

# 코로나19에 민노총 횡포까지... 영세 자영업자만 '동네북'

SPC-민노총 화물연대, 이견 요구 수용때까지 파업 지속할 듯 운송거부 피해, 가맹점서 떠안아 사측 "가맹점주 지원책 강구할 것"



지난달 30일 오후 충북 청주시 흥덕구 SPC삼립 청주공장 인근 도로변으로 민주노총 공공운수노조 화물연대 조합원들이 모이고 있다. /뉴스시스

SPC그룹과 민주노총 화물연대의 갈등이 지속되면서 가맹점주들이 입는 피해가 눈덩이처럼 불어가고 있다.

지난달 2일 민주노총 화물연대 광주본부 2지부 파riba게뜨지회에서 촉발된 파업은 물류 노선 증·배차 재조정 등의 문제로 지난달 15일부터 전국 SPC 사업장으로 확산됐다.

앞서 SPC그룹은 광주지역 노조원들의 증차 요구에 따라 차량을 2대 늘리기로 지난 6월 합의했다. 이후 증차로 인한 노선 배정을 두고 한국노총 소속과 민주노총 소속 배송기사들 사이에 견해 차이가 발생, 민주노총 화물연대의 운송 거부 사태로 이어졌다. 민주노총 기사들이 운행 거리가 짧은 코스와 새벽 시간대 배송을 요구한 것. 민주노총 화물연대는 자신들의 요구가 수용될 때까지 파업을 지속할 것으로 보인다.

SPC 측은 화물연대의 요구는 물류 담당 계열사와 위수탁 계약한 운수업체 노사 간 협의할 사안이라며 원청인 SP

C와는 무관하다는 입장이다.

SPC 관계자는 "화물연대 측에서는 원청사인 SPC가 배송 코스 조정에 개입할 것을 요구하고 있다. 하지만 본사가 협력사의 업무에 개입하는 것은 하도급법 위반"이라며 "증차 요구에 부응해 배차를 늘려줬더니, 그 결과가 파업으로 돌아왔다"고 말했다.

민주노총 화물연대는 SPC그룹 가맹점에 빵과 재료를 운송하던 비노조원을 집단 폭행하고 배송차의 연료선을 절단하는 등 불법행위도 일삼았다.

SPC그룹과 민주노총의 갈등으로 인한 피해는 가맹점주들이 떠안고 있다. 청와대 국민청원 게시판에는 자신을

광주광역시 한 제과점 업주라고 밝힌 한 청원인이 이번 운송 거부 사태로 인해 피해를 보고 있다고 호소글을 올렸다.

작성자는 해당 게시 글에서 "아침 일찍 도착해야 할 식재료들이 오후 늦게 도착하면서 팔지 못하고 폐기하는 물품들이 늘어났다"며 "코로나19의 장기화로 인해 이미 경영환경이 최악에 이르고 있는 상황에서 힘 없는 자영업자를 볼모 삼아 본인들의 이익을 취하고자 파업을 강행하고 이로 인한 피해는 고스란히 점주가 떠안고 있다"고 했다.

이어 "새벽부터 대체차량을 섭외하거나 직접 물류센터로 찾아가 제품을 운송하고자 노력하고 있지만 이마저 화

물연대의 물리적 방해로 수월하지 않다"고 하소연했다.

민주노총은 물류 출하를 저지하기 위한 집회도 강행했다. 지난달 17일부터 세종공장에서 화물연대 소속 조합원 100여명이 공장 정문을 막아 농성을 벌였고, 같은달 23~24일, 26일~29일엔 또 다른 조합원들이 SPC삼립 청주공장에서 불법 농성을 벌였다. 30일에는 전국 조합원 1000명 이상이 참여한 '화물연대본부 투쟁승리 공공운수노조 결의대회'를 청주 공장에서 하기도 했다.

재료를 공급받지 못하는 가맹점주들의 불만도 크지만, 시민들도 외면하고 있다. 불법으로 도로를 점거한 노조들 때문에 차량 정체가 심각한데도 코로나 19 시국에 집합금지 명령을 어기고 집회를 벌이는 것은 적절하지 못하다는 것이다.

이러한 가운데, SPC그룹 비알코리아의 던킨의 생산 공장 위생 관리가 도마 위에 올랐다.

지난달 29일 KBS는 던킨 안양공장 내부 제보라며 밀가루 반죽 위에 기름 때로 추정되는 물질을 공개했다. 안양 공장은 전체 던킨도너츠 제품의 60%를 생산하는 곳이다.

