

유통산업 변화에 따른 구조조정 현황 및 대안 모색 토론회

일 시 || 2021년 6월 15일 (화) 오후 2시
장 소 || 프란체스코 교육관 21호

주 최 || 양이원영 의원실, 우원식 의원실,
이동주 의원실,
더불어민주당 을지로위원회
주 관 || 전국서비스산업노동조합연맹

인사말	1
양이원영 국회의원	2
우원식 국회의원	4
이동주 국회의원	6
강규혁 전국서비스산업노동조합연맹 위원장	8
발 제	11
발제 유통산업의 변화와 구조조정 현황	12
김성혁 전국서비스산업노동조합연맹 정책연구원장	
토 론	25
토론1 구조조정이 일상이 된 마트 현장	26
정민정 마트산업노동조합 위원장	
토론2 거대 유통기업 독점·이커머스 확대와 중소기업 상생 문제	33
이성원 한국중소상인자영업자총연합회 사무총장	
토론3 유통산업 지각 변동과 ‘공정한 전환’	38
김종진 한국노동사회연구소 선임연구위원	
토론4 유통노동자의 노동권과 일자리를 위한 노동조합의 대응	41
이희중 전국서비스산업노동조합연맹 정책실장	
토론5 유통산업 변화에 따른 정부의 대응	48
산업통상자원부 유통물류과 조진화 서기관	
토론6 유통산업 변화와 일자리 정책	50
고용노동부 고용정책총괄과 편도인 과장	

인 사 말



양이원영

더불어민주당 국회의원 /
국회 산업통상자원중소벤처기업위원회,
여성가족위원회, 예산결산특별위원회 소속

안녕하십니까? 더불어민주당 비례대표 국회의원 양이원영입니다.

코로나19로 비대면이 일상화되면서 유통산업도 오프라인에서 온라인으로 중심이 이동하고 있습니다. 유통사들도 물류센터를 직접 운영하고 온라인 배송을 시작하는 등 직접 배송을 확장하는 추세입니다.

유통업계 임금 노동자는 현재 약 200만 명에 이릅니다. 제조업을 제외하고 가장 많은 수입니다. 이들을 위한 최소한의 고용안전망이 마련되지 않는다면 또 다른 경제 위기에 직면할 수 있는 것입니다.

오프라인 매장은 이미 폐점 수순을 밟고 있습니다. 매장에서 일하던 유통 노동자들은 구조조정과 실업난에 시달리고 고용인원 감축으로 노동의 질 또한 낮아 졌습니다.

유통사는 임대, 리츠펀드, 폐점 등으로 오프라인 매장 개수를 빠르게 줄여가고 있습니다. 실제로 롯데쇼핑은 2020년에만 120개 매장을 폐업, 직원 2,507명을 감원했고 2021년에도 약 100여 개 매장을 폐업할 예정입니다. 이마트와 홈플러스 또한 2018년부터 2020년까지 각각 3,046명, 2,509명을 감원했습니다.

유통산업 온라인화와 함께 자동화(키오스크)가 도입되면서 고용불안은 앞으로도 계속될 것으로 보입니다. 실제로 경기가 다소 회복된 2021년 3월부터 4월까지 전체 취업자 수는 약 96만 7천 명이 늘어난 반면 도소매업 취업자는 35만 명이 감소했습니다.

정부는 디지털·저탄소 전환으로 인한 산업구조와 노동시장 재편에 대응해 ‘공정한 노동 전환 지원체계와 지원방안’을 마련하겠다고 밝혔습니다. 직접 이해당사자인 노동자들 의견이 충분히 반영될 수 있도록 논의과정에서부터 참여가 이뤄져야 할 것입니다.

이번 <유통산업 변화에 따른 구조조정 현황 및 대안 모색 토론회>가 유통산업이 정의로운 전환을 이루는 데 도움이 될 수 있기를 바랍니다.

중요한 주제에 발제와 토론을 맡아 주신 분들과 참석해주신 모든 분들에게 감사드립니다. 산업 전환 과정에서 노동자가 배제되지 않도록 국회에서도 노력하겠습니다. 고맙습니다.

2021. 06. 15.
국회의원 양이원영



우원식

더불어민주당 국회의원 /
국회 기획재정위원회 소속

반갑습니다. 더불어민주당 국회의원 우원식입니다.

플랫폼 기업의 등장과 함께 코로나 19로 인한 비대면 확산은 유통산업의 지각변동을 일으켰습니다. 매출감소와 함께 오프라인 매장이 줄어들면서 이어진 구조조정의 피해는 유통산업 종사자들이 더 많이 깊어져야 했습니다. 지난 3년간 1만 1천 800명에 달하는 대형마트 직원이 감원되었고, 작년 한 해 계약해지 된 13,000여명의 면세점 협력업체 직원 수만 보아도 그 피해를 짐작할 수 있습니다.

특히 고용안정 협의와 보상이 제대로 이루어지지 않은 오프라인 매장의 부동산 매각 폐점 방식은 노동자에게 설상가상일 수 밖에 없습니다. 얼마 전 제 지역구에서도 대형마트의 일방적인 매각 통보가 논란이 되어 현장에 방문하기도 했습니다. 코로나 19로 매출이 감소한 입점업체와 고용불안정에 직면한 직원들은 협의없는 매각으로 이중고, 삼중고를 겪고 있습니다. 더 늦기 전에 유통산업 내 고용 취약성을 보완해, 가장 약한 고리인 유통산업 노동자와 중소상인들의 피해를 최소화해야 합니다.

새로운 유통산업의 환경을 반영한 제도 개선을 서둘러야합니다. 이미 온라인과 비대면 서비스가 본격화되었음에도 현재 <유통산업발전법>은 온라인 판매에 대한 제대로 된 규정도 마련되어있지 않습니다. 변화하는 산업의 구조를 반영한 법 개정 논의가 시급합니다. 플랫폼 산업 내 고용의 안정성, 산업 전환 시 고용 유지 지원 방안 논의에 노사정이 함께 머리

를 맞대야 합니다. 뿐만 아니라 플랫폼 기업과 자영업자 간 상생의 가치를 담은 <온라인 공정거래법>으로 온라인 유통 산업의 공정한 계약 관계의 기틀 마련도 중요한 과제입니다.

오늘 토론회가 유통산업의 급격한 변화와 포스트코로나 시대에 공정한 산업 전환을 위해 기업과 노동자, 정부와 국회가 함께 대안을 마련해 가는 출발점이 되길 바랍니다. 산업의 큰 변화에도 변하지 않아야 할 가치는 우리의 지향점이자 목표인 '노동이 존중받는 사회'입니다. 오늘 주신 의견을 바탕으로 입법과 제도개선을 위해 최선을 다하겠습니다.

함께해주신 모든 분께 감사드립니다.

2021. 06. 15.
국회의원 우원식



이동주

더불어민주당 국회의원 /
국회 산업통상자원중소벤처기업위원회 소속

반갑습니다. 국회의원 이동주입니다.

「유통산업 변화에 따른 구조조정 현황 및 대안모색 토론회」에 귀한 시간을 내어 참석해주신 모든 분께 진심으로 감사드립니다. 아울러 이번 토론회를 함께 준비해주신 우원식 의원님, 양이원영 의원님과 더불어민주당 을지로 위원회, 전국서비스산업노동조합연맹 관계자 여러분께도 깊은 감사의 말씀을 전합니다.

코로나19는 우리의 일상에 커다란 변화를 가져왔습니다. 그 변화는 단지 개인의 삶에 국한되지 않고, 우리 사회의 문화와 경제의 패러다임을 전환하기에 이르렀습니다. 코로나19 위기를 극복하는 과정에서 일상과 방역의 공존을 위한 비대면 수요가 급속하게 확대되었고, 이로 인해 디지털 경제로의 전환이 가속화 되었습니다.

디지털 기술이 다양화되면서 유통시장이 물류산업과의 경계를 허물며 온라인·비대면 거래 중심, 신속 거래 중심으로 변화하고 있습니다. 최근 산업통상자원부가 발표한 ‘2020년 주요 유통업체 매출 동향’에 따르면 지난해 온라인 부문 매출은 전년 대비 18.4% 증가했고 오프라인은 3.6% 감소하며 대조를 이뤘습니다.

급격한 산업 형태의 변화는 노동의 변화를 가져왔습니다. 기존의 대형마트 등 유통업체들은 오프라인 매장을 대폭 축소하는 등 업계 전반에 저장도 구조조정이 진행되면서 고용불안

에 시달리고 있고, 새로운 형태의 업무에 적응하느라 노동강도는 증가하고 있습니다. 특히 당일배송·새벽배송 같은 업무의 폭발적 증가로 배송전담 노동자들은 과로사의 위험에 직접적으로 노출되어 있습니다.

유통산업의 최근 변화를 단지 개별기업의 노사문제로 국한시켜서는 안됩니다. 기술과 산업의 변화의 중심에서 노동하며 자신의 생계를 꾸리는 노동자의 일자리와 노동권에 대한 우리 사회의 관심이 절실합니다. 유통산업 발전의 기쁨을 마련하고 큰 축을 담당했던 노동자들의 생존을 외면해서는 안됩니다.

이번 토론회를 통해 유통산업계 노동자 보호를 넘어 온·오프라인 시장 전체의 공정한 발전의 토대가 마련되길 바랍니다. 저 또한 국회에서 공정하고 지속 가능한 유통산업을 만들기 위해 최선을 다 하겠습니다. 감사합니다.

2021. 06. 15.
국회의원 이동주



강규혁

전국서비스산업노동조합연맹 위원장

서비스연맹 위원장 강규혁입니다.

