





## 표준상영계약서 권고안

영화정책센터

영화진흥위원회 이슈페이퍼 2011-05

“표준상영 계약서 권고안”

총괄책임 : 김보연(영화진흥위원회 영화정책센터장)

연구기획 및 진행 : 김현정, 류형진 (영화진흥위원회 영화정책센터 연구원)

법률자문 : 김기중 변호사(법무법인 동서파트너스)

발행인 김의석

발행일 2011년 7월 20일

영화진흥위원회

서울특별시 동대문구 청량리동 206-46

전화 (02) 958-7514 팩스 (02) 958-7537

홈페이지 [www.kofic.or.kr](http://www.kofic.or.kr)

©영화진흥위원회, 2011

# Contents

---

01

취지 \_ 01

---

02

영화상영 거래관계의 현황과 표준계약 제정의 필요성 \_ 02

---

03

쟁점 \_ 05

---

04

주요규정 \_ 07

---

05

표준상영계약(안) \_ 09

---

06

별첨 : 부율 관련 시뮬레이션 결과 \_ 20

---



KOREAN CINEMA

표준상영계약서 권고안

KOFC

## 1. 취지

공정거래위원회는 2008년 1월 11일, CJ CGV, 롯데시네마, 메가박스, 프리미어스시네마 등 4개 복합상영관이 일방적으로 6일 이내에 개봉영화를 조기종영하고, 부금율을 배급사에 불리하게 변경하는 등의 행위에 대해 거래상 지위를 남용하여 공정한 경쟁 질서를 저해하였다고 판단하고 시정명령을 의결하였다.

위와 같은 시정명령 이후로 복합상영관의 일방적인 개봉영화 조기종영 등의 행위는 감소한 것으로 평가되고 있으나, 이른바 ‘교차 상영’의 방법으로 극장 측이 제작/배급사에게 불리한 조치를 취하여 사회적으로 큰 논란이 제기된 사례가 있으며, 상영권료(부금) 또는 부금율의 측면에서 한국영화를 외국영화에 비하여 불리하게 취급하는 관행은 여전히 계속되고 있다.

따라서 위와 같이, 블록버스터급 대형영화들이 개봉될 때마다 중소 예산규모 영화들이 수시로 교차 상영되는 문제점, 한국영화의 흥행력이 높아진 현재에도 외국영화의 흥행력이 한국영화에 비해 높던 1990년대 말까지의 부금율 관행이 여전히 적용되고 있는 문제점 등을 개선할 수 있는 방안이 필요하다고 하겠다.

이런 상황에서 표준계약서의 권고를 통해 영화상영의 거래관계에 표준적인 계약기준을 설정하고, 상대적으로 우월한 지위에 있는 거래 주체의 권한남용을 방지할 수 있는지 여부를 살펴볼 필요가 있게 되었다.

## 2. 영화상영 거래관계의 현황과 표준계약 제정의 필요성

수익성을 추구하는 극장이라면 수요 예측 결과 가장 높은 순위의 영화들을 상영하는 것이 합리적이다. 하지만 배급사와의 관계 때문에 개봉영화 중에서 시장지배력이 높은 배급사의 영화를 우선적으로 선택하여 상영관을 배분하고, 시장지배력이 약한 배급사의 영화들은 상영기회를 아예 얻지 못하거나, 흥행이 잘 되고 있음에도 종영이 되는 경우가 있다. 즉, 수요 예측 결과가 높은 순위의 영화인 경우에도, 극장 측의 다른 사정 때문에 조기에 종영되거나 부금율에서 불리한 조건이 부과될 수 있고, 이러한 결과는 거래 주체 일방의 우월한 지위로 인하여 공정한 거래질서가 무너지는 대표적인 경우라 할 수 있다.

하지만, 모든 배급사-상영관 사이에서 위와 같은 상영질서의 왜곡이 예측되는 것은 아니다. 배급사와 상영관 사이의 관계는 대략 4가지 범주로 구분해 볼 수 있다.  
① 대형 배급사-대형 복합상영관, ② 대형 배급사-단관 또는 중소형 복합상영관,  
③ 중소형 배급사-대형 복합상영관, ④ 중소형 배급사-단관 또는 중소형 복합상영관의 구분이 그것이다.

① 유형의 거래 관계에서는 거래 주체들 사이에 힘의 우열이 크다고 할 수 없어 거래 상 지위의 남용 문제는 발생하지 않을 것이므로, 논의에서 제외하는 것이 타당하다.

② 유형의 거래 관계에서는 상대적으로 우월한 배급사의 지위 때문에 흥행성이 상대적으로 떨어지는 영화의 배급 강제, 조기 상영권료(부금) 정산 요구 등의 시장 왜곡이 나타날 수 있는 분야이고, 실제로 공정거래위원회의 2008년 1월 11일자 시정명령에는 CJ엔터테인먼트, 미디어플렉스, 한국소니픽쳐스릴리징브에나비스타영화, 유니버셜픽쳐스인터내셔널코리아, 20세기폭스코리아 등 5개 대형배급사가 중소개별상영관에 대해 계약조건보다 조기에 상영권료(부금)를 정산하도록 하는 행위에 대한 시정명령이 포함되어 있기도 하다. 하지만 이 부분은 별도의 검토가 필요하고, 교차 상영 및 부금율 등과 관련한 거래 주체의 권한 남용을 방지해보고자 하는 취지로 제안하는 이번 논의와는 일정 정도 거리가 있는 문제이므로 여기에서는 제외한다.

표준계약 제안에 포함되는 거래 관계는 위 ③, ④ 유형에 관한 것이다. ③, ④ 유형에서, 대형 멀티플렉스 상영관은 중소형 배급사에 비하여 상대적으로 거래상의 우월한 지위에 있게 되고, 상영관을 확보하고자 하는 중소형 배급사를 상대로 그 시장 지위를 이용하여 상영계약에서 불리한 조건을 강제할 가능성이 높다. 또한 단관 또는 중소형 복합상영관의 경우에도 대형 배급사의 흥행성 높은 영화를 상영하기 위해 또는 이른바 ‘블록부킹’으로 반드시 상영해야 하는 영화가 일정에 따라 미리 정해져 있는 경우, 중소형 배급사에게 불리한 조건을 강제할 가능성이 있다.<sup>1)</sup>

대형 복합상영관의 우월적 지위는 4개 대형 복합상영관 체인의 스크린 점유율에서 쉽게 확인할 수 있다. 2010년 기준, 1위 기업인 CJ CGV(프리미스 시네마 포함)의 스크린 수는 813개로 전체 스크린 수(2,055개)의 39.6%이고, CJ CGV, 프리미스 시네마, 롯데시네마, 메가박스-씨너스 등 4개 복합상영관 체인의 스크린 수는 1,589개로 전체 스크린 수의 77.3%에 이르는 것으로 조사되었다.<sup>2)</sup>

위 4개 상위 복합상영관 중 CJ CGV, 프리미스시네마, 롯데시네마는 배급 부분의 CJ E&M 영화사업부문, 롯데엔터테인먼트와 운영적인 측면에서 일종의 수직 계열화를 이루고 있고, 2010년을 기준으로 위 2개 배급사의 한국영화 배급 부분 시장점유율은 합계 58.4%에 달하며, 외국영화를 포함하여 산정하는 경우에도 37.8%에 이르고 있어<sup>3)</sup>, 대형 배급사와 대형 복합상영관의 수직적 결합에 의하여 복합상영관의 우월적 지위는 보다 분명해지고 있다.

