

日本の 석유제품 流通실태

(中)

6. 석유제품販賣業者 概要

(1) 석유제품 取扱 開始시기

公去委調査에 의한 판매업자의 석유제품 취급개시 시기는 <表1>과 같다. 45년이전부터 취급을 시작한 것은 50%에 불과하며 소위 自動化가 진전된 61년부터 10년간의 高成長시기에 석유제품의 취급을 시작한 경우가 약 40%를 차지하여 비교적 새로운 취급업자가 많다고 할수 있다.

薪炭業者 및 米穀業者가 주로 취급하는 상품은 燈油이며 45년부터 55년에 걸쳐 취급을 시작한 경우가 많다. 즉 주방용연료(石油콘로 중심)의 보급에 따라 이들이 燈油판매업자로 등장해 왔던 것으로 보인다.

商社系石油販賣業者는 商社의 營業多角化의 일환으로서 石油판매업 분야에 진출한 것으로 보인다.

(2) 企業規模

① 資本金 규모 ;

公去委調査에 의한 業種別 資本金 구성비는<表2>, <表3>과 같다.

▲都売業者의 자본금규모는 5백만 円~3천만円이하가 25%로 가장 많고, 다음은 5백만円이하 23%로 이들 계층에서 전체의 약 50%를 차

지하고 있다. 薪炭業者는 자본금규모가 3천만円이하인 사업자가 80%를 차지하지만 5억円이 넘는 大規模 사업자도 전체의 13%여서 격차

<表2> 業種別 資本金 構成比 (都売)

業種	資本金							平均 資本金 (%)
	500万円以下 (%)	500万円~3,000万円以下 (%)	3,000万円~5,000万円以下 (%)	5,000万円~1億円以下 (%)	1億円~3億円以下 (%)	3億円~5億円以下 (%)	5億円以上 (%)	
石油販賣業者	17	35	13	4	9		22	573
薪炭業者	52	28	4	4	4		8	124
米穀業者		14	14	38	24	5	5	122
商社系石油販賣業者					17	50	33	632
平均	23	25	9	13	12	5	13	229

(註) 資料：公去委調査

<表3> 業種別 資本金 構成比 (小売)

業種	資本金					平均 資本金 (百万円)
	100万円以下 (%)	100万円~500万円以下 (%)	500万円~1,000万円以下 (%)	1,000万円~3,000万円以下 (%)	3,000万円以上 (%)	
石油販賣業者	27	38	13	16	6	8.9
薪炭業者	25	36	11	21	7	4.6
米穀業者	29	55	10	6		18.5
平均	27	41	12	15	5	9.5

(註) 資料：公去委調査

<表1> 石油製品 取扱開始時期 (構成比) (都売・小売)

業種	取扱時期 (%)	45年	46~50年	51~55年	56~60年	61~65年	66~70年	71~75年	76年以後
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
石油販賣業者	7	8	15	20	20	23	6	1	
薪炭業者	1	4	35	18	20	6	15	1	
米穀業者	5	9	9	18	38	21			
商社系石油販賣業者					49	17	17	17	
其他	2	15	12	7	36	8	17	3	
平均	5	9	17	17	25	18	8	1	

(註) 資料：公去委調査

가 크다.

▲小売業者는 1천만円이하의 사업자가 전체의 80%를 차지하여 비교적 小規模事業者가 많은 것을 알 수 있다.

참고로 資源에너지庁調査「石油製品販売業 実態調査報告書」(76년 2월) [以下「에너지庁調査」라고 한다. △조사대상: 注油所를 주제로 석유제품판매업을 경영하고 있는 전국의 企業(약 2천 6백개)]에 의하면 調査企業 전체의 약 86%가 자본금이 1천만円以下이다. 또 社団法人 全国石油協会調査(79年版) [以下「協会調査」라고 한다. △조사대상: 79년 9월 20일 현재 보유하고 있는 注油所를 直接 運營, 石油製品の 판매를 실제로 하고 있는 기업(약 3천개)]에 의하면 조사기업 전체의 약 76%가 자본금 1천만円이하인 기업이며, 平均資本金額은 약 1천 3백만円이라고 한다.

②從業員 규모 ;

都売業者의 경우는〈表 4〉와 같으며, 전체 사업자의 약 90%가 3백명이하의 종업원을 고용하고 있다. 小売業者는 〈表 5〉와 같고, 종업원 50명이하인 사업자가 전체의 94%를 차지한다. 에너지庁調査에 의하

면 50명이하의 中小企業은 전체의 92%, 石油協會조사에 의하면 약 89%로 두 조사에서 모두 中小企業이 차지하는 비율이 높은 것으로 나타났다.

③ 판매업자의 都売·小売兼業比率 ;
이미 말한 바와 같이, 石油販売業

界는 다른 업계에 비해 판매업자의 都売小売兼業比率이 높다고 할 수 있는데 그 상황은 〈表 6〉과 같다.

