

충남리포트 제172호

# ChungNam Report

2015. 6. 19.

## CONTENTS

### 〈요약〉

1. 왜 연구가 필요한가?
2. 로컬푸드 직매장은 무엇인가?
3. 유형별 차이는 무엇인가?
4. 생산자·소비자는 어떻게 생각하나?
5. 성공전략은 무엇인가?

## 충남 로컬푸드 직매장의 실태 및 성공전략

김 종 화

충남연구원 농촌농업연구부 책임연구원, [sdart@cni.re.kr](mailto:sdart@cni.re.kr)

본 연구는 충남 로컬푸드 직매장의 내실화를 위해 실태를 조사·분석하고 성공전략과 정책적 함의를 제시하는데 있음.

## 요약

- 현재 지역먹거리운동에 대한 관심이 높아지면서 로컬푸드 직매장이 양적으로 확대되고 있음. 그러나 로컬푸드 직매장이 활성화되기 위해서는 양적 팽창도 중요하지만 질적 성장을 위한 노력도 수반되어야 함.
- 본 연구는 사례조사, 인식조사를 통하여 로컬푸드 직매장의 질적 성장을 위한 성공전략을 공통전략과 개별전략으로 구분하고 정책적 시사점을 제시하였음.
- 본 연구는 로컬푸드 직매장의 유형을 농업인단체가 운영하는 자립형, 지역농협이 운영하는 지역조합형으로 구분하고, 직매장 특징을 나타내는 경제성, 다양성, 지역성, 관계성의 범주에서 공통전략을 제시하였음.
- 또 개별전략으로 지역적 특색이 강조되는 입지조건과 외지인·관광객을 유치할 수 있는 「지역활성화의 거점」, 인근 주택가 또는 변화가 등의 입지조건과 지역소비자와 관계형성이 가능한 「지역상생의 거점」으로의 육성을 제안하였음.
- 마지막 정책적 시사점으로 지역 여건과 특성의 고려한 설립·운영, 운영주체에 따른 차별화된 정책지원, 참여농가에 대한 적극적인 교육, 구성원(농가) 조직화를 제안하였음.



## 왜 연구가 필요한가? ◀

# 01

- 최근 농업·농촌은 과소화·고령화·여성화가 점점 심화되고, WTO/DDA, FTA 등에 의한 농산물 수입개방 압력이 거세지고, 농업·농촌의 다원적 기능이 새롭게 주목받으면서 로컬푸드(Local food), 지산지소(地産地消)와 같은 지역먹거리 운동에 대한 관심이 높아지고 있음.
- 지역먹거리 운동은 지역사회의 유지 발전, 농업인의 안정적 생활, 지역경제의 다양화, 대안시장의 창조, 지역 내 관계의 복원 및 신뢰 구축, 생태적으로 외부자원에 대한 의존 감소, 자원절약 등의 긍정적인 효과를 갖고 있음(윤병선, 2009).
- 로컬푸드 직매장은 생산자와 소비자 간의 직거래가 가능한 상설매장으로 농가의 수취가격을 높이고, 소비자가 적정가격으로 농산물을 구매할 수 있는 장소를 제공하고 있음. 최근에는 로컬푸드 직매장 수가 증가하여 양적 성장이 이루어지고 있으나, 질적 성장을 통한 성공방안에 대한 논의는 미흡함.
- 따라서 본 글은 현재 양적으로만 팽창하고 있는 로컬푸드 직매장의 질적 성장과 내실화를 위하여 금산군품목농업인연구협의회(자립형)와 아산원예농협(지역조합형)이 운영하는 로컬푸드 직매장을 대상으로 사례 및 설문조사를 실시하고, 유형별 비교·분석을 통해 성공전략과 정책적 함의를 제시하고자 함.<sup>1)</sup>

1) 자립형은 지역 농업인단체가 운영하는 직매장이고, 지역조합형은 지역농협이 운영하는 직매장 형태를 의미함.

