

산업집적지의 위기와 회복 가능성: 동대문 패션산업 생산네트워크와 공간적 특성

정선화*

A Hint of Crisis Resilience of Industrial Agglomeration: The Production Networks and Spatial Characteristics of Dongdaemun Fashion Industry

SunWha Chung*

요약: 본 연구는 서울시 동대문 패션산업 집적지의 위기의 원인을 포착하고 해결방향을 모색하기 위해 그 공간적 범위를 확정하고 가치사슬 및 생산네트워크의 형태, 집적지의 공간적 특성을 살펴보았다. 동대문 패션산업 집적지의 공간적 범위는 동대문시장의 확장과 생산 배후지역의 확산을 통해 기존 연구 결과와 달리 동대문시장을 중심으로 서울 동북부지역에 넓게 분포한다고 볼 수 있다. 그리고 동대문 패션산업에서는 임가공방식의 생산방식을 채택하여 가치사슬의 각 단계가 발주업체인 도매업체를 중심으로 분절적으로 연결되어 있다. 각각의 생산네트워크는 방사형 네트워크 형태로, 생산네트워크 간의 경쟁관계와 이를 반영한 생산 과정을 통해 개별 수준의 방사형 네트워크 특성이 전체적으로도 유지된다고 할 수 있다. 이 때문에 동대문 패션산업 집적지는 이를 하나의 전체로서 바라본 기존 연구 결과와 달리 생산네트워크의 형태에 따라 공간적으로 분절되어 있는 분절된 산업집적지라고 볼 수 있다. 최근의 동대문 패션산업 집적지의 위기는 수요 감소라는 외부 충격에 취약한 방사형 네트워크의 위상구조적 문제이자 내재적 문제로 해결 방향도 그에 따라야 할 것이다. 본 연구 결과는 기존 서울시의 동대문 패션산업 연구의 한계나 오류를 일정 부분 극복함과 동시에 현재 위기를 겪고 있는 산업집적지를 연구대상으로 삼음으로써 산업집적지 연구를 확대시켰다는 데 의의가 있다.

주요어: 동대문 패션산업, 동대문시장, 동대문 생산 배후지역, 구매자 주도 사슬, 방사형 네트워크, 분절된 산업집적지

Abstract: This study aims to investigate Dongdaemun fashion industry once thrived in Seoul, now in a rapid decline. For this purpose, three research themes are put forward. That is, to fix the boundary of Dongdaemun fashion industry, to analyze the characteristics of its value chain, production network and industrial agglomeration, and to search for the cause of its decline and to suggest political solutions against it. The following is the findings of this study. Firstly, Dongdaemun fashion industry has spreaded out over the last six decades and now its boundary can be marked within a radius of 10 kilometers of Dongdaemun Market in north-eastern Seoul. Secondly, Dongdaemun fashion industry has a buyer-driven chain and star production network, and therefore can be assumed that it is spatially segmented industrial agglomeration. Lastly, its rapid decline is

* 서울대학교 사회과학대학 지리학과 시간강사 (Lecturer, Department of Geography, College of Social Science, Seoul National University
imaimiki@snu.ac.kr)

directly from the shrink of market demand on Dongdaemun fashion, and inherently in the topological structure of its star production network. Thus the feasible political solutions can be found in that direction. Consequently, these results have academic implications for clearing up some previous studies' misunderstandings and getting over one of the long-criticized research biases that pervades in industrial agglomeration theory, primarily focusing on the successful regions.

Key Words : Dongdaemun fashion industry, Dongdaemun Market, production area for Dongdaemun fashion, buyer-driven chain, star production network, segmented industrial agglomeration

1. 서론

1) 연구의 목적과 배경

오늘날 전 세계적으로 격화되고 있는 경제의 세계화로 인해 도시의 경제 변화 주기가 점점 짧아지고 도시의 성장과 쇠퇴가 빈번하게 관찰됨에 따라 그 어느 때보다 도시의 경제적 생존이 절실한 상황이다. 이에 도시의 산업과 그 산업집적지에 대한 학술적·정책적 관심이 증대하고 있으며, 도심 쇠퇴지역의 도시 기능회복과 활성화를 목표로 하는 도시재생이 학술적·정책적 이슈로 부상하고 있다.

서울시에서도 과거 도심지역에 집적하여 생산기능을 수행하며 경제성장의 한 축을 담당했던 '도심부 제조업'(강우원, 1996), '도시형 제조업'(심소희·구자훈, 2017), '도심부 소규모사업장'(강현수, 1998; 김용창, 1997, 1998)이나 '도심부 시장을 기반으로 한 생산지역'(김용창·이후빈, 2012; 김용창 외, 2013)의 쇠퇴가 상당히 진행되고 있다. 대표적으로 한때는 '불이 꺼지지 않는'(서울역사박물관 조사연구과, 2011) 생산지역으로 각광을 받았던 동대문 패션산업 집적지가 현재 급속한 쇠퇴의 징후를 보이고 있다.¹⁾ 내수와 수출 부진으로 인한 전반적인 경기침체, 중국산 저가의류의 시장 범람, 해외 및 국내 패스트 패션²⁾ 브랜드의 시장 진출, 인건비와 임대료 상승 등 산업 내외부의 여러 가지 문제점과 시장경기 활성화를 촉진할 수 있는 대안 부족으로 점차 경쟁력이 떨어져 매출이 감소되는 등 동대문 패션산업은 상당히 어려운 상황에 처해 있다. 그 결과 동대문 패션산업 집적지의 생산 기반 붕괴 위험까

지 거론되고 있는 실정이다. 동대문 상가뿐만 아니라 대표적인 원부자재 전문상가인 동대문 종합시장의 공실이 급증하며 일부 동대문 상가 고층부에서 숙박업소로의 공간 전용이 일어나고 있는 상황³⁾은 동대문 패션산업의 이러한 위기를 직·간접적으로 보여주는 것이라고 할 수 있다.

이에 본 연구에서는 도시와 산업, 문화가 결합된 '도시 문화산업'을 바라보는 경제지리학의 연구대상으로 제조업이자 광의의 문화산업이라고 할 수 있는 패션산업, 특히 동대문 패션산업 집적지를 선정하였다. 우선 동대문 패션산업 집적지의 지역적 범위를 살펴보고 그 생산네트워크의 형태 및 거버넌스를 분석함으로써 현재 서울시 동대문 패션산업 집적지에서 급속도로 진행되고 있는 쇠퇴의 징후를 설명함과 동시에 도시산업정책에 어떠한 시사점을 줄 수 있는지 살펴보고자 한다.

2) 연구방법

동대문 패션산업 집적지라는 연구대상의 고유한 특성 상 본 연구는 탐색적 접근법을 이용하여 수행되었다. 가정 설정을 위한 문헌연구와 함께 심층인터뷰를 이용한 질적 자료의 수집이 진행되었다. 심층인터뷰를 수행한 이유는 동대문 패션산업에 대한 공식적인 통계자료가 제공되고 있지 않은 상황에서⁴⁾ 동대문 패션산업 집적지의 생산 배후지역과 생산방식 등에 관한 사항을 확인할 수 있기 때문이다. 한편 인터뷰 조사에서 도출된 핵심 쟁점들은 추후에 수행된 설문조사의 정량적·정성적 내용을 구성함에 있어 유용하게 활용되었다. 2019년 5월부터 9월까지 수행된 인터뷰는 동대문 패션산업 집적지를 구성하고 있는 동대문시장

내 패션점포를 운영하는 도매업체 및 디자이너와 이들의 발주에 따라 의류 제작에 참여하게 되는 패턴실, 샘플실, 원부자재업체, 봉제업체, 나염업체, 자수업체, 마무리업체, 포장업체 등 소규모 의류 공장주 등 21명을 대상으로 진행되었다. 이들은 대부분 업계 경력 최소 10년 이상으로 40년 이상인 경우도 포함되어 있다. 패션 아이템별로 관련 업체의 선정 이유 혹은 평가 기준, 업체의 입지, 업체를 네트워킹하는 방식기간을 먼저 파악한 후, 한 아이템의 공정 라인에 네트워킹된 관련 업체들 간의 관계, 인접한 경쟁업체들과의 관계, 마지막으로 동대문 패션산업 집적지의 생산 배후지역에 대한 관련자 인식 등에 관해 반구조화된 질문을 바탕으로 인터뷰를 진행하였다. 인터뷰 내용은 응답자들의 동의를 얻어 녹취되어 본 연구를 위한 분석 자료로 활용되었다.

인터뷰 조사에서 도출된 핵심 쟁점들로 설문조사 문항을 만들고, 인터뷰 조사와는 별도의 동대문시장 도매업체 및 디자이너를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 동대문도매시장별로 도매업체 및 디자이너 2~5인씩 설문조사를 실시하였다. 설문 응답자는 57명으로 모든 인원에 대해 아이패드를 활용한 전자적인 설문조사 시스템이 이용되었다.

2. 문헌연구

생산을 둘러싼 사슬 개념(Chain-like concept)이나 네트워크에 관한 연구는 지난 3~40년간 다양한 사회과학 분야에서 주목을 끌었다. 이러한 논의들이 촉발된 계기는 무엇보다 제2차 세계대전 이후 장기간 지속된 경기호황이 끝나고 1970년대 벌어진 두 차례 오일쇼크와 전 세계적 인 불황으로 인해 기업들이 겪게 된 대규모 산업구조조정이라고 할 수 있다. 그 어느 때보다도 불확실성이 커진 상황에서 기업들이 기존의 대량생산방식대신 생산의 외부화를 도모하게 되었다. 대량생산방식이란 기업이 생산설비에 대규모로 투자하여⁵⁾ 표준화된 제품을 대량으로 생산하는 내부화된 생산방식을 말하는데, 이때 기술 측면에서

는 생산과정의 기계화자동화와 생산단계별 특화, 수요 측면에서는 대량수요시장에 대한 예상을 전제한다. 이러한 대량생산방식은 수요가 충분할 경우 손익분기점만 넘으면 이익이 급속히 늘어나지만, 수요가 감소할 경우 고정비용의 비중이 높아 생산량을 줄여도 생산원가를 줄이기 힘들어 기업의 존속이 위태로울 정도로 큰 손실을 입게 된다. 수요급감과 경기불황 상황에서 당시 기업들이 선택한 방법이 생산의 외부화, 즉 아웃소싱인 것이다. 아웃소싱을 통해 생산설비에 대한 투자를 줄이고 부품이나 반제품 형태로 외부에서 구매함으로써 고정원가 비중을 줄이고 변동원가 비중을 늘리는 방향으로 원가구조를 변화시켜 환경의 불확실성에 유연하게 대처하고자 하였다. 바로 이와 같은 경제 패러다임의 변화, 즉 대량생산체계에서 유연적 생산체계(flexible specialization)라고 하는 경제 패러다임의 변화를 설명하기 위해 학계에서는 생산의 외부화가 가져온 여러 현상들을 포착하기 위해 사슬이나 네트워크 개념을 동원하게 된 것이다.

