

생산자서비스업의 집적특성에 관한 미시적 사례 분석 및 도시계획적 함의

- 부동산신탁업 및 연관산업의 분포특성을 중심으로 -

박상희* · 김창석** · 강명구***

Concentration of Business Services and Its Implications for Urban Planning
- Focusing on the Location Pattern of Real Estate Trust Companies and Their Linked Companies -
Sang Hee Park* · Chang Seok Kim** · Myoung Gu Kang***

요약 : 많은 연구자들이 지적하듯이 정보통신의 발달에도 불구하고 대면접촉은 여전히 중요한 경제활동 중 하나이다. 하지만, 무엇이 대면접촉을 계속 필요하게 하는지에 대한 미시적 연구는 아직 부족하다. 이에 본 연구는 생산자서비스 중 하나인 부동산신탁업을 중심으로 경제활동특성과 전후방산업연계, 지역인프라여건 등의 분석을 통해서 집적특성을 살펴보았다. 먼저 공간적 집적패턴을 보면, 업무연계기업 간 공간적 집중도가 예상보다도 훨씬 높다. 전방산업연계로써 서울지역에 있는 수요기업의 70% 이상이 강남 지역에 입지하고 있었으며, 특히 미시적 분석대상 업체의 수요기업 77%가 반경 1.1km 이내에 입지하고 있는 것으로 나타났다. 후방산업연계 또한 생산활동연계 기업이 반경 1.4km 이내에 입지하고 있는 것으로 나타났다. 그 원인으로 첫째, 부동산신탁업은 부동산 관련 채권자와 채무자간 금전거래의 안전성과 투명성이 절대적으로 중요한 서비스업이기 때문이다. 둘째, 법적절차와 서명날인 등이 필요하므로 이해 당사자간의 물리적인 대면접촉이 불가피하며 많은 경우 시급성을 요구하는 특성을 보인다. 셋째, 집적지인 강남지역은 서초법조타운 등 법률관련 인프라가 특화된 지역으로써 부동산신탁업의 입지에 큰 이점을 제공하는 것으로 분석되었다.

주제어 : 생산자서비스업, 전후방산업연계, 입지요인, 대면접촉, 산업집적

ABSTRACT : It is well known that, in spite of the drastic development of information technology, there are some business activities which requires face-to-face contacts, so that such business activities would like to locate themselves close to similar ones. Yet, more studies are in need why face-to-face contacts are still important and what role they play. We analyze the location pattern of real estate trust companies in Seoul, which is believed to require face-to-face contacts. We also conducted in-depth interview with an exemplary firm. We found that most of the linked firms are located within one and a half kilometers. The main reasons are (1) trust and credit between stakeholders for security and transparency, and (2) area's specialization in law service which plays a key role in the real estate trust business.

Key Words : producer services, forward and backward linkage, location factor, face-to-face contact, geographic concentration

* 서울시립대학교 도시공학과 석사(Master, Department of Urban Engineering, University of Seoul)

** 서울시립대학교 도시공학과 교수(Professor, Department of Urban Engineering, University of Seoul)

*** 서울시립대학교 도시공학과 조교수(Assistant Professor, Department of Urban Engineering, University of Seoul), 교신저자(mk@uos.ac.kr)

I. 서론

1. 연구의 배경 및 목적

많은 연구자들이 지적하듯이 정보통신의 발달에도 불구하고 대면접촉은 여전히 중요한 경제활동 중 하나이다. 하지만, 무엇이 대면접촉을 계속 필요하게 하는지에 대한 미시적 연구는 아직 부족하다.

산업혁명 이후 산업사회의 주요 경제활동으로 자리매김을 하던 제조업이 둔화되고 중심산업 활동이 서비스업으로 변화되는 후기산업사회가 도래하였다. 또한 기존의 제조업의 생산체계가 소품종 대량생산에서 다품종 소량생산으로 전환됨에 따라 기업의 내부조직이 세분화되고 다양한 전문 서비스의 필요성이 더욱 대두되고 있다.

이러한 생산체계의 변화에 따라 서비스 업종이 급격하게 성장하여 지역경제에서 차지하는 비중이 높아졌으며 오늘날 주요 경제활동으로 자리매김하게 되었다. 이렇듯 서비스업이 지역경제성장의 주된 요인으로 자리매김하는 현상을 서비스 경제화 현상이라 한다(이희연, 1998).

서비스업은 전통적으로 생산자서비스, 소비자서비스, 공공서비스로 크게 구분할 수 있다(여학수, 2003). 그중에서도 타 기업의 생산활동에 중간재 역할을 담당하는 생산자서비스업의 중요성이 대두되고 있는데 이는 산업 자체의 성장으로 인한 생산 활동과 기업의 전문 서비스를 제공함으로써 수요기업의 생산증대 및 경쟁력 강화에 기여하기 때문이다. 이러한 이유로 생산자서비스업의 입지 요인과 특성에 관한 연구는 미래 도시계획에 대한 많은 시사점을 내포하고 있다.

생산자서비스업의 입지와 관련해서 정보통신의 발달 초기에는 경제활동에서 거리나 공간의 의미가 많이 줄어들 것이라고 예측하였으며 개별기업

의 경우도 입지 자유적 특성을 가질 것이라는 주장이 제기되었다. 하지만, 많은 실증 연구에 의하면 정보통신의 발달이 즉각적으로 도시의 해체와 같은 분산으로 이어지지는 않는 것으로 알려져 있다. 특히, 생산자서비스업의 경우는 지리적 집적도가 여전히 높게 유지되고 있는 것으로 밝혀지고 있다.

다만, 이와 관련된 기존 연구들의 대부분은 분석단위가 행정구 혹은 시 등 광역적 분석에 집중되어 있어 포괄적이고 간접적인 설명에 머무른 경우가 많았다. 따라서 왜 집적하는가에 대한 세부적인 기제 또는 특성을 직접적으로 규명해 볼 필요가 있다. 또한, 기존의 분석들이 주로 계량적 분석 방법만을 활용했기 때문에, 실제 복잡하게 얽혀있는 기업의 연계구조를 깊이 있게 파악하고 어떤 조건이 집적을 요구하는지 살펴보는 것은 중요하다.

본 연구에서는 생산자서비스업 중에서 부동산 신탁업을 중심으로 전후방산업연계분석을 실시함으로써 해당업종의 수요기업과 서비스를 제공하는 공급기업과의 연계특성과 업무특성을 규명한다. 또한 이를 바탕으로 이들 연계기업이 실제 공간적으로 어떻게 분포하고 있는지, 또한 입지에 영향을 미치는 요인에는 어떠한 것들이 있는지에 대해서 분석해보고자 한다.

2. 연구의 범위 및 방법

본 연구는 생산자서비스업 중 하나인 부동산 신탁업을 중심으로 경제활동특성과 전후방산업연계, 지역인프라 여건 등의 분석을 통해서 집적특성을 살펴보았다.

공간적 범위는 서울 시내에 입지한 기업을 대상으로 실시한다. 이는 실제 생산자서비스업의 비중이 서울시 도심지역에 집중되어 있으며 특히 이들 기업간 업무연관성 및 제휴관계에 관한 심층적

인 분석을 실시하기 위해서 역내지역(서울)으로 한정시켰다.

본 연구의 방법은 오늘날 급변하는 기업환경에 따라 새롭게 형성되는 업무영역의 외부화 과정과 이로 인해 발전하게 되는 전문 생산자서비스 기업을 대상으로 생산자서비스업을 사용하는 수요기업과 생산자서비스업을 대상으로 서비스를 제공하는 공급기업들의 업무연계구조 및 입지특성에 관해서 분석하고 왜 그러한 입지특성을 띠는지에 대한 이유를 알아보려고 한다.

분석방법은 생산자서비스업종 중에서 특정업종을 선정하여 업종중사자의 인터뷰를 통한 미시적 분석을 실시하였다. 기업간 상호연관관계 및 업무 경로를 실무자 인터뷰방식을 통해서 고찰하였으며

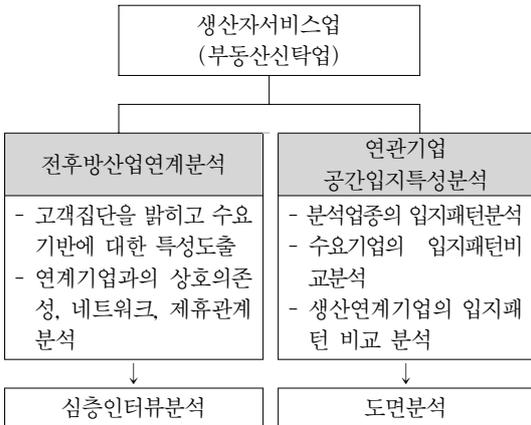
실제 이들 기업의 주소를 통해서 GIS ArcView 3.2를 활용, 도면분석을 통해서 공간분포 특성을 규명하였다.

II. 선행연구 및 이론고찰

1. 생산자서비스업의 정의¹⁾

생산자서비스업(Producer Service)의 경우 수요자의 특성에 따라서 소비자서비스와 대조되는 개념으로 분류²⁾되고 있다. 생산자서비스업에 대한 구체적인 정의는 시기별, 연구목적별로 조금씩 차이가 있다. 기존 연구들에서 정의된 사례를 살펴보면 생산자서비스업은 주로 기업 경영활동에서 요구되는 서비스로서 기업의 고도화, 전문화 과정에서 외부화된 서비스업(Coffey and Bailly, 1992) 혹은 다른 재화와 서비스 활동의 생산에 투입되어 중간재로서 사용되는 즉, 간접적인 수요를 제공하는 기능으로 정의³⁾하고 있다(Drennan, 1992).

그 외에도 생산자서비스업에 대한 다양한 정의가 있으나 전술한 내용의 범주에서 크게 벗어나지 않는다. 따라서 본 연구에서는 생산자서비스업을 개념적으로 제조업의 중간투입재로 활용되는 산업뿐만 아니라 전문적 지식의 전파 혹은 지역경제 성장을 견인하는 고부가가치 산업을 포괄하는 것으로 본다.



