

이윤추구형 야간노동 : 야간 배송기사 사례*

박 종 식**

I. 야간배송의 확산과 야간노동

2000년대 이후 온라인 쇼핑의 활성화와 함께 소위 B2C(business to customer) 배송이 폭발적으로 증가하면서, 한국의 택배업체들에서는 이에 대응해 체계화된 ‘허브 앤 스포크(Hub & Spoke)’ 방식의 물류 네트워크가 대세로 자리매김하고 있다. ‘허브 앤 스포크’ 시스템의 기본 원리는 첫째 날 저녁 각 스포크에서 집하한 택배상품들을 주요 거점 허브로 집결하고 저녁~새벽 시간 동안 다시 각 스포크로 보내고, 둘째 날 오전부터 택배기사가 분류 작업 후 최종 배송하는 것을 원칙, 즉 기본적으로 ‘2일 배송(D+1)’을 원칙으로 하고 있다. 한국의 택배산업은 이를 바탕으로 폭발적으로 늘어나는 택배물량들을 안정적으로 처리하며 성장해 왔다(박종식, 2017: 323).

그런데 이와 같은 ‘허브 앤 스포크’ 시스템에 기반한 2일 배송보다 더 빨리 상품을 받아보기를 원하는 소비자들이 늘어나고, 신선식품과 같이 2일 배송 시스템으로는 사실상 온라인 쇼핑이 불가능한 제품에 대한 배송수요가 점차 증가하고 있다. 이와 같은 시장 수요의 변화에 주목하면서 기존의 2일 배송 택배시스템에 만족하지 못하던 신선식품 전자상거래 업체들 중 일부는, 기존 택배업체들이 ‘허브 앤 스포크’ 시스템으로는 불가능한 야간배송/새벽도착배송을 거부하자 외부 투자를 통해 자체적인 야간배송을 위한 물류시스템을 별도로 구축하였다. ‘마켓컬리’로 알려진 (주)컬리는 야간배송을 위해서 처음에는 수도권을 대상으로 자체적인 물류 창고와 설비를 확보하고서 자체적으로 신선식품 새벽배송을 하였다. 서울과 경기지역에 한정되기는 하지만 전날 밤 11시까지 온라인에서(홈페이지 또는 모바일 앱으로) 상품을 주문하면 다음 날 오전 7시 전까지 소비자의 문 앞까지 배송을 해 주는 ‘셋별배송’이라는 서비스를 제공하고

* 이 글은 이정희 외(2019), 『서비스업 야간노동 - 인간 중심의 분업구조를 위한 제언』 중 제6장의 내용 일부를 발췌·정리한 것이다.

** 창원대학교 사회과학연구소 선임연구원(foral@hanmail.net).

있다). 이후 기존 택배업계에서도 야간 배송 요구들이 증가하면서 ‘허브 앤 스포크’ 시스템 이외에 야간배송을 위한 별도의 물류시스템을 구축하여 야간배송 시장에 진출하고 있다.

이처럼 소비자들의 편익 요구와 기업의 이윤추구 목적이 결합하면서 야간배송이 점차 확대되면서 야간배송을 전담하는 물류창고 포장 담당자, 간선차량 운전자, 야간택배 기사 등 야간에 일을 하는 취업자(노동자 포함)가 점차 증가하고 있다. 하지만 야간간선차량 운전자 및 포장작업자, 야간배송기사들의 근무환경(working conditions)에 대해서는 거의 알려진 바가 없다. 이 글에서는 물류 및 택배산업의 변화와 함께 새롭게 등장하고 있는 야간배송기사들의 사례를 검토하고자 한다. 이미 야간에 상품 배송을 하는 기사들도 다양한 고용형태 및 근무형태로 일하고 있다. 이 글에서는 최근 한국에서 가장 대표적인 전자상거래업체이면서 직접 배송시스템을 구축하고 있는 쿠팡과 마켓컬리, 두 업체에서 ‘직접고용’ 형태²⁾로 일하고 있는 야간배송 기사들의 전반적인 근무조건을 살펴보고, 이를 통해 야간노동의 문제점들을 지적할 것이다. 나아가 앞으로 증가할 야간노동 문제에 대해서 어떻게 우리 사회가 대응해야 할 것인지에 대한 고민의 단초들을 제안하고자 한다.

II. 전자상거래 업체의 직접배송과 직고용 : 쿠팡과 마켓컬리

2000년대 이후 배송 물량 증가에 대응하는 배송 체계를 확립해 가는 택배산업은 앞으로도 지속적인 성장이 예상된다. 하지만 택배배송에서 변화의 흐름도 나타나고 있다. 과거에는 유통업체들은 상품 판매에만 주력하고, 고객에게 주문받은 상품배송은 전문택배업체에 위탁하였으나, 최근 들어서는 유통업체들이 상품배송을 택배업체에 위탁하지 않고 직접 물류시스템을 확보하고서 상품배송에 나서는 사례들이 확산되고 있다. 이는 물류배송 체계와 이러한 과정에서 확보한 엄청난 양의 정보(data)를 재가공하는 경우에는 또 다른 회사의 자산이 될 것이라는 판단으로 네트워크의 중요성을 인식했기 때문이라고 할 수 있다. 다른 한편으로는 앞서 언급한 바와 같이 기존의 ‘허브 앤 스포크’ 물류 시스템으로는 배송이 부적합한 냉동냉장식품(소위 신선식품)에 대한 소비자들의 배송요구가 증가하면서, 신선식품 배송이라는 새로운 택배산업 시장이 확대되고 있다는 점을 지적할 수 있다. 이와 같은 두 가지 택배산업 변화의 흐름을 고용과

- 1) 나아가 마켓컬리는 지난 3년 동안의 야간배송 노하우를 바탕으로, 2019년 8월 27일 국토교통부 공고에 따르면 ‘프레시솔루션’이라는 자체 택배업체를 설립하고 정식 택배 운송사업자로 등록하였다. 즉, 전자상거래 업체로 시작하여 택배산업으로도 진출하여, 실제 타 업체들의 신선식품 배송도 하고 있다.
- 2) 쿠팡과 마켓컬리의 배송기사들 중에는 개인사업자 형식으로 일하는 배송기사들도 공존하고 있다.

일자리의 측면에서 접근하면 야간배송, 즉 야간노동에 대한 사회적인 수요 증가로 이어지고 있다는 점에 주목할 필요가 있다.

그 결과, 오늘날 택배산업은 독자적인 산업의 영역이기도 하지만 다른 한편으로는 기존 도소매유통업과의 경계가 모호해져 가는 흐름이 나타나고 있다. 즉, 유통업체들이 (온라인으로) 주문받은 상품을 택배업체나 제3자 물류에 위탁하는 것이 아니라, 자체 배송 시스템을 구축하는 흐름이 비단 한국뿐 아니라 전 세계적으로 나타나고 있다. 세계 최대의 유통업체로 성장한 아마존(amazon.com)은 이미 운송업에 본격적으로 진출해서 세계 최대의 상품거래 업체이자 동시에 세계 최대 규모의 물류회사라고도 할 수 있다. 한국에서는 포털 전자상거래업체로는 쿠팡(coupang)이 대표적이며, 신선식품을 전문으로 하는 마켓컬리(market kurlly) 또한 이에 해당된다고 할 수 있다.

