

日本の 注油所 現況 (下)

Ⅲ. 注油所の 役割과 經營의 再評價

1. 合理的 價格에 의한 安定供給

注油所에서는 주로 揮發油, 輕油가 판매되고 있는 외에 灯油, 潤滑油 등의 石油製品이 판매되고 있다. 더구나 판매의 과반수를 차지하는 運輸部門에 관계되는 石油製品(揮發油, 輕油)은 이렇다 할 代替에너지가 없어, 國民經濟, 國民生活에 극히 중요한 必需物資가 되고 있다. 이 때문에 이들 石油製品의 安定供給은 앞으로도 중요한 과제이다.

그러나 石油製品 全般의 需要增加 둔화에 따른 石油精製設備등의 稼働率低下에 의한 固定費負擔增加, 換率安定, 또 中長期的으로는 産油國의 原油價格 引上基調등으로부터 石油政策의 탄력적인 대응과 精油会社 및 대리점, 石油流通關係者에 의한 經營合理化努力의 강화가 요청되지만, 石油供給費用의 증가경향은 容認될 수밖에 없다. 이 때문에 揮發油, 輕油 등의 注油所에서 판매되는 石油製品價格에 대해서는 앞으로도 가급적 低廉性은 바람직하지만, 합리적인 價格에 의한 供給이 필요하다. 이렇게 되면 企業體質의 健全성이 유지되고 石油製品의 安定供給이 확보될 것이다.

2. 適正한 品質의 유지

다른 石油製品을 섞은 조악한 揮發油 販賣를 방지하기 위하여 揮發油 販賣業法에 따라 揮發油 販賣業者는 注油所마다 品質管理者를 선임

하여 揮發油 品質分析과 記錄의 의무를 부과하여 品質유지에 크게 공헌하고 있다.

한편 81년에는 揮發油販賣業法의 일부개정에 의해 品質유지에 관계되는 揮發油販賣業者의 부담을 輕減하는 방안의 하나로서 通産長官이 지정하는 指定分析機關에 揮發油의 品質분석을 위탁할 수 있는 「指定分析機關制度」가 신설되었다.

앞으로도 注油所에 供給되는 揮發油를 중심으로 한 石油製品등의 品質유지는 중요한 과제이다.

3. 輸送部門에 있어서 安全保安의 유지

注油所는 자동차가 반드시 들리는 곳에 이 특색을 유효하게 활용해야 할 의무로서 자동차의 維持管理, 点檢整備가 있다.

자동차가 國民經濟와 國民生活에 있어서 필수적인 것으로 됨에 따라 車輛의 安全性확보는 至上的의 명제로서 앞으로는 일상의 自主点檢整備가 더욱 중요한 것으로 될 것이다. 또 安全走行에 대한 지식의 보급이나 排氣가스대책과 廢油處理등의 환경보전에 관계되는 업무도 더욱 필요하게 될 것이다.

이들 車輛의 安全保安과 環境보전에 관계되는 업무를 注油所의 특성을 살려, 분담하여 강화하여 갈 필요성이 있다.

이를 위해서는 注油所 종업원의 기술력의 향상과 整備設備의 확충, 사고방지를 위한 지식의 계몽 등의 개선노력도 필요할 것이다.

4. 省에너지의 推進 拠点

省에너지의 추진은 国家的인 과제인바, 注油所에 있어서 자동차의 효율적인 走行方法에 대한 지식보급 및 車輛整備에 의한 省에너지효과의 향상에 이바지하는 업무를 담당하는 방안이 강구되고 있다.

또 현재 실시중인 일요일과 공휴일의 休業과 필요한 경우 영업시간 단축등은 省에너지政策의 일익을 담당하고 있다.

5. 非常 体制의 拠点

海外石油依存도가 높은 日本에 있어서 石油供給의 중단 가능성은 앞으로도 적지 않다. 1차석 유위기 때에도 石油製品販賣業者들로 구성된 全石連은 지역마다 石油製品 融通斡旋의 実務를 분담하였다.

앞으로의 비상사태하에서도 유사한 업무가 있을 수 있고, 給油制限等の 대응책이 필요할 경우에는 注油所는 소비자와의 接点으로서 중요한 역할을 담당할 것이 요구된다. 注油所를 통하여 소비자에게 비상사태에 대한 올바른 情報를 전하는 역할도 있다. 이 점으로부터 注油所는 중요한 石油製品供給拠点이다.

