

CJ대한통운-택배노조 갈등 해 넘어... 40만건 배송 차질

CJ 본사 앞 규탄 기자회견 열어
택배노조 “기사 분류작업 대책 마련”
CJ대한통운 “사회적 합의 이행중”



민주노총 서비스연맹 전국택배노동조합 조합원들이 4일 서울 중구 CJ 본사 앞에서 CJ대한통운 총파업 결의대회를 열고 있다. /뉴스시스

업계 1위인 CJ대한통운과 택배노조의 줄다리기가 해를 넘기면서까지 팽팽하게 전개되고 있다.

지난해 맺은 사회적 합의 이행 사항 가운데 택배기사의 분류작업 문제를 놓고 노조는 ‘부족하다’는 반면 사측은 ‘잘 이행하고 있다’고 맞서면서 간극이 좁아질 조짐이 보이지 않고 있다.

이런 가운데 4일에도 노조는 서울 중구 CJ대한통운 본사 앞에서 규탄 기자회견을 열고 회사를 성토했다. 사측은 노조에게 명분없는 파업을 중단하라고 호소했다.

이날 오전 민주노총 서비스연맹 전국택배노동조합은 CJ대한통운 본사에서 분류작업 불이행 규탄 기자회견을 열고 “CJ대한통운은 즉시 제대로 된 택배노동자 분류작업 배제를 위한 대책을 마련하라”고 촉구했다.

정부·여당·택배업계·노조 등이 참여한 사회적 합의기구는 택배터미널에서 택배기사들이 했던 기존의 분류작업을 올해 1월 1일부터는 택배기사가 아닌 별도의 인력을 투입해 해결하기로 합의했다.

택배 배송에만 집중해야 할 택배기사들이 분류작업에도 투입되면서 업무가 늘어나고 자칫 과로사가 발생하는 등 악순환이 반복되고 있다고 판단해서다.

불가피하게 택배기사가 분류작업을 해야 할 경우엔 회사가 타당한 수당을 별도로 지급해야 한다는 점도 합의 내용에 담았다.

택배노조가 CJ대한통운 소속 택배기사 약 1만6000명을 대상으로 구글 설문지를 문자로 발송, 958명으로부터 응답받은 결과를 이날 발표한 내용에 따르면 응답자의 64%는 분류인력에 의한 분류작업이 이뤄지지 않고 있다고 답했다.

다. 응답자 가운데 19.9%는 택배노조 조합원이 아니었다.

‘안되고 있는 이유’에 대해선 40.5%가 ‘분류인력 부족’을 꼽았다. 37.4%는 ‘분류인력과 투입시간이 모두 부족하기 때문’이라고 답했다. 18.4%는 분류인력 비용을 ‘부담한 적이 있다’고 답했다.

하지만 CJ대한통운측 입장은 노조와 다르다.

CJ대한통운은 “새해부터 택배기사들이 분류작업을 하지 않도록 5500명 이상의 분류지원 인력을 투입하는 등 업계에서 가장 모범적으로 사회적 합의를 이행하고 있다”면서 “사회적 합의에 따라 인력부족 등의 사유로 택배기사가 불가피하게 분류작업을 해야 할 경우엔 비용(회사가) 지불하고, 전체 작업시간도 주 60시간을 초과하지 않도록 관리할 예정”이라고 밝혔다.

회사는 분류인력 투입 등 사회적 이행 사항에 대해 주무부처인 국토교통부 등 정부에 관련 내용을 보고하고 점검을 받고 있다는 점도 분명히 했다.

택배노조 CJ대한통운지부는 지난달

28일부터 무기한 파업에 돌입한 뒤 해를 넘겨 이날까지 이어오고 있다.

여기에 약 2만여명의 CJ대한통운 택배기사 가운데 쟁의권 있는 조합원 1700여 명이 동참했고, 이 가운데 1400~1500명이 실제 파업을 하고 있는 것으로 전해졌다.

