

www.humanrights.go.kr
사람이 사람답게 사는 세상



유통업 서비스·판매 종사자의 건강권 실태조사 결과발표 및 정책제언 토론회

- ◆ **일 시** : 2016. 1. 26.(화) 10:00~12:20
- ◆ **장 소** : 국회의원회관 제2소회의실
- ◆ **공동주최** : 국가인권위원회, 이미경 의원실, 심상정 의원실,
장하나 의원실, 전국감정노동네트워크

인사말

안녕하십니까?

국가인권위원회 상임위원 이경숙입니다.

바쁘신 일정에도 불구하고 감정노동자에 대한 관심과 애정으로 <유통업 서비스판매 종사자의 건강권 실태조사> 결과 발표 및 정책제언 토론회에 참석해 주신 여러분들께 감사의 말씀 드립니다. 특별히 감정노동자 보호입법을 위해 노력해주시고, 이번 토론회를 공동주최 해주신 이미경 의원님, 심상정 의원님, 장하나 의원님, 전국감정노동네트워크 관계자분들께 깊은 감사를 드립니다.

지난 20여 년간 서비스산업의 비약적인 성장으로 인해, 감정노동자들의 숫자 또한 급격히 증가 하여 그 수가 약 700만 명에 달하고 있지만, '라면 상무 사건, 땅콩 회항 사건, 고객센터 직원 자살 사건, 백화점 화장품 매장 사건' 등에서 보여 지듯이 감정노동자들은 열악한 인권상황에 처해 있습니다.

다행스럽게도 최근 몇 년간 언론과 시민사회, 노동조합 등이 적극적으로 문제를 제기하고 여론을 환기시켜, 감정노동에 대한 사회적 인식은 확대되어 가고 있고, 이에 발맞추어 국회에서도 감정노동을 근로의 형태로 인정하고, 종사자들을 보호하기 위한 여러 법률 재개정 안들이 제출되었습니다.

그러나 안타깝게도 해당 법률안들은 아직 처리되지 않고 있는 상황이며, 노동현장에서 감정노동자들의 인권상황 역시 크게 달라지지 않고 있습니다. 이에 국가인권위원회는

사단법인 한국노동사회연구소에 의뢰하여, 감정노동자의 다수를 차지하는 유통업 분야, 특히 백화점, 마트, 면세점을 대상으로 감정노동자들의 인권실태를 조사하여 개선 방안을 모색하고자 하였습니다.

이번 실태조사에서는 감정노동이 서비스제공을 위하여 자신의 감정을 숨기거나 조절하여야하는 특성을 감안하여 건강권을 주제로 접근 하였습니다. 실태조사 결과 유통업 종사자들이 고객으로부터 폭언·폭행이나 성희롱을 경험한 비율이 10명 가운데 4명이나 되었고, 이로 인해 조사대상자들 중 우울증이나 정신적 고통을 호소하는 등 정신건강이 우려되는 종사자가 52%에 달하는 심각한 상황이었습니다. 이러한 상황임에도 불구하고 정신적, 심리적 문제에 도움을 줄 수 있는 해소 프로그램을 적용 받은 종사자들은 드물었고, 몸과 마음을 쉬게 할 수 있는 휴게공간과 휴게시간 또한 부족한 것으로 나타났습니다.

오늘 이 자리는 이와 같은 실태조사결과의 주요 내용과 정책 제언을 살펴보고, 관련 전문가와 현장의 다양한 의견을 수렴하여 감정노동자들의 건강권을 비롯한 인권을 개선하기 위한 방안을 모색해 보고자 마련한 자리입니다.

오늘 특별히 연구진과 토론자 분들 외에도 현장에서 일하시는 분들이 직접 본인들이 겪은 사례들을 공유하기 위해 오셨습니다. 아무쪼록 이번 연구와 토론회가 감정노동자 당사자들의 건강권 보호와 인권개선을 위한 좋은 정책제언들이 제시되고, 이를 통해 실제적인 인권개선을 위한 정책들이 마련되는 계기가 되기를 기대합니다.

다시 한 번 바쁘신 일정 가운데 시간을 내어 참석해 주신 모든 분들께 감사의 말씀을 드립니다.

2016년 1월 26일

상임위원(차별시정위원회 위원장) 이 경 숙

인사말

안녕하세요. 더불어민주당 서울 은평갑 국회의원 이미경입니다.

돌이켜보면 19대 국회의 최대 화두는 ‘갑과 을의 상생대책’이 아니었을까 생각합니다. ‘갑’으로부터 고통 받는 ‘을’들을 보호하고, 이를 제도적으로 개선하는데 중점을 두고 여러 의원들께서 의정활동을 해왔습니다. 그러나 회사와 고객으로부터 이중삼중으로 ‘을’이 되고 있는 유통업 서비스·판매 종사자, 이들 ‘감정노동자’에 대한 대책은 만들어 내지 못했습니다.

‘우리 직원들은...누군가에게는 금쪽같은 자식입니다’, ‘우리 직원에게 무례한 행동을 하시면 고객을 내보내겠습니다’.

지난해 가을, 한 외국계 도시락 업체에서 고객을 상대로 올린 안내문입니다. 요즘 사회문제가 되어버린 ‘갑질’로부터 직원을 지키려는 사업주의 단호한 대응이라는 찬사와 함께, 속시원하다는 국민적 공감대를 얻어 냈습니다. 그러나 저는 한편으로 ‘오죽하면 저런 안내문을 걸었을까?’라는 생각과 더불어, 감정노동자의 열악한 근로환경의 단면을 보는 것 같아 마음이 아팠습니다.

더욱이 1996년 유통시장 전면개방 이후, 대형유통점이 우후죽순 늘어나면서 치열해진 업체간 경쟁으로 인해 늘어난 업무시간과 업무량, 열악한 근로환경은 유통업 노동자들의 고통을 가중시켜왔습니다. 업체들은 고속성장을 해왔지만 정작 업계 노동자들의 건강권

과 열악한 근로환경은 무시되어 왔습니다.

그래서 저는 2012년 19대 국회가 개원하자마자 유통업 종사자의 건강권과 휴식권을 보장하기 위해 영업시간을 제한하고, 전용 휴게시설을 설치하도록 하는 내용의 「유통산업 근로자보호 특별법 제정안」을 발의했습니다. 이후 국회에서는 영업시간 제한에 대해서는 중소기업인과의 상생을 이유로 유통산업발전법을 개정해 통과 시켰지만, 여전히 유통업 서비스·판매 종사자의 건강권과 관련 된 내용은 제대로 논의조차 되지 못했습니다.

오늘 발표되는 ‘유통업 서비스·판매 종사자의 건강권 실태조사’ 결과에 이러한 내용이 잘 반영되어 있습니다. 아침부터 밤까지 이어지는 장시간 업무에 법정연차조차 사용하지 못하고, 발가락이 구부러질 정도로 하루 종일 서서 일하고 있지만 제대로 된 휴식공간도 없이, 감정노동으로 인해 육체뿐 아니라 정신까지 고통 받고 있는 ‘유통업 서비스·판매 종사자’들의 열악한 노동환경이 잘 조사되어 있습니다.

오늘 이 자리는 학술적 연구조사 발표에만 머무는 것이 아니라, 현장 사례발표를 통해 실제 유통업 종사자들의 목소리를 들어보는 자리를 마련해 현장의 문제를 입체적으로 바라보고, 다양한 분야의 전문가들과 함께 문제를 해결 할 수 있는 정책제언의 자리가 될 것입니다.

오늘 ‘유통업 서비스·판매 종사자의 건강권 실태조사’ 결과발표와 정책제언 토론회를 통해 200만 유통업 판매종사자의 건강권이 지켜지고, 노동자의 삶의 질을 높일 수 있는 방안이 제시 될 것입니다. 감사합니다.

2016년 1월 26일

국회의원 이 미 경

인사말

안녕하십니까. 더불어민주당 국회의원 장하나입니다.

오늘 이렇게 국회에서 국가인권위원회, 감정노동네트워크, 그리고 감정노동 문제해결을 위해 애쓰시는 선배, 동료 국회의원님들과 함께 이렇게 토론회가 개최하게 되어 매우 뜻깊게 생각합니다.

우리 사회에서 ‘백화점모녀’, ‘라면상무’, ‘땅콩회항’와 같은 문제가 언론에 나올 때 마다가끔 사회적 이슈가 되고는 있지만 감정노동의 문제는 정책과 제도로 연결되어 대책을 마련하고 있지는 못 하고 있습니다. 국회에서도 2014년 정기국회부터 환경노동위원회 의원들과 고용노동부가 법안 논의를 하면서 구체적인 논의가 계속되고 있지만 관련 법 통과는 아직 요원한 실정입니다.

연구결과에 따르면 우리나라의 감정노동자는 약 740만명이고 유통업 서비스 판매직만 하더라도 201만명 정도 된다고 합니다. 그 중에서도 <저임금, 여성, 비정규직>으로 상징되는 유통업 노동자들의 노동환경은 매우 열악합니다.

이번 2015년 국가인권위원회 연구조사 자료인 <유통업 서비스 판매 종사자 건강권 실태조사>를 보니, “고객으로부터 폭언·폭행이나 성희롱을 경험한 비율은 40%에 달하고, 고도우울증(26.4%)과 정신적 고통(17.2%)으로 힘들어 함에도 불구하고 해소 프로그램을 적용 받은 자는 거의 없었다.”고 나와 있습니다. 이럴 때 감정노동자들은 잠시라도 쉴 수

있는 시간이 중요하고, 또 노동자들이 쉴 수 있는 공간(휴게실)이 필요합니다.

그러나 대형유통업 현실은 그렇지 못한 것 같습니다. 집중영업시간에 휴게실을 사용하지 못하는 곳도 있고, 많은 인원에 비해 턱없이 부족한 휴게실과 열악한 공간과 시설 등 우리나라 대기업이 운영하는 유통업의 민낯을 보여주는 것 같습니다. 대부분의 대형유통업 노동자들이 입점한 협력업체 소속이라는 점을 고려하면, 우리사회의 '을'들의 처지는 더욱 열악할 것으로 생각됩니다.

특히 이번 연구보고서에서 확인되고 있는 주요 유럽 나라의 유통업체 영업시간(일요일 휴무, 상대적으로 짧은 영업시간)이나 휴게실 사진을 보고 놀라지 않을 수 없었습니다. 장시간 노동에 저임금만인 아니라 휴게공간조차 제대로 보장받지 못하고 있는 현실을 확인했기 때문입니다. 조사결과에서 아파도 어쩔 수 없이 출근하고 있는 노동자의 비율이 17.9%나 되고, 근골격계 질환(유병율 증상) 고위험군이 44.7%라는 것은 근무환경과 무관하지 않아 보입니다.

이번 토론회를 계기로 유통업 노동자의 감정노동이나 노동환경 등이 개선될 수 있는 단초가 되면 좋겠습니다. 작은 보탬이 될 수 있는 것이 있다면 언제든지 함께하겠습니다.

고맙습니다.

2016년 1월 26일
국회의원 장 하 나

〈유통업 서비스·판매 종사자의 건강권 실태조사〉 결과발표 및 정책제언 토론회

프로그램

- ▣ 일 시 : 2016. 1. 26.(화) 10:00~12:20
- ▣ 장 소 : 국회의원회관 제2소회의실
- ▣ 공동주최 : 국가인권위원회, 이미경 의원실, 심상정 의원실, 장하나 의원실, 전국감정노동네트워크

좌장: 신혜수 UN 경제·사회·문화적 권리위원회 위원

인사말	○ 이경숙 상임위원	각 5분
	○ 이미경 의원	
1부 결과발표 (53분)	▶ 유통업 관련 영상 소개	3분
	▶ 현장 사례발표 1 (면세점)	5분
	▶ 현장 사례발표 2 (백화점)	5분
	▶ 현장 사례발표 3 (할인점)	5분
	▶ 연구목적 및 경과 (연구과제 책임연구원)	5분
	▶ 유통업 서비스판매직 노동 및 건강상황 실태와 해외 법제도 및 정책제언 김종진 (한국노동사회연구소 연구위원)	30분
	▶ 토론 1 : 김인아 (한양대학교 직업의학과 교수)	각 10분
▶ 토론 2 : 이성종 (민주노동총 서비스연맹 정책실장)		
▶ 토론 3 : 오세완 (고용노동부 산재예방보상정책국 산업보건과)		
▶ 토론 4 : 박충렬 (국회입법조사처 산업자원팀 입법조사관)		
2부 토론 및 정책제언 (60분)	▶ 종합토론 : 현장 서비스 판매직 노동자 질의, 발표&토론자 질의 응답	20분

〈유통업 서비스·판매 종사자의 건강권 실태조사〉 결과발표 및 정책제언 토론회

차 례

- **현장 사례발표** 1
 - 현장 사례발표 1 - 유통업 서비스 판매직 ‘면세점’ 사례 3
 - 현장 사례발표 2 - 유통업 서비스 판매직 ‘백화점’ 사례 5
 - 현장 사례발표 3 - 유통업 서비스 판매직 ‘할인점’ 사례 9
- **[참고자료] 감정노동자, 그들의 목소리** 11
 - 유통업 서비스 판매직 ‘할인점’ 현장 사례 1 13
 - 유통업 서비스 판매직 ‘할인점’ 현장 사례 2 15
 - 유통업 서비스 판매직 ‘백화점’ 현장 사례 3 17
 - 유통업 서비스 판매직 ‘백화점’ 현장 사례 4 19
 - 유통업 서비스 판매직 감정노동 현장 사례 모음 23

발제문

- **유통업 서비스판매직 노동 및 건강상황 실태와 해외 법제도 및 정책제언** 29
김종진 (한국노동사회연구소 연구위원)

토론문

- ▶ **토론 1 : 김인아** (한양대학교 직업의학과 교수) 115
- ▶ **토론 2 : 이성종** (민주노총 서비스연맹 정책실장) 117
- ▶ **토론 3 : 오세완** (고용노동부 산재예방보상정책국 산업보건과) 125
- ▶ **토론 4 : 박충렬** (국회입법조사처 산업자원팀 입법조사관) 127

〈유통업 서비스·판매 종사자의 건강권 실태조사〉 결과발표 및 정책제언 토론회

현장 사례발표

- ▶ 면세점
- ▶ 백화점
- ▶ 할인점



▶ 현장 사례발표 1 - 유통업 서비스 판매직 '면세점' 사례

임신으로 일을 하면서도, 다리가 부어 와도 실 수가 없었습니다.

Ⅰ 면세점 서비스 판매직 여성노동자

안녕하세요. 저는 면세점 근무를 하면서 15년의 시간을 보내고 있는 판매직 노동자입니다. 다른 사람들이 보기에는 명품과 함께 깨끗한 환경에서 근무하는 저를 부러워하는 이도 있었습니다. 하지만 그 안에서 근무하고 있는 저는 보람 있는 일이지만 힘든 일들도 많았습니다.

저는 여성 노동자로서 매장에서 근무하며 임신을 하였습니다. 배가 불러오는 상태에서 매장 근무를 하였습니다. 당시에 휴게시간이 따로 정해져 있지 않고, 휴게실이 워낙 협소해서 배가 뭉쳐오고, 다리가 부어 와도 실 수가 없었습니다. 제가 근무하던 롯데면세점은 직원은 1,000명이 넘는데 앉아 실 수 있는 공간은 작은 방 한 칸 정도였습니다.

하물며 매장은 9층인데 휴게실은 지하2층 어찌다 가도 자리가 생길 때까지 기다릴 수도 없는 문제였습니다. 부른 배를 잡고 계단에 박스를 깔고 실 수밖에 없는 형편이었습니다. 고객님들을 에스코트할 때도 직원들은 에스컬레이터를 이용할 수 없어서... 고객님들은 에스컬레이터를 타시게 하고 배가 부른 저는 직원계단을 이용해야 했습니다. 그리고 에스코트해야하는 장소에서 만나야 했던 거죠..

그러면서 시간이 흘러 막달이 다가왔습니다. 저는 출산예정일보다 20일을 먼저 출산하였습니다. 면세점 매장에서 근무하는 동료들을 보면 보통 출산예정일보다 일찍 출산을 합니다. 하루 종일 서서 근무하는 직원들이라 보니 그런 일들이 비일비재합니다. 아이를 출산하고 .모유수유를 했습니다. 모유 유축기로 창고에서 유축을 했습니다.

면세점 주위 남자 직원들도 같이 쓰는 창고에서 유축을 할 수밖에 없는 실정이었습니다. 그런데.. 유축이라도 하면 다행이죠... 고객들은 많은데.. 인원이 부족해서... 제 유니폼 속은 언제나 모유가 흐르고 있는 고통 속에서 일을 했습니다.

그렇게 키운 아이가 이제 13살이 되었습니다. 그사이 부족하지만 휴게실은 2개더 생겼습니다. 그런데 면세점직원은 5배 가까이 늘었습니다. 그동안 면세점간 경쟁도 생겼습니다. 예전엔 7시 30분이면 끝나던 시간이 여기저기 면세점이 생기면서 경쟁이 붙어 30분씩 30분씩 늘어나더니 이제는 9시 30분에 끝납니다.

저희 아이는 아침에 물어봅니다. 엄마오늘은 무슨 조예요? 늦조라고 하면 '네 그럼 우리 오늘은 못 만나네요. 내일만나요' 라고 인사를 합니다. 제가 늦게 끝나 퇴근하면 아이는 벌써 자고 있는 시간이기 때문입니다. 그나마 저의 아이는 이제 많이 커서 잠들어도 그 다음날 아침이 되면 엄마를 볼 수 있다는 것을 알고 있지만..지금 면세점에 근무하는 직원들 대부분은 출산과 육아를 시작해야하고 그 직원들의 어린아이들은 언제 엄마 얼굴을 볼 수 있는지 언제 돌아올지 마냥 기다리다 지쳐 잠이 들겠죠.

면세점에서 일하는 분들은 저를 포함해서 여성이 99% 입니다. 결혼 못한 직원 분들도 너무나 많이 있습니다. 연애할 시간이 없기 때문입니다. 결혼을 했다 해도 대부분 직원들이 아이를 맡길 때도 없어 출산도 꺼려합니다. 너무 늦게 끝나 그 시간까지 아이를 봐주는 곳이 없기 때문입니다. 나라에서는 출산장려를 하는데 면세점은 점점 더 뒤로 가고 있는 실정입니다. 여기계신 여러분께서 외면하지 마시고 저희를 도와주시길 바랍니다.

지금 면세점 안에서 근무하고 있는 직원들은 편두통과 소음공해에 시달리며.. 다른 여성 직원들보다 갑상선 암 수술을 많이 받고 있는 실정입니다. 꼭 이런 문제들이 정부가 직접 조사하여 개선해주시길 바랍니다.

▶ 현장 사례발표 2 - 유통업 서비스 판매직 '백화점' 사례

년 내가 오늘 잘라버릴 꺼야! 어디서 누굴 무시해?

Ⅰ 백화점 서비스 판매직 여성노동자

저는 36살이고 7살 딸 아이를 키우며 멋진 전문 직업을 가지고 있는 당당한 17년차 워킹맘입니다. 회사에 입사한지는 17년차가 되었고 우수 사원 및 베테랑 이라는 수식어가 부끄럽지 않을 정도로 열심히 일하고 있습니다. 그런데 어느 날 여고생이 선물용으로 향수를 구매를 하였고, 선택한 향수는 회사 규정에 따라 포장 전, 제품을 꺼내서 고객님이 보시는 가운데 확인을 해 드린 후 판매를 하였습니다. 10일쯤 지났을까요? 주말 오후이자 브랜드 메이크업 쇼가 있는 날이었기에 매우 바쁜 하루를 보내고 있는데 갑자기 70대 정도 되시는 아주 세련된 여자 고객님이 손녀와 손녀의 남자 친구를 동행 후 상당한 분노를 표출하며 매장으로 들어 오셨습니다.

“야! 여기 책임자가 누구냐?” 하시며 다짜고짜 데스크에 제품을 집어 던지듯 내려놓으시고는 “누가 이딴 제품을 팔았어? 너야? 너야? 너야?” 하며 다른 고객님을 응대하는 직원들 까지 툭툭 쳐가며 언성을 높이셨습니다. 분노 조절이 안 되시는 듯 앉아서 상담 받으시는 고객님들,, 그리고 매장 앞을 지나가시는 고객님들이 모두 쳐다 볼 정도로 소리 소리를 지르셨습니다. 매니저인 저는 다른 고객님을 응대 중이었지만 빠른 처리를 위해 제 고객님께 급히 양해를 구한 후 고객님께 달려갔습니다. 가져오신 제품을 쾅! 쾅! 데스크에 찍으며 화를 내는 고객님 말씀을 들어 보니 10일전 제가 판매를 도와 드린 손녀분과 선물 받으신 학생의 할머니님 이셨습니다.

화가 나신 이유는 생신이라 손녀가 향수 구매를 해 왔는데, 병 아랫면이 송곳에 콕! 하고 찍힌 듯 흠집이 나 있었고 생일날 아침 선물을 받고는 매우 기분이 나빴으며 아이가

구매 하러 왔기에 일부러 불량 제품을 팔았다는 것이 고객님의 컴플레인 사유였습니다. 모든 말씀을 듣고 당시 판매를 도와던 제 입장으로서는 당황하지 않을 수 없었고, 그 상황이 생생히 기억이 났기에, 구매하신 손녀 고객님께 “고객님 먼저 불편을 드려 죄송합니다. 그때 구매를 도와드린 직원이 저였습니다. 혹시 기억 하시지요? 그때 제품을 꺼내어 제품 확인을 해 드렸는데,, 그때 이상이 없던 것으로 …” 라는 말이 끝나기도 전에 손녀의 할머니는 제 멱살을 목이 졸리도록 쥐고는 “이게 어디서 뚫린 입이라고 말을 막해? 너 찢러 봐야 정신을 차리겠지? 너 망신 좀 당해봐라, ” 하시며 영업 중인 시간에 제 멱살을 쥐고 매장에서 안내 데스크 까지 질질 끌고 가시며, “넌 내가 오늘 잘라 버릴 거야. 어디서 누굴 무시해?” 하셨습니다.

“고객님,, 고객님..” 하는 제 말은 듣지도 않은 채,, 안내 데스크로 끌고 가서, 백화점 고객센터를 연결 하라고,, 소리를 지르셨습니다. 백화점 관계자가 연결되고 나오는 시간 까지 멱살은 풀리지 않았고, 모든 사람들이 원숭이 쳐다보듯 수근거리며 지나갔습니다. “고객님 제 말씀 좀 들어 보세요.. 죄송합니다.. 죄송합니다” 저도 참다못해 멱살을 움켜지신 손을 힘주어 내리니, “이것 봐라? 어디서 감히?”…….라고 하시며 수많은 헐박과 욕설을 퍼부으셨습니다.

상황이 조금 진정이 되고, 잠시 후 백화점 담당자가 왔고, 또다시 폭풍은 몰아쳤습니다. 말에 살이 붙고, 실제와 다른 말이 덧붙여지며 고객님은 백화점 담당자에게 저를 고발하듯 소리를 지르셨고 저런 것들은 찢러야 한다고 하셨습니다만… 전 아무 말도 못하고 뉘이 나간 채 멍하니 머리 숙여 서 있었습니다. 변명의 여지가,, 아니! 아예 아무 말도 하지 말아야 하는 상황이었기에 고객님의 말이 옳다 아니다 라고도 말할 수 없었고, 그냥 “당했다” 라고 밖에 표현 할 수 없었습니다.

백화점 담당자는 그래도 그 당시 인간미가 있는 분이였기에, 고객님께 말도 안 되는 사과를 드리고, 제게도 눈 찢금 감으며 사과 하라고 했습니다. 지금 생각해도 어이없는 한편의 드라마가 써졌습니다만.. 저는 매장 책임자이고 모든 것을 감수해야 하는 매니저로써 이 상황을 빨리 모면하기 위하여 머리 숙여 “죄송합니다,, 정말 죄송합니다..” 라고

하며 눈물을 꼭 참고 말도 안 되는 말을 내 뱉으며 새 제품으로 교환을 해 드렸고, 고객님 위로의 차원에서 행사 때 지급되는 사은품과 선물을 가득 챙겨 드렸습니다.. 도대체 무엇이 이렇게 까지 해야 할 일인 지도 모른 채 말입니다.

그 순간 모멸감이란 상상 할 수도 없을 만큼의 상처를 입고 있었는데,, 그보다 더 힘들었던 것은, 고등학생인 손녀가 본인의 남자친구와 고객님들 앞에서 팔을 꼬고 서서 “언니 일 똑바로 하세요. 언니 같은 사람 때문에 백화점 언니들 욕 먹이지 마시구요!!” 참…… 전 20살이나 어린 학생에게 머리 숙여 “불편을 드려 죄송합니다,, 제가 회사 생활을 잘못된 것 같습니다.” 라고 말한 후 온몸에 힘이 빠졌고,, 그분들이 간 후 더 이상 매장에서 고객을 응대 할 수 없다는 판단에 휴지를 한 움큼 빼 들고는 직원용 동선으로 뛰쳐나왔습니다.

어디 가서 실컷 울고 나를 위로 하고 싶었지만,, 백화점 내 직원 휴게실을 이 망가진 영혼 하나가 들어갈 자리가 없었습니다. 피곤에 지친 동료들이 좁은 방에 옹기종기 쪼그리고 자고 있는데,, 어디 가서 나를 위로 하겠습니까! 몸과 마음이 지쳐도 열악한 휴게실엔 들어갈 엄두조차 나질 않았고 늘 그렇듯, 차가운 비상용 계단에 앉아 1시간을 쉬지도 않고 소리도 못 내고 울었습니다. 그 모습이 얼마나 비참했는지 여기 계신 분들도 상상이 가시리라 생각합니다. 고객이 옳다고 하면 옳은 거고, 고객이 아니다,, 하면 아닌 거고.. 정말 모든 것이 너무 억울하지만 우리 내 삶은 이미 빼긴지 오래입니다. 매장으로 돌아 왔을 때 함께 일하는 동료들은 내게 위로의 말을 한마디도 건내 질 못했고 같이 눈물을 글썽 거리며 무언의 위로를 한 것 같습니다.

17년 동안 한 우물을 판! 나름 고경력자이고 베테랑이고 후배들한테 존경 피나 받고 있는 7살짜리 딸 아이의 어머니자 열심히 일하는 남편의 당당한 자랑꺼리 아내였습니다. 그러나 오늘 전 바퀴벌레 보다 못한 존재이고 무능력하며 존재감이 없는 매우 하찮은 사람이었습니다. 마치 별거벗고 큰 대로변에 서있는 기분이었습니다. 그날 이후 한의원과 병원에서 화병이라는 진단을 받을 만큼 힘들었고, 약도 먹으며 나 자신을 다스렸지만, 감정도동란 이름에 상처는 여러 가지 방법으로 멈추질 않고 이어지고 있습니다.



저는 정말 이 일을 계속 해야 하는 건지, 무엇이 사람들의 생각을 이렇게 까지 만들었는지 이해 할 수가 없습니다. 고객님들의 바라보는 직원들에 대한 생각이 조금만 바뀌면 좋을 텐데,, 또한 그 직원들이 내 소중한 가족이라고 생각하면 조금이라도 나아지지 않을까 하는 바램으로 오늘 하루도 견뎌내 봅니다. 이상입니다.

▶ 현장 사례발표 3 - 유통업 서비스 판매직 '할인점' 사례

마트 생활 3년이 지나면 골병든다고 합니다.

Ⅰ 대형마트 서비스 판매직 여성노동자

우리나라 마트 노동자들의 대부분은 40대 후반부터 50대까지의 여성노동자들로 1년 이상 근무하면 몸 어딘가 아프지 않는 곳이 없습니다. 저는 대형할인점(마트)에서 근무하고 있고, 마트 내에선 기피하는 부서중 하나인 농산물을 취급하는 파트타임 노동자입니다. 하루 8시간 식사시간 1시간을 제외하곤 줄곧 서서 일합니다. 상품 진열, 포장, 소분작업과 상품 매대 재진열 등 잠시도 앉아 쉴 수 없이 일이 몰려옵니다. 감자나 고구마, 무, 당근 등 한 상자의 무게는 보통 10~15kg으로 상품을 진열하거나 정리할 때 혼자서 들어 올려야 합니다.

일을 시작하고 업무한지 한 달이 지나면 손목과 어깨 통증이 시작되고 3개월이 지나면 팔에는 일상적인 통증이 옵니다. 쉬는 날엔 몸이 더 아프지요. 1년이 지나면 만성적으로 손목과 팔꿈치, 손가락 등이 붓고 쭈셔대 자다가 깨기도 합니다. 마트 생활 3년이 지나면 골병든다고 합니다. 하루 7시간 노동의 대부분 서서 일하기 때문에 밥 먹는 시간 1시간이 유일한 휴식시간이고, 화장실가서 있는 시간이 앉을 수 있는 시간입니다. 어떤 동료는 관리자 눈치 안보는 화장실에 앉아 10분씩 쉬었다 오곤 하더군요.

마트 내에는 노동자들이 앉아 쉴 곳이라곤 찾아보기 어렵습니다. 소분실과 물품보관 창고에는 의자가 없고 의자는 휴게실과 화장실 앞에 있는 쇼파가 유일합니다. 따라서 식사 후 30분 정도의 휴게시간은 꿀맛 같은 시간이고 금세 지나가는 것처럼 느껴집니다. 휴게실에 비치된 쇼파에 앉아 간이용 의자를 앞에 두고 다리를 들어 올려 쉬고 나면 뭉친 다리가 풀려 일하기가 조금 수월합니다. 그러나 10평정도의 휴게공간에는 토요일, 일

요일엔 알바까지 포함해 2~30명이 이용해야합니다. 어떤 땀 앓을 자리가 없어 동료들이 내주는 좁은 공간에 끼여 앉아 잠시 쉬고는 또 남은 일을 하러 갑니다.

많은 사람이 이용하는 휴게실은 창문이 없어 먼지도 많고 공기도 나쁘고 답답하지만 추워서 문을 열어 둘 수가 없습니다. 몸이 안 좋은 사람들은 잠시라도 누워 쉬고 싶지만 다른 사람 눈치를 봐야합니다. 겨울엔 무릎 담요를 가져와 소파에 쭈그리고 누워 쉬기도 하지만 바닥이 차가워 쉬고 나서 매장에 가면 한기가 들 정도입니다. 작년 10월 휴게실 개선 사업을 노동조합(민주노총 서비스연맹)에서 제기 할 만큼 휴게공간에 대한 개선은 절실한 문제였습니다. 잠깐을 쉬더라도 안락하고 쾌적한 환경에서 편히 쉬고 싶은 게 모든 직원들의 바램이었습니다.

다행히 작년(2015년) 11월 의자만 놓여있던 휴게실에 전기 난방을 설치되면서 잠깐 쉬는 휴식 시간이 정말 달콤합니다. 동료들 또한 정말 좋아하고 만족하는 모습을 보면서 기뻐합니다. 고객들이 만족하고 행복할 수 있는 행복드림 **마트는 파트타임 사원들을 행복사원이라 부릅니다. 그러나 행복사원들이 만족하고 행복해질 때 고객에게도 질 좋은 서비스가 제공되리라 여겨집니다. 아직도 휴게실에 난방이 되지 않아 휴식시간에 제대로 휴식을 취할 수 없어 벌벌 떨며 일하고 있을 다른 매장의 동료 사원들을 생각하게 됩니다.

〈유통업 서비스·판매 종사자의 건강권 실태조사〉 결과발표 및 정책제언 토론회

[참고자료]

감정노동자, 그들의 목소리



▶ [참고자료] 유통업 서비스 판매직 '할인점' 현장 사례 1

아프지 않고 일하고 싶습니다. 오랫동안 동료들과 함께 일하고 싶습니다.

안녕하세요? 저는 **마트 일하는 파트타임(행복사원) 노동자입니다. 저는 마트 내에서도 일이 힘들다는 음료주류파트에서 근무하고 있습니다. 매일 들어오는 음료, 주류물류는 박스단위로 들어옵니다. 코카콜라 1.8L 12입, 박카스나 선물세트 박스, 맥주 500ml 24캔등 이런 무거운 물건들을 박스단위로 들고 진열하고 남은 상품들은 창고에 정리를 합니다.

상품자체가 무겁고 일도 힘들어서 음료주류에서 오랫동안 일하면 온 몸 구석구석 안 아픈 곳이 없습니다. 주류에서 일했던 동료는 일한지 일주일 만에 손목보호대를 했고 10개월쯤엔 발등이 부어올라 병원에 입원을 해야 했습니다. 오랜 기간 일한 동료는 손목이 좋지 않아 병원에 갔더니 손목 연골이 많이 닳았다고 말했다고 합니다.

저 또한 3개월쯤 일하자 여기저기 아파오기 시작했습니다. 무릎이 부어올라 한의원에서 수차례 침을 맞기도 했습니다. 카트나 롤테이너로 물건을 옮길 때 무릎에 하중이 많이 가기 때문입니다. 동료들에게 무릎이 부었다고 얘기하니 여러 사람들이 무릎 수술을 했다고 얘기도 해주더군요. 같이 일하는 동료중에는 엘보증상을 보이는 사람들도 많이 있습니다.

팔꿈치 위쪽이 아프면 골프엘보, 아래쪽이 아프면 테니스엘보라고 얘기하면서 어느쪽이 아프냐고 서로 물어보기도 하고, 양쪽이 다 아프고 양팔에 증상을 보이는 사람들도 있습니다. 자다가 팔 다리에 쥐가 나서 일어나는 사람들도 있습니다. 일하다가도 다리에 쥐가 나서 한참을 주무르고 일을 하기도 합니다. 1년 이상을 일한 사람들은 대부분 몸에

이상이 옳습니다.

일이 힘들다 보니 오랫동안 일하는 사람들이 많지 않습니다. 1년을 같이 일한 동료가 그만두면서 하던 말이 생각납니다. “더 이상은 못하겠어요 아침마다 손이 붓고 팔꿈치가 너무 아파요, 여기서 더 일하면 골병 들거 같아요. 집에 가도 집안일에 신경을 못쓰겠어요” 오랫동안 마음을 나누고 손발을 맞추던 동료가 그만두면 몸도 마음도 힘들어지지만 붙잡을 수가 없었습니다.

같이 일하는 다른 동료는 얘기합니다. 늦은 밤까지 일하고 들어가면 몸이 너무 힘들어 애들 밥을 못해줘서 너무 미안하다고, 우리 애들은 우유와 빵, 라면이 키웠다고...웃으며 얘기하지만 가슴엔 눈물이 흐릅니다. 아프지 않고 일하고 싶습니다. 오랫동안 동료들과 함께 일하고 싶습니다. 소박한 저녁이 있는 삶을 원합니다. 저의 작은 소망이 현실이 될 수 있을까요?

▶ [참고자료] 유통업 서비스 판매직 '할인점' 현장 사례 2

한 두 시간이라도 일찍 문을 닫고 퇴근을 할 수 있으면 얼마나 좋을까

A대형마트에서 일한지 5년. 나는 초등학교 저학년, 고학년 등 아이 셋을 키우는 엄마이다. 집 가까운 곳에 마트가 있고 다른 직장에 비해 휴일이 많아서 그나마 아직 그만두지 않고 버티고 있다. 그런데 한참 손 많이 가는 나이의 아이를 키우면서 이곳 마트에서 일을 한다는 것은 정말 쉽지가 않다. 이 일을 시작하고 수도 없이 그만둘까 하는 생각을 했다. 왜냐하면 마트는 주말에 쉬지 못하고 일을 해야 되고, 퇴근 시간이 밤 12시까지 교대근무를 해야 된다는 것이 너무 힘들었기 때문이다.

아이들이 집에 와서 저녁밥을 먹고 숙제도 봐주고 준비물도 챙겨 봐주고 해야 되는 저녁 시간에, 거의 일을 하고 있어야 하니 아이들도 나도 스트레스를 많이 받았다. 일을 하다가도 수시로 밥을 챙겨먹었는지 확인하고 해야 할 일을 했는지 확인하면서,,또 급하게 아이들이 아플 때에는 주변의 여러 사람들에게 민폐를 끼치기도 했다. 그럴 때는 매장이 1-2시간이라도 일찍 문을 닫고 퇴근을 할 수 있으면 얼마나 좋을까 생각을 많이 한다. 나만이 아니라 전국에 수많은 사람들이 마트에서 일을 하고 있는데 대부분 엄마들이 많지 않은가 싶다.

일하면서 가족과 함께 또 아이들과 함께 보낼 수 있는 시간이 있었으면 좋겠다는 생각을 자주한다. "아이들이냐? 직장이나?" 선택하는 것이 아니라 두 가지를 동시에 할 수 있었으면 좋겠다. 요즘같이 경제도 어려운 때에 남편 혼자 벌게 할 수도 없고 아이가 셋인데 돈 들어 갈 곳도 많고 그래서 쉽게 그만둘 생각도 못하는데, 늘 아이들이 자고 있는 시간에 들어가야 하고 토요일, 일요일 아이들이 하루 종일 집에 있는 시간에 같이 있지 못하는 것은 정말 힘든 일이다. 외국처럼 우리도 저녁8시에 문을 닫지는 못하더라도 적

어도 한 두시간은 폐점 시간을 당겨주고 의무 휴업일도 일요일로 확실하게 정하고 더 늘렸으면 한다.