유통산업에 지각변동이 일어나고 있습니다. 주문·결제와 관련한 디지털기술의 발전과 플랫폼 서비스·스마트 스토어·빠른배송 등 물류인프라의 재편으로, 마트·온라인마켓·백화점 등과 같은 유통시장이 온라인 중심으로 빠르게 이동하고 있습니다. 유통산업이 물류산업과의 경계를 허물며 온라인·비대면 거래 중심, 신속 거래 중심으로 변화하는 추세는 4차산업 혁명의 거대한 흐름의 단면이며, 코로나19로 인해 더욱 빨리 일상을 바꾸고 있습니다. 이와 같은 거대한 물결을 막을 수는 없을 것입니다. 기술과 산업의 변화는 수용하되, 이 변화의 중심에 서서 노동하며 자신의 생계를 꾸리는 노동자 국민의 일자리와 노동권에 대해서도 국가적 관심이 매우 절실한 시기입니다.

이러한 변화에 유통·물류업계에서 일하는 노동자들은 매우 혼란하고 불안한 상황에 처해 있습니다. 업계 전반에 구조조정이 진행되면서 고용불안에 시달리고 있고, 새로운 형태의 업무에 적응하느라 노동강도는 증가했습니다. 특히 당일배송·새벽배송 같은 업무의 폭발적 증가로 배송전담 노동자들은 과로사의 위협에 직접 노출되어 있습니다.

급격한 산업 형태의 변화와 이에 따른 노동의 변화-노동권 침해의 문제는 그 심각성이 날로 더해지고 있지만, 정부의 정책과 법제도는 이 변화의 속도를 전혀 따라가지 못하고 있습니다. 유통산업의 최신 경향에 대해 정부는 산업전환에 따른 사회변화에 천착하여 면밀한 관심을 기울여야 할 것입니다. 이는 개별 유통기업의 노사문제가 아닙니다. 유통산업의 전

환은 사회 대전환의 흐름과 연결되어 있습니다. 정부는 거시적 관점에서 유통산업의 변화에 적극적으로 대응해야 할 것입니다.

전국서비스산업노동조합연맹은 유통산업 노동자 등 이해당사자들과의 공론장을 열고, 정부가 책임있게 대책을 마련해 나가기를 촉구합니다. ▲무점포판매 등 유통산업 최신 경향에 맞는 유통산업발전법 전면개정안 ▲급격한 산업전환 속에 공정한 전환(고용안정) 및 고용유지지원 방안 ▲새로 양산되는 일자리의 노동권 보장 대책 ▲대형유통기업과 중소점포간 상생발전안 등을 논의하고 실효성 있는 대책을 만들어 내야 합니다.

자동차 산업의 경우, 전기자동차로의 산업 전환을 그린뉴딜이라는 정부차원의 정책방향을 수립해 대응하고 있습니다. 정부는 유통산업 전환에 있어서도 그 심각성을 인지하고 하루 빨리 관련 대응방안을 마련해 나가기를 다시한번 촉구합니다.

발 제

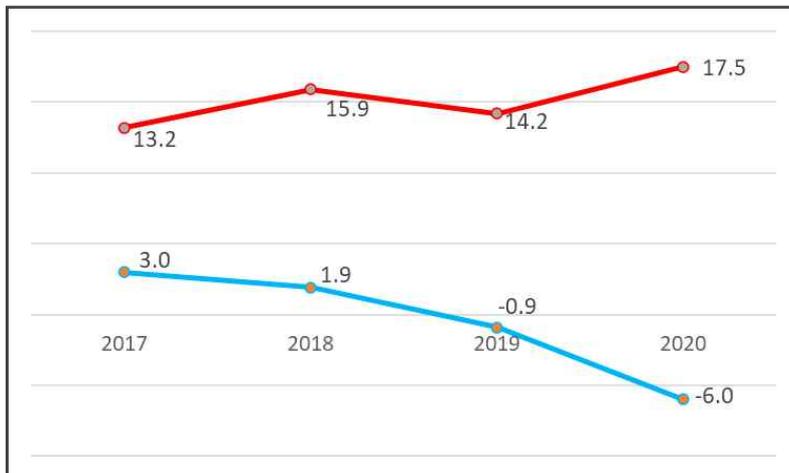
유통산업 변화와 구조조정 현황

김성혁 서비스연맹 정책연구원장

1. 온라인 및 비대면 확대

- 디지털 기술의 발달과 비대면화로 온라인 쇼핑이 급속히 성장
- 오프라인 매장은 백화점, 대형마트를 위시로 SSM, 편의점까지 모두 감소·정체

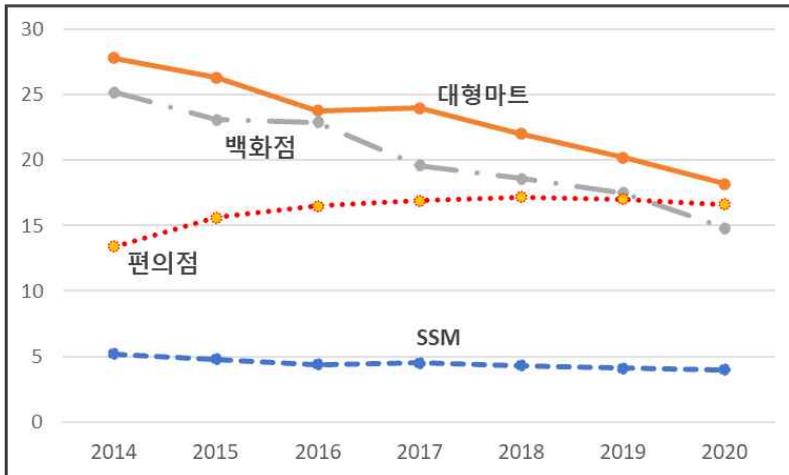
〈온라인 및 오프라인 매출액 추이〉 (%)



※자료 출처 : 산업자원부 (2020년은 상반기 자료임)

〈업태별 매출 비중 구성비 추이〉

(%)



※자료 출처 : 산업자원부 (2020년은 상반기 자료임)

2. 유통업이 물류센터와 배송을 직접 관리

1) 물류센터 운영, 배송기사 직고용, 위탁계약(지입제)

- 쓱닷컴 : 네오 물류창고, 배송기사
- 홈플러스 내 온라인부서 : 업체 통해 배송기사 지입제
- 롯데마트 업체 통해 배송기사 지입제(도심 물류, PP센터), 물류센터는 롯데글로벌로지스 소속
- 마켓컬리 : 신선식품 새벽배송 물류센터, 직고용 배송기사
- 다수 유통업체에서 물류센터와 배송기사 부분적으로 관리 또는 택배업체에게 맡김

2) PP센터(롯데마트 중계점, 이마트 청계천점)

- 도심 매장 개장, 온라인쇼핑 위주 당일배송(4시간) 시스템 구축
- 유통업의 온라인 배송 : 택배와 동일하나 자사제품 배송은 택배업으로 분류되지 않음 (쿠팡과 동일)
- 문제는 온라인 배송기사는 노동자도 아니고 특고로도 분류되지 않아 사각지대 발생. 택배나 배달기사에게 적용되는 (특수고용) 산재보험이 적용되지 않음, 또한 소득이 낮아 투잡 사례 많음.

3. 이종산업들의 유통산업 진출과 합종연횡

- 온라인 쇼핑의 확장으로 이종산업들의 유통산업 진출로 산업간 경계가 사라짐
- e 커머스 : 쿠팡, 이베이, 티몬, 11번가, 인터파크, 위메크, 마켓컬리, SSG.COM

〈전자상거래 사업자별 거래액〉 (단위 : 조 원)



※자료 출처 : 각 언론사

1) 네이버

- 브랜드스토어(백화점)
- 특가창구(대형마트)
- 장보기(신선식품)
- 네이버페이, 포인트
- 작년 거래액 27조원으로 쿠팡(21조원) 추월

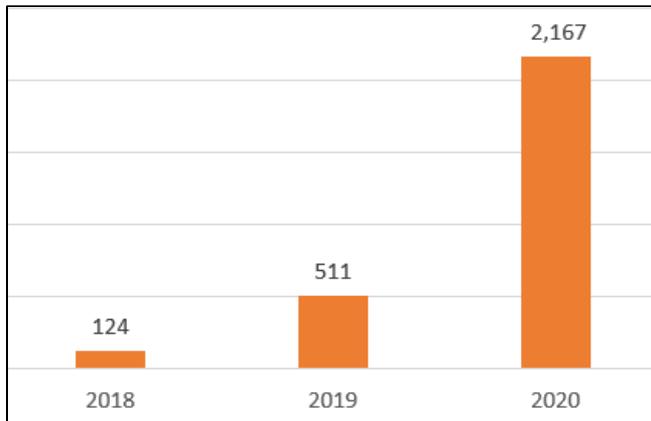
2) 카카오

- 2018년 온라인쇼핑 카카오커머스 설립
- 카카오톡 월 사용자 4600만 명에 기반
- 카카오톡 선물하기, 쇼핑하기

3) 배달의 민족

- 음식 + 생필품, 신선식품 배달
- 배민커넥터 일반인 배송
- B마트 : 2019년 런칭하여 1년만에 폭풍 성장, 전국 32개로 도심물류센터에서 식료품, 가정간편식, 생필품 등 7,000가지 제품을 최장 1시간 내로 배달(작년 매출이 1449억 원, 1000만 건 주문)
- 다른 배달업들도 유통 영역으로 진출 중

〈우아한형제들 상품매출 추이〉 (단위 : 억원)



※자료 출처 : 공시 감사보고서

4) 쿠팡

〈소속 노동자 고용형태〉

사업체 명	소속근로자 수			소속 외 근로자 수	업종
	합계 (단시간)	상용직 (단시간)	기간제 (단시간)		
쿠팡 (주식회사)	11,470 (77)	4,960 (0)	6,510 (77)	6,609	도소매
쿠팡풀필먼트서비스 (유한회사)	12,578 (174)	1,948 (0)	10,630 (174)	5	운수·창고

※자료 출처 : 노동부 고용공시(2020)

