

충남리포트 제94호

# ChungNam Report

2014. 01. 09.



## CONTENTS

### 〈요약〉

1. 연구의 필요성 및 목적
2. 브랜드 활용 현황 및  
통합브랜드 마케팅 방안
3. 통합브랜드 적용방안
4. 결론

## 통합브랜드 구축으로 도시의 경쟁력을 높인다

이충훈

충남발전연구원 문화관광·디자인연구부 선임연구위원, [chlee@cdi.re.kr](mailto:chlee@cdi.re.kr)

본 연구의 목적은 통합브랜드 마케팅방안과 도시공간의 적용방안 제시를 통해서 통합브랜드 추진시 지자체에 활용 가능한 사례가 되도록 하는데 있음

### 요약

- 세계화와 지역화의 결합을 의미하는 글로컬리즘(glocalism)시대를 맞이하여 각 도시들은 도시의 차별화된 분야를 발굴하고, 브랜드를 통한 도시의 국 내·외 경쟁력 및 자산 가치를 높여 나가고 있음
- 도시마케팅 전략으로 도시 브랜드 발굴 및 가치 상승에 주력함으로써 도시의 브랜드 가치를 높여 지역을 활성화하려는 다양한 활동들을 전개
- 충남의 시·군은 지향하는 도시이미지와 도시를 구성하는 동일한 요소간의 디자인적 통일성과 도시의 차별화된 이미지를 위해 CI 및 도시브랜드의 통합 또는 기존의 CI를 포괄하는 통합브랜드 구축 필요
- CI 및 기존의 도시브랜드는 향후 통합브랜드 체계로 새롭게 개선 하여 통합성과 효율성을 높여나가야 함
- 통합도시브랜드의 지향이미지 요소를 조형적으로 형상화하고, 상징적 건축물 및 공공공간을 연출하며, 통합브랜드 아이덴티티를 적용할 수 있도록 추진
- 본 연구에서 제시된 사례연구대상 지자체(서천군, 논산시)의 통합 브랜드 구축 및 개선 방안은 다른 시·군에서 통합브랜드 추진시 활용



## ◎ 필요성

- 현재 충남 시·군은 지향하는 도시이미지와 도시를 구성하는 요소들 간의 일치성이 낮고, 도시정체성을 형성하는 요소의 상호 연계성이 없음
- 동일한 요소간의 디자인적 통일성 부족과 도시의 차별화된 이미지 부재
- 기존의 CI 및 도시브랜드가 각각 이원화 되고, 지향점의 차이가 나타나 CI 및 도시브랜드를 통합한 통합브랜드 개발이 요구되고 있음

## ◎ 목적

- 지역정체성 확립과 마케팅차원에서 도시경쟁력 향상을 위한 통합브랜드 구축 및 활용 방안 도출
- 통합브랜드 적용체계를 바탕으로 도시의 상징공간에 대한 통합브랜드 이미지 적용방안 제시

## ◎ 용어 정리

- CI(City Identity) : 도시 정체성은 한 도시가 다른 도시와 차별성이 있는 심벌마크·로고 타입 등의 시각적 이미지 전달체계 유형과 환경 이미지·지역이벤트 등의 공간적 전달체계 유형으로 구성됨
- 도시브랜드(City Brand) : 도시브랜드는 특정 도시가 그 지역만이 가지고 있는 자연환경, 역사적인 특징, 문화적인 매력, 행정서비스 등 다른 도시와 확연히 구별하기 위해 사용하는 도시의 명칭, 상징물, 디자인을 의미함
- 도시브랜드마케팅(City Brand Marketing) : 도시브랜드마케팅은 도시브랜드를 활용하여 경제·사회·문화적 활동이 집중되는 도시공간을 상품화하고 판매하는 활동을 뜻함

## ◎ 충남의 CI 및 도시브랜드 현황

- 충청남도 15개 시·군 중 현재 도시브랜드를 제정하지 않은 지자체는 태안군, 청양군, 논산시, 부여군, 금산군 등 5개 지역이며, CI는 전 시군이 모두 사용하고 있음
- CI(City Identity: 도시정체성 통합)와 도시브랜드 간 연계성이 없어 통합화된 브랜드가 필요
- 상위브랜드인 시·군 도시브랜드와 하위브랜드인 농특산물 브랜드와 연계성이 낮음
- 시·군별로 도시브랜드마케팅 활용계획이 수립되지 않아 체계적이고 실효성있는 도시 브랜드 적용 및 활용이 되고 있지 않음

