

일본 석유유통의 문제점 (상)

- 석유협회 기획조사팀 -

이 자료는 일본석유심의회 석유부회 유통문제소위원회가 작성한 보고서를 옮긴 것이다. <편집자 주>

1. 머리말

일본의 석유산업은 여러 차례의 규제완화를 거쳐 작년 4월, 효율적인 에너지공급에 대한 요청, 국제석유시장의 발달 등 석유제품공급을 둘러싼 경제사회 환경의 새로운 변화에 따라 공급 효율성 향상을 도모하는 관점에서 특정석유제품 수입잠정조치법(특석법) 폐지, 휘발유판매업법의 지정지구폐지 등의 조치가 실시되었다.

이것을 계기로 일본의 석유제품시장에서 새로운 사업자의 참여, 주유소 業態 다각화의 진전 등 극적인 변화가 진행되고 있고 경쟁도 치열해지고 있다. 또, 이와 같은 변화에 의해 휘발유가격의 대폭적인 하락에서 볼 수 있듯이, 소비자이익의 확대도 도모되고 있다.

이번 규제완화를 통해 직접적으로는 석유제품 수입 자유화, 지정지구폐지에 따른 주유소 신규 참여 자유화 등이 진행되었는데, 이를 계기로 석유유통부문 각 사업자의 선택폭이 다양해지고 이를 전제로 한 각자의 의사와 책임에 의한 선택이나 창의적인 연구가 촉진되어 더욱 효율적인 시장의 정착 및 소비자 이익의 확대가 기대된다.

이와 같은 석유유통의 규제완화 및 시장기능의 적극 활용은 특히 '80년대 이후 구미를 중심으로 한 세계 선진국 시장에서 정착되고 있고, 국제석유시장의 발달 상황 등을 보더라도 필연적인 추세가 되고 있다.

과거 일본의 석유정책은 연산품인 석유제품의 국내수급을 안정시키기 위해서 정제능력 등을 갖춘 자에게만 석유제품의 1차공급을 담당하게 했다. 그래서, 석유유통에서도 거래의 계속성, 안정성이 중시되어 시장의 자유로운 경쟁이나 투명성 확보는 그다지 중심적인 과제라고는 여겨지지 않았다.

또, 규제완화 이전의 휘발유가격만 월등히 높은 가격체계하에서 소위 도매가격의 사후조정 등을 배경으로 시장메커니즘의 건전한 기능중 기본적인 내용인 각 사업자의 코스트의식이나 자기책임의식의 양성이 저해되어 온 것이 아닌가 하는 지적도 있다.

이러한 지금까지의 경과를 기초로 석유유통의 투명성을 높여 공정하고 자유로운 경쟁의 정착이나 소비자 이익의 확대를 원활하게 도모해가기 위해서는 규제완화후 1년여 경과한 현시점에서 실제로 시장에서 생기고 있는 변화를 기초로 하면서 행정의 자세 변화에 대해 구체적인 과제에 입각한 형태로 나타냄과 동시에 각사업자가 환경변화에 대한 대응시 고려해야 할 諸 과제에 대해서도 현상황에 입각해 정리한 후 관계자의 공통

적이고 충분한 이해를 신속히 촉진하는 것이 불가결하다.

본 정리에서는 행정차원에서 제도적인 대응이 요구되고 있는 공급원증명제도 및 수출절차에 대해 향후의 대응 방안을 모색함과 동시에 석유유통에 관계된 자가 규제완화후에 직면하고 있는 諸과제에 대해 이 분야의 규제 완화 선진국인 구미의 예를 포함해 조사과제 등을 객관적으로 정리하고, 이에 개개의 사업자 의사와 책임에 의한 선택과 이들을 통한 공정하고 자유로운 경쟁 및 투명한 석유유통의 확보에 기여하고자 한다.

II. 석유유통과 규제완화

1. 규제완화와 향후 대응

일본의 석유산업은 이것을 둘러싼 환경 변화 등을 고려하면서 다른 분야에 앞서 순차적으로 규제완화에 의한 경쟁원리가 도입되어 왔다 (보기 1. 「규제완화의 경위」 참조).

또, 이러한 규제완화와 병행해 석유유통연구회 중간보고(1993년 6월), 석유유통효율화비전연구회 중간보고(1995년 6월)(이하「비전연구회보고」) 등에서 소위 사후조정 등의 불투명한 상관행 폐지에 대한 제언이 나오고 있어 각사업자의 지속적인 대응이 진행되어 왔다.

석유유통에서 더욱 행정의 대응이 요구되는 데는 이하에서 보는 대로 적지 않다. 그러나, 여러 차례에 걸친 규제완화의 성과나 취지를 감안하면 시장의 기능을 통해 해결해야 하는 과제도 적지 않아 각사업자도 이러한 부분에 대한 확고한 의식이 요구되고 있다.

2. 안정공급 확보와 행정의 역할

석유제품은 일본의 경제사회 및 국민생활에 불가결한 기간물자이며, 예전부터 국가정책으로서 그 안정공급 확보에 노력해 왔다. 일본의 취약한 에너지 수급구조로 볼 때 앞으로도 석유제품의 안정공급에는 충분한 정책적인 배려가 요구된다.

따라서, 석유유통의 공정하고 자유로운 경쟁과 투명성의 확보를 검토하는 데에는 석유유통의 안정공급에 대한 요청을 어떻게 파악하는가 하는 점에 대해서 재차 정리해 행정의 역할을 명확히 하는 것이 중요하다.