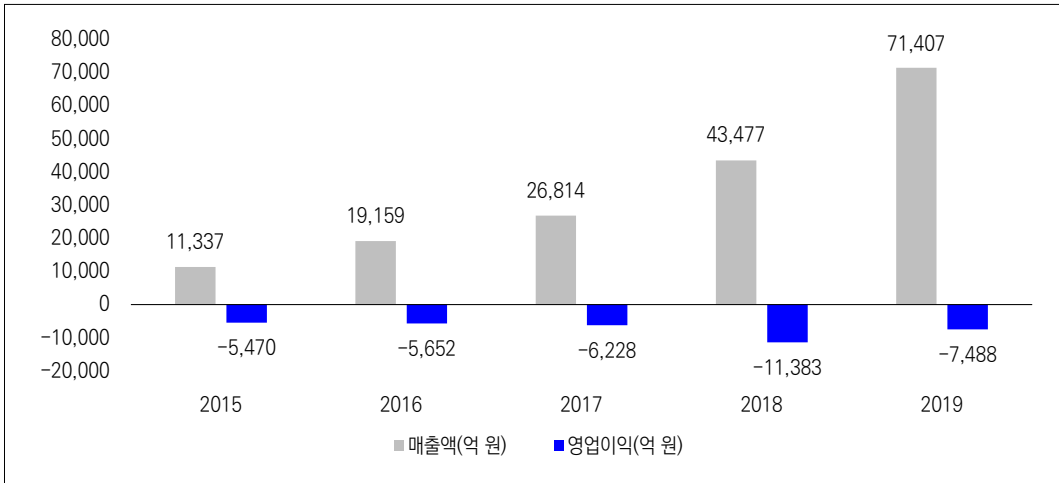
1. 전자상거래 업체 쿠팡의 등장과 자체 물류망 구축

2010년 8월 사업을 시작한 쿠팡은 처음에는 소셜 커머스(social commerce) 업체였다. 즉, 사업 초기에는 딜(deal) 기반 비즈니스로 운영하다가 2014년에 온라인 유통업으로 방향을 전환했다. 쿠팡은 2015년에는 연매출 1조 원을 넘어섰고, 2017년에는 매출 2조 6,813억 원을 돌파하며 전년 대비 40% 성장을 기록했으며, 이후에도 매출은 급증하고 있다. 2018년에는 매출 4조 3,477억 원, 2019년에는 매출이 무려 7조 1,407억 원을 기록하면서 말 그대로 폭발적으로 매출이 성장하고 있는 전자상거래 업체이다. 온라인 유통업으로 전환한 초기부터 일반유통업체와는 차별화된 ‘로켓배송’을 시작하면서 주목을 받았으며, 2018년부터는 새벽배송까지 진출하면서 기존의 일반 상품배송뿐 아니라 신선식품까지 배송하면서 매출이 급증했다고 할 수 있다.

하지만 쿠팡은 매년 가파른 매출신장에 비례하여 동시에 엄청난 영업적자를 기록하고 있었다. 처음 매출 1조 원이 넘는 2015년 영업적자가 5,470억 원이었고, 2017년에는 6,228억 원까지 꾸준히 증가하고 있으며, 매출이 급증한 2018년에는 영업적자도 사상 처음으로 1조 원을 넘어 1조 1,383억 원을 기록하였다. 쿠팡이 이처럼 매출액 증가에 비례해서 적자가 늘어나고 있는 원인으로 쿠팡의 독자적인 배송망 구축과 검색시스템, 결제시스템 등에 엄청난 시설투자 비용을 치르고 있기 때문이라는 점을 일반적으로 지적하고 있다. 다만 그동안 매출액이 증가할 때마다 영업적자도 함께 증가하였으나, 2019년에도 매출액은 급증하였으나 영업적자는 2018년 대비 약 3,895억 원 감소하여 약 7,488억 원으로 나타나고 있다. 쿠팡 회사 입장에서는 그동안 커지기만 하던 적자폭이 줄어들면서, 쿠팡이 미래상으로 그리는 미국 '아마존 방식의 성장가능성'을 확인했다고 할 수 있을 것이다.

(그림 1) 쿠팡의 연도별 매출액 및 영업이익

(단위 : 억 원)



자료 : 쿠팡 자체 사업보고서(www.coupang.com).

2. 신선식품 전문업체 마켓컬리의 등장과 야간배송

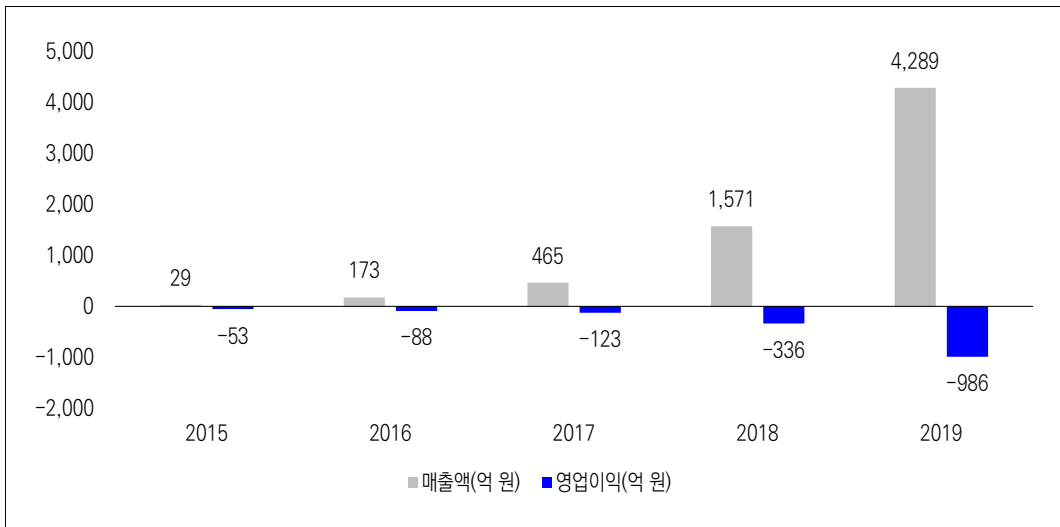
허브 앤 스포크 시스템에 기반한 2일 배송(D+1) 시스템에 불만족하는, 보다 더 빨리 주문한 제품을 받기를 원하는 소비자들이 등장하고 있다. 아울러 기존의 허브 앤 스포크 방식의 2일 배송 네트워크로는 신선식품들은 신선도 문제로 사실상 배송이 불가능하다. 그런데 정육, 생선류, 채소류 등의 신선식품도 온라인으로 주문해서 배송을 받기를 원하는 고객들의 수요는 증가하고 있다. 즉, 기존 2일 배송 시스템으로는 사실상 온라인 쇼핑이 불가능한 제품에 대한 택배 수요가 점차 증가하고 있다. 하지만 기존 택배업체들은 밤에 주문받고 다음 날 아침에 고객들에게 전달하는 배송 체계는 지난 10여 년 동안의 경험을 축적하여 안정적으로 구축한 허브 앤 스포크 시스템을 뒤흔들 수 있다는 점을 우려하였다. 특히 신선식품 배송은 별도의 물류창고와 차량(소위 ‘콜드체인(cold-chain)’ 시스템)이 필요하기 때문에 신선식품 온라인 상거래 업체들의 새벽배송 요청을 거부하였다.³⁾ 그러자 신선식품 전자상거래(e-commerce) 업체들 중에서는 자체적으로 별도의 새벽배송 물류시스템을 도입하는 기업들이 등장하고 있다. 이후 새벽배송에 대한 수요가 폭발적으로 성장하자, 기존 택배업계에서도 새벽배송에 대한 요구들에 부응하기 위해서 허브 앤 스포크 시스템 이외에 새벽배송을 위한 별도의 물류시스템을 구축하여 뒤늦게 새벽배송 시장에 진출하고 있다.

