

# 산업입지

2024 Vol.80

www.kicox.or.kr

# INDUSTRIAL LOCATION

## 논단

문화의 힘으로 변화되는  
노후산업단지의 미래

권석무 노후산단의 혁신적 변화, 산업단지 구조고도화 사업

이재희 문화를 담은 산업단지 정책

김홍주 일터의 문화를 바꾼 산업공간과 정책제언

이용원 문화로 브랜딩하는 산업단지의 사례

Vol.80

Industrial  
Location

---

---

# Contents

---

## 논단: 문화의 힘으로 변화되는 노후산업단지의 미래

- 06 노후산업단의 혁신적 변화, 산업단지 구조고도화 사업 | 권석무
- 14 문화를 담은 산업단지 정책 | 이재희
- 25 일터의 문화를 바꾼 산업공간과 정책제언 | 김홍주
- 35 문화로 브랜딩하는 산업단지의 사례 | 이용원

---

## 입지·정책 동향

- 48 산업단지 동향
- 52 산업단지 개발·분양 동향
- 59 공장설립 동향
- 75 입지정책 동향

# 01

## 논단

---

문화의 힘으로 변화되는  
노후산업단지의 미래

노후산단의 혁신적 변화, 산업단지 구조고도화사업 | 권석무

문화를 담은 산업단지 정책 | 이재희

일터의 문화를 바꾼 산업공간과 정책제언 | 김홍주

문화로 브랜딩하는 산업단지의 사례 | 이용원

---

정부는 산업단지 노후화로 인해  
인재유입의 곤란 등 경쟁력을 상실함에 따라  
인프라 개선과 함께 문화를 접목하여  
“일·삶·문화가 어우러진 산업단지”로 변화되기 위해  
다양한 정책을 개발 중입니다.

‘문화’는  
청년층에게는 Work&Life를 즐기는 요소이고,  
지역민에게는 지역 정체성입니다.  
그들이 원하는 문화를 산업단지에 구현하여  
대한민국 경제 중심으로 다시 성장 하길 기대합니다.

이번 논단에서는 문화가 접목된  
공단 핵심사업인 구조고도화사업과 여러 사례를 통해  
공단의 미래를 선견하며 새로운 방향을 모색하고자 합니다.

# 노후산단의 혁신적 변화, 산업단지 구조고도화사업

한국산업단지공단 공공투자팀 | 차장 권석무

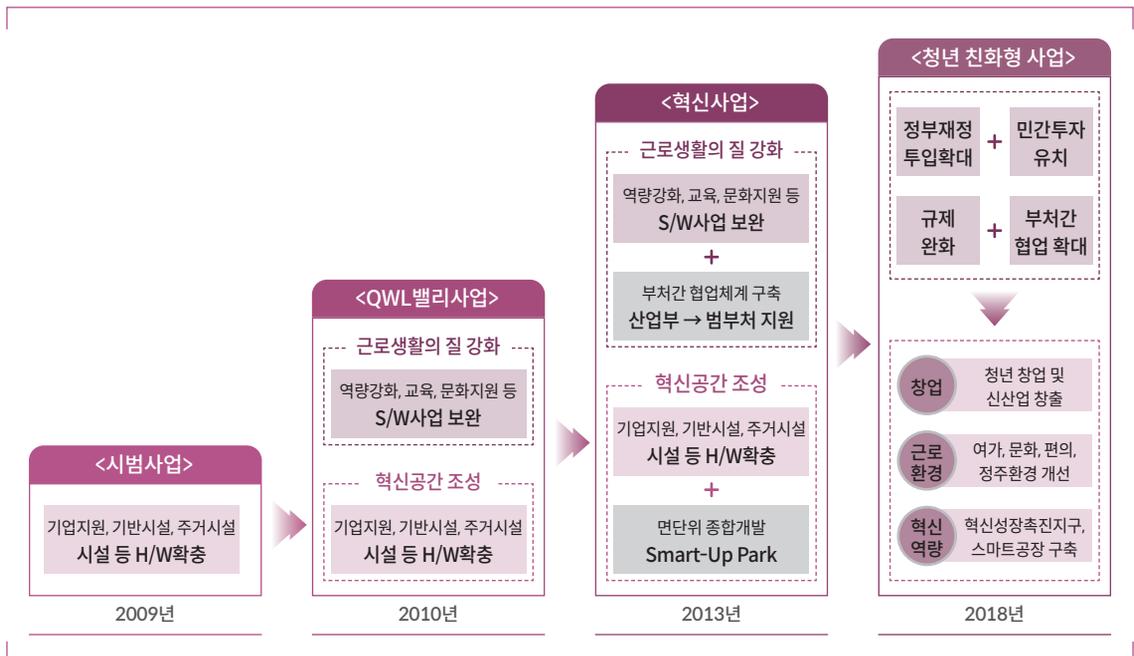
1. 서론
2. 산업단지 구조고도화사업과 핵심요소
3. 노후 산업단지 구조고도화사업과 실행
4. 결론

## 1. 서론

산업단지는 지난 60년간 '제조업의 심장'으로서 제조업 생산의 60.6%, 수출의 65.5%, 고용의 47.9%(2022년

기준) 우리나라 경제 성장을 견인해 왔으나, 산업단지 노후화로 도로 등 인프라 부족, 근로 및 정주여건이 악화되었고 이로 인한 청년층 기피, 기업의 혁신역량 저하 등 다양한 문제에 직면하고 있다.

〈그림 1〉 산업단지 구조고도화사업의 개념 확대 과정



노후산업단지<sup>1)</sup>의 지속적 증가<sup>2)</sup>에 따라 정부는 기업 경쟁력이 저하되고 있는 노후산업단지를 지식기반 첨단 산업 거점으로 재창조하기 위해 2009년 12월, 반월 시화, 구미, 남동, 익산을 시범단지로 지정하였으며, 2010년 4월 「산업집적법」 개정, 2010년 10월 <QWL 밸리 조성계획<sup>3)</sup>>을 발표하여 본격적으로 구조고도화 사업을 추진하게 되었다.

2013년 9월 노후거점산단을 중심으로 정부의 정책 역량을 집중 지원하기 위한 ‘산단 경쟁력 강화방안’을 발표하고, 민간재원 중심의 구조고도화사업 한계를 극복하기 위해 2017년까지 25개 혁신산단을 선정하는 사업이

추진되었다. 그리고 부처간 산단 지원정책을 집중 지원하는 ‘혁신사업’으로 개념이 확대된다.

2017년 혁신산단 선정 종료에 따라 새로운 노후산단 리모델링 정책이 추진되었고, 구조고도화사업과 산업단지 재생사업의 효율적 연계 추진을 주요내용으로 한 「노후거점산업단지의 활력증진 및 경쟁력강화를 위한 특별법」이 제정(2015.1.)되었다. 본 고에서는 구조고도화사업의 개념과 핵심요소, 사업현황 및 문제점을 살펴보고, 이를 토대로 향후 구조고도화사업의 추진 방향을 모색해보고자 한다.

〈표 1〉 재생 및 혁신단지 현황

구분	국가산단	일반산단
혁신단지(17)	부평·주안, 대불, 여수, 울산미포	신평·장림, 서대구
공동단지(11)	반월·시화, 남동, 구미1, 창원, 익산	성남, 성서1·2, 양산, 천안제2, 청주, 하남
재생단지(18)	-	서울운수, 대구염색, 진주상평, 순천여수우천, 원주문막, 춘천후평

자료 : 한국산업단지공단 내부자료(2017.기준).

## 2. 노후산업단지 구조고도화사업과 핵심 요소

### 1) 노후산업단지 구조고도화사업

「산업집적법」에서는 산업단지 구조고도화사업을 산업단지 입주업종의 고부가가치화, 기업지원서비스의 강화, 산업집적기반시설·산업기반시설, 산업단지 공공시설

등의 유지·보수·개량·확충 등을 통하여 기업 유치에 촉진하고, 입주기업의 경쟁력을 높이기 위한 사업으로 정의한다.

노후산업단지의 경우 공장건축물의 노후화, 도로 및 주차장 등 기반시설과 문화·복지·편의시설 부족, 소음·악취·분진 발생으로 생산·근로환경이 열악, 지자체의 예산부족으로 유지관리 개선도 기대하기 어려워 청년층의 산단 내 취업 기피 현상이 심화되고 있다. 이러한 청년층의

1) 노후산업단지의 정의는 관련 법규에 따라 다르게 정의되고 있는데 「산업집적활성화 및 공장설립에 관한 법률(이하 산업집적법)」에서는 착공일 기준 20년이 경과한 산업단지, 「산업입지 및 개발에 관한 법률(이하 산업입지법)」에서는 준공된 후 20년이 지난 산업단지로 규정함.  
 2) 착공 후 20년 이상 노후산단 수 : ('24) 484개 → ('27) 579예상.  
 3) QWL(Quality of Working Life) 밸리 : 산업단지를 청년들이 선호하는 일터, 배움터, 즐길터가 어우러진 공간으로 재창조하여 근로생활의 질이 보장되는 산업단지를 조성.

〈표 2〉 노후산단 리모델링 사업 비교

구분	구조고도화사업	재생사업	경쟁력강화사업
목적	업종 첨단화, 정주시설 개선	기반·산업시설의 계획적 정비	노후거점산단의 리모델링
개발방식	필지단위 소규모 개발	전면 또는 부분 재정비	구조고도화 + 재생
사업내용	지산센터, 지원·공공시설 건립, 노후시설 정비	도로, 교량, 주차장 등 공공·기반시설 정비	구조고도화 + 재생
장점	단시간 및 저비용 소요	대규모 개발로 획기적 개선	각 사업의 장점을 결합, 지원역량 결집을 통한 효과 제고
단점	전면적 환경개선 불가	고비용 및 장시간 소요	노후거점산단 한정

산단 기피현상은 근로자의 고령화를 촉진하고 산업 경쟁력의 저하로 이어져 정부차원의 종합적인 개선 및 지원책 마련이 절실하다.

노후산단 리모델링의 제도적 수단으로는 구조고도화 사업, 재생사업이 있으며, 두 사업의 효율적 추진을 위한 경쟁력강화사업이 있다.

산업단지 구조고도화사업 중 민간투자 사업은 정부

자금 기반으로 민간투자를 촉진하는 환경개선펀드, 인센티브로 민간투자를 촉진하는 민간대행사업이 있다. 그리고 기업지원, 문화·복지·편의시설 확충 등을 지원하는 정부출연사업으로 구성되어 있으며, 최근 산단 내 문화요소 도입의 중요성이 강조됨에 따라 내년부터는 관계부처 합동으로 문화 선도산단을 지정하여 집중 지원하게 된다.

〈 산업단지 구조고도화사업 세부사업 〉

① 민간투자 사업

- (환경개선펀드) 정부자금을 시드머니로 펀드를 조성하고 민간투자를 촉진하여 산업 기반시설, 지원시설\* 등 확충  
\* 예) 지식산업센터, 기숙사형 오피스텔, 방류수 재이용 시설, 친환경 에너지시설 등
- (민간대행사업) 민간에서 구조고도화사업 추진 시, 공공은 토지용도 변경 등 인센티브를 제공하여 민간투자 촉진

② 정부출연 사업

- (휴폐업공장 리모델링) 휴·폐업공장을 리모델링하여 저렴한 창업공간 제공
- (혁신지원센터) R&D, 기업지원 등의 혁신기능 집적화 시설 구축
- (복합문화센터) 문화, 주거, 편의시설 등이 집적된 시설 구축
- (아름다운거리) 특화 디자인 거리, 녹지공간, 쉼터, 무인편의시설 등 조성
- (노후공장 리뉴얼) 노후화된 개별 중소기업 공장의 내·외부 환경 개선

## 2) 핵심요소

첫째, 노후산단 환경개선에 대한 정부 정책의 지속성이 필요하며, 이를 위해 사업의 효율적 측면을 함께 고려해야 한다. 산업단지 조성은 지역발전과 경제활성화 차원에서 매우 중요한 역할을 하고 있으나 대부분 대규모 단지로 조성되고 막대한 조성비를 부담해야 하므로 재정 낭비를 하는 역효과가 발생할 수도 있다. 주로 비도시 지역에 조성되는 신규 산단은 토지수용, 기반시설 등 인프라 확보를 위해 많은 재정이 기반시설 구축비에 투입되고, 대중교통서비스가 원활하지 않아 인력수급에도 어려움이 있다. 반면, 구조고도화사업은 상대적으로 도심지와와의 접근성이 높고, 고밀·복합개발로 효율적 토지이용이 가능하며, 既조성된 기업지원 인프라 활용이 용이하므로 입지경쟁력이 우수하다. 이러한 측면에서 신규 산단 조성보다 기존 노후산단의 환경개선에 재정 투자하는 것이 효율적이라 할 수 있다.

둘째, R&D 등 기술개발, 산학연 네트워크 구축 등 기업역량 강화사업, 안전관리사업 등과 연계한 사업의 시너지 효과 제고가 필요하다. 최근 산업구조의 전환이 가속화됨에 따라 디지털 전환, 친환경 산업단지로의 변화 및 ESG경영 도입은 필수적이라 할 수 있다. 특히 산업단지 내 환경오염, 악취, 소음 등은 근로환경 저해의

주요 요인이므로 이를 개선하기 위한 신규 설비 개발, 공정 및 설비개선에 정부의 적극적인 지원이 필수적이다.

셋째, 정부의 재정적 지원은 한계가 있으므로 민간 투자 유도를 위한 지속적인 규제완화와 인센티브가 필요하다. 2023년 8월, <산업단지 킬러규제 혁파방안>을 발표했지만, 구조고도화 관련 타부처 관련 법규 미개정, 복잡한 인허가 절차 개선 등 산단 입주기업의 투자 장벽을 낮추기 위한 노력이 여전히 필요하다. 또한 청년층의 산업단지 기피 현상은 수도권 보다 비수도권 지역이 더 심각하므로 비수도권 투자에 대한 파격적인 인센티브 부여로 청년층 유입과 민간자본 유치를 해야 한다.

## 3. 노후산업단지 구조고도화사업과 실행

### 1) 구조고도화사업 현황

구조고도화사업은 2010년부터 총 133개 산단에서 진행 중이며, 사업규모는 343개 사업, 총 사업비(협약 기준)는 약 18조 7천억 원에 달한다.(2024.8.기준)

<표 3> 구조고도화사업 유형

구분	민간대행사업	산단환경펀드사업	정부출연사업
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>민간의 아이디어 제안과 토지용도 변경 등 인허가 지원으로 산단 내 민간투자사업 유치(국비지원 無)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>정부예산을 시드머니로 자산운용사를 통해 펀드 조성 후 민간투자사*에 투자(출자, 대출 등)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>산단 내 창업, 문화복지, 편의, 휴식공간 조성을 통한 근로환경 개선 (국비와 지방비 매칭)</li> </ul>
지원내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>(산업) 지식산업센터, 수소연료전지, 데이터센터, 방류수 재이용시설 등</li> <li>(지원) 기숙사, 오피스텔, 소규모 생활편익시설</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>휴폐업공장 리모델링사업</li> <li>청년문화센터 건립사업</li> <li>아름다운거리 조성사업</li> <li>노후공장 청년친화 리뉴얼</li> </ul>

자료 : 한국산업단지공단 내부자료(2024).

\* SPC, PFV

〈표 4〉 구조고도화사업 추진실적

(단위: 개, 억 원)

사업구분	시작연도	사업수	사업비(누적)	비고
구조고도화사업 총계	-	343	186,896	
민간대행사업	2010	53	78,627	
산단환경개선펀드	2011	70	95,491	
정부출연사업	2015	220	12,778	
혁신지원센터 구축	2015	23	2,091	
복합문화센터 건립	2019	93	6,232	[개편(2024~)]청년문화센터 건립
아름다운거리 조성	2019	62	1,530	[개편(2024~)]아름다운거리 조성+플러스
휴폐업공장 리모델링	2019	27	2,873	
노후공장 청년친화 리뉴얼	2024	15	52	

자료 : 한국산업단지공단 내부자료(2024.8.기준).

## 2) 정부와 지자체의 역할

구조고도화사업은 정부와 지자체의 역할이 매우 중요하다. 먼저, 정부는 정책방향과 재정적 지원을 제공한다. 정부는 국가경제와 산업전반의 경쟁력을 높이기 위해 노후산단의 기본정책을 수립하고 사업 전략방향을 제시하며, 출연금·보조금 등 재정지원을 통해 新산업입지 공급, 인프라 구축 및 정주여건을 개선한다. 또한 산업단지 규제와 행정절차를 간소화하여 구조고도화사업이 원활하게 수행될 수 있는 환경을 조성한다.

다음으로 지자체는 지역 실정에 맞는 맞춤형 실행 전략과 현장지원을 담당하게 된다. 지역의 산업구조, 물류, 인력 등 지역특성을 반영한 지역 맞춤형 구조고도화계획을 수립하고, 구조고도화사업 실행에 필요한 인허가 절차를 지원한다. 또한 지역의 산업진흥기관, 산단 입주기업, 근로자 및 지역주민 등과 소통·협력하여 일자리 창출과 입주기업의 경쟁력 제고를 위해 사업 방향을 조정·보완하는 역할을 담당한다.

## 3) 새로운 정책요소를 반영한 주요사업

최근 산업단지의 AI 업무환경 구축, IoT 기반의 생산 공정 자동화 등 디지털 전환이 가속화됨에 따라 구조고도화사업도 이를 지원하기 위한 복합지식산업센터, 데이터센터 구축, 스마트 물류센터 건립을 지원하고 있다. 또한 태양광, 수소 등 신재생 에너지 도입을 통한 탄소 배출을 줄이고자 지붕형 태양광발전설비 설치 사업, 수소액화사업, 폐열 에너지 재이용사업, 공업용수 재이용사업 등 친환경사업을 지원하여 지속가능한 산단 발전을 추진하고 있다.

그리고 ‘경남 민생토론회(2024.2.)’에서 산단 청년근로자가 열악한 근무여건 개선을 건의하고, 이를 계기로 산업부, 문체부 등 관계부처에서 TF를 구성(2024.3)하여 구미 등 전국 주요 산업단지에서 공연, 전시 등 각종 문화행사를 추진하고 있다. 내년부터는 ‘문화 선도산업단지’를 선정하여 랜드마크 건립, 문화프로그램 확충, 산업단지 관광자산화 등을 추진할 예정이다.

〈그림 2〉 지속가능한 산업 발전을 위한 사업 사례



〈오송 데이터센터 개발사업〉  
사업기간 : 2024.5 ~ 2029.5 / 사업비 3,773억원



〈여수 부생수소 연료전지 발전사업〉  
사업기간 : 2022.9 ~ 2032.5 / 사업비 1,006억원

〈그림 3〉 산업단지 내 문화프로그램 운영 사례



〈2024 구미 문화가 있는 산업 시범사업(산단팍)〉



〈창원동남아트센터(전시회)〉

4. 결론

1) 노후산업단 개선방안 및 대응전략

노후산업단지의 혁신적 변화와 대응책 마련을 위해 3가지 개선방안을 제시한다.

먼저, 노후산단의 혁신적 변화를 위해 디지털 전환 기반 저탄소산업단지를 구현해야 한다. 이를 위해 일하는 방식의 스마트화, 디지털 혁신을 통한 생산성 향상, 친환경 설비<sup>4)</sup> 도입, 신재생 에너지 활용 확대, 탄소저감 기술개발 등의 노력이 필요하다. 이 중 디지털 전환은 제조기업의 생산성과 기술경쟁력 제고의 핵심요인이지만

4) 노후 설비를 저탄소 기술 도입한 설비로 교체, 산단 공장 지붕 태양광 발전, 풍력 터빈 등.

산업단지의 전반적인 디지털 인프라 수준은 여전히 낮고, 혁신역량<sup>5)</sup>도 미흡한 수준이다. 따라서 저탄소산업단지 구현을 위한 첫걸음으로 제조 쉼주기의 디지털 전환 인프라 구축을 확대하고, 입주기업 임직원의 디지털 전환 역량 강화를 위해 인근 대학 등과 연계한 '디지털 앵커 인력' 양성 교육프로그램 운영이 필요하다.

둘째, 일과 삶이 조화될 수 있도록 주거, 교통 등 산업단지 기초 인프라를 확충하고, 근로자의 안전이 확보되는 안전한 산업단지가 되어야 한다. 산단 및 인근에 공공임대주택, 기숙사 등을 공급하고, 대중교통 노선과 DRT(수요응답형 교통서비스) 및 공유모빌리티 확대, 도로 및 인도정비 등으로 걷고 싶은 산업단지를 구현하여 산단 내 차량 유입을 최소화하여야 한다. 또한 노후산업단지의 안전성 개선은 근로자와 지역사회의 안전을 위해 필수적이며, 디지털 혁신과 AI, IoT와 같은 스마트 기술로 예방시스템을 마련하는 것이 중요하다. 동시에, 지속적인 안전 교육과 설비 교체를 통해 근로자의 안전의식을 제고하고, 작업환경의 위험요인을

해소해야 한다.

셋째, 산단의 혁신적 변화를 위해 청년 근로자 맞춤형 문화공간 및 콘텐츠 도입이 되어야 한다. 민생토론회, 설문조사<sup>6)</sup> 등을 통해 근로환경 중 문화환경에 대한 만족도가 상대적으로 낮아 개선이 필요한 것을 알 수 있다. 개선을 위해 여가, 문화, 편의, 정주환경 개선은 즐길 수 있는 다양한 문화콘텐츠를 도입하여 근로자와 지역주민의 문화적 욕구를 충족시켜야 한다. 구조고도화 사업에서도 이러한 수요에 맞추어 변화가 필요하다. 2018년부터 '청년 친화형' 사업을 추진하며 노력을 해 나가고 있으나, 체감도를 높이기 위해 물리적·사회적 변화가 함께 되어야 한다. 예를들면 산업단지의 건물 외관에 미적 요소를 더하거나, 공공 미술 작품을 설치하여 시각적으로 아름답고 개방감 있는 공간으로 재구성할 수 있다. 이로써 근로자와 방문객들에게 산업단지 특유의 문화적 정체성 경험을 제공하고, 주변 지역 주민들도 편하게 방문할 수 있는 문화 명소로 변화될 것이다. 또한 폐공장 등 산업유산을 리모델링하여 전시, 공연장,

**〈그림 4〉 산업유산 리모델링 사례**



〈금천예술공장\*〉



〈성수동 대림창고\*\*〉

\* 공장 건물을 활용하여 22개의 창작스튜디오와 공연연습장으로 리모델링

\*\* 창고를 카페, 전시 등 복합문화공간으로 리모델링

5) 산업 DX 실태조사 결과('22.6월, KPC) 국내기업의 DX 역량지수는 1.68점(5점 만점).  
6) 한국문화관광연구원(2024). 「문화가 있는 산업단지 조성을 위한 설문조사」 결과보고서.

카페 등 복합문화시설로 탈바꿈하고, 산업단지 문화 축제, 지역주민과 근로자를 위한 공예, 미술 등 문화프로그램을 확충하여 산업단지가 청년들이 찾고 머물고 싶은 공간이 될 것이다.

## 2) 결론 및 종합제언

노후산업단지의 혁신적 변화는 근로자의 안전과 삶의 질을 향상시키고, 지역 사회와의 융합을 통해 산업단지가 지역 발전의 한 축으로서 자리 잡는 것을 목표로 해야한다. 노후산업단지에서의 '일(work)'은 근로자의 안전, 생산성, 효율성과 직결된다. 노후 설비는 고장률이 높고, 이는 안전사고의 원인이 되거나 작업 효율성에 부정적 영향을 미친다. 따라서 DX, 저탄소화를 통한 혁신적 환경개선과 근로자가 안전하고 효율적으로

일하는 환경조성이 필수적이며, 글로벌 탄소규제에 대한 효율적 대응이자 산업단지 지속가능한 발전을 위한 필수 조건이다.

또한, 노후산업단지는 근로자와 지역 주민의 삶의 질을 향상시킬 수 있는 생활 인프라를 확충하고, 지역 사회와의 연계를 강화함으로써 일과 생활이 조화를 이루는 공간으로 거듭나야 한다. 이는 근로자들의 만족도를 높이고, 지역 사회의 지속 가능한 발전에도 기여할 것이다.

마지막으로 노후산업단지를 지역 사회와의 문화적 융합을 이끌어내는 공간으로 발전시키는 것은 산업단지의 부정적 이미지를 개선하고, 지역 사회와의 긴밀한 관계를 형성하는 데 필수적이다. 산업단지를 지역 사회의 문화 허브로 재구성하면 지역의 경제와 문화적 활력도 크게 향상될 것이라 기대한다.

## 참고문헌

- \* 경남도민일보(2024.8.1.). "2024 문화가 있는 산단 전시, 창원과 진주에서 열린다"(검색일 2024.10.20).
- \* 관계부처 합동 제1차(2017.). 제2차(2022). 노후거점산업단지 경쟁력강화 전략계획.
- \* 관계부처 합동(2014). 노후산단 리모델링 종합 계획.
- \* 산업연구원(2017). 「노후거점산업단지 경쟁력 강화 방안 연구」.
- \* 아시아경제(2024.10.16.) "문화 입힌 산업단지, 청년 찾는 핫플"(검색일 2024.10.20).
- \* 한국문화관광연구원(2024). 「문화가 있는 산업단지 조성을 위한 설문조사」 결과보고서.
- \* 한국산업단지공단(2017). 「노후산업단지 구조고도화사업의 추진현황과 활성화 방안」.
- \* 한민지(2019). 「산업 유휴공간을 활용한 문화재생의 문화 효과 비교 분석」.

# 문화를 담은 산업단지 정책<sup>1)</sup>

한국산업단지공단 정책연구팀 | 책임연구원 **이재희**

1. 서론
2. 산업단지 공간과 문화
3. 문화를 담은 산업단지의 변화
4. 결론

## 1. 서론

‘문화(文化; culture)’란 일반적으로 한 사회의 주요한 행동 양식이나 상징체계를 의미한다. 어원적으로는 라틴어 ‘cultura’에서 파생된 단어로 원래는 ‘경작(耕作)’이나 ‘재배(栽培)’를 의미했으나, 나중에 교양, 예술 등의 뜻을 내포하게 되었다. 우리나라는 ‘문화’를 「문화기본법」 제3조에서 문화예술, 생활양식, 공동체적 삶의 방식, 가치체계, 전통 및 신념 등을 포함하는 사회나 사회구성원의 고유한 정신적·물질적·지적·감성적 특성의 총체라 정의하고 있다. 이러한 범국가적 차원의 책임으로 문화정책을 수립하고 활성화시키기 위해 문화정책을 수립하고 있으며 기본원칙은 다음과 같다.

### 〈 문화정책 수립 기본원칙 〉

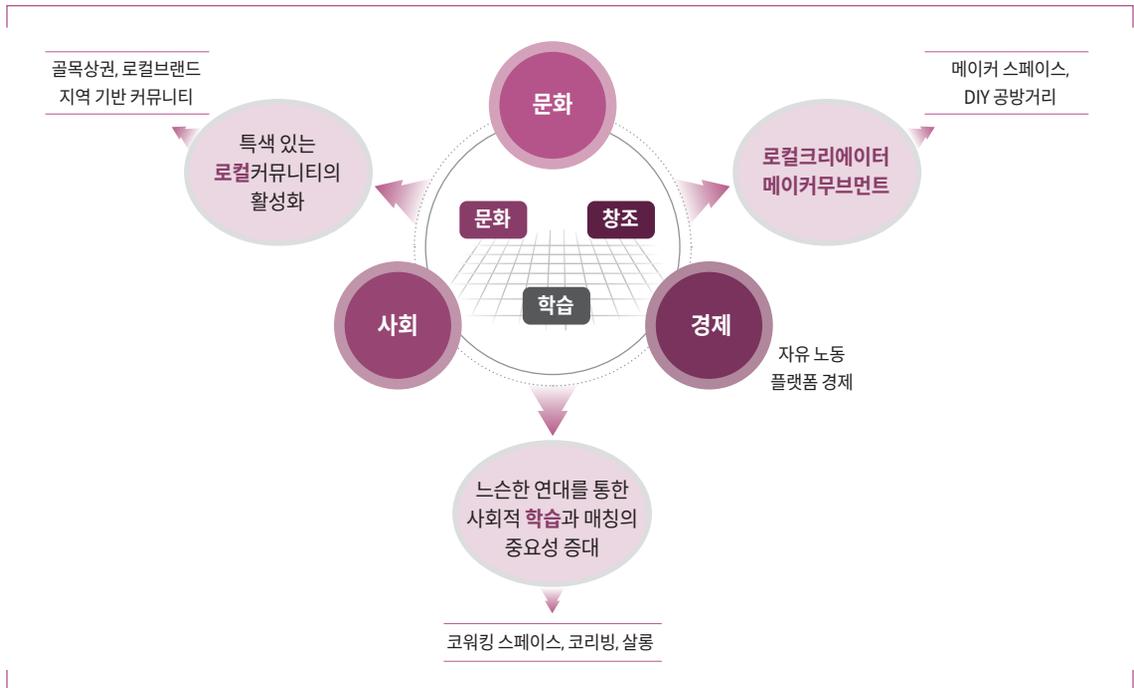
- 문화 다양성과 자율성 존중, 문화 창조성 확산
- 국민과 국가의 문화 역량 제고 위한 지원, 여건 조성
- 문화활동 참여와 문화 교육 기회 확대, 문화 창조 자유 보장
- 차별없는 문화 복지 증진
- 문화 가치 존중, 문화 역동성 제고
- 문화 국제 교류·협력 증진

2023년 3월, 문화체육관광부는 지역문화정책 중점 추진 과제로 「지역발전을 이끄는 창의적인 문화 인력 양성과 일자리 창출」을 추진전략으로 발표하며, 지역 고유의 매력과 문화적 자생력을 통해 지역 인구 이탈을 방지하고, 지역사회 활성화로 이어지도록 정책을 펼쳤다.