## ▶ 로컬푸드 직매장은 무엇인가?

- 로컬푸드 직매장을 정의해 보면, 지역적인 관점에서 지역에서 생산되는 농산물이 농가와 소비자 간의 직접거래를 통하여 판매·구매되는 장소라고 정의할 수 있고, 지역활성화 및 농업인 소득향상을 지향하고 있음.
  - 로컬푸드 직매장은 농산물 유통단계 단축을 통한 농가와 소비자 간의 직거래가 가능하다는 측면에서 기존 시장유통과 차별적임.
- 충남의 로컬푸드 직매장의 현황을 살펴보면 2014년 2월을 기준으로 총 6개소가 운영 중에 있음<표 1>. 이 중, 농업인단체가 운영하는 직매장은 금산품목별협의회 직매장뿐이며, 단독 매장을 갖고 있는 곳도 서산과 금산뿐임. 나머지는 모두 지역농협 하나로마트 내에 위치한 쏘인숍 형태임. 충남의 직매장 중 매장면적이 가장 넓은 곳은 홍성홍동농협 직매장으로 836㎡이고, 참여 농가가 가장 많은 곳은 천안 성환농협 직매장임.

〈표 1〉 충남 로컬푸드 직매장 운영현황

운영주체	개장일	매장 면적(㎡)	매장형태	참여 농가(호)	지원기관
아산원협	2013.09.10	165	숍인숍	118	aT, 도비, 시비
서산농협	2013.12.20	218	독립매장	100	aT
홍성홍동 농협	2013.12.30	826	숍인숍	100	aT, 군, 중앙회
금산품목별 협의회	2013.07.12	110	독립매장	136	기술원, 군비
천안축협	2013.12.23	153	숍인숍	60	도 (3농특화)
성환농협 (시범운영)	2013.09.02	17	숍인숍	200	자 담

주) 기준년월 : 2014년 2월

자료) 충남도청 업무자료

● 충남의 151,424호 농가 중 직매장에 출하하는 농가는 3,002농가로 비율로 보면 1.98%에 지나지 않음<표 2>. 이는 16개 시·도 중 13번째로 직매장 출하농가의 비중이 타시·도에 비해 낮음.

● 충남의 15개 시·군을 살펴보면 직매장 출하농가의 비중이 가장 높은 곳은 천안(5.17%)이고, 금산(4.40%), 청양(3.33%), 당진(2.69)% 순임[표 2]. 충남의 경우 전반적으로 로컬푸드 직매장에 출하하는 농가의 비중이 낮게 나타남.

〈표 2〉 충남의 시군별 로컬푸드 직매장 출하농가

(단위: 호, %)

구 분	농가수	직매장 출하농가	비 중
총 남	151,424	3,002	1.98
천안시	12,406	641	5.17
공주시	12,089	247	2.04
보령시	9,006	146	1.62
아산시	10,499	90	0.86
서산시	13,320	157	1.18
논산시	11,925	116	0.97
계룡시	549	12	2.19
금산군	7,638	336	4.40
연기군	5,520	59	1.07
부여군	10,905	139	1.27
서천군	7,136	44	0.62
청양군	6,427	214	3.33
홍성군	11,082	79	0.71
예산군	11,118	285	2.56
태안군	8,315	74	0.89
당진군	13,489	363	2.69

자료: 농업총조사(2010)를 이용해 재구성함

● 농업총조사(2010)를 검토했을 때, 충남에서 로컬푸드 직매장에 출하할 수 있는 농가가 타 시·도에 비해 적으므로 비교적 규모화가 가능한 100농가 이상의 출하자가 있는 지역이 우선적으로 고려되어 함.

# 03

## ▶ 유형별 차이는 무엇인가?

- 금산(자립형)과 아산(지역조합형) 로컬푸드 직매장에 대한 사례분석을 통하여 경제성, 다양성, 지역성, 관계성의 범주로 특징을 도출하였음.
  - 경제성은 주어진 직매장의 인적·물적 자원을 효과적으로 이용하여 얻을 수 있는 경제적 이득
  - 다양성은 직매장 내의 상품과 품목, 직매장이 수행하는 기능의 다양성
  - 지역성은 지역의 독창성과 연대를 보여주는 성질
  - 관계성은 생산자와 소비자 간의 교감 및 관계<sup>2)</sup>

### 1) 금산과 아산 로컬푸드 직매장의 현황 및 비교

- 금산 로컬푸드 직매장은 2013년 7월에 개장한 충남도 내에서 제1호 직매장으로 금산군 품목농업인 연구협의회에 의해 운영되고 있음.
  - 농업인 생산자 조직이 운영하는 직매장으로 단독매장 형태로 지역 농축산물을 판매하고 있음.
- 아산원예농협은 기존에 하나로마트 내에서 포도, 수박 등 지역 농산물을 납품받아 판매 하던 경험을 바탕으로 2013년 9월부터 로컬푸드 직매장을 설립하여 운영하고 있음.
  - 지역조합이 운영하는 직매장으로 기존 하나로마트 내 로컬푸드 매장을 운영하는 숭인숍 형태임.

