

# 歐美諸國의 石油流通現況 (上)

이 資料는 日本의 歐美石油流通調査團이 英國, 프랑스, 西獨, 美國등 4개국을 방문, 이들 國家의 石油流通現況을 조사·분석한 귀국보고서를 번역한 것이다. (編輯者註)

—大韓石油協會 弘報室—

## I. 머리말

日本의 石油製品販賣業은 2次大戰후 석탄에서 石油로 에너지轉換이 진전됨에 따라 石油製品需要의 급증등을 배경으로 하여 확대일로로 걸어 왔다. 石油제품중 揮發油, 輕油는 대부분이 販賣거점인 注油所를 통해 판매되고 있으며, 50년대 후반부터 70년대 초반까지는 揮發油의 需要증가를 배경으로 石油精製元売會社에 의한 적극적인 주유소확장이 계속되어 그 數가 급속히 증가하였다. 그러나 제1차 石油危機를 겪으면서 石油製品의 수요증가는 일단 주춤하였으며, 제2차 石油危機 이후에는 수요가 오히려 감소하는 경향에 있다. 이 중에서 揮發油와 輕油는 다른 油種에 비해 그 수요가 비교적 꾸준한 증가세를 나타내 왔지만, 그 伸張率은 둔화되고 있다. 근래에 와서는 注油所數는 완화되긴 했지만 여전히 증가추세에 있다.

주유소경영실태보고의 집계결과에 따르면 1주유소당 판매량은 77년의 51.9Kℓ/月에서 82년에는 53.3Kℓ/月로 거의 변화를 보이지 않고 있다. 石油

製品판매업은 77년부터 中小企業近代化促進法에 편승하여 근대화, 합리화 노력을 계속해 왔지만, 근래의 수요정체를 배경으로 石油製品판매업의 경쟁은 격화되고 있다. 집계결과에 따르면, 諸經費가 증대하면서 순이익은 78년 3월의 13.2円/ℓ에서 83년 3월의 13.0円/ℓ로, 經常利益率은 77년의 0.6%에서 82년의 0.0%로 감소를 보이고 있다.

또한 昨年의 격심한 경쟁 속에서 경영의 내용은 더욱 심각해지고 있다.

石油製品販賣業은 消費者에 대한 안정적인 공급이라는 사명을 완수해 나가기 위해서는 石油業界의 종전의 노력뿐만 아니라, 流通구조의 근대화, 합리화 및 집약화를 추진하고 강한 신뢰를 받는 산업으로 변모할 것이 요청되고 있다. 歐美諸國에서도 日本의 경우와 비슷하게 石油危機이후 석유제품수요가 정체상태로 빠져 들게 되어 작년 7월의 歐美石油産業調査團의 報告書에서도 나타났듯이, 歐美의 각 석유회사들은 이러한 상황에 대처하기 위하여 收益을 확보하고자 採算이 맞지 않거나 규모가 작은 注油所를 폐쇄함으로써 유통 코스트의

삭감에 전력을 기울이고 있다. 歐美諸國과 日本에서는 石油流通에 많은 차이가 나고 있긴 하지만, 기본적으로는 안고 있는 문제점에 공통점이 있는 것으로 생각된다. 이러한 의미에서 日本의 石油製品販賣業의 앞으로의 기본적인 방향을 검토함에 있어서, 그러한 차이점에도 유의하면서 歐美諸國의 크게 변모하고 있는 石油流通實態를 조사의 기초 자료로 삼는 것이 유익할 것으로 생각된다.

本조사단은 이러한 목적과 문제의식에 입각하여 83년 12월 3일부터 18일까지 16일간에 걸쳐 西獨, 프랑스, 英國, 美國의 4 개국을 방문하여 石油製品販賣業, 石油精製元壳企業 및 有關団体, 政府 등에서 조사와 의견교환 활동을 벌였으며, 各國의 注油所의 實際조사도 병행하였다. 또한 본조사단은 石油流通에 깊은 관계를 가지고 있는 學識이 풍부한 자, 石油製品販賣業, 石油精製元壳企業 및 금융기관의 대표자로 구성되어 약 2주간에 걸쳐 歐美의 石油流通實態를 자세히 조사하였는데, 앞으로 日本의 石油제품판매업의 나아갈 길을 모색하는데 있어서 대단히 의미있는 것으로 생각된다. 이 조사결과를 근거로 하여 앞으로 政府, 石油製品販賣業, 石油精製企業 및 그밖의 有關企業에서 日本의 石油製品販賣業의 長期的인 안정과 발전을 위한 方案에 관한 적극적인 검토가 추진될 것을 기대하고 싶다.

## II. 總 論

### 1. 石油製品販賣業의 環境

#### (1) 석유제품의 需要動向

歐美各國에서는 석유제품에 대한 수요가 제 1, 2차 石油危機를 겪으면서 감소하는 경향을 보이고 있는데, 제 2차 석유위기 이후의 추이를 살펴보면, 注油所의 주력판매油種인 揮發油의 수요동향은 다른 油種에 비해 비교적 기복이 적지만, 그 증가추세는 정체상태를 나타내고 있다. 앞으로의 需要動向에 대해서는 訪問先의 거의 모두가 휘발유 수요의 감소 및 경유수요의 漸增을 예측하고 있으며, 그 이유로서는 자동차의 연료효율提高, 디젤

車 보급에 따른 輕油로의 轉換등을 들고 있다. 各國의 揮發油수요의 동향은 다음과 같다.

#### ① 西 獨

제 1차 석유위기직후를 제외하고는 증가추세에 있지만, 81년에는 감소되었으며 82년은 거의 정체상태를 나타내고 있다.