전체의 약 30%가 都売·小売兼業이지만, 특히 石油판매업자는 그 비율이 높아, 都売業者라도 注油所를 경영하며 小売를 하고 있는 경우가 많다.

〈表 4〉 業種別 從業員數 構成比(都売)

業種	從業員數 10人 以下 (%)	11~ 100人 (%)	101~ 300人 (%)	301~ 1,000人 (%)	1,001人 以上 (%)	平均 從業員數 (%)
石油販売業者	30	35	13	9	13	432
薪炭業者	56	26	7	11		100
米穀業者	10	66	19	5		91
商社系石油販売業者		17	50	33		332
平均	31	39	16	10	4	214

(註) 資料: 公去委調査

〈表 5〉 業種別 從業員數 構成比(小売)

業種	從業員數 1~4人 (%)	5~10人 (%)	11~50人 (%)	51人以上 (%)	平均從業 員數(人)
石油販売業者	30	27	36	7	24
薪炭業者	55	31	14		6
米穀業者	47	26	18	9	21
平均	37	28	29	6	22

(註) 資料: 公去委調査

〈表 6〉 都売·小売兼業率 構成比

業態 形態 都売率 業種	都 売 業 者					小 売 業 者				
	都売率 100% ① (%)	都 売 · 小 売 兼 業 (都 売 率)			計 ①+④(%)	都 売 · 小 売 兼 業 (都 売 率)			小 売 專 業 都売率 0% ④ (%)	計 ③+⑤(%)
		100%미만 75%以上 (%)	75%미만 50%以上 (%)	(小計) ③ (%)		50%미만 25%以上 (%)	25%미만 0%超 (%)	(小計) ⑤ (%)		
石油販売業者	3	3	6	9	12	8	18	26	62	88
薪炭業者	15	23	5	28	43	3	3	6	51	57
米穀業者	23	8	2	10	33	5	5	10	57	67
商社系石油販売業者	50	50		50	100				0	0
平均	11	9	5	14	25	6	12	18	57	75
全農·經濟連·農協	12	5		5	17				83	83
漁 協					0	14	14	28	72	100
生 協					0			0	100	100

(註) 資料: 公去委調査

(3) 販 売 金 額

① 都 売・小 売 別, 業 種 別 平 均 販 売 金 額 은 (表 7) 및 (表 8) 과 같 다. 都 売 業 者 와 小 売 業 者 의 売 出 額 格 差 를 보 면, 全 平 均 에 서 도 매 업 자 는 소 매 업 자 의 약 33 배, 석 유 판 매 업 자 의 경 우 를 보 면 약 34 배 가 된 다.

② 도 매 업 자 의 매 출 액 구 성 비 를 보 면, 석 유 판 매 업 자 및 商 社 系 석 유 판 매 업 자 는 重 油 등 기 타 석 유 製 品 의 매 출 액 이 비 교 적 높 다. 또 薪 炭 업 자, 米 穀 업 자 가 주 로 취 급 하 는 것 은 燈 油 지 만 薪 炭 業 者 에 는 소 위 5 대 薪 炭 業 者 가 포 함 되 며 기 타 석 유 製 品 의 매 출 액 이 약 간 높 다.

③ 小 売 業 者 의 경 우 는 売 出 의 약 50% 가 휘 발 유 이 다. 協 會 調 査 에 의

한 製 品 別 売 出 金 額 構 成 比 는 (表 9) 와 같 다.

(4) 収 益 状 況

石 油 製 品 의 價 格 및 마 진 상 황 은

〈表 9〉 製 品 別 売 出 金 額 構 成 比 (單 位 : %)

油 種	휘 발 유	燈 油	輕 油	A 重 油	潤 滑 油	自 動 車 部 品	整 備 等	計
構 成 比	54.2	11.4	16.3	8.7	3.4	4.7	1.2	100.0

(註) 資 料 : 協 會 調 査

〈表 10〉 마 진 額 및 마 진 率 状 況

油 種	휘 발 유		燈 油		輕 油	
	마 진 액	마 진 率	마 진 액	마 진 率	마 진 액	마 진 率
調 査	(円/ℓ)	(%)	(円/ℓ)	(%)	(円/ℓ)	(%)
公 去 委 調 査 (80. 4. 1)	18~21	12~14	12~15	15~19	14~16	15~19
協 會 調 査 (79 年)	13.80	13.8	6.54	18.1	8.55	14.5

〈表 7〉 平 均 販 売 金 額 (都 売)

