

서울 준공업지역의 산업경쟁력 강화방안*

신 창 호**

A Strategy of Strengthening Industrial Competitiveness at Semi-Industrial Areas in Seoul*

Chang-Ho Shin**

I. 서론

역사적 관점에서 보면 도시는 살아있는 생물체와 같고 끊임없이 진화한다. 과거에도 그러했고 앞으로도 기술수준은 점점 더 발달하고 인류의 사상도 진보하게 될 것이며, 도시는 이러한 기술과 사상을 수용하면서 새로운 가치를 창조하기 위해 끊임없이 변화할 것이다. 서울이 세계도시로 경쟁력을 가지기 위해서는 창의적이고 혁신적인 활동이 끊임없이 일어나고 이러한 활동을 유인하는 매력 있는 공간이 되어야 할 것이다.

서울의 준공업지역은 고도 성장기에 한강의 기적을 일으키는 심장부 역할을 했다. 최근 지식기반사회로 변화하면서 서울의 산업구조는 고도화되고, 제조업의 생산기능은 감소하는 반면 기획, 연구개발 등의 기능은 증가하고 있다. 이러한 산업구조의 변화, 제조업의 소프트화로 인해 대규모 공장들이 지방으로, 해외로 이전해 나가면서 준공업지역에는 공장이전적지가 생겨나게 되었고, 그 이전적지가 새로운 산업공간으로 재생되지 못하

고 무분별한 공동주택 개발로 인해 산업기반이 약화되고 있다. 이처럼 서울의 미래 신산업을 창출해 낼 수 있는 공간이 많이 감소했다는 것은 안타까운 일이며 앞으로는 남아있는 공간을 서울의 미래 경제기반을 생각하면서 활용하여야 할 것이다.

준공업지역이 경제적 측면에서 중요한 역할을 하기 위해서는 새로운 성장동력 산업이나 창의적인 활동을 수용할 수 있는 공간이 되어야 한다. 즉 창의와 혁신의 중심지가 되어야 할 것이다. 따라서 준공업지역을 새로운 산업의 혁신클러스터로 발전시키고 기존산업의 부가가치를 높이는 정책 마련이 필요하다. 본고는 준공업지역이 기존 제조업의 고부가가치화는 물론이고 R&D, 디자인, 창조산업 등 새로운 성장동력 산업이 창출되고 성장하는 공간으로 발전할 수 있는 정책 방안을 도출하는 것을 목적으로 한다.

이러한 연구 목적을 위해 제2장에서는 문헌연구와 국내외 사례를 살펴보고, 제3장에서는 준공업지역의 산업 실태를 살펴보고, 제4장에서는 준공업지역의 산업경쟁력 강화방안을 검토한다. 마

* 이 논문은 신창호(2007b)의 연구보고서 내용 중 일부를 수정·보완하여 작성한 것입니다.

** 서울시정개발연구원 창의시정연구본부장(Director General, Metropolitan Policy Research Group, Seoul Development Institute),
E-mail: sch@sdi.re.kr, Tel: 02-2149-1221

지막으로 제 5장 결론에서 마무리를 짓고자 한다.

II. 문헌연구 및 국내외 사례

지식기반경제 하에서 서울산업의 경쟁력을 확보하는 방안의 하나로서 준공업지역을 창의와 혁신의 거점 공간으로 탈바꿈시키는 것을 들 수 있다. 이와 관련한 선행연구들과 사례들을 살펴보면 다음과 같다.

1. 선행연구

경제의 세계화로 무한 경쟁이 심화되고, 이러한 환경 변화 속에서 기업들이 생존하고 성장하기 위해서는 지속적으로 혁신할 수 있는 혁신 역량을 갖추어야 한다. 그렇지 않으면 경쟁력 있는 새로운 제품이나 서비스를 끊임없이 생산할 수 없게 된다. 따라서 지식이 개별 경제주체 및 국민 경제의 경쟁력을 결정짓는 핵심 요소로서 필수적 자원이 되고 있다(Drucker, 1993). 세계은행은 「발전을 위한 지식」이라는 보고서에서 선진국과 후진국간 빈부 격차의 주된 원인은 지식 격차에서 비롯되며, 따라서 경제 부흥과 개발 촉진을 위해서는 지식의 창출, 확산, 활용 등이 최우선 과제가 되어야 한다고 지적하였다.

혁신환경을 선호하는 기업들은 대도시를 선호하고 있다. 대都市는 집적경제의 이익을 얻기가 용이할 뿐 아니라, 경제활동의 주요 투입요소인 지식이 풍부하게 축적되어 있고 이들 지식을 경제 활동에 동원하는 과정인 상호작용적 학습활동이 활발하며, 혁신창출의 가능성이 높기 때문이다. 이러한 결과 오늘날 세계의 주요 대都市는 금융산업, 고차 사업서비스업, 첨단제조업, 문화산업, 창

조산업 등 첨단 지식기반산업들이 집중되고 있다.

Crevoisier(1999)는 대都市는 상호작용과 학습의 공간을 제공함으로써 기업의 기술변화를 촉진하고 혁신창출 가능성을 높여준다고 주장한다. 혁신창출의 전제가 되는 상호작용 및 학습 과정이 발생하는 장소나 기관이 어느 곳보다도 대都市에 풍부하게 입지하고 있기 때문이다.

경제의 세계화는 경제활동 주체들의 경쟁력 원천을 변화시켰으며, 이는 기업들로 하여금 경쟁력의 원천인 혁신역량을 증대할 수 있는 혁신환경으로서 대都市를 선호하게 하였다. 이러한 변화로 대都市의 제조업은 대都市경제에서 차지하는 비중이 지속적으로 감소하고 있다. 하지만 더욱 고도화, 정보화된 과학기술 실험의 도시형 제조업은 그 자리를 유지할 것으로 보인다.

경제의 세계화와 선진국 대都市의 탈산업화로 인해 제조업 기반이 주변지역으로 이전하고 신규 첨단산업도 교외지역에 형성되는 경향을 보이고 있다. 그 결과 기존 대都市들은 기존의 산업중심지 역할을 잃게 되면서 중심 대都市들이 지녀야 하는 기능 또는 역할이 무엇인가 하는 문제에 관심을 갖게 되었다. 이러한 대都市들이 경제적 성장을 지속하기 위해 경제적 기반은 과연 무엇으로 해야 할 것인가에 대한 많은 논의가 있었다.

먼저 존 프리드만(John Friedmann)은 그의 '세계도시가설'(World City Hypothesis)을 통해 주요 대都市들의 역할을 세계경제에 대한 조직과 통제로 규정하고 있다. 따라서 이들 대都市들의 성장기반은 이러한 역할을 수행할 수 있는 다국적기업의 본사와 관련 조직·제도들의 집적으로 보고 있다(Friedmann, 1986). 반면에 사센(Saskia Sassen)은 존 프리드만의 논의에 대해 세계도시라 할 수 있는 주요 대都市들의 역할이 다국적 기업들의 집

적을 통한 세계경제의 지휘본부 기능에 있다기보다는 복합적인 국제교역의 중심지 기능에 있다고 주장하였다. 사센이 말하는 국제교역 중심지로서의 대도시란, 국가 간 무역 및 해외투자의 중요성이 점점 더 증가하고 세계무역에서 서비스부문, 특히 생산자서비스 부문이 차지하는 비중이 증가하고 있는 상황에서 이러한 전문적인 사업서비스를 제공하는 기업들이 주로 대도시의 클러스터를 형성하고 있음을 의미한다. 따라서 중심 대도시의 기능과 역할은 대도시경제의 성장기반 및 성장 동력이 되고 있는 생산자서비스 부문의 성장에서 찾을 수 있다는 것이다(Sassen, 2001).

