**한국과 일본의 영화산업 비교를 통한**

**일본 영화산업 시스템 개선 방향 연구**

**일어일본문화학과 201920279 강예나**

**목차**

**1. 서론**

**1-1. 일본 영화산업 현황**

**1-2. 한일 영화산업 규모**

**1-2-1. 양국의 영화산업 내수시장**

**1-2-2. 양국의 문화산업 규모 비교**

**2. 일본 자국영화 관련 시스템: 스크린 쿼터제**

**2-1. 스크린 쿼터제 이해**

**2-1-1. 스크린 쿼터제 정의**

**2-1-2. 스크린 쿼터제 경제적 효과**

**2-2. 스크린 쿼터제 현황비교**

**2-2-1. 한국 스크린 쿼터제**

**2-2-2. 일본 스크린 쿼터제**

**3. 일본 내 해외영화 관련 배급 시스템**

**3-1. 배급 시스템 이해**

**3-1-1. 블록 부킹과 프리 부킹 정의**

**3-1-2. 블록 부킹과 프리 부킹 후생효과**

**3-2. 배급 시스템 비교**

**3-2-1. 한국 배급 시스템**

**3-2-2. 일본 배급 시스템**

**4. 결론**

**4-1. 일본 자국영화 측면에서의 개선방향**

**4-2. 일본 내 해외영화 측면에서의 개선방향**

**5. 참고문헌**

**[논문 개요]**

현재 일본 영화산업은 1950년대 맞이한 일본영화 황금기의 맥을 이어오지 못하고 있다. 과거 일본 영화는 급격한 성장을 이루며 전성기를 누렸다. 하지만 텔레비전의 보급으로 영화 관람객 수는 지속적으로 하락하였고 2010년대에 들어서는 연간 총 관람객 수가 일본인구의 45% 수준인 한국보다도 적어졌다. 그에 비해 한국영화는 꾸준한 성장세를 보이며 세계의 주목을 받고 있다. FTA가 체결된 나라의 영화를 필두로 전세계 영화들이 한국 영화시장에 진출하였고 미국 영화시장에 개봉하지 않는 영화가 한국에는 개봉하기도 했다. 한국 최초 개봉 영화가 많아짐에 따라 외국 배우들의 내한활동도 늘어났고 영화시장에서 한국의 입지가 확대되었다. 한국 영화시장은 동아시아 시장에서 서양영화의 성공 가능성을 가늠할 수 있는 테스트 베드의 역할까지 하고 있기 때문에 세계에서 한국 영화산업을 주목하고 있는 것이다. 한편, 디지털 기술 시대가 도래함에 따라 OTT 플랫폼과 같은 새로운 영상매체가 발전하면서 모든 영화산업이 전반적으로 정체되고 있다. 이러한 시대에서 일본은 조속히 영화산업의 부흥 대책을 마련해야할 것이다. 따라서 본 연구는 한국과 일본의 영화산업을 비교하여 일본이 영화산업에서 부진한 이유를 알아보고 한국의 선례를 토대로 일본 영화산업의 시스템 개선방향을 제시하고자 한다.

1. **서론**

**1-1. 일본 영화산업 현황**

다음은 제71회 칸 국제영화제 황금종려상을 수상한 《만비키 가족》의 고레에다 히로카즈 감독이 일본 현지 매체 아에라와의 인터뷰에서 일본 영화 시장을 비판한 말이다.

일본은 더 이상 예전과 같은 영화 대국이 아니다. 그것은 환상이다. 인구가 줄고 있으니 영화 산업은 더욱 쇠퇴할 것이라고 생각한다. 그것을 모르는 척하는 게 문제다. 앞으로 일본 시장이 작아질 것을 내다보고 세계 영화 시장에서 일본의 위치를 어떻게 확보할 것인지로 생각을 옮겨야 한다. (중략)

고레에다의 말처럼 현재 일본은 영화산업에 있어서 쇠퇴기를 겪고 있다. 1950년대 오리지널 각본 영화가 무성하던 일본영화 황금기라는 말이 무색하게 2017년 일본 영화 흥행순위를 보면 1위 《명탐정 코난 극장판》, 2위 《도라에몽 극장판》을 비롯하여 10위인 《세키카하라》(소설 원작)까지 원작이 존재하는 애니메이션 기반 영화가 독점하는 상황이며 감독 또는 각본가가 만든 오리지널 각본 기획 영화가 없다. 원작 만화를 실사화하여 만든 《치하야후루 파트1》과 《치하야후루 파트2》의 고이즈미 노리히로 감독은 이에 대해 “현재 일본에서 영화를 만들고 싶으면 원작이 있는 걸 영화화할 수밖에 없다”[[1]](#footnote-2)고 말한 바 있다. 콘텐츠가 막강한 힘을 가지는 오늘날, 오리지널 각본 콘텐츠가 없는 영화는 원작을 가공하여 만든 가공품이라는 인식이 불가피하다. 따라서 본고에서는 ‘일본 자국영화’를 일본에서 자체적으로 생산한 모든 영화로 정의하고 ’방화’를 그 자체가 원작이 되는 오리지널 각본 기획의 실사영화로 한정함으로써 두 용어의 의미를 구분하여 사용하도록 하겠다.

**1-2. 한일 영화산업 규모**

**1-2-1. 양국의 영화산업 내수시장**

한국 영화는 전술한 일본 영화와 다르게 세계적으로 이름을 알리며 성장하고 있다. 얼마전 제72회 칸 영화제에서 황금종려상을 수상한 《기생충》의 경우만 해도 오리지널 각본 영화이다. 지금의 일본 영화는 한국만큼 국제무대에서 활약 못하고 있다. 그렇다면 과연 일본은 국제무대에서만 활약이 저조할까? 다음 [표1]과 [표2]는 한국과 일본의 연도별 스크린 수 및 관람객 수 변화 추세표이다. 이를 통해 국제무대뿐만 아니라 국내시장에서도 활약이 저조한 일본 영화산업의 현재 상황을 알 수 있다.

