

참여연대·민변 민생경제위원회·청년유니온

수 신 각 언론사 사회부·경제부·정치부·사진부

발 신 참여연대 (담당 : 홍정훈 민생팀 간사 010-2059-1886)

민변 민생경제위원회 (담당 : 성춘일 변호사 010-2606-9871)

제 목 가격 인상 꿈수, 롯데시네마 가격차등화 정책 철회하라

날 짜 2016. 04. 22. (총 3 쪽)

보 도 자 료

관람료 인상 꿈수, 롯데시네마 가격차등화 정책 철회하라

관객들이 가장 많이 찾는 주말 황금시간대 1,000원 편법 인상
업계 1위 CGV 가격차등화 실시 한 달 만에, 롯데시네마도 도입
CGV·롯데시네마·메가박스 멀티플렉스 3사 독과점 폐해로 인한 소비자 피해 심각

1. 참여연대·민변 민생경제위원회·청년유니온은 2016년4월21일 롯데시네마가 발표한 가격차등화 정책 도입에 반대하며, 이를 철회할 것을 요구한다. 시민단체들은 이미 멀티플렉스 업계 1위인 CGV가 2016년3월3일부터 도입한 좌석별·시간대별 가격차등화 정책에 반대하며, 독과점 폐해가 심각한 멀티플렉스 시장의 시장지배적지위에 있는 롯데시네마·메가박스도 CGV를 따라 가격 인상 정책을 도입할 가능성이 높다는 점을 지적했다. 아니나 다를까, 업계 2위 롯데시네마는 결국 CGV가 편법적으로 관람료를 인상한지 한 달 만에 유사한 정책을 도입했다.
2. 롯데시네마의 가격차등화 정책은 CGV의 가격차등화정책과 마찬가지로 명백히 관람료 인상을 위한 꿈수에 불과하며, 이 정책을 도입하겠다는 명분도 비상식적이다. 롯데시네마는 보도자료를 통해 즉 혼잡한 시간대에 몰리는 관객을 분산시키기 위해, 주말 프라임 타임 관람료를 1,000원 인상한다고 밝혔다. CGV·롯데시네마·메가박스 멀티플렉스 3사는 2014년부터 주말(금요일~일요일) 요금을 평일(월요일~목요일)보다 1,000원 인상했

지만, 관람객이 주말에 몰리는 현상은 전혀 해소되지 않았다. 그럼에도 불구하고 롯데시네마는 영화관객들을 기만하는 처사를 또다시 반복했다. 관객들이 영화관을 가장 많이 찾는 주말 시간대의 요금을 1,000원 인상한 것이다(아래 [표] 참조).

[표] 롯데시네마 가격차등화 정책 실시 전후 비교표 (2D, 성인 기준)

구분	시간대	요금 변경 전	요금 변경 후
주중	조조(10시 이전)	6,000원	
	일반(10시~13시)	9,000원	-2,000원
	프라임(13시~23시)	9,000원	
	심야(23시 이후)	7,000원	
주말	조조(10시 이전)	6,000원	<u>+1,000원</u>
	일반(10시~13시)	10,000원	
	프라임(13시~23시)	10,000원	<u>+1,000원</u>
	심야(23시 이후)	7,000원	<u>+2,000원</u>

참고 : 롯데시네마 가격차등화 정책 실시 보도자료(2016.04.21.)

3. 독과점 현상이 심각한 현행 영화관 시장 상황은 롯데시네마와 CGV가 가격인상 꿈수 정책을 도입할 수 있었던 배경이다. 멀티플렉스 3사는 스크린 수를 기준으로 전체 시장의 95%를 차지한다. 시장지배적 사업자의 지위에 있는 영화관 3사 중, 업계 1위 CGV가 선제적으로 가격인상 꿈수를 실시했고, 2위 롯데시네마가 이를 이어 받았다. 메가박스의 가격차등화 정책 도입도 시간문제일 뿐이다. 2014년에도 CGV가 선제적으로 주말 영화 관람료를 평일에 비해 1,000원 인상하자, 롯데시네마와 메가박스도 한 달 남짓 간격을 두고 CGV와 마찬가지로 가격을 인상한 사례와 일치한다. 이에 대해 영화진흥위원회는 <2014년 한국 영화산업 결산>에서, “프라임타임대 가격을 높이고 오전과 낮시간대의 가격대를 낮추는 극장의 가격차별화 정책이 평균 관람요금 상승의 주된 요인으로 추정된다.” 고 지적했다.

4. 영화진흥위원회의 <2014년 영화관 소비자조사>에 따르면, 응답자의 79.1%가 극장 관람료가 비싸다고 답했으며, 영화 관람료가 비싸다고 느끼는 관객들이 응답한 적정 가격은 6,606원이다. 멀티플렉스의 가격인상 꿈수 이전의 가격조차도 관객들에겐 매우 부담스러운 수준이다. 만약 가격차등화 정책이 완전히 정착된다면, 선호도가 가장 높은 주말 시간대의 경우, 관객들은 영화진흥위원회가 조사한 적정 가격의 두 배 가까운 비용을 지불해야만 한다. 롯데시네마의 가격차등화 정책으로 인해 인상되는 영화관 티켓 가격은 OECD 자료에 따른 한국의 2015년 연간 소비자물가 상승률 0.7%를 대폭 상회한다.
5. 참여연대·민변 민생경제위원회·청년유니온은 2015년 2월부터 영화관 개선을 위한 캠페인을 진행 중이다. 시민단체들은 온·오프라인 설문조사를 통해, 팝콘 및 스낵가격 폭리·상영시간 내 광고 상영·스크린 독과점·3D 안경 끼워팔기·포인트 주말 사용 제한 등 소비자에게 피해를 입히는 멀티플렉스의 다양한 불공정 행위를 개선할 것을 요구했다. 이를 위해, 영화관 항의방문, 공정거래위원회 신고, 공익소송, 입법 청원 등의 다양한 활동을 했으나, 시장지배적 지위에 있는 멀티플렉스 3사(CGV·롯데시네마·메가박스)는 이에 전혀 아랑곳 않다가, 업계 1위인 CGV의 선제적인 가격 인상 꿈수에 이어, 업계 2위인 롯데시네마마저 실질적으로 관람료가 인상되는 정책을 도입했다.
6. 롯데시네마의 가격인상 꿈수는 소비자의 정당한 요구를 무시하고 영화관 시장지배적 지위를 남용한 행위이기 때문에, 롯데시네마는 가격차등화 정책을 철회하는 것이 마땅하다. 참여연대·민변 민생경제위원회·청년유니온은 영화관의 각종 부당·불공정 행위에 분노하는 시민들의 목소리를 모아, 롯데시네마를 비롯한 멀티플렉스 3사가 영화관객들에 더 이상 피해를 입히지 못하도록 최선을 다할 것이다. 공정거래위원회는 반드시 멀티플렉스 3사의 시장 지배적 지위 남용을 막아야 하며, 참여연대·민변 민생경제위원회·청년유니온이 작년 2월 신고한 영화관의 각종 불공정거래 행위에 대해서도 시급히 시정명령을 내려야 한다. 끝.