종래, 석유제품의 안정공급에 대해서는 이하 2개 내용이 포함되어 왔다 (보기 2. 「안정공급과 원매개념에 관한 역사적 경위」 참조).

첫째는 석유제품의 거시적인 공급의 확보이다. 원유의 개발, 수입, 비축이나 그 정제(석유제품의 제조와 그를 위한 원료의 확보) 또는 석유제품 자체의 수입 혹은 비축에 의해 항상, 일본 국내 수요에 맞는 석유제품의 1차공급을 마이크로적으로 확보한다고 하는 것이다.

둘째는 미시적인 배분의 조정이다. 국내시장에 공급된 석유제품이 최종단계에서도 국민생활에서 중요한 분야에 확실히 배분되는 것 등을 매크로적으로 확보한다고 하는 것이다.

석유유통에서 문제가 될 수 있는 것은 미시적 배분이다.

작년 4월의 규제완화에 의해 수입을 포함한 공급의 다양화가 도모되어 앞으로는 다양해지는 선택을 전제로 한 각사업자의 자기책임에 의한 선택이 기대되는 것을 감안한다고 할 때 예를 들면 어느 판매점에서 상시 일정량 이상의 석유제품

공급을 안정적으로 할 수 있는가와 같은 미시적 배분 문제에 대해서는 적어도 평시에는 (주) 시장에 맡겨야 하고 행정은 원칙적으로 이것에 관여해서는 안된다.

(주) 예를 들면, 석유수급적정화법의 「일본 전체에 대한 석유의 대폭적인 공급불안이 생기는 경우」와 같은 긴급시에는 필요에 따라 행정이 석유제품 판매업자에 대한 보유, 매도의 표시, 공급의 알선의 지도 등을 행하는 것으로 되어 있다 (보기 3. 「긴급시에 준하는 사태 등과 시장메커니즘」 참조).

게다가, 거시적인 1차공급에 대해서는 국제석유시장 및 규제 완화후의 일본의 석유산업 동향 등을 주시하면서 긴급시 대응과 함께 향후 검토를 추진해야 한다.

3. 공정하고 자유로운 경쟁 확보를 위한 5개 원칙

안정공급 확보와 행정의 역할에 관한 이상의 정리를 기초라 하면 향후 석유유통에서는 시장기능을 최대한 활용해 공정하고 자유로운 경쟁과 철저한 투명성 확보를 도모함과 동시에 더 한층 효율화와 소비자의 보다 큰만족을 실현하는 것이 무엇보다도 중요한 과제가 되고 있다.

건전한 시장의 기능을 위해 확보해야 할 원칙은 일반적으로 다음과 같다.

① 참여·퇴출의 자유

시장에 대한 자유로운 신규참여, 퇴출이 제도적으로 보장되고,

② 거래처 선택의 자유

각사업체에 의한 거래처의 선택이 각각의 의사와 책임에 의해 이루어지고,

③ 거래조건의 명확화·적정화 (투명성 향상)

가격 및 기타 거래조건의 설정이 개개의 사업자가 합리적으로 비교, 선택할 수 있도록 충분히 명확, 투명함과 동시에 적정한 것이고,

④ 공정경쟁 확보

시장의 경쟁이 가격, 품질, 서비스 등을 축으로 공정하게 시행될 것.

(참고)공정거래위원회 「유통·거래관행에 관한 독점금지법상의 지침」 (이하 「공정거래가이드라인」) (1991년 7월)

일본의 석유제품시장에 관한한 ①의 신규참여, 퇴출의 자유에 대해서는 제도적으로는 작년 4월의 규제완화에 의해 충분한 대응이 이루어지고 있다. 이것을 초월해 신규참여 등의 원활화를 위해 검토해야 할 과제는 ②의 거래처 선택의 자유에서 논의되어야 하는 과제와 서로 중복된다.

그래서, 이하에서는 ②거래처 선택의 자유, ③거래조건의 명확화·적정화 및 ④공정경쟁의 확보의 세 가지 점에 대해서 객관적이고 구체적으로 정리한다.

또, 당연한 것이지만, 이하의 실현에 대해서는 ⑤각사업자의 자기책임이 전제가 된다.

Ⅲ. 각자의 의사와 책임에 의한 거래처의 선택

1. 공급원증명제도

(1) 공급원증명제도와 거래선택의 자유

공급원증명제도란 주유소의 신규등록신청시, 매크로적인 안정공급의 담당자인 휘발유 제조업

자(정제업자) 또는 수입업자에 이르기까지의 거래경로를 분명히 한 서면의 첨부를 요구하는 것이다. 이것은 휘발유 등의 품질확보 등에 관한 법률(品確法) 및 그 전신인 구 휘발유판매업법의 판매업자의 등록절차에서 「휘발유 판매업을 제대로 수행할 능력」의 심사 관점에서 제출을 요구하고 있는 것인데 이것에 의한 평상시의 유통경로의 파악은 긴급시 대응이나 불량품 유통이 발각되었을 때의 신속한 대응에 기여한다는 중요한 의의를 갖고 있다.

(2) 공급원증명제도

공급원증명제도의 취지는 이상과 같은데 원활한 신규참여를 방해한다거나 거래관계의 고정화를 부차적으로 초래하고 있는 것은 아닌가 하는 의심도 있어 긴급시 대응이나 품질확보 차원에서 지장이 없는 한 이것을 폐지해야 한다는 의견이 있다(예를 들면 행정개혁위원회 규제완화소위원회 중간보고(1995년 12월) 등).

