

대도시 도심 제조업 집적지의 형성과정과 존립기반: 대구시 수제화 산업을 사례로

이철우*

요약: 본 연구는 1990년대 이후에 형성된 대구시 수제화 집적지구를 사례로 대도시 도심 제조업 집적지의 형성과정과 존립기반 그리고 정책적 시사점을 제시하였다. 대구시 향촌동 수제화 집적지구는 과거 도심의 수제화의 '국지적 생산유통체계'의 해체, 양호한 접근성 그리고 저렴한 임대료를 기반으로 형성되기 시작하였다. 그 이후의 핵심적인 존립기반은 생산유통체계 상의 사회적 분업에 의한 국지적 네트워크에 뿌리내려진 외부경제에서 찾을 수 있다. 국지적 생산유통체계는 '단일 업체 일괄생산체제'의 성격이 강하고, 사회적 분업의 조직자의 부재 등으로 사회적 분업에 의한 외부경제 효과는 매우 제한적이다. 이러한 한계점을 극복하기 위해서는 대구시 도심재생정책의 '근대역사문화벨트 만들기' 사업의 일환으로 '가족공예 중심의 문화거리'로의 재구조화가 이루어져야 할 것이다. 이를 위해서는 민관협력체제의 전문지원기관의 설립을 포함한 체계적인 지원정책이 요구된다.

주요어: 수제화 산업, 존립기반, 산업집적지, 사회적 분업, 도심, 대구시

1. 머릿말

도시는 역동적으로 변화한다. 도시변화의 핵심적 동인은 도시산업구조의 재편이며, 이는 필연적으로 도시산업의 공간구조의 변화를 수반하게 된다. 과거 산업사회의 대도시는 후기산업사회를 맞이하여 급속한 산업구조의 변화를 겪고 있다. 그리고 도시경제활동의 입지에 있어서는 교통수단의 발달과 수송비용의 절감으로 교통의 중요성이 상대적으로 감소되는 동시에 도심(the City Center)¹⁾에서의 높은 임대료와 교통 혼잡 및 정보통신의 발달로 도시경제활동의 외연적 분산경향이 강하게 나타나게 되었다. 그 결과 도심지역에서 사무활동과 그 관련서비스 활동은 분

산화 경향 속에서도 여전히 유지되고 있는 반면 제조업의 경우에는 외각으로 분산되어 왔다(강우원, 1996, 191-192). 우리나라의 경우 서울을 제외한 부산과 대구를 비롯한 지방 대도시들은 소위 IMF사태 이후 전통적인 기반산업인 신발이나 섬유 등의 제조업이 그 위상과 경쟁력을 상실하였다. 그러나 서울과는 달리 고차 비즈니스 서비스산업을 비롯한 지식기반산업으로의 산업재구조화(탈산업화)가 원활하게 이루어지지 못한 결과 지역경제가 침체를 벗어나지 못하고 있다. 이러한 도시들의 경제기반 약화는 도심을 포함한 내부도시(inner city) 침체의 직접적인 원인이기도 하다. 우리나라뿐만 아니라 북미와 유럽의 구산업도시들도 1980년대에 접어들면서 제조업의 쇠

이 논문은 2010학년도 경북대학교 학술연구비에 의하여 연구되었음

* 경북대학교 사회과학대학 지리학과 교수

퇴로 장기 실업 등 심각한 도시문제를 경험하였다. 특히 도심지역은 불량한 물리적 환경, 심한 교통체증 그리고 소매환경의 악화 등으로 상당히 열악한 장소로 변해가고 있었다. 따라서 도심은 도시재개발의 핵심지역이 되었고, 그 결과 대규모 컨벤션센터, 사무기능, 호텔, 레저 시설 등에 대량투자를 통한, 소위 선도적 개발(flagship development)을 통하여 물리적 경관이 크게 변화하였다(Sassen, 1994, 43). 그 이후 도시 재생(regeneration)으로의 패러다임 전환으로 문화와 정체성, 커뮤니티 그리고 환경 지속성 등 다른 많은 쟁점들이 더해졌다. 즉 최근에는 도시환경의 물리적 개선과 문화 활성화라는 과정의 결합을 통하여 도시 쇠퇴의 부정적 영향을 완화하고 활성화하려는 노력이 강화되고 있다. 그 결과 도심과 이전의 황폐했던 수변 공간 그리고 다양한 문화유산지구를 중심으로 도시 재생의 가시적인 효과가 나타나고 있다(유환중 외, 2011). 특히 도심의 경우 도시 재생정책의 대표적인 수혜지역은 중심업무지구(CBD)와 문화유산지구이다. 그러나 도심의 핵심적인 기능지역의 하나인 상업기능 집적지의 경우에는 도시재생의 영향은 매우 장소 차별적이다. 즉 중심업무지구를 중심으로 한 교통의 접근성이 매우 양호한 지역의 경우에는 선도적 개발과 문화적 재생을 통하여 장소의 질적 개선이 이루어졌다. 반면에 중심업무지구의 이면도로(裏面道路)를 중심으로 기반시설이 시대에 뒤떨어지고 건물이 노후화된 저차기능의 상업 및 서비스 지역은 쇠퇴지역으로 잔존함으로써 사회문제가 되고 있다.

이와 같이 도시의 경제적 구조조정과 장소의 지리적 구성요소 간의 관계는 일방적인 것이 아니라 쌍방향적인 관계이다. 즉 특정 도시나 장소는 지속적이고 역동적인 경제적 변화의 수동적 반응자가 아니라 이러한 변화에 능동적으로 대처하기도 한다(savage & warde, 1993).

대구시 도심지역도 우리나라 산업구조의 전환과 지역경제의 경쟁력 약화로 1980년대 이후 침체와 재생 과정을 통하여 변화되어 왔다. 대구시의 도심지역

은 중구이다. 그러나 중구의 모든 지역이 중심업무지구는 아니다. 대구시의 전형적인 중심업무지구는 남북방향의 중앙로와 동성로, 동서방향의 서신로와 동신로 등의 간선도로 주변지역이다(이재하, 1999, 506-508). 이들 지역은 1990년대 이후 본격적인 선도적 개발 중심의 도시재개발사업을 통하여 물리적 경관이 크게 개선되었다. 그러나 이러한 중심업무지구의 이면도로를 접하고 있는 도심지역은 전통적인 소규모 상업 및 서비스 시설의 집적지역인 동시에 대구시의 대표적인 문화유산지구의 하나인 소위 '도심의 뒷골목' 지역²⁾으로 중심업무지구와는 달리 전형적인 쇠퇴지역으로 잔존하고 있다. 2000년대에 들어서면서 이들 지역을 대상으로 '근대역사문화벨트'를 조성하려는 대구시 도심재생정책이 추진되고 있으나, 동성로와 남성로의 인접지역 일부를 제외하고는 여전히 쇠퇴지역으로 남아 있었다. 이러한 대구시 도심의 침체와 재생 과정에서 과거 대표적인 대중문화의 중심지로 알려진 향촌동과 대안동 일대에 1990년대에 들어서면서 수제화를 생산·판매하는 '대구수제화골목'이라는 제조업 공동체가 형성되었다.

일반적으로 도시 성장과정에서 도심지역의 경우 지가의 상승으로 제조업은 외곽지로 밀려나고 그 자리를 상업 및 서비스업이 확대되어 왔다. 그러나 향촌동일대에는 오히려 상업 및 서비스업의 집적지가 소규모 제조업 집적지로 대체되는 특수한 토지이용 패턴이 형성되어 왔다.

근대적 신발제작은 18세기말 갑피(upper)³⁾ 제봉기계의 발명으로 가능하게 되었다. 그 후 1890년대 이후에 제화산업이 독립 산업으로 발전하기 시작하였고, 20세기에 접어들면서 신발의 기능성이 강조되면서 기술개발이 활발하게 이루어졌다(주미순, 2000, 60-62). 그 후 급속한 양적 성장을 지나 1980년대에 이르러 구두 시장은 고급화와 저가부문으로 양분되었다. 전자는 이탈리아, 프랑스 등의 고가 수입품 및 상표를 이용한 특정 제품, 후자는 중국을 비롯한 저가수입품의 유입으로 몇몇 대형제화업체를 제외한 국지시장 지향의 수제화업체들은 대부분 수익구조의

악화로 위기를 맞이하였다(박래현, 2005, 658).