제조업 중심의 산업단지는 지역 경제의 중추적인 역할을 해왔지만, 최근 노후화가 심화되며 근로 및 생활 환경이 열악해졌고, 청년세대의 지속적인 산업단지 기피로 이탈이 가속화되었다.

청년세대는 일터와 직업에 대한 가치관과 문화·사회·경제적 트렌드가 기성세대와는 차이가 있어 산업공간에서도 변화가 필요한 실정이다. 문화적으로는 획일화된 공간을 지양하고 로컬문화의 활력과 다양성을 추구하며, 사회적으로는 학습·성장을 위한 느슨한 커뮤니티에 쉽게 접근할 수 있는 도시공간을 선호한다. 경제적으로는 자유롭고, 공유할 수 있는 패러다임을 포용하며 새로운 일터문화를 요구한다<sup>2)</sup>. 이러한 흐름에 맞추어 최근 산업단지는 노후화된 일터와 정주환경을 개선하고자 다양한 지원사업을 추진했으나 변화를 체감하기에는 역부족이었다.

〈그림 1〉 밀레니얼 세대의 문화·사회·경제적 트렌드의 융합 구조도



자료 : 조성철 외(2019), 청년친화형 산업공간 육성전략 연구. 국토연구원.

2024년 2월, 경남 민생토론회에서 산단 청년 근로자가 열악한 근무여건에 대한 개선을 건의하여, 산업부·문화부·국토부·기재부 등이 범부처 차원에서 대책 마련에 나서게 되었다. 실제로 한국문화관광연구원의 「산단근로자 문화수요조사」<sup>3)</sup> 결과에 따르면 69.2%는 근무지 내 문화 예술활동에 대해 잘 모른다고 답했으며, 산업단지 문화 환경에 대한 만족도 순위가 가장 낮은 것으로 조사되어 산단 내 문화 콘텐츠 개발이 필요한 상황이다<sup>4)</sup>. 이러한

요구를 바탕으로 2024년 9월, “산업단지에 문화를 입혀 청년 활력 공간으로! - 「문화를 담은 산업단지 조성 계획」(이하, 문화산단)”을 발표하며 새로운 산업단지 모습을 제안했다.

본 고에서는 새롭게 변화를 준비하는 문화산업단지 정책을 소개하고 주요하게 추진되는 범부처 사업에 대해 살펴본다. 그리고 문화를 담은 산업단지 조성을 통한 기대와 실천방안에 대해 제언하고자 한다.

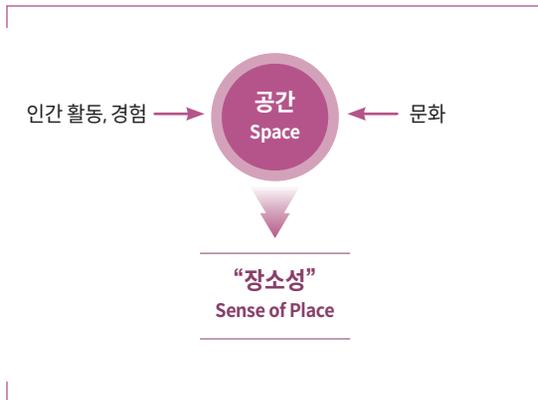
1) 본 보고서는 “문화를 담은 산업단지 조성계획”을 ‘공간’, ‘장소’, ‘문화’의 이론적 개념을 새롭게 연계하여 작성한 원고임.  
 2) 조성철(2020). 밀레니얼 청년세대를 위한 산업입지 공급방향. 국토정책 Brief, No. 780.  
 3) 한국문화관광연구원(2024). 「문화가 있는 산업단지 조성을 위한 설문조사」 결과보고서. 산단 근무 근로자 1,253명을 대상으로 2024.4.29.~ 5.14.(약 2주)동안 설문조사를 실시함.  
 4) 한국문화관광연구원(2024)에서 「문화가 있는 산업단지 조성을 위한 설문조사」로 산업단지에 근무하는 근로자 1,253명의 ‘근무 여건 인식’, ‘문화예술활동 현황’, ‘향후 문화예술활동 수요’를 조사하여 새로운 정책 방향성을 도출하고자 함. 근로자가 가장 많이 한 여가활동은 ‘단순 휴식활동(39.8%)’이었고, 문화예술행사 관람은 ‘영화(38.5%)’가 가장 높게 나타나, 일방향의 단조로운 문화활동만 경험하는 상황을 예상.

## 2. 산업단지 문화정책의 구성요소와 전략

### 1) 공간과 문화

‘공간(Space; 空間)’은 사전적 의미로 ① 아무것도 없는 빈 곳, ② 물리적으로나 심리적으로 널리 퍼져 있는 범위(도시공간, 문화공간 등)로 정의된다<sup>5)</sup>. 우리는 공간 속에 살지만, 공간에 각자 다른 의미를 부여해 특별한 장소가 생긴다. 예를 들면, ‘집(Home)’은 누구에게나 있는 공간이지만, ‘나의 집(My Home)’은 특별한 의미를 가지는 장소가 된다. 즉 ‘장소성(Sense of Place)’이 생기는 것이다. 장소성을 갖게 된 공간은 도시 공간에서 새로운 기능을 하게 된다(그림 2) 참고).

〈그림 2〉 공간과 장소의 관계



자료 : 에드워드 렐프(2005), 장소와 장소상실, 논형.

### 2) 산업단지 공간의 변화

그렇다면 산업단지 공간은 어떻게 변화되었을까? 1960년대 이후 산업단지는 제조업을 중심으로 대한민국 경제의 핵심이었던 공간이다. 그러나 착공 후 20년 이상된 노후산단이 2024년 484<sup>6)</sup>개가 넘으며, 일하는 시간 외에는 머물지 않는 곳이 되었다. 특히 지역의 산단은 청년들이 선호하는 일자리가 없고, 낡은 이미지, 어두운 골목길, 즐길거리가 없는 곳으로 전략하고 말았다.

산업단지 공간은 제조업 생산품이나 서비스를 생산하는 경제활동의 기반이 되는 공간이지만 최근에는 단순한 상품 제조 기능을 넘어서 체험·공유·개인·연결 부가가치 창출의 핵심으로 떠오르는 새로운 개념으로 확장되고 있다(하정석, 2022). 특히 기술의 발전은 다양한 형태의 공간 변화를 가져왔고, 산업공간도 기술 진보에 따라 진화되었다.

변화의 흐름에 따라 개별공장의 개선, 산단 차원의 인프라를 개선 해왔다. 이렇게 산업단지 환경개선을 위해 중앙정부, 지자체, 민간은 다양한 노력을 했음에도 불구하고 청년과 근로자의 체감도는 낮았고, 활력을 잃어갔다.

〈그림 3〉과 같이 ‘산업단지 공간’에 문화, 사람의 경험이나 활동을 담아낸다면, 어떤 장소성을 갖게 될 것인가? 아마도 산업단지 특유의 장소성을 갖게 될 것이다.

5) 국립국어원 표준국어대사전.

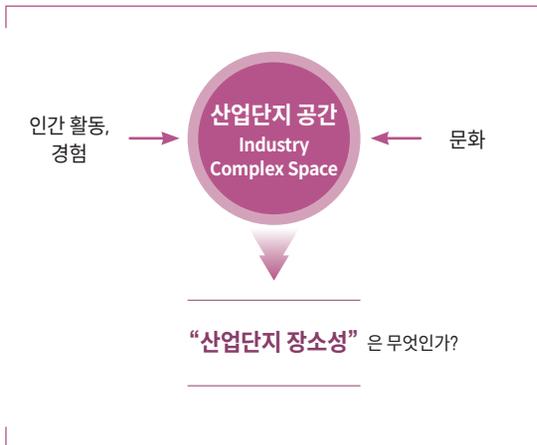
6) 전체 산업단지의 37%이자, 국가산업단지 51개 중 36개가 노후산단으로 노후화가 심각한 실정임.

〈표 1〉 기술변화와 산업공간의 변화

구분	1차 산업혁명	2차 산업혁명	3차 산업혁명	4차 산업혁명
주요 기술	증기기관	전기에너지	ICT 기술	사이버물리시스템(CPS), 사물인터넷(IoT)
주요 생산설비	증기기관, 방적기	전기기설, 컨베이어 벨트	컴퓨터, 인터넷 등	슈퍼컴퓨터, 스마트팩토리 등
핵심산업	면방직 산업	중화학, 철강	인터넷, 컴퓨터 반도체	전산업 디지털전환, 융합산업
산업공간	대규모 제조공간	대규모 제조공간 교외화	도시중심부 집약된 제조공간	융합된 공간
시장특성 (수요층)	단일 제품, 기반시설 부품 생산	저비용 대량생산, 지속적 수요	고품질 다양화된 제품 생산	맞춤형 소량생산, 변동성 높은 개별 수요

자료 : 하정석(2022). 메이커스페이스 연구 -산업공간의 도심화 및 장소화를 중심으로-. 서울대학교 대학원. 논문 분류를 참고하여 저자 재작성.

〈그림 3〉 문화를 담은 산업단지 공간과 장소성



산업부·국토부·문체부 합동으로 「문화산단」 정책을 발표했다. 주요 전략은 ① 산업단지 이미지 개선, ② 문화시설 연계, ③ 문화 콘텐츠 지원, ④ 제조-문화 융합 확산 4대 축을 중심으로 추진될 예정이다.

3장에서는 '산업단지 장소성'과 「문화산단」 정책의

추진과제를 연계하여 설명하고, 4장에서는 정책의 기대 효과와 실천방안을 정리한다.

### 3. 문화를 담은 산업단지의 변화

「문화산단」에 따른 산업단지 조성방향은 청년 눈높이에서 민간이 중심이 되어 산업단지에 문화를 융합한다. 기획단계부터 청년·근로자·지역주민 등 수요자가 직접 참여하여 산단을 브랜드화하고, 문화공간 및 콘텐츠를 자발적으로 확충해 나가는 것이다. 민간 주도로 문화 인프라를 확충할 수 있도록 제도개선과 자발적 문화 공헌 노력에 대한 인센티브를 적극적으로 지원하고자 한다. 또한 산업단지 유형별로 맞춤형 조성 전략을 마련하여 성공모델을 조기에 가시화하고, 전체 산업단지로 확산해 나간다. 3장에서는 4개 추진과제의 세부 내용을 소개하고 문화로 변화될 산업단지를 기대해본다.

〈표 2〉 산업단지 유형별 조성방안

	선도산업단지		신규조성산업단지	기타산업단지
	<b>테마공간형</b>	<b>일상체험형</b>	<b>특별회계구역 지역 확대 산단 내 시설 및 가로공간 특화요소 반영</b>	<b>민관 공동 '산업단지문화융합협의체' 구성·운영정부사업 맞춤형 지원</b>
	접근성 우수, 인근 유명 축제 개최, 브랜드화 가능 산업 有	외부 방문객 유입 어려우나, 산단 상징성 등으로 지역 관심 高	민간의 창의적 구상 활용, 신규 조성 중인 15개 국가산단 (2023. 3. 후보지 선정 15개소 <sup>7)</sup> )	지역·민간 주도의 산업단지 문화 공헌 활성화
	↓ 근로자+외부방문객	↓ 근로자·가족 주민	입지여건에 부합한 복합용지 배치 활성화 산단 내 가로공간 특화시설물 설치 등	문화 공헌활동 재정적·제도적 뒷받침
<b>사업 특징</b>	테마, 일상 맞춤형 지원		조성단계부터 문화·체육·여가공간 충분히 확보, 업무·편의 지원 복합거점 마련	지역·민간기업 주도로 산단 내 문화시설 설치 및 문화프로그램 도입
<b>사업 지원</b>	관계부처 사업패키지 <sup>8)</sup>		-	H/W, S/W지원 시 민간 공헌활동 우수한 지역 우선 지원 <sup>9)</sup>
<b>제도 지원</b>	용적률, 토지용도변경 특례 등 적용		특별회계구역 지정 확대 (지구단위계획으로 수용·결정)	유관기관을 상시 소통채널로 활용, 문화사업 애로파악, 제도지원
<b>사업 방식</b>	관계부처 합동 공모, 유관기관 컨설팅 <sup>10)</sup>		민간사업자 공모방식 (최소한의 방향성만 제시, 시장의 니즈 최대한 반영)	민간기업 자발적 지역 문화공헌 사업 추진, 지자체는 관련 인허가 등 행정적 지원 제공
<b>사업 운영</b>	민관 공동 '산업단지 문화융합 협의체' 운영		기존 사업방식으로 진행하며 조성단계부터 특화요소를 고려하여 진행	협의체 구성, 전문가 컨설팅 지원

자료 : 관계부처합동(2024) 「문화를 담은 산업단지 조성계획」을 바탕으로 저자 재정리.

- 7) 용인·강릉·천안·대전·청주·홍성·익산·원주·고흥·광주·경주·대구·창원·안동·울진  
 8) 관계부처 사업 메뉴판(안) \* **테마** : 테마공간형 위주 지원 **일상** : 일상체험형 위주 지원

부처	사업명	사업 내용
산업부	문화를 담은 브랜드산단 조성(브랜드+ <sup>테마</sup> 랜드마크)	산단 브랜드 개발 및 랜드마크 조성
	아름다운 거리 플러스 조성	주요 가로 경관 개선
	노후공장 리뉴얼	노후공장 내·외관 개선
	휴폐업공장 리모델링	휴폐업공장 리모델링 후 임대
	청년문화센터 건립	청년 친화형 복합문화공간 구축
문체부	산단 환경개선펀드	정부 펀드를 마중물로 민간투자 유치
	<sup>테마</sup> 산업단지 지역 공공 디자인 혁신 지원	산단 및 인근 지역 공공디자인 조성
	문화가 있는 산단 미술 전시	산단 내 미술 전시
	구석구석 문화배달	산단 특화 문화 프로그램 기획·운영
국토부	지역콘텐츠산업 균형발전 지원	특화산업과 영상 콘텐츠 등을 융합
	<sup>테마</sup> 신산업관광 육성	산업단지 관광 프로그램 개발
	<sup>일상</sup> 산단 청년공예 오픈스튜디오 조성	청년 공예가의 창·제작 공간 조성
	부처연계형 노후산단개발	산단 기반시설 등 재개발

- 9) 구조고도화 사업 신청 시 '협의체' 활동 현황 및 향후계획 제출 의무화.  
 10) 한국산업단지공단, 한국디자인진흥원, 지역문화진흥원, 한국토지주택공사 등.

### 1) 산업단지의 자긍심을 높이는 통합 브랜드 구축

2022년 「산업단지 혁신 종합대책」을 발표하면서 ‘브랜드 산단’ 컨셉이 제시되었다. 브랜드 산단은 제조업의 기본단위인 ‘공장’의 집합체처럼 운영되던 기존 산업단지에서 벗어나, 산업단지의 차별적 특성과 가치를 고유 브랜드화하고 Work&Life 공간이 융합되어 기업투자 및 청년고용을 촉발하는 차세대 산업공간을 말한다<sup>11)</sup>. 일반적으로 브랜드는 ‘판매자나 판매자 그룹의 상품 또는 서비스를 식별하고 경쟁사와 차별화하기 위해 사용하는 이름·용어·기호·상징 문자·도형의 디자인 또는 이들의 조합’이라고 정의된다<sup>12)</sup>. 함께 사용되는 ‘지역 브랜딩’은 ‘도시 브랜딩’, ‘장소 브랜딩’이라는 이름으로 장소에 마케팅 전략을 입혀 스토리와 콘텐츠를 담아 내기 시작했다. 특정한 지역이나 장소를 소비되는 상품

으로 인식하고 지역의 각종 인프라, 자산, 특성을 발굴하여 정체성과 차별화를 부각하는 종합적 의미를 지역 브랜딩이라 할 수 있겠다. 즉 공간에 장소성을 만드는 것이다.

그렇다면 ‘산단 브랜딩’, ‘브랜드 산단’은 어떻게 시작할 수 있을까? 이번 정책에서는 ‘통합 브랜드 구축’이라는 슬로건을 제안했다. 산단의 이미지를 ‘찾고 싶고, 일하고 싶은’ 공간으로 전환하기 위한 첫 번째 추진 과제는 청년·근로자 중심으로 산단 브랜드를 개발하는 것이다. 산업단지별 주력업종 등의 고유 정체성이나 역사성, 문화를 반영할 수 있도록 통합브랜드를 만들고, 명칭, 로고, 색채, 디자인, 스토리 등을 통합 디자인에 대한 디자인 가이드라인을 마련하고 일관성을 유지해야 한다. 또한 근로자, 가족, 대학생, 지역주민 등이 참여해 각 산단별로 문화·생활환경 발굴과 해결책을 제안하는 수요자 참여형 리빙랩을 운영한다.

〈표 3〉 공간 브랜딩 사례

구분	서울	포르투	포틀랜드
브랜드	SEOUL MY SOUL	Porto.(포르투당)	푸드카트 팟
심볼 및 주요요소	 <p>사람들의 다양한 마음이 모여 조화를 이루는 매력 있는 도시 서울을 상징</p>	 <p>2,000년이 넘는 역사 도시의 ‘포트 와인’, ‘아줄레주 타일’ 등 문화유산 15가지를 형상화 다층적인 아이콘을 통해 도시 브랜딩</p>	 <p>친환경 도시, 공정한 도시를 비전으로 골목 경제와 커뮤니티를 활성화하고, 문화의 다양성을 바탕으로 지역 주민이 주체적으로 참여</p>
활용사례			

자료 : <https://www.seoul.go.kr/newbrand>(검색일. 2024.10.28.).

<https://www.eduardoaires.com>(검색일. 2024.10.28.).

한국리노베링(2022). 지역은 어떻게 브랜딩 되는가?: 로컬브랜딩 사례로 본 지역의 미래. 행정안전부.

11) 김명기 외(2023). 브랜드산단 사례분석을 통한 성공요건과 추진방안 연구. 한국산업단지공단.

12) 김영식(2026). 지역 브랜드 개발을 위한 디자인의 역할에 관한 연구. 한국디자인포럼. (14), p101-113.

〈표 3〉의 공간 브랜딩 사례를 보면 구체적인 심볼을 형상화하고, 다양한 형태로 도시공간에 투입되는 서울이나 포르토 사례가 있는가 하면, 포틀랜드와 같이 지역 주민들이 주체가 되어 일상적으로 할 수 있는 행위가 브랜드화된 사례가 있다. 공간에 담는 콘텐츠에 따라 발현될 수 있는 형태는 무궁무진한 것을 알 수 있다.

통합 브랜드 구축을 위한 두 번째 추진과제는 산업 단지를 상징하는 문화테마공간을 조성하는 것이다. 산업 단지에 라키비움<sup>13)</sup>·체험관 같은 랜드마크를 조성하거나 랜드마크 중심으로 특화 디자인 요소를 반영해 광장, 공원을 개발하는 블록단위 개발을 한다. 이 랜드마크는 기존 건축물을 리모델링하거나 증개축, 신축을 통해 산단의 역사적 스토리를 담아 상징적인 역할을 한다. 또한 장소성을 가진 문화테마공간에서 산업단지별 특화된 문화 콘텐츠를 융합하고, 홍보 마케팅을 강화하고자 한다. 랜드마크를 활용한 입주기업의 팝업 스토어, 제품 홍보·체험관 등을 운영하는 것으로 새로운 인기

명소가 탄생할 것이라 기대한다.

## 2) 산업단지의 일상공간을 문화로 재창조

공간 브랜딩을 통한 개념을 구체화하기 위해 가장 먼저 산업단지 경관 재설계가 필요하다. 방법으로는 조형물, 미디어아트 등을 활용하여 산업단지 일상과 주변공간을 문화공간으로 재창조하는 ‘산업단지 공공 미술 프로젝트’<sup>14)</sup>를 추진할 예정이며, 산단 소재지역과 산단 내 시설 조성 및 정비시 문화적 접근을 통한 공공 디자인 혁신사업을 추진한다. 또한 전국 산업단지 소재 공장을 대상으로 ‘아름다운 공장’<sup>15)</sup>을 선정하여 ‘산업 단지의 날(매년 9.14.)’에 정례적으로 시상하고, 전국 산업단지에 확산할 예정이다. 더불어 ‘노후공장 리뉴얼 사업’으로 개선된 공장을 청년 창업자에게 저렴하게 임대해주거나, 산단 내 가로정비를 위해 걷고 싶은 산단 거리, 밤이 빛나는 산업단지를 조성한다.

〈표 4〉 산업단지 문화 재창조 H/W사업 사례

산업단지 공공디자인	밤이 빛나는 산단	산단 문화체육시설	팩토리 F&B(부평산단)
			
시화산단	창원산단	음성산단	부평산단
산업단지 공공미술 프로젝트, 공공디자인 프로젝트 등을 추진하여 공간 재창조	아름다운 거리 조성, 산업단지 재생사업 등으로 야간경관 개선	산업단지 재생사업 시 문화·체육시설 설치 확대	300㎡ 이하 소규모 F&B사업 추진 위해 제도개선 및 밀착 지원

13) 도서관(Library), 기록관(Archives), 박물관(Museum)의 기능을 가진 복합문화공간을 의미함.

14) '24년 구미국가산단 대상 시범사업 추진.

15) '아름다운 공장 어워드'에서 수상한 경우 지방세 세무조사 3년 유예, 아이디어 우수제품 전시 판매장 우선 입점, 중소기업 디자인 개발지원 사업 우선 지원 등의 인센티브를 부여함.

다음으로 근로자·청년 등 지역민이 모두 즐길 수 있는 문화편의시설 확충 및 정주환경 조성이 필요하다. 「산단근로자 문화수요조사」<sup>16)</sup>에서 산단 근로자의 55.4%가 '편리한 교통환경'을 근무지 선택시 중요하게 생각하고, 35.8% 이상이 다양한 문화환경을 일상적으로 누리고, 참여하고 싶어했다. 이러한 니즈를 충족하기 위해 문화·체육시설을 구축<sup>17)</sup>하고 청년문화센터를 문화집중형<sup>18)</sup>, 체육집중형<sup>19)</sup>, 혼합형<sup>20)</sup>으로 수요에 따라 구분하여 설치·지원한다. 특히 문화시설, 팩토리 F&B(카페·식당) 설치 확대로 근로자뿐만 아니라 지역 주민에게도 무상 개방, 공장 내 카페·편의점 등을 용도 변경 없이도 설치가능하도록 허용하는 제도적 개편이 필요하다.

더불어 기존 산단의 고밀·복합 개발이 가능한 활성화 구역 지정을 확대하고 문화시설 및 편의·지원시설 공간으로 확보하고 집적화한다. 현재는 재생사업지구내 30% 이내로 활성화구역 지정<sup>21)</sup>이 가능하며, 건폐율·용적률 완화, 개발이익 재투자 면제, 자금 지원, 토지

용도 유연화 등 지원이 필요하다. 선정·계획수립 단계부터 부처협업을 통해 관련 사업을 연계해야 한다<sup>22)</sup>.

정주환경을 개선하기 위해 산단 내 '직장 공동 어린이집 구축'을 지원하여 돌봄기능을 강화하고, 산단에 1년 이상 근무자에게 시세 대비 60~80% 등 저렴한 임대료로 주택을 공급하는 '일자리연계형 임대주택' 제공하여 안정화된 정주환경을 지원하고자 한다. 이외에 카풀, 통근버스 등 통합 교통정보를 제공, 산단 내 교통 단절구간 개선을 위해 공유 퍼스널 모빌리티(PM) 확충, 주차장 확보 등으로 산업단지의 고질적 교통문제를 해소하고자 한다.

### 3) 산업단지에서 향유할 수 있는 문화·관광 콘텐츠 개발

모든 조성사업에는 H/W를 채울 수 있는 적합한 콘텐츠를 발굴하는 것이 중요하다. 이번 발표한 정책은 구축된 공간이 장소성을 가질 수 있도록 산단에 특화된

〈표 5〉 산업단지 문화 재창조 S/W사업 사례

산단특화 콘텐츠	일상문화	지역축제연계	산단 관광 프로그램
			
산단 공간 내 전시회	산단 근로자 퇴근길 콘서트	지역 축제와 연계한 문화 프로그램 내실화	방산·밀리터리 체험 프로그램

16) 한국문화관광연구원(2024). 「문화가 있는 산업단지 조성을 위한 설문조사」 결과보고서.  
 17) '23년 70개소 → '24년 100개소 → '25년 115개소로 점차 확대할 예정.  
 18) 공연장 등 문화시설이 연면적 50% 이상.  
 19) 체육시설이 50% 이상.  
 20) 문화·체육·편의 기능이 50% 이상.  
 21) 현 재생사업 46곳 중 활성화구역 8곳 선정.  
 22) 산단 재생사업(국토부), 구조고도화사업(산업부), 문화프로그램 사업(문체부).

문화 콘텐츠를 개발한다. 먼저 지역특화 콘텐츠를 기획하고 직접 찾아가는 형태로 추진한다. 2024년 구미산단에서 첫 시범을 보이고, 2025년 3개 산단으로 확대해 나간다. 경남사천 항공국가산단은 착시현상을 통해 입체감을 구현하는 미디어 콘텐츠를 기획하여 우주산업과 지역정책에 대한 시민의 관심을 제고하기도 한다.

앞의 「산단근로자 문화수요조사」에서 일상적으로 즐길 수 있는 문화예술 체험이 필요하다는 의견이 많은데, 민관 협업으로 ‘천원의 일상문화 티켓’을 시범 제공하여 산단 내 근로자도 일상에서 영화, 스포츠, 전시회 등 다양한 문화생활을 체험할 수 있는 여건을 마련한다. 이뿐만 아니라 산단 내 외국인 근로자가 잘 적응할 수 있도록, 한국어 및 한국 문화교육 프로그램을 마련하고 외국인 근로 비중이 높은 산단에는 내·외국인 근로자 한마당 행사를 추진한다.

마지막으로 산업단지 내에서도 축제가 활성화되고 관광자산화 될 수 있도록, ‘문화의 달’(매년 10월 기념식 개최), ‘문화가 있는 날’(매월 마지막 주 수요일) 등 산업단지별 ‘문화주간’을 지정해 근로자·시민이 가족과 함께 참여할 수 있는 산단형 문화프로그램을 운영한다. 예를 들면, 경북구미산단은 라면축제와 연계한 예술제를 개최하고 축제기간동안 라면공장 견학·시식 등 체험 프로그램을 같이 운영하는 것이다. 또다른 예로, 산단 근로자가 자부심을 가질 수 있도록 자신이 일하는 제조 현장 및 공정과정 일부를 체험 중심 프로그램을 구성해 관광·견학 프로그램을 기획하여 관광 자산화하는 것이다.

#### 4) 산업단지를 청년 성장과 문화 융합의 플랫폼으로 개조

통합 브랜드 개발로 산단 특성을 반영한 장소를 계획하고, 그에 적합한 H/W, S/W가 구성되었다. 2장에서 설명한 것과 같이 산단의 새로운 장소성은 공간에 인간의 경험과 활동, 문화(콘텐츠)가 투입되면서 생성되므로, 이번 장에서는 인간의 경험과 활동에 대한 계획을 제시한다. 인간의 경험과 활동의 주체를 산단에서 활동하는 사람으로 정하고, 청년계층에 집중하여 제조-문화융합을 통해 산업단지를 고부가가치를 창출하는 공간으로 새롭게 만들고자 한다.

