



제 439회 국회 (정기회)
제 2차 문화체육관광위원회

영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 일부개정법률안

검 토 보 고

〈 영화상영관 정산 자료 제공 의무화 및 할인 ·
무료 입장권 사전 협의 근거 마련 〉

■ 이기헌의원 대표발의(의안번호 제2217495호)

2026. 9.

문 화 체 육 관 광 위 원 회

수석전문위원 정순임

목 차

I . 제안경위	1
II . 제안이유 및 주요내용	1
III . 검토의견	3
1. 영화상영관 정산 자료 제공 의무화 및 할인·무료 입장권 사전 협의 근거 마련(안 제39조의2 및 제98조제2항제5호의2 신설)	3
※ [참고1] 관계부처 의견	11
[참고2] 협회, 민간업계 등 의견	12

I. 제안경위

가. 발 의 자 : 이기현의원 등 11인

나. 발 의 일 : 2026. 3. 16.

다. 회 부 일 : 2026. 3. 17.

II. 제안이유 및 주요내용

현행법은 영화업자가 다른 영화업자에게 영화를 공급하는 때에는 공정하고 합리적인 시장 가격으로 차별없이 공급하도록 하면서, 영화상영관 경영자는 영화상영관입장권 통합전산망에 입장객 수, 입장권 판매액 등을 허위나 조작없이 전송하도록 규정하고 있음.

그런데 영화상영관 경영자가 영화관의 입장권 할인 판매 과정에서 할인내역, 할인주체, 비용 부담 주체 등 매출과 관련된 중요 정보가 영화업자에게 충분히 제공되지 않고 있어, 입장권 판매 수익 정산이 투명하게 이루어지지 못하고 있다는 지적이 제기되고 있음.

특히 다양한 제휴 할인, 쿠폰, 멤버십 및 무료입장권 발행 등으로 실제 입장권 판매금액이 달라지는 경우에도 관련 정보가 사전에 공유되지 않아 영화배급업자와 투자자 등이 공정한 수익을 배분받지 못하는 문제가 발생하고 있음.

이에 영화상영관 경영자가 영화배급업자에게 영화상영관입장권 매출액 산정 및 수익 배분의 근거가 되는 정산 관련 자료를 제공하도록 하고, 영화상영관입장권을 할인 판매하거나 무료입장권을 발행하려는 경우 그 내용과 조건을 사전에 협의함으로써 영화 입장권 거래의 투명성을 확보하고 영화 산업 전반에 대한 소비자의 신뢰도를 높이려는 것임(안 제39조의2 및 제98조제2항제5호의2 신설).

Ⅲ. 검토의견

1. 영화상영관 정산 자료 제공 의무화 및 할인·무료 입장권 사전 협의 근거 마련(안 제39조의2 및 제98조제2항제5호의2 신설)

개정안은 영화상영관 경영자로 하여금 영화상영관입장권 매출액의 산정 및 영화배급업자와의 수익 배분의 근거가 되는 자료로서 할인·무료 입장권 및 초대권 등 무상 제공 내역, 제휴 할인, 쿠폰, 멤버십, 카드사 할인 등 판매조건에 관한 사항 등을 영화배급업자에게 제공하도록 하고, 영화상영관입장권 할인 판매 또는 무료입장권 발행 시 영화배급업자와 사전에 협의하도록 하며, 자료 제공을 거부한 경우 1천만원 이하의 과태료를 부과할 수 있는 근거를 마련하려는 것임.

