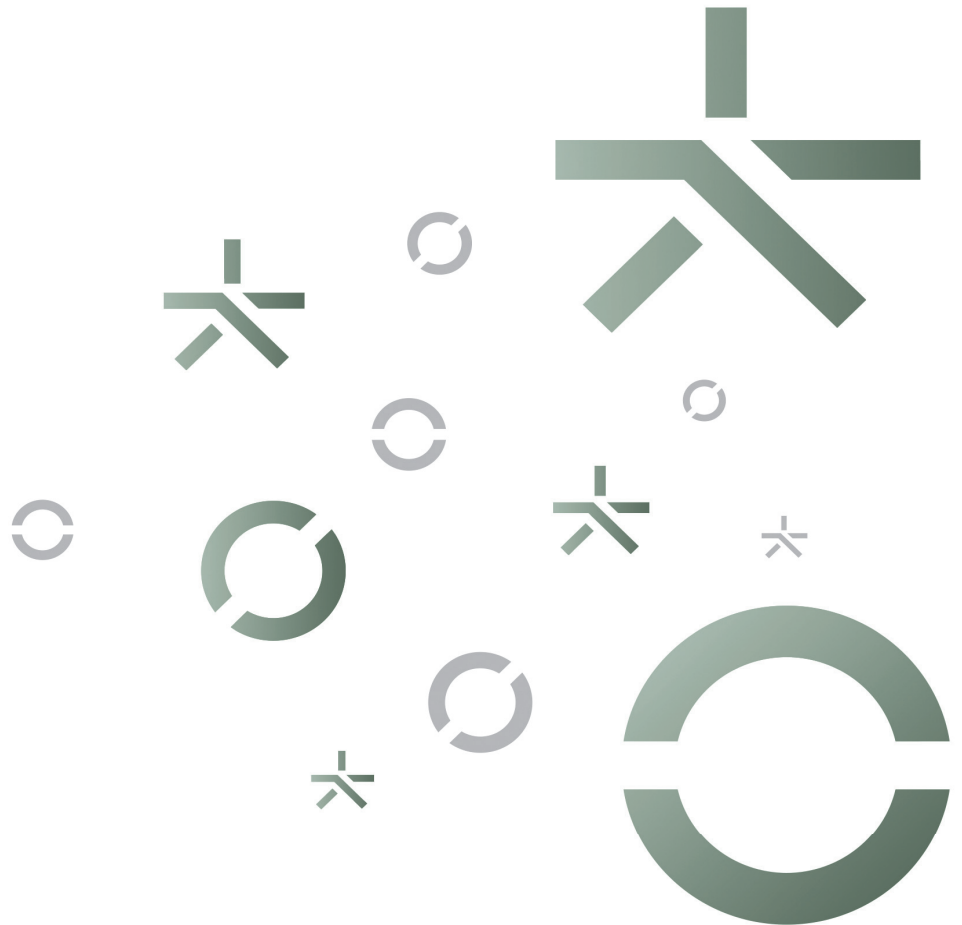


# 체험경제 기반 인천시 공연예술산업 활성화 방안

최영화



## 연구책임

---

최영화 도시사회연구부 선임연구위원

## 연구참여

---

지연화 도시사회연구부 초빙연구원

---

본 연구 결과는 연구진의 견해로서  
인천광역시의 정책과는 다를 수 있습니다.

## 인천시, 체험형 공연예술로 문화도시 도약 필요

### 체험경제, 인천 공연예술의 새로운 패러다임

체험경제는 소비자가 상품·서비스를 넘어 몰입할 수 있는 차별화된 경험을 제공하여 고부가가치를 창출하는 경제 전략이다. 최근 문화소비의 경향이 단순 ‘관람’에서 ‘체험’이 강조됨에 따라, 공연예술 분야에서도 몰입형 경험 중심의 콘텐츠 개발과 정책 전환이 요구되고 있다. 인천시는 공연예술의 창작과 향유 간 간극, 낮은 지역 관람률, 인프라의 부족 및 편중 문제 등 여러 과제에 직면해 있다. 본 연구는 체험경제 개념을 토대로 인천시의 공연문화산업을 활성화하기 위한 정책적 대안을 제시하였다.

### 인천 공연예술, 잠재력에도 불구하고 과제 직면

인천시 공연시설은 양적으로는 전국 중위권이나, 1~299석 규모의 소형 공연장이 35.7%를 차지하는 데 반해 중대형 전문 공연장이 부족하며 지역 간 불균형이 심각하다. 공연 콘텐츠는 서양음악(34.4%)과 대중음악(23.1%)에 편중되어 있으며, 특히 대중음악이 전체 티켓 판매액의 90.97%를 차지하는 등 장르 불균형이 매우 큰 실정이다. 대부분의 공연이 평균 3.2회 상연에 그쳐 단발성에 머물고, 인천만의 대표 레퍼토리 부재로 도시 브랜딩에 한계가 있다. 시민들의 문화예술 관람률은 높지만, 지역 내 관람률은 전국 하위권(12~17위)에 머물러 문화소비가 역외로 유출되는 경향이 뚜렷하다. ‘관심 있는 프로그램 부족’과 ‘정보 부족’이 관람의 장애요인으로 지적되고 있다.

### 체험경제 기반 인천형 공연예술 활성화 4대 전략 제시

본 연구는 "체험으로 연결되는 공연예술 문화도시 인천"이라는 비전 아래, 하드

웨어, 소프트웨어, 휴먼웨어, 네트워크 부문의 4대 추진전략을 제안했다. 먼저, 하드웨어 부문에서는 공연예술공간 확충 및 특성화를 통해 활동 기반을 다지고, 소프트웨어 부문에서는 인천 공연예술 콘텐츠 개발을 통해 도시의 문화적 정체성을 강화하고자 했다. 휴먼웨어 부문에서는 청년 공연예술인을 통합 지원하고, 아동·청소년 대상 체험형 프로그램을 강화하여 미래 관객 및 예술인재를 육성하고자 했다. 네트워크 부문에서는 공연예술 통합 정보 플랫폼을 활성화하고, 공연예술 유통 활성화를 위한 공연예술마켓 및 상권 연계 마케팅 강화 방안을 제안했다.

인천시 공연예술산업의 활성화를 위한 4대 추진전략과 이를 달성하기 위한 8개 추진과제 및 16개 세부 추진과제는 다음과 같다.

**[요약 표 1] 인천시 공연예술산업 지원 방향 및 추진과제**

비전	체험으로 연결되는 공연예술 문화도시 인천	
추진전략	추진과제	세부 추진과제
1. 공연예술공간 확충 및 특성화	1-1. 대형 공연장 확충 및 축제 공간화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문학경기장 페스티벌 아레나 조성</li> <li>• 팝업극장 설치 및 상설공연 운영</li> </ul>
	1-2. 공연예술연습공간 조성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 캠프마켓 창의예술연습센터 조성</li> <li>• 창의예술연습센터 교육 프로그램 운영</li> </ul>
2. 인천 공연예술 콘텐츠 개발	2-1. 인천STAGE 레퍼토리 육성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역 스토리 기반 레퍼토리 '인천STAGE' 개발</li> <li>• '인천STAGE' 시즌제 운영 및 브랜드화</li> </ul>
	2-2. 인천 공연예술축제 개최	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인천 프린지 페스티벌 개최</li> <li>• 인천 대표 공연예술축제 육성 및 국제화</li> </ul>
3. 공연예술 창작·향유 역량 강화	3-1. 청년 공연예술 창작생태계 조성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 청년 공연예술인 창작공간 조성</li> <li>• 청년 공연예술 원스톱 지원체계 구축</li> </ul>
	3-2. 웰컴 유스 인천 프로젝트	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인천 아트 포 키즈</li> <li>• 청소년 공연예술랩</li> </ul>
4. 공연예술 유통 활성화	4-1. 인천 공연예술 유통·마켓 플랫폼 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인천 공연예술 통합정보 플랫폼 활성화</li> <li>• 인천공연예술마켓 개최</li> </ul>
	4-2. 상권 연계 공연예술 마케팅 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 팝업공연·팝업스토어 운영</li> <li>• 공연·관광 패키지 및 상생 마케팅</li> </ul>

**주제어**

**#체험경제 #공연예술산업 #공연장 #공연예술축제 #공연예술유통**

## 1 연구개요

1. 연구배경 및 목적 .....	3
2. 연구범위 및 방법 .....	4
3. 연구수행체계 .....	6

## 2 체험경제와 공연예술산업의 이론적 배경

1. 체험경제의 개념과 관련 트렌드 .....	7
2. 공연예술산업의 범주와 관련 정책 동향 .....	13
3. 시사점 .....	17

## 3 인천시 공연예술산업의 현황과 과제

1. 조사개요 .....	19
2. 하드웨어: 공연예술 인프라 .....	20
3. 소프트웨어: 콘텐츠 및 지원사업 .....	26
4. 휴먼웨어: 예술인 및 관객 현황 .....	35
5. 시사점 .....	42

## 4 국내외 관련 사례

1. 조사개요 .....	47
2. 국내사례 .....	49
3. 해외사례 .....	71
4. 시사점 .....	81

## 5 체험경제 기반 공연예술산업 활성화 방안

1. 기본구상 .....	85
2. 추진과제 .....	87
3. 정책제언 .....	119

참고문헌 .....	123
------------	-----

[표 1-1] 연구방법 .....	5
[표 2-1] 경제의 구별 .....	8
[표 2-2] 4가지 체험 요소(4Es) .....	9
[표 2-3] 2025~2027년 10대 문화예술 트렌드 분석 및 전망 .....	10
[표 2-4] 2025년 10대 트렌드 .....	11
[표 2-5] 주요 문화예술 트렌드와 체험경제 연관성 .....	12
[표 2-6] 문화예술산업 특수분류(안)의 공연예술 영역 .....	13
[표 2-7] 공연예술 장르 구분 .....	14
[표 2-8] 문화한국 2035 핵심과제 .....	14
[표 2-9] 문화한국 2035의 공연 관련 핵심과제 .....	15
[표 2-10] 2025년 지역 대표예술단체 지원사업 개요 .....	16
[표 2-11] 2025년 지역 대표예술단체 지원사업 선정단체 현황 .....	16
[표 3-1] 인천시 공연예술산업 현황 조사 대상 .....	19
[표 3-2] 인천시 공연시설 특성별 시설 수(2025.2.10. 기준) .....	20
[표 3-3] 인천시 객석 규모에 따른 공연시설 수(2025.3.4. 기준) .....	20
[표 3-4] 인천시 1,000석 이상 대형 실내 공연장 현황(2025.3.4. 기준) .....	21
[표 3-5] 인천시 주요 중소형 공연장 현황 .....	23
[표 3-6] 인천시 공연통계(2024년 기준) .....	26
[표 3-7] 인천시 장르별 공연통계(2024년 기준) .....	28
[표 3-8] 2025년도 문화체육국 주요 업무계획 중 공연 관련 사업 .....	29
[표 3-9] 2025년 주요 사업예산 중 공연 관련 사업 예산 .....	30
[표 3-10] 2025년도 인천문화재단 공연 관련 주요 사업 .....	31
[표 3-11] 예술창작일반지원 공연 분야 지원 규모 .....	32
[표 3-12] 예술창작집중지원 공연·시각 분야 지원 내용 .....	32
[표 3-13] 예술창작생애지원 개편 내용 .....	33
[표 3-14] 공연장상주단체육성지원 수행사업 .....	33
[표 3-15] 인천 가치와 문화가 담긴 공연콘텐츠 개발육성사업 .....	34
[표 3-16] 인천 분야별 예술활동증명 현황(2025.2.17. 기준) .....	35
[표 3-17] 인천 특성별·장르별·상근단원/직원 규모별 공연단체 수 .....	36

[표 3-18] 전국·인천시 분야별 문화예술행사 관람률 및 관람횟수 .....	37
[표 3-19] 거주 광역시·도에서의 분야별 문화예술행사 관람률 .....	38
[표 3-20] 거주 광역시·도에서의 분야별 문화예술행사 관람률(상위 20%, 하위 20%) .....	39
[표 3-21] 거주 광역시·도에서의 문화예술활동 공간 이용률 .....	39
[표 3-22] 전국·인천시 분야별 문화예술행사 참여 경험 .....	40
[표 3-23] 인천시 문화예술행사 직접 관람 의향(복수응답) .....	40
[표 3-24] 문화예술행사 선택 기준 .....	41
[표 3-25] 문화예술행사 직접 관람 걸림돌 .....	41
[표 3-26] 인천 공연예술산업 현황 분석 종합 시사점 .....	45
[표 4-1] 사례조사 개요 .....	48
[표 4-2] <부산문화 2030 비전과 전략> 공연예술 관련 목표 .....	49
[표 4-3] 2024 부산국제공연예술마켓(BPAM) 개요 .....	50
[표 4-4] 부산국제공연예술마켓 예술감독단 .....	51
[표 4-5] 부산문화재단 청년융합예술팀 내 부산국제공연예술마켓 관련 업무 분장 .....	51
[표 4-6] 2024년 부산국제공연예술마켓 프로그램 및 성과 .....	52
[표 4-7] 2024년 페스티벌 시월 참여 행사 .....	54
[표 4-8] 2024년 페스티벌 시월 추진 결과 .....	54
[표 4-9] 2024년 F1963 공연프로그램 .....	57
[표 4-10] 성수동의 변천사 .....	58
[표 4-11] 성수 도시재생 마중물사업 .....	59
[표 4-12] 공연예술 관련 대표 팝업스토어 .....	61
[표 4-13] 성수동의 주요 산업공간 재생 건축물 .....	62
[표 4-14] 「유네스코 음악창의도시 대구」 사업 현황 .....	65
[표 4-15] 대구 공연예술 활성화 비전과 추진전략 .....	66
[표 4-16] 대구 대표 공연예술축제 개요 .....	68
[표 4-17] 「도쿄 문화전략 2030」 기본 방향 .....	71
[표 4-18] 「도쿄 문화전략 2030」 핵심 전략 및 추진 방안 .....	71
[표 4-19] 「도쿄 문화전략 2030」 중 공연예술 관련 주요 프로그램 및 정책 .....	72
[표 4-20] 아츠카운슬도쿄의 공연예술 관련 축제 .....	74

[표 4-21] 아츠카운슬도쿄의 공연예술 관련 체험 프로그램 .....	76
[표 4-22] 도쿄도역사문화재단의 어린이·청소년 공연예술 지원 프로그램 .....	77
[표 4-23] 도쿄도역사문화재단의 공연예술시설 .....	78
[표 4-24] 자코엔지 총별 구성 .....	80
[표 4-25] 자코엔지 기본 방향 및 주요 프로그램 .....	80
[표 4-26] 국내외 사례의 시사점 종합 .....	83
[표 5-1] 단계별 추진계획 .....	90
[표 5-2] 캠프마켓 창의예술연습센터 시설 구성(안) .....	92
[표 5-3] 창의예술연습센터 교육 프로그램(안) .....	93
[표 5-4] 단계별 추진계획 .....	94
[표 5-5] 인천STAGE 레퍼토리 개발(안) .....	96
[표 5-6] 인천STAGE 시즌제 운영 구조(안) .....	97
[표 5-7] 인천STAGE 브랜드화 전략(안) .....	97
[표 5-8] 인천STAGE 실행 주체 및 거버넌스 체계(안) .....	98
[표 5-9] 단계별 추진계획 .....	98
[표 5-10] 국내 프린지 페스티벌 사례 .....	100
[표 5-11] 인천 도시공간을 무대로 하는 축제 구조 .....	101
[표 5-12] 단계별 추진계획 .....	102
[표 5-13] 청년 예술인 창작공간 운영 모델(안) .....	104
[표 5-14] 청년 공연예술 원스톱 창작지원 시스템(안) .....	105
[표 5-15] 단계별 추진계획 .....	106
[표 5-16] 인천 아트 포 키즈 운영(안) .....	108
[표 5-17] 청소년 공연예술랩 운영(안) .....	109
[표 5-18] 단계별 추진계획 .....	110
[표 5-19] 인천 공연예술 정보 플랫폼 활성화 방안 .....	112
[표 5-20] 인천공연예술마켓 운영 방안 .....	113
[표 5-21] 단계별 추진계획 .....	114
[표 5-22] 팝업공연·팝업스토어 운영 방안 .....	116
[표 5-23] 공연·관광 패키지 및 상생 마케팅 운영 방안 .....	117
[표 5-24] 단계별 추진계획 .....	118

[그림 1-1] 연구수행체계 .....	6
[그림 2-1] 파인과 길모어의 체험경제이론 도식 .....	9
[그림 3-1] 인천시 주요 대형 공연장 .....	22
[그림 3-2] 인천시 주요 중소형 공연장 .....	24
[그림 3-3] 인천시 주요 야외 공연장 .....	25
[그림 4-1] 2024 BPAM 행사 .....	53
[그림 4-2] F1963 주요 공연시설 .....	56
[그림 4-3] F1963 공연 프로그램 .....	57
[그림 4-4] 삼표레미콘부지 개발 .....	60
[그림 4-5] 대림창고 .....	63
[그림 4-6] 에스팩토리 .....	64
[그림 4-7] 대구의 음악/공연 관련 시설에서 진행된 공연 .....	70
[그림 4-8] 도쿄도역사문화재단 조직도(2024년 4월 1일 기준) .....	73
[그림 4-9] 아츠카운슬도쿄의 공연예술 관련 축제 .....	75
[그림 4-10] 아츠카운슬도쿄의 공연예술 관련 체험 프로그램 .....	76
[그림 4-11] 자 코엔지 전경 및 조직도 .....	79
[그림 5-1] 인천시 공연예술산업 활성화 기본방향 .....	86
[그림 5-2] 인천문학경기장 항공사진 .....	88
[그림 5-3] 팝업극장 예시 .....	89
[그림 5-4] 인천공연예술연습공간 전경 .....	92



# 01

---

## 연구개요

---

### 1. 연구배경 및 목적

#### 1) 연구배경

##### ❖ 체험경제 개념을 활용한 인천시 문화 활성화 정책 필요

- 체험경제는 단순히 서비스나 제품을 소비하는 것을 넘어, 소비자가 참여하고 몰입할 수 있는 차별화된 경험을 제공하여 고부가가치를 창출하는 경제 전략으로 주목받고 있음
- 기존의 연구와 사례는 체험경제가 도시의 경제적 활력과 문화적 경쟁력을 동시에 제고할 수 있는 효과적인 접근법임을 시사하며, 특히 도시의 장소성과 결합하여 문화 향유와 소비를 촉진하는 데 강점을 가짐

##### ❖ 체험경제 기반 공연예술 분야 문화소비 증진 필요

- 공연예술 부문은 도시의 정체성과 창의성을 반영하는 문화생활의 핵심 요소이나, 인천에서는 문화콘텐츠의 생산과 소비 간의 간극이 문화도시로서의 잠재력을 저해하고 있음
- 문화소비의 글로벌 트렌드는 개인화, 경험, 사회적 가치를 강조하며, 이는 문화 발전을 위한 정책 수립에 대한 새로운 접근 방식을 요구함
- 인천시는 독특한 역사적·문화적 자원을 보유하고 있음에도 불구하고, 체험 중심의 문화소비 활성화 정책은 아직 미흡한 실정이어서 체험경제 개념을 기반으로 한 정책 개발이 필요함

### ❖ 인천의 특성을 반영한 맞춤형 체험경제 전략 수립

- 2024년 기준 인천시민의 지역 내 문화예술행사 관람률은 전국 17개 시도 중 15위 하위권으로, 역외 문화 향유율이 높아 지역 문화생태계의 선순환을 어렵게 함
- 현재 및 미래 소비 트렌드에 부합하고 공연예술에 대한 접근성을 향상시키기 위한 실질적인 방안을 제안하여 인천시민의 지역 내 문화소비를 촉진할 필요가 있음
- 본 연구는 기존 체험경제 이론과 사례를 기반으로 인천시 특성에 맞는 체험형 공연예술 정책을 개발하고자 함

## 2) 연구목적

### ❖ 인천시 공연예술 현황 진단

- 인천시 공연예술 매출 현황 조사
- 인천시민 공연예술 관람 실태 분석

### ❖ 국내·외 사례조사

- 국내·외 관련 사례조사
- 시사점 도출 및 인천시 적용 방안 모색

### ❖ 인천시 공연예술 활성화 방안 제시

- 인천시 공연예술 활성화 기본구상
- 추진전략 및 정책제언 도출

## 2. 연구범위 및 방법

### 1) 연구범위

#### ❖ 시간적 범위

- 연구기간: 2025년 2월~9월
- 관련 문헌 및 자료는 2025년 9월까지 발간되거나 확보된 자료 활용

## ❖ 공간적 범위

- 인천광역시

## ❖ 내용적 범위

- 인천 공연예술 현황 조사
- 관련 계획 및 사업 추진 현황
- 국내외 관련 사례조사 및 시사점
- 인천시 공연예술 활성화 방안

## 2) 연구방법

- 문헌조사, 설문조사, 수요조사, 사례조사, 자문회의 등 다각적인 연구방법을 활용하여 연구를 수행함

[표 1-1] 연구방법

구분	내용
문헌조사	• 법률 및 조례, 통계자료, 연구보고서, 논문, 언론기사, 홈페이지 등
면담조사	• 인천시 관계자 및 전문가 면담조사
사례조사	• 국내·외 관련 사례조사(문헌조사, 현장조사)
자문회의	• 인천 공연예술산업 활성화 기본방향 및 추진전략 도출

### 3. 연구수행체계

■ 연구수행체계는 아래 [그림 1-1]과 같음

[그림 1-1] 연구수행체계



# 02

## 체험경제와 공연예술산업의 이론적 배경

### 1. 체험경제의 개념과 관련 트렌드

#### 1) 체험경제의 개념과 핵심요소

- ‘Experience’는 ‘체험’과 ‘경험’으로 혼용되어 번역됨. 표준국어대사전에서 체험(體驗)은 ‘자기가 몸소 겪음. 또는 그런 경험’ 또는 철학적으로 ‘주관과 객관으로 나누기 전의 개인의 주관 속에 직접적으로 볼 수 있는 생생한 의식 과정이나 내용’으로, 경험(經驗)은 ‘자신이 실제로 해 보거나 겪어 봄. 또는 거기서 얻은 지식이나 기능’ 또는 철학적으로 ‘객관적 대상에 대한 감각이나 지각 작용에 의하여 깨닫게 되는 내용’으로 정의됨(백지연·김선영, 2024.9.)
- ‘Experience Economy’ 역시 ‘체험경제’ 또는 ‘경험경제’로 번역되어 사용되고 있음. 두 용어 모두 같은 개념을 지칭하고 있으나, ‘체험경제’라는 용어가 더 보편적으로 사용되고 있으므로, 본 연구에서는 ‘체험경제’를 사용함
- 체험경제라는 개념을 처음으로 정립한 사람은 조지프 파인 2세(Joseph B. Pine II)와 제임스 길모어(James H. Gilmore)로 재화와 서비스를 구분할 수 있는 것처럼 경험을 서비스와 구분할 수 있는 네 번째 경제재로 정의함. 체험을 상품과 서비스의 상위개념으로 간주하여 경제 발전 단계를 범용품-재화-서비스-체험의 4단계로 설명함(제임스 길모어·조지프 파인 2세, 2021)

- 이들은 체험을 대체 가능한 상품인 범용품이나 유형의 상품인 제조품, 무형의 상품인 서비스와는 달리 인상적인 차세대 상품이라 정의함(용석홍, 2016)

[표 2-1] 경제의 구별

경제재	범용품(Commodity)	재화(Goods)	서비스(Service)	체험(Experience)
경제	농업	산업	서비스	체험
경제적 기능	추출	제작	전달	연출
상품의 특성	대체 가능성	유형성	무형성	기억 가능성
핵심 속성	자연적	표준화	맞춤화	개인적
공급 방법	대량 저장	생산 후 재고 산정	주문형 전달	일정 기간 형성
판매자	거래자	제조자	공급자	연출가
구매자	시장	사용자	클라이언트	게스트
수요의 요인	특질	기능	혜택	센세이션

출처: 제임스 길모어 조지프 파인 2세(2021)

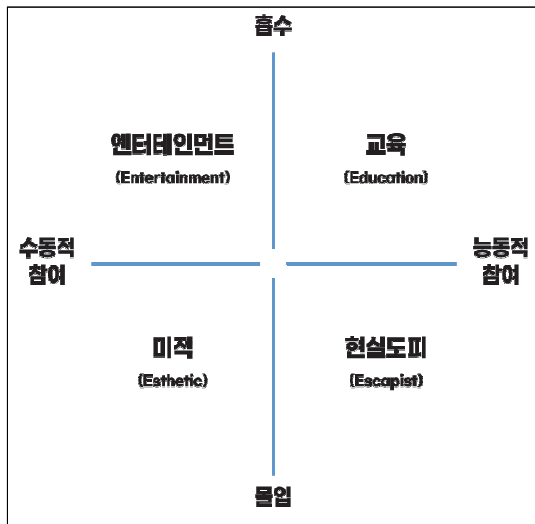
- 체험은 ‘수동적 참여와 능동적 참여’, ‘흡수와 몰입’이라는 두 개의 특성을 교차축으로 설정하여 4가지 요소로 구분함. 4가지 요소(4Es)는 엔터테인먼트(Entertainment) 체험, 교육(Education) 체험, 현실도피(Escapist) 체험, 미적(Esthetic) 체험임(제임스 길모어·조지프 파인 2세, 2021)

- **엔터테인먼트(Entertainment) 체험:** 감각을 통해 수동적으로 흡수하는 경험을 일컬음. 가장 오래되고 진보한 형태의 경험으로, 오늘날 매우 익숙하게 자주 하는 경험임
  - 공연을 보거나, 음악을 듣거나, 책을 읽는 것처럼 감각을 통해 소극적으로 체험을 흡수하는 것을 말함
- **교육(Education) 체험:** 눈 앞에 펼쳐지는 이벤트를 흡수한다는 점에서는 엔터테인먼트 체험과 유사하지만, 개인의 ‘능동적 참여’를 요구하는 특성이 있음. 개인에게 정보를 제공하고 지식이나 기능의 향상을 꾀하는 교육적 이벤트에는 반드시 정신과 육체가 능동적으로 참여해야만 함
  - 체험 대상과 관련된 지식을 획득하거나 기술 향상, 그리고 학습에 관련된 체험을 지각하는 체험을 말함
- **현실도피(Escapist) 체험:** 일탈 체험이라고도 하며 몰입 수준이 높은 것이 특징임. 엔터테인먼트 체험과는 정반대의 측면으로, 완벽한 몰입 상태에서 적극적으로 체험에 참여함.

현실도피 환경은 자연적 활동뿐만 아니라 대체로 온라인, 인터넷 등 사이버 공간에서의 인공적 활동도 포함하고 있음. 단순히 어딘가에서 달아나는 것이 아니라 시간을 투자할 가치가 있는 장소와 활동을 할 수 있는 일상과 단절된 '제3의 장소(the third place)'를 찾으려는 욕구가 있음

- 수상스포츠, 번지 점프, 승마, 골프 등의 스포츠 활동과 시뮬레이션 체험을 비롯해 테마파크, 어드벤처랜드 방문, 컴퓨터 게임, 온라인 채팅 등의 온라인 기반 가상공간에서의 체험 등이 해당됨
- **미적(Esthetic) 체험:** 미술 작품이나 자연현상에 스스로 몰입하면서 존재하는 그 자체를 즐기며 심미성을 갖춘 요소를 체험하고 감상하는 것을 말함. 이 영역에서 사건이나 환경에 몰입하는 개인은 거기에 아무런 영향도 주지 못한 채 본질적으로 환경을 있는 그대로 남겨둬. 국립공원 여행처럼 매우 자연적인 체험이거나 혹은 열대우림처럼 꾸며진 카페처럼 인위적인 체험으로 구분됨. 이러한 미적 체험을 '가치몰입'이라는 특징으로 표현하기도 함
- 시각을 통해 얻어지는 환경 체험과 심미성을 지각하는 체험을 말함

[그림 2-1] 파인과 길모어의 체험경제이론 도식



[표 2-2] 4가지 체험 요소(4Es)

구분	내용
엔터테인먼트 체험	• 오감을 통해 소비자가 쾌락적 감정과 유희적 기쁨을 느끼는 것을 의미
교육 체험	• 소비자의 마음을 적극적으로 사로잡아 호기심을 불러일으켜 새로운 것을 배우려는 욕구를 가지게 하는 체험을 의미
현실도피 체험	• 방문자가 경험에 완전히 몰입하여 일상생활에서 일어나는 일을 일시적으로 잊어버리려는 의지에 따른 능동적 참여로 이루어지는 체험을 의미
미적 체험	• 미술관의 미술 작품이나 자연현상에 스스로 몰입하면서 존재하는 그 자체를 즐기며 심미성을 갖춘 요소를 체험하고 감상하는 것을 의미

출처: 제임스 길모어·조지프 파인 2세(2021); 백지연·김선영(2024.9.) 참고하여 연구자 재구성

## 2) 중장기 문화예술 트렌드와 체험경제

### ◆ 문화예술 트렌드 분석 및 전망 2025~2027

- 한국문화관광연구원은 3년 주기로 문화예술, 관광, 콘텐츠산업 트렌드를 연구하며, 과거 트렌드 분석과 범사회적 환경 변화(인구구조·디지털화·경제·환경 등)를 반영하여 향후 3년간 트렌드를 예측함(노수경·이경진·박재현·김찬우, 2024)
- 2025~2027년의 10대 주요 문화예술 트렌드는 아래와 같음
  - ①윤리 없이 스며든 디지털과 AI, ②세계가 품은 한국문화, ③'나만의 삶'에 빠져든 대한민국, ④스핀오프(Spin-off)와 K-시대, 끊임없이 펼쳐지는 세계관, ⑤이코노-럭스(Econo-Lux) 시대의 도래, ⑥멘탈헬스, 숨지 않는 자기관리와 치유적 예술, ⑦에코 크리에이션(Eco Creation), 환경과 문화예술의 조화, ⑧'갈라치기와 팬덤' 양극화를 해결할 다양성 시대, ⑨지역이 새롭게 진화한다, 하이퍼로컬 커머스 시대, ⑩지정학적 위기와 글로벌 문화 공급망 재편

[표 2-3] 2025~2027년 10대 문화예술 트렌드 분석 및 전망

트렌드명	트렌드 시나리오 및 이슈 방향성
1. 윤리 없이 스며든 디지털과 AI	• AI 활용 예술 증가, 저작권 문제 및 비도덕적 deepfake 문제 대두, 카피레프트(copyleft) 적극 활용 논의
2. 세계가 품은 한국문화	• 한류 콘텐츠 기반 순수예술, 생활양식 등 K-문화 전반 글로벌 시장 진출 가속화, 한국문화의 세계적 위상 높아짐
3. '나만의 삶'에 빠져든 대한민국	• 개인의 민족 추구, 혼자만의 시간을 중시하는 라이프스타일 확산, 비대면 소통 증가로 새로운 커뮤니티 형성, 순환경제 기반 문화예술 소비 형태 등장
4. 스핀오프(Spin-off)와 K-시대, 끊임없이 펼쳐지는 세계관	• 문화산업의 부가가치 효과 증명, 랜덤(random) 문화의 성장, 팬덤 참여 확대로 문화산업 영역 확장
5. 이코노-럭스(Econo-Lux) 시대의 도래	• YONO(You Only Need One)족 등장 및 경제적 불황 속 예술 소비 형태 변화, YONO족의 취향과 환경적 책임 등을 실현하는 가치 소비와 연계성 부각, 아트인플루언서, 구독경제, 공유경제 성장
6. 멘탈헬스, 숨지 않는 자기관리와 치유적 예술	• 정신 건강 문제에 대한 인식 변화, 치유적 예술의 역할 증대, 디지털 기술과 예술의 연계 시도
7. 에코 크리에이션(Eco Creation), 환경과 문화예술의 조화	• 환경 문제 심각성 인식, 친환경 소재를 활용한 예술 활동 증가, 기후변화 관련 새로운 담론 제시 및 시민 참여 유도, 폐기물 문제 해결 노력 필요
8. '갈라치기와 팬덤' 양극화를 해결할 다양성 시대	• 정치/사회적 갈라치기 및 팬덤 현상이 문화예술계에 영향, 공연예술계 양극화 심화, 문화다양성 정책으로 격차 해소 및 완화 필요
9. 지역이 새롭게 진화한다, 하이퍼로컬 커머스 시대	• 지역문화자원 활용, 차별화된 문화콘텐츠 개발 및 서비스 수요 증가, 인구 변화에 따른 지역문화 향유 방식 변화, 로컬 크리에이터 지원 사업 활성화, 도시재생 문제 중요성 부각
10. 지정학적 위기와 글로벌 문화 공급망 재편	• 국제 정치 불안정 심화, 문화예술 영역에서 우려 증가, 러시아-우크라이나 전쟁 등의 영향, 미국 대통령 선거 결과에 따른 영향 고려

출처: 노수경·이경진·박재현·김찬우(2024) 참고하여 연구자 요약

## ❖ 트렌드코리아 2025

- 서울대 소비트렌드분석센터는 매년 대한민국의 소비 트렌드를 전망하는 『트렌드코리아』를 발간함
- 2025년의 사회적, 경제적, 기술적 변화를 반영한 10대 소비 트렌드는 아래와 같음
  - ①옴니보어(Omnivores), ②아보하(아주 보통의 하루), ③토픽경제, ④페이스테크, ⑤무해력, ⑥그라데이션 K, ⑦물성매력, ⑧기후감수성, ⑨공진화 전략, ⑩원포인트업
  - 이 중에서 문화예술 및 공연예술과 관련이 있는 트렌드는 ‘옴니보어, 토픽경제, 그라데이션 K, 물성매력’ 등임
  - ‘옴니보어’는 다양한 문화 장르를 넘나드는 공연예술 장르 혼합형 체험 콘텐츠와 관련이 있음. ‘토픽경제’는 관객의 선택권과 커스터마이징을 고려한 콘텐츠 개발의 필요성을 부각하며, ‘그라데이션 K’는 초국적 문화콘텐츠의 부상을 시사함. ‘물성매력’은 소비자가 직접 보고, 만지고, 느끼는 체험형 소비의 중요성을 강조함

[표 2-4] 2025년 10대 트렌드

트렌드명	트렌드 시나리오 및 이슈 방향성
옴니보어 (Omnivores)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 옴니보어는 ‘잡식성(雜食性)’이라는 뜻으로 “여러 분야에 관심을 갖는다”는 의미도 지님</li> <li>• 나이·성별·소득·지역 등 집단 특성에 얽매이지 않고 개성과 취향에 따라 소비하는 경향</li> </ul>
아보하 (아주 보통의 하루)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특별한 행복이 아닌 소소하고 평온한 일상에 만족하는 행복 추구</li> </ul>
토픽경제	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소비자가 제품에 개성을 더해 나만의 제품을 완성하는 소비 트렌드</li> <li>• 기업과 제품은 기본적 가치에 충실하고, 제품의 완성은 소비자의 몫</li> </ul>
페이스테크	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AI 기술로 기계에 인간 표정을 부여하고, 소비자의 표정을 읽어 반응하는 기술</li> </ul>
무해력	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자극 없고 스트레스 없는 ‘무해한’ 콘텐츠, 인물 선호</li> </ul>
그라데이션 K	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 단일 문화 개념이 사라지고 한국문화와 세계문화의 융합 가속화</li> <li>• 학교(다문화학생 비율 증가), 외국인 증가(외국인 대상 시장 확대), 콘텐츠, 음식, 도시 풍경까지 한국문화와 세계문화의 경계가 흐려지고 있음</li> </ul>
물성매력	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소비자가 직접 보고, 만지고, 느끼는 체험형 소비 중요성 증대</li> <li>• 콘텐츠와 브랜드, 기술이 발달할수록 소비자들은 체화된 물성으로 경험하고자 하며, 그 기억을 더 오래 간직함</li> </ul>
기후감수성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기후 변화 문제에 적극적으로 대응하고 해결하려는 노력</li> <li>• 소비패턴의 변화(삶의 질 향상 아이템), 폭염 관련 상품의 등장(애견 신발, 보험 상품 등), 기후 문제와 날씨에 따른 다양한 기업의 이벤트 등장</li> </ul>
공진화 전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기업들이 상호 협력하여 공동 성장을 추구하는 전략</li> </ul>
원포인트업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 거창한 목표 대신 작은 목표를 설정하고 성취감을 쌓는 자기 계발 방식</li> </ul>

출처: 김난도·전미영·최지혜·권정윤·한다혜·이혜원·이준영·이향은·추예린·전다현(2024) 참고하여 연구자 요약

## ❖ 주요 문화예술 트렌드와 체험경제 연관성

- 2025-2027년 문화예술 트렌드와 2025년 10대 트렌드를 분석하여 체험경제 기반 공연 예술산업과의 연관성 및 시사점을 도출하면 다음과 같음
  - 옴니보어 트렌드는 다양한 장르의 문화콘텐츠 소비 경향 강화와 융합형 콘텐츠에 대한 수요 증가를 보여주며, 공연예술 분야에서 장르 융합형 공연 기획의 필요성을 강조함
  - 디지털과 AI의 대중화는 첨단기술과 예술의 결합을 통한 새로운 관람 경험 창출 가능성을 확대하며, AR/VR 등 실감형 기술을 활용한 공연 콘텐츠 개발 중요성을 강조함
  - '나만의 삶에 맞추는 대한민국' 트렌드는 개인화된 문화예술 경험에 대한 수요 증가와 관객 참여형 공연 및 맞춤형 콘텐츠 제작의 필요성을 강조함
  - '스핀오프와 K-시대'는 문화유산의 재가치화 및 전통 콘텐츠의 현대적 재해석을 중요시하며, K-콘텐츠의 글로벌 확산에 따른 공연예술의 국제화 기회 확대를 시사함
  - 에코 크리에이션은 환경과 문화예술의 조화, 지속가능한 문화예술 생태계 구축 중요성을 강조하며 친환경적 공연장 및 공연 제작과 운영 방식 도입의 필요성을 시사함
  - 그라데이션 K는 다양한 사회문화적 배경을 반영한 공연 콘텐츠 기획의 필요성, 전통예술과 현대기술의 조화를 통한 새로운 한국형 공연예술 정체성 구축의 필요성을 강조함

[표 2-5] 주요 문화예술 트렌드와 체험경제 연관성

주요 트렌드		체험경제 연관성
1. 콘텐츠 소비 패턴 변화 트렌드	옴니보어 트렌드	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 다양한 장르와 형식의 문화콘텐츠를 소비하는 경향의 강화</li> <li>• 장르 간 경계를 넘나드는 융합형 콘텐츠에 대한 수요 증가</li> <li>• 공연예술 분야에서 다양한 장르를 결합한 융복합 공연 기획 필요성 강화</li> </ul>
	예술과 기술의 융합	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화예술과 첨단기술의 결합을 통한 새로운 관람 경험 창출 가능성 확대</li> <li>• AR, VR 등 실감형 기술을 활용한 공연 콘텐츠 개발 중요성 증가</li> <li>• 온-오프라인을 넘나드는 하이브리드형 공연 형태 확산</li> </ul>
2. 소비자 중심 경험 트렌드	나만의 삶에 맞추는 대한민국	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 개인화된 문화예술 경험에 대한 수요 증가</li> <li>• 관객 참여형 공연과 맞춤형 콘텐츠 제공 필요성 강화</li> <li>• 공연예술 분야에서 관객과의 상호작용 강화 방안 모색 필요</li> </ul>
	스핀오프와 K-시대	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화유산의 재가치화 및 전통 콘텐츠의 현대적 재해석 중요</li> <li>• K-콘텐츠의 글로벌 확산에 따른 공연예술의 국제화 기회 확대</li> <li>• 한국적 정체성과 글로벌 트렌드를 결합한 공연 콘텐츠 개발 필요</li> </ul>
3. 지속가능성 및 가치 중심 트렌드	에코 크리에이션	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 환경과 문화예술의 조화, 지속가능한 문화예술 생태계 구축 중요성 강조</li> <li>• 친환경적 공연 제작 및 운영 방식 도입 필요성 증가</li> <li>• 사회적 가치를 담은 공연 콘텐츠 개발 중요</li> </ul>
	그라데이션 K	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 다문화 사회로의 전환에 따른 다양한 문화적 배경을 반영한 공연 콘텐츠 기획 필요</li> <li>• 전통예술과 현대기술의 조화를 통한 새로운 한국형 공연예술 정체성 구축 필요</li> <li>• 지역적 특색과 글로벌 트렌드를 결합한 인천만의 차별화된 공연 브랜드 개발 중요</li> </ul>

## 2. 공연예술산업의 범주와 관련 정책 동향

### 1) 공연예술산업의 정의와 범주

- 공연예술은 공연(performance)과 예술(art)이 결합된 합성어로서, 무대와 같이 공개된 자리에서 연주·상연·가창(歌唱)되거나, 그 밖의 방법으로 연출되는 음악·무용·연극 등 기타 예술적 또는 오락적 관람물을 말함(두산백과사전)
- 공연예술산업은 공연의 창작, 기획, 제작, 실연, 출판, 녹음, 시설 운영, 유통, 소비에 이르는 전 과정과 관련된 경제적 활동을 포괄함. 주요 특징으로는 ①시간과 장소의 제한으로 현장성, 일회성이 강하고, ②여러 번 반복적으로 관람하는 헤비유저 다수 보유, ③공연장 크기/장르에 맞추어 가격이 결정되는 유한사치재 산업, ④높은 인건비 비중, ⑤장기공연, 재공연, 공연 횟수에 따른 수익 증가 ⑥창구효과를 통해 다양한 매체로 변환이 가능한 OSMU(One Source Multi Use) 라이선스 산업으로 확장 등이 있음(손신형, 2021)
- 공연예술산업은 세부적으로 다음과 같은 영역을 포함함(양해원·전진영, 2021)

[표 2-6] 문화예술산업 특수분류(안)의 공연예술 영역

구분	대분류	중분류	소분류	세분류	
핵심 문화 예술 산업	공연예술 영역	공연예술 창작·실연업	공연예술인(자영예술인)	공연예술 창작자 공연예술 실연자	
		공연예술협회·단체	공연예술협회·단체	연극·뮤지컬 협회·단체	연극·뮤지컬 협회·단체
				음악공연 협회·단체	음악공연 협회·단체
				무용 협회·단체	무용 협회·단체
		공연예술 기획·제작·출판업	공연 기획·제작업 (온라인 포함)	공연 기획·제작업	공연 기획·제작업
				공연제작 기술지원업	공연제작 기술지원업
			기타 공연제작지원업	기타 공연제작지원업	
		공연시설 운영업	공연 출판업	오디오물 출판업	오디오물 출판업
			공연 녹음업	공연 영상물 출판업	공연 영상물 출판업
			녹음시설 운영업	녹음시설 운영업	녹음시설 운영업
		공연예술 유통·판매업	공연장 운영업	공연장 운영업	공연장 운영업
				그 외 공연시설 운영업	그 외 공연시설 운영업
			음악 감상시설 운영업	공연연습실 운영업	공연연습실 운영업
		음악 감상시설 운영업		음악 감상시설 운영업	음악 감상시설 운영업
		음악 유통·판매업		음반 복제·배급업	음반 복제·배급업
음반 도소매업	음반 도소매업				
온라인 음악유통업	온라인 음악유통업				
그 외 공연예술 유통·판매업	공연영상물 복제·배급업	공연영상물 복제·배급업			
	공연영상물 도소매업	공연영상물 도소매업			
		공연영상물 온라인 유통업	공연영상물 온라인 유통업		

출처: 양해원·전진영(2021)

- KOPIS 공연예술통합전산망에 등록된 공연예술의 장르는 9가지(연극, 뮤지컬, 서양음악, 한국음악, 대중음악, 무용, 대중무용, 서커스/마술, 복합)로 구분됨

[표 2-7] 공연예술 장르 구분

구분	내용
연극	배우가 각본에 따라 말과 동작으로 관객에게 보여주는 무대예술
뮤지컬	음악극이 현대화된 것으로 음악, 노래, 무용을 결합한 상업적이고 대중적인 대규모 종합 무대 예술(악극, 무언극 포함)
서양음악(클래식)	서양의 고전음악 및 해외 전통음악(기악, 성악, 오페라 포함)
한국음악(국악)	'한국음악'의 준말로써 한국에 뿌리를 둔 음악, 또는 한국적 토양에서 나온 음악(창극 포함)
대중음악	매스미디어나 음악산업에 의해 유통되는 음악
무용(서양/한국무용)	음악에 맞추어 율동적인 동작으로 감정을 표현하는 예술(한국무용, 현대무용, 발레 포함)
대중무용	힙합댄스, 재즈댄스, 볼룸댄스, 뽀리댄스, 스포츠댄스 등 대중음악에 맞추어 추는 춤
서커스/마술	곡예로 육체의 유연성이나 기민성 등을 응용하여 관객에게 즐거움을 주는 예능 및 상식적인 판단으로 불가능하다고 생각되는 기묘한 현상을 엮어내는 솜씨를 시연하는 공연
복합	두 가지 이상 혼합된 장르의 공연

출처: KOPIS 공연예술통합전산망 홈페이지(2025.2.14. 검색)

## 2) 공연예술산업 관련 정책 동향

### ◆ 문화한국 2035

- 문화체육관광부(이하 '문체부')는 2025년에 중장기 비전인 「문화한국 2035」를 발표함  
- 「문화한국 2035」는 경제·사회 위기 속 인공지능(AI) 시대 변화와 혁신 등 시대적 요구에 부응하고, 민간 주도, 중앙과 지역 협력적 동반자, 수요자 중심 등 전반적인 체계 전환에 발맞추어 새로운 미래를 함께 만들어 나가는 것을 목표로 함
- 문화의 '창의와 혁신', '다양과 포용', '개방과 융합'의 가치가 개인을 넘어 사회, 경제, 지역 그리고 세계로 확산하는 '문화한국'의 실현을 위한 6대 방향과 핵심과제를 제시함

[표 2-8] 문화한국 2035 핵심과제

구분	내용			
비전	문화한국 2035			
목표	창의적 개인	행복한 사회	역동하는 경제	함께하는 세계
가치	창의+혁신	다양+포용		개방+융합
핵심 과제	지역문화 균형 발전	저출생·고령화 등 사회 위기 문화적 대응		콘텐츠·관광·스포츠 등 산업 생태계 혁신
	문화 분야 인공지능 대전환(AI)	세계 문화 리더십 제고		문화 역량 제고

출처: 문화체육관광부(2025.3.6.)

