

극장산업을 재조명한다



극장산업을 재조명한다

- Infographics & Box Office

글 : 김성희

발행인 김세훈

발행일 2016년 9월 9일

-

영화진흥위원회

부산광역시 해운대구 센텀중앙로 55 경남정보대 센텀산학캠퍼스 13층, 14층

전화 (051)720-4700 / 팩스(051)720-4849

홈페이지 www.kofic.or.kr

©영화진흥위원회, 2016

Contents

01

들어가는 글 / 5

02

한국영화, 진정한 승부는 여름부터 / 6

03

하루 100 만 동원, 문제없다/ 8

04

여름휴가와 크리스마스를 잡아라/ 11

05

천만영화와 흥행 ‘단기’ 승부/ 13

06

드라마, 액션의 각축전 / 15

07

영화는 ‘사회’를 반영한다 / 16

08

승자독식에 균열을 가하라 / 19

1. 들어가는 글

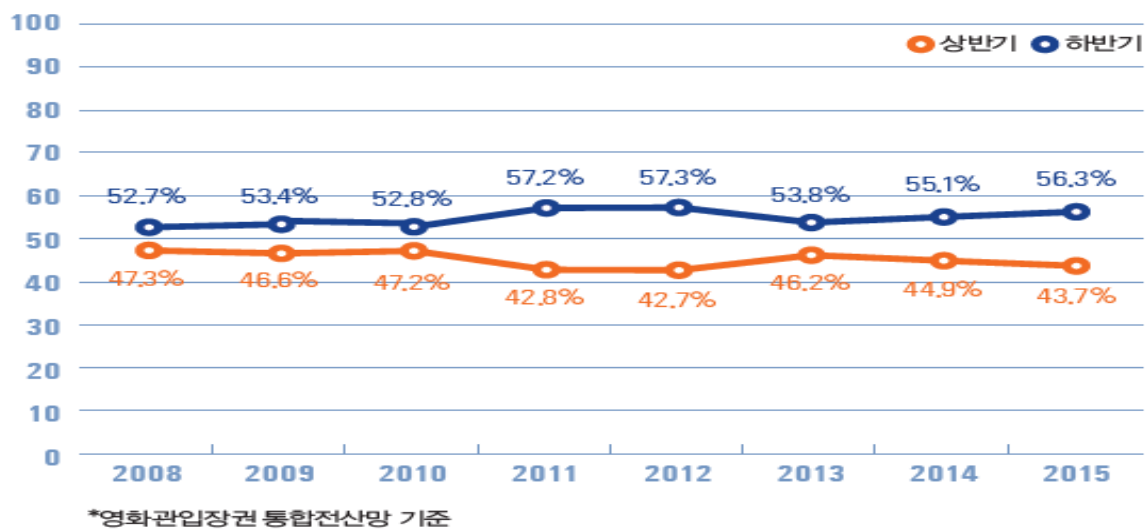
외형적으로 한국 극장산업은 성장을 거듭해왔다. 2013년 이후 3년 연속 전체 관객 수 2억 명을 넘어섰고, 한국영화는 2012년 이후 4년 연속 매년 1억 명 이상의 관객을 불러모았다. 올해도 극장가는 8월까지 전년 동기 대비 0.9% 늘어난 1억 5080만 명의 관객을 동원했다. 한국영화는 8월까지 전년 동기 대비 10.2% 증가한 8014만 명의 관객 수를 기록했다. 때문에 4년 연속 전체 영화 관객 수 2억 돌파와 함께 5년 연속 한국영화 관객 수 1억 돌파 기록도 가능할 것으로 전망된다. 국내 극장시장이 '성장 임계점'에 도달했다는 진단도 있지만, 어쨌거나 현재 극장은 영화 1편이 하루 최대 130만 명 가까이 동원할 만큼 탄탄한 흥행력을 갖추고 있다. 물론 여기엔 스크린 독과점 등의 맹점도 존재한다.

현재 한국 극장시장은 어떤 양상으로 움직이고 있을까? <한국영화>는 연중 최대 성수기인 7~8월 여름 시즌을 마무리하는 이때, 흥행시장을 재점검한다. 이를 위해 시즌별 박스오피스 규모와 하루 최다 관객 수, 연간 최대 흥행 시즌, 흥행 장르 등을 살펴봤다. 그리고 이들 지표는 '최근 한국영화가 상반기보다 하반기에 집중'하고 있음을, 또 '개봉 첫 주 박스오피스 규모가 날로 상승'하고 있음을, '연중 가장 많은 관객이 드는 주는 7월 말과 8월 초'임을 알려주었다. 다시 말해 해당 수치들은 '우리가 박스오피스에 대해 알고 있는 것들'을 거듭 증명하고 있다. 여기서 중요한 건 무엇보다 '증명'이다. 그간 어림짐작하던 극장시장 현황을 다양한 통계 수치를 통해 조금 더 꼼꼼히 뜯어본다.

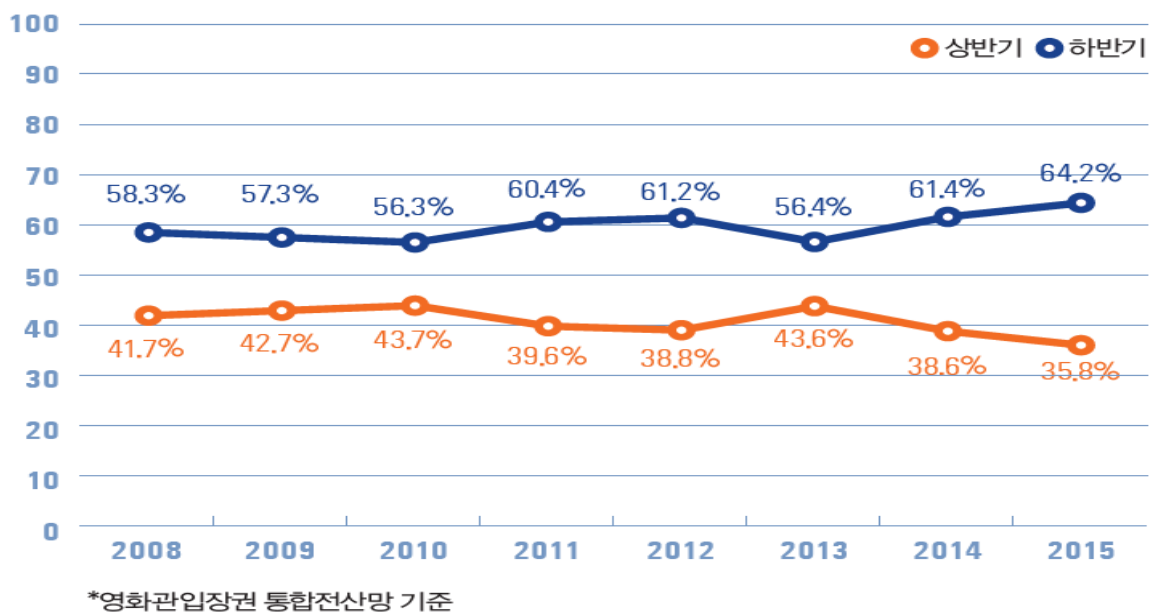
2. 한국영화, 진정한 승부는 여름부터

최근 몇 년 사이 한국 극장시장에 일어난 가장 뚜렷한 변화는 여름 성수기에서 추석, 그리고 겨울 성수기로 이어지는 하반기에 한국영화의 역량이 집중되고 있다는 점이다. 실제 2008년 52.7%였던 하반기 전체 관객 점유율은 2012년 57.3%까지 상승했다. 2013년 하반기 점유율은 53.8%로 다소 주춤하는 듯 보였지만, 2014년 55.1%를 나타낸 데 이어 2015년에는 56.3%로 하반기 점유율이 다시 상승하는 추세다.