하지만 비알코리아가 위생이슈 제보 영상이 조작되었다고 주장하며 상황은

뒤바뀌게 됐다.

지난 30일 비알코리아는 공식입장을 통해 "제보 영상에 대한 조작 의심 정황이 발견됐다"며 "공장 내 CCTV를 확인한 결과 7월 28일 한 현장 직원이 아무도 없는 라인에서 '뽀'형 소형 카메라를 사용해 몰래 촬영하는 모습이 발견됐다"고 말했다. 이어 "해당 직원은 설비 위에 묻어있는 기름을 고의로 반죽 위로 떨어뜨리려고 시도하고 반죽에 잘 떨어지도록 고무주걱으로 긁어내는 듯한 행동을 보이기도 했다"고 덧붙였다.

해당 직원이 민주노총 던킨 지회장으로 추정된다는 주장이 제기되면서 일각에서는 이번 논란이 민주노총 화물연대가 SPC에 대한 운송 거부 파업을 진행 중인 점과 무관치 않다는 주장마저 나오고 있다. 비알코리아는 이번 사건을 경찰에 수사뢰했다.

비알코리아는 전 생산설비에 대해 글로벌 제3자 품질 검사 기관을 통한 위생 점검을 오는 4일부터 진행하고 노후 설비에 대한 교체 및 추가를 11월 초까지 마무리할 계획이다. 사측은 "이번 사태로 피해를 입은 가맹점주님들의 고통에 책임을 통감하며, 향후 가맹점주와 협의를 통해 상생 지원책을 강구할 예정"이라고 밝혔다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## 롯데백, 리빙·잡화 등 자연주의 제품 '한자리에'

평촌점에 내일 편집샵 '소' 오픈 여성 패션 브랜드 '이세'와 협업



SOH memories of origin

롯데백화점은 6일 평촌점에 자연주의 큐레이팅 편집샵 'SOH(소·素)'를 오픈한다고 4일 밝혔다.

롯데백화점 1~9월 40대 이상 여성의 '시니어 패션' 관련 매출은 전년 대비 약 10% 감소했다. 하지만, 젊게 사는 '액티브 시니어'와 '에이지리스 세대'의 영향으로 '영패션'을 포함한 '여성 패션' 전체 매출은 22% 신장했고, '리빙'과 '잡화' 상품군도 각 30%와 17%의 신장률을 기록했다.

이러한 트렌드를 반영해 롯데백화점 평촌점은 3층 '여성 패션관'에 기존의

'시니어 패션'을 대신할 새로운 시도들을 하고 있다. 지난 3월에는 건강 가전을 한데 모은 '웰니스존'을 조성했고, 오는 6일에는 '리빙'과 '잡화'로 구성된 자연주의 큐레이팅 편집샵 'SOH'를 선보인다.

먼저, 'SOH'는 롯데백화점이 약 13개월의 준비기간을 거쳐 친환경 여성

패션 브랜드 '이세'와 직접 협업하여 만든 자연주의 큐레이팅 편집샵으로 '기본에서 가치를 찾다(素·본디 소)'라는 의미를 담아 '자연 속에서의 여유로운 삶'을 컨셉으로 한다. 로고도 '소'의 '사(시웃)'를 활용한 '집' 모양으로 '집처럼 휴식을 주는 편안한 공간', 그리고 '여러 상품을 담고 있는 편집샵'이라는 의미를 표현했다. 매장 인테리어도 국내 유명 아트디렉터들의 자문을 받아 있는 그대로의 편안하고 심플한 감성을 담았다.

자연과 전통을 느낄 수 있는 다양한 수공예 상품들을 선보인다. 전라북도 장수의 '장수곰돌', 강원도 동해의 '견운모도자', 제주도 구례의 '제주용기'

등 전국의 각 지역을 대표하는 장인들이 만든 주방·식기 상품들이 대표적이다.

자연에서 찾은 소재를 활용하여 전통적인 방식으로 제작한 다양한 잡화 상품들도 만날 수 있다. 특히, 'SOH'의 주력 상품인 스카프는 '잡다니 직조 방식'의 수작업으로 제작된 제품부터 최상등급의 캐시미어 소재로 만든 제품까지 다양하게 선보인다.

