

암표, 무엇이 문제인가? 뮤지컬 관계자에게 듣는다.



왼쪽부터 김보람, 박주현, 이정환

일시 및 장소

2024년 4월 19일 예술경영지원센터 12층 회의실

패널

김보람 더블케이엔터테인먼트 PD

박주현 인터파크트리플 팀장

이정환 EMK 팀장

2023년, 공연법 제4조의 2(입장권 등의 부정판매 금지 등)이 개정되어 매크로 프로그램을 이용한 공연 입장권 부정판매를 처벌하고 있다. 공연법에서 말하는 부정판매는 티켓을 판매하는 사람이거나 판매위탁하는 사람의 동의를 받지 않은 사람이 지속적으로 티켓을 판매하거나 영업하여 구입한 가격보다 비싸게 판매하거나 알선하는 행위를 뜻한다. 공연예술통합전산망(이하 KOPIS)의 2023년 총결산 티켓판매현황에 따르면, 뮤지컬 장르는 티켓예매수가 약 805만매로 전 장르 중 가장 높은 비중을 차지하고 있다. 티켓판매액은 약 4,591억원으로 대중음악 장르 다음으로 높게 나타났다.

2023년 총결산 뮤지컬 시장 티켓판매 현황

	2023년 총결산 뮤지컬	전체 대비 비중	연도별 동기 대비 증감률(%)		
			2022년 전체 (22년 대비 23년 증감률)	2021년 전체 (21년 대비 23년 증감률)	2020년 전체 (20년 대비 23년 증감률)
공연건수	3,191 건	16 %	2,756 건 (▲15.8%)	1,562 건 (▲104.3%)	899 건 (▲254.9%)
공연회차	38,950 회	33 %	32,175 회 (▲21.1%)	20,762 회 (▲87.6%)	17,319 회 (▲124.9%)
티켓예매수	805만 매	38.4 %	733만 매 (▲9.9%)	380만 매 (▲111.9%)	256만 매 (▲214.1%)
티켓판매액	4,591억 원	36.2 %	4,249억 원 (▲8.0%)	2,345억 원 (▲95.8%)	1,453억 원 (▲215.9%)
1매당 평균 티켓판매액	56,998 원		57,963 원 (▼1.7%)	61,683 원 (▼7.6%)	56,675 원 (▲0.6%)

* 2023년 총결산 티켓판매현황보고서 발취

KOPIS는 입장권 예매·취소 정보를 집계하여 공연통계 서비스를 제공하고 있다. 암표의 경우에는 KOPIS 데이터에 집계되지 않아 투명한 공연시장을 확인하는 데 어려움이 있다. '암표'로 인해 공연시장에 어떤 영향과 문제점이 있는지 전문가 3인과 이야기를 나누어 보았다.

Q1

2023년 뮤지컬 시장의 전반적인 분위기는 어땠나? 2024년 뮤지컬 시장전망에 대한 의견을 듣고 싶다

- 김보람** 코로나 때 신작개발에 힘썼다. 2023년 거리두기가 해제되었을 때 개발했던 신작을 재공연하여 많은 관객을 만났다. 그런데, 코로나 이후 여가활동이 다양해지면서 떠난 관객이 새로 유입되는 관객보다 많아서 어려움을 겪고 있다. 올해도 많은 작품을 준비하고 있는데 이 부분에 대한 걱정이 있다.
- 박주현** 2023년도는 티켓 단가 상승과 흥행 공연들에 힘입어, 뮤지컬 시장 외연이 성장한 한해였다. 2024년 1분기는 경기침체에 대한 우려와 소비심리가 떨어지는 전체 시장 분위기가 공연에도 영향을 미치는 것 같다. 2024년 1분기는 대형흥행 공연이 많지 않았고, 통상적으로 1분기 매출이 높지 않았던 것과 동일한 것으로 보인다. 2분기에는 대형 뮤지컬인 <시카고>, <프랑켄슈타인>, <영웅> 등의 작품들이 몰려있어 매출상승이 기대된다.
- 이정환** 2023년 공연장 대관 경쟁이 매우 치열했고, 경쟁적으로 많은 작품이 진행되었다. 2024년에는 외부적인 여러 가지 요인들로 인해 소비심리가 떨어지고 있어서, 보수적으로 접근하고 있다. 최근에는 대중이 작품을 선택하는 기준도 까다로워지고 있고, 여가활동도 다양해지고 있다. 이러한 상황에 따라, 준비 중인 작품들도 신중하게 계획을 세우고 있으며, 비용적인 측면에서도 많은 고민을 하고 있다.

