

# 물류·택배업계 “일률적인 작업 제한, 가족 생계 직격탄”

## 야간작업 제한 법안 논란

쿠팡노조 등 법안 전면 재검토 촉구  
건강권 보호 공감… 소득감소 우려  
소비자에게 미칠 영향도 쟁점 부상

야간작업 시간과 횟수를 제한하는 법안을 두고 택배·배송업계의 반발이 이어지고 있다. 건강권 보호 취지에는 공감하지만 일률적인 제한이 소득 감소와 겸업 증가로 이어질 수 있다는 주장이다. 배송비 상승과 새벽배송 축소 가능성도 제기된다.

9일 물류업계에 따르면 쿠팡노동조합과 비노조택배연합, 새로고침노동자협의회는 전날 공동성명을 내고 박홍배 더불어민주당 의원이 대표 발의한 야간작업 제한 법안의 전면 재검토를 촉구했다.

박 의원이 지난달 25일 대표 발의한 산업안전보건법 개정안은 야간작업을 자정부터 오전 5시까지를 포함해 연속 7시간 이상 수행하는 작업으로 규정하고 있다. 야간작업은 하루 최대 10시간, 주당 최대 48시간으로 제한하고 연속 작업은 최대 3일, 월간 작업은 최대 12회까지만 허용하는 내용이 담겼다. 작업 종료 후에는



서울시내 한 택배물류센터. 야간작업 시간과 횟수를 제한하는 법안이 발의되면서 관련업계가 반발하고 있다. /뉴시스

최소 11시간의 연속 휴식시간을 보장하도록 했다.

택배사업자와 영업점의 야간작업 관리 의무 등을 강화하는 생활물류서비스산업 발전법 개정안도 함께 발의됐다. 현재 근로기준법에는 오후 10시부터 다음 날 오전 6시까지 근무할 경우 가산임금을 지급하도록 규정하고 있지만 야간노동자의 건강권 보호를 목적으로 노동시간과 횟수를 직접 제한하는 별도 기준은 없다.

배송기사 단체들은 근무시간 감소가 소

득 감소로 직결될 수 있다고 주장한다. 배송 물량 등에 따라 수입이 결정되는 종사자가 적지 않은 상황에서 일할 수 있는 시간을 줄이면 부족한 소득을 보충하기 위해 다른 일자리를 병행할 가능성이 있다는 것이다.

쿠팡노조 등은 공동성명에서 “야간노동 종사자 다수는 당장의 가족 생계를 책임지기 위해 밤 근무를 택한다”며 “건강권을 명분 삼아 노동시간과 일수를 강제로 줄이면 가장 먼저 줄어드는 것은 노동자의

밥줄이자 가족의 생활비”라고 주장했다.

이어 “한 사업장에서 노동이 막혀 소득이 줄어들면 부족한 생활비를 채우기 위해 또 다른 일을 찾을 수밖에 없다”며 “택배 야간작업이 막힌 노동자가 대리운전이나 배달로 발길을 돌린다고 과로가 사라지는 것은 아니다”라고 지적했다.

실제 배송기사들을 대상으로 한 조사에서도 근무시간 제한에 대한 반대 의견이 높게 나타났다. 쿠팡파트너스연합회(CPA)가 지난달 26~28일 쿠팡로지스틱스서비스(CLS) 영업점 소속 택배기사 3319명을 대상으로 실시한 조사에 따르면 응답자의 97.7%가 야간배송을 월 최대 12회로 제한하는 방안에 반대했다. 작업시간을 법으로 일률적으로 제한하는 방안에는 95.9%가 반대했다.

야간배송 제한에 따른 업무 부담이 주간배송으로 이동할 가능성도 제기됐다. 조사 응답자의 67.5%는 야간배송 제한이 주간배송 기사의 과로로 이어질 수 있다고 답했다. 건강권 보호를 위해 필요한 대책으로는 자유로운 휴무가 65.1%로 가장 많았고 주 5일제 58.1%, 건강검진비 지원 55.5% 등이 뒤를 이었다. 작업시간 제한을 선택한 응답자는 2.7%였다.

쿠팡노조와 비노조택배연합 등도 근무시간의 일률적인 제한 대신 특수건강검진 확대와 유급 휴식권 보장, 인력 확충, 작업장 안전설비 개선 등을 대안으로 요구했다.

야간배송 제한이 새벽배송 서비스와 소비자에게 미칠 영향도 쟁점으로 떠오르고 있다. 소비자정책 감시단체 컨슈머워치는 야간배송 인력의 근무시간과 횟수가 제한될 경우 물류기업이 추가 인력을 확보하거나 배송망을 재편해야 해 배송원가가 상승할 수 있다고 주장했다. 비용 증가를 감당하기 어려운 지역에서는 새벽배송 지역이나 횟수가 축소되고 배송료나 상품 가격에 비용이 반영될 가능성도 있다는 것이다.