아래의 좌측 [표1] 일본의 연도별 스크린 수 및 관람객 수 변화 추세를 보면, 관람객 수는 약 1억6천만명(2008년)에서 1억7천만명(2017년)으로, 스크린 수는 약 3천3백개(2008년)에서 3천5백개(2017년)로 모두 증가했음을 알 수 있다. 자칫하면 내수시장이 개선되고 있다고 볼 수 있지만 한국의 자료와 비교하면 그렇다고 만은 할 수 없다. 일본의 인구는 약 1억2천만명[[2]](#footnote-3)으로 인구가 약 5천1백만명[[3]](#footnote-4)인 한국의 2배가 넘는 내수시장을 보유하고 있다. 여기서 우측 [표2] 한국의 자료를 살펴보면, 관람객 수가 약 1억4천만명(2008년)에서 2억1천만명(2017년)으로 증가한 것을 보아 일본보다 낮은 수치에서 시작하여 그 이상의 지표를 나타내고 있음을 알 수 있다. 즉, 인구가 더 적은 한국이 일본보다 오히려 영화 관람객 수가 더 많다는 것이다. 스크린 수도 시간이 경과함에 따라 점점 늘어나고 있지만 스크린 수 증가 대비 관람객 수의 증가도는 크게 달라지지 않았다는 것이 일본 영화 내수시장의 현실이다.

[표1] 일본의 연도별 스크린 수 및 관람객 수 변화 추세(좌측)

[표2] 한국의 연도별 스크린 수 및 관람객 수 변화 추세(우측)

테이블이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명**테이블이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명**

**1-2-2. 양국의 문화산업 규모 비교**

하지만 실제로 일본은 해외시장에서 한국과 문화적 측면을 비교하였을 때 절대 뒤쳐지지 않는다. 양국의 문화산업 규모를 음악, 게임, 출판, 만화, 영화로 나누어 살펴보겠다.

먼저 음악분야이다. 국제 음반산업 연맹(IFPL)에 따르면 2017년 기준 음악시장에서의 소매가치 2위가 일본으로 약 2천7백만 달러를 기록했다. 반면, 한국은 약 4백만달러를 기록한 것을 보면 음악산업에서 일본의 규모가 훨씬 큰 것을 알 수 있다.

게임산업에서도 일본의 압도적 규모를 엿볼 수 있다. 게임과 e스포츠 분석 및 시장 조사에 대해 공신력 있는 기관인 Newzoo에서 수집한 글로벌 게임 시장보고서에 따르면 2018년 게임 수익에서 일본은 3위로 총 수익 약 1억9천만달러를 창출했고 한국은 4위로 5천만달러를 창출하였다.

출판산업에서 역시 일본은 문화적으로 뒤쳐지지 않은 면모를 보이고 있다. 세계 지적 소유권 기관(WIPO)에 따르면 출판산업 무역거래부문에서 일본은 약 8천만달러, 한국은 약 1천만달러를 기록했다.

한국콘텐츠진흥원(KOCCA)에서 조사한 국가별 만화시장 규모 및 전망 (2009~2018)에 의하면 여기서도 일본은 1위를 기록하며 약 2천만달러를 기록하였지만 한국은 약 4백만달러로 6위를 차지했다.

마지막으로 영화산업은 어떨까? 아래의 [표3]은 영화진흥위원회 통합전산망인 영화관입장권통합전산망(KOBIS)의 2021년 국적별 점유율표이다. 이는 한국에서 상영된 영화의 국적별 점유율을 보여준다. 매출액 점유율과 관객 점유율을 비교하여 봤을 때, 한국은 각각 35%와 35.1%인 반면 일본은 매출액 점유율과 관객 점유율 모두 8%였다. 구체적 통계 수치상 확연한 점유율 차이가 난다. 이는 일본의 영화산업이 국내시장을 넘어서, 해외시장인 한국에서도 부진한 성적을 드러내고 있음을 알 수 있다.

[표3] 영화관입장권통합전산망(KOBIS) 국적별 점유율(2021)

테이블이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명

앞서 문화별 산업규모를 비교한 결과, 영화산업을 제외한 모든 문화산업 분야에서 일본이 한국보다 높은 위치에 있다. 일본은 현재 다방면에서 문화적으로 한국을 앞서있다. 그렇다면 한국 영화산업이 국내외적 성장세를 보이고 있는 것과 달리 일본의 영화산업은 내부적으로도 외부적으로도 쇠퇴하고 있는 이유가 무엇일까? 본고에서는 일본 영화산업을 두 가지 측면에서 바라볼 것이며 자국영화를 국내적 측면으로 칭하고 해외 수입영화를 국외적 측면으로 정의하겠다. 한국과 일본의 영화산업 비교를 통해 국내적, 국외적 측면에서의 일본 영화산업 시스템에서 그 이유를 찾아보고 제시하겠다.

**2. 일본 자국영화 관련 시스템: 스크린 쿼터제**

일본은 예전부터 자국영화 점유율이 높았다. 다음의 [표4]는 2020년(레이와 2年) 일본 전국 영화 개황을 나타낸다. [표4]에서 레이와 2年의 흥행수입을 보면 자국영화는 76.3%로 높은 비율을 차지한 것에 비해 서양영화(이하 양화)는 23.7%로 낮은 비율을 차지한 것을 알 수 있다. 하지만 이는 수치상의 영광일 뿐 실태는 그 자체가 원작이 되는 오리지널 각본 영화가 아닌, 원작 콘텐츠 가공작들이 점유하고 있음을 보여준다.

