

# 日本 石油流通의 問題點과 改善方案

이 資料는 日本 資源에너지廳 長官의 私의 咨文기관인 石油流通 비전연구회가 지난 1년동안 石油製品의 流通構造개선방안을 연구, 검토한 후 지난 3월 25일 발표한 최종보고서를 번역한 것이다.

〈編輯者註〉

## I. 머리말

日本의 휘발유 판매업은 최근의 수요동향이 변화하는 가운데 과열경쟁 등에 의해 경영이 현저하게 악화되고 있다. 83년도 주유소 경영실태 보고서에 의하면 휘발유 1리터당 평균 이익은 13엔 정도로 이미 심각한 상황에 있었으나 83년도 말에는 다시 10.1엔으로 격감하였으며 경상이익률도 83년도에 처음으로 마이너스로 전락, 전국의 주유소 반수가 적자경영에 허덕이고 있다.

歐美諸國에서도 석유유통업은 심각한 상황에 처해 있으며, 83년 12월에 파견한 일본의 「歐美 석유유통조사단」 보고서에서도 歐美諸國의 석유유통업은 어려운 환경에 적극적으로 대응하여 경영의 근대화, 효율화, 사업다각화, 비체산 주유소의 폐쇄 등 필사적인 전략을 전개하고 있음을 지적하고 있다. 또한 日本의 휘발유 판매업도 歐美諸國의 석유유통업이 적극적인 경영전략을 전개하는 바와 같이 근본적인 대응책을 검토해야 된다고 지적하고 있다.

휘발유 판매업의 구조개선에 대해서는 지금까지 「石油審議會」에서도 여러번 논의돼 왔으며 작년 2월에는 휘발유 판매업의 구조개선을 위한 구체적인 방책에 대해 조속히 검토할 필요가 있다고 제안한 바 있다. 이 연구회는 이런 경위를 발판으로 휘발유 판매업이 장기

적으로 안정된 발전을 이룩할 수 있는 방안을 깊이 연구하기 위해 휘발유 판매업 및 판매회사(원매회사)의 대표가 참가하여 작년 4월부터 22회에 걸친 의견교환을 적극적으로 추진해 왔다. 이 동안에 경영환경은 더욱 어려워졌으며 휘발유 판매업의 자주적 대응의 긴급성이 높아졌으며, 특히 당면한 혼란을 배제하기 위해 공정한 경쟁확보가 긴급하다고 판단되어 작년 8월 그때까지의 검토결과를 우선 중간보고 형식으로 발표, 구조개선의 기본적인 추진방향과 함께 공정경쟁규칙의 확립 필요성을 제시했다.

본 연구회는 그후 구조개선의 구체적인 방책, 행정지도의 기본방향을 중심으로 거듭 검토한 끝에 「휘발유 판매업을 둘러싼 환경변화와 그 과제」, 「휘발유 판매업의 구조개선과 새로운 전개」, 「행정의 대응」 등을 주 내용으로한 최종보고서를 마련한 것이다.

## II. 휘발유 販賣業의 환경변화와 그 과제

### 1. 환경변화

#### (1) 石油供給体制의 효율화 요청

2차에 걸친 石油波動을 거치면서 국내외의 에너지 정세는 구조적인 변화를 보이고 있다. 즉, 2次石油波

動 이후 각국의 수요감소를 반영하여 원유생산량은 대폭 감소하고, 83년 3월 OPEC 임시총회에서는 石油波動 이후 처음으로 원유가격을 1 배럴당 5 달러 인하하였으며, 다시 금년 1월에는 경질원유값을 내리는등 원유가격체계가 조정되어 원유가격은 평균적으로 약간 인하된 결과가 되었다.

日本도 석유파동 이후 에너지 多消費産業을 중심으로 산업구조가 변하고, 또한 국민적 과제로서 에너지 절약운동이 추진되어 석유대체 에너지가 적극적으로 도입되는 등 에너지 수급구조는 크게 변했다. 에너지 수급의 구조적인 변화 과정에서 에너지공급에 대한 요청도 변화하고 있다. 83년 8월 종합에너지 조사회보고 「장기에너지 수급전망과 에너지 정책의 총검점」에서는 종래의 요청인 안정성(security)의 확보와 아울러 에너지 코스트의 절감을 피해야 된다는 시대적인 요청이 지적되었으며 안정성과 코스트의 최적 균형을 확보해야 된다는 제언이 있었다.

日本에 있어서 에너지공급의 주류를 이루는 석유의 수급은 중장기적으로는 팽박화될 경향이 있으며, 최근 이란·이라크 전쟁의 양상이 긴박감을 주듯이 국제석유 정세는 더욱 유동적인 요소가 많기 때문에 石油産業이 앞으로도 석유의 공급안정 책임자로서 국민경제에 부응하기 위해서는 무엇보다 안정성 확보에 충분한 노력을 기울여야 하지만 코스트 절감 요청에도 적극적으로 대응, 석유공급체제 전체의 합리화 및 효율화를 도모해 가지 않으면 안된다.

정제·판매기업은 이와 같은 환경변화속에서 과잉 설비처리 및 집약화 추진 등 필수적인 대응책을 강구하고 있으나 석유공급체제의 일익을 담당하는 휘발유 판매업도 이에 적극적으로 대응해 가는 것이 긴요하다.

### (2) 需要動向의 기조변화와 과열경쟁

휘발유 수요는 1次石油波動때까지 연율 10% 정도의 증가세를 보였으며, 2次石油波動때까지도 5% 정도의 신장율을 보였으나 그 후에는 2% 정도에 머물고 있다. 이것은 에너지절약이 진전되고 있다는 것과 자가용차가 1.5세대당 1대로 현저하게 보급되면서 자동차 보급이 절정기에 달해 휘발유수요가 근본적으로 변화했다고 생각할 수 있으며 앞으로도 휘발유수요는 낮은 신장율을 보일 것으로 생각된다.

휘발유 수요가 크게 증가했던 高度成長期에는 휘발

유 판매업이 판매량 확대에 의해 경영의 안정을 이룩할 수 있었다. 그러나, 수요가 전실하게 신장할 것이라는 전망하에서 주유소 건설이 추진된 高度成長期보다도 더 많은 주유소가 현재도 존재하며, 최근의 수요동향이 근본적으로 변화하는 가운데 1개 주유소당 휘발유 평균 월간 판매량은 2次石油波動 이후 대략 50kl 수준을 보이고 있으며 지금은 판매량 확대에 의한 경영의 안정 및 발전을 확보할 수 없는 상황에 처해있다. 또한 신규 수요가 발생할 것으로 보이는 지역과 교통량의 증가 등으로 수요신장이 예상되는 지역에서는 수요신장을 웃도는 주유소 집중화가 이루어지고 있어 혼란을 가속화하고 있다.

