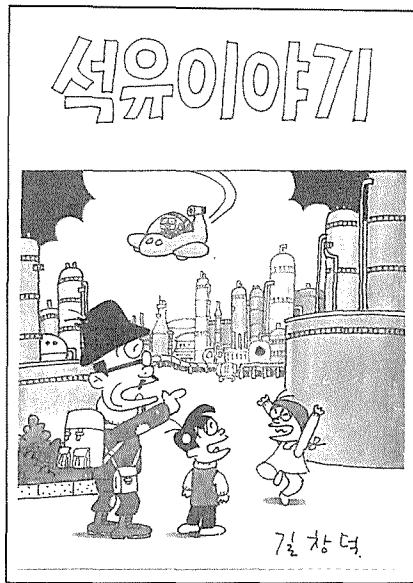


만화〈석유이야기〉의 설문조사 분석

- 내용이 재미 있다. 83%
- 석유문제 이해하는데 도움 되었다. 95%



- 석유협회 홍보실 -

I. 설문조사 개요

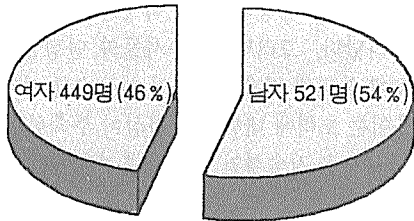
석유협회는 정유업계 이미지개선계획의 일환으로 지난해 12월 만화〈석유이야기〉5만부를 발간·배포했다. 이와 아울러 석유협회는 이 만화의 효과를 측정하기 위해 작년 연말부터 지난 1월 20일까지 독자 2,000명에게 설문조사를 실시하여 그중 설문에 응답한 970명을 대상으로 홍보만화〈석유이야기〉에 대한 평가 및 우리나라 석유산업에 대한 국민의식을 분석했다.

이번 조사는 개별면접 및 무작위 배포에 의해 회수된 설문지를 성별·학력별·연령별로 분석하였다.

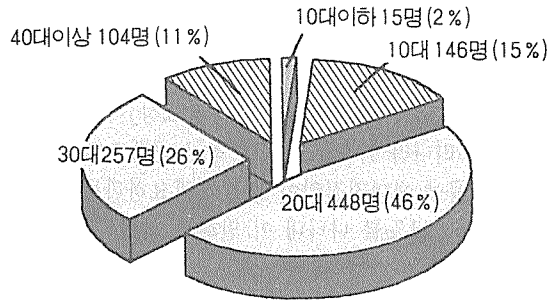
총 설문 응답자 970명을 성별로 보면 남자 521명, 여자 449명으로 54대 46의 비율을 나타냈으며, 학력별로는 국민학교 7%, 중학교 6%, 고등학교 35%, 대학교(원) 49%, 기타 3%였다.

그리고 연령별로는 10대이하 2%, 10대 15%, 20대 46%, 30대 26%, 40대 이상 11%를 나타내 20~30대가 전체 응답자중 72%를 차지하였다.

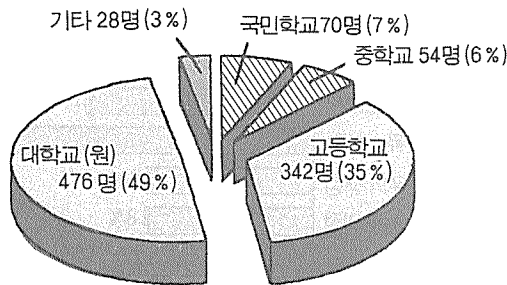
성별



연령별



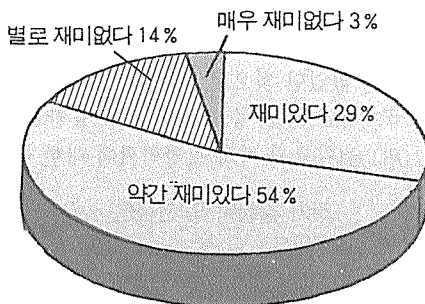
학력별



II. 〈석유이야기〉에 대한 평가

「내용이 재미있다.」 83%

이 만화를 읽은 소감은?



독자들은 만화 〈석유이야기〉를 재미있게 읽은 것으로 나타났다.

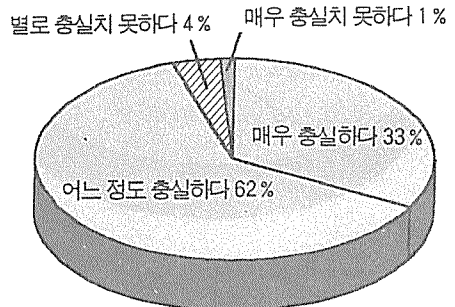
이 만화를 읽은 소감에 대해 「재미있다」 29%, 「약간 재미있다」 54%로 모두 83%가 긍정적인 반응을 보였다.

