

2 판 제 19967 호

2009년 1월 1일 목요일 (음력 12월 6일)

부산일보

1946년 9월10일 창간 전화 051-461-4114

내일날씨 부산 ☀ -2~8도 경남 ☀ -6~8도

동남권 대표신문 www.busanilbo.com

부산-후쿠오카 우정의 해

부산 60%, 후쿠오카 78%
‘경제공동체’ 구상에 찬성

■ 부산일보-서일본신문, 시민의식조사

대한해협을 사이에 둔 자매도시 부산과 후쿠오카는 교류 20주년이 되는 올해를 ‘우정의 해’로 지정했다. 이에 대해 부산 시민 63.8%, 후쿠오카 시민 78.0%는 ‘우정의 해’를 계기로 경제·관광·교육·문화 등에서 두 도시의 교류·협력이 활발해질 것이라고 기대했다.

또 바다와 국경을 뛰어넘은 두 도시의 ‘경제공동체’ 구상에 대해 부산(60.2%)과 후쿠오카(78.0%) 시민 모두 압도적으로 찬성해 초광역경제권 형성을 지지했다.

이는 부산일보사와 후쿠오카에 본사를 둔 자매지 서일본신문사가 공동으로 부산리서치와 서일본신문 에스피센터에 의뢰해 부산 시민 500명, 후쿠오카 시민 300명을 대

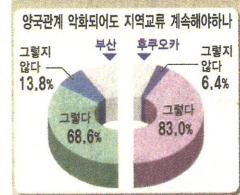
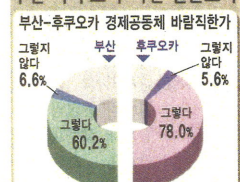
계속해야 한다고 대답해 일본 쪽이 지역 간 교류를 더 중시하는 경향을 보였다.

부산 또는 후쿠오카에서 한·일 정상회담을 개최하자는 제안에는 부산(75.4%)과 후쿠오카(80.0%) 모두 압도적으로 찬성했다.

양 지역 시민 모두 ‘우정의 해’ 지정 사실을 잘 모르고 있는 것(‘알고 있다’ 부산 24.2%·후쿠오카 21.0%)으로 나타나 홍보가 필요한 것으로 지적됐다.

부산 시민만을 상대로 한 한·일

부산-후쿠오카 시민 설문조사



양국 관계 악화돼도

교류 계속 ‘압도적’

상으로 12월 초 ‘부산-후쿠오카 우정의 해’ 관련 시민의식 조사를 실시한 결과다.

▶관련기사=4·5면 좌면-6면 조사 결과에 따르면 부산 시민 19.0%가 후쿠오카를 방문한 적이 있었던 반면 후쿠오카 시민들은 다소 높은 27.3%가 부산을 찾은 적 있다고 응답했다.

양 도시 간의 친근감에 대한 질문에 부산 시민 39.0%는 ‘후쿠오카가 일본의 다른 도시에 비해 친근하다’고 응답했고 후쿠오카 시민들도 비슷한 비율(38%)로 가깝게 느낀다고 대답했다. 친근감은 세대별로 다소 차이를 보였는데, 부산은 고령층으로 갈수록 친근감이 떨어진 반면 일본은 연령에 비례해 가파르게 올랐다.

