



함께 살아가는 온라인 플랫폼 다 같이 행복한 대한민국

특수고용직(택배·배달 등), 플랫폼 노동자 초청 대담

일시 | 2020년 10월 30일(금) 오전 10시

장소 | 국회 본관 228호

주최 |  (재)여의도연구원

국민의힘. 사회적 약자 정책 시리즈 4:

특수고용직 노동자(배달·택배) 및 관계자 초청 **대담 진행 순서**

『함께 살아가는 온라인 플랫폼, 다 같이 행복한 대한민국』

□ 목 적

- 여의도연구원에서는 ‘사회적 약자 동행’ 정책 점검 시리즈 중 네번째로 특수 고용직 노동자(플랫폼 노동자 중심) 정책 대담을 진행하고자 함
- 배달과 택배 노동자 과로사와 갑질이 사회적 문제로 대두됨에 따라 플랫폼 노동을 대표하는 ‘특수고용직 노동자 및 관계자 초청 대담’을 열어 현장의 어려운 사안 청취 및 정책적 대안을 모색하고자 함

□ 행사 진행 순서

- 진행: 지상욱 여의도연구원장

시 간	내 용	비 고
10:00-10:02	02' ○ 국민의례	
10:02-10:05	03' ○ 여의도연구원장 개회사 - 인사말씀 간담회 목적 설명	
[인사말씀]		
10:05-10:10	05' ○ 비대위원장님 인사말씀	
10:10-10:15	05' ○ 원내대표님 인사말씀	
10:15-10:20	05' ○ 정책위의장님 인사말씀 ※임이자 환노위 간사	
[자유 대담]		
10:20-10:34	14' ○ 김태완 전국택배연대노동조합 위원장 ○ 김종철 전국택배대리점연합회 회장	택배 (4륵)
10:34-10:41	07' ○ 이영주 라이더유니온 정책국장	배달(2륵)
10:41-10:48	07' ○ 박유오 전국택시운송사업조합연합회 경영지도팀장	택시
10:48-10:55	07' ○ 장유진 한국대리운전총연합회 회장	대리운전
10:55-11:02	07' ○ 함장수 대한숙박업협회 감사	숙박
11:02-11:09	07' ○ 차남수 소상공인연합회 정책실장	소상공인
11:09-11:16	07' ○ 김수연 한국소비자연맹 시장조사팀장	소비자
11:16-11:30	14' [Q/A 마무리]	

※간담회 후 국회 본관 1층 귀빈식당에서 오찬이 마련되어있습니다.

연이은 택배노동자 과로사는 택배산업의 구조적 문제가 방치된 결과

김태완 전국택배연대노동조합 위원장

1. 택배노동자의 처지는 매우 열악합니다.

택배노동자는 누구나 택배회사의 유니폼을 입고 택배회사의 로고가 인쇄된 차량을 몰고 택배회사의 업무메뉴얼에 따라 일을 합니다. 사용자의 요구를 수행하고 임금에 준하는 수수료를 댓가로 받는 명백한 노동자입니다. 택배회사는 일 시킬 때는 직원처럼 부리고, 책임질 일 있으면 계약관계를 내세워 발뺌을 합니다. 택배노동자는 개인사업자 등록을 하는 특수고용노동자라는 이유로 노동법의 적용을 받지 않는다는 점을 악용해 택배사들이 노예노동을 강요하고 있습니다. 의무는 차고 넘치는데 권리가 없습니다.

이러다 보니 택배노동자의 현실은 일하다 다쳐도 내 잘못, 배송 중 파손도 내 잘못, 고객의 갑질도 내 잘못, 심지어는 일하다 다치거나 죽어도 내 잘못이 됩니다. 모든 것이 택배노동자의 책임이고 택배회사는 그 어떤 책임도 지지 않습니다. 점심도 거른 채, 제대로 된 휴식시간도 없이 주6일, 76시간 근무에 하루 14시간의 고강도 노동이 계속되고 있습니다. 10년 넘게 일을 해도 가족과 함께 제대로 된 여름휴가 한번 못갑니다. 여름이면 땀별아래에서, 겨울이면 온기 한 점 없는 허허벌판에서 6~7시간 분류작업을 해야 하는 열악한 서브터미널이 허다합니다. 작업장에 변변한 지붕이 없어서 분류작업 레일위로 비가 새고 눈발이 날리기도 합니다. 심지어 제대로 된 화장실조차 없는 작업현장도 있습니다.

택배시장은 나날이 성장하고 있으나 택배노동자의 수입이 되는 집배송 수수료는 오히려 점점 내려가고 있습니다. 뿐만아니라 갑질 해고, 무임금분류작업, 일방적 계약변경, 중계지연, 이형화물, 대리점운영 비리 등의 문제는 택배노동자들을 더욱 어렵게 만들고 있습니다.

특히, 택배노동자들에 있어서 갑질해고에 대한 두려움은 자기 권리에 대한 정당한 주장조차도 엄두를 못내게 합니다. 본사 파견 직원, 또는 대리점 소장이 “ 몇 일부터 나오지 마세요 ” 라고 하면, 이것이 해고통보로 됩니다. 심지어는 대신 일할 사람을 구해놓고 가지 않으면 새로 사람이 들어오는 기간까지의 비용을 물어야 하는 경우도 있습니다. 일반적인 근로자들처럼 근로기준법에 따른 근로계약서의 보호를 받는 것도 아니어서 계약서가 없는 경우도 상당합니다. 당연히 개별적으로 근로조건을 개선하기 위한 그 어떤 노력도 불가능합니다.

2. 더욱이 택배산업에 재벌경영이 본격화되며 택배노동자의 처지는 더욱 열악해졌습니다.

2013년을 전후로 CJ를 비롯한 재벌의 택배산업 경영이 본격화되며 업무메뉴얼이 고도화 되고, 간접고용의 대리점체계가 전면화 되며, 수수료(임금)가 하락하고, 노동강도가 더욱 강해짐에도 불구하고 택배노동자들은 이를 방어하고, 근로조건을 개선할 그 어떤 수단도 갖고 있지 않아 그대로 감내해야만 했습니다.

우선, 택배물류의 49%를 점유하는 CJ대한통운의 핵심적 경영전략의 하나가 ‘원가절감’입니다. 원가절감의 주요내용 중 지점 고객지원센터폐지, 분류인력 감축, 간선차 배차 긴축, 대리점운영비 지원 중단 등은 고스란히 택배노동자의 노동강도와 노동시간 증가, 수수료삭감으로 이어졌습니다.

또한, 대리점 전면화 정책은 CJ대한통운에 2,000여개 넘는 대리점을 만들었고 이로 인한 대리점 수수료의 발생은 고스란히 택배노동자의 몫이 되었습니다. 뿐만아니라 본사의 대리점 관리부실은 대리점 비리로 이어졌고 그 피해 또한 택배노동자의 몫이 되었습니다. 대리점 소장 갑질 횡포의 대표적 사례들은 수수료, 배송구역의 일방적 변경, 횡령, 수수료의 지연입금, 계약해지 위협 등으로 나타나고 있습니다.

더욱이 CJ대한통운 소속으로 똑같은 물건임에도 대리점 마다 수수료가 다르게 적용되는데 그 이유가 전적으로 소장 마음이라는 것은 상식적으로 납득되기 어렵습니다. 택배사나 그와 계약하고 있는 대리점들이 이렇다 보니 정부에서 택배노동자를 보호하기 위해 2012년부터 시작된 산재보험 적용도 유명무실화 되고 있습니다. 시행된지 7년이 지났음에도 4만5천으로 추산되는 택배기사 중 1만명 정도의 사업장이 입직신고를 했고 그중 3,000여명정도만이 가입한 것에 머무르고 있습니다. 10%조차 되지 않는 산재 가입율은 택배사, 대리점, 사용자들이 입직신고를 회피하고 있는 것이 근본문제로 되고 있습니다.

또한, 2015년을 전후로 CJ대한통운이 부지비용절감과 분류비용전가를 위해 추진된 배송다변화정책으로 인해 하루에 2번씩 배송을 하게 되었고 분류비용까지 부담해야하는 부담함을 강요 받고 있습니다.

또한, 이런 무리스러운 정책추진 과정에서 각종 안전사고와 과로사가 발생하는데 근본개선책이 마련되고 있지 않습니다.

똑 같은 고용구조에서 똑같은 업무를 수행하는 택배노동자들은 동료기사의 해고, 동료기사의 죽음에 대해 슬픔과 분노를 느끼며 자신의 일로 받아들이고 한결 같이 이에 대한 개선요구의 마음을 갖고 있습니다.

지난해, 대전허브 안전사고에도 불구하고 똑같은 현실의 전국의 200여개 서브터미널 현장은 그대로 방치되어 있습니다.

또한, CJ대한통운은 언론을 통해 택배기사의 소득이 1억이 넘는다고 고소득자 인양 포장하고, 자동화 레일의 도입으로 분류작업이 개선된 것으로 왜곡하고, 3시간밖에 안한다

고 여론을 호도하고 있습니다. 택배노동자들은 이런 기사를 접하며 상실감과 분노를 느낍니다. 대리점소장들의 사변과 부부가 함께 일하는 사변을 마치 택배노동자의 사변인 것인냥 왜곡하고 특수고용노동자의 수수료는 매출임에도 비용을 산정하지 않고 매출을 그대로 수입인 것처럼 포장한 것입니다. 자동화 레일의 도입을 계기로 하루에 2회 배송을 하게되 노동강도가 배 이상으로 강해진 것은 숨기고 있으며 모든 현장에서 5~6시간의 분류작업이 진행되고 있는 것이 전산 상에 그대로 드러남에도 불구하고 사장이 직접 나서서 3시간이라고 거짓을 주장합니다. 재벌택배사가 로비를 통해 여론을 호도하는데 택배노동자들은 힘겹기만 합니다.