권순욱 수도권 2지역 MD팀장은 "1년 이넘는 준비기간을 통해 신개념 편집샵을 오픈하게 됐다"며, "내년까지 약 5개 점포로 확대할 계획으로, 'SOH'가 단순히 물건을 판매하는 매장을 넘어 고객들이 여유를 느끼며 쉬어가는 공간이 되길 바란다"고 밝혔다. /신원선 기자



모델이 GS25 편의점에서 스윙슈라즈 와인 고르고 있다. /GS리테일

## GS25, '차별화 와인' 4년만에 매출 15배 ↑

6900원 '스윙슈라즈' 와인 론칭

편의점의 차별화 와인이 괄목할만한 성장세를 보이며 와인 대중화를 견인하고 있다.

GS리테일이 운영하는 편의점 GS25가 올해 1~9월 매출 데이터를 분석한 결과, 차별화 와인의 매출 규모가 출시 초기(2017년 1~9월) 대비 15배(1499.4%) 성장한 것으로 나타났다. 매출이 폭발적으로 늘며 GS25의 와인 전체 매출에서 차별화 와인 매출이 차지하는 비중도 크게 늘었다. 초기 4.8%에 불과했던 매출 비중이 40.1%까지 8배 이상 치솟은 것.

GS25는 차별화 와인의 폭발적인 인기에 힘입어 10번째 차별화 와인 '스윙슈라즈'를 론칭한다. 스윙슈라즈는 초저가(6900원)로 즐길 수 있는 데일리 와인으로 차별화 상품이다. 전 세계 1600개의 브랜드와 150명의 와인 생산자를 보유하고 있는 글로벌 와인 그룹 '폴부티노 와인그룹'에서 생산했다.

/신원선 기자

## CJ온스타일 "라방 중 고객질문, 100% 답변 해드려요"

'질문 모아보기' 메뉴에 도입

CJ온스타일이 라이브커머스 채널 '라이브쇼' 고객 질문에 모두 답변하는 시스템을 도입한다.

CJ온스타일은 앞으로 라이브커머스 방송 중 채팅창에 고객이 올린 모든 질문은 답변과 함께 '질문 모아보기' 메뉴에 자동 저장된다고 밝혔다. 방송 중에 진행자에게 답변을 듣지 못한 채 방송이 끝나더라도 '질문 모아보기' 메뉴 속 '내 질문 보기' 탭에 방송 관계자가 반드시 답변을 제공할 예정이다.

이와 함께 고객 사용 경험과 만족도

향상을 위해 UI·UX(설계 내용·사용자 경험)를 전반적으로 개편했다. 이벤트 버튼 상에 진행자가 즉석 질문을 올리면 시청자 투표 후 당첨자가 바로 발표되어 박진감 넘치는 방송 진행이 가능하다. 구매 인증 혜택과 적립금을 놓치지 않도록 신청 버튼을 아예 화면에 넣었다. PIP(Picture In Picture) 기능이 새로 탑재되어 다른 페이지로 이동해도 시청 중이던 방송은 작은 화면으로 바뀔 뿐 계속 재생된다. 상품·방송 관련 중요 공지를 놓치지 않도록 고객 공지창을 채팅창 아래 별도로 만들었다.

10월 개편 시기를 기점으로 상품 관

리 및 고객 서비스도 강화한다. 철저한 품질 관리를 위해 상품 웹 기술서의 표시광고법 위반 여부는 방송 전 전수 조사하며, 실물 검사 비율도 점차 늘려갈 예정이다. 판매 상품에 대한 고객 불만은 CCM(소비자중심경영)을 7회 연속 인증받은 소비자 중심 정책에 기반해 해결하고, 올해부터 고객 만족도 조사를 카카오톡 채널에서도 시행한다. 시범 운영 중인 2시간 내 배송 '라이브온딜리버리', 귀족품 안전 배송 '프리미엄 배송' 외에 '내일도착' 등 빠른 배송 서비스도 확대한다.

CJ온스타일 모바일라이브 담당 배



진한 사업부장은 "이번 라이브쇼 시스템 개편은 철저한 고객 중심 사업 철학을 반영해 소비자가 실제 느끼는 불편 사항을 개선하는데 집중했다"라며, "CJ온스타일 라이브쇼는 고객 중심 운영 전략과 26년 전부터 기업 노하우를 총동원해 유통업계 화두인 라이브커머스 시장에서 차별화된 경쟁력을 갖춘 선도 플랫폼으로 인정받았다"고 말했다.

/신원선 기자