- 물류거점과 라스트마일 경쟁력
- 100개 물류센터(전 국민 70%를 10km 이내 커버)

- 로켓배송(24시간 배달), 로켓프레시(신선식품), 쿠팡이츠(음식배달), 로켓직구(해외제품 구매)
- 쿠팡페이
- 모회사인 COUPANG Inc는 미국 나스닥에 상장하여 100조 원 시장가치
- 한국의 유통사업이 주 사업이므로 본사도 한국에 있어야 하나, 법적인 본사를 사실상 조세피나처인 델라웨어에 위치하여 한국 정부의 규제 회피.
- 불안정 노동 확대 : 기간제, 플랫폼노동인 일반인 배송 쿠팡플렉스, 쿠팡이츠

5) 택배

- CJ대한통운, 롯데글로벌로지스, 한진택배, 로젠택배, 우체국택배

6) 문제점

- ◎ 매장이 사라지면 온라인쇼핑과 배송만 남기 때문에, 유통과 물류의 경계 사라짐
 - 유통에서 가격 차이가 없다면 차별화되는 경쟁력은 배송이 됨
- ◎ 이종산업에는 유통산업발전법이 적용되지 않음 (월 2회 의무휴업, 영업시간 제한)
 - 형평성 문제 발생(B마트 아르바이트 채용하여 24시간 영업)
 - 유통업 취지 실종 : 중소기업 보호, 노동권 보호 무력화

4. 자동화, 디지털화

1) 자동화 확산

- 키오스크, 무인계산대, 무인매장 확산
- 계산대 : 스캐너로 바코드 인식 → QR코드 → RFID(근거리 무선통신)

2) 정부의 유통산업 정책

- 정부는 디지털화 빅데이터를 통한 기술혁신, 신산업을 지원하나 구산업에 대한 대책은 부재, 투기적 부동산 매각도 방치
- 지자체와 시민단체, 노조 등이 공조하여 안산, 대구 등 시 의회 조례 제정으로 용적률 제한하여 부동산 투기화 저지

〈디지털 유통 경쟁력 강화 방안 5대 추진 전략〉

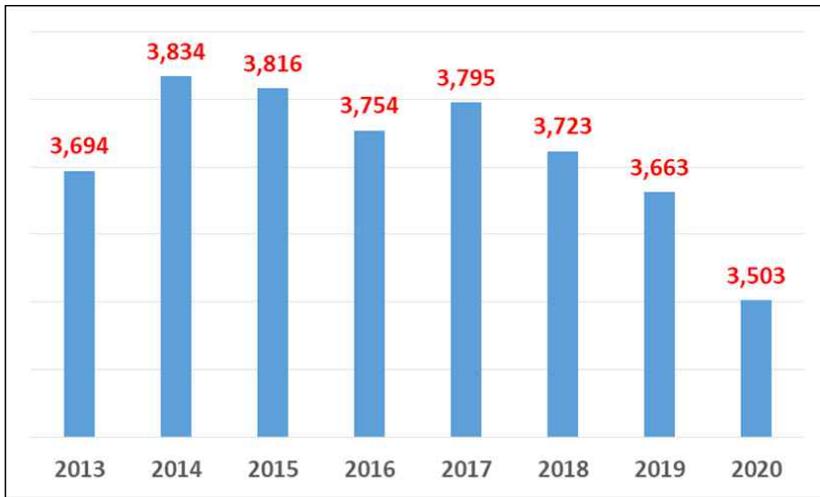
- 1. 유통데이터 댐 구축
- 2. 배송물류 혁신기반 확충
- 3. 인재양성·창업 등 유통 혁신 생태계 조성
- 4. 지속가능 성장을 위한 유통 환경 조성
- 5. 이커머스의 글로벌화 촉진

※자료 출처 : 관계부처합동(2020)

5. 취업자 수 감소

〈유통업 취업자 수 추이〉

(단위 : 천 명)



※자료 출처 : 통계청(2021)

- 유통업은 취업자 344만, 임금노동자 200만으로 제조업 다음으로 큰 산업이나, 2015년 정점에 도달한 이후 2018년부터 본격적으로 감소
- 오프라인 매장의 감소로 유통업 취업자가 추세적으로 감소하고 있고, 코로나 이후에도 지속적인 감소세가 이어지고 있음.
- 코로나로 지난 1년 동안 계속 감소 추이를 보인 취업자 수는, 2021년 들어와 경기회복과 함께 3월 31.4만 명, 4월 65.2만 명 증가로 전환하였음.
- 그러나 도소매 산업은 여전히 3월 -16.8만 명, 4월 -18.2만 명으로 계속 감소하고 있어 구조적인 인력감축에 대한 산업정책이 필요함.

6. 자산 매각 등 구조조정

- 유통업체들은 수익성이 떨어지는 오프라인 매장 매각,
- 임대(세일앤리스백), 리츠 펀드(증권화 쪼개팔기), 폐점 매점(업황 저조 부동산업자 투자 임대 장사) 등으로 닥치는 대로 매장을 처분하고 있음.
- 코로나 시기 매출감소 및 방역관련 영업제한으로 소득 감소, 감원

1) 공항 면세점 협력업체

- 2020년 면세점 협력업체 13,000명 이상이 계약해지 됨 (자료: 관세청, 양이원영 의원실 요구자료)

2) 롯데쇼핑

- 2020년 120개 매장 폐업, 2,507명 감원, 정직원 인근 점포 재배치 또는 퇴사
- 마트 12개 893명, 백화점 1개 226명, 롯데슈퍼(74개)와 롭스(27개) 그리고 이커머스 1,388명
- 2021년 100개 매장 폐업 추진, 2월 900명 대상으로 희망퇴직 추진

3) 이마트

- 2020년 비에로쇼핑, 부츠 등 전문점 철수, 565명 감원

〈2018~2020년 대형마트 감원 수〉



※자료 출처 : 노동부 고용공시

4) 홈플러스

- 2015년 MBK파트너스가 LBO방식으로 인수. 7.2조원 중 2.2조원(30%)만 자체적으로 조달하고 5조원(70%)은 홈플러스 자산을 담보로 빚으로 조달. 이자만 연 2천억원.
- 홈플러스 주요 주주들은 외국인투자기업으로 등록

〈홈플러스의 외국인투자기업 주요 주주들〉

구분	외국인투자기업	대표국가/성격
최상위지배기업	엠비케이파트너스 삼호 사모투자전문회사	몰타
지배기업	한국리테일투자(주)	특수목적회사
기타특수관계자	한국리테일투자이호(주)	특수목적회사
	CPP InvestmentBoard Private Holdings(3) Inc	
	엠비케이파트너스 삼호의 이 사모투자전문회사	
	엠비케이파트너스 2015의 1호 사모투자전문회사	
	엠비케이파트너스 2015의 2호 사모투자전문회사	
	엠비케이파트너스 2015의 3호 사모투자전문회사	중국
	엠비케이파트너스 2015의 4호 사모투자전문회사	싱가포르
	엠비케이파트너스 유한회사	미국

※자료 출처 : 전자공시, 외국인투자기업 목록(산자부)에서 재작성

- 2016년부터 MBK 파트너스는 인수금융을 갚기 위해서, 매장 및 부동산 등을 매각하고, 당기순이익보다 높은 배당으로 자본을 빼 내가기 시작

〈홈플러스 당기순이익과 배당 추이〉 (억원)

연도	2016	2017	2018	2019
당기순이익	1,657	2,287	-1,327	-5,382
배당금	6,035	4,882	1,214	0*
배당성향(%)	364.2	213.5	-91.5	0

※자료 출처 : 전자공시 (연결 재무제표) 각 년도

* 2019년은 대규모 적자로 배당은 없고, 상환전환우선주 1,715억 원을 상환함.

* 2019년 당기순이익의 큰 폭 하락은 주로 신 리스 회계기준 적용으로 인한 것임.

- MBK파트너스가 인수금융으로 진 부채에 대한 이자를 홈플러스가 배당으로 부담하는 구조로, 장기차입금은 감소

〈홈플러스 및 홈플러스스토어즈의 장기차입금 상환 추이〉 (억원)

구 분	2016.2	2017.2	2018.3	2019.2	2020.2
장기차입금	42,234	35,942	29,315	26,137	21,114

※자료 출처 : 전자공시 각 년도

〈홈플러스 자산매각 현황〉 (단위 : 억 원)

날짜	매장	직영인원	직영외	매각금액
2016. 07	서대전 잔여지 매각			60
2016. 12	가좌, 김포, 김해, 동대문, 복수원 S&LB			1,167
2017. 01	목포상동 부지 매각			5,035
2017. 07	남양주 별내 부지 매각			689
2017. 08	강서점 S&LB			2,150
2017. 10	킨텍스점 부분 매각 등			155
2018. 02	의정부점, 울산남구점 등 S&LB			3,672
2018. 09	동김해점 폐점매각	70	no	no
2018. 11	함안물류센터 S&LB			750
2018. 11	부천 증동점 폐점매각	110	no	950
2019. 01	칠곡 IC 부지 매각			130
2019. 04	무의도 연수원 매각			1,200
2019. 08	인하, 대전문화, 전주완산점 S&LB			3,150
2020. 01	울산점(중구), 구미점, 시화점 S&LB			3,003
2020. 11	안산점 폐점 매각 조례개정으로 무산 ¹⁾	205	600	약 4천
2020. 07	대전 탄방점 폐점매각(2021.2 영업종료). 전환배치	215	600	약 3천
2020. 11	대전 둔산점 폐점매각 추진, 시 조례 개정 ²⁾	131	400	3,840
2021. 01	둔산점 매각, 전 구성원 고용안정과 보상합의 ³⁾			
2020. 12	대구시 조례개정으로 용적률 제한, 대구점 매각	80	300	1,279
2021. 03	부산 가야점 폐점매각 통보(1년 후), 저지투쟁 중	215	600	미정
2020. 10	서울 중계점 폐점매각 추진 가정통신문			no
2021. 03	대구스타디움점 영업 종료 통보	66		no

※자료 출처 : 마트노조, 각 언론사

1) 안산시 의회에서 조례 개정으로 용적률을 낮춤, (일반상업지역 1,100퍼센트에서 공동주택과 주거용

- 홈플러스 노동자들은 MBK파트너스 인수 후 5년 간 9,407명 감원

〈홈플러스 인력 추이〉 (명)

연도	홈플러스(3사 통합 법인)	
	소속근로자	간접고용
2015	26,477	8,112
2016	25,436	5,266
2017	24,769	5,386
2018	24,629	4,866
2019	23,371	3,763
2020	22,120	3,062

※자료 출처 : 노동부 고용공시 각 년도

5) 기타

- GS리테일 : 36개 점포, 1,888명 감축
- CU : 106명, 코리아센트 : 137명
- 아모레퍼시픽 : 209명 희망퇴직, 아성다이소 : 1,839명 감원

6) 입점업체 직원 등을 포함하면 훨씬 큰 인력 감축

- 입점업체 등 직간접 고용창출 인원이 대형 마트는 약 400명, 대형 백화점은 5,000명에 달함.

