



한국 영화시장의 스크린 독과점 실태와 개선 방향

조 형 근 *

1. 들어가며

2012년 11월 20일, 영화진흥위원회의 영화 전산통합망 집계에 따르면 2012년 한 해 동안 한국영화를 관람한 관람객 수가 총 1억 명이 넘어섰다. 이는 2012년에 평균적으로 우리 국민 한 명당 한국영화를 2편 가량 관람하였다는 의미다. 최근 대부분의 국가에서 자국영화 사업이 쇠락하는 반면 헐리우드 영화가 높은 점유율을 보이고 있는 현실을 고려할 때, 한국영화의 성과는 경제적·산업적 차원을 넘어서 문화적으로도 의미가 있다고 할 수 있다. 특히 이러한 한국영화의 양적 성장은 2012년 9월 베니스영화제에서 한국영화인 ‘피에타’가 황금사자상(최우수작품상)을 수상한 것과 같은 질적 성과와 나란히 진행되고 있다는 점에서 더욱 주목할 만하다.

그러나 이와 같은 한국영화의 성장의 이면에는 해결하여야 할 문제가 남아있다. 대표적인 것이 대형 배급사가 공급하는 영화가 대부분의 상영관을 점유하는 ‘스크린 독과점’ 문제다. 2012년에 1천만명 이상의 관객을 동원한 ‘광해’의 경우에는 전국 상영 스크린 수가 최고 1,000개를 넘어서서 스크린 독과점 논란을 불러일으켰고, 영화 ‘피에타’의 김기덕 감독, 영화 ‘터치’의 민병훈 감독이 저예산영

화에 대한 영화상영관의 교차상영¹⁾을 비판하면서 논란의 대상이 되기도 하였다.

이하에서는 현재 논란이 되고 있는 스크린 독과점 문제와 관련하여 국내 영화산업의 현황을 배급·상영·소비의 각 부문별로 살펴보고 한국 영화산업의 지속적인 성장을 위한 개선방안을 살펴보고자 한다.

2. 현황

(1) 영화 배급 시장

현재 국내의 영화 배급 시장은 주요 배급사의 독과점 구조를 특징으로 한다. 2011년 주요 배급사인 CJ E&M 주식회사(이하 ‘CJ E&M’), 쇼박스(주)미디어플렉스(이하 ‘쇼박스’), 롯데쇼핑(주)롯데엔터테인먼트(이하 ‘롯데’)의 점유율은 60.1%를 차지하고 있다. 이는 2009년의 56.1%, 2010년의 45.2%보다 높은 수치로서 국내 영화배급시장의 집중도가 최근 심화되고 있음을 보여준다.

1) 일정 기간 동안 하나의 스크린에 하나의 영화를 영화상영관 영업종료시까지 상영하는 지정 상영제와 달리, 하나의 스크린에 시간대별로 다른 영화를 상영하는 영화 상영방식을 의미함. 현재 흥행성이 낮은 영화는 관객 수가 적은 조조 또는 심야시간에 편성하고, 흥행성이 높은 블록버스터영화는 관객 수가 많은 주요 시간대에 편성하는 방식으로 주로 운영되고 있음.

[표 1] 국내 주요 배급사의 연도별 국내
영화시장 점유율(2009~2011)

구분	배급사	전국 관객수 (만명)	전국 관객점유율
2009년	전체	15,491	100.0%
	CJ E&M	4,508	29.1%
	쇼박스	2,360	15.2%
	롯데	1,833	11.8%
	소계	8,701	56.1%
2010년	전체	14,681	100.0%
	CJ E&M	4,076	27.8%
	쇼박스	995	6.8%
	롯데	1,563	10.6%
	소계	6,634	45.2%
2011년	전체	15,886	100.0%
	CJ E&M	5,786	36.4%
	쇼박스	1,325	8.3%
	롯데	2,447	15.4%
	소계	9,558	60.1%