공연업계 관계자들은 개정된 암표 및 암표방지법에 대해 어떻게 바라보고 있나?



박주현 매크로를 입증하지 못하면 암표라고 할 수 없는데, 매크로를 입증하는 방법부터가 어려움이 있다. 대응 방법을 만들어도 또 다른 방법과 형태로 나타난다. 최근에는 직접 링크로 예매하는 건도 발견되었다. 부정예매로 의심되는 건들도 본인이 아니라고 하면 제재할 방법이 없다. 회사 내부에서 해결할 수 있는 방법에 대해 항상 고민은 하지만 결론을 내리지 못하고 있다. 뮤지컬 특성상, 팬덤이 있는 대중음악 콘서트처럼 팬클럽 선 예매 시스템 구축이 현실적으로 어려움이 있어, 대중음악 방법을 뮤지컬 공연에 적용하기는 쉽지 않다.

김보람 암표 수법이 점점 지능적으로 발전하는 것 같다. 관객들은 제작사가 대응을 안 한다고 보실 수 있겠지만, 그렇지 않다. 올바르게 예매한 관객들까지 피해를 보지 않도록 여러 상황이나 부작용들이 없는 대응 방안이 무엇인지 다방면으로 고민하고 있다. 대학로 공연시장의 경우에는 이전에는 암표에 관한 이슈가 없는 편이었다. 그러나, 매크로를 활용한 암표가 늘어나면서 유명인들이 참여하는 공연이나 무대와 가까운 좌석들에서 이런 문제가 생겨나는 것 같다. 예를 들면, 매니아성 공연의 경우 같은 자리에 특정 관객이 항상 앉아 있는 경우가 있다. 일정 기간의 모든 회차를 동시에 오픈하는데 한 명이 모든 회차를 모두 예매하는 것은 불가능한 일이다. 하지만, 매크로를 사용한 예매라고 소명할 수 있는 근거가 없으므로 의심에 그칠 뿐, 제재가 어려울 때가 있다. 암표에 대한 케이스가 너무 다양하므로 현장에서는 현재의 법이 추상적인 것 같다는 생각이 든다.

이정환 암표의 가장 큰 문제점은 기획·제작사가 아닌 엉뚱한 사람이 재테크 수단으로 이용하는 것이다. 심지어 매크로를 이용한 암표 구매 후, 재판매를 하는 경우도 있다. 최근에는 온라인 중고거래 플랫폼에서 초대권도 재판매되는 경우도 많다. 일반 관객도 암표를 사서 프리미엄을 붙여서 양도하여 암표가 일종의 재테크 수단처럼 되고 있다. 암표 업자 측면에서는 하나의 창구가 늘어난 셈이 되었다. 이를 잡으려면 기술의 발전으로 해내야 하는데, 암표상들 잡기 위한 비용을 예매처나 기획사에서 지속적으로 투자하긴 쉽지 않다.

암표와 관련하여 어떠한 이슈가 있나? 또는 암표로 인해 피해를 본 경험은? 암표가 전체 시장에 어떠한 영향을 미친다고 생각하는가?

박주현

한 공연장에서 암표 거래현장을 본 적이 있다. 한 사람이 여러 사람에게 판매하는 경우였는데, 티켓이 없어서 피해자가 있었다. 그 사람은 공식적으로 티켓을 구매한 것이 아니므로 컴플레인을 하지 못하고 그냥 갔다. 이처럼 암표상에게 사기당하고 와서 제작사에 책임지라고 할 수 있으니, 모든 기획사가 상세 페이지에 공식적인 루트가 아닌 티켓에 대해서 책임지지 않는다는 문구를 어느 순간부터 넣기 시작한 것 같다. 저희 게시판에도 어떤 분이 티켓 판매 글을 게시하여 강제 삭제한 예도 있었다. 이처럼 관객들도 스스로의 행위에 대해 불법이라고 인지하지 못하는 경우가 많은 것 같다.