〈그림 1〉 2008~2015년 전체 영화 반기별 관객 수 점유율



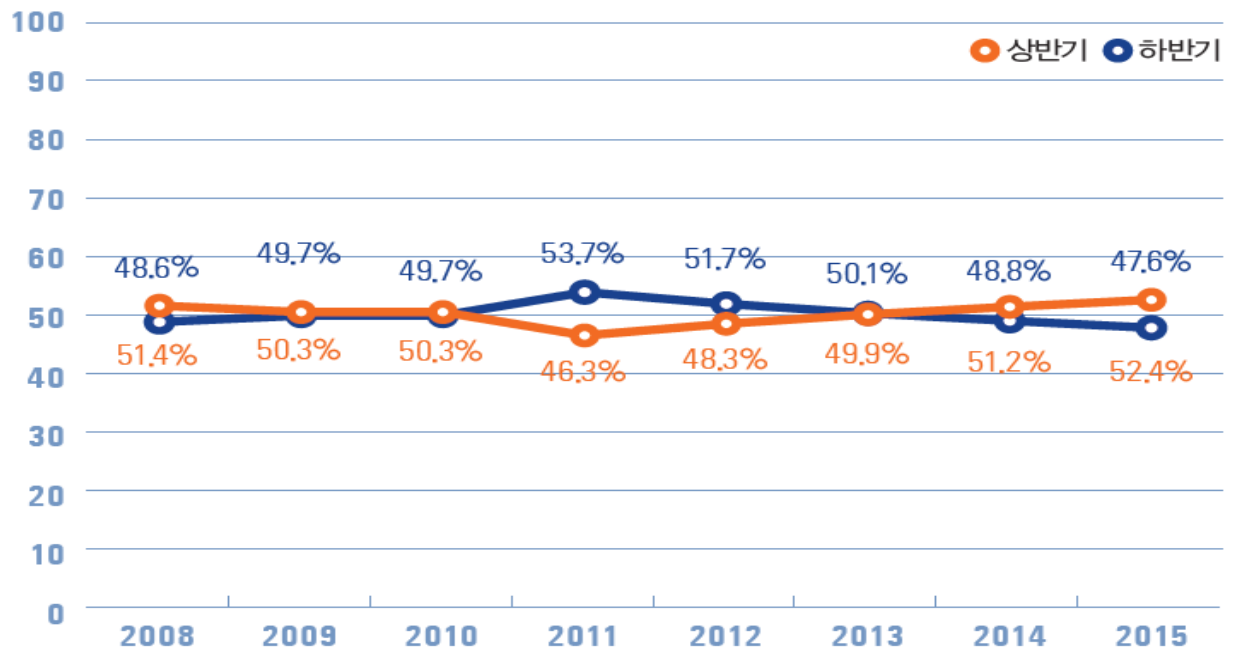
〈그림 2〉 2008~2015년 한국영화 반기별 관객 수 점유율



한국영화만 살펴보면 하반기 편중 현상은 더욱 도드라진다. 2010년 56.3%였던 한국영화 하반기 관객 수 점유율은 2015년 64.2%까지 상승했다. 또한 2013년 이후에는 3년 연속으로 하반기 관객 수 점유율이 상승하는 추세에 있다. 올여름 성수기인 7~8월 한국영화 관객 수가 동일 기간 역대 최다인 3632만 명을 기록했고, 9월에는 <밀정>과 <고산자, 대동여지도> <아수라> 등의 흥행 기대작이 개봉을 기다리고 있어 2016년 하반기 한국영화 관객 수 점유율 역시 상승세를 이어갈 것으로 전망된다.

하반기 한국영화 관객 수가 증가하고 있는 이유는 2014년 이후 국내 4대 메이저 투자배급사가 여름과 추석, 그리고 겨울 성수기로 이어지는 하반기를 겨냥한大作영화 중심의 라인업에 역량을 집중하고 있기 때문이다. 이 같은 추세를 반영하듯 7~8월 여름 성수기 전체 영화 관객 수는 2010년 이후 6년 연속 성장세를 나타내고 있고, 추석 연휴 관객 수 또한 2009년 이후 6년 연속으로 성장세를 보이고 있다. 뿐만 아니라 비수기인 11월 극장가의 규모도 커지는 추세다. 2012년 10월 31일에 개봉한 <늑대소년>은 수능 특수를 누리며 707만 명의 관객(확장판 포함 누적 관객 수)을 기록했다. <늑대소년>의 성공에 이어 2014년 <인터스텔라>가 11월 6일 개봉해 1028만 명의 관객을 동원하면서 11월 극장가의 규모가 한층 커졌다. 2015년에는 <검은 사제들>과 <내부자들>처럼 티켓 파워를 가진 배우가 주연을 맡은 중급 영화가 11월에 개봉해 흥행에 성공했다. 이처럼 최근 몇 년 사이 11월 극장가의 규모가 커진 것도 한국영화가 하반기 라인업에 집중하게 된 이유가 되고 있다.

〈그림 3〉 2008~2015년 외국영화 반기별 관객 수 점유율



*영화관입장권 통합전산망 기준

반면 외국영화는 <아이언맨> <어벤져스> 같은 할리우드 프랜차이즈(특히 마블 프랜차이즈)가 매해 4~5월 개봉하면서 2014년 이후부터는 상반기 관객 수 점유율이 하반기보다 더 높은 상황이다. 이로써 외국영화는 3월에서 6월로 이어지는 상반기에 강세를 보이고, 한국영화는 여름에서 겨울 성수기로 이어지는 하반기에 강세를 보이는 흥행 패턴이 고착화되고 있다. 문제는 비수기 흥행을 노리는 중·저예산 영화가 돌파구를 찾는 게 점점 더 어려워지고 있다는 점이다. 기존엔 4월이 극장 비수기로 분류됐지만 어느덧 할리우드 프랜차이즈의 '텃밭'이 됐고, 여름과 추석의 '핫 시즌' 뒤 돌아오는 11월마저 스타를 내세운 중급 한국영화가 자리를 차지해 중·저예산 영화가 설 자리는 점점 줄어들고 있다. 한국 영화산업 규모는 몇 해에 걸쳐 성장 추세에 있지만 한국영화 투자수익률은 상황이 다르다. 2012년과 2013년 각각 13.3%와 14.1%의 투자수익률을 나타낸 한국영화는 2014년 0.3%에 이어 2015년에는 투자수익률이 -7.2%로 곤두박질했다. 영화산업 관계자들이 꼽는 투자수익률 저하의 원인 중 하나가 바로 '흥행 양극화와 중박 영화의 실종'이다. 그리고 이는 중·저예산 영화가 4월과 11월 같은 비수기 흥행마저 꿈꾸기 어렵게 된 현재의 극장시장 상황과도 궤를 같이한다고 볼 수 있을 것이다.

