

제 4회 대학(원)생 전시회 기획서 공모전

2011 국제

공연문화예술 박람회

(International Art Performing Fair 2011)

CONTENTS

I. 개최배경 및 목적

II. 산업동향 및 시장분석

III. 전시회 개요

IV. 전시회 마케팅 전략

V. 전시회의 경쟁력

VI. 중장기 사업계획

VII. 추진일정

VIII. 전시회 예산계획

I. 개최 배경 및 목적

문화적, 경제적 파급효과가 큰 산업

한류의 사례와 같이 국가이미지 제고와 상품수출에 기여



전시회 개최배경 및 목적

- 전시회 개최의 필요성 : 공연 산업 분야간의 교류촉진 및 협력 강화
- ✓ 공연산업도 전문성과 수익률을 따져야 할, 이익추구를 위한 상품으로 발전
- ✓ 공연 문화를 대중들에게 친숙하게 만드는 것
- ✓ 한국의 창작공연이 세계적인 무대에서 공연될 수 있도록 징검다리의 역할

I. 개최 배경 및 목적

'I P F 2011' 필요성 대두

한국 공연산업의 과제

공연시장의
확대

- ✓ 공연 관객층의 연령대를 다양화
- ✓ 적극적인 고객관리 위해 CRM개념의 적극적 도입
- ✓ 커뮤니티 적극 지원

경영시스템
도입

- ✓ 마케팅 전문인력육성

가치평가
모델의 개발

- ✓ 공연상품과 공연기업의 유 무형가치를 논리적이고 객관적으로 평가하여 실질적 가치제도 제시
- ✓ 가치 부족분 충당 노력 필요

기타

- ✓ 제작비의 효율적 관리
- ✓ 부가상품시장의 개발노력 필요

II. 산업동향

1. 국내 공연문화 산업의 동향

한국 공연산업의 규모와 현황

미국 공연산업시장 규모의 1/50, 일본시장규모의 1/15

공연시설 현황

(2008공연예술실태조사, 문화체육관광부)

국내 총 공연시설 수: 662개(공연장 891개)
수도권의 공연시설: 총 461개로 전체공연시설의 51.7%차지
설립 주체별: 공공시설 (55.5%) 민간시설 (44.5%)

관객 및 수입현황

(2008공연예술실태조사, 문화체육관광부)

구분	공연 성격		
	소계	기획공연	대관공연
전체	28,362,774(100)	9,310,924(100)	19,051,850(100)
유료관객	11,770,964(41.5)	5,083,764(54.5)	6,687,200(35.1)
무료관객	16,591,810(58.5)	4,227,160(45.5)	12,364,650(64.9)

- ✓ 2008년 공연 관객 수는 총 28,362,774명(기획공연 관객 9,310,924명, 대관공연관객 19,051,850명)
- ✓ 유료관객은 11,770,964명으로 전체 관객의 41.5%

II. 산업동향

1. 국내 공연문화 산업의 동향(계속)

국내 공연 작품 현황

명성황후

1997년 뉴욕 브로드웨이 진출
뮤지컬에서만 매년 30억 매출

난타

문화적 장벽을 극복한 비언어 극
누적관객 350만, 매출 700억 원
2000년 7월 전용극장 설립, 국내에서 해외관광객 유치(외국인 관객 비중이 70%)
2003년 브로드웨이 공연을 시작으로 전용관을 개관하여 장기공연

2009년 국내외 공연예술 활동현황

(2010공연예술국제교류활동현황, 예술경영지원센터)

구분	[국내→해외]*	[해외→국내]*
단체수	245개	652개
공연건수	525건	1150건
단체 평균 공연건수	2.14건	1.76건

[국내→해외]는 국내공연단체가 해외에서 공연한 횟수

[해외→국내]는 해외공연단체가 국내에서 공연한 횟수

II. 산업동향

2. 해외 공연문화 산업의 동향

해외 공연산업의 현황(미국)

공연단체 7000개, 매월 관객 600만 명 규모, 예술공연 위주의 단체는 후원으로 유지
브로드웨이 공연: 입장료수입 매년 44억 달러의 경제적 파급효과, 4만개 일자리 창출
제작비상승에 따른 위험분담 방법: Multi-Producer