2) Daum 백과사전, Naver 백과사전, 2014.6.4 검색.

- 금산과 아산 직매장은 지역 생산자가 스스로 가격을 결정하고 진열·판매하는 동일한 방식을 취하고 있지만, 그 운영주체와 매장형태 등에서 엄연한 차이가 발생함<표 3>.
- 먼저, 금산은 지역 내 품목별 생산자협의회를 주축으로 농업인단체가 운영하고, 아산은 지역 농협이 운영하고 있음. 그렇기에 두 직매장은 경영능력, 경영·운영 수법, 자금력, 기반시설 등에서 차이가 있고, 그에 따른 매출액 차이도 발생함.
- 또한 금산은 단독매장으로 지역 농산물 및 농가공식품만을 구매할 수 있지만, 아산은 읍인숍 형태로 지역 농산물, 농가공식품뿐만 아니라 공산품·생필품 구매, 간단한 외식도 가능함.
- 농가교육 및 관리에서 금산은 농업기술센터에서 교육을 실시하고, 센터 담당직원이 농가를 관리하고 있는 반면, 아산은 농업기술센터 외 자체교육을 실시하고, 조합 전담직원이 농가를 관리하고 있음. 전산관리에서도 금산은 농업기술센터 등 외부에 의존하는 경향이 강하나, 아산은 자체적으로 관리·운용하고 있음.

[표 3] 금산과 아산의 로컬푸드 직매장 일반 비교

구 분	금산 로컬푸드 직매장	아산 로컬푸드 직매장
개장일	2013년 7월	2013년 9월
운영주체	농업인 단체	지역농협(아산원예농협)
매장형태	단독매장	하나로마트 내 shop in shop 매장
매출액	약 15만 원/일	약 7백만 원/일
참여농가 수	172농가	105농가
수수료	10~15%	10~12%
방문객	1일 30~40명(평균) ※최대 1,300명	1일 2,000명(평균)
농가교육	농업기술센터에서 시행	농업기술센터 및 직접 시행
농가관리	농업기술센터에 의존한 농가관리	전담직원에 의한 농가관리
전산관리	농업기술센터를 통하여 관리	직접관리
정산주기	1개월	1주일
전담직원	1명	2명
프로모션	특별히 진행되는 프로모션 없음	특별히 진행되는 프로모션 없음
특이사항	전국 최초의 농업인 생산자 조직 운영	충남 최초 지역농협 주도의 직매장

## 2) 금산과 아산 로컬푸드 직매장의 특징 비교

● 금산과 아산 로컬푸드 직매장의 특징적 차이를 경제성, 다양성, 지역성, 관계성의 관점에서 살펴보면 <표 4>와 같음.

- 첫째, 경제성에서는 두 직매장 모두 생산자와 소비자 간의 직거래를 통한 농가수취가격 상승과 소비자 구매비용 절감 효과가 있음. 특히 아산 직매장은 납품농가 간의 가격경쟁과 상품 다양화에 대한 동기를 부여하여 소비자에게 다양한 쇼핑기회를 제공하고 있음.
- 둘째, 다양성에서는 양쪽 모두 지역적 특성 상 생산되는 품목이 한정되어 소비자의 요구를 충분히 수용하지 못하고 있음. 이에 두 직매장 모두 원활한 판매품목 및 물량확보를 위하여 농가 작부체계 구축 등을 계획하고 있음.
- 셋째, 지역성에서는 금산은 인삼특화지역으로 많은 관광객이 찾는 곳임에도 불구하고 지역성을 충분히 발산하지 못하고 있음. 아산은 지역농산물의 판로역할을 충실히 수행하고 있으나 그 외의 지역성을 내세울 수 있는 요소가 부족함.
- 넷째, 관계성에서는 두 직매장 모두 지역 생산자와 소비자의 연결고리 역할을 수행하고 있음. 그러나 양쪽 모두 소비자와의 소통창구가 부족하고 커뮤니케이션 강화를 위한 노력이 필요함.