IV. 앞으로의 注油所 方向

1. 注油所의 經營展望

□ 經營모델分析의 사례

여기에서는 하나의 참고로서 장래의 經營조직의 변화를 想定하여 經營모델분석의 一例를 살펴보겠다.

1) 主要한 前提条件

(1) 79년의 黒字企業(東京都)의 자료를 기초로 1注油所만 소유하는 기업, 2~5注油所를 소유하는 기업, 6注油所 이상을 소유하는 기업의 3종류에 대해서 經營모델을 설정하였다.

(2) 앞으로 8년간(90年度)의 平均像으로서의 經營數値를 산출하였다. 인플레이션은 생각하

지 않고 현재가격을 기초로 한다.

(3) 基本的인 經營条件 변화

○潤滑油의 利益은 약 30% 감소

(燃料油마진은 保合시세)

○整備關係 收入은 약 25% 감소

○人件費는 약 30% 상승(年 6% 증가)

○揮發油 需要는 약 7%, 經油는 약 10% 증가 한다.

(4) 이와 같은 기본적 조건의 변화를 전제로 하면, 현재의 經營내용을 계속할 경우에는 全企業이 赤字가 된다. 이와 같은 상황을 타개하여 일정한 利益率을 유지하기 위한 방안으로서는 주로 3개의 방향으로부터 접근이 있다. 첫째 經費의 축소, 둘째 마진의 상승, 셋째 売出物量의 확대 등이다.

여기서는 이 3개 방안의 實現可能性등에 대해서 定量的인 비교, 검토는 행하지 않았다. 이들을 어느 정도 실시하여 잘것인가에 대해서는 揮發油販賣業을 둘러싼 환경변화를 보면서 揮發油販賣業者가 스스로 선택하여 가지 않으면 안 되는 것이다.

여기서는 이 3가지 편성방법에 대한 몇가지 例를 들고 있다.

〈3가지 편성방법을 위한 假定〉

○ 売出額利益率: 1.8% 및 1%

○ 經費削減率: 2% 및 4%

○ 마진의 上昇率: 6% 및 13%

2) 모델 注油所의 試算結果

前記의 전제조건에 기초하여 注油所의 揮發油 必要売出 增加率을 試算하면 (表-6)과 같다. 이 平均을 보면, 앞으로 약 11% 정도의 揮發油 売出增加가 注油所經營을 안정화하기 위하여 필요하게 된다. 여기에 90년까지의 揮發油 需要의 증가(8年後에 15% 증가, 8年間 平均 약 7%)를 더하면 8年後의 必要売出增加率은 1.35배(8年 平均으로 1.18배)로 된다.

이와 같이 앞으로 注油所經營을 안정화시키기 위하여 經營者는 여러가지 대응을 할 수 없을 때 前記의 전제에 기초한 경우에도 揮發油의 판매증가가 필요하게 된다.

前記의 經營모델의 전제 가운데 첫째, 人件費

를 포함한 비용의 절감에 대해서는 他業種과의 경쟁격화 가운데, 종업원의 質의향상이 요청되어 設備등의 근대화 필요성이 높아지는 가운데 그 실현도 상당한 곤란이 예상된다. 둘째, 燃料油 마진의 인상에 대해서는 注油所 상호간의 경쟁이 계속되어 消費者價格이 계속 낮아지는 상황에서는 이 실현이 더욱 곤란하게 될 것이다.

셋째, 더우기 설비의 更新 특히 설비의 改造에 대해서는 資金力에 여유가 있는 주유소 밖에 기대할 수 없고, 모든 注油所에 대한 경영안정화책은 아니다. 이와 같이 本모델經營試算의 전체자체의 실현에는 상당한 어려움이 있기 때문에 여기에서 얻어지는 揮發油의 필요매상 증가율도 最低限의 數值이다.

또 本모델經營分析에 있어서는 데이터의 제약 때문에 注油所의 立地特性을 살린 검토를 할 수 없었지만, 앞으로는 後述하는 注油所의 適正配置의 검토를 심화시키는 것과 함께 이에 連動시킨 調査研究가 필요할 것이다.

2. 注油所 經營의 基本的 方向

注油所 經營은 다음 4가지의 基本方向에 따라 운영되어야 건전한 발전을 기대할 수 있다. 첫째, 注油所를 경영하는 사업자의 經營意識을 높이고, 사회적 책임의 자각하에 자주적인 합리화 대책을 실시한다. 둘째, 그것을 전체로 石油製品販賣專業으로서 企業이 성립할 수 있는 경영환경을 실현한다. 셋째, 그 경영환경하에 있어서도 業界全体로서 부단한 합리화 노력을 계속하여 그 결과(合理的 價格에 의한 安定供給)를 소비자에게 환원하는 경영자세를 정착시킨다.

