

日本の 石油流通構造 개편방향

—石油流通비전硏究會 中間보고서—

—大韓石油協會 弘報室—

I. 머리말

日本의 휘발유판매업은 최근 휘발유수요의 정체속에서 과당경쟁의 진행등으로 경영상태가 더욱 악화되고 있다. 특히 지난 해 OPEC(石油輸出國機構)의 원유가격 인하를 계기로 국제적으로 벌어진 가격경쟁의 결과 휘발유판매업의 경영악화는 더욱 심각해지고 있다.

이러한 상황속에서 지난 해 12월에 석유위기 이후 수요감퇴속에서 격심한 경쟁의 소용돌이 속에서 허덕이고 있는 歐美제국의 석유유통업의 실태를 파악하기 위해 「歐美石油流通調査團」을 파견한 바 있다. 이 조사단의 보고에서는 歐美의 석유유통업도 어려운 상황속에서 수익을 확보하여 살아 남기 위해 인건비등 판매경비의 절감, 상품·서비스의 다양화에 의한 경영다각화, 생산성 향상을 위한 不採算 주유소의 폐쇄등 적극적인 대응을 도모하고 있음이 밝혀져 日本의 휘발유판매업도 유통기구, 고용관계등 歐美제국과의 차이는 있지만, 이를 토대로 새로운 사태에 대한 대응을 검토해야 할 것이라는 점을 지적한 바 있다.

그 후 지난 2월 石油審議會石油部會 小委員會의 중간보고서에서도 歐美석유유통조사단의 성과를 토대로 구조개편의 구체적인 방안을 서둘러 검

토할 필요가 있다는 점을 지적한 바 있고, 이어 지난 6월의 同小委員會보고에서는 휘발유 판매업은 과당경쟁체질의 개선을 추진, 자율적·효율적으로 안정된 유통업의 확립을 지향할 필요가 있으며, 중소기업성이 강한 휘발유판매업의 경영기반 강화의 요구도 반영, 경영의 효율화, 다각화, 원활한 집약화의 추진등 구조개편의 구체적인 방안과 방책의 수립이 긴요한 과제라는 점과 또 구조개편은 휘발유판매업의 자각과 책임하에서 이루어져야 하지만, 元壳기업의 자각과 협력이 불가결하다는 점과 공정한 경쟁질서의 확립을 위해 元壳, 유통업체가 각각 책임과 시장에 대한 공통의 자각하에서 자주적 노력을 취해야 할 것이라는 점등이 지적되고 있다.

本硏究會는 이러한 배경에 따라 휘발유판매업을 둘러싸고 있는 여러 문제의 분석과 앞으로의 대응책, 특히 그 구조개편의 구체적 방안·방책을 검토하기 위해 지난 4월에 설치되었다.

어려운 사태에 대응함에 있어서는 휘발유판매업이 스스로 문제해결에 나서는 것이 기본이며, 또 元壳기업의 자각과 협력이 불가결하다는 점에 비추어 本硏究會에서는 학식경험자 뿐만 아니라, 휘발유판매업 및 元壳기업 대표의 참여를 받았다. 또한 심의과정에서는 널리 소비자단체의 의견을 청취하

여 소비자요구에 대한 정확한 대응에도 배려했다.

본연구회는 지금까지 모두 12회에 걸쳐 진지한 심의를 거쳤으나, 아직 검토해야 할 많은 과제를 남기고 있다.

그러나 더욱 어려워지고 있는 경영환경속에서 시급히 휘발유판매업의 자주적 대응을 촉진할 필요가 있으며, 또 동시에 행정면에서도 소요시책의 준비가 필요하기 때문에 지금까지의 심의결과를 토대로 중간정리, 보완하는 것이다.

II. 揮發油판매업의 과제

1. 어려운 經營상태

(1) 제 2차 석유위기 이후 휘발유수요신장률은 크게 둔화되고 있는데 반해, 주유소수는 79년말의 5만 9천 1백 26개소에서 지난 82년말에는 5만 9천 3백 6개소로 증가했다. 그 결과 1주유소당 휘발유의 月평균 판매량은 79년의 49.2kl에서 지난 82년에는 50.3kl로 거의 보합세를 보이고 있다.