한편 스콧(Allen J. Scott)은 대도시에서 생산활동의 근본적인 중요성이 여전히 유효하다고 주장하였다. 그에 의하면 사무직 및 서비스산업이 도시경제에서 성장하는 부문임은 분명하지만 이들의 중요성은 생산 활동에 서비스를 제공하는 방식 또는 조건 속에서 이해되어야 한다고 주장한다. 따라서 대도시경제의 기반으로서 제조업의 중요성이 사센이 강조하는 전문화된 고차 생산자서비스 부문보다 우선한다고 역설하고 있다. 특히 스콧은 LA의 의류산업, 인쇄산업, 애니메이션, 영화산업과 캘리포니아 오렌지 카운티의 하이테크 산업 집적지의 발달 등에 대한 사례연구를 통해 제조업을 중심으로 한 산업 활동을 대도시 경제성장의 기반으로서 대도시 경제변화를 이끄는 주요 인자로 분석하고 있다(Scott, 1988). 후지타(Kuniko Fujita)는 일본의 제조업체들이 미국의 기업들보다 본사, R&D, 생산기능 간의 근거리 입지 경향이 강하며, 이러한 이유로 도쿄는 서구의 대도시들과는 달리 탈공업화로 인한 산업활동의 감소나 도심실업 등의 문제가 크지 않았음을 발견하였다(Fujita, 1988).

그러나 스콧의 논의 중 서비스활동이 단순히 생산 활동의 요구를 충족시키는 존재이며 따라서 제조업이 서비스업에 우선한다는 논의는 많은 비판을 받고 있다. 이에 대해 사센은 대도시 경제활동을 경험적으로 관찰한 결과 오히려 고차서비스 활동들의 집적이 대도시 기반의 제조업 활동을 자극한다고 주장하였다. 예를 들면 인쇄, 사무기계, 통신장비 등의 제조업은 대도시에서 집적해 있는 고차서비스 활동들의 수요를 만족시키기 위해 생산활동을 하는 경우가 많다는 것이다. 그렇다고 대도시경제에서 제조업이 갖는 중요성이 스콧의 논의와는 반대로 무의미하다는 것은 아니다. 대도시에서 제조업, 특히 생산 활동이 감소해 왔으며, 따라서 대도시 경제기반으로서의 비중 또한 줄어든 것이 사실이지만 제조업이 갖는 중요성은 여전히 무시할 수 없다.

제조업이 대도시 경제에서 차지하는 비중 외에도 경제활동의 전반적 특성 변화와 함께 대도시 제조업의 생산활동 또한 그 질적인 특성이 변화했음에도 주목해야 한다. 이에 대해 Castells(1989)은 제조업과 고차서비스산업간 구분을 명확히 할 필요가 없으며, 오히려 이들 두 산업부문에서 일어나고 있는 지식기반화에 주목해야 함을 강조하고 있다. 즉, 생산이나, 유통, 소비, 경영 등 모든 경제활동의 효과성이나 생산성을 조건 짓는 가장 핵심적이고도 근본적인 활동은 바로 정보·지식의 처리과정이라는 것이다.

결국, 이상의 논의를 종합해 보면 대도시경제는 근본적으로 산업구조의 변화를 비교적 급격히 경험하고 있으며, 그 결과로 이제는 금융이나 고차 사업서비스 등 생산자서비스가 대도시경제를 이끄는 선도 산업이 되었음을 부인할 수 없게 되었다. 하지만 제조업이 대도시 경제에서 차지하는

비중이 낮아졌다고 해서 제조업이 갖는 중요성마저 낮다고는 할 수 없다. 특히 대도시경제에서 제조업이 갖는 중요성은 경제기반으로서의 역할 이외에도, 서민들의 일자리 창출과 유지라는 측면에서도 그 중요성이 인식된다. 따라서 제조업이 고차의 서비스산업에 비해 생산성은 일반적으로 낮을지라도 그것이 대도시 시민의 소득기반으로서 갖는 역할은 지대하다. 또한 생산성 자체도 대도시 제조업의 질적인 특성변화에 의해 향상되고 있다. 이러한 측면에서 제조업은 지역산업의 중요한 경제적 기반으로 자리 잡아야 할 것이다.

그렇다면 대도시 산업정책에 있어 어떠한 제조업종을 지원해야 하는가의 문제가 남게 된다. 이와 관련해 최근 대도시 제조업의 특성은 소프트화(기술·지식 집약화)와 복합화(생산 활동 이외의 다양한 기업 활동과의 협력적 네트워크 구성)의 경향으로 요약될 수 있다. 소프트화란 대도시에 입지하는 제조업이 주로 다양한 종류의 상품을 소량생산하면서 기술·지식 집약화되는 현상을 의미한다. 소프트화와 더불어 최근 대도시의 소규모 제조업들은 단순히 생산 활동만 하는 것에서 벗어나 기획·구상 활동, 연구개발 활동, 유통 등을 복합적으로 수행하기도 하며 이러한 활동을 수행하는 다 기업들과의 협력적 네트워크를 전략적으로 형성하는 경우가 많아진다. 이는 급변하는 시장 환경에 신속 정확하게 대응하고 다양화·분절화되는 시장수요를 적시에 만족시키기 위해서는 해당 기업이 생산하는 제품을 둘러싼 전 가치체인의 다양한 주체들과 지속적인 상호작용적 학습과정을 통해 새로운 지식을 끊임없이 제품 생산 활동에 투입하여 혁신을 창출하는 역량을 증대시키기 위함이다.

경제의 서비스화, 지식기반화로 인해 서울의 산

업구조가 급격하게 변화하고 있으며 공장이전지의 무분별한 공동주택 입지 등으로 인해 준공업지역의 많은 부분이 공동주택으로 잠식되고 산업기반이 약화되고 있다. 이제 준공업지역은 열악한 도시환경을 개선하고, 새로운 지식기반산업의 전략거점으로 개발되어 앞서 언급한 대도시 제조업의 질적 변화를 수용·촉진하고 새로운 성장동력 산업을 수용할 수 있는 지역으로 재생되어야 할 것이다.

2. 국외 사례

한 때 번성했던 산업이 경제 환경의 변화로 쇠퇴하였지만 지역과 시설에 새로운 기능, 산업을 도입하고 생명력을 불어넣어 성공한 사례는 동서양의 많은 도시에서 찾아볼 수 있다.

산업이 발달했던 대부분의 선진도시에서는 쇠퇴공간에 새로운 활력을 불어넣는 일들이 확산되고 있다. 도시의 상황에 따라 그 방법은 다양하지만, 대체로 문화예술 관련 사업들이 많음을 알 수 있다.

1) 일본 요코하마의 문화예술도심 조성

요코하마의 도심은 항만을 중심으로 역사와 문화적 환경이 풍부한 공간으로 발전해 왔다. 그러나 동경으로의 재집중, 산업의 정체 등으로 인해 도심은 침체하고 있었다. 이러한 문제를 해결하기 위한 방안으로 요코하마의 역사와 경관을 기반으로 요코하마의 개성을 충분히 발휘할 수 있는 도시재생사업이 추진되고 있다(세키구치, 2006).

요코하마시는 임해 도심부를 활성화시키기 위해 문화예술을 주축으로 하는 도심재생사업인 '문화예술창조도시-크리에이티브 요코하마'를 제시

하였다. 문화예술에 착안하여 다음 세 가지를 중시하고 있다. 첫째 사람들에게 감동을 줌과 동시에 새로운 가치관을 창출하고 사람들 간의 새로운 관계를 구축하는 등 사회적 이노베이션을 촉진한다는 것이다. 둘째 영상 콘텐츠 산업을 포함한 문화예술은 향후 신산업 창출 등 경제를 이끌어 나갈 잠재력을 가지고 있으며, 셋째 역사적 항구도시 요코하마의 도시경관에 소프트한 부가가치를 더하고 도시의 매력을 증대시킨다는 이유 때문이다.

이러한 도시 비전을 실현하기 위하여 2004년부터 다음의 세 가지 기본 방향에 입각한 프로젝트를 추진하고 있다. 첫째 예술가, 크리에이터가 살고 싶은 창조환경을 조성하는 것이다. 둘째 창조산업 클러스터를 형성하여 경제 활성화에 기여하는 것이다. 셋째 요코하마항 일대를 국가 공원으로 정비하여 국제관광 교류의 거점이자 요코하마의 상징 공간으로 발전시키는 것이다.