이번 정책에서는 산단 내 청년을 중심으로 문화·지식 산업 및 여기친화 일자리 확대와 산단 내 문화자생력을 확보하기 위해 문화예술가 유치를 확대하는 것을 계획했다. 먼저 청년 인재가 선호하는 입주업종에 대한 국가 산단 입주업종 재검토를 하고 업종 수요가 확인된 경우, 산업단지 개발·관리기본계획을 신속하게 개정할 예정이다. 또한 산업용지 내 지원서비스업<sup>23)</sup> 입주를 허용할 예정이다.

기존 휴폐업공장 리모델링 공간, 청년문화센터, 산학융합지구 등을 활용하여 청년에게 창업·경영지원<sup>24)</sup> 및 공간<sup>25)</sup>을 지원한다. 제조시설을 갖추기 힘든 창업기업에게는 제조거래 매칭을 촉진하고 수요발굴·시제품 생산·양산·마케팅 할 수 있도록 종합적으로 지원할 예정이다. 또한 ‘여가시간친화인증기업·기관’<sup>26)</sup> 확대로 ‘일·여가의 균형’ 가치를 확산하여 근로자가 일하고 싶고, 머무르고 싶은 산단으로 변화되고자 한다.

23) 법률, 회계, 세무 관련 서비스업, 기타 금융투자업 등.

24) 입주기업 진단·컨설팅, 해외진출 지원 액셀러레이팅 Zone 마련. (예) 콘텐츠코리아랩(창업지원) 2개소, 콘텐츠기업지원센터(경영지원) 1개소 운영 중.

25) 2023년까지 누적된 휴폐업공장 리모델링 공간은 26개, 청년문화센터 70개, 산학융합지구 17개임.

26) 「국민여가활성화기본법」 제15조에 따라 여가활성화에 모범이 되는 기업·기관을 인증하며 '24년 기준 전국 산단 소재 50개 기업(국가산단 23개 기업)이 인증을 획득함.

산단 활동주체는 근로자뿐만 아니라 문화활동을 하는 문화예술가도 포함된다. 산단의 공간, 시설, 콘텐츠를 지속적으로 활성화시키기 위해 문화예술가 유치 확대한다. 산단의 유휴공간을 활용한 '청년 공예 오픈 스튜디오(열린 공방)'를 조성하고 전시회, 작가 교류전, 공예 교육, 플라마켓 등으로 지역예술교류의 장으로 역할한다. 또한 산단 내 휴폐업공장 리모델링 공간, 청년문화센터 등에 청년 예술가를 위한 레지던시를 운영하여 예술가에게 작업공간과 활동비를 지원한다. 그리고 입주기업의 문화예술 후원(메세나)을 활성화하기 위해 예술지원 매칭펀드 등 정부기금을 지원하도록 하며, 지원기업 심사 시 산단 입주기업에 가점을 부여할 예정이다.

#### 4. 결론

인간은 운동감각, 시각, 촉각과 경험으로 공간과 장소성에 대한 강렬한 인상을 가진다. 활동성이 있는 움직임은 공간을 인식하는 기본적인 것이고 움직임이라는 행위를 통해 방향감을 얻고, 입체적 사물을 구분한다. 손으로 사물을 만지게 되면 달아있는 대상을 통해 새로운 경험을 하게 된다. 「문화산단」을 통해 희색 빛의 낡은 이미지를 탈피하여, 머무르고 싶고, 경험하고 싶은 산업단지로 새롭게 변화되고자 한다. 향후 새롭게 변화될 산업단지를 기대하며 다음 3가지 측면에서 실천 방안을 제언한다.

첫째, 문화를 통한 산업단지 이미지 개선과 기업의 자발적 참여가 필요하다. 문화를 도입한 산업단지는 가로경관, 시설물 등에 예술작품이나 경관개념을 적용하여 구축할 수 있다. 특히 건물 벽화, 조형물, 미디어 파사드(야간경관조명) 등을 통해 구현한다면 공장 건축물이 주는 단조로운 도시경관 이미지를 탈피하고 산업

단지 이미지를 개선하여 매력적 공간으로 재탄생시킬 수 있을 것이다. 외형적 개선은 근로자 일상의 활동을 변화시킬뿐만 아니라, 기업에게는 더 좋은 공간을 제공해 인재를 유입하거나, 자발적으로 문화시설을 도입하는 인식 전환 계기가 될 것이다.

둘째, 청년 창업 및 문화활동을 통한 자발적 커뮤니티 형성 확대로 공동체 의식 강화, 적극적 참여를 유도해야 한다. 청년의 유입을 근로에만 한정하지 않고, 제조부터 창업, 문화활동까지 다양한 분야에서 활동하는 청년들이 문화를 중심으로 모일 수 있도록 유도한다면 서로가 끌어당기는 힘으로 새로운 커뮤니티를 형성하게 될 것이다. 이러한 활동을 통해 혁신적 아이디어를 공유하며 문화 요소가 반영된 산업단지가 구심점이 되어 기술·문화 교류가 발생하고 산업단지의 경쟁력을 높이는데 기여할 것이다.

마지막으로, 우선적 사업추진이 필요한 산단은 속도감 있게 사업을 수행할 수 있도록 관련 법제도 정비도 수반되어야 한다. 창의적 공간 구축을 위한 공간배치나, 랜드마크 조성 등은 관련 법제도에 의해 진행이 더딘 경우가 많다. '산업단지재생사업' 같은 경우 활성화 구역의 지정부터 건폐율·용적률 규제까지 제한적인 부분이 있다. 이 부분에 대한 규제완화가 필요하고, '노후산단 구조고도화 사업'은 문화시설 도입을 위해 개발계획 변경없이 토지용도 전환이 가능한 면적을 대폭 확대하는 등 기준이 변경되어야 한다. 또한 '신규산단 특별계획 구역 지정'을 확대하기 위해 「산집법」, 「산입법」, 「산업단지 관리지침」 등 관련 법제도의 정비가 필요하다.

## 참고문헌

- \* 관계부처합동(2024). 「문화를 담은 산업단지 조성계획」.
- \* 김영식(2026). 지역 브랜드 개발을 위한 디자인의 역할에 관한 연구. 한국디자인포럼. (14), p101-113.
- \* 세라 W.골든 헤이건(2019). 공간혁명. 다산사이언스.
- \* 에드워드 렐프(2005). 장소와 장소상실. 논형.
- \* 이-푸 투안(2007). 공간과 장소. 대운.
- \* 조성철(2020). 밀레니얼 청년세대를 위한 산업입지 공급방향. 국토정책 Brief, No. 780.
- \* 하정석(2022). 메이커스페이스 연구 -산업공간의 도심화 및 장소화를 중심으로-. 서울대학교 대학원. 박사학위논문.
- \* 한국문화관광연구원(2024). 「문화가 있는 산업단지 조성을 위한 설문조사」 결과보고서.
- \* A.L. 바라바시(2002). 링크. 동아시아.

# 일터의 문화를 바꾼 산업공간과 정책제언

토지주택연구원 | 연구위원 **김 홍 주**

1. 일터의 변화
2. 일터에 문화공간을 도입한 사례
3. 일터의 문화를 바꾼 사례
4. 문화가 있는 산업단지를 위한 제언

## 1. 일터의 변화

산업단지는 기업들이 집적해 있는 대표적인 일터 공간이다. 고용측면에서 전국사업체수 및 종사자수의 절반 이상이 산업단지에 입주하고 있어 지역 일터의 거점 공간이기도 하다. 초기 산업단지는 한국전쟁 이후 정부 주도로 추진되었으며, 전국 주요 항만지역에 조선, 화학, 철강 등 국가기간산업 중심이자 수출주도형으로 조성되었다. 따라서 도시의 외곽에 대규모 공장중심으로 조성되어 도시와 분리된 일터였다. 산업단지의 변화는 산업구조와 인구사회적 변화로 특징을 살펴볼 수 있다. 첫째, 산업구조 변화, 즉 1990년대 이후 지식기반산업, 2000년대 이후 ICT기반 첨단산업의 발전으로 산업단지는 도시외곽에서 혁신주체들이 모여있는 도심으로 점차 이동하면서 변화가 수반되었다. 저층 공장중심의 산업단지에서 도시기능인 주거, 상업, 업무, 공공시설 등이 도입되고 고층의 지식산업센터에 기업들이 입주

하게 된다. 이 시기 기존 산업단지의 재생사업과 경쟁력 강화사업을 통해 변화하는 수요와 니즈를 반영해가고 있다. 둘째, 인구사회적 변화로 MZ<sup>1)</sup>, 잘파세대<sup>2)</sup> 등이다. 이들 세대의 변화된 라이프스타일은 고용 및 창업 환경에 새로운 트렌드를 요구하면서 산업단지라는 일터를 기피하게 된다. 이들은 워라벨을 중시하여 일터에서 일도하며 놀고, 먹고, 배우고, 즐기고, 소통하는 다양한 활동을 요구하고 있다. 김홍주(2024) 연구에서 MZ세대들이 원하는 일터는 “OX(Office eXperience)스페이스”로 일터에서의 경험을 극대화하는 공간이 부상함을 언급했다. 구체적으로 출근부터 퇴근까지의 여정, 활동이 이어질 수 있는 ‘오피스저니(Office Journey)’와 차별화된 일터환경 혹은 자랑할 수 있는 일터공간인 ‘오피스 플렉스(Office Flex)’가 부상하고 있다.

일터로서 산업단지는 위에서 살펴본 산업·기업생태계 변화, 인구사회적 변화를 반영하여 지속적으로 변화하고 있다. 정부도 이에 발맞추어 산업단지에 문화를 입히고자

1) 'MZ세대'다. M은 밀레니얼세대는 1980~1994년생을, Z세대는 1995~2009년생을 지칭한다. 기성세대와 구분해 젊은 층을 아우르는 말로 최근 몇 년간 사용된 MZ세대 중 M세대가 기성세대로 접어들었다.  
 2) 잘파세대란 MZ세대 중 Z세대와 M세대의 자녀인 알파세대를 통칭하는 신조어로 1990년대 중반 이후 출생한 인구집단을 의미한다. 2024년 기준 Z세대는 만 14세~27세(1996년~2009년생)로 중학생에서 사회초년생, 알파세대는 만13세 이하(2010~2024년생)로 출생아에서 초등학교 생까지를 지칭한다. 이들은 대한민국 인구의 25%, 전 세계 인구의 47%를 차지하는 것으로 알려진다(황선경, 2023).

다양한 정책을 발표하고 있다. 이에 본 기고에서는 산업 단지에 문화를 도입한 사례를 물리적·비물리적인 측면에서 살펴보고자 한다. 산업단지 내 기존 산업건축물을 문화공간으로 재생한 사례로, ‘산업단지·폐산업시설 문화재생사업<sup>3)</sup>’ 중 하나인 전주일반산업단지 팔복예술공장과 독일 피닉스재생산업단지가 있다. 그리고 산업공간과 문화공간을 융복합으로 리모델링 조성·운영하여 새로운 일터의 문화를 만들어 낸 싱가포르 원노스, 인천 스타트업파크 사례를 살펴보았다. 끝으로 사례를 통해 문화가 있는 산업단지를 위한 정책제언을 제시하였다.

## 2. 일터에 문화공간을 도입한 사례: 전주 팔복예술공장, 독일 피닉스산업단지

### 1) 전주팔복예술공장

전주 팔복예술공장은 2016년 산업단지·폐산업시설

문화재생사업으로 선정된 곳이다. 사업대상지는 1979년 건설, 1991년 폐업했다. 이후 25년간 방치되었던 카세트 테이프를 제조하던 쏘렉스공장을 리모델링하여 문화 플랫폼으로 구축하게 되었다. 대지면적 13,224㎡, 건축물 면적 2,929㎡(3층), 2016년부터 2017년까지 2년 동안 25억 원의 국비를 지원받아 지역예술인, 주민, 그리고 팔복동 기업을 위한 문화플랫폼을 구축하는 사업이었다. 본 사업을 통해 폐산업시설의 리모델링과 문화예술 교육프로그램을 지원하여, 꿈꾸는 예술터, 팔복예술대학, 레지던시(정기입주, 기획입주, 국외입주), 전시 및 대관으로 예술 관련 인재들이 전국에서 모여드는 곳으로 변화되었다.

팔복예술공장은 노후화된 팔복일반산업단지에 예술 창작·교류·전시 기능을 담아 다양한 세대의 예술놀이터이자 지역공동체 거점역할을 수행하고 있다. 팔복예술공장의 운영은 (재)전주문화재단에서 총괄하고 지역주민으로 구성된 팔복예술사회적협동조합이 일부시설과 프로그램(카페와 전시공간해설, 청소, 사회공헌활동,

### 〈그림 1〉 재생 전과 재생후의 모습



출처: 한국문화관광연구원(2017), 팔복예술공장 홈페이지(검색일 2024.10.15).

3) 산업단지·폐산업시설 문화재생사업은 노후 산업단지의 활성화 및 활력제고를 위한 정책으로 문화적 공간 및 환경조성 필요성이 제기되어 폐산업시설 등 유휴공간을 문화예술로 재창조하는 사업이다. 폐산업시설을 문화공간으로 재탄생시켜 지역 산업단지 근로자, 지역주민, 문화예술인을 위한 창작기반 확대 및 소통의 장을 마련하고자 하였다. 본 사업은 문화관광체육부가 2014년 10곳(시흥, 청주, 경남, 광주, 안산, 영월, 광명, 담양, 부천, 나주), 2015년 6곳(부천, 완주(2곳), 파주, 영주, 제주), 2016년 6곳(대구, 전주, 완주, 경기, 수원, 담양), 2017년 2곳(부산, 청주)을 선정하여 추진하였다. 지원규모는 총사업비 20억원으로 문화공간조성을 위한 리모델링비용과 휴먼웨어사업(1년지원)으로 총괄기획자 및 팀구성 지원, 운영콘텐츠지원사업(1년)으로 구성되었다. 사업종료 후 운영비는 지방비나 민간부담으로 기획되었다.

〈그림 2〉 문화공간의 내부공간과 활동 전경



출처: 팔복예술공장 홈페이지(검색일 2024.10.15.).

청년단체 연계 문화예술사업)을 운영하는 공공·민간상생형 방식이다. 팔복예술공장은 노후화된 일반산업단지뿐만 아니라 전주첨단벤처단지, 도시첨단산업단지, 탄소국가산업단지와 연결되는 복합문화거점으로 성장하고 있다. 이로써 산업단지 입주 스타트업, 첨단산업기업뿐만 아니라 지역내·외 예술가들, 지역주민, 관광객들에 이르기까지 문화거점 역할을 하고 있다.

## 2) 독일 피닉스(Phoenix) 재생산업단지

독일 피닉스 재생산업지구는 산업단지재생의 대표 사례로 뮌헨 공항 가까이에 있는 과거 도르트문트 철강공장을 재생하였다. 도르트문트 프로젝트라는 이름으로

시작되었던 피닉스 재생산업단지는 버려진 산업공간을 신산업공간과 여가공간이 어우러진 복합공간으로 재생하였다. 피닉스 재생산업단지는 1950년대에서 60년대에 석탄과 철이 많이 나는 곳으로 유명했으며 제2차 세계 대전 이후 형성된 루르 공업지대는 유럽에서 가장 중요한 산업 지역 중 하나였다. 토지이용계획은 첨단 기술 중심 영역 및 특수산업 영역(정보 마이크로시스템 분야), 비즈니스 영역, 교통 공간, 녹지공간, 토양, 자연 및 풍경을 보호, 관리 및 개발하기 위한 영역으로 나뉜다. 피닉스 서부지역 舊산업단지 개발구역의 중앙은 용광로 부지로 이루어져 있다. 이곳은 낙후된 공장건물, 기계 및 관련 인프라(가스라인, 철도, 도로, 조명 등)들이 남아 있는데 가장 눈에 띄는 것은 용광로와 가스탱크

〈그림 3〉 피닉스 서부지역 핵심 영역의 토지이용계획



출처: <https://www.zfp-do.de>(도르트문트시 홈페이지)(검색일 2024.10.15.).

〈그림 4〉 스카이워크의 모습



출처: <https://www.ruhr-tourismus.de/de/das-ruhrgebiet/staedte/dortmund/skywalk-phoenix-west.html>(검색일 2024.10.15.).

건물들이다.

피닉스 서부지역 舊산업단지 개발구역에서 보존 관리되어야 하는 산업문화 유산으로 22개의 건물이 지정되었다. 시와 개발관련 업체는 추가 프로젝트 개발 및 마케팅 활동의 일환으로 이 건물들의 지속적인 관리와 보전을 위하여 건물의 활용과 경제성을 최대한 고려하였다. <그림 4>와 같이 피닉스 홀부터 용광로시설까지 스카이워크를 건설하여 도시의 랜드마크로 활용하며 피닉스 지역만의 역사적 독창성을 관광자원과 문화공

간으로 활용하기도 한다. 용광로 부지는 총 면적 4.7ha 였다. 피닉스홀은 다목적홀로 활용되며 상설전시, 박람회 등 문화행사가 개최되고 있으며 탑 층은 사무실, 연구소, 교육 공간, 레저 및 문화산업과 같은 다양한 용도로 활용되고 있다. 이로써 피닉스 재생산업단지 사례는 기존 산업단지 재생사업에서 새롭게 요구되는 젊은 층들의 수요를 반영하되, 기존건물을 최대한 활용한 사례로 평가받고 있다.

### <그림 5> 용광로 건물의 활용



출처: <https://www.ruhrnachrichten.de/dortmund/dortmunder-enttaeuscht-ueber-warsteiner-music-hall>(검색일 2024.10.15.).

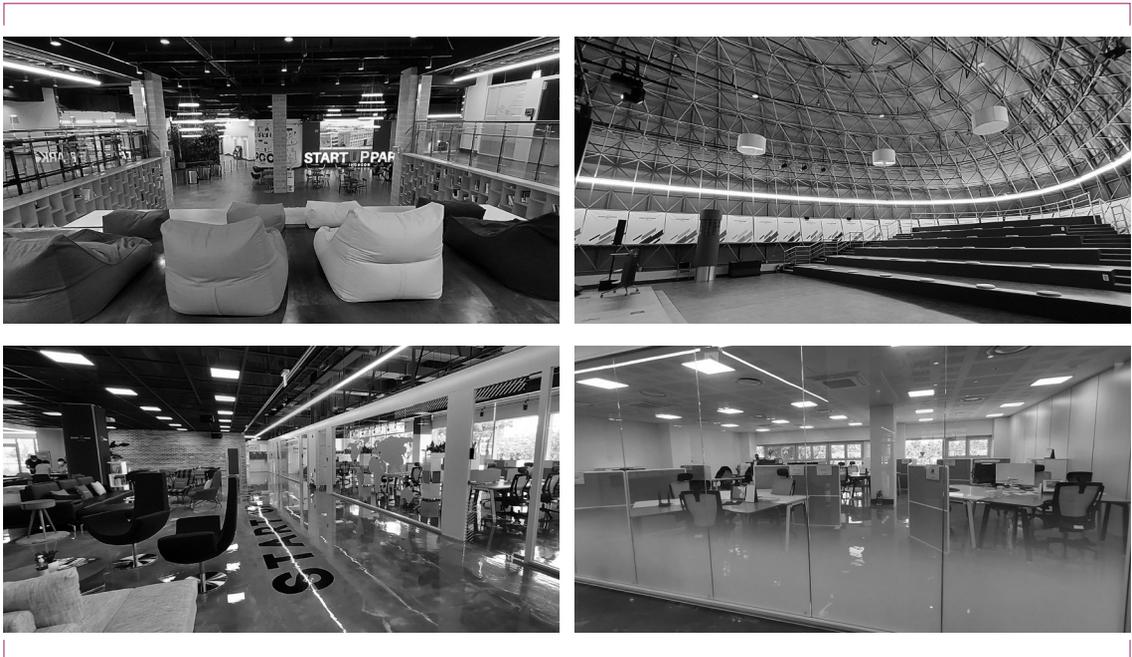
### 3. 일터의 문화를 바꾼 사례: 인천스타트업파크, 싱가포르 원노스

#### 1) 인천스타트업파크

인천스타트업파크는 중소벤처기업부 정책사업으로, 2019년 인천테크노파크 주관으로 신한금융과 컨소시엄으로 참여하여 선정되었다. 기존 투모로우시티 건물을 리모델링하여 2021년 오픈하였다. 대지면적 29,413㎡, 연면적 47,932㎡로 세 개동으로 구성되었다. 사업참여기관 중 공공운영사는 인천테크노파크, 인천시, 경제자유구역청이고 민간운영사로 신한금융·셀트리온이 참여하였다. 인천스타트업파크의 목표는 “개방형 혁신창업 클러스터”로 공공의 실증-투자-글로벌 진출과 민간의 스타트업육성-오픈이노베이션지원하는 것이다. 첨단산업의 창업기업들이 집적한 곳으로,

일터 문화와 접근방식에서 산업단지과 차별화된다. 공간 구성이나 운영은 스타트업의 성장단계별 필요한 니즈를 반영하면서 근로자들의 라이프스타일에 맞추는 배우고, 놀고, 먹고, 즐기는 공간운영을 함께 하고 있다. 이런 변화가 가능한 것은 공공기관인 인천테크노파크가 전체 스타트업파크를 총괄하고 그 안에 스타트업지원 및 투자사로 신한은행, 행정정책 지원을 하는 인천경제자유구역청, 스마트시티 관련 테스트베드를 운영지원 하는 인천시, 인천도시공사, 공항공사와 해외 스타트업 인큐베이팅 기관인 구글캠퍼스가 함께 하고 있어서다. 또한 기업지원은 공공운영사와 민간운영사가 역할을 분담하여 각각 운영하고, 차별화되면서 유기적으로 협력하고 있다. 이는 변화하는 스타트업 종사자들의 일하는 방식과 라이프스타일의 변화가 공간구성과 운영에 그대로 반영된다. 일만하는 공간이 아닌 휴식과 배움, 교육, 요리, 식당, 베이커리, 카페, 북카페, 공동회의실,

〈그림 6〉 인천스타트업파크 내부 전경



출처: 저자 직접 촬영.

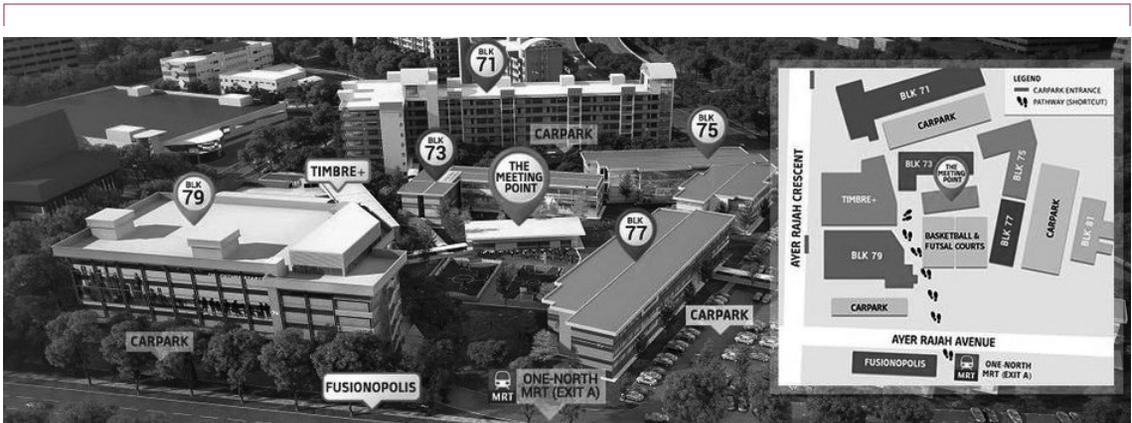
운동시설, 종교, 수면, 루프탑 축제, 문화프로그램 등이 단지 안에서 모두 가능하도록 기획 및 운영되고 있다.

## 2) 싱가포르 원노스

One North<sup>4)</sup>는 싱가포르 클러스터링 전략을 극대화한 산업단지로 정부 전략산업군을 한 곳에 집중시키고 상업, 주거, 컨벤션, 여가 등 핵심 지원시설을 6개 권역에 배치하여 융복합을 유도하였다. Launchpad는 One North의 6개 권역 중 남서쪽에 있는 “Future Xchange-reserved land”의 일부를 기술기반 창업 시설을 한 장소에 통합하면서 기존 제조공장을 리모델링

하여 일터의 문화를 바꾼 사례이다. 1970년 제조업 공장이었던 Block 71(Blk71)는 2010년 철거 위기에 처하게 되었다. 당시 JTC가 소유한 이곳을 철거하여 재개발 할 계획을 갖고 있었으나, 싱가포르 준정부 기관인 Media Development Authority는 저렴한 임대료를 바탕으로 디지털 미디어 관련 스타트업의 허브 조성을 목표로 3년 동안 마스터 임대 권한을 부여받게 된다. 그리고 싱가포르 국립대 내 창업과 혁신을 추구하는 NUS Enterprise와 싱가포르 최대규모 텔코인 Singtel의 벤처 투자처인 Singtel Innov8과 파트너십을 결성하여 민관공동사업을 시행하였다. 이들은 철거 대신 기존건물을 리노베이션하여 확장실, 주차시설, 로비

〈그림 7〉 Launchpad의 전경 및 건물배치도



출처: JTC 웹사이트(검색일 2024.10.15.).

4) One North 산업단지는 바이오-메디컬도시로서 약 18만 5천m<sup>2</sup>의 부지에 6개 권역으로 기능이 배분되어있다. 바이오기술을 위한 공공연구소, 민간 바이오 기업, 병원 및 서비스기업들이 연계 입지하여 활기찬 연구공동체를 구축한 “Biopolis”, 정보통신과 미디어 관련기업, 연구소, 주거 시설, 지원시설(클럽하우스, 오디오리엄, 전시관 등), 문화상업시설 등이 유기적으로 연계되어 있다. 새로운 기술의 테스트베드로 활용되는 “Fusionopolis”, 고급 비즈니스센터, 주거기능과 원노스의 엔터테인먼트의 허브기능을 담당하는 “Vista Xchange”, 미디어 관련 R&D, 업무, 호텔, 주거, 교육기능을 담당하는 “Mediopolis”, 창조적 공동체를 위한 주거공간으로 활용되는 “Wessex, Nepal Hill, AyerRajah”로 구분 된다. 그리고 Future Xchange-reserved land는 유보지로 이 지역 일부의 기존 제조공장을 재생한 곳으로 Launchpad라는 문화가 있는 일터로 재탄생하였다.

〈그림 8〉 Launchpad의 커뮤니티공간인 Timbre 전경 및 내부



출처: JTC 웹사이트(검색일 2024.10.15.).

공간을 마련하고 와이어리스 인터넷 등 필요한 인프라 시설을 구축하여 BIK71를 테크 스타트업의 허브로 탄생시켰다. BIK71 계획은 스타트업, 투자자 및 인큐베이터, 엑셀러레이터 등 관련 기관을 집중시키고, 정기적인 네트워킹 이벤트와 24시간 개방 등의 컨셉으로 공유와 교류의 커뮤니티 문화를 만들어냈다. 특히, Plug-in@BIK71은 커뮤니티 공간으로 입주 스타트업의 교류를 증진하는 역할을 하였다. 이후, BIK71의 수요가 증가하고 빠르게 임대가 마감되면서 JTC는 기업의 활성화를 지원하는 준정부기관인 SPRING과 협력하여 유사한 스타트업 클러스터를 근접한 산업시설(BIK73, BIK75, BIK77, BIK79)로 확장하여 JTC는 2015년 Launchpad@One North를 오픈하였다.

JTC는 이러한 스타트업 공간 외에도 기존의 푸드 코트를 재생하는 계획을 세우고 뮤직 페스티벌과 라이브 뮤직 레스토랑 운영 그룹인 Timbre와 협력하여 새로운 컨셉의 외식 공간인 ‘가스트로파크 Timbre+’ 개발을 통해 Launchpad를 더욱 활성화 하였다. SPRING은 비영리 인큐베이터인 ACE(Action Community for Entrepreneurship)를 끌어들여 LaunchPad 커뮤니티 빌딩을 추진하게 하고 기업가정신 증진을 위한 이벤트

등을 개최하도록 하였다. 이와 같은 노력으로 Launchpad는 2013년 The Economist에서 전세계에서 테크 스타트업 밀도가 가장 높은 테크허브라고 보도했다. Launchpad에는 현재 20개 이상의 벤처캐피탈 기업, 20개 이상의 인큐베이터 및 엑셀러레이터, 산업시설 연합과 정부기관 등 15여개의 보조 기관, 그리고 250여개의 스타트업 기업이 입주해있다. 이는 스타트업을 주도하는 젊은 층이 바라는 일터문화를 반영한 공간 구성과 운영이 뒷받침되었기 때문이다.

