

한국 패션의류산업의 구조고도화 전략¹⁾

요약

이 글에서는 국내 패션의류산업의 현황을 살펴보고 이를 토대로 동 산업의 글로벌 경쟁력과 수익성을 높이기 위한 신성장동력 창출 및 산업구조고도화 전략을 논의한다. 국내 패션의류산업은 높은 부가가치와 대규모 고용을 창출하는 산업으로 내수시장 규모가 2018년 현재 61조원 (전체 내수의 13.1%)에 달하는 매우 큰 시장을 형성하고 있다. 하지만 업체들의 영세화 및 인력 고령화 등으로 생산기반이 약화된 가운데 수익성과 생산성이 낮은 수준을 나타내는 등 많은 어려움에 직면해 있다. 또한 중국, 베트남 등 후발 개도국들에 비해서는 가격경쟁력 열세, 이탈리아, 일본 등 선진국에 대해서는 브랜드 이미지 및 디자인 열세로 글로벌 시장 개척에도 많은 어려움을 겪고 있다. 따라서 국내 패션의류산업은 앞으로 글로벌 경쟁력을 강화하고 수익성과 생산성을 높일 수 있는 전략 마련이 필요하다. 구체적으로는 디자이너 창업 활성화 및 글로벌화 지원, 패션 제조기반 강화, ICT와 4차 산업혁명 기술을 활용한 신성장동력 창출 노력이 필요하다. 또한 앞으로 한반도 평화 분위기가 정착될 것에 대비해 남북한 산업협력을 통한 산업구조고도화 방안도 추진할 필요가 있다.

¹⁾ 박훈, 이자연(2018.12), 「한국 패션의류산업의 구조고도화 전략」, 산업연구원을 바탕으로 작성.

1. 서론

국내 패션의류 내수시장 규모는 2018년 현재 61조원으로, 국내 전체 내수시장의 13.1%에 달하는 매우 큰 시장이다.

패션의류산업은 패션디자인과 브랜드 가치 및 고감성·고기능성 패션소재가 결합되어 높은 부가가치를 창출하는 고부가가치 산업이다. 봉제, 패턴, 샘플과 같은 패션제조업은 물론 디자인, 머천다이저와 같은 지식서비스업, 패션소재산업, 물류·유통업과 같은 전후방 연관산업의 고용창출에도 기여하는 높은 고용창출 산업이다. 하지만 패션의류산업은 생산기지의 해외 이전 속에 국내 업체들의 영세화 및 인력 고령화 등으로 생산

기반이 약화된 가운데 수익성과 생산성이 낮은 수준을 나타내는 등 많은 어려움에 직면해 있다. 중국, 베트남 등 후발 개도국들과의 가격경쟁력 열세, 이탈리아, 일본 등 선진국과의 브랜드 이미지 및 디자인 열세로 글로벌 시장 개척에도 많은 어려움을 겪고 있다. 이 글에서는 국내 패션의류산업의 현황을 살펴보고 이를 토대로 동 산업의 글로벌 경쟁력과 수익성을 높이기 위한 신성장동력 창출 및 산업구조고도화 전략을 제시하고자 한다. 또한 앞으로 한반도 평화 분위기가 정착될 것에 대비해 남북한 산업협력을 통한 산업구조 고도화 방안도 논의하고자 한다.

2. 국내 패션의류산업 현황

(1) 국내시장 규모

국내 패션의류시장은 2014년부터 경기부진에 따른 소비심리 위축으로 크게 둔화되었다. 국내 패션의류 소매 판매액은 2013~2018년 기간 동안 연평균 1.9%의 낮은 증가에 그쳤다. 이처럼 판매 부진에도 불구하고 내수시장 규모가 2018년 현재 61조원으로, 국내 전체 소매판매액의 13.1%에 달하고 있는데, 이는 승용차(49조원, 10.5%), 화장품(30조원, 6.4%), 가전제품(25조원, 5.4%) 컴퓨터·통신기기(20조원, 4.3%)보다도 훨씬 큰 시장을 형성하고 있다.

국내 패션의류시장은 스포츠의류가 포화상태인 가운데 캐주얼의류가 시장 확대를 주도하고 있다. 캐주얼의류는 활동성과 편리성은 물론 기능성까지 갖추면서 일상복은 물론 레저용으로까지 사용 용도가 다변화되면서 지속적으로 증가하고 있다.

