

주유소 가격 결정 방식 연구

(최종보고서)

A study on retail gasoline market price

주관기관명: (사)소비자 시민의 모임 (회장: 김 재 옥)

2012. 10. 18

기 획 재 정 부

제 출 문

기획재정부 장관 귀하

이 보고서를 “주유소 가격 결정 방식 연구”의 최종보고서로 제출합니다.

2012. 10. 18

주관기관명 : (사)소비자 시민의 모임

책임연구원 : 송 보 경(서울여대 명예교수, 석유시장감시단 단장)

공동연구원 : 김 동 훈(연세대학교 교수)

” : 문 미 란(법률법인 남산 국제변호사)

” : 이 서 혜(석유시장감시단 팀장)

연구보조원 : 홍 미 나(소비자 시민의 모임)

” : 김 보 은(소비자 시민의 모임)

요 약 문

사 업 명	주유소 가격 결정 방식 연구		
주 관 기 관	(사) 소비자 시민의 모임	책임 연구원	송 보 경
총 사업기간	2012. 09. 04. ~ 2012. 10. 18. (1.5개월)		
총사업비(천원)	30,000		
주제어(6 ~ 10개)	석유시장, 주유소, 유통구조 개선 정책		

I. 사업의 목적 및 필요성

☐ 석유는 일반 생활과 서민경제에서 대단히 중요한 생필품이므로 공정하고 투명한 시장이 성립되어야 하나 국내의 석유시장에서는 정유사, 주유소의 폭리 및 담합과 가격 비대칭에 대한 논란이 있음.

- 정유사 가격결정방식에 대한 연구는 많이 진행되었으나 **주유소 가격결정방식에 대해서는 체계적인 연구가 부족**하므로 이 연구를 통해 개별 주유소가 공통적으로 가지고 있는 경쟁변수, 수요변수 그리고 비용변수에 대한 체계적인 틀을 성립하는 것이 필요함
- 주유소 가격을 결정하는 공통적인 변수 이외에도 정유사 4사와 주유소간의 수직계열화로 인한 주유소의 거래 물량, 대금지급 방법 및 시기에 따라 각 주유소의 지급가격이 상이한 것 또한 고려해야 할 요소임

II. 연구 결과 및 유통구조 개선 방향

- ☐ 주유소의 가격결정 요인을 분석한 결과 가장 중요한 요소는 경쟁시장인 것으로 나타남
- 경쟁적인 석유유통시장을 위해 정유사 단계에 집중된 힘의 불균형을 대리점, 주유소로 이동해야 함. 이를 위해서는 대리점, 주유소의 협상력(bargaining power)을 키워서 유통 단계 내에서 스스로 견제와 균형(check and balance)이 이루어지도록 해야 함
 - 정유사에 대한 가격협상력이 있는 대리점 단계의 플레이어들을 키우는 것이 필요함

III. 주요 이슈

- SK네트웍스가 협상력(Bargaining Power)을 가진 대리점으로서의 기능보다는 자기계열사에 이익을 몰아주는 것으로 나타나 대리점 공급가격을 공개하고 각 단계에 대한 모니터링이 필요함
- 정유사의 사후정산으로 인한 가격비대칭을 해소하기 위해 정유사가 당일 출고 가격을 고시하고, 영업사원이 고시 가격에 기존의 주유소에 적용하던 로직을 적용할 수 있음. 각 유통단계에서 가격의 흡수를 방지하기 위해 정유사 - 대리점 - 주유소 각 단계의 가격을 모니터링 해야 함
- 농협주유소는 알뜰주유소로 전환하기 이전에 비해 전환한 이후에 가격이 상승한 것으로 나타남. 농협주유소와 알뜰주유소가 석유제품을 공동입찰을 하기 보다는 각자가 정유사를 견제하는 대리점으로서의 역할을 하도록 하는 것이 바람직함
- 서초구 양재동에 있는 주유소는 새로운 건물을 짓고 건물 뒤쪽에 주유소를 설치하는 간이주유소를 운영하고 있음. 특히 건물에 Mac Donald Drive through를 임대하여 주유기로의 진입을 용이하게 함. 이 주유소는 임대업 뿐 아니라 식음료업과 주유소 업을 결합한 새로운 형태로 주유소 업에 신규 진입자를 늘리는 동시에, 폐업비용이 많이 소요되는 폐업을 앞둔 주유소를 재활용할 수 있을 것임

〈차 례〉

제1장 서론	3
1. 석유제품 가격 구조	3
제2장 국내 석유유통시장의 정책 변화	7
1. 석유산업의 특성	7
2. 석유산업의 시작	11
3. 우리나라 석유산업 발달	14
4. 국내 유통구조 형성과정의 특징	18
5. 해외 석유 유통시장 특징	20
제3장 주유소 가격 결정에 영향을 주는 요인 분석	21
1. 문헌 연구	21
2. 변수 정의	22
3. 서울시 주유소 현황	28
4. 추정모형 및 결과	33
제4장 유통구조 개선 정책에 대한 효과 분석	39
1. 현재 석유유통 정책과 관련한 역사적 배경	39
2. 유가 변동에 따른 마진 추이	53
3. 알뜰주유소	58
제5장 요약 및 시사점	64
1. 기본 방향	64
2. 현재 석유유통정책에 대한 평가와 개선방향	66
참고문헌	77
보도자료	78
참고자료	81

〈 표 차례 〉

< 표 1 > 국제휘발유가격, 공장도가격 그리고 주유소가격 상승 비교	5
< 표 2 > 최근 국제 휘발유 가격과 비슷한 이전 시점의 가격 비교	5
< 표 3 > 8월 1주-10월 3주 국제 휘발유 가격과 정유사 공급가격 상승분	6
< 표 4 > 알뜰주유소 전환 개수	32
< 표 5 > 직영 주유소의 토지가격 상승 폭	52
< 표 6 > 서울시 휘발유 판매량	72
< 표 7 > 서울지역 주유소 상표표시 별, 소유 형태별 분포	72
< 표 8 > 정유사 상표, 소유 형태에 따른 토지가격	92
< 표 9 > 서울시 주유소 부대시설	03
< 표 10 > 서울시 주유기 개수 및 셀프서비스	03
< 표 11 > 서울시 무경쟁, 인접 주유소, 반경 1km내 알뜰/무폴주유소 수 ..	13
< 표 12 > 자치구 별 사업체 수 및 기타 특성	23
< 표 13 > 서울시 주유소 기초통계량	43
< 표 14 > 다중회귀분석 결과	53
< 표 15 > Stepwise 변수선택 모델 결과	73
< 표 16 > Stepwise를 통해 선택된 변수들의 단순회귀분석 결과	83
< 표 17 > 주유소의 지역별 복수상표 판매현황	34
< 표 18 > 석유제품 교환, 판매현황	44
< 표 19 > 국제 유가 변동에 따른 정유사 및 주유소 마진 추이	35
< 표 20 > 정유사 별 휘발유 판매현황	55
< 표 21 > 정유사의 매출액	65
< 표 22 > 정유사의 영업이익률	75
< 표 23 > 농협 알뜰주유소 추진현황	06
< 표 24 > 지역별 알뜰주유소 현황	26
< 표 25 > 형제주유소 폐업전후의 주변지역 주유소가격	26
< 표 26 > 정유사 별 정유사 공급가격과 주유소 판매가격의 차이	66
< 표 27 > 알뜰주유소 전환 전,후의 농협주유소와 타주유소와의 가격차이 ..	86
< 표 28 > 국제 휘발유가격과 국내 유통단계 별 가격 추이	87

〈 그림 차례 〉

< 그림 1 > 국내 휘발유 가격 구조	3
< 그림 2 > 국내 유통시장 개요	4
< 그림 3 > 반경 1km 내 주유소 수	8
< 그림 4 > 인접주유소와 최단거리	13
< 그림 5> 유럽의 간이주유소	27
< 그림 6> 한국형 간이주유소	37

□ 연구 개요

- 연구과제 : 주유소 가격결정 방식 연구
- 연구기간 : 2012년 09월 4일부터 2012년 10월18일까지(1.5개월)
- 수행기관 : (사)소비자 시민의 모임

□ 연구 필요성 및 목적

○ 석유는 일반 생활과 서민경제에서 대단히 중요한 생필품이므로 공정하고 투명한 시장이 성립되어야 함. 그러나 정유사 4사의 독과점으로 이루어진 국내의 석유시장에서는 여전히 정유사, 주유소의 폭리 및 담합과 가격 비대칭에 대한 논란이 있음.

－ 정유사 가격결정방식에 대한 연구는 많이 진행되었으나 주유소 가격결정방식에 대해서는 체계적인 연구가 부족

－ 개별 주유소가 공통적으로 가지고 있는 경쟁요인, 수요요인 그리고 비용요인에 대한 체계적인 틀을 성립하는 것이 필요함

－ 그러나 이러한 공통적인 요인 이외에도 정유사 4사와 주유소간의 수직계열화로 인한 주유소의 거래 물량, 대금지급 방법 및 시기에 따라 각 주유소가 공급받는 가격이 상이한 것 또한 고려해야 할 요소임

○ 알뜰주유소 확대, 혼합판매 활성화 등 현재 추진 중인 석유시장 구조개선 정책들의 효과를 제고하기 위해 주유소 가격결정 요인에 대해 분석할 필요

－ 알뜰주유소 확대에 따른 가격인하 효과 및 주변지역 가격 변화 추이를 분석

○ 이를 통해 최근 정부에서 유통구조 개선을 위해 실시하고 있는 정책들의 효과를 제고하고 정책적 시사점을 제시

□ 주요 연구내용

- 국내 석유유통정책의 역사 및 특징을 통해 정부 유통정책에 따른 정유사 마진 및 marketing, 주유소 마진의 변화를 시대에 따라 정리
- 개별 주유소의 가격 결정에 영향을 주는 요인의 영향력을 분석함
 - (비용요인) 직·자영 주유소 여부, 토지비용(주유소 소재지), 주유기 개수, 세차가능 여부, 편의점 유무, 경정비 시설 유무, 대형마트·셀프 등 주유소 형태 등
 - (경쟁요인) 각 주유소 반경 1km 이내의 경쟁주유소 수, 가장 근접 주유소와의 거리, 인근 알뜰주유소 유무, 인근 무폴주유소 유무 등
 - (수요요인) 지역 별 사업체 수, 자동차 등록 수
- 가격결정요인과 연계하여 주유소 유통마진 분석
 - 유가 변동에 따른 마진 추이(가격 비대칭성 관련)
 - 알뜰주유소 확대에 따른 마진 변화 등
- 현재 추진 중인 석유시장 유통구조 개선 정책에 대한 시사점 도출

□ 기대효과 및 활용계획

- 알뜰주유소 및 최근 정부가 실시하고 있는 유통구조 개선 정책에 대한 효과 분석
- 현재 추진 중인 석유시장 유통구조 개선 효과에 대한 피드백을 제공함으로써 석유시장 유통구조 개선 정책에 대한 시사점 도출

제1장 서론

1. 석유 제품 가격 구조

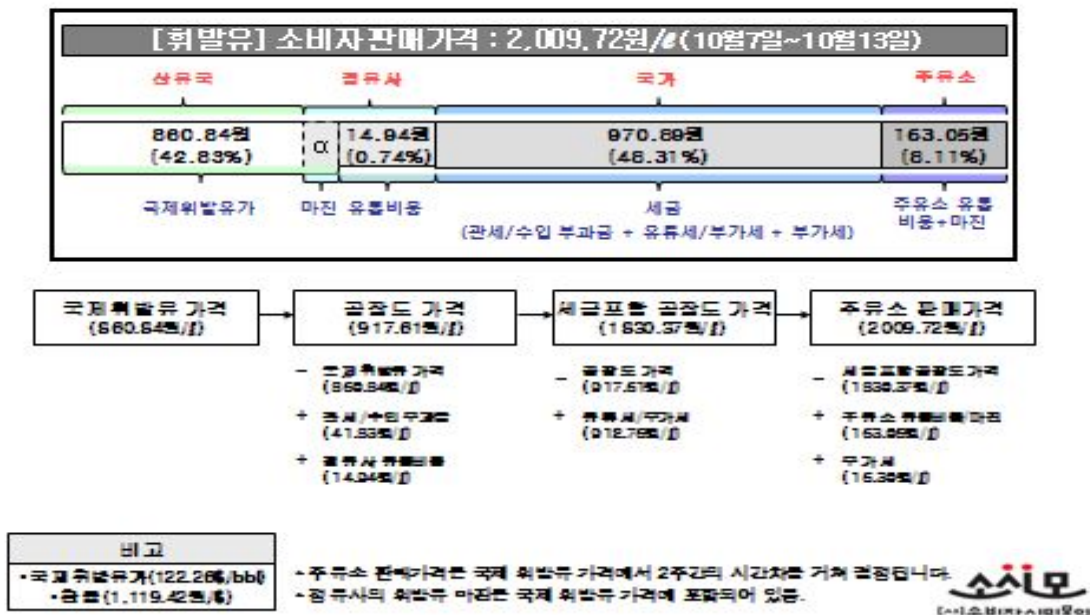
국내 석유제품 가격은 크게 국제 제품가격, 세금, 정유사의 유통비용 및 마진 그리고 주유소의 유통비용 및 마진으로 이루어져 있다. < 그림 1 >

1. 국내 휘발유 가격 구조

2012년 2사분기 기준 국내 가구지출 총 비용 중 운송연료비는 약 4.77%로서 단일품목으로는 통신비 다음으로 큰 비중을 차지하고 있다. 즉 석유제품의 소비는 가게 내 운송연료비 사용의 비율만 보아도 이미 생필품으로 소비되고 있음을 알 수 있다.

< 그림 1 > 국내 휘발유 가격 구조

2012년 10월2주 국내 휘발유 가격구조



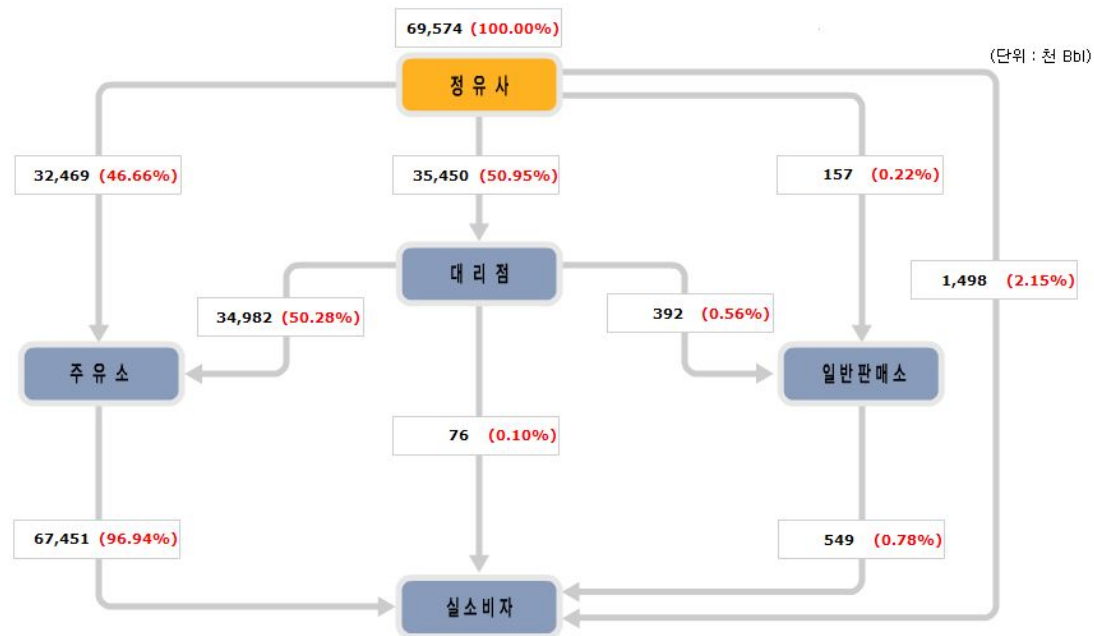
그럼에도 불구하고 휘발유/경유 등 석유제품의 유통시장은 독과점시장과 담합이라는 인식이 널리 퍼져있고 실제로 석유제품의 가격 결정구조가 아직 체계적으로 연구가 된 바가 없다. 특히 정유사 단계의 가격결정구조에 대해서는 많은 연구가 진행되었으나 주유소단계의 가격결정구조에 대해서는 다양한 요인이 존재함에도 불

구하고 실제 가격에 영향을 미치는 요인이 무엇인지에 대해 밝혀진 바 없어 본 연구에서는 주유소단계의 가격결정에 미치는 요인을 분석해 보고 이를 통해 국내 석유제품 유통구조에 대해 살펴보고자 한다.