2) 중국 상해의 창조산업 지원

창조산업의 필요성을 인식한 중국의 상해시는 최근 수년 동안 역사적인 공장건물을 보존하고 개발하는 데 힘을 쏟고, 창조산업의 발전을 촉진하기 위하여 다음과 같은 정책들을 발표하였다. 첫째 지역 지식소유권 전략 요강을 통해 지식소유권을 보호하고 혁신 의식을 촉진하고 있다. 둘째 정부의 지도와 지원을 강화하고 창조산업 지원정책을 마련하여 창조산업단지를 조성하고 있다. 셋째 시와 구청이 협력해서 창조공간을 만들고, 창조산업 프로젝트의 아이디어를 실제 제작으로 이어지게 한다. 넷째 기존 도시공업단지를 개조하여 창조산업을 발전시킨다. 다섯째 창조산업 집적 지역을 단계적으로 조성한다. 여섯째 상해창작산업센터를 설립하여 이 센터를 중심으로 하면서, 각 디자인별 창조산업단지를 조성하여 현대적 산업시

스템 구조를 만들고자 한다(신창호, 2007a).

구체적 사례로는 2005년 방적공장을 재활용하여 개설한 視覺藝術街區 春明藝術產業파크와 상해기차집단의 폐기공장 이전적지를 활용하여 2004년에 개관한 상해패션산업파크 등이 있다.

3) 스페인 빌바오시의 구겐하임미술관

스페인 빌바오시의 구겐하임미술관은 1997년 개관되어 국내외의 수많은 방문객을 유치하여 아주 유명한 사례로 손꼽히고 있다. 이 사례는 쇠퇴한 산업지역에 문화시설을 유치하여 지역경제를 활성화시킨 것이다.

빌바오 구겐하임미술관의 개관은 빌바오라고 하는 지역 환경 속에서 문화적 기반을 정비하는 것이 도시개발과 경제 활성화를 동시에 추구할 수 있다는 생각에 기초하고 있었다. 당초 그 목표 달성 여부를 모두가 공유할 수 있는 근거는 없었지만, 미술관이 그러한 기본전략의 최초 시도가 된 것은 틀림없다.

빌바오 구겐하임미술관 사례가 지역개발에 시사하는 바는 크다. 우선 도시의 가치가 그 도시의 인프라나 공업제품보다도 더 중요한 요소가 될 수 있다는 것이다. 즉 빌바오 구겐하임 미술관을 유치함으로써 예술이라는 국제적인 공통 언어로 도시의 가치를 창조했다고 볼 수 있다. 빌바오 구겐하임미술관은 빌바오 도시활성화 프로젝트의 하나에 불과하지만, 이 미술관이 없었더라면 빌바오가 쇠퇴한 공업·항만도시에서 현재와 같이 다시 부각될 수 있었을까 하는 의문을 가지게 한다(吉本光宏(2004); 신창호(2006)에서 재정리).

4) 런던의 테이트 모던 미술관

런던의 테이트 모던 미술관은 템스강 남안의 서더크에 있던 옛 화력발전소가 1981년 폐쇄된 이

후 폐허가 된 곳을 미술관으로 리모델링한 것이다. 1996년 미술관으로 개관한 뒤 가난한 자치구였던 서더크에 커다란 경제적 효과를 안겨 주었다. 새로운 비즈니스로 3,000여 개의 새로운 일자리가 생겨났고, 서더크의 호텔과 오락산업은 1997~2000년 사이에 23%나 성장했다.

테이트 모던 미술관이 성공할 수 있었던 요인은 역사건물을 문화공간으로 변모시킴으로써 선진 사례로 부각되었다는 것이다. 테이크 모던은 한 도시의 이미지를 바꾸었고, 역사성을 존중하면서 새로운 것을 창작하는 영국인의 지혜를 드러낸 사업으로 평가받고 있다. 철도역사를 개조한 프랑스 파리의 오르세 미술관, 맥주공장을 리모델링한 일본의 삿포로 미술관 등과 함께 역사건물의 문화공간화 한 선진적 사례로 꼽히고 있다.

상기 사례에서 얻을 수 있는 시사점은 세계 각 도시들의 도시재생 사업이 시가지 정비와 산업진흥을 일체적으로 계획, 추진하고 있다는 것이다. 지역경제를 살리기 위해 지역의 기존 자원, 잠재적 자원을 잘 활용하고, 시가지 정비 시에도 기존 도시 공간을 최대한 활용하여 역사성과 정체성을 살리면서 정비하고 있다.

빌바오시는 예술을 도입하여 도시의 가치를 창출하고 있다. 요코하마 역시 문화예술을 중심으로 도심의 창조도시로 재창조하려는 노력을 하고 있으며, 상해, 런던의 경우는 기존의 공장, 발전소라는 산업유산을 개조해서 창조산업을 발전시키려 하고 있다.

III. 서울 준공업지역의 산업 실태

1. 서울의 산업구조

서울의 총사업체수는 2005년 741,229개이며,

종사자수는 3,843,010명이다. 1995년부터 2005년간 건설업과 제조업 등 2차 산업의 비중은 큰 폭으로 감소한 반면, 사업서비스와 통신업 등 3차 산업의 비중은 크게 증가하고 있다.

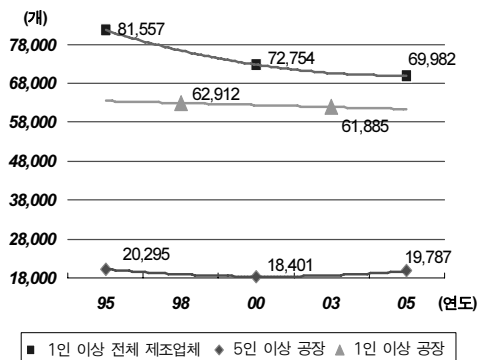
서울의 제조업 종사자수는 2005년 전 산업 3,843,010명 중 473,643명(12.3%)을 차지하고 있으며, 1995년 729,057명에서 2005년 473,643명으로 절대 수가 감소하고 있다.

제조업을 오피스에서 이루어지는 사무적 활동과 공장에서 이루어지는 생산활동으로 구분하여 분석해 보면 다음과 같은 특성을 알 수 있다. 먼저 사무적 활동과 생산 활동을 모두 포함하는 1인 이상의 전체 제조업체수와 종사자수는 둘 다 크게 감소하고 있으며, 5인 이상 공장의 수는 약간 감소하고, 공장 종사자수는 크게 감소하고 있다. 또한 1인 이상 공장의 수는 미미한 감소율을 보이는 반면 공장 종사자수는 오히려 증가하여 서울 전체 제조업 종사자와 5인 이상 공장의 종사자수가 감소한 것과는 상반된 결과를 보여주고 있다.

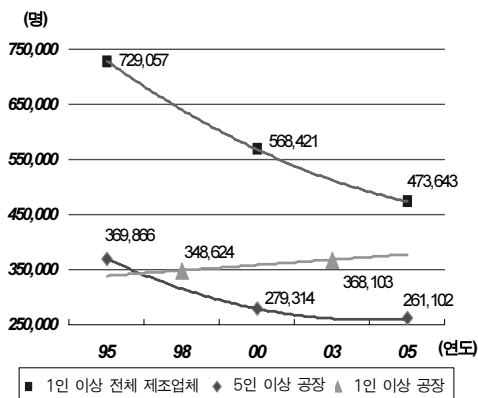
이상의 분석을 통해서 전체 제조업 활동 중 기획, 생산 모두 감소하는 경향이 있으나, 영세한 제조업체의 생산 활동은 활발하다는 것을 알 수 있다. 또한 대규모 공장이 지방이나 해외로 이전하더라도 종업원은 이주가 어려워 준공업지역에서 기존의 기술을 바탕으로 활발하게 창업하고 있다는 것을 알 수 있다. 이는 준공업지역은 창업하기가 용이하며 혁신공간으로서의 집적이익이 있음을 나타내 주고 있다.

1) 준공업지역의 산업구조

준공업지역의 사업체수는 1995년 150,317개에서 2005년 161,832개로 10년 동안 7.7%(11,515개)가 증가하여 서울의 증가율인 4.7%보다 높은 수치를 보인다. 같은 기간 종사자수는 서울이 0.8%



〈그림 1〉 제조업 기능별 사업체수의 변화



〈그림 2〉 제조업 기능별 종사자수의 변화

감소했지만, 준공업지역은 0.3%(2,809명) 증가하여 서울의 산업 성장에서 준공업지역이 담당하는 역할이 크다는 것을 알 수 있다.

