

수직계열화를 넘어 영화산업 생태계로

김 영 겔 (金 永 杰)

KAIST 정보미디어경영대학원

ygkim@business.kaist.ac.kr

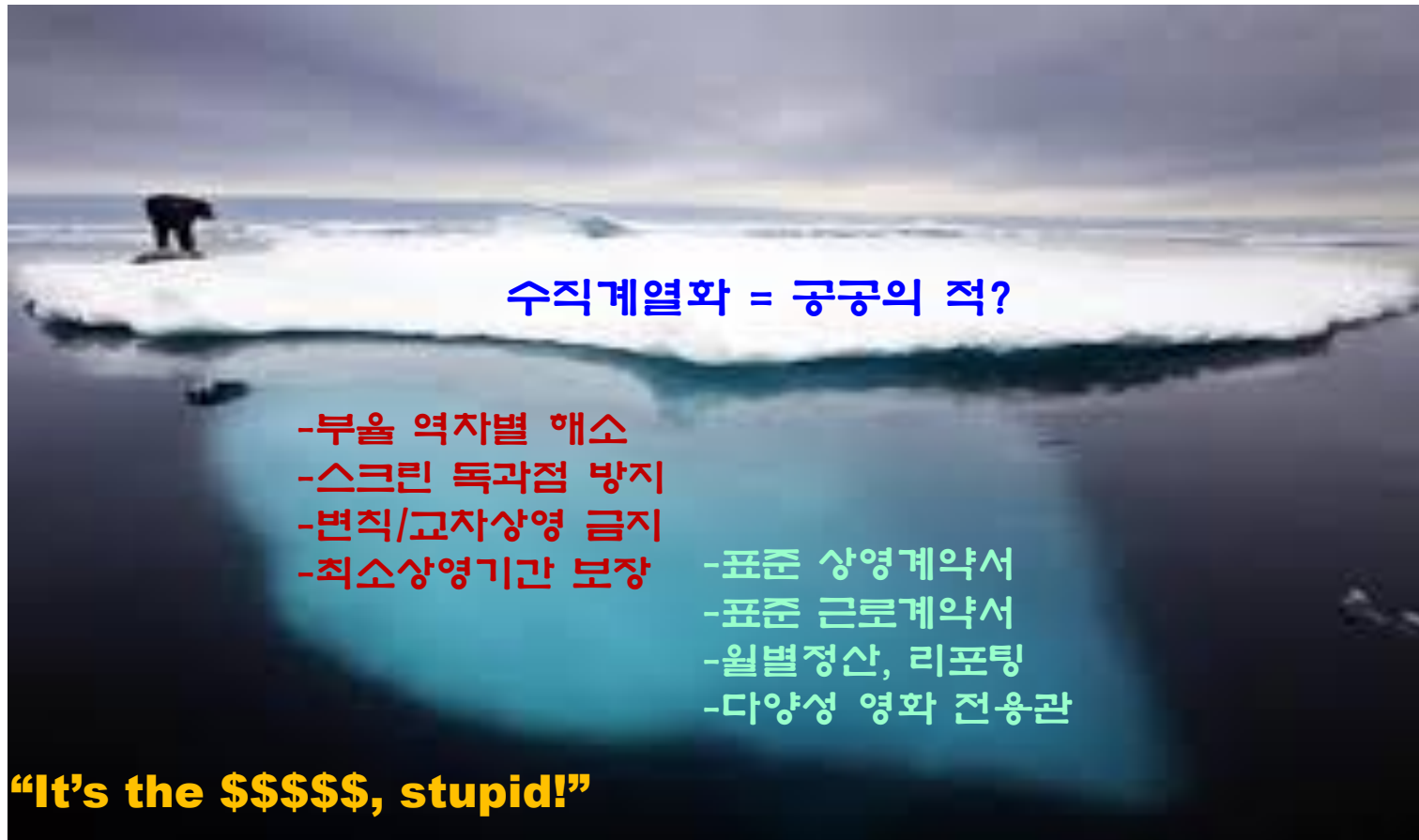
멈추지 않는 다윗과 골리앗의 싸움

- 2012: 터치 vs 내가 살인범이다 (쇼박스)
- 2013: 뽀로로 vs 베를린 (CJ E&M)
- 2014: 넋잡 vs 겨울왕국 (디즈니)

또 하나의 약속 vs 롯데씨네마

⇒What are the real issues?

