



제 429회 국회 (정기회)
제 11차 문화체육관광위원회

영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 일부개정법률안

검 토 보 고

〈 영화 ‘홀드백’ 제도 도입 〉

■ 임오경의원 대표발의(의안번호 제2212929)

2025. 11.

문 화 체 육 관 광 위 원 회

수석전문위원 천우정

목 차

I . 제안경위	1
II . 제안이유 및 주요내용	1
III . 검토의견	2
1. 홀드백 제도 도입	2
※ 참고자료	6

I. 제안경위

가. 발 의 자 : 임오경의원 외 13인

나. 발 의 일 : 2025. 9. 12.

다. 회 부 일 : 2025. 9. 15.

II. 제안이유 및 주요내용

영화가 극장에서 상영된 후 OTT(온라인 동영상 서비스) 등 타 플랫폼에서 영화를 공개하기까지의 기간을 이른바 ‘홀드백’이라 하는데, 이는 제작사, 배급사, OTT 등 영화업계의 관련 구성원들의 영화업계의 상생적 수익구조를 보장하기 위한 제도로 법률의 명시적 규정없이 업계 현장에서 자체적으로 운영되어 왔음.

그런데 코로나19 이후 급성장한 글로벌 OTT가 압도적인 자본력을 바탕으로 극장영화의 상영 시기와 관계없이 지식재산권 등을 구매하여 이를 인터넷 플랫폼에 공개하는 방식으로 영화업계를 독식하면서 홀드백 시스템이 작동되지 않기 시작했고 이로 인해 영화산업의 전망과 제작환경이 갈수록 열악해지고 있는 실정임.

이에 영화는 영화상영관에서 상영이 종료된 날로부터 최대 6개월이 지난 후부터 비디오물 또는 온라인비디오물로 공급 또는 제공될 수 있도록 하는 규정을 마련함으로써 영화산업의 건전한 상생 발전을 도모하려는 것임(안 제40조의2 및 제98조제1항제3호의2 신설).

Ⅲ. 검토의견

1. 홀드백 제도 도입

가. 개정안 요지

- 영화는 영화상영관에서 상영이 종료된 날부터 6개월이 지난 후 비디오물 또는 온라인비디오물로 공급하거나 제공할 수 있도록 하고, 위반 시 5천만원 이하의 과태료를 부과하도록 함(안 제40조의2 신설 등).

나. 개정안 조문대비표

현행	개정안
<u><신설></u>	<u>제40조의2(영화의 비디오물 또는 온라인비디오물로의 공급 등)</u> <u>영화는 영화상영관에서 상영이 종료된 날부터 6개월이 지난 후 대통령령으로 정하는 비디오물 또는 온라인비디오물로 공급 또는 제공될 수 있다. 다만, 소형영화, 단편영화, 독립영화, 예술영화 등 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 영화에 대하여는 그 기간을 단축</u>

제98조(과태료) ①다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 5천만원 이하의 과태료를 부과한다. 1. ~ 3. (생략) <u><신설></u> 3의2. (생략) 4. ~ 6. (생략) ②·③ (생략)	<u>하거나 적용하지 아니할 수 있다.</u> 제98조(과태료) ①----- ----- ----- -----. 1. ~ 3. (현행과 같음) 3의2. 제40조의2를 위반하여 <u>기간을 준수하지 아니하고</u> <u>영화를 비디오물 또는 온라인비디오물로 공급 또는 제</u> <u>공한 자</u> 3의3. (현행 제3호의2와 같음) 4. ~ 6. (현행과 같음) ②·③ (현행과 같음)
---	---

다. 검토사항

- 최근 코로나19 이후 온라인동영상서비스(OTT)의 확산으로 극장 매출이 급감하고, 국내 영화산업의 투자 위축과 제작환경 악화 등으로 상영관 업계와 영화산업 전반이 심각한 어려움을 겪고 있음.
- 이에 개정안은 영화가 극장에서 상영이 종료된 날로부터 6개월이 지난 이후에만 다른 플랫폼에서 제공될 수 있도록 하려는 것으로,¹⁾ 영화산업의 공정한 유통질서와 수익구조를 복원하려는

입법취지에는 공감할 수 있는 측면이 있음.

