지식경제부 Ministry of Knowledge Economy	**보도참고자료**	http://www.mke.go.kr

2010년 9월 2일(목) 오전 11시 30분 이후부터 보도하여 주시기 바랍니다.

자료문의 : 석유산업과 유연백과장, 최세나 사무관(2110-5458)
유통물류과 염동관과장, 윤제민 사무관(2110-5293)

◈ 정부는 9.2일 오전, 구리 농수산물도매센터에서 「**제70차 비상경제대책회의**」를 열고 「**추석민생 및 물가안정대책**」**을 발표**하였음

○ **지식경제부 최경환장관**은 동 회의에 참석하여 「**석유시장의 '소비자 선택권' 확대방안**」 및 중장기인 「**유통산업 구조 효율화 방안**」을 보고하였음

"주유소! 가격표시판 보고 들어가세요~!"

- 유통산업 구조 효율화 및 석유시장의 '소비자 선택권' 확대방안 -

【 석유시장의'소비자 선택권' 확대방안 】

□ 정부는 97년 유가자유화 이후, 각종 규제완화정책과 공급자 확대정책으로 석유시장의 치열한 경쟁환경을 조성

○ 그러나, 최근 국내 석유제품의 소비량이 점차 감소하는 가운데, 석유사업자의 지속적인 증가는 부실사업자 양산과 유사석유 유통의 부작용을 낳을 것으로 우려

□ 따라서, 지식경제부는 지금까지의 '공급자 확대' 정책이 사업자간의 경쟁을 촉진하여 '양적인' 경쟁환경을 조성

○ 이제는, '수요자, 즉 소비자의 선택권 확대'를 통해 사업자간의 경쟁을 유도하는, 한단계 업그레이드된 '실질적인' 경쟁여건을 마련할 계획

□ 첫째, 소비자들이 주유소를 선택하는 제1의 기준이 '가격'임을 고려하여,

○ 주행 중에도 가격을 보고 주유소를 선택할 수 있도록, 전국의 모든 주유소가 가격표시판을 가장 잘 보이는 곳에 '고정 설치'할 것을 의무화할 계획

○ 또한, 2008년부터 운영중인 오피넷(Opinet)의 컨텐츠를 대폭 확대하여 1주일 후의 예상가격을 공개하는 '유가예보시스템'을 신설하고, 주유소의 유형별, 상표별 가격을 비교·공개

○ 이러한 가격정보, 위치, 부대시설 등 주유소 관련 모든 정보는 스마트폰, 내비게이션 등을 통해 이동중에도 실시간, 맞춤형으로 제공될 것이며,

○ 이와 같이 소비자의 정보접근성이 높아질수록 주유소간 가격 및 서비스경쟁은 불가피할 것으로 기대

□ 둘째, 현재 4대 정유사 상표의 주유소가 95%를 차지하는 가운데, 자가폴 주유소의 시장점유율을 점차 높여감으로써 정유사에 대한 구매협상력을 향상시키고, 정유사폴 주유소와 경쟁이 가능한 환경을 조성할 계획

○ 자가폴 주유소는 가격이 저렴함에도 불구하고, 혼합제품에 대한 소비자의 부정적인 인식으로 판매활성화에 한계가 있음

○ 내년부터 「석유품질보증 프로그램」을 운영하여 자가폴 주유소의 품질경쟁력을 높이고, 일정기준에 부합하는 주유소에는 합격 마크를 붙여줌으로써 소비자의 신뢰를 확보하도록 할 계획

□ 셋째, 소비자의 선호를 반영하여 셀프주유소, 대형마트 주유소 등 '원가절감형' 주유소도 지속적으로 확대할 계획

○ 업계와의 간담회를 통해 신설주유소의 셀프화는 물론, 기존 주유소의 셀프로의 전환을 추진

○ 또한, 대형마트 주유소는 유가인하 측면과 지역주유소 피해 간의 균형을 위해 지역별 주유소와 차량수 등을 고려하여 우선적으로 수요가 많은 수도권과 대도시 중심으로 추진