「대체로 재미있다.」는 반응을 성별로 보면 남자

85%, 여자 81%로 나타났고 연령별, 학력별로도 전체의 80~90% 범위의 고른 분포도를 보여 석유와 같은 전문성을 지닌 내용치고는 독자층이 편중되지 않고 전반적으로 재미있다는 평가를 받은 것으로 본다. 반면 「별로 재미없다」는 14%, 「매우 재미없다」는 3%에 불과했다.

만화의 내용 구성 「충실하다」 95%

이 만화의 내용 구성은?



만화의 내용 구성에 대한 반응은 「매우 충실하다」

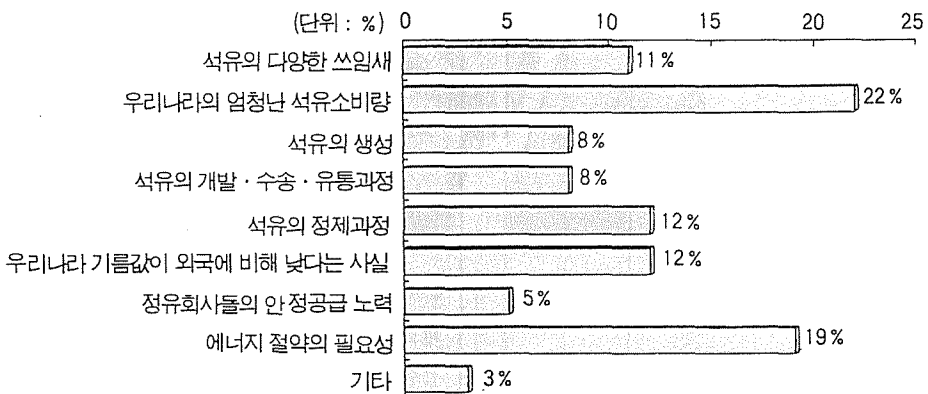
33%, 「어느 정도 충실하다」 62%, 「별로 충실치 못하다」 4%, 「매우 충실치 못하다」는 5%에 불과했다.

특히 「이 만화를 통해 새롭게 안 사실」에 대한 질문에는 「우리나라의 엄청난 석유 소비량」이 전체의 22%로써 가장 높고 「에너지 절약의 필요성」이 19%로 높아 우리나라 석유 소비량이 최근 큰폭으로 증가하기 때문에 에너지절약이 절실히 필요하다는 반응이 전체의 41%를 나타내 이 만화가 에너지절약 홍보에 상당한 효과를 거둔 것으로 분석되었다. 그

다음에 「석유의 정제과정」과 「우리나라 기름값이 외국에 비해 낮다는 사실」이 각각 12%로 나타났다. 그리고 「석유의 다양한 쓰임새」 「석유의 생성」 「석유의 개발·수송·유통과정」은 각 11%, 8%, 8% 순으로 나타났다. 그러나 「정유사들의 안정공급 노력」은 5%에 불과해 정유회사들이 석유수급 안정을 위해 기울이는 노력에 대해서는 관심이 부족한 것으로 나타나 앞으로 지속적인 대국민 홍보활동이 필요함을 보여 주었다.

