

日本석유업계의 휘발유 품질향상과 「옥탄價 100」 휘발유의 공급

1. 머리말

日本석유업계가 휘발유품질향상을 추진하는 가운데 高옥탄價 휘발유를 잇달아 공급하고 있다.

日本の 昭和 쉘石油을 제외한 10개 元賣會社는 지난 6월부터 7월에 걸쳐 옥탄價 100의 고급 無鉛휘발유를 발매하기 시작했다. 5월 13일 出光興産, 日本石油, 모빌石油 등 3社가 옥탄價 100의 새로운 휘발유 생산을 발표한 이래 다른 원매사도 잇달아 뒤를 따르고 있다. 이들은 모두 비가격 경쟁으로 판매방향을 바꿔 고수익성 판매를 확보키 위해 제각기 마케팅전략을 전개하고 있다. 앞으로 이것이 석유업계의 활성화에 주력상품이 될 것인가에 이목이 집중되고 있다.

이번의 옥탄價 100 휘발유 판매개시는 우선 이번 가을로 예정된 자동차 회사들의 高옥탄價차 시판을 겨냥한 것이나, 昭和 쉘石油의 「셀 SP-X」의 성공을 계기로 새삼스럽게 품질향상을 통해 소비자의 高옥탄價 욕구를 충족시킨다는 새로운 마케팅 전략으로 경쟁을 개시했다고 볼 수 있다. 이른바 無鉛하이오크 휘발유는 지난 83년부터 시판에 들어가 지난해 여름 알킬레이트 휘발유에서 이번의 「옥탄價 100」 휘발유로 이어지나 通産省 통계에 의하면 86년 4월 고급휘발유는 약 12만kl로 3.7%수준이었으나, 금년 4월 실적으로 약 24만kl, 7.5%로 배증한 것으로 나타났다.

無鉛 하이오크는 당초 자동차 회사측과 사전에 협의하여 발매된 것은 아니다. 소위 고급차를 중심으로 석유업계가 그 수요를 자극시켜 하이오크 차종을 시판하는 단계에 이르러 30%나 되는 잠재수요가 현재화 될 것으로 기대되고 있다. 다만 비가격 경쟁노선을 견지하지 않으면 생산유동 코스트가 높아 보통휘발유 상황에도 중대한 영향을 미치기 때문에 자칫 「양날의 칼」이 될지도 모른다. 원매사들의 동향을 보면 다음과 같다.

2. 出光興産

出光興産의 창립기념일인 지난 6월 20일부터 뉴 10휘발유(별칭 出光 뉴 골드 아폴로)를 전국적으로 판매 100개시했다. 6월 20일부터 8월 31일까지 판매 캠페인을 전개하고 있다. 하이오크 비율을 20% 이상으로 높인다는 목표로 하여 비가격 경쟁 상품으로 정착시키는 것을 최우선으로 한다는 전략을 수립하여 놓고 있다.

동사의 경우 완전한 자사생산에 의한 품질관리와 안정공급체제가 구축되고 있는 것이 강점이 되고 있다. 연속축매 재생식 접촉개질 장치(CCR, 1만8,000B/D), 알킬레이션 장치(RFCC, 3만B/D) 등의 신예장치와 상품개발력에 의한 無鉛 하이오크에서도 타사보다 먼저 시장에 진출했고, 이번에도 하이파워 리포메이트 휘발유(高옥탄價 개질 휘발유)

와 알킬레이트 휘발유를 사용하여 리서치법 옥탄價100, 모타법 옥탄價89등 노킹방지성능이 높고 청정성도 한층 더 강화된 고성능 휘발유를 판매했다.

出光興産은 휘발유 품질향상에 언제나 업계의 선두를 달려왔다. 간단히 살펴보면 1952년 이후 로스엔젤리스로부터 당시 日本내 휘발유보다 옥탄價가 10% 이상 높은(81) 휘발유를 수입·판매한 것을 시초로, 1967년 1월에는 有鉛 옥탄價 100 휘발유(出光100)를 생산공급했으며, 83년 9월에는 국내최초의 無鉛하이오크 出光무연 골드 아폴로를 공급했고, 87년 7월 알킬레이트 휘발유 「出光 NEW 골드 아폴로」를 판매하게 되었다.

