

日本の 석유제품 流通실태

(下)

2. 業轉・獨立系業者 — 非系列化 流通經路 —

(1) 概 說

石油제품은 보통 元壳로부터 系列販賣業者로 판매되며 이과정에서 안정적, 계속적 거래관계가 형성되는데 이같은 유통경로 이외의 루트를 통하는 제품은 일반적으로 業轉玉이라 불리운다. 그러나 業轉의 명확한 정의가 업계에 있는 것은 아니고, 때로는 元壳의 계열판매업자루트로 거래되어도 市況보다 상당히 싼 제품매매가 행해지는 경우에는 이것도 業轉玉이라고 불리운다. 業轉의 대상이 되는 제품은 주로 휘발유이며, 燈油나 輕油는 적다고 한다.

業轉玉은 石油제품이 原油로부터의 生産率率에 의해 連產品으로 생산됨으로 해서 생기는 需給갭 및 각 元壳의 精販갭 때문에 생긴다고 하는데 보통 需給이 완화된 때에는 증가하고, 需給이 완화된 때에는 감소한다. 그 流通量은 석유제품 전체의 數% 정도라고 하지만, 그때 그때의 수급을 민감하게 반영하여 소위 業轉率이 형성되어 석유제품수급의 배러미터 구실을 한다. 業轉玉은 업계내부에서는 異端視하는 경향이 있지만, 지역적, 계절적인 需給엔벨런스를 조정하는 역할을 하며, 流通의 원활화에 기여하기도 한다. 業轉玉은 유통과정을 전전하다

가 최종적으로는 獨立系業者의 손에 들어가는 경우가 많다고 하지만, 그 유통실태는 불투명한 부분이 많아 업계내부에서도 상세히는 거의 모르고 있다.

(2) 業轉(元壳・大石油都壳業者 단계)

元壳는 보통 業轉玉을 자기 系列販賣 업자루트 이외의 商社 또는 大石油都壳업자에 판매한다. 元壳로부터 業轉玉을 구입한 석유도매업자도 보통 이것을 자기 계열판매업자 외의 去來先에 판매한다. 거래는 電話로 행해지며, 대석유도매업자 중에는 業轉玉을 전문으로 취급하는 部署를 설치하고 있는 곳도 있다. 대석유도매업자가 業轉玉을 취급하는 이유는 자기의 売出額을 증가시키기 위해서이거나 元壳로부터 業轉玉의 인수를 요청받아, 壳元와의 안정적 去來關係를 유지하기 위해 이에 따르는 경우를 들 수 있다. 또 元壳가 제품을 판매하는 경우에 스스로 配送을 하는 경우와 석유판매업자에 맡기는 경우에 따라 業轉玉의 發生頻度는 상당히 차이가 난다고 한다. 이것은 元壳 스스로가 配送을 하는 경우에는 元壳에 그럴 의사가 없는 한 業轉玉으로 되지 않는데 대해, 석유판매업자에게 配送을 시키는 경우에는 元壳는 配送先을 확인할 수 없으므로 석유판매업자의 의사에 의해 비교적 業轉玉으로 되기 쉽다고 한다.

(3) 業轉屋(流通단계)

商社, 대석유도매업자 외에 業轉玉을 전문으로 취급하는 業轉屋이라 불리는 판매업자가 있다. 業轉屋이라 불리는 것의 실태는 불분명한 부분이 많은데 일반적으로 小規模이며, 자기 혼자 탱크로리를 운전하며 영업하는 사람에서 10명 정도의 종업원을 거느린 업자까지 全國에 어느 정도의 業者數가 존재하는지 확실치 않다. 業轉屋은 보통 商社, 석유도매업자 등으로부터 買入하여 獨立系업자에게 판매한다. 독립계업자는 자기가 거래하는 業轉屋의 買入先이 어디인가를 모르며, 또 業轉屋도 買入先 및 販賣先을 비밀로 한다.

그 외에 유통단계에서는 제품이 부족한 경우 石油都壳업자, 石油小壳업자라도 종래의 買入先과의 관계를 보다 긴밀하게 하여 量을 확보하려고 노력하지만, 그래도 부족할 때에는 일부 業轉玉을 買入한다.