넷째, 이러한 企業側(특히 中小零細企業)의 합리화 노력을 지원, 지도하기 위한 조치를 충실히 한다.

여기에서의 검토에는 注油所에 대해서는 石油製品販賣와 自動車關聯業務를 專業으로 행하여 갈 것이라고 가정하고 있다.

基本方向의 첫번째의 실시에 있어서 유의해야 할 점은 합리화 노력의 일환으로서의 經費절감이 행해졌을 때, 기업발전의 가장 기초가 되는

人的資源의 부당한 고갈을 초래하지 않을까하는 점에 주의하는 것이다. 또 셸프社, 無人化에 대해서는 경비절감 효과의 관점으로 부터만 판단하는 것은 一面인데 불구하고 소비자가 주유소에서 기대하는 역할, 비상시의 기점기능의 배려 등을 병행하여 검토하는 가운데 신중히 취급해야 할 문제이다.

基本方向의 두번째를 실현하는 데는 다음 조건을 달성하는 것이 필요하다.

① 市況의 안정화를 꾀하고 적정마진을 확보한다. 그것을 위해서는 우선 전체 流通機構의 체질을 개선한다. 그리고 앞으로의 需要規模와 소비자이익과 건전경영의 조화를 이룬 注油所의 배치를 가능하게 하는 體制整備를 꾀한다.

② 他業種에는 없는 給油라고 하는 특성을 보다 효과적으로 이용할 수 있도록 다방면의 판매력을 강력하게 한다.

이를 위해서는 첫째, 石油製品 이외의 商品과 서비스의 價格 및 이들의 품질에 대해서는 他業種의 그것과 비교하여 소비자의 평가가 구해지는 수준까지 개선한다. 둘째, 자동차 혹은 석유제품에 관한 분야의 新規商品, 서비스의 開發에 노력한다. 셋째, 필요한 人材를 확보한다. 여기에는 勞動條件의 개선뿐만 아니라 注油所를 보람있는 職場 혹은 일정한 社会的 評價를 받는 직업으로서 제공하지 않으면 안된다. 넷째, 地域에 따른 需要特性, 지역주민의 사회적 요청 등을 고려하여 注油所機能의 중점적 선택을 행하고 必要設備의 充實과 効率化를 꾀한다.

한편 地域狀況을 무시한 過大投資는 기업부담을 무겁게 하고 나아가서는 市況혼란의 원인으로 도 되기 때문에 신중하게 계획되어야 할 것이다.

其本方向의 세번째 및 네번째를 실현하기 위한 體制로서는 石油業協同組合 및 石油商業組合의 특성을 더욱 유리하게 이용하여 가는 것 외에 注油所經營에 관계되는 조사를 지역상황에 맞도록 추진하고 構造改善等の 구체적인 목표, 지침, 기준으로서 이용할 수 있도록 整備하는 것이다.

아직 여기서는 注油所가 슈우퍼마켓이나 생활 필수품점, 레스토랑 등의 新事業을 운영하지 않

는다고 상정하고 검토하였지만, 앞으로는 消防法 등의 규제완화를 포함한 다른 事業分野에의 진출 可否에 대해서도 검토할 필요가 있다.

3. 注油所配置의 適正化

注油所를 둘러싼 環境은 엄격한 條件下에 놓여 있지만, 이와 같은 環境에 대해서도 안정적인 經營을 꾀하기 위한 方案의 검토가 필요하다.

그 方案의 하나로서 注油所의 適正配置를 들 수 있다. 적정배치란 일정한 經濟規模를 가진 需要地域(商圈)에 적정한 經營單位의 공급자가 共存共榮의 理念에 서서 적당하고 질서있게 事業所를 배치하는 것이라고 정의되지만, 이것은 모든 業界에 공통적인 문제이고 商圈內에 需給 罅이 크게 된다가 혹은 크게 될 위험이 있을 때에 業界의 檢討課題로 된다.

다만 適正配置라고 하더라도 事業所의 增減이 따르는 問題에만 關係者의 同意가 구해지더라도 어느 지역에 어떠한 형태의 事業所를 新增設 혹은 統廢合할까하는 各論의 문제에 들어가면, 극히 복잡하고 곤란하게 된다. 注油所에 한해서 말하면, 經營形態의 零細性和 流通機構의 다양성이 대응을 곤란하게 하는 要因이라고 할 수 있다.

