

신 고 서

신 고 인

1. 참여연대

서울시 종로구 자하문로9길 16 (통인동, 참여연대)

최인숙 민생팀장 연락처 : 011-661-0730 / min@pspd.org

위 신고인들의 대리인

별지 참조

피신고인

1. 씨제이씨지브이 주식회사

서울특별시 마포구 월드컵북로 434, 상암IT타워(상암동)

9~10층

대표이사 서 정

2. 롯데쇼핑(주) 시네마사업본부

서울특별시 송파구 올림픽로 269(신천동, 롯데캐슬골드)

4층 롯데시네마

대표이사 이 원 준

3. 메가박스 주식회사

경기도 성남시 분당구 탄천로 215 탄천종합운동장

(야탑동 486 탄천종합운동장 주경기장 내)

대표이사 김 진 선

신고명 부당한 공동행위 및 시장 지배적 지위의 남용 위반

피신고인 씨제이씨지브이 주식회사(이하 'CGV'라 합니다), 롯데쇼핑 주식회사 롯데시네마(이하 '롯데시네마'라 합니다), 메가박스 주식회사(이하 '메가박스'라 합니다)를 독점규제 및 공정거래에 관한 법률 제3조의 2(시장지배적 지위의 남용 금지), 같은 법 제19조(부당한 공동행위의 금지)를 위반한 혐의로 신고하오니 철저한 조사를 통해 위법한 행위를 중단하고, 향후 이 같은 위법 행위가 재발하지 않도록 조치를 취해 주시기 바랍니다.

I. 당사자

1. 신고인

신고인 1은 1994.경 한국사회의 사회적, 정치적, 경제적 민주화를 위해 설립된 단체로서 시민들은 물론 변호사·법률가 등 각계 전문가들이 함께 활동하고 있는 시민단체입니다.

2. 피신고인

피신고인 CGV, 롯데시네마, 메가박스는 영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률(이하 '영진법' 이라 합니다) 제36조에 의거 문화관광부령이 정하는 시설을 갖추어 관할 시장·군수·구청장에게 등록한 영진법 제2조 제9호 라목에서 규정하고 있는 영화 상영을 업으로 하는 자들입니다.

II. 피신고인들의 현황

1. 피신고인 CGV의 현황

피신고인 CGV의 2015년 자본금, 매출액 등은 아래와 같습니다.

(단위 : 원)

설립일	자본금	매출액	당기순이익	상영관수	
1999. 3. 30.	10,580,656,500	1,039,295,973,405	16,019,849,199	직영점	위탁점
				86개	44개

출처 : CGV 홈페이지 공개 실적자료 (2016.08.)

2. 피신고인 롯데쇼핑(주)의 현황

피신고인 롯데쇼핑(주)의 2015년 자본금, 매출액 등은 아래와 같습니다.

(단위 : 원)

설립일	자본금	매출액	당기순이익	상영관수	
1999. 9. 9.	157,454,460,000	29,128,000,000,000	-346,000,000,000	직영점	위탁점
				81개	26개

출처 : 롯데쇼핑(주) 홈페이지 공개 실적자료 (2016.08.)

3. 피신고인 메가박스의 현황

피신고인 메가박스의 2105년 자본금, 매출액 등은 아래와 같습니다.

(단위 : 원)

설립일	자본금	매출액	당기순이익	상영관수	
1999. 11. 16.	4,042,555,000	226,482,666,379	30,253,863,656	직영점	위탁점
				16개	48개

출처 : 메가박스 홈페이지 공개 실적자료 (2016.08.)

III. 피신고인들의 영화관업계에서의 지위

영화진흥위원회가 2015. 12. 31.자 기준으로 피신고인 CGV, 프리머스, 롯데시네마, 메가박스 체인 극장 및 기타 7개관 이상 극장 멀티플렉스에 대한 해 극장수, 스크린 수, 좌석 수에 대한 각 점유비율을 조사한 현황을 살펴보면 아래 <표 1>과 같습니다. 현재 국내 영화산업은 아래의 <표 1>전국 멀티플렉스 현황에서 알 수 있듯이 멀티플렉스 상영관이 대다수를 차지하고 있습니다. 특히 2015년 기준 피신고인 CGV, 롯데시네마, 메가박스 등 3대 멀티플렉스 영화관이 차지하는 비중을 보면 극장 총계 대비 스크린 수는 92.2%, 좌석수는 92.5%로서, 영화 상영 분야에서 절대적 영향력을 행사하고 있습니다.

