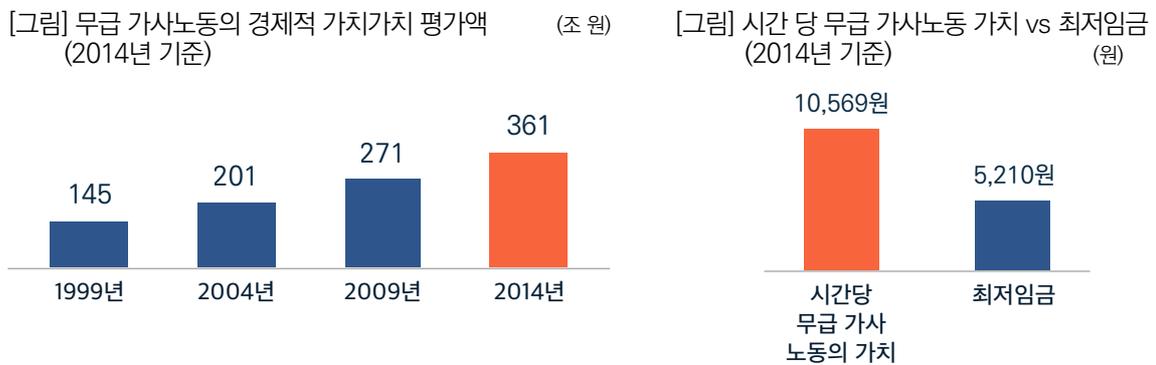


1

무급 가사노동의 가치 ‘돈으로 환산하면 361조 원’(국내 GDP의 24% 차지)

- 통계청 조사 결과(2018.10) 2014년 자료를 바탕으로 추정된 음식 준비와 청소 등 무급 가사노동의 경제적 가치는 361조 원으로 5년 전(271조 원)에 견줘 34% 증가했다. 361조 원은 2014년 국내총생산(GDP)의 24%를 차지할 정도로 큰 규모이다.
- 시간당 가사노동 가치는 2014년 1만 569원으로 당시 최저임금(5210원)의 2배 가까웠다. 2020년의 최저임금이 8590원임을 감안하면 2020년 가치로는 약 17,000원에 해당한다.

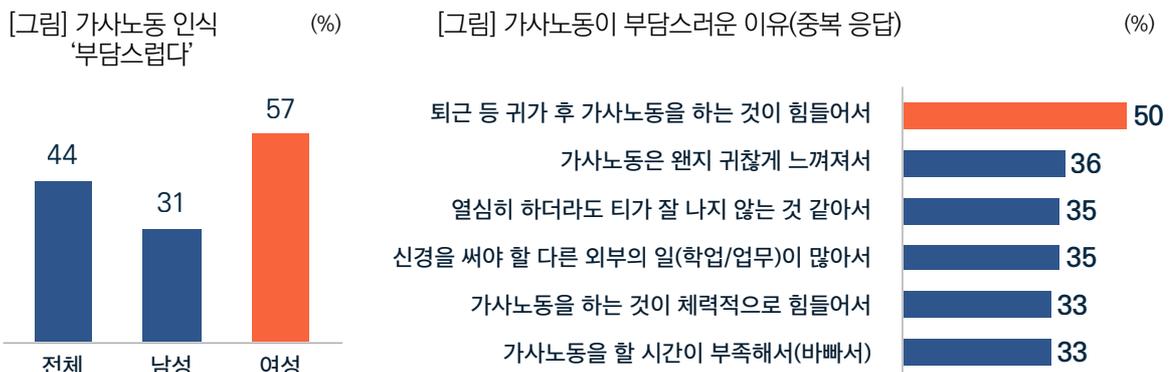


*자료 출처 : 통계청, '1999~2014년 가계 생산 위성계정 개발 결과(무급 노동 가치 평가)' 2018.10.8
<https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=101&oid=028&aid=0002427626>

2

여성, 가사노동 '부담스럽다' 57%

- 가사노동을 경제적 가치로 환산을 하면 GDP의 24.3%를 차지할 정도로 가치있는 일임에도 불구하고 가사노동이 부담스럽다는 여성이 57%나 되고 있다. 그 이유는 가사노동은 기본적으로 육체적으로 힘든 일이기 때문에(33%) 가사노동을 부담스러워 한다. 그리고 바쁜 현대인들은 가사노동에 전념하기에는 '해야 할 일이 많고'(35%), '시간이 부족하다'(33%). 그러다 보니 '가사노동이 귀찮게 여겨지고'(36%), 특히 '퇴근 등 귀가 후 가사노동을 하는 것이 힘들어서'(50%) 가사노동을 부담스럽게 여긴다.