(2) 또 휘발유의 粗利益을 보면, 79년 3월에 ㄹ당 13円で 低마진을 보인 이후 휘발유판매업의 과당경쟁체질로 인해 현재도 비슷한 상황을 보이고 있다(83년 3월 현재 ㄹ당 13円).

이러한 低마진 속에서 물가상승에 따른 인건비등 諸경비는 계속 상승하여 휘발유판매업의 수지는 크게 악화되었다. 이를 평균매출액대비 영업이익률로 보면, 79년에 1.8%의 흑자를 보였으나, 72년에는 마이너스 0.2%의 적자로 反轉했다. 또 全주유소에 대한 赤字주유소의 비율은 79년의 21.8%에서 82년에는 44.0%로 늘어났다.

(3) 83년에도 年初부터 시작된 전국적인 덩핑경쟁으로 휘발유 粗利益 및 평균매출액대비 경영이익률은 더욱 떨어져 경영상태는 더욱 어려워지고 있다.

또 앞으로의 석유제품수요의 동향 등을 고려할 때 휘발유판매업을 둘러싼 경영환경은 앞으로도 계속 어려울 것으로 전망된다.

2. 揮發油수요의 정체

(1) 日本의 석유제품수요는 지난 79년 이후 급속히 감소하고 있으며, 주유소의 주요판매상품인 휘

발유수요는 나프타, 重油 등의 수요의 대폭적인 감소에 비해 비교적 堅調勢를 유지하고 있다. 그러나 그 신장률은 제 1차 석유위기 발생까지의 5년간은 연평균 10% 정도였으나, 제 1차 석유위기로부터 제 2차 석유위기까지는 연평균 5% 정도로 떨어졌고, 특히 제 2차 석유위기 이후는 연평균 2% 정도의 伸張에 그치고 있다.

(2) 또 지난 해 11월에 개정된 綜合에너지調査會의 장기에너지수급전망에 나타난 바와 같이, 앞으로 日本의 석유제품수요는 중장기적으로 볼 때 微増 정도 밖에 기대할 수 없는 실정이다.

휘발유에 있어서도 자동차보유대수의 큰 신장률은 기대할 수 없으며, 자동차 연료비의 향상도 예상되기 때문에 1주유소당 평균판매량을 대폭 호전시킬 수 있는 휘발유 수요의 증가는 기대할 수 없는 상황이다.

3. 過當競爭의 진행

(1) 日本의 휘발유판매업은 원래 품질면에서 차별성이 없는 휘발유를 主力상품으로 하고 있기 때문에 가격경쟁을 할 수 밖에 없는 點, 최근 수요정체속에서 고도성장기를 상회하는 주유소가 난립하고 있는 점, 農協등의 진출이 늘어나면서 유통구조가 다원화되고 있는 점 등의 요인으로 과당경쟁에 빠지기 쉬운 체질을 갖고 있는데 다음에 기술하는 판매자세등이 과당경쟁에 박차를 가하는 요인이 되고 있다.

① 個個의 주유소는 제 1차 석유위기까지의 고도성장기에는 휘발유수요의 급증에 대응한 휘발유판매량의 확대로 경영의 안정, 발전을 해 왔다. 그러나 최근 휘발유수요의 감퇴로 주유소경영에도 시대에 맞는 효율화, 다각화에 의한 생산성향상등 새로운 대응이 요구되고 있음에도 불구하고, 擴販으로 당면경영의 유지를 도모하는 판매자세를 취해 덩핑 판매를 중심으로 한 경쟁이 전개되고 있다.

② 또 과장광고, 표시, 景品附 판매등의 판매촉진캠페인이나 이른바 사후조정을 전제로 한 拡販장려, 엄청난 고액의 轉籍料 지불에 의한 轉籍권 유등을 통한 세어확대를 지향하는 元壳기업등의 판매전략이 相乘的으로 경쟁을 격화시키고 있다.