## ◎ 해외도시 사례

[레옹] ONLYLYON 

## (1) 브랜드 마케팅 커뮤니케이션

- 리옹(Lyon: 도시명)을 리옹(Lion: 사자)으로 혼동해서 발음하거나 표기하는 방법으로 언어적 유사성에 착안하여 이를 적극적으로 활용
- 리옹(Lyon)도시명은 사자(Lion)의 음소를 라틴어식으로 환유한 것으로 도시명 리옹과 동물명 리옹이 언어음성학적으로 동음으로서 이 도시의 상징으로 사자 이미지를 디자인하는데 영향을 줌
- 리옹은 아름답고 섬세한 도시, 그 도시를 찾는 기업인들에게 기회가 부여된다는 메시지를 전달하는 전략을 추구

## (2) 브랜드 아키텍처 (브랜드 마케팅의 체계성)

- 캠페인 전략으로 도시브랜드 슬로건 “ONLY LYON” 확정
- 리옹시는 ONLY LYON이라는 슬로건 하에 12개 협력기관을 상호 조율하는 독특한 지역 행정을 통해 효과적이고, 독창적인 마케팅 전략을 구사

## (3) 하드브랜딩 강화 (상징경관, 공간구축)

- 공공시설물 디자인
- 최근 도시 자전거 정책을 추진하면서 자전거에 ONLY LYON 문자와 공통색채를 사용하여 도시이미지를 각인시키며, 자전거 대여 웹사이트와 자전거 핸들디자인에서 ONLY LYON의 색채코드가 적용됨
- 모든 유적들과 교통시스템, 간판 등을 총체적으로 관리하는 시스템 구축



〈그림 1〉 리옹시 도시브랜드 조형물(좌) 및 브랜드 캠페인(우)



## (1) 브랜드 마케팅 커뮤니케이션

- 코펜하겐의 브랜드 슬로건은 ‘당신에게 열려있는 코펜하겐(cOPENhagen-Open for you)’으로 비즈니스 환경 및 녹지비율이 높은 도시로서 문화예술중심의 미술관 및 박물관이 많은 전통있는 도시로 알려짐
- 무한한 기회의 장소, 새로운 아이디어와 에너지, 생각들로 항상 열려 있는 활동적인 모습에서 나타나는 도시의 이미지를 ‘OPEN’이라는 단어로 함축

## (2) 브랜드 아키텍처 (브랜드 마케팅의 체계성)

- 코펜하겐의 도시브랜드는 광범위한 브랜드 확장을 시도하기 위해서 브랜드에 자유롭게 패턴과 요소를 적용시킴
- 아이덴티티는 유지하면서 OPEN이라는 적절한 단어의 선택으로 인해 폭넓은 선택의 키워드를 사용할 수 있도록 함

## (3) 하드브랜딩 강화 (상징경관, 공간구축)

- 자전거 나라답게 공공 자전거 뿐만 아니라 버스, 여러 시정 프로젝트에 도시브랜드를 다양하게 적용
- 도시브랜드 네임인 'cOPENhagen - OPEN for you'에서 그대로 전해지는 '우리의 시정은 열려있다'라는 메시지와 조화되도록 도시중심가에 공공공간 조성



〈그림 2〉 코펜하겐 도시브랜드의 커뮤니케이션 및 공간 적용사례

## ◎ 사례연구1 - 서천군

### [통합브랜드 구축 필요성]

- CI, 도시브랜드, 농수산물 브랜드, 특산품 브랜드캐릭터 등 다양하게 혼재되어 브랜드 인지도 및 홍보 측면에서 효과가 낮아 브랜드의 효율적인 관리 및 마케팅방안 필요
- 상위브랜드(도시브랜드 : Amenity)와 하위브랜드(농산물브랜드 : 서래야, 미작, 미고)와 연계성이 없음
- 도시상징공간에 도시브랜드 이미지가 적용되어 있지 않으며, 공공시설물과 공간내사인 및 옥외광고물간 디자인통합성이 낮음
- 기존 도시브랜드를 통합브랜드로의 개선 필요성에 대하여 설문결과 응답자 80.8%가 찬성