1) 사슬 개념의 전개

사슬 개념은 크게 상품사슬(commodity chain)과 가치사슬(value chain)의 두 갈래로 논의가 진행되어 왔다. 상품사슬은 상품을 둘러싼 생산체계 내의 일련의 과정으로, 원료인 상품⁶⁾을 생산가공하여 소비자에 이르게 되는 공급사슬의 모든 과정을 말한다. 연구 및 분석방법으로서의 상품사슬이란 세계체제론에서 파생된 것으로(이재열, 2016), Wallerstein이 1974년 《The Modern World System》에서 처음 그 용어를 언급한 이래 세계화 과정에서 자본주의의 영토적 범위를 이해하기 위한 개념으로 발전하였다(Hopkins and Wallerstein, 1986, 1994; 정선화, 2011). 즉 장기간에 걸쳐 핵심부-(반주변부)-주변부라는 지리적·위계적 분업구조가 자본주의 세계경제 속으로 편입되는 과정에서 보상의 불균등한 배분이 나타나게 되었다는 것을 밝히는 데 집중했다. 이러한 세계체제론 연구는 1990년대 경제의 세계화 과정에 관심을 가진 또 다른 일군의 정치경제학자들이 이어나갔는데, 이들은 조직사회학과 비교

발전론을 기반으로 글로벌 상품사슬(global commodity chains, GCCs)이라는 개념을 만들어냈다(Gereffi and Korzeniewicz, 1994; Raikes *et al.*, 2000). 이들은 시장과 자원에 대한 차등적인 접근이라는 측면에서 세계경제의 공간적 불균형을 분석하기 위해, 특히 기업의 전략과 활동에 초점을 맞춰 재개념화를 시도하고(Gereffi and Korzeniewicz, 1994; 이재열, 2016), 글로벌 상품사슬의 배열과 흐름을 결정하는 거버넌스 메커니즘을 분류⁷⁾하는 방식으로 연구를 진행하였다(Gereffi and Korzeniewicz, 1994; Gibbon, 2001a, 2001b; Gereffi *et al.*, 2005). 그간의 상품사슬 연구는 경제체제를 거시적으로 이해하기 위해 상품의 생산과정에 참여하는 행위자들과 그들의 행위, 상품사슬의 조정·통제기제인 거버넌스와 제도적 틀, 상품사슬의 공간적 구조를 분석하는데 초점을 맞췄다고 할 수 있다.

다음으로 가치사슬은 Porter(1985)에 의해 처음 주창된 용어로, 부가가치를 창출하는 기업의 개별 가치활동(value activities)⁸⁾의 체계이자 일련의 생산활동과 기능의 연계를 의미한다. 즉 가치사슬이란 전후방으로 연결되어 부가가치 창출에 직간접적으로 관련된 일련의 활동·기능·프로세스의 연계를 뜻하는 것이다. 가치사슬은 기업의 경쟁우위를 구축하기 위해 생산단계별 원가를 파악하고 핵심활동들의 강점이나 약점 및 차별화 요인을 분석하고자 하였다(이승철, 2007). 이러한 가치사슬 논의는 거래비용경제학, 조직경제학, 공급사슬관리 그리고 위에서 설명한 글로벌 상품사슬의 영향을 받아 글로벌 가치사슬로 확장하기도 하였다. Gereffi *et al.*(2005)는 글로벌 가치사슬에 대해 기업 간 연계의 본질과 내용, 특히 가치사슬을 조정하는 지배력에 초점을 두었다. 이들은 글로벌 가치사슬의 거버넌스 유형을 명시적 조정의 정도와 힘의 불균형 정도라는 기준으로 거래의 복잡성, 거래의 형식화 정도, 공급자의 능력에 따라 구분⁹⁾함으로써 특정한 산업의 동태적 측면 내지는 구매자 주도 사슬 내부에 존재하는 다양한 변이들을 자세히 설명할 수 있게 하였다.

요약하면 사슬 개념은 공통적으로 생산주체로서 기업에 초점을 맞춰 투입-산출의 전후방 생산단계와 거버넌스 구조를 파악하고 그것이 구체적으로 발현되는 지리적 영역

(territoriality)을 규명하는데 연구를 집중하고 있다. 하지만 상품사슬이나 가치사슬 연구에서 주로 취하고 있는 거버넌스 분류체계 연구로는 거버넌스의 전체적인 특징을 밝혀내지 못할 뿐만 아니라(Talbot, 2009), 거버넌스 중개기구로서 국가의 역할이나 노동조직 및 노동과정에 대한 연구가 전무하다는(Gibbon, 2001; Smith *et al.*, 2002) 비판을 받고 있기도 하다. 이는 사슬 개념이 기본적으로 경제활동을 선형적으로 이해하고 있다는 데서 비롯된다고 할 수 있다.

2) 네트워크 개념의 전개

원래 공학 분야에서 전기통신, 운송 등 복합시스템 관리와 관련된 용어로 물리적인 망의 모양을 나타내던 '네트워크(network)'라는 용어는 Moreno (1934)의 연구에서 연줄·연고·인맥 등을 가리키는 사회도측정법(sociometry)의 의미로 전용되어 사회적 관계 또는 연계의 의미로 처음 사용되기 시작하였으며, 1950년 이후부터 사회과학 분야에서 본격적으로 사용되기 시작하였다(김은영, 2006). 네트워크라는 용어는 개인적인 차원에서도 이용되지만, 다양한 사회주체 간 관계, 특히 기업이나 산업 측면에서 기업의 협력 대상인 정부, 대학 등의 관계나 기업 비즈니스를 영위하기 위한 다양한 협력 관계를 의미한다. 기업 간 공식적인 네트워크 관계로는 전략적 제휴, 합작투자, 하청 관계 등이 있지만, 일반적으로 네트워크의 의미는 그러한 공식적인 관계 외에도 비공식적 상호작용 측면을 중시하고 있다(Ros-enfeld, 1997). 한편 거래비용경제학의 시장(market)과 기업(hierarchy) 이외의 가능한 생산조직으로 네트워크가 고려되기 시작하였다(Powell, 1990; Grabher, 1993; Amin and Hausner, 1997).

생산네트워크 개념은 사슬 개념의 한계를 극복하고 거버넌스를 다면적으로 분석하기 위해 도입되었다. 이를 위해 생산과 관련된 주체로 기업 외에 국가와 노동, 소비자를 포함시키고 이들의 관계를 사슬 대신 생산회로(production circuits)로 이해하는 방식을 택하고 있다(Dicken, 2004). 그리고 경제의 세계화 속에서 생산네트워크의 다양한 지리

적 스케일을 포함시키기 위해 글로벌 생산네트워크로 확장되었다. 사실 글로벌 생산네트워크 개념은 경제학자인 Ernst와 그의 동료들에 의해 최초로 논의되었는데(이용숙, 2006), 지역의 주요 대기업의 역할만 강조하는 기존 논의를 비판하고, 이들 대기업들과 연계된 부품업체 및 관련 업체들의 네트워크의 중요성을 강조하기 위해 글로벌 생산네트워크(global production network)라는 용어를 사용한 바 있다(Ernst *et al.*, 2001). 하지만 본격적인 논의는 경제지리학자인 Dicken과 그의 동료들로 구성된 '맨체스터학파(Manchester School)'에 의해 이루어졌다. 이들의 글로벌 생산네트워크(Global Production Networks, GPNs)는 특히 글로벌 상품사슬 연구를 비판하는 과정에서 등장하였다(Czaban and Henderson, 1998; Dicken *et al.*, 2001; Henderson *et al.*, 2002). 이들은 글로벌 상품사슬 논의에서 상품사슬의 공간적 차원이 무시되고 있음을 지적하면서 그 대안으로 글로벌 경제 공간을 연구하는 관계적이고 지리적인 접근방법으로 글로벌 생산네트워크를 제시하였다(Hess and Yeung, 2006). 이들은 경제의 세계화 과정에서 나타나고 있는 기업들의 다규모적(multi-scalar)이고 다입지적인(multi-locational) 경제활동이 지역의 성장과 쇠퇴에 미치는 영향을 보여줌으로써 지역경제발전에도 대한 거시적인 분석틀을 제공하고 있다.

하지만 글로벌 생산네트워크 논의들이 기존의 글로벌 상품사슬이나 글로벌 가치사슬과의 차별성을 강조하고 있음에도 불구하고 실제 대부분의 실증연구에서는 방법론적 측면에서 크게 차별화가 이루어지고 있지 않다는 지적이 많다(Bair, 2008). 그 결과 개념들이 분석수준에서 서로 혼용되어 쓰이고 있다.

3. 동대문 패션산업 집적지의 공간적 분포

동대문 패션산업 집적지는 동대문 상가들로 구성된 동

대문시장과, 동대문시장을 통해 판매되는 의류를 생산하는 동대문시장 주변의 생산 배후지역으로 구성된다. 동대문시장은 동대문역사문화공원 주변에 자리한 상가들로 그 경계를 비교적 명확하게 파악할 수 있는데 반해, 동대문시장 주변의 생산 배후지역은 그 범위가 어디까지인지 모호하다. 아래에서는 그 공간적 범위의 변화 과정과 경계에 대해 살펴보도록 한다.