3. 현재 이슈가 되는 과로사는 택배산업의 구조적 문제가 방치된 결과입니다.

특수고용노동자로서 근로기준법의 적용을 받지 못하는 택배노동자는 도대체 몇 시간을 일해야 합니까? 하루 평균 아침 7시 출근해서 저녁 9시 퇴근하는, 일평균 14시간, 심지어 과로사하신 분 중에는 20시간, 22시간을 연이어 일하신 분도 계십니다. 건당 수수료를 받는 택배노동자는 왜? 7시간내외의 공짜 분류작업을 해야 합니까? 주6일 1년간 끼니를 거르며 휴식 없이 일하는 택배노동자도 사람입니까? 일하는 기계입니까?

택배산업이 시작되고 택배노동자의 수수료는 지속적으로 하락해 왔습니다. 당연히 건당 수수료를 받는 노동자들은 증가하는 물량으로 하락하는 수수료를 보전해 왔습니다. 노동자임에도 인간답게 일할 수 있는 모든 권리를 포기할 수 밖에 없는 특수고용노동자, 원청-대리점-택배노동자라는 계약관계에서 을중의 을의 지위에 놓여 있는 택배노동자는 절대적 약자입니다. 산업법의 부재로 택배시장은 무법천지인데 모든 피해를 택배노동자가 다 감내해야 합니다.

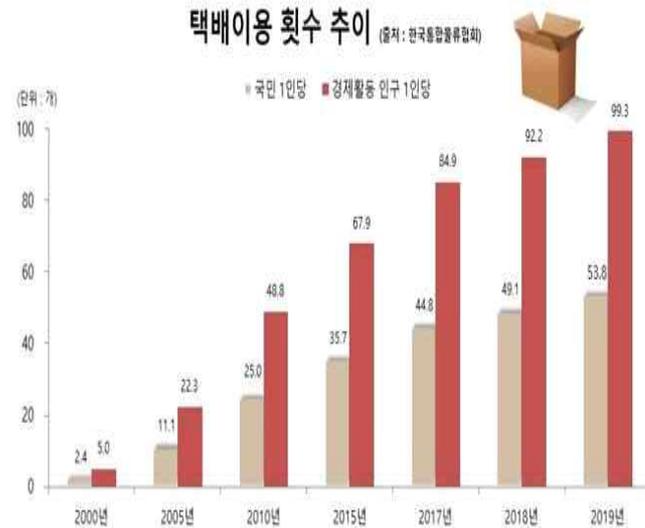
이러한 구조적 문제를 해결하기 위해서는 우선, 택배산업법(생활물류법)이 제정되어야 하고 상생의 노사관계 정립이 절실히 필요합니다. 또한, 과로사를 시급히 중단시키기 위한 특단의 대책으로 분류인력 투입이 필요합니다.

1. 플랫폼노동자 어떻게 보호할 것인가?

김종철 CJ대한통운택배대리점연합 회장

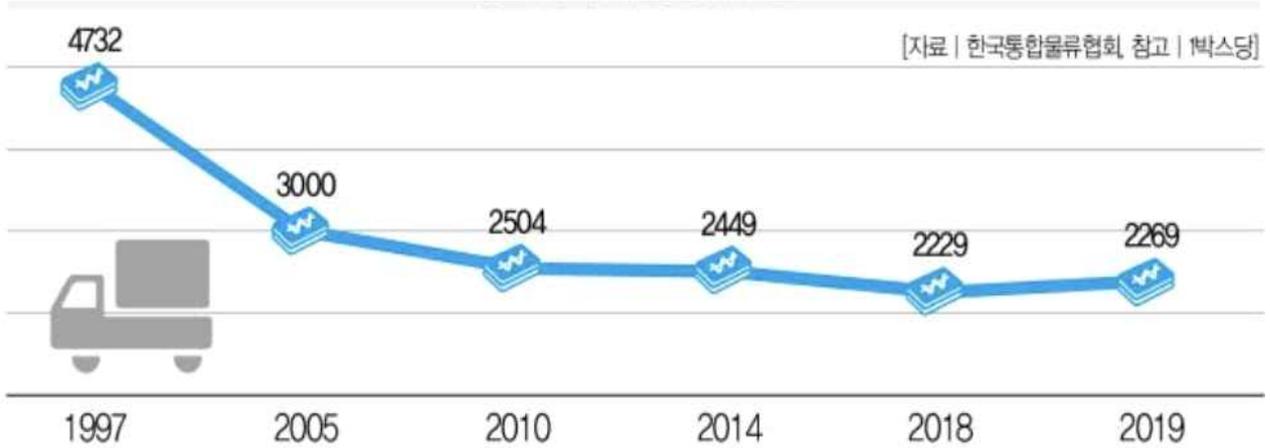
I. 택배산업현황

1. 국내 택배산업의 지속적인 성장규모



코로나 19로 CJ대한통운의 1분기 택배 물동량은 3억 6800만개(전년 동기 대비 20.1%↑), 1분기 택배 매출액은 7468억원(전년 동기 대비 21.8%↑)로 집계되었습니다. 하지만 택배기사의 숫자는 그만큼 늘지 않았습니다. CJ대한통운이 공식적으로 밝히는 택배기사의 숫자는 1만 8000명~2만명 사이로 2019년, 2018년의 숫자와 비교해도 큰 변화가 없었습니다. 그동안 택배시장에서는 전체 배송물량이 늘면서 택배기사 개인이 배송하는 물량도 함께 늘어났고 수입증가로 이어진 반면 택배기사의 작업강도에 가장 큰 영향을 미치는 배송구역의 크기는 배송물량 증가에 따라 역으로 줄어들었습니다. 보다 작은 구역에서 보다 많은 물량을 배송하게 되면서 배송효율이 높아졌고 동시에 단위 구역당 수입도 증가하는 것이 최근 택배시장의 추세입니다.

2. 택배 평균단가 추이



2019년 택배 평균단가는 2269 원으로, 1년 전에 비해 1.8%(40 원) 인상되어 이는 2012년도 이후 7년만의 반등입니다. 그동안 택배업계는 규격초과, 이형화물에 대해 제대로 된 운임을 받지 못했습니다. 또한 최저임금 상승, 작업환경 개선, 안전시설 보강 등에 따른 비용 부담은 계속해서 증가해 투자에 어려움을 겪었습니다. 향후 택배운임 현실화가 이뤄지면 택배산업의 성장이 단순 양적 성장에서 벗어나 시설 재투자 및 종사자의 처우개선 등을 통한 질적 성장으로 이어질 거라 사료됩니다.

3. 택배기사와의 계약형태

■ 택배기사 처우 [자료 | 한국교통연구원, 참고 | 2018년 3월 기준]

업무계약 관계	대리점	93.9%	택배회사	6.1%	
근로계약 형태	근로계약	7.1%	계약기간	1년 단위	40.8%
	위탁계약	92.6%		2년 단위	1.8%
	기타	0.3%		미정	57.4%

2018년 3월 기준 93.9%의 택배기사가 대리점과 계약을 맺고 92.6% 개인사업자로 위탁계약을 맺습니다. 택배기사는 개인사업자로 일하는 방식도 다양합니다. 과거와 달리 최근에는 배송 알바와 구역을 나누기도 하고, 영업한 거래처에 집화 알바를 보내 집화를 대행시키기도 합니다. 택배 터미널 안에서는 자신이 배송해야 할 상품을 대신 받아 정리해주는 알바를 고용하고 늦은 시간에 배송을 시작하는 택배기사들도 늘고

있습니다. 비대면 문화 확산으로 택배가 안정적인 일상생활을 유지하기 위한 필수 서비스로 자리매김하면서 택배산업과 택배기사에 대한 위상이 높아지고 있습니다.

4. 택배기사 수입



CJ 대한통운 택배기사들의 2019년 9월 평균 수입은 597만원(연 7166만원)으로 집계됐습니다. 여기서 집배점 수수료, 운영비, 소득세, 유류비, 식대 등 각종 비용을 제외한 순수입은 월 449만원(연 5387만원) 수준으로 추정되고 있습니다. 올해 상반기(1~6월) 동안 계약을 유지한 택배기사 1만 7381명의 평균 수입은 월 690만원으로 이는 지난해 같은 기간보다 약 20.4%(117만원) 증가한 수치이고 연 1억원 이상의 수입을 올릴 것으로 기대되는 택배기사는 전체 통계 대상의 18.3%에 해당하는 3182명으로 나타났습니다. 지난해 925명 대비 약 3.4배 증가한 규모입니다. 코로나 19 이후 택배 배송량과 집화량이 증가한 3~6월의 평균 수입은 1~2월 평균(625만원)보다 15.7% 오른 723만원입니다. 일반 직장인과 달리 개인사업자로 작업량과 비례해 수입이 발생하는 수익 구조 때문입니다. 방문 횟수나 작업시간이 아닌 상자당 수수료를 얻어 많이 배송·집화할수록 수입이 늘어납니다. 대부분의 택배기사는 물량을 늘어나길 바라며 물량 축소 요청은 이전에도 집배점과 원활하게 협의가 되었습니다.

II. 택배기사 보호방안

1. 대리점 보호

1997년 위수탁 제도(지입제) 합법화 조치 이후 20년이 넘는 기간 동안 택배산업의 발전에 핵심적인 역할을 한 대리점은 국토교통부의 '직접 운송 의무제' 시행지침을 통해 3년 주기로 갱신을 하고 있을 뿐 관련 법령이 없어 수 천명의 대리점 대표자들은 보호 또는 지원을 받을 수 없었습니다. 택배산업의 주요 구조는 택배기사, 대리점, 원청 간의 위탁계약관계에서 주요 계약 당사자인 대리점의 권익 보호 방안이 선행되어야 대리점 대표와 계약을 맺는 종사자의 보호방안도 체계적으로 안착할 수 있습니다. 더불어 국토교통부를 소관부처로 한 종사자 보호 단체가 없어 대다수의 택배 종사자(대리점, 택배기사)의 권익 보호와 산업 발전 기본 계획 수립에 있어 소통의 부재가 발생되고 있습니다. 이러한 문제를 해결하기 위해서는 대리점의 존재를 인정하고 협회(단체) 설립을 허가해야 합니다.