휘발유판매업은 主力商品인 휘발유가 상품차별성이 없어 가격면에서 경쟁이 유발되기 쉽고, 다수의 중소기업으로 구성되어 경영전략도 각양각색이며 과열경쟁에 빠지기 쉬운 체질을 갖고 있다. 더우기 수요동향이 근본적으로 변화하는 속에서도 판매량 확대에 의한 경영안정 확보라는 高度成長期의 대응책을 그대로 지향함으로써 과열경쟁이 심화되고 있다.

이와 같은 휘발유 판매업의 과열경쟁 배경은 휘발유가 석유제품 전체 코스트를 회수하는데 있어서 중요한 비중을 차지하는 유종이기 때문에 정제·판매기업이 생산량 및 판매량의 확대를 지향하여 치열한 경쟁을 하고 있다는 것과 이것이 이른바 도매가격 사후조정 및 과잉인센티브에 의한 移籍권유등 불합리한 거래관행을 야기하여 혼란을 조장하고 있다는 것을 들 수 있다. 나아가 이것이 휘발유 판매업의 과도한 판매기업 의존체질을 조장하여 판매기업으로부터의 지원을 전제로 한 판매확대 지향에 의한 과열경쟁을 더욱 부채질 하고 있다.

### (3) 經營隔差의 확대

휘발유 수요구조가 변화하는 가운데 휘발유판매업이 종전과 같이 판매량의 확대에 의해 경영안정을 도모한다는 대응책이 곤란해진 현상황하에서는 개개 휘발유판매업의 경영환경의 차이, 근대화, 효율화, 사업다각화 등의 대응책의 차이에 따른 경영격차는 보다 큰 의미를 갖게 되었다. 앞으로 개개휘발유판매업의 대응 여하에 따라 경영격차가 더욱 확대될 가능성이 있다는 것을 충분히 인식할 필요가 있다. 이와 관련하여 최근 商社, 農協 등의 진출에 의해 공급 루트가 다양해지고 있다는 것을 고려할 필요가 있다.

최근의 投資競爭은 불합리한 거래관행 등을 유발시킨 과열경쟁에 기인한 것이며 휘발유 판매업의 경영을 피폐시켜 결국 휘발유의 공급안정이라는 면에서도 우려해야 할 일이다.

#### (4) 소비자의 요구 변화

최근 소비자의 行動은 생활필수품적인 측면에서 저렴성과 편의성을, 그리고 취미·여가적인 측면에서는 다양한 상품, 정보, 문화·레저성을 추구하는 등 兩分化되는 경향이 있다. 이와 같은 소비자행동의 兩分化 경향은 휘발유 판매업의 경영환경에도 크게 반영되고 있다.

자동차는 현재 널리 보급되어 국민생활에 없어서는 안될 교통수단으로서 생활필수품이 되었으며, 이와 함께 휘발유의 저렴·안정공급에 대한 소비자의 요청은 종전보다 더 강해지고 있다. 또한 주유소는 생산필수품인 휘발유의 供給據點으로서 전국 각 지역에 산재하여 지리적 편리성과 고객 확보능력, 고객 정보등도 갖고 있기 때문에 이를 효과적으로 활용하여 취미·여가적인 측면에서 정보, 문화·레저성을 지향하는 다양한 소비자의 요구에 부응할 수 있을 것이다.

## 2. 휘발유 販賣業의 과제

앞에서 설명한 바와 같이 휘발유 판매업을 둘러싼 환경은 크게 변화하고 있으며 이러한 가운데 휘발유 판매업이 앞으로도 휘발유등 석유제품의 공급안정이라는 사명을 다하면서 발전해가기 위해서는 이러한 환경변화를 적극적으로 받아들여 대응해 나가는 것이 꼭 필요하다.

이를 위해 휘발유 판매업이 해결해야 할 과제는 다음과 같은 것이 있다.

### ① 저렴·공급안정의 확보

휘발유 판매업은 石油供給體制 중에서 소비자와 석유산업을 연결하는 중개역이라는 점을 인식하여 오늘날 생활필수품이 된 휘발유를 저렴하면서도 안정되게 공급을 확보하는데 노력하여 소비자들로부터 신뢰를 받는 것을 기본으로 해야 할 것이다. 이때 충분한 품질확보를 도모해야 함은 말할 것도 없다.

이러한 저렴·안정공급은 휘발유 판매업을 포함한 석유공급체제의 전체적인 합리화 및 효율화를 통해서 달

성되는 것이며 과열경쟁에 기인한 投資는 경영의 피폐를 초래 소비자의 신뢰를 저버린다는 것을 충분히 인식해야 할 것이다.

### ② 자율적으로 유통업의 활력 확립

작년 6월 石油審議會 보고서에서 제안한 바와 같이 휘발유 판매업은 환경변화속에서 과열 경쟁 체질을 시정하고 자율적이면서도 효율적으로 활력있는 流通業의 확립에 노력할 필요가 있다.

歐美諸國에서도 자동차 보급이 절정에 달하고 에너지 절약이 진전됨에 따라 휘발유수요의 신장을 기대할 수 없게 됨으로써 石油流通業은 심각한 경영환경에 직면하여 효율화 등의 적극적인 대응책을 강구하고 있다. 日本의 휘발유 판매업도 근대화·효율화, 사업 다각화 등에 의한 경영기반의 강화와 집약화 등을 적극적으로 추진하면서 합리적인 거래질서의 형성에 노력, 자율적인 産業秩序의 확립을 도모해야 할 것이다.

### ③ 소비자 요구에 맞는 개성있는 영업실태 확립

휘발유 판매업은 직접 소비자의 요구에 부응해 가는 이른바 消費者産業이라고 보아야 할 것이며 일상 소비자와의 접촉을 통해 그 요구를 파악하고, 이에 적확히 대응해 간다는 것을 항상 기본으로 삼아야 할 것이다.

심각한 환경변화 속에서 휘발유 판매업이 경영기반을 강화하고 자율적 産業秩序를 확립해 가기 위해서는 시장의 특성과 고객의 요구를 파악하는데 노력하고 각 주유소의 특징을 살려 개성있는 영업실태를 실현할 필요가 있다. 이때 최근 경제사회의 정보화의 진전과 정보기술의 발달을 적극적으로 도입하는 것도 하나의 과제가 될 것이다.

