

충남리포트 제97호

ChungNam Report

2014. 01. 28.

활력 넘치는 전통시장 되살리기, 상품권 사용 활성화가 필요하다

이민정 산업경제연구부 초빙책임연구원, minjoung1006@cdi.re.kr

※ 전통시장연구회

본 연구의 목적은 온누리상품권과 지역사랑상품권의 현황 및 문제점을 정리하고, 전통시장 되살리기의 단초로 상품권 이용도 제고 방안을 제언하고자 함.

요 약

- 온누리상품권은 전통시장 수요 확대와 지역경제 활성화를 위한 목적으로 중소기업청과 시장경영진흥원이 2009년 7월부터 발행한 전통시장 전용상품권임.
 - 이용측면(점포측 이용기피, 홍보부족, 환전불편), 유통측면(소위 “현금깡” 문제), 판매측면(높은 대기업 구매의존도)에서 문제점이 제기되고 있음. 특히 실수요를 고려하지 않는 발행증가 현상은 “현금깡”으로 이어져, 전통시장 이미지 실추로 연결.
- 지역사랑상품권은 침체된 지역상권 활성화를 도모하고 지역경제도 살리며 애향심 고취, 지역자금의 타지역 유출 억제, 지역민의 내 고장 상품 소비촉진 증진을 목적으로 지자체(시·군)가 발행하고 있는 상품권임.
 - 이용측면(홍보부족, 동 상품권 이용시 주차권 제공기피 등), 판매측면(온누리상품권 활성화로 인한 판매저조), 유통측면(낮은 회수율, 수수료 상인부담)에서 문제점이 제기되고 있음.
- 두 상품권은 보완적 관계로 볼 수 있으나, 지역경제 활성화와 애향심 고취 측면에서 본다면 지역사랑상품권의 활용도 제고가 보다 바람직하다고 할 수 있음.
- 상품권의 홍보 및 보급에는 지자체의 강력한 추진의지와 더불어, 지자체·기관단체·기업체·지역민 간의 상호협조가 필수적임.
- 무엇보다 선결되어야 하는 것은 다양한 가맹점 확보와 가맹점포의 서비스 질 제고의 선결을 통해 상품권의 재이용률 제고로 연결 시키려는 노력이 필요함

CONTENTS

〈요약〉

1. 연구의 배경 및 목적
2. 온누리상품권의 현황 및 문제점
3. 지역사랑상품권의 현황 및 문제점
4. 결론 및 제언

연구의 배경 및 목적 ◀

01

- 전통시장 및 지역상권의 수요 증진과 활성화를 목적으로 온누리상품권, 지역사랑상품권 등이 발행·유통되고 있음.(온누리상품권 2009년부터, 지역사랑상품권 2000년 이후)
- 동 상품권들은 전통시장(온누리상품권), 해당지역 내 가맹점(지역사랑상품권) 등, 사용처를 전통시장과 지역 소상공인 점포에 한정하여 지역경제 활성화를 도모하는 것을 목적으로 하고 있음.
- 상품권은 시장의 매출증가 및 신규고객유치를 통해 전통시장(및 지역상권) 살리기의 핵심 수단으로 정착되어가고 있음.
- 그러나 상품권 이용자들에게는 낮은 인지도, 구입처·사용처에 대한 홍보부족, 이용 불편, 소상공인들에게는 번거로운 현금화 절차, 불법유통(“현금깡”) 문제 등 활발한 이용을 가로막는 많은 문제들이 지적되고 있음.
- 문제점들을 다각적 측면(이용, 유통, 판매)에서 정리하고, 여기에서 도출된 문제점들을 정리하여 즉시, 단기, 중장기 조치로 분류해 본다면, 상품권 이용도 제고에 대한 방안을 좀 더 명확하게 고민할 수 있을 것임.
- 본 연구는 전통시장(및 지역상권)에서 이용할 수 있는 ‘온누리상품권’과 ‘지역사랑상품권’의 이용 실태 및 문제점을 정리하고, 전통시장(및 지역상권)의 활성화를 위해 상품권들의 이용도를 어떻게 하면 이용도를 높일 수 있을지에 대한 제언을 목적으로 하고 있음.