반면 야간노동이 노동자의 건강에 미치는 영향을 고려해 최소한의 법적 기준을 마련해야 한다는 주장도 제기된다.

고용노동부도 야간노동자의 건강 보호를 위한 별도의 제도 마련을 검토하고 있다. 업종·직종별 야간노동 규모와 근무 형태를 조사하고 해외 제도를 분석해 야간 노동 시간과 횟수, 휴식시간 등에 대한 기준을 마련하는 방안이다.

/김서현 기자

seoh@metroseoul.co.kr



metro

## 2026 추석 선물세트

# 롯데마트·슈퍼, ‘오늘좋은 매일견과’ 선봬

(마스터 PB 브랜드)

18g 80봉 구성… 원물 40% 아몬드  
일상 먹거리·생필품 등 라인업 확대

롯데마트·슈퍼PB ‘오늘좋은’이 명절 선물 세트를 출시했다.

롯데마트·슈퍼는 이번 추석 ‘오늘좋은 매일견과 80봉 선물세트(18g×80봉)’를 선보인다고 9일 밝혔다.

‘오늘좋은’은 롯데마트·슈퍼가 비식품 전 영역에서 운영해 온 마스터 PB 브랜드다. 이번 상품은 오늘좋은 이름을 내건 첫 선물세트다.

오늘좋은 매일견과 80봉 선물세트(18g×80봉)는 선호도가 높은 견과를 중심으로 원물을 구성했다. 시중 유사 가격대 견과 세트의 아몬드 비중이 30% 이하인 것과 달리, 전체 원물의



서울특별시 송파구에 위치한 롯데마트 제타 플렉스 잠실점 선물세트 매대에서 고객이 ‘오늘좋은 매일견과 80봉 선물세트’를 구매하고 있다. /롯데쇼핑

40%를 아몬드로 채운 것이 특징이다. 더불어 실속형 상품에 주로 활용되는

호두·땅콩 대신, 가격대가 높지만 인기 견과로 꼽히는 마카다미아와 구운 캐슈넛을 함께 담았다.

가격 경쟁력은 해외 직소싱을 통해 확보했다. 원물 조달과 견과 가공 역량을 모두 갖춘 해외 전문 파트너사를 엄선해 각 원물의 수입부터 배합, 소포장, 완제품 제작까지 한 곳에서 일괄 진행했다.

앞으로도 롯데마트·슈퍼는 오늘좋은을 통해 PB 전략을 강화할 예정이다. 국내외 소싱 네트워크와 상품 기획 역량을 바탕으로, 일상 먹거리와 생필품은 물론 명절·시즌 수요까지 아우르는 PB 라인업으로 생활물가 안정에 힘을 보탬 계획이다.

/김서현 기자

## 지그재그, ‘직진배송’ 브랜드패션 거래액 급증

리에티 등 도입 브랜드 성장세 이어져

지그재그가 자사 빠른 배송 서비스 ‘직진배송’을 도입한 브랜드들이 거래액 상승효과를 보면서 전체 브랜드패션 카테고리 거래액이 크게 늘었다고 9일 밝혔다.

지그재그는 최근 소핑몰 중심이던 직진배송을 브랜드패션 카테고리로 확장했다. 자체 물류망을 운영하던 브랜드들이 여기에 입점하며 거래액을 끌어올린 결과, 올해 상반기 브랜드패션 카테고리의 직진배송 거래액은 지난해 같은 기간보다 37% 증가했다. 통상 비수기로 여겨지는 7월과 8월에도 거래액이 각각 전년 대비 25%, 23% 늘어 증가세가 이어졌다

직진배송을 발판 삼아 가파른 성장을 이뤘던 브랜드도 늘고 있다. 소형 브랜드 ‘리에티’가 대표적이다. 성장세가 정체되어 있던 리에티는 직진배송 도입 이후 3개월 평균 거래액이 직전 대비 약 86배 이상

(8580%) 폭증했다. 직진배송 비중을 90% 이상으로 확대하며 판매 구조를 바꾼 결과, 올해 6월 거래액도 1월 대비 2배 이상(122%) 증가하는 등 지속적인 성장세를 이어가고 있다.

