



제422회 국회(임시회)
제1차 문화체육관광위원회

영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 일부개정법률안

검 토 보 고

〈 실제 영화상영시간의 공지 및 표시의무 〉

■ 조계원의원 대표발의(의안번호 제2207318호)

2025. 2.

문 화 체 육 관 광 위 원 회

수석전문위원 김건오

목 차

I . 제안경위	1
II . 제안이유 및 주요내용	1
III . 검토의견	2
1. 실제 영화상영시간의 공지 및 표시의무(안 제41조의2)	2

I. 제안경위

가. 발 의 자: 조계원의원 등 15인

나. 발 의 일: 2025. 1. 8.

다. 회 부 일: 2025. 1. 9.

II. 제안이유 및 주요내용

현행법은 영화관의 영화 상영과 관련하여 예고편이나 광고영화의 상영에 대한 별도의 제한 규정이 없음.

일반적으로 영화 관람 시 다수의 광고 및 예고편이 상영되어, 관람객이 원하지 않는 광고 및 예고편영화 등에 불필요하게 노출되는 경우가 많음. 이로 인해 정당한 가격을 지불하고 영화관을 찾은 관람객의 영화 감상 환경을 저해하고 있는 실정임.

이에 영화상영관 경영자 등으로 하여금 실제 영화상영시간을 광고 및 예고편영화의 시간과 구분하여 인터넷 홈페이지 및 영화상영관입장권 등에 공지 및 표시하도록 하고 이를 위반한 경우 300만원 이하의 과태료를 부과함으로써 영화 관람객의 영화감상권을 보장하려는 것임(안 제41조의2 및 제98조제3항제3호 신설).

Ⅲ. 검토의견

1. 실제 영화상영시간의 공지 및 표시의무 (안 제41조의2)

가. 개정안 요지

- 영화상영관 경영자 등에게 예고편 및 광고영화 등에 소요되는 시간과 구분하여 영화의 상영 시작시간과 종료시간을 인터넷 홈페이지에 공지하고 영화상영관입장권 등에 표시하도록 하고, 이를 위반할 경우 300만원 이하의 과태료를 부과함(안 제41조의 2, 제98조제3항제3호).

나. 개정안 조문대비표

현행	개정안
<신 설>	제41조의2(영화상영시간의 공지 등) ① 영화상영관 경영자 및 비상설상영장을 설치·경영하는 자는 <u>영화의 상영 시작시간과 종료시간(이하 “영화상영시간”이라 한다)을 예고편 및 광고영화 등에 소요되는 시간과 구분하여 관람객이 미리 알 수 있도록 인터넷 홈페이지에 공지하고 영화상영관입장권 등에</u>

제98조(과태료) ①·② (생략)	<u>표시하여야 한다.</u> <u>② 영화상영시간의 공지 및 표시 등에 관한 구체적인 사항은 문화체육관광부령으로 정한다.</u>
③ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 300만원 이하의 과태료를 부과한다. 1. 2. (생략) <u><신설></u>	제98조(과태료) ①·② (현행과 같음) ③ ----- ----- -----. 1. 2. (현행과 같음) 3. <u>제41조의2제1항을 위반하여 영화상영시간을 공지하지 아니하거나 표시하지 아니한 자</u> 4. (현행 제3호와 같음)
3. (생략)	

다. 검토사항

- 현행법상 영화관에서의 영화상영과 관련하여 예고편이나 광고상영과 관련한 별도의 제한규정은 없으나, 영화관람권에 표시된 상영시간에 예고편 및 광고영화 등의 상영시간이 포함되면 실제 영화의 상영시간과 차이가 있고, 관람객이 원하지 않는 광고와 예고편 영화 등에 노출되어 관람객의 영화감상 환경을 저해하는 문제가 지적되고 있음.
- 이에 개정안은 영화상영관 경영자 등에게 예고편 및 광고영화 등에 소요되는 시간과 구분하여 영화의 상영 시작시간과 종료

시간, 즉 실제 영화상영시간을 인터넷 홈페이지에 공지하고 영화상영관입장권 등에 표시하도록 하려는 것으로, 원하지 않는 광고영화 등에 노출되지 않도록 하는 등 영화 관람객의 영화감상권을 보장하려는 취지에 공감할 수 있음.

