

국내 석유제품 현물시장 동향

글 · 윤현태 | 한국석유공사 국내조사팀 과장

개요

현물시장이란 개념은 생소하면서도 전혀 낯설지 않은 표현이다. 아마 이는 일상생활에서 자주 접하고 있는 주식시장이나 국제원유가격에 민감하다 보니 그렇게 되지 않았을까 하는 생각이 든다.

석유제품시장에서 현물시장이라 함은 현금을 매개체로 하여 석유제품이 거래되는 시장을 말하며, 이들 현물을 취급하는 대리점을 업계에서는 현물대리점이라 칭하고는 있으나 공식적으로 현물대리점이란 존재하지 않는다.

하지만 업계에서는 현물을 생각하지 않고서는 영업을 할 수 없을 정도로 일반화되어 있으며, 이러한 현물시장은 오래전부터 관행처럼 존재해 왔다. 즉 자유경제시장은 시장과 수급논리에 따라 형성되기 때문에 저가 구매시장은 항상 존재할 수 있기 때문이다.

1998년 정부는 덤핑유와 부관 등 현물로 인하여 문란해진 석유유통시장을 정상화시키기 위하여 중간유통업자(중상, 대형부판업자)들에 대한 강력한 세무조사를 실시함에 따라 이들의 활동반경이 축소되었다. 한편 정부는 이들 중간 유통업자들을 양성화시키기 위하여 석유사업법을 개정하여 대리점 등록요건을 완화하였다. 종전에는 자가 소유의 저장시설 및 운송차량

보유자만이 대리점 등록이 가능하였으나 시설을 임차하는 경우에도 등록이 가능하도록 요건을 완화함에 따라 1999년부터 대리점의 숫자가 증가하기 시작하여 석유수입업체가 급증한 2000년부터는 대리점의 수가 급격히 증가되었다.

반면, 하부 유통망이 취약했던 S-Oil은 현물시장 장악력을 높이기 위하여 중간 유통업자들에게 대리점을 등록해 주고 자사제품을 판매하기 위해 현물대리점이란 용어를 처음으로 사용하게 되었다. S-Oil이 현물대리점을 통한 판매의 성공을 거두자 현대오일뱅크도 현물대리점을 늘리게 되었으나, SK와 LG정유는 기존 대리점을 통하여 현물을 공급하고 있는 것으로 보인다.

국내 석유제품시장은 공급이 수요를 초과하는 수급 불균형 상태가 지속되고 있기 때문에 정유사별로 다소 입장차이는 존재할 수 있으나 잉여물량을 처리해야 하는 기본방향은 비슷하며, 석유수입사는 직영 주유소 보유여부에 따라 다소 차이는 있으나 대부분 현물시장을 통해 제품을 공급하고 있는 실정이다.

현물대리점 증가 사유

정유사들은 유통비용 절감을 위해 1990년대 중반

이후 직영대리점들을 통폐합하였으며, 1999년을 전후하여 SK를 제외한 여타 정유사들은 직영대리점을 본사의 영업조직으로 흡수하였다. 하지만 자영대리점은 꾸준히 증가하게 되었으며, 특히 석유수입사의 대리점이 큰 폭으로 증가하게 되었다.

이와 같이 대리점이 급격히 증가하게 된 사유는 여러 가지가 있을 수 있으나 주요인은 다음과 같다.

첫째, 석유제품 가격자유화와 석유수입사 등장이다. 1997년 1월부터 시행된 석유제품 가격자유화는 종전에 정부가 가격을 책정해 주던 제도와는 달리 판매업자가 스스로 가격을 책정함에 따라 남들보다 저렴한 가격으로 공급받아 저렴하게 판매하는 자만이 무한 가격경쟁에서 생존할 수 있기 때문이다. 이에 따라 주유소 등 하부 유통업자들은 저렴하게 석유제품을 공급받기 위해 다양한 방법을 동원하고 있다. 또한 종전에는 정유사만이 석유제품을 공급하는 독과점 경쟁체제였으나 석유수입사의 등장으로 공급자가 다원화됨에 따라 공급자간의 가격경쟁을 초래하게 되었다.

둘째, 재무유동성 위기이다. 재무유동성 위기를 겪고 있는 일부 정유사들이 현금 확보를 위해 현물시장을 통하여 제품공급을 확대하고 있다. 일부에서는 현물시장 유통을 줄이기 위해 특정 정유사의 현물을 구매하여 재판매하는 방안까지 거론되고 있을 정도이다.