본 연구는 이상의 탈산업화 과정에서 도심의 침체와 재생 그리고 전통적인 소비재 시장의 파편화라는 2중적 양극화라는 구조적 관계 속에서, '도심지역의 제조업 집적지 형성'이라는 새로운 경제공간에 주목하였다. 이러한 새로운 경제공간의 출현은 대구라는 특정 대도시의 특수한 현상인지 아니면 도심의 진화 과정에서 나타나는 일반적인 현상일까? 그리고 이는 도시 재생과정에서 나타나는 일시적이고 점이적인 현상에 지나지 않는 현상인가? 물론 영세소규모 산업 집적지의 경우, 우연적이고 특수적인 요인에 의해서 성장·존립하는 경우가 대부분이다(Perry and Goldfinch, 1996, 222). 뿐만 아니라 이들 산업집적지의 경우 각 지역적 조건과 밀접하게 관련된 경영자원을 기반으로 발달한 결과, 그 형성과정과 존립형태가 매우 다양하다(李哲雨, 1991, 138). 그럼에도 불구하고 대도시 도심지역에 있어서의 종래와는 상이한 영세제조업 집적지라는 경제공간의 출현에 대한 연구는 전무하다고 해도 과언이 아니다.

이에 본 연구에서는 향촌동 수제화 집적지구를 대상으로 산업집적지의 핵심적 연구과제인 집적지 형성과정과 집적지 존립의 사회적 기제, 즉 존립기반(이철우, 1998, 283)을 밝히고, 이를 기반으로 현재 대구시가 추진 중인 도심재생정책과 연계하여 향촌동 수제화 집적지구의 존립기반 강화를 위한 정책적 시사점을 제시하고자 한다.

본 연구에 이용된 주된 자료는 업체를 대상으로 한 설문지 조사와 업체 대표 및 공무원 등 관계자들을 대상으로 한 심층면담조사의 결과이다. 설문지 조사와 심층면담조사는 2011년 2월부터 8월에 걸쳐 실시하였으며, 설문조사 분석대상은 45개 업체이다⁴⁾.

2. 향촌동 수제화 집적지구의 형성과정과 입지요인

1) 연구지역의 개관과 '수제화 골목'으로의 형성 과정

연구대상지역은 대구시의 도심 간선도로인 중앙로에서 종로를 동서로 연결하는 서성로 14길의 300여 미터(m)에 이르는 속칭 '향촌동 수제화골목'이다. 행정구역상으로는 성내 2동의 향촌동과 대안동⁵⁾의 중앙을 가로지르는 골목지역이다. 행정동인 성내 2동은 대구 지하철 1호선과 2호선이 교차하고 대구약령시, 공구상가, 수제화 골목 전문업종이 집적되어 있는 교통, 상업, 금융 등의 중심지역인 동시에 경상감영공원, 계산성당, 제일교회, 이상화고택, 옛삼성상회 등 문화재와 유서 깊은 명물거리가 소재하는 "도심속의 전통문화지역"이다. 2011년 7월 현재 총 면적은 0.76km², 인구는 5,165명으로, 상주인구밀도가 매우 낮은 전형적인 도심지역의 일부지역이다(성내 2동 홈페이지). 그 중에서도 본 연구지역인 '수제화 골목'을 양분하고 있는 향촌동과 대안동은 1946년에 대구시에서 가장 변화한 지역이라는 의미의 향촌동(香村洞)으로 개칭된 이래 전후 유흥경기의 진원지인 동시에 대구 문인묵객의 정신적 고향이었다(정영진, 대구이야기). 1950년대 중반부터 1960년대 후반까지는 소위 '향촌동의 전성시대'로 대구사람들이 ' 시내'로 불렸던 지역이다. 그러나 1966년 경북도청의 이전과 중앙로 건너편의 교동에 대구백화점과 동아백화점이 입지함에 따라 중심상권이 이동한 결과 ' 시내'로서의 위상이 약화되었다. 1980년대 초까지는 대학생과 셀러리맨들이 즐겨 찾던, 속칭 "향촌동 막걸리 골목"으로 도심기능의 한 축을 담당하였다(사진 1).

1980년대 이후, 본격적인 대구시의 외연적 팽창에 따른 도심기능의 분산, 대학의 교외이전과 소득수준의 향상에 따른 젊은 층의 음주문화의 변화로 생동감을 잃고 쇠락의 길을 걷게 되었다.



사진 1. 1980년대 초반의 향촌동 전경
출처: 매일신문사 보관자료



사진 2. 향촌동 수제화 집적지의 경관
출처: 필자 촬영, 2011년 8월

한편 과거 도심의 주요기능의 하나였던 맞춤식 고급 양화·양복점 등에 대한 수요가 급속하게 감소하였다. 이에 따라 과거 중앙로와 교동시장 인접지역을 중심으로 입지했던 고급 양화점과 그 하청업체의 제화 기술자를 중심으로 한 종사자들과 임가공업체들은 심각한 구조조정으로 새로운 활로를 모색하지 않을 수 없게 되었다. 이에 그들은 그동안 축적된 기술을 기반으로 수제화를 직접 생산·판매하는 영세 자영업자로의 전환으로 새로운 활로를 모색하게 된다. 그 과정에서 1980년대 중반이후 주점가로서의 기능을 거의 상실함에 따라 대구 도심의 대표적인 쇠퇴 지역이 되었고, 건축시기가 40년이 지난 노후건물이 대다수로 그 임대료가 싸면서도 중앙로와 접근성이 양호한 이 지역으로 수제화 생산·판매자영업체가 입지하기 시작하였다. 그 후 창업과 휴·폐업의 반복 속에도 전체적으로는 점진적으로 늘어나서 2000년대에 접어들면서 입주업체는 급격하게 늘어났다. 이후

2009년에는 ‘대구수제화협의회’⁶⁾가 창립됨으로써 본격적인 ‘향촌동 수제화골목’의 산업공동체를 형성하게 되었다(사진 2).

특히 2006년 대구시 중구청이 ‘도심문화재생 프로그램’을 추진하는 과정에서 ‘향촌동 테마거리’ 조성의 일환으로 ‘수제화 골목’이 관심을 받게 되었고, ‘대구수제화협의회’의 요청으로 2010년 4-6월에 걸쳐 가로의 포장 및 정비가 이루어졌다. 2011년 7월 현재 생산 및 판매, 그리고 수선 등 수제화 관련 약 50여개 업체가 입지하고 있다(그림 1).

설문조사에 의하면, 총 45개 분석 대상 업체 중에서는 1978년에 1개 업체를 시작으로 1987년까지는 총 4개 업체에 지나지 않았다. 1988년에 4개 업체가 입지한 이후 해마다 늘어서 1999년에는 총 22개 업체가 입지하여 현재의 약 50%정도를 차지하여 대구의 ‘수제화 특화지구’로서의 면모를 갖추게 되었다. 그리고 이들 업체 중에서 과거 수제화 생산집적지인 교

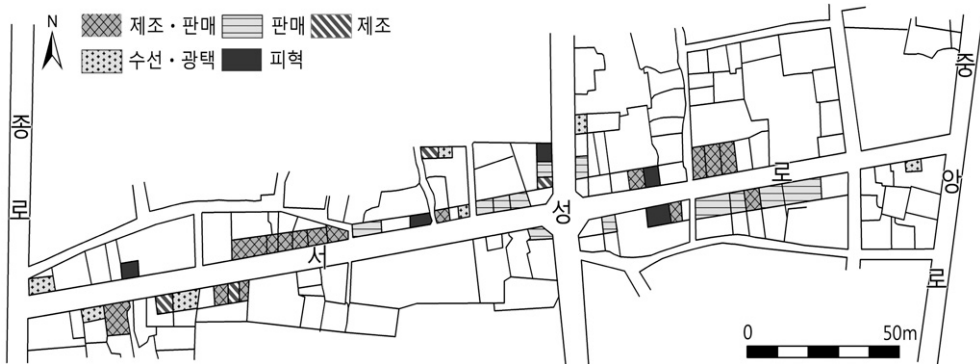


그림 1. 향촌동 수제화 집적지의 업종별 분포

출처: 현지조사에 의한 필자 작성

동과 그 인접지역을 중심으로 한 타 지역에서 이전해 온 업체는 19개 업체이고, 이 지역에서 창업한 업체는 26개 업체로 분석대상 업체의 57.8%를 차지한다. 26개 창업 업체 중에서 2개 업체를 제외하고는 종래 제화업의 분리창업 업체이다. 또한 ‘향촌동 수제화골목’에서 수제화 관련업체를 경영하기 이전의 근무지는 대구 도심지역이 29개 업체로 전체의 64.4%를 차지하였다. 현재 이 지역의 수제화 관련업체는 과거 도심지역의 양화점과 그 하청업체의 구조개편과정에서 분리·창업한 영세자영업체들이 저렴한 입지비용으로 도심이라는 양호한 접근성을 추구하는 과정에서 자발적으로 형성된 생산과 판매 겸업중심의 산업 집적지의 한 유형으로 성격규정을 할 수 있다.