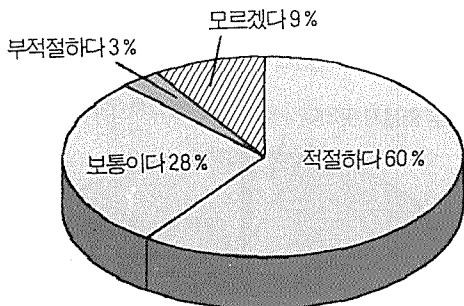
인식효과 : 에너지절약 필요성 인식 높아

이 만화를 읽고 새로이 알게 된 사실은



「작가선정 적절하다」 60%

만화가 작가 선정은

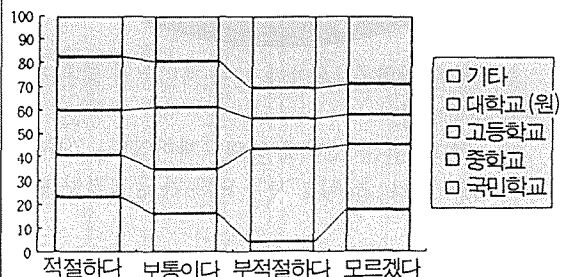


이 만화는 제작과정에서 작자가 이원복교수에서 길창덕씨로 바뀌는 등 많은 우여곡절을 겪었다. 따라서 당 협회 입장에서 작가선정에 큰 어려움이 있

었던 점을 감안하여 별도로 작가 선정에 대한 독자 들의 반응을 조사했다. 작가 선정에 대해서는 「적절하다」가 60%로 나타나 당초 우려했던 것과는 달리 큰 문제점은 없었던 것으로 나타났다. 학력별 반응을 보면 국민학교 66%, 중학교 50%, 고등학교 55%, 대학교(원) 64%로써 작가 길창덕씨에 대한 독자층

작가(길창덕)의 선정은

(기준=100)

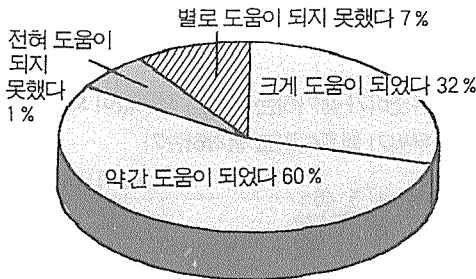


이 두렵다는 것을 보여주었다. 그리고 작가선정에 「보통이다.」 28%, 「모르겠다」 9%를 보였으며 「부적절하다」는 3%에 불과했다.

Ⅲ. 〈석유이야기〉의 홍보 효과

「석유문제 이해하는데 도움이 되었다」 92%

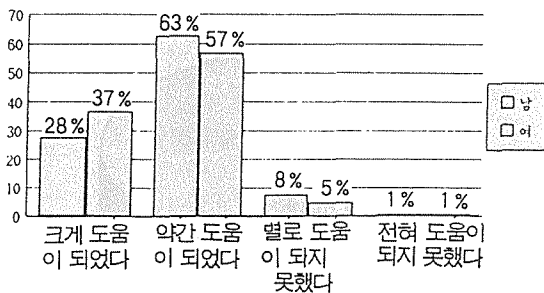
이 만화를 읽고 석유문제를 이해하는데 도움이 되었는가



「이 만화를 읽고 석유문제를 이해하는데 도움이 되었는가」라는 질문에 「크게 도움이 되었다」 32%, 「약간 도움이 되었다」 60%로 모두 92%가 도움이 되었다는 반응을 보였다. 반면 8%만이 「도움이 되지 못했다」고 응답했다.

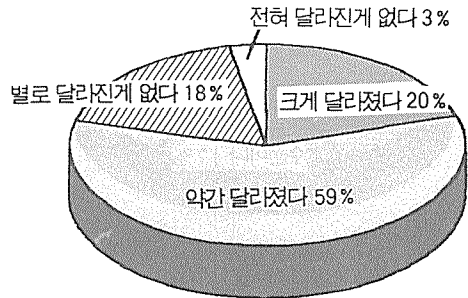
「도움이 되었다」는 반응을 성별로 보면 남자 91%, 여자 94%로 여자가 더 높게 나타났고, 학력별로는 국민학교 96%, 중학교 85%, 고등학교 94%, 대학교(원) 90%로써 저학력일수록 긍정적인 반응이 높은 것으로 나타났다.

이 만화를 읽고 석유문제를 이해하는데 도움이 되었는가



「석유에 대한 인식 달라졌다.」 79%

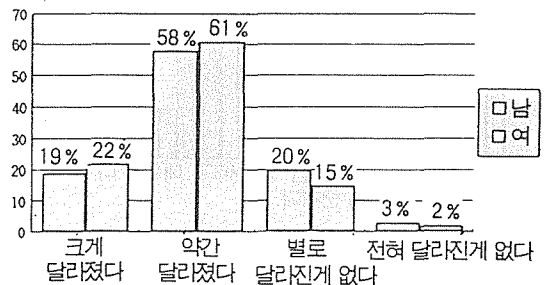
이 만화를 읽고 석유에 대한 인식은



「이 만화를 읽고 석유에 대한 인식이 달라졌는가」의 질문에 「크게 달라졌다.」 20%, 「약간 달라졌다.」 59%로 모두 79%가 이 만화를 통해 석유에 대한 인식이 달라진 것으로 나타났다.

특히 남자 77%보다 여자 83%가 석유에 대한 인식이 더 크게 달라진 것으로 나타났다. 반면 「별로 달라진 것이 없다.」 18%이며 「전혀 달라진 것이 없다」는 3%에 불과했다.

