

서울市 製造業의 業種別 地域構造

黃 載 璣

〈目 次〉	
1. 序 論	(2) 纖維 및 衣服 製造業
2. 서울市 製造業의 地域構造	(3) 印刷 出版業
3. 서울市 製造業의 業種別 地域構造	4. 結 論
(1) 食料品 및 飲料品 製造業	

1. 序 論

人間 居住地로서의 都市地域이 갖는 産業上의 特色은 2,3차 産業의 1次 産業에 대한 절대적인 優位性에 있다. 이를 生産의 측면에서 본다면 도시는 2次 産業을 중심으로 한 生産立地의 空間的 複合體로 규정지을 수 있다¹⁾. 따라서 都市는 經濟地理學的 地域構造의 기초가 되는 經濟立地의 空間 複合體로 볼 수 있다.

A. Lösch에 의하면 都市는 본질적으로 經濟活動立地의 集積이지만, 일반적으로는 同種 또는 大規模 立地의 集積만이 아니고 異種 또는 類似立地의 集積으로, 非農業 立地의 點狀集積 (punctiform agglomeration) 地域으로 볼 수 있다.²⁾ 都市地域內에 있어서 이러한 經濟立地의 點狀集積은 곧 立地의 空間的 配列 또는 케턴의 형성을 뜻하며, 이들은 都市의 內部 空間構造面에서 독특한 지역적 기능을 갖는 것을 의미한다.

京仁工業地帶의 中心核을 이루는 首都 서울地城의 內部에는 다양한 業種의 製造業群이 모여 工業立地의 點狀集積을 이루고 있으며, 이들은

內部 構造面에서 독특한 地域的 機能을 나타내고 있다. 이에 本研究는 巨大都市 서울의 地域性 規明을 위한 하나의 側面試圖로 이들 製造業의 全體 또는 業種別이 大都市 地域內에서 갖는 地域的 構造와 立地의 空間的 配列을 밝혀보고자 출발된 것이다.

本研究의 調査地域은 等質地域으로서의 地理區를 설정함을 原則으로 하였다. 그러나, 실제의 地域區分은 각종 資料의 蒐集과 分析에 따른 편의를 위하여 서울市의 11個 區別, 468개 行政 洞別 및 經濟企劃院 調査統計局의 鑛工業 調査區 103개 등³⁾을 중심으로 1/50,000 基本圖를 이용하여, 각종 交通망·시가지 形態·각종 構造物의 利用面·人口 分布 등을 고려하여 서울全城을 50개의 調査地域으로 구분 確定하였다. 確定된 調査地域과 그 呼稱은 그림 1과 같으며 各調査地域에 포함된 洞名은 別表②와 같다.

한편 首都 서울의 製造業이 갖는 地域性의 규명을 위한 기준은 製造業 測定의 기준으로서 가장 널리 또 信憑性 있게 이용되고 있는 從業員數·付加價值 生産額·工場數를 이용하였고, 보조적인 資料로 삼기 위하여 각 지역내의 業體를 現地 조사하였다.

1) 國松久彌, 1969, 都市 經濟 地理學, 古今書院, pp.20~22.

2) Lösch, A., 1967, *The Economics of Location* (translated from the second revised edition by Woglom, W.H. & Stolper, W.F.), p.68.

3) 모두 1973年 12月末 現在.

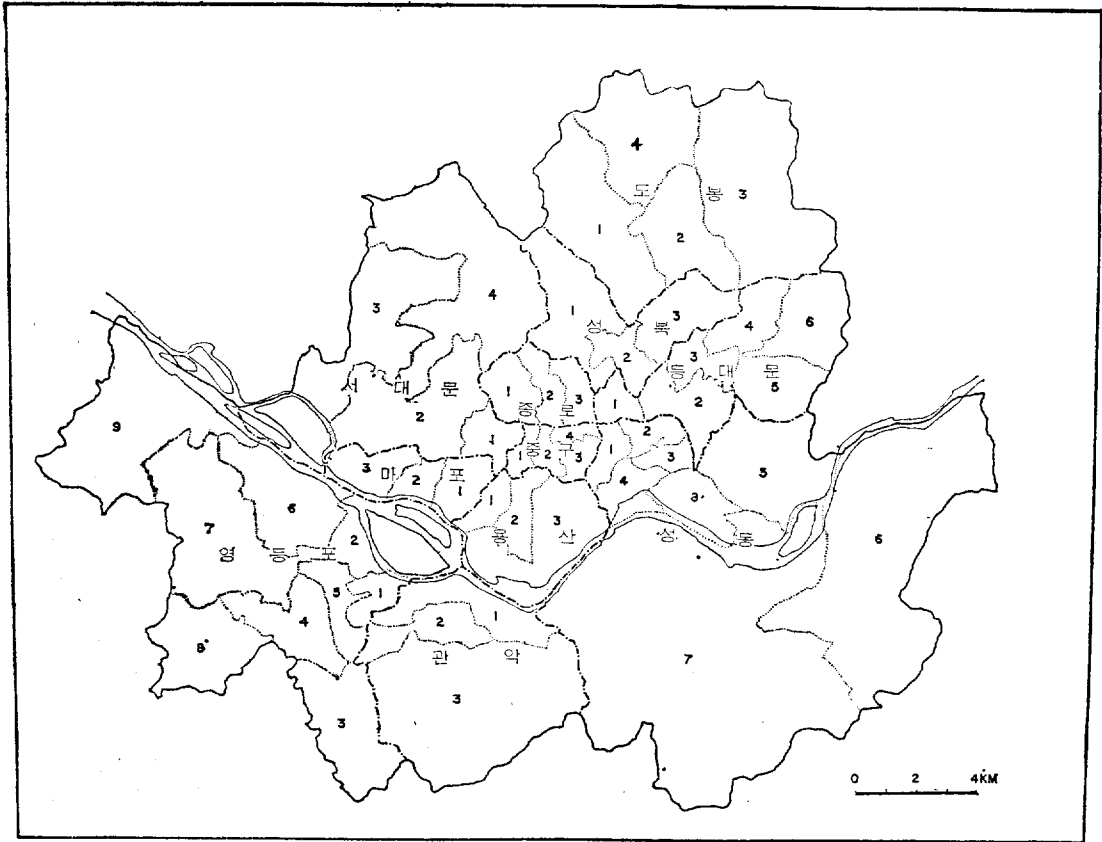


그림 1. 調査地域의 區分

또한 製造業의 業種別 分類는 1970年 3月 13日 經濟企劃院이 3次로 改正 發表한 “한국 표준 산업 분류, 광업·채석업 및 제조업편”⁴⁾에 따르기로 하였다. 그러나, 製造業의 業種은 中分類가 9개 業種, 그 다음의 中間細分類가 28개 業種, 마지막의 細分類가 380개 業種에 이르고 있다. 여기에서 中分類를 本研究 對象業種으로 택하는 경우 그 내용이 지나치게 광범하여 분석의 결과로 地域構造나 立地의 動向을 규명하기가 어려울 것으로 믿으며, 또 細分類는 業種이 지나치게 세분되어 分析 綜合에 많은 문제가 따르므로 그 中間의 中間細分類를 研究대상 業種으로 택하였다.

이렇게 中間細分類를 研究대상 業種으로 택한다 하여도 짧은 기간내에 28개 業種에 걸친 50개 調査地域別 製造業의 各基準을 分析하고 地圖化·圖表化하여 종합하기란 불가능한 일이다. 따라서 本研究는 大都市를 消費市場으로 指向하는 傾向이 강한 食料品, 飲料品, 纖維, 衣服, 印刷 出版의 5개 業種을 調査研究業種으로 잡고, 이들의 空間構造를 규명해 보고자 한다.

이들 5개 研究對象 業種의 調査地域別 從業員數·附加價値 生産額·工場數에 대한 基本資料는 1973年 12月末 現在로 經濟企劃院 調査統計局이 실시한 鑛工業 센서스 結果의 原資料를 再操作 整理하여 얻었다.⁵⁾

4) 경제기획원, 1972, 광공업 조사 보고서, pp. 570~592.

5) 經濟企劃院 調査統計局의 “鑛工業調査報告書”는 全國 및 市·道別로만 地域統計가 發表되며, 서울의 경우 103개 調査區에 따라 調査되었다. 이 103개 調査區는 行政洞과 調査員의 업무량을 고려하여 區分되어, 地理的 地域과는 거리가 멀다. 따라서 設定된 50개 研究지역에 맞게 이들 原資料를 再操作 整理하였다.

本研究은 모든 자료의 분석을 計量的 方法에 의하는 것을 原則으로 하였으며, 그 결과를 종합하여 地圖化, 圖表化하였다. 즉 業種別 製造業의 全調查地域에 걸친 分布 패턴을 고찰하기 위하여 從業員數에 의한 業種別 分布圖를 작성하여 集積, 非集積 地域들의 内部構造上的 要因을 분석하였다. 또 全서울의 製造業 從業員數, 調查地域別 全製造業 從業員數, 全서울의 業種別 從業員數, 調查地域別 業種別 從業員數를 利用 50개 지역들이 각 業種에서 갖는 立地 係數(location quotient)⁶⁾를 산출하여 地域的 特化的 정도를 비교 검토하였다.

끝으로 調查地域別 全製造業 및 各業種들의 地域構造上的 特殊性을 구명하고자 地域化 曲線(localization curve)⁷⁾을 그리고, 地域的 集中係數(index of concentration)⁸⁾를 산출하여 相互 比較分析하였다.

2. 서울시 製造業의 地域構造

構造의 概念은 全體로서는 일반적인 성질에 의하여 지배되는 諸要素나 諸部分의 配列 또는 相互關係를 의미한다.⁹⁾ 地理學的 研究에 있어서 地域構造는 位置·分布·環境 등의 諸概念을 수반하며, 從來의 學問的인 業積으로 보아 그 연구는, 첫째 한 地域을 형성하고 있는 諸要素와 諸因子의 關係를 취급하는 경우, 둘째 複數地域의 相互關係로 지칭되는 것을 취급하는 경우 등의 두 가지가 있다.¹⁰⁾ 本研究에서 지칭되는 地域構造는, 서울시 製造業의 各業種이 설정된 調查地域內에서 갖는 配列과 그 相互關係를 의미하는 것이므로 이들 指標를 分析考察하는 데 있다.

