

<http://dx.doi.org/10.7236/IIBC.2015.15.2.229>

IIBC 2015-2-31

## SNS를 활용한 창작뮤지컬 관람객들의 선택속성에 관한 연구

### A study on choice Attributes of Creative musical Audiences using SNS

구은자\*

Eun-Ja Koo\*

**요 약** 본 연구는 SNS를 활용하여 창작뮤지컬 공연을 관람하는 고객들의 경우 중요도-성취도(IPA: Importance Performance Analysis) 분석을 활용하여 창작뮤지컬 인식에 대한 중요도 및 만족도를 알아보고 공연업체의 창작 뮤지컬 인식을 향상시킬 수 있는 방안을 모색하고자 하였다. 즉, 공연기획자들이 점진적으로 신경쓰고 개선해야할 선택속성은 제 Ⅱ사분면에 위치하여 창작뮤지컬 관람객들이 선택속성에 대해 중요하게 생각하고 있는 반면 이 평가속성에 대한 성취도에서는 낮게 평가된 상태로 향후 시급히 개선해야 하는 속성은 창작뮤지컬의 관람비용(티켓가격), 창작뮤지컬의 내용구성(뮤지컬의 엔딩장면, 기억에 남는 대사가 많음), 창작뮤지컬의 관람비용(공연장의 부대시설 이용요금), 창작뮤지컬의 공연장(공연장의 주차시설)으로 이를 개선하기 위해 지속적인 노력을 해야 한다. 또한, SNS를 활용하지 않고 창작뮤지컬 공연을 선택하는 관람객들의 경우 창작뮤지컬 선택속성(창작뮤지컬의 관람비용), 창작뮤지컬의 무대구성(무대의 음향시설), 창작뮤지컬의 연출(뮤지컬에서 나온 전반적인 음악), 창작뮤지컬의 관람비용(공연장의 부대시설 이용요금), 창작뮤지컬의 공연장(공연장의 주차시설)이라는 선택항목을 개선하기 위해 지속적으로 노력해야 함을 알 수 있다.

**Abstract** This study is to look into importance and achievement on awareness of creative musical audiences, who use SNS, by the use of Importance Performance Analysis(IPA), and to find ways to improve the recognition of creative musical by performance enterprise. In other words, the study is to discover choice attributes, that need to be urgently improved, which importance is rated high but which achievement is rated low. As a result, it is learned that composition of content(memorable dialogue), admission fee(ticket prices, charges of using additional facilities), theater(parking), composition of stage(acoustics of the stage), staff services(ticket box staff, usher, and etc. are should be properly controlled by staff expertise) need to be consistently improved. In addition, it is learned for SNS non-user group that choice items such as creative musical choice attribute(admission fee), composition of stage(acoustics of the stage), production(overall music from a musical), admission fee(ticket prices, charges of using additional facilities), and theater(parking) need to be improved.

**Key Words** : creative musical, musical audiences, SNS

\*정희원, 청운대학교 공연기획경영학과  
접수일자 : 2015년 1월 6일, 수정완료 : 2015년 2월 22일  
게재확정일자 : 2015년 4월 10일

Received: 6 January, 2015 / Revised: 22 February, 2015 /

Accepted: 10 April, 2015

\*Corresponding Author: [abbigale@naver.com](mailto:abbigale@naver.com)

Dept. Performing Arts Planning & Management, Chungwoon University, Korea.

## I. 서 론

뮤지컬 시장은 산업의 발전에 따라 전 세계적으로 문화에서 빼 놓을 수 없는 주요 콘텐츠 분야로 각광 받고 있다.<sup>[1]</sup> 우리나라는 2000년대 들어 뮤지컬 시장이 급속도로 팽창하기 시작하였다. 대형공연장들뿐만 아니라 중소극장의 공연장들까지 점차 뮤지컬로 채워졌고, 뮤지컬 제작 편수는 매해 20% 이상의 빠른 증가세를 보여줬다. 뮤지컬 시장이 이렇게 급속도로 팽창하고 뮤지컬에 대한 관심이 증폭된 이유는 작품성과 흥행성이 검증된 외국 작품들이 2000년대에 들어서면서 우리나라에 연이어 선보이기 시작했기 때문이다.<sup>[2]</sup> 특히 뮤지컬은 매년 약 15%가량 성장하고 있는 공연산업 분야로, 국내 뮤지컬 산업은 2008년 대비 18.9%의 매출(2,527억 원) 증대를 보이며 2013년은 3000억 원 이상, 2015년에는 4,000억 원 규모로 성장 예측되는 분야로 국내 공연산업시장의 성장을 보여 주고 있다.<sup>[3]</sup>

이러한 상황 속에서 공연기획 및 마케팅의 성공을 결정하는 요소들은 주연급 배우, 무대구성, 연출, 뮤지컬 내용구성, 공연장 그리고 이외에도 많은 다른 요소가 있다. 창작 뮤지컬 기획 시 중요하게 생각하는 관람 요소는 관극 후에도 역시 중요하게 고려되었는지가 평가되어야 하는 요소이다. 서비스 후에 중요하게 고려되었는지의 평가는 관람 요소의 만족도에 의하여 행해질 수 있다. 중요하게 생각하는 관람 요소가 관람 후에 평가했을 때 만족하게 생각하지 않는 요소로 나타났다면 이러한 영향요소는 개선되어야 한다. 또한 개인의 외부 환경적 요소의 영향력은 복합적으로 작용하여 창작뮤지컬의 고객 관람의 사결정에 영향을 미치게 되므로 계속적으로 생존하고 발전하기 위해서는 고객의 중요도와 만족도에 대한 심층적인 이해가 요구된다.<sup>[4]</sup> 이에 창작 뮤지컬 인식 조사를 향상시키는 방안을 도출해 내기 위하여 IPA 기법을 적용하여 연구를 수행하였다. 즉 이 연구에서는 명확하게 창작 뮤지컬 인식조사 향상을 위하여 개선이 필요한 변수들이 명확하게 IPA 매트릭스에 표시되어 IPA 기법이 유용함을 알 수 있다. 특히 최근에는 스마트폰 이용자의 증가와 무선인터넷 서비스의 확장과 더불어 SNS의 이용자 또한 급증하고 있으며 공연관람자들 역시 공연에 대한 정보를 얻는 곳이 인터넷이나 SNS로 점차 확대되고 있다.<sup>[5]</sup> 따라서 본 연구는 SNS를 활용하여 정보를 얻고 창작 뮤지컬 공연을 관람하는 관람객 및 SNS를 활용하지 않는

