

“상영·배급분리, 독과점
개선의 시작이다”



“상영·배급 분리, 독과점 개선의 시작이다”

한국영화제작가협회, 「영비법」 일부 개정 법률안을 말하다

-

글 : 한국영화제작가협회

발행인 김세훈

발행일 2017 년 2 월 14 일

영화진흥위원회

부산광역시 해운대구 센텀중앙로 55 경남정보대 센텀산학캠퍼스 13 층, 14 층

전화 (051)720-4700 / 팩스(051)720-4849

홈페이지 www.kofic.or.kr

©영화진흥위원회, 2017

Contents

01

서문 / 1

02

들어가는 말/ 1

03

왜 상영·배급 분리인가? / 2

04

스크린 독과점, 반드시 규제해야 / 4

05

영화시장의 변화, 우려되는 바는 무엇인가? / 7

06

영비법 개정 후 나아갈 방향 / 9

1. 서문

지난해 10월 안철수 의원(국민의당)과 도종환 의원(더불어민주당)이 각각 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 일부 개정 법률안을 발의했다.¹ 해당 개정안은 그 어느 때보다 영화계 안팎의 화제를 모았는데, 이것이 한국영화계의 묵은 과제로 손꼽히는 수직계열화와 스크린 독과점 등을 직접 겨냥했기 때문이다. 향후 입법 과정에서 치열한 논쟁이 예상되는 가운데, <한국영화>는 영비법 개정안 구상에 힘을 보탠 한국영화제작가협회의 입장을 들었다. 영화산업의 세 중심축이라 할 수 있는 제작과 배급, 상영의 한 축으로서, 오랫동안 영화산업 제 단체의 목소리에 귀 기울여온 제협이 이번 개정안을 어떻게 바라보고 있는지를 알아보고자 한 것이다. 이 글은 제협 스스로 그들의 입장을 전하는 것으로, 영화진흥위원회의 공식 입장은 아님을 미리 밝혀둔다.

2. 들어가는 말

지난해 10월 31일 안철수 의원과 도종환 의원이 각각 발의한 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 일부 개정 법률안(이하 영비법 개정안)은 「대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률」에 따른 대기업은 “영화배급업과 영화상영업을 겸영할 수 없으며, 영화상영업자는 상영 영화의 시간대별·요일별 관객 수, 상영 시간대와 상영 요일 등을 고려해 공정하게 상영관을 배정”하도록 하고 있다. 그리고 ‘복합상영관’을 새롭게 정의해 복합상영관의 영화상영업자는 동일한 영화를 대통령령으로 정하는 일정 비율 이상 상영하지 못하도록 하고 있다. 그 외 안철수 의원의 개정안은 문화체육관광부 장관이 영화 관객의 피해 예방을 위해 노력해야 하며 관객의 불만 및 진정 사항을 즉시 처리하도록 했고, 도종환 의원의 개정안은 영화발전기금의 용도에 전용상영관 지원사업을 포함하고 전용상영관 운영과 사업에 필요한 비용을 지원하도록 적시했다. 아울러 복합상영관은 1개 이상의 전용상영관을 지정해 영화진흥위원회가 인정한 예술·독립영화를 연간 영화 상영일수의 100분의 60 이상 상영하도록 하고 있다. 두 개정안은 약간의 차이는 있지만 큰 맥락에서 뜻을 함께한다.

- ① 대기업은 영화배급업과 영화상영업을 겸영·겸업할 수 없다.
- ② 복합상영관은 하나의 영화를 일정 비율 이상 상영할 수 없다.
- ③ 상영관은 상영 영화를 공정하게 배정해 상영 시간을 짜야 한다.
- ④ 영화발전기금으로 전용상영관 운영과 사업에 필요한 비용을 지원해야 한다.
- ⑤ 영진위는 정치적 중립성·독립성·객관성(중립성·자주성·전문성)을 준수해야 한다.

영비법 개정 가부는 영화산업 환경이 공정하고 공평한지 여부에 달려 있다. 그리고 현재의 한국 영화산업은 누구나 건강한 시장 환경에서 공정한 경쟁을 통해 제각기 성과를 내고 보람을 느끼는 것이 가능한 시스템이 아니다. 영화인들은 이제까지의 법과 제도로는 공정한 경쟁 환경을 확보하는 게 불가능하다는 것을 절감하고 있다. 제작 환경 악화, 수익률 감소, 빈익빈 부익부 심화 등이 이를 말해준다. 따라서 영비법은 시장의 공정성과 효율성 증진을 통한 영화산업 발전을 위해 반드시 개정돼야 한다. 그리고 관객의 만족도 향상을 위해서도 꼭 필요하다. 많은 관객 사이에 자신들의 영화 선택권이 심각하게 침해받고 있다는 공감대가

¹ 국회 의안정보시스템에 공개된 안철수 의원, 도종환 의원의 영비법 개정안 주요 내용 참고.