2. 국제 휘발유 가격과 국내 주유소 판매가격 비교

석유제품의 가격은 세금과 국제휘발유 가격이 큰 비중을 차지하고 있고 특히 국제 휘발유 가격과 환율은 우리가 통제할 수 없는 변수이므로 이를 제외하고 나면 실제로 정유사와 주유소 등 유통단계에서 결정되는 비율은 약 8%정도이다. 그러나 제품이 가지는 특수성을 고려할 때 국제휘발유 가격과 환율을 제외한 정유사와 주유소단계의 가격 또한 가격결정에 중요한 역할을 하고 있으므로 국내 석유제품 유통과정을 분석하기 위해서는 정유사, 대리점 그리고 주유소 등 각 유통단계에 대한 가격결정구조를 같이 살펴보아야 할 것이다. < 그림 2 >

< 그림 2 > 국내 유통시장 개요¹⁾



국제 휘발유 가격과 국내 주유소 판매가격을 비교해 보면 석유제품 가격이 상승하기 시작한 2011년 10월 3주부터의 가격을 국제 휘발유가격, 정유사 공급가격인 공장도 가격 그리고 주유소 판매가격을 비교한 결과는 < 표 1 >에 나타나 있다. 비교 기간 중 판매된 물량을 고려해 분석해야 정확한 수치가 분석이 되겠지만 단

1) 2011년 국내 석유 유통시장

순히 가격만 비교한 결과 국제휘발유가격이 상승된 것에 비해 정유사가 공급하는 공장도 가격은 적게 인상한 반면 주유소 판매가격은 2011년 10월3주 이후 리터 당 64.78원이 그리고 2012년 1월1주 이후에는 리터 당 27.23원이 더 인상된 것으로 나타났다.

< 표 1 > 국제휘발유가격, 공장도가격 그리고 주유소가격 상승폭 비교
(단위 : 원/리터)

	국제휘발유가격	공장도가격	세금포함공장도가격	주유소 판매가격
11년10월3주~ 12년10월2주	243.47	207.81	228.59	308.25
12년1월1주~ 12년10월2주	49.17	44.02	48.42	76.40

이상의 값은 전국의 12,800여개의 주유소 가격을 하나의 수치로 나타낸 통계적 수치이기 때문에 편차가 존재하고, 또한 전국 12,800여개의 주유소에 국제 가격흐름이 반영되는 것은 정유사단계에서보다 시간이 더 많이 걸린다는 것을 고려한다 해도 각 유통단계를 거치면서 국제 가격흐름과 상이한 가격의 차이가 발생한다는 것을 알 수 있다. 주유소는 정유사에서 석유제품을 공급받아 소비자에게 판매를 하는 주체이므로 주유소의 판매가격 내에는 정유사단계의 공급가격이 반영되어야만 할 것이다.

최근 국제 휘발유가격이 비슷했던 이전시점과 비교했을 때 주유소의 판매가격이 더 비싸게 책정된 것으로 나타나 < 표 2 > 동 기간의 정유사 국제 휘발유 가격과 정유사 4사의 공급가격의 변동 추이를 살펴보니 정유사 4사의 공급가격이 국제 휘발유 가격보다 더 많이 상승한 것으로 나타났다. < 표 3 >

< 표 2 > 최근 국제 휘발유 가격과 비슷한 이전 시점의 가격 비교
(단위 : 원/리터)

	국제휘발유가격	주유소판매가격
2012년 10월3주	858.26	2006.45
2011년 4월3주	861.10	1945.59
2011년 9월2주	852.24	1942.35

< 표 3 > 8월 1주부터 10월 3주까지 국제 휘발유 가격과 정유사 공급가격 상승분
(단위 : 원/리터)

	국제휘발유가격	SK에너지	GS칼텍스	현대오일뱅크	S-oil
휘발유 가격 상승분	36.91	57.62	73.27	92.16	48.61

이상의 결과는 정유사 단계의 공급가격이 주유소 단계에 미치는 영향이 크다는 것을 단적인 예로 보여주고 있다. 그러므로 주유소가격 결정구조를 살펴봄에 있어서 각 주유소가 가지는 개별적인 요인을 살펴보는 것과 동시에 정유사와 주유소간의 공급가격, 유통구조 등을 비교 분석하는 것이 필요하다.

본 연구에서는 먼저 우리나라 석유유통시장이 발생, 성장한 역사적 배경을 살펴보고, 주유소의 가격을 결정하는 각 변수들에 대해 실제 데이터 분석을 실시할 것이다. 그 후에 각 정유사별로 정유사와 주유소 단계의 유통비용 및 마진을 살펴봄으로써 정유사와 주유소간의 공급가격 유통구조 등을 비교 분석하려고 한다. 다음으로 현재 우리나라 석유유통시장에서 최근 정부가 시행하고 있는 유통구조 개선정책에 대해 그 효과를 실증적인 분석을 통해 평가를 하고 이를 통해 우리나라 석유유통시장에 대한 평가 및 정책제언을 하려 한다.

제2장 국내 석유 유통시장의 정책 변화

1. 석유산업의 특성

1. 석유산업은 상류부문과 하류부문으로 구성

- 석유산업은 ①탐사-②개발-③생산-④집하-⑤수송-⑥하역-⑦정제-⑧유통-⑨판매-⑩대금회수의 과정을 거쳐, 순환된다.
 - ①탐사에서 ④집하까지를 상류부문(Up-stream), ⑤수송에서 ⑩대금회수까지를 하류부문(Down-stream)이라고 한다.
- 상류와 하류부문을 함께 갖고 전지구적(全地球的) 규모의 사업을 하는 대규모 석유자본을 ‘석유Major’라고 한다.
 - 전 세계 5개 정도의 석유Major²⁾를 제외한 대부분의 석유회사는 상류 혹은 하류부문만을 갖고 있으며 1960년대 이후 설립된 산유국 국영석유회사³⁾도 대부분 상류부문 만을 갖고 있다.
- 우리나라의 석유회사도 거의 하류부문만을 갖고 있으며 최근 상류부문에 진출에 노력하고 있지만 아직은 그 비중이 작다.

2. 석유산업은 대규모 자본이 투자되는 장치산업

- 석유산업은 초기단계에 대규모의 투자가 소요되는 장치산업이다.
 - 하류부문만 가진 정제업도 최소 경쟁단위인 20만b/d 상압증류시설 건설에 5~6조원 소요되고
 - 부대시설인 항만, 송유관, 저장시설에 2조원이 추가되고,
 - 경쟁력 확보에 필요한 고도화시설에 1.5~2조원의 추가 투자 필요하다.
- 따라서 대부분 국가는 석유산업 초기에 석유Major의 자본투자와 차관으로 정제시설을 건설했다.

2) 영미계의 Exxon-Mobil, BP-Amoco, Chevron-Texaco, 영국-네덜란드 합작인 Royal Dutch Shell, 프랑스의 Total-Fina-Elf
3) 사우디의 Aramco, 이란의 NIOC, 이라크의 INOC, 쿠웨이트의 KPC, 베네즈엘라의 PDV, UAE의 Adnoc, 리비아의 NOC, 나이지리아의 NNPC, 멕시코의 Pemex, 러시아의 Lukoil 등이다.

- 우리나라도 1960~70년대 정유회사를 석유Major의 자본투자와 차관으로 건설하였고 1930~50년대 정제시설을 건설한 일본이나 대부분 유럽국가도 비슷한 방법으로 석유산업이 발전되었다.
- 정제시설은 대규모 일수록 경쟁력이 있다.
 - 상하류 부문을 함께 가진 석유산업은 국제정치, 군사력 등 국가적 지원이 수반되어야 하고 규모의 경제성이 산업의 진입장벽으로 작용하기 때문에 대부분 국가가 석유산업은 독과점 논란에 있다.
- 대규모 투자가 이뤄진 장치산업이므로 가동률 제고와 안정적 판매망이 경영에 핵심이다.
 - 가동률을 높이기 위해 정유사가 월말에 할인가격을 책정하여 석유제품을 국내/해외시장에 출하하는 월초 월말의 가격이 다른 것과⁴⁾ 안정적인 판매망을 유지하기 위해 상표의 브랜드가치를 높이는 것 모두 정유사의 경영안정화를 위한 것이다.
 - 과거 석유Major들이 소비국의 정유공장 건설을 지원한 배경도 안정적 원유 판매망의 확보를 하기 위한 것이다.

3. 국민경제 핵심적 전략산업

- 석유산업은 원유를 100% 해외에 의존하고 있어 국제정세에 민감하고, 환율의 영향을 받고 있다.⁵⁾ 이것은 산유국을 제외한 전 세계 국가가 사정이 비슷하다. 특히 현대 문명은 석유문명이라 할 만큼 석유의존도는 절대적으로, 1, 2차 세계대전을 거치며 군사적 성격을 가진 국가전략산업으로 자리 잡았다.
- 우리나라 국내에너지의 석유의존도는 투입기준으로 40.1% 이다.
 - 석유의 아류인 가스를 포함 시 55.8%, 최종소비기준으로는 51.5%이고, 도시가스 포함 시 62.5%이다. 특히, 수송용 에너지는 95.5%가 석유에 의존하고 있다.

4) 국내 정유4사는 국내시장에 월말에 할인가격으로 석유제품을 출하하는데, 그 비중은 15~20%로 알려져 있다. 이는 가동률 제고가 수익성에 결정적이기 때문이며, 정유사는 고정비를 정상가격 제품에서 회수하고, 할인가격으로 출하하는 제품은 변동비만 충당되면 최대한 생산하는 것이 유리하다. 정유사가 수출물량을 늘리는 것도 같은 이유다. 더구나 고유가시기에는 수출환경이 내수환경보다 좋다. 정유사는 개개 제품의 가격이 아니라 전체적인 수익성이 더 중요하기 때문이다. 이것은 철강, 자동차, 반도체, 가전 등 대규모장치산업에 공통적으로 적용된다.

5) 정유사는 원유도입 외상채무(Usance)를 2~3개월 정도 늘 잔고로 갖는데, 달러로 계산되므로 환율상승 시 원유가격 이외에 이 부분(외상채무에 대한 환차손)의 비용증가가 있어 환율의 영향이 크다. 환율하락 시에도 같다.

4. 석유산업은 연산품(連產品)을 생산

- 원유의 정제과정은 원유를 상압증류탑에 넣어 끓여 온도를 높여가면서 LPG인 납사유분(油扮), 경유유분 그리고 중유유분을 순서대로 추출한다.
 - 납사유분을 가공해 휘발유, 납사, 용제를 생산하고,
 - 경유유분을 가공해 등유, 항공유, 경유를 생산.
 - 중유유분을 가공해 중유를 생산하고,
 - 찌꺼기로 윤활기유와 피치로 사용하여 윤활유와 아스팔트 등을 제조한다.
- 이런 석유제품의 생산비율은 원유의 성상에 따라 정해지는 것으로 필요에 따라 특정 제품의 생산을 증감하기는 어려우나 최근 고도화시설로 인해 하급의 제품으로 상급의 제품을 재생산 하는 것이 가능해졌다.
- 결국, 특정 제품의 국내생산이 부족하면 수입하고 남으면 수출이 불가피.⁶⁾
 - 이것은 외국의 경우도 같아서, 때로는 원유가보다 낮은 석유제품이 국제시장에서 광범위하게 거래되는 것⁷⁾은 이러한 이유 때문이다.

5. 석유산업은 국제정치와 밀접한 관련

- 산유국이 아닌 한국 등 대부분 국가는 원유를 100% 해외수입을 하므로 원유 도입가는 원유가의 등락과 환율변동에 영향을 받는다.
 - 즉 원유의 수급은 국제정치의 영향을 절대적으로 받을 수밖에 없고 특히 최근의 국제유가의 상승 또한 국제 정세의 불안정에 있다.
- 역사적으로 보면, 장기적 원유가격 결정은 수급사정보다는 국제정치에 따라 이루어지고 있다.
 - 중동의 원유거래는 2차 대전 이후 거의 달러로 이루어지고 있어서 석유구매를 위한 달러수요는 국제 금융시장에서 달러 가치 유지에 중요한 역할을 한

6) 2011년 석유제품별 생산/소비 비율 비교 (%)

* 차이가 +면 수출수요, -면 수입수요를 나타냄.

	휘발유	등유	경유	B-C유	나프타	LPG	기타	계
생산(A)	12.3%	3.5%	29.2%	12.1%	19.5%	1.8%	21.6%	1,002,257천b
소비(B)	8.7%	3.2%	16.7%	6.4%	44.3%	12.4%	8.3%	801,304천b
차이(A-B)*	+3.6%	+0.3%	+12.5%	+5.7%	-24.8%	-10.6%	+13.3%	수출 412,917천b, 수입 280,775천b

7) 2009년 원유가와 국제석유제품가격 비교(\$/b)

원유(Dubai)	휘발유	경유	등유	나프타	중유	LPG(프로판)	LPG(부탄)
61.92	68.24	70.48	70.25	61.05	57.25	46.69	48.24

다.

- 1930~1960년대는 석유Major가, 1970년대 이후는 OPEC가 원유가격을 결정한다.
- 2000년대 미군의 이라크 침공이후 국제유가는 2012년 6월까지 전쟁전보다 5~6배 상승하였다. 미국은 이라크 전쟁 당시 중동에 군대를 주둔시키고 석유 시장에서 영향력을 확보하였고 이후, 유럽이 주창하는 기후변화대응에 소극적으로 대응⁸⁾하고 있다.
- 2차 대전 이후 일반상품에 적용되는 GATT와 WTO의 규정이 원유거래에는 적용되지 않았다. 그러므로 원유수급과 가격은 산유국과 소비국의 정치·군사적 세력관계에 따라 결정되고 있다.

8) 석유나 석탄을 가진 국가들은 하나같이 기후변화대응에 소극적이다. 미국, 중국, 러시아, 호주, 캐나다, 중동 산유국이 그렇다. 미국과 중국은 2009년 12월 코펜하겐 기후변화회의에서 유럽국가가 선도하는 전 세계 기후대응노력을 사실상 무력화시켜, 포스트 교토의정서의 채택을 무산시켰다.

2. 석유산업의 시작

1. 석유의 형성

- (석유) 석유(Petroleum)⁹⁾는 고생대와 중생대의 살았던 플랑크톤의 잔해가 바다나 호수의 밑바닥에 퇴적되고 수억 년간 열과 압력으로 액체화되어 다공질의 석회암이나 사암에 스며들어 있는 것이다. 대부분 지하 150~7600미터의 배사구조(背斜構造) 암석층에 물과 섞여있는데, 이 물질이 액체로 있으면 원유(Crude Oil), 기체로 있으면 석유가스(Petroleum Gas) 또는 천연가스(Natural Gas)이다.
- (초창기) 석유는 근세이전에도 방부제, 약품으로 전쟁 시에는 방화무기 등으로 사용되었으나, 근대적 의미에서 석유가 개발된 것은 1859년 미국 펜실베이니아주에서 이루어졌다. 이후 19세기 말까지 미국 내 14개주로 개발이 확산되고, 이어 멕시코, 카스피해, 페르샤(이란), 인도네시아 등에서 미국, 러시아, 영국, 네덜란드 등에 의해 개발이 이루어 졌다.
- (전략물자) 당시 유럽과 미국에서는 고래기름을 등화용(燈火用)으로 사용했는데 가격이 비싸서, 원유에서 등유(燈油)만 추출해 고래기름을 대체하고, 나머지는 쓸모가 없어서 전체적으로 석유산업이 각광받지는 못했다. 난방, 선박, 기차 등의 주종연료는 석탄이었고 가스등에도 석탄이, 취사용으로 석탄가스가 사용되었는데 20세기가 되면서 자동차가 보급되자 휘발유가, 항공기에 항공유(등유), 전차(戰車)에 경유가, 군함에 중유가 사용되면서 석유는 버릴 것이 없는 산업이 되었다. 이 후 1차 대전으로 수요가 급증하면서 석유는 전쟁의 승패를 좌우하는 전략물자가 되었다.
- (7대 석유Major) 1차 대전 후 중동지방은 승전국인 영국과 미국이 장악하고 전 세계 석유산업은 석유개발-정제-수송-제품판매까지 영국과 미국에 기반을 둔 7개의 석유Major들의 석유자본¹⁰⁾이 장악하였다. 7대 석유Major에 끼지 못한 대부분의 국가¹¹⁾들은 이들로부터 석유제품을 수입해 사용하였으므로 대

9) 석유(Petroleum)는 원유(Crude Oil)와 석유제품(Petroleum Products)을 통칭하는 말이다. 원유는 유전에서 뽑아낸 암갈색의 끈적한 액체이며, 이것을 정유공장에서 정제하여 석유가스, 휘발유, 납사, 등유, 경유, 중유를 뽑아내고 나머지 찌꺼기는 아스팔트 등으로 가공된다. 원유로부터 나온 석유가스, 휘발유... 중유 등을 '석유제품'이라고 한다. 납사는 연료가 아니라 석유화학제품의 원료로 사용된다.