관람객의 중요도-성취도(IPA: Importance Performance Analysis) 분석을 활용하여 창작뮤지컬 인식에 대한 중요도 및 성취도를 알아보고 공연업체의 소비자들에 대한 창작 뮤지컬의 인식을 향상시킬 수 있는 방안을 모색하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 창작뮤지컬의 현황

아직 공연계는 통합전산망이 있는 영화계와는 달리 통합해서 산정하는 기관이 없어 100% 정확한 수치를 도출해 낼 수 없다.<sup>[6]</sup> 2012 공연예술실태조사 분석보고서에 따르면 2011년 한 해 동안 총 138,878회의 공연이 이루어졌고 그 중 연극이 41.3%에 달하는 57,291회, 뮤지컬이 29.8%에 달하는 41,436회를 차지한다. 뮤지컬의 공연 횟수는 연극보다 적지만 관객 수는 전체 공연 장르의 관객 수인 30,264,504명 중 33.4%를 차지하는 10,122,212명으로 가장 많다. 2012년 뮤지컬 산업 매출은 2011년 대비 25% 성장하여 2,500억 원에 이르렀으나 그 주역은 예매 순위에서도 확인할 수 있듯이 오리지널과 라이선스 뮤지컬이었다. 한국 콘텐츠 진흥원 역시 2012년의 시장 성장을 가져온 요인으로 뮤지컬 전용극장의 개장과 아이돌 스타들의 출연으로 인해 증가한 외국인 관객들, 인기 뮤지컬의 재공연 등의 요인들과 더불어 수준 높은 오리지널 작품의 내한을 꼽았다. 특히 '위키드' 오리지널 뮤지컬은 유료좌석 점유율 95%, 관객 23만 5,000명이라는 기록을 세우면서 역대 최고 흥행 뮤지컬로 기록될 정도로 뮤지컬 시장 성장에 큰 기여를 하였다.<sup>[7]</sup>

### 2. 창작뮤지컬 선택 속성 선행연구

강기두·이지희(2001)의 연구에 의하면 관람객들이 뮤지컬 공연을 선택할 때 고려하는 요인은 내용/줄거리, 작품의 유명도, 출연진, 관람료, 주변의 권유, 전문가의 평, 공연장소, 제작 및 기획사, 작품의 국적, 후원하는 단체의 순으로 나타났으며<sup>[8]</sup>, 유인경(2009), 박윤백(2011)은 작품내용(41.5%), 주위의 추천(20%), 노래(음악)나 춤(15.5%), 흥행성적(8%), 연출가나 작가(6%), 배우(6%), 극단이나 기획사(3%)의 순으로 보고 있다.<sup>[9][10]</sup> 국내 뮤지컬 산업 현황 및 발전방안 연구 보고서에 따르면, 공연 횟수, 관람지역, 관람방법, 관람 동행자, 관람 결정자, 만

족도로 조사하였다.[11] 최태규(2013)은 욕구인식단계, 공연선택단계, 공연만족단계, 재구매 및 타인에 대한 추천 의도 생성단계로 조사하였다.[12]

### 3. 창작뮤지컬 만족도 선행연구

기존 연구들은 뮤지컬의 만족에 영향을 미치는 기대를 보다 다양하게 세분화하여 각 유형에 대한 기대가 만족에 미치는 영향에 대한 설명을 시도하기도 하였다. Neelamegham & Jain(1999)은 스토리, 연기, 캐스팅, 세트 등을 핵심적 속으로 구분하였고, 의상, 배경음악, 특수효과를 주변적 속성으로, 그리고 재미 호소력, 매혹적인 정도 등을 감성적 자극 속성으로 분류하였다. 또한 공연에 대한 만족을 공연장 이용의 편리성(홈페이지를 통한 정보제공, 교통, 구매, 환불 등), 공연장 시설, 공연장 직원의 서비스, 공연가격과 차별적 혜택, 공연 좌석의 시야 확보와 무대시설, 공연 콘텐츠 등에 대한 만족도와 공예에 대한 전반적 만족도에 대한 추천의도 등을 측정하여 파악하고 있다.[13]

## III. 연구방법

### 1. 연구방법 및 자료수집

본 조사는 총 500부의 설문지를 배포하여 500부 모두를 회수하고, 이중 응답이 불확실하거나 작성이 잘못된 설문지 36부를 제거하고 총 464부를 가지고 본 연구 분석에 이용하였다.

### 2. 연구모형 및 측정도구

본 연구에서 창작뮤지컬 선택속성(내용구성, 연출, 관람비용, 공연장, 무대구성, 주연급 배우, 직원들의 서비스)들에 대한 이용자의 인식수준을 파악하여 세부적인 기획제작 방향이나 홍보마케팅전략을 수립하기 위해 필요한 중요도-성취도 분석(Importance Performance Analysis: IPA)을 위한 연구모형을 보면 다음과 같다.