의의 용도가 복합된 건축물은 400퍼센트 이하로 개정), 결국 대규모의 고층 빌딩을 건립하여 임대 장사를 하려는 부동산 투자회사의 의도가 좌절됨.

- 2) 대전시 의회에서 오피스텔을 준주택에 포함시키는 도시계획조례 개정으로 기존 1,300%에서 800%로 용적률이 낮아짐.
- 3) 둔산점 매각 합의, 인수자 미래인(주)은 둔산점 개발후 2000평 규모의 마트를 입점하고 운영시점에 전원 최우선 고용하고 임금·복지는 홈플러스와 동일하게 적용하며, 실직자에 대해서는 매월 100만원씩 45개월간 지급하기로 합의(조합원 위로금은 총액 1억 5천만원), 입점업체 생계비 및 희망시 우선 입주도 합의.

7. 대응 방안

1) 유통영역 산업 질서 확립

- 유통산업발전법을 형평성 있게 적용하여 중소기업, 노동자 보호. 대형마트, 백화점, 면세점, 복합쇼핑몰, B마트, 이커머스 등 모두에 적용하여 바닥을 위한 경쟁 차단.

2) 흑자매장 폐점 매각 등 부동산 투기화 중단

- 지자체 조례 수준을 넘어 정부 차원 제도화
- 부동산 투기화에 대한 규제정책 마련
- 지역사회 고용불안, 직영과 입점업체 고용대란

3) 사모펀드 등 LBO 방식의 인수 제한

- 무리한 차입경영으로, 원리금 상환을 위한 자산매각, 구조조정으로 고용불안 차단

〈홈플러스 경영실적 매각 전후 비교〉

(억 원)

구 분	2011~2015 평균	2016~2019 평균
매출액	88,070	77,090
판매비와 관리비	26,353	23,861
영업이익	3,988	2,428
영업이익률	4.5%	3.1%
영업외수익	2,466	1,077
영업외비용	2,890	4,883
순이익	2,771	-1,150
순이익률	3.1%	-1.5%

※자료 출처 : 장석우(2020), “2019년도 홈플러스 경영분석”

4) 디지털 전환시 노동자 및 이해당사자들의 공정한 전환 보장

- 매각시 고용노조단협 승계 보장

- 기술도입시 속도조절
- 불가피한 경우 본인 동의하에 직무교육과 전환배치

5) 고용유지 지원금 적용하고 연장

- 유통산업도 특별고용지원업종(6개월)으로 지정(관광산업, 조선업과 같이) : 감원 대신 유급휴업·휴직으로 고용 유지시 정부가 고용유지지원금 지급.
- 독일 재난시기 고용보장법 제정 : 기업이 노동시간 단축하여 고용유지시 지원, (주 4일제) 2년간 단축노동수당(60~80%) 지급
- 향후 한국은 고령화로 노동력 부족, 경제회복 위해 고용안전 = 내수 증진. 노동력 필요해질 것.

토론

구조조정이 일상이 된 마트 현장

정민정 마트산업노동조합 위원장

MBK의 홈플러스에서 발생하고 있는 폐점, 매각을 통한 구조조정 뿐만 아니라 마트산업 전반에서는 일상적인 구조조정이 소리없이 지속적으로 진행되고 있습니다. 마트 산업의 고용없는 성장은 노동자에게는 해고의 위협과 더불어 나쁜 일자리 확대로 인한 노동 조건의 하락을 가져오고 있습니다. 유통 환경이 급속하게 변화하면서 온,오프라인 시장에서 유통 최강자를 향한 기업들의 치열한 경쟁 과정에 노동자들은 사라졌고 현장 노동자들의 고통은 가중되고 있습니다.

이마트-롯데쇼핑-홈플러스 직원 수 추이 단위: 명

[자료출처] 이마트는 전자공시, 롯데쇼핑은 언론보도, 홈플러스는 국민연금가입자 기준



[대형마트 3사 직원 수 감소 추이]

▣ 구조조정의 문제점1. 폐점매각으로 인한 대량 해고

그림2와 같이 이마트, 홈플러스, 롯데마트에서는 올해에도 폐점이 예정되어 있습니다. 대형마트의 폐점으로 수십년간 현장에서 일해온 노동자들이 일자리를 잃고 있습니다. 직영노동자들도 문제지만 직영보다 2~3배 더 많은 인원인 협력, 입점업체 노동자들의 경우 문제가 더욱 심각합니다.

홈플러스의 경우는 투기자본 MBK에 의해 점포영업실적과는 무관한 무차별적인 폐점매각이 진행되고 있으며 현재까지 MBK는 약 3조5천원억의 부지, 점포 등을 매각하였습니다. MBK의 이익만을 위해 매출 상위권 매장을 폐점,매각 하는 것은 장기적으로 봤을 때 홈플러스의 경쟁력을 약화시키는 요인이 될 것입니다. 현재 홈플러스는 전국 매출 최상위권인 안산점, 부산 매출 1위인 가야점, 홈플러스 1호 매장으로 상징적인 의미가 있는 대구점까지 줄줄이 매각을 추진하고 있습니다.

롯데마트	<ul style="list-style-type: none"> • 지난해 12개 점포 정리... • 올해 3월 롯데마트 구리점 폐점
이마트	<ul style="list-style-type: none"> • 4월 28일 동광주점, 5월 4일 인천공항점 폐점 • 7월 중 감삼점 폐점예정
홈플러스	<ul style="list-style-type: none"> • 대구스타디움점 연내 영업종료... • 올해 2월 대전탄방점 폐점 • 2021년 8월 안산점, 12월 대전둔산점·대구점 폐점 예정 • 2022년 4월 부산 가야점 폐점 예정

[대형마트 3사 폐점 현황]

	매 각 점포 / 부지	매 각 금 액
2016	서대전 잔여지 매각 가좌, 김포, 김해, 동대문, 복수원 S&LB(임대매각)	1,227억원
2017	목포상동 부지 매각 남양주 별내 부지 매각 강서점 S&LB 킨텍스점 부분 매각 등	8,029억원
2018	의정부점, 울산남구점 등 S&LB(임대매각) 함안물류센터 S&LB(임대매각) 중동점 매각	5,372억원
2019	칠곡 IC 부지 매각 무의도 연수원 매각 인하, 대전문화, 전주완산점 S&LB(임대매각)	4,480억원
2020 상반기	울산점(중구), 구미점, 시화점 S&LB(임대매각)	3,003억원
2020 하반기	안산점, 둔산점, 대구점, 탄방점	약 1조 2천억원
2021	가야점	

[MBK 인수 후 홈플러스 매각 경과]

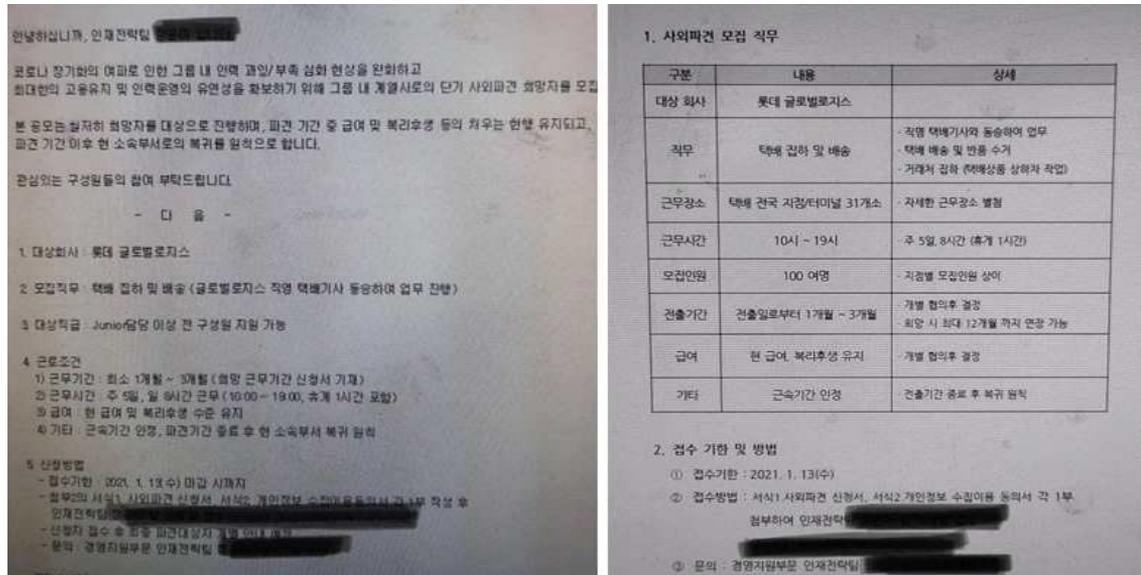
▣ 구조조정의 문제점2 희망퇴직 · 정년 등으로 인한 인력 감축

이마트 년도별 점포수/매출/직원수 변화



[이마트 점포수, 매출, 직원수(전자공시 기준, 기간의 정함이 없는 노동자 수)]

지난 4년간 대형마트 인력감축이 심각하게 발생하고 있습니다. 직영인력만 1만명이 넘게 줄어든 상황입니다. 이마트는 노브랜드, 트레이더스 등 신규 출점을 통해 매장수가 2016년 183개에서 2020년 437개로 254개 늘었지만, 노동자 수는 29,390명에서 25,310명으로 4,080명 감소 하였습니다. 롯데는 업계최초로 희망퇴직을 진행하고, 롯데계열사간 사원공유를 추진하였습니다. 대형마트 노동자들의 평균연령이 높아 정년퇴직이 많고 근골격계 질환 등으로 인하여 퇴사하거나, 현장 노동환경 악화로 인한 퇴사가 대량으로 발생하고 있지만 신규채용을 하지 않고 있어 매장의 인력은 지속적으로 줄어드는 반면 노동강도는 계속 증가하고 있습니다.