이상과 같은 規点으로부터 어떠한 方法으로 適正配置 問題를 다루더라도 일거에 문제해결을 하는 方法은 없다. 大局의인 觀點에 입각하여 장기적인 經濟社會環境의 조건변화를 파악하면서 個別注油所의 適正經營規模를 기초로 한 적정배치가 가능하게 되는 指針을 작성할 필요가 있을 것이다.

(1) 適正配置의 基準

적정배치의 指針은 구체적인 척도와 數值로 된 基準이 根幹을 이루지만, 이것은 어떤 需要圈域(商圈)에 몇개의 注油所를 어떠한 간격을 두고 배치하는 것이 적당인가 하는 것을 의미하고 있다. 바꾸어 말하면, 商圈이라는 면에 點으로서의 注油所를, 線인 道路邊에 어떠한 距離를 두고 배치하는 것이 적당인가하는 個數와 距離

間隔의 最適化를 구하는데에 있다.

商圈設定의 중요한 關鍵은 商圈의 규모를 어떠한 尺度에서 결정할 것인가에 달려있다. 일반적으로 商圈은 顧客의 存在量, 資質 등에 의해 결정되지만 注油所의 경우는 取扱品이 日常消費財이고 또 等質의 日用品이기 때문에 商圈은 顧客의 편리성을 고려한 小마켓을 境界域設定의 기준으로 하면 좋을 것으로 생각된다.

이 商圈設定에 있어서는 既述한 바와 같이, 地域性을 기본으로 하여야 하고, 그것은 地域需要의 크기를 척도로 하는 것이 좋을 것으로 생각된다. 이 地域需要는 현재와 장래에 대해 定量的인 파악이 필요하지만, 그 定量化는 지역의 크기(面積), 人口, 自動車保有台數, 揮發油販賣量, 注油所關係指標 등의 諸社會經濟變量의 상호관련성의 분석검토를 통하여 단위면적당 수요 밀도로 나타내는 것이 적당할 것이다.

이 현재 및 장래에 있어서 需要密度의 數值的 等量性을 기초로 하여 全國의 商圈의 類型化를 행하고, 그 후에 구체적인 기준을 商圈마다 설정하는 것이 타당한 순서라고 생각된다. 이하에서는 需要密度를 편의적으로 潛在需要量(gd로 나타낸다)이라고 부르고 그것은 1헥타르(ha, 10,000m²)당 商圈의 揮發油 販賣量으로 표시된다.

지금까지의 검토결과로 지역과 현재의 gd와의 관계는 <그림-1>과 같이, 거대도시와 지방도시와의 상위점이 명백해질 것이다. 그러나 이 gd는 현재의 數值이고 앞으로 이 數値는 당연히 변화할 것으로 보지 않으면 안된다. 이 將來의 gd는 지역의 土地利用狀況(특히 都市化率), 需要의 變動要因 등에 대해 시간적인 요소를 고려하여 예측할 필요가 있다.

<그림-1>로부터 巨大都市에 대해서는 産業이나 情報活動이 활발한 地域의 gd는 上限値, 下限値의 편차가 크고, 또 평균치도 높다. 그러나 住居地의 평균치는 지방도시와 동등하게 되어 地域差는 없게 된다. 지방도시의 경우는 인구의 크기에는 거의 관계없이 다만 上限値와 下限値의 차이가 大都市와 中小都市와는 제법 다르다. 이것은 도시의 규모(인구)만이 아니고 도시의 活動性(activity)의 크기와 質에 의해 gd가

지배되고 있다는 것을 보여주고 있다. 따라서 商
 圈의 類型化에는 이 점에 관한 분석을 충분히 행
 할 필요가 있다.

商圏内の 注油所 適正配値數는 다음과 같은
 式에 의해 구해진다.

$$Sd = \frac{Dp}{So}$$

Sd=商圏内 注油所 適正配値數(個所)

Dp=商圏内 潜在需要量(kℓ)

So=商圏内 1 注油所의 適正規模(kℓ/個所)

各商圏内(地域内)의 潜在需要量과 한 注油所의
 적정규모가 정해지면 同圏内の 注油所 적정배치
 수가 구해진다.

이 理論式을 기초로 하여 모델地區地點을 선
 택하여 適正配置數(Sd)를 구하고 이 값과 注油
 所經營者가 희망하고 있는 장래의 Dp로부터 구
 하여지는 注油所配置數와를 비교하면 乖離가 보
 여진다.