### ④ 판매기업과의 제휴

휘발유 판매업은 石油供給體制하에서 판매기업(원매회사)과 불가분의 관계를 맺고 있으며 석유산업에 있어서 매우 중요한 상품인 휘발유를 소비자에게 공급하는 역할을 하고 있기 때문에 그 안정과 건전한 발전은 석유의 공급안정 기반 확립이라는 점에서 꼭 필요한 것이다.

휘발유 판매업은 이러한 인식하에 판매기업과 앞으로 유대관계를 맺을 필요가 있다. 또한 판매기업은 휘발유 판매업의 경영기반 강화, 집약화 등에 적극적으로 협력하면서 합리적인 거래질서의 확립을 위해 솔선수

범해야 할 것이다.

### Ⅲ. 휘발유 販賣業의 구조개선과 신 전개

#### 1. 휘발유판매업의 구조개선

##### (1) 경영기반의 강화

석유산업을 둘러싼 구조적인 환경변화로 石油供給體制 전반에 걸친 대응이 요구되는 가운데 휘발유 판매업이 휘발유의 「저렴·안정공급」이라는 사명을 다하고 자율적으로 활력있는 流通業을 정립하기 위해서는 스스로의 자각과 책임하에 경영의 근대화와 효율화를 더욱 도모하고 경영기반 강화에 노력하는 것이 기본과제이다. 이러한 바탕 위에서 종합적인 수익성을 향상시키기 위해 경영환경에 따른 사업 다각화에도 적극적으로 노력할 필요가 있다.

경영의 근대화와 효율화는 경영기반 강화를 위한 기본 요소이며 서비스의 향상과 작업환경의 개선에도 이바지하는 것이다. 휘발유 판매업은 부단히 착실하게 경영의 근대화와 효율화를 향해 매진해야 할 것이다. 경영의 근대화와 효율화를 추진하기 위한 구체적인 방안으로서는 다음과 같은 것이 있다.

##### ① 설비면의 근대화

설비면의 근대화에 대해서는 「중소기업 근대화 촉진법」에 의거 지정된 업체로서 각 기업별로 추진되어 상당한 효과를 올리고 있으나 더욱 합리화를 위해 설비 근대화에 적극 노력해야 할 것이다. 이를 더욱 추진하기 위해 남은 과제로서는 예를 들면 지하 탱크 용량의 확대에 의한 수송효율화, Canopy면적의 확대에 의한 환경개선, 주유소 설비의 다목적 이용 등이 있다.

##### ② 情報化의 추진

판매시점 정보관리(POS) 시스템의 도입은 유통업의 情報化에 의한 효율화라는 점에서 유력한 수단이며, 주유소에는 이미 40% 정도가 보급되어 있으나 계속 그 도입을 추진할 필요가 있다. 현재 POS 시스템은 주로 전표작성 등 기록기능을 하는데 머물고 있는 실정이며 장래 이것을 경영관리, 고객관리등 경영전반에 걸쳐 효과적으로 활용해 가는 것도 중요한 과제이다.

신용카드 등을 이용한 신용거래도 일반업무와 需給業務의 합리화를 통해 경영의 근대화와 효율화에 공헌하는 것이다. 또한 휘발유 판매업에 있어서 외상매출 비율이 70% 이상이며 未回收金이 증대하여 수익압박 요인이 되기 때문에 이와 같은 시스템은 리스크 회피라는 면에서도 평가된다.

情報化의 추진은 이제 초기단계이지만 앞으로 이를 원활하게 추진하기 위해서는 機器의 저렴화, 소프트웨어의 공동개발, 리스제도의 활용 등으로 코스트 인하에 노력해야 할 것이다. 또한 신용사회로 이행되어 가는 것을 볼 때 이에 뒤지지 않도록 휘발유 판매업은 신용카드 도입을 위한 태세를 정비해둘 필요가 있다.

##### ③ 근대적 經營管理의 추진

대부분이 중소기업자인 휘발유판매업은 경영기반의 강화를 위해 설비의 근대화등 이른바 설비면에서의 대응뿐만 아니라 근대적인 經營管理와 그 배경을 이루는 적절한 경영철학의 확립과 같은 면에서의 대응이 매우 중요하다.

이를 위해서는 도매가격의 事後調整 폐지를 정착시키는 등 근대적 유통질서의 확립에 노력하면서 인재의 육성, 작업 매뉴얼의 정비, 회계기준의 정비·보급 등 여러 측면에서 노력할 필요가 있다.

사업 다각화는 휘발유 수요의 신장 둔화와 과열 경쟁하에서 휘발유 판매업의 종합적 수익성 확보를 위해 유효한 수단이며 정보, 문화·레저의 지향과 같은 소비자 의 요구 변화에도 대응한 것으로 생각된다.

휘발유 판매업으로서의 석유제품의 판매를 기본으로 하면서도 개개 주유소의 지리적 편리성, 고객확보능력, 수요 특성 등의 경영환경 및 규모, 종업원의 특질등 주유소의 특성에 따라 사업 다각화에 노력할 필요가 있다. 이때에는 충분한 시장조사와 신중한 收支豫測을 해야 하며, 사업의 원활화와 효율적인 추진을 위해 세밀한 계획, 적절한 상품 진열 등이 필요하다. 아울러 판매기업의 情報力과 資本力에 의한 지원도 기대되는 바이다.

사업 다각화의 구체적인 방향으로서 우선 자동차를 대상으로한 자동차 관련용품의 판매, 차량검사 알선, 안정성 확인, 보험업무 등의 확충을 생각할 수 있다. 또한, 자동차 점검정비의 충실화도 하나의 과제이며, 주유소의 자동차 점검 정비기능의 법정 12개월 점검을 활용하기 위해 자동차 整備業과 협력할 필요가 있다.

장래 개개 주유소의 경영환경과 특성에 따라서는 일상 생활과 관련된 상품판매 및 서비스 제공을 하는 것도 생각할 수 있다.

한편, 앞에서 설명한 바와 같이 경영효율화를 위한 情報化 과정에서 이를 활용하여 보다 다각적인 정보망을 전개함으로써 소비자 요구에 대응할 수 있을 것으로 생각된다. 예를 들면 각종 서비스업과 제휴하여 도로 정보, 레저정보 등 정보서비스의 제공, 고객과의 접촉등을 통해 수집한 정보자료의 feedback 및 활용등 情報化의 흐름에 따라 서비스의 고도화를 검토해야 할 것이다.