[롯데 계열사간 사원 공유 공지]

■ 구조조정의 문제점3 고용없는성장-나쁜일자리 양산

대형마트는 코로나시기에도 불구하고 매출이 증가하고 있는데 반해 나쁜일자리는 지속적으로 양산되고 있습니다. 현장에서는 신규인력을 채용하지 않고 비정규 단시간 노동자들을 늘리면서 고용없는 성장이 계속 이루어지고 있습니다

이마트는 줄어든 무기계약직을 포함한 정규직 노동자의 빈자리를 스태프라는 단기계약직으로 충원하여, 2%에 불과하던 비정규 단시간노동자들이 10%에 육박하고 있습니다. 또한 온라인사업으로 전환하는 새로운 영역에서는 노동기본권조차 없거나 사회안전망에서 사각지대에 있는 특수고용노동자와 하청, 도급 등 외주인력을 사용하고 있습니다. 배송업무를 담당하고 있는 온라인배송기사의 경우 대형마트 종속성이 매우 높음에도 불구하고 개인사업자로 구분되어 산재보험을 비롯한 모든 노동법의 보호를 전혀 받지 못하고 있습니다. 택배노동자와 유사한 일을 하고 있음에도 불구하고 산재보험 가입조차 되지 않아, 코로나19이후 늘어난 노동강도에 현장의 배송노동자들은 언제 쓰러질지 모른다는 불안감을 안고 있으며,

최근 대형마트 3사에서 배송노동자가 사망하는 사고가 발생하였습니다. 고용없는 성장과 나쁜 일자리 양산으로 마트 자본의 이익은 증대하고, 그곳에서 일하는 노동자들의 삶의 질은 더욱 악화되고 있습니다.



[대형마트 비정규직 구분]



참고. 이마트 물류센터 네오
 네오1~3 하루 배송량 13만 건
 수도권 6개 건립 추진 16,000평 규모
 이마트 배송기사 네오 1,500여명 + 전국 PP센터
 배송기사 ,1500이상 = 3,000명

- 네오 2,3 총 1770명 근무, 이중 비정규직 96%
- 싹땀컴 직영: 70명
 - 특수고용노동자(배송기사) : 900명
 - 파견노동자(피킹,패킹) : 800명



[트레이더스 월계점] 주5일 근무 스태프 모집 (1개월)

시급 9,990원
 장기 1개월~3개월
 주5일
 로테이션
 상시 상시모집

모집조건

경력: 무관(신입+경력)
 성별: 성별무관
 연령: 연령무관
 학력: 학력무관
 모집직종: 유통판매 > 대형마트
 고용형태: 아르바이트
 모집인원: 1명

근무조건

급여: **시급 9,990원** 2021년 최저시급 8,720원
> 식비(식사)지원 > > 급여계산기 >
 근무기간: 1개월~3개월
 근무요일: 주5일
 근무시간: 07:00~15:00 (로테이션: 07:00~15:00(오전) / 15:00~23:00(오후))
 복리후생: 국민연금, 건강보험, 고용보험, 산재보험, 주휴수당, 식비(식사) 지원

홈페이지지원

모집마감일
2021.04.27(화) ~ 상시모집

채용담당자정보

담당자명: 박찬현
 연락처: TEL : 02-6320-1251
 *전화 문의시 "일반전국에서 보고 전화 드려요" 라고 하시면 문의가 쉽습니다.
 *근무지역과 공고제목을 말씀하시면 더욱 빠른 문의가 가능합니다.

*구직이 아닌 광고 등의 목적으로 연락처를 이용할 경우 법적 처벌을 받을 수 있습니다.

[이마트 스태프 채용 공고]

마트 자본은 코로나 시국에도 역대 최대 매출을 기록하고 사업 확장을 위해서라면 5조원에 달하는 이베이코리아 인수전도 마다하지 않고 있습니다. 반면 마트에서 일하는 노동자는 10년을 일해도 최저임금인 삶을 벗어날 수 없고, 그마저도 정년까지 일을 할수 있을지 걱정해야 하는 상황입니다. 대형마트의 유니폼을 입고 대형마트의 상품을 고객의 집까지 배송하지만 노동자로 인정조차 받지 못하는 배송노동자입니다.

유통 자본과 노동자의 지금과 같은 극단적인 불균형, 불평등 상황이 지속된다면, 유통산업의 정상적인 발전에 심각한 장애를 초래할 것입니다. 정부는 마트노동자의 구조조정 문제를 더 이상 개별 기업의 문제로만 치부해서는 안됩니다.

이에 마트산업노동조합은 일터를 지키고자 하는 마트 노동자들의 절박한 마음을 담아 정부에 간곡히 요구합니다.

- ▶ 마트산업 전반의 구조조정을 비롯한 노동조건 전반에 대한 실태를 조사하고 개선방안을 모색해야 합니다.
- ▶ 투기자본의 횡포에 노동자들이 일자리를 잃는 일이 발생하지 않도록 투기자본을 규제하는 법안을 만들어야 합니다.
- ▶ 온라인배송기사를 대형마트의 노동자로 인정하여, 노예계약에서 벗어나 노동법과 사회안전망의 보호를 받을수 있도록 해야 하고, 노동조합 할 권리를 보장해야 합니다.
- ▶ 나쁜 일자리 양산하는 기업에 대한 책임을 묻고, 극심한 인력 부족으로 어려움을 호소하는 현장에 제대로된 신규 인력이 충원될수 있도록 강제해야 합니다.

거대 유통기업 독점·이커머스 확대와 중소상인 상생 문제

이성원 한국중소상인자영업자총연합회 사무총장

[1] 이커머스 현황

① 쿠팡

- 시장 점유율 13% (2위)
- 한국의 아마존 표방
- 상품중개업 뿐만 아니라 물류창고를 구축하여 제품을 직매입하고, 배송까지 하는 풀필먼트 (fulfillment) 서비스 제공
- 풀필먼트의 서비스를 최적화하기 위해 로켓 배송 도입
- 전체 매출 중 90% 이상이 풀필먼트를 통한 매출
- 풀필먼트의 시초는 미국 아마존으로 실제 쿠팡은 제2의 아마존을 목표로 OTT 서비스인 아마존 프라임을 벤치마킹한 쿠팡플레이까지 최근 런칭. 로켓와우 회원은 로켓 배송 제품의 무료 배송 뿐 아니라 쿠팡플레이 무료 사용 가능 (월 2,900원)
- 로켓와우 회원에게 적용하던 로켓배송 서비스를 일반 회원에게도 적용

② 네이버

- 시장 점유율 17% (1위)
- 쇼피파이 (Shopify) 방식 : 판매자가 이커머스에 들오올 수 있도록 솔루션 제공의 네이버 스마트스토어 운영
- 최저가 검색으로 이커머스 1위의 영향력

- 최근 이마트, CJ 대한통운과 지분 교환을 통해 메가물류센터 구축 협의
- 신세계 이마트 매장을 오프라인 거점으로 활용해 네이버 장보기를 통한 당일 배송, 익일 배송 및 멤버십을 활용한 무료 배송, 스마트스토어 신선식품 배송 검토 중
- 배달대행 스타트업인 메쉬코리아와 풀필먼트 업체인 위킵, 두손컴퍼니, FSS에 투자
- 최근 메쉬코리아가 공격적인 투자로 강남구 논현동에 도심형 물류센터인 마이크로풀필먼트센터 구축. 연대 50개 장기적으로 300개 구축 예정.
- 네이버가 메쉬코리아 등에 투자를 한 것은 쿠팡의 단점인 근거리 배송의 약점을 파고든 것으로 사실상 이커머스 관점에서 약점이 사라질 것으로 예측
- 명품 카테고리 구축 및 정기 구독, 렌탈 서비스 도입

③ 신세계

- SSG닷컴에서 SSG푸드마켓 대표 상품 450종을 선별해 새벽배송을 시작
- 신선식품 특화 물류센터인 네오(NEO)에 입고시켜 서울 및 수도권 지역에 배송
- SSG닷컴에 백화점 식품관을 오픈해 신세계백화점을 비롯한 국내5대백화점에서 취급하는 프리미엄 신선식품을 새벽배송 시작
- 이마트가 최저가 보상제 도입. 지정한 500개의 상품이 타 물보다 비싸면 차액만큼 자사 포인트를 적립
- 이마트의 강점인 신선식품 배송을 주무기로 배달대행업체를 활용해 2~3시간 배송 서비스 도입 예정
- 이베이 코리아 예비입찰 참여
- 네이버, CJ 대한통운과의 지분교환을 사업 확장
- 이마트, 신세계백화점, 스타필드, SSG닷컴에서 네이버 페이를 사용 적립 가능 및 네이버플러스 멤버십 회원 대상으로 무료 배송 프로모션
- 향후 신세계 포인트와, 네이버 플러스 멤버십의 통합 혜택 서비스
- 오픈마켓 시범 운영 시작 (신세계 백화점과 이마트를 고려해 식품과 명품 의 입점 제한)