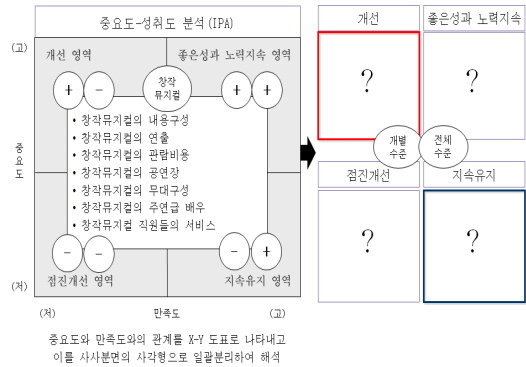


그림 1. 연구모형  
 Fig. 1. Research Model

### 3. 자료 분석방법

본 연구는 SPSS 20.0 통계패키지 프로그램을 활용하였고 다음과 같은 분석절차로 실시하였다. 첫째, 창작뮤지컬에 대한 고객인식을 파악하기 전에 인구통계학적 특성을 분석하기 위한 빈도분석을 실시하였다. 둘째, 창작뮤지컬 선택속성(내용구성, 연출, 관람비용, 공연장, 무대구성, 주연급 배우, 직원들의 서비스) 개별 항목의 신뢰성과 타당성을 검증하기 위해 요인분석과 신뢰도분석을 실시하였다. 셋째, 창작뮤지컬 선택속성들에 대한 이용자의 인식수준을 파악하여 세부적인 마케팅전략을 수립하기 위해 중요도-성취도 분석(Importance Performance Analysis: IPA)을 실시하였다.

## IV. 실증분석 결과

### 1. 표본의 인구통계학적·일반적인 특성

표본에 대한 인구통계학적 특성을 살펴본 결과 표 1과 같다. SNS를 활용하여 창작뮤지컬 공연을 선택하는 관람객들이 선호유형의 경우 라이선스뮤지컬 134명(47.5%), 창작뮤지컬 121명(42.9%), 투어뮤지컬 22명(7.8%), 기타 뮤지컬 5명(1.8%)로 나타났다.

성별의 경우 여성 249명(85.9%), 남성 41명(14.1%)으로 나타났고, 연령의 경우 20대 197명(68.9%), 30대 63명(22.0%), 40대 이상 20명(7.0%), 10대 6명(2.1%)으로 나타났다. 직업의 경우 학생 99명(34.4%), 사무 종사자 62명(21.5%), 전문가 44명(15.3%), 기타 30명(10.4%), 서비스 종사자 27명(9.4%), 군인, 공무원 13명(4.5%), 주부 8명(2.8%), 판매 종사자 3명(1.0%), 국회의원, 고위임직원,

관리자 1명(0.3%), 기술공 및 준전문가 1명(0.3%)으로 나타났다. 결혼유무의 경우 미혼 263명(91.0%), 기혼 26명(9.0%)으로 미혼인 경우가 더 많았고, 학력수준의 경우 대학교 졸업(재학) 251명(88.1%), 석사학위소지 19명(6.7%), 고졸이하 15명(5.3%)으로 나타났다. 연령군 관람횟수의 경우 6회 미만 149명(51.9%), 30회 이상 52명(18.1%), 6회~10회 44명(15.3%), 21회~29회 15명(5.2%), 11회~15회 14명(4.9%), 16회~20회 13명(4.5%)로 나타났고, 소득수준의 경우 100~200만원 미만 123명(44.1%), 100만원 미만 98명(35.1%), 200~300만원 미만 32명(11.5%), 300~400만원 미만 13명(4.7%), 400~500만원 미만 6명(2.2%), 500~600만원 미만 3명(1.1%), 900만원 이상 3명(1.1%), 600~700만원 미만 1명(0.4%)으로 나타났다.

표 1. SNS 활용집단의 인구통계학적·일반적인 특성  
Table 1. Demographic · general characteristic of SNS user group

SNS 활용(항목)		빈도	백분율(%)
결혼유무	미혼	263	91.0
	기혼	26	9.0
	합계	289	100.0
학력수준	대학교 졸업(재학)	251	88.1
	석사학위소지	19	6.7
	고졸이하	15	5.3
	합계	285	100.0
연령군 관람횟수	6회 미만	149	51.9
	30회 이상	52	18.1
	6회~10회	44	15.3
	21회~29회	15	5.2
	11회~15회	14	4.9
	16회~20회	13	4.5
	합계	287	100.0
소득수준	100~200만원 미만	123	44.1
	100만원 미만	98	35.1
	200~300만원 미만	32	11.5
	300~400만원 미만	13	4.7
	400~500만원 미만	6	2.2
	500~600만원 미만	3	1.1
	900만원 이상	3	1.1
	600~700만원 미만	1	0.4
	합계	279	100.0

SNS를 활용하지 않고 창작뮤지컬 공연을 선택하는 관람객들이 선호유형의 경우 창작뮤지컬 73명(49.0%), 라이선스뮤지컬 55명(36.9%), 기타 뮤지컬 11명(7.4%), 투어뮤지컬 10명(6.7%)으로 나타났고, 정보원천의 경우 주변 사람들 96명(59.3%), 포스터 또는 현수막 23명(14.2%), 기타 21명(13.0%), TV방송 17명(10.5%), 신문 3