또한 西獨은 유럽 굴지의 自由市場인 관계로 로테르담國際市場 또는 東歐諸國등으로부터 揮發油를 수입해 오고 있다.

한편 옛소 AG는 금후의 揮發油需要가 1987년까지는 안정적인 것으로 내다보고 있으며, 그 이후로는 年 1.5% 정도의 비율로 감소할 것이라 예상하고 있다.

#### ② 프랑스

揮發油需要는 제 1차 石油危機 직후에는 감소하였으며, 그후 증가추세를 보였지만 80년 이후 수요증가가 정체상태를 나타내고 있다. 또한 揮發油의 수입은 政府가 數量을 할당하는등 許可制下에서 실시하고 있다.

#### ③ 英 國

英國도 西獨, 프랑스와 비슷한 양상을 나타내고 있으며, 80년 이후 수요가 거의 정체되어 있다. 셸 UK에 따르면, 극히 최근을 제외하고는 과거 5~6년간은 항상 공급과잉의 상태였다고 한다.

#### ④ 美 國

美國의 揮發油需要는 제 1차 石油危機직후 감소하였지만, 그 이후 증가하여 왔는데, 78년을 절정으로 매년 점차 감소하고 있는 상황이다. 揮發油需要의 전망에 대해 Amoco는 1990년까지는 安定的일 것으로 보고 있지만, Socal에서는 1978년의 8,000千B/D에서 2,000년에는 4,000~5,000B/D까지 대폭 감소할 것으로 예측하고 있다.

이처럼 歐美各國은 注油所의 주력판매 상품인 揮發油의 今後 수요동향에 관해 한결같이 비판적인 견해를 나타내고 있다.

## (2) 石油流通上の 경쟁상황

歐美各國의 石油精製會社 및 製品販賣業者는 각자의 경영환경하에서 현재까지 심각한 경쟁을 전개해 왔지만, 英國에서는 과거의 경쟁에 대한反省 등으로부터 현재는 진정화되고 있는 실정이다.

### ① 西 獨

石油製品市場이 전형적인 자유시장이기 때문에 獨立系石油會社의 로테르담國際市場으로부터의 제품수입에 의한 低價販賣로 격심한 경쟁이 있어왔다. 경쟁상황의 변천에 관해 옛소 AG는, 1960년대 후반부터 과당경쟁이 격화되고 판매마진의 감소와 經營多角化가 시작되었으며, 1970년대에는 셀프서비스화의 진전과 不採算·小規模의 注油所의 폐쇄가 일어났으며, 1980년대에 들어와 제 1차 석유험기 직후를 제외하고 줄곧 증가되어 온 揮發油 수요가 정체내지는 감소경향을 보임에 따라 경쟁은 한층 격화하고 있다고 말하고 있다.

訪問先의 각 團體에 따르면, 특히 獨立系석유회사에 의한 값싼 수입제품이 市況에 끼치는 영향이 지대하여 이것이 최근의 경쟁격화의 커다란 원인이 되고 있다고 보는 견해가 우세하다. 한편 揮發油販賣業者組合(西獨의 石油販賣業者의 職業組合)처럼 石油會社에 의한 販賣마진 압축정책이 판매 증대를 할 수 없게 만든 결과, 경쟁에 박차를 가하고 있다고 지적하는 소리도 있다.

### ② 프랑스

정부에 의한 揮發油의 精油工場出荷價格 및 소비자 가격에 대한 최고 가격제에 따라 가격규제가 실시되고 있으며, 더구나 과당경쟁을 방지하고 소규모사업자를 보호하기 위해 최고 소매가격에서의 가격할인한도액이 정해져 있고, 揮發油市場에서는 과거 일정한 질서가 유지되어 있었다. 그러나, 揮發油需要의 정체에다가 신규참여한 슈퍼마켓에 의한 低價販賣 및 가격할인한도를 넘어서는 대폭적인 할인판매에 따라 1892년 이후 경쟁은 격화하고 있는 상황이다. 이러한 움직임에 이끌린듯한 政府에 의한 가격할인한도의 확대가 실시되고 있으며,

경쟁은 더 한층 격화될 것으로 예상되고 있다. 石油會社는 이러한 추세에 대응하기 위해 종래 운영자에게 임대해 왔던 石油會社 소유의 注油所에 대해 小売價格을 石油會社 스스로 통제할 수 있는 위탁판매제도로 전환하고 있는 중이다. 또한 이러한 위탁판매제도에 관해 研究工業省에서는 同制度가 商品인 揮發油의 소유권이 소비자에게 인도될 때까지는 石油會社에 있으며, 따라서 小売價格의 조정도 石油會社의 지배하에 있게 되므로 同制度하에서는 注油所의 경영합리화는 물론, 적절한 판매컨트롤이 가능하기 때문에 경쟁에서 살아남을 수 있을 것이라고 하고 있다.

反面, 石油販賣業者가 소유·운영하고 있으며, 石油會社와 브랜드계약을 체결하고 있는 주유소는 경쟁상 불리하다고 하며, 또한 同省은 서어비스형태로는 셀프서비스 주유소가 경쟁상 유리하다고 평가하고 있다.

### ③ 英 國

과거 5~6년간 언제나 공급과잉의 상태에 있었으며, 소비자의 低價格選好를 배경으로 獨立系石油會社에 의한 저가판매가 경쟁을 더 한층 격화시켜 왔다. 그러나 1983년 12월 時點에서는 6개월 전부터 市況이 일찌기 꺾어 보지 못했을 정도로 안정되어 왔다.