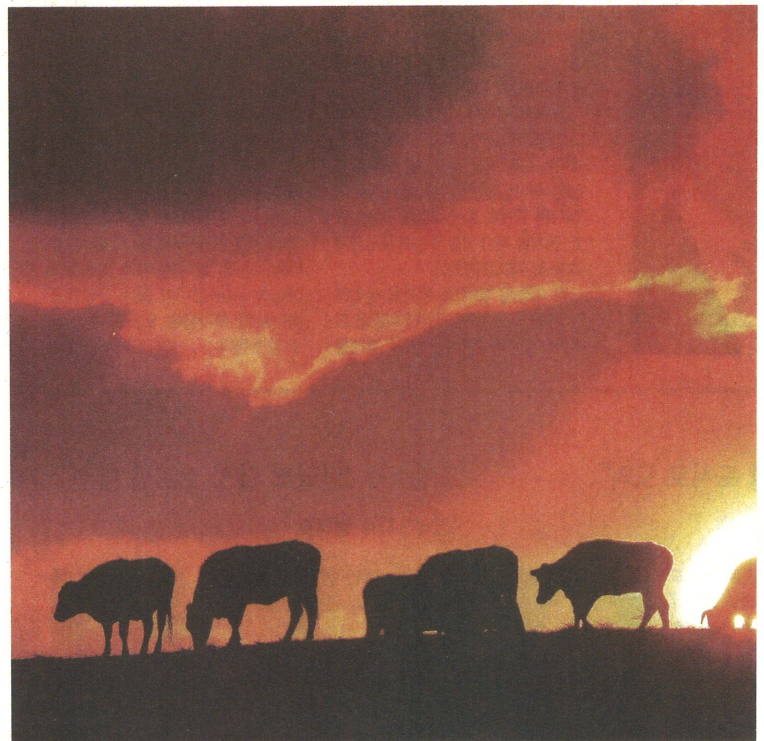
‘국가 간 관계가 악화되더라도 지역 간 교류는 계속되어야 하는’는 질문에 부산 시민 68.6%는 “계속되어야 한다”고 응답했다. 후쿠오카 시민은 83.0%가 교류를

해저터널에 대한 질문에는 56.4%가 찬성해 반대(24.0%)보다 배 이상 이 지지의견을 표실했다.

이에 대해 ‘부산-후쿠오카 포럼’의 부산 측 간사인 장제국 동서대 부총장은 “이번 조사 결과는 두 지역민들이 지방의 한계를 국경을 뛰어넘는 협력으로 돌파하는 데 공감하고 있음을 보여준다고” 평가했다.

한편 양 시는 오는 2월 2일 부산문화회관에서 후쿠오카의 유명 브라스밴드 초청 공연 등을 내용으로 하는 우정의 해 기념식을 가진 뒤 영화제 출품상 상호 교류 등 연중 다양한 행사를 계획하고 있다.

김승일 기자 dojume@



기축년엔 힘내야~소!

홍시 속살 같은 하늘에 하얀 한나가 수옥~머리를 내밀었다. 음미이니 하는 단어들이 줄행랑을 쳤다. 대지에 입맞춤하던 소가 천 번!

부울경 생산물 우리가 산

지역소비가 경제 살린다

부산일보 2009 캠페인

상공계·시민단체 등과 ‘제2 물산장’

소비→투자→고용 확대 ‘선순환 고리’

1923년 1월 9일 서울에서 역사적인 모임이 열렸다. 20여개 민족단체 대표 160여명이 우리 땅에서 나고 생산되는 토산품을 사용하자는 결의를 다졌던 것이다. 일제의 수탈정책에 항거해 민족경제의 씨앗을 뿌린 ‘조선물산장려운동’은 그렇게 시작됐다. 그로부터 86년 후, 부산에서 지역경제를 살리기 위한 ‘제2의 물산장려운동’이 시작된다. 2009년 부산일보가 펼쳐나갈 ‘지역소비가 경제 살린다-부산일보 2009 캠페인’이 바로 그것이다.

▶관련기사 14-15면

부산·울산·경남지역의 생산물에 대한 소비를 진작시키고 지역 재래시장 등 소상공인을 이용함으로써 지역 내 제조·유통·서비스업은 물론 농어민들이 경기침체의 흑화기를 극복하는 것을 돕기 위해서다.

사실 지역경제는 그 어느 때보다

어렵다. 우선 자본과 기술, 유통망에서 경쟁력을 갖춘 기업과 농업인이 많지 않다.

설상가상으로 미국발 금융위기로 부터 촉발된 세계적 불황이 지역 경기를 더욱 옥죄었다. 수입이 준 소비자들은 지갑을 닫기 시작했고, 얼어붙은 소비심리는 다시 실물경기로 돌아올수록 악순환의 고리를 만들고 있다.

