

## 유류사고 이후, 태안 수산물에 대한 소비자 인식과 수산업 발전방안

김종화 (충남발전연구원 농촌농업연구부 책임연구원, sdart@cdi.re.kr)

### 요 약

본 연구의 목적은 태안 수산물에 대한 소비자 인식을 파악하고, 수산물을 지역경제 활성화의 자원으로 활용하는 방안을 제언하는데 있음.

- 지난 6년간 태안군은 유류피해로 인하여 많은 물적·인적·경제적 손실을 겪어 왔으나, 태안의 청정해역이 회복됨과 동시에 태안 신선 수산물에 대한 시장적 가치도 점차 회복되고 있음.
- 태안을 방문한 소비자들은 태안 신선 수산물에 대하여 매우 긍정적인 평가를 하고 있으며, 향후 재구매 의사도 뚜렷함. 이는 최소한 태안을 방문하는 소비자는 태안 신선 수산물에 대한 신뢰가 회복되었다고 볼 수 있음.
- 그러나 원거리 소비자(서울, 인천, 경기)의 소비자는 태안 방문 소비자와 다른 평가를 내릴 수 있기에, 태안군은 원거리 소비자의 소비자에 대한 적극적인 홍보와 리스크 커뮤니케이션의 관리가 수반되어야 함.
- 태안 신선 수산물을 통한 지역경제 활성화를 위해서는 수산물 지역브랜드화, 어상공연계 시스템 구축, 어촌계 사회적기업 육성 등이 필요할 것으로 사료됨.

# 01

## ▶ 머리말

- 충남 태안은 동쪽을 제외한 3면이 바다로 둘러싸인 반도로써 530.8km의 해안선과 119개의 섬, 국내 유일의 해안국립공원이 위치해 있는 지역으로, 예부터 수산업이 크게 발달해 온 지역임.<sup>1)</sup>
- 태안의 주된 수산물로는 굴, 바지락, 전복, 우럭, 붕장어, 낙지 등이 있으며, 주로 갯벌을 이용한 마을어업과 연안 어선어업이 발달한 지역임.
- 그러나 2007년 12월 7일 청정해역을 자랑하는 태안에 허베이 스피리트호 사고가 발생하여 약 12,547kl의 기름이 유출되었으며, 이로 인해 지난 6년간 막대한 어업피해를 입게 되었음.
- 2013년 7월 태안연안의 바다는 허베이 스피리트호 사고 이전의 수준으로 회복되었으며, 굴은 2009년 6월 이후, 어류는 2008년 1월 이후, PAHs가 사고발생 이전수준으로 회복되었음.<sup>2)</sup>
- 이렇게 태안 수산물에 대한 안전성이 확보되었다는 객관적 지표가 보고되고 있음에도 불구하고, 아직까지 태안 수산물에 대한 소비자 인식에 대한 연구는 이루어지지 않았음.
  - 박철희·이정수(2009)는 허베이 스피리트호 사고이후 태안 도시이미지와 요인에 미친 영향을 분석하여 도시 이미지 전력의 방향을 모색함.
  - 이시재(2009)는 허베이 스피리트호 사고가 지역사회에 미친 영향을 조사·분석하였으며, 태안지역의 사회복구와 재건을 위해서는 공동체 가치관, 환경보전, 화목한 사회를 지향해야 한다고 함.

1) 태안군청 홈페이지 「<http://www.taean.go.kr>」

2) PAHs(다환방향족탄화수소)란 2가지 이상의 방향족 고리가 융합된 유기화합물임(환경산업무역포털).

- 장영수(2011)는 허베이 스피리트호 사고 이후, 태안군 지역을 중심으로 추진되고 있는 유류피해지역의 정부 정책사업에 대한 갈등구조를 규명하고, 그것을 해소하기 위한 방안을 모색함.
- 최장훈(2011)은 허베이 스피리트호 사건에 따른 어업인 피해구제에 대한 제도적 문제점을 도출하고, 이에 대한 개선방안을 제시함.