그런데 다음은 注油所間의 適正配置의 距離基
 準의 決定方式이다. 注油所는 道路邊에 있기
 때문에 우선 첫째로는 지역별(도시별) 道路大系
 에 대해서 충분한 분석이 필요하다. 道路大系는
 都市의 地理적 위치조건, 地形條件, 道路線型,
 도로기능 등에 의해 실제로는 여러가지 패턴을
 보이고 있지만 이것을 현실모양에 가까운 형태로
 都市別로 유형화할 필요가 있다.

한편 商圏을 최소단위의 마켓(商圏内の 중심
 점에 注油所가 1 個 立地)이 지역에 면적으로 확
 대된다고 가정한 경우에는 <그림-2>에서와 같
 이, 適正配置距離의 理
 論値는 各 상권의 중심
 점과 중심점을 연결하는
 線의 길이로 구하여진다.

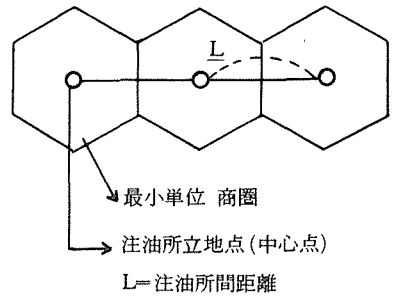
이상과 같이 注油所 상
 호간의 適正距離基準의
 설정에는 현실면을 중시
 한 방법과 理論値에 의
 해 결정되는 방법 두 가
 지가 있다.

(2) 適正配置의 試算

지금까지 注油所의 適正配置에 대해서는 指標
 가 없었다. 이제 이에 대하여 검토한 결과, 다
 음과 같은 指標의 提案과 手法의 提示가 행하여
 질 수 있다. 즉, ① 需要密度(揮發油販賣量÷同
 一樣態의 市街地面積)를 사용하여 商圏區分을
 행하는 것이 가능하다. ② 위의 指標①을 사용
 하면 전국을 다섯개의 商圏으로 나누는 것이 가
 능하다. ③ 注油所마다 揮發油販賣量을 고정하
 여 다음과 같은 指標를 사용하면, 어떤 지역에
 있어서 必要注油所數가 구하여진다.

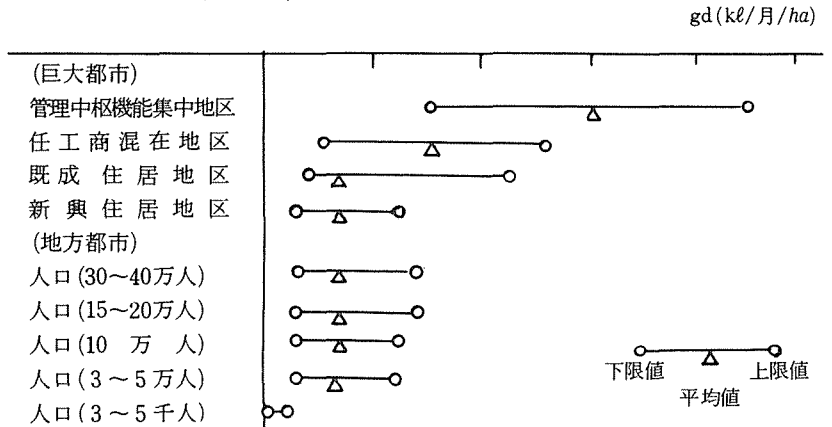
(需要密度×同一樣態市街地面積)÷1 注油所
 當 揮發油販賣量=當該地域의 注油所數

<그림-2>



다음에 ①에서 ③까지의 指標에 근거하여 地
 區(商圏)구분을 하고, 각각의 구분마다 다음 가
 정을 사용하여 注油所數를 算定하였다. ④ 1 注
 油所當 揮發油販賣量으로서 설문조사의 揮發油
 販賣者가 희망하는 販賣量을 넣은 경우, ⑤ 1
 注油所當 揮發油販賣量으로서 前述한 注油所모
 델로서 제안된 數量을 넣은 경우(揮發油販賣

<그림-1> 揮發油의 地域特性別 商圏(推計)



量的 增加倍率 1.35)

그 결과는 다음과 같았다. 즉 日本에너지經濟研究所의 「注油所 설문조사」(81年12月)에는 注油所 立地の 과밀성에 대해서는 東京都에 注油所를 가지는 事業所の 60%는 立地數가 너무 많다고 지적하고, 또 동시에 注油所 平均 月間注油所販賣量 실적은 66kl인데 비해 理想的인 揮發油販賣量으로서는 平均 98kl를 들어 약 1.5 배의 売上增加를 기대하고 있다. 또 注油所 모델의 한 예로서 제안된 數量에 대해서는 약 1.35 배의 증가라고 하는 케이스가 생각된다.