③ 여기에다 주유소의 밀집도 과당경쟁에 박차를

가하는 요인이 되고 있다. 간선도로변, 신흥주택지 등의 수요증가 지역에서는 수요증대를 크게 상회하는 주유소의 신규입지가 집중됨으로써 개개의 주유소가 그 경영실태에 맞는 적정판매량을 확보할 수가 없으며, 그 결과 판매량 확대를 지향하여 격심한 덤핑판매 경쟁에 빠지고 있다.

이와 같은 지역적 덤핑경쟁은 주변지역의 주유소에 영향을 미쳐 광범한 지역에서의 과당경쟁을 유발하고 있다.

④ 경쟁상황은 시장성격에 따라 크게 좌우되고 있다. 예를 들면, 이른바 프리객을 목표고객으로 하는 시장에서는 혈값의 간판을 표시함으로써 고객을 쟁탈하기 위해 과당경쟁에 박차를 가하는 결과가 되고 있다.

이 경우에도 해당지역의 경쟁이 주변지역에까지 영향을 미치고 있다.

(2) 또 이상에서 설명한 구조적 요인이나 판매자세 때문에 과당경쟁이 이루어지고 있어 주유소간에 자본력, 수익력 등 경영기반의 격차가 顯在化되고 있는 점에도 유의할 필요가 있다.

4. 消費者요구의 변화

(1) 최근 자동차가 국민생활에 깊이 파고 들에 따라 소비자와 주유소의 관계가 매우 긴밀해지고 있기 때문에 소비자의 휘발유판매업에 대한 요구도 다음과 같이 큰 변화를 보이고 있다.

① 소비자는 특히 석유위기 이후의 석유제품가격 앙등속에서 더욱 규격에 맞는 석유제품의 적정한 가격에 의한 안정적 공급에 대한 요구가 높아지고 있다.

② 소비자는 자동차의 점검정비나 자동차관련용품의 구입은 물론 일용품 등의 매입등도 포함하여 일반소비자가 안고 있는 다양한 요구의 충족을 주유소에 기대하고 있다.

(2) 앞으로 경영의 방향을 생각할 때, 주유소를 통해 석유산업과 소비자를 잇는 휘발유 판매업으로서 는 앞에서 언급한 소비자요구의 변화에 적절히 대응, 소비자의 신뢰를 획득하는 것을 앞으로도 기본으로 해야 할 것이다.

5. 환경변화에의 対応

(1) 이상에서 언급한 바와 같이, 휘발유판매업은 수요신장이 둔화되고 있는 가운데 고도성장기를 상회하는 주유소가 존재하면서 과당경쟁이 이루어지고 있다. 그 결과 휘발유의 粗利益은 보합세를 유지하고 있는데 반해 諸경비는 계속 상승함으로써 수지악화를 가져오고 있다.

휘발유수요의 정체가 앞으로의 문제의 배경인 이상 고도성장기에 취해온 판매량 증대에 의한 대응은 과당경쟁에 박차를 가할 수 밖에 없다. 또 이른바 사후조정등에 의해 타율적으로 일정한 판매마진을 확보하는 것도 무책임한 주유소경영에 의한 시장혼란을 초래할 뿐 휘발유판매업의 안정적 발전에 아무런 도움이 되지 않으며, 오히려 휘발유판매업 뿐만 아니라 元売기업을 포함한 日本 석유산업 전체의 피해를 가져올 우려가 있다는 점을 충분히 인식하지 않으면 안될 것이다.

(2) 휘발유판매업계가 현재의 어려운 환경을 극복하고 장기적 안정적 발전을 달성하기 위해서는 스스로 경영의 근대화, 효율화와 사업의 다각화에 나서 안정적인 경영기반을 구축해 나가지 않으면 안될 것이다.

또 個個 주유소에 있어서는 입지점의 특징, 시장실태, 소비자요구등의 차이에 따라 여러 형태의 경영이 생각될 수 있다. 개개의 경영자가 스스로 그 입지점의 특징, 시장실태 등을 감안하여 소비자요구를 정확히 파악, 창의와 연구를 계속, 경영의 안정, 발전방안을 모색하는 것이 기대되고 있다.