자료: 영화진흥위원회, 「한국영화산업결산」(2009~2011),
2010~2012 참고 후 재작성

주1: 2011년 이전에는 'CJ E&M'의 명칭이 'CJ엔터테인먼트'
였으나, 논의의 편의상 2009년과 2010년의 수치에도 현재
의 명칭인 'CJ E&M'으로 씀(이하의 표 자료에서도 동일)
주2: 전국 관객점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 수치이며
소계는 CJ E&M, 쇼박스, 롯데의 점유율을 합산한 수치임

(2) 영화 상영 시장

국내의 영화 상영 시장 또한 독과점적
구조를 나타내고 있다. 최근 3년간 국내
영화 상영 분야에서 주요 사업자의 시장
점유율을 살펴보면, CGV, 롯데시네마, 메
가박스 등 국내 주요 멀티플렉스 극장이
국내 영화 상영관에서 차지하는 비중은
매년 증가하는 추세를 보이고 있다.

특히, 2011년에는 국내 멀티플렉스 체인인
씨너스가 주요 사업자인 메가박스에 합병
되면서 이와 같은 집중화 현상이 더욱 심화
되는 양상을 보이고 있다.

한편, 2011년 기준으로 스크린 점유율이
42.2%인 CGV와 25.3%인 롯데시네마가 각각
대형 배급사인 CJ E&M과 롯데의 동일
계열사인 점을 고려할 때, 국내 영화시장에서
배급부문과 상영부문의 수직계열화가 일정
부분 진행되고 있는 점을 알 수 있다.

[표 2] 국내 영화상영관 현황(2009~2011)

구분	극장	스크린 수	스크린 점유율
2009년	전체(295관)	1,996	100.0%
	CGV(100관)	792	39.7%
	롯데시네마(54관)	410	20.5%
	메가박스(15관)	133	6.7%
	소계	1,335	66.9%
2010년	전체(301관)	2,003	100.0%
	CGV(102관)	806	40.2%
	롯데시네마(65관)	478	23.9%
	메가박스(16관)	133	6.6%
	소계	1,417	70.7%
2011년	전체(292관)	1,974	100.0%
	CGV(108관)	834	42.2%
	롯데시네마(68관)	500	25.3%
	메가박스(50관)	378	19.1%
	소계	1,712	86.6%

자료: 영화진흥위원회, 「한국영화산업결산」(2009~2011),
2010~2012 참고 후 재작성

주: 스크린 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 수치이며 소
계는 CJ E&M, 쇼박스, 롯데의 점유율을 합산한 수치임

(3) 국내 영화 시장의 소비 경향

2009년 이후 국내 연간 영화흥행작 상위 10
위를 살펴보면, 국내 주요 배급사 3개사가 배급한
영화가 전체의 80% 이상을 차지하고 있다. 특히,
국내에서 상영된 한국영화 중 흥행 상위 10개
영화를 살펴보면, 2009년부터 2011년까지 2개
영화(2009년 위낭소리, 2010년 하녀)를 제외하고
는 모두 국내 주요 3개 배급사가 배급한 영화다.

[표 3] 한국영화 흥행작 현황(2009~2011)

(영화명/배급사)

순위	2009년	2010년	2011년
1	해운대 (CJ E&M)	아저씨 (CJ E&M)	최종병기 활 (롯데)
2	국가대표 (쇼박스)	의형제 (쇼박스)	써니 (CJ E&M)
3	7급공무원 (롯데)	전우치 (CJ E&M)	완득이 (CJ E&M)
4	과속스캔들 (롯데)	이끼 (CJ E&M)	조선명탐정 (쇼박스)
5	생화점 (쇼박스)	포화속으로 (롯데)	도가니 (CJ E&M)
6	거북이 달린다 (쇼박스)	하모니 (CJ E&M)	퀵 (CJ E&M)
7	마더 (CJ E&M)	방자전 (CJ E&M)	고지전 (쇼박스)
8	위낭소리 (인디스토리)	부당거래 (CJ E&M)	오싹한 연애 (CJ E&M)

순위	2009년	2010년	2011년
9	굿모닝 프레지던트 (CJ E&M)	시라노 연예조작단 (롯데)	위험한 상견례 (롯데)
10	전우치 (CJ E&M)	하녀 (씨아더스NH)	의뢰인 (쇼박스)