설문조사의 결과를 사용한 경우를 케이스 I, 注油所 모델의 1 레로부터 구해진 결과를 사용한 경우를 케이스 II로 하여 각구분마다 계산한 결과가 <表-7>에 나타나고 있다. 이에 의하면 케이스 I에 있어서는 巨大都市의 과밀지구, 既成住居地区 및 新鴻주거지구, 지방중심도시, 지방대도시에는 과잉이고 農山村都市에는 過少로 되어있어 揮發油販賣業者들로 하여금 注油所數가 상당히 과잉인 것 같이 느끼도록 하고 있을

것이다. 또 케이스 II에 의하면, 巨大都市의 과밀지구, 기성주거지구 및 신鴻주거지구, 지방중심도시 지방대도시에는 과잉이지만, 거대도시의 그 외지구, 지방중소도시, 農村都市에는 過少로 되어 있다. 立地論의 原点에 선다면 전국적인 系列를 사용하여 어떤 특정지역에 있어서 구체적인 注油所의 立地에 대하여 판단하는 것은 대단한 잘못이다. 따라서 구체적인 立地問題를 검토하는데 있어서는 上記手法을 참고로 하면서 적어도 都道府縣레벨이하의 個別地域마다 보다 상세한 데이터에 근거한 검토를 할 필요가 있다.

4. 流通組織

注油所의 주요한 取扱商品인 揮發油의 流通經路를 보면 <그림-3>과 같이, 이들 90%는 대리점으로부터 特約店을 통하여 注油所로 가고, 5%는 대리점에서 全農, 縣經濟連을 거쳐 농협의 注油所로 가고, 나머지 적은 부분이 대리점에서 대리점직영 注油所로 간다. 그러나 이와 같이 크게 3개로 구분되는 流通經路外에 이들을 횡단하는 流通이 있어 流通實態는 반드시 명확한 것은 아니다. (輕油에 대해서도 대략 같은 經路로 되어 있다.)

또 公正去來委員會調査(石油製品의 流通實態 81年 6月)에 의하면 揮發油의 流通組織은 대리점에서 特約店, 注油所(販賣所)에 이르기까지 각 대리점系列로 조직되어 있는 것이다. 예를 들면 東京都에 대해서 보면, 93%가 특정 대리점系列이고, 6%가 複數의 대리점, 1%가 어느系列에도 속하지 않고 있다. 이와 같은 系列化의 이유로서는 대리점으로부터 보면, ①自社の 판매정책에 기초하여 自社商標를 붙인 注油所에 自社 특유의 附帶서비스를 수반하여 판매한다는가 品質保證 등을 행한다는가 하여 상품이미지 형성에 이바지 하며, ②販賣量의 과약, 추정이 쉽게 되어 生産, 原油輸入 등을 계획적으로 추진할 수 있고 ③人員을 투입하여 특약점, 注油所 등의 판매와 經營指導를 하는 경우 系列化되어 있지 않으면 다른 대리점에 成果가 가버리는 것 등이다. 또 특약점과 注油所로부터 보면, ①안정된 製品供給이 가능하고 ②注油所 건설자금

<表-7> 地域(圏域)区分別 給油所の 過剩率(△:過少率)

地 域 区 分	過剩率(過少率)	
	케이스 I	케이스 II
① 巨大都市의 過密地区 (管理中樞集中·住工混在地区)	34(%)	26(%)
② 同非過密地区(既成住居地区) 및 地方中心都市	35	27
③ 同上(新興住居地区) 및 地方大都市	15	6
④ 同上(그밖의地区) 및 地方中·小都市	-	△14
⑤ 農山村都市	△13	△38

註) ① 케이스 I : 企業설문에 의한 增販倍率 (α: 1.50)
케이스 II : 經營展望 Working group의 增販倍率 (α: 1.35)
② 巨大都市...東京, 大阪, 愛知
地方中心都市...中央官庁의 地方機關所在地(札幌, 仙台等)
地方大都市...人口20~50万人
地方中都市...人口10万人前後
地方小都市...人口5万人前後
農山村都市...人口3万~5,000人程度
農山村都市以下에 대해서는 대상으로 하지않음.

지원과 注油所의 貸與가 가능하며 ③ 販売와 經營의 指導를 받을 수 있다는 것 등이 지적되고 있는 외에 ④ 決算期마다 販売成績등에 따라 판매장려금적인 資金지원이 있는 것도 무시할 수 없다.