【 유통산업 구조 효율화를 위한 중장기 방안 】

□ 한편, 중장기적으로는 유통산업 구조 개선을 통해 생산성을 높이고, 균형발전을 도모할 수 있는 방안도 추진할 계획

□ 우선, 중소상인의 자생력 강화를 위한 다각도의 지원 방안 검토

○ 중소 소매점포의 유통단계를 축소하여 직거래 비중을 높이고, 공동구매를 통해 구매력을 확보함으로써 가격 경쟁력을 제고하고, 경영의 효율성을 높일 수 있는 방안을 수립

□ 현재 소매업에 한정되어 있는 유통산업 실태조사 범위를 도·소매전반을 포함한 신업태로 확대하여

○ 업태별·단계별 유통구조 및 비용 등에 대한 세부 내용을 조사함으로써 취약한 부분에 대해서는 개선방안을 마련

○ 해외 신업태 현황 및 우수사례 분석을 통해 국내 도입가능한 유망 모델 발굴 등 유통채널 다양화로 건전한 경쟁을 촉진

□ 또한 유통산업의 핵심 인프라인 물류시스템의 효율화를 위해

○ 현재 창원, 시화에 건립되어 있는 산업단지내 공동물류센터를 남동, 광주, 구미로 확대할 계획이며 물류공동화를 위한 컨설팅도 지원

○ 또한 정보화를 통한 물류비 절감을 위해 공급망관리기법(SCM)이 제조·유통업체에 도입·확산될 수 있도록 다양한 방법을 강구

- 실태조사를 통해 정책수요를 발굴하고 컨설팅, 전문인력양성, 중소기업 표준플랫폼 개발 등을 추진할 예정

〈붙임〉「유통산업 구조 효율화 및 석유시장의 '소비자 선택권' 확대방안」

지식경제부
Ministry of Knowledge Economy

유통산업 구조 효율화 및 석유시장의 '소비자 선택권' 확대방안

2010. 9. 2

지 식 경 제 부

목 차

Ⅰ. 유통산업 구조 효율화 방안 ····· 1

1. 유통산업 현황 및 문제점 ····· 1

2. 추진 방안

(1) 중소유통 경쟁력 강화 ····· 2

(2) 유통산업 선진화 ····· 3

(3) 효율적 물류시스템 구축 ····· 4

Ⅱ. 석유시장의 '소비자 선택권' 확대방안 ····· 5

1. 석유시장 현황 및 '소비자 선택권' 확대 필요성 ···· 5

2. 추진 방안

(1) 주유소 가격 등 정보접근성 제고 ····· 6

(2) 자가폴 주유소 경쟁력 강화 ····· 7

(3) 원가절감형 주유소 보급·확대 ····· 8

Ⅲ. 향후 추진일정 ····· 9

※ 참고 : 최근 국내외 유가 동향 및 전망 ····· 10

Ⅰ 유통산업 구조 효율화

1. 유통산업 현황 및 문제점

□ 유통산업은 생산·고용 등 국가 경제에서 중요한 비중 차지

○ 09년 기준, **생산액 71.3조원, 고용 360만명**

* 업종별 GDP비중 : 제조업 25.5%, **도·소매업 7.3%**, 금융보험업6.8%
* 업종별 고용 비중 : 제조업 16.3%, **도·소매업 15.3%**, 숙박·음식점업 8.2%

□ **96년 유통시장 개방이후** 대형마트, 온라인쇼핑몰 등 **기업형 유통의 성장과 다양한 유통채널 등장**으로 유통구조 개선

○ 특히 대형마트 등 **기업형 유통**은 산지·제조업체와의 **직거래, 대량구매 등**을 통해 상품 **가격 인하의 주도적 역할**

□ 그러나, **중소유통은** 구매력(Buying Power) 부족, 다단계 유통구조 등 **취약한 구조로**, 물가안정을 위한 **근본적 구조개선이 필요**