또한, 아래의 [표5]는 2020년도(레이와 2年) 흥행수입 10억엔 이상 영화 (레이와 3年 1月 발표)를 나타낸 표로서 그 실태를 보여주고 있다. [표5]에서 5위와 6위에 해당하는 《사고물건 무서운 방》, 《糸》를 제외하고는 상위 10위에 해당하는 영화들은 모두 앞서 언급한 오리지널 각본이 아니다. 모두 원작이 존재하는 가공된 콘텐츠물이며 영화는 그저 이들의 창구효과 수단으로 사용될 뿐이다. 1위를 차지한 《극장판 귀멸의 칼날: 무한열차편》은 만화 원작을 애니메이션화 하였고, 2위 《오늘부터 우리는!! 극장판》 역시 만화가 원작이다. 3위 《컨피던스맨 JP 공주편》은 인기를 끌었던 TV 드라마로서 이를 극장판으로 만든 것이다. 4위는 《영화 도라에몽 노비타의 새로운 공룡》으로 만화가 원작이다. 7위인 《극장판 바이올렛 에버가든》은 TV 애니메이션이 원작이고 이를 극장판으로 만든 것이다. 8위 《카이지 파이널 게임》은 실사영화이기는 하나 역시 만화가 원작이다. 9위 《극장판 Fate/stay night [Heaven's Feel] III. spring song》은 PC 게임이 원작이고 이를 애니메이션화 하였다. 10위 《내 영웅 아카데미아 THE MOVIE 영웅: 라이징》도 만화를 원작으로 한 영화이다. 이렇듯 두 작품을 제외하고 2020년 흥행수입이 10억엔 이상인 영화는 모두 원작을 영화화한 작품들이다. 이는 양화에 비해 자국영화의 점유율은 높지만 본 논문에서 한정한 방화의 범주에서는 벗어난다.

[표4] 2020년(레이와 2年) 전국 영화 개황[[4]](#footnote-5)

테이블이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명

[표5] 2020년도(레이와 2年) 흥행수입 10억엔 이상 영화 (레이와 3年 1月 발표)[[5]](#footnote-6)

테이블이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명

일본의 자국영화 점유율은 이미 높다. 하지만 점유율의 대부분을 원작 기반 영화가 차지하고 있다는 점을 고려할 때, 본고에서 한정한 방화의 점유율을 높이려면 새로운 개선책이 필요하다. 따라서 자국영화의 점유율 향상 차원이 아니라 후술할 배급 시스템 변화로 인하여 발생하는 양화와의 경쟁과 함께 최소한의 방화 보호 차원의 정책으로서 스크린 쿼터제를 제시하는 바이다.

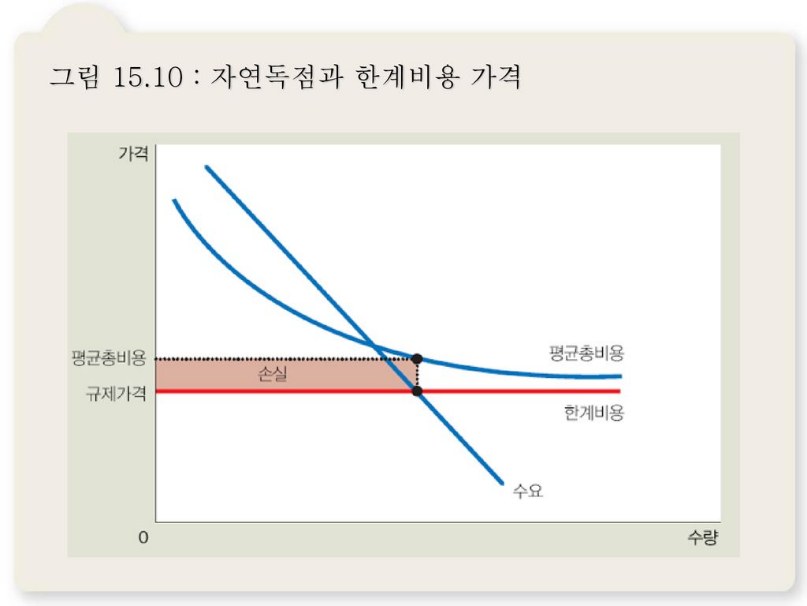
**2-1. 스크린 쿼터제 이해**

**2-1-1. 스크린 쿼터제 정의**

스크린 쿼터제란 영화를 상영하는 극장에 대해 특정한 영화를 일정한 기준에 따라 의무적으로 상영하도록 하는 제도를 말한다. 일반적으로 스크린 쿼터제는 자국 영화 시장을 보호하기 위한 목적으로 사용되고 있다. 외국영화의 무차별적 시장 잠식과 독점을 견제하며 자국 영화를 보호하고자 연간 상영일수의 일정 기준 이상을 의무적으로 상영하도록 하고 있다. 우리나라의 경우에는 '한국영화 의무상영제'가 정확한 명칭이며 '스크린 쿼터제'는 관행적으로 부르고 있는 용어다.

**2-1-2. 스크린 쿼터제 경제적 효과**

그렇다면 스크린 쿼터제를 실시했을 때 얻게 되는 경제적 효과는 무엇일까? 첫 번째로, 유치산업(幼稚産業) 보호 측면에서 스크린 쿼터제가 효과를 발휘할 수 있다는 점이다. 영화산업은 자본, 노동, 경영 등이 대규모로 동원되어 투자 회임 기간이 짧다는 특징을 가지고 있다. 그렇기 때문에 작품의 완성도가 경쟁력을 평가하는데 중요한 지표가 된다. 이를 위해서는 인적자원의 구성과 ‘지식’이 필수적이다. 따라서 영화산업을 지적재산권을 가지는 재화와 동일시하여 기술적인 구조면에서 살펴보면, 평균비용[[6]](#footnote-7)에 비해 한계비용[[7]](#footnote-8)이 낮다는 것을 [그림1]을 통해 알 수 있다. [그림1]을 보면 파란색의 곡선으로 표시된 평균총비용 보다 빨간색 직선으로 표시된 한계비용이 더 낮다.