현행	개정안
<신설>	제39조의2(영화상영관입장권 정산 등) ① 영화상영관 경영자는 영화배급업자에게 영화상영관입장권 매출액의 산정 및 영화배급업자와의 수익 배분의 근거가 되는 다음 각 호의 자료를 제공하여야 한다. 1. 영화상영업자가 영화상영관 또는 인터넷 홈페이지 등에서 공지한 영화별 관람요금 및 입장권 판매금액 (영화별 및 날짜별로 구분한 금액을 말한다) 2. 할인·무료 입장권 및 초대권 등 무상 제공 내역

현행	개정안
제98조(과태료) ① (생략) ② 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 1천만원 이하의 과태료를 부과한다. 1. ~ 5. (생략) <u><신설></u> 6. ~ 9. (생략) ③ (생략)	3. <u>제휴 할인, 쿠폰, 멤버십, 카드사 할인 등 판매조건에 관한 사항</u> 4. <u>그 밖에 영화상영관입장권 정산에 필요한 사항</u> ② <u>영화상영관 경영자는 영화상영관 입장권을 할인 판매하거나 무료입장권을 발행하려는 경우 할인 또는 무료입장권 발행의 내용과 조건을 영화배급업자와 사전에 협의하여야 한다.</u> ③ <u>제1항에 따른 자료의 내역, 제공 방법 및 절차 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.</u> 제98조(과태료) ① (현행과 같음) ② ----- ----- -----. 1. ~ 5. (현행과 같음) 5의2. <u>제39조의2제1항을 위반하여 영화배급업자에게 정산에 필요한 자료를 제공하지 아니하거나 허위의 자료를 제공한 자</u> 6. ~ 9. (현행과 같음) ③ (현행과 같음)

현행 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」(이하 “현행법”이라 함) 제28조제1항¹⁾은 영화업자가 다른 영화업자에게 영화를 공급할 때

1) 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 제28조(영화의 공급 및 유통) ① 영화업자가 다른 영화업자에게 영화를 공급하는 때에는 공

공정하고 합리적인 시장 가격으로 차별 없이 공급하도록 규정하고 있음. 또한, 같은 법 제39조²⁾는 영화상영관 경영자로 하여금 영화상영관 입장권 통합전산망에 입장객 수, 입장권 판매액 등을 고의적인 누락이나 조작 없이 실시간으로 전송하도록 의무화하여 영화 거래의 투명성을 제도적으로 뒷받침하고 있음.

현재 국내 영화 산업 체계는 [기획·제작 → 투자 → 유통·배급 → 상영]의 생태계로 연결되어 있으며, 각 주체 간의 수익 배분 구조는 영화 상영에 따른 입장권 매출을 역순으로 정산하는 방식으로 이루어짐.

먼저 영화 제작 단계에서 영화제작업자(제작사)가 시나리오 및 기획안을 바탕으로 영화를 기획하면 투자자(투자사)가 자금을 조달하고 배급업자(배급사)가 유통 및 마케팅 계약을 체결함. 제작사는 흥행 여부와 무관하게 총제작비에 산정된 일부 관리비(Fee, 통상 총제작비의 3

정하고 합리적인 시장가격으로 차별 없이 공급하여야 한다.

② 문화체육관광부장관은 영화의 유통질서가 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제5조 제1항·제40조제1항·제45조제1항·제46조 또는 제51조제1항에 위배된다고 판단되는 경우에는 그 사실을 공정거래위원회에 통보하여야 한다.

③ 문화체육관광부장관은 영화업자의 저작권재산권 및 「저작권법」에 따라 보호되는 권리가 영화의 제작·상영 및 유통 과정에서 침해되지 아니하도록 노력하여야 한다.

2) 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」

제39조(영화상영관입장권 통합전산망) ① 영화진흥위원회는 공중이 전산시스템을 이용하여 영화상영관의 관객 수 그 밖의 영화상영관에 관한 사항을 신속하고 정확하게 알 수 있도록 하기 위하여 영화상영관입장권 통합전산망을 운영하여야 한다.

② 영화상영관 경영자는 영화진흥위원회가 운영하는 영화상영관입장권 통합전산망에 가입하여야 한다.

③ 제2항에 따라 영화상영관입장권 통합전산망에 가입한 자는 해당 영화상영관의 입장객 수, 입장권 판매액 등 문화체육관광부령으로 정하는 사항에 관한 자료를 고의적인 누락이나 조작 없이 영화상영관입장권 통합전산망에 전송하여야 한다.