모든 직장이 다 만족할 수는 없지만 우리 회사(마트) 휴게실은 커피 자판기 하나 없어 사비로 먹어야 한다. 잠깐을 쉬어도 허리를 쭈.. 옥 펴고 팔다리 기지개 시원하게 한번 켜고 편안하게 쉬었다 가고 싶은데 휴게실 장소가 너무 좁아서 다들 다리를 접어서 벽에 기대앉아 있어야하며 잠시라도 문이 닫혀 조용히 있질 못하고 환전이다. 무슨 업무다 하여 수납실을 드나드는 바람에 휴게실이, 휴게실이 아니다.

매장에 나가 보통 3-4시간 꼼짝 달짝 못하고 일렬로 포스에 들어가 장승처럼 지켜야 하는데 요즈음은 인사가 없다는 이유로 보통 3시간 30분 이 기본이다. 그런데도 잠깐 쉬는 시간에 제대로 쉴 수 있는 공간이 없고 환경이 없으니 정말 힘들다. 담당들이 없을 때 FT들 나와서 할 때 1시간이 멀다하고 휴식 타임을 잘도 가지면서 우리 담당들은 무슨 로봇 취급을 하는지 자기네들도 다들 사람이면서 우째 사람을 가지고 그리 생각들이 없는지. 우리가 웃으면서 고객을 맞이 할려면 직원들의 근무환경이 우선이 아닐까 한다.

▶ [참고자료] 유통업 서비스 판매직 '백화점' 현장 사례 3

우리들에게 편안한 보금자리는 언제쯤

워킹맘으로 근무하면서 나에게 직장생활이란 현재 가장 내가 열정과 시간을 많이 소비하는 역할입니다. 회사 업무, 고객서비스, 기타 등등... 하루 12시간 넘는 시간을 직장에서 생활 합니다. 럭셔리한 공간에서 완벽한 그루밍으로 흐트러짐 없이, 또한 밝은 표정으로 고객서비스에 최선을 다하면서 하루 평균 10시간 넘는 시간을 백화점 매장에서 근무하고, 나에게 주어진 휴식시간은 점심시간 포함해서 정해진 1시간 30분입니다.

그 휴식시간은 규정화된 밝은 미소도 필요 없고 완벽한 그루밍도 필요 없는. 저의 컨디션을 조절 할 수 있는 순수한 저의 시간이기도 합니다. 그러나 정작 이 짧은 휴식시간도 제대로 누리지도 못하고 있습니다. 왜냐면 백화점 휴게실은 120명 1층 직원들이 다 같이 사용하는 공간이고 그 공간은 8평 남짓 하는 아주 좁은 공간이기 때문이죠!!

오랜 시간 서 있으면서 굽은 허리, 통통 부은 다리, 진상고객에게 시달리면서 멍친 어깨, 몸은 정말 천근만근인데 ~~~. 휴식시간에 고된 몸, 피로를 풀고 싶어도 편안하게 쉴 곳이 너무 부족하여 히터도 없는... 후~~하고 불면 입김이 나오는 직원 통로에 놓여져 있는 딱딱한 나무의자에 앉아서 '핫' 팩에 얼어붙은 손을 녹이고 따뜻한 차한 잔에 지치고 힘든 나의 마음을 녹입니다.

열악하고 좁은 휴게공간에 편안하게 쉬지도 못하고 잠깐의 휴식시간은 그렇게 또 지나가고 저는 아무렇지 않은 듯 철인이 되어 다시 매장에서 최선을 다합니다. 단 10분을 쉬더라도 두 다리 쭉~욱 뻗고 따뜻한 공간에서 편안하게 자리 눈치 안보며 쉬어가며 근무 할 수 있는 휴게실 환경은 언제쯤 개선이 될까요??

물론 정수기, 안마 의자 시설이 있기는 하지만 고작 2대. 한 개 층에 120여명 넘는 직원들이 사용하기에는 턱없이 부족한 수량이기에 사용조차도 힘이 듭니다. 행복한 직장 생활을 하기위해 하루 종일 서 있는 우리에게겐 휴게시설이란 편안한 집과 같은 보금자리와도 같은 곳인데 이런 작은 행복까지 누릴 수 없는 근무환경이 서럽기만 하네요.

하루 빨리 휴게시설공간이 개선되어 고된 연장영업으로 지친 몸을 잠시라도 편안하게 쉬면서 근무할 수 있도록 모든 직원들이 지친 몸과 지친마음에 위로가 될 수있는 휴게시설로 개선되었으면 하는 바램입니다.

▶ [참고자료] 유통업 서비스 판매직 '백화점' 현장 사례 4

감정노동에 시달리는 우리들, 일상은 이렇습니다.

인터넷몰에서 주문하신 고객님의 제품에 이상이 있다며, 백화점 책임자와 통화를 원한다고 백화점 소비자상담실에서 연락이 왔으며, 백화점 담당님이 일단 매니저가 먼저 통화를 해보라고 해서 제가 먼저 고객님과 통화를 하였습니다.

“안녕하세요.”라는 말과 함께 저희제품에 이상이 있다는 내용으로 전화를 드렸더니 대뜸 백화점 담당자와 통화를 원했는데, 매장에서 전화가 왔으며 불쾌하셨습니다. 일단 저희 제품으로 인한 클레임이다 보니, 매장 책임자인 매니저가 전화를 드렸다고 죄송하다는 말과 함께 하자가 있는 내용을 고객님과 간단한 통화를 하였습니다.

내용은 제품 케이스와 제품 제조년자가 틀리다고 교환제품을 나에게 준거 아니냐며 차분한 말투로 조근 조근 말씀 하셨고, 당황한 저는 일단 죄송하다고, “저희가 제품에 이상이 있는 것만 확인을 하다 보니, 겉 케이스와 제품 제조년자는 확인을 미처 못했고, 제품 이상이 있는 것을 보내드린 것은 아니니 일단 제품을 보내주시면, 본사와 확인 후에 연락을 드린다고 하였습니다.

그리고는 1차 통화를 마치고, 제품 올 때까지 기다리고 있었는데, 바로 그 다음 날, 고객님의 전화가 와서 제품을 받았냐고 하셔서, 회수가 되는 기간은 조금 걸리니 기다려달라고 하였더니 고객님의 화를 내시면서, 어제 택배에서 회수를 했는데, 아직 못 받았냐며, 화를 내셨고, 본인이 제품사진을 찍은 게 있으니 미리 확인을 해서 조치를 해 달라하셨고, 교환으로 처리를 해드리겠다고 안내를 해드렸습니다.

3시간 후 백화점 담당님이 고객님의 저희 제품을 믿을 수 없다며 환불을 요청했고, 원하는 대로 해주겠다고 하니, 환불처리를 구매하신 금액(쿠폰할인금액, 카드할인금액)으로 원하셔서 (본사 소비자 상담실도 그 부분은 도와드릴 수 없다고 함), 그 부분은 안 된다고 백화점과 의견이 동일하여 저희 본사로 소비자 상담실로 고객님의 연결해 드렸습니다.

본사 소비자 상담실과 통화를 한 결과는 제품에 하자가 있으면 교환과 환불처리는 매장 판매금액으로 가능하다는 말이었습니다. 그 부분을 고객님의 통화와 하였고, 소비자 상담실 과장님도 그 고객님의 제품에 하자가 있는 것을 보냈다면 보상을 요구하셨다고 하였습니다. 이 일로 매장과 소비자 상담신통화, 시간 허비를 했다며 자기가 손해를 봤다며 보상을 해달라고 막무가내였다며 상담실 과장님은 단호하게 안 된다고 하였고, 잘못된 매장에서 했다며 본인이 직접 매장과 통화를 해서 결정을 보겠다고 하였습니다.

그때부터 매장에 전화를 해서 보상을 해달라며, 전화를 끊지 않고, 잘 못 보낸 직원 어디 있냐며, 오늘 쓴다고 했더니 다들 그렇게 얘기한다고, 흥분상태로 잘못된 직원이 책임을 지라고 소리를 질렀고, 제가 매장 책임자니 제가 처리를 도와드린다고 말씀을 드렸습니다. 고객님의 원하시는 보상절차는 자기가 구매한 제품을 매장에서 구입을 해서 자기한테 택배로 보내달라고 하였습니다.

그 부분은 안 된다고 말씀을 드렸더니, 왜 안 되냐며 매니저가 융통성이 없다며 안 되는 게 아니고 돈 쓰기 싫어서 안 해주는 것 아니냐며, 상담하기 곤란한 말씀을 하셨습니다. 매장에 있는 제품은 제게 아니고, 본사 물건이며 저는 본사에 소속이 되어있기 때문에 제품을 그냥 드릴 수는 없다고 같은 말을 여러 번 응대를 하였고, 고객님의 자기 집이 멀어서 백화점을 못 찾아가는 데 택시비 주면 자기가 직접 매장에 가서 소리 지르고 해야 해결해주겠냐며, 본인 밥도 못 먹고, 연차까지 사용하면서 지금 통화를 하는데 보상이 없다는 것이 안 되다며, 제품을 잘 못 보낸 직원과 매니저가 반반 결제를 해서 제품을 택배로 보내라는 말만 되풀이 하셨습니다.

결국 전화를 끊지 않으신 고객님의게 저는 본사 소비자 상담실에 다시 통화를 해서 매

장에 책임이 있으니, 제품을 사서 보내라고 하면 저는 그렇게 하겠다고 하였다니 그제서야 통화를 끊고, 본사 소비자상담실에 전화를 하겠다고 끊었습니다. 10분 후 고객님이 전화가 왔고, 소비자 상담실 책임자도 단호하게 안 된다고 말했다며 화가 나셨는지, 통화하는 과정에 억울하다고 울면서 말씀을 하셨습니다. 저는 저희도 헤드리고 싶은 부분은 한계가 있다며 매장책임자도 본사 절차 안에 움직인다고 죄송하다고 진정하시라고 안내를 해드렸습니다. 그리고 나서 고객님은 자기가 지금까지 허비한 시간이 있으니, 샘플이라도 보내달라고 하셨습니다.

그 이후 샘플을 택배로 보내드렸고, 그 다음날 그 고객님은 매장이 아닌 백화점 담당자분한테 컴플레인을 걸었고, 즉 내용은 컴플레인 처리가 잘되었는지 백화점측에서 전화가 안 왔다면 장문에 내용을 백화점 게시판에 기재를 했고, 백화점 담당자 응대가 미숙하다며, 담당까지 통화를 해서 마무리가 되었습니다. 우리들의 일상은 이렇습니다.

▶ [참고자료] 유통업 서비스 판매직 감정노동 현장 사례 모음

폭언폭행과 성희롱, 불쾌한 언행의 일상화 - 감정노동 법제화가 시급하게 필요한 이유들 -

[성희롱, 성추행 사례 1]

10년 고정 고객이신 할아버지께서 오시면 늘 성적모멸감을 주는 농담을 하십니다. 저야 나이가 있고, 아줌마라 들어주는 정도이지만,, 어린 직원들은 얼굴이 불그락 파르락, 어쩔 줄을 몰라합니다. 내가 오늘100만원 팔아주면,,,내하고 데이트할래? 나하고 하룻밤 자자! 이런 식의 성적 농담을 하십니다. 그럴 때마다~참! 서비스직업이란 힘든 거라는 걸 느끼죠? 요즘은 회장직을 퇴직하셔서 보이지 않으시지만,,오실까봐 다들 걱정이예요 ^^

오래된 고객이시고, 나이가 70대 중반이후이시라 뭐라 말씀도 못 드리고 매장에 오시면 직원들 가슴을 보고, 왈"너 내가 딱! 좋아하는 스타일이다" 이런 식으로 성희롱을 서슴없이 고난위로 하십니다. 참 어이가 없죠~ 차마 입에도 담지 못할 언어성폭력이 심하지만, 저희로선 그저 웃지요~ㄸ.ㄸ

[성희롱, 성추행 사례 2]

아가씨 예전에 ** 매장에 있었지, 그때 늘씬한 아가씨가 아가씨인 것 같다고, 의미심장한 웃음을 지으셨고, 저는 대수롭지 않게 생각하고 제품 설명으로 다시 상황을 들렸습니다. 그럼에도 불구하고 본인이 에센스까지 구매하면 아가씨 번호를 알려 줄수 있느냐고 하였고, 저는 불쾌했지만 제품 문의사항은 매장으로 전화를 하시면 된다고 하였습니다.

결제가 끝난 후에도 계속 자리를 떠나지 않으셨고 제가 다른 고객님 응대하는 것을 계속 쳐다보고 계셨습니다. 고객님 응대가 끝나자 저에게 이쪽으로 와보라며 번호를 계속 요구하셨고, 저는 끝까지 죄송하지만 문의사항은 매장으로 문의하시라고 하였습니다. 정말 한 1시간 가까이 그 고객님 응대하느라 정신이 없었고 다른 고객님께 집중도 못하고 정신적인 스트레스와 영업에도 피해를 입었습니다.

[성희롱, 성추행 사례 3]

핸드 마사지 행사가 있는 날이었습니다. 매장주변을 둘러보던 남자고객님이 직원에게 다가왔고 제품 좀 보겠다고 하셨고, 스킨케어 쪽에 관심이 있으시다 하셔서 자리 안내 후에 니즈파악을 하는데, 고객님께서서는 직원과 눈이 마주치는 것이 아니라 가슴 쪽만 쳐다보고 계셨고 고객 눈을 쳐다보려 하는데도 쳐다보지 않으셨습니다.

그 후 손등에 데모를 원하셨는데 직원 손을 꼭 잡고 더 세게 해 보라고 손까지 걸어 올리면서 여기까지 만져달라고 세게 마사지 해달라며 수치스러운 말을 계속하였고 담당 직원이 얼굴이 빨개지고 무섭기까지 했습니다. 그렇게 하고는 다른 화장품 브랜드에 또 가서 그런 행동을 하였습니다.

[폭언폭행 사례 1]

아침 브리핑시간인데 오전부터 전화가 와서 전화를 받았더니 다짜고짜 본인이 **2 향수 100미리쓰는데 재고가 있냐며 물어보셔서, 재고가 있다고 말씀드리니 그럼 거기 계장카드로 10% 할인해서 쿼트로 보내라고 하셨습니다. 그래서 저희 **님과 지인이신지 여쭙보니 내가 당신네 **을 어떻게 아냐며,, 신경질적인 말투로 거기 말하면 알아서 다 10% 해주는데 왜 아가씨만 답답하게 물어보냐는 투로 도리어 화를 내셨습니다.

그래서 죄송하지만 백화점 직원카드는 저희가 함부로 사용할수 없어서 할인을 해드릴 수 없다고 하니 그럼 카드번호 부를테니 결제해서 자기한테 보내라고 하셔서 그 부분도 카드번호로는 결제할 수 없고 전화주문 하시려면 현금을 가상계좌로 입금을 하셔야 한다고 하니, 그럼 현금 보낼테니 본인에게 선불로 쿼를 보내라고 또 우기셔서 저희가 택 배비까지는 부담할 수 있지만 쿼비는 본사에 청구가 안 된다고 하니 갑자기 다 안 된다고 하나며 버럭 화를 내면서 "병신 육갑하네"라며 욕을 하셨습니다.

계속 무리한 요구를 해도 참고 응대하였으나 욕설까지는 참을 수가 없어, 고객님 제가 고객님께 욕을 들을 이유는 없다고 너무 무례하신 게 아니냐며, 말하자 내가지금 다 녹음해놨으니 방금 무례하다고 한 것을 백화점에다 이야기 하겠다고 하여, 그렇게 하시라고 하고 백화점 고객 상담실에 연락을 취했습니다. 상담실에서도 상습고객으로 이미 알고 있는 고객이었습니다. 남편과의 개인적인 문제로 상습적으로 직원들에게 시비를 걸어 원하는 걸 얻어내는 고객이라고 하더군요..

[폭언폭행 사례 2]

남편이 아내가 구매한 제품을 가져와서 환불하려는 상황이었습니다. 폐점 직전 오셔서 다짜고짜 영수증도 안가져 오신 상태로 환불을 요청하였으나 그때 결제하셨던 카드도 없고, 백화점에서도 마감을 하여 환불을 해드릴 수 없는 상태였습니다. 직원분이 고객님께 상황을 말씀드리니 욕을 하며 제품도 던지려고 하는 등 난리를 치며 가셨습니다.

다음 날 윗사람과 통화를 위하여 제가 전화를 드렸는데 남편분이 직원이 환불안해주려고 했으며, 화를 내시 길래 오해라고 말씀드리고 기분 나쁘셨으면 죄송하다고 사과까지 드렸습니다. 그러나 갑자기 욕을 하시면서 계속 화를 내셨고 제가 욕 하지마시라고 말씀드리니, 백화점 담당자와 통화하겠다고하여 백화점 담당님과 통화하였는데 대화가 안 되는 분이니 그냥 매장 오면 사용 안한 제품 확인 후 환불해 주자 하셨습니다. 그래서 2가지 제품을 구매 하셨는데

1가지는 사용하셔서 나머지 1개만 환불해드리고 영수증 자체가 전체 취소가 되니 남은 금액에 대해서는 다시 카드 결제하기로 했습니다. 담당님이 전달하셔서 남자분도 알고 계셨습니다. 결국 매장에 오셔서 사용한 제품과 다른 매장제품들도 다 가져오셔서 확인 해드렸는데, 사용한 제품을 환불해 달라하셔서 안된다고 말씀드렸더니 화를 또 내셨고 우선 전화상으로 얘기했던 제품을 환불 해 달라 해서 알겠다고 하며 1개만 환불하셔도 전체 영수증이 취소가 되니 환불 안 되는 남은 금액 결제하실 카드를 달라고 하니 무슨 카드를 주냐며 갑자기 다짜고짜 화를 내시면서 욕을 하시고 물건을 집어던지시려 했습니다.

제가 이해가 안 가게 설명했다며.. 계속 크게 욕을 하여 다른 사람들까지 다 쳐다보는 상황이었습니다. 그때 백화점 과장님께서 지나다 가 보시고 오셔서 상황도 모르신 채 그냥 계속 죄송하다고 하였고 담당님께서 오셔서 사용하였던 **환불해 주자하였습니다. 결국 둘 다 환불해드렸고 다음에 또 가져오면 다른 것도 환불 해 주라하셔서 그건 본사에 말씀드린다고 하고 처리되었습니다. 그때 담당님께서 너무 신경 쓰지 말라고 넘어가자 하였으나 나중에 들은 얘기는 백화점 과장님께서 제가 웃으며 응대를 안 하고 표정이 안 좋았다고 이미지를 안 좋게 보셨다는 얘기를 들었습니다. 저한테 욕을 하며 소리를 지르고 물건을 집어 던지려는 상황에서 저도 화가나 눈물이 나서 창고에 들어가서 울다가 나온 상황인데 제가 더 이상 어떻게 웃으며 응대를 해야 하는 건지 너무 힘들었습니다.

[불쾌한 언행 사례]

어떤 한부부가 매장에 오셔서 부인이 사용할 제품을 구매를 하셨습니다. 회사 가이드 라인에 맞추어 키트를 증정해드렸으나 남편분은 샘플 양이 적다며 샘플을 더 요구하셨습니다. 내가 몇십년 단골인데 이렇게 밖에 안주냐는 등. 샘플을 쥐 봐야 쓰고 또 오지라는 등 여러 이유를 대며 달라하셨습니다. 추가로 몇 종을 챙겨드렸으나 이번엔 또 이걸 부인이 쓸꺼고 이제 내가 쓸(남편 분)이 샘플을 달라 하시더라구요, 양해를 구하고 **챙겨드렸으나 왜 부인과 차별 하나며 나도 똑같이 부인이 받은 양만큼의 샘플을 요구 하셨습니다. 난감한 상황이지만 정중히 안 된다고 말씀드렸고 양해를 구하였습니다.

응대가 끝나고 손님은 의자에서 일어나셨고, 매장을 나가려는 순간 제 명찰을 유심히 보던 남자 분께서 "아가씨 이름이 ***?? 아이고~그러니깐 내가 아가씨 때문에 속이 상하지!!!" 이 말을 듣는 순간 어렸을 때부터 놀림을 많이 받아 왔던 터라 그냥 웃으며 넘기려 했는데, 그래도 부모님이 지어주신 이름이기에 저로써는 애써 태연한 척 하였습니다. 하지만 그 다음 말이 제 가슴에 상처로 남았습니다. 그 말은 "아가씨가 샘플 조금 준거 때문에 나 무진장 속상한데 어쩔꺼야~!! 그렇게 썩은 손으로 손이 상한 손으로 주니깐 샘플도 상한 거 아냐?? 내 피부씩으면 손해 배상 청구할꺼야~!!! 라며 매장을 나가시는 내내 주절거리며 나가셨습니다.

정말이지 고객님의 매장 나가시고 난 후 얼마나 울었는지 모릅니다. 제 이름 지어주신 부모님을 원망할 정도로 울도 또 울었습니다. 이 고객님의 1년이면 2~3번은 오시는 고객님의신데 이럴 때마다 어떻게 대처를 해야 하는지 막막합니다. 하필 이고객님은 제가 출근하는 날은 어떻게 아시는지 마주치는 것도 참... 악연인가 봅니다.

〈유통업 서비스·판매 종사자의 건강권 실태조사〉 결과발표 및 정책제언 토론회

유통업 서비스판매직 노동 및 건강상황 실태와 해외 법제도 및 정책제언

▶ 김종진 (한국노동사회연구소 연구위원)



유통업 서비스판매직 노동 및 건강상황 실태와 해외 법제도 및 정책제언

▮ 김종진 (한국노동사회연구소 연구위원)

I. 머리말

1. 문제의식

지난 20여년 동안 서구와 마찬가지로 우리나라 또한 서비스산업 성장과 함께 유통산업은 양적 성장을 이루고 있다. 하지만 기존 연구결과를 보면 유통 및 개인서비스 종사자들의 ‘삶’과 ‘고용의 질’은 미흡한 것으로 파악된다(김종진·김보성·윤정향, 2014; 이주희·김종진 외, 2007; 문강분 외, 2008). 국내 유통업은 2000년대 후반 이후부터 비정규직 보호법이나 감정노동 문제와 같은 사회적 이슈로 제기되고 있는 주요 영역이다.

최근에는 유통업 내 비정규직 문제는 법원 판결과 정부 차원의 특별감독을 통해 직접 고용으로 전환된 사례가 있었으며, 감정노동과 관련해서는 감정노동 수당, 휴가, 대응 매뉴얼 작성, 해소프로그램 등이 유통업에서 우선 도입되고 있는 상황이다(김종진, 2014c, 2015b). 그럼에도 불구하고 유통업 서비스·판매 종사자의 노동조건은 물론 건강권은 법제도의 사각지대에 놓여 있으며, 이유 중 하나는 거의 대부분 입점협력업체 종사자이거나 비정규직 종사자이기 때문이다.

2014년 10월 기준 유통업 매장 판매종사자 규모는 통계청 지역별고용조사 분석 결과, 취업자는 약 201만 명, 임금 노동자는 90만 7천명(45.1%)이다. 유통업 판매종사 임금 노동자의 종사상 지위는 정규직 38.7%(상용직), 비정규직 61.5%(기간제 51.5%, 일용직

9.8%)를 차지하고 있다. 한편 2014년 3월 고용형태공시제 기준 국내 300인 이상 상시 고용 21개 대형 유통업체(백화점, 할인점) 고용 규모는 151,074명(비정규직 52,406명, 41.2%)이다. 국내 21개 대형 유통업체 직접고용 비정규직은 17,033명(12.64%)이며, 간접 고용 비정규직은 35,630명(29.9%) 정도였다.¹⁾

한편 유통업 매장 판매 서비스 노동자는 남성(29만9천명, 32.9%)보다 여성(60만9천명, 67.1%)이 2배 이상 많은 편이며, 월평균 임금은 137만원이며, 근속기간은 평균 2.7년(1년 미만 45%) 정도였다. 특히 기존 연구결과들을 종합해보면 유통업 서비스·판매직 상황은 불안정 고용 및 열악한 처우 등이 존재하고 있는 것이 확인된다. 문제는 우리나라 유통업 서비스·판매직의 다수를 차지하고 있는 여성 종사자들은 기본적인 노동환경(휴게실, 정수기/생수기, 화장실, 식당 등)의 시설조차 마음 편하게 이용하지 못하는 상황이라는 점이다.

2015년 국가인권위원회 유통업 실태조사 과정에서도 A백화점 한 점포의 경우 협력업체 직원 중 매니저만 휴게실을 사용하게 하는 곳이 확인되었다. 과거(이주희·김종진 외, 2007) 일부 청소 미흡을 이유로 휴게실 폐쇄하거나 집중 영업시간에 휴게실이나 옥상, 외부 출입을 금지하도록 한 경우는 있었지만, 일부 직원을 제외하고는 휴게실 사용을 하지 못하도록 한 경우는 없었다. 문제는 이런 사례가 빙산의 일각처럼 극히 일부이며, 우리나라 주요 유통업 서비스 판매 종사자들의 보편적인 노동인권의 침해 사례는 심각한 수준이다.

2014년 기준으로 전국의 대형 유통업(백화점, 대형할인점) 규모만 해도 600개가 넘고, 그 중 국내외 대기업이 보유한 백화점과 할인점이 거의 대부분이다. 주요 대형 유통업 직접고용 및 간접고용 전체 종사자 규모는 15만명(비정규직 52,406명, 41.2%)에 불과한 실정이다. 이렇게 대형 유통업(백화점, 할인점) 종사자 규모가 작은 것은 입점협력업체

* 이 글은 2015년 국가인권위원회 연구과제를 한국노동사회연구소에서 수행한 보고서 내용을 요약한 것이며, 연구자는 김종진(한국노동사회연구소 연구위원), 김현주(이화여자대학교 목동병원 직업환경의학과 교수), 김보성(서울대학교 사회학과 박사과정 수료), 이진우(노동자운동연구소 연구원), 서수민(Universit  Paris Ouest Nanterre La D fense, 사회학 석사)이 공동으로 수행했다.

1) 2015년 11월 기준 롯데백화점 전국 34개 점포 중 매출 3위인 부산 롯데(본점)의 경우 전체 종사자 규모는 3,430명 정도이며, 입점협력업체 사원은 약 2,800명으로 81.2% 정도였고, 정규직(150명, 4.3%)과 비정규직(직접 고용 20명 0.6%, 행사매장 아르바이트 200명 5.8%, 간접고용 280명 8.1%)은 18.2% 정도에 불과 했다(한겨레, 2015.11.19.)

종사자 규모가 포함되어 있기 않기 때문이다. 일부 조사 자료를 보면 입점 협력업체 규모는 최소 3~5배에서 최대 10배가 넘을 것으로 추정하고 있다. 유통서비스업 종사자의 노동 및 건강 문제는 아래의 3가지 정도로 요약 가능하다.

첫째, 유통 여성 노동자 중 백화점 판매직의 장시간 노동시간 수행 문제는 물론 주말 근무, 휴일근무, 야간근무 등이 주된 문제로 나타났다.²⁾ 특히 유통 여성 노동자 중 판매 서비스직은 인력부족으로 법정연차휴가조차 사용하지 못하고 있었다. 이를 반영하듯 백화점 판매직 여성 노동자들의 이직 의향이 높았고, 이직하려는 이유는 365일 근무하고 있는 일(직장) 때문에 사회적 관계 변화(대인관계) 때문이라는 의견이 많았다. 실제로 이직 의향(1순위)이 있는 노동자들의 절반 이상은 직장생활 불만족을 꼽고 있었다.

둘째, 결국 주요 유통업 노동조건은 우리나라 유통 노동상황과 업태 특징(근로시간특례적용 업종)을 반영하듯 주당 평균 노동시간이 50시간 내외의 장시간 노동을 수행하고 있는 판매직이 많다는 것이다. 이렇게 장시간 노동을 하다 보니 육체적 정신적 질병 유경험 비율(1/3)이 높고, 일과 삶의 균형이 불가능하다는 의견이 많았다. 그럼에도 불구하고 유통업 노동자들은 연장근로(초과, 야간, 휴일) 수당의 법적 기준 적용 비율은 3분의 1수준에 불과 했다(이주희·김종진 외, 2007, 김종진, 2013c).

셋째, 기존 선행 연구(김종진, 2013c, 2014a; 김종진·김보성·윤정향, 2014)에서 간접적으로 확인된 바에 의하면, 유통업 여성 종사자 대부분 현재의 직장 건강검진 만족도가 매우 낮았다. 이런 이유로 현장 서비스 판매직 종사자들은 유통업 적합 항목 필요성에 대한 의견이 높았으며, 업무상 재해 및 질병 예방 및 관리를 위한 작업환경 개선과 근로시간단축 의견이 매우 높았다.

따라서 현재 우리나라 유통업 여성 서비스·판매직의 개선 방향은 단순 처우개선 차원이 아닌 포괄적인 인권(노동, 건강) 차원에서 논의되고, 그 결과를 통해 구체적인 법제도적·정책적·실천적 개선방향이 도출될 수 있도록 하는 조사연구가 필요한 시점이다. 이와

2) 유통업 노동자의 개인시간은 백화점 판매직 수면시간 평일 6.1시간(휴일 8.6시간), 여가시간 평일 1.5시간(휴일 3.8시간), 자기계발시간 평일 1시간(휴일 1.9시간)이었다.

같은 문제의식을 검토하기 위해 ‘2015년 유통업 서비스·판매 종사자의 건강권 실태조사’는 다음과 같이 검토했다.

첫째, 국내 유통업 서비스·판매 종사자의 노동환경 및 건강 상황 실태 조사를 진행했다. 기존 연구들이 제한적 차원에서 조사된 한계를 보완하기 위해, 국내 백화점(빅3: 롯데, 신세계, 현대, 기타: 한화갤러리아, 대구백화점, 대전세이, NC 등 72곳)과 면세점 전수 조사(롯데, 신세계, 동화, 워커힐, 제주 등 공항과 시내 9곳)를 통한 노동환경(휴게실, 화장실, 정수기 등) 및 건강권(건강 및 감정노동) 실태조사를 분석했다. 물론 보완적으로 유통업 내 면세점과 할인점도 병행하여 진행했다.

둘째, 전수 조사를 통한 객관적이고 구체적인 자료조사 방법과 정책과제를 도출하도록 했다. 이번 유통업 백화점 서비스·판매직 실태조사는 기존 조사방식(문헌, 설문, 면접)에서 다루지 않았던, 구체적이고 객관적인 실태 파악을 위해 전국 모든 백화점의 ‘휴게시간 및 공간’, ‘화장실’, ‘정수기’ 등의 노동환경 체크리스트(조사표) 분석 등을 통한 구체적인 인권상황 개선 과제를 제시했다.

셋째, 국내외 유통업 서비스·판매직의 노동인권상황 비교검토 필요성이 있다. 그간 비교 연구조사가 미약했던 외국 유통업 제도와 주요 사례 등을 비교 검토하여, 우리나라 유통업 종사자의 국제적 수준의 인권 향상을 위한 대안적 시각과 정책개선 방향(제도: 법률 제개정, 정책 권고, 가이드라인)을 제시했다. 주요 내용은 유통업 노동 및 건강권을 훼손하는 요인인 1) 영업시간 규제 강화 및 확대, 2)휴게공간 개선 및 확대, 3)감정노동 관련 법제화를 제시하고 있다.

2. 조사방법 및 구성

첫째, 문헌자료 조사는 실태조사 설계 방향성, 체계성, 구체성에 영향을 줄 수 있고, 유통업(백화점) 서비스·판매직의 인권 보호 정책방향에 영향을 줄 수 있다. 따라서 체계적이고 상세한 문헌자료 검토가 필요하며, 주요 문헌 및 자료조사는 기존 선행연구 검토,

유통업 1차 자료 및 현장 자료 정리, 분석을 중심으로 진행했다.

둘째, 통계 분석은 정부기관의 통계 자료(원시자료)를 통해 유통업 서비스·판매 종사자의 일반적인 현황을 중심으로 진행되었다. 분석 자료는 통계청 ‘지역고용구조조사’(2014)를 사용했다. 주요 내용은 유통업 서비스·판매 종사자 및 노동시장 상태(고용형태, 노동조건)를 분석할 예정이며, 주요 분석항목은 ①인적 속성(학력, 연령, 혼인), 일자리 속성(규모, 고용형태 등), ②노동조건(임금, 근로시간), 근속기간, 이퇴직 사유 등을 중심으로 분석했다.

셋째, 전국 각 백화점, 면세점, 할인점 총 114곳의 노동환경 및 이용 시설(영업운영, 내부 시설, 휴게시간 및 공간, 모니터링)을 분석하기 위해 체크리스트 실지조사를 시행했다. 실지조사는 객관적 사실에 기초한 자료분석으로 연구결과를 국가인권위원회가 서비스·판매 종사자의 구체적인 인권상황 개선 방향을 수립(권고, 의견)하는데 실효성을 높일 수 있다. 물론 부가적으로 유통업(백화점, 면세점, 할인점) 내 휴게공간과 시설에 대한 현장 사진을 촬영하여, 보고서에 부록으로 수록했으며, 일부 내용은 외국 유통업 휴게공간과 비교했다.

〈표 1〉 유통업 체크리스트 실지조사 표본(2015)

업태	업체 및 기업	조사 표본(사업장)
백화점 (73곳)	빅3 (롯데, 신세계, 현대)	56곳
	중형2 (한화 갤러리아, 애경AK)	10곳
	기타	7곳
할인점 (21곳)	홈플러스	21곳
	이마트	11곳
면세점 (9곳)	공항	3곳
	호텔	2곳
	백화점, 몰, 기타	4곳
전체		114곳

넷째, 설문조사는 주요 유통업 사업장 백화점, 면세점, 할인점 종사자 3,470명(여성 81.8%, 미혼 58.4%, 고졸 40.4%, 20대 41.7%)의 기초자료(2015년 7월-8월, 2개월 동안 진행)를 분석했다.³⁾ 설문조사 대상과 방식은 유통 업체(백화점, 할인점, 면세점, 기타), 업체(롯데, 현대, 신세계, 기타), 지역, 노조 유무를 고려한 방식(유노조, 무노조, 20개 직무 중 시설관리, 안전관리 등을 제외한 18개 직무 중심 분석)으로 진행되었으며, 설문조사 내용은 ①노동조건 및 근무환경, ②직장생활과 일상생활, 일과 삶의 균형, ③직업적 특성 및 노동환경, 건강과 안전을 중심으로 조사되었다.

〈표 1〉 유통업 설문조사 표본 및 구분(2015)

업체	직종, 직무	직영, 비직영 구분		노조 유무	응답 수	비율
백화점	판매직(화장품)	비직영	협력업체 종사자	유노조	1,742	50.2%
	판매영업계산직	직영	종사자	유노조	662	19.1%
	판매직(화장품 제외)	비직영	협력업체 종사자	무노조	250	7.2%
대형 할인점	판매직(식품)	비직영	협력업체 종사자	유노조	328	9.5%
	판매영업계산직	직영	종사자	유노조	315	9.0%
면세점	판매직(화장품, 잡화)	비직영	협력업체 종사자	유노조	173	5.0%
전체					3,470	100.0%

* 주 : 조사 방식은 연구진이 유관 조직의 협조를 통해 배포·수거(유노조 종사자: 3,220부, 전국 유통업 판매, 서비스, 계산직 등)하는 방식과 전문 여론조사기관을 통한 배포·수거방식(무노조 종사자: 250부, 수도권 백화점 판매직, 화장품 제외).

3) 설문조사 모집단 대부분 직영사원(28.1%)이 아닌 비직영 협력업체 판매서비스 종사자(71.9%)가 많고, 직영 및 비직영 사업장의 유노조 사업장을 주로 조사되어 설문에 상대적으로 정규직(약 80%)이 많은 비중을 차지하고 있다. 다만, 백화점 입점협력업체 판매직 정규직이라 하더라도 초임 1년차 급여가 2015년 기준 150만원 내외(기본급 130만원, 식대 및 교통비 기타 수당 약 20만원)에 불과한 실정이고, 대형할인점 정규직(홈플러스, 이마트, 농협 등)이라하더라도 서비스판매직은 150-170만원 내외에 불과한 실정이기에 우리 사회 일반적 정규직 표본에 비해 상대적 저임금 직군이라는 점을 고려할 필요가 있다.

[참조] 유통업 서비스 판매 종사자 설문조사 표본 기초 속성

연령	빈도	비율	최종학력	빈도	비율
20대 이하	1399	41.7	중학교 졸업	11	0.3
30대	1183	35.3	고등학교 졸업	1379	40.4
40대	535	16	전문대 졸업	1212	35.5
50대 이상	237	7.1	4년제 대학 졸업	775	22.7
합계	3354	10	대학원 재학 이상	40	1.2
성별	빈도	비율	합계	3417	100
여성	2801	81.8	배우자직업	빈도	비율
남성	623	18.2	취업 근로자	487	36.1
합계	3424	100	자영업자	171	12.7
결혼상태	빈도	비율	무직(가사 전담)	16	1.2
미혼	1992	58.4	학업준비	11	0.8
기혼	1410	41.3	취업준비(구직)	665	49.3
기타	9	0.3	합계	1350	100
합계	3411	100			

다섯째, 면접조사 방식은 주요 유통업 백화점 서비스·판매직 종사자를 대상으로 한 심층면접조사(in-depth interview)를 주로 실시했으며, 면접대상은 주요 직종(판매, 서비스 직: 개별 면접 12명, 그룹 면접 3명)을 대상으로 진행되었다. 또한 유관 단체 및 이해당사자(노사 담당자: 유통업 인사 담당자 3명, 협회 1명, 노동조합 6명)에 대해 의견조사를 병행하여 진행되었다. 면접조사 내용은 서비스·판매직의 일반적 실태(고용 및 노동조건, 모성보호, 건강 등)의 구체적 특징, 차별, 노동권 침해 여부 등을 중심으로 진행되었다.