이러한 市況安定의 기본적배경으로는 BP, 셀U K 등의 英國系資本 메이저에 옛소를 더한 3社의 시장점유율은 저하하는 경향을 보이고 있지만, 精製部門과 마찬가지로 판매부문에서도 60% 미만의 시장점유율을 점하고 있는 등 자율적인 산업질서가 형성되고 있는 사실을 고려할 수 있다.

### ④ 美 國

揮發油需要가 정체되어 있는 가운데 揮發油가격이 인상되었고, 소비자의 低價格추구등에 따른 경쟁은 격화되고 있으며, 앞으로도 가격면울 포함한 경쟁은 계속될 것이라는 견해가 지배적이다. 이러한 경쟁의 결과, 注油所의 셀프서비스화와 統廢合에 따른 1注油所當 揮發油販賣量은 대단히 증가하였지만, 유니온오일은 판매마진의 저하등의 관

제로 收益性이 현저히 향상되었다고 말하기는 어려우며, 또한 注油所組合은 低價판매를 부득이하게 실시한 결과 이익은 오히려 감소하고 있다고 말하고 있다. 이처럼 合理化의 진행과정에 있어서 새로운 과제가 발생하고 있으며, 또한 Social은 合理化實施에도 아랑곳 없이 1 注油所當 揮發油판매량은 정체상태에 있다고 한다.

또한 이러한 경쟁을 배경으로 하여 石油會社직영의 注油所경영을 금지한 deforcement法이 4州에서 적용되고 있으며, 소규모 石油판매업자의 보호를 목적으로 한 PMPA法(Petroleum Marketing Practices Act)의 강화를 목적으로 한 法改正의 움직임도 일고 있다. 이처럼 英國의 경쟁이 조사시점에서는 진정되어 가고 있지만, 英國을 포함한 각국에서 지금까지의 격렬한 경쟁의 와중에서 揮發油의 판매마진은 축소되어 가고 있다.

### (3) 石油流通에서의 販賣形態

日本에 있어서 揮發油는, 특히 일부 石油會社직영의 注油所등에서 판매되는 경우를 제외하고는 特約店으로 불리우는 비교적 대규모의 기능을 보유하고 있는 石油판매업자 및 이들을 경유하고 販賣店이라 불리우는 중소의 石油판매업자에게 유통되며, 다시 이들이 운영하는 注油所에서 판매되고 있다. 말하자면 日本의 注油所는 거의가 石油會社와는 독립된 경영체로서의 石油판매업자의 경영에 의해 운영되고 있다. 경영형태에 있어서도 일종의 委託판매방식이 도입되고 있지만 그 數는 줄어드는 경향이며 거의 대부분의 石油판매업자는 石油會社와 브랜드계약을 체결하고 독자적인 경영을 해 나가고 있다. 이에 비해 歐美각국의 揮發油 판매형태는 注油所의 소유형태별로 볼 때, 石油會社소유의 注油所가 비교적 많으며, 경영형태별로 본다면 西獨이 전형적인 石油會社의 위탁판매방식이 두드러진다. 또한 서어비스 형태별로는 便宜店(Convenience store), Supermarket併設의 注油所및 셀프서비스를 도입하고 있는 주유소가 많은 것 등이 특징인데 歐美각국의 판매형태는 다음과 같다.

#### ① 西 獨

西獨石油聯盟(西獨의 주요 石油會社들로 구성

된 단체, 會員數 26)에 따르면, 주유소의 약 50%가 石油會社 소유이며 약 30%가 石油會社 계열의 판매업자 소유이고 20%가 獨立系 石油販賣業者에 의해 소유되고 있다. 독립계 석유판매업자를 제외하고 石油會社와 판매업자간에 獨占의 위탁판매계약이 체결되어 판매업자는 브랜드를 표시하고 石油會社가 설정한 소매가격으로 판매하며 판매량에 따라 판매마진을 취득하는 방법이 채택되고 있다. 이에 대해 판매업자는 소매가격의 높고 낮음에 관계없이 판매마진이 일정하다는 것은 불합리하다는 불만의 뜻을 나타내고 있다.

한편 獨立系 石油판매업자는 스스로 小売價格을 결정하고 자체의 브랜드로 판매하고 있으며, 西獨石油聯盟에 따르면, 로테르담市況에 따라 그 市場占有率이 변하긴 하지만 경쟁력이 강하기 때문에 현재 판매량의 24%가 獨立系 판매업자들에게 의해 점유되고 있다는 것이다.

#### ② 프랑스

石油製品販賣業者組合에 따르면, 注油所 所有형태는 石油會社소유의 것이 6千개소(판매점유율 34%), 石油販賣業者 소유가 18千개소(판매점유율 34%), 獨立系 石油販賣業者 소유가 13.5千개소(판매점유율 30%)이며, 이중 슈퍼마켓業者 소유가 1.6千개소로 되어 있다. 슈퍼마켓의 영가판매 공세에 대항하기 위해 石油會社소유의 주유소에서는 소매가격을 石油會社가 조정할 수 있는 위탁판매제도로 전환하고 있으며, 同제도에 의한 판매형태는 앞으로도 증가할 것으로 보고 있다.

이러한 움직임에 대해 위탁판매제도가 石油會社에 유리하게 운용되는 것은 아닐까 걱정하고 있는 小売業者단체도 있다.