- 공연예술 관련 핵심과제는 국립예술단체 지역 이전 및 신설, 공연예술 거점 공간 확대, 국립예술단체와의 협업을 통한 지역 예술생태계 회복, 인공지능 기반 공연기술 혁신 등임
- 핵심과제 ‘지역문화 균형 발전’에서는 ‘국립예술단체·기관 지역 이전 및 협력 모델 재구축’, ‘국립문화기관 지역 분관 확대 및 법인형 운영모델 개발’ 세부과제를 통해 지역 예술생태계를 회복하고 지역 주민의 문화 참여와 향유 기반을 확대하고자 함
  - 국립예술단체·기관의 지역 이전 및 협력 모델을 재구축함. 더불어 국립문화기관의 지역 수요에 부응해 지역별 특성화 분관 및 법인형 운영 모델을 개발하여 공연예술 거점 공간을 마련함
- 핵심과제 ‘문화 분야 인공지능 대전환(AX)’에서는 ‘AI 기술 대응 문화예술·콘텐츠산업 혁신’ 세부과제를 통해 인공지능(AI) 시대에 대응하고자 함
  - 콘텐츠산업에서의 인공지능(AI) 혁신을 위해 공연·게임·영상 기술 등 문화기술 7대 핵심기술을 개발함. 장소에 구애받지 않는 실·가상 융합(Extended Reality, XR) 기반으로 실시간 고품질 글로벌 공연 서비스를 구현함
- 핵심과제 ‘문화 역량 제고’에서는 ‘장르별 진흥법 제정 및 지원체계 구축’ 세부과제를 통해 전략적 육성 체계를 마련하고자 함
  - 무용: 무용 체계적 진흥을 위한 무용진흥법 제정 추진
  - 뮤지컬: 뮤지컬 산업 진흥을 위한 진흥법 제정, 대구뮤지컬컴플렉스 건립 추진
  - 음악·연극: 창작 음악, 희곡·비평 등을 활성화하기 위한 체계 마련

[표 2-9] 문화한국 2035의 공연 관련 핵심과제

핵심과제	세부과제	내용
지역 문화 균형 발전	㉠ 국립예술단체·기관 지역 이전 및 협력 모델 재구축	① (국립예술단체 지역 확대) 1단계(국립청년예술단체 지역 설치), 2단계(서울예술단 지역 이전), 지역 예술인프라 및 이전 효과 등 고려한 3단계(국립예술단체 지역 이전) 단계적 추진 ② (문화예술 공공기관 지역 이전) 시설 건립 등 기관별 이전 요인, 대한민국 문화도시 연계성, 지역별 특화 방향, 이전 효과 등 고려, 단계적 추진
	㉡ 국립문화기관 지역 분관 확대 및 법인형 운영모델 개발	③ (국립극장·국악원) 국립극장 중심 연계 시스템 구축 및 지역 대표 공연장 선정 및 협력 운영으로 권역별 공연예술 거점 공간 조성
문화 분야 인공지능 대전환(AX)	㉠ AI 기술 대응 문화예술·콘텐츠산업 혁신	② 게임·영상·공연 기술 등 문화기술 7대 핵심기술 개발을 통해 콘텐츠산업 AI 전면 도입 및 CT 전담 기관 등 추진
문화 역량 제고	㉡ 장르별 진흥법 제정 및 지원체계 구축	① (공연예술) 무용, 뮤지컬 등 진흥법 제정 및 전담기관 육성(2025년~)

출처: 문화체육관광부(2025.3.6.)

## ❖ 지역 대표예술단체 지원사업

- 문체부는 2024년에 문화예술 기반이 열악한 지역의 공연예술 창·제작 역량 및 자생력을 강화하고 지역 청년예술인의 기회 확대를 위해 ‘지역 대표예술단체 지원사업’을 시작함
- ‘지역 대표예술단체 지원사업’을 통해 지역 전문예술단체의 안정적 예술 활동을 지원함으로써 지역의 공연예술계 창작 환경 개선, 지역 예술인 기회 확대 등 공연예술 생태계의 균형적 발전을 이루고자 함(문화체육관광부 공고 제2024-370호)

[표 2-10] 2025년 지역 대표예술단체 지원사업 개요

구분	내용
사업기간	2025년 1~11월(공연기간: ~11월 둘째 주, 2025.11.16. 종료)
내용	지역 소재 예술단체를 선정하여 사업비 일부 지원
대상/장르	서울 외 지역 / 순수예술 4개 장르(무용, 연극, 음악, 전통)
주최/주관	문화체육관광부
예산	총 90억 원(지자체 경상보조, 지방비 매칭비율 30~60%(단체당 지원금 최소 2억 원~최대 20억 원))

출처: 문화체육관광부 공고 제2024-0370호

- 지원 장르는 순수예술 4개 장르(무용, 연극, 음악, 전통)로 대중음악 등 순수예술이 아닌 장르는 제외됨
- 지원 조건은 ①공연 1개 이상 창·제작(신작 또는 기존 작품의 레퍼토리화), ②해당 지자체 내에서의 공연 3회 이상(신설 단체는 2회 이상), ③시즌 단위 또는 프로젝트별 객원 단위 운영(지역예술인 참여 권장)임
- 2025년 지역 대표예술단체 지원사업으로 32개의 지역 공연예술단체가 선정됨. 문체부는 2025년 각 지방자치단체와 함께 최종 선정된 예술단체의 작품 창·제작을 지원하고, 작품 평론, 공연 홍보 등 후속지원을 더해 총 194억 원을 지원함(문화체육관광부, 2025.1.8.)
- 65개 지역의 122개 예술단체가 공모에 지원하여 2024년 대비 74% 증가함
- 선정된 단체 중 13개 단체는 2024년에 이어 2년 연속 선정돼 지역 대표단체로 자리매김함

[표 2-11] 2025년 지역 대표예술단체 지원사업 선정단체 현황

(단위: 개)

구분	무용	연극	음악	전통		
장르	4	11	8	9		
구분	경기·인천권	강원권	충청권	경상권	전라권	제주권
지역	5	3	7	8	7	2

출처: 문화체육관광부 보도자료(2025.1.8.)

### 3. 시사점

#### 1) 체험경제 패러다임 전환과 공연예술산업의 대응

##### ❖ 차별화된 경험을 제공하는 체험경제 시대

- 현대 경제에서는 상품이나 서비스의 제공을 넘어 소비자에게 잊지 못할 경험을 주는 것이 가장 큰 부가가치를 창출하는 전략으로 부상하고 있음. 파인(Pine)과 길모어(Gilmore)는 이른바 ‘체험경제’ 이론을 통해 경험(체험)을 재화·서비스와 구분되는 독자적 경제재이자 경제가치 사슬의 최상위 단계로 정의함
- 이 개념에 따르면 경제 발전 단계는 범용품 → 재화 → 서비스 → 체험으로 진화하며, 이 중에서도 체험이 최고의 경제적 가치를 만들어냄. 체험경제 시대에는 소비자가 단순히 물건을 구입하거나 서비스를 받는 것이 아니라, 직접 참여하고 몰입하여 얻는 차별화된 경험 자체가 핵심 상품이 됨
- 이러한 패러다임 전환은 문화예술 분야에도 시사하는 바가 크며, 경험의 질을 높이는 것이 곧 경쟁력 강화와 부가가치 창출의 열쇠임을 의미함. 문화정책도 이제 “어떤 콘텐츠를 제공할 것인가”에서 나아가 “어떤 경험을 설계하여 제공할 것인가”로 초점을 전환해야 할 시점임

##### ❖ 공연예술산업과 체험경제의 정합성

- 공연예술산업은 관객이 공연을 체험하고 감정을 공유하는 몰입적 경험을 창출한다는 점에서 본질적으로 ‘체험’을 제공하는 산업이며, 체험경제 패러다임과 높은 정합성을 지님
- 특히 공연예술은 단순히 작품을 보는 데서 멈추지 않고, 관객의 상상력과 감성을 자극하여 공동의 순간을 함께 만드는 참여형 예술임. 이러한 특성 때문에 공연예술은 엔터테인먼트적 즐거움, 교육적 요소, 일탈적 몰입, 심미적 감동 등 파인과 길모어가 제시한 네 가지 경험 요소(4Es)를 모두 아우를 잠재력이 있음
  - 실제로 공연 관람자는 감각을 통해 감동을 느끼는 오락적 체험과 작품 이해를 통한 교육적 체험, 무대 속 세계에 빠져드는 일탈적 체험, 무대예술의 아름다움에 심취하는 심미적 체험을 복합적으로 경험하며, 이러한 다차원적 경험 제공이 공연예술의 가치임
- 공연예술산업은 체험경제 시대에 그 강점을 극대화하여 관객에게 차별화된 체험을 제공함으로써 경제적·문화적 가치를 한층 높일 수 있음. 기존의 수동적 관람을 넘어 관객이 능동적으로 참여하고 몰입하도록 유도하는 방향으로 공연 콘텐츠를 혁신할 필요가 있음

## 2) 문화소비 트렌드 변화와 정책 전환의 필요성

### ◆ 최신 문화소비 트렌드의 공연예술산업 적용

- 최근 문화소비 방식과 관객 행동에는 체험경제적 변화가 뚜렷하며, 2025~2027년 문화예술 트렌드와 2025년 10대 트렌드 분석 결과에서도 체험경제 트렌드가 확인됨
  - 옴니보어(Omnivores) 트렌드: 다양한 장르와 형식의 문화콘텐츠를 소비하는 경향이 강화되고 있어, 장르 간 경계를 넘나드는 융합형 공연 콘텐츠의 개발 필요성이 증대함
  - 예술과 기술의 융합: AR, VR 등 실감형 기술을 활용한 공연 콘텐츠 개발과 온·오프라인을 넘나드는 하이브리드형 공연 형태의 확산이 요구됨
  - 나만의 삶에 맞추는 대한민국: 개인화된 문화예술 경험에 대한 수요 증가에 따라 관객 참여형 공연과 맞춤형 콘텐츠 제공의 필요성이 증대함
  - 몰성매력: 직접 보고, 만지고, 느끼는 체험형 소비의 중요성이 증대되어, 공연에서도 단순 시각·청각 이상의 다감각을 자극하는 체험 요소의 강화가 필요함
- 이러한 트렌드들은 공연예술에 체험 요소를 강화해야만 현대 관객의 기대를 충족시킬 수 있음을 의미하며, 공연예술 정책은 최신 소비 트렌드에 발맞춰 관객의 능동적 참여와 풍부한 감각적 경험을 뒷받침하는 방향으로 혁신되어야 함

### ◆ 공연예술산업 정책 동향과 체험경제 연계

- 실제로 정부 차원의 정책 기조도 이러한 흐름을 반영하고 있음. 문체부의 중장기 계획인 「문화한국 2035」에서도 지역 간 문화향유 균형 발전, 첨단기술의 문화 분야 접목, 장르별 특성에 맞춘 지원체계 구축 등을 강조하여 체험경제 시대에 부합하는 정책 방향을 제시함
  - 지역문화 균형 발전을 위한 국립예술단체 지역 이전 및 협력 모델 재구축, 공연예술 거점 공간 확대 정책은 지역 기반 체험형 공연예술 활성화에 기여할 수 있음
  - 인공지능 기반 공연기술 혁신, XR 기반 실시간 고품질 글로벌 공연 서비스 구현 등 기술 혁신 정책은 체험의 질적 향상과 다양화에 기여 가능함
  - 뮤지컬 등 장르별 진흥법 제정 및 지원체계 구축은 공연 장르별 특성에 맞는 체험 요소 개발 및 강화에 근거가 될 수 있음
- 또한, 2024년부터 지역의 공연예술 창·제작 역량 및 자생력을 강화하고 지역 청년예술인의 기회 확대를 위해 '지역 대표예술단체 지원사업'을 시작함으로써, 지역 공연예술 생태계의 균형적 발전을 도모함

# 03

## 인천시 공연예술산업의 현황과 과제

### 1. 조사개요

#### ❖ 조사개요

- 체험경제 기반의 공연예술 활성화 및 정책 방향을 모색하기 위해 인천의 공연예술 인프라를 하드웨어, 소프트웨어, 휴먼웨어 측면에서 종합적으로 분석함
  - 문헌조사, 데이터 기반의 통계자료 등을 활용하여 인천의 공연예술산업의 현황을 검토함

[표 3-1] 인천시 공연예술산업 현황 조사 대상

조사대상		내용
하드웨어	공연예술 인프라	<ul style="list-style-type: none"><li>• 공연예술 인프라 및 시설과 관련하여 인천시 전체의 공연시설 현황을 살펴보고, 인천의 주요 공연장을 실내와 야외, 객석 수로 나누어 분석함<ul style="list-style-type: none"><li>- 실내 대형공연장, 실내 중소형공연장, 야외공연장</li></ul></li><li>• 주요 공연장은 의도적 표집법에 의해 추출하여 그 특성을 살펴봄. 대표성·활용도·접근성 등을 기준으로 선정함</li></ul>
소프트웨어	콘텐츠 및 지원사업	<ul style="list-style-type: none"><li>• 공연예술 콘텐츠 확인을 위해 'KOPIS 공연예술통합전산망' 홈페이지를 중심으로 공연 콘텐츠 현황을 조사함</li><li>• 2025년 인천시 주요 업무계획과 인천문화재단 사업계획을 통해 공연예술 관련 지원정책 및 사업을 조사하고 분석함</li></ul>
휴먼웨어	예술인 및 관객 현황	<ul style="list-style-type: none"><li>• 인천시의 공연예술인 및 공연예술단체 현황을 살펴봄</li><li>• 관객 현황 및 실태 확인을 위해 『국민문화예술활동조사』(문화체육관광부, 2023)를 중심으로 인천시민 공연예술 관람 실태와 수요에 대해 검토함</li></ul>

## 2. 하드웨어: 공연예술 인프라

### 1) 인천시 공연시설 개요

- KOPIS 공연예술통합전산망 홈페이지에 따르면, 전국 공연시설(해외 9개 공연시설 포함)은 총 3,252개로 그중 인천의 공연시설은 112개, 공연장은 147개임. 전체 대비 인천의 공연시설 비율은 3.4%로, 17개 시도 중 8번째로 중위권에 위치함
  - 공연시설이 가장 많은 곳은 서울로 1,334개(41.1%)이며, 다음으로 경기 420개(13.0%), 부산 196개(6.0%) 순임
- 군·구별로 살펴보면, 중구 26개, 연수구 25개로 가장 많으며, 강화군 1개, 옹진군 0개로 가장 적음

[표 3-2] 인천시 공연시설 특성별 시설 수(2025.2.10. 기준) (단위: 개, %)

구분	문예회관	기타(공공)	민간(대학로 외)	기타(비공연장)	계
인천	12(10.7%)	29(25.9%)	38(33.9%)	33(29.5%)	112

※ 공연시설의 특성에 따라 구분함

- 문예회관: 지방자치단체에서 운영하는 공공시설(전국 문화기반시설 총람 기준, 세종문화회관 등 광역/기초 지자체 설립시설)
- 기타(공공): 중앙 및 지방자치단체에서 운영하는 공연 가능한 공공시설(올림픽공원, 백스코, 인천청소년수련관 등)
- 민간(대학로 외): 대학로 이외의 지역에 소재하는 민간 공연시설(LG아트센터, 두산아트센터, 산울림소극장 등)
- 기타(비공연장): 공연을 주된 목적으로 하지 않고 공연시설을 갖추지 않은 시설(공원, 카페, 갤러리, 호텔, 펍 등)

출처: KOPIS 공연예술통합전산망 홈페이지(2025.2.10. 검색)

- 객석 규모에 따라 구분하였을 때<sup>1)</sup>, 1~299석의 소규모 공연시설이 40개로 가장 많으며, 좌석이 미상인 0석 미만의 공연시설이 38개로 그 뒤를 이음. 5,000석 이상의 대형 공연장은 상대적으로 적은 비중을 차지함
  - 좌석 미상인 0석 미만의 공연시설은 대부분 민간 시설 또는 기타 시설(비공연장)임
  - 10,000석 이상의 공연시설은 야외 공원 또는 민간시설, 경기장으로, 송도달빛축제공원, 인스파이어, 인천문학경기장, 인천아시아드주경기장 4개소임

[표 3-3] 인천시 객석 규모에 따른 공연시설 수(2025.3.4. 기준) (단위: 개, %)

구분	0석 미만	1~299석	300~499석	500~999석	1,000~4,999석	5,000~9,999석	10,000석 이상
인천	38개	40개	11개	6개	10개	3개	4개
	33.9%	35.7%	9.8%	5.4%	8.9%	2.7%	3.6%

※ 객석 수는 전체 공연장의 객석 수를 모두 합한 값임

출처: KOPIS 공연예술통합전산망 홈페이지(2025.3.4. 검색)

1) 문체부와 예술경영지원센터가 실시하는 「공연예술조사」에서는 공연장의 객석 규모에 따라 1,000석 이상은 종합공연장, 300~1,000석 미만은 일반공연장, 300석 미만은 소공연장으로 구분함

## 2) 주요 공연장

### ◆ 대형 공연장

- 인천의 대형 실내 공연장으로는 공공 및 민간이 운영하는 전문 공연장과 함께 돐 형태의 지붕이 있는 스포츠경기장과 컨벤션센터 등이 있음

[표 3-4] 인천시 1,000석 이상 대형 실내 공연장 현황(2025.3.4. 기준)

(단위: 개, 석)

공연시설명	공연장 수	객석 수	시설 특성	구·군
인천문학경기장	1	49,084석	공공(기타)	미추홀구
송도달빛축제공원	1	30,000석	기타(비공연장)	연수구
인천아시아드주경기장	1	29,376석	공공(기타)	서구
인스파이어	1	15,000석	민간(대학로 외)	중구
인천남동체육관	1	8,828석	공공(기타)	남동구
삼산월드체육관	1	7,140석	공공(기타)	부평구
송도컨벤시아	1	5,000석	민간(대학로 외)	연수구
남동아시아드	1	4,986석	공공(기타)	남동구
인천문화예술회관	5	2,258석	공공(문예회관)	남동구
아트센터인천	1	2,069석	공공(문예회관)	연수구
파라다이스시티	4	1,820석	민간(대학로 외)	중구
메가박스[송도]	1	1,542석	기타(비공연장)	연수구
강화문예회관	2	1,509석	공공(문예회관)	강화군
인천대공원 어울큰마당(야외음악당)	1	1,000석	공공(기타)	남동구

※ 객석 수는 전체 공연장의 객석 수를 모두 합한 값으로, 개별 공연장에서 1,000석 이상인 시설만을 정리함

출처: KOPIS 공연예술통합전산망 홈페이지(2025.3.4. 검색)

- 인천의 1,000석 이상 대형 실내 공연장 중 공공 공연장으로는 인천문화예술회관, 아트센터인천, 강화문예회관이 있음
  - 인천문화예술회관은 1994년 개관한 인천 대표 공연장으로 대공연장(1,332석), 소공연장(486석), 야외공연장(440석)을 갖춘. 대중공연과 예술공연을 병행하여 운영하고 있으며 시민 접근성이 높은 것이 특징임. 시설이 노후함에 따라 2022년부터 전면 리모델링을 진행하여 소공연장과 전시실, 회의장은 2025년 4월, 대공연장은 2025년 10월에 재개관함
  - 아트센터인천은 최고급 음향시설을 갖춘 클래식 전문 공연장(1,727석)으로 인천경제자유구역청이 클래식 공연 중심으로 운영함. 미술관과 오페라하우스를 갖춘 복합 문화예술공간으로 조성하기 위한 2단계 사업을 추진 중임. 비싼 대관료로 인하여 지역 예술인들의 활용이 어려움. 클래식 전용 공연장이어서 클래식과 재즈 외 대중공연 활용이 어려움

- **강화문예회관**은 1991년 건립되어 지역문화 발전을 위한 대표적인 문화시설로 강화군시설관리공단이 운영함. 문예회관을 중심으로 관청의 각종 공식 행사와 여러 부문의 문화공연이 꾸준히 개최되고 있음. 대공연장은 객석 수 1,300석으로 대규모 문화행사가 이루어짐. 문화활동을 위한 연극, 영화, 음악, 무용 등의 공연과 강화군민의 공공집회 및 교육, 예술행사, 각종 이벤트행사 등이 개최됨
- 그밖에 민간이 운영하는 1,000석 이상 대형 실내 공연장과 컨벤션 복합 공간으로는 **인스파이어 아레나**, **송도컨벤시아**, **파라다이스시티 공연장** 등이 있음
- **인스파이어 아레나**는 2023년 12월에 민간기업의 투자로 조성된 최대 15,000석 규모의 국내 최초 다목적 실내 공연장임. 최첨단 시설을 갖추고 있으며, 대형 콘서트, 실내 스포츠 경기, E-스포츠 토너먼트, 각종 포럼 등 다양한 대형 상업 공연 유치 가능함
- **송도컨벤시아**는 인천관광공사가 운영하는 다목적 시설로 2008년 10월 1단계, 2018년 7월 2단계 개관하여 회의, 전시, 공연 등 다양한 기능을 수행함. 주로 전시홀을 공연장으로 활용하며 대중음악 중심의 콘서트가 진행됨. 전시홀은 총 4개로 최대 수용인원은 극장식 20,000명, 강의식 14,000명, 연회식 10,000명임. 단, 다목적 시설이기 때문에 전문 공연장에 비해 음향, 객석 단차 등 시설이 부족하여 제한이 있음
- **파라다이스시티**의 그랜드 볼룸은 1,820석 규모의 다목적 연회장으로 대규모 공연, 컨퍼런스, 갈라 디너 등 다양한 행사를 운영함. 파라다이스시티 카지노 내에 위치한 엔터테인먼트 홀은 라이브 음악 공연장으로, 다양한 음악 공연을 개최함

[그림 3-1] 인천시 주요 대형 공연장



인천문화예술회관 대공연장 조감도      아트센터인천      강화문예회관  
 인스파이어 아레나      송도 컨벤시아      파라다이스시티

## ❖ 중소형 공연장

- 인천의 중소형 실내 공연장은 주로 기초지자체의 문화회관을 중심으로 구성되어 있으며, 해당 지역의 대표적 문화예술공간으로 기능함
- 인천의 주요 중소형 공연장은 부평아트센터, 남동소래아트홀, 계양문화회관, 인천중구문화회관, 청라블루노바홀, 트라이보울 등이 있음

[표 3-5] 인천시 주요 중소형 공연장 현황

(단위: 개, 석)

공연시설명	운영기관명	운영기관 성격	공연장수	객석수	개관연도
부평아트센터	부평구문화재단	공공기관 위탁	2	총 1,191석	2010
남동소래아트홀	남동문화재단	공공기관 위탁	2	총 896석	2011
계양문화회관	계양구시설관리공단	공공기관 위탁	1	총 795석	1997
인천중구문화회관	인천중구문화재단	공공기관 위탁	1	총 638석	2012
청라블루노바홀	인천서구문화재단	공공기관 위탁	1	총 486석	2021
트라이보울	인천문화재단	공공기관 위탁	3	총 300석	2012
인천아트플랫폼 공연장	인천문화재단	공공기관 위탁	1	약 80명	2009

※ 객석 수는 전체 공연장의 객석 수를 모두 합한 값임. 부평아트센터는 해누리극장(868석)과 달누리극장(323석)을 합한 값이고 남동소래아트홀은 대공연장(703석)과 소공연장(193석)을 합한 값임

※ 인천아트플랫폼 공연장은 좌석이 없는 블랙박스 형태로 적정인원은 80명 내외임

출처: 문화체육관광부(2024b); KOPIS 공연예술통합전산망 홈페이지(2025.3.4. 검색) 참고하여 연구자 재구성

- **부평아트센터**는 2010년에 개관하였으며, 해누리극장(868석), 달누리극장(323석), 옥상 공연장 별누리(100~120명) 등으로 구성됨. 부평문화재단에서 운영하고 있으며, 지역 내 최대 복합문화공간으로 다목적 활용이 가능함
- **남동소래아트홀**은 2011년에 개관하였으며, 대공연장(703석), 소공연장(193석), 야외달맞이터(30석) 등으로 구성됨. 남동문화재단에서 운영하고 있으며, 연극, 뮤지컬, 어린이 공연 등 다양한 장르의 공연을 진행함
- **계양문화회관**은 1996년에 개관하였으며, 765석의 공연장과 연습실, 분장실, 생활문화센터 등으로 구성됨. 현재 계양구시설관리공단에서 운영하고 있으며 계양구립교향악단, 계양구립소년소녀합창단 공연을 비롯하여 뮤지컬, 대중음악, 무용, 서커스/마술, 클래식, 지역 행사 등을 진행함
- **인천중구문화회관**은 2012년에 개관하였으며, 638석의 공연장으로 구성됨. 현재 인천중구문화재단이 운영하고 있으며, 상주단체, 중구 어린이합창단, 여성합창단 공연을 비롯하여 뮤지컬, 클래식, 국악, 서커스/마술, 국악, 연극 등 다양한 장르의 공연을 진행함

- **청라블루노바홀**은 2021년에 개관하였으며, 청라 호수공원에 위치한 청라복합문화센터 전문예술 공연장임. 486석 규모의 공연장과 전시장에서 다양한 장르의 공연·전시를 개최함. 현재 인천서구문화재단이 운영하고 있으며 서커스/마술, 뮤지컬, 대중음악, 연극 등 다양한 장르의 문화예술 공연을 운영함
- **트라이보울**은 인천문화재단이 위탁 운영하고 있으며 2010년 인천세계도시축전 기념관으로 조성된 뒤 2012년 복합문화예술공간으로 재개관함. 전통과 현대의 만남, 장르 간 융합, 공간에 대한 창의적 해석이 담긴 공연을 지향하며 기획공연사업, 지역협력사업, 창조적인 공연예술 콘텐츠 개발을 위한 레퍼토리 개발 사업을 진행함
- **인천아트플랫폼 C동 공연장**은 1948년에 지어진 대한통운 창고를 재생하여 현재 공연장으로 사용되고 있음. 인천문화재단이 위탁 운영 중이며, 좌석이 없는 블랙박스 형태로 다양한 형태와 장르의 공연을 위한 공간으로 사용할 수 있음. 객석으로 사용할 수 있는 간이의자 70개, 방석 30개가 준비되어 있고, 공간 적정 인원은 80명 내외임

[그림 3-2] 인천시 주요 중소형 공연장



출처: 인천문화정보 아이큐 홈페이지; 인천서구문화재단 홈페이지; 인천투어 홈페이지(2025.2.24. 검색)

## ◆ 야외 공연시설

- 인천의 야외 공연시설로는 스포츠경기장과 공연이 가능한 공원 등 야외공간이 있음
- 스포츠경기장으로는 인천문학경기장, 인천아시아드주경기장 등이 있음. 이 경기장들은 개방형 구조로 지붕이 없거나, 관객석 일부만 덮여 있음. 스포츠 경기가 열리는 날을 제외하고 공연이 가능하며, 대형 무대 및 음향시설 등이 추가로 필요함

- 인천문학경기장은 총 49,804석으로 인천 공연시설 중 객석 수가 가장 많음
- 인천아시아드주경기장은 총 29,376석임. 주로 대형 대중음악 콘서트가 개최됨
- 그 외에는 공연을 주된 목적으로 하지 않고 공연시설을 갖추지 않은 공원, 카페, 갤러리, 호텔, 펍 등과 같은 비공연장으로 송도달빛축제공원, 청라호수공원 야외음악당, 인천대공원 어울림마당, 인천아트플랫폼 유스스테이지 등이 대표적임
- 이 중 송도달빛축제공원은 인천 펜타포트 락 페스티벌이 개최되는 장소로 펜타포트 야외 공연장과 보조공연장으로 구성됨. 송도맥주축제, 콘서트 등 연중 다양한 축제와 야외행사가 개최되나, 인근 아파트단지 등에서 소음 민원이 발생해 지속적 활용에 고민이 있음
- 청라호수공원 야외음악당은 청라호수공원의 주요 문화공간 중 하나로 청라 지역 주민 대상의 크고 작은 행사가 개최됨. 청라 와인페스티벌, 인천 독서대전, 청라인 행복 페스티벌 등의 행사가 개최됨
- 인천대공원 어울림마당은 넓은 잔디밭과 무대를 갖추고 있어 공연, 축제 등 다양한 문화행사와 휴식 공간으로 활용됨. 제60회 인천 시민의 날 기념 인천시민대축제, 벚꽃축제 등 다양한 문화공연, 체험 프로그램, 시민 참여 행사가 개최됨
- 인천아트플랫폼 유스스테이지는 청년 공연예술인들이 자유롭게 창작활동을 펼칠 수 있도록 마련된 야외공연장임. 2024년 4월부터 11월까지 매주 화, 수, 목요일에 청년예술인의 공연이 진행됨

[그림 3-3] 인천시 주요 야외 공연장



인천문학경기장



인천아시아드주경기장



송도달빛축제공원



청라호수공원 야외음악당



인천대공원 어울림마당



인천아트플랫폼 유스스테이지

출처: 인천문화정보 아이큐 홈페이지; 인천시설공단 홈페이지; 인천투어 홈페이지(2025.2.24. 검색); 손민영(2024.9.29.)

### 3. 소프트웨어: 콘텐츠 및 지원사업

#### 1) 공연예술 콘텐츠<sup>2)</sup>

##### ◆ 공연 콘텐츠 현황: 공연건수 및 티켓판매 통계

- 2024년 기준 인천의 공연건수는 681건(3.2%)으로 개막편수는 676편(3.2%), 상연횟수는 2,176회(1.8%)로, 17개 시·도 중 공연건수와 개막편수는 6위이지만 상연횟수는 7위임
- 공연횟수 대비 상연횟수의 비중이 낮아 단발성 공연 중심임
  - 인천의 전체 공연건수는 681건(전국 대비 3.2%)이며, 개막편수 역시 676편(3.2%)으로 비슷한 수준이며, 전국 대비 중하위권 수준임
  - 상연횟수는 2,176회로 전국 대비 1.8%에 불과해 공연 수 대비 상연 수가 적음
  - 이는 공연건수(3.2%) 대비 낮은 수치로, 인천 지역 공연이 장기 운영되지 않고 대부분 단발성에 머물고 있다는 점을 시사함
- 관객 수용 능력과 티켓 가격 수준은 전국 평균보다 높음
  - 예매수는 1,377,357건(3.8%), 좌석 수는 553,392석(4.1%)으로 공연건수 비중(3.2%)보다 높음
  - 이는 인천 공연장의 평균 규모가 크고, 대형 공연 위주로 운영되는 경향이 있음을 시사함
  - 티켓판매수는 823,965건(3.7%)인데 비해 티켓판매액은 76,144,279천 원으로 전국 대비 5.2%를 차지하여, 평균 티켓 가격이 전국 평균보다 높은 구조임을 나타냄
- 예매 대비 실제 관람률 낮아, 관객 이탈률 또는 무료 초대권 비중이 높음
  - 예매수(1,377,357건) 대비 실제 티켓판매수(823,965건)는 약 59.8%에 불과한데, 이는 예매 후 취소율이 높거나 무료 초대권 비중이 높을 수 있음을 시사함
  - 공연 수익 안정성, 관객 충성도, 티켓 유통 전략 등에 있어 구조적 개선 여지가 큼
- 종합하면, 인천의 공연예술 현황은 공연 횟수와 장기 공연 측면에서 개선이 필요하며, 상대적으로 높은 티켓 가격과 좌석 수는 대형 공연 위주의 시장 구조를 반영하는 것으로 보임

[표 3-6] 인천시 공연통계(2024년 기준)

(단위: 건, 편, 회, 천 원, %)

구분	공연건수	개막편수	상연횟수	예매수	취소수	총 티켓판매수	총 티켓판매액
인천	681건	676편	2,176회	1,377,357건	553,392건	823,965건	76,144,279천 원
	3.2%	3.2%	1.8%	3.8%	4.1%	3.7%	5.2%

\* 백분율은 전국 대비 비중을 나타냄

출처: KOPIS 공연예술통합전산망 홈페이지(2025.2.14. 검색)

2) KOPIS 공연예술통합전산망 홈페이지의 지역별 공연통계(2024년 공연 기준)를 참고하여 연구자가 재정리함(2025.2.14. 검색)

## ❖ 공연 콘텐츠 현황: 장르별 분석

### ■ 장르별 공연 수의 심각한 편중 구조

- 2024년 기준 인천시에서 개최된 전체 공연은 총 681건이며, 이 중 서양음악이 234건(34.4%), 대중음악이 157건(23.1%)으로 두 장르가 전체 공연의 57.5%를 차지함
- 반면, 한국음악은 31건(4.6%), 무용은 19건(2.8%), 대중무용은 단 4건(0.6%), 복합 장르는 14건(2.1%)에 불과해, 공연 기획과 무대 편성의 장르 간 불균형이 매우 심각한 수준임
- 이는 인천시의 공연예술 생태계가 특정 장르에 집중되어 운영되고 있음을 시사함

### ■ 대중음악 중심의 수익 구조 집중 현상

- 인천시 공연예술의 총 티켓판매액은 761억 4,427만 9천 원으로 집계되었으며, 이 가운데 대중음악의 티켓판매액은 692억 6,465만 1천 원으로 전체의 90.97%를 차지함
- 단일 장르가 전체 공연 수익의 절대다수를 점유하고 있는 상황이며, 이는 인천시의 공연산업이 대중음악 중심의 상업성과 흥행성에 의존하는 구조임을 나타냄
- 나머지 10개 장르를 합쳐도 전체 매출의 10%에도 못 미치는 수준으로, 예술 장르 간 생존 조건의 격차가 수익 기반에서부터 확연히 드러나는 구조적 문제가 존재함

### ■ 공연 수 대비 판매수·매출 간 괴리

- 서양음악은 공연건수가 234건(34.4%)로 가장 많았음에도 불구하고, 티켓 판매수는 43,904건(7.9%), 티켓판매액은 27억 1,972만 2천 원(3.56%)에 그쳐, 실질적인 관객 동원력과 수익 창출에서는 낮은 성과를 보임
- 반면, 대중음악은 공연건수가 157건(23.1%)로 서양음악보다 적지만, 티켓 판매수는 407,339건(73.6%), 티켓판매액은 692억 6,465만 1천 원(90.97%)에 이르러, 단위 공연당 수익성과 관객 유입 효과가 압도적으로 우월한 것으로 분석됨

### ■ 상연 횟수의 장르별 편차

- 공연 수에 비해 실제 무대에 오르는 횟수, 즉 상연 횟수의 분포도 장르에 따라 차이를 보임
- 뮤지컬은 107건의 공연으로 총 785회(36.1%)의 상연을 기록하였으며, 서커스/마술은 47건의 공연으로 653회(30.0%)의 상연이 이루어짐. 이 두 장르는 공연당 장기 상연 구조를 통해 수익을 극대화하는 방식으로 운영되고 있음을 보여줌
- 반면, 대중음악은 공연건수가 157건(23.1%)에 달하지만 상연 횟수는 215회(9.9%)에 그쳐 대부분이 단발성 콘서트 형태로 구성되어 있는 것이 특징임
- 또한, 한국음악(51회), 무용(31회), 대중무용(4회) 등의 장르는 상연 횟수조차 극히 적어,

지속적인 무대 노출이 어렵고 제작 투입 대비 회수 기회가 제한적임을 보여줌

■ 장르별 평균 티켓 가격과 관람 수용 규모 격차

- 공연 장르 간 평균 티켓 단가와 회당 관람 수용 규모의 차이는 공연 수익의 격차를 심화시킴
- 대중음악은 티켓판매액 692억 6,465만 1천 원을 407,339건으로 나누면 평균 약 170,000원 수준으로 나타나 가장 높은 가격대를 형성하고 있음
- 반면, 한국음악은 티켓판매액 1억 6,144만 5천 원을 판매수 7,008건으로 나누면 약 23,000원 수준으로 현격한 차이를 보임
- 회당 좌석 수 역시 큰 차이를 보임. 대중음악은 총 좌석수 971,058석을 215회로 나누면 회당 평균 4,516석, 한국음악은 7,008석을 51회로 나누면 회당 평균 137석 수준에 불과함

■ 복합장르 및 창의형 공연 비중의 미비

- 복합장르 공연은 총 14건(2.1%), 상연 16회, 티켓 판매수 6,427건, 티켓판매액은 단 3,574만 9천 원(0.05%)에 그치며, 공연산업 내 비중이 매우 낮은 상태임
- 이는 장르 간 융합, 새로운 형태의 창의형 공연 개발 및 콘텐츠 실험이 제한적이며, 디지털 기술, 관객 참여형 콘텐츠 등 공연예술의 트렌드에 발맞춘 전략적 변화가 부족함을 의미함

[표 3-7] 인천시 장르별 공연통계(2024년 기준)

(단위: 건, 편, 회, 천 원, %)

구분	공연건수	개막편수	상연횟수	판매수	취소수	총 티켓판매수	총 티켓판매액*
합계	681건	676편	2,176회	1,377,357건	553,392건	823,965건	76,144,279천 원
연극	68건	68편	166회	18,252건	4,528건	13,724건	158,556천 원
	10.0%	10.1%	7.6%	1.3%	0.8%	1.7%	0.21%
뮤지컬	107건	105편	785회	143,784건	61,114건	82,670건	2,163,814천 원
	15.7%	15.5%	36.1%	10.4%	11.0%	10.0%	2.84%
서양 음악	234건	234편	249회	154,073건	43,904건	110,169건	2,714,256천 원
	34.4%	34.6%	11.4%	11.2%	7.9%	13.4%	3.56%
한국 음악	31건	31편	51회	7,008건	1,408건	5,600건	32,280천 원
	4.6%	4.6%	2.3%	0.5%	0.3%	0.7%	0.04%
대중 음악	157건	157편	215회	971,058건	407,339건	563,719건	69,264,651천 원
	23.1%	23.2%	9.9%	70.5%	73.6%	68.4%	90.97%
무용	19건	19편	37회	24,795건	12,451건	12,344건	737,617천 원
	2.8%	2.8%	1.7%	1.8%	2.2%	1.5%	0.97%
대중 무용	4건	4편	4회	1,468건	335건	1,133건	5,740천 원
	0.6%	0.6%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.01%
서커스 /미술	47건	44편	653회	53,271건	21,671건	31,600건	1,031,606천 원
	6.9%	6.5%	30.0%	3.9%	3.9%	3.8%	1.35%
복합	14건	14편	16회	3,648건	642건	3,006건	35,749천 원
	2.1%	2.1%	0.7%	0.3%	0.1%	0.4%	0.05%

\* 총 티켓판매액의 점유율(%) 값은 정확한 비교를 위해 소수 둘째자리까지 표기함

출처: KOPIS 공연예술통합전산망 홈페이지(2025.2.14. 검색)

## 2) 지원정책 및 사업

### ◆ 인천시 2025년 주요 업무계획

- 2025년 인천시 문화체육국<sup>3)</sup> 주요 업무계획으로 공연과 관련하여 문화소외계층 및 청년층 대상 공연 접근성 확대, 인천펜타포트 락페스티벌의 글로벌 공연 브랜드 육성, 인천문화예술회관 리모델링 후 재개관 등의 사업을 진행함
  - 거리공연, 소규모 공연 활성화를 통해 공연 접근성을 높이기 위한 정책이 강화되고, 청년층과 문화소외계층을 위한 지원이 확대됨
  - 인천의 대표 음악축제인 펜타포트 락 페스티벌을 글로벌 음악축제로 육성하려는 전략을 세움
  - 대한민국연극제 및 전국소년소녀합창제와 연계해 문화도시로서의 이미지 브랜딩을 계획함

[표 3-8] 2025년도 문화체육국 주요 업무계획 중 공연 관련 사업

사업구분	세부사업
현안사업	① 문화정책 확대 정책 추진 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화접근성 제고를 통한 문화누림 확대               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수요일은 문화로 소통하는 날 &lt;수문통(水門通)음악회&gt;</li> <li>- 다양한 거리공연 &lt;청년 유스테이지(YOUTH+STAGE)&gt;</li> </ul> </li> <li>• 문화격차 완화를 위한 문화복지 실현               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화소외계층의 문화예술 체험을 위한 문화누리카드 지원</li> <li>- 예술시장 활성화를 위한 청년 문화예술패스 지원</li> </ul> </li> <li>• 다양한 문화진흥정책 시행으로 글로벌 문화도시 조성               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 청년의 다양한 문화적 체험과 창작활동 지원</li> </ul> </li> </ul>
	③ 인천펜타포트 음악축제 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 인천펜타포트 음악축제 개최               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인천펜타포트 락페스티벌, 펜타 슈퍼루키, 펜타 라이브클럽</li> </ul> </li> </ul>
	④ 시민 일상 속 문화예술 체험 확대 추진 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 삶의 일상공간 예술화 프로젝트               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 찾아가는 문화공연 &lt;요기조기 음악회&gt;, 움직이는 갤러리, 섬마을 음악 예술제</li> </ul> </li> </ul>
	② 제43회 대한민국연극제 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 대한민국연극제 개최               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 16개 시도 대표극단 경연 및 해외 우수공연, 시민연극제 등</li> </ul> </li> </ul>
	③ 제31회 전국소년소녀합창제 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 전국소년소녀합창제 개최               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전국 약 26개 시립소년소녀합창단 초청 및 합창공연</li> </ul> </li> </ul>

출처: 인천광역시 문화체육관광국(2024.12.)

3) 2025년 1월 17일자로 '문화체육관광국'에서 '문화체육국'으로 조직이 개편됨. 기존 문화체육관광국 산하 '관광마이스과'와 '국제행사추진단'이 '국제협력국'으로 편입됨(인천시 보도자료, 2024.12.26.)

- 2025년 인천시 문화체육국의 주요 사업예산 중 공연 관련 사업예산을 살펴보면, 문화예술회관의 ‘문화예술회관 리모델링’(28,511백만 원)과 문화정책과의 ‘통합문화이용권 사업’(24,381백만 원)이 가장 큰 예산을 차지하고 있음
  - 이를 통해 인천시가 문화접근성 향상(통합문화이용권)과 공연 인프라 개선(문화예술과 리모델링) 등에 중점을 두고 있음을 파악할 수 있음
  - 통합문화이용권 사업은 경제적 소외계층에게 문화예술향유 기회를 제공하는 사업으로, 공연을 포함한, 전시, 영화 관람 및 도서 구입, 여행 등을 포괄하여 지원함
  - 그 외에도 문화정책과는 ‘청년문화 활성화 운영’(1,500백만 원)과 ‘청년 문화예술패스 지원’(467백만 원) 등 청년의 문화 향유와 창작을 지원하고, ‘인천공연예술연습공간 운영’(160백만 원)을 지원함
  - 예술정책과는 ‘지역예술활동 기반 조성’(5,387백만 원)에 가장 큰 예산을 배정했고, ‘문화예술활동 및 교류 지원’(4,167백만 원), ‘음악도시 활성화 추진(3,261백만 원)’, ‘문화예술 축제 지원’(1,949백만 원) 등 행사성 사업에 비중을 두었으며, ‘공연예술활동 육성 및 진흥’(1,499백만 원)도 지원함
  - 문화예술회관은 인프라 조성 및 관리 사업으로, 리모델링 예산이 규모 면에서 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 시립예술단 공연 예산과 홍보마케팅 등도 지원함

[표 3-9] 2025년 주요 사업예산 중 공연 관련 사업 예산 (단위: 백만 원)

부서명	주요 내역(사업명)	예산
문화정책과	통합문화이용권 사업	24,381
	청년 문화예술패스 지원	467
	인천공연예술연습공간 운영	160
	청년문화 활성화 운영	1,500
예술정책과	지역예술활동 기반 조성	5,387
	생활문화 활성화	1,362
	문화예술 축제 지원	1,949
	공연예술활동 육성 및 진흥	1,499
	문화예술활동 및 교류 지원	4,167
	음악도시 활성화 추진	3,261
문화예술회관	품격 높은 공연서비스 및 홍보마케팅	1,337
	지역문화예술진흥(시립예술단 공연)	2,202
	안전한 시설물관리(청사 및 시설물 유지관리)	3,552
	문화예술회관 리모델링(계속비 사업)	28,511

출처: 인천광역시 문화체육관광국(2024.12.)

## ❖ 인천문화재단의 공연예술 지원사업

- 2025년 인천문화재단은 ‘예술과 문화가 생동하는 열린 도시 인천’을 미션으로 설정하고, ‘문화자치를 촉진하는 협력 플랫폼’을 비전으로 제시함
  - 전략목표는 ①예술생태계의 선순환 구조 강화, ②시민 체감형 사업구조로의 변화, ③함께 만드는 문화도시 환경 조성, ④지속가능한 경영 혁신, 4가지임
- 2025년 인천문화재단 사업 중 공연예술 관련 사업은 공연예술 창작 및 지원사업, 공연 및 축제 사업, 공연 관련 공간 운영 등으로 구성됨
  - 예술창작 전문성 강화를 위한 ‘예술창작지원사업’, 시민 문화활동을 위한 생활문화 및 찾아가는 문화공연, 인천아트플랫폼·트라이보울·공연예술연습공간 등 공간 운영 사업이 있음

[표 3-10] 2025년도 인천문화재단 공연 관련 주요 사업

전략목표	세부사업
예술 생태계의 선순환 구조 강화	① 예술창작의 전문성 강화 지원 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 예술창작일반지원(2,348백만 원)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인천 연고 예술인(단체) 지원(단년)</li> </ul> </li> <li>• 예술창작집중지원(820백만 원)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인천 연고 예술인(단체) 지원(2년)</li> </ul> </li> <li>• 예술창작생애지원(300백만 원)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 신진, 원로예술인 지원</li> </ul> </li> <li>• 공연장상주단체지원(528백만 원)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공연단체/공연장 매칭지원</li> </ul> </li> <li>• 공연콘텐츠 개발(100백만 원)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공연 콘텐츠 제작 지원</li> </ul> </li> </ul>
	① 시민이 주도하는 문화활동 활성화 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 생활문화기반 조성(622백만 원)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 생활문화동아리 활동지원, 생활문화온라인플랫폼, 생활문화축제 운영</li> </ul> </li> <li>• 시민문화지원(328백만 원)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 시민문화활동 지원, 지역문화 활성화 매칭사업</li> </ul> </li> <li>• 찾아가는 문화공연(700백만 원)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 일상 속 찾아가는 문화공연 지원</li> </ul> </li> </ul>
시민 체감형 사업구조로의 변화	② 참여형 문화공간으로의 기능 확대 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 인천아트플랫폼 운영(2,302백만 원)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기획공연 및 축제, 기획전시 및 문화예술교육, 창작공간 운영</li> </ul> </li> <li>• 트라이보울 운영(2,273백만 원)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공연, 축제, 예술아카데미 운영</li> </ul> </li> <li>• 공연예술연습공간 운영               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 연습공간 대관 운영, 예술인 역량강화 및 기획지원</li> </ul> </li> </ul>

출처: 인천문화재단(2025.1.13.)