## ◎ 사례연구2 - 논산시

### [통합브랜드 구축 필요성]

- 행정능률의 효율성을 목적으로 하는 CI(City Identity : 도시정체성 통합)와 “에스민” 농산물 공동브랜드만으로는 논산시의 도시마케팅 전략을 추진하는데 한계성이 있음
- 논산시 탄생 100년 터전에서 미래 1000년을 꿈꾸는 미래지향적인 논산시의 비전 홍보 및 도시 마케팅을 위한 통합브랜드 구축 필요
- 글로벌 마케팅이 가능하도록 논산시의 자연환경 및 사회문화적 환경과 이미지 분석 결과를 바탕으로 새로운 통합도시브랜드 슬로건 개발이 요구되고 있음
- 새로운 통합브랜드의 필요성에 대하여 설문결과 응답자 82%가 찬성

## ◎ 통합브랜드 마케팅 방향

- 충남의 시·군은 독특한 가치와 미래비전을 결합한 포지셔닝을 도출하고 핵심 가치를 재수립하여 브랜드 마케팅 커뮤니케이션 추진
- 도시브랜드 마케팅은 기본방향, 목표를 수립하고 체계적으로 추진되어야 하며 공공디자인과 연계성을 갖고 도시브랜드의 방향 설정과 적용이 이뤄지도록 함

## ◎ 서천군

### [브랜드마케팅 커뮤니케이션]

- 공공공간, 공공시설물, 안내표지판, 간판, 축제행사 등에 통합브랜드 적용
- 체험형 관광거점으로 조성, 역사문화수자원을 연계한 문화인프라 확충, 친환경 도시기반 조성, 무질서한 도시 확산방지, 안전한 도시 조성

### [브랜드 아키텍처(브랜드 체계성)]

- ‘어메니티’ 브랜드 슬로건을 사용한다면 나머지 하위브랜드 요소와 이미지의 연관성을 갖도록 함
- 새로운 농산물 브랜드를 개발하는 대신 인지도를 고려하여 기존의 농산물브랜드인 ‘서래야’의 브랜드디자인을 개선하여 농수산물을 대표하는 통합공동브랜드 개발
- 영문 브랜드슬로건(Amenity)을 한글(어메니티)으로 교체하고, “세계최고의 생태도시” 서브슬로건을 사용하는 기존 브랜드를 리뉴얼디자인 형태로 추진



〈그림 3〉 도시브랜드 개선안



〈그림 4〉 서천군에서 추진중인 농산물 공동브랜드 개선안

### [하드브랜딩 강화(상징경관, 공간구축)]

- 서천의 사회간접자본 구축시 건물 색채와 입간판, 버스승강장 및 안내사인, 가로등, 벤치 등의 시설물에 자연친화형 도시를 개발·육성하는 어메니티 서천 브랜드 아이덴티티 접목
- 서천의 아름다운 해안가를 중심으로 쾌적하고 아름다운 정서를 전달할 ‘미감쾌청의 길’ 조성