調查地域別 空間構造의 論議에 앞서 首都 서울이 갖는 全製造業의 전국에 대한 比重과 11개 區別이 갖는 構造부터 살펴보면, 1972年 12月末 現在 全國製造業 從業員 973,415명의 32.8%인 319,411명이, 附加價値 899,408(백만 원)의 31.2%인 280,704(백만 원)이 서울에 집중되고 있다.¹¹⁾ 따라서 서울은 全國에 대한 人口의 集中率 18.7%에 비교하면 製造業이 심하게 집중된 地域임을 알 수 있다.

또 製造業의 11개 區別 構造를 人口에 關連하여 살펴보면 표 1과 같다. 人口 1,000명에 대한 從業員數가 많은 지역은 中區 250 永登浦 176이 가장 높고, 다음이 전체의 平均値 62보다 높은 城東(71) 鍾路(65) 順이다.¹²⁾ 한편 낮은 地域은 西大門(24) 城北(25) 麻浦(29) 東大門(33) 道峰(38) 冠岳(39) 龍山(41)의 順이다.

표 1. 人口 1,000名에 대한 從業員

地 域	(A) 人口	(B) 從業員	(B)의 (A)에 대한比鍾(%)
鍾 路	200,316	12,961	65
中 區	121,816	30,483	250
東大門	805,096	26,455	33
城 東	956,900	68,314	71
城 北	516,671	12,955	25
道 峰	618,363	23,613	38
西大門	931,317	22,330	24
麻 浦	362,329	10,397	29
龍 山	309,087	12,659	41
永登浦	820,971	144,632	176
冠 岳	646,690	25,166	39
計	6,289,556	389,965	62

자료: 서울시 및 경제기획원, 1973. 12. 31. 현재

全製造業의 區別 構造分析에서 높은 集積地로 나타난 中區 永登浦 城東 鍾路 등은 같은 集積地들이면서도 그 内部構造面에서는 큰 차이점을 나타내고 있다. 첫째 永登浦 城東 등은 비교

- 6) Isard, W., 1969, *Method of Regional Analysis: An Introduction to Regional Science*, The MIT Press, pp.123~125.
- 7) Alexander, J.W., 1963, *Economic Geography*, pp. 597~599.
- 8) Isard, W., 1969, *op. cit.*, pp. 255~258.
- 9) A Merriam-Webster, 1969, *Webster's New International Dictionary*, p.2267.
- 10) 木內信藏, 1968, 地域概論, その理論と應用, pp.99~101.
- 11) 경제기획원, 1972, 前掲書, p.195. 本論文의 資料는 모두 1973年 12月末 現在의 것이나, 全國資料는 公式發表가 되지 않고 있어 前年 것을 引用하였다.
- 12) 都心地域인 中區 鍾路區 등이 다른 區에 比하여 높은 比率을 나타내고 있는 것은 晝間人口를 無視하고 常住人口로 比를 算出하였기 때문이다. 다른 區와의 比較에는 이를 考慮에 넣어야 한다.

적 대규모의 工場(工場當 平均 從業員數 141, 65)들이 집중되고 있는데 비하여 中區 鍾路 등은 소규모의 工場(工場當 平均 從業員數 24, 43)들이 집중하고 있다. 둘째 中區 鍾路 등은 本研究 對象 5개 業種 從業員數가 全製造業 從業員數의 50.5%, 56.7%에 달하는데 비하여 永登浦 城東은 34.4%, 34.2%이다. 이는 곧 都心地域 製造業과 周邊地域 製造業의 立地上的 差를 나타낸다고 볼 수 있다. 前者는 最終 消費段階의 製造業 중에서 消費者에게 최대한 접근하려는 業種이 많고, 높은 地價와 交通·通信 要因으로 小規模業體가 집중되는데 비하여, 後者는 初期 또는 中間段階의 製造業이나, 규모가 크고 大量生産을 하는 業體들이 집중한다는 것을 입증하고 있다.¹³⁾

다음으로 50개의 調査地域들이 全製造業에서

갖는 空間構造를 그림 2에서 살펴보면, 그 特色은 다음과 같이 要約할 수 있다. 첫째 製造業의 높은 集積地域으로 ① 넓은 地域에 걸쳐 製造業이 집중된 地帶로 中區 1.2.4, 西大門 1, 龍山 2를 연결하는 일대와, 永登浦 1.2.3.4.5.6, 冠岳 1.2를 연결하는 일대의 二大 集積地帶를 들 수 있으며 ② 좁은 地域에 製造業이 집중되어 地帶는 형성하지 않고 분산된 地域으로 남아 있는 城東 8.7, 城北 3, 道峰 1.4 등을 들 수 있다.

둘째 製造業의 集積이 낮은 地域으로 ① 冠岳 3, 龍山 3, 城東 6.7을 잇는 一帶 ② 永登浦 7.8.9, 西大門 2.3.4, 麻浦 2.3, 鍾路 1.2.3을 잇는 一帶 ③ 道峰 2.3, 東大門 1.2.3.4.5.6, 城東 1.2.3.4, 中區 3을 잇는 一帶의 3대 非集積地帶로 구분하여 분포하고 있다.

첫번째의 集積地域들 중 都心地域들과 周邊

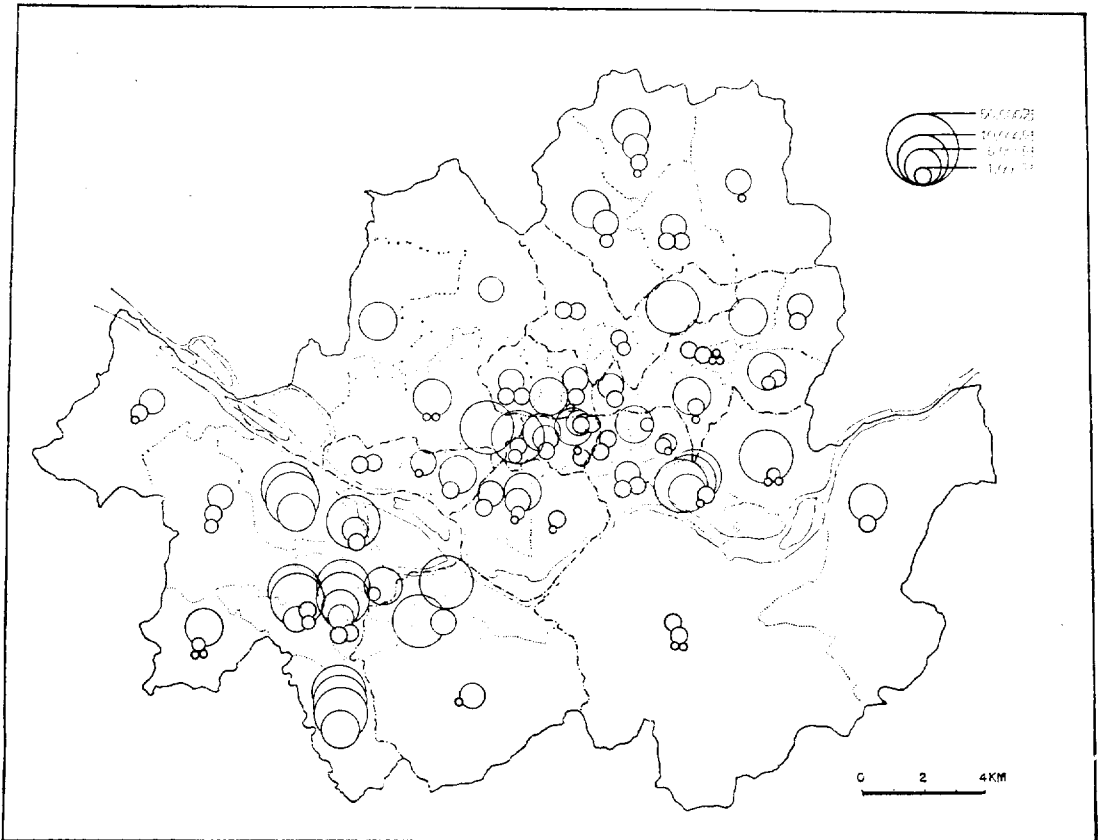


그림 2. 全製造業의 調査地域別 分布(從業員, 1973年)

13) Hoover, E.M., 1948, *The Location of Economic Activity*, p. 36.

地域들과의 内部構造上的 差는 이미 各區別 概觀에서 지적된 바 있으나, 50개 調査地域 分析의 결과에서 特記할 것은 永登浦 冠岳의 여러 지역으로 형성되는 넓은 集積地帶가 京仁 京釜의 鐵道·舊國道에 연하여 立地하고 있어, 이 地帶 製造業의 消費地에 대한 分配 中心 또는 輸送 中心에 强하게 指向된 立地型임을 입증하고 있다는 점이다.