10) 7대 메이저는 7대 주요석유자본(Major Oil Capitals)을 말하는데, 미국계의 Exxon, Mobil, Texaco, Chevron, 영국계의 BP, 영국-네덜란드 합작인 Royal Dutch Shell이다. 여기에 프랑스의 CEP(현재의 Total)을 합쳐 8개 Major라고도 한다. 이후 합병으로 현재는 BP-Amoco, Exxon-Mobil, Caltex, Total, Royal Dutch Shell의 5대 Major로 개편되었다. 1차 대전 직후에는 전지구가 대부분 몇몇 열강의 식민지나 반식민지였으므로 열강에 의한 석유산업 지배가 쉽게 이뤄졌다.

부분의 근대국가는 석유정제업이 아니라 석유유통업으로부터 석유산업이 시작되었다. 이후 7대 석유Major의 시장개발전략에 따라 1930년대부터 문명국가의 주종에너지는 석탄에서 석유로 점차 바뀌고, 2차 대전에서 연합군의 승리에 힘입어 7대 석유Major는 1960년대 말까지 공산권을 제외한 전 세계 석유시장을 장악하였다.

- (OPEC) 1950년대 중동에서 자원민족주의 바람이 일면서 1960년대 산유국들은 석유수출국기구(OPEC)를 결성하였다. 이들은 유전 국유화 조치를 단행하고 석유를 무기화(武器化)하여 1970년대 1차, 2차 석유파동을 거치면서 ‘국영 석유회사(National Oil Company, NOC)¹²⁾를 설립하였다. 산유국의 국영석유회사는 국유화로 확보한 유전을 개발하고, 원유생산량을 기반으로 석유시장 지배력을 상당부분 석유Major로부터 빼앗아 왔다. OPEC산유량에 대한 Major의 지분원유는 1970년 80.3%에서 1978년 18.8%로 급감하였고, 국영석유회사의 지분원유는 2.3%에서 75.5%가 되었다. 이후 국영석유회사는 국제유가를 좌우하였고 최근에는 소비국의 정제, 유통시장에도 진출하면서 산업을 다각화하고 있다. 구미선진국은 OPEC에 대항하여 1974년 11월 국제에너지기구(IEA)를 결성하고, 각 회원국의 적극적인 석유소비절약과 석유비축을 촉구하였다.

- (석유-달러-미군) 1989년 소련이 붕괴하면서 세계의 군사질서는 미국을 중심으로 단일화되었고, 그동안 석유시장에서 커진 국영석유회사(NOC)의 세력은 아프가니스탄전쟁, 걸프전쟁, 이라크전쟁을 거치면서 다시 메이저 석유자본의 우세를 인정하게 되었다. 전 세계 대부분의 석유가 달러로 거래되는 현실은 달러의 국제적 지위에 중요한 변수이며, 미국의 군사력에 의해 석유산업 질서가 유지되고 있다.

2. 국제 석유시장 구조의 변화

- 근대 석유산업의 역사는 1859년 미국 펜실바니아 주에서 원유생산이 성공하면서 시작되었다. 석유산업은 그 특성상 처음부터 거대한 독점적 기업에 의해

11) 미국, 영국, 프랑스, 러시아 정도를 제외한 모든 국가가 유전도 정유공장도 없었으므로, 7대 메이저로부터 정제된 석유제품을 수입해 사용했다. 독일은 루마니아를 점령한 1930년대 후반에야 자체적인 정유공장을 확보했고, 일본에는 1930년대 군부에 의해 군용 정유공장이 건설되었으나, 원유확보가 어려워 제대로 가동되지 못했다. 이태리는 2차대전 이후에, 한국은 1960년대에 정유공장을 건설했다.

12) 사우디의 Aramco, 이란의 NIOC, 쿠웨이트의 KPC, 베네수엘라의 PDV, 러시아의 Lukoil 등이다. 미국의 중동전략의 이면에는 서방 Major석유자본과 산유국의 NOC간에 석유이권을 둘러싼 각축이 존재한다.

주도되는 방식으로 발전하였다. 미국의 초기 석유산업은 1870년 록펠러에 의해 설립된 스탠더드 오일 (Standard Oil)이 지배하였는데, 록펠러가 철도산업과 정유 산업 등 연관 산업까지 흡수합병하면서 스탠더드 오일은 19세기 말 미국 석유시장의 90% 이상을 장악하였다. 1911년 반트러스트법에 의해 스탠더드 오일은 34개로 분할되었지만 2차 대전을 거치면서 일부 회사는 엑슨, 모빌 등 미국계 오일메이저로 다시 성장하였다.

- 석유Major들은 제2차 세계대전 이후 전 세계의 석유시장을 거의 지배하였다. 당시 석유Major는 미국계인 엑슨(Exxon), 모빌(Mobil), 텍사코(Texaco), 세브론(Chevron), 영국계인 BP, 그리고 영국과 네덜란드 합작의 로열더치셸(Royal Dutch Shell) 그리고 프랑스 국영석유회사 토탈(Total)을 추가하여 7대 Major 체제로 시장이 형성되었고 이 후 중동국가들 및 OPEC이 중요한 역할을 하도록 변화되어 지금까지 그 틀을 유지하고 있다.

3. 우리나라 석유산업 발달

- 우리나라 석유시장은 스탠더드 오일이 1897년 국내에 첫 저유소를 세우며 시작되었다. 석유 제품 중 자동차 연료인 휘발유가 국내에 등장한 것은 1908년 경으로 외국인들이 들여온 자동차의 연료로서 스탠더드 오일이 정식으로 휘발유를 들여와 팔기 시작했다.
- 1910년 한일합방 후 본격적인 외국계 석유회사가 등장하였다. 이때 등장한 외국계 석유회사는 미국의 스탠더드 오일, 텍사코 오일, 영국의 쉘사 등의 3개 석유회사였고 이중 스탠다드 산하 버큐엄 오일은 조선중앙 미유, 남조선 미유, 북조선 미유 등 3개 대리점을 운영했으며, 한국 최초의 주유소인 역전주유소가 서울역 앞에 생겼다.
- 석유가 에너지로서 상용되기 시작한 것은 1920년대 이후로 초기에는 차량, 선박, 공장 등에서 사용되었다. 1935년 조선석유 주식회사가 설립되어 원산에 최초의 정유공장을 세웠고 이 때 석유류에도 상표가 처음 등장하였다. 주요 상표명으로는 스탠더드 오일의 ‘용마표’(휘발유)·‘승리표’(등유)가 있었으며, 텍사코의 유일한 대리점인 제일사가 ‘솔표’라는 상품의 석유를 판매하였고 영국의 쉘은 서울에 ‘붉은 조개표’라는 상표로 종로주유소를 세웠다.
- 1945년 해방 후 미군이 석유배급 대행회사인 PDA를 통해 군용제품을 일반인에게 판매하기 시작하였다. 1949년 대한석유정제주식회사인 KOSCO가 PDA를 흡수하여 석유류의 정제 및 판매업무 담당하였는데 그 당시에는 스탠다드, 칼텍스, 쉘 등 3사의 대리점을 통해서만 유통 및 판매가 이루어지다가 6.25이후 3개사가 철수하고 1953년 대한석유정제회사가 직접 판매를 전담하였다.
- 1962년 대한석유공사법 시행령이 공포되어 정부가 직접 석유류를 배정하도록 하여 현 SK Energy, 유공의 모태인 대한석유공사가 설립되었고 1967년 칼텍스와 럭키그룹이 합작하여 현 GS Caltex의 모태인 호남정유가 탄생했다. 이처럼 정유공장이 다수 가동됨에 따라 정부는 자유판매제로 전환하여 1969년 2월에 석유제품 가격 고시제를 실시하였고 같은 해 11월 유니온 오일과 한국화약이 합작하여 경인에너지가 출범하였다. 이 시기부터 유통가격은 지역별 특성에 따라 상이하게 적용되었다.

- 1970년 석유사업법을 공포한 이후 대리점 주유소가 난립하는 등 과당 경쟁상황이 벌어지자 정부는 1972년 석유사업법 시행규칙을 시행, 신규 대리점 및 주유소 허가를 잠정 중지시키고 상공부 고시에 의거 최종 소비자 가격까지 정부가 고시하기 시작하였다.
- 정부는 석유 파동을 겪은 후 1975년 석유 배급조치를 내렸고 이 시기에 석유 판매업법이 개정되어 석유판매업이 신고제에서 허가제로 전환되었다. 1976년 쌍용정유의 모태인 한이석유가, 1977년에는 극동석유 주식회사가 설립되었고 1980년 정유사들이 선경, 유공인수, 한이석유, 쌍용정유로 상호 변경을 하였다.
- 1981년 정부는 정부, 정유사가 신규로 직접 주유소를 소유, 경영할 수 없도록 하는 것을 주요 골자로 하는 3.14 조정명령을 내려 대리점 및 주유소 등의 정수제를 폐지하였고 4월에는 독점 규제 및 공정거래에 관한 법률을 시행하였다. 또한 계약기간 단축 및 복수거래 허용 등 대리점과 주유소간의 공급계약에 대한 시정명령 조치를 시행하여 대리점과 주유소가 급격히 증가하여 주유소 및 대리점 업을 하기 위한 투기바람이 불기도 하였다.
- 3.14 조정명령 이후 대리점 및 주유소가 급격히 증가하여 주유소 당 판매물량이 감소하여 유통업계는 유통마진인상을 요구하고 또한 가짜 휘발유가 범람하기 시작하였다. 또한 각 시도가 주유소 허가기준을 마련하여 기존 주유소와 직선거리 1~3Km 이상 거리제한을 두고 주유소 허가제가 실시되면서 주유소 수의 증가추이가 둔화되고 주유소 단위당 판매량이 증가하였다. 이때부터 서서히 유가자유화에 대한 의견이 대두되기 시작하였다.
- 1981년 호남정유는 청정휘발유 CX-3 휘발유 출시, 휘발유 품질 경쟁이 시작되었으며 호남정유는 기존 주유소의 폴 교체 및 가격할인, 자금 지원제시 등으로 전국적으로 판매망을 확대하기 시작하였다. 호남정유에 대응하기 위해 유공은 뉴슈퍼, 경인에너지는 하이파워를 출시 정유사 간 주유소 쟁탈 경쟁 과열. 1982년 대한석유공사는 유공으로 상호를 변경하였다.
- 1987년 4월 주유소 내 편의시설 및 현대화 지침이 내려졌고 7월에는 정유 5사가 무연휘발유 공급을 개시하였고 1988년 주유소들은 정유사와의 직거래를

점화하기 시작하였다. 1989년 서울시의 주유소간 거리규제가 1Km에서 700m로 완화되어 주유소신설 신청이 급격히 증가하였고 또한 12월에는 석유 수출입이 정유사 뿐 아니라 대량수요처와 수출입업자에게 개방되었다

- 1991년에 주유소 병설 편의점인 ampm이 처음으로 주유소에 도입되었고 1992년 4월 주유소 상표표시제 실시로 주유소는 단일상표만을 게시하고 판매하도록 해 이 때 강남구에 상표표시가 없는 무표 주유소가 처음 등장하면서 셀프서비스와 자동판매주유기가 등장하였다.
- 1993년 11월 6대 도시 주유소간 거리제한이 폐지되었고 국내 최초로 동서울 주유소에 셀프주유기가 선보인 후 반포주유소 등 전국적으로 약 50여 개의 셀프주유기가 등장했다. 같은 해 7월 극동석유 주식회사가 현대 정유로 상호를 변경하고 1994년 2월 유가 연동제를 실시했다. 또한 12월에는 석유산업 자유화계획이 확정되어 주유소마다 고정고객 확보를 위해 자체 카드제와 쿠폰제가 급속히 확산되었으며, 유학과 2세 주유소 경영자들이 등장, 주유소의 복합화 및 서비스 경쟁이 시작되었다.
- 1995년 11월 주유소간 거리제한 제도가 전면 폐지되면서 신규주유소 건설 붐이 일어 주유소 수가 급증가세를 기록하여 이 기간에 주유소 판촉물 안주기 운동이 벌어질 정도로 판촉경쟁이 치열해졌다. 1996년 5월 호남정유가 LG-Caltex 정유로 사명을 변경하고 10월에는 주유소 병설 편의점 LG-Star가 개설되어 본격적인 주유소 병설 편의점시대를 열었다. 한편 주유소시장은 전국적으로 자동세차기 보급으로 무료세차와 판촉서비스 등 부가서비스가 극성을 부렸고 이 때문에 주유소 경영이 악화되기 시작하였다.
- 1997년 석유제품가격 전면자유화 및 석유 수출입자유화가 실시되었고 석유판매업이 허가제에서 등록제로 전환되어 주유소 간 가격경쟁이 전국적으로 확산되었고 이것은 결국 주유소의 휴·폐업이 증가하는 등 주유소 경영난이 가중되기 시작했다. 이 후 정유사의 카드 마케팅이 점화되었으며 유공이 SK로 사명을 변경하였다.
- 1998년 1월 정유사와 주유소 간 직거래를 허용. IMF이후에도 가격경쟁은 여전히 지속, 주유소마다 경비절감을 최고의 목표로 삼고 셀프주유소가 확산되

기 시작하였다. 또한 대외개방에 따라 석유 완제품 수입업체가 등장하면서 저가 공세를 하며 무폴 주유소가 증가하였다.

- 1999년 현대정유가 한화에너지를 흡수함으로써 정유사 4사 체제가 형성되었다. 주유소시장은 여전히 가격경쟁이 지속되었으며 경기회복 분위기에 편승, 주유소의 경품 행사가 활기를 띠는 등 또다시 주유소시장에 판촉경쟁이 시작되었다. 그러나 주유소시장에는 지나친 가격인하로 인해 덤핑유, 유사휘발유가 증가하여 가짜석유 문제가 대두되기 시작했다. 한편 이때부터 정유사의 보너스카드 마케팅의 열기가 시작되었다.
- 2000년 3월 쌍용정유가 S-oil로 상호를 변경하였고 2001년 9월 주유소 복수 폴사인제를 시행하여 정유사와 주유소 간의 관계완화를 시도하였다. 2002년 4월 현대정유가 현대오일뱅크로 상호를 변경하여 현재와 같은 상호의 정유사 4사 체제가 갖추어졌다.

4. 국내 유통구조 형성과정의 특징

1. 유통시장의 수직계열화 정착

- 초기에는 석유시장의 형성 및 석유제품을 수입, 판매를 하는 석유 대리점이 석유 유통시장을 선점하였으나 '70년대 이후 정유사가 막대한 자본력으로 석유 유통업에 진출하여 유통시장에서 대리점 점유율 감소하였다.
- '91년 정유사의 유통업진출을 금지하던 3.14조정명령이 해제되고 '98년 정유사와 주유소의 직거래가 허용되면서 사실상 정유사는 자본력과 상표로 시장을 장악하였다.