02

▶ 온누리상품권의 현황 및 문제점

① 개요

- 온누리상품권은 전통시장 수요 진작과 지역경제 활성화를 목적으로 중소기업청과 시장경영진흥원이 2009년 7월부터 발행하고 있는 전통시장전용 상품권임.
- 소비자와 전통시장 상인 사이의 수수료 발생이 없는 것이 최대장점임.
- 전자권은 종이권보다 금액이 크고, 오프라인뿐 아니라 온라인¹⁾에서도 사용할 수 있다는 편리성을 겸비. 액면금액의 60% 사용시 잔액을 현금화 할 수 있음.
- 전국 937개 가맹 전통시장에서 사용가능함.(충남 39개 시장 5,634점포에서 사용가능)
- 구입처 : 전국 우체국, 새마을금고, 기업은행, 우리은행, 신한 등.
- 사용유효기간 5년.



출처 : 시장경영진흥원

1) 우체국쇼핑 전통시장관(mail.epost.go.kr), 이지웰 전통시장관(onnuri-sijang.com), 인터파크(onnuri.interparkb2b.co.kr), 제주전통시장 쇼핑몰(market.jeju.kr)

〈표 1〉 온누리상품권 구매 및 사용실적

(단위: 억원)

년도	발행금액	구매금액(A)	사용	
			사용금액(B)	사용률(B/A)
2009	200	104.6	63.1	60.4%
2010	900	753.3	638.3	84.7%
2011	2,400	2,224.3	1,809.8	81.4%
2012	4,000	4,257.7	3,862.1	90.7%
2013.8.31	2,447.5	1,363.8	1,532.0	112.3%
합계	9,947.5	8,703.7	7,905.3	90.8%

출처 : NSP통신 2013년 9월 13일 기사

주 : 발행금액(2013.8.31) : 종이(2,300억원), 전자(147.5억원)

〈표 2〉 구매주체별 온누리상품권 구매현황

(단위: 억원)

구분		기관별 구매현황										
		공공부문				민간부문					개인	합계
		정부	지자체	공공 기관	계	대기업	중견 기업	중소 기업	금융 기관	계		
2009		13.3	10.2	23.0	46.5	8.2	—	6.3	23.5	38	20.1	104.6
2010		44.7	52.6	147.8	245.1	138.5	—	7.1	48.6	194.2	314.0	753.3
2011		97.3	109.8	235.4	442.5	796.9	5.7	49.2	76.5	928.3	853.5	2224.3
2012		147.7	230.0	331.2	708.9	2062.8	5.5	181.0	141.0	2390.3	1158.5	4257.7
2013.8.31		141.6	234.9	185.7	562.2	369.1	3.2	54.9	69.7	496.9	304.7	1363.8
계	금액	444.6	637.5	923.1	2005.2	3375.5	14.4	298.5	359.3	4047.7	2650.8	8703.7
	비율	5.1%	7.3%	10.6%	23.0%	38.8%	0.2%	3.4%	4.1%	46.5%	30.5%	100%

출처 : NSP통신 2013년 9월 13일 기사

② 문제점

● 이용측면

- 소비자측 : 구매처 및 가맹점 홍보·안내 부족, 점포의 사용기피, 잔액환불 거부 번거로운 구매방식²⁾, (종이상품권)낮은 액면금액, (전자상품권)카드단말기 미비
- 점포측 : 복잡한 가맹점 가입절차³⁾, 상품권의 현금화 불편(일부은행에서만 가능, 환전에 보통 2~3일 소요), 상품권 사용으로 인한 매출노출의 부담감 등

● 유통측면

- 온라인에서 3~7% 할인된 금액으로 거래되고 있어 시장상인들을 위한 실물거래로 이어지지 못하는 폐단 발생. 2010년9월~2012년9월 기준, 전체 상품권 회수액의 약 25%가

2) 지정된 가맹은행에서, 신분증 제시·복사 후 신청서작성, 현금 결제, 수령증 작성

3) 가맹점 가입을 위해 신청서와 사업자등록증을 첨부하여, 해당시장의 변영회장 혹은 담당공무원의 확인이 필요.