<표 1> 2015년 전국 멀티플렉스 현황¹⁾

구분		2014			2015		
		극장 수	스크린 수	좌석 수	극장 수	스크린 수	좌석 수
3대 멀티플렉스	CGV	126 (35.4%)	948 (41.6%)	154,839 (41.6%)	130 (33.5%)	975 (40.2%)	162,254 (40.7%)
	롯데시네마	100 (28.1%)	698 (30.6%)	116,684 (31.3%)	107 (27.6%)	753 (31.1%)	127,908 (32.1%)
	메가박스	62 (17.4%)	452 (19.8%)	71,374 (19.2%)	74 (19.1%)	507 (20.9%)	78,696 (19.7%)
	소계	288 (80.9%)	2,098 (92.0%)	342,897 (92.1%)	311 (80.2%)	2,235 (92.2%)	368,858 (92.5%)
기타 멀티플렉스		7	66	11,901	6	57	10,693
비 멀티플렉스		61	117	17,563	71	132	19,151
극장 총계		356	2,281	372,361	388	2,424	398,702

출처 : 영화진흥위원회, 2015년 전국 영화관 현황 (2015년 12월 31일 기준)

1) <2015년 한국 영화산업 결산> 영화진흥위원회 산업정책연구팀, 제38쪽

그리고 2015. 12. 31.자 기준으로 극장 총계 대비 CGV는 극장 수는 33.5%, 스크린 수는 40.2%, 좌석 수는 40.7%를 차지하고 있고, 롯데시네마는 극장 수 27.6%, 스크린 수 31.1%, 좌석 수 32.1%를 차지하고 있으며, 메가박스는 극장 수 19.1%, 스크린 수 20.9%, 좌석 수는 19.7%를 차지하고 있습니다. 그러므로 피신고인인 CGV, 롯데시네마, 메가박스가 국내 전체 극장에서 차지하는 비중을 보면 극장 수는 80.2%, 스크린 수는 92.2%를, 좌석 수는 92.5%로서 피신고인들은 독점규제 및 공정거래에 관한 법률(이하 '공정거래법'이라 합니다) 제4조 제2호에 의하여 시장지배적 사업자에 해당합니다.

IV. 부당한 공동행위

독점규제 및 공정거래에 관한 법률(이하 '공정거래법'이라 합니다) 제19조 제1항은 “사업자는 계약·협정·결의 기타 어떠한 방법으로도 다른 사업자와 공동으로 부당하게 경쟁을 제한하는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 할 것을 합의(이하 "부당한 공동행위"라 한다)하거나 다른 사업자로 하여금 이를 행하도록 하여서는 아니 된다.”라고 규정하면서 제1호에서 사업자들이 공동으로 부당하게 “가격을 결정·유지 또는 변경하는 행위”를 금지하고 있습니다. 또한 법 제19조 제5항은 “2 이상의 사업자가 제1항 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하는 경우로서 해당 거래분야 또는 상품·용역의 특성, 해당 행위의 경제적 이유 및 파급효과, 사업자 간 접촉의 횟수·양태 등 제반사정에 비추어 그 행위를 그 사업자들이 공동으로 한 것으로 볼 수 있는 상당한 개연성이 있는 때에는 그 사업자

들 사이에 공동으로 제1항 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 할 것을 합의한 것으로 추정한다.”라고 규정하고 있습니다.

한편 공정거래위원회의 부당공동행위 심사기준에 따르면 “시장상황에 비추어 보아 공동행위가 없이는 단기간에 높은 가격이 형성될 수 없는 경우”에는 위와 같은 추정을 적용하는 것으로 명시하고 있습니다.