직진배송이 브랜드 전체 성장을 견인하는 시너지 효과도 입증됐다. 브랜드 ‘헬레네파리스’는 지난해 7월부터 일부 상품만 직진배송으로 판매했음에도, 도입 1년 만에 브랜드 전체 거래액이 542% 급증했다. 같은 기간 브랜드 자체 배송 거래액도 318% 증가하는 등 빠른 배송으로 향상된 브랜드 인지도와 소핑 경험 이 브랜드 전체 성장을 끌어올린 것으로 분석된다.

직진배송은 주 7일 운영되며 전국 기준 자정 이전 주문 시 다음 날 도착을 보장한다. 수도권, 충청 등 일부 지역에서는 오후 1시 이전 주문 시 당일 자정 전에 수령 가능하고, 서울 지역은 밤 10시 이전 주문 시 다음 날 새벽 7시 전 배송되는 새벽 배송을 이용할 수 있다.

/김서현 기자

## 롯데칠성음료, 델몬트 인기상품 총망라

페트병·소병 세트 등 7종 마련

롯데칠성음료가 다가오는 추석을 맞아 소중한 사람에게 감사와 정을 전하는 ‘델몬트주스 선물세트’를 선보였다.

이번 선물세트는 ‘소중한 사람에게 전하는 마음 담은 선물’을 콘셉트로, 정통주스의 대명사 델몬트의 인기 제품을 다채롭게 구성했다. 대용량 1.5L 페트병 세트와 간편하게 즐길 수 있는 180ml 소병 세트 등 총 7종으로 마련해 취향과 용도에 따라 선택할 수 있도록 했다.

특히 1.5L 페트병 선물세트는 ‘애정

(愛情)’, ‘감사(感謝)’ ‘풍요(豊饒)’라는 한자와 탐스러운 과일 이미지를 조화롭게 담은 한국적인 정서를 표현한 패키지가 특징이다. 구성은 제주감귤·매실·포도 4본입의 ‘애정 세트’, 오렌지·포도·망고 3본입의 ‘감사 세트’, 토마토·망고 3본입의 ‘풍요 세트’, 제주감귤·매실·잔칫집식혜를 담은 ‘행복가득, 작은 나눔 선물세트’ 등 총 4종이다.

델몬트소병 선물세트는 프리미엄과 일주스를 한 번에 간편하게 즐길 수 있는 180ml 제품으로, 10병 구성의 ‘오렌지·감귤 세트’와 각각 12병씩 담은 ‘포도·토마토·망고 세트’, ‘포도·토마토 세트’ 등 총 3종으로 구성해 실용성과



델몬트주스 선물세트.

/롯데칠성음료

선택의 폭을 넓혔다.

롯데칠성음료 관계자는 “명절을 맞아 소중한 사람에게 마음을 전할 수 있도록 델몬트 대표 제품을 다양하게 담은 선물세트를 준비했다”며 “앞으로도 온 가족이 안심하고 즐길 수 있는 다양한 델몬트주스를 선보이며 최고의 맛과 품질로 소비자들에게 보답해 나갈 것”이라고 말했다.

/이세경 기자 seilee@

## 오투기, ‘한강라면’ 출시

“한강에서 즐기던 라면경험 선사”

오투기가 한강에서 즐기던 라면의 맛과 감성을 일상에서도 간편하게 경험할 수 있는 신제품 ‘한강라면’을 출시했다고 9일 밝혔다.

한강 라면은 한강 공원 등에서 라면조리기로 즉석에서 끓여 먹는 대표적인 야외 식문화로, 라면을 먹는 즐거움에 즉석조리의 재미와 장소가 주는 특별한 경험이 더해진 것이 특징이다. 오투기는 이러한 한강 라면의 매력을 언제 어디서나 즐길 수 있도록 봉지면으로 구현했다.

쫄깃한 면발에 계란불력과 청양고추를 더해 얼큰하고 깊은 국물맛을 살렸다. 특

히 라면기조리기의 특성을 고려해 면발의 복원성과 퍼짐성을 보완했으며, 기존 계란불력보다 크기와 계란 함량을 높인 전용 계란불력을 적용해 계란 토핑을 즐길 수 있도록 했다.

패키지에는 한강 라면의 특징을 직관적으로 담았다. 한강라면은 9일부터 전국 편의점에서 구매 가능하다.

오투기 관계자는 “한강에서 라면조리기로 직접 끓여 먹는 경험이 하나의 문화로 자리 잡은 점에 착안해, 장소에 국한됐던 한강라면의 재미를 전국 어디서나 즐길 수 있도록 개발했다”며 “쫄깃한 면발에 계란불력과 청양고추를 더한 ‘한강라면’으로 한강에서 즐기던 특별한 라면 경험을 선사할 것으로 기대한다”고 말했다.

/이세경 기자