[표 4] 금산과 아산의 로컬푸드 직매장 특징적 비교

구 분	금산 로컬푸드 직매장	아산 로컬푸드 직매장
경제성	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 직거래를 통한 생산자 수취가격 상승, 소비자 구매비용 절감</li> <li>· 정산주기는 한 달</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 직거래를 통한 생산자 수취가격 상승, 소비자 구매비용 절감</li> <li>· 생산자에게 가격경쟁 및 상품 다양화 동기 부여</li> <li>· 소비자에게 다양한 쇼핑기회 제공</li> <li>· 정산주기 일주일</li> </ul>
다양성	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 지역적 특성상 생산되는 품목이 한정되어 있음</li> <li>· 작부체계를 구축하고 품목 다양화 추진</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 소비자의 유기농제품 또는 가공식품에 대한 요구가 있으나 상품 수가 부족하여 수용 못하고 있음</li> <li>· 작부체계를 구축하여 품목 다양화 추진</li> </ul>
지역성	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 인삼특화지역으로 지역성이 강하나 지역색깔을 명확히 살리지 못하고 있음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 지역농산물의 판로역할을 충실히 수행하고 있으나 지역색깔을 반영하지는 못함</li> </ul>
관계성	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 생산자와 소비자의 연결고리 역할 수행</li> <li>· 소비자와의 소통창구가 부족하고, 커뮤니케이션 강화 필요</li> <li>· 생산자와 생산정보 전달체계 부족</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 생산자와 소비자의 연결고리 역할 수행</li> <li>· 소비자와의 소통창구가 부족하고, 커뮤니케이션 강화 필요</li> </ul>



## 생산자 · 소비자는 어떻게 생각하나?

# 04

- 생산자 및 소비자의 판매 · 구매 인식을 살펴봄으로써 로컬푸드 직매장을 어떻게 생각하는지 파악하고자 함. 이를 위하여 2014년 4월 1일부터 27일까지 각 직매장별로 생산자와 소비자에 대하여 설문조사를 실시하였음.
- 생산자와 소비자의 판매 · 구매인식을 효과적이고 명확히 알아보기 위하여 사례에서 도출된 경제성, 다양성, 지역성, 관계성의 4범주를 이용하여 인식구조를 파악하였음.
- 금산과 아산, 생산자와 소비자의 응답자 속성을 살펴보면, 총 응답자 수는 483명이고, 생산자는 210명(금산 105명, 아산 105명), 소비자는 273명(금산 108명, 아산 165명)임.
- 금산(자립형)과 아산(지역조합형) 직매장 생산자의 판매인식을 살펴보면 다음과 같음.
  - 금산과 아산 생산자가 로컬푸드 직매장을 이용하는 이유는 시중보다 높은 가격으로 농산물을 판매할 수 있고, 직매장을 이용함으로써 지역농산물의 중요성이 인지되기 때문임.
  - 특히, 「높은 판매가격」은 농가가 직거래에 대한 긍정적인 기대가 크고, 이를 통한 유통비용 절감과 농가수취가격 상승이라는 효과를 체감하기 때문임. 그리고 농가교육의 효과로서 농가의 지역농산물에 대한 중요성이 커지고, 그것을 통한 로컬푸드 직매장 설립 및 참여에 대한 당위성이 체감되고 있음.
  - 한편, 아산 로컬푸드 직매장은 금산과 다르게 「지역농산물 판매」, 「생산정보제공 용이」가 추가적으로 유의성을 갖고 있음. 이는 농가조직이 운영하는 금산에 비해 지역농협이 운영하는 아산이 농가교육 및 생산정보전달 시스템에서 보다 체계성을 갖추고 있기 때문임.
- 금산(자립형)과 아산(지역조합형) 직매장 소비자의 구매인식을 살펴보면 다음과 같음.
  - 금산과 아산 로컬푸드 직매장의 소비자는 공통적으로 다양한 농산물을 구매할 수 있다는

