

## 참여연대·민변 민생경제위원회·청년유니온

수 신 각 언론사 사회부·경제부·정치부·사진부

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

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

제 목 명백한 요금인상 꿈수, CGV 가격차등화 정책 철회하라

날 짜 2016. 03. 24. ( 총 4 쪽 )

## 보 도 자 료

명백한 요금인상 꿈수, CGV 가격차등화 정책 철회하라

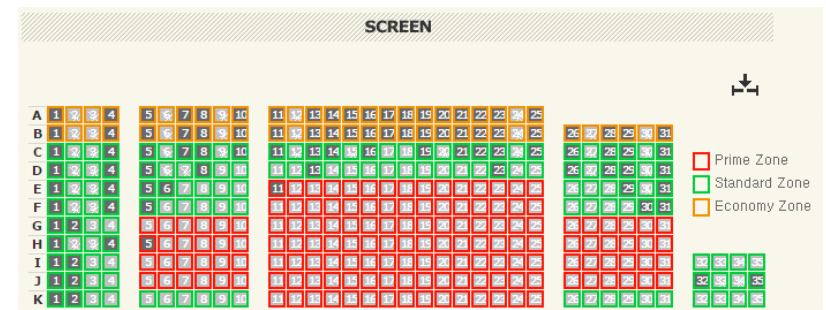
영화관객 불만 개선 없이, 연간 6천억원 티켓매출 극대화에 골몰  
영화 관람 어려운 앞좌석(Economy Zone)은 폐쇄하는 것이 옳아  
멀티플렉스 3사 독과점 시장, 1위 업체 따라 가격 올릴 가능성 높아

1. 참여연대·민변 민생경제위원회·청년유니온은 멀티플렉스 업계 1위인 CGV가 2016년3월3일부터 시행해, 사실상 요금 인상을 야기하는 좌석별·시간대별 가격차등화 정책에 반대하며, CGV가 가격차등화 정책을 철회할 것을 요구한다.

2. CGV는 좌석별 차등요금제를 실시해, 각 상영관 전체 좌석의 약 20% 정도를 1천원 할인된 이코노미존(Economy Zone)으로 배정하고, 약 40% 정도를 1천원 인상된 프라임존(Prime Zone)으로, 나머지 40% 가량을 스탠다드존(Standard Zone)으로 배정했다. CGV는 좌석의 시설을 개선한 것도 아닌데, 영화 관람에 적합한 좌석 대부분에 프라임존이라는 이름만을 붙인 후 가격을 1,000원 인상했다. 이 때문에 좌석 판매율이 낮은 평일(월요일~목요일), 영화 관람을 원하는 관객들은 좋은 좌석을 예매하기 위해서 울며 겨자 먹기로 이전보다 1,000원을 더 지불하거나, 영화 관람에 적합한 빈 좌석을 내버려두고 상대적으로 싼 좌석을 예매해야 하는 불편을 감수해야만

한다. 예매율이 높은 주말(금요일~일요일)에 영화관을 찾는 절반가량의 관객도 이전보다 1,000원을 더 지불해야 한다. 멀티플렉스가 교차상영 등의 방법을 동원해 스크린을 몰아줘, 비슷한 시간대에 다른 상영관에서도 충분히 영화를 관람할 수 있는 기회가 있어, 관객들은 굳이 영화 관람이 불편한 이코노미존을 구매할 이유가 없기 때문이다. 평일은 대부분의 관객이 1,000원을 더 지불하고, 주말은 절반 가까운 관객이 1,000원을 더 지불하게 되므로, CGV의 가격차등화 정책은 명백히 가격인상을 야기한다.