<그림 1> 연구의 흐름

1) 생산자서비스업의 정의와 관련된 기존연구는 임경숙(1995)의 논문을 인용, 제구성하였음을 밝힌다.
 2) 서비스를 생산자 및 소비자 서비스(producer/ consumer service)로 분류하는 방식은 Greenfield(1966)의 저서인 “생산자서비스의 노동력과 성장(Manpower and the Growth of Producer Services)” 이후 널리 이용되고 있는데, 여기서 “소비재와 생산재를 구분할 때, 가구 및 개인을 목적으로 하는 서비스는 소비재이고, 기업과 여타 생산적인 업체에 의해 궁극적으로 사용되는 서비스는 생산재”로 서비스부문에 대한 생산재와 소비재라는 Kuznets의 재화기준과 연속선상에서 생산자서비스업을 이해할 수 있다고 보았다(차미숙, 1994).
 3) 또한 서비스의 질에 따라 청소관리와 같이 낮은 차원의 ‘소멸성(Perishable)’ 생산자서비스, 기업의 세금 문제를 해결해주는 법률서비스와 같은 ‘반 내구적(Semi-durable)’ 생산자서비스, 연구와 개발, 건축 경영자문과 같은 높은 차원의 ‘내구적(Durable)’ 생산자서비스로 구분되기도 한다(Lentnek et al., 1992). 또한 적용 범위에 따라 소극적 의미에서 행정, 개발 및 재정기능을 수행하는데 있어 사용되거나 기업을 도와주거나 공공 및 비 이익기관에 도움을 제공하는 활동(Stanback and Noyelle, 1982) 또는 생산과정에서 다른 생산물의 가치를 높이는 활동으로 정의된다(Marshall et al., 1989). 포괄적 의미에서는 생산의 투입요소로 제공되며 주변지역의 경제성장을 유발하는 가장 큰 잠재력을 가진 일련의 활동(Coffey and Polese, 1987), 혹은 상품생산이나 다른 서비스의 투입에 기여하는 중간수요 기능으로써 생산과정의 다양한 단계에서 운영의 효율성과 생산의 가치를 증대시키는 활동 등으로 정의된다(Coffey and Bailly, 1992).

2. 생산자서비스업의 범위

앞서 살펴본 바와 같이 연구목적별로 생산자서비스업에 대한 정의가 다양하기 때문에 생산자서비스업에 대한 범위 또한 상이하여 명확한 기준을 설정하기 어렵다.⁴⁾ 또한 본 연구의 분석대상업종인 부동산신탁업의 경우 업종분류에 다소 애매한 성격을 지니고 있는데 이는 한국표준산업분류상에서 부동산 신탁업에 대한 명확한 분류가 없기 때문이다. 또한 국내 부동산신탁업 허가는 금융감독원이 그 권한을 지니고 있어 금융업과 유사한 관리감독 규정을 가지고 있기는 하나 금융업에 포함되지는 않는다. 다만 부동산신탁제도와 관련

한 선행연구에서는 부동산신탁업 고유 업무인 권리대행, 권리보증 등의 업무를 부동산서비스업으로 간주하고 있다(이태교, 1994). 즉, 부동산신탁회사는 부동산과 관련된 투자, 컨설팅, 권리보증, 권리대행 등 다양한 업무적 특성을 지니고 있긴 하나 고유 업무 영역이 부동산 소유권에 대한 보증과 권리대행이라고 볼 때 한국표준산업분류상 '부동산서비스업'으로 간주하는 것이 적절할 것으로 판단된다.

〈표 1〉은 생산자서비스업, 지식기반서비스업, 비즈니스서비스업과 관련된 국내외 연구에서 활용되었던 분류사례이다.⁵⁾

생산자서비스업은 금융, 보험, 부동산관련 업종

〈표 1〉 도심지역 집적산업의 개별업종 구분 및 구성

구분	금융업	보험업	부동산업	사업서비스업	기타
생산자서비스업	금융업	보험 및 연금업, 금융 및 보험관련 서비스업	부동산업	산업용기계장비임대업, 정보처리 및 기타 컴퓨터운용 관리업, 연구 및 개발업, 법무, 회계, 시장조사 및 경영상담업, 건축, 엔지니어링 및 기타 기술서비스업, 광고업, 인력공급 및 대리업, 기타 전문, 과학서비스	우편전기통신, 보관업, 수리, 운송
지식기반서비스업	금융업	보험업	-	산업용기계장비임대업, 정보처리 및 기타 컴퓨터운용 관리업, 연구 및 개발업, 법무, 회계, 시장조사 및 경영상담업, 건축, 엔지니어링 및 기타 기술서비스업, 광고업, 인력공급 및 대리업, 기타 전문, 과학서비스	문화, 교육, 의료
비즈니스서비스업	-	-	-	정보처리 및 기타컴퓨터 운영관련업, 연구개발업, 전문과학 및 기술지원 서비스업, 사업지원서비스업	

자료) 생산자서비스업: 차미숙(1994: 51~70)의 내용을 참조 재구성하였음.

지식기반서비스업: 유병규(2007: 3~8)

비즈니스서비스업: 유병규(2007: 3~8), 정병순(2007: 26)

- 4) 생산자서비스업에 대한 분류가 명확하지 않은 이유로는 첫째, 생산자서비스업에 대한 정의에 나온 것과 같이 생산자서비스업을 기업과 같은 중간소비자들만이 소비하는 것이 아니라 일반사람들인 최종소비자도 함께 소비한다는 점이다. 예를 들어 은행이나 보험회사에서 담당하는 서비스는 기업이 이용하기도 하지만 일반소비자가 최종수요로 사용하기도 한다. 둘째, 서비스 생산이 반드시 서비스업종에서만 이루어지는 것이 아니라는 점이다. 물질적인 재화를 생산하는 제조업이나 농업부문에서도 서비스 생산이 이루어지기 때문이다. 예를 들어 제조업 공장에서 이루어지는 조거나 광고, 연구 활동은 물리적인 제품을 생산하는 제조업 과정에서 자체적으로 생산되는 서비스이다. 이러한 제조업 자체에서의 서비스 생산은 비록 실질적으로는 서비스업 형태지만 제조업의 일부로 파악되는 것이 대부분이다(여학수, 2003).
- 5) 생산자서비스업종 중에서 금융, 보험, 부동산 관련 업종 이른바 FIRE산업의 경우 분류여부에 논란이 있는데 이는 업종 특성 때문이다. 실제 FIRE산업의 경우 소비자를 위한 최종수요와 기업체를 위한 중간수요로 공급되기 때문에 순수한 의미의 생산자서비스업으로써 개념상 혼동을 야기할 수 있기 때문이다. 그러나 생산자서비스업종을 분류할 때 단순히 수요자 측면만을 고려하기보다는 업종의 업무특성을 고려해야 하며 실제 이들 FIRE산업이 기업에 제공하는 서비스의 중요성이나 지역경제에 미치는 영향력이 매우 크기 때문에 초기연구에서는 FIRE산업을 생산자서비스업으로 분류하는 경우가 대다수였다. 다만, 후기연구에서는 생산자서비스업을 더욱 세분화하여 중간수요율이 높은 업종을 별도로 구분 연구한 사례도 있다.

과 더불어 사업서비스 업종을 생산자서비스업으로 포함하였다. 이는 생산자서비스업에 대한 본 연구의 조작적 정의⁶⁾를 고려하여 흔히 생산자서비스업으로 분류되는 사업서비스업종과 사무활동과 정보활동이 중심이 되는 정보서비스업을 포괄하는 의미로 생산자서비스업을 해석하였다.

지식기반서비스업의 경우 비즈니스서비스업의 광의의 개념으로 활용되는데 생산자서비스업의 사업서비스업, 금융 및 보험업 등이 이에 포함되고 그 외 문화, 교육, 의료 등의 산업이 포함된다. 비즈니스서비스업의 경우 지식기반서비스 중에서 지식을 창출 / 가공 / 활용 / 유통시키거나 지식이 재화된 중간재를 생산활동에 집약적으로 활용하여 고부가가치의 서비스를 제공하는 업종으로 정의된다.(유병규, 2007)

기존 연구에서는 지식기반서비스업과 비즈니스서비스업에서 부동산관련업을 제외시키고 있다. 이는 비즈니스서비스업에 대한 용어가 경제발전으로 인한 산업구조의 변화로 새로이 정의된 개념적 구분이며 통계청에서 관리하는 공식적인 한국표준산업분류에 해당되는 기준이 아니기 때문이다. 또한 비즈니스서비스업과 관련된 연구의 대부분이 한국표준산업분류상 사업서비스업을 비즈니스서비스업으로 간주하고 있다(오천수, 2007). 그러나 부동산신탁업의 경우 기업 내부의 신규업무 분야가 외부화되어 전문서비스를 제공하는 업종

으로써 지식기반서비스업 및 비즈니스서비스업과 유사한 특성을 지니고 있다.

다만 업무특성상 개별프로젝트의 성격이 강하고 경영전반에 걸친 전문서비스를 제공하지는 않는다. 따라서 부동산신탁업을 비즈니스서비스업으로 간주하기에는 논란의 여지가 많으며 이러한 점들을 고려하여 본 연구에서는 부동산신탁업을 광의의 개념인 생산자서비스업으로 분류하였다.

3. 생산자서비스업의 입지특성

1) 생산자서비스업의 집중화

원료산지에 입지여건이 크게 좌우되는 제조업과는 달리 서비스업의 경우 주로 수요시장에 크게 좌우를 받는다. 그러나 이러한 일반적인 패턴을 가지면서도 사실 서비스업의 경우 업종에 따라 입지특성은 상당히 다르게 나타나고 있다. 다만 생산자서비스업의 경우 수요시장에 따라 입지지역이 결정되는 대표적인 서비스업종이라 할 수 있다. 생산자서비스업의 일반적인 입지패턴은 대도시 도심지역을 중심으로 집중되는 경향을 가지는 것으로 알려져 있다.

이러한 이유로는 정보확산이론⁷⁾, 기업과의 긴밀한 접촉활동이론⁸⁾, 기업경쟁력에 유리한 환경⁹⁾ 등이 제시되고 있으며 계획적 차원에서 복합사무지구의 조성 등 정책적 요인도 영향을 미치는

6) 본 연구에서는 생산자서비스업을 “생산자 서비스는 전문적 지식의 형태로 생산과정에서 다른 생산물의 가치를 높이고 기업들간 외부적 교역을 담당하며 주변지역의 경제성장을 유발하는 잠재력을 가진 활동”이라고 정의한다.

7) 생산자서비스업의 입지유형을 설명하는데 설득력이 높은 정보확산이론(information diffusion theory)에 의하면 서비스 산업의 입지를 결정하는데는 정보의 구득용이성이 가장 중요하다고 파악하고, 정보연계가 기업의 생산 및 경영활동에 지대한 영향을 미친다고 보고 있다. 따라서 이 이론에 의하면 고도의 전문화된 서비스 활동은 교통과 통신이 용이한 중심도시에 집적하는 경향이 높다고 본다(백종한, 1994: 161~162).

8) 생산자서비스업 가운데 제조업활동과 가장 긴밀한 관련을 지닌 사업서비스의 대도시 집중을 설명하는 접촉이론에서는 대도시내 산업집중과 공간적인 연계성에 대해 어느 정도 설득력을 지니고 있다. 즉 대기업이 성장해 나가면서 비 표준화된 서비스나 보다 특수한 서비스에 대한 수요가 발생할 경우 이 수요를 충족시키기 위한 새로운 사업서비스와의 접촉을 시도하게 된다는 것이다. 따라서 가장 풍부한 정보환경을 가지고 있고 폭넓고 다양한 접촉자를 효율적으로 접촉할 수 있는 수위도시로 제조업의 본사와 사업서비스 업체들이 집중하는 추세를 나타내게 된다는 것이다(이희연, 1990: 139~140).