2. '80년 이후 규제완화로 석유유통체계가 자유화되었으나 현실과 규정의 괴리가 커지면서 유통 구조에 문제가 생김

- 정유사 - 대리점 - 주유소로 이어지는 석유 유통구조는 이미 정유사에게 힘이 편중되어 정유사의 파워에 소매업들이 좌지우지되었다.
- 석유제품의 특성상 품질, 상표, 계량의 확인이 어렵고 소비재 유종에 과도하게 편중된 세금제도로 인해 유사석유 제품의 유통이 크게 증가하였다.

3. '97년에 이루어진 국내가격자유화 및 석유 수출입업 자유화의 부작용

- 국제 원유가 하락으로 수입업자들이 유통시장에 뛰어들어 대리점과 마찰을 빚었다. 당시 대리점 주유소 시설기준이 수입사보다 엄격하고 수입사에 대한 규제는 적어 대리점 혹은 이동판매 쪽으로 진출하여 유통혼란이 야기되었다.
- '02년 세녹스 사태 이후 석유사업법 개정으로 석유유통에 대한 관리강화 - 이것은 수입사에 비해 비축 자금 부담이 적고 기존의 유통망을 장악하고 있는 정유사에게 상대적으로 유리하게 작용하여 정유사에게 힘을 더 실어주는 계기가 되었다.
- 가격자유화 조치 이후 판매량에 따른 주유소 양극화 현상 심화

- '09년도 기준 월평균 300kl이상을 판매하는 주유소는 전체 12,956개 주유소 중 14%인 1,849개이나 이들 주유소의 판매량은 전체 2,856만kl의 약 40%인 1,037kl를 판매하고 있다.¹³⁾

13) 자료: 주유소협회 제공

5. 해외 석유 유통시장 특징

1. 미국

- 다수의 정유사 및 도매상과 51%에 달하는 무폴주유소로 이뤄진 소매시장의 영향으로 독점적 거래행위 발생 어려움
 - 미국 내 약 60여개의 정유사가 존재하며 이들 간 경쟁으로 도매가격이 결정

2. 일본

- (석유시장) 특정 정제·수입업자와 계열화 되지 않은 독자 판매업자가 전체의 20%를 차지하며 특별한 규제가 없는 자유경쟁 체계

3. 영국

- (동향) 대형체인(Asda, Tesco 등) 주유소가 가격경쟁을 주도
 - '67년 39,958개에 달하던 주유소가 '10년말 기준 8,892개소로 감소

4. 독일

- 15,000여 주유소를 운영하는 1,500여 석유판매업자간의 치열한 경쟁시장이 형성. 전체 주유소 중 47%는 대형판매업자(BP-Aral, Shell, Esso, Total 등)가, 나머지 53%는 지역 및 자영판매업자(Agip, OMV, HEM, Westfalen, AG 등)가 운영

5. 싱가포르

- 4개 석유회사(셰브론, 쉘, 엑슨모빌, SPC)가 시장을 점유

6. 호주

- 4대 정유사(BP, Caltex, Mobil, Shell)가 도매시장의 94%를 차지하고 있으며 소매시장에서는 슈퍼마켓 및 프랜차이즈 주유소 비중이 30% 상회

제3장 주유소 가격 결정에 영향을 주는 변수 분석

1. 문헌 연구

- 국내 주유소 시장의 경쟁에 대한 연구는 윤형호 외(2008), 남재현 외(2010), 김대욱 외(2010) 등이 있다. 이들 연구는 주유소 가격에 영향을 미치는 요인들에 대해 분석하였다.
- 윤형호 외(2008)는 주유소의 경쟁구조와 시장수요, 주유소 개별적 특성이 어떻게 휘발유 가격에 영향을 미치는 지를 서울시를 대상으로 분석하였다.
 - 주유소 가격은 교통량, 지역구의 주유소 수, 최인접 경쟁자와의 거리 및 세차 시설 등의 서비스 시설, 그리고 토지가격 등에 영향을 받고 있는 것으로 나타나고 있으나 구조변수인 인근 주유소의 수는 가격에 영향을 미치지 못한다.
 - 특히 토지가격이 주유소 폐업에 중요한 요인이 되는 만큼 토지가격이 주유소 가격 결정에 더 중요한 영향을 미친다.
- 남재현 외(2010)는 직영점과 자영점의 주유소 소유구조가 시장가격에 미치는 영향을 서울시 자료를 대상으로 분석하였다.
 - 주유기 수, 편의점 존재 여부 등 다른 주유소 특성변수들을 통제하였을 경우 직/자영에 따른 가격 차이는 없다.
- 김대욱 외 (2010)는 5대 도시를 대상으로 2008년 5~7월과 2009년 5~7월의 6개월 자료를 이용하여 무폴주유소의 존재 여부에 따른 주유소 경쟁을 평가하였다.
 - 주변에 무폴 주유소가 존재할 경우 주유소의 가격이 리터당 11~17원 낮게 책정을 하는 것으로 보고하고 있으며 주유소/대리점 직영점에 비하여 자영주유소의 가격이 낮게 나타난다.

2. 변수 정의

1. 주유소 가격 결정 변수 분류

석유제품 가격은 국민 생활에 밀접한 영향을 가지고 있기 때문에 국내 석유제품 가격결정구조에 관한 관심이 높아지고 있다. 특히 국제유가에서 정유사, 대리점, 주유소 그리고 소비자로 이어지는 유통과정에서 소매가격의 결정되는 데 있어 주유소의 상표, 직영/자영 등 운영형태 그리고 인근주유소의 여부 등 여러 가지 변수에 대한 고려가 계속 제기되었다.

석유제품은 각 제품별로 동질적인 상품이다. 따라서 소비자가 가질 수 있는 정보가 완전하다면 그리고 소비자 구입하고자 하는 석유제품을 얻기 위한 이동비용이 동일하다면 각 주유소에서 판매하는 가격은 버트란드(Bertrand)의 가격경쟁이론에 따라 한계비용이 가격과 동일해질 때까지 가격을 낮추어 초과이윤이 발생하지 않을 것이다. 그러나 석유제품은 동일하다고 할지라도 각 주유소가 가지는 여러 가지 변수들이 다르기 때문에 가격의 차별화가 발생한다.

그러므로 본 연구에서는 각 주유소들의 가격결정요인을 비용변수, 경쟁변수 그리고 수요변수로 나누고 각 변수에 따른 가격 차이를 분석하고자 한다.

- (비용변수) 정유사폴, 무폴, 셀프 등 주유소 형태, 직·자영 주유소 여부, 토지비용(주유소 소재지), 주유기 개수, 세차가능여부, 편의점 유무, 경정비 시설 유무

- (경쟁변수) 각 주유소 반경 1km 이내의 경쟁주유소 수, 가장 근접 주유소와의 거리, 인근 알뜰주유소 유무, 인근 무폴주유소 유무

- (수요변수) 지역 별 사업체 수, 자동차 등록 수, 주유소가 위치한 도로 형태

2. 비용 변수

가. 정유사폴, 무폴 등 주유소 판매형태

- 주유소의 판매형태는 정유사폴 주유소와 무폴주유소 그리고 알뜰주유소로 나

낸다. 상표표시 주유소는 특정 정유사의 상표를 게시하고 해당 정유사의 제품만을 판매한다. 1997년 이전에는 국내 정유사만이 석유제품을 공급하였으나 석유제품의 수출입이 자유화된 1997년 이후 등록요건을 만족시키면 누구나 석유 제품을 수입하여 국내 석유제품의 공급원역할을 할 수 있게 되었다. 무표 주유소는 특정 정유사의 상표를 게시하지 않고 여러 정유사(수입사 포함)의 제품을 공급받아 판매하고 있다.

- 특정 정유사의 상표를 게시하지 않고 여러 정유사 또는 수입사들로부터¹⁴⁾ 공급받는 제품을 판매하는 무표주유소는¹⁵⁾ 석유제품을 저가에 구입하여 저가에 판매하는 가격 전략을 사용하고 있다. 경쟁요인, 수요요인 등 여러 제반 사항을 고려하여 무표주유소가 정유사표 주유소 가격보다 저렴한지, 그리고 무표 주유소가 인근 다른 주유소들의 가격에 미치는 영향을 파악하는 것은 석유제품 소매유통시장을 이해하는 데 중요하다.
- 2011년 12월 29일 정부의 새로운 유통구조 개선정책의 일환으로 용인시 처인구에 알뜰주유소 1호점이 개점한 이래 2012년 9월 25일 현재 전국에 716곳이 알뜰주유소로 전환하였다. 알뜰주유소란 “정유사나 제품수입사로부터 공동구매를 통해 저가로 석유제품을 공급받고, 인건비 절감, 사은품 배제 등으로 운영비용을 낮춰 일반 주유소보다 저가로 소비자에게 석유제품을 판매하는 주유소”를 말하며 알뜰 주유소 또한 경쟁요인, 수요요인 등 여러 제반 사항을 고려하여 정유사표 주유소 가격보다 저렴한지, 그리고 인근 다른 주유소들의 가격에 미치는 영향을 파악하는 것은 석유제품 소매유통시장을 이해하는 데 중요하다. < 표 4 >

< 표 4 > 알뜰주유소 전환 개수

	월별 전환추이					총 계 9.25기준
	4월	5월	6월	7월	8월	
자영	25	31	23	28	26	229
도로공사	24	17	19	23	34	136
농협	10	8	8	1	11	368
누계	483	539	589	641	712	733

14) 2011년 석유 수출입사의 휘발유, 등유, 경유제품의 시장점유율은 2.31%이며 등록된 석유수출입사는 44개임.

15) 2012년 8월말 현재 수입주유소는 전국에 한 개도 없음.

나. 직, 자영 주유소

- 주유소는 소유/수직거래 형태에 따라 소유형태에 따라 정유사 직영, 대리점 직영, 자영 또는 임대 형태에 구분된다. 특정 정유사의 상표를 내걸고 영업을 하고 있는 주유소는 정유사와 수직적 거래관계를 가지고 있다. 정유사 직영 주유소의 경우, 정유사가 직접 또는 자회사를 통하여 운영하는 형태로, 정유사가 주유소의 가격결정에 직접적인 영향력을 갖는 소유/영업형태이다.
- 도매단계인 대리점들도 자체 주유소 판매망을 가지고 있는 경우가 있다. 대리점들이 소유하는 주유소를 대리점 직영 주유소라고 명칭 한다. 대리점 직영은 주유소의 가격결정에 직접적인 영향력을 갖는 형태이며, 자영주유소는 정유사와 대리점에 수직적으로 통합되지 않은 주유소로 소유주가 독립적인 가격결정권을 가지고 영업하는 형태이다. 또한 임대는 현 운영자가 주유소를 임대 받아 운영하고 있는 형태이다.
- 전국적으로, 정유사 및 대리점이 직영하고 있는 주유소의 비율은 2012년 8월 말 현재 14%이며 서울의 경우 직영주유소의 비율이 44.52%로 정유사 직영주유소의 비율이 31.64% 그리고 대리점 직영주유소의 비율이 12.88%이다. 서울 이외의 지역에서는 대부분의 주유소가 자영의 형태를 보이고 있는 반면, 서울에서는 직영주유소가 특히 SK Energy와 GS Caltex가 다른 정유사에 비하여 상대적으로 많은 직영 주유소를 보유하고 있는 것으로 나타났다.
- ‘정유사 -> 대리점 -> 주유소’라는 석유제품의 유통과정에 있어서 정유사가 직영하는 주유소의 경우, 정유사-대리점 유통과정이 수직적으로 통합되어 있는 형태로 여러 단계에 걸친 유통단계로 인한 가격상승의 요인을 감소시켜야 하는 것이 일반적이다. 그러나 정유사가 직접 주유소의 가격결정에 관여하기 때문에 인근 자영주유소들의 가격보다 가격을 낮게 책정할 경우 주변 자영주유소들의 반발에 의해 가격을 높일 수 있고, 또한 선발 정유사가 주요 지점에 직영 주유소를 확장하여 유통망을 건설하여, 후발 정유사 또는 국내 유통망 형성에 어려움을 주어 국내 소매 유통시장 경쟁을 경직적으로 만들 수도 있다. 그러므로 소유구조에 따른 가격 차이를 보는 것은 소매시장 뿐 아니라 도매시장을 포함한 석유시장 전체 유통구조에서의 가격 차이를 보는 것이므로 중요하다.

다. 토지비용

- 주유소의 판매 가격에 영향을 미치는 중요한 요소 중 하나는 그 주유소의 입지이다. 비싼 가격에 판매하는 주유소들은 그 가격의 중요한 이유를 주유소의 토지비용으로 꼽는다. 즉, 대로변에 있거나 교통량, 주변 소득이 높은 지역에 위치한 주유소는 높은 공시지가를 가지고 있으므로 토지가격은 주유소 운영에 따른 기회비용을 반영한다. 그러므로 본 연구에서는 각 주유소의 제곱미터 당 공시지가를 구하여, 개별주유소가 가지는 입지 상황을 반영하였다.
- 토지비용 변수에 대한 회귀분석 결과를 분석할 때에 유의해야 할 점은 토지비용이 상승이 주유소 판매가격에 영향을 미치는 것은 토지를 임대하거나 최근에 토지가격이 많이 상승한 이후에 새로 운영을 하기 시작한 주유소들에는 해당될 것이나 좋은 위치에 플래그십 (Flagship) 스토어의 성격을 띠고 있는 선두그룹의 직영주유소들을 적용할 때에는 잘못된 분석결과를 가져올 수 있다는 것이다. 정유사가 석유시장이 발달하기 시작한 초기부터 운영해온 주유소들은 토지가격 상승으로 인한 비용부담이 증가했다기 보다는 오히려 부동산 차익으로 인한 이익을 얻게 되어 토지비용으로 인한 주유소 판매 가격 상승은 토지의 소유 및 임대여부와 정유사의 토지구입시기 등을 고려하여 분석해야 한다. < 표 5 >

< 표 5 > 직영 주유소의 토지가격 상승 폭

(단위 : 천원)

	SK- 금성	GS- 직영그린	현대-직영한양	S-oil- 코알라
2012년01월01일	16,400	12,000	19,000	6,340
1990년01월01일	6,300	3,600	8,050	1,600
상승폭	2. 6 배	3. 3 배	2. 3 6 배	3. 9 6 배

라. 주유기 개수 및 셀프 등 주유 형태

- 주유기 개수는 주유소가 판매할 수 있는 물량의 크기를 반영한다. 일반적으로 판매물량이 많은 주유소는 정유사에서 구입하는 물량이 많으므로 규모의 경제에 따라 저렴한 가격에 석유제품을 구입할 수 있고 이에 따라 주유소 가격들

낮게 책정할 수 있다.

- 셀프서비스는 소비자가 종업원 대신 직접 주유를 하는 주유형태를 말하며 이러한 주유소는 인건비 절약으로 인해 주유소 가격을 낮게 책정할 수 있다.

마. 세차, 편의점 및 경정비 서비스

- 일정 금액 이상 석유제품을 구매하는 고객에게 세차서비스를 무료로 제공하는 주유소들이 많이 있다. 따라서 세차 시설을 가지고 있는 주유소는 세차 서비스를 무료 또는 저렴한 가격에 제공하면서 주유소 가격을 높게 책정할 수 있다.
- 편의점 및 경정비 서비스는 고객의 편의를 위해 제공하는 서비스이다. 주유소는 편의점 및 경정비 서비스의 수입을 증가시키기 위해 주유소 가격을 낮게 책정할 수 있다.

3. 경쟁변수

가. 각 주유소 반경 1km 이내의 경쟁주유소 수

- 주유소는 지역 내 주유소들과 경쟁하므로 지역 내에 경쟁자가 많으면 경쟁이 치열해지고 결과적으로 가격을 낮추게 된다. 그러므로 주유소가 자치구라는 지역 내 수요가 주어진 상황에서 각 주유소 반경 1km 이내의 주유소들과 경쟁하는 경쟁요인을 살펴본다.

나. 가장 근접 주유소와의 거리

- 주유소간의 거리가 멀리 떨어져 있으면 주유소의 지배시장이 커지기 때문에 가격이 상승한다. 그러므로 가장 근접한 주유소와의 거리를 고려함으로써 인근경쟁에 따른 가격결정 요인을 살펴본다.