명(1.9%), 라디오방송 2명(1.2%)으로 나타났다. 연령의 경우 20대 107명(68.2%), 30대 39명(24.8%), 10대 명(3.8%), 40대 이상 5명(3.2%)으로 나타났고, 직업의 경우 학생 57명(36.1%), 전문가 25명(15.8%), 사무 종사자 24명(15.2%), 기타 18명(11.4%), 서비스 종사자 15명(9.5%), 군인, 공무원 8명(5.1%), 주부 7명(4.4%), 의회의원, 고위 임직원, 관리자 2명(1.3%), 기술공 및 준전문가 1명(0.6%), 판매 종사자 1명(0.6%)으로 나타났다. 학력수준의 경우 대학교 졸업(재학) 131명(82.4%), 고졸이하 16명(10.1%), 석사학위소지 12명(7.5%)으로 나타났고, 결혼유무의 경우 미혼 144명(88.9%), 기혼 17명(10.5%), 기타(이혼, 사별, 동거 등) 1명(0.6%), 성별의 경우 여성 117명(72.2%), 남성 45명(27.8%)으로 나타났다. 연령군 관람횟수의 경우 6회 미만 99명(62.3%), 6회~10회 30명(18.9%), 30회 이상 13명(8.2%), 11회~15회 6명(3.8%), 21회~29회 6명(3.8%), 16회~20회 5명(3.1%)으로 나타났고, 소득수준의 경우 100~200만원 미만 70명(44.6%), 100만원 미만 55명(35.0%), 200~300만원 미만 23명(14.6%), 300~400만원 미만 5명(3.2%), 400~500만원 미만 2명(1.3%), 700~800만원 미만 1명(0.6%), 900만원 이상 1명(0.6%)으로 나타났다.

표 2. SNS 비활용집단의 인구통계학적·일반적인 특성  
Table 2. Demographic · general characteristic of SNS non-user group

SNS 비활용(항목)		빈도	백분율(%)
정보원천	주변 사람들	96	59.3
	포스터 또는 현수막	23	14.2
	기타	21	13.0
	TV방송	17	10.5
	신문	3	1.9
	라디오방송	2	1.2
	합계	162	100.0
연령	20대	107	68.2
	30대	39	24.8
	10대	6	3.8
	40대 이상	5	3.2
		합계	157
직업	학생	57	36.1
	전문가	25	15.8
	사무 종사자	24	15.2
	기타	18	11.4
	서비스 종사자	15	9.5
	군인, 공무원	8	5.1
	주부	7	4.4
	의회의원, 고위임직원, 관리자	2	1.3
	기술공 및 준전문가	1	0.6
	판매 종사자	1	0.6
	합계	158	100.0

학력 수준	대학교 졸업(재학)	131	82.4
	고졸이하	16	10.1
	석사학위소지	12	7.5
	합계	159	100.0
결혼 유무	미혼	144	88.9
	기혼	17	10.5
	기타(이혼, 사별, 동거 등)	1	0.6
	합계	162	100.0
성별	여성	117	72.2
	남성	45	27.8
	합계	162	100.0
연평균 관람 횟수	6회 미만	99	62.3
	6회~10회	30	18.9
	30회 이상	13	8.2
	11회~15회	6	3.8
	21회~29회	6	3.8
	16회~20회	5	3.1
소득 수준	합계	159	100.0
	100~200만원 미만	70	44.6
	100만원 미만	55	35.0
	200~300만원 미만	23	14.6
	300~400만원 미만	5	3.2
	400~500만원 미만	2	1.3
	700~800만원 미만	1	0.6
900만원 이상	1	0.6	
선호 유형	합계	157	100.0
	창작뮤지컬	73	49.0
	라이센스뮤지컬	55	36.9
	기타 뮤지컬	11	7.4
	투어뮤지컬	10	6.7
합계	149	100.0	

## 2. 창작뮤지컬 선택속성에 대한 중요도와 만족도 비교평가

### 가. 창작뮤지컬 내용구성에 대한 중요도와 만족도 비교평가

중요도-성취도 분석(Importance Performance Analysis: IPA)은 상품이나 서비스가 지니고 있는 속성들에 대한 이용자의 인식을 측정하기 위한 것으로 마케팅 분야에서 개발된 것으로 먼저 이용자가 상품이나 서비스를 이용하기 전에 어떤 속성을 중요하게 여기는지를 조사하는 방법이다.

SNS를 활용하여 창작뮤지컬 공연을 선택하는 관람객들에 대한 창작뮤지컬 내용구성의 중요도와 만족도를 비교해 본 결과 제 I 사분면에 위치하여 창작뮤지컬 관람객들이 평가속성에 대해 중요하게 생각하고 있고, 실제로 평가속성에 대한 성취도 또한 비교적 잘 이루어지고 있는 상태로 계속 유지해 나가는 것이 바람직하다고 분석할 수 있는 선택항목, 즉 좋은성과를 지속적으로 유지해야 하는 항목은 뮤지컬 스토리 내용, 뮤지컬에 나온 등장인물의 성격으로 나타났다. 제 II 사분면에 위치하여

창작뮤지컬 관람객들이 평가속성에 대해 중요하게 생각하고 있는 반면 이 평가속성에 대한 성취도에서는 낮게 평가된 상태로 향후 시급히 개선해야 하는 속성들이라고 분석할 수 있는 선택항목, 즉 적극적인 개선사항이라고 판단할 수 있는 항목은 뮤지컬의 엔딩장면, 기억에 남는 대사가 많음이라 할 수 있다. 마지막으로 제 IV 사분면에 위치하여 창작뮤지컬 관람객들이 평가속성에 대해 중요하게 생각하고 있지 않은 평가속성에 대해 성취도가 과잉되게 나타난 상태로 투입된 노력을 다른 평가속성에 투입해야 한다고 분석할 수 있는 선택항목, 즉 지속적으로 유지해야 할 항목은 뮤지컬의 소재, 뮤지컬 장르로 나타났다.

