

한국노동사회연구소 제119차 노동포럼

: '서비스노동자, 어떻게 조직할 것인가 -유통 및 방송통신을 중심으로-'

유통업종 전략조직화사업 소개

전국서비스산업노동조합연맹 정책실장 이성중

1. 사업 추진의 배경

서비스연맹의 주력업종은 유통, 관광, 골프장, 외식 등 민간부문의 다양한 서비스업종을 포괄하고 있다. 지난 1996년 유통시장 개방이후 유통산업이 재편되고 대규모점포(유통발전법상)가 증가하면서 노동자 밀집사업장이 확장되었고 이는 조직화로 연결할 수 있는 유리한 조건이 조성된 것으로 판단하였고 기존의 유통업종 노조에 이어서 신규노조 설립을 집중하여 추진하기로 전략적인 사업계획을 세움

민주노총의 미조직비정규직 전략조직화사업의 1기, 2기를 거쳐 3기까지 지속하면서 유통서비스부문에 대한 집중적인 조직화사업을 진행하게 되었고 백화점, 면세점에 이어 현재는 대형마트 부문으로 사업을 집중하고 있는 중이고 가시적인 성과를 만들어가고 있는 과정

유통서비스부문에 대한 전략조직화사업은 서비스연맹의 조직규모의 영세성을 극복하기 위한 불가분의 선택도 작용하였고 유통업종에 대한 전략조직화사업을 본격적으로 시작하면서 그 성과로 지난 2007년부터 신규노조 설립이 지속적으로 이어지고 있는 것도 힘을 얻게 된 계기가 됨

* 대규모점포의 정의

유통산업발전법 제2조(정의)

이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “유통산업”이란 농산물·임산물·축산물·수산물(가공물 및 조리물을 포함한다) 및 공산품의 도매·소매 및 이를 경영하기 위한 보관·배송·포장과 이와 관련된 정보·용역의 제공 등을 목적으로 하는 산업을 말한다.
2. “매장”이란 상품의 판매와 이를 지원하는 용역의 제공에 직접 사용되는 장소를 말한다. 이 경우 매장에 포함되는 용역의 제공 장소의 범위는 대통령령으로 정한다.

3. “대규모점포”란 다음 각 목의 요건을 모두 갖춘 매장을 보유한 점포의 집단으로서 별표에 규정된 것을 말한다.

가. 하나 또는 대통령령으로 정하는 둘 이상의 연접되어 있는 건물 안에 하나 또는 여러 개로 나누어 설치되는 매장일 것

나. 상시 운영되는 매장일 것

다. 매장면적의 합계가 3천제곱미터 이상일 것

2. 유통서비스부문의 특징과 실태

유통은 판매와 물류로 구분될 수 있으나 주로 판매직종의 노동자를 조직화대상으로 사업을 추진하여 왔음. 대상자들의 근무형태는 전일제, 교대제로 이루어져 있고 최근에는 정부의 고용율 70% 달성 관련하여 마트부문에서 단시간근로가 확산되고 있음

* 업체별 노동형태

백화점	전일제 근무형태/ 장시간 노동(근무일 기준 11~12시간)
면세점	교대제 근무형태
대형마트	교대제 근무형태/ 단시간 근로
쇼핑몰, 아울렛	년중무휴 영업/ 전일제 교대제 혼재
SSM, 편의점	년중무휴 24시간 영업

* 기업별 고용현황

노조	이마트	홈플러스	홈플러스테스코
간접고용 (전체노동자 기준)	50%+	70%+	30%+
비정규직 (무기계약직 포함)	70%	70%	60%
계약방식	파견, 용역, 도급, 위탁 등		

유통부문의 공통점은 감정노동을 하고 있고 여성노동자들이 많으며 저임금, 고용불안, 장시간노동, 야간노동, 휴일노동 등으로 일과 가정의 양립 또는 일과 삶의 균형이 어려운 노동조건임. 이 들의 의제를 중심으로 조직화전략을 세우고 추진하여 왔음

특히 저임금과 불안정고용은 핵심 의제로 마트부문의 경우 간접고용의 비율이 50%이상이며 불법도급이나 불법파견의 소지가 다분한 상황이고 백화점과 면세점의 경우 소속 기업과 체결한 근로계약과 사용자(원청)인 백화점, 면세점기업의 사용자성이 계속 충돌하고 있는 상황임