다. 각 주유소 반경 1km 이내의 알뜰주유소 및 무폴주유소 유무

- 주변에 가격이 저렴한 알뜰주유소 및 무폴주유소가 있을 때 주유소들은 가격 경쟁력을 뺏기지 않기 위해 가격을 낮추게 된다. 그러므로 각 주유소 인근에

저렴한 주유소가 존재하는 것을 고려해 가격 결정 요인을 살펴본다.

4. 수요변수

가. 지역 별 사업체 수, 자동차 등록 수

- 서울 내 25개의 각 자치구는 기능과 발전의 차이에 따라 교통량이 매우 다르다. 강남구 같은 지역은 매우 많은 사업체가 소재하고 있고 거주주민 역시 소득이 높아 교통량이 많은 반면 중랑구 등은 주로 주거지역으로 교통량이 적다 자치구들은 비교적 넓은 범위의 면적을 가지고 있고 각자 특성이 있어서 서로 분리된 시장으로 생각할 수 있다. 이 때 지역경쟁 분석을 위해 각 자치구 안의 주유소는 자치구 내에서 경쟁을 할 뿐 타구의 주유소와는 경쟁을 하지 않는다고 가정한다. 지역의 시장규모를 알려주는 지표로서 지역 별 사업체 수와 자동차 등록수를 사용하고 이들이 가격에 미치는 영향을 조사하였다.

나. 주유소가 위치한 도로 형태

- 개별 주유소 앞을 통과하는 교통량에 대한 자료가 없으므로 주유소 앞의 도로 수와 비례한다고 가정한다. 이러한 요소들은 주유소의 지배시장을 증가시켜 가격을 상승하게 한다.

3. 서울시 주유소 현황

주유소란 석유 정제업자, 석유수출입업자 또는 일반대리점업자로부터 휘발유, 경유 그리고 등유를 공급받아 이를 점포에서 고정된 주유설비에 의하여 실소비자에게 직접 판매하는 소매업인 석유판매업소를 말한다. (석유 및 석유대체연료사업법시행령 제2조 3항) 본 연구에서는 주유소의 가격 결정요인을 알아보기 위하여 서울지역 638개의 주유소의 휘발유 제품에 대한 개별 주유소 간의 가격을 이용하여 분석을 실시하고자 한다.

서울지역의 휘발유 판매량은 전국 판매량 대비 그 비중이 점점 줄어들어 최근에는 전국 판매량의 약 15.5%가 서울지역에서 판매되고 있다. < 표 6 > 2012년 8월 주유소의 브랜드 별 점유율을 보면 SK Energy가 약 40.9%, GS Caltex가 약 29.9%를 차지하고 있고 현대오일뱅크는 약 13.9% S-oil은 10.7%를 차지하고 있다. < 표 7 >

< 표 6 > 서울시 휘발유 판매량

(단위 : 원/리터)

년도	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년
판매량	8279092	8343480	8461128	8229807	8410254	8487361	8531876
전국대비비중	17.49%	17.53%	17.03%	16.45%	16.06%	15.49%	15.43%

< 표 7 > 서울지역 주유소 상표표시 별, 소유 형태별 분포

(단위 : 원/리터)

	정유사직영	대리점직영	자영	전체
SK Energy	77	35	149	261
GS Caltex	72	44	75	191
현대오일뱅크	36	0	53	89
S-oil	14	2	52	68
알뜰주유소	0	0	9	9
무폴주유소	0	0	20	20

다음으로 주유소 가격에 영향을 미치는 가장 중요한 요소는 주유소의 입지이다. 입지에 따라 교통량 및 소득수준이 다르고 이것은 휘발유 판매가격에 영향을 미친다. 역으로 그 지역의 수요 여건에 따라 같은 판매가격임에도 불구하고 서로 다른

판매량을 가질 수 있다. 그러므로 토지가격은 주유소가 가지는 입지를 반영할 뿐 아니라 주유소 운영에 따른 기회비용까지 포함하는 것이다. 다음의 표는 정유사 상표 및 소유 형태에 따른 토지가격을 보여준다. < 표 8 >

< 표 8 > 정유사 상표, 소유 형태에 따른 토지가격

(단위 : 원/km²)

	정유사직영	대리점직영	자영	전체
SK Energy	6,221,240	5,723,929	5,527,905	5,824,358
	77	35	149	261
GS Caltex	6,397,843	6,111,475	5,625,934	6,045,084
	72	44	75	191
현대오일뱅크	6,160,000	0	5,280,508	5,570,341
	36	0	53	89
S-oil	5,459,587	5,465,000	5,284,077	5,462,088
	14	2	52	68
알뜰주유소	0	0	3,657,143	3,657,143
	0	0	9	9
무폴주유소	0	0	3,995,625	3,995,625
	0	0	20	20

정유사의 소유형태에 따른 토지가격을 비교해 보면 정유사 직영주유소의 평균 m² 당 공시지가는 606만원, 대리점 직영주유소는 577만원 그리고 자영주유소는 490만원이다. 즉 정유사직영 주유소와 대리점 직영 주유소들이 자영주유소에 비해 입지가 좋은 곳에 직영주유소를 가지고 있다는 것을 의미한다. 또한 SK Energy와 GS Caltex 주유소들이 다른 정유사 주유소에 비해 높은 공시지가를 보여주고 있는데 이것은 선발 정유사들이 후발 정유사들에 비해 서울 시내에서 좋은 위치에 판매망을 구축한 것으로 보인다. 알뜰주유소와 무폴주유소의 공시지가는 서울시 평균 주유소 공시지가의 각각 65% 75% 수준인 것으로 나타났다.

주유소의 개별 특성 역시 주유소의 판매 가격에 영향을 가질 수가 있다. 서울시 주유소의 약 59%는 세차장을 가지고 있으며 13%가 편의점을 32%가 경정비 서비스를 가지고 있다. < 표 9 >

또한 주유기는 평균 12개를 가지고 있으며 셀프주유소는 SK Energy와 GS Caltex에 높은 비율을 보이고 있다. < 표 10 >

< 표 9 > 서울시 주유소 부대시설

부대시설	세차기	편의점	경정비
전체 주유소 수	612	612	612
관측 수	360	79	164
비율	58.82	12.91	32.03

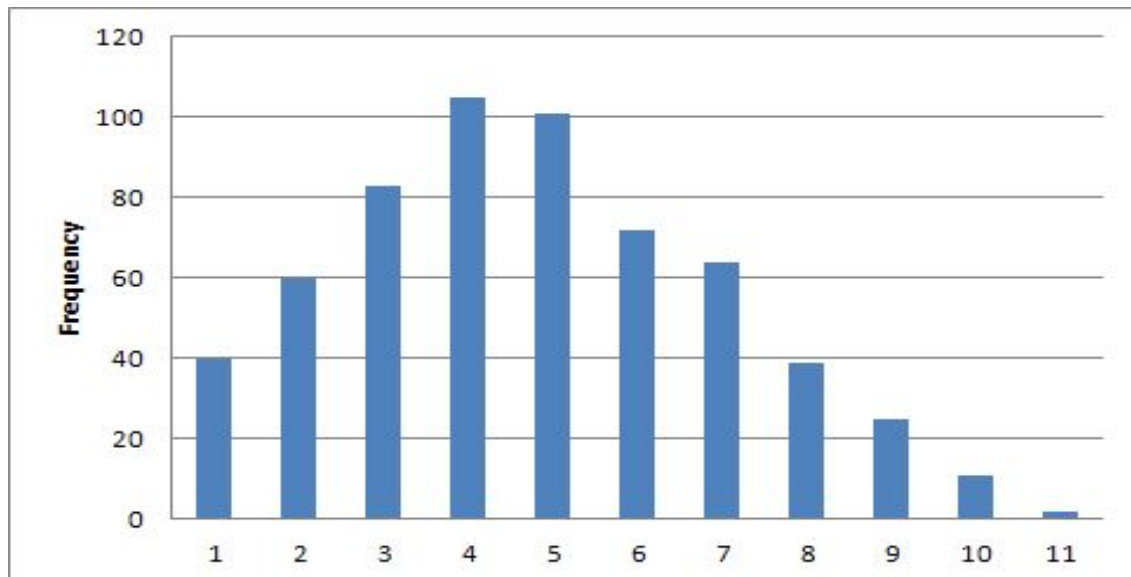
< 표 10 > 서울시 주유기 개수 및 셀프서비스

(단위 : 개)

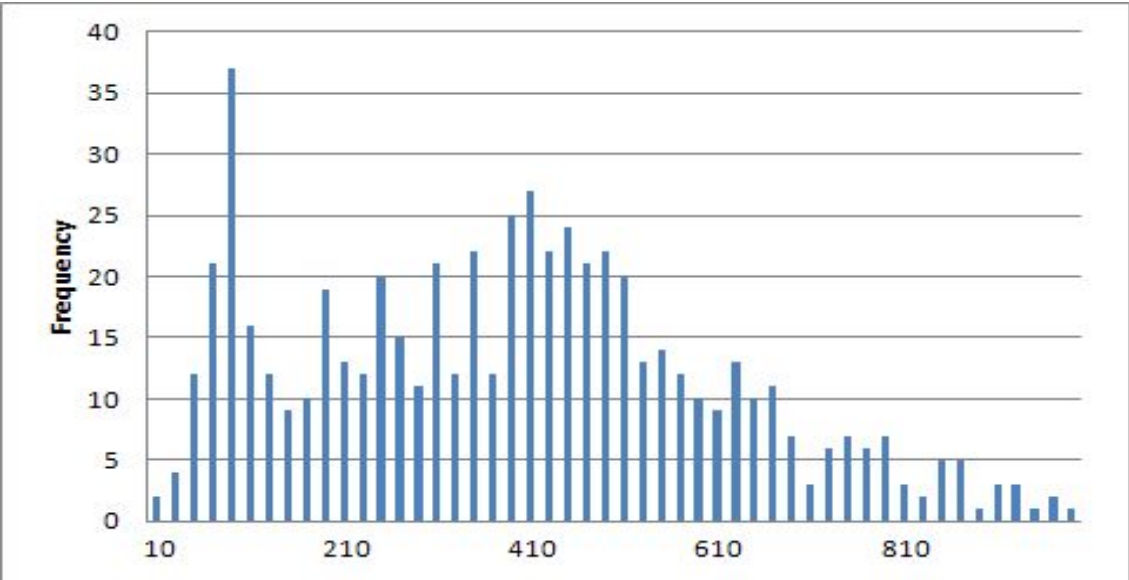
	SK Energy	GS Caltex	현대오일뱅크	S-oil	알뜰주유소	무폴주유소
셀프	28	24	6	2	0	0
주유기 개수	14	13	12	12	12	9

주유소들 간의 경쟁 정도를 측정하기 위하여 각 주유소 별로 반경 1km 내의 경쟁 주유소 숫자를 측정하였다. 또한 반경 1km 내에 경쟁 주유소가 존재할 때 가장 인접한 주유소와의 거리를 측정한다.

< 그림 3 > 반경 1km 내 주유소 수



< 그림 4 > 인접주유소와 최단거리



< 표 11 > 서울시 무경쟁비율, 인접 주유소 수, 반경 1km내 알뜰/무폴주유소 수

무경쟁비율	인접주유소 평균	최인접 주유소거리	반경 1km 내 알뜰주유소	반경 1km 내 무폴주유소
1.3%	4.7개	404m	42개	66개

서울시내 주유소 중 8개의 주유소를 제외한 다른 모든 주유소들은 반경 1km 내에 다른 경쟁주유소를 가지고 있음. 평균적으로는 4.7개의 경쟁주유소를 반경 1km 내에 가지고 있고 가장 인접한 주유소와의 평균 거리는 404m이다. < 표 11 >

또한 서울시내 주유소 중 반경 1km 이내에 알뜰주유소가 있는 주유소는 모두 42개이며 무폴주유소가 있는 주유소는 모두 66개가 있다.

< 표 12 >는 자치구의 지역별 정보를 요약하고 있다. 자치구의 자동차 등록수는 사업체 수에 비례함을 알 수 있다. 평균가격이 높은 강남구, 중구는 사업체 수가 많아 결과적으로 사업체가 많은 지역의 소득수준이 높은 것을 알 수 있다. 이와 같은 구 별 특성은 구별 차이를 통제하는 데에 매우 유의할 것이다.

< 표 12 > 자치구 별 사업체 수 및 기타 특성

	자동차 등록수	사업체 수	주유소 수	평균휘발유가격
강남구	237206	53494	50	2203
강동구	140740	28124	25	2069
강북구	74608	19256	17	1992
강서구	176183	30724	35	2054
관악구	119214	25797	21	2051
광진구	94599	23791	22	1981
구로구	130825	32381	26	2064
금천구	75296	24520	20	2026
노원구	154752	24491	17	2080
도봉구	94043	17498	24	1988
동대문구	92158	29671	25	2025
동작구	97519	19836	15	2037
마포구	110938	28930	19	2141
서대문구	77699	17887	20	2032
서초구	171959	36302	44	2080
성동구	86471	23148	22	2086
성북구	116351	23593	27	2062
송파구	215784	40931	45	2100
양천구	146866	24562	31	2074
영등포구	137238	41084	40	2084
용산구	76448	18966	20	2232
은평구	121581	22666	31	2022
종로구	51777	37636	8	2287
중구	65205	57914	14	2275
중랑구	104192	26526	20	1975

3. 추정모형 및 결과

1. 추정 모형 및 변수

주유소 판매가격에 영향을 주는 여러 변수에 대한 다중회귀분석을 실시하기 위한 모형은 다음과 같다.

$$P_i = b_0 + b_1X_i + b_2Y_i + b_3Z_i + e_i$$

여기서 X_i 는 주유소의 비용변수를 나타내는 vector로서 그 주유소의 정유사품, 무폴, 셀프 등 주유소 형태, 직·자영 주유소 여부, 토지비용(주유소 소재지), 주유기 개수, 세차가능여부, 편의점 유무, 경정비 시설 유무를 나타낸다.

Y_i 는 주유소의 경쟁변수를 나타내는 vector로서 각 주유소 반경 1km 이내의 경쟁 주유소 수, 가장 근접 주유소와의 거리, 인근 알뜰주유소 유무, 인근 무폴주유소 유무를 나타낸다.

Z_i 는 주유소의 수요변수를 나타내는 vector로서 지역 별 사업체 수, 자동차 등록 수, 주유소가 위치한 도로 형태를 나타낸다.

e_i 는 이상의 변수로 설명되지 않는 부분을 반영하는 오차항을 나타낸다.

< 표 13 >는 회귀분석에 사용될 서울시 주유소들의 여러 특성들의 기초 통계량을 보여준다. 본 연구에서는 8월1일, 8월6일, 8월11일, 8월16일, 8월21일, 8월26일 그리고 8월31일 7번에 걸쳐 가격을 수집하여 그 중 가장 가격이 많이 관측된 8월 1일 주유소 판매가격과 모든 조사날짜에 가격이 조사된 주유소의 평균가격을 종속 변수로 사용하여 단순회귀분석(OLS, Ordinary Least Square)을 실시하였다.

< 표 13 > 서울시 주유소 기초통계량

변수	변수설명	평균	표준편차
SK	SK Energy	0.40692	0.49166
GS	GS Carlex	0.29819	0.45784
HO	현대오일뱅크	0.14333	0.3507
Soil	S-oil	0.11203	0.31566
ETC	무폴	0.02636	0.16033
RTO	알뜰	0.01153	0.10685
self	셀프	0.0972	0.29647
Biz_1	직영	0.17463	0.37996
Biz_2	자영	0.82372	0.38137
Pump	주유기개수	12.82537	4.84538
Wash	세차장	0.58814	0.49258
CVS	편의점	0.12685	0.33308
Garage	경정비	0.26689	0.4427
LLandprice	로그 토지가격	6.69763	0.22298
Street_1	광로	0.15815	0.61716
Street_2	대로	0.23064	0.72407
Street_3	중로	0.08402	0.39115
Street_4	소로	0.13015	0.57552
Street_5	대로접합	0.61285	0.58589
ADJ	경쟁주유소 개수	4.71993	2.28512
adj_DIST	경쟁 인접 거리	404.9835	244.7905
adj_RTO	알뜰 경쟁	0.07414	0.27451
adj_ETC	무폴 경쟁	0.14168	0.4218
CAR	자동차등록대수	105264	40313
company	사업체 등록대수	30925	10671
AVEPRICE	8월 평균가격	2058.49	109.9413
_01	8월 1일 가격	2074.42	114

2. 결과 및 분석

단순회귀분석(OLS)의 결과는 다음과 같다. < 표 14 > 처음 두 열은 8월1일의 주유소 휘발유 가격을 종속변수로 사용한 OLS 결과이고, 다음 두 열은 8월평균가격을 종속변수로 사용한 결과이다.