현재, 이러한 주유소의 情報化와 network化는 점차 진행되고 있으며 통신판매업무, 자동차 판매업무와의 제휴와 같은 예가 있다.

경영의 근대화, 효율화, 사업다각화의 추진을 위해서는 최근의 화재방지 기술의 진보를 고려하여 소방법 규제의 수정이 필요하다. 예를 들면 설비면에서의 근대화를 위해서는 저장 탱크용량, canopy 면적 등의 시설 구조에 관한 규제, 사업다각화를 위해서는 업무범위, 건물용도 등에 관한 제약 등의 규제를 수정해야 된다.

## (2) 사업의 集約化

경영의 근대화와 효율화를 보다 철저히 실행해 가기 위해서는 개개 기업의 한계를 넘어선 대응이 필요한 경우도 있다. 휘발유 판매업은 중소 영세성이 강해서 자본력도 약하고 경영규모도 작기 때문에 개개 기업에 의한 근대화와 효율화에 한계가 있는 곳도 있다. 이와 같은 경우에 集約化에 의해 자금면에서의 제약완화, 투자효율의 향상, 인건비의 절감 등이 기대될 때에는 자진해서 업무제휴와 共同化에서 합병에 이르기까지 여러가지 방법에 의해 집약화를 추진하여 경영의 근대화와 효율화를 철저히 할 필요가 있다.

예를 들면 교차 수송의 배제를 위한 共同配送, 계산업무·수급업무의 共同化, 원활한 설비 근대화에 이바지하는 공동설비 리스사업, 주유소의 신규입지에 관한 투자효율의 향상, 또는 그 정리·통합을 위한 공동 주유소의 건설 등을 생각할 수 있다.

이들 사업의 集約化 추진에 대해서는 판매기업의 지도력과 자금력을 활용하면서 계열별로 할 경우와 지역 환경 등에 따라 組合 등의 사업으로서 할 경우를 고려하여 경영환경과 집약화의 목적 등에 따라서 실효성이

높은 방책을 취해야 할 것이다. 어떠한 경우에도 판매기업과 휘발유 판매업이 충분한 협력을 통해서 추진할 필요가 있다.

그리고 판매기업의 集約化가 구체적으로 전개되는 가운데 휘발유 판매업에 있어서도 集約化의 기운이 일고 있으나, 앞으로 이것을 원활하게 추진하기 위해서는 業界의 신뢰관계, 組合의 조직활동을 통한 정확한 지도, 자금면에서의 지원, 판매기업의 충분한 이해와 지도·지원이 필요하다.

휘발유 판매업에 있어서는 전술한 바와 같이 휘발유 수요의 변화로 1개 주유소당 월간 평균 휘발유 판매량은 거의 변동이 없으며 과열경쟁으로 현저하게 수익이 악화되고 있다. 수요증가가 예상되는 지역에서는 수요증가를 상회하는 주유소의 집중으로 혼란이 조장되고 있다. 이러한 상황하에서는 판매량의 확대에 의한 경영안정 확보가 어렵기 때문에 非採算性 주유소 중에서는 어쩔 수 없이 사업전환을 해야만 하는 곳도 있을 것이다.

83년 12월에 파견된 「歐美 石油流通調査團」의 보고에서 밝힌 바와 같이 歐美諸國에서도 휘발유 수요는 거의 변동이 없거나 감소경향을 보이고 있으며 他業種으로 부터의 신규 참가도 있어 치열한 경쟁이 계속되고 있다. 이러한 상황하에서 주유소는 판매경비의 삭감, 사업다각화를 추진하고 있으며 아울러 非採算性 주유소가 폐쇄되고 있다. 이 결과 주유소의 수는 1차 석유파동시에 비해 크게 감소하였다.

歐美諸國의 대부분의 석유유통업이 석유기업의 지배하에 있으며 그 주도하에 非採算性 주유소를 과감히 폐쇄하고 있으나, 日本의 경우 휘발유판매업은 독립된 경영주체이며, 사업전환에 대해서도 휘발유 판매업이 스스로 처해 있는 상황을 인식하고 결단을 내려야만 한다. 자율적 산업질서의 형성을 도모하고 효율적인 주유소망의 형성을 위해서는 사업의 전환도 필요하다.

## (3) 공정경쟁 규칙의 정착

휘발유 판매업이 자율적으로 활력있는 流通業으로서 존립, 발전해 가기 위해서는 앞서 설명한 경영기반의 강화와 함께 합리적인 거래질서의 형성이 반드시 필요하다. 이와 같은 관점에서 「石油審議會」는 81년 12월 보고에서 상품 인도전에 가격을 결정하는 관행의 확립 등 거래질서 합리화에 대해 지적한 것을 비롯해, 작년

2월 중간보고 및 6월 보고에서도 긴요한 과제로서 공정경쟁 규칙의 확립, 적정한 거래질서의 형성을 도모해야 된다고 제언했다.

본 연구회에서도 그 구체적인 내용을 검토하여 긴요성을 반영, 작년 8월 중간보고에서 구체적으로 지적했다. 이러한 제언을 받아들여 「通産省」에서도 작년 11월 石油審議會의 승인을 받아 ▲도매가격의 사후조정 폐지, ▲과잉 인센티브 제공에 의한 移籍勸誘의 지속, ▲채산성을 무시한 투매방지, ▲지나친 광고 등의 적정화—등 4 항목으로 된 지침을 책정, 공표하였다.

휘발유는 석유산업에 있어서 석유제품 전체 코스트를 회수하는데 중요한 유종이며 판매기업은 그 판매량 확대를 지향하는 결과 걸맞다면 과열경쟁하에서 불합리한 거래관계를 맺는 경향이 있다. 이러한 불합리한 거래질서는 대부분이 중소기업인 휘발유 판매업의 코스트의 식과 자기 경영책임의 확립을 저해하며, 경영기반 강화 등의 自主努力를 방해할 뿐만 아니라 판매기업간의 과열경쟁을 유발하게 되어 더욱 더 경영의 피해를 초래하게 된다. 또한, 쓸데없는 과열경쟁의 결과 가격이 폭락하고 채산성을 무시한 투매 등이 반복된다면 소비자의 신뢰를 잃게 될 것이다.