#### ③ 英 國

自動車代理店協會에 따르면, 주유소의 소유형태는 石油會社소유가 7.5千개소(판매점유율 55%), 石油販賣業者소유가 16.5千개소(판매점유율 45%)이며, 石油會社소유 가운데 임차注油所(石油會社소유의 주유소를 석유판매업자에게 임대하는 방식, 小売價格은 석유판매업자가 결정한다)가 25千

개소, 石油會社가 직접 관리하는 것이 5千개소로 되어 있다. 임차注油所와 石油會社가 직접 관리하는 주유소도 판매마진은 고정되어 있으나, 임차注油所에 있어서는 運營者 스스로가 소비자 가격을 결정하고 있기 때문에 가격변동에 대한 위험부담은 運營者에게 있다.

#### ④ 美 国

注油所組合에 따르면, 주유소의 소유형태는 石油會社소유가 40%, 석유판매업자소유가 20%, Jobber소유가 25%, 個人·獨立系 석유판매업자소유가 15%로 되어 있다.

美國의 특징으로서 Jobber, Chaindealer 라고 하는 산하注油所를 갖추고 있는 중간도매 기능을 갖고 있는 流通業者가 존재하여 流通기구상 중요한 지위를 차지하고 있다. Jobber는 주로 都市교외나 농촌지역에 석유공급을 담당하고 있어, 주로 도시지역에 퍼져있는 石油會社의 販賣網과는 유통상의 역할분담을 하고 있는 것으로 생각된다.

또한 서비스 형태로서는 뉴저지州와 오레곤州를 제외하고(이 2개州에서는 Self-service방식이 허가되고 있지 않다), Self-service注油所가 전국에 보급되고 있으나, 訪問地인 뉴저지州에서는 이 제도의 도입허가를 둘러싸고 활발한 논의가 전개되고 있었다.

## 2. 環境變化에의 對應

### (1) 石油精製元売會社와 판매업자의 대응

歐美各國의 석유회사와 석유판매업자는 이미 설명한 바와 같이, 석유제품수요의 停滯, 他業體의 시장참여와 같은 환경변화 가운데 판매마진이 감소하고 있기 때문에 收益을 확보하고 격심한 경쟁에서 생존하기 위하여 注油所경영의 근대화, 합리화, 流通의 효율화, 注油所의 통폐합에 노력하지 않을 수 없는 상황에 직면하고 있어, 정부의 개입유무에 관계없이 스스로 다음과 같은 대책을 강구하고 있다.

歐美各國의 경우 石油會社가 직영 또는 직접 관리하고 있는 注油所를 갖고 있는 경우가 많고, 그

만큼 石油會社의 전략이 석유판매업에 대규모적으로 급속하게 침투하여 가고 있는 면도 있어, 최근 메이저등 大石油會社는 採算性이 없는 지역으로부터의 철수와 판매지역의 집중화등을 추진하고 있는 것도 그 背景이다.

첫째, 注油所 판매경비의 삭감노력이다. 그 일환으로서 인건비의 삭감 등을 目的으로 한 Self-service제도의 도입도 추진되고 있다.

둘째, 양호한 立地條件과 이들 지역에 밀착되어 있는 利點을 살린 商品·서비스의 다양화등에 의한 경영의 다각화(石油外收益의 확보 및 증대)이다.

셋째, 생산성향상을 위해 採算性 없는 주유소의 폐쇄와 注油所의 대형화등에 의한 주유소의 통·폐합이다.

특히 注油所의 통·폐합에 대해서는 西獨은 73년 40千개소에서 82년 23千개소, 프랑스는 73년 46千개소에서 82년 38千개소, 英國은 73년 33千개소에서 82년 24千개소, 美國은 73년 313千개소에서 82년 201千개소로 감소되어 왔다.

또한 1개 注油所當 휘발유판매량도 착실히 증가되어 西獨에서는 69년 24Kℓ/月에서 83년 74Kℓ/月, 프랑스에서는 73년 38Kℓ/月에서 82년 53Kℓ/月, 英國에서는 73년 54Kℓ/月에서 82년 85Kℓ/月, 美國에서는 73년 103Kℓ/月에서 82년 157Kℓ/月로 증가되었다.

이러한 石油會社 및 석유판매업자의 대응에 대해서는 歐美各國에 있어서 重點事項과 평가는 서로 상이하며, 評價에 대해서는 반드시 정착되어 있지는 않지만, 각국의 상황은 다음과 같다.

#### ① 西 獨

石油流通에 대한 정부의 개입은 없으며 西獨石油協會에 의하면, 정부는 앞으로도 개입할 의도는 갖지 않고 있는 것 같다. 또한 石油會社와 석유판매업자와의 계약은 독점적 위탁판매계약이 중심으로 되어 있고, 기업체질이 강한 大石油會社의 주도로 합리화와 주유소의 통·폐합이 추진되고 있다.

Self-service化에 대해서는 西獨石油協會에 의하면, 판매량의 85%가 Self-service注油所에 의한 것이며, 同協會와 옛소 AG社도 Self service化

의 효율을 높게 평가하고 있다. 더우기 Self-service化에는 반대의 입장을 취하고 있는 휘발유 판매업자 조합도 소비자의 價格低廉性 추구에는 거역할 수 없다고 말하고 있다.

그외에 옛소AG社는 향후의 판매전략으로서 Self-service化를 목표로 하고 있으나, 西獨石油協會는 이러한 Self-service化의 진전 가운데서도 소비자 기호를 충족시킴으로서 Full service 注油所가 생존할 수 있는 길이 있다고 말하고 있다.