II. 국내 유통업 현황과 노동시장 특징

1. 유통업 주요 실태와 특징

우리나라 유통업(유통업은 도소매업 중 종합소매업)은 1990년대 유통시장 개방과 국내외 초국적 자본 및 재벌 대기업의 유통업 진출로 유통업체 지각변동이 시작되었다. 지난 1996년 유통산업 개방 이후 국내 유통업은 규모의 성장을 추구하고 있다. 또한 IMF 구제금융 이후 국내 유통업은 재벌 및 대기업 중심의 몇몇 유통업체로 구조조정을 겪었다.

첫째, 유통업은 기존의 재래소매업 감소(2000년 66% → 2012년 42%), 중소유통업 몰락, 국내 재벌 유통기업 중심의 백화점 및 할인점 재편으로 나타나고 있다. 특히 재벌 빅4(롯데, 현대, 신세계, 홈플러스 테스코) 유통업 내 독과점 형태(시장 점유율 80%)는 유통업의 공정거래를 위협할 수준조차 넘어선지 오래다. 통계청 2013년 기준으로 유통업(대형종합 소매업)은 620개(백화점 95개, 할인점 및 기타 525개)이며, 종사자 규모는 88,428명(백화점 15,780명, 할인점 72,648명)인데, 파트타임이나 간접고용(과건용역, 입점협력사원, 특수고용형태종사자 등)은 제외된 것이다.

〈표 2〉 유통업 규모와 종사자 현황

(단위: 개, 명)

업태	시점	대형 종합 소매업		백화점		기타 대형 종합 소매업	
		사업체	종사자	사업체	종사자	사업체	종사자
대형 종합 소매업	2006년	440	74,057	83	18,881	357	55,176
	2007년	459	74,568	84	18,368	375	56,200
	2009년	525	87,579	83	17,730	442	69,849
	2011년	565	78,157	93	17,848	472	60,309
	2013년	620	88,428	95	15,780	525	72,648

주 : 통계청 자료의 유통(소매업) 각 업체별 종사자 규모는 직영 정규직만 기입된 것으로 추정.
 자료 : 통계청 KOSIS 도소매업에서 재구성

특히 국내 대형 유통업체는 롯데, 신세계, 현대, 홈플러스, 이랜드, 농협유통에 의해 독과점 형태(총 582개)로 운영되고 있으며, 주요 유통업체 시장 점유율은 90% 수준에 이르

고 있다. 특히 재벌유통기업인 롯데와 신세계는 유통 채널(카테고리) 형태인 백화점, 할인점, 면세점, 아울렛, SSM 등을 모두 소유하고 있다. 2014년 기준으로 롯데 145개(백화점 32개, 할인점 95개, 아울렛 12, 면세점 6곳)와 신세계 166개(백화점 10개, 할인점 146개, 아울렛 2, 면세점 7곳)의 유통채널 수는 310개로 전체 582개의 53.2%를 차지하고 있다.

〈표 3〉 주요 대형 유통업 각 업태(채널)별 현황과 매장 수(2014년 기준)

		백화점	할인점	아울렛	면세점	계
계		77	446 (해외 152개 제외)	42	17	582
롯데쇼핑		40	107 (해외 120개 제외)	12 (프리미엄2) (이시아폴리스2) (영플라자, 청량리4)	6	145
신세계		10	147(해외 28개 제외)	2	7	166
현대백화점		14				14
홈플러스 + 테스코			134			134
농협유통			28			28
이 랜 드	NC 백화점	1				30
	뉴코아아울렛			18		
	2001아울렛			10		
	동아마트		2			
기타(10개)		12	28		4	44

주 : 1) 백화점과 할인점 사업체 : 매장면적 3천㎡ 급만을 대상으로 함(농협 지역 하나로 마트 제외)
 2) 면세점 기타 사업체 : 워커히, 동화, JDC, 관광공사
 3) 기타 대형 아울렛(서울 금천 W몰, 마리오, 명동 등)은 제외, 쇼핑몰은 포함된 현황
 자료 : 각사 홈페이지에서 재구성

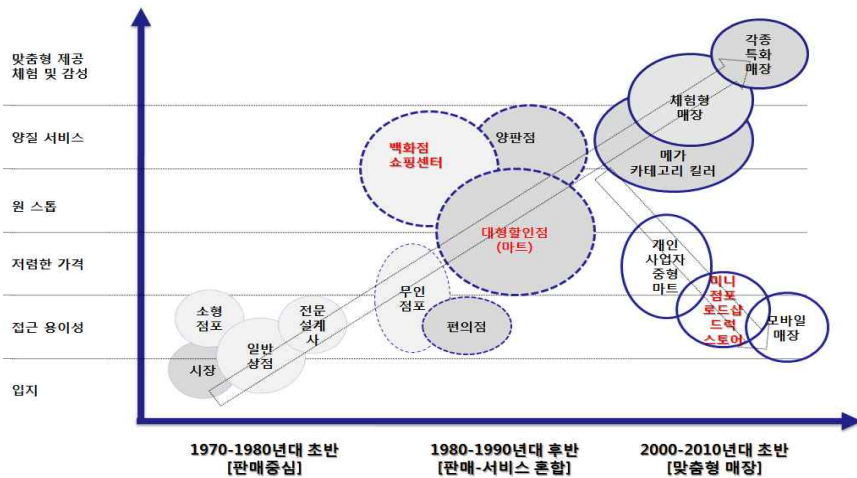
둘째, 한편 우리나라 유통업은 국내외 대기업의 시장진출 이후, 정체 현상과 제한된 영역 내에서 백화점과 할인점 경쟁에서 탈피하여 기업형 슈퍼체인(SSM) 사업 진출, 카테고리킬러, 특화 매장, 미니점포 등 사업 다각화를 모색하고 있다. 실제로 할인점 동남아 시장 진출, 국내 기업형 슈퍼(SSM, Super supermarket) 증가 추세다.⁴⁾ 이런 현실에서 국내

4) 현재 국내재벌 유통업 SSM은 300평 이상 규모가 절반 이상 차지(ex. 롯데 SSM 134개 중 60개, GS 116개 중 65개)하고 있다. 이마트는 PL 비중이 3배 이상 증가를 목표(2007년 9.7% → 2012년 30%, 약 30여개 브랜드,

유통업체들은 기존 매장(백화점, 마트)의 우수고객 유치, 영업시간 연장, 연중 무휴 운영 등의 경영전략을 취하고 있다.

[그림 1]에서도 알 수 있지만, SSM과 같은 소규모 유통체인(스토어) 사업 진출과 드럭 스토어 진출은 전 세계적 현상이다.⁵⁾ 이들 유통업체의 소형유통업 진출 이유는 시장 진출(높은 접근성, 저가격)과 상품연쇄 효과가 높기 때문이며, 다른 하나는 자사 브랜드 강화 제품(Private label : 유통업체 자사브랜드 PL 혹은 PB 30% 배치)을 통해 판촉 강화하는 상품연쇄 효과(가치사슬)가 가능하기 때문이다.

실제로 최근 국내에 도입된 신업체로는 쇼핑몰(용산아이파크몰), 프리미엄 아울렛몰(신세계 첼시, 롯데), 카테고리 킬러(토이저러스, ABC마트), 균일가샵(다이소), 드럭 스토어 형태의 Beauty & Health Shop(CJ 올리브영, GS watson's, 코오롱 W-Store, 신세계 Boons, manning, 마츠모토 기요시) 등이 대표적 사례다.⁶⁾



[그림 1] 우리나라 유통산업 변화와 사업 다각화 추이

- 총 품목 수 1만 6천개로 삼았었다.
- 5) 글로벌 기업 중 월마트는 마켓사이트(Marketside), 테스코는 프레시앤이지(Fresh&Easy), 까르푸는 까르푸시티(Carrefour City), 독일 뢰베는 유통업체 페니(Penny)를 통해 SSM 확장을 하고 있다. 게다가 프랑스 유통업체의 경우 하드디스카운트스토어(hard discount store), 까르푸 에드(ED), 카지노(Casino)그룹의 프랑프리(Franprix)와 리더프라이스(Leader Price) 등이 대표적 사례다.
 - 6) 국내 유통업 중 화장품 로드숍은 네이처리퍼블릭(Nature Republic), 에뛰드하우스, 이니스프리, 아리따움(아모레퍼시픽), 토니모리(태성산업), 미샤, 어퓨(에이블씨앤씨), 뷰티플렉스, 더 페이스샵(LG 생활건강), 스킨푸드(피어리스), 잇츠스킨(한불화장품), 뷰티크레딧(소망화장품), 홀리카홀리카 등이다.

셋째, 2013년 상반기 유통업 업태인 백화점, 할인점, 아울렛, 면세점은 총 566개 점포가 있으면 해당 종사자는 45만 ~ 50만명 정도로 추정된다. 백화점은 전국에 77개(대형 72개)의 점포(매장)가 있으며, 해당 종사자는 백화점 소속 직영사원(전체 종사자의 10 ~ 20% 이내)과 입점업체 소속 사원(전체 종사자의 80% 이상) 그리고 간접고용(파견용역) 종사자 등 약 15만명 내외로 추정된다.

한편 면세점은 공항(인천국제공항, 국내공항: 김포, 부산, 제주) 및 주요 호텔(시내호텔: 롯데, 신라, 워커히, 파라다이스 등)과 기타 사업장(동화, 관광공사 등) 등 약 10여 곳이 있으며, 해당 종사자는 직영과 입점협력업체 직원 등을 포함하여 약 1만명 내외로 추정되며, 할인점은 전국에 446개 점포(1개 매장 약 3백 ~ 5백명, 해외 152개 제외) 10만명 내외 정도로 추정된다.

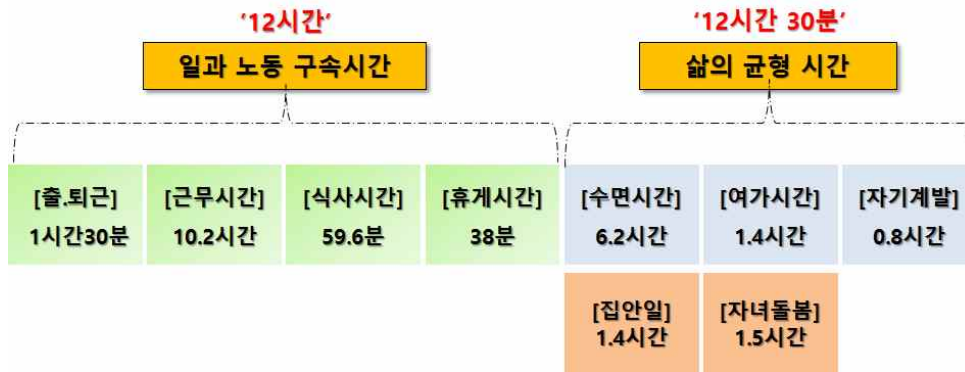
넷째, 우리나라 유통업 노동시간은 제조업 마찬가지로 장시간 노동을 수행하는 곳 중 하나다. 특히 장시간 노동은 유통업 여성노동자의 '삶의 질'과 '일과 삶의 균형'(WLB)은 물론 건강권에 부정적 영향을 미치는 요인인데, 이는 해당 사업장의 영업시간과 밀접한 연관성을 갖고 있다.⁷⁾

무엇보다 1997년 IMF 구제금융 이전에는 백화점의 경우 주1회 정기휴무를 시행한 바 있다. 하지만 국내 유통시장을 독과점한 재벌 유통업체의 과도한 연장, 야간, 휴일영업은 업체들 간 과도한 경쟁 때문이다. 이를 위해 2013년부터 유통산업근로자 보호와 주변 생활환경 보호 등을 위해 유통산업발전법 개정으로 대형마트 심야영업과 주 2회 휴점을 통한 규제를 하고 있다.

하지만 사실상 대형마트이면서 쇼핑센터나 복합쇼핑몰로 등록된 대규모점포 등이 규제를 받지 않고 있어 여전히 심야에 영업하는 대규모점포가 상존한다. 게다가 유통업 내

7) 우리나라의 경우 1990년대 초반 유통시장 개방과 IMF 구제금융(주1회 휴점제 소멸) 이후 백화점, 할인점, 면세점 등 국내 주요 유통업 영업시간 규제가 완화되었다. 이로 인해 업종과 사업장의 노동시간은 점차 증가했다. 이는 유통업 특성상 주말 노동과 야간 노동까지 해야 하는 상황이 중첩되면서 해당 사업장의 이직률을 높이는 요인이다. 게다가 유통업 장시간 노동은 개인의 건강은 물론 일과 가정의 양립을 위태롭게 하는 주요 요인이다.

장시간 노동을 수행하고 있는 판매직이 다수를 차지하고 있는 백화점이나 주말 노동을 수행하고 있는 쇼핑몰은 법안 대상 업체에 포함되지 못했다. [그림 2]에서 알 수 있듯이 현재 백화점 판매 노동자가 일을 하기 위해 직장에서 일하는 시간, 점심시간, 휴식시간, 출퇴근 시간을 총 계산하면 약 12시간 가량이다.



* 자료 : 김종진, 김보성, 윤정향(2014).

- 주; 1) 구속시간1 : 근무시간(8시간) + 1일 시간의 근로시간 + 식사시간 + 휴게시간 + 출퇴근시간
 2) 구속시간2 : 근무시간(8시간) + 1일 시간의 근로시간 + 식사시간 + 휴게시간

[그림 2] 백화점 서비스·판매 종사자 노동생활 세계와 시간

2. 유통업 서비스·판매직 노동실태와 현황

1) 분석대상 및 규모

유통업 판매종사자는 영업활동을 하거나 인터넷 및 통신, 또는 상점이나 거리 등에서 상품을 판매 및 임대하며, 상품을 광고하거나 상품의 품질과 기능을 선전하는 등의 활동을 수행하며, 매장에서 계산하는 활동도 수행하는 것으로 정의된다. ⁸⁾ 한편 2014년부터 고용노동부가 300인 이상 종사자를 고용하고 있는 기업들을 대상으로 고용형태를 등록하도록 한 고용형태공시제 원자료를 분석하여 대형 유통업(백화점, 할인점)의 고용형태별 규모를 분석했다.

8) 고용노동부 <지역별 고용조사>는 직업 세자리(소분류)까지 제공하고 있어, '매장 판매종사자(521)'에서 상품 판매원에 대한 정보를 확인할 수 있다. 따라서 '매장 판매종사자(521)'에는 '매표원 및 복권 판매원(5212)'과 '매장 계산원 및 요금정산원(5213)'을 포함하고 있어 분석대상 이외의 집단을 일부 포함하고 있다.

먼저, 유통업 매장 판매종사자(521)의 규모를 경제활동상태별로 살펴보면, 취업자는 약 201만 명이고, 이 중 임금 노동자는 90만 7천명(45.1%), 자영업자는 86만 명(42.8%), 무급가족종사자는 24만 3천명(12.1%)이다. 과거 매장 판매종사자(521)로 일했지만, 조사 기간 중 실업자인 인원은 약 3만 6천명, 비경제활동인구는 19만 4천명이다. 자영업업을 하는 매장 판매종사자(521)는 고용 자영업자가 28만 2천명(32.8%)이고, 비고용 자영업자가 86만 명(67.2%)이다.

〈표 3〉 유통업 매장 판매 종사자 규모(2014)

구분	전체	매장판매직 (52)	매장 판매종사자(521)	상품 대여종사자(522)
• 경제활동인구	26,809,093	2,073,670	2,046,740	26,930
○ 취업자	25,950,628	2,037,784	2,011,081	26,703
○ 임금근로자	18,945,413	916,472	907,349	9,123
○ 자영업자	5,729,922	876,329	860,757	15,571
○ 무급가족종사	1,275,293	244,983	242,975	2,008
○ 실업자	858,466	35,887	35,659	228
• 비경제활동인구	15,836,654	196,434	194,337	2,097

〈표 4〉 국내 유통업 300인 이상 업체별 고용규모

(2014년, 단위: 명, %)

업종	사업장	전체 노동자	직접 고용 노동자	정규직	비정규직			비정규직 비율(%)		
					계	직접 고용	간접 고용	계	직접 고용	간접 고용
백화점	현대백화점	4,982	1,574	1,321	3,661	253	3,408	73.5	5.1	68.4
	대구백화점	668	459	459	209	-	209	31.3	0.0	31.3
	신세계	5,865	3,716	3,375	2,490	341	2,149	42.5	5.8	36.6
	광주신세계	643	412	385	258	27	231	40.1	4.2	35.9
	한화갤러리아	1,884	1,303	1,266	618	37	581	32.8	2.0	30.8
	한화타임월드	496	356	342	154	14	140	31.0	2.8	28.2
	애경	1,057	811	779	278	32	246	26.3	3.0	23.3

업종	사업장	전체 노동자	직접 고용 노동자	정규직	비정규직			비정규직 비율(%)		
					계	직접 고용	간접 고용	계	직접 고용	간접 고용
백화점 할인점	롯데쇼핑	42,892	31,778	24,548	18,344	7,230	11,114	42.8	16.9	25.9
할인점 마트 아울렛	홈플러스테스 코(대전)	1,717	164	153	1,564	11	1,553	91.1	0.6	90.4
	농협부산경남 유통	1,037	492	166	307	19	545	29.6	1.8	52.6
	이랜드월드	3,307	1,695	1,460	1,846	234	1,612	55.8	7.1	48.7
	메가마트	1,980	1,298	1,298	682	-	682	34.4	0.0	34.4
	이랜드리테일	6,457	4,289	3,509	2,948	780	2,168	45.7	12.1	33.6
	이마트	36,518	27,915	27,267	9,251	648	8,603	25.3	1.8	23.6
	농협유통	2,565	2,068	1,067	1,498	1,001	497	58.4	39.0	19.4
	농협충북유통	473	380	137	336	243	93	71.0	51.4	19.7
	롯데하이마트	5,134	4,303	3,875	1,259	428	831	24.5	8.3	16.2
	지에스리테일	9,126	8,442	7,814	1,312	628	684	14.4	6.9	7.5
	서원유통	3,089	2,839	2,700	389	139	250	12.6	4.5	8.1
	홈플러스	21,075	21,041	16,524	4,551	4,517	34	21.6	21.4	0.2
수협유통	674	674	223	451	451	-	66.9	66.9	0.0	
총원 (평균)		151,639 (7,221)	116,009 (5,524)	98,668 (4,698)	52,406 (2,496)	17,033 (811)	35,630 (1,782)	41.2	12.4	29.9

자료 : 고용노동부 고용형태공시제 원자료 분석(2014.3)

한편 2014년 기준 국내 300인 이상 상시 고용 21개 대형 유통업체(백화점, 할인점)의 고용 규모는 151,074명(비정규직 52,406명, 41.2%)이었다. 이 중 비정규직 다수 고용 비율 상위 5개 업체(비율)는 홈플러스테스코 대전(91.1%) > 현대백화점(73.5%) > 농협충북유통(71%) > 수협유통(66.9%) > 농협유통(58.4%) 순이다.

2014년 3월 기준 국내 21개 대형 유통업체 직접고용 비정규직은 17,033명(12.64%)이며, 직접고용 비정규직 다수 고용 비율 상위 5개 업체(비율)는 수협유통(66.9%) > 농협충북유통(51.4%) > 농협유통(39%) > 홈플러스(21.4%) > 롯데쇼핑(16.9%) 순이다. 간접

고용 비정규직은 35,630명(29.9%)이며, 간접고용 비정규직 다수 고용 상위 5개 업체(비율)는 홈플러스테스코 대전(90.4%) > 현대백화점(68.4%) > 농협부산경남유통(52.6%) > 이랜드월드(48.7%) > 신세계백화점(36.6%) 순이다.

2) 유통업 판매 종사자 인적 특성

2014년 10월 기준 전체 노동자는 남성과 여성 비율이 각각 56.5%와 43.5%인데, 유통업 매장 판매종사 노동자는 남성과 여성이 각각 29만 9천명과 60만 9천명이고, 여성비율이 67.1%이다. 매장 판매종사 자영업자는 여성(34.8%)보다 남성(65.5%) 비율이 높고, 이는 전체 자영업자와 비교했을 때 남성 비율이 조금 낮게 나타난다. 매장 판매종사 무급가족종사자는 여성이 90.8%로 여성에 집중되어 있다.

〈표 5〉 유통업 판매 종사자 성별 분포

(단위: 천명, 2014)

	남성		여성		합계	
	인원	비율	인원	비율	인원	비율
임금근로자	10,712	56.5%	8,233	43.5%	18,945	100.0%
자영업자	4,117	71.8%	1,613	28.2%	5,730	100.0%
무급가족종사	150	11.8%	1,125	88.2%	1,275	100.0%
판매종사자 임금근로자	299	32.9%	609	67.1%	907	100.0%
판매종사자 자영업	561	65.2%	300	34.8%	861	100.0%
판매종사자 무급가족종사	22	9.2%	221	90.8%	243	100.0%

전체 노동자의 평균 연령은 42.2세, 자영업자는 52.0세, 무급가족종사자는 53.2세이다. 그런데 유통업 매장 판매종사자의 경우 노동자는 36.3세, 자영업자는 50.3세, 무급가족종사자는 50.6세이다. 매장 판매종사 노동자는 전체 노동자에 비해 평균 연령이 약 6세 정도 낮게 나타난다.

유통업 매장 판매종사 노동자의 연령 분포를 살펴보면, 29세 이하가 37.5%로 가장 많고, 다음으로 40-49세(24.7%), 30-39세(20.4%), 50-59세(14.9%), 60세 이상(2.5%) 순이

다. 매장 판매종사 자영업자의 경우 전체 자영업자의 연령 분포와 유사한 흐름을 보이거나 60세 이상의 비율은 상대적으로 낮다.

〈표 6〉 유통업 판매 종사자의 연령별 분포(2014)

	평균 연령	29세 이하	30- 39세	40- 49세	50- 59세	60세 이상
임금근로자	42.2	19.1%	25.4%	25.9%	20.0%	9.6%
자영업자	52.0	2.8%	13.6%	26.5%	30.7%	26.3%
무급가족종사	53.2	5.2%	10.1%	22.4%	30.8%	31.6%
판매종사자 임금근로자	36.3	37.5%	20.4%	24.7%	14.9%	2.5%
판매종사자 자영업	50.3	2.6%	15.3%	29.3%	32.9%	19.9%
판매종사자 무급가족종사	50.6	4.1%	10.8%	29.7%	34.3%	21.1%

전체 노동자의 경우 대졸(전문대 포함) 이상의 학력을 가진 인원이 절반 정도(48%)를 차지한다. 이에 반해 유통업 매장 판매종사 임금 노동자는 고졸이 66.2%로 가장 많은 비중을 차지하고, 다음으로 대졸 이상(28.5%), 중졸(3.9%), 초졸(1.5%) 순서를 보인다. 유통업 매장 판매종사자 중 자영업자와 무급가족종사자의 경우도 고졸 > 대졸 이상 > 중졸 > 초졸 이하 순서로 인원 분포를 보이고 있다.

〈표 7〉 유통업 매장 판매종사 노동자의 학력별 분포(2014)

	초졸 이하	중졸	고졸	대졸 이상
임금근로자	6.1%	7.4%	38.5%	48.0%
판매종사자 취업자	5.3%	8.0%	57.1%	29.5%
판매종사자 임금근로자	1.5%	3.9%	66.2%	28.5%
판매종사자 자영업	7.7%	10.1%	48.1%	34.1%
판매종사자 무급가족종사	11.3%	15.7%	55.6%	17.3%

3) 유통업 판매 종사자 노동실태

유통업 판매종사 임금 노동자의 종사상 지위는 상용노동자 38.7%, 임시노동자 51.5%, 일용노동자 9.8%를 차지한다. 이는 전체 임금 노동자의 종사상 지위와 비교했을 때, 상용 비중이 낮고, 임시 비중이 높은 특징을 보인다. 즉, 유통업 종사상 지위로 볼 때 전체 임금 노동자에 비해 비정규직 비중이 높다는 것이다. 고용노동부 <지역고용조사>(2014)에서 상용노동자는 고용계약 기간이 1년 이상, 임시노동자는 고용계약기간이 1개월 이상 1년 미만, 일용노동자는 1개월 미만으로 분류하고 있어, 판매종사 임금 노동자 중 1년 미만 비율이 61.3%로 고용안정성이 낮다.

〈표 8〉 유통업 판매 종사자 종사상 지위, 고용형태(2014)

	상용근로자	임시근로자	일용근로자	합계
임금근로자	64.6%	27.0%	8.5%	100.0%
판매종사자 임금근로자	38.7%	51.5%	9.8%	100.0%

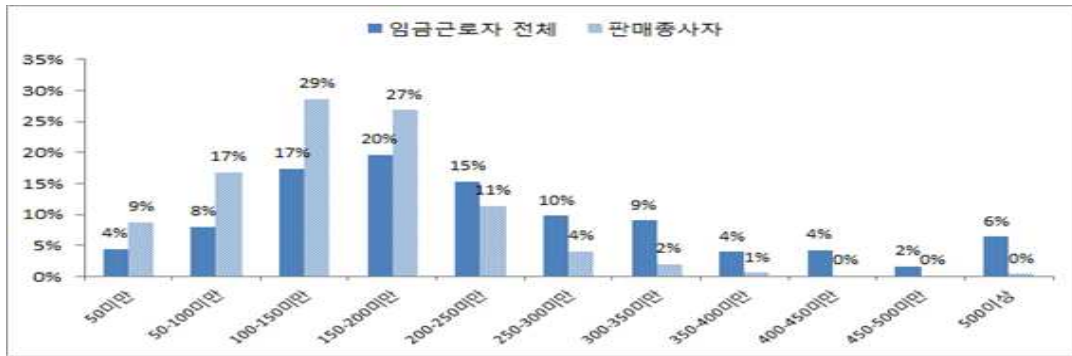
유통업 판매종사자의 월평균 임금은 평균 137만원으로 전체 임금 노동자의 월평균 임금 222만원에 비해 85만원이 낮고, 중위 값과 최빈값 역시 낮은 수준이다. 판매종사자의 임금 분포를 살펴보면, 100~150만원 미만이 29%로 가장 많고, 다음으로 150~200만원 미만(27%), 50~100만원 미만(17%), 200~250만원 미만(11%), 50만원 미만(9%), 250~300만원 미만(4%) 순이다. 판매종사자의 임금수준의 특징은 150만원 전후에 임금분포가 많고, 300만원 이상의 임금을 받는 인원이 거의 없다.

〈표 9〉 유통업 판매 종사자 월평균 임금(2014)

	평균	중위수	최빈값
취업자 중 임금 노동자	222	200	200
판매종사자 임금 노동자	137	130	150

유통업 판매종사 임금 노동자의 근속은 평균 2.7년이고, 판매종사 자영업자는 10.3년,

판매종사 무급가족종사자는 12.6년으로 나타난다. 전체 임금노동자(5.6년), 자영업자(13.2년), 무급가족종사자(17.1년)와 비교하면, 판매종사자는 대체로 일을 지속하는 기간이 짧고, 특히 판매종사 임금노동자의 근속기간이 매우 짧은 것으로 확인된다.



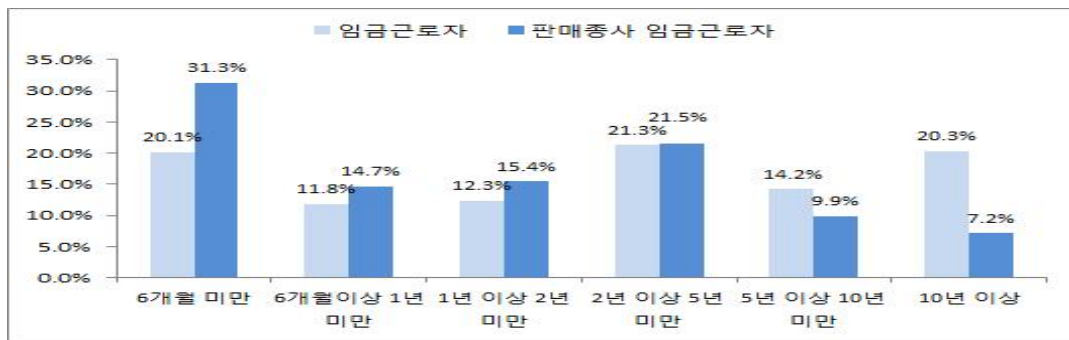
[그림 3] 유통업 판매 종사자 월평균 임금 분포도(2014)

유통업 매장 판매종사자의 근속기간 분포를 살펴보면, 6개월 미만이 31.3%로 가장 많고, 2년 이상 5년 미만이 21.5%, 1년 이상 2년 미만이 15.4%, 6개월이상 1년 미만이 14.7%, 5년 이상 10년 미만이 9.9%, 10년 이상이 7.2% 순서를 보인다. 매장 판매종사자는 근속기간이 1년 미만인 비율이 45%로 이퇴직이 많은 직종임을 알 수 있다.

<표 10> 유통업 판매 종사자 근속기간(2014)

	빈도	평균(개월)	평균(년)
취업자	25,950,628	94.25	7.9
임금근로자	18,945,413	67.35	5.6
자영업자	5,729,922	158.61	13.2
무급가족종사	1,275,293	204.78	17.1
판매종사자 취업자	2,011,081	86.31	7.2
판매종사자 임금근로자	907,349	32.99	2.7
판매종사자 자영업자	860,757	124.07	10.3
판매종사자 무급가족종사	242,975	151.67	12.6

유통업 판매종사 임금 노동자의 총 취업시간은 43.1시간으로 전체 임금 노동자와 차이가 없는 것으로 나타나고, 다만 판매종사 자영업자 및 무급가족종사자는 근로시간이 전체에 비해 다소 높은 것으로 나타난다. 유통업 판매 노동자의 근로시간이 상대적으로 적게 조사되고 있는 것은 대부분 입점 협력업체(주6일, 1일 10시간 이상) 조사가 제대로 이루어지지 않고 있기 때문으로 해석된다.



[그림 4] 유통업 판매 종사자 근속기간 분포(2014)

<표 11> 유통업 판매 종사자의 월 평균 취업시간(2014)

	빈도	평균
취업자	25,950,628	44.2
임금근로자	18,945,413	43.1
자영업자	5,729,922	47.7
무급가족종사	1,275,293	44.6
판매종사자 취업자	2,011,081	48.7
판매종사자 임금근로자	907,349	43.1
판매종사자 자영업자	860,757	54.6
판매종사자 무급가족종사	242,975	49.0

4) 유통업 판매 종사자 이동

2014년 10월 기준 판매종사로 일을 하다가 실업이나 비경제활동 상태에 있는 인원의 일을 그만 둔 기간은 모두가 1년 미만으로 나타나고 있다. 전체 실업자 및 비경제활동인

구는 이전 직장 이직시간이 1년 미만이 14.4%를 차지한 것과 비교했을 때, 유통업 매장 판매종사자의 직장이동이 상대적으로 빠른 것으로 볼 수 있다.

특히 유통업 판매종사자의 실업이나 비경제활동 상태에 있는 인원 중 일을 하다가 그만 둔 이유를 살펴보면, △개인, 가족 관련 이유(61.5%), △일거리가 없어서 또는 사업 경영 악화(8.4%), △작업여건(시간, 보수 등) 불만족(7.6%)이 주된 이유로 나타난다.

〈표 12〉 유통업 판매종사자의 실업/비경제활동 인원 - 일을 그만 둔 기간(2014)

구분		1년 미만	1년 이상	없었음	합계
전체	인원	2,411,302	9,310,008	4,973,810	16,695,120
	비율	14.4%	55.8%	29.8%	100.0%
판매종사자	인원	229,997	-	-	229,997
	비율	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%

〈표 13〉 유통업 판매종사자의 실업/비경제활동 인원 - 일을 그만 둔 이유(2014)

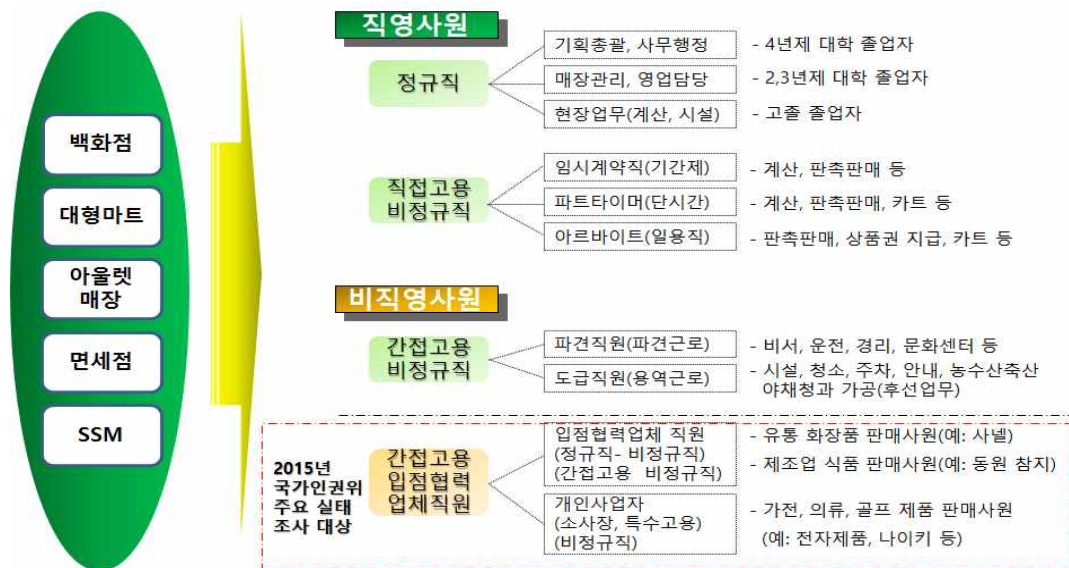
	전체		판매종사자	
	인원	비율	인원	비율
개인, 가족 관련 이유	1,258,652	52.2%	141,411	61.5%
육아	99,544	4.1%	7,804	3.4%
가사	76,138	3.2%	11,433	5.0%
심신장애	39,551	1.6%	2,485	1.1%
정년퇴직, 연로	112,282	4.7%	2,525	1.1%
작업여건(시간, 보수 등) 불만족	253,022	10.5%	17,472	7.6%
직장의 휴업, 폐업	79,791	3.3%	9,548	4.2%
명예, 조기퇴직, 정리해고	79,292	3.3%	3,231	1.4%
임시 또는 계절적 일의 완료	226,244	9.4%	13,013	5.7%
일거리가 없어서 또는 사업경영 악화	175,007	7.3%	19,330	8.4%
기타	11,778	0.5%	1,743	0.8%
합계	2,411,302	100.0%	229,997	100.0%

3. 대형 유통업 백화점, 할인점 고용구조와 실태

1) 유통업 고용구조 - 고용관계

현재 유통업 고용구조는 직영사원(직접고용)과 용역사원(간접고용) 그리고 입점협력업체 동료사원(직접, 간접고용)으로 구분된다. 백화점과 할인점 고용은 직영사원인 정규직보다 비정규직과 입점협력업체(수수료, 임대매장) 종사자가 더 많다.

첫째, 1997년 IMF 구제금융과 2007년 비정규직법이라는 외부환경과 각 업체별 제한된 경쟁(내부 환경)은 직접고용 인력을 줄이고, 그 자리를 간접고용 및 입점 협력업체로 대체하고 있다. 특히 신규 매장을 개점할 경우 유통기업은 정규직 대신 비정규직으로 대체하는 추세다. 둘째, 주요 재벌유통기업은 기존 사업부(업무)를 외주·용역·분사 등의 방법으로 대부분 사내하도급으로 활용하고 있다. 유통업 사내하도급은 대부분이 기존 임원들이 퇴사 후 설립한 업체들이다. 신세계, 롯데, 현대 등 주요 유통업체 모두 외주화 되어 사내하도급으로 활용하고 있다.



