지식경제부 보도자료 | 함께하는 공정사회! 더 큰 희망 대한민국
http://www.mke.go.kr
2012년 11월 2일(금) 조간부터 보도하여 주시기 바랍니다.
자료문의 : 문신학 석유산업과장(02-2110-4890)
전동욱 사무관(5458, 알뜰주유소 및 혼합판매), 김형석 사무관(5457, 전자상거래)

『석유제품시장 유통구조개선 및 경쟁촉진 대책』

6개월 성과평가 및 향후계획

□ 지식경제부는 11.2일(금), 「석유제품시장 유통구조 개선 및 경쟁촉진 대책(4.19일)」의 지난 6개월간의 성과평가와 향후 계획을 발표하였음.

* 물가장관회의 보고(6.15일, 9.6일) 이후 알뜰주유소 전국간담회, 알뜰주유소 자문위원회, 수입사와 물류회사 등 관련 전문가 및 관련업체와 수차례 협의를 가져 마련

□ 알뜰주유소, 전자상거래, 혼합판매 3개 분야로 나누어 분석·발표함

❶ 알뜰주유소에 의한 가격 인하 효과가 확인되었으나, 추가적인 경쟁력 강화 대책과 자립화 기반을 마련할 필요

- 이를 위하여 가장 핵심적 사안인 非정유사 물량확대 및 자체 물류시스템 구축, 카드 혜택확대를 중점 추진

❷ 전자상거래 모니터링 결과 전자상거래에서 직접 매입한 주유소는 인센티브가 소비자가 인하에 상당부분 반영된 것으로 평가됨

- 다만, 대리점을 통해 매입한 주유소의 가격인하가 미흡함에 따라 거래내역 제출 의무화 및 단계적 참여제한 조치 등을 시행할 계획

❸ 혼합판매는 필요한 제도 개선과 정유사 협의를 완료하였으나, 시장에서 개시될 수 있는 계기가 필요한 시점

- 향후 주유소대상 중점 홍보와 혼합판매 인센티브를 마련하고, 현장 간담회 및 합동점검을 통하여 시장 상황을 확인할 계획

□ 올해 들어 정유4사의 국내 시장점유율에 상당한 변화 ⇨ 수직계열화 완화 및 유효경쟁 촉진을 위해 유통구조 개선대책을 지속 추진

* 지난 5년('06~'10)간 각사의 시장점유율 변동은 ± 0.5% 내외에 불과

(경질유 기준)	SK	GS	현대	S-Oil	계
'11년 평균(%)	34.8	27.3	20.4	15.2	97.7
'12.9월(%)	31.6	25.6	20.4	15.6	93.2
증감(%)	△3.2	△1.7	-	0.4	△4.5

Ⅰ. 알뜰주유소 성과평가 및 향후 계획

1 추진 현황 : 총 주유소(12,830개)의 6.1%(10.30일기준, 785개)

* 알뜰주유소: 785개(자영 244, 고속도로 150, 농협 391개)
* 폴주유소: SK 4,234(32.9%), GS 3,057(23.7%), 현대 2,340(18.2%), S-Oil 1,998(15.5%)

2 성과 평가 : 소비자 편익증대와 가격 안정에 상당수준 기여

○ 자영 알뜰은 전국 평균 대비 휘발유 41원, 경유 49원 싸게 판매(2월~10월)

(단위: 원/L)

	자영알뜰가격	전국평균가		지역(시군구)평균가		3Km평균가 대비	
휘발유	1,957.61	1,998.95	△41.34	1,994.72	△37.11	1,992.20	△34.59
경유	1,765.17	1,814.07	△48.89	1,809.05	△43.87	1,805.70	△40.53

- 자영알뜰 주변(3km) 가격 전국평균 대비 휘 6.8원, 경 8.5원 저렴(2월~10월)

○ 그러나, 최근 정유사의 공격적 마케팅으로 가격격차 축소*되는 경향

* 주변지역 가격격차(휘발유, 원): 42.1(6월) → 40.7(7월) → 31.6(8월) → 32.9(9월) → 36.8(10월)