④ 롯데

- 통합 오픈마켓 롯데온 시범 운영
- 7월까지 판매수수료 0% 적용

- 이베이코리아 인수 유력 후보
- 이마트의 500개 생필품에 같은 최저가 보상 적립제 실시
- 롯데온 엘포인트 5배 적립 서비스
- 지난 해 120여개의 오프라인 점포 정리, 추가로 80개 매장을 정리해 오프라인 매장수를 30% 가까이 축소 계획
- 새벽배송 서비스인 '새벽에 On'서비스 확장
- 오프라인 점포를 배송 거점으로 삼는 스마트스토어와 세미다크스토어 확대
- 롯데마트의 물류망을 이용해 주문 후 2시간 안에 물건 포장 및 배송까지 하는 '바로 배송' 서비스 시작
- 1월부터 배송 플랫폼 스타트업 PLZ와 롯데마트 잠실점에서 릴레이 배송 시범 서비스 도입. 릴레이 배송은 2시간 배송 완료를 원칙으로 마지막 현관까지의 구간인 '라스트마일'배송을 하는 '플렉서'를 따로 두고, 플렉서가 본인 담당 공간에서 대기하다가 배송 트럭에서 제품을 오토바이, 도보 등을 활용해 초고속 배달하는 시스템을 구축

㉔ 마켓컬리

- 올해 상장 예고
- CJ대한통운과 협업으로 새벽배송을 확장하여 연내 전국으로 확대
- 기본 채소, 과일, 수산, 정육, 유제품과, 쌀, 김 등 60여가지 식품을 1년 내내 가장 낮은 가격에 판매하는 EDLP(Every Day Low Price) 도입

㉕ 홈플러스 익스프레스

- 고객 주문 상품을 1시간 내 배송하는 온라인 서비스를 시작
- 전국 253개 홈플러스 익스프레스 직영점 인근(반경 2~2.5km 내) 고객이 홈플러스 모바일 앱(App)이나 온라인 사이트 내 홈플러스 익스프레스 즉시 배송 코너에서 상품을 주문하면 매장의 장보기 전담 직원인 '피커(picker)'가 상품을 취합해 배송

㉖ GS 리테일

- GS홈쇼핑과의 합병을 통한 전국단위 물류 네트워크 구축
- 한진 등 택배사의 물류센터와 GS 리테일이 보유한 편의점, 슈퍼마켓 매장 (약 1만 5,320개)을 연결
- GS숍을 통해 온라인 주문이 들어오면 전담 택배사들(24개)이 바로 배송할 수 있는 물

품은 집 앞까지 보내고, 그렇지 않은 경우는 편의점 등 오프라인 매장에 가져다 놓는 구조

㉔ 우아한 형제들 - B마트

- 초소량 번쩍 배달을 주요 전략으로 1인 가구 대상의 30분~ 1시간 내 배송(퀵커머스)
- 출범 9개월 만에 월 매출 963% 증가

[2] 향후 시장 전망

㉑ 분기별 온라인 쇼핑 동향

(단위:억원)

항목	2019년				2020년				증감률
	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	
합계	315,895	325,293	337,374	374,079	368,381	374,617	420,411	453,036	20%
가 전 (컴퓨터/가전)	50,516	49,711	49,266	53,748	58,899	63,151	68,070	76,981	31%
도 서 (서적/문구)	7,664	6,266	6,724	7,343	8,873	8,034	9,200	9,881	29%
패 션 (의류 / 화장품)	94,896	104,136	100,999	123,320	101,106	112,312	109,961	131,972	8%
식품(음식/농축수산)	39,750	40,076	44,642	45,161	59,636	57,513	72,748	71,071	54%
생활(생활/자동차)	37,427	37,971	39,448	42,931	52,065	54,478	60,737	61,547	45%
서비스 (여행/문화)	76,278	80,025	88,973	93,723	76,497	68,398	86,691	89,925	-5%
기타	9,363	7,108	7,321	7,853	11,305	10,732	13,004	11,659	48%

※ 출처 : 통계청 가계 동향 조사

- 식품과 생활용품은 소득에 상관없이 구매하는 필수 품목이며, 반복 재구매가 가장 활발한 품목이라는 측면에서 증가율이 지속적으로 상승할 가능성이 높음

- 10대와 20대가 주도하던 온라인 소비가 4~50대까지 확대

㉔ 기업 협업

- 네이버, 신세계, CJ 대한통운의 경우처럼 이커머스, 유통, 물류 기업과 배달 스타트업 간의 다양한 협업과 투자를 통해 이커머스 전정에 돌입할 것으로 예측

㉕ 오프라인 매장의 변화

- 롯데마트의 경우처럼 상당수의 오프라인 매장을 축소하고 이를 물류 창고로 활용할 가능성
- 플렉서를 활용한 전 국민의 플랫폼 노동화
- 기존의 오프라인 매장이 온라인 진출에서 온라인 플랫폼의 오프라인 진출로 유통업 생태계에 큰 변화

[3] 해결 과제들

- ▶ 온라인 구매가 지속적으로 확대되면서 과연 기존의 유통법만으로 자영업자들의 골목상권 보호와 근로자들의 휴식권은 보호될 수 있는가?
- ▶ 이커머스 중심의 온라인 소비를 규제하는 것은 과연 가능한가? (온라인의 기본적인 생태계를 부정하는 것은 가능한가?)
- ▶ 중소상인 자영업자들은 이커머스 플랫폼을 적극 활용할 것인가? 아니면 이에 대응하여 공공 플랫폼으로 경쟁력을 갖출 것인가?
- ▶ 중소상인들이 보다 적극적으로 운영을 주도하는 물류센터 구축 확대 방안은?
- ▶ 의무휴업보다 훨씬 더 강한 소비자 저항을 어떻게 대응할 것인가?
- ▶ 오픈마켓 경쟁으로 인한 수수료 인하의 긍정적인 효과는 어떻게 볼 것인가?

- 유통산업 지각 변동과 ‘공정한 전환’ - 유통산업 노동시장 쟁점과 논의 과제

김종진 한국노동사회연구소 선임연구위원

□ 유통산업 노동시장 변화 흐름과 고용

- 우리나라 유통업은 사업 다각화 현상이 빠르게 나타나고 있는 업태 중 하나이며, 주요 대기업 중심의 시장이 공고히 형성된 산업임. 그러나 최근 롯데백화점/마트(매장 통폐합), 대형마트(홈플러스 매각)이나 백화점 입점 브랜드 철수(슈에무라)와 같은 구조조정이 코로나19와 같은 상황(면세점 구조조정 약 13,000명, 다이소 1,800여명)과 맞물려 산업 고용위기 현상이 진행되고 있음.
- 우리나라 유통업(도소매, 이하 동일 의미)시장은 지난 15년 사이 급격한 성장을 하고 있으며, 소수의 대기업 중심으로 각 업태별 규모의 경제가 형성되고 있는 상황임. [표]에서 확인 가능하듯, 2006년에서 2019년 사이 유통업 사업체는 약 16만3천개 정도 증가했으며, 종사자 규모는 80만7천명 증가했음.
- 유통업 내 하위 업태별 변화 흐름을 보면 대형 종합소매업과 기타 종합 소매업도 같은 시기 사업체는 증가했으나, 대형 종합소매업(백화점 등) 종사자 규모는 오히려 감소한 것이 확인되며, 특히 이 시기 무점포 소매업(온라인 쇼핑몰)은 두 배 이상 사업체가 증가했음.

[표] 유통업 노동시장의 변화 흐름: 2006~2019(단위: 개, 명)

시점	도매 및 소매업		대형 종합 소매업		기타 종합 소매업		무점포 소매업	
	사업체	종사자	사업체	종사자	사업체	종사자	사업체	종사자
2019년	1,028,323	3,289,652	585	75,104	4,579	21,590	38,521	239,632
2016년	1,019,388	3,147,606	658	91,523	4,305	18,060	25,138	210,999

2006년	865,045	2,482,358	440	74,057	2,428	5,642	14,589	193,466
-------	---------	-----------	-----	--------	-------	-------	--------	---------

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

□ 유통산업 구조변화와 사업 다각화 문제

- 전 세계적으로 서비스 사회화가 진행되면서 저임금 여성, 청년 등의 불안정 일자리들이 증가하고 있음. 특히 유통업은 경영 및 채널 다각화로, 시장 영역이 다양하게 확장되고 있는 분야임.
 - 주요 해외 국가들에서도 유통업은 유통 자본의 내부 시장경쟁과 기술발전 과정에서 빠르게 시장 변화 현상(오픈 마켓 포화, 해외 진출, 온라인 무점포 확대, 비대면 무인화·자동화·키오스크화)이 확인되고 있는 산업임.

- 기술발전과 산업 재구조화 및 집중화가 가속화되면서 유통업 노동시장의 고용 감소도 확인되고 있음. 이미 2000년대 중후반부터 유럽에서도 유통업 노동시장의 고용구조 변화가 확인되었음(Gerhard Bosch and Steffen Lehndorff et al, 2005: 213).
 - 유럽 각 나라별로 대형 유통업은 무인판매(self-service), 자동화(self-checkout)로 운영되어, 서비스 판매직이 많이 감소하고 있는 추세였음. 기술의 발전으로 인한 기계 도입은 인건비 절감 전략으로, 인력 구조와 배치, 업무 합리화(표준화)를 통해 가능하기 때문임.