#### 4. 문화가 있는 산업단지를 위한 제언

##### 1) 문화공간을 통한 인더스트리 라키비움 조성

기업이 집적화된 대표적인 일터공간인 산업단지는 이제 일만 하는 공간이 아닌 먹고, 놀고, 쇼핑, 여가, 축제, 배움, 돌봄 등 다양한 활동이 가능한 곳이 되어가고 있다. 이 과정에서 문화가 있는 산업단지의 모습은 물리적인 공간의 차원뿐만 아니라 사람들의 워크앤라이프

(Work&Life)스타일을 변화시키는 두 가지 차원에서 검토가 되어야 할 것이다. 먼저 공간적 차원에서 산업단지내 새로운 일터문화를 담을 수 있는 특화된 문화공간을 통한 인더스트리 라키비움 조성이다. 인더스트리 라키비움은 산업단지내 새로운 정보·지식·기술의 유입, 생산, 유통, 교육, 홍보, 소통이 되는 공간으로 산업단지 특화형으로 도서관과 아카이브와 뮤지엄을 합성한 단어이다(김홍주 외, 2020). 산업단지의 산업과 기업생태계 변화, 인근지역과의 교류, 혁신을 창출하는 용광로 역할을 해줄 공간으로, 대학을 졸업한 청년과 장년층, 노년층의 은퇴하기까지 지속적인 산업기술과 혁신을 배우고, 교류하고, 생산할 수 있도록 지원해 주는 공간이다. 특히 이 공간을 활용하여 여가스포츠, 소규모 문화공간(공연, 전시), 모임·네트워킹공간(북카페, 식당)을 융합한 새로운 커뮤니티 공간으로 활용하거나, 팝업스토어와 단기체류 등을 겸한 곳으로 조성한다면 산업단지내 새로운 문화가 형성될 것이다. 인더스트리 라키비움은 산업단지 종사자들의 접근성이 편리한 위치뿐만 아니라 다양한 활동이 가능하도록 운영기획이 중요하다. 사례로 언급한 싱가포르나 독일, 전주 사례는 교육부터 일상적인 문화활동, 축제 등까지 산업단지의 근로자 뿐만 아니라 지역주민과 관광객까지 이용범위가 확대되고 있다. 이를 보면 산업단지내 문화공간은 지역을 바꾸는 역할도 가능하고 그 안에 어떤 기능들을 담고 작동시키냐는 운영자와 사용자의 몫이 될 것이다. 특히 운영자는 기존 산업단지 관리·지원기관이 아닌 문화와 라이프스타일, 기획자 및 운영자들의 참여가 필요하다는 점을 강조하고 싶다.

## 2) 토지이용계획의 혁신으로 문화 창출

일하는 문화를 변화시킬 수 있는 토지이용계획의 전환이 필요하다. 산업단지 토지이용계획은 기업이 공장을

설립할 수 있는 부지를 최대한 많이 공급하고자 한다. 국가산업단지의 경우 산업용지를 50%이상 공급하도록 되어 있어 2000년대 이전 준공된 경우는 60%이상을 차지한다. 산업용지 비율이 높아서 타 도시기능이 작동하기 어려운 구조이다. 최근 기업의 공장이 들어서는 산업용지뿐만 아니라 주거, 상업, 업무, 공공시설용지가 늘어나긴 했으나 일터의 문화를 바꾸기 위해서는 기업이 밀집한 곳, 종사자의 수요가 높아 일상적으로 이용할 수 있도록 산업용지(산업시설구역)의 변화가 필요하다. 싱가포르의 사례에서 알 수 있듯이 기업이 밀집해야 문화공간에 대한 수요를 충족할 수 있다는 점을 고려하면 저층의 공장공급 중심에서 저층과 고층의 지식산업센터를 혼합배치하고 기업의 밀집도를 높여 도보권에 일상적 문화공간과 소통·교류의 장을 입지시켜야 한다.

MZ세대를 비롯한 다양한 계층들에게 국가산업단지라는 일터를 플렉스 할 수 있고 출근부터 퇴근까지 워라벨이 가능하도록 공간·장소를 계획하는 것이 필요한데 김홍주(2020)에서 이를 (가칭)중심지구(Central Zone)라고 명명하였다. 노후산업단지 재생사업에서 거점형 재생을 위한 복합개발 유도지역인 '활성화구역'을 운영중인데, 앞으로 신규 조성하는 산업단지에도 확대 적용하는 것이다. 기존 복합용지와 지원시설, 상업시설 기능이 포함되도록 산업단지내 중심지역(혹은 역세권)에 별도로 구역을 지정하는 것이다. 이를 통해 산업단지 내 일터(지식산업센터, 업무용오피스)와 삶터(주택), 놀터(상업·문화), 돌봄터(복지시설)를 복합화하여 근로자들의 삶의 질을 높이하고자 한다. 가령 젊은층이 일터경험을 극대화하도록 앵커기업을 (가칭)Central Zone에 유치하거나 다양하면서 변화가 자주 일어나는 문화·상업공간이 가능하도록 가로변 상업지역을 조성하는 것도 필요하다. 또한 대규모 가로가 아닌 골목길 문화가 가능하도록 산업단지에서 대로 이면의 새로운 공간조성도 검토해 볼 수 있을 것이다.

## 참고문헌

- \* 김홍주·김윤희·김소연(2020). 노후산업단지재생사업 활성화구역 사업모델 연구, 대전:토지주택연구원
- \* 김홍주·김윤희·이승은(2022), LH 공공지원건축물 기반 기업지원 플랫폼 구축 방안 연구, 대전:토지주택연구원
- \* 김홍주·임정민·김소연·이승은(2021), 도시공업지역 혁신창출을 위한 공공임대 산업시설 공급방안, 대전: 토지주택연구원
- \* 김홍주·임정민·이상현·이승은(2024), 도시·공간 트렌드 2024:서울메트로폴리탄을 중심으로, 대전:토지주택연구원
- \* 엄지현·변나향(2022), 전주 팔복예술공장의 건축재생 사례연구, 2022년 대한건축학회 추계학술대회 논문집 제42권 제2호(통권제78집), 1262-1265.
- \* 이상균·이금진(2019), 유희산업시설을 활용한 복합문화공간의 지속운영 가능한 재생 방향 연구;산업단지 및 폐산업시설 문화재생사업 대상지 중심으로, 한국공간디자인학회논문집 제14권7호 통권61호, 87-98.
- \* 이수진(2023), 청년 잘파세대(Zalpha;Z세대+ $\alpha$ 세대)의 부상, 산업입지 79호, 23-32.
- \* 조성철·강호제·박정은·김다윗·탁혜영(2019), 청년친화형 산업공간 육성전략 연구. 세종:국토연구원.
- \* 한국문화관광연구원(2017), 산업단지 및 폐산업시설 문화재생사업 추진평가 및 효과제고 방안 연구.
  
- \* Facebook, Centre for Liveable Cities case report, JTC 웹사이트(검색일. 2024.10.15.)
- \* <https://www.ruhrnachrichten.de/dortmund/dortmunder-enttaeuscht-ueber-warsteiner-music-hall>(검색일. 2024.10.15.)

# 문화로 브랜딩하는 산업단지의 사례

어반플레이 | C.R.O. 이 용 원

1. 들어가며
2. 산업단지 내 문화 기반의 로컬브랜딩의 필요성
3. 산업단지 내 문화 기반의 로컬브랜딩 사례
4. 끝내며

## 1. 들어가며

산업단지는 오랫동안 국가 경제와 생산의 핵심 축으로 자리 잡아 왔다. 하지만, 많은 산업단지가 위치한 지역들은 경제적 성과를 이루는 원동력이 됨과 동시에 ‘공장 지역’이라는 부정적 이미지를 덧입으며 근로자와 지역 주민들에게는 정서적으로 소외된 지역이 되어버린 측면도 있다.

특히, 과거와는 다른 라이프스타일이 요구되고 있는 현대 사회에서는 더욱 이런 소외된 현상이 크게 나타날 수 있다. 사람들은 이제 단순한 경제 활동을 넘어, 일과 삶의 균형을 찾고, 일상 속에서 여가와 문화를 즐기고자 하기 때문이다. 따라서 이러한 흐름 속에서 산업단지는 더 이상 단순한 일터에 머무를 수 없으며, 근로자들의 삶의 질을 높일 수 있는 문화적, 사회적 공간으로 변모해야 한다는 필요성이 제기되고 있다. 특히 최근 주목 받고 있는 ‘로컬브랜딩(Local Branding)’이라는 개념은 산업단지의 새로운 역할을 모색하는 데 있어 중요한 전략적 방향이 될 수 있다.

필자는 로컬브랜딩을 특정 지역이 가진 고유한 문화와 가치를 기반으로 지역의 다양한 주체들의 공감을 형성하고, 나아가 이를 외부에 알림으로써, 그 지역 자체를

하나의 브랜드로 만드는 일련의 과정이라고 설명한다. 이를 통해 지역 경제를 활성화하고, 주민들이 자신이 속한 지역에 애착심과 자부심을 가질 수 있도록 하는 것이 핵심이다. 이러한 로컬브랜딩의 중요성은 산업단지에도 적용될 수 있으며, 지역의 독창성과 특성을 반영한 문화적 요소를 도입함으로써 산업단지는 근로자와 지역 주민들에게 새롭고 매력적인 공간으로 거듭날 수 있는 원동력을 갖게된다.

특히, 퇴근 후의 시간은 근로자들에게 있어 매우 중요한 시간이다. 직장에서 벗어난 후의 시간은 그들이 스스로를 돌보고, 재충전하며, 새로운 영감을 받을 수 있는 시간이다.

Lloyd, K. M., & Auld, C. J. (2002)의 연구에서는 여가 활동에 대한 만족도와 높은 빈도의 여가 활동 참여는 삶의 만족도와 긍정적으로 연관되어 있다고 하였다. 이처럼 퇴근 후의 여가 시간이 개인의 성장과 정서적 충족을 위한 시간이 될 수 있도록 하는 것이 현대 산업단지의 중요한 과제다.

그럼에도 불구하고, 많은 산업단지는 여전히 여가와 문화 시설이 부족하다. 결과적으로 근로자들은 단조로운 삶을 반복하며, 지역 사회와의 연결성도 약화된다. 여기서 중요한 변화의 키는 바로 산업단지 내에 문화적

요소를 도입하는 것이다. 산업단지가 단순히 일터를 넘어, 근로자들이 퇴근 후에도 여가와 문화를 누릴 수 있는 문화 기반 산업단지로 변화할 수 있다면, 그곳은 근로자들에게 새로운 의미를 가진 장소가 될 수 있다.

## 2. 산업단지 내 문화 기반의 로컬브랜딩의 필요성

### 1) 로컬브랜딩과 지역 정체성 강화

로컬브랜딩은 특정 지역의 고유한 문화와 가치를 강화하고, 그 지역만의 독창성을 외부에 알리는 것을 목표로 한다. 산업단지는 오랜 시간 동안 생산과 경제 활동의 중심으로 자리 잡았지만, 최근 들어 로컬브랜딩을 통한 지역 정체성 강화의 필요성이 커지고 있다. 지역의 역사, 문화, 그리고 그 지역에서만 경험할 수 있는 고유한 요소들을 산업단지와 결합한다면, 산업단지는 단순히 생산 공간을 넘어 지역을 대표하는 브랜드로 자리 매김할 수 있다.

로컬브랜딩을 통해 지역 사회는 자신들만의 독창적 아이덴티티를 구축하고, 외부에서 찾아오는 방문객이나 투자자들에게 매력적인 공간으로 변모할 수 있다. 특히, 산업단지에 문화를 기반으로 한 로컬브랜딩이 적용되면 근로자들은 자신이 속한 지역에 대한 자부심을 느끼게 되고, 이는 지역 전체의 이미지 개선과 연결 될 수 있다.

### 2) 문화와 산업의 융합을 통한 새로운 브랜드 가치 창출

산업단지에 문화적 요소를 접목하는 것은 단순한 생산 활동 이상의 가치를 창출할 수 있는 중요한 기회가 된다. 로컬브랜딩은 그 지역의 문화적 특성을 산업 활동과

결합함으로써 새로운 브랜드 가치를 형성할 수 있다. 예술, 디자인, 공연 등 다양한 문화적 요소들이 산업단지 내에 도입되면, 산업과 문화의 융합이 이루어지면서 지역만의 독특한 브랜드가 만들어진다.

예를 들어, 특정 지역에서만 볼 수 있는 전통 예술, 공예품, 혹은 지역 특산물을 중심으로 한 문화 행사는 해당 산업단지를 방문할 이유를 제공하고, 지역의 고유성을 외부에 알리는 중요한 수단이 된다. 이처럼 문화적 자원을 활용한 로컬브랜딩은 기존 산업단지의 경제적 기능을 넘어서는 새로운 기회로 작용할 수 있다.

### 3) 산업단지 이미지 개선과 지역 경제 활성화

로컬브랜딩을 통해 산업단지는 더 이상 단순한 공장 지대가 아니라, 지역의 문화적 중심지로 탈바꿈할 수 있다. 문화를 기반으로 한 로컬브랜딩은 이 같은 이미지를 개선하는 데 중요한 역할을 한다. 문화와 예술을 접목한 산업단지는 외부의 관심을 끌며, 지역 주민들뿐만 아니라 관광객들에게도 매력적인 장소로 인식될 수 있다.

이러한 로컬브랜딩은 지역 경제 활성화로도 연결될 수 있다. 근로자들은 퇴근 후에도 산업단지 내에서 문화적 경험을 즐길 수 있고, 지역 주민들은 그 공간에서 다양한 문화 활동에 참여할 수 있다. 이를 통해 지역 내 상권이 활발해지고, 새로운 비즈니스 기회가 창출된다. 나아가, 외부 관광객들의 유입이 증가하면서 지역 경제 전반에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다.

## 3. 산업단지 내 문화 기반의 로컬브랜딩 사례

최근 산업단지나 공업지대를 문화적으로 재해석해 새로운 브랜드로 거듭난 사례는 많이 나타나고 있다.

〈그림 1〉 화산1914 문화 창의산업원구의 모습



출처: 화산1914 문화창의산업원구 홈페이지(<https://www.huashan1914.com/tour/>)(검색일 2024.10.11).

예를 들어, 우리가 쉽게 접할 수 있는 사례인 ①과거 담배 공장이었던 공간을 재생해 예술 전시, 디자인 워크숍, 창작 산업의 중심지로 탈바꿈시킨 송산 문화원구(타이베이), ②과거 주류 공장이었던 곳을 변화시킨 화산 1914 문화창의산업원구(타이베이), ③스페인의 쇠퇴한 산업 도시 빌바오를 예술과 관광의 중심지로 변모시킨 빌바오 구겐하임 미술관(스페인)이 있다. 이들 모두는 과거의 산업기반을 문화적 허브로 변모시켜, 도시의 새로운 정체성을 형성하고 경제적 활성화에도 크게 기여한 프로젝트들이다.

하지만 본 고에서는 이런 사례보다는 필자가 일본에서 공부할 때 방문하였거나, 직접 프로젝트로 진행하였던 사례 중에서 기존 산업의 기능을 유지하면서 문화적 요소가 유입됨에 따라 상호 보완적으로 발전하는 사례를 제시하고자 하였다.

### 1) 요코하마의 부카츠도(Bukatsudo)

요코하마의 부카츠도(Bukatsudo)는 창의적인 문화 공간으로 근로자의 퇴근 이후의 라이프스타일을 변화

〈그림 2〉 요코하마 부카츠도가 위치한 도크의 모습



출처: 필자촬영.

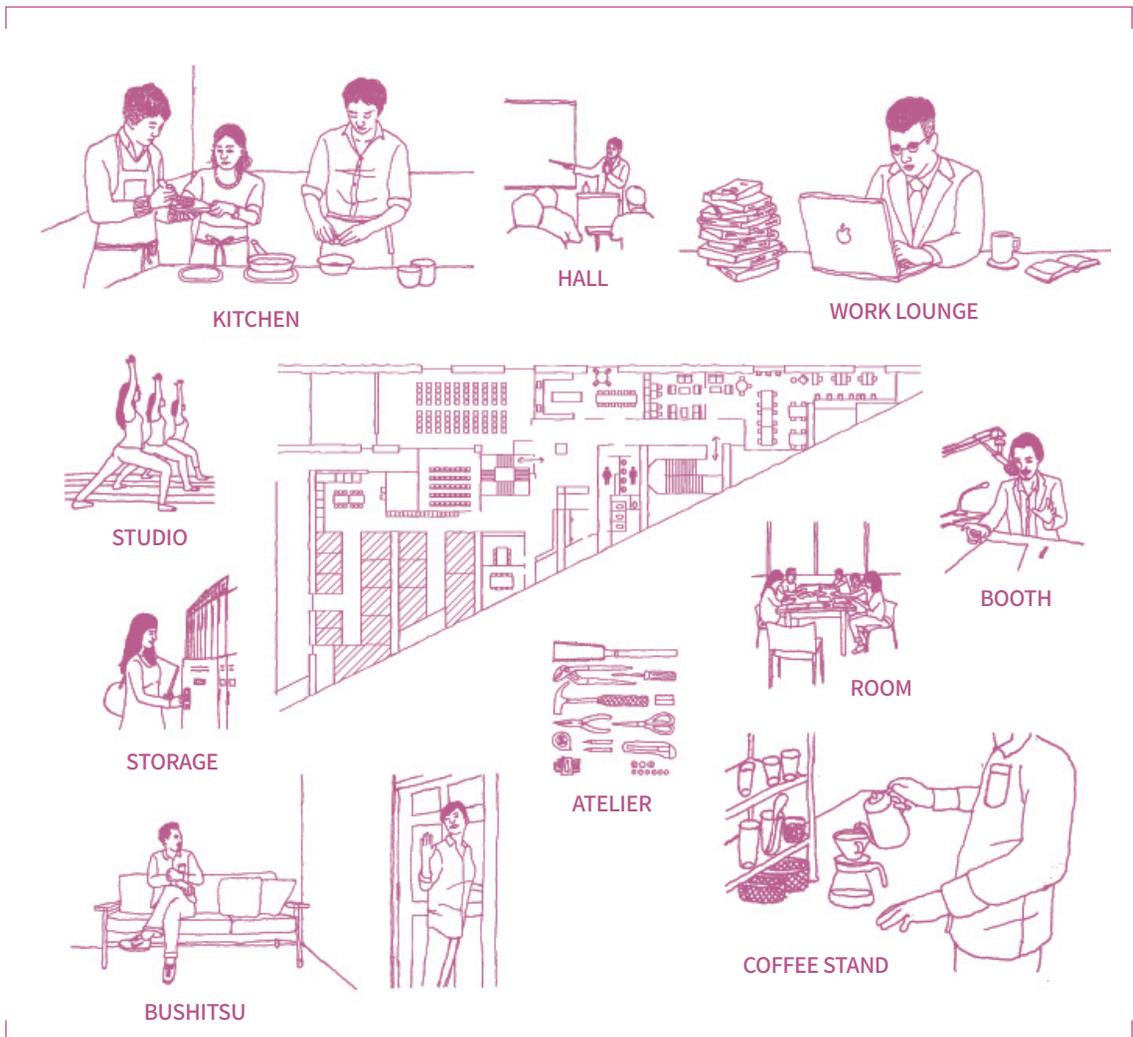
시켜 나가는 대표적인 사례다.

이 공간은 요코하마 미나토미라이 21 프로젝트의 일환으로 일반 사람이 보면 신기하다고 느낄 수 있는 도크 공간의 지하 내부에 위치하여 있다. 1897년에 지어진 이 도크 내부의 유희시설을 리모델링하여 창의적인 활동이 가능한 커뮤니티 허브로 재창조된 공간이다. 이 공간의 이름인 부카츠도는 일본어로 “부활동

(동아리 활동)”을 뜻한다. 덧붙여 필자가 방문했을 때 커뮤니티 매니저로부터 부카츠도의 ‘도’는 영어 ‘Do’의 단어와 공간을 의미하는 한자어 ‘당(堂)’의 일본어 발음이 ‘도’이기 때문에 활동하는 공간의 의미도 담고 있다고 들었다. 결국은 ‘어른들의 동아리 활동’을 위한 공간이라는 독특한 콘셉트를 구현하고 있는 공간이다.

부카츠도는 작업 라운지, 스튜디오, 주방, 커피 스탠드

〈그림 3〉 요코하마 부카츠도의 주요 기능



자료 : 부카츠도 홈페이지(<https://bukatsu-do.jp/>)(검색일 2024.10.11).

〈그림 4〉 요코하마 부카츠도의 주요 공간



출처: 필자촬영.

등 다양한 공간이 마련되어 있어, 방문자들은 업무뿐만 아니라 취미 활동과 창작 활동도 함께 할 수 있다. 또한, 부활동이라는 콘셉트에 맞춰서 15개의 부실(동방)이 있다. 매월 이 공간은 특히 직장인들이 퇴근 후에 여가 시간을 보내며 자신만의 창의적 활동을 즐길 수 있도록 설계되었다.

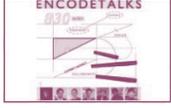
부카츠도의 중요한 특징 중 하나는 커뮤니티 형성에 있다. 이곳에서는 주기적으로 다양한 워크숍과 강좌가 열리며, 방문자들이 서로 교류하고 협업할 수 있는 기회를 제공한다.

예를 들어 요리 교실, 사진 촬영 클래스, 회화 워크숍 등의 활동이 진행되며, 이 모든 활동은 사용자가 주도적

으로 참여할 수 있도록 설계되었다. 또한 주말마다 다양한 문화 행사와 커뮤니티 모임 등이 있어, 지역의 문화적 네트워크를 확장하는 데 중요한 역할을 하고 있다.

부카츠도는 또한 다양한 직업을 가진 사람들이 모여 서로의 작업을 공유하고 협력할 수 있는 공간으로, 예술가, 프로그래머, 요리사, 사업가 등 다양한 사람들이 이곳을 방문한다. 이들은 개인의 창의적 프로젝트를 수행하거나 소규모 모임을 개최하는 등 다양한 방식으로 공간을 활용하고 있다. 특히, 각 분야의 사람들이 함께 모여 새로운 아이디어를 공유하고 발전시키는 과정에서 창의성이 발휘되며, 지역 사회와의 상호작용이 더욱 활발해지고 있다.

〈그림 5〉 요코하마 부카츠도에서 진행되는 다양한 이벤트

<p><b>BUKATSUDO GALLERY, 고객 이벤트</b></p>  <p><b>11.2(sat) ~ 11.4(mon)</b> 【GALLERY 고객 이용】 제5회 와타나베 유미 개인전 et cetera</p> <p>이번 개인전 타이틀 et cetera는 신작의 간지 시리즈와 표현을 모색하고 있던 과거 작품, 그리고 표현의 결정이 되는 작품의 전시가 있다는 것으로, 타이틀 자체가 콘셉</p>	<p><b>BUKATSUDO GALLERY, 고객 이벤트</b></p>  <p><b>9.26(thu) ~ 9.29(sun)</b> 【GALLERY 고객 이용】 요네 아리진 in 요코하마 미나토미라이 투명 수채화와 색연필의 세계</p> <p>일러스트레이터/삽화 아리사의 개인전 투명 수채화와 색연필로 그려진 컬러 작품이나 펜화의 흑백 작품 등 손으로 그린 특유의 따뜻한 일러스트를 전시. 모우 모후토의 움직임</p>	<p><b>BUKATSUDO GALLERY, 고객 이벤트</b></p>  <p><b>9.14(sat) ~ 9.21(sat)</b> 【GALLERY 고객 이용】 HIROMI SHIOSE Solo Exhibition</p> <p>HIROMI SHIOSE Solo Exhibition 요코하마시에서 태어나 자란다 과거에 10년 정도 도쿄에 살고 있었지만, 2005년에 요코하마로 돌아온다 2022년 11월 초</p>	<p><b>BUKATSUDO GALLERY, 고객 이벤트</b></p>  <p><b>5.18(sat)</b> 【GALLERY 고객 이용】 케어와 약점과 드로잉   Kakuho</p> <p>하루 중일 전시입니다. 연필-색연필 등에 의한 추상 선화의 전시입니다. 종이의 크기는 A3 사이즈. 작품수는 10점 정도. 방문 간호의 관계 그리기</p>	<p><b>BUKATSUDO GALLERY, 고객 이벤트</b></p>  <p><b>5.24(fri) ~ 5.27(mon)</b> 【GALLERY 고객 이용】 Exhibition in BUKATSUDO</p> <p>아크릴에 의한 그림의 전시를 하고 있습니다. 낙서의 연장에 의한 그때 느끼는 선을 살려 그림니다. 독특한 분위기를 즐기세요. 기간: 2024.5.24(금)</p>	<p><b>BUKATSUDO GALLERY, 고객 이벤트</b></p>  <p><b>5.9(thu) ~ 5.12(sun)</b> 【GALLERY 고객 이용】 Metamorphose, Transform 변용해 가는 마음과 몸, 변함 없는 것</p> <p>제 작품은 인생 시간과 함께 발전-변화해 온 ART 작품이다. 내 정체성과 자기 감각이 세상을 여행함으로써 깊어졌다. 전회 전시로부터 약 10년, 바다</p>
<p><b>고객 이벤트</b></p>  <p><b>8.30(Fri)</b> 【고객 이용】 토크 이벤트</p> <p>요코하마 미나토미라이 (BUKATSUDO BUSHITSU #2)로 오픈한 구조 모형 갤러리 ENCODE에서 첫 토크 이벤트를 8월말에 개최합니다. 개최일</p>	<p><b>BUKATSUDO GALLERY, 고객 이벤트</b></p>  <p><b>8.23(Fri) ~ 8.25(Sun)</b> 【GALLERY 고객 이용】 군중예 혼란 kitano.kenta 개인전</p> <p>군중예계 혼돈 kitano kenta 개인전 날짜: 2024년 8월 23일(금)-25일(일) 영업 시간: 09:00 -</p>	<p><b>BUKATSUDO GALLERY, 고객 이벤트</b></p>  <p><b>6.13(Thu) ~ 6.15(Sat)</b> 【GALLERY 고객 이용】 LJGFan_art</p> <p>우리는 한국배우 이준기씨의 팬입니다. 작년 4년 만에 팬미팅이 개최되는 것을 축하하며 예술로 응원하겠다고 생각하며 BUKATSUDO</p>	<p><b>BUKATSUDO GALLERY, 고객 이벤트</b></p>  <p><b>2024.5.5(sun)</b> 【GALLERY 고객 이용】 맑은 날 아침에</p> <p>요코하마 쇼난에서 활동하는 화가 후쿠다 모모코에 의한 추상 화전 「맑은 날 아침에」</p>	<p><b>BUKATSUDO GALLERY, 고객 이벤트</b></p>  <p><b>2.23(fri) ~ 2.25(sun)</b> 「가이드 헬퍼 사진전 ~ 유일 무이의 2명의 이야기 ~」</p> <p>장애가 있는 분과 함께 외출을 하는 「가이드 헬퍼」 소중한 일입니다만 아는 사람이 적고, 필요한 사람을 이용할 수 없는 현상이 있습니다. 많은 사람들에게 「가이드도우미」를 알고</p>	<p><b>BUKATSUDO GALLERY, 고객 이벤트</b></p>  <p><b>2.18(sun) ~ 2.22(thu)</b> 【GALLERY 고객 이용】 유지리의 그림책 원화전</p> <p>그림책 작가 유지리의 개인전. 투명 수채화와 크레용을 구분하면서 그린 그림책의 원화의 전시입니다. 그림책의 형태가 되기 전의, 한 장 한 장의 그림을 천천히 봐주세요.(2/22)</p>

자료 : 부카츠도 홈페이지(<https://bukatsu-do.jp/>)(검색일 2024.10.11.).

이와 같이, 부카츠도는 산업 중심 시대의 유희공간에 현 시대의 라이프스타일을 제안하는 문화를 접목하여, 창의성과 협력을 촉진하는 장소로 변화시킨 사례다.

2) 도쿄 오오타구 오오타 크리에이티브타운

오오타 크리에이티브 타운(Ota Creative Town)은 도쿄 오오타구의 소규모 제조업체와 창작 활동을 결합한 지역 활성화 프로젝트로, 기존의 산업기반을 활용하여

새로운 지역 브랜딩을 만들어가고 있는 사례이다. 오오타구는 도쿄 23구 중의 하나로 하네다 공항이 위치한 구이다. 이 곳은 마치 우리나라 서울의 문래동과 비슷한 느낌의 지역으로 한 때 9,000개 이상의 소규모 공장들, 약 16만명 이상의 제조업 종사자들이 근무하던 도쿄의 대표적인 제조업 중심지이다. 이러한 공장들은 정밀 가공, 연마, 금속 성형 등 특화된 기술력을 바탕으로 일본 산업의 중추적인 역할을 해왔지만, 후계자 부족과 경쟁 심화로 인하여 폐업하는 공장의 수가 계속 늘어나는 등

지역의 산업 쇠퇴 문제가 발생하였으며, 이러한 문제점을 해결해야 할 방법이 필요하게 되었다.

