

유통산업의 노사관계 평가와 전망*

김 종 진**

I. 머리말

유통 소매업은 전 세계적으로 치열한 시장경쟁이 진행되고 있는 부분이다. 특히 초국적 유통기업과 국내 대형자본의 집중과 경쟁 심화는 기업경영과 노동시장에 큰 영향을 미치고 있다. 그간 한국 유통업은 글로벌 경제위기와 변화하는 시장 환경에도 불구하고 지속적으로 성장했다. 실제로 한국 유통업의 성장과 맞물려 지난 20년 동안 해당 산업과 기업의 고용 또한 지속적으로 증가하고 있다(김종진, 2015).

그러나 현재 국내 유통기업은 시장경쟁에서 생존하기 위해 성과주의 경영전략과 동시에 노동시장 유연화 전략을 추구하고 있다(김종진, 2017). 전자는 주로 다양한 유통채널(온라인, 멀티숍, 모바일) 확장과 자체 브랜드 도입, 매장 자동화 도입 등으로 나타나고 있고, 후자는 외주화와 비정규직 활용으로 진행되었었다. 이미 2007년 비정규직보호법 제정 시기 유통업 비정규직 문제는 사회적 논란이 된 바 있다. 최근에는 유통업 노동환경(산업안전, 건강, 감정노동)이 주요 노사관계 쟁점으로 부각되고 있다.

현재 국내 유통업 노사관계가 형성된 곳은 백화점, 대형마트, 면세점이며, 유노조 사업장 모두 기업별 노사관계가 형성된 곳이다. 유통업 노동조합은 주로 민주노총 내 백화점, 대형마트, 면세점에 주로 건설되어 있으나 한국노총에도 일부 조직되어 있다. 그런데 최근 몇 년 사이 유통업 노사관계에서 조직형태나 활동의 변화가 나타나고 있다. 바로 대형마트의 기업별 노조의 조직화 및 소산별 전환이다. 유통업 내 대형마트의 소산별 전환의 업태의 동질성, 대기업 사용자 형성과 유사한 노동조건 형성이라는 차원에서 노사관계 제도화 형성 과정을 살펴보는 것은 의미가 있다.

* 이 글은 고용노동부 학술연구용역사업의 일환으로 수행한 『2018년도 노사관계 실태분석 및 평가』 보고서를 요약·보완한 것이다.

** 한국노동사회연구소 부소장(chaplin@catholic.ac.kr).

따라서 이 글은 국내 유통업 산업 및 노사관계 변화와 맞물린 마트산업 노사관계 형성과 임단협 쟁점이 무엇인지 살펴보았다. 또한 마트산업의 제도적, 정책적 이슈와 연동하여 향후 노사관계 제도와 가능성을 탐색적으로 다루었다.

II. 유통산업 및 노사 주요 현황

1. 유통산업 특성 및 변화

유통업은 한국표준산업분류상 도소매업으로 분류되고 노동시장 고용은 증가하고 있는 상황이다. 전 세계적으로 유통업은 고용유발효과가 높은 산업이나 생산유발효과는 크지 않았던 대표적인 산업이었다. 실제로 유통업은 생산 및 부가가치 그리고 취업과 고용유발계수는 성장 둔화 및 정체·하락하고 있으며, 일부 업체는 최근 성장률이 마이너스(-)로 확인되고 있다(김종진, 2017). 그럼에도 지난 5년 사이 유통업 임금노동자는 16만 명(2012년, 117만 5천 명, 2017년 133만 명) 정도 증가했다.

〈표 1〉 유통업 내 대형유통업 현황 실태(2007~2016년)

(단위: 개, 명, 억 원)

업종	2007년				2016년			
	사업체수	종사자수	매출액	인건비	사업체수	종사자수	매출액	인건비
대형 종합소매업	459	74,568	430,783	28,008	658	91,523	574,838	40,900
백화점	84	18,368	132,535	8,814	101	14,791	163,795	9,661
기타 대형 종합소매업	375	56,200	298,247	19,194	557	76,732	411,043	31,239

자료: 통계청, 「서비스업조사」 대형종합소매업 현황 원자료 재분석, 각 연도.