이외에 드문 예로 석유도매업자의 資金繰違을 위해 대단히 저렴한 제품이 業轉玉으로서 시장에 出廻하는 경우가 있다.

(4) 獨立系業者(小壳단계)

① 獨立系업자는 특정 元壳의 계열에 속하지 않고 따라서 일반적으로 특정 元壳의 사인폴을 걸지 않은 注油所를 경영하고 있는 石油小壳업자를 말한다. 독립계업자는 일반적으로 대석유도매업자,

業轉屋 등에서 매입하지 않고, 그 買入先은 보통 複数이며, 그때 그때의 市況을 보고 가격이 싼 업자로부터 매입한다. 그와 관련하여 關西 및 中京地區에 대해 보면 兩地區의 市況을 봐서 關西 지구의 독립제업자가 中京지구에서 또 中京지구의 독립제업자가 關西지구에서 買入하는 경우도 빈번히 있는 일이다. 독립제업자 중에도 買入先을 1社로 하고 있는 업자도 있지만, 이같은 경우, 買入價格은 복수로부터 매입하는 경우에 비해 不利하다고 한다. 독립제업자는 일반적으로 買入先과의 사이에 契約書를 교환하지 않으며, 매번 매입할 때마다 現金으로 결제하며, 외상판매도 하지 않는다. 독립제업자는 휘발유 販賣業法施行(77년 5월) 시점으로 약 3백社정도였다고 하는데 현재

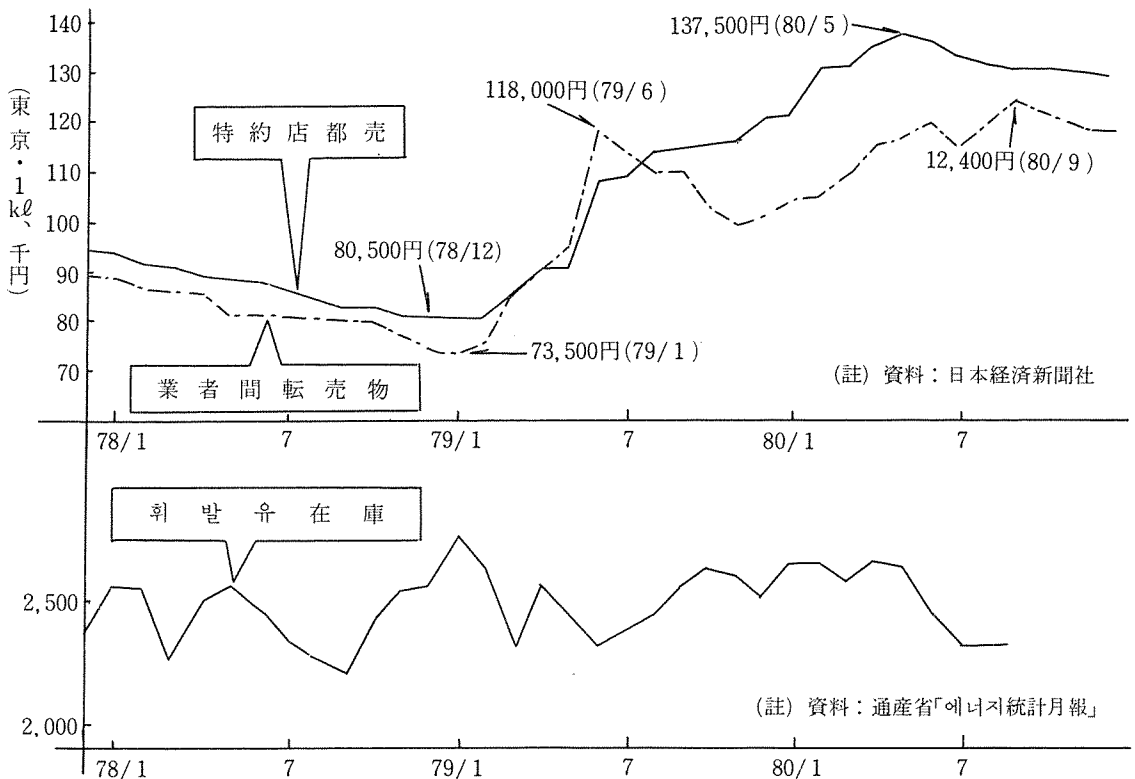
는 약 1백社정도로 감소했다고 한다. 그 이유는 前述한 바와 같이 元壳로부터의 供給証明을 일반적으로 구해야 하는 외에 독립제업자의 대다수가 石油의 供給不安이 계속되는 가운데 안정적인 공급선을 확보하기 위해서는 元壳 산하로 들어가는 편이 유리하다고 판단했기 때문인 것으로 보인다. 특히 79년 후반 業轉玉 價格이 장기간에 걸쳐 高騰하여 계열 가격보다 비쌌던 것이 한층 더 이 경향을 부채질했다고 한다. 그러나 79년 후반의 제품부족 때에는 이같이 系列에 들어간 석유 판매업자도 계열 元壳로부터 필요한 만큼의 충분한 供給을 받지 못하여 業轉玉을 매입한 업자도 많았다.