것으로 규명되고 있다. 실제 기존연구의 결과를 살펴보면 미국의 생산자서비스업은 뉴욕, 로스앤젤레스, 시카고, 샌프란시스코 등과 같은 4개 CMSA에 집중되어 분포하고 있으며, 생산자서비스업으로 인한 소득도 이들 지역에서 가장 높은 것으로 나타났다. 캐나다의 실증연구에서도 토론토, 몬트리올, 밴쿠버 등 3개의 대도시 지역이 캐나다 전체 생산자서비스업 고용의 53%를 차지하고 있는 것을 확인하였다(Daniels, 1991).

국내의 기존연구를 살펴보면 도시간 불균형 현상이 심각한 우리나라의 경우 수도권지역이 전체 산업에 있어서 48.6%였던 것에 비해서 생산자서비스업종은 55.3%를 차지함으로써 서울을 중심으로 수도권 집중현상이 매우 높은 것으로 나타났다(김용웅·차미숙, 1996).

또한 생산자서비스업의 하위개념이라 할 수 있는 비즈니스서비스업¹⁰⁾의 입지특성과 관련한 연구결과에 따르면 비즈니스서비스업의 경우 광역시 72.1%, 서울에 50.7%가 입지하고 있는 것으로 나타났다. 이와 같은 비즈니스서비스업의 대도시 지향적 입지특성은 산업과의 전후방 연계에 의한 대규모 수요시장과 풍부한 물적 인프라 존재, 사업에 요구되는 다양한 지식의 축적이 이점으로 작용하는 '도시화 경제'(Urbanization Economy)와 동종 및 연관업종의 집적과 연계에 의한 시너지를 창출할 수 있는 '국지화 경제'(Localization Economy)에 따른 것으로 규명되고 있다(정병순, 2007).

2) 생산자서비스업의 분산적 집중화

생산자서비스업이 대도시 도심지역에 주로 분포한다는 연구결과와는 대조적으로 생산자서비스업종이 대도시지역뿐만 아니라 주변 교외지역으로 분산화되는 추세를 보이고 있다는 연구결과들이 등장했다. 교외지역은 도심지역과는 달리 쾌적하고 조용한 환경, 상대적으로 저렴하고 넓은 사무실 공간을 제공할 수 있다. 특히 생산자서비스업의 분산화를 주장하는 연구들은 이들 업종이 도심지역을 벗어날 수 있는 가장 큰 요인으로 정보통신기술의 발달을 제시하고 있다. 즉 모든 생산자서비스업이 교외지역으로 분산화가 가능한 것은 아니지만 서비스 시장의 발달로 정형화되고 시스템화된 일상적인 업무의 경우 교외지역으로 이전이 가능하다는 것이다. 예컨대 정보의 구득과 대면접촉이 중요한 중앙통제(본사) 기능은 도심지역에 입지하고 일상화된 지원활동업무(지사 및 지점)의 경우 각종 통신수단으로 통제할 수 있기 때문에 입지자유적 특성을 지니게 된다는 것이다.

또한 생산자서비스업에서 비교적 입지자유적 특성을 가지는 산업으로 고차의 전문 사업서비스업을 제시하고 있다. 이들 업종의 경우 업무적 희소성과 가치로 인해서 굳이 수요자의 입지를 따르지 않더라도 경쟁력을 갖출 수 있다는 것이다. 즉, 전문 노하우를 갖춘 업종의 경우 그 만큼 서비스 권역을 넓게 가질 수 있다는 것을 의미한다. 그러나 이러한 주장은 극히 제한된 업종에 불과하며 비록 정보통신기술의 발달로 인해 과거에 비해서 근접성의 필요가 감소되기는 하였으나 생산자서

9) 도시지역은 편리한 교통 접근성, 여러 가지 기반시설, 많은 수요자, 풍부한 사무실 공간, 행정기관이나 대기업 본사와의 근접성 등을 갖추고 있기 때문에 생산자서비스업의 입지에 매우 유리한 조건을 제공한다(여학수, 2003). 생산자서비스업은 사회의 전략 및 통제기구, 대기업 본사, 정부기관, 압력단체 등 중추관리기능과의 복잡한 정보교환 및 대면접촉의 필요성이 높기 때문에 대도시 집중이 불가피하다(김용웅·차미숙, 1996: 38-40).

10) 비즈니스서비스업은 앞서 언급한 바와 같이 생산자서비스업종 중에서 사업서비스 업종인 '정보 처리 및 기타 컴퓨터 운영관련업', '연구개발업', '전문과학 및 기술지원 서비스업', '사업지원서비스업' 등이 포함된다.

비스업종이 어느 지역에서나 입지 자유적 특성을 가진다는 것을 의미하지는 않는다.

즉 생산자서비스업의 분산화는 기존의 입지이점을 제공받을 수 있는 권역내에서 분산화가 이루어진다는 것인데, 실제 영국의 경우 런던 주변지역을 중심으로 생산자서비스의 분산화를 연구한 결과에 따르면 정보통신기술의 발달과 생산자서비스업종들 내부에서 사회적 분화로 인해서 생산자서비스업의 공간분포가 도시에서 주변의 지역으로 분산된다고 보았다. 그러나 무작정 멀리 떨어져 있는 낙후지역이나 농촌지역으로 이전하는 것이 아니라 런던주변 약 80마일 반경 내부 대도시 권역에서 새로운 입지를 결정한다는 것을 제시하고 있다(Gilliespie and Green, 1987).

우리나라의 연구에서도 서울지역의 생산자서비스업종이 무작위로 분포하는 것이 아니고 업종간 연관성이 높은 산업끼리 군집하여 분포하는 것으로 규명하였으며, 지역적으로도 여의도와 도심(종로, 중구), 강남지역을 지역으로 분산 입지함을 규명한 바 있다(조순철, 1994). 즉 생산자서비스업의 분산화는 권역을 벗어나는 역외지역이 아닌 동일 권역내에서 분산 집중을 추구하는 특성을 나타낸다는 것이다.

4. 생산자서비스업의 발전배경

생산자서비스업의 발전요인에 대해서는 대체적으로 일관된 배경을 제시하고 있는데 이것이 바로 기업의 수요증대이다. 기업의 수요증대는 기업 내부의 경영환경에 대한 변화와 경제, 규제 등의 외부환경의 변화로 야기된다. 세부적으로 기업의 내부경영환경의 변화라 함은 기업의 규모가 증대되어 기업의 생산과 분배활동이 더욱 확대되고 복잡해지면서 생산과 경영조직을 상호 유기적으로 연

결시키기 위하여 서비스 요소의 투입이 점차 중요해지면서 전문서비스 기능이 점차 확대되는 과정을 말한다(Marshall, 1994).

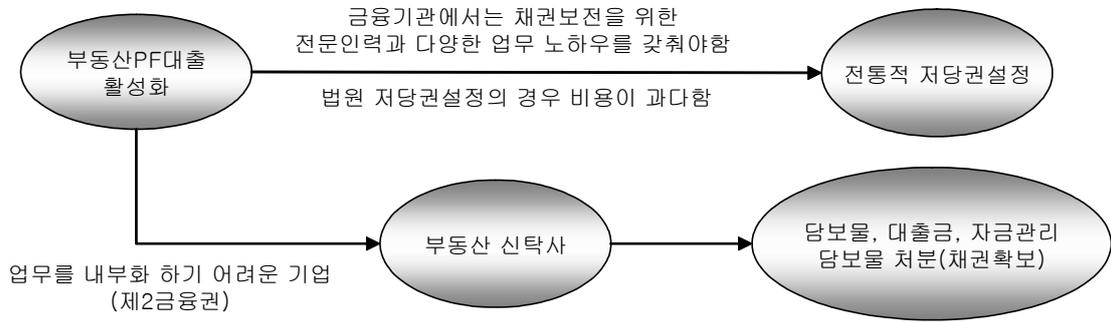
한편, 기업내에서의 조직 분화와 그에 따른 기능(관리, 통제, 생산, 판매기능)의 차이에 따라 정보 집약적인 전략적 서비스에서부터 생산과 직접 연관된 서비스 등 다양한 양과 질의 서비스 수요가 발생된다. 즉 점차 복잡해지는 기업내부조직과 경영의 문제에 효율적으로 대처하기 위해 필요한 서비스 기능을 과거에는 주로 조직 내에서 해결하여 왔으나, 오늘날 급속하게 치열해지는 기업 경쟁환경에 따라 기업들은 유연적인 생산과 경영조직을 추구하면서 핵심적인 기능이나 전략적인 기능은 내부에서 해결하는 반면 생산에 부차적인 전문 서비스 기능은 외부화하려는 경향이 늘어나고 있다(Coffey and Baily, 1992).

III. 부동산신탁회사의 산업조직구조 및 공간입지특성

1. 부동산신탁업의 산업조직구조

생산자서비스업의 전후방산업연계 및 기업공간입지특성 연구를 진행하는데 있어서 급변하는 기업환경에 따라 수요기업의 신규업무영역이 발생하고 이러한 업무영역이 전문서비스 기업으로 외부화함에 따라 생산자서비스업의 발전을 야기하게 되는 업종을 선정하고자 하였으며, 이러한 점을 고려하여 본 연구에서는 분석업종으로 부동산신탁회사를 선정하게 되었다.

부동산관련 물건의 소유권을 이전받아 관리, 처분, 개발 등의 전문적인 서비스를 제공하는 업종인 부동산신탁사에게 있어서 수요처는 다양하게 존재하지만 시장의 규모와 지속성 측면에서 가장



〈그림 2〉 기업환경변화로 인한 금융기관 업무의 외부화과정

큰 수요기반은 금융기관이라 할 수 있다.¹¹⁾

특히 외환위기를 겪은 뒤 국내 금융기관은 과거 여수신 중심의 안정적인 기업운영에서 벗어나 투자 중심의 적극적인 수익창출을 지향하는 기업 운영모델을 추구하고 있으며 이와 맞물려 근래의 부동산개발사업의 활황으로 부동산 PF대출이 활성화되면서 전문적 생산자서비스업인 부동산신탁 회사의 역할 또한 확대되고 있다(〈표 2〉 참조).