- 예술창작지원사업은 인천 예술인(단체)의 문화예술 활동 지원을 통해 지역문화를 발전시키고 인천시민에게 수준 높은 예술 프로그램을 공급하기 위한 사업임
  - 인천에 기반을 두고 활동하는 예술인의 창작 지원에 집중하고자 신청자격 중 하나인 '인천 연고 기준'을 인천 거주 또는 3회 이상의 인천 활동 실적으로 조정함(인천문화재단 공고 제2024-240호)
- 예술창작일반지원은 문학, 시각, 공연(연극, 음악, 무용, 전통), 문화일반(국제교류, 문화예술 연구/비평/출판) 분야를 대상으로 함
  - 공연(연극, 음악, 무용, 전통) 분야는 2025년 3월부터 12월까지 인천에서 진행되는 예술창작 활동으로 예술, 인문학, 기술, 장르 등 결합 혹은 융합 형태의 모든 공연을 대상으로 함(인천문화재단 공고 제2024-240호)

[표 3-11] 예술창작일반지원 공연 분야 지원 규모

(단위: 만 원)

구분	대상	지원규모
연극	극예술, 전통연희	최대 2,500
	축제형 사업	최대 3,300
음악	국악, 기악, 관현악, 대중음악(창작물) 등	최대 1,500
	오페라	최대 4,300
	창극(가무곡), 축제형 사업	최대 2,500
무용	현대무용, 한국무용, 발레 등	최대 2,500
	축제형 사업	최대 3,300
전통	창극(가무곡), 전통연희, 국악 등	최대 2,500
	축제형 사업	

출처: 인천문화재단 공고 제2024-240호

- 예술창작집중지원은 공연(연극, 음악, 무용, 전통), 시각, 작은 예술공간 분야를 대상으로 함. 2년 다년지원(2025~2026년)으로 1차년도 사업 실행 후, 중간 평가/심의를 통해 2차년도 지원 여부를 결정함
  - 공연 분야의 경우 1차년도(2025년) 최대 1,500만 원, 2차년도(2026년) 최대 6,000만 원을 지원함(인천문화재단 공고 제2024-240호)

[표 3-12] 예술창작집중지원 공연·시각 분야 지원 내용

시기	지원 내용	
1차년도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 창작준비(역량 강화, 조사연구비 등)</li> <li>• 창작발표 제작비</li> <li>• 전문가 비평, 컨설팅, 홍보 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 창작 및 진행경과 제출 (2025년 12월 중 계속지원 심의 예정)</li> </ul>
2차년도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 창작발표 제작비</li> <li>• 전문가 비평, 컨설팅, 홍보 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전시 또는 공연 발표</li> </ul>

출처: 인천문화재단 공고 제2024-240호

- **예술창작생애지원**은 ‘생애처음’과 ‘원로예술인’으로 구분됨. 기존의 ‘신진’ 분야를 2025년부터 ‘생애처음’ 분야로 개편함. ‘생애처음’ 분야는 인천문화재단 문화예술지원사업에 선정된 이력이 없는 예술인이 활동 연한에 관계 없이 신청이 가능함. ‘원로’는 70세 이상의 예술인을 대상으로 격년 지원함(인천문화재단 공고 제2024-240호; 공고 제2025-82호)
  - ‘생애처음’과 ‘원로’ 모두 문학(발간), 시각 및 공연 분야를 500만 원 정액 지원하며, 예술인 창작활동비 100만 원은 예술인이음카드 캐시로 별도 지급함(인천문화재단 공고 제2025-82호)

[표 3-13] 예술창작생애지원 개편 내용

연도	2024년	2025년
사업명	예술창작생애지원: 신진	예술창작생애지원: 생애처음
신청자격 (개인 한정)	창작활동 3년 이하의 인천 연고 예술인 (생애 최초 1회 지원)	인천문화재단 문화예술지원사업 선정 이력이 없는 인천연고 예술인

출처: 인천문화재단 공고 제2024-240호

- **공연장상주단체육성지원**은 인천 공연단체와 공공 공연장 간 협력 지원 사업으로, 3회 이상 창작 및 공연을 전문적으로 하는 인천 내 등록 단체를 대상으로 함. 공연장 상주단체는 최대 1억 원, 작은공연장 상주단체는 최대 5,000만 원을 지원함
  - 공연장 상주단체: 500석 이상 규모의 공연장으로 단체가 상주 가능한 시설(사무실, 연습실 등)과 공연장 무료 이용(제반 부대비용) 필수 제공
  - 작은공연장 상주단체: 500석 미만의 공연장으로 공연장 무료 이용(제반 부대비용) 필수 제공(공연단체에 사무실, 연습실 등 공간 무료 제공)(인천문화재단 공고 제2024-240호)

[표 3-14] 공연장상주단체육성지원 수행사업

지원영역	창작공연	레퍼토리	퍼블릭 프로그램
공연장 상주단체	필수	필수	필수
작은공연장 상주단체	필수	선택	필수

출처: 인천문화재단 공고 제2024-240호

- **청년 창작지원**은 청년예술인의 시각, 공연(연극, 무용, 음악, 전통) 분야 문화예술 창작활동을 지원하는 사업으로 19세 이상 39세 이하의 청년을 대상으로 함
  - 지원금은 최대 800만 원이고, 본인 혹은 대표자 창작활동비 100만 원(인천e음캐시)을 별도로 지급함
  - 지원 자격은 개인의 경우, 연령(만 19세~39세)과 인천 연고 기준(인천 내 활동 2회 이상 또는 인천 소재 학교 졸업/재학자)을 충족하면 되고, 단체의 경우, 대표자를 포함한 구성원의 절반 이상이 청년이어야 하며, 인천 내 등록단체이거나 인천 내 활동 실적이 2회 이상인 단체여야 함(인천문화재단 공고 제2024-240호)

- **공연콘텐츠 개발사업**은 ‘인천 가치와 문화가 담긴 공연콘텐츠 개발육성사업 <시놉시스 및 쇼케이스 공연> 공모’와 함께 ‘인천상륙작전 기념 창작뮤지컬 제작·공연 지원’이 진행됨
- 인천 가치와 문화가 담긴 공연콘텐츠 개발육성사업은 시민 문화향유 기회 확대 및 인천의 문화가치 발굴을 위해 시놉시스와 쇼케이스 공연을 지원함
  - 시놉시스에 선정된 작품은 추후 제작 과정을 거쳐 인천 트라이보올 공연장에서 쇼케이스 공연으로 선보임. 2개 단체에 각 최대 4,700만 원 범위에서 지원하며, 인천 연고자에게는 가산점을 부여함
  - 인천의 가치와 문화를 소재로 하는 시놉시스 작품을 대상으로, 음악극, 연극, 무용, 융복합, 뮤지컬 등 실연 가능한 모든 형태의 공연예술 작품을 아우르며, 장르와 형식에 얽매이지 않는 자유로운 기획과 창작을 지원함
  - 50분 이내의 쇼케이스 공연이 가능한 미 발표된 작품의 시놉시스로 타인의 저작권을 침해하지 않는 순수 창작물이어야 함. 쇼케이스 공연은 2025년 9월 27일(토)과 10월 18일(토)로, 공연 일정은 공모 접수 순번으로 결정됨(인천문화재단 공고 제2025-61호)

[표 3-15] 인천 가치와 문화가 담긴 공연콘텐츠 개발육성사업

구분	트라이보올 지원사항	선정 작품(작가) 의무사항
시놉시스 및 쇼케이스 공모	1. 쇼케이스 공연장 및 공연장비 지원 2. 인력지원 : 하우스안내원 3. 프로그램 홍보 일부 지원(홈페이지 등) 4. 공연진행비: 작품당 4,700만 원	1. 작품 제작 및 쇼케이스 실연 1회(50분 내) 2. 쇼케이스 공연 시 필요한 추가 장비, 소모품, 전문인력 배치 운영(무대, 음향, 조명, 영상 감독 등) 3. 작품 홍보·마케팅 진행 4. 정산 및 결과 보고

출처: 인천문화재단 공고 제2025-61호

- ‘인천상륙작전 기념 창작뮤지컬 제작·공연 지원 공모’는 제75주년 인천상륙작전을 기념하여 창작뮤지컬 제작·공연을 지원함
  - 인천의 가치와 문화가 담긴 창작뮤지컬 제작·공연 지원을 통해 지역문화 기반 공연콘텐츠를 개발, 보급하고 지역의 정체성을 강화하기 위한 목적으로 추진함. 공고일 기준 인천 등록 공연예술단체를 대상으로 창작 초연 뮤지컬(기존 레퍼토리를 각색한 초연 포함)을 지원함. 1개 단체에 최대 2억 4,500만 원의 범위에서 지원함
  - 2025년 9월 12일에서 14일 중 부평아트센터 해누리극장에서 3회 이상 무료 공연, 10월에서 12월 기간 중 2회 이상 선정단체가 자체 확보한 인천 내 공연장에서 2회 이상 무료 공연을 개최하여야 함(인천문화재단 공고 제2025-50호)

## 4. 휴먼웨어: 예술인 및 관객 현황

### 1) 예술인 현황

#### ◆ 인천시 공연예술인 현황

- 2025년 2월 17일 기준으로 인천에서 예술활동증명을 완료한 누적 예술인 수는 8,786명으로 전국 예술활동증명 완료자의 4.57%를 차지함
- 누적 인원 중 예술활동증명이 유효한 예술인이 7,559명, 특례가 897명이며 증명 기간이 만료된 예술인이 897명임
  - 예술활동증명은 세 가지 종류가 있으며, 신청방법에 따라 유효기간이 설정됨
  - 신진예술인 예술활동증명은 과거 예술활동증명 완료 받은 이력이 없는 신진예술인을 위한 제도로 예술활동증명 완료 이후 2년간 유효기간이 부여되고 연장되지 않음
  - 예술활동증명 특례는 예술활동증명 특례 예술인 산재보험가입, 예술인 사회보험료 지원, 예술인신문고 사업 참여 및 지원을 위해 빠르게 예술활동증명을 받을 수 있도록 운영하는 제도로 해당 사업에만 예술활동증명 효력이 한시적으로만 유효함
- 예술활동증명 통계자료를 활용해 분야별 인천 예술인의 현황을 살펴보면, ‘음악’ 2,823명, ‘미술’ 1,491명, ‘연극’ 909명 등의 순으로 많음
  - 이 중에서 공연 분야로 볼 수 있는 분야는 음악, 국악, 무용, 연극, 연예이며, 해당 분야의 예술인은 총 4,895명임

[표 3-16] 인천 분야별 예술활동증명 현황(2025.2.17. 기준)

(단위: 명, %)

총계	문학	미술	사진	건축	음악	국악
8,786명 (100%)	851명	1,491명	120명	2명	2,823명	276명
	9.69%	16.97%	1.37%	0.02%	32.13%	3.14%
	무용	연극	영화	연예	만화	복수
	231명	909명	555명	656명	364명	508명
	2.63%	10.35%	6.32%	7.47%	4.14%	5.78%

출처: 한국예술인복지재단 예술활동증명 통계 홈페이지(2025.2.17. 검색)

- 『인천 예술인 플랜(2022~2024) 수립 연구』(민경선·최영화·이선정·황용재, 2021)의 2021년 기준 예술활동증명 누적예술인은 4,786명으로 4년 만에 등록예술인이 4,000명이 증가했으며, 공연장르 예술인은 2,677명으로 약 82.9%가 증가함. 코로나19 팬데믹 시기의 예술인 긴급지원 등과 관련하여 예술활동증명 신청이 증가한 결과로 보임

## ❖ 인천시 공연예술단체 현황

- 『2024 공연예술조사』 결과, 인천의 공연단체는 148개로서, 17개 시·도 중 7번째로 중위권임. 서울이 1,826개로 가장 많으며, 그 뒤를 이어 경기 712개, 부산 247개, 대구 184개 등의 순임
- 단체 특성별로 살펴보면, 민간단체가 114개(77.0%)로 가장 많고, 다음으로 공립[기초]단체(20개), 민간기획사(10개), 공립[광역]단체(4개) 순임. 국립전속단체는 없음
- 장르별로 살펴보면, 서양음악(클래식)이 52개로 가장 많고, 다음으로 연극이 45개임. 두 장르가 전체의 65.5%로 과반을 차지함. 그 뒤를 이어 한국음악(23개), 무용(14개) 등의 순이며, 뮤지컬이 3개로 가장 적음
  - 장르별 분포를 지역별로 비교해 보았을 때, 인천의 연극단체는 서울, 경기, 부산 다음으로 상위권(4위)에 위치하나, 그 외 다른 장르는 모두 중위권에 위치함
- 공연단체 상근단원/직원 규모별<sup>4)</sup> 단체수 분포를 보면, ‘규모3’이 52개로 가장 많게 나타났으며, 다음으로 규모1 40개, 규모2 33개, 규모4 20개 순임. 규모5가 3개로 가장 적음
  - 상근단원/직원 규모별 분포를 지역별로 비교하면, 인천의 규모1 단체는 서울, 경기, 부산 다음으로 네 번째이지만, 규모 2와 3은 7번째, 규모 4는 9번째, 규모 5는 11번째로 규모가 커질수록 순위가 점점 하락함. 이를 통해 인천에 소규모 예술단체는 비교적 많지만, 중대형 예술단체는 부족하다는 것을 알 수 있음

[표 3-17] 인천 특성별·장르별·상근단원/직원 규모별 공연단체 수

(단위: 개)

구분	국립전속단체	공립[광역]단체	공립[기초]단체	민간단체	민간기획사	
특성별	0	4	20	114	10	
구분	연극	뮤지컬	서양음악	한국음악	무용	복합
장르별	45	3	52	23	14	11
구분	규모1	규모2	규모3	규모4	규모5	
상근단원/직원규모별	40	33	52	20	3	

출처: 문화체육관광부·예술경영지원센터(2024.12.)

4) 공연단체 특성별 상근단원/직원 규모 총화 기준은 다음과 같음

구분	규모1	규모2	규모3	규모4	규모5
국립전속단체	5명 미만	5~9명	10~19명	20~49명	50명 이상
공립[광역]단체	5명 미만	5~9명	10~19명	20~49명	50명 이상
공립[기초]단체	5명 미만	5~9명	10~19명	20~49명	50명 이상
민간단체	1명	2~6명	7~19명	20~60명	61명 이상
민간기획사	1명	2~4명	5~12명	13명 이상	-

\* 표본조사로 진행하는 민간단체, 민간기획사의 주요 총화기준인 상근단원/직원 수의 규모총 경계값 설정은 Lavallee-Hidiroglou의 알고리즘 방법을 적용하여 CV=5%로 4개 또는 5개의 총 설정

출처: 문화체육관광부·예술경영지원센터(2024.12.)

## 2) 관객 현황

### ◆ 인천시민 공연예술 관람 실태

- 『2024년 국민문화예술활동조사』에 따르면, 전국 문화예술행사 관람률은 63.0%로 2023년에 비해 4.4%p 증가함(문화체육관광부, 2024a)
- 인천의 문화예술행사 관람률은 72.8%로 전국 17개 시·도 중 1번째로 최상위권임. 그 뒤를 잇는 서울 70.3%, 광주 68.1%와 비교하였을 때 매우 높은 편임
- 인천의 문화예술행사별 관람률을 살펴보면, 영화(64.5%)가 가장 높고, 대중음악/연예(14.8%), 뮤지컬(8.9%), 연극(8.8%) 등의 순임
  - 전국 관람률과 비교하였을 때, 서양음악, 연극, 뮤지컬, 영화, 대중음악/연예 장르에서 인천의 관람률이 더 높은 것으로 나타남
  - 무용의 경우 관람하지 않은 것으로 조사됨
- 인천의 문화예술행사별 평균 관람횟수를 관람자 기준으로 살펴보면, 영화(2.9회), 서양음악(2.2회), 미술전시회(2.0), 전통예술·연극(1.6회), 뮤지컬·대중음악/연예(1.4회) 등의 순임
  - 전국 평균이 영화(3.3회), 미술전시회(2.3회), 서양음악(2.2회), 전통예술·연극(2.0회) 등의 순인 것과 비교하였을 때, 인천시 관람대상자의 관람횟수는 전국 평균 관람횟수보다 낮음
  - 공연예술 분야의 경우, 서양음악의 관람횟수는 전국 평균과 동일하지만, 그 외 분야의 관람횟수는 전국 평균보다 상대적으로 저조함
- 종합하면, 인천시민의 문화예술 경험이 증가하였으며, 대중적인 장르인 영화, 대중음악/연예, 뮤지컬, 연극, 서양음악 등의 관람률은 전국 평균보다 높음. 그러나 전체적으로 관람횟수가 전국 평균보다 낮아 반복 관람이 적고 특정 장르(무용)에서 불균형이 발생함

[표 3-18] 전국·인천시 분야별 문화예술행사 관람률 및 관람횟수

(단위: %, 회)

구분		문학 행사	미술 전시회	서양 음악	전통 예술	연극	뮤지컬	무용	영화	대중음악 /연예	
전국	관람률	1.0	5.6	1.4	2.4	5.9	6.4	0.4	57.0	14.6	
	관람 횟수	전체	0.0	0.1	0.0	0.1	0.1	0.1	0.0	1.9	0.2
		관람대상자	1.9	2.3	2.2	2.0	2.0	1.7	1.6	3.3	1.7
인천	관람률	0.9	4.4	3.0	2.0	8.8	8.9	-	64.5	14.8	
	관람 횟수	전체	0.0	0.1	0.1	0.0	0.1	0.1	-	1.9	0.2
		관람대상자	1.3	2.0	2.2	1.6	1.6	1.4	-	2.9	1.4

※관람률은 복수응답

출처: 문화체육관광부(2024a)

- ‘거주하고 있는 광역시도’에서 관람한 인천시의 문화예술행사 관람자는 모든 분야에서 전국·대도시보다 낮은 관람 비율을 보임. 17개 시·도 중 12번째에서 17번째까지 전체적으로 하위권에 많이 위치함
  - 가장 높은 관람 비율을 보이는 분야는 영화(84.1%)이나, 전국 평균(88.9%), 대도시 평균(93.2%)보다 낮으며, 17개 시·도 중 14번째로 하위권에 위치함. 그 외 분야는 모두 전국·대도시 평균보다 낮은 수치를 보임. 특히 문학행사(36.3%), 전통예술(9.6%), 대중음악(21.9%)은 17개 시·도 중 최하위로 나타남
- 공연예술 분야의 경우, 서양음악을 제외한 모든 분야의 인천 지역 내 관람률은 전국·대도시 평균보다 상대적으로 낮음
  - 서양음악(68.8%)은 전국 평균(67.9%)보다 약간 높으나, 대도시 평균(88.1%)보다는 낮음. 17개 시·도와 비교하였을 때, 12번째로 중위권에 위치함
  - 연극(52.5%)은 전국 평균(64.8%)보다는 약간 낮지만, 대도시 평균(80.7%)과 비교하면 차이가 큼. 17개 시·도 중 13번째로 중하위권에 위치함
  - 전통예술, 뮤지컬, 대중음악/연예의 지역 내 관람률은 전국·대도시 평균을 크게 밑돌고 있음. 무용의 경우 지난 1년 동안 관람 경험이 없는 것으로 나타남

[표 3-19] 거주 광역시·도에서의 분야별 문화예술행사 관람률 (단위: %)

구분	문학 행사	미술 전시회	서양 음악	전통 예술	연극	뮤지컬	무용	영화	대중음악 /연예
전국	73.1	65.7	67.9	74.2	64.8	53.9	65.6	88.9	60.2
대도시	75.4	79.6	88.1	66.5	80.7	74.9	81.2	93.2	67.6
인천	36.3 (17위)	50.1 (14위)	68.8 (12위)	9.6 (17위)	52.5 (13위)	26.1 (15위)	-	84.1 (14위)	21.9 (17위)

출처: 문화체육관광부(2024a)

- 분야별 순위를 상위 20%, 하위 20%로 구분하였을 때, 지역 내에서 문화예술 관람이 활발한 지역은 부산(5개 분야), 대구(5개 분야), 광주(5개 분야), 제주(4개 분야) 등임
  - 지역 내 문화예술 관람이 상대적으로 저조한 지역으로는 경기(8개 분야), 인천(6개 분야), 전남(5개 분야) 등임. 이 세 지역은 거주 지역보다 거주 지역 외부에서 문화예술 관람을 즐기는 것을 알 수 있음
  - 인천과 경기의 경우, 서울과의 인접성으로 인해 많은 관람객이 서울에서 문화예술행사를 관람하는 것으로 유추할 수 있음

[표 3-20] 거주 광역시·도에서의 분야별 문화예술행사 관람률(상위 20%, 하위 20%)

(단위: %)

구분	문학 행사	미술 전시회	서양 음악	전통 예술	연극	뮤지컬	무용	영화	대중음악 /연예
상위	강원 경남 광주 전북 제주 충남	제주 광주 대구 부산	경남 광주 대구 전남 제주	대구 세종 충남 충북	부산 대구 울산	광주 대전 부산	강원 대전 울산 전북	광주 부산 대구	제주 부산 강원
하위	대구 전남 경기 인천	인천 경기 경북 전남	강원 충남 충북 경기	경기 전남 경남 인천	경기 세종 강원 경북	경북 경기 인천 강원	-	인천 경남 경기 전남	전남 세종 경기 인천

※ 분야별 순위를 상위 20%, 하위 20%로 구분함. 밑줄 표시는 동일 순위를 표시한 것이며, 동일 순위의 경우 가나다순으로 배열함

※ 무용의 경우, 관람하지 않은 비율이 많아 하위권 측정 어려움(부산, 대구, 인천, 광주, 세종, 경기, 경북, 경남, 제주에서 무용 관람 0%)

출처: 문화체육관광부(2024a)

- 지난 1년 동안 문화예술 활동과 관련된 문화예술공간 이용 여부를 물었을 때, 인천시민 응답자의 32.2%가 ‘이용한 적이 있다’고 응답함
  - 인천시 공간 이용자 대상으로 이용한 공간 유형별 위치를 보면, 복지회관·청소년회관(100%), 사설 문화센터·주민자치센터(96.3%), 도서관(93.4%), 생활문화센터(90.1%) 등은 주로 거주하고 있는 광역시·도 내 공간을 대부분 이용한 것으로 나타남
  - 대학교 부설 사회문화교실(53.1%), 민간공연장(41.4%), 박물관·미술관(31.9%) 등은 거주하지 않는 광역시·도 내에서 이용한 경우가 상대적으로 많았음
    - 인천의 경우, 대다수의 항목에서 수치상의 큰 차이가 없지만, 박물관·미술관, 민간 공연장의 경우 거주 지역 내 이용 비율이 전국 평균보다 낮음

[표 3-21] 거주 광역시·도에서의 문화예술활동 공간 이용률

(단위: %)

구분	문예회관	복지회관	청소년회관	문화원	도서관	박물관·미술관	문학관
전체	79.4	97.6	86.8	89.5	94.2	53.6	49.8
인천	-	100.0	100.0	-	93.4	31.9	-
구분	생활문화센터	문화의 집	대학교 부설 사회문화교실	사설 문화센터	주민자치센터	민간 공연장	-
전체	90.9	77.9	49.7	83.5	99.0	54.2	-
인천	90.1	-	53.1	96.3	96.3	41.4	-

출처: 문화체육관광부(2024a)

- 인천의 문화예술행사 참여율은 4.3%로 전국 17개 시·도 중 7위로 중위권임
- 인천의 문화예술행사별 참여 경험을 살펴보면, 대중음악/연예(2.0%)가 가장 높고, 미술전시회(1.2%), 영화(0.7%), 연극(0.5%) 등의 순이며, 뮤지컬 분야 참여 경험은 없음
  - 전국 참여 경험과 비교하였을 때, 인천에서는 미술전시회와 연극 분야의 참여 경험이 더 높은 것으로 나타남

【표 3-22】 전국·인천시 분야별 문화예술행사 참여 경험 (단위: %)

구분	문학 행사	미술 전시회	서양 음악	전통 예술	연극	뮤지컬	무용	영화	대중음악 /연예	참여 안 함
전국	0.4	0.7	0.5	0.7	0.4	0.2	0.2	1.1	2.1	95.3
인천	0.3	1.2	0.1	0.2	0.5	-	0.2	0.7	2.0	95.7

출처: 문화체육관광부(2024a)

- 2024년 처음 시행한 ‘청년 문화예술패스’의 인천 발급률은 89.3%로 전국에서 상위권임. 전국 17개 시·도 평균 발급률인 79.8%보다 높으며, 서울(100%), 세종시(91.8%)에 이어 세 번째로 높음(곽안나, 2024.12.19.).
  - 단, 지역 내 콘텐츠 부족과 함께 사용 지역의 제약이 없어 이용자들이 서울로 원정 관람을 떠나 실제 인천 지역 내 이용률은 35.7%에 그침. 대부분의 콘텐츠가 서울에 집중되었고, 사용처가 가장 많았던 공연 역시 대부분 서울에서 열린 공연임(손민영, 2025.1.9.)

### ❖ 인천시민 공연예술 수요

- 가장 참여하고 싶은 문화행사 프로그램으로 인천시 응답자 42.2%가 ‘영화 관람’을 선택함. 2위는 ‘공연 관람’으로 40.8%임. 두 항목의 응답이 전체 응답의 약 80% 이상임
- 향후 1년 이내 문화예술행사 관람 의향을 물었을 때, 인천시민 응답자의 76.2%가 관람 의향이 있다고 응답함. 이는 17개 시·도 가운데 서울 다음으로, 인천시민의 문화예술 관람 의향이 매우 높은 것으로 나타남
  - 분야별로 관람 의향을 살펴보면 공연예술 분야에서는 뮤지컬이 25.4%로 가장 높고, 다음으로 대중음악/연예 25.0%, 연극 21.5% 등의 순임

【표 3-23】 인천시 문화예술행사 직접 관람 의향(복수응답) (단위: %)

구분	문학행사	미술 전시회	서양음악	전통예술	연극	뮤지컬	무용	영화	대중음악 /연예
인천	1.8	5.5	3.8	6.3	21.5	25.4	1.5	63.2	25.0

출처: 문화체육관광부(2024a)

- 문화예술행사 선택 기준을 살펴보면, 전체에서는 ‘문화예술행사의 내용 및 수준’이 26.2%로 가장 높게 나타남. 다음으로 ‘접근성(21.3%)’, ‘참가자의 유명도(12.9%)’, ‘관람 비용의 적절성(11.5%)’ 등의 순임
- 그러나 인천의 경우, ‘문화예술행사의 내용 및 수준’이 20.8%로 가장 높은 것은 같으나, 다음 선택 기준으로 ‘참가자의 유명도(17.9%)’, ‘관람 비용의 적절성(15.6%)’, ‘접근성(12.9%)’ 등의 순으로 나타남
  - 인천에서는 ‘참가자의 유명도’, ‘관람 비용의 적절성’이 전국 평균보다 높은 반면, ‘접근성’은 상대적으로 덜 중요하게 작용하는 것을 알 수 있음

[표 3-24] 문화예술행사 선택 기준 (단위: %)

구분	문화예술 행사의 내용 및 수준	접근성(가깝다)	참가자(작가, 출연진)의 유명도	관람 비용의 적절성	문화예술행사에 대한 주위, 네티즌 의견
전체	26.2	21.3	12.9	11.5	9.6
인천	20.8	12.9	17.9	15.6	10.9
구분	교통의 편의성	문화예술행사에 대한 전문가 의견, 언론보도	행사개최 장소의 유명도	편의시설 구비 여부	기타
전체	6.9	4.6	4.5	2.4	0.2
인천	7.2	6.0	5.2	3.5	-

출처: 문화체육관광부(2024a)

- 인천의 문화예술행사 관람의 걸림돌로 ‘관심 있는 프로그램이 없다’를 응답한 비율이 22.0%로 가장 높고, ‘시간이 좀처럼 나지 않는다(21.5%)’, ‘관련 정보가 부족하다(13.9%)’, ‘비용이 많이 든다(13.8%)’, ‘가까운 곳에 시설이 없다(12.3%)’ 등의 순으로 나타남
  - 전체 응답과 비교하였을 때, ‘관심 있는 프로그램이 없다’, ‘편의시설이 불편하다’는 인천이 더 높고, ‘비용이 많이 든다’, ‘가까운 곳에 시설이 없다’는 인천이 더 낮음
  - 이를 통해 인천시민은 시설 접근성, 비용 문제보다 프로그램의 다양성을 더 중요시하는 것을 알 수 있음

[표 3-25] 문화예술행사 직접 관람 걸림돌 (단위: %)

구분	시간 부족	비용이 많이 들	관심 있는 프로그램 없음	가까운 곳에 시설 없음	관련 정보 부족
전체	23.0	17.3	17.1	17.0	13.5
인천	21.5	13.8	22.0	12.3	13.9
구분	교통 불편	편의시설 불편	함께 관람할 사람 없음	기타	-
전체	4.4	4.3	3.0	0.3	-
인천	5.0	7.1	4.2	0.2	-

출처: 문화체육관광부(2024a)

## 5. 시사점

### 1) 하드웨어

#### ❖ 공연시설 인프라의 양적 확보와 질적 불균형 개선 필요

- 인천시 공연시설은 총 112개, 전국 17개 시·도 중 8위로 중위권에 위치하나, 서울(1,334개), 경기(420개)에 비해 현저히 적은 수준임
- 객석 규모별로는 1~299석의 소규모 공연시설(40개, 35.7%)과 좌석 미상인 0석 미만 공연시설(38개, 33.9%)이 대부분을 차지하고 있어 중대형 공연장이 부족함
- 10,000석 이상 대형 공연시설은 4개소로 송도달빛축제공원, 인스파이어, 인천문학경기장, 인천아시아드주경기장이 있으나, 모두 야외 공원이나 경기장, 민간시설로 전문 공연장은 아님
- 인천문화예술회관이 리모델링 중으로 2025년 하반기 재개관 예정이며, 아트센터인천은 클래식 전용 공연장으로 타 장르 활용이 제한적임

#### ❖ 지역별 공연시설 분포의 불균형 및 접근성 제한

- 군·구별 공연시설은 중구(26개), 연수구(25개)에 집중되어 있는 반면, 강화군(1개), 옹진군(0개)은 매우 부족함
- 중구는 인스파이어와 파라다이스시티 등 대형 복합리조트 내 공연장이 위치하고, 연수구는 송도컨벤시아, 아트센터인천 등이 위치하여 시설 편중 현상이 나타남
- 공연시설의 지역적 불균형으로 인해 일부 지역 주민들의 공연예술 접근성이 제한됨

#### ❖ 공연장 활용도 및 특성화 전략 필요

- 인천의 공연시설 대비 상연횟수(1.8%)가 낮아 시설 활용도가 저조함
- 대형 공연장은 대관료가 비싸 지역 예술인들의 활용이 어려우며, 중소형 공연장은 전문성과 특성화가 부족함
- 인스파이어 아레나와 같은 민간 대형 공연장은 K-POP 콘서트 등에 특화되어 있으나, 공공 공연장의 장르별 특성화 전략이 미흡함
- 인천아트플랫폼, 트라이보울 등 특색 있는 공간이 있으나 규모가 작고 인지도가 낮음

## 2) 소프트웨어

### ❖ 공연 콘텐츠의 장르 편중 현상 심각

- 인천시 공연 시장은 서양음악(34.4%)과 대중음악(23.1%)에 지나치게 편중되어 있어 공연예술의 다양성 확보가 시급함
- 특히 티켓 판매액의 90.97%가 대중음악에 집중되어 있어 시장 구조의 불균형이 큼
- 한국음악(4.6%), 무용(2.8%), 대중무용(0.6%) 등 비인기 장르는 시장 점유율이 매우 낮아 장르별 균형 발전을 위한 정책적 지원이 필요함
- 장르 편중 현상은 관객들의 다양한 예술 경험 기회를 제한할 뿐만 아니라, 지역 예술인들의 활동 영역 축소로 이어져 지역 문화예술 생태계의 발전을 저해함

### ❖ 공연 콘텐츠의 단발성과 지속성 부족

- 공연건수(681건) 대비 상연횟수(2,176회)가 낮아 한 작품당 평균 공연 횟수가 3.2회에 불과함
- 대형 콘서트 중심의 단발성 공연이 주를 이루며, 장기 공연 및 상설공연의 부재로 공연 콘텐츠의 지속가능성이 낮고 인지도 형성이 미흡함
- 장기 공연과 상설공연의 부족은 공연의 완성도 향상과 관객 개발 기회를 제한하며, 공연단체의 안정적인 운영을 어렵게 함
- 지역 특화 콘텐츠 및 레퍼토리 공연의 부재로 인천만의 차별화된 공연 브랜드 형성이 미흡함
- 체험경제 관점에서 관객의 지속적 참여와 몰입을 유도할 수 있는 프로그램이 부족함

### ❖ 지원정책의 체계성 및 연계성 부족

- 인천시 문화체육국과 인천문화재단의 공연예술 지원사업이 분절적으로 운영되어 정책 간 시너지 효과 창출이 제한적임
- 문화접근성 향상(통합문화이용권 사업)과 인프라 개선(문화예술회관 리모델링)에 예산이 집중되어 있고, 창작 지원과 유통 활성화를 위한 예산은 상대적으로 부족함
- 공연예술 지원정책이 창작-제작-유통-소비로 이어지는 가치사슬 전반을 고려한 통합적 접근보다는 개별 사업 중심으로 분절적으로 운영됨
- 청년 문화예술패스의 지역 내 이용률이 35.7%에 그쳐 지역 콘텐츠 부족 문제가 드러남
- 공연예술 유통 부분의 지원이 미흡하여 창작된 콘텐츠가 관객에게 효과적으로 전달되지 못함

### 3) 휴먼웨어

#### ❖ 공연예술인 및 단체의 양적 성장과 질적 한계

- 인천의 예술활동증명 완료 예술인은 8,786명으로 전국의 4.57%를 차지하며, 이 중 공연 분야 예술인은 4,895명임
- 공연단체는 148개로 17개 시·도 중 7번째로 중위권이나, 서울(1,826개), 경기(712개)에 비해 현저히 적은 수준임
- 장르별로는 서양음악(52개)과 연극(45개) 단체가 전체의 65.5%를 차지하여 장르 편중 현상이 나타남
- 상근단원/직원 규모가 커질수록 단체 수가 감소하여 중대형 예술단체가 부족함

#### ❖ 관객 현황 및 특성: 높은 역외 관람률

- 인천시민의 문화예술행사 관람률은 72.8%로 전국 17개 시·도 중 1위로 높은 수준이나, 지역 내 관람률은 낮음
- 거주 지역 내 문화예술행사 관람률은 17개 시·도 중 하위권(12~17위)에 위치하여 역외 관람 비중이 높음
- 공연예술 분야 중 서양음악을 제외한 모든 분야의 지역 내 관람률이 전국 평균보다 낮음
- 청년 문화예술패스의 발급률은 89.3%로 높으나 지역 내 이용률은 35.7%에 그쳐 역외 관람률이 매우 높은 것으로 나타남

#### ❖ 시민의 공연예술 수요 및 장애요인

- 향후 1년 이내 문화예술행사 관람 의향이 76.2%로 높아 잠재적 수요가 큼
- 공연예술 분야에서는 뮤지컬(25.4%), 대중음악/연예(25.0%), 연극(21.5%) 순으로 관람 의향이 높음
- 문화예술행사 관람의 주요 장애요인으로 '관심 있는 프로그램이 없다'(22.0%), '시간이 좀처럼 나지 않는다'(21.5%), '관련 정보가 부족하다'(13.9%) 등이 지적됨
- 문화예술행사 선택 기준으로 '문화예술행사의 내용 및 수준'(20.8%), '참가자의 유명도'(17.9%), '관람 비용의 적절성'(15.6%) 등이 중요하게 작용함

#### 4) 종합 시사점

- 인천시의 체험경제 기반 공연예술산업 진흥을 위해서는 하드웨어, 소프트웨어, 휴먼웨어 측면에서 다음과 같은 종합적인 개선이 필요함
  - **하드웨어:** 공연시설의 양적 확충과 함께 질적 개선이 시급함. 특히 중대형 전문 공연장의 확충과 지역 간 불균형 해소가 필요하고, 기존 시설의 활용도를 높여야 함
  - **소프트웨어:** 인천시 공연 시장의 장르 편중 현상을 해소하고, 지역 특화 콘텐츠 개발을 통해 인천만의 공연 브랜드를 구축해야 함
  - **휴먼웨어:** 인천시 공연예술 생태계의 질적 성장과 관객 개발을 위해 방안 모색이 필요함
  - **지원체계:** 인천시 공연예술 지원정책의 효과성을 높이기 위해서는 통합적 지원체계 구축 및 정책 간 연계성을 강화할 필요가 있음

【표 3-26】 인천 공연예술산업 현황 분석 종합 시사점

구분		내용
하드웨어	공연 인프라의 균형적 확충 및 활용도 제고	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인천문화예술회관 리모델링 통한 복합문화공간으로서의 기능 강화</li> <li>• 아트센터인천의 클래식 외 타 장르 활용 방안 모색</li> <li>• 중소형 공연장의 장르별 특성화 및 활용도 제고 필요</li> <li>• 인천아트플랫폼, 트라이보울 등 특색 있는 공간의 인지도 제고 및 활용 확대</li> <li>• 유희공간을 활용한 소규모 공연장 확충으로 지역 접근성 개선</li> </ul>
소프트웨어	공연 콘텐츠의 다양성 확보 및 지속가능성 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 비인기 장르(한국음악, 무용 등) 지원 확대를 통한 장르 다양성 확보</li> <li>• 장기 공연 및 상설공연 제작 지원을 통한 콘텐츠의 지속가능성 강화</li> <li>• 인천의 역사와 문화를 반영한 지역 특화 콘텐츠 개발 및 레퍼토리화</li> <li>• 체험형 공연 프로그램 개발을 통한 관객 참여 및 몰입도 제고</li> <li>• 공연의 기획, 제작, 유통, 소비를 아우르는 통합적 지원체계 구축</li> </ul>
휴먼웨어	지역 공연예술 생태계 강화 및 관객 개발	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중대형 공연단체 육성을 통한 지역 공연예술계의 경쟁력 강화</li> <li>• 장르별 균형 있는 공연단체 지원을 통한 다양성 확보</li> <li>• 지역 예술인 및 단체의 창작 역량 강화를 위한 교육 및 지원 프로그램 확대</li> <li>• 지역 내 공연 관람률 제고를 위한 맞춤형 관객 개발 프로그램 운영</li> <li>• 청년 문화예술패스의 지역 내 이용률 제고를 위한 콘텐츠 확충 및 홍보 강화</li> </ul>
지원체계	통합적 지원체계 구축 및 정책 간 연계성 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인천시 문화체육국과 인천문화재단 간 협력 체계 강화</li> <li>• 창작-제작-유통-소비로 이어지는 가치사슬을 고려한 통합적 지원정책 수립</li> <li>• 문화접근성 향상, 인프라 개선, 창작 지원, 유통 활성화 간 균형 있는 예산 배분</li> <li>• 공연예술 유통 지원 강화를 통한 창작 콘텐츠의 관객 접근성 제고</li> <li>• 중앙정부 및 타 지역과의 협력을 통한 공연예술 지원 사업의 시너지 창출</li> </ul>



# 04

---

## 국내외 관련 사례

---

### 1. 조사개요

#### 1) 조사목적

- 본 연구는 기존 체험경제 이론과 사례를 기반으로 인천시 특성에 맞는 체험경제 문화정책을 개발하고, 지역 경제와 문화생태계를 활성화하는 데 기여하는 것이 목적임
- 이와 관련하여 국내외 체험경제 개념을 활용한 공연예술문화 향유 및 소비 활성화 사례를 조사하여 시사점을 도출하고, 인천시 체험경제 기반 공연예술산업 활성화 방안을 마련하는 데 참고하고자 함
  - 해당 지역의 문화정책, 공간 재생 과정, 문화산업적 흐름 등의 배경을 종합적으로 이해하기 위해, 각 지역의 문화예술 관련 정책 및 추진사업, 주요 시설 등을 다각적으로 검토함

#### 2) 조사방법

- 문헌조사를 수행한 후 일부 현장답사와 면담조사를 진행함
  - 부산 사례와 서울 성수동 사례의 경우, 2025년 3월 11일, 3월 24일에 현장답사 및 관계자 면담을 진행하여 문헌조사 내용을 보완함
  - 일본 도쿄 사례는 2025년 5월 12일에 현장답사와 관계자 면담을 진행함

### 3) 조사대상

- 체험경제 기반 공연예술산업의 활성화 방안을 도출하기 위해, 공연예술 관련 공간 활용 방식과 도시의 문화전략, 산업 구조 등이 공연예술과 유기적으로 연결된 지역을 중심으로 조사 대상을 선정함
- 국내 조사대상으로 선정한 곳은 부산, 서울, 대구로, 이 중 부산과 대구는 앞서 3장에서 검토한 바와 같이 지역 내에서 문화예술 관람이 활발한 지역이며, 서울의 경우, 체험형 마케팅과 유희공간 재생에 주목하여 성수동 사례를 검토함
  - 부산은 부산공연예술마켓(BPAM)을 운영하여 공연예술 유통 기반을 강화하고 있으며, F1963 등과 같이 공공과 민간이 협업하여 공연예술 생태계를 활성화하고 있음
  - 서울 성수동은 민간 주도의 산업공간 재생을 통해 복합문화공간을 조성하고, 팝업스토어 등 트렌드 기반의 체험형 공연마케팅이 다양하게 이루어지고 있음
  - 대구는 뮤지컬, 오페라, 오케스트라 등 다양한 음악축제를 통해 음악도시로서의 정체성을 형성하고, 음악도시를 도시브랜딩 전략으로 활용하고 있음
- 해외 사례로는 중장기계획을 수립하여 다각도로 공연예술을 지원하고 있는 일본 도쿄를 선정하고, 주요 정책 추진기관인 도쿄도역사문화재단(아츠카운슬도쿄)과 도쿄도 스키나 미구에 위치한 시민참여형 공연예술공간인 자·코엔지를 조사함

[표 4-1] 사례조사 개요

구분	조사대상	조사내용
국내 사례	부산	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정책: 「부산문화2030 비전과 전략」 중 공연예술 관련 주요 내용</li> <li>• 사업: 부산국제공연예술마켓(BPAM)의 사업 개요, 프로그램, 조직, 페스티벌 시월 연계</li> <li>• 시설: F1963 시설 개요, 주요 시설, 2024년 공연 프로그램</li> </ul>
	서울 성동구 성수동	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정책: 성수동 도시재생사업</li> <li>• 사업: 팝업스토어 통한 공연마케팅</li> <li>• 시설: 산업공간 재생 복합문화공간(대림창고, 에스팩토리)</li> </ul>
	대구	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정책: 「유네스코 음악창의도시 대구」 및 관련 연구</li> <li>• 사업: 대구의 대표 음악축제</li> <li>• 시설: 공연/음악 관련 시설</li> </ul>
해외 사례	일본 도쿄	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정책: 「도쿄 문화전략 2030」의 주요 내용, 공연예술 관련 주요 프로그램 및 정책</li> <li>• 사업: 도쿄도역사문화재단의 기관 개요, 아츠카운슬도쿄, 주요 사업 및 프로젝트</li> <li>• 시설: 도쿄도역사문화재단 운영 공연시설, 자·코엔지 시설, 기본 방향 및 주요 프로그램</li> </ul>

## 2. 국내 사례

### 1) 부산

#### (1) 정책: 부산문화2030 비전과 전략

- 부산광역시는 2019년 7월 2030년까지 부산의 문화비전과 정책목표를 담은 「부산문화 2030 비전과 전략」(이하 ‘부산문화 2030’)을 발표함
  - 부산문화 2030은 민간이 주도하여 내용을 채우고, 부산시가 실행 여부를 검토해 완성한 부산시 최초의 상향식 문화정책 비전임
  - 비전으로 ‘시민이 주도하는 행복한 문화, 글로벌 해양문화도시’를 설정하고, 4대 가치로 해양성, 다양성, 창의성, 혁신성을 제시함. 또한 이를 달성해야 할 4대 도시 목표와 10대 전략, 27개 과제, 89개 세부과제를 제시함(부산광역시, 2019.7.11.)
- 이러한 전략과 과제를 통해 부산시는 2030년 모든 예술 장르가 상생·발전하는 환경을 만들고자 하며, 이 중 공연예술을 중점으로 살펴보면 다음과 같음

[표 4-2] <부산문화 2030 비전과 전략> 공연예술 관련 목표

목표	내용
공연 관련 국제행사 활성화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공연 관련 국제행사(부산국제무용제, 부산국제연극제 등) 특성화 방안 마련</li> <li>• 세계적 공연축제로 육성</li> <li>• 2020년 특성화 방안 마련, 2030년까지 세계적 공연축제로 육성</li> </ul>
공연연습장 확충	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전용 연습공간 신설</li> <li>• 기존 공연장 활용 공유경제 제도 도입</li> <li>• 2020년 공연장 협의체 구축, 공연장 공유 시범사업 추진</li> <li>• 2030년까지 연습장 3개소 건립</li> </ul>
버스킹 존 확대	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 권역별 특화 육성</li> <li>• 2030년까지 12개소로 확대</li> </ul>
부산거리예술축제 개최	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 부산지역 특색을 살린 세계적 수준의 거리예술 축제 개최(미술, 공연, 마술, 미디어아트 등 융복합 축제)</li> <li>• 2019년 예술인 의견 수렴</li> </ul>
부산 대표 공연브랜드 콘텐츠 육성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 부산발 대표 공연상품 개발 및 공연 지원</li> <li>• 기획단계에서부터 재공연까지 집중지원</li> <li>• 2022년 3개 작품 300백만 원, 2030년 5개 작품 500백만 원 지원금 확대</li> </ul>
중소 공연장 확충	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 폐산업시설, 폐교 등 활용 가변형 공연공간으로 조성</li> <li>• 2030년까지 3개소 건립 목표</li> </ul>
공연단체 육성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 민간공연장 상주단체 지원</li> <li>• 소극장, 극단 운영 지원</li> <li>• 2022년 15개팀 400백만 원, 2030년 25개팀 800백만 원 지원금 확대</li> </ul>

출처: 부산광역시(2019)

## (2) 사업: 부산국제공연예술마켓(BPAM)

### ◆ 개요

- 부산국제공연예술마켓은 무용, 연극, 음악, 다원예술 등 공연예술 작품의 국내 및 해외 유통 기회를 제공하고 공연예술 생태계의 선순환 구조를 강화하여 시민과 예술인, 공연예술 관계자 모두가 즐길 수 있는 글로벌 축제형 마켓을 만들기 위하여 2023년부터 시도된 부산의 국제행사임(부산문화재단, 2024.9.27.)
  - 부산국제공연예술마켓과 함께 부산문화재단 지원사업, 부산의 다양한 예술제 및 타 기관과 연계하여 유통·소비를 확산함으로써 지역 문화예술 생태계의 선순환 구조를 확립함
  - 2024년까지는 비즈니스에 초점을 두고 마켓을 진행하였으나, 앞으로는 시민들이 향유하는 축제와 해외시장으로 진출하는 마켓 창출 부문을 균형 있게 진행하고자 함(관계자 면담, 2025.3.11.)
- 2024년에는 207개의 작품을 선보이고 약 50,000명의 관람객이 참여함. 해외 텔리게이트 143명, 국내 텔리게이트 171명이 참가함. 트레디션(Tredition)의 작품 <일장춘몽>이 불가리아, 루마니아, 폴란드의 초청 제안을 받았고, 아이컨택의 작품 <룸메이트>가 영국과 대본 라이선싱 계약이 확정됨(부산문화재단, 2024.10.11.; 2025.2.)
  - 부산 지역의 단체들이 해외시장에 접촉할 기회가 마련되어, 공연단체의 시각 확대 및 역량 증진, 지역 공연단체의 동기 부여 증진 등의 효과가 있었음
- 부산의 공연기관 참여는 20%~30% 수준임. 부산의 공연예술단체 육성을 위해서는 참여 비중(50%) 확대 등의 방안이 필요함(관계자 면담, 2025.3.11.)
  - 2024년 기준 공식 초청작(초이스/쇼케이스) 중 부산작품은 22.5%, 넥스트스테이지 중 부산작품은 36.8%임(부산문화재단 내부자료, 2024)