業 種	販 売 金 額 (百 万 円)						構 成 比 (%)				
	휘 발 유	燈 油	輕 油	其 他 石 油 製 品	TBA 洗 車 整 備 等	計	휘 발 유	燈 油	輕 油	其 他 石 油 製 品	TBA 洗 車 整 備 等
石 油 販 売 業 者	6,080	2,096	3,077	10,005	313	21,571	28	10	14	46	2
薪 炭 業 者	1,084	2,408	302	2,182	30	6,006	18	40	5	36	1
米 穀 業 者	26	145	10	3	1	185	14	78	5	2	1
商 社 系 石 油 販 売 業 者	26,051	8,161	7,035	50,731	2,294	94,272	28	9	7	54	2
經 濟 連 等	3,527	1,552	728	750	179	6,736	52	23	11	11	3
平 均	4,220	2,099	1,530	7,266	278	15,393	27	14	10	47	2

(註) 1. 資 料 : 公 去 委 調 査

2. 80 年 4 月 1 日 時 點 에 서 判 明 된 最 근 1 年 間 事 業 年 度 의 計 數 를 對 象 으 로 했 다.

〈表 8〉 平 均 販 売 金 額 (小 売)

業 種	販 売 金 額 (百 万 円)						構 成 比 (%)				
	휘 발 유	燈 油	輕 油	其 他 石 油 製 品	TBS 洗 車 整 備 等	計	휘 발 유	燈 油	輕 油	其 他 石 油 製 品	TBA 洗 車 整 備 等
石 油 販 売 業 者	304	85	85	121	33	628	48	14	14	19	5
薪 炭 業 者	-	18	-	-	-	18	-	100	-	-	-
米 穀 業 者	-	26	-	-	-	26	-	100	-	-	-
農 協	214	71	66	64	18	423	49	16	15	15	5
漁 協	278	115	178	1,157	15	1,742	16	7	10	66	1
生 協	15	95	4	37	1	152	10	63	2	24	1
平 均	204	67	60	108	21	460	44	15	13	23	5

(註) 1. 資 料 : 公 去 委 調 査

2. 80 年 4 月 1 日 時 點 에 서 判 明 된 最 근 1 年 間 事 業 年 度 의 計 數 를 對 象 으 로 했 다.

公去委調査(80년 4월 1일 시점)에 의하면, <그림>과 같다. 消費者에 대한 판매에서의 마진額은 1ℓ당 휘발유에서 18~21円(마진率 12~14%), 同 燈油에서 12~15円(마진을 15~19%), 同 輕油에서 14~16円(마진을 14~15%) 정도로 되어 있다.

또 協會調査(79년)에 의한 휘발유, 燈油 및 輕油의 마진액을 보면, 휘발유에서 13.80円(마진을 13.8%), 燈油에서 8.55円(마진을 14.5%)로 되어 있다. 이번 조사에서의 마진액은 최근의 석유제품 상승도 있어서 증가하고 있다. 두 조사는 調査時点 및 調査對象이 다르므로 단순한 비교는 어렵지만, 그 상황을 표로 나타내면 <表10>과 같다.

中小企業의 經營指標(78년)에 의한 石油製品都売業者 및 석유제품 소매업자의 損益 狀況은 <表11>과 같다.

(5) 買入처와의 決濟狀況

도매·소매별, 업종별 買入처와의 決濟狀況은 <表12> 및 <表13>과 같다.

① 支払期間;

買入代金を 현금이나 어음으로 결제하기까지의 기간은 都売業者에 대해서는 평균 35일 정도로, 업종간에 차이는 보이지 않지만, 小売業者에 대해서는 각각의 營業實態를 반영하거나 약간의 차이가 보인다.

② 支払方法;

代金決濟는 크게 나누어 현금으로 하는 경우와 어음의 경우가 있는데 그 비율은 都売業者는 약 7대 3, 小売業者는 6대 4이다. 業種間에 비율의 차이가 크다.

③ 支払어음의 사이트;

都売업자가 45일, 小売업자가 50일이다.

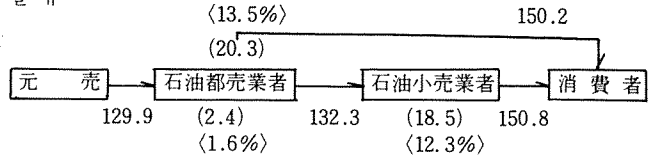
④ 去來擔保 狀況;

매입처에 대해 保証金이나 物的 擔保중 하나를 差入하는 비율은 도매업자, 소매업자가 각 30% 정도였다.