〈표 2〉 외환위기 전후에 따른 국내 금융기관 기업환경변화

외환위기 前	외환위기 後	비고
부동산 불패	투자손실 가능성 인식	외환위기로 부동산 가격 하락경험
자본 획득 위주 (여,수신)	수익 창출을 위한 투자	기관투자가 중심의 수익 창출을 위한 투자시장의 형성
소유중심	투자중심	
폐쇄적 형태	정보공유의 필요성 인식	미디어 / 인터넷의 보급과 정보획득 중요성의 인식
직접투자	간접투자	부동산 2차 상품 및 간접투자 상품의 다양화

여기서 주목해야 할 부분은 일반적으로 규모가 큰 제1금융기관의 경우 이러한 기업의 환경변화에 적극적으로 대처할 수 있는 인력 및 업무능력을 갖추고 있으나 제2금융기관의 경우 변화하는 기업외부환경에 따른 전문적 인력 구성 등 기업운영 노하우 측면에서 손쉽게 신규업무를 흡수하기 어렵기 때문에 새로운 업무영역 중 전문노하우가 요구되는 부분을 외부화하는 경우가 많다.

가령 부동산 PF대출의 활성화로 부동산 담보물건 관리의 중요성이 대두되고 이 과정에서 제2금융권과 같은 전문노하우가 다소 부족한 기업의 경우 담보권 설정 및 관리 등의 전문 업무영역을 내부화하기보다는 외부의 전문서비스 기업(부동산신탁사)에 의존하게 됨으로써 관련 생산자서비스업종의 발전을 야기하게 되는 것이다.

이러한 부동산신탁업의 업무특성과 기업의 발전 배경 등을 미뤄볼 때 본 연구의 분석업종으로 가장 적합한 사례인 것으로 판단되었다(〈그림 2〉 참조).

11) 부동산관련 PF대출을 담당하는 금융기관에서 차입금에 대한 채권확보를 위해 채무자에게 담보물을 요구하게 되며 이때 담보물에 근저당을 설정하거나 신탁사의 담보신탁 서비스를 이용하여 담보물에 대한 안전장치를 마련하는데, 이때 신탁사는 위탁자(채무자)의 부동산(담보물건) 소유권을 이전받아 투명하고 안정적으로 관리하게 된다. 이러한 서비스를 흔히 '담보신탁서비스'라고 하며 금융기관의 경우 대출심사시 담보신탁서비스를 이용하게 되며 건당 수수료를 지불한다.

<표 3> D기업 주요매출부서 업무사항

사업부서		업무분장사항
신탁 사업 본부	특성	일반적인 신탁상품(담보신탁, 자금관리 대리사무, 관리신탁, 처분신탁 등)의 운용, 부동산신탁사의 Cash Cow(회사의 주요 흑자부문) 역할을 수행
	주요업무내용	
	담보신탁	고객이 소유하고 있는 부동산의 소유권을 신탁사에 이전, 신탁등기하고 수익권증서를 발급받아 이를 대출금(또는 지급보증) 담보로 대출기관(우선 수익자)에 제공하여 대출을 받을 수 있는 신탁상품. 민법상의 저당권제도와 비교되며 금융기관(은행, 증권사 등)의 채권확보 및 처분과정에서 유리함.
자금관리 대리사무	건축물분양에관한법률에 따라 건축물 바닥면적이 3,000㎡이상의 상가는 선분양을 하기 위한 조건으로 신탁업법에 의한 부동산신탁회사 등에 자금관리 대리사무 계약을 맺도록 되어 있음. 이는 상가의 임차인들을 보호하고 안전한 분양대금의 관리, 소유권이전을 가능하게 함.	
사업부서		업무분장사항
전략 사업 본부	특성	신규시장 발굴(대규모 PFV사업, 토지신탁, 도심재개발 등) 목적
	주요업무내용	
	토지신탁	토지의 소유주를 대신하여 개발사업의 전반을 진행하지만 개발사업의 리스크를 부담하기 위한 방안으로 부동산신탁사는 자금조달에 관한 부분을 제외한 관리형 토지신탁으로 전환하는 추세임.
PFV사업	대규모 PF사업의 경우 금융기관(대주단)과 시공사, 신탁사(자금관리, 소유권관리) 등의 참여를 통해 사업을 구성함.	

2. D부동산신탁회사²⁾와 연관기업간 업무관계

1) D부동산신탁회사의 기업일반현황

부동산 신탁사의 기업연계 구조를 살펴보기에 앞서 해당기업의 일반적 특성 및 업무구조를 살펴보고자 한다. D부동산 신탁회사의 경우 창립4년을 맞는 신생기업에 속하며 직원은 약 100여명이며 매출규모는 약 300억원이다. 특히 해당신탁회사의 경우 2006년 담보신탁분야 시장점유율 27%로 업계 1위에 오른 신흥성장기업이라 할 수 있다. D부동산신탁은 크게 일반관리부서인 경영기획본부와 전략사업본부, 신탁사업본부로 구성되어 있다. 이중에서 전략사업본부와 신탁사업본부¹³⁾가 실제 신탁서비스 및 상품개발, 영업을 담당하는 주요 매출부서라 할 수 있다.

D부동산신탁사의 경우 신탁사업본부의 주력매출사업으로 구분되는 담보신탁, 자금관리대리사무업과 시장진입을 위해 전략적으로 육성 중인 전략사업본부의 토지신탁 및 PFV 사업분야로 나눌 수 있다.

2) 수요기업과의 업무관계

D부동산 신탁회사의 주요 수요기업 즉 고객은 은행, 증권사, 펀드운용사, 저축은행 등의 금융(채권)기관과 부동산개발 부문의 부동산 시행사, 건설시공사 등으로 구분할 수 있다. 이중에서도 부동산 개발사업 및 준공에 자금을 대여하는 실질적 주체라 할 수 있는 금융(채권)기관이 부동산신탁사의 주요 서비스 고객이라 할 수 있다. 금융기관이 신탁사에서 제공받는 서비스를 구체적으로 살

12) 본 연구에서는 앞서 밝힌 바와 같이 2003년 금감원으로부터 부동산신탁업 허가를 득한 D부동산신탁회사의 실무담당자와 심층인터뷰방식을 실시하였다.

13) 본 연구를 위해 인터뷰를 진행한 업무부서는 신탁사업본부의 신탁기획팀 소속 관계자였음을 밝힌다.

펴보면, 민법에 의한 근저당권 설정 및 부동산신탁사에 담보신탁을 설정하여 대출금에 대한 안전장치를 마련하고자 하며 이때 신탁사의 담보신탁상품은 부동산의 소유권관리, 처분 등의 과정에서 금융기관의 채권확보를 돕는 수단으로 활용된다.

또한 상가 개발 시 대출금 및 분양대금의 안전한 관리, 완공 후 수분양자에 대한 소유권이전, 원활한 개발사업의 진행을 위하여 자금관리 대리사무, 분양관리신탁서비스를 제공받기도 한다.¹⁴⁾ 그 외 시공사의 경우 건축물 준공기간동안 자금관리 위탁업무를 수행하는 신탁사에게 공사비 집행 등의 업무관계가 이루어지게 된다.

토지신탁과 PFV업무의 경우 앞서 살펴본 일반적인 신탁상품(담보신탁, 관리신탁, 처분신탁)과는 조금 다른 특성을 가지고 있는데 토지신탁의 경우 실제 토지소유주를 대신하여 직접 개발사업의 전반적 관리를 담당하게 되며¹⁵⁾ PFV사업의 경우 막대한 자금의 운용과 비교적 큰 리스크를 보유하므로 위탁 부동산에 대한 소유권, 자금, 법적 제한사항 등에 대한 관리를 담당하게 된다. 특히 신탁업법상 신탁사에 위탁된 부동산 물건은 강제집행이 불가능하기 때문에 금융기관, 시공사 등이 채권 및 소유권 보전을 위하여 널리 활용하고 있다.

3) 생산연계기업과의 업무관계

D부동산신탁사가 신탁서비스 업무를 수행하는데 있어서 협력관계가 가장 긴밀한 업종이 법무사, 법무법인, 감정평가법인, 광고홍보대행사 등으로 나타났다. 먼저 법무사 및 법무법인의 경우 신탁부동

산과 관련된 대부분의 법적인 대리업무를 수행하게 된다. 즉 담보신탁과 처분신탁 등의 업무과정에서 신탁부동산에 대한 소유권의 이전등기 및 신탁해지 대리 업무 등을 수행하며 소유권을 이전받은 신탁 부동산물건에 대한 각종 법적제한사항(가압류, 가처분, 소송 등)의 업무를 위임받아 처리한다.

감정평가법인의 경우 신탁사에 위탁된 토지 및 기타 신탁물건에 대해서 종합적인 가치평가 및 컨설팅업무를 담당하게 된다. 담보신탁 및 처분신탁에 있어서 금융기관이 개발사업 시행자 등에게 담보대출 등을 실시하기에 앞서 담보물의 가치평가 등의 업무를 수행하며, 이후 차입금 및 이자금 연체 등에 따른 담보물 처분시 매각가격의 산정 등의 업무를 담당하게 된다.

광고 홍보대행사의 경우 채권회수를 위한 담보물 매각(공매)공고 등의 신문광고 시안을 제작하게 되며 기타 신탁사 홍보업무와 관련하여 각종 홍보물의 제작을 담당한다. 또한 개발신탁에서 분양관리 업무 시 분양과 관련한 각종 광고, 홍보업무를 수행한다. 지금까지 살펴 본 D부동산신탁의 수요기업과 서비스를 제공하는 기업간의 관계를 나타내면 <그림 3>과 같다.