공정 경쟁 규칙은 불합리한 거래질서를 시정하고 휘발유 판매업의 코스트의식에 바탕을 둔 경영의 확립, 석유산업의 자율적 産業秩序의 형성을 도모하는데 중요한 것이며, 휘발유 판매업 뿐만 아니라 판매기업 등도 포함해 석유산업전체로서 그 필요성을 인식해야 할 것이다. 그러나, 최근의 상황을 보면 투매에 의한 시장 혼란이 진정될 기미를 보이지 않고 있으며, 공정경쟁 규칙이 충분히 정착되었다고는 할 수 없다. 따라서 공정경쟁 규칙의 정착을 도모하고 스스로 합리적 거래질서의 확립에 노력, 자기 경영책임하에 경영을 확립할 것과 행정면에서도 이를 철저화 할 것을 거듭 제언한다.

## 2. 휘발유販賣業의 신전개

### (1) 휘발유 販賣業의 경영환경

石油産業을 둘러싼 환경변화에 휘발유판매업은 적극적으로 대응할 필요가 있으나, 주유소는 특정지점에 위치하여 그 주변의 수요에 대응하는 것을 기본으로 운영되고 있기 때문에 그 입지 장소 등에 따라 경영에 큰 영향을 받고 있으며 따라서 우선 이와 같은 外的要因

이 그 대응 방침을 생각하는데 중요하다.

경영에 영향을 주는 外的要因으로서의 수요규모 및 그 증감동향, 고정고객, 현금지불 고객의 구성 등과 같은 고객의 특성, 소비자의 휘발유 이외의 상품, 각종 서비스에 대한 요구 등의 수요구조, 이와 밀접히 관련된 立地狀況, 경합상황 등의 경영환경을 들 수 있으며, 83년도 주유소 경영실태보고에 의하면 이중 입지상황, 경합상황은 다음과 같이 휘발유 판매업의 경영에 큰 영향을 끼치고 있다.

#### ① 立地狀況과 경영

日本の 주유소는 농촌에 입지한 것이 35%로 가장 많고 상업지역 20%, 기존주택지 13%, 신홍주택지 13%, 간선도로변 7%, 공업지역 6%, 도시중심부 4%, 관광지 2%로 되어 있다.

수요규모는 도시중심부가 가장 크며, 수요증가 지역인 간선도로변, 신홍주택지, 상업지역, 공업지역이 평균수준을 웃돌고 있다. 한편, 기존 주택지는 대략 평균수준이며, 관광지와 농촌의 수요규모는 평균수준을 밑돌고 있다. 立地狀況別로 경영상황을 보면 黒字 주유소 수가 赤字 주유소 수를 웃돌고 있는 것은 농촌과 관광지뿐이며, 상업지역과 간선도로변, 신홍주택지는 특히 어려운 상황에 놓여 있다. 입지상황에 따라 경영내용도 특색이 있다.

농촌에서는 휘발유 이외의 판매이익도 확보할 수 있으며 가족적인 경영으로 인건비, 설비비를 줄이고 있다. 간선도로변과 신홍 주택지역에서는 휘발유 이외의 매출액 비율이 낮고 현금지불 고객을 대상으로 한 휘발유 판매를 중심으로 영업을 전개하고 있으며, 설비의 충실화를 도모하여 인건비를 줄이고 있다. 도시중심부, 상업지역, 공업지역, 기존 주택지역 등에서는 고정고객을 중심으로 경영을 하고 있으며, 매출액에 있어서는 공업지역을 제외하고 휘발유 매출액 비율이 높지만 이익면에서는 휘발유 이외의 판매에 의한 공헌도가 높다.

#### ② 경합상황과 경영

日本の 주유소는 약 40%가 주변 1km 이내에 다른 주유소가 5개소 이상 존재하여 경합이 벌어지기 쉬운 장소에 입지해 있다. 1km 이내에 다른 주유소가 전혀 없는 장소에 입지한 주유소는 10%에 지나지 않는다. 주유소의 경영은 경합이 생기기 쉬운 지역에 위치할수록 적자비용이 증가하는 경향을 보이며, 주변 1km이

내에 다른 주유소가 5개소 이상 존재하는 주유소는 그 65%가 적자를 보고 있다.

## (2) 개성있는 經營의 전개

휘발유 판매업은 주유소의 경영환경을 정확히 파악하고 주유소의 경영규모나 수익구조 등의 특색을 충분히 살려 개성있는 경영을 전개하는 것이 기본이다. 특히 휘발유 수요의 구조적인 변화속에서 판매규모의 확대에 의해 경영안정을 도모하기가 어려워진 현재, 개성있는 주유소 전개의 필요성은 커지고 있다.

또한, 주유소가 위치한 경영환경과 그 경영특성에 따라 적응력에 차이가 있기 때문에 개개기업의 한계를 넘어선 효율화의 철저, 적절한 판매규모의 확보를 위한 集約化가 필요한 경우도 있으며, 상황에 따라서는 사업전환을 통해 대응하는 경우도 있다고 생각된다.

주유소의 경영을 그 규모에 따라 구분한 경우에 그 경영내용 및 전개방향은 다음과 같다. 물론 개개 주유소의 경영환경 및 경영특성은 제각기 다르며 휘발유 판매업은 적확히 이를 파악하고 자신의 창의와 연구를 바탕으로 개성있는 주유소 전개를 도모하는 것이 필요하다.

### ① 소규모 주유소(평균판매량 50kl/월 이하)

소규모 주유소는 주유소 총수의 51%로 전체의 과반수를 차지하고 있다. 立地장소는 농촌의 비율이 55%로 높은 것이 특색이며, 경합이 적은 지역을 중심으로 입지하여 인건비·설비비·간접비를 중심으로 경비축소를 꾀하여 평균을 웃도는 수준으로 휘발유판매 이익과 그밖의 제품판매 이익을 확보하면서 전개하고 있다.

黑字주유소는 53%로 과반수를 차지하고 있으며 특히 농촌에서는 전체의 63%가 黑字이다. 黑字주유소에서는 인건비율등 경비율이 상당히 작고 휘발유 판매이익을 누리면서 휘발유 이외의 상품판매를 전개하고 있는 것이 특징이다.