모바일 등 온라인 패션의류시장이 국내 소비 위축에도 불구하고 빠르게 신장세를 지속하며 패션의류시장 확대를 주도하고 있다. 국내 온라인 패션의류시장 규모는 2014년 7조원에서 2018년 현재 13조원으로 연평균 15.6%의 높은 증가율을 기록하였다. 이에 따라 패션의류시장 전체에서

〈그림 1〉 국내 패션의류 소매판매 현황



자료 : 통계청 서비스업동향조사(소매판매통계).

차지하는 비중이 2015년 14.1%에서 2018년 현재 20.6%로 6.5%포인트 상승하였다.

39.2%에서 40.8%로 1.6%포인트 상승하였다. 또한 생산금액 감소폭은 제품단가 상승 등으로 인해 같은 기간 생산물량 감소폭(-3.6%)에 비해 1.2%포인트 완화되었다.

(2) 생산과 고용 현황

국내 패션의류 생산량은 2004년 이후 증가세를 나타내다가, 2012년부터 국내외 경기부진의 영향으로 다시 감소세로 반전되었다. 국내 패션의류 생산량은 2011~2018년 기간 동안 연평균 3.5% 감소하였다. 패션의류 생산액도 2011년 18조원에서 2017년 현재 16조원으로 연평균 2.4% 감소하였다. 이처럼 생산액 감소에도 불구하고 섬유패션산업 전체 생산액에서 차지하는 비중이 같은 기간에

(3) 고용 현황

국내 패션의류산업의 종사자수는 사업체 수 증가에 힘입어 2010년 이후 증가세로 반전되는 듯하다가, 2012년 이후 국내외 수요 위축에 따른 생산 부진으로 다시 감소세로 돌아섰다. 종사자 수는 2012년 14만 9,750명에서 2017년 현재 14만 164명으로 연평균 1.3%(9,536명) 감소하였다.

〈그림 2〉 국내 패션의류 생산지수 추이(물량 기준)



자료 : 통계청, 광업·제조업동향조사.

〈그림 3〉 국내 패션의류산업의 사업체 및 고용자 수 현황



자료 : 통계청, 전국사업체조사보고서.
 주 : 종사자 1인 이상 사업체 기준.

패션의류산업은 업체들이 높은 임금부담 및 생산인력 조달의 어려움 때문에 인력감축을 통한 구조조정을 지속적으로 추진하면서 영세 소공인 업체 위주로 재편되었다. 특히 사업체 및 종사자 수는 종사자 10인 미만의 소공인 사업체만 증가한 반면, 규모가 큰 사업체일수록 크게 감소하였다. 종사자 10인 미만의 소공인 사업체 및 종사자 수는 2010~2017년 기간 동안 연평균 각각 2.2% 및 4.5% 증가하여 패션의류산업 전체에서 차지하는 비중이 2010년 각각 87.5%, 42.1%에서 2017년 현재 각각 91.2%, 57.9%로 각각 3.7%포인트, 5.8%포인트 상승하였다.

(4) 패션의류 수출입 현황

1) 수출 현황

2009년 이후 베트남, 미얀마 등 아세안 후발 개도국을 중심으로 증가세로 반전되었던 패션의류 수출이 2014년 이후 글로벌 경기부진에 따른 소비심리 위축으로 다시 감소세로 반전되었다가 2018년에 소폭이나마 증가하였다.

수출규모는 2009년 14억 달러에서 2014년에 22억 달러로 연평균 10.0%의 높은 증가율을 나타냈으나 그 이후 감소세로 반전되어 2017년 현재 20억 달러로 2014~2017년 기간 동안 연평균 3.3% 감소하였다. 그러나 2018년 들어서는 세계경기 회복 속에 지나친 감소에 따른 기저효과가 더해지면서 3.8% 증가하여 21억 달러를 기록하였다.

베트남에 대한 수출이 크게 증가하며 패션의류 전체 수출을 주도하고 있다. 대베트남 수출은 2005~2018년 기간 동안 연평균 21.0%의 높은 증가율을 기록함으로써 전체 수출에서 차지하는 비중이 2005년 2.1%에서 2012년 10.9%로 높아진 데 이어 2018년 현재 25.3%로 상승, 1위의 수출시장으로 부상하였다. 이처럼 2014년 이후 수출감소에도 불구하고 수출률은 2010년 이후 낮은 수준에서나마 지속적으로 상승하고 있다. 수출률(수출/생산)은 2000년 53.8%에서 2005년 19.5%로 하락한 데 이어 2010년 10%로 크게 하락하였다가 2010년 이후 수출이 회복세로 반전된 데 이어 2014년 이후에는 국내외 경기 위축으로 수출보다 생산이 더욱 크게 감소함