[그림1] 자연독점과 한계비용 가격[[8]](#footnote-9)

이러한 비용구조 하에서는 경쟁적 구조 형성이 어려워 시장은 자연독점적 성격을 갖는다. 자연독점은 대부분 생산량과 평균생산단가가 반비례하는 비용구조의 재화에서 많이 발생한다. 이는 규모의 경제가 발생하는 상황과도 동일하다. 규모의 경제[[9]](#footnote-10)란 생산량의 증가에 따라 단위당 생산비가 감소하는 현상을 말한다. 문화산업의기초이론(김평수,2014)에서는 할리우드가 대자본을 투입해 대규모 블록버스터 영화를 제작하는 이유는 규모의 경제에 있다고 설명하고 있다. 대자본을 투입하여 대중적 인기를 모을 수 있는 블록버스터를 제작해 제작 원가만큼 흥행 수익을 확보하고 나면 이후의 흥행 수입은 대부분이 순이익으로 이어진다는 것이다. 그렇게 되면 제작사 입장에서 한 개의 대규모 블록버스터 영화를 독점적으로 생산하는 경우가 여러 영화들을 경쟁적으로 생산하는 경우보다 비용이 적게 든다. 이 때 대자본 영화가 자연독점을 하는 상황이 발생하기 때문에 저자본의 새로운 영화가 기존의 대자본 영화와 경쟁하기가 어려워지고 유치산업(幼稚産業)들은 진입장벽이 생겨난다.

자연독점의 결과로써 하나의 기업이 독점적으로 재화를 생산하면 자신들의 이윤을 극대화하기 위해 해당 재화의 가격을 높게 책정하여 소비자들이 피해를 입을 수 있다. [그림1]에서도 평균총비용과 파란색의 직선 그래프와 빨간색의 직선 그래프가 만나는 지점인 규제가격 간의 기업적 손실이 발생하는데 기업들은 이러한 손실을 막기 위해서 가격을 한계비용보다 높이 설정한다. 이 과정에서 재화의 가격이 높게 책정된다. 그렇게 되면 결국 소비자들이 그 피해를 떠안을 수밖에 없을 것이다. 그래서 많은 국가에서는 정부의 개입을 통해 독점의 폐해를 줄이고자 한다. 이러한 관점에서 스크린 쿼터제는 유치산업(幼稚産業)을 보호하고 특정 기업의 독점을 막을 수 있는 정부적 차원의 개입인 것이다.

두 번째로 스크린 쿼터제는 고유한 자국 문화의 전승과 발전을 도모할 수 있다. 이와 관련하여 한국의 스크린 쿼터제는 문화 정책의 성공 사례로 평가받았다. 2004년 6월 1일 서울 그랜드 힐튼 호텔에서 제3차 국제문화전문가단체 서울 총회가 개최되었다. 이 총회에서는 전 세계 문화 전문 NGO들이 유네스코가 추진 중인 ‘문화 콘텐츠와 예술적 표현의 다양성 보호 협약’에 대한 의견을 교류하고 문화다양성 증진을 위한 방안을 논의하였다.

텍스트, 화면이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명

[그림2] SBS 8시 뉴스, 스크린 쿼터제, "문화정책의 성공사례"

국제문화전문가단체 집행위원장인 로베르 필롱은 “한국의 스크린 쿼터 수호 노력은 각국의 문화 다양성 지키기 정책의 상징이 됐습니다.” ([그림2]) 라며 한국의 스크린 쿼터제를 문화정책의 모범 사례로 꼽기도 하였다. 할리우드 영화에 맞서 한국영화가 자국 시장점유율 50퍼센트 이상의 기록을 내는 기폭제가 됐다는 것이다. 이는 스크린 쿼터제가 자국 영화의 시장 점유율을 상승시키고 문화 보존의 역할을 할 수 있다는 것을 보여준다.

한편, 스크린 쿼터제가 자국 영화의 시장 점유율 상승에 영향을 주는 반면 스크린 쿼터제를 규제함으로써 자국영화 시장 점유율에 타격을 주기도 한다. 박민수 외 1명(2008)[[10]](#footnote-11)에 의하면, 스크린 쿼터가 하루 축소됨에 따라 국산영화 시장점유율은 매출액(관객 수) 기준으로 약 0.34(0.33)% 감소하며, 146일로 규정되어 있는 쿼터가 96일로 50일 정도 축소될 경우, 국산영화의 시장점유율은 약 20% 감소하는 것으로 나타났다. 이로써 스크린 쿼터제는 자국 영화의 시장 점유율과 밀접한 상관관계가 있음을 알 수 있다.

**2-2. 스크린 쿼터제 현황비교**

**2-2-1. 한국 스크린 쿼터제**

다음은 한국 스크린 쿼터제와 관련된 법률이다.

영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 제40조 (한국영화의 상영의무) 영화상영관 경영자는 연간 대통령령이 정하는 일수 이상 한국영화를 상영하여야 한다.

영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 시행령 제19조 (한국영화의 상영의무) ① 법 제40조에 따라 영화상영관 경영자는 해마다 1월 1일부터 12월 31일까지 연간 상영일 수의 5분의 1이상 한국영화를 상영하여야 한다.

한국에 스크린 쿼터제가 도입된 것은 1966년으로, 문화부장관령에 의해서 제도가 시행되었다. 영화관에서 한국 영화를 1년의 1/5 이상 의무적으로 상영해야 한다. 멀티 플렉스 영화관의 경우 스크린 기준으로 산정하며 하루동안 해당 스크린에서 한 번이라도 외국영화를 상영하면 그 날은 해당 스크린에서 한국영화를 상영하지 않은 것으로 간주한다. 단, 하루에 1회에 한정하여 해당 스크린에서 경제적 이득을 취하지 않는 외국영화의 무료시사는 가능하다. 이러한 의무상영기준 미달시에는 미달일 수에 따라 영업정지를 받을 수 있다. (미달일이 20일 이내일 경우 미달일 1일당 영업정지 1일, 미달일 20일 초과 시 미달일 1일당 영업정지 2일) 애니메이션영화, 소형영화, 단편영화, 예술영화, 독립영화, 청소년가 영화를 연간 60% 이상 상영할 경우에는 문화체육관광부의 전용영화관 지정을 받아 최대 20일까지 의무상영일을 줄일 수 있다.