형성돼 있다. 극장 매점의 폭리와 3D 안경 끼워 팔기, 관람 시간 중 광고 상영 등²에 대한 불만도 언론을 통해 지속적으로 제기하고 있다. 한국소비자원에 따르면 영화소비자는 복합상영관의 관람요금에 부담을 느끼고 있으며, 다양한 할인제도 도입과 함께 상영관이 신뢰성, 선택 가능성, 가격 부문의 개선이 필요하다고 지적하고 있다.³

이번 영비법 개정안에 대해 한국영화제작가협회(이하 제협)는 환영의 뜻을 표하는 바이다. 영화산업의 단계별 과정 중 대기업의 수직계열화로 형성된 상영과 배급 부문의 독과점 등을 해소해 시장 내 공정 환경 조성을 가능하게 하는 실질적인 법안이라 생각한다. 두 의원의 발의안에 따라 영비법이 개정될 경우 산업 내 계열사 영화와 비계열사 영화에 대한 차별 및 불공정거래 관행이 타파돼 공정 환경이 조성될 것이고, 궁극적으로 침체돼 있던 중소영화와 예술·독립영화가 보다 활발하게 제작될 것이다. 최근의 '문화계 블랙리스트' 파란에서 심각하게 침해된 표현의 자유 또한 영비법 개정을 통해 다시 진작할 수 있을 것이다.

영비법 개정의 필요성은 오래전부터 제기되어왔다. 특히 대기업의 영화산업 수직계열화와 우월적 지위 남용으로 발생한 문제점, 즉 전체 영화업계의 이익을 대기업 상영·배급 복합체가 독점하면서 제작자들이 독립적으로 영화를 제작할 수 있는 기반이 줄어들고 있다는 문제점은 2005년부터 지속적으로 제기돼왔다.⁴ 이와 관련한 영비법 개정안이 2006 년과 2014 년, 2016 년에 논의됐으나 법 개정까지는 진행되지 못했다. 그 결과 이제는 대기업의 영화산업 수직계열화로 발생하는 문제점들이 더욱 심각해져 산업 관계자들뿐만 아니라, 관객 사이에서까지 적극적인 해결책이 필요하다는 공감대가 폭넓게 형성돼 있는 실정이다. 또한 변화하는 미디어산업 환경의 반영, 영진위가 가진 문제점의 근본적 해결책 등이 필요한 시점으로 영비법의 전면적 개정은 필수적이다. 제협은 영비법 개정이 양적 성장의 그늘에 가려졌던 질적 성장을 위한 문제들을 상당 부분 해결해줄 것이라고 본다.

3. 왜 상영·배급 분리인가?

안철수 의원과 도종환 의원의 영비법 개정안 중 영화산업 관계자가 가장 주목하는 내용은 대기업의 상영업과 배급업의 겸영/겸업 금지다. 왜 배급과 상영을 분리해야 하는가?

영화산업에서 수익분배는 극장에서 관객이 낸 관람요금을 정산 비율(이하 부율)에 따라 극장과 배급사가 나누고, 배급사(대부분 배급사가 메인투자를 겸하고 있음)는 배급 수수료를 제하고 지분 비율에 따라 투자사에게 수입을 분배하게 된다. 원금(총제작비) 회수 후 수익이 생겼을 경우 투자사와 제작사가 약정한 지분율에 따라 분배한다. 따라서 제작사와 배급사는

² 신종철, 「참여연대·민변, CGV·롯데시네마·메가박스 공정위 신고 왜?」, 로이슈, 2016.08.25.

³ 허민영, 「영화산업 지속가능 발전 방안 모색을 위한 세미나」 중 「영화관람 서비스 시장의 소비자 지향성 강화 방안」, 2016.09.23. "가격과 선택 가능성의 복합적 문제는 시장의 독과점적 시장 구조로 인해 발생할 수 있는 전형으로 복합상영관 위주의 영화관람 서비스 시장에서 시장의 효율적 경쟁이 발생할 수 있는 보다 다양한 정책이 필요하다."

⁴ 2005년 12월 영화계 제 단체가 모여 '한국 영화산업 구조합리화추진위원회'를 출범하고 수익분배 개선 등 대기업의 우월적 지위 남용 행위 중단을 요구한 바 있다.

자신들의 영화가 흥행에 성공해야 한다는 공통의 목표를 갖는다.

그러나 극장의 입장은 다르다. 극장의 수익은 배급·제작사와 달리 영화상영을 통한 관람요금 수익 외에 광고 수익, 상영관 내 매점을 통한 식음료 판매 수익 등 다양하다. 따라서 극장은 특정 영화가 꼭 흥행해야 하는 것과 관계없이 어떤 영화로든 많은 관객이 극장에 찾아오는 것을 선호한다. 극장에 관객이 많아지면 관람요금 수익 외에 부수적으로 광고·식음료의 판매 수익이 증가하기 때문이다. 그러므로 더 많은 관객이 극장을 찾을 수 있도록 흥행에 성공할 수 있는 영화를 상영하는 것이 유리하다. 배급사의 경우, 자신이 배급하는 영화에 더 많은 관객이 드는 것이 목표이기에 되도록 많은 상영관을 점유해야 한다. 이처럼 극장은 영화를 공급받아야만 하고, 배급사는 더 많은 상영관을 확보해야 하기 때문에 영화산업 초기부터 건전한 상호 견제가 가능했다. 최근의 대표적 사례는 2013 년 극장이 외국영화의 배급사 부율을 기존 60%에서 55%로 조정했던 것으로 당시 외국영화 직배사는 극장의 일방적 부율 조정에 불만을 표하며 영화 개봉을 일시 보류한 바 있다.⁵이렇듯 콘텐츠를 제공하는 쪽과 콘텐츠를 받아 상영하는 쪽의 갈등은 태생적이며, 서로 각자의 이익 확대를 위한 측면에서 존재한다. 이는 물론 제작사와 배급사가 같은 입장일 때의 이야기다.