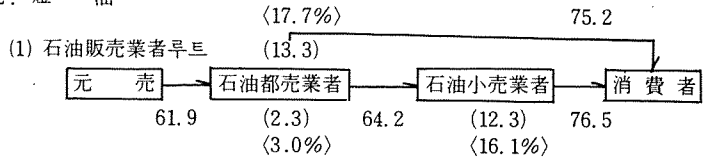
<그림> 石油製品 價格 狀況(80년 4월 1日現在)

(單位: 用/ℓ)

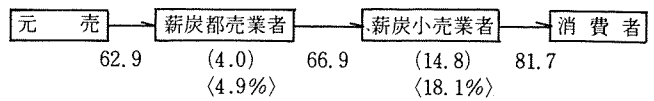
1. 휘발유



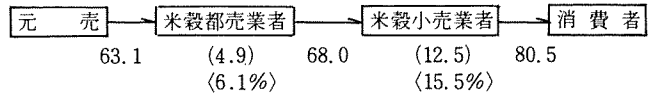
2. 燈油



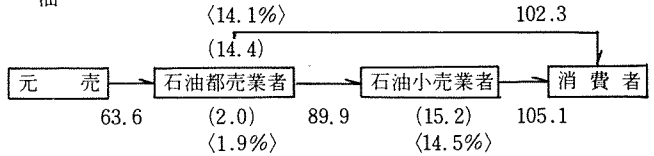
(2) 薪炭業者루트



(3) 米穀業者루트



3. 輕油



(都売段階에서 輕油去來稅(24.3円/ℓ)가 課稅된다.)

(註) 1. 資料: 公去委調査

2. ()内 数字는 마진額, < >内 数字는 마진率이다.

二、流通에서의 問題点

1. 系列化에 대해

(1) 買入처 狀況

① 판매업자의 매입처 상황은 <表14>~<表16>과 같다. 휘발유 및 輕油에 대해 석유도매업자의 약 절반은 매입처가 1社뿐이며 약 80%가 元売이다. 또 석유 소매업자의 대부분도 매입처가 1社뿐이며, 약 半數가 元売이다. 燈油에 대해서도 석유도매업자 및 소매업자는 휘발유 및 輕油와 같은 경향이지만, 薪炭業者

및 米穀業者는 元売에 한정되지 않고 석유도매업자, 薪炭업자, 米穀업자 등 여러 업자로부터 매입하고 있다. 이같이 석유도매업자 및 소매업자의 특정 元売에 대한 依存度는 상당히 높다고 볼 수 있다.

② 앞으로 장기적으로 石油不足이 예상되는 상황하에서 석유도매업자 및 소매업자 대부분은 複數 買入처와 거래하는 것보다도 買入처를 特定 1社만으로 고정시키고, 系列元売에 대해 충성을 다하는 편이 안정적으로 供給을 받을 수 있지 않을까 하는 기대를 갖고 있다. 이같은 심리가 元売의 系列化를 한층 강화하고 있다는 것은 부정할 수 없다. 그

러나 안정적인 供給을 받기위해 복수의 매입처와 거래하는 것이 유리하다고 생각하는 업자도 있다. 이같은 업자는 종래부터 복수의 매입처와 거래하고 있는 者 및 大석유도매업자에 많다. 복수의 매입처를 갖는 장점으로는 去來條件이 유리한 者로부터 買入할 수 있다는 것을 들 수 있다. 그러나 中小規模의 석유 판매업자중 종래 복수 매입처와 거래해왔던 업자도 각각의 매입처가 서로 自己하고 만의 거래를 요구하

고 있어서, 복수 매입처와의 거래를 계속해가는 것은 곤란해지고 있다.

③ 석유판매업자는 일반적으로 특정 元壳의 사인품을 注油所에 내걸고, 해당 元壳의 계열판매업자임을 명확히 하고 있으므로 그 系列元壳를 변경하는 것은 비교적 어렵다. 한편 注油所의 新設이 어렵게 되어 있으므로, 각 元壳는 다른 元壳系列下의 판매업자에 대해 일정기간의 價格割引, 資金融資, 帳籍料支払

등 유리한 조건을 제시하여 自己系列下로 끌어들여려는 움직임도 있다. 이같은 움직임은 外資系元壳에 많다고 한다. 일반적으로 석유판매업자에 대해 지불되는 帳籍料는 1개 注油所당 6백만~1천8백만円정도로 한다고 한다.

④ 元壳는 석유판매업자와의 契約書에서 各社마다 차이는 있지만 ㉠ 販賣區域의 指定, ㉡ 他社製品의 取扱禁止, ㉢ 商標毀損禁止, ㉣ 營業報告 등에 대해 規定하고 있는데, 그 내용은 및 운용상황은 구체적인 것이 아니다. 그러므로 석유판매업자의 대부분은 계약서 내용을 거의 의식하지 않으며, 무엇이 規定되어 있는지를 기억하고 있는 업자도 극히 적다.