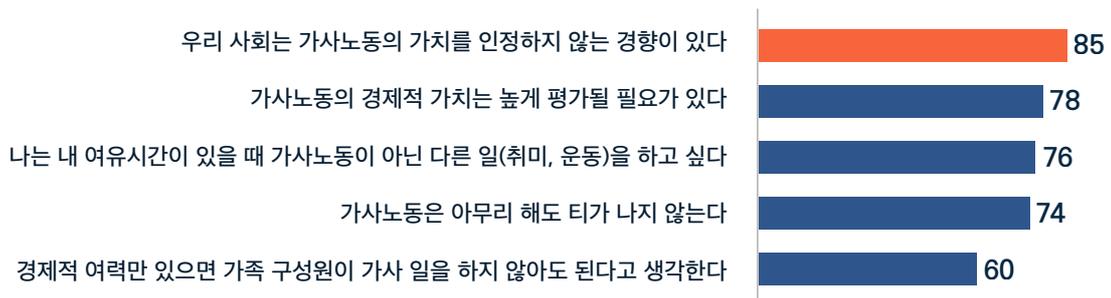


*자료 출처 : 트렌드모니터, '2020 가사노동 및 가사 대행 서비스 관련 인식 조사', 2020.2 (전국 만 19세~59세 남녀 1,000명, 온라인 조사)

● 그래서 '가사노동 사용 시간 대신, 나를 위한 일을 하고 싶다' 76%

- 우리나라 사람들은 가사노동이 매우 가치있는 일이고 힘든 일임에도 불구하고 실제 하는 일에 비해 일을 한 흔적이 잘 남지 않기 때문에 '가사노동은 아무리 해도 잘 티가 나지 않는다'(74%)고 생각한다. 더욱이 '가사 일을 안 해본 사람들이 가사노동을 쉽게 얘기하는 거 같아서'(85%) 속상해 한다. 그래서 '경제적 여력만 있으면 가족 구성원이 가사 일을 하지 않아도 된다고 생각'(60.4%)하며, 여유 시간을 가사노동에 쏟지 않고 '취미나 운동' 등 자신을 위한 일에 시간을 쏟고 싶어 한다(76%).

[그림] 가사노동에 대한 인식: 긍정률 (%)



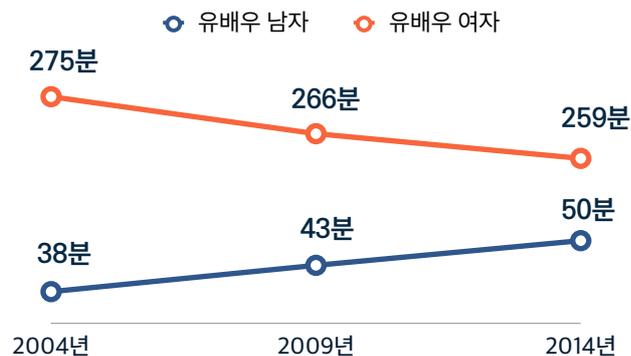
*자료 출처: 트렌드모니터, '2020 가사노동 및 가사 대행 서비스 관련 인식 조사', 2020.2 (전국 만 19세~59세 남녀 1,000명, 온라인 조사)

3

이런 인식의 변화로, 여성의 가사노동 시간 점차 감소 추세!

- 가사노동 시간 외의 시간을 확보해서 자신을 위한 시간으로 사용하려는 사람들의 열망은 가사노동 시간을 줄이는 효과를 낳았다. 구체적으로 2014년 여성의 가사노동 시간은 259분으로 약 4시간 19분이었는데 2004년의 275분(4시간 35분)과 비교하면 16분이 줄어들었다. 이처럼 여성의 노동 시간이 조금씩이지만 줄어 든 대신 남성의 가사노동 시간은 계속 증가하였다. 즉 남성의 가사노동 시간이 2014년에는 2004년보다 12분 증가하였다. 여성의 노동 시간 감소는 남성이 가사를 분담해 줌으로써 많이 이루어졌다는 것을 알 수 있다.