- 다만, 개정안의 ‘상영 종료 후’라는 기산 시점은 일부 상영관에서 장기 상영이 지속되는 경우 불명확해질 수 있으므로, 법 적용의 예측가능성을 높이기 위해 ‘개봉 후’ 기준으로 변경하는 것이 적절하다고 보임.
- 개정안에 대하여 **문화체육관광부**는 코로나 이후 단축된 홀드백의 정상화 필요성에는 공감하나, 일정 기간을 법률로 고정할 경우 제작·배급사의 자율적인 영업활동을 저해할 수 있다는 업계 의견 등을 고려할 필요가 있다는 의견을 제시하였음. **공정거래위원회**에서는 OTT 시장 진입 제한과 소비자 선택권 침해 우려를 이유로, **영화진흥위원회**에서는 국내 산업 현실과 국제적 환경을 종합적으로 고려하여 개정안을 신중히 검토할 필요가 있다는 의견을 제시하였음.
- 참고로, **한국영화관산업협회**, **한국상영발전협회**와 **메가박스**, **롯데컬처웍스** 등 극장업계에서는 홀드백은 영화산업 내 각 유통 창구의 수익을 안정적으로 확보하고, 투자 - 제작 - 상영 - 배급의 선순환 구조를 회복하기 위한 최소한의 보호장치라는 이유로 법안에 대하여 찬성 의견을 제시하였음. 반면, **한국영화프**

1) ‘홀드백(Holdback)’ 제도는 영화가 극장에서 최초로 상영된 후 일정 기간이 지나야 비디오물(VOD)이나 온라인동영상서비스(OTT) 등 다른 플랫폼을 통해 제공될 수 있도록 하는 유통 간격(window) 제도로 전통적으로는 법률이 아닌 제작사 - 배급사 - 극장 간 계약상의 관행으로 정착되어 왔으며, 각 창구(window)별로 수익이 배분되는 구조를 통해 영화산업 내 선순환 생태계를 유지해 왔음.

로듀서조합과 NEW 등 제작·배급업계에서는 배급사의 자율적 영업활동 침해 및 부가판권·해외수출 시장 위축 우려 등을 이유로 반대의견을 제시하였음. 한편, 한국영화감독조합은 제도의 취지에는 공감하나, 일률적인 6개월보다 3~4개월 정도의 기간이 타당하다는 수정 의견을 제안하였음.

- 종합적으로 보면, 본 개정안은 극장 중심의 수익구조를 회복하고 영화산업의 지속가능성을 확보하려는 정책적 취지는 타당하나, 산업 전반의 이해관계가 복잡하고 상영·유통시장에 미칠 영향이 큰 만큼, 업계 간 충분한 의견수렴과 사회적 합의를 거쳐 제도화 여부를 입법정책적으로 결정할 필요가 있음.

문 의 처
02)6788-5376

참고1

타부처, 협회 및 민간업계 등 의견

○ 타 부처 의견

부처명	의견 주요내용
공정거래 위원회	• 신중 검토 - 영화산업의 건전한 상생발전을 도모하기 위한 개정안의 취지에는 공감하나 OTT서비스를 극장상영 후 6개월 이후까지 제한하는 것은 경쟁제한 우려 - OTT서비스 시장진입 제한으로 상품 및 사업자선택이 제한될 뿐만 아니라 OTT서비스 품질에도 영향을 미쳐 이를 이용하는 소비자의 선택권 및 후생이 감소할 가능성이 큼 - 따라서, OTT서비스 제한 제도를 실시할 때 OTT사업자의 사업 활동 기회가 충분히 보장되는 등 경쟁을 제한하는 수단이 되지 않도록 신중 검토 필요