3) 최근 증가하고 있는 신선식품 배송은 냉장냉동 배송 및 냉장 물류창고(콜드 체인 시스템), 별도의 디지털 할당(DAS : digital assorting system) 및 포장(DPS : digital packing system) 기술 등이 필요하다.

정육, 채소 등 신선식품의 온라인 판매-유통-배송의 혁신의 대표적인 기업인 마켓컬리의 성장 과정을 살펴보도록 하자. 2014년 12월에 ‘더파머스’라는 명칭으로 식자재를 중심으로 전자상거래 사업을 시작한 마켓컬리는 2015년 매출액 29억 원에서 매년 급성장을 거듭하여, 2018년에는 매출액 1,571억 원, 2019년 4,289억 원으로 2019년에는 전년 대비 2.7배나 성장하였으며, 5년 만에 매출이 무려 150배 가까이 성장하였다. 하지만 이와 같은 엄청난 성장세에도 불구하고 (앞서 쿠팡과 마찬가지로) 마켓컬리도 2015년 이후 매년 영업 손실을 기록하고 있다. 2015년 영업적자는 53억 원이었는데, 영업 손실액이 매년 크게 증가하여 2018년에는 336억 원, 2019년에는 무려 986억 원의 영업적자를 기록하고 있다. 이와 같이 매출액의 1/5에 육박하는 영업적자는 대규모 물류투자와 시장점유율 확대를 위한 영업비용 증가 때문이다. 마켓컬리는 2019년 물류에도 많은 투자를 단행했는데, 매월 10% 이상 늘어나는 주문을 원활하게 처리할 수 있도록 2018년 3개의 물류센터를 운영하던 것을 2019년에 추가로 3개의 센터를 더 오픈해 총 6개 센터를 운영하고 있으며, 추가 오픈한 센터를 포함한 2019년 말 물류센터의 전체 면적은 2018년 대비 4.9배 증가했다. 회사 차원에서 배송망을 계속 확대하고, 신규 고객 확보를 위한 프로모션 등으로 영업적자 폭이 계속 커지고 있다고 설명하며, 이후 독자적이고 안정적인 배송시스템을 구축하고 이용고객이 꾸준히 증가한다면 향후 흑자로 전환할 것으로 기대하고 있다.

[그림 2] 마켓컬리의 매출액 및 영업손실

(단위 : 억 원)



자료 : 금융감독원 전자공시(dart.fss.or.kr) (주)컬리.

3. 전자상거래 업체의 고용 특성 : 부분적인 직고용 활용

최근 전자상거래 유통업체들이 직접 상품배송에 뛰어들면서, 그동안 택배기사들을 개인사업자 신분으로 활용하는 관행에서 다소 변화가 나타나고 있다. 전자상거래 업체 중에서 가장 먼저 직접 배송에 뛰어들은 쿠팡의 경우에는 최근 직접고용 정규직과 비정규직, 그리고 개인사업자인 ‘쿠팡 플렉스’라는 세 가지 유형의 고용형태가 동시에 나타나고 있다. 쿠팡의 비정규직은 쿠팡맨으로 2년을 경과하고 일정한 평가기준을 충족시키면 정규직으로 전환되는 방식으로, 정규직과 비정규직의 근무에서의 차이는 사실상 없다. 쿠팡 플렉스는 자기 차량으로 배송을 하면서 택배배송 건당 수수료를 받는 개인사업자이다.

그리고 쿠팡은 기존의 전자상거래 업체들과의 차별적인 서비스를 제공하기 위해서 전문 택배업체에 상품배송을 위탁하지 않고 쿠팡에서 직접 배송 사원을 고용해서 물류설비와 택배망을 구축해서 서비스를 제공하였다. 즉, 초기 쿠팡이 내세웠던 경쟁업체와 차별화된 쿠팡만의 ‘감성배송’은 차별점이 없는 위탁 택배를 통해서는 실현 불가능했기 때문에 택배기사들을 직접 고용하고 쿠팡 자체적으로 배송하는 전략을 택하였다. 이러한 명분으로 ‘쿠팡맨’은 등장하였고, 한국에서는 드물게 전자상거래 업체가 배송을 직접 하고, 임금노동자로 배송기사를 직접 고용하는 사례가 한국의 택배기사 노동시장에서 등장했다고 의미를 부여할 수 있다. 이후 물량이 늘어나고, ‘로켓배송’ 서비스를 시작하면서는 로켓배송 서비스 제품은 직접고용 노동자들이 배송하고, 일반배송이나 야간배송에서는 점차 ‘쿠팡 플렉스’⁴⁾라는 위탁 배송기사들이 처리하는 비중이 커지고 있는 상황이다.

마켓컬리나 이마트처럼 신선식품 배송을 중심으로 자체적인 물류 설비와 유통망을 구축하고 있는 업체들도 기존 택배업체들과 달리 배송기사들은 개인사업자와 직접고용이 혼재되어 있다. 그런데 마켓컬리의 배송업무의 핵심은 개인사업자들이고, 직접고용 택배기사들은 개인사업자 택배기사들의 휴일이나 휴가 등에 대비한 보조 인력의 성격이 강한 편이라고 한다. 마켓컬리의 경우, 2019년 상반기 현재 회사에서 활용하고 있는 배송기사 600여 명 중 510명 정도가 개인사업자인 지입(持入) 차주이고, 나머지 90여 명은 마켓컬리에서 직접 고용한 직원이다.⁵⁾ 개인사업주와 직접 고용한 직원들 간의 업무 분장은 개인사업주들이 1차로 권역을 맡아서 배달을 하고, 이들이 쉬는 날이나 공백이 생긴 배송지들을 마켓컬리에서 직접 고용한 직원들이 채우는 형식으로 역할을 구분하고 있다. 마켓컬리에서 직접고용 배송기사를 활용하는 이

4) ‘쿠팡 플렉스’는 처음에는 자기 차량으로 개인적으로 남는 시간에 쿠팡 상품을 배송하고 수수료를 받는 형식으로 시작되었는데, 점차 쿠팡 플렉스이면서 전문 택배업체의 택배기사처럼 전업으로 쿠팡 플렉스를 주 수입원으로 하는 사람들이 늘어나고 있다.