또 海外石油供給의 삭감과 같은 비상시에 있어서는 平時의 系列關係는 安定供給에 중요한 역할을 한다고 하는 장점이 있다는 관점도 있다.

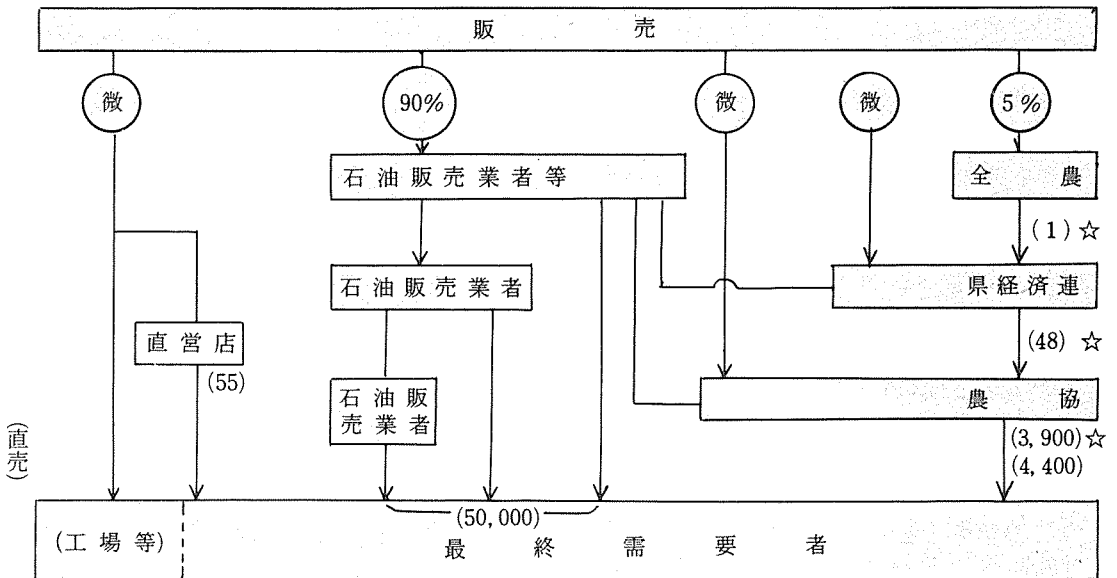
이와 같은 대리점과 특약점, 주유소 등의 石油販賣業者間的 系列關係는 兩者間에 맺어지는 특별계약이 기초로 되고 있지만, 이들 石油販賣業者들의 대부분은 계약서의 내용을 의식하고 있지 않고 購買先에 대해서도 다른 대리점과의 去來를 경험한 것이 많다고 한다.

또 최근 商社, 全農, 各種生活協同組合, 消費團體 등에 있어서는 石油의 購入, 販賣活動이 활발해지고 있고 여러 대리점으로부터 購買하는 형태도 보여져 系列化에 대하여 복잡한 작용을 초래하고 있다.

한편 특약점과 주유소의 측면에서도 他系列에의 移籍과 複數系列化, 不特定多數系列化의 움직임도 보여진다. 東京都의 注油所 설문조사(日本에너지經濟研究所 81年 12月)에도 앞으로의 이상적인 注油所의 購買형태로서 複數購買를 바라는 것이 전체의 42%로 되어 있고(長續은 7%) 系列에 속하기를 원하지 않는 것도 전체의 7%를 차지하고 있는(長續은 1%) 것이 주목된다.

이상과 같은 3개의 流通經路 이외의 經路로서 대리점이 系列外의 특약점, 商社 등에 판매하여 業者間에 轉賣되는 石油製品이 있다. 이것은 전체 揮發油販賣量의 수%인데, 原油가 精製될 때의 連產品으로서 발생하여 버리는 石油精製上의 특성이라고도 말할 수 있다. 季節的, 地域的인 需給不均衡 등을 조정하여 流通을 원활하게 하는 기능도 있지만, 일반적으로는 剩餘製品이기 때문에 싼값으로 유통과정을 거침으로서 주요한 流通經路에 공급되는 것보다 廉價이기 때문에 市況을 교란하는 要因으로 보는 사람도

〈그림-3〉 揮發油 流通經路



註) ① 資料: 公取委調査(81年 6月16日「石油製品의 流通實態에 대하여」)

② ○内 數字는 流通量의 비율을 나타냄

③ ()内數字중에 ☆표는 企業數. 그 외는 注油所數.