[그림 5] 주요 유통 채널별 고용구조와 고용관계 형태 세부 형태

국내 유통업체 고용구조는 '직영사원'(원청 정규직, 비정규직)과 '비직영사원'(사내하도급 직원, 입점협력업체 직원, 개인사업자 형태 전문판매 직원 등)으로 구분하여 활용하고 있다. '백화점 및 할인점(갑=원청)'을 기준으로, 원청에 물건을 납품하는 '사외 하청 을2'를 형성하고 있다. 먼저, 유통업 원하도급 구조는 고용관계, 노동조건에 일정한 영향을 미칠 수 있고, 원청에 비해 임금이나 복리후생은 매우 열악한 상태임(단가 46% 수준). 한편 유통업 원하청 구조는 제조업과 다른 또 다른 형태의 원하도급 구조가 존재한다.9)

〈표 14〉 주요 유통업 직종별 고용형태별 세부 업무와 직종

고용 형태	백화점			할인점		
	A백화점	B백화점	C할인점	D할인점	E할인점	
직접 고용 정규 사원	직무1	<ul style="list-style-type: none"> ■ 기획경영, 인사노무, 사무행정, 마케팅, 재무총무 등 주요 핵심 업무 담당(오피스 업무) ■ 4년제 및 대학원 졸업자 				
	직무2	<ul style="list-style-type: none"> ■ 각 매장(점포) 현장 각 층별 업무 담당(현장매장 관리 업무) ■ 2년제 및 3년제 대학 졸업자 				
	직무3	<ul style="list-style-type: none"> ■ 각 매장 계산, 판매, 판촉, 진열, 검수, 하역, 후선업무(농수산물) 등 → 2007년 비정규직법 시행 전후 계산직 중심으로 무기계약직 형태로 정규직 전환 ■ 초중고 졸업자 				
직접 고용 비정규직 사원	계약직	판매, 판촉, 문화센터, 안전시설, 배달·운전, 간호사, 사무직	식품(농수산물 작업장), 배달·운전, 사무직	판매·판촉, 안전시설, 배달·운전, 사무직	계산직, 판매·판촉, 식품(농수산물 작업장), 배달·운전, 사무직	판매·판촉, 농수산물 작업장, 배달·운전, 사무직
	시간제 (파트타임)	판매, 판촉, 식품, 상담·고객서비스, 락카관리, 사은품 행사 등	판매, 판촉, 식품, 사은품 행사 등	판매·판촉, 상담·고객서비스, 물품도우미 등	계산직, 판매, 판촉, 물품도우미 등	판매, 판촉, 물품도우미 등
	일용직 (아르바이트)	판매·판촉, 팀서무, 파킹테, 식품, 문화센터, 회원서비스, 주차 정산	판매·판촉, 팀서무, 식품, 회원서비스, 주차 정산 등	판매·판촉 등 식품(농수산물 작업장)	판매 판촉	판매 판촉

9) 예를 들면 최근 대형 유통업체들(백화점과 할인점)에서는, 고유의 자사 브랜드(PB)를 고안하여 기존 납품 업체(갑·을2)를 통해 물품을 조달하는 것이 아니라, 자사의 별도 브랜드를 생산하는 원하도급 유형(사외하청 을3)이 나타나고 있다. 자사 브랜드(PB)를 납품하는 하도급 형태(갑·을3)는 기존의 하청구조(갑·을2)의 변형된 형태로 볼 수 있다.

고용 형태	백화점			할인점		
	A백화점	B백화점	C할인점	D할인점	E할인점	
간접 고용 사원	파견근로	판매관측(진열) 사무직 일부	판매관측(진열) 사무직 일부	판매·관측(진열), 잡화, 경리, 문화센터	판매, 관측(진열) 사무직 일부	
	용역근로	계산, 백룸(농수산육류 후선업무) 검품업무, 교환,보안·경비, 주차·안내, 안내·방송, 청소, 식당, 배송접수, 식품, 파킹택, 락카관리, 하역	계산 보안·경비, 주차·안내, 안내·방송, 청소, 식당, 배송접수, 식품 등	계산, 백룸(농수산육류 후선업무), 보안·경비, 주차·안내, 안내·방송, 청소, 식당 등	보안 경비, 주차, 카트, 청소, 식당 등	계산직, 보안, 경비, 주차안내, 청소, 식당
	특수고용 형태종사자 사원	<ul style="list-style-type: none"> ■가전, 의류 등 백화점과 할인점에 입점하여, 각 브랜드별 제조업체와 계약을 맺고, 특정 해당 매장에서 브랜드 제품(상품) 판매 ■개인사업자 형태(소사장제) → 각 매장에서 1~4명 정도 직원 자체 채용 ■예시 브랜드 : 각종 가전제품, 각종 스포츠 및 아웃도어 의류 등(비직영 매장) 				
	입점협력 업체사원 (동료사원)	<ul style="list-style-type: none"> ■각 브랜드별 제조업체에서 백화점과 계약을 맺고, 특정 해당 매장에서 브랜드 제품 판매 ■정규직과 비정규직(직고&간고) 고용관계 형성 ■예시 브랜드 : 백화점 각 1층 샤넬, 랑콤, 에스티로더 판매 사원, 각 백화점&마트 동원 참치 판매 사원 				

한편 독자적 납품업체와의 변형된 포괄적 하도급('갑-을4') 관계가 형성되어 있다. '을3'(입점 협력업체)은 유통업체에 상품을 납품(물품조달 형태)하는 것만이 아니라, 백화점 및 할인점 건물(점포/매장)에 입점하여 자사 상품을 판매하고 있다. 다시 말하면, 유통업 내에서 입점하여 자사 제품을 판매하면서 백화점이나 할인점 수수료를 지급하는 형태의 하청('을4' 하청) 관계를 형성하고 있다고 봐야 한다.

예를 들면 백화점이나 할인점 지하(B1층)에서 식품을 판매하는 입점업체나 백화점 지상(층)에서 화장품, 가방, 의류, 신발, 가전제품 등을 판매하는 입점업체 등이 여기에 해당된다. 현재 백화점 및 할인점 종사자 규모 약 70% 이상(인력 80% 수준)은 입점협력업체(하청 4)가 차지하고 있다. 예를 들면 2015년 상반기 롯데백화점 34개 점포에 직영사원은 5,535명에 불과하여 점포당 평균 160명 정도에 불과했다. 결국 유통업 내 거의 대

부분은 간접고용 비정규직과 입점협력업체 직원으로 활용되고 있는 것이다.

〈표 14〉에서 알 수 있듯이 국내 A백화점 입점협력업체는 약 6개 영역별로 총 662개 업체에 2,032명이 입점해 있었다. 입점협력업체 영역별 인원은 여성의류 및 기타 195개(575명), 남성의류 및 기타 143개(435명), 식품 115개(361명), 잡화 108개(414명), 가전 83개(132명), 임대 18개(115명) 순이다.

〈표 15〉 롯데백화점 직영 및 비직영 종사자 규모(2015) - 부산 본점

구분	고용형태	고용형태	인원	비율
직영 사원	정규직	정규직(무기계약 포함)	150명	4.3%
		직접고용1(계약직 등)	20명	0.6%
	비정규직	직접고용2(행사매장 아르바이트)	200명	5.8%
비직영 사원	비정규직 혼재	간접고용 비정규직	280명	8.1%
		입점협력업체 사원(정규, 비정규)	2,800명	81.2%

자료 : 한겨레 신문(2015.11.19.) 기사내용 재구성.

〈표 16〉 롯데면세점 직영 및 비직영 종사자 규모(2015) - 잠실점

구분	고용형태	인원	비율
직영사원	정규직, 비정규직	150명	11.5%
비직영 사원	간접고용 비정규직	150명	11.5%
	입점협력업체 사원(정규, 비정규)	1,000명	76.9%

자료 : 연합뉴스(2015.11.16.) 기사 내용 재구성

〈표 17〉 국내 A백화점 판매사원 종사자 규모

(단위: 개소, 명)

구분	입점 매장	판촉사원			계
		1인 매장 사원	매니저	사원	
식품	115	35	80	246	361
잡화	108	0	108	306	414
여성	195	0	195	380	575

구 분	입점 매장	판촉사원			
		1인 매장 사원	매니저	사원	계
남성	143	0	143	292	435
가정	83	30	53	49	132
임대	18	0	18	97	115
합계	잘못된 계산식	잘못된 계산식	잘못된 계산식	잘못된 계산식	잘못된 계산식

자료: 권순원·이종수(2014)

2015년 11월 기준 롯데백화점 전국 34개 점포(매출 3위) 중 부산 롯데본점의 경우 전체 종사자 규모는 3,430명 정도이며, 입점협력업체 사원은 약 2,800명으로 81.2%를 차지하고 있다. 롯데 부산 본점 내 고용형태별로 보면 정규직(150명, 4.3%)과 비정규직(직접 고용 20명 0.6%, 행사매장 아르바이트 200명 5.8%, 간접고용 280명 8.1%)은 18.2% 정도에 불과 했다. 2015년 11월 기준 롯데면세점 잠실 월드타워점의 경우에도 직영사원(정규직, 비정규직)은 150명 정도에 불과하고, 간접고용 비정규직 150명(상담, 물류운반)과 1천명의 입점협력업체 직원으로 운영되고 있었다.

둘째, 유통업은 사내하도급 직원 이외에도 제조업 식품이나 공산품 등을 판매하는 입점협력업체 및 판매전문사원까지 포함할 경우 비직영사원의 비율이 80%나 된다. 문제는 다양한 비직영사원의 노동인권이 심각할 정도로 침해받고 있다는 점이다. 현재 유통업은 '원청(갑)의 '하청(을) 직원에 대한 불공정 행위가 일상화되어 있다.

2015년 입점협력업체 직원 및 노조 관계자 면접조사 과정에서 확인된 바에 의하면 △근무형태(휴일휴가, 근로시간, 휴게시간), △인사채용(면접), △작업배치·변경 결정, △업무 지시·감독·평가 등 거의 모든 근로조건에 부당개입하고 있다. 심지어 협력업체 직원의 △매장 인원 교체, △임산부 교체, △여성 직원 술자리 참석 강요, △다른 매장 업무 지시, △연장영업 강요, △자사 카드 할당까지 있다.

실제로 백화점이나 할인점 원청 관리자와 협력업체 직원 사이에 갈등이 발생하면, 그 업체는 암묵적으로 블랙리스트 명단에 올라 직간접적인 불합리한 처우를 받게 된다. 예를 들

면 매장을 찾는 고객의 접근성이 낮은 장소인 구석 자리에 협력업체 제품을 배치하는 것이 대표적 사례다. 협력업체 인사이동(로테이션) 시에는 새로 배치된 직원 거부까지도 감수해야 한다. 이외에도 서비스유통업 현장의 불합리함은 일일이 설명하기 어려울 정도다.

심지어 기업 매출을 위해서라며 오후 3시부터 6시 사이에는 집중영업시간이라는 명목으로 휴게실조차 폐쇄하고 있다. A업체는 몇 년 전 매장 화장실 청소를 협력업체 직원들에게 강제했는데, 청소 상태가 엉망이라며 3일 동안 해당 화장실을 폐쇄하기까지 했다. 기업의 이윤추구 앞에는 노동자의 기본적인 권리조차 묵살당하고 있는 것이다. 지난 5년 동안 '빅 6' 유통업 성장의 이면에는 저임금 비정규직과 협력업체 직원의 착취가 감추어져 있다.

2) 유통업 노동과정 - 근무형태, 업무

(1) 근무형태

백화점 입점협력업체 소속 판매직 거의 대부분은 전일제 근무형태다. 일부 기업에서 탄력적 유연근무제(시차제) 형태로 매장 운영을 하고 있으나, 거의 대부분의 전일제 형태다. 현재 백화점 내 판매직은 직영 사원이 아닌 협력업체 직원이다. 백화점 화장품 판매직의 경우 인구학적 속성(여성 95%, 미혼 75%, 평균 연령 29세)에서 알 수 있듯이 서비스 판매직 거의 대부분이 20대·30대 여성이다(김종진, 2014). 때문에 백화점 판매직 업무 형태와 노동조건(인력부족, 장시간 근무, 휴일 근무, 낮은 연차휴가사용, 저임금 등) 상 출산과 육아 그리고 일과 가정의 양립은 구조적으로 불가능한 상황이다.

〈표 18〉 유통업 백화점 판매직 근무형태 - 화장품

근무지	근무형태	근무시간	인원	비고	업체
전일제 근무형태	전원	09:30 ~ 20:30	6인 내외	휴무 1인	R기업, 샤넬, 엘브이엠에치, 시세이도, 클라랑스 등 다수
시차 교대제 근무형태	A조	09:30 ~ 18:30	2인		엘카, 시슬리, SK2, 아모레 퍼시픽 계열 (설화수, 헤라 등)
	B조	11:30 ~ 20:30	3인		
	C조	09:30 ~ 20:30	1인		
	계		6인 내외	휴무 1인	

면세점 판매직 근무지는 ‘공항’과 ‘시내호텔’로 구분되며, 교대제 근무형태를 운영하고 있다. 현재 우리나라 면세점 각 판매업체별로 차이가 있으나, 면세점 한 브랜드(화장품 매장=카운터)에 약 5명~13명의 판매직이 배치되고 있다. 주요 협력업체 면세점 판매직은 크게 3개 조(A조(오전)-B조(중간조)-C조(오후))로 운영되나, B조(중간)의 경우 매장 상황에 따라 운영하지 않는 곳도 있다. 면세점 판매직 근무형태 중 중간조(B조)를 적극적으로 활용하지 못하는 이유는 인원부족 때문이다. 현재 B기업뿐만 아니라 면세점 판매직 인원은 각 매장 당 최소 1명에서 1.2명 정도는 충원해야 원만한 주5일제를 운영을 할 수 있다.

〈표 19〉유통업 면세점 근무형태 - 잡화 및 화장품

근무지	시차 교대제(3조)	근무시간	A기업 인원	비고
공항 면세점	A조	06:30 ~ 15:30	4인	
	B조	09:00 ~ 18:00	-	간헐적 활용
	C조	12:30 ~ 21:30	4인	
	계		13인	휴무 5인
시내 호텔 면세점	A조	09:00 ~ 18:00	3인	
	B조	11:00 ~ 20:00	1인	
	C조	12:00 ~ 21:00	3인	
	계		8인	휴무 1인

〈표 20〉유통업 할인점 근무형태 - 판촉판매, 계산

교대제	근무시간	비고	특징
A조(오전조)	08:00 ~ 17:00		야간운영 하지 않을 경우 주간 2교대 중심 [변형: 시차 중간조]
B조(중간조)	10:00(~12:00) ~ 17:00(18:00)	10시 이전 퇴근	
C조(마감조)	14:00(15:00) ~ 24:00		
D조(심야/야간)	23:00 ~ 08:00	쇼핑몰 24시 운영	야간 매장 운영 3교대

주 : 1) 롯데마트 계산직은 3교대제(7시간), 신세계 이마트 계산직은 3교대제 전문사원(8시간) 형태로 운영

2) 홈플러스 계산직은 A규모(30명 이상), B규모(18명~20명), C규모(10명~15명)별로 차이 있음

대형할인점 판매촉 판매직과 계산직은 교대제 근무형태로 운영하고 있다. 주요 유통업체 각 점포별 규모에 따라 약간씩 차이가 있으나, 일반적으로 대형 할인점에는 한 점포당 약 20~40명(2007년 이전 약 45명~65명)의 계산직을 고용하고 있다. 대형할인점 계산직의 3분의 2정도는 매장 식품점(B1)에 배치되며, 나머지 인원은 지상층 잡화나 가전 및 의류 등의 매장에 배치된다. 대형할인점 계산직은 크게 4개 조('A조(오전)-B조(중간)-C조(오후)-D조(야간)')로 운영되나, 세부적으로는 근무일과 근로시간에 따라 매우 다양하다. 실제로 대부분 '전일제'(7~8시간)와 '파트타임'(4~5시간) 계산직 2~4개 정도의 근무 배치형태를 기본 5개 형태(8시간-7시간-6시간-5시간-4시간)로 운영하고 있다.

(2) 주요 일과 및 업무

백화점 판매직 하루 일과 및 주요 업무는 백화점(점)의 영업 시간 흐름과 연동되어 진행된다. 때문에 백화점 판매직의 근무형태는 판매업체 스스로 정할 수 없고, 백화점 운영상황에 맞추어야 한다. 먼저, 판매사원 출근 시간을 보면 대부분 아침 8시30분에서 9시 사이 매장에 도착한다. 판매사원 오전 일과는 △자사 유니폼으로 갈아입고 각자 메이크업(화장), △해당 브랜드별 매장 청소 및 정리(진열 등), △타사 브랜드 매출액 확인(키 확인), △매장 조회(15분 내외) 등으로 진행된다. 브랜드나 매장별로 상황이 다르지만 신제품이 출시되었을 경우에는 개점 전 주로 고참사원(매니저)이 사원(BA)들을 대상으로 신제품 설명이나 교육을 진행하기도 한다.¹⁰⁾

백화점 판매사원의 주요 업무 중 본사에 보고해야 할 서류작업이나 고객 상품 발송 등은 오전에 이루어진다. 특히 온라인(인터넷 등)이나 오프라인(매장)을 통해 주문된 상품 확인과 발송 작업은 서류 작업과 함께 오전의 주요 일과 중 하나다. 판매사원 하루 일과 중 오후 2시30분부터 저녁 8시까지의 주 업무시간이며, 저녁 6시 이후엔 백화점 고객이 가장 많기 때문에 하루 중 가장 바쁜 시간이다. 한편 R기업 백화점 판매직은 1일 평균 약 33.7명의 고객을 대면하게 되는데, 판매 고객(20.4명)이외에 제품 테스트나 기타 상담

10) 유통업 서비스 판매직 특성상 제품을 판매해야하므로 신제품 교육이나 주기적인 회의 등이 자주 있는 편인데, 1년에 3.6회 정도의 교육을 받고 있는 것으로 확인된다.

등 응대 고객(14.6명)이 있다. 이는 기업의 매출(이윤)로 체크되지 않는 숨겨져 있는 노동량(그림자 노동)이다.

백화점의 경우 대체로 저녁 8시에 폐점을 하기 때문에 R기업 판매직 또한 이 시간에 매장을 정리한다. 하지만 백화점 판매사원들에게는 당일 판매 물품과 금액을 확인해야 하는 작업이 남아 있고, 만약 당일 실제 판매물품과 금액 등이 장부와 어긋날 경우에는 퇴근 시간이 다소 지체된다. 한편 백화점 판매직 노동자들에게는 점심시간(35분)과 휴식시간(간식 시간 및 티타임 84분)을 포함하여 하루 140분 가량의 휴게시간이 주어지고 있다. A기업 백화점 판매직은 근무시간 중 휴게시간(84.2분) 내 식사시간을 약 35분 활용하고 있다.

〈표 21〉 유통업 백화점 화장품 및 피혁 판매직 주요 일과 및 업무

시간	백화점 화장품 판매직	시간	백화점 피혁 판매직
08:30 ~ 09:30	<ul style="list-style-type: none"> 출근 : 메이크업, 유니폼 착용 등 		
	- 업체나 매장별로 출근시간 다름		
09:30 ~ 10:00	<ul style="list-style-type: none"> 청소 및 정리, 진열 	09:30 ~ 10:00	<ul style="list-style-type: none"> 출근
	- 매장 진열 및 청소, 아침 식사 (일부)		
10:00 ~ 10:25	<ul style="list-style-type: none"> 개점 : 조회(15분 내외), 매장 키 확인 등 	10:00 ~ 10:25	<ul style="list-style-type: none"> 유니폼 착용(경의실: 용모 복장상태 점검), 매장 청소 및 상품 정리, 아침 조회
	- 백화점 조회 및 매장회의, 업체 신제품 교육 병행, 매출점검 및 목표매출 확인, 매장 입출고 상품 확인		
10:25 ~ 10:30	<ul style="list-style-type: none"> 개점행사 및 근무시작 	10:25 ~ 10:30	<ul style="list-style-type: none"> 개점 방송 후 근무 시작, 매출점검 및 목표매출 확인, 매장 입출고 상품 확인
	- 매출점검 및 목표 매출 확인, 매장 입출고 상품 확인, 하던 일을 멈추고 매장 앞쪽에 대기, 방송 멘트에 따라 서비스 마인드 가다듬기		
10:30 ~ 11:30	<ul style="list-style-type: none"> 업무 : 상품판매, 서류 정리 		
	- 본사 서류보고, 오전 판매, 인터넷 상품 확인 및 발송		
11:30 ~ 14:30	<ul style="list-style-type: none"> 점심 시간 : 교대로 점심 식사 	12:00 ~ 14:00	<ul style="list-style-type: none"> 직급별로 점심식사, 매장 사정 따라 식사 못하는 경우도 발생
	- 1인 매장의 경우 점심시간 1시간을 모두 사용하지 못함, 시차 대상 직원 출근		
14:00 ~ 19:00	<ul style="list-style-type: none"> 집중영업시간 : 상품판매, 전화 연락 	14:00 ~ 19:00	<ul style="list-style-type: none"> 고객확보와 매출 증대 위한接客 서비스 집중 시간
	- 오후 영업 : 행사 홍보 등의 고객 전화 - 백화점 집중 근무시간 : 상품 진열, 고객응대, 빠른 계산, 포장기술, 컴플레인 처리 등		

시간	백화점 화장품 판매직		시간	백화점 피혁 판매직
16:00 ~ 18:00	<ul style="list-style-type: none"> ■ 휴게시간 : 간식시간(30-40분) 혹은 티 타임(tea time, 20분) 	<ul style="list-style-type: none"> - 매장별 혹은 상황 따라 간식 시간 사용하지 못할 때도 있음. 		<ul style="list-style-type: none"> ■ 동일
20:00 ~ 21:00	<ul style="list-style-type: none"> ■ 폐점행사 	<ul style="list-style-type: none"> - 폐점 음악이 울리면 개점행사 때와 마찬가지로 대기자세 - 백화점 나가는 고객들에게 모든 직원이 전송 인사 - 판매가 끝나지 않은 사원들은 폐점행사 후에도 계속응대 		<ul style="list-style-type: none"> ■ 동일
20:10 ~ 20:30	<ul style="list-style-type: none"> ■ 폐점 : 매장 정리, 청소 (30-40분) 	<ul style="list-style-type: none"> - 매출정리 및 매장정리 - 행사철수, 행사준비, 재고조사 	20:10 ~ 20:30	<ul style="list-style-type: none"> ■ 동일
20:30 ~	<ul style="list-style-type: none"> ■ 퇴근 	<ul style="list-style-type: none"> - 판매금액(상품권, 현금 등)이 맞지 않을 경우 퇴근 지체 	21:00 ~	<ul style="list-style-type: none"> ■ 퇴근

현재 공항과 시내호텔 면세점 판매직의 노동과정은 크게 차이가 없다. 공항면세점 판매직의 하루 일과는 가장 먼저 유니폼 착용 후 6시30분에 매장에 들어와서 6시40분에 10분정도 오픈 조회를 한다. 면세점 개점(6시50분) 이후에는 각 매장 개점인사와 청소(20분)부터 시작한다. 오전 출근조의 아침식사는 30분(7시30분부터 8시30분까지) 간격으로 진행된다. 통상 9시가 되면 B조가 오고 판매업무 및 고객응대와 같은 일상 업무들을 한다. 오후(12시 30분)부터는 C조(마감조)가 출근하면서, 오전조(1시30분까지) 식사와 마감조(1시30분부터 2시30분까지) 식사가 진행된다. 한편 B기업 면세점 판매직은 1일 평균 약 58.7명의 고객을 대면하게 되는데, 고객에게 제품을 판매하는 고객(평균 27.7명)이 외에 제품 테스트나 기타 상담 등 응대해야할 고객(30.9명)도 꽤 많은 비중을 차지하고 있다.

공항면세점 판매직 오후 업무는 상품 반출, 창고 물품, 판매 및 고객 응대 업무로 구분된다. 백화점 판매직과의 차이는 물품 판매 시 고객 여권이나 항공권(발권, 예약)을 확인하는 것이다. 구체적으로 면세점 판매직의 작업과정은 고객 판매 물품을 '포스(pos) 고객 영문 이름 - 여권번호 - 항공기 출발시간 - 편명 - 날짜 - 판매 제품 상품명'을 입력하는 것이다. 면세점 판매직 하루 일과 중 오후는 주로 상품 반출신청(2시30분), 창고 반출 물품(3시30분) 업무들이다.

교대제 근무형태는 오전 A조 퇴근(3시30분) 이후 B조와 C조의 일상 업무(판매 업무, 고객응대)가 진행된다. 저녁식사는 B조 퇴근(오후 6시) 바로 전 C조 식사(5시)가 진행되고, C조가 9시까지 판매업무와 마무리 정리를 하고나서 폐점시간(9시30분)에 퇴근한다. 한편 유통업 서비스 판매직 특성상 제품을 판매해야하므로 신제품 교육이나 주기적인 회의 등이 자주 있는 편인데, 1년에 평균 5.2회 정도의 업무 관련 교육을 받고 있다.

〈표 22〉 유통업 면세점 판매직 주요 일과 및 업무

시간	공항 면세점 판매직 일과	시간	시내 호텔 면세점 판매직 일과
06:30 ~	■출근 : 유니폼 착용, 출근 체크 등	09:00 ~	■출근 : 유니폼 착용 및 출근 체크 등
06:60 ~	■조회 : 모닝 브리핑	09:00 ~ 09:30	■조회 : 매장 청소 및 아침체조 ■업무준비 : 매장 오픈, 고객 맞이 인사
07:30 ~ 10:00	■개점 및 업무 : 고객 응대	09:30 ~ 10:30	■업무 : 고객응대 및 브리핑 준비
10:00 ~ 10:30	■휴식	10:30 ~ 11:00	■업무 : 모닝 브리핑
10:30 ~ 10:40	■업무 : 재고 출고 업무	11:00 ~ 12:00	■판매 업무 : 고객응대 [B조 출근]
10:40 ~ 12:20	■판매업무 : 고객 응대	12:00 ~ 14:00	■판매 업무 및 식사 : 고객응대 및 2교대 중식
12:20 ~ 13:30	■점심시간 : 중식	14:00 ~ 15:30	■업무 : 물품 검수 및 면세제품 포장
13:30 ~ 14:30	■업무 : 재고조사	15:30 ~ 17:30	■업무 및 휴식 : 고객응대 및 교대 휴식
14:30 ~ 15:30	■판매업무 : 고객응대	17:30 ~ 20:00	■업무 : 고객응대 및 보세현황 정리 [18:30 A조 퇴근]
15:30 ~	■마무리 및 퇴근: 퇴근 준비	20:00 ~ 20:30	■마무리 및 퇴근 : 퇴점인사, 매출 정산 및 정리 [B조 퇴근]

주 : 면세점 근무지(공항, 시내호텔) 및 매장(브랜드 교대제 형태)에 따라 근무시간이나 업무 형태가 다를 수 있음

유통업 계산직 주요 업무는 매장의 금전출납계에 설치돼 상품 판매 결과를 기록하는 ‘포스 시스템’(POS, Point of Sales)을 통해 고객이 구매한 물건을 계산하는 일이다. 통상 계산직 신입사원이 포스 시스템의 기술 습득과 독립적인 업무를 수행하기 위해서는 약 10일 정도가 필요하다. 하지만 대형백화점을 제외하면 계산직은 현장에서 약 1.5일~3일 내외의 교육만을 받고 현장에 투입된다.

〈표 23〉 유통업 백화점 및 할인점 계산직의 주요 일과 및 업무

시간	A할인점 계산직 일과 및 업무	시간	B백화점 계산직 일과 및 업무
08:30-09:00	■출근 : 유니폼 착용, 출근 체크 등	09:30-09:40	■출근 : 유니폼 착용 및 출근 체크 등
09:15-09:30	■조회 : 매장 지시 사항 등	09:40-10:00	■조회 : 매장 지시 사항 등
09:30-09:50	■업무준비 : 환전, 봉투, 시세표 작업	10:00-10:20	■업무준비 : 환전, 봉투, 시세표 작업
09:50-10:00	■개점준비: 율동 등	10:20-10:30	■개점준비: 율동 등
10:00-12:50	■개점 및 업무 : 매장 오픈, 오전 업무시작	10:30-11:30	■개점 및 업무 : 매장 오픈, 오전 업무시작
12:50-13:50	■점심시간 : 점심 식사	11:30-12:30	■점심시간 : 점심 식사
13:50-14:40	■휴식 및 조별 교대시간	12:30-13:30	■휴식 시간
14:40-16:20	■업무 : 오후 업무	13:30-16:30	■업무 : 오후 업무
16:20-16:40	■간식시간 : 간식 시간(20분)	16:30-17:30	■간식시간 : 간식 시간(1시간)
16:40-18:30	■업무 : 계산 업무	17:30-19:30	■업무 : 계산 업무
18:30-19:00	■마무리 및 퇴근: 돈 통 반납 등	19:30-20:00	■마무리 및 퇴근 : 돈 통 반납 등

주 : 근무 형태(백화점, 할인점) 및 매장(교대제 형태)에 따라 근무시간(교대, 휴식, 간식)이 조금 다를 수 있음.

이렇게 배치된 계산직 업무는 정규직(전문사원, 무기계약직)과 비정규직간에는 큰 차이가 없다. 물론 업무 성격상 “고객이 현금이나 신용카드 결제만 하는 것이 아니라, 상품권 및 포인트 카드 사용 등을 하기 때문에 업무 적응 기간에 다소 차이가 있다”고 한다. 다만 기존 정규직과 비정규직(파트타임)이 같은 매장의 계산업무를 담당 할 경우에도 정규직은 단순 계산업무 이외의 고객응대, 반납, 매출정보, 수수료 마감 등의 부가적인 업무를 담당하는 편이다.

한편 현재 유통업 대형할인점 계산직 근무형태는 업체별, 지역별 차이가 매우 크다. 〈표 23〉에서 알 수 있듯이 할인점 계산직이라고 하더라도 기업 규모, 지역, 근무일, 근로 시간 등에 따라 차이가 있다. 예를 들면 H기업과 N기업의 공통점은 고객이 집중적으로 몰리는 요일이나 시간대에 집중적으로 계산직을 배치한다. 이는 전통적인 일본식 적기생산시스템(JIT)을 가장 잘 반영하고 있는 근무형태를 반영하는 것으로도 볼 수 있다.

Ⅲ. 유통서비스 판매 종사자 실태조사 주요 결과 분석(요약)

1. 유통업 서비스 판매직 노동실태

첫째, 국내 유통업체 고용구조는 '직영사원'(원청 정규직, 직접고용 비정규직)과 '비직영사원'(하청 파견용역의 간접고용 비정규직, 입점협력업체 직원, 개인사업자 형태 전문판매 직원 등 약 75%~85% 수준)으로 구분하여 활용하고 있다. 유통업 백화점, 면세점, 할인점 고용은 직영사원인 정규직보다 비정규직과 입점협력업체(수수료, 임대매장) 종사자가 더 많은 상황이다. 그런데 국내 유통업 중 백화점과 면세점(85% 이상), 할인점(65% 내외) 서비스 판매직 종사자의 노동 법률의 사각지대에 놓인 것은 물론이고 건강권에 있어서 은폐되어 잘 드러나지 않고 있다. 특히 대형 유통업체(통상 '갑')의 업무 시설을 편의적으로 이용해야하는 상황에서 서비스 판매직의 노동 및 건강은 유통업체에 직접적인 영향을 받는 구조다.¹¹⁾

둘째, 국내 유통업 서비스 판매 종사자의 노동조건은 기본적으로 백화점, 면세점, 할인점의 영업일과 시간에 의해 좌우된다. IMF 구제금융 이후 우리나라 유통업 영업은 1년 365일 운영체제로 전환되었고, 일부 조직된 노동자들을 제외하면 일과 삶의 균형(WLB)을 찾기 어려운 상황이다. 2015년 국가인권위원회 설문조사 결과 유통업 종사자의 직장생활 만족도(12개 항목) 중 가장 만족도가 낮은 항목은 △임금수준(35.5점), △노동시간(36.9점), △노동강도(39.7점)였다. 실제로 지난 1년 사이 유통업 노동자들은 본인의 업무량이 증가(55.1%)했고, 이 때문에 해야 할 일의 종류가 증가(59.1%)한 것으로 응답하고 있다. 반면에 같은 시기 함께 일하는 근무자 수는 감소(38.6% ↔ 증가 12.3%)한 것으로 응답하여 노동강도 자체가 증가한 것으로 판단된다. 이는 유통업 종사자의 직간접

11) 유통업 매장 판매 종사자 규모는 통계청 지역별고용조사 분석 결과(2014년 10월), 취업자는 약 201만 명, 임금노동자는 90만 7천명(45.1%) 정도다. 유통업 판매종사 임금 노동자의 종사상 지위는 정규직 38.7%(상용노동자), 비정규직 61.5%(기간제 51.5%, 일용 9.8%)를 차지하고 있다. 한편 2014년 3월 고용형태공시제 기준 국내 300인 이상 상시 고용 21개 대형 유통업체(백화점, 할인점)의 고용 규모는 151,074명(비정규직 52,406명, 41.2%)이었고, 국내 21개 대형 유통업체 직접고용 비정규직은 17,033명(12.64%)이며, 간접고용 비정규직은 35,630명(29.9%) 정도였다.

적인 이직 요인으로 볼 수 있고, 설문조사 결과 1년 이내 이직 생각을 고민하고 있는 사람(33.3%) 중 다수는 직업 불만 요인(40%)을 꼽았다.

〈표 24〉 유통업 직장생활 만족도

(단위:%)

	직장생활 만족도(100점 만점 기준)												
	계	고용 안정	임금 수준	노동 시간	노동 강도	근무 형태	교육 훈련	복지 후생	인사 승진	분위 기	건강 안전	일자 금심	노무 관리
백화점	48.4	57.7	36.6	34.1	39.9	47.0	51.1	56.9	43.5	60.4	46.0	56.5	49.9
면세점	49.0	56.2	28.4	52.5	46.2	51.0	48.0	50.1	42.0	64.1	45.1	56.8	47.8
할인점	43.0	49.7	33.1	43.4	37.4	45.1	42.7	41.3	31.4	45.7	42.9	53.0	43.8
여성	46.1	54.4	32.7	35.2	38.6	45.6	48.7	52.3	40.3	57.3	43.8	54.5	47.4
남성	54.5	62.2	50.2	46.6	48.2	54.8	54.4	54.9	47.6	60.5	55.4	61.2	54.4
정규직	47.7	56.3	35.8	37.0	40.0	47.1	49.6	53.3	41.5	58.1	45.6	56.0	48.7
비정규직	47.8	49.0	39.3	41.3	45.3	50.3	53.2	44.6	44.3	56.9	50.0	52.6	47.2
합계	47.5	56.1	35.5	36.9	39.7	46.9	49.4	53.6	41.1	57.8	45.4	55.8	48.7

주 : 100점에 가까울수록 직장생활에 만족하고 있는 것으로 해석

[참조 1] 유통업 노동자 출근 일, 휴무일, 휴가

(단위: 일, 시간, 일)

	1주일 출근 일, 시간(2015)		한달 평균 휴무일(2015)		연차휴가(2014)		
	출근 일	근무 시간	휴무일	휴무 중 주말일	연차 보유일	연차 사용일	미사용일
백화점	5.0	47.5	8.1	3.0	15.7	7.8	7.7
면세점	5.1	39.4	8.7	3.0	13.6	10.6	3.1
할인점	5.1	40.1	7.8	3.4	16.9	8.9	7.6
여성	5.0	45.9	8.0	2.7	14.7	7.4	6.8
남성	5.1	46.4	7.7	4.1	14.8	7.8	6.7
정규직	5.0	46.2	8.0	3.0	15.2	7.7	7.1
비정규직	5.2	43.6	7.3	2.2	5.8	2.9	1.9
합계	5.0	45.6	8.1	3.1	15.8	8.1	7.4

[참조 2] 지난 1년 사이 유통업 노동조건 변화

	노동조건 변화도(100점 만점 기준)				
	계	업무량 증가	일(업무) 종류 증가	관리감독 증가	인력 감소
백화점	62.6	66.6	68.1	56.7	59.1
면세점	59.4	63.4	64.1	57.3	51.9
할인점	63.5	68.7	69.9	57.2	59.6
여성	62.3	66.3	67.8	56.5	58.9
남성	60.9	64.8	66.4	55.2	57.2
정규직	62.3	66.5	67.8	56.5	58.7
비정규직	57.6	59.1	61.5	53.8	57.2
합계	62.6	66.8	68.2	56.8	58.8

주 : 100점에 가까울수록 노동조건 악화로 해석(5점척도: 0점-100점)

[참조 3] 유통업 노동자 고객 응대 현황 및 시간

(단위:명, 분)

	1일 평균 고객 응대 수			1일 평균 고객 응대 시간		
	성수기(A)	비수기(B)	격차(A-B)	성수기(A)	비수기(B)	격차(B-A)
백화점	34.5	18.9	15.9	16.7	19.2	2.4
면세점	46.0	24.4	21.9	12.8	15.4	2.4
할인점	180.7	85.2	120.3	5.4	4.5	-7
여성	56.6	26.6	28.7	14.9	17.5	2.2
남성	31.0	19.3	13.0	13.9	13.0	-6
정규직	52.9	25.4	26.5	14.9	17.2	1.9
비정규직	58.8	31.8	27.7	11.3	11.8	.3
합계	54.9	26.4	27.4	14.8	17.2	2.0

셋째, 2014년 정부 통계자료 분석 결과 유통업 매장 판매 노동자는 남성(29만9천명, 32.9%)보다 여성(60만9천명, 67.1%)이 2배 이상 많은 편이며. 평균 연령은 36.3세, 학력은 고졸(66.2%)이 가장 많았다. 유통업 판매 노동자의 월평균 임금은 평균 137만원(100~150만원 미만 29%, 150~200만원 미만 27%, 50~100만원 미만 17%)이었으나, 2015

년 국가인권위원회 연구조사 대상 임금은 231만원(시급 6,150원, 정규직 237만원, 무기계약직 143만원, 비정규직 147만원)이었다. 특히 유통업 비정규직 중 직접고용 비정규직(기간제 155만원/시급 5,550원, 시간제 105만원/시급 7,742만원)이 간접고용 비정규직(파견 168만원, 용역 170만원)보다 상대적으로 임금이 더 적은 것으로 확인된다. 또한 유통업 여성(212만원)과 남성(287만원)의 단순 임금격차는 약 75만원 정도 차이가 확인된다. 문제는 직접고용 비정규직인 기간제 비정규직(14.6만원)과 시간제 비정규직(27.3만원) 성별 임금격차 보다, 간접고용 비정규직인 파견 비정규직(116.8만원)과 용역 비정규직(117.1만원) 성별 임금격차가 더 크다는 점이다.