국내 유통업 내 종합소매업에는 백화점, 대형마트가 포함되어 있고, 지난 10년 사이 약 199개 사업체(2007년 459개, 2016년 658개)가 증가했고, 매출액(15조 원)과 인건비(1조 2천억 원) 모두 증가했다. 2007년 7만 4천 명이었던 종사자 규모가 2016년 9만 1천 명으로 약 1만 6천 9백 명 정도 증가했다. 특히 대형마트는 백화점에 비해 증가 폭이 크며, 지난 10년 사이 182개(2006년 375개, 2016년 557개)나 증가했다. 백화점 종사자 수가 3천 5백 명 정도 감소한 반면에 대형할인점은 2만 명 정도 증가했다.

한편 유통업 300인 이상 대기업 고용현황을 보면, 전체 노동자는 37만 3천 명으로 확인된다

(2017년 고용형태 공시제). 300인 이상 대기업 고용 규모는 대형할인점(8만 7천 명), 백화점(7만 4천 명), 온라인쇼핑과 홈쇼핑(2만 5천 명)이 큰 비중을 차지하고 있다. 300인 이상 대형 유통업에서 파견용역 등 간접고용 노동자는 백화점, 대형할인점, 온라인-홈쇼핑에서 높은 비중으로 사용되고 있다. 대기업 유통업 내 고용규모가 상대적으로 적게 잡히는 이유는 입점협력업체 종사자 비중이 많기 때문이다.1)

2. 노사관계 이해당사자 현황

우리나라 유통업은 국내 대기업과 글로벌 기업이 시장의 약 80~90%를 점유하고 있고, 노사관계 또한 국내 대기업 사업장에서 주로 형성되어 있다. 유통업 노조 조직률은 2.4%로 전산업(10.2%)에 비해 5분의 1에 불과한 실정이다. 유통업 노조 조직률은 2011년 약 2%에서 2015년 2.4%로 다소 상승했다. 이는 최근 대형마트(홈플러스, 이마트, 롯데마트)와 백화점, 면세점 등에 신규 노조가 건설되었기 때문이다. 유통업 노동조합은 백화점과 대형마트 등 대기업 사업장(5.7%)에 다수 조직되어 있으며, 소규모 점포는 거의 제로(0%)에 가까운 현실이다.

〈표 2〉 국내 주요 유통 소매업 노사관계 행위자 현황(2018.10)

업태	직영/협력	사용자단체	노동단체	사업장 현황
백화점	직영	백화점협회	한국노총 연합노련 민주노총 서비스연맹	롯데백화점 현대백화점, 한화갤러리아
대형마트	직영	체인스토어협회 마트협회	한국노총 연합노련 민주노총 서비스연맹	롯데마트, 메가마트 이마트, 홈플러스, 롯데마트, 농협유통, 수협유통, 이랜드
	협력업체 판매		민주노총 서비스연맹	동원F&B, 아모레 위탁판매,
중소형 마트	직영		민주노총 서비스연맹	성담유통, 벨몽드
SSM	직영		민주노총 서비스연맹	에브리데이리테일
백화점 판매	협력업체 판매	백화점협회	한국노총 화학노련 민주노총 서비스연맹	아모레퍼시픽 로레알코리아, 엘카코리아, 샤넬, LVMH, 시세이도코리아, 클라란스코리아, 록씨땅
면세점 판매	직영	면세점협회	미가맹 민주노총 서비스연맹	롯데면세점 신세계면세점
	협력업체 판매		민주노총 서비스연맹 민주노총 화섬노조	엘고코리아, 부루벨코리아, LG생활건강

1) 최근 유통업 내 종사자 증가에도 불구하고 자동화, 무인화 도입 계획(키오스크)과 실행(롯데 및 신세계 백화점, 마트 등)으로 계산직 종사자 수는 향후 감소될 것으로 예측하고 있다.

가. 노동단체 현황

우리나라 유통업 노동조합은 민주노총(전국서비스산업노동조합)과 한국노총(관광서비스연맹, 연합노련 등) 그리고 미가맹이 있다. 지난 10년 동안 산업정책과 고용 및 노사관계 관련 사회적 목소리와 의제는 주로 민주노총 서비스연맹 산하 백화점, 면세점, 대형마트 노동조합이 제기한 것이다. 한국노총 산하 조직과 일부 미가맹 노조들은 기업별 노사관계에 관심을 갖고 활동하고 있다.

