

# 기자가 본 국내 정유산업



민 병 호

〈 서울경제신문 산업부 기자 〉

**민** 저 오늘 이자리를 마련해 주신 홍찬기 부회  
장님을 비롯한 협회 관계자 여러분과 국내  
정유업계를 짊어지고 계신 정유사 업무담당  
임원여러분께 깊은 감사의 말씀을 드립니다. 오늘 이 자  
리와 같은 세미나는 여러 곳을 출입하는 기자 입장에서  
는 매우 특별한 의미로 받아들이고 있습니다. 언제나 많  
은 것을 알고 있는 양 행세하지만 실제로는 곁핍기에도  
바쁜 것이 우리 기자들의 실상입니다. 이런 상황에서 오  
늘 이 자리는 극히 작은 부분이지만 자신이 맡고 있는  
산업을 한 번쯤 들여다 볼 수 있는 좋은 기회를 마련해  
주고 있다는 점입니다.

출입 1년여의 짧은 기간동안 눈에 비친 정유산업을  
이야기 한다는 것은 베테랑이신 협회나 업무담당 임원께  
는 속된 말로 「공자 앞에서 문자를 쓰는 격」이겠지만  
업계 관계자가 아닌 제 3자의 눈에 비친 자신의 모습을  
본다는 생각으로 들어주시기를 기대하면서 제 의견을 말  
씀 드리고자 합니다.

우리 석유산업은 올해를 기점으로 개방화를 위한 본  
격적인 행보가 시작됐습니다. 지난 1월 가격자유화가 실  
시됐고 2년 뒤에는 시장 전반에 걸쳐 있던 빗장이 모두  
풀어질 것입니다. 저는 이런 과정을 어린 아이가 성장해  
이제 부모곁을 떠나고 있는 시점과도 같다고 생각합니  
다. 정부의 보호라는 커다란 그늘 아래서 성장의 가도를  
달려오다 이제 개방화의 물결에 스스로를 내맡기고 있는  
것과도 같다는 것입니다.

그러나 부모의 그늘을 벗어난 바깥 세상은 예상밖으

로 험난한 것 같습니다. 정부 통제에서 벗어난 국내 정유업계는 벌써부터 적지 않은 혼란을 겪고 있습니다. 정유업계는 가격 자유화 실시 불과 3개월여만에 양편으로 갈리고 말았습니다. 이달초부터 후발사인 쌍용과 한화, 현대정유가 일제히 값을 내려 시장을 과점하고 있는 유공, LG정유에도 전장을 내밀었습니다. 휘발유 시장은 벌써부터 뺏고 빼앗기는 경쟁이 시작되고 있습니다.

이런 모습은 여러분들 중 절반은 원했던 것이고, 나머지 절반은 우려했던 일일 것입니다. 이런 이유 때문에 국내 정유업계에는 항상 두가지 대립적인 논리가 존재했고, 출입하는 기자 입장에서는 어느 편도 들 수 없어 난감한 적이 한 두 번이 아닙니다. 이것은 마치 닭이 먼저냐 달걀이 먼저냐와도 같은 논쟁이기도 합니다.

여기서는 어느 쪽이 옳고 어느 쪽이 그렇지 못하다는 저의 의견은 잠시 뒤로 미루겠습니다. 제가 보는 우리 정유산업에 대한 설명을 먼저 드리고자 합니다.

국내 정유업계는 아직 부모 품을 갓 떠난 아이와도 같은 미숙함이 여전하다고 생각합니다. 정유업계의 경영자들은 정부의 보호 아래서도 경쟁이라는 생존의 법칙은 배웠지만 공존을 위한 협력이라는 더 중요한 법칙은 아직 터득하지 못하고 있다는 점입니다.

원유를 전량 산유국에 의존하고 있는 국내 정유산업은 몇 가지 점에서

특징을 갖고 있습니다. 원유를 들여와 정제를 거쳐 판매하고 있는 국내 정유산업은 부가가치가 정제과정에서 시작돼 노동의 부가가치 창출이 극히 제한적이라는 점입니다. 때문에 정유산업의 경쟁력은 정제과정에서부터 시작됩니다.