으로써 상승세로 반전되어 2017년 현재 13.9%로 2010년보다 4.0%포인트 높은 수준을 기록하였다. 수출증가율을 주요국과 비교해 보면 2009~2017년 기간 동안 한국은 연평균 4.8%로 이탈리아(1.8%), 프랑스(1.8%), 독일(3.0%), 일본(2.9%) 등 주요 선진국은 물론 대만(-1.1%), 터키(3.5%) 등 경쟁국보다 높은 수준이고 중국(4.8%)과도 비슷한 수준이다.

2) 수입 현황

패션의류 수입은 2014년 이후 국내경기 부진에 따른 소비심리 위축으로 낮은 증가에 그쳤다가 2018년 들어 다시 크게 증가하였다. 수입규모는 2014년 84억 달러에서 2017년 현재 92억 달러로 연평균 3.2%의 낮은 증가에 그쳤다가 2018년 현재에는 107억 달러로 전년대비 12.8%의 높은

증가율을 기록하였다. 이처럼 2014년 이후 낮은 수입증가에도 불구하고 내수시장이 더욱 위축되면서 수입의존도는 상승세를 지속하였다. 수입의존도(수입/내수)은 2010년 23.4%에서 2014년 36.9%로 크게 상승한 데 이어 2017년 현재 43.1%로 더욱 상승하였다.

지역·국가별로는 베트남, 캄보디아, 인도네시아 등 아세안 개도국으로부터의 수입은 크게 증가한 반면, 중국으로부터의 수입은 2000년대 중반부터 증가세가 크게 둔화되었다. 의류 전체 수입에서 차지하는 중국 비중은 2004년 78.5%에서 2013년 47.0%로 하락한 데 이어 2018년 현재 34.9%로 더욱 하락하였다. 반면, 아세안 비중이 2004년 3.5%에서 2013년 37.3%로 상승한 데 이어 2018년 현재 47.6%로 상승하여 중국을 밀어내고 1위의 수입대상국으로 부상하였다.

3. 국내 패션의류산업의 SWOT 분석

(1) 강점

우리나라는 전문대학 이상의 정규대학을 졸업한 신진 패션디자이너들이 매년 5,200명씩 배출되는 등 풍부한 패션디자인 인력을 보유하고 있다. 특히, 신진 패션디자이너들은 파리, 뉴욕, 상하이, 홍콩 등 해외 패션위크 및 쇼룸 참가 등을 통해 국제무대에서의 활동경험을 넓히고 국제적인 감각을 높이는 노력을 강화하고 있다.

20년 이상의 풍부한 경험을 가진 봉제기술자,

패턴·샘플사 등 고급 패션제조 인력을 많이 보유하고 있으며 또한 기술자들의 오랜 경험을 바탕으로 세계 최고 수준의 품질관리 능력과 제조 기술을 보유하고 있어 고급 패션의류 생산이 가능하다.

업스트림-미들스트림-다운스트림으로 이어지는 모든 섬유패션 스트림이 균형 있게 발전함으로써 패션의류 업체들이 국내에서 패션의류 생산에 필요한 섬유사, 직물 및 의류부자재를 안정적으로 조달할 수 있어, 조달비용을 낮출 수 있을 뿐

〈표 1〉 국내 패션의류산업의 SWOT 분석

Strength(강점)	Weakness(약점)
<ul style="list-style-type: none"> · 연간 5,200여명의 패션디자이너 배출 · 세계 최고수준의 품질관리 능력과 생산기술 보유 · 스트림라인 균형있는 산업구조 구축으로 섬유소재 조달 비용·시간 단축 가능 · 동대문패션시장을 중심으로 한 패스트 패션 가능 	<ul style="list-style-type: none"> · 글로벌 브랜드 부재 및 인지도 미흡 · 고급 프리미엄 패션소재의 경쟁력 약화 · 글로벌 마케팅력 취약 · 기술자들의 고령화 심화 속 신규 인력 유입 부재 · 봉제업체들의 영세화
Opportunity(기회)	Threat(위협)
<ul style="list-style-type: none"> · K-POP을 통한 한류의 영향으로 국가 브랜드 이미지지 제고 및 메이드인 코리아제품 인지도 상승 · 세계 최고의 ICT 기술을 바탕으로 4차 산업혁명에 대한 빠른 대응 가능 · 중국 내수시장 확대 및 인건비 상승 등에 따른 가격경쟁력 약화 	<ul style="list-style-type: none"> · 최저임금 인상에 따른 가격경쟁력 약화 우려 및 근로시간 단축에 따른 생산시간 부족으로 납기 못 맞출 우려 · 중국의 선진국으로부터의 기술습득 및 자체 브랜드 육성을 통해 우리 패션의류업체를 빠르게 추격