유통업 다수노조를 차지하고 있는 서비스연맹은 대형마트, 백화점, 면세점 등에서 일하는 노동자들이 주된 조합원이다. 최근 5년 동안의 서비스연맹 산하 유통업 조직변화 흐름을 보면, 약 3배 정도 증가되었다. 2014년 12월 기준 유통업 조합원은 9,005명에서 2018년 14,098명으로 약 5,093명 증가했다. 특히 유통업 조합원 증가 추이를 보면 대형마트(홈플러스, 이마트, 롯데마트 등) 조합원 증가 폭(3,152명)이 가장 크다. 특히 2017년 이후 대형마트 3개(홈플러스, 이마트, 민주롯데마트) 노동조합이 소산별 노조(마트노조)로 조직형태를 전환한 이후 조합원 증가가 확인된다. 대형마트 조합원 중 마트노조로 전환한 산별 조합원은 2017년 12월 3,403명이었고, 2018년 6월 기준 4,863명으로 약 1,460명 증가했다.

〈표 3〉 민주노총 서비스연맹 산하 유통업 노동조합 조합원 현황

(단위 : 명)

업태	노조 구분	증가 규모	2014년 12월	2015년 12월	2016년 12월	2017년 12월	2018년 6월
전 체		5,093	9,005	9,405	10,976	11,975	14,098
대형마트	직영	3,152	2,730	2,903	3,780	4,367	5,882
	협력업체	144	473	542	573	627	617
중소마트	직영	621	235	265	501	684	856
농협유통	직영	158	1,144	1,287	1,289	1,284	1,302
백화점	직영	84	921	970	1,001	1,010	1,005
	협력업체	642	2,948	2,868	3,187	3,234	3,590
면세점	직영						
	협력업체	320	518	542	634	761	838
기타	기타	-28	36	28	11	8	8

자료 : 민주노총 서비스연맹, 내부자료 각 연도별 단위사업장 조합비 납부 조합원 현황 재분류.

나. 사용자단체 현황

일반적인 중앙 사용자단체와 달리 유통업 사용자단체는 제품시장과 상거래 등 경제문제를 담당하는 조직(trade/business associations)에 비해 노사관계나 사회정책을 담당하는 조직(employers

associations)이 제도화되지 못한 상태다. 국내 유통업 관련 포괄적 사용자단체는 (사)체인스토어협회가 그나마 포괄성을 갖고 있는 조직이다. 체인스토어협회는 일반적인 느슨한 형태의 네트워킹과 상호 홍보 및 교류, 해외 교육 연수 등 정보 교환 정도를 담당하는 조직으로 운영되고 있다. 그러나 체인스토어협회는 지난 2012년과 2013년 대형유통매장 정기휴점제가 입법화된 이후 기업형 슈퍼마켓(SSM)의 영업시간 제한 관련 행정처분이나 헌법소원 등을 제기하는 등 실질적인 사용자단체 역할을 수행하고 있다.

한편 우리나라 유통업 내 하위 업체별로 백화점협회, 면세점협회, 마트협회, 편의점협회 등이 존재한다. 다만, 체인스토어협회나 각 협회는 산하 조직에 대한 구속력이 약한 편이다. 오히려 각 업체별 대형유통업체(롯데, 신세계, 현대, 홈플러스 등)들이 실질적인 권한을 갖고 있다고 봐야 한다. 이런 이유로 유통산업 노사관계 차원의 문제도 금속, 보건, 금융 등과 달리 개별 기업 차원에서 해결하는 모습들이 많다. 특히 유통기업들은 정부 정책이나 개입도 개별 기업들이 그룹 경영전략 차원에서 해결하고 있는 형세다.

Ⅲ. 2018년 노사관계 형성 및 평가

2018년 유통업 대형마트 노사관계 주요 쟁점은 정기휴점제, 노동시간 단축, 법정 최저임금 인상 문제, 노동환경 개선 등이었다. 그러나 대형마트 3개 노조의 소산별 전환은 마트산업 노사관계의 제도화의 시작이 되었고, 주요 산업정책 의제를 공동의 과제로 이끌어 가고 있다. 다만 대형마트 주요 사업장 내 복수노조가 형성된 것은 향후 노사관계 재편 과정에서 다수노조 확보 등 쟁점이 나타날 개연성이 높다.

1. 마트노조 형성과 조직화

민주노총 서비스연맹 내 대형마트 중심의 기업별 노동조합은 2016년 3월 ‘마트산업노동조합 준비위원회’를 설립하고 산별노조 준비를 1년 6개월간 진행해 왔다. 이마트노동조합, 홈플러스노동조합, 민주롯데마트노동조합이 주축이 되어 공동의 사업과 활동을 통해 마트노조 건설 필요성을 공감하고, 마트노조라는 소산별 조직 전환을 준비했다.²⁾ 2017년 마트노조 초기 출범

2) 서비스연맹 산하 3개 대형마트(홈플러스, 이마트, 롯데마트)는 마트노조 소산별 전환 투표(2017. 11. 3. 전체 투표율 85.87%, 찬성률 96.78%)를 통해 산별노조로 전환되었고, 최종적으로 마트노조는 2017년 11월 12일 출범했다.