〈表11〉 石油販売業者 損益狀況

(單位: %)

	売出額對 總利益率	販売費、一般 管理費比率	売出額對 營業利益率	売出額對 經常利益率
都 売 業 總 平 均	17.0	16.1	0.9	1.5
石 油 製 品 都 売 業	22.7	21.6	1.1	2.3
小 売 業 總 平 均	29.5	28.8	0.7	1.7
石 油 製 品 小 売 業	19.5	19.9	△ 0.4	0.8

(註) 資料: 中小企業庁「中小企業の 經營指標」 (78年度)

〈表12〉 買入処와의 決済狀況

(都 売)

業 種	지불기간 (日)	現金과 어음의 비율 (%)		어음사이트 (日)
		現 金	어 음	
石 油 販 売 業 者	36	58	42	51
薪 炭 業 者	35	80	20	48
米 穀 業 者	33	79	21	39
商社系石油販売業者	37	80	20	36
經 濟 連 等	31	53	47	35
平 均	35	70	30	45

(註) 資料: 公委委調査

〈表13〉 買入処와의 決済狀況

(小 売)

業 種	지불기간 (日)	現金과 어음의 비율 (%)		어음사이트 (日)
		現 金	어 음	
石 油 販 売 業 者	30	46	54	50
薪 炭 業 者	21	75	25	56
米 穀 業 者	19	94	6	45
農 協	27	95	5	30
漁 協	27	77	23	50
生 協	18	32	68	45
平 均	26	59	41	50

(註) 資料: 公委委調査

(2) 他元壳製品の取扱

석유판매업자는 보통 注油所에 특정 元壳사인품을 내걸고, 거의 전속적으로 해당 元壳製품을 취급하고 있지만, 元壳로부터 다른 元壳製품을 취급하지 못하도록 지시 받는 것은 아니다. 그러나 실제로 다른 元壳製품을 買入하는 경우에는 자기가 속한 계열元壳로부터 不利益을 받지 않을까 하고 우려하는 업자가 많다. 일부 元壳 및 大석유도매업자 가운데는 석유판매업자와의 계약에서 다른 元壳와의 去來나 他社製品의 取扱을 금지하는 경우도 있지만, 대부분의 석유판매업자는 계약서의 規定自体에 그다지 관심을 갖지 않으며, 이것을 단순히 訓示的 規定으로 밖에 여기지 않는다. 실제로 많은 석유판매업자가 이제까지 다른 元壳製품을 買入한 경험을 갖고 있다.

(3) 商標毀損 등의 禁止

다수의 元壳는 석유판매업자에 대해 자기의 商標毀損 禁止를 계약상 義務化하고 있다. 그러나 일반적으로 그 구체적 사항에 대해서는 명확하지가 않다. 元壳는 석유판매업자

에 대해 구체적 내용을 설명하지 않으므로 이들 업자는 일반적으로「元売의 信用을 훼손시켜서는 안된다」라는 정도의 막연한 의미로 이해하고 있다. 그 중에는 특정 元売의 사인품을 내걸고 있으므로「다른 元売

제품을 취급하면 안된다.」라는 의미일 것으로 여기는 업자도 있다.

(4)미터·세일즈制 廢止의 영향

최근의 需給逼迫 및 元売의 資金

調達 곤란을 배경으로, 各元売는 80년초부터 미터·세일즈制를 폐지해왔고, 80년 가을 이후에는 이를 채용하고 있는 元売가 없다.

미터·세일즈制가 폐지되었으므로, 석유 판매업자는 다른 元売제품을

〈表14〉 買入処 狀況 [휘발유]

業種 구분	買入처가 1社인 비율(%)							買入처가 複數인 비율(%)						平均 買入 處數 (社)		
	買入처 業種內訳(%)							買入처 業種內訳(%)								
	元売	石油 都売	石油 小売	薪炭 都売	米穀 都売	其 他		元売	石油 都売	石油 小売	薪炭 都売	米穀 都売	其 他			
石油 販賣 業者 구분	都 売 業 者	55	82	18				45	83	17						3.7
	小 売 業 者	88	51	44	3	1		12	24	35	37	4				2.9
農協 구분	經濟 連等	67					100 (全農)	33	50	25					25 (全農)	4.0
	農協	91	10	23	3		63 (經濟連)	9	17	33				50 (經濟連)	2.0	
商社系石油 販賣業者		17					100 (商社等)	83	45	34				21 (商社等)	17.7	
平 均		83	46	37	3	1	13	17	42	38	11	1		8	4.7	

(註) 資料：公去委調査

〈表15〉 買入처 狀況 [燈油]

業種 구분	買入처가 1社인 비율(%)							買入처가 複數인 비율(%)						平均 買入 處數 (社)		
	買入처 業種內訳(%)							買入처 業種內訳(%)								
	元売	石油 都売	石油 小売	薪炭 都売	米穀 都売	其 他		元売	石油 都売	石油 小売	薪炭 都売	米穀 都売	其 他			
石油 販賣 業者 구분	都 売 業 者	45	89	11				55	57	34				9	5.9	
	小 売 業 者	86	52	42	3	2	1	14	29	28	28	13		2	2.9	
薪炭 業者 구분	都 売 業 者	44	46	45		9		56	18	76	5			1	7.9	
	小 売 業 者	73	7	48	17	28		27	6	30	46	18			3.0	
米穀 業者 구분	都 売 業 者	73	31	19		13	37 (全糧連)	27	36	57				7 (全糧連)	2.3	
	小 売 業 者	79	19	33	7	11	30	21	13	41	20	13	13		2.1	
農協 구분	經濟 連等	67					100 (全農)	33	50	25				25 (全農)	4.0	
	農協	82	11	25	4		60 (經濟連)	18	8	33				59 (經濟連)	2.0	
商社系石油 販賣業者		17					100 (商社等)	83	37	50				13 (商社等)	17.4	
平 均		76	37	37	5	6	4	11	24	31	47	10	4	1	7	4.9