둘째의 서울 東南部, 西北部, 東北部의 넓은 周邊地域에 立地하는 3大 非集積地帶는 大部分의 지역이 새로운 開發地域이나 大量輸送을 위한 交通의 취약지이며, 綠地와 住宅地帶가 중심이 되고 있어 工場 立地에는 불리한 지역으로 볼 수 있다. 또 이들 非集積地域들은 人口에 대한 製造業 從業員의 比가 集積地域들에 비하여

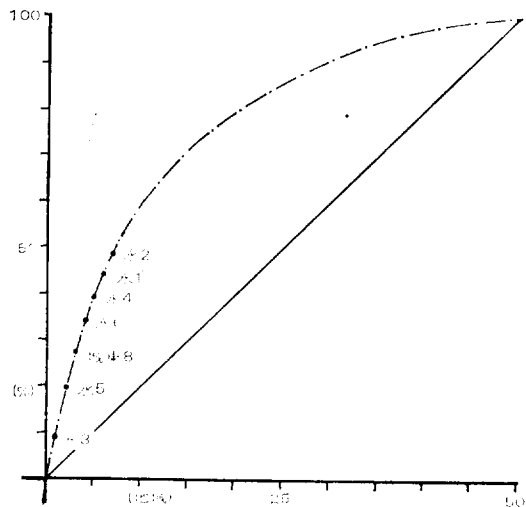


그림 3. 서울시 製造業의 地域化曲線 (付加價値, 1973年末)

극히 낮게 나타나고 있다. 즉 中區 1.4, 永登浦 3.5.6, 城東8 등은 30% 이상인데 반하여 冠岳 3, 龍山 3, 西大門 2.3.4 등은 0.7~1.5%에 불과하여 이들 지역이 住宅地帶化된 非工業地帶임을 입증하고 있다.

다음은 製造業의 地域的 特化性向을 알아보기 위하여 50개 調査地域들이 갖는 付加價値의 全地域에 대한 比(%)를 이용하여 地域化 曲線(localization curve)을 작성하였다.

그림 3의 左下에서 右上으로 뻗은 直線은 全 調査地域이 똑같은 比重으로 付加價値를 생산하는 경우를 가상할 때 나타나는 線으로 편의상을 基線이라 한다면, 基線의 左上에 있는 線은 調査地域들 각각의 付加價値가 全製造業의 付加價値에 대하여 갖는 %를 順位에 따라 點으로 表示하고, 이를 연결한 曲線을 地域化 曲線이라 부른다.¹⁴⁾ 따라서 製造業의 付加價値가 한 지역에 모두 집중되면 地域化 曲線은 Y축에 접치게 되며, 모든 지역에 均等分布하면 基線에 접치게 되므로, 地域化 曲線이 基線에 대하여 句配가 클수록 製造業의 地域的 集中傾向이 强하고 작을수록 약하게 나타난다는 뜻이 된다. 그러므로, 그림 3의 결과로 서울의 製造業은 50개 地域中 7개 地域에 45% 이상이 集中分布할 정도의 句配를 보이고 있어 地域的 集中이 强하게 나타난다고 할 수 있다. 다시 말해서 工業地域과 非工業地域이 명백히 구분되고 있다는 것을 입증하고 있다.

또한 50개 調査地域들이 갖는 人口數와 從業員數의 比重을 이용, 地域的 集中係數(index of concentration)를 산출하였다.¹⁵⁾ 集中係數는 100

14) Miller, E.W., 1970, *A Geography of Industrial Location*, pp. 22~24.

15) 서울의 調査地域別 食料品 製造業 付加價値로 地域的 集中係數를 산출하는 예를 들면,
 全서울의 製造業 付加價値: 426,847(000,000원)
 全서울의 食料製造業 付加價値: 41,958(000,000원)
 全서울의 食料製造業 付加價値의 1/2: 20,979(000,000원)

地 域	A의 B에 대한 %	A.地域別 食料製造業의 付加價値	B. 地域別 全製造業의 付加價値
道 峰 4	67.9	6,445	9,485
東大門 6	41.6	3,099	7,455
東大門 5	33.3	1,763	5,291
東大門 2	26.8	1,128	4,205
中 區 2	23.9	1,257	5,259
道 峰 2	19.4	1,175	6,045
城 北 2	18.8	94	501

(다음 페이지에 계속)

에 가까울수록 한 지역에 모든 製造業이 집중되며, 50에 가까울수록 모든 지역에 均等 分布하는 결과가 된다. 따라서 서울의 全製造業은 89.15라는 높은 係數가 산출되어 地域化 曲線과 함께 製造業의 地域的 特化가 심하게 형성되고 있다는 것을 잘 지적해 주고 있다.

3. 서울시 製造業의 業種別 地域構造

지금까지 全製造業의 11 個區 및 50 個 調査地域別 空間構造의 규명에 대하여 논의해 보았다. 都市를 生産立地의 點狀 集積地로 보고 출발된 本研究에서는 製造業 立地의 都市地域 內部와 관련된 集積 非集積의 규명에 초점을 두고 要因分析에 임하고자 한다. 따라서 製造業의 보다 구체적인 측면을 고찰하고자 序論에서 밝힌 바 있는 食料·飲料·纖維·衣服·印刷 出版의 5개 業種을 選定하여 業種別 空間構造의 特性과 패턴을 밝혀 그 立地上的 動向을 추구하고자 한다.

調査對象으로 선정된 5개 業種은 일반적으로 製造業中에서도 消費財 輕工業에 속하는 부문으로 製鐵·機械·化學 등 부문과는 구분된다. 그 立地上的 특성도 前者가 消費市場 勞動力 등에 指向이 강한 반면, 後者는 大量輸送地 指向이 강하게 작용한다.¹⁶⁾ 따라서 首都 서울의 消費財 輕工業은 原則的인 면에서 보아 과거에 있었던 市場指向 立地要因들이 繼承 發展된 결과의 집적으로 볼 수 있다. 이러한 현상은 50개 調査地域이 갖는 5개 業種別 從業員數의 全從業員數에 대한 비중에서 더욱 명백해지고 있다. 즉 과거의 都市地域(현재의 도심지)은 새로 발전된 지역들에 비하여 5개 業種의 比重이 극히 높게 나타나고 있다.

鍾路 1 中區 1 西大門 1 東大門 1 城東 1 城北 1,2 永登浦 1 등은 모두 5개 業種의 비가 전체의 55~90%에 달하고 있으나, 새로 발전된 지역들은 이와 반대이거나 비슷할 정도이다. 이는 都市의 발전에서 오는 遠心作用의 결과이기도 하다.

(1) 食料品 및 飲料品 製造業

食料品 및 飲料品 製造業의 從業員 36,321名, 附加價值 68,269(백만)원이 全서울의 製造業에서 갖는 比重은 從業員이 9.3%, 附加價值에서 16.0%이다. 이들 두 業種은 무엇보다도 人間의 食生活에 관계되는 産業이므로 가장 오랜 歷史를 가지고, 人口와 都市의 成長 發展에 따라 많은 立地上的 變化를 거듭해 온 産業들이다. 따라서 그 결과의 空間構造를 斷面的이나마 고찰함으로써 立地 패턴을 추구해 보고자 한다.

食料品 製造業 調査地域別 食料品 製造業의 從業員分布를 그림 4에서 살펴보면 ① 都心の 中區 1.2 龍山 1.2를 잇는 비교적 좁은 集積地域 ② 冠岳 1.2 永登浦 2.3.4.5.6을 잇는 넓은 集積地域 ③ 東大門 4.5.6을 中心으로 한 비교적 좁은 集積地域 ④ 道峰 4의 좁은 集積地域 등을 대표적인 集積地域으로 들 수 있다.

이들 集積地域들이 갖는 內部構造上的 特徵을 표 2에서 살펴보면, 都心部 集積地域들이 영세한 소규모의 同種集積인데 비하여 周邊部の 새 工場地帶일수록 규모에 의한 집적을 나타내고 있다. 이는 첫째 都心부와 周邊部 地價의 地理的 差에서 오는 영향으로 볼 수 있으며, 둘째 같은 식료품 제조업이라 할지라도 消費者와 직접적인 接觸을 갖고 소규모의 生産으로 일시적인 需要에 응해야 하는 부문과 消費者와의 거리를 두고 접촉하면서 大量生産으로 장기간의(前者에 비하여) 需要에 응해야 하는 부문 간의 差

冠 岳 2	18.5	2,577	13,894
麻 浦 1	17.2	815	4,752
9個地域의 合計		18,353	56,887(a)
1/2에 미달		2,626	20,979
永登浦 6	15.7	4,658	(56.38%)
永登浦 6의 全附加價値의 56.38=16,734 (b), (a)+(b)는 全서울附加價値의 17.25%			
따라서 index of concentration=82.75 (100-17.25).			

16) Alexander, J.W., 1963, *op. cit.*, p.407.

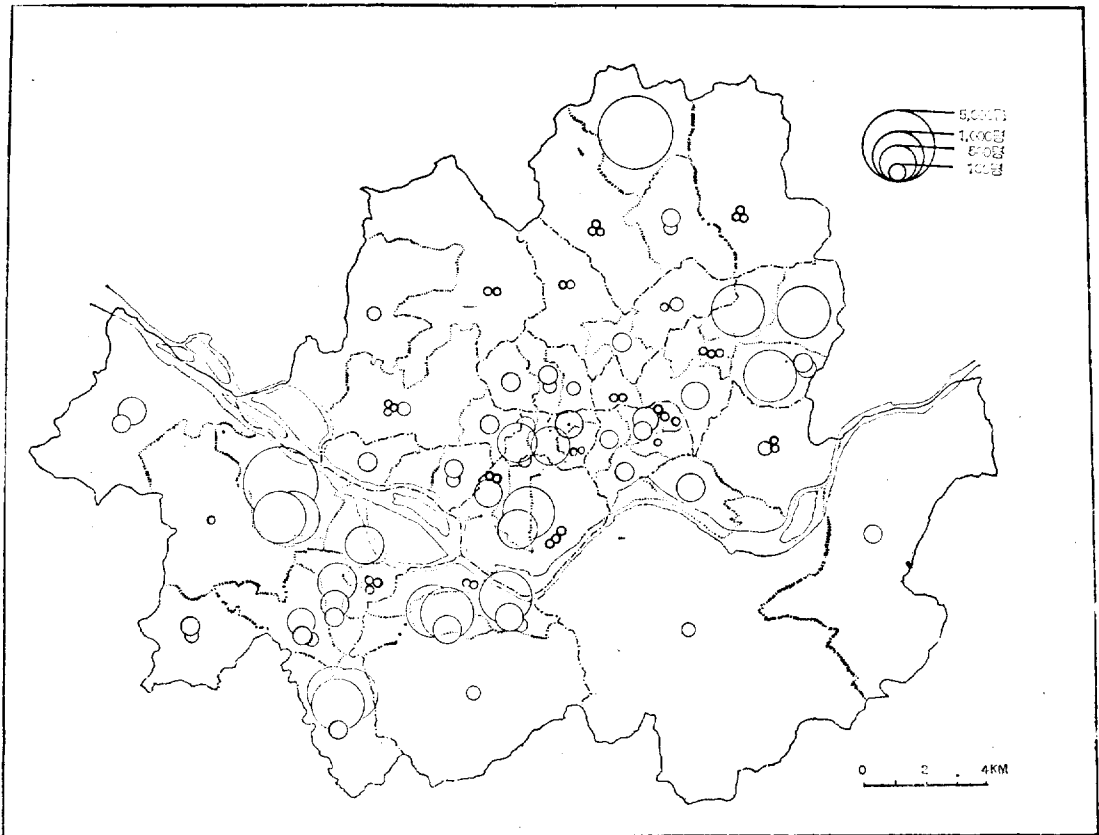


그림 4. 食料品 製造業의 分布(從業員, 1973年末)