② 독립제업자의 휘발유 小壳 가격은 보통 석유소매업자보다 싸다.

한편 買入價格을 장기적으로 평균해 보면 일반 석유소매업자보다 싸지만, 독립제업자가 구입하고 있는 業轉玉 가격은 需給을 민감하게 반영하여 상당히 변동하기 때문에 때로는 일반 石油小壳업자의 매입가격보다 비싼 경우도 있다. 따라서 독립제업자의 마진은 買入價格의 동향에 따라 크게 변동된다.

③ 이같이 小壳價格을 일반 석유소매업자보다 통상 싸게 하고 있으므로, 독립제업자의 대부분은 석유소매업자 또는 石油商業組合 등으로부터 영업에 대한 여러 가지 방해를 받고 있다고 주장하고 있다. 예를 들면 독립제업자가 판매하고 있는 휘발유의 品質이 떨어진다는 소문을 유포시킨 적도 있다고 한다. 여기에 따른 売出의 영향은 일반적으로 매

휘발유 價格



우 크다고 한다. 또 독립계업자의 注油所에 제품을 수송하는 탱크·로리를 추적(미행)하기도 하여 買入先을 찾아내어, 해당 買入先에 대해 독립계업자에게 공급하지 말도록 압력을 넣는 경우도 있다.

④ 현재 省에너지의 관점에서 注油所 영업을 일요일, 공휴일에는 휴업하도록 行政指導를 하고 있지만 대부분의 독립계업자는 여기에 따르지 않고 있다. 이 때문에 행정지도에 따라 일요일, 공휴일에 휴업하고 있는 石油小売업자 사이에서는 競争上 不利하다는 불만의 소리가 높다. 또 일요일, 공휴일에 영업을 하는 석유소매업자중에는 일요일, 공휴일만 販賣價格을 올려 받는 업자도 있다.

⑤ 앞으로 장기적으로 石油의 공급불안이 예상되고 한편으로는 휘발유 販賣業法의 일부 개정안이 다시 国会에 제안될 가능성이 강한 상황하에서, 대부분의 독립계업자는 그 장래가 상당히 불안한 상태이다.

3. 價格에 관한 문제

(1) 價格形成

石油製品은 ① 連產品이기 때문에 製品마다 코스트를 특정시킬 수 없고, ② 製品差別化가 곤란한 상품이며, ③ 제품에 부가되는 서비스는 거의 없다는 것 등의 이유 때문에 競争은 價格에 집약될 경향이 극히 강하고, 일반적으로 市況과 同業者의 販賣價格에 대한 반응이 상당히 민감하다.

석유제품은 계열별로 業轉玉과 별도로 가격이 형성된다. 계열별 가격은 기본적으로는 需給관계에 의해 형성되지만 석유판매업자가 買入先변경을 자유로 하고 싶어하므로 元壳의 價格政策이 어느

정도 시장의 가격형성에 영향을 미치고 있다고 볼 수 있다. 여기에 대해 業轉玉 가격은 需給을 민감하게 반영하여 자유로운 경쟁에 의해 형성되고 있다고 할 수 있다. 이것을 휘발유에 대해 보다 상세히 검토하면 다음과 같다.