이밖에 經營多角化도 적극적으로 추진되고 있으며, 石油外收益은 이미 2/3를 占하기에 이르렀다. 이러한 가운데 휘발유 판매조합은 향후 상품판매는 감소할 것으로 전망하고, 오히려 車庫와 간이식당의 併設에 의한 收益增大를 生存策으로 설정해 놓고 있다.

주유소의 통·폐합에 대해서는 옛소AG社는 그 감소이유에 대하여 판매마진의 감소를 불가피했던 사유로 보고 있으나 同社로서는 장기전략으로서, Scrap and build(비능률적인 설비를 폐기하고 능률적인 최신설비로 대체하는 것)를 적극적으로 추진할 의향인 것 같다. 이밖에 휘발유 판매업자조합은 규모가 큰 소수 注油所에서의 配送이 유통비용의 절감에 유효하기 때문에 石油會社가 소규모 주유소의 폐쇄를 추진하고 있다고 하는 견해도 보이고 있다. 향후의 전망으로서 86년경까지는 16千~17千개소까지 감소할 것이라는 견해가 많다.

이 주유소의 통·폐합에 대하여 옛소AG社는 단기적 종합평가에는 신중한 태도를 취하고 있으며, 同社를 포함 訪問先 団体 모두 注油所當 생산성이 현저하게 향상됐다고 말하고 있다.

## ② 프랑스

수퍼마켓등에 의한 열가판매에 대항하기 위해 Self-service化, 前述한 위탁판매제도의 도입, 상품·서비스의 다양화에 의한 경영의 多角化가 大石油會社 주도로 추진되고 있다. 또한 정부에 의해 Scrap and Build가 의무화되어 체산성이 없는 주유소에 폐쇄, 대규모 注油所의 설치에 의한 주유소의 통·폐합이 이루어지고 있다.

Self-service化에 대하여 研究工業省은 프랑스는 다른 유럽國家와 비교하여 별로 진전되지 않

았다고 밝히고, 그 이유로서 投資費가 높고 그 회수에는 대량판매가 불가피하다는 것과 국민성이 반드시 Self-service를 좋아하지 않는다는 등의 특질을 열거하고 있으나, 價格面에서 Full service 注油所는 Self-service 注油所에 비하여 경쟁상 불리할 것이라고 말하고 있다.

더우기 石油製品販賣業者組合에 의하면 Self-service 注油所數는 5.5千개소로 전체의 15%를 차지하고 있으나, 판매점유율은 39%에 달하고 있으며, 39%의 점유율 가운데 42%가 수퍼마켓판매가 차지하고 있다. 또한 수퍼마켓의 대부분은 Self-service 注油所라는 점이다.

經營多角化에 대해서는 정부, 石油會社, 석유 판매업자 단체들도 적극적인 평가를 하고 있다.

프랑스에서는 정부주도의 3對 1의 Scrap and build도 영향을 주어, 注油所數는 감소하고 있다. 향후 전망으로서 研究工業省은 경쟁의 결과로 브랜드契約注油所를 중심으로 다시 감소할 것으로 보고 있다.

同省은 수요의 정체가운데 주유소의 통·폐합은 심든 좋든간에 계속 추진될 것이지만 農村地域에 있어서 공급제한적인 영향과 실업자의 발생등에 대하여 염려하고 있다.

注油所의 통·폐합에 관하여 석유제품판매업자 조합은 주유소의 생산성 향상을 위해 기본적인 해결책으로서 Self service化도 생산성 향상책이지만, 역시 주유소의 삭감이 가장 중요하다고 말하고, 향후의 전망으로서 石油會社소유 이외의 注油所를 중심으로 감소될 것으로 보고 있으며, 90년에는 26千개소까지 감소될 것으로 전망되고 있다. 이 전망에 대해서는 프랑스石油도 마찬가지이다.

## ③ 英國

Shell UK에 의하면, 石油流通에 관한 정부의 규제는 최소한으로 그치도록 하고 있으며, 동시에 소비자의 가격저렴성 추구가 강하다고 하는 環境下에 있기 때문에 石油會社와 석유판매업자 모두가 自由競爭市場이라는 점을 충분히 인식하면서 收益性 확보에 노력을 경주하고 있다고 한다. 이 점에 대해서 Shell UK와 自動車代理店協會는 특히 경영의 多角化가 상당히 중요하다고 지적하고 있다.

同國에 있어서 Self service 注油所는 상당히 보급되어 있으나, 自動車代理店協會는 Self service化에 의하여 비용이 Full service注油所에 비해 크게 감소하는 것은 아니며, 또한 Self service化한 경우 판매량을 크게 증가시키지 않고서는 채산이 맞지 않는다고 지적하고 있다.

Shell UK는 同社의 기본전략은 Self service化를 추진하는 것이며, 注油所의 규모 및 지역특성을 감안하며 예를 들면 대규모 Self service 注油所에는 石油外收益의 증대에 경영의 중점을 두고 郊外와 지방의 주유소에 대해서는 Full service로 대응하고 이들 이외에 대해서는 無人化를 추진할 방침이라는 것이었다.

Shell UK는 이를 위해 광범위한 商品販賣에 제한을 가하지 않도록 정부에 촉구하는 등, 특히 經營多角化에의 意欲은 왕성하였다. 同社도 위탁판매계약에 의해 운영되고 있는 주유소를 갖고 있으나, 이 방식을 좋아하고 있는 것으로는 생각되지 않는다.

注油所의 통·폐합에 대하여 自動車代理店協會에 의하면, 채산성이 없는 農村地域을 중심으로 注油所數는 감소하고 있다. 향후의 전망으로서 Shell UK와 自動車代理店協會도 명확히 합병에 의한 비용절감책으로서 注油所削減을 지적하고 있으며, 앞으로 20千개소까지 감소할 것으로 보고 있다.