(3) 경영의 근대화, 효율화, 사업의 다각화와 동시에 그 철저를 기하기 위해서도 協業化, 공동화, 업무 제휴, 사업의 轉業등 사업의 집약화가 매우 중요하다.

특히 예를 들면 주유소가 지나치게 집중되어 있는 지역등 심한 과당경쟁의 전개 결과 경영내용이 현저하게 약화되어 있는 지역에서는 사업의 轉業등을 적극적으로 추진할 필요가 있다.

(4) 휘발유판매업은 현재 국민생활에 불가결한 휘발유를 중심으로 하는 석유제품의 판매를 그 사명으로 하고 있으며, 항상 규격에 맞는 석유제품을 안정적으로 공급하고 일상적인 소비자와의 접촉을 통해 그 다양한 요구에 적절히 대응해 가는 것이

기대되고 있다.

휘발유판매업이 국민경제의 요구에 부응하기 위해서는 적극적으로 구조개편을 추진, 적정하고 유효한 경쟁과 아울러 자율적, 효율적으로 안정적인 유통업의 확립을 도모하는 것이 급선무이다.

이 때 휘발유판매업은 석유라고 하는 이른바 국제정치상품을 취급하는 유통업으로서의 불안정성을 가지고 있다는 점과 그 大宗이 중소기업자로 구성되어 있으며 그 70% 정도는 1기업이 1주유소를 운영하는 형태의 영세성을 띠고 있어 과당경쟁에 빠지게 된다는 점, 그리고 휘발유에는 고액의 국제가 부과되고 있어 稅收 확보의 관점에서의 배려가 필요하기 때문에 휘발유판매업의 구조개편에 있어서는 정부로서도 지원과 지도등 정책적 배려를 강구해야 할 것이다.

Ⅲ. 揮發油판매업의 구조개편 추진

1. 經營의 現代化, 효율화 및 사업의 다각화

(1) 휘발유판매업이 어려운 경영환경속에서 적정한 수익을 확보하면서 저렴하고 안정적으로 석유제품을 공급해 가기 위해서는 경영의 근대화, 효율화를 추진하는 것이 필요하다.

휘발유판매업에 있어서는 中小企業近代化 促進法의 지정업종으로서 지난 77년 4월에 책정된 근대화계획에 따라 주로 시설근대화, 경영관리의 근대화를 목표로 여러가지 노력이 이루어져 왔다. 그 결과 휘발유에너라이저, 자동세차기, 논스페이스계량기, POS, 미니컴퓨터 등의 효율적인 시설기기의 도입을 추진하고 있으나, 그 도입상황을 보면, 아직도 불충분해 앞으로 계속 도입의 촉진을 도모할 필요가 있다.

또 최근의 유통관계 산기술, 특히 정보화사회의 진전에 따른 정보기술의 도입을 적극적으로 검토할 필요가 있다. 이 경우 POS시스템의 도입을 추진하며, 集計, 拂入등 회계처리의 省力化를 도모하고 판매대금의 자동대체제도의 보급을 추진하는 것도 중요한 것으로 보인다.

현재 歐美제국에서는 인건비절감에 의한 생산성 향상을 목적으로 주유소의 셀프 서비스가 도입되고

있는 바, 日本에서도 앞으로 주유소 효율화의 관점에서 셀프서비스화를 지향할 수 있는 가능성도 생각할 수 있다. 그러나 구미제국에서도 주유소의 셀프서비스에 대해서는 소비자요구의 다양성, 생산성, 안정성등의 관점에서 제각기 평가가 다른 바, 일본의 경우 현재 소비자의 서비스에 대한 기대가 강하다는 점, 종업원의 자질이 높아 소비자의 기대에 부응할 수 있다는 점, 주유소의 입지조건이 나쁘다는 점, 소비자의 서비스에 대한 憵價觀念이 없이 풀서비스와의 공존이 어렵다는 점 등으로 歐美제국과 큰 차이가 있는 점도 충분히 고려할 필요가 있다.