‘지역소비가 경제 살린다-부산일보 2009 캠페인’은 지역민의 총체적 역량을 모아 이 같은 상황을 극복하기 위해 기획됐다. 소비 주체들에게 자신감을 불어넣어 소비를 진작시키면 지역의 생산자를 살릴 수 있다. 여력이 생긴 생산 주체들이 투자를 늘리고 고용을 창출해 다시 구매력을 높이는 ‘선순환 고리’를 만드는 게 이 캠페인의 목표다.

이 캠페인에는 부·울·경 치단체와 지방의회, 상공·시민·사회단체들이 동참할 예정이다. 지난해 12월 23일 부산시의회, 부산상공회의소, 등이 ‘지역소비운동협의체’를 만들고 합의했다.

이번 캠페인의 방향과를 제공하게 될 지역소비는 이날 참석한 단체와층의 다양한 시민·사회단체조직 등을 영입해 실효를 갖출 방침이다.

부산시 경제산업실 배 “경제의 최종 목적인 소비 생산과 유통도 모두 죽는 데로 치한 지역경제를 소비 진작 캠페인은 경시발점이 될 것”이라고 말했다.

김영환 기자 kim01@b

56.4% 찬성...반대보다 배 이상 높아

■ 한·일 해저터널 부산 시민 생각은?

20대와 60대, 여성보다 남성 지지 많아

‘양쪽 모두 이익’ ‘일본에 이익’ 순 답해

한·일 해저터널에 대한 부산시민들의 생각은 어떨까? 설문 결과 56.4%가 찬성해 반대(24.0%)보다 배 이상 높았다. 응답자의 19.6%는 ‘잘 모르겠다’고 답했다.

연령별로는 20대(66.7%), 60대(59.4%)의 지지율이 높았고 30대

(31.1%)는 낮았다. 남성(57.4%)이 여성(55.4%)보다 찬성률이 약간 높았다. 직종별로는 서비스직(83.3%)과 제조업(75.0%)의 찬성률이 높았고 무직(47.3%), 공무원·교원(50%), 주부(53.8%)는 부정적이었다.

‘해저터널이 한국과 일본 어느

쪽에 이익이 된다고 생각하느냐’는 질문에 ‘양쪽 모두 이익’(33.6%)이란 응답이 가장 많았고 ‘일본에 이익’(28.8%), ‘한국에 이익’(9.0%) 순이었다.

연령은 20대(40.0%)와 30대(36.7%), 직종은 서비스직(50.0%)과 일반 사무직(46.5%)이 한·일 모두에 이익이 될 것이라는 생각이 많았다.

‘일본이 이익이 될 것’이라고 생각하는 사람들은 50대(31.3%)와 40대(28.2%), 제조업(62.5%)과 공무원·교원(37.5%)이 더 많았다. 전문직(29.4%)과 학생(13.2%)은 ‘한국에 더 이익이 될 것’이라고 응답했다.

김승일 기자

한·일 해저터널에 대한 찬반



(단위:%)

해저터널이 이익이 되는 나라



(단위:%)

釜山日報

2009年1月1日

日韓海底トンネルに対する釜山市民の考えはどうだろうか？アンケートの結果、56.4%が賛成し、反対(24.0%)より倍以上高かった。回答者の19.6%は「よくわからない」と答えた。

年齢別では20代(66.7%)、60代(59.4%)の支持率が高く、30代(31.1%)は低かった。男性(57.4%)が女性(55.4%)より賛成率が若干高かった。職種別ではサービス職(83.3%)と製造業(75.0%)の賛成率が高く、無職(47.3%)、公務員・教員(50%)、主婦(53.8%)は否定的だった。

「海底トンネルが韓国と日本のどちらに利益になると考えるか」という質問に「両方に利益」(33.6%)という回答が一番多く、「日本に利益」(26.8%)、「韓国に利益」(9.0%)の順だった。

年齢は20代(40.0%)と30代(36.7%)、職種はサービス業(50.0%)と一般事務職(46.5%)が日韓両方に利益になるという考えが多かった。

「日本に利益」と考える人々は、50代(31.3%)と40代(28.2%)、製造業(62.5%)と公務員・教員(37.5%)が多かった。専門職(29.4%)と学生(13.2%)は「韓国に利益」と回答した。