

日本の 석유 유통구조 분석 (下)

魯 東 雲

〈에너지경제연구원 정보분석실연구원〉

V. 유통구조의 문제점 및 대책

1. 문제점

현재 日本의 석유제품 유통상 가장 커다란 문제는 不當廉價販賣와 差別價格 및 원매의 판매업자 경영 간섭으로 요약될 수 있으며 이는 석유회사가 시장점유율을 증대 시키기 위한 경쟁과정과 석유산업의 규제에서 파생된 문제로 분석된다. 兪가판매와 차별가격은 전매품과 事後調整價格에 의해 반복·복합적으로 발생하고 있지만 兪가판매는 주로 전매품에 의해서, 차별가격은 사후조정가격에 의해 발생하고 있다.

(1) 부당 兪가판매

부당 兪가판매란 주로 원매회사에 의해 발생되고 있는데 원매회사가 판매업자에게 공급하는 석유제품의 가격을 판매업자의 정상적인 경영을 압박할 정도로 부당하게 낮게 책정하는 경우, 어느 판매업자가 다른 판매업자의 가격보다 현저하게 낮은 가격으로 판매하는 경우, 혹은 원매로부터의 매입가격보다 낮은 가격으로 판매하는 경우를 말한다. 유통단계별로는 원매회사와 유통계열이 다른 판매업자 혹은 대규모 수요처(예를 들면 대규모 생산자협회와의 등유거래, 일본 화물자동차협회와의 경유거래)와의 사이에서 주로 발생하고 있다. 또한 복수의 원매회사

원매회사의 판매가격과 전매품의 가격추이

(단위 : ¥/ℓ)

	1990. 9	1990. 11	1991. 1	1991. 3	1991. 5	1991. 6
원매회사 가격						
- 휘 발 유	112.76	117.15	110.83	104.45	104.34	104.93
- 등 · 경 유	42.27	46.65	40.14	33.68	33.61	34.18
전매품 가격						
- 휘 발 유	105.40	100.00	101.50	95.50	92.00	91.00
- 등 유	47.20	39.00	33.50	28.00	26.60	27.00
- 경 유	46.80	38.00	34.00	28.50	28.30	28.80
- A중 유	44.00	36.00	31.50	25.80	26.00	25.80

와 거래하고 있는 대규모 특약점과 종합상사도 염가 판매에 참여하고 있는 것으로 나타나고 있다.

轉賣品(業轉玉)이란 공급과잉된 제품을 처분하기 위해 원매회사가 자사 계열외의 판매업자에 시황가격보다 저렴한 가격으로 공급하는 석유제품으로 전매품은 대부분의 석유제품거래에서 발생하고 있으나 휘발유에서 가장 심각하게 나타나고 있다. 전매품이 정제회사와 원매회사간의 수급조절의 역할을 담당하고 있다는 긍정적인 측면도 있지만 시황가격보다 휘발유는 보통 리터당 10엔정도, 등유와 경유는 약 6-7엔정도 싼 가격이기 때문에 사후조정가격과 염가판매, 차별가격을 조장하는 주요인으로 작용하고 있다.

염가판매는 전매품의 거래로 인해 야기되며 판매업자의 경영을 악화시키는 악순환을 초래하게 되었다. 즉, 원매회사가 염가로 전매품을 판매하면 판매업자간 경쟁이 과열해지고 이에 따라 경영이 악화된 판매업자는 결산기에 원매회사에 대해 제품의 매입가격을 인하시키는 사후조정가격을 요구하며 이러한 사후조정가격은 판매업자별, 지역별 매입가격의 차별로 이어지게 된다. 이러한 결산가격의 차별화는 다른 판매업자의 사후조정가격 요구로 연결, 결국 유통업계의 상거래 관행으로 정착하게 되었다.

(2) 차별가격

차별가격이란 원매회사가 판매업자에게 공급하는 제품의 판매가격(도매가격)을 지역 및 수요처별로 각각 상이하게 적용하는 경우를 말한다. 차별가격의 주된 원인은 전매품에 의한 사후조정가격에 의해서 발생하고 있으며 차별가격은 일본 석유유통업계에 서 상관습으로 정착되어 있는 실정이다. 차별가격은 대부분 원매회사와 판매업자사이에 발생, 주유소의

과당경쟁을 유발시켜 판매업자와 원매회사의 경영을 악화시키고 공정한 유통질서를 어지럽히는 요인으로 작용하고 있다.