이 만화를 읽고 석유에 대한 인식은

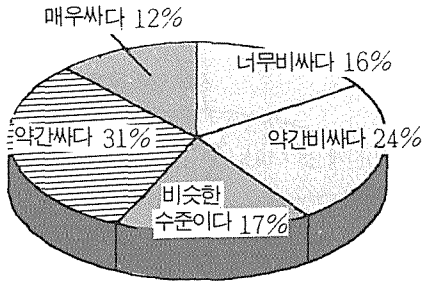


Ⅳ. 유가비교에 대한 인식

국내 기름값 「싸다」 43%

「우리나라 기름값은 외국에 비해 어느 정도라고 생각합니까」라는 질문에 「약간 싸다」 31%, 「매우 싸다.」 12%로 모두 43%가 국내 석유가격이 외국에 비해 아직도 싸다고 응답했다. 그러나 「약간 비싸다」 24%, 「너무 비싸다」 16%로 외국에 비해 석

우리나라 기름값은 외국에 비해 어느 정도라고 생각합니까

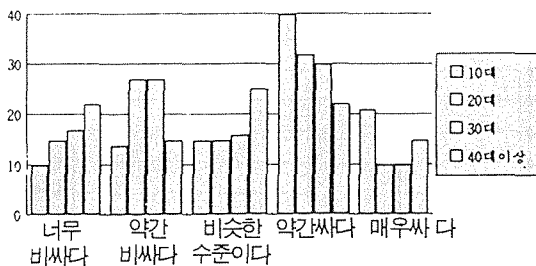


유가격이 비싸다는 응답자수도 40%에 이르러 「싸다」「비싸다」의 의견이 비슷하게 나타났다. 그리고 「비슷한 수준이다」는 견해는 17%를 나타냈다.

국내 기름값이 「싸다」는 반응을 연령별로 보면 10대가 61%, 20대가 42%, 30대가 40%, 40대 이상이 37%로 연령이 낮을수록 국내기름값이 외국에 비해 「싸다」는 반응을 나타냈다.

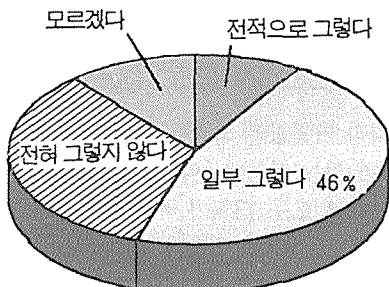
우리나라 기름값이 외국에 비해 어느 정도라고 생각합니까

(단위 : %)



석유소비증가요인 「기름값이 싸서」 55%

최근 석유소비가 증가하는 이유가 석유값이 외국에 비해 너무싸기 때문이라고 생각하는가



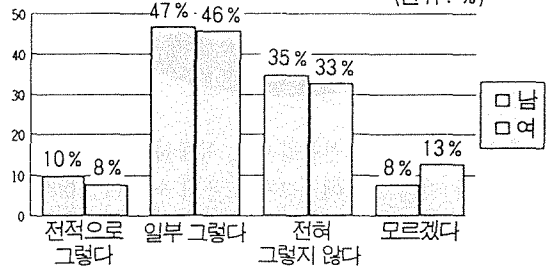
「최근 우리나라 석유 소비가 증가하는 이유가 기름값이 외국에 비해 너무 싸기 때문이다」란 질문에 「전적으로 그렇다」 9%, 「일부 그렇다」 46%로 그렇다고 반응을 보인 응답자수가 55%로 그동안 소비 증가요인이 기름값의 영향을 많이 받은것으로 앞으로 석유소비증가를 둔화시키는 방안에는 기름값 조정이 큰 역할을 할 것으로 보인다.

한편 「그렇지 않다」 34%, 「모르겠다」 11%의 반응을 나타냈다.

석유소비증가요인에 「기름값이 싸다」는 반응을 성별로 보면 남자 57%, 여자 54%로 남자가 더 높게 나타났다.

최근 석유소비가 증가하는 이유가 석유값이 외국에 비해 너무싸기 때문이라고 생각하는가

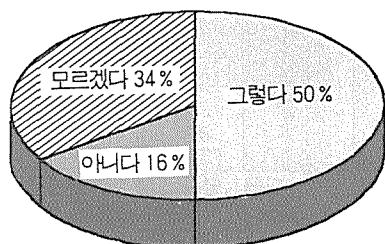
(단위 : %)



V. 정유업계에 대한 인식

최근 정유업계는 '90년 걸프전 이후 계속된 결손 누적으로 심각한 경영난을 겪고 있다. 그리고 향후에도 시설투자에 막대한 자금이 소요될 것으로 예상되어 그 어느 때 보다도 큰 어려움을 안고 있는 실정이다. 그런데 정유업계에 대한 국민의 시각은 아직도 다른 제조업에 비해 수익성이 높아 돈을 많이 벌

귀하는 정유회사들이 다른 제조업에 비해 이익율이 높다고 생각하십니까



고 있는 업종으로 잘못 알고 있어 이 부분 역시 앞으로 정유업체가 지속적인 대국민 홍보를 전개해야 할 것으로 분석되고 있다.