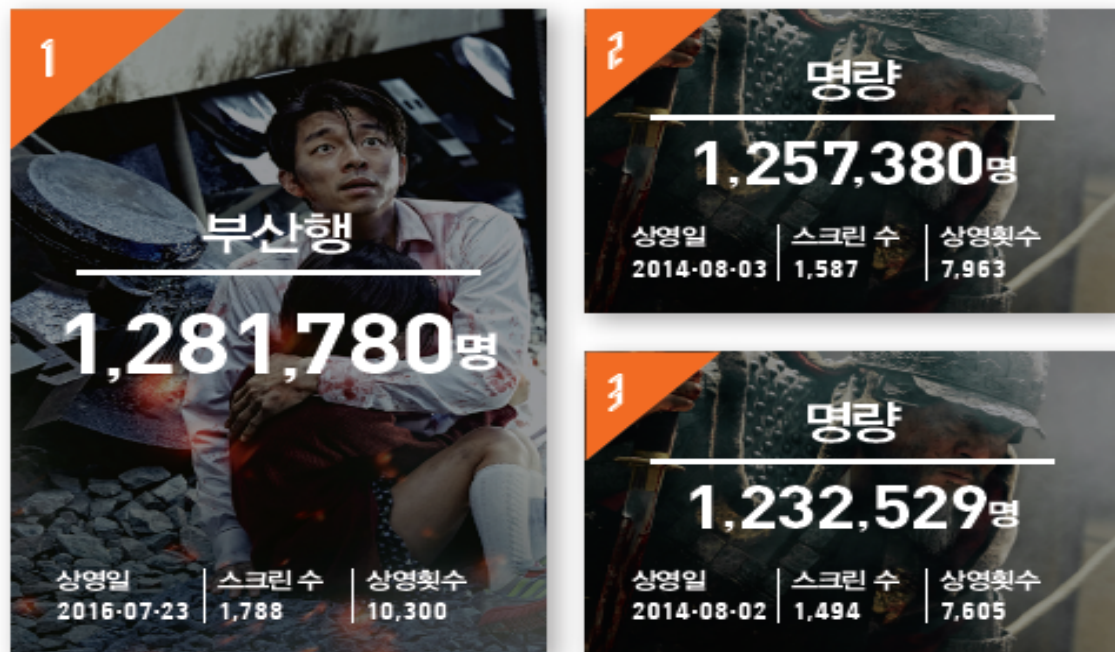
3. 하루 100만 동원, 문제없다

한국 대작영화의 변화를 확인하기 위해 영화별 역대 일일 관객 수를 집계했다. 이를 살펴보면 <부산행>이 기록한 일일 관객 수 128만 명이 역대 최고치였다. <부산행>은 2016년 7월 23일(7월 20일 개봉) 1,788개 관에서 10,300회 상영돼 128만 명의 관객을 모았다. 2위는 <명량>이 가져갔는데, 2014년 8월 3일(7월 30일 개봉)에 1,587개 관에서 7,963회 상영돼 126만 명의 일일 관객을 기록했다. 외국영화로는 <어벤져스: 에이지 오브 울트론>이 2015년 4월 25일(4월 23일 개봉) 1,843개 관, 10,018회 상영으로 116만 명을 기록한 것이 최다 일일 관객 수였다.

영화별 일일 관객 수가 100만 명을 넘어선 것은 2014년 <명량>부터였다. <명량>은 개봉 나흘째인 2014년 8월 2일에 1,494개 관에서 7,605회 상영돼 123만 명의 관객을 모았다. <명량> 이후 2015년 <어벤져스: 에이지 오브 울트론>, 그리고 2016년에는 <검사외전>과 <부산행>이 일일 관객 수 100만 명을 넘겼다. 한편, 일일 관객 수 100만 명을 돌파한 영화가 등장했다는 것은 박스오피스 시장 규모가 커졌다는 의미인 동시에 2014년 이후 스크린 독과점으로 인한 관객 쏠림 현상이 심화되고 있다는 것의 방증이기도 하다.

영화별 역대 일일 관객 수 순위 1위에서 4위까지가 모두 7월 마지막 주에서 8월 첫 주의 기록이었다. 연중 최대 성수기인 여름 시즌 가운데서도 가장 많은 관객이 드는 기간이 7월 마지막 주와 8월 첫 주라는 의미다. 이는 7~8월 기간별 관객 수 순위를 통해서도 잘 드러난다.

〈그림 4〉 영화별 역대 일일 관객 수 순위



순위	영화명	상영일	스크린 수	상영횟수	관객 수(명)
4	부산행	2016-07-24	1,775	10,057	1,195,150
5	검사와전	2016-02-09	1,812	9,451	1,180,459
6	어벤져스: 에이지 오브 울트론	2015-04-25	1,843	10,018	1,155,761
7	캡틴 아메리카: 시빌 워	2016-04-30	1,991	10,341	1,142,509
8	명량	2014-08-09	1,343	7,453	1,101,089
9	명량	2014-08-10	1,315	7,267	1,032,388
10	어벤져스: 에이지 오브 울트론	2015-04-26	1,826	9,761	1,013,207
11	명량	2014-08-04	1,443	7,551	990,022
12	트랜스포머 3	2011-07-02	1,409	7,260	956,500
13	검사와전	2016-02-08	1,779	9,252	951,990
14	암살	2015-07-26	1,519	7,338	950,620
15	캡틴 아메리카: 시빌 워	2016-05-01	1,969	10,070	949,797
16	암살	2015-07-25	1,504	7,377	949,186
17	검사와전	2016-02-06	1,636	8,630	944,995
18	트랜스포머 3	2011-07-03	1,398	7,060	942,277
19	검사와전	2016-02-10	1,785	9,152	936,406
20	은밀하게 위대하게	2013-06-06	1,194	5,757	919,010

* 영화관입장권 통합전산망 기준(2016년 9월 2일 집계)

〈그림 5〉 2012~2016년 7~8월 일별 관객 수 전체 영화 순위



* 영화관입장권 통합전산망 기준(2016년 8월 25일 집계)

2012~2016년까지 7~8월 일일 관객 수 중 가장 많은 관객을 동원한 날은 2016년 7월 30일(토)이었다. <인천상륙작전> <부산행> <제이슨 본> 등이 상영된 이날은 총 189만 명의 관객이 극장을 찾았다. 2위는 <명량> <군도: 민란의 시대> 등이 상영된 2014년 8월 2일(토)이었고, 187만 명의 관객이 들었다. 일일 관객 수 순위에서도 드러나듯, 7월 마지막 주에서 8월 첫 주에 가장 많은 관객이 몰렸다.