표 2. 工場當 從業員數(食料品)

地 域	A. 從業員數	B. 工場數	A/B
中 區 1.2	1,166	38	31
龍 山 1.2	1,786	14	128
冠 岳 1.2	3,561	15	237
永 登 浦 2.3.4.5.6	12,728	33	386
東 大 門 4.5.6	3,137	14	224
道 峰 4.	4,875	7	696
全 調 查 地 域	30,740	343	89.6

자료: 경제기획원, 1973. 12. 31. 현재

에서 오는 立地差로 보아야 할 것이다.

다음은 調查地域들이 食料品 製造業에서 갖는 地域的 特化를 別表 ①의 立地係數¹⁷⁾에 의하여 살펴보면, 調查地域들 중에서 食料品 製造業의 特化가 가장 현저한 地域은 道峰 4의 7.22이며 그 다음이 東大門 6(3.51), 永登浦 6(3.56) 등이

다. 그외에 立地係數 1을 넘는 特化地域은 東大門 4.5 龍山 1.2 永登浦 2.3.9 冠岳 1.2 정도이다. 이들 12개 地域은 食料品 製造業의 特化地域으로 規定할 수 있다. 또 食料品 製造業의 調查地域들에 따른 特化程度를 全體로 규명해 보기 위하여 附加價值 生産額을 利用 地域化 曲線을 그리고, 地域的 集中係數를 산출해 보았다. 그림 5에서 볼 수 있는 바와 같이 食料品 製造業의 地域化 曲線은 基線에 대하여 심한 句配를 나타내고 있어 지역적인 特化의 現象을 뚜렷이 하고 있으며, 曲線에 表記된 6개 地域이 全 調查地域의 57.8%를 차지하고 있는 實數로 보아도 本業種의 地域에 따른 特化傾向을 입증한다 할 것이다. 또 本業種의 附加價值에 의한 地域的 集中係數도 82.75가 산출되어 지역적인 集中性을 잘 뒷받침해 주고 있다.

17) 黃載璣, 1974, “우리 나라 製造業의 部門別 地域 構造와 立地動向”, 地理學 9號, 大韓地理學會, p. 29에 따르면 係數値는 “1”을 중심으로 클수록 特化가 強하고, 작을수록 特化의 정도가 弱하다는 것을 의미함.

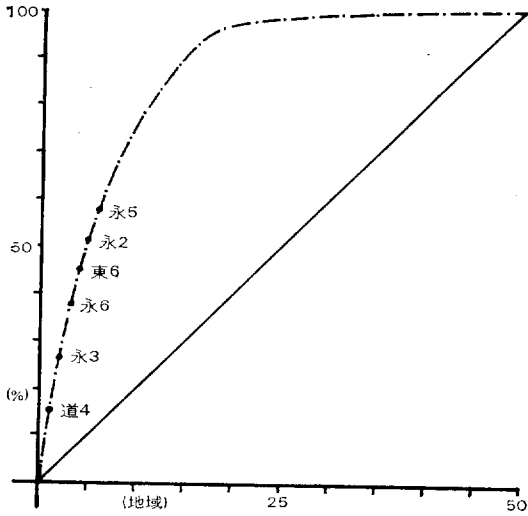


그림 5. 食料品 製造業의 地域化 曲線
(付加價値, 1973年未)

· 飲料品 製造業 調査地域別 飲料品 製造業의 從業員 分布를 그림 6에서 살펴보면, 地域間의 分布差가 현저하다. 그 최대의 集積地域은 永登浦 1.2.3.6이며, 그밖에 鍾路 3 中區 3 東大門 1의 弱한 集積地가 있고, 城東 8 東大門 6 西大門 1이 點狀의 弱한 集積地域을 형성하고 있다.

이들 地域들 중 특히 集積이 심한 永登浦 地域은 國內의 이름 있는 飲料業體가 모두 立地하고 있다. 이 지역에 集積이 형성된 原因을 찾는다면, 이들 製品은 生産의 最終段階에 이를수록 무게를 더해 가는 것이기 때문에 輸送費 側面에서만 본다면 消費者의 앞뜰에서 生産하는 것이 가장 이상적인 立地이나 原料의 취득·가공·분배의 諸段階를 고려할 때 결국 分配의 중심지에 입지하는 것이 가장 유리하다.¹⁸⁾

우리 나라 國土를 하나의 市場圈으로 생각한

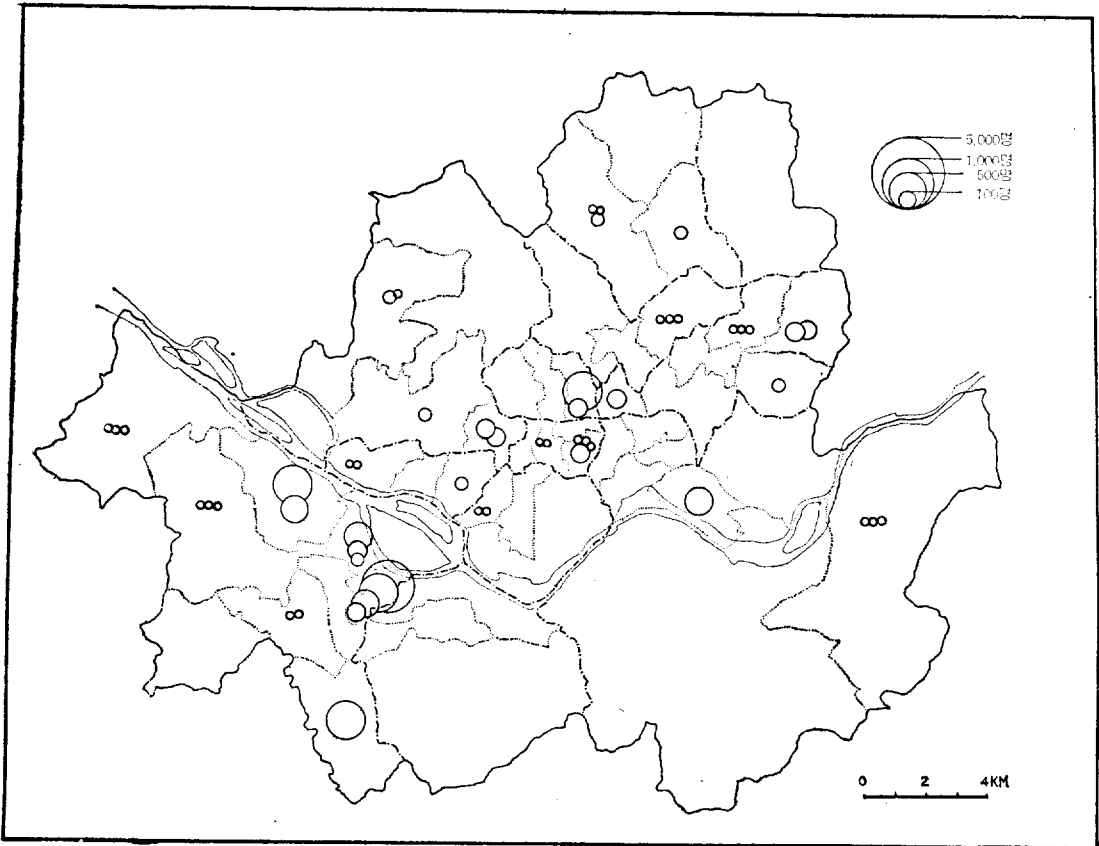


그림 6. 飲料品 製造業의 分布(從業員, 1973年未)

18) Hoover, E.M., 1948, *op. cit.*, pp.35~36.

다면 그 分配의 중심은 역시 永登浦地域으로 지적될 수 있다. 특히 이 지역은 각종 交通網의 結節點이 형성되고 있으므로 더욱 유리한 立地點이 될 수 있다. 같은 飲料品에 속하나 酒精, 위스키, 탁주 등은 앞에서 지적한 立地의 原則에서 벗어난다. 實地調査에서 밝혀진 바로 永登浦 이외의 業體들은 서울 또는 극히 局地的인 市場圈을 갖는 中·小規模의 工場들에 불과하였다.¹⁹⁾

다음으로 飲料品 製造業의 地域的 特化를 고찰하기 위하여 산출된 立地係數를 別表 ①을 참고로 살펴보면, 係數值가 1보다 큰 特化地域은 모두 9개 地域으로 나타나고 있다. 그 중에서 永登浦 1 (23.27) 鍾路 3 (12.00) 中區 3 (8.44)이 극히 높으며, 다음이 東大門 1. 6, 西大門 1 永登浦 2. 3. 6 등이 特化地域이다.

또 飲料品 製造業의 附加價値에 의한 地域化 曲線을 作成하였다. 그 결과를 그림 7에서 보면 基線에 대하여 句配가 심한 곡선을 나타내고 있어 本業種의 地域的 特化性向을 잘 입증해 주고 있다.