회귀분석 결과, 각 설명변수는 우리가 예측한 것과 비슷한 결과가 나타났다. 먼저 비용변수를 살펴보면 토지가격이 높은 곳일수록 휘발유 판매가격이 높은 것으로 나

타났고, 셀프주유소의 경우 가격이 낮은 것으로 나타났으며 주유소 개별 특성으로
는 세차장을 보유한 주유소가 가격이 비싼 것으로 나타났다.

< 표 14 > 다중회귀분석 결과

	8월1일 판매가격		8월평균가격	
	Coefficient	T-statistic	Coefficient	T-statistic
intercept	1173.823	6.36	1251.425	7.11
SK	159.0543	1.7	132.4477	1.49
GS	138.3894	1.48	108.0006	1.21
HO	81.3879	0.87	56.34948	0.63
Soil	95.38264	1.01	66.69447	0.74
ETC	37.2877	0.39	18.16422	0.2
RTO	45.56542	0.46	19.74314	0.21
self	-97.846	-7.25**	-93.8704	-7.49**
Biz_1	53.69259	0.56	39.18108	0.43
Biz_2	52.5487	0.55	42.79918	0.47
Pump	0.38051	0.46	0.27252	0.35
Wash	17.95131	2.09	17.87163	2.2*
CVS	14.72188	1.14	21.57973	1.77
Garage	-0.3483	-0.65	-5.98927	-0.65
Landprice	87.42527	4.46**	89.55134	4.8
Street_1	4.24943	0.67	4.53819	0.75
Street_2	-1.88348	-0.34	0.01089	0
Street_3	15.0593	1.53	11.75864	1.25
Street_4	3.97313	0.58	1.63852	0.25
Street_5	13.43481	1.96**	15.78569	2.43**
ADJ	-5.92785	-3.03**	-6.02048	-3.27**
adj_DIST	0.0033	0.19	0.00111	0.07
adj_RTO	-21.3118	-1.52	-22.9178	-1.72*
adj_ETC	-14.3195	-1.46	-12.4456	-1.37
CAR	-0.00046	-3.63**	-0.00045	-3.77**
company	0.00431	8.68**	0.00402	8.51**
R-Squared	0.3890		0.4001	
Adjusted R-S	0.3622		0.3743	
Observation	597		607	

경쟁변수에서는 반경 1km 내에 주유소 숫자가 많아질수록 가격이 낮은 것으로 나타났다. 반경 1km 이내에 알뜰주유소가 있을 때 가격이 낮은 것으로 나타났다.

수요변수에서는 도로에 접할 때 가격이 더 상승하고 자동차 등록 대수가 많을수록 가격이 낮으며 사업체 등록수가 많을수록 가격이 상승하는 것으로 나타났다. 도로에 접했을 때 주유소는 지배시장이 확장되어 가격이 상승시키는 것이며 자동차 등록 대수가 많은 것은 이들 주유소들이 지역 내 경쟁이 커지면서 가격을 인하하는 것이며 사업체 수가 많은 것은 그 지역의 경제 수준이 높다는 것을 의미하므로 주유소들은 가격을 더 높게 책정한다.

이와 같이 자치구의 특성에 따라 휘발유 판매가격이 다른 것을 알 수 있으므로 이것은 각 구별 더미변수로 자치구의 영향력을 통제해 주면 다른 요인들에 대한 더 정확한 결과를 얻을 수 있다. 자치구에 대한 통제를 해주고 다른 요인을 분석하기 이전에 자동차 등록수와 사업체 등록 수는 다중 공선성(Multi-colliniarity)를 유발할 수 있어 각 변수들 모두에 대해 다중 공선성 여부를 분석해 본 결과 다중공선성은 발견되지 않았다. 그러므로 자동차 등록대수와 사업체 등록수로 각 구별 더미변수를 적용하여 구에 대해 통제를 한 후 분석을 해보니 비용, 경쟁 그리고 수요변수 중에서 경쟁적인 변수가 가장 영향을 미치는 것으로 나타났다.

3. 변수 선택 및 각 변수의 주유소가격에 미치는 영향 분석

주유소 가격결정에는 비용변수, 경쟁변수 그리고 수요변수가 있다. 이들 요인들 중에서 유의미한 변수가 무엇인지를 알아보기 위하여 Stepwise를 통한 변수를 선택하였다. Stepwise 변수 선택 모델에서 모든 변수는 0.15를 기준으로 선택이 되었고 종속변수를 8월1일 판매가격과 8월 평균 판매가격으로 했을 때 10~12번째 순서에 만 변화가 있었고 선택된 변수는 동일하였다.

Stepwise 변서 선택 모델을 통해 선택된 변수는 다음 < 표 15 >에 나타나 있다. 비용변수에서는 SK Energy, GS Caltex, 무폴, 토지가격, 셀프, 세차 그리고 편의점이 변수로 선택되었고 경쟁변수에서는 반경 1km 이내의 주유소 개수와 반경 1km 이내의 알뜰 주유소 여부가, 그리고 수요변수에서는 사업체등록대수와 자동차 등록대수 그리고 도로접합여부가 변수로 채택되었다.

< 표 15 > Stepwise 변수선택 모델 결과

Summary of Stepwise Selection								
Step	Variable Entered	Variable Removed	Number Vars In	Partial R-Square	Model R-Square	C(p)	F Value	Pr > F
1	company		1	0.1629	0.1629	207.746	117.75	<.0001
2	SK		2	0.0564	0.2193	155.105	43.65	<.0001
3	self		3	0.0445	0.2639	113.966	36.49	<.0001
4	GS		4	0.0443	0.3082	73.0358	38.57	<.0001
5	Llandprice		5	0.0278	0.3360	48.1190	25.15	<.0001
6	ADJ		6	0.0244	0.3604	26.4650	22.91	<.0001
7	CAR		7	0.0096	0.3700	19.1890	9.11	0.0027
8	Wash		8	0.0067	0.3767	14.7404	6.39	0.0118
9	Street_5		9	0.0053	0.3820	11.6009	5.13	0.0239
10	adj_RTO		10	0.0046	0.3866	9.1065	4.51	0.0341
11	ETC		11	0.0033	0.3899	7.8986	3.23	0.0728
12	CVS		12	0.0026	0.3925	7.3819	2.54	0.1115

Stepwise를 통해 선택된 변수들을 단순회귀분석을 실시한 결과는 < 표 16 >에 나타나있다. SK Energy 주유소는 76원 정도 더 비싼 것으로 GS Caltex 주유소는 56원 정도 더 비싸고 무폴주유소의 가격은 약 40원정도 싼 것으로 나타났다. 셀프주유소의 경우 가격이 약 90원정도 더 싼 것으로 나타나 주유소의 정유사 풀과 운영 형태가 가격에 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

토지가격은 10제곱미터에서 10배씩 늘어날 때마다 약 97원씩 상승하는 것으로 나타났다. 여기서 토지가격을 로그함수로 취한 이유는 토지가격이 면적이 증가함에 따라 무한정 증가하는 것이 아니고 일정 크기 이후에는 증가폭이 작아지기 때문이다. 토지가격의 상승에 따른 가격의 효과를 더 정교하게 분석하기 위해서는 더 깊이 있는 연구가 필요하다.

또한 세차기가 있는 곳의 휘발유 가격은 비싸고 정정비 시설이 있는 곳의 가격은 싼 것으로 나타나 주유소는 저렴한 혹은 무료 세차에 이끌려 온 고객에게 높은 휘발유 가격을 받고 있으며 정비고객을 유치하기 위해서 휘발유가격을 낮추고 있다. 그러나 편의점은 유의하지 않는 것으로 보아 주유소는 편의점 운영을 독립적으로 하고 있다고 이해할 수 있다.

1km 반경 이내에 주유소 개수가 증가할수록 약 7원정도 휘발유 가격이 낮아지는 것으로 보아 인근경쟁이 중요한 요인임을 알 수 있고 반경 1km 이내에 알뜰주유소가 있으면 약 30원 정도 가격이 낮은 것으로 보아 알뜰주유소의 주변지역 가격인하효과가 있는 것으로 나타났다. 이 효과에 대해서는 뒤에서 더 자세히 분석할 것이

다. 또한 도로에 접해있는 주유소는 가격이 약 15원정도 더 비싼 것으로 나타나 소비자들의 접근 편의성이 가격에 반영되고 있는 것을 알 수 있다. 이 외에 사업체 등록수가 많아질수록 지역의 경제 수준이 높아지므로 또한 자동차등록대수가 많아질수록 자치구의 교통량이 많아지므로 가격을 비싸게 받고 있는 것으로 나타났다.

< 표 16 > Stepwise를 통해 선택된 변수들의 단순회귀분석 결과

The REG Procedure					
Model: MODEL1					
Dependent Variable: AVEPRICE					
Number of Observations Read				612	
Number of Observations Used				610	
Number of Observations with Missing Values				2	
Analysis of Variance					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	11	2847482	258862	34.46	<.0001
Error	598	4491858	7511.46871		
Corrected Total	609	7339340			
Root MSE		86.66873	R-Square	0.3880	
Dependent Mean		2058.19246	Adj R-Sq	0.3767	
Coeff Var		4.21091			
Parameter Estimates					
Variable	DF	Parameter Estimate	Standard Error	t Value	Pr > t
Intercept	1	1313.89581	115.59702	11.37	<.0001
SK	1	75.53334	8.83508	8.55	<.0001
GS	1	52.80629	9.47802	5.57	<.0001
ETC	1	-40.76921	22.86386	-1.78	0.0751
self	1	-90.64623	12.11937	-7.48	<.0001
Wash	1	18.56374	7.35666	2.52	0.0119
Llandprice	1	97.09127	18.08229	5.37	<.0001
Street_5	1	14.62224	6.21364	2.35	0.0189
ADJ	1	-6.81708	1.58710	-4.30	<.0001
adj_RTO	1	-29.99984	12.81807	-2.34	0.0196
CAR	1	-0.00043038	0.00011698	-3.68	0.0003
company	1	0.00379	0.00045331	8.36	<.0001

제4장 유통구조 개선 정책에 대한 효과 분석

Ⅰ. 현재 석유유통 정책과 관련한 역사적 배경

1. 표시광고 예외규정 / 혼합판매

가. 석유제품 상표표시제의 배경

- 대부분 석유제품은 육안식별이 어려운 무색투명한 액체
 - 소비재 석유제품인 휘발유, 등유, 경유는 무색투명한 발화성(發火性) 액체이다.
 - 따로 착색하기 전에는 일반인이 육안으로 물질의 종류, 품질, 계량, 위험성을 알기 어렵다.
 - 별도 검증된 용기에 담아 거래되지 않으면 상표부착이 불가능하고, 정품·탈세여부도 확인이 불가하다.
 - 따라서 석유제품은 별도로 정한 방식에 따라 거래하도록 정부가 엄격히 규제하고 있다
 - 석유제품과 용도에 따라 구분된 일정한 착색을 의무화¹⁶⁾하고 있다.
 - 별도로 정한 탱크, 차량, 주유기, 용기에 들어있는 상태로 유통되고 있으며 정부가 정한 ‘규정 준수’와 공급자의 ‘상표에 대한 신뢰’를 전제로 거래되었다.
 - 이런 거래제도의 확립은 1970년 석유사업법으로 체계화 되었다.
 - 그 이전에는 만성적인 공급부족에 더해 불법·부정유통 등 유통혼란이 극심했으며 1970년 법제정 이후 현재까지도 불법·부정유통의 원인이 상존해, 근절되지 않고 있다.
- 유통혼란의 원인은 ‘육안식별 곤란’과 ‘일부 제품에 세금증과’ 때문

16) 지경부고시, 석유제품의 품질기준과 검사방법 및 검사수수료에 관한 고시, 보통휘발유 노란색, 고급휘발유 초록색, 보일러등유 빨간색, 실내등유 +21이상, 경유와 중유는 별도 정함이 없음. 부생연료유(등유형) 파란색, 부생연료유(중유형) 검은색,

- 일제 강점기 이후 1970년대까지 석유제품은 늘 공급부족 상태로 해방 후 미 군원조물자의 일부로 수입되어 국내 대리점을 통해 유통되었다. 민수용 석유제품이 늘 부족해 배급제로 공급되어 불법·부정유통이 만연하였고 군용유류가 석유가 부족한 민간 쪽으로 유출이 성행하였다
- 1970년 석유사업법 제정 이후 공급부족은 해소되었으나 유통질서 혼란은 지속되었다. 1960년대까지는 군용유류가, 1970년대 이후에는 농어업용 면세유가 시중에 주기적으로 유입된 것이 주된 이유였는데 이후 정부가 일부제품에 세금을 중과하고, 일부제품에는 면세한 결과, 세금차이를 배경으로 가짜석유제품의 제조·유통이 수십 년간 지속되고 있다.
- 정부의 단속에도, 불법·부정 유통이 지속되는 원인은 “①물리적으로 육안식별 곤란과 ②일부제품에 세금중과” 때문이다. 일반인이 육안으로 석유제품의 종류, 품질, 계량, 위험성, 탈세여부를 알 수 없고 수송연료인 휘발유, 경유에 세금이 중과되고, 용제, 납사, 석유화학제품 등은 거의 면세 수준이기 때문인데 이 두 가지 원인이 실재하는 한 “①불법이익이 크고, ②값싼 석유에 대한 주유소의 수요”가 없어지지 않기 때문에 불법, 부정 유통이 지속될 것이다.

나. 석유제품 상표표시제의 변천

○ 정부는 유통혼란 대책으로 단일상표제 채택

- 정부는 유통질서의 혼란 대책으로 1992년 ‘단일상표제’를 석유제품 거래에 도입¹⁷⁾하였다.
 - 하나의 주유소는 하나의 상표를 게시하고 석유제품을 판매하도록 하였다. 단일상표제는 ①품질미달/탈세/부정유류가 발견되면 추적이 쉽고, ②정유사 간 품질경쟁으로 전반적인 품질향상을 기할 수 있으며, ③소비자의 상품선택권을 보호하는 장점이 있다.
- 단일상표제는 전체적인 법질서나 상거래 관념과 조화
 - 상표법,¹⁸⁾ 부정경쟁방지법,¹⁹⁾ 공정거래법(표시광고법)²⁰⁾의 취지에도 부합

17) 독점규제및공정거래에관한법률(‘92)에 반영했고, 이후 표시광고공정화에관한법률(‘99) 제정으로 근거법을 삼았다. 공정거래법에 근거한 “주유소등석유판매업에있어서의공급자표시제도에관한법률공정거래행위유형및기준”(‘92) 고시로 단일상표제가 도입되었다.

18) 상표법 제50조는 “상표권자는 상표사용 권리를 독점”하도록 규정한다.

19) 부정경쟁방지법 제2조1호는 “상품/영업주체 혼동행위를 금지”하고 있다.

하고 있으며 재산권에 관한 상식적 개념과도 어울려, 정유사, 대리점, 주유소, 소비자 모두 불만 없이 수용되었다.

○ 현물의 시장유입에 따라 복수상표제 허용

- 1998년 이후 공급과잉과 주유소 급증으로 덤핑제품(현물)이 시장에 나타났다.

- 1998년 외환위기로 석유수요 감소가 나타나자 발생하자 정유사는 잉여제품(현물)을 할인가격에 시장에 경쟁적으로 출하²¹⁾하였다. 1995년부터 주유소 설립이 자유화되자, 급증한 주유소의 수익이 악화되고, 잉여제품을 싼값에 구매하여 소비자에게 판매하는 주유소가 많아졌다.

