

## 충남 스포츠마케팅 추진방안과 과제

김경태 (충남발전연구원 문화디자인연구부 책임연구원, kimkt@cdi.re.kr)

### 요약

본 연구의 목적은 스포츠마케팅에 대한 개념을 정립하고 스포츠마케팅의 효과와 요건 분석을 통해 충남에 적용 가능한 방안을 제시하는 데 있음.

- 스포츠마케팅을 활용한 고부가가치 창출은 지역발전 가능성의 제고와 지역브랜드 향상에 도움을 줌.
- 스포츠마케팅에는 스포츠 자체 마케팅과 스포츠를 활용한 마케팅이 있음.
  - 스포츠 자체 마케팅(Marketing of Sport)은 스포츠 자체를 사업화하는 것으로 스포츠 제품이나 서비스에 대한 마케팅을 의미함.
  - 스포츠를 활용한 마케팅(Marketing with Sport)은 스포츠를 촉진 수단으로 이용하는 마케팅을 의미함.
- 지역스포츠마케팅은 지역 거점 스포츠를 매개체로 하는 활동으로 중요사항은 다음과 같음.
  - 첫째, 지역에 부합하는 스포츠 또는 스포츠이벤트(대회)를 매개로 한 마케팅을 실행함.
  - 둘째, 지역민의 욕구를 충족시키고 극대화하기 위한 활동임.

- 셋째, 지역스포츠마케팅을 통하여 기초자치단체 및 지역사회 스포츠단체는 자생능력을 확보하여 지역 정체성 확립과 지역발전에 기여할 수 있음
- 넷째, 지역사회의 이익을 추구하고 공공영역의 활성화와 참여의 장을 제공함

● 스포츠대회의 지역발전효과는

- 첫째, 스포츠대회를 성공적으로 개최함으로써 얻는 경제적 효과
- 둘째, 커다란 규모의 이벤트를 치르면 치를수록 관광객이 증가하고 지역홍보 효과를 가져옴
- 셋째, 지역이미지를 상승시키고 연관 상품의 매출에 도움이 됨.
- 넷째, 사회 인프라를 구축하여 얻어지는 효과를 통해 지역민의 삶의 질을 향상 시킴.

● 전국규모 경기대회 개최에 따른 기대효과는 지역 관련 산업과 관광산업 등 지역경제 전반에 긍정적 영향을 미치며, 우수선수의 발굴육성과 성숙한 시민사회로 성장, 지역브랜드 홍보 및 스포츠관광 인프라 구축과 경기력 향상, 대회운영 노하우 축적에 기여, 비수기 지역 경제에 시너지 효과를 가져오는 것임

● 충남 스포츠대회 개최의 문제점은 명품 스포츠대회 유치를 위한 기본 인프라 미흡, 전략 종목의 부재, 세계적 스포츠대회 유치 경험 전무, 창의적 스포츠대회 프로그램 부재임.

● 이에 대한 방안으로 스포츠마케팅에 대한 전문적 지식의 확립, 스포츠시설의 질적인 향상 제고, 스포츠대회 개최시기 불균형 해소, 참여형 스포츠대회 유도, 스폰서십을 활용한 공격적 마케팅, 데이터 베이스 구축을 통한 스포츠마케팅의 과학화, 스포츠 대회와 관광상품 연계, 지역주민 자발적 참여 유도 등을 제시함.