5) 조선일보, 2019년 4월 27일자 기사, 「신선식품 배송, 새벽 1시 출발... 도로는 뺑 뚕렸는데 1층 현관 못 들어가 발 동동」.

유는 개인사업주 배송기사들에게 새벽배송을 매일 요구하기는 어렵기 때문에 휴일을 보장해 줘야 하고, 이에 따라 배송공백 지역이 발생하게 되는데 공백지역으로 배송을 나가라고 업무지시를 하기 위해서는 직접고용 배송기사들이 부분적으로 필요했던 것으로 보인다.

이와 같은 이유로 인해 전자상거래 업체들의 경우, 전문 택배업체들과 달리 다수는 아니지만 임금노동자로 직접 고용한 택배기사들을 활용하고 있다는 점에서, 기존 택배기사들의 노동시장에서 부분적인 변화 흐름이 나타나고 있다고 평가할 수 있다.

Ⅲ. 야간배송 노동자들의 근무특성과 현황

1. 쿠팡 야간배송 노동자들의 근무특성

가. 쿠팡 배송기사들의 일반적인 고용 특성: 쿠팡맨과 쿠팡 플렉서

직접 고용된 쿠팡맨들은 임금노동자로서 4대 보험의 적용을 받으며, 회사에서 제공한 1톤 화물트럭으로 배송작업을 하며, 이러한 과정에서 드는 제반 비용도 회사에서 전적으로 부담한다. 그리고 임금은 월별로 고정된 기본급을 바탕으로 성과 인센티브와 안전 수당(Safety Reward)을 변동급으로 받고 있다. 그리고 일정 기간 근무 후 평가를 통해서 레벨이 올라가는, 즉 승진하는 방식의 내부노동시장의 체계도 부분적으로 갖추고 있다.

하지만 쿠팡은 앞서 확인한 바와 같이 적자폭이 지속적으로 확대되는 과정에서 쿠팡맨들의 처우를 적절하게 인상해 주지 못했을 뿐 아니라 쿠팡맨들의 노동강도는 점차 강화되어도 배송을 담당할 쿠팡맨들을 적절하게 충원하지 못하는 현실적인 문제에 직면하게 되었다. 이와 같은 인력확보 어려움의 문제점에 대응하는 한편 플랫폼 기반의 노동력 활용 전략의 일환으로 2018년 8월, 쿠팡은 정규 직원인 ‘쿠팡맨’들이 담당하는 소위 ‘로켓배송’ 서비스 외에 일반인들이 자신의 차를 이용해 물건을 배송하는 ‘쿠팡 플렉스(coupang flex)’라는 제도를 도입하여 활용하고 있다. ‘쿠팡 플렉스’를 통해서 일을 하는 이들을 ‘쿠팡 플렉서’라고 부르는데, 이들은 쿠팡맨들과 달리 자신의 개인차량(승용차와 영업용으로 허가받은 화물차)을 활용하여 배송하고, 고정급이 아니라 배송건당 수수료를 받으며, 배송 수수료 또한 쿠팡 플렉서의 숫자와 배송물량에 따라서 수시로 변동되는 방식으로 일을 하고 있다.⁶⁾ 소위 ‘긱 이코노미(Gig economy)’ 형태로

6) 쿠팡 플렉스의 배송 단가는 매 시간 본사에서 해당 지역의 배송물량과 해당 지역에서 활동을 하는 쿠팡 플렉서의 수에 따라서 결정하고 있다고 한다. 따라서 배송물량이 늘어나면 쿠팡 플렉서의 배송단가가 올라가

매일매일 근무가능한 쿠팡 플렉서들이 모여서 쿠팡에서 요구하는 배송물량들을 처리하고 있다. 특히 ‘쿠팡 플렉스’는 회사에서 야간 택배배송 시장에 진출하면서 기존 쿠팡맨들이 야간배송으로의 전환을 기피하자 본격적으로 활용하기 시작한 성격이 강하다(야간배송 쿠팡맨 인터뷰). 처음에는 쿠팡맨의 보조 성격으로 쿠팡 플렉스를 시작했는데, 쿠팡맨들의 이직이 잦아지고 인력을 확보하지 못하면서 점차 쿠팡 플렉서들이 처리하는 물량이 늘어나고 있다.

나. 야간배송 쿠팡맨들의 근무조건 및 특성: 주간과 비교

근로계약서를 중심으로 쿠팡맨들의 업무내용을 살펴보면, 근무일수는 2017년 이전에는 주 6일제와 주 5일제가 공존하였으나 주 52시간 노동시간 상한규정이 엄격하게 적용되면서 2017년 하반기 이후에는 일괄 주 5일 근무제를 적용하고 있다. 휴무일과 주휴일은 캠프별 일정에 따라서 회사와 쿠팡맨이 조정을 하고 있었다. 회사에서는 쿠팡맨들의 근로시간 및 휴게시간과 임금은 기본적으로는 야간배송 담당인 wave1과 주간배송 담당인 wave2로 구분해서 관리하고 있다. 야간배송인 wave1의 근무시간은 22~08시(휴게 1시간 포함. 1일 1시간 연장근무 및 7시간 야간근로)이며, 주간배송인 wave2의 근무시간은 10~21시(휴게 1시간 포함. 1일 2시간 연장근무)이다. 다만 시작시간과 종료시간 또한 캠프의 위치 등에 따라서 다소 유동적일 수가 있다. 휴게시간은 식사시간을 포함해서 1시간인데 wave1은 02~03시, wave2는 12~13시로 규정하고 있다. 임금은 기본급에 고정형 연장근로수당과 고정형 야간근로수당으로 구성되어 있고, 퇴직금은 근기법 기준에 따라서 지급하고 있다. 2019년 3월 기준으로 야간배송을 하는 정규직(비정규직 경력 2년 포함) wave1의 임금은 세금 및 4대보험 공제 전에 약 390만 원이며, 주간배송 정규직 wave2의 임금은 약 340만 원이다.