- 지역커뮤니티 비즈니스 기능을 만들어 자발적 시민참여방식으로 진행되도록 하여 정체된 서천의 도시브랜드 이미지 개선

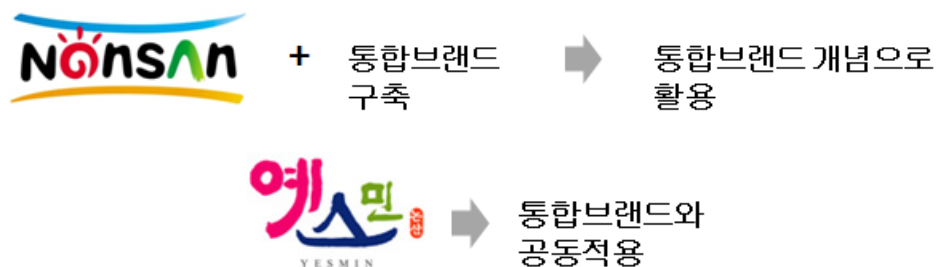
## ◎ 논산시

### [브랜드 마케팅 커뮤니케이션]

- 도시브랜드 마케팅은 기본방향, 목표를 수립하고, 마케팅 전략의 틀속에서 공공디자인과 연계성을 갖고 도시브랜드의 방향 설정과 적용이 이뤄져야 함
- 통합마케팅을 위해서는 도시브랜드슬로건, 로고, 캐치프레이즈 등 언어적 이미지와 홈페이지 및 디지털 이미지를 적절하게 활용

### [브랜드 아키텍처(브랜드 체계성)]

- 현재 개발중인 통합브랜드는 향후 논산시 CI를 포괄하는 통합이미지 개념으로 활용
- 통합브랜드는 하위 브랜드인 예스민 농산물공동브랜드와 연계성을 위하여 공동으로 지역 농특산물에 적용



〈그림 5〉 도시브랜드 개선(위) 및 농산물브랜드(아래) 적용방안

### [하드브랜딩 강화(상징경관, 공간구축)]

- 논산시의 기존 시설이나 거리풍경을 전통문화나 산업 등의 발자취가 느껴지도록 보존, 활용, 재생하여 독자적인 가로경관이나 도시브랜드 인프라를 정비
- 논산시의 도시브랜드 실천방안과 연계되도록 하기 위해서는 공공디자인 측면에서 개선된 도시 공간에 브랜드이미지를 적용

## ◎ 유형별 적용기준

- 도시브랜드 적용요소는 지향이미지를 디자인 가이드라인의 형태 및 색채, 재료, 시공, 배치와 연계
- 도시브랜드 적용요소는 디자인 기능요소인 단순한 디자인, 친환경 기술, 다양성을 지닌 기능과 연계

## ◎ 건축물 및 공공공간

- 브랜드 요소를 건축물 및 공간에 적용하여 형태, 색채, 재질, 시공, 배치 등 차별화
- 색채 및 소재, 패턴을 적용해 공간의 인지성 부여
- 정체성 형성개념으로서 해당 지역의 건축물에 대한 스카이라인, 배치·형태, 색채, 재료 등을 조망의 관점에서 통합적으로 인식하여 계획
- 한정된 공간(점)중심의 평면적인 접근을 지양하고, 거리(선), 지구(면) 단위의 도시이미지를 고려하여 입체적인 계획을 수립



바이에른주 문장



문장이 적용된  
BMW로고



문장이 적용된 아레나  
경기장 구조물 형태

〈그림 6〉 바이에른 주 문장이 적용된 사례

## ◎ 공공시설물

- 브랜드 정체성과 도시미래상에 적합한 키워드 도출 및 기본방향성 검토
- 공공시설물 개선에 필요한 디자인의 방향성 검토
- 시설물 디자인 기본요소를 반영한 디자인 가이드라인 도출
- 브랜드 요소를 시설물에 적용하여 형태, 색채, 재질, 시공, 배치 등 차별화