※ CJ대한통운, 롯데택배 등 택배사업 종사자를 구성원으로 한 비영리사단법인(가칭 '한국생활물류택배서비스협회')을 설립하고자 창립 총회를 개최, 허가 신청서를 제출하였으나 물류산업과는 구성원들이 운송 주선업 면허를 보유하지 않고 있다는 이유로 불허가 처분

2. 단계적인 정책변화

노조 설립 신고증 교부, 생활 물류 서비스 산업 발전법, 산업안전보건법 개정 등 최근 택배 산업은 뒤늦게 많은 변화가 일어나고 있습니다. 제도적 개선은 종사자 보호를 위해 가장 필요한 부분이지만 동시다발적인 과정에 현장은 혼란을 겪고 있습니다. 우리나라는 AI·공유경제의 상당한 발전을 이뤘고 앞으로도 상당 부분 발전이 되어야 하지만 종사자들이 따라가지 못한다면 시장과 정책 방향은 분리되고, 종사자 간 격차가 발생되며 현장은 와해될 수 있는 위험이 있습니다. 정확한 현장 조사를 통해 모순적인 부분을 바로잡고 단계적이고 균형적인 정책으로 종사자들을 이끌어야 합니다.

3. 물량, 운임 문제

소비자의 다양한 소비욕구(새벽 배송), 코로나 19 사태로 인한 언택트 문화 확산, 지속적인 택배 물량의 증가로 인해 기존 배송 시스템으론 한계에 이르고 있습니다. 택배기사 보호와 소비자 간 분쟁을 예방하기 위해 비대면 배송 기준안, 1인 권장(한계) 물량, 배송시간 단축과 함께 그동안 지속되어 온 택배사의 '치킨게임(제로섬게임)'으로

낮춰진 택배 운임 정상화 또는 최저운임제가 마련되어야 택배기사 보호와 더불어 소비자 간 분쟁을 예방할 수 있습니다. 더불어 물류센터나 집배센터 내 상호 의사소통이 가능한 수준의 외국인 인력을 활용할 수 있는 방안도 필요합니다.

4. 물류시설(터미널) 부지 부족

대부분 수도권외의 물류시설(터미널)은 배송지로부터 30~40분 이상의 거리에 위치해 택배기사는 주유비 부담과 함께 먼 거리를 이동하는 불필요한 시간을 소비하고 있습니다. 또한 대다수의 터미널은 부지가 좁아 접안률과 적재 공간이 부족한 문제로 많은 불편함을 겪고 있어 도심 또는 도심 인근 택배 터미널 부지 확보 방안이 필요합니다.

5. 불공정행위

고객(소비자) 이 고객사(유통 업체)에 지불된 택배비가 택배서비스 사업자에게 그대로 지급되지 않는 경우*와 택배서비스 사업자들의 백마진 등 각종 리베이트 근절 방안이 마련되어 택배 종사자들의 권익 보장과 불이익 예방을 필요합니다.

※ [예시] 고객사(유통업체)는 택배서비스사업자와 화물 1건당 1,700 원에 계약을 맺었음에도 불구하고, 고객에게 2,500 원의 택배비를 고지하여 이익을 남기는 경우

6. 산재보험

택배기사는 적용 특례에 따라 2012년(5.1)부로 산재보험 가입의 의무 대상자가 되었습니다. 하지만 고용노동부 및 근로복지공단의 대다수의 택배 대리점과 택배기사는 산재보험에 대한 홍보의 부재가 있었습니다. 그 결과 산재보험 가입률은 10% 중반에 머물고 있는 저조한 실정입니다. 산재보험의 적용 범위를 확대하고 적용 제외 신청 사유의 제한 등 제도를 재검토하여 기존 미 가입자에 대한 유예기간과 일부 정부 지원금 등을 통해 산재보험 가입을 할 수 있는 환경이 필요합니다.

배달 라이더 어떻게 보호할 것인가?

이영주 라이더유니온 정책국장

1. 문제 제기

(1) 배달 산업의 급속한 성장과 문제점

- 플랫폼의 확산으로 음식배달 주문이 증가하면서 라이더의 숫자도 빠르게 늘어나는 추세
 - * '18. 기준 약 5만 명 추산(한국노동연구원)
- 코로나19 사회적 거리두기로 인한 비대면 음식배달 물량 증가
- 그동안 잠복해있었던 각종 문제점이 드러나고 있음
 - * '20. 상반기 이륜차 교통사고 사망자 수 13% ↑
- 법 제도의 미비로 인해 가중되는 사회적 비용을 라이더에게 전가하는 상황
- 단속·처벌 강화와 같은 對症 조치만으로는 근본적 해결이 난망

(2) 플랫폼 노동 때문에 새로운 입법이 시급한 것이 아님

- 지금의 “플랫폼 노동”은 특별히 새로운 노동형태가 아님
 - * '19.11. 요기요 라이더 근로자 판정(서울지방고용노동청 북부지청)
 - * '20.5. 타다 드라이버 근로자 판정(중앙노동위원회)
- 적용할 수 있는 법이 없어서 플랫폼 노동을 보호하지 못하는 것이 아니라, 이미 있는 노동법을 적용하지 않는 것이 진짜 문제
- “현재의 낡은 노동법을 적용할 수 없으니 새로운 법을 만들어야 한다”는 주장이야말로 플랫폼 노동에 대한 보호를 회피하기 위한 낡은 선동에 불과함
- 플랫폼 노동의 개념, 특성, 발전방향에 대한 예측도 성숙되지 않은 상태
- 당면한 과제를 방기한 채 모호한 탁상공론으로 귀중한 시간을 무책임하게 소모해서는 안됨
- ‘라이더안전보장법’과 같은 구체적 정책 개선으로 현장의 노동자를 실질적으로 보호해야 함

2. 주요 건의 사항

(1) 산재보험 가입 의무화

- 배경

- 낮은 산재보험 가입률, 라이더가 다치거나 목숨을 잃어도 보상받지 못함

□ 문제점

- 특수형태근로종사자 산재보험 적용의 장애물 ①전속성, ②적용제외 신청, ③보험료 부담

□ 해결 방안

1) 전속성 폐지

* 경제사회노동위원회 합의('20.9.)

2) 적용제외 신청 제도 폐지

* '11. 한나라당 당론 발의(이주영 정책위의장)

* '12. 박근혜 대통령 후보 공약 및 '13 국정과제

* '14. 새누리당 주도 환노위 통과

3) 산재보험료 부담

* '07. 산재보험법 개정 당시 보험료 징수 문제로 사용자와 특고 각 50%씩 부담 입법

* 13년이 지났지만 대상 직종만 추가되었을 뿐(4개→14개), 제도 개선은 없었음

(2) 유상운송보험료 현실화 및 제도 개선

□ 배경

- 과도하게 높은 이륜차 보험료, 보험 인수 기피로 인해 보험 미가입 상태로 운행

□ 문제점

- 이륜차 관련 법 제도 미비

- 국토교통부, 금융위원회 등 소관 부처 간 책임 전가

□ 해결 방안

- 이륜차 관련 규제 전반 정비, 보험료 현실화 및 상품 출시

(3) 생활물류서비스산업발전법 보완 입법

□ 배경

- 정부 여당의 연내 제정 약속

□ 문제점

- 배달 라이더 보호 조항 미흡, 국토교통부 소통 부재

해결 방안

- 배달업체 등록제, 배달 라이더 안전 교육 및 자격 제한, 안전배달료 근거를 법률에 명시

(4) 안전배달료 도입

배경

- 신호 위반과 난폭 운전, 사고 위험의 근본적 원인은 낮은 배달료

문제점

- 배달 건수가 수입으로 직결되는 구조, 최저임금 수준을 하회하는 근로소득

해결 방안

- 안전 운행을 담보할 수 있는 배달료 보장

*참고: 화물자동차 안전운임제(화물자동차 운수사업법) 화물차주에 대한 적절한 운임의 보장을 통하여 과로, 과속, 과적 운행을 방지하는 등 교통안전을 확보하기 위하여 필요한 최소한의 운임(국토교통부장관이 공표)

(5) 알고리즘 투명성·공정성 보장(김웅 의원 환노위 국정감사 지적)

배경

- 플랫폼 기업의 AI 알고리즘 도입 (예: 네이버 뉴스 편집, 배민 배달 배차 등...)