〈표 1〉 2012~2016년 7~8월 일별 관객 수 전체 영화 순위

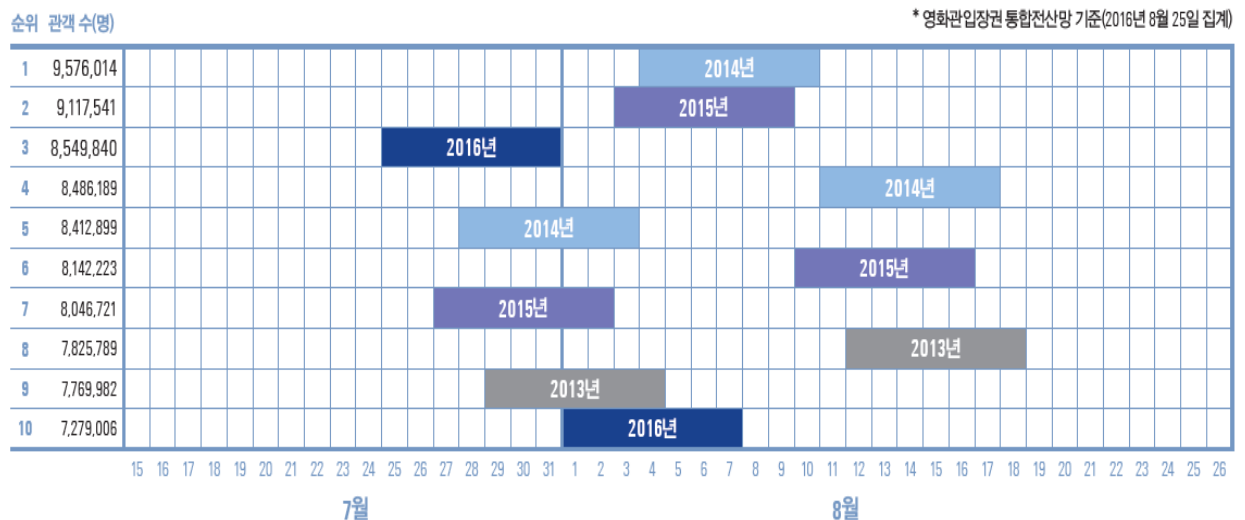
순위	날짜	상영편수	관객 수(명)	매출액(원)
1	2016-07-30	50	1,886,940	15,918,736,257
2	2014-08-02	37	1,872,479	15,081,030,209
3	2014-08-09	44	1,862,819	14,837,577,450
4	2014-08-03	40	1,842,550	14,844,615,500
5	2016-07-31	50	1,808,568	15,310,658,780
6	2015-08-08	39	1,777,205	14,167,354,105
7	2014-08-10	38	1,767,815	14,077,971,800
8	2014-08-15	44	1,754,234	13,871,742,465
9	2015-08-15	39	1,753,846	13,906,179,391
10	2015-08-01	42	1,753,092	13,965,732,144

* 영화관입장권 통합전산망 기준(2016년 8월 25일 집계)

4. 여름휴가와 크리스마스를 잡아라!

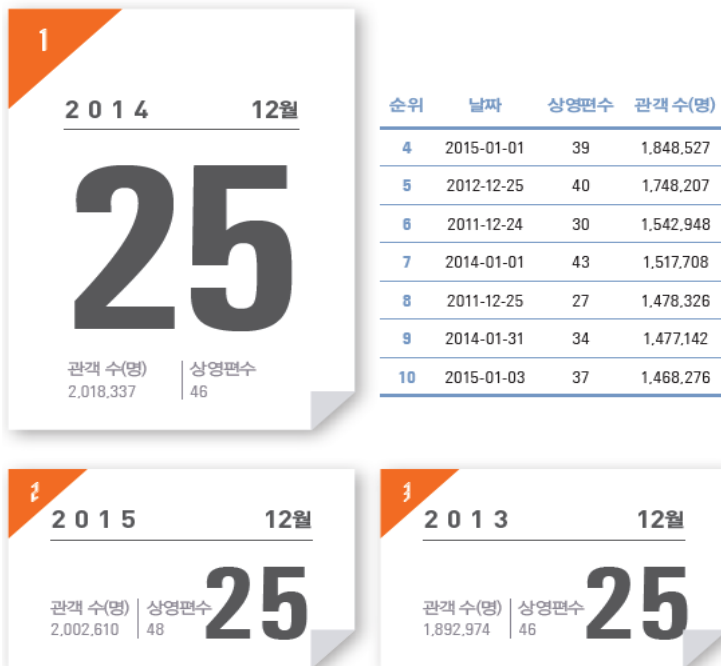
주간 관객 수 순위 역시 7월 마지막 주에서 8월 첫째 주가 여름 성수기 가운데서도 가장 많은 관객이 드는 시기라는 것을 보여준다. 2012~2016년 주간 관객 수 1위는 <명량> <해적: 바다로 간 산적> 등이 상영된 2014년 8월 첫째 주로 이 시기 극장은 모두 958만 명의 관객을 모았다. 2위는 <베테랑> <암살> <미션 임파서블: 로그네이션> 등이 상영된 2015년 8월 첫째 주로 이때는 912만 명의 관객이 극장을 찾았다. 3위는 2016년 7월 마지막 주로 <부산행>과 <인천상륙작전> <제이슨 본> 등이 상영돼 855만 명의 관객을 동원했다.

〈그림 6〉 2012~2016년 7~8월 주간별(월~일) 관객 수 전체 영화 순위



한편, 12월에서 1월로 이어지는 겨울 성수기 중에서는 크리스마스에 가장 많은 관객이 드는 것으로 나타났다. 2011~2016년 12~1월 일일 관객 수 전체 영화 순위에서 <국제시장> <기술자들> <호빗: 다섯 군대 전투> <님아, 그 강을 건너지 마오> 등이 상영된 2014년 12월 25일(목)에 202만 명이 극장을 찾아 최다 관객 수를 기록했다. 2위는 <히말라야> <스타워즈: 깨어난 포스> 등이 상영된 2015년 12월 25일(금)로 200만 명을 모았다. 3위 역시 크리스마스였는데, <변호인> <용의자> <어바웃 타임> 등이 상영된 2013년 12월 25일(수)에 189만 명을 기록했다.