자료: 영화진흥위원회, 「한국영화산업결산」(2009~2011), 2010~2012 참고 후 재작성

주: 영화 전우치는 2009년 연말(2009.12.23.)에 개봉한 관계로 상영기간이 2009년과 2010년에 걸쳐있어, 2009년과 2010년도의 한국영화 흥행작에 모두 포함된 것으로 집계됨

3. 문제점

(1) 특정 사업자의 지배적 위치로 인한 불공정성

현재 국내 영화시장에서 특정한 대형사업자가 배급, 상영 부문에서 지배적인 위치를 보유했기에 따라, 이들 대형사업자와 연계된 영화가 유통과정에서 상대적으로 유리한 위치에 있게 된다. 즉, 주요 멀티플렉스 극장에서 자사 또는 계열사가 제작이나 투자에 참여한 영화를 집중적으로 상영하거나 경쟁사가 제작한 영화를 고의적으로 상영을 거부하는 등의 문제가 발생하고 있다. 뿐만 아니라, 우월적 지위에 있는 대형배급사가 투자자의 입장에서 영화제작자와의 협상과정에서 과도하게 수익을 분배받는 방향으로 계약을 체결하거나, 감독/작가/배우 캐스팅 등 영화제작에 과도하게 개입하는 경우도 빈번하게 발생하고 있다.

실제로, 2012년 4월 영화산업진흥위원회가 영화산업 공정성 인식도 조사에 따르면, 응답자의 70.1%가 투자배급사와 제작사의 거래관계가 공정하지 않다고 답했으며, 또한 76.1%가 멀티플렉스 극장이 자사계열이 아닌 배급사의 영화를 상영함에 있어 예매시가개봉규모상영기간을 공정하게 설정하지 않고 있다고 답변하였다.

(2) 소비자의 선택권 저하

현재와 같이 특정사업자의 영화 배급 및 상영시장에서의 지배적 구조가 지속될 경우에는

국내 영화상영관에서 대형사업자와 연계된 영화가 집중적으로 상영됨에 따라, 소비자의 영화 관람에 있어서의 선택권이 줄어들 수 있다.

특히, 최근 광역배급²⁾이나 교차상영과 같은 영화상영관의 수익 극대화를 위한 영화상영 방식이 적용되기 시작하면서, 소규모 영화는 영화상영관에서 상영이 되더라도 관람객들이 관람하기 힘든 시간대인 조조시간(09:00~12:00)이나 심야시간(22:00 이후)에만 편성되는 경우가 빈번하여 사실상 소비자의 선택권이 제한되고 있다.

이러한 점은 연간 제작되는 한국영화 중 실제로 극장에서 상영되는 한국영화의 비율이 2011년에 69.4%에 불과한 점을 통해서도 확인할 수 있다³⁾

[표 4] 연도별 한국 영화 제작 및 개봉 현황

(단위 : 편)

구 분	2009년	2010년	2011년
제작편수(A)	138	152	216
개봉편수(B)	118	140	150
개봉비율(B/A)	85.5%	92.1%	69.4%

자료: 영화진흥위원회, 「2011년 한국영화산업결산」, 2012 참고 후 재작성

현재 주요 멀티플렉스 극장에서 예술영화 전용관을 마련하는 등 영화상영관에서 이와 같은 문제를 자체적으로 해결하려는 움직임이 있으나⁴⁾, 전체 상영관 수에 비해서는 아직까지 미미한 상태이다.

2) 상영 첫 주에 가능한 많은 상영관에서 특정 영화를 상영한 후에 첫 주의 개봉 성적에 따라서 계속 상영 여부를 결정하는 영화 배급 방식

3) 2011년에는 한국영화 산업의 전반적인 활성화, 다큐멘터리 영화의 제작 증가 등의 요인으로 한국 영화 제작 건수가 전년대비 42% 증가하였다. 반면, 개봉편수는 7%만 증가하여 다양하게 제작되는 한국영화가 실제 상영에까지 이르지 못하는 경우가 빈번하게 발생하는 점을 확인할 수 있다.

4) 현재 멀티플렉스 체인에서 운영하는 예술영화 전용관(전용스크린)으로는 CGV의 ‘무비콜라주’(8개 지점), 롯데시네마의 ‘아르떼’(6개 지점) 등이 있음.