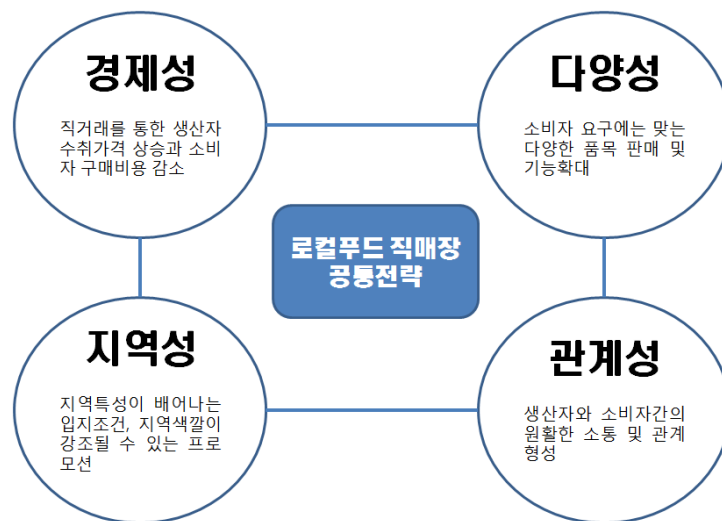
점을 인식하고 있음. 이는 직매장을 통해 시중에서 쉽게 구매할 수 없는 친환경 농산물 또는 지역 특산품 등을 구매할 수 있는 창구의 역할을 기대하는 것으로 보임.

- 경제성에서는 기본적으로 양쪽 직매장의 소비자는 구매비용 절감이라는 효과를 기대하고 있음.
- 지역성에서는 금산은 「지역농산물 구매」, 아산은 「지역농산물 친밀감」이 각각 구매의향에 유의한 영향을 미침.
- 관계성에서는 금산은 소비자가 생산자로부터 친밀감을 느낀다는 점, 아산은 생산정보 습득이 용이하다는 점이 강조되고 있음.
- 이상의 경제성, 지역성, 관계성에서 양쪽의 차이를 보면, 금산 직매장의 소비자는 지역농산물을 손쉽게 구매할 수 있는 공간으로서의 역할을 기대하고, 아산 직매장의 소비자는 일반적인 쇼핑의 연장선에서 안전성이 확보된 농산물을 저렴한 가격에 구매할 수 있는 역할을 기대하고 있음.

## 성공전략은 무엇인가? ◀

# 05

- 이상의 사례조사 및 생산자·소비자 인식구조 분석을 바탕으로 충남 로컬푸드 직매장의 성공전략을 제시하면 다음과 같이 공통전략과 개별전략으로 구분할 수 있음. 공통전략은 유형에 관계없이 직매장이 공통적으로 취해야 할 전략이고, 개별전략은 유형에 따라 차별적으로 취해야 할 전략임.
- 먼저, 일반적으로 로컬푸드 직매장이 취해야만 하는 공통전략을 제시하면 아래 <그림 1>과 같음.



<그림 1> 로컬푸드 직매장의 공통전략

- 첫째, 경제성에서는 로컬푸드 직매장이 갖고 있는 가장 큰 순기능인 직거래가 강화되어야 함. 로컬푸드 직매장 설립의 취지에 맞게 직거래를 통한 생산자 수취가격 상승과 소비자 구매비용 감소라는 기능이 우선적으로 작동되어야 함. 이를 위해서 직매장 운영주체와 생산자가 적극적인 시장조사를 통한 적정가격을 산출해야 함.

- 둘째, 다양성에서는 소비자 요구에 맞는 품목의 다양화와 직매장의 기능 확대가 필요함. 품목의 다양화는 소비자 요구와 편리성 욕구에 대응할 수 있도록 다양한 품목을 전시·판매함으로써 소비자의 구매기회를 확대해야 함. 이를 위하여 시·군단위의 지역 농산물 및 농가공식품 외에 일정한 범위 내 인근지역의 농산물 및 농가공식품도 일부 전시·판매할 필요가 있음.<sup>3)</sup> 그리고 유기농 농산물, 유기농 가공식품 등 도심의 마트에서 쉽게 접할 수 없는 상품을 전략적으로 판매할 필요가 있음.
  - 셋째, 지역성에서는 지역특성이 배어나는 입지조건과 프로모션이 필요함. 입지조건에서는 지역의 유명관광지와 그곳에 접근하는 도로에 위치하여 지역에 관심도가 높은 소비자를 유인할 필요 있음. 또한 캐릭터 창출, 지역 브랜드 농산물 및 특산물 판매, 지역 문화·역사·명소와 연계된 프로모션, 농촌관광 등 지역과 관련된 영역과 연계가 필요함.
  - 넷째, 관계성에서 중요한 것은 생산자와 소비자 간의 관계 형성임. 이를 위하여 생산자와 소비자 간의 원활한 소통이 이루어져야 하며, 생산자는 단순히 농산물을 생산·판매하는 역할이 아닌 상품정보를 발신하고 피드백을 받을 수 있는 체계를 갖추어야 함. 그리고 소비자에게 농촌, 자연, 고향, 추억 등의 감성을 자극할 수 있는 소스(source)를 제공하고, 그것을 통해 지속적인 관계형성이 필요함.
- 자립형과 지역조합형은 운영주체가 다르고 입지조건, 운영방식, 주요 고객층이 다르기 때문에 그에 따른 마케팅 전략에도 차이가 있을 수밖에 없음. 따라서 각 유형에 따른 개별전략을 제시함<표 5>.