- 각 지방자치단체는 지역경제 활성화 방안으로서 스포츠대회 유치시책을 추진하고자 함.
  - 지역경제 활성화를 위하여 각 지방자치단체는 각종 스포츠대회를 개최함으로써 소위 “스포츠마케팅”을 활용한 지역경제 활성화를 추진하고 있음.
- 스포츠대회 개최를 통해서 유·무형의 지역발전효과를 가져올 수 있음.
  - 스포츠대회는 관광객 유입, 소비촉진, 산업형성과 같은 경제적인 접근뿐만 아니라, 지역 홍보 및 이미지, 지역주민의 의식 등 무형적인 요인에 영향을 줌.
- 스포츠대회의 효과가 지역사회 발전에 긍정적으로 평가되고 지역발전에 역할을 수행하기 위해서는 스포츠마케팅의 점진적인 접근이 필요.
  - 현재 대부분의 지자체에서 개최되는 스포츠대회는 실질적 의미에서 스포츠마케팅과 스포츠산업을 연계하는데 어려움을 겪고 있는 것이 현실임.
- 스포츠마케팅에 관한 전반적인 논의와 함께 지역화를 위한 스포츠대회 유치를 새로이 조명할 필요성이 있음.
  - 시설, 접근성, 지역환경, 종목의 적합성 등을 고려한 지역스포츠 브랜드 가치 창출 및 스포츠 확장을 통한 연계상품의 개발 등 포지셔닝에 상당한 어려움이 노출되고 있음.
  - 지역현실 및 지역주민을 고려하지 않는 무분별한 대회 유치, 유치비 지원 및 참가비 지원 등의 운영예산에 따른 자금 확보 방안 등으로 인해 증가되는 스포츠대회의 개최운영비, 실적위주의 지역간 경쟁은 지역경제 활성화라는 취지 아래 가려지고 있고 대회유치를 위한 투명성을 해치고 있음.
- 본 연구에서는 지방자치단체의 스포츠마케팅 현황을 파악하고 지역스포츠마케팅 운영여건을 고려하여 활성화 방안을 모색하고자 함.