2) 입지요인

향촌동 수제화 집적지구의 입지요인은 심층면접조사와 설문조사를 통해 분석하였다. 먼저 심층면접조사의 결과, 이 지역에 수제화 집적지가 형성되게 된 외부적 동인으로는 1980년대의 소득 수준의 향상과 대형 브랜드 제품의 대중화로 수제화에 대한 급격한 수요 감소로 도심에 입지한 고급 양화점의 대대적인 폐업과 그에 따른 ‘국지적 생산유통체계’의 해체와 과거 고용 제화기술자들의 영세자영업자로의 전환을

들 수 있다. 그리고 이들 영세자영업자들이 향촌동 수제화 골목으로 입지하게 된 지역의 주된 내적 요인으로는 도심이라는 수요자들의 양호한 접근성과 보다 저렴한 임대료, 그리고 동종·관련업체의 집적 등이며, 이들 입지요인은 입지시기에 따라 약간 차이가 있다는 것을 확인할 수 있었다. 따라서 설문조사를 통하여 입지시기별 입지요인을 보다 객관적으로 살펴보고자 한다(표 1).

먼저 가장 중요한 입지요인은 동종·관련업체의 집적으로 전체의 43%를 차지하고, 그 다음으로는 저렴한 임대료와 수제화 집적지로서의 명성(각각 17%), 사업정보구득의 용이(7%) 그리고 도심 위치, 외상거래 등 사회적 자본, 노동력 확보용이 순이다. 다음은 이를 입지시기별로 보면, 이 지역의 수제화 집적지의 초기단계라고 할 수 있는 1989년 이전의 경우에는 동종·관련업체의 집적의 비율이 가장 높기는 하지만 도심에 위치하고 임대료가 저렴한 것이 주요한 입지요인이다. 그리고 본격적인 집적지 형성기라고 할 수 있는 1990년대에는 동종·관련업체의 집적의 비율이 56%로 월등하게 높고 그 다음으로는 저렴한 임대료와 수제화 집적지로서의 명성(각각 17%)이 주된 요인으로 나타났다. 반면에 기존의 업체 중에서 가장 큰 비중을 차지하는 입지시기인 2000년 이후 시기에 동종·관련업체의 집적의 비율은 상대적으로 감소하고

표 1. 입지 시기별 입지 요인

	도심에 위치	저렴한 임대료	동종·관련 업체의 집적	수제화 집적지로서의 명성	사업정보 구득의 용이	외상거래 등 사회적 자본	노동력 확보용이	합계
1989년 이전	2 (20.0)	2 (20.0)	3 (30.0)	1 (10.0)	1 (10.0)	- (-)	1 (10.0)	10 (100.0)
1990년~1999년	- (-)	3 (17.0)	10 (56.0)	3 (17.0)	1 (6.0)	- (-)	1 (6.0)	18 (100.0)
2000년 이후	1 (3.0)	5 (17.0)	12 (40.0)	6 (20.0)	2 (7.0)	3 (10.0)	1 (3.0)	30 (100.0)
합계	3 (5.0)	10 (17.0)	25 (43.0)	10 (17.0)	4 (7.0)	3 (5.0)	3 (5.0)	58 (100.0)

자료: 설문조사에 의한(중복응답 포함)

수제화 집적지로서의 명성과 외상거래 등 사회적 자본의 비율이 타 시기에 비해 상대적으로 크게 늘어난 것으로 나타났다.

즉 대구시 향촌동 수제화 집적지구는 과거 도심에 입지한 고급 양화점의 대대적인 폐업으로 ‘국지적 생산유통체계’가 해체, 과거 고용 제화기술자들이 영세 자영업자로 전환하면서 당초 그들의 근무지이면서 수요자들의 접근성이 양호한 도심지역이 임대료가 저렴하기 때문에 입지하면서 형성되기 시작하였다. 그러나 ‘수제화 특화지구’로서의 면모를 갖추게 되면서는 동종·관련업체의 집적, 수제화 집적지로서의 명성 그리고 외상거래 등 사회적 자본 등 소위 ‘집적의 이익’이라는 산업집적의 외부효과가 가장 중요한 입지요인임을 확인할 수 있다.

결론적으로 향촌동 수제화 집적지구의 가장 핵심적 입지요인은 동종·관련업체의 집적이지만, 집적지 형성 초기에는 대구 도심의 쇠퇴서비스지역인 향촌동이라는 위치이익이 상대적으로 중요한 입지요인이었다. 그러나 현재는 동종·관련업체의 집적에 따른 국지적 네트워크에 뿌리내려진 사회적 자본이 중요한 입지요인으로 전환되었다고 할 수 있다.

3. 향촌동 수제화 지구의 경영 및 사회적 분업체계의 특성

1) 향촌동 수제화 지구의 업체현황과 경영실태

제화산업, 특히 수제화 산업은 높은 기능 숙련도는 요구되지만 기술수준은 상대적으로 낮은 노동집약적 산업으로 적은 초기 창업자금(박래현, 2005)으로 신규 진입장벽이 낮은 전형적인 대도시형 영세업종 중의 하나이다.

향촌동 수제화 관련업체의 일반적 경영특성(표 2)을 살펴보면, 먼저 경영자는 최소한 20년 이상의 제화생산경력(93.2%)을 가진 50대 이상(약 80%)으로, 이들은 자신의 기술력을 기반으로 1980년대 후반 이후에 분리창업한 자영업자가 중심이다. 경영규모에 있어서는 경영자를 포함한 전체 종사자가 2명인 업체가 33.3%로 가장 많으나 경영자 혼자서 운영하는 업체도 29.8%를 차지하여 총 종사자가 2인 이하의 업체가 28개(62.2%)인 반면에 10인 이상은 5개 업체(11.0%)에 지나지 않는다. 점포소유의 형태는 점포를 소유하고 있는 업체는 2개 업체에 지나지 않고, 임대 업체는 43개 업체(95.3%)이다. 자체 점포를 소유하는 업체는 수제화 판매와 생산의 겸업하고 있는 S업체와

표 2. 향촌동 수제화 관련 업체의 경영특성

일반사항		빈도	유효 퍼센트
연령	40대	10	22.2
	50대	25	55.6
	60대	10	22.2
소계		45	100.0
창업년도	1989년 이전	8	17.8
	1990년~1999년	14	31.1
	2000년 이후	23	51.1
소계		45	100.0
종사년수	10년 이하	3	6.7
	20년 이상~30년 미만	14	31.1
	30년 이상~40년 미만	22	48.9
	40년 이상	6	13.3
소계		45	100.0
전체 종사자수	1명	13	28.9
	2명	15	33.3
	3~9명	12	26.5
	10명 이상	5	11.0
소계		45	100.0
가족 종사자수	유	30	66.7
	무	15	33.3
소계		45	100.0
사업장 면적	10평 미만	8	19.1
	10평 이상~20평 미만	18	42.9
	20평 이상~50평 미만	12	28.7
	50평 이상	4	9.6
소계		42	100.0
창업자금	5천만원 미만	12	42.9
	5천만원 이상~1억 미만	10	35.7
	1억 이상	6	21.5
소계		28	100.0

자료: 설문조사에 의함(무응답 제외)

피혁 및 부품 판매업체인 Y피혁이다. S업체는 1998년 도심 중심가에서 창업하였고, 2011년 4월에 향촌동 현재의 3층 건물(각 층의 면적은 182m²)으로 이전한 수제화 집적지구의 대표적인 업체의 하나이다. 1층은 수제화 판매장(면적 약 80m²)이며, 2층과 3층은

생산공간으로 사용하고 있다. Y피혁은 현재 향촌동 수제화 집적지구에서 영업 중인 수제화 관련업체 중에는 가장 빠른 1978년에 창업되어 현재까지 피혁과 수제화 관련부품을 판매하는 업체이다. 사업장의 면적은 43개 응답 업체 중에서 10평 이상~20평 미만의

업체가 18개 업체(42.9%)로 그 비중이 가장 크다. 10평 미만 업체도 8개 업체로, 20평 미만이 62.0%를 차지하는 반면에 50평 이상은 4개 업체(9.6%)에 지나지 않는다. 50평 이상의 업체는 생산과 판매의 겸업업체 중에서도 생산 시설을 따로 갖추고 있는 업체들이다.

그리고 창업자금이 있어서는 5,000만원 미만이 42.9%이고 1억 원 이상은 6개 업체에 지나지 않는다. 이러한 소규모의 자금으로 창업이 가능하다는 점이 빈번한 폐업에도 불구하고 도시형 저기술(low-technology) 영세제조업의 핵심적 존립기반의 하나이다. 또한 경영자의 가족 종사자를 고용하는 업체가 66.7%를 차지하는데, 이들 업체의 가족종사자는 대부분 경영자의 배우자이다. 이들은 주로 수선이나 광택 및 염색업체의 단순직이 많이 요구되는 공정과 생산과 판매를 동시에 하는 상대적으로 소규모 업체의 판매 업무를 담당한다(수선업체인 D제화와 광택 및 염색업체인 D업체 사장과의 심층면담). 뿐만 아니라 전체 약 30%의 경영자 단독업체의 경우에도 일손이 필요할 경우에는 배우자를 비롯한 업무를 담당하는 전형적인 생계형 영세업체가 주류를 이루고 있다.