(2) 휘발유판매업으로서는 휘발유등 석유제품의 판매에 있어서 경영의 근대화, 효율화를 추진하면서 적정한 收益을 경영안정의 중심으로 삼고 있지만, 다양화하는 소비자요구에 대응하면서 경영기반의 강화를 도모하기 위해서는 주유소의 입지적 편리성, 소비자와의 긴밀한 관계와 같은 利點을 최대한으로 활용하여 시장의 특성등에 적응하면서 사업의 다각화에도 적극적으로 나설 필요가 있다. 이때 자동차관련용품의 판매, 자동차의 점검정비등의 기능의 강화, 확충은 물론, 폭넓은 소비자의 일상 생활에 관련된 상품의 판매, 서비스의 제공에 대해서도 검토해야 할 것이다.

또 이러한 사업의 다각화에 있어서도 정보기술의 도입을 추진하는 것이 기대되고 있다. 前述한 바와 같이 주유소의 利點을 살려, 예를 들면 각지의 주유소를 온라인화함으로써 도로정보, 숙박시설정보 등 매력적인 정보를 소비자에게 제공함으로써 정보거점으로서의 기능을 담당하는 것도 검토할 과제가 될 것이다.

이상과 같은 주유소경영의 근대화, 효율화, 사업의 다각화를 달성하기 위해서는 주유소의 高層化, 부지의 효율적 이용등 시설구조 및 개개설비의 고도화를 추진할 필요가 있다.

(3) 주유소경영의 근대화, 효율화, 사업의 다각화를 실현하기 위해서는 다음과 같은 점을 고려할 필요가 있다.

① 휘발유판매업자가 판매코스트의 절감, 부지의 효율적 이용, 이익대상범위의 확대 등을 추진하는 한편 주유소의 설비 및 업무, 주유소 임차이용 등에 관한 여러가지 防災규제가 제약이 되고 있다.

그러나 최근의 防災기술의 진보를 고려할 때, 이와 같은 防災규제의 재검토에 대해 서둘러 재검토해야 할 것이다.

② 소비자요구의 대응을 위해 주유소의 점점정비기능을 충분히 활용할 수 있도록 자동차정비업과의 조정을 추진할 필요가 있다.

③ 경영근대화를 추진하는 한편 경영상황을 객관성있게 항상 파악 분석하는 것이 매우 중요하며, 이를 위해 회계기준의 정비를 추진하는 것이 중요한 과제이다.

또 이러한 會計기준의 보급과 정착을 위해서는 전문적 지식을 가진 지도자에 의해 경영근대화등의 자문과 함께 회계기준의 지도를 행하는 것이 효과적인 것으로 생각된다.

④ 최근의 휘발유판매업의 경영악화나 과당경쟁에 따른 불량제품의 범람이 우려되고 있어 소비자의 품질확보에 대한 요구가 높아지고 있다.

따라서 휘발유판매업은 품질확보에 있어서 최대한의 노력을 기울여야 하겠지만 현행 自主검사체제의 충실을 도모하면서 품질관리에 우수한 주유소의 식별을 가능케 하기 위한 認定, 표시에 대해 검토하는 것이 필요하다.

2. 事業의 集約化

(1) 수요정체등 어려운 경영환경속에서 휘발유판매업이 살아남아 발전을 도모해 나가기 위해서는 前述한 경영의 근대화, 효율화, 사업의 다각화를 추진하는 것이 불가결하며, 또 경영실태에 맞는 적절한 판매규모의 확보, 규모의 경제효과등에 의한 코스트절감, 효율적인 주유소네트워크의 정비 등을 위해 사업의 집약화도 적극 추진해야 할 것이다.

日本과 마찬가지로 수요의 정체를 보이고 있는 歐美제국에서는 收益을 확보하여 치열한 경쟁에서 살아남기 위해 석유유통업은 경영의 근대화, 효율화와 함께 不採算주유소의 정리를 적극 추진하는 등 적극적으로 사업의 집약화를 도모해야 할 것이다. 또 歐美제국의 경우 석유기업의 직영 또는 직접 통제되고 있는 주유소가 많으며, 정리기준 방법등에 대해서는 석유기업이 주도적 역할을 수행하고 있는 점에 유의할 필요가 있는데 이러한 것도 고려하여 日本휘발유판매업의 특성, 휘발유판매업과元

売기업과의 관계등의 실태에 맞추어 사업의 집약화를 고려할 필요가 있다.