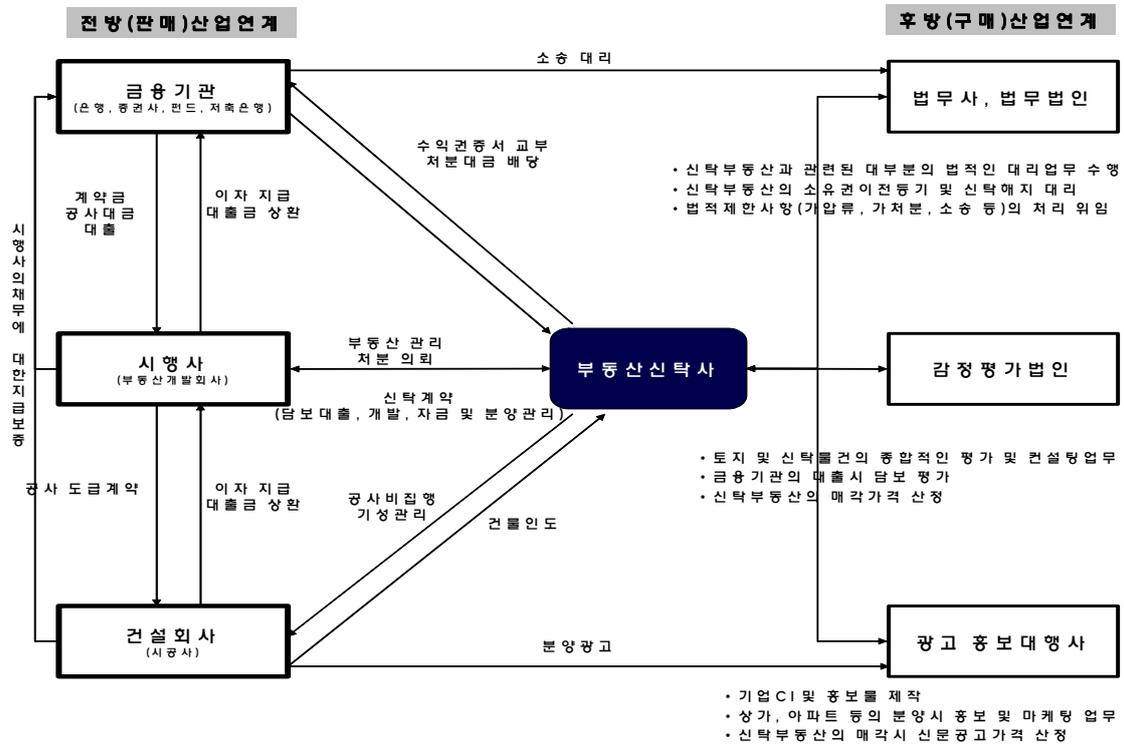
IV. 부동산신탁회사 및 연관이업간 공간분포특성

1. 수요기업과 부동산신탁회사 간 공간입지 특성분석

본 장에서는 앞서 살펴본 부동산신탁회사와 연계 기업들이 실제로 서울지역에 어떻게 분포하고

14) 관계자 인터뷰 과정에서 금융기관의 대출금에 대한 안정장치로써 신탁서비스는 널리 활용되지만 금융기관에서 직접 담당하기보다는 사실상 자금을 필요로 하는 시행사에서 수수료를 지불하고 제반업무를 진행하는 경우가 대부분이라고 하였다.

15) 토지신탁의 경우 실제 개발사업의 전반적인 관리를 담당하는 것이나 자금조달관련 부분은 자본력이 약한 신탁사의 경우 사업리스크가 크기 때문에 제외하는 경우가 많다.



〈그림 3〉 D부동산신탁회사의 전후방업무연계분석¹⁶⁾

있는지를 살펴보고 또한 부동산 신탁회사의 입지 패턴은 어떠한가에 대해서 살펴보고자 한다.

먼저 수요기업(전방산업연계기업)의 입지특성 분석을 위해서 신탁사의 대표적인 수요기업이라 할 수 있는 상호저축은행(금융기관)의 본점과 지점의 주소를 활용하여 해당 필지의 중심점을 도출¹⁷⁾ 입지지역을 파악하였다. 분석결과 2007년을 기준으로 서울시의 상호저축은행은 총 96개가 운영 중에 있는 것으로 나타났으며 이중 본사는 총 27개 이며, 지사는 총 69개로 나타났다.

이들 저축은행의 입지지역을 살펴보면 서울시 25개구 중 1개 이상이 입지한 행정구가 총 17개로 나타났으며 이중 강남구가 본사 15개 지점 20개로

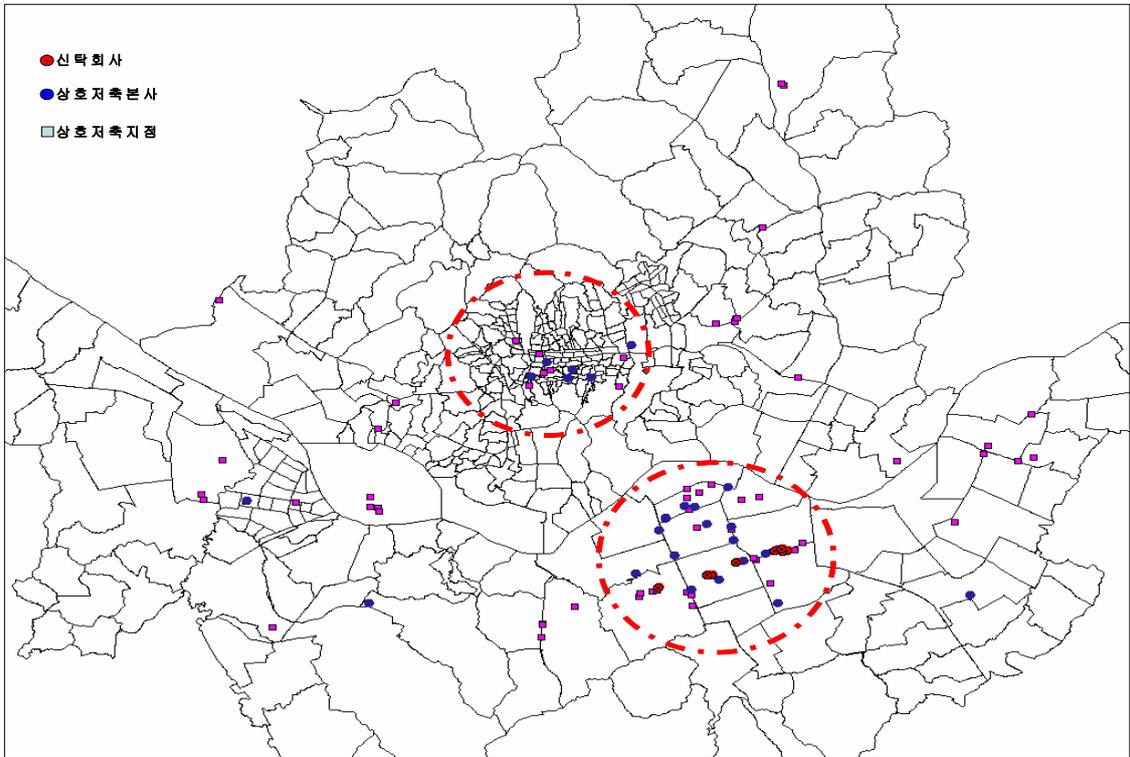
〈표 4〉 서울시 구별 상호저축은행 현황

지역	본사	지점	지역	본사	지점
강남구	15	20	서초구	2	11
강동구	-	4	성북구	-	1
강북구	-	2	송파구	1	2
관악구	1	-	양천구	-	3
광진구	-	1	영등포구	1	6
구로구	-	1	은평구	-	1
노원구	-	2	종로구	1	2
동대문구	-	4	중구	6	6
마포구	-	3			

자료: 2007 상호저축은행협회 내부자료.

가장 많이 입지한 행정구로 나타났다. 다음으로 서초구가 본사 2개 지점 11개로 나타났다. 또한 중

16) 업무연계도는 엄희고(1991), 지의중(2007)의 담보신탁구조의 내용을 참조하였으며, D기업의 사례를 바탕으로 저자가 재구성하였다.
17) Arcview3.2 프로그램의 xtool을 활용하여 개별저축은행의 지번과 gis도면상 동일한 지번을 검색, 해당필지의 중심 좌표값을 도출하였다.



〈그림 4〉 서울지역 상호저축은행 및 부동산신탁회사 입지현황

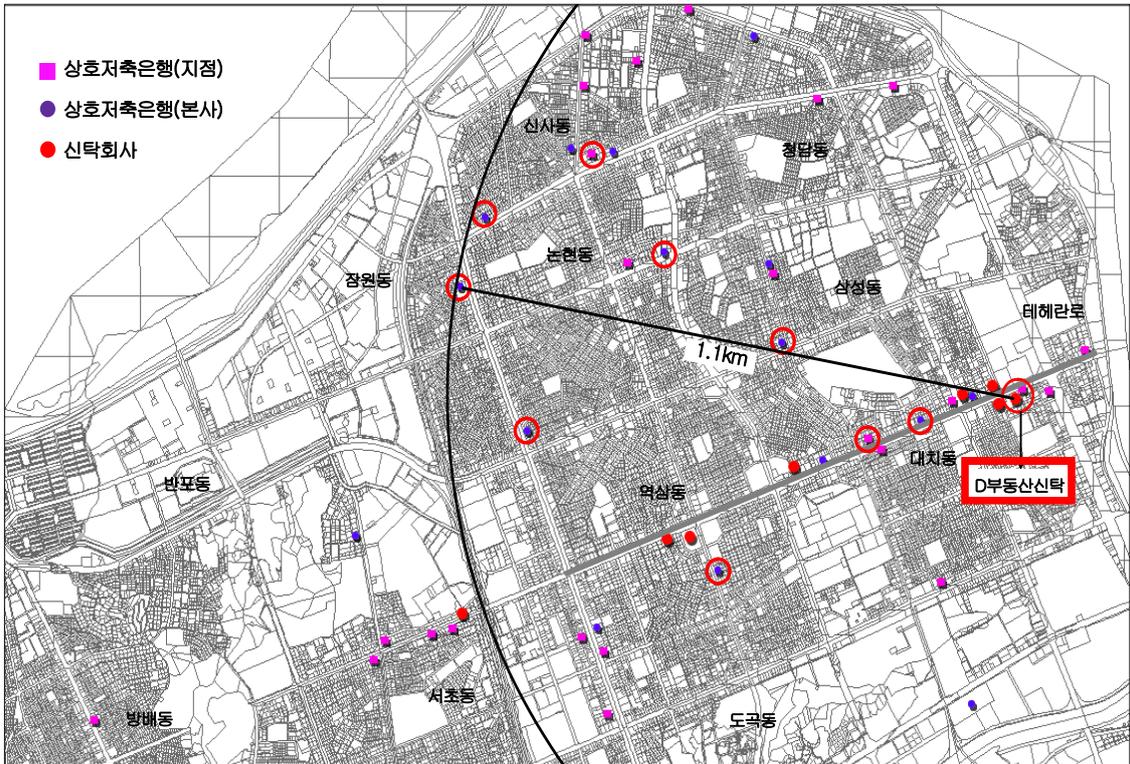
구가 본사 6개, 지점 6개로 비교적 많이 입지하고 있었으며 여의도가 포함된 영등포구가 본사 1개, 지점 6개로 나타나 서울시 주요 3도심에 대부분의 저축은행이 입지하고 있는 것으로 분석되었다.

특히 강남부도심(강남, 송파, 서초) 지역에 총 51개(56%)가 입지하고 있음으로써 상호저축은행의 경우 강남지역에 집중되는 경향을 가지고 있었다. 이러한 입지패턴은 신탁회사 입장에서 강남지역이 가장 수요기반이 양호한 지역인 것을 알 수 있다.