문제점

- 불투명·불공정한 작동 결과로 알고리즘에 대한 불신 팽배, 라이더의 위험 증가

해결 방안

- 알고리즘의 투명성·공정성 보장 입법

*참고: EU 일반정보보호규정(General Data Protection Regulation) 시행

3. 제안

배달 라이더 보호를 위한 정책 간담회 요청

- 실질적인 정책 개선 방안을 구체적으로 논의할 수 있는 별도의 자리 필요
- 소관 상임위(환경노동위원회, 국토교통위원회, 정무위원회) 소속 의원 참여

(택시연합회) 플랫폼 택시 운수종사자 보호 등 관련 검토의견

박유오 전국택시운송사업조합연합회 경영지도팀장

□ 택시산업 일반현황

- (일반현황) 법인택시, '20. 6월 기준 전국 1,669개 사업장, 86,935대가 면허되어 총 90,005명의 운수종사자가 근무
 - 최근 코로나 19 확산 및 택시산업 환경 악화에 따른 운수종사자 급감
 - * ('11. 12월) 126,548명 → ('13. 12월) 123,420명 → ('15. 12월) 115,639명 → ('17. 12월) 108,475명 → ('19. 12월) 102,320명 → ('20. 2월) 95,458명 → ('20. 6월) 90,005명
 - * 택시 운수종사자 구인난 심화(운수종사자 확보율 48.8%)에 따른 가동을 저하 (서울 2019. 12월, 50.2% → 코로나19 확산 이후 30%)

□ 택시와 플랫폼 상관관계

- 택시, 관련 법령(여객자동차 운수사업법 등)에 따라 운송사업 면허가 필요한 산업분야
 - 따라서 타 업종과 달리 플랫폼이 직접 택시 운수종사자와 플랫폼 이용 계약을 체결하는 형태가 아닌
 - * 플랫폼 : 택시업체와 가맹계약 등을 맺고, 고율의 수수료를 일방적으로 부과
 - 택시회사와 근로계약 관계가 있는 운수종사자들을 상대로 호출을 분배하는 방식으로 운영

□ 플랫폼 택시 운영실태

- 특정 플랫폼 사업자, 독점적 지배시장 구축 : 택시 호출 시장에 있어 절대적 영향력을 과시
 - 택시이용 승객의 85.3%가 카카오T 앱에 의존
 - * 플랫폼 택시의 전개와 택시산업 발전방안, 서울연구원 안기정 연구위원 ('20. 5/20)
 - 택시운수종사자, 전체 응답자 1,096명 중 81.0%가 카카오T 사용 (티맵 38.0%, 기타 19.6%, 온다 10.5% 없음 9.6% 마카롱 3.2% 등)
 - * 택시산업 활성화 및 운수종사자 처우복지 개선방안 연구 설문조사 결과 (한국노동연구

□ 현행 플랫폼 운영상 문제점

- **불공정한 콜 배분** : 특정 플랫폼 가맹 사업자가 하나의 앱을 이용해 가맹택시와 일반 중계호출 제휴 택시에 호출 서비스를 제공하면서, **공정한 배차가 아닌 가맹택시에 몰아주기 한다는 의혹 제기**
 - * **TBS 팩트 ON ('20. 6/22)** : 카카오T 블루 가맹택시와 카카오T 중계호출 제휴택시 간 호출서비스 제공과 관련한 실험 보도 → 취재 기자가 카카오T 앱을 통해 호출, 취재 기자 바로 앞에 중계호출 제휴 택시가 있음에도 300여미터 떨어진 가맹택시(카카오T 블루)에 호출 배차
 - * **경기도** : 카카오T 배차 몰아주기 의혹 조사 (카카오T 블루 운영 이후 성남 등 7개 지역 평균 29.9% 감소), 공정거래위원회에 조사 요청 ('20. 9/25)
 - * 상기 **노동연구원 운수종사자 대상 설문조사**에서도, 응답자의 65.1%가 불공정으로 답변 (보통 21.5%, 공정 7.4%, 무응답 6.0%)
- **관련 정보 독점으로 인한 폐해** : 상기 콜 몰아주기에 대하여 해당 업체는 인공지능 (AI) 기반의 배차 시스템이기 때문에 인위적인 콜 배정은 불가하다는 주장으로만 제기된 전체 의혹을 일축
 - 일방적으로 산출한 반박 통계 이외에는 영업비밀을 이유로 의혹을 해소시켜 줄만한 자료나 근거 제출 요청에 일체 응하지 않고 있음
- **현행 여객법령상 이중 가맹계약 원칙적 금지** : 이를 근거로 특정 플랫폼, 가맹사업장 가입 대수를 일정 비율로 제한 (예컨대 100대 사업장에서 전체 차량을 가맹차량으로 가입 받는 형태가 아닌, 일부만 가입)
 - 이에 법인택시의 경우, 동일 사업장 내에서 가맹택시와 비가맹택시로 나뉘는 현상 발생
 - 또한 가맹사업 소속 운수종사자와 기존 운수종사자간 상이한 임금 근로체계 적용 (플랫폼은 관리 책임 내지 권한이 없다면서 방관)
 - 노사간 또는 노노간 갈등이라는 새로운 사회문제 야기 요인
- **고율의 수수료를 일방적으로 부과** : 독점적 지배사업자 특정 플랫폼, 가맹계약서 상 가맹택시(택시사업자)는 가맹본부에 매월 수수료로 운임합계(총 매출)의 20%를 납부하도록 하고,
 - 다만 업무제휴 계약서상 일정한 활동비를 지급하면서, 최종적으로는 3.3%의 수수료를 부과
 - 문제는 가맹계약서의 계약기간은 5년인 것에 반해, 활동비 지급을 규

정한 업무제휴 협약서는 3개월마다 변경될 수 있도록 명시

- 또한 가맹계약서는 운송서비스 제공의 대가로 지급 받는 전체 운임을 수수료 부과 대상으로 규정

* 가맹사업 서비스와 무관한 매출, 즉 배회영업 및 타사 호출 앱을 통해 발생한 매출까지 수수료를 부과하는 등 불공정한 계약 규정

- 운수종사자의 열악한 근로·운행여건 : 종전 운행과 새로운 운행 사이 화장실조차 편히 이용할 수 없을 정도로 호출을 배정

- 또한 이미 과거 타다의 사례에서 확인한 바 있는 운수종사자에 대한 부당한 처우문제 (일방적 계약해지 및 불법파견 논란 등) 고려 필요

□ 개선방안

- ① 공정하고 객관적인 호출 배분기준 마련 및 플랫폼 가맹사업과 중개사업의 호출 앱 분리 운영

* 택시승객 최단거리 강제배차 등 / 택시 수요에 대한 구분, 관리 필요 : 현재는 특정 플랫폼 운영사의 Lock-in 효과와 약탈적 가격 정책을 방지 실정 (플랫폼, 일반 중개 호출 수요에 대해 무상으로 가맹호출로 전환하는 방식 등 활용)

- ② 합리적인 가맹본부 표준 수수료 부과기준 마련 및 가맹계약 중복가입 허용

* 가맹본부의 우월적 지위에 따른 일방적이고 부당한 가맹 수수료 부과 예방 / 가맹업체에서 가맹계약을 선택적으로 할 수 있도록 하여 가맹사업자간 보다 나은 서비스 제공을 위한 경쟁 유도 도모

- ③ 플랫폼 운영사 측에 대해 알고리즘 공개 및 표준계약서 작성, 일정한 자료제공 의무화

* 플랫폼 운수종사자에 대한 운행기록 근로조건, 호출 배분 등에 대한 파악이 가능하도록 표준화된 보고서 필요 / 관련 빅 데이터를 관리를 민간 기업에게만 맡기지 말고 정부 당국이 통합하여 체계적으로 운영 관리

- ④ 독점적 지배시장 위치에 있는 플랫폼 운영사 또는 운송가맹사업자의 공정거래법 위반 행위에 대한 엄격한 규제와 통제

* 만약 플랫폼 업체가 관련 데이터 제공 요구에 응하지 않는 등 법 위반 경우, 해당 사업과 관련한 규제와 제약이 이루어 질 수 있도록 제도개선

- ⑤ 플랫폼 운송사업 즉 TYPE-1 경우, 택시와 같이 운수종사자 직접 고용 및 근로기준법 등 노동 관계법령 적용

* 플랫폼 운송사업 (TYPE-1), 국토교통부 혁신성장 및 상생발전 위한 택시제도 개편 방안 ('19. 7/17) 참조

숙박업플랫폼사업자에 대한 건의사항

함장수 (사)대한숙박업중앙회 감사

1. 숙박업플랫폼사업자는 호스트와 게스트를 중개하는 것이 주된 역할인 만큼 적절한 중개수수료(5%미만)만 받아야 한다.

현재 숙박업과 관련된 글로벌 플랫폼사업자의 경우, 예약결제 수수료 명목으로 15% ~ 20%의 과도한 수수료를 받아간다. 또한 국내 숙박업과 관련된 대표적 플랫폼사업자인 “야놀자”, “여기어때”의 경우 예약결제 수수료 명목으로 10%의 수수료를 받고 있으며, 일반숙박업을 하고 있는 모텔과 호텔에게만(다른 숙박업소 관광호텔/펜션, 풀빌라/리조트, 콘도/게스트하우스,에서는 예약결제 수수료만 받고 광고수수료는 받고 있지 않다) 광고수수료 명목으로 매달 최저 10만원 ~ 최고 300만원의 고액광고비를 받고 있어 사회적 비난을 받고 있는 상황이다. 따라서 플랫폼사업자는 호스트에게 온라인중개수수료외 별도의 광고비를 받으면 안된다는 법규제 필요하다..

2. 숙박업과 관련된 플랫폼사업자는 예약결제수수료를 받지 말고, 순수 온라인중개수수료만 받아야 한다.

결제시스템 때문에 플랫폼사업자의 수수료가 높아지는 것이므로, 순수예약기능만 하고, 결제는 현장에서 한다면, 숙박업플랫폼사업자의 수수료를 낮출 수 있다. 플랫폼사업자가 결제까지 하면 객실판매에 따른 계약의 당사자는 플랫폼사업자와 게스트이기 때문에 호스트(숙박업주)는 객실을 판매하는 사업자가 아닌 객실을 임대하는 사업자가 된다. 그런데 현재 객실판매에 따른 모든 법적책임은 플랫폼사업자가 아닌 호스트(숙박업주)가 직접 판매하는 것과 똑같이 모든 책임을 지고 있다.(법적책임-미성년자 혼숙, 도박, 성매매 등) 그러므로 플랫폼사업자가 직접결제까지 할 경우, 결제 및 게스트로부터 발생한 문제는 호스트(숙박업주)가 아닌 플랫폼사업자에게 법적책임이 있다는 내용의 법제정이 필요하고, 더 나아가 숙박업과 관련된 플랫폼사업자가 숙박료를 직접결제(또는 결제대행업)까지 하는 것을 금지하는 법제정이 필요하다.