④ 全國의 注油所數는 54,048(79年末現在. 대리점지역 注油所 및 農協注油所를 포함).

⑤ 揮發油販賣法에 의한 登錄事業者數는 36,674(79年 3月末現在).

⑥ 石油販賣業者等에는 薪炭卸業者, 米穀卸業者가 포함된다.

□ 資料 □

있다. 系列内の 注油所로부터 보면 系列外の 이와 같은 産 揮發油의 존재는 系列化의 장점을 상쇄하는 것이라고 생각되어 複數購買와 非系列化에 의해 저렴한 購買를 바라는 소리도 있다.

대리점과 특약점 및 주유소간의 系列關係의 방향에 대해서는 ① 현존하는 流通組織이 형성되어 온 배경과 石油의 安定供給性에 착안하여 앞으로도 系列關係는 중요하다고 하는 意見과 ② 注油所運營者에 複數購買를 바라는 소리가 있고 揮發油販賣業法에 대한 国会의 附帶決議가 있기 때문에 系列關係는 完化되어야 한다고 하는 意見도 있다.

특약점으로부터 注油所에 이르는 流通段階에 대해서는 81年 12月の 石油審議會報告(「장래 石油産業의 方向에 대하여」)에 지적되어 있는 바와 같이, 「대리점단계에서의 集約化는 특약점 이후의 유통단계에서의 集約化와 관계가 있다」는 것, 또 「歐美諸國에서도 최근 급속히 注油所의 統廢합이 이루어지고 있기 때문에 流通關係 기업으로서도 集約化는 성실하게 다루어야 할」것을 전제로 하여 安定供給과 합리적인 價格形成을 위해 대리점, 특약점, 주유소, 政府 등의 관계자들이 流通組織의 適正化를 위해 더한층 노력하여야 할 것이다.*

□ 海外石油産業動向 □

日本 石油10社の 9月中間決算

日本 精油業界는 경영수지가 점차 개선되고 있으나 赤字基調에서 벗어나지 못하고 있다.

최근 밝혀진 日本石油등 石油 10社の 82年度 9月 中間決算(82年 4~9月)에 따르면 10社の 總경상적자는 史上最惡이었던 前年同期(81年 4月~9月)의 약 8분의 1, 중간손실은 약 10분의 1로 줄어들어 경영수지가 크게 개선되었으나 換率상승에 따른 換差損으로 여전히 赤字基調에서 벗어나지 못하고 있다.

日本 石油業界는 지난 11月 16日부터 환율상승에 따른 原價상승 때문에 금년들어 세번째 석유제품가격인상을 단행했는데 그 배경에는 換差損대책의 지연에 따른 기업체질의 약화를 막기 위한 苦肉策으로 풀이되고 있다.

이 기간중 石油 10社の 제품매출량은 前年同期 對比 5.1% 감소했으나, 매출액은 7조 2천3백36억 円으로 전년동기대비 1.1%의 微增을 나타냈다.

그러나 경상손실은 4백9억 円, 中間손실은

2백36억 円으로 전년동기에 비해 赤字幅은 크게 줄었으나 여전히 赤字기조를 보이고 있다.

主要石油会社 9月中間決算
(數量千kℓ, 百万円, ▼=損失, 減少, 괄호안은前年同期比)

	販売數量	売出額	經常利益	当期利益
日本石油	21,093 (▼3.0)	1,627,604 (2.3)	▼2,237 (-)	▼1,649 (-)
出光興産	17,452 (▼4.7)	1,355,473 (1.7)	▼704 (-)	▼2,355 (-)
共同石油	16,317 (▼11.2)	1,262,134 (▼3.9)	▼6,703 (-)	▼6,941 (-)
丸善石油	10,552 (▼7.8)	830,094 (▼1.6)	▼16,772 (-)	▼9,842 (-)
三菱石油	7,718 (▼3.3)	632,558 (3.1)	▼3,430 (-)	▼3,644 (-)
大協石油	6,085 (▼0.5)	593,282 (6.4)	▼7,378 (-)	697 (-)
계너럴石油	4,791 (▼5.4)	385,564 (2.5)	▼5,846 (-)	▼452 (-)
九州石油	3,345 (10)	229,558 (12)	2,747 (-)	1,153 (-)
東亜石油	799 (▼1.8)	14,346 (▼1.8)	265 (▼30.8)	281 (▼24.3)
興亜石油	4,466 (▼8.3)	279,581 (▼3.1)	▼857 (-)	▼857 (-)