○ 공공기관 의견

업체명	의견 주요내용
영화진흥 위원회	• 신중 검토 - 홀드백 제도는 영화산업 내 사업자 간의 상생적 수익구조를 도모하기 위한 수단으로서 일정한 필요성이 인정되나 일률적인 기간을 법률로 규정하는 방안은 국내 산업 현실과 국제적 환경을 종합적으로 고려, 신중한 검토 필요 • 홀드백 기간의 일률적 부과는 중소규모 영화의 수익 기회를 제약하여 제작 자체를 위축시킬 수 있음. 대규모 예산이 투입되는大作 영화 또한 팬데믹 이후 극장과 IPTV 동시상영, OTT 선판매 등을 통해 복합적인 수익 모델을 구축해온 바, 이미 산업에 안착된 자율적 수익 구조를 불합리하게 제약할 우려가 있음 • 더욱이 법안이 상영 종료일을 기준으로 홀드백 기간을 규정할 경우, 일부 소수 상영관에서 상영이 제한적으로 이어지는 상황에서도 전체 유예기간이 길어지는 결과가 발생할 수 있음 • 산업 보호라는 정책 목표와 달리, 일부 영화는 극장 개봉을 포기하고 OTT 직행을 선택하게 되어 극장 산업 전반을 위축시킬 수 있다는 점을 고려해야 함. • 또한, 법률에 따른 강제적 유예기간은 소비자의 선택권과 문화

업체명	의견 주요내용
	향유권을 제한한다는 비판을 초래할 수 있으며, 궁극적으로는 소비자 후생을 저해할 우려가 있음 • 해외 사례를 살펴보면, 프랑스와 같이 홀드백을 법률로 명확히 규정한 국가는 제한적이며, 프랑스의 경우에도 자국 콘텐츠 투자 의무 충족 여부에 따라 홀드백 기간을 차등 적용하는 방식으로 운영되고 있으며, 이는 강력한 정부 규제 권한과 보호주의적 산업 구조에 기반한 특수한 사례라 할 수 있음. - 반면 미국, 영국, 일본 등 주요 시장에서는 법률적 강제보다는 업계 자율 협상이나 투자 의무 제도를 통해 홀드백을 유연하게 조정하고 있음. 이러한 방식은 산업 현실과 글로벌 시장 환경을 반영하면서도 소비자 선택권을 보장할 수 있다는 점에서 국내 산업에 시사하는 바가 큼. • 따라서, 법제화 추진에 앞서, 극장·OTT·IPTV 등 창구별 수익성 분석과 해외 사례 검토를 포함한 데이터 기반 연구를 선행하고, 그 결과를 토대로 적절한 홀드백 기간, 장르·규모별 차등 적용 기준, 예외 조항 등을 담은 합리적 가이드라인을 마련한 뒤, 업계 의견 수렴 결과 등을 반영하여 법제화 여부 또는 자율협약 방식을 신중히 결정하는 것이 바람직할 것으로 판단됨.