- 다만, 개정안에 대해서는 **문화체육관광부 및 관련 업계가 다음과 같이 광고영화 등을 제외한 본 영화 상영시간을 별도로 표기하게 되면 입장지연 및 관람 방해 등 또 다른 불편을 초래할 가능성이 있고, 영화 상영 시작과 동시에 암전되어 실내 이동 중 위험 발생 소지가 있으며, 본 영화 상영 전에 광고영화 외에도 관람에티켓, 비상대피영상 등 관람 편의 및 안전을 위한 정보들도 제공되고 있는 점을 감안할 필요가 있다는 점에서 신중검토 필요 의견을 제시하고 있음을 고려하여 심사할 필요가 있음.**

- 문화체육관광부는 대법원 판례¹⁾와 공정거래위원회의 결정²⁾에서는 영화 상영시간 내에 광고영화 상영이 포함된 것은 법률 위반이 아니라는 해석이 있었고, 영국, 미국, 프랑스 등 외국³⁾에서도 입장권에 표기된 시간 후 광고영화를 상영하지만, 이에 대한 규제가 없다는 점도 고려할 필요가 있다는 입장임.

1) 영화상영관에서 상영시간 내 광고상영에 따른 부당이득반환청구소송 기각 판결(2017나200689)

2) 소비자는 이미 광고시간을 인지하고 있고, 광고상영은 과거부터 지속된 현상이며, 홈페이지 및 입장권 등에 약 10분 후에 본 영화가 시작된다는 사실을 이미 고지하는 등 기만적 행위로 보기 어려우므로, 영화 상영시간 내 광고상영이 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 위반이 아니라고 결정(2016. 1. 27.)

3) 해외사례는 [참고1] 참조

- 문화체육관광부에 따르면 현재도 영화상영관 입장권(지류 또는 모바일)에 영화상영시간에 대한 안내를 고지⁴⁾하고 있어 이를 별도로 의무화하는 것에 대해 신중한 검토가 필요하며, 자율적으로 시행 중인 상영시간 안내에 대해 과태료 규정을 통해 강제성을 부여하는 것은, 분·초 단위의 광고시간 표기시 오차 가능성과 실시간 시간 반영의 부담 등 과도한 규제의 신설이 될 수 있다는 의견을 제시해 옴.
- 한국상영발전협회와 한국영화관산업협회에서도 현재도 광고 및 예고편 고지 등 영화상영시간에 대한 안내를 티켓 내에 하고 있으며, 광고 및 영화예고 뿐 아니라 영화상영전 관람 에티켓 및 비상대피영상 등 영화관람에 관한 중요사항도 안내되고 있는바 오히려 고객의 혼란을 야기하고 관람환경에 부정적인 영향을 줄 수 있다는 점 등에서 개정안에 대해 신중한 검토를 요청해 온 바 있으며, 롯데컬처웍스나 CGV, 메가박스과 같은 민간업계에서도 개정안은 과도한 규제로 이어져 영화관 운영의 유연성을 저해하고 광고수익 감소와 개봉예정작에 대한 불이익으로 영화업계에 막대한 손실을 가져올 수 있는 등 부작용을 초래할 우려가 있다는 의견을 제출하였으므로,⁵⁾ 개정안 심사 시 함께 고려할 필요가 있어 보임.

4) 이 같은 고지는 ‘본 영화는 약 10분 후에 시작됩니다’와 같은 표현 등으로 이루어지고, 영화상영시간 고지 현황 증빙자료는 [참고2] 참조

5) 관련 협회, 민간업계 등 의견은 [참고3] 자료 참조

문 의 처
02)6788-5376

참고1

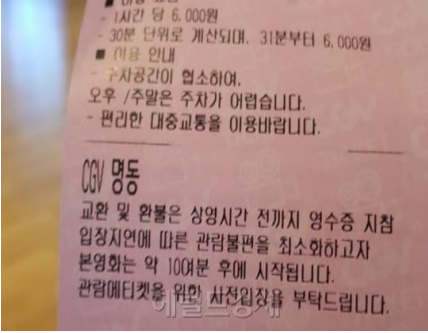
영화상영 시간 및 광고상영 관련 해외사례(2014년 기준)

- 미국 : 관람권 표기시간 기준 10-15분 후 본 영화 상영, 영화의 관람 등급에 따른 콘텐츠 규제만 존재하고, 시작 시각이나 광고 관련한 규제는 부재
- 영국 : 관람권의 표기 시간이 광고 시작 시간이며 약 15여분 후에 본 영화 시작, 콘텐츠 관련 규제는 있으나 시작 시각관련 별도 규제 없음
- 일본 : 시작 시간에 대한 별도규제 없으며, 관람권과 잡지 등에 표기된 시간에 광고 시작
- 홍콩, 캐나다: 티켓 표기 시간 10~15분 후 영화 시작
- 호주, 이스라엘 : 10~20분 예고편 및 광고 진행 후 본 영화 시작, 자율적으로 15분 정도 광고를 집행(예고편 8분 제외), 정부 규제 없음

