

“시간촉박·노사팽팽” 택배대책협 파열음… 설 前 합의 난항

과로사대책위원회
“택배사업자, 분류작업 합의 파기”

사업자 단체
“일방적 합의파기 아닌 협의 중”

택배 현안 해결을 위해 지난해 말 꾸린 사회적 합의기구 ‘택배기사 과로방지대책 협의회’(택배대책협의회)가 연초부터 삐걱거리고 있다.

고용노동부, 국토교통부, 공정거래위원회를 포함한 정부와 물류회사인 택배 사업자, 노동조합 등 종사자 단체, 소비자 단체, 관련 전문가들이 두루 참여해 논의를 한창 진행하는 과정에서 직접 당사자인 사업자와 노동계가 팽팽히 맞서 파열음이 나면서다.

게다가 합의기구가 출범 초부터 논의를 위한 마지노선을 2월 중순인 음력 설 전까지로 한정할 탓에 시간이 촉박해 자칫 ‘설익은 합의’가 나올 우려도 제기되고 있다.

합의기구에서 논의키로 한 내용이 택배 분류 업무 책임 문제, 택배기사 적정 수수료 보장 등 노·사 양측의 합의로 끝날 사안도 있지만, 택배를 이용하는 기



한파 경보가 발효된 7일 오전 서울 종로구 부암동 인근 주택가에서 한 택배 기사가 눈이 쌓인 골목길을 천천히 올라가고 있다. /뉴시스

업(화주)과 일반 소비자의 ‘사회적 동의’가 필요한 택배 요금 인상 이슈도 있어 결론이 나오기까지 적지 않은 시간이 필요하기 때문이다.

활시위는 노측인 종사자 단체가 먼저 당겼다.

7일 관련업계에 따르면 택배 종사자, 시민단체 등이 모인 ‘택배노동자 과로사 대책위원회’(과로사대책위)는 전날 기자회견을 열고 합의기구에서는 논의된 분류작업 합의에 대해 택배 사업자들이 일방적으로 파기했다고 밝혔다.

종사자 단체에 따르면 합의기구 출범 후 지난달 1차로 가진 회의에서 분류작업은 택배사의 업무로 ‘합의’가 끝났는데, 2차 회의 자리에서 사업자 단체가 이를 인정할 수 없다고 주장하고 나섰다.

지난달 7일 출범한 사회적 합의기구는 15일과 29일에 각각 1·2차 회의를 진행했다.

합의기구는 출범하면서 ▲택배 분류 업무의 명확화 ▲주5일제 도입 및 적정 작업시간 규정 ▲택배기사 적정 수수료

보장 및 유동업계 상생방안 ▲택배산업 갑질근절 ▲택배요금 현실화 등 5가지 사안에 대해 논의하기로 한 바 있다.

그런데 첫 논의 주제인 ‘택배 분류 업무’의 주제를 놓고 양측이 초반부터 줄다리기를 하고 있는 모습이다.

택배 분류 업무는 서버터미널 등으로 들어온 택배 상자를 선별해 담당 구역별로 구분해 놓는 것을 말한다. 지금까지는 택배기사가 이를 직접하거나 아니면 별도의 비용을 들여 분류지원인력(분류도우미)을 활용하는 경우가 많았다.

이같은 종사자측 주장에 대해 사업자 단체는 ‘합의’가 아닌 ‘협의중’이었다는 입장이다.

개별 택배사를 대신해 합의기구에 참여하고 있는 한국통합물류협회 택배위원회는 입장문을 내고 “과로사대책위가 주장하는 ‘합의’는 없었으며, ‘합의 파기’ 주장도 사실이 아니다”라며 “1차 회의에선 서로 의견만 개진했고, 당일 회의에선 분류에 대해 (향후) ‘법률적으로 정리’하기로 결론을 내렸을 뿐”이라고 강조했다.

아울러 종사자측인 과로사대책위는 CJ대한통운 등 택배사들이 지난해 약속했던 분류작업 인력도 제대로 투입하

지 않고, 실제 배치 인원도 자신들이 파악한 것과 크게 다르다고 밝혔다.