3. 국내 숙박업플랫폼사업자의 대표주자인 “야놀자”, “여기어때”는 마케팅 방법으로 “무한쿠폰룸”과 “페이백쿠폰”제도를 호스트(숙박업주)에게 반강요식으로 판매하고 있다.

이는 시장의 우월적 지위를 남용하여 “최혜국 대우”를 받고 있는 것이며, 숙박업 시장 질서를 파괴하는 행위이다. 그러므로, 적립식 쿠폰지급 외 다른 숙박료 인하를 유도하는 쿠폰지급은 하지 못하도록 하는 법규제가 필요하다.

4. 최근 사회적 환경변화로 인하여 새로운 온라인 플랫폼사업자가 다양하게 시장에 등장하고 급성장을 하고있는 만큼, 온라인 플랫폼사업자에 대한 책임과 법적 규제가 필요하게 되었다.

특히, 숙박업플랫폼사업자는 소비자와 생산자를 연결해 주는 중개자의 역할에서 벗어나, 온라인플랫폼을 기반으로 직접 숙박업시장에 참여하여 생산, 판매, 유통, 물류, 서비스업까지 온라인과 오프라인을 망라해서 사업을 하고 있다. 따라서 무분별한 온라인플랫폼사업자가 국민경제에 악영향을 미치지 못하도록 온라인플랫폼사업자의 사업내용 및 사업범위에 대하여 적절한 법제정이 필요하다.

특수고용 노동자 초청 대담 토론문

장유진 한국대리운전총연합회 회장

1. 대리사장도 플랫폼 노동자입니다.

저희 대리사장님들도 노동자이면서 소상공인입니다. 현재 전체 시장의 대리운전회사는 2천여 개가 넘고 거기에 속해 있는 소사장들은 약 2만 명 보다 더 많습니다. 통신사에서 대리운전으로 풀린 대표번호만 3만여 개가 넘는다고 합니다. 사무실을 운영하면서 운영비를 벌고자 현장에서 콜을 수행하면서 기사님들과 같은 생활을 하시는 사장님들이 대다수입니다. 이러한 상황을 알려드리고 다음 드릴 말씀을 이해하실듯합니다.

현재 카카오라는 공룡기업이 진출하여 저희 사장님들과 기사님들의 일터를 무자비하게 짓밟고 있습니다. 20여 년 동안 저희가 피와 땀을 흘리며 만들어놓은 저희 터전을 통행료 없이 저희 터전을 빼앗아 가고 있습니다. 또 20여 년 동안 기사님들을 교육해 현장에 내보내어 좋은 서비스를 고객님들에게 보답하고 있었으나 그러한 기사님들을 한순간에 빼앗아가는 것도 모자라 교육도 안 된 초짜 기사님들을 양성하여 많은 사고와 고객컴플레인을 유발해 기존 대리사장님들에게 피해도 주고 있습니다. 원가 이하 정책으로 고객을 빼앗고 사탕발림으로 기사님들을 현혹하며 막대한 대기업의 자본으로 기존 시장의 다수가 모여 사용하는 콜마너라는 프로그램을 인수하며 확장을 이어 가고 있습니다. 또한 유캠프라는 자회사를 설립하여 기존 대리운전 시장과 똑같은 전화 주문 회사를 운영하고 있습니다.

독과점 규제 및 공정거래에 대한 법률 규정에 따르면 기업 인수, 지분 취득, 확장 등으로 시장의 50% 이상을 차지하는 사업자는 시장 지배적 사업자로서 엄격히 그 확장을 규제하고 있다고 들었습니다. 그러나 카카오는 계속해서 시장의 점유율을 늘려 빠른 시일안에 그 비중이 50%가 넘을 것입니다. 어떻게든 이 시장을 장악하여 독점을 하려 합니다. 독점 이후엔 어떻게 될 것인지 설명 안 드려도 다 아실 듯합니다. 이러한 어려운 상황 속에 또 다른 기업이 진출을 하려 합니다.

택시 관련 진출이 막힌 타다도 현재 원가 이하의 정책을 어제 10월 28일부터 시작한다고 SK는 우버로부터 합작을 명목으로 외국자본 약1800억 원을 들여와 플랫폼인 이 시장을 돈으로 어지럽히려 합니다. 이렇게 토종 대리운전 시장은 외국자본의 손으로 넘어가고 말 것입니다.

전 세계적으로 대리운전을 처음 시작한 곳도 우리나라이고 세계 최초로 2002년도부터 전화, 무전기, PDA, 핸드폰 앱 등 공유라는 개념을 써서 대리운전 시장을 활성화한 것도 기존 토종 대리운전에 종사하는 사람들입니다. 심지어는 중국의 대리운전 도 우리나라를

답습해 만든 것입니다. 수십 명의 중국 총경리(회사대표)들이 저희 토종 대리운전회사를 방문하여 시스템을 배워 갔고 배운 그대로 중국에서 영업활동을 하고 있습니다. 카카오 또한 신기술, 혁신기술이 아니라 기존에 존재하던 앱 공유시 장을 그대로 모방해 대기업 자본으로 토종 대리운전 시장을 위협하였던 것도 모자라 이젠 아예 토종 대리운전 말살 정책을 시행하고 있습니다.

저희는 현재 3만 명 이상의 상담원과 수 천명의 사장님과 같이 동고동락을 하고 있습니다. 하지만 저런 공룡기업이 지속적으로 들어온다면 수많은 상담원과 사장님들의 일자리가 없어질 뻔한 상황이 생길 것입니다. 정부에서 막아 주시길 바랍니다. 기존 대리운전 시장에 종사하는 이들의 생존권이 달린 문제입니다.

2. 플랫폼 노동자의 현실

표준 요금제도 없는 현실, 제대로 된 보험도 없는 현실(기존 자동차 보험에서 이름만 바뀐 보험약관), 현실성과 형평성이 결여된 보험사의 보험 금액 책정, 대기업의 원가 정책으로 기존 시장의 가격 다운으로 인한 대리운전 요금 인하 등 이러한 문제점들이 직격탄으로 플랫폼 노동자인 대리운전기사님들에게 돌아갑니다. 또 다른 공룡 기업들이 진출한다면 플랫폼 노동자인 대리운전기사님들은 반길 것입니다. 그리고 독점이 생기고 반겼던 기사님들은 독점의 횡포로 인하여 많은 부분들을 잃을 것이며 독점을 방관했던 정부를 비판할 것입니다.

부디 이러한 문제점들을 꼭! 알려주셨으면 합니다. 매번 좋은 정책으로 소상공인을 위한 다 하지만 좋은 정책이 곧 대기업이 진출하여 소상공인들을 말살 시키는 상황으로 바뀌고 있습니다. 더 이상 소상공인들을 위한다는 정책은 믿지 못할 것 같습니다. 이번엔 플랫폼 노동자를 위한 좋은 정책을 펼치시어 소상공인도 같이 살 수 있는 대한민국을 만들어 주십시오. 감사합니다.

소상공인과 플랫폼 생태계 공존을 위한 제안

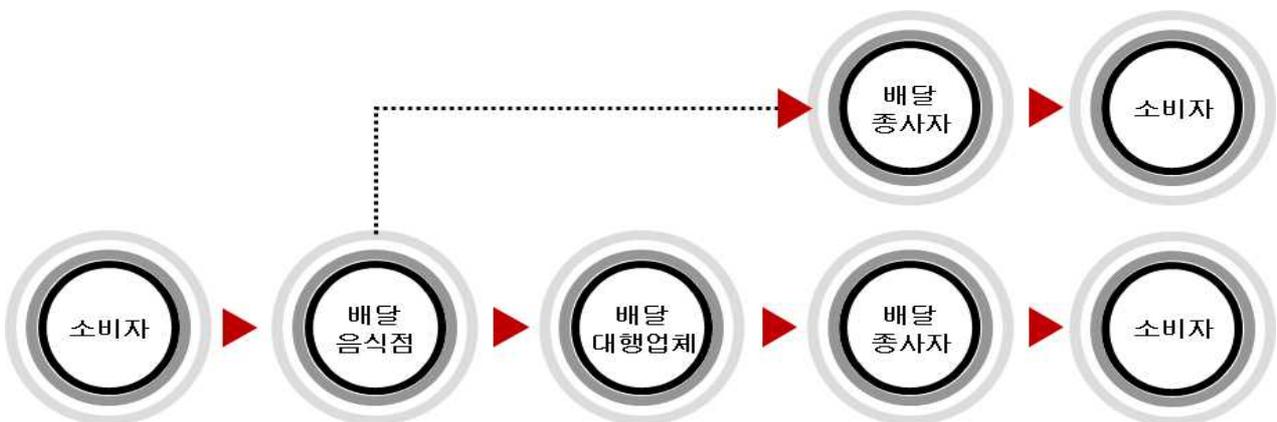
차남수 소상공인연합회 정책홍보본부장

■ 플랫폼 기업에 대한 개요

- **플랫폼의 정의**(Evans and schmalensee, 2017) : 경제 주체들 사이의 “중매자”로서 다양한 측의 구성원들이 “생산적으로 상호작용”을 하도록 도움을 주는 것.
- 기존 기업은 공급업체로부터 다양한 종류의 투입물을 구매하고 때로는 이를 완제품으로 변환하여 상품을 판매하거나 고객에게 서비스를 제공하여 고객을 유치하고 수익성 있는 조건으로 판매하는 것. 하지만 플랫폼기업은 서로 상호 작용할 수 있도록 하여 두 가지 이상 유형의 고객을 유치해야 하는 것이 핵심임.
- 이는 두 가지 측면의 선택은 가격 구조와 불가분의 관계로서 플랫폼의 성공과 수익성에 영향을 미침. 그래서 이들의 네트워크 효과는 규모에 대한 수익 증가로 이어지며, 이는 결국 “승자독식”으로 이어지며, 많은 플랫폼 시장은 결국 집중 또는 독점 구조로 종결됨.
- **플랫폼의 범위**는 결제(오픈마켓, 배민, 카카오대리 등)와 청약접수(야놀자, 여기어때, 네이버예약, 카카오예약, 플레이스토어, 대리운전 앱 등), 그리고 정보제공(가격비교 사이트, 직방, 다방, 언론기사플랫폼, 광고플랫폼 등) 크게 나눌 수 있음.