즉 永登浦 1. 3. 6의 3 地域이 全體의 87.1%를

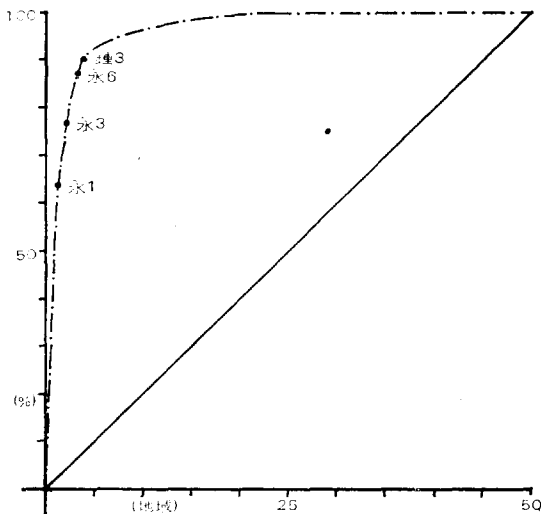


그림 7. 飲料品 製造業의 地域化 曲線
(付加價値, 1973年末)

차지하고 있으며, 여기에 鍾路 3, 永登浦 2의 두 地域을 합하면 무려 92.4%에 이르게 된다. 한편, 本業種의 附價價値에 의한 地域的 集中係數도 어느 調査業種보다 높아 96.41에 달한다. 이상의 모든 결과는 本業種의 立地가 한정된 지역에 集中 立地하는 경향을 나타내고 있으며, 그 결과는 좁은 지역을 형성하게 된다는 것을 입증해 주고 있다.

(2) 纖維 및 衣服 製造業

纖維 및 衣服 製造業은 人間 衣生活의 기초가 되는 가장 오랜 歷史와 傳統을 갖는 産業이며, 근대적인 産業革命 이후 어느 國家를 막론하고 工業化의 初期段階에서는 가장 큰 비중을 갖는 손쉬운 産業이 바로 本製造業이기도 하다.²⁰⁾ 우리 나라에 있어서도 工業化의 初期段階에서부터 本部門 製造業은 他部門에 비하여 절대적인 우위성을 유지해오고 있다.²¹⁾ 本研究의 調査地域인 서울에 있어서도 本部門은 從業員 111,007명 付加價値 84,752(백만)원으로 全서울市 製造業의 28.5%와 19.8%로 가장 높은 비중을 차지하고 있는 부문이다. 이렇게 큰 比重과 오랜 傳統을 갖는 産業이기 때문에 그 立地上的 空間構造도 지역에 따른 다양성과 변화를 동반하고 있다.

纖維 製造業 調査地域別 纖維製造業 從業員의 分布 特色을 그림 8에서 살펴보면, 本製造業의 集積地域으로 ① 城東 2. 4. 5. 6. 8 東大門 2. 3. 5 城北 1. 3 道峰 1. 4를 잇는 넓은 地域을 중심으로 한 東北 集積地域, ② 冠岳 1. 2 永登浦 2. 4. 5. 6을 잇는 넓은 地域으로 형성되는 南西 集積地域, ③ 兩大 集積地域의 中間에 위치한 中區 1 龍山 2 西大門 2. 3 등의 散發的인 準集積地域 등을 열거할 수 있다.

本業種은 다른 業種에 비하여 工場當 從業員數가 비교적 많고, 규모가 큰 業體들이 집적되고 있는 것이 특색이다. 특히 永登浦 地域을 비롯한 南西部 地域은 그 규모에 있어 他地域을

19) 大韓商工會議所, 1972, 全國企業體總覽, pp. 177~200.

20) 黃炳晷, 1966, 韓國의 工業經濟, 高麗大學校 亞細亞問題研究所, pp. 24~25.

21) 黃載璣, 1974, 前揭論文 p. 21의 표 1에 의하면 製造業의 9個 中分類에서 本部門의 比重은 全體의 31.1%를 차지하고 있음(1970年末 現在의 從業員).

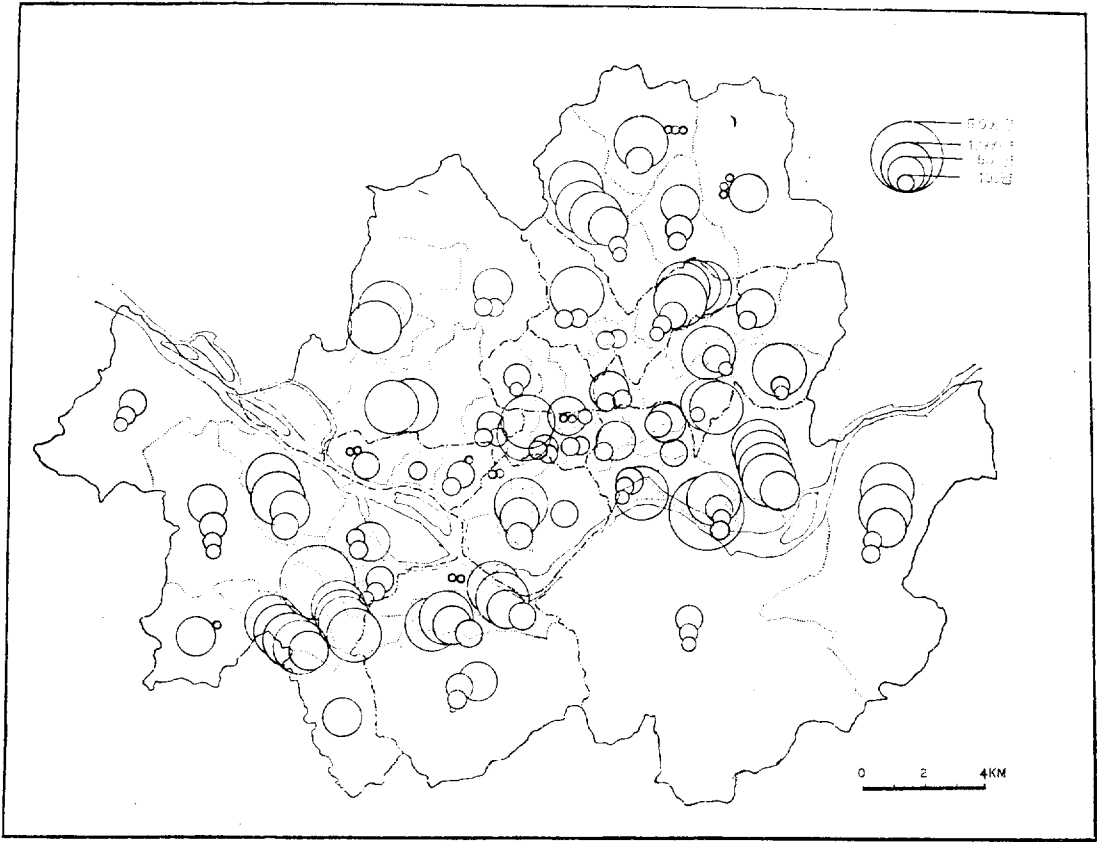


그림 8. 纖維製造業의 分布(從業員 1973)

압도하고 있다. 따라서 東北 集積地域 및 中間準集積地域들이 業體總覽에서 볼 수 있는 몇몇을 제외하면 모두가 中小業體이거나 오래된 것들인데 비하여, 南西部 集積地域은 대규모의 새業體들이 많다. 이는 南西部가 새로이 개선된 立地要因을 맞고 있다는 뜻이 된다. 즉 1960년대 후반부터 우리나라 경제가 국제 경쟁력이 강화되면서 世界市場에 발돋움함에 따라 規模의 利點을 살리기 시작했으며, 이와 함께 大量輸送, 풍부한 노동력, 넓고 값싼 공장부지 등에 유리한 南西部에로 견인된 立地로 분석될 수 있다.

다음으로 調査地域들에 대한 立地係數의 分布를 別表 ①에서 살펴보면, 係數值 1 이상의 特化地域은 모두 24개 地域에 달하고 있다. 특히 東大門 3 城東 1은 3을 넘으며, 다음이 城東 5.6 城北 3 道峰 1 西門大 3 등이 2 이상이다. 이들 特化地域들은 他業種의 비중이 비교적 낮

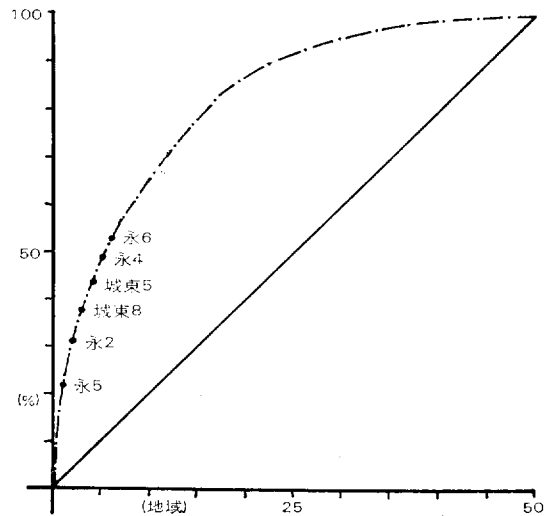


그림 9. 纖維製造業의 地域化 曲線 (附加價値, 1973 年末)

은 반면 本業種의 비중이 상대적으로 높게 나타난 지역이 많으며, 전체로 纖維製造業의 地域的特化는 다른 業種에 비하여 낮은 편이다.

이렇게 地域的 特化가 낮은 사실은 그림 9의 地域化 曲線에서 더욱 명백히 나타나고 있다. 즉 基線에 대한 曲線의 勾配가 약하게 나타나고 있으며, 永登浦 5 地域에서 차례로 6개 地域을 합해야 52.8%에 불과하며, 25개 地域을 합해야 90%에 이른다. 또 地域的 集中係數도 79.89가 산출되어, 5개 調査業種들 중에서 가장 낮은 편에 속하고 있다. 換言하면 本業種은 모든 調査地域들에서 비교적 보편성 있게 발견된 業種으로 그 生産立地의 集積이 약하다고 볼 수 있다.