그런데 배급사가 제작사가 아닌 극장과 같은 편이 되면 어떻게 될까. 건전한 상호 견제가 사라질 것이다. 영화를 제공하지 않겠다는 배급사의 압력이 존재하지 않게 되고, 극장은 배급사 견제 없이 마음껏 영화를 제공받을 수 있다. 배급사는 자신이 배급하는 영화를 자신의 극장에 몰아서 상영할 수 있고, 극장은 자사(또는 계열사)가 배급하는 영화 밀어주기를 자행한다. 자사 또는 계열사 외의 배급사 작품 중에서는 관객이 많이 찾거나 부율·무료 초대권·광고 수입·VPF(디지털 영사기 사용료) 등에 대한 계약 조건이 자신들에게 유리한 영화를 집중해서 상영해 이익을 더욱 높일 수 있다.

이에 대해 극장을 소유하지 않은 배급사가 다수의 극장을 소유한 극장주에게 이익을 제기할 수 있을까? 이는 현실적으로 불가능하다. 무료 초대권 발행, VPF 징수 계약서 등에 속절없이 서명해온 데에서 알 수 있듯, 힘이 약한 배급사는 영화상영 선택권을 가진 극장에 대항해 자신의 영화를 상영할 기회를 잃게 될 수도 있는 위험 부담을 떠안는 게 쉽지 않다. 그리고 배급사와 극장이 동일 회사(자사 또는 계열사)면 영화상영으로 파생되는 다양한 수익 중 제작사에 분배하는 일부를 제외하고는 모든 수익이 결과적으로 한 기업의 수익이 된다. 배급사는 극장이 요구하는 '무리한 조건'을 앞장서서 받아들여 관행으로 만들어버린다. 제작·배급 부문으로 돌아가야 할 몫이 극장 부문으로 이전되는 것이다.

현재의 한국 영화산업은 바로 이런 형태로 이루어져 있다. 소수의 대기업이 극장과 배급사, 투자사, 제작사까지 수직계열화해 영화산업 각 단계의 대부분을 독점적으로 장악하고 이익을 극대화하는 상황이다. 투자·제작·배급·상영 단계별 다양한 목소리가 때로는 충돌하고 때로는 견제하면서 발전해가는 시장 구조가 아니라 수직계열화를 꾀한 대기업의 독점이 당연시돼 각종 불공정거래가 산업의 표준으로 인식되고 있다. 이들은 이제 투자·배급·상영을 넘어

⁵ 최은영, "<호빗2>, 배급사-극장 수입 갈등 '재점화'...전쟁은 지금부터다.", 이데일리, 2013.12.11.

공동제작사가 돼 제작사의 지분을 수취하며, 전에 없던 각종 수수료를 요구하고 이를 고착화하고 있기도 하다. 결과적으로 제작사의 비용 부담은 커지는 반면 수익은 줄었다. 제작사는 차기 영화의 기획·제작비 마련에 어려움을 겪으며 '노예계약' 수준을 요구하는 대기업 투자배급사에 자금을 요청할 수밖에 없고, 각종 불공정거래 관행에 따라 다시 갓가지 비용을 울며 겨자 먹기로 부담하면서 수익 하락을 감수하는 악순환을 겪고 있다.

<표 1> CJ·롯데·메가박스 계열 현황⁶

	CJ	롯데쇼핑	메가박스
상영	CJ CGV	롯데시네마	메가박스
배급	CJ E&M, CJ CGV(CGV아트하우스)	롯데엔터테인먼트	메가박스(주)플러스엠
제작	CJ E&M	롯데엔터테인먼트	-
투자	CJ E&M, CJ CGV(CGV아트하우스)	롯데엔터테인먼트	메가박스(주)플러스엠
부가판권	OCN, 채널 CGV, 슈퍼액션, 캐치온, CJ 헬로비전	-	-

4. 스크린 독과점, 반드시 규제해야

영화산업 부문 중에서도 국내 상영·배급시장은 수년째 대기업의 독과점 상태에 있다. 2015년 현재 3대 멀티플렉스(CJ CGV, 롯데시네마, 메가박스)의 극장 점유율은 80.2%, 스크린 점유율은 92.2%, 좌석 점유율은 92.5%다. 2015년 현재 5대 배급사(CJ E&M, 롯데엔터테인먼트, 쇼박스, NEW, CGV 아트하우스)의 한국영화 상영편수 점유율은 19.8%지만, 관객 점유율과 매출 점유율은 각각 94.3%다. 상영·배급시장을 대기업이 90% 이상 완전 장악한 가운데 영화의 전체 매출 중 극장 매출 비중은 수년째 80% 이상을 넘고 있다.⁷ 이런 시장 구조에서 연간 라인업 구성에서 단연 우위에 있는 대기업 및 국내외 대형 배급사와 대기업 극장 간의 밀월 관계가 지속되고 있다. 대기업 배급사 작품이 스크린을 독차지하는 사례가 끊이질 않고 있는 것이다.⁸

그런데 영화관입장권 통합전산망의 스크린 점유율 계산 방식은 문제가 많다. 1개 스크린에서 영화 <ㄱ>을 하루 종일 6회 상영한 경우 이 영화의 스크린 수는 1개다. 그런데 1개 스크린에서 영화 <ㄴ> 등 6편을 1회씩 교차상영하면 스크린 수는 6개로 늘어난다. 2개 스크린을 갖춘 극장에서 방금 예로 든 대로 영화를 상영한다면 영화 <ㄱ>의 스크린

⁶ 영진위 영화관입장권 통합전산망(www.kobis.or.kr) 기준.