#### ④ 美 國

大石油會社は 석유제품의 수요가 감퇴하고 있는 가운데 석유제품공급체제의 합리화의 일환으로서 앞서 설명한 바와 같이 채산성이 없는 지역으로부터의 撤收와 供給網의 拠点集中化를 추진하고 그 과정에서 비효율적인 소규모 注油所를 폐쇄하고 있다. 동시에 주유소의 Self service化와 經營의 다각화는 물론이고, 그외에 주유소의 자동화와 전자화도 진행되고 있다.

석유판매업자도 판매마진이 감소하고 있는 가운데 收益확보를 도모하기 위하여 이들의 經營安定策을 추진하고 있으며, 특히 便宜店(Convenience store)의 併設과 종업원의 교대제에 의한 24時間 營業体制에로의 移行 혹은 주유소의 대형화가 눈에 띄고 있다.

Self service化에 대하여 휘발유판매업자 組合(美國의 獨立系 석유판매업자로 구성된 組合, 會員數 225, 注油所數 19,100), 注油所組合 및 아모코에 따르면, 全美販賣量의 70%는 Self service 注油所가 차지하고 있다.

Self service化가 추진되고 있는 가운데 注油所組合은 石油會社주도의 Self service化에 의한 대량판매추진 때문에 부당한 낮은 판매마진이 불가피하고, 소비자에 대한 서비스低下, T. B. A(타이어, 배터리, 악세서리) 판매의 감소, 고용기회의 상실을 이유로 Self service化에 반대의사를 표시했다. 그외에 個人소유의 소규모적인 注油所의 경영은 지극히 어렵고, 不動產의 매매차익을 기대하고 판매를 시작하는 例도 있다고 한다.

한편 石油會社에 있어서는 소칼은 향후에도 Self service化를 급속히 추진해 나갈 방침으로 있으나, 유니온은 同社의 Self service注油所가 12%에 지나지 않고 앞으로 15%까지 도입을 제한하고 Full service 注油所와 Split Island方式(하나의 주유소에 Self service 및 Full service의 計量器가 설치되어 있어 소비자가 선택할 수 있도록 되어있는 방식) 注油所에 의해 顧客서비스에 중점을 두고 판매해 나갈 방침이다.

랜드버그研究所(美國에서 石油流通에 대한 정보의 수집, 분석 및 제공등을 하고 있는 民間機關)는 美國에서 이들 평가와는 별도의 관점으로서 주유소의 폐쇄나 Self service化의 진전에 따라 注油所경영자와 소비자간의 인간적 접촉이 감소함에 따라 그 관계가 점차 사라져 가게 된다는 점과 소비자가 종래의 서비스를 받을 수 없게 됨으로써 石油會社에 불만을 품고 있다는 점을 지적하고 있다.

經營多角化에 관해서는 유니온과 같이 便宜店 併設의 의사가 없는 회사도 있으나, 대체로 다각화의 효용은 인정되고 있고 특히 소칼은 석유판매업자에 대하여 石油外 商品을 대량으로 할인판매함으로써 종합적인 생산성 향상을 목표로 하고 있다.

注油所의 통·폐합에 대하여 휘발유판매업자 組合에 의하면, 農村地域의 注油所는 비교적 채산성이 좋기 때문에 도시지역을 중심으로 注油所數가 감소되어 왔다. 아모코와 랜드버그研究所에 의하면, 大石油會社の 不採算地域으로부터의 철수와

판매지역의 집중화에 따른 注油所數의 감소가 현저하지만, 이외에도 석유판매업자, Jobber系의 注油所 및 獨立系 소규모 주유소의 폐쇄도 진행되고 있다. 즉 휘발유판매업자組合과 아모코는 향후 5년간에 다시 10~20% 감소할 것으로 예상하고 있다.

美國에 있어서 이들의 동향에 대한 평가로서 주유소의 통·폐합에 대하여 휘발유판매업자 조합은 注油所當 생산성이 향상되어 流通業 전체가 효율화됐다고 평가하고 있는 반면, 注油所組合은 失業問題를 증시하고 있으며, Self service化 문제와 마찬가지로 반대사를 표명하고 있다.

이밖에 유니온은 注油所數의 감축에 따라 注油所當 판매량은 증가하고 있으나 가격의 하락에 따라 결과적으로는 收益性이 그 만큼 향상되었다고는 볼 수 없다고 말하고 있다.

소칼은 78년까지는 注油所數의 감축에 따라 注油所當 판매량이 증가하여 왔으나, 그 이후에는 정체가 되고 있다고 말하고 있다.

## (2) 政府의 對應

歐美的 석유제품유통 및 注油所경영에 관한 정부의 대응에 대해서는 西獨으로 대표되는 自由放任型과 프랑스를 典型으로하는 政府介入型으로 크게 兩分되고 있다. 英國과 美國은 그 中間에 위치하고 있다.

### ① 프랑스

價格과 事業運營에 대해서는 정부가 결정하는 製油所出荷가격에 똑같이 정부가 결정하는 流通經費, 판매마진을 加算한 것을 소비자 최고가격으로 하고 있으며, 이미 설명한 대로 이에 대한 割引限度額을 설정하고 있는 다른 신규 注油所의 설치에 대하여 3對1의 Scrap and build를 의무화하고 있다.