- 덤핑제품(현물)의 출하로 단일상표제 위반이 급증하였다. 일부 주유소는 정유사와 기존 계약을 유지하면서 비공식적으로 현물을 구매 후 정품으로 판매하고 있으며 정유사도 정부도 단속에 미온적이자, 단일상표제가 유명무실해졌다.

- * 잉여물량 처리에 고심하는 정유사도 상표권 침해행위에 적극대응하지 않았고, 정부도 품질미달제품이 아니므로 표시광고법 위반을 단속하지 않음

- 정부는 주유소 측의 요구를 수용해 제한적인 복수상표제를 허용²²⁾했다. 1999년부터 ‘상표제품을 판매하면서, ①상표제품과 별도의 저장시설/주유기를 설치하고, ②비 상표제품임을 표시하도록 하는 두 가지 조건 하에서 복수상표제를 허용하였다.

- 복수상표제는 정유사의 상표권 대응으로 유명무실해졌다. 복수상표제는 주유소가 A회사 상표를 게시하고, A, B회사 제품을 함께 공개적으로 판매하는 것으로 A 정유사는 상표 브랜드가치 보호를 위해 자사의 상표를 철거하였다. 정유사의 상표가 철거된 주유소는 비 상표제품만을 판매하는 곳이 되어 대부

20) 표시광고법 제 조는 “허위/과장광고를 금지”하고 있다.

21) 대부분 정유사는 상표를 전제로 판매되는 정상제품과 덤핑제품을 구분하기 위해 덤핑제품은 상표가 없이 판매함. 덤핑제품은 무상표제품이지만 정상제품과 품질차이는 없음. 대부분 주유소는 무상표인 덤핑제품을 구매하여 상표 있는 정상제품으로 판매하여 그 차익을 얻음.

22) “주유소등석유판매업에있어서의공급자표시제도에관한불공정거래행위유형및기준”을 개정(’01)해 상표표시제를 사적계약방식으로 바꾸고, 석유사업법시행령을 개정(’01)해 복수상표제 위반행위를 유통질서 저해행위에 포함하고, 혼합판매시 저장시설/주유기 구분설치를 의무화한다. 동시에 “주유소비상표제품등의표시기준및표시방법고시”를 제정(’03)해 복수판매 표시를 의무화한다.

분 영업부진으로 이어져 복수상표제는 활성화되지 못했다.

○ 경쟁촉진과 국내가격 하락 위해 복수상표제 제약조건 폐지

- 2003년 이후 국제원유가 속등으로 석유제품 소비자 불만 커지면서 “정유사가 내수시장에서 담합해 과다이익을 취한다”는 주장이 제기되었다. 즉 원유가 상승 시 국제제품가격이 더 급격히 상승하므로, 구조적으로 정유사 수익성이 높아졌다.
- 일부 주유소는 석유제품을 상표표시제 적용대상에서 제외할 것을 주장하였는데 상표가 없는 현물구매 활성화로 주유소 구매가격과 소비자가격이 동시 하락 할 것이라고 주장하였다. 즉 주유소는 비공식적인 현물구매를 공식화하여 경영이 악화된 주유소 수익증대를 도모하고자 하였다.
- 이 후 정부는 복수상표제를 제약 없이 허용하기 위해 정부는 2008~09년간 순차적으로 복수상표제에 부가되는 제약조건을 하나씩 제거하였다.
 - 주유소가 타사/혼합제품 판매 시 ①별도의 저장시설/주유기를 설치하지 않아도 되도록 하였고 혼합판매 시 제품의 종류를 표시하도록 했다.
- 정부는 정유사가 주유소에 전량구매계약의 강요행위와 사후정산을 금지하였고 2009년 5월에는 수평거래를 부분적으로 허용하였다. 2009년 2월, 공정위는 정유사에 시정명령을 내려 ①주유소의 의사에 반하는 전량구매계약의 강요를 정유사에 금지하고 ②사후정산으로 주유소에 불이익을 주는 행위를 금지하도록 하였다. < 표 17 >

< 표 17 > 주유소의 지역별 복수상표 판매현황²³⁾

구분	상표 + 비상표						상표 + 상표								계
	SK + 비상표	GS + 비상표	현대 + 비상표	S-OIL + 비상표	기타	소계	SK + GS	SK + 현대	SK + S-OIL	GS + 현대	S-OIL + 현대	S-OIL + GS	기타	소계	
서울								1	1				11	13	13
부산															
대구	1	1		1		3									3
인천	1			1	1	3									3
광주															
대전															
울산															
(소계)	2	1	0	2	1	6	0	1	1	0	0	0	11	13	19
경기		2	2	4		8									8
강원	1	2	1	1		5									5
충북	1		1	3		5									5
충남	1		3	1		5									5
전북															
전남	1		1	4	2	8									8
경북	12	2	3	3		20			3						23
경남	5	2	1	1		9									9
제주															
(소계)	21	8	12	17	2	60	0	0	3	0	0	0	0	3	63
합계	23	9	12	19	3	66	0	1	4	0	0	0	11	16	82

23) 자료: 에너지 산업통계 '2012

다. 혼합판매

- 현행 법규 하에서는 정유사와 주유소 간 사적계약에 따라 “모든 형태의 상표 표시”, 즉 ‘단수폴’, ‘복수폴’, ‘혼합판매’가 가능하다.(‘무폴’의 경우 아예 특정 정유사 상표가 없거나 자체 상표만을 사용하기 때문에 제외됨)
- 여기서, ‘혼합판매’란 대표적인 특정 공급자 상표만 표시하고, 나머지 공급자 상표는 표시하지 않고 판매하는 형태를 의미하고 있다. 즉 “하나의 영업장소에서 특정 정유사 상표만을 표시하고 A, B, C 석유탄정제업자와 석유수출입업자가 공급한 제품 또는 혼합제품을 판매”하는 형태를 의미한다.
- 이미 정유사로부터 타사로 판매되거나 물량교환으로 출하되는 비중은 경질유의 경우 S-OIL(15%)를 제외하고는 SK Energy, GS Caltex, 현대가 각각 39.5%, 53.5%, 41.2%에 달하고 있다. < 표 18 > ²⁴⁾

< 표 18 > 석유제품 교환, 판매현황²⁵⁾

(단위 : 천배럴)

구 분			SK Energy	GS Caltex	현 대	S-Oil	계
2011	휘발유	내 수	25,633	21,506	12,154	9,855	69,148
		타사출하	12,737	13,325	6,666	1,190	33,918
		비 율	49.7%	62.0%	54.8%	12.1%	49.1%
	등 유	내 수	7,596	5,711	5,039	5,525	23,870
		타사출하	2,587	2,784	1,865	1,321	8,557
		비 율	34.1%	48.7%	37.0%	23.9%	35.8%
	경 유	내 수	46,507	35,257	29,517	19,499	130,781
		타사출하	16,208	17,337	10,691	3,618	47,854
		비 율	34.9%	49.2%	36.2%	18.6%	36.6%
	소 계	내 수	79,736	62,474	46,710	34,879	223,799
		타사출하	31,532	33,446	19,222	6,129	90,329
		비 율	39.5%	53.5%	41.2%	17.6%	40.4%

- 혼합판매는 기본적으로 표시·광고에 대한 각종 규제를 완화하여 혼합판매에 대한 장애요인을 해소함으로써 정유사에 대한 주유소의 가격협상력을 높이고, 이로써 주유소들이 가격이 싼 여러 정유사의 제품을 판매할 수 있게 되면 소

24) 타사출하는 동일 유통단계(정유사, 수입사)내에서 판매, 물량교환으로 유통되는 양을 말하며 사실상 정유사들이 출하하는 제품들이 동질제화임을 나타낸다.

25) 자료: 에너지 산업통계 ‘2012

비자가격 역시 인하될 것으로 기대하고 있다.

- 주유소의 혼합판매를 촉진하여 소비자가격을 인하하려는 이 유통구조 개선 정책이 이것이 실제로 소비자가격 인하로 연결되는지 여부는 모니터링을 통해 확인해야 할 것이다.

라. 혼합판매에 따른 부작용

- 석유사업법 개정안이 시행되면 정유사의 상표는 존재하지만 무의미해질 것이다. 그러므로 정유사는 자사제품의 품질/평판을 지키려는 노력을 중단하고, 주유소의 석유제품 품질은 법정 최저수준으로 저하될 가능성이 크다.²⁶⁾ 과거에는 정유사(7~12회/년)와 정부(한국석유관리원 2.5회/년)이 함께 석유품질 단속을 해왔는데, 상표표시제 무력화로 정유사는 품질단속을 안할 가능성이 커지고, 정부(한국석유관리원) 혼자 전국의 대리점/주유소/판매소의 품질단속 담당이 어려울 것이다. 그러므로 정부, 지자체, 석유관리원 그리고 소비자단체가 동시에 품질단속을 지속적으로 실시하는 것이 필요할 것이다.

* 한국석유관리원의 단속인원(75명)으로 전국 13000여개 주유소 품질단속은 사실상 어려움

- 정유사는 자사제품을 100% 판매하는 직영주유소를 확장할 것으로 예상된다. 직영주유소를 육성·확충하는 한편, 자사 풀을 게시하고 혼합판매하는 주유소는 보너스카드/할인카드, 품질관리, 사후책임 등에서 제외할 것으로 예상되어 향후 주유소는 정유사가 책임을 지는 직영 브랜드 주유소, 기타 非브랜드 주유소로 양분될 가능성이 있다.
- 시장이 경쟁적인지 여부는 가격비교가 가장 객관적인 지표가 된다. 어떤 시장이 경쟁적인지 여부는 비슷한 여건의 외국의 소비자가격과 국내가격을 비교하는 것이 가장 객관적이고 현실적으로 지금 유통구조 개선정책을 위해 일시적으로 가격적 혜택을 주는 것은 다시 동일한 조건으로 돌아와야 한다.

26) 정부(한국석유관리원)은 전국 주유소를 년 2.5회 품질기준에 미달여부를 검사한다. 정유사는 자사제품을 게시한 주유소에 년 7~12회 품질검사를 실시하는데, 품질기준 미달여부 뿐 아니라, 자사 브랜드의 성가유지를 위한 높은 수준의 품질검사를 실시한다. 정유사의 자체 품질검사가 사라지면 유사석유제품/불법/불량제품의 검사는 전적으로 한국석유관리원의 검사에 의존해야 하고, 적발될 가능성은 작아진다. 즉, 한국석유관리원의 단속인력은 75명으로 전국 대리점 554개, 주유소 13,035개, 일반판매소 4,069개의 품질단속을 해야한다.

1. 전량구매 / 사후정산 / 수평거래

가. 전량구매

○ 단일상표제에서 전량구매계약은 자연스러운 현상이었음

- 1992년 석유제품에 상표표시제 도입 이후, 정유사는 주유소에 대해 상표사용을 조건으로 전량구매계약²⁷⁾을 요구하였다. 단일상표를 게시한 주유소에 대해 정유사는 전량구매계약을 요구하였고 2009년 혼합판매 허용 이후에도, 단일상표를 게시한 대부분의 주유소에 대한 전량구매계약 요구는 계속되었다.

○ 전량구매계약 등이 주유소를 정유사에 종속시킨다는 주장

- 그러나 ‘전량구매계약이 정유사에게 주유소를 종속을 심화시키고 있다. 정유사 간 치열한 내수시장 경쟁구도²⁸⁾ 하에서, 전량구매계약의 대가로 제공된 ①혜택의 철수와 ②‘원적지증명서’ 요구 관행이 주유소를 정유사에 종속하게 한다. ①정유사 브랜드(상표) 사용, ②보너스카드/할인카드 등 서비스, ③시설투자지원 등을 혜택을 통한 전량구매계약은 정유사와 주유소는 수직적 관계를 확립시켰다.

○ 공정위는 전량구매계약을 금지하였으나 결국 사실상 허용

- 정부는 전량구매계약이 주유소의 계약갱신을 제약한다는 일부 주유소 측의 주장을 수용하여 공정위는 전량구매계약이 금지되면, 주유소가 계약기간 중에도 자유로이 혼합/타사제품을 구매하여, 주유소 구매가격과 소비자가격을 낮출 수 있다고 판단하고 2009년 2월 “주유소 의사에 반하는 전량구매계약의 강요 금지”를 정유사에 명령하였다.

- 이러한 정유사의 전량구매계약은 시장점유율이 낮은 사업자 또는 잠재적 경쟁사업자 등이 주유소를 통해 석유제품을 유통할 기회를 줄이게 되고, 결국

27) ‘전량구매계약’은 정유사-주유소간 거래계약에서 주유소가 다른 정유사의 제품을 계약기간내에 공급받지 않을 것을 약속하는 계약이다. ‘배타조건부 계약’이라고도 한다. 일반적으로 ‘전량구매계약’은 정유사의 상표사용을 전제로 이루어지며, 2년 정도의 기간을 가짐.

28) 내수경쟁이 치열하여 팽팽한 세력균형이 유지되므로 A정유사와 공급계약한 주유소를 B정유사가 호조건을 제시하여 판매권을 뺏어오면 A정유사는 B정유사와 계약을 맺은 다른 주유소를 호조건을 제시해 뺏어오는 경우가 종종 있음. 이를 영업분야에서는 ‘전쟁’이라고 함. 따라서 각 정유사는 상대의 ‘대응’을 예상하므로 다른 정유사의 판매망을 빼앗아 오는데 신중한 입장을 보임.

시장에서의 경쟁이 줄어드는 효과를 발생시켰고 이로 인해 시장점유율이 낮은 사업자 또는 잠재적 경쟁사업자 등은 주유소 외의 다른 유통경로를 통한 석유제품 공급도 쉽지 않게 되었다.

- 전량구매계약은 특정 정유사와 거래하고 있는 주유소가 거래처를 바꾸려는 경우 정유사 간 원적지 관리 관행으로 인해 거래처 이전이 용이하지 않아 정유사 간 경쟁도 또한 제한되고 있다²⁹⁾
- 그러나 공정위는 현실을 감안해 제한적인 전량구매계약을 인정하였다. 주유소가 원한다는 조건에서, 시설자금/시설지원이 없으면 1년 이내 전량구매 계약이 가능하고 시설자금/시설지원이 있으면 그 지원에 상응하는 범위 내에서 1년을 초과한 전량구매계약이 가능하도록 하였다. 그러나 ‘주유소가 원하면’ 전량구매계약을 할 수 있도록 허용하여 사실상 명령이전의 상태로 회귀한 것과 다름이 없다.³⁰⁾
- 혼합/타사제품의 가격이 이런 혜택을 상쇄할 만큼 낮고 주유소가 정유사 이외에 구매과위가 있는 대리점과 거래를 할 수 있게 되면 공정위 명령이 의미가 있게 될 것이다.

나. 사후정산

○ 사후정산 관행은 처음에는 석유제품 수급불안 우려에서 기인

- 대부분 벌크제품³¹⁾은 재고증감 손익이 사업자의 수익에 큰 영향을 주므로 유통업자들은 가격변동에 따라 제품구입량을 증감시키면 재고증감 이익을 기대할 수 있다.
- 초기에는 국내석유제품 수급불안 우려에 대응하여 사후정산 관행이 자리 잡았다. 다수의 유통업자들이 재고증감 이익을 추구하는 행태를 취하면 투기적

29) ‘원적지 관리’란 甲 정유사와 거래하던 A 주유소가 乙 정유사로 거래처를 이전하려고 하는 경우, 乙 정유사는 A 주유소가 원래 거래하던 甲 정유사와의 관계를 고려하여 A 주유소와 거래하지 않음으로써 경쟁을 회피하는 관행을 말함.

30) 그러나 당초의 전량구매계약도 정유사와 주유소가 자유의사로 합의를 해서 맺은 것이다. 자유의사에 의하지 않은 계약은 민법에 의해 무효가 된다. 따라서 주유소가 원하면 전량구매계약을 맺을 수 있다는 공정위의 시정명령은 불필요한 수사(修辭)일수 있으나, 혜택의 범위내에서 전량구매계약을 맺도록 했다는 점에서 자유의사에 의한 계약이라는 원칙적 선언의 의미는 있다고 볼 수 있다.