불법현금화(소위 “현금깡”) 되었다고 추산됨⁴⁾.

- 상품권의 불법유통이 심각해지자 2012년 9월부터 개인구매 할인제도(3% 할인)를 폐지했으나, 개인구매실적이 저조해지자 2013년 9월부터 다시 부활시킴.(1인당 30만원 한도)⁵⁾
- 실수요와 관계없는 상품권 발행증가는 상품권 할인율을 높여, 결과적으로 전통시장 이미지에 독(毒)으로 작용할 수 있음.

● 판매측면

- 기업의 상품권 구매에 크게 의존하고 있음(판매량의 절반 차지. 표 2 참조)
- 최근 통상임금 범위논란으로 인해 대기업들이 상여금 (일부)지급차원으로 구매했던 동 상품권 구입을 축소하려는 경향을 보여 판매액 감소에 큰 영향을 미침.

〈표 3〉 2013년도 전국 시도 및 충남도내 시군별 온누리상품권 판매현황

(단위: 천원)

전국 시도	발행	충남도내 시군	발행
계	340,967,230	계	11,739,800
서울	88,665,670	천안	1,279,275
부산	13,012,555	공주	311,575
대구	10,974,985	보령	790,465
인천	7,558,630	아산	4,722,450
광주	7,208,855	서산	2,210,600
대전	8,781,735	논산	461,060
울산	19,202,260	계룡	2,690
세종	1,022,535	당진	487,675
경기	72,342,120	금산	215,535
강원	6,362,875	부여	172,130
충북	4,990,525	서천	204,165
충남	11,739,800	청양	61,775
전북	18,017,360	홍성	332,690
전남	10,016,890	예산	148,985
경북	13,012,435	태안	344,730
경남	46,488,830		
제주	1,569,170		

자료 : 충남도청

4) 아시아경제 2013년2월6일 기사.

5) 불법유통에 대한 대책으로, 2013년 4월부터 동일 가맹점에서는 1천만 원 이상 상품권 환전이 불가능함. 더불어 동년 5월 「전통시장 및 상점가 육성 특별법」 개정으로 동년 11월부터 변칙유통점포 및 상인조직에 대해 5백만 원 이하의 과태료를 부과하거나 가맹점 권한을 취소함.

지역사랑상품권의 현황 및 문제점 ◀

① 개요

- 지역사랑상품권은 침체된 지역상권 활성화를 도모하고 지역경제를 살리며 애향심 고취, 지역 자금의 타지역 유출억제, 지역민의 내고장 상품소비 촉진 증진 등을 목적으로 해당지자체 (시, 군)가 발행하고 있는 상품권임.(도내에서는 보령시가 1999년에 최초 발행)
- 온누리상품권 사용이 전통시장에 한정된 것에 비해, 동 상품권은 해당지자체 내의 모든 가맹 점포(외식업소, 편의점, 주유소, 노래방, 자동차극장 등)에서도 사용이 가능함.
- 발행지자체에 따라 유효기간 3~5년, 할인율 6~10% 등으로 상이함. 액면금액의 80% 이상 구매시 잔액 환급요구 가능.
- 전국 230개 지자체 중 50곳에서 발행 중.
 - 충남도내에서는 12개 시·군(서산, 금산, 홍성 제외)에서 발행 중.
- 구입처: 신협, 농협, 새마을금고 등 지역금융기관에서 지정 취급.