3 향후 계획

❶ 휘발유 직수입(10만B), 삼성토탈 물량 전자상거래 대량공급

* 공급비중(휘발유) : (그간)정유사 100% → (연말)정유사52%, 삼성토탈 30%, 수입등 18%

⇨ 현재 정유사 공급가격대비 상당수준 인하된 가격으로 공급가능

❷ 알뜰주유소 경영상 최대 경영애로였던 화물복지카드 신규출시 및 제휴카드 종류·혜택 확대

* (현재) 개인카드 3종 → (개선) 화물복지카드 1종, 개인카드 5종, 법인카드 1종

⇨ 정유사 폴주유소 대비 카드서비스에 있어 보너스카드를 제외하고는 여타부분은 대등한 수준 가능할 전망

❸ 운영상 유연성 제고를 위한 先주문제[1] 도입 및 외상거래 확대[2]

1) 현재 가격으로 납입금의 5배까지 선구매 가능, 2) 품질보증프로그램 가입의무 폐지

⇨ 기름구매 자금부담의 획기적 경감(특히, 先주문제 업계 최초 시행)

❹ 석유공사 불시 품질점검, 판매가격 모니터링 지속 추진

○ 알뜰주유소 간담회 및 자문위원회 정례화 및 건의사항 신속 조치

⇨ 알뜰주유소에 대한 사후 관리 및 소통 강화

참고1 알뜰주유소 가격 경쟁력 강화를 위한 대책은?

◈ 정유사 의존도 완화 및 공급가 추가 인하를 위하여 非정유사 물량 비중을 연말까지 석유공사 공급량의 50% 수준으로 확대

◈ 직수입 및 삼성토탈 물량 확보와 주유소 단계 배송을 위한 자체 물류시스템 구축을 추진

1 非정유사 물량 확보 현황: 연말까지 10만B/월 이상

○ (직수입) 10만B 품질검사 합격 및 통관 완료(10.26일)

* 페트로차이나(중국), 일본산 휘발유(60%)와 싱가폴산 납사(40%)를 대만에서 블렌딩
* 석유공사 공급 알뜰주유소(자영+도공)의 2~3개월 물량

○ (삼성토탈) 내년초까지 현 공급량의 3배수준으로 단계적 확대

* 공급량(B/월): (10월) 4.3만→(11월) 8.6만→(12월) 8.6만→('13년이후) 12만B 이상

2 非정유사 물량 공급 계획: 11월초부터 전자상거래 공급

○ (공급량) 전자상거래 통해 구입 가능토록 충분한 물량 공급

* 알뜰 휘발유 수요[1]와 전자상거래 가입비율[2] 고려, 월간 1,800만L[3] 초기 공급

1) 월 약 3,000만L 2) 자영+도공 394개중 62%(245개), 가입희망포함시 90%(355개)
3) 국내 휘발유 월소비량의 약 2%, 추후 수요에 따라 조정 검토

○ (가격) 非정유사 별도 가격 책정, 전량 전자상거래를 통하여 거래

* 정유사 공급가 추이를 보아가며 일정부분 할인된 주간 고정가격으로 책정

○ (배송) 알뜰주유소 전용 물류 시스템을 통하여 배송

- 수입물량은 울산에서, 삼성토탈 물량은 석유공사 기지간 스와핑을 통하여 서산·용인·곡성에서 출고

- 복수의 물류업체(3개사)와 운송계약을 체결하고, 추후 물량 확대에 대응하여 물류시스템 단계적 개선·확충

* 현재 탱크로리 차량 13대 확보, 도색·정량정품 검증장비·추적장치 확보 예정
* 특히, 석유공사-수입사 공동 물류회사는 현재 최종협상중이며, 11월중 마무리 예상

3 기타 대책

○ 알뜰주유소의 전자상거래 구입 물량을 석유공사 계약 물량(분기 50%이상) 인정

○ 전자상거래상 알뜰주유소 공급물량에 대해 할당관세 우선 추천

참고2 제휴카드 확대를 위한 대책은?