○ 협회 의견

협회명	의견 주요내용																																
한국영화관 산업협회	< 수용 > • 홀드백은 영화산업 플레이어들이 각 플랫폼별 유통 수익을 극대화할 수 있는 기반을 마련하여 수익이 재투자로 이어지는 선순환 구조의 기본 질서를 회복하는데 중요한 역할을 할 수 있음 • 홀드백 붕괴에 따른 한국영화산업 현 주소 - 한국영화산업의 투자와 제작은 위축되었고 영화관객 및 매출액은 반토막이 났으며 최근 20년간 처음으로 1억명 관객시장까지 붕괴될 위기에 몰리며 글로벌에서 가장 회복이 더딘 국가로 전락  자국 영화산업 보호를 위한 프랑스의 홀드백 법제화 ➔ 프랑스, 영화시장 95% 정상수준 회복 한국은 회복을 최하위, 극명한 대비 ◎ 자국 영화 콘텐츠에 대한 보호조치의 일환, 홀드백을 법제화하여 운영 ◎ CNC(국립영화센터)는 OTT의 개봉시점을 극장개봉 후 36개월로 설정 ◎ 22년 SMAD 법령 개정으로, OTT 플랫폼의 홀드백을 15~17개월로 단축 ◎ 특히, 넷플릭스는 프랑스 영화계와의 협약을 통해, 자국 극장 개봉 영화 투자 조건(4천만 유로)으로 홀드백을 15개월로 단축 <table><tr><th>국가</th><th>19년 매출액</th><th>24년 매출액</th><th>회복수준</th></tr><tr><td>프랑스</td><td>1,540</td><td>1,466</td><td>95.2%</td></tr><tr><td>독일</td><td>1,109</td><td>1,036</td><td>93.4%</td></tr><tr><td>일본</td><td>1,920</td><td>1,740</td><td>90.6%</td></tr><tr><td>호주</td><td>822</td><td>670</td><td>81.5%</td></tr><tr><td>영국</td><td>1,555</td><td>1,233</td><td>79.3%</td></tr><tr><td>미국</td><td>10,657</td><td>7,807</td><td>73.3%</td></tr><tr><td>한국</td><td>1,641</td><td>875</td><td>53.3%</td></tr></table>	국가	19년 매출액	24년 매출액	회복수준	프랑스	1,540	1,466	95.2%	독일	1,109	1,036	93.4%	일본	1,920	1,740	90.6%	호주	822	670	81.5%	영국	1,555	1,233	79.3%	미국	10,657	7,807	73.3%	한국	1,641	875	53.3%
국가	19년 매출액	24년 매출액	회복수준																														
프랑스	1,540	1,466	95.2%																														
독일	1,109	1,036	93.4%																														
일본	1,920	1,740	90.6%																														
호주	822	670	81.5%																														
영국	1,555	1,233	79.3%																														
미국	10,657	7,807	73.3%																														
한국	1,641	875	53.3%																														

협회명	의견 주요내용
	• 홀드백은 영화산업 전체를 살리는 최소한의 보호제도 - 현재 영화산업 문제의 본질은 특정 플랫폼(SVOD)의 영화 유통 시장 교란으로, 홀드백은 이러한 악순환을 차단하고 한국영화 산업 수익구조를 복원하여 국내 유통망 전체(투자/제작/수입/배급사, 극장, IPTV/케이블TV VOD, OTT SVOD, 지상파 등)의 안정적인 수익 극대화를 도모하기 위한 제도임 • 한국영화의 다양성, 경쟁력, 관객 선택권 강화 - 투자/제작이 위축으로 한국영화 다양성 악화가 심화되는 상황으로, 영화의 소비 근간인 극장에서 메인 수익이 먼저 확보되어야 다양한 양질의 신작이 꾸준히 공급되어 장기적으로 미래관객의 선택권이 강화될 수 있음 • 한국 영화의 글로벌 경쟁력 강화를 위한 출발점 - 홀드백 기간이 지나치게 단축되어 인해 관객들이 OTT를 통해서 영화를 관람하는 소비행태를 보이고 있으나, 이는 감독의 연출이나 배우 연기 등 콘텐츠의 가치를 높이는 극장 인프라(스크린/사운드 등)를 제대로 활용하지 못하게 하여, 콘텐츠의 질적 하락이 우려됨. 홀드백을 통해 영화의 고유한 장르적 지위를 보호할 필요가 있음. • 홀드백은 보호받아야할 문화주권의 정당한 행사 - UNESCO 문화다양성협약에 따라 국가는 문화산업 보호에 정당성을 가지며, 홀드백은 영화라는 콘텐츠의 가치를 지키고, 최소한 문화주권 보호하는 역할을 함 • 다만, 개정안 제40조의2에 명시된 '대통령령으로 정하는 비디오물 또는 온라인 비디오물'의 범위를 법의 취지에 맞게 SVOD(구독형 비디오, Subscription VOD)로 한정하여 적용하는 것이 필요함. 이를 통해 기존 IPTV 등 TVOD(건별 결제형 비디오, Transactional VOD) 플랫폼의 상영을 일정 기간 보장함으로써 산업 내 각 사업자의 유통 수익 구조를 확보할 수 있는 제도가 마련될 것으로 기대됨 • 또한 홀드백 법제화를 모든 영화에 동일 규제를 적용하는 것이 아니라, 제작규모·장르유형 등에 따른 예외 규정을 병행할 필요. 예컨대 저예산·독립·예술영화 등 영화관 흥행이 일정 수준 이하로 저조한 작품에 한하여 홀드백 기간을 단축 또는 면제 가능하도록 보완하여 수익 안정성을 보완할 필요
한국상영발전협회	• 이의 없음 - 코로나 이후 OTT로 인해 극장영화가 타격을 입고 있는 실정으로 개정안에 공감