1. 영화티켓 가격에 대한 부당공동행위

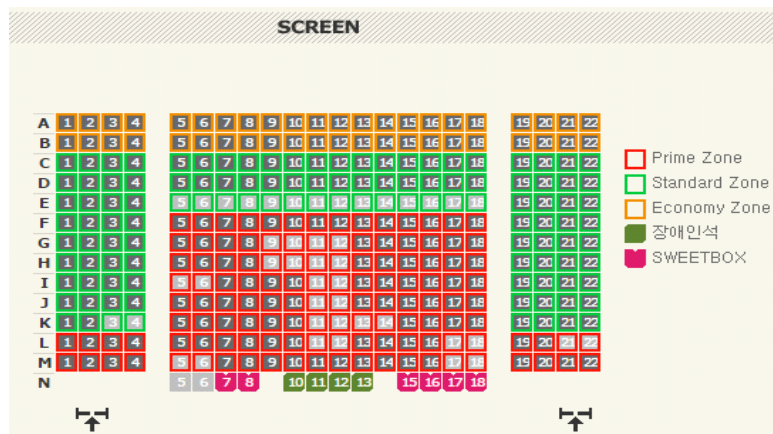
피신고인들은 2016. 3.부터 2016. 7.까지 1개월 내지 2개월의 일정한 시간적 간격을 두고 후술하는 바와 같이 “관객의 라이프스타일을 고려”라는 핑계와 “영화 관람객의 선택의 폭을 넓혀 영화 관람 환경을 개선”하겠다는 명분으로 신규 영화티켓요금 체계를 도입하였습니다. 그리고 그 과정에서 실질적으로 영화티켓 가격을 동일하게 1,000원을 인상하였습니다.

전체 극장 대비 40.2%의 스크린 점유율을 보이고 있는 피신고인 CGV는 2016. 3. 3.부터 아래 <그림1>과 같이 극장 내 좌석의 위치에 따라 ‘이코노미존(Economy Zone)’, ‘스탠다드존(Standard Zone)’, ‘프라임존(Prime Zone)’의 등급을 나누고 관객이 어느 등급의 좌석에서 영화를 관람하느냐에 따라 영화티켓 가격을 받도록 티켓가격을 조정하였습니다. 관객이 스탠다드존에 위치한 좌석을 지정하는 경우 기준가격(기존가격)으로 설정된 영화티켓 가격을 그대로 적용받고, 이코노미존의 좌석을 지정하는 경우에는 기준가격보다 1천원 저렴하게, 프라임존

의 좌석을 지정하는 경우에는 기존보다 1천원 비싸도록 가격을 조정했습니다(증 제1호증: CGV 좌석별 가격차등화 정책 도입 발표 보도자료).

그런데 피신고인 CGV 상암의 제3상영관을 살펴보면 해당관의 전체 좌석 298개 중 할인이 되는 이코노미존은 44석으로 적게 지정한데 비해 대부분의 관람객이 선호하는 좌석은 1,000원 비싸게 받는 프라임존으로 지정하였습니다. 프라임존이라는 명칭에도 불구하고 기존가격을 적용한 스탠다드 좌석수와 대동소이한 110석이나 프라임존으로 지정하여 1,000원을 인상한 것입니다.

<그림 1> CGV 상암 제3상영관 좌석표



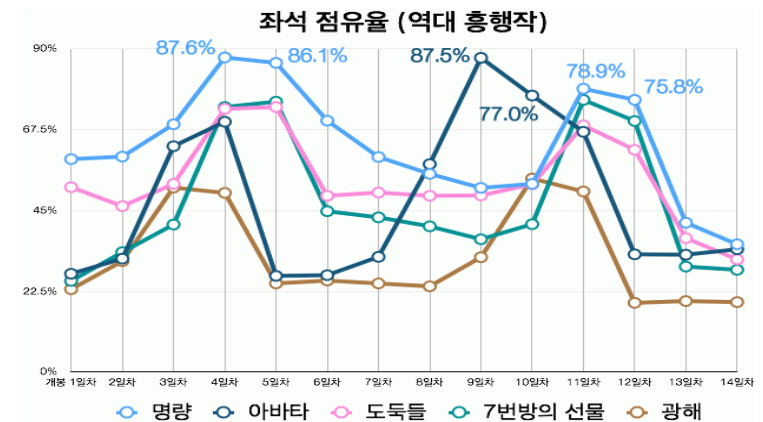
출처: CGV 홈페이지 (2016.08.16. 기준)

피신고인 CGV가 신규 요금 체계를 도입한 이후 30개 상영관의 좌석 배치 비율을 자체적으로 조사한 결과, 전체 좌석 수 대비 프라임존의 수는 평균 38.6%, 스탠다드존의 수는 40.2%, 이코노미존의 수는 평균 17.2%, 기타(장애인석 등) 수는 평균 4%로 나타났습니다(증 제2호증: CGV 좌석별 가격차등화 정책 도입

이후 상영관별 좌석표 현황).