준비 당시 사업목표는 마트산업 주요 노동문제(최저임금, 표준계약)와 노동환경(의자, 휴게실, 감정노동 등)으로 두고 있었다.³⁾

마트노조 출범을 위한 사전 준비기에 노동조합은 공동준비위원장(3개 노조) 체제로 운영하며, 마트노조(준)의 일상적인 의결, 집행은 공동위원장단회의, 집행위원회(각 노조 사무국장, 연맹 담당자, 각 노조 파견간부)에서 수행하고, 공동위원장단회의는 합의제 형태를 가졌다. 마트노조는 2017년 3개 노조가 각기 지역조직으로 마트노조(준) 지역본부를 구성하며 일상적인 지역사업을 담당했다. 지역본부는 가능한 한 광역단위로 구성하며 조직상황에 따라 몇 개 광역 단위를 하나의 지역본부로 구성할 수 있도록 했고, 지역본부는 3개 노조 지부장, 본부장 중 공동본부장을 두도록 했다.

한편 마트노조는 2017년 11월 출범 이후 2018년 3월 정기 대의원대회를 통해 ‘마트노조 2020 전략’을 세우고, ‘5대 의제 - 5대 전략 - 10대 과제’를 설정했다. 특히 기존의 마트노조 출범 준비기에 논의되었던 다양한 의견들을 정리하여, 2018년 사업의 구체화된 내용으로 2018년 사업계획을 제시한 상태다. 마트노조 출범기 조직 현황을 보면 105개 지회(홈플러스 70개 지회, 이마트 31개 지회, 롯데 2개 지회, 중앙 직할 지회, 협력지회)로 출범했으나, 출범 이후 약 9개월 정도 지난 2018년 11월 기준 총 130개 지회가 되었다. 마트노조는 출범 1년 사이 약 180개 지회 건설을 조직확대 목표로 하고 있다.

마트노조 2018년 사업계획은 ① 3개 지부, 10개 지역본부, 103개 지회 조직 실태 조사 사업, ② 마트노조 전성시대를 열어갈 500 간부 대회, ③ 독립법인마트, 협력업체, 마트노조시대의 매장! 3대 조직사업 정형 구축, ④ 육체노동 개선, 감정노동 보호 사업, ⑤ 표준근로계약서 사업, ⑥ 나쁜 일자리 철폐 투쟁, ⑦ 마트노동자 상담센터 운영, ⑧ 산별 교섭 투쟁, ⑨ 최저임금 투쟁, ⑩ 마트노동자 직접정치 사업, ⑪ 마트노조 출범 1주년 기념대회 및 전국노동자대회 총집결을 제시했다(마트노조 정기대대 자료집, 2018. 3).

민주노총 서비스연맹 마트노조 규약의 조합원 자격

제7조(조직대상) ① 도·소매업과 도·소매업 관련 산업의 노동자와 다음 각 호의 자는 조합에 가입할 수 있다.

1. 조합 활동과 관련하여 해고된 자
2. 조합에 임용된 자
3. 도·소매업과 도·소매업 관련 산업에 근무한 경력이 있는 자, 구직중인 실업자
4. 기타 가입을 희망할 경우 중앙집행위원회에서 가입이 승인된 자

② 조합은 조합원 이외에 준조합원을 둘 수 있으며, 준조합원의 자격 및 권리와 의무는 별도의 규정으로 정한다.

3) 마트노조 준비위원회 자료(2차)에서 사업목표는 “마트산업 갑질행위와 무권리상태의 마트노동자 현실을 알려내고, 감정노동/유통산업발전법 등 마트노동자의 삶을 개선할 수 있는 산업적 의제를 전면적으로 대응한다”였다(마트노조 준비위 2차 자료, 2017. 10. 20).