셋째, 국내 석유제품시장의 공급과잉이다. 1995년 이후 국내 정제설비는 급격히 증가된 반면, 경기침체로 국내 석유소비가 급격히 위축됨에 따라 공급과잉 현상이 심화되고 있다. 따라서 잉여제품은 수출을 통해 해소하여야 하나 종전에 우리나라의 수출대상국이었던 대만, 인도 등이 정제설비를 확장함에 따라 국내 석유제품의 수출은 감소를 보인 반면, 이들 국가의 석유제품이 동남아 시장으로 흘러 나옴에 따라 우리나라의 수출여건이 악화되었다. 따라서 국내 정유사는 정제기동율을 낮추어야 했으며, 수출이 어려운 만큼 국내시장을 통해 해소해야 하는 부담도 그 만큼 커지게 되었다.

넷째, 대리점 기능의 위축이다. 1998년 석유사업법

을 개정하여 정유사와 주유소/일반판매소간 직거래를 허용하였다. 종전에는 정유사-대리점-주유소/일반판매소로 연결되던 3단계 판매구조가 정유사-주유소/일반판매소로 대리점 기능이 약화되었다. 이에 따라 종전의 가교역할을 하던 대리점 기능이 소매기능을 수행하는 현물대리점으로 변화하게 된 것으로 보인다.

대리점 증감 추이

(단위 : 개소)

구분	정 유 사						수입사 등	계
	SK	LG	인천	S-Oil	현대	소계		
1997년	23	20	5	7	10	65	-	65
1998년	23	19	5	14	9	70	4	74
1999년	23	21	4	21	16	85	20	105
2000년	26	21	6	17	28	98	52	150
2001년	27	19	5	18	33	102	107	209
2002.8	28	19	6	17	32	102	121	223

* 해상대리점 제외

상기 표에서 보는 바와 같이 1997년 이후 대리점 수가 증가되고 있으나 본격적인 증가는 1999년부터이다. 정유사의 대리점은 S-Oil과 현대오일뱅크를 중심으로 1999년과 2000년에 높은 증가세를 보였으나 2001년부터 정체되고 있는 반면, 수입사 대리점은 1999년부터 증가세를 보여 2000년부터는 급격한 증가세를 보이고 있는데 이는 석유수입사 증가에 기인되었다. 즉 하부 유통망이 없는 석유수입사는 대리점을 통해 판매해야 하기 때문이다.

마지막으로 가격 메리트이다. 현물공급가는 정상 공급가에 비하여 드림당 최고 28,000원 정도 저렴하기 때문에 하부 유통업자들이 현물을 찾는 수요자가 급격히 증가하게 되었다. 즉, 수요는 공급을 창출한다는 원리에 따라 현물시장이 더욱 확대되었으며, 저금리로 정유사 여신을 상환한 주유소들은 계약공급사 뿐만 아니라 다양한 공급자로부터 저가 구매를 추진함에 따라 공급자와 수요자 모두 상표표시제를 위반하는 결과를

초래하게 되었으며, 이러한 사실은 이제 관례처럼 흔하게 발생되고 있다.

현물시장 가격결정 요인

현물시장의 가격은 국제유가, 환율, 싱가포르 석유제품가격, 시장상황, 정유사의 재고 현황과 수익성 등의 변수에 따라 주식시장과 같이 하루에도 수차례 가격이 변한다. 현물가격의 결정 주체는 정유사이며, 특히 시장점유율이 높은 SK의 공장도가격이 할인가격의 기준이 되고 있다.

매일 오전 10시 경에 각 정유사의 부판팀(현물전담팀)에서는 계열대리점과 주요 구매처에 그 날의 현물가격을 통보하면서 시장이 형성되며, 11시 정도에 현물가격은 전국적으로 공유되고, 석유수입사는 정유사 현물가격대비 드림당 1천원~2천5백원 정도 저렴하게 가격을 책정하고 있다. 하지만 현물가격은 오후로 가면서 가격이 더욱 하락되기 때문에 오전에는 가격탐색이 이루어지고 거래는 주로 오후에 이루어진다.