1) 동대문시장의 확장

동대문시장은 행정구역상 중구 신당1동과 광희동, 종로구 종로1·2·3·4가동과 종로5·6가동에 걸쳐있다. 동대문시장은 동대문역사문화공원 주변의 30여 개의 대형 상가들이 인접한 단지(complex) 형태로 이루어져 있으며 지하쇼핑센터¹⁰⁾가 포함되기도 한다. 동대문시장에는 특히 완제품을 판매하는 상가 외에도 원부자재를 판매하는 상가들¹¹⁾도 자리하고 있다. 게다가 이 상가들 사이로 지원시설이나 각종 노점들이 들어서 있다.

동대문시장은 1905년 설립된 종로구 예지동의 광장시장을 시작으로 청계천변을 따라 공간적으로 확장되어 왔다(김종광, 2012). 1960년대 말에서 1970년대 초에 청계천 복개에 따른 뚝방부지, 전차 철거에 따른 차고부지, 동대문 일대의 학교 및 공공시설 이전부지에 상가건물이 잇달아 들어서면서 광장시장에서 출발한 동대문시장의 영역이 청계천변을 중심으로 동쪽으로 확장¹²⁾되었다. 이후 1979년 청계천7가 재개발사업¹³⁾을 통해 블록 상가 개발이 이루어져 상가들이 한꺼번에 들어서면서 동대문시장의 중심축이 이들 근대식 상가로 교체되는 전환점을 맞게 되었다. 이어 1990년대에는 동대문시장에 주차장이 완비된 고층의 현대식 상가들¹⁴⁾이 한꺼번에 들어서게 된다. 이와 같은 현대식 상가군의 등장과 다양한 마케팅 전략으로 당시 경쟁관계였던 남대문시장을 압도하게 되면서 동대문시장은 전국적인 중앙 패션도매시장으로 입지를 다지게 되었다. 더불어 소매 중심의 대형 상가군이 동대문시장 서쪽에 들어서면서 동대문시장은 의류소매업을 아우르게 되었다(진양교, 2001). 특히 IMF 경제 위기 직후 개장한 밀리오

레는 동대문시장의 유통혁명을 촉진하는 기폭제가 되었다. 이로 인해 대다수 서울 도심재개발사업이 침체되어 있던 2000년대 이후까지도 대형 복합쇼핑몰¹⁵⁾이 경쟁적으로 건설되면서 오늘날 동대문시장의 외연이 확장되었다.

2) 동대문시장 생산 배후지역의 확산

동대문 패션산업 집적지의 전모를 살펴보기 위해서는 동대문시장 외에 그 생산 배후지역에 대해서도 살펴되어야 한다. 그간 이루어진 동대문 패션산업 관련 연구에서는 공식적인 통계의 부재를 이유로(김광선, 2000) 현황을 제대로 파악하지 못하고 있다. 그 결과 대부분의 연구에서 생산 배후지역을 동대문시장 인근 지역(반경 1~5km)에 국한시켜 이해하면서 창신동만을 동대문 패션산업의 생산 배후지역으로 지목하거나(김양희·신용남, 2000; 김광선, 2000; 이우관, 2001; 장승권, 2001; 박혜령·박미령, 2002; 남기범, 2003; 김지윤, 2015; 하지태·최영립, 2016; 박훈, 2017), 서울시 봉제업체 전체를 간접적으로 그 생산 배후지역으로 보면서 동대문시장 인근 지역을 집중적으로 살펴보는 방식으로 이루어져 왔다(한구영, 2017). 본 연구에서는 일단 문헌을 통해 역사적 과정을 추적한 다음, 동대문시장 도매업체와 디자이너들을 대상으로 한 인터뷰와 설문조사를 통해 오늘날 동대문시장의 생산 배후지역의 범위를 살펴보기로 한다.

일제강점기 동대문시장은 생활용품 및 직물을 판매하던 곳으로, 본격적으로 의류시장으로 변화하게 된 것은 한국전쟁 이후이다(강현주, 2007; 장미진·양승우, 2015, 2016; 박훈, 2017; 한구영, 2017). 1960년대부터 우리나라 섬유산업이 발전하고 기성복 수요가 급증하면서 평화시장¹⁶⁾을 중심으로 의류 생산공장이 모여들기 시작하여 시장 내부에 일괄 생산-유통시스템이 구축되었고, 이러한 생산체계가 동대문시장 내 다른 상가에도 확산되었다. 하지만 1970년 전태일 분신사살사건을 계기로 평화시장 일대의 생산공장들이 대거 임대료가 저렴한 동대문시장 인근 주거지 내로 이전하면서 동대문패션산업의 생산과 유통이 공간적으로 분리되기 시작하였다(주은선, 1999). 1980

년대 중반까지 이러한 경향은 지속되어 시장 주변 인근 주택가, 특히 창신동으로 대표되는 주택가가 가내 하청업체 밀집지역으로 변모하게 되었다. 1990년대 이후에는 평화, 동화, 통일, 신평화 등의 기존 상가 건물에는 공장이 거의 남아있지 않게 되고 봉제업체는 청계천 6가와 동대문 운동장 주변의 창신동, 충신동, 송인동, 이화동, 신당동, 장충동 등지의 주택가로 확산되었다. 이에 더해 의류 제작 공정이 각기 다른 공장에서 이루어지는 부분하청이 성행함에 따라 영세 하청업체들이 더욱 증가하였다. 이러한 공간적 확장은 2000년대 들어서도 간접적으로 확인되고 있는데, 한구영(2017)의 연구에 따르면, 봉제업체들은 서울시 전역 및 남양주시, 부천시, 인천시, 의정부시 등 서울 근교까지 산재해 있어 서울시 봉제업체의 밀집지역이 도심부에서 도심 밖으로 분화되는 경향을 보이고 있다고 한다. 물론 이러한 봉제업체들이 동대문시장의 도매업체들과 독점적으로 하청관계를 맺고 있는 것은 아니어서 서울시 봉제업체 분포를 동대문시장 생산 배후지역으로 등치시켜 이해하기는 어렵다. 하지만 그간 동대문시장의 생산 배후지역이 공간적 확산을 거듭해왔음은 확인할 수 있다.

다음으로 현재 동대문시장 생산 배후지역의 범위를 살펴보기 위해 발주업체인 동대문시장 도매업체와 디자이너들을 대상으로 인터뷰와 설문조사를 활용하였다. 도매업체로부터 얻은 자료를 활용하게 된 이유는 공식적이고 누적된 통계자료가 전무한 상황에서 수많은 생산업체를 대상으로 그 수주 현황을 일일이 파악할 수 없었기 때문이다. 따라서 도매업체들을 대상으로 현재 그들이 이용하고 있는 생산업체들의 위치를 동 단위로 파악하였다.

“실력은 공장별로 차이가 있지만, 크기는 동네별로도 차이가 나. 창신동? 거기 봉제가 제일 싸긴 해. 거기 봉제(실력)는 중국 끼랑 차이가 안 나. 우리 집 공장은 마장동하고 왕십리에 있어. 아이템에 따라서는 의정부나 포천까지도 공장을 두고 있는 집도 있어. (북쪽으로) 신설동이나 면목동, 성북동, (남쪽으로) 이태원, (서쪽으로) 아현동, 그 정도가 경계가 될까. 한강 이남은 여기랑 크게 관계없고. (D상가, 여성의류업체 사장 K)”

“아침에 디자이너들 모여서 가게에서 회의하고 공장 들어가는데, 너무 멀면 곤란하지만 시장하고 꼭 가가 올 필요 없죠. 원단에 따라 잘 하는 공장이 따로 있고 우리 단가에 맞춰 원하는 정도의 실력이 있는 집을 찾는 거니까. 시장에서 가깝다는 게 크게 중요하지 않아요. 어차피 여러 공장을 돌아야 하는 거라 좀 멀다고 더 힘들고 가깝다고 덜 힘들지도 않아요.(C상가, 여성 의류업체 디자이너 J)”

인터뷰와 설문조사를 취합한 결과 다음과 같은 두 가지 사실을 확인할 수 있었다. 첫째, 동대문시장에 납품하는 생산업체가 동대문시장에 인접해 있다는 기존 연구 결과와 달리 서울 동북부 지역에 대략 10km 반경에 넓게 분포하고 있으며(〈그림 1〉 참조), 둘째, 북중이나 지역별 봉제 능력의 차이, 공임의 차이 등으로 인해 동대문시장의 생산

배후지역 내 분화가 나타나고 있다는 것이다. 특히 동대문 시장의 대표적인 생산 배후지역으로 주목받았던 창신동 봉제골목의 경우 이곳에 대한 도매업체들의 선호가 급속히 낮아지고 있음을 확인함으로써 이곳이 향후 동대문 패션산업의 배후지역에서 빠질 가능성이 농후하다는 것이다. 따라서 향후 연구에서 이에 대해 계속 추적할 필요가 있다고 본다.