그런데 이러한 비중은 상영 영화의 일반적인 좌석 점유율과 대단히 유사함을 알 수 있습니다. 즉 역대 흥행작들의 좌석 점유율²⁾을 보면 상영기간 중 대부분이 40%~50% 내외임을 알 수 있습니다(아래 [그림 2] 참조).

<그림 2> 역대 흥행작의 좌석 점유율



출처: “영화 [명량] 흥행: 신에겐 아직 수백 개의 상영관이 남아있습니다”

- 슬로우뉴스, <http://slownews.kr/29513>

그렇다면 위와 유사한 비율로 관람객들이 가장 선호하는 위치의 좌석을 프라임존으로 지정하여 가격을 비싸게 받는 경우 피신고인들은 흥행영화에서 평균적인 스크린 점유율에 상응하는 만큼의 실질적인 가격 인상 효과가 발생하게 됩니다.

실제로 한국소비자단체협의회가 2016. 3. 3. 부터 9일까지 1주일간 조사한 바에

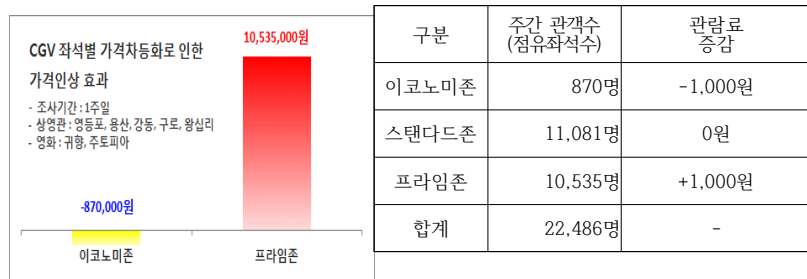
2) 영화의 좌석 점유율 산출기준 = A(관객수) / B(좌석수) * 100

- 관객수(A) : 영화의 관객수

- 좌석수(B) : 영화가 상영된 스크린 좌석수의 모든 합

따르면, 요금이 기존보다 1,000원 인하된 이코노미존의 예매율(선호도)은 매우 낮아, 이코노미존을 이용하는 관객은 매우 드물었습니다. 그리고 이와 같은 좌석의 등급별 가격차등으로 인하여 아래 <그림 3>, <표 2>와 같이 극장의 프라임존이 차지하는 비율만큼 관람객의 1인당 영화 관람료가 1,000원이 인상된 것으로 나타났습니다(증 제3호증: 한국소비자단체협의회 CGV 좌석별 가격차등화 정책 분석 보도자료).

<그림 3>, <표 2> CGV 좌석별 가격차등화로 인한 가격인상 효과 분석



한편 위와 같이 40.2%의 스크린 점유율을 보이는 CGV가 좌석등급에 따른 가격 차별화 정책으로 영화티켓 가격을 실질적으로 1,000원 인상한 지 1달 정도 후인 2016. 4. 27.부터 피신고인 롯데시네마도 ‘시간대별 차등 요금제’를 도입하였습니다. 조조(10시30분 이전)와 일반(10시30분 이후) 2개로 분류해 영화티켓 가격을 다르게 적용했던 것에서 조조(10시 이전), 일반(10시~13시), 프라임(13시~23시), 심야(23시 이후)로 4개 시간대로 세분화하고 관람객이 주로 몰리는 주말(금요일~일요일) 프라임(13시~23시) 시간의 요금을 기존 10,000원에서 11,000원으로 1,000원 인상했습니다(증 제4호증: 롯데시네마 시간대별 가격차등화 정책 도입 발표 보도자료).