● 이와 같이, 선행연구에서는 허베이 스피리트호 사건이 지역사회에 미친 영향, 피해구제 정책에 대한 논의가 주로 이루어져 왔음. 하지만, 태안 연안의 회복이 객관적으로 확인된 현 시점에서는 지역경제 재건과 활성화를 위한 방안도 함께 모색되어야 할 것임. 그리고 이러한 논의에 있어서는 수요자가 되는 소비자에 대한 인식을 구체적으로 파악할 필요가 있음.

● 따라서 본 연구에서는 태안의 주요 생산물인 수산물에 대한 소비자 인식을 파악하고, 이를 통한 지역경제 활성화 방안을 제시하는데 목적이 있음.

## 1) 자료수집

- 본 연구에서는 태안 수산물에 대한 소비자 인식을 파악하기 위하여, 2013년 10월 11일부터 30일까지 20일 간 전국 각지에서 태안을 방문한 소비자를 대상으로 설문조사를 실시하였음.
- 총 277명에 대하여 태안 수산물에 대한 이미지와 구매의사에 대하여 질문하였음. 인구통계적 특성을 보면 다음과 같음.

[표 1] 인구통계적 특성

구분		빈도(명)	비율(%)	구분		빈도(명)	비율(%)
성 별	남	134	48.4	결 혼	미혼	57	20.6
	여	143	51.6		기혼	220	79.4
직 업	공무원	37	13.4	연 령	만 18세~20세 0하	17	6.1
	회사원	94	33.9		만 21세~30세 0하	42	15.2
	자영업	55	19.9		만 31세~40세 0하	74	26.7
	전업주부	52	18.8		만 41세~50세 0하	77	27.8
	학생	25	9.0		만 51세~60세 0하	46	16.6
	교원	9	3.2		만 61세 0상	21	7.6
	기타	5	1.8	연 소 득	2천만원이하	6	2.2
학 력	고등학교	102	36.8		2천만원초과~3천만원이하	43	15.5
	전문대	39	14.1		3천만원초과~4천만원이하	97	35.0
	대학	127	45.8		4천만원초과~5천만원이하	89	32.1
	대학원	9	3.2		5천만원초과~6천만원이하	35	12.6
가 족 수	1~2인	35	12.6		6천만원초과~7천만원이하	4	1.4
	3~4인	202	73.0		7천만원초과~8천만원이하	1	0.4
	5인이상	40	14.4		8천만원초과~9천만원이하	2	0.7

주: 응답자는 서울, 인천, 경기, 강원, 경북, 경남, 광주, 대구 대전, 전북, 전남, 충북, 충남의 거주자

- 본 조사의 응답자는 남녀 성별이 비슷하고, 기혼자가 많으며, 직업은 회사원의 비율이 가장 많고, 자영업, 전업주부, 공무원 순이었음. 연령대는 만 31세~50세 이하가 전체의 절반 이상이며, 학력은 고교와 대학교 졸업자가 많으며, 가족은 3~4인이 전체의 73%를 차지하고 있음. 연 소득은 2천만원 초과에서 5천만원 이하가 82.6%를 차지하고 있음.
- 본 조사의 응답자는 대체로 태안을 방문한 가족단위의 나들이 관광객으로 연소득 2천만원 이상의 중산층으로 볼 수 있음.

## 2) 소비자 인식

- 본 연구는 태안 수산물의 소비자 인식을 알아보기 위하여 크게 3개로 구분함
  - 첫째, 소비자가 신선 수산물을 구매할 때 고려하는 요인에 관한 것임. 이 부분은 굳이 태안산 수산물에 국한된 것이 아닌, 소비자가 전반적으로 고려하는 요인에 대한 것임.
  - 둘째, 태안 신선 수산물에 대한 소비자의 이미지에 대한 것임. 소비자가 생각하는 태안 수산물에 대한 소비자의 인식을 파악하기 위함.
  - 셋째, 태안 신선 수산물에 대한 소비자의 구매의사에 관한 것임, 응답자는 태안에 방문한 관광객으로 태안과 태안 수산물에 대한 긍정적인 인식을 갖고 있을 것으로 사료되나, 돈을 지불하고 섭취하는 구매에 관한 것은 좀 더 강한 신뢰감이 형성되어야 할 것임, 이에 소비자의 구매의사를 파악함.