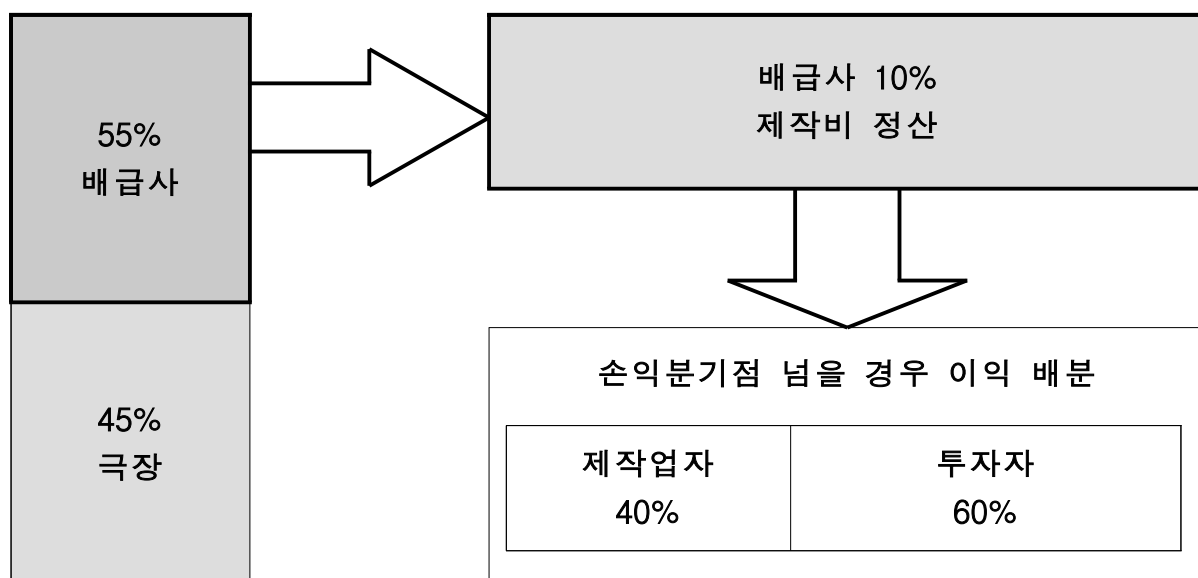
④ 제1항부터 제3항까지에서 규정한 사항 외에 영화상영관입장권 통합전산망의 운영, 가입 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

~5% 수준)를 통해 기본 운영비를 충당함.

고객이 입장권을 구매하면 영화상영업자(극장)는 매출액에서 부가가치세(입장권 가액의 10%)와 영화발전기금 부담금(입장권 가액의 3%)을 제외한 순매출액을 산정함. 이 순매출액을 상영업자와 배급업자가 사전 계약된 비율(통상 5.5:4.5)에 따라 배분함.

배급업자는 자신의 몫에서 배급수수료(통상 배급업자 몫의 10% 수준)를 선취한 뒤, 나머지 잔액을 투자 정산 계좌로 입금함. 이 자금은 먼저 손익분기점까지 총제작비(순제작비 및 마케팅비)를 회수하는 데 사용되며, 손익분기점을 초과하여 발생한 순이익에 대해 제작업자와 투자자가 사전에 계약한 지분율(통상 4:6 수준)에 따라 최종 분배됨.

[그림] 입장권 수입 분배 구조



※ 통상적인 수익 분배 비율에 따른 것으로, 계약에 따라 비율은 다를 수 있음.

그런데 개정안의 제안이유에서 언급하고 있는 바와 같이, 영화상영관 경영자가 영화관의 입장권 할인 판매과정에서 할인내역, 할인주체, 비용 분담 주체 등 매출과 관련된 중요 정보가 배급업자·제작업자에게 충분히 제공되고 있지 아니하여 입장권 판매 수익 분배가 투명하게 이루어지지 못하고 있다는 지적이 제기됨.