[그림] CGV천호 IMAX관 좌석배치표



3. 독과점 현상이 심각한 현행 영화관 시장 상황은 CGV가 가격인상 꾀수 정책을 도입할 수 있었던 배경이다. 영화관 시장은 멀티플렉스 3사(CGV, 롯데시네마, 메가박스)가 스크린 수를 기준으로 전체의 95%를 차지한다. 시장지배적 사업자의 지위에 있는 영화관 3사 중, 업계 1위 CGV가 선제적으로 가격인상 꾀수를 실시할 경우, 2·3위 업체인 롯데시네마와 메가박스마저 연달아 가격 인상을 야기하는 유사한 정책을 도입할 가능성이 매우 높다. 2014년에도 CGV가 선제적으로 주말 영화 관람료를 평일에 비해 1,000원 인상하자, 롯데시네마와 메가박스도 한 달 남짓 간격을 두고 CGV와 마찬가지로 가격을 인상한 선례가 있다. 이를 두고 영화진흥위원회는 <2014년 한국 영화산업 결산>에서, “프라임타임대 가격을 높이고 오전과 낮시간대의 가격대를 낮추는 극장의 가격차별화 정책이 평균 관람 요금 상승의 주된 요인으로 추정된다.” 고 지적했다.

4. CGV는 2월 26일 보도자료를 통해, 한국소비자원의 여론조사 결과 65%의 관객이 좌석 위치에 따라 관람료를 달리하는 차등요금제를 찬성한다는 것을 가격차등화 정책 실시의 근거로 들었다. 그러나 해당 자료의 원문<sup>1)</sup>을 살펴보면, 65%의 관객은 영화 관람이 곤란한 맨 앞좌석의 할인 폭을 확대하는 차등요금제에 찬성했을 뿐, 특정 구역의 요금을 인상하는 차등요금제 실시에 찬성하지 않았다. 한국소비자원은 ‘일반좌석 가격을 상향하려는 것은 가격인상과 다르지 아니함’ 이란 사실을 명시했다. CGV는 가격인상을 야기하는 이번 정책을 억지로 정당화하기 위해, 가격차등화 정책의 주장과도 배치되는 자료를 엉뚱한 근거로 삼았다. 진정 CGV가 2/3의 관객이 찬성한 여론에 충실하려면, 다른 좌석의 가격 인상 없이 영화 관람이 불편해 이코노미존으로 배정한 좌석의 가격을 대폭 인하하거나, 혹은 이코노미존을 폐쇄하고 관객들에게 부담 없는 가격으로 영화를 관람할 수 있는 기회를 제공해야 한다.

5. 영화진흥위원회의 ‘2014년 영화관 소비자조사’에 따르면, 응답자의 79.1%가 극장 관람료가 비싸다고 답했으며, 영화 관람료가 비싸다고 느끼

는 관객들이 응답한 적정 가격은 6,606원이다. CGV의 가격인상 꾀수 이전의 가격조차도 관객들, 특히 영화관을 가장 많이 찾는 20-30대에겐 매우 부담스러운 수준이다. 만약 가격차등화 정책이 완전히 정착된다면, 선호도가 가장 높은 주말 시간대의 경우, 관객들은 영화진흥위원회가 조사한 적정 가격의 적어도 두 배 가까운 비용을 지불해야만 한다. CGV의 가격차등화 정책으로 인해 인상되는 영화관 티켓 가격은 OECD 자료에 따른 한국의 2015년 연간 소비자물가 상승률 0.7%를 대폭 상회한다.

6. 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 았다가, 업계 1위인 CGV가 선제적인 가격 인상 꾀수를 단행하며 영화관객들을 또다시 기만했다.

7. CGV의 가격인상 꾀수는 소비자의 정당한 요구를 무시하고 영화관 시장 지배적 지위를 남용한 행위이기 때문에, CGV는 가격차등화 정책을 철회하는 것이 마땅하다. 참여연대·민변 민생경제위원회·청년유니온은 영화관의 각종 부당·불공정 행위에 분노하는 시민들의 목소리를 모아, CGV를 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 시정명령을 내려야 한다. 끝.

1) 한국소비자원, 다중위락시설(복합상영관) 요금 및 운영실태 조사, 2014.08.30.