【표 4-3】 2024 부산국제공연예술마켓(BPAM) 개요

구분	내용
일시	2024.10.4.(금) ~ 10.8.(화)
장소	부산문화회관, 경성대학교, 남구 문화골목, 광안리해변 등 일원
주최/주관	부산광역시/부산문화재단
행사내용	우수 공연예술작품 유통 및 시민 축제형 마켓 개최
참여대상	텔리게이트(공연산업관계자), 공연예술단체, 예술인, 일반시민
슬로건	공연예술의 새로운 물결(A new wave of performing arts)
프로그램	개·폐막, 작품공연, 네트워크, 시민행사
예산	13억 원(국비 8억 원, 시비 10억 원, 자체 8천만 원, 기부금 3천만 원)

출처: 부산문화재단 내부자료(2024)

## ❖ 조직

- BPAM의 예술감독단은 예술감독 1명과 장르별 프로그래머 4명으로 구성되어 있음
  - 협업위원회는 부산문화재단 대표이사가 위원장으로 있으며, 부산광역시 행정문화위원회 자문위원, 부산연극협회 회장, 부산국제매직페스티벌조직위원회 집행위원장, 부산국제코미디페스티벌조직위원회 집행위원장, 부산문화회관 사업본부장, 부산광역시 문화예술과장이 위원으로 있음(BPAM 홈페이지, 2025.3.10. 검색)

**[표 4-4] 부산국제공연예술마켓 예술감독단**

직책		이름	소속
예술감독		이○○	유네스코 국제무용협회 한국본부 회장 / 서울세계무용축제 예술감독
프로그래머	무용	신○○	(사)부산국제무용제 조직위원회 운영위원장 / 부산국제춤마켓 예술감독
	다원	김○○	그루잠프로덕션 대표
	음악	조○○	음악평론가
	연극	심○○	예술은 공유다.어댑터 플레이스 대표

출처: BPAM 홈페이지(2025.3.10. 검색)

- 2024년 부산문화재단 내 부산국제공연예술마켓사업단(BPAM TFT)으로 구성되었으나, 2025년 3월 1일자 조직개편을 통해 청년문화팀과 통합되어 예술창작본부 내 청년융합예술팀으로 신설됨. 청년융합예술팀은 팀장 1명과 팀원 14명(사상인디스테이션 전담 2명 포함)으로 구성되어 있으며, 청년융합예술팀 업무를 총괄하는 팀장과 함께 6명의 팀원이 부산국제공연예술마켓 개최사업을 담당하고 있음

**[표 4-5] 부산문화재단 청년융합예술팀 내 부산국제공연예술마켓 관련 업무 분장**

직위	담당업무	직위	담당업무
팀원 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>부산국제공연예술마켓 개최사업                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 예술감독단/협업위원회 운영</li> <li>- 작품초청 및 공연, 개·폐막식 운영</li> <li>- 자원봉사자 &lt;비파머즈&gt; 관리</li> </ul> </li> <li>부산문화예술지원사업 공연예술 분야 유통지원사업</li> <li>부산국제공연예술마켓 예산, 실적 및 성과 관리</li> </ul>	팀원 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>부산국제공연예술마켓 개최사업                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국내 델리게이트 초청</li> <li>- 해외(유럽, 아프리카, 오세아니아) 델리게이트 초청</li> <li>- 네트워킹 프로그램(세미나/피칭) 기획 및 운영</li> </ul> </li> <li>국내외 네트워크 협력사업</li> </ul>
팀원 3	<ul style="list-style-type: none"> <li>부산국제공연예술마켓 개최사업                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 해외(북미, 중남미, 아시아) 델리게이트 초청</li> <li>- 네트워킹 프로그램 기획 및 운영</li> <li>- 홍보전략 수립 및 언론 대응</li> </ul> </li> <li>국내외 네트워크 협력사업 지원</li> </ul>	팀원 4	<ul style="list-style-type: none"> <li>부산국제공연예술마켓 개최사업                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 자원봉사자 &lt;비파머즈&gt; 운영</li> <li>- 작품초청 및 공연 지원</li> <li>- 기타업무 지원</li> </ul> </li> </ul>
팀원 5	<ul style="list-style-type: none"> <li>부산국제공연예술마켓 개최사업                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국내 및 해외 델리게이트 초청</li> <li>- 네트워킹 프로그램 운영 지원</li> <li>- 기타 업무 지원</li> </ul> </li> </ul>	팀원 6	<ul style="list-style-type: none"> <li>부산국제공연예술마켓 개최사업                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홍보(누리집, SNS 포함) 진행</li> <li>- 티켓판매 및 관리</li> <li>- 기타업무 지원</li> </ul> </li> </ul>

출처: 부산문화재단 홈페이지(2025.4.28. 검색)

## ❖ 프로그램

- 2024년 공연 프로그램은 총 207개로 예술감독단에서 엄선한 공식초청작은 초이스 8개, 쇼케이스 32개임. 그중에서 부산 작품은 9개가 포함됨
  - 미래의 공연작품을 발견하는 도전의 무대인 BPAM 넥스트스테이지 38개, 광안리해변에서 펼쳐지는 부산거리예술축제에 참가하는 BPAM 스트리트 24개, BPAM과 연계하여 부산국제춤마켓, 작강연극제, 부산원먼스페스티벌, 올해의 포커스온, 라이징아티스트 등의 공연작품을 소개하는 BPAM 링크 105개 작품이 진행됨(부산문화재단, 2024.9.27.)
- 작품의 유통과 판매에 주력하기 위한 네트워크 프로그램에서는 실질적인 작품 유통과 홍보, 예술인과 관계자 간 교류가 이루어지는 프로그램으로 구성함
  - 유통 가능성을 높이기 위해 축제, 극장, 마켓 관계자, 예술단체를 지원하는 국립시설·기관 관계자 등을 초청함. 2023년 대비 해외초청인사도 두 배가량 늘었고, 분야별로도 종합, 무용, 음악, 연극, 다원예술 순으로 다양하게 참여함(부산문화재단, 2024.9.27.)
  - 시민행사로는 거리공연 12개, 문화예술체험 6개, 움직이는 포토존, 푸드존, 굿즈존 등을 운영함(부산문화재단 내부자료, 2024)

[표 4-6] 2024년 부산국제공연예술마켓 프로그램 및 성과

구분		내용	주요 성과
개폐막		• 개·폐막식(개·폐회사, 리셉션 등), 개·폐막 공연	
공연	BPAM 초이스	• 예술감독단이 선정한 공식 초청 전막 작품	8작품
	BPAM 쇼케이스	• 예술감독단이 선정한 공식 초청 쇼케이스 작품	32작품
	BPAM 넥스트스테이지	• 전도유망한 미래의 공연예술작품을 발견하는 무대	38작품
	BPAM 스트리트	• 예술인과 시민이 함께 즐기는 부산거리예술축제(연계)	24작품
	BPAM 링크	• 부산에서 열리는 10월 공연예술 축제 연계 협력 작품	약 105작품
네트워크	BPAM 부스	• 공연예술단체의 작품 및 공연예술기관의 콘텐츠 홍보, 정보교류 및 협력기회 제공	46개 단체 참가
	BPAM 데이트	• 공연예술단체와 델리게이트 간의 작품 유통을 위한 1:1 비즈니스 미팅	46개 단체 참가 473건 미팅 진행
	BPAM 나이트	• 공연예술단체, 델리게이트, 예술인의 만남과 교류의 장	3회 진행, 130명 참가
	BPAM 세미나	• 공연예술의 전망과 작품 유통에 관한 주제 발표 및 토론	4회 진행, 258명 참가
	BPAM 오픈토크	• 연극 유통 활성화를 위한 전문가와 예술인 간의 오픈 토크	5회 진행, 40명 참가
시민행사	BPAM 조인	• 시민이 공연예술을 체험할 수 있는 참여 프로그램	

출처: 부산문화재단(2025.2.); 부산문화재단 내부자료(2024) 참고하여 연구자 재구성

[그림 4-1] 2024 BPAM 행사



2024 BPAM 개막공연: 라 갤러리(갤러리)



2024 BPAM 초이스: 두들팜



2024 BPAM 쇼케이스: 일장춘몽



2024 BPAM 스트리트: 부산거리예술축제 개막작 '허버트의 꿈'



2024 BPAM 데이트



2024 BPAM 세미나



2024 BPAM 오픈토크



2024 BPAM 조인

출처: 부산문화재단(2024.10.11.); BPAM 홈페이지(2025.3.10. 검색)

## ❖ ‘페스티벌 시월’ 연계

- 부산시는 세계적 컨벤션 도시이자 ‘글로벌 관광허브도시 부산’을 완성하기 위해 미국 텍사스 오스틴에서 열리는 세계 최대 융복합 축제인 ‘사우스 바이 사우스웨스트(SXSW)’를 벤치마킹해 ‘시월의 바람’이라는 주제로 ‘페스티벌 시월’을 개최함
- 도시관광 수요를 증가시키고, 국내외 관광객의 부산 체류 기간을 연장하며 산업 관계자 간 교류를 지원하는 것을 목적으로 9월 30일부터 10월 8일까지 9일간 시 전역에서 음악, 영화, 문화, 음식, 산업, 기술의 6개 분야 17개 개별 행사를 연계 개최함(부산광역시, 2024.12.5.)

[표 4-7] 2024년 페스티벌 시월 참여 행사

분류	행사명
시월뮤직(Music)	K뮤직시즌 부산(굿밤 부산), 국제 록 페스티벌
시월무비(Movie)	부산국제영화제, 아시아콘텐츠폰마켓
시월컬처(Culture)	부산글로벌웹툰페스티벌, 월드크리에이터페스티벌, 비온드 한글&K-Culture, 영국국립자연사박물관 사진전, <b>부산국제공연예술마켓</b>
시월고메(Gourmet)	국제음식박람회&마리나셰프챌린지, 수제맥주페스티벌
시월비즈(Biz)	FLY 아시아창업엑스포, 부산디자인페스티벌, 한-아세안 패션위크
시월테크(Tech)	데이터 글로벌 해커톤, AI데이터세미나

출처: 부산광역시(2024.8.19.)

- ‘페스티벌 시월’로 인해 해당 기간뿐만 아니라 10월 전체 도시관광 수요 총량도 크게 늘어났으며 융복합을 통해 신규 관광수요 창출에 기여함(부산광역시, 2024.12.5.)
  - 전년 대비 총관광객 33% 증가, 10월 부산 방문 외국인 50% 증가, 방문객 체류기간 연장, 개최기간 외국인 관광객 소비액 39% 증가 등 도시관광수요 확대 효과를 보임

[표 4-8] 2024년 페스티벌 시월 추진 결과

(단위: 명, 천 원)

구분		2023년	2024년	증감
관광객		298,903명	391,592명	▲ 92,689(31%)
외국인 관광객	10월 전체 기준	341,441명	511,204명	▲ 169,763(50%)
	개최기간 기준	82,802명	146,257명	▲ 63,445(77%)
외국인 관광객 소비액	10월 전체 기준	58,273,577천 원	73,683,115천 원	▲ 15,364,538(26%)
	개최기간 기준	17,726,410천 원	2,576,440천 원	▲ 6,850,030(39%)

출처: 최형민 외[내부자료](2024.12.) 참고하여 연구자 재구성

### (3) 시설: F1963

#### ◆ 개요

- F1963은 지역의 근대산업유산을 재생한 복합문화공간임. F1963의 이름은 공장을 뜻하는 ‘Factory’의 첫 철자 ‘F’와 수영공장이 완공된 ‘1963년’의 합성어로 만들어짐
  - 부산시 수영구 망미동에 위치한 수영공장은 고려제강의 모태가 되는 첫 공장으로 1963년부터 2008년까지 45년 동안 와이어를 생산했음. 2008년 생산시설이 이전되고 경제적, 사회적 기능을 상실한 유휴산업시설로 남음
- 2016년 부산시와 고려제강은 복합문화공간 F1963 조성·운동을 위한 업무협력 양해각서(MOU)를 체결하고, 부산비엔날레를 개최함. 공장 형태와 골조를 최대한 유지한 채 문화공간으로 활용해 큰 호응을 받음. 기계에서 뜯어낸 철판으로 벤치와 표지판을 만들었고, 옛 발전기 같은 장비를 활용해 내부를 꾸밈
- 비엔날레 전시장으로 활용된 이후 2017년 문체부의 ‘폐산업시설 문화재생사업’에 선정되면서 민관이 협력하여 전시 및 공연장으로 리노베이션 공사를 진행하고, 부산시와 고려제강은 20년간 일부 공간(석천홀)의 무상사용 협약을 체결함
  - 전체적인 시설의 콘셉트 설정, 조성 및 운영, 상업시설 유치와 관련한 사항은 민간인 고려제강이 담당하고, 공공부문은 재정적 지원과 이에 따른 일부 시설을 활용함
  - 시설 관리나 임대 등은 고려제강이 담당하고 프로그램은 별도 법인인 문화재단1963이 운영함(관계자 면담, 2025.3.11.)
- 2017년 12월 개관한 F1963은 개관 이후 세계적 수준의 공연과 전시를 선보였으며, ‘2018 대한민국 공간문화대상’에서 최우수상(국무총리상)을 수상함
  - F1963이 지역의 거점 복합문화공간으로 자리매김하며, 원도심 지역의 지가 상승, 주민들의 여가공간 제공, 고려제강의 브랜드 상승 등에 긍정적인 영향을 미침

#### ◆ 공간 구성

- 현재 F1963은 전시장과 공연장으로 동시에 활용 가능한 석천홀, 천장을 허물어 중정으로 조성한 F1963 스퀘어를 비롯하여 yes24서점, 카페, 음악홀, 갤러리, 예술 전문 도서관, 맥주 양조장, 전시관, 온실 등 다양한 문화예술 콘텐츠와 여가를 향유할 수 있음
  - 시민들이 많이 찾는 공간이 될 수 있도록 상업시설을 유지하고, 그 수익을 운영비로 활용함

- 공연예술 프로그램이 운영되는 공간은 석천홀, F1963 스퀘어, GMC(Gum Nanse Music Center, 금난새 뮤직센터) 등이 있음
  - 석천홀은 전시장과 공연장으로 동시에 활용이 가능한 실험적인 공간임. 면적은 2,046.2㎡ (620평)으로 총 800명, 공연 시에는 500명의 인원을 수용할 수 있음. 부산시(부산문화재단)가 연간 150일 20년간 무상으로 사용하며, 현재 부산문화재단이 위탁 운영함
  - F1963 스퀘어는 오랜 공장의 천장을 허물고 조성하여 무대와 객석, 허브가든이 어우러진 공간으로 다양한 공연과 행사가 개최됨. 야간에는 스크린을 통해 공연 영상이 송출됨
  - GMC는 국내 최초로 4면이 유리로 구성된 공간으로 공연, 연습, 교육을 진행함. 총 151.4 평(GMC홀 91평)으로 다양한 실내악 공연, 오케스트라 리허설 등이 가능한 뮤직홀과 5개의 파트별, 개인 연습실과 로비로 구성되어 있음. 수용인원은 연주자 35명 내외, 관람객은 120명에서 150명 내외임. 실내악 공연 시리즈와 청소년들을 위한 오케스트라와 뮤직페스티벌을 통해 젊고 유망한 클래식 음악 연주자와 창작자들의 연주 활동을 지원함

[그림 4-2] F1963 주요 공연시설



F1963 전경



석천홀



F1963 스퀘어



GMC(금난새 뮤직센터)

출처: F1963 홈페이지(2025.3.14. 검색); 연구자 직접 촬영(2025.3.11.)

## ❖ 프로그램

### ■ 2024년 F1963의 공연 프로그램은 다음과 같음

- GMC에서는 젊은 음악가들에게 연주 기회와 다양한 무대 경험을 제공하는 GMC Chamber Series와 대규모 여름 페스티벌인 Summer Music Festival, 실내악 축제인 November Chamber Week 등 다양한 실내악 공연 및 축제를 진행 중임
- 부산문화재단은 F1963 공간을 활용한 다양한 문화예술 사업을 진행 중임. 그중 공연기획 사업으로 상설공연 오픈스퀘어를 진행 중임. 2024년 오픈스퀘어는 클래식, 밴드, 뮤지컬 공연으로 총 3회 개최됨. 2024년 참여 예술가는 총 7개 팀, 총관람객 2,089명의 성과를 거둠(부산문화재단, 2025.2.)

[표 4-9] 2024년 F1963 공연프로그램

공연명	날짜	장소	주최/주관
2024 GMC Chamber Series	1.27.~ 12.29.	GMC	문화재단1963/ Birdhouse Creatives
금난새와 함께하는 2024 F1963 신년음악회	2.18.	석천홀	문화재단1963/ Birdhouse Creatives
F1963 가족음악회 아기코끼리 바바와 친구들	2.24.	석천홀	문화재단1963
세상을 아름답게 하는 음악회 RIGOLETTO(리골레토)	5.24.~ 5.25.	KISWIRE CENTER 야외공연장	세아이უნ형문화재단, 문화재단1963
F1963 오픈스퀘어 <The 클래식>	5.26.	F1963 스퀘어	부산문화재단
2024 GMC Summer Music Festival	7.20.~ 7.28.	GMC	문화재단1963/ Birdhouse Creatives
F1963 오픈스퀘어 <말랑말랑 뮤직 페스티벌>	9.22.	F1963 스퀘어	부산문화재단
F1963 오픈스퀘어 <The 뮤지컬>	11.2.	F1963 스퀘어	부산문화재단
2024 November Chamber Week	11.23.~ 11.24.	GMC	문화재단1963/ Birdhouse Creatives
푸치니 서거 100주년 기념 콘서트 F1963 Opera Eve Festival	12.21.	석천홀	문화재단1963

출처: F1963 및 문화재단1963 홈페이지(2025.3.10. 검색) 참고하여 연구자 재구성

[그림 4-3] F1963 공연 프로그램



2024 신년음악회(석천홀)



GMC Chamber Series(GMC)



말랑말랑 뮤직 페스티벌(F1963 스퀘어)

출처: F1963 홈페이지(2025.3.14. 검색)

## 2) 서울 성수동

### (1) 정책: 도시재생사업 통한 변화

- 성수동은 과거 서울 중심부에 위치하던 도심제조업의 확산화 과정 중에 영세업체들이 자발적으로 세운 붉은벽돌 공장지대였음. 그러나 IMF 이후 지속적으로 산업 쇠퇴와 함께 붉은벽돌 다세대·다가구 주택이 대량 확산되면서 주거 기능이 대폭 늘어남. 2000년대 이후에는 수제화, 인쇄, 자동차정비 중심의 생활밀착형 산업을 중심으로 문화예술복합공간, 수제화타운, 소설벤처 클러스터 등으로 변화함(성동구청 홈페이지, 2025.3.17.검색)
- 성수동은 ‘한국의 브루클린’, ‘팝업 성지(聖地)’로 불리며, 영국의 유명 여행·문화 정보 잡지인 <타임아웃(Time Out)>이 2024년 9월 ‘세계에서 가장 멋진 동네(World’s Coolest Neighbourhood)’ 38곳 중 4위로 선정함(김승우, 2024.10.14.)
  - 2015년 「젠트리피케이션 방지 조례」를 제정해 서울숲길 등에 대기업, 프랜차이즈 업체가 입점하지 못하도록 막고, 건물주와 협약을 맺어 임대료 상승을 제한함. 이에 자연스레 특색 있는 소규모 점포들이 늘어나며 젊은 유동인구가 몰려들기 시작함(김승우, 2024.10.14.)
  - 또한 붉은 벽돌로 지어진 건물이 많아 통일된 분위기를 연출하며 건축적 볼거리를 선사하고 있음. 2017년 관련 조례를 제정하고 2018년부터 보전 사업을 진행함(김승우, 2024.10.14.)
  - MZ핫플레이스로 주목받으며 팝업스토어와 플래그십 스토어가 증가함. 다양한 기업의 본사와 스타트업, IT기업, 창조산업 등이 밀집하여 서울 핵심 업무지역으로 부상함(배정환, 2024.10.30.)

[표 4-10] 성수동의 변천사

구분	내용
1950년대 이전	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1946년: 해방 이후 서울시 성동구에 편입</li> <li>• 채소 중심의 발농사를 하던 서울의 변두리</li> </ul>
1954~1989년	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1954년: 독섬 경마장으로 공사 강행</li> <li>• 1989년: 과천 경마장으로 이전</li> </ul>
1970년대	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 도심제조업의 공간적 확산과정 중에서 서울 중심에 입지하던 제조업체들이 외곽으로 이전하면서 영세업체가 자발적으로 세운 공장지대</li> </ul>
1980년대~1990년대	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대규모 공단의 이탈과 영세화, 도심제조업의 쇠퇴와 함께 규모 축소</li> <li>• 지속적인 산업 쇠퇴로 주거기능 대폭 강화</li> <li>• IMF 이후, 정부의 성수공단 재정비 노력에도 불구하고 지속적으로 쇠퇴</li> </ul>
2000년대	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수제화, 인쇄, 자동차정비 중심의 생활밀착형 산업으로 서울의 대표적인 낙후 공업지역</li> <li>• 서울숲 개장(2005년)</li> </ul>
2010년대 이후	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 과거 준공업지역에서 복합문화공간, 수제화타운, 소설벤처클러스터 등으로 변화</li> <li>• 2015년, ‘젠트리피케이션 방지 조례’ 제정 및 전담조직 신설</li> <li>• 2017~2018년, ‘성수동 붉은벽돌건축물 보전 및 지원조례’ 제정 및 지원사업 추진</li> </ul>

출처: 성동구청 홈페이지(2025.3.17. 검색); 김승우(2024.10.14.) 참고하여 연구자 재구성

## ❖ 성수동 도시재생사업 및 붉은벽돌 지원사업

- 성수 도시재생사업은 2014년 12월 26일 ‘서울형 도시재생 시범사업’으로 선정되어 성수 1가제1·2동, 성수2가제1·3동 일대 886,560㎡을 중심으로 진행됨
- “더불어 희망을 만드는 장인의 마을 성수”로 일터·삶터·쉼터·공동체가 공존하는 통합재생 실현을 위해 지역산업의 보호/육성을 통한 일자리 창출, 생활환경 개선을 통한 삶의 질 향상, 성수동만의 특별한 가치 창출, 지역공동체 중심 도시재생을 추진함
- 성수동 도시재생사업의 마중물사업으로 4개 분야 8개 사업을 진행함. 사업기간은 2016년부터 2019년까지이며, 성동구 도시재생과가 주관함. 이외에도 ‘젠트리피케이션 방지를 위한 제도적 기반 마련(지속발전과)’, ‘젠트리피케이션 방지를 위한 공공임대점포 취득(지속발전도시과)’ 등 다양한 협력사업을 추진함(성동구청 홈페이지, 2025.4.28.검색)

[표 4-11] 성수 도시재생 마중물사업

구분	사업명	부문	사업명
일터재생	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 성수 산업혁신공간 건립</li> <li>• 성장가도 공간환경개선 사업</li> </ul>	쉼터재생	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역문화 특화가로 조성</li> </ul>
삶터재생	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 우리동네안심길 조성</li> <li>• 생활자전거 순환길 조성</li> </ul>	공동체재생	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 상생도시센터 건립</li> <li>• 성수나눔공유센터 건립</li> <li>• 주민역량강화 사업</li> </ul>

출처: 성동구청 홈페이지(2025.4.28. 검색)

- 이후 성수 도시재생 마중물 사업이 마무리됨에 따라 지속가능하고 자생가능한 성수 도시 재생 2기로 도약함
  - 2020년 성수나눔공유센터와 성수산업혁신공간 개관으로 해당 공간을 통한 다양한 사업 과 프로그램이 운영 중임. 도시재생 리더단 및 아카데미 프로그램 운영, 성수 산업혁신공간 창업스쿨 운영, 성수 도시재생 주민공모사업 추진, 도시재생축제 등을 진행함
- 2015년 성수동 도시재생 사업 추진과 더불어 붉은벽돌 지원사업을 추진함. 서울시 곳곳에 세워진 붉은벽돌 주택지들은 오늘날 개발사업으로 인해 소멸되어가는 실정이나, 성수동은 장기간의 행위제한(특별계획구역) 등으로 개발이 지연되어 붉은벽돌 주택지들이 잘 보존되어 있음(성동구청 홈페이지, 2025.4.28.검색)
  - 2017년 7월 「성수동 붉은벽돌건축물 보전 및 지원조례」를 제정하고, 서울숲 북측 일대 아틀리에길 주변 건축물을 대상으로 시범사업을 추진함. 시범사업이 성공적으로 추진됨에 따라 기존 사업지를 성수동 전역으로 확대하여 붉은벽돌 건축물로 건축 또는 대수선 시 최대 2천만 원을 지원함. 성동구는 붉은벽돌 건축물을 더욱 확산하여 성수동만의 특색있는 정체성을 살리고 감성과 역사를 담은 복합문화공간으로 발전시키고자 함(성동구 보도자료, 2025.3.19.)

## ❖ 삼표레미콘 부지 복합개발 추진

- 한강과 서울숲 사이에 위치한 삼표레미콘 성수공장은 1977년 가동을 시작하여 주요 건설 현장에 레미콘을 납품하며 산업화 시대 서울의 건설현장의 중요한 역할을 함. 그러나 인근에 대규모 주거단지가 들어서고 서울숲이 조성되면서, 소음과 분진에 따른 환경오염, 대형 레미콘 차량 운행으로 인한 교통 혼잡 등 다양한 문제가 제기됨
- 2015년 성동구 주민들은 ‘공장 이전 추진위원회’를 자발적으로 구성하고 서명운동, 공청회, 범구민 결의대회 개최 등 공장 이전을 촉구함. 이에 2017년, 서울시와 성동구, 운영사인 (주)삼표산업, 부지 소유주인 (주)현대제철과 4자 협의를 통해 ‘2022년 6월 30일까지 성수동 삼표레미콘 공장 이전 및 철거 완료’라는 합의를 체결함(성동구 보도자료, 2022.9.7.)
  - 2022년 6월 말 철거가 완료된 후, 그해 8월부터 성동구가 문화공연장 등으로 임시 활용함
- 2025년 2월, 삼표레미콘 부지에 대한 개발계획(안)과 공공기여 활용계획, 인접한 서울숲 일대의 종합 개선 방향이 담긴 ‘삼표레미콘 부지 도시계획변경 사전협상’ 절차를 완료하고 민간사업자 측에 협상완료를 공식 통보함
- 사전협상에 따라 삼표레미콘 부지는 연면적 44만 7,913㎡ 규모의 업무시설, 숙박시설, 문화·집회시설, 판매시설 등을 포함한 지상 77층 규모의 복합시설을 조성해 성수 일대와 연계한 글로벌 미래산업 거점으로 육성할 예정임
  - ‘건축혁신형 사전협상’ 최초 사례이자 서울숲 인근에 위치한 부지의 상징적 입지를 고려해 창의적이고 혁신적인 디자인을 반영하여 서울을 대표하는 또 하나의 랜드마크로 조성할 계획임
  - 서울숲~고산자로~응봉교(응봉역) 간 보행 동선을 연계하고, 서울숲 이용 시민들의 활동과 이동 편의를 높이기 위해 다양한 열린 공간을 마련하는 등 서울숲의 동선 개선과 연결성 확보에 중점을 둬(서울시 보도자료, 2025.2.20.)

[그림 4-4] 삼표레미콘부지 개발



삼표레미콘부지 대상지

삼표레미콘부지 개발 조감도

출처: 대한민국 구석구석 홈페이지(2025.3.19. 검색); 김경은(2015.12.14.)

## (2) 사업: 팝업스토어 활용 공연 마케팅

- ‘팝업 성지’로 불리는 성수동은 다양한 브랜드의 팝업스토어가 열림. 최근에는 공연예술계에서도 성수동에 팝업스토어를 진행하며 다양한 마케팅을 선보이고 있음. 팝업스토어 홍보는 팬들의 자발적인 SNS 포스팅을 통해 일반 관객층의 저변을 넓히려는 목적으로 향후 더 많은 프로덕션에서 활용될 전망이다(최승연, 2024.11.29.)
- 성수에서는 대학로 연극 <보물찾기>의 미디어데이 개최, 뮤지컬 <마리 퀴리>, <지저스 크라이스트 수퍼스타>, <틱틱붐> 팝업스토어와 공공 공연장으로서 처음으로 세종문화회관의 시즌 프로그램 <싱크 넥스트24>의 팝업스토어 등이 열림(박정선, 2024.11.8.)
  - 뮤지컬 최초로 팝업스토어를 연 <마리 퀴리>는 작품이 가지고 있는 광범위한 시간과 장소를 팝업스토어로 옮겨, 직접 보고 즐길 수 있는 체험형 공간을 제시함(박재환, 2023.11.3.)
  - <지저스 크라이스트 수퍼스타> 팝업스토어는 작품의 다양한 면모를 직접 체험할 수 있는 공간으로 기획해 단순한 판매를 넘어 누구나 즐길 수 있는 이벤트를 마련함(정상래, 2024.10.28.)
  - 세종문화회관은 ‘싱크 넥스트’의 개막을 앞두고, 공공 공연장 최초로 팝업을 개최함. ‘싱크 넥스트’는 2022년 론칭한 세종문화회관 컨템퍼러리 시즌으로, 장르와 무대의 경계를 넘어 동시대를 선도하는 다양한 공연예술을 관객에게 알리고 소통하기 위해 전통적인 공간인 세종문화회관을 벗어나 미래지향적인 공간인 성수에 팝업을 개최함(강주희, 2024.5.16.)

【표 4-12】 공연예술 관련 대표 팝업스토어

구분	마리 퀴리 팝업스토어	지저스 크라이스트 수퍼스타 팝업스토어	세종문화회관 팝업스토어 THEATER IS THE NEW BLACK
기간	2023.11.3. ~ 11.13.	2024.11.8. ~ 11.17.	2024.5.17. ~ 5.19.
장소	성동구 성수일로 40	성동구 연무장17길 7	성수 Y173(성동구 연무장17길 3 )
공간 구성	마리의 방, 언더크 공장, 마리의 실험실, 원소주기율표 포토존, 마리퀴리 BAR	의상 존, 무대 존, 백스테이지 존, 분장실, 포스터 존 등	공연 쇼케이스, 작품 전시, 피켓팅 게임, 아티스트에게 보내는 러브레터, 포스터 꾸미기 코너 등
주최	콘텐츠제작사 라이브㈜	블루스테이지	세종문화회관



마리퀴리 팝업스토어



지저스 크라이스트 수퍼스타 팝업스토어



싱크 넥스트24 팝업스토어

출처: 박재환(2023.11.3.); 블루스테이지\_뮤지컬 인스타그램; 세종문화회관 인스타그램; 세종문화회관 싱크 넥스트 24 홈페이지; 콘텐츠제작사 라이브 인스타그램(2025.3.31. 검색) 참고하여 연구자 재구성

### (3) 시설: 산업공간 재생 복합문화공간

- 공업지대였던 성수동은 공장, 창고 등 산업공간을 리모델링하여 특색있는 콘텐츠로 자생력을 갖춘 소규모 복합문화공간이 많으며, 대표적으로 대림창고, 에스팩토리 등이 있음
- 성수동에는 기존의 산업공간을 리노베이션하여 카페, 음식점, 갤러리, 복합문화공간으로 활용하고 있는 공간이 많음. 이러한 공간들은 대부분 외벽재료를 기존의 붉은 벽돌을 보존·유지하고 있음. 이는 성수동이 가지고 있는 독특한 특성이 지속적으로 유지되어 새로운 가치로써 인식되고 있으며, 지역 활성화 요소로 활용됨(윤상영, 2023)

[표 4-13] 성수동의 주요 산업공간 재생 건축물

공간명	최초 사용승인일	기존 용도	현재 용도	규모
누데이코 성수	1975.11.5.	금속부품공장	카페	지하 1층/2층
대림창고	1971, 1972, 1973	도정공장	복합문화공간	지하 1층/2층
뚝도농원	1970.12.24.	레이저가공공장	음식점	1층
레이블갤러리	1970.10.1.	인쇄공장, 봉제공장	갤러리	지하1층/2층
루프	1965.3.4.	방직공장	카페	3층
베통 성수 플래그십	1975.11.20.	염색공장, 금속공장	카페	2층
성수연방	1974.9.13.	화학공장	복합문화공간	3층
센스	1968.7.25.	금속공장	복합문화공간	2층
아모레 성수	1971.1.25.	자동차정비공간	복합문화공간	지하 1층/3층
어니언 성수	1964.7.9. 1967.10.5.	금속부품공장	카페	1층
어메이징 브루잉 컴퍼니	1959.11.24.	창고	음식점	1층
에스팩토리	1971.6.30. 1975.1.24.	섬유공장	복합문화공간	3층
웅근달	1975.6.13.	섬유공장	카페	지하1층/3층
카페 할아버지공장	1975.4.3.	염색공장, 자동차정비공장	복합문화공간	지하 1층/2층
코사이어티	1974.1.15.	금속공장	복합문화공간	3층
피치스도원	1966.3.28.	봉제공장, 폐공장	복합문화공간	1층
LCDC SEOUL	1971.10.15.	구두공장, 자동차정비공장	복합문화공간	4층

출처: 윤상영(2023) 참고하여 현재 운영 중인 공간 중심으로 연구자 재구성

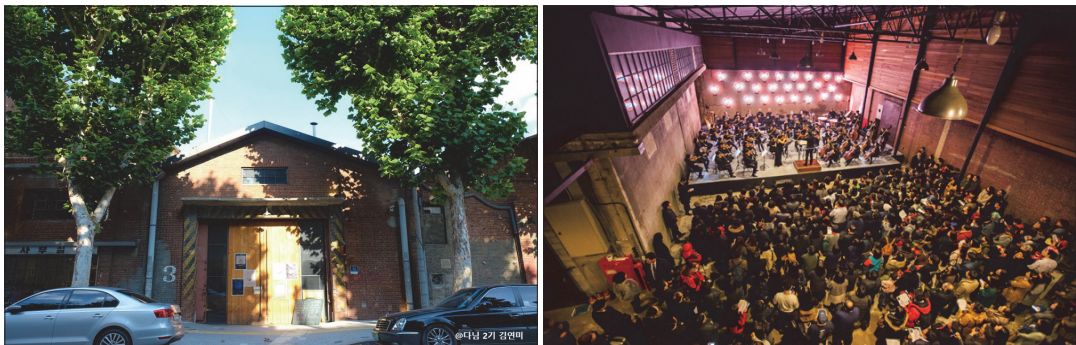
#### ◆ 대림창고

- 대림창고는 물품 보관창고로 사용되고 있었으나 2011년 샤넬, BMW 등 해외 유명브랜드의 패션쇼, 전시회 등의 이벤트를 위한 일회성 공간으로 활용되기 시작되며 복합문화공간으로 유명해짐. 이후 2013년 갤러리 겸 카페로의 용도 변경이 이루어져 카페, 전시 공간 등이 있는 복합문화공간으로 개관함. 물품 보관창고 외관을 그대로 두고 내부 리뉴얼을

통해 본래 건물의 매력을 살려낸 장소로, 대림창고는 성수동이 지금과 같은 문화의 거리로 자리매김하는데 기여한 초기 공간임

- 대림창고는 1970년대에 지어져 처음에는 정미소로 사용되었고, 1990년대부터는 공장의 부자재를 보관하는 물류창고로 이용됨. 창고에서 리노베이션을 거치며 변한 첫 번째 사례임(김정원, 2024)
- 폐창고를 갤러리카페로 변경하며, 감각적인 디자인과 편안한 장소를 추구하는 욕구를 반영한 복합문화공간으로 구성함. 2016년 기준으로 한 달 4만여 명, 연간 40~50만 명이 대림창고 갤러리카페를 방문함(손현지, 2016.9.29.)
- 복합문화공간으로 변신한 대림창고에서는 패션쇼와 촬영 스튜디오, 각종 이벤트와 함께 클래식, 힙합, 재즈, 인디밴드 등 다양한 공연이 진행됨(김경은, 2015.12.14.)
  - 2015년 서울시립교향악단은 <시민과 함께하는 희망음악회>의 일환으로 총 5회에 걸쳐 도심 속 대시민 무료 음악회를 진행함. 대림창고, 서울시립미술관, 정동극장, 정동제일교회 벨엘예배당 등에서 진행됨
  - 2015년 12월 10일, 대림창고에서 진행된 ‘서울시향의 창고 음악회 Classic Factory’는 시민들을 위한 무료 음악회로 최수열 지휘자의 지휘로 바이올리니스트 김수연과 비올리스트 홍웨이황이 협연자로 나섬(서울특별시 홈페이지)
  - 좌석이 따로 없는 전석 스탠딩 공연으로, 층고가 높고 인테리어가 일절 없는 공간 특성상 오케스트라가 만들어내는 소리가 시원하게 잘 울려 퍼지는 효과를 보임(김경은, 2015.12.14.)

[그림 4-5] 대림창고



대림창고갤러리

서울시향의 창고음악회 Classic Factory

출처: 대한민국 구석구석 홈페이지(2025.3.19. 검색); 김경은(2015.12.14.)

## ◆ 에스팩토리

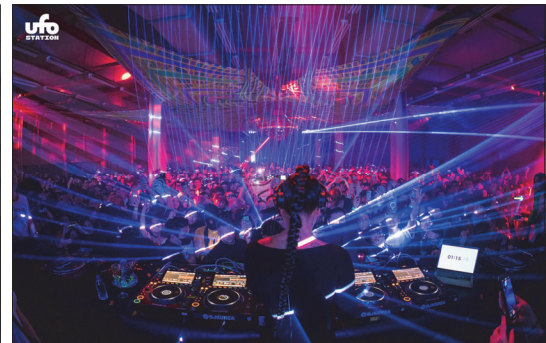
- 에스팩토리는 섬유공장과 자동차 공업소 4개를 합쳐 리모델링한 곳임. 대지면적 약 9,917㎡(3,000평)에 지상 3층 규모로 대형 복합문화공간임. 이야기를 뜻하는 ‘스토리(Story)’와 공장을 뜻하는 ‘팩토리(Factory)’를 합쳐 이야기를 만들어내고 함께 즐기는 놀이터가 되고 싶다는 의미를 이름에 담음(윤신원, 2018.7.13.)
- 2016년 8월 에스팩토리 A동 개관을 시작으로 2017년 9월 B동과 C동 개관, 2018년 8월 에스팩토리 D동을 개관함. 기존 공장의 청취를 살리고, 성수동 골목의 정신을 담은 건축, 기획자의 아이디어를 극대화할 수 있는 오픈 스페이스로, 개성 있는 커뮤니티들이 모이고, 트렌디하고 역동적인 이벤트를 담은 장소로 거듭남
- A, B, C동은 임대공간으로 편집샵, 카페, 레스토랑, 공유오피스 등 다양한 브랜드가 입점함. 그중 국내 DJ 뮤직 플랫폼 믹스믹스티비가 입점해 있음
- D동과 WASH, B129는 공연, 전시 등 문화행사가 이루어지는 공간임. 특히 D동은 성수동에서 가장 넓고, 서울시에서도 손꼽히는 대규모 행사 공간으로 1층 570평, 3층 430평임. 대형 팝업, 공연, 전시 등 다양한 행사가 진행됨
  - 공연예술을 중심으로 살펴보면, 에스팩토리에서는 콘서트, DJ, 클래식, 재즈, 힙합 등 다양한 분야의 공연이 진행됨.
    - 2024년에 개최된 주요 공연으로는 ‘에스팩토리 프렌즈 데이’에서 믹스믹스티비의 DJ 공연, ‘라운드 미드나잇 2024’, ‘블루룸’, ‘윈터룸’ 등이 있음(에스팩토리 홈페이지, 2025.3.26. 검색)

[그림 4-6] 에스팩토리



에스팩토리 D동 전경

출처: 에스팩토리 내부자료(에스팩토리 공간소개서)



UFO STATION 공연

### 3) 대구

#### (1) 정책

##### ◆ 유네스코 음악창의도시 대구

- 대구는 근대 문화예술의 발상지로 국제뮤지컬페스티벌, 국제오페라축제 등 다양한 공연이 열리고 있으며, 이러한 음악자원을 바탕으로 문화적 잠재력을 인정받아 2017년에 유네스코 음악창의도시로 선정됨(유네스코 음악창의도시 대구 홈페이지, 2025.4.29. 검색)

[표 4-14] 「유네스코 음악창의도시 대구」 사업 현황

구분		내용
인재양성	음악교육 정규과정	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1인1악기 지도사업(초등학교~고등학교)</li> <li>• 경북예술고등학교</li> <li>• 대구의 음악대학(4년제 5개 대학, 2년제 3개 대학)</li> </ul>
	음악교육 비정규과정	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 어린이 음악교육: 아이조아 콘서트, 유모차 콘서트, 어린이 오페라교실</li> <li>• 학생 음악교육: 학교 예술강사 지원사업, 꿈다락 토요문화학교, 청소년 창작센터</li> <li>• 일반시민 음악교육: 렉처콘서트, 시민축제학교, 문화예술대학, 오페라 가곡교실, 오페라 클래스</li> <li>• 클래식 오아시스(키즈 클래식)</li> <li>• 리틀 클래식 탐험대</li> </ul>
	음악교육 특화과정	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 차세대 문화예술기획자 양성과정</li> <li>• 뮤지컬 아카데미</li> <li>• 오페라 아카데미</li> <li>• 해외극장 진출 오디션</li> <li>• 생활문화 격차 해소 사업</li> <li>• 솔라시안 유스 오케스트라</li> <li>• 대구콘서트하우스 클래식 아카데미</li> </ul>
연구활동	민간 연구단체	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대구문화재단: 음악 학습지 발간지원, 세미나 개최, 예술담론 계간지 '대문(Dae Mu:n)' 발간</li> <li>• 한국예술문화단체총연합회 대구광역시연합회</li> <li>• 한국음악문화학회</li> </ul>
	음악역사 보존 인프라	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 계명대학교 음악박물관</li> <li>• 한영아트센터 축음기 박물관</li> <li>• 대한민국 최초의 고전음악감상실 녹향</li> </ul>
	발간물	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 월간 '대구문화'</li> <li>• 대구 문화예술아카이브</li> </ul>
	타 산업과 연계	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국 대표 포크가수 '김광석 3D 홀로그램 콘서트'</li> <li>• 장르 융합 창작콘텐츠 제작</li> <li>• 음악+치킨축제, 패션 등 융합형 산업축제 개발</li> </ul>
음악축제	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대구국제오페라축제</li> <li>• 월드오케스트라페스티벌</li> <li>• 대구국제뮤지컬페스티벌</li> </ul>	
국제행사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유네스코 음악창의도시 대구 국제포럼</li> </ul>	

출처: 유네스코 음악창의도시 대구 홈페이지(2025.4.29. 검색)

- 10주년(2027년)을 대비하여 대구시는 대구정책연구원과 함께 '유네스코 음악창의도시 대구 2.0' 연구를 진행하고 있음. 이 연구에는 유네스코 음악창의도시로서 국제교류활동 확대, 지속가능발전목표(SDGs) 반영, 아시아-태평양 지역에서 한국의 리더십 강화 등이 포함됨. 또한, 10주년을 맞이하여 기념행사도 준비 중임(관계자 문의, 2025.4.29.)

## ❖ 대구시 공연예술 활성화 정책 연구

- 대구는 2010년부터 공연예술진흥정책을 선도해 온 공연문화도시이자 유네스코 음악창의 도시(2017년 선정)로서 국제적 역량을 보유하고 있으나, 최근 지역 공연예술시장의 정체 및 위상 저하에 대응하여 『대구시 공연예술 활성화를 위한 기초연구』(박경숙, 2024)를 실시함
  - 대구는 지자체 중 유일하게 공연산업 육성을 핵심 정책으로 선정·추진한 역량을 바탕으로 2010년에 『대구 공연문화도시 종합계획』을 수립하였으나 이후 관련 계획이 부재함
- 해당 연구에서는 대구 공연예술 활성화를 위한 기본 정책 방향을 ‘지역주도의 공연예술 생태계 활성화’, ‘세계와 소통하는 국제화’, ‘공연예술지원사업의 다양화’, ‘일상 속 공연 예술 접근성 강화’, ‘기존 정책과의 연속성 확보’로 설정함
- 공연예술의 새로운 흐름과 혁신을 선도하며, 글로벌 신 공연예술 도시로 도약하고자 하는 의미를 포함하여 ‘대구, 글로벌 공연예술 중심지로 미래를 열다’를 비전으로 ‘공연예술 공간 혁신’, ‘공연예술 혁신인재 양성’, ‘공연예술 프로그램 혁신’, ‘공연예술 거버넌스 활성화’를 추진 전략으로 제시함(박경숙, 2024)

【표 4-15】 대구 공연예술 활성화 비전과 추진전략

구분	내용			
비전	대구, 글로벌 공연예술 중심지로 미래를 열다			
목표	혁신적인 창작 환경, 누구나 즐기는 공연예술			
추진전략	공연예술 공간 혁신	공연예술 혁신인재 양성	공연예술 프로그램 혁신	공연예술 거버넌스 구축
중점과제	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공연시설 신규 조성 및 개선</li> <li>• 공연예술 특화거리 활성화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 예비예술인 및 영재 교육 활성화</li> <li>• 전문예술인 및 단체 역량강화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공연예술 지원사업 다각화</li> <li>• 축제 및 향유 기반 확대</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공연예술 거버넌스 활성화</li> </ul>

출처: 박경숙(2024)

- 연구 결과와 관련하여 해당 연구에서는 다음과 같이 정책제언을 도출함
  - 공연예술 중장기 발전계획 및 실행계획 수립 필요
  - 글로벌 공연예술 도시 도약을 위한 공간·인력·프로그램의 혁신 필요
  - 지역 대학과의 협력을 통한 공연예술인 지역 예술 분야 진입 지원 강화
  - 공연예술 네트워크 활성화를 위한 전담 조직 및 제도적 정비 필요

## (2) 사업

### ◆ 대표 공연예술축제

- 음악도시를 표방하는 대구의 대표 공연예술 음악축제로는 대구국제뮤지컬축제(DIMF), 대구국제오페라축제(DIOF), 월드오케스트라페스티벌(WOF) 등이 있음
- **대구국제뮤지컬축제(DIMF)**는 뮤지컬 중심 도시 구축과 세계 최초의 뮤지컬 전문 축제를 표방하여 2006년 Pre. 행사를 시작으로 매년 여름 개최하고 있는 국제행사임. 전 세계의 프로덕션과 공연관계자, 대중을 아우르는 아시아 최초의 국제뮤지컬페스티벌로서 대구를 대표하는 문화사업 브랜드임(대구국제뮤지컬페스티벌 홈페이지, 2025.3.28. 검색)
  - 2024년에는 역대 최다 국가인 7개국이 참여하고, 역대 최다 작품이 소개됨. 공식 초청작과 창작지원작을 통해 많은 작품이 한국에 처음 소개됨(대구국제뮤지컬페스티벌, 2024.7.12.)
- **대구국제오페라축제(DIOF)**는 2003년 대구오페라하우스 개관과 함께 개최됨. 지역의 우수한 인적 인프라와 대구오페라하우스 등 시설 인프라를 바탕으로 '공연예술도시 대구'를 대표하는 문화브랜드로 자리잡으며, 지역을 넘어 아시아 대표축제로 성장함(유네스코 음악창의도시 대구 홈페이지, 2025.3.28. 검색). 2024년으로 21회를 맞이하여 '새로운 길을 열고 나아가다'를 주제로 작품성, 창의성, 대중성을 키워드로 프로그램을 준비함(이효영, 2024.9.27.)
  - <264, 그 한 개의 별>은 지역을 대표하는 시인이자 독립운동가인 이육사(이원록)를 소재로 개발한 대구오페라하우스 창·제작 오페라임. 세계 초연으로 선보이며 창·제작 오페라 극장으로서의 정체성을 확립함(대구문화예술진흥원, 2024.10.8.)
- **월드오케스트라페스티벌(WOF)**은 대구콘서트하우스가 주최, 주관하는 국제적인 오케스트라 페스티벌임. 오케스트라 공연과 관련 학술 및 해외교류, 아웃리치 프로그램이 결합된 축제인 월드오케스트라시리즈는 2013년 <아시아 오케스트라 페스티벌>로 시작함. 2016년부터 <월드오케스트라시리즈>라는 이름으로, 2023년부터는 <월드오케스트라페스티벌>로 '대구에서 펼쳐지는 아시아 최고의 교향악 축제'라는 명성을 이어오고 있음(대구콘서트하우스 홈페이지, 2025.3.28. 검색)
  - 2024년 공연 중 기돈 크레머&크레메라타 발타카와 알렉산더 리브라이히&신포니아 바르소비아 공연은 기획사를 통하지 않고 대구콘서트하우스가 직접 초청하여 예산을 절감함. 초청 과정에서 국내외 연주자들이 예술로 교류하는 기회의 장을 만듦(대구문화예술진흥원, 2024.8.22.)