4. 동대문 패션산업 집적지의 특성

다음으로 동대문 패션산업 집적지의 생산네트워크를 파악하기 위해, 우선 가치사슬 개념을 통해 생산단계와 거버넌스 구조를 살펴본 다음, 생산네트워크 개념을 통해 거

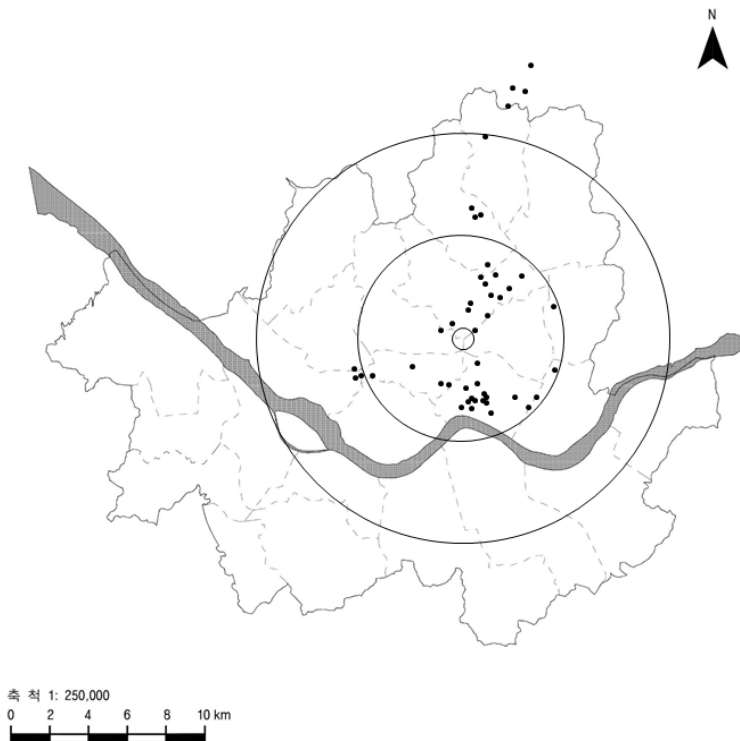


그림 1. 동대문 패션산업 생산 배후지역

자료: 동대문 도매업체 및 디자이너와의 인터뷰와 설문조사 정리

버너스를 다면적으로 분석하기로 한다. 이는 생산에 필요한 요소가 조직되는 방식이 집적이익의 크기에 영향을 미친다고 본 그간의 산업집적론 연구들(Quigley, 1998; Rosenthal and Strange, 2003)에 기법과 동시에, 이를 분명히 하는 것이 그 공간적 분포를 밝히는 첫걸음이 된다고 보기 때문이다.

1) 임가공 생산방식의 가치사슬

동대문 패션산업의 가치사슬은 여타 패션산업과 마찬가지로 크게 디자인 개발 단계와 제품 생산 단계로 구분할 수 있으며(한구영, 2017), 전 공정이 외부화되어 있다.

〈그림 2〉의 동대문 패션산업의 가치사슬 중 디자인 개발 단계에는 디자인 기획을 위한 시장조사와 원부자재를 구입하는 디자인작업 외에 본격적인 제품 생산에 앞서 시제품을 만들어내는 패턴작업과 샘플작업까지 포함된다. 그리고 이 단계의 주요 참여주체는 디자이너, 원부자재 공급업체, 패턴사, 샘플사이다. 디자인의 경우 동대문시장 도매업체의 사장이 직접 하거나 따로 디자이너를 고용하고 있다. 패턴과 샘플의 경우 각각 패턴실과 샘플실로 독립된 개인사업체(패턴사, 샘플사)로 존재한다. 디자이너가 시장조사를 통한 제품기획과 디자인, 그에 필요한 원부자재를 선택한 다음 작업지시서를 작성하여 이를 패턴사와 샘플사에게 보내 작업을 의뢰하면 패턴을 만드는 패턴사와 샘플을 만드는 샘플사는 디자이너의 작업지시서에 따라 작업을 진행한 다음 디자이너에게 샘플을 납품하게 된다.

“패턴 선생님한테 디자인을 보여주고 의논해요. 디테일이 많으면 고민이 필요하죠. 의논해서 디자인이 좀

바뀔 수도 있어요. 샘플집도 바로 근처에 있어서 패턴 넘겨주면 금방 나와요. 샘플 보고 디자인이나 원단, 부자재, 수정할 거 수정한 다음에 공장에 넘겨서 제품 만드는 식이에요. (D상가, 여성리류업체 디자이너 L)”

다음으로 〈그림 2〉의 동대문 패션산업의 가치사슬 중 제품 생산 단계는 디자인 단계를 통해 완성한 시제품을 토대로 제품을 다량 생산하는 과정이다. 이 단계의 주요 참여주체에는 도매업체와 원부자재업체, 그레이딩업체, 재단업체, 봉제업체, 나염업체, 자수업체, 마무리업체 등과 업체 간 운송을 담당하는 배송업체로, 디자이너는 제품생산 단계에서 원부자재 및 의류제작 발주와 생산관리를 담당하게 되며, 각 생산업체는 디자이너의 작업지시서와 생산관리 하에 놓이게 된다. 동대문 패션산업에서 채택하고 있는 생산방식은 OEM, ODM과 같은 완사입방식이거나 CMT방식이 아닌 임가공방식이다. 즉 판매업체가 생산업체에 원부자재를 공급하고 생산업체는 자신이 맡은 작업만을 담당하는 방식으로 생산이 이루어지고 있는 것이다. 이러한 임가공방식은 일반적으로 판매업체가 근거리에서 있는 생산업체와 하청계약을 맺음으로써 트렌디한 디자인, 스팟 생산이 필요한 경우, 원하는 품질의 의류가 생산될 수 있도록 생산관리가 필요한 경우, 소량 생산과 잦은 리오더에 대응하기에 효과적인 방식으로 활용된다(안영실·김희선, 2018). 생산업체가 아이템별로 특화된 생산 노하우를 갖고 있기 때문에 판매업체는 복종에 따라 생산업체를 선별하여 의류 생산을 맡기게 된다. 하지만 임가공방식은 생산업체로서의 생산 결정능력이 다른 생산방식에 비해 현저히 낮아 판매업체에 종속 혹은 전속될 가능성이 가장 크다(안영실·김희선, 2018).

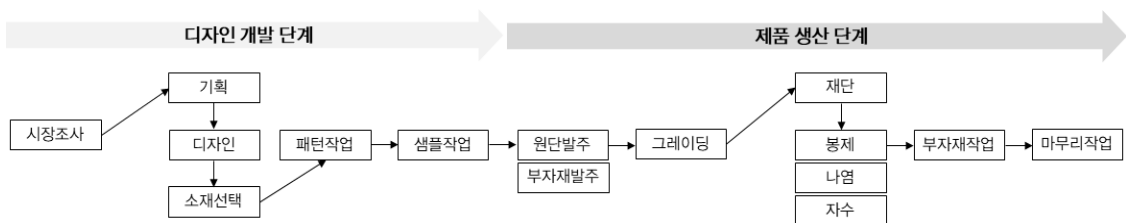


그림 2. 동대문 패션산업의 가치사슬

“사무실은 따로 없어요. 아침에 가게에 모여서 회의하고 공장 들어가서 작업 지시하고 확인해요. 원부자재는 주로 동대문종합시장에서 해요. 공장이 여러 군데라 한 바퀴 쭉 돌아야 해요. 작업 끝나면 배송업체 통해서 다음 작업으로 넘겨요, 사람이 하는 일이라 제작 과정에서 크고 작은 사고가 나요. 작업 단계마다 확인하고 문제 생기면 바로바로 해결해야 하는 과정의 연속이에요. (U상가, 프리랜서 디자이너 S)”

“보내주는 원단이랑 부자재 받아서 작업해요. 원단에 맞게 실, 단추, 심지, 바이어스, 파이핑, 다디자이너가 정해서, 사서, 개수 맞춰서, 보내주죠. 거기엔 우리가 관여하는 게 아니에요. 우리 집 작업이 다 끝나면 다음 집으로 보내요. 다음 집은 그다음 집으로, 작업한 거 보낼 때도 디자이너가 알아서 하고. (S봉제공장, 사장 N)”

정리하면, 동대문 패션산업의 생산방식은 발주업체가 원부자재를 부담하고 생산업체는 생산 공임만 부담하는 전형적인 임가공방식을 보이고 있으며, 가치사슬의 각 단계는 발주업체인 도매업체와 그에 고용된 디자이너의 통제와 작업지시에 따라 분절적으로 연결되어 있다.

2) 방사형 생산네트워크

이러한 가치사슬에 따라 동대문 패션산업에서는 생산업체가 아닌 도매업체가 생산네트워크를 조직하고 있다 (추호정, 2007). 즉 동대문 패션산업은 ‘구매자 주도 가치사슬(buyer-driven chains)’¹⁷⁾로, 이로 인해 동대문 패션산업의 생산네트워크는 도매업체를 중심으로 하는 ‘방사형 네트워크(star network)’ 형태를 취하고 있다고 할 수 있다.

그리고 <그림 3>에서 알 수 있듯이, 같은 동대문 패션산업의 방사형 생산네트워크의 핵심적인 특징 중 하나는 중앙 집중 네트워크(centralized network)라는 것이다. 나머지 생산업체들은 중심 허브라고 할 수 있는 도매업체를 통해서만 연결될 뿐이고 그들 간에는 서로 연결되지 않는 특징을 갖는다. 이는 기존 연구에서 생산업체간 수평적 네트워크가 존재하고 있다거나(전명숙·이상민, 2010) 그들 간에 긴밀한 군집과 연계가 있다(유재운, 2002)고 본 것과 다르다. 이를 네트워크 조직 과정과 생산 과정으로 구분해 자세히 살펴보면, 우선 생산네트워크가 조직되는 과정에서 도매업체가 생산업체의 연결 여부를 결정하고 있다. 잦은 대면접촉이 이루어지고 실제 작업에서 역학관계가 다양하게 이루어지기도 하는 디자인 단계에서도 도매업체