⁷ 「2014년 한국 영화산업 결산」, 영진위.

⁸ 2005년 이후 와이드릴리스 배급 방식이 정착됐다. 2007년 <캐리비안의 해적- 세상의 끝에서> <트랜스포머> <해리 포터와 불사조 기사단> 등이 하루 4천 회 넘게(상영 점유율 40% 이상), 2009년에는 <트랜스포머: 패자의 역습>이 하루 5천 회 이상 상영됐다. 2011년 개봉한 <트랜스포머 3>는 6천~7천 회 이상(상영 점유율 50~60% 이상)을, 2016년 1월 <쿵푸팬더3>는 하루 8천 회 이상 상영을 기록했다. 그리고 <캡틴 아메리카: 시빌 워>가 9천 회와 1만 회 이상을 차지하는 초유의 기록을 세웠다. 2009년부터 2016년 12월 현재까지 하루 5천 회 이상 상영된 영화는 모두 56편이며, 일일 5천 회 이상 상영된 횟수는 415회에 달한다. 영화관입장권 통합전산망 박스오피스 기준.

점유율은 1/7(14.3%)이다. 영화 <L> 등 6 편의 스크린 점유율도 각각 1/7(14.3%)이다. 6 회를 상영한 영화와 1 회를 상영한 영화의 스크린 점유율이 같은 것이다. 이를 보완한 것이 상영횟수를 기준으로 한 상영 점유율이다. 영화 <ㄱ>의 상영 점유율은 6/12(50.0%), 영화 <L> 등 6 편의 상영 점유율은 각각 1/12(8.3%)이다. 따라서 스크린 독과점의 실상은 상영 점유율을 기준으로 살펴봐야 한다.

영화 관객 수는 2013 년부터 2015 년까지 3 년 연속 2 억 명을 돌파했다. 2014 년과 2015 년에는 천만영화가 4 편씩 나왔고, 매출⁹ 또한 속속 2 조 원을 상회했다. 하지만 상업영화 투자수익률(잠정)은 13.3%(2012 년), 14.1%(2013 년)에 비해 큰 폭으로 떨어진 0.3%(2014 년), -7.2%(2015 년)를 기록했다. 외화내빈, 겉으로는 요란스레 팡파르를 울렸지만 실상은 참담했다. 일부 영화의 스크린 독과점으로 수익 또한 일부의 독차지가 된 것이다. 영진위는 투자수익률 하락에 대해 일부 작품에 관객이 몰린 점, '중박'(500~800 만 관객 동원) 영화의 실종 등을 원인으로 꼽았다.¹⁰

실제로 2015 년 53 주간의 상영 점유율을 살펴보면 스크린 독과점이 지나침을 알 수 있다. <표 2>에서 보여주듯 박스오피스 상위 10 편의 주간 상영 점유율은 83.0~97.0%(평균 90.6%), 매출액 점유율은 86.2~97.9%(평균 94.0%)다. 관객이 몰리는 주말의 상영 점유율은 84.6~98.1%(평균 93.5%), 매출액 점유율은 89.1~99.7%(평균 96.8%)로 증가한다. 수익은 일부에서 독차지하고, 이에 따라 빈익빈 부익부 현상은 심화되고 있음을 확인할 수 있다.

일례로 <어벤져스: 에이지 오브 울트론>의 경우 2015 년 4 월 25 일(토)에 10,018 회를 상영(상영 점유율 68.2%)했다. 이날 총상영작은 88 편, 그중 <어벤져스: 에이지 오브 울트론>의 매출액 점유율은 90.6%나 된다. <분노의 질주: 더 세븐> 등 박스오피스 2~5 위 영화 4 편의 상영 점유율은 22.4%(평균 5.6%), 매출액 점유율은 7.6%(평균 1.9%)였다. <땡큐, 대디> 등 6~10 위 영화 5 편의 상영 점유율은 5.8%(평균 1.5%), 매출액 점유율은 1.0%(평균 0.2%)에 불과하다. 또한 상위 10 편 외 78 편의 상영 점유율은 고작 3.6%, 매출액 점유율은 0.8%를 차지하는 데 그쳤다.¹¹

이와 같은 스크린 독과점 및 빈익빈 부익부 현상은 정도의 차이가 있을 뿐 매해, 연중 되풀이되고 있다. 관객의 영화 선택권 또한 심각하게 침해받고 있다. 영비법 개정을 통해 스크린 독과점을 근절해야 할 이유다.

⁹ 영화산업 매출은 극장 입장권 매출액과 디지털 온라인 시장 매출액, 해외 매출액(완성작 매출액+서비스 수출액)을 합산한 수치다.

¹⁰ 「2014년 한국 영화산업 결산」, 「2015년 한국 영화산업 결산」, 영진위.

¹¹ 영진위 영화관입장권 통합전산망(www.kobis.or.kr) 기준.