피신고인 메가박스 역시 롯데시네마가 가격을 올린 후 2개월 지난 2016. 7. 4.부터 조조(10시 이전), 주간(10시~14시), 일반(14시~23시), 심야(23시 이후)의 4개 시간대에서 조조의 범위만 11시 이전으로 확대한 후 관람객이 주로 몰리는 주말(금요일~일요일) 일반(11시~23시) 시간대 요금을 기존 10,000원에서 최대 11,000원으로 1,000원 인상했습니다(증 제5호증: 메가박스 시간대별 가격차등화 정책 도입 발표 보도자료).

영화진흥위원회가 발표한 ‘2014 영화소비자조사 보고서’에 따르면, 극장 영화 관람층의 63.6%가 주말·휴일에 영화를 본다고 응답했으며, 극장 영화 관람 시간대는 18시~23시가 35.5%로 가장 높았고, 11시~18시가 26.5%로 그 뒤를 이었습니다. 결국 피신고인 롯데시네마, 메가박스가 도입한 신규 요금 체계는 세부적인 내용에는 약간의 차이가 있지만, 관객들이 가장 많이 찾는 시간대(주말 일반 또는 주말 프라임)의 영화 관람료가 1,000원 인상되는 결과가 발생했습니다.

이와 같이 피신고인들은 “관객의 라이프스타일을 고려” 내지 “영화 관람객의 선택의 폭을 넓혀 영화 관람 환경을 개선”하겠다는 이유 등으로 도입한 신규 요금 체계는 요금체계 개편을 명목으로 사실상 관객들이 가장 많이 찾는 좌석 혹은 시간대의 영화티켓 가격을 1,000원씩 인상하기 위한 것이었음을 알 수 있습니다.

더구나 피신고인 CGV, 롯데시네마, 메가박스는 각각 2016. 3.부터 2016. 7.까지 일정한 시간적 간격을 두고 신규 요금 체계를 핑계로 영화티켓 가격을 1,000원

씩 인상하였습니다. 이는 선발업체인 피신고인 CGV가 종전의 관행 등 시장의 현황에 비추어 가격을 결정하면 후발업체들인 피신고인 롯데시네마와 메가박스가 상호 목시적인 합의에 따라 이에 동조하여 가격을 결정할 것으로 예견하고 영화관람료 가격을 결정을 한 것으로 공정거래법 제19조에서 규정하고 있는 “부당한 공동행위”로 추정할 수 있는 “가격을 결정·유지 또는 변경하는 행위”에 해당한다고 할 것입니다.

가사 이러한 목시적인 합의가 인정되지 않는다고 할지라도 피신고인들은 시장지배적 지위에 있는 사업자들로서 관람료 인상시기가 1개월 내지 2개월가량 차이가 있고 인상액도 1,000원으로 동일하고, 이러한 관람료 인상이 소비자들의 영화관의 선택 또는 변경하는데 거의 영향을 미치지 않는다고 할 것이므로 외관의 일치가 인정되어 피신고인들의 합의가 추정된다고 할 것입니다.

공정거래위원회는 2008. 4. 16.에도 5개 영화배급사, 3개 복합상영관의 영화관람료 할인 행위를 중지하기로 답합한 행위에 대해 시정명령과 약 69억 원의 과징금을 부과한 바 있으며, 일부 지역에서 CGV와 롯데시네마를 비롯한 4개 영화상영업자가 영화관람료를 담합하여 인상한 행위에 대해서도 시정명령을 내린 바 있습니다.

대법원도 카드수수료 인상시기에 1개월 내지 1.5개월가량 차이가 있고 인상률도 1% 내외의 차이가 있더라도 고객이 카드회사 선택 또는 변경하는데 거의 영향을 주지 않는 경우 사업자들의 외형상 일치를 인정하여 카드 사업자들의 카드수수료 인상행위를 추정에 의하여 부당한 공동행위로 인정한 바 있습니다(대법원 2006.

9. 22. 선고 2004두7184판결).

2. 팝콘 등 매점판매 상품 가격에 관한 부당공동행위

피신고인들이 해당 매점에서 판매하고 있는 팝콘 및 음료수 가격을 살펴보면 아래 <표3>과 같이 거의 비슷한 수준이고, 이 중에서도 음료수와 팝콘(기본) 가격은 완전히 동일합니다(증 제6호증 : CGV, 롯데시네마, 메가박스 매장 가격).