노조의 파업으로 CJ대한통운 택배 가운데 현재까지 약 40만건 정도가 배송에 차질을 빚고 있는 것으로 알려졌다. 하지만 이들 물량 역시 일부의 배송 방해만 아니면 이틀만에 처리가 가능한 것으로 파악됐다.

CJ대한통운은 “2020년 기준 연평균 소득 8518만원 등 업계 최고 수준의 처우를 제공하고, 가장 모범적으로 사회적 합의를 이행하고 있음에도 불구하고 노조가 사실을 왜곡하고 근거없는 주장을 계속하고 있는 것에 깊은 유감을 표한다”면서 “소비자 상품을 볼모로 한 명분없는 파업을 중단하고 코로나19 극복과 국민들의 일상 회복에 동참해줄 것을 간곡하게 요청한다”고 전했다.

/김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

“3년간 디지털 집중투자·모바일 개편”

조성호 공영홈쇼핑 대표 신년사

새해 화두로 ‘디지털 공영 원년’
ESG 경영체제로 사회적 기업 도약



조성호 공영홈쇼핑 대표가 신년사를 발표하고 있다. /공영홈쇼핑

조성호 공영홈쇼핑 대표가 2022년 새해 화두로 ‘디지털 공영 원년’을 꺼내들었다.

4일 공영홈쇼핑에 따르면 조성호 대표는 올해 신년사를 통해 “디지털 역량의 획기적 강화와 모바일 퍼스트 전략 실행을 통한 사업 혁신에 주력하겠다”면서 “3개년에 걸친 디지털 집중투자와 함께 모바일 중심의 사업재편을 추진하겠다”고 밝혔다.

조 대표는 지난해 9월초부터 중소벤처기업부 산하 TV홈쇼핑 공공기관인

공영홈쇼핑을 이끌고 있다.

조 대표는 “중소기업 상품의 개발, 생산, 마케팅, 판매의 통합플랫폼을 구축·지원하고 벤처형 창의상품, 브랜드K 상품 등 시장선도형 상품을 집중 발굴해 육성하겠다”면서 “우수한 품질과 소

비가 원하는 상품, 정직한 상품은 타협할 수 없는 기본 원칙임을 잊어선 안 된다”고 강조했다.

환경, 사회, 지배구조를 중심으로 하는 ESG 경영체제를 구축해 친환경 사회적 기업으로 도약하겠다는 비전도 밝혔다.

조 대표는 “중소기업, 농어민과 함께 성장해 온 공영홈쇼핑의 경영가치는 ESG와 일치한다”면서 “국민과 사회, 환경에 선한 영향력을 미치는 기관으로 거듭나는 동시에 공공기관으로서 공적 역할 확대를 위해 중소벤처, 소상공인을 위한 판로지원사업과 공익사업을 대폭 확대 강화하겠다”고 덧붙였다.

/김승호 기자

KCC글라스 ‘홈씨씨몰’ 새해 맞이 福 이벤트

최대 12만원 신세계 상품권 제공
홈씨씨 서초점 방문 이벤트 진행

만원을 추가로 증정한다.

KCC글라스의 인테리어 전문 온라인 쇼핑몰인 ‘홈씨씨몰’이 임인년 새해를 맞아 다양한 혜택을 담은 ‘복(福) 들어오는 우리집’ 이벤트를 진행한다.

먼저 이달 31일까지 홈씨씨몰에서 침대, 매트리스, 서랍장, 화장대 등 침실 제품을 구매하는 고객에게 구매 금액에 따라 최대 12만원의 신세계 상품권을 증정한다.