○ 영세한 중소유통에 기인하여 국내 전체 유통산업의 노동생산성은 미국의 1/4, 일본의 1/3에 불과(韓 18.9, 日 42.4, 美 62.9천불)

□ 유통산업의 핵심 인프라인 **물류시스템 또한 열악한 구조**

* 우리나라의 기업물류비는 매출액 대비 9.7%로, 미국 7.3%, 일본 4.8%에 비해 상당히 높은 수준

◈ **중소유통업체**에 대한 체계적이고 효과적인 **지원**을 통해 **생산성 증대 및 유통비용 절감** 유도

◈ **국내외** 유통 산업에 대한 **실태조사 및 유망 新유통업태 발굴** 등을 통한 **유통산업 선진화 도모**

◈ **공동화·정보화 등 선진형 물류시스템 구축**을 통한 효율성 제고

2. 추진 방안

대책1 중소유통 경쟁력 강화 : 유통비용 절감

◈ 중소유통업계의 **유통단계 축소 및 경영기법의 선진화 지원**을 통해 유통비용 절감 도모

□ **(중소유통센터 운영 개선)** 다단계 유통구조를 개선하여 유통단계를 축소함으로써 **중소소매점포의 가격 경쟁력 제고**

* (기존) 제조업체 → 총판 → 대리점 → 중간도매상 → 슈퍼 (통상 5단계 이상)
(개선) 제조업체 → 광역유통센터 → 슈퍼 (2단계)

○ 현재 중소유통센터는 자체 **규모가 작고,** 센터별로 **독립적으로 운영**되고 있어 **규모의 경제 실현 효과가 미약**

* 중소유통센터는 전국 총 16개가 있으며, 각 지역 슈퍼조합에서 운영 중

○ 공동구매, 정보공유 등 조직화 시너지 창출 극대화 방안 검토

- **중소유통센터를 결집**하고, **중소소매점포를 조직화할 수 있는 민간대형마트 수준의 광역유통센터 검토**

□ **(선진유통경영 지원) 점포 현대화 지원** 및 경영개선 **교육·컨설팅 등 효율적 경영 추진 유도**(10년 2천개→11년 4천개)

○ 시설현대화(매장확장, 시설교체, 1억원내 융자), POS 설치지원(150만원), 맞춤형 교육·컨설팅(매장·재고관리, 정보화교육 등) 실시

* POS(Point of Sale) : 판매·매입·재고관리 등 점포내 정보를 수집, 가공처리함으로써 효율적 매장운영 지원

대책2 유통산업 선진화 : 유통구조 효율성 제고

◈ **업태별·단계별 실태조사** 및 해외 선진 유통산업 현황 분석

◈ 「**오픈프라이스**」 **확대**을 통한 합리적 가격 정착 유도

□ **(유통산업 실태 조사)** 소매업 중심의 한정된 조사에서 벗어나, 도·소매업 전반을 포함한 **유통과정 전체에 대한 세부조사 실시**

○ 유통 경로상의 업태별·단계별 비용구조 등에 대한 실태조사 실시, 유통비용 과다부분에 대해 **개선 방안 모색**

□ **(新유통업태 발굴)** 다양한 분야의 **카테고리 킬러 등 新업태 발굴**을 통한 **소비자 선택권 확대 및 경쟁 촉진**

○ **해외 유통의 신업태 발전 동향 및 성공 기업사례 분석**을 통해 국내 적용 가능한 유통업체 모델 발굴

* 카테고리킬러 : 한 분야의 상품으로 특화해 다양한 브랜드의 상품을 취급 대량 매입을 통해 가격경쟁력을 갖는 체인형 전문점 (예 : 하이마트)