衣服 製造業 調査地域別로 본 衣服製造業 分布의 特色을 그림 10에서 살펴보면 그 分布는 한마디로 散發的이다. 좁고 낮은 편이기는 하나

그대로 약간의 集積이 形成된 몇몇 地域을 들면, ① 鍾路 2 中區 1.2.4 東大門 1.2 城北 2 城東 1.2를 연결하는 都心部 集積地域, ② 麻浦 1.2 西大門 2로 形成되는 弱한 點狀 集積地域, ③ 永登浦 1. 3. 4. 6 으로 形成되는 넓은 集積地域, ④ 城東 8 道峰 1.2.3의 分散된 點狀 集積地域 등으로 구분할 수 있다. 이들 集積地域들이 갖는 内部構造上的 特色은 표 3에서 볼 수 있는 바와 같이 都心部나 副都心部に 立地한 地域들은 工場當 從業員數가 6~40名線에서 그치나, 周邊部에 立地한 工場들은 永登浦 3.4.6과 같이 238名에 이르기까지 규모가 크게 나타나고 있다. 이러한 立地動向은 食料品 製造業에서 본 바와 같이 都心部나 副心部 地域은 消費者에 접근하여 同種業體들이 集積함으로써 利益을 갖는 형태의 製造業(주로 양복점·양장점)인데 비하여, 周邊部의 集積은 규모에 의한

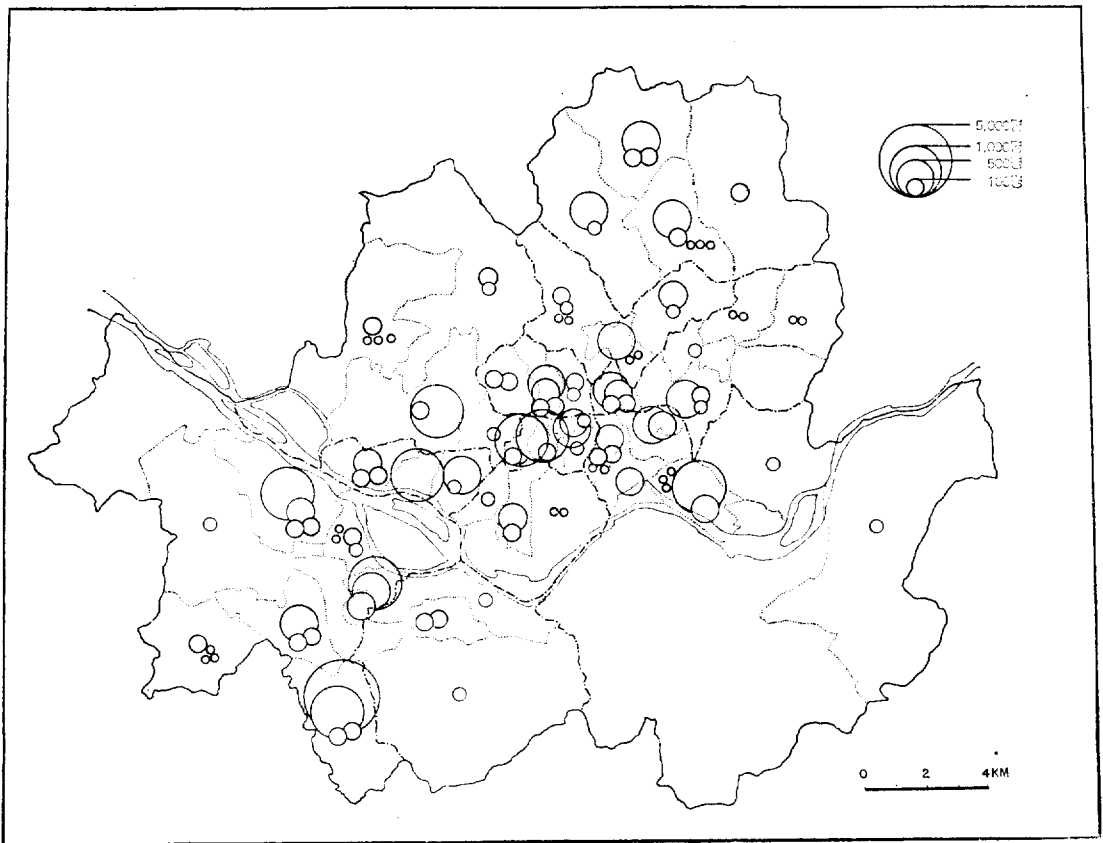


그림 10. 衣服製造業의 分布(從業員, 1973年末)

표 3. 工場當 從業員數(衣服製造業)

地 域	A 從業員數	B 工場數	A/B
鍾 路 2	891	59	15
中 區 1. 2. 4	3461	543	6
東 大 門 1. 2	1593	38	42
城 北 2	525	14	37
城 東 1. 2	1206	29	41
麻 浦 1. 2	1465	11	133
西 大 門 2	1078	47	23
永 登 浦 1	1278	27	64
永 登 浦 3. 4. 6	8345	35	238
城 東 8	1284	14	92
道 峰 1. 2. 3	1880	23	82
全 서울	27008	1112	24

자료 : 경제기획원, 1973. 12. 31. 현재

集積을 이룬 大量生産(기성복, 편물, 봉제품 등)에서 利益을 얻는 형태의 製造業이 立地한 때문인 것으로 볼 수 있다.

衣服製造業이 갖는 地域的 特化的 傾向을 別表 ①의 立地係數에서 살펴보면, 係數值 1 이상을 받아 特化된 지역은 모두 19개 地域으로 調査業種中 섬유에 이어 두번째로 많은 편이다. 東大門 1 城東 1 城北 2 西大門 2 麻浦 2.3 永登浦 1 등 모두가 전체로 製造業의 비중이 낮은 都心部와 周邊部의 中間地域이 3.00 이상의 높은 係數를 보이고 있다. 이는 立地係數 자체가 상대적인 의미를 지니기 때문에 都心部나 周邊部의 높은 製造業 集積地域이 모두 제외되고 그 중간에서 나타난 현상으로 볼 수 있다.

또한 衣服製造業의 地域化 曲線을 그림 11에서 보면, 永登浦 3 地域에 31.8%가 集中되고 있으며 中區 4 永登浦 6 地域을 합하면 전지역의 51.4%에 달한다. 그러나, 20개 地域 이상을 합해야 전체의 90% 이상을 차지하게 되어 本業種의 地域的 特化程度가 調査業種들 중에서 중간 정도임을 보여 주고 있다. 따라서 曲線의 句配도 基線과 Y軸의 중간 정도이다. 좀더 구체적인 면을 보기 위하여 集中係數를 산출해 보면 82.20이 나와 중간 정도의 特化産業임을 또한

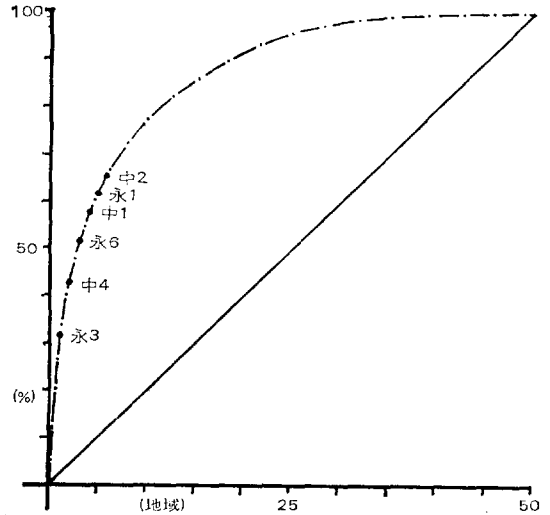


그림 11. 衣服製造業의 地域化 曲線
(附加價值, 1973年末)

번 입증하고 있다. 결과적으로 本業種은 섬유에 비하여는 生産立地의 集積傾向이 강하게 나타나지만, 음료나 인쇄 출판 등 業種에 비하면 약하게 나타나는 산업이다.

(3) 印刷 出版業

印刷 出版 및 그 關聯業은 크게 보아 한 地域 또는 한 國家의 文化活動 중심지에 입지한다. 우리나라 文化活動의 中心地域인 서울은 本業種에서 全國의 53%(從業員)²²⁾를 차지하고 있어 어느 業種보다도 높은 비중을 나타내고 있는 것이 이를 입증하고 있다.

서울의 경우에 있어서도 그림 12가 보이는 바와 같이 印刷 出版業은 都心部(서울의 文化活動 中心地域)라 할 수 있는 西大門 1 中區 1. 2. 4 鍾路 1. 2에 74% 이상이 集中되고 있다. 이러한 地域 構造上的 特徵은 印刷 出版業이 商品을 製造하는 實際過程에서 消費者와 직접적인 관련을 통해서만 商品을 완성할 수 있는 것이므로 接近性이 가장 용이한 大都市의 CBD나 그 周邊部에 接近立地하기 때문이다. 本業種에 있어 時間은 무엇보다 중요하며, 需要는 주기적

22) 全國資料의 處理가 없어 本業種에 종이 製造業까지 포함하여 53%가 算出된 것이므로 종이를 除外하면 實際의 比重은 보다 높게 나올 것으로 豫상된다. 다만 本論文의 서울 資料에는 종이를 除外한 것을 利用하였음.

23) Pred, A.R., 1964, "Intrametropolitan location of American manufacturing," *Annals of A.A.G.*, Vol. 54-2, p.175.