〈표 25〉 유통업 서비스 판매직 월 평균 임금 실태 - 국가인권위 연구조사(2015.7)

구분	월 총액(만원)	시급(원)	고용구분	월 총액(만원)	시급(원)
전체	230.3	6,613	정규직	231.8	6,150
백화점	248.5	9,504	■ 정규직	237.7	6,498
면세점	192.1	7,250	■ 무기계약직	143.5	5,723
할인점	164.1	5,796	비정규직	147.3	7,609
여성	212.3	6,475	■ 기간제	155.8	5,550
남성	287.1	7,437	■ 시간제	105.9	7,742
미혼	226.3	6,441	■ 파견	168.7	
기혼	228.5	5,940	■ 용역	170.0	

〈표 26〉 유통업 서비스 판매직 고용형태별 성별 임금격차 - 국가인권위 연구조사(2015.7)

고용형태별 임금		총액(만원)			
		여성	남성	격차	
정규직	정규직	222.5	296.9	74.4	
	무기계약직	136.5	177.0	40.5	
비정규직	직접고용	기간제	153.5	168.1	14.6
		시간제	103.4	130.7	27.3
	간접고용	파견	163.2	280.0	116.8
		용역	170.0	287.1	117.1

넷째, 2014년 정부 통계자료 분석 결과 유통업 매장 판매 노동자의 근속기간은 평균 2.7년(1년 미만 45%, 6개월 미만 31.3%, 6개월 이상 1년 미만 14.7%)이었고, 1주일 평균 노동시간은 43.1시간으로 전체 임금 노동자와 차이가 없는 것으로 나타났다. 유통업 판매 노동자의 근로시간이 상대적으로 적게 조사되고 있는 것은 대부분 입점협력업체(주6일, 1일 10시간 이상) 조사가 제대로 이루어지지 못하고 있기 때문으로 해석된다. 2015년 국가인권위원회 설문조사에서는 46시간(1일 평균 9.2시간, 10시간 이상 14.9%)이었고, 1주일 평균 52시간 이상 장시간 근로 비율도 17.7%(3,470명 중 588명)이나 되는 것으로 나타났다. 문제는 유통업 52시간 이상 장시간 노동자의 일과 삶의 균형(WLB)이 상대적으로 낮다는 것이다. 2015년 설문조사 결과 52시간 이상 장시간 노동자(13.5%)는 52시간 미만 노동자(27.7%)에 비해 일과 삶의 균형 관련 부조화가 있는 것으로 확인된다.

〈표 27〉 유통업 장시간 노동과 일과 삶의 균형 의견 비교

(단위:%)

장시간 노동		일과 삶의 균형 적정성				계
		매우 적당한 편	적당한편	적당하지 않은 편	전혀 적당하지 않음	
52시간 미만 (82.3%) 2,739명	빈도	17	735	1,456	500	2,708
	노동 중 %	.6%	27.1%	53.8%	18.5%	100.0%
	전체 %	.5%	22.3%	44.2%	15.2%	82.3%
52시간 이상 (17.7%) 588명	빈도	3	76	344	160	583
	노동 중 %	.5%	13.0%	59.0%	27.4%	100.0%
	전체 %	.1%	2.3%	10.5%	4.9%	17.7%
전체	빈도	20	811	1,800	660	3,291
	전체 %	.6%	24.6%	54.7%	20.1%	100.0%

다섯째, 우리나라 유통업의 영업일과 시간은 백화점, 면세점, 할인점 모두 일과 삶의 균형과 노동자 건강을 고려하지 않는 시장 친화적 경영방식 중심으로 운영(일과 삶의 불균형 이유 - 기업 성과 및 실적 강조 27% 인식)되고 있다. 대표적으로 백화점은 IMF 이전 주 1회 정기 휴점이 현재 월 1회로 축소되었고, 입점협력업체 영세소규모 종사자는 주6일 근로를 하고 있다.¹²⁾ 반면에 유럽 주요 나라와 도시의 유통업체는 최근 10년 동안

규제완화로 변화하고는 있으나 주말(토, 일) 영업이나 연장영업이 상대적으로 우리에게 비해 노동자들을 위한 제도적 장치를 갖고 있다(보고서 2장 해외 사례 참조). 선진 주요 유럽과 달리 1년 365일 운영되고 있는 유통업체 경영 때문에 서비스 판매직 종사자들은 시간부족(73.3%, 가족과 함께 보낼 시간 부족 25%), 여가 활용 방해 요인(근무환경 및 근무형태 35.2%) 등 전반적인 개인(가족 보낼 시간 단절 25.9%)과 사회적 관계까지 부정적 영향(76.3% → 44.2% 인간적, 사회적 관계와 모임 단절)을 미치고 있다고 인식하고 있다.

퇴근 후 항상 시간에 쫓겨 사는 것 같아요. 집에 가면 지쳐 아무것도 할 수가 없을 정도로 피곤하거든요. 일을 마치고 무언가를 배우거나 취미생활, 운동은 이 일(유통 판매직)을 하면서 생각도 못하고 살았어요. 개인 시간요? 가지고는 싶죠(2015년 유통 판매직 간담회 의견)

[참조 4] 유통업 시간부족과 일과 생활 불균형 이유(1,2순위 합계)

시간부족 (부족 갈등 73.3%, 2,511명)	1,2순위 합계	일생활 불균형 이유	1,2순위 합계
휴식 및 수면 시간 부족	20.7%	성과 및 실적 관리 강조	27.0%
학업 및 자기개발 시간 부족	17.4%	절대적 인원 부족	16.4%
가족과 함께 보낼 시간 부족	25.0%	휴직, 휴가시대체인력부족	19.8%
가사 등 집안일 시간 부족	6.7%	직장문화	17.3%
여가, 운동, 취미생활 시간부족	22.7%	나에게 집중되는 가사부담	5.2%
참여 및 봉사 등 사회활동 시간 부족	1.1%	가족생계가 내게 집중되어 있어서	7.3%
교제활동 시간 부족	6.3%	환자, 고령 가족 보살펴줄 시설 부족	0.5%
기타	0.2%	자녀 맡길 보육시설 부족	3.7%
		기타	2.9%

12) 백화점은 매월 셋째 주 월요일 정기휴점이 시즌 기간(5월, 12월, 설, 추석)에는 휴점을 하지 않기도 하며, 할인 점은 매월 둘째 주와 넷째 주 2회의 일요일 휴점에서 평일 휴점으로 전환하고 있는 중이다.

[참조 5] 유통업 이직의견과 개인, 사회적 변화 의견(1,2순위 합계)

1년 이내 이직 이유 생각 (33.3%, 1,085명)	1,2순위 합계	개인 및 사회적 변화 (76.3%, 2,438명)	1,2순위 합계
개인가족 이유	15.3%	인간관계, 사회적 관계 단절/고립	17.2%
출산 육아	6.8%	주요행사/모임 참석하지 못함	27.0%
가사	2.5%	가족과의 시간 많이 보내지 못함	25.9%
심신장애	19.2%	학업, 자기계발 못함	7.4%
연료/정년	1.1%	상대방 꺼려하는 직업 인식	2.5%
작업여건 불만족	40.0%	취미 등 여가시간 부족	12.4%
직장 휴폐업, 명퇴, 정리해고	1.2%	자녀/부부관계소원	2.4%
임시, 기간 완료, 일 없음	2.2%	자녀 돌봄시간 부족	5.0%
잘 모름, 기타	2.6%	기타	0.2%

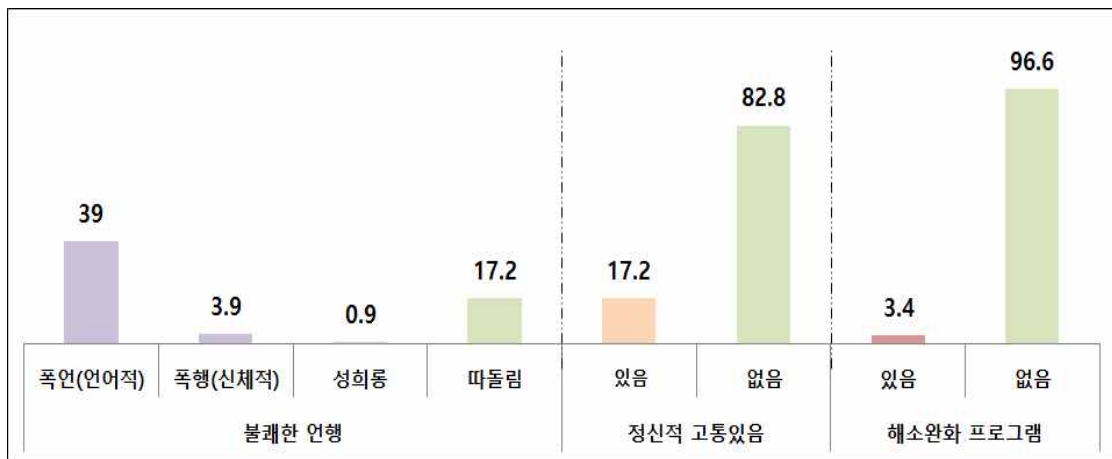
[참조 6] 유통업 여가활동 활용과 방해요인(12,순위 합계)

여가활동 활용	1,2순위 합계	여가활동 방해 요인 (불충분 66%, 2,261명)	1,2순위 합계
휴식,TV시청	42.9%	가사 및 돌봄 등 집안 일 때문에	15.7%
스포츠 활동	9.6%	근무환경, 근무형태로 인하여	35.2%
종교 활동	1.9%	경제적 여유가 없어서	24.8%
사교/자원봉사활동	3.0%	관련 시설이나 장소가 부족해서	4.7%
놀이/오락활동	11.4%	참여할만한 프로그램이 없어서	4.6%
취미/교양	9.9%	함께할 동반자가 없어서	6.1%
국내외 여행	8.1%	방해요인 없음	5.4%
교육/자기계발	5.3%	기타	3.4%
기타	7.9%		

2. 유통업 서비스 판매직 건강실태

첫째, 최근 몇 년 동안 유통업 서비스 판매직 감정노동 문제가 사회적으로 이슈가 되었고, 정부(중앙정부, 지방정부)에서도 감정노동 관련 정책이나 다양한 사업들을 진행하고

고 있는 상황이다. 2015년 국가인권위원회 유통업 실태조사 결과 유통업 종사자들은 지난 1년 동안 고객으로부터 불쾌한 언행을 경험한 비율이 61%나 되었으며, 이로 인한 정신적 고통을 겪고 있는 사람이 10명 중 2명(17.2%) 가까이 됨에도 해소 프로그램이나 교육 등은 거의 전무(96.6%)한 것으로 확인된다. 특히 유통업 종사자들의 주된 문제는 고객으로부터의 폭언(39%)이나 따돌림(17.2%)임을 고려하면 고객으로부터의 무리한 요구나 괴롭힘 문제(공격적, 까다로운 고객 상대 86.7%)가 심각한 상황임을 보여 준다.



[그림 6] 유통업 고객으로부터 불쾌한 언행, 정신적 고통, 프로그램(단위:%)

[참조 7] 유통업 고객으로부터 불쾌한 언행, 정신적 고통, 프로그램

(단위:%)

	1) 동료로부터		2) 상급 관리자로부터		3) 고객으로부터	
	있음	없음	있음	없음	있음	없음
폭언(언어적)	4.8 (154)	95.2 (3,058)	10.3 (331)	89.7 (2,877)	39.0 (1,264)	61.0 (1,973)
폭행(신체적)	0.4 (12)	99.6 (3,195)	0.5 (15)	99.5 (3,165)	3.9 (124)	96.1 (3,061)
성희롱(성추행 포함)	1.6 (51)	98.4 (3,152)	0.9 (28)	99.1 (3,153)	0.9 (27)	99.1 (3,145)
따돌림	10.3 (331)	89.7 (2,877)	1.6 (50)	98.4 (3,124)	17.2 (517)	82.8 (2,494)

둘째, 유통업 감정노동 문제는 단순 고객으로부터의 불쾌한 언행만이 아니라, 기업과 조직의 적절한 대응(부재, 미흡)과 과도한 고객 서비스(경영)나 인사관리 정책(평가, 모니터링)이 만들어낸 사회적 산물이다. 특히 기업 조직의 매뉴얼과 규칙에 의해 요구되는 서비스가 제공되는 과정에서 감정을 조절하고 통제(직무요구 스트레스 고위험군 18%)할 수밖에 없는 유통서비스의 감정노동은 법제도적, 사회적 규제가 만들어지지 않을 경우 개별 당사자의 '감정적 부조화'로 인한 건강장애가 위험한 상황에 노출될 개연성도 높다. 2015년 인권위원회 설문조사 결과 유통업 감정노동 실태를 보면 △의식적 노력 96.1%, △기업 규정된 감정 표현 89.3%, △감정조절 필요 92.4%, △감정표현 85.9%, △감정적 힘들 83.8% 등으로 나타났다. 특히 유통업 종사자의 감정노동 수행 고위험자는 성별 격차가 심각하여, 여성이 남성에 비해 적게는 30%p에서 많게는 40%p 정도 차이를 보이고 있다

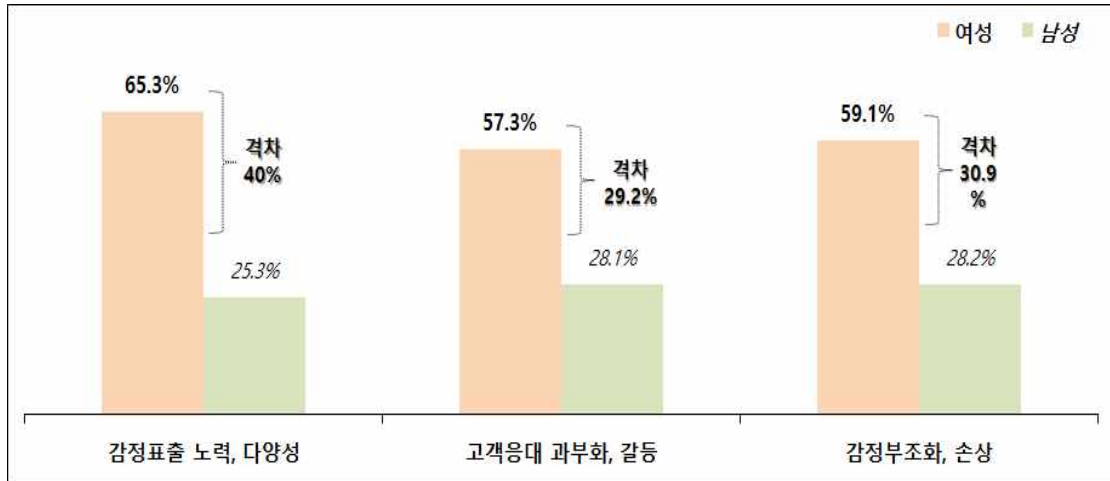
점점 무리한 요구, 언어폭력이 심각한 고객이 많아짐에도 불구하고, 직원들은 그저 당하고 인내하는 방법밖에는 없어요. 욕설을 하고 인격 모독을 하는 상황에서 정말 이대로 무시를 당하고 일을 해야 하는지 회의를 느끼거든요 (2015년 유통 판매직 간담회 의견)

“요즘 고객들의 도가 지나칠 정도입니다. 회사 매뉴얼은 더 이상 고객을 상대하기엔 너무 처진 듯 한 느낌이에요. 무조건적인 식의 사과는 더 이상 없었으면 합니다. 항상 고객의 불만은 결국 직원 태도로 몰아가요(2015년 유통 판매직 간담회 의견).

〈표 28〉 2015년 유통업 서비스 판매 종사자 감정노동 실태¹³⁾

감정노동과 업무수행 상황	전혀 그렇지 않다	약간 그렇지 않다	약간 그렇다	그렇다	점수 (1-4점)
1. 고객에게 부정적인 감정을 표현하지 않으려고 의식적으로 노력한다	1.3	2.6	22.3	73.8	3.69
2. 고객을 대할 때 회사의 요구대로 감정 표현을 할 수밖에 없다	4.4	6.3	31.0	58.3	3.43
3. 어느 누가 도와준다 하더라도 나의 울적한 기분을 떨쳐 버릴 수 없을 것 같다	13.9	23.2	32.4	30.5	2.79
4. 일상적인 업무수행을 위해서는 감정을 조절하려는 노력이 필요하다	2.8	4.8	27.8	64.6	3.54
5. 고객을 대할 때 느끼는 나의 감정과 내가 실제 표현하는 감정은 다르다	3.5	10.6	36.6	49.3	3.32
6. 공격적이거나 까다로운 고객을 상대해야 한다	4.1	9.2	31.8	54.9	3.38
7. 나의 능력이나 권한 밖의 일을 요구하는 고객을 상대해야 한다	6.9	17.9	35.2	39.9	3.08
8. 고객의 부당하거나 막무가내의 요구로 업무 수행의 어려움이 있다	7.2	16.8	37.9	38.1	3.07
9. 고객을 응대할 때 자존심이 상한다	13.8	25.8	34.1	26.3	2.73
10. 고객에게 감정을 숨기고 표현하지 못할 때 나는 감정이 상한다	9.5	17.9	35.7	37.0	3.00
11. 고객을 응대할 때 나의 감정이 상품처럼 느껴진다	13.4	21.5	32.8	32.3	2.84
12. 퇴근 후에도 고객을 응대할 때 힘들었던 감정이 남아 있다	13.6	18.8	34.2	33.4	2.87
13. 고객을 대하는 과정에서 마음의 상처를 받는다	11.5	20.9	34.7	32.9	2.89
14. 몸이 피곤해도 고객들에게 최선을 다해야 하므로 감정적으로 힘들다	5.3	10.9	33.5	50.3	3.29

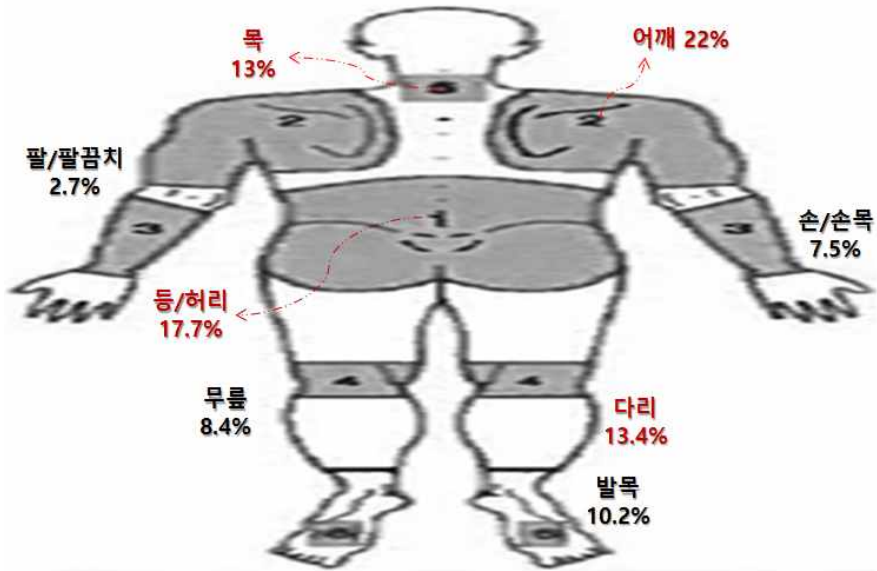
13) 일반적으로 노동자의 고객 접촉 정도가 높을수록, 감정표현이 다양하게 요구될수록 감정노동이 높은 것으로 판단한다. 표면행위는 노동자가 외적으로 다양한 감정을 자신의 의도와 상관없이 드러내는 정도이며, 진심(내면)행위는 고객에 대하여 친절함을 느끼도록 스스로 자신의 감정을 관리하는 정도라고 정의 할 수 있다. 표면행위와 진심(내면)행위에 대한 노동자의 의도가 강할수록 감정노동의 정도가 높은 것으로 해석된다. 표현규칙의 내재화는 노동자가 감정을 관리하는 업무를 스스로 받아들이는 과정이다. 표현규칙의 내재화가 높을수록 감정노동의 정도가 낮은 것으로 인식한다는 연구들이 보고된바 있다.



주 : 1) 유통업 서비스 판매직 종사자의 직무스트레스 고위험군은 ‘직무요구도’(18%), ‘직무불안정’(26.7%)에서 상대적으로 높게 나타남(<표 5-25> 참조).
 2) 유통업 서비스 판매직 종사자들은 일상의 스트레스를 흡연이나 술로 해소하는 경향이 많은데, 설문조사 결과 음주 고위험군은 30.8%(1회 평균 7회 이상이며 주 2회 이상 음주자 비율)임.

[그림 7] 유통업 감정노동 수행 고위험자 성별 격차

둘째, 국내 유통업 서비스 판매 종사자의 건강권 문제와 관련해서는 사업장의 영업시간은 물론 작업 시설도 직간접적인 영향을 미친다. 2015년 인권위원회 설문조사 결과 지난 1년간 업무상 다치거나 손상의 질병 유경험자는 9%(501명 → 3일 이하 50%) 정도였고, 근골격계 질환 증상 유병을 고위험군은 44.7%(1,552명 → 목, 허리, 어깨, 다리 심각)나 되었다. 한편 업무상 질병 관련 진단 유경험자언의 △족저근막염(7.3% → 치료 경험 6.7%), △방광염(17.3% → 치료 경험 19.5%), △우울증(7% → 치료 경험 2.6%) 모두 유통업 대표적인 직업성 질병이다. 특히 유통 서비스 판매직 우울증 고위험군(CES-D 평균값 15점 중 21점 이상)은 26.4%(여성 28.6%, 남성 16.4%)나 되는 것으로 나타났다. 한편 유통업 종사자 중 지난 1년 사이 직장에서도 몸이 아픈데도 나와서 일한 비율(출결 ‘프리젠티즘’ 53.1%, 기간 5.8일)은 몸이 아파 출근하지 못한 비율(병결 ‘앱센티즘’ 17.9%, 기간 6.8일)과 거의 비슷한 수준으로 높았다. 특히 2015년 설문조사에서 유통업 종사자 중 지난 1년 사이 몸이 아픈데도 불구하고 어쩔 수 없이 출근한 자 중 고용이 불안정한 용역 노동자(77.8%)와 정규직과 동일 업무 수행을 하거나 정규직 전환 여지가 있는 무기계약직(59%)이 상대적으로 높게 나타났다.



* 주 : 의사진단 수준은 통증 빈도가 1달에 1회 이상 발생하였고, 1주일 이상 지속되었으며, 통증의 정도는 심한 통증 이상인 경우 의미.(산업안전보건연구소 NIOSH 기준 보다 엄밀한 기준 적용)

[그림 8] 유통업 서비스 판매직 종사자 근골격계 질환 증상 유병률

<표 29> 유통업 건강 상태 진단 및 치료 경험

(단위:%)

	지난 1년간 진단 경험		지난 1년간 치료경험		현재 증상		
	없음	있음	안함	함	없음	약간	심함
1) 족저근막염	92.7 (2,729)	7.3 (215)	93.3 (1,682)	6.7 (120)	86.0 (1,525)	11.8 (210)	2.1 (38)
2) 방광염	82.7 (2,554)	17.3 (533)	80.5 (1,611)	19.5 (390)	83.5 (1,656)	15.6 (310)	0.9 (17)
3) 우울증	93.0 (2,785)	7.0 (210)	97.4 (1,774)	2.6 (47)	81.2 (1,470)	16.8 (304)	2.0 (36)
4) 기타 질병					75.6 (940)	15.9 (198)	8.5 (106)

[참조 8] 유통업 건강 상태 진단 및 치료 경험 - 52시간 노동 비교

지난1년 사이 의사진단	족저근막염			계	방광염		계	우울증		계
	없음	있음	계		없음	있음		없음	있음	
52 빈도	2158	162	2320	2030	400	2430	2207	158	2365	
시간 시간 중 %	93.0%	7.0%	100%	83.5%	16.5%	100%	93.3%	6.7%	100%	
미만 계 %	75.6%	5.7%	81.3%	68.1%	13.4%	81.5%	76.1%	5.4%	81.5%	

지난년 사이 의사진단	족저근막염		계	방광염		계	우울증		계	
	없음	있음		없음	있음		없음	있음		
52 시간 이상	빈도 시간 중 %	491 91.8%	44 8.2%	535 100%	449 81.5%	102 18.5%	551 100%	491 91.4%	46 8.6%	537 100%
	계 %	17.2%	1.5%	18.7%	15.1%	3.4%	18.5%	16.9%	1.6%	18.5%
전체	빈도 계 %	2649 92.8%	206 7.2%	2855 100%	2479 83.2%	502 16.8%	2981 100%	2698 93.0%	204 7.0%	2902 100%



한국 A사 백화점 협력업체 판매직



한국 B사 백화점 협력업체 판매직

[그림 9] 한국 백화점 입력협력업체 서비스 판매직 직원 발가락(2015)



[그림 10] 독일, 네덜란드 유통업체 계산 직원 작업대, 의자

넷째, 유통업 서비스 판매 종사자의 노동 및 건강권을 위해서라도 제도적, 정책적, 조직적 차원에서 다양한 해결 방안이 모색될 필요가 있다. 업종 혹은 개별 기업차원에서 보면 현재의 유통업 내 휴게시설의 확보, 이용 그리고 편리한 공간 제공 등이 논의될 필

요성이 있다. 특히 현재 유통업 휴게공간이나 시설은 선진 주요 나라에 비해 열악한 상황이 실질적으로 확인되고 있다. <표>에서 알 수 있듯이, 유통업 3개 업태(114개 사업장)의 실지조사인 체크리스트 분석결과 입점협력업체 직원들이 사용할 수 있는 휴게실은 거의 대부분 있으나, 실질적으로 사용할 수 있는 상황이 아니었다. 2015년 기준 주요 유통업 휴게실 수용 가능 인원(백화점 21명, 면세점 47.2명, 할인점 23.8명)은 백화점이나 공항 면세점의 경우 전체 직원 대비 100분의 1 수준(롯데 및 신세계 백화점 본점, 인천공항 면세점)도 안 되는 곳도 있다. 특히 유통업 입점협력업체 서비스 판매직 다수가 여성임에도 직원들이 이용할 수 있는 수유실(백화점 17.4%, 면세점 22.2%, 할인점 29% → 애경 AK백화점은 5곳 중 한군데도 수유실이 없음)이나 어린이집은 거의 대부분 없었다.

[참조 9] 유통업 노동환경 시설 이용 가능도

	노동환경 시설 이용 가능도(100점에 가까울수록 이용 자주/가능)				
	계	의무실 이용	화장실 이용	휴게실 이용	
				근무시간 중	피크 시간 중
백화점	45.4	44.2	70.4	39.2	28.0
면세점	35.5	19.2	61.6	38.5	22.6
할인점	33.5	14.7	68.8	32.4	19.0
여성	42.8	37.3	68.1	39.7	26.1
남성	45.7	42.8	79.5	31.7	28.9
정규직	43.2	38.1	70.0	38.2	26.4
비정규직	48.3	45.2	72.5	41.7	32.3
합계	42.7	37.5	69.6	37.8	26.0

[참조 10] 유통업 휴게공간 시설 만족도

	휴게공간 시설 만족도(100점에 가까울수록 만족도 높음)						
	계	전반적 공간	물품 의자 비치	휴게공간 크기	휴게실 위치	공기 청정기	정수기 시설
백화점	36.5	39.2	35.9	32.8	38.1	30.6	42.6
면세점	28.2	29.8	24.1	21.5	29.2	24.1	39.7
할인점	32.8	34.7	33.3	32.0	31.3	27.2	38.5
여성	34.4	37.3	33.8	30.9	35.7	28.2	40.2
남성	42.0	41.7	41.2	39.6	40.9	39.6	49.1
정규직	35.5	37.9	34.8	32.1	36.5	29.9	41.7
비정규직	40.9	42.5	41.8	39.2	40.5	36.9	44.0
합계	35.4	37.8	34.7	32.0	36.3	29.6	41.7

〈표 30〉 유통업 서비스 판매 종사자 건강권 실태조사 종합 요약

영역	항목	실태(응답 비율)	여성	남성		
질병재해	업무상 질병/손상(1년)	9.1%	10.0%	4.9%		
육체적 건강	근골격계 질환 증상	의사 진료 필요수준 44.7%	52.5%	26.1%		
	축저근막염	진단 경험	7.3%	8.2%	3.5%	
		치료 경험	6.7%	7.9%	2.4%	
	방광염	진단 경험	17.3%	20.6%	2.3%	
		치료 경험	19.5%	23.7%	1.3%	
	고위험 음주율	20.8%	19.0%	28.6%		
	아파서 병결(엡센티즘)	17.9%	19.6%	10.2%		
아파도 출결(프리젠텐즘)	53.1%	58.2%	31.2%			
정신적 건강	우울증	우울증 증상(고도)	고도 우울증 26.4%	28.6%	16.4%	
		우울증	진단 경험	7.0%	7.8%	3.3%
			치료 경험	2.0%	2.9%	1.0%
	직무스트레스	직무요구	고위험 18.0%	19.0%	31.2%	
		직무자율성	고위험 12.2%	14.0%	4.4%	
		관계갈등	고위험 13.2%	13.6%	11.9%	
		직무불안정	고위험 26.7%	27.5%	7.0%	
	불쾌한 언행	지난 1년 사이 유경험	폭언	39.0%	40.5%	32.4%
폭행			1.9%	1.7%	2.7%	
성희롱			3.9%	4.3%	2.1%	
따돌림			0.9%	0.9%	0.7%	
↳ 정신적 고통 경험		17.2%	19.0%	8.8%		
↳ 교육/해소프로그램 경험		3.5%	3.0%	5.9%		
감정 노동	감정표출 노력, 다양성	위험 58.0%	65.3%	25.3%		
	고객응대 과부화, 갈등	위험 52.0%	57.3%	28.1%		
	감정부조화, 손상	위험 53.5%	59.1%	28.2%		

〈표 31〉 유통업 서비스 판매 종사자 노동권 실태조사 종합 요약

영역	항목	응답 비율	여성	남성		
일과 삶의 균형(WLB)	시간부족 갈등	73.4%	87.0%	57.6%		
	일과 삶의 불균형	74.7%	78.2%	59.5%		
	여가시간 부족	65.9%	69.5%	50.5%		
	일 시작 개인·사회 관계 변화	76.3%	79.6%	61.7%		
	육아휴직 사용율 (무노조 사업장 250명)	0.8%(2명)	1.1%(2명)	0.0%(0명)		
	개인생활 시간활용	가사노동 시간	1.87시간	1.95시간	1.48시간	
		가족 돌봄 시간	1.74시간	1.76시간	1.61시간	
		취미/여가 시간	1.18시간	1.16시간	1.25시간	
		자기계발 시간	0.79시간	0.78시간	0.82시간	
		식사 시간	1.54시간	1.53시간	1.60시간	
		수면 시간	6.37시간	6.36시간	6.41시간	
일로부터 구속된 노동시간1	평균 [혼인상태]	11.5시간 [미혼 11.6] [기혼 11.1]	11.5시간 [미혼 11.7] [기혼 11.1]	11.4시간 [미혼 11.3] [기혼 11.4]		
	일로부터 구속된 노동시간2	평균 [혼인 상태]	10.4시간 [미혼 10.5] [기혼 10.1]	10.4 [미혼 10.6] [기혼 10.3]		
노동조건 ■노동시간 ■노동강도	직장생활 만족도(점수)	47.5점	46.1점	54.5점		
	1주일 근로시간	45.6시간	45.9시간	46.4시간		
	↳ 52시간 이상 장시간 근로	17.6%	16.6%	22.2%		
	이직 횟수	1.67회	1.73회	1.35회		
	↳ 1년 이내 이직생각 의향	33.3%	35.9%	21.9%		
	노동 강도	1일 평균 고객 응대 수	54.9명	56.6명	31명	
	성수기	1일 평균 고객 응대 시간	14.8분	14.9분	13.9분	
비수기	노동 강도	1일 평균 고객 응대 수	25.6명	26.6명	19.2명	
	비수기	1일 평균 고객 응대 시간	16.8분	19.2분	13.0분	
노동조건 ■임금 (만원)	월 평균	정규직	231.8만원	217.0만원	290.3만원	
		■ 정규직	237.7	2220	296.9	
		■ 무기계약직	143.5	136.5	177.0	
	총액 임금	비정규직	147.3만원	144.5만원	168.0만원	
		직접 고용	■ 기간제	155.8	153.5	168.1
			■ 시간제	105.0	103.4	130.7
		간접 고용	■ 파견	168.7	163.2	280.0
■ 용역	170.0		170.0	287.1		

주 : 1) 구속시간1 = 정규 근로시간(휴게시간 포함) + 연장 근로시간 + 식사시간 + 출퇴근시간
 : 2) 구속시간2 = 정규 근로시간(휴게시간 포함) + 연장 근로시간 + 식사시간

〈표 32〉 유통업 서비스 판매 종사자 노동환경 실태조사 종합 요약

영역	세부 항목(유무, 이용)	백화점	면세점	할인점	
휴게 공간	직원 휴게실	97.2% (6개)	100% (1.6개)	96.8% (1.6개)	
	▪ 휴게실 수용 가능 인원	(21명)	(47.2명)	(23.8명)	
	▪ 휴게실 잠 잘 수 있는 인원	(8.5명)	(9.4명)	(11.7명)	
	↳ 근무지(층) 직원 휴게실	67.6% (1개)	55.6% (1.3개)	56.7% (1.4개)	
	↳ 남성 직원 휴게실	38.2% (1개)	22.2% (1개)	21.9% (1개)	
	휴게실 의자/베드	95.7% (2개)	100% (18.5개)	87.1% (10.1개)	
	휴게실 마루/평상	25.4%	100%	62.5%	
	휴게실 정수기/자판기	62.0% (1개)	100% (1.2개)	87.1% (2.5개)	
	휴게실 베개/이불	18.2%	12.5%	3.1%	
	휴게실 안마시설	68.7%	37.5%	74.7%	
	휴게실 담당	청소업체 직원	47.8%	44.4%	76.7%
		협력업체 직원	31.9%	44.4%	16.6%
	직영과 상호순번제	11.6%	11.8%	6.7%	
공간 실태	직원 수면실	27.8% (1개)	11.1% (1개)	0.0% (0개)	
	직원 수유실	17.4% (1개)	22.2% (1개)	29.0% (0개)	
	직원 근무지(층) 화장실 칸	85.9% (4칸)	88.9% (4.5칸)	93.3% (4.9칸)	
	직원 근무지(층) 정수기/자판기	97.2% (1개)	88.9% (2.7개)	86.7% (2.4개)	
	직원 구내 식당	할인	45.1%	77.8%	35.5%
		미할인	53.5%	11.1%	61.3%
	직원 의무실	83.3%	11.1%	3.1%	
	직원 락카실	95.8%	100%	100%	
	직원 세탁실	48.6%	44.4%	46.9%	
	직원 어린이 집	5.6%	0.0%	0.0%	
	직원 흡연실(건물 내)	96.0% (1개)	16.7% (1개)	81.3% (1개)	
	고객 엘리베이터 이용 가능	5.6%	66.7%	37.5%	
	고객 에스컬레이터 이용 가능	5.6%	44.4%	46.9%	

〈표 33〉 유통업 서비스 판매 종사자 노동환경 실태조사 종합 요약

영역	세부 항목(유무, 이용)	백화점	면세점	할인점	
영업 시간 이용 현황	집중영업 시간	69.6%	88.9%	53.6%	
	↳ 휴게실 이용 가능	84.5%	55.6%	31.0%	
	↳ 외부 출입 이용 가능	85.9%	0.0%	20.7%	
	↳ 흡연실 이용 가능	80.3%	44.4%	34.5%	
	연장 영업	명절 연휴 영업	66.2%	88.9%	84.4%
		↳ 연장영업	86.5%	100.0%	84.2%
		명절 연휴기간 영업	87.1%	100.0%	48.4%
		↳ 연휴기간 연장영업	97.4%	100%	100%
		12월 크리스마스 연장영업	93.0%	11.1%	29.0%
	주말 연장영업	95.8%	88.9%	25.0%	
	정기휴점 진행상황	매월 고정적 정기 휴점 시행	45.8%	0.0%	93.5%
		12월 정기 휴점 시행	16.4%	0.0%	55.2%
	협력업체 점검평가	매장 환경평가	52.2%	66.7%	43.8%
		매장 안전점검	92.9%	77.8%	62.5%
서비스 통제	협력업체 주말 휴무 개입	12.7%	77.8%	38.7%	
	협력업체 매출 압박 강요	65.7%	66.7%	53.1%	
	CS 교육 참여 요구	80.0%	87.5%	37.9%	
	↳ 연간 횟수	4.3회	1.2회	1.4회	
	CS 컴플레인 접수	53.8%	66.7%	32.0%	
	↳ 연간 횟수	2.3회	2.5회	1.3회	
	미스터리 쇼퍼(암행)	77.5%	71.4%	76.7%	
	↳ 연간 횟수	5.6회	5.6회	8.1회	
	전화&대면 모니터링	80.9%	100.0%	35.7%	
	↳ 연간 횟수	5.9회	5.3회	7.3회	
	국가고객 만족지수 평가	69.6%	42.9%	16.0%	
	↳ 연간 횟수	2.7회	1.0회	2.5회	
서비스 라인 & 스마일 존	63.8%	42.9%	14.8%		
고객 컴플레인 불이익	57.1%	85.7%	40.0%		
소위 '진상고객' 대응/규제	15.9%	14.3%	40.0%		

IV. 유통업 서비스 판매 종사자 정책개선방향

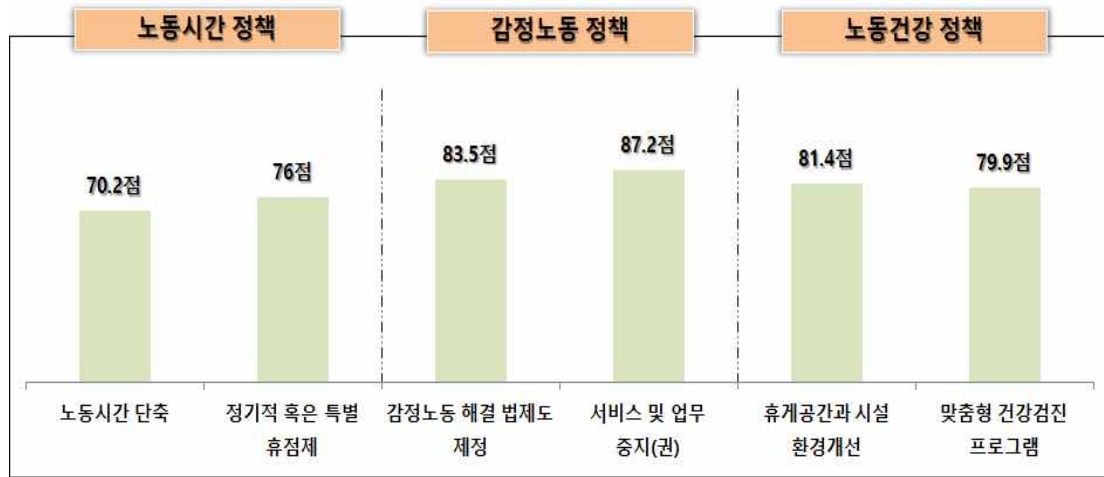
1. 실태조사 합의

지난 20여 년간 ‘서비스 경제화’ 및 ‘서비스 사회화’의 흐름 속에서 재벌 혹은 대기업 중심의 백화점, 면세점, 할인점, 아울렛과 같은 유통업이 시장 독과점 형태로 확장되었고, 이를 반영하듯 유통업 해당 영역에서 여성노동력의 시장 참여가 높아지고 있는 상황이다. 이는 우리나라 노동시장 상황과 형태(고용형태, 성별, 근무형태, 근로시간, 임금지급 형태)를 바꾸어 놓는 변화를 초래 했다. 실제로 유통업 내 지역 여성 노동력의 참가는 저임금, 비정규직 일자리가 대부분이기에 임금, 노동시간, 복지 등 근로기준은 물론이고 일과 삶의 균형, 감정노동과 작업장 안전과 건강과 같은 문제에도 사각지대에 놓여 있게 되었다.