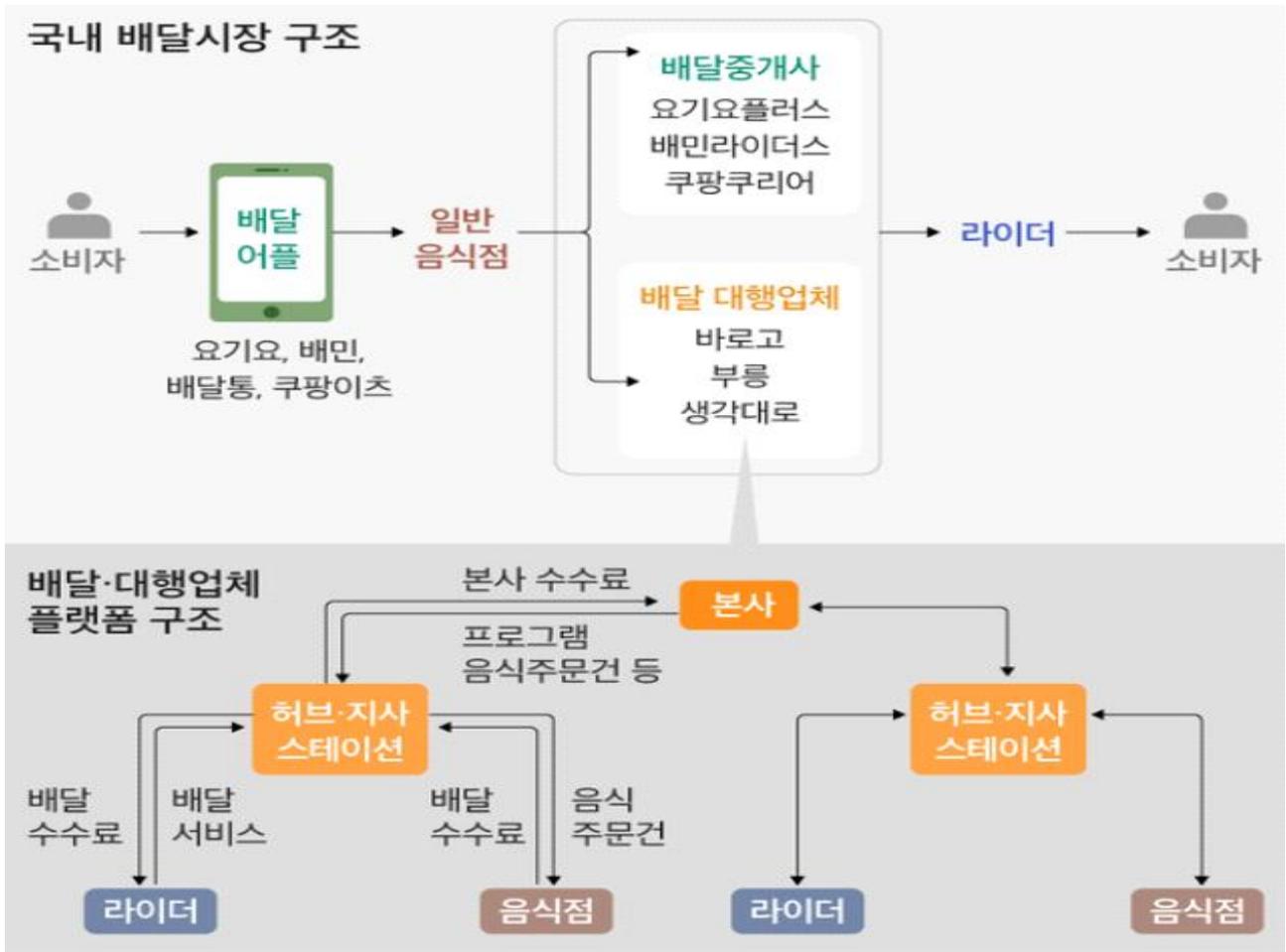
■ 소상공인 배달 생태계 시스템

- 과거 소상공인 배달 시스템



기존의 배달서비스는 고객이 직접 소상공인에게 주문을 하고, 업체가 직접 고용한 배달원을 통해 음식을 배달하는 시스템. (과거에도 배달대행업체가 있었음)

- 현재 소상공인 배달 시스템



출처: 민서연기자, “육 먹는데 배달수수료 왜 올릴까? 배달대행업체들의 속내는”, 조선비즈, 2020.09.03

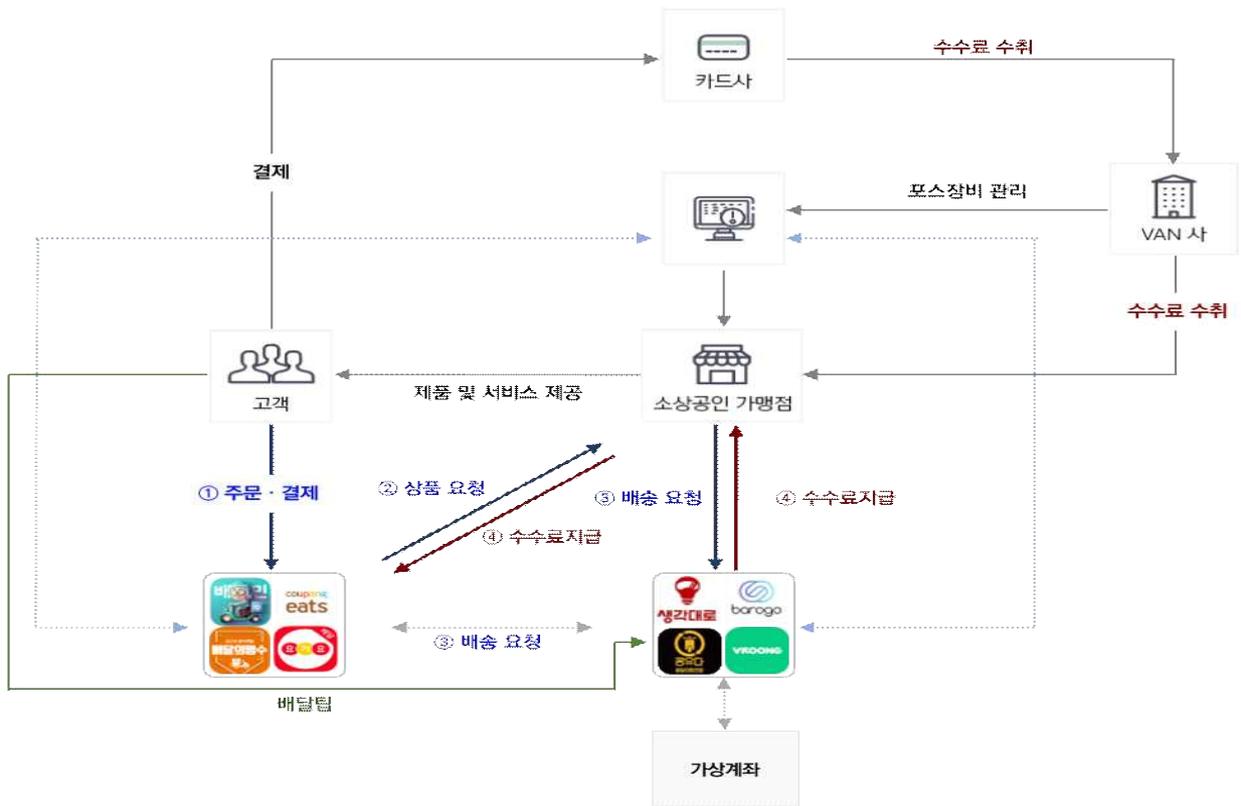
현재의 배달서비스는 소비자가 플랫폼업체에게 주문을 하면 소상공인은 상품을 만들고 다시 배달중개사 또는 배달대행업체에게 주문을 하면 라이더가 최종 소비자에게 배달하는 시스템. (초기에는 소비자가 음식을 주문하면, 해당 음식점과 계약된 배달업체들이 소비자에게 음식을 전달하였지만, 배달앱이 성장되면서 배달앱들이 직접 배달 중개까지 영역을 확장하고 있는 중)

- 소상공인 배달앱 비용 구조

소상공인들이 배달앱을 이용하게 되면 기본적으로 나가는 비용은 배달앱 수수료와 배달 대행료 임. 추가적으로 광고비용과 기기구입비, 포장용기 등이 들어감.