특히, 최근 통신사 제휴 할인, 카드사 청구 할인, 극장 자체 프로모션 쿠폰 및 무료 초대권 발행 등 판매 조건이 다변화하고 있으며, 입장권 정가는 인상되었음에도 불구하고, 상영업자가 관객 유치 목적의 할인 마케팅을 진행하면서 배급업자에게 정산하는 기준인 이른바 ‘객단가(티켓 평균 발권가격)’는 오히려 하락하고 있다는 의견이 제시됨.

이에 개정안은 (1) 영화상영관 경영자로 하여금 영화상영관입장권 매출액의 산정 및 영화배급업자와의 수익 배분의 근거 자료로서, ^{(1)-①} 영화상영업자가 영화상영관 또는 인터넷 홈페이지 등에서 공지한 영화별 관람요금 및 입장권 판매금액(영화별 및 날짜별로 구분한 금액을 말함), ^{(1)-②}할인·무료 입장권 및 초대권 등 무상 제공 내역, ^{(1)-③}제휴 할인, 쿠폰, 멤버십, 카드사 할인 등 판매조건에 관한 사항, ^{(1)-④}그 밖에 영화상영관입장권 정산에 필요한 사항을 영화배급업자에게 제공하도록 하고,

(2) 영화상영권 경영자가 상영권입장권을 할인 판매하거나 무료입장권을 발행하려는 경우 할인 또는 무료입장권 발행의 조건을 영화배급업자와 사전에 협의하도록 하며, (3) 영화배급업자에게 정산에 필요한 자료를 제공하지 아니하거나 허위 자료를 제공한 자에게 1천만원 이하의 과태료를 부과할 수 있는 근거를 마련하려는 것임.

개정안은 그간 정보 비대칭성으로 인해 상영업자와 배급업자 간 고질적인 분쟁 요인이었던 입장권 할인 및 프로모션 상세 내역을 제도적으로 공유할 수 있도록 함으로써, 영화 유통 시장 내 정산 절차의 투명성을 확보하고 영화 산업 전반의 신뢰도를 제고하는 데 기여할 수 있을 것으로 보임.

특히 상영업자의 우월적 지위에 기인한 마케팅 비용의 일방적 전가 관행을 시정하여 영화 흥행에 따른 수익이 투자자와 제작업자에게도 합리적으로 귀속될 수 있도록 할 것으로 보임.

다만, 안 제39조의2제2항의 할인 또는 무료입장권 발행 시 배급업자와의 사전 협의 의무는 상영업자의 탄력적인 프로모션(게릴라성 할인 이벤트 및 제휴사 결합 마케팅)을 제약하여 시장 대응력을 저하시킬 수 있는바, 마케팅 위축에 따른 관객 수 감소 우려 및 그간 통신사 제휴 등에 따른 할인 혜택 축소에 따른 소비자 후생 감소 우려를 종합

적으로 고려할 필요가 있다고 봄.

개정안에 대하여 문화체육관광부는 영화산업의 지속가능한 성장과 수익 정산의 투명성 확보라는 입법 취지에는 공감하나, 할인 조건 공개 등 가격 제약은 시장 자율성 저해 및 소비자 불이익을 초래할 수 있으므로 법적 강제보다는 기존 표준계약서³⁾ 활용을 우선시하는 것이 적절하다는 입장임.

공정거래위원회는 영화상영관 경영자(이하 ‘상영관’)의 영업전략 등이 담겨 영업비밀에 해당할 소지가 있는 판매조건에 관한 사항 등을 배급업자에게 의무적으로 제공하도록 법률로 강제하는 것은 상영관의 영업권을 침해하는 규제 과잉 논란 우려가 있으므로 신중한 검토가

3) 문화체육관광부장관이 보급하고 있는 영화 상영표준계약서 제10조는 상영관 무료입장 한도에 대해 개별 상영계약서에 명시하도록 하고, 계약서에서 정한 바에 따르지 아니한 무료 입장권 발매는 불가하며, 총 관람객 중 무료입장객이 차지하는 비율이 5%를 초과할 수 없도록 규정하고 있음. 다만, 영화 상영 표준계약서의 사용은 업계의 자율 사항이고, 미사용 시 별도의 불이익은 없음.