(註) 資料：公去委調査

〈表16〉 買入処 状況 [輕油]

業種 구분	買入処가 1社인 비율(%)							買入処가 複數인 비율(%)						平均 買入処 數(社)
	買入処 業種内訳(%)							買入処 業種内訳(%)						
	元壳	石油 都壳	石油 小壳	薪炭 都壳	米穀 都壳	其他	元壳	石油 都壳	石油 小壳	薪炭 都壳	米穀 都壳	其他		
石油 販賣 業者 구분	48	80	20				52	39	54				7	6.5
都壳 業者 구분	87	52	42	5	1		13	23	33	41			3	3.5
農協 구분	67					100 (全農)	33	57	14				29 (全農)	3.5
經濟 連等 구분	88	10	21	3		66 (經濟連)	12	13	50				37 (經濟連)	2.0
商社系 石油 販賣 業者	17					100 (商社等)	83	51	29				20 (商社等)	11.0
平均	81	47	34	5	1	13	19	37	40	13			10	5.7

(註) 資料：公去委調査

買入하기가 쉬워졌다고 할 수 있지만, 이번 調査로는 실제로 자기가 속한 系列元壳와의 去來를 이제까지와 마찬가지로 계속할 것이라고 답한 업자가 대부분이었다. 이것은 앞으로 예상되는 장기적인 供給不安에 대처하기 위해 많은 석유판매업자가 지금까지 자기가 속해왔던 系列元壳와의 긴밀한 去來關係를 유지하기를 바라고 있기 때문이라고 할 수 있다. 한편 製品이 부족한 경우나, 價格이 싼 다른 製品이 있는 경우에는 지금까지보다 他元壳제품을 취급하기 쉬워졌다는 의견도 많다. 또 他元壳제품의 取扱可能性을 買入処와의 交渉材料로 사용할 수 있다는 의견도 있다. 이같이 미터·세일즈제의 폐지에 의해 去來關係의 급격한 變化는 없지만, 長期的으로는 系列外로부터의 買入이 증가하고 여기에 따라 價格競争도 현재보다 활발해지지 않을까하고 예상하는 業者도 많았다.

또한 큰 石油都壳業者중에는 買入処인 元壳가 폐지했음에도 불구하고, 自社獨自로 미터·세일즈제를 계속하고 있는 業者도 있었다. 그러나 그 去來先 石油小壳業者에 의하면, 在庫買入의 資金負擔이 없이 해결할 수 있어, 오히려 미터·세일즈제의

계속을 환영하고 있는 것으로 추측된다.

또한 미터·세일즈제의 폐지에 따라 석유판매업자의 在庫 買入 資金에 대해서는 그 지분을 수개월의 分割払로 인수한 업자도 많았다. 어떤 경우에는 상당한 부담이 있음에도 불구하고 元壳가 分割払을 인정하지 않아서, 全額을 一時에 지불해야 하는 예도 있었다.

(5) 판매구역

元壳와 석유판매업자 사이의 계약서에서, 판매구역의 指定條項을 넣는 예는 많지만, 실제로 特定地域을 지정하는 元壳는 半数정도이다. 지정되어 있는 경우라도, 해당 石油販賣業者가 현재 營業活動을 하고 있는 지역을 나타내는데 그치고 있다.

판매구역은 都道府縣단위로 지정되는 것이 많고, 1 판매구역내에 多數의 동일 元壳系列의 석유판매업자가 존재한다.

(6) 元壳에 의한 支援·指導

元壳는 自己系列下의 석유판매업자에게 각종 지원과 指導를 하고 있다.

그것은 주로

- ① 元壳주최 캠페인에 대한 지원.

- ② 석유판매업자가 獨自로 하는 캠페인에 대한 지원.

- ③ 2년~3년에 1번씩 스탠드 塗裝.

- ④ 사인폴 無償供与.

- ⑤ 포스터, PR誌, 성냥등 販賣促進物品 제공.

- ⑥ 注油所 販賣員의 유니폼代金 일부 지원.

- ⑦ 석유판매업자의 종업원에 대한 研修.

- ⑧ 安全面에 관한 지도.

- ⑨ 선전방법에 관한 지도.

- ⑩ 經營에 관한 지도 등이다.