다음으로 사업서비스업의 종사자수를 살펴보면 서울 전체는 물론이고 준공업지역에서도 그 수가 크게 증가하였다. ‘정보처리 및 기타 컴퓨터 운영 관련업’, ‘연구 및 개발업’, ‘전문, 과학 및 기술 서비스업’, ‘사업지원 서비스업’ 등을 살펴보면 ‘사업지원 서비스업’이 457%로 가장 많이 증가한 것을 알 수 있다.

위의 결과는 준공업지역에서의 사업서비스업 증가는 준공업지역이 공장지역일 것이라는 일반

적인 인식과는 달리 새로운 사업의 모태가 되고 서비스업의 비약적 증가가 이루어지는 등 서울 산업의 원동력이 되고 있다는 것을 보여준다.

〈표 1〉 준공업지역 사업서비스업의 업종별 변화

단위: 개, 명, %

구분	종사자수		
	1995	2005	증감률
정보처리 및 기타 컴퓨터 운영 관련업	6,494	34,742	435.0
연구 및 개발업	1,583	7,441	370.1
전문, 과학 및 기술 서비스업	20,197	27,713	37.2
사업지원 서비스업	7,674	42,721	456.7
합계	35,948	112,617	213.3

자료: 통계청, 각년도, 사업체기초통계자료

준공업지역의 사업서비스 업종별 업체 규모를 살펴보면 서울 전체와 대부분 유사한 결과를 보인다. ‘연구 및 개발업’은 1995년에 준공업지역의 업체당 종사자수가 서울 전체 종사자수보다 10명 이상 많았으며 2005년에는 서울보다 15명 이상 많은 결과가 나타나 규모가 큰 ‘연구 및 개발업’ 관련 업체가 준공업지역에 입지하고 있음을 알 수 있다.

〈표 2〉 사업서비스업 업체당 종사자수 비교

단위: 명

구분	서울		준공업지역	
	1995	2005	1995	2005
사업서비스업	11.7	15.4	11.7	17.9

자료: 통계청, 각년도, 사업체기초통계자료

이와 같은 결과는 준공업지역이 단순 제조업만 수용하는 공간이 아니라 대규모의 연구개발 업체들까지도 수용하는 공간임을 보여주는 것으로 준공업지역이 생산을 주로 하던 예전의 모습에서 현재는 연구개발 쪽으로 무게 중심이 옮겨가고 있음

을 보여준다.

2) 준공업지역의 제조업

2005년을 기준으로 준공업지역에는 서울 제조업 사업체의 31.9%인 22,295개와 서울의 제조업 종사자의 33.7%인 159,506명이 분포해 있다. 준공업지역의 제조업체수는 1995년 23,414개에서 2000년 21,862개로 크게 감소하다가 2005년에는 다시 22,295개로 증가 추세에 있다. 종사자수는 10년 동안 257,114명에서 159,506명으로 38.0% 감소하였는데, 이는 서울의 제조업 종사자수 감소율인 35.0%보다도 3.0%p 높은 수치이다.

업종별로는 조립금속 제품 제조업(18.1%), 기타 기계 및 장비 제조업(17.8%), 봉제의복 및 모피제품 제조업(10.3%), 출판·인쇄 및 기록매체 복제업(7.0%)의 순으로 사업체수에 있어서 높은 비중을 차지했고 종사자수는 봉제의복 및 모피제품 제조업(13.1%), 전자부품·영상·음향 및 통신장비 제조업(12.8%), 기타 기계 및 장비 제조업(11.3%), 출판·인쇄 및 기록매체 복제업(10.2%) 등에서 높은 비중을 보였다.

지난 10년간 사업체수와 종사자수가 모두 증가한 업종은 '컴퓨터 및 사무용 기기제조업', '의료·정밀·광학기기 및 시계 제조업'과 같은 첨단 산업이 주를 이루고 있으며 준공업지역의 제조업 입지상계수를 분석해보면 대체로 첨단 제조업과 기반 기술적인 산업이 준공업지역에서 특화되어 있음을 알 수 있다.

2. 준공업지역의 사업체 경영 실태

지식기반경제에서 지역의 핵심역량은 지식의 창출, 확산, 활용 능력과 주체들 간의 활발한 상호

작용 및 학습 활동이라는 것을 앞에서 살펴보았다. 이러한 기능들을 살펴보기 위해 준공업지역 내 기업들의 연구개발, 생산, 판매 등의 활동 실태와 기업간, 기업과 지원기관간, 산학연간 협력 네트워크의 실태를 알아보도록 한다. 실태 파악을 위해 190개 업체를 대상으로 2007년 9월~10월에 걸쳐 실시한 설문조사와 8개 업체 사장과의 면담조사를 실시하였다.

응답업체들의 대부분(70.6%)은 1990년 이후 설립되었으며, 현재 위치로의 이전은 대부분 2000년 이후(65.8%)에 이루어진 것으로 나타나, 준공업지역이 기업들에게는 매력적인 사업 환경으로 평가받고 있으나 평균 운영연도가 14년이 채 안 되는 것으로 보아 업체 생명력은 길지 않다는 것을 알 수 있다.

업체들의 수행기능을 알아보기 위해, 사업의 형태를 [제품개발 및 설계], [생산 및 가공], [판매 및 기타]로 분류하여 살펴본다. 각각의 기능을 단독으로 수행하고 있는 업체들은 전체의 26.6%로 나타났으며, 두 가지 이상의 기능을 수행하고 있는 업체들은 29.3%로 나타났다. 한편, 세 가지 기능을 모두 수행하고 있는 업체들의 비중이 44.1%로 매우 높게 나타나 많은 업체들이 한두 가지 기능에 편중되어 있는 것이 아니라 제품의 개발·설계단계부터 생산·가공 및 판매까지 모든 기능을 함께 수행하고 있는 것으로 나타났다.

특히 업체의 66.5%가 제품개발 및 설계기능을 수행하고 있다고 응답해 고부가가치 창출이 가능한 업체들이 많이 입지하고 있음을 알 수 있다.

업체들의 입지 요인을 살펴보면, '주거래처, 협력업체와의 접근성', '동종업체의 집중' 때문이라는 응답이 높은 비중(48.9%)을 차지해 지리적 근접성이 기업의 네트워크 형성에 중요한 요소인 것

〈표 3〉 사업형태(해당 분야 모두 기재)

구분		업체수(개)	비중(%)
1가지 기능 수행	제품개발 및 설계	12	6.4
	생산 및 가공	21	11.2
	판매 및 기타	17	9.0
소계		50	26.6
2가지 기능 수행	제품개발 및 설계	14	7.4
	생산 및 가공	16	8.5
	제품개발 및 설계 판매 및 기타	25	13.3
	생산 및 가공 판매 및 기타	25	13.3
소계		55	29.3
3가지 기능 수행	제품개발 및 설계 생산 및 가공 판매 및 기타	83	44.1
	소계	83	44.1
합계		188	100.0

으로 나타났다. 또한 저렴하고 쾌적한 사무실 확보와 교통·통신연락의 편리 때문이라는 응답 역시 높게 나타나 물리적 환경과 교통·정보통신 인프라가 잘 형성되어 있어 사업하기에 좋은 조건을 제공하고 있는 것으로 나타났다.

준공업지역 업체들의 입지요인에 대한 중요도를 살펴보면, 협력업체(거래처)와의 접근성(3.76, 5점 척도), 교통·통신인프라 수준(3.75), 사업비용(임대료, 임금 등)(3.71), 유통·물류인프라 수준(3.75) 등을 중요시하고 있는 것으로 나타났으나, 대학과 연구기관 접근성(2.75)은 상대적으로 덜 중요하게 생각하고 있는 것으로 나타났다.