출처 : 구글 이미지 (일부 예시)

〈표 4〉 2013년도 충남도내 시군별 지역사랑상품권 판매현황

(단위:천원, 개)

시군	상품권명 (최초발행)	성격	발행주체 (금융기관)	제작업체	가맹 점포수	시장내 점포수	판매금액
12시군		지역 8 시장 4	농협 10 신협 1	조폐공사 9 기 타 2	7,327	2,991	10,151,938
천안	천안사랑상품권 (05.7)	시장	천안시 (농협)	조폐공사	645	645	152,365
공주	공주사랑상품권 (08.3)	지역	공주시 (농협)	조폐공사	431	290	274,055
보령	보령사랑상품권 (99.7)	시장	중앙시장 상인회	—	—	—	30,000
아산	아산사랑상품권 (07.12)	시장	아산시 (농협)	조폐공사	482	482	32,900
논산	논산사랑상품권 (06.9)	시장	논산시 (신협)	(주)제원	510	510	23,710
계룡	계룡사랑상품권 (05.9)	지역	계룡시 (농협)	조폐공사	718	114	1,676,290
당진	당진사랑상품권 (09.6)	지역	당진시 (농협)	조폐공사	196	195	103,080
부여	부여사랑상품권 (12.12)	지역	부여군 (농협)	조폐공사	433	174	516,645
서천	서천사랑상품권 (08.6)	지역	서천군 (농협)	조폐공사	1,120	162	194,080
청양	청양사랑상품권 (10.7)	지역	청양군 (농협)	조폐공사	320	138	623,358
예산	예산사랑상품권 (99.1)	지역	예산군 (농협)	KSP	350	9	533,025
태안	태안사랑상품권 (01.12)	지역	태안군 (농협)	조폐공사	2,122	272	5,992,340

출처 : 충남도청

② 문제점

● 이용측면

- 소비자측 : 홍보 부족, 가맹점포 부족, 판매소 찾기 불편, 상인의 동 상품권 외면, 동 상품권으로 물품 구매시 점포에서 주차권 제공 기피 경향.
- 점포측 : 환전 불편

● 유통측면

- 수수료(1%)를 상인이 부담하는 지자체도 있음(온누리상품권은 정부 부담)

● 판매측면

- 낮은 회수율 (20%미만)
- 2009년부터 발행된 온누리상품권 이용 촉진으로 인한 판매 저조.

③ 각 시군의 활성화 노력

〈도내〉

- 천안시 : 농협에서 온누리상품권과 천안사랑상품권의 통합운영시스템 구축 중
셋째아이 출산장려금 100만원 지급시 30만원을 천안사랑상품권으로 지급
천안내 공기업과 대기업에 판매촉진 유도
- 아산시 : 아산시 주관행사에 상품권 이용, 명절시 기업체에 구입유도 확대
10만원 상당 구매시 소액쿠폰 발행. 분기별 추첨하여 경품 제공
- 부여군 : 상품권 구매시 구매금액의 3%를 포인트 적립, 5000원 이상 적립시 상품권 교환,
경품행사 추진(공무원 대상, 가맹점 대상 구분)

〈기타 지역〉

- 거제시 : 대우조선해양이 지난 3년간 명절선물 등으로 100억원 이상 구입
- 화천군 : 산천어축제에 화천사랑상품권을 접목하여 큰 효과

04

▶ 결론 및 제언

- 본 연구는 전통시장(및 지역상권)에서 이용할 수 있는 ‘온누리상품권’과 ‘지역사랑상품권’의 이용실태 및 문제점을 정리하고, 전통시장(및 지역상권)의 활성화를 위해 상품권들의 이용도를 어떻게 하면 이용도를 높일 수 있을지에 대한 제언을 목적으로 하고 있음.
- 온누리상품권과 지역사랑상품권은 경쟁관계가 아닌 보완관계임.