부동산 신탁사의 수요기반을 좀더 미시적으로 살펴보기 위해서 D부동산신탁사의 업무관계자의 인터뷰를 바탕으로 주요거래 저축은행의 입지와 신탁회사의 입지를 비교하였다. 먼저 신탁회사의

경우 국내 기 설립된 7개와 설립예정에 있는 1개 총 8개 업체 모두가 강남구에 입지하고 있는 것으로 나타났다. 특히 이들은 대치동에서 역삼동으로 이어지는 테헤란로 변에 선형 형태로 분포하고 있음을 알 수 있다. D부동산신탁회사의 경우 서울에 입지한 상호저축은행 중 총 18개의 업체와 거래하고 있는 것으로 나타났으며 강남구에 14개, 중구 1개, 종로 1개, 송파 1개, 서초 1개가 각각 입지¹⁸⁾하고 있는 것으로 나타났다. 이중 강남구에 입지한 14개 저축은행을 〈그림 5〉와 같이 도면에 나타낸 결과 D부동산신탁에서 반경 1.1km 이내에 밀집되어 있음을 알 수 있다.

18) 도면상에는 상세한 표현을 위하여 강남구와 서초구의 거래업체만을 나타내고 기타 종로, 송파구의 3개업체는 생략하였다.



〈그림 5〉 D부동산신탁회사 전방연계기업 입지현황¹⁹⁾

2. 생산연계기업과 부동산신탁회사간 공간입지 특성분석

전방산업연계기업 공간입지분석과 동일한 방법으로 D부동산신탁사의 생산연계기업(후방산업연계기업)과의 입지특성을 비교하였다. 후방산업연계성 분석에 활용된 업종은 감평법인, 광고 및 홍보대행, 법무사 등이 선정되었으며 이들 업체는 서울지역에 다수 분포하고 있으나 자료구득의 한계로 인하여 D부동산신탁사와 거래하고 있는 업체²⁰⁾만을 대상으로 비교하였다. D부동산신탁사와 거래관계를 맺고 있는 업체의 지역입지현황은

〈표 5〉와 같다.

〈표 5〉 D부동산신탁사 후방산업연계 기업업종 및 지역분포현황

지역	감평법인	광고 및 홍보	법무사
강남구	4개	2개	28개
서초구	3개	1개	13개
송파구	1개	-	-
영등포구	1개	-	-
종로구	2개	-	-
중구	2개	-	-

D부동산신탁사와 후방업무연계관계를 맺고 있

19) 도면상에서 위치점의 둘레로 원형이 표시된 지역이 D부동산신탁회사와 거래하는 업체이다.

20) D부동산신탁회사의 담보신탁업무 담당자의 인터뷰를 통하여 거래업체 리스트에 등록된 업체를 대상으로 하였다.



〈그림 6〉 D부동산신탁회사 후방연계기업 입지현황

는 기업의 입지를 살펴본 결과 먼저 감정평가법인의 경우 강남구 7개, 서초구 7개로 가장 많이 입지하고 있는 것으로 나타났으며 광고 및 홍보대행사의 경우 강남구 2개, 서초구 1개로 강남지역의 업체와 거래하고 있는 것으로 나타났다. 거래하고 있는 법무사사무실의 경우 강남구 28개, 서초구 13개가 입지하고 있는 것으로 나타났다.

이들 업체의 입지지역을 〈그림 6〉과 같이 나타냈는데 먼저 테헤란로를 중심으로 입지한 신탁회사를 기준으로 감정평가법인의 경우 역삼동 대치동 후면 오피스에 입지하고 있는 것으로 나타났다. 법무사의 경우 강남구에 입지한 법무사사무실은 비교적 조방적으로 입지하고 있으나 서초구의 경우 서초법조타운에 조밀하게 입지하고 있는 것으로 나타났다. 광고 및 홍보대행사의 경우 테헤란로

전면의 대형오피스가 아닌 신사동과 잠원동 지역의 백오피스(Back Office)지역에 입지하고 있는 것으로 나타났다.

이들의 후방산업연계기업의 입지는 D부동산신탁사를 중심으로 직선거리 반경 1.4km 이내에 집중하고 있는 것으로 분석되었다.

V. 부동산신탁회사의 지리적 밀집요인

앞서 살펴본 바와 같이 부동산신탁회사와 연관기업은 지리적으로 매우 근접하여 밀집하고 있는 것으로 나타난다. 이는 부동산신탁업의 업무특성과 관련이 있다. 따라서 D부동산 신탁회사의 업무진행과정을 살펴봄으로써 이러한 입지요인에 대해서 고찰해보고자 한다. 부동산 신탁회사의 일반

적인 상품은 <표 6>과 같이 관리신탁, 처분신탁, 담보신탁, 분양관리신탁, 토지신탁 등으로 구분할 수 있다.

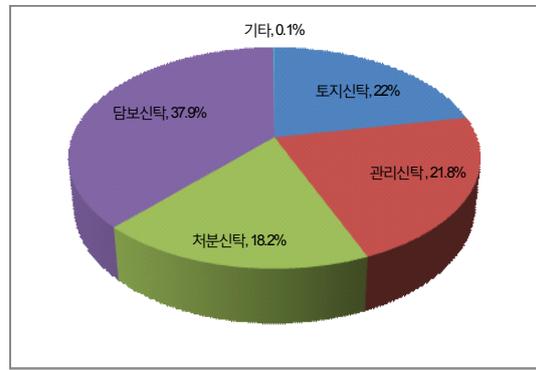
<표 6> 부동산신탁상품의 개념²¹⁾

구분	개념
관리 신탁	<ul style="list-style-type: none"> 신탁재산으로 인수한 부동산을 보존 또는 개량하고 임대 등의 부동산 사업을 시행하여 그 성과를 수익자에게 교부 또는 수탁재산의 소유권 관리 임대차 및 입주관리, 시설의 유지보수, 세무·회계, 수익금의 운영 등 일체의 관리업무를 대행하는 유형
처분 신탁	<ul style="list-style-type: none"> 부동산의 소유권을 신탁회사 명의로 등기한 후 부동산을 신탁회사가 매각
담보 신탁	<ul style="list-style-type: none"> 소유자가 채무가 있을시 부동산의 소유권을 신탁회사 명의로 등기하면 신탁회사는 일정기간 신탁부동산을 관리하지만 채무가 이행되지 않은 경우 신탁부동산을 처분하여 반환 후 남은 잔액을 소유자에게 반환
분양 관리 신탁	<ul style="list-style-type: none"> 「건축물의분양에관한법률」이 시행됨에 따라 상가, 오피스텔 등 상업용부동산을 선 분양하기 위하여 사업시행자인 분양사업자가 부동산의 소유권을 부동산신탁회사에 신탁하고 부동산신탁회사에서 분양 및 공정관리 등을 수행함으로써 피분양자의 보호와 함께 분양사업자의 성공적인 사업수행을 지원하는 제도
토지 신탁	<ul style="list-style-type: none"> 신탁 인수 시에 신탁재산으로 토지 등을 수탁하고 수탁자는 신탁계약에 따라 토지 등의 유효시설 등을 조성한 다음 처분, 임대 등 부동산사업을 시행하고 그 성과를 수익자에게 교부·자금 조달도 신탁회사가 담당하고 처분 후 정산

여기서 업무진행과정에 대한 분석사례는 D부동산신탁회사의 담보신탁서비스를 중심으로 살펴 보았는데 담보신탁은 <그림 7>과 같이 국내 부동산신탁회사 매출상품 중 평균 38%로 가장 비중이 높은 상품이며, 특히 민간신탁회사인 D기업을 비롯한 K사, S사의 경우 담보신탁서비스 매출비중

이 50%를 상회하는 것으로 나타났다. 따라서 D기업 주요 업무분야인 담보신탁을 중심으로 해당기업의 업무진행과정을 살펴보고자 한다.

D부동산신탁사의 담보신탁 서비스 단계는 총 7단계로 이루어져 있으며 8단계에서는 대출금이 정상적으로 상환되었을 경우와 상환되지 못했을 경우에 따라서 업무가 나누어진다. 세부적 업무과정을 살펴보면 다음과 같다.



<그림 7> 부동산신탁회사 서비스별 매출비중²²⁾

· 1단계(상담): 1단계 상담에서는 위탁자(대부분 부동산시행사)가 담보신탁에 대해서 기본적인 정보를 획득하는 단계로 담보신탁의 접수와 관련한 제반서류, 금융(채권)기관과의 협의를 진행한다. 이때 위탁자의 요구 시 신탁사는 금융기관을 추천해주기도 한다. 1단계 업무의 정보획득 과정은 대부분 유선상으로 이루어지나 일단 신탁사가 선정되면 직접 방문(대면접촉)을 통해서 상품서비스와 수수료 등에 대해서 논의하게 된다. 즉 상담단계는 신탁사의 선정과 금융기관 추천 등 평소 기업의 제휴관계에 상당히 많은 영향을

21) 지의중(2007: 27)의 '부동산 신탁상품의 종류 및 특징' 참조

22) 윤철홍(2002: 242)의 '국내 부동산신탁회사의 매출현황'을 참조 재구성하였음.

받게 되며 담보물건과 개발사업에 대한 정보 교환이 활발히 이루어진다.

- 2단계(수익권증서 발급의뢰): 수익권증서 발급의뢰 단계는 금융(채권)기관에서 신탁사에게 담보물건에 대한 감정평가여부와 예정 수익권증서금액 등에 대해서 협의하는 과정이다. 이 단계는 채권기관에서 대출심사를 위해서 필요한 제반서류를 준비하는 단계로 통상적인 업무에 해당한다.
- 3단계(감정평가, 현장조사, 분석): 감정평가 또는 현장조사 / 분석 단계는 신탁사 혹은 채권기관에서 직접 감정평가사에게 담보물건에 대해서 감정평가보고서를 의뢰하고 감정평가사는 물건의 현장조사를 통해서 평가금액을 산정한다. 이 평가금액은 유효담보금액을 파악하고 신탁재산조사분석서를 작성하는데 활용된다. 3단계에서는 신탁사나 채권기관에서 감정평가법인에게 서비스를 의뢰하는 과정으로 평소 제휴관계가 긴밀한 감정평가법인을 선정하게 되며 감정평가법인은 수수료 획득을 위해서 신탁사 및 채권기관이나 신탁사와 긴밀한 관계를 유지하기 위해서 노력한다. 또한 담보물건에 대한 정보가 채권기관-신탁사-감정법인 간 활발하게 이루어지는 데 이는 담보물건의 평가액이 대출금액, 환가요인 발생시 채권보전에 활용되기 때문이며 이러한 특성으로 인해 업무 담당자간 대면접촉의 기회가 잦다.
- 4단계(신탁계약 및 신탁등기): 신탁계약 및 신탁등기는 신탁서비스를 제공받는 갑(위탁자)과 을(신탁사)간에 법적 계약서를 작성하고 신탁을 원인으로 한 물건의 소유권을 위탁자에서 신탁사로 이전하게 된다. 이 단계에서 처리해야 하는 대부분의 법적 절차를 법

무사가 대행해서 담당하게 된다. 4단계 또한 수수료 수익이 확보되는 법무사의 입장에서 신탁사와 폭넓은 제휴관계가 이루어지는 단계이다. 또한 서명날인 등 실제 당사자가 참석해야 하는 업무가 많기 때문에 대부분의 업무가 대면접촉을 요구하게 된다. 법무사의 경우 법무법인이나 감평법인과 같이 법인 형태보다는 개인사업체가 많으며 실제 D부동산신탁사의 경우도 약 40여개의 법무사 사무실과 업무관계를 맺고 있는 것으로 나타났다.