예를 들면 백화점의 경우 백화점에 직접 고용되어 있는 관리자가 담당하고 있는 부문(화장품매장)의 매출이 부진한 경우 근태관리에 개입해서 쉬지를 못하게 하거나, 면세점의 경우 협력업체 직원들을 대상으로 어학시험을 보게하고 점수가 낮을 경우 재시험을 보게 하는 사례, 마트의 경우 파견이나 용역직원들에 대한 원청 관리자의 업무지시와 관리감독이 수시로 이루어지고 있는 불법적인 요소가 상존하고 있음

기업들은 이러한 문제점들로 인해 2013년 이마트가 도급사원 12,000명을 직접고용 무기계약직으로 전환한 사례가 있고 그 이후에도 마트부문은 직고로 전환을 지속하고 있음

3. 조직화 의제

조직화 의제로는 공통적으로 감정노동으로 인한 직무스트레스에 대한 공통적인 어려움이 있고 각 업체별로 그 특성에 따른 요구와 의제들이 존재함

백화점	감정노동 장시간노동 해소를 위한 주1회 정기휴점제 도입 서서 일하게 되면서 하지정맥류 등 건강권
면세점	감정노동 년중무휴 영업으로 휴일근무/ 휴점제 도입 교대제 회전에 대한 어려움 호소(공항)
대형마트	감정노동 최저임금 수준의 저임금 단시간근로로 인한 생계의 어려움 호소 월 2일의 의무휴업 확대

당사자들은 의제가 곧 요구이기 때문에 이를 해결하기 위한 방향으로 선전전, 서명운동, 기자회견, 토론회, 플래시몹, 입법 추진 등의 방식으로 조직화하고 있음. 한편으로는 기존노조 조합원이 인근매장의 미조직노동자와 소통하는 방식도 병행

- * 대형유통매장 영업시간 제한 및 정기주휴점제 도입 선전전
 - 2011~2013년 주1회 매장앞 출퇴근선전전
- * 연장영업 반대 주휴점제 쟁취 플래시몹
 - 2013년, 2014년 서울역, 용산역, 국회앞, 명동, 매장(신세계백화점영등포점, 홈플러스월드컵점) 등에서 수십차례 시행
- * 입법 추진
 - 유통산업근로자 보호 및 대규모점포 주변생활 환경보호등에 관한 특별법 입법 추진중
 - 유통산업발전법 개정(대형마트의 심야영업을<24:00~08:00> 철폐하였고 월 2일의 의무휴업을 시행하고 있음)
 - 유통산업발전법 개정 추진(명절 의무휴업)
- * 감정노동자 보호법 입법 추진중
 - 한명숙, 심상정, 윤제옥, 이인영, 김기식, 황주홍의원 발의
 - 근로기준법, 산업안전보건법, 산업재해보상보험법, 남녀고용평등법 등
 - 녹색소비자연대와의 캠페인, 토론회, 실태조사 진행

4. 인적 물적 역량 투여

민주노총 1기 전략조직화사업비(50억기금)에서 조직활동가 10명을 지원받아 상근하면서 유통서비스부문의 조직화사업을 추진하였음. 민주노총 2기와 3기 전략조직화사업에서는 사업비를 지원받아서 조직화를 위한 사업과 활동(문자발송, 법률지원, 순회선전전, 홍보물제작 등)을 지속함

국제노동단체인 유니의 지원(2명의 인건비)으로 홈플러스 조직화사업을 진행하고 있음. 이는 유니가 영국 테스코그룹과 맺고 있는 국제협약(내용중 노동기본권 존중)에 근거하여 한 국내에서 조직화사업을 지원하는 것

현재는 마트부문을 중심으로 마트3사 전략회의를 정례적으로 개최하면서 마트노동자들에 대한 공동조직화 활동을 모색하고 있고 마트산별노조 건설을 추진하면서 마트노동자들의 의제를 부각시키고 매장별 지부설립을 통한 조직화사업을 전개하고 있음. 최근에는 홈플러스 매각 사안이 불거지면서 제시민사회단체와 연대하여 먹튀자본의 횡포를 고발하고 내부적으로는 조직화로 연결하는 활동을 계속하고 있는 상황

5. 연대활동

2007년 비정규직 보호법 시행으로 촉발된 전국적인 이랜드 뉴코아 비정규직 투쟁은 유통매장의 여성노동자들의 열악한 노동실태를 전 국민들에게 알리는 계기가 되었으며 여러 시민사회단체들이 연대하여 유통기업들의 계약해지 등 부당한 행태를 저지하는 성과를 남김