소규모 주유소는 기동성이 좋다는 경영특성을 살려 간접비의 절감, 인건비의 절감 등 절약적인 경영이 기본이며, 가족적인 경영의 이점을 살리면서 큰 설비투자 부담을 안지 않은 저렴한 POS도입 등 설비근대화도 필요하다. 또한 안정된 시장환경을 살려 휘발유 판매이익을 확보하면서 지역생활의 거점으로서 소비자 요구에 응할 수 있는 영업상태를 갖추어야 할 것이다. 예를 들

면 절반 이상을 차지하는 농촌에서는 농업용 연료를 판매함과 더불어 자동차 관련 업체 및 상점이 적다는 것을 배경으로 친숙한 고객의 요구에 부응하여 통신판매 거점으로서, 그리고 뉴미디어 사회에서 해당 지역주민의 생활정보 거점으로서의 역할을 하는 것도 과제이다.

소규모 주유소는 강력한 감량경영을 추진하고 그 지역 고정객과 긴밀한 관계를 유지하면서 그 요구에 세심한 주의를 기울이는 것이 경영의 기본이다. 또한, 시장환경에 의해 영향을 받기 쉽기 때문에 안정적인 경영기반을 확립하기 위해 집약화 등에 의한 적정판매규모의 확보가 필요한 경우도 있을 것이다.

### ② 중견주유소(월간 평균판매량 50kl-100kl)

중견주유소는 주유소 총수의 41%를 차지하며, 판매량에 있어서는 총판매량의 53%를 차지하고 있어 휘발유 공급에 중요한 역할을 하고 있다. 立地狀況은 각지역에 고루 분포하고 있으나 전 주유소 평균에 비해 농촌 입지 비율이 낮고 비교적 신흥주택지, 기존주택지, 상업지역, 공업지역의 비율이 높은 것이 특징이다.

중견주유소는 소규모 주유소나 대규모 주유소에 비해 경비율도 높고, 어려운 경영환경에 직면해 있으며 黑字주유소의 비율은 40%로 경합이 치열한 지역에서는 赤字주유소의 비율이 높다. 한편, 외상매출 비율이 높고 휘발유 이외 상품의 판매이익률도 높으며 그 지역에 밀착한 경영을 전개하고 있는 것으로 보인다. 黑字주유소는 외상매출 비율이 높고 고정고객을 장악하고 있다는 것과 인건비율, 간접비율을 중심으로한 경비율이 적다는 것, 그리고 휘발유와 그밖의 상품 판매이익이 크다는 것이 특징이다.

중견주유소는 지역에 밀착한 경영의 특징을 살려 고정객과의 긴밀한 관계를 유지하면서 그 요구를 충분히 파악하는 것이 무엇보다도 중요하다. 주택지, 상업지역, 공업지역 등과 같이 비교적 수요가 층이 두터운 시장에 위치하기 때문에, 예를 들면 주택지와 상업지역에서는 등유판매, 공업지역에서는 경유·중유판매등 각종 요구에 부응한 석유제품판매와 더불어 자동차 관련서비스 및 각종 정보제공 서비스 등에 대해 각 주유소별로 특색을 살리도록 검토해야 할 것이다.

또한, 중견주유소가 어려운 경영환경에 직면해 있기 때문에 종업원수의 적정화 등에 의한 경비절감, 작업에 뉴얼의 정비, POS 시스템, 신용카드의 효율적인 도입에 의한 인원의 효율적인 활용등 적절한 경영관리기

반드시 필요하다. 중견주유소는 수요특성을 고려한 개성있는 영업활동을 전개하는 것이 기본이지만, 경영코스트가 상대적으로 높다는 것을 생각하면 적극적인 합리화와 효율화를 도모할 필요가 있으며, 기업의 한계를 넘어선 공동화 등에 의해 철저한 합리화와 효율화를 추진하는 것이 필요한 경우도 있다.

③ 대규모 주유소(월간 평균판매량 100kl 이상)

대규모 주유소는 총 주유소 수의 8%이며 농촌의 비율은 전 주유소 평균을 크게 밑도는 한편 간선도로변, 신항주택지, 상업지역, 도시중심부에서의 비율은 평균 수준을 크게 웃돌고 있다.

대규모 주유소는 휘발유 판매이익을 중심으로 수입을 확보하면서 규모의 이익을 통한 원가절감을 도모하고 수요가 많은 지역을 중심으로 치열한 경쟁을 극복하고 있다. 黒字주유소의 비율은 54%로 과반수를 차지하고 있다. 그중에서도 도시중심부, 상업지역, 신항주택지에서의 黒字 주유소 비율이 현저하게 높으며 간선도로변에서도 黒字주유소가 절반을 차지하고 있는 등 경합상황이 심하며 경쟁이 치열한 지역에서도 어느 정도 경영이 안정되어 있다. 黒字 주유소에서는 주력상품인 휘발유 판매이익을 충분히 확보하고 있다는 것과 인건비율등 경비율이 작다는 것이 특징이다.

대규모 주유소는 충분한 휘발유 판매이익의 확보와 규모이익을 통한 원가절감이 기본이며, 휘발유의 적정 판매, 효율화를 위한 機器의 도입, 종업원 수의 적정화 등이 필요하다. 또한, 지역의 수요특성에 따라서는 휘발유판매를 보완하는 형태로 입지조건과 경영특성을 살리고, 넓은 부지를 배경으로 자동차 관련서비스의 충실, 다양한 상품판매, 각종 서비스 제공 등을 검토할 수 있다.

立地條件에 따라 서로 다른 경영 전개방향을 생각할 수 있다. 예를 들면, 도시중심부와 상업지역에서는 사무자동화 등에 의한 철저한 근대적 고객관리의 실시, 업무차를 대상으로 한 자동차 관련 서비스의 제공, 건물 고층화에 의한 부지의 유효 이용 등이 가능하다. 신항주택지에서는 자동차 관련 서비스 제공의 거점화, 각종 상품판매, 도로정보, 레저정보 등의 정보제공 서비스의 실시 등을 생각할 수 있다. 간선도로변에서는 넓은 부지를 이용한 자동차 관련 서비스의 제공 기능과 휴식처로서의 기능을 충실하고, 각종 차량의 이용 편의를 위한 비즈니스 정보의 제공·중개기능의 부가 등을

생각할 수 있다.

이러한 경영환경과 경영특성에 따른 자주적인 전개는 휘발유 판매업의 구조개선에 기초가 되는 것이며, 휘발유 판매업의 장기적인 안정된 발전을 위해서도 스스로 과감한 노력이 요청되는 바이다. 아울러 이러한 것들이 원활히 실행되기 위해서는 판매기업에 의한 적절한 지도, 組合事業으로서의 지도사업의 실시가 기대되는 바이며, 행정면에서도 휘발유 판매업의 자주적인 노력을 촉진시키기 위해 적절한 조치를 취해야 할 것이다.