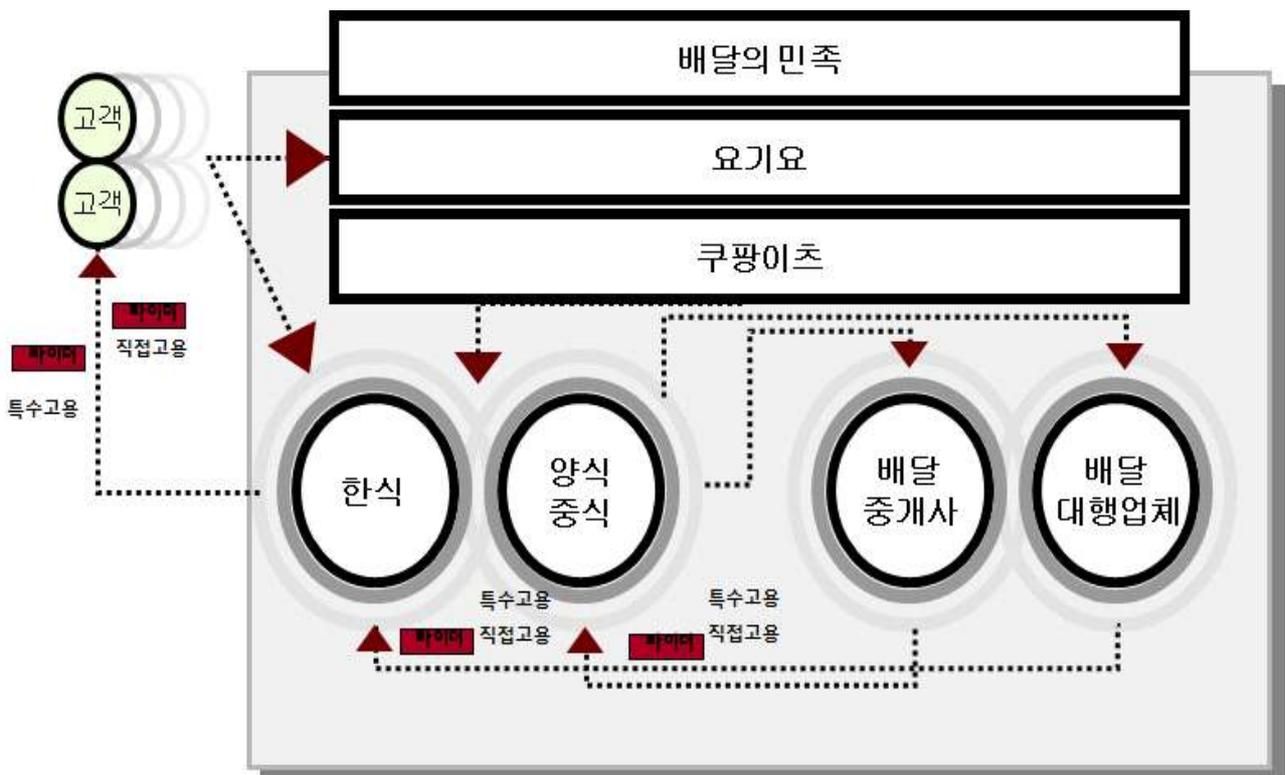
- 배달앱을 이용함으로써 매출은 증가하였지만 소상공인 순이익은 과거에 나가지 않았던 배달플랫폼 수수료와 배달대행서비스로 큰 차이가 없음. 추가적인 비용으로 인해 배달앱시장을 포기하고 싶어도 사회·경제적 변화(라이프스타일변화, 1인가구확산, 저출산과 맞벌이가구증가, 플랫폼경제확산)와 COVID 19 때문에 사회적거리두기, 비대면 경제 확산이 이어지고 상황에서 기존시장으로 돌아갈 수도 없는 상황임.

배달앱 소상공인 비용 구조



출처: “O2O 기업현황 및 소상공인 배달앱 활성화 방안”, 소상공인연합회(2020) 미발표 자료.

- 소상공인 배달원 고용구조



- 소상공인 배달 고용구조는 소상공인들이 직접 고용하는 배달종사자와 배달대행업체의 배달종사자로 구분되고, 배달종사자의 고용형태 및 근로환경 등에 따라 다양해지는 추세임. (월급제, 기간제 계약직, 시급제, 도급제(건당) 등 다양)
- 기존 소상공인(대표적인 업체; 중국집)은 직접고용방식으로 계약한 배달근로자는 근로자로 분류되어 4대 보험을 비롯한 제도적 안전장치의 혜택을 받음.
- 배달대행업체의 특수 고용방식으로 계약한 배달종사자는 근로자로 분류되지 않기 때문에 제도적 안전장치의 혜택에서 멀어짐.
- 최근 배달시사의 급격한 성장으로 인해 배달종사자의 수급의 문제가 발생하고 있고, 이로 인해 배달 시간지연, 가맹점 피해, 배달 및 교통사고 등이 발생하고 있음.

■ 소상공인과 플랫폼 생태계 문제점

- 앞에서 말한 배달 시간지연 및 포장상태 소비자 불만이 “을과 을”의 문제로 이어지고 있음. (플랫폼업체는 책임지지 않고, 소상공인과 배달종사자의 책임 여부에 대한 분쟁만 지속되고 있는 상황임)
- 공정한 수익 배분체계가 아니라 플랫폼 시장을 독점한 업체에게 수익이 발생하고, 플랫폼 생태계를 구성하고 있는 소상공인과 배달종사자에게만 과도하게 수수료의 부담이 이어지는 상황.
- 플랫폼 거래 관계에서의 불투명하고 불공정한 계약관계
플랫폼업체의 우월적인 지위를 이용한 배달앱 입점 소상공인에게 부담 떠넘기기 예를 들면, 광고비 과다, 끼워팔기, 거래상 지위남용행위, 배타조건부 거래행위 등

■ 소상공인과 플랫폼 생태계 개선방안

- 플랫폼 생태계 구성하는 업체들의 “경계의 마찰”을 최소화
- 법적인 제도적 보완(공정위가 추진하고 있는 온라인플랫폼중개거래의 공정화에 관한 법률)
- 날씨와 시간에 따른 차등 수수료 도입
- 포장으로 인한 환경오염에 대한 소비자 부담과 책임
- 배달 종사자 안정교육 의무화와 정기점검 도입
- 중개플랫폼업체 대한 인공지능세 도입

끝으로, NY TIME(2017.6.24.) “The Real Threat of Artificial Intelligence” 기사처럼 새로운 혁신으로 이루어지는 위협에서 가장 큰 피해는 사회적 약자와 경제적 약자라는 것과 사회운동가이자 도시계획가인 제인 제이콥스의 한 말로 마무리합니다.

“New ideas need old buildings.” 오래된 다양한 소상공인들이 만들어내는 다양한 서비스가 획일화된 서비스로만 이어진다면 과연 소비자가 원하는 시장일까요 !

사업자 플랫폼노동자 정부, 소비자 모두의 플랫폼노동자의 보호, 그리고 기본권

김수연 (사)한국소비자연맹 시장조사팀장

2020년 1월부터 시작된 COVID-19(코로나바이러스감염증)으로 우리나라 국민 중 25,955명(10/26 기준)이 확진판정을 받고 마스크는 국민 모두의 생활필수품이 되었습니다. 또한 그 동안 경험하지 못했던 사회적/생활 거리두기로 인한 다양한 생활방식의 변화가 나타났으며 그 중 하나가 어플리케이션이나 SNS 등 플랫폼을 통한 서비스 이용입니다. 음식배달, 숙박예약, 대리운전 등의 서비스를 이용할 수 있는 플랫폼서비스는 소비자가 비대면으로 편리하고 폭 넓게 선택할 수 있어 코로나-19 시대 그 이용의 증가는 필연적일 수 밖에 없습니다. 다만 이러한 플랫폼 서비스 이용의 폭발적 증가에 비해 아직 마련되지 않은 사회적·법적 제도의 불완전성 등으로 인해 플랫폼 노동자의 안전은 위협받고 있으며 권리 또한 보장받지 못하고 있습니다.

플랫폼 노동자는 앱, SNS 등 디지털 플랫폼에서 노동력이 거래되는 근로 형태로 쿵서비스, 음식배달, 대리운전 등을 하는 특수형태 근로종사자를 지칭합니다. 플랫폼 노동자는 우리나라 법 규정에서는 개인사업자로, 몇 개 업종을 제외하고 대부분 고용보험이나 산재보험의 보호를 받지 못하는 반면 사고와 상해 가능성이 큰 이륜자동차를 이용하여 시간에 쫓겨야 하는 등 근로환경 자체가 위험에 다수 노출되어 있습니다. 개인사업자라는 이유로 또는 기존 4대보험의 대상이 아니라는 이유로 플랫폼 노동자가 이러한 불안하고 위험한 고용환경을 스스로 개선 또는 해결해야하는 것은 불가능하며 부담합니다. 일하는 형태가 일반적인 경우와 다른 ‘특수’ 한 형태일 뿐 우리나라에서 ‘납세의 의무’ 를 부담하고 있는 ‘노동자’ 이며 ‘국민’ 이니까요. **다만 이러한 근로환경 개선과 사회보험 등의 보호조치 마련 등을 이유로 해당 서비스의 가격을 인상하여 모든 부담을 소비자에게 전가시키거나 정부에 무조건적인 지원을 요구하는 것은 실질적이고 지속적인 효과나 사회적인 공감대를 기대하기는 어려울 것 같습니다.**

플랫폼 노동자를 보호하고 동시에 플랫폼 서비스의 발전을 통한 소비자 권익보호를 위해 우리는 다양하고 선제적인 방안을 검토할 필요가 있습니다.

첫 번째, 플랫폼 노동자의 특수한 형태를 고려하여, 사업자와 플랫폼 노동자, 정부 모두가 플랫폼 노동자의 근로환경 개선과 사회보험 마련 등 필수적인 안전망 마련에 함께 해야 합니다.

노동형태가 ‘특수형태’라는 점을 고려한 특화된 보호체계가 필요합니다. 근로자와 자영업자의 중간지대라는 특성을 반영하여 해외에서도 별도 기금 마련을 통해 모성급여나 직업훈련을 제공하거나, 고용보험 임의가입 제도 운영, 노동조합법 일부 적용 등 다양하게 법적 지위를 부여하거나 사회보험 등 관련 법을 적용하고 있습니다. 우리나라도 최근 산재보험의 적용을 받는 택배기사, 퀵서비스, 대리운전 기사등을 고용보험을 대상으로 적용하는 고용보험법 개정안을 추진 중이며 ‘플랫폼 종사자 보호법’ 제정 등도 검토하고 있습니다. 다만 이러한 정부만의 정책 추진은 앞서 말씀드렸듯이 재정적인 한계로 인해 효과가 제한적이거나 사회적인 공감대 형성이 어려울 수 있습니다. 사업자와 플랫폼 노동자, 정부, 그리고 소비자 모두가 플랫폼 노동자의 근로환경 개선과 사회보험 마련 등의 필수적인 안전망을 마련을 위해 함께 해야 합니다.