그림과 같이 業轉玉 가격은 대개 在庫量의 증감에 따라 변동하여 需給관계를 반영하고 있는 것이 나타나지만, 特約店都売價格(系列別 都売가격)은 일부에서는 이같은 경향이 보이거나(79년 6월경까지), 일반적으로 재고량의 증減에 별로 관계없이 변동하여 수급관계를 직접 반영하는 것을 인정해야 한다는 움직임을 보이고 있다. (79년 7월경이후) 이같이 特約店 도매가격의 움직임과 在庫수준의 움직임이 부자연스럽게 된 시기가 石油不安이 크게 클로즈업되어 이에 따른 元壳와 석유판매업자 사이에 상대적 力学關係가 보다 元壳優位로 되었다고 말할 수 있는 시기에 대응하고 있는 것이 주목된다.

元壳가 계열판매업자에 대한 販賣가격 보다 業轉玉을 싸게 판매하고 있는 것은 부당한 差別價格에 해당하는 것이 아닌가 하는 견해도 있다. 그러나 앞서 본 바와 같이 業轉玉의 발생이유(需給 및 精販의 존재) 및 그 價格形成 상황(수급동향을 민감하게 반영하여, 수급 킷박 때에는 逆으로 비싸게 되는 경우도 있다), 去來條件의 차이(業轉玉 거래는 주로 現金으로 결제되며, 長期安定供給의 보장이 없다) 등을 이용하여 元壳가 의도적, 계속적으로 차별가격을 행하는 것으로는 보이지 않는다.

(2) 亂売問題

石油제품은 전술한 바와 같이,

경쟁이 價格을 중심으로 행해지기 때문에 亂売와 할인판매 문제가 발생하기 쉽다. 제품별로 보면 휘발유의 경우가 亂売와 割引販賣가 발생하는 사례가 가장 많고 燈油는 비교적 적고, 輕油는 거의 없다.

휘발유에 대해 亂売나 割引판매가 행해진다는 경우의 價格격차는 일반적으로 1 0당 5円~15円정도이다. 이것은 평균 소매가격이 1 백50円정도이므로 3~10%가 싼 것이다. 이같이 싼 가격으로 판매되는 것은 보통 독립계업자에 의한 것이 통례이다. 이 때문에 系列店의 독립계업자에 대한 反感은 극히 강하다. 그러나 독립계업자가 싸게 판매할 수 있는 것은 業轉玉을 중심으로 複數의 買入先에서 가능한 한 싼 제품을 매입한다는 것과 合理化를 철저히 하고 있다는 것에 의한 것이다. 독립계업자의 買入가격은 需給동향을 민감하게 반영하여 변동하므로 그 마진도 상당히 增減이 심하여, 단기적으로는 마진이 제로이거나 마이너스로 판매하지 않을 수 없는 경우도 있지만, 항상 매입가격을 할인해서 판매하는 예는 볼 수 없다.

휘발유 덤핑을 하는 경우에 割引販賣 가격을 간판에 써서 점포 앞에 붙이는가 안붙이는가에 따라 근처 同業者 사이의 경쟁에 미치는 영향은 크게 다르다. 특히 觀光地와 같이 固定客의 비율이 낮고, 現金에 의한 구입객의 비율이 높은 곳에서는 점포 앞에 표시를 하는 경쟁에 따른 영향은 극히 크다. 이 때문에 덤핑하고 있는 석유소매업자중에 다른 元壳의 石油商業組合등에서 싸게 販賣해도 상관하지 않지만, 간판에 의한 割引販賣價格 表示만은 중저하기를 바란다는 신청을 받은 경우가 많다고 한다. 여기에

대해 만약 어느 石油小売업자가 이 신청을 거부한 경우에는, 그 점포의 휘발유品質에 문제가 있다는 소문을 퍼뜨린 적이 있다. 또 어느 석유소매업자는 주변 동업자로부터의 방해가 심하므로 약간引上한 동업자에게 반발을 받지 않을 정도로 價格差를 축소해서 판매한다.

燈油의 경우는 需要期인 겨울철에, 우유판매점 등 여러 종류의 업자가 市況보다 1缶(18ℓ) 당 1백~2백円정도 싼 가격으로 団地등에 대량으로 판매하는 예가 있다. 이런 업자는 注油所 등에서 제품을 매입하는 경우가 많다고 하는데 注油所도 제품을 大量으로 팔 수 있으므로 약간의 마진으로 판매하는 것 같다. 이들 업자도 薄利多売를 목적으로 하는 자가 많아서 販賣가격이 시장보다 싸도 買入가격을 할인 받는 사례는 볼 수 없다.