<표 2> 스크린 독과점 현황 (2015 년 53 주 주간&주말 박스오피스 기준)

주차	총 상영편수	영화명	주간 박스오피스 1~10위			주말 박스오피스 1~10위		
	주간 /주말		상영 횟수	상영 점유율	매출액 점유율	상영 횟수	상영 점유율	매출액 점유율
1주차	186/110	<국제시장> 등	106,896	92.9%	95.9%	47,470	94.5%	97.9%
2주차	173/118	<국제시장> 등	100,428	90.0%	93.4%	45,341	92.1%	94.7%
3주차	166/105	<국제시장> 등	94,601	85.6%	93.1%	45,416	93.8%	96.5%
4주차	193/130	<국제시장> 등	96,712	89.2%	94.2%	44,158	92.8%	96.1%
5주차	191/119	<강남 1970> 등	94,118	87.8%	92.6%	42,911	90.9%	94.2%
6주차	208/145	<썬데이> 등	87,508	84.8%	87.9%	41,744	90.6%	94.0%
7주차	217/122	<조선명탐정: 사라진 놈의 딸> 등	89,535	86.6%	89.2%	42,273	90.2%	94.9%
8주차	142/103	<조선명탐정: 사라진 놈의 딸> 등	99,034	88.6%	95.4%	44,816	91.0%	96.6%
9주차	220/159	<킹스맨: 시크릿 에이전트> 등	87,668	83.0%	87.0%	39,723	84.8%	89.5%
10주차	209/138	<킹스맨: 시크릿 에이전트> 등	84,391	83.4%	91.5%	41,209	89.6%	93.8%
11주차	194/132	<킹스맨: 시크릿 에이전트> 등	86,312	84.1%	92.5%	42,843	91.6%	95.3%
12주차	195/126	<살인의뢰> 등	89,000	86.2%	94.0%	41,967	89.9%	95.8%
13주차	271/206	<스물> 등	91,792	90.4%	95.9%	42,209	92.7%	97.3%
14주차	240/131	<스물> 등	91,454	91.7%	96.6%	42,473	95.5%	98.4%
15주차	205/131	<분노의 질주: 더 세븐> 등	88,553	89.0%	94.5%	42,295	93.8%	96.3%
16주차	197/137	<분노의 질주: 더 세븐> 등	88,208	89.9%	92.6%	40,466	92.0%	94.5%
17주차	224/137	<어벤져스: 에이지 오브 울트론> 등	86,634	90.4%	97.7%	41,458	96.6%	99.2%
18주차	196/101	<어벤져스: 에이지 오브 울트론> 등	93,155	93.3%	97.6%	44,178	96.9%	99.1%
19주차	234/179	<어벤져스: 에이지 오브 울트론> 등	93,782	91.7%	94.8%	41,426	92.4%	96.2%
20주차	229/124	<어벤져스: 에이지 오브 울트론> 등	91,839	90.6%	94.4%	43,717	93.6%	97.1%
21주차	231/163	<매드 맥스: 분노의 도로> 등	96,997	93.8%	97.7%	45,111	97.2%	99.0%
22주차	226/132	<매드 맥스: 분노의 도로> 등	96,997	94.4%	97.4%	42,710	94.1%	97.7%
23주차	156/108	<샌 안드레아스> 등	93,458	91.6%	96.1%	43,296	94.1%	98.0%
24주차	163/112	<샌 안드레아스> 등	94,930	94.6%	97.7%	43,197	96.1%	98.9%
25주차	165/112	<쥬라기 월드> 등	98,133	94.9%	97.9%	45,643	97.1%	98.8%
26주차	189/124	<극비수사> 등	98,872	93.6%	97.1%	45,328	97.0%	98.8%
27주차	184/122	<연평해전> 등	97,781	93.7%	97.2%	43,603	94.9%	98.2%
28주차	216/135	<터미네이터 제니시스> 등	100,379	94.4%	97.8%	47,022	97.2%	98.8%
29주차	165/98	<연평해전> 등	103,260	93.8%	96.7%	46,935	95.4%	97.7%
30주차	148/92	<암살> 등	100,471	92.8%	97.6%	45,537	96.0%	98.8%
31주차	166/91	<암살> 등	106,136	95.7%	98.7%	47,964	98.1%	99.7%

32주차	187/126	<미션 임파서블: 로그네이션> 등	109,793	97.0%	99.0%	47,919	97.6%	99.3%
33주차	195/119	<베테랑> 등	108,765	95.9%	98.4%	48,060	96.1%	98.5%
34주차	177/112	<베테랑> 등	103,768	93.3%	97.1%	46,366	94.8%	98.1%
35주차	251/158	<베테랑> 등	99,009	91.3%	95.1%	45,068	93.7%	96.8%
36주차	191/121	<베테랑> 등	93,637	87.0%	93.8%	44,348	92.2%	96.3%
37주차	209/153	<앳맨> 등	92,816	87.3%	92.4%	42,246	89.4%	94.7%
38주차	342/259	<사도> 등	95,263	92.3%	96.5%	43,872	95.7%	98.9%
39주차	286/130	<사도> 등	99,674	93.0%	97.1%	47,307	95.5%	98.4%
40주차	175/117	<사도> 등	101,571	91.5%	96.0%	43,151	91.6%	96.0%
41주차	206/122	<마션> 등	93,745	89.6%	96.2%	44,694	94.7%	98.3%
42주차	242/167	<마션> 등	93,826	90.8%	94.2%	42,373	90.7%	94.5%
43주차	266/169	<마션> 등	92,469	88.8%	94.6%	43,507	93.2%	96.8%
44주차	304/231	<더 폰> 등	94,301	90.9%	94.8%	43,269	93.0%	96.4%
45주차	276/166	<검은 사제들> 등	91,298	87.1%	92.3%	44,247	92.1%	96.1%
46주차	261/175	<검은 사제들> 등	94,586	90.3%	95.8%	42,708	92.5%	97.3%
47주차	259/167	<검은 사제들> 등	93,834	91.5%	95.9%	43,306	94.4%	98.0%
48주차	317/237	<내부자들> 등	99,593	93.9%	96.5%	45,401	94.9%	97.2%
49주차	339/195	<내부자들> 등	94,013	88.9%	91.9%	42,982	90.4%	94.3%
50주차	227/152	<내부자들> 등	89,013	83.4%	86.2%	41,042	84.6%	89.1%
51주차	211/125	<히말라야> 등	94,369	89.2%	95.6%	45,497	96.7%	98.6%
52주차	209/124	<히말라야> 등	108,742	95.7%	97.9%	50,429	96.7%	98.4%
53주차	201	<히말라야> 등	103,889	90.8%	94.5%			

※주간은 일주일 전체, 주말은 금~일요일임.