□ **(「오픈프라이스」 확대) 가격경쟁촉진 및 합리적 판매가격표시 유도**

* 제조업자의 권장소비자가격 대신 판매업자가 판매가격을 책정·표시하는 것

○ 99년 도입 후, 원활히 정착 중이며 금년 7.1일 일부품목 확대

○ 가격표시제 **이행실태 지속 점검 및 홍보·교육 강화**

- 제도 정착 과정에서 제기되는 불만사항은 여론수렴 등을 거쳐 소비자 혼란을 줄일 수 있는 방안 검토

○ 담합에 의한 가격인상 등 **불공정행위는 공정위와 협조**하여 대응

대책3 효율적 물류시스템 구축 : 산업물류비용 절감

◈ **물류공동화**로 화주·물류기업간 협력을 유도하여 **동반성장** 및 **경쟁력** 강화

◈ **SCM(공급망관리기법)** 도입·확산으로 **물류의 효율성 제고**

□ **(물류 공동화)** 중소화주와 물류기업이 **동반성장**할 수 있는 **물류공동화** 추진

○ **중소기업의 물류공동화**를 위한 **컨설팅** 시범사업 확대

* 컨설팅 확대 추진 : 09년(50백만원)→10년(150백만원)→11년(250백만원)
* 09년 컨설팅 실시 후, 각 업체는 물류비의 약 25%(총 12.5억원) 절감

○ 산업단지내 **공동물류센터**를 기업수요에 따라 **순차적 확대**

* 기존 2개(창원·시화) → 3개 추가조성(남동(10년)·광주·구미)
* 창원·시화 이용화주 현황 : 06년(130개사) → 09년(500개사)
* 산업단지내 중소기업에게 보관장 제공, 재고 감축, 공동수배송 등 물류업무 대행을 통한 중소기업의 물류비용 감축 도모

○ 중소수출입기업의 **소량화물(LCL)** 전용 **공동물류센터 구축**

* LCL(Less than Container Load Cargo) : 여러 종류의 소량 물건이 한 컨테이너에 실리는 것/ 공동화를 통해 해상운송료 20~50% 절감 예상
* 인천항 공동물류센터 준공(10.3월, 인천항만공사 부지임대), 연내 1개소 추가

□ **(SCM 도입·확산)** 유통경로상(제조·유통·소비자등)의 SCM 도입을 확산하여 **리드타임 감소, 재고율 감소** 유도

* SCM(Supply Chain Management) : 협력업체와 정보 공유 등을 통해 생산과 재고관리의 최적화를 추구하는 경영기법

○ SCM 도입을 위한 **기반 구축**을 통해 물류효율화 촉진

- 국내기업 **실태조사, 컨설팅** 시범사업 추진, **전문인력 양성**
- **중소기업**을 대상으로 **표준 SCM 플랫폼 구축** 지원

○ **우수업체를 발굴·표창**하여 **자발적 도입 확대**

Ⅱ 석유시장 '소비자 선택권' 확대

1. 석유시장 현황 및 '소비자 선택권' 확대 필요성

□ **국내 석유제품 소비의 감소 추세**가 지속되는 가운데, 하반기 **국제유가 및 국내제품가격은 안정세 유지 전망**

* 제품소비(백만배럴) : 00년 : 514(100%) → 05년 : 488(95%) → 09년 : 456(89%)
* 하반기 유가전망 : (Dubai유) 76-80불 (국내유가) 휘발유 1,700원, 경유 1,500원 수준

□ 97년 유가자유화 이후, 계속된 **규제완화** 및 **공급자 확대 정책**은 **석유유통시장의 치열한 경쟁환경 조성**에 기여

* 주유소 수 : 97년 허가제(10,990개) → 09년 등록제(13,189개), 20% 증가
* 98년 주유소 등록제, 08년 석유수입업 비축의무 및 저장시설 기준완화 등