### ① 소비자가 신선 수산물을 구매할 때 고려하는 요인

- 소비자가 신선 수산물을 구매할 때 고려해야 하는 요인으로는 신선도, 육질의 색, 맛, 브랜드, 산지, 구매장소, 품질인증, 함유 영양소, 외관(모양)이 있을 수 있음.
- 대부분 소비자는 신선 수산물 구매 시, 신선도, 육질의 색, 맛, 브랜드, 산지, 구매장소, 품질인증, 함유 영양소, 외관(모양)을 매우 중요하게 고려하고 있는 것으로 나타남.

- 특히, 신선도, 육질의 색, 맛, 외관(모양) 등 식품안전과 관련된 부분과 상품의 품질과 안전성이 담보되어야 하는 브랜드에 대한 고려가 크다는 것을 확인할 수 있음.
- 단, 품질인증과 함유 영양소와 같이 구매현장에 확인할 수 없는 부분에서는 타 요인에 비하여 크게 고려하지 않는 소비자도 존재함.

[표 2] 소비자의 신선 수산물 구매 시 고려요인

구분	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
신선도	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	100 (36.1)	177 (63.9)
육질의 색	0 (0.0)	0 (0.0)	13 (4.7)	135 (48.7)	129 (46.6)
맛	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (2.5)	129 (46.6)	141 (50.9)
브랜드	0 (0.0)	0 (0.0)	41 (14.8)	165 (59.6)	71 (25.6)
산지	0 (0.0)	0 (0.0)	27 (9.7)	132 (47.7)	118 (42.6)
구매장소	0 (0.0)	0 (0.0)	56 (20.2)	128 (46.2)	93 (33.6)
품질인증	0 (0.0)	19 (6.9)	79 (28.5)	126 (45.5)	53 (19.1)
함유 영양소	0 (0.0)	23 (8.3)	87 (31.4)	124 (44.8)	43 (15.5)
외관(모양)	0 (0.0)	0 (0.0)	36 (13.0)	155 (56.0)	86 (31.0)

주: ( )는 퍼센트임. n=277

## ② 태안 신선 수산물에 대한 소비자 이미지

- 태안 신선 수산물에 대한 소비자 이미지를 파악하기 위하여, 안전성, 품질, 맛, 가격, 소비자 신뢰를 파악하였음.
- 소비자들은 태안 신선 수산물에 대하여 대체로 안전하고, 품질과 맛이 좋으며, 가격이 적당하다고 인식하고 있음. 또한 태안 신선 수산물에 대하여 전반적으로 신뢰를 하고 있는 것으로 나타남. 특히, 소비자들은 안전성과 품질, 맛에 대하여 매우 긍정적임.

[표 3] 태안 신선 수산물에 대한 소비자 이미지

구분	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
안전함	0 (0.0)	0 (0.0)	12 (4.3)	168 (60.6)	97 (35.0)
품질이 좋음	0 (0.0)	0 (0.0)	15 (5.4)	145 (52.3)	117 (42.2)
맛이 좋음	0 (0.0)	0 (0.0)	29 (10.5)	130 (46.9)	118 (42.6)
가격이 적당함	0 (0.0)	0 (0.0)	90 (32.5)	142 (51.3)	45 (16.2)
전반적으로 신뢰	0 (0.0)	0 (0.0)	28 (10.1)	195 (70.4)	54 (19.5)

주: ( )는 퍼센트임. n=277

### ③ 태안 신선 수산물에 대한 소비자의 구매의사

- 소비자의 태안 신선 수산물의 구매의사를 파악하기 위하여, 지속적인 구매 의사, 최우선순위로써의 구매의사, 타인에게 추천, 높은 가격에 대비한 구매의사를 파악하였음.
- 대부분의 소비자는 태안 신선 수산물에 대한 구매의사를 갖고 있음.
- 하지만, 타인에게 구입을 추천하거나, 타 지역과의 가격차가 있을 경우 태안 수산물을 구매하는 것에 약간 부정적인 의견도 있음. 이는 개인의 취향과 가격에 민감한 소비자의 특성을 반영한 것으로 사료됨.