What are the **real issues**? (다윗의 true points of pain)



수직계열화 = 공공의 적?

- 부울 역차별 해소
- 스크린 독과점 방지
- 변칙/교차상영 금지
- 최소상영기간 보장

- 표준 상영계약서
- 표준 근로계약서
- 월별정산, 리포팅
- 다양성 영화 전용관

"It's the \$\$\$\$\$, stupid!"

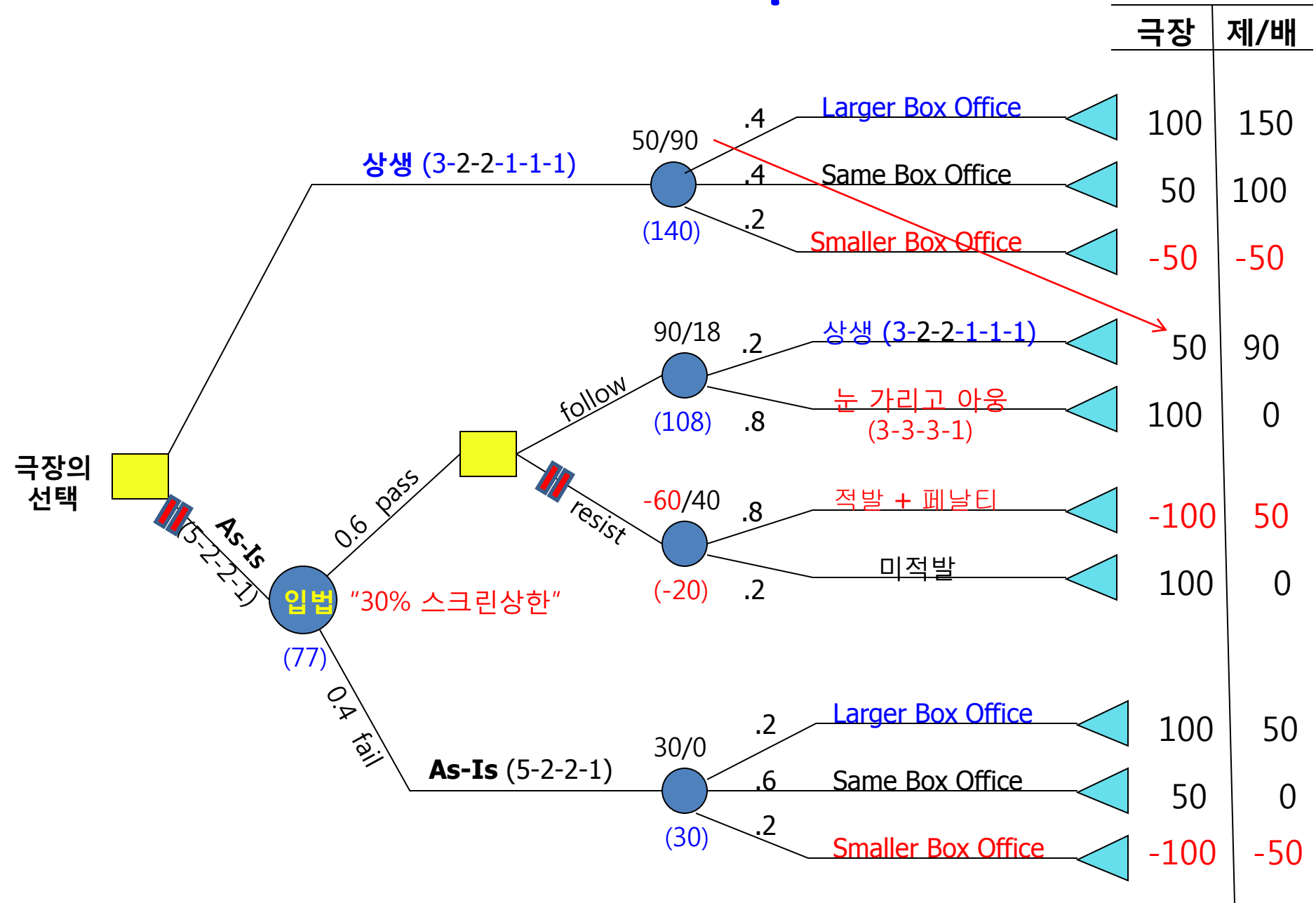
What has been done? - I

- 2008.2: 공정위 무료초대권 발급은 위법, 시정 명령
- 2011.10: 한국 영화동반성장협의회 발족
- 2012. 7: 한국 영화 동반성장 이행협약 체결
- 2013. 4: 한국 영화 동반성장 이행협약 부속합의문 채택
- 2013. 6~8: CGV(6월), 롯데씨네마(8월) 한국영화 부율조정 (50%→55%)
- 2013. 10: 23개 제작사 멀티플렉스4사 대상 손해배상청구소송 승소
- 2014. 2: “관능의 법칙” 영화스텝 표준근로계약서 첫 적용
- 2014. 1.29: 박근혜 대통령 넋집 시사 후 “한국 영화배급 시스템 개선 필요”
- 2014. 1~3: 국회 영비법 개정안 발의 (새누리 박창식, 민주 최민희)

What has been done? - II

동반성장 이행협약 부속합의문 조항	이행수준
1. 현장 스태프 처우개선: 표준근로계약서 준수	Low
2. 상영부문 공정경쟁환경 조성 - 1주 최소 상영기간 보장 (without 변칙상영) - 공정한 예매오픈 - 스크린수의 합리적(?) 배정	Low Low Medium
3. 상영부문 상생환경의 조성 - 배급사 동의 없는 무료 초대권 발급 금지 - 극장 -> 배급사 정산기간 단축 (월별 정산)	Medium Medium
4. 투자-배급부문 상생환경의 조성 - 배급사 -> 제작사 정산 중영 60일 이내 + 월별 리포팅	Low-Low
5. 기술부문 공정경쟁환경 조성 - 표준기술계약서 도입	Low
6. 창작자 권익 보호 - 표준 시나리오/연출/프로듀서 계약서 도입	Medium-low
7. 불공정행위 모니터링-신고센터 영화계 공동운영	Medium