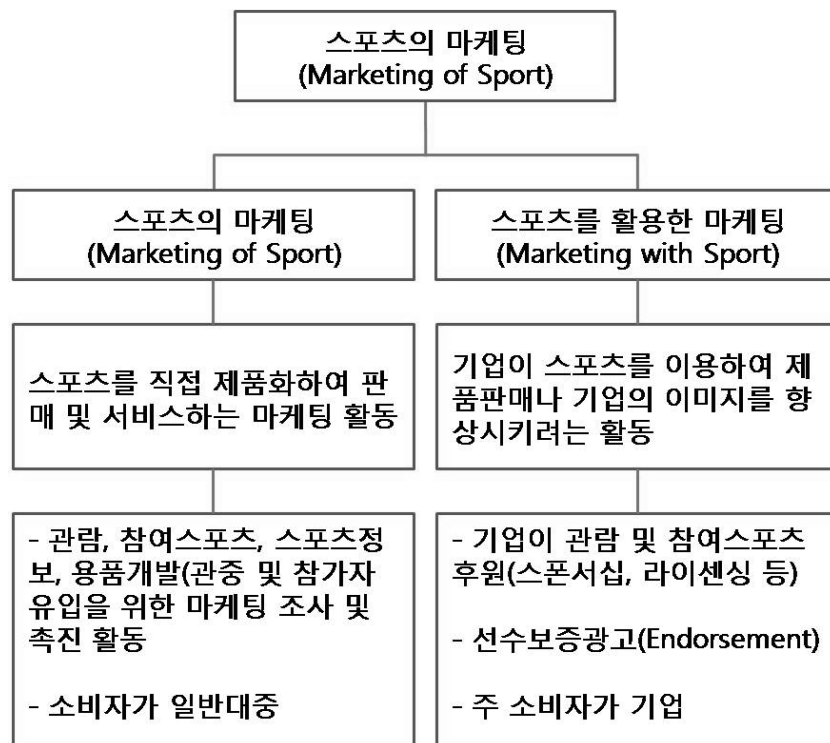
## 1) **스포츠마케팅이란?**

- 스포츠마케팅이라는 용어는 1978년 애드버타이징 에이지(Advertising Age)라는 잡지를 통해서 일반 소비자들의 활동과 축진의 수단으로서 스포츠를 지속적으로 활용하는 마케터들을 설명하기 위해서 사용됨.
- 스포츠마케팅은 스포츠를 매개로 하여 경제적인 부가가치를 창출하는 일련의 활동.
  - 스포츠 경기 자체를 상품으로 간주하고 스포츠 경기를 사업화 하는 것에 초점을 두는 스포츠 자체의 마케팅(Marketing of Sport)과 스포츠 경기를 하나의 미디어 톨로 인식하여 기업이 스포츠 경기나 대회의 후원 등을 통해 기업의 이미지 제고 및 제품의 광고나 판촉활동 등을 어떻게 할 것인가에 중점을 두는 스포츠를 통한 마케팅(Marketing with Sport)으로 나뉨.
- 스포츠의 마케팅(Marketing of Sport) 혹은 스포츠 자체의 마케팅은 스포츠 자체를 사업화하는 것으로 스포츠 제품이나 서비스에 대한 마케팅을 의미.
  - 스포츠에 대한 회원모집, 스포츠 팀에 대한 팬 확보, 스포츠시설, 용품, 의류, 프로그램의 판매 등이 해당됨.
  - 소비자는 일반 대중이 되며 상품화된 스포츠를 어떻게 소비자에게 판매할 것인가가 스포츠마케팅 활동의 목적이 됨.
  - 마케팅 활동은 첫째, 관람 스포츠나 참여 스포츠의 경우 많은 관중이나 회원을 확보하는 것을 목표로 하며, 둘째, 스포츠 제조 부문의 스포츠 용품이나 시설 및 프로그램 등을 판매하기 위한 마케팅 활동을 말하며, 셋째, 각종 스포츠 협회 또는 프로스포츠 단체에서 주관이 되어 집행되는 스포츠 마케팅 활동 등을 말함.

● 스포츠를 활용한 마케팅(Marketing with Sport)은 스포츠를 촉진 수단으로 이용하는 마케팅.

- 방송중계권, 기업의 스폰서십, 수익사업, 유명선수의 광고모델 기용 등이 스포츠를 활용한 마케팅의 범주에 속함.
- 스포츠의 후원은 상업적 목적을 달성하기 위한 것으로 스포츠 활동에 재정적 혹은 이에 상응하는 지원을 제공하는 것
- 소비자는 스포츠를 상품 판매에 활용하려는 기업이고 스포츠를 활용한 마케팅은 스포츠 상품뿐만 아니라 다른 일반 상품을 스포츠와 연계하여 판매하는 마케팅으로 스포츠를 하나의 판촉 수단으로 이용하는 것을 말함.

〈표 1〉 스포츠 마케팅의 두 가지 형태



자료 : 임운학(2005), 글로벌 스포츠마케팅

## 2) 지역스포츠마케팅이란?

- 지역스포츠마케팅은 펌피(PIMFY : Please In My Front Yard)현상의 일환으로서 지역을 거점으로 스포츠를 매개체로 하는 활동.
  - 스포츠를 매개로 한 지역 중심의 세계화를 실천하는 행정구역으로 평가될 수 있으며, 지역의 정체성을 추구하고 지방의 경쟁력을 강화하여 지역주민의 복지증진을 도모하고 궁극적으로는 국가경쟁력을 제고하는데 기여.
- 지역스포츠마케팅에 관한 중요사항은
  - 첫째, 지역스포츠마케팅은 지역에 부합하는 스포츠 또는 스포츠대회를 매개로 한 마케팅을 실행함 : 지역의 환경과 조건을 고려한 현실성 있는 마케팅으로 스포츠시설의 확보 및 지역공공기관의 스포츠정책 등이 뒷받침되어야 함.
  - 둘째, 지역스포츠마케팅은 인간의 욕구를 충족시키고 극대화하기 위한 활동임 : 주민들의 의견을 반영하여 스포츠를 활용한 지역주민들의 공동체의식, 지역 소속감, 연대감 고취 등의 인간 욕구를 실현하는데 기여할 수 있음.
  - 셋째, 지역스포츠마케팅을 통하여 기초자치단체 및 지역사회 스포츠단체는 자생능력 가능성을 확보하여 지역 정체성 확립과 지역발전에 기여할 수 있음 : 통합적인 스포츠마케팅 전략 또는 마케팅 도구를 이용하여 독립적인 수익구조를 창출하고 기반시설의 확충에 영향을 줌.
- 스포츠대회의 지역발전효과는 지역화를 추구하는 지방자치단체에서 강력한 커뮤니케이션 도구로 활용될 수 있음
- 지역발전을 위해 스포츠마케팅 활동은 다양하게 이루어질 수 있으며, 스포츠 자체의 역량과 정부 및 기초자치단체의 각종 스포츠 지원정책 등은 스포츠마케팅을 올바르게 이해함으로써 극대화될 수 있음.