◈ 알뜰주유소 간담회 및 자문위원회시 화물차(경유) 고객 확보를 위한 화물복지카드 필요성 강조

◈ 알뜰주유소 규모 확대에 따른 개인 및 법인 제휴카드 확대 추진

1 화물복지카드 출시

○ 유가보조금 수령 화물차 고객 확보를 위하여 화물복지카드*가 필요

* 국토부 유가보조금 사용시 추가 할인·포인트 적립해주는 카드

○ 우리은행에서 기존 정유사와 유사한 수준의 45원/L 할인(주유소 15원 부담)이 가능한 알뜰주유소용 화물복지카드를 출시('12.11월중)

* 우리은행-석유공사 석유유통분야 협력 MOU 체결 예정(11.8일 예정)

⇨ 대형 고객 유치를 통한 알뜰주유소 경유 매출 증가 기대

* 국내 경유 소비량(1.3억B)은 휘발유 소비량(0.7억B)의 약 2배('11년)

2 개인 제휴카드 확대

○ 그간 타 정유사 대비 알뜰주유소 규모의 한계로 제휴카드 활용이 제한

* 제휴카드 3종 출시되었으나, 총 6만장에 발매에 불과(연간 신규카드의 1.1%)

○ 알뜰주유소 확대에 따라 제휴 카드 추가 출시(외환은행·롯데카드, 11월중)

* 특히 통신비, 영화예매, 하이패스할인 등 주유이외 부가서비스도 확대

구분	신규		기존		
카드사	외환	롯데	우리	우체국	농협
출시일	11월중	11월중	12.2월	12.3월	12.5월
최대혜택	할인150원 적립200원	할인100원	할인150원 적립200원	할인100원	할인150원 적립200원

3 알뜰주유소 우대 법인 주유전용카드 출시

○ 법인등 대형수요처의 알뜰주유소 이용 유도를 위하여 알뜰주유소 우대 법인 주유전용카드 출시(외환은행, 11월중)

* 포인트적립: (일반주유소) 리터당 5점, (알뜰주유소) 리터당 7점

⇨ 한국전력등 공공기관 중심으로 안정적 수요기관 확보 추진

참고3 **석유공사의 非정유사물량(삼성토탈, 직수입)은 품질에 문제가 없는가?**

◈ 석유공사의 비정유사 물량(삼성토탈, 직수입)은 석유관리원의 엄격한 품질 검사를 통과하여 품질에 전혀 문제가 없는 것으로 아래와 같이 확인

구 분 / 시험항목 \ 등급		1호	A社	B社	C社	D社	삼성토탈 물량	석유공사 수입물량
옥탄값(리서어치법)		91이상 ~94미만	92	92	92	92	92	91
증류성상	10%유출온도(℃)	70이하	54	54	53	55	56	51
	50%유출온도(℃)	125이하	82	79	80	82	86	93
	90%유출온도(℃)	170이하	143	143	130	141	147	148
	종말점(℃)	225이하	188	175	189	201	193	195
	잔류량(부피%)	2.0이하	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
물과 침전물(부피%)		0.01이하	0.01미만	0.01미만	0.01미만	0.01미만	0.01미만	0.01미만
동판부식(50℃, 3h)		1이하	1	1	1	1	1	1
증기압(37.8℃, kPa)		44~82 {여름용:44~65 (44~60), 겨울용:44~96}	54	54	57	56	53	64
산화안정도(분)		480이상	480이상	480이상	480이상	480이상	480이상	480이상
세척현존검(mg/100mL)		5이하	1미만	1미만	1미만	1미만	1미만	1미만
황분(mg/kg)		10이하	6	4	4	4	4	5
색(육안식별)		노란색	노란색	노란색	노란색	노란색	노란색	노란색
납 함량(g/L)		0.013이하	0.001미만	0.001미만	0.001미만	0.001미만	0.001미만	0.001미만
인 함량(g/L)		0.0013이하	0.0001미만	0.0001미만	0.0001미만	0.0001미만	0.0001미만	0.0001미만
방향족화합물 함량(부피%)		24(21)이하	11	16	8	9	16	16
벤젠 함량(부피%)		0.7이하	0.4	0.4	0.3	0.5	0.6	0.6
올레핀 함량(부피%)		16(19)이하	11	13	12	14	13	7
산소 함량(무게%)		2.3이하	1.9	2.1	2.2	0.8	0.5	0.0
메탄올 함량(무게%)		0.1이하	0.1미만	0.1미만	0.1미만	0.1미만	0.1미만	0.1미만