특히 우리나라 유통기업은 주요 대기업이 진출하여 시장 독과점화를 이루었음에도 입점협력업체와 같은 고용구조와 함께 대부분의 사업장에 노동조합의 거의 없다 보니 노동인권과 같은 것은 거의 지켜지지 않고 있는 상황이다. 실제로 유통업 고용이 지속적으로 증가한 상황에서 근로계약 체결과 같은 기본적인 법률조차 지켜지지 않고 있다는 점을 고려하면 포괄적이고 지속적인 실태조사를 통한 대책 마련이 시급함을 보여주고 있다. 결국 이번 2015년 인권위원회 실태조사 결과를 고려하면 유통업 주요 해결 과제 및 정책 제도적인 방향은 아래와 같이 요약 가능하다.

유통업 노동조건은 서비스 판매직 상황과 법률적 한계(근로시간특례적용 업종)를 반영 하듯 10명 중 2명이 주당 평균 노동시간이 52시간으로 장시간 노동을 수행하고 있었으며, 이와 같은 상황은 일과 삶의 균형이 불가능(한 달 평균 주말 휴무일 2.9일)한 것으로 나타나고 있다. 이런 이유로 유통업 종사자들은 ‘노동시간 단축’(70.2점)과 같은 보편적 요구보다는, 유통업 특수한 상황을 개선할 수 있는 정책(정기 혹은 특별 휴점제 76점)에 대한 호응성이 상대적으로 높았다. 유통업 서비스 판매직의 장시간 노동체제는 육체적, 정신적인 업무상 건강 문제는 물론 최근 사회적 문제가 되는 감정노동 문제와 연동되어

매우 심각한 상황을 초래하는 요인이 되고 있다. 그럼에도 불구하고 유통업 노동자들의 노동조건은 중층적인 고용구조(입점협력업체, 간접고용)와 연동되어 쉽게 해결되지 못하는 상황이다. 특히 **업체 **지점에서는 근로기준과 건강 관련 면접조사에서 휴게실 사용 제한과 같은 인권침해적인 현상을 의심케 하는 결과들이 확인되었다.



[그림 11] 유통업 법제도 개선과제 의견(단위: 100점에 가까울수록 요구도 높음)

[참조 11] 유통업 법제도, 개선과제 의견

(단위: 점수)

업태	노동시간 단축	정기, 특별 휴점제	감정노동 법제화	작업,서비스 중지(권)	휴게공간 개선	맞춤형 건강검진
백화점	74.2	77.8	84.5	88.6	82.3	80.1
면세점	65.9	82.1	86.1	90.4	87.6	87.3
할인점	55.8	67.2	78.5	81.0	75.9	76.9
여성	72.1	78.2	85.5	88.7	82.5	81.0
남성	61.7	65.3	71.7	78.8	74.3	71.0
정규직	70.7	76.3	83.4	87.2	81.4	79.6
비정규직	65.2	70.0	74.6	80.3	74.6	71.0
합계	70.2	76.0	83.5	87.2	81.4	79.9

주 : 유통업 법제도 개선과제 의견(5점 척도)을 점수(0점-100점) 환산한 것임.

결국 지난 몇 년간 한국 사회에서 유통업 내 개별적 근로관계가 침해받고 있다는 연구조사들이 제기되었음에도 불구하고 기존의 고용노동부 지도 점검이 형식적(?) 사업 형태로 진행된 것은 문제가 반복된 것이다. 물론 시민사회와 노동단체에서 대기업 유통업의 노동 및 건강권 관련 문제를 지속적으로 제기했기에 그나마 일부 노동조건들이 개선된 곳(노동조합 조직 사업장)들도 있다. 따라서 기본적인 노동인권(근로의 권리 헌법 32조)을 보장 받기 위해서라도 정부차원의 노동시장 개입(법률, 조례, 캠페인, 모니터링, 정기적 실태조사)이 필요한 상황이다.

2015년 조사결과에서 현재 유통업 특성을 반영하듯 감정노동 수행이 매우 높은 것으로 나타나고 있다. 이는 현재 감정노동자들 스스로 고객과의 상호작용을 하면서 노동과정 상 발생할 수밖에 없는 무조건적인 요구와 불쾌한 언행(61%)을 접할 경우에도 무조건적인 친절/감사의 미소와 웃음을 걸 표정으로 드러내어야 하는 것임을 보여 준다. 그룹에도 1년 365일 영업하는 서비스 사업장 특성상 휴게공간이나 시설 등이 자유롭게 활용하고 환경이 갖추어져야 함에도 우리나라 현실은 유럽(프랑스, 독일, 네덜란드)이나 국내 스웨덴 기업(이케아)과 비교하면 매우 열악한 상황이다.

현재 유통업 서비스 판매직의 계산대 위치와 높이, 의자 등은 ‘서서 일하는 노동자’들에게 직접적인 영향을 미치는 요인이다. 선진 주요 나라들에서 계산대 높이를 낮아서 작업할 수 있도록 설계하고, 작업하기 편한 의자를 비치하는 것과 달리 우리나라는 아직도 형식적인 의자(작업, 계산대 변화 無) 배치와 기업과 고객의 눈치로 앉지 못하고 있다. 이런 이유로 우리나라 유통업체 서비스 판매 종사자의 직업성 질병(근골격계 질환 의사진단 수준 44.7%, 유병율 26.1%)이 만연 혹은 심각한 상태가 확인된다.

2015년 설문조사 결과에서도 당사자들은 휴게공간 및 시설 개선(81.4점), 맞춤형 건강검진 프로그램(79.9점)에 대한 요구와 지향이 높았다. 결국 유통업 노동환경 개선을 위해서는 ‘유통산업발전법’과 ‘산업안전보건법’을 제개정하여, 유통업 건강권 개선을 위한 정책(관련 정책 계획과 이행 수립, 영업시간 조정, 정기적 실태조사, 안전보건조치, 건강장해 예방과 휴게시설(휴게실, 수면실, 의자, 세탁시설 등) 규정 보완 등)이 필요할 것으로 보인다.

로 판단된다.

특히 무엇보다 현 시점에서 유통업 서비스 판매직 종사자의 건강권과 노동인권 개선을 위해서는 법제도적인 규제가 시급하다. 현재 국내 주요 유통업은 매일 정기적인 의무휴점제를 시행하고 있는 할인점을 제외하면, 백화점(45.8%) 정기휴점제 시행 비율은 절반에 그쳤다. 할인점과 달리 12월 성수기에는 정기휴점 비율도 백화점은 16.4%에 불과했다. 현재 유통업 3개 업태의 주말 연장영업(25%~95.8%), 12월 크리스마스 연장영업(11.1%~93%), 명절 당일 영업(66.2%~84.4%), 명절 연휴 기간 영업(48.4%~87.1%) 상황을 볼 때 주요 선진국처럼 우리나라 또한 유통업 서비스 판매직의 근로조건 보호를 위해 개점 및 폐점 그리고 영업시간 규제가 필요하다.

〈표 34〉 주요 유통업 일과 삶의 균형 저해 요인 : 영업시간 증가

		1990년대 초중반	2000년대 초중반	2015년 현재	비고
백화점	주중	10:30 ~ 19:30	10:30 ~ 20:00	10:30 ~ 20:00	* 세일 : 연 4회(1회 15일 내외) * 명절 : 1주일 전부터 연장영업
	주말(금토일)	10:30 ~ 20:30	10:30 ~ 20:30	10:30 ~ 20:30	
	정기 휴점	매주 1회(월요일)	월 1회(월요일)	월 1회(월요일)	
	명절	당일 + 뒤로 2일(총3일)	당일 + 뒤로 1일(총1일)	당일(총1일)	
할인점	주중		10:00 ~ 24:00	09:00 ~ 24:00	* 2007년 24시간 매장 운영본격화 * 유통산업발전법 개정과 조례 제정으로 심야영업 폐지
	주말(금토일)		10:00 ~ 24:00 (혹은 25시)	09:00 ~ 24:00 (하절기 01:00)	
	정기 휴점		연중 무휴	주 2회 휴점(일)	
	명절		당일(일부 뒤로 1일)	당일(일부 영업)	

주요 선진 유럽의 경우 대형 유통매장의 영업시간을 법률로 제한하고 있다. 우리나라 또한 제한적이나 대형할인점에서 유통업 영업시간과 영업일이 제도적으로 규제되고 있다.¹⁴⁾ 현재 유통업 서비스 판매 종사자의 건강 및 노동조건 그리고 일과 삶의 균형 개선

14) 2011년 11월 유통산업근로자보호와 대규모점포 등의 주변생활환경 보호 등에 관한 특별법이 개정되었고, 2012년 4월 10일 시행령 공포되었으며, 각 지자체 관련 조례가 제개정(월 2회, 일요일 의무휴업)되었다.

의 효과적인 정책은 영업시간 자체를 줄이는 것이므로 영업시간 규제와 정기 휴점제 도입을 재검토해야 한다.¹⁵⁾ 주요 내용은 ‘주중’과 ‘주말’ 그리고 ‘계절적 특성(성수기·비수기)’ 등을 고려하여 적절한 영업시간 규정이 마련되어야 한다.

과거 IMF 구제금융 이전 시기에 주요 대형유통업체들이 매주 월요일 정기휴점을 했던 것을 고려하면 현재의 유통업 영업시간 규제와 조정 문제는 새로운 제안도 아니다. 물론 선진 유럽과 같이 대형유통업체의 ‘일요일’과 ‘공휴일’ 폐점 문제 또한 진지하게 검토 할 필요가 있다. 특히 현재 영업시간 규정에서 제외되어 있는 쇼핑몰이나 면세점 및 농협 하나로마트 등도 규제대상 포함하여 유통업 영업시간 규제와 조정 방안이 모색되어야 한다. 물론 현재의 소비자나 노동자 생활 패턴을 고려하여 일요일 영업 문제가 단기적으로 어렵다면 ‘영업시간 총량제 도입’(유럽 주당 영업시간 규정: 시민의 날)도 고려해 볼 수 있다.



* 자료: 해당 유통업체 홈페이지와 매장 현장 실지 조사 확인(연구진 사진 촬영: 이마트, 롯데)

[그림 12] 한국 백화점, 할인점, 면세점 영업시간(2015.9)

15) 유통 영업시간 단축 소비자 인식 조사결과를 보면, △대형마트 영업시간 단축 69.7% 찬성(잘 모름 9.5%), △정기 휴점제 도입 필요성(75.6%, 잘 모름 6.3%), 명절 연휴기간 휴점 81.9% 찬성(잘 모름 7.5%), △특정 요일과 야간 휴점제 64.2% 필요성(잘 모름 15.2%)이 높게 나타났다(2012.1.4., 민주노총 서비스연맹·한길리서치 여론조사).

2015년 11월 대법원은 대형마트의 영업시간 제한 관련 한국체인스토어협회의 소송에 대한 원심 파기 결정(대형마트 영업규제 사건 '대법원 2015. 11. 19. 전원합의체 판결)을 했다. 대법원 판결의 주된 판단 근거는, 사회적 합의로 탄생한 대형마트 규제의 '공익성'이 대기업 영업자유권과 소비자 선택권 침해보다 우선한다고 본 점이다. 대법원은 "대형마트 등이 소규모 지역상권에까지 무차별 진출해 시장을 잠식함으로써 전통시장의 위축과 대형마트 소속 근로자의 일상적인 야근근무 등 부정적인 효과가 일어났으며, "이런 현상에 대한 대책으로 만들어진 유통법은 헌법 119조 제2항에 정한 헌법적 정당성을 가지고 있다"고 판단했고, "근로자의 건강권 보호, 중소기업과의 상생발전 등 대형마트 영업시간 제한 처분으로 달성하려는 공익은 중대할 뿐 아니라 보호하여야 할 필요성도 크다"고 판단한 것이다.

한편 유통업 서비스 종사자의 감정노동 행위가 높은 집단은 다양한 교육이나 대응 프로그램을 통해 감정노동의 부정적 현상을 해소/대응하는 나름의 '암묵지' 형성이 가능하다. 그런데 실태조사 결과 현재 유통기업 조직에서는 업무교육 이외에 친절교육(CS, 분기 1회 평균 시행)이 가장 많은 것으로 나타난다. 이는 유통업 감정노동자들의 '표면적 감정노동'(일부러 친절과 웃음 표현)뿐 아니라, '내면적 감정노동'(진실된 표현으로 내면화 심층행위) 수행을 더 높이는 요인이 된다. 결국 이와 같이 감정노동 수행이 높은 집단은 심리상태 상 직무소진(burn-out)이나 고객으로부터의 업무상 탈진 등으로 인한 우울증이나 기타 건강상 장애 등을 초래할 수밖에 없다.

유통업 3개 업체 모두 협력업체 서비스 판매직원들에게 매출 압박(53.1%~65.7%)과 CS 친절 교육 참여 요구(37.9%~87.5%, 연간 횟수 백화점 4.3회, 면세점 1.2회, 할인점 1.4회)를 하고 있을 뿐만 아니라, 미스터리 쇼퍼 시행(71.4%~77.5%, 연간 백화점 5.6회, 면세점 5.3회, 할인점 8.1회)나 전화&대면 모니터링(35.7%~100%, 연간 횟수 백화점 5.9회, 면세점 5.3회, 할인점 7.3회)을 진행하고 있었다. 특히 과도한 친절로 감정노동과 직무스트레스 유발 요인으로 꼽히는 서비스 통제 중 하나인 서비스라인이나 스마일 존(14.8%~63.8%)을 두고 있는 사업장(백화점: 롯데, 할인점: 이마트/홈플러스, 면세점: 롯데/동화)이 있고, 고객으로부터의 컴플레인시 불이익을 주고 있는 곳도 40%~57.1%나 된다.



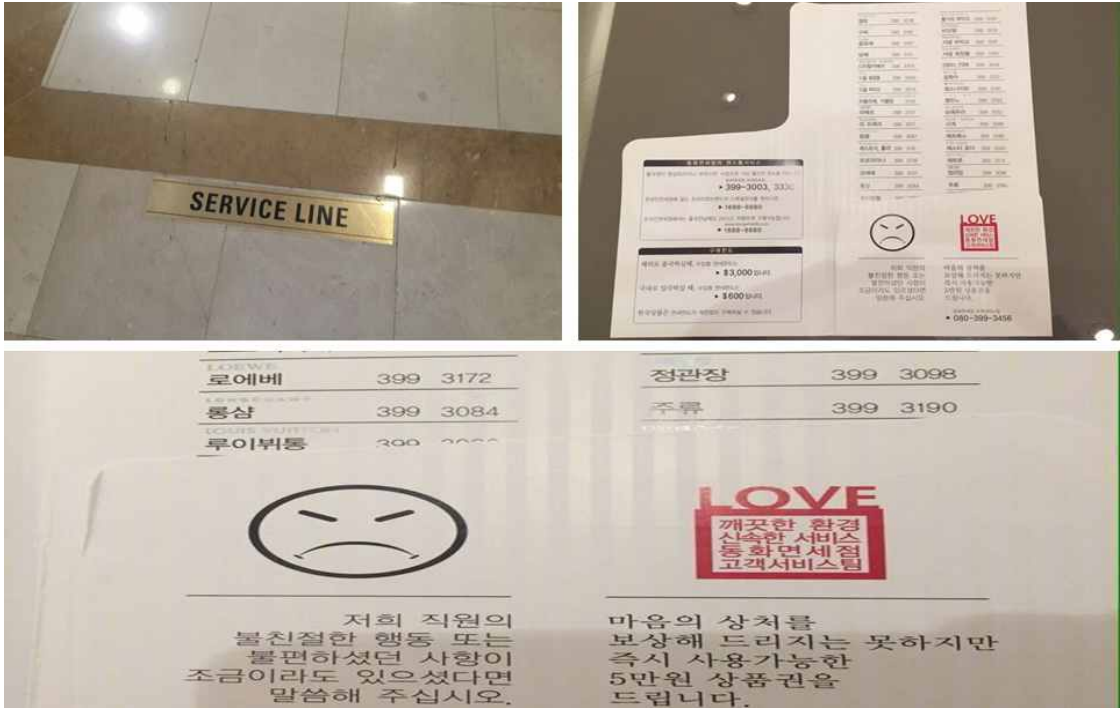
자료 : 롯데 서울, 경기 지역 점포 직원 ‘인사’ 표시(스마일존, 서비스라인)

[그림 13] 백화점, 면세점 감정노동 강요 메커니즘 : 서비스라인 I



[그림 14] 백화점, 면세점 감정노동 강요 메커니즘 : 서비스라인 II

2015년 설문조사 결과에서도 감정노동자의 업무 시작 이후 지난 1년 사이 우울증이나 감정노동 고위험군 비율이 적지 않은 것으로 확인되었다 그럼에도 개별 당사자들은 거의 대부분 스스로 해결하거나 동료와 푸념하는 상황이다. 이런 근본 원인 중 하나는 정부와 기업에서 특별한 대응이나 규제가 미흡(기업 규제 수준 14.3%~40% 수준)하다 보니 일부 소비자들의 폭언, 폭행, 성희롱, 괴롭힘 등이 발생할 수밖에 없고, 결국 개별 서비스 판매직의 정신질환 으로 연결될 개연성도 있다.



* 주 : 서울 광화문 동화면세점 내 '서비스라인'과 '상품권 지급 카드'

[그림 15] 면세점 서비스라인과 고객 컴플레인 상품권 지급 카드

이에 2015년 국가인권위원회 실태조사를 계기로 정부차원의 종합적인 유통업 감정노동자 건강 문제 해결방안이 모색되어야 한다. 설문조사 결과에서도 당사자들 거의 대부분 감정노동 법제화(83.5점)와 작업중지권(87.2점)에 대한 요구와 지향이 높았다. 현재 우리나라 국회에도 감정노동 관련 법안들이 근로기준법과 산업안전보건법으로의 개정의 견과 제정의견으로 구분되며(한인상, 2015), [그림처럼 감정노동 관련 제도화 논의와 입장도 제한적 수용 입장을 고려하더라도 크게 두 가지 입장이 있다.

【기존법 적용, 제정】
근로기준법 적용

- 산업구조와 노동시장, 위험 반영
- 기존 제도 강화, 신설 필요
- 기존 법률로 접근/적용 가능
- 근로기준, 산안법 등 높은 규제
- 제도화 방식 권고, 정책
- 사전예방, 사후관리(의무)
- 처벌 조항 필요
- 서비스산업 전면 적용(확대)
- 현실 적용 지향과 사례
- 의원 입법, 조례(서울시)
- 단체협약, 노사공동 운영

【기존법 개정】
산안, 산재법 적용

- 산업구조와 노동시장, 위험 반영
- 새로운 제도 개정 동의
- 기존 법률보다는 새로운 접근/적용
- 산안법, 산재보상 등 낮은 규제
- 제도화 방식 의견표명, 정책
- 사전 예방(의무), 사후관리(노력)
- 처벌 조항 불필요
- 서비스 일부 제외, 단계별 적용
- 현실 적용 지향과 사례
- 입법안보다 가이드라인, 지침
- 개별 협약, 캠페인 등 운영



[그림 16] 한국 사회 감정노동 제도화 수용적 태도와 입장 비교

현재 입법차원에서는 감정노동에 대한 정부의 사회적 규제와 보호 방안들이 제시된 상태다. 따라서 현재의 주요 법률(고용노동부 산안법 24조2 검토, 서울시의회 감정노동 조례 발의)들이 노동인권차원에서 검토되어 현실 정책에 반영되어야 한다. 현재 감정노동 문제는 입법화 방향(의원 입법), 외국입법 흐름(산업재해)에서 나라별, 상황별로 비교 근거도 명시적으로 쉽게 찾아보기 어렵다.¹⁶⁾ 다만 제한적 수준에서 근로기준법상 작업중지나 산업안전(폭력) 차원의 예방적 조치와 일부 규제 방안들이 존재하는 정도다.

결국 국가인권위원회 감정노동 관련 문제는 한국적 특수성을 반영하여 인권차원의 권고나 정책의견표명이, 서비스 노동자에게 발생하는 새로운 위험에 대한 보편적 인권의 향유와 권리차원에서, 특히 최근 노동시장과 산업구조를 반영하여 새로운 위험에 선제적으로 대응할 수 있는 구조를 마련하는 계기가 되도록 하는 접근법(감정노동 정의, 행위 대응/규제와 예방, 산업재해 원인, 폭언폭행 및 성희롱, 괴롭힘 등)이 필요하다. 대부분

16) 최근 2013년 하급심 법원은 '서울남부지방법원 2013.6.21. 선고 2012가단25092'사건에서 '감정노동'이라는 단어를 사용하고, 근로자가 사용자에게 정신적 손해에 대한 민사손해배상청구한 사건에서 손해배상 의무를 인정했으나, 고법에서 지법 판결과 다른 결정을 내려 대법원 판결 여부가 사회적 관심이 될 것으로 판단된다.

의 유럽 주요 국가에서 사업장 내 성희롱, 폭언, 따돌림 등에 대한 별도의 법률이 있는 상황이다.

벨기에, 캐나다, 핀란드, 네덜란드, 노르웨이, 스웨덴 6개국의 주요 법률 현황을 정리한 것이다. 물론 국내외 주요 법률과 조례 등에서 감정노동 예방(고객 주의사항 고시, 과도한 감정노동 요구 시 거부 및 중지, 감정노동 판단)과 관리(감정노동 적합 건강검진 항목 적용, 해소 프로그램, 심리상담 등) 차원의 정책을 종합적으로 검토하는 것이 필요하다. 특히 우리사회에서 감정노동 해소를 위한 실효적이고 제도화 가능한 프로그램 모색 및 지원 정책이 필요하다.



주 : 현재의 우리사회에서 감정노동 업무와 직무가 ‘육먹는 낭비적인 일’(waste)이 아니라, ‘보람 있는 직무’(good job)와 ‘가치 있는 일’(worthwhile)로 전환(노동의 재구성)
 자료 : 김종진 외(2015, 원자료 : Grandey et al. 2015)의 내용을 수정 보완하여 재구성

[그림 17] 감정노동의 인간중심적 감정노동 모델 - 분배적 정의, 절차적 정의, 상호작용적 정의 실현

인권차원에서 보면 무엇보다 현재의 감정노동 문제 해결을 위해서는 인간중심적 모델 (humanistic model)로 전환이 필요하다. 인간중심적 모델은 과도한 감정노동 규칙(노동과정, 책임성)들을 제거하고, 인간중심적 정책(가치인정, 보호체계 마련, 인격적 대우)을 구현하는 것을 의미한다. 단순히 감정노동 해결방향은 우리 사회의 노동의 재구성이라는 측면에서 접근될 필요성이 있다. 감정노동 업무를 ‘가치 있고, 보람 있는 직무’ 일자리(업

중, 사업장, 직무 재설계)로 인식하고, ‘감정노동’ 논의가 구체적 정책과 사업으로는 감정노동 종사자 감정노동 법률 제정(입법과 조례), 정책(개선계획 수립, 이행 및 점검/모니터링)을 종합적으로 제시할 시기가 되었다.

구체적인 사업장의 작업안전과 시설, 보호, 산재 문제로까지 검토될 수 있도록 구체적인 체크리스트 적용실사(지역 노동청, 산업안전공단과 공동 진행) 및 지도감독이 필요하며, 유통업 내 과제로는 △정부 및 지자체 그리고 주요 유통업 노사정 이해당사자 협약과 선언, △주요 서비스, 판매직 건강장해 예방과 실효적인 정책(산재 판정 기준의 감정노동 포괄적 수용 검토, 지자체 산하 보건소에서 입점협력업체 영세 소규모 비정규직 대상 찾아가는 건강/상담서비스 등)을 모색해 볼 수 있다.

V. 맺음말 - 법제도 개선 방안

2015년 국가인권위원회의 <유통업 서비스 판매종사자 건강권 실태조사>에 근거하여 (1)정기휴점 및 영업시간 조정(제개정), (2)수유실, 휴게실 등 이용시설 관련 안전보건 및 건강 예방 조치(제개정), (3)감정노동 법안 마련 및 조치(제정) 3가지 정책개선 방안을 제시할 수 있다.

- 유통업 종사자 건강권과 삶의 질 향상을 위한 권고
- 정기휴점 확대 및 영업시간 조정 개선 권고 -

1. 정책 권고 주요 핵심 내용

가. 정기 휴점제 확대 및 시행

- 백화점, 대형할인점 등 정기 휴점제 확대 시행
- 백화점, 대형할인점 등 유통업 영업시간 조정

나. 주요 세부 개정 내용

- 유통산업발전법(5조, 7조, 12조)에 근거하여, 유통업 서비스 판매 종사자의 일과 삶의 균형 및 건강 예방을 위한 필요 조치로, '대규모점포'의 영업 일(정기 의무휴점제 확대 강화)과 영업시간 조정(연장시간 제한)을 관련 법률(제2장 유통산업발전계획 등, 제5조와 제6조)에 수립 할 것을 권고¹⁷⁾
- 유통산업발전법에 근거(제7조의 4 유통산업의 실태조사)하여, 유통산업의 실태조사를 위한 범위 등 필요한 사항에 소속 직원(직영사원)과 소속 외 직원(비직영사원, 입점협력업체, 파견용역 등 간접고용 근로자)을 포함한 고용별·성별 인력 현황, 기초고용질서(근로계약 체결) 준수 여부, 노동조건 및 건강권 관련 실태조사를 3년에 1회 정기적으로 실시할 것을 권고

[개정 내용]

- ① 영업시간 제한 및 의무휴일의 지정(일요일, 명절, 공휴일 휴업)
 - * 평일과 토요일의 경우 백화점(10시부터 19시까지), 대형마트(10시부터 21시까지)
 - * 쇼핑몰이나 기타 다중이용시설 내 대형 백화점, 마트 추가 포함
 - * 매월 주 1회 의무휴점 조항 추가(대형마트: 2회 → 4회, 백화점 동일 적용)
- ② 예외적인 영업, 연장영업시간, 공휴일 영업 등 삭제
- ③ 농수산물 매출 51% 초과 대규모점포 등에 대한 영업시간제한 예외 규정 삭제[*유통산업발전법 제4조(적용 배제) 삭제]
- ④ 현행 유통산업발전법 시행령의 실태조사 범위에 인권(노동, 건강) 항목 포함하여 시행

제6조의4(유통산업 실태조사의 범위) ① 법 제7조의4제3항에 따른 유통산업 실태조사(이하 "실태조사"라 한다)의 범위는 다음 각 호와 같다.

1. 대규모점포, 무점포판매 및 도·소매점포의 현황, 영업환경, 물품구매, 영업실태 및 사업체 특성 등에 관한 사항

17) 유통산업발전법은 주요 내용은 법제처 홈페이지에서 확인 가능(<http://www.law.go.kr/lsSc.do?menuId=0&subMenu=1&query=%EC%9C%A0%ED%86%B5%EC%82%B0%EC%97%85%EB%B0%9C%EC%A0%84%EB%B2%95#undefined>)

2. 지역별·업체별 유통기능효율화를 위한 물류표준화·정보화 및 물류공동화에 관한 사항
 3. 그 밖에 산업통상자원부장관이 유통산업발전 정책수립을 위하여 실태조사가 필요하다고 인정하는 사항
- ②산업통상자원부장관은 제1항에 따른 실태조사를 다음 각 호의 구분에 따라 실시한다.
1. 정기조사 : 유통산업에 관한 계획 및 정책수립과 집행에 활용하기 위하여 3년마다 실시하는 조사
 2. 수시조사 : 산업통상자원부장관이 기본계획 및 시행계획 등의 효율적인 수립을 위하여 필요하다고 인정하는 경우 특정 업체 및 부문 등을 대상으로 실시하는 조사

유통산업발전법의 영업시간 제한 의무 휴업일 지정 현행 조항

제5조(기본계획의 수립·시행 등) ① 산업통상자원부장관은 유통산업의 발전을 위하여 5년마다 유통산업발전 기본계획(이하 "기본계획"이라 한다)을 관계 중앙행정기관의 장과 협의를 거쳐 세우고 시행하여야 한다.

■ 제7조(지방자치단체의 사업시행 등)

제12조의2(대규모점포등에 대한 영업시간의 제한 등) ① 특별자치시장·시장·군수·구청장은 건전한 유통질서 확립, 근로자의 건강권 및 대규모점포등과 중소기업의 상생발전(相生發展)을 위하여 필요하다고 인정하는 경우 대형마트(대규모점포에 개설된 점포로서 대형마트의 요건을 갖춘 점포를 포함한다)와 준대규모점포에 대하여 다음 각 호의 영업시간 제한을 명하거나 의무휴업일을 지정하여 의무휴업을 명할 수 있다. 다만, 연간 총매출액 중 「농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률」에 따른 농수산물의 매출액 비중이 55퍼센트 이상인 대규모점포등으로서 해당 지방자치단체의 조례로 정하는 대규모점포등에 대하여는 그러하지 아니하다.

1. 영업시간 제한

2. 의무휴업일 지정

- ② 특별자치시장·시장·군수·구청장은 제1항제1호에 따라 오전 0시부터 오전 10시까지의 범위에서 영업시간을 제한할 수 있다.
- ③ 특별자치시장·시장·군수·구청장은 제1항제2호에 따라 매월 이들을 의무휴업일로 지정하여야 한다. 이 경우 의무휴업일은 공휴일 중에서 지정하되, 이해당사자와 합의를 거쳐 공휴일이 아닌 날을 의무휴업일로 지정할 수 있다.
- ④ 제1항부터 제3항까지의 규정에 따른 영업시간 제한 및 의무휴업일 지정에 필요한 사항은 해당 지방자치단체의 조례로 정한다.

주 : 2015년 11월19일 대법원 전원합의체(주심 김창석 대법관)는 2015두295 영업시간제한등처분취소 (차) 파기환송에서 대형마트와 기업형 슈퍼마켓(SSM)의 영업시간 제한 관련 한국체인스토어협회의 행정처분 취소를 원심 파기 결정했음.¹⁸⁾

18) 대법원의 대형마트 영업규제 관련하여“근로자의 건강권 보호, 중소기업과의 상생발전 등 대형마트 영업시간 제한 처분으로 달성하려는 공익은 중대할 뿐 아니라 보호하여야할 필요성도 크다”고 판단했다.