- **판타지아대구페스타(Fantasia DAEGU Festa)**는 대구시와 (재)대구문화예술진흥원이 주최·주관하는 대구지역 공연예술 및 문화축제의 통합 브랜드임. 이 축제는 봄과 가을, 연 2회 대구시 전역에서 분산적으로 개최되던 지역 대표축제들을 일정 기간 집중적으로 연계 개최함으로써 축제 간 시너지와 경쟁력을 강화하기 위해 기획된 대구축제통합브랜드임(대구문화예술진흥원, 2025.8.7. 검색)
- 이 외에도 대구를 기반으로 활동하는 지역 예술인의 공연을 모은 ‘아츠스프링 대구 페스티벌’, 다양한 장르의 음악공연이 진행되는 ‘대구국제음악제’, 대구를 대표하는 김광석의 브랜드 이미지화를 확고히 하는 포크음악 중심의 ‘대구포크페스티벌’ 등 크고 작은 음악축제가 있음(대구관광안내 홈페이지, 2025.3.28. 검색)

[표 4-16] 대구 대표 공연예술축제 개요

구분	대구국제뮤지컬축제	대구국제오페라축제	월드오케스트라페스티벌
시작연도	2006년	2003년	2016년
기간	2024.6.21(금)~7.8.(월)	2024.10.4.(금)~11.8.(금)	2024.10.10.(목)~11.27.(수)
장소	대구문화예술회관, 대구오페라하우스 등 주요 공연장	대구오페라하우스	대구콘서트하우스
관람료	공연별 상이 (제휴카드 할인, 이벤트 티켓 '만원의 행복', 가족 패키지 상품 등 할인혜택 제공)	메인 오페라 2~10만 원, 폐막 콘서트 2~3만 원, 특강 무료	공연별 상이 (무료, 1~12만 원)
프로그램	국내외 25작품, 공식행사 (개막축하공연, 덤프 어워즈), 연계행사 및 부대행사	메인 프로그램 6건 11회, 콘서트 시리즈 3건 12회, 특별행사 3건 6회	공연 14회, 비포 더 콘서트 (교육프로그램) 4회, 심포지엄 등
관객 수	관람객 수 33,745명, 객석 점유율 65.31%	누적 관객 수 22,000여 명, 타 지역 관객 수 4,114명, 외국인 관객 수 429명	-
조직	(사)대구국제뮤지컬페스티벌 (1국 4팀)	대구오페라하우스 (2부 4팀)	대구콘서트하우스 (1부 2팀)



출처: 김서중(2024.5.16.); 대구국제뮤지컬축제 홈페이지(2025.3.21. 검색); 대구문화예술진흥원(2025.1.27.); 이효영(2024.9.27.); 최미애(2024.7.14.) 참고하여 연구자 재구성

### (3) 시설

#### ❖ 주요 공연장

- 문체부의 2024년 등록공연장(2023.12.31. 기준) 현황을 살펴보면, 대구시의 공연장은 총 76개로 17개 시·도 중 4번째로 상위권임. 객석 규모에 따라 구분하였을 때, 1,000석 이상을 갖춘 대형공연장은 7개로 17개 시·도 중 서울, 경기 다음으로 3번째임. 대구는 1,000석 이상의 대형 공연장을 지방에서 가장 많이 보유하고 있음(문화체육관광부, 2025.2.14.)
- 대구 주요 민간 공연장까지 포함하면 대구의 1,000석 이상 대형 공연장은 총 11개임
  - 대구시 1,000석 이상 대형 공연장: 대구문화예술회관 팔공홀(1,008석), 코오롱야외음악당(1,080석), 대구학생문화센터 대공연장(1,441석), 아양아트센터 아양홀(1,111석), 대구 오페라하우스 대공연장(1,602석), 수성아트피아 대극장(1,159석), 대구 콘서트하우스(1,532석), 경북대학교 공연장(2,096석), 계명아트센터(1,954석), 대구보건대학 인당홀(1,139석), EXCO 컨벤션홀(3,500석)
- 대형 공연장 외에도 대구문화예술진흥원에서 운영하는 대구오페라하우스, 대구콘서트하우스 등의 전문공연장이 있음. 대구오페라하우스는 국내 최초 오페라 제작극장으로, 대구 콘서트하우스는 대구시민회관을 리노베이션하여 클래식 전용 극장으로 운영되며 대구문화예술의 중심지로 자리매김함
- 대구음악창작소는 대중음악산업 발전을 위해 지역의 젊은 음악인들이 다양한 장르의 음악을 자유롭게 창작할 수 있도록 지원하는 '지역기반형 음악산업 육성시설'임. 기획, 교육, 창작, 제작, 유통, 지원, 소비 등 음악산업 육성의 모든 것을 지원하기 위한 전문기관임(유네스코 음악창의도시 대구 홈페이지, 2025.3.27. 검색)

#### ❖ 국립뮤지컬컴플렉스 계획

- 국립뮤지컬컴플렉스는 문체부의 국정과제로 진행 중임. 국립뮤지컬컴플렉스는 옛 경북도청 후적지(현 대구시 산격청사)에 국립근대미술관과 함께 대구 지역의 문화예술허브 조성을 위한 핵심 시설로 계획됨
  - 2024년에 『(가칭)국립뮤지컬컴플렉스 조성 타당성 연구 용역』이 완료됨. 연구 결과, 1,800석 규모의 대극장, 500석 규모의 중극장, 리허설룸, 연습실, 실습·제작 지원실, 뮤지컬 전문 자료관 등의 공간 구성과 전략적이고 안정적인 운영이 가능한 '독립법인 설립'을 제안함. 향후 설립 및 준비 절차에 대해서는 2024~2025년 추진 TFT 운영, 2026~2027

년 설계 및 시공 준비, 2028~2032년 시공 및 조직 구성, 2033년 정식 개관이라는 장기적인 로드맵을 담음

- 문체부는 이번 연구 용역 결과를 바탕으로 예비타당성조사 등을 진행해 본격적으로 ‘국립 뮤지컬컴플렉스’ 설립을 추진할 계획임(장병호, 2024.12.12.)

[그림 4-7] 대구의 음악/공연 관련 시설에서 진행된 공연



대구문화예술회관 팔공홀:  
판소리 뮤지컬 <적벽>



코오롱아외음악당:  
국제뮤지컬페스티벌 개막식 축하공연



대구오페라하우스: 창 제작 오페라  
<264, 그 한 개의 별>



대구콘서트하우스: 월드오케스트라페스티벌  
<정명훈&라 페니체 오케스트라>



수성아트피아: 수성키즈클래식  
<피카소 앙상블의 클래식 놀이동산>



아양아트센터: XR뮤지컬  
<최고다 호기심딱지 시즌2>

출처: 김기주(2023.5.22.); 김재현(2024.11.27.); 대구문화예술진흥원 홈페이지; 수성아트피아; 아양아트센터 홈페이지(2025.3.27. 검색)

### 3. 해외 사례

#### 1) 일본 도쿄

##### (1) 정책: 도쿄 문화전략 2030

- 도쿄도는 2015년 3월 「도쿄 문화 비전」을 수립하고, 2024년도까지 10년을 내다보는 문화예술 진흥을 계획함
  - 그러나 2020 도쿄 올림픽·패럴림픽 종료, 코로나19의 영향, 지속가능한 사회로의 전환, 디지털화의 급속한 진전 등 사회 환경이 크게 변화함에 따라, 기존 「도쿄 문화 비전」을 대체할 문화정책으로 ‘지속가능한 회복’, ‘성장’, ‘성숙’이 양립하는 미래 도쿄를 실현하기 위해 「도쿄 문화전략 2030」(2022년 3월)을 수립함
- 「도쿄 문화전략 2030」은 2022년부터 2030년까지 도쿄도의 중장기 문화정책으로, 2040년대 도쿄의 미래상을 그리고, 도쿄도 문화행정의 방향과 역점 시책을 제시함

【표 4-17】 「도쿄 문화전략 2030」 기본 방향

방향성	내용
누구나 어디서나 부담 없이 문화예술을 즐길 수 있는 활동	도내 곳곳에서 시행하는 거리예술, 온라인 등 새로운 방식을 통해 누구나 어디서나 부담 없이 문화예술을 즐길 수 있는 활동 강화
새로운 즐거움의 확장	신기술을 통해 도민이 스스로 창조하고 발신하는 등 코로나 사태로 인해 생겨난 새로운 즐길 거리 확대
국내외 예술허브	국내외 문화예술허브가 될 거점을 형성하고 네트워크 구축
지속적으로 활동할 수 있는 구조	코로나를 계기로 예술가와 문화예술단체가 지속적으로 활동할 수 있는 체계 구축

출처: 東京都(2022b) 참고하여 연구자 재구성

- 2040년대 도쿄가 지향하는 미래상은 ‘문화예술로 역동하는 도시 도쿄’로, 이를 실현하고 해결하기 위한 4대 핵심 전략과 4개 주요 방법을 설정함

【표 4-18】 「도쿄 문화전략 2030」 핵심 전략 및 추진 방안

구분	내용	
핵심 전략	㉠ 사람들의 웰빙 실현에 기여한다	㉡ 사람들에게 영감을 주다
	㉢ 문화예술 허브 기능을 강화한다	㉣ 지속가능한 문화예술생태계를 구축한다
추진 방안	디지털 기술 활용	기업 등과의 협업
	목표를 실현하는 리더 양성	관련 지자체와의 협업 강화

출처: 東京都(2022a) 참고하여 연구자 재구성

- 「도쿄 문화전략 2030」 중 공연예술 관련 주요 프로그램 및 정책을 살펴보면, 체험형 문화예술, 디지털 기술과 문화의 융합을 통한 축제 개최, 창작활동 지원 및 창작환경 개선 등으로 구성됨
  - [전략 1]에서는 누구나 문화예술을 쉽게 접하고 참여할 수 있는 환경을 조성하는 것을 목표로 삼음. 특히, 10대의 문화예술 관람률이 낮아 미래의 도쿄를 지탱할 어린이와 청소년들의 창의력을 키울 수 있는 기회를 더 많이 제공하고자 함
  - [전략 2]에서는 문화예술 효과 증진을 위해 단순 관람을 넘어서 시민들이 주체적으로 참여할 수 있는 기회를 제공하고, 새로운 문화예술 향유 방법을 제시함. 콘서트 등 엔터테인먼트 분야에서 문화예술의 역할이 커지고 있어, 이를 활용해 다양한 프로그램을 만들어 도쿄 관광과 연계 및 도쿄의 브랜드 파워를 강화할 계획임
  - [전략 4]에서는 예술인들이 지속가능한 방식으로 창작활동을 이어갈 수 있도록 중장기적인 관점에서 효과적인 지원을 마련하고자 함(東京都, 2022a)

[표 4-19] 「도쿄 문화전략 2030」 중 공연예술 관련 주요 프로그램 및 정책

프로젝트명		주요 활동	내용
전략 1	1. 지역 활성화 프로젝트	전통예술 체험	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 어린이와 성인을 위한 전통예술 체험 및 발표의 장 확대</li> <li>• 전통예술 전통문화를 체험할 수 있는 민간사업 지원</li> </ul>
	3. 키즈&유스 (Kids&Youth) 프로젝트	어린이 대상 문화예술활동	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 어린이 전통예술 체험</li> <li>• 아이들과 함께 만드는 음악 워크숍</li> <li>• 교육 프로그램 확충</li> </ul>
		청소년 대상 문화예술활동	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특별 기간 18세 이하 도민 무료 초대(도립 문화시설)</li> <li>• 청소년층이 주체적으로 참여할 수 있는 이벤트 개최</li> <li>• 디지털 테크놀로지를 활용한 새로운 시도</li> <li>• 도립 문화시설의 요금체계 검토</li> </ul>
전략 2	4. 스마트 컬처 프로젝트 (디지털 기술 활용 사업)	대규모 문화사업 추진 보조금(가칭)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 많은 도민이 즐길 수 있는 민간 사업 지원을 통해 향후 대규모 축제로 발전               <ul style="list-style-type: none"> <li>- IT 및 테크놀로지를 활용한 작품 발표</li> <li>- 최신 기술과 예술의 융합을 통한 새로운 예술 체험</li> </ul> </li> </ul>
	6. 아트 & 엔터테인먼트 프로젝트	다양한 장르의 문화예술 창작 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 콘서트, 엔터테인먼트를 포함한 다양한 장르의 문화예술 창작 지원</li> </ul>
		창의적인 사업 추진	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 도쿄도 사업이나 기초자치단체, 민간기업과의 협업을 통해 많은 사람들이 즐길 수 있는 창의적인 프로젝트 추진</li> </ul>
도쿄의 브랜드 파워 향상	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 파급력이 높은 민간 축제와 협력하여 도쿄의 브랜드 강화</li> </ul>		
전략 4	10. 창작자 육성 및 지원 & 창작환경 개선 프로젝트	창작환경 개선	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유희시설 등을 활용하여 연습실을 저렴한 가격으로 대여</li> </ul>

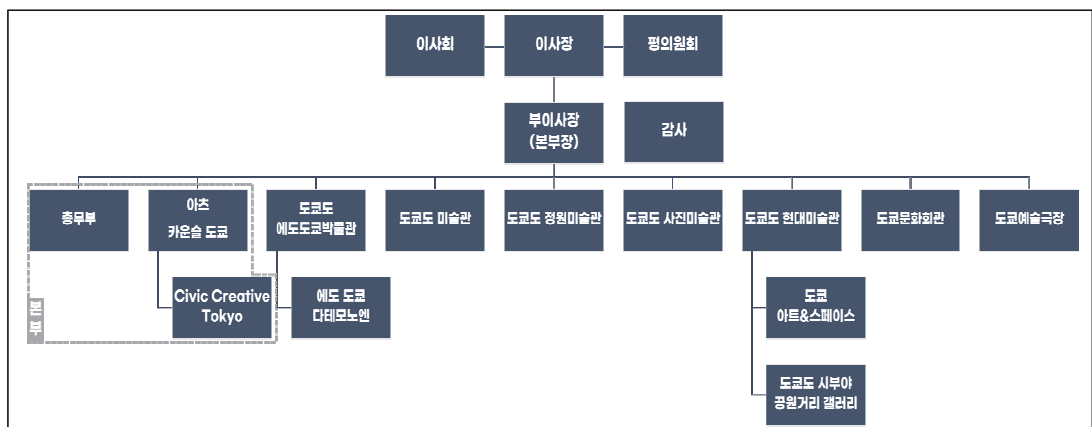
출처: 東京都(2022a) 참고하여 연구자 재구성

## (2) 사업

### ◆ 도쿄도역사문화재단(東京都歴史文化財団)

- 도쿄도역사문화재단은 1982년에 설립된 재단법인 도쿄도문화진흥회와 1990년에 설립된 재단법인 에도도쿄역사재단이 1995년에 통합하여 설립됨
  - 현재 도쿄도 생활문화스포츠국 문화진흥부(生活文化スポーツ局 文化振興部)가 관리하고 있으며, 도쿄도 문화정책의 중요 파트너로서 정책 조정기관 역할을 수행함
- 도쿄도역사문화재단은 공익재단으로서 미술, 사진, 음악, 연극, 무용, 역사, 건축 등 다양한 분야의 프로젝트를 개발하고, 보조금 및 기타 수단을 통해 문화예술활동을 지원함. 또한 독립 문화시설의 지정 관리자로서 총 12개의 문화시설을 운영하며 프로젝트를 실행함
- 이러한 문화사업 실시와 문화활동 조성 등 폭넓은 사업을 전개하며 수도 도쿄의 문화예술 진흥과 에도 도쿄의 역사적 유산 계승을 위해 노력하고 있음(東京都歴史文化財団 홈페이지, 2025.4.1. 검색)
- 도쿄도역사문화재단의 조직도를 살펴보면, 이사장과 부이사장 아래 총무부와 8개의 문화기관 및 시설로 구성됨
  - 8개 문화기관 및 시설은 아츠카운슬도쿄, 도쿄도 에도도쿄박물관, 도쿄도 미술관, 도쿄도 정원미술관, 도쿄도 사진미술관, 도쿄도 현대미술관, 도쿄문화회관, 도쿄예술극장임
  - 도쿄도역사문화재단은 총무부와 아츠카운슬도쿄를 본부로 삼고 있음. 아츠카운슬도쿄가 문화사업을 총괄하고, 총무부는 도쿄도역사문화재단의 운영을 지원함

[그림 4-8] 도쿄도역사문화재단 조직도(2024년 4월 1일 기준)



※ 하위 조직은 운영 중인 시설만 표시함

출처: 東京都歴史文化財団 홈페이지(2025.4.2. 검색) 참고하여 연구자 재구성

## ❖ 아츠카운슬도쿄(Arts Council Tokyo)

- 아츠카운슬도쿄는 도쿄도역사문화재단의 조직으로 도쿄도의 문화향유 확대, 인재 육성, 문화 발신을 위해 NPO와 협력하여 다각적인 사업을 추진함
  - 도쿄 내 역사적인 사업이나 미술, 무대예술과 관련된 사업을 운영하는 유일한 기관이자 문화예술과 관련한 여러 정부 기구 중 가장 큰 기관임(서울문화재단, 2019.9.)
- 아츠카운슬도쿄의 공연예술 관련 프로그램은 축제 및 체험프로그램 개최가 있으며, 특징적인 것은 전통문화·예술을 활용하고 알리기 위한 축제나 행사가 많다는 것임

【표 4-20】 아츠카운슬도쿄의 공연예술 관련 축제

구분	내용
전승의 보물상자 : 다마 전통문화 페스티벌	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2024.9.28.(토)~9.29.(일)</li> <li>• 주최: 아츠카운슬도쿄, 하치오지시, 하치오지시 학원도시문화 교류재단</li> <li>• 다마 지역의 다양한 문화자원을 활용한 축제</li> <li>• 하치오지시를 비롯하여 총 27개의 지자체가 협력하여 축제 개최</li> <li>• JR하치오지역 북쪽 출구의 니시호사센(西放射線) 유 로드, 나가마치 공원, 요코야마초 공원, 소토테라스 등에서 다양한 공연과 체험, 전시 진행</li> </ul>
가구라자카 거리 무대·오에도 순회	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2024.5.18.(토)~5.19.(일)</li> <li>• 주최: 아츠카운슬도쿄, NPO 멋진 마을 만들기 클럽, 신주쿠구(공동 주최)</li> <li>• 전통과 현대가 융합하는 가구라자카 지역의 거리, 사찰 경내, 노가쿠도(전통 노(能) 공연장) 등 마을 전체를 무대로 일본의 다양한 전통예능을 선보이는 페스티벌</li> <li>• 샤미센·코토·사쿠하치 등의 연주와 노(能) 일본무용 등의 무대, 고단·로코쿠·라쿠고 같은 전통 이야기예술 공연 진행</li> </ul>
로봇기 아트나이트	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2024.9.27.(금)~9.29.(일)</li> <li>• 다양한 문화시설이나 상업시설이 집적하는 로봇기의 거리를 무대로, 설치미술과 퍼포먼스, 음악, 영상, 토크, 디지털 작품 등 약 40개의 프로그램 진행</li> <li>• 생활 속에서 예술을 즐기는 새로운 라이프 스타일을 제안하고, 대도시 도쿄의 선구적인 지역 사회 개발 모델 창출을 목적으로 개최함</li> <li>• 연극, 퍼포먼스, 음악, 고단(전통 이야기예술) 등 다양한 공연 진행</li> </ul>
시부야 스트리트댄스 위크	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2015년부터 시작한 일본 최대 규모의 스트리트 댄스 축제</li> <li>• 2024년 11월 23일(토), 아츠카운슬도쿄와 Shibuya StreetDance Week 실행 위원회가 주최하며, 요오기공원에서 진행함</li> <li>• 단순 참가형 프로그램부터 스테이지, 경연대회, 배틀 프로그램, 워크숍 개최</li> </ul>
농인과 청인이 만나는 무대 작품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 도쿄 FORWARD 2025 문화 프로그램으로 개최</li> <li>• 작품명: 침묵하지 마라, 움직여라, 숨 쉬어라</li> <li>• 농인 문화와 농인의 사회적 인식을 높이고, 농인과 청인이 서로를 이해하는 것을 목표로 함</li> <li>• 도쿄예술대학과 협력하여 창작된 작품으로 2025.11.29.(토) 도쿄문화회관에서 상연</li> </ul>
TOKYO 왓쇼이!	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 도쿄 FORWARD 2025 문화 프로그램으로 개최</li> <li>• 도쿄 2025 세계육상선수권대회의 개최에 맞추어 도내 각지의 축제 단체나 전통예능단체의 퍼포먼스 이벤트를 2025.9.12.~9.14. 3일간 도쿄역 앞 거리에서 개최함</li> <li>• 개최 1년 전을 기념하는 이벤트에서 'TOKYO 왓쇼이!'의 프리 이벤트 진행</li> </ul>

\* 왓쇼이(わっしょい): 무거운 것을 여럿이 메거나 끌 때 장단 맞추거나 기세를 올리는 소리: 이영채(민중서림 엡센스 일한사전)  
 출처: 神楽坂まち舞台・大江戸めぐり2024; 伝承のたまてばこ: ろう者と聴者が遭遇する舞台作品; 六本木アートナイト2024; Shibuya StreetDance Week; TOKYO わっしょい 홈페이지(2025.4.4. 검색) 참고하여 연구자 재구성

[그림 4-9] 아츠카운슬도쿄의 공연예술 관련 축제



다마전통문화페스티벌: 하치오지 게이샤



다마전통문화페스티벌: 참가 지역



가구라자카 거리 무대·오에도 순회: 거리연주



가구라자카 거리 무대·오에도 순회: 오자시키 라이브 공연



롯폰기 아트나이트: 이미지댄스 <침묵의 섬 - 새로운 낙원>



Shibuya Street Dance Week: SSDW 콘테스트



TOKYO わっしょ이 프리이벤트: 에도노 사토가쿠라



TOKYO わっしょ이 프리이벤트: 아와오도리

출처: 아트스카운실東京; 아트스카운실東京 伝統文化事業; 神楽坂まち舞台・大江戸めぐり2024; 伝承のたまてばこ; 本木アートナイト 2024; TOKYO わっしょい 홈페이지(2025.4.7. 검색)

- 체험 프로그램도 전통문화, 예능을 중심으로 기획되며, 전통문화·예능에 익숙하지 않은 아이들과 성인을 대상으로 체험 및 교육 프로그램을 진행함
  - 학교 문화예술교육과 연계하여 1회성 단기교육 혹은 장기교육을 통한 발표회를 통해 어린이와 청소년들이 문화예술적 경험을 공유하고 성취감을 느낄 수 있도록 함

[표 4-21] 아츠카운슬도쿄의 공연예술 관련 체험 프로그램

구분	내용
어린이 전통예능 체험	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주최: 아츠카운슬도쿄, 일본예능실연가단체협의회(공익사단법인)</li> <li>• 어린이들이 전통예능을 새롭게 접할 수 있도록 기획된 프로그램</li> <li>• 핵심 콘셉트는 '진짜를 체험한다', '일본적인 감성을 기른다', '전통예능의 가치를 발견한다'이며, 어린이들이 하나의 전통예능을 배워 발표회를 하는 것을 목표로 함</li> <li>• 프로그램               <ul style="list-style-type: none"> <li>- [전통극] 노가쿠: 우타이·시마이, 교겐 / [무용] 일본무용</li> <li>- [음악] 나가우타: 사미센, 시노부에, 소고·타이코 / 산쿄쿠: 코토, 사쿠하치</li> </ul> </li> </ul>
성인을 위한 전통문화·예능체험사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전통문화·예능의 다양한 장르에 대한 토크, 감상, 체험 등의 프로그램</li> <li>• 지역학습센터, 구민회관, 호소 노가쿠도(전통 노(能) 공연장), 공연장 등에서 진행</li> <li>• 일본무용, 가가쿠(전통 궁중 공연예술), 노가쿠, 고단(전통 이야기예술), 다이가쿠라 곡예(전통 곡예) 진행</li> </ul>
어린이를 위한 전통문화·예능체험사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주최: 아츠카운슬도쿄, 일본예능실연가단체협의회(공익사단법인)</li> <li>• 학교 교육과 연계하여 전문 공연예술인과 장인을 강사로 초청한 체험·감상 프로그램 운영</li> <li>• 학급 및 학년 단위로 신청을 받으며, 각 프로그램별 권장 학년을 표기하고 있음</li> <li>• 프로그램               <ul style="list-style-type: none"> <li>- [전통극] 노가쿠 / [무용] 일본무용</li> <li>- [음악] 가부키 음악, 가가쿠, 코토, 사미센, 일본악기</li> <li>- [예능] 라쿠고(전통 이야기예술), 종이오리기, 와즈마 마술</li> <li>- [지역예능] 에도시대 실 인형극, 하치오지 구루마인형</li> </ul> </li> </ul>
퍼포먼스 키즈 도쿄	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주최: 아츠카운슬도쿄, 예술가와 아이들(특정비영리활동법인)</li> <li>• 춤, 연극, 음악 등의 전문예술인이 학교, 공연장, 아동복지시설 등에 약 10일간 파견되어 워크숍 진행, 아이들과 함께 창작한 무대 작품을 발표하는 프로그램</li> <li>• 도쿄도 내 초·중학교를 대상으로 함</li> </ul>

출처: 子供のための伝統文化・芸能体験事業; 芸術家と子どもたち; キッズ伝統芸能体験 홈페이지(2025.4.4. 검색) 참고하여 연구자 재구성

[그림 4-10] 아츠카운슬도쿄의 공연예술 관련 체험 프로그램



어린이 전통예능 체험: 일본무용



퍼포먼스 키즈 도쿄

출처: キッズ伝統芸能体験; 芸術家と子どもたち 홈페이지(2025.4.4. 검색)

## ❖ 어린이·청소년 대상 공연예술 지원사업

- 도쿄도역사문화재단은 관리 운영하는 문화시설과의 네트워크를 활용하여, 미래세대를 대상으로 한 문화사업을 중점적으로 추진하고 있음
- 공연예술 관련 사업으로는 18세 이하 대상으로 무료 공연 관람 기회를 제공하는 ‘웰컴 유스(Welcome Youth)’가 있으며, 공연예술 관련 체험형 문화예술교육 프로그램이 진행됨
  - 2025년에 진행한 ‘Welcome Youth 2025’에서는 18세 이하를 대상으로 2025년 1월에서 2월 까지 도쿄문화회관에서 개최하는 5개 공연(총 6회)에 추첨으로 총 100명을 초대함. 공연은 모두 클래식 공연(도쿄문화회관 신년콘서트, 도쿄음악콩쿠르 우승자 콘서트, 뮤직 프로그램 도쿄)임
  - 그밖에 ‘인재 육성 프로그램’ 중 극장·홀 분야의 인재 육성 프로그램과 문화시설별 주요 문화예술교육이 있으며, ‘넥스트 크리에이션 프로그램’ 중 예술과 음악 체험 강좌, 팀 업! 오페라 토스카, 중고생을 위한 크리에이티브 캠프 계계칸 등이 운영됨

[표 4-22] 도쿄도역사문화재단의 어린이·청소년 공연예술 지원 프로그램

사업	내용	
콜라보레이션 프로젝트	Welcome Youth (웰컴 유스)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 도쿄문화회관, 도쿄예술극장에서 클래식, 오페라 콘서트 등의 공연 진행</li> <li>- 인재 육성 프로그램과 연계 공연 진행</li> </ul>
인재 육성 프로그램	극장·홀 분야의 인재 육성 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 무대제작, 무대기술, 문화예술교육 및 확산, 사회적 포용의 영역에서 프로그램 진행</li> <li>- 문화시설 취업을 희망하는 대학원생 인턴십 제도</li> <li>- 공연예술 분야 취업 희망 청년 대상 커리어 개발·전환 지원 프로그램</li> <li>- 인클루시브 댄스 워크숍 및 퍼실리테이터 양성 과정</li> <li>- 사회적 포용을 위한 전문 음악가 교육 강좌</li> <li>- 학생 대상 공연예술 무대 지원 직무 체험 강좌</li> <li>- 음악의 즐거움을 다양한 계층에 전하는 인재 양성 강좌</li> <li>- 극장과 사회를 연결하는 활동가 양성 교육 과정</li> </ul>
넥스트 크리에이션 프로그램	키즈 유스 오픈 캠퍼스: 예술과 음악 체험 강좌	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 도쿄예술대학과 타마미술대학의 교수가 강사가 되어 18세 이하를 대상으로 다양한 분야의 프로그램 진행</li> <li>• 공연예술 관련하여 &lt;예대와 놀자. 오케스트라에 어서와&gt;, &lt;일본의 소리, 통소를 불러보자&gt; 등을 진행함</li> </ul>
	팀 업! 오페라 토스카	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 초·중·고등학생이 합창, 악기 연주, 무대 제작, 공연스태프 등에 참여하며 프로 아티스트들과 함께 본격적인 오페라에 도전하는 협력 프로젝트</li> </ul>
	중고생을 위한 크리에이티브 캠프 계계칸	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미래세대를 위해 극장을 개방하는 창작 활동 프로그램</li> <li>• 청소년들이 국내외에서 활약하는 아티스트 및 전문가와 협력하여 공연작품 제작, 미디어 콘텐츠 제작, 극장 및 공연예술 관련 직업 체험 진행</li> </ul>

출처: 東京都歴史文化財団 홈페이지(2025.3.27. 검색) 참고하여 연구자 재구성

### (3) 시설

#### ◆ 도쿄도역사문화재단의 공연예술시설

- 도쿄도역사문화재단은 도쿄도의 12개 문화시설을 운영하고 있으며, 그중 공연예술 관련 시설은 ‘도쿄문화회관’과 ‘도쿄예술극장’이 있음
- 도쿄문화회관은 수도 도쿄에 오페라와 발레도 공연할 수 있는 음악홀이 필요하다는 요구에 부응하여, 도쿄도가 개도(開都) 500년 기념사업의 일환으로 1961년에 건설함
  - 대공연장, 소공연장 외 음악자료실, 레스토랑, 카페, 수공예상점, 음악 편집숍 등이 있음
  - 콘서트, 오페라 등 공연 외에도 워크숍, 백스테이지 투어, 음악 콩쿠르, 도쿄도 내 학교 및 고령자 시설과 연계한 찾아가는 문화예술 활동, 국내외 공연단체 및 음악기관과 협업한 문화예술교육, 무대예술 관련 인재 육성 등을 운영함
- 도쿄예술극장은 도쿄도민을 위한 음악·연극·가극·무용 등의 문화예술의 진흥과 국제적 교류를 도모하기 위해 1990년 10월에 개관한 공공극장임
  - 세계 최대급의 파이프 오르간이 있는 클래식 전용 콘서트홀, 연극·뮤지컬·무용을 위한 중공연장 플레이 하우스, 소공연장 2개, 전시공간 4개, 크고 작은 회의실과 리허설실 등을 갖추

【표 4-23】 도쿄도역사문화재단의 공연예술시설

구분	도쿄문화회관	도쿄예술극장
개관시기	본관: 1961년 / 신 리허설동: 1984년	1990년
대지면적	10,370㎡	13,290.44㎡
연면적	본관 21,234㎡ / 신 리허설동 1,334㎡	51,394.8㎡
층수	본관: 지하 1층 지상 4층 신 리허설동: 지하 2층 지상 1층	지하 4층, 지상 10층
객석 수	대공연장: 2,303석 소공연장: 649석	콘서트홀: 1,999석(휠체어석 8석) 플레이하우스: 834석+입석 90석 휠체어석 7석 시어터이스트: 272~324석/ 시어터웨스트: 195~278석

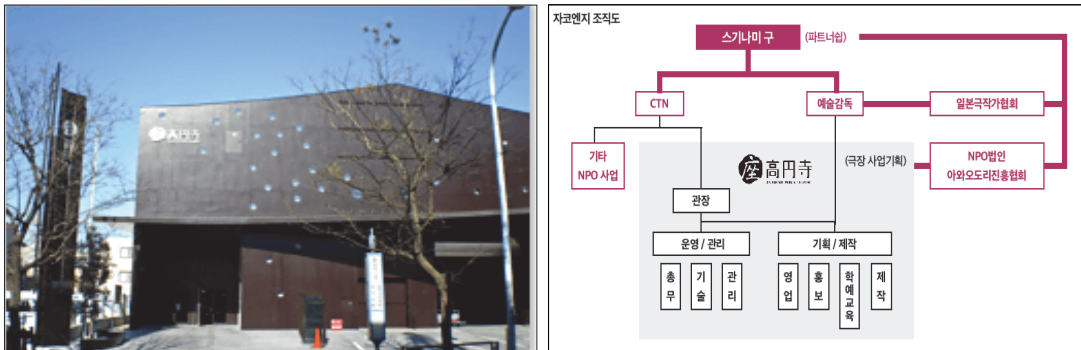


출처: 東京都歴史文化財団; 東京文化会館; 東京芸術劇場 홈페이지(2025.4.3. 검색) 참고하여 연구자 재구성

## ❖ 도쿄도 스기나미구: 자·코엔지(座・高円寺)

- 코엔지 지역<sup>5)</sup>에 위치한 자·코엔지는 2009년 5월에 개관한 스기나미구의 공공 문화예술 회관으로, 무대예술의 창작, 확산, 지역에 뿌리를 둔 스기나미구 문화활동의 거점임
  - 내부 공간은 다양한 형태로 변형이 가능하여 연극, 무용, 음악, 커뮤니티 행사 등에 활용됨 (서울문화재단, 2019.9.; 座・高円寺 홈페이지, 2025.4.7. 검색)
- 자·코엔지 설립 이전에는 구민회관으로 주민 회의나 모임 등 대관 장소로 사용되었으나, 재건축 논의 과정에서 일본극작가협회 제안으로 연극 관련 공연장으로 설립됨
  - 스기나미구에는 극작가, 연극배우들이 많이 살고 있어 연극 관련 토양이 구축되어 있었음
  - 설립 전에 스기나미구, NPO 극장 창조 네트워크, 상점가·마을회 대표, 아와오도리 축제 멤버 대표들로 ‘코엔지 스기나미구 지역협의회’를 구성하여 자·코엔지 프로그램을 기획·논의함. 자·코엔지 운영지침 및 프로그램 라인업 모두 지역 주민들의 의견을 수렴하였으며, 극장 오픈 전 3년간 준비기간을 가짐(서울문화재단, 2019.9.)

[그림 4-11] 자·코엔지 전경 및 조직도



자·코엔지 외관

자·코엔지 조직도

출처: 서울문화재단(2019.9.); 遊あそぼうよ 공식블로그; 座・高円寺 홈페이지(2025.4.8. 검색)

- 자·코엔지는 크게 3개의 홀(자·코엔지1, 2, 아와오도리홀)과 아카이브로 구성됨
  - 자·코엔지1(238석), 자·코엔지2(256~298석), 아와오도리의 연습과 보급 사업에 사용하는 ‘아와오도리홀’이 있음. 그 외 현대극 관련 자료의 수집·보관을 위한 아카이브가 운영 중임(座・高円寺 홈페이지, 2025.4.7. 검색)

5) 코엔지(高円寺)는 도쿄 서부지역으로 1923년 관동대지진 전까지는 농업 위주의 주변부였으나, 지진으로 인한 도심 파괴로 노동자와 소상공인들이 유입되어 상점, 식당, 술집 등으로 지역경제를 구축하기 시작함. 이후 1950년대 킷사텐(喫茶店)과 아와오도리 축제의 시작(1957년)으로 유명해졌으며, 1970년대 일본 펑크씬의 발상지로 펑크부터 시작해서 언더그라운드 뮤지션이 지속적으로 발달함. 현재는 뮤지션 위주의 언더그라운드 문화, 중고 음반·서적·장난감·패션 등 다양하고 젊고 자유롭고 활기찬 청년 소비문화가 자리잡고 있음(서울문화재단, 2019.9.)

[표 4-24] 자코엔지 층별 구성

구분	내용
지하 3층	리허설룸1/2/3(공연팀 외에도 극장창조아카데미 수강생, 일본극작가협회, 워크숍 참여 아동·청소년·성인, 학교/기업 종사자까지 다양한 사람들이 이용), 워크숍룸1(소도구)/2(의상), 시청각 스튜디오(실제 제작이 가능하며, 이를 활용해 중고등학생 대상 공작 워크숍 진행)
지하 2층	자코엔지2(대관 공연장), 아와오도리홀(지역사회 다목적홀/스튜디오), Gallery Asobiba(지하2층 로비 공간을 전시장으로 활용/월별 전시)
지하 1층	화장실
1층	자코엔지1(메인 공연장), 로비, 정보 카운터
2층	앙리 파브르(카페, 레스토랑), 박스오피스, 사무실
3층	아카이브(현대 연극 도서관)

출처: 서울문화재단(2019.9.)

- 연극과 무용 등 우수한 무대예술 작품의 공연, 워크숍, 강연, 극장창조아카데미 등 공연예술 프로그램을 전개하는 한편, 지역 주민을 위한 다양한 문화예술활동 및 교류도 지원함 - 자코엔지는 '지역극장, 창조적 극장, 인재 육성'을 기본 방향으로 설정함(서울문화재단, 2019.9.)

[표 4-25] 자코엔지 기본 방향 및 주요 프로그램

구분	주요 프로그램	
지역극장 (Community Theatre)	아이들과 함께	<ul style="list-style-type: none"> <li>극장에 가자: 스기나미구 소재 초등학교 4학년 전원을 초대해 연극 관람 지원. 공연 관람 외 스테이지 투어, 예술가와의 만남 진행</li> <li>세계를 보자: 초등학교 저학년 아동 대상 세계의 소규모 극단 초대작 공연 페스티벌 운영, 텐트식 관람석 운영 등</li> <li>놀자: 어린이 대상 상설문화프로그램(책 읽어주기, 워크숍, 성과공유회 등)</li> </ul>
	지역상점/사업과 함께: 코엔지 지역 4대 축제	<ul style="list-style-type: none"> <li>프로그램 기획, 공간 제공을 통해 코엔지 지역 4대 축제에 관여                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 봄(감작 거리공연): 코엔지 거리 광장이나 극장 앞에서 마츠리 진행</li> <li>- 여름(도교 코엔지 아와오도리): 아와오도리홀을 퍼레이드 연습 시 사용</li> <li>- 가을(코엔지 페스티벌): 청년층/서브컬처/아이브하우스/구제샵 중심 축제</li> <li>- 겨울(코엔지 연예축제): 극장 외 실내 생활공간을 활용하여 만남 상연</li> </ul> </li> </ul>
	극장 앞 광장 시설 이용	<ul style="list-style-type: none"> <li>극장 앞 광장을 자유로운 공터로 활용                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 마켓 개최, 헌책시장, 갤러리 '놀이터', 카페/레스토랑 'Henri Fabre' 등</li> </ul> </li> </ul>
창조적 극장 (Creative Theatre)	자코엔지1	<ul style="list-style-type: none"> <li>대관을 하지 않으며 극장에서만 하는 기획프로그램 운영                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 주최공연: 자코엔지가 출자하고 운영하는 자체 제작 공연 프로그램</li> <li>- 제휴공연: 외부 공연단체 작품 중 선정하여 공연하는 프로그램</li> <li>- 일본 극작가협회 프로그램: 극작가협회 추천 단체들이 공연하는 프로그램</li> </ul> </li> </ul>
	자코엔지2	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역사회에 대관하는 사업 중심으로 운영</li> </ul>
인재 육성 (Educational theatre)	극장창조아카데미	<ul style="list-style-type: none"> <li>목적: 무대예술 및 실험적 예술 관련 교육과정(일본 예술대학에는 일부 사립대 외 연극 관련 학과가 없음)</li> <li>연수기간: 2년간 주 5일, 1일 4시간 수업(오전 2시간/오후 2시간)</li> <li>커리큘럼: 1학년 공동 과정 이수 후 2학년 때 분야별 세부과정(배우/연출/스텝/극장 운영 등)을 정하고 3학년 때 졸업공연 진행. 기본적인 신체훈련 프로그램, 일본 전통연극 교겐, 노 커리큘럼 등 대학 학부 수준의 강의로 진행</li> </ul>

출처: 서울문화재단(2019.9.)