이들 지원 및 지도는 석유판매업자측에서 보아도 利益이 된다는 業者가 많지만, 한편으로는 석유판매업자의 元壳에 대한 歸屬意識을 높이는 것도 된다.

또 元壳중에는 석유판매업자에 대해 판매價格, 판매方法 등에 대해 指示할 수 있다는 취지를 규정하고 있는 경우도 있다. 그러나 실제로는 석유판매업자가 경영지도를 원할 때, 希望價格을 전한다거나, 서비스에 관한 지도, 技術지도, 판매촉진용 물품제공 등을 하는데 지나지 않는다.

(7) 리베이트

□ 리포트 □

리베이트의支給狀況은 <表17>과 같다. 이 표에서도 알 수 있듯이 買入처로부터 리베이트를受領하고 있는 者는 10%정도로 상당히 적다.

리베이트의 지급방법으로는 일정기간의 買入実績에 대해 지급되는 경우와, 개개의 販賣促進 캠페인마다 지급되는 경우가 있다.

일정기간의 買入実績에 대해 지급되는 경우의 算定方法은 ① 対象製品마다 정해진 1K당 一定額(以下「1K당額」이라 한다)에 販賣量을 곱하는 것, ② 1K당額에 前年対比로 증가한 판매량(以下「増販數量」이라 한다)을 곱하는 것, ③「①」을 기본으로 「②」가 加味되는 것이 있다. 増販數量에 따라 算定하는 경우, 累進制를 채택하는 경우도 있지만, 累進度는 비교적 작다. 또 元売의 약 반수는 前記에 의해 算定된 리베이트에 판매업자의 지불상환의 良否, 元売가 주최하는 각종행사에서의 協力度 등에 따라, 算定額에 上乘이나 修正을 가한다. 또

支給基準은 일반적으로 판매업자에 대해 明示되지 않는다.

다음 개개의 販賣促進 캠페인마다 지급되는 경우의 지급기준은 해당기간의 販賣目標數量 達成度, 전년 대비 판매수량 신장율 등에 따라 정해지며, 판매장려금, 금일봉 등의 명목으로 지급되지만, 지급기준이 명시되는 것도 있다.

또 리베이트를 지급하는 대신 실제거래價格을 引下하는 경우도 있는데, 이같은 예는 元売와 큰 거래처인 石油都売業者와의 거래에 많다. 리베이트額은 판매업자에게는 全額의 微微한 것(売出額의 약 0.1%)이므로, 대부분 경영에는 영향이 없다.

다음 元売로부터 리베이트를 제공받은 석유도매업자가 자기의 去來先에 이 原資의 범위내에서 리베이트를 지급하는 경우가 있다. 이 경우에는 석유도매업자는 제공받은 元売의 系列石油小売業者에만 리베이트를 지급하고, 原資를 제공하지 않

는 元売의 계열석유소매업자에는 지급하지 않는다.

(8) 店舗會合

각 元売마다 자기계열하의 석유판매업자를 회원으로 하여 店會를 구성하고 있다. 店會는 보통 全國단위의 조직하에, 支店단위, 또는 都道府縣단위의 下部機構를 두고 있다. 會合의 개최빈도는 조직 단계에 따라서도 다르지만, 年 1회에서 月 1회까지 여러가지이다. 店會는 친목회적 성격이 강하고, 元売와 석유판매업자 사이의 連絡窓口的 기능도 갖는다. 支店단위로 조직되는 會는 석유판매업자인 가게주인을 구성원으로 하는 경우가 많고, 年 1~2회, 여행, 간담회 등 행사를 중심으로 활동하며, 강연회와 經營研修를 여는 경우도 있다. 또 縣단위나 이보다 작은 地區단위로 조직되는 會는 注油所의 매니저를 구성원으로 하여, 月 1회정도, 주유소의 運營에 관한 知識·經驗의 교류, 販賣促進등에 관한 研修會를 개최한다.

이번 調査에서는 店會活動이 매너리즘화 하고 있다고 평가하는 사람이 많았고, 여기에 積極的 意義를 인정하는 사람은 적었다. 또 大석유도매업자도 元売의 店會에 가입해 있지만, 이들 도매업자는 보통 複數 元売와 거래하고 있으므로 특정 元売의 店會활동에 적극적으로 참가하지는 않는다. 따라서 家電業界 같이 도매업자가 去來先 소매업자를 장악하여, 메이커의 系列化를 위한 중요한 역할을 맡기는 것 같은 圖式은 石油製品에서는 찾아 볼 수 없다.