미국의 다양한 티켓제도

- ✓Subscription: 한 시즌에 여러 공연티켓을 패키지로 판매, 전체수익의 45.9%
- ✓Students Tickets: 학생할인 / Standing Tickets: 입석
- ✓Rush Tickets: 한정된 수량을 할인가격으로 선착순 판매
- ✓TKTS Theater Center: 타임스퀘어의 빨간색 티켓 할인판매건물

해외 공연산업의 현황(일본)

전통극 가부키와 여성신극 다카라즈카, 서구의 뮤지컬이 조화. 독특한 일본의 예술문화를 창조해냄
뮤지컬 공연은 극단 형식과 제작회사에 의한 프로듀스 방식이 혼재

극단'사계'의 마케팅 전략

- ✓1953년 창단, 1000여명의 직원 8개의 전용극장을 가지고 연간 3000회 이상의 공연
- ✓성공전략 - 배우간 경쟁 유발:더블, 트리플 캐스팅, 지속적인 오디션으로 인재발굴
 - 많은 단원에게 이익배분, 모두에게 공평한 기회가 주어지는 합리적인 조직
 - 성공한 뮤지컬 수입하여 일본정서에 맞게 재구성하고 고객을 개발(14만명 고객 보유)

Ⅲ. 전시회 개요

- 1. 전시회 명** 국 문 : 2011 국제 공연문화예술 박람회
영 문 : International Performing Art Fair 2011
약 문 : IPF 2011
- 2. 전시 기간** 전시일 : 2011년 10월 14일(금) ~ 17일 (월) 10:00~18:00 (총 4일)
설치일 : 10월 11일 (화) ~ 13일(목) (총 3일)
철거일 : 10월 18일 (화)
- 3. 전시 장소** 장 소 : 서울 코엑스 전문전시관 3층 Hall D
규 모 : 7,281m² (약 360 부스)
- 4. 주최 기관** 주 최 : 한국 뮤지컬협회, 한국연극협회
주 관 : COEX, 2011 서울 국제 공연예술 박람회 조직위원회 공동주관
후 원 : 문화체육관광부, 서울특별시, 경기도, 예술경영지원센터, 전문 예술법인단체,
한국문화예술위원회, CJ엔터테인먼트, 현대카드, 비씨카드, 국민은행, 우리은행,
협 찬 : 세종 문화회관, LG아트센터, 동송아트센터, 우리금융 아트홀 등
- 5. 부대 행사** 메인 스테이지 : 갈라쇼 (연극, 뮤지컬, 퍼포밍아트, 어린이공연), 사인회
부대시설관 : 티켓예매처, 공연장 홍보관, 오디션, 한국 공연문화의 역사

Ⅲ. 전시회 개요

6. 전시 품목

* 공통 사항- 공연 홍보영상 및 OST 감상 기회, 공연팸플렛 증정,
티켓할인판매 및 조기에매 혜택 제공 (공연 묶음 판매, 쿠폰 증정 행사)

- ① 어린이,가족공연 전용관 - 방귀대장 뽕뽕이, 어린이뮤지컬 캣츠, 오즈의 마법사, 토마스와 친구들 등 약 10여 개의 작품 전시
- ② 뮤지컬관 - 오페라의 유령, 금발이 너무해, 몬테크리스토 , 아이러브유, 풀하우스 , 번지 점프를 하다, 싱글즈, 라디오스타 등 약 20여 개 작품
- ③ 연극관 - 보잉 보잉. 웃음의 대학, 강풀의 순정만화,늘근도둑 이야기, 라이어, 백설공주를 사랑한 난쟁이 등 약 20여 개 작품

Ⅲ. 전시회 개요

6. 전시 품목(계속)

* 공통 사항- 공연 홍보영상 및 OST 감상 기회, 공연팸플렛 증정,
티켓할인판매 및 조기에매 혜택 제공 (공연 묶음 판매, 쿠폰 증정 행사)

④ 퍼포밍 아트관 - 비보이를 사랑한 발레리나, 드로잉쇼, 국립발레단 해설이 있는 발레,
대학교 공연(연극학과, 뮤지컬학과 등) 약10~20편

⑤ 기타 부대행사 및 시설

- 메인 스테이지 : 갈라쇼 (연극, 뮤지컬, 퍼포밍아트, 어린이공연)