차별가격은 여러가지 형태로 나타나고 있다. 첫째, 원매회사가 지역별, 판매업자별 판매가격(도매가격)을 상이하게 적용하는 경우, 둘째, 원매회사가 계열내 판매업자에게 판매하는 가격과 계열외 판매업자에게 판매하는 제품(전매품)의 가격이 일반 판매업자가 판매하는 가격보다 현저히 낮은 경우 등이다. 특히 원매회사가 전국 생산자협회나 전국 화물자동차 협동조합 등과 같은 대규모 수요처에 직접 판매하는 석유제품의 가격은 이들 단체의 막강한 교섭력과 조직력에 의해 판매업자의 판매가격보다 낮게 책정되는 것이 일반적이다.

사후조정가격은 원매회사가 판매업자에게 지급하는 판매장려금과 원매회사가 대형수요처를 확보하기 위해 가격할인을 특약점에 약속하는 특가제도로 대별된다. 사후조정가격은 1) 원매회사가 결산기말에 판매회사에 지급하는 기말장려금, 2) 판매점이 다른 원매회사의 싼 가격이나 전매품과의 경쟁력을 확보하기 위해 원매회사의 판매가격인하를 요구하는 환불금(Rebate), 3) 복수거래를 하는 판매업자가 원매회사간 결산가격의 차이를 이용, 평준화해줄 것을 요구하는 경우이며 지역격차도 이의 일종이며, 4) 판매회사가 시황이 나쁠 때 결산대책, 적자대책을 이유로 매입가격의 인하를 요구하는 등의 형태로 나타나고 있다.

사후조정가격의 또다른 원인은 외자계 석유회사와 민족계 석유회사간의 기업경영차이에서 발생하고 있다. 외자계의 원매회사인 옛소석유와 모빌석유는 같은 그룹의 정제회사인 東燃燃料를 중심으로 일

민족계 및 외자계 원매회사의 가격추이

(단위 : ¥/ℓ)

	1990. 9	1990. 11	1991. 1	1991. 3	1991. 5	1991. 6
민족계(출광홍산)						
- 휘발유	113.0	117.8	111.0	104.6	104.6	105.2
- 등·경유	42.0	46.8	40.1	33.6	33.6	34.2
외자계(옛소석유)						
- 휘발유	110.0	114.7	108.7	103.1	101.9	102.5
- 등·경유	43.2	47.3	41.3	35.0	33.8	34.8

관체제, 고도의 합리화의 경영효율을 통해 민족계 원매회사의 제품가격보다 휘발유의 경우 리터당 3-5엔정도 낮은 수준을 유지하고 있다. 등·경유에 있어서는 외자계 석유회사의 가격이 민족계 석유회사 가격보다 높은 이유는 외자계회사가 휘발유중심의 판매전략을 펼치고 있기 때문이다. 이와 같이 민족계와 외자계 원매회사의 가격차이는 민족계 원매회사와 판매업자간의 사후조정가격을 유발시키는 요인으로 작용하고 있다.

(3) 원매의 판매업자 경영 간섭

원매회사는 계열 판매업자에 대한 경영간섭을 관례화하고 있어 원매와 판매업자간의 갈등이 상존하고 있다. 원매회사는 판매정책의 수립에 참고한다는 이유로 판매업자에 대해 희망소비자가격을 명시하여 판매가격을 의무적으로 보고하도록 지시하고 있는데 이는 판매업자의 자율에 의한 가격설정을 방지하여 판매업자간 경쟁을 배제하기 위한 목적으로 풀이된다. 또한 판매업자의 판매능력을 초과하는 목표 판매량을 할당, 달성하도록 촉구함으로써 타 원매회사의 제품공급을 원천적으로 봉쇄하고 있으며 원매회사는 계열 판매점을 정기적으로 순찰하며 판매업자의 장부등의 서류를 검열하고 판매업자의 판매처나 겸업내용을 지정하고 있는 실정이다.

2. 최근의 유통구조 대책

(1) 품질확보 대책

자원·에너지청은 휘발유의 품질확보를 위해 등유 혼입금지외에 '87년 4월부터는 메탄올의 혼입규제를 실시하고 있다. 또한 휘발유 판매업자로 하여금 취급하고 있는 휘발유의 성분을 매년 한번씩 분석하여 분석결과를 통산장관에게 의무적으로 보고하게 함으로써 저질휘발유의 유통을 근절시키고 있다. 경유의 품질확보를 위해 '91년부터 등유, A중유의 혼입을 식별하기 위해 식별제(구마린) 첨가를 실시하고 있다.