(2) 日本의 경우, 휘발유판매업자는 中小 영세성이 강한 업태를 보이고 있기 때문에 휘발유판매업의 건전한 발전, 실태에 맞는 적절한 판매규모의 확보를 도모해 가기 위해 協業化, 共同化, 업무 제휴, 사업의 전환등 사업의 집약화에 자주적으로 대응하지 않으면 안된다.

(3) 또 日本의 주유소경영은 입지장소, 시장특성 등에 따라 여러가지 형태, 특성, 收支실태를 보이고 있어 원활한 사업의 집약화를 추진하고 또 집약화의 효과를 최대한 발휘하기 위해서는 이러한 경영환경, 지역환경 등에 대응한 지역별의 유연하면서도 실효성이 높은 방안의 확립이 기대되고 있다. 예를 들면, 新倉住宅地, 간선도로변등 수요가 늘어나고 있는 지역에서도 수요증가를 웃도는 주유소의 신규입지가 집중되어 과당경쟁이 전개된 결과 주유소의 收支상황이 매우 악화되고 있는 경우가 많으며, 이와 같은 지역에서는 적극적으로 사업의 전환을 포함한 사업의 집약화를 추진할 필요가 있을 것이다.

(4) 또 日本의 경우 휘발유거래가 이른바 브랜드 계약에 의해 이루어지는 유통형태를 취하고 있는 점을 고려할 때 이른바 從系列에 의한 휘발유판매업 집약화의 추진도 필요하다. 이 경우에는 휘발유판매업의 집약화의 필요성에 대한 元売기업의 충분한 이해, 결단, 협력이 불가결하다.

(5) 사업의 집약화 추진에 있어서는 휘발유판매업이 지난 해 11월에 中小企業近代化촉진법에 따라 구조개편을 추진할 업종에 지정되어 있는 것을 감안하여 同法の 스킴등을 활용하는 것이 중요하다.

또 휘발유판매업은 매우 영세성이 강한 업종이기 때문에 사업의 집약화 실시에 따라 轉廢業을 하지 않는 자에 대해서는 설비의 처리, 他업종에의 전환등에 새로 발생하는 자금수요에 대한 소요지원을 함으로써 사업의 집약화를 원활하고 확실히 추진하는 것이 필요하다.

3. 經營환경에 대응한 構造改編

(1) 個個의 주유소에 있어서는 입지점의 특징, 시장실태, 소비자요구 등의 차이에 따라 여러가지

형태의 경영이 고려될 수 있다. 이와 관련하여 본 연구회에서 주유소의 경영내용을 판매규모, 입지특성, 경영의 특징등의 관점에서 분석한 결과 다음과 같은 類型化가 가능하였다.

個個의 경영자는 자기가 처해 있는 경영환경등을 정확히 파악 분석하고 창의와 연구로 이러한 근대화, 다각화, 집약화 등을 추진하여 경영의 안정, 발전의 방안을 강구하는 것이 불가결하다.

① 小規模 省力型

농촌지역, 오래전부터 주택지역 등으로 立地하여 판매량은 적지만, 조금 돌아가는 경영을 하고 있다.

이러한 소규모 省力型의 주유소에서는 收支에 미치는 영향의 크기에서 볼 때, 휘발유 1ℓ당 粗利益은 물론 휘발유 이외의 粗利益의 확보, 경비절감등이 중요한 포인트가 되고 있다.

② 地域密着型

상공업지역, 오래전부터 주택지역등에 立地하여 판매량은 中규모이지만, 지역에 밀착하여 안정적인 고객을 갖고, 휘발유의 粗利益을 확보하면서 다각적인 경영을 행하고 있다.