5. 영화시장의 변화, 우려되는 바는 무엇인가?

국내 대기업의 수직계열화에 따른 영화산업 독과점은 1940년대 미국 할리우드의 상황과 상당히 유사하다. 당시 할리우드 스튜디오는 외부 금융자본을 동원해 극장을 사들이고 수직통합을 구축했다. 당시로선 영화산업의 유일한 수익창구였던 상영관을 이용해 불공정한 거래 관행을 주도해 독점을 시도했다. 이러한 불공정행위가 결국 경쟁법을 위반한 것으로 인정돼 할리우드 스튜디오에 극장 매각을 명하는 파라마운트 판결이 선고된다.¹² 영화산업 내 상영·배급이 분리돼 독과점이 해소된 할리우드는 비계열사 제작사가 증가하게 되고 메이저 스튜디오는 배급에 주력하면서 배급사와 제작사는 각자의 부문에서 경쟁력을 갖추었다. 그 과정에 TV가 등장하고 도시의 인구가 교외 주거지역으로 이동하는 등 생활 방식에 변화가 생기면서 영화산업은 위기를 맞았다. 할리우드는 TV와의 경쟁에서 살아남기 위해 다양한 시도를 했고, 그 과정에서 '아메리칸 뉴시네마'라는 새로운 전성기를 열었다.

¹² 장서희, 『할리우드 독점전쟁- 파라마운트 소송 바로보기』, pp. 17~20. 도서출판 본북스.

국내 대기업은 투자·제작·배급·상영의 수직계열화를 통해 영화산업을 독점하고 시장지배적 지위를 남용한 불공정거래 관행을 통해 자사 이익을 극대화하는 전략을 구사해왔다. 그리고 그 피해는 고스란히 비계열사 영화들과 관객 몫이었다. 영비법 개정안의 목적은 파라마운트 판결과 같이 대기업의 상영·배급업 분리를 통해 산업 내 독과점을 해소하고, 불공정거래 관행을 개선하는 데 있다.¹³

1980년대 소니, 유니버설, 파라마운트 등 일부 할리우드 배급사가 극장업에 진출하고 사실상 파라마운트 판결이 사문화됐다는 주장이 있다. 하지만 일부 할리우드 배급사가 소유한 극장의 시장 점유율은 매우 미미해 이들 극장 체인의 대주주들은 할리우드 스튜디오와는 관계가 없다.¹⁴ 심지어 1996년 개정된 미국의 텔레커뮤니케이션 법을 통해 방송 등 콘텐츠산업의 수직계열화가 허용된 것이 영화업계와 관련된 것처럼 말하는데 이는 사실과 다르다. 파라마운트 판결은 영화가 극장이라는 물리적으로 한정된 공간을 통해 소비되는 특성에서부터 비롯된 독과점을 막으려고 한 것이지 방송, 신문과는 무관하다.

CJ가 CJ E&M(배급업)과 CJ CGV(상영업) 중 하나, 롯데쇼핑이 자사 내 다른 사업 부문인 롯데엔터테인먼트(배급업)와 롯데시네마(상영업) 중 하나를 매각할 경우 투자가 위축돼 한국 영화산업에 위기가 도래할 것이라는 주장도 있다. 과연 그럴까? 한국 영화산업의 투자자본은 정치·경제 상황에 따라 끊임없이 변화해왔다.¹⁵ 특히 최근에는 부가판권시장의 확장과 클라우드 펀딩, 중국 투자자본의 유입, 외국영화 직배사의 한국영화 투자·배급 등 영화산업이 이용 가능한 투자자본이 그 어느 때보다 다양해졌다. 기술 발전으로 플랫폼이 다각화되면서 영상콘텐츠의 수요처도 확대됐다. 따라서 “파라마운트 판결이 미국 영화업계를 망쳐놨다”는 주장은 사실이 아닐뿐더러 미국 영화산업이 맞았던 위기가 영비법 개정을 통해 한국에 그대로 찾아올 것이라는 분석은 한국 영화산업 현황을 전혀 고려하지 않은 것이다. 당시 미국의 부가판권 상황만 하더라도 현재 한국의 그것과 다르다. 한국은 IPTV, 디지털케이블 TV 등을 통해 온라인 부가판권시장이 이미 자리를 잡았고, CJ의 경우 수직계열화를 통해 극장을

¹³ 같은 책, p.123. “1940년대 미국의 메이저 스튜디오에 극장 분리를 명령한 연방법원도 판결 당시에 수직통합 자체를 위법한 것으로 보지 않았다. 다만 파라마운트를 비롯한 메이저 스튜디오들이 시도한 수직통합이 독점 시도의 수단으로 기능했기에 이를 위법하다고 판단한 것이다.”