〈표 5〉 온누리상품권 및 지역사랑상품권 비교

구분	온누리상품권	지역사랑상품권
발행기관	시장경영진흥원	해당 시·군
종류	5천원권, 1만원권(종이권) 5만원권, 10만원권(전자권)	5천원권, 1만원권
취급점	새마을금고, 우체국, 신한, 우리은행, 기업은행, 부산·대구·전북·광주·경남은행	농협중앙회
사용처	전국 전통시장(1,517개) 중 937개 시장 *충남 39개시장(5,634개 점포)	시군에서 지정한 가맹점(전통시장 포함) *6,129개 점포(시장 포함)
장점	제작비 절감(장당100원) -시장경영진흥원 제작 -전국 전통시장 사용가능	가맹점포 다양 (전통시장+일반점포)
단점	가맹점포가 다양하지 못함(전통시장 전용)	제작비용 부담 / 이용이 제한적 (해당시군에서만 사용가능)

- 상품권의 이용도 제고를 위해 다음과 같이 각 측면별, 기간별 조치를 제언할 수 있음.

〈상품권 이용 활성화를 위한 제언〉

- 이용측면
 - ▶ 소비자의 이용제고 촉진
 - 전통시장 기능강화가 선결되어야 함.[계속 조치]
 - (상품구색, 결제 및 환전안내 확대를 통해 소비자의 이용편리성 제고)

- 사용처 확대 [즉시, 단기 조치]
(전통시장 포함한 타 가맹점, 특히 주유소 사용이 가능하도록 확대)
- 상품권 이용에 따른 서비스 불편 해소 [즉시, 단기 조치]
(잔액 환전거부, 주차권 제공기피 등 불만사항으로 지적되어 온 점들 개선)
- 홍보 [계속 조치]
(특히 지역상품권의 경우, 공무원들 사이에서만 유통되는 경우가 많아 주민들의 인지도 제고가 필수)

▶ 판매자의 이용제고 촉진:

- 환전가능 지정은행 확대 [단기 조치]
- 가입절차를 상인회가 대행하여 가맹점포수 증가 유도 및 상인 개개인이 신청하는 번거로움 감소 [단기 조치]
- 노점상 사용방안 모색 [중기 조치]
(노점에서 사용된 상품권은 상인회, 점포주가 환전하도록 제도 및 제도 마련)
- 수수료가 있는 상품권의 경우, 온누리상품권과 동일하게 수수료 감면모색 [중기 조치]

● 유통측면

- 불법환전(“현금깡”)에 대한 지속적인 제도 및 단속 강화 [중장기 조치]
- 종이상품권도 3만원권, 5만원권 등 고액권 발행 (물가를 고려할 때 현재의 5천원권, 1만원권으로는 실질적인 장보기가 불가능) [중장기 조치]
- 온라인상품권을 통한 상품구매, 판매기능 강화 [중기 조치]
- 상품권 구매시 번거로움 제거(문화상품권 정도의 구매편리성) [중기 조치]

● 판매측면

- 상품권의 홍보 및 보급에는 지자체의 강력한 추진의지와 더불어, 지자체·기관단체·기업체·지역민 간의 상호협조가 필수 [단기 조치]
(ex. ‘전통시장 가는 날’, ‘1기관·1시장 자매결연’)
- 공무원 및 유관기관 단체들의 상여금, 수당일부를 동 상품권으로 지급하거나 지역축제와 접목 [단기 조치]
(ex. 동해시 ‘성실납세자’ 포상으로 상품권 제공, 창원시 경차 신규 등록시 상품권 지급)
- 상품권 구매자에게는 할인율 등 특별한 인센티브를 제공하여, 구매의 불편함을 감수하더라도 동 상품권을 구매하도록 유도하는 장치가 필요. 구매의 번거로움을 최소화하여 문화상품권 정도의 구매편리성을 갖추는 것이 선결과제. [중기 조치]
- 다양한 분야의 종사자를 포함한 추진기구 구성을 통해 참여도를 제고하는 것도 고려할 수 있음. [중장기 조치]