‘교차 상영’과 부금율의 차별은 대형 복합상영관이 영화 배급시장에서 과점적인 지위에 있다는 위와 같은 상황과 관련되어 있고, 수요 예측 결과가 높은 순위의 영화, 장기상영의 경우 일정한 성과가 예측되는 영화인 경우에도 극장 측의 다른 사정 때문에 조기에 종영되거나 부금율에서 불리한 조건이 부과될 가능성은 위와 같은 상황과 결합하여 훨씬 높다고 볼 수밖에 없다.

물론 위와 같은 상황만을 기초로 상영관의 교차 상영과 부금율의 차별을 곧바로 독점규제 및 공정거래에 관한 법률(이하‘공정거래법’)에 위반되는 ‘거래상 지위 남용 행위’라거나 ‘부당한 차별적 취급’(제23조 제1항 제1호, 제4호)이라고 단정적으로 말할 수는 없고, 개별적인 사례를 면밀히 분석할 필요가 있다.

1) 최용배 외, 『한국영화 배급시스템 연구』, 영화인회의, 2003, p.190.

2) 영화진흥위원회, 「2010년 한국 영화산업 결산」, 2011, p.27.

3) 영화진흥위원회, 전개서, pp.17~18.

하지만 공정거래위원회가 복합상영관의 일방적인 개봉영화 조기종영과 부금율의 불리한 변경을 거래상 지위 남용행위로 평가한 선례가 있는 만큼, 구체적인 사례에 따라서는 상영관의 일방적인 교차 상영 시행, 한국영화에 대한 부금을 차별 및 불리한 부금율 부과 등의 행위에 대해서도 공정거래법 위반이라는 평가가 내려질 가능성을 배제할 수는 없다. 하지만 이러한 사후적인 위법성 평가는 시장의 원활한 작동이라는 측면에서 바람직하지 않고, 거래 관계자들 사이의 이해를 조정하는 방향으로 시장질서가 자연스럽게 형성되도록 하여 공정거래법 위반의 가능성은 사전에 예방하는 것이 사후적인 처리보다 훨씬 효율적인 방법이다.

더구나, 배급사와 상영관 사이에서 정해지는 상영기간과 상영권료(부금)의 문제는 결국 흥행의 예측에 관한 위험의 배분문제이다. 그 위험을 거래 주체의 일방이 과도하게 부담할 경우 시장의 선순환구조가 왜곡될 것이므로, 적절한 위험배분방식을 찾는 것이 바람직하다.

관련 연구의 결과도 위와 같은 문제의식을 뒷받침한다. 배급사에 대한 극장의 파워가 증가하게 되면 관람객 선택의 다양성 감소뿐만 아니라 관람객이 만족할만한 영화보다는 극장 체인의 파워에 따른 배급력에 의하여 영화와 극장의 성과가 결정되는 문제가 있으며, 개봉영화가 모두 높은 품질의 영화로 구성된 경우보다 높은 품질의 영화가 다수이면서 낮은 품질의 영화가 조합될 때 전체 시장의 규모가 크다.<sup>4)</sup>

이런 점에서 개봉 영화에 대한 적절한 상영기간의 보장과 균형적인 부금율 조정은 위험을 합리적으로 배분하여 전체 시장의 규모를 키우는 데 기여할 수 있을 뿐만 아니라, 공정거래법 위반의 가능성을 사전에 예방하여 합리적인 경쟁 질서를 구축하는 데 도움이 될 수 있다. 다만, 적절한 상영기간의 보장, 부금율의 조정 등과 같은 문제는 시장의 자율적 기능에 맡겨져 있고 강제할 수 있는 성질의 것이 아니므로, 정책적 개입에는 한계가 있다는 점에서, 표준계약의 권고와 같은 임의적 방법이 가장 유효적절한 수단이라 할 수 있다.

문화산업진흥기본법은 제12조의2에서 문화체육관광부장관에게 문화산업의 공정한 질서를 구축할 책임을 부과하고 있고, 그러한 공정한 거래질서를 구축하는데 필요하다면 공정거래위원회위원장과 방송통신위원회위원장과의 협의를 거쳐 표준계약서를 제정, 개정하여 권고할 수 있도록 하고 있다. 또한 비록 관련 부처와 협의를 거치지 않은 표준계약일 경우에도 거래 주체들이 이를 거래관계에 반영할 수도 있으므로, 표준계약을 제안하는 것은 위 법률에 관계없이 바람직한 일이라는 점도 분명하다.

4) 이원희, 라준영, 전계서, pp.82~ 87.

### 3. 쟁점

#### 가. 최소상영기간

한국 시장의 경우 기본적으로 극장의 힘이 강하기 때문에 최소상영기간이라는 개념이 거의 존재하지 않는다. 또한 1년의 라인업을 가지고 있는 메이저 배급사의 경우에는 다음 영화를 조기에 상영하는 것이 수익성을 높일 수 있는 방법이기도 하므로 최소상영기간 보장을 요구할 필요가 없는 경우도 있다.<sup>5)</sup>

하지만 충분한 광고/홍보를 하지 못했으나 입소문으로 관객이 증가할 가능성이 있는 영화에 대해 최소한의 상영기간을 확보해 주는 것은 영화 시장 전체의 규모를 키우는 데 도움을 줄 수 있으며, 다양한 영화 상영의 기회를 보장하는 장치가 될 수 있다. 이런 점에서 표준계약의 형식으로 최소상영기간을 보장하도록 권고를 하는 것은 적절한 정책적 수단이 될 수 있다.

#### 나. 교차 상영

교차 상영은 관객들에게 다양한 관람 기회를 제공하는 측면이 있고, 상영관이 상영영화를 복합적으로 구성하여 최대한의 관객을 유치할 수 있도록 하는 자유를 부여한다는 측면에서 이를 금지하는 등의 일정한 규칙을 강제하기 어려운 면이 있다. 그러나, 앞에서 살펴보았듯이 복합상영관이 우월한 지위에 있고 대형 배급사와의 관계나 다른 사정으로 인하여 상영관이 일방적인 상영계획을 수립함으로써, 수요 예측 결과의 순위에 의해 상영관을 배정하기보다는 다른 요소에 의해 상영관을 배정하는 시장의 왜곡이 나타날 가능성이 있는 현실에서, 무작정 자율적인 선택에만 맡기기 어려운 것도 사실이다.