처음 스크린 쿼터제가 시행될 당시 1966년부터 1969년까지는 연간 90일, 6편 의무상영 조항이었다. 시간이 지나 1970년부터 1972년까지는 연간 30일, 3편 의무상영으로 조항이 완화되었다. 1960년대 후반 당시 한국영화의 전성기로써 한국영화의 점유율이 50%~60%대에 이르렀고 영화 총 관객수가 1억 5000만 명을 넘길 정도로 한국영화 상영날짜가 90일(365일 기준 의무상영일은 73일)을 초과했기 때문이다. 그래서 의무적으로 한국영화를 상영할 필요가 없어졌고 스크린 쿼터제의 조항을 완화시킨 것이었다. 하지만 1970년대에 들어서 TV 보급과 함께 영화관람객수는 점차 감소하였다. 당시 10월 유신[[11]](#footnote-12)으로 검열이 강화되었고 영화도 내용상의 제약이 심해졌는데 그로 인해서 한국영화산업은 침체기에 빠지게 되었다. 이에 대한 대책으로 외화수입을 연간 40편을 제한시켰고 국산영화 8편당 수입영화 1편씩을 수입하는 방식의 쿼터제를 시행했지만 1980년대 중반 미국이 통상압력을 가함에 따라서 외화수입에 대한 규제는 철폐되었고 이를 보완할 목적으로 외화수입에 대한 규제가 있는 기존의 쿼터제에서 날짜별 스크린 쿼터제로 전환되었다. 그러나 이 조차도 지켜지지 않는 경우가 다발하였다. 이후 스크린 쿼터제를 지키는지 확인하는 시민단체의 감시활동이 벌어지면서 스크린 쿼터제 준수율이 크게 높아졌고 1996년부터 2006년까지는 146일의 의무상영일을 포함한 스크린 쿼터제를 적용했다가 2006년을 기점으로 현행 73일로 축소되었다.

**2-2-2. 일본 스크린 쿼터제**

과거에는 많은 국가에서 스크린 쿼터제를 시행했지만, 무역압력 등의 요인으로 폐지되었다. 2021년 현재 스크린 쿼터제를 시행하는 나라로는 한국을 비롯하여 프랑스, 브라질, 이탈리아, 그리스, 스페인, 파키스탄이 있다. 일본에서는 쇼와 초기에 제정된 영화법[[12]](#footnote-13)이 1945년(쇼와20년) 폐지된 이후로는 스크린 쿼터제가 시행되지 않았다.[[13]](#footnote-14) 현재 한국의 스크린 쿼터제와 같이 제도적으로 자국영화 상영이 의무화되어 있지는 않지만 일본의 영화관은 ‘방화계’로 일컬어지는 일본영화 전용관과 ‘양화계’로 일컬어지는 외국영화 전용관으로 나뉘어져 있다. 1970년대 일본 내에서 자국영화의 연간 배급수입이 서양영화의 연간 배급수입보다 낮은 수치를 기록했을 때, 법적 제도가 아닌 업계 내의 자주적인 규제로써 양화계 상영관에서 일본 자국영화의 상영일을 일정기간 의무화한 적은 있었다. 하지만 이러한 한시적 조치로 자국영화의 점유율 향상에는 도움이 되겠지만 자국영화와 방화의 구분이 이루어지지 않아 방화 육성에는 효과적인 방식이라고 할 수 없다.

따라서 앞서 제시한 스크린 쿼터제의 긍정적인 경제적 효과를 토대로 일본은 방화 육성에 초점을 두고 폐지되었던 스크린 쿼터제를 부활시켜 방화 부흥을 도모해야 할 것이다. 일본에서도 멀티 플렉스 상영관이 증가하고 있으므로 한국의 멀티 플렉스 상영관에서 시행하는 스크린쿼터제와 스크린을 기준으로 의무 상영일을 산정하는 방화 한정 스크린쿼터제를 부활시켜야 한다. 스크린을 기준으로 의무 상영일을 산정함으로써 방화계 상영관 내에서도 자국영화와 방화의 상영을 구분하는 세분화된 항목이 생긴다면 방화 육성에 도움을 줄 수 있다. 예를 들어 방화계 상영관의 경우 한 스크린에서 한 번이라도 자국영화를 상영했다면 해당 스크린은 더 이상 방화 의무 상영일 집계에 포함할 수 없게 된다. 이렇게 자국영화와 방화 의무상영 집계를 스크린 단위로 진행한다면, 방화계 상영관 내에서 암묵적인 ‘방화 전용 스크린’이 생겨날 것이고 방화 의무상영을 이전보다 늘릴 수 있을 것으로 기대한다.

**3. 일본 내 해외영화 관련 배급 시스템**

영화산업에서 공급을 담당하는 주체는 제작사-배급사-상영관이 있다. 제작된 영화가 극장에 배급되고 이들이 상영됨으로써 비로소 관객과 만날 수 있다. 관객과 영화가 만나는 방식은 구매자인 관객이 영화관 티켓을 구입하고 영화를 보지만 공급측 주체들의 거래방식은 복잡하다. 영화를 기획하고 자금을 모아 제작하고 배급을 담당하는 주체는 이를 어떤 시기에 어느 극장에 내놓을 것인지 상영관과 협상하여 최종 공급을 결정한다. 이 때 배급사와 극장 사이에 영화가 거래되는 방식 중 블록 부킹과 프리 부킹을 중심으로 국외적 측면에서의 배급 시스템에 대하여 서술하겠다.

**3-1. 배급 시스템 이해**

**3-1-1. 블록 부킹과 프리 부킹 정의**

블록 부킹이란 배급을 위해 일정 기간 동안에 여러 편의 영화를 묶어서 일괄 판매하는 방식이다.[[14]](#footnote-15) 주로 영화사가 극장 업자에게 특정 기간 동안 제작하는 모든 영화의 상영권을 일정 금액에 양도하는 일종의 묶음 판매의 성격을 나타낸다. 그 결과로 흥행성이 높은 영화에 흥행 가능성이 없는 다른 영화까지 끼워 팔 수 있는 독점적 판매가 이루어진다. 블록 부킹 거래 시 제작사 입장에서는 배급사의 극장 라인을 통한 안정적인 상영이 가능하여 배급 비용을 절감할 수 있고 배급사 입장에서는 제작사에 대하여 독점적 우위의 교섭력을 창출할 수 있다는 장점이 있다.