소매업자간의 價格差와 고객의 이동과의 관계에 대해서는, 휘발유의 경우 입지조건, 고정객의 비율 등에 따라 어느정도 차가 있지만, 同一地域의 注油所간에 0당 5円의 차이가 나면 고객이 이동하기 시작하며, 그 격차가 0당 10円이상이 되면 대부분의 고객이 이동을 한다고 한다.

또 燈油의 경우는 1缶당 50円의 격차가 고객의 이동여부를 결정짓는 분기점이라고 한다.

4. 參加妨害에 관한 문제

參加妨害 분쟁은 대부분 注油所 건설에 한하여 보통 다른 石油商業組合의 注油所건설 반대운동을 하는 것을 들 수 있다. 건설반대운동은 일반적으로 건설예정인 주유소의 買入처나 元売에 대해 해당 注油所에 제품을 공급하지 못하도록 압력을 가하는 것, 通産局에 대해 휘발유판매법에

의거하여 해당 주유소의 登録申請을 수리하지 말도록 진정하는 등 여러 경우가 있다. 이렇게 해서 분쟁이 생기면, 石油商業組合, 건설예정인 주유소의 系列元売, 通産局 등 관련자끼리의 협의를 거쳐 조정되어 진다. 그 결과 겨우 개설되더라도 해결에 이르기까지의 時間的 로스 및 주유소가 건설될 예정인 土地·設備를 늘렸던 데서 오는 손해는 크며, 他元売 동업자가 市況보다 싼 價格으로 판매치 말도록 요구하는 경우도 있다.

또 주유소를 개설하려는 자가 元売 이외의 자로부터 供給証明을 받은 경우 과연 휘발유를 계속 구입하는 것이 가능한지의 여부가 문제가 되어 좀처럼 登録이 어렵다는 말도 있다. 이 때문에 注油所의 등록을 둘러 싸고 紛爭이 종종 발생한다.

5. 끼워팔기에 관한 문제

79년후반 燈油 및 輕油의 공급 부족사태가 발생하여 이따금 끼워 파는 행위가 일어났다. 끼워 파는 대상이 되는 상품으로는 石油販賣업자로부터는 燈油 또는 輕油의 판매에 휘발유나 潤滑油를 끼워 파는 예가 많고, 米穀업자로부터는 燈油판매에 프로판가스나 가스器具를 끼워 파는 예가 많다.

그러나 끼워 팔기는 공급부족 상태인 상품의 購入을 거부당한 손님으로부터 反減을 사게 되어, 점포의 信用을 떨어뜨리게 되는, 商売上 마이너스 효과를 가져오게 될 것이라는 견해도 보였다. 또 어느 판매업자에 의하면 공급부족인 상품(燈油)이 있는 경우, 단골손님에게 우선적으로 공급하고 싶은 人情이므로, 이 점포에서 구입하지 못한 손님중에는 이 점포가 다른 상품(쌀)과 끼워

팔기를 하고 있다고 믿는 자가 있다면, 결국은 사실은 그렇지 않더라도 誤解를 받는 수가 많다는 의견이 있었다.

6. 石油商業組合활동에 관한 문제

石油商業組合은 각 都道府県단위로 조직되며, 대부분의 石油小売업자가 여기에 참가하고 있다.

석유상업조합은 總會, 部會등의 조직을 두고, 1개월 내지 3~4개월에 1회정도로 會晤을 연다. 회합에서의 議題는 販賣價格에 관한 문제, 일요일·공휴일 休業이 철저히 시행되고 있는가에 관한 문제, 제품의 品質管理에 관한 技術의 문제, 독립계業者에 관한 대책, 신규건설 예정인 注油所에 대한 대책 등이 중심이 된다.

이중 앞서 말한 바와 같이 石油製品의 경쟁은 價格에 집약되므로 판매가격에 관한 문제가 가장 빈번히 취급되어 업계의 價格카르텔에 대한 관심이 높다고 할 수 있다. 그러나 일반적으로 石油小売業者 고객의 상당 부분은 외상판매손님이므로 이들에 대한 판매가격을 체크하기는 곤란하며, 판매가격에 대해 合意를 보았다 해도 꼭 지켜진다고 하기는 어려울 것 같다. *