What are the real options? (YG Kim)



What are the **상생** options? - I

- 부울 차별 철폐 및 개선 → “Done!” (^^)

	<u>[한국영화]</u>	<u>[외국영화]</u>
– CGV (2014.6)	5:5 => 5.5:4.5, 6:4 => 5:5	
– 롯데씨네마 (2014.8)	5:5 => 5.5:4.5, 6:4 => 5.5:4.5	
– 메가박스(2014.12)	5:5 => 5:5, 6:4 => 5:5	

- 다양성 영화 전문관 확대 → “Being done”

- CGV **무비골라주** 예술영화전용관: 9 (2011) => 19 (2014.3)
- 롯데 **아트씨** 예술영화 전용관: 6 (2013.8) => 9 (2014)
- 메가박스: **아트나인**(2013.1 ~), **G씨네마** 3 (2013 ~) 등

What are the **상생** options? - II

- 소규모, 독립제작/배급 상업영화의 상영기간/횟수 개선
 - 옵션 1: 최소 상영기간(1주)의 보장 및 확대(1주=>2주)
 - 변직상영 없는 1주 보장은 동반성장 이행협약 합의사항이므로 위반 시 영진위 제재 명문화 및 강화
 - 2주로의 확대는 개봉영화 #를 20~40% 축소시킬 위험 (Wozniak 2012)이 있어서 오히려 제작사는 물론 관객들의 선택권 제한 가능성
 - 옵션 2: 고정부율 => 슬라이딩 스케일 (변동부율) 도입
 - 미국식 변동부율 (상영 주자 별 80:20=>70:30=>60:40=> 50:50 =>40:60 => ...)은 상업영화 90% 이상의 첫 2주 매출비중이 전체 매출의 80% 이상인 상황에서 그대로 적용 불가
 - 참고1: 2013년 500관 이상 개봉영화 35편 (한국영화 전체매출의 94%)의 첫 2주 매출비중은 76.5%, 100~500관 개봉한 영화 24편의 첫 2주 매출비중은 95.2% → 100관 이상 개봉 전체 59편 평균은 84.1%
 - 참고 2: 2010 미국 개봉 영화 중 슬라이딩 스케일 계약한 영화는 14% (Wozniak, 2012)