[그림] 가사노동 시간

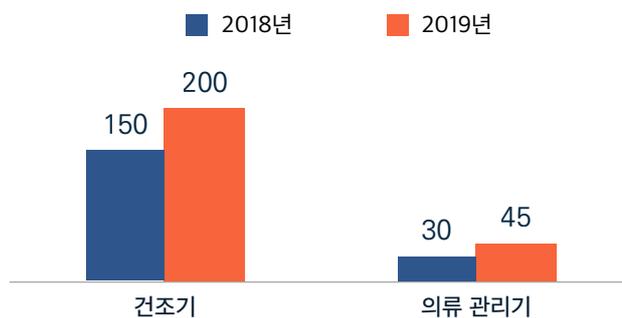


*자료 출처: 통계청, '1999~2014년 가계 생산 위성계정 개발 결과(무급 노동 가치 평가)' 2018.10.8

● 가사노동 절감을 위한 ‘노동가성비 가전 제품’ 판매 급증

- 세탁기와 식기 세척기 등은 여자의 노동 시간을 줄여주었을 뿐만 아니라 노동 강도를 약화시키는데 크게 기여하였다. 최근에는 건조기, 의류관리기 등 가사노동 부담을 줄여주는 이른바 ‘노동가성비 가전 제품’이 여성이 선망하는 제품으로 주목을 받고 있다. 빨래를 널고 말리는 행위를 생략해 주는 건조기는 2018년 150만대에서 2019년 200만대로 판매가 급증하였고, 다림질의 부담을 줄여주는 만드는 의류관리기는 2018년 30만대에서 2019년 45만대로 판매가 무려 50%나 늘어났다

[그림] 노동가성비 가전 제품 판매량 (만 대)

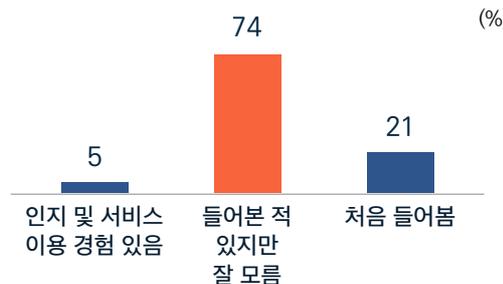


*자료 출처 : 뉴시스, '공기청정기·건조기·스타일러...신가전 전성시대 열렸다', 2019.08.22
https://newsis.com/squ/spe_view/?stid=ST20190823_0000000501&id=NISX20190818_0000743223&cid=16000&scid=spec

4 '가사노동 대행 서비스의 등장(인지도 79%)

- 최근 설거지, 빨래, 청소 등 집안 일을 대신해 주는 가사노동 대행 서비스가 등장하였다. 가사노동 대행 서비스는 힘든 가사노동을 덜어주기 때문에 주목을 받고 있다.
- 가사노동 대행 서비스를 알고 있는 비율은 74%로 상당히 높은 편인데 실제 서비스를 이용해 본 적 있는 비율은 5%로 아직 가사노동 대행 서비스가 일반화되지는 않았다.

[그림] 가사노동 대행 서비스 인지도 및 이용 경험률 (%)

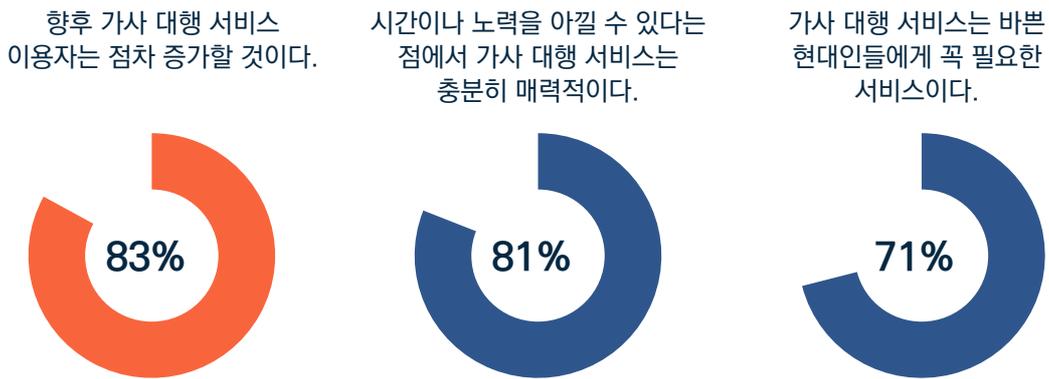


*자료 출처 : 트렌드모니터, '2020 가사노동 및 가사 대행 서비스 관련 인식 조사', 2020.2 (전국 만 19세~59세 남녀 1,000명, 온라인 조사)

● 가사노동 대행 서비스 이용, '증가할 것이다' 83%

- 물론 가사노동이 힘들지만 집안 일을 남에게 의뢰한다는 심리적 부담감이 아직은 크다. 그럼에도 불구하고 힘든 가사노동에서 벗어나서 자기의 일(직업, 취미, 자기계발 등)을 하고자 욕구가 강한 현대인에게 가사노동 대행 서비스는 매우 매력적(81%)이며 필요한 서비스(71%)라고 생각하고 있다. 그래서 우리 국민은 가사노동 대행 서비스가 앞으로 크게 증가할 것으로 예상하고 있다(83%).