### 1) 국내 스포츠마케팅 성공사례

#### (1) 경남 남해군

##### ● 개요

- 남해는 2000년 5면의 잔디구장과 2면의 인조구장을 갖춘 남해스포츠파크 건립을 통해 각종 대회유치 및 전지훈련 캠프의 메카로 자리매김.

##### ● 대회 장소 및 전지훈련지로 인기

- 스포츠사업의 단초를 제공한 남해스포츠파크는 2000년부터 2004년까지 5년간의 공사를 거쳐 경남 남해군 서면 서상리 일원에 10만 평 규모로 천연잔디 축구장 시설을 포함해 인근에 야구장 3면과 투수연습장, 실내연습장, 체력단련실 등이 갖춰진 대한야구캠프가 조성돼 있음.

##### ● 다목적마을회관 개조로 빈약한 숙박시설 극복

- 남해엔 남해스포츠파크호텔(95실)을 비롯해 남해힐튼리조트(170실), 남송마리나피싱리조트, 남인대리조트, 남해마린원더스호텔, 남해파라다이스콘도 등 숙박시설이 있지만, 그동안 스포츠 전진기지로서 빈약한 숙박시설이 약점으로 지적되었지만, 마을회관으로 활로를 뚫고 있음.

##### ● 스포츠마케팅 추진단 운영

- 스포츠마케팅 추진단은 군청과 체육회, 생활체육협의회 관계자 등 7명으로 구성됐다. 매년 3~4개 이상의 전국단위 대회 유치와 프로축구팀을 비롯한 다수의 국내외 전지훈련팀을 유치한다는 목표임.

## (2) 강원 양구군

### ● 개요

- 2007년 테니스, 펜싱, 유도, 태권도, 레슬링, 빙상 등 34개 대회를 유치해 본격적인 스포츠 마케팅에 뛰어들었으며, 선수, 임원에다 학부모들까지 대회 참관을 위해 양구군을 찾는데다 군민들까지 스포츠에 관심을 가지는 일석삼조의 효과를 거둬.
- 양구군은 비인기종목을 중심으로 적극적인 ‘스포츠 마케팅’을 펼쳤고 평균 12개 종목에서 53개 각종 전국 규모 및 지방 대회를 유치함으로써 ‘비인기종목의 요람’으로 떠올랐음.

### ● 최상의 경기장 시설과 접근성이 최대 장점

- 양구군이 스포츠 마케팅을 적극적으로 펼칠 수 있었던 가장 큰 요인은 바로 경기장 인프라임. 메인스타디움을 비롯해 축구장이 6개(천연잔디 2개, 인조잔디 4개)를 갖추고 있고 테니스장 20개면, 전국에서 처음으로 역도전용실내체육관(양구용하체육회관)을 비롯해 실내체육관도 3개나 됨.

### ● 스포츠 마케팅 전략적 추진으로 지역경제 활성화

- 2011년 53개 대회(전국규모대회 45개)의 평균 경기일수는 4.2일로 연간 220일이 넘으며, 여기에 전지훈련까지 포함하면 거의 300일이나 됨.
- 대회 유치에 따른 경제유발효과가 130억 원에 가까워 투자대비 효과가 거의 10배에 달함.

## (3) 전남 강진군

### ● 개요

- 연평균기온, 상대습도, 평균풍속, 강수량 등 어느 남도지역의 해안 지방과 비슷한 조건과 열악한 군 재정여건에도 불구하고 침체된 지역경제 활성화를 위해 장점인 따뜻한 기후와 맛깔스러운 음식, 남도의 인심을 기반으로 지난 2006년부터 군정 역점시책으로 경제 스포츠 인프라 구축에 집중하고 있음.