이런 점에서 교차 상영에 관하여도 최소한의 선택 기준과 상영관의 일방적인 선택을 교정하여 균형을 도모할 수 있는 방안을 제시해 들 필요가 있다.

5) 이원희, 라준영, 전계서, p.17.

## 다. 부금율

극장의 수입은 영화 제작자, 배급자가 얻을 수입의 원천이기도 하므로, “극장 매표소에서 정수된 수입은 극장 경영자만의 재산은 아니기 때문에 다양한 권리자(투자자, 제작자, 배급자, 극장 경영자, 국세청 등) 사이에 분배되어야 한다”는 시각<sup>6)</sup>이 있다. 이를 그대로 도입하기는 어렵다고 하더라도, 배급자가 극장 수입에 일정한 개입을 할 수 있는 근거는 충분히 있다고 보아야 한다.

하지만 배급자와 상영자는 극장 수입을 나누는 사실상 동업자이면서도, 그 수입을 누가 더 많이 갖느냐를 놓고 대립하는 경쟁자이기도 하므로, 구체적인 배분 비율의 문제로 들어가면 일정한 제안을 하기 힘들 정도로 부금율의 문제에 대해서는 이해관계가 첨예하게 대립되고 있다. 여기에 한국영화와 외국영화의 부금율 차별 문제가 오랜 기간 논의되어 왔음에도 불구하고 아직까지 전혀 진척이 없는 이유가 있다.

결국 개별 주체들의 이해를 크게 해치지 않으면서도 영화시장 전체의 크기를 키우는 방향의 가장 바람직한 모델을 제시하고, 이해관계자들의 선택을 권유하며, 시장의 변화를 기다리는 것이 현실적인 모색인 듯하다. 이것이 부금율에 관한 기준을 표준계약에 반영하여 제시하는 이유이다.

---

6) 프랑스 영화 규제 중에서(최용배 외, 전개서, p.235).

## 4. 주요 규정

### 가. 체계

표준상영계약서는 하나의 상영계약서에 모든 계약사항을 포함하는 구성과 ‘기본상영계약’, ‘개별상영계약’을 분리하여 체결하도록 하는 구성의 두 가지로 제시하였다. 배급자와 상영자 사이에 장기적인 계약 관계가 있을 경우, ‘기본계약’과 ‘개별상영계약’을 분리하여 모든 상영계약에 일관되는 계약사항을 ‘기본계약’에 반영하고, 개별영화의 상영계약에 관한 특수한 조건들을 개별계약에 반영하도록 하는 구성은 실무상으로 여러 이점이 있어, ‘기본상영계약’과 ‘개별상영계약’을 분리하여 체결하는 구성을 원칙적인 것으로 하였다.

다만 배급자와 상영자가 장기적인 상영계약관계에 있지 않는 경우도 있으므로, ‘기본계약’과 ‘개별계약’을 통합하는 구성안도 함께 제시하였는데, 통합계약서의 내용은 분리된 계약서와 차이가 있는 것은 아니다.

아래의 규정 설명은 ‘기본계약’과 ‘개별계약’을 분리하는 구성을 전제로 한다.

### 나. 용어의 정의(제2조)

- ① ‘상영권료’라는 용어를 ‘부금’이라는 용어와 함께 사용하도록 하되, 계약서 전체적으로는 가급적 상영권료라는 용어를 사용하고자 하였다. 전통적으로 사용해온 ‘부금’이라는 용어는 그 용어만으로는 그 의미를 알기 어렵기 때문이다.
- ② ‘1개의 상영장’에 관한 용어가 필요하여, ‘스크린’이라는 용어를 계약상의 개념으로 포섭하였다.

### 다. 계약의 내용을 ‘상영의 허락’으로 구성(제4조)

관행적으로 사용되고 있는 상영계약에는 배급자가 상영자에게 부여하는 권리의 내용이 무엇인지 분명히 제시되지 않은 경우가 많았다.

상영계약은 기본적으로 저작권 이용허락계약이므로, 상영계약이란 “배급자가 상영자에게 계약 영화를 지정된 극장에서 지정된 기간 동안 ‘공개 상영’할 권리를 부여하는 것”으로 분명히 규정하였다.

**라. 상영권료(부금)를 정율제 또는 슬라이딩 방식 중에서 선택하도록 구성(제5조)**

부금율에 관한 여러 형태의 구성을 가상의 모델로 재구성해 본 결과, 상영권료(부금)를 5.5(배급자) : 4.5(상영자)로 배분하는 경우와 상영기간에 따라 상영권료(부금)를 순차적으로 변동하는 슬라이딩 방식으로 정하는 경우에 어느 일방에 크게 이익 또는 손실을 주지 않고 주체들 간의 이해관계가 가장 균형적으로 조정될 수 있는 것으로 나타났다.

이에 따라 한국영화와 외국영화를 구분하지 않고 ‘순 입장료’의 55%를 상영권료(부금)로 정하는 정율제 방식과 상영기간에 따라 그 비율이 점차 변동되는 슬라이딩 방식의 의미를 규정하고, 상영권료(부금)를 산정하는 방식을 선택하도록 구성하였다. 상영권료(부금)를 슬라이딩 방식으로 정하는 경우에도 상영기간에 따라 그 배분비율을 다양하게 구성할 수 있다.

단, 상영관 소재지 및 상영관의 형태에 따라 상호합의에 의한 계약에 따라 상영권료(부금)를 조정할 수 있도록 하였다.

**마. 상영의 조건을 구체화하고, 교차 상영에서 배급자의 선택권 부여(제6조)**

상영자는 최소상영기간을 보장하도록 하고, 배급자의 ‘서면’동의 없이는 ‘교차 상영’을 할 수 없도록 규정하였다.

다만, ‘교차 상영’을 할 필요가 있는 경우도 있으므로, 상영자의 선택에 따라 교차 상영이 가능하도록 하되, 이 경우 배급자에게 일정한 인센티브를 부여하도록 규정하였다. 배급자에게 부여할 인센티브는 상영기간의 연장 또는 부금율의 인상인데, 인센티브의 종류를 선택할 권한은 배급자가 갖도록 규정하였다.

또한 교차 상영을 하는 경우에도 상영자가 임의로 상영시간대를 선택하여 계약 영화를 차별하지 못하도록 규정을 포함시켰다.