[표 4] 태안 신선 수산물에 대한 소비자의 구매의사

구분	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
지속적으로 태안 신선 수산물을 구매할 의사 있음	0 (0.0)	0 (0.0)	14 (5.1)	173 (62.5)	90 (32.5)
신선 수산물을 구매해야 한다면 태안 것을 구매	0 (0.0)	0 (0.0)	33 (11.9)	140 (50.5)	104 (37.5)
태안 신선 수산물 구입을 타인에게 추천	0 (0.0)	3 (1.1)	103 (37.2)	114 (41.2)	57 (20.6)
타 지역 신선 수산물보다 비싸더라도 태안 것을 구매	0 (0.0)	9 (3.2)	71 (25.6)	151 (54.5)	46 (16.6)

주: ( )는 퍼센트임. n=277

### 3) 소결

- 본 연구에서의 태안 수산물의 소비자 인식을 정리해 보면 다음과 같음.
  - 첫째, 대부분 소비자는 신선 수산물 구매 시, 신선도, 육질의 색, 맛, 브랜드, 산지, 구매장소, 품질인증, 함유 영양소, 외관(모양)을 매우 중요하게 고려하고 있으며, 특히 식품 안전성과 상품 브랜드에 대한 고려가 큼.
  - 둘째, 소비자들은 태안 신선 수산물 안전성에 대하여 전반적으로 신뢰하고 있으며, 품질과 맛, 가격에 대하여 긍정적임.
  - 셋째, 대부분의 소비자는 태안 신선 수산물에 대한 구매의사를 갖고 있으나, 타인에게 구입을 추천하거나 타 지역과의 가격차가 있을 경우 태안 것을 구매하는 것에 대해 약간 부정적임.



- 태안 신선 수산물에 대한 소비자 인식조사에서 대부분의 소비자는 태안 수산물에 대해 긍정적으로 생각하며, 향후에도 긍정적인 구매의사를 갖고 있음.
- 이는 소비자들도 2007년 허베이 스피리트호 사건 이후 현재에 이르는 과정에서 태안 연안이 본래의 청정해역으로 회복되고, 태안 수산물의 안전성이 확보되고 있음을 인식하는 반증이라고 볼 수 있음.
- 그러나 본 연구에서는 태안에 긍정적인 인식을 갖고 방문한 관광객을 대상으로 하였기에, 태안의 실정을 잘 모르는 원거리 소비자(서울, 인천, 경기 등)의 일부 소비자들의 인식과는 다소 상이할 것으로 추측해 볼 수 있음.
- 따라서 본 연구에서 지역경제 활성화를 위하여 최우선적으로 제시하는 것은 원거리 소비자(서울, 인천, 경기 등) 소비자에 대한 신뢰회복임.
  - 태안에 대해 긍정적인 소비자뿐만 아니라, 수도권 등의 소비지에 거주하는 소비자에 대하여 완전한 신뢰회복이 이루어져야 하며, 이를 통해 태안 수산물의 판로를 확대해야 함.
  - 이를 위해서는 **리스크 커뮤니케이션(risk communication)**<sup>3)</sup>의 관점에서 수산물 자체의 안전성뿐만 아니라, 소비자가 안심하며 먹을 수 있는 상품 정보를 제공할 필요가 있음.
  - 특히, 신선도와 맛, 색, 외관(모양) 등 품질과 관련된 부분에 대한 집중적인 관리가 필요하며, 이를 통한 품질균일의 브랜드를 창출하여야 함.
  - 또한, 철저한 품질관리와 브랜드 개발로 청정 태안의 이미지를 극대화하

3) 리스크 커뮤니케이션이란 어떠한 리스크가 있는지 어떠한 리스크관리와 대책을 행하는지에 대하여 소비자를 포함한 모든 피해관계자에게 모든 정보를 정확히 전달하는 것을 말함(中嶋, 2004).