## 4. 시사점

### 1) 시설(하드웨어) 측면

#### ❖ 유휴공간 재생을 통한 공연예술공간 및 연습공간 조성

- 부산 F1963 사례: 인천의 개항장, 캠프마켓 등 역사적 유휴공간 재생 시 장소의 역사성을 보존하며 문화예술적 기능을 부여하는 도시재생 모델을 참고할 필요가 있음. 민간 주도 운영 및 상업시설 연계를 통해 지속가능한 문화시설 운영 모델을 모색하며, 다목적 활용이 가능한 유연한 공간 설계를 고려할 필요가 있음
- 서울 성수동 사례: 민간 주도의 유휴 산업공간 재생을 통해 지역문화 활력과 상업적 성공을 동시에 추구하고, 비전형적 공간을 활용한 실험적인 공연 기획을 시도함. 민간 참여 유도 및 예술인 상생을 위한 정책적 기반을 마련함
- 일본 도쿄 자-코엔지 사례: 유휴공간 재생 시 초기 단계부터 지역 예술인, 주민, 상인 등 다양한 이해관계자의 참여를 유도하여 '지역 기반' 문화시설을 조성함. 공연예술 연습 공간을 시민 문화예술교육 및 참여의 장으로 활용하며, 미래 예술 인력 양성을 위한 교육적 역할을 수행함
- 대구 국립뮤지컬컴플렉스 계획: 특정 강점 장르를 중심으로 전문 공연시설 확충을 고려하여 도시의 차별화된 공연예술 브랜드를 구축할 계획임. 대규모 문화인프라 구축 시 장기적인 로드맵과 전문성을 갖춘 독립적인 운영조직 확보가 요구됨

### 2) 프로그램(소프트웨어) 측면

#### ❖ 레퍼토리 공연 개발 및 공연예술축제 개최

- 부산 BPAM 및 F1963 프로그램: 공연예술의 유통 기능 강화를 위해 전문 공연예술마켓을 구축하여 지역 콘텐츠의 해외 진출 기회를 모색하고 창작-유통-소비의 선순환 구조를 확립함. 특색 있는 공간의 활용도를 높여 상설공연을 운영함으로써 관객 유입 및 장르 다양성을 확보함
- 서울 성수동 팝업스토어 마케팅: 공연 홍보 시 작품의 서사나 세계관을 활용한 팝업 전시, VR/AR 체험 등 '체험 여정'을 설계하여 관객 몰입도를 높이고 자발적인 홍보를 유도함. 주요 상업지구와 연계하여 팝업공연, 거리예술 등을 기획함으로써 문화향유 기회를 확대하고 지역 상권 활성화에 기여함

- 대구 대표 공연예술축제(DIMF, DIOF, WOF): 뮤지컬, 오페라, 클래식 등 국제적 수준의 장르별 공연예술축제를 육성하여 음악도시 브랜드를 구축함. 지역 예술인 및 단체의 참여를 유도하며 지역 스토리와 인프라를 활용한 창작 작품을 축제의 콘텐츠로 편성함
- 일본 도쿄 아츠카운슬도쿄 축제 및 체험 프로그램: 역사적 자원을 활용하여 전통예술을 현대적 감각으로 재해석하고 체험 프로그램과 연계함. AR/VR 등 첨단 디지털 기술을 적극 도입하여 하이브리드형 공연 형태를 확산하고 미래형 공연예술 시장을 선도함. 아동·청소년 대상 실습 중심 공연예술교육 프로그램을 확대하여 미래 예술인재를 조기에 육성함

### 3) 인력 양성(휴먼웨어) 측면

#### ❖ 예술인 통합지원 및 미래세대 육성의 필요성

- 부산 BPAM 조직 및 F1963: 청년예술인들이 국내외 시장으로 진출할 수 있도록 국제교류 기회, 비즈니스 매칭, 유통 컨설팅 등을 제공하는 통합적인 지원 시스템을 구축함. 분절적으로 운영되는 청년예술인 지원 사업들을 통합하고 전담 조직을 설치하여 정책의 효과성과 지속성을 높임
- 대구 유네스코 음악창의도시: 아동·청소년 대상 공연예술교육 기회를 확대하고 시민 대상 생활예술교육을 강화하여 잠재적 관객 및 예술 참여자를 육성함. 지역 예술고등학교, 대학 및 전문예술기관과 연계하여 청년예술인 대상 실무 교육 등을 확대함
- 일본 「도쿄 문화전략 2030」 및 도쿄도역사문화재단: 공공 문화시설을 활용하여 아동·청소년 대상의 실습 중심 공연예술 교육 프로그램을 확대하고 차세대 창작자 및 관객을 조기에 육성함. 청소년들이 직접 공연을 기획, 제작, 실연하는 경험을 제공하는 프로그램을 통해 예술에 대한 깊이 있는 이해와 흥미를 유발함

### 4) 네트워크(거버넌스) 측면

#### ❖ 상권 연계 홍보마케팅 활성화 및 유통 플랫폼 구축의 중요성

- 부산 페스티벌 시월: 지역별 특색을 살린 공연예술 콘텐츠를 개발하고 이를 관광 코스, 지역 상권, MICE 행사 등과 연계하여 도시 전체를 '공연예술 체험 관광지'로 브랜드링하는 전략을 추진함. 공연예술축제 기획 시 경제적 파급효과를 고려하여 지역 상권 연계 마케팅 및 관광상품 개발을 추진함

- 서울 성수동 팝업스토어: 팬덤 기반의 참여형 마케팅 프로그램을 적극 도입하여 공연예술에 대한 관심과 참여를 증대시킴. 지역 내 기업, 로컬브랜드 등과 협력하여 공연 연계 굿즈 개발, 공동 프로모션 등을 기획함으로써 마케팅 역량을 강화하고 새로운 수익 모델을 창출함
- 대구 유네스코 음악창의도시: 지역의 특화 산업과 공연예술을 융합한 이색적인 콘텐츠를 개발하여 새로운 관객층을 유입하고 지역 경제에 기여하는 모델을 모색함. 국제 공방이라는 지리적 이점을 활용하여 해외 예술인 초청, 공동제작, 국제 투어 등 적극적인 국제교류 프로그램을 추진하여 아시아 대표 공연예술 허브 도시로 도약함
- 일본 도쿄 아츠카운슬도쿄: 다양한 이해관계자가 참여하는 다층적인 거버넌스를 구축하여 정책의 기획과 실행 전반에 걸쳐 협업을 강화함. 상업시설이 집적한 롯폰기 거리에서 기업과 연계해 ‘롯데아트나이트’를 운영하는 등 지역 내 대기업, 중견기업, 스타트업 등과 적극적으로 협력하여 공연예술 프로젝트에 대한 투자를 유치함

[표 4-26] 국내외 사례의 시사점 종합

구분	시사점	관련 사례
시설 (하드웨어)	유희공간 재생을 통한 공연공간 및 연습공간 조성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 부산 F1963: 옛 공장 재생, 역사성 보존, 상업시설 연계 운영</li> <li>• 서울 성수동: 붉은 벽돌 건축물 보존, 비전형적 공간의 예술적 활용</li> <li>• 대구 국립뮤지컬컴플렉스: 특정 장르 특화 대형 전문 공연장 확충 및 장기적 운영 계획</li> <li>• 일본 도쿄 자-코엔지: 지역 커뮤니티 기반 다목적 연습/창작 공간 운영</li> </ul>
프로그램 (소프트웨어)	레퍼토리 공연 개발 및 공연예술축제 개최	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 부산 BPAM: 국제 마켓을 통한 작품 유통 및 해외 진출 활성화</li> <li>• 서울 성수동 팝업스토어: 트렌드 기반 체험형 마케팅, 상업 공간 연계 대중성 확대</li> <li>• 대구 대표 음악축제: 특정 장르 전문 축제 육성을 통한 도시 브랜딩 강화, 지역 인프라 및 인재 활용</li> <li>• 일본 도쿄 아츠카운슬도쿄: 전통문화 현대적 재해석, 디지털 기술 융합, 미래세대 대상 전략적 투자</li> </ul>
인력양성 (휴먼웨어)	예술인 통합지원 및 미래세대 육성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 부산 BPAM 조직: 청년예술인 전담 조직 운영, 국제 마켓 통한 역량 강화</li> <li>• 대구 유네스코 음악창의도시: 생애 주기별 맞춤형 예술교육, 지역 대학 및 전문 기관 연계</li> <li>• 일본 도쿄 문화전략 2030: 공공 문화시설의 미래 예술 인재 양성 허브 기능 강화, 경험적 가치 증진</li> </ul>
네트워크 (거버넌스)	상권 연계 홍보마케팅 활성화 및 유통 플랫폼 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 부산 페스티벌 시월: 도시관광 연계 융복합 축제를 통한 경제적 파급 효과 극대화</li> <li>• 서울 성수동 팝업스토어: 팬덤 기반 바이럴 마케팅, 공연예술과 브랜드 협업 시너지</li> <li>• 대구 유네스코 음악창의도시: 지역 특화 산업과의 융합형 콘텐츠 개발, 국제교류를 통한 도시 소프트 파워 강화</li> <li>• 일본 도쿄 아츠카운슬도쿄: 다층적 거버넌스 구축, 민간기업 협업을 통한 문화예술 투자 유치</li> </ul>



# 05

---

## 체험경제 기반 공연예술산업 활성화 방안

---

### 1. 기본방향

#### 1) 비전

- “체험으로 연결되는 공연예술 문화도시 인천”
  - 인천의 지리적 특성과 역사적 배경을 활용하여 시민과 관광객이 다채로운 공연예술을 통해 깊이 있는 문화적 체험을 향유할 수 있도록 함
  - 이를 통해 인천이 아시아를 대표하는 공연문화도시로 도약함

#### 2) 목표

- 다양한 체험을 제공하는 공연예술 생태계 조성
  - 체험경제의 요소가 복합적으로 어우러진 공연예술 생태계 구축
  - 장르 간 융합을 통한 새로운 형태의 공연예술 콘텐츠 개발
- 지역 특성을 반영한 차별화된 공연예술 콘텐츠 개발
  - 인천의 해양성, 다문화성, 역사성, 국제성을 반영한 공연예술 콘텐츠 육성
  - 지역별 특성을 고려한 특화 공연 프로그램 개발 및 지원

- 공연예술을 통한 시민 문화향유 기회 확대
  - 지역 내 공연예술 관람률 제고 및 고른 문화향유 기회 제공
  - 연령별, 계층별 맞춤형 공연프로그램 개발로 문화 격차 해소
- 공연예술 전문인력 양성 및 지속가능한 창작 환경 조성
  - 지역 기반 청년예술인 육성 및 창작 역량 강화
  - 공연예술 기획, 제작, 유통, 마케팅 등 전문인력 양성

### 3) 추진전략

- 비전과 목표를 달성하기 위해 하드웨어, 소프트웨어, 휴먼웨어, 네트워크 부분을 고려하여 4대 추진전략을 다음 그림과 같이 도출함
  - ①하드웨어: 공연예술공간 확충 및 특성화, ②소프트웨어: 인천 공연예술 콘텐츠 개발, ③휴먼웨어: 공연예술 창작-향유 역량 강화, ④네트워크: 공연예술 유통 활성화
  - 4대 추진전략별로 각 2개씩 총 8개 추진과제를 도출했으며, 8개 추진과제별로 2개씩 세부 추진과제를 도출하여 총 16개 세부 추진과제를 제안함

[그림 5-1] 인천시 공연예술산업 활성화 기본방향

비전	<b>체험으로 연결되는 공연예술 문화도시 인천</b>	
목표	다양한 체험을 제공하는 공연예술 생태계 조성	지역 특성을 반영한 차별화된 공연예술 콘텐츠 개발
	공연예술을 통한 시민 문화향유 기회 확대	공연예술 전문인력 양성 및 지속가능한 창작 환경 조성
추진 전략	<b>01</b> 하드웨어: 공연예술공간 확충 및 특성화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대형 공연장 확충 및 축제 공간화</li> <li>• 공연예술연습공간 조성</li> </ul>
	<b>02</b> 소프트웨어: 인천 공연예술 콘텐츠 개발	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인천STAGE 레퍼토리 육성</li> <li>• 인천 공연예술축제 개최</li> </ul>
	<b>03</b> 휴먼웨어: 공연예술 창작-향유 역량 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 청년 공연예술 창작생태계 조성</li> <li>• 웰컴유스인천프로젝트</li> </ul>
	<b>04</b> 네트워크: 공연예술 유통 활성화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인천 공연예술 유통·마켓 플랫폼 구축</li> <li>• 상권 연계 공연예술 마케팅 강화</li> </ul>

## 2. 추진과제

### 1) 하드웨어: 공연예술공간 확충 및 특성화

#### (1) 대형 공연장 확충 및 축제 공간화

##### ◆ 배경 및 필요성

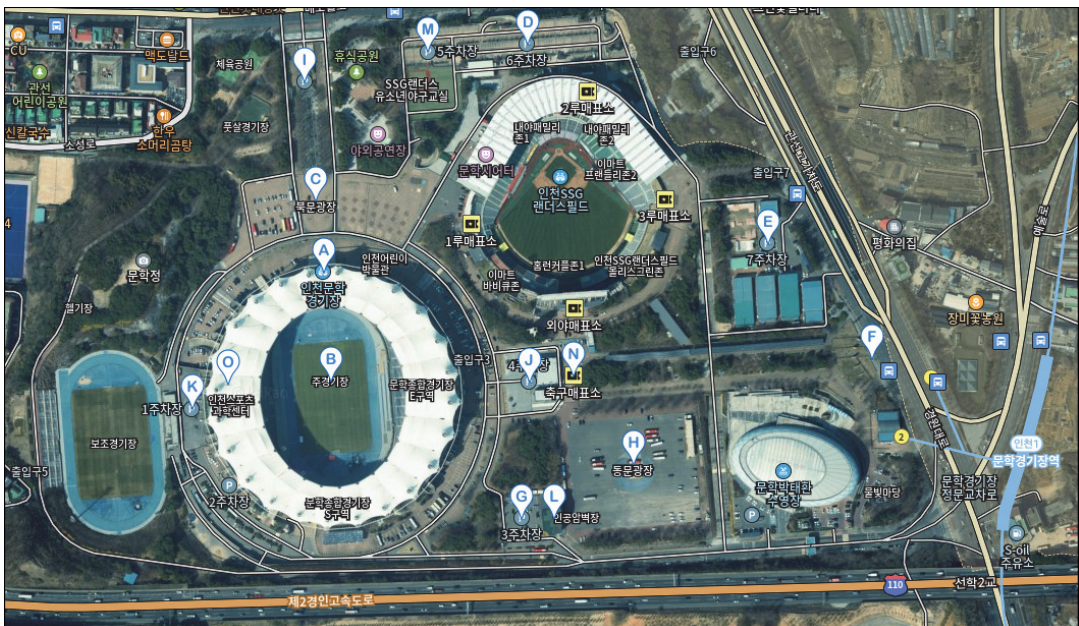
- 인천시의 공연시설은 2025년 기준 112개로 전국 8위 수준이며, 전체 공연시설 112개 중 1~299석 규모의 소형 공연장이 35.7%(40개), 좌석 미상 시설이 33.9%(38개)로 절대 다수를 차지하고 있고, 중대형 공연장의 비중이 매우 낮은 실정임
  - 인천의 1,000석 이상 대형 실내 공연장은 총 13개소이며, 이 중 공공 공연장은 인천문화예술회관(1,332석), 아트센터인천(1,727석), 강화문예회관(1,300석) 등이 있음
  - 민간시설로는 인스파이어 아레나(15,000석), 송도컨벤시아(5,000석), 파라다이스시티 그랜드볼룸(1,820석) 등이 포함되나, 장르 다양성이나 지역 접근성 측면에서 한계가 있음
    - 아트센터인천은 클래식 중심 운영으로 인해 대중음악이나 현대공연 활용이 제한되며, 인스파이어 아레나는 K-POP 등 상업 콘서트 위주로 운영되어 지역 예술단체의 접근이 어려움
- 인천의 대표 음악축제인 펜타포트 락페스티벌은 송도달빛축제공원에서 개최되어 왔으나, 인근 아파트단지의 소음 민원 증가와 경제청의 워터프론트 조성 공사로 인해 향후 지속적 개최가 어려우므로 대안적 개최 공간을 찾아야 하는 실정임
  - 인천경제자유구역청은 2027년 2월 완공을 목표로 송도 워터프런트 1-2단계(9.53km) 건설 공사를 추진 중으로, 향후 축제 공간의 안정적 활용이 어려워짐(박혜숙, 2025.3.5.)
  - 또한, 인천 SSG 랜더스필드의 청라 이전이 2027년에 예정되어 있음에 따라, 문학경기장은 새로운 활용방안을 찾아야 하는 실정임. 기존 체육시설인 문학경기장을 문화축제 자원으로 활용함으로써 관객에게 특별한 체험을 제공하는 새로운 공연장 활용 전략이 요구됨
    - 청라국제도시 '스타필드 청라'에 2만1,000석 규모 돐구장과 쇼핑몰이 2027년 말에 준공되며, SSG랜더스가 이를 2028년부터 홈경기장으로 활용할 예정임(공승배, 2024.11.5.)
- 현재 인천시민의 지역 내 공연예술 관람률은 전국 17개 시도 중 15위로 매우 낮고, 문화소비가 역외로 유출되는 경향이 강함. 이는 지역 내 양질의 중대형 공연 인프라 부족과도 관련이 있으며, 공연장 확충은 지역 문화소비 순환과 시민 문화향유 확대를 위해 필수적임

## ◆ 주요 내용

### ① 문학경기장 페스티벌 아레나 조성

- 현재 송도달빛축제공원에서 열리는 펜타포트 락페스티벌을 문학경기장으로 이전하여 글로벌 음악축제로 육성하고, 인천문학경기장을 대형 공연·축제 공간으로 특화함
  - 문학경기장의 수용인원은 약 5만 명으로, 인천지하철 1호선 문학경기장역과 인접하여 대중교통 접근성이 우수하고, 인근에 대단위 주거지역이 없어 소음 민원 발생 가능성이 낮아 대형 축제 개최를 위한 입지적 장점을 갖추고 있음. 특히 주경기장, 보조경기장, 넓은 주차장 등 복합 공간이 집적되어 있어 대형 음악축제를 안정적으로 수용할 수 있음
- 공연 개최일 외에 비어 있는 스포츠경기장을 문화공간으로 전환하기 위해 무대 설치, 음향·조명 시설 등을 보강하고, 경기장 구조를 활용한 대규모 락 콘서트, K-POP 페스티벌 등 다양한 공연 행사를 유치함
  - 대형 스포츠콤플렉스를 복합문화 페스티벌 아레나로 운영함으로써 인천을 상징하는 메가 이벤트 공간이자 새로운 축제 거점으로 재구성할 수 있음
  - 펜타포트 락페스티벌이 지닌 브랜드 가치와 문학경기장의 복합적 공간구성을 결합함으로써, 축제 콘텐츠의 확장성과 관객 경험의 질을 동시에 강화할 수 있음. 송도달빛축제공원의 물리적 한계(폭염 대책 미흡, 편의시설 부족, 주차공간 미흡 등)도 보완할 수 있음

[그림 5-2] 인천문학경기장 항공사진



## ② 팝업극장 설치 및 상설공연 운영

- 인천시에는 지역 기반의 창작 공연을 장기적으로 반복 공연할 수 있는 레퍼토리형 상설극장이 존재하지 않음. 이는 기획·제작·재투자·재공연의 선순환 구조를 불가능하게 하며, 인천형 공연 브랜드의 형성 및 지역 기반 공연예술산업의 육성에도 구조적 장애로 작용함
  - 이 같은 인프라 미비는 공연예술 소비가 서울 및 타 지역으로 유출되는 원인이 되고 있으며, 결과적으로 지역 문화생태계의 지속가능성 저하로 이어짐
- 팝업극장은 유연한 장소 활용, 신속한 구축과 낮은 예산, 몰입형 연출 가능, 축제 및 관광 연계 용이 등 장점이 많아, 창작·유통·향유 간 선순환 구조를 실험할 수 있는 대안적 공간 모델로서 도입이 필요함
  - 특히 문학경기장 및 캠프마켓은 대규모 관객 수용, 장소성, 체험형 공간 구성이 가능하다는 점에서 팝업극장 조성의 최적지라 할 수 있음
    - ① 유연한 장소 활용: 기존의 대형 실외공간(예: 문학경기장 보조경기장, 캠프마켓 잔디광장 등)을 공연장으로 전환함으로써, 입지 제한성과 고정비용 부담을 줄일 수 있음
    - ② 신속한 구축과 낮은 예산: 전통적인 극장 건립 대비 짧은 구축 기간과 저렴한 설치비용으로, 단기 공연축제, 장기 레퍼토리 운영 등 다양한 활용이 가능함
    - ③ 몰입형 공연과 체험경제 실현: 텐트극장은 무대와 관객의 경계를 허물고, 몰입형 연출이 가능하여 체험형 공연콘텐츠 개발에 최적화된 환경을 제공함
    - ④ 축제 및 관광 연계: 문학경기장, 캠프마켓은 대중교통 접근성과 인지도 면에서 공연·축제·관광을 통합 운영할 수 있는 거점 공간으로 적절함
- 단기적으로는 시범 텐트극장 설치 및 시범 레퍼토리 운영을 통해 효과성을 검증하고, 중장기적으로는 인천만의 상설공연 관광자원으로 발전시킴

[그림 5-3] 팝업극장 예시



출처: 김형찬(2009.10.10.)

## ❖ 추진체계 및 기대효과

- **추진 주체:** 인천시와 인천관광공사가 중심이 되어 문학경기장 축제공간화 사업을 총괄 기획·지원함. 문학경기장의 시설 소유·운영 주체 및 펜타포트 축제운영사와 협력하여 경기장 활용계획을 수립하고 인프라 개선을 추진함
  - 팝업극장 운영은 지역 예술단체와 공연기획사가 참여하는 민관협력 거버넌스를 구축하여, 장소 제공-공연기획-운영이 연계된 모델로 시행함
- **제도 개선:** 대형 스포츠시설의 문화행사 활용을 촉진하기 위해 관련 조례 및 이용 규정을 정비하고 대관료 지원제도를 도입함
  - 인천관광공사, 인천문화재단 등을 통해 문학경기장 등 대형시설 대관료 일부를 보조하여 지역 단체의 접근성을 높임
- **기대효과:** 정성적 측면에서 인천은 대형 공연·축제 인프라를 확보하여 세계적 음악도시로 이미지를 제고할 수 있음. 관객들은 스포츠경기장에서 색다른 문화체험을 누리고, 도심 속 축제를 통해 문화적 활력이 증진될 것임
- **정량적 측면에서 펜타포트 락페스티벌 관객 규모를 확대하고, 문학경기장 활용률을 높여 연간 대형공연 개최횟수를 늘릴 수 있음.** 축제로 인한 방문객 증가로 지역 소비지출과 관광 수입이 증대되고, 인천을 찾는 외부 관광객 수와 숙박률 상승 등 경제적 파급효과도 기대됨. 장기적으로 문학경기장 일대는 공연·관광 복합지구로 발전하여 주변 상권 활성화와 도시브랜드 가치 향상에 기여할 수 있음

[표 5-1] 단계별 추진계획

주요 사업	2026년	2027~2029년	2030년 이후
<b>문학경기장 페스티벌 파크 조성</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 펜타포트 락페스티벌 개최지 이전 계획 수립</li> <li>• 경기장 시설점검 및 무대·음향 등 기본설비 보강</li> <li>• 2026년 펜타포트 페스티벌을 문학경기장에서 시범 개최</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문학경기장 축제 인프라 확충(관객동선 개선, 부대시설 확충)</li> <li>• 펜타포트 락페스티벌 정례 개최 및 규모 확장</li> <li>• K-POP 콘서트 등 대형 대중공연 유치 다각화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문학경기장 일대 공연장 리모델링 또는 상설무대 설치 검토</li> <li>• 연간 대형문화행사(음악축제 등) 2~3개 개최로 상시 활용</li> <li>• 인천 메가페스티벌로 육성(해외 관객 유치 목표)</li> </ul>
<b>팝업극장 설치 및 상설공연 운영</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문학경기장 및 인근밀집지역, 상업지구 등에 팝업공연 시범 운영</li> <li>• 텐트형 이동식 공연장 1~2개소 설치 및 시민참여 공연 개최</li> <li>• 인천 대표 레퍼토리 시범공연(따일러) 개최</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 권역별 야외 팝업공연장 설치 확대(영종·강화 등 포함)</li> <li>• 팝업공연 정례화 및 계절별 테마 공연(예: 여름 버스킹 페스티벌)</li> <li>• 팝업 공연장에서 인천 상설 레퍼토리 공연 시즌제 도입</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역 거점별 소규모 상설공연장으로 발전(유휴공간 상설화)</li> <li>• 인천 공연체험 투어 상품화: 팝업 공연장을 잇는 관광코스 개발</li> <li>• 팝업극장 네트워크를 통한 연중 상시공연 체계 확립</li> </ul>

## (2) 공연예술연습공간 조성

### ◆ 배경 및 필요성

- 지역 예술인의 창작 기반인 공연연습실 등 창작공간의 부족이 지속적으로 지적되고 있음. 레퍼토리 공연 실험, 창작 연습, 실험적 퍼포먼스 등 장기·지속적 예술 활동을 위해서는 전용 연습공간의 확보가 필요함
  - 공연예술은 창작→연습→공연으로 이어지는 선형 구조를 기반으로 하며, 연습공간은 이 과정의 중심축임. 전용 연습공간이 부족한 상황에서는 예술인들이 상업공간에 의존하거나 외부 지역으로 이동할 수밖에 없으며, 이는 인천 공연예술 자원의 역외 유출을 초래함. 상설 레퍼토리 체계와 지속가능한 창작 기반을 마련하기 위해서는 안정적인 장기적인 연습환경이 필수적임
- 인천시에는 현재 인천문화재단이 운영하는 인천공연예술연습공간이 유일한 공공 연습공간으로 기능하고 있음. 그러나 물리적 규모나 권역별 배치 측면에서 수요를 충족시키기에 역부족이므로, 안정적인 연습공간의 추가적인 확보가 요구됨
  - 인천공연예술연습공간은 수봉산 아래 옛 상수도 가압펌프장을 리모델링해서 2016년에 개관한 이래 인천문화재단이 위탁 운영하며 창작과 연습, 실연을 지원하는 공간으로 자리 잡음. 대연습실, 중연습실, 리딩룸 등으로 구성되어 있으며 정기·상시 대관함
  - 2025년 기준 인천시 전체 공연장 중 1~299석 규모의 소형 공연장이 35.7%를 차지하며, 좌석 규모 미상 시설도 33.9%에 이르러, 공연과 창작 연습을 병행할 수 있는 공간은 매우 한정적임. 또한 공연시설의 분포가 특정 지역(중구, 연수구)에 집중되어 있어 군·구 간 불균형도 뚜렷함
- 부평 캠프마켓 마스터플랜과 연계하여 유휴공간에 문화예술시설을 조성할 기회가 생김
  - 부평 캠프마켓은 미군기지 반환부지로 전체 34만㎡ 부지 중 B, D구역에 다수의 유휴 건축물이 남아있으며, 최근 발표된 <캠프마켓 기본계획(마스터플랜)>에 따르면 캠프마켓은 복합문화공원 조성을 목표로 구역별 단계적 재생을 추진할 계획임. 특히 유휴공간을 활용한 창작 스튜디오, 커뮤니티 공간, 창의교육 공간 등 다양한 문화시설을 조성할 계획이 있으므로 공연예술연습공간 도입의 공간적 여건이 충분함(인천광역시, 2025.2.)
  - 캠프마켓 마스터플랜은 5개의 테마 축(습지, 숲, 역사, 문화, 도시공원)을 중심으로 특화 전략이 설정되어 있고, 이 중 문화축에 문화공간이 집적되어 있으므로, 이와 연계해 공연예술연습공간을 조성하는 것이 적절함

## ❖ 주요 내용

### ① 캠프마켓 창의예술연습센터 조성

- 부평 캠프마켓 부지에 ‘창의예술연습센터(가칭)’를 설립하여 인천 공연예술인과 시민의 핵심 연습공간으로 조성함
  - 캠프마켓 내 기존 건축물을 리모델링하거나 신축하여 대·중·소형 연습실, 공유공간, 다목적 스튜디오, 커뮤니티룸 등 전문 시설을 갖춘. 이 센터 건립을 위한 기 수립된 마스터플랜과 연계하여 활용 가능한 건물을 우선적으로 검토함
  - 또한 VR·AR 기반의 무대 시뮬레이션 등 첨단기술을 접목한 연습환경을 일부 도입하여 창작 역량을 강화함. 이 센터는 기존 공연예술연습공간과 같이 10:00~22:00까지 운영하여 공연단체가 대관을 통해 활용하도록 하고, 예약 시스템과 저렴한 이용료 정책을 통해 지역 예술인의 상시적인 창작활동 거점이 되도록 함

[표 5-2] 캠프마켓 창의예술연습센터 시설 구성(안)

구분	세부 공간	기능
대형 연습실	• 블랙박스형 무용·연극 연습실	• 단체 리허설 및 무대 리허설
중형 연습실	• 음악·창작 워크숍 스튜디오	• 창작, 소규모 공연실험 공간
소형 연습실	• 개인 및 2~3인 연습실	• 음악·낭독·발성 등 개별 훈련
공유공간	• 라운지, 회의실, 탈의실, 샤워실	• 휴식, 소통 및 협업 공간
다목적 스튜디오	• 녹음 및 영상촬영 겸용 스튜디오	• 공연 홍보 콘텐츠 제작용
커뮤니티룸	• 시민 워크숍 및 생활예술 공간	• 시민 프로그램 및 예술교육
자료열람공간	• 공연예술 자료 및 영상 아카이브	• 레퍼토리 참고 및 교육 활용

[그림 5-4] 인천공연예술연습공간 전경



출처: 인천문화재단 홈페이지(2025.7.23. 검색)

## ② 창의예술연습센터 교육 프로그램 운영

- 공간 대여 사업 외에도 창의예술연습센터를 기반으로 예술인과 시민을 위한 공연예술 연습·교육·교류 프로그램을 운영함
  - 교육 프로그램은 대상에 따라 ① 시민 공연예술 아카데미와 ② 예술인 창작 네트워크 랩으로 구분하여 운영함
    - 시민 공연예술 아카데미를 개설하여 연극·무용 등 분야별 강좌를 통해 공연예술에 대한 시민의 접근성을 높이고, 생활예술의 저변을 확대함
    - 예술인 창작 네트워크 랩에서는 인천 및 수도권 기반의 예술인 간 협업 플랫폼을 구축하여 예술 장르 간 융복합 창작 활성화 및 공연 기획 역량 강화를 지원함

【표 5-3】 창의예술연습센터 교육 프로그램(안)

구분	영역	프로그램명	대상	운영형태
시민 공연예술 아카데미	기초체험과정	무용 워크숍, 연극 입문, 음악창작	일반시민(성인)	주 1~2회
	생활예술과정	시민합창단, 시민오케스트라	청소년~시니어	연중 상시 운영
	창작참여형 과정	시민극단 제작 프로젝트	일반시민(공모형)	기획형 집중과정
	가족참여형 예술교육	가족뮤지컬 제작, 부모-자녀 극놀이	초등~중학생+보호자	주말 중심 단기 클래스
예술인 창작 네트워크 랩	협업 리서치형	장르 간 협업 창작랩	무용+미디어, 음악+연극 등	공동 프로젝트 개발
	창작-유통 연계형	레퍼토리 개발 랩	기성 공연단체 + 신진 예술인	발표회+쇼케이스 개최
	국제교류형	아시아 공연예술 랩	해외 예술인 초청 교류	공동 워크숍, 공동 창작
	교육·기획 강화형	프로듀서/기획자 교육 워크숍	청년예술인 및 기획자 지망자	기획, 유통 전략, 펀딩 교육

- 창의예술연습센터의 교육 프로그램 종료 후, 시민 공연예술 아카데미 수료자 중심으로 공연예술 관련 생활문화 동아리 결성 및 활동을 후속 지원함
  - 캠프마켓 인근에 위치한 부평생활문화센터를 토대로 공연예술 분야 생활문화 동아리가 지속적으로 활동하며 시민극단으로 거듭날 수 있도록 지원함
- 창의예술연습센터 프로그램을 통해 창작된 시민극단 작품이나 레퍼토리 공연을 캠프마켓 내 거점시설(전시공간, 광장, 팝업극장 등)과 연계하여 결과 발표회를 운영함

## ❖ 추진체계 및 기대효과

- **추진 주체:** 인천시 문화기반과가 캠프마켓 창의예술연습센터 건립 사업을 총괄하고, 인천 공연예술연습공간 운영 경험이 있는 인천문화재단이 사업 시행 및 시설 운영을 담당함
  - 시설 조성 단계에서는 캠프마켓 담당 부서(군부대이전개발과) 및 도시재생·건축 관련 부서 및 전문가와 협업하고, 완공 후 운영 단계에서는 예술인 대표, 문화예술교육 전문가 등이 참여하는 운영위원회를 구성하여 프로그램을 자문·조율함
  - 국비 확보를 위해 문체부의 유희공간 문화재생 사업과 연계하여 시설을 리모델링하거나, 한국문화예술위원회(ARKO)의 공연예술 연습공간 지원사업과 연계하여 조성 및 운영함
  - 시민공연예술 아카데미를 수료한 시민 공연예술 동아리가 지속적으로 활동하기 위해 부평 문화재단에서 운영하는 부평생활문화센터를 사용할 수 있도록 연계함
- **제도 개선:** 공연예술연습공간의 지속 운영을 위해 예산을 안정적으로 배정하고, 이용료 지원, 시설 안전관리 지침 마련 등 제도적 뒷받침을 함
  - 공연장 등 유희공간 공유를 위해 관련 조례를 정비하여 공공 공연장의 비공연 시간대 연습실 개방을 권고·허용하고, 사용료 감면 등의 인센티브를 제공함
- **기대효과:** 예술인들의 창작환경이 개선되어 작품 수준과 창작 의욕이 높아질 수 있으며, 시민 대상 공연예술 교육·체험 프로그램을 통해 예술 향유층이 확대되어 지역의 문화 수요도 증진될 수 있음
  - 장기적으로 인천시는 안정적인 창작 인프라를 바탕으로 창작 → 연습 → 발표에 이르는 선순환 구조를 갖추게 되고, 이는 수준 높은 공연작품 배출을 위한 밑거름이 될 것임

[표 5-4] 단계별 추진계획

주요 사업	2026년	2027~2029년	2030년 이후
캠프마켓 창의예술 연습센터 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기본계획 수립 및 타당성 조사</li> <li>• 캠프마켓 내 부지·건물 확보 (1730동 등)</li> <li>• 설계 착수 및 주민의견 수렴, 전문가 자문</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 연습센터 건립 공사 추진(2028년 완공 목표)</li> <li>• AR/VR 등 첨단시설 도입 검토</li> <li>• 센터 운영규정 제정 및 운영인력 채용 준비</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 창의예술연습센터 개관 및 시범운영</li> <li>• 시설 안정화 및 추가 시설 확충 검토(2호점 등)</li> <li>• 2030년까지 지역별 연습센터 3개소 단계적 완성</li> </ul>
창의예술 연습센터 교육 프로그램 운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기존 공연예술연습공간 기능 유지 및 개선</li> <li>• 예술가·학교 연계 프로그램 기획</li> <li>• 파일럿 시민 예술워크숍 개최(연극/무용 등)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 연습센터 개관과 함께 상주단체 연습실 지정 운영</li> <li>• 시민 공연예술 아카데미 정기 개설</li> <li>• 공연장 유희시간 공유 플랫폼 구축 및 확대</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 청소년·성인 대상 전문화된 예술 교육과정 운영</li> <li>• 지역 예술인 교류·합동 워크숍 연례화</li> <li>• 연습공간-창작-발표 연계 원스톱 지원 정착</li> </ul>

## 2) 소프트웨어: 인천 공연예술 콘텐츠 개발

### (1) 인천STAGE(i-STAGE) 레퍼토리 육성

#### ◆ 배경 및 필요성

- 인천의 공연예술 콘텐츠는 특정 장르 편중과 단발성 공연 위주로 다양성과 지속성이 부족하고, 인천만의 대표 공연 콘텐츠나 브랜드화된 레퍼토리가 부재함
  - 2024년 기준 인천 공연예술시장 매출의 90% 이상이 대중음악 장르에 편중되어 있으며, 서양클래식을 제외한 연극·무용·뮤지컬·전통예술 등의 관객 점유율이 매우 낮아 장르 다양성 확보에 어려움을 겪고 있음
  - 또한 하나의 작품당 평균 공연 횟수가 3.2회에 불과해 단기성 공연이 대부분이며, 작품이 장기적으로 상연되면서 성장할 기회가 적고, 관객 확보를 위한 반복 상연 구조가 미흡함
- 서울의 언더벌 공연 <난타>와 몰입형 공연 <슬립노모어>, 전주의 전통예술 중심의 상설 마당극처럼 특정 지역을 상징하는 공연 브랜드가 인천에는 부재하여, 지역 기반 상설 공연이 만들어내는 문화적 기억과 지역성, 관광 유입 효과가 인천에서는 작동하지 않음
  - 이는 관객들에게 지속적으로 기억되고 사랑받을 만한 시그니처 콘텐츠가 없다는 뜻이며, 도시의 문화이미지 제고와 관광 자원화 측면에서도 아쉬움을 남김
- 체험경제 시대에 공연은 단순한 관람을 넘어 도시의 문화 정체성과 경험을 축적하는 플랫폼이 되고 있으며, 도시브랜드와 공연 콘텐츠가 연결되는 시대적 흐름 속에서 인천형 공연 브랜드의 개발과 상설화가 필수적임
  - 도시의 역사·문화 정체성을 담은 공연 브랜드는 강력한 팬층을 형성하고 관광객을 유인하여 지역 경제에 파급효과를 가져올 수 있으므로, 인천만의 상설 레퍼토리 개발과 브랜드화가 필요한 시점임
- 이에 '인천STAGE'를 인천의 차별화된 레퍼토리 공연으로 브랜드화하여 육성하고, 장기적으로 관광산업과 연계하여 공연예술도시로서 도시이미지를 재구축함
  - STAGE는 Stories, Traditions, Arts for Greater Experience의 약자로서, 인천의 역사와 문화를 담은 이야기와 전통을 현대적 공연예술로 재창조하여 더 큰 체험적 가치를 창출한다는 의미를 지님
  - 인천시의 브랜드사업인 i 시리즈와 연계하여 i-STAGE로 브랜딩 및 마케팅할 수 있음

## ◆ 주요 내용

### ① 지역 스토리 기반 레퍼토리 '인천STAGE' 개발

- 인천의 고유한 역사·장소·인물을 중심으로 한 지역 서사를 기반으로, 지속가능한 공연 콘텐츠(레퍼토리)를 개발하고 상설화 기반을 구축함
  - 인천은 미추홀 건국서사, 고려 대몽항쟁, 개항장, 이주민 역사, 월미도, 근대 건축물, 산업 단지, 차이나타운 등 타 도시에 없는 다층적 서사 자원을 보유함
  - 인천에 얽힌 다양한 이야기 소재를 조사하여 스토리뱅크를 구축하고, 이를 활용한 공연창작 공모전을 시행하여 참신한 작품을 발굴·지원함

[표 5-5] 인천STAGE 레퍼토리 개발(안)

구분	내용 예시	장르/형태
미추홀 건국서사	• 미추홀의 여왕 소서노: 고구려와 백제의 실질적 창시자 이야기	창작뮤지컬
고려 대몽항쟁	• 강화, 항몽의 노래: 강화 천도, 삼별초 항쟁 이야기	창작뮤지컬
개항장 이야기	• 청춘 개항장: 인천 개항장의 젊은 예술가 이야기	창작뮤지컬
이주 역사	• 차이나 인천: 이주민과 차이나타운의 삶을 담은 극	음악극, 다문화극
근대 여성	• 경동의 여인들: 음악인 이화자, 인천 여성 노동자와 계몽운동 이야기	창작 연극
해양도시	• 월미도 블루스: 유랑예술가의 해변 공연극	이동형 야외극
산업도시	• 철길 위의 노래: 부평 캠프마켓과 기지촌 이야기	무용극, 연극

- 공모를 통해 선정된 우수 작품에는 창작지원금과 멘토링을 제공하고, 소극장 쇼케이스 등 시범공연 기회를 마련하여 작품의 완성도를 높임
  - 인천문화재단의 창작지원 사업을 개편하여 '지역특화 공연콘텐츠 개발' 부문을 신설하고, 지속적으로 신규 레퍼토리를 발굴하는 것을 목표로 함
  - 단기적으로는 청년예술인과 지역 소규모 단체에 초점을 맞춰 창작을 독려하고, 참신한 지역 스토리가 무대화되도록 지원함
- 캠프마켓 내 창의예술연습센터를 활용해 창작·리허설 공간을 확보하고, 지역의 소극장 및 팝업극장을 활용해 파일럿 공연을 개최함. 레퍼토리 공연 관련 역사 전시와 인터랙티브 체험존도 구성하여 몰입형 공연 관람과 체험이 융합적으로 이루어질 수 있도록 지원함
  - 창의예술연습센터의 시민공연예술 아카데미와 연계하여 시민 배우·합창단 참여형 공연으로 기획하여 지역민과 함께 성장하는 공연예술 생태계를 조성함

## ② '인천STAGE' 시즌제 운영 및 브랜드화

- 레퍼토리 콘텐츠의 지속성과 정체성 확보를 위해서는 단발성 공연이 아닌 연간 시즌제 운영체계가 필수적이며, 관객 인지도 및 팬덤 확보를 위한 공식 브랜드화 전략도 요구됨
  - 공모를 통해 발굴된 공연작품 중 최고의 완성도와 매력을 지닌 작품을 인천 대표 레퍼토리로 선정하여 '인천STAGE'라는 공연 브랜드로 발전시킴. '인천STAGE' 브랜드를 내걸고 해당 레퍼토리 공연을 매년 같은 시기, 동일 장소에서 정기적으로 상연하는 시즌제를 도입함

[표 5-6] 인천STAGE 시즌제 운영 구조(안)

구분	내용
시즌 운영 주기	• 연 1회 또는 연 2회 정기 시즌 운영(봄/가을 또는 하반기 집중형)
공연 편성	• 'i-STAGE' 브랜드 하에 지역 서사 공연 2~3편 구성(대표작 + 신규작)
장소 운영	• 상설공연장(관내 극장, 문학경기장 보조경기장 또는 팝업극장) 확보
티켓 정책	• 시즌권 운영, 지역민 할인권, 관광객 연계 패키지 티켓 개발
관객 운영	• 리워드·팬클럽 운영, 시민리뷰단 모집
교육 연계	• 공연예술 아카데미 및 마스터클래스와 시즌 운영 연계(시민 참여 확대)

- 체험경제 기반 공연예술산업이 추구하는 몰입적·반복적 관람 구조를 형성하려면, 공연 콘텐츠를 정기적 시즌 콘텐츠로 배치하고, 공연 외 활동(굿즈, 체험, 커뮤니티, 관광 연계)을 아우르는 브랜드화된 경험 설계가 필요함
  - 주기적으로 공연 브랜드 인지도를 높이기 위해 다양한 브랜드 마케팅을 전개할 필요가 있음. '인천STAGE' 이름을 활용한 굿즈(goods) 개발, 시민 참여 이벤트, 도시 브랜딩 캠페인을 기업과 공동으로 펼쳐 브랜드 가치를 제고함

[표 5-7] 인천STAGE 브랜드화 전략(안)

구분	내용
브랜드 통합 디자인	• i-STAGE 전용 BI/CI 개발(로고, 폰트, 컬러, 무대 디자인 등 일관화)
브랜드 콘텐츠화	• 시즌별 '스토리 아카이브북', 공연 영상화, 포토카드/굿즈 제작, 유튜브 연재 콘텐츠
온라인·디지털 홍보	• 공식 홈페이지 + 인스타그램/유튜브/틱톡 중심의 콘텐츠 마케팅 체계 운영
IP 확장	• 레퍼토리 공연 원작을 기반으로 웹툰/오디오드라마/영상 콘텐츠 기획 연계
시민 체험 콘텐츠	• '개항장 투어 + 공연 관람' / '항몽의 길 걷기 + 역사극 관람' 등 관광형 패키지 기획
파트너십 구축	• 항공사/숙박업/프랜차이즈 브랜드와 시즌제 공동 프로모션 및 지역 상생 캠페인

## ❖ 추진체계 및 기대효과

- **추진 주체:** 인천STAGE 시즌제의 안정적 운영을 위해서는 인천문화재단이 총괄 운영 및 기획을 담당하고, 민간 극단 및 제작사가 콘텐츠 제작과 운영 실무를 담당하며, 인천시가 공연장 인프라와 관광 연계 마케팅을 지원하는 등 거버넌스 체계가 필요함

[표 5-8] 인천STAGE 실행 주체 및 거버넌스 체계(안)

구분	내용
인천문화재단	• 총괄 운영 기획, 예술단체 매칭, 브랜드 전략 수립 및 콘텐츠 큐레이션
민간 제작사, 인천관광공사	• 콘텐츠 제작 및 운영 실무, 투어 유통 전략, 브랜드 굿즈화 등
인천시	• 행정·재정 지원, 국비 확보, 공연장 인프라 제공, 관광 연계 마케팅 협력
시민·관객	• 팬클럽, 시민리뷰단, 지역자원봉사단 등 커뮤니티 기반 운영 참여

- **제도 개선:** 지역 예술인의 창작 역량 강화를 위해 기존 지원사업을 조정하여 레퍼토리 개발 분야에 더 많은 자원을 배분함. 시즌제 공연에 대한 공연장 대관료 감면, 홍보·마케팅 비용 지원 등의 우대책을 시행함
  - 또한 장기공연이 가능한 작품 개발을 위해 흥행성 있는 지역 콘텐츠에 가산점을 주는 등 지원사업 선정기준을 개선하고, 민간투자 시 보조금 매칭 등 인센티브를 제공함
- **기대효과:** 시민들은 매년 수준 높은 대표 공연을 접할 기회를 가지게 되고 외부 관객에게는 ‘인천=볼만한 공연이 있는 곳’이라는 긍정적 이미지를 심어줄 수 있음. 지역 예술인·단체는 지속 상연 무대를 확보함으로써 창작활동이 안정화되고 역량을 축적할 수 있음
  - 대표 레퍼토리의 누적 관객 수가 매년 증가하여 공연예술 관객층을 형성할 수 있으며, 파생 상품 판매 등 부가가치 창출로 지역 공연시장의 매출 규모를 확대하고 다양화할 수 있음

[표 5-9] 단계별 추진계획

주요 사업	2026년	2027~2029년	2030년 이후
지역 대표 레퍼토리 개발	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인천 소재 스토리뱅크 구축</li> <li>• 공연콘텐츠 창작 공모전 개최 및 5~10편 선정</li> <li>• 선정작 창작지원금 지급, 멘토링·쇼케이스 실시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 단기 발굴 작품 심화 개발 및 4대 권역 특화 시리즈 제작</li> <li>• 권역별 창작클러스터 구축 및 시즌제 공연 착수</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인천 대표 상설 레퍼토리 공연 확립</li> <li>• 매년 정기 레퍼토리 시즌제 운영으로 작품 완성도 제고</li> <li>• 시즌 종료 후 국내외 투어 실시, 관광 자산화 추진</li> </ul>
인천STAGE 시즌제 운영 및 브랜드화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인천STAGE 브랜드 컨셉 수립 및 BI 개발</li> <li>• 전담 제작팀 구성 및 상설공연단 조직</li> <li>• 파일럿 대표작 1편 선정, 문화예술회관 재개관과 연계 상연</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인천STAGE 레퍼토리 시즌제 정례화(매년 동기간)</li> <li>• 브랜드 공연 집중 홍보 캠페인 전개</li> <li>• 굿즈 출시, 기업 협업 등 브랜드 마케팅 강화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인천STAGE 해외투어 추진(자매 도시 등 순회공연)</li> <li>• 글로벌 투자 유치 및 OSMU 확장 모색</li> <li>• 인천STAGE 공연의 자생력 확보 및 국제적 명성 제고</li> </ul>

## (2) 인천 공연예술축제 개최

### ◆ 배경 및 필요성

- 인천은 ‘펜타포트 락 페스티벌’, ‘디아스포라 영화제’, ‘개항장 문화유산 야행’ 등 음악·영상·역사문화 중심의 단일 장르 축제는 운영되고 있으나, 연극, 무용, 음악극, 거리예술, 전통예술 등 공연예술 전 장르를 포괄하는 종합 공연예술 축제는 존재하지 않음
  - 그에 반해 서울(거리예술축제), 부산(공연예술마켓), 안산(거리극축제), 통영(국제음악제), 밀양(공연예술축제) 등 주요 도시들은 공연예술제 및 거리극축제를 통해 도시 정체성, 관광, 지역예술인 지원을 아우르는 전략적 운영을 하고 있음
  - 또한, 세계 공연예술계는 공연을 단일 예술 장르의 소비에서 벗어나, 다양한 장르와 형식이 융합된 축제형 플랫폼으로 전환하고 있음. 대표적으로 에든버러 국제페스티벌(Edinburgh International Festival)은 클래식, 연극, 무용, 거리예술, 비주류 실험예술까지 포괄하며 도시 전체를 무대로 삼는 복합문화축제로 자리 잡음
  - 인천시가 2025년에 ‘제43회 대한민국연극제’를 유치하는 등 노력하고 있으나, 개별 장르 중심이고, 매년 개최지가 변경되는 전국 순회형 행사라서 인천시의 대표 공연예술축제로는 한계가 있음
- 인천에는 아트센터인천, 인천문화예술회관, 트라이보울 등 대형 및 중소형 규모 공연 인프라가 다수 존재하나, 이를 통합적으로 연결하는 공연예술축제가 부재함
  - 공연장 운영은 주로 기획공연 및 대관공연에 집중되어 있고, 자체 브랜드화된 공연 콘텐츠 생산 구조는 미흡하며, 공연장을 통합적으로 홍보하고 연계·활용하려는 전략도 부재함
  - 공연예술 페스티벌을 통해 인천시의 권역별 공연장들이 참여하는 구조를 만든다면, 공연장과 콘텐츠의 통합 홍보에도 유리할 수 있음
- 인천은 개항장, 강화도, 송도, 부평 캠프마켓 등 이질적이고 다층적인 도시 서사를 품은 지역으로, 도시 전체를 무대화하는 페스티벌 운영에 최적화된 조건을 가짐
  - 축제는 지역 스토리텔링과 예술 콘텐츠를 결합해 도시 고유의 정체성과 브랜드를 형성하는 데 핵심적인 수단이 될 수 있음
  - 본 연구에서 제안한 i-STAGE와 같은 지역 레퍼토리 공연 콘텐츠를 공연예술 페스티벌과 연계하여 시리즈로 상연하는 것도 가능함

## ❖ 주요 내용

### ① 인천 프린지 페스티벌(Incheon Fringe Festival) 개최

- 프린지(Fringe) 페스티벌은 정형화된 예술 장르에서 벗어나 자유롭고 실험적인 창작자 중심의 열린 예술축제로, 창작 생태계 다양성 확보와 신진 예술인 성장, 관객 참여 확대에 효과적임
  - 세계적 성공사례인 에든버러 프린지페스티벌은 1947년 창설 이래 매년 3,000여 편 이상 공연이 자율적으로 열리며, 도시의 예술생태계, 관광, 경제를 동시에 활성화시키고 있음
  - 국내에서도 1998년에 서울 프린지 페스티벌이 최초로 시작되었으며, 광주, 부산, 제주에 서도 프린지 페스티벌을 개최하며 지역의 공연예술 생태계를 강화해 나감

