

일하는 방식·문화 개선 캠페인 주요내용

1. 추진배경

- 국정 최우선과제인 고용률 70% 달성 및 창조경제의 확산과 아울러, 노동시장 내 큰 변화의 물결에 직면

↳ 통상임금 · 정년연장 · 시간선택제 · 장시간근로 개선

- 現 소수 남성위주의 장시간 근로(낮은 생산성) 체제는 한계에 봉착

▲ (기업) 선도형 도약을 위해 창의인재 육성과 생산성 연동 임금직무체계 필요

- * 창조경제 최우선과제 1위는 ‘창의적 인재육성’(‘13, 경영자 설문조사, KOITA)
- * 성과 중심으로 직무급 비중을 높이는 임금개혁 필요(한국경제연구원, ‘13.12.25)

▲ (근로자) 장시간근로로 인한 업무의욕 저하 및 성취감 감소가 사회적으로 만연

- * ‘직장(일)에 매우몰입’ 17%(중국 53%, 인도 48%) (‘13, 타워스왓슨 HR조사)
- * ‘적게 벌어도 가족과의 삶이 더 소중하다’ 찬성 81% (‘13, YWCA)

- ‘일·가정양립 및 고(高)성과 체제’로의 전환을 위해 일하는 방식과 문화의 혁신이 시급하며, 이는 단순한 법·제도 개선만으로는 불가능

- 기존의 고정관념*을 불식시키고, 각 경제주체가 새로운 비전을 공유하기 위한 범 국가차원의 사회운동 필요

- * (기업) 생산성 저하 및 관리비용 증가, (근로자) 임금감소 · 고용안정성 약화 우려
- * 해외 캠페인 사례 : 영국 · 일본 등도 고용창출과 성장 모멘텀이 필요한 시기에 대대적인 “Work-Life Balance(WLB, 일과 삶의 균형) 캠페인” 실시
 - ▶ (영국) 블레어 정부(‘00~’07)는 여성고용 확대와 창의인재 관리를 위해 캠페인 실시, 여성고용률 상승(2%p) 및 창조산업 성장(연 7%)
 - ▶ (일본) ’07년 저출산 및 장기불황 타파를 위해 수상 직속 캠페인 추진 조직 설치 및 범국민 일·가정양립 헌장 발표, 사업주 행동계획 공표 촉진

⇒ 국민인식과 근로문화를 개선하는 범정부 차원의 종합캠페인 추진

2. 추진방안

1 기본 방향

- '14년을 '일하는 방식 · 문화 개선'의 원년으로 선포
- 대국민 인식개선을 위한 집중홍보 실시와 함께, 민관협의체 구성을 통해 각 경제주체들의 자발적 참여와 실천 유도

2 세부 추진전략

① 대국민 인식개선 : 공감하는 비전·메시지 개발 및 전파

- 캠페인명 : (가칭) "일과 이분의 일" 캠페인
↳의미: 일(Work)과 나머지 이분의 일(가족·여가·삶 등)의 균형과 조화
- 주요내용 : 국민들이 겪는 어려움에 대한 진솔한 문제제기를 통해 올바른 근로문화에 대한 방향과 비전을 제시

< 문제제기 >

- 야근 부추기는 사회 : 추격형 기업문화의 전형
- 회사의 시간도둑을 찾아라 : 도돌이표 회의, 오래있기 경쟁, 불필요한 회식
- 휴가, 가졌으되 쓸 수 없는 것 : 법정 휴가일수 vs 실제 사용일수
- 워킹맘, 무자식이 상팔자 : 대한민국 1%만 가능한 남성 육아휴직

< 비전 제시 · 공감 >

- 창조경제를 이끄는 스마트워커 : 자율 근무 + 결과 평가, 유연근로 활용 ↑
- 일 · 가정 · 삶을 지키는 근로문화 : 근로시간 중 효율성 ↑, 내부고객만족도 ↑
- 자기계발 · 휴식 · 가족이 함께하는 진정한 여가

○ 추진방안

- (슬로건 제시) 당신의 '일(Work)'과, 또다른 '이분의 일'을 응원합니다.
- (대국민 Survey) '일 · 삶 · 가정'에 대한 국민의식 조사를 실시하고, 후속으로 관련 토론회 · 전문가 기고 · 민관 합동연구 등 추진
 - * 여론조사(문체부) 및 사업주 심층인터뷰(~'14.1월)
- (언론홍보) 주요 신문사 · 방송사 · 인터넷포털 등과 연중 상시 캠페인 협의 중

② 민관협의체 운영 : 민·관·NGO의 참여와 구체적인 실천 유도

↳ 주요 그룹사, NGO, 경제5단체·노조 간담회 등을 통해 캠페인 필요성을 설명, 대부분 취지에 공감 및 적극적인 참여의사 표명

○ (민관협의체 구성) 지속성 있는 캠페인 전개와 성공사례 발굴·확산의 기반

- 정부·기업·노사단체·NGO·언론 등 100여개 단체 참여 추진

▶ 정부 (고용·여가·기재·안행·문체부), ▶ 기업 (주요 대기업, 남녀고용평등·가족친화·여가친화인증기업), ▶ 공공기관·지자체, ▶ 경제5단체·노조, ▶ NGO

- 캠페인의 본격적인 시작을 알리는 대국민 선포식 개최(2월 초), 참여주체 대표들이 직접 참석하여 추진의지를 표명

* 행사내용: 참석대표 좌담회, 슬로건·현장 발표, 국민 새해소망 영상인터뷰 등

○ (민관협의체 역할) 기업·공공기관은 자체 캠페인 추진, 정부는 NGO·노사단체와 협력하여 실천프로그램 제공 및 우수사례 확산

- (매뉴얼 제공) 핵심 5대 분야별* 실천계획 수립 방안 및 실행 단계별 주요 고려사항 안내

* ① 근로시간 중 생산성 높이기, ② 불필요한 회식·야근 줄이기, ③ 휴가·유연 근무 사용 늘리기, ④ 육아부담을 남성·기업·사회가 나누기, ⑤ 알찬 여가

- (평가지표 개발) 기업의 실행결과 자체평가를 위해 내부 ‘일-삶 균형 만족도’·생산성 제고 측정지표 개발, 성과보고서 제작 지원

- (‘일-삶 균형’ 자문단 운영) 기업 프로그램을 지원할 전문가를 양성, 인사담당자 워크숍 실시 및 기업 모니터링·피드백

- (우수사례 확산) 참여 기업들의 성공적인 사례*를 발굴하여 언론 및 정부 홍보채널을 통해 전파, 각 부처 인증·포상과 연계

* 예: SK ‘초과근무 Zero’, 삼성 ‘4시간 근무제’, 웅진씽크빅 ‘3無(회의·회식·야근)데이’, 유한킴벌리 ‘자율 출근시간’, S-oil ‘집중휴가제’, 롯데백화점 ‘자동 육아휴직제도’