현물가격 변동요인

요 인	사 유
싱가포르 제품시장 현물가격	- 2001년 4월 이후 현물가격에 가장 영향력이 높음 - 아시아 지역에서 거래되는 석유제품의 가격은 싱가포르 석유제품시장 가격에 연동되어 책정되기 때문에 수입사에 대한 정유사의 견제가 용이
대미 환율	- 환율이 하락할 경우 현물가격이 하락
시장 환경	- 특정 정유사의 시장점유율이 하락하거나 자금사정이 좋지 않을 경우 현물시장 의존도가 커짐에 따라 현물가격이 하락 - 정유사가 세금 인상등 공장도가격의 인상분을 원가에 흡수하거나 현물시장에 대한 부담을 느낄 경우 현물가격이 상승
국제 유가	- 국제유가는 공장도가격에 이미 반영되어 있으며, 국제유가가 급등할 경우 현물가격이 상승

현물가격 추이

■ 전제 조건

- 환 율 : 한국은행이 발표한 월평균 기준환율
- 공장도가격 : 한국석유공사가 모니터링한 세후 공장도가격(세금 제외)
- 수입 가격 : 국내사가 수입한 월평균 수입단가(FOB기준)
- 싱가포르제품가격 : 싱가포르 국제제품시장의 현물가격(FOB기준)

■ 공장도가격과 현물가격 비교

현물시장은 잉여공급 물량이 많은 등·경유를 중심으로 주로 형성되어 왔으나 최근에는 휘발유까지 확산되고 있다. 성수기인 동절기에는 현물가격이 강세를 보이다가 비수기로 접어들면서 가격할인 폭이 확대되는 것이 일반적인 현상이다.

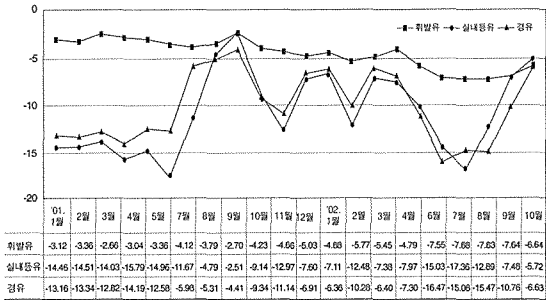
등·경유의 현물가격은 공장도가격 대비 평균 10% 이상의 할인율을 보이고 있는 반면, 휘발유는 4% 내외의 할인율을 보였으나 최근들어 7% 수준까지 할인되어 거래되고 있으며, 금년 10월에는 휘발유 할인폭이 등·경유 할인폭을 초과하고 있는 실정이다.

2001년 1월 이후 현물가격이 강세를 보인 것은 2001년 9월 9·11테러 사건과 최근 미국의 대이라크 공격가능성, 동절기를 앞두고 재고 확충으로 현물가격이 반등한 것을 제외하고는 전반적으로 약세를 보인 것으로 나타났다.

특히 매년 5~7월 사이의 가격 할인폭이 높게 나타나는 것은 이 시기에 제품출하가 집중되기 때문이다. 이는 정부가 2001년 5월에 고시한 "석유제품 매점매석 행위금지 등에 관한 고시"에 기인되었다. 매년 5~6월의 제조장 반출량은 전년동월대비 115%를 초과할 수 없도록 규정함에 따라 익년도 매출증가에 대비하여 업체는 당해연도 매출을 경쟁적으로 늘임에 따라 현물가격이 급락한 것이다.

공장도가격 대비 현물가격 할인율

(단위 : %)



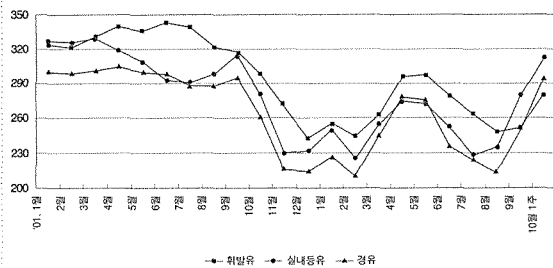
※ 할인율은 정유사의 세후공장도가격과 현물가격의 차이임

싱가폴 제품가격과 국내 현물가격 비교

국내 현물가격은 제품생산 및 유통비용(보관료 포함), 운임, 보험료, 관세, 인건비 등 일반관리비와 운임 등이 포함되었으나, 싱가포르 제품가격은 운송비 등 제반비용이 포함되지 않은 단순 제품가격이다. 따라서, 단순 비교할 경우 국내 현물가격이 싱가포르 제품가격 보다 훨씬 비싸야 정상이나 현 상황은 그렇지 못하다.