앞에서 설명한 바와 같이, 割引限度額은 대규모 슈퍼마켓의 割引限度額을 훨씬 웃도는 葉가판매에 따라, 정부는 작년 限度額幅을 확대하기로 결정했다. 이러한 정부의 결정에 대하여 全國燃料 휘발유商組合聯合會는 슈퍼마켓의 違法攻勢에 대

한 정부의 미온적인 태도라고 비판하고 있다. 그러나 團體는 기본적으로는 統制強化보다도 自由競爭이 바람직하다는 견해를 갖고 있다.

프랑스石油은 정부의 가격개입은 좋지 않다고 하면서 현황에 있어서는 次序의 수단이라고 말하고 있다.

研究工業省은 과당경쟁의 방지를 위해서는 정부에 의한 割引抑制策의 실시가 가장 효과적이라고 보고 있으나, 향후 이러한 가격규제를 계속하는 것은 곤란한 상황이라고 생각되어, 이번의 割引限度額幅확대를 계기로 石油會社 스스로가 합리적인 販売体制를 구축하는 것을 기대하고 있다고도 말하고 있다.

이상에서와 같이, 政府介入型인 프랑스 政府의 대응도 전환점에 와 있다고 생각된다.

注油所의 폐쇄에 대한 구제조치에 대해서는 다른 流通業에 비하여 특별한 조치는 강구되고 있지 않으나, 研究工業省에 따르면, 현재 現代化基金을 창설하여 소규모 注油所에 대한 보조금을 지원하는 문제에 대하여 검토가 진행되고 있다고 한다.

### ② 美 國

自由經濟主義下에서 가격면이나 사업운영면에 대한 정부의 개입은 기본적으로는 없으나, 中小事業者에 대한 배려도 포함한 경쟁조건의 실질적인 整備를 하려고 고려하고 있는 다음과 같은 法的 措置가 강구되고 있다.

그 하나는 石油會社와 전속계약하에 있는 석유판매업자의 계약변경에 관하여 適正化를 도모하는 등의 규제가 있고, 전속계약하에 있는 석유판매업자가 그 계약의 변경시에 부당한 不利益을 받지 않도록 前述한 PMPA法에 따라 각종의 규제가 이루어지고 있다.

그러나 이 규제에 대해서도 注油所協會에 의하면, 여러 가지 미비점이 있기 때문에 이에 대한 修正案이 마련되어 있으며, 금년 1월말에는 의회에 제출될리라는 전망이다.

그외에 휘발유판매업자組合에 의하면 石油流通에 있어서 경쟁을 適正化하는 것으로서 石油會社의 직영 注油所가 그 石油會社의 브랜드名으로 판매하고 있는 석유판매업자의 직영 注油所와 경합하



는 것은 不公平하다는 관점에서 石油会社의 주유소직영을 禁하는 法案이 8년전부터 議會에 제출되어 있으나, 아직 결정되지 않고 있다고 한다. 단지 유니온에 의하면, 메릴랜드州을 포함한 4개州에서는 이미 실시되고 있다고 한다.

또한 前述한 바와 같이, Self service注油所가 금지되어 있는 곳은 뉴저지州과 오레곤州이지만, 뉴저지州에서는 Split island方式의 Self service注油所를 허가하는 法案이 州議會에서 심의중에 있다.

### ③ 西独과 英國

가격과 事業運營에 관해 정부는 특별한 규제를 하지 않고 있다.

즉 가격표시에 대해서는 美國이 各州마다 다르듯이 유럽各國에서도 지역에 따라 다르다.

고용대책과 실업문제에 대해서도 注油所의 종업원은 短期労働者가 대부분이어서 注油所의 폐쇄에 따른 失業에 대하여 큰 사회문제가 발생하고 있지 않기 때문에 특별한 措置는 취하고 있지 않고 各國의 일반적인 고용대책과 실업대책으로 對應하고 있다.

### ④ 注油所의 安全 및 施設規制

歐美各國 모두 注油所시설에 대하여 技術規程, 安全기준 시설기준에 따라 규제를 하고 있다. 美國에서는 聯邦政府로서의 통일적인 규제는 없으나, 非營利団体인 國家防火協會(NFPA)가 제정한 시설기준을 州政府 외 市·邑等の 地方自治団体が 참고하여(地方自治団体に 따라서는 独自の 기준을 정하고 있는 곳도 있다.) 규제를 하고 있다.

프랑스에서는 可燃性液体의 판매허가에 있어서 防災上의 관점에서 규제가 이루어지고 있다.

西独의 경우 이번에 방문한 노르드라인웨스트파렌州의 技術規程에서는 1基當 地下탱크의 容量上限은 30Kℓ이며, 注油所當 容量制限은 없고, 콘크리트鋪裝에 대해서도 必要最小의 범위에서 의무를 부과하고 있다.

그외의 歐美各國 모두 注油所에 있어서 큰 火災등의 사고는 거의 없다고 말하고 있었으며, 특히

프랑스와 美國에서는 防災과 안전의 관점에서 규제보다도 地下水오염방지와 使用地제한 등의 환경규제적인 측면이 강하고, 美國의 캘리포니아州에서는 주유소에서 給油시 휘발유蒸氣의 회수가 의무화되어 있다는 것이다.

歐美各國 모두 각국의 실정과 기술수준에 따라 규제를 하고 있으나, 經營多角化로서 商品·서비스의 다양화, 경비절감을 위한 Self service의 도입등도 가능한 경우가 대부분이고, 이러한 국제 가운데서 歐美各國의 石油会社와 석유판매업자 등은 創意·考案을 모아 注油所經營에 전력하고 있다.