한국형 슬라이딩 스케일 simulation

[1W: 60:40, 2W: 50:50, 3W~: 40:60]

영화 (2013 순위)	스크린 수	첫2주 매출%	매출 [1W:2W:3W~]	수익분배 [제/배: 극장]	부율 [%]
7번방 (1)	866	35%	166 : 160 : 591 (917억)	416 : 501	45.4 : 54.6
베를린 (4)	894	70%	184 : 177 : 150 (511억)	259 : 251	50.8 : 49.2
전국노래 자랑 (32)	581	86%	36 : 20 : 9 (65억)	35.2 : 29.8	54.1 : 45.9
배우는 배우다 (54)	297	99%	7.56 : 0.32 : 0.02 (7.9억)	4.7 : 3.2	59.5 : 40.5
뫼비우스 (62)	128	85%	0.75 : 1.45 : 0.4 (2.6억)	1.34 : 1.26	51.5 : 48.5
지슬 (53)	81	39%	1.85 : 1.99 : 6.06 (19.9억)	4.53 : 5.37	45.8 : 54.2

한국형 슬라이딩 스케일: 분석 및 제안

[도입 장점]

- 법이나 규제가 아니라 마켓원리에 따라 극장이 흥행영화들(예: 7번방, 뽀로로, 지슬)의 상영기간을 연장할 동인 발생
- 흥행실패로 조기종영 (1~2주)하는 영화들의 경우 제작사에 더 큰 부울 적용하여 제작손실 경감 => '패자부활전' 지원

[도입 단점]

- 한정된 상영 capacity에서 개봉영화들의 상영기간이 늘어날 경우 현재보다 연간 개봉영화의 수가 줄어들 가능성
- 대형영화 중심 시장 (35편/94%, 2013)에서 슬라이딩 스케일(한국형) 전면 도입 시 부울면에서 극장들만 유리

[제안]

1. 모든 제작/배급사들에게 고정부울과 슬라이딩 스케일 부울 중 선택권 부여
2. 기존 멀티플렉스의 대안 상영채널 (학교, 교회, 공공기관 등) 확대

References

- a. 이근재, 최성희, 최병호, 한국영화산업에서 수직결합이 영화상영에 미치는 영향 (경제학연구 제 57집, 제 2호, pp 63-92, 2009)
- b. R. Gil and F. Lafontaine, Using revenue sharing to implement flexible prices in movie exhibition contracts (Journal of Industrial Economics Vol. 60, No 2, pp 187-219, June, 2012)
- c. K. Wozniak, Vertical Restraints in the Movie Exhibition Industry (NYU Stern working paper, 2012)
- d. Competition Concerns in Film Industry (Competition Commission of India, 2013)
- e. The Guide to Japanese Film Industry (UNIJAPAN 2009)
- f. OECD Competition Policy and Film Distribution (1995)
- g. <http://www.kobis.or.kr/kobis/business/main/main.do> (영화진흥위원회)

Questions & Answers



2012: 터치 vs 내가 살인범이다 (쇼박스)

[터치 2012.11.8]

날짜	스크린수	상영횟수	좌석수	관객수	좌석점유율
개봉1일 (11/08)	88	225	28,453	892	3.10%
개봉2일 (11/09)	95	237	30,195	993	3.30%
개봉3일 (11/10)	90	199	24,607	1,134	4.60%
개봉4일 (11/11)	87	203	25,195	1,395	5.50%
개봉5일 (11/12)	89	221	27,085	825	3.00%
개봉6일 (11/13)	91	207	26,292	898	3.40%
개봉7일 (11/14)	89	218	27,350	1,300	4.80%
개봉8일 (11/15)	16	26	3,168	197	6.20%
개봉9일 (11/16)	15	25	3,101	112	3.60%
개봉10일 (11/17)	13	25	3,022	189	6.30%