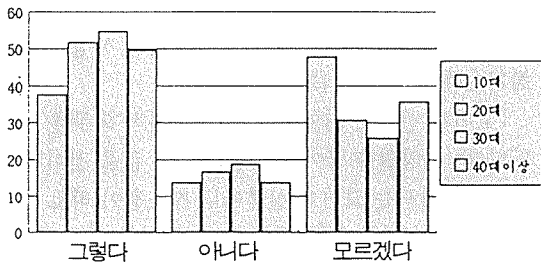
설문조사에 의하면 「정유회사들이 다른 제조업에 비해 이익율이 높다고 생각합니까?」란 질문에 「그렇다」 50%, 「아니다」 16% 「모르겠다」 34%로 응답하여 아직도 많은 사람들이 정유업체가 수익성이 높은 업종으로 보는 시각이 많음을 보여 주었다.

「이익률이 높다」는 반응을 성별로 보면 남자 52% 여자 48%로 나타났고, 연령별로는 10대 38%, 20대 52%, 30대 55%, 40대이상 50%가 나타났다.

「이익률이 높지 않다」는 반응은 남자 21%인 반면 여자 12%로 큰 차이를 보였다. 연령별로는 10대 14%, 20대 17%, 30대 19%, 40대이상 14%로 연령이 높을 수록 정유업체에 대한 이미지가 많이 개선된 것으로 나타났다.

「모르겠다」도 34%에 이르러 이 분야의 인지도는 매우 낮은 것으로 나타났다.

정유회사들이 다른 제조업에 비해 이익율이 높다고 생각하십니까?



VI. 기타 독자 의견(총 162명)

-에너지문제에 대한 지속적 홍보·교육 필요하다.

- (1) 에너지문제에 대한 지속적 홍보강화 및 교육 실시 (38)
- (2) 석유의 안정적 공급노력 지속 (24)
- (3) 환경오염 대책 강구 (22)
- (4) 에너지(석유) 절약 노력 (14)
- (5) 대체에너지 개발 노력 (12)
- (6) 유통질서 확립요망(공정거래포함) (10)

- (7) 유전개발 (9)
- (8) 석유사업기금의 효율적 이용과 운용 (6)
- (9) 고품질 유류개발 (3)
 - 유가안정 노력 (3)
 - 정유산업의 시장경제체제 도입 서둘러야 (3)
- (10) 유가국제가격 연동제 실시 (2)
 - 정유공장건설 확대 (1)
- (11) 정유공장건설 확대 (1)
 - 특별소비세 폐지 (1)
 - 비축시설 확장 (1)
- (12) 기타 (11)

VII. 결론

이 만화의 발간목적은 석유문제에 대한 국민의 이해를 제고시킴으로써 정유업체의 이미지를 개선하는 것이었다. 설문조사 결과 독자들은 이 만화를 읽은 소감에 대해 83%가 「재미 있었다.」고 응답했고 또 95%가 「석유문제를 이해하는데 도움이 되었다」고 긍정적인 반응을 보였다. 따라서 이 만화는 일단 제한적이거나 그 목적을 달성하는데 성공했다고 평가된다.

그러나 이번 설문조사 결과 국민들은 의외로 석유문제에 대한 이해도가 낮은 것으로 나타났다. 특히 정유사의 저가안정공급 노력과 저조한 수익성에 대해서는 거의 무관심했으며, 또 일부 독자는 아직도 정유업체에 대한 부정적인 시각을 그대로 표출하기도 했다. 이는 앞으로 에너지문제에 대한 지속적인 홍보활동이 필요함을 의미한다.

90년대에 요구되는 기업상을 한마디로 요약하면 휴먼스케일 기업으로서 친근감을 지닌 인간중심형 기업, 인간과 같이 인격을 지닌 기업이 되어야 할 것이다.

따라서 수익과 똑같은 비중으로 소비자로부터 공감을 얻는 기업만이 영속기업으로 발전할 수 있을 것이다. ♣