석유제품은 또 원재료비의 구성비율이 높고 회사별 원가구조 적용에 따른 가격 차별화 가능성이 크지 않습니다. 특히 산유국을 제외한 대부분의 국가들이 정유산업은 자국수급 안정을 우선하는 전략산업이란 점입니다. 그래서 국내 정유산업은 외국업체에 대해 공격적 측면 보다는 방어적 측면이 더욱 강하고 시장 개방 시에는 원유공급과 정제능력이 앞선 미국이나 싱가포르 등에 비해 경쟁력에서 뒤쳐질 수밖에 없는 취약한 구조를 갖고 있습니다. 따라서 이런 점을 근거로 할 때 우리는 당장 지금 보다는 눈을 들어 시장개방이 이루어지는 2년 후를 먼저 생각해야 합니다. 지금 당장의 시장 점유율 보다도 더욱 중요한 것은 본격적인 시장 개방이 이루어졌을 때 밀려 들어올 외국 메이저들에 대해 어떻게 우리시장을 방어할 것이냐를 먼저 생각하자는 것입니다. 이 문제에 대해서는 여러분이 모두 한 편일 것이라고 생각합니다.

시장개방 후 외국 메이저 석유회사들과 우리 정유업계의 경쟁력의 차이점은 무엇이겠습니까? 기름 한 방울 나지 않는 국내업체로서는 원료공급

등과 같은 상류부문 보다는 유통과 물류부문에서 유리할 것이라는 것은 여러분 모두가 더 잘 아는 사실입니다.

특히 원유공급력을 갖추고 있고 정제시설면에서 우리나라 보다 월등한 능력을 갖추고 있는 외국업체들은 자국의 수요를 충족하고 남는 잉여 생산물로 국내시장에 진출하기 때문에 원가경쟁력에서는 국내 업체들 보다 월등하게 앞서 있을 것으로 생각합니다.

결국 시장 개방 후 외국업체에 대응할 수 있는 우리나라의 무기는 유통과 물류부문일 것입니다. 따라서 시장 개방 후 공통의 적들을 이길 수 있는 길은 원유공급과 정제시설에서 외국업체들이 가진 경쟁력을 우리의 강점인 유통과 물류부문에서 어느 정도 커버할 수 있느냐가 성패를 가늠하는 잣대가 될 것입니다. 이를 위해 국내 정유업체들이 해야 할 일은 우리의 강점인 유통과 물류부문을 더욱 강화하는 것입니다.

물류부문에서는 비용절감을 위한 선행투자가 이루어져야 할 것입니다. 송유관공사가 발족된 것도 이런 이유에서 일 것입니다. 그러나 아직 해야 할 일은 많습니다.

먼저 국내 정유생산시설은 모두 울산, 대산 등에 집중돼 소비자와 크게 떨어져 있습니다. 이를 커버하기 위해서는 고속도로와 항만 등과 같은 물류시설의 확충도 중요하지만 더욱 중요한 것은 저유소를 확충하는 것입

니다. 그렇지만 최근 건설되고 있는 저유소는 모두 업체별로 이루어지고 있어 수요와 저유소 공급능력간에는 괴리현상이 생겨나고 이것은 곧 국가적 낭비요인으로 지적되고 있습니다. 그러나 이런 저유소 건설에서 국내 정유사들이 공동의 노력을 기울인다면 물류부문에서 비용을 대폭 절감할 수 있을 것으로 생각합니다.

이런 점에서 국내 정유업체들은 경쟁만 할 것이 아니라 필요에 따라서는 경쟁사간에도 전략적 제휴가 절실히 요구되고 있습니다. 이미 일본과 같은 외국에서는 이같은 전략적 제휴가 성공을 거두고 있는 것으로 알고 있습니다.