(2) 주유소 신·증설 대책

현재 주유소의 신·증설은 지정지구를 제외하면 '90년 4월부터 자유화되었으니 건설계획단계부터 통산성과 협의해야하는 사전상담제가 남아 있다. 指定地區制란 휘발유판매업법에 의해 판매업자간의 과도한 경쟁으로 판매업의 경영이 악화될 우려가 있

는 지구로서 통산성장관이 석유심의위원회의 의견을 들어 일정기간동안 지정하는 지구이다. 지구로 지정을 받으면 지정기간동안 지구내에서의 폐지/대체건설(Scrap & Build), 즉 주유소의 신규건설은 허가되지 않고 폐업하는 주유소를 대체하는 수준에서의 건설밖에 인정되지 않는다. 설비규모의 확대는 일정한 제한(계량기수 2배까지, 지하탱크용량의 3배까지)을 받게 되며 지정기간은 종전의 5년에서 '90년부터는 3년으로 단축되었으며 재지정도 폐지되었다. 통산성은 '90. 10월에 신규로 64개의 지구를 '90. 10. 18일부터 '93. 10. 17일까지 3년간 지정지구로 지정했다. '87년도에 지정된 156개지구와 '89년도에 재지정된 11지구의 해제를 고려하면 지정지구는 '89년도의 273개에서 90년도말에는 170개로 감소된다.

(3) 시장질서 대책

공정거래 위원회는 일본의 국내 유통시장을 개방적인 체제로 전환하고 공정하고 자유스런 경쟁을 촉진시키기 위해 '91년 1월에 「유통·거래관행에 관한 독점금지법상의 지침」 원안을 발표하였으며 7월에는 동 지침의 최종안을 확정하였다. 그동안 석유유통의 문제점으로 대두되었던 사후조정가격의 폐지, 염가판매의 방지, 전적의 자숙, 과잉광고의 적정화를 통한 시장질서의 확립을 주요 내용으로 하고 있다. 동 지침은 '84년의 「독점금지법 사고방식」을 보다 강화하고 있으며 지금까지의 석유제품유통계열화를 근본적으로 부정하고 있어 향후 석유제품의 유통구조에 큰 변혁을 발생시킬 가능성을 내포하고 있다.

독점금지법 지침이 공포된 배경에는 현재 진행중인 「美·日 구조문제 협의회」에서 일본의 상관행이 개선되어야 한다는 미국측의 주장과 석유산업규제가 '92년 4월부터 폐지됨으로써 석유업계의 본격적인 경쟁이 전개될 것으로 예상됨에 따라 석유업계를 경쟁체제로 전환시키는 준비작업의 필요성이 크게 작용했다.

①주요내용

「독점금지법상의 지침」의 주요내용은 지침을 위반하는 경우 과징금의 부과액을 대폭 상향시키고 형사처벌을 적극적으로 활용하도록 하고 있으며 차별

가격, 염가판매, 우월적 지위남용 등 16개항의 불공정 거래행위의 유형을 보다 구체적으로 규정하고 있다. 16개항중 차별가격, 부당 염가판매 및 우월적 지위남용에 관한 불공정행위는 다음과 같이 규정되고 있다.

- 차별가격 : 부당하게 지역 또는 상대방에 대해 차별적인 가격으로 상품이나 용역을 제공하거나 이의 공급을 받는 경우.
- 부당염가판매 : 정당한 이유없이 상품 또는 용역을 공급비용을 현저히 밑도는 가격으로 계속해서 공급하고 그의 부당하게 상품 또는 용역을 낮은 가격으로 공급하여 다른 사업자의 사업활동을 곤란하게 할 우려가 있는 경우
- 우월적 지위남용 : 거래상 지위가 상대방에게 우월한 것을 이용하여 정상적인 상관습에 비추어 부당한 행위. 상대방에게 이익이 되도록 거래조건을 설정, 변경하는 경우, 거래조건 또는 실시에 관해 상대방에게 이익을 준 경우

②독점금지법 지침의 의미

이 지침에서 염가판매와 차별가격의 기준은 종전의 지침에 비하면 다소 구체화된 점이 있지만 명확한 기준이 제시되지 않고 있다. 차별가격에 대해서는 추후 검토하는 방향으로 입장을 정리, 미온적인 입장을 나타내고 있다.