**바. 무료입장, 상영자의 협력의무(제8조, 제11조)**

상영자는 배급자의 동의가 있을 경우에 한하여 무료입장을 허용할 수 있도록 하고, 배급자 입장료 수입 조사 업무에 대한 상영자의 협력의무를 규정하였다.

## 5. 표준상영계약(안)

### 가. 기본상영계약과 개별상영계약을 분리하는 방식

## 영화상영기본계약서

배급자 000 (대표이사 000, 주소 ) (이하 ‘배급자’라 한다)와 상영자 000 (대표이사 000, 주소 ) (이하 ‘상영자’라 한다)는 배급자가 배급하는 영화를 상영자가 운영하는 영화상영관(이하 ‘극장’이라 한다)에 상영하도록 함에 있어 아래와 같이 계약을 체결한다.

### 제1조 목적

배급자는 계약기간 동안 상영자에게 영화를 배급하며, 상영자는 개별적으로 체결하는 상영계약에 따라 자신이 운영하는 극장에 영화를 상영하는 데에 있어 필요한 사항을 정하는 데에 이 계약의 목적이 있다.

### 제2조 용어의 정의

- ① 상영권료(부금) : 배급자가 상영자에게 영화를 상영하도록 허락하는 대가를 말하며, ‘순 입장료’의 일정 비율로 산정한다.
- ② 순 입장료 : 상영자가 영화 상영기간 동안 지급시기 및 장소에 관계없이 해당 영화의 입장료로 받은 총 금액(영화 관람 인원 × 입장료)에서 영화발전기금, 부가 가치세 등 법률에 의하여 관람객으로부터 징수할 것이 정해져 있고 일률적으로 징수되는 금액을 제외한 나머지 금액을 말한다.
- ③ 부금율 : 상영권료의 산정 비율을 말하며, 상영권료는 [부금율 × 순입장료]로 산정한다.
- ④ 스크린 : 1개의 영화가 상영되는 독립적인 1개의 상영장을 말한다.

### **제3조 계약기간**

이 기본계약은 20[ ]년 [ ]월부터 20[ ]년 [ ]월까지 그 효력이 있다.

### **제4조 상영의 허락**

배급자는 상영자에게 개별상영계약에 따라 지정된 영화(이하 ‘계약 영화’라 한다)를 지정된 극장에서 지정된 일수만큼 공개 상영할 권리를 부여하며, 상영자는 계약 영화를 개별상영계약에서 정한 조건에 따라 상영할 수 있고, 다른 시간이나 장소, 다른 형태의 사용 또는 다른 목적으로 이용할 수 없다.

### **제5조 상영권료(부금)의 산정비율(부금율)**

- ① 부금율은 고정된 비율의 정율 방식과 상영기간에 따라 그 비율이 점차 변동되는 슬라이딩 방식 중 개별상영계약에서 선택하여 정한다.
- ② 정율의 부금율은 한국영화와 외국영화를 구분하지 않고 55%를 기준으로 하는 방식을 말한다.
- ③ 슬라이딩 방식의 부금율은 개봉 전 및 개봉 첫 주에 ( )%를 부금율로 하고, 2주차에 ( )%, 3주차에 ( )%, 4주차에 ( )%, 5주차에 ( )%, 6주차에 ( )%, 7주차 이후부터 ( )%를 부금율로 하는 방식을 말한다.
- ④ 위 두가지 방식을 기준으로 하되, 상영관의 소재지 및 형태에 따라, 극장과 배급사의 상호 합의에 의한 계약에 의거하여 상영권료(부금)를 조정할 수 있다.
- ⑤ 상영자는 영화 상영과 관련하여 상영 시의 입장수입과 입장객 수를 나타내는 정확한 기록을 유지하여야 한다.

### **제6조 상영의 조건**

- ① 상영자는 계약 영화에 대하여 개봉일로부터 [1주] 동안의 상영을 보장한다.
- ② 상영자는 최소 1개의 스크린에서 1개의 계약 영화를 독점적으로 상영하여야 하며, 계약 영화가 상영 중인 동일한 스크린에서 다른 영화를 상영하여서는 안 된다. 단, 다음에 명시된 사항을 조건으로 상호 합의 하에 계약영화를 다른 영화와 교차하여 상영(이하, ‘교차 상영’이라 한다) 할 수 있다.
- ③ 상영자가 제1항의 최소상영보장기간 중 또는 개별상영계약에서 정한 계약상영기간 내에 1개의 계약 영화를 다른 영화와 ‘교차상영’하고자 할 경우, 상영자는 배급자의 서면에 의한 사전 동의를 얻어야 한다.

- ④ 상영자가 제1항의 최소상영보장기간 중 또는 개별상영계약에서 정한 계약상영 기간 내에 1개의 계약 영화를 다른 영화와 '교차 상영'하고자 할 경우에는, 배급자에게 상영기간의 연장 또는 부금율의 상향을 제공해야 한다. 이 경우 연장되는 상영기간은 교차상영일수의 2배로, 상향되는 부금율은 원래 부금율에 [10%]를 더하는 것으로 한다. 상영자가 이러한 조건으로 교차 상영을 요구할 경우 배급자는 이를 응하여야 한다. 다만 상영기간의 연장 또는 부금율의 상향이라는 조건 중 하나를 선택하는 권리는 배급자에게 있다.
- ⑤ 배급자의 서면동의 및 제4항에 따라 교차 상영하는 경우에도, 상영자는 계약 영화를 다른 영화와 순차적으로 교차하여 상영하는 등의 방법으로 일정한 규칙에 따라 교차 상영을 해야 하며, 계약 영화를 관람객이 접근하기 어려운 시간대에 배치하는 등의 방법으로 차별하여서는 안 된다.

## 제7조 대금의 지불과 지연손해금

- ① 상영자는 계약 영화의 상영 종료일로부터 7일 이내에 입장료액, 관람객 인원 및 이를 기초로 하여 산정한 순 입장료 금액 등을 배급자에게 서면으로 제공하고, 배급자는 상영자에게 상영권료의 지급을 세금계산서로 청구한다.
- ② 배급자는 상영자가 제공한 입장료 수입 및 상영권료 내역에 이의가 있을 경우, 이를 서면으로 상영자에게 통지하여야 하고, 필요한 경우 추가 자료를 요구할 수 있다. 이 경우 배급자와 상영자는 상호 협의하여 상영권료를 산정한다.
- ③ 상영자는 계약 영화의 상영 종료일로부터 45일 이내에 상영권료를 배급자가 지정하는 계좌에 현금으로 지급하여야 한다. 다만, 계약 영화의 상영이 1개월 이상 지속될 경우 상영권료를 월별로 정산하기로 하되, 상영 개시 후 2개월 이내에 첫 번째 1개월의 상영권료를 지급하고, 3개월 이내에 두 번째 1개월의 상영권료를 지급하는 방법으로 월별 상영권료를 순차적으로 지급한다. 그 정산의 절차는 제1항과 같다.
- ④ 상영자가 정해진 기간 내에 본조의 대금을 지급하지 않을 경우, 상영자는 지급 예정일 다음날부터 지급을 완료한 날까지 연[19]%의 지연손해금을 가산하여 지급하여야 한다.