〈그림 7〉 2011~2016년 12~1월 일별 관객 수 전체 영화 순위

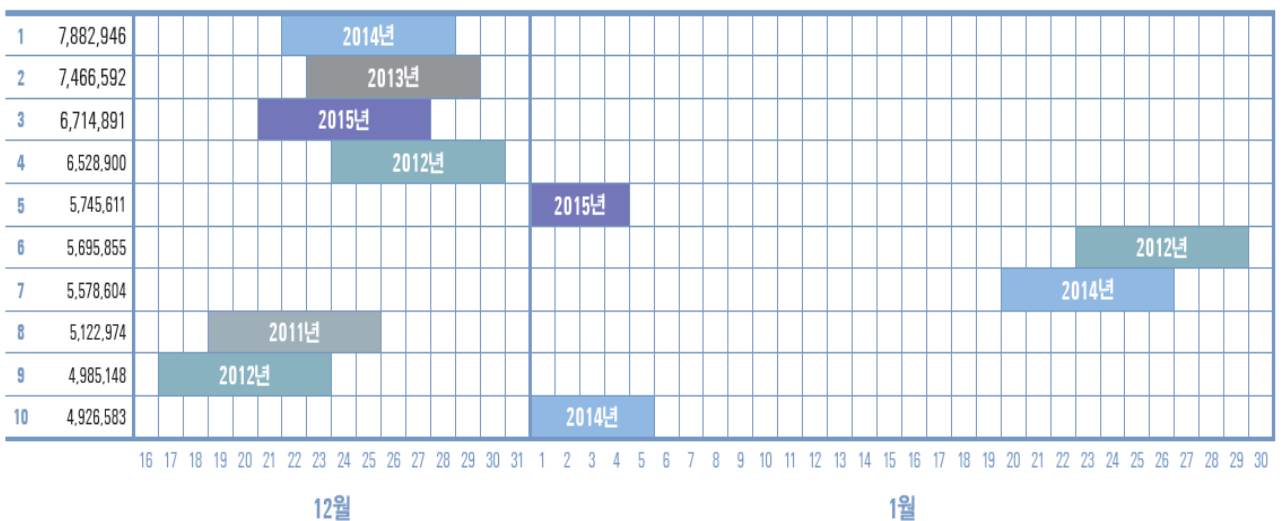


* 영화관입장권 통합전산망 기준(2016년 9월 1일 집계)

2011~2016년까지 12~1월의 주간별(월~일) 관객 수 전체 영화 순위를 보면 <표 7>의 결과와 마찬가지로 크리스마스가 있는 12월 마지막 주가 겨울 성수기 중 가장 많은 관객이 드는 시기임을 알 수 있다. <국제시장> <기술자들> <님아, 그 강을 건너지 마오> <호빗: 다섯 군대 전투> 등이 상영된 2014년 12월 마지막 주에 788만 명의 관객이 든 것이 2012년 이후 겨울 성수기 주간 관객 수로는 최다였다. 2위는 2013년 12월 마지막 주로 <변호인> <용의자> 등이 상영됐고, 747만 명의 관객 수를 기록했다.

〈그림 8〉 2011~2016년 12~1월 주간별(월~일) 관객 수 전체 영화순위

순위 관객 수(명)



* 영화관입장권 통합전산망 기준(2016년 9월 1일 집계)

* 월 첫 주와 마지막 주의 경우, 주간 일수가 7일 미만일 때도 주간별 집계 포함

5. 천만영화와 흥행 '단기' 승부

천만영화의 천만 관객 돌파 일수와 천만 관객을 동원할 때까지의 평균 좌석 점유율을 분석해 천만영화의 흥행 변화 양상을 살펴봤다. 이를 통해 최근으로 올수록 천만 관객 돌파 일수가 짧아지고, 천만 관객 수까지의 평균 좌석 점유율은 높아지는 것을 알 수 있었다. 천만 관객 수를 돌파하기까지 걸린 기간이 가장 짧은 영화는 12일이 필요했던 <명량>으로, 12일 동안의 평균 좌석 점유율은 67.2%에 달했다. <부산행>은 천만 관객을 모으는 데까지 19일이 걸렸고 그 기간 동안의 평균 좌석 점유율은 47.7%였다. '천만 관객 돌파 일수 순위'에서 상위 5위까지가 모두 7~8월 여름 성수기에 개봉한 한국 대작영화였다는 점도 눈에 띈다. 또한 여름 성수기에 평균 좌석 점유율 역시 높게 나타나 이 시기 관객 쏠림 현상이 심화되고 있음을 확인할 수 있다.

〈그림 9〉 영화별 천만 관객 돌파 일수 순위

순위	영화명	천만 돌파 일수(일)	관객 수(명)	천만 돌파까지의 평균 좌석 점유율
1	명량	12	17,613,682	67.2%
2	부산행	19	11,539,639	47.7%
3	도둑들	22	12,983,330	49.9%
4	암살	25	12,705,700	48.6%
5	베테랑	25	13,414,009	42.1%
6	어벤져스: 에이지 오브 울트론	25	10,494,499	28.4%
7	국제시장	28	14,257,115	41.7%
8	7번방의 선물	32	12,811,206	45.4%
9	변호인	33	11,374,610	38.8%
10	해운대	34	11,453,338	41.0%
11	아바타	38	13,624,328	40.6%
12	광해, 왕이 된 남자	38	12,319,542	31.8%
13	겨울왕국	46	10,296,101	35.7%
14	인터스텔라	50	10,275,484	30.1%

* 관객 수는 영화관입장권 통합전산망 공식통계 기준

* <부산행>은 2016년 9월 5일까지의 누적 관객 수 기준

* <괴물> <왕의 남자> <태극기 휘날리며> <살미도>의 관객 수는 『한국연감』 기준이어서 집계에서 제외함

■ 한국영화 ■ 외국영화

문제는 최근 천만영화의 천만 관객 돌파 일수가 짧아지고 평균 좌석 점유율이 높은 것이 스크린 독과점과 관련이 있다는 점이다. 2016년 개봉한 <부산행>은 개봉 4일째인 7월 23일에 1,788개 스크린에서 10,300회 상영돼 128만 명(매출 109억 원)의 관객을 모아 역대 일일 관객 수 최고치를 나타냈는데, 당일 <부산행>의 스크린 점유율은 34.9%, 상영 점유율은 57.7%, 매출액 점유율은 74.5%를 기록했다. 반면 2012년 개봉한 <광해, 왕이 된 남자>의 경우, 개봉 19일째인 2012년 10월 1일에 1,001개관에서 4,894회 상영돼 74만 명(매출 56억 원)을 모은 것이 일일 관객 수로는 최다였고, 이날 <광해, 왕이 된 남자>의 스크린 점유율은 26.1%, 상영 점유율은 33.7%, 매출액 점유율은 47.9%였다. <부산행>은 개봉 4일째 스크린 수와 상영횟수 모두 최다를 기록한 반면, <광해, 왕이 된 남자>의 경우 스크린은 개봉 19일째에 최대치에 도달했고, 상영횟수는 개봉 20일째 최다를 기록한 것이다. 즉 <광해, 왕이 된 남자>는 개봉 이후 관객이 점증적으로 늘어남에 따라 스크린과 상영횟수를 서서히 늘려간 반면, <부산행>은 개봉 첫 주에 모든 역량을 집중하는 물량 공세를 통해 단기간에 최대 관객을 확보하는 전략을 펼쳤다.