4. 개선방안

(1) 다양한 영화의 상영을 위한 제도적 장치 마련

영화 다양성 확보 차원에서, 연간 이용자나 상영관(스크린)이 일정 규모 이상인 영화 상영관에 대해서는 예술영화 전용 상영관 설치를 의무화하거나 특정 영화를 집중적으로 상영하는 것을 제한하여 소비자의 영화 선택권을 확보하는 방안을 고려할 수 있다.

이와 관련하여 프랑스의 “국립영화센터(Centre national du cinéma et de l'image animée : CNC)”의 정책을 참고할 수 있다. CNC는 관련 법률에 근거하여 복합상영관의 설립과 운영에 대한 승인을 하는 과정에서, 해당 사업자가 특정 영화를 집중적으로 상영하는 것을 제한하는 내용으로 약정을 맺어 영화 상영의 다양성을 확보하고 있다.⁵⁾

(2) 영화산업에서의 특정사업자의 점입에 대한 제한 도입

영화산업에서의 수직적 결합으로 인하여 형성되는 독과점적인 구조를 완화하기 위하여, 특정 기업이 영화 제작투자와 상영을 겸업하는 것을 제한하는 방안을 고려할 수 있다.

예를 들어, 영화사업자가 자신이 제작하거나 전체 제작비 중 일정 비중 이상을 투자한 영화를 자신 또는 특수관계자(동일 계열사 등)가 소유한 영화상영관에서 전체 상영분량 대비 일정 비율 이상을 상영할 수 없도록

5) 구체적으로, CNC에서는 프랑스 전체 관객 수의 0.5% 이상의 관객을 동원하는 극장에 대하여 상영 횟수의 40%를 프랑스 영화를 포함한 유럽 영화에 할당해야 하는 의무를 부과하고, 12개 이상의 스크린을 보유하는 복합상영관은 한 종류의 영화를 최대 2개의 스크린에서만 상영할 수 있도록 하며, 전체 상영의 30%를 넘을 수 없도록 제한하고 있다.(2006년 기준)

하는 방안을 생각해 볼 수 있을 것이다.

이와 관련하여, 미국 대법원이 1948년 파라마운트 등의 메이저 스튜디오가 영화 제작과 영화 배급, 영화 상영을 수직적으로 통합한 것이 독점 금지법 위반이라고 판결한 사례를 참고할 수 있다.⁶⁾ 당시 미국 대법원은 이 판결을 통하여 5개의 메이저 스튜디오(MGM, 파라마운트, RKO, 워너 브러더스, 20세기 폭스)가 영화관을 소유하지 못하도록 하였다.⁷⁾

(3) 불공정거래 예방을 위한 관계기관의 활동 강화

영화진흥위원회가 영화산업에서의 공정거래를 위하여 마련한 영화분야 표준계약서⁸⁾의 이행을 유도하고 불공정거래의 현황 파악을 위한 실태조사가 정기적으로 이루어질 수 있도록 하는 방안을 생각해 볼 수 있다.

보다 구체적으로는 영화 분야(상영/배급 등) 표준계약서 이행 여부에 대한 정기적 실태조사와 같은 불공정거래 예방을 위한 활동의 법적 근거를 마련하는 방안을 생각해 볼 수 있다. 이를 위해서 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 상의 영화진흥위원회의 심의의결 사항에 ‘영화의 제작 및 유통에 대한 공정거래 질서 확립에 관한 사항’을 추가할 수 있을 것이다.

「이슈와 논점」은 국회의원의 입법활동을 지원하기 위해 발간되는 최신 국내외 동향 및 현안에 대한 정보 소식지입니다.

※ 본 내용을 허가 받지 않고 복제하거나 전제해서는 안 됩니다.

6) 이를 줄여서 통상 ‘파라마운트 판결’이라고 함

7) 홍종규, 「미국의 영화산업과 스튜디오 시스템」, 『강원사학』 제223호, 강원대학교사학회, 2008, pp.359-369.

8) 영화분야에 대한 표준계약서로는 영화진흥위원회가 2012년 7월에 제시한 “표준상영계약서” 등이 있음