전술한 대로 석유유통은 최소한의 긴급시 대응을 제외하고 시장메커니즘에 맡겨야 하는 것을 감안하면 지속적인 제품 조달 능력을 행정은 심사한다고 하는 공급원증명제도가 담당하고 있는 기능에 대해서는 석유제품의 수입이 자유화되어 공급원의 다양화가 착실히 진행되고 있는 오늘날 당사자의 자기책임에 맡겨야 한다.

한편, 긴급시나 불량품이 발각된 경우의 대응에 관해서는 이들의 사태에 대비해 행정은 평상시부터 어느 정도의 유통경로를 파악하는 경우에도 석유유통의 참여, 퇴출이 저해된다거나 각사업자의 선택의 자유가 제한되는 일이 없도록 필요최소한의 정도로만 그쳐야 한다. 구체적으로는 우선 ① 필요한 정보의 수집방법에 대해서는 사

전(신규참여시) 파악에 의한 것이 아니라 기존의 석유업법 또는 品確法의 보고징수규정을 활용한 사후적인 파악으로 그쳐야 한다. 또, ② 그 목적에 비추어 필요한 정보에 대상을 한정해야 한다. 예를 들면, 긴급시의 적절한 대응을 도모하기 위해 행정은 평상시로부터의 基幹的인 경로뿐만 아니라 세부적인 유통경로까지를 완전히 파악하는 것은 요구되고 있지 않을 것이다.

또한, 그 때 등유, 경유, 휘발유와 같은 각 유종간의 유통경로 파악의 정도도 균형 잡혀야 한다.

평상시의 유통경로 파악에 대해서는 기존의 다른 제도와는 필요한 정리를 한 후에 필요 최소한의 범위 내에서 사후적으로 하는 것으로 해야 한다. 그리고 이와 같은 조치가 강구되는 것을 전제로 공급원증명제도에 대해서는 신속히 이것을 폐지해야 한다.

또, 석유심의회 석유부회 긴급시 대책소위원회(1988년 6월)의 보고를 기초로 구축된 석유긴급시 대응정보 네트워크시스템(INSPOC)에 대해서는 그 현실적인 이용 가능성을 점검한 후에 상기의 미시적인 배분에 대한 행정의 관여에 관한 생각을 기초로 하면서 구체적인 활용을 시급히 검토해야 한다.

2. 수출절차의 간소화

(1) 수출승인제의 현황

현재, 석유제품의 수출에 대해서는 이하의 내용이 모두 충족되는 경우에 한해 승인하는 것으로 여겨지고 있다.(외환 및 외국무역관리법의 실시통달)(보기 4 「수출승인제의 경위」참조)

① 국내석유(제품)수급에 영향을 미치지 않는

것이 명확하고 또 장기적으로 국내공급의 제약이 될 우려가 없을 것.

- ② 가격이 별도로 정하는 기준에 적합하고 적절한 수준일 것.
- ③ 상대국의 에너지정책, 국제적 에너지 무역의 동향을 종합적으로 감안해 에너지 무역의 건전한 발전에 지장을 초래할 우려가 없을 것.
- ④ UN안보리 결의 제 792호 및 864호에 반하는 것이 아닐 것.

또, 별도로 정하는 기준으로서 「석유 (제품) 등의 수출가격은 덤핑 또는 그 우려가 없는 적절한 것일 것 (위탁정제의 경우 정제비가 정제프로세스에 맞는 적절한 것일 것)」을 들고 있다.

이들의 요건은 결과적으로 위탁정제 Scheme의 사용에 유도적인 효과를 초래하고 있다.

즉, 우선 위탁정제에서는 정제능력에 여유가 있는 경우에 해외의 사업자로부터의 위탁을 받아 그 성과물인 제품을 국외로 인도하는 것을 전제로 원유를 일본 국내용 공급에 직접 영향을 주는 것이 아니라 상기 ①의 수급요건을 충족시키는 것도 비교적 용이하다. 아울러 ②와의 관계에서도 위탁정제에서는 정제로 收入만을 예정하고 있는 것이기 때문에 석유제품의 수출가격에 대해 덤핑이 행해지는 개연성도 기본적으로 없다.

지금까지의 수출실적을 보더라도 거의 모두가 위탁정제 Scheme에 의한 것이 되고 있고 기타 일반 수출은 거의 행해지고 있지 않다.

(2) 평시의 실질적 자유화 필요성

작년 4월 이후 특석법의 폐지에 따라 석유제품의 수입이 자유화되었다. 이 결과, 일본의 정제업자 이외로부터 석유제품의 조달이 가능해짐과 함께 석유제품수급지도 일본 국내에서는 완결할 수

없는 것으로 되었다. 즉, 일본 국내에서 어느 유종의 공급부족이 생기면 가령, 정제업자가 증산하지 않는 경우에도 석유제품 수입에 의해 충당되는 것으로 되어 있다.

이와 같이 이미 국내시장과 국제시장의 연관이 시작되어 일본의 정제업자는 보다 치열한 국제경쟁에 처하게 됨과 동시에 그 정유공장의 가동에 대해서도 일본 국내뿐만 아니라 해외시장까지 시야에 넣은 기동적인 것으로 해 나가는 것이 불가피하게 되어 있다.