〈유통 계열화 부정〉

공정거래 위원회는 유통의 계열화가 자유스런 경쟁을 제한한다는 점에서 유통계열화를 기본적으로 인정하지 않고 있다. 현재 판매업자는 특약계약에 의해 원매회사의 제품만을 판매하고 있으나 이번의 지침에서는 계열이외의 제품을 판매업자가 매입할 수 있도록 허용하고 있으며 원매회사는 판매업자에 대해 자사상품만의 취급을 의무화시키지 못하고 원매회사가 판매업자의 취급능력 한도에 가까운 판매수량을 의무화하여 경쟁품의 취급을 제한하지 못하도록 하고 있다.

〈轉賣品 거래 허용〉

공정거래 위원회는 전매품의 가격이 원매회사의 가격과 큰 차이가 없을 경우에 전매품이 차별가격이나 염가판매를 조장시키는 것이 아니라 공정한 경쟁을 촉진시키기 때문에 전매품의 거래를 제한해서는

안된다는 입장이다. 원매회사가 염가판매를 행한다는 이유로 도매업자에게 소매업자에 대한 제품공급을 금지시키도록 종용하는 것과 염가판매를 행하고 있는 판매업자에 대해 자기상품이 판매되지 않도록 하는 경우 등을 불공정 거래로 제한하고 있다.

〈염가판매의 기준〉

염가판매의 기준에 대해 기존의 전매품 가격기준을 철폐할 것 이외에는 명백하게 규정하지 않고 있다. 석유업계가 주장하듯이 일정한 판매마진을 확보해주는 구체적인 기준을 규정하는 대신 염가판매의 기간, 즉 “계속해서 염가판매한 경우”와 “타사업에서 얻은 이익으로 염가판매한 경우”만을 제시하고 있다.

현재까지 제시된 염가판매 판정의 기준은 다음과 같은 3가지의 유형이 제시되었다. 첫째, 휘발유 이외 상당규모의 사업활동에서 얻은 이익을 휘발유 판매업에 투입함으로써 휘발유 판매원가를 밑도는 수준으로 계속하여 염가판매한 경우, 둘째, 다른 지역에서 주유소를 경영함으로써 얻은 이익을 투입하여 염가판매한 경우, 셋째, 전적시 받은 지원금을 투입하여 상당기간에 걸쳐 販賣原價를 밑도는 수준으로 판매하는 경우 등 3가지이다.

〈차별가격〉

공정거래 위원회와 통산성은 차별가격에 대해서 “부당하게 지역 또는 상대방에 대해 차별적인 가격으로 상품이나 용역을 제공하거나 이의 공급을 받는 경우”라고 원칙을 천명, '84년의 지침을 답습한 수준에 불과하며 차별가격의 구체적인 기준을 규정하지 않고 추후 계속해서 검토한다는 입장이다.

〈시장참여 자유보장〉

市場進入을 제한하기 위한 판매업자의 공모나 염가판매 및 신규 진입자에 대한 원매 및 유통업자의 제품공급 거부를 불공정거래행위로 규정하고 있다. 즉, 판매업자가 공모하여 다른 사업자의 판매가격을 밑도는 가격으로 판매하여 고객을 확보하거나 판매업자가 공모하여 다른 사업자가 이미 판매활동을 하고 있는 지역에 새로이 판매활동을 하지 않는 것을 약속하면 불공정행위로 규정받는다.

〈사후조정가격의 원칙〉

사후조정가격에 대해서는 일정부분 인정하고 있

으나 사후조정가격의 기준을 명백하고 공정하게 적용할 것을 규정하고 있다. 이는 원매회사가 사후조정가격을 판매업자의 판매가격, 전매품 취급 여부 등에 따라 상이하게 적용함으로써 판매업자의 영업활동을 구속하는 것을 제한하기 위한 것으로 풀이된다.

〈원매회사의 경영간섭 금지〉

원매회사가 우월적 지위를 이용하여 판매업자의 점업내용, 판매수량 등에 대하여 과도한 제한과 의무를 부과하여 판매업자에게 부당하게 불이익을 주는 것을 금지하고 있다.

③업계의 주장

이 지침의 해석에 있어 정제 및 원매회사를 대표하는 석유연맹과 판매업계를 대표하는 전국 석유산업조합 연합회(전석상)는 상당한 의견차이를 보이고 있지만 두 단체 모두 염가판매의 기준을 명백하고 구체적으로 규정해줄 것을 요구하고 있다.