프리 부킹이란 영화의 상품성 및 교섭력으로 배급 조건을 결정하는 시스템을 말한다.[[15]](#footnote-16) 자유거래, 즉 제작된 한 편의 영화에 대해 이를 어떤 조건을 상영계약을 맺을 것인가를 고려하는 방식이다. 이 시스템은 극장망 확보와 유리한 수익 분배를 위해 양질의 영화를 만들어야 하는 동기를 제공한다. 따라서 영화에 대한 질적 수준의 향상을 기대해 볼 수 있다.

**3-1-2. 블록 부킹과 프리 부킹 후생효과**

블록 부킹의 후생효과로는 독점기업을 생성할 가능성이 있고 한 기업이 재화를 독점하는 상황에서 소비자에게 악영향을 끼칠 수 있다는 것이다. 묶음판매에 대한 경제학의 관점 중 하나인 지렛대이론에 따르면 주상품시장에서 독점력을 가진 기업이 부상품을 강매하도록 한다면 부상품시장에서 경쟁하고 있던 다른 기업들은 매출감소에 따라 시장에서 살아남을 수 없게 된다. 어느 기업이 상품에 대한 가격을 원가 이하로 낮춘다고 가정하면 소비자는 당장 좋을 지 모른다. 하지만 그 기업의 가격인하로 인해 동일 시장에서 비슷한 비용조건 하에 경쟁하고 있던 다른 기업들이 경영수지의 악화로 그 시장으로부터 퇴출된다면, 일정 기간이 지나 가격을 낮춘 기업이 독점기업으로 변모할 가능성이 있다. 그러한 상황이 발생할 때 독점기업이 이윤극대화의 결과로써 가격을 올리게 될 경우, 소비자에게 그 피해가 돌아갈 수도 있다.

또한 상영업자들은 묶음 판매를 통해 구매하기 싫은 작품을 억지로 구매하여 판매자로서 자유로운 작품 선택에 방해를 받는다. 그로 인하여 극장의 매출이 감소될 수 있다. 즉, 교섭력의 우위에 있는 배급사가 상영관에게 흥행가능성이 낮은 영화까지 강매함으로써 상영관은 매출과 이윤이 감소하고 이는 영화관람자들의 불편으로까지 이어질 수 있다. 따라서 블록 부킹이라는 행위가 사회 전체적으로 볼 때 단기적인 측면뿐만 아니라 장기적으로도 어떠한 영향을 주는지 분석이 필요하다.

프리 부킹의 후생효과로는 개별판매로서 매 순간 시장이 청산되며 장기적으로 보았을 때 영화의 품질이 향상된다는 점이 있다. 프리 부킹은 한 편의 영화가 완성되면 전문가시사회, 관객시사회 등의 시연회를 갖게 된다. 시사회를 통해 극장주를 상대로 영화의 품질에 관한 평가를 받고 해당 영화의 상영 여부와 기간, 판매수입의 분할 조건 등에 대한 논의를 거치게 된다. 상영하려는 영화의 품질이 우수하기만 하면 그 때마다 시장으로부터의 조달이 이루어지는 방식으로 해당 영화의 거래가 청산되는 것이다. 이러한 방식은 일종의 입찰 경매를 통한 자원배분의 방식으로 간주할 수 있다. 그러므로 공급되는 영화별로 가격이 형성되고 이들이 시장에서 거래됨으로써 매 순간 시장이 청산된다. 여기서 시장의 청산이란 블록 부킹과 비교하여 생각해 볼 수 있다. 블록 부킹을 묶음 판매 방식으로 이야기할 수 있다면 프리 부킹은 개별 판매가 이루어진다고 할 수 있다. 따라서 매 순간 시장이 청산된다는 것은 배급사와 상영관의 관계에서 유동적인 판매로 인해 개별 판매로써의 영화 거래 시장을 일컫는다고 이해할 수 있다. 그렇기 때문에 영화의 품질이 시장 거래에서 우선순위의 조건이 된다. 이로 인해 영화 간의 긍정적 경쟁이 생기며 영화의 품질이 향상되는 결과를 가져온다.

**3-2. 배급 시스템 비교**

**3-2-1. 한국 배급 시스템**

한국의 배급 시스템은 주로 프리 부킹 시스템으로 운영된다. 한국에서 전세계 최초 개봉, 국내 동시 개봉이 등장한 것은 이미 오래 전 일이다. 세계 최초개봉을 한국에서 시행한 이유에 대해 영화 관계자들은 긍정적으로 생각 하고 있다. 한국에서 연이은 흥행으로 인기 작품으로 자리잡은 《아이언맨》 시리즈의 《아이언맨3》는 미국에서 개봉하는 날보다 1주일 먼저 한국에서 개봉하였다. 다음은 이와 관련해 《아이언맨3》의 수입사에서 말한 내용이다.[[16]](#footnote-17)

《아이언맨》의 경우 430만, 《아이언맨2》가 450만 명의 관객을 동원했기에 제작사 마블 스튜디오에서 한국 영화시장 진출에 적극적인 모습을 보여 개봉 시일을 당겨 한국에서 전 세계 최초 개봉하게 됐다.

제작사에서 한국영화 시장의 수준이 높아진 것으로 봤고, 일본보다 반응이 빠르고, 중국보다 열려 있는 시장이기에 전세계 최초개봉을 하는 이유.

‘전 세계 최초 개봉’, ‘국내 동시 개봉’ 이라는 타이틀은 영화 흥행에 도움을 주는 것이 사실이다. 《아이언맨3》의 경우 지난 4월25일 개봉 이후 21일 연속 박스오피스 1위를 차지했고 900만 관객을 동원하며 흥행에 성공하였다.