Ⅱ. 전자상거래 성과 평가(7~9월) 및 향후계획

1 **추진현황:** 인센티브 시행(7.1) 이후 월평균 거래량은 35배 증가, 경유 가격은 정유사 월간공급가 대비 60~103원/Ｌ 인하된 것으로 나타남

2 성과평가: 인센티브가 경유 소비자가 인하에 상당부분 반영

❶ 인센티브 합계: 할당관세 적용, 수입부과금 면제 등 53원/Ｌ

❷ 경유 수입: 전량 일본산이나, 수입단가가 수출단가보다 평균 2.3$/B 낮아 일본경유를 비싸게 사오는 것은 아닌 것으로 확인(7월 5$, 8월 5$, 9월 △3$)

❸ 가격: 정유사공급가보다 60~103원/Ｌ 더 낮게 형성
⇨ 전자상거래 거래가격이 인센티브보다 낮게 형성된 것으로 평가

❹ 소비자가: 전국평균 대비 2.79~13.05원/Ｌ 추가인하 추정
* 직접매입 주유소: 13.05원/Ｌ 추가인하(전자상거래 물량비중을 반영하여 인센티브 53원/Ｌ를 환산한 15.26원/Ｌ의 85.5% 반영)
* 대리점 매입 주유소: 2.79원/Ｌ 추가인하(전자상거래 물량비중을 반영하여 인센티브 53원/Ｌ를 환산한 5.65원/Ｌ의 49.4% 반영)

⇨ 인센티브 일부는 소비자가 인하에 반영되었으나, 일부는 대리점·주유소 마진으로 흡수된 것으로 평가

⇨ 특히, 소비자가 인하가 미흡한 대리점에 대한 모니터링 강화 필요

3 향후 계획

❶ 대리점의 판매자료 제출을 의무화하여 분기1회 주유소 판매가격 모니터링을 실시하고, 가격인하가 미흡한 대리점·주유소는 단계적 참여제한 조치

❷ 수입사-주유소 공동물류시스템 구축을 통해 대리점 및 협의상대매매 거래비중을 낮추고, 주유소 직거래 및 경쟁거래 비중 확대

❸ 정유사들에게 `수직계열화 비율이 93%인 상황에서 석유제품 가격결정 투명성 제고를 위해서는 정유사 참여가 필수적`이라는 점을 계속 설득

참고1 전자상거래 가격(경유)이 적정한 것인지?

1 일본 경유를 비싸게 사서 일본 정유사만 혜택 보는 것 아닌지?

○ 저렴한 물류비로 인해 수입경유가 전량 일본산인 것은 사실

○ 일본 경유를 비싸게 사오는 것은 아닌 것으로 확인

* 7~9월 對日 수입단가는 對日 수출단가에 비해 약 2.3$/B 낮은 수준

< '12년 경유 일본 수출입 현황 비교(FOB 기준) >

(단위: 천Bbl, 천$)

월	수출			수입			단가차
	물량	금액	단가(A)	물량	금액	단가(B)	(A-B)
1월	564	72,642	129$/B	40.77	4,730	116$/B	13
2월	181	24,039	133$/B	37.61	5,116	136$/B	△3
3월	328	45,574	139$/B	71.74	9,056	126$/B	13
4월	517	69,495	135$/B	98.40	12,643	128$/B	7
5월	720	90,378	126$/B	80.49	10,079	125$/B	1
6월	836	93,191	112$/B	205	24,797	121$/B	△9
7월	891	105,359	118$/B	533	60,385	113$/B	5
8월	1,088	141,811	130$/B	851	106,357	125$/B	5
9월	127	16,649	131$/B	932	124,500	134$/B	△3

* 자료: 페트로넷 * 운임 등에 의한 가격차를 배제하기 위해 FOB 기준으로 비교

2 전자상거래 가격이 일반 가격보다 싼 것인가?