3. 販賣企業의 책무와 組合事業의 역할

(1) 販賣企業의 책무

휘발유는 石油産業에 있어서 코스트를 회수하는데 중요한 유종이며, 이를 판매하는 휘발유 판매업의 안정과 건전한 발전은 신뢰받는 石油産業의 형성과 석유의 공급안정 확보라는 점에서 꼭 필요한 것이다. 그러나 전술한 바와 같은 휘발유의 특성 때문에 판매기업은 어쩔 수 없이 판매확대를 지향하기 일쑤이며 이에 따른 불합리한 거래관행의 발생, 지나친 주유소 건설 경쟁이 휘발유판매업의 한 혼란요인이 되어 왔다. 그러나 최근 석유공급 체제의 효율화가 강력히 요구되고 있으며 판매기업과 휘발유 판매업이 제휴하여 석유산업전체로서 노력할 필요가 있다.

이와 같은 관점에서 판매기업은 끊임없이 경영의 효율화와 합리화에 노력하고 휘발유 판매업의 구조개선에 적극적인 지도와 지원을 하면서 솔선하여 합리적인 거래질서의 확립과 공정경쟁규칙의 정착을 도모하지 않으면 안된다.

또한 판매기업은 휘발유 판매업과 제휴하면서 수급상황 등 시장실태를 정확히 파악하여 이에 적합한 공급체계를 유지하도록 노력해야 할 것이다. 이러한 기업활동만이 石油産業에 있어서 시장 메카니즘의 충분한 활용을 기적으로 한 자율적인 산업질서의 확립을 가능케 하는 것이라고 생각된다.

(2) 組合事業의 역할

휘발유 판매업은 대부분이 중소기업이며 구조개선을 추진함에 있어서 개개 기업의 범위를 넘어선 대응이 요구되는 경우가 있기 때문에 이러한 면에서 組合事業이



해야 할 역할은 막중하다. 예를 들면, 현재 개개 기업의 자금면에서의 제약을 완화하는데 이바지할 신용보증사업, 교섭력의 보완에 도움이 되는 관공소 수요의 공동 주주 등이 이루어지고 있으나 「중소기업 근대화 촉진법」에 의거한 구조개선 사업의 추진모체로서 ▲계획책정과 실행관리를 할 것, ▲동 법에 의거한 공동사업의 모체가 되어 집합화를 추진할 것, ▲근대적 경영관리를 보급하기 위한 指導事業을 추진할 것—등 휘발유 판매업의 구조개선이라는 면에서 다양한 역할을 할 필요가 있다. 휘발유 품질관리를 적정화 해야 된다는 필요성이 높아지고 있기 때문에 이 점에 대해서도 組合事業의 역할은 크다. 또한 組合事業을 통한 갖가지 중소기업 시책의 활용을 검토할 필요가 있다.

또한 공정 경쟁규칙의 정착이 자기 경영 책임하에서 구조개선의 원활한 추진을 위한 중요 요소임을 인식하고, 組合의 조직활동으로서 판매기업과 行政部와의 협력을 통해 공정경쟁 규칙의 정착과 철저화에 노력할 필요가 있다. 구체적으로 이러한 공정경쟁 규칙의 취지에 어긋나는 불합리한 거래관행의 시정 상황에 대해서 관련 판매기업과 정부에 필요한 정보를 제공하는 등 적극적으로 판매기업과 行政部와의 가교역할을 해야 할 것이다. 공정경쟁 규칙을 더욱 정착시키기 위해 「중소기업단체의 조직에 관한 법률」 등 관련법규의 활용도 검토해야 할 것이다.

## IV. 行政面에서의 대응

### 1. 행정의 역할

日本 石油産業 정책의 기본방향은 석유제품의 공급안정을 확보하기 위해 요구되고 있는 다각적인 행정요청에 적확히 대처하고 석유의 공급안정을 도모하기 위해 최소한의 개입이 필요하지만 극력 시장 메카니즘을 통해 민간의 활력을 존중하는 것이 바람직하며, 공급안정에 중대한 지장을 초래할 우려가 있는 경우를 제외하고 개별적인 개입은 점진적으로 축소, 완화해 가는 것이 필요하다고 작년 6월 「石油審議會」 보고에서 지적한 바 있다.

휘발유 판매업은 대부분이 중소기업이며, 수요동향의 기초 변화속에서 걸핏하면 과열경쟁에 빠지기 쉽고 고액의 세부담을 안고 있는 휘발유를 주력상품으로서 판매하고 있다. 그리고 石油産業의 최전선에서 석유라고

하는 이른바 國際政治商品을 취급하는 유통업으로서의 불안정성을 갖고 있으며, 판매기업의 판매전략 등에 따라 크게 영향을 받는다는 등 행정적으로 고려해야 할 특성을 갖고 있다. 그러나 전술한 바와 같이 소비자와 밀착하여 석유공급체제의 일익을 담당하고 있다는 것을 생각할 때 기본적으로 휘발유 판매업에 대해 석유제품을 저렴하면서도 안정적으로 공급할 수 있는 체제를 정비하도록 더 한층 노력을 기울여야 할 것이다.

이를 위해 휘발유 판매업에 관한 기본행정 방침도 당면한 구조개선의 추진, 공정경쟁 규칙의 정착 등에 대해 강력한 지도와 지원을 하면서 조속히 그 성과를 거두어 자율적 產業秩序를 형성하고, 활력있는 유통업의 형성을 지향해야만 한다. 행정은 경영기반 강화에 대한 자주 노력을 촉구하고, 경쟁환경을 정비하고, 품질보증 등 소비자를 보호하기 위해 최소한의 기능을 발휘해야 하며 과도한 행정개입은 오히려 행정의존 체질을 조장하여 자주노력을 저해하는 요소가 된다는 것도 명심해야 할 것이다.

## 2. 휘발유 販賣業法의 기본방침

### (1) 유연한 자세로 대처

「휘발유 販賣業法」에서는 휘발유 판매업에 대해 登錄制度를 도입하고 있으며, 또한 오늘날의 환경변화를 고려하여 신규 주유소 건설에 대해 이른바 폐기처분과 건설(scrap and build) 등의 지도가 이루어지고 있다. 휘발유 판매업은 석유산업과 소비자를 연결하는 점점에 위치하고 있으며 업무의 적확한 수행능력 등을 확인함으로써 공급안정의 확보와 적절한 품질을 확보하는 것은 소비자의 이익 보호라는 관점에서 필요한 것이며, 그 운용에 있어서는 이 법의 유연한 체계를 유지해야 할 것이다.