표 3. 창작뮤지컬 내용구성에 대한 중요도와 만족도 비교평가  
 Table 3. Comparative study of importance and satisfaction on the content composition of creative musical

창작 뮤지컬의 내용구성	SNS 활용		SNS 비활용		SNS 활용		SNS 비활용		전략수립	
	중요도	만족도	중요도	만족도	중요도	만족도	중요도	만족도	SNS 활용	SNS 비활용
스토리 내용	0.609	4.218	0.757	4.364	+	+	+	+	1	1
소재	0.538	4.238	0.634	4.373	-	+	+	+	4	1
장르	0.478	4.334	0.635	4.373	-	+	-	+	4	4
엔딩장면	0.616	4.128	0.594	4.344	+	-	-	+	적극 개선 사항	4
등장인물 성격	0.580	4.210	0.688	4.407	+	+	+	+	1	1
기억에 남는 대사 많음	0.603	3.766	0.620	3.963	+	-	-	-	적극적인 개선 사항	3
전체	0.539	4.156	0.656	4.304						

※ 전략수립 : 1(좋은성과 노력지속), 2(적극적인 개선사항), 3(점진적인 개선사항), 4(지속적인 유지)

### 나. 창작뮤지컬 연출에 대한 중요도와 만족도 비교평가

SNS를 활용하여 창작뮤지컬 공연을 선택하는 관람객들에 대한 창작뮤지컬 연출의 중요도와 만족도를 비교해 본 결과 제 I 사분면에 위치하여 좋은성과를 지속적으로 유지해야 하는 항목은 뮤지컬의 전반적인 무대조화성, 뮤지컬의 전반적인 작품성, 뮤지컬의 전반적인 완성도로 나타났다. 제 III 사분면에 위치하여 점진적으로 개선해야 할 항목은 뮤지컬에서 나온 전반적인 안무로 나타났다. 마지막으로 제 IV 사분면에 위치하여 지속적으로 유지해야 할 항목은 뮤지컬에서 나온 전반적인 음악, 뮤지컬의

전반적인 배우캐스팅으로 나타났다. SNS를 활용하지 않고 창작뮤지컬 공연을 선택하는 관람객들의 경우 제 II사분면에 위치하여 적극적인 개선사항이라고 판단할 수 있는 항목은 뮤지컬에서 나온 전반적인 안무로 나타났다.

**표 4. 창작뮤지컬 연출에 대한 중요도와 만족도 비교평가**  
Table 4. Comparative study of importance and satisfaction on the production of creative musical

창작 뮤지컬 연출	SNS 활용		SNS 비활용		SNS 활용		SNS 비활용		전략수립	
	중요도	만족도	중요도	만족도	중요도	만족도	중요도	만족도	SNS 활용	SNS 비활용
전반적인 안무	0.446	0.394	0.512	0.417	-	-	-	-	3	3
전반적인 음악	0.449	0.424	0.675	0.435	-	+	+	-	4	적극적인 개선 사항
배우 캐스팅	0.403	0.435	0.656	0.444	-	+	-	+	4	4
전반적인 무대 조화성	0.580	0.421	0.656	0.435	+	+	-	-	1	3
전반적인 작품성	0.651	0.427	0.745	0.444	+	+	+	+	1	1
전반적인 완성도	0.713	0.422	0.767	0.432	+	+	+	+	1	1
전체	0.542	0.421	0.669	0.435						

※ 전략수립 : 1(좋은성과 노력지속), 2(적극적인 개선사항), 3(점진적인 개선사항), 4(지속적인 유지)

**다. 창작뮤지컬 공연장에 대한 중요도와 만족도 비교평가**

SNS를 활용하여 창작뮤지컬 공연을 선택하는 관람객들에 대한 창작뮤지컬 관람비용의 중요도와 만족도를 비교해 본 결과 제 II사분면에 위치하여 적극적인 개선사항이라고 판단할 수 있는 항목은 티켓가격과 공연장의 부대시설 이용요금이라 할 수 있고, 제 III사분면에 위치하여 점진적으로 개선해야할 항목은 뮤지컬의 프로그램 가격으로 나타났다. 마지막으로 제 IV사분면에 위치하여 지속적으로 유지해야할 항목은 티켓에 대한 할인혜택제도로 나타났다. SNS를 활용하지 않고 창작뮤지컬 공연을 선택하는 관람객들의 경우 제 II사분면에 위치하여 적극적인 개선사항이라고 판단할 수 있는 항목은 공연장의 부대시설 이용요금으로 나타났다.

**표 5. 창작뮤지컬 관람비용에 대한 중요도와 만족도 비교평가**  
Table 5. Comparative study of importance and satisfaction on the admission fee of creative musical

창작 뮤지컬 관람 비용	SNS 활용		SNS 비활용		SNS 활용		SNS 비활용		전략수립	
	중요도	만족도	중요도	만족도	중요도	만족도	중요도	만족도	SNS 활용	SNS 비활용
티켓 가격	0.753	0.362	0.748	0.374	+	-	-	+	적극적인 개선 사항	4
할인 혜택 제도	0.675	0.381	0.711	0.397	-	+	-	+	4	4
공연장부대시설이용요금	0.669	0.354	0.808	0.365	+	-	+	-	적극적인 개선 사항	적극적인 개선 사항
프로그래프 가격	0.641	0.369	0.745	0.365	-	-	-	-	3	3
전체	0.692	0.362	0.753	0.374						

※ 전략수립 : 1(좋은성과 노력지속), 2(적극적인 개선사항), 3(점진적인 개선사항), 4(지속적인 유지)