이러한 개봉방식이 이루어질 수 있는 이유는 프리 부킹 시스템 때문이다. 프리 부킹은 개봉일과 최종상영일이 정해져 있어 개봉 후 관객 동원 실적에 맞춰 즉각적인 상영 스케줄을 조정할 수 있다. 상영 스케줄을 관객의 반응에 따라 유동적으로 조정함으로써 유연한 대처가 가능한 것이다. 프리 부킹으로 최초 개봉이 가능하며 이러한 형식의 개봉이 영화의 흥행에 도움을 줄 수 있다. 더불어 영화가 흥행함에 따라 상영일수를 늘리는 즉각적인 대처를 할 수 있게 된다.

**3-2-2. 일본 배급 시스템**

일본의 배급 시스템은 전통적으로 블록 부킹 시스템이었다. 하지만 최근 들어 이러한 블록 부킹 시스템이 프리 부킹 시스템으로 변화하는 움직임을 보이고 있다. 일본 영화계는 도호, 도에이, 쇼치쿠 등 메이저 영화사들 위주로 흘러가고 있는데 쇼치쿠는 2000년에 자사 배급작의 부진으로 블록 부킹 시스템을 폐지하고 일본영화, 외국영화 모두 프리 부킹 시스템으로의 전환을 선언했지만 도호와 도에이는 여전히 블록 부킹 시스템을 고수하고 있다. 현재 일본 영화산업에서는 프리 부킹 시스템 적용이 용이한 멀티 플렉스의 증가와 함께 블록 부킹 시스템이 유명무실하다는 평가를 받고 있다. 하지만 블록 부킹을 고수하던 메이저 영화사들이 멀티 플렉스 시장에 진출함에 따라 사실상 블록 부킹 시스템은 여전히 유지되고 있다고 볼 수 있다.

일본이 한국에 비해 수입영화의 개봉일이 늦는 것도 블록 부킹 시스템에 의한 것이다. 한국에서 2017년 8월 30일에 개봉한 《발레리안: 천 개 행성의 도시》가 일본에서는 2018년 3월 30일에 개봉했고 같은 날짜에 개봉한 《쥬만지: 새로운 세계》는 한국에서 이미 3개월 전에 상영되었다. 미국이나 한국의 경우 흥행에 따라 상영관을 유동적으로 증감할 수 있는 프리 부킹 시스템인 반면, 일본은 영화 배급 메이저 3사(도호, 도에이, 쇼치쿠)가 1년(52주)에 해당하는 스케줄을 작품별로 나눠서 전년도에 미리 계획하고 있다. 따라서 블록 부킹 시스템은 흥행에 유동적인 반응이 불가능하다. 이런 이유로 수입 영화의 개봉이 늦다 보니 일부 소비자들은 DVD나 불법유통을 통해 영화를 미리 접하게 되고 그만큼 수입영화의 흥행성은 떨어진다. 이는 일본 영화산업 쇠퇴에 일조하게 된다.

**4. 결론**

**4-1. 일본 자국영화 측면에서의 개선방향**

스크린 쿼터제의 본래 시행 목적은 외화와의 경쟁 속에서 자국의 영화를 보호하고 고유 문화의 건승과 발전을 도모하는 것이다. 하지만 본론 2-1.에서 제시한 바와 같이 일본의 자국영화 점유율은 이미 높다는 점과 그 점유율의 내막은 오리지널 기획 영화가 없다는 점을 고려하면, 본고에서 정의한 방화의 점유율을 높이고 부흥을 유도하기 위해서 폐지되었던 스크린 쿼터제의 부활이 필요하다. 다만, 일본의 자국영화 점유율은 이미 높기 때문에 자국영화의 점유율 향상 차원에서 스크린 쿼터제 다루어야 한다는 것이 아니다. 결론 4-2.에서 개선 방향으로 제시하는 배급 시스템 변화로 인하여 양화와의 경쟁이 발생할 것이다. 이 경쟁 속에서 생존하기 위한 최소한의 방화 보호 차원의 정책으로서 스크린 쿼터제의 부활을 주장하는 바이다. 스크린 쿼터제를 부활시킴으로써 유치산업(幼稚産業)을 보호하고 특정 영화사의 독점을 막을 수 있는 제도적 개입의 효과를 기대할 수 있다. 또한 양화와의 경쟁 속에서 방화의 시장 점유율을 상승시켜 자국의 문화를 보존하는 보호제 역할을 할 수 있을 것으로 전망한다.

**4-2. 해외영화 배급 측면에서의 개선방향**

블록 부킹은 연간 상영 스케줄이 고정되어 있는 형태로 1년 내내 순조로운 배급 전략을 짤 수 있다는 장점이 있다. 하지만 동시에 고정된 스케줄 때문에 관객 반응에 유연한 대처가 어렵고 진입장벽이 높아 신규 제작사나 배급사는 생존하기 힘들다. 따라서 블록 부킹 시스템은 독점기업을 생성할 가능성이 있고 소비자에게까지 악영향이 이어질 수 있다. 블록 부킹이 독점적인 시장구조를 형성하는 실례로써 1948년 United States vs. Paramount Pictures 사례에서는 미대법원이 독점력을 확장시킨다는 근거를 들어 블록부킹을 불법으로 간주하여 폐지하였다. 시장 거래에 있어서 문제점이 존재하는 제도임에도 불구하고 현재 일본은 여전히 블록 부킹을 고수하고 있다. 이는 외국 수입영화의 개봉이 늦어지는 요인 중 하나로 불법 유통을 발생시킬 우려가 있으며 흥행에 즉각적으로 반응하기 어려워 외화의 흥행성을 저하시킨다.

반면 프리 부킹은 개봉일과 최종상영일이 정해져 있어 개봉 후 관객 동원 실적에 맞춰 즉각적인 상영 스케줄이 조정 가능하다. 프리 부킹 시스템으로 배급이 이루어지면 작품에 맞는 상영규모와 개봉계획을 세워 스크린 수를 확보하는 배급사는 효율적인 관리를 할 수 있다. 덧붙여, 새로운 제작사나 배급사의 참여에 대해서도 유연한 대처가 가능하고 개별판매적 특징을 가지기 때문에 양질의 영화를 제작해야 하는 동기를 제공한다. 따라서 블록 부킹을 고수중인 일본은 배급 시스템을 프리 부킹으로 전환하여 영화에 대한 질적 수준을 높이고 수입영화 흥행이 성공할 수 있는 환경을 조성해야 한다.