지난 6월 18일 개최된 신제품 발표회에서 出光전무는 『치열한 판매경쟁이 계속되는 와중에서 옥탄價 100휘발유가 비가격 경쟁 상품으로서 등장한 것으로 평가되고 있으나, 어디까지나 소비자의 욕구에 부응하지 못하면 그 생명은 짧은 한판의 광고전으로 끝날 것이다. 앞으로도 고성능의 자동차 시대에 즉시 부응해야 할 것이다. 出光 100 휘발유는 出光 기술력의 총결정체로서 전국에 걸쳐 균일한 성상을 갖는 품질에 완벽을 기해 최고급 휘발유를 공급할 것』이라 말했다.

3. 日本石油

지난 7월 1일부터 「주역은 DR 100」이라는 캐치플레이어를 내걸고 「日石 대시 레이서 100」시판에 들어갔다. 대시 레이서 100은 日本石油의 독자적인 신기술 즉 「하이 프러덕트」 「테크 플러셔」 「2S-B」기초로 제조한 신제품으로 주행의 쾌적성과 연소효율을 향상시킨 휘발유이다.

「2S-B」는 휘발유 기초재료를 철저히 분석, 고급 엔진이 필요로 하는 고성능 부문에만 주목, 그의 고성능 주요 부분만을 분리 조합하는 기술로써 시동성의 향상, 저고속 전 영역에서의 가속성능 발휘, 균일한 속도 유지들의 문제점을 완전히 해소시켜 100% 주行的 안정성을 보장해 준다.

「하이 프러덕트」는 옥탄價 100을 달성시키기 위해 개발된 초고옥탄價 기초재료로 노킹의 완전해소, 연소의 효율, 엔진의 손상 방지등의 효과를 발휘한다.

「테크 플러셔」는 엔진의 퇴적물 제거에 최대한의 효과를 발휘한다. 말하자면 제1세대의 Keep Clean, 제2세대의 Clean up에 이어 제3세대의 획기적인 첨가제로써 퇴적물을 인간의 통제하에 둔다는 의미에서 혁명적이다.

4. 코스모石油

7월 1일부터 「코스모 하이오크 휘발유 마그넘 100」시판에 들어가, 7월-8월 2개월간 주유소에서 「마그넘을...」의 치면서 판매 캠페인을 전개했다. 또 적극적으로 마그넘 판매를 담당하는 주유소를 대상으로 「마그넘 3020 셀린지 프로그램」을 실시하고 있다. 「월간 마그넘 100비율 30% 이상」 「월간 마그넘 100 판매량 200kl 이상」을 목표로 하여 7-9월 3개월간 1개월 단위로 도전한다는 것이다. 비가격경쟁, 구조개선 시대를 극복하기 위해 전략적으로 중요성을 갖고 위치를 확립시키고 있다. 판매촉진포인트를 보면 다음과 같다.

1. 강력한 가속성을 스스로 느낄 수 있다.
2. 고속도로 오르막길에서 차이가 난다(70 l 가득 채웠을 경우 보통휘발유에 비해 20-30km나 주행거리가 증대된다)
3. 노킹을 방지, 쾌적한 주행을 즐길 수 있다.
4. 흡기계를 정정화 한다.
5. 계절이나 도로를 가리지 않는다.

이러한 판매촉진 포인트는 가속성 테스트에서 보통휘발유보다 10m, 자사의 현행 하이오크 휘발유에 비해 5-10m 주행거리의 차가 남아 증명됐다. 또 청정제에 의해 엔진 각부분을 깨끗하게 유지, 성능을 100% 증대시킬 수 있다고 동사 간부들은 말하고 있다.

5. 모빌石油

7월 1일부터 「모빌 F-1」을 발매했다. 상품의 정식명칭은 종래와 같이 「모빌 하이」이나 선전·판매활동에는 「모빌 F-1」이란 애칭을 사용한다. 본사의 쉘기대회(6월 26일)을 스타트로 7월 9일부터 지점별 캠페인을 개최 7월 20일부터 8월 31일까지 신제품 판매 캠페인을 전개했다. 비가격 경쟁상품으로서의 위치를 확고히 해, 적정가격 수준을 유지하는 것을 기본으로 하이오크 비율 30% 이상을 목표로 삼고 있다.