유통부문 역시 마찬가지라고 생각됩니다. 외국업체와의 경쟁이란 측면에서 국내 정유사들은 유통부문에서 많은 장점을 갖고 있습니다. 아이러니컬하게도 국내 정유업체가 유통망에 깔아놓은 5조원에 달하는 유통자금이 커다란 위안이 되고 있습니다. 외국 메이저들이 국내에 진입하기 위해서는 많은 비용을 부담해야 하기 때문에 현재 깔려있는 유통자금은 좋은 방패가 되고 있는 것입니다.

이런 점을 감안하면 외국의 대형 메이저와의 경쟁을 앞둔 시점에서는 현재 5시간 벌이고있는 가격경쟁은 사실상 무의미한 것이라고 생각되어 집니다. 특히 대재벌그룹의 배경을 업고 있는 국내 정유업체들의 실정을 감안할 때 시장의 재편을 위한 가격경쟁은 사실상 불가능에 가깝다는 점

도 부정할 수 없는 사실입니다. 가격경쟁에 모두가 뛰어들 경우 호락호락 물러설 업체는 없을 것으로도 보여 집니다.

때문에 시장개방 이라는 대전제를 깔고 말한다면 가격경쟁 보다는 서비스의 질적 향상을 위한 경쟁이 더욱 바람직한 것이 아닌가 합니다. 왜냐하면 서비스 경쟁은 반드시 자금력과 비례하는 것이 아니기 때문입니다. 질적 서비스는 앞선 경영 시스템과 인적자원의 총회에서 이루어지는 것입니다.

국내 업체간 경쟁을 통해 서비스의 질적향상이 이루어졌을때에는 외국 메이저들이 국내 진출할 때 그들이 가진 앞선 경영 서비스기법을 무력화시킬 수 있을 것입니다.

그러나 그렇다고 해서 현재 정유업체들이 벌이고 있는 가격경쟁은 바람직하지 않다고 나무랄 수는 없습니다. 시장 점유율 확대를 위한 국내 시장에서의 경쟁은 막아야 할 아무런 이유가 없다고 봅니다. 자유화의 물결을 타고 이루어지고 있는 가격경쟁은 만년 약자라는 멍에를 씌운 후발주자들에게도 판도 재편을 위한 좋은 기회가 될 것입니다.

소비자들의 입장에서 가격인하라는 당장의 이익 외에도 서비스의 질적향상이라는 커다란 혜택을 가져올 것으로 생각됩니다. 또 경쟁을 통해 국내 정유사들은 강한 경쟁체질로의 개선과 함께 시장구조의 재편이라는 긍정적인 측면도 없지 않습니다.

다만 여기에는 개방 후 밀려올 외국의 메이저에 대응이란 대승적 측면을 생각하고 제살을 깎을 정도의 과도한 경쟁이 되어서는 안된다는 점을 전제로 하고 있다는 것입니다.

결론적으로 말한다면 국내 정유업체가 급변하는 경쟁환경에서 살아남기 위해서는 경쟁과 협력이라는 이율배반적인 두 가지를 모두 행할 수 있는 성숙된 자세가 필요하다는 것입니다. 특히 가격자유화가 답합이나 과열경쟁을 통해 경쟁기업을 따돌리는 기회로만 인식해서는 더욱 안 될 것입니다.

국내시장이라는 무대에서는 한 치도 양보할 수 없는 치열한 경쟁을 불사해야겠지만 개방 후 밀려올 외국메이저들을 향해서는 협력할 수 있는 대승적인 자세가 있어야 할 것입니다. 이를 위해서는 많지 않은 경쟁사들의 대표들이 모여 앉아 스스로 공정한 틀을 만들 수도 있을 것입니다.

업계와 관계자 여러분의 무한한 발전을 기원합니다. 대단히 고맙습니다. ♪

용어해설

### 입방피트 (Cubic Feet)

보통 cft로 생략하여 쓴다.  
1Foot 입방체적 즉 1입방 Foot (1.1331 입방 Meter)를 1cft라 한다.

용적 Ton(Measurement ton)에서는 40Cubic Feet를 1Ton으로 한다.