한편 元売가 조직하는 店會와는 별도로 大石油都売業者 및 大薪炭業者 中에는 自社独自の 店會를 조직하는 경우도 있다. 이들 店會는 도매업자의 支店-또는 營業所단위로 조직되어, 판매촉진캠페인, 판매점의 종업원에 대한 연수 등 元売

<表17> 買入처로부터의 리베이트 (一企業當)
〔都 売〕

業 種	리베이트를 受 取하는 비율 (%)	年間平均受取 리베이트 額 (百万円)
石油 販 売 業 者	12	13
薪 炭 業 者	9	5
米 穀 業 者	10	1
商社系石油販賣業者	12	26
平 均	11	13

〔小 売〕

業 種	리베이트를 受 取하는 비율 (%)	年間平均受取 리베이트 額 (百万円)
石油 販 売 業 者	15	1
薪 炭 業 者	7	1
米 穀 業 者	5	微
農 協	23	4
漁 協	10	9
平 均	15	2

(註) 資料 : 公企委調査

의 店會와 거의 비슷한 활동을 한다. 어느 大석유도매업자에 의하면, 독자店會를 조직하는 목적은, 자기의 去來先 小売業者에 대해 元売로서는 할 수 없는 細細한 서비스를 함으로써, 직접 元売와 거래하는 것보다 더 유리하다고 여기게 하는데 있다고 한다.

買入廻와의 관계는 <表18>과 같다. 商社系석유판매업자를 제외한 買入廻와 판매업자 사이에는 주식 소유, 임원파견 및 용자관계가 거의 없다. 이것은 ① 보통 販賣業者의 규모가 出資나 任員파견을 할 만큼 크지 않다는 것, ② 판매업자는 土地有力자인 경우가 많고, 그들은 자본 임원면에서의 개입을 점한다는 이유 때문으로 추측된다. 株式소유관계가 있는 경우 그 動機를 보면 經常態

化에 따라 買入廻가 주식을 소유하는 경우, 안정적 去來關係의 확립을 목적으로 하는 경우 등을 들 수 있다. 그 외에 용자관계와 별도로 石油小売業者가 주유소를 건설하기 위해 은행에서 融資를 받을 때, 元売가 그 保證人이 되는 예가 있다.

(9) 株式소유 · 任員파견 · 融資관계

(10) 휘발유販賣業法에 의거한 供給証明

(表18) 買入廻와의 關係

77년에 시행된 휘발유販賣業法에 의해 휘발유를 판매하려는 者は 注油所마다 通産大臣의 登録을 받아야만 하도록 되어 있다. 登録 때에는 同法 제3조, 4조, 同施行規則 제3조의 규정에 의거, 주유소마다 휘발유를 계속 구입하는 것이 가능하다는 것을 증명하는 書面(供給証明)을 첨부하도록 의무화되어 있다. 대다수의 石油小売業者는 元売로부터의 供給証明에 따라 登録을 받고 있지만, 일부는 大石油都売業者로부터의 供給証明에 따라 登録을 받고 있는 者도 있다. 그러나 元売이외로부터 공급증명을 받고 있는 경우라도 이와 동시에 元売로부터도 직접 공급증명을 받는게 보통이다. 업계에서는 元売이외의 者에 의한 공급증명만으로는 登録申請이 접수되지 않으며, 買入廻가, 특정元売로 고정화 되어야 한다고 이해되고 있다.

1. 株式所有關係 (都 売)

業種	所有關係가 있는 비율 (%)	株式所有 (%)		
		10%未滿	10%以上 50%未滿	50%以上
石油販賣業者	26	70	10	20
薪炭業者	7	75	25	0
米穀業者	5	0	100	0
商社系石油販賣業者	83	0	0	100
平均	18	50	15	35

(小 売)

業種	所有關係가 있는 비율 (%)	株式所有 (%)		
		10%未滿	10%以上 50%未滿	50%以上
石油販賣業者	6	20	30	50
薪炭業者	0	-	-	-
米穀業者	0	-	-	-
平均	4	20	30	50

2. 任員派遣 및 融資關係 (都 売)

業種	任員派遣關係가 있는 비율 (%)	融資關係가 있는 비율 (%)
石油販賣業者	9	26
薪炭業者	4	11
米穀業者	10	0
商社系石油販賣業者	67	33
平均	12	12

(小 売)

業種	任員派遣關係가 있는 비율 (%)	融資關係가 있는 비율 (%)
石油販賣業者	5	10
薪炭業者	0	0
米穀業者	0	0
平均	3	7

80년 제91회 通常国会에 元売이외의 者에 의한 공급증명을 인정하지 말자는 것을 내용으로 하는 휘발유販賣業法의 일부 改正法案이 제출되었는데(審議未了廢案), 많은 독립계업자는 同法개정안이 성립된다면, 營業方針을 근본적으로 변경시키지 않을 수 없다고, 사태를 심각하게 받아들이고 있다. 일부에서는 廢業을 해야만 하지 않을까하고 우려하는 者도 있다.

供給証明은 각 주유소마다 반도록 되어 있으므로, 複數 주유소의 買入廻元売가 다른 者は 이들 복수의 元売로부터 공급증명을 받고 있다. *

(계속)

(註) 資料 : 公去委調査