“영화상영 표준계약서”

제10조 무료입장

- ① 상영자는 무료입장한도에 대해 개별상영계약에서 명시하여야 하며, 배급자와의 개별상영계약에서 정한 바에 따르지 않고, 포인트나 마일리지의 사용 등 그 명칭에 관계없이 무료입장을 허용하거나 무료입장권을 발매할 수 없다.
- ② 제1항에도 불구하고, 상영자는 계약 영화에 대한 총 관람객(유료 관람객+무료 입장객)에서 무료입장객이 차지하는 비율(이하 ‘무료입장한도비율’)은 5%를 초과할 수 없다.
- ③ 만일 상영자가 무료입장한도비율을 초과하여 무료입장을 허용한 경우, 상영자는 초과된 무료입장 관람객 1인당 최대 2,000원(VAT 별도) 범위 내에서 배급자와 협의하여 지급하도록 한다.
- ④ 아래 각 호에 따른 무료 입장 시 배급자와 상영자 간에 사전 서면 합의(청약 및 승낙의 취지가 기재된 전자메일 포함)를 한 경우에는 무료입장한도비율 계산에서 제외한다.
 1. 100개 이하의 스크린에서 개봉하는 영화의 상영
 2. 사회공헌활동 등 공공 행사
 3. 프로모션 성격의 행사(VIP, 기자 등 초청 시사회 등)

필요하다는 입장임.

한편, 한국영화제작가협회, 한국영화프로듀서조합은 정산의 투명성 제고, 저가 티켓 남발로 인한 투자 심리 위축 해소 등을 이유로 개정안에 찬성한다는 의견을 제출하였고, 배급사연대, 전국영화산업노동조합, NEW는 입법 취지에 공감하며 일부 문구 수정이 필요하다는 의견을 제출함.

반면, 한국영화관산업협회와 한국상영발전협회는 영업의 자유 침해가 야기될 수 있고 마케팅 등이 축소될 수 있다는 등의 이유로 개정안에 반대한다는 의견을 제출함.

문 의 처
02)6788-5379

○ 부처 의견

부처명 (의견제출일자)	의견 주요내용
공정거래위원회 (‘26.3.30)	<시장구조개선정책과 : 신중 검토> □ 영화관의 입장권 할인판매 과정에서 매출과 관련된 중요 정보가 영화배급업자(이하 ‘배급업자’)에게 충분히 제공되지 않아 입장권 판매 수익 정산이 투명하게 이루어지지 못하고 있어 법률을 개정할 필요가 있다는 점은 공감하지만 • 영화상영권 경영자(이하 ‘상영권’)의 영업전략 등이 담겨 영업비밀에 해당할 소지가 있는 판매조건에 관한 사항 등을 배급업자에게 의무적으로 제공하도록 법률로 강제하는 것은 상영권의 영업권을 침해하는 규제 과잉 논란 우려가 있음 • 영화 상영 표준계약서에는 배급업자가 입장료 수입 및 상영권료 내역에 이의가 있을 경우 추가 자료를 요구할 수 있고, 무료입장 한도에 대해 개별상영계약에 정한 바에 따르도록 하는 등 공정거래 질서 형성을 위한 조항이 이미 존재하는바, 법률로 강제하기 보다 표준계약서 사용을 적극 권장·활성화 하는 방안을 마련하는 것을 더 우선할 필요가 있음 <시장감시정책과 : 법안 적절 설계 및 불이익 발생 여부 고려 > □ 영화배급업자, 투자자 등이 공정한 수익을 배분받아야 한다는 취지에는 공감하나, 입장권 할인 등 가격 관련 사항에 대한 사전 협의의 법적 의무화는 시장 자율성을 저해하지 않도록 적절하게 설계하는 것이 필요함 • 관람료 및 할인 조건은 사업자의 자율적 가격 결정영역에 해당하므로, 이를 사전에 협의하도록 규정하는 것은 가격에 대한 조정에 해당 될 소지가 있어. 사업자 간 가격 경쟁 위축 및 할인 수준 축소로 소비자에게 불이익이 발생할 우려가 있음