그러나, 일반 수출의 승인을 얻는 가에 대해서 각사업자가 확실한 전망을 얻을 수 없는 경우에는 필요 이상의 재고 수준의 상승이나 이 재고 수준의 상승에 따라 생길 수 있는 코스트증가에 사업자가 꼭 합리적으로 대처할 수 없는 가능성이 높다. 이 경우, 사업자에 의해 기동적으로 합리적 가동수준을 실현하는 것은 기대하기 어렵다.

또 현행제도하에서도 승인되는 개연성이 어느 정도 높은 위탁정제 계획의 활용을 도모하는 경우에 대해서도 위탁정제되는 원유의 확정, 출하에서 정제, 수출에 이르기까지 안전의 성립에 통상 빨라도 1~2개월 정도 요한다고 하기 때문에 국내의 석유제품 공급인여 등의 시장의 상황에 기동적으로 대응하고 재고 수준을 효율적인 수준으로 내리는 것은 기대할 수 없는 상황이다.

향후, 일본 국내의 각 정유공장에서는 경쟁력 강화를 위한 대책 강구가 예상되는데 노력의 실효성을 높여가기 위해서는 정제시설의 가동수준의 합리적인 결정과 시기적절한 제품수출의 실현은 중요하다. 이와 같은 관점에서 현행 수출승인제도에 대해 평시의 수출을 실질적으로 자유화해 수출주체의 자주적인 판단에 의한 시기적절한 수

출을 가능하게 해야 하고 구체적으로 이하의 개선이 선행되어야 한다.

첫째, 가격요건에 대해 덤핑에 해당되지 않는 것을 승인요건으로 하고 앞으로는 수출주체의 자기 책임으로 적절히 대응해 가는 것으로 하고 사전에 행정 승인에 관계된 것은 필요로 하고 있지 않다.

둘째, 수급요건에 대해 앞으로는 이것에 의해 불승인으로 하는 것은 국내수급환경에서 매크로의 안정공급에 중대한 지장이 생길 경우, 즉 석유 위기 등의 긴급시나 국내정유공장의 대규모 재해에 의한 공급능력의 변동 등의 사태만 명확히 한정시켜야 한다.

이상의 조치는 정제업자 이외의 자의 선택의 확대에도 기여하는 것이다.

게다가, 수출승인제도 그 자체에 대해서도 긴급시 대응과 함께 향후 검토를 진행시켜나가야 한다.

3. 관련분야의 규제완화

석유유통에 큰 영향을 미치는 관련분야에서도 현재 여러 규제의 再考 등이 진행되고 있고 각 사업자의 선택지 확대 도모가 기대된다.

예를 들면, 현재 관계 省廳에서 유인셀프서비스방식의 주유소의 안전성이나 주유소의 제품하역시의 입회 의무 완화, 석유콤비나트 등 재해방지법 관계 규제완화 등의 가능성에 대한 검토가 진행되어 자동차의 검사 및 점검정비, 위험물 적재차량의 水底터널 등의 통행규제 전망의 검토도 추진하고 있다. 이들의 안전에 관한 분야에서

도 안전의 확보에 지장이 없는 한 운용기준의 명확화를 확보하면서 규제완화를 추진해 가는 것이 기대된다. 또, 석유유통 효율화의 관점에서는 내항해운업자의 船腹조정제도의 계획적 해소, 내항탱커 운임협정의 폐지 등에 대해서도 그 착실한 실시가 기대된다.

또, 선택지 확대 관점에서는 주유기 등의 관련 기기의 기준인정, 표준화 등도 중요하다.

4. 규제완화의 의의와 각사업자의 대응

이상의 규제완화는 각사업자의 선택지 확대에 기여하는 것이고 각사업자에서도 더 한 층의 효율화를 도모하는 관점에서 각각의 의사와 책임에서 최대한으로 활용하는 것이 기대된다.

그 때, 상관행 및 상표의 두가지 점에 대해 충분히 유의할 필요가 있다.

(1) 사후조정 등의 상관행

석유유통에서는 계속적인 거래관계가 많이 나타나고 있는데, 기존의 거래 관계를 계속하기 위해 신규참여를 공동으로 저지하는 경우나 거래처에 자기와의 거래를 계속하게 하기 위해 자기의 경쟁자와의 거래를 제한하는 조건을 붙이는 경우에는 이러한 계속적인 거래가 자유롭고 자주적인 선택의 결과라고는 할 수 없어 獨禁法上 문제가 될 우려가 있다.

또, 리베이트 (보조·인센티브, *Discount*, *Allowance* 등을 포함)에 대해서도 불명확한 기준하에서 재량적으로 공여될 경우, 특히 그것의 중단에 의해 구매자측의 경영에 미치는 영향이 큰 경우에는 역시 獨禁法上 문제가 될 우려가 있다.

경쟁제품의 취급을 제한하는 점유율 리베이트(주1)나 현저하게 누진적인 리베이트(주2) 등도 마찬가지이다 (공정거래 가이드라인 참조)(보기 5. 「상관행과 계열구속」참조).

(주1) 자사상품의 취급액의 동종상품 전체의 일정 이상의 비율에 적합한 경우에 공여되는 것.

(주2) 자사제품의 취급액 등의 증가에 대해 누진적으로 공여되는 것으로서 자사제품을 타사제품보다 우선적으로 취급하게 하는 효과를 갖는 것.