□ 그러나, **석유사업자 수의 지속적인 증가**는 **평균판매물량 감소**로 이어져, **부실 사업자 양산** 등의 **부작용을 수반**

* 주유소 월평균 판매물량 : 97년(274kl)→98년(205kl)→09년(186kl)
* 석유수입업 증가로 경영악화, 불법석유유통 및 수입부과금 체납사례 발생

기본 추진방향

◈ 「**공급자(사업자) 확대**를 통한 경쟁촉진」 → 「**수요자(소비자) 선택권 확대**를 통한 **사업자간 경쟁유도**」 방식으로 전환

○ **가격** 등의 **정보를 실시간 제공**하여 소비자가 **'알고 주유소를 선택'**할 수 있는 **열린 석유유통시장 조성**

○ 소비자의 선호를 반영하여 **셀프 주유소, 대형마트 주유소** 등 **'원가절감형 주유소'**를 **지속적으로 확대**

2. '소비자 선택권' 확대 추진방안

대책1 주유소 가격 등 정보접근성 제고 : 주유소 경쟁유도

◈ 가격은 주유소 선택시 큰 고려요인이므로 「**가격표시판**」 및 「**오피넷**」의 **실시간 가격정보** 제공으로, **가격경쟁 유도**

* 「소비자의 주유소 구매행태 조사결과(에경연, 10.8월)」, **주유소 선택이유 : 1위 가격(53.4%)** - 2위 위치(17.2%) - **3위 카드할인(8.9%)**

운영 현황

□ 사업자 대부분은 **'이동식' 「가격표시판」을 사용**, 제품가격이 **싼 경우나 단속시만 잘 보이게** 설치하는 등 **가시성이 낮음**

* 가격표시판 설치의무 불이행 주유소는 주변가격 보다 비싼 경향이 있음

□ 「**오피넷**(유가정보서비스)」에서 **주유소 가격**(6회/일 갱신), **위치, 사업자현황**(위법사항), **부대시설** 등 종합정보 **실시간 공개**

* 오피넷 방문 : 약35,000명/일(08.5월, 오픈초기)→약57,000명/일(10.8월)
* 오피넷이 주유소간 경쟁을 촉진하여 제품가격의 하향평준화 효과

추진 방안

□ **(가격표시판) '고정식'을 의무화**하고, 기타정보(무료세차, 정품·정량) 보다 **가격정보가 먼저 보이도록 '위치 지정'**

* 전국 주유소(약13,000개)를 7개로 유형화하여 가격표시판의 위치제시

□ **(오피넷) 콘텐츠 확대** 및 **정보접근 편의성 제고**로 소비자가 **주유소를 합리적으로 선택**할 수 있는 시스템 제공

○ **유가예보시스템을 신설**하여 1주일후 **예상가격 정보제공**

○ 자가폴·셀프 등 **유형별 주유소 가격차이 분석·공개 신설**

○ 스마트폰 등 **'이동중·실시간·맞춤형'** 유가정보제공 활성화

대책2 자가폴 주유소 경쟁력 강화 : 정유사 경쟁유도

◈ **자가폴 주유소의 품질·가격 경쟁력강화** 및 시장점유율(4.7%) 제고로 **정유사폴 주유소 견제** 및 **對정유사 구매력 향상**

상 표	SK	GS	현대	S-OIL	자가폴		합계 (10.6월)
					NH(농협)	기타	
영업수	4,615	3,508	2,315	1,866	172	442	12,918
(비 율)	(35.7%)	(27.2%)	(17.9%)	(14.5%)	(1.3%)	(3.4%)	(100.0%)

운영 현황

□ **자가폴 주유소**는 정유사폴 주유소 보다 **가격은 저렴**하나 **혼합제품**에 대한 **소비자의 부정적 인식**으로 판매 활성화에 한계

* 자가폴 주유소는 전체 영업주유소(12,918개)의 4.7%(614개)에 해당하고, 판매물량 비율은 4.2%(104백만kl/월)에 그침(10.6월)