석유연맹은 염가판매의 기준을 기존의 매입가격 기준에서 매입가격에 일정한 필요경비를 합산한 가격으로 인상해줄 것을 요구하고 있다. 유통업의 경우는 매입비용, 영업경비를 포함한 가격을, 영업경비의 근거가 없는 경우에는 매입비용에 6%(도매업은 2%)를 가산한 비용을 염가판매의 기준으로 주장하고 있다. 또한 품질확보와 소비자보호를 위해 기존의 계열화는 지속되어야 한다는 강력한 주장을 내세우고 있다.

석유연맹은 우월적 지위남용을 대규모 수요처가 막강한 교섭력을 이용하여 원매회사에게 부당한 가격인하를 요구하는 행위나 판매업자(종합상사 포함)가 원매회사에 대해 가격인하를 요구하는 행위에도 적용시킬 것을 주장하고 있다.

전석상은 이번의 지침이 판매업자의 영업활동을 보다 자유스럽게 보장함으로써 기존에 원매회사에 종속되었던 관계를 종식시킬 수 있는 기회로 생각하기 때문에 동지침에 대해 긍정적인 반응을 나타내고 있다. 이는 동 지침이 기존의 계열화를 부정하고 있으며 원매회사의 영업활동 간섭(가격지도, 판매수량, 판매처 지정 등)을 위법으로 규정하고 있어 판매업자의 입지를 보다 강화시켜주기 때문이다. 전석상은 염가판매보다는 주로 차별가격에 대해 강한 주

장을 하고 있는데 이는 판매업자가 원매회사로부터 받는 차별적인 가격을 배제할 수 있기 때문이다.

(4) 주유소 구조개선 대책

통산성은 '85년부터 "중소기업 근대화 촉진법"에 의해 주유소의 구조개선을 통해 주유소의 경영을 개선시키기 위해 주유소의 정보화, 다각화, 집약화 등의 구조개선대책을 추진했다. 정부는 주유소의 高層化와 事業多角化를 원활히 추진하기 위해 '87년 5월에 消防法을 개정하였으며 인력부족등의 문제가 발생하자 구조개선대책의 시한을 '89년에서 '92년말로 연장하였다.

기존의 구조개선대책외에 사업다각화의 추진(자동차 관련상품의 판매 등 취급서비스의 다양화 등), 정보화의 진전(정보제공 서비스의 실시, 카드서비스의 연구 등), 인재양성, 사업집약화(자재공동구입, 공동주유소, 전·폐업에 관한 상담), 설비의 근대화(POS, 자동세차기 도입, 고층화주유소건설등), 품질확보, 경쟁정상화, 근로조건개선 등을 추가하여 추진하고 있다.

(5) 元賣의 月定價格 방식

월정가격방식이란 통산성이 걸프사태로 인한 국제유가변동이 국민경제에 미치는 충격을 최소화하기 위해 '90.9월부터 '91년 4월까지 걸프사태 기간 동안 실시한 행정지도가격이다. 즉, 원매회사와 판매업자가 국제유가의 상승에 편승해서 임의적으로 제품가격을 인상시키지 못하도록 원매회사의 판매가격을 비용개념에 입각해서 前月の 원유 및 제품의 도입가격변동에 따라 매월 결정하는 방식이다.

통산성의 자원·에너지청이 원매회사와 판매업자에게 하달한 월정방식의 지침은 1) 조달비용의 상승분은 가능한 기업노력으로 흡수하며 2) 석유제품의 판매가격은 확정된 조달비용으로 대응시켜 당분간은 비용변동에 대해 의무적으로 통산성에 보고하고 3) 소비자에게는 비용상승의 실태등을 충분히 설명하며 4) 독점금지법을 준수한다는 4개항으로 되어 있다. 비용변동은 원유와 제품의 수입가격(CIF)에 정유공장의자가소비 연료비용 및 수입대금 지불을 위한 차입금의 금리부담으로 구성되어 있으며 인건비와 국내운임의 인상분은 기업노력에 의해 흡수하도록 하고 있다.

월정가격방식은 잠정적으로 사후조정가격과 가격 차별을 어느정도 해소시킨 것으로 평가된다. 판매가격의 변동요인을 공표함으로써 석유제품가격에 대한 신뢰도를 얻을 수 있었으며 판매가격의 투명성이 제고되고 원매, 판매업자에게 비용개념을 명확하게 설정시켜 주었다. 중간유분과 휘발유가격의 지역적 차가 해소되고 사후조정의 문제도 사라짐에 따라 원매회사와 판매회사의 경영이익이 증대될 수 있었다.