이상의 경영실태에 대한 분석 결과, 그 특성으로는 첫째, 대부분의 경영자들이 20년 이상 수제화의 생산 및 판매경력을 가진 높은 수준의 암묵적 지식(tacit knowledge)을 가진 분리·창업자이며, 둘째, 적은 초기 창업자금으로 신규 진입장벽이 낮고, 셋째, 배우자를 비롯한 비상용 노동력의 활용과 최소한의 공간에서 생산과 판매의 겸업을 통하여 경영상의 유연성을 확보하는 저기술(low-technology) 업종의 전형적인 생계형 영세업체들이다.

2) 생산유통체계 상의 부문별 경영특성

소규모 업체의 경우 구두생산은 그 생산 공정이 세분되기 때문에 특정 공정을 담당하는 업체 간의 네트워크를 통하여 거래비용의 절감 등 외부경제(external economy)를 추구할 수 있는 사회적 분업 체계에 기초한 국지적 집적지를 형성하고 있다(박래

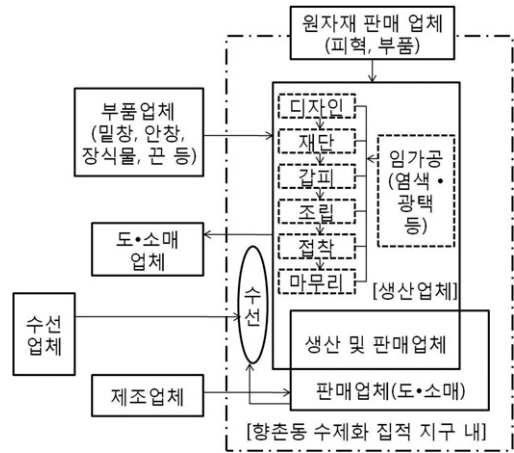


그림 2. 향촌동 수제화 집적지구의 생산유통 체계

출처: 면담조사에 의한 필자 작성

현, 2005).

향촌동 수제화 집적지구의 생산유통체계, 즉 상품 사슬(commodity chain)은 집적지구 내의 경우는 크게 피혁을 비롯한 원자재와 각종 부품의 공급·판매 업체, 수제화 생산업체, 수제화 생산·판매업체, 수제화 판매업체, 구두를 비롯한 가죽제품 수선업체, 임가공체(자)들로 구성된다. 그리고 이들 업체와 네트워크를 가지는 역외 업체로는 지구 내에서 생산되지 않는 밀창 및 안창이나 장식물, 끈과 같은 부품업체, 도·소매업체, 수제화 생산업체 그리고 구두 수선업체가 있다(그림 2).

각 생산 및 유통체계별 업체의 현황과 기능을 살펴보기로 한다. 먼저 향촌동 수제화 집적지구 내에서 업체 비중이 가장 크고 핵심적 역할을 수행하는 부문은 생산 및 판매업체로 전체 45개 업체의 약 42%를 차지한다. 그 다음으로는 판매만 하는 업체(20%), 피혁 및 부품 판매업체(16%), 수선 등 기타(13%) 그리고 염색과 광택을 중심으로 생산부문의 특정 공정만 담당하는 업체를 포함한 생산부분만 담당하는 업체는 4개 업체에 지나지 않고, 그 외 장식물 부착 등의 공정을 담당하는 소수의 임가공업자가 상품사슬의

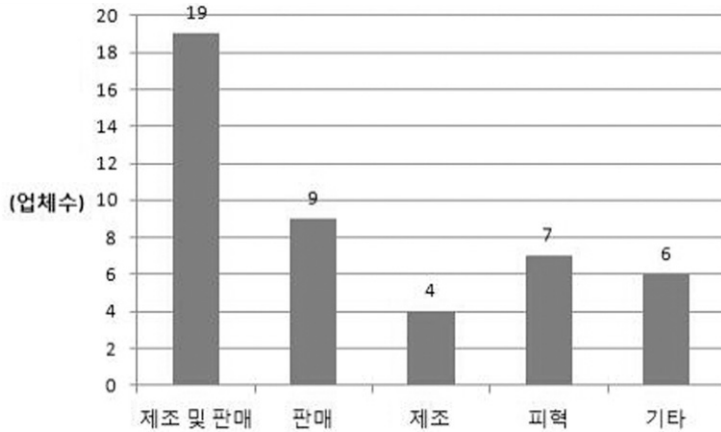


그림 3. 향촌동 수제화 산업의 부문별 업체 현황

자료: 설문조사에 의한

한 부분을 구성하고 있다(그림 3).

다음은 이들 부문별 업체들의 상품사슬 상의 기능을 보다 구체적으로 살펴보고자 한다.

첫째, 수제화 생산부문을 담당하는 업체는 향촌동 수제화 집적지구의 형성과 존립에 있어서 가장 핵심적인 역할을 수행하고 있는 생산과 판매를 겸업하는 19개 업체와 생산부문만을 담당하는 4개 업체로 총 23개 업체이다. 이 중에서 염색 및 광택을 제외한 생산 부문의 모든 공정과 판매를 담당하는 업체가 17개 업체이고, 조립과 염색 및 광택, 그리고 디자인과 염색 및 광택을 외부업체에 의존하는 업체가 각각 1개 업체이다. 또한 생산부문 만을 담당하는 4개 업체 중

에서는 염색 및 광택 공정을 제외한 디자인, 재단, 갑피(재봉), 저부(조립) 공정을 담당하는 업체와 염색 및 광택 공정만을 담당하는 업체가 각각 2개 업체이다(표 3).

이러한 생산부문의 주체인 생산과 판매를 겸업하는 업체와 생산 공정만을 담당하는 업체를 막론하고, 생산 공정은 숙련기술자인 업체 대표와 소수의 숙련 기술자가 담당하는 영세기업이기 때문에 업체 대표는 구두생산의 모든 단계에서 최종 의사결정자의 역할을 맡고 있을 뿐만 아니라, 생산의 전 과정을 조직하는 조직자(Organizers)로 업체 대표의 오랜 경험이 경영의 필수적인 요소가 되고 있다. 따라서 특정 부

표 3. 생산·판매업체 및 생산업체의 담당공정

	①②③④⑥	①②③⑥	①②③④	②③④⑥	⑤	계
생산 및 판매	17	1		1		19
생산			2		2	4
계	17	1	2	1	2	23

주: ①디자인, ②재단, ③갑피(재봉), ④저부(조립), ⑤염색 및 광택, ⑥전시판매

자료: 설문조사 결과

문이나 공정에 특화하기 보다는 다양한 생산 공정을 담당하는 업체가 주류를 이루고 있다. 물론 생산 공정만 담당하는 4개 업체 중에서 염색 및 광택의 공정을 담당하는 업체 대표의 경우에도 과거에는 수제화 생산의 전 공정을 담당했던 숙련기술자이다. 그러나 이들 업체는 기존의 많은 업체들이 생산뿐만 아니라 판매부문을 겸업하는 일괄 생산방식을 채택하고 있었기 때문에 염색 및 광택이라는 상대적으로 독립적 성격이 강한 공정에 특화하는 차별화 전략을 채택하였다고 한다. 그러나 이들 업체는 최근 향촌동 수제화 집적지구 내외를 막론하고 수제화의 수요 감소에 따른 염색 및 광택공정에 대한 하청이 급격하게 줄어들어 경영에 큰 애로를 겪고 있다. 예를 들면, 이들 2개 업체의 한 업체인 DS 업체는 대표와 부인 2명이 몇 년 전까지는 역내 2-3업체의 하청으로 염색 및 광택 공정을 담당하였으나, 현재는 원청 업체는 겨우 1개 업체에 지나지 않고 그 외 부정기적인 구두 수선과 주로 부인이 담당하는 (칼리)염색의 임가공을 하고 있는 전형적인 생계유지형 영세업체이다. 그러나 수제화 생산기술 이외의 기술이나 자본도 없는 상황에서 수제화 판매를 비롯한 전업도 불가능한 상태이나 생계를 위해서 폐업을 할 수 있는 상황이다. 따라서 앞으로 염색 및 광택의 임가공이 줄어들 것을 감안하여 수선업체로의 전환을 모색하고 있다(DS 업체 대표와의 면담).