상품의 특성은 ① 노킹을 해소함으로써 엔진힘을 100% 발휘 ② 10% 점 유분이 균형있게 잘 배합되어 단번에 시동이 걸린다. ③ 加速반응이 민감하여 단시간에 높은 속도를 낼 수 있다. ④ 강력한 최신식 청정제를 첨가, 흡기밸브 카브레타 및 엔진이 더러워지는 것을 막을 수 있다. ⑤ 엔

진이 항상 깨끗하게 유지되기 때문에 불순 퇴적물이 없어 효율을 지속시킨다. 그중에서도 기술적으로 세계의 모빌 그룹이 개발한 최신 청정제를 배합한 고감도 상품이라는 점과, 옥탄價 100 휘발유의 약점이 될 가능성이 있는 겨울철 시동문제를 해소하기위해 10%점유분을 균형있게 잘 배합한 상품이라는 것이 장점이다.

6. 제네럴石油

7월 1일부터 「MACHG 100」을 시판하기 시작했다. 6월 17일, 18일에는 東京에서 MACHG 100 총 유통대회를 개최한 것 외에 7-10월까지 판매촉진 캠페인을 전개한다. 비가격 경쟁상품으로 위치를 확보, 그를 위해 MACHG100의 우수함을 인식시켜 품질에 관해 고객의 의식을 변화시켜 나가고, 공급체제도 정비할 것을 주안점으로 삼고 있다.

상품특성은 ① 옥탄價의 향상에 의해 저·고속 주행시 노킹의 해소 및 오르막길 주행력을 강화 ② 가속성의 향상 ③ 신첨가제에 의한 흡기계통의 청정성의 향상 ④ 이와같은 것들의 상승효과에 의해 연비가 향상되는 동시에 전체적으로는 쾌적한 주행을 도모할 수 있다.

동일코스 동일 차종에 의한 주행데이터에 의하면 등판력(오르막길 주행력)은 톱기어 사용비율로 보통휘발유 76%에 대해「MACHG 100」96%, 연비(燃費)는 정속주행시 및 가속시 보통휘발유 비 7.3%~11%향상, 가속성은 시속 60km에서 120km로 증가, 소요시간이 6.4% 단축되었다.

7. 三菱石油

7월 1일부터 종래의 無鉛 하이오크에 청정제를 배합, 옥탄價를 향상시킨 「SPA 프리미엄 Z-100」을 시판, 12월까지 6개월간 장기 캠페인에 들어갔다. 7월은 특약점, 판매점의 종업원의 의식형성을 위해 캠페인을 벌이고, 8월부터 본격적인 대고객 캠페인을 벌이고 있다. 비가격경쟁 상품으로서 위치를 굳히고 수익성이 있는 것 뿐만 아니라, 판매촉진 방침인 고객유치의 강화에 유력한 상품으로 소비자에 어필한다는 것이 마케팅의 골간이 되고 있다. 그러나 염가로 대량판매등은 하지 않을 것으로 알려졌다.

상품의 특성은 ① 옥탄價가 100으로 향상되었기 때문에 저속 및 고속주행시 노킹방지 성능이 향상 ② 마력이 향상돼 가속성이 증가, ③ 또 신 청정제를 혼입하는 것에 의해

엔진내의 흡기계통뿐만 아니라 연료실에 모이는 탄소를 주행하면서 외부에 배출, 연료효과를 상승시킬 수 있다.

8. 九州石油

7월부터 무연 하이오크 휘발유 옥탄價 100인 「스토크산다-100」을 시판에 들어갔다. 옥탄價, 저가속성, 고가속성, 청정성에 있어서 종래의 무연 하이오크 휘발유의 품질을 크게 상회하는 신제품 「스토크 산다-100」은 금년 가을 판매기로 되어 있는 무연 하이오크 차는 물론 요즈음의 자동차 고성능화에도 적합할 뿐만 아니라 일반차에도 우수한 효과를 발휘한다고 동사 간부들은 말하고 있다.

이 때문에 동사에서는 종래의 보통 휘발유보다 높은 하이오크 마진을 설정, 염가경쟁을 피해 비가격 경쟁상품으로 위치를 확보하고 하이오크 비율 20%를 목표로 가이드 라인, 스티커, 점두 선전매체등을 십분 활용, 8-10월에 걸쳐 신제품 판매 캠페인을 실시하는 외에 7월중에 東京, 북강 양지역에 특약점과 일체가 되어 신제품 출시 파티를 개최했다. □ <순간석유정책>