〈표 1〉 야간배송 및 주간배송 쿠팡맨 정규직의 월 임금 구성

	기본급	고정형 연장근로수당	고정형 야간근로수당	월 급여액
야간배송 (wave1)	2,494,624원 월 209시간분	544,580원 주 7시간분	907,633원 주 35시간분	3,946,837원
주간배송 (wave2)	2,494,624원 월 209시간분	933,565원 주 12시간분	(해당사항 없음)	3,428,189원

주: 기본급에 주휴수당 포함. 야간배송은 1일 평균 1시간 연장근로 및 7시간의 야간근로. 주간배송은 1일 평균 2시간 연장근로로 계산.
자료: 쿠팡의 2019년 임금내역서.

다가, 쿠팡 플렉서의 활동이 늘어나면(이는 쿠팡 플렉서용 배송 앱을 켜두는 것을 의미한다.) 다시 배송단가가 낮아지는 방식으로 시장의 수요-공급 방식으로 결정하는 것으로 알려져 있다.

그런데 쿠팡맨들의 임금수준은 주간을 기준으로 같은 지역의 기존 대형 택배회사 소속의 택배기사들이 월별로 비용을 공제하고서 받는 수당보다는 다소 낮은 편이어서 쿠팡맨들의 이직이 잦은 편이라고 한다(쿠팡맨 인터뷰). 반면 회사에서는 쿠팡이 일하기 힘든 곳이라는 쿠팡 지부(노조)의 주장과는 달리 쿠팡맨들은 꾸준히 늘어나고 있음을 지적하면서, 4대 보험과 연 평균 4,100만 원에 이르는 급여는 물론, 주 5일 근무, 주 52시간 근무 및 다양한 복지혜택(가족까지 커버되는 실손보험, 회사 휴양지 이용 등)까지 제공하면서 전국 각 지역에서 좋은 직장으로 인식되고 있다고 설명한다. 특히 타 택배 기사들과는 달리 차량, 유니폼 및 배송용품 등을 회사가 구입해 제공하며 관련 비용까지 모두 부담한다는 점을 강조하고 있다(쿠팡 뉴스룸, 2019. 6. 28. 설명자료). 쿠팡맨들의 임금수준과 노동강도에 대해서는 쿠팡맨들과 회사의 의견이 다소 상이하다는 점을 확인할 수 있었다.

다. 쿠팡 야간배송기사들의 문제점

쿠팡이 야간 신선식품 배송 사업에도 진출하면서 최근의 쿠팡맨 채용에서는 야간배송이 가능한지를 물어보고 채용을 하고 있다. 아울러 기존 쿠팡맨들 중에서도 야간배송을 지원하는 경우에는 야간배송으로 전환하는 경우도 있다.

하지만 야간배송이 주간보다 근무시간이 1시간 짧고 임금은 더 많이 받는다는 장점에도 불구하고, 야간배송 쿠팡맨들은 오래 버티지 못하고 있다. 특히 야간배송의 경우 임금이 더 높지만 계속 신규 인력이 투입되고 있는데 보통 6개월을 버티지 못하고 그만두고 있다고 한다. 심지어 캠프에서 야간 전환 신청자가 부족한 경우에는 강제로 야간으로 전환하라고 시키는 경우도 발생하고 있었고, 이로 인해 쿠팡맨들의 불만도 커지고 있었다.

야간노동으로 인한 육체적인 부담으로 야간배송 쿠팡맨들의 이직이 잦아지면서, 인터뷰한 지방 근무 쿠팡맨은 “지역에서 쿠팡은 택배기사 사관학교”라고 언급하고 있다. 즉, 쿠팡맨으로 근무하면서 지역에 대한 정보, 즉 지역특수적 기술(community-specific skill)이 어느 정도 형성된 상태에서 기존 택배회사로 이동하는 경우가 많다고 한다. 야간배송이 주간배송보다 임금이 약 50만 원 높지만, 야간근무로 인한 다양한 어려움으로 인해서 충분하게 보상받고 있다고 하기는 어려워 보였다. 야간배송 근무의 어려움에 대해서 쿠팡맨들은 아래와 같이 말하고 있다.

“실질적으로 아침 8시에 퇴근하기가 어렵습니다. 그러다보니 회사에서는 새벽에 휴식시간을 주고서 한 시간 쉬라고 하지만 배송물량을 처리하려면 제대로 쉬지도 못합니다. 게다가 어두운 상태에서 일을 하니 사고위험이 높습니다. 교통사고든 안전사고든 (주간배송보다) 자주 발생합니다. 야간근무자들에게 추가로 지급하는 것은 조끼에 부착할 수 있는 작은 후레쉬 하나여서 핸드폰 후레쉬를 밝히고서 일하다가 사소한 사고들이 발생하는 비율이 높습니다.”

“잠을 제대로 못 자면서 건강이 나빠지는 것 같습니다. 일상생활의 문제로 친구들을 만나거나 가족 모임 등을 일절 할 수가 없구요. 이러다보니 기존 쿠팡맨들이 야간배송으로 전환하지 않으니까 신입 쿠팡맨들을 야간배송에 투입하고, 신입들이 늦게 물량을 처리하면서, 기존 직원들의 물량이 늘어나고...”

그리고 야간노동 쿠팡맨들의 더욱 심각한 문제는 주간배송과 야간배송 간의 로테이션 없이 야간배송을 고정으로 하고 있다는 점이다. 주간배송만 하는 쿠팡맨들의 경우 업무량의 증가에 대한 부담은 있지만, 정상근무 형태로 일을 하고 있기에 근무 형태로 인한 건강상의 문제나 사회생활의 문제는 없다고 할 수 있다. 그렇지만 야간배송 쿠팡맨들의 기준에서 보면 교대제 근무도 아니고 야간에만 계속 일을 하기 때문에 야간노동의 유형 중에서도 매우 열악한 상황이라고 할 수 있다. 아울러 연속적인 야간노동의 문제도 매우 심각하다고 할 수 있는데, 연속적인 야간근무로 인한 신체적인 피로도가 빠르게 쌓이는 상황에서 쿠팡맨들은 주 5일 근무를 하면서 이틀 휴무를 연속으로 사용하는 경우가 거의 없다고 한다.

“주 2일의 휴무는 하루는 본인, 하루는 회사에서 지정해서 쉬고 있습니다. 그리고 동료들끼리 휴무일수 조정이 가능합니다. (Q: 휴무는 2일 연속으로 쉬세요?) 일이 힘들어서인지 붙여서 쉬는 경우는 잘 없습니다. 회사에서 이번 달은 월요일에 쉬라고 하면 개인 휴무를 목요일이나 금요일로 정합니다.”

이처럼 야간배송을 담당하는 쿠팡맨들은 야간근무 자체가 육체적으로 매우 힘들고, 특히 고정 야간근무로 인한 피로도와 정상적인 사회생활이 불가능하기에 정규직 쿠팡맨들은 야간근무를 특히 기피하고 있는 상황이다. 따라서 야간배송을 6개월 동안 한 쿠팡맨들은 주간배송으로 근무형태 변경을 신청하여 주간배송을 할 수 있도록 하고 있다고 한다. 이처럼 6개월 야간배송 후 주간배송 전환이라는 조건은 회사에서도 야간배송의 어려움에 대해서 인식하고 있음을 짐작할 수 있다.