### **제8조 무료입장**

상영자는 배급자의 사전 서면 동의 없이 또는 개별상영계약에서 정한 바에 따르지 않고, 포인트나 마일리지의 사용 등 그 명칭에 관계없이 무료입장을 허용하거나 무료입장권을 발매할 수 없다.

### **제9조 프린트**

- ① 배급자는 최초 영화상영 [ ]일 전까지 필름 형태의 영화프린트를 상영될 스크린의 수에 맞추어 상영자에게 제공하거나 디지털 형태의 영화파일을 상영자에게 제공하여야 한다.
- ② 상영자에게 제공된 프린트 또는 디지털 파일의 소유권, 관련 지적재산권은 배급자에게 있으며, 상영자는 프린트 또는 디지털파일을 수정, 편집, 삭제할 수 없다.
- ③ 상영자는 계약 영화의 프린트 또는 디지털파일을 본 계약서와 개별상영계약서에 명시된 장소에 보관하고 상영하여야 하며 해당 프린트 또는 디지털파일을 복제하거나 다른 용도로 사용할 수 없다.
- ④ 계약 영화의 상영을 종료하거나 계약이 해지/해제되는 경우, 상영자는 각 프린트를 배급자에게 반환하거나 디지털파일을 복구 불가능한 상태로 폐기하며, 배급자는 각 프린트를 회수한다.

### **제10조 권리의 양도 금지**

상영자는 본 계약상의 지위와 권리를 배급자의 사전 서면 동의 없이 제3자에게 양도하거나 담보로 제공하는 등의 처분행위를 할 수 없다.

### **제11조 상영자의 협력 의무**

배급자의 대리인은 계약 영화의 상영기간 또는 상영 종료 후 입장권 판매상황, 입장객 수, 입장수입을 점검하기 위하여 매표소를 포함하여 극장에 출입할 수 있으며, 계약 영화와 관련한 극장 회수분 입장권 및 관련 자료를 열람, 복사할 수 있다. 상영자는 배급자의 조사 활동에 협조하며 필요한 자료를 제공하여야 한다.

### **제12조 광고/홍보 비용**

계약 영화의 상영을 위한 광고/홍보 비용은 배급자가 부담하며, 배급자의 동의 없이 상영자가 자체 집행하는 광고비 및 제반 비용은 상영자가 부담한다.

### 제13조 계약의 해지/해제

- ① 계약 당사자 일방에게 부도, 화의, 파산, 회사정리 등의 사유가 발생하여 이 계약을 정상적으로 유지하기 어려울 경우 상대방은 서면 통지로 이 계약을 해지/해제할 수 있다.
- ② 일방 당사자가 계약 내용을 위반하여 계약의 목적을 달성하기 어려울 경우, 상대방은 서면 통지로서 이 계약을 해지/해제할 수 있다. 계약의 해지/해제는 상대방에 대한 손해배상 청구에 영향을 미치지 아니한다.
- ③ 이 계약이 해지/해제되는 경우 상영자는 미 정산 상영대가를 지체 없이 정산하여야 한다.

### 제14조 계약의 해석 및 관할 법원

이 계약에 명시되지 아니한 사항 및 계약의 해석은 관련 법령 및 일반 상관습에 따르며, 이 계약과 관련하여 발생하는 모든 분쟁은 [                ]법원을 합의의 관할법원으로 한다.

20 . . .

배급자	상영자
주식회사 000	주식회사 000
대표이사 000	대표이사 000
주소	주소

## 개별상영계약서

배급자(이하 ‘배급자’라 한다)와 상영자(이하 ‘상영자’라 한다)는 배급자와 상영자가 20[ ]년 [ ]월 체결한 영화상영기본계약에 따라 아래와 같은 조건으로 영화를 공급하고 상영하기로 한다. (이 계약에서 사용하는 용어는 영화상영기본계약에서 정한 바에 따른다.)

① 영화 제목 :

② 상영극장 :

③ 상영개시일 :

④ 부금율 :

가. 정액의 부금율 : [55] %

또는

나. 슬라이딩 방식의 부금율 : 개봉 1주차에 ( )%, 2주차에 ( )%, 3주차에 ( )%, 4주차에 ( )%, 5주차에 ( )%, 6주차에 ( )%, 7주차 이후부터 ( )%

다. 위 두가지 방식을 기준으로 하되, 상영관의 소재지, 상영관의 형태에 따라, 극장과 배급사의 상호 합의에 의한 계약에 의거하여 상영권료(부금)를 조정할 수 있다.

⑤ 상영 조건

가. 상영기간 : 개봉일로부터 [ ]일간(개봉일로부터 7일간 최소상영기간 보장)

나. 상영 스크린 수 :

다. 1일 상영 최소 횟수 : 회

라. 종영의 조건 :

마. 무료입장한도 :

배급자

주식회사 000

대표이사 000

주소

상영자

주식회사 000

대표이사 000

주소

## 나. 하나의 계약서를 작성하는 방식

# 영화상영계약

배급자 000 (대표이사 000, 주소 ) (이하 ‘배급자’라 한다)와 상영자 000 (대표이사 000, 주소 ) (이하 ‘상영자’라 한다)는 배급자가 배급하는 영화를 상영자가 운영하는 영화상영관(이하 ‘극장’이라 한다)에 상영하도록 함에 있어 아래와 같이 계약을 체결한다.

### 제1조 목적

배급자는 계약기간 동안 상영자에게 영화를 배급하며, 상영자는 개별적으로 체결하는 상영 계약에 따라 자신이 운영하는 극장에 영화를 상영하는 데에 있어 필요한 사항을 정하는 데에 이 계약의 목적이 있다.

### 제2조 용어의 정의

- ① **상영권료(부금)** : 배급자가 상영자에게 영화를 상영하도록 허락하는 대가를 말하며, ‘순 입장료’의 일정 비율로 산정한다.
- ② **순 입장료** : 상영자가 영화 상영기간 동안 지급시기 및 장소에 관계없이 해당 영화의 입장료로 받은 총 금액(영화 관람 인원 × 입장료)에서 영화발전기금, 부가 가치세 등 법률에 의하여 관람객으로부터 징수할 것이 정해져 있고 일률적으로 징수되는 금액을 제외한 나머지 금액을 말한다.
- ③ **부금율** : 상영권료의 산정 비율을 말하며, 상영권료는 [부금율 × 순입장료]로 산정한다.
- ④ **스크린** : 1개의 영화가 상영되는 독립적인 1개의 상영장을 말한다.