이러한 지역밀착형의 주유소에 있어서는 설비비, 인건비등의 경비절감, 다각화 등에 의한 휘발유 이외의 粗利益의 확보등이 중요한 포인트가 되고 있다.

③ 規模經濟型

도심지, 간선도로변, 신항주택지역등과 같이 회사등 안정적인 대수요처를 안고 있는 지역 또는 이른바 프리객 획득에 의한 판매량의 증가가 예상되는 지역에 입지하여 다량의 판매로 코스트를 커버함으로써 경영을 하고 있다.

이러한 규모경제형의 주유소에서는 그 경영이 휘발유판매에 비중을 두고 있어 휘발유 粗利益의 확보등이 중요한 포인트가 되고 있다.

(2) 휘발유판매업은 각각의 경영환경의 특성에 따른 최적의 구조개편 추진방안에 대해 검토할 필요가 있다. 그 구체화에 대해서는 경영자 스스로가 생각할 문제이지만, 관련기관등에 의한 지도도 충실히 하면서 큰 전환기에 있는 휘발유판매업이 그 방향을 정확히 잡아 실효있는 구조개편을 추진하도록 지원할 필요가 있다.

IV. 揮發油販賣業의 公正경쟁질서 확립

1. 公正경쟁질서의 필요성

공정경쟁질서의 확립에 대해서는 石油審議會 石油部會 小委員會가 지난 81년 12월의 보고에서 상품 引渡전에 가격결정을 하는 관행의 확립등의 거래관행의 합리화에 대해 지적한 것을 비롯하여 지난 2월의 중간보고 및 6월의 보고에서도 중요한 과제로 公正경쟁질서를 확립함으로써 과열경쟁과 전근대적인 거래관행등을 시정할 것을 제언한 바 있다.

어려운 경영환경속에서 휘발유판매업이 안정된 경영체질을 확립, 석유제품의 안정공급을 확보해 가기 위해서는 구조개편의 추진과 함께 다음과 같은 합리적인 商관행의 확립등의 공정경쟁질서를 확립할 필요가 있다.

(1) 휘발유판매업은 휘발유가 제품차별성이 없는 상품이라는 점에서 가격면에서 경쟁하기 쉽고, 휘발유수요의 정체속에서 과당경쟁을 조장하는 불합리한 거래관행, 판매전략등이 이루어져 그 결과 휘발유판매업의 경영체질이 더욱 취약해지고 있다.

또 지난 해 9월 이후 휘발유판매업은 이른바 사후조정이 폐지되면서부터 코스트의식에 기초한 자율적인 경영주체로의 탈피를 도모해 왔는데 최근의 과당경쟁의 격화는 사후조정폐지의 철저에 악영향을 미치는 면이 있는 바, 유효하면서 적절한 경쟁질서를 유지하고 또 자기경영책임원칙에 기초한 경영의 확립을 위해 다원적인 公正경쟁질서의 확립이 필요하다.

(2) 구체적으로는 다음과 같은 공정경쟁률의 확립이 요구된다.

① 事後調整의 폐지

종래부터 前近代의인 거래관행으로 시정되어야 한다는 취지로 지적되어온 이른바 元壳도매가격의 사후조정에 대해서는 지난 해 9월 이후 폐지되었다.

사후조정은 휘발유판매업의 코스트의식에 기초한 경영책임의 포기를 의미하며, 또 元壳기업의 세어 확대경쟁의 유력한 수단이 되어 왔다. 따라서 이것은 다음에 기술하는 채산성 없는 덤핑 및 과대광고에 의한 과당경쟁을 초래, 파잉 인센티브 제공에

의한 轉籍권유와도 밀접한 관련이 있다.

따라서 휘발유판매업의 경영책임의 자각과 적절한 경쟁의 유지를 위해 휘발유판매업과 元壳 기업이 一體가 되어 사후조정의 폐지의 정착을 도모하는 것이 중요하다.