그래서 오오타구 관광협회, 오오타구 공장들의 모임인 ‘공화회’, 요코하마 국립대학, 수도대학도쿄(현 도쿄도립 대학) 등 공공, 민간, 대학이 협업하여 2012년부터

오오타 오픈 팩토리 등의 이벤트를 시작하였다. 이는 점차 지역의 활성화 구상으로 연결되어 2017년에는 ‘오오타 크리에이티브 타운’ 센터가 설립되게 되었다.

오오타 크리에이티브 타운의 비전은 전통 산업인 모노즈쿠리(제조업)를 창조적 활동과 결합하여, 지역의 경제적, 사회적 가치를 높이는 것이다. 오오타 크리에이티브 타운은 이를 실현하기 위해 크게 세 가지 요소를 결합한 접근방식을 취하고 있다.

첫 번째 요소는 ‘창조’로, 지역 크리에이터와 협업하여 새로운 제품, 서비스, 브랜드를 개발하고 이를 통해 지역 경제에 기여하는 것을 목표로 한다. 두 번째 요소는 ‘기술’이다. 이는 전통 제조업 기술을 유지하고 발전시키는 동시에, 새로운 창조적 기술을 도입하여 산업적 성장을 꾀하는 것을 의미한다. 세 번째 요소는 ‘생활’로, 지역 주민들의 일상 생활과 창조적 활동을 결합하여 지역의 독특한 라이프스타일을 발전시키는 것을 목표로 한다. 즉 창조와 기술, 생활이 하나의 순환 고리 속에서 계속해서 상호 상승 작용을 일으키며 지역 전체의 가치를 지속적으로 높여가는 구조이다.

오오타 크리에이티브 타운의 비전을 실현하기 위해 설정된 구체적인 전략으로는 세 가지 관점이 있다. 첫 번째는 ‘모노즈쿠리(제조)’의 관점으로, 이는 지역의 전통 제조업을 기반으로 새로운 창조적 요소를 도입하여 지속 가능한 경제적 성장을 이끌어내는 것을 목표로 한다. 두 번째는 ‘마을 만들기’의 관점으로, 지역 주민들이 주도적으로 참여하여 지역 내의 경제 및 공동체 활동을 활성화하고, 지역의 경제적 가치를 높이는 것을 중점으로 한다. 세 번째는 ‘관광’의 관점으로, 외부

관광객을 유치하여 지역의 독특한 문화를 알리고, 이를 통해 지역 경제를 더욱 활성화하는 것을 목표로 한다. 이 세 가지 시점은 서로 중첩되며, 독립적으로 존재하는 것이 아니라 하나의 통합된 프로젝트로서 시너지 효과를 발휘한다.

이와 같은 크리에이티브 타운의 비전은 다양한 프로젝트를 통해 구체적으로 실현되고 있다. 대표적인 프로젝트로는 우선 ‘오오타 오픈 팩토리’가 있다. 오오타 오픈 팩토리(Ota Open Factory, OOF)는 오오타구에 위치한 제조업 공장들이 일정 기간 동안 개방되어 방문객들이 직접 공장을 둘러보고 체험할 수 있는 기회를 제공한다. 이 프로그램은 지역의 중요한 산업기반인 제조업, 즉 ‘모노즈쿠리’ 문화를 널리 알리고, 방문객들과 지역 공업지대 사이의 상호작용을 촉진하는 것을 목표로 한다. 방문객들에게 공장 투어, 체험 프로그램, 그리고 지역 문화 탐방을 제공함으로써 오오타 지역의 제조업이 어떻게 운영되고 있는지 직접 체험할 수 있게 한다. 이를 통해 방문객들은 오오타의 ‘모노즈쿠리(제조업)’ 정신과 지역 산업의 중요성을 깊이 이해할 수 있다. 이 프로그램의 초기 운영은 지역 상공회의소와 대학, 그리고 지역 공업조합이 주도하여 시작되었다. 시간이 흐르면서 여러 주체들의 협력으로 확장되었고, 다양한 이벤트와 프로그램이 만들어졌다.

또 다른 프로그램은 ‘모노즈쿠리 타마고(ものづくり たまご)’가 있다. 이 프로그램은 오오타 지역의 장인들이 젊은 세대의 아이디어를 기반으로 기술과 경험을 활용해 만든 프로젝트다. 이 프로젝트는 ‘MADE IN OTA’라는 이름 아래, 오오타의 특화된 제조 기술을 바탕으로 다양한 제품을 개발하며, 지역의 ‘모노즈쿠리’ 문화를 널리 알리고자 시작되었다. 일본어로 ‘알’이라는 뜻의 ‘타마고’라는 이름처럼, 작고 캡슐 형태의 제품들이 주로 만들어지며, 이를 통해 일반 소비자들도 오오타의 제조 문화를 쉽게 접하고 이해할 수 있도록 했다.

〈그림 6〉 오오타 오픈팩토리의 주요 모습



자료 : 오오타 크리에이티브 센터 홈페이지([https://oct-c.site/cm\\_n\\_prjcts/prj03/](https://oct-c.site/cm_n_prjcts/prj03/))(검색일 2024.10.11.).

지역의 장인들이 젊은 아이디어를 실제 제품으로 구현해내는 과정이 이 프로그램의 주요 특징이라고 할 수 있다. 장인들의 숙련된 기술과 젊은 세대의 창의력이

결합되어 새로운 제품들이 탄생하고, 이를 통해 오오타의 제조 역량이 더욱 널리 알려지게 된다. 특히, '모노즈쿠리 타마고' 제품은 72mm 크기의 작은 캡슐 안에 들어

〈그림 7〉 오오타 오픈팩토리의 주요 모습



자료 : 오오타 크리에이티브 센터 홈페이지([https://oct-c.site/cm\\_n\\_prjcts/prj03/](https://oct-c.site/cm_n_prjcts/prj03/))(검색일 2024.10.11.).

있어 누구나 손쉽게 접할 수 있고, 지역의 모노즈쿠리 문화를 상징적으로 보여준다. ‘모노즈쿠리 타마고’는 다양한 행사와 협업을 통해 지역 내외로 널리 소개되었다. 오오타 오픈 팩토리(OOF)와 같은 행사에서는 뽑기 기계를 통해 300~500엔으로 제품을 판매하며, 지역 주민들과 방문객들에게 더 많은 관심을 끌었다. 이 프로그램은 단순히 제품 판매를 넘어서, 젊은 아이디어를 받아들여 지역의 제조업이 새로운 방식으로 발전할 수 있도록 지원하는 중요한 역할을 한다.

세 번째로, ‘크리라보 타마가와’가 있다. 오오타 구의 공장지대 한쪽에 위치한 창조적인 실험 공간으로, 오오타 지역의 ‘모노즈쿠리 마을 만들기’를 위한 지역 교류 거점으로 2013년 12월에 문을 열었다. 이곳은 오오타 지역의 제조 문화를 중심으로 워크숍, 세미나, 전시 등을 통해 지역 주민들과 방문객들이 직접 참여하고 체험할 수 있는 기회를 제공한다. 지역 사회와의 활발한 교류를 목표로 다양한 프로그램이 운영되고 있으며, 모노즈쿠리의 정신을 기반으로 지역 문화와 산업을 연결하는 중요한 역할을 하고 있다. 이 공간은 기존 공장

건물을 리모델링하여 창조적 공간으로 탈바꿈한 곳으로, 외관은 과거의 흔적을 남긴 채 리노베이션을 통해 현대적인 요소를 결합했고, 내부는 장인들과 크리에이터들이 모여 교류할 수 있는 열린 공간으로 만들어졌다. 이 공간은 지역의 모노즈쿠리 장인들이 자유롭게 작업하고, 그들의 노하우를 지역 주민들과 공유하는 곳이자, 다양한 워크숍과 체험 프로그램을 통해 방문객들이 제조 과정을 경험할 수 있는 공간으로 운영된다.

네 번째로는 공장의 폐자재를 재활용하는 공작체험 프로그램인 SCRAP이 있다. 이 활동은 지역 산업과의 연계를 통해 발생한 산업 폐기물들을 재료로 사용해, 참가자들이 창의적인 작품을 제작할 수 있도록 돕는 과정이다. 오오타구에 위치한 약 50개의 공장으로부터 폐기 전의 재료를 무상으로 받고, 크리라보 타마가와에서 보관하다가 아티스트나 크리에이터가 시제품에 대한 아이디어를 제시하면, 실제로 초등학교 등과 워크숍을 통해 제품을 만들어가는 과정인 것이다.

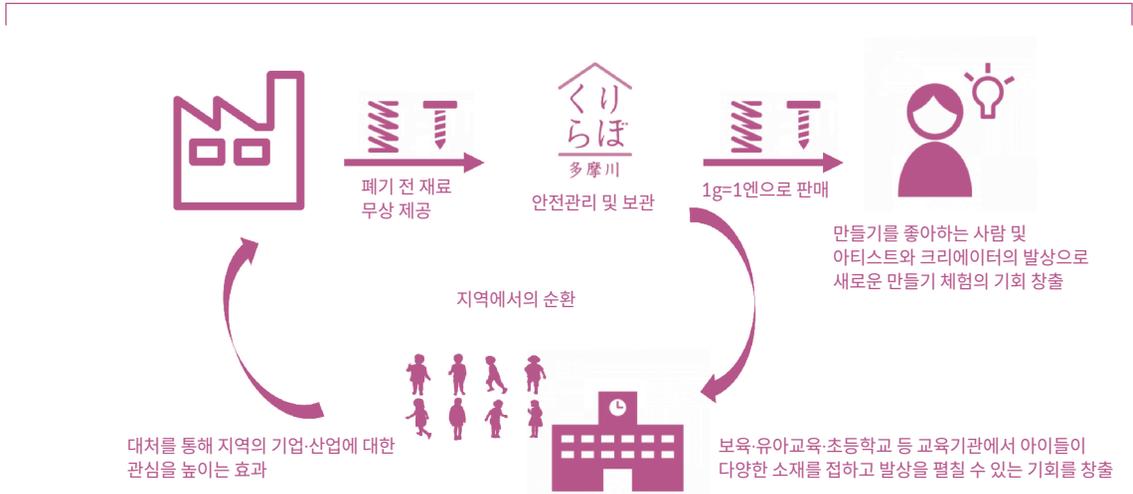
이러한 다양한 프로젝트를 통해 오오타 크리에이티브 타운은 새로운 창조적 활동과 일상을 결합한 생태계를

### 〈그림 8〉 크리라보 타마가와 모습



자료 : 오오타 크리에이티브 센터 홈페이지([https://oct-c.site/cm\\_n\\_prjcts/prj03/](https://oct-c.site/cm_n_prjcts/prj03/))(검색일 2024.10.11.).

〈그림 9〉 SCRAP의 모습



자료 : 오오타 크리에이티브 센터 내부 자료.

형성하고자 한다. 이를 ‘크리에이티브 펍 에코시스템’이라고 부르며, 기술, 창조, 생활이 결합된 복합적인 가치를 만들어내는 것을 목표로 한다. 특히 창조적 활동이 지역 경제와 직접적으로 연계되고, 새로운 아이디어와 기술이 지속적으로 발전하는 순환 구조를 구축하고 있다. 또한 지역 내 다양한 이해관계자들이 협력하여 이 생태계를 유지하고 발전시키는 데 중요한 역할을 하고 있다.

#### 4. 끝내며

이제는 산업단지의 미래를 구상함에 있어 더 이상 단순한 생산 중심의 공간이 아니라 지역의 정체성을 강화하고 새로운 경제적, 사회적 가치를 창출할 수 있는 방안의 모색이 필요한 시기이다. 특히 산업단지 내에 문화를 기반으로 한 로컬브랜딩을 도입하는 것은 현대 산업 환경에서 필수적인 전략으로 부각되고 있다.

위에서 살펴본 부카초도와 오오타 크리에이티브 타운의 사례는 이러한 변화를 구체적으로 보여준다. 부카초도는 요코하마의 전통적 조선소를 창의적인

커뮤니티 공간으로 변모시켜, 지역 주민들이 서로 교류하고 취미를 발전시킬 수 있는 장을 마련함으로써, 근로자들에게 새로운 라이프스타일을 제안하고자 하였다. 오오타 크리에이티브 타운과 오오타 오픈 팩토리는 전통적인 제조업과 현대적인 창의성을 결합하여, 문화를 기반으로 지역의 산업을 재조명하여 지역 경제 활성화와 제조업의 성장을 추구하는 노력을 진행 중이다.

산업단지에서의 문화 기반 로컬브랜딩은 단순한 이미지 개선을 넘어, 지역 경제 활성화, 기술 및 창의성의 융합, 그리고 지역 주민들의 삶의 질 향상이라는 다각적인 효과를 창출하는 움직임이 될 수 있다.

한편 산업지역을 문화로 재조명하는 과정은 한국에서도 독특하면서 다양하게 나타나기 시작하였다. 예를 들어 문래동을 대상으로 하는 '플레이문래'라는 콘텐츠를

제작하는 청년 창업가도 있다. 이 콘텐츠는 지역을 재미있게 탐험할 수 있도록 제작된 게임 형식의 서비스로 문래동의 방문객이 게임의 주인공이 되어 다양한 미션을 수행하는 구조로 되어있다. 예를 들어 문래동의 철공소 사장님을 찾아가 최근의 잃어버린 도구를 물어보거나, 은공방에 들어가 공방에서 가장 오래된 작품이 무엇인지를 물어보며 힌트를 찾아가며 미션을 수행한다. 이러면서 방문객은 지역을 단순히 소비하는 경험이 아닌, 추억하고 기억할 수 있는 경험을 얻게 된다.

이렇듯, 앞으로의 산업단지는 지역의 문화적 자산과 결합하여 콘텐츠로 창출되고 이를 통해 하나의 브랜드로 자리잡을 필요가 있다. 이를 통해 산업적 발전뿐만 아니라 지역 사회와의 상생을 이루는 지속 가능한 모델을 구축할 수 있을 것이다.

## 참고문헌

- \* Lloyd, K. M., & Auld, C. J. (2002). The role of leisure in determining quality of life: Issues of content and measurement. *Social indicators research*, 57, 43-71.

# 02 입지·정책 동향

---

---

산업단지 동향 | 김유진

산업단지 개발·분양 동향 | 김유진

공장설립 동향 | 유화정

입지정책 동향 | 김명기

# 산업단지 동향

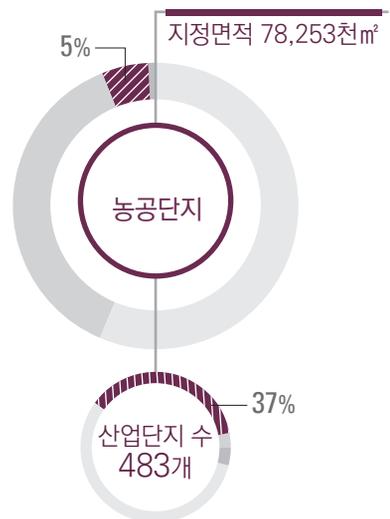
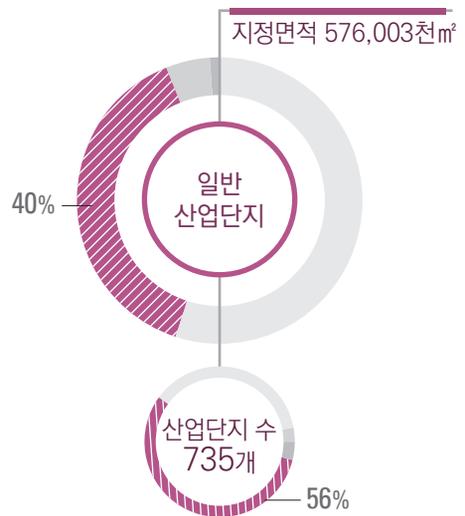
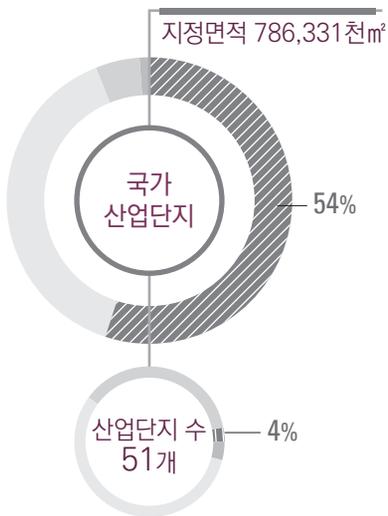
한국산업단지공단 산단정책연구소 연구원 김유진

## 1. 유형별 현황

2024년도 1분기(산업입지정보시스템 참고)

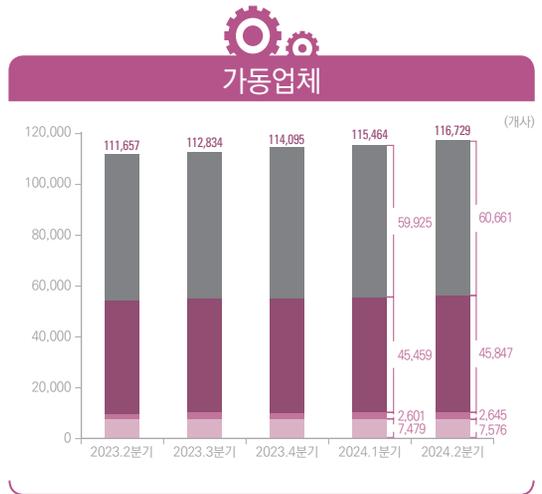
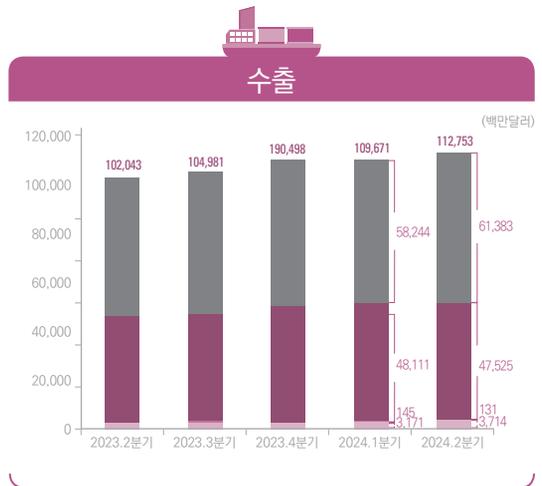
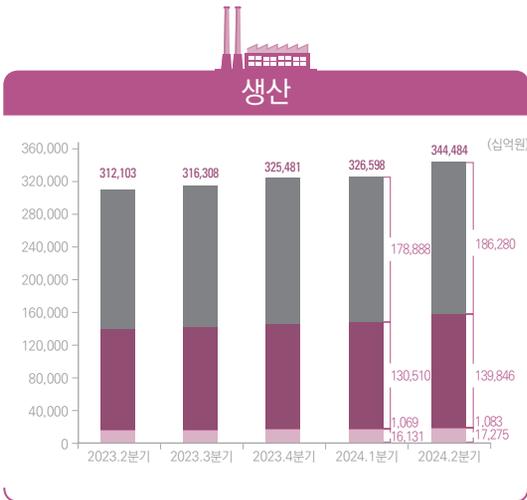
〈산업단지 수, 지정면적〉

■ 국가 ■ 일반 ■ 농공 ■ 도침

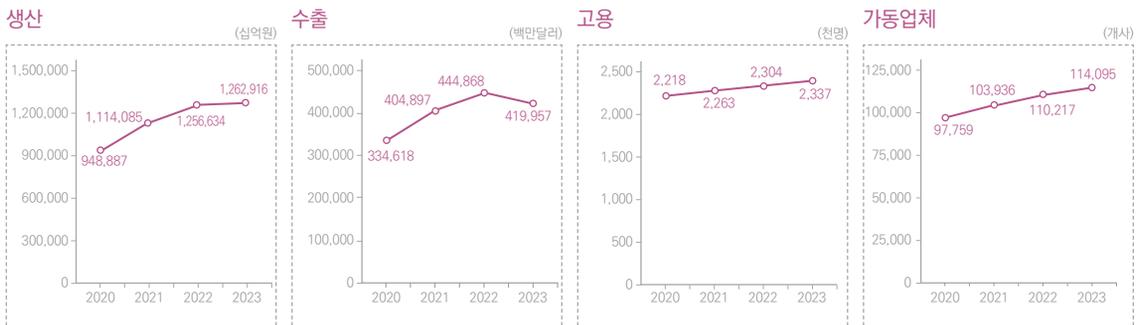


〈산업단지 생산 / 수출 / 고용 / 가동〉

■ 국가 ■ 일반 ■ 도점 ■ 농공



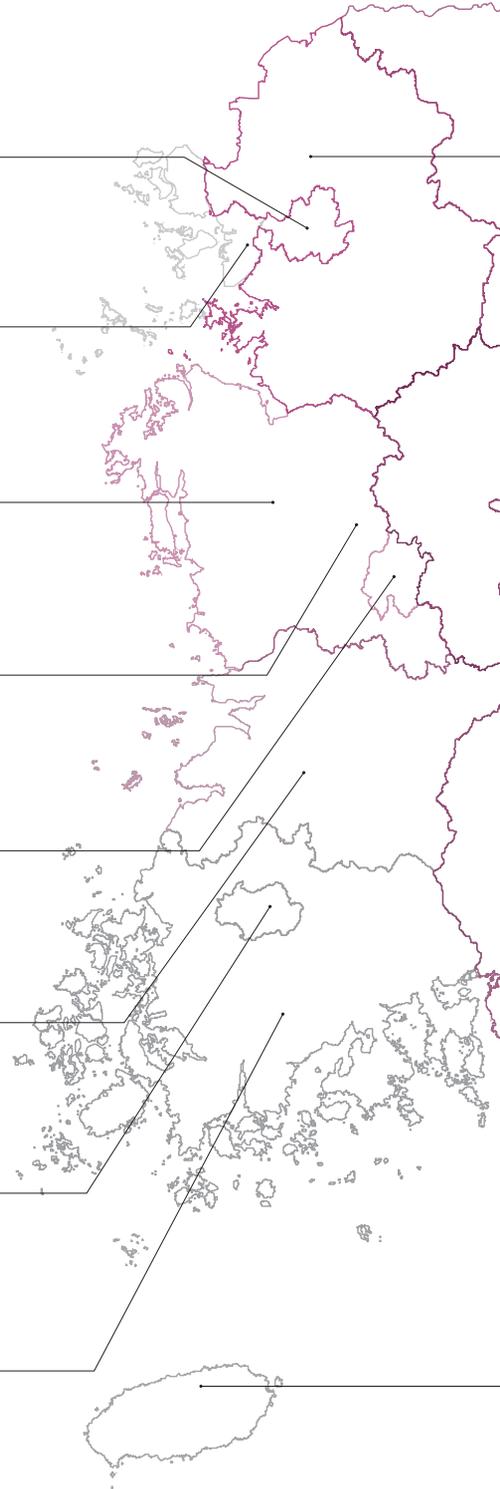
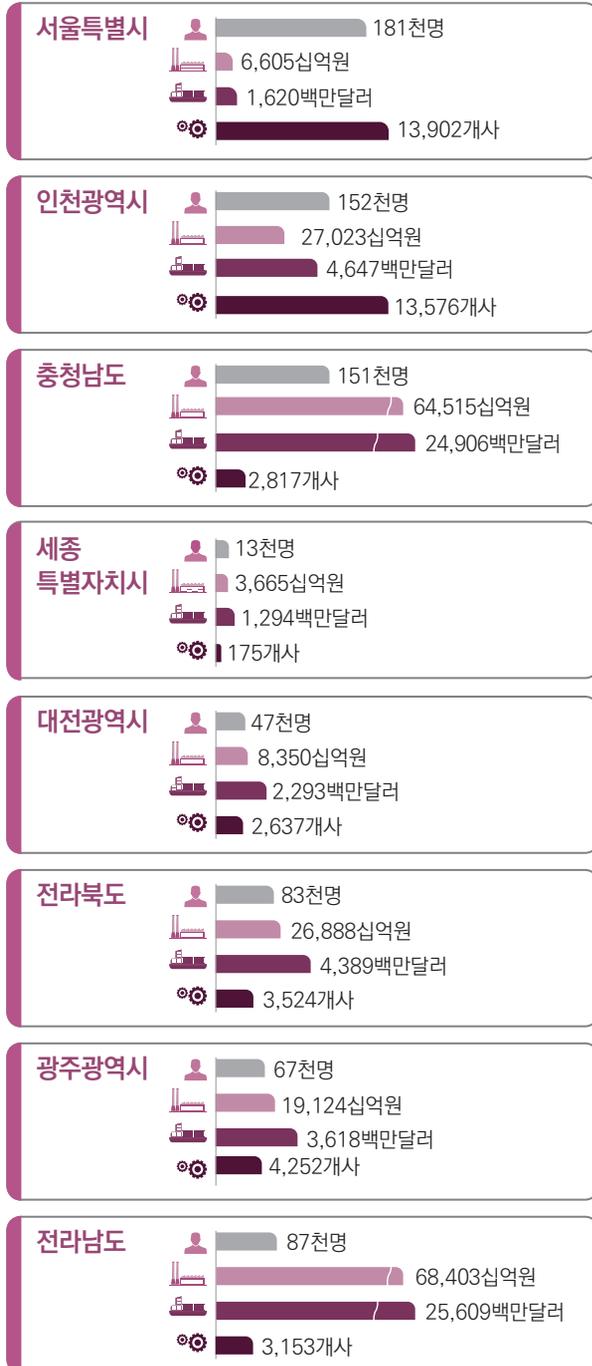
〈연도별 추이〉

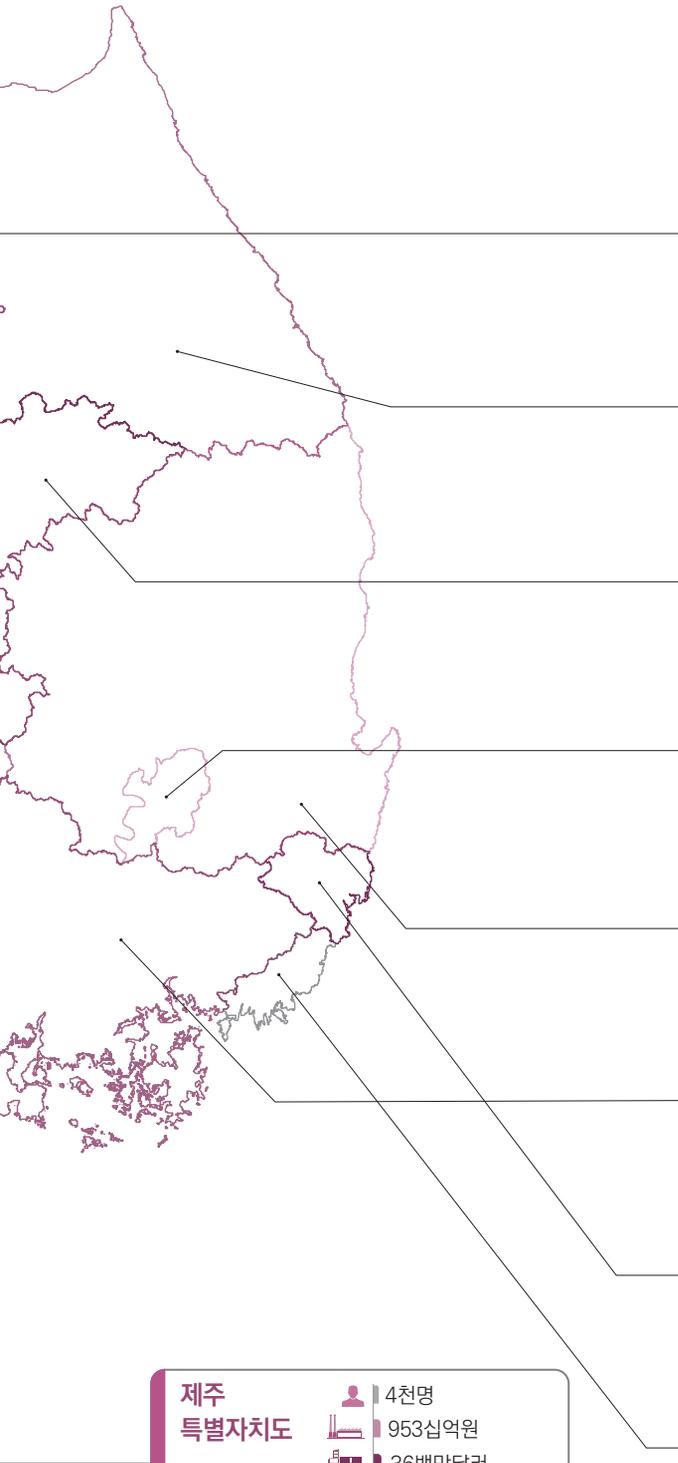


## 2. 지역별 현황

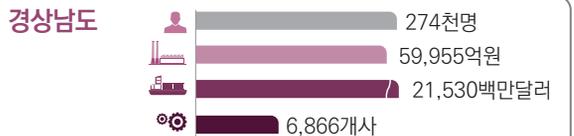
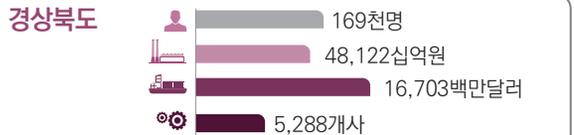
### 2024년도 2분기

※ 고용·가동은 6월 기준, 생산·수출은 연간 누계 기준





고용 생산 수출 가동업체



# 산업단지 개발·분양 동향

산단정책연구소 연구원 김유진

## 1. 산업단지 개발 현황

### (1) 전국 산업단지 유형별 조성 현황

2024년 6월말 기준, 전국 산업단지 총 1,315개에 지정된 1,452,516천㎡의 면적 가운데 공급대상면적은 59.2%(860,365천㎡)를 차지한다. 단지 수 기준으로는 일반단지(735개), 농공단지(483개)가 많지만, 지정면적은 국가단지, 일반단지 순으로 넓으며, 단지 수 대비 지정면적은 농공단지(162천㎡)가 제일 작다. 전체 공급대상면적은 일반단지, 국가단지, 농공단지 순으로 규모가 크다.