### 제3조 계약 기본 사항

- ① **영화 제목** :
- ② **상영극장** :
- ③ **상영개시일** :
- ④ **부금율** :

가. 정액의 부금율 : [55] %

또는

나. 슬라이딩 방식의 부금율 : 개봉 1주차에 ( )%, 2주차에 ( )%, 3주차에 ( )%, 4주차에 ( )%, 5주차에 ( )%, 6주차에 ( )%, 7주차 이후부터 ( )%

다. 위 두 가지 방식을 기준으로 하되, 상영관의 소재지, 상영관의 형태에 따라, 극장과 배급사의 상호 합의에 의한 계약에 의거하여 상영권료(부금)를 조정할 수 있다.

#### ⑤ 상영 조건

가. 상영기간 : 개봉일로부터 [ ]일간 (개봉일로부터 7일간의 최소상영기간 보장)

나. 스크린 수 :

다. 1일 상영 최소 횟수 : 회

라. 종영의 조건 :

마. 무료입장한도 :

#### 제4조 상영의 허락

배급자는 상영자에게 제3조의 영화(이하 ‘계약 영화’라 한다)를 지정된 극장에서 지정된 일수만큼 공개 상영할 권리를 부여하며, 상영자는 계약 영화를 제3조에서 정한 조건에 따라 상영할 수 있고, 다른 시간이나 장소, 다른 형태의 사용 또는 다른 목적으로 이용할 수 없다.

#### 제5조 상영권료(부금)의 산정비율(부금율)

- ① 부금율은 고정된 비율의 정율 방식과 상영기간에 따라 그 비율이 변동되는 슬라이딩 방식 중 선택하여 정한다.
- ② 정율의 부금율은 한국영화와 외국영화를 구분하지 않고 55%를 기준으로 하는 방식을 말한다.
- ③ 슬라이딩 방식의 부금율은 개봉 전 및 개봉 첫 주에 ( )%를 부금율로 하고, 2주차에 ( )%, 3주차에 ( )%, 4주차에 ( )%, 5주차에 ( )%, 6주차에 ( )%, 7주차 이후부터 ( )%를 부금율로 한다.
- ④ 상영자는 영화 상영과 관련하여 상영 시의 입장수입과 입장객 수를 나타내는 정확한 기록을 유지하여야 한다.

## 제6조 상영의 조건

- ① 상영자는 계약 영화에 대하여 개봉일로부터 [1주] 동안의 상영을 보장한다.
- ② 상영자는 최소 1개의 스크린에서 1개의 계약 영화를 독점적으로 상영하여야 하며, 계약 영화가 상영 중인 동일한 스크린에서 다른 영화를 상영하여서는 안 된다. 단, 다음에 명시된 사항을 조건으로 상호 합의 하에 계약영화를 다른 영화와 교차하여 상영(이하, '교차 상영'이라 한다) 할 수 있다.
- ③ 상영자가 제1항의 최소상영보장기간 중 또는 개별상영계약에서 정한 계약상영 기간 내에 1개의 계약 영화를 다른 영화와 '교차상영'하고자 할 경우, 상영자는 배급자의 서면에 의한 사전 동의를 얻어야 한다.
- ④ 상영자가 제1항의 최소상영보장기간 중 또는 개별상영계약에서 정한 계약상영 기간 내에 1개의 계약 영화를 다른 영화와 '교차 상영'하고자 할 경우에는, 배급자에게 상영기간의 연장 또는 부금율의 상향을 제공해야 한다. 이 경우 연장되는 상영기간은 교차상영일수의 2배로, 상향되는 부금율은 원래 부금율에 [10%]를 더하는 것으로 한다. 상영자가 이러한 조건으로 교차 상영을 요구할 경우 배급자는 이를 응하여야 한다. 다만 상영기간의 연장 또는 부금율의 상향이라는 조건 중 하나를 선택하는 권리는 배급자에게 있다.
- ⑤ 배급자의 서면동의 및 제4항에 따라 교차 상영하는 경우에도, 상영자는 계약 영화를 다른 영화와 순차적으로 교차하여 상영하는 등의 방법으로 일정한 규칙에 따라 교차상영을 해야 하며, 계약 영화를 관객이 접근하기 어려운 시간대에 배치하는 등의 방법으로 차별하여서는 안 된다.

## 제7조 대금의 지불과 지연손해금

- ① 상영자는 계약 영화의 상영 종료일로부터 7일 이내에 입장료액, 관객 인원 및 이를 기초로 하여 산정한 순 입장료 금액 등을 배급자에게 서면으로 제공하고, 배급자는 상영자에게 상영권료의 지급을 세금계산서로 청구한다.
- ② 배급자는 상영자가 제공한 입장료 수입 및 상영권료 내역에 이의가 있을 경우, 이를 서면으로 상영자에게 통지하여야 하고, 필요한 경우 추가 자료를 요구할 수 있다. 이 경우 배급자와 상영자는 상호 협의하여 상영권료를 산정한다.

- ③ 상영자는 계약 영화의 상영 종료일로부터 45일 이내에 상영권료를 배급자가 지정하는 계좌에 현금으로 지급하여야 한다. 다만, 계약 영화의 상영이 1개월 이상 지속될 경우 상영권료를 월별로 정산하기로 하되, 상영 개시 후 2개월 이내에 첫 번째 1개월의 상영권료를 지급하고, 3개월 이내에 두 번째 1개월의 상영권료를 지급하는 방법으로 월별 상영권료를 순차적으로 지급한다. 그 정산의 절차는 제1항과 같다.
- ④ 상영자가 정해진 기간 내에 본조의 대금을 지급하지 않을 경우, 상영자는 지급 예정일 다음날부터 지급을 완료한 날까지 연[19]%의 지연손해금을 가산하여 지급하여야 한다.

#### **제8조 무료입장**

상영자는 배급자의 사전 서면 동의 없이 또는 개별상영계약에서 정한 바에 따르지 않고, 포인트나 마일리지의 사용 등 그 명칭에 관계없이 무료입장을 허용하거나 무료 입장권을 발매할 수 없다.