### ● 전국 최초 스포츠 전담조직 구축

- 강진군은 ‘스포츠는 산업이다’는 슬로건 아래 2006년 스포츠만을 전담하는 조직을 전국 최초로 신설, 문화관광과 체육청소년계+체육시설관리사업소 → 스포츠

스포츠기획단으로 출범시켰으며, 체육행정을 일원화해 효율성을 강화하고 스포츠마케팅 전담 추진을 위한 기반을 마련.

- 이후 스포츠키획단에서 스포츠 사업단으로 변경하고 기존 6급에서 5급 단장을 추가로 배치해 전담 마케팅 추진에 권한을 강화하는 조직개편을 단행해 스포츠마케팅 전담팀을 설치했음.

#### ● 민·관·군 전폭적 대회 지원시스템

- 의회는 합리적인 협조와 지역리더들의 적극적인 관심과 지원 속에서 어머니 자원봉사자 지원, 학교 자원봉사 참여, 관내 군부대 장병 봉사, 선수단 격려를 위한 군청 및 각 사회단체 선수단과 자매결연도 구축

#### ● 전문힐링센터 등 지역 특화

- 전국생활체육 클럽과 사회체육단체 유치를 통해 자연스럽게 가족단위로 즐기는 역사문화 관광프로그램을 운영해 시너지효과를 높인다는 전략.

### (4) 시사점

#### ● 스포츠 경기장 등 기반시설의 마련

- 실내·외 스포츠 경기와 연습이 언제나 가능한 규모의 경기장 시설을 갖추고 있어야 함.
- 또한, 경기장 시설뿐만 아니라 숙박시설이 20분 내 거리에 조성되어야 하며, 부족한 숙박시설은 지역의 마을회관 등의 활용한 시설 조성을 통해 지역주민 참여를 유도해야 함.

#### ● 스포츠마케팅 추진단 운영

- 스포츠 경기 유치·운영을 전담하는 스포츠마케팅 추진단 운영을 통해 경쟁력을 갖추어야 하며, 추진단은 지역의 여러 단체가 참여해 구성되어야 함.

#### ● 스포츠 유치 종목의 차별화

- 지역별 경쟁이 치열한 종목의 유치보다는 틈새시장을 찾아 유치 종목을 차별화하는 방안 마련이 필요

#### ● 경제효과 큰 전지훈련 적극 유치

- 지속적인 발전을 위해서는 경제효과가 큰 전지훈련을 적극 유치

## 1) 결론

## ● 충남체육회 등을 활용한 전담조직 구성

- 스포츠를 특화하거나 스포츠를 통한 지역환경의 변화를 원하는 지방자치단체에서는 스포츠마케팅을 전담할 수 있는 역량과 담당부서의 전문화가 필요함.
- 이를 위하여 첫째, 스포츠대회와 관련된 전문 담당부서의 구성, 둘째, 전문화된 스포츠마케팅 담당자의 배정, 셋째, 전문교육기관과의 연계, 넷째, 외부의 전문 민간업체에 위탁하는 방식 도입, 다섯째, 도내 공공기관을 활용한 업무 협조 체계 구축 등임.

## ● 지역별 특화된 스포츠시설의 육성

- 스포츠시설의 양적인 확장뿐만 아니라 질적인 제고를 통하여 전문화된 지역스�포츠마케팅을 수행하여야 함.
- 대회개최 실적, 현황이나 각 지자체가 추구하는 스포츠의 특성화에 따라 시설 투자의 지원이 필요함.

## ● 사계절형 스포츠대회 발굴 개최

- 겨울에 적합한 스포츠대회의 개발.
- 전천후 스포츠대회의 개발 : 배드민턴, 역도, 유도, 태권도, 씨름, 탁구 등 실내 체육관에서 개최될 수 있는 경기를 겨울에도 적극적으로 유치.
- 새로운 문화를 주도하는 스포츠대회 유치 : 신세대의 문화를 대변하는 스포츠대회의 적극적인 유치와 시대적 흐름과 더불어 웰빙과 여가선용의 의미에서 애견 달리기 대회, MTB, X-sport 등 다양한 아웃도어 스포츠대회를 적극 개발하여야 함.

