石油稅 인상·후의 日本석유업계 사정

通産省(MITI)은 日本석유산업의 침체를 막기 위하여 지난 8월1일부터 시행된 輸入稅의 부담을 소비자에게 전가하도록 정유업자와 유통업자에게 권유하고 있다. 그러나, 업계측에서는 稅부담액 전부가 소비자에게 전가될 것으로는 기대하지 않고 있다. 대부분의 석유제품에 대하여 定率로 부과되는 새 輸入稅는 종전의 從價稅를 대체한 것으로 실질적으로 Kℓ당 1,300円(9.70달러)의 인상효과가 있다. 이에 따라, 通産省은 石油會社들의 원가상승요인을 해소하는 방안으로 소비자들에게 稅부담분을 轉嫁하도록 장려하고 있다. 물론, 여기에는 通産省의 숨은 의도가 있다. 즉, 輸入業者에서 消費者로의 稅金의 전가과정을 주시, 도매업자의 세금전가에 대한 자발도 및 稅전가에 따른 소비자의 반응을 평가하려는 것이다. 이같은 실험은 현재 國會에서 토의중인 3% 소비세(내년 4월 실시예정)에 대한 유용한 평가수단으로 通産省관리들은 보고 있으며, 현재 이 輸入稅의 전가가 용이하게 진행되면 이를 소비자반응의 지표로 삼을 계획이다. 민간업계에서는 석유시장에서 관세를 가격에 전가하려는 通産省의 시도가 실패할 것으로 예측하고 있다. 「소비자들은 소비세를 손쉽게 도입하려는 政府의 의도를 간파하고 있기 때문에 크게 반발할 것」이라고 미쓰비씨石油의 한 경제연구원은 전했다.

石油業界는 稅부담중의 일부전가는 불가피한 것으로 보고 있다. 그러나, 소매단계에서－특히 휘발유의 경우－日本의 소비자들이 ℓ당 1.3円의 인상을 참아낼 것으로는 보이지 않는다. 「우리는 稅金에 대한 모종의 대책을 강구해야 하며, 그렇지않으면 파산하고 말 것이다. 그러나, 주유소업자들은 가격을 인상해도 별문제가 없는 것으로 여기는 것 같다」고 日本 최대정유회사의 한 간부는 전했다.

日本의 정유회사는 일정한 가격으로 휘발유를 판매하고 있으나, 이미 리베이트가 가격제도의 한 부분을 차지하고 있다. 또, 소매업자들은 가격경쟁압력에 따라 종종 도매가격보다 낮은 가격으로 휘발유를 판매하기도 하며, 그럴 경우 소매업자들은 자신의 손실을 보전하기 위하여 리베이트를 요구한다. 또한 하류부문을 장악하기 위해서 정유회사나 유통업자들은 항상 소매업자에게 補償을 해주었다. 실제로 휘발유의 정제마진이 높아 이같은 일련의 행위들이 잘 진행되고 있다.

등유와 경유의 판매업자들은 휘발유시장처럼 치열한 경쟁상태에는 있지않으나, 역시 가격인상에는 한계가 있다. 그들도 새 稅金의 전부를 전가할 수 있을 것으로는 생각하지 않는다. 가정용 연료로 사용되는 등유의 대부분은 현재 都賣業者를 통하여 지방소비자단체－日本의 소비자단체중 가장 강력한 힘을 가지고 있는－에게 판매되고 있다. 이 단체는 지금 겨울용 등유의 소매가격(오는 9월중 발표예정)에 대한 비공식회담을 도매업자와 벌이고 있다. 이처럼 소비자의 압력이 심하기 때문에 전국적으로 燈油의 마진은 미미하며, 종종 등유의 가격인하사태도 일어난다.

「등유의 流通費用은 상당히 높으며, 특히 정유공장에서 멀리 떨어진 지역은 더 심하다. 그러나, 우리가 등유의 공급을 주저하게 되면 政府는 이를 정치적인 문제로 삼는다」고 한 유통업자는 어려움을 토로했다. 경유의 판매업자도 트럭 및 버스조합에 稅金을 전가할 경우 심한 반발을 받을 것이다. 日本에너지경제연구소의 노리오 다나까理事는 대체로 價格轉嫁分이 세금의 50% 수준 또는 각 제품의 ℓ당 평균 0.65円정도가 될 것으로 예측하고 있다.

수입세가 시행된 이 후 通産省의 세금전가의 시도는 부정적인 결과를 낳고 있는것 같다. 지난 8월 5일 국회에서 하지메·다무라通産省장관은 이미 石油業界가 3조엔의 세금을 내고있기 때문에, 새 稅金을 무리없이 전가할 수 있는가를 연구해 온 것이 사실이라고 밝혔다. 그러나, 通産省내부에서도 이미 이와같은 세금전가시도를 포기하고 있는 것 같다.

〈아시안월스트리트 저널 88. 8/8〉