【표 5-10】 국내 프린지 페스티벌 사례

축제명	개최장소	특징	시사점
서울 프린지 페스티벌	마포구, 홍대 앞, 월드컵경기장 등	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1998년 국내 최초 시작</li> <li>• 예술가 자율 참여, 무심사 원칙</li> <li>• 연극, 무용, 음악, 미술 등 다양한 장르</li> <li>• 실험적, 창의적 독립예술 지원</li> <li>• 지속가능성·친환경 운영 강조</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 독립예술 창작생태계 다양성 확대</li> <li>• 예술 진입장벽 완화</li> <li>• 도시재생 및 지역문화 활성화 기여</li> <li>• 지속가능성, 시민참여의 중요성 부각</li> </ul>
광주 프린지 페스티벌	금남로, 국립아시아 문화전당 등	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2016년 첫 개최</li> <li>• 거리예술 중심(연극, 버스킹 등)</li> <li>• 아마추어 전문예술단체 모두 자유참여</li> <li>• 관객·예술가 경계 허물기 지향</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 광장(공공공간)의 문화적 활용 가능성 제시</li> <li>• 시민주도 예술문화도시 브랜드 강화</li> <li>• 지역관광 및 도시활성화 전략에 접목</li> </ul>
부산 프린지 페스티벌	서면, 해운대, 경성대 일대 등	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 다양한 거리예술, 퍼포먼스 및 대중과 소통하는 프로그램 운영</li> <li>• 젊은 예술인 및 신진 예술가 활동무대 제공</li> <li>• 해양·항구 도시 특색 활용</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대중친화적 예술축제로 지역 예술가 육성</li> <li>• 도시 콘텐츠 다양화 및 청년문화 활성화</li> </ul>
제주 프린지 페스티벌	탐동, 원도심 일대 등	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 섬과 자연환경 소재 특화 프로그램</li> <li>• 지역 예술가·청년 중심, 실험적 공연</li> <li>• 관광자원 결합, 지역연계 창작활동 강조</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 도시·자연 융합형 문화관광 활성화</li> <li>• 청년예술 네트워크 강화 및 지역브랜드 제고</li> </ul>

- 인천은 개항장, 캠프마켓, 차이나타운, 율미도, 강화도 등 개방적이고 실험적인 장소성과 역사성이 공존하는 도시로서, 이 공간들은 제도화된 공연장과 달리 해방적 예술 실험이 가능한 프린지형 공연 무대로 적합함
  - 또한, 다문화 배경을 가진 이주민 커뮤니티, 청년예술인, 독립단체가 활동 중인 지역으로 프린지 생태계로서 잠재력 보유함
  - 공식 초청 프로그램 중심의 ‘인천 공연예술 페스티벌’과 자율참가 중심의 ‘인천 프린지’가 병행될 경우, 정규성과 실험성, 제도와 자율의 균형을 갖춘 축제 생태계 형성이 가능함

## ② 인천 대표 공연예술축제 육성 및 국제화

- 인천 대표 공연예술축제는 단순히 공연을 유치하는 축제가 아닌, 인천 고유의 역사와 서사를 반영한 창작 공연 콘텐츠가 중심이 되어야 함
  - 이를 위해 지역 기반의 창작 작품인 ‘i-STAGE’ 시리즈(예: 소서노 서사극, 강화도 향몽극, 개항장 시민음악극 등)를 공식 프로그램으로 상설 편성함
  - 작품은 공모, 공동제작, 창작지원 사업 등을 통해 개발되며, 국내외 우수 공연예술 작품도 초청하여 함께 상연하도록 함
- 인천 공연예술축제를 하나의 장소가 아닌 도시 전체가 무대가 되는 형태로 확장하여, 관객의 동선을 따라 인천을 체험하도록 구성함. 다음과 같이 각 공간의 성격에 맞춰 프로그램을 배치하여 도시형 공연예술 클러스터를 형성함

[표 5-11] 인천 도시공간을 무대로 하는 축제 구조

구분	내용
아트센터인천	• 클래식, 오페라 등 대형 기획 공연의 중심축
인천문화예술회관	• 전통예술, 연극, 창작뮤지컬 등 중형 공연
문학경기장	• 대중예술·뮤지컬 장르융합 공연을 위한 개방형 야외무대
캠핑마켓, 개항장 일대	• 거리극, 실험적 퍼포먼스, 지역 연계 프로그램
송도 워터프런트 및 내항	• 개막작 또는 폐막작을 통한 도시 대표 이미지 연출

- 축제의 기획력과 방향성을 제고하기 위해 국내외 경험 있는 예술감독 제도를 도입하여, 총감독이 축제의 철학과 메시지를 설계하고, 프로그램 큐레이션을 총괄하도록 함
  - 또한, ‘공식 공연예술축제’와 ‘인천 프린지 페스티벌’의 병행 운영을 통해, 제도권과 독립 창작자 생태계를 동시에 포용하는 구조를 정착시킴. 이를 통해 시민과 예술가, 전문가와 관람객 모두가 축제에 주체적으로 참여할 수 있는 시스템을 구축함
- 장기적으로 공연예술축제는 인천을 ‘예술교류 도시’로 브랜딩하기 위한 글로벌 플랫폼의 역할도 수행하도록 함
  - 이를 위해 아시아, 유럽 등과의 국제 작품 교류 및 공동제작 프로젝트를 기획하고, 해외 문화기관과 파트너십을 맺어 국제 유통을 지원함. 일부 우수작은 영어·일본어·중국어 자막을 기반으로 아카이빙하고, 디지털 플랫폼에서도 스트리밍 형태로 보급함

## ❖ 추진체계 및 기대효과

- **추진 주체:** 인천 공연예술축제의 통합 추진체계는 인천시 예술정책과를 총괄 기획 주체로 하고, 인천문화재단이 실질적인 축제 운영과 파트너십 연계의 실행 주체로 참여하는 구조로 구성함. 세부적으로는 국내외 공연예술 전문가, 민간 기획사, 국제 교류기관, 독립 예술단체 등이 분야별 협력 파트너로 참여해 기획, 운영, 유통 등 단계별 역할을 분담함
  - ‘인천프린지페스티벌’은 청년예술기획단을 중심으로 구성된 시민 주도의 개방형 축제로 운영하며, 실험성과 자율성, 참여성을 바탕으로 인천의 새로운 예술생태계를 조성하도록 함
  - ‘인천 대표 공연예술제’는 예술감독제 기반의 공식 초청형 큐레이션 체계를 도입해, 인천 고유의 역사성과 지역 서사를 반영한 창작 콘텐츠 중심의 공연예술 브랜드 축제로 정착시킴
- **제도 개선:** 공공 공연장 외 공공공간(캠프마켓, 개항장 등)에서의 공연 허가 절차를 간소화하고, 장기 상연 콘텐츠와 창작형 기획공연에 대한 대관료 인센티브를 도입하는 등 제도 개선이 필요함
- **기대효과:** 공연예술 생태계 측면에서 지역 창작자 중심의 창작→연습→발표→유통의 자립 구조가 정착됨에 따라, 청년 및 신진예술인의 지속적인 등용문이 될 수 있음. 특히 프린지 페스티벌은 실험성과 참여성을 기반으로 시민과 예술가의 경계를 허무는 열린 무대 역할을 할 것으로 기대됨
  - 또한, 도시문화 브랜딩 측면에서 인천만의 고유한 스토리와 장소성(개항장, 캠프마켓, 월미도 등)을 담은 공연예술 콘텐츠는 관광자원과 연계되어 도시의 문화 정체성을 강화하고, 예술도시로서의 이미지를 제고하는 데 기여할 것임
  - 산업적 효과 측면에서 공연예술 콘텐츠 제작 및 유통, 기획 운영, 순회공연 등 다양한 연관 산업의 기반이 조성됨으로써, 장기적으로 인천형 문화산업의 기초 생태계를 형성할 수 있음

[표 5-12] 단계별 추진계획

주요 사업	2026년	2027~2029년	2030년 이후
인천 프린지 페스티벌 개최	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시범축제 개최</li> <li>• 참여 예술인 공모 및 시민팀 시범 구성</li> <li>• 청년예술기획단 모집·교육</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 참여 단체 확대(30팀 이상)</li> <li>• 실험형 프로그램 신설 (거리극, 이동극 등)</li> <li>• 해외 자유참가 섹션 도입</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전용 운영 플랫폼 구축</li> <li>• 아시아권 도시와 순환형 프린지 공동 운영 추진</li> </ul>
인천 대표 공연예술축제 육성 및 국제화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대표 프로그램 시범 상연</li> <li>• 예술감독제 운영 시범 도입</li> <li>• 시즌제 도입 검토</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ‘i-STAGE’ 시리즈 브랜드화</li> <li>• 국제 공동제작 작품 정기 상연</li> <li>• 국내외 기관 축제와 상호 초청 체계 확립</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 글로벌 레퍼토리 유통(해외투어 등)</li> <li>• 국제 전문 매니지먼트 연계</li> <li>• 문화외교 플랫폼화 추진(문화원, 공간 협업)</li> </ul>

### 3) 휴먼웨어: 공연예술 창작-향유 역량 강화

#### (1) 청년 공연예술 창작생태계 조성

##### ◆ 배경 및 필요성

- 2025년 6월 기준, 인천은 전국에서 인구 규모가 네 번째로 큰 대도시임에도 불구하고, 지역 내 청년 공연예술인의 활동 기반과 창작 기회가 극히 제한되어 있음
  - 앞서 확인된 바와 같이, 인천은 레퍼토리 기반 장기 공연이 드물고, 공연장 이용률도 낮은 수준에 머물러 있어 공연예술 인력의 서울 집중 현상을 심화시키고 있음
  - 서울 및 경기와 비교할 때, 창작지원금, 연습공간, 초연 기회, 예술가 네트워킹 기반 등이 취약하여 청년예술인들이 창작 역량을 지역에서 성장시키기 어려운 환경임
  - 인천의 공연예술 생태계를 활성화하려면 하드웨어(공간) 확충뿐 아니라, 창작 인력을 체계적으로 양성하고 지속가능한 예술 활동을 촉진하는 인적 기반 강화가 병행되어야 함
- 특히 20~30대 초반의 청년예술인은 대학 졸업 이후 본격적인 창작활동을 시작할 수 있는 중요한 시기에 놓여 있음에도 불구하고, 제도적 지원과 생태계 연계 구조의 미흡으로 인해 장기적으로 인천에 정착하지 못하고 서울 등 외부 지역으로 이동하는 사례가 빈번함
  - 인천시 예술인 총 8,786명 중 청년예술인(만 19~39세)은 약 3,401명으로 55.6%를 차지하나, 청년예술인 대상 지원 정책은 미흡하여 창의성과 열정을 지닌 청년예술인들이 지역에 뿌리내리지 못하고 역외 유출되는 문제가 발생하고 있음
- 인천시는 타 시·도에 비해 지역 서사와 장소성을 공연예술로 풀어낼 창작 기반이 취약함. 서울은 대학로 중심의 제작 환경, 광주는 청년문화기획단, 대전은 공공기관 중심 창작지원 체계, 부산은 지역축제 및 연계 공연 기획 등이 구조화되어 있는 반면, 인천은 공간·제도·네트워크의 통합적인 창작생태계 조성이 미흡함
  - 이러한 문제를 해결하기 위해서는 창작공간 제공뿐만 아니라, 기획 → 창작 → 실연 → 유통 → 재생산까지 연결되는 창작생태계 전 주기에 대한 지원체계를 수립해야 함
  - 청년예술인 스스로 자율적으로 예술을 기획·제작하고, 타 장르·세대·기관과 협업할 수 있는 거버넌스 기반의 창작생태계 형성이 필요함
  - 특히 실가·기획·운영 등 전방위적인 창작 역량을 갖춘 청년 공연예술인 육성을 통해, 향후 인천의 독자적인 공연예술 콘텐츠 생산력을 키우는 것이 핵심과제임

## ◆ 주요 내용

### ① 청년 공연예술인 창작공간 조성

- 현재 인천에는 공연예술인을 위한 안정적인 연습 공간은 물론, 창작에 집중할 수 있는 거주·창작 복합 공간이 부재한 실정임
  - 유일하게 일정 수준의 예술인 입주 공간을 제공해 온 인천아트플랫폼은 시각예술 중심의 레지던시이며, 그나마 최근에는 인천시의 방침에 따라 레지던시 규모가 대폭 축소되었고 장기적으로 레지던시 기능이 철수될 가능성이 있음
- 청년 공연예술인의 지역 정착 및 안정적·지속적 활동을 위해서 인천시의 유휴 공공자산을 활용해 공연예술 창작공간을 확보하는 방안을 모색할 필요가 있음
- 이와 관련하여 서구 가좌동의 근로자임대아파트(낙원아파트)는 현재 입주자가 없이 비어 있는 상태이며, 인천시의 재산으로서 리모델링 시 청년예술인이 장기 체류하며 창작할 수 있는 복합문화공간으로 전환될 수 있는 잠재력을 가지고 있음
  - 이 공간은 단순한 레지던시 기능을 넘어, 창작 → 연습 → 소규모 발표 → 지역 연계까지 가능한 자율 복합형 공간으로 재구성될 수 있으며, 향후 인천 프린지 페스티벌 등 공연예술축제와의 연계를 통해 공연예술 생태계 활성화의 기점이 될 수 있음
- 근로자임대아파트를 청년예술인 전용 레지던시로 재생할 경우, 공간 구성과 운영 방식, 프로그램 및 지역 연계 방안에 대해서 사전에 연구와 의견 수렴이 필요함

[표 5-13] 청년 예술인 창작공간 운영 모델(안)

구분	내용	
공간 구성	거주형 창작실	• 소형 스튜디오형 독립 공간으로, 공연예술인(1~2인)이 단기 또는 중장기 체류하며 창작 가능
	공용 연습실 및 리허설룸	• 댄스/연극/음악극 등 장르별 활용 가능한 모듈형 스튜디오
	작은 실험극장	• 30~50석 규모의 가변형 블랙박스 공간
	커뮤니티 라운지 및 회의실	• 입주자 간 네트워크 구축 및 외부 협업 기획 회의 가능
	제작창고·장비실	• 소품, 의상, 무대 장비 등 저장 및 간이 제작 가능 공간
운영 방식	입주 프로그램 기반 운영	• 6개월~1년 단위 입주 공모제 통해 청년 공연예술인, 단기 프로젝트팀 선발
	공유형 사용 제도	• 입주자 외 지역 예술인, 시민단체 등이 연습실이나 공연장을 시간제로 이용
	입주자 기여 제도	• 월 1회 오픈 리허설 또는 워크숍 등 시민과 교류하는 참여형 프로그램 운영
프로그램 및 지역 연계	프린지 페스티벌과 연계	• 입주자들이 프린지 페스티벌 신작 개발 또는 쇼케이스 연계 무대 참여
	지역축제/행사와 협력	• 캠프마켓, 내항, 개항장 등 공공공간과 협력해 거리예술 등 실험 기획
	청년예술인+시민 공동 창작 워크숍	• 공연 제작 입문자, 시민 연기자, 시니어 관객 등과 협업하는 커뮤니티 기반 제작 프로그램 운영

## ② 청년 공연예술 원스톱 지원체계 구축

- 현재 인천지역 청년 공연예술인은 창작을 시작하는 초기 단계에서부터 실연·유통·홍보에 이르기까지 복수의 기관과 복잡한 절차를 거쳐야 해 어려움을 겪고 있음
  - 창작지원금, 공간 대관, 장비 대여, 유통 및 홍보, 협업 매칭 등 공연예술 창작 전 과정에 대해 하나의 창구에서 통합적으로 안내하고 실행을 도울 수 있는 플랫폼이 부재한 상황임
- 또한, 청년예술인의 상당수는 대학 졸업 이후 곧바로 실무를 접하게 되면서 행정, 기획, 사업 제안, 예산 집행 등에 대한 정보 부족으로 불이익을 겪거나, 지원 기회 자체를 포기하는 경우가 많음
  - 이는 재능과 열정이 있음에도 불구하고 창작의 지속가능성을 담보하지 못하게 만드는 근본 요인이 될 수 있음
- 이에 따라 인천시 차원에서 청년 공연예술인을 위한 창작기획-실연-유통까지 전 주기를 통합적으로 지원하는 ‘원스톱 창작지원 시스템’을 구축함으로써, 지역 내 청년예술인의 창작 역량 강화 및 생태계 유입을 유도할 필요가 있음
- 청년 공연예술인을 대상으로 한 원스톱 창작지원 시스템은 정보 제공부터, 맞춤형 지원프로그램 연계, 협업 매칭 및 네트워크 구축 등을 통합적으로 지원하는 창구로서 기능하도록 함
  - 청년예술인 지원사업을 운영 중인 인천문화재단의 사업구조를 개편하여, 공연예술 분야 청년예술인 외에 타 장르의 청년예술인도 맞춤형 지원을 받을 수 있도록 함

[표 5-14] 청년 공연예술 원스톱 창작지원 시스템(안)

구분	내용
전용 플랫폼 설립 또는 통합 창구 운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인천문화재단 내 ‘청년예술지원센터’ 또는 ‘청년예술통합지원팀’ 설치</li> <li>• 온라인 플랫폼 + 오프라인 컨설팅 창구 병행 운영(신청-상담-집행-성과 공유까지 일원화)</li> <li>• 연 1~2회 공개 설명회 및 사업 연계 매칭데이 개최</li> </ul>
지원유형별 맞춤형 프로그램 통합 제공	<ul style="list-style-type: none"> <li>• [창작지원] 개인/단체의 신작 기획 및 제작비 지원</li> <li>• [공간지원] 연습실, 공연장, 장비 대여 신청 대행 및 우선 매칭</li> <li>• [기획·행정지원] 예산 편성, 사업계획서 작성, 저작권, 계약 등 실무 지원</li> <li>• [유통지원] 프린지 페스티벌, 지역 문화행사 연계 출연 기회 안내</li> <li>• [멘토링·컨설팅] 장르별 기획자, 연출가, 무대감독 등 전문가 1:1 멘토링 운영</li> </ul>
협업 매칭 및 네트워크 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 장르 간 협업 매칭 서비스: 공연+음악, 공연+무용 등 융복합 프로젝트 구상 지원</li> <li>• 인천 내 대학 청년기획자·기초단체 문화도시 등과의 협업 코디네이션 체계 마련</li> <li>• 인천형 ‘공연예술 공공수요 플랫폼’ 시범 운영: 초중고·구청·복지관 등과 매칭해 청년예술인 공연 유통 채널 확대</li> </ul>

## ❖ 추진체계 및 기대효과

- **추진 주체:** 청년 공연예술 창작생태계 조성 사업은 인천시 문화정책과가 총괄하며, 인천문화재단이 실무 주체로 참여하되, 근로자임대아파트의 소유주체인 예산담당관실, 청년정책 전담부서인 청년정책담당관실과도 협업체계를 구축하여 추진함
  - 특히, 청년예술인 당사자(협동조합, 창작 네트워크 등)를 사업 설계 초기부터 참여시키고, 실질적인 운영주체로서 역할을 부여하는 시민참여형 거버넌스를 구축해야 함
  - 재원은 인천시 예산과 함께 중앙정부의 청년예술인 지원사업, 유희공간 문화재생 사업과 연계하여 국비를 확보함
- **제도 개선:** 「인천광역시 청년 예술인 육성 및 지원 조례」(인천광역시조례 제7000호)가 있으므로, 이를 토대로 사업을 추진해 나가되 필요한 내용을 개정하여 근거를 보완함
  - 청년예술인을 위한 안정적 창작공간 확보를 제도화할 필요가 있음. 장기임대형 문화공간 확보, 입주 심사기준 마련, 리모델링 시 공공건축 가이드라인 반영 등의 근거가 필요함
  - 인천 연고가 없으나 유망한 청년예술인이 유입될 수 있도록 지원체계의 유연화가 필요함. 연령 제한 및 중복지원 규정을 완화하고, 사전기획 컨설팅 도입, 창작 → 기획 → 유통 전 주기 연계 시스템의 구축을 위한 지원제도 개선이 요구됨
- **기대효과:** 청년 공연예술인의 창작 거점을 인천에 확보하여 청년예술인의 유출을 방지하고 유입을 유도함
  - 특히 창작공간-교육-멘토링-발표기회-유통까지 이어지는 통합 지원을 통해 자생적 창작 생태계를 형성하는 데 기여함
  - 그밖에 청년예술인과 시민 청년층 대상 예술향유 프로그램을 통해 예술계 후속세대 육성과 예술 수요 기반을 확대할 수 있음

[표 5-15] 단계별 추진계획

주요 사업	2026년	2027~2029년	2030년 이후
청년 공연예술인 창작공간 조성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 근로자임대아파트 리모델링 타당성 조사 및 기본계획 수립</li> <li>• 시민 및 전문가 의견수렴</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 리모델링 착공 및 공간 조성(공유 연습실, 레지던시, 커뮤니티룸 등)</li> <li>• 시범 운영 및 입주자 공모</li> <li>• 프란지 페스티벌과 파일럿 연계</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 추가 공간 확대 및 운영 모델 정착</li> <li>• 청년예술인 자치운영 시스템 전환</li> </ul>
청년 공연예술 원스톱 지원체계 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전담팀 신설 및 민관협력 네트워크 구성</li> <li>• 플랫폼 설계 및 매뉴얼 제작</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 청년공연예술 통합 플랫폼 정식 운영(창작~유통)</li> <li>• 연 2회 '창작매칭데이' 개최</li> <li>• 멘토링 및 기획지원 제도화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정책 고도화 및 시 기반 맞춤형 지원 도입</li> <li>• 전국 단위 모델화 및 타 지자체 전파</li> </ul>

## (2) 웰컴 유스 인천 프로젝트

### ◆ 배경 및 필요성

- 인천 시민의 지역 내 공연예술 관람률은 전국 최하위 수준임. 문체부 조사에 따르면 인천 시민의 문화예술행사 전체 관람률은 72.8%로 17개 시·도 중 1위 수준이나, 지역 내 관람률은 하위권(15위 등)으로 상당수가 서울 등 타 지역에서 관람하는 실정임
  - 특히 공연예술 분야에서 인천 내 관람률이 서양음악을 제외하면 전국 평균보다 낮고, 청년문화패스(청년문화이용권)의 인천 지역 이용률도 35.7%에 그쳐 청년 관객 저변이 취약함을 보여줌
- 이는 미래 관객층인 아동·청소년들의 공연예술 접촉 기회 부족과 학교·지역 차원의 예술교육 미흡과도 관련이 있음
  - ‘관심 있는 프로그램이 없다’는 응답이 문화행사 관람장애 요인 1위일 정도로 맞춤형 콘텐츠 및 체험 프로그램 부재가 문제로 나타나고 있음. 이대로 두면 향후 인천 공연예술 소비 기반이 약화되어 지역 문화향유의 지속가능성이 위협받을 수 있음
  - 학교 예술교육만으로는 어린이·청소년의 문화적 감수성 확장에 한계가 있음. 정규 교육과정 내 예술 수업은 실기 위주의 편중으로 공연예술 향유 및 관람 태도 형성이나 체험에는 미흡함. 지역 기반 공연예술 관람 및 체험 기회의 확대가 절실히 요구됨
- 문화향유의 출발점은 조기 경험에서 시작됨. 공연예술은 한 번의 관람 경험이 향후 지속적 문화소비 및 예술 참여로 이어질 수 있는 고부가가치 경험 콘텐츠임. 그러나 인천 지역의 청소년은 타 지역 대비 공연예술 향유 기회가 상대적으로 부족한 상황임
  - 이러한 문제를 해결하기 위해서는 아동·청소년 시기부터 인천 지역에서 다양한 공연예술을 접할 기회를 제공하여 미래 관객을 전략적으로 육성해야 함
- 미래 관객이자 창작자로서의 어린이·청소년 세대에 대한 전략적 투자가 필요함
  - 인천은 대형 음악 페스티벌은 개최되어 있으나, 지역 청소년이 일상에서 공연예술을 향유하고 체험할 수 있는 기회는 매우 제한적임. 특히 연극, 무용, 뮤지컬, 전통예술 등 다양한 장르에 대한 관람 및 경험은 특정 학교의 동아리 활동이나 일부 외부 기관 지원에 의존하고 있어, 제도적 기반이 취약한 상황임
  - 이로 인해 지역 내 예술향유 계층이 확대되지 못하고 있으며, 아동·청소년·청년 예술소비자 및 차세대 창작자의 육성과 유입이 구조적으로 저해됨

## ❖ 주요 내용

### ① 인천 아트 포 키즈(Incheon Art for Kids)

- 학교 밖 공연예술 향유 기회가 부족한 인천 지역 초·중등 학생들에게 양질의 공연예술 향유 기회를 제공하여 조기 문화감수성과 예술적 상상력을 함양하는 것을 목표로 함
- 이와 관련하여 일본 도쿄의 ‘아트포츨드런(아트포츨드렌)’ 프로그램은 지역 아동에게 공연예술 체험을 제공하여 문화소비자로의 성장 가능성을 높이는 사례로 주목받음
- 인천 관내 초·중등학생을 대상으로 연극, 무용, 뮤지컬 등 정기적 공연예술 감상과 해설, 체험이 결합된 통합 문화예술 감상교육 프로그램을 운영함
  - 이는 정규 교과 외 활동으로서 공연예술을 자연스럽게 접할 수 있는 환경을 조성하며, 아동·청소년의 문화 향유 역량을 체계적으로 축적하기 위한 전략 사업임
- 학생들을 대상으로 하므로 인천시교육청과의 사전 협의가 필수적이며, 관내 공공 문화기반시설과의 연계·협력을 통해 안전하게 공연예술을 관람하고 참여할 수 있도록 함
  - 초등학교 고학년~중학생 대상 공연예술 관람 프로그램 운영(연 2회 이상)
  - 전문 예술단체와 협업한 공연예술 워크숍 운영(배우·무용수와 함께하는 워크숍, 무대 뒤 체험 등)
  - 문화소외지역 학교 또는 교육복지우선지원학교와 연계한 ‘찾아가는 공연 프로그램’ 운영
  - 지역 공연장(인천문화예술회관, 아트센터인천 등)과 협력하여 실제 공연장 체험 교육 병행
  - 인천공연예술축제(프린지 포함) 관람 기회 제공 및 감상문·비평 공모전 운영

[표 5-16] 인천 아트 포 키즈 운영(안)

구분	내용
대상	• 인천시 관내 초·중학교 재학생(학교 단체 또는 자발적 참여 학생)
장소	• 권역별 공공 문화기반시설 • 인천문화예술회관, 부평아트센터, 송도 트라이보울, 캠프마켓(활용 예정 유휴공간) 등
구성	• 공연 감상(정기 관람): 시립예술단 공연, 민간 레퍼토리 공연 등 • 공연 해설: 전문 해설사 동행 또는 사전 오리엔테이션 • 창작자 만남: 배우·연출 등과의 질의응답, 백스테이지 투어 포함 • 예술 이해 워크북 제공: 감상 후 글쓰기, 그림 표현 활동 연계 • 인천공연예술축제(프린지 포함) 관람 기회 제공 및 감상문 공모전 운영
기대효과	• 아동·청소년의 공연예술 접점 확대 및 문화적 감수성 향상 • 문화접근성 불균형 해소(문화 소외 지역/계층) • 인천 시립예술단체와 시민 간 소통 기회 확대 • 장기적으로 '예술 향유 인구 풀' 형성 및 관객 기반 확대

## ② 청소년 공연예술랩(Youth Performing Arts Lab)

- 인천의 청소년 문화시설은 여럿 있으나, 연기·무용·기획·무대기술 등 실제 공연예술의 전 과정을 체계적으로 경험할 수 있는 창작 교육 프로그램은 부재함
- ‘청소년 공연예술랩’은 인천의 청소년들이 공연예술의 전 과정을 직접 경험하고 창작할 수 있도록 실습 중심의 창작·기획·기술 교육 프로그램을 제공하는 참여형 예술창작 플랫폼임
  - 청소년이 공연예술을 ‘단순 감상’에서 ‘직접 기획·제작·참여’로 확장할 수 있도록, 공연예술 전반에 걸친 실습 기반 창작체험 프로그램을 운영함
  - 학교 밖 문화예술교육의 대안이자, 미래 공연예술 창작자와 향유자 발굴을 위한 기반 사업으로서, 공연예술에 관심 있는 청소년을 대상으로 한 창작 실습 중심 프로그램을 통해 미래 공연예술 인재를 조기에 발굴·육성하는데 목적을 둬
- 청소년 중심의 제작단을 조직하여 인천시 축제(프린지 등)와의 연계를 통한 실연 기회까지 제공함
  - 청소년 대상 창작·기술·연출 훈련을 병행하여 실제 공연 제작까지 연계할 수 있음
  - 이러한 사업을 통해 청년예술인 중심의 창작지원을 넘어서, 예비 창작세대를 조기에 발굴하여 증장기적 지역 창작자풀 형성이 가능
- 인천시 내 청소년시설과 공공 문화기반시설을 활용하여 공연예술 창작 프로그램을 운영함
  - 인천시와 교육청이 직영하는 청소년 문화시설로는 인천청소년문화센터(다락), 청소년문화공간 다누리, 인천광역시청소년수련관이 있으며, 기초자치단체가 운영하는 청소년문화시설로는 구별로 청소년수련관, 청소년문화의집 등이 있음

[표 5-17] 청소년 공연예술랩 운영(안)

구분	내용
대상	• 인천시 내 중·고등학생, 청소년(14~19세)
운영장소	• 청소년문화의집, 구립 청소년수련관, 지역 공연장 등 협력 인프라 확보 • 캠프마켓 내 유희공간 재생시설 활용(소규모 블랙박스형 연습실, 리허설룸)
운영시간	• 학기 중: 방과후 프로그램, 주말집중반, 학교 동아리와 연계한 공동 수업 • 방학 중: 집중 창작캠프 운영, 하계(창작교육, 쇼케이스 제작), 동계(공연기획, 무대기술 실습)
구성	• 연극·무용·음악 등 창작 워크숍(기초부터 쇼케이스 발표까지) • 공연기획 워크숍: 포스터 기획, 마케팅, 티켓 운영 등 • 무대기술 실습: 조명·음향·무대미술 등 예술기술 분야 실습 • 공연비평/리뷰 작성 교육: 공연 감상문, 공연 리뷰, 웹진 게재 • 시민 축제 연계 및 발표: 청소년제작단 구성 후 인천 프린지 페스티벌 등과 연계하여 공연

## ❖ 추진체계 및 기대효과

- **추진 주체:** 인천시 문화정책과가 총괄 주관하되, 사업의 실행은 인천문화재단, 인천광역시교육청, 지역 공연예술 전문단체 및 예술교육 전문기관이 함께 하도록 함
  - 운영방식은 「인천광역시 문화예술교육 지원에 관한 조례」(인천광역시조례 제6843호)에 따른 문화예술교육지원협의회를 통해 문화정책과(시), 교육청, 문화재단, 공연예술단체, 학교, 전문가 등이 참여하는 분기별 기획·운영 회의를 개최하여 주체 간 협력을 도모함
- **제도 개선:** 아동·청소년을 대상으로 하므로 관계 부서 간 협력을 위한 제도 개선이 필요함
  - 교육·문화 통합 예산체계 정비: 부처별로 분산된 아동·청소년 대상 예술교육사업의 예산 항목(교육청, 문화재단, 여성가족과 등)을 통합하거나 연계 가능하도록 제도적 조정 필요
  - 예술교육의 지속성 확보: 프로젝트 단위 일회성 운영이 아닌, 연례 프로그램으로 정례화할 수 있도록 학교교육과정 반영, 학기제 및 방학 연계 프로그램 제도화가 필요함
  - 공공시설 활용 협약 체계화: 공연장, 연습실, 창작공간 등 공공 공연예술 기반시설을 청소년 친화적으로 개방 및 정례 활용할 수 있는 협약 체결 및 운영 매뉴얼화
- **기대효과:** 아동·청소년의 문화향유권 실현, 예술 감수성 및 창의력 증진, 지역 예술생태계 기반 확대 등을 기대할 수 있음
  - 인천 지역 아동·청소년의 공연예술 향유 기회를 확장함으로써 문화권 형평성을 제고함
  - 다양한 공연예술 장르(연극, 무용, 음악, 기술 등)에 대한 직접 체험을 통해 청소년의 창의성과 표현력 강화, 정서적 성장을 촉진함
  - 시민이자 미래 관객·예술가로서 아동·청소년을 조기 육성함으로써 지역 기반 예술생태계의 지속가능한 순환 기반을 마련함

[표 5-18] 단계별 추진계획

주요 사업	2026년	2027~2029년	2030년 이후
<b>인천 아트 포 키즈</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시범학교 선정 및 교육청 협의</li> <li>• 참여 학교 예술교육 맞춤형 프로그램 개발</li> <li>• 참여 예술가 및 교육자 풀 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관내 초·중학교 대상 정기 프로그램 확대(정규수업 연계 포함)</li> <li>• 공연예술 장르별 심화 프로그램 개발</li> <li>• 예술단체 협력 공연제작형 교육 도입</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역별 문화거점과 연계한 권역형 운영체계 구축</li> <li>• 인천 대표 어린이 공연 콘텐츠 제작 및 시즌제 운영</li> </ul>
<b>청소년 공연예술 랩</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대상별 시범 워크숍 운영(연기, 무용, 기술 등)</li> <li>• 청소년 참여 리더십 프로그램 개발</li> <li>• 지역 축제 연계 시범 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정규/방학/주말 프로그램 정례화</li> <li>• 청소년 전용 공간(창작실, 연습실 등) 확보</li> <li>• 발표회, 포트폴리오제, 전국 청소년 교류 프로그램 도입</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 창작-연습-공연 순환형 생태계 정착</li> <li>• 청소년 전용 페스티벌 정기 개최</li> <li>• 전국 모범사례로 확산 및 해외 청소년 교류 기반 마련</li> </ul>

## 4) 네트워크: 공연예술 유통 활성화

### (1) 인천 공연예술 유통·마켓 플랫폼 구축

#### ◆ 배경 및 필요성

- 인천 공연예술 유통의 구조적 한계: 인천의 공연예술은 창작 역량 및 개별 콘텐츠의 수준이 꾸준히 향상되고 있음에도 불구하고, 유통 및 소비 경로가 부재하여 관객과의 접점 형성이 취약한 상황임
  - 특히 인천은 서울과 지리적으로 인접함에도 불구하고, 공연 유통채널(공연장 연계, 에이전시, 지역 간 교류 네트워크 등)이 매우 부족하여 작품의 확산과 시장 확대에 어려움이 있음
  - 이에 따라 다수의 지역 기반 창작 작품은 제작된 이후 1~2회 단발성 공연으로 그치는 경향이 강하며, 타 지역 투어나 장기 상연 등 유통 경로로의 확장이 제한적임
- 공연예술마켓의 부재: 타 지역(서울 아트마켓, 전주공연예술마켓, 부산국제공연예술마켓 등)에서는 공연예술작품을 유통·기획자·극장·공공기관에 연결하는 B2B 플랫폼(아트마켓)이 정례적으로 운영되고 있음
  - 반면, 인천에는 지역 창작 콘텐츠를 적극적으로 유통시킬 수 있는 공공 주도의 공연예술 마켓 플랫폼이 부재하며, 창작자들은 기획·홍보·매칭의 부담을 개별적으로 감당해야 하는 구조임
  - 특히 지역 소극장, 창작극단, 신진 공연예술가들이 외부 진출을 모색하거나 지속 공연을 운영하기 위한 시장 기반이 취약하여 창작활동이 지속되기 어려운 현실임
- 관객 접근성의 단절 및 수요자 정보 부족: 관객 입장에서 인천 내에서 어떤 공연이 어디서 열리는지에 대한 정보 접근성이 낮아 예술 소비가 자연스럽게 이뤄지지 않음
  - 공연일정, 작품 성격, 리뷰, 가격, 관람 연령, 예매 등 실시간 통합정보 플랫폼이 부재함으로써, 문화 향유자가 공연 선택에 어려움을 겪고 있음
- 창작자-기획자-극장-관객을 연결하는 공공 인프라 필요: 이러한 상황에서 창작자(공연 예술가), 기획자(중간지원조직), 공간(공연장), 소비자(관객)를 연결하는 통합 플랫폼의 구축이 절실하며, 이를 통해 공연예술의 가치사슬을 완성할 필요가 있음
  - 플랫폼은 단순 정보 제공을 넘어서 ▲작품 유통(공공극장 매칭, 지역투어 연결) ▲공연 홍보(온라인 콘텐츠 배포, 리뷰 시스템) ▲유통 교육(창작자 대상 마케팅 교육) ▲거래 기반 구축(B2B 매칭, 작품 시장화 전략 수립) 등의 기능을 갖춰야 함

## ❖ 주요 내용

### ① 인천 공연예술 통합정보 플랫폼 활성화

- 인천 지역의 공연예술 관련 정보(공연 일정, 장소, 예매처, 장르, 대상, 출연진 등)를 통합하여 제공하고, 관람자·기획자·창작자 간의 상호 연결성을 높이는 디지털 플랫폼을 활성화할 필요가 있음
  - 인천 내 공연 일정, 장소, 예매처, 작품 소개 등의 정보가 분산되어 있고 단절적이어서 시민들의 공연 접근성이 낮음
  - 지역 예술인 입장에서는 본인의 작품을 홍보할 수단이 부족하고, 공연장, 기획자, 관객과 연결될 기회가 부족함
  - 기존 인천문화정보 플랫폼인 ‘인천문화정보 아이큐(<https://iq.ifac.or.kr>)’의 인지도와 이용률이 낮고 공연예술 정보가 단편적이며 정보의 현행화가 신속이 이루어지지 않음
- 인천문화재단이 운영해 온 ‘인천문화정보 아이큐’ 플랫폼이 최근 인천문화재단 포털 홈페이지에 통합(ifac.or.kr)되었으나, 주로 재단 등 공공지원 공연에 대한 정보가 게시되어 있을 뿐, 민간의 공연 정보는 미흡하며 예약/신청은 비활성화되어 있어 활용도가 떨어짐
- 이를 활성화하기 위해서는 ①플랫폼 기능 고도화 및 UX·UI 개선, ②민간 참여 기반 정보 수집 및 공유 시스템 구축, ③관람자 중심 기능 강화 및 시민참여 유도, ④운영 주체 확보 및 지속 운영체계 구축이 필요함
  - 특히 공연 정보의 지속적 업데이트 및 관리를 위해서는 전담인력 확보가 요구되며, 플랫폼 활성화 정도(등록 공연 수, 조회수, 예매 전환율 등)를 정량지표를 통해 관리해야 함

[표 5-19] 인천 공연예술 정보 플랫폼 활성화 방안

구분	내용	
플랫폼 기능 고도화 및 UX·UI 개선	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 민간 공연 정보 등록 기능 추가</li> <li>• 공연 예매·신청 연동 기능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 모바일 최적화</li> <li>• 장르별·지역별 필터 및 ‘공연추천 AI’ 시스템 도입</li> </ul>
민간 참여 기반 정보 수집 및 공유 시스템 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공연예술단체 DB 구축 및 참여 독려</li> <li>• ‘군·구별 문화공연 관리자’ 운영제 도입</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소극장 네트워크와 연계</li> </ul>
관람자 중심 기능 강화 및 시민참여 유도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공연 리뷰 및 관람후기 등록 기능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공연 캘린더 &amp; SNS 연계 기능</li> </ul>
운영 주체 및 지속 운영체계 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 플랫폼 전담 TF 또는 민간 공동 운영협의체 구성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정기적 피드백 기반 개편 및 성과 측정</li> </ul>

## ② 인천공연예술마켓 개최

- 지역 공연예술작품을 창작자와 기획자, 극장, 투자자, 해외 관계자에게 소개하고 유통 기회를 확장하는 B2B 기반의 공연예술마켓 행사를 인천에서 정례적으로 개최할 필요가 있음
- 지역 공연 콘텐츠의 단발성 상연 구조 극복: 인천 공연작품은 평균 3.2회 공연에 그치며, 후속 공연이나 외부 진출이 거의 없음
  - 마켓을 통해 작품의 '세일즈 루트'를 체계화하고 유통 기반을 조성할 필요 있음
- 지자체 단위 마켓의 부재: 부산·서울·전주 등은 국제 또는 지역 단위 아트마켓을 운영 중이나, 인천은 작가·기획자·공연장 간 연결 구조가 없음
  - 이에 따라 창작자가 콘텐츠를 소개할 경로가 없고, 신진·중소 창작 단체는 외부 진출의 기회가 극히 제한되어 지역 내 순환만 반복되고 있음
- 지속가능한 창작 생태계의 유통 순환 필요: 공연예술 생태계는 창작-상연-평가-재상연-유통-수익화의 고리를 형성해야 지속이 가능한데, 인천은 이 고리 중 '유통'이 구조적으로 부재함
- 지역 간 콘텐츠 교류 및 글로벌 진출 기반 마련: 마켓을 통해 국내 타 지자체 및 해외 공연장과의 네트워크를 확장할 수 있으며, 인천 창작 콘텐츠의 국내외 판로 개척을 위한 관문 역할이 가능할 수 있음

[표 5-20] 인천공연예술마켓 운영 방안

구분	내용
운영 형식	• 정기 개최형 대면 마켓 + 온라인 연계 유통 허브 플랫폼 복합 운영
운영 주기	• 연 1회 매년 하반기 정례 개최
운영 장소	• 관내 주요 공연장 참여를 통한 복합 공간 활용
주최/주관	• 인천광역시, 인천문화재단, 인천관광공사
참가자 구성	• 지역 창작자 및 단체 • 전국 공연장 및 기획자, 문화재단 관계자 • 해외 초청기관 및 국제네트워크 참여자
운영 프로그램	• 쇼케이스(작품 시연) / 청년창작 쇼케이스 • 피칭(기획자-극장 대상 작품 설명): 완성·기획 중인 작품을 기획자-극장 대상 설명 • 1:1 비즈니스 매칭: 창작자-기획자-극장 관계자 간 매칭 면담 • 세미나 및 워크숍(공연 유통 트렌드 공유): 공연 유통 전략, 저작권, 해외진출 사례 등
연계사업	• i-STAGE 브랜드 공연의 투자 유치 및 유통 연계 • 공연예술 전용 크라우드 펀딩 플랫폼과 협업 • 지역 공공극장(트라이보울, 부평아트센터 등)과 연계한 후속 상연 지원

## ❖ 추진체계 및 기대효과

- **추진 주체:** 인천시 문화정책과와 인천문화재단이 총괄 담당하되, 마켓 등 행사는 인천관광공사의 MICE 사업과 연계하고, 인천경제자유구역청 등 유관기관과도 협력하여 운영함
  - 공연기획자, 유통 전문가, 플랫폼 UX·UI 전문가, 마켓 운영 경험자 등을 포함하는 전문가 위원회를 구성하여 실행 방안을 협의하며 추진해나감
- **제도 개선:** 기존에 운영 중인 인천문화재단 통합포털을 개편하고, 공연예술마켓이라는 신규 사업을 추진하기 위해서는 다음과 같은 제도 개선이 요구됨
  - 공연예술 유통 생태계를 뒷받침하는 「인천광역시 공연예술 유통지원 조례」를 제정하고, 조례 내 마켓 지원 및 플랫폼 운영 조항을 포함시킴
  - 공연예술 유통 정보의 수집, 등록, 배포, 분석에 관한 운영 지침을 수립하여 공연예술 통합정보 플랫폼 운영에 활용함
  - 인천문화재단 통합포털만으로는 인지도와 활용도가 크지 않으므로, 플랫폼 내 티켓 연계·예약 기능 강화를 위해 민간(예: 인터파크, 티켓링크) 연계 방안을 추진함
  - 공연예술마켓이 단발성 행사에 그치지 않고 지속적으로 활성화되려면 공연예술마켓에 대한 전문운영 주체를 확보하고 민간 파트너십 기반 제도화를 추진해야 함
- **기대효과:** 지역 공연예술 작품의 유통 및 소비 기반을 확보할 수 있으며, 공공 및 민간 공연정보 통합 제공을 통해 관객의 접근성과 편의성이 강화될 것임
  - 또한, 유망 창작자와 기획자 간 연결을 통한 지역 기반 B2B 네트워크가 형성됨으로써 공연예술 생태계의 자생력이 강화되고, 공연 유통산업 활성화의 기반을 마련할 수 있음
  - 장기적으로 타 지역(서울, 부산 등)의 공연예술마켓과의 협업 가능성 확보로 글로벌 진출 가능성도 제고할 수 있음

[표 5-21] 단계별 추진계획

주요 사업	2026년	2027~2029년	2030년 이후
공연예술 통합정보 플랫폼 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 민간공공 공연정보 수요자 조사</li> <li>• 공연정보 통합 플랫폼 기본계획 수립</li> <li>• iFac 기존 포털 리뉴얼 기획</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 플랫폼 개발 및 UX·UI 고도화</li> <li>• 공연정보 등록 및 공유 시스템 구축</li> <li>• 민간 공연장, 기획자 참여 기반 확보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 플랫폼 운영 고도화 및 다국어 서비스 연계</li> <li>• 공연예술 빅데이터 기반 소비 분석 기능 도입</li> </ul>
인천 공연예술마켓 개최	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인천형 공연예술마켓 기본모델 수립</li> <li>• 벤치마킹(부산·대전·서울 마켓) 및 전문가 자문</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시범 마켓 개최(연 1회, 파일럿 성격)</li> <li>• 공연예술인, 기획자, 투자자 등 유통 전문가 매칭 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정례 마켓화(연 2회 이상)</li> <li>• 국내외 시장 대상 유통 성과 공유</li> <li>• 글로벌 아트마켓과 연계 추진</li> </ul>