2. 노사관계 교섭 및 쟁점

가. 정기 휴점제와 노동시간 단축 문제

마트노조는 대형마트 내 작업 환경과 맞물린 노동조건에 관심을 갖고 있었고, 이는 노동안전(건강, 휴식) 차원에서 매우 중요한 노사관계 요인으로 인식됐다. 이 때문에 마트노조는 지난 1년 동안 현행 월 2일의 정기휴점제를 4일로 확대하고 명절 휴점제 등을 사회적으로 요구하는 활동을 전개했다. 마트노조는 법제도(유통산업발전법)가 노동조건에 큰 영향을 끼친다는 현실을 직시하고 대형마트의 영업일과 영업시간이 유통산업발전법과 지자체 조례 개정을 통해 규정되도록 국회와 정치권에 요구하는 활동을 전개했다.

이와 같은 요구를 하는 이유로는 유통업 특성상 휴일이나 주말에도 일을 해야 하는 상황이라 ‘일과 삶의 균형’이 불가능한 점도 한 요인으로 꼽고 있다. 이 때문에 대형마트 조합원들도 유통업의 특수한 상황을 개선할 수 있는 정책(정기휴점제)에 대한 호응성이 상대적으로 높다. 마트노조의 주요한 요구는 유통업 종사자의 건강권 보호를 위해 개점 및 폐점 그리고 영업시간 규제가 제도적으로 필요하다는 것이다. 그리고 주요 선진 유럽의 경우 대형 유통매장의 영업시간을 법률(의무휴점제, 일요일 휴점 등)로 제한하고 있다는 점도 이유로 꼽고 있다.

게다가 2017년 하반기부터 2018년 상반기까지 신세계 이마트가 1일 7시간 근무제를 시행하면서 정부의 근로기준법 개정 논의와 맞물려 마트노조의 노사간 쟁점이 되었다. 이마트 노사간 쟁점으로 노동시간 단축의 절차적 과정과 내용적 문제점이 제기되었다. 노동조합은 사측 주도의 노동시간 단축 진행과 인력충원 없는 노동시간 단축으로 현장의 노동강도가 강화된다는 점을 주요한 문제점으로 제기했다. 2018년 신세계 이마트는 각 지점별 부서 내 탄력근로제를 시범 운영(단위기간 2주)하고 있는데, 향후 전면 적용할 경우 노사간 쟁점이 될 것으로 판단된다.

나. 노동환경과 산업안전 문제

최근 몇 년 사이 대형마트에서는 작업장 내 산업안전 문제가 쟁점이 되고 있다. 특히 이마트의 산업재해 관련 사안이 언론에 자주 기사화되었는데, 지난 2011년, 2013년, 2018년 세 차례나 사회적 쟁점이 된 바 있다. 2018년 신세계 이마트 점포에서 작업장 내 사망사고가 세 차례 발생하면서 노사간 쟁점이 되었다.⁴⁾ 신세계 이마트에서만 2018년 2월에 이마트 스타필드 고양점

4) 대표적으로 2013년 이마트 용산점 등 22개 지점에서 안전통로 미설치, 난간 미설치, 작업발판 미설치, 전도방지 미조치, 근골격계 부담작업 유해요인 미주지 등 안전상의 조치 및 보건상의 조치 위반으로 적발되어 과태료가 부과된 바 있다.

입점협력업체 직원의 재고창고 정리 중 심장마비 사망사고, 이마트 구로점 계산 직원 심장마비 사망사고가 발생하였으며, 2018년 3월에도 이마트 남양주 도농동 에스컬레이트 설치 하청업체 직원의 수리 과정 사망사고가 발생했다.

전통적으로 산재사고는 제조업 문제로만 인식되었던 사안들이 이처럼 서비스 사업장에서 발생되면서 노동조합 차원에서는 핵심적인 해결 과제로 제시된 바 있다. 이마트 계산 노동자 사망 사고 등은 노조의 집회에서 시민사회 활동으로 되면서 사회적 쟁점이 되었다. 특히 일부 산재사고의 쟁점을 둘러싸고 노사간 의견 차이가 좁혀지지 않으면서 노사 갈등이 심화되었다. 게다가 대형마트 종사자 다수가 중고령 여성이라는 점에서 볼 때, 건강권 문제와 맞물려 전 사회적 이슈가 된 것이다.

한편 지난 1년 동안 대형마트 계산대 위치와 높이, 의자 등은 ‘서서 일하는 노동자’들에게 직접적인 영향을 미치는 요인이기에 노동환경 개선 문제는 마트노조의 주요 요구였다. 유럽 다수의 나라에서는 계산대 높이를 낮아서 작업할 수 있도록 설계하고, 작업하기 편한 의자를 비치하는 것과 달리, 우리나라는 아직도 형식적으로만 의자를 비치한 데다 기업과 고객의 눈치를 보느라 앉지 못하고 있기 때문이다. 마트노조는 대형마트 조합원의 직업성 질병(근골격계 질환 의사진단 수준) 문제를 꾸준히 제기하여 노사간 쟁점이 되고 있다.