이와 같은 리베이트는 그 형태 여하에 따라서는 거래처 선택의 자유를 제한하는 배타적 거래에 연결될 우려가 있기 때문에 「상관행 개선의 기본적 방향에 대해서」(1990년 6월 산업구조 심의회유통부회·중소기업정책심의회유통소위원회 중간담신(이하「중간담신」))에서도 「계열유지적 리베이트의 자숙 등의 노력이 기대된다」라는 지적이 나오고 있다. 석유유통에서 과거 일반적으로 시행되고 있던 소위 도매가격의 사후조정에 대해서도 이러한 효과가 생길 우려가 없다고는 할 수 없을 것이다.

(2) 상표와 거래처의 선택

① 상표보호의 의의와 유의점

거래처 선택의 자유와의 관계에서는 상표보호도 중요한 테마이다.

상표는 일반적으로 자타상품 식별기능 외에 품질보증기능, 광고선전기능을 갖는 것으로 여겨지고 있어 '무임승차'가 생기지 않도록 상표법에 의한 보호가 인정되고 있다.

상표법상의 권리행사는 일본 獨禁法上도 명시적으로 적용 제외라고 여겨지고 있지만(제 23

조), 각사업자가 각자의 의사와 책임에 의해 거래처를 선택해나가기 위해서는 상표보호와 거래처 선택의 자유라는 두가지 요청의 조화를 구체적인 형태로 도모해 가는 것이 중요하다. 즉, 상표보호라는 이름하에 거래처 선택의 자유가 부당하게 제한되어서는 안 되지만 동시에 거래처 선택의 자유라는 이름아래 상표의 적정한 보호가 방해되어서는 안 된다.

② 구미의 사례

일본에서는 종래 석유제품의 상표보호에 대해 판례의 축적이 별로 없어 구체적인 지침은 아직 형성되어 있지 않다. 이 배경으로는 特石法 폐지 전에는 국내에서 유통되는 석유의 대부분이 국내의 JIS 인정 정유공장에서 정제된 상품이고 또, 거래의 계속성, 안정성이 중시되어 온 것 등을 들 수 있다.

그러나, 향후 석유유통의 공급원이나 업태의 다양화가 예상되는 가운데 특히 소비자에 대한 품질보증 등의 면에서 엄격한 브랜드 관리의 중요성은 늘어나고 있는 것으로 생각된다. 그래서, 상표보호를 목적으로 한 거래처 선택자유 제한이 어느 정도까지 허용되는가에 대해서 구체적인 형태로 정리하는 것이 요구되고 있다.

이 점에 대해서 예를 들면 미국에서는 상당한 판례의 축적 등이 있어 상표가 갖는 국제적인 성격을 감안하더라도 이것들을 참고로 하는 것이 유용하다.

미국의 판례 등에서는 휘발유 등의 석유제품에 대해서 상표하에서 다른 상품의 혼입을 엄격히 제한할 수 있는 것으로 되어 있다. 이와 관련된 제한에 반하는 것은 절차등에 대해 일정한 제약은 있지만 계약의 해약사유까지 될 수 있다.

(주 1) 미국의 레드對셀사건 (1976년), 하모對 셀 사건 (1982년), 파워테스트석유유통對 카르크사건 (1985년) 등에서는 상표보호를 이유로 하는 배타적 구속은 獨禁法에 위반되지 않는 것으로 여겨지고 있다.

또, 미연방법인 석유거래실무법 (PMPA)에서는 상표보호위반은 명시적으로 계약의 해약사유가 되는 것으로 여겨지고 있어 그 운용은 혼입량이 미량이었다거나 (오오데對 모빌사건 (1995년)), 악의가 없다 (갈더헤스對 아모코사건 (1978년))등의 경우이더라도 상표권 침해라고 여겨지는 등 극히 엄격하다.

(주 2)상표관리의 단위에 대해서도 계약에서 명확히 되어야 한다. 소비자에 의한 식별용이성 등의 관점에서는 풀사인마다로 하는 생각도 있을 수 있겠으나, 한편 미국에서는 과거 보거슨對 걸프사건 (1977년) 및 보거슨對 셀사건 (1987년)등에서는 Licensee에 의해 지하탱크와 계량기가 각자 부담으로 별도 설치되고 또 풀사인에 걸린 상표의 석유제품의 판매가 해당 주유소의 대부분을 차지하는 등의 조건이 충족되는 경우에는 타사 제품의 취급과 풀사인에 걸린 상표의 보호는 양립할 수 있는 것으로 여겨졌다. 이들의 판례를 기초로 현재의 미국에서는 주유소의 비용부담에 의해 지하탱크와 계량기를 별도 설치하는 등의 일정 조건하에서 타사 제품의 판매를 인정하고 있는 예도 있다.

단 Licensee가 Licensee에게 대략적인 거래조건을 제시하는 경우에는 라이선스에 의한 타사 제품구입, 판매는 결과적으로 거의 행해지고 있지 않다고 한다.

(주 3)상표권리 그 자체에 관한 움직임은 아니지만 미국에서는 석유제품 판매업자가 중심이 되어 1980년대 후반부터 90년대 전반에 걸쳐 연방, 주 쌍방의 수준에서 계약상 복수거래를 파는 쪽이 받아들이는 것을 법적으로 의무화하려고 하는 Open Supply법을 제정하려는 시도가 있었지만 오늘날

까지 성공하고 있지 못하다.

또, EU 규제에서는 윤활유 등을 제외한 수송용 연료인 석유제품의 공급에 따른 배타적 구속계약이 (소위 「블록면제」로서) 일정 전제하에 명시적인 독금법의 적용이 제외되어 있다 ((참고) 영국 공정거래위원회 견해 (1990년2월), 영국 옛소對 해퍼즈컬리지사건 (1968년) 등).