#### **제9조 프린트**

- ① 배급자는 최초 영화상영 [ ]일 전까지 필름 형태의 영화프린트를 상영될 스크린의 수에 맞추어 상영자에게 제공하거나 디지털 형태의 영화파일을 상영자에게 제공하여야 한다.
- ② 상영자에게 제공된 프린트 또는 디지털 파일의 소유권, 관련 지적재산권은 배급자에게 있으며, 상영자는 프린트 또는 디지털파일을 수정, 편집, 삭제할 수 없다.
- ③ 상영자는 계약 영화의 프린트 또는 디지털파일을 본 계약서와 개별상영계약서에 명시된 장소에 보관하고 상영하여야 하며 해당 프린트 또는 디지털파일을 복제하거나 다른 용도로 사용할 수 없다.
- ④ 계약 영화의 상영을 종료하거나 계약이 해지/해제되는 경우, 상영자는 각 프린트를 배급자에게 반환하거나 디지털파일을 복구 불가능한 상태로 폐기하며, 배급자는 각 프린트를 회수한다.

#### **제10조 권리의 양도 금지**

상영자는 본 계약상의 지위와 권리를 배급자의 사전 서면 동의 없이 제3자에게 양도하거나 담보로 제공하는 등의 처분행위를 할 수 없다.

### **제11조 상영자의 협력 의무**

배급자의 대리인은 계약 영화의 상영기간 또는 상영 종료 후 입장권 판매상황, 입장객 수, 입장수입을 점검하기 위하여 매표소를 포함하여 극장에 출입할 수 있으며, 계약 영화와 관련한 극장 회수분 입장권 및 관련 자료를 열람, 복사할 수 있다. 상영자는 배급자의 조사 활동에 협조하며 필요한 자료를 제공하여야 한다.

### **제12조 광고/홍보 비용**

계약 영화의 상영을 위한 광고/홍보 비용은 배급자가 부담하며, 배급자의 동의 없이 상영자가 자체 집행하는 광고비 및 제반 비용은 상영자가 부담한다.

### **제13조 계약의 해지/해제**

- ① 계약 당사자 일방에게 부도, 화의, 파산, 회사정리 등의 사유가 발생하여 이 계약을 정상적으로 유지하기 어려울 경우 상대방은 서면 통지로 이 계약을 해지/해제할 수 있다.
- ② 일방 당사자가 계약 내용을 위반하여 계약의 목적을 달성하기 어려울 경우, 상대방은 서면 통지로서 이 계약을 해지/해제할 수 있다. 계약의 해지/해제는 상대방에 대한 손해배상 청구에 영향을 미치지 아니한다.
- ③ 이 계약이 해지/해제되는 경우 상영자는 미 정산 상영대가를 지체 없이 정산하여야 한다.

### **제14조 계약의 해석 및 관할 법원**

이 계약에 명시되지 아니한 사항 및 계약의 해석은 관련 법령 및 일반 상관습에 따르며, 이 계약과 관련하여 발생하는 모든 분쟁은 [ ]법원을 합의의 관할법원으로 한다.

20 . . .

배급자

주식회사 000

대표이사 000

주소

상영자

주식회사 000

대표이사 000

주소

## 별첨 : 부율관련 시뮬레이션 결과

### ■ 1안 : 투자 · 제작 · 배급사 vs 극장 부율을 6:4로 일원화

- **한국영화 투자 수익률(극장 매출 기준) 16.1%P 증가**
    - 2009년 투자 수익률(극장 매출 기준) 16.1%P 증가(-19.6% → -3.5%)
  - **한국영화 투자 · 제작 · 배급사의 극장 매출 약 20.0% 증가**
    - 2008년 기준 매출액 406.5억 원 증가(서울 128.3억 원 증가/ 지방 278.2억 원 증가)  
(2,032.6억 원 → 2,439.1억 원)
    - 2009년 기준 매출액 525.9억 원 증가(서울 160.8억 원 증가/ 지방 365.1억 원 증가)  
(2,629.7억 원 → 3,155.6억 원)
    - 2010년 기준 매출액 504.4억 원 증가(서울 156.4억 원 증가/ 지방 348.0억 원 증가)  
(2,522.0억 원 → 3,026.4억 원)
  - **외국영화 투자 · 수입 · 배급사의 극장 매출 약 12.0% 증가**
    - 2008년 기준 매출액 350.9억 원 증가(서울 0억 원 증가/ 지방 350.9억 원 증가)  
(2,958.4억 원 → 3,309.3억 원)
    - 2009년 기준 매출액 362.0억 원 증가(서울 0억 원 증가/ 지방 362.0억 원 증가)  
(2,961.4억 원 → 3,323.4억 원)
    - 2010년 기준 매출액 422.7억 원 증가(서울 0억 원 증가/ 지방 422.7억 원 증가)  
(3,451.2억 원 → 3874.0억 원)
  - **극장의 매출액 16.5~17.1% 감소**
    - 2008년 기준 총매출액(한국영화+외국영화) 757.4억 원 감소(서울 128.3억 원 감소/ 지방 629.1억 원 감소)(4,589.8억 원 → 3,832.4억 원)
    - 2009년 기준 총매출액(한국영화+외국영화) 887.9억 원 감소(서울 160.8억 원 감소/ 지방 727.1억 원 감소)(5,207.3억 원 → 4,319.4억 원)
    - 2010년 기준 총매출액(한국영화+외국영화) 927.2억 원 감소(서울 156.4억 원 감소/ 지방 770.7억 원 감소)(5,527.4억 원 → 4,600.2억 원)
- ☞ 투자 · 제작 · 수입 · 배급 부문 수익률 개선 효과가 가장 높음, 그러나 그 만큼 극장 부문 수익률이 크게 악화됨. 특히 멀티플렉스체인에 비해 수익률이 크게 떨어지는 지방 극장이나 일반 멀티플렉스는 즉각적인 경영 위기 초래 가능성 존재

## ■ 2안 : 투자 · 제작 · 배급사 vs 극장 부율을 5:5로 일원화

- 한국영화 극장 매출 기준 투자수익률 변동 없음
  - 한국영화 투자 · 제작 · 배급사의 극장 매출 변동 없음
  - 외화 영화 투자 · 수입 · 배급부문의 극장 매출 6.5% 감소
    - 2008년 기준 매출액 200.6억 원 감소(서울 200.6억 원 감소/ 지방 0억 원 감소)  
(2958.4억 원 → 2757.8억 원)
    - 2009년 기준 매출액 191.9억 원 감소(서울 191.9억 원 감소/ 지방 0억 원 감소)  
(2,961.4억 원 → 2769.5억 원)
    - 2010년 기준 매출액 222.8억 원 감소(서울 222.8억 원 감소/ 지방 0억 원 감소)  
(3,451.2억 원 → 3,228.3억 원)
  - 극장의 매출액 3.7~4.4% 증가
    - 2008년 기준 매출액(외국영화) 200.6억 원 증가(서울 200.6억 원 증가/ 지방 0억 원 증가)  
(4589.7억 원 → 4,790.3억 원)
    - 2009년 기준 매출액(외국영화) 191.9억 원 증가(서울 191.9억 원 증가/ 지방 0억 원 증가)  
(5,207.3억 원 → 5,399.2억 원)
    - 2010년 기준 매출액(외국영화) 222.8억 원 증가(서울 222.8억 원 증가/ 지방 0억 원 증가)  
(5,527.4억 원 → 5,750.3억 원)
- ☞ 한국영화 투자 · 제작 · 배급 부문의 이익에 변동 없는 반면, 극장 매출 및 수익률은 다소 개선. 반면 외화의 매출이 다소 감소