이정환

과거부터 공연뿐만 아니라 스포츠를 비롯하여 암표는 오랜 기간 이어져 왔다. 구하기 어려운 표를 구하는 사람들이 많아, 소비자들은 자연스럽게 인식하고 있는 듯하다. 실제 예매한 사람만 볼 수 있도록 기술적으로 제한하지 않는 이상 암표를 방지하기는 쉽지 않을 것 같다. 대극장 뮤지컬의 경우에는 기본 30회, 많게는 100회 이상 상영하고 있으므로 공연자체를 보지 못하는 관객은 많지 않다고 생각한다. 실제 예매자들을 살펴보면, 신규 관객도 다수 있는 것을 확인할 수 있다. 또한, 공연마다 티켓이 한 번에 모두 팔리는 경우도 있고, 순차적으로 팔려서 매진되는 경우도 있다. 따라서 회차가 많은 대극장 뮤지컬의 경우에는 특정 좌석을 제외하고는 암표로 인한 피해가 조금 덜한 것 같다.

김보람

매크로 때문에 기존 매니아 관객들의 피로도가 심한 것은 사실이다. 공정하지 않은 방법으로 계속 기회를 박탈당할 때, 스트레스와 피로감 높아져 예매하기가 싫어지고, 공연 외에 다른 재미를 찾는 경우가 많은 것 같다. 대학로 공연시장에서 힘든 시기를 버티게 해준 것이 매니아 관객층이었다. 그런데, 그 관객들이 매크로로 인해서 피로감을 느껴서 떠나가고 신규 관객 유입이 안 되면 공연시장은 더 어려워지지 않을까 하는 우려도 있다.

Q4

암표를 방지하기 위해 했던 노력이 있는지? 더불어 암표방지를 위한 계획이 있나?

- 이정환

개인이 신고하거나, 직원들이 개별적으로 암표를 찾아서 신고하고 있다. 개별적으로 제한하지 않으려면 대중음악 콘서트처럼 시스템이 있어야 한다. 대표적으로 팬덤에 가입한 사람들을 우선으로 선 예매를 진행하여 본인만 예매할 수 있도록 유도하는 방법이 있다. 하지만 뮤지컬은 특정 배우만 출연하지 않기 때문에 멤버십이 구성이 어렵다. 또한, 회차가 많지 않은 대중음악 콘서트는 관객 수를 예상하기 쉬워 게이트 통제가 용이하나, 회차가 많은 뮤지컬은 관객 수 예측이 어렵기 때문에 게이트 통제를 위한 비용 책정도 어렵다.

뮤지컬 장르에서는 판매한 티켓 외에도 이벤트 등으로 발권된 초대권 재판매도 많다. 재판매를 방지하기 위해 이벤트를 진행할 때 사용 목적 등을 검증하고 현장 수령으로 유도하여 피해를 줄이고자 노력하고 있다.

- 김보람

NFT 티켓으로 부산국제영화제는 암표가 개선되었다고 들었다. 이를 벤치마킹하여 NFT 티켓예매를 시도한 적이 있다. 현실적으로 전 회차를 운영하기엔 어려울 것 같아 두 개의 특정 회차를 진행했다. OK 캐시백와의 제휴를 통해 NFT 티켓예매를 진행해보니, 본인만 예매할 수 있어 양도가 불가능하여 암표방지에 효과적이었다. 반면, 예매에 어려움이 있을 것으로 예상하여, 무대 인사, 선물 등 특별 행사를 진행했음에도 티켓판매는 일반 예매처에 오픈했을 때 보다 저조했다. 일반 관객들 입장에서 아직까지는 기존 예매 방법이 익숙하고 편하다고 생각하는 것 같다. 그러나 의미 있는 시도였다고 생각된다.

- 박주현

대중음악 콘서트는 회차가 적어 필요한 양을 가능하여 발권할 수 있어서, 본인확인이 용이한 편인 카드티켓을 도입할 수 있다. 뮤지컬도 도입을 논의한 적이 있었다. 그러나, 뮤지컬은 장기 공연이기 때문에 필요한 양을 유지하기 어렵고, 모든 공연장의 게이트를 바꿔야 하는 문제가 있었다. 뮤지컬은 대중음악보다 이해관계가 다양하므로 새로운 예매 방법이 빠르게 적용되기 어려운 현실이다.

Q5

공연법이 개정된 지 얼마 되지 않았으나, 과거와 비교하여 암표 시장과 방지에 대한 변화는? 암표방지를 위해 정부, 공연업계, 관객 등 각자 어떠한 노력이 더 필요하다고 생각하는가?