□ **농협 NH-OIL폴 주유소**는 **공동구매**로(09.6월 시작) **가격인하**를 꾀하나, 구입물량이 적어 **정유사간 공급경쟁 촉발에는 한계**

* NH-OIL폴 주유소당 연평균 6,400만원(리터당 20원)의 매입원가 절감 가능

추진 방안

□ **(품질경쟁력 강화)** 「석유품질보증 프로그램」 참여주유소는 **품질검사, 결과공표, 마크부착(★)**으로 품질 및 이미지 제고

* 09년 품질부적합 적발률 : 자가폴 주유소 2.6% / 정유사폴 주유소 1.2%
* 정유사폴 주유소는 정유사 자체 품질검사 및 품질보증으로 신뢰 旣확보

○ **자가폴 주유소**를 대상으로, **연 12회 비정기 검사**

□ **(가격경쟁력 강화) NH-OIL폴(농협) 주유소의 독립브랜드 정착**

○ 공동구매물량 확대를 위해 **NH-OIL폴 지속 확대**

* NH-OIL폴 추진계획 : 10년(290개)→11년(410개)→12년(490개)→13년(570개)

○ **오피넷 NH-OIL폴 별도관리, 가격홍보** 등 **인지도 제고**

대책3 원가절감형 주유소 보급·확대 : 유통비용절감 유도

◈ **인건비·서비스**(무료세차·사은품 등) **비용절감, 대형마트 부설운영** 등 가격인하가 가능한 **원가절감형 주유소 확대**

운영 현황

□ 그동안 셀프주유에 익숙하지 않은 문화였으나, 최근 유가상승의 영향으로 **원가절감 및 가격경쟁력 강화를 위해 증가추세**

* 셀프주유소 : 03년(1개)→05년(12개)→07년(59개)→09년(299개)→10.6월(326개)
* 셀프주유소는 전체 영업주유소(12,918개)의 2.5%(326개)에 해당하나, 판매물량은 4.8%(119백만kl/월)에 해당하여 높음(10.6월)

□ **3개 대형마트**에서 **9개 주유소 운영중**이나, 인근 주유소의 반발과 **지자체의 진입규제**로 추가 신설이 어려운 상황

* 평균가격 : 70-81원(L당)저렴 / 판매물량 : 휘발유18-24배, 경유7-10배(10.6월)
* 이마트 5개(용인·통영·포항·구미·군산), 롯데마트(구미·용인), 농협(서울양재·고양)

추진 방안

□ **(셀프 주유소)** 신설주유소 셀프화 및 기존주유소 셀프전환 추진

○ **업계간담회** 협조요청, **오피넷 홍보**(일반주유소와 가격비교)

□ **(대형마트 주유소)** 유가인하로 인한 **소비자 편익**과 **지역 주유소** 및 **지역경제 피해**를 고려한 **균형·상생 정책** 추진

○ **지역별 주유소 및 차량수 등을 고려**하여 석유제품 수요가 많은 **수도권과 대도시를 중심**으로 신설 추진

○ 신설된 대형마트 주유소의 **지역내 연착륙**을 위해 **지역 인근 주유소와 대형마트의 상생협력 유도**

* (예) 대형마트 주유소는 일정기간 영업시간 축소, 인근주유소는 경쟁력 강화 등

Ⅲ 향후 추진일정

1 유통산업 구조 효율화

주요 정책	실천 과제	협조기관	일정
중소유통 경쟁력 강화	■ 광역유통센터 신규건립 검토	기획재정부	11년
	■ POS 설치·시설현대화, 교육·컨설팅	중소기업청	계 속
유통산업 선진화	■ 유통산업 실태조사	기획재정부 대한상의	11.하반기
	■ 가격표시제 이행실태 점검·홍보	지자체	10.하반기
	■ 관계기관 의견수렴 등 조기정착방안 협의	공정거래위 농림수산부	10.하반기
효율적 물류시스템 구축	■ 산업단지내 공동물류센터 확대	산업단지공단	11-14년
	■ 물류 공동화·SCM 컨설팅	무역협회	10.12월
	■ SCM 구축 실태조사	무역협회	10.10월
	■ SCM 인력양성 및 우수사례 발굴·표창	무역협회 SCM 학회	10.12월
	■ 소량화물 전용 공동물류센터 구축	인천항만공사	10.12월

