

문서번호	국악단운영팀-195
보존기간	준영구
결재일자	2016.03.25.
공개여부	공개
방침번호	방침번호, 사장 방침 제(238)호

# 서울시청소년국악단 제44회 정기연주회 '꿈꾸는 세종(꿈.꾸.세)' 사업계획(案)



★팀원	국악단운영팀장	예술단운영본부장	사장
협 조	경영본부장 청소년국악단장 정책기획팀장 예산확인		일상감사

## 서울시청소년국악단

# 서울시청소년국악단 제44회 정기연주회 ‘꿈꾸는 세종(꿈.꾸.세)’ 사업계획(案)

- 세종대왕의 음악적 업적을 바탕으로 한 청소년국악단 대표브랜드 공연
- 영상과 관현악의 조화를 통해 새로운 형태의 국악공연 발전방향 제시
- 2013년부터 세종대왕의 음악세계를 소개하는 내용의 구성, 2016년 ‘꿈꾸는 세종’ 3년차로 더욱 완성도를 높여 지방 및 해외마켓 개발시도

## I 사업개요

- 공연명 : 제44회 정기연주회 ‘꿈꾸는 세종’
- 공연일시 : 2016.5.27(금) ~ 28(토), 금 19시 30분, 토 16시
- 장소 : 세종M씨어터
- 가격 : R석 30,000원, S석 20,000원
- 연주 : 서울시청소년국악단

관객 및 수지 계획 (단위 : 명)

총객석수(A)	목표객석수			유료객석점유율 (C/A)	총객석점유율 (B/A)
	계(B)	유료(C)	무료		
1,202	979	873	106	72.6%	81.4%

※ M씨어터 총 609석 중 유보석(8석)제외 601석을 총 객석기준으로 산정.(1회 공연기준)

(단위 : 천원)

사업수입		제작원가			사업수지율 (A/B)	수지율(총괄) (A/D)
예산	목표(A)	직접비(B)	간접비(C)	계(D)		
17,700	17,700	42,000	27,570	69,570	42.1%	25.4%

## □ 추진목표

### ○ 환경분석

#### Strength (강점)

1. 3년 연속 공연으로 완성도와 구성력이 돋보임.
2. 청소년국악단만의 차별화된 스토리 전개방식
3. 청소년국악단의 젊은 이미지, 교육적 코드

#### Weakness (약점)

1. 국악 장르에 대한 본질적으로 낮은 호응도
2. '국악'에 대한 인식부족 및 어렵다는 고정관념
3. 전통음악에 대한 젊은이들의 낮은 인지도

#### Opportunity (기회)

1. 청소년국악단만의 음악적 차별화
2. 젊은 연주단체 다운 파격적이고 도전적인 연주
3. 현대적 감각으로 세계적 국악공연으로 성장

#### Threat (위협)

1. 많은 공연이 열리는 봄 시즌공연 시장
2. 한정된 국악관객 범위 내 국악단체간 경쟁
3. 대규모 뮤지컬, 연극공연 오픈에 따른 관객이탈

#### ▷ 강점에 대한 전략

- 세종대왕의 도전정신을 '청소년국악단'이라는 젊은 예술가들의 열정과 결부시켜 국악 공연에 대한 흥미유발.
- '이야기', '교육적', '전통', '재미' 라는 컨셉에 집중한 홍보마케팅 실시

#### ▷ 기회에 대한 전략

- 우리음악에 대한 이해는 물론 역사에 대한 자긍심까지 이끌어내는 교육적 효과를 강조
- 교육청과 학교 교사 사전 미팅으로 주 타킷에 대한 사전홍보
- '세종'을 주제로 한 세종문화회관만의 독자적 콘텐츠 확보 및 브랜드 구축

#### ▷ 약점에 대한 전략

- 단체에 대한 이미지 메이킹과 사전 홍보를 통해 앞으로 우리 국악을 이끌어 갈 차세대 예술인들의 신선하고 창의적인 공연임을 강조

#### ▷ 위협에 대한 전략

- 3년 연속으로 청소년국악단만의 차별화된 공연에 대한 브랜드 가치를 활용 학교 이외에 다양한 타킷층을 넓힘
- 주 타킷층인 청소년들을 위한 홍보컨셉을 통해 무겁고 어려운 국악공연 이미지 탈피