〈표 1〉 산업단지 조성 현황(2024년 6월말 기준)

(단위: 개, 천㎡)

유형	단지수	지정면적	단지수 대비 지정면적	공급대상면적 <sup>1)</sup>					
				합계	분양공고 합계	조성용지		미조성용지	
						소계	분양공고	소계	분양공고
국가	51	786,331	15,418	389,214	348,273	347,029	337,516	42,185	10,757
일반	735	576,003	784	403,508	353,776	336,982	328,312	66,526	25,464
도시첨단	46	11,930	259	7,507	3,716	4,829	3,659	2,678	56
농공	483	78,253	162	60,136	58,629	58,332	58,111	1,805	518
합계	1,315	1,452,516	1,105	860,365	764,394	747,171	725,598	113,194	36,796

※ 자료 : 국토교통부, 산업입지정보시스템.

1) 공급대상면적 : 지정면적 중 유상 또는 기타의 대가를 받고 분양되는 면적.

## (2) 지역별 산업단지 개발 현황

산업단지 개발 현황을 시도별로 살펴보면, 단지 수로는 경상남도가 209개로 가장 많고, 경기도(196개), 충청남도(177개), 경상북도(154개)의 순이다. 한편, 지정면적 기준으로는 경기도가 251,785천㎡로 가장 넓으며, 전라남도(229,613천㎡), 경상남도(140,335천㎡), 경상북도(139,086천㎡)의 순으로 넓은 것으로 나타났다. 한편 개발미대상 부지<sup>2)</sup>면적은 전라남도가 91,254천㎡로 가장 넓다.

〈표 2〉 시도별 개발현황(2024년 6월말 기준)

(단위: 개, 천㎡, %)

구분	단지수	지정면적	개발대상			개발미대상 면적	개발비율*
			소계	개발면적	미개발면적		
서울	4	3,282	3,282	3,114	167	0	94.9
부산	39	47,394	47,349	43,035	4,314	45	90.9
대구	24	45,006	45,005	44,505	501	0	98.9
인천	17	22,857	22,857	21,285	1,572	0	93.1
광주	13	30,088	30,088	29,003	1,085	0	96.4
대전	6	53,270	46,237	45,447	790	7,033	98.3
울산	32	91,638	83,873	77,366	6,507	7,766	92.2
세종	19	13,133	13,076	9,344	3,732	57	71.5
경기	196	251,785	195,594	138,842	56,752	56,191	71.0
강원	81	26,345	24,359	21,598	2,761	1,986	88.7
충북	141	96,745	96,518	78,700	17,818	227	81.5
충남	177	127,327	126,344	104,540	21,804	983	82.7
전북	90	132,154	90,595	78,465	12,131	41,559	86.6
전남	107	229,613	138,359	117,168	21,192	91,254	84.7
경북	154	139,086	126,577	104,559	22,018	12,509	82.6
경남	209	140,335	136,245	109,348	26,898	4,090	80.3
제주	6	2,458	2,458	1,609	848	0	65.5
전국	1,315	1,452,516	1,228,817	1,027,929	200,889	223,699	83.7

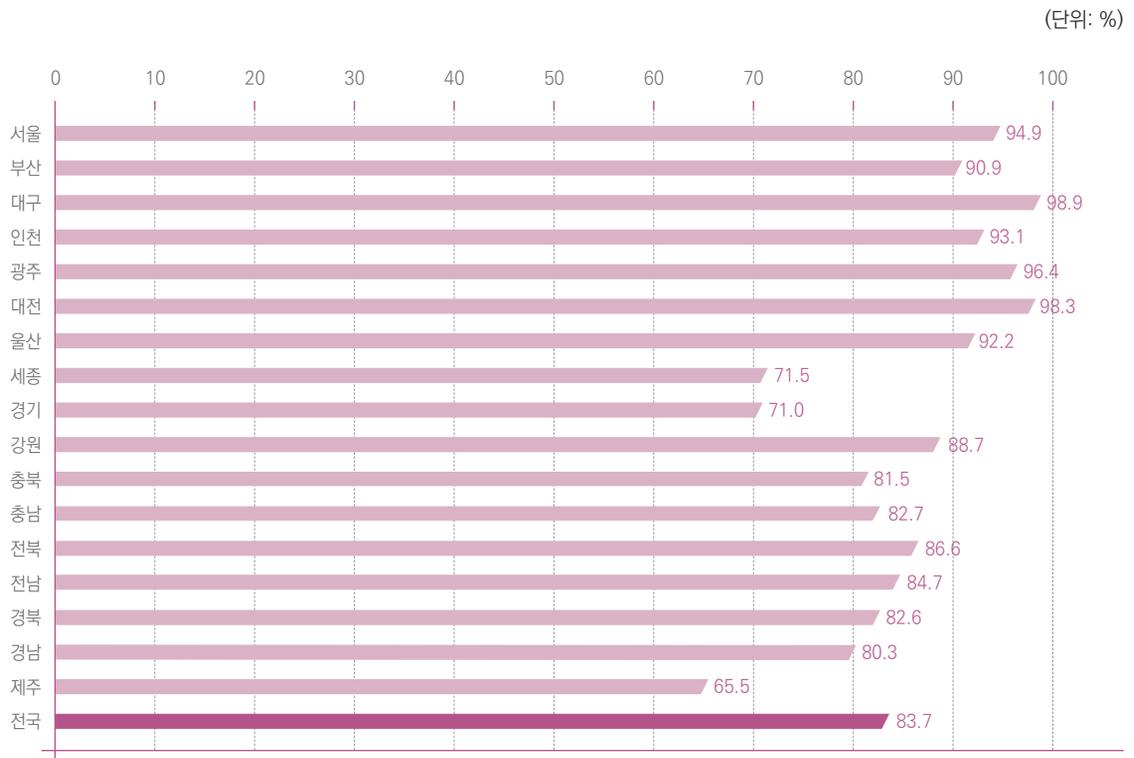
\* 전체 개발대상면적 중 실제 개발이 이루어진 면적의 비율.

※ 자료 : 국토교통부, 산업입지정보시스템.

2) 산업단지 지정면적 중 개발하지 않는 지역으로, 개발계획이 수립되지 않은 유보지, 해면, 비탈면 등을 포함.

시도별 산업단지 개발비율은 대전광역시가 98.3%로 가장 높고, 제주도(65.5%), 경기도(71.0%), 세종시(71.5%), 경상남도(80.3%), 충청북도(81.5%), 경상북도(82.6%), 충청남도(82.7%) 등은 전국 평균보다 낮은 것으로 나타났다. 개발비율이 낮은 산업단지는 최근 신규 산업단지로 지정된 지역이 많으며, 경기도(부천대장제1도시첨단산업단지, 부천대장제2도시첨단산업단지, 평택첨단복합일반산업단지), 충청북도(청주에어로폴리스3일반산업단지, 황간산업단지), 충청남도(논산국방국가산업단지, 선장그린컴플렉스일반산업단지) 등이 이에 해당한다.

〈그림 1〉 시도별 산업단지 개발비율(2024년 6월말 기준)



※ 자료 : 국토교통부, 산업입지정보시스템.

## 2. 산업단지 분양 현황

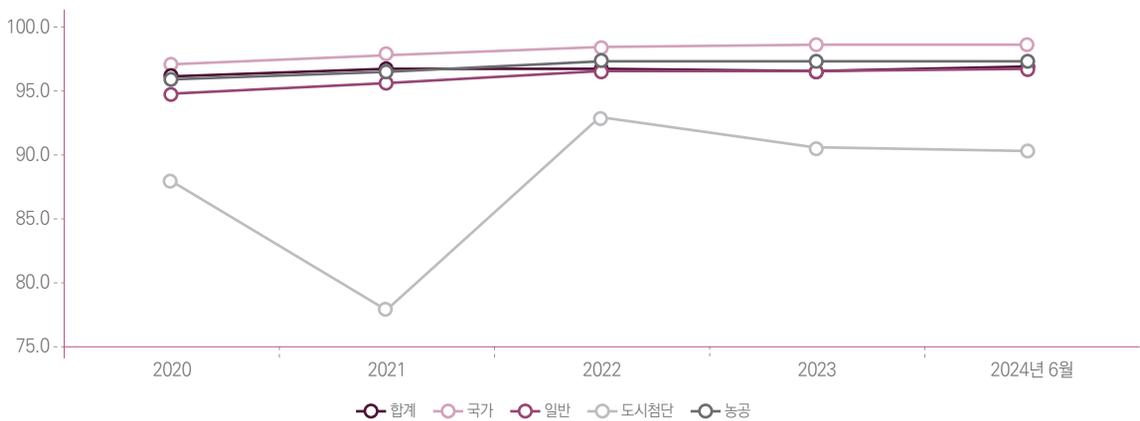
### (1) 산업단지 유형별 분양 현황

#### 📍 2024년 6월 말 기준, 산업시설용지 분양률 : 97.5%

2024년 6월 말 기준, 산업단지 내 산업시설용지 분양률은 97.5%로, 직전 반기와 동일했다. 국가단지와 일반단지 분양률은 각각 98.5%, 96.7%로 직전 반기 분양률과 동일하다. 농공단지 분양률은 97.0%로 직전반기 대비 0.2%p 증가하였으며, 도시첨단산업단지는 90.4%로 0.2%p 감소하였다.

〈그림 2〉 최근 5년간 산업시설용지 분양률 추이(2020~2024년 6월)

(단위: %)



※ 자료 : 국토교통부, 산업입지정보시스템

〈표 3〉 산업시설용지 분양현황(2024년 6월말 기준)

(단위: 개, 천㎡, %)

단지명	유형	지정면적	산업시설용지					2023.12.	
			분양대상 면적	분양공고면적*			분양률**	분양률**	
				분양공고면적	분양	미분양			
국가	51	786,331	303,609	278,162	273,882	4,280	98.5	98.5	
일반	735	576,003	348,231	286,762	277,381	9,381	96.7	96.7	
도시첨단	46	11,930	5,233	2,924	2,643	281	90.4	90.6	
농공	483	78,253	59,152	57,235	55,539	1,696	97.0	96.8	
합계	1,315	1,452,516	716,225	625,084	609,445	15,638	97.5	97.5	

\* 분양대상면적 중 분양 및 임대를 위하여 공고한 면적.

\*\* 전체 분양공고면적 중 분양면적이 차지하는 비율.

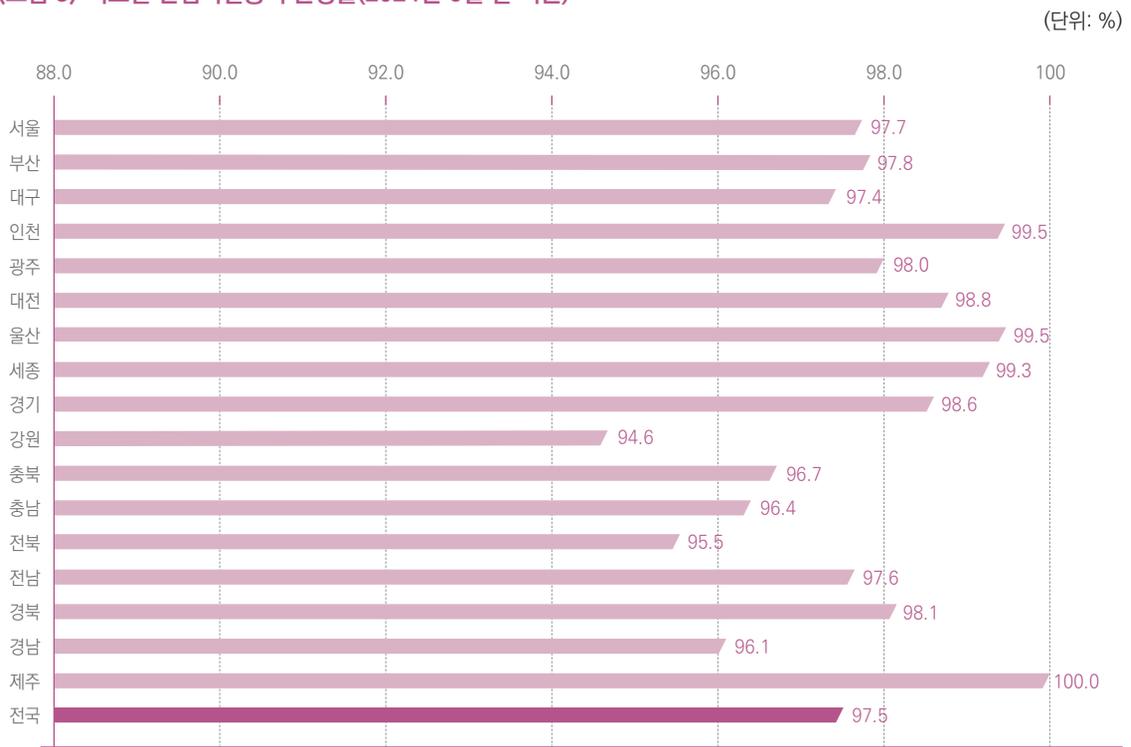
자료 : 국토교통부, 산업입지정보시스템.

## (2) 지역별 산업단지 분양 현황

산업단지 산업시설용지의 시도별 분양률은 모두 90%를 상회하고 있다. 제주는 분양공고면적이 모두 분양된 것으로 나타났다. 6개 광역시의 평균 분양률은 98.5%로, 대구를 제외한 5개의 광역시에서 전국 평균보다 높은 분양률을 기록하였다. 6개 광역시의 분양공고면적(156,093천㎡) 중 미분양면적은 1.3%(2,025천㎡)에 불과하다.

한편, 6개 도와 3개 특별자치도의 평균 분양률은 각각 97.3%, 96.7%로, 광역시보다 낮은 수준이다. 대구(97.4%), 전북(95.5%), 강원(94.6%), 충남(96.4%), 충북(96.7%), 경남(96.1%) 등 6개 지역은 전국 평균에 미치지 못했다. 평균 분양률에 미달한 곳 중 미분양 면적이 가장 넓은 곳은 경남(2,587천㎡)으로 경남항공국가산단, 대송일반산단(광양만권경제자유구역) 등의 대규모 입지가 조성중으로 미분양에 영향을 미치고 있다. 유형별로는 일반산업단지의 미분양 면적 비율이 가장 큰 것으로 나타났다.

〈그림 3〉 시도별 산업시설용지 분양률(2024년 6월 말 기준)



※ 자료: 국토교통부, 산업입지정보시스템.

〈표 4〉 시도별·유형별 산업시설용지 분양현황(2023년 12월말 기준)

(단위: 천㎡, %)

구분	유형	분양대상 면적	분양공고 면적	분양	분양률	구분	유형	분양대상 면적	분양공고 면적	분양	분양률
서울	소계	2,308	2,205	2,155	97.7	강원*	소계	15,489	13,754	13,013	94.6
	국가	1,429	1,429	1,429	100.0		국가	702	702	702	100.0
	일반	879	777	726	93.4		일반	9,196	7,916	7,221	91.2
	도시첨단	-	-	-	-		도시첨단	172	123	123	100.0
	농공	-	-	-	-		농공	5,418	5,012	4,966	99.1
부산	소계	23,342	20,992	20,537	97.8	충북	소계	54,087	43,759	42,320	96.7
	국가	4,112	4,112	4,112	100.0		국가	4,711	3,630	3,630	100.0
	일반	18,299	16,529	16,074	97.2		일반	44,029	34,898	33,492	96.0
	도시첨단	741	161	161	100.0		도시첨단	248	188	188	100.0
	농공	189	189	189	100.0		농공	5,099	5,043	5,010	99.3
대구	소계	24,257	21,911	21,343	97.4	충남	소계	77,542	64,555	62,226	96.4
	국가	4,911	3,583	3,143	87.7		국가	14,320	13,303	11,700	88.0
	일반	18,571	17,670	17,559	99.4		일반	51,060	39,838	39,404	98.9
	도시첨단	163	46	28	60.9		도시첨단	868	671	470	70.0
	농공	612	612	612	100.0		농공	11,294	10,743	10,652	99.2
인천	소계	14,206	13,172	13,100	99.5	전북*	소계	55,521	50,111	47,880	95.5
	국가	7,326	7,326	7,326	100.0		국가	24,345	19,251	18,950	98.4
	일반	6,156	5,262	5,211	99.0		일반	22,480	22,162	20,940	94.5
	도시첨단	724	584	563	96.4		도시첨단	39	39	39	100.0
	농공	-	-	-	-		농공	8,658	8,658	7,951	91.8
광주	소계	15,215	14,865	14,565	98.0	전남	소계	91,993	79,946	78,057	97.6
	국가	3,673	3,561	3,402	95.5		국가	56,867	52,925	52,649	99.5
	일반	11,042	10,862	10,739	98.9		일반	26,333	19,126	17,821	93.2
	도시첨단	243	184	166	90.2		도시첨단	58	0	0	0
	농공	257	257	257	100.0		농공	8,735	7,895	7,586	96.1
대전	소계	26,052	25,498	25,186	98.8	경북	소계	84,359	71,270	69,950	98.1
	국가	23,732	23,703	23,391	98.7		국가	42,417	35,864	35,485	98.9
	일반	2,277	1,795	1,795	100.0		일반	33,266	26,809	26,331	98.2
	도시첨단	43	0	0	0		도시첨단	16	0	0	0
	농공	-	-	-	-		농공	8,659	8,597	8,133	94.6
울산	소계	61,307	59,655	59,337	99.5	경남	소계	80,833	66,321	63,735	96.1
	국가	51,143	50,508	50,508	100.0		국가	30,740	28,480	27,789	97.6
	일반	9,575	8,690	8,372	96.3		일반	40,995	28,765	26,915	93.6
	도시첨단	133	0	0	0		도시첨단	104	83	83	100.0
	농공	456	456	456	100.0		농공	8,994	8,994	8,947	99.5
세종	소계	8,393	6,353	6,307	99.3	제주	소계	1,083	744	744	100.0
	국가	1,387	0	0	0		국가	754	415	415	100.0
	일반	6,044	5,471	5,433	99.3		일반	88	88	88	100.0
	도시첨단	520	440	433	98.4		도시첨단	-	-	-	-
	농공	442	442	442	100.0		농공	241	241	241	100.0
경기	소계	80,239	69,972	68,993	98.6	전국	합계	716,225	625,084	609,445	97.5
	국가	31,043	29,370	29,249	99.6		국가	303,609	278,162	273,882	98.5
	일반	47,939	40,103	39,259	97.9		일반	348,231	286,762	277,381	96.7
	도시첨단	1,161	403	388	96.3		도시첨단	5,233	2,924	2,643	90.4
	농공	96	96	96	100.0		농공	59,152	57,235	55,539	97.0

※ 자료 : 국토교통부, 산업입지정보시스템.

\* 강원(2023.6.14.)과 전북(2024.1.18.)은 특별자치도로 변경

### 3. 신규지정·해제 산업단지

#### (1) 산업단지 신규지정 현황

2024년 1월부터 6월까지 신규지정된 산업단지는 총 9개이며, 지정면적은 4,408천㎡이다. 유형별로는 국가산업단지 1개, 일반산업단지 4개, 농공산업단지 2개, 도시첨단산업단지 2개가 지정되었다. 시도별로는 강원 2개, 경기 3개, 충남 2개, 충북 2개이다. 지정면적을 기준으로 하면, 충남이 1,812천㎡로 가장 넓다.

〈표 5〉 시도별 산업단지 신규 지정 현황(2024.1~6)

(단위: 개, 천㎡)

시도	단지수	지정면적
강원	2	236
경기	3	1,021
충남	2	1,812
충북	2	1,338
합계	9	4,408

※ 자료 : 국토교통부, 산업입지정보시스템.

신규 지정된 산업단지를 개발 주체별로 살펴보면, 시군구·공사 등 공공개발로 진행 중인 곳이 7개이고, 민간개발은 2곳이다.

〈표 6〉 산업단지 신규 지정 현황(2024.1~6)

지정시기	단지명	유형	시도	지정면적	사업주체
2024-01-26	논산국방국가산업단지	국가	충남	870	공사
2024-01-15	부천대장제1도시첨단산업단지	도시첨단	경기	334	공/관합작
2024-01-15	부천대장제2도시첨단산업단지	도시첨단	경기	226	공/관합작
2024-01-15	횡성조곡농공단지	농공	강원	185	시군구
2024-01-12	근덕제2농공단지	농공	강원	52	시군구
2024-03-22	청주에어로폴리스3일반산업단지 (충북경제자유구역)	일반	충북	1,129	시도
2024-04-30	선장그린컴플렉스일반산업단지	일반	충남	942	민간
2024-05-31	평택첨단복합일반산업단지	일반	경기	460	민간
2024-05-07	황간산업단지	일반	충북	210	시군구

#### (2) 산업단지 지정 해제 현황

2024년 1월~6월까지 지정해제된 단지는 없었다.

# 공장설립 동향

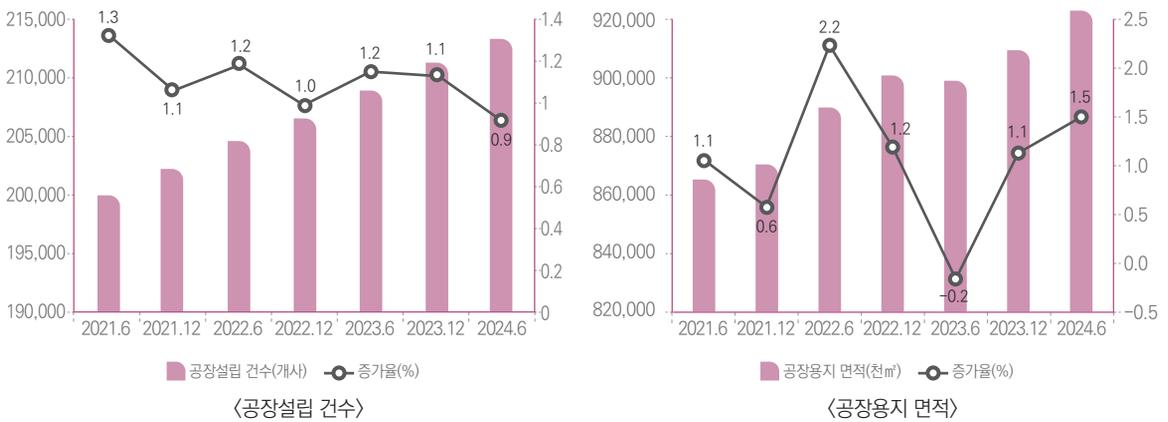
산단정책연구소 선임연구원 유 화 정

## 1. 전국 공장등록 현황

### (1) 공장등록 추이

2024년 6월 공장설립온라인지원시스템에 등록된 공장은 213,215개사로, 2023년 12월 시점(211,290개)보다 0.9% 증가했다. 공장용지 면적은 923,009천㎡으로 같은 기간 증가하였다. 기업당 평균면적은 4.329천㎡으로, 2024년 12월보다 소폭 상승했다.

〈그림 1〉 전국 공장등록 건수 및 공장용지 면적 추이



〈표 1〉 신규 공장설립 건수 및 비중 추이

(단위 : 개사, %)

구분	2021.6	2021.12	2022.6	2022.12	2023.6	2023.12	2024.6
공장설립 건수	200,035 (1.3)	202,146 (1.1)	204,561 (1.2)	206,561 (1.0)	208,942 (1.2)	211,209 (1.1)	213,215 (0.9)
공장용지 면적	865,802 (1.1)	870,694 (0.6)	889,860 (2.2)	900,619 (1.2)	899,010 (-0.2)	909,171 (1.1)	923,009 (1.5)
기업당 평균면적	.328 (-0.2)	4.307 (-0.5)	4.350 (1.0)	4.360 (0.2)	4.303 (-1.3)	4.303 (0.0)	4.329 (0.6)

※ 주 : ( )은 직전 반기 대비 증가율.

※ 자료 : 공장설립온라인지원시스템(Factory-ON).

## (2) 신규 공장설립 현황

2024년 1월부터 6월까지 6,565개의 신규 공장이 설립되었다. 2023년 하반기 대비 491개가 증가했으며, 2023년 상반기와 비교하면 33개가 줄어든 것이다. 용지면적은 16,542천㎡로 2024년 하반기에 비해 1,428천㎡ 감소했다.

「산집법」상 의무 등록기준인 500㎡ 이상 공장으로 한정할 경우, 2024년 상반기에 등록된 신규 공장설립 건수는 2,718건인데, 이는 전체 신규 공장의 41.4%에 해당한다. 2023년 하반기(31.3%)와 비교하면 약 10.1%p 감소했다.

〈표 2〉 신규 공장설립 건수 및 비중 추이

(단위 : 개사, %)

구분	2021.6	2021.12	2022.6	2022.12	2023.6	2023.12	2024.6
건축면적 500㎡ 미만	5,179 (58.3)	4,101 (54.1)	4,384 (56.5)	3,805 (53.9)	4,055 (57.8)	4,174 (68.7)	3,847 (58.6)
건축면적 500㎡ 이상	3,708 (41.7)	3,480 (45.9)	3,370 (43.5)	3,249 (46.1)	2,966 (42.2)	1,900 (31.3)	2,718 (41.4)
합계	8,887 (100.0)	7,581 (100.0)	7,754 (100.0)	7,054 (100.0)	7,021 (100.0)	6,074 (100.0)	6,565 (100.0)

※ 자료 : 공장설립온라인지원시스템(Factory-ON).

〈표 3〉 신규 공장설립 용지면적 및 비중 추이

(단위 : 천㎡, %)

구분	2021.6	2021.12	2022.6	2022.12	2023.6	2023.12	2024.6
건축면적 500㎡ 미만	4,753 (21.7)	2,242 (9.6)	3,512 (19.6)	3,275 (17.9)	3,823 (21.9)	3,106 (17.3)	2,245 (13.6)
건축면적 500㎡ 이상	17,122 (78.3)	21,217 (90.4)	14,441 (80.4)	15,043 (82.1)	13,620 (78.1)	14,864 (82.7)	14,297 (86.4)
합계	21,874 (100.0)	23,459 (100.0)	17,953 (100.0)	18,318 (100.0)	17,443 (100.0)	17,970 (100.0)	16,542 (100.0)

※ 자료 : 공장설립온라인지원시스템(Factory-ON).

## 2. 지역별 공장등록 현황

### (1) 지역별 공장등록 추이

2024년 6월 말 기준 수도권에는 101,593개의 공장이 있다. 이는 전국 공장 수의 48.1%에 해당한다. 수도권 공장 용지면적은 222,795천㎡으로 전국 대비 24.5% 수준이며, 공장 수에 비해 상대적으로 낮은 비중을 점유하고 있음을 알 수 있다.

