

국 가 인 권 위 원 회

결 정

제 목 영유아 상품의 성별에 따른 색깔 구분 및 표기 관행
개선을 위한 의견표명

주 문

1. 이 사건 진정은 각하합니다.
2. 피진정인들에게, 성별에 따라 상품의 색깔을 구분하고 그에 따라 성별을 표기한 행위는 성차별적 편견과 성역할 고정관념을 사회적으로 학습하게 하는 등의 부정적 영향을 줄 수 있으므로 성별에 따라 색깔을 구분하는 방식을 탈피하여 성중립적인(gender-neutral) 방향으로 개선할 필요가 있다는 의견을 표명합니다.

이 유

I. 진정사건 조사결과

1. 사건개요

- 가. 사 건 20진정0004000 등 8건 병합
영유아용 상품의 색깔별 성별 표기로 인한 차별 등
- 나. 진 정 인 정치하는 엄마들 대표

다. 피진정인 별지 기재 목록과 같음

라. 진정요지

영유아 상품의 기능과는 무관하게 상품을 “분홍색은 여아용, 파란색은 남아용으로 성별을 구분”하여, 남녀를 상징하는 색깔을 고정적인 것으로 받아들이게 하는 등 성차별적 인식을 조장하고 있고, 아동용 완구 포장재에 성역할 고정관념을 강화시키는 문구를 사용하고 있으므로 이에 대한 개선을 원한다.

2. 피진정인의 주장

가. 피진정인 1(주식회사 ○○○○○○ 대표이사)

여아, 남아, 공용 등의 표기와 관련하여 성차별 조장 의도는 없으며, 단순히 현장에서 소비자의 구매 및 판매사원의 진열, 판매의 편리함을 위한 표기였다. 현재 ○○○○ 온라인 쇼핑몰에서는 모든 상품에 성별표기를 하고 있지 않으며, 2020년 6월부터 모든 아동용품에 성별표기를 하지 않도록 조치하였다.

나. 피진정인 2(주식회사 ○○○○○○ 대표이사)

2020년 3월 10일부터 성별에 따른 분류 요소를 배제하여, 분류를 ‘핑크/블루’로 수정 할 것이다. 해당 상품은 2020년 7월 1일 단종 예정이나 제조사와 논의를 통해 성중립적인(gender-neutral) 디자인으로 개선할 예정이다.

다. 피진정인 3(주식회사 ○○ 대표이사)

진정인의 주장을 수용하여 성별 표기를 모두 삭제하였고, 향후 모든 상품에 성별 구분을 하지 않겠다.

라. 피진정인 4(주식회사 ○○○ 대표이사)

진정인의 주장에 대해 충분히 공감하여 상품의 색깔에 따라 성별을 표기하는 방식을 전면 수정하여 개선조치 하였으며, 향후 당사에서 출시하는 모든 상품에서 성별표기를 삭제하고 색깔 이름으로 표기하도록 조치하겠다.

마. 피진정인 5(주식회사 ○○○○○ 대표이사)

상품에 성별 표기를 삭제하는 방법으로 개선하여 2020년 3월 30일부터 홈페이지에 게재하고 있다. 향후 다른 문구용품도 검토하여 개선해 나갈 예정이다.

바. 피진정인 6(주식회사 ○○○○○○ 대표이사)

당사는 성평등을 지향하며, 아동용 상품뿐 아니라 모든 상품에 성별을 표기하지 않고 있다. 다만, 최근 ○○○ 키즈 특정 상품의 이미지를 홈페이지에 게재하는 과정에 유통 편의를 위하여 기재된 내용이 노출되어 ‘○○○ ○○○과 양치하기 상품’ 화면에 상품의 색깔에 따라 남아용, 여아용으로 표시된 사례가 있었다. 상품의 성별구분 표기는 성차별을 조장한다는 진정인의 주장을 수용하여 해당 상품의 성별표기를 즉시 삭제하였다.

사. 피진정인 7(주식회사 ○○○○ 대표이사)

상품의 색깔에 따라 남아용, 여아용으로 성별을 표기한 것은 성역할 고정관념 혹은 성차별적 인식을 조장할 의도에서가 아니라, 소비자에게 편의를 제공하기 위한 것이다. 다만 2021년 5~6월부터 출고할 소아용 속옷의 포장지 품명에 성별을 표기하지 않을 계획이다.