[그림] 가사노동 서비스에 대한 전망: 동의율 (%)



*자료 출처: 트렌드모니터, '2020 가사노동 및 가사 대행 서비스 관련 인식 조사', 2020.2 (전국 만 19세~59세 남녀 1,000명, 온라인 조사)

8

새벽배송 이용률, 1년 사이 38% → 67%로 급증

- 가사노동 중 하나인 쇼핑의 수고로움에서 벗어나고자 하는 행동이 온라인 쇼핑인데 그것이 극대화 형태가 새벽배송이다.
- 올해 1월에 조사한 결과를 보면 새벽배송을 이용해 본 경험이 있다는 응답은 3명 중 2명 정도로(67%) 조사되었다. 1년 전인 2019년 2월에 새벽배송 이용 경험률이 38%인 것과 비교하면 1.8배 정도로 가파르게 성장하였다. 이는 온라인 쇼핑 업계 데이터를 보아도 확인할 수 있는데 업계 추정치에 따르면 1년 사이에 2배 정도로 성장하였다.

[그림] 새벽배송 이용 경험률 (%)



*자료 출처: 트렌드모니터, '새벽배송 서비스 관련 인식조사', 2020.1.20, (전국 만 19세~59세 남녀 1,000명, 온라인 조사)

[그림] 새벽배송 시장 규모 추이 (억 원)

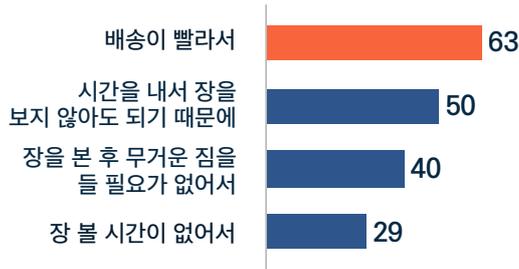


*자료 출처: 한국경제신문, '판 커지는 새벽배송 초저가 전정 세포마켓...유통시장 뒤흔들다', 2019.12.13
<https://www.hankyung.com/economy/article/2019122371391>

● 새벽배송은, 가사노동의 부담을 덜어준다

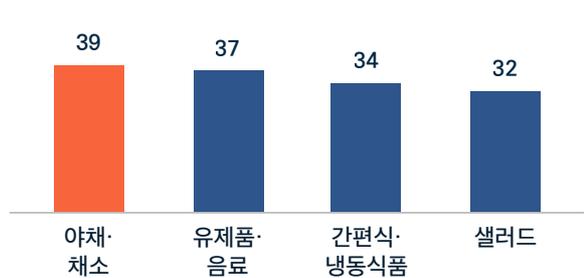
- 새벽배송이 급성장한 이유가 무엇일까? 가사노동을 줄여 주기 때문이다. 온라인 쇼핑은 소비자의 쇼핑 노동을 줄여 주었지만 배송 과정에서 시들거나 상하기 쉬운 야채/채소 등 신선식품은 마트나 시장에서 직접 구매할 수밖에 없었다. 그 수고마저 덜어준 것이 새벽배송의 급 성장 배경이라고 할 수 있다.

[그림] 새벽배송 이용 이유(상위 4개, 중복 응답) (%)



*자료 출처 : 트렌드모니터, '새벽배송 서비스 관련 인식조사', 2020.1.20, (새벽배송 이용 경험자 670명, 온라인 조사)

[그림] 새벽배송 구입 의향 제품(상위 4개, 중복 응답) (%)