2 석유시장 '소비자 선택권' 확대

주요 정책	실천 과제	협조기관	일정
주유소 가격 등 정보접근성 제고	■ 가격표시판 관련 규정개정	행정안전부	10.12월
	■ 가격표시판의 다양화 및 첨단기능 개발	석유공사	11.12월
	■ 오피넷 국내유가예보 등 컨텐츠 확대	석유공사	11. 6월
	■ 오피넷 유형별 주유소 가격분석·공개	석유공사	10.12월
	■ 스마트폰·내비게이션 유가정보 확대	석유공사	10.12월
자가폴 주유소 경쟁력 강화	■ 「석유품질보증 프로그램」 시범사업운영	기획재정부 석유관리원	11.상반기
	■ 성과홍보 및 사후관리		11.하반기
	■ 농협 NH-OIL폴 지속 확대	농림수산부	13.하반기
	■ NH-OIL폴 독립브랜드 정착 지원	석유공사	10.12월
원가절감형 주유소 보급·확대	■ 셀프주유소 확대 업계간담회 개최	석유사업자	10.12월
	■ 지자체 고시 점검 및 「석대법 시행령」 개정	행정안전부	10.12월
	■ 대형마트-주유소협회 상생협력 추진	중소기업청	11.상반기

참고 최근 국내외 유가 동향 및 전망

국제 유가

□ **7월말까지 70불 초반**에서 안정, **8월초 70불 후반**으로 다소 상승, 이후 **다시 70불대 초반으로 하락**

○ 미국, 중국 등 **주요국의 경기지표가 둔화**되어 **세계 경기 회복 여부가 여전히 불투명**하다는 예상에 주로 기인

* 미국 : 美의 6월 무역적자가 전월대비 18.8% 증가한 499억불(20개월 최고)
* 중국 : 7월 산업생산 증가율은 전월대비 0.3%p 하락한 13.4%(11개월내 최저)

< Dubai유가 변동추이 >

유 종	09년	10년	10.1월	10.3월	10.5월	10.7월	10.8월	10.8.30일
Dubai유 ($/B)	61.92	76.33	76.75	77.34	76.84	72.61	74.24	73.43

○ 하반기 유가급등 가능성은 낮으며, **Dubai유 기준 하반기 76~80불, 금년 평균 77~78불**로 전망(국제유가전문가협의회)

* 해외 주요기관 금년 유가 전망
  - 美 석유산업연구소(PIRA) : WTI, 80.55$/B / 美 에너지정보청(EIA) : WTI 78.69$/B, 美 캠브리지에너지연구소(CERA): Dubai, 74.37$/B

국내 유가

□ **원유가가 70불 초반**에서 안정되면서, 국제유가와 연동 결정되는 국내 유가도 **휘발유 1,700원대, 경유 1,500원대 초반**

* 8월 4주 국내유가(원/L): 휘발유 1,714.08원, 경유 1,511.63원

□ 하반기 **국제원유가가 70불대**에서 안정될 경우 **향후 국내 유가도 현 수준에서 안정세**를 보일 것으로 예상

< 국내 석유제품 가격추이(원/L) >

유 종	09년	10년	10.1월	10.3월	10.5월	10.7월	10.8월
휘발유	1,600.72	1,703.34	1,661.15	1,691.23	1,732.36	1,722.36	1,717.60
경유	1,397.47	1,491.15	1,449.66	1,469.17	1.521.99	1,518.18	1,514.36