아. 피진정인 8(주식회사 ○○○ 대표이사)

‘○○○ ○○가게’는 어린이와 부모에게 과학적이고 발달심리학적으로 바람직한 놀이가이드를 제시하기 위하여 당사가 아동발달 전문가들과의 연구 끝에 개발한 상품인데, 진정한이 지적한 성차별 문제에 대해 미처 인지하지 못하였다. 2020년 4월부터 출시하는 상품부터 ‘엄마와 아이의 역할’을 ‘부모와 아이의 역할’로 문구를 수정한 포장재를 사용하는 방법으로 개선할 예정이고, 당사 홈페이지의 상품안내 항목에도 해당 문구를 수정하였다. 또한 2020년 4월 출시된 ‘○○○, ○○○ ○○○ 자판기’의 포장재 문구도 ‘엄마와 아이의 역할’에서 ‘부모와 아이의 역할’로 변경하여 적용하였다.

3. 판단

가. 국가인권위원회는 「국가인권위원회법」에 따라 인권침해행위 및 차별행위에 대한 조사와 구제를 수행하는데(제19조), 인권침해행위는 국가기관 등의 업무수행과 관련하여 「헌법」 제10조부터 제22조까지의 규정에서 보장된 인권을 침해당한 경우(제30조), 평등권 침해의 차별행위는 합리적인 이유 없이 성별, 종교, 장애, 나이 등을 이유로 고용 등 영역, 재화나 용역 등 이용 영역, 교육시설이나 직업훈련기관에서의 교육 등 영역에서 특정한 사람을 우대·배제·구별하거나 불리한 대우를 당했을 경우(제2조 제3호), 이에 대한 진정을 받아 조사하여 구제한다.

나. 이 사건 진정한은 피진정인들이 상품의 기능과는 무관하게 “분홍색은 여아용, 파란색은 남아용으로 성별을 구분”하여, 남녀를 상징하는 색깔을 고정적인 것으로 받아들이게 하는 등 성차별적 인식을 조장하고 있다며 인권위원회에 진정을 제기하였다. 그런데 접수된 사건을 「국가인권위원회법」에 따른 평등권 침해의 차별행위로 조사하기 위해서는 구체적인 피해 사실이 필요하다. 이 사건에서 피진정인들이 기업의 상품 판매 전략에 따라

상품의 색깔을 성별구분 기준으로 삼아 상품에 성별을 표기하고 있으나, 이로 인하여 해당 상품을 구매하는 행위, 즉 소비자가 해당 재화를 이용하는 데 제한이 있거나 차이가 발생하지 않는다. 즉, 피진정인들이 일부 상품의 종류에 성역할 고정관념을 반영하여 특정 색깔로 상품을 만들고 그에 따라 성별을 구분하는 행위가 성역할 고정관념을 강화시키는 등 부정적인 효과가 크다고 볼 수 있으나, 그 자체로 재화의 이용을 제한하거나 불리하게 대우하는 등 차별행위가 존재하지는 않으므로 차별행위 조사대상에 해당한다고 보기 어렵다. 따라서 이 진정은 「국가인권위원회법」 제2조 제3호 규정에 따른 조사대상에 해당하지 아니하여 「국가인권위원회법」 제32조 제1항 제1호 규정에 따라 각하한다.

II. 의견표명

1. 검토배경

가. OECD 발표에 따르면 대한민국은 2000년 이후 성별 임금격차가 가장 큰 나라 1위로 매년 최하위를 면치 못하는 등 여전히 정치·사회·경제 등 모든 분야에서 성 격차는 심각한 상황이다. 이러한 성 격차의 원인은 시대 변화와 지속적인 성차별 시정 노력에도 불구하고, 성차별적 사회문화가 우리사회에 여전히 잔존하기 때문이다.

나. 영유아기는 사회규범을 내면화하고 성역할을 습득하는 등 개인의 가치관 형성에 많은 영향을 미치는 중요한 시기로, 성역할 고정관념 등을 무비판적으로 수용하기 쉬운 시기이다. 이 시기 제공되는 놀이, 경험 등의 환경은 아이들로 하여금 그것이 자신에게 적합하다는 인식을 자연스럽게 갖게 하며, 그 결과 행동이나 태도 그리고 놀이와 직업을 선택할 때 스스로가

원하는 것이나 자신의 재능 또는 가능성이 아닌 사회에서 보편적으로 받아들여지고 있는 성에 대한 정형화된 관점에 따른 선택을 하게 된다.