3) 실제로 일본에서는 지역에서 생산되지 않는 농산물에 한하여 인근 지역에서 전체 판매량의 10~20%에 해당하는 농산물을 전시·판매하고 있음

〈표 5〉 로컬푸드 직매장의 유형별 개별전략

구 분		자립형 로컬푸드 직매장	지역조합형 로컬푸드 직매장
사 례		금산 로컬푸드 직매장	아산 로컬푸드 직매장
목 표		지역활성화의 거점	지역상생의 거점
성공전략	입 지	지역적 특색이 강조될 수 있는 곳에 위치하여 외지인·관광객 등을 유인	인근 주택가 또는 번화가 등 지역 소비자가 근접하기 좋은 곳에 위치
	프로모션	외지인·관광객을 대상으로 하는 장소마케팅적 접근	지역 소비자를 대상으로 하는 관계성 마케팅적 접근

- 자립형은 지역 농업인 조직이 운영하고 있으므로 지역성이 부각되어야 함. 「지역」이라는 키워드가 강조되면서 지역 농산물뿐만 아니라 지역의 이미지를 판다는 개념의 마케팅 전략의 수립이 필요함. 이를 위하여 자립형 직매장은 「지역활성화의 거점」으로 육성하는 한편, 지역을 방문하는 외지인·관광객을 대상으로 하는 장소마케팅의 전개가 필요함.<sup>4)</sup>
- 지역조합형은 지역농협이 운영주체로 소비자가 많이 밀집되어 있는 주택가에 위치해 있으므로 소비자와의 관계성이 부각되어야 함. 충남의 지역조합형은 대부분 기존 하나로마트 안에 위치한 읍인읍 형태이므로 소비자가 생필품과 공산품 등을 한 번에 구매할 수 있어 구매편의를 제공하고 있음. 그러나 로컬푸드 직매장이 가질 수 있는 지역성보다는 소매점으로서의 역할이 더 부각될 수밖에 없음. 따라서 지역조합형 직매장은 지역 생산자와 소비자가 소통하여 상생할 수 있는 「지역상생의 거점」으로서의 역할이 강조되어야 하며, 상호간의 친밀감과 신뢰감을 쌓을 수 있는 관계마케팅 전략이 필요함.<sup>5)</sup>

● 앞서 살펴 본 로컬푸드 직매장의 성공전략을 바탕으로 충남 로컬푸드 직매장의 정책적 시사점을 제시하면 다음과 같음.

- 첫째, 지역의 여건과 특성에 맞는 로컬푸드 직매장을 설립·운영해야 함.
- 둘째, 자립형과 지역조합형 등의 운영주체에 따른 차별화된 정책지원이 필요함.

4) 장소마케팅이란 장소를 관리하는 공적·사적 주체들에 의하여 추구되는 경제·사회적 활동을 말하며, 기업가와 관광객, 주민들에게 매력적인 곳이 될 수 있도록 지리적으로 규정된 특정장소의 이미지를 판매하기 위한 다양한 수법(문희정, 1998)

5) 관계마케팅이란 고객 등 이해관계자와 강한 유대관계를 형성·유지하며 발전시키는 마케팅활동으로서 장기간에 걸친 이익을 확보하기 위하여 고객과의 대화를 창조하여 더욱 좋은 서비스를 제공하고자 하는 마케팅 수법(이유재, 2004)

- 셋째, 참여농가가 로컬푸드 직매장의 목적, 의의, 운영방법 등을 이해할 수 있도록 적극적인 교육이 필요함.
- 넷째, 지역 내 로컬푸드 직매장 구성원의 조직화가 필요함.

김 중 화 책임연구원  
충남연구원 농촌농업연구부  
041-840-1128, sdart@cni.re.kr

※ 본 리포트는 2014년 충남연구원 전략과제 「충남 로컬푸드 직매장의 실태 및 성공전략」을 요약한 것임.

## ◆ 참고 자료 ◆

문희정(1998), 도시내부 장소마케팅의 지역적 파급효과, 서울대학교 대학원 지리학과 석사학위논문.