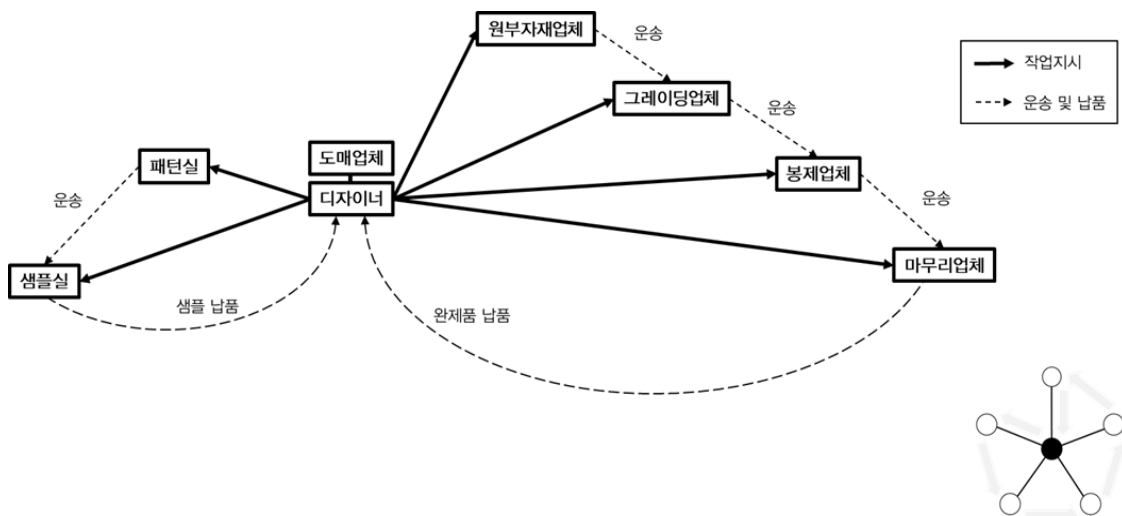


그림 3. 동대문 패션산업 생산네트워크와 방사형 네트워크 개념도

가 네트워크의 연결 여부를 결정하며, 제품생산 단계의 각 생산업체들 역시 도매업체가 네트워크의 연결 여부를 결정하고 있다. 다음으로 생산 과정에서 생산관리는 도매업체나 디자이너가 담당하고 있다. 따라서 공정 단계별로 네트워크에 연결되어 있는 생산업체들은 전후방에 놓인 다른 업체들과 연결될 필요가 없다.

“공장 섭외는 디자이너(도매업체)가 하는 거야. 우리는 우리가 맡은 일만 하고 넘겨주면 되는 거지. ○○공장 사장이랑은 일면식도 없어. 작업한 거 보내줘야 하니까 업체명만 아는 거지. 서로 몰라도 되고, 안다고 일이 더 되는 것도 아니고 몰라도 일하는 거랑 아무 상관없어. 일 넘어 오면 처리해서 보내면 되는 거야. (G나염공장, 사장 C)”

“공장에서 다른 공장을 소개해주기도 하지만, 소개받는다고 다 되는 게 아니죠... 공장 실력도 알아봐야 하고, 봉제 실력이며 납품기일 맞추는 거며 따져 볼 게 많죠... 결정은 제가 하는 거예요. 안 맞으면 업체같이도 해야 하거든요. (C상가, 도매업체 사장 J)”

다만 같은 공정 단계에 속하는 생산업체들 간에는 재하청 관계를 통해 생산네트워크에 연결되기도 하는데, 이런 경우에게까지 도매업체의 통제가 미치는 것은 아니다. 이는 생산업체를 완전히 통제할 정도로 발주업체인 도매업체의 발주량이 크지 않기 때문에 업체가 재량을 행사할 여지가 생기는 것이다.

“일이 풀리면 미싱팀을 더 붙이거나 다른 공장에 하청을 주기도 해요. 근데 그건 공장 사장님이 알아서 하는 거지. 내가 그런 거까지 이래라 저래라 할 순 없어요. 급하게 주문 넣는 거고, 또 나만 그 공장 쓰는 것도 아니니까요. (C상가, 도매업체 사장 B)”

“아래층 공장 사장은 원래 내 밑에서 일했어. 일감이 갑자기 많아지면 거기에 좀 나눠줘. 다른 데는 안 보

내. 잘 알지도 못하는 곳에 보낼 순 없지. 일숨씨도 잘 모르고 납기도 얼마나 잘 지킬지 모르는데. (G나염공장, 사장 C)”

이와 같이 동대문 패션산업에서 도매업체가 생산네트워크를 조직하고 관리하는 주체로서 방사형 네트워크의 허브에 해당하지만 네트워크에 속한 생산업체를 배타적으로까지 지배하는 것은 아니라고 할 수 있다. 생산업체들은 대개 한 도매업체로부터 충분한 작업량을 확보하지 못하기 때문에 여러 생산네트워크에 연결되어 필요한 작업량을 확보한다. 도매업체들도 각자 생산네트워크가 다를 뿐만 아니라 한 도매업체가 여러 생산네트워크를 거느리고 있다. 즉 동대문 패션산업의 생산네트워크를 전체적으로 보면 도매업체들과 생산업체들 간에 “다대다 관계(many-to-many relationship)”를 맺고 있음을 알 수 있다.

그렇다면 이러한 특징으로 인해 동대문 패션산업의 생산네트워크가 개별적으로 보면 방사형 네트워크이지만 전체로 보면 서로 연결되어 있다고 할 수 있을까? 실제 생산 과정을 살펴보면, 생산업체들은 도매업체별로 구분하여 생산하고 다음 공정으로 신속하게 배송하는 등 자신과 연결되어 있는 여러 생산네트워크들을 실질적으로 분리시키려는 노력을 함으로써 도매업체들과 생산업체들 간에 “일대일 관계(one-to-one relationship)”가 되도록 하고 있다. 그렇기 때문에 동대문 패션산업에 속한 개별 생산네트워크가 전체적으로 서로 연결되어 있다고 볼 수는 없다.

“여러 가게 일을 맡아 하고 있어. 근데 한 가게 일을 다른 가게에 흘리거나 하면 안 된다고. 일이 섞이면 안 돼. 민감한 문제라구. 순서대로 작업하고, 작업이 끝나면 바로바로 배송업체 불러서 보내지. 쌓아놓을 데도 없고. (G나염공장, 사장 C)”

이렇게 생산네트워크를 분리시키려는 노력이 이루어지고 있는 근본적인 이유로 생산네트워크를 조직하고 관리하는 도매업체들 간의 경쟁을 들 수 있는데, 이들은 자신

의 상황이 걸린 디자인이나 원가 등 핵심적인 정보를 서로 공개하거나 공유하지 않으며, 생산 수준에서도 그런 일이 벌어지지 않도록 한다. 네트워크 연결의 전제조건인 정보 공유가 이루어지지 않기 때문에 도매업체들은 경쟁관계에 의해 서로 분리되고, 결과적으로 동대문 패션산업에 속한 개별 생산네트워크들도 서로 분리된다고 할 수 있다.

“옆집이랑 밥 같이 먹고 수다나 떠는 거지. 공장 어디냐, 단가 얼마냐. 이런 거 서로 안 물어. 물을 필요도 없고, 손님 놓고 경쟁하는 사인데.(U상가, 도매업체 사장 P)”

정리하면 동대문 패션산업의 생산네트워크는 개별적으로 각각의 독립적인 도매업체를 허브로 한 방사형 네트워크 형태를 보이고 있고, 전체적으로는 개별 생산네트워크가 도매업체 간 경쟁관계로 인해 실질적으로 분리된다고 볼 수 있다. 이 때문에 개별 수준의 방사형 네트워크의 특성이 전체적으로도 유지된다고 할 수 있다.

3) 분절된 산업집적지

그렇다면 이와 같은 방사형 네트워크 형태를 띠고 있는 동대문 패션산업의 생산네트워크는 ‘자기완결적’ 동대문 패션산업 집적지에 어떤 의미를 가질까? 사실 기존 연구에서는 동대문 패션산업 집적지의 자기완결성을 일관되게 주장하면서(김광선, 2000; 이우관, 2001; 신용남 외, 2014; 한구영, 2017), 이러한 지역 내 완결된 구조의 네트워크로 인해 행위주체들 간 학습과정이 활발하게 나타난다고 보았다(김광선, 2000). 즉 기존 연구에서는 동대문 패션산업 집적지의 생산네트워크에 대해 상호 긴밀한 관계를 유지하면서 하나의 전체(a whole)를 이루고 있는 것으로 판단하고 있음을 알 수 있다. 하지만 일정 지역에 국지적으로 한 산업의 관련 업체가 집적하여 있더라도 해당 산업의 실제 생산네트워크 형태에 따라 집적지가 분절될 가능성은 충분히 있다. 게다가 산업집적지의 참여주체들의 간에 배

타적인 경쟁관계가 존재할 경우 전체 네트워크 수준에서도 연결성이 떨어지게 된다.

앞서 살펴본 바와 같이 임가공 생산방식의 방사형 네트워크를 가진 동대문 패션산업 생산네트워크들은 경쟁관계로 인해 서로 분리되어 연결성이 낮기 때문에 집적지 역시 분절되어 있을 가능성이 클 것으로 추정해 볼 수 있다.

이 점을 밝히기 위해 실제 봉제공장들이 밀집한 종로 5·6가 봉제공장 골목에서 골목 단위로 인터뷰를 실시하였는데, 국지적인 골목 수준에서조차 이웃 골목의 공장들을 구체적으로 인지하지 못하고 있었다.

“일하는 업체들끼리도 모르는데, 일 같이 안 하는 업체를 어떻게 알아. 보시다시피 여긴 죄다 공장들인데... 우리 골목 정도야 알지. 그렇다고 딱히 서로 잘 아는 건 아니야. 무슨 모임이나 협회가 있는 것도 아니고, 일적으로 아는 공장 몇 없어. 우리 공장 일도 바빠.(S자수업체, 사장 M)”

“우리가 일감을 수주하러 다니지는 않아. 그럴 여력도 없고, 업체랑 연결되면 일을 받아서 하는 거지... 거래 한번 트면 꽤 오래 해. 새로 공장 뚫는 게 업체에도 부담이니까 사고 크게 안 내면 쪽 가는 거지.(P봉제공장, 사장 K)”

이러한 인터뷰 결과는 앞서 밝힌 동대문 패션산업의 생산 배후지역 내 나타나고 있는 지역 분화와 함께 산업집적지가 분절되어 있음을 시사한다. 허브 중심의 내부 연결과 허브들 간의 배타적 경쟁관계를 가지고 있는 동대문 패션산업의 방사형 생산네트워크 특성은 공간적으로 산업집적지가 분절되게 만드는 한 요인으로 볼 수 있다. 그리고 그러한 생산네트워크가 장기간 유지되거나 적어도 장기간 유지될 것으로 기대된다면 그 특성은 더욱 강화될 것이라고 예상할 수 있다. 따라서 동대문 패션산업 집적지는 공간적으로 분절되어 있는 ‘분절된 산업집적지(segmented industrial agglomeration)’일 가능성이 크다.