그러나 월정가격방식은 원매업계의 판매가격 편승인상을 용인, 일본 석유업계의 이익을 증대시키는 데 기여한 것으로 풀이된다. 원매회사는 원유도입가격의 변동과 일정한 시차를 두고 판매가격을 조정했으며 판매가격 조정폭에 있어서도 리터당 1엔 미만(錢)의 조정을 행함으로써 판매마진을 증대시켰다. 주유소는 소매가격을 결정하는데 있어 원매회사가 1엔미만의 조정을 하였을 경우 소비자가격에 반영하지 않은 것이 관례화되어 있기 때문에 경영이익은 주유업계보다는 원매업계에서 더욱 크게 증가하였다.

월정방식은 '91.5월부터 폐지되고 걸프사태 이전처럼 원매회사가 자주적으로 판매가격을 결정하고 있지만 통상성은 판매가격변동시국민의 이해를 구하기 위해 원매회사의 판매가격을 매월 공표하도록 촉구하고 있다. 이에 따라 각 원매회사는 비용변동분과 판매가격의 개정내역을 매월 에너지경제연구소의 석유정보센터에 통보하며 정보센터는 이를 발표하

고 있다. 판매가격의 개정내역을 통보하지 않는 원매회사는 외자계인 옛소와 모빌 두개 회사이기 때문에 실질적으로는 월정방식이 존속하고 있는 실정이다.

사후조정가격과 차별가격이 뿌리 깊고 복잡한 원인에 의해 발생, 석유유통업계의 상관습으로 정착해 있기 때문에 월정가격방식이 지속된다 할지라도 염가판매와 차별가격이 사라지기 어려울 것으로 보인다. 또한 월정방식이 걸프사태라는 비상사태기간에 실시됨으로써 석유업계가 협조적이었다는 점과 '92년도부터 정제산업의 규제가 폐지되면서 석유산업의 본격적인 경쟁이 시작된다는 점을 고려해볼 때 사후조정과 차별가격이 재연될 소지는 남아 있다. 원매회사의 결산이 마무리된 3월이후 원매업계의 경영이익이 대폭 증액된 사실이 드러나자 특약점과 일반 판매업자는 리터당 0.5엔 정도의 사후조정가격을 강하게 요구하고 있는 것으로 밝혀지고 있으며 '91년말의 조사에 의하면 판매업자의 1/3이상이 사후조정가격을 받고 있는 것으로 나타나고 있다.

VI. 평가 및 시사점

1. 평가

日本の 석유유통구조를 변화시킬 수 있는 가장 큰 요인은 독점금지법지침과 석유산업 자유화로 집약될 수 있으나 유통관행은 지침이나 법의 규정에 앞서 오랜 기간동안 관행으로 형성되어 왔기 때문에

걸프사태 이후의 원매가격과 주유소 판매가격 추이

(단위 : ¥/ℓ)

	원 유	원 매 가 격		주 유 소 판 매 가 격		
		휘 발 유	등·경 유	휘 발 유	등 유	경 유
1990. 8	15.0	105.0	34.0	121.0	44.0	72.0
9	20.3	112.8	42.3	122.0	45.1	72.0
10	25.5	117.0	46.5	133.0	56.5	83.0
11	27.6	117.2	46.7	138.0	61.4	88.0
12	27.0	114.2	43.6	137.0	61.3	88.0
1991. 1	24.3	110.8	40.1	135.0	58.6	85.0
2	20.4	107.5	36.7	132.0	55.9	83.0
3	16.1	104.5	33.7	129.0	53.1	80.0
4	15.2	103.6	32.9	126.0	51.1	78.0
5	15.2	104.3	33.6	126.0	50.8	77.0
6	15.7	104.9	34.2	125.0	50.8	77.0
7	15.8	105.0	34.3	125.0	50.7	77.0

단기간내에 유통구조가 크게 변화될 가능성은 낮은 것으로 평가된다. 이번의 지침에서도 사전상담제를 설치하여 원매와 판매업계간의 마찰을 法の 집행보다는 상담을 통해 해결하도록 권고하고 있다. '84년의 "독점금지법 사고방식" 이후 불공정거래행위가 한건도 접수되지 않는 점이 일본의 상관례를 단적으로 보여주고 있다.