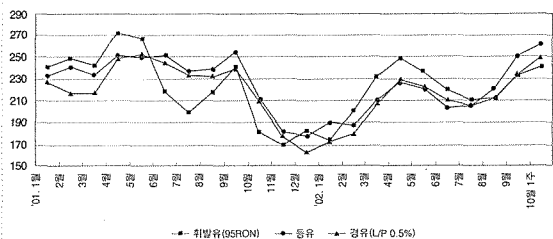
현물가격 추이(세금제외)

(단위 : 원/리터)



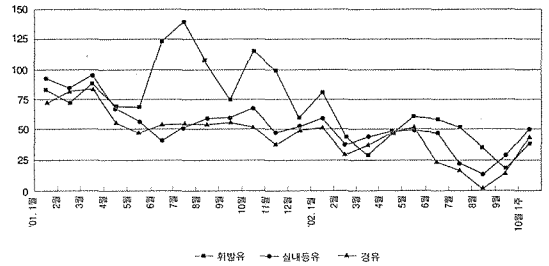
싱가폴 제품시장가격

(단위 : 원/리터)



국내 현물가격과 싱가포르 제품시장 현물가격 차이

(단위 : 원/리터)



※ 산출내역 : 국내현물가격(세금제외)-싱가폴 제품가격

싱가폴 제품시장의 현물가격은 국제유가가 약세를 보였던 2001년 11월부터 2002년 1월 사이에 최저치를 보인 이후 가파른 상승세를 보였으나 국내 현물시장가격은 싱가포르 제품시장가격이 상승했던 기간(4~5월)에도 별 상승을 보이지 못하고, 8월에는 최저치를 기록하였다.

이에 따라 8월을 전후해서는 국내현물가격과 싱가포르 제품가격이 거의 비슷하게 나타났는데 이는 국내비용을 감안할 경우 수입가격에도 훨씬 미치지 못하는 것으로 국내 정유사뿐만 아니라 석유수입사의 영업실적이 적자를 면하기 어렵다는 것을 보여준다.

수입가격과 현물가격 비교

석유제품의 수입단가 하락율에 비하여 현물가격 하락율이 높기 때문에 석유제품 공급자의 영업마진이 하락되었으며, 특히 휘발유에 비해 경유마진이 더 악화된 것으로 나타났다. 2002년 1~8월 휘발유 평균수입단가는 \$27.69/bbl로서 2001년 1~8월(\$29.63/bbl) 대비 6.6% 하락하였으나 현물가격은 전년동기대비 19.1% 하락하였다.

2002년 1~8월 경유 평균수입단가는 \$26.54/bbl로서 2001년 1~8월(\$30.23/bbl) 대비 12.2% 하락하여 휘발유에 비해 하락폭이 높았으며, 현물가격은 전년동기대비 19.9% 하락되었다.

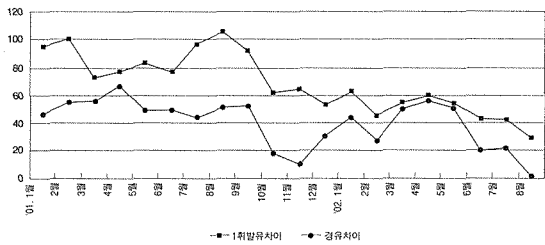
수입가격 및 현물가격 추이

(단위 : \$/bbl, 원/리터, %)

구분	2001년 1~8월		2002년 1~8월		증감률	
	수입가	현물가	수입가	현물가	수입가	현물가
원유	24.55		22.08		-10.1	
휘발유	29.63	332.17	27.69	268.72	-6.6	-19.1
경유	30.23	298.03	26.54	238.82	-12.2	-19.9

수입단가와 현물가격 단가차이

(단위 : 원/리터)



현물시장의 영향

이처럼 현물시장이 활황을 보임에 따라 제품을 공급하는 정유사나 석유수입사는 추운 겨울을 나고 있는 반면, 주유소 등 하부 유통업자들은 최고의 호황을 보내고 있어 공급자와 구매자의 위치가 과거 갑과 을의 입장이 바뀌지 않았나 하는 생각이 든다. 분명 구매자 우선시장이 되어야 소비자의 입장에서는 더 낮은 가격으로 제품을 구매할 수 있어 유리하다. 하지만 이러한 상황이 오래 지속될 경우 국내 석유산업의 발전을 기대할 수 없다고 판단된다.