참고2

협회, 민간업계 등 의견

○ 협회 의견

협회명 (의견제출일자)	의견 주요내용
한국영화 제작가협회 (‘26.3.27)	<찬성(수용)> □ 정산의 투명성: "제작사의 정당한 몫을 찾는 첫걸음" - 현재 극장과 통신사 간의 복잡한 할인 구조로 인해 제작사는 관객이 실제로 낸 금액이 얼마인지 정확히 알기 어려움. 입장권 발행가액과 할인 금액이 통합전산망에 투명하게 기록되면, 제작사는 '객단가(정산가)' 하락으로 인한 수익 침해를 방지하고 정당한 배분을 요구할 법적·데이터적 근거를 갖게 됨 □ 박스오피스 신뢰 회복: "공정한 경쟁 환경 조성" - 관객 수 조작은 특정 거대 자본이 시장을 독점하게 만들고, 중소 제작사 영화의 상영 기회를 박탈함. 실시간 데이터 전송 의무화는 '유령 상영'을 원천 차단하여, 영화의 질적 수준에 따라 관객의 선택을 받는 건강한 제작 생태계를 복원하는 핵심 장치임 □ 시스템 개선의 시급성: "산업 회복을 위한 필수 인프라" 2025년 한국 영화 제작 편수가 급감하고 투자가 고갈된 상황에서, 투명한 데이터는 민간 투자를 유인하는 신뢰의 지표가 됨. 통전망 시스템 개선은 단순한 행정 절차가 아니라, 영화 산업의 위기 극복을 위해 국가가 제공해야 할 최소한의 공적 인프라이며 이를 거부하는 것은 산업 붕괴를 방조하는 것과 같음
한국영화 프로듀서조합 (‘26.3.27)	<찬성(수용)> □ 저가 티켓 남발로 인한 투자 심리 위축 해소 현황: 현재 극장 티켓 가격은 물가 상승을 반영해 인상되었으나, 이통사 할인 등 각종 프로모션으로 인한 실질 객단가(ATP)의 하락은 투자 수익률(ROI)을 심각하게 저하시키고 있습니다. 이는 메인투자사 및 부분 투자자들이 한국 영화 제작에 자금을 투입하는 것을 주저하게 만드는 결정적 요인이 되고 있습니다. 필요성: 투자자들은 투명하고 예측 가능한 수익 구조를 원합니다. 배급사와 제작사의 동의 없는 임의적 할인은 수익 예측 가능성을 완전히 무너뜨리고 있습니다. 본 개정안을 통해 투명한 가격 결정권이 확보된다면, 투자 시장에 신뢰를 줄 수 있는 최소한의 안전장치가 마련되는 것입니다.