출연배우 사인회

- 부대시설관 : 티켓예매처 [약 5~7개 온라인 예매관련 업체]

공연장 홍보관 [서울 및 수도권 근처 약 20~30여 개 공연장]

오디션 [당신은 내일의 주인공! (뮤지컬,연극)]

한국 공연문화의 역사 [입구/출구 쪽 복도에 전시]

Ⅲ. 전시회 개요

7. 전시장 구성



구분	참가 업체	총 부스
I P F 2011	약 120 개 업체	360부스

Ⅲ. 전시회 개요

8. 전시회 일정

10.11	10.12	10.13	10.14	10.15	10.16	10.17	10.18
전시품 준비	개막식			전시품 철거			
	국제 공연문화산업 전시 (10:00~18:00)						
	국제 공연문화산업 체험 (사진전, 오디션, 포토존, 역사체험)						
	국제 공연문화산업 상담 (티켓 구매, 공연 해외유치 상담)						
	국제 공연문화산업 부대행사 (갈라쇼, 사인회, 팬미팅)						

IV. 전시회 마케팅 전략

1. 참가업체 유치방안

- 한국 뮤지컬 협회, 연극협회 등록된 작품지원
- **신인발굴의 기회**제공 (오디션 참가)
- **독립 제작업체와 대형 제작사간의 사업설명회** 자리 마련
- 티켓구매로 이어지는 **수익성 창출** 보장



2. 참관객 유치방안

- **공연정보에서부터 할인된 티켓구매까지의 NON-STOP** 쇼핑 가능
- 입장료 구매 시 지급되는 **갈라쇼 관람기회, 출연배우 사인회 행사**
- 배우를 꿈꾸는 젊은이들에게는 **등용문의 역할**
- **스탬프 카드제** 실시 : 5개관의 스탬프도장을 받아 완성
3개 공연 이상 구매 시 총 금액의 15% 할인

IV. 전시회 마케팅 전략

3. 홍보계획

옥외 홍보

- 대중교통 내/외부 배너 설치
- 주요 거리 및 육교 배너 광고

인쇄물

- 브로셔, 홍보 포스터 제작 및 배포

기관 홍보

- 정부 및 관련 학과 과 개설된 대학교
주요 공연장 및 협회를 대상으로 홍보

미디어

- 주최, 주관, 후원 업체의 인지도 활용한
인터뷰를 통해 간접홍보
- 잡지, 신문 등을 통한 홍보 및 TV,라디오,
인터넷을 통한 참관객 대상 홍보
- 홍보시기에 맞는 기사 작성 및 보도자료
구성 각 언론사에 배포

홈페이지

- www.ipf2011.co.kr 개설
- 관련 협회와 연계하여 배너 홍보
- 홈페이지에 할인쿠폰 다운받도록 구성

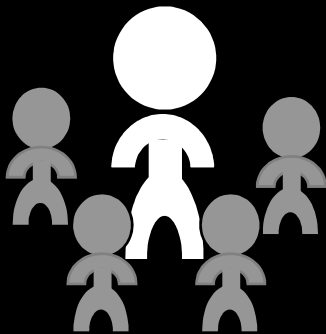
V. 전시회 경쟁력

1. 예상 참가인원 : 약 120여 개 업체

* 참가업체 LIST

- 제작사 : PMC 프로덕션 , 하늘이엔티, 오디뮤지컬컴퍼니, 악어 컴퍼니, 마루컴퍼니, 플레이디비, 연극열전, 환 퍼포먼스 등 국내 뮤지컬, 연극, 퍼포먼스 공연 제작사 20여 개 업체
- 공연장 : 세종문화회관, 예술의전당, at센터, 동숭아트센터, 대학로 예술극장, 샤롯데씨어터, 상상마당, KT&G 상상아트, KT 아트홀, LG아트센터, 흥대 비보이 전용극장 등 약 30 업체
- 티켓에매업체 : 매세나 티켓, 인터파크, 옥션, 맥스티켓, 하프티켓, 티켓링크, yes24 등 약10개 업체
- 그 외 독립 제작사

2. 참관객 특징 (목표 타겟)