<표 3> 멀티플렉스 팝콘과 음료수 가격

(단위 : 원)

	팝콘(기본)	팝콘(기타)	탄산음료	콤보(팝콘+탄산음료)
CGV	기본: 4,500 L: 5,000	5,000 ~ 6,000	기본: 2,000 L: 2,500	기본: 8,500 최대: 9,500
롯데시네마	기본: 4,500 L: 5,000	5,500 ~ 6,000	기본: 2,000 L: 2,500	기본: 8,500 최대: 10,000
메가박스	기본: 4,500 L: 5,000	5,000 ~ 6,000	기본: 2,000 L: 2,500	기본: 8,500 최대: 10,000

출처: CGV, 롯데시네마, 메가박스 매장 방문조사 (2016.08.)

한국소비자단체협의회가 소비자들의 구매 비중이 가장 높은 콤보상품의 원가분석을 실시한 결과 아래 <표 4>에서 보는 바와 같이 피신고인들의 3개 업체의 판매가는 모두 동일하게 8,500원인데 반해 원재료가는 최대 1,813원에 불과해 최소 4.7배의 차이가 나는 것으로 나타났습니다. 각 영화관은 대량구입 및 음료제조기 이용 등으로 일반 소비자 또는 사업자가 구매하는 비용 보다 훨씬 저렴하게 제품을 공급받는다라는 점을 감안하면 실제 원재료가와 판매가격과의 차이는 더욱 클 것으로 보입니다(증 제7호증 : 한국소비자단체협의회 영화관 매장품목 원가분

석 결과 발표 보도자료).

<표 4> 영화관 매점상품 원재료가 분석

구 분	중량	판매가(A)	원재료가(B)	A/B
팝콘(L)	128.86g	5,000원	613원	8.2배
콜라(R)	635.67ml	2,000원	600원	3.3배
매점콤보(팝콘(L)1+콜라(R)2)	-	8,500원	1,813원	4.7배

출처: 한국소비자단체협의회 2014. 6. 2.자 보도자료

피신고인들이 영화관 매점에서 판매하고 있는 팝콘, 음료수 등의 품목 가격이 상당한 기간 동안 모두 동일하게 유지되고 있고, 소비자들이 일반 시중에서 구입할 수 있는 가격 보다 월등하게 비싸게 판매되고 있는 바, 이는 국내영화관업계 거래상황에 비추어 공동행위가 없이는 단기간에 높은 가격이 형성될 수 없는 경우로써 공정거래법 제19조에서 규정하고 있는 “부당한 공동행위”로 추정할 수 있는 “가격을 결정·유지 또는 변경하는 행위”에 해당한다고 할 것입니다.³⁾

3. 경쟁제한성 유무

피신고인들은 국내 영화관업계에서 극장 수 80.2%, 스크린 수 92.2%를, 좌석 수 92.5%를 각 점유하고 있는 압도적인 시장지배적지위에 있는 자들입니다. 이러한 시장지배적 지위에 있는 피신고인들 3개 업체가 거의 동일한 시점에 관람료를 동일한 가격으로 인상하고, 영화관 매장의 팝콘, 음료수 등 가격 등을 상당한 기간 동안 동일하게 유지하는 행위는 국내영화관업계 시장거래의 가격결정에 영향

3)

을 미치거나 미칠 우려가 있는 이른바 경성 카르텔에 해당하는 행위로서 다른 요소를 고려함에 없이 당연히 경쟁제한성이 인정된다고 할 것입니다.

V. 시장 지배적 지위의 남용

공정거래법 제3조의2 제1항 제1호에서 시장지배적사업자가 상품의 가격이나 용역의 대가를 부당하게 결정·유지·변경하는 행위를 금지하고 있습니다.

1. 피신고인들의 시장 지배적 사업자의 지위

전술한 바와 같이 피신고인들은 영화상영분야에서 90%가 넘는 점유율을 차지하고 있으므로 공정거래법 제4조 제2호에 의하여 시장지배적 사업자로 추정되는 자들입니다.