(인센티브가 전자상거래 가격에 반영되었는가?)

○ 전자상거래 인센티브는 경유 기준 약 53원/L*

* 관세 3% 면제, 수입부과금 16원/L 환급, 바이오디젤 혼합의무 면제

○ 전자상거래 평균가격이 정유사 공급가에 비해 60~103원/L 저렴

⇨ 전자상거래 거래가격이 인센티브보다 낮게 형성된 것으로 평가

(매도-매수호가 시스템에 의해 낮은 가격에 체결될 수 밖에 없는 전자상거래 특성에 의한 수입사들간 가격경쟁 결과로 분석)

< '12년 경유 월평균 도매가격 비교 >

(단위: 원/L)

월	정유사공급가(A)	전자상거래(B)	차이(B-A)
6	1,607	1,592	△15
7	1,643	1,572	△71
8	1,705	1,645	△60
9	1,748	1,659	△103

참고2 전자상거래 인센티브의 소비자가 인하효과가 있는지?

< 소비자가 인하효과 분석 방식 >

◈ (비교대상) 전국평균가격 vs. 거래주유소 판매가격 변화 비교

◈ (비교기간) '11.1~'12.6월 평균가격 vs. '12.7~9월 평균가격

* 전자상거래 본격화 이전 18개월과 비교(상승기, 하락기 특성이 함께 반영)

◈ (표본) 직접거래 주유소 84개[1], 대리점[2] 27개(대리점 구입주유소 252개[3])

1) 총 195개사 중 KRX, 석유공사 자료간 사업자등록번호가 일치된 84개사 분석

2) 거래 물량이 큰 27개사 분석

3) 27개사 중 출하증빙이 확인된 252개



1 직접매입 주유소의 가격인하 효과

○ 인센티브 상당부분 소비자가 인하에 반영 추정

① 전국 평균대비 직접매입 주유소 판매가격 차이 : 13.05원/L

② 인센티브 전체(53원/L) 판매가 반영시 가격인하분: 15.26원/L

* 직접매입 주유소의 전자상거래 물량 비중 = 전자상거래 물량 ÷ 총판매물량
(28.8%) (1,113만L) (3,868만L)

* 경유 인센티브 (53원/L) × 0.288 = 15.26원/L

○ 다만, 유통마진도 함께 증가(18.13원/L ↑)

⇨ 전자상거래 가격(△60~103원/L)이 인센티브(△53원/L)보다 컸던데 기인

< 직접 매수주유소의 판매가격 및 유통마진 변화 >

구분		'11.1~'12.6	'12.7~'12.9	증감
판매가격	전국 평균(A)	1772.94	1,782.75	9.81
	참여주유소(B)	1756.77	1,753.53	△3.24
	차이(B-A)	△16.17	△29.22	△13.05
유통마진	전국 평균(A)	118.54	66.86	△51.68
	참여주유소(B)	98.78	65.23	△33.55
	차이(B-A)	△19.76	△1.63	18.13

2 대리점을 통한 가격인하 효과

◈ 대리점 경유 물량은 관련 정보의 한계로 정밀한 모니터링에 한계
⇨ 대리점의 판매정보를 구축할 수 있는 시스템·제도 구축 필요

◈ 아래에서는 이러한 한계 내에서 개략적으로 추정한 결과임

① 전자상거래참여 대리점과 거래한 주유소의 전국 평균대비 판매가격 차이: 2.79원/L

② 인센티브 전체(53원/L) 판매가 반영시 가격인하분: 5.65원/L

* 표본대리점의 전자상거래 물량 비중 = 전자상거래 물량 ÷ 총판매물량
(27.7%) (3,540만L) (12,799만L)