또한 수제화의 특성상 생산과정에서 기획과 디자인 부문의 중요성은 매우 크다. 제화 업체에서 신제품을 기획하고 디자인하는 작업은 업체 대표와 디자이너에 의해 수행되는 것이 일반적이다. 디자이너는 주로 아이디어와 디자인 컨셉을 제시하고, 업체대표는 신제품의 사업성을 평가하여 최종 생산결정을 내리게 된다(박래현, 2005). 그러나 본 연구지역의 수제화 업체는 대부분 영세업체이고 업체 대표가 경험이 풍부한 숙련기술자이기 때문에 상용직 디자이너를 고용하는 업체는 전무하고 업체 대표가 디자이너의 역할을 대신하고 있다. 따라서 제품의 디자인 개발은 업체 대표의 국제 구두관련 전시회와 서울의 명동,

홍대입구 등 구두 전시 판매업체에 대한 탐방이나 '대구 수제화 협의회' 차원의 해외견학 등을 통하여 신제품개발의 경향과 아이디어를 얻어 업체의 숙련 기술자와 협의를 통하여 신제품을 개발하고 생산하게 된다고 한다(2년 전까지는 생산과 판매를 겸업하였으나 현재에는 전시판매업체인 H제화의 대표로 대구수제화 협의회 회장을 맡고 있는 C씨와 협의회회 총무인 W씨⁸⁾의 면담).

둘째, 수제화 판매부문을 담당하는 업체는 생산과 판매를 겸업하는 19개 업체와 판매만을 담당하는 9개 업체로 총 28개 업체이다. 이 중에서 수제화 외에 핸드백, 지갑, 벨트 등을 판매하는 1개 업체(M 컬렉션)를 제외하고는 수제화 전문판매업체이다. 9개 전문판매업체 중에서 7개 업체의 경영자는 수제화 생산기술자 출신이고, 이 중에서 2개 업체는 현재 생산부문은 휴업상태로 이 지역의 수제화 경기가 호전되면 다시 생산도 겸업할 예정이라고 한다. 반면에 경영자가 수제화 생산 기술이 없는 경우는 2개 업체로, 그 경영자는 서울의 의류관련업 종사자와 향촌동 음식점 경영자 출신으로 이 지역에서 상대적으로 젊은 30대와 40대이다. 또한 전시판매장을 통한 소매만 하는 2개 업체를 제외한 생산과 판매를 겸업하거나 판매만을 담당하는 총 26개 업체는 전시판매 외에 향촌동을 제외한 대구시⁹⁾와 경북, 경남, 울산 등의 소규모 양화점이나 구두 소매업체를 대상으로 한 도매도 겸하고 있다. 이들 업체의 매출액의 도·소매 비중은 업체에 따라 약간씩 차이가 있으나 전체적으로는 도매의 비중이 큰 편이다. 그리고 수제화 판매업체의 경영자들은 대부분이 수제화 생산 기술자 출신이기 때문에 현재 직접 생산은 하지 않고 있으나, 직접 디자인한 제품을 수제화 생산업체에 주문생산을 하는 업체가 전문판매업체의 절반 정도인 4개 업체이다.

셋째, 향촌동 수제화 집적지구의 생태계를 형성함에 있어서 생산 및 판매부문과 더불어 중요한 역할을 담당하고 있는 부문이 수제화의 원자재인 피혁과 염색 및 광택재 등의 부자재, 밀창과 굵 및 장식품을 공급하는 피혁·부품공급업체와 수선업체로, 총 13개

업체가 입지하고 있다. 이 중에서 소위 ‘피혁상’으로 통칭되는 피혁·부품공급업체가 7개 업체이고 수선 등 기타업체가 6개 업체이다(그림 3). 피혁·부품공급업체 중에서 피혁만을 판매하는 업체는 1개 업체에 지나지 않고, 주로 피혁과 밀창과 굽 및 악세서리 등 각종 부품을 수제화 생산 및 수선업체에 공급하고 있다. 향촌동 수제화 집적지구의 수제화 생산과 판매 그리고 수선업체의 경영자들의 절대다수가 제화 기술자 출신인 반면에, 피혁·부품공급업체의 경영자들은 과거 피혁·부품공급업체 종사자에서 분리·창업자로, 제화 기술자 출신은 단 1개 업체에 지나지 않는다. 그리고 이 지역의 수선업체는 수제화 생산 및 판매업체와 마찬가지로 ‘O제화’라는 상호로 영업할 정도로, 대부분 생산에서 수선으로 업종을 전환한 업체들이다. 이들 업체들은 주로 수제화 생산과정에서 발생하는 흠집 등에 대한 수선과 대구시 전역에 걸쳐 분포하는 구두미화 및 수선점으로부터 위탁받은 낡은 구두의 염색, 광택을 포함하는 수선을 하고 있다. 이들 업체의 사장과는 면담에 의하면 최근 이 지역이 수제화 집적지구로 알려지면서 BBS자립단¹⁰⁾의 구두미화 및 수선점을 비롯한 일반 수선점과 백화점 및 아울렛의 구두판매점 등으로부터의 수선업무가 늘어남에 따라 일감확보에는 큰 어려움이 없다. 그러나 수선에 대한 인식이 낮아서 20-30년 경험의 제화기술자에게는 자존심이 상하는 일이라고 하며, 실제로 구두수선업으로 전환할 때 부인의 반대가 심했으나 현재는 이해하고 있다고 한다.

특히 최근(2011년 4월)에는 피혁·부품공급과 구두를 포함한 피혁제품 수선업을 겸업하는 업체(S명품사)가 개업하였다. 업체 대표인 Y씨¹¹⁾는 S명품사를 “가죽관리 시스템”업체로 규정하면서, 대구지역에는 신발을 비롯한 핸드백, 의류 등 고급 가죽제품의 A/S와 수선에 대한 수요를 담당할 업체가 반드시 필요하기 때문에 창업하게 되었다고 한다. 특히 향촌동 수제화 집적지구가 지속적으로 발전하기 위해서는 현재 수제화 생산과 판매 중심에서 가죽제품의 다양화와 고급화로 구조전환이 이루어져야 하고, 이를 위해

서는 종합적인 가죽제품관리업체 등 다양한 관련업체의 입지가 바람직하다. 이 업체는 백화점 등의 구두, 핸드백, 가죽의류를 비롯한 각종 가죽제품 A/S센터로부터 의뢰받거나 수제화 생산과정에서 발생한 흠집에 대한 수선과 가죽 염색, 광택제의 수입·판매 업무를 담당하고 있다. 그러나 중저가 수제화를 주로 생산하고 있는 이 지역의 수제화 생산업체에는 염색 및 광택제를 판매하지 않는다.

이상의 분석에서 향촌동 수제화 집적지에는 수제화 생산과 판매 그리고 원자재 및 부품 판매와 수선 등 관련업체간의 네트워크에 기초한 사회적 분업체계를 구축하고 있음을 확인하였다. 그러나 디자인에서 마무리공정에 이르는 생산 공정에 있어서는 염색이나 광택 공정의 일부를 제외하고는 구두부품별 세분화·전문화가 이루어지지 않고 원자재인 피혁생산이나 국지적 원·하청관계의 사회적 분업체계가 미미한 소위 ‘단일 업체 일괄생산체제’가 주류를 이루고 있다. 뿐만 아니라 생산과 판매 간의 네트워크에 있어서도 전체 23개 생산업체 중에서 순수 생산업체는 4개 업체에 지나지 않고, 판매를 겸업하는 생산업체가 전체의 약 83%를 차지하며, 순수 판매업체는 9개 업체로 생산과 판매 간의 사회적 분업도 그렇게 활성화되어 있다고 할 수 없다. 그럼에도 불구하고 향촌동 수제화 집적지의 성격은 생산과 판매 그리고 그 외 관련업체 간의 사회적 분업체계에 기초한 ‘미완결형 국지적 생산유통시스템’의 구축으로 규정할 수 있다.