- Performing Arts에 관심이 많은 마니아
- 공연문화에 익숙한 20~30대 여성
- 배우를 꿈꾸는 10대~20대
- 관심은 많지만 정보가 부족한 일반인

V. 전시회 경쟁력

3. 공연문화 산업의 전망

기업과 문화마케팅

기업이미지 제고와 사회공헌 활동 참여

메세나(Mecenat) : 문화, 예술, 스포츠 등에 대한 원조 및 사회적, 인도적 입장에서 공익사업 등에 지원하는 기업들의 지원활동

공연산업의 전망

- ✓ 공연 예술은 사회간접자본임
- ✓ 예술발전 지원은 산업발전을 견인할 것임
- ✓ 순수 제작비 지원보다는 자생력을 키울 수 있도록 해야 할 것임
- ✓ 디지털시대에 아날로그적인 가치를 지님

V. 전시회 경쟁력

4. 국내외 경쟁전시회와의 비교

- 대구 국제 뮤지컬 페스티벌(DIMF)

- ✓ DIMF는 한국 유일의 국제 뮤지컬페스티벌
- ✓ 뮤지컬의 아름다움과 즐거움을 세계인과 함께 향유할 수 있는 산업으로 발전 시키려는 취지
- ✓ 창작뮤지컬의 활성화와 차세대 뮤지컬 인력의 육성, 잠재적 관객 개발 목표

- New York Musical Theatre Festival (NYMF)

- ✓ NYMF는 DIMF와 협약을 맺고 뮤지컬 산업의 발전을 위해 협력
- ✓ 미국의 뮤지컬 산업에 발전과 차세대 뮤지컬을 이끌어갈 주인공들을 발굴
- ✓ 대중에게 더욱 친숙한 문화 형식의 확립을 목표



V. 전시회 경쟁력

4. 국내외 경쟁전시회와의 비교(계속)

기존의 국내외 관련 전시회는 뮤지컬이라는 한 분야에 치우쳐 있고, 페스티벌의 개념으로 공연을 보여주는 의미에 한정되어있다.

그러나, 'IPF 2011'은 뮤지컬을 포함한 무대 공연문화를 보여주는 통합적인 전시회라고 정의 내릴 수 있겠다.

5. 기대 효과

- 참가 업체: 대중의 관심을 불러 일으키고 관심이 티켓구매로 이어지는 **이익 창출 효과** 및 공연을 홍보하고 피드백을 얻는 계기
- 참관객: 공연에 대한 폭넓은 정보를 얻고 할인행사를 통한 **저렴한 가격**에 **티켓을 구매** 할 수 있는 기회제공 (ONE-STOP 쇼핑 가능)

VI. 중장기 사업계획

- IPF2011

국내 참가업체: 100여 개
해외 참가업체: 10여 개

- IPF2015

국내 참가업체: 200여 개
해외 참가업체: 100여 개

- IPF2020

국내 참가업체: 300여 개
해외 참가업체: 300여 개

VII. 추진 일정

		2010년			2011년										
		10	11	12	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
기획	전시회 기획/운영	프로그램 기획			공연장 섭외										전시회 평가
	사무국운영	정기회의			인력 확보		정기회의			정기회의			결과보고 작업		
		상시보고													
유치	업체 섭외	업체리스트 정리, 분석, 자료 수집			업체 및 바이어 유치 활동(Email, Fax)						참여업체와 세부 사항 정리, 확정				
	협력업체관련	협력사 미팅, 계약			전시업체 확정		협력사 계약		조감도, 시안 확정		최종점검		행사세팅		
홍보	홍보/PR	홍보대행사 미팅			1차 보도자료		2차 보도자료		3차 보도자료		언론사 섭외				
	온라인	홈페이지 제작			홈페이지 운영										

VIII. 예산계획

수 입		지 출	
항 목	금 액	항 목	금 액
가. 참가비	385,500,000	가. 전시장사용료	122,419,840
나. 입장료	53,000,000	나. 전시 장치비	46,650,000
다. 협찬금	30,000,000	다. 광고선전비	90,360,000
라. 지원금	10,000,000	라. 도서인쇄비	15,320,000
마. 광고수입	5,000,000	마. 잡비	1,685,000
소 계	483,500,000	소 계	276,434,840
수 지 차		₩ 207,065,160	

THANK YOU