4) 방사형 생산네트워크와 동대문 패션산업 집적지의 성공과 위기

이러한 방사형 생산네트워크는 그간 제품 디자인이나 시장수요에 대한 즉각적인 대응을 가능케 하여 동대문 패션산업 집적지가 혁신공간이나 학습지역으로 불리는 데 일조한 바 있다(김광선, 2000; 장승권, 2001). 하지만 최근의 시장수요 급감 역시 방사형 생산네트워크에 즉각적인 영향을 미쳐 동대문시장의 위기를 가져오고 있다고 할 수 있다.

이는 동대문 패션산업 집적지의 성공과 위기가 네트워크의 위상구조적 특성에 내재되어 있기 때문이다. 방사형 네트워크는 기본적으로 말단에 미치는 내부 충격에 대해서는 상당히 강고한 반면, 중심에 미치는 외부 충격에 대해서는 취약한 위상구조를 가지고 있다. 중심이 그 말단과 바로 연결되기 때문에 내부 충격에 대해 중심은 말단의 문제를 신속하게 파악하고 즉각적으로 대응하여 네트워크의 항상성을 유지할 수 있다. 하지만 중심에 외부 충격이 가해질 경우 그 효과는 네트워크 존립 여부를 결정하게 된다. 긍정적인 외부 충격이 가해지면 새로운 네트워크를 쉽게 만들어낼 수 있지만, 부정적인 외부 충격이 가해지면 네트워크가 붕괴되어 소멸하게 된다. 생산 과정상의 오류나 불량이라는 내부 충격에 대해 즉각적으로 대응하여 생산네트워크의 항상성을 유지하고, 수요의 증가와 감소라는 외부 충격에 대해 신속하게 반응하여 생산네트워크의 존립 여부를 결정하는 것이다.

오늘 동대문 패션산업 집적지가 직면한 위기는 바로 동대문 패션에 대한 수요 급감이라는 부정적인 외부 충격에 의한 것으로, 동대문시장의 도매업체들은 이에 반응하여 국내 생산 자체를 줄이거나 생산지를 중국이나 베트남 등으로 옮기는 선택을 함으로써, 자연스럽게 동대문시장 내 원도매업체 비중이 줄고 중도매업체 혹은 원도매와 중도매를 병행하는 업체의 비중이 높아지고 있는 등 동대문 패션산업 내 수많은 생산네트워크가 사라지고 있는 것이다.

“그냥 어려운 게 아니라 이제는 국내 생산을 포기해야

할 상황이에요. 악순환이 되는 게 손님이 줄어드니까 아이템 수도 줄이고 수량도 줄일 수밖에 없고, 그렇게 되니까 손님이 더 줄고, 제작하는 데 은근 돈이 많이 드니까 이런 불경기에 지를 수도 없고, 그래서 중국 가서 물건해올까 생각 중이에요. 많이들 넘어가고 있잖아.(C상가, 도매업체 사장 B)”

“일거리가 엄청 줄었어요. 맨날 불경기다 불경기다 하는데 이제는 한계에 도달한 거 같네요. 어차피 젊은 사람들도 잘 안 하려고 들고, 나 때까지만 하고 끝날 거 같아요. 몇 년 전만 해도 중국쪽 봉제 실력이 형편없었는데 이제는 80%? 정도는 따라온 거 같아요. 그냥 이대로 있어서는 이대로 끝날 거 같아요. 어디 사장 아반 도주했다는 소식도 자주 들리고.(P봉제공장 사장 K)”

정리하면 동대문 패션산업 집적지의 위기는 그 성공을 가능하게 했던 방사형 생산네트워크의 위상구조적 특성에 내재되어 있다고 할 수 있다.

5. 요약 및 결론

본 연구에서는 도시와 산업, 문화가 결합된 도시문화산업에 대한 경제지리학의 연구대상으로 서울시의 동대문 패션산업 집적지를 선정하여 그 공간적 분포와 가치사슬, 생산네트워크의 형태 및 공간적 특성을 살펴보고 오늘날 이곳이 직면한 위기의 원인을 살펴보았다. 연구내용 및 결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 동대문 패션산업 집적지의 공간적 분포를 살펴보았다. 동대문 패션산업 집적지는 동대문시장과 생산 배후지역으로 구성되어 있는데, 동대문 상가로 구성된 동대문시장이 지역적으로 확장된 것과 마찬가지로 동대문 패션산업의 생산 배후지역도 공간적으로 확장되어 왔다. 1960년대 평화시장을 중심으로 확립된 일괄 생산-유통 시스템이 이후 기능적으로 분산되면서 공간적으로 확산되었는데, 특히 본 논문

의 연구 결과에 따르면 동대문 패션산업 집적지는 기존연구에서 파악되었던 것보다 현재 훨씬 넓은 생산 배후지역을 가지고 있다. 공식적인 통계자료가 부재한 상황에서 인터뷰를 통해 경계를 확정하였기 때문에 상당히 유동적이기는 하지만, 그 생산 배후지역은 동대문시장을 중심으로 서울의 동북부 반경 10km에 분포하고 있는 것으로 파악된다.

둘째, 동대문 패션산업 집적지의 가치사슬과 생산네트워크의 형태 및 구체적인 거버넌스, 나아가 그로 인한 공간적 특성을 살펴보았다. 동대문 패션산업 집적지의 생산방식은 임가공방식을 채택하고 있어 가치사슬의 각 단계는 발주업체인 도매업체의 통제와 작업지시에 따라 분절적으로 연결되어 있는 전형적인 구매자 주도 가치사슬의 형태를 보이고 있다. 개별 생산네트워크는 각각의 독립적인 도매업체를 따라 방사형 네트워크 형태를 보이고 있고, 전체적으로 도매업체와 생산업체 간 다대다의 관계를 맺고 있으나 이들은 실제 생산 과정에서 각각의 생산네트워크를 실질적으로 분리시키고 있기 때문에 도매업체와 생산업체 간 일대일 관계를 맺고 있다고 볼 수 있다. 이로써 개별 수준의 방사형 네트워크의 특성이 전체적으로 유지된다고 볼 수 있다. 이를 근거로 동대문 패션산업 집적지 내부는 상당히 파편화된 분절된 산업집적지일 가능성이 농후하다고 볼 수 있다.

셋째, 오늘날 동대문 패션산업 집적지가 직면한 위기의 원인을 살펴보았다. 바로 동대문 패션산업 집적지의 성공을 이끌었던 방사형 생산네트워크가 이제는 위기를 가속화시키고 있다. 동대문 패션에 대한 수요 감소라는 외부 충격이 즉각적으로 생산네트워크의 붕괴로 이어지는 것은 외부 충격에 취약한 방사형 생산네트워크의 위상구조적 문제 때문이라고 할 수 있는 것이다.

본 연구는 제조업이자 광의의 문화산업이라고 할 수 있는 패션산업, 그 중에서도 서울시의 동대문 패션산업을 대상으로 하여 기존 연구 결과의 한계나 오류를 일정 부분 극복하였다는 데 의의가 있다. 동대문 패션산업 집적지의 공간적 범위와 생산네트워크의 형태, 집적지의 특성 등에 대해서 각각 새로운 사실을 발견하고 구체적인 해석을 시도한 것이다. 특히 그간의 산업집적지 연구가 성공한 집적지만을 대상으로 한다는 연구편향을 지적하는 내외의 비

판에 대해 현재 위기를 겪고 있는 산업집적지를 연구 대상으로 삼음으로써 그런 비판을 일정 부분 극복했다고 볼 수 있다. 무엇보다 본 연구에서 밝혀낸 동대문 패션산업 집적지의 서로 분리된 방사형 생산네트워크와 분절된 산업집적지의 특성 그리고 그러한 생산네트워크의 위상구조적 특성에 내재된 동대문 패션산업 집적지가 성공과 위기에 향후 정책적 대응의 출발점으로 삼을 수 있을 것이다.

주

- 1) 다음은 동대문의 쇠퇴를 다룬 기사 중 일부이다. 아시아경제 2019년 4월 23일자 기사, 관광객 러시에도 웃지 못하는 동대문... "혁신으로 다시 태어나야" <http://view.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2019042315043960876>
동아일보 2019년 5월 16일자 기사, "동대문패션 절반, 메이드인 차이나"... 독창성 사라지며 발길 '뚝' <http://www.donga.com/news/article/all/20190516/95544727/1>
동아일보 2019년 5월 17일자 기사, 어머니 손에 붙들려 찾아가 간 '보세천국' 동대문, 최근 가보니 충격적 <http://www.donga.com/news/article/all/20190517/95567876/1>
- 2) 패스트 패션(fast fashion)은 기획-생산-유통 프로세스의 수직적 통합을 바탕으로 하여 제조업체와 유통업체의 기능을 하나로 묶어 원단 구매에서 봉제, 마케팅, 물류, 판매의 초국적 네트워크 전체를 일괄 관리하는 패션산업의 시스템이다. 이러한 시스템을 통해 패스트 패션이 패션산업을 구매자주도적 산업에서 소비자주도적 산업으로 변모시키고 있다는 평가를 받고 있다(한구영, 2017). 한편 패스트 패션이란 용어는 소비자의 구매정보를 분석하여 최신 유행 스타일의 제품을 빠르게 생산하는 방식을 채택하고 있다는 의미로 하버드 비즈니스 스쿨에서 처음 제시하였다(D'Andrea and Arnold, 2002). 참고로 언론에서 자주 사용되는 SPA(Specialty store retailer of Private label Apparel)라는 용어는 주로 한국과 일본의 패션유통업체에서 통용되고 있다.
- 3) 주간조선 2017년 2월 9일자 기사_동대문 일대 자고 나면 세 호텔... 패션타운서 숙박촌으로 대변신 <http://pub.chosun.com/client/news/viw.asp?cate=C01&mcate=M1002&nNewsNumb=20170223417&nidx=23418>
- 4) 동대문 패션산업과 관한 정부의 공식적인 통계자료는 축적되어 있지 않다. 국가승인 조사통계로 산업통상자원부 주관으로 한국의류산업협회 패션봉제업종합지원센터에서 실시하