[내가 살인범이다 2012.11.8]

날짜	스크린수	상영횟수	좌석수	관객수	좌석점유율
개봉1일 (11/08)	520	2,465	445,257	96,151	21.60%
개봉2일 (11/09)	534	2,615	473,113	124,747	26.40%
개봉3일 (11/10)	547	2,666	462,596	213,309	46.10%
개봉4일 (11/11)	531	2,580	448,529	230,496	51.40%
개봉5일 (11/12)	527	2,544	448,773	105,438	23.50%
개봉6일 (11/13)	538	2,535	446,857	102,749	23.00%
개봉7일 (11/14)	543	2,519	443,659	109,006	24.60%
개봉8일 (11/15)	377	1,798	283,419	78,245	27.60%
개봉9일 (11/16)	386	1,895	298,044	97,903	32.80%
개봉10일 (11/17)	388	1,961	302,160	165,515	54.80%

2013: 보로로 vs 베를린 (CJ E&M)

[보로로 극장판 2013.1.23]

주차	스크린수	좌석점유율	매출액	관객수
1	2667	26.2%	2,997,971,000	398461
2	2254	29.1%	2009904500	279387
3	1711	29.4%	1040576500	145174
4	672	31.1%	320768500	46066
5	430	30.3%	189269500	27047
6	390	24.9%	174428000	22746
7	200	8.0%	29085000	3699
8	96	6.3%	13,676,500	1673

[베를린 2013.1.30]

주차	스크린수	좌석점유율	매출액	관객수
1	5698	39.9%	18,363,904,621	2516001
2	5099	46.8%	17689279016	2378281
3	3975	27.8%	8073439500	1123202
4	3098	23.4%	3873912000	546331
5	2529	22.6%	2275926500	315715
6	1966	11.6%	683764500	93895
7	960	10.5%	250641000	35159
8	478	9.4%	91,860,500	12594

2014: 닷잡 vs 겨울왕국 (디즈니)

[닷잡 2014.1.29]

주차	스크린수	상영횟수	좌석점유율	매출액	관객수
1주	2477	6013	35.2%	2,248,991,500	320,197
2주	2000	3609	29.1%	790,187,000	118,499
3주	590	811	32.7%	145,932,000	24,853
4주	105	118	48.6%	36,098,300	6,284
5주	43	54	35.6%	13,518,200	2061

[USA: Jan. 19, 2014 on **3427** screens]

[겨울왕국 2014.1.16]

주차	스크린수	상영횟수	좌석점유율	매출액	관객수
3주	6177	28,532	50.1%	23,025,280,000	2,787,689
4주	5427	24,115	36.7%	13,546,784,500	1,660,700
5주	4837	21,257	27.0%	8,887,792,000	1,091,231
6주	3911	16,431	21.1%	4,859,980,900	608,777
7주	3210	12,034	18.8%	2,821,850,700	357,674
8주	2540	7,244	12.1%	1,057,490,100	129,296

[USA: Dec. 1, 2013 on **3742** screens]

2014.2: 또 하나의 약속 vs 롯데씨네마

[또 하나의 약속 2014.2.6]

- 개봉(2/6)시: 높은 예매율 불구, 7개관 상영시도, 외압논란 후 19개관 개봉 (CGV는 45개관 개봉)
- 상업영화를 아르떼 (예술영화전문 상영관)에서 상영
- 단체상영 취소, 예매 취소, 조조, 심야에 대형관 1회 상영
- **2/20: 또 하나의 약속 제작위, 개인투자자모임, 민변 등 롯데씨네마를 공정위에 신고**

=> 3/1: 롯데 상영관 28개로 확대

주차	스크린 수	상영횟수	좌석 점유율	매출액	관객수
1주	1255	5251	30.3%	1,670,971,500	235,108
2주	1170	4766	27.8%	1,115,592,600	158,304
3주	1053	2721	16.8%	407,863,800	58,423
4주	696	1427	13.7%	180,710,800	24,595
5주	286	461	14.1%	61,997,700	7,877



* CJ/메가박스 영화평점: 겨울왕국(9.25), **또 하나의 약속 (9.25)**, 수상한 그녀 (9.2)