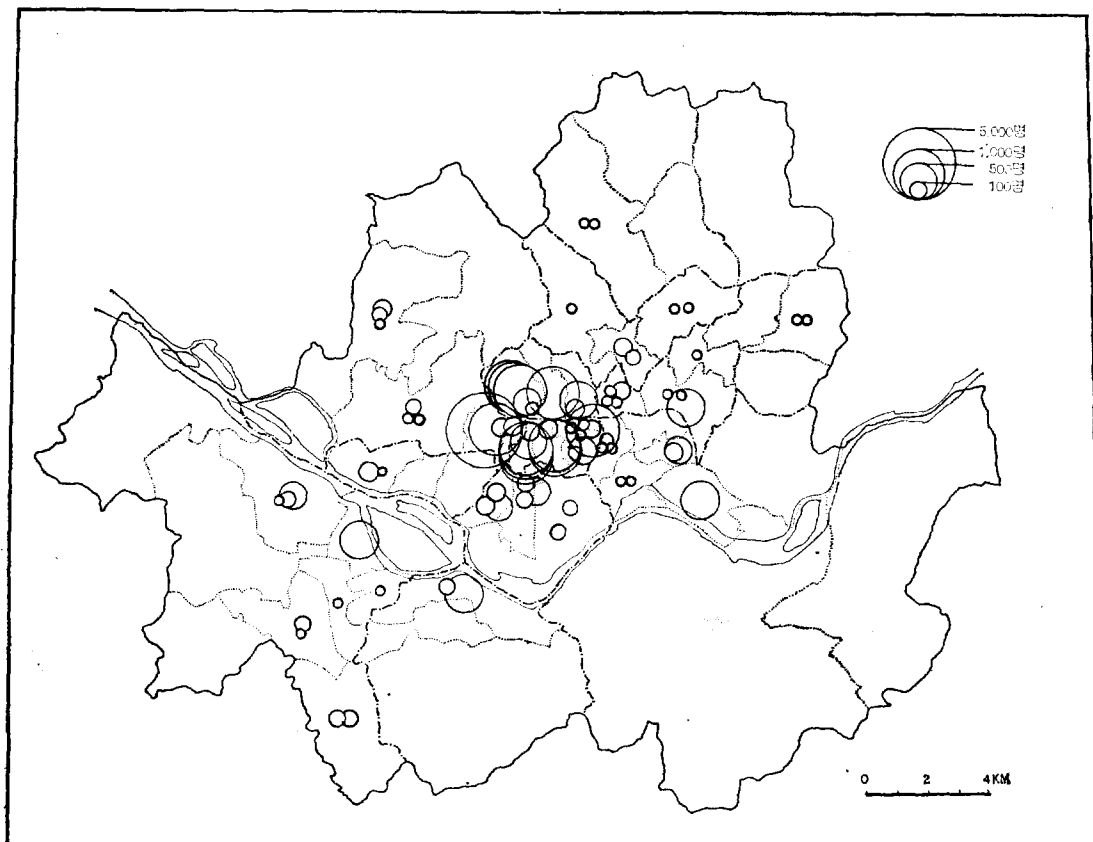


그림 12. 印刷 出版業의 分布(從業員, 1973年末)

이고 間歇的이다. 이러한 모든 理由 때문에 地價가 높은 都心部에 小規模 業體群의 集積이 形成된다.²³⁾

本業種의 地域的 特化를 別表 ①의 立地係數算出에서 考察하면, 鍾路와 中區의 7개 調査地域은 모두 2.00 이상이며, 특히 鍾路 1과 西大門 1은 10.00 이상의 심한 特化地域으로 나타나고 있다. 그 외에 東大門 2, 城東 3 城北 2 麻浦 3 龍山 1이 1 이상의 係數를 나타내어 비교적 약한 特化地域을 이루고 있다.

또 本業種의 附加價値를 이용한 地域化 曲線을 그림 13에서 살펴보면, 基線에 대한 曲線의 勾配가 심하여 Y軸에 접근하고 있을 정도이다. 中區 1 西大門 1 鍾路 1의 3개 地域이 全서울 附加價値의 57.4%를 차지하며, 이를 포함한 10個 地域의 비중이 90.9%에 이를 정도로 本業種의 地域的 特化가 형성되고 있다.

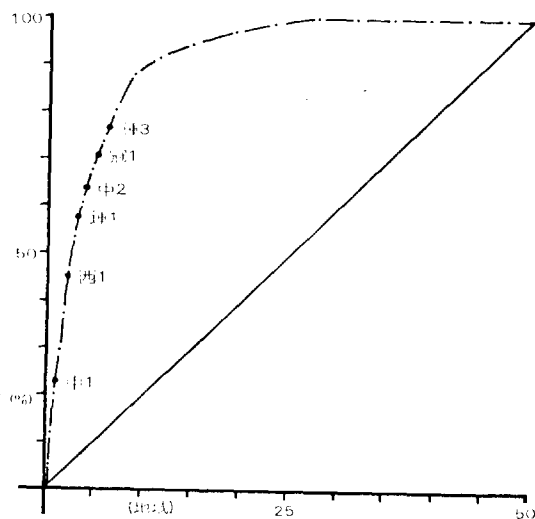


그림 13. 印刷 出版業의 地域化 曲線 (附加價値, 1973年末)

한편 附加價値에 의한 集中係數도 95.96 이란 높은 係數가 算出되고 있어 本業種의 국한된 지역에의 立地要因 集積을 입증하고 있다.

4. 結 論

都市를 生産의 側面에서 非農業立地の 點狀集積地域으로 보고, 그 製造業의 空間構造를 전체로 또는 業種別로 규명해 보았다.

(1) 全製造業의 地域構造 분석에서... 넓은 地域에 걸쳐 製造業의 集積이 형성된 地域으로는 江南의 冠岳 1.2 永登浦 1.2.3.4.5.6 地域과 都心部의 中區 1.2.4 西大門 1 龍山 2 地域 등 2大 集積地帶를 들 수 있으며, 좁은 地域에 分散 集積된 地域으로 城東 8 城北 3 道峰 1.4 등을 들 수 있다. 이들이 갖는 內部構造上的 특징은 都心部 集積地域들의 事業體가 小 또는 中規模인데 비하여 周邊部 集積地域들은 中 또는 大規模인 것이 지배적이며, 또 前者는 消費財 輕工業 部門이 50~60%의 비중을 갖는데 비하여 後者는 30~40%에 불과하다는 점이다. 이러

한 空間構造上的 差는 大都市內 製造業 立地の 市場指向과 生産의 段階, 輸送指向과 市場範圍 등에 따른 법칙성을 시사해 주고 있다.

(2) 食料品 및 飲料品 製造業의 분석에서... 食料品 製造業의 分布 概要는 都心의 中區 1.2 龍山 1.2를 잇는 集積地域과 冠岳 1.2 永登浦 2.3.4.5.6을 잇는 넓은 集積地帶가 있으며, 分散 集積地로 東大門 5.6 道峰 4 등을 들 수 있다. 이들 集積地域들이 갖는 특징은 都心部 地域들이 영세한 同種集積인데 비하여 周邊部는 규모에 의한 집적을 이루고 있다는 점이다. 이러한 立地傾向은 주로 傳統, 地價의 地理的인 差, 消費者에 대한 서비스 距離 및 時間 등의 요인에 의하여 좌우된다고 볼 수 있다.

또 飲料品 製造業의 분포는 調査地域 間的 差가 현저한 것이 특색이다. 그 최대의 集積地는 永登浦 1.2.3.6이며, 準集積地로 鍾路 3 中區 3 東大門 1이 있다. 本業種의 심한 地域的 集中은 生産의 最終段階에 이르면서 重量을 더해가는 本製品의 특성으로 보아 分配의 중심지에 生産立地가 集積된 때문이다. 永登浦는 分配面에서 우리 나라 市場의 中心地이며 交通網의 結節地 域이다.

丑 4. 立地係數로 본 特化地域

業種 \ 立地係數	10.00 以上	5.00~9.99	3.00~4.99	2.00~2.99	1.00~1.99	計
食 料		道 4.	東 6. 永 6.	東 4.5. 龍 2.	龍 1. 永 1. 2. 9. 冠 1. 2.	12
飲 料	鍾 3. 永 1.	中 3.	東 6.	東 1. 永 2. 6.	西 1. 永 3.	9
織 維			東 3. 城北 1.	城東 5. 6. 城北 3. 道 1. 西 3.	中 3. 東 1.2. 城東 1.2. 3. 4. 道 2.3. 西 2.4. 龍 2.3. 永 5.7. 冠 1.3.	24
衣 服		城北 2. 麻 2.	東 1. 城東 1. 西 2. 麻 3. 永 1.	鍾 2. 中 1. 道 2. 永 2.	中 2.4. 東 2. 城東 2. 城北 1. 道 4. 西 4. 麻 1.	19
印 刷 出 版	鍾 1. 西 1.	中 1.	中 2.3. 鍾 2. 城東 3.	鍾 3. 中 4. 城北 2. 龍 1.	東 2. 麻 3.	13
計		4	5	14	19	35
						77

(3) 纖維 및 衣服製造業의 분석에서... 그 분포의 특징은 두 業種이 모두 서울의 東北部 및 南西部에 兩大 集積地域이 형성되고, 그 중간의 都心部에 약한 集積地域이 형성되고 있는 점에 있다. 이들 集積地域들 간의 內部構造上 差는 立地가 市場 範圍와 輸送, 地價와 接近性에서 결정되고 있는 점이다. 즉 中心部에서 周邊部로 갈수록 市場範圍가 넓은 製品, 규모가 큰 業體, 輸送이 편리한 장소 등에 立地가 牽引되며, 周邊에서 都心으로 갈수록 직접적인 消費品, 規模의 零細, 消費接近性이 큰 장소 등에 立地가 牽引되고 있다.

(4) 印刷 出版業의 分析에서... 그 分布는 都心部 및 그 周邊에 집중되고 있다. 本業種은 주기적이고 間歇的인 需要와 商品製造過程에서 消費者와 갖는 계속적인 접촉이 특색이다. 따라서 편리한 交通·通信과 고객에 대한 時間·距離가 중요한 立地要因으로 되고 있다.