정유사 2002년 상반기 영업실적

(단위 : 억원, %)

구분	S K	L G	인천	S-Oil	현대	계	
매출액	2001 상반기	77,343	54,070	22,412	42,594	37,445	233,864
	2002 상반기	65,010	49,285	9,538	35,314	29,535	188,682
	증감률	-15.9	-8.8	-57.4	-17.1	-21.1	-19.3
영업이익	2001 상반기	5,206	2,579	647	2,577	890	11,899
	2002 상반기	2,067	2,091	91	1,208	917	6,374
	증감률	-60.3	-18.9	-85.9	-53.1	3.0	-46.4

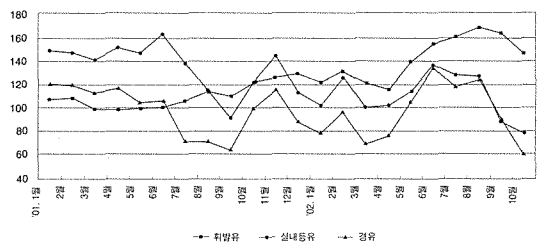
현물시장 확대로 나타나는 현상들을 들여보면 다음과 같다. 먼저 공급업자의 영업마진 축소이다. 2001년 초부터 현물시장의 규모나 할인 폭이 확대됨에 따라 정유사나 석유수입사의 영업실적이 모두 적자를 보이고 있다.

특히 석유제품을 수입하여 저가에 판매하고 있는 석유수입사는 영업실적이 적자를 보이고 있으며, 정유사 또한 제품 판매로 인한 영업실적은 적자를 보인 반면, 환율차익으로 적자를 메우고 있는 실정이다.

다음으로 주유소의 영업마진 확대이다. 현물시장의 확대가 공급업자의 영업실적 악화를 초래하는 반면, 주유소들은 활황을 보이고 있다. 이는 현물시장 확대로 인하여 주유소들은 리터당 100원 내외의 영업마진을 보고 있으며, 최근 등·경유는 현물가격 인상에 따라 주유소 마진이 다소 줄어들고 있으나 휘발유 마진은 크게 상승하고 있다.

소비자가격과 현물가격 차이

(단위 : 원/리터)



셋째, 대리점의 급격한 증가이다. 현물시장과 수입사 증가로 2002년 8월 기준으로 대리점은 223개소로 연초대비 24개소나 증가되었다. 대리점 증가는 주로 석유수입사에 의해 이루어졌으며, 석유수입실적도 없는 석유수입업체의 대리점이 38개소로서 전체 대리점의 17%를 차지하여 유통질서를 어지럽히는 요인이 되고 있다.

마지막으로 선입금 사고가 증가되고 있다. 석유제품 수입을 위해서는 막대한 자금이 소요되나 일부 수입사는 자금부족으로 주유소 등으로부터 선입금을 받은 자

금으로 수입을 하고 있으며, 대리점들도 공동구매를 위하여 주유소업자들로부터 선금을 받는 경우가 있으나 일부 업자들이 선입금을 받은 후 도망을 가는 금융 사고가 빈번히 발생하는 등 유통시장의 신뢰성을 떨어뜨리고 있다.

향후 전망

현물시장 확대로 석유제품 판매업자들이 보다 저렴한 제품을 구매하기 위해 다양한 공급자로부터 물량을 받고 있기 때문에 작금의 상황은 상표표시제가 유명무실한 실정이다. 따라서 국내에서 석유제품을 공급하고 있는 공급자들은 현물시장의 가격할인이 모두에게 도움이 되지 않는 것을 잘 알고는 있으나 달리는 기관차를 당장 세울 수가 없기 때문에 현물시장의 가격할인을 줄이기 위해 공장가동률을 감축시키거나 자사 제품에 착색제를 도입하는 등 자구책을 마련중에 있는 것

으로 보인다.

국내 정유사들은 자사 계열주유소에 공급물량을 확대하기 위하여 제품에 착색제를 투입하여 타사 제품과의 차별화를 시도하고 있으며, 정부는 유류전용구매카드를 도입할 계획을 가지고 있어 향후 유통체계가 현재보다는 투명해 질 것으로 보인다. 하지만 이로 인하여 하부 유통망이 취약한 정유사나 석유수입사는 현재보다는 시장점유율이 감소될 것으로 보인다.

수출여건 악화와 석유수입사의 시장점유율 증대로 정유사들의 정제가동률이 전년 대비 하락함에 따라 절대 제품생산량은 감소를 보였으나 여전히 현물시장의 규모는 좀처럼 줄어들지 않고 있다. 이는 공급과잉 상태가 지속되는 한 현물시장은 존속될 것이라는 사실을 반증하고 있는 것이다.

또한 하부 유통망이 없는 석유수입사나 인천정유 등은 현물시장에 의존할 수 밖에 없는 실정이기 때문에 수급불균형이 해소되는 시점까지는 현물시장의 가격할인은 지속될 것으로 보인다. ●