* 거래 주유소의 표본대리점 비중 = 표본대리점 구매물량 ÷ 총판매물량
(38.5%) (2,991만L) (7,770만L)

* 경유 인센티브(53원/L) × 0.277 × 0.385 = 5.65원/L

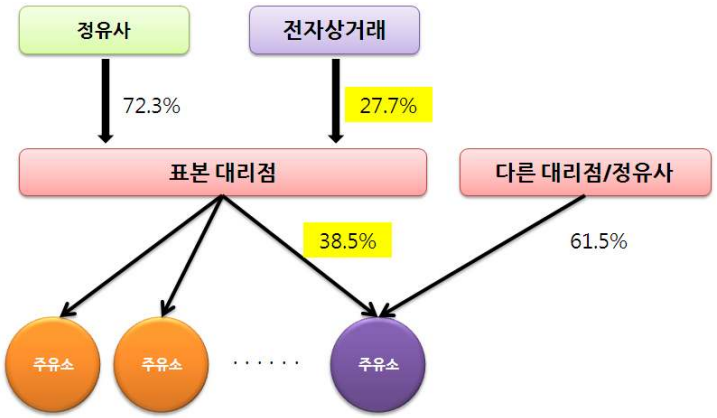
⇨ 인센티브 중 일부는 대리점과 주유소의 마진으로 흡수된 것으로 추정

< 대리점 경유 매수주유소의 판매가격 변화 >

구분		'11.1~'12.6	'12.7~'12.9	증감
판매가격	전국 평균(A)	1772.94	1,782.75	9.81
	참여주유소(B)	1,754.60	1,761.62	7.03
	차이(B-A)	△18.34	△21.13	△2.79

* 대리점 판매는 가격정보가 없어 유통마진 산정 불가

< 대리점 경유 판매 주유소의 유통 구조 >



III. 혼합판매 추진현황 및 향후계획

1 추진 현황

□ 혼합판매 주요 쟁점*에 대해 정유사 협의를 완료(8.1일)하고 시장에서 시행 가능함을 발표(9.6일)

* 혼합판매 표시, 물량 확인, 제조물 책임, 인센티브 차등, 유·무채권 주유소

□ 그간 정유사 차원 교육과 주유소 대상 홍보를 실시하였으나, 주유소간 눈치보기와 정유사의 소극적 대응으로 혼합판매 실적이 없는 상황

○ 주유소는 초기 혼합판매 시행에 따른 정유사 협상 부담과 관행적 혼합판매(약 15% 추정) 양성화 우려로 소극적

⇨ 주유소들이 혼합판매를 對정유사 계약협상용으로 활용하는 사례 관측

○ 정유사는 실적 유지 차원에서 혼합판매 신규계약에 소극적

2 향후 계획

□ 대한통운등 對정유사 협상이 가능한 기름 다소비 업종(택배·물류회사) 소유·운영 주유소를 상대로 혼합판매 계약 변경 협의중

⇨ 혼합판매가 시장에서 촉발될 수 있는 시발점을 마련

□ 주유소가 정유사의 소극적 대응에도 불구하고 혼합판매를 선택할 수 있도록 인센티브 마련

(例示) 전자상거래를 통한 저렴한 물량 공급, 알뜰주유소용 화물복지카드 혜택 추가 등

⇨ 혼합판매 주유소의 가격 경쟁력 확보 및 영업환경 개선 유도

□ 전국 주유소 대상 혼합판매 설명회[1]를 통한 주유소 의견수렴 후, 제기된 사례[2]중심으로 공정위와 합동 현장점검(11월중)

1) 주유소협회 주관하 대구·부산(10.19일)旣실시, 대전·광주(11.7일) 예정
2) 혼합판매 비율 합의 회피, 전량구매계약 위반 및 관행적 혼합판매 묵인 등