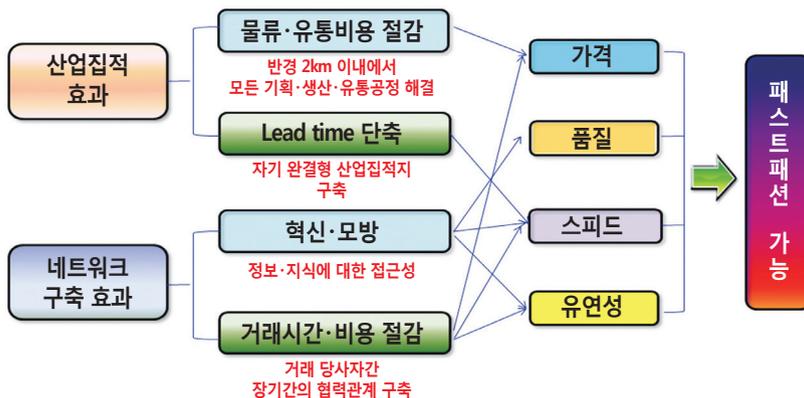
자료 : 산업연구원(KIET).

만 아니라 조달시간 단축을 통해 납기단축(Quick Response)이 가능하다.

동대문패션시장을 중심으로 한 패스트 패션이 가능하다. 동대문패션시장은 원단·부자재 조달-기획·디자인-시제품(패턴·샘플) 제작·재단·봉제-도·소매 유통으로 연결되는 모든 패션관련 가치사슬이 집적화된 클러스터(시장 내 완결형 산업집적지)를 구축하고 있고 이로 인해 물류·유통 시간 최소화 및 비용절감으로 패스트 패션이 가

능하다. 특히, 반경 5km 이내에서 패션관련 모든 생산공정 및 물류·유통이 이루어짐으로써 생산과 물류·유통단계에서 발생하는 비용절감을 통해 제품가격을 낮게 유지할 수 있다. 시장 내 완결형 산업집적화 및 제조업체-도소매업자 간의 밀접한 협력 및 신뢰관계로 인해 Quick Response(신속대응)가 가능하고 Spot-Order(예정에 없이 갑작스럽게 계획되어 진행되는 오더)에 유연하게 대응이 가능하다.

〈그림 4〉 동대문 패션시장 클러스터 효과



자료 : 박훈(2016.12), 「동대문 패션시장 구조고도화 전략」, 산업연구원.

(2) 약점

국내 패션의류기업들은 독창적인 디자인 개발 능력 열세, 글로벌 브랜드 부재 및 낮은 브랜드 인지도 등으로 인해 글로벌 및 국내시장 개척에 한계가 있다. 패션의류기업들은 내수시장에 안주하고 글로벌시장 진출을 등한시 함으로써 글로벌 인지도가 매우 낮고 세계 수준의 글로벌 브랜드로 성장하지 못하였다. 활동 중인 대부분의 디자이너들도 국제활동이 부진하고 국제 인지도도 낮을 뿐만 아니라 독창적인 디자인 개발 능력이 미흡하다.

국내 디자인 수준은 해외 컬렉션 참관, 패션정보지 등을 통해 얻은 패션정보를 근간으로 한 모방형·개량형 수준에 머물고 있다. 이에 따라 국내 패션의류업체들의 디자인 및 브랜드 이미지가 이탈리아의 각각 61.9% 및 66.2% 수준에 머물고 있다. 패션의류에 사용되는 패션소재도 범용·단순 기능성 소재 개발력은 우수하지만, 고감성·고기능성 차별화 패션소재 개발력은 미흡한 수준이다. 고급 프리미엄 패션의류에 사용되는 고감성·고기능성 패션소재는 이탈리아, 영국, 일본 등 선진국에서 대부분 조달하고 있으며, 국내 패션소재 경쟁력은 이탈리아의 71% 수준에 불과하다.

