



## ‘갑자기 시장이 친절해졌다’ 금속노조 광고 시작 가입 상담 전화 1811-9509 대중교통 광고 ... “공단협약 체결 투쟁 힘 쏟을 것”

금속노조가 5월 15일부터 ‘갑자기 시장이 친절해졌다, 금속노조’ 라는 광고를 시작했다.

노조는 전국 30여 곳의 공단을 지나는 시내버스와 지하철 등 대중교통에 ‘노동조합 가입 · 노동상담 전화 1811-9509’ 를 알리는 광고를 시작했다.

노조는 경원선 소요산역사, 청주 시내버스, 대전지하철, 광주지하철, 인천 시내버스, 대구지하철 성서·경산지역 역사, 울산 시내버스, 창원 시내버스, 함안 군내버스, 사천 시내버스, 부산 시내버스 등에 광고를 집행하고, 서울지하철 2호선과 서해선 원곡역사 광고는 심의 중이라고 밝혔다.

노조는 여섯 달 동안 시내버스 내 외부와 좌석 시트, 지하철 객차 내부와 역사 게시판 등에 광고를 시행한다. 노조는 유동인구가 많은 장소에 노조 가입 홍보 현수막 게시사업도 함께하고 있다.

노조는 2018년부터 라디오 광고, 대중교통 광고를 이용해 노동조합을 알리는 홍보 활동을 펼치고 있다. 꾸준한 홍보활동과 미조직 노동자 전략 조직 활동 결과로 최근 여섯

달 동안 35개 사업장 4,907명의 노동자가 금속노조에 가입했다.

노조는 5월 17일 광고 시작하며 “공단의 노동자에게 노동조합이 필요한 이유를 쉽게 설명하고, 노동조합을 경험하지 못한 노동자도 가입의 필요성을 공감할 수 있도록 기획했다” 라고 설명했다.



노조는 “공단의 노동자들은 사용자들이 지급 능력이 부족하다는 핑계로 노동 관련 법규를 지키지 않아 노동권의 사각지대에 방치돼 있고, 사용자에게 정당한 요구를 내세울 노동조합의 설립도 미진하다” 라고 밝혔다.

노조는 사용자들의 노동자는 아랫사람이라는 낡은 인식을 깨고, 법을

지키지 않아도 아무 일 없다는 그릇된 믿음을 깨기 위해 공단의 사업장에 노동조합이 절실히 필요하다고 강조했다.

노조는 근로기준법 위반, 인격 모독, 폭언 등 비인간 대우를 당하다 노조에 가입한 노동자들이 가장 먼저 느낀 변화로 사용자와 관리자의 태도 변화를 꼽았다고 전했다.

노조는 공단 노동자 권리보장을 위해 ▲임금명세서 시행령 제대로 만들기 ▲근로계약서 제공 법규 준수 운동 ▲백신 접종 휴가 보장 ▲산업단지 모든 노동자에게 유효한 ‘공단협약’ 체결 투쟁에 힘을 쏟을 계획이다.

공단 노동자는 전체 임금노동자 평균 노동시간보다 12% 오래 일하지만, 시간당 임금은 60% 수준에 불과하다. 임금이 최저임금 미만인 공단 노동자도 24.5%나 된다. 공단 노동자의 산재율은 제조업 공식 산재율의 두 배를 넘는다.

제조업 고용노동자 중 산업단지 노동자는 53.5%에 이르지만, 공단 입주 사업장의 절대다수를 차지하는 30인 미만 사업장의 노동조합 조직률은 3.8%에 그치고 있다.