하지만 개별 판매로써의 영화 거래 시장에서는 영화의 품질이 거래에서 최우선시 된다. 이로 인하여 양질의 작품을 만들기 위한 영화 간의 경쟁이 심화될 것이다. 그 과정에서 대규모 자본이 투입된 할리우드 블록버스터 영화가 우위를 차지할 가능성이 높다. 할리우드 보다 자본의 규모가 상대적으로 작은 일본은 양질의 경쟁에서 살아남기 위한 방안을 모색해야 한다. 그에 대한 개선 방안이 본론 2.에서 제시한 최소한의 방화 보호 차원의 정책으로서 스크린 쿼터제의 부활이다. 일본은 국외적으로 배급 시스템을 프리 부킹으로 전환함으로써 영화의 질적 수준과 수입 영화에 대한 흥행성을 향상시켜 영화산업의 부흥을 전반적으로 자극시키고, 국내적으로는 본론 2-2-2.에서 언급한 바와 같이 스크린 쿼터제의 부활을 통해 방화를 보호해야한다. 마치며 향후 일본 영화산업이 쇠퇴기에서 벗어나 자국의 영화를 보호하며 국내뿐만 아니라 세계적으로도 저명한 영화 시장으로 거듭나기를 바란다.

**5. 참고문헌**

강신일(2001) 「스크린쿼터제의 경제적 분석」 『규제연구』 9-2, 한국경제연구원, pp137-156.

김평수(2014) 『문화 산업의 기초이론 : 문화 산업의 메커니즘을 이해하는 10가지 키워드』, 커뮤니케이션북스, pp45-55.

박다솜(2018) 「일본 ‘영화산업’에 대해 우리가 몰랐던 사실!」, 사이다경제.

박민수외1(2008) 「스크린쿼터의 규제 효과에 관한 미시적 연구 - 극장주의 상영 패턴을 중심으로」 『규제연구』 17-1, 한국경제연구원, pp41-70.

복환모(2001) 「일본영화산업연구」 『영화연구』 17, 한국영화학회, pp243-264.

안하나(2013), 「할리우드 영화, 한국서 ‘전 세계 최초’ 개봉 이유」, MBN스타.

정헌일(2006) 「후생과 공정경쟁의 관점에서 본 영화상영계약방식의 이해」 『문화경제연구』 9-1, 한국문화경제학회, pp71-108.

주성철(2016) 「오리지널 시나리오가 부러운 일본 감독들」, 씨네21.

**[통계자료]**

국적별 점유율(2021), 영화관입장권통합전산망(KOBIS.)

연도별 관객수 및 매출액, 영화진흥위원회.

2020년 한국 총인구수, 국가통계포털 KOSIS.

2020년 일본 총인구수, 국가통계포털 KOSIS.

2020년(레이와 2年) 전국 영화 개황, 일본 영화 제작자 연맹(영련).

2020년도(레이와 2年) 흥행수입 10억엔 이상 영화 (레이와 3年 1月 발표), 일본 영화 제작자 연맹(영련).

**[인터넷자료]**

쇼와 영화법, 『영화법 폐지법률(쇼와 20년 법률 제61호)』

유신, 『21세기 정치학대사전』

평균비용, 『두산백과』

한계비용, 『한경 경제용어사전』

宮本治雄 映画ライター(2007), (株)朝日新聞出版発行「知恵蔵」

Aimo Toivo Kyllönen, 「독점.」, slidesplayer.

Propaganda(2004), 「블록부킹」 『영화사전』

Propaganda(2004), 「프리부킹」 『영화사전』

1. 주성철(2016) 「오리지널 시나리오가 부러운 일본 감독들」, 씨네21 [↑](#footnote-ref-2)
2. 일본 125,836,021명, 2020년 총인구수, 국가통계포털 KOSIS [↑](#footnote-ref-3)
3. 한국 51,780,579명, 2020년 총인구수, 국가통계포털 KOSIS [↑](#footnote-ref-4)
4. 일본 영화 제작자 연맹(영련) [↑](#footnote-ref-5)
5. 일본 영화 제작자 연맹(영련) [↑](#footnote-ref-6)
6. 총비용을 총생산량으로 나눈 것으로, 생산량에 관계없이 단기적으로 변화가 없는 평균고정비용과 생산량과 연동되어 움직이는 평균가변비용의 합. 『두산백과』 [↑](#footnote-ref-7)
7. 재화나 서비스 한 단위를 추가로 생산할 때 필요한 총비용의 증가분. 『한경 경제용어사전』 [↑](#footnote-ref-8)
8. Aimo Toivo Kyllönen, 「독점.」, slidesplayer [↑](#footnote-ref-9)
9. 김평수(2014), 『문화산업의기초이론』 [↑](#footnote-ref-10)
10. 박민수외1(2008), 「스크린쿼터의 규제 효과에 관한 미시적 연구」 『규제연구』 17(1), pp41-70. [↑](#footnote-ref-11)
11. 1972년 10월 17일 박정희 대통령이 장기집권하기 위해 단행한 초헌법적 비상조치. 『21세기 정치학대사전』 [↑](#footnote-ref-12)
12. 쇼와 14년( 1939년)에 제정된 일본영화에 관한 법률. 1939년(쇼와 14년) 4월 5일에 공포 쇼와 20년( 1945년) 12월 26일 폐지, 『영화법 폐지법률(쇼와 20년 법률 제61호)』 [↑](#footnote-ref-13)
13. 宮本治雄 映画ライター(2007),(株)朝日新聞出版発行「知恵蔵」 [↑](#footnote-ref-14)
14. Propaganda(2004),『영화사전』 [↑](#footnote-ref-15)
15. Propaganda(2004),『영화사전』 [↑](#footnote-ref-16)
16. 안하나(2013), 「할리우드 영화, 한국서 ‘전 세계 최초’ 개봉 이유」 『MBN스타』 [↑](#footnote-ref-17)