## 3. 日本石油製品販売業에 대한 示唆

歐美諸國과 日本은 석유제품수요의 정체와 경쟁의 격화등 직면하고 있는 問題에는 기본적으로 공통적인 것이 있으나, 日本의 석유판매업은 그 存立形態, 石油会社와의 관계, 종업원의 고용형태, 및 소비자가 기대하는 서비스등에 있어서 歐美諸國의 석유판매업과는 많은 차이점을 갖고 있다.

日本의 경우, 최근에 수요의 정체가운데서 과당 경쟁체질이 顯在化하고 그 결과 석유판매업은 판매마진의 감소가 부득이한 형편이고, 歐美諸國에 있어서도 石油危機 이후 수요가 정체되는 환권 수퍼마켓, 便宜店등의 신규참여로 경쟁이 격화되고 있다.

두번에 걸친 石油危機 이후 原油 및 석유제품 가격의 폭등에 따른 소비자들의 消費節約과 價格低廉性의 추구하고 수요정체를 배경으로 한 과당 경쟁은 日本과 歐美的 석유판매업이 공동으로 안고 있는 문제점이라고 할 수 있다.

歐美諸國에 있어서는 이러한 狀況 가운데서 石油会社와 석유판매업자가 採算性을 추구하고 收益을 확보하려는 관점에서 企業의 근대화, 합리화, 流通의 효율화 및 不採算注油所의 정리를 철저히 추진한다고 하는 적극적인 對應策을 수립하고 있다.

歐美諸國의 석유유통 실태는 日本과 큰 차이점이 있으며, 歐美的 대응에 대해서는 반드시 평가가 정착되어 있는 것은 아니지만, 日本의 석유판매업은 이를 하나의 示唆로서 다음에 서술하는 여러가지 點에 대해서 조속히 검토를 하여 계속 에너지

의 安定供給을 위해 강인하고 신뢰성 있는 企業 體質을 확립하여 나갈 필요가 있다.

첫째는 流通의 효율화와 경영의 합리화이다. 석유판매업은 이제까지 각종의 노력을 계속하여 왔으나 향후에도 新技術의 적극적인 도입 등에 따라 효율화와 합리화를 도모하며, 석유판매업으로서의 事業效率를 향상시켜 적정한 收益을 확보하고 건전한 企業體質을 확립하여 나아가 할 것이다.

그 일환으로서 注油所의 Self service化도 검토해야 할 과제의 하나이다. Self service 注油所에 대해서는 歐美諸國과 日本은 소비자가 기대하는 서비스, 서비스에 대한 평가, 종업원의 質, 立地條件 등에 큰 차이가 있고, 또 이것이 쓸데없는 과당경쟁을 조장할 우려도 있어 그 長點과 短點에 대한 평가를 포함, 신중하게 검토해야 할 필요가 있다.

둘째는 事業의 다각화에 의한 경영의 안정이다. 다각화에 의한 石油外收益의 확보에 대해서는 이번의 많은 訪問先에서 경영의 안정화로서 중요한 것으로 지적되었으며, 日本에 있어서도 최근 적극적인 관심이 나타나고 있다.

석유판매업으로서의 석유제품의 판매에서 流通의 효율화와 경영의 합리화를 추진하면서 적정한 收益의 확보를 경영안정의 중심으로 고착시켜야 할 것이나, 향후에도 석유판매업의 양호한 立地條件, 지역주민과의 계속적인 인접한 관계 등의 利點을 충분히 살려서 다양화하는 소비자의 요구를 충족시키고, 事業의 다각화를 도모하여 경영의 안정에 더욱 노력해야 할 것이다. 그간 難題로 되어 있는 防災

規制에 대해서도 防災技術의 향상등을 근거로 하여 기본적인 수정을 검토해야 할 것이다.

셋째는 석유판매업의 장기적 안정과 發展을 위한 集約化이다. 그간 日本의 석유판매업은 독립된 經營主体로서 운영되고 있고 또한 그 대부분이 中小企業, 특히 7할이상이 1經營者 1注油所인 소위 生業으로서 영위되고 있는 실태를 충분히 배려할 필요가 있다. 그런 의미에서 특히 중요한 것은 集約化는 외부의 강압에서가 아니고, 우선 석유판매업계와 經營者 스스로의 판단이 존중되어야 할 것이다.

다시 말한다면, 日本과 歐美諸國과는 석유판매업을 둘러싼 環境과 實態에는 여러가지 차이가 있으며, 歐美諸國의 대응이 그대로 日本에 도입되어서는 안될 것이다. 日本의 석유판매업은 이 相違點도 포함한 歐美諸國의 대응책을 충분히 吟味하고 향후 소비자의 요구에 정확히 대응하며 그 安定과 발전을 도모해 나가기 위한 대책을 검토해야 할 것이다. 그간 日本의 石油會社와 석유판매업과의 긴밀한 불가분의 관계를 감안하고, 이들의 環境整備 등에 대하여 國內 石油會社의 필요한 協力을 기대하고 싶다.

또한 國家로서도 석유판매업의 課題를 극복하기 위해서, 관계자의 참여하에 그 추진방향에 대하여 충분히 議論할 수 있는 모임을 마련함과 동시에 에너지政策과 中小企業政策의 관점에서 석유판매업의 대처에 대해 적극적인 支援을 해 주어야 할 것이다. \* (다음호에 계속)

新刊案内

# 「石油政策과 石油産業」

## (1945~1983)

石油製品 輸入時代부터 來日의 에너지政策方向까지, 石油政策의 發展과 精油産業의 成長, 國內外 石油情勢의 變化를 照明하는 初有의 綜合企副物一.

—大韓石油協會 · 企副部 編著—