**라. 창작뮤지컬 공연장에 대한 중요도와 만족도 비교평가**

SNS를 활용하여 창작뮤지컬 공연을 선택하는 관람객들에 대한 창작뮤지컬 공연장의 중요도와 만족도를 비교해 본 결과 제 I사분면에 위치하여 좋은성과를 지속적으로 유지해야 하는 항목은 공연장의 시설로 나타났다. 제 II사분면에 위치하여 적극적인 개선사항이라고 판단할 수 있는 항목은 공연장의 주차시설이라 할 수 있다. 제 III사분면에 위치하여 점진적으로 개선해야할 항목은 공연장 좌석의 편안함, 공연장에 대한 친숙함으로 나타났다. 마지막으로 제 IV사분면에 위치하여 지속적으로 유지해야할 항목은 공연장의 규모, 공연장의 청결성, 공연장에 오기위한 교통환경(시설)으로 나타났다. SNS를 활용하지 않고 창작뮤지컬 공연을 선택하는 관람객들의 경우 제 II사분면에 위치하여 적극적인 개선사항이라고 판단할 수 있는 항목은 공연장의 주차시설로 나타났다.

표 6. 창작뮤지컬 공연장에 대한 중요도와 만족도 비교평가  
 Table 6. Comparative study of importance and satisfaction on creative musical theater

창작 뮤지컬 공연장	SNS 활용		SNS 비활용		SNS 활용		SNS 비활용		전략수립	
	중요도	만족도	중요도	만족도	중요도	만족도	중요도	만족도	SNS 활용	SNS 비활용
규모	0.449	4.072	0.577	4.049	-	+	-	+	4	4
시설	0.541	3.938	0.675	4.037	+	+	+	+	1	1
좌석의 편안함	0.446	3.530	0.529	3.654	-	-	-	-	3	3
청결성	0.452	4.087	0.583	4.105	-	+	+	+	4	1
교통 환경 (시설)	0.455	3.990	0.646	4.043	-	+	+	+	4	1
주차 시설	0.538	3.413	0.621	3.575	+	-	+	-	작극적인 개선 사항	작극적인 개선 사항
안전도	0.383	3.491	0.427	3.457	-	-	-	-	3	3
전체	0.466	3.797	0.530	3.846						

※ 전략수립 : 1(좋은성과 노력지속), 2(적극적인 개선사항), 3(점진적인 개선사항), 4(지속적인 유지)

마. 창작뮤지컬 무대구성에 대한 중요도와 만족도 비교평가

SNS를 활용하여 창작뮤지컬 공연을 선택하는 관람객들에 대한 창작뮤지컬 무대구성의 중요도와 만족도를 비교해 본 결과 제 I 사분면에 위치하여 좋은성과를 지속적으로 유지해야 하는 항목은 무대의 세트 디자인, 무대의 조명장치로 나타났다. 제 III사분면에 위치하여 점진적으로 개선해야할 항목은 무대의 음향시설로 나타났고, 마지막으로 제 IV사분면에 위치하여 지속적으로 유지해야할 항목은 무대규모로 나타났다. SNS를 활용하지 않고 창작뮤지컬 공연을 선택하는 관람객들의 경우 제 II 사분면에 위치하여 적극적인 개선사항이라고 판단할 수 있는 항목은 무대의 음향시설로 나타났다.

표 7. 창작뮤지컬 무대구성에 대한 중요도와 만족도 비교평가  
 Table 7. Comparative study of importance and satisfaction on the stage composition of creative musical

창작 뮤지컬 무대 구성	SNS 활용		SNS 비활용		SNS 활용		SNS 비활용		전략수립	
	중요도	만족도	중요도	만족도	중요도	만족도	중요도	만족도	SNS 활용	SNS 비활용
무대 세트 디자인	0.664	4.239	0.717	4.242	+	+	+	+	1	1

무대 규모	0.544	4.107	0.618	4.137	-	+	-	-	4	3
무대 음향 시설	0.611	3.886	0.775	4.137	-	-	+	-	3	작극적인 개선 사항
무대 조명 장치	0.629	4.131	0.668	4.238	+	+	-	+	1	4
전체	0.612	4.096	0.694	4.238						

※ 전략수립 : 1(좋은성과 노력지속), 2(적극적인 개선사항), 3(점진적인 개선사항), 4(지속적인 유지)

바. 창작뮤지컬 주연급 배우에 대한 중요도와 만족도 비교평가

SNS를 활용하여 창작뮤지컬 공연을 선택하는 관람객들에 대한 창작뮤지컬 주연급 배우의 중요도와 만족도를 비교해 본 결과 제 I 사분면에 위치하여 좋은성과를 지속적으로 유지해야 하는 항목은 주연급 배우의 연기력과 주연급 배우의 노래 실력으로 나타났고, 제 III사분면에 위치하여 점진적으로 개선해야할 항목은 주연급 배우는 대중적으로 잘 알려진 유명한 배우로 나타났다. 마지막으로 제 IV사분면에 위치하여 지속적으로 유지해야할 항목은 주연급 배우의 춤 실력과 주연급 배우의 평소 이미지로 나타났다.