● 관람스포츠가 아닌 지역민·관광객 참여형 스포츠대회 유도

- 참여형 스포츠는 여가선용과 깊은 관계가 있으며, 동호인의 정도에 따라 지역 스포츠대회 개최시 성공이 좌우되며, 체험형의 스포츠대회는 웰빙과 레저의 관심증가로 인하여 전망이 밝아 참여스포츠의 적극적인 장려가 필요함.
- 또한, 지역에서 추구하는 스포츠대회를 중심으로 대도시 위주의 생활체육 동호인 단체와 자매결연을 맺어 정기적으로 교류를 갖고 스포츠대회 개최 시 초청하는 것도 바람직함.

● 지역기업체를 활용한 스포츠 스폰서십 등 공격적 마케팅 필요

- 스포츠대회를 개최함으로써 참여하는 스포츠소비자의 성향을 분석하고 지역내 외의 산업체와 연계하여 후원을 이끌어 냄.
- 지역에서 개최되는 모든 스포츠대회를 패키지로 묶어서 상품화 함.
- 지역 내의 숙박업체 등과 직접적인 관계를 구축, 즉, 스포츠대회 개최 시 1차적으로 혜택을 받는 업체를 대상으로 하며, 스포츠대회 주최자는 이들 업소를 적극적으로 홍보하고 선수나 임원 등의 이용에도 직접적으로 관여하여 알선하는 등의 활동.

● 스포츠대회 Database 온라인 구축 등 스포츠마케팅의 과학화

● 스포츠대회와 관광상품을 연계한 소재 개발

● 지역주민 자발적 참여형 스포츠 육성

- 주최자와 지역주민간의 유기적인 업무지원시스템을 통해 신뢰성을 확보하고, 지역주민들의 스포츠대회 참여를 위한 특별한 환경을 만들어야 함.

## 2) 정책제언

● 서해안 해양레저스포츠 대회 유치

- 서해안 갯벌과 바다를 활용한 레저스포츠 대회 유치를 통한 스포츠대회 활성화
- 기존 요트, 카누 등의 대회 유치와 익스트림 형태의 대회 개최를 통한 특화전략 운영.


● 내륙지역 익스트림 스포츠대회 개최

- 청양, 금산 등 충남 내륙지역의 경우 기존 스포츠대회 유치를 위한 시설이 부족하므로 지역의 지형과 특색을 활용한 익스트림 스포츠대회 유치를 통한 지역 활성화.
- 특히 자전거(BMX, 산악 MTB 등) 대회와 번지점프, 패러글라이딩 등 일반인들의 관심이 높은 종목을 대상으로 한 대회 개최.

● 지역의 특성과 자원을 활용한 스포츠대회 개최

- 충남 지역의 이미지와 연계될 수 있는 아이템을 활용한 스포츠대회 개최를 통한 지역경제 유발효과와 지역이미지 홍보 효과를 고려.
- 예를 들어, 아산시의 경우 이순신 장군, 온천 등 물을 활용한 스포츠대회로 겨울 수영대회 등을 개최하고 당진시의 경우 공업, 철강 등의 소재를 활용한 철인선발대회 등 개최, 금산군 인삼의 건강을 활용한 세계 스트롱맨 선발대회 지속 유치, 청양군 산지를 활용한 세계 산악자전거 대회, 태안군 해수욕장을 활용한 핀수영대회 등을 개최하여 지역이미지와 연계.

● 운동선수들의 동계훈련 및 회복의 메카로 조성

- 지역의 온천과 시설을 활용한 운동선수들의 동계훈련과 육체적 회복을 위한 메카로 조성.
- 동계 연습경기와 재활을 위한 시설로 지역의 실내체육관을 활용하고 지역의 음식과 온천, 약초 등을 활용한 치료의 기능까지 가능한 지역으로 조성. 

김 경 태 책임연구원

충남발전연구원 문화디자인연구부

041-840-1253, kimkt@cdi.re.kr

## 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 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·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 만들기 위한 정책과제	조명래·임준홍외	2010.10.29

구분	제 목	집필자	발행일
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
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 · 김종수	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	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

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