그러나 중·장기적으로는 석유산업의 본격적인 경쟁이 시작됨으로써 유통구조의 변화가 예상되고 있다. 정제, 원매업계에 있어서는 기업의 합병이 가속화될 것으로 예상되는데 '91년 12월에는 삼릉석유가 부사흥산과 해남석유정제를 흡수하였으며 '92년초에는 정제회사인 日本鑛業과 원매회사인 共同石油의 합병이 추진되고 있다. 이러한 움직임은 타 원매회사의 합병에도 영향을 미쳐 日本石油와 三菱石油가 합병할 움직임을 보이고 있으며 출광흥산도 영향을 받을 것으로 예상된다. 이러한 재편은 판매업계에도 큰 영향을 미칠 것으로 예상됨에 따라 주유소의 대형화 및 정보화등 주유소의 근대화가 가속화될 것으로 평가된다.

판매업계의 경우 인력부족, 지가상승에 따른 비용부담으로 인해 소규모 판매업자의 시장탈퇴와 원매업계에 의한 주유소의 대형화, 집약화, 정보화 등의 근대화가 지속적으로 추진될 것으로 예상된다. 이와 같은 정제, 원매업계의 합병움직임과 판매업계의 근대화는 유통비용을 절감시켜 유통업계의 대외 경쟁력 확보에 기여할 것으로 보인다. 비교적 영세성을 지닌 개인 판매업자가 대부분을 차지하고 있는 일본의 경우 개인 판매업자가 원매회사에 흡수, 병합되는 사례가 더욱 증가할 것으로 우려, 판매업계와 원매의 협조체제가 강조되고 있다.

향후 석유제품의 유통계열화는 조정국면을 거칠 것으로 예상되며 특히 원매회사와 대규모 특약점과의 특약계약이 붕괴될 가능성이 높다. 대규모 특약점은 전국적인 강력한 판매력을 바탕으로 그동안 복수의 원매회사와 거래를 하고 전매품을 취급함으로써 품질보장의 어려움, 투매조장이라는 부정적인 영향을 끼쳐 왔다. 특히 종합상사계열의 특약점은 발달된 정보망, 판매망과 함께 막대한 자본을 바탕으로 전매화 투기조장에 앞장선 것으로 알려지고 있다.

독점금지법지침에서 계열화를 인정하지 않고 전매품의 거래를 허용하고 있기 때문에 대규모 특약점에 의한 복수거래나 전매품 거래는 확대될 가능성이 높다.

부당엄가판매나 차별가격은 점차 축소될 것으로 예상된다. 이러한 문제가 수요를 무시한 공급능력의 확대에 따른 전매품 등장으로 야기되었다는 점을 고려해 볼 때 석유산업의 자유화가 정착되면 석유의 공급능력이 수요에 보다 탄력적으로 대응할 수 있기 때문에 전매품의 거래가 축소될 것으로 예상된다. 또한 차별가격과 사후조정가격이 민족계 원매회사와 원매회사와의 경영체질의 차이에서 발생하고 있는 비용보전을 위해 등장했다는 점도 있기 때문에 민족계 원매회사의 합병이 추진되면 외자계와의 판매가격차이는 줄어들 것으로 예상된다.

2. 시사점

日本の 경험으로부터 유통구조의 계열화가 본격적으로 시작되는 한국의 유통정책에 도움이 될 수 있는 시사점을 요약하면 다음과 같다.

장기적인 안목에서 탄력적인 석유제품의 공급능력을 확보하는 것이 중요하다. 석유수요 급증이 정제설비의 과잉으로 연결되면 전매품의 등장, 엄가판매의 조성 등 유통질서를 문란시키는 구조적인 문제점이 발생할 것이다. 최근 한국의 석유수요는 휘발유 등의 경질제품을 중심으로 급증하고 있기 때문에 공급능력은 장기적인 수요전망에 기초하여 증강되어야 하며 정제설비는 경질제품의 생산을 증대시킬 수 있는 고도화설비의 증설에 치중해야 할 것이다. 아울러 비축능력의 강화 및 탄력적인 제품수입을 실시한다면 공급능력의 과다에서 유발되는 유통질서의 혼란을 방지할 수 있을 것으로 기대된다.