- 는 「봉제업체실태조사」의 경우 통계품질의 질이 낮고(통계청, 2017), 전국 봉제업체 DB구축을 목표로 하고 있어 동대문 패션사업을 위한 자료 활용이 어려운 실정이다. 그리고 같은 기관에서 발간하는 「국내 우수 봉제공장 가이드북 대한민국 봉제1번지」의 경우 봉제업체의 일감연결지원을 위한 생산업체 홍보자료로 제작되어 연구자료로서의 한계가 크다. 이외에 사단법인 동대문패션타운 관광특구협의회에서 비정기적으로 작성한 「동대문 백서」 역시 유사한 문제점을 가지고 있다.
- 5) 대량생산은 생산설비 규모가 증대됨에 따라 생산물 단위당 생산비가 감소하는 대규모생산의 법칙과 일정한 생산설비 규모하에서 생산량이 증가함에 따라 생산물 단위당 평균비용이 감소하는 것을 대량생산의 법칙에 근거하고 있다. 대량생산 방식은 설비에 대한 막대한 투자 때문에 생산원가가 증 고정원가 비중이 높고 변동원가가 낮은 원가구조를 갖게 된다.
 - 6) 상품사슬에서 상품이란 다양한 행위자들의 역학관계를 살펴볼 수 있는 매개체로서의 의미를 가지고 있다.
 - 7) 대표적인 상품사슬 분류체계로는 Gereffi and Korzeniewicz (1994)의 생산자 주도 상품사슬(producer-driven chains)과 구매자 주도 상품사슬(buyer-driven chains)을 들 수 있다. 정보와 지식 이전의 복잡성, 지식 이전의 용이성을 나타내는 형식화의 정도, 공급기업의 역량에 따라 시장(markets), (modular value chains), 관계적 가치사슬(relational value chains) captive value chains (hierarchy)
 - 8) 가치사슬을 구성하는 기업의 가치활동은 주요활동(primary activities)과 지원활동(support activities)으로 나뉜다. 주요활동은 부가가치를 직접 창출하는 활동으로 이에 제품의 생산, 운송, 마케팅, 판매, 사후서비스가 포함된다. 지원활동은 부가가치가 창출되도록 간접적인 역할을 하는 활동으로 구매, 기술개발, 인사, 재무, 기획, 일반관리, 법률사무, 회계 기능 등 현장활동을 지원하는 제반업무가 포함된다.
 - 9) 글로벌 가치사슬의 거버넌스 유형은 ① market, ② modular, ③ relational, ④ captive, ⑤ hierarchy의 다섯 가지로 구분하고 있다(Gereffi *et al.*, 2005:89)
 - 10) 청계6가지하소핑센터와 동대문스포츠지하소핑센터가 이에 해당한다. 특히 동대문스포츠지하소핑센터는 현재 동대문디자인플라자가 세워진 동대문운동장 자리에서 장사를 하던 스포츠점포 상인들 일부가 입점한 곳이다.
 - 11) 대표적으로 동대문종합시장, 동화시장, 통일시장, 광장시장이 동대문시장 내 원부자재상가이고, 동대문시장 인근에도 방산시장, 우일타운, 우일프라자, 삼우텍스프라자가 원부자재상가로 자리하고 있다.
 - 12) 1962년 평화시장을 필두로, 동신시장(1962), 동대문상가아파트(1968), 부관상가(1969→현 동평화시장), 동화상가(1969), 성동상가(1969→현 신평화시장), 통일상가(1970), 동대문

종합시장(1971)이 들어섰다.

- 13) 동대문 일대 지역으로 신당동 217번지 주변은 노후된 목조건축물이 산재하고 있었으며, 불규칙한 가로망과 협소한 도로폭으로 인해 교통 소통이 원활하지 못한 상태였다. 당시 이 일대는 서울의 중심상업지역인 동대문시장과 스포츠 시설인 서울운동장, 청계천 광로 및 고가도로변의 상가 등 각종 주요기능의 시설이 인접해 있었으나 노후화된 목조건물, 협소한 도로폭, 도시미관이 문제되고 있었다. 주변 동대문운동장에서 국제 경기가 자주 치러지면서 서울시는 슬럼지구를 개선하여 도시미관을 조성하고 도시기능을 회복하기 위하여 건설부에 신당동 217번지 일대의 19,444m²를 청계천7가 재개발구역으로 지정하여 줄 것을 신청하였다. 이에 건설부는 1976년 4월 7일 「도시계획법」 제22조의 규정에 의거하여 청계천7가 재개발지구(19,444m²)를 지정하였고, 1980년 12월 31일 제35지구의 사업을 끝으로 사업이 완료되었다. 당시 개발은 6개 구역에 걸쳐 진행되었는데, 1구역의 남평화시장(1980), 2구역의 흥인시장(1980), 3구역의 덕운상가(1980), 4구역의 제일평화시장(1979), 5구역의 광희시장(1980), 6구역의 운동장평화시장(1980)이 그것이다.
- 14) 아트프라자(1990), 디자이너클럽(1994), 우노포레(1996), 팀2014(1996), 헤양엘리시움(1997), apM(1999), 누존(2000)이 이때 들어섰다.
- 15) 헬로apM(2004), 굿모닝시티(2004), 라모도(2004), 패션TV (2007) 등
- 16) 당시 평화시장은 건물을 주주별로 출자한 금액에 따라 점포한 칸 혹은 두 칸 등의 단위로 소유권을 나눴는데, 한 칸을 사면 1층 매장과 2층, 3층의 공장을 한꺼번에 가지도록 분양했다. 상가를 지을 때부터 생산공장을 고려했음을 알 수 있다.
- 17) 글로벌 가치사슬(Global Value Chain) 논의에서 가치사슬을 공급자 주도(Supplier-driven)와 구매자 주도(buyer-driven)로 구분하는데, 공급자 주도 가치사슬은 대체로 대기업이나 생산자가 생산네트워크의 핵심 조율자로서의 역할을 하는 형태로 자동차, 항공, 컴퓨터, 반도체 그리고 중공업 등이 이에 속한다. 반면 구매자 주도 가치사슬은 대형 소매업자나 구매업자가 생산네트워크를 관리하는 구조로 일반적으로 노동집약적 소비재 산업인 의류, 신발, 장난감, 가전제품, 수공업품 산업 등이 이에 속한다.

참고문헌

강우원, 1996, “서울 도심부 제조업의 입지특성 연구,” 서울학

- 연구 7, pp.191-224.
- 강현수, 1998, “대도시 도시형 소규모 제조업체의 입지 특성 및 육성·정비방안에 관한 연구,” *공간과 환경* 10, pp. 59-100.
- 강현주, 2007, “동대문, ‘패션특별시, 서울’을 꿈꾸다,” *서울경제*, pp.36-71.
- 김광선, 2000, “학습지역화를 통한 지역경제 활성화에 관한 연구: 동대문시장 지역을 사례로,” *공간과 사회* 13, pp.94-126.
- 김석용, 1996, “신제도화학적 기업이론과 기업간 네트워크이론의 고찰,” *경영학연구* 25(1), pp.107-152.
- 김양희·신용남, 2000, *재래시장에서 패션네트워크로: 상인과 연구원이 말하는 동대문시장의 겉과 속*, 삼성경제연구소.
- 김용창, 1997, “서울시 토지이용에서 위치이용의 지역적 특성과 도심부 소규모사업장의 존재양식,” *지리학논총* 별호 22, pp.1-199.
- 김용창, 1998, “소기업 네트워크 생산체계의 사회경제적 의의,” *공간과 사회* 10, pp.28-58.
- 김용창·이후빈, 2012, “개성이 뚜렷한 도심부 시장의 사회경제지리,” *한국공간환경학회 학술대회 논문집* 2012(3), pp.187-201.
- 김용창·이후빈·권규상, 2013, “집적경제 요소로서 장소기반 신용이점: 서울 도심부 중부시장을 사례로,” *국토지리학회지* 47(2), pp.183-200.
- 김은영, 2006, “지역 중소기업의 거래 네트워크가 기술혁신에 미치는 영향,” *경제경영연구* 7, pp.73-104.
- 김종광, 2012, *광장시장 이야기: 우리나라 최초의 사설 상설 시장 광장시장의 100년사!*, 샘터.
- 김지윤, 2015, “‘봉제마을’ 창신동: 도시재생과 산업재생의 엇박자,” *도시연구: 역사·사회·문화* 14, pp.125-157.
- 남기범, 2001, “문화산업의 집적화와 시너지효과에 대한 시론,” *남기범 외, 도시의 사회적 자본과 문화산업*, 삼우사.
- 남기범, 2003, “신산업집적지 발전의 두 유형: 동대문시장과 서울벤처벨리의 산업집적, 사회적 자본의 형성과 제도화 특성에 대한 비교연구,” *한국경제지리학회지* 6(1), pp.45-60.
- 박혜령·박미령, 2002, “동대문 의류시장의 설립연도와 판매 방식의 차이에 따른 전자상거래 현황,” *패션 비즈니스* 6(5), pp.125-135.
- 박 훈, 2017, *동대문 패션시장 구조고도화 전략*, 산업연구원. *서울역사박물관 조사연구과[편]*, 2011, *(불이 꺼지지 않는 패션 아이콘) 동대문 시장*, 서울역사박물관.
- 신용남·송병렬·정상민, 2014, *동대문 백서 2014*, (사)동대문 패션타운관광특구협의회.
- 안영실·김희선, 2018, “K-패션 활성화를 위한 국내 패션브랜드의 의류생산방식 고찰,” *한국의상디자인학회지* 20(3), pp.115-128.
- 양재섭, 2015, “서울시 산업 및 특장개발진흥지구 운영실태와 개선방향,” *서울연구원 정책리포트* 184, pp.1-22.
- 유재운, 2002, “서울 동대문시장의 변화와 정책적 시사점,” *도시문제* 37(399), pp.63-71.
- 유지연·이금숙, 2013, “패션제조업의 분포 특성과 지능 간 연계성 분석,” *한국경제지리학회지* 16(1), pp.1-16.
- 이상곤·이우관·곽만순, 2002, *동대문시장: 성공의 경제학*, 이슈투데이.
- 이상욱·김경민, 2014, “서울 구로, 가산동 의류패션산업의 가치사슬과 네트워크,” *한국경제지리학회지* 17(3), pp. 465-481.
- 이승철, 2007, “전환경제하의 해외직접투자기업의 가치사슬과 네트워크: 대베트남 한국 섬유, 의류산업 외직접투자 사례 연구,” *한국경제지리학회지* 10(2), pp.93-115.
- 이영훈, 2004, “동대문시장의 경제사적 메시지,” *경제논집* 43(1-2), pp.103-129.
- 이용숙, 2006, “세계화 시대의 지역경제 발전: 클러스터론과 세계생산네트워크론의 비교,” *경제와 사회* 69, pp. 227-310.
- 이우관, 2001, “거래비용 관점에서 분석한 동대문 패션산업의 거래조정양식,” *산업조직연구* 9(3), pp.173-206.
- 이은경, 2011, “패스트 패션(Fast Fashion)의 프로세스 혁신에 관한 연구,” *한국디자인문화학회지* 17(3), pp.641-651.
- 이재열, 2016, “글로벌 생산네트워크 담론의 진화: 기업 및 산업 중심 거버넌스 분석을 넘어서,” *대한지리학회지* 51(5), pp.667-690.
- 이형진·천종수, 2008, “국내 섬유산업의 공급망 구조 및 특성에 관한 연구,” *한국경영과학회 학술대회논문집*, pp. 1357-1363.