표 8. 창작뮤지컬 주연급 배우에 대한 중요도와 만족도 비교평가  
 Table 8. Comparative study of importance and satisfaction on the major actors of creative musical

창작 뮤지컬 주연급 배우	SNS 활용		SNS 비활용		SNS 활용		SNS 비활용		전략수립	
	중요도	만족도	중요도	만족도	중요도	만족도	중요도	만족도	SNS 활용	SNS 비활용
연기력	0.581	4.521	0.789	4.512	+	+	+	+	1	1
춤 실력	0.488	4.241	0.664	4.377	-	+	+	+	4	1
노래 실력	0.608	4.460	0.666	4.538	+	+	+	+	1	1
평소 이미지	0.538	4.239	0.654	4.379	-	+	+	+	4	1
대중적 유명한 배우	0.332	3.301	0.273	3.352	-	-	-	-	3	3
전체	0.506	4.156	0.609	4.238						

※ 전략수립 : 1(좋은성과 노력지속), 2(적극적인 개선사항), 3(점진적인 개선사항), 4(지속적인 유지)

**사. 창작뮤지컬 선택속성 개별요인에 대한 만족도에 대한 중요도와 만족도 비교평가**

SNS를 활용하여 창작뮤지컬 공연을 선택하는 관람객들에 대한 창작뮤지컬 선택속성 개별요인의 중요도와 만족도를 비교해 본 결과 제 I 사분면에 위치하여 좋은 성과를 지속적으로 유지해야 하는 항목은 창작뮤지컬의 내용구성, 창작뮤지컬의 연출이고, III사분면에 위치하여 점진적으로 개선해야할 항목은 창작뮤지컬의 관람비용, 창작뮤지컬의 공연장, 창작뮤지컬 직원들의 서비스로 나타났다. 마지막으로 제 IV사분면에 위치하여 지속적으로 유지해야할 항목은 창작뮤지컬의 무대구성, 창작뮤지컬의 주연급 배우로 나타났다. SNS를 활용하지 않고 창작뮤지컬 공연을 선택하는 관람객들의 경우 제 II사분면에 위치하여 적극적인 개선사항이라고 판단할 수 있는 항목은 창작뮤지컬의 관람비용으로 나타났다.

**표 9. 창작뮤지컬 개별요인에 대한 중요도와 만족도 비교평가**  
**Table 9. Comparative study of importance and satisfaction on the individual factors of creative musical**

창작뮤지컬 개별요인	SNS 활용		SNS 비활용		SNS 활용		SNS 비활용		전락수립	
	중요도	만족도	중요도	만족도	중요도	만족도	중요도	만족도	SNS 활용	SNS 비활용
창작뮤지컬 내용구성	0.611	4.156	0.704	4.300	+	+	+	+	1	1
창작뮤지컬 연출	0.631	4.212	0.730	4.305	+	+	+	+	1	1
창작뮤지컬 관람비용	0.386	3.639	0.588	3.743	-	-	+	-	3	2
창작뮤지컬의 공연장	0.366	3.796	0.422	3.845	-	-	-	-	3	3
창작뮤지컬 무대구성	0.448	4.096	0.497	4.203	-	+	-	+	4	4
창작뮤지컬주연급 배우	0.429	4.157	0.611	4.236	-	+	+	+	4	1
전체	0.464	4.004	0.584	4.104						

※ 전락수립 : 1(좋은성과 노력지속), 2(적극적인 개선사항), 3(점진적인 개선사항), 4(지속적인 유지)

**V. 결론 및 시사점**

본 연구는 SNS를 활용하여 창작뮤지컬 공연을 선택하는 관람객들에 대한 창작뮤지컬 선택속성의 중요도와 만족도를 비교해 본 결과 제 I 사분면에 위치하여 좋은 성과를 지속적으로 유지해야 하는 항목은 창작뮤지컬 선

택속성(창작뮤지컬의 내용구성, 창작뮤지컬의 연출), 창작뮤지컬의 내용구성(뮤지컬 스토리 내용, 뮤지컬에 나온 등장인물의 성격), 창작뮤지컬의 연출(뮤지컬의 전반적인 무대조화성, 뮤지컬의 전반적인 작품성, 뮤지컬의 전반적인 완성도), 창작뮤지컬의 공연장(공연장의 시설), 창작뮤지컬의 무대구성(무대의 세트 디자인, 무대의 조명장치), 창작뮤지컬의 주연급 배우(주연급 배우의 연기력, 주연급 배우의 노래 실력)으로 나타났다. SNS를 활용하여 창작뮤지컬 공연을 선택하는 관람객들의 경우 제 II사분면에 위치하여 적극적인 개선사항이라고 판단할 수 있는 항목은 창작뮤지컬의 관람비용(티켓가격), 창작뮤지컬의 내용구성(뮤지컬의 엔딩장면, 기억에 남는 대사가 많음), 창작뮤지컬의 관람비용(공연장의 부대시설 이용요금), 창작뮤지컬의 공연장(공연장의 주차시설), 창작뮤지컬 직원들의 서비스(직원(티켓, 안내직원 등)들에 의한 적절한 통제)로 나타났다. SNS를 활용하여 창작뮤지컬 공연을 선택하는 관람객들의 경우 제 III사분면에 위치하여 점진적으로 개선해야할 항목은 창작뮤지컬 선택속성(창작뮤지컬의 관람비용, 창작뮤지컬의 공연장, 창작뮤지컬 직원들의 서비스), 창작뮤지컬의 연출(뮤지컬에서 나온 전반적인 안무), 창작뮤지컬의 관람비용(뮤지컬의 프로그램북 가격), 창작뮤지컬의 공연장(공연장 좌석의 편안함, 공연장에 대해 잘 알고 있는 편), 창작뮤지컬의 무대구성(무대의 음향시설), 창작뮤지컬의 주연급 배우(주연급 배우는 대중적으로 잘 알려진 유명한 배우), 창작뮤지컬 직원들의 서비스(직원(티켓, 안내직원 등)들은 전문성이 있음)로 나타났다. SNS를 활용하여 창작뮤지컬 공연을 선택하는 관람객들의 경우 마지막으로 제 IV사분면에 위치하여 지속적으로 유지해야할 항목은 창작뮤지컬 선택속성(창작뮤지컬의 무대구성, 창작뮤지컬의 주연급 배우), 창작뮤지컬의 내용구성(뮤지컬의 소재, 뮤지컬 장르), 창작뮤지컬의 연출(뮤지컬에서 나온 전반적인 음악, 뮤지컬의 전반적인 배우캐스팅), 창작뮤지컬의 관람비용(티켓에 대한 할인혜택제도), 창작뮤지컬의 공연장(공연장의 규모, 공연장의 청결성, 공연장에 오기 위한 교통환경), 창작뮤지컬의 무대구성(무대의 규모), 창작뮤지컬의 주연급 배우(주연급 배우의 춤 실력, 주연급 배우의 평소 이미지는 긍정적), 창작뮤지컬 직원들의 서비스(직원(티켓, 안내직원 등) 친절함)로 나타났다. 특히, SNS를 활용하여 창작뮤지컬 공연을 선택하는 관람객들의 경우 중요도-성취도 분석(Importance