〈표 4〉 권역별 공장설립 건수 및 공장용지 면적 비중 추이

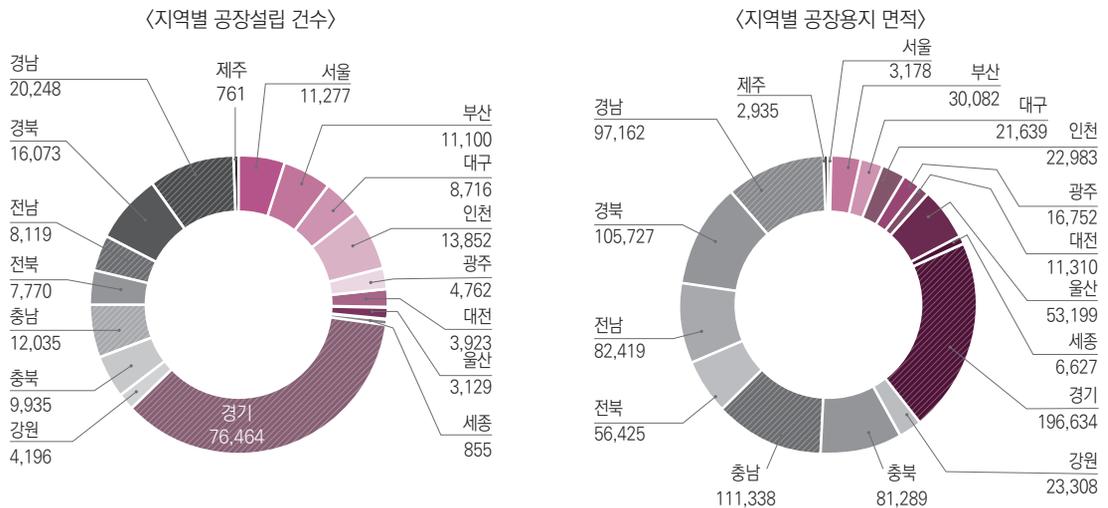
(단위 : 개소, 천㎡, %)

구분		2021.6	2021.12	2022.6	2022.12	2023.6	2023.12	2024.6
수도권	공장설립	95,468 (47.7)	96,437 (47.7)	97,612 (47.7)	98,441 (47.7)	99,655 (47.7)	100,855 (47.7)	101,593 (48.1)
	면적	200,745 (23.4)	202,397 (23.2)	207,927 (23.4)	210,519 (23.4)	213,478 (23.7)	215,790 (23.7)	222,795 (24.5)
영남권	공장설립	56,514 (28.3)	56,949 (28.2)	57,944 (28.1)	58,419 (28.1)	58,419 (28.0)	59,676 (28.2)	59,266 (28.1)
	면적	296,249 (34.6)	296,307 (34.0)	307,504 (34.6)	310,085 (34.4)	302,104 (33.6)	303,306 (33.4)	307,809 (33.5)
충청권	공장설립	24,285 (12.1)	24,696 (12.2)	25,158 (12.3)	25,567 (12.4)	25,830 (12.3)	26,332 (12.5)	26,748 (12.7)
	면적	195,895 (22.9)	197,862 (22.7)	199,733 (22.4)	202,738 (22.5)	204,212 (22.7)	209,279 (23.0)	210,564 (23.2)
호남권	공장설립	19,262 (9.6)	19,501 (9.6)	19,693 (9.6)	19,898 (9.6)	20,246 (9.7)	20,473 (6.7)	20,651 (9.8)
	면적	147,974 (17.3)	148,999 (17.1)	149,684 (16.8)	151,940 (16.9)	153,608 (17.1)	154,790 (17.0)	155,596 (17.1)
강원·제주권	공장설립	4,506 (2.3)	4,563 (2.3)	4,628 (2.3)	4,711 (2.3)	4,792 (2.3)	4,854 (2.3)	4,957 (2.4)
	면적	24,939 (2.9)	25,129 (2.9)	25,012 (2.8)	25,338 (2.8)	25,610 (2.9)	26,006 (2.9)	26,243 (2.9)

※ 자료 : 공장설립온라인지원시스템(Factory-ON).

시도별로는 경기도가 전체 설립공장의 35.9%(76,464개사)로 가장 높은 비중을 차지하며, 경상남도 9.5%(20,248개사), 경상북도 7.5%(16,073개사), 인천광역시 6.5%(13,852개사), 서울특별시 5.3%(11,277개사)의 순이다.

〈그림 2〉 지역별 공장등록 건수 및 공장용지 면적(2024.6)



〈표 5〉 지역별 공장설립 건수 및 비중 추이

(단위: 개사, %)

구분	2021.6	2021.12	2022.6	2022.12	2023.6	2023.12	2024.6
서울	11,651 (5.8)	11,632 (5.8)	11,568 (5.7)	11,227 (5.4)	11,171 (5.3)	11,251 (5.3)	11,277 (5.3)
부산	10,667 (5.3)	10,729 (5.3)	10,929 (5.3)	10,995 (5.3)	10,992 (5.3)	11,063 (5.2)	11,100 (5.2)
대구	8,203 (4.1)	8,251 (4.1)	8,286 (4.1)	8,333 (4.0)	8,622 (4.1)	8,638 (4.1)	8,716 (4.1)
인천	12,492 (6.2)	12,616 (6.2)	12,969 (6.4)	13,270 (6.4)	13,522 (6.5)	13,730 (6.5)	13,852 (6.5)
광주	4,435 (2.2)	4,504 (2.2)	4,583 (2.2)	4,638 (2.2)	4,733 (2.3)	4,763 (2.3)	4,762 (2.2)
대전	3,359 (1.7)	3,469 (1.7)	3,552 (1.7)	3,662 (1.8)	3,722 (1.8)	3,822 (1.8)	3,923 (1.8)
울산	2,925 (1.5)	2,959 (1.5)	3,020 (1.5)	3,034 (1.5)	3,101 (1.5)	3,108 (1.5)	3,129 (1.5)
세종	762 (0.4)	774 (0.4)	781 (0.4)	787 (0.4)	803 (0.4)	826 (0.4)	855 (0.4)
경기	71,325 (35.7)	72,189 (35.7)	73,075 (35.7)	73,944 (35.8)	74,962 (35.9)	75,874 (35.9)	76,464 (35.9)
강원	3,794 (1.9)	3,846 (1.9)	3,906 (1.9)	3,979 (1.9)	4,044 (1.9)	4,100 (1.9)	4,196 (2.0)
충북	9,026 (4.5)	9,132 (4.5)	9,327 (4.6)	9,484 (4.6)	9,651 (4.6)	9,815 (4.6)	9,935 (4.7)
충남	11,138 (5.6)	11,321 (5.6)	11,498 (5.6)	11,634 (5.6)	11,654 (5.6)	11,869 (5.6)	12,035 (5.6)
전북	7,406 (3.7)	7,477 (3.7)	7,457 (3.6)	7,504 (3.6)	7,623 (3.6)	7,670 (3.6)	7,770 (3.6)
전남	7,421 (3.7)	7,520 (3.7)	7,653 (3.7)	7,756 (3.8)	7,890 (3.8)	8,040 (3.8)	8,119 (3.8)
경북	15,278 (7.6)	15,437 (7.6)	15,562 (7.6)	15,768 (7.6)	15,737 (7.5)	15,867 (7.5)	16,073 (7.5)
경남	19,441 (9.7)	19,573 (9.7)	19,673 (9.6)	19,814 (9.6)	19,967 (9.6)	21,000 (9.9)	20,248 (9.5)
제주	712 (0.4)	717 (0.4)	722 (0.4)	732 (0.4)	748 (0.4)	754 (0.4)	761 (0.4)
합계	200,035 (100.0)	202,146 (100.0)	204,561 (100.0)	206,561 (100.0)	208,942 (100.0)	212,190 (100.0)	213,215 (100.0)

※ 자료 : 공장설립온라인지원시스템(Factory-ON).

지역별 공장용지 면적 역시 경기도가 196,634천㎡(21.3%)로 가장 넓은 면적을 차지하고 있으나, 설립공장의 수의 점유율에 비하면 다소 낮다. 다음으로 충청남도 111,338천㎡(12.1%), 경상북도 105,727천㎡(11.5%), 경상남도 97,162천㎡(10.5%), 전라남도 82,419천㎡(8.9%)의 순이다. 지역별 공장용지면적 비중의 변화 추이를 살펴보면, 2021년 6월 말 이후 경기도, 충청북도, 경상남도는 증가하고 있으나 서울은 직전 반기 대비 소폭 감소하였다.

〈표 6〉 지역별 공장용지 면적 및 비중 추이

(단위 : 천㎡, %)

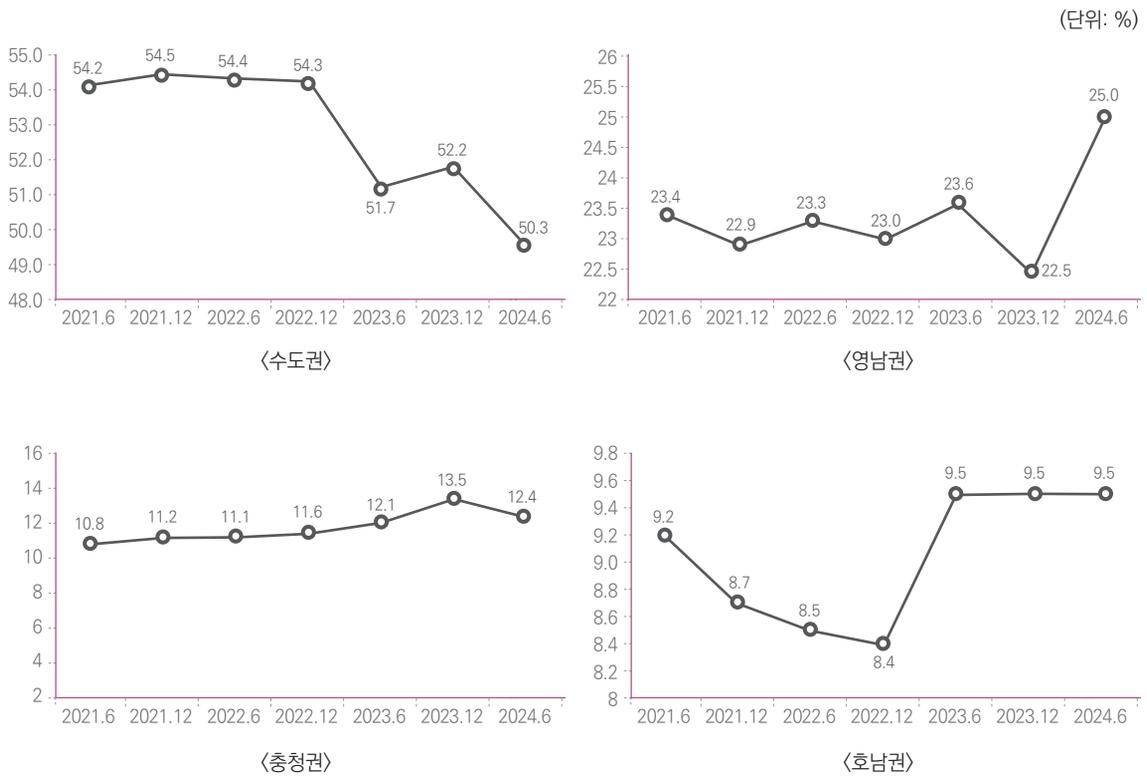
구분	2021.6	2021.12	2022.6	2022.12	2023.6	2023.12	2024.6
서울	3,295 (0.4)	3,331 (0.4)	3,278 (0.4)	3,126 (0.3)	3,211 (0.4)	3,248 (0.4)	3,178 (0.3)
부산	29,586 (3.4)	29,279 (3.4)	29,670 (3.3)	30,661 (3.4)	29,574 (3.3)	29,765 (3.3)	30,082 (3.3)
대구	19,881 (2.3)	20,071 (2.3)	20,200 (2.3)	20,367 (2.3)	21,341 (2.4)	21,512 (2.4)	21,639 (2.3)
인천	22,529 (2.6)	22,431 (2.6)	22,691 (2.5)	23,019 (2.6)	22,881 (2.5)	22,883 (2.5)	22,983 (2.5)
광주	16,010 (1.8)	16,150 (1.8)	16,487 (1.9)	16,375 (1.8)	16,598 (1.8)	16,727 (1.8)	16,752 (1.8)
대전	10,186 (1.2)	10,291 (1.2)	10,392 (1.2)	10,497 (1.2)	10,881 (1.2)	11,283 (1.2)	11,310 (1.2)
울산	52,787 (6.1)	52,313 (6.0)	52,526 (5.9)	52,437 (5.8)	53,207 (5.9)	52,866 (5.8)	53,199 (5.8)
세종	6,550 (0.8)	6,260 (0.7)	6,313 (0.7)	6,313 (0.7)	6,258 (0.7)	6,451 (0.7)	6,627 (0.7)
경기	174,921 (20.2)	176,635 (20.3)	181,958 (20.5)	184,374 (20.5)	187,386 (20.8)	189,659 (20.9)	196,634 (21.3)
강원	22,107 (2.6)	22,300 (2.5)	22,185 (2.5)	22,461 (2.5)	22,715 (2.5)	23,078 (2.5)	23,308 (2.5)
충북	73,964 (8.5)	74,933 (8.6)	75,998 (8.6)	76,964 (8.5)	77,499 (8.6)	80,825 (8.9)	81,289 (8.8)
충남	105,195 (12.1)	106,378 (12.2)	107,030 (12.0)	108,964 (12.1)	109,574 (12.2)	110,720 (12.2)	111,338 (12.1)
전북	52,672 (6.1)	52,763 (6.1)	52,718 (5.9)	54,854 (6.1)	55,747 (6.2)	56,112 (6.2)	56,425 (6.1)
전남	79,292 (9.2)	80,086 (9.2)	80,479 (9.0)	80,712 (9.0)	81,263 (9.0)	81,951 (9.0)	82,419 (8.9)
경북	99,259 (11.5)	99,748 (11.5)	109,743 (12.3)	110,774 (12.3)	101,654 (11.3)	102,505 (11.3)	105,727 (11.5)
경남	94,736 (10.9)	94,896 (10.9)	95,365 (10.7)	95,846 (10.6)	96,328 (10.7)	96,658 (10.6)	97,162 (10.5)
제주	2,832 (0.3)	2,829 (0.3)	2,827 (0.3)	2,877 (0.3)	2,895 (0.3)	2,928 (0.3)	2,935 (0.3)
합계	856,802 (100.0)	870,694 (100.0)	889,860 (100.0)	900,619 (100.0)	899,010 (100.0)	909,171 (100.0)	923,009 (100.0)

※ 자료 : 공장설립온라인지원시스템(Factory-ON).

## (2) 지역별 신규 공장설립 현황

다음으로 2024년 상반기 신규 공장설립을 지역별로 살펴보겠다. 권역별로는 수도권 비중이 50% 이상이지만, 직전 반기 대비 영남권 외 지역의 공장설립이 모두 소폭 증가한 것으로 나타났다.

〈그림 3〉 권역별 신규 공장설립 추이



〈표 7〉 권역별 신규 공장설립 비중 추이

(단위: %)

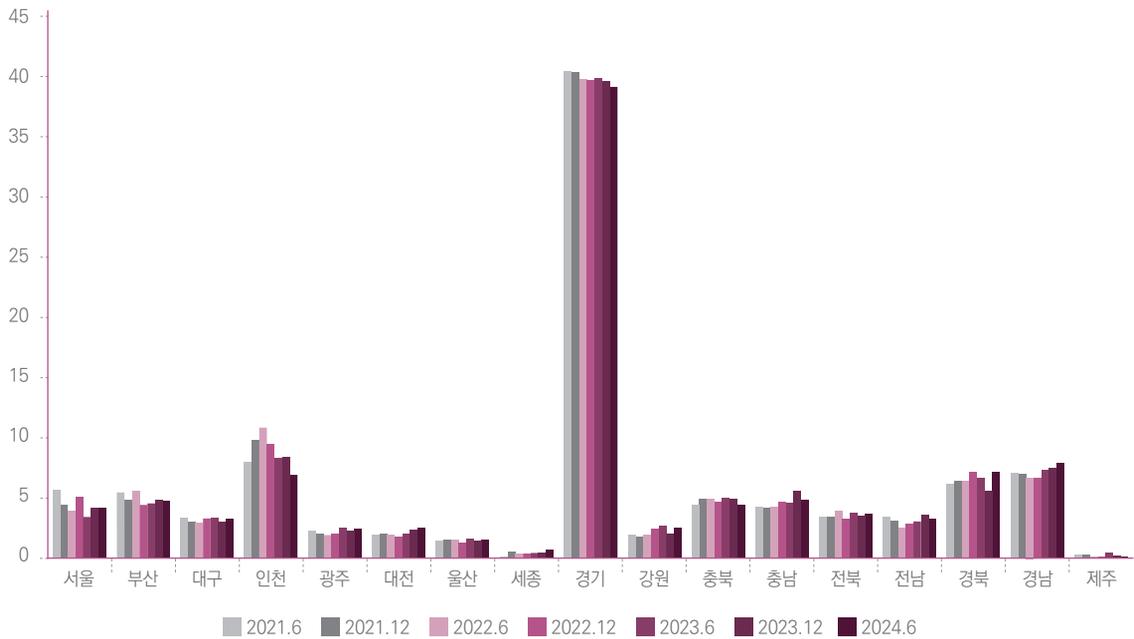
구분	2021.6	2021.12	2022.6	2022.12	2023.6	2023.12	2024.6
수도권	54.2	54.5	54.4	54.3	51.7	52.2	50.3
영남권	23.4	22.9	23.3	23.0	23.6	22.5	25.0
충청권	10.8	11.2	11.1	11.6	12.1	13.5	12.4
호남권	9.2	8.7	8.5	8.4	9.5	9.5	9.5
강원·제주권	2.2	2.1	2.2	2.6	3.1	2.3	2.7

※ 자료 : 공장설립온라인지원시스템(Factory-ON).

시도별 신규 공장설립 비중은 경기도가 가장 높다. 2024년 상반기에 새로 설립된 공장의 39.2%(2,574개사)가 경기도에 위치하고 있다. 경기도를 제외하면 경상남도(522개사, 8.0%)와 경상북도(476개사, 7.3%)가 많다. 전국 신규공장 설립 비중은 대부분 전년반기대비 동일하거나 소폭 감소하였으나, 경상북도(476개사, 7.3%)의 경우 전년반기(336개사, 3.6%) 대비 상대적으로 높은 비율(41.7%) 증가하였다.

〈그림 4〉 지역별 신규 공장설립 추이

(단위: %)



〈표 8〉 지역별 신규 공장설립 건수 및 비중 추이

(단위 : 개사, %)

구분	2021.6	2021.12	2022.6	2022.12	2023.6	2023.12	2024.6
서울	504 (5.7)	336 (4.4)	298 (3.9)	361 (5.1)	238 (3.4)	253 (4.2)	276 (4.2)
부산	478 (5.4)	369 (4.9)	437 (5.6)	318 (4.5)	324 (4.6)	295 (4.9)	318 (4.8)
대구	293 (3.3)	232 (3.1)	230 (3.0)	230 (3.3)	232 (3.3)	184 (3.0)	222 (3.4)
인천	711 (8.0)	741 (9.8)	840 (10.8)	672 (9.5)	585 (8.3)	512 (8.4)	455 (6.9)
광주	202 (2.3)	157 (2.1)	158 (2.0)	147 (2.1)	179 (2.5)	143 (2.4)	160 (2.4)
대전	176 (2.0)	163 (2.1)	144 (1.9)	131 (1.9)	149 (2.1)	150 (2.5)	168 (2.6)
울산	120 (1.4)	121 (1.6)	126 (1.6)	96 (1.4)	120 (1.7)	90 (1.5)	106 (1.6)
세종	19 (0.2)	37 (0.5)	34 (0.4)	27 (0.4)	27 (0.4)	29 (0.5)	41 (0.6)
경기	3,592 (40.5)	3,058 (40.3)	3,083 (39.8)	2,799 (39.7)	2,804 (39.9)	2,407 (39.6)	2,574 (39.2)
강원	171 (1.9)	138 (1.8)	155 (2.0)	170 (2.4)	189 (2.7)	128 (2.1)	167 (2.5)
충북	398 (4.5)	368 (4.9)	380 (4.9)	328 (4.6)	356 (5.1)	298 (4.9)	290 (4.4)
충남	382 (4.3)	321 (4.2)	334 (4.3)	330 (4.7)	321 (4.6)	343 (5.6)	315 (4.8)
전북	310 (3.5)	261 (3.4)	298 (3.9)	232 (3.3)	272 (3.9)	220 (3.6)	246 (3.7)
전남	303 (3.4)	241 (3.2)	202 (2.6)	212 (3.0)	217 (3.1)	217 (3.6)	216 (3.3)
경북	553 (6.2)	489 (6.5)	499 (6.4)	507 (7.2)	468 (6.7)	336 (5.5)	476 (7.3)
경남	633 (7.1)	528 (7.0)	518 (6.7)	477 (6.8)	513 (7.3)	460 (7.6)	522 (8.0)
제주	30 (0.3)	21 (0.3)	18 (0.2)	17 (0.2)	27 (0.4)	9 (0.1)	13 (0.2)
합계	8,875 (100.0)	7,581 (100.0)	7,754 (100.0)	7,054 (100.0)	7,021 (100.0)	6,074 (100.0)	6,565 100.0

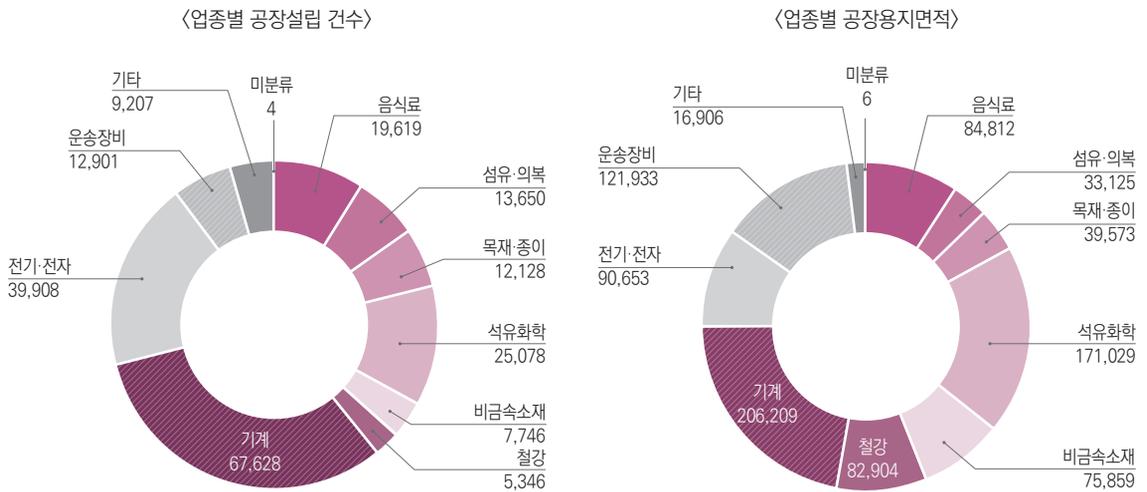
※ 자료 : 공장설립온라인지원시스템(Factory-ON).

### 3. 업종별 공장등록 현황

#### (1) 업종별 공장등록 추이

2024년 6월 말 기준 등록 공장의 31.7%(67,628개사)는 기계 업종에서 기업활동을 영위하고 있다. 다음으로 전기·전자 18.7%(39,908개사), 석유화학 11.8%(25,078개사)의 순이다. 최근 3년간 업종별 공장등록 비중을 살펴보면, 음식료, 기계, 전기·전자 업종의 경우 소폭 증가하였다.

〈그림 5〉 업종별 공장등록 건수 및 공장용지 면적(2024.6)



〈표 9〉 업종별 공장등록 건수 및 비중 추이

(단위 : 개사, %)

구분	2021.6	2021.12	2022.6	2022.12	2023.6	2023.12	2024.6
음식료	18,010 (9.0)	18,248 (9.0)	18,516 (9.1)	18,812 (9.1)	19,112 (9.1)	19,348 (9.2)	19,619 (9.2)
섬유·의복	13,981 (7.0)	13,995 (6.9)	13,916 (6.8)	13,773 (6.7)	13,693 (6.6)	13,720 (6.5)	13,650 (6.4)
목재·종이	11,839 (5.9)	11,873 (5.9)	11,937 (5.8)	11,966 (5.8)	12,054 (5.8)	12,108 (5.7)	12,128 (5.7)
석유화학	23,537 (11.8)	23,814 (11.8)	24,067 (11.8)	24,332 (11.8)	24,616 (11.8)	24,862 (11.8)	25,078 (11.8)
비금속소재	7,599 (3.8)	7,582 (3.7)	7,620 (3.7)	7,657 (3.7)	7,691 (3.7)	7,714 (3.7)	7,746 (3.6)
철강	5,158 (2.6)	5,173 (2.6)	5,187 (2.5)	5,225 (2.5)	5,266 (2.5)	5,316 (2.5)	5,346 (2.5)
기계	62,602 (31.3)	63,395 (31.4)	64,297 (31.4)	65,164 (31.5)	66,057 (31.6)	66,878 (31.7)	67,628 (31.7)
전기·전자	36,442 (18.2)	36,993 (18.3)	37,682 (18.4)	38,149 (18.5)	38,791 (18.6)	39,436 (18.7)	39,908 (18.7)
운송장비	12,398 (6.2)	12,502 (6.2)	12,618 (6.2)	12,688 (6.1)	12,712 (6.1)	12,837 (6.1)	12,901 (6.1)
기타	8,465 (4.2)	8,567 (4.2)	8,717 (4.3)	8,791 (4.3)	8,946 (4.3)	9,067 (4.3)	9,207 (4.3)
미분류	4 (0.0)						
합계	200,035 (100.0)	202,146 (100.0)	204,561 (100.0)	206,561 (100.0)	208,942 (100.0)	211,290 (100.0)	213,215 (100.0)

※ 주 : 미분류는 표준산업분류 코드의 변경으로 인해 구업종코드를 반영하지 못하는 업종임.

자료 : 공장설립온라인지원시스템(Factory-ON).

공장용지 면적 역시 기계 관련 업종이 가장 높다. 기계 업종은 전체 면적의 22.3%(206,209천㎡)를 차지하는데, 공장설립 건수의 비율(31.7%)과 비교하면 상대적으로 낮다. 반면, 석유화학 18.5%(171,029천㎡), 운송장비 13.2%(121,933천㎡), 음식료 9.2%(84,812㎡), 철강 9.0%(82,904천㎡) 등은 공장설립 건수에 비해 부지면적 비율이 높은 것으로 나타났다.