- 유통환경의 구조 변화는 소수 자본의 독과점(집중)으로 나타나고 있고, 이 과정에서 기존 오픈 마켓 중심의 도소매업은 구조조정이 출현되는 현상을 조우하게 되는 현상이 확인됨. 더불어 최근 몇 년 동안 소위 4차 산업혁명이나 디지털화가 유통산업 내에 빠르게 전개되고 있음.
 - 게다가 제품에 대한 수요를 집중시키는데서 발생하는 '규모의 경제'를 최대한 활용할 수 있도록 해주고, 상품 관리의 전 과정을 합리화(rationalization)하여 상품 관리를 전문화되고 과학적인 작업 공정(taylorised)으로 분화하여 외주화 혹은 협력회사 활용 현상으로 출현하는 것임.

- 유통업이 독과점·대형화는 이미 국내외에서 과거 월마트화나 이마트화에서, 현 시점에서는 '아마존화'(Amazonification) 혹은 '쿠팡화(Coupanged)되면서 인사관리 전략도 급격하게 바뀌고 있음. 유통업의 산업구조와 인사관리 전략의 변화 속에서 최소한의 고용은 유통서비스 노동의 저숙련화(Low-Skill Workers)로 나타는 것임.

- 구조조정이나 산업 합리화 과정에서 유럽에서 저임금 노동자는 상대적으로 제도적인 보호를 받고 있는 편이었음. 영국을 제외한 유럽 국가 유통업에서 노사 교섭구조가 마련되었고, 독일은 유통업 노동자의 80% 직업 훈련을 이수했음.

□ 유통산업 구조조정과 일자리 정책 검토

- 먼저, 현재의 유통산업 매각 과정 및 구조조정 과정에서 고용일자리 정책(고용, 실업, 직업훈련, 재취업 등)을 노사정 TF 논의를 통해 각 업체별 대응을 모색할 필요가 있음. 이 일단 특별고용지원업종 지정(「고용정책기본법」 고용정책심의회)을 통해 지원방안(고용유지 지원 연장 및 추가)을 모색할 수 있을 것임.
- 또한 현재의 「유통산업발전법」 제3조(유통산업시책의 기본방향) 8에 종사가 고용 및 직업능력 향상 지원 조항을 신설하고, 제15조(분야별 발전시책) ⑤항을 신설하여, 유통산업 구조조정 과정의 고용유지와 발전 관련 사항 등을 추가(개정)할 필요가 있음.
- 끝으로, 기술발전 과정에서 나타나는 유통업 구조조정 및 합리화 과정에서 일자리 문제와 관련하여 중장기적 제도화 방향을 노사정 및 이해당사자들의 논의가 필요한 시점임. 유통업 다양한 채널별 종합대책을 검토하는 것이 필요한 시점일 듯함.

유통노동자의 노동권과 일자리를 위한 노동조합의 대응

이희종 전국서비스산업노동조합연맹 정책실장

1. 유통산업의 변화와 구조조정 현황

1) 유통산업의 급격한 변화 (배경)

- 유통 시장이 오프라인에서 온라인으로 급격하게 이동하면서 전통적인 유통업체인 백화점, 마트의 유통시장 점유율이 지속해서 감소하고 온라인 비중은 지속해서 증가하고 있음. 마트, 백화점 또한 온라인 분야에 투자하고, 온·오프라인 채널을 동시 활용한 매출 확대를 꾀하고 있음.
- 배송 시스템이 유통의 트렌드가 되면서 유통과 물류의 경계가 사라짐. 마트 3사에만 5천여 명의 배송노동자가 확인되는데, 물류센터와 유통업체 전체를 보면 훨씬 많은 수의 마트 배송 노동자들이 생겨나고 있음. 온라인 배송 시스템이 확대되면서 기존 판매직은 감소하고, 새로운 형태의 업무(온라인 주문, 포장, 창고업무 등)가 생겨남.

2) 코로나 위기 (가속도, 명분)

- 코로나 위기는 유통시장의 온라인화를 가속화 하고 있음. 오프라인 매출 증감률은 2019년부터 마이너스가 됨. 지난해 온라인 매출은 18.4%로 최대폭으로 증가한 반면, 오프라인 매출은 △3.6%로 최대폭으로 감소함.
- 2020년 코로나 위기상황에서 매출 감소는 백화점(△9.8%)이 가장 심각하고, 대형마트는 △3%. 코로나 상황에서 오히려 매출이 증가한 이마트나 상대적으로 자본이 탄탄한 이랜드의 경우도 구조조정을 진행하고 있음. 코로나위기는 유통산업변화를 필요로하는 기업에게 구조조정의 명분을 주고 있음.

3) 유통시장에 투기자본의 침투

- 홈플러스의 MBK 매각은 유통업체 간의 경쟁 과정에 투기자본이 침투한 사례임. MBK는 홈플러스 인수와 매각으로 차익을 남기려고 했으나 급격하게 변화는 유통산업에서 인수 대상을 찾을 수 없었고, 자본 회수를 위해 홈플러스가 보유한 매장을 통한 대규모 부동산 투자를 벌임.

4) 유통산업 변화와 정부의 대응의 문제

- (전통의제에 머무름) 2019년 정부의 유통사업 기본계획을 보면 정부 또한 '온라인 쇼핑의 확산은 온·오프라인 간 및 국경 간 경계 붕괴, 인공지능 등 기술발전은 새로운 형태의 유통 플랫폼 출현 촉진'이라고 표현하며 유통환경의 변화를 진단하고 있음. 하지만, 유통산업에서의 당면과제나 경쟁력 강화 방안은 여전히 대·중·소 유통 간의 상생협력 등 유통산업의 전통적 의제에 머물고 있음.
- (재벌 중심 지원) 최근 면세점에 대한 정부 지원을 살펴보면, 정부가 면세점을 대상으로 1조 원 규모의 임대료 감면과 제도적 지원함. 하지만, 이 과정에서 체결한 협력업체의 고용안정 약속(MOU 체결)을 면세점이 전혀 이행하지 않고 있음에도 이행 노력을 강제하고 있지 않고 있음.

2. 구조조정 특성과 방향

1) 산업 전환에 따른 구조조정

- 유통과 물류가 결합하면서, 물류센터와 배송업무가 유통의 한 축이 되고 있음. 오프라인 사업은 축소되고 온라인 부서가 확장됨. 기술 발달에 따른 소비패턴 변화로 산업구조조정이 지속적으로 진행될것으로 보임.

2) 업계 전반의 저강도 구조조정

- 롯데는 지난해 12개의 롯데마트를 폐점. 이랜드의 경우도 5개 지점을 폐점하고, 1개의 지점을 매각하고 전현직 임원을 통해 일부 사업과 김스클럽 5개점을 외주화함. 홈플러스는 자본회수를 위해 중요 매장을 매각. 마트의 고용인력도 지속해서 감소하고 있음.
- 현장에서 심각한 문제는 자연 인력 감소에 대한 대체 인력을 채용하지 않는 것. 매장인력은 줄고 노동강도는 증가하고 있음. 대부분의 업체에서 유연 업무제가 도입됨. 롯데는 그

를 차원에서 사원 공유제를 실시하고, 이마트는 신규사원의 대부분을 일용직, 아르바이트 생으로 채우는 방식으로 저강도 구조조정을 진행하고 있음.

3. 유통산업 변화에 대한 대응 과제

1) 공정한 산업전환을 위한 일자리 위원회 산하 '유통TF' 구성

- 자동차 산업의 경우, 전기자동차로의 산업 전환을 그린 뉴딜이라는 정부차원의 정책방향을 수립해 대응하고 있음. 유통산업의 변화 또한 그에 견줄만한 변화가 예고됨. 기술 발달로 우리에게 익숙한 계산대, 판매원 등의 노동은 감소하고 물류창고 업무, 패커, 배송 노동 등 새로운 모습의 일자리가 생겨나고 있음.
- 개별기업 노사문제로 치부할 것이 아니라 산업 전환의 차원에서 공정한 전환(고용안정, 제대로 된 일자리)을 위한 정부차원의 대책을 수립해야 함. 일자리위원회 산하 유통 TF 구성을 요구하고 유통산업 변화에 따른 고용안정과 좋은 일자리 창출 방안을 논의해야 함.

2) 유통산업 발전법 전면개정안 마련 (온라인 유통업에 대한 법제도 정비)

- 유통산업발전법은 96년 유통시장 개방에 대응하기 위해 유통시장 진흥을 목적으로 만들어 짐. 2000년대 이후 대형마트, 복합쇼핑몰의 성장으로 중소기업인들의 어려움이 가중되자 유통산업에서 균형 발전이 중요 의제가 되었고 대규모 점포에 대한 규제방안을 마련하기 위한 법 개정이 지속해서 이루어졌음.
- 현재 유통산업발전법에는 무점포판매(온라인 판매) 관련 제대로 된 규정조차 없는 실정. 신산업(쿠팡) 규제라는 논쟁을 넘어 무점포판매업 관련 세부조항을 마련하고, 물류와 유통의 통합, 온·오프 시장 전체에 공정한 규제와 고른 발전을 지원하는 방향으로 유통산업발전법 전면개정 안을 마련해야 함.

[현행 법에서의 무점포 판매관련 조항]

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

9. “무점포판매”란 상시 운영되는 매장을 가진 점포를 두지 아니하고 상품을 판매하는 것으로서 산업통상자원부령으로 정하는 것을 말한다.