- 5단계(수익권증서 발급 / 교부): 수익권증서 발급 / 교부단계는 신탁계약을 맺은 담보물건에 대해서 채권기관이 우선적으로 수익권을 보장해주는 증서이며 여기에 구체적인 금액까지 명시되어 있다. 5단계는 2, 3, 4 단계를 통해서 협의된 사항을 문서화하는 단계로써 정보 공유나 대면접촉이 빈번하지는 않다고 하였다.
- 6단계(대출실행): 대출실행 단계는 수익권증서를 확보한 채권기관에서 위탁자에게 차입금을 대여해주는 단계로써 실제 신탁사가 서비스를 제공하지는 않는다.
- 7단계(신탁재산의 관리): 신탁재산의 관리 단계는 사실상 아무런 업무연계가 이루어지지 않는 단계이다. 즉 채무자가 차입금을 대여받고 채권자는 이자 및 원금을 상환받는 단계로서 이들간 차입금 납입절차가 원활하게 이루어진다면 신탁사에서는 신탁재산에 대해서 정기점검, 담보력 유지관리 등의 기본적인 업무만을 수행하게 되며 타 서비스 참여자와 업무연계는 거의 이루어지지 않는다.
- 8단계(대출금상환): 신탁사는 채권기관에게 차입금상환사실 여부를 확인하고 수익권증서를 회수한다. 8단계 업무는 대부분 유선방

식이 활용되며 수익증서 회수 시 대면 접촉 혹은 기타배송수단 등을 활용하게 된다.

- 9단계(신탁계약해지): 신탁계약해지단계는 위탁된 신탁물건이 본래 위탁자에게 이전되고 신탁사에서는 계약해지증서를 발행하여 서비스업무가 종료되는 시점이다. 본 단계에서는 소유권 이전 등 법적절차가 이루어지기 때문에 담당자들 간 대면접촉이 필수적으로 이루어지게 된다.
- 8-1단계(환가요인발생): 채무자가 차입금 상환을 성실히 이행한다면 담보신탁서비스는 사실상 필요하지 않는 상품이다. 즉 담보신탁의 서비스를 직접적으로 제공받게 되는 상황이 채무자가 차입금을 상환하지 않는 경우인데 환가요인 발생은 채권기관에서 신탁사에게 미상환을 통보하는 단계로써 대부분 유선으로 이루어진다.
- 9-1단계(환가요청): 환가요청단계는 미상환을 통보받은 신탁사가 위탁자에게 채무이행을 최고(독촉장)하고 환가계시를 통보하는 단계이다. 본 단계역시 대부분 유선으로 이루어지며 담보물건의 처분을 위한 선행단계라 할 수 있다.
- 10단계(환가처분): 환가처분 단계는 환가개시 후 채무자가 지속적으로 차입금을 상환하지 않을 경우 담보물건을 처분하는 단계로써 신탁사는 감정평가법인에 의뢰 처분가격을 산정하게 되고 광고사에 의뢰, 신탁물건의 처분을 위한 주요일간지에 공매공고를 게재하고 공매를 집행하게 된다. 10단계에서는 수요기업-신탁사-타 서비스기업(감평,광고) 등의 담당자들 간에 대면접촉에 의한 업무연계가 긴밀히 이루어지는 단계로써 담보물건의 매

각액 산정에 있어서 채권기관과의 협의가 중요하며 특히 이 과정에서 수수료를 지급하는 채권기관이 높은 매각금액산정을 요구하는 등 부정적 요소도 잠재되어 있다. 또한 담보물건 공매 참여자 즉 매수자의 참여가 이루어지는 단계이다. 담보물건의 처분은 기한이 정해져 있기보다는 매수자가 나타날 때까지 공매가 집행되어야 하기 때문에 이 과정에서 채권기관과의 제휴관계가 가장 긴밀하게 되며 담보물건의 원활한 처분은 신탁서비스의 가장 중요한 요건이라 할 수 있다.

- 11단계(정산), 12단계(신탁종료): 정산단계는 처분한 담보물건에 대한 정산결과를 통지하고 잔여액에 대하여 위탁자에게 교부하는 단계이다. 12단계 신탁종료단계는 매수자에게 소유권을 이전하고 채권기관에게 계산서를 교부하는 단계로써 이전등기 등의 법적절차로 인해 서명날인을 위한 대면접촉방식이 필수적으로 수반되는 단계이다.

지금까지 D부동산신탁회사의 담보신탁 업무를 중심으로 업무연계기업간 전·후방연계관계를 살펴보았다. 이를 바탕으로 업무단계별로 의사소통 방식, 정보공유 및 제휴관계의 정도를 나타내면 <그림 8>과 같다.

D부동산 신탁사의 업무과정을 고찰하면서 부동산신탁업과 연관기업간의 산업연계특성을 몇가지 도출하였는데 이를 살펴보면, 첫째, 부동산신탁업은 법인이나 개인에게 부동산 물건의 소유권을 이전받아 관리서비스를 제공하고 수수료를 지급받는 전문기업으로써 서비스 제공 시 소유권 이전에 따른 당사자간 서명날인 등이 필수적이기 때문에 대면접촉의 기회가 잦다는 것이다.

둘째, 신탁서비스의 경우 업무 진행별로 시스템

업무단계	참여기업	의사소통방식	정보공유	제휴관계
1. 상담	A-B-C	유선, 대면접촉	◆	◆
↓				
2. 수익권증서 발급의뢰	B-C	유선	◇	◇
↓				
3. 감정평가, 현장조사, 분석	A-B-D	유선, 대면접촉	◆	◆
↓				
4. 신탁계약 및 신탁등기	A-B-E	대면접촉	◆	◆
↓				
5. 수익권증서 발급/교부	A-B	유선, 대면접촉	◇	◆
↓				
6. 대출실행	A-C	대면접촉	◇	◇
↓				
7. 신탁재산의 관리	A-B	유선	◇	◇
↙ ↘				
8. 대출금상환	8-1. 환가요인발생	A-B-C	유선	◆
↓	↓			
9. 신탁계약해지	9-1. 환가요청	B-C	유선, 대면접촉	◆
	↓			
	10. 환가처분	G-B-F	대면접촉	◆
	↓			
	11. 정산	A-C-B	대면접촉	◇
	↓			
	12. 신탁종료	A-C-B-E	대면접촉	◇

A: 채권기관, B: 신탁사, C: 위탁자(시행사), D: 감정사, E: 법무사, F: 광고회사, G: 매수자
 강: ◆ 중: ◇ 약: ◇

〈그림 8〉 D부동산신탁회사의 담보신탁 업무과정

화되어 있긴 하나 업무의 표준화²³⁾를 피하기는 어려운데 이는 부동산 물건이 입지, 규모, 권리관계 등이 상이하기 때문에 감정평가, 수익권증서, 차입금 미상환으로 인한 신탁물건의 처분 등의 업무가 각기 다르게 진행되기 때문이다. 즉 업무의

시스템은 정해져 있으나 서비스 건별로 다양한 변수가 존재하기 때문에 실무자간 협의과정이 매우 중요하다. 이러한 특성으로 인해서 실제 신탁사는 연계기업과 잦은 업무협의 과정을 거치게 되며 이로 인해 정보의 공유 등이 활발하게 이루어진다.²⁴⁾

23) 신탁사 업무중 표준화된 업무, 가령 제반서류작성 등의 경우에도 서명날인이 요구되는 경우가 많아 담당자 대면접촉은 필수적이다. 예를 들어 자금관리대리사무의 경우 소유권이 개발사업시행사(위탁자)에서 신탁사로 이전됨에 따라 개발사업 인허가 과정에서 신탁사의 동의를 구해야 하며 신탁사는 우선수익자인 금융(채권)기관의 동의를 구해야 최종적인 의사결정을 완료하는 구조로 되어 있다. 또한 대부분의 개발사업 인허가 과정은 시간이 촉박하게 이루어지기 때문에 신탁사와 은행의 빠른 의사결정이 필요로 하며, 대부분의 의사결정은 계약서의 날인으로 확인되는 절차를 거치기 때문에 대면접촉의 용이성이 중요하게 작용한다(S상호저축은행 PF담당자 인터뷰 내용).

24) 금융기관은 신탁사의 주요 고객으로 감음의 관계에 있지만 신탁사에서 담보물건 의뢰자에게 금융기관을 추천하는 사례 등은 감음관계 이상의 긴밀한 제휴관계를 형성하고 있음을 알 수 있다.

셋째, 신탁업의 경우 동종업종과의 교류는 굉장히 폐쇄적인 것으로 나타났다. 이는 현재 국내에 부동산신탁업 허가를 받은 기업이 7개에 불과하며 제공하는 서비스가 비슷하여 경쟁이 치열하기 때문이다. 특히 신탁사간 인력이동은 거의 없는 것으로 나타났다.²⁵⁾ 다만 이들 기업(개별신탁회사)과 연계된 수요기업(금융기관)과 서비스제공기업(법무, 감정, 광고 등)이 비슷하고 공동으로 이용하는 경우가 많기 때문에 이들이 정보제공의 중간자 역할을 수행함으로써 비록 동종업체 간에는 교류가 적으나 업계 동향이나 경쟁업체의 정보 자체가 폐쇄적이진 않기 때문에 건전한 경쟁환경이 조성되어 있었다.

VI. 연구의 결론 및 한계

본 연구에서는 생산자서비스업의 산업연계특성 및 입지특성에 관하여 심층적으로 분석하고자 하였으며 이를 위해 부동산신탁업의 입지특성과 연관기업의 입지특성을 비교하여 분석하였다. 또한 부동산신탁업종 종사자의 인터뷰를 바탕으로 전·후방산업연계를 고찰하였다.

그 결과, 공간입지특성분석의 경우 신탁사 입지와 전방연계기업으로써 상호저축은행, 후방연계기업으로써 감정법인, 법무사, 광고회사의 입지특성을 비교분석하였다. 먼저 전방산업연계업종, 즉 수요기업인 서울지역 상호저축은행의 50% 이상이 강남, 서초, 송파구, 즉 강남부도심에 입지하고 있는 것으로 나타났다. 이는 실제 현재 운영 중에 있는 7개 부동산신탁업 전체가 강남구에 입지하고 있는 것으로 나타나 수요기반이 활성화된 지역을 선호하는 것으로 분석되었다.