- 무엇보다 중요한 것은 다양한 가맹점 확보와 가맹점포의 서비스 질 제고의 선결을 통해 상품권의 재이용률 제고로 연결시키려는 노력임.
- 각 시군별로 소규모·산발적으로 유통중인 지역사랑상품권을 통합하여 도차원의 통합상품권으로 추진하는 것도 고려할 수 있음.(ex.강원도의 지역화폐 추진사례) [중장기 조치]



이 민 정 초빙책임연구원

충남발전연구원 산업경제연구부

041-840-1172, minjoung1006@cdi.re.kr

※ 이 글은 충남발전연구원 '전통시장연구회'의 연구활동 내용을 정리한 것임(이민정 박사를 중심으로)

◆ 참고 자료 ◆

시장경영진흥원 자료 및 관계자(동 진흥원 및 시장상인) 인터뷰 내용
충남도청 제공자료
인터넷 신문기사

충남리포트(2008~)

구분	제 목	집필자	발행일
2008-01	허베이 스피리트(Hebei Spirit)호 기름유출 사고와 지역발전 전략	송두범	2008. 1.21
2008-02	황해경제자유구역 지정과 향후 발전 과제	강영주	2008. 2.22
2008-03	충청남도 공공디자인 추진전략	이충훈·권영현	2008. 3.19
2008-04	국가적 도시재생연구 추진에 따른 충청남도의 대응과제	조봉운·송두범	2008. 5. 2
2008-05	「국제과학비즈니스벨트」의 핵심내용 및 성공적 구축과제	송두범·강영주	2008. 5.27
2008-06	방위산업의 현황과 국방과학클러스터 구축방안	이관률	2008. 6.19
2008-07	외국인 직접투자의 지역경제 파급효과	신동호·강영주	2008. 7.30
2008-08	충남 중소제조업의 성장과 변화 분석	백운성	2008. 8.29
2008-09	충남 균형발전지표 개발 및 시·군별 균형발전 평가	원종문·강영주	2008. 9.30
2008-10	「신성장동력 비전 및 발전전략」발표에 따른 충남의 대응방안	백운성	2008.10.30
2008-11	국가경쟁력 강화를 위한 국토이용 효율화 방안 분석	오용준	2008.11.28
2008-12	생물다양성 국내외 현황 및 확보 방안	정옥식	2008.12.30
2009-01	충남 지역경제살리기를 위한 부품소재 전문 농공단지 활성화 전략	강영주	2009. 1.30
2009-02	충청남도의 금강 살리기 연계 발전전략	한상욱	2009. 2.24
2009-03	충남의 온실가스 배출특성 분석	정종관	2009. 3.11
2009-04	바람직한 금강 하구역 개선을 위한 부분 해수유통 방안	전승수·한상욱	2009. 3.18
2009-05	굴포운하의 역사적 의의와 현대적 활용방안	오석민·한상욱	2009. 4.24
2009-06	안면도국제꽃박람회의 지역파급효과와 발전전략	이인배	2009. 5. 8
2009-07	충청남도의 사회적기업 육성전략	임준홍	2009. 6.29
2009-08	태안군 녹색성장메카 육성을 위한 환경생태관광의 여건과 발전전략	이인배	2009. 7.23