이들 법령, 판례 등에서 보는 대로 구미에서는 휘발유 등에 대해서 상표의 엄격한 관리가 일반적으로 인정되고 있다. 또, 실제로 메이저 등의 Licensor에 있어서도 그 엄격한 관리를 통한 브랜드 이미지의 유지, 향상에 노력하고 있다.

이러한 상표의 엄격한 관리는 소비자 이익과의 관계에서도 사회적, 도의적으로 의의가 있다고 할 수 있다. 즉, 소위 TBA (타이어, 배터리, 액세서리)나 윤활유와는 달리 (cf. 스미스對 모빌사건 (1987년), 휘발유 등의 석유제품은 ① 유체가기 때문에 게다가 용기 등에 밀봉된 패키지로 취급되는 것보다 벌크상으로 취급되는 것이 일반적이므로 그 자체에 상표를 부착하는 것은 불가능하다. 그렇기 때문에 ② 제품간의 객관적 성상의 차이가 적다는 문제도 있어 유통단계에서의 혼입이 쉽다. 예를 들면, 본래는 있어서는 안되는 것이지만 경유에 대한 등유와 같이 주변 유종의 혼입도 있을 수 있다. 더욱이, ③ 이러한 혼입의 유무를 의견상 판별하는 것은 어렵고 성분 분석도 쉽지는 않다. 또, ④ 예를 들면, 자동차용연료로서 사용되는 경우를 생각하면 확실하지만 혼입등이 원인이 된 사고의 영향은 커질 가능성이 있다.

한편 ⑤ 상표가 소비자가 입수 가능한 사실상 유일한 정보가 되는 점도 적지 않다. 따라서, 석유제품 상표의 엄격한 보호는 그것이 적절하게

행해지는 한 소비자이익 등과의 관계에서 오히려 적극적으로 평가해야 한다 (보기 6. 「상표와 獨禁法」 참조).

③ 일본의 대응방안

규제 완화 후 일본의 석유유통에서 각사업자가 상표보호에 관한 계약을 체결하려고 할 때는 이상의 구미의 예도 참고로 하면서 이하의 점들을 기초로 각자의 의사와 책임에 의해 적절한 판단을 해야 한다.

첫째, 상표가 품질보증기능 등을 갖는 것을 감안해 보면 그 적절한 보호는 사업자의 책무이기도 하고, 특히 일반 소비자와의 관계에서 그 적극적인 보호가 사회적, 도덕적으로도 요구되고 있다고 할 수 있다.

한편, *Licenser*가 상표권 보호를 위해 *Licensee*의 거래선택의 자유를 제한하는 경우에는 다른 거래조건등도 종합적으로 감안해 쌍방에 있어 매력적, 합리적인 거래조건이 설정이 행해지는 것이 이와 같은 거래가 선택되는 당연한 전제이다.

둘째, *Licenser*는 그 보호에 있어서는 자의적인 운용을 배척하고 공정하고 공평한 거래조건 적용 등을 도모해야 한다. 예를 들면, 특정한 자에 대해서는 사전판매제품을 포함한 다른 상품을 자신의 상표하에 취급하면서 다른 자에 대해서는 이것을 엄격히 제한하는 것은 거래조건 또는 실시의 차별적 취급 등과의 관계에서 문제가 있다.

셋째, 상표관리의 단위 등도 당사자간에 결정되어야 할 문제이다.

상표관리는 사업자 단위에서 행할 필요는 없고 따라서, 적어도 복수의 주유소를 운영하는

*Licensee*는 상표보호와 거래처의 다양화를 양립시킬 수 있다. 또, 미국의 판례·일부의 계약에서 나타나듯이 *Licensee*의 선택에 의해 폴사인에 특정 상표를 내건 경우에도 주유소의 비용부담에 의한 탱크 분리 등의 전술한 요건을 충족시킨 후에 그 주유소 안의 일부 계량기에서 폴사인과는 다른 브랜드 또는 휘발유 등을 그 뜻을 명시하면서 판매하는 것은 즉시 상표권 침해에 해당된다고는 할 수 없다고 생각된다.

어쨌든, 쌍방 합의로 정해진 계약의 내용에 의해 규제되어야 하는데 계약내용을 인정하는데 있어서는 어디까지나 법적으로 적정한 것으로 합과 동시에 소비자의 편리성을 제일로 생각해야 한다.

넷째, 구매자 측에는 자기 *Private Brand*의 활용에 의해 적어도 상표면에서는 구매의 자유를 보호한다는 선택도 있다. 이 경우, 소위 *National Brand*의 제공에 따른 안정조달, *Retail Support*, 품질보증 등의 제기능에 의존할 수 없게 되지만, 예를 들면, 품질보증에 대해서는 品確法の 표준 품질표시제도 (소위 *SQ*마크제도)의 적극적인 활용을 검토하는 것도 가능하다.

또, 소위 *National Brand*의 *Licenser*도 그 브랜드의 경제적 가치를 높여 다른 제품과의 차별화에 노력하고 있다. 석유제품에 대해서는 제품 차별화가 곤란한데, 한편에서 미국의 유통활용의 예에서 전형적으로 나타나듯이, 브랜드 이미지의 확립에 의해 수량적인 세어 확보와 브랜드의 고부가가치화의 양립에 성공할 수 있다고 하는 지적도 있다. 또, 이러한 브랜드의 고부가가치화를 지향할 경우, 예를 들면, 유럽 일부의 사업자가 채용하고 있는 제 2브랜드의 활용이나 비브랜드와의 적절한 사용 등에 의한 브랜드의 차별

화 전략이 유효한 경우도 있을 수 있다 (보기 7. 「상표와 바터」 참조).