참고2

영화상영시간 고지 현황 증빙자료

○ 영화상영관 입장권(모바일/지류티켓) 상 안내 사례

모바일 티켓	지류 티켓
 잠(영화제 초청 기념 특가) Sleep 2D 15세이상관람가 상영일 9/22 (금) 상영시간 22:40 ~ 24:24 상영관 CGV 영등포 1관[THX] 4층 (Laser) 좌석 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100 좌석보기 ·입장 지연에 따른 관람 불편을 최소화하기 위해 본 영화는 10분 후 상영이 시작됩니다. ·영화 상영시작시간 15분 전까지 취소가 가능하며 캡처화면은 입장이 제한될 수 있습니다.	 1시간 당 6,000원 30분 단위로 계산되며, 31분부터 6,000원 ■ 이용 안내 ·주차공간이 협소하여, 오후 / 주말은 주차가 어렵습니다. ·편리한 대중교통을 이용바랍니다. CGV 영등 교환 및 환불은 상영시간 전까지 영수증 지참 입장지연에 따른 관람불편을 최소화하고자 본영화는 약 10여분 후에 시작됩니다. 관람예티켓을 위한 사전입장을 부탁드립니다.

※ 문화체육관광부에 따르면 영화상영관들은 입장권에 이미 상영 시작 시간과 실제 영화상영시간(러닝타임)을 고지하고 있음

참고3

협회, 민간업계 등 의견

○ 협회 의견

협회명	의견 주요내용
한국독립영화 협회	• 동의
한국영화 프로듀서조합	• 의견 없음
한국상영발전 협회	• 신중검토 요청 - 관람객의 여유로운 착석을 위해 광고 및 예고편은 에티켓 타임 적용이 목적으로 보편적으로 시행되고 있는 관행. 예매시나 티켓(지류/모바일티켓)에 영화 상영 시간에 대한 안내를 이미 고지하고 있어 관람객 대다수가 모두 인지하고 있는 상황으로 오히려 변경할 경우 혼란을 야기할 수 있음.
한국영화관 산업협회	• 신중검토 요청 - 영화관 광고 및 예고편뿐 아니라 영화상영전에 관람 에티켓, 비상대피영상 등 영화관람에 관하여 중요사항에 대해 관람객에게 안내되고 있는 점을 감안하여야 할 것으로 보여짐 - 또한 영화상영시에는 상영관내의 안전으로 인하여 자리 이동, 착석 및 주변정리등으로 인하여 다른 고객에게 관람의 불편을 줄 수 있는 점 등을 고려해 볼 필요가 있어 영화티켓에 관람 시간 등을 표시하는 것은 오히려 고객에게 혼란을 가중시킬 수 있으며 고객의 관람환경에 해를 입을 수 있는 점 등을 고려해 볼 때 신중한 검토가 필요함. - 현재 티켓내에 광고 및 예고편에 관련한 고지를 하고 있음이 에 실효성에 대한 의구심이 듦. - 주요 해외국가에서도 사례를 찾아 보기 어려울 뿐 아니라 다른 콘텐츠 플랫폼 업계와 형평성을 고려해 보더라도 과도한 규제라고 판단됨.

○ 민간업계 의견

업체명	의견 주요내용
롯데컬처웍스	• 신중검토 (현행 유지 바람) - 영화상영관은 광고 및 예고편의 송출에 대하여 관람객을 상대로 공지하고 있으며 대부분의 관람객이 광고 송출 여부와 시간을 인지하고 있음. 영화 상영 전에는 광고 이외에도 영화관 관람 에티켓, 비상 대피 영상 등 중요한 안내 사항이 제공되고 있음. 또한 상영관 내부 안전 전 관람객의 이동, 착석, 자리 정비 등의 시간이 필요하여 이 부분 역시 고려되어야 함. - 주요 해외 국가에서도 해당 사례에 대한 별도 규제가 없고, 타 콘텐츠 업계와의 형평성 문제 등이 발생할 수 있음. 또한 예고편 및 광고에 소요되는 시간과 영화 상영 시간을 별도로 구분하여 고지하도록 한다면 광고주 및 개봉예정작에 대한 불이익이 발생할 우려가 있음. - 법률안 개정 시 과도한 규제로 이어져 영화 업계에 막대한 손실을 끼칠 수 있음. 영화관 관람 특성을 고려하여 보다 신중하게 검토 바람.
CGV	• 신중검토 (현행 유지 필요) - 현재 영화관에서는 본영화 상영 시간과 예고편 및 광고영화 시간을 구분하여 홈페이지(APP) 및 입장권 등에 고지하고 있어, 관객에게 필요한 정보를 충분히 제공하고 있으며, 이미 대다수의 관객들은 본영화 시작 전 광고영화 등이 상영된다는 점을 인지하고 있다는 점에서 규제의 실효성이 미미함 * 영화관 고지 현황 모바일 홈페이지 - 오히려 영화관 광고영화 등의 상영시간은 영화관이 소재한 지역적 특성과 시기적인 특수에 따라 유연하게 운영되고 있어, 만일 법령으로 규제를 강화한다면 영화관 운영의 유연성 저해와 사업 부담 등의 부작용을 초래할 우려