## ○ 환경비교

경쟁 공연 및 비교대상	세종현황
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 예술의 전당 'Talk &amp; Concert Season6_5월'               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2016.5.21, 19시 30분</li> <li>- 티켓가 : R석5만원, S석3만원, A석2만원</li> <li>- '음악'과 '대화'가 있는 최고의 공연, 우리나라를 대표하는 최정상급 아티스트들의 Talk &amp; Concert</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 기획공연 '파이프오르간시리즈IX'               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2016.5.27~28, 19시30분/17시</li> <li>- 티켓가:VIP9만원, R석7만원, S석5만원, A석3만원</li> <li>- 2016년, 국내 최초로 대륙을 대표하는 오르가티스트들이 한자리에 모인다.</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 국립국악원 '가족음악극_만만파파'               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2016.4.30~5.8, 11시, 14시</li> <li>- 티켓가 : S석3만원, A석2만원</li> <li>- 믿고 보는 국립국악원이 제작한 어린이 국악극</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울시국악관현악단 특별연주회 '세종음악기행'               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2016.5.14, 17시</li> <li>- 티켓가 : R석3만원, S석2만원, A석1만원</li> <li>- 지혜로운 '세종'을 주제로 한 국악이야기 콘서트 세종문화회관 고유 브랜드 시리즈공연</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 국립극장 '정오의 음악회'               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2016.3.30 / 4.27 / 5.18 / 6.22, 11시</li> <li>- 티켓가 : R석1만5천원, S석1만원</li> <li>- 국립극장 레퍼토리 시즌, 한 달에 한 번 수요일에 만나는 해설이 있는 고품격 국악 브런치 콘서트</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울시오페라단 '오페라 마티네_운명의 힘'               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2016.1.~12.(매월 세 번째 화요일, 11시)</li> <li>- 티켓가 : R석 3만원, S석 2만원</li> <li>- 2013년 8월부터 현재까지 해설(이건용단장)을 가미하여 하이라이트 장면 위주로 진행되는 무대</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 경기도문화의 전당 '실내악축제'               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2016.5.2, 20시</li> <li>- 티켓가 : R석6만원, S석4만원, A석3만원</li> <li>- 세계 최정상 바이올리니스트 핀커스 주커만과 함께하는 경기실내악 축제</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울시유스오케스트단 '와우 클래식 앙상블'               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2016.5.21, 13시</li> <li>- 티켓가 : 전석 2만원</li> <li>- 어린이들을 위한 맞춤 앙상블콘서트, 재미난 이야기와 그림을 듣고 만나는 재미난 음악여행</li> </ul> </li> </ul>

### 청소년 국악단 경쟁전략

- 드라마와 영상을 결합, 트렌드에 걸맞는 신선하고 현대적인 연출로 보다 국악공연에 대한 쉽고 재미있는 접근 확립.
- 지휘자 없는 창작곡을 연주, 젊은 연주단체만이 할 수 있는 파격적이고 도전적인 연주시도와 브랜드 이미지 강화

## □ 중점 추진방향

- 5월 '가정의 달' 프로그램 성격에 맞춰 주말 낮 공연을 추진
  - 2회 공연으로 관객의 니즈를 충족, 수입달성 노력
- 청소년국악단 대표 브랜드 공연으로 재미와 지식, 두 마리 토끼를 함께 잡는 유쾌하고 유익한 공연프로그램 부각
- 공연장을 바꿔 새롭게 구성되는 공연으로 향후 지방 및 해외공연에도

적합한 공연형식으로 발전

- 청소년 대상의 교육적 국악 콘서트로 적극적 홍보 및 마케팅 확대
  - 청소년 대상 프로그램으로 교육청, 부모대상 적극적 할인 안내 및 홍보

### III

## 사업내용

### Key Point

- 역사에 기록되지 않은 세종대왕의 123일간의 행궁, 베일에 싸인 세종의 기록을 찾아가는 국악 청춘들의 좌충우돌 이야기
- 감각적인 영상과 과감한 무대 연출, 퍼포먼스 등 신선하고 색다른 국악 콘서트

### □ 프로그램 구성(案)

- 예술감독 겸 총연출 : 유경화(서울시청소년국악단 단장)
- 연출 및 드라마터그 : 정종임
- 영상감독 : 구춘모
- 작곡/편곡 : 홍정의 / 서정철
- 공연프로그램(案)

곡 목	작곡 / 편곡	협연
1. 은가비	작/편곡 홍정의	성악단원(구음)/한솔잎(철현금)
2. 123일의 비밀	작곡 JC CURVE, 편곡 홍정의, JC CURVE	서정철(베이스)/CK(건반)
3. 소리를 담은 돌	작곡 JC CURVE, 편곡 홍정의, JC CURVE	
4. 꿈꾸는 소리, 율(律)	작곡 JC CURVE, 편곡 홍정의, JC CURVE	송경근(퍼포먼스)
5. 용감한 달빛_세종의 꿈	작/편곡 홍정의	