CJ대한통운 역시 이같은 주장에 대해 “사실을 왜곡한 것”이라며 깊은 유감 표명과 함께 반박에 나섰다.

CJ대한통운은 “현장 구인난에도 불구하고 지난 12월말 현재 2370명의 인수지원인력이 투입됐으며, (당초 약속대로)오는 3월말까지 투입을 끝내겠다”면서 “또 과로사대책위가 ‘분류작업 인력들을 지난해 추석부터 재탕 삼탕하며 발표하고 있다’고 주장한 것 역시 사실과 다르며, 예로 든 15개 서버터미널의 경우 목표 대비 투입비율도 62.6%로 전체 서버터미널(59.3%)보다 오히려 높다”고 강조했다.

택배사들은 앞서 택배기사의 업무 부담을 줄여주기 위해 CJ대한통운 400명, 한진 1000명, 롯데글로벌로지스틱스 1000명 등 분류인력을 추가로 투입하겠다고 밝힌 바 있다.

이처럼 지난해부터 택배 종사자 사망 등 불미스러운 일로 꾸러진 사회적 합의기구가 연초부터 당사자간 극명한 입장차로 인해 갈길이 먼 모습이다.

/김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

KCC, 모멘티브에 실리콘 사업 매각

(美 자회사)

실리콘 사업 전문성·효율성 강화
계열사 간 시너지 극대화 기대

KCC가 글로벌 실리콘 사업 재편을 통해 시너지 창출에 본격 나섰다.

실리콘 자회사들을 KCC의 미국 자회사인 모멘티브퍼포먼스머티리얼스(모멘티브)에 넘기면서다.

7일 KCC에 따르면 지난달 물적분할을 통해 설립한 KCC실리콘을 비롯해 실리콘 사업 부문 자회사들을 모멘티브에 매각한다고 전날 공시했다.

매각 대상 회사는 KCC실리콘, KCC바실톤(KCC 영국 실리콘 자회사), KCG(KCC 중국 광저우 법인) 내 실리콘 사업부다. 다만 같은 기업집단 내에서 이뤄지는 매각이기 때문에 연결재무제표로 집계되는 매출액 등에는 영향이 없다.

이번 매각을 통해 KCC는 지분을 직접 소유하던 기존 실리콘 사업 부문 자회사들을 모멘티브 산하로 옮긴다. 이를 통해 모멘티브에 대한 KCC의 책임 경영을 강화하는 한편, 양사가 가진 역



KCC 본사 전경.

량을 한 데 모아 균형 있는 사업 포트폴리오를 완성한다는 계획이다. 매각이 끝나면 KCC는 모멘티브에 대한 보유 지분을 기존 50%+1주에서 60%(의결권 지분 지분율)까지 높게 된다.

회사측은 글로벌 실리콘 기업인 모멘티브의 지분 아래 실리콘 사업을 통합함으로써 계열회사들 간의 시너지 효과를 극대화할 수 있을 것으로 내다보고

있다. 비용 최적화 및 규모의 경제를 활용한 원가 경쟁력 확보, 실리콘 기술 교류 및 네트워크를 활용한 판매망 확대 등 실리콘 사업 측면에서의 실질적인 시너지 효과가 기대된다.

특히 KCC는 국내 최초로 실리콘 제조 기술을 독자 개발해 실리콘 기초 원료인 모노머부터 실란트 등 2차 제품까지 일괄 생산 체제를 갖춰 실리콘 제조 분야에서 글로벌 수준의 기술력을 자랑한다. 또 모멘티브는 이번 KCC실리콘 지분 취득을 계기로 아시아 지역에서 생산기지를 추가로 확보하고 기술 협력 강화를 통한 신사업 확장의 발판을 마련하게 됐다.

KCC 관계자는 “이번 매각은 KCC가 미래성장동력으로 삼은 실리콘 사업 부문의 전문성을 높이고 경영 효율성을 강화하기 위한 조치”라고 강조하면서 “KCC와 모멘티브가 가진 상호 보완적인 사업 포트폴리오를 통해 글로벌 실리콘 시장에서 하나된 ‘원 컴퍼니(One company)’로서 경쟁력을 갖출 수 있을 것으로 기대한다”고 전했다.