특히 인터뷰 대상이었던 D부동산신탁회사와 거래관계를 맺고 있는 상호저축은행 18개 중 14개 업체가 강남지역에 입지해 있는 것으로 나타났으며 직선거리로 반경 1.1km이내에 밀집되어 있어 공간적으로 근접한 기업과 업무연계성이 높은 것으로 분석되었다. 또한 후방연계기업의 경우에도 1.4km 이내에 입지한 기업들과 거래관계를 맺고 있는 것으로 나타나 업무특성상 대면접촉의 중요성이 공간입지패턴에 반영되어 집중적 경향을 나타내고 있었다. 뿐만 아니라 법적 절차가 수반되는 신탁업의 입장에서 서초구의 법원과 법조타운 등은 수요기반과 함께 후방산업연계 인프라(법률 서비스 인프라) 측면 또한 매력적인 지역인 것으로 분석되었다.

이렇듯 부동산신탁회사와 관련기업이 지리적으로 밀집해 있는 요인은 궁극적으로 기업의 업무특성과 관련이 있었는데 부동산신탁업의 경우 부동산 물건의 소유권을 이전받아 관리, 개발, 담보, 처분 등의 서비스를 제공하는 것이 주요업무로써 업무과정에서 이전등기를 위한 날인 등 법적 절차가 수반되어 담당자간 대면접촉의 기회가 많은 특성이 있었다.

또한 부동산 물건의 경우 권리관계, 평가가치, 입지 등이 개별적인 특성이 있기 때문에 다양한 정보를 요구하게 되고 이로 인해 신탁회사를 중심으로 전·후방연계 기업들 간의 정보교류가 원활하게 이루어지고 긴밀한 제휴관계가 형성되어 있음을 알 수 있었다. 즉 부동산신탁사의 전·후방산업연계의 가장 뚜렷한 업무특성은 대면접촉의 중요성이었으며 이러한 이유로 지리적으로 밀집되는 특성을 가지는 것으로 규명되었다.

즉 부동산 신탁업의 경우 도심지역(강남)에 풍

25) 인터뷰과정에서 D부동산신탁사에 입사한 경력직 중에서 타 신탁사에서 이직한 경우는 단 한차례도 없다고 하였다.

부하게 입지한 수요기업과 양호한 법률적 인프라 등의 '도시화 경제'(Urbanization Economy)와 대면접촉의 중요성이 요구되는 업무특성상 동종 및 연관업종의 집적과 연계에 의한 시너지를 창출할 수 있는 '국지화 경제'(Localization Economy)에 크게 의존하여 입지하는 것으로 나타났다.

본 연구는 오늘날 대도시 도심지역 집중화 경향을 가지는 생산자서비스업종의 입지요인을 실증 규명함으로써 기존 연구의 이론적 논의에 근거를 마련하였다는데 그 의의가 있다고 할 수 있다. 특히 수요기업이 풍부한 도심지역에서 생산자서비스업의 입지가 크게 영향을 받기 때문에 입지한계적 특성을 가지는 것으로 나타났으며, 이러한 특성을 고려한다면 오늘날 대도시의 역외 지역에 단순히 물리적 도시개발이나 신규업무단지 등을 조성하여 집적이 요구되는 지식관련 경제활동 이전을 유도하는 지역정책은 큰 효과를 거두기 어렵다는 것을 알 수 있다. 즉, 향후 도시계획은 물리적 환경조성과 함께 지역경제의 보이지 않는 인프라를 고려하여야 한다는 것이다. 서울과 같은 기성도시의 경우 도시재생을 계획할 때 기존에 갖고 있던 보이지 않는 자산에 대한 평가와 보전에 대한 노력도 필요할 수 있음을 시사한다고 할 수 있다.

본 연구의 한계는 생산자서비스업으로 부동산 신탁회사를 선정하였지만 전체 신탁사를 대상으로 전수조사 및 설문조사 등 정밀한 분석과정이 진행되지 못한 점이 한계로 지적되며, 특히 집중화를 지향하는 특정업종만을 분석하였기 때문에 향후 분산적 특성을 가지는 업종과의 비교분석을 통해서 입지특성을 고찰할 필요가 있을 것이다.

참고문헌

- 고영구, 1997, "생산자서비스 산업의 중요성과 충북경제", 「충북리포트」, Vol.4, No.2.
- 권오혁·한표환, 1994, 「생산자서비스 산업의 지방유치 및 육성」, 연구보고서 제177권, 한국지방행정연구원.
- 김광선, 2003, "국내외경제-대도시 산업경제 성장의 기반, 생산자서비스", 「서울경제브리프」, 제5호, 서울시정개발연구원.
- 김대영, 2000, "서울시 고차 생산자서비스업의 입지와 생산네트워크의 공간적 특성", 서울대학교 지리학과 박사학위논문.
- 김용웅·차미숙, 1996, 「생산자서비스업의 공간적 분포와 입지전략에 관한 연구」, 국토연 96-33.
- 김용웅·차미숙, 1997a, "고차생산자서비스업체의 산업연계 분석", 「국토연구」, 제26권.
- 김용웅·차미숙, 1997b, "생산자서비스업의 공간적 분포와 지방육성방안", 「국토」, 통권186호.
- 김천권, 2003, "한국 도시체제에서 생산자서비스 산업의 입지분포와 성장, 1981-2000", 「한국지역개발학회지」 제15권 제3호.
- 백종환, 1994, "도시간 서비스산업분포의 분석모형에 관한 연구", 「지역사회발전연구」, Vol.19, No.1.
- 손승호, 2006, "생산자서비스 입지 변화에 따른 서울 강남 지역 경제공간의 재구조화", 「한국도시지리학회지」, 제9권 1호.
- 손진수, 1993, "정보산업의 공간적 특성에 관한 연구", 서울대학교 대학원 도시공학과 박사학위논문.
- 여학수, 2003 "생산자 서비스의 공간 분포 패턴의 변화에 관한 연구: 인천광역시와 경기도를 사례로", 서울대학교 석사학위논문.
- 엄희고, 1991, "부동산 시장과 부동산신탁", 「부동산학보」, Vol.7.
- 오천수, 2007, "비즈니스서비스산업의 현황과 발전과제", 「서울경제」, 통권26호.
- 이태교, 1994, 「부동산마케팅」, 경영문화원.
- 이희연, 1990, "생산자서비스산업의 차별적 성장과 공간적 분업화에 관한 연구", 「지역연구」, 제6권 제2호.
- 이희연, 1998, "서비스 경제화와 공간의 변용", 「한국경제

- 지리학회지, 제1권 제1호.
- 임경숙, 1995, "서울시 금융 및 보험업, 부동산업의 공간적 분포특성과 업무연계에 관한연구", 서울대학교 환경대학원 박사학위논문.
- 유병규, 2007, "비즈니스서비스업의 현황과 육성전략", 『서울경제』, 통권26호.
- 윤철홍, 2002, "韓國의 不動産信託의 現況과 問題點", 『토지법학』, No.18.
- 조순철, 1994, "서울시 생산자서비스의 공간적 분포에 관한 연구", 서울대학교 환경대학원 박사학위논문.
- 조순철·송우경, 1998, "서울시 생산자서비스의 공간적 분포변화에 관한 연구: 정보창출적 서비스를 중심으로", 『서울학연구』, 제11권 제1호, 서울시립대학교 부설 서울학연구소.
- 정병순, 2007, "서울시 비즈니스서비스산업의 도전과 응전", 『서울경제』, 통권26호.
- 지의중, 2007, "부동산신탁업의 발전방안에 관한 연구", 단국대 석사학위논문.
- 차미숙, 1994, "생산자서비스의 입지특성과 지역경제효과", 『국토연구』, Vol.22 단일호.
- 조영구, 2006 『민간PF제도(부동산개발금융)』, KFMA 제12회 국제심포지움 세미나자료.
- 한영주·김태환·홍명표·장희준·한대권, 1996, 『서울 사업서비스의 입지 / 개발 정책연구』, 서울시정개발연구원.
- Coffey, W. J. and A. S. Bailly, 1992, "Producer Services and Systems of Flexible Production", *Urban Studies*, Vol.29.
- Coffey, W. J., 1996, "Forward and Backward linkages of Producer services establishments-evidence from the Montreal Metropolitan Area", *Urban Geography*, Vol.17, No.7.
- Coffey, W. J. and M. Polese, 1987, "Intrafirm Trade in Business Services Implications for the Location of Office-Based Activities", *Paper of the Regional Science Association*, 62.
- Drennan, Matthew P., 1992, "Gateway Cities: The metropolitan sources of US producer service export", *Urban Studies*, Vol.29, No.2.
- Daniels, P. W., 1991, "Internationalization, Telecommunication and Metropolitan Development : the Role of Producer Services", in S. D. Brunn and T. R. Leinbach(eds.), *Collapsing Space & Time*, London: Harper Callians Academic.
- Gilespe, A. E. and Green, A. E., 1987, "The changing geography of producer services employment in Britain", *Regional Studies*, Vol.21, No.5.
- Goe, W. R., 1990, "Producer services, trade and the social division of labour", *Regional Studies*, Vol.24, No.4.
- Goe, W. R., 1991, "The Growth of Producer Services Industries: Sorting Through the Externalization Debate", *Growth and Change*, Vol.22, No.4.
- Greenfield, H. I., 1966, *Manpower and the Growth of Producer Services*, Columbia University Press, New York.
- Hansen, N., 1990, "Do producer services induce regional economic development?", *Journal of Regional Science*, Vol.30, No.4.
- Lentnek, A., Mac Pherson, D. and Phillips, D., 1992, "Optimum producer service location", *Environment and Planning A*, Vol.24.
- Marshall, J. N and Wood, P. A., 1992, "The role of services in urban and regional development: Recent debates and new directions", *Environment and Planning*, Vol.24.
- Marshall, J. N., P. Damesick and P. Wood, 1989, "Understanding the Location and the Role of Producer Services in the U.K.", *Environment and Planning A*, Vol.19.
- Marshall, J. N., 1994, "Business reorganization and the development of corporate services in metropolitan areas", *The Geographical Journal*, 60(1).
- Spearman, C., 1904, "General intelligence, objectively determined and measured", *America Journal of Psychology*, Vol.15.
- Stanback, T. M. and T. Noyelle, 1982, *Cities in Transition : Changing Job Structure in Atlanta, Denver, Buffalo, Phoenix, Columbus(Ohio), Nashville*

and Charlotte, Totowa, N.J: Allanheld, Osmun
and Company.

원 고 접 수 일 : 2007년 9월 27일
1차심사완료일 : 2007년 11월 22일
최종원고채택일 : 2008년 3월 27일