### 지향이미지 - 시설물에 적용

- 브랜드 디자인요소 적용으로 공공시설물의 정체성 부여
- 브랜드 요소를 공공 시설물의 일부 아이টে에 적용하여 지역 특화 요소로 활용



〈그림 7〉 민스크 도시브랜드의 적용 사례

## ◎ 공공정보매체

- 도시브랜드 아이덴티티를 구축할 수 있는 공공정보매체의 개선을 추구
- 도시브랜드 요소를 활용한 형태, 색채, 재질, 시공, 배치 등을 차별화

### 지향이미지 - 정보매체에 브랜드 요소 적용

- 시·군별 통합브랜드를 적용해 공공정보매체의 차별화 형성

- 공공정보매체는 공간의 기능 및 용도를 넘어 도시브랜드 이미지가 부각될 수 있는 통합적인 기준을 수립하여 관리



〈그림 8〉 암스텔담 도시상징요소(성 앤드류 십자가) 적용사례 및 도시브랜드

## ◎ 시·군 통합브랜드 적용방안

### 공공공간, 건축물

- 개별 건축물의 파사드에 대한 디자인 가이드라인을 적용하여 도시경관의 정체성을 형성 하도록 함

### 공공시설물

- 하드브랜딩 강화를 위해 공공디자인 가이드라인이 수립하고 이를 기반으로 시설물의 통합 및 일관성을 유지하도록 함
- 가로시설물의 상태가 낙후되어 지역 이미지강화 및 지역 정체성 강화를 위한 형태로 개선
- 시설물형태는 충남의 통합적 디자인을 적용하고, 부분별 지역특성 도입 필요

### 공공정보매체

- 쾌적한 친환경지역으로서 사인형태에서 나타나는 통합브랜드적 요소 표현
- 정보사인매체의 형태 및 색채, 서체가 주변과 조화를 이루는 방향으로 추진
- 충남의 통합적 디자인 형태 적용, 부분별 지역적 특성 부각

- 충남의 시·군은 지향하는 도시이미지와 도시를 구성하는 동일한 요소간의 디자인적 통일성과 도시의 차별화된 이미지를 위해 CI 및 도시브랜드의 통합 또는 기존의 CI를 포괄하는 통합브랜드 구축 필요
- 충청남도 차원의 통합적인 디자인구축을 위해서는 통합 가이드라인만을 제시하고, 각 시·군의 해당 지역에 대한 경관 컨셉파악을 통한 정체성디자인 추구
- 통합브랜드의 지향이미지 요소를 조형적으로 형상화하고, 상징적 건축물 및 공공공간을 연출하며, 통합브랜드 아이덴티티를 적용할 수 있도록 추진
- 글로벌화시대에 충남의 이미지를 통합적으로 관리하고, 이미지를 제고하면서, 일관성있는 지역정체성 구축 필요
- CI의 개념과 시각적 이미지가 도시브랜드의 영역을 담당할 수 없으며, 역할이 달라서 변화된 충청남도의 비전을 표현하는데 한계성이 나타날 수 있음
- 따라서, 장기적으로 지역의 경쟁력 강화를 위한 방안으로 향후 충청남도 및 시·군의 통합 브랜드 구축 및 도시브랜드 마케팅전략의 수립이 요구됨 **CDI**

이 충 훈 선임연구위원

충남발전연구원 문화관광디자인연구부

041-840-1252, chlee@cdi.re.kr

## ◆ 참고 자료 ◆

- 논산시, 논산시 지역브랜드 컨설팅지원사업, 2008
- 배은영, 도시브랜드와 공공디자인, 그리고 도시 마케팅, ON CITY, 2008. 9.
- 알리안츠 아레나, 위키백과
- 이돈일, 도시브랜드 이미지 강화를 위한 공공시설물 통합디자인 가이드라인 개발에 관한 연구, 2011
- 이소영, 명품 도시를 위한 도시브랜드 마케팅 전략, 한국지방행정연구원, 2010
- 이윤희, 도시의 브랜드화를 위한 도시재생과 창조적 공공공간 디자인 사례연구, 2011.
- 차승희 외), 지역 이미지 상징을 위한 브랜드 아이덴티티 구성요소의 연관성연구, 2011
- 황선영, 도시환경이미지 개선을 위한 공공디자인의 역할, 2007
- [www.onlylyon.org](http://www.onlylyon.org)
- [www.open.copenhagen.com](http://www.open.copenhagen.com)
- <http://blog.naver.com.sixpack> motion
- <http://blog.naver.com.dailybrand>

## 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 중소기업의 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 국도이용 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·조수희외	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

구분	제 목	집필자	발행일
2011-01	경관법 개정에 따른 충남도 및 시·군의 대응방안	한상욱	2011.01.13
2011-02	2011년 충남의 GRDP 전망	김양중 · 이선호	2011.02.10
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	홍성호	2011.11.30
2011-13	저탄소 녹색마을 조성정책과 대응방안	이인희	2011.12.29
2012-01	사회적 기업 육성을 위한 지방정부의 역할	김종수	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	홍성호 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	एको유지엄을 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

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

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