협회명 (의견제출일자)	의견 주요내용
	□ 정당한 수익 배분을 통한 제작 자원(Production Fund) 확보 논거: 영화 티켓 매출은 영화 산업 전체를 지탱하는 가장 큰 젖줄입니다. 이통사나 상영관의 마케팅 수단으로 소모되는 '할인 비용'이 제작·배급사로 온전히 정산된다면, 이는 곧바로 차기작 제작을 위한 재투자 재원으로 전환됩니다. 효과: 불공정한 계약 관행으로 증발하던 수익이 창작자에게 돌아가게 되면, 이는 중소 제작사의 도산을 막고 신규 프로젝트 런칭을 가능케 하여 한국영화의 공급망을 안정화할 것입니다. □ 콘텐츠 경쟁력 강화를 통한 글로벌 시장 우위 점유 비전: 한국영화가 글로벌 OTT와의 경쟁에서 살아남기 위해서는 제작비 규모와 품질의 확보가 필수적입니다. 유통단계에서의 불공정을 바로잡아 확보된 재원은 시나리오 개발, 신인 감독 발굴, VFX 등 기술 투자에 투입될 것이며, 이는 결국 한국 영화의 글로벌 경쟁력 강화로 이어지는 국가적 이익을 창출할 것입니다. PGK 입장에서 본 개정안은 단순히 이해관계자 간의 수익 배분을 조정하는 차원을 넘어, 붕괴된 한국 영화 투자 생태계를 복원하고 K-콘텐츠의 지속 가능한 생산 기반을 마련하기 위한 최후의 보루라고 판단됩니다. 이를 통해 유통 주권을 되찾는 것이야말로 가장 실효성 있는 투자 활성화 대책입니다.
배급사연대 (‘26.3.28)	<수정 수용> □ 법안 사문화 방지 필요 위반의 경우 과태료가 1천만 원으로 돼 있음. 과태료가 너무 낮아서 법안을 무시하고 지키지 않는 일이 현업에서 생길 것이 우려됨. 제98조(과태료) ②항의 1천만 원이 아니라, ①항의 5천만 원을 적용해야 한다는 의견 드림. □ 한국 영화 투자 확대 영화의 공급자인 배급사와 수급자인 상영관 사이 거래 관계를 처음 규정한 것으로, 영화시장 정산의 투명성을 높여 일명 ‘여의도 자금’과 같은 전문 투자자가 영화시장을 깨끗하고 신뢰할 수 있는 투자 대상으로 인식하는 계기가 될 듯함. 이번 개정이 한국 영화에 대한 투자 확대를 끌어내는 좋은 계기를 제공할 듯함.

협회명 (의견제출일자)	의견 주요내용
	□ 영화 투자 불투명성 개선 그동안 배급사는 제작사 및 투자사로부터 정산 내역을 보내달라는 요청을 받아도 제대로 제공하지 못했음. 그 이유는 상영관으로부터 제대로 된 정산서를 받지 못했기 때문임. 이번 입법을 통해 배급사는 비로소 제작사 및 투자사에 우리 영화의 매출이 어떻게 정산됐고 수익이 어떻게 결정됐는지 근거 자료를 가지고 소명할 수 있게 됨. 이를 통해 금융 자본이 지적해 온 투자정산의 불투명성이 개선될 것으로 기대함. □ 영화 유통 후진성 개선 이번 입법을 통해 배급사는 영화표가 얼마에 팔렸는지, 얼마나 할인됐는지, 배급사는 할인 비용을 얼마나 부담했는지 알게 됨. 비로소 영화 유통의 기본적인 정보를 배급사가 파악할 수 있게 되어 업계 내 고질적으로 지적돼 온 유통의 후진성을 개선할 수 있을 듯함. □ 관객 신뢰 회복 현재 극장이 발행하는 영화표에 공급가액, 부가세, 영화발전기금이 표시되지 않는 경우가 많음. 이번 입법을 통해 영화표 정산이 투명해지면 고객이 어디에서 영화표를 구매하더라도 영수증에 공급가액과 부가세 그리고 영화발전기금이 표시되어 세금이나 영화발전기금 탈루에 대한 염려 없이 깨끗하고 투명한 거래가 이루어지는 계기가 될 듯함.
전국영화산업 노동조합 (26.3.24)	<수정 수용 : 개정안에 '영화진흥위원회' 문구 추가 필요> □ 개정안 제39조의2제1항 수정 현재 영화진흥위원회가 영화상영관의 관객 수 및 입장권 판매액 등을 공표하는 등 통합전산망을 운영하고 있고 개정안은 통합전산망으로 전달되는 자료의 부족한 면을 보충하여 투명한 정산을 유도하는 것이 고려되어야 하기에 개정안의 자료를 제공받는 자에 영화진흥위원회를 추가하려는 것임 □ 개정안 제98조제2항제5의2호 수정 영화진흥위원회에 정산에 필요한 자료를 제공하지 않는 경우에도 과태료를 부과하도록 하는 것임
한국영화관 산업협회 (26.3.27)	<수용 불가> • 본 개정안의 취지는 이해하나 시장자율경쟁을 저해하고 민간기업의 영업비밀등이 유출로 산업의 성장을 저해할 수 있을뿐 아니라 위헌의 소지까지 있다고 판단됨