신규 주유소 건설에 관한 지도는 최근 휘발유 수요동향의 기초 변화속에서 구조개선을 도모하고 주유소 건설시에 혼란을 방지하기 위해 취해지고 있는 것이며 따라서 적절한 경쟁에 의한 휘발유 판매업의 경영기반 강화를 저해하지 않도록 구조개선을 위한 자주노력을 전제로 하여 이를 지원하기 위해 필요하면서도 적절한 운영을 하여 조속히 자율적인 산업질서의 형성을 촉구하도록 노력해야 할 것이다.

또한, 이 법은 과열경쟁 지구의 긴급조치로서 「指定

地區制度」를 두고 해당 지구에서의 주유소 건설 억제 조치 등이 취해지고 있다. 이 제도는 3년간 時限的의 조치로서 운용되고 있으나 「指定地區制度」는 과도한 행정의존을 초래할 우려가 있어서 이 제도도 구조개선을 위한 자주노력을 바탕으로 운용할 필요가 있다. 아울러 이 제도는 주유소가 한곳에 집중하고 현저하게 혼란이 일어나고 있는 지구가 대상이 되기 어렵다는 등 현실에 맞지 않는 경우가 있으며 이 제도의 소기 목적을 달성할 수 있도록 적절한 운용방안을 검토할 필요가 있다.

「휘발유 販賣業法」에서는 소비자 보호라는 관점에서 품질보증을 위한 규제를 두고 있으며, 휘발유 규격을 결정해 질이 나쁜 휘발유 판매를 금지하고 휘발유 판매업으로 하여금 휘발유 분석검사를 의무화하고 있다. 품질확보라는 점에 대해서는 최근의 시장혼란 등에 의한 등유혼입등 品質惡化가 우려되며 제도의 정확한 운용이 더욱 중요해지고 있다.

품질악화 우려와 아울러 이른바 대체 휘발유의 출현으로 품질면에서 불만도 있기 때문에 휘발유의 품질 확보를 보다 정확히 실시하기 위해 휘발유 규격 등을 수정할 필요가 있다. 아울러 메탄올을 자동차 연료로서 도입하려는 움직임등 자동차연료도 다양화되고 있으며 이에 대한 종합적인 대책을 검토할 필요가 있다.

휘발유 판매업법에서는 휘발유 판매업의 대부분이 중소기업이기 때문에 분석검사에 의한 부담 경감을 위해 指定分析 機關에 의한 위탁분석의 길을 열어주고 있으며 제도의 원활화와 효과적인 실시를 위해 指定分析 機關제도를 조속히 정립할 필요가 있다. 휘발유판매업과 판매기업과의 관계를 고려하여 양자가 협력함으로써 품질을 보증하는 제도에 대해서도 검토해야 할 것이다.

일요일 休業制度에 대해서는 운전자에 대한 에너지 절약 의식 고취에 공헌하고 있다고 생각된다. 최근의 에너지 수급안정 상황, 에너지절약 의식의 정착을 감안하여 본 제도의 탄력화에 대해서도 검토할 필요가 있다.

(2) 중소기업 근대화 촉진법 등의 활용

휘발유 판매업의 대부분은 中小企業이기 때문에 그 대책에 대해서는 中小企業 대책이라는 측면이 있으며 「중소기업 근대화 촉진법」·「중소 소매상업 진흥법」·「중소기업 사업전환 대책 임시 조치법」·「중소기업 단

체의 조직에 관한 법률」 등 기존 관련제도를 활용하는 방안을 검토해야 할 것이다.

휘발유 판매업은 「중소기업 근대화 촉진법」이 지정한 업종으로서 77년부터 설비·경영관리 등의 근대화를 실시해 왔다. 아울러 83년 11월 이 법에 의거 특정 업종으로 지정받아 현재 구조개선을 실시하기 위한 준비를 하고 있다. 행정면에서도 이 판매업의 구조개선에 적극적으로 나서서 금융·세제면에서 지원해야 할 것이다. 이와 아울러 「중소소매상업진흥법」을 활용하여 점포 공동화 등에 대한 금융상의 지원도 검토해야 할 것이다.

事業轉換은 어려운 결단이 필요하기 때문에 이를 원활하게 하기 위해 「중소기업 사업전환 대책 임시 조치법」의 활용도 검토되어야 할 것이며, 事業轉換에 대한 동업자간의 지원에 대해서 「중소기업 근대화 자금등 조성법」의 활용도 검토되어야 할 것이다. 휘발유 판매업의 구조개선에 대한 진지한 노력에 따라 적절한 경쟁질서의 확보 등을 위해 「중소기업단체의 조직에 관한 법률」 등 관련 법규의 활용도 검토되어야 할 것이다.

V. 맺는 말

휘발유 판매업을 둘러싼 환경은 매우 어려우며 이를 극복하기가 매우 어렵다고 생각된다. 그러나 이와 같은 환경에 정확히 대응하고 휘발유 판매업의 안정과 발전의 길을 모색하는 것은 휘발유 판매업 자신이다. 스스로의 책임과 자각하에 환경의 변화를 주시하고 적극적으로 구조개선에 노력하여 어떠한 상황에도 대응할 수 있도록 강력한 경영기반을 구축하는 것이 강력히 기대된다.

日本과 비슷한 상황에 처해 있는 歐美諸國의 석유유통업도 수요동향의 변화하에서 어려운 환경에 처해 있으나 歐美諸國의 대응이 매우 심각하다는 것을 생각하면 日本의 휘발유 판매업은 다소 여유가 있으며 그 만큼 다방면에서 원활한 대응책을 강구할 수 있는 지 급이야말로 구조개선에 착수할 때라고 강력히 지적하고 싶다. 또한 판매기업도 휘발유 판매업의 안정없이는 자신의 안정도 없다는 것을 자각하여 적극적인 지원을 아끼지 말 것을 촉구한다. 행정면에서도 휘발유 판매업이 석유제품의 공급안정이라는 국민경제의 바람에 따를 수 있도록 적절한 대응책을 강구할 것을 아울러 요청하는 바이다. \* 〈旬刊石油政策 4월 5일〉