이러한 경향은 갈수록 심화되고 있다. 천만영화의 최다 스크린 도달 일수를 살펴보면 2012년 개봉작인 <광해, 왕이 된 남자>와 <도둑들>이 각각 19일과 11일, 2013년 개봉작인 <변호인>과 <7번방의 선물>은 각각 18일과 12일째 최다 스크린 수에 도달한 반면, 2014년 <명량>부터 그 기간이 짧아지기 시작한다. <명량>은 5일 만에 최다 스크린 수를 기록했고, 2015년 개봉작인 <암살>과 <어벤져스: 에이지 오브 울트론>은 각각 5일과 3일이었다. 그리고 2016년 <부산행>이 개봉 4일 만에 최다 스크린 수를 나타냈다.¹ 이를 종합해보면 여름 성수기, 추석 연휴, 겨울 성수기로 이어지는 하반기에 한국 대작영화가 몰리면서 경쟁작이 개봉하기 전 일주일(개봉 첫 주) 동안 최대 스크린을 열어 단기간에 최대 관객을 모으는 흥행 패턴이 고착화되고 있음을 알 수 있다.

¹ 최다 스크린 수와 최다 상영횟수는 서로 비례해 나타나는 경향이 있으므로 최다 상영횟수 또한 동일한 경향을 나타낼 것을 보인다.

6. 드라마, 액션의 각축전

'2012~2016년 한국영화 흥행 장르 순위'를 통해 알 수 있듯이 한국영화 관객이 가장 선호하는 장르는 드라마로 나타났다. 이는 12월에 특히 강세를 보이는 휴먼드라마의 영향이다. 과거 12월은 할리우드 블록버스터가 극장가를 지배하는 시기였다. <아바타>(2009), <해리 포터와 죽음의 성물 1부>(2010), <미션 임파서블: 고스트 프로토콜>(2011), <레미제라블>(2012) 등의 외국영화가 12월 박스오피스 1위에 올랐다. 그러다 2013년 12월 개봉한 휴먼드라마 <변호인>이 천만영화에 등극하면서 변화가 일어났다. 2014년 <국제시장>과 2015년 <히말라야>까지 한국 휴먼드라마가 12월에 연이어 개봉해 흥행에서도 성공하면서 '연말엔 휴먼드라마'라는 새로운 흥행 공식이 만들어졌다. 극장 관객에서 40대 관객 비중이 꾸준히 증가함에 따라 40대 이상과 가족 관객을 염두에 둔 휴먼드라마가 겨울 극장가에서 흥행 장르로 굳어지고 있는 것이다.

2위는 액션이었다. 2012년 <도둑들>과 2013년 <베를린>이 화려한 볼거리를 앞세워 액션영화의 장르적 완성도로써 승부했다면 2015년 <베테랑>과 <암살>, 2016년 <부산행>은 사회 비판과 애국 같은 이데올로기적 요소가 흥행에 주요한 역할을 했다는 것이 액션 장르에 일어난 변화로 분석된다. 3위는 사극이 차지했다. 사극이 흥행 장르로 인식되기 시작한 것은 2011년 747만 명의 관객을 모은 <최종병기 활>을 기점으로 한다. 이후 사극은 추석 연휴에 특히 강세를 보였다. 2011년 <가문의 영광4- 가문의 수난>이 추석 박스오피스 1위에 오른 것을 끝으로 '추석엔 코미디'라는 흥행 공식이 자취를 감췄고, 대신 '추석엔 사극'이라는 새로운 흥행 공식이 생겨났다. 2012년 <광해, 왕이 된 남자>, 2013년 <관상>, 2015년 <사도>까지 추석 연휴 박스오피스 1위는 모두 사극 장르가 차지했다. 올해도 사극 <고산자, 대동여지도>가 추석 시즌에 맞춰 개봉을 기다리고 있다. 2014년 추석에는 범죄영화 <타짜-신의 손>이 박스오피스 1위를 차지했는데, 이는 그해 4월 <역린>을 시작으로 7월 <군도: 민란의 시대>와 <명량> 그리고 8월 <해적: 바다로 간 산적>까지 추석 이전 여름 성수기에 사극 대작이 극장가를 장악한 영향이 컸다. 사극의 흥행성이 확인되면서 연중 최대 성수기인 여름 시즌에 사극 대작이 몰려 2014년 여름엔 이른바 '사극 대전'이 펼쳐지기도 했다.

코미디는 5위에 올랐다. 코미디는 특히 설 연휴에 강세를 보였다. 2011년 <조선명탐정: 각시투구꽃의 비밀>이 설 연휴 3일간 101만 명(누적 479만 명)의 관객을 모으며 박스오피스 1위에 오른 이후 2012년 <댄싱퀸>(406만 명), 2013년 <7번방의 선물>(1281만 명), 2014년 <수상한 그녀>(866만 명), 2015년 <조선명탐정: 사라진 놉의 딸>(387만 명)까지 코미디가 설 연휴 박스오피스를 장악했다. 반면 스릴러는 7위를 차지했다. 2013년 <몽타주>, 2015년 <악의 연대기>에 이어 올해 <곡성>까지 최근 몇 년 사이 5월에 개봉하는 스릴러가 늘고 있다. 하반기에 한국 대작영화가 몰리기 때문에 5월 개봉을 택하는 스릴러 영화가 늘고 있는 것으로 분석된다. 중·저예산 영화가 크게 위축된 상황에서 적은 예산으로 흥행을 노려볼 수 있는 장르로 여전히 스릴러가 손꼽히고 있다.

〈그림 10〉 2012~2016년 한국영화 흥행 장르 순위

순위	장르명	개봉편수	관객 수(명)
1	 드라마	278	117,633,747
2	 액션	39	100,608,581
3	 사극	19	73,538,089
4	범죄	29	57,557,312
5	코미디	78	55,427,677
6	멜로/로맨스	264	37,849,950
7	스릴러	51	28,333,064
8	미스터리	31	19,373,777
9	SF	3	9,449,269
10	어드벤처	1	8,666,208
11	공포(호러)	24	8,086,478
12	전쟁	2	7,930,715
13	다큐멘터리	121	5,978,741
14	애니메이션	37	5,177,417
15	판타지	9	2,966,543
16	가족	13	1,155,742
17	공연	12	95,262
18	기타	3	44,256
19	뮤지컬	1	10,370
20	성인물(에로)	10	1,225
21	서부극(웨스턴)	1	1,201
합계		1,026	539,885,624

*영화관입장권 통합전산망 기준(2016년 8월 24일 집계)