협회명	의견 주요내용
한국영화 감독조합	• “상영 종료 후 6개월 후”를 “상영이 시작된 날부터 3~4개월이 지난 후”로 수정안 제시 - 홀드백은 각 영화와 분야의 특성에 맞게 자율적으로 운영되는 것이 바람직하나, 최근 그 기준이 무너져 최소한의 기간을 법으로 정할 필요성에는 공감함. - 다만, 일률적으로 6개월을 규정하는 것은 영화의 수익구조, 관객의 소비 행태, 산업의 자금 순환 속도와 맞지 않아 오히려 시장에 불리하게 작용할 수 있으므로 3~4개월 범위에서 정하는 것이 타당하다고 판단됨. - 또한 개정안의 ‘상영이 종료된 날’이라는 문구는 시점이 불명확하므로 ‘개봉일 기준’으로 기산점을 명확히 하는 것이 필요해 보임.
한국영화 프로듀서 조합	• 홀드백 법제화에 반대함 • 홀드백 법제화에 반대하는 10가지 이유는 다음과 같음 ① 영업활동 침해하는 반 자본주의적 입법 - 홀드백은 최대매출을 일으키도록 조정하는 배급사의 영화 유통 전략. 홀드백의 법제화는 배급사 및 유통 사업자의 자유로운 영업활동에 대한 침해 ② 영비법 취지에 어긋나는 개정안 - 한국영화 진흥이라는 영비법의 취지와 불필요한 규제 완화라는 중앙정부의 기조에서도 벗어남. ③ 투자시장 위협 - 한국 영화의 주요 투자원인 배급사를 제재하여 투자시장을 위축시킬 위험이 큼. 한국 영화 투자 자본 고갈로 어려움을 겪고 있는 상황에서 신규 제재는 한국 영화 투자 환경에 새로운 장애물이 될 것임. ④ 유통시장 붕괴 - 개정안이 발효되면 OTT와 같은 글로벌 기업에 대한 유통도 제한되지만, IPTV 등 여타 채널에 대한 유통도 제한. - 극장 종영 후 6개월이라는 긴 공백을 이후로 온라인비디오물의 유통을 시작해야 한다면 배급사는 극장 이외의 후속 원도 유통을 포기해야 하는 상황이 됨. - 만약 입법을 통해 유통시장에 개입하고 싶다면 극장과 온라인 비디오물 사이의 홀드백만 신설하는 것에서 끝나지 말고 극장과 IPTV 사이, 극장과 OTT 사이, 극장과 홈비디오사이, 극장과 케이블채널 사이, 극장과 지상파 채널 사이의 홀드백 또한 함께 입법화해야 함. ⑤ 제작 및 해외 시장 붕괴 - 한국 영화 유통 제한시 투자와 제작이 연쇄적으로 위축되고,