2009-09	이야기길 관광자원화 사례로 본 충청남도의 대응과제와 발전전략	최인호	2009. 8. 6
2009-10	로컬푸드의 실태 및 충남의 실천과제	윤병선·유학열	2009. 9. 7
2009-11	충남 전통시장의 특성과 활성화 전략	임준홍·이상준외	2009. 9.30
2009-12	지역 통계발전을 위한 실천 방안	조한석·백운성	2009.10.30
2009-13	충남 농수산물 수출실태와 활성화 전략	임형빈·유학열	2009.11. 9
2009-14	행정중심복합도시 건설은 반드시 지속 추진되어야 한다!	김용웅	2009.11.18
2009-15	충남지역 자원봉사활동의 실태와 활성화 방안	이재완·이관률	2009.12.11
2009-16	대전·충남의 금융산업과 지역발전	류덕위·김양중	2009.12.31
2010-01	국가 도시재생 정책에 대응한 충남의 도시재생 전략	임준홍·조소희외	2010. 1.29
2010-02	대전충남지역 4년제 대학졸업생의 노동시장분석	김동준·김양중	2010. 2.24
2010-03	충남의 지역경제 개관 -사회계정행렬(SAM)을 통한 분석	임재영	2010. 3.10
2010-04	충청남도 사회적 기업 육성전략 II	이용재·임준홍	2010. 3.18
2010-05	충청남도 공공디자인 추진전략 II	이충훈·권영현	2010. 4. 5
2010-06	아·태지역 인적자원개발과 충남의 정책적 시사점	최병학	2010. 4.30
2010-07	중국 시장에 대한 충남의 수출경쟁력 분석	김양중	2010. 5.10
2010-08	충남 도시농촌 교류정책의 현황 및 과제	송두범	2010. 5.27
2010-09	대전·충남지역 전문대 졸업생의 노동시장분석	김동준·김양중	2010. 6. 3
2010-10	기후변화에 의한 해수면 상승이 충남 연안역에 미치는 영향	장동호·윤정미	2010. 6.21
2010-11	충남 귀농·귀촌 실태 분석과 과제	유학열	2010. 8. 9
2010-12	충남경제의 성장패러다임 전환을 위한 전략과 과제	신동호	2010. 8.16
2010-13	충남 지역경제 10년과 과제(1998년-2007년)	임재영	2010. 8.19
2010-14	기후변화의 영향과 충남의 대응정책	이인희	2010.10. 6
2010-15	사람중심, 행복한 도시 만들기를 위한 정책과제	조명래·임준홍외	2010.10.29
2010-16	충남형 사회적기업 육성을 위한 중간지원기관 설립 및 운영방안	임준홍·김양중외	2010.11.09
2010-17	충청광역경제권의 산업간 연계구조 분석	임형빈	2010.11.16
2010-18	충남의 저탄소 녹색도시정책과 과제	오용준	2010.12.30
2011-01	경관법 개정에 따른 충남도 및 시·군의 대응방안	한상욱	2011.01.13
2011-02	2011년 충남의 GRDP 전망	김양중·이선희	2011.02.10