2. 영화티켓 가격의 부당한 결정 또는 변경

앞에서 살펴본 바와 같이 피신고인들은 2016. 3.부터 2016. 7.까지 1개월 내지 2개월의 일정한 시간적 간격을 두고 “관객의 라이프스타일을 고려” 내지 “영화 관람객의 선택의 폭을 넓혀 영화 관람 환경을 개선”하겠다는 핑계로 신규 요금체계를 도입하면서 사실상 영화티켓 가격 1,000원을 인상하였습니다.

시장지배적 사업자인 피신고인 CGV는 2016. 3. 3.부터 좌석 위치를 ‘이코노미존(Economy Zone)’, ‘스탠다드존(Standard Zone)’, ‘프라임존(Prime Zone)’의 세

등급으로 구분하고 극장 좌석의 약 40%는 스탠다드존으로 지정하고 기존 가격대로, 약 20%는 이코노미존으로 지정한 다음 기존 가격 대비 1,000원 저렴하게, 약 40%는 프라임존으로 지정한 다음 기존 가격 대비 1,000원 비싸게 영화 티켓 가격을 결정하였습니다. 그러나 이코노미존은 관객들이 선호하지 않는 좌석으로서 실질적으로 관객들이 거의 구매하지 않는데 비하여 관객이 선호하는 좌석의 대부분은 1,000원이 비싼 프라임존으로 지정함으로써 영화티켓 가격을 인상하였습니다(증 제1호증: CGV 좌석별 가격차등화 정책 도입 발표 보도자료).

시장지배적 사업자인 피신고인 롯데시네마는 피신고인 CGV가 관람료를 인상한 지 한 달 후인 2016. 4. 27.부터 '시간대별 차등 요금제'를 도입하면서 조조(10시30분 이전), 일반(10시30분 이후)으로 구분되어 있던 2개의 영화 상영시간대를 조조(10시 이전), 일반(10시~13시), 프라임(13시~23시), 심야(23시 이후)의 4개 시간대로 세분화하고 관객이 주로 몰리는 주말(금요일~일요일) 프라임(13시~23시) 시간대의 영화티켓 가격을 10,000원에서 11,000원으로 영화티켓 가격을 인상하였습니다(증 제4호증: 롯데시네마 시간대별 가격차등화 정책 도입 발표 보도자료).

시장지배적 사업자인 피신고인 메가박스 역시 피신고인 롯데시네마가 가액을 올린 후 2개월 지난 2016. 7. 4.부터 조조(10시 이전), 주간(10시~14시), 일반(14시~23시), 심야(23시 이후)의 4개로 구분했던 상영 시간대를 조조의 범위만 11시 이전까지로 확대하고는 관객들이 주로 몰리는 주말(금요일~일요일) 일반(11시~23시)시간대의 영화티켓 가격을 기존 10,000원에서 최대 11,000원으로 영화

티켓 가격을 인상하였습니다(증 제5호증: 메가박스 시간대별 가격차등화 정책 도입 발표 보도자료)

그런데 피신고인들이 내세운 이와 같은 사실상의 요금인상의 사유는 “관객의 라이프스타일 고려” 내지 “영화 관람객의 선택의 폭을 넓혀 영화 관람 환경을 개선”이지만 이는 공급 비용의 변동과는 아무런 관련이 없고 달리 요금인상의 요인은 전혀 없습니다. 더구나 영화티켓 가격 인상폭도 기존 10,000원인 요금을 11,000원으로 무려 약 10%를 인상한 것으로 2016년 상반기 우리나라 소비자물가상승률이 지난해 대비 0.9%임을 고려하면 그 상승폭이 매우 크다고 할 것입니다(증 제8호증 : 한국은행 보도자료).

그렇다면 위와 같은 피신고인들의 행위는 공급가격의 변동이 없음에도 불구하고 정당한 사유 없이 기존 요금에 비하여 현저하게 요금을 인상한 것으로서 피신고인들이 시장지배적 지위를 남용하여 상품의 가격이나 용역의 대가를 부당하게 결정하거나 변경하여 공정거래법 제3조의 2 제1항 제1호를 위반한 것입니다.