IV. 적정한 기능분담과 거래조건의 명확화·적정화

1. 효율적이고 명확한 기능분담의 필요성

공정하고 자유로운 경쟁이나 석유유통의 투명성을 확보하기 위해서는 각각의 거래에 있어서도 가격과 기타 거래조건이 합리적인 비교·선택이 가능해지도록 명확하고 적정하게 설정되는 것이 중요하다. 전술한 중간담신에서도 「당사자간에 거래의 기준, 룰, 코스트의 부담관계를 사전에 명확히 해 둘 필요」가 있다고 하는 지적이 나오고 있다는 부분이다.

그리고 가격과 기타 거래조건을 구체적으로 확정해 가는 데 있어서는 거래 당사자간에 여하한 기능분담이 행해지고 있는가를 명확히 하는 것이 유익하다.

구미의 석유유통에서는 막연하고 계속적 관계가 유지되어 기능분담이나 거래조건의 구체적인 내용의 명확화·적정화보다도 거래처와의 신뢰관계와 다른 주체와의 관계가 중시되는 경향이 있었다는 지적이 있다.

그러나, 향후 여러 차례의 규제완화를 기초로 각사업자의 창의연구에 의해 거래관계의 기능분담에서도 다양한 방안이 모색될 것으로 생각된다.

또, 규제완화에 의한 경쟁의 격화에 대응하기 위해서는 각 유통 단계에서 각각의 사업자가 담당하는 제기능에 대해 無用의 중복을 배제해 당사자간 또는 제3자와의 사이에서 효율적인 분담

을 통해 유통비용의 절감을 도모하는 것이 요구되고 있다.

이러한 다양화 및 효율화의 요청에 대한 구체적인 대응에서는 거래처와 어떠한 보완관계를 구축해 상호 여하한 책임을 다하는가 하는 시점에서 종래의 경위에 구애되지 않고 각사업자에게 있어 각자 담당해야 할 기능의 선택이 각자의 의사와 책임에 의해 자유롭게 행해지는 것이 된다.

즉, ① 제품을 안정적으로 조달하는 기능, ② 취급상품·서비스 Line Up을 고객의 요구에 맞게 하는 기능, ③ 自他상품 식별기능, 품질유지기능, 광고선전기능을 통해 소비자에 의한 긍정적인 인식을 간단한 형태로 촉진하는 등의 브랜드기능, ④ 상품·서비스에 관한 전문지식, 정보의 제공, 업무개선에 관계된 노하우 제공 등의 Retail Service기능, ⑤ 정보기능, ⑥ 금융기능, ⑦ 물류기능, 주유소 시설 등의 제공기능 등의 석유유통의 주요 기능에 대해 다양한 선택지를 의식한 후에 다시 그 분담을 효율적이고 명확히 결정하는 것이 요구되고 있다.

또, 이들 제기능에 대해 각자에 의한 보유나 공동사업에 의한 강화를 도모한다거나 제3자에 Out Sourcing하는 것에는 거래처에 대한 의존도를 낮춰 선택의 폭을 넓히는 것이 된다는 면과 한편에서 無用의 기능중복을 초래할 경우에는 전체적으로 코스트 절감의 방해가 될 가능성도 있다는 두가지 면이 있다. 각사업자에 있어서는 이러한 장단점을 종합적으로 감안해 각자 수행하는 기능, 거래처 또는 제3자에게 맡기는 기능의 취사선택을 해야 한다.

어쨌든, 이러한 유연한 기능선택은 일본 석유유통의 업태의 다양화에도 연결될 것이다.

그 때, 어떻게 소비자의 지지를 얻는가라는 시

점이 중요하다.

2. 거래조건인 명확화·적정화 필요성

(1) 기능분담 등을 기초로 한 거래조건인 명확화·적정화

각사업자는 거래에 있어 기능분담의 구체적 내용을 기초로 한 후에 가격과 기타 거래조건을 사전에 쌍방향의 시 구체적으로 명확히 해야 한다. 이것은 전술한 대로 공정하고 자유로운 경쟁과 석유유통 투명화 확보의 대전제이다.

그때, 거래조건이 전체적으로 쌍방에 있어 매력적, 합리적인 것이라는 것이 각각에 의한 거래선택의 당연한 전제가 된다.

규제 완화 후의 역사가 긴 구미에서는 다양한 거래형태를 볼 수 있다. 예를 들면 ① 커미션계약(영업위탁계약)에서는 상표보호 등을 위해 판매업자는 구매처 선택의 자유를 제한받는데 Licensor인 제품공급원이 최종소비자가격 변동 리스크를 전면적으로 담당하는 것으로 여겨지고 있고 기능분담, 리스크 대응에 대해서는 명확성이 사전에 도모되고 있다.