유통단계를 단축시킴으로써 유통비용을 감축시키는 유통합리화가 필요할 것으로 예상된다. 일본의 경우 외자계 석유회사의 공급가격이 민족계 석유회사의 공급가격보다 낮은 이유는 경영합리화를 통한 유통비용의 절감에서 기인된 것으로 풀이된다. 따라서 한국의 경우 외자계 석유회사의 유통부문 진입에 대비, 경쟁력을 확보하기 위해서는 정유회사와 주유소의 직거래 등 유통단계를 축소하는 방안이 필요할 것으로 보인다.

석유제품의 유통계열화가 구축되었다 할지라도 계열의 거래되는 전매품은 필수불가결하게 등장할 것으로 예상됨에 따라 전매품을 양성화시키는 제도적인 장치가 필요할 것으로 보인다. 소규모의 전매품은 계절적인 수급불균형이나 일시적인 사고·사건에 의해 발생할 소지가 많으며 시황가격과의 격차도 심하지 않은 특성을 지니고 있기 때문에 오히려 유통부문의 경쟁을 촉진시킬 수 있을 것으로 기대된다. 석유제품의 차별이 없는 경우에는 전매품 거래를 허용, 경쟁효과가 소비자에게 전달될 수 있는 제도적인 장치가 필요하다.

유통계열화의 초기에는 대규모 판매업자에 의한 복수거래를 강력하게 규제할 필요가 있다. 일본의 경우 주로 전국적인 판매망을 지닌 대규모의 특약점이나 종합상사는 원매회사와 복수거래를 행하고 있으며 이들은 지역간 판매가격차이를 이용함으로써 소비자에게 전가될 이익을 가로채고 있을 뿐만 아니라 지역별, 판매업자별 차별가격과 사후조정가격을 유발시키고 있다. 계열화 정착단계에서는 대규모 판매업자에 의한 독과점을 방지하기 위해서는 영가판매에 대한 기준이 명확하게 제시되어야 할 것으로 보인다.

주유소의 정보화와 근대화를 적극 추진할 필요가 있다. 이는 인력부족의 심화와 인건비의 상승추세 등을 고려해볼 때 회계처리 등의 업무를 담당, 판매

비용의 절감에 기여할 수 있을 뿐만 아니라 주유소 이용객에 대한 서비스향상이라는 효과를 거둘 수 있을 것으로 기대된다. 유통전산화가 이루어지면 효과적인 재고관리가 가능할 뿐만 아니라 도로정보, 기상, 레저, 금융·주식, 항공, 열차정보까지 고객에게 제공할 수 있을 것으로 보인다.

주유소를 이용하는 고객에 대한 서비스향상과 경영안정을 위해서는 경영다각화를 추진할 필요가 있다. 여성의 사회진출증가에 따른 주부운전자의 증가, 주유소의 개념확대 등의 추세를 감안해볼 때 주유소는 휴식과 편의점의 역할을 병행할 필요가 있다. 경영다각화는 주유소의 석유제품 판매마진이 감소하는 시기에도 주유소의 경영을 어느정도 보전할 수 있을 것으로 기대되기 때문에 다각화사업은 휘발유의 판매증진과 연결될 수 있는 아이টে를 개발하는 전략이 절실히 필요하다. 도심지 주유소의 경영다각화를 위해서는 주유소의 고층화와 사업다각화에 필요한 소방법 등의 법령개정이 요망된다.

석유회사에 대한 국민의 신뢰도 향상과 가격 투명성을 제시하기 위해서는 정보센타를 활용하여 정기적으로 석유제품의 가격변동요인을 공표하는 방안이 효과적일 수 있을 것이다. 유가자율화가 추진되는 상황에서는 석유회사의 임의적인 가격인상을 견제하기 위한 민간 감시체제를 구축하여 가격결정의 투명성을 제고시키는 방안이 중요할 것이다. ♣

■ 시사용어 ■

핫 머 니

각국의 금리차이 및 환율차이를 이용, 단기적 투자이익을 얻기위해 국제금융시장을 넘나드는 투기성 단기자금을 말한다.

주로 유로달러로 대표되는 핫머니(HOT MONEY)는 대규모의 자금이 일시에 유입되거나 빠져나가는 특성을 갖기 때문에 국제금리에 영향을 주고 통화관

리에도 저해요인이 되고 있다.

최근 우리나라의 자본시장개방조치가 진전되고 증시가 살아나면서 핫머니의 유출입에 따른 통화관리의 어려움과 주식시장의 불안을 야기할 우려가 있어 핫머니에 대한 적절한 통제문제가 관심사가 되고 있다.