협회명 (의견제출일자)	의견 주요내용
	□ 종합의견 • 개정안의 정보제공의무 부여는 거래분야의 경쟁을 감소시켜 자유로이 거래조건 결정에 영향을 미칠 우려가 있어 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」에 반하며, 「부정경쟁방지 및 영업비밀 보호에 관한 법률」에서 정하는 영업비밀을 제공해야 하기 때문에 법률간 보호법익의 충돌로 이어짐. • 또한 「공공기관의 정보공개에 관한 법률」에서도 법인의 정당한 이익을 현저히 해칠 우려가 있는 경영상·영업상 비밀은 비공개 대상 정보로 비공개 대상정보로 규정되어 있음. • 개정안은 정산 투명성 확보라는 목적에도 불구하고, 기존 법체계의 침해가 우려되는 영업비밀을 강제 공개하는 것임. 이는 제공된 정보유출의 안전망을 담보하지 못하며, 경쟁기업집단에 정보가 노출되는 부작용을 초래하여, 결국 그 피해는 할인범위 축소, 영화관 폐업, 문화향유기회 축소 등 국민들에게 돌아갈 것임. * 별첨 : 조문별 검토의견 참조
한국상영발전협회 ('26.3.30)	<신중 검토> 코로나 이후 위축된 영화산업에 과도한 규제를 의무화로 할 경우 영업상 자유침해가 야기될 수 있고 마케팅 등이 축소될 수 있음.(관객들에게 제공하던 다양한 프로모션 등도 줄어들 수 있음) 또한 과도한 시장개입으로 인해 회복해 가고 있는 영화산업이 위축될 수 있으므로 신중 검토 요함.

○ 민간업계 의견

업체명 (의견제출일자)	의견 주요내용
NEW ('26.3.19)	<조정(수정) 수용> • 개정안 제98조제2항의 과태료가 너무 낮아 준법 의지를 고양시키기 어렵다고 판단되어 5천만원 이하의 과태료가 적합하다고 봄

○ 공공기관 의견

업체명 (의견제출일자)	의견 주요내용
영화진흥위원회 (26.3.31)	< 이해관계자 간 협의 필요 > • 동 개정안은 영화상영관과 영화배급업자 간 입장권 매출의 공정한 수익 배분 및 정산의 투명성 제고를 목적으로, 수익 배분 시 근거가 되는 정산 관련 자료, 제공 방법, 절차 등을 규정하고자 하는 것으로 이해됩니다. 제39조의2 제3항에 따라 정산자료의 내역, 제공 방법 및 절차 등은 시행령에 명시될 사항으로, 영화상영관 경영자와 영화배급업자 간 이해관계가 직접적으로 관련되는 사안인 만큼 규정 과정에서 이해관계자 간 면밀한 협의가 필요할 것으로 판단됩니다. • 아울러 영화진흥위원회에서 운영하는 영화관입장권통합전산망(이하 '코비스')은 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 제39조에 의거 영화 상영 및 매출의 집계·통계 관리를 주목적으로 운영되는 시스템입니다. 한편, 개별 사업자 간의 수익 배분 및 정산은 당사자 간의 계약 사항인 만큼, 동 개정안에서 규율하는 정산 자료의 수집 및 처리·제공이 코비스와 연계되는 것은 부적절하며, 연계된다고 하더라도 기존의 목적 및 범위 이상의 추가적인 설계가 요구될 수 있으며 이에 따른 별도 정산 시스템 설계, 외부 시스템 연동, 운영 인력, 운영 비용 등이 추가로 수반될 수 있습니다.