② 통상적인 프랜차이지와 프랜차이지와의 관계에서도 상표보호를 위한 배타적인 거래제한을 하는 경우에는 Retail Support 충실이나 빈번한 도매가격정책 등의 실시를 통해 최종소비자가격 변동 리스크에 대응하고 있는 예도 많다. 이것도 기능분담과 리스크대응이 사전에 규정화되어 있는 일례라고 할 수 있다. 또, ③ Retail Support나 금융 등의 기능제공을 동반하지 않은 단순한 제품공급계약 등도 있다. 이 경우, 거래처 선택의 자유가 제한되지 않는 것이라면 제품공급을 받는 자가 최종소비자가격의 변동리스크를 부담하게

된다(보기 8. 「미국의 시장동향」 참조).

일본에서도 거래당사자간에 보완관계와 상호 책임분담의 정비를 하면서 거래조건인 명확화·적정화를 도모해야 한다.

또, 소비자와의 관계에서도 거래조건인 명확화는 중요하다. 어느 조사(주)에 의하면 '가격'은 소비자에 의한 주유소의 선택기준으로서 '장소'의 편리성 다음으로 중시되고 있다.

이것을 보면 비전연구회 보고에서 지적되고 있는 대로 「소비자의 '안심'이나 '신뢰'라는 가장 기본적인 요구에 대한 대응을 중시하고 있다는 상징」으로서 주유소 가격표시의 지속적인 실시는 중요하다.

(주) 「특석법폐지에 따른 휘발유·경유에 관한 물가모니터에 대한 의식조사 및 가격조사결과」(1996년 11월5일 경제기획청 물가국)

(2) 실질적인 가격에 영향을 미치는 거래조건인 명확화

경쟁이 가격에 집중되기 쉬운 석유제품에서는 가격이 가장 중요한 거래조건인데, 여러 거래조건 가운데에는 형식상 가격 그 자체에는 해당되지 않지만 실질적으로는 가격으로 볼 수 있는 것이 있는데 이것은 매우 중요하다.

즉, 판매촉진을 위한 리베이트나 구매자가 판매자의 판매시설의 대여를 받고 있는 경우의 리스료의 구체적인 내용 여하에 따라서는 소위 명목적인 가격과 실질적인 가격 사이에 괴리가 생길 수 있다. 따라서, 이 명목가격과 실질가격의 차인 리베이트 등의 지급기준이 사전에 명확화되어 있지 않은 경우에는 합리적 가격의 비교, 선택이 곤란해질 우려가 있다. 또, 가격에 직접 반

영되지 않은 인재의 파견과 기타 거래조건에 대해서도 그 상황 여하에 따라서는 이것과 마찬가지로의 효과가 생길 가능성이 있다.

따라서, 명목적인 가격 이외의 거래조건에 대해서도 사전에 명확히 하는 것이 중요하다.

구체적으로는 소위 도매가격의 사후조정 폐지 문제가 중요하다.

이 사후조정은 각사업자의 코스트의식과 자기 책임의식의 희박하나 경영 전망의 불명확화 등과 결부되어 있는데 예를 들면 비전연구회보고에서도 석유유통효율화의 최우선과제로서 시급히 시정되어야 한다는 지적이 나오고 있다. 각사업자들은 이러한 내용들을 기초로 사후조정의 폐지에 노력해 온 점도 있긴 하나 규제완화에 의한 경쟁 촉진효과를 실효성있게 그리고 건전한 시장메커니즘 정착을 위해 앞으로도 철저한 추진이 이루어져야 한다.


석유유통에서는 이 외에도 각사업자가 소위 신설보조·轉籍보조 폐지 등에 노력하고 일정 부분 성과가 있긴 하지만 향후에도 명확한 거래조건 정착에 더욱 노력하여야 한다.

또 이상과 같은 거래조건 명확화를 위해서는 사전에 쌍방의 매력적, 합리적인 거래조건 설정이 전제가 된다.

이러한 거래조건 명확화는 예를 들면 리베이트의 지급기준이 명확해지는 경우, 제공된 메리트의 최종소비자가격에 대한 원활한 반영이 이루어져 소비자이익의 확대가 도모될 것으로 기대된다. 경품 등의 지급보조를 대신해 명확한 기준에 기초한 도매가격의 인하가 시행되는 경우에는 그 최종소비자가격에 대한 원활한 반영이 기대된다. 또, 개별거래마다 거래조건 조정코스트를 경감하는 성과도 있을 수 있다.

미국에서는 후술하게 될 로빈슨 팻맨법하의 경험에서 각사업자는 합리적인 설명이 곤란한 가격

차나 기타 거래조건 차이의 설정에 신중헌데 일본 사업자도 자주적으로 명확하고 합리적인 거래조건 설정에 노력해야 한다.

더우기, 호주에서는 물류코스트 상당분, 보험료 상당분, 도매가격의 공개가 요구되고 있는데, 이와 같은 대응에는 각사업자가 도매가격 이외의 다른 거래조건에 대해서도 적절한 배려를 지불할 수 있게 하는 효과가 있다. <계속> 

용어풀이

HBS

시티폰을 집에서 무선전화기로 사용케하는 장치

시티폰을 가정에서 무선전화기로 사용할 수 있도록 하는 장치. 일종의 Home Base Station (가정용 기지국)이다.

공중전화박스 등에 설치된 시티폰 기지국을 안방으로 옮겨놓은 것으로 볼 수 있다.

일반 무선전화기를 CT-0로, 9백MHz 무선전화기를 CT-1으로 볼때 HBS는 CT-2에 해당한다. 기존 9백MHz 유무선 전화기가 아날로그 방식인데 비해 HBS는 한단계 발전한 디지털 방식을 사용하므로 음질과 통화안보면에서도 뛰어나다.