국내 패션제조업체들은 기술자들의 고령화 심화 속에 신규 기술인력 유입 단절, 업체들의 영세 소규모화 등으로 제조기반이 취약하다. 패션제조업체 기술자들의 고령화가 심각한데, 특히 봉제사는 50대 이상이 전체의 82.2%로 대부분을 차지하고 있는데, 60대 이상도 20.5%에 달하고 있다. 사업장이 임대료가 저렴한 지하공간에 많이 입지해 있고 공간도 협소하여 작업환경이 매우 열악하다.

영세업체 위주로 산업구조가 고착화되어 있다. 종사자 10인 미만 소공인 사업체가 산업 전체에서 차지하는 비중은 2006년 87.4%에서 2010년 87.6%로 높아진 데 이어 2016년 현재 90.6%로 더욱 상승, 절대적인 비중을 차지하고 있다.

중소 패션브랜드 업체들은 기획력과 자금력 부족, 글로벌시장 진출 경험부족, 글로벌시장 조사 및 분석능력 열세 등으로 인해 글로벌시장 수요에 부합한 마케팅 역량이 취약하다. 또한 글로벌 SPA 브랜드들이 매장 고급화, 높은 브랜드 인지도 및 토털 브랜드화, 수직통합화를 통한 비용절감 등을 통해 경쟁력을 확보하며 국내 중소 브랜드들의 시장을 잠식하고 있다. 유니클로, 자라, H&M 등 3대 글로벌 SPA 브랜드의 국내 매출액은 2010년 3,971억원에서 2017년 현재 1조 8,313억원으로 연평균 24.4%의 매우 높은 증가율을 기록하였다.

(3) 기회요인

드라마와 K-POP을 통한 한류의 영향으로 한국 브랜드 이미지 제고 및 메이드인 코리아제품 인지도와 선호도가 높아지고 있는 것이 글로벌 시장 진출에 기여할 것으로 기대된다. 우리나라는 세계 최고 수준의 ICT 기술을 바탕으로 스마트의류 개발이 가능하고 AI, VR, AR 등 4차 산업혁명 기술들의 활용을 통한 물류·유통의 혁신이 가능할 것으로 기대된다. 중국 내수시장 확대와 중국의 생산인력 조달의 어려움, 임금상승 등에 따른 가격경쟁력 약화가 우리 패션의류산업에 기회요인으로 작용할 전망이다.



(4) 위협요인

국내 패션의류산업은 인력의존도가 높는데, 앞으로 최저임금의 대폭 인상으로 인한 업체들의 인건비 상승으로 가격경쟁력이 크게 악화될 우려가 있다. 2018년 16.4%의 최저임금 인상은 종사자 300명 미만의 패션의류업체들의 인건비를 11.7%나 상승시킬 것으로 조사되었다.

앞으로 근로시간 단축에 따른 근로자들의 노동시간 부족으로 적기 생산이 이루어지지 못함으로써 바이어로부터 주문받은 오더에 대해 납기를 제대로 맞추지 못하는 문제가 발생할 우려도 있다.

중국이 구조고도화 정책을 추진하여 우리 패션 의류산업을 빠르게 추격하고 있는 것이 큰 위협요인으로 작용할 것으로 보인다. 중국은 10.5~13.5개월 기간 동안 산업구조 고도화 정책의 일환으로 자체 브랜드 육성 및 이탈리아 명품 브랜드 인수를 통한 선진기술·디자인력 습득 등으로 브랜드 가치가 상승하고 품질 수준이 높아지고 있어, 앞으로 우리 패션의류 업체들을 위협할 것으로 보인다. 국내 패션의류 업체들은 디자인 및 브랜드 이미지가 현재 중국보다 각각 36.8%, 25.4% 높은 수준이지만, 앞으로 5년 후에는 중국과 8% 수준으로 격차가 크게 줄어들 것으로 업체들은 우려하고 있다.

4. 국내 패션의류산업의 구조고도화 전략

국내 패션의류산업은 앞으로 글로벌 경쟁력 강화는 물론 수익성과 생산성을 높일 수 있는 전략

마련이 필요하다. 이를 위해 우선, 신진 디자이너의 창업 및 유망 디자이너 브랜드의 글로벌화를 추진해야 한다. 독창성과 창의성이 있는 신진 디자이너들의 창업 활성화를 통한 산업기반 강화, 유망 디자이너 브랜드들의 사업화 및 글로벌화 지원을 통한 패션산업 활성화 및 글로벌 경쟁력 강화를 추진해야 한다.