제15조(분야별 발전시책) ① 산업통상자원부장관은 유통산업의 경쟁력을 강화하기 위하여 다음 각 호의 시책을 수립·시행할 수 있다. <개정 2013. 3. 23.>

1. 체인사업의 발전시책
 2. 무점포판매업의 발전시책
- 이하생략 -

[시행규칙에서의 내용]

제2조(무점포판매의 유형) 「유통산업발전법」(이하 “법”이라 한다) 제2조제9호에서 “산업통상자원부령으로 정하는 것”이라 함은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 것을 말한다. <개정 2006. 2. 23., 2008. 3. 3., 2009. 10. 14., 2013. 3. 23., 2013. 4. 23.>

1. 방문판매 및 가정내 진열판매
2. 다단계판매
3. 전화권유판매
4. 카탈로그판매
5. 텔레비전홈쇼핑
- 5의2. 인터넷 멀티미디어 방송(IPTV)을 통한 상거래
6. 인터넷쇼핑몰 또는 사이버몰 등 전자상거래
- 6의2. 온라인 오픈마켓 등 전자상거래중개
7. 이동통신기기를 이용한 판매
8. 자동판매기를 통한 판매

3) 유통업상생발전협의회에 노동자의 참여 보장

- 유통산업발전법에서는 대규모 점포 및 준대규모점포와 지역유통기업의 균형 발전을 협의하기 위해 지역마다 유통상생발전협의회를 구성하게 되어있음. 지자체에서는 이 회의를 통해 대규모 점포의 영업시간 제한 결정뿐 아니라 상생협력촉진방안, 공동조사연구 등을 통해 시책을 마련함.
- 노동조합은 협의회에서 결정하는 ‘영업시간 제한’, ‘공동조사사업’, ‘유통산업 지원’의 이해당사자임에도 참여를 보장하고 있지 못한 조건. 산업부는 유통업상생발전협의회에 노동자의 참여 보장 명시화해야 하며, 지방자치단체에는 노동조합을 이해관계자로 참여 할 수 있게 해야 함.

[유통산업발전법(2013년도 개정)]

제7조의5(유통업상생발전협의회) ① 대규모점포 및 준대규모점포(이하 “대규모점포등”이라 한다)와 지역중소유통기업의 균형발전을 협의하기 위하여 특별자치시장·시장·군수·구청장 소속으로 유통업상생발전협의회(이하 “협의회”라 한다)를 둔다.

② 협의회의 구성 및 운영 등에 필요한 사항은 산업통상자원부령으로 정한다.

[시행규칙]

제4조의2(유통업상생발전협의회 구성) ① 법 제7조의5에 따른 유통업상생발전협의회(이하 “협의회”라 한다)는 성별 및 분야별 대표성 등을 고려하여 회장 1명을 포함한 11명 이내의 위원으로 구성한다. <개정 2013. 7. 22., 2019. 9. 27.>

② 회장은 부시장(특별자치시의 경우 행정부시장을 말한다)·부군수·부구청장이 되고, 위원은 특별자치시장·시장(「제주특별자치도 설치 및 국제자유도시 조성을 위한 특별법」 제11조에 따른 행정시장을 포함한다. 이하 같다)·군수·구청장(자치구의 구청장을 말한다. 이하 같다)이 임명하거나 위촉하는 다음 각 호의 자가 된다. <개정 2019. 9. 27.>

1. 해당 지역에 대규모점포 등을 개설하였거나 개설하려는 대형유통기업의 대표 3명
2. 해당 지역의 전통시장, 슈퍼마켓, 상가 등 중소기업의 대표 3명
3. 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 자

가. 해당 지역의 소비자단체의 대표 또는 주민단체의 대표

나. 해당 지역의 유통산업분야에 관한 학식과 경험이 풍부한 자

다. 그 밖에 대·중소유통 협력업체·납품업체·농어업인 등 이해관계자

4. 해당 특별자치시·시·군·구의 유통업무를 담당하는 과장급 공무원

③ 위원의 임기는 2년으로 한다.

④ 특별자치시장·시장·군수·구청장은 제2항제1호·제2호 및 제3호의 위원이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 해당 위원을 해촉(解囑)할 수 있다. <개정 2019. 9. 27.>

1. 금고 이상의 형을 선고받은 경우
2. 직무와 관련된 비위사실이 있는 경우
3. 위원이 6개월 이상 장기 출타 또는 심신장애로 인하여 직무를 수행하기 어려운 경우
4. 직무태만, 품위 손상 또는 그 밖의 사유로 인하여 위원으로 적합하지 아니하다고 인정되는 경우

⑤ 제1항부터 제4항까지에서 규정한 사항 외에 협의회의 구성 등에 필요한 사항은 협의회의 의결을 거쳐 회장이 정한다. <신설 2019. 9. 27.>

[본조신설 2013. 4. 23.]

제4조의3(협의회의 운영 등) ① 협의회의 회의는 재적위원 3분의 2 이상의 출석으로 개의하고, 출석위원 3분의 2 이상의 찬성으로 의결한다.

② 회장은 회의를 소집하려는 경우에는 회의 개최일 5일 전까지 회의의 날짜·시간·장소 및 심의 안건을 각 위원에게 통지하여야 한다. 다만, 긴급한 경우나 부득이한 사유가 있는 경우에는 그러하지 아니하다.

③ 협의회의 사무를 처리하기 위하여 간사 1명을 두되, 간사는 유통업무를 담당하는 공무원으로 한다.

④ 협의회는 분기별로 1회 이상 개최하는 것을 원칙으로 하되, 회장은 필요에 따라 그 개최 주기를 달리할 수 있다.

⑤ 협의회는 대형유통기업과 지역중소유통기업의 균형발전을 촉진하기 위하여 다음 각 호의 사항에 대해 특별자치시장·시장·군수·구청장에게 의견을 제시할 수 있다. <개정 2019. 9. 27.>

1. 대형유통기업과 지역중소유통기업 간의 상생협력촉진을 위한 지역별 시책의 수립에 관한 사항
- 1의2. 법 제8조제7항에 따른 상권영향평가서 및 지역협력계획서 검토에 관한 사항
2. 법 제12조의2에 따른 대규모점포등에 대한 영업시간의 제한 등에 관한 사항
3. 법 제13조의3에 따른 전통상업보존구역의 지정 등에 관한 사항
4. 그 밖에 대·중소유통기업 간의 상생협력촉진, 공동조사연구, 지역유통산업발전, 전통시장 또는 전통상

점가 보존을 위한 협력 및 지원에 관한 사항

⑥ 제1항부터 제5항까지에서 규정한 사항 외에 협의회회의 운영 등에 필요한 사항은 협의회회의 의결을 거쳐 회장이 정한다.

[본조신설 2013. 4. 23.]

4) 투기자본 규제 법안 마련

- 홈플러스는 투기자본의 무분별한 기업 인수합병의 한 사례임. 기업을 인수 과정에서 약속한 투자와 고용안정은 무시하고, 기업을 무너뜨리고 일자리를 없애고 있음. 기술발달로 산업변화 주기가 짧아지고, 기업의 인수합병이 일상적으로 일어나고 있어 홈플러스나 유통산업만의 문제는 아님. 기업의 인수합병과 구조조정은 노동자의 고용 위기 뿐 아니라 정부의 고용정책에도 심각한 영향을 미치게 되므로 정부가 대책을 마련해야 함.
- 최근 금속노조에서는 ‘기술변화 및 기후 위기 대응과 정의로운 산업 전환을 위한 공동결정법’을 주장하는 등, 투기자본에 대한 규제책 마련 주장, 외투 자본에 대한 규제 요구가 쏟아지고 있음. 기업의 인수합병과 구조조정 절차에 노동조합의 참여를 보장하거나 투기자본의 무분별한 기업 사냥을 규제할 수 있는 법제도 개선이 필요.

5) 새로운 일자리에 대한 실태조사로 산업안전 강화, 고용 안정화 노력

- 유통시장에서 창고·물류센터 업무가 늘어나고, 신선식품 새벽 배송서비스가 증가하면서 야간노동도 증가. 지난 수십년간 제조업에서는 야간노동이 줄어왔는데, 유통물류에서는 오히려 야간노동이 늘어나고 있는 것. 노동조합 차원에서 유통물류에서 야간노동 심각성을 조사해 사회여론화 시킬 필요가 있음.
- 확대되고 있는 기업 간의 새벽 배송, 빠른 배송 경쟁에 대해 노동자 희생을 통한 편리한 추구에 대한 사회적 필요성을 제고하고, 소비자 인식개선 운동도 벌여 사회적 기준을 마련해야 함.
- 온라인 배송시장이 커지고, 배송속도 경쟁까지 벌어지고 있는 상황에서 온라인 배송노동자가 급격하게 증가하고 있음.(마트 3사에만 5천명 규모로 늘어남) 이들은 대부분 지입제, 단단계 위탁계약으로 일하고 있어 종사자에 대한 사회적 보호가 절실함. 현장에서는 부당한 계약, 열악한 처우, 장시간 노동으로 인한 과로사등 문제가 발생하고 있지만 아직까지 공식적인 실태조사조차 되지 않고 있는 실정임.

6) 면세산업에 대한 적극적인 고용대책 마련

- 코로나 위기로 힘든 면세업체들을 위해서 정부는 지난해 8천억원이 넘는 공항임대료를 감면, 유예하는 조치를 취함. 이과정에서 공항공사는 면세사업자들이 협력업체까지 고용을 유지하겠다는 MOU각서를 체결했고, 공항임대료 감면 조치 뿐 아니라 세금감면, 면세품 국내판매 등 면세재벌을 위한 추가 조치들을 내놓고 있음. 하지만 MOU각서 이행을 위한

어떠한 조치도 취하지 않음.

- 정부가 나서서 면세사업자와 공항공사가 체결한 MOU협약서를 이행할 수 있도록 강제해야 함. MOU이행각서의 이행(고용유지)를 면세사업자의 특허권 심사의 중요 평가항목으로 다루는 등 적극적으로 개입 할 수 있음
- 또한 3개월 연장된 고용유지지원금 지원업종 지정을 코로나 종식시기까지로 계속할 것을 약속해 면세산업 노동자의 불안을 해소해 주어야 함.

유통산업 변화에 따른 정부의 대응

산업통상자원부 유통물류과 조진화 서기관

유통산업 변화와 일자리 정책

고용노동부고용정책총괄과 편도인 과장