2. 마켓컬리 야간배송 노동자들의 근무특성

마켓컬리는 현재 서울과 수도권을 중심으로 신선식품 배송을 하고 있는데, 서울 송파구에 위치한 물류단지를 거점으로 약 600여 명의 배송기사들을 통해서 밤 11시까지 주문받은 상품들을 포장해서 배송을 하고 있다. 매일 저녁마다 송파복합물류단지에 배송관련 모든 직원들과 개인사업자들이 함께 야간에 출근해서 배송업무를 하고 있다. 앞서 언급한 바와 같이 약 500명은 영업용 소형트럭을 확보한 개인사업자들⁷⁾이며, 100여 명은 마켓컬리가 직접 고용계약을 체결한 임금노동자이다. 다만 임금노동자들의 경우에는 처음에는 쿠팡과 마찬가지로 계약직 비

정규직으로 근무를 시작하고 있다.⁸⁾ 아래에서는 근로계약서를 작성한 계약직 마켓컬리 임금 노동자인 배송기사들의 근무현황을 살펴보도록 하자.

가. 일반적 노동조건 : 최저시급과 야간수당

마켓컬리 배송기사들은 하루 8시간을 근무하는데, 근무시간은 22~07시(휴게시간 1시간 포함)이고, 주간 근무시간은 40시간을 준수하고 있어서 쿠팡맨들보다는 근무시간이 상대적으로 짧은 편이다. 근무일은 공식적으로는 수~일요일 주 5일 근무로 규정하고 있지만, 마켓컬리가 휴일 없이 매일매일 배송을 하고 있기에 실제로 배송기사들의 근무일은 요일을 조정해서 일주일에 이틀을 쉬고 있다고 한다. 근로계약서 상에서 주휴일은 월요일로 규정하고 있으며 주 5일 개근한 노동자들에게는 유급으로 부여하고 있다. 연차휴가는 근로기준법 제60조에 따라서 부여하고 있었다. 퇴직금도 근로자퇴직급여 보장법에 따라서 규정대로 지급한다고 하여 최대한 근로기준에 관한 실정법들을 준수하려고 노력하고 있었다.

마켓컬리에서는 배송기사들을 ‘운송직’ 직원으로 지칭하면서 관리를 하고 있는데, 2019년 계약직 운송직 노동자들의 임금은 야간근무를 7시간으로 상정하여 야간근로수당을 지급하고 있으며(야간근무시간 중에서 1시간은 휴식시간이라는 이유로 야간수당 지급에서 제외), 야간근로수당까지 포함하여 세금과 4대 보험 공제 전에 월 250만 원 정도 지급하고 있었다. 그런데 운송직 노동자들이 받고 있는 기본급인 1,745,150원은 2019년 최저임금을 기준으로 209시간 근무를 월급으로 환산했을 때의 최저임금이다. 여기에 식대 10만 원과 법적으로 지급해야만 하는 야간근로수당 7시간분을 지급하고 있었다.⁹⁾

마켓컬리 운송직 노동자들의 임금수준은 주 5일 40시간 근무를 기준으로 법적 최저기준을 정확하게 지켜서 지급하고 있었다. 그 결과, 마켓컬리의 운송직 노동자들은 세금과 4대보험 부담분을 제외하면 실제 월 수령액은 220만 원 수준으로 야간배송 비정규직 쿠팡맨보다 40만~50만 원 정도 낮은 수준이었다. 다만 wave1(야간배송) 쿠팡맨들보다는 하루 1시간 적게 근무하기 때문에 임금이 적은 것을 고려하면, 현재 야간배송을 하는 비정규직 쿠팡맨이든 마켓컬리 야간배송 기사든 모두 처음에 거의 최저임금을 받으면서 일하고 있다고 할 수 있다.

- 7) 마켓컬리에서 배송하는 개인사업자들도 주 5일 근무를 하고 있다고 한다. 월 280만~290만 원 정도의 월정액으로 배송비를 받고, 별도의 다른 지원은 없다고 한다. 그런데 개인사업자들의 경우에는 주간에 개인지입차로 다른 배송/배달을 하는 사례가 대부분이라고 한다.
- 8) 2년 이상 계속 활용하고자 하는 경우에는 정규직(무기계약직)으로 전환해야만 하는데, 인터뷰한 마켓컬리 계약직 배송기사의 말로는 같은 지역 내에서 아직까지 정규직 마켓컬리 배송기사를 본 적이 없다고 한다. 대부분 1년 미만이고 일부 1년 이상 근무자가 있다고 한다.
- 9) 야간근로수당을 7시간분만 지급하는 것은 중간에 1시간 휴식시간이 새벽시간에 해당한다고 간주하여 8시간분의 야간근로수당을 지급하지 않기 때문이다.

〈표 2〉 마켓컬리 물류센터 배송직(계약직) 노동자들의 임금 현황

기본급	중식대	야간근로수당	월 급여액
1,745,150	100,000	670,523	2,515,673

주: 야간근로수당: ((통상임금(기본급+중식대)/209시간)*151.9(야간근로시간=7시간/일*5일/주*4.34주/월))*0.5
 자료: 마켓컬리 2019년 급여계약서.

그리고 기본급+야간수당 이외에 별도로 업무실적에 따라서 변동급 성격의 성과급을 지급하며, (고정) 상여금도 지급하고 있었다. 성과급은 3개월 단위로 배송실적(배송물량 및 오배송 여부)을 평가해서 20만 원에서 최대 50만 원을 지급하는데, 이는 성과급의 특성상 조별로 상대평가해서 지급하고 있었다. 상여금은 분기별로 20만 킬리 포인트(마켓컬리에서 상품을 구매할 수 있는 포인트, 1포인트는 1원)를 지급하고, 배송기사의 생일에 20만 킬리 포인트를 지급하여 총 100만 포인트를 지급하고 있으며, 명절에 별도 포인트를 지급하고 있었다.

나. 전반적인 근무 여건

기존 택배업체 택배기사들은 택배회사에서 지정해 주는 특정동의 대리점에 택배기사로 취업해서 담당자로 가는 방식인 데 반해서, 임금노동자인 마켓컬리의 운송직 기사들은 회사원이기에 회사에서 배송을 하라고 물건을 주는 지역이 어디든지 배송을 가야 한다는 점에서 차이가 있다. 이러한 점에서 마켓컬리에서는 개인사업자인 배송기사들에게는 배송구역을 정해주는 반면, 개인사업자들이 쉬거나 공백이 발생한 지역들의 배송을 위해서 일정 규모의 임금노동자식의 배송기사가 필요했던 것으로 보인다. 그러다보니 기본적으로는 강북지역 배송을 담당하지만, 강남이나 심지어 분당, 용인으로 배송을 가는 경우도 있다고 한다(개인사업자 배송기사들은 구역이 정해져 있기에 이와 같은 일은 없다).