협회명	의견 주요내용
	해외 상영시에도 국내 홀드백 기준으로 적용하면 수출도 하락할 가능성이 있음. 따라서 신설 조항은 한국 영화 진흥이 아니라 제작, 투자, 배급, 유통, 수출, 국제 공동 제작을 위협하는 한국 영화 전반에 대한 제재 입법임 ⑥ 안일한 진단이 낳은 탁상 입안 - 우리 영화시장은 지난 20여 년간 홈비디오 시장의 급격한 쇠퇴, IPTV의 영화시장 개척, 위성TV의 시장 진출과 철수, OTT의 시장 개척과 공격적인 시장 확장 등에 대응하며 배급사의 영업 정책과 개별 영화의 특징점을 고려하여 다양한 유통정책을 채택하고 폐기해 온 탄력적인 시장임. - 이번 입법화는 소수의 예외적인 사례에 기대어 배급·상영시장의 복잡한 연관성을 파악하지 못하고 내린 안일한 진단의 결과임. ⑦ 전문성 부족한 어설픈 규정 - 영화관 종영 후 6개월 후 온라인시장에 유통해야 한국 영화가 살아난다는 타당한 근거가 없음. - 극장이 현재 상업영화를 평균 3주 정도 상영한다는 점을 고려하면 극장 종영 후 6개월이라는 긴 시간 동안 관객의 영화관람과 영화사의 매출이 제한됨 - 또한 상영 종료 시점의 기준이 모호하여 법 조항의 해석을 놓고 시장이 혼란에 빠질 가능성도 큼. ⑧ 시장 역효과 - 배급사는 부가판권 매출을 늘리기 위해 극장 종영을 서두르거나 개봉을 포기하는 시장 역효과가 발생할 수 있음. ⑨ 홀드백 규정 사문화 가능성 - 대형 영화가 새로운 홀드백 정책을 따라야 신설 조항이 시장 파급력을 가질 수 있겠으나, 대형 영화가 온라인시장에서 수십억 원의 매출을 올리는 점을 고려하면 과태료 5천만원을 내고 영비법을 무시하는 사례가 일반화되면서 홀드백 규정이 사문화될 가능성이 높음. ⑩ 도입 즉시 폐기가 유력한 무의미한 법제화 - 특별한 근거 없이 '종영 후 6개월' 홀드백을 도입하여, 부정적인 결과가 발생하면 결국 관련 법 폐기를 추진할 가능성이 높음. • 최근 배급사들은 코로나 팬데믹 시기를 거치며 단축되었던 OTT 홀드백을 재조정하고 OTT에의 유통 전략을 다변화하기 위해 적극적으로 노력하고 있음. • 홀드백을 절대적 기준으로 법제화하기 보다 배급사가 다양한 유통정책을 시도하며 지속적으로 조정될 수 있어야 함.

협회명	의견 주요내용
Motion Picture Association (MPA, 미국영화협회) 코리아	• 홀드백 법제화에 우려를 표함. • 전 세계적으로 홀드백 제도를 법으로 의무화한 경우는 프랑스 외 거의 찾아볼 수 없음으로, 국내에서 이를 법으로 규정한다면, 전 세계적으로 상당히 이례적인 사례가 될 것임 • 홀드백 제도 의무화가 관객 수나 박스오피스 수익 증가를 의미하는 것은 아님 - Comscore Movies 데이터에 따르면 홀드백 제도를 도입하더라도 영화의 상영시간이 증가하는 것은 아니며, 실제로 대부분의 영화의 극장 수익은 초기 수 주안에 발생되고 있음 * 2023년 주요 시장(미국, 이탈리아, 영국, 스페인, 프랑스, 독일)에서 박스오피스 상위 50개 영화는 개봉 5주차 동안 박스오피스 수익의 80% 이상이 발생 • 홀드백 제도 의무화는 영화가 극장에서 더 이상 활발히 상영되지 않음에도 다른 형태로 영화가 제공되지 않게 하여 관객의 영화관람 경험에 역효과를 가져오고 소비자의 선택권을 저해함 • 소비자가 합법적으로 영화를 이용할 수 있는 경로가 없는 “불법 복제 창구”를 만들어, 오히려 불법 유통을 조장하고 극장 상영 이후 단계의 영화 수익 창출을 저해 • 계약의 자유와 시장 주도형 해법이 중요함 - 영화 제작은 고위험 사업이며, 제작사와 배급사는 최상의 작품을 제공하고 투자 회수를 위해 각자의 독립적인 사업 전략을 자유롭게 수립할 수 있어야 함 • 본 개정안은 한미 FTA 를 포함한 한국의 국제적 의무와 상충할 수 있으며, 국내 콘텐츠 제공자를 포함하여 한국 내에서 서비스를 새로 또는 지속적으로 제공하려는 콘텐츠 제공자들에게 중대한 시장 장벽을 초래할 위험이 있음