한편 調査對象 業種들이 갖는 地域的 特化를 고찰해 보면,

① 立地係數~立地係數로 본 業種別 特化地域은 표 4와 같다. 특히 係數值 10.00 이상은 飲

料와 印刷 出版에서만 4개 地域이 나타나고 있으며, 係數值 3.00 이상 地域은 23개, 1.00 이상은 77개 地域이 나타난다. 이들 지역들은 상대적으로 하나는 해당업종의 特化地域이라 볼 수 있다.

② 地域化 曲線 및 集中係數~地域化 曲線의 句配가 심한 순서는 飲料·印刷 出版·食料·衣服·纖維의 순이며, 集中係數가 높은 순서는 飲料·印刷 出版·衣服·食料·纖維의 順이다. 여기에서 曲線의 句配가 큰 업종일수록, 또 集中係數가 높은 業種일수록 그 生産立地의 地域的 集積이 크며, 그 業種의 국한된 地域에의 집중 분포하는 경향을 입증하고 있다. 따라서 飲料·印刷 出版의 경우 特定地域에 대한 立地要因의 집적이 높고, 食料·纖維·衣服의 경우는 特定地域에 대한 立地要因의 集積이 약하다고 볼 수 있다.

결과적으로 大都市 서울의 製造業은 전체로 또는 業種別로 보아 地域的 集中 경향이 강하게 나타나고 있으며, 그 바탕에 있는 生産立地는 주로 傳統 輸送 市場 範圍 地價 接近性 등 요인에 따라 크게 좌우되고 있다.

(서울大學校 師範大學 助教授)

別表 ① 調査地域別 立地係數 (從業員數에 依한)

地域名	食料	飲料	纖維	衣服	印刷出版	地域名	食料	飲料	纖維	衣服	印刷出版
鍾路 1	0.29	0.00	0.35	0.62	12.66	8	0.08	0.48	0.92	0.52	0.22
2	0.42	0.00	0.00	2.62	3.31	城北 1	0.16	0.00	3.49	1.42	0.12
3	0.17	12.00	0.02	0.59	2.98	2	0.91	0.00	0.76	5.63	2.14
中區 1	0.73	0.00	0.87	2.00	5.23	3	0.07	0.27	2.36	0.45	0.03
2	0.77	0.19	0.29	1.86	4.18	道峰 1	0.06	0.60	2.36	0.97	0.05
3	0.27	8.44	1.07	0.77	4.40	2	0.48	0.90	1.06	2.17	0.00
4	0.33	0.00	0.33	1.25	2.06	3	0.16	0.00	1.09	0.60	0.00
東大門 1	0.08	2.12	1.06	3.99	0.65	4	7.22	0.00	0.78	1.19	0.00
2	0.51	0.00	1.74	1.52	1.42	西大門 1	0.12	1.30	0.24	0.20	10.64
3	0.16	0.00	3.14	0.28	0.09	2	0.20	0.64	1.96	3.04	0.23
4	2.70	0.43	0.64	0.06	0.00	3	0.11	0.95	2.05	0.37	0.54
5	2.44	0.48	0.96	0.00	0.00	4	0.12	0.00	1.53	1.03	0.00
6	3.51	4.00	0.01	0.07	0.11	麻浦 1	0.35	0.64	0.33	1.31	0.58
城東 1	0.69	0.00	1.65	3.65	0.61	2	0.00	0.00	0.20	5.21	0.00
2	0.89	0.00	1.67	1.92	0.04	3	0.77	0.94	0.79	3.58	1.03
3	0.10	0.00	1.23	0.00	3.72	龍山 1	1.00	0.43	0.04	0.22	2.11
4	0.30	0.00	1.70	0.79	0.06	2	2.40	0.00	1.13	0.68	0.91
5	0.09	0.00	2.19	0.22	0.00	3	0.42	0.00	1.18	0.23	0.74
6	0.22	0.40	2.42	0.19	0.00	永登浦 1	0.07	23.67	0.38	4.59	0.04
7	0.37	0.48	0.95	0.00	0.00	2	1.36	2.10	0.97	0.18	0.62

地域名	食料	飲料	纖維	衣服	印刷出版	地域名	食料	飲料	纖維	衣服	印刷出版
3	1.14	1.02	0.07	2.60	0.09	8	0.34	0.00	0.46	0.32	0.00
4	0.21	0.08	0.75	0.43	0.08	9	1.29	0.59	0.60	0.02	0.00
5	0.38	0.00	1.62	0.03	0.00	冠岳1	1.71	0.00	1.47	0.09	0.99
6	3.56	2.16	0.79	0.84	0.24	2	1.76	0.00	0.88	0.17	0.00
7	0.04	0.58	1.24	0.18	0.00	3	0.21	0.00	1.76	0.26	0.00

別表 ② 調査地域別洞名

地 域	洞 名	地 域	洞 名
鍾 路 1	清雲, 孝子, 玉仁, 體府, 樓上, 社稷, 世宗路, 新門路, 清進, 安國.	" 3	孔陵, 中溪, 上溪.
" 2	樂園, 鍾路2.3街, 勸農, 嘉會, 桂洞.	" 4	雙門, 道峰.
" 3	鍾路4.5.6街, 梨花, 忠信, 東崇, 明倫, 惠化.	西大門 1	西小門, 蛤洞, 中林, 萬里, 忠正, 北阿峴, 橋南, 橋北, 冷泉, 天然, 靈泉.
中 區 1	太平路, 南大門路, 小公, 桃洞, 東子.	" 2	峴底, 弘濟, 延禧, 大新, 滄川, 南加佐, 北加佐, 城山.
" 2	明洞, 忠武3.4街, 南山, 會賢, 乙支路2街.	" 3	上岩, 水色, 驛村, 鷹岩, 大棗, 葛峴, 佛光
" 3	筆洞2.3街, 忠武5街, 獎忠, 光熙.	" 4	弘恩, 付岩, 洗劍, 平倉, 碌磻, 津寬.
" 4	藝館, 立弓, 草洞, 乙支路3.4.5街.	麻 浦 1	阿峴, 孔德, 新孔德, 桃花, 鹽里, 大興, 龍江.
東大門 1	昌信, 崇仁, 普門, 新設.	" 2	老古山, 新水, 倉前, 上水.
" 2	龍頭, 踏十里, 典農, 祭基.	" 3	西橋, 合井.
" 3	徽慶, 回基, 清涼.	龍 山 1	青坡, 元曉, 孝昌, 龍門.
" 4	里門, 中和.	" 2	厚岩, 南營, 漢江路1.2洞.
" 5	面牧.	" 3	漢江路3洞, 二村, 龍山, 西水庫, 普光, 梨泰院, 漢南.
" 6	上鳳, 新內, 忘憂.	永登浦 1	新吉, 永登浦1洞.
城 東 1	新堂.	" 2	永登浦2.3洞, 堂山, 汝矣.
" 2	下往十里, 上往十里, 道洗, 馬場.	" 3	始興, 加里峰.
" 3	杏堂, 沙斤.	" 4	九老, 高尺.
" 4	玉水, 金湖, 鷹峰.	" 5	文來, 道林, 新道林.
" 5	中谷, 華陽, 長安, 九宜.	" 6	楊平, 鹽倉.
" 6	岩寺, 明逸, 千戶, 吉洞, 城內, 峴, 松坡, 巨余.	" 7	新亨, 禾谷, 鉢山.
" 7	新沙, 清潭, 內谷, 蠶院, 瑞草, 道谷, 紫陽, 蠶室, 良才, 逸院, 紫谷.	" 8	開峰, 梧柳.
" 8	聖水.	" 9	加陽, 傍花, 空港, 果海.
城 北 1	貞陵, 城北, 三仙.	冠 岳 1	銅雀, 黑石, 本洞, 鷺梁津, 大方.
" 2	東小門, 東仙, 安岩, 敦岩.	" 2	上道, 新大方.
" 3	鍾岩, 下月谷, 上月谷, 長位, 石串.	" 3	舍堂, 奉天, 新林.
道 峰 1	彌阿, 水陰.		
" 2	樊洞, 倉洞.		

Spatial Structure of Manufacturing in the Seoul Metropolitan Area

Jae Kie Hwang

Summary:

This paper aims to study the spatial structure of manufacturing in the Seoul metropolitan area. The research area was divided into 50 regional units. The original cards of the Mining and Manufacturing Census of the Economic Planning Board of Republic of Korea is the basic source of research materials.

The characteristics of the inner structure of the manufacturing areas and its locational factors were analyzed by means of diagramming of the available basic materials, location quotient, index of concentration and the localization curve.

Writer has drawn the following conclusion:

1) Spatial structure of all manufacturing: The agglomeration region can be divided into two areas according to its scale. The larger agglomeration region includes the area along the main streets of old town area of Yeongdungpo and the marginal area of urban center such as Junggu 1, Seodaemun 1, Yongsan 1 and 2. The location of the manufacturing seems to be controlled by the orientation to market, stages of production, orientation to transport and market area. These tendency of location suggests a certain formular of urban research.

2) Spatial structure of food, textile, and wear-

ing apparel manufacturing: These manufacturings form a narrow and thin agglomeration area in the urban center and a wide agglomeration area in the marginal area, especially in some areas in Yeongdungpo. The location of these manufacturing depends on the scale of market area, transport, land value and the accessibility.

3) Spatial structure of beverage, printing and publishing manufacturing: These manufacturings show a most intensive regional agglomeration. Beverage manufacturing agglomerates in Yeongdungpo 1, 2, 3 and printing and publishing manufacturing mostly (more than 90%) in the urban center and its marginal area. The former locates in the distribution center and the latter in the center of communication economy.

4) The specialization areas of the manufacturings by location quotient number total 77 areas. The intensively specialized manufacturing is beverage, printing and publishing. The textile, apparel and food manufacturings are less intensive specialized.

In conclusion, the manufacturing in the Seoul metropolitan area tends to agglomerate in a certain area. This tendency is determined by such locational factors as tradition, transport, market area, land value and accessibility.