이유재(2004), 「서비스마케팅」, 학연사.

윤병선(2009), 지역먹거리운동의 전략과 정책과제, 농촌사회 제19집 2호, 한국농촌사회학회, pp99-121.

통계청, 농업총조사, 2010.

## 충남리포트(2014년~현재)

구분	제 목	집필자	발행일
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
2014-05	활력 넘치는 전통시장 되살리기, 상품권 사용 활성화가 필요하다	이민정	2014.01.28
2014-06	조류인플루엔자(AI) 관리 대책, 예방이 최우선이다!	정옥식	2014.02.11
2014-07	지원·참여형 문화소외계층 정책으로 충남형 문화복지시책을 추진하자	이인배	2014.02.13
2014-08	FTA를 수출확대의 기회로 삼아야	김양중	2014.02.20
2014-09	사라지는 농촌마을! 한계(限界)마을정책 도입해야	조영재	2014.02.25
2014-10	2014년 충남경제 전망과 시사점	김양중	2014.02.28
2014-11	다기능농업을 활성화하자	이관률·정현희	2014.03.06
2014-12	충청남도 벤처기업 현황과 발전방안	임형빈	2014.03.13
2014-13	충남 고령자 교통안전 대책이 필요하다	김원철	2014.03.27
2014-14	충남형 주민자치 거버넌스 구축을 위한 정책과제	최병학	2014.04.03
2014-15	충남의 행복지표와 정책 연계 방안이 필요하다	고승희	2014.04.16
2014-16	충남 논·밭의 생물상 및 생물다양성 증진 방안	정옥식	2014.05.08
2014-17	2040년 읍면동 인구 추계로 본 충남의 정책과제	임준홍·홍성효	2014.05.15
2014-18	내포광역도시권 형성을 위한 지역간 연계·협력 추진 방안	오명택·김정연	2014.06.12
2014-19	충남의 미래 성장을 견인할 자동차부품산업	김양중	2014.06.19
2014-20	민선6기 충남도 및 기초자치단체 당선자 공약 분석	송두범	2014.06.24
2014-21	자살예방을 위한 정책적 노력이 필요하다	이수철	2014.07.14
2014-22	지역을 위한 농협 혁신 성공 전략	이호중	2014.07.16
2014-23	대등하고 협력적인 중앙·지방간 재정관계 정립을 위한 제도개선	이정만·고승희	2014.07.17
2014-24	충남 보육정책 진단과 공공성 강화 방안	최은희	2014.07.21
2014-25	충남 자동차부품산업의 기술도약을 위한 정책과제	김양중	2014.07.23
2014-26	충남 협동조합의 조직화와 공급생태계 조성의 필요성	장종익	2014.07.28
2014-27	충청남도 자기주도 행정체계의 지속적 관리방안	주운현	2014.07.30
2014-28	충남 정책 키워드(3농혁신, 사회적경제)의 SNS 데이터 분석	임화진	2014.07.31
2014-29	프란치스코 교황의 충남 방문 의미와 향후 과제	유병덕·최영화	2014.08.05
2014-30	충남 자동차부품기업 기술개발 지원제도의 개선방안	김양중	2014.08.07
2014-31	내포지역의 정체성 정립과 추진과제	박철희	2014.08.11
2014-32	한국 경제의 새로운 성장전략 모색과 민선6기 충남의 발전 방향	김찬규 외	2014.08.21
2014-33	지방 3.0 시대, 충남 재정정보공개의 의미와 과제	정창수	2014.09.11
2014-34	분권형 초광역자치의 필요성과 과제	김순은	2014.09.16
2014-35	충남경제의 선순환을 위해 분공장 경제 탈피가 필요하다	박 경	2014.09.18
2014-36	충남 벤처기업 육성을 위한 벤처투자금융 활성화 방안	김흥기	2014.09.23
2014-37	충청남도 행복기움지원단 활성화 방향과 과제	김용현	2014.09.25
2014-38	균형발전을 위한 지역발전등급제 도입과 지역별 차등지원 방안 제언	변창흠	2014.09.30
2014-39	충청남도 주민자치를 위한 동네거버넌스 실천과 전략	안성호·곽현근	2014.10.02
2014-40	지역 중심의 에너지시스템 전환을 위한 정책과제	이상현 외	2014.10.08
2014-41	충남의 산업단지, 공공디자인으로 새롭게 변신해야 한다	이충훈	2014.10.16