② 재산성 무시한 덤핑의 방지

판매량의 확대를 위해 재산성을 무시한 덤핑판매가 흔히 이루어지는데 이것은 결국 시장혼란을 초래하고 적절한 경쟁조건을 붕괴시키는 요인이 된다. 따라서 휘발유판매업의 경영근대화, 효율화 등을 고려하여 적정마진을 포함한 적정가격으로의 판매를 정착시킬 필요가 있다.

③ 과대광고등의 적정화

덤핑판매와 관련하여 과대광고, 표시, 景品附 판매 등에 의한 판매량의 확대를 도모하는 경향이 강한다 이것은 재산성을 무시한 덤핑과 마찬가지로 시장혼란을 초래, 적절한 경쟁질서를 붕괴시키는 요인이 되기 때문에 이의 적정화를 도모할 필요가 있다.

④ 過剩인센티브제공에 의한 轉籍권유의 지속

휘발유판매업의 자기경영책임원칙의 철저, 元壳의 적절한 경영지도를 확보하기 위해서는 엄청난 고액의 轉籍料등 지나친 인센티브제공에 의한 轉籍권유에 대해 지속할 필요가 있다.

⑤ 品質의 확보

과당경쟁의 격화는 결국 휘발유에의 灯油의 混入등 품질면에서 문제를 초래할 가능성이 있다. 따라서 품질보전에 의한 소비자보호라고 하는 기본적인 요구에 부응하여 공정한 경쟁을 유지하기 위해서도 품질의 확보를 도모해 갈 필요가 있다.

2. 公正경쟁률의 확립

공정경쟁률의 확립에 있어서는 휘발유판매업, 元壳기업이 중소기업단체법등 관련법규의 활용을 도모하면서 스스로 그 확립을 위해 노력하는 자세가 필요하다. 그러나 휘발유판매업의 中小기업성, 경영체질의 취약성에 비추어, 또 현재 과당경쟁이 이루어지고 있다는 점에서 自助努力을 전제로 하여 公正경쟁에 대한 행정지도, 지원도 필요하다. 이 경우 前述한 바와 같은 公正경쟁률을 실효있게 하기 위해서는 元壳기업의 이해와 협력이 필요하다는 점에 비추어 이것을 대상으로 한 가이드라인의

실정도 一案이 될 것이다.

V. 맺는말

이 중간보고는 지금까지 12회에 걸친 심의결과를 정리, 휘발유판매업이 석유제품의 안정공급을 확보하면서 구조개편의 추진 등의 중요성을 보여줌으로써 휘발유판매업에 대해 구조개편에의 자주적 대응을 촉진시키려는데 목적이 있다.

本연구회는 계속 지금까지의 심의결과를 토대로 보다 구체적인 검토를 가하는 한편, 특히 구조개편의 구체적 방안 휘발유판매업법 및 행정지도의 방향, 주유소비전의 책정에 대해 중점적인 논의를 전개할 것이다. *

〈參考資料〉揮發油販賣業의 概要

1. 注油所數 및 販賣業者數 推移

	79年度末	80年度末	81年度末	82年度末
注油所數	59,126	59,209	59,272	59,306
販賣業者數	36,594	36,344	36,010	35,679

2. 資本金別, 從業員別, 事業者分布 (82年 3月 調査時)

資本金	從業員		計
	0~50人	51人~	
個人	35.4%	—	35.4%
1,000萬圓 이하	51.4%	0.9%	52.3%
1,000萬圓 이상	8.4%	3.9%	12.3%
計	95.2%	4.8%	100.0%

3. 揮發油平均販賣量의 動向 (單位: kℓ/月)

	79年度	80年度	81年度	82年度
平均月間販賣量	49.2	48.9	49.9	50.3

4. 揮發油粗利益動向 (單位: 圓 / ℓ)

	79年3月	80年3月	81年3月	82年3月	83年3月
粗利益額	13.0	18.7	13.0	14.4	13.0

5. 平均賣出額對 營業利益率 (單位: %)

	79年度	80年度	81年度	82年度
營業利益率	1.8	1.2	0.0	▲ 0.2

6. 赤字注油所 動向 (單位: %)

	79年度	80年度	81年度	82年度
全注油所에 對한 비율	21.8	27.0	42.3	44.0