*영화관입장권 통합전산망 영화 정보의 대표 장르를 기준으로 집계

〈그림 11〉 2012~2016년 전체 영화 흥행 장르 순위

순위	장르명	개봉편수	관객 수(명)
1	 액션	628	313,051,081
2	 드라마	911	155,210,390
3	 애니메이션	382	93,579,833
4	사극	23	73,649,991
5	범죄	129	67,596,514
6	코미디	331	66,191,972
7	멜로/로맨스	723	51,525,471
8	SF	105	37,678,936
9	스릴러	209	32,265,016
10	어드벤처	39	29,773,248
11	미스터리	82	21,570,631
12	공포(호러)	237	17,138,588
13	판타지	58	9,319,541
14	전쟁	35	8,234,323
15	다큐멘터리	190	6,514,148
16	가족	33	1,719,743
17	뮤지컬	13	654,603
18	서부극(웨스턴)	3	321,779
19	공연	114	227,998
20	기타	8	171,088
21	성인물(에로)	528	16,129
합계		4,781	986,411,023

*영화관입장권 통합전산망 기준(2016년 8월 24일 집계)

*영화관입장권 통합전산망 영화 정보의 대표 장르를 기준으로 집계

7. 영화는 '사회'를 반영한다

2012년 이후 개봉한 영화를 대상으로 흥행 성공 키워드를 분석한 결과 '사회 비판적 요소'가 두드러졌다. 사회성을 지닌 영화는 흥행에 불리하다는 것이 충무로의 오랜 인식이지만, 청각장애인학교에서 발생한 성폭력 사건을 영화화한 <도가니>(2011)가 466만 명의 관객을 모은 데 이어 석궁 테러 사건을 통해 사법부의 문제를 고집는 <부러진 화살>(2012)이 346만 명을 기록하면서 사회성을 지닌 영화에 대한 관심 또한 높아지기

시작했다. 여기에 기름을 부은 건 2013년 개봉한 <변호인>이다. <변호인>이 1137만 명이라는 폭발적인 관객 수를 기록하면서 '사회성'이 흥행을 위한 필수 요소로 자리잡기 시작했다.

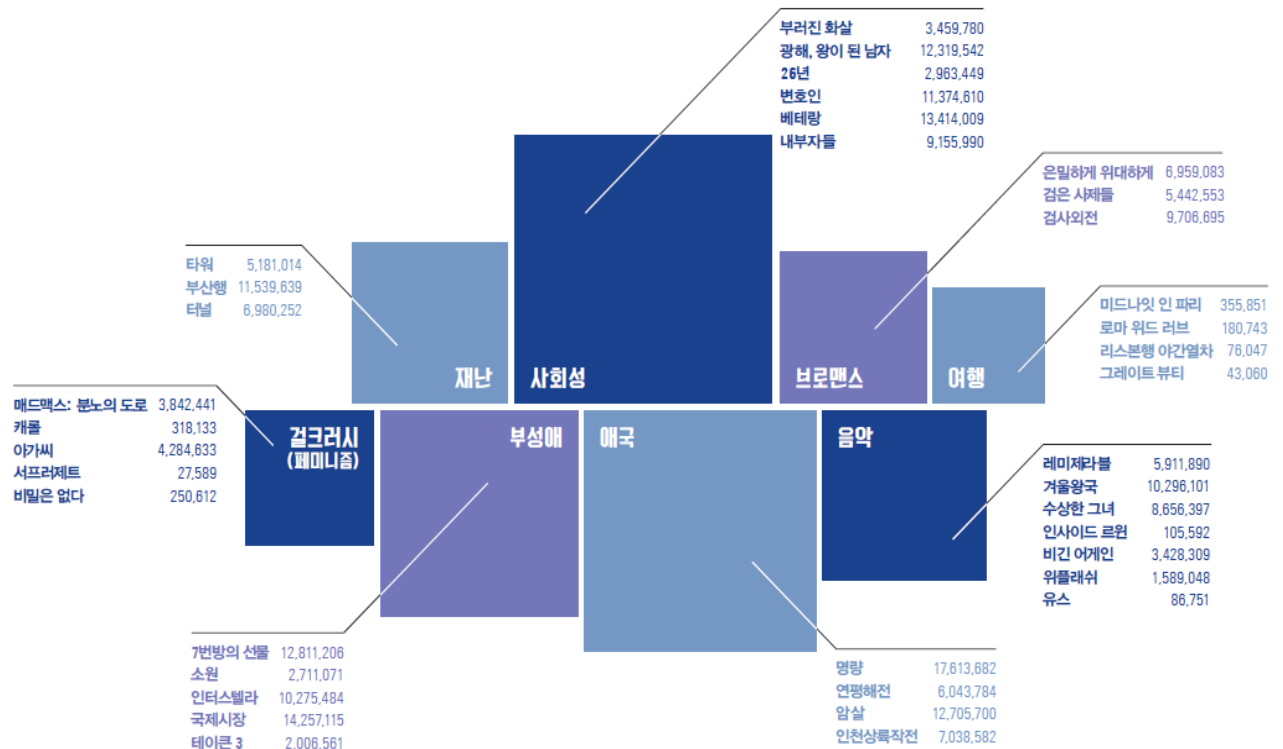
물론 사회성을 지닌 영화가 흥행에 성공할 수 있었던 것은 장르와 사회 비판이라는 테마를 접목하는 전략을 통해서였다. <변호인>은 법정 드라마, <베테랑>은 액션영화, <내부자들>은 범죄영화의 문법을 통해 관객과의 거리를 좁혔다. 사회성과 장르적 요소가 결합하는 경향은 올여름 박스오피스를 강타한 2편의 한국형 재난영화 <부산행>과 <터널>로도 이어졌다. <부산행>과 <터널>이 그리는 진정한 의미의 재난은 좀비와 터널 사고가 아니라 '사회 안전망의 부재'였다. 그리고 <부산행>(1154만 명)과 <터널>(698만 명, 이상 9월 5일 기준)의 흥행으로 인해 사회성이라는 흥행 코드의 영향력은 당분간 지속될 것으로 보인다.

사회성과는 대척점을 이루는 듯 보이는 '애국'도 최근 부상하고 있는 흥행 키워드다. 애국은 <명량> <연평해전> <암살> <인천상륙작전> <덕혜옹주>처럼 일제강점기가 배경인 시대극과 전쟁영화에서 주요한 흥행 키워드로 작동했다. 특히 올여름에는 <부산행>과 <터널> 그리고 <인천상륙작전>과 <덕혜옹주>가 나란히 개봉해 흥행에 성공하면서 사회성과 애국이라는 흥행 키워드의 부상을 단적으로 드러냈다.

<7번방의 선물>의 흥행으로 촉발된 '부성애'에 대한 관심도 뜨거웠다. <7번방의 선물> <인터스텔라> <국제시장> 모두 부성애를 주제로 한 영화로, 3편 모두 천만영화에 등극했다. 이러한 경향은 <부산행>에서 자신을 희생해 좀비로부터 가족을 구하는 아버지 캐릭터로 이어졌다. 기존의 권위적이고 가부장적인 아버지 이미지에서 벗어나 소통을 위해 노력하며 가족을 위해 희생하는 아버지상이 충무로의 새로운 소재가 되고 있다.