산업경쟁력 강화를 위해서는 대학, 연구기관과의 접근성이 중요함에도 불구하고 상대적으로 그 중요성을 낮게 인정하고 있는 것은 제품개발과 설계 시 산학협력이 활성화되어 있지 못함을 보여준다. 이러한 사실들은 기업체 사장들과의 면담에서도 확인되고 있다. 따라서 준공업지역의 산업경쟁력 강화를 위해서는 기존 업체의 기술경쟁력을 높

〈표 4〉 입지요인(3개까지 중복응답)

구분	응답수	비중(%)
주거래처와의 지리적 접근성 때문	88	19.2
관련 관공서와의 접근성 때문	14	3.1
협력업체와의 접근성 때문	88	19.2
동종업체의 집중 때문	48	10.5
필요한 노동력 확보 때문	42	9.2
저렴하고 쾌적한 사무실 확보 때문	70	15.3
교통·통신연락의 편리 때문	80	17.5
필요한 정보획득의 용이 때문	19	4.1
기타	9	2.0
합계	458	100.0

〈표 5〉 장애요인(3개까지 중복응답)

구분	응답수(건)	비중(%)
기술부족	25	4.7
대학, 연구소 등 지식기관 취약	1	0.2
인건비 상승	78	14.7
원자재 가격 상승	109	20.6
인력 부족	40	7.5
자금 부족	61	11.5
마케팅 능력 부족	29	5.5
합계	530	100.0

이고 신기술 창업을 촉진시키도록 해야 하며 이를 위해서는 중소 제조업체들이 대학, 연구기관들과 손쉽게 산학 협력할 수 있는 시스템 개발이 필요하다.

기업 활동상의 장애요인으로서는 원자재 가격의 상승이 전체 응답 중 20.6%를 차지해 가장 높게 나타났으며, 다음으로 인건비 상승(14.7%), 자금 부족(11.5%), 업체 간 경쟁심화(10.9%)순으로 나타났다. 위의 결과로 미루어 볼 때 기술개발, 산학협력 등을 통해 제품의 경쟁력을 높이고 마케팅 등을 적극적으로 해서 판매를 확대할 필요가 있다. 또한 기술개발, 마케팅능력 제고 등이 필요함에도 불구하고 업체들은 기술부족(4.7%), 대학·연구

소 등 지식지원기관 취약(0.2%), 마케팅능력 부족(5.5%)을 심각하게 인식하지 못하는 실정이다.

〈표 6〉 업체당 종업원 수와 연구인력수

구분	2004	2005	2006
평균 종업원수(명)	18.30	18.14	17.67
평균 연구인력(명)	3.00	3.02	3.12
평균 연구인력 비중(%)	16.39	16.67	17.67

업체들은 단순 생산에 머무르지 않고 나름대로 제품개발 및 설계에 많은 노력을 기울이고 있다. 업체당 평균 종업원 수는 줄어들고 있으나 평균 연구 인력은 증가하고 있는 것이 이를 입증한다.

신기술 도입 방법에 대해 살펴보면, 47.0%에 달하는 86개 업체가 자체적으로 개발한다고 하고 있으며, 타 업체와 공동개발이 14.8%, 숙련기술자 고용이 9.8%, 연구소와 공동개발이 8.2%, 첨단설비 도입이 6.0% 순으로 나타났다.

〈표 7〉 신기술 도입방법

구분	업체수(개)	비중(%)
자체 독자 개발	86	47.0
타 업체와 공동개발	27	14.8
연구소(대학)와 공동개발	15	8.2
개발기술 특허료 지불 사용	4	2.2
숙련기술자 고용	18	9.8
첨단설비 도입	11	6.0
신기술도입 필요 없음	14	7.7
기타	8	4.4
합계	183	100.0

기술개발 및 연구개발의 주요 내용은 신제품의 개발이 41.1%로 가장 높았으며, 기존 제품의 개량 29.4%, 생산라인과 제조방법의 개선개량 14.4%, 시행하지 않는다는 응답이 11.7%로 나타나, 대부

분 신제품 개발 및 기존 제품 개량을 위해 기술개발을 하는 것으로 나타났다. 기타 의견으로는 디자인개발 등이 있었다.

〈표 8〉 기술개발 및 연구개발의 내용

구분	업체수(개)	비중(%)
신제품(상품)의 개발	74	41.1
기존 제품의 개량	53	29.4
생산라인·제조방법의 개선개량	26	14.4
공구 등의 개선	2	1.1
시행하지 않음	21	11.7
기타	4	2.2
합계	180	100.0

기술개발의 힌트는 주로 자사의 기존 기술 개량(29.1%)을 통해서 얻는 것으로 나타났고, 다음으로 거래처와 협의하여 얻는다는 응답이 24.0%, 개인의 아이디어가 12.6%, 거래처로부터 직접 개발의뢰·지시받는다는 응답이 10.9%, 이업종·동업종 교류로부터 얻는다는 응답이 8.0% 순으로 나타났다.

〈표 9〉 기술개발의 힌트

구분	업체수(개)	비중(%)
자사의 기존 기술 개량	51	29.1
개인의 아이디어	22	12.6
거래처로부터 개발의뢰·지시	19	10.9
거래처와 협의하면서	42	24.0
다른 기업의 관련 기술로부터	8	4.6
이업종·동업종 교류로부터	14	8.0
문헌이나 논문 등을 조사해서	4	2.3
매스컴보도를 통해	2	1.1
대학의 연구성과로부터	0	0.0
기타	13	7.4
합계	175	100.0

산학협력을 경험한 업체는 전체의 26.8%에 불

과하고, 많은 업체들이 산학협력을 들어본 적도 없고 관심도 없다고 하여 산학협력에 대한 홍보나 인식이 아직 많이 부족한 것으로 보인다.

〈표 10〉 산학협력 여부

구분	업체수(개)	비중(%)
산학협력 경험 있음	51	26.8
산학협력 경험 없음	139	73.2
합계	190	100.0

산학협력의 형태는 신제품 개발(47.1%)이 주를 이루고, 다음으로 기존제품 개선(13.7%), 신기술 개발(9.8%), 기존공정 개선(9.8%) 등의 순으로 나타났다.

〈표 11〉 산학협력의 형태

구분	응답수(건)	비중(%)
신기술개발	5	9.8
신제품개발	24	47.1
기존제품개선	7	13.7
신공정개발	2	3.9
기존공정개선	5	9.8
인력양성(교육)	4	7.8
기술지도, 장비활용	4	7.9
합계	51	100.0

산학협력 시의 애로사항으로는 산학협력을 연계하는 전문 지원기관·기능 미흡(20.8%), 기업 내 산학협력 관리 전담인력 부족(18.8%), 기술·노하우의 외부유출 위험성(16.7%)과 산학협력 경험부족(16.7%), 대학 보유기술과 업체의 요구기술 불일치(12.5%) 순으로 나타났다. 위 결과는 서울시 산학연 협력 사업이 현장 밀착적으로 운영되어야 한다는 시사점을 안겨 준다.

〈표 12〉 산학협력 시 애로사항

구분	업체수(개)	비중(%)
기업 내 산학협력 전담인력 부족	9	18.8
교수의 현장 지식 및 경험부족	3	6.3
기술·노하우의 외부유출 위험성	8	16.7
산학협력 연계 지원기관 기능 미흡	10	20.8
산학협력 경험부족	8	16.7
대학 기술과 업체 요구기술 불일치	6	12.5
기타	4	8.3
합계	48	100.0

사업화의 애로사항으로는 자금부족이 42.9%에 달하고, 판로개척 등 성공 불확실성이 24.5%, 추가적인 기술개발이 18.4%, 업체의 기술 소화·수용 능력 부족이 6.1%, 기타 의견이 6.1%, 개발기술의 구식화 등 시장조건 변화가 2.0%로 나타났다.

〈표 13〉 사업화 시 애로사항

구분	업체수(개)	비중(%)
추가적인 기술개발	9	18.4
개발기술의 사업화자금 부족	21	42.9
판로개척 등 사업 성공 불확실성	12	24.5
업체의 기술 소화·수용능력 부족	3	6.1
개발기술의 구식화 등 시장조건 변화	1	2.0
기타	3	6.1
합계	49	100.0

산학협력의 성공을 위해서는 자금·인력·시설 등 풍부한 물적 지원이 41.5%로 가장 높고, 적정 과제의 발굴이 24.6%로 다음을 차지했다. 기업의 관심과 의지도 19.2%에 달했다.