고, 이를 통한 다양한 판로개척이 이루어져야 함.

- 판로개척은 기존의 계통출하 외, 소비자와의 직거래가 가능한 방안이 모색되어야 하며 지역 내 네트워크 판매, 농산물을 포함한 직매장, 학교급식 등의 로컬푸드 형식의 방안이 강구되어야 할 것임.

● 주력 품종에 대한 선택·집중 및 수산물 지역브랜드화 구축이 필요함.<sup>4)</sup>

- 태안은 여러 종류의 수산물의 생산되는 어업세력이 큰 지역이나, 아직까지 “태안”이라고 이미지 했을 경우, 떠오르는 수산 특산품이 없음.
- 태안의 주된 수산물로는 굴, 바지락, 낙지, 전복, 우럭, 붕장어 등의 마을 어업과 어선어업 품종이 주를 이루고 있음.
- 특히, 갯벌에서 생산된 품종은 태안의 지역적 특성이 내재된 품종으로 태안을 대표하는 품종이라 할 수 있음. 이와 같은 지역 대표품종을 선정하여 선택과 집중을 통한 마케팅전개가 필요할 것으로 사료됨.
- 이를 위해서는 주력 품종에 대하여 군(郡)차원의 집중적 육성과 지역 브랜드화, 강한 행정력을 바탕으로 체계적인 마케팅 전개가 필요할 것이며, 이를 위한 대표 품종의 어가생산조직의 체계적 운영이 수반되어야 함.

※ 지역브랜드화 사례

- ① 일본 미야자키 피망 : 강력한 행정력을 바탕으로 지역 농산물 마케팅을 전담하는 조직을 구축. 미야자키 피망을 전국적인 파워브랜드로 개발
- ② 교토 “쿄야사이(京野菜)” : 교토부 내에서 생산된 채소의 총칭. 교토부 주관으로 오랜 전부터 품질개량되어 온 지역내 채소군을 브랜드화
- ③ 교토 “타이자카니(間人ガニ)” : 교토부 교단고시에서 지역 지자체, 어업인, 중매인, 여관업자 등 다양한 주체들이 협력하여 지역 대표브랜드로 개발

● 수산 6차산업화의 일환으로 어상공연계(漁商工連携)를 통한 지역 식품기업과 어가 간의 네트워크 형성이 필요함.

- 어가로 조직되어 있는 어촌계는 1차 산업의 특성 상, 경제적 기반이 취약함.

4) 지역브랜드화란 지역 농산물에 대하여 소비자의 요구에 선제적으로 대응하여 혁신적인 지식·기술을 구사함으로써 타 지역 농산물과 구별되는 차별적 우위성을 갖는 것(高橋, 1990)

이에 어촌계 중심의 수산물 가공공장의 설립과 운영에는 한계가 있음.


- 따라서 수산물 가공을 원하는 어촌계와 지역 수산물을 공급받고자 하는 인근 식품기업 간의 유기적 네트워크를 형성시켜, 연계방식의 6차산업화체계를 구축할 필요 있음. 또한 1차(생산)와 2차(가공) 뿐만 아니라 유통회사와의 연계를 고려한 어상공연계의 활성화를 도모할 필요 있음.
- 이를 위한 중간조직을 육성하고, 지역 내 식품가공회사와 유통회사에 대한 원물(수산물) 수급에 대한 데이터 확보가 요구됨.

● 자립이 가능한 어촌계에 대하여 **사회적 기업**으로 육성이 필요함.

- 어업생산과 어촌체험마을 등을 통하여 자립경제가 가능한 어촌계를 대상을 사회적 기업으로 육성하여, 어촌의 인력난을 해결하고 노인 일자리를 창출하는 등의 시너지 효과를 고려할 필요 있음.
- 이를 위하여, 관내 우수 어촌계를 대상으로 사회적 경제에 대한 교육을 실시하고, 명확한 목표와 추진전략을 제시하도록 유도할 필요 있음.