다. 개별 기업 차원의 임단협 교섭 문제

마트노조는 실질적으로 사용자단체와 산별교섭이 이루어지지 않는 상태에서 기업별 임단협 교섭을 중심으로 진행되었고, 임금교섭은 기업별 편차가 존재한다. 마트노조 주요 3사의 임금교섭은 2016년부터 2018년 동안 최근 3년을 기준으로 보면, 롯데마트를 제외하면, 4~8% 내외(홈플러스 8.7%, 이마트 4%) 수준의 임금 인상이 되었다. 2017년에서 2018년 최저임금 인상으로 마트 사업장 내 무기계약직 노동자들의 임금은 상대적으로 두 자릿수 인상 효과(홈플러스 14.7%, 이마트 10%)가 확인된다.

결국 법정최저임금 수준의 임금을 받고 있는 사업장에서는 노사간 교섭에 있어서도 제도효과가 직접적으로 영향을 미친다고 볼 수 있다. 그렇기 때문에 마트노조는 지난 몇 년 동안 기업별 내부 임금인상 투쟁과 별개로 최저임금 1만 원 투쟁에 전 조직적 역량을 투여하고 있다. 실제로 마트노조 간부가 박근혜 정부와 문재인 정부 시기 최저임금위원회 노동계 추천위원(홈플러스, 이마트)으로 활동하고 있다.

마트노조 주요 3사의 기업별 임단협 교섭 내용을 보면 임금성 교섭이 주요하게 다루어지고 있다. 이마트의 경우 임금인상 과정에서 근속수당이 신설되었고, 롯데마트의 경우에도 근속수당 확대와 경조금 지원액 증액, 학자금 기준 개선 등이 요구안으로 제시되고 있다. 결국 국내

대형마트 사업장에서 임단협 교섭의 주요 안건은 낮은 임금과 복지 개선을 위한 소득 중심의 경제적 교섭이 노사간 안건으로 논의되고 있음이 확인된다.⁵⁾

〈표 4〉 마트노조 3사 기업별 임금교섭 합의 현황(2015~2018)

마트3사	직군, 고용형태		2016년	2017년	2018년
홈플러스	담당/사원(무기계약직)		5.3%	6.0%	14.7%
	FT (정규직)	CM(비직책 선임~대리)	4.0%	4.0%	10.0%
		SM(섹션장 주임~과장)	4.0%	4.0%	6.0%
		부점장/점장 이상	3.0%	4.0%	4.0%
이마트	정규직	공통직	2.0%	5.0%	5.0%
	무기계약직	전문직	2.0%	2.0%	10.0%
롯데마트	일반직	S	동결	동결	
		M			
		SA		1.5%	
		A(기능직 포함)		2.0%	
		JA		3.0%	
		JA2(전문계약직 포함)			
	무기계약직	주니어 담당	* 최저시급 350원 인상	* 근속 시급 최저임금 120원 ~570원)	

한편 마트산업 노사관계는 주로 국내 대기업이 운영하는 곳에서 이루어진다는 점에서 노사 관계 또한 갈등적인 상황이 노출되었다. 대표적으로 마트노조 3사(이마트, 롯데마트, 홈플러스)에 복수노조가 설립된 상태이며, 이마트와 롯데마트는 지난 수년간 노조활동을 둘러싸고 부당노동행위 여부로 시비가 붙은 곳이다. 특히 이마트는 2013년 불법파견 이후 노동조합이 3개나 설립되는 과정 속에서 민주노총 사업장 소속 노조와 상급단체 미가맹 노조 간에 과반노조 지위(조합원 350여 명 차이)를 둘러싼 조직 내적 갈등이 나타나고 있다.

5) 마트노조 내 개별 기업의 노사관계 신뢰성이 낮다 보니 노사간 교섭이 실질적으로 진행되지 못하는 상황도 확인된다. 2018년 이마트 교섭 과정을 보면, 10월 12일 노사상견례가 있던 뒤, 1차 임단협 실무교섭(2018. 10. 18) 이후 5차 교섭(2018. 11. 15)까지 노사 간 내용적 깊이가 심화되지 못한 상태로 진행되고 있다. 노사 실무교섭 과정을 보면 2차 실무교섭(2018년 경영 현황 공유), 3차 실무교섭(비용 소요 예산액 공유), 3차 및 4차 실무교섭(처우개선 및 추가 안건 논의)까지 매주 진행되는 과정에서 교섭 내용이 심화되기보다는 새로운 안건 제출이 논의되는 방식으로 진행되고 있다.