업체명	의견 주요내용														
	* 위 사안 관련, 공정위로부터 표시광고법 위반 혐의로 조사 받았으나 2차례 모두 무혐의로 종결된 사례가 있으며, ('12, '15년) 고객의 손해배상 청구 소송 역시 모두 기각되었음 - 해외 영화관의 경우에도 본영화와 광고영화등의 상영시간에 대한 별도의 규제는 부재하며, 영화관 수익구조 등 비즈니스 모델을 감안할 때 시간에 대한 별도 규제 도입은 신중한 검토 필요해 보임 <영화상영 시간 광고 규제 해외사례> <table border="1"> <thead> <tr> <th>국가</th><th>규제 여부</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>미국</td><td>· 관람권 표기시간 기준 10~15분 후 본 영화 상영, 영화의 관람 등급에 따른 콘텐츠 규제만 존재하고, 관련 규제 없음.</td></tr> <tr> <td>영국</td><td>· 관람권의 표기 시간이 광고 시작 시간이며, 약 15여분 후에 본 영화 시작, 관련 규제 없음.</td></tr> <tr> <td>일본</td><td>· 관람권, 잡지 등에 표기된 시간에 광고 시작, 관련 규제 없음.</td></tr> <tr> <td>인도</td><td>· 자국 영화의 경우 상영시간이 길어 중간 휴식시간 존재하며, 사전·중간광고를 총 약 15분정도 진행, 관련 규제 없음.</td></tr> <tr> <td>홍콩, 캐나다</td><td>· 티켓 표기 시간 10~15분 후 영화 시작, 관련 규제 없음.</td></tr> <tr> <td>호주, 이스라엘</td><td>· 10 ~ 20분 예고편 및 광고 진행 후 본 영화 시작, 15분 정도 광고를 집행하고 있으나(예고편 8분 제외) 관련 규제 없음.</td></tr> </tbody> </table> 자료: 문화체육관광부	국가	규제 여부	미국	· 관람권 표기시간 기준 10~15분 후 본 영화 상영, 영화의 관람 등급에 따른 콘텐츠 규제만 존재하고, 관련 규제 없음.	영국	· 관람권의 표기 시간이 광고 시작 시간이며, 약 15여분 후에 본 영화 시작, 관련 규제 없음.	일본	· 관람권, 잡지 등에 표기된 시간에 광고 시작, 관련 규제 없음.	인도	· 자국 영화의 경우 상영시간이 길어 중간 휴식시간 존재하며, 사전·중간광고를 총 약 15분정도 진행, 관련 규제 없음.	홍콩, 캐나다	· 티켓 표기 시간 10~15분 후 영화 시작, 관련 규제 없음.	호주, 이스라엘	· 10 ~ 20분 예고편 및 광고 진행 후 본 영화 시작, 15분 정도 광고를 집행하고 있으나(예고편 8분 제외) 관련 규제 없음.
국가	규제 여부														
미국	· 관람권 표기시간 기준 10~15분 후 본 영화 상영, 영화의 관람 등급에 따른 콘텐츠 규제만 존재하고, 관련 규제 없음.														
영국	· 관람권의 표기 시간이 광고 시작 시간이며, 약 15여분 후에 본 영화 시작, 관련 규제 없음.														
일본	· 관람권, 잡지 등에 표기된 시간에 광고 시작, 관련 규제 없음.														
인도	· 자국 영화의 경우 상영시간이 길어 중간 휴식시간 존재하며, 사전·중간광고를 총 약 15분정도 진행, 관련 규제 없음.														
홍콩, 캐나다	· 티켓 표기 시간 10~15분 후 영화 시작, 관련 규제 없음.														
호주, 이스라엘	· 10 ~ 20분 예고편 및 광고 진행 후 본 영화 시작, 15분 정도 광고를 집행하고 있으나(예고편 8분 제외) 관련 규제 없음.														
메가박스	• 신중검토 - 영화관은 광고 및 예고편의 송출에 대해 티켓에 "자연 입장에 의한 관람 불편을 최소화하고자 본 영화는 10분후에 시작됩니다"로 고객 안내가 되고 있으며, 대부분의 고객은 광고 및 예고편 송출 여부와 영화 시작시간에 대해 충분히 인지하고 있음 - 영화 상영전 광고 이외에 관람 에티켓, 비상대피영상등 중요한 안내 사항이 광고 및 예고편의 송출 시간에 포함되어 있으며 영화 시작 전 이동 및 착석에 필요한 시간임 - 실시간으로 정확한 광고 시간을 구분해 기재하기에는 한계가 있어 오히려 고객의 불편이나 혼란을 야기할 수 있음														