Performance Analysis: IPA)에서 공연기획자들이 점진적으로 신경쓰고 개선해야할 선택속성은 제 II사분면에 위치하여 창작뮤지컬 관람객들이 선택속성에 대해 중요하게 생각하고 있는 반면 이 평가속성에 대한 성취도에서는 낮게 평가된 상태로 향후 시급히 개선해야 하는 속성은 창작뮤지컬의 관람비용(티켓가격), 창작뮤지컬의 내용구성(뮤지컬의 엔딩장면, 기억에 남는 대사가 많음), 창작뮤지컬의 관람비용(공연장의 부대시설 이용요금), 창작뮤지컬의 공연장(공연장의 주차시설), 창작뮤지컬 직원들의 서비스(직원(티켓, 안내직원 등)들에 의한 적절한 통제)로 이를 개선하기 위해 지속적인 노력을 해야 한다. 또한, SNS를 활용하지 않고 창작뮤지컬 공연을 선택하는 관람객들의 경우 제 II사분면에 위치하여 적극적인 개선사항이라고 판단할 수 있는 항목은 창작뮤지컬 선택속성(창작뮤지컬의 관람비용), 창작뮤지컬의 무대구성(무대의 음향시설), 창작뮤지컬 직원들의 서비스(직원(티켓, 안내직원 등)들은 전문성이 있음), 창작뮤지컬의 연출(뮤지컬에서 나온 전반적인 음악), 창작뮤지컬의 관람비용(공연장의 부대시설 이용요금), 창작뮤지컬의 공연장(공연장의 주차시설), 창작뮤지컬 직원들의 서비스(직원(티켓, 안내직원 등)들에 의한 적절한 통제)로 나타났다.

## References

- [1] Sung-Wook Jee, Se-Iin Lee, In-Hee Cho, "A study on the development of korean musical market", Journal of the Spring Conference, The Korea Entertainment Industry Association, May, 2014.
- [2] Sun-Jin Kim, "A Study on the Development Scheme of Creative Musical : Through the Analysis of Success Factor of 'Movical'", a master's thesis, the Graduate School of Culture and Art of thhe Sangmyung University. 2009.
- [3] Korea Culture & Tourism Institute(2011), "A Study on the Current Status and Development of the South Korean Musical Industry"
- [4] Eun-ja Koo, Kwang-Ho Lee and Hye-won Kim, "A Study on IPA of Spectator Motivation in the Korean Creative Musical", Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society, 14(4), 2013.
- [5] K. Y. Lee, H. Y. Kim, Aluem Kim, S. B. Kim, "Design and Implementation of Marketing Advisement System through the Concern Degree Analysis of Customers Based on Twitter", the Journal of The Institute of Internet, Broadcasting and Commuication, Vol. 14, No. 3, Jun, 2014.
- [6] Yong-shin Cho, "The Problems and Alternatives of Excessive Competition and Pricing Structure in Performing Arts Market", A Seminar Sourcebook of Performing Arts Management Association of Korea, 2010.
- [7] Korea Creative Content Agency, "Contents Industry Trend and Analysis in 2011 : Music/Performance", 2011.
- [8] Gi-doo Kang and Ji-hee Lee, "Specified on Musical Audience = An Exploratory study on the life - style of audience for culture and art performance", Business Administration Research, Vol.30 No.4, 2011.
- [9] In-kyung Yu, "Prospect of Korean Performing Arts", HanKukMunHwaSa, 2009.
- [10] Yoon-baek Park, "A Study on Market Segmentation of Domestic Performing Arts - focused on Musical Performance", a doctoral thesis, the Graduate School of the Seokyeong University, 2011.
- [11] Korea Culture & Tourism Institute, "A Study on the Current Status and Development of the South Korean Musical Industry", 2011.
- [12] Tae-kyu Choi, "Choice and Satisfaction Factors of Musical as Culture Contents", Journal of Korea Contents Association Vol.11 No.6, 2011.
- [13] Neelamegham, R., & Jain, D. Consumer choice process for experience goods: An econometric model and analysis, Journal of Marketing Research, Vol.36, 1999.

※ 이 논문은 2010년도 청운대학교 학술연구조성비에 의해 지원되었음

## 저자 소개

### 구 은 자 (정회원)



- 2003년 8월 : 성균관대학교 공연예술학과(공연예술학석사)
- 2012년 8월 : 경희대학교 공연예술학과(예술경영 박사수료)
- 2009년 3월부터 현재 : 청운대학교 공연기획경영학과 교수

<주관심분야 : 예술경영, 마케팅, 뮤지컬>