/김승호 기자



에이스침대, ‘부산 대정점’ 리뉴얼 오픈

에이스침대는 부산 좌천동 가구거리에 ‘부산 대정점’을 리뉴얼해 새로 열었다고 7일 밝혔다. 에이스침대 부산 대정점은 연면적 525㎡, 지상 4층 규모로 마련됐다. 세련되고 고급스러운 인테리어로 총합 다양한 제품들이 구성돼 있으며 에이스침대의 주요 라인업과 최신 제품이 갖춘 것이 특징이다.

/에이스침대

최창희 “공영쇼핑 전 부문 디지털화”

(공영쇼핑 대표)

‘DIGITAL SHIFT 21’ 슬로건 발표
1000만 고객·취급고 1조 재도전

공영쇼핑이 2021년에 디지털 대전환을 모색한다.

데이터에 기반한 디지털화를 통해 고객 1000만명, 취급액 1조원에라도 다시 도전한다.

7일 공영쇼핑에 따르면 최창희 대표(사진)는 새해를 맞아 모든 분야의 디지털화를 선언하며 ‘DIGITAL SHIFT 21’ 슬로건을 발표했다.

최 대표는 “데이터는 단순한 수치가 아닌 고객의 마음을 얻는 경제, 윤리, 심리, 사회 변화의 시그널로 읽어야 한다”면서 “각자의 분야에서 고객 기반 데이터의 디지털화를 고민하고 실행에 옮겨 달라”고 당부했다.

지난해 ‘취급고 8300억원’을 목표했던 공영쇼핑은 잠정적으로 집계한 결과 9671억원을 기록하며 1조원에 바짝 다가섰다. 이는 전년보다 34.7%나 늘어난



규모다.

마스크 공적 판매처 지정을 비롯해 신규고객 450만명을 유치해 유효고객수도 720만명을 달성하는 등 눈에 띄는 성과도 거

뤘다.

공영쇼핑은 이같은 지난해 실적을 바탕으로 올해 신규 고객 추가 유치를 통해 확보한 수천만 건의 데이터를 기반으로 ‘고객 1000만명, 취급고 1조원’에 재도전한다. 흑자 100억원도 목표다.

최 대표는 “올해는 과학기술정보통신부와 당사의 판매수수료율에 대해 재협의를 하는 중요한 일정이 예정돼 있다”면서 “막대한 송출수수료의 부담을 덜어주는 의무송출채널로 지정된다면 판매수수료율은 지금보다 더 유연하게 조정 가능할 수 있을 것”이라고 덧붙였다.

/김승호 기자

중진공, 수출bauer처사업 참여기업 모집

선정기업 최대 1억 수출bauer처 지급

중소벤처기업진흥공단은 ‘2021년 수출bauer처사업’ 1차 참여기업을 오는 15일까지 모집한다고 7일 밝혔다.

지난 2017년부터 추진해 온 수출bauer처사업은 수출 준비부터 해외시장 진출까지 수출의 모든 과정에 필요한 마케팅 서비스를 패키지로 지원하는 대표적

인 해외진출 지원 사업이다.

선정기업에게는 전년도 수출규모 등에 따라 3000만원에서 최대 1억원까지 수출bauer처를 지급한다. 선정된 기업은 12가지 형태로 구성된 서비스 메뉴판에서 원하는 서비스와 수행기관을 선택해 자유롭게 이용할 수 있다.

1차 모집에는 2021년 수출bauer처 전체 예산 1064억원의 약 70%에 해당하

는 733억원의 예산을 편성했다. 전국적으로 2150개사를 선정해 올해 4월부터 본격적인 지원에 나선다.

수출bauer처사업은 중소기업기본법상 중소기업이면 모두 참여할 수 있으며 수출성장단계별로 지원하는 ‘성장bauer처’와 혁신성장 주체를 전략적으로 지원하는 ‘혁신bauer처’로 나뉘어 모집한다.

사업참가 신청은 수출지원기반활용사업(수출bauer처) 홈페이지를 통해 이달 15일까지 온라인으로 하면 된다.

/김승호 기자