- 장미진·양승우, 2015, “서울시 창신동 봉제공장 산업생태계의 공간적 특성: 종로구 창신 1,2,3동을 중심으로,” 한국도시설계학회지16(2), pp.5-16.
- 장미진·양승우, 2016, “봉제공장 산업생태계의 협력관계와 공간적 특성연구: 서울시 종로구 창신동을 중심으로,” 국토계획 51(4), pp.93-104.
- 장승권, 2001, “혁신공간으로서의 클러스터에 관한 분석: 동대문 패션클러스터 사례를 중심으로,” 생산성논집 15(2), pp.121-145.
- 장은영, 2008, (성공적인 패션비즈니스를 위한)패션유통과 마케팅, 교학연구사.
- 전명숙·이상민, 2010, “중소기업간 수평적 네트워크와 인적 자원개발전략: 서울 동대문 의류 클러스터 및 성수동 신발 클러스터를 중심으로,” 지역사회연구 18(2), pp. 133-157.
- 주은선, 1999, “평화시장 근처의 의류 생산 네트워크와 지역 노동자의 경제생활 변천에 관한 연구,” 서울학연구 13, pp.245-283.
- 진양교, 2001, “서편제신화의 이면: 동대문시장의 공간프로,” 이상건축 106, pp.145-148.
- 추호정, 2007, “동대문시장의 구매자-공급자 관계에 관한 탐색적 연구: 동대문 패션 점포의 구매자적 시각을 중심으로,” 마케팅 41(6), pp.63-67.
- 통계청, 2017, 「봉제업체실태조사」 2017년 정기통계품질진단 결과보고서, 통계청.
- 하지태·최영림, 2016, “동대문 패션 클러스터 활성화를 위한 원데이 샘플 시스템 플랫폼 개발,” 패션정보와 기술 13, pp.42-50.
- 한규영, 2017, 클러스터의 진화: 동대문시장 패션클러스터를 중심으로, 서울대학교 대학원(환경계획학과) 박사논문.
- 한국의류산업협회, 2013, 국내 의류제조 실태조사 및 지원정책 개발.
- 한국 의류산업협회, 2015, 봉제업체 실태조사 결과보고서.
- 홍병숙·이은진, 2007, “동대문 패션시장의 구조적 특성 분석을 통한 유통 활성화 정책 연구,” 유통연구 12(5), pp. 153-174.
- 홍인숙·정은숙, 2005, “의류 제조업체의 SCM 활동과 주거래 공급 사슬 특성과의 상관성에 관한 연구,” 한국의류학회지 29(2), pp.307-317.
- Amin, A. (1997). “Interactive governance and social complexity,” in Amin, A. and Hausner, J.(eds.), *Beyond Market and Hierarchy: Interactive Governance and Social Complexity*, Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Asheim, B. T. and Isaksen, A., 2002, “Regional innovation systems: the integration of local ‘sticky’ and global ‘ubiquitous’ knowledge,” *The Journal of Technology Transfer* 27(1), pp. 77-86.
- Bala, V. and Goyal, S., 2000, “A noncooperative model of network formation,” *Econometrica* 68(5), pp.1181-1229.
- Crouch, C., Gales, P. L., Trigilia, C. and Voelzkow, H., 2001, *Local Production Systems in Europe: Rise or Demise?*, OUP Catalogue.
- Crouch, C., Gales, P. L., Trigilia, C. and Voelzkow, H., 2004, *Changing Governance of Local Economies: Responses of European Local Production Systems*, Oxford University Press on Demand.
- D’Andrea, G. and Arnold, D., 2002, *Case Study: Zara*, Boston: Harvard Business School Publishing.
- Dicken, P., 2004, “Geographers and ‘globalization’ : (yet) another missed boat?,” *Transactions of the Institute of British Geographers* 29(1), pp.5-26.
- Doeringer, P. B. and Terkla, D. G., 1995, “Business strategy and cross-industry clusters,” *Economic Development Quarterly* 9(3), pp.225-237.
- Ernst, D., Guerrieri, P., Iammarino, S. and Pietrobelli, C., 2001, “New Challenges for Industrial Clusters: Global Production Networks and Knowledge Diffusion,” in Guerrieri, P., Iammarino, S. and Pietrobelli, C.(eds.), *The Global Challenge to Industrial Districts*, Cheltenham, UK: Edward Elgar, pp.131-144.
- Gereffi, G., 1999, “International trade and industrial upgrading in the apparel commodity chain,” *Journal of International Economics* 48(1), pp.37-70.
- Gereffi, G., Humphrey, J. and Sturgeon, T., 2005, “The governance of global value chains,” *Review of International Political Economy* 12(1), pp.78-104.
- Gereffi, G. and Korzeniewicz, M.(eds.), 1994, *Commodity Chains and Global Capitalism*, Praeger, Westport.
- Hopkins, T. K. and Wallerstein, I., 1986, “Commodity chains in

- the world-economy prior to 1800," *Review(Fernand Braudel Center)* 10(1), pp.157-170.
- Hopkins, T. K. and Wallerstein, I., 1994, "Commodity chains in the capitalist world-economy," in Gereffi, G. and Korzeniewicz, M.(eds.), *Commodity Chains and Global Capitalism*, Praeger, Westport, pp.17-50.
- Moreno, J. L., 1934, *Who Shall Survive?: A New Approach to the Problem of Human Interrelations*, Nervous and Mental Disease Publishing Company.
- Piore, M. J. and Sabel, C. F., 1984, *The Second Industrial Divide: Possibilities for Prosperity*, New York: Basic Books.
- Porter, M. E., 1985, *Competitive Advantage*, New York: Free Press.
- Porter, M. E., 1998, "Clusters and the new economics of competition," *Harvard Business Review* 76(6), pp.77-90.
- Quigley, J. M., 1998, "Urban diversity and economic growth," *Journal of Economic Perspectives* 12(2), pp.127-138.
- Rabellotti, R. and Schmitz, H., 1999, "The internal heterogeneity of industrial districts in Italy, Brazil and Mexico," *Regional Studies* 33(2), pp.97-108.
- Rosenfeld, S. A., 1997, "Bringing business clusters into the mainstream of economic development," *European Planning Studies* 5(1), pp.3-23.
- Rosenthal, S. S. and Strange, W. C., 2003, "Geography, industrial organization, and agglomeration," *The Review of Economics and Statistics* 85(2), pp.377-393.
- Scott, A. J., 2000, *The Cultural Economy of Cities: Essays on the Geography of Image-producing Industries*, Sage.
- Simmie, J., Sennett, J., Wood, P. and Hart, D., 2002, "Innovation in Europe: a tale of networks, knowledge and trade in five cities," *Regional Studies* 36(1), pp.47-64.
- Smith, H. L., 2001, *The role of institutions and power relations in local high-tech economic development: Evidence from Oxfordshire*, Working Paper 01-03, Centre for Local Economic Development, Coventry University.
- Smith, A., Rainnie, A., Dunford, M., Hardy, J., Hudson, R. and Sadler, D., 2002, "Networks of value, commodities and regions: Reworking divisions of labour in macro-regional economies," *Progress in Human Geography* 26(1), pp.41-63.
- Talbot, J. M., 2009, "The comparative advantages of tropical commodity chain analysis," in Bair, J.(ed.), *Frontiers of Commodity Chain Research*, Palo Alto: Stanford University Press, pp.93-109.
- Thrift, N., 2000, *Pandora's box? Cultural geographies of economies*, The Oxford handbook of Economic Geography.
- Wallerstein, I., 1974, *The Modern World System*, New York: Academic Press.
- 교신: 정선화, 서울특별시 관악구 관악로 1, 220동 501호, 서울대학교 사회과학대학 지리학과, 전화: 02-880-6444, 이메일: imaimiki@snu.ac.kr
- Correspondence: SunWha Chung, Department of Geography, College of Social Science, Seoul National University, 1 Gwanak-ro, Gwanak-gu, Seoul, 08826, Korea, Tel: 82-2-880-6444, E-mail: imaimiki@snu.ac.kr

최초투고일 2020년 02월 29일
수정일 2020년 03월 13일
최종접수일 2020년 03월 20일