○ 민간업계 의견

업체명	의견 주요내용
메가박스	• 이견 없음 - IPTV까지 포함 상영 종료 후 6개월간 블랙아웃이 된다면 제작/투배사의 수익 판로가 차단, 그로 인해 업계간 갈등이 심화될 수 있기에 시행규칙에 있어 보다 구체적인 내용의 법안이 담겼으면 함
롯데컬처웍스	• 영화산업의 건전한 유통질서 확립 및 장기적 발전을 위한 '홀드백' 제도화에 적극 공감 • 한편 개정안 제40조의2에 명시된 '대통령령으로 정하는 비디오물 또는 온라인비디오물'의 범위를 개정안의 취지에 맞게 SVOD(구독형

업체명	의견 주요내용
	비디오, Subscription VOD)로 한정하여 적용하는 것이 필요함. • 다만, 소형·단편·독립·예술영화에 대해 예외를 적용하는 바와 같이, 영화관 흥행이 일정 수준 이하로 저조한 작품에 한하여 영화업자 간 합의를 통해 홀드백 기간을 단축할 수 있다면 해당 영화에 대한 원활한 유통과 손실 보전이 가능해질 것으로 사료됨.
NEW	• 반대 • 콘텐츠 유통을 담당하는 투자배급사로서, 사전 의견수렴 과정 없이 일방적으로 개정안을 마련한 후 형식적인 의견수렴 절차가 진행된 것에 대해 깊은 유감을 표함 - 개정안은 누구를 위한 것인지에 대한 명확한 방향성이 부족하며, 극장 중심의 일방적인 방안으로 치우쳐질 우려가 큼 • 현재 영화 산업의 수익구조는 국내 극장 수입이 약 6~70%를 차지하며, 해외 수출 및 국내 부가판권 유통이 약 3~40%를 차지하고 있음에도 불구하고 개정안이 적용될 경우, 개봉일 기준 최대 8~9개월 이후에 OTT 공개가 가능하게 되어, 부가판권 판매 금액 협상에 큰 제약이 따를 것으로 예상됨. 이는 부가판권 매출 감소로 이어질 가능성이 높으며, 결국 그 손실은 제작사와 투자배급사에게 돌아갈 것임 • 이와 관련, 단순히 OTT 홀드백 문제뿐만 아니라, 시장에서 독점적인 지위로 영업하는 극장 3사의 불공정한 행태와, 이들이 체결하는 상영계약 등과 관련된 문제에 대해서도 심도 있는 논의 필요함
씨제이이엔엠	• 수정 수용 - 침체된 국내 영화산업 회복을 위한 시도라는 개정 취지에 공감하나, 개정안의 용어와 적용범위에 일부 조정이 필요 ① 개정안 제40조의2에 명시된 '대통령령으로 정하는 비디오물 또는 온라인 비디오물'의 범위를 SVOD(구독형 비디오, Subscription VOD)로 한정하여 적용할 필요 - 기존 IPTV 등 TVOD(건별 결제형 비디오, Transactional VOD) 플랫폼까지 포함할 경우 극장 동시(PVOD) 서비스 폐지가 불가피하므로 부가판권 서비스 매출의 대폭 하락과 시장 위축 우려 ② 홀드백이 적용되는 시점에 대한 명확한 정의가 필요 - 개정안에 명시된 '영화상영관에서 상영이 종료된 날'의 정의에 따르면, 향후 체감되는 홀드백 기간이 개정안의 취지에서 벗어나 6개월 이상으로 장기화 될 가능성이 있음

참고 2**해외사례**

○ 주요 국가별 홀드백 기간 및 규율방식

국가명	홀드백 기간	규율방식
프랑스	개봉 15~17개월 후 * 프랑스 콘텐츠 투자 의무화 이행여부에 따라 차등	법제화
이탈리아	개봉 3개월 후	법제화
독 일	개봉 4개월 후 단건구매 및 구독형서비스 가능	업계 자율(정부지원 영화는 법제화)
일 본	개봉 6개월~1년 후(영화별 다양)	업계 자율
미 국	상영관 독점기간* 40일 내외 * 단건구매 포함한 상영관 외 창구로의 이동시점	업계 자율