인터뷰한 마켓컬리의 배송기사는 쿠팡에서 근무한 경험도 있었는데, 쿠팡보다 훨씬 넓은 지역을 배송해야 하는 편이며, 새벽에 일하는 것에 비해 월급이 적다고 생각하고 있었다. 다만 컬리의 장점으로는 실제 배송을 하는 시간이 짧은 편이라고 한다. 하루 평균 30~40가구(물건으로는 70~100개 정도) 정도 배송을 하는데 배송지역이 상대적으로 넓다보니 쿠팡보다 시간이 많이 걸리며, 지리가 익숙하지 않은 지역을 배송하는 경우에도 시간이 많이 걸린다고 한다. 그리고 중간에 휴게시간이 1시간 있지만, 거의 쉬지 않고 일하는 편이며, 만약 일이 빨리 끝나는 경우에는 같은 조에서 배송이 늦은 배송기사 ‘지원’을 가는 경우가 있다고 한다. 지원을 가는 경우에는 별도로 15,000원의 수당을 받고 있었다.

마켓컬리에서는 배송기사들에 대해서 아직까지 체계적인 관리는 이루어지지 않고 있었는데, 승진체계 등은 없었으며 차량과 유류비 지원이 있고 회사 차로 출퇴근을 하고 있었다. 관리직

들이 배송지역을 담당하면서 배송기사들의 출퇴근관리 및 오배송 처리를 주로 하고 있었다.

쿠팡에 비하면 마켓컬리 운송직 배송기사들의 배송량은 적은 편인 대신 지역이 넓기 때문에 단순히 배송량을 기준으로 평가하기는 어렵다고 말하고 있었다. 쿠팡에서 배송할 때가 더 힘들었다고 생각하고 있었다.

“일은 마켓컬리가 (쿠팡보다는) 좀 더 편한 것 같아요. 실제 배송하는 시간도 짧은 편이구요. 대신 월급이 적어서 그렇지...”

다만 마켓컬리는 상대적으로 임금이 낮고, 최근에는 하루 평균 배송지가 5~10군데 정도씩 증가하고 있어서 점차 노동강도가 강화되고 있다고 느끼고 있었다. 그리고 회사에서 개발한 앱으로 업무를 처리하는데 상품의 배송순서를 배송기사들이 정할 수 있다는 점을 타 회사와는 다른 장점으로 꼽고 있으며, 이로 인해서 상대적으로 빨리 일을 처리할 수 있다는 장점이 있다고 한다.

아울러 야간배송기사들의 일상을 살펴보면, 퇴근한 후 7시 지나서 집에 도착해서는 8시 정도에 취침하고 3~4시까지 수면을 취했다. 그리고 오후에 잠시 개인적인 휴식을 취하거나 불 일을 처리하고는 저녁 9시 정도에 출근준비 해서 10시까지 송파 물류단지로 출근하고 있었다. 아직까지 건강상의 불편함은 없었으나, 사회생활을 하기 어렵고 특히 저녁시간을 내기 어려워져서 연애하기가 힘들다고 하였다. 야간배송의 장점에 대해서는 야간에 배송하는 것이 길이 안 막히고 사람들이 자는 시간이라 문 앞에 두고 오면 되기 때문에 편하다고 생각하고 있었다. 다만 어두운 상태에서 일을 하기 때문에 사고 위험이 높고, 오배송 가능성이 낮보다는 높다고 한다. 그리고 직접고용 기사들은 익숙하지 않은 지역에 야간에 배송을 하러 가는 경우가 자주 있어서 오배송이나 사고의 위험이 상대적으로 높다고 생각하고 있었다.

마켓컬리 운송직 노동자들의 노무관리에서 한 가지 문제점을 지적하면, 운송직 기사들의 오배송이나 교통사고가 발생하는 경우 회사에서는 거의 100% 그만둬야 하는 분위기라는 것이다. 오배송의 경우에도 쿠팡보다 상대적으로 엄하게 처벌을 하는데, 마켓컬리는 “오배송은 무조건 직원 책임이다.”는 인식으로 사람(배송기사)을 쉽게 해고하는 편이라고 한다. 마켓컬리에서 함께 일을 하던 배송기사가 다친 적이 있는데, 회사에서는 병가처리를 안 해주려는 분위기이고, 그럼에도 강하게 요구하면 병가처리를 해주는데, 복직이 쉽지 않다고 한다.

Ⅳ. 노동자 건강에 나쁜 야간노동이 반드시 필요한가?

2020년 3월 12일 새벽, 업무에 배치된 지 13일 된 40대 야간배송 쿠팡맨(비정규직)이 경기도 안산 1캠프 구역 배송 업무를 하던 중 사망한 채로 발견되었다. 고인은 새벽 시간에 주택 5층에 고중량 물건을 계단으로 수차례 나르다 쓰러져, 1시 이후 연락이 되지 않자 동료들이 마지막 배송지 주변에서 새벽 2시경 심정지 된 채로 발견되었다. 코로나19 이후 배송물량이 증가하던 와중에 새벽배송을 하던 노동자가 쓰러져 사망하는 사고가 발생한 것이다.

야간노동을 교대제(shift) 방식이 아니라 고정(fix)으로 근무하는 것은 건강에 가장 나쁘고 피해야만 하는 근무 방식인데, 현재 두 업체에서는 고정 야간노동 방식으로 노동자들을 활용하고 있다. 하지만 야간배송을 1년 이상 하는 근무자가 별로 없다고 한다. 그런데 야간노동으로 인해 건강이 악화된 근무자들이 중도에 일을 그만두기에 기업들 입장에서는 야간노동으로 인한 노동자 건강 문제에 대해서 형식적으로는 아무런 책임을 지지 않을 수 있다. 즉, 전형적인 ‘건강한 노동자 효과(healthy workers’ effect)’의 사례로서 건강이 나빠진 노동자들은 노동시장에서 이탈한다. 그러나 잠재적으로 야간노동으로 악화된 노동자들의 건강 문제는 결국 우리 사회가 책임을 져야만 한다. 그리고 두 회사 모두 전자상거래 업체로서 아직까지 신규사업자이며, 독자 배송망 구축과 사업 안정을 위해서 많은 자본을 투자하면서 여전히 적자상태를 벗어나지 못하고 있다. 그렇다고 하더라도 법적인 최저임금 수준으로 인건비를 지급하면서 야간에 배송 기사들에게 배송업무를 맡기면서, 야간노동으로 인한 건강상의 위험에 대해서는 정확하게 고지하고 있지 않는 현재의 노동력 활용방식에 대해서는 사회적인 고민이 필요할 것이다.