3) 사회적 분업체계의 공간구조

먼저 원자재 및 부품 구매와 생산 공정의 네트워크 공간구조를 살펴보면, 향촌동 수제화 집적지구의 경우에는 원자재인 피혁과 굽·밀창·악세서리 등의 부품 공급네트워크는 비국지적 성격이 강하다. 왜냐하면 향촌동 수제화 집적지역에서는 피혁 및 관련 부품이 생산되지 않기 때문에 지역 내 피혁 및 부품판매업체가 서울시 제화 부품 및 원자재업체의 약 50%

가 집적하고 있는 성수동(박래현, 2005, 661)과 그 외 서울지역에서 구입하여 지역 내 생산업체에 공급하고 있기 때문이다. 뿐만 아니라 상대적으로 생산규모가 큰 업체의 경우에는 1회 구매량이 많은 피혁이나 굵은 밑창과 같은 부품들은 직접 서울이나 부산의 생산업체로부터 직접 구매하고 있다. 반면에 생산규모가 적은 업체나 품종이 다양하고 소량 구매 중심의 원자재와 부품들은 주로 지역 내 피혁 및 부품판매업체가 공급하고 있다. 그러나 생산 공정상의 네트워크는 앞에서 언급한 바와 같이 기본적으로는 단일 공장형 일괄 생산체제가 중심이지만 염색과 광택 그리고 생산과정에서 발생하는 부분적인 수선은 지역 내 업체의 임가공형태의 하청에 의존하고 있기 때문에 국지적 성격이 강하다. 이는 대부분의 생산업체가 경영자를 포함한 전체 종사자가 3명 이하의 생계형 영세업체로 생산량 자체가 많지 않고, 특히 경영자뿐만 아니라 대부분의 종사자들이 수십년 경력의 숙련 기술자이기 때문에 제품의 기획에서 디자인 그리고 마무리까지 전 공정을 담당할 수 있기 때문이다. 다음으로 판매부문 네트워크는 국지적·비국지적 성격이 혼재하고 있다. 구체적으로 판매 전문업체 뿐만 아니라 생산 및 판매를 겸업하는 경우에도 다품종 소량판매라는 수제화의 특성 상 자사 상품 외에 지역 내 여러 생산업체와 서울을 중심으로 한 지역 외 생산업체, 심지어는 중국을 비롯한 외국에서 OEM방식으로 생산된 제품까지 구매하여 전시·판매를 하고 있다. 판매 방식도 내방 소비자를 대상으로 한 소매와 대구 시내와 경남, 경북 그리고 울산 등 영남 지역의 소규모 수제화 판매점을 대상으로 도매하는 도소매 겸업이 주류이다. 마지막으로 최근에 이 지역으로 내방소비자들을 유인함에 있어서 적지 않은 역할을 수행함으로써 수제화 전문지구로서의 생태환경을 보다 강화하는데 기여를 하고 있는 수선업체를 중심으로 한 네트워크의 공간적 특성을 살펴보고자 한다. 이들 수선업체들의 네트워크의 특징으로는 집적지구 내 수제화 생산과정에서 발생하는 흠집 등에 대한 수선과 내방 소비자를 대상으로 한 국지적 네트워크와 대구

시의 구두미화 및 수선점, 백화점이나 유명 제화의 A/S센터로부터 임가공 형태의 비국지적 네트워크의 병존을 들 수 있다.

이상에서 살펴본 바와 같이 산업지역사회에 있어서 기업 간 관계는 정도의 차이는 있으나 자율성을 유지하면서 명시적, 묵시적 장·단기 계약, 협력, 신뢰, 경쟁의 관계를 가지고 있다(이철우·박순호·권경희, 2006).

4. 향촌동 수제화 집적지구의 존립기반과 정책적 시사점

이상에서 분석한 바와 같이 수제화 산업과 같은 소규모 소비재 생산업체의 경우 원자재와 관련 부품을 자체적으로 조달할 수 없다. 뿐만 아니라 제품 생산의 전 공정과 판매를 동시에 수행함에는 많은 제약받게 된다. 이러한 한계를 극복하기 위하여 개별 업체 간의 협력적 네트워크, 즉 사회적 분업체계에 기초한 산업집적지를 형성하여 존립하게 된다(淸成忠男, 1974). 그런데 향촌동 수제화 집적지와 같은 소규모 소비재 산업집적지의 존립기반을 분석함에 있어서는 그 산업집적지 형성의 단서나 최초의 입지요인 그 자체보다는 오히려 그 이후의 존립과정이 문제가 된다(幸田淸禧, 1969). 즉 집적지 전체를 하나의 사회적 유기체로 보고 집적지 존립의 사회적 기제도 동시에 고찰되어야 한다(이철우, 1998). 따라서 본 장에서는 향촌동 수제화 지구의 형성 요인과 생산유통체계의 사회적 분업체계를 중심으로 존립기반을 밝히고, 앞으로 존립기반을 강화하기 위한 정책적 시사점을 제시하고자 한다.

1) 향촌동 수제화 집적지구의 존립기반과 한계점

먼저 향촌동 수제화 집적지구의 존립기반으로서의

형성요인으로는, 1980년대에 접어들면서 수제화의 급격한 수요 감소에 따른 도심에 입지한 고급 양화점의 대대적인 폐업으로 고용 제화기술자들의 영세자영업자로의 전환, 과거 도심지역이 저차 서비스지역으로서 그 기능을 상실함에 따라 임대료는 저렴한 반면에 도심이라는 양호한 접근성이라는 입지이점(locational advantage), 그리고 동종·관련업체의 집적을 들 수 있다. 그러나 이러한 집적지 형성의 초기 단계에 있어서는 유리하게 작용했던 요인들은 앞으로의 존립에 있어서는 한계점으로 작용할 수도 있다. 왜냐하면 도심지역이면서도 임대료가 저렴하다는 것은 오히려 도심재개발의 수요를 촉진하는 요인이 될 수 있기 때문이다. 뿐만 아니라 소득수준의 향상에 따른 새로운 quality 상품에 대한 소비자의 욕구를 충족시킬 수 있는 기술혁신과 마케팅 전략을 위한 협력적 네트워크라는 제도적 환경이 구축되지 않는다면 동종기업 간의 과도한 경쟁으로 집적의 불이익이 발생할 수도 있기 때문이다.

다음으로는 집적지 존립의 사회적 기구로서의 사회적 분업체계의 특성과 그 한계점을 살펴보고자 한다.

향촌동 수제화 집적지구의 사회적 분업은 원자재와 각종 부품의 공급업체, 수제화 생산업체, 수제화 생산·판매업체, 수제화 판매업체, 수선업체 그리고 임가공체(자) 간에 이루어지고 있다. 그러나 생산공정에 있어서는 염색이나 광택 공정의 일부를 제외하고는 사회적 분업이 이루어지지 않는 '단일업체 일괄생산체제' 중심이고, 생산과 판매를 겸업하는 업체가 생산부문의 83%, 판매부문의 63%를 차지하여 생산과 판매 간의 사회적 분업도의 수준도 그렇게 높은 편이 아니다. 그리고 사회적 분업체계의 국지적 네트워크가 비국지적 네트워크보다 상대적으로 강화기는 하지만 국지적·비국지적 네트워크가 병존하고 있다. 따라서 향촌동 수제화 집적지구는 사회적 분업체계상으로는 '미완결형 사회적 분업체계'의 산업집적지로 특징지을 수 있다. 이러한 사회적 분업체계에 기반한 산업집적지의 개별 업체는 특정 업무에 전문

화하는 경향이 강하기 때문에 사회적 분업의 조직자(organizer)가 필요하게 된다. 이러한 조직자는 최종 상품 생산업체인 경우도 있고, 유통업체인 경우도 있다. 또 조직자와 관련업체 간의 관계가 지배-종속의 경우와 대등한 분업관계의 경우도 있다. 향촌동 수제화 집적지구는 특정업체가 선대제도(putting-out system) 등을 통하여 타 업체를 지배하는 수직적 분업체계가 아니라 개별업체의 독자성이 강한 수평적 분업체계를 구축하고 있다. 이와 같은 수평적 분업체계는 산업집적지 존립에 있어서 장점인 동시에 단점이 될 수도 있다. 왜냐하면 수평적 분업체계에서는 개별 업체는 수요변화에 능동적으로 대처하고 유연적으로 적응할 수 있기 때문에 소수의 특정 업체에 의하여 집적지의 존립기반이 좌우될 수 있는 위험성을 최소화 할 수 있다. 반면에 수공업적 숙련 노동력에 대한 의존도가 크기 때문에 신제품의 기획과 개발 그리고 판로개척을 선도하는 통괄자 기능을 담당하는 다수의 업체가 발달하지 못한 점은 사회적 분업체계의 시너지효과를 제고함에 있어서 제약조건이 될 수 있기 때문이다.