¹⁴ 「미국 극장의 수직계열화 현황」, 영진위, 2016.

¹⁵ 영진위 영상산업정책연구소 연구1팀, 「한국 영화산업 투자 환경 및 자본조달구조- 금융자본 유입 이후를 중심으로」, pp 37~42 요약. “1980년대 이전까지 한국영화의 제작자본은 외국영화 수입쿼터 독점권을 가진 소수 영화제작사의 외화 수익금과 지방흥행업자의 자본에 의해 조달돼왔다. 1984년 제5차 개정 영화법은 허가제로 돼 있던 영화사의 설립을 등록제로 변경하고, 독립영화제작제도를 신설했으며 수입업과 제작업자의 분리등록을 실시했다. 이후 한미영화협상에 의해 영화시장이 개방되고 외국영화 직배가 설립되고 지방흥행업자의 투자가 위축되는데, 비디오와 케이블TV 산업에 진출한 대기업이 새로운 자본조달 수단으로 등장한다. 삼성과 대우 등의 대기업은 1999년 철수 전까지 한국영화 제작자본의 주요 공급원 역할을 했다. 1999년 「문화산업진흥기본법」 시행으로 투자조합의 근거가 마련되면서 창업 투자회사가 영화산업으로 진출하고, 그즈음 CJ 등이 복합상영관을 통해 극장업에 본격 진출한다. 2005년 이후에는 SKT, KT 등 통신사 자본이 영화산업에 진출했다.”

넘어 온라인 부가판권시장의 유통망과 플랫폼까지 장악하고 있다. 온라인 부가판권시장의 안정화를 위해서라도 지속적인 영화 제작 및 공급은 필수적이다.

간혹 대기업이 상영과 배급을 분리할 경우, “매점 수익만으로는 극장이 제 3의 자본에게 인수 대상으로서 매력이 없다”는 억지가 나돌고, “제 3의 자본에 인수될 경우 관람요금이 오를 것”이라는 주장도 오르내리고 있다. 최근 할리우드를 향한 중국 완다그룹의 공격적 투자에 몇몇 국내 영화인은 중국자본이 미국에서처럼 국내 극장을 공격적으로 인수해 또 다른 독과점 시장을 재현할 것이라고 우려하기도 한다. 실제로 그럴까? 극장은 영화산업 부문 중 가장 많은 입장권 수익을 가져가고 광고 수익을 추가 발생시키며 매점을 통해 폭리를 취하고 있기 때문에 중국뿐 아니라 다양한 제 3의 자본이 극장 인수를 위해 접근할 것으로 예상된다. 만약 상영업계 측의 주장대로 복합상영관이 인수 대상으로서 매력이 없다면 중국 자본이 투자 의향을 비치지 않을 것이고, 중국 자본이 한국의 영화상영업에 진입할 의향이 있다고 한다면 영비법 개정과 상관없이 언제든 접근할 것이다. 영비법 개정이 공격적 중국 자본을 불러올 거란 걱정은 지나친 예단이다. 제 3의 자본이 대기업의 복합상영관을 인수할 경우 관람요금이 오를 가능성은 있지만 관람요금은 현재도 영화산업 내부 혹은 사회적 합의 없이 인상되고 있다.¹⁶

상영·배급 분리를 포함하는 영비법 개정안을 두고 영화계 일각에서는 과한 규제라고도 한다. 하지만 지난 10년 동안 산업 내부의 노력과 정부의 중재에 의한 각종 협약 역시 법적 구속력을 갖추지 않아 산업 환경을 개선하는 성과를 내지 못했다. 다수의 노력과 읍소로 소수 대기업의 독과점을 근본적으로 해결할 수 없음은 이미 충분히 경험했다. 이제는 한국에서도 파라마운트 판례와 같은 공정한 환경 조성을 위한 의회와 정부의 적극적인 돌파구 제시, 즉 영비법 개정이 절실히 필요하다. 영비법 개정안은 단순히 영화산업에 대한 일방적 규제가 아닌 독과점으로 발생한 시장의 문제점을 해결하기 위해 마련하는 공정 환경 조성을 위한 가이드라인이다.

6. 영비법 개정 후 나아갈 방향

안철수 의원과 도종환 의원의 개정안을 통해 영비법이 개정될 경우, 대기업의 투자·제작·배급·상영 수직계열화 중 배급·상영이 분리돼 대기업은 투자·제작·배급 또는 상영업만 가능하게 된다. 배급업은 대체로 투자를 포함하고 있기 때문에 사실상 대기업은 제작·배급업 또는 상영업 중 하나만 경영이 가능한 것이다.

영화산업을 지배하고 있던 대기업 독과점이 해소되면서 배급업과 상영업 사이의 건전한 견제를 통해 앞서 제기했던 무료 초대권, 부울, 스크린 독과점 등에 따른 문제가 해결될 것이다. 또한 영비법 개정을 통해 예술·독립영화 지원도 늘어날 것으로 기대된다. 특히 도종환 의원의 개정안에는 복합상영관이 1개 이상의 전용상영관을 지정해 영진위가 인정한 예술·독립영화를 연간 상영일수의 100분의 60 이상 상영하도록 하고 있기 때문에 관객의

¹⁶ 2016년 3월 3일 CJ CGV는 좌석 차등제를, 롯데시네마와 메가박스는 같은 해 4월 7일과 7월 4일에 각각 시간대별 가격 차등제를 일방적으로 도입해 관람요금을 인상했다.