## 마케팅 전략

### ○ 목표(Target) 설정 및 홍보 전략

타겟 관객별 전략 수립으로 홍보마케팅 진행	
언론홍보	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 청소년국악단의 젊은 이미지, 공연소재, 전문가 평가, 수상내역등 차별성</li> <li>▷ 마에스트로 세종의 국악이야기</li> <li>▷ 영상, 퍼포먼스 등 과감한 무대연출로 청춘국악인의 파격무대</li> </ul>
초,중,고 및 대학생	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 서울시 교육청 및 경기도 교육청 협조 요청</li> <li>- 중고등학교 교사 및 방과 후 학교 담당교사 중점 공략</li> <li>- 대학교 교수 및 국악계 인사</li> </ul>
교사/학부모	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 초,중,고등학교 교사 사전 미팅으로 학생관람 유도</li> <li>- 가족과 함께하는 광화문 문화나들이 공략 : 가족패키지 티켓</li> <li>- 세종문화회관 '세종이야기' 방문 학생, 학부모, 관광객 등 연계</li> </ul>
국악관계자	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 국악방송 및 국악계 커뮤니티, 국악공연장 대상 홍보</li> <li>- 전공자 및 교강사 대상 우편, TM 마케팅</li> </ul>

## 홍보방안

### ○ 홍보컨셉

**세종대왕의 123일의 비밀 특별한 국악공연 '꿈꾸는 세종'**

### ○ 홍보전략

- 마에스트로 세종대왕의 음악적 발자취를 찾아가는 청춘들의 좌충우돌 음악이야기 !!!
- ▷ 세종대왕의 음악적 업적을 특별한 국악콘서트로 만나보자!
- ▷ 세종의 열정과 노력을 통해 배우는 우리역사와 음악의 우수성과 자부심
- ▷ 영상, 춤, 퍼포먼스와 함께하는 젊은 국악인들의 파격무대

○ 홍보 툴(Tool) 활용

매체명	내용 및 제작방식	기대효과
언론홍보	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 주요언론사 보도자료 배포                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 언론사 선정 개별방문 진행</li> </ul> </li> <li>▶ 월간지, 주간지, 사내지, 교육학습지                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 마감기한별 전략적 보도자료 제공</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Well-made 꿈꾸는 세종 공연 관심유도</li> <li>▶ 5월 '가정의 달' 가족공연프로그램 지속보도</li> </ul>
홍보물	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 실사사진, 그래픽 작업의 홍보물 제작                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 포스터, 전단</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 기존 국악의 고루하고 딱딱한 느낌을 탈피하여 국악에 대한 재미와 감동 선사</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 외부건물 현수막 제작</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 나들이객이 증가하는 시기에 건물외벽 현수막의 효과적인 추진</li> </ul>
온라인	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 타켓별 카페(사내노조,맘스쿨,유스네비 등), 파워블러거 자체 할인적용 및 이벤트 활용</li> <li>▶ 자체 SNS, 캠페인, 모바일 웹 활용</li> <li>▶ 교보문고 북 클럽 회원 등 교양장르 관련 유통업체 프로모션</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 공감대 형성, 호기심 자극, 인지도구축</li> <li>▶ 온라인 여론조성 환경마련 (주요관객 및 기존관객 DB적극 활용)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ EM진행                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 세종회원, 사내 인트라넷, 국악공연장, 국악관련학교 및 강습소(문화센터), 협회 / 카페 / 학회</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 공연애호가 중 국악을 접하지 못했던 관객층의 흥미유발</li> </ul>
오프라인	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 홍보물 비치                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 오피스 밀집지역 외부 홍보물 적극게재</li> <li>- 서울시내 초등학교, 주민센터, 관광안내소, 인사동 일대, 전통문화상품 판매점, 대형 건물 로비 등</li> <li>- 나들이객 붐비는 어린이대공원, 극장, 학습체험관 등지 홍보주력</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 광화문 나들이 프로모션 등 기획</li> <li>▶ 문화센터와 연계공연으로 관계 형성된 지자체 공연장을 통한 공연 정보 적극 노출</li> </ul>

관객 계획

○ 예상관객목표

총좌석	관객목표			객석점유율 목표		
	전체	유료	홍보마케팅	전체	유료	홍보마케팅
1,202석	979석	873석	106석	81.4%	72.6%	8.8%