- 태안을 방문한 소비자들은 태안 신선 수산물에 대하여 매우 긍정적인 평가를 하고 있으며, 향후 재구매 의사도 뚜렷함. 이는 최소한 태안을 방문하는 소비자는 태안 신선 수산물에 대한 신뢰를 회복하였다고 볼 수 있음.
- 그러나 원거리 소비지(서울, 인천, 경기)의 소비자는 태안 방문 소비자와 다른 평가를 내릴 수 있기에, 태안군은 원거리 소비지의 소비자에 대한 적극적인 홍보와 리스크 커뮤니케이션의 관리가 수반되어야 함.
  - 이를 위하여 소비자가 안심할 수 있는 상품정보를 제공하고, 품질균일의 브랜드를 개발할 필요 있음.
  - 또한, 기존의 계통출하 외에, 소비자와 직거래가 가능한 로컬푸드시스템 구축이 필요함.
- 또한 태안 신선 수산물을 통한 지역경제 활성화를 위해서는 수산물 지역브랜드화, 어상공연계 시스템 구축, 어촌계 사회적기업 육성이 필요할 것으로 사료됨.
  - 지역 수산물의 대표품종에 대한 선택과 집중을 통하여 지역 브랜드화를 도모하고, 생산어가에 대한 조직화가 필요함.
  - 지역의 어촌계, 지역 식품기업, 유통회사 간의 유기적 네트워크 형성으로 어상공연계 체계를 확립하고, 이를 위한 중간지원조직 육성과 지역 내 식품 가공회사, 유통회사의 수급에 대한 데이터 확보가 필요함.
  - 자립경제가 가능한 우수 어촌계를 사회적기업으로 육성하기 위하여 대어업인 사회적 경제 교육을 실시하여, 명확한 목표와 추진전략의 수립을 유도할 필요 있음.
- 지난 6년간 태안군은 유류피해로 인하여 많은 물적·인적·경제적 손실을 겪어 왔음. 그러나 태안의 청정해역이 회복됨과 동시에 태안 신선 수산물에 대한

시장적 가치도 점차 회복되고 있음. 이는 충청남도과 태안군, 그리고 우리 국민이 태안을 사랑하는 마음에서 비롯된 결과라고 볼 수 있음.

- 향후 태안 수산업은 소비자에 대한 적극적인 신뢰회복과 수산물 지역브랜드화, 어상공연계, 어촌계 사회적 기업 육성 등으로 한 단계 더 도약할 수 있는 계기가 마련될 수 있을 것으로 판단됨. 

## ◆ 참고 자료 ◆

- 박철희·이정수(2009), 「기름유출사고가 태안 도시이미지에 미친 영향 분석」, 한국 도시설계학회지 제10권 제3호, 한국도시설계학회, pp123-136.
- 이시재(2009), 「허베이스피리트호 기름유출사고의 ‘사회적 재난’ 연구」, 한국환경 사회학회 학술대회 자료집 제5호, 한국환경사회학회, pp87-119.
- 장영수(2011), 「유류피해지역의 정부정책에 대한 갈등관리 영향요인에 관한 연구 - 태안군 유류피해복원 사업을 중심으로」, 수산경영론집 제42권 제3호, pp63-78.
- 최장훈(2011), 「허베이스피리트호 오염사고에서 나타난 어업피해구제제도의 개선방 안연구」, 부동산연구 제21권 제2호, 한국부동산연구원, pp89-123.
- 中嶋康博(2004), 「食の安全と安心の経済学」, コーポ出版.
- 高橋正郎(1990), 「農産品の地域ブランド化」, 農産物の地域ブランド化戦略, 全国農業 構造改善協会, pp7-27.
- 태안군청 홈페이지 「<http://www.taean.go.kr>」.
- 환경산업무역포털 「<http://export.ecotrade.or.kr>」.

김 종 화 책임연구원  
충남발전연구원 농촌농업연구부  
041-840-1128, sdart@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 녹색성장이 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	홍성효	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	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	에코뮤지엄을 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

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