〈표 14〉 산학협력의 성공 요인(2개 복수응답)

구분	응답수(건)	비중(%)
기업의 관심과 의지	43	19.2
적절한 산학협력과제의 발굴	55	24.6
기업과 대학교수간이 적절한 연계	12	5.4
자금·인력·시설 등 풍부한 물적지원	93	41.5
기업의 산학협력 대응능력	10	4.5
대학교수의 적극적인 참여의지	11	4.9
합계	224	100.0

위의 결과를 종합해 보았을 때, 많은 업체들이 산학협력의 필요성을 느끼고 있으나 첫째, 산학협력 상대를 탐색하는 것이 어렵고, 둘째, 적절한 산학협력 과제 발굴이 어려우며, 셋째, 개발자금이 부족하고, 넷째, 개발된 제품의 판로 확보에 불확실성이 크다는 애로사항이 있음을 알 수 있다.

다음으로 준공업지역의 창의적 활동 공간으로서의 적정성을 살펴보기 위해, 제조업체들의 디자인 활용에 대해서 조사하였다. 전체 제조업체 중 디자인을 활용하고 있다는 응답이 58.9%에 달했으며 앞으로 활용할 계획이라는 업체는 15.0%, 활용할 생각이 없다는 업체는 26.1%로 나타나 제조업체도 디자인을 활용하여 고부가가치를 창출하는 업체들이 많이 입지해 있는 것으로 보인다.

〈표 15〉 제품생산에 있어 디자인 활용여부

구분	업체수(개)	비중(%)
활용(사내직원에 의한 디자인)	67	37.2
활용(외부디자인업체와 계약)	39	21.7
앞으로 활용할 계획임	27	15.0
활용할 생각이 없음	47	26.1
합계	180	100.0

업종별로는 섬유·의복·가방·신발제조업과 목재·종이·출판·인쇄 제조업에서의 디자인 활용도가 높은 것을 알 수 있다. 또한 화학제품·플라스틱제조

업과 금속관련 제조업을 제외한 대부분의 업종에서 현재 디자인을 활용하고 있거나 앞으로 활용할 계획이라는 응답이 높게 나타났다.

〈표 16〉 업종별 디자인 활용 여부

(단위: 업체수, %)

업종	활용 중		향후 계획	계획 없음	합계
	사내 직원	전문 업체			
음·식료품	14.3	57.1	28.6	0.0	1000
섬유·의복·가방·신발	62.1	10.3	10.3	17.2	1000
목재·종이·출판·인쇄	30.0	50.0	5.0	15.0	1000
화학제품·플라스틱	8.3	33.3	16.7	41.7	1000
금속관련 제조업	20.8	20.8	8.3	50.0	1000
컴퓨터 및 기계관련	46.4	10.7	17.9	25.0	1000
의료·정밀·통신기기	29.2	29.2	20.8	20.8	1000
자동차 및 운송기기	0.0	0.0	50.0	50.0	1000
기타 제조업	50.0	0.0	16.7	33.3	1000
합계	37.2	21.7	15.0	26.1	1000

제품생산 시 디자인을 활용하는 이유로는 제품의 이미지 제고가 27.6%로 가장 높게 나타났으며, 제품의 고부가가치화를 위해서가 17.9%, 자사 브랜드의 확립을 위해서가 12.2%, 제품의 차별화를 위해서가 11.5%, 거래처의 요청으로가 10.3%, 기업이미지의 향상을 위해서가 7.1%로 나타났다.

〈표 17〉 제품생산 시 디자인 활용 이유

구분	업체수(개)	비중(%)
제품의 고부가가치화를 위해	28	17.9
제품의 이미지를 높이기 위해	43	27.6
자사 브랜드의 확립을 위해	19	12.2
기업이미지의 향상을 위해	11	7.1
제품의 차별화를 위해	18	11.5
판로개척을 위해	6	3.8
거래처의 요청으로	16	10.3
제품사용의 편리성을 높이기 위해	4	2.6
기타	11	7.1
합계	156	100.0

디자인 활용에서 가장 큰 문제점은 예산 확보가 28.8%로 가장 컸으며, 다음으로 좋은 디자이너 확보 어려움이 23.6%, 디자인 전문가가 사내에 없다는 응답이 18.3% 순으로 나타나 디자인을 위한 자금과 인력확보에 어려움을 많이 느끼고 있는 것으로 나타났다.

〈표 18〉 디자인 활용 시 문제점(복수응답)

구분	응답수(건)	비중(%)
예산 확보가 어려움	60	28.8
디자인 전문 직원 없음	38	18.3
좋은 디자이너 확보 어려움	49	23.6
디자인 효과를 알 수 없음	13	6.3
디자인의 중요성을 인식하지 못함	5	2.4
디자인의 활용 방법을 모름	6	2.9
디자인과 설계부문의 연계 부족	16	7.7
디자이너와의 소통 부족	7	3.4
기타	14	6.7
합계	208	100.0

이상의 분석을 통해 준공업지역이 창의와 혁신의 중심지로 발전하기 위해서는 다음과 같은 과제를 해결해야 할 것으로 보인다.

첫째, 산업구조 변화에 적극적으로 대응할 수 있도록 신성장동력 산업 창출을 적극 지원해야 한다. 산업의 재구조화 과정 속에서 준공업지역에 생존해 있는 기존 산업과 새로운 성장동력 산업을 적극적으로 수용할 수 있는 산업입지의 제공이 필요하다.

둘째, 가치사슬상의 생산 전·후반 기능의 집적을 촉진해야 한다. 준공업지역 산업의 혁신성을 높이고 부가가치를 높이기 위해서는 기존의 생산기능뿐 아니라 생산기능의 전·후반 기능을 포함한 가치사슬 전 과정의 집적이 필요하다. 기존의 생산 기능에다 연구개발·디자인개발 등 가치사슬 전반

기능의 보완, 판로확대를 위한 글로벌 마케팅 등이 후반기능의 보완으로 가치사슬 전 부분에서 유기적으로 연계된 형태로 구성되어야 한다.

셋째, 도시정비수법 및 산업지원체계를 연계해야 한다. 준공업지역이 전통적인 굴뚝공장 지역의 이미지를 탈피하고 쾌적한 산업 환경의 이미지를 조성하기 위하여 대규모 공장이적지 또는 기존 공장들의 계획적인 개발 및 환경정비가 이루어질 수 있는 도시정비수법을 구축하고, 산업집적지의 산업 활동에 대한 체계적인 지원과 강력한 입지 인센티브를 제공함으로써 쾌적하고 기업하기 좋은 공간으로 만들어야 한다. 또한 기존 시설에 문화예술 활동과 같은 새로운 활력을 부여하는 방안도 고려할 필요가 있다. 보다 중요한 것은 지식기반 경제에 걸맞게 젊고 창의적인 인재들이 모여들어 일하고, 즐기고 살고 싶어 하는 공간으로 만들어야 할 것이다.

IV. 준공업지역의 산업경쟁력 강화방안

1. 정책의 기본 방향

준공업지역은 그동안 제조업 위주로 발전해 오다가 최근 양적인 감소와 질적인 변화를 체험하고 있다. 산업구조적인 관점에서는 제조업의 빈자리를 생산자서비스업이 채워 주고 있다. 새롭게 생겨나는 신산업의 수용공간으로서의 역할도 하고 있다.

따라서 준공업지역의 산업경쟁력 과제는 먼저 창의와 혁신 활동을 촉진하여 기존산업의 경쟁력을 높이고 지속적으로 신성장동력 산업이 창출되는 시스템을 갖추는 것이다. 제조업의 경우 지금까지의 품질개선, 공정개선, 업무 효율화와 같은 프로세스 이노베이션에 추가하여, 새로운 기술개

발, 새로운 제품 및 서비스의 창출, 새로운 거래처의 개척, 새로운 비즈니스 모델의 개발과 같은 프로덕트 이노베이션이 필요하다.