IV. 2018년 노사관계 평가 및 2019년 전망

1. 2018년 노사관계 평가

유통업 노사관계는 전통적으로 기존 주요 산업에 비해 주목을 받지 못했던 영역이다. 전 세계적으로 산업규모에 비해 고용구조가 다층적이고 이질적이기에 노조 조직률도 미약하고, 노사관계가 형성된 곳에서도 파급력이 약하고 안정화되지 못한 영역이었다. 그러나 우리 사회에서는 2007년 비정규직법 제정 당시 이랜드 파업으로 유통업 노사관계가 사회적 관심을 받게 되었고, 그 후 다양한 유통업 내 노사관계가 형성되었다. 대표적으로 백화점과 면세점 입점업체 형태로 운영되는 화장품 브랜드 기업의 노동자들이 노조를 만들면서 사회적 이슈화(감정노동, 휴게공간)했다. 그리고 최근에는 대형마트 계산, 판매 등 직접고용 무기계약직과 기간제 및 파트타임 노동자들이 노조에 가입하면서 사회적 의제(최저임금, 산업안전 등)를 제기하고 있다.

2018년 주요 유통업 중 마트산업 노사관계를 평가하면 다음과 같이 요약 가능하다. 첫째, 2010년대 초중반부터 기업별 노조였던 마트노조가 소산별 형태의 노동조합으로 조직형태를 전환(2017. 11)하였다. 마트산업은 특성상 업종 특성과 기업 운영방식이 유사하고, 고용구조와 노동조건 또한 비슷한 형태를 갖고 있다는 점에서 산업별 노사관계 형성의 공통점을 갖고 있다. 그러나 2017년 마트노조 출범 이후 1년이 안 된 시점이기에 사용자 구성과 교섭요구 등은 진척되지 못하고 조직화 확대를 추진하는 단계다.

둘째, 마트산업 노사관계는 현재 개별 기업별 노사관계에서 교섭이 진행되고 있고, 기업별 임단협 교섭과 사업장별 이슈가 주요 쟁점이 되고 있다. 현재 마트노조 임단협교섭은 내부 커뮤니케이션 개선이 주요하게 논의되고 있다. 다만 최저임금 인상(2017~2018년)과 맞물려 저임금 노동자들의 임금인상이 두드러지며 10% 정도의 임금이 인상되었다. 이런 이유로 마트노조는 개별 임금교섭 못지않게 매년 상반기 최저임금 인상 1만 원 투쟁에 조직적 결집력을 높인 바 있다.

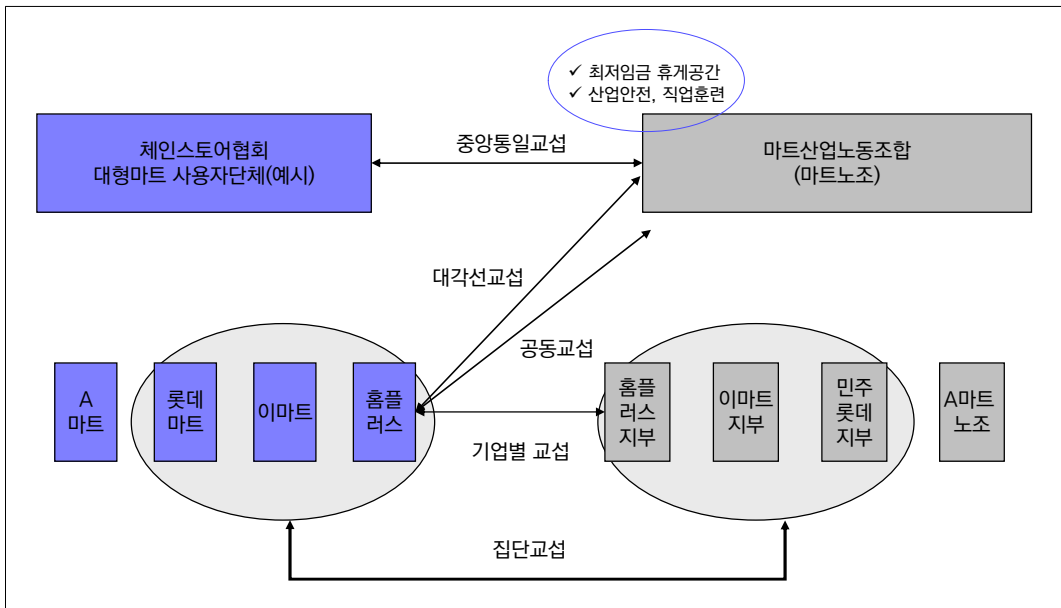
셋째, 마트산업 노사관계 차원에서 보면 2018년은 산업안전과 건강(노동자 사망사고), 의무 휴게제 등이 노조의 주요한 이슈였다. 마트산업은 유통업 특성상 중고령 여성 다수 사업장이다. 따라서 기본적으로 작업장 내에서 건강권 문제가 중요할 수밖에 없고 휴게공간이나 의자 비치와 같은 노동환경 문제가 주요 쟁점이었다. 특히 2018년 이마트 계산 노동자 사망사고나 명절 영업시행 등은 노동안전과 일과 삶의 균형(WLB) 문제와 연동되어 주요 노사관계 쟁점이었다.