둘째, 패션제조기반 강화를 통해 고부가가치 패션제품 생산역량을 제고시켜야 한다. 현장 맞춤형 기술교육 및 입체패턴·샘플사 양성·창업 지원을 통해 고부가가치 패션제품 생산역량을 강화해야 한다. 또한 영세 봉제업체들의 자생력을 높일 수 있도록 지역 거점별 봉제협동조합 활성화가 필요하다. 대부분의 봉제공장이 필요로 하는 재단기 및 연단기를 협동조합이 구매하여 조합 회원사 공동으로 활용함으로써 봉제업체들의 비용 절감, 불량률 저하 및 효율성 개선을 실현시켜야 한다. 봉제업체 - 유통·브랜드업체 간 수급과립(mismatch) 문제를 해소할 수 있도록 봉제협동조합이 중심이 되어 유통·브랜드업체로부터 적정 규모 이상의 오더를 받아 조합 회원사들이 공동으로 작업할 수 있는 여건을 마련해야 한다.

셋째, ICT와 4차 산업혁명 기술을 활용한 신성장동력을 창출해야 한다. AI, VR, AR 및 빅데이터(Big Data)를 활용한 마케팅 및 물류·유통 혁신을 추구해야 한다. 패션의류 업체들은 AI를 활용하여 소비자 맞춤형 서비스를 제공하고 소비자들은 AI가 추천한 제품을 AR 가상 피팅룸에서 입어본 후 VR 매장에서 구매하는 새로운 비즈니스 모델을 구축해야 할 것이다. 재고 감축, 납기 단축, 거래비용 절감 등을 통한 업체들의 생산성 향

상을 꾀할 수 있도록 IoT, 빅데이터 및 AI를 활용한 수요예측시스템 구축이 필요하다. 작업장, 운동시설 등과 같은 외부환경에서 활동하는 사용자의 인체 신호를 감지하여 다양한 기능을 복합적으로 발현하거나 ICT 등 첨단 신기술을 융합하여 신기능을 발현할 수 있는 스마트의류 개발이 시급하다.

넷째, 환경을 해치지 않는 친환경·생분해성 및 리사이클 신소재 개발과 이를 활용한 패션제품 개발 및 생산체제 구축을 위한 지속 가능한 패션 생태계를 구축해야 한다. 또한 지속 가능한 패션 제품에 대한 품질 표준안을 마련하고 지속 가능성 평가를 통해 지속가능 인증마크를 부여하고 지속가능 인증마크를 획득한 제품에 대해 국방, 경찰 및 공공기관이 우선 구매할 수 있도록 공공기관 우선 구매제도를 마련해야 할 것이다. 폐섬유나 폐플라스틱 등의 폐자원을 재활용하여 친환경 의류소재로의 활용을 촉진할 수 있도록 재활용을 위한 폐기물 수거·분리, 재생제품의 품질기준 등에 대한 제도적 지원방안도 마련해야 할 것이다.

다섯째, 남북한 산업협력을 통해 생산성 향상 및 국제경쟁력 강화를 꾀해야 한다. 국내 가격경쟁력이 약화된 중소·중견 봉제공장을 북한경제 개발구에 집적지화시켜 수출기업으로 육성해야 한다. 인구가 많은 대도시인 ‘평양’과 항구도시인 ‘남포’ 사이에 위치해 있는 “강남경제개발특구”가 봉제공장 집적지로 적합하며 특히, 강남경제개발 특구에는 생산에 필요한 인프라가 구축되어 있기 때문에 중소기업이 입주하기에 적합하다. 북한경제개발구 내에 봉제기술 협력사무소 개설을 통

해 기술협력 기반 구축, 북한 업체와의 기술교류, 기술이전, 투자프로젝트 개발 등을 추진해야 한다. 우리나라의 글로벌 패션의류 수출기업 및 국내 SPA 브랜드 업체 등의 대규모 봉제 소싱기지를 평안남도 용강군과 같이 평양~남포고속도로

가 관통하고 있는 지역에 건설해야 할 것이다. 또한 북한 패션의류 생산업체들이 북한에서 생산된 직물을 저렴하게 조달하여 가격경쟁력을 높일 수 있도록 북한에 구축되어 있는 방직공장의 재건·현대화사업을 추진해야 할 것이다. 



박훈

소재산업실·연구위원
hoon@kiet.re.kr / 044-287-3061

〈주요 저서〉

- 국내 섬유산업의 아세안과의 협력 및 진출 확대 방안(2018, 공저)
- 국내외 산업환경 변화에 따른 국내 섬유산업의 대응전략(2017)