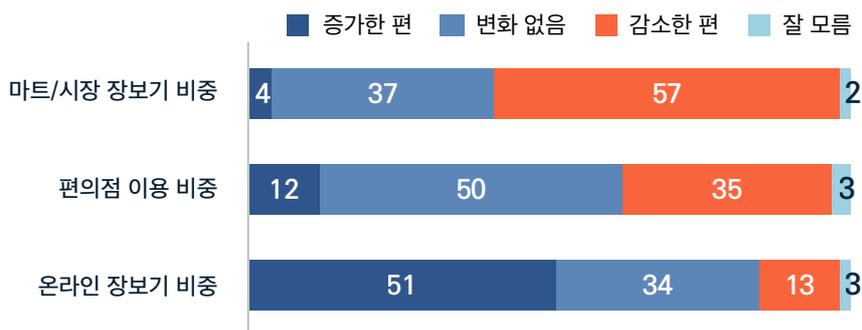


*자료 출처 : 트렌드모니터, '새벽배송 서비스 관련 인식조사', 2020.1.20, (전국 만 19세~59세 남녀 1,000명, 온라인 조사)

● 새벽배송 이용 후, '마트 이용 줄었다' 57%

- 새벽배송 서비스를 이용하면서 마트 이용이 상당히 줄어들었는데(57%) 편의점 이용 비중까지 줄어들었다(감소 35%) > 증가 12%). 새벽배송이 신선식품에만 국한되지 않고 식품 및 음료 전반에 걸쳐 구매 노동을 줄여 주고 있다는 증거이다.

[그림] 새벽배송 이용 전후 유통채널 이용 비중 변화 (%)



*자료 출처 : 트렌드모니터, '새벽배송 서비스 관련 인식조사', 2020.1.20, (새벽배송 이용 경험자 670명, 온라인 조사)

9 시사점

노동의 역사는 역설적이게도 노동 시간을 줄이기 위한 역사였다. 산업혁명 이전 시대에는 일상생활이 곧 노동이었다. 하지만 산업혁명 이후에 공장 노동의 특성상 가정생활 혹은 일상생활과 노동이 분리되고 노동 시간이 정해지게 되었다. 그리고 노동 시간은 점점 짧아지기 시작했다.

가사노동도 마찬가지다. 대가족시대에 가사노동은 정말 큰 노동이었다. 하지만 가족 형태가 소가족으로 바뀌고 자녀의 수가 적어지면서 가사노동도 그만큼 강도가 약해졌다. 하지만 그럼에도 불구하고 가사노동의 가치는 여전히 인정되지 않았다. 가사노동의 어려움을 호소할라치면 '뭐 집안 일하면서 그런다'고 핀잔을 받기 일쑤였다. 그만큼 가사노동은 천대받았다(4쪽).

가사노동을 담당하는 여성에게 가장 놀라운 발명품은 무엇일까? 혹자는 세탁기라고 한다. 무거운 빨랫감을 머리에 이고 냇가에 앉아 빨래하는 것이나 추운 겨울에 수돗가에서 언 손을 불어가면 빨래를 하는 것은 참 힘든 일이다. 그런데 그 일을 버튼 몇 개로 해결해주었으니 세탁기는 참으로 큰 일을 한 발명품이었다. 세탁기 외에도 식기세척기, 청소기 등의 가전 제품은 가사노동을 더 쉽게, 더 편하게 만들어주었다.

가사노동의 부담을 줄여 주는 것은 비단 가전 제품만 있는 것은 아니다. 가사노동 대행, 온라인 쇼핑, 음식 배달 등도 가사노동 시간과 강도를 줄여 준다. 아마도 어른들은 집안일을 남이 해주거나 집에서 밥과 반찬을 하지 않고 사오거나 하는 것을 주부가 해야 할 일을 하지 않는 것이라고 못마땅해 할 수도 있다.

하지만 가사노동이 줄어드는 것은 당연한 시대적 흐름이다. 오히려 가사노동이 줄어들어서 여성이 가족에만 붙들려 있는 생활에서 벗어나 자신을 위한 시간을 사용하고 한 개인으로서의 소중한 삶을 가꿔 나갈 수 있는 기회가 된다. 그런데 기왕이면 그 시간을 보람있게 사용한다면 더 가치있는 일이 될 것이다.

교회는 가사노동의 부담이 줄어든 여성에게 더 보람있는 생활을 제안할 수 있다. 교회 내의 어려운 사람을 돌아보거나 지역 사회에 기여하는 활동을 하는 터전을 만들어 줄 수 있다. 교회가 자체적으로 하지 못한다면 지역 교회들끼리 연합하여 지역사회 봉사활동을 전개할 수도 있다. 그래서 소중한 시간을 자신만을 위해 사용하지 않고 이웃을 위해 사용한다면 개인적으로는 보람된 일이고 교회적으로는 교회로서 사명을 다하는 일이 되며 사회적으로는 따뜻한 공동체를 만드는 일이 될 것이다.