2. 2019년 노사관계 전망

2019년 마트산업 노사관계는 산업별 노사관계를 지향하는 노조 방향에 따라 산업정책과 노동시장 정책 등이 활발하게 의제화될 것으로 판단된다. 첫째, 2019년은 마트노조 내부요인에 의한 노사관계 개편이 작동될 것으로 보인다. 무엇보다 마트노조 출범 2년째가 되는 시점에서 노동조합은 본격적인 조직확대 사업(신규 지회 설립, 조합원 확대, 협력업체 조직화 등)을 계획하고 있다. 특히 롯데마트를 제외하면 홈플러스나 이마트의 경우 지난 3년 사이 조직확대가 급속히 증가하고 있다는 점을 고려하면, 산별노조로서 조직 동원화의 골격을 갖출 것으로 판단된다. 그 때문에 2019년 노사관계는 마트산업의 산별교섭 형성을 위한 제도화 초기 국면(사용자단체 구성, 사회적 의제 논의)이 형성될 수도 있다.

둘째, 마트산업 노사관계는 외부요인에 의한 제도화 형성이 전개될 개연성도 있다. 현재 마트노조는 산업과 지역, 노동조건 등 제반 노동현실이 거의 유사한 사업장 성격 때문에 산별노조를 통한 통괄적 교섭을 지향하고 있다. 이는 정규직과 비정규직, 직영과 협력업체, 지역별 차이를 줄이는 역할도 할 수 있기 때문에 특성 의제를 놓고 집단교섭의 접근도 고려하고 있기 때문이다. 특히 마트노조 산업별 교섭의제들이 ‘국정과제’ 주요 논의 의제(교육훈련, 일자리 창출, 감정노동, 산업재해 및 건강권 등)들과 맞물려 있다는 점이 문재인 정부 시기 제도화의 가능성이 높다고 볼 수 있다.

[그림 1] 유통업 및 대형마트의 초기업별 및 사업장 노사관계 교섭 모형(안)



셋째, 마트산업 노사관계가 긍정적인 현상만이 아니라 부정적 현상 또한 존재한다. 현재 마트노조 노사관계 형성을 위해서는 무엇보다 노사간 공통의 이해관계가 있거나 노사간 산업 차원에서 불확실성이 높아 노사정 상호 의존성이 있어야 한다. 그러나 현재 마트산업 주요 3사는 대기업 사업체라는 점에서 볼 때 시장의 독점적 지위를 갖고 있는 기업들이 산업별 교섭이나 사회적 대화에 나설 유인책이 쉽게 확인되지 않는다. 게다가 타 산업과 달리 마트산업 사용자 단체 구성이 안 되어 있다는 점은 상대적으로 산업별 노사관계 형성의 제도화에 시간이 필요할 수도 있다. **KLI**

[참고문헌]

- 김종진(2015), 『유통 서비스판매직 건강권 실태조사』, 국가인권위원회.
- _____ (2017), 『유통업 파견근로개선을 통한 고용 개선효과』, 2017 고용영향평가 연구시리즈, 한국노동연구원.
- _____ (2018), 『서비스노동자 삶의 질 실태조사』, 한국노동사회연구소·서비스연맹.
- 은수미·김영순·김종진(2008), 『유통서비스 고용관계』, 한국노동연구원.