〈표 10〉 업종별 신규 공장설립 건수 및 비중 추이

(단위: 천㎡, %)

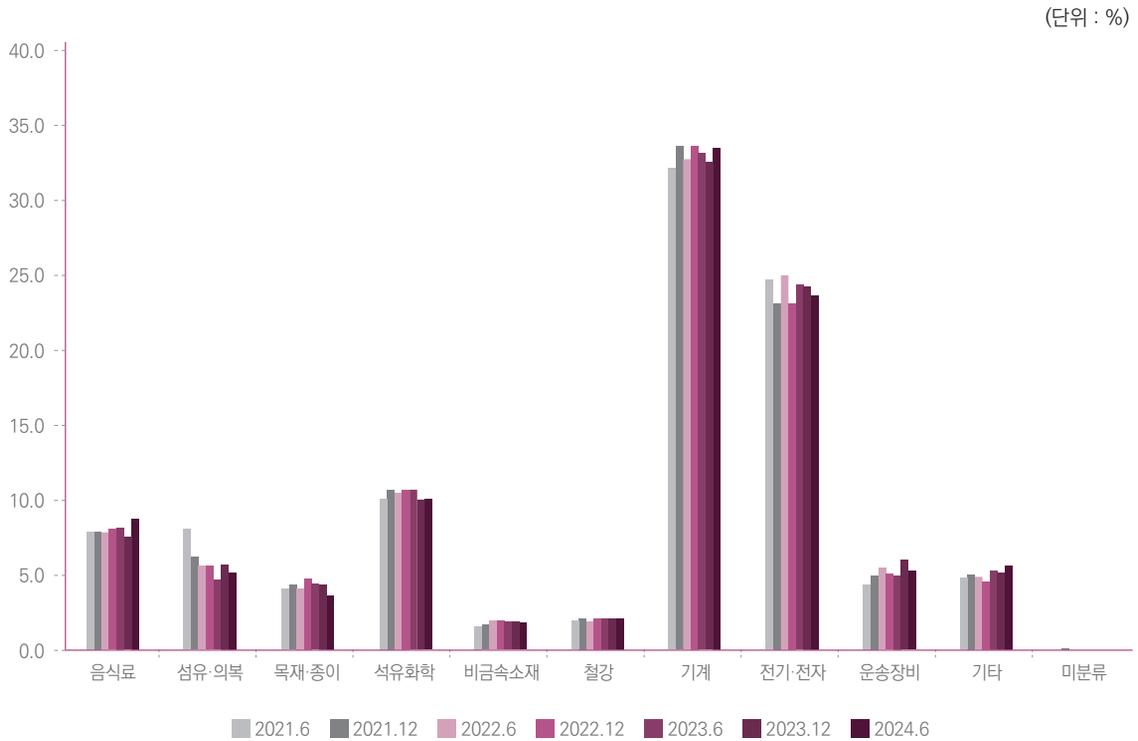
구분	2021.6	2021.12	2022.6	2022.12	2023.6	2023.12	2024.6
음식료	78,769 (9.1)	79,619 (9.2)	80,857 (9.1)	82,169 (9.1)	83,056 (9.2)	83,952 (9.2)	84,812 (9.2)
섬유·의복	34,445 (4.0)	34,374 (3.9)	34,187 (3.8)	33,746 (3.7)	33,468 (3.7)	33,449 (3.7)	33,125 (3.6)
목재·종이	38,633 (4.5)	38,698 (4.4)	38,698 (4.4)	39,118 (4.3)	39,142 (4.4)	39,477 (4.3)	39,573 (4.3)
석유화학	161,343 (18.6)	162,121 (18.6)	166,469 (18.7)	165,177 (18.3)	167,258 (18.6)	169,583 (18.7)	171,029 (18.5)
비금속소재	73,454 (8.5)	73,959 (8.5)	74,851 (8.4)	75,029 (8.3)	75,472 (8.4)	75,639 (8.3)	75,859 (8.2)
철강	80,656 (9.3)	80,540 (9.3)	89,361 (10.0)	89,946 (10.0)	80,626 (9.0)	80,835 (8.9)	82,904 (9.0)
기계	182,370 (21.1)	184,403 (21.1)	186,684 (21.0)	192,243 (21.3)	194,043 (21.6)	197,989 (21.8)	206,209 (22.3)
전기·전자	83,442 (9.6)	83,612 (9.6)	84,385 (9.5)	86,349 (9.6)	88,601 (9.9)	90,196 (9.9)	90,653 (9.8)
운송장비	117,181 (13.5)	117,900 (13.5)	118,573 (13.3)	120,865 (13.4)	121,056 (13.5)	121,642 (13.4)	121,933 (13.2)
기타	15,504 (1.8)	15,462 (1.8)	15,789 (1.8)	15,969 (1.7)	16,283 (1.8)	16,403 (1.8)	16,906 (1.8)
미분류	6 (0.0)	6 (0.0)	6 (0.0)	6 (0.0)	6 (0.0)	6 (0.0)	6 0.0
합계	865,802 (100.0)	870,694 (100.0)	889,860 (100.0)	900,619 (100.0)	899,010 (100.0)	909,171 (100.0)	923,009 (100.0)

※ 주 : 미분류는 표준산업분류 코드의 변경으로 인해 구업종코드를 반영하지 못하는 업종임.  
 자료 : 공장설립온라인지원시스템(Factory-ON).

## (2) 업종별 신규 공장설립 현황

2024년 상반기에 설립된 신규 공장 역시 기계 관련 업종이 2,204개사(32.6%)로 가장 많다. 이어서 전기·전자 1,563개사(23.8%), 석유화학 661개사(10.1%), 음식료 463개사(7.6%) 순이다. 상위 2개 업종(기계, 전기·전자)이 전체 신규 등록공장의 약 50%이상을 차지하고 있다.

〈그림 6〉 업종별 신규 공장설립 추이(%)



〈표 11〉 업종별 신규 공장설립 건수 및 비중 추이

(단위: 개사, %)

구분	2021.6	2021.12	2022.6	2022.12	2023.6	2023.12	2024.6
음식료	702 (7.9)	596 (7.9)	603 (7.8)	568 (8.1)	578 (8.2)	463 (7.6)	579 (8.8)
섬유·의복	718 (8.1)	469 (6.2)	433 (5.6)	397 (5.6)	330 (4.7)	348 (5.7)	341 (5.2)
목재·종이	361 (4.1)	335 (4.4)	315 (4.1)	341 (4.8)	308 (4.4)	264 (4.3)	243 (3.7)
석유화학	900 (10.1)	818 (10.8)	815 (10.5)	756 (10.7)	756 (10.8)	616 (10.1)	661 (10.1)
비금속소재	144 (1.6)	131 (1.7)	152 (1.9)	136 (1.9)	135 (1.9)	116 (1.9)	116 (1.8)
철강	165 (1.9)	157 (2.1)	145 (1.9)	150 (2.1)	144 (2.1)	128 (2.1)	137 (2.1)
기계	2,868 (32.3)	2,557 (33.7)	2,542 (32.8)	2,380 (33.7)	2,333 (33.2)	1,980 (32.6)	2,204 (33.6)
전기·전자	2,197 (24.8)	1,755 (23.2)	1,941 (25.0)	1,642 (23.3)	1,713 (24.4)	1,479 (24.3)	1,563 (23.8)
운송장비	391 (4.4)	381 (5.0)	425 (5.5)	360 (5.1)	351 (5.0)	365 (6.0)	349 (5.3)
기타	423 (4.8)	379 (5.0)	383 (4.9)	324 (4.6)	373 (5.3)	315 (5.2)	372 (5.7)
미분류	6 (0.1)	3 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
합계	8,875 (100.0)	7,581 (100.0)	7,754 (100.0)	7,054 (100.0)	7,021 (100.0)	6,074 (100.0)	6,565 (100.0)

※ 주 : 미분류는 표준산업분류 코드의 변경으로 인해 구업종코드를 반영하지 못하는 업종임.

자료 : 공장설립온라인지원시스템(Factory-ON).

## 4. 기업 규모별<sup>1)</sup> 공장등록 현황

### (1) 기업 규모별 공장등록 추이

2024년 6월 말 기준 소기업은 200,124개사로 전체 기업의 93.9%를 차지한다. 중기업은 11,976개사(5.6%), 대기업은 1,115개사(0.5%)로 조사되었다. 기업체의 수는 모두 증가하고 있으나, 규모별 비중은 큰 변화가 없는 것으로 나타났다.

〈표 12〉 기업 규모별 공장등록 건수 및 비중 추이

(단위: 개사, %)

구분	2021.6	2021.12	2022.6	2022.12	2023.6	2023.12	2024.6
대기업	1,019 (0.5)	1,020 (0.5)	1,035 (0.5)	1,037 (0.5)	1,041 (0.5)	1,055 (0.5)	1,115 (0.5)
중기업	10,543 (5.3)	10,764 (5.3)	10,999 (5.4)	11,096 (5.4)	11,465 (5.5)	11,706 (5.5)	11,976 (5.6)
소기업	188,473 (94.2)	190,362 (94.2)	192,527 (94.1)	194,301 (94.1)	196,436 (94.0)	198,529 (94.0)	200,124 (93.9)
합계	200,035 (100.0)	202,146 (100.0)	204,561 (100.0)	206,561 (100.0)	208,942 (100.0)	211,290	213,215 (100.0)

※ 자료 : 공장설립온라인지원시스템(Factory-ON).

기업 규모별 공장용지 면적 및 비중 추이를 살펴보면 2023년 12월 중기업은 소폭 증가, 소기업은 소폭 감소했다.

〈표 13〉 기업 규모별 공장용지 면적 및 비중 추이

(단위: 천㎡, %)

구분	2021.6	2021.12	2022.6	2022.12	2023.6	2023.12	2024.6
대기업	202,193 (23.4)	202,289 (23.3)	212,041 (23.8)	213,555 (23.7)	204,884 (22.8)	207,210 (22.8)	207,888 (22.5)
중기업	189,670 (21.9)	191,894 (22.0)	193,771 (21.8)	193,343 (21.5)	200,369 (22.3)	203,638 (22.4)	205,666 (22.3)
소기업	473,940 (54.7)	476,511 (54.7)	484,048 (54.4)	490,074 (54.4)	493,757 (54.9)	498,323 (54.8)	509,455 (55.2)
합계	865,803 (100.0)	870,694 (100.0)	889,860 (100.0)	900,619 (100.0)	899,010 (100.0)	909,171 (100.0)	923,009 (100.0)

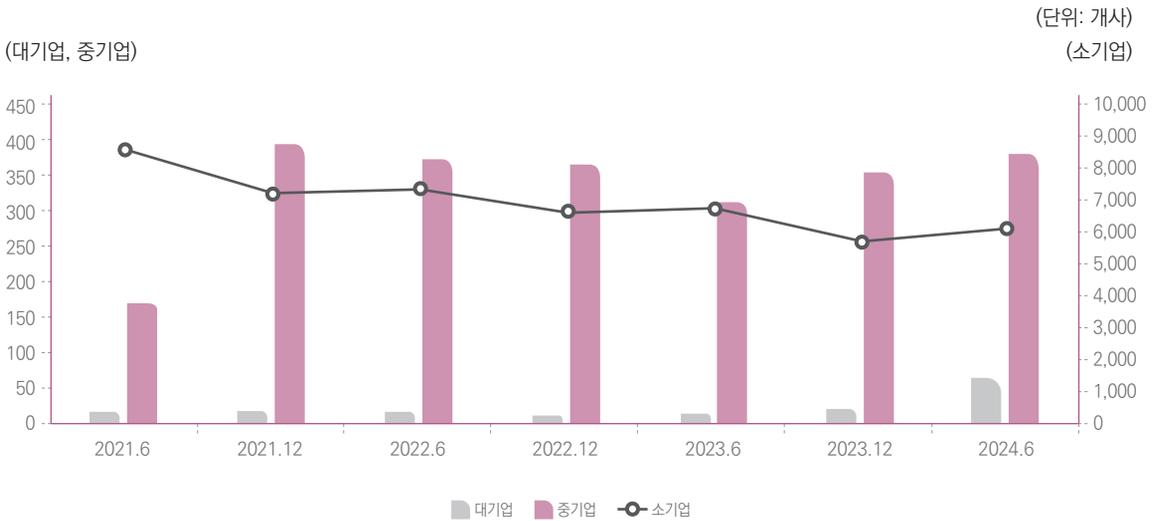
※ 자료 : 공장설립온라인지원시스템(Factory-ON).

1) 기업 규모는 공장설립온라인지원시스템(Factory-On)에서 적용하고 있는 대기업(종업원 수 300인 이상), 중기업(종업원 수 50-299인), 소기업(종업원 수 50인 미만) 기준을 준용.

## (2) 기업 규모별 신규 공장설립 현황

2024년 상반기 신규 등록된 공장의 93.2%(6,121개사)는 소기업이다. 같은 기간 소기업의 신규 공장설립 용지 면적은 12,427천㎡인데, 이는 전체 신규 공장등록 용지의 75.1%이다. 소기업의 신규 공장등록 건수는 직전 반기 대비 7.3%(419개사) 증가하였고, 용지면적은 14.9%(1,123천㎡) 증가하였다.

〈그림 7〉 기업 규모별 신규 공장설립 추이



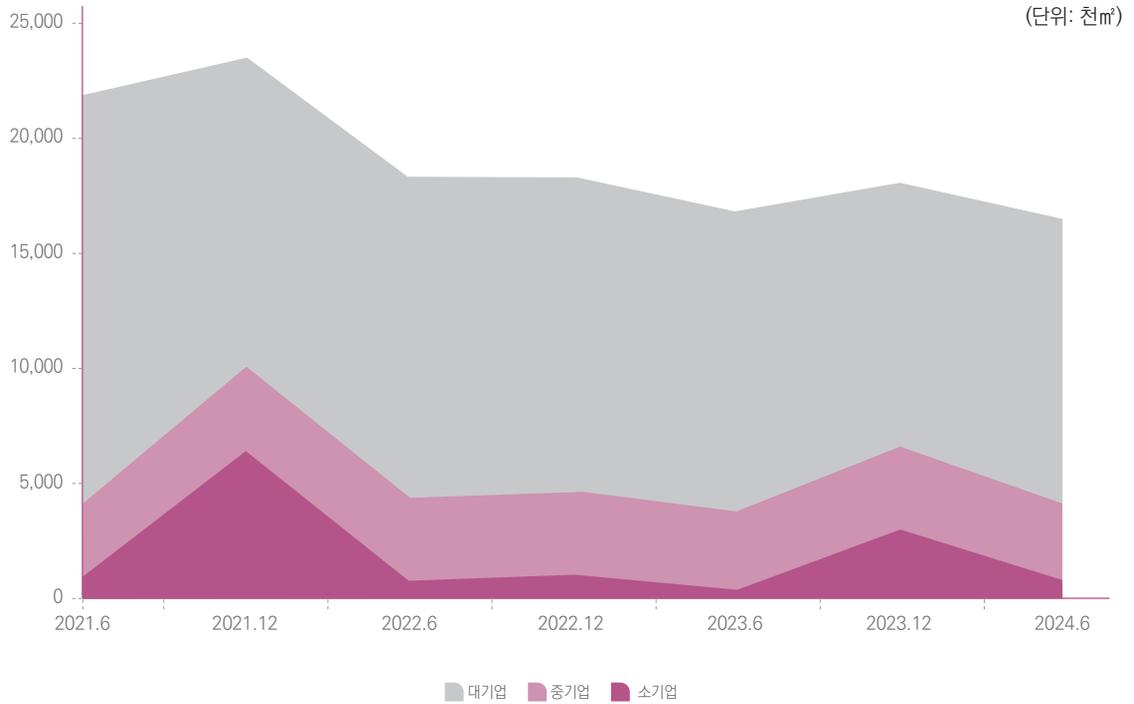
〈표 14〉 기업 규모별 신규 공장설립 건수 및 비중 추이

(단위: 개사, %)

구분	2021.6	2021.12	2022.6	2022.12	2023.6	2023.12	2024.6
대기업	15 (0.2)	17 (0.2)	16 (0.2)	13 (0.2)	14 (0.2)	19 (0.3)	65 (1.0)
중기업	170 (1.9)	394 (5.2)	374 (4.8)	365 (5.2)	310 (4.4)	353 (5.8)	379 (5.8)
소기업	8,690 (97.9)	7,170 (94.6)	7,364 (95.0)	6,676 (94.6)	6,697 (95.4)	5,702 (93.9)	6,121 (93.2)
합계	8,875 (100.0)	7,581 (100.0)	7,754 (100.0)	7,054 (100.0)	7,021 (100.0)	6,074 (100.0)	6,565 (100.0)

※ 자료 : 공장설립온라인지원시스템(Factory-ON).

〈그림 8〉 기업 규모별 신규 공장설립 추이



〈표 15〉 기업 규모별 신규 공장설립 용지면적 및 비중 추이

(단위: 천㎡, %)

구분	2021.6	2021.12	2022.6	2022.12	2023.6	2023.12	2024.6
대기업	1,940 (8.9)	6,503 (27.7)	781 (4.3)	1,047 (5.7)	463 (2.7)	3,034 (16.9)	794 (4.8)
중기업	4,043 (18.5)	3,639 (15.5)	3,442 (19.2)	3,610 (19.7)	3,700 (21.2)	3,632 (20.2)	3,321 (20.1)
소기업	15,892 (72.7)	13,317 (56.8)	13,730 (76.5)	13,661 (74.6)	13,279 (76.1)	11,304 (62.9)	12,427 (75.1)
합계	21,874 (100.0)	23,459 (100.0)	17,952 (100.0)	18,318 (100.0)	17,443 (100.0)	17,970 (100.0)	16,542 (100.0)

※ 자료 : 공장설립온라인지원시스템(Factory-ON).

# 입지정책 동향

한국산업단지공단 산단정책연구소 선임연구원 김 명 기

## [ 입지정책 개요 ]

발표일시	발표부처	제목
'24. 5. 28.	국토부	경남항공 국가산단, 스마트그린산업단지로 지정
'24. 7. 9.	산업부	산업단지, 새로운 투자의 길이 열렸다 - 산업단지 입지규제를 개선한 개정 산업집적법령 7월 10일 시행 -
'24. 8. 6.	국토부	대불, 명지녹산, 오송생명 등 3곳 산업단지에 재생사업 신규 추진
'24. 9. 12.	산업부·문체부·국토부	회색빛 산업단지가 청년이 찾는 핫플레이스로 탈바꿈한다 - 산업부·문체부·국토부 협업으로 '문화를 담은 산업단지 조성계획' 수립·확정 -
'24. 9. 12.	산업부	산업단지 60주년, '성장의 기적, 미래의 약속'

## 경남항공 국가산단, 스마트그린산업단지로 지정

- ④ 국토교통부는 경남항공 국가산업단지를 스마트그린산업단지로 지정('24.5.28.)하였다.
  - 스마트그린산업단지는 산업단지 조성 단계부터 기반시설과 입주기업 등의 디지털화, 에너지자립률 제고, 친환경 개발 등을 도입하여 온실가스 저감을 도모하기 위한 사업이다.
  - \* (지정현황) 새만금 스마트그린국가시범산단('22.7), 대구울하 스마트그린국가시범산단('22.12), 밀양 나노융합 스마트그린산단('23.4), 전주 탄소소재 스마트그린국가시범산단('23.12)
  - 이번에 스마트그린산업단지로 지정되는 경남항공 국가산업단지는 '17년 5월에 국가산단으로 지정되어 현재 조성공사(공정률 90%) 및 분양 등을 진행하고 있다.

- ◉ 경남항공 국가산업단지는 우주산업클러스터 내 위치하여 우주항공청('24.5.27 개청)과 교육·연구기관 및 연관기업 간 집적·연계를 통해 항공·우주산업의 발전과 기업 성장을 위한 거점 역할을 할 것으로 기대된다.

◉ 경남항공 스마트그린산업단지 개요

구분	내용
위치	◉ 경남 진주시 정촌면 일원(진주지구), 사천시 용현면 일원(사천지구)
면적	◉ 1,654,804㎡(진주지구 834,870㎡, 사천지구 819,934㎡)
사업기간	◉ 2024년 ~ 2029년(산단 조성은 2024년까지 완료)
사업시행자	◉ 한국토지주택공사
주요사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>◉ 태양광, 연료전지 발전 등 신재생에너지 활용 및 에너지 효율화를 통해 이산화탄소 25% 이상 저감 추진</li> <li>◉ 첨단 ICT 기술 적용을 통한 교통 효율화 및 입주기업 제조공정 첨단화와 디지털 기업 지원을 통한 혁신 선도</li> <li>◉ 주변 환경자원과 연계된 녹지공간 조성, 저영향개발, 폐자원 모니터링 시스템을 통한 자원순환체계 구축으로 친환경 산단 조성</li> </ul>

## 산업단지 새로운 투자의 길이 열렸다

산업통상자원부는 '24년 1월 개정된 「산업집적활성화 및 공장설립에 관한 법률」을 금번 개정된 하위법령(시행령·시행규칙)과 함께 '24년 7월 10일 시행하였다.

'24년 7월 10일 시행된 산업집적법령 주요 개정내용은 다음과 같다.

구분	내용
입주업종	○ 관리기관은 5년 단위로 산단 입주대상업종에 대한 재검토 실시
	○ 자동차 및 모터사이클 수리업, 법무·회계·세무 관련 서비스업, 기타 금융투자업이 산업시설구역에 입주할 수 있도록 허용
	○ 입주업종 추가 검토를 위한 기반시설 영향 확인 절차 도입
	○ 한국산업단지공단 산하 신산업 업종판단 등을 위한 입주심의기구 설치
매매·임대	○ 비수도권 산단 내 자산유동화 허용
	○ 연접 입주기업체에 대한 입주기업체의 산업용지 임대 허용
	○ 매매·임대 제한기간 내 입주기업체가 합작법인에 산업용지 등을 현물로 출자하는 경우 산업용지 처분제한의 예외로 허용
구조고도화	○ 구조고도화사업 면적 확대(산단면적 10% → 30%)
	○ 구조고도화사업 대상 산단 확대(국가, 일반 → 농공, 도청 추가)
	○ 구조고도화사업 절차 간소화(재생계획 등 의제대상 확대)
	○ 재생사업 토지용도 변경시 지가상승분 중복환수 면제
	○ 지방정부 등 공공사업 추진 시 개발이익 재투자 면제
	○ 산단 구조고도화계획 수립 주체 변경(관리기관 → 시·도지사)
지방이양	○ 지식기반산업집적지구 지정권한을 지방에 이양
	○ 산학융합지구 지정권한을 지방에 이양
	○ 스마트그린산단 사업단 구성 권한을 지방에 이양(단, 국가산단 제외)
	○ 국가산단 개발계획 변경(시·도지사) 시 관리기본계획 반영 의무화
기타	○ 지원기관 목적 확대(입주기업체 지원 → 지역경제 활성화 추가)
	○ 입주기업체협의회 회원구성 요건 완화
	○ 지산센터 지원시설구역에 소규모 제조시설이 입주할 수 있도록 예외 허용
	○ 상가 등에 입주하는 소규모 제조시설은 공장의 바닥면적을 공장부지로 간주

산업부는 법령의 시행과 함께 주요 국가산단의 입주업종을 지속적으로 재검토하고 기업의 투자를 저해하는 불합리한 규제와 현장 애로를 속도감 있게 개선해 나갈 계획이다.

## 대불, 명지녹산, 오송생명 등 3곳 산업단지에 재생사업 신규 추진

- ④ 국토교통부는 대불국가산업단지, 명지녹산국가산업단지, 오송생명과학산업단지 등 3개 산업단지에 대해 도로, 공원 등을 확충하여 활성화를 도모하는 노후산업단지 재생사업을 신규로 추진한다.
  - 공모를 통해 신규 재생사업 대상지를 선정한 것으로, 착공 후 20년 경과한 노후산업단지 중에서 소관 지자체가 신청하였으며 산업단지·도시계획·교통 등 민간전문가 7인으로 구성된 평가위원회를 통해 서면검토 및 종합평가를 거쳐 선정하였다.
- ④ 노후산업단지 재생사업 주요 내용은 다음과 같다.

### 1. 대불국가산단

- (문제점) 준공 후 27년이 지나 도로, 공원 등이 낙후되고 주차공간이 부족
- (개선방안) 도로·보도 확장, 노상주차장 확충 및 공원·녹지 재조성 추진

### 2. 명지녹산국가산단

- (문제점) 준공 후 22년이 지나 근로자 편의시설 및 녹지·공원 등 휴식공간 부족
- (개선방안) 산단 내 완충녹지 활용하여 산책로 조성 및 개인형 이동수단 연계하여 근로자 편의 증진

### 3. 오송생명과학산단

- (문제점) 산단 내 교통혼잡, 주차난, 휴식공간 부족
- (개선방안) 도로 확장 및 구조개선, 노상주차장 설치, 공원 조성 추진

- ④ 이번에 재생사업 대상지로 선정된 산업단지는 '25년부터 소관 지자체에서 재생사업지구계획 수립을 착수할 예정이며, 계획 수립 완료 및 재생사업지구 지정 이후 기반시설 확충 등 본격적인 사업을 추진하게 된다.

## 회색빛 산업단지가 청년이 찾는 핫플레이스로 탈바꿈한다

① 정부(산업부·문체부·국토부)는 지난 경상남도 민생토론회('24.2.22.)의 후속 조치로 '문화를 담은 산업단지 조성계획'을 마련하였다.

- 경상남도 민생토론회에서는 산업단지에 근무하는 청년 근로자가 열악한 근무 여건 개선을 건의했고, 윤석열 대통령은 관계부처에 '청년이 살고 싶은, 문화가 풍부한 산업단지 조성'을 지시하였다.
- 이에 정부는 즉각 범부처 합동 TF를 구축('24.3.15.)하고 이번 계획을 수립하였다.

② '문화를 담은 산업단지 조성계획' 주요 내용

구분	주요내용
① 산단 특성에 맞는 통합 브랜드 구축	○ 산업단지별 특성(주력업종, 역사성 등)을 반영하여 브랜드 개발
	○ 도서관, 기록관, 박물관 등 산업 라키비움(Larchiveum) 건립
	○ 산단 랜드마크(기업 체험관 등) 건립 및 랜드마크 중심의 핫플레이스 육성
② 산단 내 문화 편의시설 확충 및 경관개선	○ 산업단지 입지 제도 개편하여 문화·체육시설 및 식당·카페 확충
	○ '아름다운 공장 선정' 및 인센티브 제공으로 민간의 자발적 경관개선 유도
	○ '밤이 빛나는 산업단지' 조성(야간경관 개선, 공공디자인 도입 등)
	○ 산단 근로자 대상 저렴한 임대주택 제공, 교통 플랫폼 시범 도입
③ 산업단지 문화·관광 특화 콘텐츠 개발	○ '천원의 일상 문화 티켓 사업' 시범 도입
	○ '구석구석 문화배달 사업' 시범 도입(근로자 문화체험, 지역예술가 전시회 등)
	○ '산단 문화 주간' 운영(산단 축제 및 관광 체험 콘텐츠 개발)
④ 노후 산단을 창업가·문화예술인의 실험무대로 전환	○ 청년이 선호하는 문화·지식산업 산단 입주 확대
	○ 청년 대상 문화·지식산업 분야 창업·협력 공간 저가 제공
	○ 산단 내 '청년 공예 오픈스튜디오' 및 예술인 레지던시 등 조성

③ 정부는 문화융합 선도산단 성공모델을 조기에 가시화하기 위해 '25년 3개 산단 지정을 시작으로 '27년까지 10개 산단을 선정한다.

- 선도산단으로 선정되면 산업부, 문체부, 국토부의 13개 사업\*을 집중지원하며, 새롭게 조성되는 15개 국가산단은 조성 단계부터 특화 문화시설을 구축한다.

\* 휴폐업공장 리모델링, 청년문화센터 건립, 신 산업관광 육성, 문화가 있는 산단 미술전시, 산업단지 재생 사업 등

## 산업단지 60주년, '성장의 기적 미래의 약속'

① 산업단지가 출범 60주년을 맞이하였다.

- 우리나라 산업단지의 역사는 1964년 9월 14일 「수출산업공업단지 개발조성법」이 제정되고 1호 공업단지인 구로수출공업단지가 조성되면서 시작되었다. '산업단지의 날'은 「수출산업공업단지 개발조성법」이 제정된 9월 14일을 기념하는 법정기념일이다.
- 현재 전국 1,300여 개의 산업단지는 약 12만 개의 기업과 200만 명이 넘는 근로자들의 삶의 터전이자, 전체 제조업 중 생산액 60.6%, 수출액 65.1%, 고용 47.9%를 담당하는 명실상부한 우리 경제의 심장부이다.
- 지난 60년간 산업단지는 경공업(60년대), 중화학공업(7~80년대), 첨단·지식기반산업(90년~현재) 등 시대별 산업육성 정책을 뒷받침하며 우리나라의 눈부신 경제성장을 이끌어 왔다. 구로수출공업단지가 태동한 1964년 1억 달러에 불과했던 수출액이 올해는 7천 배인 7천억 달러 달성을 기대하고 있다.

② 산업부는 9.12.(목), 구로 지타워 컨벤션센터에서 안덕근 산업통상자원부장관, 이상훈 한국산업단지공단 이사장, 전국 산업단지 기업인 및 근로자 등 500여 명이 참석한 가운데 산업단지 출범 60주년을 기념하는 「산업단지의 날 기념식」을 개최하였다.

- 이번 기념식은 산업단지 60년의 영광과 성취를 축하하고 미래비전을 공유하는 축제의 장으로 꾸며졌다. 이날 행사에 참석한 안덕근 장관은 입주기업 대표, 과거 80년대 구로공단에서 근무했던 여성근로자 등을 만나 감사의 뜻을 표하고 산업단지의 발전을 위한 청년근로자의 목소리도 청취하였다.

〈그림〉「산업단지의 날 기념식」 행사사진





## 산업입지 통권 80호, 2024 Industrial Location Vol.80, 2024

---

발행처 한국산업단지공단 산단정책연구소  
발행인 이상훈  
편집인 조준일  
책임편집 이재희  
발행일 2024년 11월 30일  
등록일 2021년 4월 7일  
등록번호 대구동, 사00004  
주소 41068 대구광역시 동구 첨단로 39(신서동)  
홈페이지 [www.kicox.or.kr](http://www.kicox.or.kr)  
전화 070-8895-7000  
팩스 070-4850-9031  
문의 070-8895-7294  
인쇄처 거목정보산업(주)  
디자인 유월애

---

ISSN 2734-1674

- 본지에 실린 글의 내용은 필자 개인의 의견으로 한국산업단지공단의 공식 견해가 아닙니다.
- 내용의 무단 복제와 전재 및 역재를 금합니다.



## INDUSTRIAL LOCATION

한국산업단지공단 산업입지연구소  
대구광역시 동구 침단로 39(신서동)  
Tel 070-8895-7000 Fax 070-4850-9031  
[www.kicox.or.kr](http://www.kicox.or.kr)