전자상거래 업체의 배송기사들은 야간노동을 자발적으로 선택했다고는 할 수 있지만, 이들이 과연 얼마나 야간노동의 문제점을 충분히 인지하고서 위험에 노출된 채로 근무하고 있는가? 노동자가 야간노동의 위험을 정확하게 인지하지 못한 채 업체들이 정해진(낮 근무 기준 임금보다) 약간 높은 임금을 좋은 선택이라고 생각한다면 이처럼 활용하는 야간노동을 기업과 시장에 맡겨둘 문제가 아니다. 왜냐하면 개인이 자신의 위험요인을 감안한 임금을 알지 못하는 점을 기업이 이용하여 정당한 임금을 지불하고 있지 않은 상황에서 미래에 이들이 직면할 건강상의 문제로 인한 손실은 이들 개인과 우리 사회가 포괄적으로 책임을 져야 하는 문제이기 때문이다. 모든 나라들이 아동노동(child labor)을 강제로 금지하는 이유는 단기적으로는 기업과 사회가 정당하지 못한 저임금으로 아동노동을 활용하면서 당장 수익을 얻을 수는 있겠지만 장기적으로 보면 그 사회의 미래 자원을 당겨서 소비하면서 미래의 자원을 갉아먹는 것일 뿐이기 때문이다. 야간노동 또한 마찬가지이다. 최근 증가하는 배송 야간노동은 수당을 제외하면

사실상 최저임금으로 고정된 형태로 활용하고 있는데, 과연 이를 우리 사회에서 소비자의 요구이고 기업의 새로운 시장 창출이라는 이유로 야간 배송업무 확산을 무조건 용인할 것인가에 대해서 문제제기가 필요하다.

이러한 점에서 소비자와 사업자 양쪽의 편익/이익을 위해서 야간에만 전담으로 일을 하는 노동자들에게는 야간노동의 위험성과 문제점에 대한 정확한 정보를 제공하는 것이 우선적으로 필요할 것이다. 국제암연구소(IARC)에서 야간노동을 ‘2급 발암물질(Group 2A)’로 규정하고 있는데, 한국에서도 야간노동 자체를 산업안전보건법에서 ‘유해(위험) 요인’으로 규정하고, 야간노동을 하는 노동자 및 개인사업자들에게 야간노동의 위험성에 대한 충분한 정보를 제공하도록 할 필요가 있다. 현재 유해위험 화학물질을 취급하는 노동자들에게는 물질안전보건자료(MSDS) 정보를 제공하도록 강제하고 있는데, 앞으로 야간노동을 하는 취업자에게 야간노동의 위험성에 대한 충분한 정보제공을 제공하도록 사업주에게 의무를 부과하는 방안을 도입할 필요가 있다. 그리고 야간노동 작업자들의 건강을 위해서 건강검진 및 보건관리의 의무도 사업주들의 책임임을 명확히 하고, 이 때 발생하는 제반 비용에 대해서는 소비자들도 추가 배송비를 지불하도록 하여 명시적으로 일정한 책임을 부과할 필요가 있다.

그리고 야간배송을 하는 취업자들은 야간노동을 주업이 아니라 부업으로, 소위 ‘투 잡’으로 일하는 경우들이 많다. 현재 한국의 근로기준법에서는 노동자들의 장시간 노동에 대한 규제는 있지만, 두 가지 이상의 업무를 하는 노동자나 개인사업자들의 노동시간을 합산하여 규제하는 경우는 없다. 낮에 8시간을 다른 일을 하고 야간에 8시간, 또는 4~5시간이라도 배송하는 경우 하루 12시간 이상을 일하는데 이와 같은 장시간 노동을 막기 위해서 노동시간 총량에 대한 사회적인 규제가 필요하다. 장시간 노동과 과로는 개인뿐 아니라 사회적으로도 손실이기 때문이다. 특히 배송기사들의 경우에는 차량을 운전한다는 점에서 과로로 인한 졸음운전 등으로 타인에게도 피해를 줄 수가 있다는 점에서 장시간 노동에 대한 별도의 규제가 필요할 것이다. 이러한 점에서 배송차량 2시간 운행 시 강제로 10분간 운행을 중단하게 하는 식의 휴게시간 보장과 택배업과 유통서비스업 운전직에 대해서는 연속 11시간 휴식시간 보장과 같은 안전운전 방안도 마련할 필요가 있다.

마지막으로 굳이 온라인으로 주문한 상품을 아침 시간에 받아보는 것이 과연 필요한 것인지, 이를 위해서 야간배송을 전담하는 인력들을 활용하는 것이 필수적인 것인지, 나아가 만약 야간 노동이 불가피해서 해야 한다면 이들에게 어느 정도 보상임금을 지급하는 것이 바람직한지 사회적 고민이 필요할 것이다. 낮 시간 동안 거리청소와 쓰레기 수거 작업이 시민들에게 불편을 줄 수 있다는 이유로 야간에 일하던 환경미화원들을 주간근무로 전환하는 지자체들이 최근 증가하고 있다. 이는 반드시 야간에 해야 하는 일이 아니라면 굳이 그럴 필요가 없다는 것에 대한 사회적인 공감대가 확산되고 있기 때문이다.

하지만 택배배송 산업의 경우에는 이와는 정반대로 소비자-사업주의 이익을 위해서 오히려 야간노동을 하는 배송기사들의 수가 늘어나고 있는 상황이다. 소비자-사업주의 이익 추구 자체를 나쁘다고 할 수는 없지만, 자신들의 이익과 편리를 위해서 다른 공동체 구성원의 건강을 악화시키고, 결국 사회적 비용의 증대로 이어지는 것이 바람직한 것인지에 대해서는 야간배송이 확산되고 있는 현 시점에서야말로 공론화가 필요하다. 그동안 ‘기업의 사회적 책임 (corporate social responsibility)’에 대한 논의들이 있어 왔고 이를 통해서 기업의 이윤추구가 사회에 미치는 부정적인 영향을 최소화할 것을 요구하고 있다. 이제는 ‘소비자의 사회적 책임 (consumers social responsibility)’이라는 관점에서 소비자의 구매결정과 소비행동이 사회와 환경에 미치는 영향을 인식할 필요가 있다. 기업의 이윤추구와 소비자의 편익추구의 결합으로 말미암아 야간에 일하는 노동자들의 건강이 나빠지고, 또한 과대 포장으로 인해 환경문제가 발생하는 것을 외면할 수만은 없다. 이러한 점에서 단순히 소비자와 기업 모두 사회적인 주체로서 소비자들의 요구와 권리가 사회에 미치는 영향을 고려하여 새벽배송의 문제에 대해서 보다 심층적인 고민이 필요한 때이다.

이 글은 1차 자료와 야간배송 노동자 면접을 중심으로 한국의 택배산업에서 나타나고 있는 변화과정과 이로 인한 야간배송 택배기사들의 등장과정과 문제점을 살펴보았다. 하지만 아직까지 사례연구가 축적되지 않은 상태여서 야간노동에 내포된 다양한 사회적인 함의를 충분히 끌어내고 있지는 못한 점이 이 글의 한계라고 할 수 있다. **KLI**