준공업지역의 산업경쟁력을 높이기 위해서는 첫째, 기존산업의 고도화는 물론이고 새로운 성장동력 산업을 창출하고 수용하여야 한다. 서울의 다양한 경영자원, 기술자원을 활용해서 미래 서울의 경제기반을 창출하고 수용하는 공간으로서 역할을 하여야 한다.

둘째, 산업지원 플랫폼을 구축하여 기업들의 기술혁신, 경영혁신을 종합적으로 지원하도록 하여야 한다. 준공업지역의 경우 생산연계는 잘 형성되어 있지만, 새로운 기술개발, 디자인개발, 새로운 비즈니스 모델 창출, 새로운 거래처의 개척, 마케팅 능력 등이 부족하여 향후 필요한 프로덕트 이노베이션 능력이 부족하다. 따라서 서울시, 지원기관, 대학, 연구소 등이 네트워크를 형성하여 산업지원 플랫폼을 구축하고 가치사슬의 전 과정에서 종합적으로 연계 지원하도록 하여야 한다.

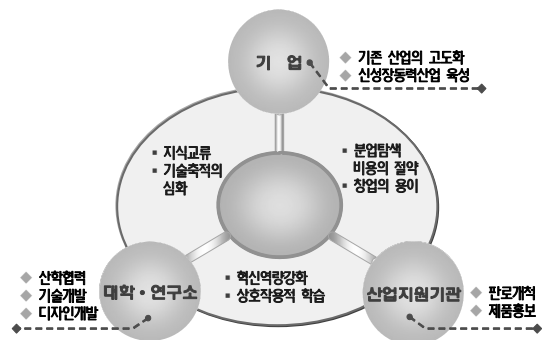
셋째, 주민에게 매력 있고 기업 활동하기 좋은 도시공간을 만들어야 한다. 준공업지역에 부족한 고차 기업지원서비스, 호텔, 컨벤션 시설 등 지원시설을 확충하여 기업하기 좋은 공간으로 만들어야 한다. 기업하기 좋은 공간이 되기 위해서는 기업에 종사하는 우수한 인재들에게 매력을 끌 수 있어야 한다. 새로운 시대의 준공업지역은 문화적이며 어메니티가 높고 매력 있는 공간으로 탈바꿈하여야 한다. 그리고 예술문화, 집객시설, 이벤트 등 자체로서도 새로운 산업창출이 가능하게 된다.

2. 추진전략

1) 신성장동력 산업 혁신클러스터 조성

준공업지역에 활동하고 있는 기존 산업의 부가 가치를 높이고 신성장동력 산업이 지속적으로 창출하고 성장할 수 있도록 해야 한다. 카스텔이 주장했듯이 지식경제시대에는 기존 산업이든 신산업이든 지식을 기반으로 부가가치를 높이지 못하면 생존 경쟁에서 살아남기 어려운 상황이다.

서울 지역에 입지해 있는 대학, 연구소, 기업들의 혁신역량을 높이고, 이들 간의 상호작용을 통하여 학습이 일어나기 쉬운 준공업지역을 만들어야 한다. 그래서 새로운 기술, 아이디어를 바탕으로 경쟁력 있는 상품, 제품, 서비스를 생산할 수 있도록 해야 한다.



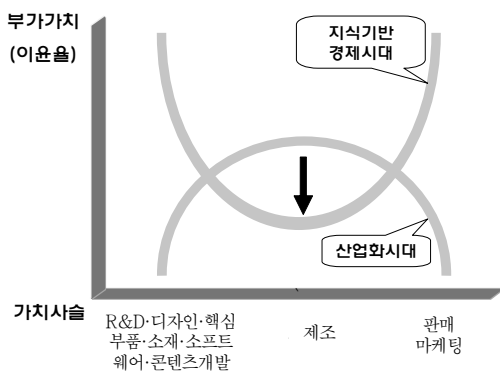
〈그림 3〉 준공업지역의 산업 클러스터 구성

준공업지역의 신성장동력산업으로서는 생명공학(BT), 나노기술(NT), 정보기술(IT), 문화기술(CT) 등 지식기반 하이테크 산업과 컨설팅업, 연구개발업 등 지식기반 서비스산업, 문화예술을 기반으로 하는 창조산업을 생각할 수 있다. 이러한 신성장동력산업의 혁신클러스터를 조성하기 위해서는 첫째, 기존의 전통적인 경제기반이나 문화 등을 통한 발전경로를 유지하도록 해야 한다. 즉

지역 내에 과거부터 축적되어 온 생산경험으로부터 생기는 외부성 효과를 최대한 활용하여 기존 기업 및 산업 환경을 통해 발전하도록 해야 한다. 둘째, 새로운 기업을 창출하는 연구기관, 지원기관, 대학 등을 활용하여 새로운 시장을 찾아 새로운 창의기업을 창출해야 한다.

2) 산업지원 플랫폼 구축

지금까지의 준공업지역에는 가치사슬 상의 제조 단계가 이익 창출의 가장 중요한 원천이었다. 즉 자본력을 바탕으로 생산설비를 갖추고 규모의 경제를 달성하거나 낮은 인건비를 바탕으로 생산 원가를 줄이는 형태의 단순 제조 활동이 상대적으로 가장 많은 이익을 창출한 것이다. 가치사슬의 각 단계별 이익(부가가치) 창출능력을 그림으로 그리면 중간단계인 제조부문이 가장 높은 '역 U자' 형태가 나타났다.

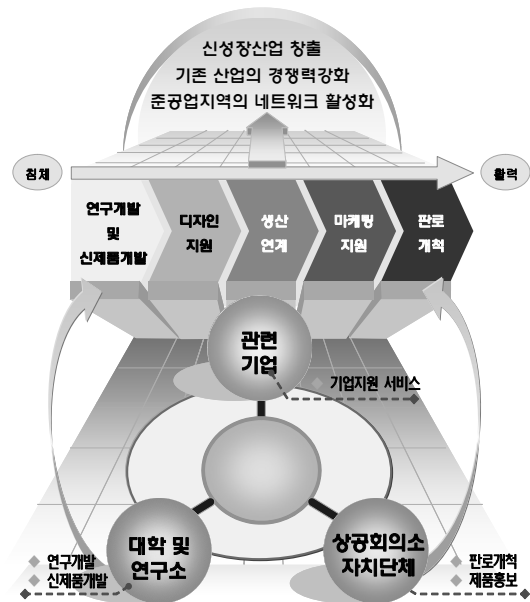


〈그림 4〉 가치사슬 단계별 부가가치의 변화

반면 지식경제시대에는 가치사슬의 앞쪽인 R&D·디자인·핵심부품·소재·소프트웨어·콘텐츠 개발 등의 활동과 후반에 위치한 마케팅·토털솔루션 제공 형태의 서비스 활동이 상대적으로 많은 부가가치를 창출하는 U자형 곡선이 나타난다. 이

처럼 산업화시대에서 지식경제로 넘어가면서 가치사슬 곡선이 '역 U자형'에서 'U자형'으로 변화하는 모습을 사람의 웃는 모습과 닮았다고 하여 '스마일커브'라고 부르기도 한다.

준공업지역의 제조업체들이 스마일 커브를 따라서 생산의 전반기능과 후반기능을 보완하며 경쟁력의 축을 급속히 변화시키지 못한 채 단순조립·제조 위주의 사업모델만을 고수한다면 글로벌 경쟁력에서 낙오될 수밖에 없을 것이다.



〈그림 5〉 산업지원 플랫폼으로서의 종합지원센터

따라서 준공업지역의 산업 경쟁력을 강화하기 위해서는 R&D 역량을 강화하는 한편, 프리미엄 브랜드 육성 등 마케팅 역량을 업그레이드하고, 고객맞춤형 서비스를 제공하는 등의 가치사슬 상에서 단순 제조업을 연구개발형 제조업으로 변화시키고, 또한 서비스 중심의 소프트 경쟁력과 결합시켜 2.5차산업으로 변화시킬 수 있어야 한다. 그러나 준공업지역의 기업들은 대부분 영세 중소

기업으로서 이러한 기술자원, 경영자원을 개별기업 차원에서 확보할 수 없는 것이 현실이다. 이러한 관점에서 준공업지역에 신성장동력산업의 혁신클러스터를 조성하기 위해서는 다음과 같은 기능들의 지원이 필요하다.