예술·독립영화에 대한 접근이 용이해질 것으로 판단된다. 문제적 영화라 일컬어지며 복합상영관에서는 볼 수 없었던 영화 <천안함> <다이빙벨> <또 하나의 가족> 같은 영화도 관객이 보다 쉽게 만날 수 있을 것이다. 안철수 의원과 도종환 의원의 영비법 개정안 외에 김해영 의원(더불어민주당)과 주승용 의원(국민의당)의 광고영화 규제에 대한 영비법 개정안도 발의된 상태다. 상영 시간에 돈을 주고 광고를 봐야 했던 관객의 불편이 이번 영비법 개정을 통해 함께 해소되길 기대해본다.

사실 영화계에는 이외에도 많은 문제가 산재해 있다. 대기업의 공동제작 지분 요구, 수평적 독과점 등은 이번 영비법 개정안을 통해서도 완전한 해결이 어렵다. 제협이 영비법 개정안을 영화 제 단체들과 논의했을 때, 오히려 현재의 영비법 개정안이 더욱 강력해져야 한다는 의견도 있었다. 이를 모두 수용해야 했지만 산재한 문제들을 한번에 해결할 수 없는 현실적인 어려움을 감안해야 했다. 가장 고질적 문제인 불공정거래 관행 개선을 통한 공정 환경 조성을 우선시해야 했다. 첫술에 배부를 수 없듯, 영비법 개정안이 포함하지 못한 의제는 영화계의 지속적인 논의와 장기적인 노력을 통해 정책과 병행해 해결해나가야 한다. 그리고 영비법이 개정돼 대기업의 상영업과 배급업이 분리됐을 때 이를 산업 내에 어떻게 적용할 것인지, 대기업과 산업 관계자 들은 이에 어떻게 대처해나가야 할 것인지에 대한 대책도 강구해야 한다.

대기업의 수직계열화에 따른 불공정거래 관행으로 영화산업 내부에 여러 문제를 야기하고 있다는 점에 대한 공감대는 충분히 형성돼 있다.¹⁷ 다만, 방법론에는 차이가 있다. 영비법 개정안과 상영·배급 분리가 해결책이 될 수 없다고 생각한다면 무조건적으로 반대하기보다는 영화산업 전문가로서 영화계에 산재한 불공정거래 관행을 해결할 더 나은 방법이 무엇인지 제시하고 합리적으로 설득할 수 있어야 할 것이다. 예를 들어 상영과 배급 양쪽에서 동시에 과점적인 지위를 가지고 있는 겸영업자만을 규제해야 한다면, 각 시장의 점유율 한도를 어느 정도로 할지를 논의해볼 수 있다. 물론 이러한 논의에 대비해 법안 발의자들은 상영·배급 분리 규제가 '대기업'에만 적용되도록 했다.

한국의 2015 년 인구 1 인당 영화 관람횟수는 세계 최고 수준인 4.22 회¹⁸로 영화관람은 우리 국민이 공통적으로 즐기는 여가문화이며 단순한 산업이 아닌 문화·예술이다. 정치·사회적으로도 유난히 영화에 주목하는 이유가 여기 있을 것이다. 문화계 블랙리스트 파문에서 알 수 있듯, 배급·상영 양 부문을 다 움켜쥐고 있는 대기업의 입만 막으면 되는 구조에서는 정치권력의 압박이 언제든지 가능하다. 그렇기 때문에 표현의 자유를 보호하고,

¹⁷공정거래위원회 보도자료, 「계열사·자사 영화를 차별 취급한 수직계열 영화 대기업 제재」, 2014.12.22. "CJ CGV와 롯데시네마가 계열 배급사 또는 자사가 배급하는 영화에 대해 스크린 수, 상영 기간 등을 유리하게 차별적으로 제공한 행위에 대해 시정명령과 과징금 총 55억 원을 부과하고, 검찰에 고발하기로 결정했다. 또한 CGV와 롯데시네마가 거래상 지위를 남용해 배급사와 협의 없이 할인권을 발행한 행위와 CJ E&M이 제작사와 투자계약 시 금융비용을 수취할 수 있도록 거래 조건을 설정한 행위에 대해 시정명령을 부과."

¹⁸ 「2015년 한국 영화산업 결산」, 영진위.

다양성을 진작하며, 중소영화 및 예술·독립영화의 보호를 통해 지속적으로 영화가 창작될 수 있는 환경을 다지는 것이 중요하다. 이를 위해서는 상영과 배급의 분리를 통한 공정 환경을 조성함으로써 영화산업 안에서 자본의 선순환을 가능하게 하는 법적 안전망이 필요하다.

안철수 의원과 도종환 의원이 발의한 이번 영비법 개정안이 성공적으로 입법된다면 이는 한국 영화산업에서 검열이 사라졌던 것과 같은 획기적인 사건이 될 것이다. 건전한 상호 견제를 통한 공정 환경 조성으로 중소영화와 예술·독립영화들의 다양성 획득도 가능할 것이다.

제협은 소수가 전체를 결정하는, 다양성을 해치는 독과점을 해소하기 위해 다각도로 노력해왔다. 이번 영비법 개정안이 대기업의 수직계열화에 따른 독과점을 해소하고 공정한 산업 환경을 조성할 수 있는 유일한 해결책으로 보고 있다. 제협은 영화산업 동료 및 관계자들과 안철수·도종환 의원 등 의회 그리고 정부 등과 함께 제반 문제를 해결하기 위해 최선을 다할 것이다.