※ M씨어터 : 609석(전좌석)-8석(유보석) = 601석 × 2회 = 1,202석

○ 판매세부목표(2회 공연)

구 분	가격	총좌석	판매목표			비고
			매수	목표율	목표금액	
계	-	1,202석	873석	72.6%	16,800천원	2회
R석	3만원	408석	354석	86.8%	8,500천원	20%할인적용
S석	2만원	574석	519석	90.4%	8,300천원	
홍보마케팅R	-	60석				
홍보마케팅S	-	46석				
장애인석	-	14석				
미판매석	-	100석				1,2월 연장무대사용

※ M씨어터 : 609석(전좌석)-8석(유보석) = 601석 × 2회 = 1,202석

○ 홍보마케팅석 사용계획(案)

구 분	매수	세부사용계획	비고
계	106매		회당 53석
홍보마케팅석	25매	국악 관련 유관기관 및 관계자(명인)	
	56매	프로모션, 온라인 초대이벤트, 내·외부 평가단 등	
	25매	언론취재	

○ 티켓할인정책(案)

할인명	할인대상	할인율
패키지티켓 할인	세종시즌 패키지 티켓구성 할인	20~60%
세종유료회원	프리미엄 회원	30%
	골드회원	20%
카드할인	다동이행복카드, 시티투어버스카드, 에코마일리지카드, 그린카드 등	20%
장애인 및 국가유공자	장애인 및 국가유공자, 독립유공자, 참전유공자 등(동반1인까지)	50%
경로우대할인	만65세 이상(본인에 한함. 신분증미지참시 차액지불)	50%
단체할인	20인이상 예매시(초중고 단체 할인율 차등 제공)	30~50%
학생할인	만7세~만18세, 초, 중, 고, 대학생	30%
공연예술인 할인	문화예술인패스소지자,	30%
'15년꿈꾸세 예매자 할인	증빙자료 지참(티켓 등)	30%
관계자 할인	출연진 및 스텝, 세종직원 특별가	40%
프로모션, 기획사 할인	기타 온, 오프라인 프로모션, 제휴사, 기업단체(비공개) 할인등	10~50%



## IV

### 소요예산

#### 총괄예산

(단위: 천원)

수입예산	지출예산	비고
17,700	42,000	

#### 세부수입예산

(단위: 천원)

과목	산출내역	예산액
매표수입	16,800천원×1식	16,800
프로그램수입	900천원×1식	900
계		17,700

#### 세부지출예산

(단위: 천원)

편성목	산출내역	예산액
보상금	8,850천원×1식	8,850
지급수수료	15,704천원×1식	15,704
재료비	3,000천원×1식	3,000
회의운영비	1,750천원×1식	1,750
소모품비	746천원×1식	746
차량유지비	500천원×1식	500
행사홍보비	10,950천원×1식	10,950
공공요금	50천원×1식	500
합계		42,000

## V

### 추진일정

추진내용	3월					4월				5월				6월			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
출연진 제책방향 확정	○	○	●														
사업계획 수립		○	○	●													
제작스텝회의진행			●			●				●							
티켓오픈	●																
홍보물디자인, 제작, 발송	○	○	○	○	○	●											
보도자료 발송						●				●							
홍보마케팅진행	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	●					
공연연습 및 진행						○	○	○	○	○	○	●					
합평회														●			
결과보고																●	

## VI 사업 수지 분석

### 수지분석

(단위: 천원)

사업수입(A)	제 작 원 가			사업수지율 (사업수입/직접비)	수지율(총괄) (사업수입/제작비)
	직접비(B)	간접비(C)	계(D)		
17,700	42,000	27,570	69,570	42.1%	25.4%

### 사업수입

(단위: 천원)

구 분	금 액	산 출 근 거
계	17,700	
입장권판매	16,800	○사업계획서 : 입장권 판매 산출근거 기준
프로그램판매	900	○사업계획서 : 프로그램 판매 산출근거 기준

### 제작원가

(단위: 천원)

구 분	금 액	산 출 근 거	
계 (D)	69,570		
직접비 (B)	42,000	제작원가 산출내역 참조	
간접비 (C)	소 계	27,570	
	대 관 료	7,250	제작원가 산출내역 참조
	인 건 비	10,740	제작원가 산출내역 참조
	제 경 비	8,270	제작원가 산출내역 참조
	일반관리비	1,310	제작원가 산출내역 참조

※ 불 임 : 1. 소요예산(세부지출예산) 1부.

2. 사업수지분석(제작원가 산출내역) 1부. 끝.