구분	제 목	집필자	발행일
2011-03	고령화시대를 위한 유니버설 디자인	이충훈	2011.03.31
2011-04	야생동물 서식환경 보호를 위한 우선보전 연결구간 선정	사공정희	2011.04.21
2011-05	상권활성화제도를 통한 전통시장 활성화 전략	임준홍 외3명	2011.05.02
2011-06	수질오염총량관리제! 중앙정부와 지자체간 역할 정립이 필요하다	이상진 · 김영일	2011.06.23
2011-07	민선 5기 충남도정 1년을 말한다	성태규외	2011.06.30
2011-08	충남 항만 이용 현황과 발전방안	임형빈	2011.07.11
2011-09	박쥐 복원의 필요성과 방안	정옥식	2011.07.27
2011-10	충청남도 정보화마을 활성화 방안 연구	성태규	2011.08.22
2011-11	기업과 지역주민 간 상생 · 협력 방안 연구	김양중	2011.10.31
2011-12	충남 유치기업의 지역경제 기여도 분석과 기업유치정책의 개선방안	홍성효	2011.11.30
2011-13	저탄소 녹색마을 조성정책과 대응방안	이인희	2011.12.29
2012-01	사회적 기업 육성을 위한 지방정부의 역할	김중수	2012.01.31
2012-02	국내외 농공상 융합기업 지원정책 동향과 시사점	신동호	2012.02.13
2012-03	2012년 충남의 수출입 전망	김양중	2012.02.28
2012-04	2012년 충남 GRDP 전망	김양중	2012.02.28
2012-05	충남 가구 주택 특성과 정책방향	임형빈	2012.03.12
2012-06	충남 사회적경제 정책과 협동조합	송두범 · 김중수	2012.04.02
2012-07	충청남도 물복지 향상을 위한 정책방향 및 과제	김영일	2012.05.31
2012-08	충청남도 전원주거단지 정주실태 분석	조영재	2012.06.21
2012-09	국제과학비즈니스벨트와 연계한 충남의 특화산업 분석과 선정	전영노 · 백운성외	2012.08.10
2012-10	충남형 학교급식지원센터의 모델	허남혁 · 정준	2012.08.16
2012-11	풍수해저감종합계획과 도시계획	윤정미	2012.09.20
2012-12	농업과 생태계의 지속적인 공생을 위하여	정옥식	2012.10.31
2012-13	걷고 싶은 거리조성을 통한 도심녹지체계 확보	사공정희	2012.11.28
2012-14	한 · 중 FTA가 충남경제에 미치는 영향분석	김양중	2012.12.12
2013-01	충남 중소기업의 연구개발활동 특성분석과 정책수요 도출	홍성효 외	2013.02.21
2013-02	2013년 충남 수출 및 GRDP 전망	김양중	2013.03.07
2013-03	충청남도 사회적기업 및 마을기업 실태조사와 해결과제	송두범 외	2013.04.19
2013-04	에코유지업을 통한 충남 자연환경의 보전 방안	여형범	2013.04.29
2013-05	충남지역 귀농 · 귀촌 실태 비교 연구	유학열	2013.05.10
2013-06	우리나라 직접지불제 실태 분석을 통한 시사점	강마야 · 여민수	2013.07.10
2013-07	주요 선진국의 농업 직불제 사례	허남혁 외2명	2013.07.18
2013-08	대형마트 의무휴업, 그 후 1년; 일본 상점가정책의 시사점	이민정	2013.08.09
2013-09	충남지역 비영리 민간단체 협력네트워크 구조분석	이관률	2013.08.23
2013-10	충남의 2040 미래전망 및 시사점 -지역경제분야-	김양중	2013.09.02
2013-11	도 및 시 · 군 풍수해종합계획과 도시계획부문에서의 역할	윤정미	2013.09.16
2013-12	수산분야 충남도민 참여예산제 고찰	김종화	2013.10.24
2013-13	송전선로의 사회경제적 피해와 충남의 대응방안	이인희	2013.11.15
2013-14	유류사고 이후, 태안 수산물에 대한 소비자 인식과 수산업 발전방안	김종화	2013.11.18
2013-15	국제과학비즈니스벨트 기본계획 변경에 따른 대응방안	백운성	2013.11.19
2013-16	충남 스포츠마케팅 추진방안과 과제	김경태	2013.11.20
2013-17	수도권 규제완화와 대응방안 모색	이관률	2013.11.21
2013-18	충청남도 소비의 선순환이 필요하다	김양중	2013.12.19
2014-01	동아시아 철새 보전, 서천갯벌에 달렸다	정옥식	2014.01.01
2014-02	통합브랜드 구축으로 도시의 경쟁력을 높인다	이충훈	2014.01.09
2014-03	충남의 협동조합, 정체성을 높이고 지역사회발전에 기여할 수 있어야	송두범	2014.01.21
2014-04	이제! 유역주민이 참여하는 물자치 시대이다	이상진	2014.01.27

■ 충남발전연구원 홈페이지(www.cdi.re.kr)에서 쉽게 볼 수 있으며, 인용시 출처를 정확히 밝혀주세요!

■ 본 연구보고서는 충남발전연구원의 자체보고서로 발간된 것이며, 충남도의 공식입장과 다를 수 있습니다