또 다양한 인테리어 쇼룸을 갖춘 홈씨씨 서초점 방문 이벤트도 진행한다. 이달 31일까지 홈씨씨 서초점을 방문해 개인 SNS에 인증 사진을 올리면 신세계 상품권 1만원을 증정한다. 방문 인증 고객 중 홈씨씨몰에서 침실 관련 제품을 구매한 고객에게는 신세계 상품권 1

오는 10일부터 31일까지는 신규 회원 가입 이벤트도 진행한다. 이벤트 기간 동안 홈씨씨몰에 신규 가입하고 새해 소원을 댓글로 남긴 고객 중 1000명에게는 추첨을 통해 스타벅스 아메리카노 기프트콘을 증정한다. 마케팅 수신 동의까지 진행한 고객 중 1000명에게는 추첨을 통해 2000원 상당의 CU 상품권을 추가로 제공한다.

이 밖에도 홈씨씨몰에서 제품을 구매한 후 홈씨씨몰 리뷰 게시판에 제품 사진과 함께 구매 후기를 남기면 매월 10명을 선정해 스타벅스 디저트 세트 기프트콘도 제공한다.

자세한 홈씨씨몰 이벤트 소식과 홈씨씨 서초점의 위치는 홈씨씨몰 이벤트 페이지를 통해 확인할 수 있다.

/김승호 기자

한진, 물류업계 최초 ‘브랜드 굿즈’ 선봬

초콜릿 기프트 세트 등 5종 구성

스 세트 총 5종으로 구성돼 있다.

한진이 업계 최초로 택배·물류 분야 브랜드 굿즈(사진)를 선보였다.

4일 한진에 따르면 이번 브랜드 굿즈 제작은 ‘로지테이먼트(Logistics + Entertainment)’ 일환으로 모바일 택배 게임 ‘택배왕 아일랜드’와 카카오톡 이모티콘 출시에 이어 초콜릿 기프트 세트, 블록 완구 2종, 차량 방향제, 연필 케이스

초콜릿 기프트 세트는 택배차량 모양의 틈케이스에 한진택배 박스로 포장된 미니 초콜릿이 담겨있다. 해당 상품은 지난해 12월 23일 택배기사와 물류 현장 직 1만여명에게 감사와 응원의 마음을 담아 연말 선물로 제공하기도 했다.

블록 완구는 한진택배차량과 컨테이너 터미널의 겐트리 크레인을 그대로 본떠 제작한 키덜트 상품이다.



차량 방향제는 택배게임 ‘택배왕 아일랜드’ 캐릭터 1종의 실리콘 피규어 형태로 향후 다양한 택배게임 캐릭터 방향제에도 늘릴 계획이다.

/김승호 기자

“회수한 커피캡슐, 친환경 비누로 재탄생”

청호나이스 환경보호 캠페인

추출 후 버려지는 커피캡슐 회수를 신청하면 청호나이스에서 수거해 이를 재활용, 친환경 비누를 제작해 전달하는 방식이다.

청호나이스가 ESG경영 실천 일환으로 고객 참여 환경보호 캠페인 ‘커피캡슐 업사이클링’을 진행한다.

4일 청호나이스에 따르면 자사의 ‘커피머신얼음증수기 에스프레카페’를 사용하고 있는 고객을 대상으로 진행하는 이번 환경보호 캠페인은 고객이 커피

제작한 비누는 사회복지기관에도 전달할 예정이다.

이번 캠페인은 청호나이스 공식 홈페이지에서 확인 가능하며 이달 31일까지 신청할 수 있다.

/김승호 기자

바스타비 TV와 함께하는 메트로 뉴스



- ▲ 경기도 코로나 전담병상 가동률 ‘60%대→40%대’... 대응여력 개선
- ▲ 자영업 단체, 방역지침 반발 잇따라 “내일부터 점등시위” /사진 뉴스시스

- ▲ CJ대한통운 파업 장기화 조짐에 성남·광주지역 배송 차질 심화
- ▲ ‘철책 월북’ 탈북민, 임대료 등 체납... 교류 없이 혼자 생활



- ▲ 지난달 신차 등록 전년보다 12% 감소... 국산·수입 모두 줄어 /사진 뉴스시스
- ▲ ‘오스텀 1880억’ 여러 계좌에 분산... 범인 소재·자금 추적