2008년 여성, 환경 등 유관단체들과 ‘서서 일하는 서비스여성노동자들에게 의자를’ 캠페인을 통해서 고속도로휴게소, 유통매장계산대 등에 의자를 비치하는 성과를 얻었고 이를 통해서 유통업종 미조직노동자들이 노동조합에 관심을 가지게 하는 계기가 되었음

2011년 유통서비스 노동자 및 환경보호 특별법 제정 전국연석회의(법률, 시민, 환경, 상인, 노동단체 등)를 출범시키고 유통산업발전법 개정을 통한 심야영업 철폐와 의무휴업 도입이라는 성과를 만들어 내었음

2013년 감정노동자 보호법 입법 추진을 위한 전국네트워크(노동, 법률, 여성, 연구소, 의료, 종교단체 등 26개 단체)를 구성하고 실태조사, 기자회견, 토론회, 대국민홍보캠페인 등 다양한 활동을 통해서 지난 2012년부터 현재까지 11개의 법률개정안(제정법 1개 포함)을 입법 발의한 상황이고 노동부도 산안법 제24조 2(고객응대업무로 인한 건강장해 예방)를 법제화 추진중이며 업무상질병 인정기준에 대한 연구조사사업을 진행하고 있음

5. 조직화 경과와 성과

2007년 로레알코리아노조를 필두로 샤넬, 엘카코리아, 시세이도, 엘브이엠에치, 클라란스 등 백화점 수입화장품 판매직 노조가 계속 출범을 하였고 이어서 2010년 부루벨코리아, 엘코잉크 등 면세점 판매직노조가 뒤를 이었으며 2012년 이마트노조와 2013년 홈플러스노조 등 대형마트 노조들이 출범을 이어가고 있음(2008년 교보햇트랙스노조)

유통업종의 노조가 연이어 출범이 가능하게 한 것 중에 하나는 동일 매장에서 일하고 있는 여러 브랜드의 노동자들은 주변의 소식이나 정보를 상시적으로 상호 소통하게 되는데 이를테면 ‘어느 브랜드에 노조가 생겼는데 감정수당을 매달 5만원씩이나 주기로 회사와 합의했다고 하던데?’ 하는 식이다

그리고 또 하나는 직원의 규모가 영세하지 않고 수백명에 달하는 것이며 외국계 회사이기

때문에 일부 국내의 악덕기업처럼 노조를 부정하지 않고 노사관계를 일단 발전적인 방향으로 지향하고 있다는 것이다. 물론 외국계기업 내의 일부 한국인 경영진들이 뺄 짓을 하는 경우도 종종 있기도 하다

* 노조별 조합원수

로레알코리아	샤넬	엘카코리아	한국시세이도
1,000명	300명	700명	200명
엘브이엠에치	클라란스	부루벨코리아	엘크잉크
600명	150명	550명	250명
이마트	홈플러스	홈플러스테스코	
600명/ 27,000명	2,500명/ 23,000명	1,100명/ 5,000명	

6. 조직화사업 평가(논점)

헌법과 노동관계법에서 보장된 노동3권을 통한 능동적인 자기권리찾기에 대한 미조직노동자들의 인식부족 그리고 기업들의 노조불인정 및 탄압 등 반노조정책으로 인한 현장의 위축된 분위기 등이 개선되거나 쇄신되지 않는다면 조직화사업은 기본적으로 지난하고 더디게 진행될 수 밖에 없는 구조

현장의 미조직노동자들은 여러 가지(기업과 관리자들의 통제, 고용불안, 충돌적 노사관계에서 오는 불안감 등) 주변의 환경에 의해 심리적으로 고립 내지는 위축되어 있는 상황으로 이를 해소하기 위한 다양한 전술을 도입하는 것이 필요함. 예를 들면 동일업종에서 일하고 있는 노동자들의 공통의 의제를 제기하고 이를 동질감을 느끼게 하는 기재로 활용하면서 궁극적으로 노조를 통한 문제해결이라는 자연스런 과정으로 인식할 수 있도록 홍보하는 것

그렇다면 동종업종의 노조나 단체들이 연대하고 협력하는 과정이 필수. 따라서 산별노조의 조직형태를 갖춘 공동투쟁이 적합한 모델이고 사회적으로 이슈가 될 수 있는 의제를 발굴하는 작업도 매우 중요(일반 시민들이 공감하는 내용일 경우 파급력 있고/ 언론에서 다뤄질 것이며 기업이 압박을 받을 것이기 때문)