2) 향촌동 수제화 집적지구의 존립기반 강화를 위한 정책적 시사점

향촌동 수제화 집적지구의 구두 제작기술은 장인적인 '도제시스템'을 통한 암묵지(tacit knowledge)의 형태로 전수되고 하나의 제품을 한 명의 기술자가 처음부터 끝까지 제작하는 장인적 생산방식이 일반적이기 때문에 사회적 분업에 의한 외부경제 효과는 매우 제한적이다. 이러한 한계점을 극복하고 존립기반 강화를 위한 몇가지 정책방안을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 현재와 같은 사회적 분업체계와 경영방식으로 도심이라는 양호한 접근성과 저렴한 임대료라는 입지이점(location advantage)에만 의존할 경우, 장래 향촌동 수제화 집적지구의 존립은 담보할 수 없다. 왜냐하면 앞으로 도심재생정책의 강화라는 지속

적인 압력 속에서 중저가의 남성화를 중심으로 한 '단일업체 일괄생산 및 판매체제'의 업체들이 더 이상 저렴한 임대료에 의존하여 존립하는 것은 한계가 있을 수밖에 없기 때문이다. 따라서 대구시가 추진하고 있는 대구읍성을 중심으로 '근대역사문화벨트 만들기'의 도심재생정책을 적극적으로 활용한 집적지구의 재구조화를 통하여 존립기반을 강화하여야 할 것이다. 특히 2012년부터 대구시 중구청은 서성로와 북성로에 대한 도심재생을 통하여 '대구도심의 관광벨트화' 정책을 추진하게 된다¹²⁾. 이러한 대구시 도심재생정책을 계기로 기존의 수제화 이외에 핸드백, 지갑, 벨트 그리고 가죽 공예 등 각종 가죽 관련 quality 상품의 생산과 판매 나아가서는 체험을 아우르는 소위 '가죽공예 중심의 문화거리'로 전환하는 것이 장기적으로는 도심재생과 문화산업육성의 정책대안이 될 수 있다. 특히 현재의 수제화 생산자들과의 면담 결과, 이들은 수십년 경력의 숙련기술자들이기 때문에 구두 이외의 가죽제품으로 전환에는 전혀 문제가 없다고 한다. 그러나 '가죽공예 중심의 문화거리' 조성을 통한 존립기반 강화를 위해서는 도심재생정책을 둘러싼 주체, 즉 지방정부, 자생적 수제화 관련업체의 경영자 단체인 '대구 수제화 협의회'를 중심으로 한 업계 그리고 문화산업의 소비자인 시민(단체) 간의 파트너십 구축을 위한 제도적 장치가 마련되어야 할 것이다.

둘째, 향촌동 수제화 집적지구는 상대적으로 소비시장의 공간적 범위와 규모가 한정된 산업집적지이다. 그럼에도 불구하고 글로벌 경제 환경 하에서의 급격한 생산 기술과 수요 변화에 따른 위험으로부터 비껴나기는 어렵다. 오히려 국지적 입지이점과 암묵적 지식 그리고 관계적 자산(relational assets)에 대한 의존도가 큰 특성으로 존립기반에 대한 불확실성은 증가하는 반면에 그것에 대한 예측 가능성은 줄어들고 있다. 이러한 문제점을 극복하기 위해서는 집적지구의 업체를 비롯한 관련 주체 간에 기회주의 행위를 차단하고 신뢰 환경을 조성하는 동시에 환경변화에 능동적이고 유연하게 적용할 수 있는 조절기제로서

의 제도적 학습 메커니즘이 구축되어야 한다. 그러나 향촌동 수제화 집적지구의 경우에는 수제화의 생산 활동을 지원하는 공공부문의 지원기관은 전무할 뿐만 아니라 자발적인 조직도 '대구 수제화 협의회'가 유일할 정도로 제도적 기반이 매우 열악한 수준이다. 결국 산업집적지의 존립기반은 관련 주체들 간의 사회적 상호관계의 특성과 경영혁신 역량에 의존하기 때문에 이들 간의 유기적인 선순환 네트워크 구축을 위한 정책적 지원이 뒷받침되어야 할 것이다.

셋째, 산업집적지 존립기반으로서의 사회적 분업체계의 의의는 분업에 따른 다양한 업종분화와 생산 및 유통 과정의 세분화로 다양한 노동력을 최대한으로 이용함으로써 노동력 부족을 극복하고 생산비를 절감할 수 있고, 신규창업을 용이하게 할 뿐만 아니라 경기변동에 따라 업종과 제품의 전환을 통해서 제품의 다양화와 제품수명주기를 연장하는데 있다. 그럼에도 불구하고 업체 간의 유기적인 사회적 분업체계가 뿌리내리지 못한 결과 존립기반으로서의 의의는 매우 제한적이다. 앞으로 '가죽공예 중심의 문화거리'로의 전환을 전제로, 민관협력으로 전문지원기관을 설립하여 보다 조직적이고 체계적인 지원을 통하여 외부경제효과를 극대화할 수 있는 방향으로 사회적 분업체계를 개편하여야 할 것이다.

5. 맺음말

본 연구는 대구시 수제화 집적지구를 사례로 대도시 도심 제조업 집적지의 형성과정과 존립기반을 밝히고 이를 기반으로 정책적 시사점을 제시하고자 하였다. 주된 자료는 설문지 조사와 심층면담조사의 결과이다.

대구시 향촌동 수제화 집적지구는 과거 도심에 입지한 고급 양화점을 중심으로 형성되었던 수제화의 '국지적 생산유통체제'의 해체에 따른 과거 고용 제화기술자들의 영세자영업자로의 전환과 당초 그들의

근무지이면서 접근성이 양호한 도심지역이면서도 도심의 서비스업의 급격한 쇠퇴에 따른 저렴한 임대료를 기반으로 형성되기 시작하였다. 그 이후 도심 제조업집적지로서의 핵심적인 존립기반으로는 생산유통체계 상의 사회적 분업에 의한 동종업체 뿐만 아니라 관련업체의 집적에 따른 국지적 네트워크에 뿌리 내려진 사회적 자본을 포함한 외부경제를 들 수 있다.

이러한 사회적 분업체계는 피혁을 비롯한 원자재와 각종 부품의 공급·판매업체, 수제화 생산업체, 수제화 생산·판매업체, 수제화 판매업체, 구두를 비롯한 가죽제품 수선업체, 임가공체(자)들로 구성된다. 그러나 디자인에서 마무리공정에 이르는 생산공정에 있어서 염색이나 광택 등 일부 공정을 제외하고는 세분화·전문화의 수준이 약한 '미완결형 국지적 생산유통체계'의 성격이 강하다. 이들 국지적 사회적 분업의 주체 중에서 핵심적 역할을 수행하는 부문은 생산 및 판매업체로, 비중에 있어서도 전체 업체의 절반 가깝게 차지하고 있다. 그 다음으로는 판매만 하는 업체, 피혁 및 부품 판매업체, 수선 그리고 염색과 광택 등 생산의 특정 공정만 담당하는 업체를 포함한 생산부분만 담당하는 업체 및 임가공업자의 순이다. 구성주체들은 대부분 20년 이상 수제화의 생산 및 판매경력을 가진 높은 수준의 암묵적 지식(tacit knowledge)을 가진 분리·창업자들로, 배우자를 비롯한 비상용 노동력의 활용과 최소한의 공간에서의 생산과 판매의 겸업과 수선 및 임가공 등 관련 업종으로의 전환 경영상의 유연성을 확보할 수 있었다. 뿐만 아니라 오랜 기간에 걸쳐 형성된 사회적 네트워크를 통하여 축적된 사회적 자본을 활용함으로써 최소한의 자금으로 창업이 가능하기 때문에 분리·창업에 따른 진입장벽을 낮출 수 있을 뿐만 아니라 집적지의 존립에 부정적인 영향을 미치는 기회주의적 행위를 최소화하는 '산업지역사회'를 형성하고 있다. 그럼에도 불구하고 전통적인 '도제시스템'에 의한 기술이전과 '단일 업체 일괄생산체제' 그리고 사회적 분업의 조직자(organizer)의 부재 등으로 사회적 분

업에 의한 외부경제 효과는 매우 제한적이다. 이러한 한계점을 극복하고 존립기반을 강화하기 위해서는 도심재생정책의 일환으로 추진되고 있는 대구시 도심의 '근대역사문화벨트 만들기' 사업을 적극적으로 활용한 민관협력으로 수제화 집적지구의 재구조화 사업을 적극적으로 추진하여야 할 것이다. 구체적으로는 수제화의 생산과 판매라는 기존의 존재 양식에서 탈피하여, 수제화를 포함하여 핸드백, 지갑, 벨트 그리고 가죽 공예 등 각종 가죽 관련 quality 상품의 생산과 판매 나아가서는 체험을 아우르는 소위 '가죽 공예 중심의 문화거리'로의 재구조화가 이루어져야 할 것이다. 이를 위해서는 '수제화'와 '도심'을 둘러싼 시대적 환경변화에 능동적이고 유연하게 대처할 수 있는 조절기체로서의 제도적 학습 매커니즘 구축을 위한 민관협력체제의 전문지원기관의 설립을 포함한 체계적인 지원정책이 요구된다.