반면 가장 최근 급부상하고 있는 이슈라면 단연 '걸크러시'다. 걸크러시는 여성이 여성 연예인에게 반한다는 뜻의 신조어인데, 2015년 개봉작인 <매드맥스: 분노의 도로>가 384만 명의 관객을 동원한 이후 걸크러시가 본격적으로 주목받기 시작했다. <스파이> <스타워즈: 깨어난 포스> <고스트버스터즈> 같은 할리우드 블록버스터뿐만 아니라 다양성영화인 <와일드> <캐롤> <서프러제트> 등 여성을 주인공으로 한 영화가 화제를 모으고 있다. 이는 걸크러시가 SNS를 중심으로 최근 활발해지고 있는 페미니즘 담론과 결합하면서 시너지 효과를 내고 있기 때문으로 분석된다. 이들 영화는 남성애 의존하거나 남성을 보조하는 기존의 여성 캐릭터에서 벗어나 여성이 이야기의 주체가 되는 변화를 보여주었고, SNS 입소문을 통해 여성 관객의 지지를 얻으며 흥행에도 일정 부분 성공했다. 이 같은 변화의 흐름은 올해 들어 한국영화에도 영향을 미치기 시작했다. <아가씨>와 <비밀은 없다>는 여성의 시선으로 남성 사회를 진단하는 페미니즘적인 담론을 지닌 영화인데, <아가씨>는 429만 명의 관객 수를 기록하며 손익분기점을 넘겼고, <비밀은 없다>는 실험적인 서사 전략이 흥행에 걸림돌이 돼 25만 명의 관객을 모으는 데 만족해야 했지만 평단과 관객의 지지를 얻는 데는 성공해 '여성 서사'의 가능성을 보여준 작품으로 평가받고 있다.

〈그림 12〉 2012년 이후 주요 개봉작의 흥행 키워드(단위: 명)



* 관객 수는 영화관입장권 통합전산망 공식통계 기준

* 〈부산행〉 〈인천상륙작전〉 〈타넬〉은 2016년 9월 5일까지의 누적 관객 수

* 〈내부자들〉의 관객 수는 감독판을 포함한 것임

다양성영화의 흥행 키워드는 '음악'과 '여행'이다. <인사이드 르윈>(2014), <비긴 어게인>(2014), <그레이트 뷰티>(2014), <위플래쉬>(2015) 모두 음악이 흥행을 견인하는 역할을 했다. 박스오피스모조 집계에 따르면, <비긴 어게인>과 <위플래쉬>는 북미를 제외하면 한국에서 가장 많은 수익을 올려 음악영화에 대한 국내 수요를 짐작케 했다. 음악을 소재로 한 다양성영화가 꾸준히 좋은 반응을 얻고 있지만 이는 외국영화에 한정된 현상이다. 때문에 한국 다양성영화도 음악과 같은 감성적인 요소를 반영한다면 외국영화에 편중돼 있는 현재의 다양성영화 시장 구도에 변화를 줄 수 있지 않을까 생각된다.

그런 의미에서 <한여름의 판타지아>(2015)의 흥행은 시사하는 바가 크다. <한여름의 판타지아>는 46개 관에서 개봉해 3만 7천 명의 관객을 모으며 흥행에 성공했는데 '여행'이라는 다양성영화의 흥행 트렌드가 반영된 결과였다. 이 영화는 일본에 방문한 한국 여성과 현지에서 만난 일본 남성과의 감성적인 로맨스가 관객의 좋은 반응을 얻었다. '음악'과 더불어 '여행'도 다양성영화의 주요한 흥행 키워드로 주목받고 있다.

해외 유명 관광지를 배경으로 한 영화가 다양성영화 시장에서 각광받기 시작한 것은 2012년 개봉한 <미드나잇 인 파리>부터였다. 우디 앨런 감독의 연출작으로 프랑스 파리를 배경으로 한 <미드나잇 인 파리>는 36만 관객을 모으며 흥행에 성공했고, 역시 우디 앨런이 로마를 배경으로 연출한 <로마 워드 러브>(2013)는 18만 명의 관객을 모았다. 2014년에는 리스본을 배경으로 한 <리스본행 야간열차>와 이탈리아가 배경인 <그레이트

뷰티>가 각각 7만 6천 명과 4만 3천 명을 동원했다. 또한 '음악'과 '여행'이 결합된 <유스>(2016)는 철학적인 테마를 가진 예술영화임에도 8만 7천 명의 관객을 모았다. '음악'과 '여행'은 2014년 다양성영화의 폭발적인 성장을 이끈 중·장년층 관객이 선호하는 소재이기도 해 향후에도 다양성영화 시장의 강력한 흥행 키워드로 작용할 전망이다.

8. 승자독식에 균열을 가하라

앞서 살펴본 것처럼 최근 한국영화가 하반기에 대작 중심으로 역량을 집중하면서 하반기 극장산업 규모 역시 점점 확대되고 있다. 그러나 여름과 추석 그리고 겨울로 이어지는 흥행 시즌에 대작이 집중돼 경쟁은 더욱 치열한 상황이다. 이는 개봉 일주일 내에 '흥행 승부'를 보려는 양태를 부추기고, 이 같은 과열 양상은 스크린 독과점 형태로 드러나는 중이다. <부산행>이 개봉 전 주말 '유료 시사회'란 이름으로 변칙 개봉을 해 논란을 낳은 것도 개봉영화의 '한 주 전쟁'이 그만큼 거세다는 현실의 방증일 것이다.

한편 중·저예산 영화는 상반기 비수기에는 할리우드 프랜차이즈에, 하반기 비수기인 11월엔 국내 메이저 투자배급사의 중급 영화에 자리를 내주며 흥행 틈새를 노릴 기회를 찾기 더욱 어려워지고 있다. 이처럼 중·저예산 영화는 제대로 된 상영 기회를 얻는 것도 녹록지 않을 뿐 아니라, 대작에 밀려 흥행에도 고전하며 기획과 제작 단계에서부터 위축되고 있는 실정이다. 그리고 2015년 한국영화 투자수익률 저하에 '중·저예산 영화의 부진'도 한 원인이었다면 올해를 포함한 미래에도 긍정적인 전망을 하긴 어려울 듯하다. 때문에 중·저예산 영화에 대한 지원책 마련이 시급해 보인다. 이를 위해선 메이저 투자배급사로 편입된 NEW의 역할을 대신할 또 다른 중소 투자배급사에 대한 지원 역시 이루어져야 할 것이다. 중·저예산 영화를 기획하고 제작할 수 있는 시나리오 작가와 감독 같은 신진 영화 인력을 양성하고, 이들을 지원하는 시스템을 갖추는 것도 당연히 필요하다. 또한 지속적으로 성장하고 있는 IPTV 시장에 대한 중·저예산 영화의 전략적인 접근도 고민해볼 과제다.