첫째, 연구개발, 기술개발, 제품개발, 디자인 개발 등 창의와 이노베이션, 창업을 촉진하는 지원 정책들을 마련하도록 하여야 한다. 둘째, 기업들의 생산연계를 원활히 하는 네트워크 전략을 추구하도록 해야 한다. 셋째, 제품의 글로벌 마케팅 전략을 강화하고, 금융을 비롯한 생산자 서비스업의 입지 또한 촉진시키도록 해야 한다.

이상의 연구개발, 디자인개발, 부품생산, 조립생산, 마케팅, 금융, 기업지원서비스 등을 종합적으로 지원함으로써 가치사슬 전 과정에서 부가가치가 창출될 수 있다. 그런데 이러한 기능을 어느 한 조직이 모두 담당하는 것은 어려울 뿐 아니라 효율적이지도 못하다. 따라서 서울에 소재하고 있는 대학, 연구기관, 각종 기업지원기관 등 기업 외부의 요소들을 연계하여 네트워크를 형성하고 지원하는 것이 바람직할 것이다. 그러한 네트워크의 중심이 되어 기업들을 지원하는 산업지원 플랫폼을 권역별로 구축할 필요가 있다.

3) 창조적 활동의 거점 공간 조성

준공업지역이 기업 활동하기 좋은 공간으로 만들기 위해서는 도시개발 수법과 산업지원 체제를 조화롭게 추진하여야 한다. 물리적으로 산업 활동 공간을 확보하고, 동시에 그러한 산업공간에서 부가가치가 높은 산업 활동이 일어날 수 있도록 산업지원 정책이 뒷받침되어야 한다. 예컨대 준공업지역의 특정지역을 산업개발 및 특정개발진흥지구로 지정하여 토지이용이 산업활동에 유리하도록 여건을 조성해 나가도록 하여야 할 것이다. 결

과적으로 예술가, 기술자, 전문가 등 창의적인 사람과 기업들이 모여들고, 각자 창조적이고 혁신적인 활동을 하고, 또 상호작용하고 학습하여 집적의 이익이 생기고, 기업은 새로운 비즈니스를 만드는 거점 공간을 만들어 내어야 한다.

준공업지역의 산업경쟁력을 높이기 위해서는 신성장동력산업 육성이 중요한데, 이는 그러한 공간을 그 산업에 종사하는 인재들이 선호하는 공간으로 만들지 못한다면 불가능한 일이다. 과거 준공업지역의 부정적 이미지를 반전시키기 위해서는 예술과 환경이라는 테마가 큰 역할을 할 것이다. 좋은 예술은 사람들의 마음을 풍요롭게 하고 주민들의 만족도를 높여 준다. 그리고 지역의 부정적 이미지를 대외적으로 개선하는 효과를 안겨 준다. 지역의 매력을 높이기 때문에 그곳에 살고 싶어 하고, 그곳에 가보고 싶어 하고, 나아가 그곳에서 사업을 하고 싶어 하는 사람이 늘어난다. 즉 새로운 인구와 산업을 흡인하고 지역을 재생시키는 효과를 가지고 있다. 산업개발진흥지구 등을 지정할 때, 지구의 명칭에도 많은 신경을 써야 할 것이다.

기업 활동, 여가활동, 문화활동, 국제적 교류 등 다양한 기능들을 정비하도록 해야 한다. 우수한 인재나 정보가 모여드는 매력 있는 지역, 쾌적하고 안심하게 기업 활동할 수 있는 지역, 효율적이고 기능적인 지역을 만들도록 한다.

V. 결론

지식기반사회에서 지식은 단순히 고정적인 스톡으로서의 역할만을 하는 것이 아니라, 새로운 지식이 생산 과정에 지속적으로 투자되어야 한다. 서비스 생산에서도 지식이 에너지원의 역할을 하고 있다. 따라서 준공업지역이 서울경제의 원동력

으로 재생하기 위해서는 지식의 창출, 확산, 활용이 원활하게 이루어지도록 하는 시스템을 수용할 수 있는 공간이 되어야 한다.

또한 지식기반사회는 과학적·경제적 창조성만이 아니라, 동시에 예술적·문화적 창조성을 필요로 하는 사회이며, 새로운 사회경제체제에서 활동하는 사람들을 위해 새로운 문화적인 활동이나 새로운 아이덴티티가 창조되는 시대이기도 하다. 새로운 비즈니스 커뮤니티가 생겨나고, 산업조직이 형성되면, 이들 새로운 활동 분야에 속하는 사람들은 사회에 대한 새로운 역할을 종래와는 다른 방법으로 연출하지 않으면 안 된다. 새로운 산업을 창출하기도 하고, 새로운 문화적 실험을 하기도 하는 등 새로운 시대의 실험적 공간으로서의 의미도 있게 된다. 사람들의 다양한 분야에서의 창조성을 지원할 수 있는 인프라를 정비해 나가는 것이 필요하다.

서울의 준공업지역은 새로운 지식의 창출, 확산, 활용이 원활하게 이루어져 서울의 새로운 경제적 기반으로 변모되도록 하여야 할 것이며, 또한 새로운 산업, 새로운 활동, 새로운 커뮤니티가 생겨나도록 하여야 할 것이다. 그렇게 하기 위해서는 창의와 혁신의 거점으로 발전할 수 있도록 물리적인 공간정책뿐 아니라 소프트한 정책 프로그램이 조화롭게 구사되어야 할 것이다.

토지이용은 불가역성이 강하기 때문에 준공업지역이 한번 공동주택 공간으로 바뀌게 되면 다시는 서울경제의 새로운 원동력을 수용할 수 있는 공간으로 바꾸기는 어렵다는 것을 명심해야 할 것이다. 준공업지역을 서울경제의 새로운 기반으로 가꾸어 가겠다는 의지와 노력이 필요하다.

참고문헌

- 라도삼·조아라, 2007, 『서울의 도시경쟁력 제고를 위한 Culturenomics 전략 연구』, 서울시정개발연구원.
- 신창호, 2006, “외국도시의 경제 살리기 우수 사례,” 『월간 공공정책』 21, 8월호.
- 신창호, 2007a, 『월드디자인플라자 건립 타당성조사 및 운영방안 연구』, 서울산업통상진흥원.
- 신창호, 2007b, 『준공업지역의 산업경쟁력 강화방안』, 서울시정개발연구원.
- 세키구치 요시유키, 2006, “비「성장·확대」의 시대 도시 재생을 요코하마에서부터 생각한다”, 한일 도시재생 국제심포지움 『선진 도시재생 사례와 인천의 과제』.
- 吉本光宏, 2004, “ビルバオ市における都市再生のチャレンジ - グッゲンハイム美術館の影に隠された都市基盤整備事業-”, 『文化による都市の再生- 歐洲の事例から』.
- 文化藝術・観光振興による都心部活性化検討委員会, 2004, 1, 『文化藝術創造都市-クリエイティブシティ・ヨコハマの形成に向けた提言』.
- Castells, M., 1989, *The Informational City: information technology, economic restructuring, and the urban-regional process*, Blackwell.
- Crevoisier, O., 1999, “Innovation and the City”, in Malecki, E. J. and P. Oinas(ed.), *Making Connections: Technological learning and regional economic change*, Ashgate, 61~77.
- Drucker, P. F., 1993, *Post-capitalist Society*, Harper Business.
- Friedmann, J., 1986, “The World City Hypothesis”, *Development and Change*, 17, 69~84.
- Fujita, K., 1988, “The Technopolis: High Technology and Regional Development in Japan”, *International Journal of Urban and Regional Research*, 2(4), 566~594.
- Sassen, S., 2001, “Global Cities and Global City-Regions: A Comparison”, Scott, A. J.(ed.), *Global*

City-Regions, Trends, Theory, Policy, Oxford Univ. Press, 78~95.

Scott, A. J., 1988, *Metropolis: from the division of labor to urban form*, Berkeley: University of California Press.