구분	제 목	집필자	발행일
2014-42	충청남도와 중국 허베이성(河北省) 간 교류협력 활성화 방안	박경철	2014.10.17
2014-43	농촌의 에너지자립, 산림바이오매스에서 찾다: 일본 산림구원대 활동	박춘섭	2014.10.30
2014-44	일본 내발적 발전의 도시형 사례와 시사점	이민정	2014.11.06
2014-45	충남 지역 현실이 반영된 교통수요분석 DB 구축과 관리 필요	김형철 · 김원철	2014.11.12
2014-46	수요응답형 교통체계(DRT)의 이해와 도입방안	김원철 · 유준일	2014.11.20
2014-47	한·중 FTA가 충남 경제에 미치는 영향과 시사점	김양중	2014.11.26
2014-48	한·중 FTA 타결에 따른 충남 농업의 위기와 기회	강마야	2014.11.26
2014-49	한·중 FTA에 따른 충남 수산업의 위기와 기회	김종화	2014.11.26
2014-50	한·중 FTA, 충남 지역발전 전략과 대중국 교류협력 차원으로 접근해야	박경철	2014.11.26
2014-51	서해안 시대, 충청남도 국제교류 협력 증진 방안	채진원 외	2014.12.03
2014-52	충남도와 중국 하이룽장성 교류협력전략	박인성	2014.12.04
2014-53	인권 선진으로 나가는 충남의 정책과제	성태규	2014.12.10
2014-54	충남 서북부 환경취약지역, 주민건강피해 예방과 관리가 필요하다	명형남	2014.12.17
2014-55	충남 대형국책사업 발굴 및 유지 자원을 강화해야 한다	이종윤 · 임재영	2014.12.25
2015-01	충남 야생동식물 서식현황 및 생물다양성 증진 방안	정옥식	2015.01.05
2015-02	지역단위 중소기업 지원 플랫폼 구축 방안	신동호	2015.01.13
2015-03	충청남도 문화예술 비전과 발전전략	박철희	2015.01.26
2015-04	충청남도 행정리 단위 마을의 인구 및 가구구조 변화 특성	최은영 외	2015.02.03
2015-05	충청남도 도서(島嶼) 특성과 발전방향	한상욱	2015.02.12
2015-06	충청남도 행정통·리 마을의 최근(2005~2010년) 변화와 시사점	최은영 외	2015.02.17
2015-07	2015년 충남 GRDP 전망 - GRDP 100조 시대 충남의 새로운 도약	김양중	2015.02.25
2015-08	글로벌 차원의 산업정책 패러다임 변화와 시사점	정준호	2015.03.05
2015-09	신균형발전을 위한 다층적 균형발전책	박배균 · 김동완	2015.03.12
2015-10	사람 중심의 통합적 균형발전정책	조명래	2015.03.20
2015-11	삼교호 수계! 충남형 유역관리방안의 선제적 추진이 필요하다	김영일 외	2015.03.26
2015-12	하구의 생태적 가치! 무엇이 가로막고 있는가?	이상진	2015.04.01
2015-13	수도권 집중을 막기 위한 새로운 균형발전 담론과 실천 과제	강현수	2015.04.10
2015-14	충남지역 전력요금 차등화 방안 - 전력요금의 지역신호 강화 방안 -	이인희	2015.04.16
2015-15	충남의 철강산업 실태와 발전방안	백운성	2015.04.17
2015-16	충남 논습지의 생태계서비스 가치 평가	사공정희	2015.04.22
2015-17	농업·농촌의 공익적 기능에 대한 보상으로서 농업직불금 확대 필요	강마야 · 이관률	2015.04.24
2015-18	충남 “미더유” 현황과 발전전략	권오성	2015.04.29
2015-19	충청남도 농촌중심지 활성화 정책의 과제와 전략	이상준 외	2015.05.01
2015-20	충남 도민이 꿈꾸는 행복한 성장	김양중 · 백운성	2015.05.15
2015-21	양봉산업의 의의와 발전가능성	이관률	2015.05.19
2015-22	충남 저소득층 복지정책의 현황 및 개선방안	류진석	2015.05.28
2015-23	과소화·고령화 된 농촌마을, 유형별 재편이 필요하다	조영재	2015.06.05
2015-24	충남의 환경보전정책 로드맵이 필요하다	명형남	2015.06.12

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

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



충남리포트

# ChungNam Report