## (2) 상권 연계 공연예술 마케팅 강화

### ◆ 배경 및 필요성

- 인천 공연예술의 마케팅 역량은 아직 전문화·다변화되지 못한 상태임. 대부분 공연 홍보는 공공기관이나 예술단체의 개별 채널에 의존하고 있고, 민간기업이나 지역상권과 연계한 대규모 마케팅 캠페인은 드문 실정임
  - 수도권 대형시장(서울)에 밀려 자체적 마케팅 플랫폼을 갖추지 못해 관객 유치에 어려움을 겪고 있으며, 관객 설문에서도 '관련 정보 부족'이 공연 관람 장애요인의 13.9%로 나타나 홍보 부족이 수요 저해 요인으로 지적됨
  - 인천의 주요 상업지역(부평 문화의거리·평리단길·지하상가, 송도 트리플스트리트, 구월 로데오, 차이나타운 상권 등)은 유동인구가 풍부하고 쇼핑, 식음료, 관광 기능이 결합된 공간이지만, 공연예술 콘텐츠와의 접점은 극히 미미함
  - 특히 상업공간 내 공연 기획·홍보 미흡, 브랜드와 공연 간 공동 마케팅 부재, 공연 연계 관광상품 기획 부진 등으로 공연예술이 소비자와 상권을 연결하는 매개 콘텐츠로서 작동하지 못하고 있음
- 또한 지역 경제주체(기업, 상권)와의 협력 미흡으로 공연+관광 결합 상품이나 지역 상점 연계 이벤트 등 신규 유통 전략 개발이 제한됨. 이는 공연예술 관객 유치뿐 아니라 공연과 지역경제의 상생 효과를 충분히 발휘하지 못하는 결과를 낳고 있음
  - 공연예술을 지역 상권·관광과 결합한 혁신적 마케팅을 전개함으로써 관객 저변을 확대하고, 공연예술을 지역경제 활성화로 연결시키는 노력이 필요함
- 따라서 공연예술 마케팅을 적극적으로 강화하기 위해서는 인천의 주요 상권을 공연예술의 무대로 확장하여, 생활권 내 공연 접근성을 높이고 지역 상권과 공연예술이 상생하는 융복합 문화생태계를 조성할 필요가 있음
- 특히 청년세대의 문화소비 방식이 변화함에 따라 짧고 강렬한 경험 중심 콘텐츠에 대한 수요가 증가하고 있으므로, 이에 대응하여 팝업형 공연, 팝업스토어, 지역 기반 브랜드와의 상생형 마케팅 모델 등 새로운 유형의 마케팅 수단이 필요함
  - 서울 성수동 사례에서 확인한 것과 같이 상업공간 내 팝업 퍼포먼스나 공연 관련 굿즈 중심 팝업스토어 등은 단순한 홍보를 넘어 공연예매 유도, 팬덤 형성, 브랜드 협업 등 다양한 마케팅 확장성을 지닐 수 있음

## ◆ 주요 내용

### ① 팝업공연·팝업스토어 운영

- 유동인구가 많은 인천의 주요 상권과 공공장소에서 공연예술 팝업 이벤트를 개최하고, 공연 연계굿즈 중심의 팝업스토어를 운영하여 잠재 관객층을 발굴함
  - 이는 공연의 직접적 홍보 수단을 넘어서, 지역 브랜드와의 협업, 문화소비 촉진, 지역상권 활성화, 문화관광 상품화를 동시에 실현하기 위한 실천형 사업임
- 서울 성수동 사례를 벤치마킹해, 송도 센트럴파크, 부평 문화의거리 등지에서 주말마다 깜짝 팝업공연을 개최함
  - 버스킹, 게릴라 퍼레이드, 플래시몹 등 다양한 형태로 진행하여 지나가는 시민들이 자연스럽게 공연을 접하게 함
  - 이때 주변 상점과 연계한 할인 이벤트를 함께 기획하여, 팝업공연 관람 인증 시 인근 카페·식당 할인이나 사은품을 제공함
- 또한 백화점, 쇼핑몰 등 민간기업 공간에 공연예술 팝업존을 설치하여 일정 기간 동안 해당 공간에서 미니 공연, 전시, 굿즈 판매를 진행하는 로드쇼 형태의 마케팅을 시도함
  - 이는 세종문화회관이 성수동 팝업스토어를 열었던 선례처럼, 인천의 주요 문화기관(예술회관, 박물관 등)이 지역 기업과 제휴하여 공연+굿즈 홍보 부스를 운영하는 방식으로서, 이러한 팝업 이벤트를 통해 공연 비관람층에게 먼저 다가가고, 공연 자체가 도시 내 화제가 되도록 함으로써 시민들의 관심과 호감을 높임

[표 5-22] 팝업공연·팝업스토어 운영 방안

구분	내용	
팝업공연 운영	운영장소	• 부평문화의거리, 송도 트리플스트리트, 구월 로데오, 차이나타운 일대 야외 및 실내 공간
	공연형식	• 거리극, 10~20분 내외 소형 창작 공연, 인디밴드 버스킹, 춤 퍼포먼스, 즉흥극, 이동형 리허설 공개 등
	운영방식	• 정기적 기획, 기획 마켓과 연계, 시즌별 테마 운영(봄 축제/여름 휴가/연말 시즌 등)
	특화기획	• 브랜드와 협업한 공동 타이틀 공연(예: “○○×부평 야외극장”)
팝업스토어 운영	판매물품	• 공연 굿즈(티셔츠, 에코백, 엽서), 지역 브랜드 협업상품, 로컬 예술가 소품
	운영방식	• 팝업 공연장 인근에 임시 매대/컨테이너 설치, 공연 후 ‘공연+굿즈 패키지’ 할인 판매
	홍보연계	• 인플루언서·SNS 마케팅 연계, 리그램 이벤트, 인증샷 캠페인 등
	로컬브랜드 협업	• 지역 카페·음식점·패션브랜드와 공동 팝업 구성 및 굿즈 제작 협업

## ② 공연·관광 패키지 및 상생 마케팅

- 인천의 공연예술 콘텐츠를 관광자원 및 지역상권과 연계하여, 공연 관람 + 관광 체험 + 지역 소비를 통합한 복합형 패키지를 개발·운영함
  - 현재 인천의 공연 콘텐츠는 대부분 1~3회의 단발성 상연으로 끝나며, 관객의 체류나 후속 소비로 이어지지 못함
  - 이러한 한계를 극복하기 위해 인천의 공연티켓과 관광지 입장권, 식음료 쿠폰 등을 묶은 ‘공연+관광 패스’를 출시하여, 공연 관람이 지역 탐방과 소비로 이어지도록 유도함
  - 예를 들어 강화군의 전통공연 관람 + 전등사 관광 + 새우젓갈비 식사 코스, 송도국제도시의 콘서트 관람 + 워터프런트 투어 + 쇼핑 코스 등 1일 관광패키지를 만들어 판매함
  - 지역 행사 및 축제와 연계하여 페스티벌 기간 중 공연단체 팝업 무대를 설치·운영함. 페스티벌-관광-소비-공연이 연계된 복합형 시민 참여 콘텐츠를 운영함
  - 또한 송도 컨벤시아 등에서 MICE 행사가 열릴 때 저녁 시간대 공연 관람 옵션을 추가하여 비즈니스 관광객을 공연장으로 유도함
- 공연예술산업과 지역상권의 동반성장을 위해서는 지역 내 관광 및 상업시설과의 단절된 관계를 해소하고 지역 상권과의 협업을 통한 지속가능성을 확보할 필요가 있음
  - 공공재원 의존이 아닌 민간 상권과의 동반 마케팅, 쿠폰제·협업 굿즈·공연 연계 할인 등 공동 이익 구조의 형성이 필요함
  - 지역 상인연합회와 협력해 ‘우리동네 공연의 날’을 지정하여, 특정일에 해당 상권 전체가 공연 티켓 소지자에게 할인혜택을 제공하거나 거리공연 축제를 여는 등 상권과 문화가 어우러지는 이벤트를 개최함

[표 5-23] 공연·관광 패키지 및 상생 마케팅 운영 방안

구분	내용	
공연+관광 패스 출시	기본 구성	• 공연 관람 + 관광지 체험 + 식사 또는 카페 이용권
	유형	• 테마형, 힐링형, 어린이·청소년형 등 대상과 테마별로 구성
	제휴 대상	• 관광해설사, 지역 관광업체, 맛집, 숙박업소 등
	운영 방식	• 인천문화재단, 인천관광공사, 관광플랫폼(마리얼트립, 여행사 등) 협업 상품화
상생형 공연 마케팅 모델 구축	협력 대상	• 지역 카페·상점·시장 상인회, 로컬 브랜드, 지역 기업
	운영 내용	• 티켓 제시 시 할인 제공, 공연 후기 인증 이벤트, 관람객 대상 상점 쿠폰 배부
	공동 기획	• 지역 소상공인과 협업한 ‘로컬 테마 공연’(예: 전통시장 내 시장극장, 술도가극 등)
	콘텐츠 예시	• 공연+도장 찌기 미션형 관광, 티켓 인증+지역상품 할인 등 게이미피케이션 요소 활용

## ❖ 추진체계 및 기대효과

- **추진 주체:** 인천광역시 예술정책과, 인천문화재단이 핵심 추진주체로 정책사업을 설계해서 추진하되, 관광 및 상권 관련 기관과 민간이 협력하여 추진해야 함
  - 협력주체 중 공공부문에서는 인천관광공사와 인천상공회의소가 있고, 민간부문에서는 지역상인회, 지역 로컬 브랜드 및 프랜차이즈(카페, 음식점, 의류 등), 공연예술단체 및 기획사, 지역관광플랫폼·여행사·호텔업계, 지역축제 주관기관 등이 있음
- **제도 개선:** 공연예술산업과 상권, 관광을 연계하는 사업이므로 공공-민간 협력 거버넌스 구축, 예산 확보, 각종 규제 완화와 같은 제도 개선이 필요함
  - 공공지원 확장: 공연예술단체의 '상권연계형 공연'에 대한 별도의 보조사업을 신설하고, 공연+관광+상권 연계사업에 대한 민관협력형 기금을 조성하여 지속적으로 운영함
  - 공간 사용 규제 완화: 상업지구 내 임시 공연을 위한 팝업 가능 공간을 발굴하고 사용절차를 간소화함. 그 외 공공장소 내 공연 허가(야외, 도심 공터 등) 관련 절차를 표준화함
  - 상생협력 플랫폼 구축: 로컬 브랜드 및 상인회와의 지속적 교류를 위한 문화협력 거버넌스를 구축하고, 공연·관광 상품 등록을 위한 디지털 연계 시스템을 개발함
- **기대효과:** 팝업공연을 통해 시민이 공연장을 찾아가지 않아도 생활권 내에서 예술을 접할 수 있는 기반이 확대되면서 공연예술에 대한 관심도와 접근성이 높아질 것임
  - 공연을 매개로 지역 상권 내 체류시간이 증가하고 소비가 촉진되면서 상권이 활성화될 것임
  - 공연예술 작품의 반복 상연 및 관객 접점이 증가하면서 공연의 유통이 확대됨
  - 공연단체와 지역브랜드가 공동 콘텐츠 및 굿즈를 개발함으로써 브랜드의 공동 성장이 기대됨
  - 인천의 다양한 공연 콘텐츠가 관광 코스와 통합되어 외부 유입을 유도할 수 있음

[표 5-24] 단계별 추진계획

주요 사업	2026년	2027~2029년	2030년 이후
팝업공연·팝업스토어 운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 부평·송도 중심 시범 사업 실시</li> <li>• 인근 상인회·카페 협업 모델 기획</li> <li>• 청년예술인 공연 매칭</li> <li>• 팝업 굿즈 기획</li> <li>• 관람객 이벤트 설계</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 상권 다변화(차이나타운 구월 등)</li> <li>• 팝업스토어 시즌별 주제 운영</li> <li>• 지역 브랜드와 공동 굿즈 제작</li> <li>• 정례화 운영 매뉴얼 수립</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인천형 팝업공연 브랜드화</li> <li>• 자체 굿즈 및 마켓 플랫폼 운영</li> <li>• 타 지역과의 팝업 교류 기획</li> </ul>
공연+관광 패키지 및 상생 마케팅	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 개항장·월미도 중심 공연+관광 시범 패키지 기획</li> <li>• 공연+식사·투어 결합상품 시범 출시</li> <li>• 인천관광공사 협업 체계 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 상시형 패키지 상품 정착</li> <li>• 공연+로컬 브랜드 쿠폰 연계 확대</li> <li>• 지역 축제와 공연 연계 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 민간 관광 플랫폼 입점</li> <li>• 공연 중심 지역관광 콘텐츠 확장</li> <li>• 인천 방문 목적지로서 공연예술 콘텐츠 고도화</li> </ul>

### 3. 정책제언

#### 1) 지속가능한 추진을 위한 제도적 기반 및 거버넌스 구축

##### ❖ (가칭) 「인천광역시 공연예술산업 진흥 조례」 제정

- 체험경제 기반의 공연예술산업을 체계적으로 육성하고 지원하기 위한 법적 근거 마련이 필요함. 본 연구에서 제안하는 다양한 추진과제들의 지속성과 안정성을 확보하기 위해 관련 정책의 목표, 추진 방향, 주요 사업, 자원 확보 방안 등을 포괄하는 기본 조례를 제정해야 함
- 이와 관련하여 문체부는 「문화한국 2035」에서 향후 「무용진흥법», 「뮤지컬산업 진흥법」 등 장르에 특화된 공연예술진흥법을 제정할 계획이므로, 인천시도 공연예술산업의 진흥을 위한 조례를 제정하여 체계적으로 지원할 필요가 있음
- 조례에는 ①공연예술 진흥을 위한 시장의 기본계획 수립 및 시행 의무, ②공연예술 창작-제작-유통-향유 전 단계에 걸친 지원사업의 종류와 범위, ③공연예술 전문인력 양성 및 단체 육성 방안, ④공연시설 확충 및 운영 활성화 지원, ⑤공연예술 유통 및 마케팅 활성화 지원, ⑥자원 확보 및 관련 기금 설치·운영에 관한 사항 등을 명시하여 정책 추진의 실행력을 담보해야 함
- 특히, ‘체험경제’의 가치를 반영하여 시민 및 관광객의 참여와 체험을 촉진하는 공연 콘텐츠 개발, 융복합 공연예술 활동 지원, 상권 및 관광 연계 사업 추진 등에 대한 지원 근거를 명확히 포함하는 것이 중요함

##### ❖ 공연예술산업 전담 행정조직 강화 및 민관협력 거버넌스 구축

- 현재 분절적으로 운영되는 공연예술 관련 업무를 통합하고 정책의 전문성과 연속성을 확보하기 위해 인천시 문화체육국 예술정책팀에서 공연예술산업 진흥을 전담하도록 사업체계 개편이 필요함
- 전담팀은 ①공연예술산업 진흥 기본계획 및 연차별 시행계획 수립, ②주요 추진과제(공간 조성, 브랜드 구축, 인력 양성, 유통 활성화 등) 총괄 및 부서 간 협업 조정, ③국비 확보 및 민간 투자 유치, ④성과관리 및 평가 등의 핵심 기능을 수행해야 함
- 정책의 실효성을 높이기 위해 행정, 인천문화재단, 인천관광공사, 지역 공연예술인 및 단체, 기획자, 공연장 운영자, 학계 전문가 등이 참여하는 ‘(가칭)인천 공연예술산업 발전 위원회’를 구성하여야 함. 이 위원회는 주요 정책에 대한 자문, 심의, 민간의 의견 수렴 및 제안 등 역할을 수행하며 실질적인 민관협력의 구심점이 되어야 함

## 2) 창작-향유 인프라의 전략적 확충 및 특성화

### ◆ 유희공간의 창작 거점화 및 권역별 균형 배치

- 캠프마켓 내 ‘창의예술연습센터’ 조성: 캠프마켓 마스터플랜과 연계하여, 기존 건축물을 리모델링하여 대·중·소 규모의 전문 연습실, 리허설룸, 쇼케이스 공연이 가능한 블랙박스 시어터 등을 갖춘 복합 창작공간을 조성해야 함. 이는 단순 대관 기능을 넘어, 창작 인큐베이팅, 교육 프로그램 운영, 국제교류 레지던시 등 인천 공연예술의 ‘R&D 허브’ 역할을 수행하도록 기획되어야 함. 이를 위해 국비(유희공간 문화재생 사업 등) 확보를 위한 중앙 부처와의 긴밀한 협의가 선행되어야 함
- 시 소유 유희공간 활용 ‘청년 공연예술인 창작공간’ 조성: 현재 비어 있는 시 소유 유희자산을 리모델링하여, 거주와 창작이 결합된 청년예술인 레지던시 공간으로 조성하는 사업을 적극 추진해야 함. 저렴한 비용으로 안정적인 창작 환경을 제공함으로써 청년예술인의 역외 유출을 막고, 타 지역 유망 예술인의 유입을 유도하는 거점으로 육성해야 함
- 권역별 소규모 특화 공연장 조성: 공연시설이 부족한 강화-옹진, 서북부권 등을 중심으로 폐교, 폐공장, 유희 공공청사 등을 활용해 지역 특성을 반영한 소규모 공연장을 확충하여 지역 주민의 문화 접근성을 높이고, 지역 밀착형 공연 콘텐츠가 생산·소비되도록 해야 함

### ◆ 기존 대형 공연시설의 기능 재정립 및 활용도 제고

- 문학경기장의 ‘페스티벌 아레나’ 전환: SSG랜더스필드의 청라 이전(2027년 예정)에 대비하여, 문학경기장 일대를 대형 음악축제, K-POP 콘서트, 국제적 메가 이벤트 등을 유치할 수 있는 ‘페스티벌 아레나’로 전환하기 위한 마스터플랜을 조속히 수립해야 함. 이를 위해 인천관광공사, 민간 공연기획사 등과 협력하여 시설 개선, 주변 인프라 정비, 대관제도 개편 등을 추진해야 함
- 최근 새 정부가 발표한 「이재명 정부 국정운영 5개년 계획(안)」(국정기획위원회, 2025.8.)에 ‘K-컬처·관광·스포츠가 결합 되는 공연형 아레나 건립(5만 석 규모)’이 국정과제로 제시되어 있으므로 이와 연계하여 추진할 필요가 있음
- 공공 공연장의 특성화 및 연계 운영: 인천문화예술회관(리모델링 후)은 지역 대표 레퍼토리 공연의 상설무대로, 아트센터인천은 클래식·오페라 중심의 고품격 공연장으로, 트라이보울은 융복합·실험 공연의 허브로 각 공연장의 정체성을 명확히 하고, 이를 바탕으로 한 연간 시즌 프로그램을 공동 기획·홍보하는 협력체계를 구축해야 함

### 3) 예술인력 양성 및 지원사업의 체계적 개편

#### ◆ 청년 및 신진 예술인 맞춤형 성장 지원 시스템 고도화

- 예술지원팀(예술인지원센터)의 청년예술인 지원 기능 전문화 및 역할 재편: 기존 인천문화재단 예술지원팀의 역할과 기능을 재편하여 청년예술인에 대한 원스톱 지원체계를 강화해야 함. 현재 통합 운영되는 예술인 지원 업무 내에 ‘청년예술인 지원 파트’를 명확히 구분하고 전문인력을 배치하여, 단순 지원사업 안내를 넘어 창작활동 전반의 어려움을 해소하는 실질적인 동반자 역할을 수행하도록 기능을 고도화해야 함
- ‘인천형 예술인 성장단계별 지원제도’ 도입: 기존의 단년·소액 지원 방식에서 벗어나, 예술인의 성장단계를 ‘진입기(생애최초)-성장기(유망)-성숙기(중견)’로 구분하고 단계별 특성에 맞는 맞춤형 지원을 제공해야 함. 특히 성장기 예술인(단체)을 대상으로는 3~5년간 안정적으로 지원하는 ‘다년 집중지원 제도’를 도입하여 대표 레퍼토리 개발, 단체 자립 기반 마련 등 질적 성장을 집중적으로 뒷받침해야 함
- ‘생애최초지원’ 사업의 패키지화 및 확대: 공연예술 분야 신진 예술인을 대상으로 초기 창작지원금뿐만 아니라, ①선배 예술가와의 1:1 멘토링, ②주요 공연장 쇼케이스 및 리허설 기회 제공, ③홍보·마케팅 실무 지원 등을 패키지로 묶어 제공함으로써, 성공적인 시장 진입과 안착을 체계적으로 지원해야 함

#### ◆ 미래세대 예술인재 육성 및 시민 문화예술교육 강화

- ‘인천형 학교 문화예술교육’ 모델 특성화: 인천시교육청과의 협력을 제도화하여 ‘인천 아트포 키즈’, ‘청소년 공연예술랩’ 등의 프로그램을 중학교 자유학기제, 고등학교 고교학점제와 연계하는 방안을 모색해야 함. 지역 예술단체가 교육 주체로 참여하는 ‘예술가교사(Teaching Artist)’ 제도를 활성화하고, 이를 위한 안정적인 예산 확보 및 공동 운영체계를 구축해야 함
- 시민참여형 창작 프로그램 활성화: 시민 대상의 공연예술 아카데미를 단순 강좌에서 나아가, 시민이 직접 작품 제작에 참여하는 ‘커뮤니티 시어터’ 방식으로 심화시켜야 함. 생활문화 동아리가 창작 역량을 키워 지역축제나 프린지 페스티벌에 참여할 수 있도록 전문 연출가 매칭, 연습공간 지원 등을 강화하여 관객을 넘어 창작의 주체로 성장하는 기반을 마련해야 함
- 예술교육 전문인력 양성: 양질의 문화예술교육을 위해 지역 예술인 및 기획자를 대상으로 하는 예술교육 워크숍, 퍼실리테이터 양성 과정을 개설하여 전문성을 강화하고, 이들이 학교 및 사회 문화예술교육 현장에서 활동할 수 있도록 지원해야 함

## 4) 안정적 재원 확보 및 지속가능한 산업생태계 조성

### ◆ 재원 확보 전략의 다각화 및 안정적 기반 구축

- 국비 및 공모사업 전략적 유치: 문체부의 ‘지역대표예술단체 육성’, ‘공연예술 창작산실’, ‘유희공간 문화재생’ 등 주요 국비 지원사업에 대한 체계적인 대응을 위해 전담 조직의 역할을 강화해야 함. 사업 기획 단계부터 중앙정부의 정책 방향과 연계하고, 지역의 강점을 부각하는 논리를 개발하여 국비 확보 경쟁력을 높여야 함
- (가칭) 인천광역시 지역문화진흥기금 신규 조성: 「지역문화진흥법」 제9조에 근거하여, 안정적이고 독립적인 문화예술 재원 마련을 위한 기금을 신규로 조성해야 함. 인천시의 출연금을 기본 재원으로 하되, ①기업 및 개인의 지정기부금, ②고향사랑기부제 연계 모금, ③문화예술 행사 수익금 일부 적립 등을 통해 재원을 다각화하고, 기금 운용의 투명성과 전문성을 담보할 독립적인 위원회를 구성하여 운영해야 함
- 민간투자 유치 활성화 및 기업 협력 강화: 인천국제공항공사, 항만공사, 경제자유구역 입주기업 등 지역의 주요 기업과 연계한 ‘메세나 활동’을 적극 장려해야 함. 기업의 문화예술 후원에 대한 세제 혜택 안내, 우수 후원기업 인증 및 홍보 지원, 공연장 및 페스티벌 명칭 사용권 부여 등 실질적인 인센티브를 제공하고, ‘인천STAGE’ 등 대표 공연 브랜드에 대한 공동 제작·투자를 유도해야 함

### ◆ 데이터 기반 유통·마케팅 활성화를 통한 선순환 구조 구축

- ‘인천 공연예술 통합정보 플랫폼’ 고도화 및 데이터 기반 마케팅 도입: 플랫폼 구축 시, 단순 정보 제공을 넘어 예매 데이터, 관객 특성(연령, 지역, 선호 장르 등)을 수집 분석하는 기능을 탑재해야 함. 분석된 데이터를 지역 공연예술단체에 제공하여 타겟 마케팅, 프로그램 개발에 활용하도록 지원하고, 이를 통해 공급과 수요의 미스매치를 줄여나가야 함
- ‘인천공연예술마켓’의 B2B 기능 강화: 마켓 개최 시, 쇼케이스 기능뿐만 아니라 국내외 주요 극장 프로그래머, 페스티벌 예술감독, 투자자 등을 초청하여 1:1 비즈니스 미팅을 실질적으로 주선하고, 계약까지 이어질 수 있도록 후속지원을 강화해야 함. 이를 통해 창작된 작품이 사장되지 않고 국내외로 유통되는 핵심 통로 역할을 수행하도록 해야 함
- 체험형 융복합 마케팅 지원 강화: 인천관광공사와의 협력을 통해 ‘공연·관광 패키지’ 상품을 개발하고, 이를 국내외 온라인 여행 플랫폼에 입점시키는 등 유통채널을 다변화해야 함. 또한, 지역 상권과의 상생을 위해 ‘팝업공연·팝업스토어’ 운영, 공연 티켓과 연계한 ‘로컬브랜드 쿠폰북’ 제작 등 공동 마케팅 사업을 지원함으로써, 공연예술 소비가 지역경제 활성화로 직접 이어지는 선순환 구조를 만들어야 함

## 참고문헌

### □ 단행본/연구보고서

- 김난도·전미영·최지혜·권정윤·한다혜·이혜원·이준영·이향은·추예린·전다현. (2024). 트렌드 코리아 2025. 서울: 미래의창
- 노수경·이경진·박재현·김찬우. (2024). 문화예술트렌드 분석 및 전망 2025-2027. 한국문화관광연구원.
- 민경선·최영화·이선정·황용재. (2021). 인천 예술인 플랜(2022~2024) 수립 연구. 인천문화재단.
- 박경숙. (2024). 대구시 공연예술 활성화를 위한 기초연구. 대구정책연구원.
- 서울문화재단. (2019.9.). 2019 자치구문화재단(서울문화재단 공동연수 결과자료집.
- 양혜원·전진영. (2021). 문화예술산업 특수분류체계 개발 연구. 한국문화관광연구원.
- 인천광역시. (2025.2.). 캠프마켓 기본계획(마스터플랜) 수립 용역. 인천광역시.
- 제임스 길모어·조지프 파인 2세. (2021). 경험 경제(경험을 비즈니스로 만드는 법). 서울: 유엑스리뷰.
- 차민경·이정희·전주희. (2024). 지역 공연예술단체 육성 지원 개선방안 연구. 한국문화관광연구원.
- 최형민·박지현·정연국·송은송·김민규·백종영·전한아. (2024.12.). 2024 부산형 융복합 전시컨벤션 개최 지원 『페스티벌 시월』 성과분석 보고서. 부산: 부산광역시, (사)부산관광마이스진흥회[내부자료].

### □ 학술지/학위논문

- 김정원. (2024). 공장지대에서 MZ세대의 여행 성지가 된 성수동 연구. 경관과 지리, 34(4), 1-13.
- 백지연, 김선영. (2024). 갤러리카페 이용 경험에 관한 질적 연구 : 파인과 길모어의 체험경제이론을 중심으로. 문화산업연구, 24(3), 189-201.
- 손신형. (2021). 가치사슬을 활용한 공연예술산업 분석모델 연구, 박사학위논문. 상명대학교, 서울.
- 용석홍. (2016). 문화관광축제의 체험경제이론(4Es)과 행동의도와의 영향관계 연구 : Pine과 Gilmore의 체험경제이론을 중심으로, 박사학위논문. 안양대학교, 안양.
- 윤상영. (2023). 성수동 준공업지역 내 건축물의 리모델링 특성에 관한 연구. 석사학위논문. 성균관대학교, 서울.

### □ 법률과 특허

- 대중문화예술산업발전법(제15437호). 2018.9.14. [일부개정]

## □ 행정자료

- 국정기획위원회. (2025.8.). 이재명 정부 국정운영 5개년 계획(안).
- 대구문화예술진흥원. (2025.1.27.). 2025년 대구문화예술진흥원 경영계획.
- 문화체육관광부. (2024.9.11.). 2025년 지역 대표예술단체 지원 공모(제370호).  
\_\_\_\_\_. (2024a). 2024 국민문화예술활동조사.
- \_\_\_\_\_. (2024b). 2024 전국 문화기반시설 총람.
- \_\_\_\_\_. (2025.2.14.). 2024년 등록공연장 현황(2023.12.31. 기준)
- \_\_\_\_\_. (2025.3.6.). 문화한국 2035.
- 문화체육관광부·예술경영지원센터. (2024.12.). 2024 공연예술조사(2023년 기준).
- 부산광역시. (2019). 부산문화2030 비전과 전략(요약본).
- 부산문화재단. (2024.2.). 부산문화재단 연차보고서 2023 BSCF  
\_\_\_\_\_. (2025.2.). 부산문화재단 연차보고서 2024 BSCF
- 인천광역시 문화체육관광국. (2024.12.). 2025년 주요업무계획.
- 인천문화재단. (2024.12.20.). 2025 인천문화재단 예술창작지원사업 공모 변경공고(제240호).  
\_\_\_\_\_. (2025.1.13.). 인천문화재단 2025년 사업계획.
- \_\_\_\_\_. (2025.3.25.). 제75주년 인천상륙작전 기념 창작뮤지컬 제작 공연 지원사업 공모(제50호).
- \_\_\_\_\_. (2025.4.2.). 인천 가치와 문화가 담긴 공연콘텐츠 개발육성사업 (시놉시스 및 쇼케이스 공연) 공고(제61호).
- \_\_\_\_\_. (2025.4.28.). 2025 예술창작생애지원(생애처음/원로예술인) 공모(제82호)
- 公益財団法人東京都歴史文化財団. (2022.6.). 東京都歴史文化財団長期ビジョン2030  
東京都. (2022a). 東京文化戦略 2030  
\_\_\_\_\_. (2022b). 東京文化戦略 2030 概要版.
- 東京都生活文化スポーツ局. (2024). 生活文化スポーツ局 事業概要

## □ 보도자료/신문기사

- 강주희. (2024.5.16.). 안호상 “세종문화회관이 성수동에 팝업스토어 연 이유요?”. 뉴시스. [https://www.newsis.com/view/?id=NISX20240516\\_0002736798&cID=10701&pID=10700](https://www.newsis.com/view/?id=NISX20240516_0002736798&cID=10701&pID=10700)(검색일: 2025년 3월 31일).
- 공승배. (2024.11.5.). 인천 청라에 ‘스타필드 돔 구장’ 짓는다. 동아일보. <https://v.daum.net/v/20241105030330777>(검색일: 2025년 7월 24일).

- 곽안나. (2024.12.19.). '청년 문화예술패스' 인천 발급률 전국 상위권. 인천일보. <https://www.incheonilbo.com/news/articleView.html?idxno=1274398>(검색일: 2025년 2월 27일).
- 김경은. (2015.12.14.). 잿빛 공장에 피어난 클래식, 700명 관객 마음 적시다. 아트조선. [https://art.chosun.com/site/data/html\\_dir/2015/12/14/2015121400281.html](https://art.chosun.com/site/data/html_dir/2015/12/14/2015121400281.html)(검색일: 2025년 3월 26일).
- 김기주. (2023.5.22.). 2만 8천명 환호 속 '제17회 DIMF 개막축하공연' 성료...축제 개막. 뉴스컬처. <https://www.newsculture.press/news/articleView.html?idxno=524868>(검색일: 2025년 3월 27일).
- 김서중. (2024.5.16.). 제18회 대구국제뮤지컬페스티벌 라인업 공개. 국제뉴스. <https://www.gukjenews.com/news/articleView.html?idxno=2995545>(검색일: 2025년 3월 27일).
- 김승우. (2024.10.14.). 성수동, '세계에서 가장 멋진 동네' 4위... 비결은. 조선일보. [https://www.chosun.com/special/special\\_section/2024/10/14/Y4BYNNOAK5CWFNPJQMBKYLWQQY/](https://www.chosun.com/special/special_section/2024/10/14/Y4BYNNOAK5CWFNPJQMBKYLWQQY/)(검색일: 2025년 3월 17일).
- 김재현. (2024.11.27.). '월드오케스트라페스티벌 심포지엄'... "지역밀착 콘텐츠 확보해야". 한국일보. <https://www.hankookilbo.com/News/Read/A2024112622240002727>(검색일: 2025년 3월 27일).
- 대구문화예술진흥원 보도자료. (2024.8.22.). 대구를 넘어 세계로 향하는 '글로벌(Glocal)' 교향악 축제 2024 월드오케스트라페스티벌. [https://dgfca.or.kr/article/REPORT\\_NEWS/detail/11366](https://dgfca.or.kr/article/REPORT_NEWS/detail/11366)(검색일: 2025년 3월 21일).
- \_\_\_\_\_. (2024.10.8.). 세계 초연, 창·제작 오페라 '264, 그 한 개의 별'. [https://dgfca.or.kr/article/REPORT\\_NEWS/detail/11506](https://dgfca.or.kr/article/REPORT_NEWS/detail/11506)(검색일: 2025년 3월 31일).
- \_\_\_\_\_. (2024.11.11.). 대구오페라하우스, 제21회 대구국제오페라축제 성료 한국 오페라의 새로운 길을 열다!. [https://dgfca.or.kr/article/REPORT\\_NEWS/detail/11630](https://dgfca.or.kr/article/REPORT_NEWS/detail/11630)(검색일: 2025년 3월 21일).
- 문화체육관광부 보도자료. (2025.1.8.). 2025년 지역예술 이끌어 갈 공연예술단체 32개 선정. [https://www.mcst.go.kr/kor/s\\_notice/press/pressView.jsp?pSeq=21597](https://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=21597)(검색일: 2025년 2월 12일).
- \_\_\_\_\_. (2025.3.6.). 대한민국 문화정책 대전환 '문화한국 2035' 발표. [http://www.mcst.go.kr/kor/s\\_notice/press/pressView.jsp?pSeq=21690](http://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=21690)(검색일: 2025년 3월 11일).
- 박재환. (2023.11.3.). "여기는 마리의 램~" 뮤지컬 '마리 쿼리', 성수동에 팝업 스토어 오픈. KBS미디어. <https://m.entertain.naver.com/article/438/0000059908>(검색일: 2025년 3월 31일).
- 박정선. (2024.11.8.). 연극도, 뮤지컬도 '핫플' 찾는다...성수로 모여드는 공연 마케팅. 데일리안. <https://www.dailian.co.kr/news/view/1426817/?sc=Naver>(검색일: 2025년 3월 31일).
- 박혜숙. (2025.3.5.). 인천 송도 워터프런트 1-2단계 공사 본격화...북측수로 수변공간 건설. 아시아경제. <https://www.asiae.co.kr/article/2025030510451913152>(검색일: 2025년 7월 24일).
- 배정환. (2024.10.30.). 글로벌 브랜드, 성수동에 집결하는 이유. 경상일보. <https://www.ksilbo.co.kr/news/articleView.html?idxno=1012108>(검색일: 2025년 3월 17일).

부산광역시 보도자료. (2019.7.11.). 문화를 품은 부산시정, 행복한 부산을 향한 첫걸음! 부산문화시정 변화의 10년, 이제 시작입니다!. <https://www.busan.go.kr/nbtnewsBU/1384801>(검색일: 2025년 3월 26일).

\_\_\_\_\_. (2024.8.19.). 글로벌허브도시를 위한 부산 마이스산업의 새로운 시도… 부산형 융복합 전시컨벤션 ‘페스티벌 시월’ 본격 추진. <https://www.busan.go.kr/nbtnewsBU/1645011>(검색일: 2025년 3월 7일).

\_\_\_\_\_. (2024.12.5.). 모아보니 진짜로 효과 있었다… ‘페스티벌 시월’ 글로벌 관광허브도시로의 가능성 성보여. <https://www.busan.go.kr/nbtnewsBU/1659422>(검색일: 2025년 3월 7일).

부산문화재단 보도자료. (2023.8.24.). 시민들과 함께 즐기는 <부산국제공연예술마켓>, 올 10월 출범. <https://www.bsfc.or.kr/portal/bbs/view.do?mId=0403000000&bldx=44525&ptIdx=115>(검색일: 2025년 3월 10일).

\_\_\_\_\_. (2024.9.27.). 부산국제공연예술마켓, 공연유통의 가을무대를 열다!. <https://www.bsfc.or.kr/portal/bbs/view.do?mId=0403000000&bldx=45041&ptIdx=115>(검색일: 2025년 3월 10일).

\_\_\_\_\_. (2024.10.11.). 올 가을 공연예술의 감동으로 물든 부산, 2024 부산국제공연예술마켓 성황리에 폐막. <https://www.bsfc.or.kr/portal/bbs/view.do?mId=0403000000&bldx=45049&ptIdx=115>(검색일: 2025년 3월 10일).

서울특별시 보도자료. (2025.2.20.). 성동 삼표레미콘 부지 사전협상 완료… 서울숲 일대 대개조 시작된다. [https://www.seoul.go.kr/news/news\\_report.do#view/428967?tr\\_code=snews](https://www.seoul.go.kr/news/news_report.do#view/428967?tr_code=snews)(검색일: 2025년 4월 28일).

성동구청 보도자료. (2022.9.7.). 삼표레미콘 성수공장 폐업신고 완료.. 45년 구민숙원 종지부. <https://www.sd.go.kr/main/selectBbsNttView.do?key=1477&bbsNo=188&nttNo=320438>(검색일: 2025년 4월 28일).

\_\_\_\_\_. (2025.3.19.). 성동구, 붉은벽돌 건축물 성수동 전역으로 확대…공사 시 최대 2천만 원 지원. <https://www.sd.go.kr/main/selectBbsNttView.do?key=1477&bbsNo=188&nttNo=345678>(검색일: 2025년 4월 28일).

손민영. (2024.9.29.). 인천아트플랫폼, ‘유스테이지(YOUTH+STAGE)’ 하반기 공연 개최. 기호일보. <https://www.kihoilbo.co.kr/news/articleView.html?idxno=1112087>(검색일: 2025년 2월 24일).

\_\_\_\_\_. (2025.1.9.). 청년문화예술패스 이용객 ‘인천은 패싱’. 기호일보. <https://www.kihoilbo.co.kr/news/articleView.html?idxno=1127634>(검색일: 2025년 2월 27일).

손현지. (2016.9.29.). “46년 전통의 대림창고, 50만 찾는 명소 만들었죠”. 스카이데일리. [https://www.skyedaily.com/news/news\\_view.html?ID=52813](https://www.skyedaily.com/news/news_view.html?ID=52813)(검색일: 2025년 3월 19일).

이장원. (2025.01.26.). “강화아트센터 사업 중단…실리적 선택, 기존 문예회관 탈바꿈”. 경인방송. <https://news.ifm.kr/news/articleView.html?idxno=408989> (검색일: 2025년 4월 14일.)

인천광역시 보도자료. (2024.12.26.). 인천시, 민생기획관 신설, 민생안정 정책 본격 추진 조직개편. [https://www.incheon.go.kr/IC010205/view?repSeq=DOM\\_0000000011476670](https://www.incheon.go.kr/IC010205/view?repSeq=DOM_0000000011476670)(검색일: 2025년 3월 4일).

\_\_\_\_\_ . (2025.4.3.). 더 안전하고 더 감동적인 공간으로! 인천문화예술회관 재개관. [https://www.incheon.go.kr/IC010205/view?repSeq=DOM\\_0000000012141773](https://www.incheon.go.kr/IC010205/view?repSeq=DOM_0000000012141773)(검색일: 2025년 4월 28일).

장병호. (2024.12.12.). 대구에 1800석 대극장 갖춘 ‘국립뮤지컬콤플렉스’ 설립 추진. 이데일리. <https://www.edaily.co.kr/News/Read?newsId=04454246639117864>(검색일: 2025년 3월 27일).

장인서. (2025.2.20.). 독자 콘텐츠로 티켓파워 증명 “내년 관객 80만 시대”. 파이낸셜뉴스. <https://www.fnnews.com/news/202502201832212367>(검색일: 2025년 2월 24일).

정상래. (2024.10.28.). ‘지저스 크라이스트 수퍼스타’ 팝업스토어 오픈 예정. 국제뉴스. <https://www.gukjnews.com/news/articleView.html?idxno=3120722>(검색일: 2025년 3월 31일).

최미애. (2024.7.14.). 축제기간 변경한 DIMF, 관람객·객석점유율 전년도 보다 크게 늘었다. 영남일보. <https://www.yeongnam.com/web/view.php?key=20240714010001892>(검색일: 2025년 3월 27일).

최승연. (2024.11.29.). [칼럼]2024년 뮤지컬 총결산①. 더뮤지컬. <https://www.themusical.co.kr/Magazine/Detail?num=5386>(검색일: 2025년 3월 31일).

## □ 전자문서자료/홈페이지

강화군시설관리공단. <https://www.ghss.or.kr/user/main.do>(검색일: 2025년 3월 4일).

계양문화회관. <http://gysiseol.or.kr/culturebuilding/main/index.php>(검색일: 2025년 2월 25일).

공연예술통합전산망. <https://www.kopis.or.kr/por/main/main.do>(검색일: 2025년 2월 14일).

남동문화재단. <https://www.namdongcf.or.kr/user/index.php>(검색일: 2025년 2월 25일).

대구국제뮤지컬페스티벌. <https://dimf.or.kr/main.do>(검색일: 2025년 3월 21일).

\_\_\_\_\_ . (2024.7.12.). 공지사항: [폐막 인사] 제18회 DIMF와 함께해주셔서 고맙습니다. <https://dimf.or.kr/portal/bbs/view.do?mld=0601000000&bldx=10103&ptldx=14>(검색일: 2025년 3월 21일).

대구문화예술진흥원. <https://dgfca.or.kr/main>(검색일: 2025년 3월 20일).

대구오페라하우스. <https://www.daeguoperahouse.org/>(검색일: 2025년 3월 21일).

대구콘서트하우스. <https://www.daeguconcerthouse.or.kr/index.do>(검색일: 2025년 3월 21일).

대구음악창작소. <https://nam.daegu.kr/musiclab/index.do>(검색일: 2025년 3월 20일).

대한민국 구석구석. <https://korean.visitkorea.or.kr/main/main.do>(검색일: 2025년 3월 19일).

문화재단1963. <https://foundation1963.org/ko/main>(검색일: 2025년 3월 10일).

부산문화재단. <https://www.bsfc.or.kr/main.do>(검색일: 2025년 3월 10일).

부평구문화재단. <https://www.bpcf.or.kr/bpcf/main/main.do>(검색일: 2025년 2월 25일).

서울특별시. (2015.12.4.). 문화예술사업 새소식: 서울시립교향악단 창고 음악회 Classic Factory. <https://news.seoul.go.kr/culture/?p=68665>(검색일: 2025년 3월 26일).

성동구청. <https://www.sd.go.kr/main/contents.do?key=4344&>(검색일: 2025년 3월 17일).

세종문화회관 Sync Next 24. <https://www.sejongpac.or.kr/portal/season/syncnext24.do#none>(검색일: 2025년 3월 31일).

송도컨벤시아. <https://songdoconvensia.visitincheon.or.kr/>(검색일: 2025년 2월 24일).

수성아트피아. <https://www.ssartpia.kr/>(검색일: 2025년 3월 27일).

아양아트센터. <https://www.ayangarts.or.kr/>(검색일: 2025년 3월 27일).

아트센터인천. <https://www.aci.or.kr/mainPage.do>(검색일: 2025년 2월 24일).

예술활동증명 통계. [https://www.kawfartist.kr/kawf\\_dash/dash/html/p01.html](https://www.kawfartist.kr/kawf_dash/dash/html/p01.html)(검색일: 2025년 2월 17일).

유네스코 음악창의도시 대구. <https://music.daegu.go.kr/index.do>(검색일: 2025년 3월 20일).

이효영. (2024.9.27.). 드라마틱 오페라! 심포닉 오케스트라!. 대구문화, 467, 6-8. <https://dcarchive.daegu.go.kr/Viewer/6ID0LSHLESD7>(검색일: 2025년 3월 21일).

인스파이어 엔터테인먼트 리조트. <https://www.inspirekorea.com/ko>(검색일: 2025년 2월 24일).

인천광역시 문화예술회관. <https://www.incheon.go.kr/art/index>(검색일: 2025년 2월 24일).

인천문화재단. <https://ifac.or.kr/>(검색일: 2025년 2월 18일).

인천문화정보 아이큐. <https://iq.ifac.or.kr/index.do>(검색일: 2025년 2월 24일).

인천아트플랫폼. <https://inatplatform.kr/home/home>(검색일: 2025년 3월 4일).

인천투어. <https://itour.incheon.go.kr/>(검색일: 2025년 2월 24일).

인천서구문화재단. [https://www.iscf.kr/\\_new/html/index/](https://www.iscf.kr/_new/html/index/)(검색일: 2025년 2월 25일).

인천중구문화재단. <https://ijcf.or.kr/>(검색일: 2025년 2월 25일).

파라다이스시티. <https://www.p-city.com/front/convention/facility?FACILITY=grandballroom&language=KO>(검색일: 2025년 4월 14일).

한국예술인복지재단. <http://www.kawf.kr/>(검색일: 2025년 2월 17일).

한국예술인복지재단 예술활동증명 통계. [https://www.kawfartist.kr/kawf\\_dash/dash/html/p01.html](https://www.kawfartist.kr/kawf_dash/dash/html/p01.html)(검색일: 2025년 2월 17일).

遊ぼうよ 공식블로그. <https://asoboyo.tumblr.com/>(검색일: 2025년 4월 8일).

アーツカウンシル東京. <https://www.artscouncil-tokyo.jp/ja/>(검색일: 2025년 4월 4일).

アーツカウンシル東京 伝統文化事業. <https://www.tokyo-tradition.jp/2024/>(검색일: 2025년 4월 4일).

神楽坂まち舞台・大江戸めぐり2024. <https://2024.kaguramachi.jp/>(검색일: 2025년 4월 4일).

キッズ伝統芸能体験. <https://www.geidankyo.or.jp/kids-dento/>(검색일: 2025년 4월 4일).

公益財団法人東京都歴史文化財団. <https://www.rekibun.or.jp/>(검색일: 2025년 3월 27일).

子供のための伝統文化・芸能体験事業. <https://kakeru.geidankyo.or.jp/outreach/index.html>(검색일: 2025년 4월 4일).

芸術家と子どもたち. <https://www.children-art.net/>(검색일: 2025년 4월 4일).

座・高円寺. <https://za-koenji.jp/home/index.php>(검색일: 2025년 4월 7일).

東京芸術劇場. <https://www.geigeki.jp/>(검색일: 2025년 4월 3일).

東京都生活文化スポーツ局. <https://www.seikatubunka.metro.tokyo.lg.jp/>(검색일: 2025년 3월 27일).

東京文化会館. <https://www.t-bunka.jp/>(검색일: 2025년 4월 3일).

伝承のたまてばこ. <https://denschonotamatebako.tokyo/>(검색일: 2025년 4월 4일).

ろう者と聴者が遭遇する舞台作品. <https://duk-tokyoforward2025.jp/>(검색일: 2025년 4월 4일).

六本木アートナイト2024. <https://www.roppongiartnight.com/2024/>(검색일: 2025년 4월 4일).

BPAM. <https://www.bpam.kr/>(검색일: 2025년 3월 10일).

F1963. <http://www.f1963.org/ko/>(검색일: 2025년 3월 7일).

SFACTORY. <https://www.sfactory.co.kr/>(검색일: 2025년 3월 26일).

Shibuya StreetDance Week. <https://streetdanceweek.jp/>(검색일: 2025년 4월 4일).

TOKYO わっしょい. <https://tokyo-wasshoi.jp/>(검색일: 2025년 4월 4일).



2025년도 기획연구

## 체험경제 기반 인천시 공연예술산업 활성화 방안

발행인 박호균

발행일 2025년 10월 31일

발행처 인천연구원

인쇄처 청송출판인쇄사

I S B N 979-11-6870-315-5 93680

주소 22711 인천광역시 서구 심곡로 98

© 인천연구원 2025

이 보고서의 내용은 연구책임자의 견해로서 인천연구원의 공식적 입장과는 다를 수 있습니다.

출처를 밝히는 한 자유로이 인용할 수 있으나 무단 전재나 복제는 금합니다.