<http://www.scourt.go.kr/supreme/news/NewsViewAction2.work?currentPage=&searchWord=&searchOption=&seqnum=5035&gubun=4>

2. 정책 권고 대상

가. 정부 부처

- 산업통상자원부, 지방자치단체, 고용노동부

나. 사용자 단체

- 대형 유통업체(백화점, 할인점, 면세점 등)

3. 정책 권고 판단 이유

- 대형 유통업체의 1년 365일 영업체제로, 다수의 영세소규모 입점협력업체가 포함된 서비스 판매직 종사자의 장시간 노동과 일과 삶의 균형 저해, 건강권 침해

가. 유통업체 영업 실태 - 1년 365일 영업체제 가속화

- ① IMF 경제위기 이후 정기휴점제 축소(할인점 일요일에서 평일 이동 증가)
[백화점 정기휴점 시행 비율 45.8% ↔ 할인점 시행 비율 93.5%]
- ② 주말 및 명절 등 연장 영업 일상화
[금, 토, 일요일 연장 영업 시행 비율 백화점 95.8% ↔ 할인점 25%]
[설/추석 명절 당일 영업 시행 비율 백화점 66.2% ↔ 할인점 94.4%]
[설/추석 명절 당일 연장 영업 비율 백화점 96.5% ↔ 할인점 84.2%]

영역	주요 내용	백화점	면세점	할인점
연장 영업	명절 당일 영업	66.2%	88.9%	84.4%
	↳ 연장영업	86.5%	100.0%	84.2%
	명절 연휴기간 영업	87.1%	100.0%	48.4%
	↳ 연휴기간 연장영업	97.4%	100%	100%
	12월 크리스마스 연장영업	93.0%	11.1%	29.0%
	주말 연장영업	95.8%	88.9%	25.0%
정기휴점 진행상황	매월 고정적 정기 휴점 시행	45.8%	0.0%	93.5%
	12월 정기 휴점 시행	16.4%	0.0%	55.2%

나. 유통업 노동 및 건강실태 악화 및 침해 - 1년 365일 운영과 장시간 노동으로 건강 및 일과 삶의 균형 저해

- ① 주말 출근 및 장시간 노동체제
 - 주말 출근 평균 2.9일, 52시간 이상 장시간 노동 17.6%
 - [2014년 연차휴가 사용 평균 사용일 7.5일, 1년 내 이직 의향 33.3%]
- ② 일과 삶의 균형(WLB) 저해
 - 현재 시간 부족으로 인한 갈등(73.4%), 일로 인해 사회적 관계 단절 변화(76.3%)
 - 여가시간 부족(65.9%)과 일과 삶의 불균형 경험 인식(74.7%)
- ③ 몸이 아파 병결(엡센티즘)과 출근(프리젠티즘) 현상
 - 유통업체(원청)와 소속 기업의 요구로 몸이 아파도 출근 53.1%
 - [* 프리젠티즘 남성 31.2%에 비해 여성 58.2% 다수]

영역	항목	응답 비율	여성	남성
일과 삶의 균형 (WLB)	시간부족 갈등	73.4%	87.0%	57.6%
	일과 삶의 불균형	74.7%	78.2%	59.5%
	여가시간 부족	65.9%	69.5%	50.5%
	일 시작 개인·사회 관계 변화	76.3%	79.6%	61.7%
	수면 시간	6.37시간	6.36시간	6.41시간
노동조건 ■ 노동시간 ■ 노동강도	직장생활 만족도(점수)	47.5점	46.1점	54.5점
	1주일 근로시간	45.6시간	45.9시간	46.4시간
	↳ 52시간 이상 장시간 근로	17.6%	16.6%	22.2%
	1년 이내 이직생각 의향	33.3%	35.9%	21.9%

영역	항목	실태(응답 비율)	여성	남성
육체적 건강	아파서 병결(Absenteeism)	17.9%	19.6%	10.2%
	아파도 출결(Presenteeism)	53.1%	58.2%	31.2%

4. 정책 권고 판단 제도 검토

가. 주요 선진 유럽 유통업 사례

- 유럽 일요일 정기휴점 및 영업시간 규제 사례 존재
- 프랑스 정기휴점제 및 영업시간 규제(*최종보고서 2장 2절 참조)

[검토] 주요 선진국 유통업 정기휴점제 및 영업시간 규제 사례

나라	영업활동 제한 사례 및 내용
영국	<ul style="list-style-type: none"> ■ Sunday Trading Act(1994년)와 Christmas Day Trading Act - 일요일 규제 : 10~18시 중 6시간만 영업 가능, 영업시간 제한 위반시 5만 파운드 이하 벌금
독일	<ul style="list-style-type: none"> ■ 상점영업시간제한법 - 유통업체 종업원(특히 여자) 휴식권 보장 및 가정생활 보호를 위해 모든 상점에 공통으로 영업시간 제한 - 모든 상점은 평일, 토요일 6시부터 20시까지 개점하며, 일요일, 공휴일은 폐점 · 예외규정 : 크리스마스 이브(12.24일)에 대한 특례규정 · 연방정부 차원에서의 규제가 아닌 지자체 차원의 규제로 전환(14개주)
이탈리아	<ul style="list-style-type: none"> ■ D.L.(Decree Legislative)법 - 노동자간 노동시간 불균형해소와 고객안전 확보 차원에서 영업시간 제한 - 일요일, 공휴일은 영업금지, 주중 : 09~22시(하절기 23시) 영업
프랑스	<ul style="list-style-type: none"> ■ 로와이에법으로 대규모 소매점포 규제 → 최근 개정된 라파랭법으로 다소 완화(노동법에 의거 영업시간을 규정하고 퇴직연금·직업훈련 등 사회정책 규정과 경쟁정책 조항에 포함) - 주중 22시까지 영업 가능하나, 일요일은 원칙적으로 금지
일본	<ul style="list-style-type: none"> ■ 영업시간은 시장 및 마케팅 상황에 따라 자율로 결정하지만, 소음방지법에 의해 야간소음방지를 위해 영업시간 제한 가능

- 주 : 1) 이해당사자 참여 사례 : 미국(지방자치단체의 도시계획위원회(CPC)에 의해 참여보장), 프랑스(지역개발위원회(CDEC), 국가상업위원회(CNEC) 통해 참여), 일본(주민 설명회, 공청회 등 대규모 소매점포 신설시 의견제시)
- 2) 유통업 운영 품목 제한 사례 : 미국(워싱턴 D.C. 시의회는 매장면적의 15%이상을 식품/비과세 상품 매장으로 사용 못하게 조례 제정), 독일(도심성 상품품목과 비도심성 상품품목을 분류하여 운영)

나. 주요 선진 유럽 유통업체 사례

- 정기휴점 및 영업시간 실태 비교([그림 참조])

[유럽 백화점 실태] 독일, 벨기에, 네덜란드 백화점 영업시간 현황



[독일 케데베]



[벨기에 이노]



[네덜란드 바엔코프]

* 주 : 독일 베를린 케데베 백화점 영업시간 - 일요일 영업하지 않음
벨기에, 네덜란드 백화점 영업시간 - 일요일 영업하고 있으나 마감시간이 한국보다 짧음

[유럽 백화점 실태] 영국, 프랑스 백화점 영업시간 현황



[영국 존 루이스]



[프랑스 프랭팡]



[프랑스 라파예뜨]

* 주 : 1) 프랑스 주요 백화점 영업시간 - 일요일 영업하지 않음
2) 영국 존 루이스 백화점 영업시간 - 일요일 법적 6시간만 영업 가능.
[영국 : 영업시간 10:30-5:00까지 표시, 11시까지는 계산대 오픈하지 않음]

[유럽 할인점 실태] 프랑스, 네덜란드 대형할인점 영업시간 현황



[프랑스 카르푸]

[네덜란드 **]

[네덜란드 마그넷]

* 주 : 프랑스 카르푸 할인점 영업시간 - 일요일 연장영업하지 않음.
네덜란드 할인점 영업시간 - 일요일 연장영업하지 않고, 오히려 평일보다 짧은 곳도 있음.

다. 국내 유통업 입법 및 개선안 검토

- 정기휴점 및 영업시간 규제 관련 입법안 및 개선안 비교

[검토] 국내 대형유통업 정기휴점제 및 영업시간 관련 입법안과 개선안 비교¹⁹⁾

개정	주요 내용
입법 개정 안1	가. 영업시간제한 및 의무휴일의 지정(일요일, 공휴일 휴업) - 평일과 토요일의 경우 백화점(10시부터 19시까지), 대형마트(10시부터 21시까지) 나. 예외적인 영업(명절직전, 연말직전, 일정기간 등), 연장영업시간 2시간의 범위 내(월 8시간을 초과 금지). 공휴일 영업(1일 6시간 이내, 월 2회에 한해 허가), 일요일과 공휴일 영업 경우 그 다음 주 중에 대체 휴점일 조건 다. 농수산물 매출 51% 초과 대규모점포 등에 대한 영업시간제한 예외를 규정 단서 삭제.
입법 개정 안2	가. 영업시간제한 및 의무휴일의 지정(일요일, 공휴일 휴업) - 평일과 토요일의 경우 백화점(10시부터 19시까지), 대형마트(10시부터 21시까지) 나. 예외적인 영업(명절직전, 연말직전, 일정기간 등), 연장영업시간 2시간의 범위 내(월 8시간을 초과 금지). 공휴일 영업(1일 6시간 이내, 월 2회에 한해 허가), 일요일과 공휴일 영업 경우 그 다음 주 중에 대체 휴점일 조건 다. 지자체단체장 영업시간 위반 업체 영업정지명령(6개월 이내), 영업정지처분 같음하여 그 영업행위로 얻은 매출액을 초과하지 아니하는 범위에서 과징금 부과

주 : 대형유통규제법안은 여야 각 정당 중 새누리당(손인춘, 나성린)과 민주통합당(이용섭, 이춘석, 이상직, 이종걸, 김영환, 김상희, 이인영, 이미경, 전순옥), 정의당(심상정) 등 관련 법안 제출 상태.

19) 대형마트 영업시간 보완과제는 국회입법조사처 발간 <이슈와 논점>(2012.7.23.), 대영마트 영업시간 규제 대법원 판결 의미와 과제는 <이슈와 논점>(2015.12.8) 참조.

□ 유통업 종사자 안전보건과 건강장해 사업 강화

- 이용시설, 휴게공간 개선 권고 -

1. 정책 권고 주요 핵심 내용

가. 이용시설 및 휴게공간 개선

- 백화점, 대형할인점, 면세점 등 종사자 안전보건, 건강장해 예방 사업 강화
- 백화점, 대형할인점, 면세점 등 종사자 이용시설 및 휴게공간 개선

나. 주요 세부 개정 내용

- 유통업(종합소매업) 보건조치(산업안전보건법 24조 6)에 근거하여, 유통업 건강장해를 예방하기 위한 필요조치로 휴게시설 등의 안전보건 경영체제 수립(산안법 시행령 제3조의 2)과 건강증진 사업(산안법 시행령 제3조의 6), 안전보건개선계획(산안법 시행령 제50조)을 수립 할 것을 권고
- 유통업 내 휴게공간(휴게실 등) 및 이용시설(화장실 등) 등을 입점협력업체 서비스 판매직 등 종사자의 노동인권 및 건강권을 고려한 개선(산업안전보건기준에 관한 규칙(제9장 79조, 80조 관련 조항 개정) 권고

2. 정책 권고 대상

가. 정부 부처

- 산업통상자원부, 고용노동부

나. 사용자 단체

- 대형 유통업체(백화점, 할인점, 면세점 등)

3. 정책 권고 판단 이유

- 대형 유통업체의 다수 종사자인 입점협력업체 소속 서비스 판매직 종사자(다수 여성)의 노동안전 시설 및 이용시설(화장실, 휴게실 등) 미비로 모성보호 및 육체적 건강권 침해

가. 유통업체 안전보건 시설 및 이용 시설 부족 - 건강권 침해 요인

- ① 유통업 서비스 판매직 업무상 산재 문제
 - 지난 1년 사이 업무상 질병, 재해 유경험자 9.1%(여성이 남성의 두 배)
- ② 유통업 서비스 판매직 육체적 질병 심각
 - 일하는 작업 문제로 근골격계 질환 증상(의사진단 필요) 55.7%
[* 어깨 22%, 등/허리 17.7%, 다리 13.4%, 목 13%, 발목 10.2%, 무릎 8.4%, 손목 7.5%]
 - 유통업 종사자의 질병 치료 경험 '족저근막염' 6.7%, '방광염' 19.5%

영역	항목	실태(응답 비율)	여성	남성	
질병재해	업무상 질병/손상(1년)	9.1%	10.0%	4.9%	
육체적 건강	근골격계 질환 증상	의사 진료 필요수준 44.7%	52.5%	26.1%	
	족저근막염	진단 경험	7.3%	8.2%	3.5%
		치료 경험	6.7%	7.9%	2.4%
	방광염	진단 경험	17.3%	20.6%	2.3%
		치료 경험	19.5%	23.7%	1.3%

나. 유통업 노동안전 및 건강권 악화 - 산업안전 실태 및 육체적 건강

- ① 다수 여성 사업장 건강 및 모성보호 미흡(의무실, 수유실, 어린이집)
 - 유통업 이용 가능 의무실 백화점 83.3%, 면세점 11.1%, 할인점 3.1%
 - 유통업 이용 가능 수유실 백화점 17.4%, 면세점 22.2%, 할인점 29%

[*AK백화점 협력업체 이용 가능 수유실 無]

- 유통업 협력업체 이용 가능 어린이집 백화점 5.6%(면세점/할인점 0%)

[*입점협력업체 무노조 사업장 250명 실태: 육아휴일 사용율 0.8%, 여성 2명]

② 장시간 서서 일하는 사업장 이용시설 및 휴게실 미흡(수면실, 화장실)

- 유통업 종사자 이용 가능 수면실 백화점 27.8%, 면세점 11.1%(할인점 0%)

- 유통업 종사자 근무지 층 휴게실 백화점 67.6%, 면세점 55.6%, 할인점 56.7%)

[* 남성 휴게실 백화점 38.2%, 면세점 22.2%, 할인점 21.9%]

⇒ 휴게실(1곳) 수용 가능 인원 백화점 21명, 면세점 47.2명, 할인점 23.8명

⇒ 휴게실(1곳) 잠시 누워 잠 잘 수 있는 수용 인원 백화점 8.5명, 면세점 9.4명, 할인점 11.7명

⇒ 휴게실 내 정수기, 자판기 백화점 62%, 면세점 100%, 할인점 87.1%

영역	세부 항목(유무, 이용)	백화점	면세점	할인점
휴게 공간	직원 휴게실	97.2% (6개)	100% (1.6개)	96.8% (1.6개)
	▪ 휴게실 수용 가능 인원	(21명)	(47.2명)	(23.8명)
	▪ 휴게실 잠 잘 수 있는 인원	(8.5명)	(9.4명)	(11.7명)
	↳ 근무지(층) 직원 휴게실	67.6% (1개)	55.6% (1.3개)	56.7% (1.4개)
	↳ 남성 직원 휴게실	38.2% (1개)	22.2% (1개)	21.9% (1개)
	휴게실 의자/베드	95.7% (2개)	100% (18.5개)	87.1% (10.1개)
	휴게실 마루/평상	25.4%	100%	62.5%
	휴게실 정수기/자판기	62.0% (1개)	100% (1.2개)	87.1% (2.5개)
	휴게실 베개/이불	18.2%	12.5%	3.1%
	휴게실 안마시설	68.7%	37.5%	74.7%
공간 실태	직원 수면실	27.8% (1개)	11.1% (1개)	0.0% (0개)
	직원 수유실	17.4% (1개)	22.2% (1개)	29.0% (0개)
	직원 근무지(층) 화장실 칸	85.9% (4칸)	88.9% (4.5칸)	93.3% (4.9칸)
	직원 근무지(층) 정수기/자판기	97.2% (1개)	88.9% (2.7개)	86.7% (2.4개)
	직원 의무실	83.3%	11.1%	3.1%
	직원 어린이 집	5.6%	0.0%	0.0%

4. 정책 권고 판단 제도 검토

가. 주요 유럽 유통업 휴게공간 사례

- 유럽 프랑스, 독일, 스웨덴 등 이용시설 및 휴게공간 실태 비교

[유럽 휴게공간 실태] 네덜란드 유통업체 직원 휴게실(2013)



[유럽 휴게공간 실태] 프랑스 유통업체 직원 휴게실(2015)



프랑스 할인점 오상 휴게실



프랑스 할인점 오상 휴게실

[한국 진출 유럽 기업 휴게공간 실태] 스웨덴 이케아 광명점 직원 휴게실(2015)



나. 국내 주요 유통업체 사례

- 국내 주요 백화점, 할인점, 면세점 휴게공간 실태 비교(부록 2,3,4 참조)

[한국 유통 휴게공간 실태] 현대백화점 유통업체 직원 휴게실



한국 H 백화점 휴게실(A)



한국 H 백화점 휴게실(B)

[한국 휴게공간 실태] 신세계, 롯데백화점 유통업체 직원 휴게실



한국 S 백화점 휴게실



한국 L 백화점 휴게실

[한국 휴게공간 실태] 시내 및 공항면세점 유통업체 직원 휴게실



시내 B면세점 휴게실



공항 A면세점 휴게실

[한국 휴게공간 실태] 홈플러스 할인점 유통업체 직원 휴게실



한국 L 대형마트 휴게실



한국 L 대형마트 휴게실

[한국 휴게공간 실태] 이마트 할인점 유통업체 직원 휴게실



한국 E 대형마트 휴게실



한국 E 대형마트 휴게실

[한국 휴게공간 실태] 유통업체 직원 휴게실 부족 대체 공간들 - 바닥, 계단



백화점 휴게실 부족 계단에서 쉬



할인점 휴게실 부족 바닥에서 쉬

다. 국내 작업안전 및 건강장애 예방 법률

- 산업안전보건법 및 시행령, 규칙 참조(보건조치, 건강증진사업, 이용시설, 휴게실 등)

작업안전 및 건강장해 예방 법률 - <산업안전보건법> 제4장 유해·위험 예방조치

제24조(보건조치)

- ① 사업주는 사업을 할 때 다음 각 호의 건강장해를 예방하기 위하여 필요한 조치를 하여야 한다.
1. 원재료·가스·증기·분진·흠(fume)·미스트(mist)·산소결핍·병원체 등에 의한 건강장해
 2. 방사선·유해광선·고온·저온·초음파·소음·진동·이상기압 등에 의한 건강장해
 3. 사업장에서 배출되는 기체·액체 또는 찌꺼기 등에 의한 건강장해
 4. 계측감시(計測監視), 컴퓨터 단말기 조작, 정밀공작 등의 작업에 의한 건강장해
 5. 단순반복작업 또는 인체에 과도한 부담을 주는 작업에 의한 건강장해
 6. 환기·채광·조명·보온·방습·청결 등의 적정기준을 유지하지 아니하여 발생하는 건강장해
- ② 제1항에 따라 사업주가 하여야 할 보건상의 조치 사항은 고용노동부령으로 정한다.

<산업안전보건법 시행령>

제3조의2(안전·보건 경영체제 등의 추진)

제3조의6 (건강증진사업 등의 추진)

- ① 고용노동부장관은 법 제4조제1항제10호에 따른 근로자 건강의 보호·증진에 관한 사항을 효율적으로 추진하기 위하여 다음 각 호와 관련된 시책을 마련하여야 한다.
1. 근로자의 건강 증진을 위한 사업의 보급·확산
 2. 깨끗한 작업환경의 조성
- ② 제1항에 따른 시책을 추진하기 위하여 필요한 사항은 고용노동부장관이 정한다.

제50조(안전보건개선계획)

<산업안전보건기준에 관한 규칙> 제9장 휴게시설 등

제79조(휴게시설) ① 사업주는 근로자들이 신체적 피로와 정신적 스트레스를 해소할 수 있도록 휴식시간에 이용할 수 있는 휴게시설을 갖추어야 한다.

② 사업주는 제1항에 따른 휴게시설을 인체에 해로운 분진등을 발산하는 장소나 유해물질을 취급하는 장소와 격리된 곳에 설치하여야 한다. 다만, 갱내 등 작업장소의 여건상 격리된 장소에 휴게시설을 갖추지 못하는 경우에는 그러하지 아니하다.

제79조의2(세척시설 등) 사업주는 근로자로 하여금 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 업무에 상시적으로 종사하도록 하는 경우 근로자가 접근하기 쉬운 장소에 세면·목욕시설, 탈의 및 세탁시설을 설치하고 필요한 용품과 용구를 갖추어 두어야 한다.

제80조(의자의 비치) 사업주는 지속적으로 서서 일하는 근로자가 작업 중 때때로 앉을 수 있는 기회가 있으면 해당 근로자가 이용할 수 있도록 의자를 갖추어 두어야 한다.

제81조(수면장소 등의 설치) ① 사업주는 야간에 작업하는 근로자에게 수면을 취하도록 할 필요가 있는 경우에는 적당한 수면을 취할 수 있는 장소를 남겨 각각 구분하여 설치하여야 한다.

② 사업주는 제1항의 장소에 침구(寢具)와 그 밖에 필요한 용품을 갖추어 두고 청소·세탁 및 소독 등을 정기적으로 하여야 한다.

□ 유통업 종사자 감정노동 예방과 관리 위한 정책 수립

- 법률 제개정 및 정책 수립 권고 -

1. 정책 권고 주요 핵심 내용

가. 고객 업무 수행 감정노동 제도 수립

- 백화점, 대형할인점, 면세점 등 종사자 감정노동 관련 법률 수립
- 백화점, 대형할인점, 면세점 등 종사자 감정노동 종사자의 건강장해 예방 및 관리, 규제 방안 수립

나. 주요 세부 개정 내용

- 감정노동 관련 국내 법률은 헌법(34조 제1항)에 근거하여 감정노동 관련 법률을 마련할 것을 권고(대상: 국회)
- 근로기준법 및 산업안전보건법(제4조, 제5조, 제23조, 제24조, 제26조) 등에 근거하여, 감정노동 종사자의 권리 및 보호조치 수립할 것을 권고(대상: 정부)²⁰⁾
 - ① 감정노동 주된 감정노동 업무 수행 사업장의 근로환경 개선계획의 수립
 - ② 폭언, 폭행, 성희롱, 무리한 요구와 괴롭힘 예방과 관리 방안 수립
 - ③ 감정노동자의 ②항 발생 시 작업중지 요청권 가능 규정 수립
 - ④ 감정노동 종사자 보호를 위한 정기적 교육 실시, 감정노동 종사자의 정신적, 신체적 건강을 위한 프로그램 지원 의무, 처벌 규정 수립
 - ⑤ 기타 감정노동 관련 가이드라인, 매뉴얼, 실천 규칙 수립(아래 참조)
- 법률 적용 시행 시기에 사업의 실효적이고 효과성을 고려하여 '사업장 규모'(상시 종사자 기준)와 '산업'(표준산업 분류) 구분에 따른 단계적 적용 시행(1차 → 2차

20) 감정노동 관련 법률 제개정 시 법률 수립 내용 조항들

* 현행 안전보건규칙 제669조 근거조항 변경

* 안전보건규칙 제669조의2 제1항 관련 조항 신설 : 지침마련 제공, 직무스트레스 예방교육, 힐링 프로그램 제공, 심리상담 서비스 제공 등

* 안전보건규칙 제669조의2 제2항 신설 : 폭언·폭행 자제문구게시, 지침마련 시행, 전담조직구성 등

→ 3차) 검토 고려

* 사업장 적용 단계별 시행 고려 가능

: 1차년도 10인 이상(취업규칙 적용 대상 의무 사업장 기준) → 2차년도 5인 이상
(근로기준법, 성희롱 관련 법 적용 대상 의무 사업장 기준) → 3차년도 전면 적용

* 산업 적용 대상 단계별 시행 고려 가능

: 1차년도 1차 산업 및 2차 산업 제외, 국방 및 공공행정 제외 3차 서비스산
업 전면 적용(표준산업 15개: G부터 U) → 2차년도 제조/건설/전기가스/하수폐
기물처리/건설업 중 감정노동 수행 직무 적용(표준산업 6개 : A부터 F) → 3차
년도 국방 및 공무원 대상 포함

- 백화점, 면세점, 할인점 등 대형유통업체의 과도한 감정노동 강요 경영, 인사 관리
규정 제고 및 대응/해소 프로그램(미스터리 쇼퍼 & 모니터링, 서비스 라인&스마
일 존, CS교육 재검토, 감정노동 해소 교육이나 프로그램)의 권고(대상: 유통업체)

감정노동 관련 제도적 개선 방안 - 정책 수립(대상: 고용노동부)

1. 감정노동종사자 권리보호 정책 기본 방향, 업무 분야별 핵심 정책과제, 추진목표 및 실행계획
2. 감정노동종사자의 고용 현황 및 전망
3. 업무 스트레스로 인하여 발생하는 건강장애 및 사고의 현황 및 그 예방에 관한 사항
4. 휴일·휴가 및 근로시간 등 감정노동종사자에 대한 「근로기준법」 준수에 관한 사항
5. 감정노동 고위험 직군에 대한 보호방안
6. 개선계획의 실행을 위한 소요재원
7. 감정노동종사자 권리 보호와 증진을 위한 국가 및 타 지방자치단체와의 협력
8. 그 밖에 감정노동종사자의 근로환경 개선에 관한 사항

감정노동 관련 제도적 개선 방안 - 가이드라인(대상: 정부, 사업주)

1. 사업장내 모든 사람이 감정노동 근로자의 기본적 인권을 보장할 의무
2. 사용자의 감정노동 업무의 전문성 인정과 그에 맞는 처우 보장 의무
3. 사용자의 감정노동 근로자를 위한 적절한 휴게시간과 휴식공간 보장 의무
4. 사용자의 고객의 감정노동 근로자를 위한 안전한 근무환경 조성의무
5. 사용자의 감정노동 근로자를 효율적으로 보호할 수 있는 고객 응대 매뉴얼 마련의무와 사용자의 감정노동 근로자에 대한 고객의 폭언·폭행·괴롭힘·성희롱 등 부당한 행동에 대하여 자신을 보호할 수 있는 작업 중지권 등 적절한 권한 부여 의무
6. 사용자의 감정노동 근로자의 안전을 보장하기 위한 전문인력 배치의무
7. 사용자의 감정노동 근로자의 자기보호를 위한 정기적 교육 실시 및 감정노동 근로자의 정신적, 신체적 건강을 위한 프로그램 지원 의무
8. 감정노동 고위험직군에 대한 특별한 보호 방안

감정노동 관련 제도적 개선 방안 - 매뉴얼 및 실천규칙(대상: 사용자)

[모범 매뉴얼 및 실천규칙의 배포]

1. 각 사업체가 시행할 감정노동종사자 관련 교육의 내용과 형식
2. 각 사업체가 마련할 감정노동종사자 휴게시설의 위치, 규모, 이용수칙
3. 각 사업체가 조직과 조직 구성원에 적합한 감정노동 관련 매뉴얼을 작성하여 실행하되 사업장에 적합한 매뉴얼을 작성하고, 조직 구성원의 의견을 반영하여 갱신하여야 하는 점
4. 각 사업체 유형별로 고객 서비스를 제공하는 근로자와 서비스를 받는 고객 모두가 상호 배려할 수 있는 서비스 제공 수칙
5. 감정노동종사자에 대한 금지행위의 유형
6. 금지 행위 발생시 부서 내 상급자의 개입 의무 및 개입 방식
7. 기타 필요한 사항

[신천규칙 배포]

1. 근로자가 서비스 이용자 및 고객(이하 고객이라 한다) 응대 과정에서 발생하는 문제를 해결하고 도와주는 직장 내의 공식적인 제도와 절차
2. 감정노동종사자의 상급자가 서울시 감정노동 가이드라인과 매뉴얼에 근거하여 현장에서 감정노동 관련한 책임을 맡을 수 있다는 점
3. 감정노동종사자의 상급자는 고객과의 갈등이 발생했을 때 고객과 근로자 모두의 이야기를 경청하여야 하는 점
4. 심히 부당한 요구를 하는 고객의 경우 고객의 요구에 응하지 않을 권리 보장
5. 부당한 대우를 당한 감정노동종사자의 업무 중단 시간에 관한 사항
6. 개별 근로자가 응대하기 어려운 고객의 요구에 대한 조직 차원의 대응 방안
7. 악성민원 처리 전문가 양성, 숙련된 상급자의 악성 고객 담당, 악성고객 전담 부서 설치 등에 관한 사항
8. 고객과의 민원문제를 인사 및 근무 평가에 과도하게 반영하여 무리한 감정노동을 하지 않도록 하는 점
9. 직장 내 고충이나 애로사항을 전달 할 수 있는 의사소통 채널에 관한 사항
10. 장, 중간 관리자, 감정노동 책임자, 감정노동 종사자에 대한 감정노동 관련 교육의 체계적 실시에 관한 사항

2. 정책 권고 대상

가. 정부 부처

- 국회(법률 제정), 고용노동부(관련 법률 제개정)

나. 사용자 단체

- 대형 유통업체(백화점, 할인점, 면세점 등)
[*과도하고 무리한 감정노동 통제 규정 제거, 보고서 6장 참조]

3. 정책 권고 판단 이유

- 최근 국내 고객과의 대면 및 음성 매체를 통한 업무 수행 과정에서 폭언, 폭행, 성희롱, 무리한 요구 등으로 인한 괴롭힘 등 다차원적인 감정노동의 부정적 현상이 사회적으로 확산되고 있음. 특히 감정노동 관련 문제가 법원 판결(2013.6 서울남부지법)에서도 공식적으로 언급되면서 정부(중앙정부, 지방정부)에서도 다양한 제도적 방향들이 논의되고 있음.²¹⁾
- 특히 유통업 서비스 판매 종사자(다수 여성)는 고객과의 제품 판매와 서비스라는 직무상 작업과정을 수행하면서, 고객(클라이언트)으로부터 불쾌한 언행을 겪고 있는 상황이 언론과 시민사회단체, 노동단체 등을 통해 사회적 문제가 된 바 있음

21) 고용노동부에서는 감정노동으로 인한 우울증 및 스트레스 문제 산재보상을 밝혔으며, 서울시는 감정노동 조례(2015.12)가 발의(권미경 의원 대표발의)되었다. 산재보험 업무상 질병 인정기준에 '적응장애'와 '우울병'이 추가되어 최근 화두가 되고 있는 감정노동자의 산재보험 보호가 강화된다. 고용노동부의 감정노동 관련 산재인정 보도자료(2015.11.2.) 내용에는 "그동안 고객응대 업무를 맡고 있는 근로자의 정신질병 피해 사례가 늘어나고 있으나 업무상질병 인정기준에 '외상후스트레스장애'만 규정되어 있어 산재 인정이 어려웠다. 이번 개정을 통해 텔레마케터, 판매원, 승무원 등 감정노동자가 고객으로부터 장시간 폭언을 듣고, 무릎을 꿇고 사과를 하는 등 고객응대 후 정신적 충격과 스트레스를 받아 우울병이 발생하게 되었다면 산재로 인정받는다."고 적시되어 있다. 고용노동부의 관련 법률은 <산업재해보상보험법 시행령 일부개정령안>에 '업무상질병 인정기준'을 개선하는 내용이다.

① 폭언 폭행 등 불쾌한 언행 노출 - 감정노동 수행과 노출 심각 상황

- 유통업 서비스 판매직 고도우울증 26.4%(진단 경험 7% → 치료 2%)
- 유통업 서비스 판매직 직무스트레스 고위험 군 12%~26.7%
- 유통업 서비스 판매직의 지난 1년간 업무 수행 과정 폭언폭행 심각
[*고객으로부터 폭언 경험 39%, 폭행 1.9%, 성희롱 3.9%, 따돌림 0.9%]
- 유통업 서비스 판매직 고위험 감정노동 수행 정도 52%~58% 수준

영역	항목		실태(응답 비율)	여성	남성	
정신적 건강	우울증	우울증 증상(고도)	고도 우울증 26.4%	28.6%	16.4%	
		우울증	진단 경험	7.0%	7.8%	3.3%
			치료 경험	2.0%	2.9%	1.0%
	직무스트레스	직무요구		고위험 18.0%	19.0%	31.2%
직무자율성		고위험 12.2%	14.0%	4.4%		
관계갈등		고위험 13.2%	13.6%	11.9%		
직무불안정		고위험 26.7%	27.5%	7.0%		
불쾌한 언행	지난 1년 사이 유경험	폭언	39.0%	40.5%	32.4%	
		폭행	1.9%	1.7%	2.7%	
		성희롱	3.9%	4.3%	2.1%	
		따돌림	0.9%	0.9%	0.7%	
	↳ 정신적 고통 경험		17.2%	19.0%	8.8%	
	↳ 교육/해소프로그램 경험		3.5%	3.0%	5.9%	
감정노동	감정표출 노력, 다양성		위험 58.0%	65.3%	25.3%	
	고객응대 과부화, 갈등		위험 52.0%	57.3%	28.1%	
	감정부조화, 손상		위험 53.5%	59.1%	28.2%	

② 유통업체의 감정노동 관리와 과도한 통제 기제

- 유통업체 미스터리 쇼퍼 연간 5.6회, 전화&대면 모니터링 5.9회(백화점)
- 국가고객만족지수 평가 연간 2.7회(백화점)
- 고객 컴플레인 시 불이익(57.1%), CS 교육 연간 횟수 4.3회(백화점)
- 감정노동 해소 교육이나 프로그램 3.5%(백화점), 대응 방안 15.9% 수준

영역	세부 항목(유무, 이용)	백화점	면세점	할인점
서비스 통제	CS 교육 참여 요구 ↳ 연간 횟수	80.0% (4.3회)	87.5% (1.2회)	37.9% (1.4회)
	CS 컴플레인 접수 ↳ 연간 횟수	53.8% (2.3회)	66.7% (2.5회)	32.0% (1.3회)
	미스터리 쇼퍼(암행) ↳ 연간 횟수	77.5% (5.6회)	71.4% (5.6회)	76.7% (8.1회)
	전화&대면 모니터링 ↳ 연간 횟수	80.9% (5.9회)	100.0% (5.3회)	35.7% (7.3회)
	국가고객 만족지수 평가 ↳ 연간 횟수	69.6% (2.7회)	42.9% (1.0회)	16.0% (2.5회)
	서비스 라인 & 스마일 존 설치	63.8%	42.9%	14.8%
	고객 컴플레인 불이익	57.1%	85.7%	40.0%
	소위 '진상고객' 대응/규제	15.9%	14.3%	40.0%

4. 정책 권고 판단 제도 검토

가. 국내 헌법 및 법률 근거 통한 제도 검토

- 감정노동 입법 및 법률 헌법 34조 1항, 산업안전보건법 제4조, 제5조, 제23조, 제 24조, 제26조, 산업안전보건 기준에 관한 규칙 699조, 산업재해보상보험법 제5조, 남녀고용평등과 일·가정양립 지원에 관한 법률 제14조의 2 등에 근거하여 감정노동 관련 법률을 수립 할 것을 권고
- 2013년 하급심 법원은 '서울남부지방법원 2013.6.21. 선고 2012가단25092'사건에서 '감정노동'이라는 단어를 처음으로 사용하고, 사업장에서 고객의 폭언 발생사건에 대해 근로자가 사용자에게 정신적 손해에 대한 민사손해배상청구한 사건에서 일부 손해배상의무를 인정(*고법 다른 판결 결정)

감정노동 문제 해결을 위한 입법화 근거 법

- 헌법
제34조 제1항에서는 “모든 국민은 인간다운 생활을 할 권리를 가진다”
- 산업안전보건법
제4조 정부의 산업안전보건 정책 수립 및 예방 지원 책무 규정
제5조 사업주의 근로자 정신적 스트레스 감소 쾌적한 작업환경을 조성 및 근로조건 개선, 해당 사업장 안전·보건 정보를 근로자에게 제공할 의무 규정
제23조 사업주의 안전조치 의무, 제24조는 사업주의 보건조치 의무규정
제26조는 작업중지 등에 대해 사업주는 산업재해가 발생할 급박한 위험, 중대재해 발생 시 즉시 작업 중지, 대피시켜야한다는 의무를 규정하고 그 절차로 근로자의 상급자 보고-상급자 조치-사업주불리처분 금지-중대 산재 시에는 고용노동부 조사 규정
- 산업안전보건 기준에 관한 규칙
699조는 직무스트레스로 인한 건강 장애 예방 구체적이고 자세한 조치를 규정
- 산업재해보상보험법
제5조에서 장애란 정신적 손상
- 남녀고용평등과 일·가정 양립 지원에 관한 법률
제14조의 2는 고객 등에 의한 성희롱 발생 시 사업주는 근로자 요청 시 전환배치 등 하여야 한다고 규정
- 형법
사람에게 폭언, 폭행하는 행위와 사업장의 업무방해하는 행위, 전화기를 통해 성희롱 하는 행위에 대해 형법 제311조 모욕죄, 형법 제307조 명예훼손죄, 제238조 협박죄, 형법 제298조 강제추행죄, 제314조 업무방해죄, 정보통신망이용촉진및정보보호등에관한법률 제44조의 7 제1항 3호로 금지하고 형벌에 처함

[검토] 국내 감정노동 유관 법률 의원 입법 발의 현황(2015.10 기준)

발의자	법안	주요 내용
심상정	산업재해보상보호법	감정노동(직무 스트레스) 산재 인정
한명숙	산업안전보건법	감정노동 완화 업무 매뉴얼 작성 및 교육 심리상담 서비스 제공(사업주), 고객 자제 공지 고객 무리한 요구, 폭언, 성희롱 사업주 적극 대응
	남녀고용평등법	고객 성희롱 발생 시 수사기관에 고발 직장 내 성희롱과 같이 고객에 의한 성희롱 예방과 교육시행
윤재옥	근로기준법	근로의 정의(근기법 2조) 육체노동, 정신노동, 감정노동
	산업안전보건법	감정노동 정의, 감정노동 정부 책무와 사업주 보건조치 강화
	산업재해보상보호법	감정노동 정의와 보상
이인영	산업안전보건법	업무장소 위험요인 및 고객으로 인한 산업재해 발생 시 우려될 경우 업무 중지, 대피

발의자	법안	주요 내용
황주홍	근로기준법	근로의 정의(근기법 2조) 감정노동종사자 정의 규정, 국가와 사업주 책무, 근로환경 개선계획 수립, 실태조사, 보호센터 설치, 고충처리 전담부서 설치·운영, 금지행위
김기석	근로기준법	사용자 고객 응대 업무 수행 근로자 보호 의무, 근로자 해당 고객 기피 권리 보장, 법적 조치 의무, 상담·치료 지원, 상시적 고충센터 운영 근로자 지원(안 제76조의2).
	금융/여신/보험/은행/저축 관련 5개 법안	또한 근로자 보호 사용자뿐 아니라 정부 의무. 고용노동부장관이 사업자에게 녹음, 고객고지 등 근로자 보호 위해 필요 사전적 조치 지도·권고할 의무 부과(안 제76조의3).