VI. 결어

피신고인들은 국내영화관 중에서 극장수시장점유율 80.2%, 스크린수시장점유율 92.2%, 좌석수시장점유율 92.5%을 각 차지하고 있는 시장지배적 사업자로서 관람료를 인상함에 있어 공정거래법상 부당한 공동행위의 적용을 교묘하게 회피하

기 위해 1개월 내지 2개월 간격으로 신규 요금 체계를 도입해 관객들이 가장 많이 찾는 좌석 혹은 시간대의 관람료를 동일하게 1,000원 인상하고, 영화관내에서 팝콘 등을 관람객들이 일반 시중에서 구입할 수 있는 가격 보다 월등하게 비싼 가격으로 동일하게 판매하고 있는 바, 이는 공정거래법 제3조의 2 제1항 제1호의 상품의 가격이나 용역의 대가를 부당하게 결정·유지 또는 변경하는 행위'에 해당할 뿐만 아니라 같은 법 제19조에서 규정하고 있는 “부당한 공동행위”로 추정할 수 있는 “가격을 결정·유지 또는 변경하는 행위”에 해당한다고 할 것입니다.

피신고인들의 이러한 행위는 공정거래법 제5조 및 제6조와 공정거래법 제21조 및 제22조에 따라, 공정거래위원회가 시정조치를 명하고 과징금을 부과해야하는 시장지배자의 지위 남용행위 및 부당한 공동행위라고 할 것입니다.

참여연대·민변 민생경제위원회·청년유니온이 2015. 2. 공정거래위원회에 팝콘 등 영화관 매장 내 폭리행위, 영화상영시간 내 무단광고상영, 3D안경 끼워팔기, 주말 시네마포인트 사용 불가 등, 시장지배적 사업자인 피신고인들의 불공정거래 행위에 대해 신고했습니다.

그러나 공정거래위원회는 1년 6개월이 지나도록 조사 결과를 발표하지 않고 있습니다. 공정거래위원회는 신고인들이 제기한 네 가지 사안 중, 피신고인들이 티켓에 표시된 영화 시작시간을 어기며 10여 분간 상업광고와 영화예고편을 상영하는 행위에 대한 조사 결과만을 2016. 1.경 발표했는데, 그마저도 무혐의 처분을 내렸습니다. 공정거래위원회가 이처럼 멀티플렉스의 불공정거래 행위를 눈감고 시민들의 정당한 문제제기에 미온적인 태도를 보여준 것으로 인해, 피신고인

들은 연간 누적 2억 명이 넘는 관객들을 기만하는 담합 행위로 추정되는 행위까지 서슴지 않게 된 것입니다. 공정거래위원회는 부디 이번 신고에 대한 조사를 진행하면서 시민들의 정당한 불만과 의견들에 귀 기울여, 시장지배적 사업자인 피신고인들의 불공정 행위와 부당한 공동행위에 대해 엄정한 시정조치를 취해줄 것을 당부 드립니다.

입 증 방 법

[별지]

1. 증 제1호증 CGV 좌석별 가격차등화 정책 도입 발표 보도자료
1. 증 제2호증 CGV 좌석별 가격차등화 정책 도입 이후 상영관별 좌석표 현황
1. 증 제3호증 한국소비자단체협의회 CGV 좌석별 가격차등화 정책 분석 보도자료
1. 증 제4호증 롯데시네마 시간대별 가격차등화 정책 도입 발표 보도자료
1. 증 제5호증 메가박스 시간대별 가격차등화 정책 도입 발표 보도자료
1. 증 제6호증 CGV, 롯데시네마, 메가박스 매장품목 가격
1. 증 제7호증 한국소비자단체협의회 영화관 매장품목 원가분석 결과 발표 보도자료
1. 증 제8호증 한국은행 최근의 물가안정목표제 운영상황 설명 보도자료

2016. 8. 25.

신고인들의 대리인

변호사 조형수

변호사 성춘일

법무법인 위민 관악분사무소

담당변호사 신 명 근

대리인 목록

1. 변호사 조형수
서울시 양천구 신월로 389
전화 : 02-2602-3553
2. 변호사 성춘일
서울 서초구 서초대로51길 14 로뎀에비뉴빌딩 303호
전화 : 02-853-7831, 팩스 : 02-853-7832
3. 법무법인 위민 관악분사무소
담당변호사 신 명 근
서울관악구 남부순환로 1945 장평타워3층
전화 : 1544-1165

공정거래위원회 귀중