주

- 1) 도심(the City Center)은 다운타운(Downtown), 중심업무지구(CBD), 도시핵(the City Core), 핵심지역(the Core Area) 등으로 학술적, 일상적으로 혼용되고 있으며, 그 개념적 정도도 분명하지 않다(Raymond E. Murphy. 『The Central Business District』, Cicago. Aldine. Atherton, 1972). 그러나 본 연구에서는 중심업무지구(CBD)와의 기능적으로 차별성을 가지는 넓은 의미의 '도시중심지역(the City Center)'을 의미한다.
- 2) 1590년 축조되어 1907년 일제에 의해 강제로 철거된 대구읍성을 따라 건설되었던 동성로, 서성로, 남성로 그리고 북성로의 인접지역으로, 대구를 대표하는 문화예술인들의 고택과 약령시, 봉산문화거리, 진골목 그리고 동성로와 향촌동 등 대구의 대표적인 대중문화 집적지이다.
- 3) 신발창과 신발끈 이외의 부분에 대한 통칭으로 발을 감싸면서 발을 신발 안에 고정시키는 역할을 하며, 그 재료는 천연 및 인조가죽, 각종 섬유이다.
- 4) 연구대상지역에 입지하고 있는 업체에 대한 공식적인 통계자료는 전무하다. 뿐만 아니라 본 연구의 조사 기간 중

- 에도 휴·폐업과 창업이 이루어질 정도로 총 업체 수는 시기에 따라 유동적이기 때문에 정확하게 알 수 없다. 그러나 실제 조사와 업계 대표자와의 면담 결과 2011년 8월 현재 약 50여 개 업체가 입지하고 있다.
- 5) 행정동인 성내 2동에는 향촌동과 대안동 등 24개 법정동이 포함되어 있다.
 - 6) 이 지역의 25명의 수제화 관련 업체 대표들이 경영에 필요한 정보교환과 회원 간의 친목 도모, 수제화 활성화를 위한 방안 모색 및 이를 실천하기 위한 대 정부 지원 요청 등의 목적으로 2009년 10월에 창립된 순수 민간 자생단체이다. 협의회는 2개월에 3만원의 회원들의 회비로 운영되며, 현재 회장은 H제화 대표인 C씨가 맡고 있으며, 총무는 M제화 대표인 W씨가 맡고 있다. 그동안의 주요 활동으로는 유럽이나 홍콩 등의 구두 및 피혁 전람회 참가 및 정보 수집, 환경정비 사업, 불우 이웃돕기 그리고 경조사를 비롯한 회원 간의 친목도모 등을 들 수 있다.
 - 7) 구두 제작공정은 크게 디자인, 소재가공 및 재단(cutting), 제감(fitting) 및 재봉(stitching), 가공(bottom stock), 골쭉우기(lasting), 조립(bottoming), 마무리(finishing), 검사(inspection), 포장(packaging)으로 이루어진다(무역위원회·한국생활환경시험연구원, 2006, 구두 산업경쟁력 조사, 44-49)
 - 8) 현재 49세로, 수제화의 생산 및 판매업을 하고 있으며, 2009년에 창립한 대구수제화 협의회 총무를 맡고 있으며, 협의회의 대정부 창구역역을 담당하고 있다. 중학교 1학년 때 몸이 허약하여 휴학을 하는 과정에서 삼촌이 운영하던 대구에서 유명제화점(분홍선)에서 기술을 배우기 시작하였으나 15년 전 84년 12월 독립하여 갑피공장을, 94년에 완제품 2008년 현재의 가게와 생산업체를 운영하고 있다.
 - 9) 대구시에는 향촌동 이외에 대명동 계명대 캠퍼스 부근과 칠성시장에서 파티마병원을 연결하는 신암로 주변지역에는 소규모 수제화 판매점이 집적하고 있어, 이들 업체가 향촌동 수제화 생산 및 판매점의 주된 고객이 되고 있다(생산 및 판매업체인 O제화 및 판매전문업체인 H제화 사장과의 면담).
 - 10) BBS(Big Brothers and Sisters Movement)운동은 1904년 미국 뉴욕에서 처음 시작된 이래 전 세계 곳곳에서 불우 청소년, 문제, 비행청소년과의 1대1 결연을 통해 그들의 친구로서, 형으로서, 부모로서 그들을 도와주고

- 이끌어 주는 운동 단체에서 지원하는 장애인과 소년가장들이 우애와 봉사를 나누며 서로 의지하는 모임이다.
- 11) 올해 63세로 1963년에 처음으로 서울 명동의 유명 제화점에서 기술을 배우기 시작하여, 1970년대에는 우리나라 3대 제화회사인 E제화의 제품개발부에 근무하였고, 1978년부터 대구의 C제화의 공장장으로 근무하다가 1994년부터는 서울 성수동에서 제화업체를 경영하였고, 2010년부터는 대구의 K제화 A/S센터에 근무하면서 제화 관련 전 부문에 걸친 경험을 바탕으로 'S명품사'를 설립하였다.
 - 12) 대구시 중구청의 '대구우성 상징거리 조성사업'이 국토해양부의 '도시활력증진지역 개발사업'과 지역발전위원회 '창조지역 사업' 공모에 동시에 선정됨으로서 2012년부터 2014년까지 총 70억 원의 사업비를 확보하였다.

참고 문헌

- 장우원, 1996, "서울 도심부 제조업의 입지특성 연구", 서울학연구 7, pp.191-224.
- 무역위원회·한국생활환경시험연구원, 2006, 구두 산업경쟁력 조사, pp.44-49.
- 박래현, 2005, "서울시 제화산업의 집적 특성 및 혁신환경 분석", 대한지리학회지 40(6), pp.635-670.
- 유환중 외 옮김, 2011, 도시연구, 서울: 푸른길 (=Tim, H., 2006, Urban Geography, London & New York: Routledge).
- 이재하, 1999, "대구광역시", 한국도시지리학회, 한국의 도시, 서울: 법문사, pp.492-518.
- 이철우, 1998, "우리나라 재래공업의 연구성과와 과제", 대한지리학회지 33(2), pp.275-291.
- 이철우·박순호·권경희, 2006, "대도시 산업지역사회의 사회적 네트워크 실태와 정책대안: 대구광역시 북성로 공구상가를 사례로", 지역사회연구 14(1), pp.25-48.
- 정영진, 2006, 대구이야기(향촌동 전성시대), 매일신문, 2006년 11월 13일 기사(http://www.imaail.com/sub_news/sub_news_view.php?news_id=50522 &yy=

- 2006).
- 주미순, 2000, 부산 신발산업의 국지적 노동시장에 관한 연구, 경북대학교 대학원 박사학위 논문.
- 성내 2동 홈페이지(http://www.gu.jung.daegu.kr/dong/int/sub3_5.html).
- 清成忠男, 1974, “地域開發と地場産業”, 地域開發 116, pp. 1-6.
- 李哲雨, 1991, 農村地場産業に關する經濟地理學的 研究, 名古屋大學 博士學位論文.
- 幸田清喜編, 1969, 經濟地理學 II, 東京: 朝倉書店.
- Perry, M. and Goldfinch, S., 1996, “Business networks outside an industrial district”, TEGS 83(7), pp.222-236.
- Raymond E. Murphy, 1972, The Central Business District, Cicago, Aldinem: Atherton.
- Sassen, S., 1994, Cities in a World Economy, Thousand

Oaks, CA: Pine forge Press.

savage, M. and Warde, A., 1993, Urban Sociology, Capitalism and Modernity, London: Macmillan/British Sociological Association.

교신: 이철우, 702-701, 대구광역시 북구 산격동 1370번지 경북대학교 사회과학대학 지리학과, 전화: 053-950-5234, 팩스: 053-950-6227, 이메일: cwlee@knu.ac.kr

Correspondence: Chulwoo Lee, 702-701, Department of Geograpy, Kyungpook National University, Sangyoekdong, Bukgu, Deagu, Korea, Tel: +82-53-950-5243, Fax: +82-53-950-6227, e-mail: cwlee@knu.ac.kr

최초투고일 2011년 11월 5일
최종접수일 2011년 11월 20일

Journal of the Economic Geographical Society of Korea
Vol.14, No.4, 2011(506~523)

The Viability of Manufacturing Industrial Districts in the City Center of Metropolis: The Handmade Shoes Industry in Daegu

Chulwoo Lee*

Abstract : Since the 1990s, the handmade shoes industrial agglomeration district has formed in the city center, Hyangchon-dong, Jung-gu in Daegu. This paper aims to examine the formation process, to analyze the viability, and to propose policy implications of manufacturing industrial districts in a city center through studying this industrial district. The district's creation began as the result of the dissolution of local production and marketing system of handmade shoes in the 1980s, the excellent accessibility of the location and an inexpensive rent. The district's core viability lies in the external economies derived from local networks through social divisions of labor of production and marketing systems. Because of the lack of organizers of the social division of labor and 'integrated production system done by single business', the effect of external economies created by the social division of labor is limited. To get over this limitation, the district should to be restructured into a 'cultural street of leather crafts' as a part of 'making modern historical and cultural belt' programs within Daegu downtown regeneration policies. To support the restructuring, public assistant measures such as the establishment of a corporate services center should be strengthened.

Keywords : Handmade Shoes Industry, Viability, Industrial Agglomeration District, Social Division of Labor, City Center, Daegu.