나. 주요 유럽의 사업장 내 폭언, 폭행, 성희롱, 작업중지 요청권 사례

- 대부분의 유럽 국가(벨기에, 캐나다, 핀란드, 네덜란드, 노르웨이, 스웨덴 등)에서 사업장 내 성희롱, 폭언, 따돌림 등에 대한 별도의 법 존재
- 작업중지 요청권 관련 캐나다, 독일, 프랑스는 자세한 중지 권한과 이후 조사과정 제도를 가지고 있음. 특히 프랑스에서 위험은 기계, 생산 공정, 업무 분위기(스트레스, 신체적·언어적 공격(aggression), 위협, 괴롭힘 등)뿐만 아니라, 알레르기, 비위생적인 업무 환경, 산업보건당국이 정한 안전보건 규칙에 위배되는 작업장을 의미.²²⁾

22) 독일, 프랑스, 캐나다 등의 작업중지 요청권 관련 세부적인 내용은 한국노동연구원의 2015년 <국제노동브리프> 7월호의 각 나라별 현황과 관련 법률을 참조할 것.
(<http://www.kli.re.kr/kli/pdicalView.do?key=21&pblctListNo=8577&schPdicalKnd=국제노동브리프&schPblcateDe=&pageUnit=10&searchCnd=all&searchKrwd=&pageIndex=1>)

[검토] 유럽 주요 국가의 폭언, 따돌림, 성희롱 관련 법률 현황

	법령 위치	고객과의 관계 내용	사업주의 구체 의무	의무/강제사항 여부
벨기에	“Act on Well-being”이라는 별도의 법령에서 사회심리적 안녕에 대한 보장을 광범위하게 지적	고객대응 업무에서 발생하는 폭력의 경우도 명시	위험에 대한 평가 예방 의무 사례 보고 교육, 정보제공 특정사례 보상규정 등	
	국왕령으로 규정			
캐나다	노동법/산업안전보건규칙	명시 안함. 폭력의 주체를 사람(person)으로만 정의	위험에 대한 평가, 예방, 관리, 정보제공 교육훈련 등	사업주 의무사항 (Duties)
핀란드	산업안전보건법	명시 안함	*폭력(section 27) - 폭력 사건 예방을 위한 적절한 안전 조치 및 장비의 제공 및 기능 점검 - 폭력 예방을 위한 적절한 안전 조치 및 장비 제공에 대한 절차적 지침의 작성. 지침에는 폭력 상황 및 직원에 미칠 영향을 사전에 고려하여 작성 - 폭력의 명백한 위험이 존재하는 다른 직종에 대한 자세한 규정은 정부령에 의거함 *괴롭힘(section 28) - 직원의 괴롭힘 등이 인식 시 상황 수습을 위한 조치	세부규정(further provision)으로 제시 http://www.finlex.fi/en
	산업보건관리법	명시 안함	폭력 발생 위험의 평가 업무와 관련된 신체적, 정신적 폭력의 예방	사업주 의무사항
네덜란드	근무조건법(Working conditions act)	고객 명시	*Chapter 2: 근무환경정책 - 사업주는 성희롱과 폭력으로부터 직원을 보호하기 위한 정책 수행을 해야 함.	사업주 의무사항 (Chapter 2. article 4에 명시)
노르웨이	근무환경법(Working Environment Act)	명시안함	* ‘Chapter 4. 근무환경의 요건’의 ‘section 4-3. 정신적 근무환경의 요건’의 4번째 조항으로 명시 - 직원은 가능한 한 다른 사람(other persons)과의 접촉의 결과로 폭력, 위협 및 원치 않는 긴장에 대해 보호되어야함	고용주와 고용인의 의무(Chapter 2)와는 다른 chapter 4에 명시됨.
스웨덴	1인 혹은 가족이 운영하는 사업장에서의 폭력만을 명시 근무환경법에 명시	명시안함		http://www.av.se/in-english/lawandjustice/workact/ 의 chapter 3. 일반적 의무

자료 : 김종진 외(2015, 원자료: 김인아 외(2013, 2014)의 내용을 재구성)

〈유통업 서비스·판매 종사자의 건강권 실태조사〉 결과발표 및 정책제언 토론회

토 론 문

- ▶ 김인아 (한양대학교 직업의학과 교수)
- ▶ 이성종 (민주노총 서비스연맹 정책실장)
- ▶ 오세완 (고용노동부 산재예방보상정책국 산업보건과)
- ▶ 박충렬 (국회입법조사처 산업자원팀 입법조사관)



유통업 근로자들의 건강보호를 위한 제언

Ⅰ 김인아 (한양대학교 직업의학과 교수)

1. 주요 직업보건 이슈와 건강영향

◎ 주요 유해요인

- 장시간 노동과 야간 노동
- 감정노동
- 작업장 폭력
- 직무스트레스 등 사회심리적 요인
- 여성노동자로서의 이중부담
- 서서 일하는 작업, 고용 불안정, 일-가정 양립 문제 등

→ 유럽연합에서 제시한 미래사회의 주요한 사회심리적 요인 (emerging psychosocial risk factors) 들이 집합적으로 나타나는 업종임

◎ 예상되는 건강영향

- 수면장애, 우울증상 등의 단기 영향
- 소진 (burnout), 직무만족도 저하 등의 심리적 영향
- 외상후스트레스장애 등 정신건강 문제
- 심혈관질환, 유방암 등 만성 건강 영향의 가능성도 증가

→ 외국의 경우 소진 등으로 인한 생산성의 저하, 기업 차원의 비용 증가, 국가 차원의 질병 부담 증가 등의 문제로 접근

2. 건강보호 방안과 정책적 개입 방향

- ◎ 실질적 보건관리를 위한 제도 마련
 - 일회성 건강검진보다는 지속적이고 포괄적인 건강관리가 가능한 체계를 고민할 필요 있음
 - 보건관리자 선임 제외 업종인지의 여부
 - 협력업체의 경우 소규모 사업장이어서 사각지대 발생 가능함
 - 포괄적, 통합적 건강증진 프로그램의 기획과 운영
- ◎ 감정노동을 포함한 직무스트레스 관리 방안 마련
 - 사회심리적 요인에 대한 평가와 개선 노력 (예, 독일의 위험성 평가 제도)
 - 심리상담 등의 개별적 접근뿐만 아니라 노동 인권 차원에서의 조직적 접근이 중요
 - 감정노동으로 인한 스트레스를 가중시킬 수 있는 불합리한 제도 개선을 위한 적극적인 노력과 사업장 지도
- ◎ 작업장 폭력에 대한 적극적 대응
 - 고객에 의한 폭언, 폭행 등에 대해서는 관련 법령에 따른 적극적 조치
 - 사건 발생시 노동자를 보호하기 위한 가이드라인 마련
 - 관련 법령 체계 정비
- ◎ 노동시장의 특성을 고려한 범부처적 접근
 - 고용노동부와 보건복지부의 협업이 필요함
 - 사업장과 지역사회의 협업에 대한 고민도 필요함

3. 이후 과제

- 당사자들의 참여를 통한 새로운 보건관리모델 개발을 통한 효율성의 제고
- 지속성과 포괄성을 높이기 위한 연구의 진행
- 다양한 사례의 수집과 우수 사례 발굴 및 심층 연구
- 바람직한 소비문화 마련을 위한 지속적 지원

법제도 접근을 통한 개선방안

Ⅰ 이성종 (민주노총 서비스연맹 정책실장)

1. 유통업 실태조사 결과

- 유통서비스 판매직은 대부분 여성노동자이고 장시간노동(백화점의 경우)과 일하는 내내 서서 일해야 하며 야간노동(마트, 면세점)과 휴일노동(공통)을 하고 있기 때문에 일과 가정생활의 양립이 어렵고 출산과 육아를 위한 모성을 보호받기 불가능한 상황으로 전체적인 건강권과 휴식권이 위협받고 있는 노동환경임이 확인되고 있다
- 거기에 더해 감정노동을 수행하면서 고객으로부터의 직무스트레스가 높고 판매직 특성상 과도한 목표달성에 대한 압박감이 있으며 마땅히 쉴 수 있는 휴게공간도 부족하며 휴게시간도 충분하게 보장받지 못하고 있고 임금수준도 초과임금(연장근로, 휴일근로)을 제하면 최저임금을 약간 상회하는 정도의 저임금으로 매우 열악한 노동조건에 처해 있다
- 따라서 유통서비스 판매직중의 경우 업무를 수행하면서 감정노동을 포함한 정신과 육체건강에 부정적인 영향을 주는 유발요인들에 대한 연구조사와 그 조사결과를 토대로 문제해결을 위해서는 법제도적인 접근이 반드시 필요할 것으로 보인다

2. 법제도적 개선방안 제안

1) 감정노동자 보호법

- 이미 감정노동의 문제는 사회적으로 많이 알려져 있음에도 불구하고 그에 비해 문제 해결을 위한 노력들은 더디게 진행되고 있는 편이다. 지난해말 정부차원에서 감정노

동자 보호를 위한 법률개정안이 국회에 제출되어 입법이 가시화되고 있고 서울시의회는 지난 해 12월 ‘서울특별시 감정노동 종사자의 권리보호 등에 관한 조례’를 제정해서 일정정도 법제도적 기초를 만들고 있는 상황이다

- 그리고 산업재해보상보험법 시행령과 시행규칙을 개정 시행하여 산업재해중 업무상 질병 인정기준에 기존에는 외상후 스트레스증후군만 명시되어 있었던 것에 우울증 에피소드와 적응장애까지 포함하여 부족하지만 감정노동으로 인한 산업재해 인정 폭을 넓힌 것으로 평가받고 있다.
- 감정노동자들이 주축이 된 노동단체를 포함하여 여성, 법률, 의료, 종교, 연구소 등의 모두 26개 단체가 감정노동전국네트워크를 구성하고 입법추진활동을 지속하고 있으며 2년전부터는 소비자단체까지 가세하여 감정노동을 생각하는 기업 및 소비문화 조성을 위한 시민운동을 전개하면서 이제 감정노동자 보호를 위한 입법추진에 사회적 합의 단계까지 도달한 것으로 평가된다

***입법추진 내용**

<p>노동부가 제출한 개정안(2014년 12월)</p>
<p>산업안전보건법 제24조의2(고객응대업무로 인한 건강장해 예방) / 신설</p> <p>①사업주는 고객 등을 주로 상대하는 업무(이하 ‘고객응대업무’라 한다)에 종사하는 근로자에 대하여 고객 등의 폭언 또는 폭력, 기타 직무스트레스 등으로 인한 건강장해를 예방하기 위하여 고용노동부령으로 정하는 바에 따라 필요한 조치를 하여야 한다.</p> <p>②사업주는 고객응대업무에 종사하는 근로자가 고객 등의 폭언, 폭력 또는 무리한 요구 등으로 인하여 건강장해가 발생한 경우에는 업무의 전환, 근로시간의 단축, 휴식시간의 연장 등 필요한 조치를 취하도록 노력하여야 한다.</p> <p>③제1항에 따른 건강장해 예방조치를 하여야 할 사업의 종류 및 규모, 그 밖에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.</p>
<p>감정노동전국네트워크 입법 추진안(산업안전보건법)</p>
<p>1. 감정노동 등으로 인한 건강장해에 대하여 사업주의 보건조치의무 규정 제24조(보건조치) ① (현행과 같음)</p> <p>1. ~ 6. (현행과 같음)</p> <p>7. 고객 등의 무리한 요구, 업무와 관련된 폭행·폭언·괴롭힘 등으로 인한 건강장해 ② (현행과 같음)</p> <p>2. 작업장 폭력에 대한 사업주의 조치의무와 근로자의 방어권 규정</p>

<신설>

제26조의2(업무수행 중단 등) ① 사업주는 업무와 관련 있는 자가 폭행, 폭언 및 괴롭힘 등으로 근로자에게 굴욕감 또는 혐오감을 느끼게 하거나 근로자의 신체적·정신적 건강에 위해를 주는 경우 가해자와 피해자의 분리, 업무의 전환, 근로시간의 단축, 휴식 시간의 부여 등 필요한 조치를 취하여야 한다.

② 근로자가 업무와 관련 있는 자의 폭행, 폭언 및 괴롭힘 등으로 **신체적·정신적 건강에 대한 위험에 직면한 경우 업무수행을 중단하는 방식으로 위험에서 벗어날 수 있다.**

③ 사업주는 제2항에 따라 근로자가 업무수행을 중단한 것을 이유로 해고나 그 밖의 불리한 처우를 하여서는 아니 된다.

제68조(벌칙) 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금에 처한다.

1. 제26조의2 제3항을 위반하여 업무를 중지한 근로자에게 불리한 처우를 한 자
2. ~ 4. (현행 제1호~제3호와 같음)

제72조(과태료) ①·② (현행과 같음)

③ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 1천만원 이하의 과태료를 부과한다.

1. (현행과 같음)
2. 제26조의2제1항에 따른 필요한 조치를 취하지 아니한 경우
3. ~ 6. (현행 제2호~제6호와 같음)

3. 사업주의 안전·보건조치의무가 임대, 위탁 등 계약형식에 관계없이 동일 작업장의 근로자 모두에 대해 적용 되도록 규정

제29조(도급 등 사업의 안전보건조치)

① 같은 장소에서 행하여지는 사업으로서 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사업의 사업주는 그가 사용하는 근로자와 수급인 등의 근로자의 산업재해를 예방하기 위한 조치를 하여야 한다.

<1~2. 동일>

3. **사업장의 일부를 분리하여 장소 및 설비, 기계 등을 임대·위탁·용역을 주어 하는 사업(신설)**

② 제1항 각 호 외의 부분에 따른 산업재해를 예방하기 위한 조치는 다음 각 호의 조치로 한다.

1. **도급인과 수급인 등의 근로자가 참여하는 안전보건에 관한 산업안전보건위원회의 구성 및 운영**
2. 작업장의 순회점검 등 안전·보건관리
3. **안전보건 교육에 관한 사항(수급인 등의 근로자를 포함한다.)**
4. 제42조제1항에 따른 작업환경측정
5. **안전보건관리자 선임**

노동부가 추진중인 개정안(2015년 12월)

산업안전보건법 제24조의2 (업무관련스트레스 예방 등)

① 사업주는 신체적 피로와 정신적 스트레스 등이 높은 작업으로서 고용노동부령으로 정하는 작업에 근로자를 종사하게 하는 경우에는 이로 인한 건강장해를 예방하기 위하여 고용노동부령으로 정하는 바에 따라 필요한 조치를 하여야 한다.

② 사업주는 근로자가 주로 고객, 환자, 승객 등을 직접 대면하거나 음성 대화 매체 등을 통하여 상대하면서 상품을 판매하거나 서비스를 제공하는 업무에 종사하는 경우 업무관련 스트레스, 고객 등에 의한 폭언, 폭력, 괴롭힘 등을 예방하기 위하여 고용노동부령으로 정하는 바에 따라 필요한 조치를 하여야 한다.

③ 사업주는 제2항의 업무에 종사하는 근로자가 고객 등의 폭언, 폭력, 괴롭힘 등으로 인하여 건강장해가 발생한 경우에는 업무의 전환, 휴식시간의 연장 등 필요한 조치를 취하도록 노력하여야 한다.

④ 제2항 및 제3항에 따라 필요한 조치를 하여야 할 사업의 종류와 규모, 그 밖에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

***서울시조례**

「서울특별시 감정노동종사자의 권리보호에 등에 관한 조례」는 총 4개장 24개 조항으로 이루어져 있으며 ▲ 조례제정의 목적과 용어, 적용범위를 정의하고(안 제1조 및 제2조, 제3조) ▲ 서울시의 의무(안 제4조), ▲ 실태조사 및 권리보장교육, 가이드라인 및 매뉴얼 배포(안 제8조 및 9조), ▲ 서울시 감정노동 사용자의 의무 및 서울시민의 책임(안 제11조, 제12조, 제13조, 제14조, 제16조, 제18조) ▲ 감정노동종사자 권리보호위원회 및 권리보호센터 설치를 한다는 내용을 담고 있다.(안 제20조 및 제21조, 제22조, 제23조)

***감정노동전국네트워크**

(노동)전국민주노동조합총연맹, 한국노동조합총연맹, 전국서비스산업노동조합연맹, 전국보건의료산업노동조합, 전국사무금융노동조합연맹, 전국공공운수노동조합, 전국금융산업노동조합, 전국우정노동조합, 전국의료산업노동조합연맹, 미래창조과학부노동조합, 희망연대노동조합, 청년유니온, 알바노동조합(연구소)노동환경건강연구소, 한국노동사회연구소, 한국비정규노동센터, 일과건강(여성/환경)한국여성민우회, 한국여성노동자회, 여성환경연대(의료)인도주의실천의사협의회(법률)민주사회를위한변호사모임 노동위원회, 노동인권실현을위한노무사모임, 공익인권변호사모임 희망을만드는법, 여성노동법률지원센터(종교)천주교서울대교구노동사목위원회

*** 역할구분(감정노동 예방과 보상)**

<p>감정노동자</p>	<p>▷ 자기존중감, 일에 대한 만족, 자기심리치료 능력 배양 등 - 스스로 자기 존중감을 높이는 인식을 갖기 - 자기 직업(직무)에 대한 만족(완성)도를 높이는 긍정적 사고 - 감정노동자 스스로 권리를 찾는 적극적 자세 등</p>
<p>소비자</p>	<p>▷ 착한 소비, 배려하는 소비, 존중하는 소비 등 - 감정노동자에 대한 인식 전환(소비자는 왕->나를 도와주는 고마운 이웃) - 감정노동자 직업의 가치를 인정하는 자세 갖기(일상생활에서 언제나 마주칠 수 있는 감정노동자의 직종에 대한 이해) - 감정노동자에 대한 배려와 존중해주는 마음 갖기 등</p>
<p>기업</p>	<p>▷ 감정노동 완화 업무메뉴얼, 감정노동 자기방어 지침 등 - 질 높은 직무교육 및 기업 내 조직문화 쇄신 - 안전보건 전담부서(안전보건 TF, 안전보건위원회) 설치 - 정신건강 예방관리 및 치유 프로그램 운영 - 작업환경에 대한 조사 및 개선활동 - 휴게시설 확대 및 휴게시간 보장, 사내 물리치료실, 심리상담실 운영 - 고객에 의한 성희롱 예방 매뉴얼 개발과 보급 - 사업장 내에서의 욕설 및 폭언, 괴롭힘, 따돌림 방지책 마련 - 노동강도 완화를 위한 적정 인력 산출 및 인력 충원 - 인권침해적 미스터리쇼퍼 등 잘못된 모니터링 제도 폐지 - 감정수당 및 감정휴가 등 보상제도 도입 - EAP ECP 등 근로자 지원프로그램 도입</p>

정부	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 공익광고, 교육, 대국민캠페인, 감정노동자 보호법 제정 등 - 소비자(국민), 감정노동자, 기업이 함께 존중하는 문화만들기 조성 - 기업에 대한 관리감독을 통해서 감정노동의 완화와 보호를 위한 노무관리를 할 수 있도록 유도하여 감정노동을 예방 - 근기법, 산재법, 산안법 등 관련법의 개정으로 감정노동의 가치 및 산업재해 인정을 통해서 감정노동으로 인한 정신질환에 대한 보상체계 구축 - 산업안전보건법의 개정(서비스산업 관련 내용 추가) - 공교육과정에 감정노동 교육을 시행하고 감정노동을 경험하게 하는 체험교육프로그램 개발 시행 등
-----------	---

2) 대규모점포에 대한 의무휴업제도

- 유통산업발전법의 개정으로 대규모점포 중 대형마트와 준대규모점포에 대한 의무휴업제도가 도입되어 운영되고 있으나 백화점 면세점부문과 중소형마트에 대하여도 의무휴업 도입의 요구가 높아지고 있다. 특히 마트의 경우 명절휴업을 도입해야 하며 면세점의 년중무휴영업에 대한 규제를 모색해야 한다
- 의무휴업제도는 공익적 효과도 있는 것으로 평가되지만 우선적으로는 유통서비스 여성노동자의 건강권 보호와 일과 가정의 양립을 가능하게 하는 의미가 있다. 한편 국제노동기구인 ILO가 권고하고 있는 명절휴식과 공동휴식권을 가능하게 할 수 있는 유일한 제도이기도 하다

*유통산업근로자 보호법(2012. 이미경의원)

제12조의2(대규모점포등에 대한 영업시간의 제한 등)

① 대규모점포 등은 유통산업 근로자의 건강권과 휴식권을 보호하기 위하여 업태별 영업관행 및 근로형태를 고려하여 일요일과 공휴일에는 휴업하여야 하고, 평일과 토요일은 다음의 범위에서 영업시간을 정하여야 한다. 다만, 연간 총매출액 중 「농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률」에 따른 농수산물의 매출액 비중이 51퍼센트 이상인 대규모점포등으로서 해당 지방자치단체의 조례로 정하는 대규모점포등에 대하여는 그러하지 아니하다.

1. 백화점은 10시부터 19시까지
2. 대형마트 등은 10시부터 21시까지

② 다음 각호의 사유에 해당하는 경우에는 고용노동부장관의 허가를 받아 영업시간을 연장하거나 일요일과 공휴일에 영업할 수 있다.

1. 명절직전이나 연말직전의 일정기간 또는 지역축제의 사유가 있어 일시적인 연장영업의 필요성이 있는 경우
2. 업태별, 지역적 특성에 따라 연장영업 또는 일요일과 공휴일 영업의 필요성이 있는 경우
3. 기타 대통령령에서 정하는 경우

- ③ 고용노동부장관은 평일과 토요일의 연장영업은 1일 2시간 범위 내에서 월 총 8시간에 한하여, 일요일과 공휴일 영업은 1일 6시간 이내의 범위에서 월 2회에 한해 제2항에 따른 허가를 할 수 있다. 다만, 일요일과 공휴일 영업을 허용하는 경우 그 다음 주 중에 대체 휴점일을 정하는 것을 조건으로 허용하여야 한다.
- ④ 고용노동부장관은 제2항의 허가권한을 시·군·구청장에게 위임할 수 있다.
- ⑤ 영업시간 연장 및 의무휴업일 지정에 필요한 사항은 해당 지방자치단체의 조례로 정한다.

***대형마트 명절 의무휴업법(2014. 전순옥의원)**

- 유통산업발전법 제12조의2(대규모점포등에 대한 영업시간의 제한 등)
- ①·② (현행과 같음)
 - ③ ----- . <후단 삭제> 다만, 설날과 추석에 있는 달에는 사흘을 의무휴업일로 지정하여야 한다.
 - ④ 특별자치시장·시장·군수·구청장은 제3항에 따른 의무휴업일을 공휴일 중에서 지정하되, 이해당사자와 합의를 거쳐 공휴일이 아닌 날을 의무휴업일로 지정할 수 있다. 다만, 설날과 추석에 있는 달에는 설날과 추석 당일은 반드시 의무휴업일로 지정하여야 한다.
 - ⑤ 제1항부터 제4항까지의 규정에 따른 영업시간 제한 및 의무휴업일 지정에 필요한 사항은 해당 지방자치단체의 조례로 정한다.

***공동휴식권**

ILO(국제노동기구)의 ‘공동휴식권’·‘명절휴업’ 권고
 제106호 조약< 상업 및 사무직의 주휴에 관한 조약 >

국제노동기구 총회는, 국제노동기구 이사회에 의해 제네바에서 소집되어, 1957년 6월 5일 제40차 회의를 개최하고, 이 회의 의사일정의 제5의제인 상업 및 사무직의 주휴에 관한 제안의 채택을 결의하고, 이 제안은 국제조약의 형식으로 하여야 할 것을 결정하여, '1957년 주휴(상업 및 사무직) 조약'이라고 인용할 수 있는 다음의 조약을 1957년 6월 26일 채택한다.

제 1 조
 본 조약의 규정은 법정 임금결정제도, 단체협약, 중재재정, 기타 국내조건에 있어서 적당하고 국내관행에 합치하는 방법에 의해 별도로 실시하지 아니하는 한 국내법령에 의해 실시하여야 한다.

제 6 조
 1. 본조약의 적용을 받는 모든 자는 이하에서 별도의 정함이 있는 경우를 제외하고 7일의 각 기간 중에서 24시간 이상의 중단없는 주휴를 받을 권리를 가진다.
 2. 주휴기간은 각 사업장의 모든 관계자에 대하여 가능한 한 동시에 부여되어야 한다.
 3. 주휴기간은 국가 또는 지역적 전통이나 관습에 의하여 휴일로 정해진 날과 가능한 한 일치시켜야 한다.
 4. 종교적 소수파의 전통 및 관습은 가능한 한 존중하여야 한다.

***의무휴업제도 도입의 공익성**

부문	시행 효과
노동자	노동자들의 공동휴식권, 건강권 보장/ 노동조건 개선과 삶의 질 향상
유통기업	에너지 절약 효과(탄소가스 배출 감소)/ 경비 절감 및 수익 증대
소비자(국민)	의무휴업 시 시설안전 점검/ 방문객들의 생명과 재산을 보호
중소영세상인	재래시장 및 중소기업 자영업자 생존권 보장/ 업종 내 양극화 해소
유통산업	재벌유통기업들의 독과점 완화/ 유통산업 내의 불균형 등 양극화 해소
사회문화	과소비문화 조절 및 사회구성원 간의 더불어 사는 인식 교양
여성	결혼, 출산, 육아, 일과 가정의 양립, 일과 삶의 균형에 대한 사회적 여건 보장/ 심야시간 여성을 상대로 한 범죄 예방
국가	균형있는 유통산업의 발전/ 전체노동자 실노동시간 단축 효과/ 지구온난화 방지 위한 녹색 성장 정책에 기여

3) 장시간노동

- 노사정위원회에서 오는 2020년까지 연간 실노동시간을 1,800시간으로 단축하는 것에 합의가 되어 있으나 백화점의 경우 근무일 기준 1일 11~12시간을 서서일하게 되면서 여성노동자의 건강권이 심각하게 위협받고 있고 일과 가정의 양립과 일과 삶의 균형이 불가능한 노동환경에 처해 있어 이에 대한 개선이 시급한 상황이다
- 우리나라 전체노동자의 연간 노동시간은 2,100시간 안팎으로 OECD국가중 2위에 해당되며 백화점 판매직의 노동시간은 2010년 기준 연간 2,800시간으로 제조업의 연간 2,500시간보다 초과하여 일하고 있는 상황이다. 따라서 장시간노동의 해결을 위해서는 근로시간 특례업종에서 판매업종을 제외하고 백화점에도 의무휴업을 적극 도입해서 실노동시간을 축소하는 방향으로 접근해야 한다

*** 근기법 59조 법률 개정**

제59조 (근로시간 및 휴게시간의 특례) 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사업에 대해서 사용자가 근로자대표와 서면 합의를 한 경우에는 제53조제1항에 따른 주(주) 12시간을 초과하여 연장근로를 하게 하거나 제54조에 따른 휴게시간을 변경할 수 있다.

1. 운수업, 물품 판매 및 보관업, 금융보험업
2. 영화 제작 및 흥행업, 통신업, 교육연구 및 조사 사업, 광고업
3. 의료 및 위생 사업, 접객업, 조각 및 청소업, 이용업
4. 그 밖에 공중의 편의 또는 업무의 특성상 필요한 경우로서 대통령령으로 정하는 사업

3. 맺음말

- 서비스산업의 확대와 함께 유통서비스부문도 지속적으로 확장되고 있고 그에 따라서 종사자의 규모도 커지고 있다.(도소매업이 1위, 제조업2위) 그럼에도 불구하고 유통시장의 대중소기업 상생과 중소기업 보호(적합업종) 등 기업들을 위한 법률은 있지만 유통산업노동자의 건강권과 휴식권 등을 보호하고 보장하는 법률은 일반적인 노동관계법 이외에는 전무한 상황이다
- 이에 유통산업발전법 개정당시 의무휴업도입 취지에서 밝힌 바와 같이 유통산업노동자 보호를 위한 법제도를 보완하여 추진하거나 별도의 제정입법(특별법)으로 추진해 나아가는 것이 필요하다는 생각이다. 그러기 위해서는 정부차원의 실태조사나 입법을 위한 외국사례 연구 그리고 법제도 개선방안 마련을 위한 적극적인 노력이 수반되어야 할 것이다

유통업 서비스판매 종사자 건강보호대책 추진실적 및 계획

Ⅰ 오세완 (고용노동부 산재예방보상정책국 산업보건과)

대규모점포 및 준대규모점포의 영업시간 제한 및 의무휴업일 확대

▮ 박종렬 (국회입법조사처 산업자원팀 입법조사관)

1. 영업시간 제한 규제의 도입

- 대형마트와 SSM의 성장으로 각 지역에서 상권을 공유하는 전통시장과 중소상인의 어려움이 가중되는 부작용이 발생하였음
- 이에 따라 국회는 「유통산업발전법」(아래 「유통법」)에 관련 규정을 마련하여 건전한 유통질서 확립, 근로자의 건강권 및 대규모점포 등과 중소유통업의 상생발전을 위해 대형마트와 SSM의 영업시간을 제한하고 의무휴업일을 지정할 수 있게 하였음
 - 2012년 1월 법 개정 시 신설된 제12조의2에 따라 시장·군수·구청장은 대형마트와 SSM에 대해 오전 0시부터 오전 8시까지의 범위에서 영업시간을 제한할 수 있고, 매일 1일 이상 2일 이내의 범위에서 의무휴업일을 지정할 수 있게 되었음
 - 그리고 제52조 제1항을 신설하여 이를 위반한 사업자에 대해서는 3천만 원 이하의 과태료를 부과하도록 하였음
- 제19대 국회 개원 후 2012년 11월까지 대규모점포와 준대규모점포에 대한 규제 도입을 주내용으로 하는 21건의 「유통산업발전법 일부개정법률안」이 발의되었음
 - 특히 영업시간 제한과 의무휴업일 확대 및 의무화와 관련하여 다음과 같은 내용이 포함되었음
 - 위반 시 부과하는 과태료 인상, 3회 이상 위반 시 영업정지 처분 또는 등록 취소
 - 대형마트뿐만 아니라 모든 대규모점포에 규제 적용

- 농수산물 매출 51% 초과 대규모점포 등에 대한 영업시간 제한 예외 규정 삭제 또는 가공을 거치지 않은 신선농산물로 한정
- 지식경제위원회 법안심사소위는 21건의 법률 개정안과 1건의 청원(「유통산업발전법 일부개정법률안」에 관한 청원)을 통합하여 위원회 대안을 채택하였음
- 이 대안은 2012년 11월 16일 지식경제위원회에서 의결되었으나, 법제사법위원회의 안건으로 상정되지 않아 처리가 지연되다가 2013년 1월 1일에 국회 본회의에서 가결되었는데, 이 과정에서 영업시간 제한 범위와 의무휴업일 관련 규정이 변경되었음
 - 위원회 대안은 영업시간 제한 범위를 ‘오후 10시부터 다음 날 오전 10시까지’로 확대하는 안이었는데 ‘오전 0시부터 오전 10시까지’로 축소된 것임
 - 그리고 의무휴업일도 ‘매월 1일 이상 3일 이내’에서 ‘매월 이틀’로 하고, 의무휴업일은 공휴일 중에서 지정하되, 이해당사자와 합의를 거쳐 공휴일이 아닌 날을 지정할 수 있도록 하였음
- 이와 함께 쇼핑센터나 복합쇼핑몰에 개설된 대형마트도 규제 대상에 포함시켰고, 위반시 과태료를 3천만 원에서 1억 원으로 인상함
- 그리고 제13조의4를 신설하여 특별자치시장·시장·군수·구청장은 다음의 경우에는 1개월 이내의 기간을 정하여 영업의 정지를 명할 수 있도록 하였음
 - 1년 이내에 3회 이상 위반하여 영업제한시간에 영업을 한 자
 - 1년 이내에 3회 이상 위반하여 의무휴업일에 영업을 한 자
 - 영업제한 시간 위반 행위와 의무휴업일 위반 행위의 횟수는 합산함
 - 영업정지 명령을 위반하여 영업정지 기간 중에 영업을 한 자에 대해서도 1개월 이내의 기간을 정하여 영업의 정지를 명할 수 있음

2. 영업시간 제한 및 의무휴업일 지정에 대한 대법원 판결의 의미

- 대법원 전원합의체는 2015년 11월 19일 대형마트 및 기업형슈퍼마켓(SSM)의 영업시간을 제한하고, 의무휴업일을 지정한 지방자치단체의 처분은 정당하다는 판결을 내렸음
- 대형마트를 운영하는 6개 업체가 영업시간 제한 처분을 취소하라며 서울시 동

대문구청장과 성동구청장을 상대로 낸 소송에서 원고 승소로 판결한 원심을 파기하고, 사건을 서울고등법원으로 돌려보낸 것임

- 이로써 영업시간 제한 및 의무휴업일 지정 규제에 관한 지자체와 유통대기업 사이의 법적 분쟁이 마무리되었다고 할 수 있음
- 대법원의 이번 판결은 두 가지 점에서 큰 의미를 가짐
 - 우리 헌법상 경제질서는 헌법 제119조 제1항에 따른 ‘개인과 기업의 경제상의 자유와 창의를 존중’이라는 기본 원칙과 제2항에 따른 ‘경제의 민주화 등 헌법이 직접 규정하는 특정 목적을 위한 국가의 규제와 조정의 허용’이라는 실천원리로 구성되고, 어느 한쪽이 우월한 가치를 지닌다고 할 수는 없다고 명시한 점이 첫 번째 의미임
 - 전통시장의 위축과 중소기업의 생존 위협, 24시간 영업에 따른 대형마트 노동자의 일상적인 야간 근무 등 부정적인 효과를 낳은 대형마트와 SSM의 영업행위에 대한 규제 입법과 이에 근거하여 이루어지는 규제 행정은 헌법 제119조 제2항에 정한 헌법적 근거 및 정당성을 갖고 있다고 판결문에 명시하고 있음
 - 「유통법」 제12조의2는 ‘대형마트 등의 시장지배와 경제력 남용의 방지’ 및 ‘대형마트 등과 중소기업 등 경제주체 간의 조화를 통한 경제의 민주화’ 등 공익의 실현을 목적으로 한 경제규제에 관한 입법이라는 점을 명확히 하고 있는 것임
 - 다음으로 「유통법」 제12조의2와 이를 근거로 한 지방자치단체의 처분이 GATS와 한·EU FTA의 시장접근 제한 금지 조항을 위반하지 않았음을 확인한 것도 이번 대법원 판결의 또 다른 의미임
 - 이제 시장이 개방되어 있더라도, 영업행위 일부에 대해 국내 기업과 같은 규제를 적용하는 것은 시장접근 제한 금지 조항의 취지에 어긋난 게 아니라는 것이 명확해졌음
 - 더구나 통상협정의 개별 조항 위반을 주장하며 처분의 취소를 구하는 소송을 제기하는 것 자체가 허용되지 않게 되었음

3. 영업시간 제한 및 의무휴업일 확대

- 대법원 판결의 이러한 의미를 적극적으로 살리고, 나아가 대규모점포 및 준대규모 점포에 고용된 노동자들의 건강권을 지키기 위해서는 영업시간 제한 및 의무휴업일 지정 제도의 시행상 문제점과 개선 방안을 진지하게 검토할 필요가 있음
- 제19대 국회에서 발의되어 2016년 1월 현재 계류 중에 있는 「유통법 일부개정법률안」에 대규모점포 및 준대규모점포에 대한 규제 개선 방안이 포함되어 있으므로, 이 개정안에 대한 깊고 구체적인 논의를 통해 개선 방안을 마련하고 이를 추진할 필요가 있음
- 특히 의무휴업일을 확대하는 방안, 영업제한 시간을 확대하거나 시간대를 조정하는 방안, 영업시간 제한 및 의무휴업일 지정 제도를 대형마트뿐만 아니라 다른 대규모 점포까지 확대하는 방안, 농수산물 매출 비중이 55% 이상인 대형마트도 규제 대상에 포함시키거나 농수산물의 범위를 최소한 국내에서 생산된 신선식품으로 한정하는 방안 등을 검토할 필요가 있음
- 구체적으로 다음과 같은 내용을 포함하고 있는 개정안이 발의되어 있음
 - 대규모점포와 준대규모점포의 영업시간을 오후 9시부터 오전 10시까지의 범위에서 제한할 수 있도록 하고, 의무휴업일을 매주 1일 정할 수 있도록 함(오병윤 의원 대표발의안)
 - 농수산물 매출액 55% 이상인 대규모점포와 준대규모점포에 대하여 영업시간 제한 등의 적용을 제외하는 단서를 삭제함(심재권 의원 대표발의안)
 - 의무휴업일을 월 2회에서 4회로 확대함(이연주 의원 대표발의안)
 - 1년 이내에 3회 이상 위반하여 영업제한시간이나 의무휴업일에 영업을 하여 영업정지 명령을 받은 자가 이를 위반하여 영업을 하는 경우, 특별자치시장·시장·군수·구청장은 등록 취소를 할 수 있도록 함(김제남 의원 대표발의안)
 - 영업제한 시간이나 의무휴업일에 영업을 한 자에 대한 과태료 상한을 1억 원에서 2억 원으로 상향 조정함
 - 대규모점포 중 전문점(특정 품목에 특화된 정도가 대통령령으로 정하는 기준 이상인 경우는 제외)에 대해서도 대형마트와 같이 영업시간의 제한이나 의무휴

- 업을 명할 수 있도록 함(손인춘 의원 대표발의안, 백재현 의원 대표발의안)
- 설날과 추석에 있는 달에는 사흘을 의무휴업일로 지정하도록 하되, 설날과 추석 당일은 반드시 의무휴업일로 지정하도록 함(전순옥 의원 대표발의안)
 - 대형마트가 아닌 대규모점포에 대하여도 상생발전을 위하여 필요하다고 인정되는 경우, 해당 지방자치단체의 장이 영업시간의 제한이나 의무휴업을 명할 수 있도록 함(김영환 의원 대표발의안)

〈유통업 서비스·판매 종사자의 건강권 실태조사〉 결과발표 및 정책제언 토론회

| 인 쇄 | 2016년 1월

| 발 행 | 2016년 1월

| 발행인 | **이 성 호** (국가인권위원회 위원장)

| 발행처 | **국가인권위원회 차별조사과**

| 주 소 | (04551) 서울특별시 중구 삼일대로 340
나라키움 저동빌딩

| 전 화 | (02) 2125-9946 | F A X | (02) 2125-0923

| Homepage | www.humanrights.go.kr

| 인쇄처 | 도서출판 **한학문화**

| 전 화 | (02) 313-7593 | F A X | (02) 393-3016

| ISBN | 978-89-6114-480-3 93330

이 저작물은 국가인권위원회가 지적재산권을 전부 소유하지
아니한 저작물이므로 자유롭게 이용(변경, 복제, 배포, 상업적인
용도 사용 등)하기 위해서는 반드시 해당 저작권자의 허락을
받으셔야 합니다.