## ■ 3안 : 투자 · 제작 · 배급사 vs 극장 부율을 5.5 : 4.5로 일원화

- 한국영화 투자 수익률(극장 매출 기준) 8.1%P 증가
  - 2009년 투자 수익률(극장 매출 기준) 8.1%P 증가(-19.6% → -11.5%)
- 한국영화 투자 · 제작 · 배급사의 극장 매출 10.0% 증가
  - 2008년 기준 매출액 203.3억 원 증가(서울 64.2억 원 증가/ 지방 139.1억 원 증가)  
(2,032.6억 원 → 2,235.9억 원)
  - 2009년 기준 매출액 263.0억 원 증가(서울 80.4억 원 증가/ 지방 182.6억 원 증가)  
(2,629.7억 원 → 2,892.7억 원)
  - 2010년 기준 매출액 252.2억 원 증가(서울 78.2억 원 증가/ 지방 174.0억 원 증가)  
(2,522.0억 원 → 2774.2억 원)

- 외국영화 투자 · 수입 · 배급사의 극장 매출 2.5~2.9% 증가
  - 2008년 기준 매출액 75.1억 원 증가(서울 100.3억 원 감소/ 지방 175.4억 원 증가)  
(2,958.4억 원 → 3,033.5억 원)
  - 2009년 기준 매출액 85.0억 원 증가(서울 96.0억 원 감소/ 지방 181.0억 원 증가)  
(2,961.4억 원 → 3,046.4억 원)
  - 2010년 기준 매출액 99.9억 원 증가(서울 111.4억 원 감소/ 지방 211.3억 원 증가)  
(3,451.2억 원 → 3,551.1억 원)
- 극장의 매출액 6.1~6.7% 감소
  - 2008년 기준 총매출액(한국영화+외국영화) 278.4억 원 감소(서울 36.2 억 원 증가/ 지방 314.6억 원 감소)(4,589.8억 원 → 4,311.4억 원)
  - 2009년 기준 총매출액(한국영화+외국영화) 348.0억 원 감소(서울 15.5억 원 증가/ 지방 363.5억 원 감소)(5,207.3억 원 → 4,859.3억 원)
  - 2010년 기준 총매출액(한국영화+외국영화) 352.1억 원 감소(서울 33.2억 원 증가/ 지방 385.3억 원 감소)(5,527.4억 원 → 5,175.3억 원)

☞ 한국영화 투자 · 제작 · 배급 부문의 수익률 증가. 외국영화 투자 · 수입 · 배급 부문의 매출액도 다소 증가하는 반면, 극장 부문의 매출액은 다소 감소

#### ■ 4안 : 주차별 슬라이딩 시스템 도입(개봉기간에 따라 배급사 → 극장에 유리)

- ① 배급 : 상영 - 8:2 (개봉전~개봉 1주) → 7:3 (개봉 2주) → 6:4 (개봉 3주) → 5:5 (개봉 4주) → 4:6 (개봉 5주) → 3:7(개봉 6주) → 2:8 (개봉 6주 이후)

한국영화 부율 변경에 따른 매출 비교

구분	매출액		차액	증감율	평균 상영기간
	현행 (5:5 정율방식)	슬라이딩 도입시 (8:2→2:8)			
2009	배급사	1,649억 원	1,695억 원	+46억 원	+2.8%
	극장	1,650억 원	1,604억 원	-46억 원	-2.8%
2010	배급사	2,157억 원	2,921억 원	764억 원	+35.4%
	극장	2,157억 원	1,393억 원	-764억 원	-35.4%

(\*2009년, 2010년 개봉 영화 기준, 단 이월작 제외)

## 외국영화 부율 변경에 따른 매출 비교

구분	매출액		차액	증감율	평균 상영기간
	현행 (5:5 정율방식)	슬라이딩 도입시 (8:2→2:8)			
2010	배급사	2,661억 원	3,591억 원	930억 원	+34.9%
	극장	2,315억 원	1,385억 원	-930억 원	-40.0%

(\*2009년, 2010년 개봉 영화 기준, 단 이월작 제외)

- <8:2→2:8> 슬라이딩 시스템 도입시, 2010년 기준 배급사의 매출액이 한국영화는 35.4%, 외화는 34.9%가 증가하여 극장과 배급사 간 수익 불균형을 낳게 됨.
- 이는 2010년 평균 상영기간이 전년 대비 2주 이상 단축되었기 때문에 나타난 결과로, 단 기간에 와이드릴리즈를 통해 관객을 최대한 흡수하여 극장 회전율을 높이는 최근의 배급/ 상영 관행에 영향을 받은 바가 큼.
- 이에 따라 <8:2→2:8> 슬라이딩 시스템 도입시, 미국의 슬라이딩시스템과 마찬가지로 극장이 기본 상영수수료를 선공제(총매출액의 10%)하고, 나머지 금액에 대하여 슬라이딩 부율을 적용하는 것이 현실적으로 타당함.

## ② 배급 : 상영 / 6:4(개봉전~개봉2주) → 5:5(개봉 3, 4주) → 4:6 (개봉 4주 이후)

## 외국영화 부율 변경에 따른 매출 비교

구분	매출액		차액	증감율	평균 상영기간
	현행 (5:5 정율방식)	슬라이딩 도입시 (6:4→4:6)			
한국영화	배급사	2,157억 원	2,413억 원	256억 원	+11.9%
	극장	2,157억 원	1,901억 원	-256억 원	-11.9%
외국영화	배급사	2,661억 원	2,874억 원	213억 원	+8.0%
	극장	2,315억 원	2,102억 원	-213억 원	-9.2%

(\*2009년, 2010년 개봉 영화 기준, 단 이월작 제외)

- <6:4→4:5> 슬라이딩 시스템 도입시, 2010년 기준 배급사의 매출액이 한국영화는 11.9%, 외화는 8.0%가 증가하여 상대적으로 변동폭이 크지 않음.
- 다만 한국영화의 경우 지방과 서울 지역 모두 동일한 증가폭을 보이는 반면, 외국영화의 경우 현행 6:4 부율을 적용하고 있는 서울 지역 극장의 매출액은 4%가 증가하는 반면, 5:5 부율을 적용하고 있는 서울을 제외한 수도권 및 지방극장의 매출액은 15.7% 감소하는 것으로 나타남.