다. 이처럼 피진정인들이 상품의 종류나 성별에 따라 상품의 색깔을 구분하고 그에 따라 성별을 표기하는 등의 행위는 성역할 고정관념을 강화하고 사회문화적 편견을 조장하는 등 부정적 영향이 크다. 이 사건 진정의 경우 우리 위원회의 조사대상에 해당되지 않아 각하하였으나, 사안의 영향력을 고려할 때 기업들의 관행 개선이 반드시 필요한 사안으로 판단되어, 「국가인권위원회법」 제19조 제1호 및 제25조 제1항에 따라 다음과 같이 의견표명을 검토하였다.

2. 판단

가. 20세기 초까지는 성별에 따른 색깔의 구분은 존재하지 않았고, 표백 등 세탁이 용이한 흰색 옷을 주로 입었다. 그리고 오히려 현재와는 정반대로 분홍색이 남성의 색으로 여겨졌는데, 이는 당시 군복의 색이자 열정을 상징하는 색이었던 빨간색의 파스텔 버전이 분홍색이었기 때문이다. 반면 성모마리아의 '정결'을 상징하는 파란색은 여성의 색으로 여겨졌던 시기도 있었다.¹⁾

나. 20세기 중반 이후 '다품종 소량생산' 체계로 전환되며 상품에서 색깔에 따른 성별 구분이 생기기 시작했으며, 1980년대 이후에는 본격적인 판매 전략으로 자리 잡게 되었다. 또한 성별에 따른 색깔의 구분뿐만 아니라 영유아용 상품 중 가사도구(소꿉놀이), 인형 등은 여성성을 상징하는 분홍색 위주로 제작되고, 자동차나 공구세트와 같은 기계류 등은 파란색 계열로 제

1) 조 파올레티(Jo Paoletti), 메릴랜드 대학교(University of Maryland) 미국학 부교수

작되고 있다. 이를 통해 아이들은 여성은 연약하고 소극적이고, 남성은 강인하고 진취적이라는 성역할 고정관념을 학습하게 되고, 가사노동이나 돌봄은 여성의 역할이라는 인식을 갖게 된다. 뿐만 아니라 이러한 성역할 고정관념은 아이들의 미래의 행동, 가치관 및 직업선택에 영향을 주게 된다.

다. 해외에서는 성별을 구분하는 상품에 대한 소비자들의 비판과 지속적인 개선요구로 영유아 상품의 성별 구분이 점차 사라지고, 성중립적인(gender-neutral) 상품이 늘고 있다. 세계 최대 온라인 쇼핑몰 아마존은 2015년 5월부터 기존에 남아, 여아로 구분하던 아동용 완구를 ‘아동완구’로 통합해 운영하기 시작했으며, 미국과 영국의 완구 매장에서 성별 구분을 없애는 곳들이 늘고 있다. 이처럼 성별을 구분하는 것이 성에 대한 고정관념을 심어줄 수 있다는 문제의식 아래 기업들도 성별 구분을 삭제하는 등 개선 움직임이 활발하다.

라. 영유아 상품의 성별 구분은 단순한 ‘구분’에 머무르지 않고 취향에 영향을 줄 뿐만 아니라 미래에 능력을 펼치고 모색하는 데 제한을 주는 등 성역할 고정관념과 차별적 성인식을 강화하게 된다. 영유아들이 경험하는 환경은 그들의 인식과 태도 형성에 많은 영향을 미치므로, 기업도 일부 사회적 책임이 있다는 점을 인식하고 성별에 따라 색깔을 구분하는 방식을 탈피하여 성중립적인(gender-neutral) 방향으로 개선할 필요가 있다.

Ⅲ. 결론

이상과 같은 이유로 「국가인권위원회법」 제32조 제1항 제1호, 제19조 제1호, 제25조 제1항에 따라 주문과 같이 결정한다.

2021. 3. 22.

위원장 최 영 애

위원 정 문 자

위원 이 상 철

위원 박 찬 운

위원 김 민 호

위원 문 순 회

위원 이 준 일

위원 서 미 화

위원 윤 석 희

<별지>

피진정인 명단(사건번호) 목록

1. 주식회사 ○○○○○○ 대표이사(20진정0004001)
2. 주식회사 ○○○○○○ 대표이사(20진정0004000)
3. 주식회사 ○○ 대표이사(20진정0004006)
4. 주식회사 ○○○ 대표이사(20진정0004004)
5. 주식회사 ○○○○○○ 대표이사(20진정0004005)
6. 주식회사 ○○○○○○ 대표이사(20진정0004003)
7. 주식회사 ○○○○ 대표이사(20진정0004002)
8. 주식회사 ○○○ 대표이사(20진정0004007)