사업자는 플랫폼 노동자의 근로환경을 위한 최소한의 제도 및 시설을 제공해야하며 특히 플랫폼 노동자의 건강과 안전과 위협하는 무리한 실적 강요나 휴게시간 미확보 등의 불공정한 노동관행 등은 개선되어야 합니다. 개인사업자라는 이유로 초과근무나 감당할 수 없는 영업지역의 확대, 추가업무 배정 등이 ‘영업실적 상향 기회 제공’으로 포장되서는 안 됩니다. 2020년 8월 태풍 바비의 복상을 앞두고 한 배달앱에서 이른바 ‘피크데이’라며 15회 이상 음식배달을 수행할 경우 5만원의 프로모션을 제공하겠다고 공지한 사례가 있었습니다. 한 기사가 직접 배달기사로 체험한 후 쓴 기사에 따르면 프로모션으로 약속된 배달비를 받지 못하거나 배달비 금액이 중구난방으로 지급되어도 각각의 산정기준이나 실제 지급여부에 대해서 정보를 제공받지 못했고 무엇보다 그러한 것에 대해 문의하거나 따질 방법조차 없었다고 합니다. 택배업체 한 곳은 몇 년간 택배 노동자들에게 지급하는 배달수수료를 일반적으로 삭감하면서 택배 노동자들에게 매달 10~20만원씩 상하차비용을 부담시키고 있습니다. 플랫폼사와 플랫폼 노동자는 엄연히 계약에 근거한 쌍방관계로 서비스 제공에 대한 대금지급은 가장 중요한 계약조건이므로 이러한 불공정하고 부당한 노동/계약관행에 대해 관련법 정비를 통해 국회와 정부의 적극적인 적발 및 처벌 등의 집중적이고 체계적인 관리·감독이 이루어져야 할 것입니다. 플랫폼사와 플랫폼 노동자와의 계약관계는 아직 대등하지 않아 현재 하도급법 상의 하도급 관계와 같이 정부가 법을 통해 거래질서를 규제 및 관리할 필요가 있기 때문입니다.

배달대행업체 ‘스파이더 크래프트’는 배달기사 종합보험의 보험료 10%를 지원하여 모든 기사가 산재보험에 가입할 수 있도록 하고 운행시 착용할 수 보호장구를 자체 제작하여 지원하고 있습니다. 물론 충분하지 않을 수 있으나 사업자가 ‘전속성’만을

따지기 보다는 플랫폼 노동자의 안전을 위한 재정적이고 실질적인 조치를 마련했다는 점에 의의가 있다고 생각합니다. 최근 플랫폼사와 플랫폼노동자가 단체협약을 체결하는 등 다양한 개선노력등이 이뤄지고 있어 이러한 사례가 점차 확대되고 확장되어야하며 특히 플랫폼 노동자의 안전과 생활안정이 보장받을 수 있도록 플랫폼 노동자와 사업자가 쌍방 부담하고 정부의 법적·제도적 지원 등을 통한 별도 기금이나 사회보험 체계 마련이 필요합니다. 음식배달앱의 경우 현재 플랫폼 이용과 관련되어 부담되는 수수료, 배달비 등의 비용 일부를 기금으로 적립하는 방안 등을 검토해 볼 수 있을 것이며 이러한 체계 마련시 현재 대규모 플랫폼사와 중소/영세 플랫폼사의 재정적 상황을 고려할 필요도 있습니다.

두 번째, 플랫폼 서비스 도입에 따른 플랫폼 노동자 관련 법·제도의 제·개정과 안전교육 의무실시 등 관련 교육 법제화가 필요합니다.

플랫폼 노동자의 안전 관련 이륜자동차 사고가 가장 큰 비중을 차지합니다. 고용노동부에서 [이륜차 음식배달 종사자 보호를 위한 안전가이드라인]을 마련한 바 있으나 의무교육이 아닌 ‘가이드라인’으로 제공되고 있어 실질적인 교육효과를 크게 기대하기는 어렵습니다. 음식점 영업 전 음식점주에게 위생교육 수료가 의무화되어있는 것과 같이 플랫폼 노동자와 사업자, 플랫폼사 등에 안전 관련 교육 수료를 의무화할 필요가 있습니다. 안전 관련 필수내용을 앱이나 홈페이지 등을 통해 제공하고, 교육 의무자가 자가 진단 후 의무교육을 수료하도록 교육시스템 마련 및 교육 의무실시 법제화가 필요합니다.

무엇보다 플랫폼 서비스를 소비자에게 제공하는 과정에서 플랫폼 노동자가 상해나 경제적 손해를 입은 경우, 이에 대한 책임과 보상에 대한 법적기준 및 보호를 받을 수 있는 방법 등에 대해 관련 전문가나 기관의 도움을 받을 수 있도록 특화된 법률/중재기관의 설립도 고려할 필요가 있습니다. 배달, 예약, 세탁 등 다양한 서비스 제공이라는 플랫폼 서비스 특성을 고려하여, 서비스 제공 및 고객 응대 등에 대한 내용 또한 선택 교육으로 플랫폼 노동자에게 제공하는 방안도 검토가 필요할 것 같습니다.

또한 플랫폼 서비스의 이용이 점차 늘어나고 있는 현실을 반영하여 기존 사업자-소비자 관계가 아닌 사업자-플랫폼 노동자-소비자의 관계를 반영한 관련 법·기준 개정 등이 필요합니다. 현재 배달 관련 소비자 불만이나 취소로 인한 경제적 손해는 대부분 배달기사가 부담하고 있습니다. 소비자와 사업자 간 거래로 인한 분쟁시 중재의 기준이 되는 소비자분쟁 해결기준이나 가장 기본적인 계약조건이 되는 표준약관에는 기존의 사업자-소비자 관

계만이 반영되어있기 때문입니다. 플랫폼서비스의 특성을 반영되어 한쪽이 일방적으로 손해를 부담하는 것이 아닌 분쟁의 원인을 제공한 자, 책임이 있는자가 손해를 부담하도록 표준약관이나 소비자분쟁해결기준 등의 개정이 필요합니다.

코로나-19 상황으로 마스크가 필수품이 된 지금 ‘손님들이 마스크를 쓰지 않은 라이더가 가져온 음식은 수령 거부하면서, 정작 마스크를 쓰고 물건을 받는 손님은 한 번도 못 만났다’ 라는 플랫폼 노동자의 인터뷰 기사를 읽었습니다. 저 또한 미처 생각하지 못한 부분이었으며 이는 대부분의 소비자도 비슷할 것이라 생각합니다. 소비자에게도 플랫폼 서비스나, 플랫폼 노동자와의 새로운 관계는 생소할 수 있어 소비자를 대상으로 이에 대한 정보 제공과 서로가 기분 좋게 서비스를 제공하고 서비스를 받을 수 있는 방법을 알리는 캠페인 등도 필요하다고 생각합니다. 한 배달업체에서 특별한 주문 요청사항을 작성하지 않을 경우 ‘조심히 안전하게 와주세요’ 라는 문구가 제시되도록 한 것은 이러한 점에서 긍정적으로 보여집니다.

세 번째, 소비자에게 무조건적인 착한소비를 요구하기보다 소비자에게 만족스러운 서비스를 제공하고 플랫폼 노동자에게 정당한 대가를 지불하고 안전을 보장하는 착한업체 이용 문화 확산이 필요합니다.

몇 년 전 30분 배달을 내세우며 여러 피자업체가 경쟁을 한 적이 있습니다. 그로 인해 빗길에 무리하게 배달을 강행하거나 과속을 해야하는 등 배달운전자의 안전이 보장되지않아 소비자를 포함 사회 전반적으로 개선이 요구되었고, 그 결과 무리한 30분 배달 마케팅 정책은 중단되었습니다. 30분 배달로 배달운전자의 안전은 심각하게 위협받았지만 소비자는 원치 않았던 피자업체 간 광고마케팅 경쟁일 뿐이었습니다.

소비자는 온라인쇼핑몰에서 물건을 구입할 때 배송비로 정해진 금액을 부담하지만, 이른바 ‘백마진’ 으로 인해 해당 배송비 중 일부를 온라인쇼핑몰에서 수취하여, 택배 노동자의 배달수수료가 일방적으로 삭감되고 있습니다. 소비자가 택배배송이라는 서비스를 이용하기위해 부담한 비용 중 일부가 서비스와 전혀 무관한 것으로 사용된 것으로 소비자 입장에서는 온전한 서비스를 받지 못한 것이며 계약의 상대방 중 택배 노동자는 정당한 대금을 모두 지급받지 못하고 있습니다. 이러한 상황은 관련 법 개정등을 통해 시정되어야하며 또한 소비자에게 이러한 사실을 알려 착한업체를 소비자가 이용할 수 있도록 문화확산이 필요합니다. 사업자와 플랫폼 사, 플랫폼 노동자 간 부당하고 불공정한 계약의 문제로 소비자에게 착한소비를 요구하는 것으로 해결하려는 것은 근본적인 해결이 되기 어렵습니다.

1980년 소비자보호법이 제정되었습니다. 기업에 비해 상대적으로 정보면 등에서 열위에 있던 소비자를 보호하기 위한 목적이었던 소비자보호법은 사회적·법적 제도의 개선과 소비자 스스로 자신의 권익을 지키기 위한 노력을 통해 2008년 소비자보호법에서 소비자기본법으로 바뀌게 되었습니다. 이렇듯 사회적·법적 제도의 개선과 플랫폼 노동자와 소비자 모두의 노력을 통해 ‘플랫폼 종사자 보호법’ 이 아닌 ‘플랫폼 노동자 기본법’ 이 제정될 수 있기를 희망합니다. 감사합니다.