- 박주현

이번에 개정된 법도 결국은 매크로만 추가된 정도이다. 암표를 공식적으로 입증할 수 없다면 티켓을 팔아도 법에 접촉되지 않기 때문이다. 예매처의 입장에서는 개인정보 때문에 예매자의 정보는 영장이 발급되어야 제공할 수 있다. 복잡한 절차로 인해 암표 거래로 인한 처벌이 쉽지 않을 것으로 예상된다. 그럼에도 법이 개정되면서 업계에서는 다양한 시도를 할 것이고 법 또한 점차 세밀하게 개정될 것이다. 암표로 처벌받는 사례가 생기면 경각심을 가지게 되어 점차 인식개선이 될 것으로 생각한다. 암표를 매 회차 제작사가 확인하거나 개인 간거래까지 잡아내기 어렵다. 특히, 부모님 티켓 대리 구매 등은 제한할 수 없다. 공연 외에도 쉽게 할 수 있는 여가생활이 증가하고 있는 상황에서 암표를 위해 규제만 많아진다면 관객은 더 이상 공연을 찾지 않을 수도 있다.

김보람 원론적인 얘기일 수 있지만, 수요가 있으니까 암표가 존재하는 것이다. 암표를 안 사야 하는데, 또 관객들 입장에서 보고 싶으니까 웃돈을 주고도 사는 것이기도 하다. 관객들은 기획·제작사가 아무것도 안하는 것처럼 볼 수 있지만, 관객들이 암표를 구매하지 않고 보고 싶은 공연을 편히 볼 수 있도록 노력하고 있다. 관객분들도 검증된 예매처를 통해서 구입을 하는 노력을 함께 하면 선순환이 될 것으로 생각한다.

이정환 현재 암표를 자주 이용하는 사람들이면 개정된 법에 대해 신경 쓰지 않고 계속 이용할 것이라 생각한다. 암표 거래가 부끄러운 일이고 도덕적이지 않은 일이라는 인식의 변화가 필요하다. 공연의 특성상 한정된 티켓을 판매하는 것이고 누구라도 유명한 공연을 좋은 좌석에서 보고 싶은 심리가 있기 때문에 암표방지를 위해선 인식개선이 필요하다. 기획·제작사는 제작비가 올라도 티켓 가격을 쉽게 올리지 않고 몇 년을 고민해서 가격을 책정하고 있고, 관객들은 보고 싶은 공연을 위해 기회비용을 생각하며 티켓을 구매하고 있다. 그에 비해 암표상은 너무나 쉽게 티켓에 프리미엄을 붙여 비싸게 판매하고 있다.

Q6

암표방지법이 시행되고 있는데, 앞으로 어떤 변화가 있을 것으로 예상 또는 기대하는가?

김보람 암표방지법으로 드라마틱한 변화나 이 체감할 수 있을 변화가 있을 것 같지는 않다. 그러나 암표방지를 위한 노력이 기사화도 되고 이슈도 되고 있다. 이로 인해 사람들의 인식이 조금씩 개선되고, 제작사들도 노력하다 보면 나아질 것이라 기대한다. 현장에서 어쨌든 계속 고민하고 노력하여 개선할 수 있도록 하겠다.

박주현 암표방지법이 개정되면서 이슈가 되고 있다. 암표에 관해 관심이 지속되면서 인식도 좀 바뀔 것으로 기대한다. 예매처에서도 매크로 등의 기술적인 부분을 어떻게 대응할지 계속 고민할 것이다. 다양한 사례로 암표가 이슈된다는 것에 긍정적으로 바라보고 있다. 앞으로 기획·제작사에 피해가 가지 않도록 암표를 막는 방법에 대해 고민하겠다.

이정환 두 분의 의견에 동의한다. 공연법이 개정됐다는 것 자체가 앞으로 관심을 갖고 보고 있다는 긍정적인 시그널이라고 생각한다. 기획사와 예매처는 관객의 의견을 반영하여 지속적으로 변화하는 태도가 중요할 것 같다. 암표와 관련한 기술은 계속해서 진화하기 때문에 예매처의 역할이 클 수밖에 없는 것 같다. 암표와 관련하여 방법을 제시할 때 기획사나 공연장은 긍정적으로 협조해야 할 것이다. 공연업계가 해결해야 하는 문제는 기획·제작사, 예매처, 정책 등 함께 해결하는 방안을 찾아야 한다고 생각한다.