31) 벌크제품은 개별포장을 하지 않고 살화물로 저장, 운반되는 제품. 모래, 시멘트, 곡물, 석탄, 원유, 석유 등이다. 대부분 원료나 원재료, 중간재이고, 거래단위가 대규모이지만, 마진폭이 거래량에 비해 작은 것이 일반적이다.

수요가 증가하게 되고 국가 전체적으로 수급변화가 커지면 전체적인 석유수급 불안으로 연결될 것이므로 따 정유사와 주유소의 거래는 보통 가격이 가장 낮아지는 주말/월말을 기준으로 사후정산을 하는 관행이 형성되었다.

○ 사후정산은 주유소를 정유사에 종속시킨다는 주장

- 그러나 사후정산은 또한 정유사와 주유소 간의 전량구매계약에 의한 것으로 정유사가 대략적인 가격 통보 후 타사의 동향을 살펴 최종가격을 결정함으로써 정유사 간 가격경쟁을 회피하여 결과적으로 주유소가 유리한 조건으로 구매할 수 있는 기회를 박탈하는 이유가 되고 있다.

- 주유소는 구매가격을 알지 못한 상태에서 판매가격을 정하는 것은 모순으로 사후정산 결과, 주유소는 주말/월말에 확정 될 구매가격을 알지 못한 채 판매가격을 정해야 한다. 그러므로 정유사가 사후에 정산가격을 정해 통보하면, 주유소와 기존의 공급계약을 사후정산 시점까지 묶어두는 효과가 있고 가격에 대한 정유사의 통제가 가능하다.

○ 공정위는 사후정산을 금지하였으나 결국 허용

- 공정위는 일부 주유소의 주장을 수용해 2009년 2월 “사후정산으로 상대방에 불이익 주는 행위의 금지”를 정유사에 명령하였으나 Term-Pricing은 예외로 인정하였다. 그러나 유통시장의 투명화를 위해 주유소단계 뿐 아니라 정유사단계의 가격 게시는 분명 필요하다.

- 일부 주유소는 매일 변동하는 가격으로 구매하는 불안정성을 우려해 사후정산 허용하여 Term-Pricing은 예외로 인정한다고 발표하였다.

* ‘①객관적으로 증명되는 가격결정방식을 양자가 사전합의하고, ②사후검증이 가능한 경우’ 사후정산을 Term-Pricing이라는 이름으로 인정하였다.

다. 수평거래

○ 수평거래 금지는 불법·부정유통 유통통제가 목적

- 정부는 1975년 이후 대리점-대리점, 주유소-주유소 간 수평거래를 금지하였다. 석유사업법은 석유사업을 정제업/수출입업/판매업으로 나누고, 석유판매업은 대리점/주유소/일반판매소로 구분³²⁾하여 석유제품의 거래는 정유사/수출입업자 → 대리점 → 주유소/일반판매소의 방향으로만 허용하고 대리점 ↔ 대리점, 주유소 ↔ 주유소의 거래는 '수평거래'로 보아 금지하였다.

- 이것은 불법/탈세/불량/부정유류의 유통을 통제하기 위한 것으로 대부분 수평거래 물량이 매점매석 물량, 덤핑제품(현물), 불법·부정유류 등이었기 때문에 수평거래를 금지하면, 불법·부정제품의 적발·추적이 용이했기 때문이다.

○ 수평거래 금지가 주유소를 정유사에 종속시킨다는 주장

- 그러나 정유사 간에는 반제품교환³³⁾을 허용하면서, 판매업자 간 제품거래를 금지함은 불공평하다는 판단 하에 정부는 2009년 5월부터 수평거래 제한적 허용하였다. 정부는 수평거래를 허용 시 경쟁 활성화로 국내제품가격이 낮아질 것으로 기대하고 있다.

- 그러나 수평거래 허용으로 불법/탈세/무자료거래 등이 야기될 것에 대해서는 관리가 필요하다.

3. 전자상거래 / 할당관세·수입부과금 차등 적용

가. 국내석유제품에 전자상거래 추진

○ 전자상거래는 인터넷으로 상품을 거래하는 것

- 전자상거래는 인터넷상 홈페이지로 개설된 상점을 통해 실시간으로 상품을 거래하는 것으로 거래되는 상품에는 실물 뿐 아니라 교육, 의학진단, 법률 등

32) 석유및석유대체연료사업법 제2조(정의) 및 동법시행령 제2조(정의)

33) 1969년 시행된 최고가격제에서는 정유사 저유소에서 판매처까지 거리에 따라 수송비가 차이가 있어 지방별로 석유제품가격이 달랐다. 1972년부터 정부는 전국에 균일수송비를 적용해 전국의 대리점, 주유소 판매가격을 통일시킨다. 이후, 정유사는 전국 판매망에 석유제품을 공급하는데, 전국균일수송비가 적용되므로 정유사간 물량교환을 하므로서 판매망을 유지하면서 수송비를 절감할 수 있었다. 단, 정유사는 상표제품에 대한 품질책임이 있으므로 정유사간 반제품 상태로 물량교환한 후, 자사 저유소에서 자사식 별제 등을 넣고 품질점검 후 자사 상표를 붙여 판매망에 출하한다. 경실련(2008.5.19. 자료)은 이렇게 교환되는 물량이 전체 국내 석유제품 판매량의 15~20%라고 주장했다.

서비스도 포함되며, 뉴스, 오디오, 소프트웨어 등 디지털 상품도 포함된다. 전자상거래는 2000년대 초 국내소개 이후 큰 발전을 이루었고, 전자상거래를 기반으로 하는 디지털경제는 실물경제와 함께 현대경제의 한 축을 이루고 있다.

○ 정부는 국내석유제품 가격 하락을 위해 석유제품 전자상거래 현물시장을 추진

– 정부는 경쟁매매시장으로서 현물시장(現物市場)을 거래하도록 하고 있으며 다수의 석유제품 공급자(정유사/제품수입사/대리점)와 다수의 수요자(대리점/주유소)가 인터넷상에서 거래함으로써 석유제품 유통비용과 재고부담이 줄고, 정유사를 정점으로 하는 수직계열화 구조가 붕괴되어 소비자 가격이 하락할 것으로 기대하고 있다.

○ 해외에는 한국정부가 추진하는 형태의 석유제품 전자상거래시장은 없음

– 해외에는 석유제품을 대상으로 하는 경쟁매매시장으로서 현물시장은 존재하지 않고 있다. 경쟁매매시장으로서는 선물시장(先物市場)은 다수 존재하나 이들 선물시장은 현물을 취급하지 않는다.³⁴⁾

* 선물시장은 현물의 가격등락에서 발생하는 위험을 상쇄하는 해징(Hedging)거래가 목적이고, 해징의 기준이 되는 선물가격은 시장이 평가하는 미래시점의 현물가격을 제시하는 기능

– 현물시장은 국제 석유제품시장에 당연히 존재하나, 거래상대가 소수로 정해진 상대매매시장으로 다수의 수요자와 공급자가 제한 없이 참여하는 경쟁매매시장은 없다. 2012년 3월30일 부산에서 경쟁매매시장으로서 석유제품 현물시장이 개설되었고 이것이 성공한다면 세계최초의 ‘석유제품 경쟁매매 석유 현물시장’의 성공사례가 될 것이다.

○ 한국거래소(KRX)는 석유제품 전자상거래로 유통비용 하락을 기대

34) 세계 주요 석유제품 선물시장

	미국 시카고 상품거래소	일본 도쿄 상품거래소	영국 대륙간 선물거래소	중국 상해 선물거래소
상장제품	원유, 휘발유, 등유, 천연가스	원유, 휘발유, 경유, 등유 등	원유, 휘발유, 등유	중유

- 석유제품 전자상거래를 담당할 한국거래소(KRX)로서 다수의 공급자와 수요자가 참여하는 경쟁매매방식을 채택하였다. 투기적 거래를 방지하기 위해 참여자는 석유사업자로 한정하고 거래도입 초기에는 거래수수료를 면제하고, 한국거래소가 결제관리를 하여 결제의 이행력을 확보하였다.
- 석유제품 전자상거래가 시작되면 첫 단계로 정유사 상표가 아닌 무표주유소 간 경쟁이 촉발이 되고 다음단계로 무표주유소와 정유사 상표 간 경쟁으로 과급되어 결국 상표관리비용이 낮아지고 정유사의 과점구조가 완화되어 유통비용이 낮아질 것이다. 이를 촉진하기 위해 전량공급계약 완화와 축소, 석유제품 혼합판매 확대 등을 동시에 추진하고 있다.

나. 전자상거래용 수입제품에 세제혜택

○ 전자상거래 조기 활성화 위해 정부는 수입제품에 세제혜택 추진

- 국내유통망을 구축하고 있는 정유사는 대부분 전자상거래에 소극적인 태도이기 때문에 도입 초기단계에 석유제품 수입사가 공급자로 적극 나설 필요가 있다.
- 실제로 정부는 일본산 석유제품을 들여와 전자상거래 시장에 공급하기로 하였다.

○ 전자상거래용 수입제품은 휘발유 38원/L, 경유 40원/L 이상의 세제혜택

- 정부는 전자상거래용 수입제품에 대해서는 ①관세면제, ②석유수입부과금도 환급 및 ③바이오디젤 혼합의무 면제 등 혜택을 주기로 하고 정유사가 원유수입 시, 혹은 석유제품 수입 시 부담하는 관세 3%(22원/L 상당)와 석유수입부과금 16원/L을 전자상거래용 수입제품에 한해 면제를 해주었다. 국내에 유통되는 모든 경유는 2%의 바이오디젤을 혼합하도록 강제³⁵⁾하고 있으나, 전자상거래용 수입제품에 대해서는 바이오디젤 혼합의무를 면제하였다.

- 정부는 이로서 휘발유는 38원/L, 경유는 40원/L 이상의 가격인하효과를 가

35) 바이오디젤을 경유에 2% 혼합하면 바이오디젤 가격이 세전 1200~1300원/L으로, 경유 세전가격 650원/L보다 높아 경유전체로 약 6원/L의 추가부담을 진다. 이는 국내생산 경유나 수입한 경유나 모두 적용됨.

진다고 평가하였다. 이에 따라 전자상거래용 휘발유와 경유 수입이 크게 증가할 것으로 예상하여 2011년 국내석유시장의 0.65%인 석유수입제품 비중이 2012년 하반기에 5%수준으로 증가할 것으로 기대하고 있다.

- 혼합판매가 시행되면 다수의 혼합판매 주유소가 전자상거래시장에 구매자로 참여할 것이다. 최근 2012년 7~9월에 전자상거래에 참여한 업체가 직접거래를 하는 주유소는 83곳, 대리점 공급주유소는 252곳으로 늘어나 주유소들이 정유사 이외의 공급선 증가를 원하고 있음을 알 수 있다.

다. 정부의 세제혜택에 대한 부작용

- 정부가 부여하는 특혜조치에는 어떠한 경제적 승수효과³⁶⁾를 가지기 힘들다. 정부가 세제혜택이나 보조금을 지급하려면 경제적 승수효과를 기대할 수 있어야 하나 내수물량의 절대다수를 공급하는 정유사가 호응하지 않으면, 결국 정부의 세제혜택을 일부 수입업자와 주유소가 나눠먹는 결과가 될 수도 있다. 그러므로 이러한 세제혜택이 소비자에게 이어지는지에 대한 모니터링이 필요하다.

36) 승수효과(乘數效果) ; 경제현상에서, 어떤 경제요인의 변화가 다른 경제요인의 변화를 유발하여 파급적 효과를 낳고 최종적으로는 처음의 몇 배의 증가 또는 감소로 나타나는 총효과.

2. 유가 변동에 따른 마진 추이

1. 원유도입단가, 공장도가격 그리고 주유소 판매가격 차이로 계산된 정유사와 주유소의 유통비용 및 마진의 추이

가. 정유사

- 1997년 유가자유화 이후 정유사의 평균 도매마진은 1997년 리터당 101원에서 2004년 141원으로 상승한 후 2008년 현재 리터당 51원으로 하락하였다. 이에 따라 소비자가격에서 차지하는 비중도 1998년 15%에 달하였으나 2004년에 13% 그리고 2008년에는 3%로 하락하였다.
- 2011년 정유사의 리터당 100원 할인기간을 제외하면 최근에는 정유사의 유통비용 및 마진이 리터 당 55원 정도를 차지하고 있으나 국제 휘발유 가격에 근거해 가격이 책정되는 현 시점에서 정유사의 유통비용 및 마진이 적정한 것인지는 좀 더 논의될 필요가 있다.

나. 주유소

- 1997년 유가자유화 이후 주유소의 평균 유통비용 및 마진은 1998년 리터당 80원에서 2003년 63월까지 하락하였으나 2008년 137원으로 상승하는 모습을 보이고 있음. 이에 따라 소비자 가격에서 차지하는 주유소 유통비용 및 마진의 비율은 6%에서 8%로 상승하였다. < 표 19 >
- 최근에는 주유소의 유통비용 및 마진이 리터 당 100원 정도를 차지하고 있으며 이 가격 내에는 부가세 이외에 카드수수료 1.5%가 포함되어 있다.

< 표 19 > 국제 유가 변동에 따른 정유사 및 주유소 마진 추이

(단위 : 원/리터)

	2010년	2011년	2012년(~9월)
정유사 유통비용 및 마진	54.98	40.22	56.20
주유소 유통비용 및 마진	97.06	112.55	100.13

2. 정유사 4사 별 유통비용 및 마진 추이

가. 정유사는 원유나 석유제품을 수입, 정제하여 대리점이나 주유소에 공급하는 역할을 하고 있으며 1998년 10월에 정제업이 허가제에서 등록제로 전환이 되어 진입장벽이 완화되었으나 초기투자비용 등의 진입비용 때문에 시장진입이 용이하지 않은 상태이다. 현재 SK Energy, GS Caltex, 현대 오일뱅크, 그리고 S-OIL의 4대 정유사에 의하여 국내석유제품이 과점적으로 공급이 되고 있는 상태이며 인천정유는 2008년 2월 SK Energy에 의하여 합병 되었다.

○ 석유제품 전체 중 2011년 총 공급물량은 801,431(천배럴)에 달하고 있으며 이 중 4대 정유사가 차지하는 비중은 SK Energy 27.1%, GS Caltex 22.7%, 현대 오일뱅크 11.4%, 그리고 S-OIL 12.1% 등이며 4대정유사가 차지하는 비중은 2011년 기준으로 73.3%나 되고 있다.

○ 휘발유제품만을 대상으로 하였을 경우에는 물량기준으로 4대 정유사가 차지하는 비중은 99.4%이며 SK Energy가 36.8%, GS Caltex가, 30.9%, 현대오일뱅크 17.5%, S-OIL이 14.2%를 차지하고 있다. < 표 20 >

○ 2002년 이후 수입사들의 저조한 석유제품수입 등으로 4대 정유사의 시장집중률이 증가하였고 특히 4대 정유사의 상대적인 시장점유율이 큰 변동 없이 유지되는 모습을 보이고 있는데 이것은 사후에 가격을 책정하는 사후정산의 결과라고 추정된다.

< 표 20 > 정유사 별 휘발유 판매현황³⁷⁾

(단위: 천 배럴)

구 분		SK Energy	GS Caltex	SK인천	현 대	S-OIL	기 타	합 계
2001	물 량	23,036	18,892	4,662	6,127	7,936	2,055	62,707
	점유율	36.7%	30.1%	7.4%	9.8%	12.7%	3.3%	100.0%
2002	물 량	22,436	19,480	3,209	7,562	7,241	4,152	64,078
	점유율	35.0%	30.4%	5.0%	11.8%	11.3%	6.5%	100.0%
2003	물 량	21,557	18,691	2,491	8,579	6,927	2,238	60,484
	점유율	35.6%	30.9%	4.1%	14.2%	11.5%	3.7%	100.0%
2004	물 량	21,012	17,921	2,153	8,773	7,374	917	58,151
	점유율	36.1%	30.8%	3.7%	15.1%	12.7%	1.6%	100.0%
2005	물 량	21,641	17,967	2,028	9,737	7,879	308	59,561
	점유율	36.3%	30.2%	3.4%	16.3%	13.2%	0.5%	100.0%
2006	물 량	21,692	18,514	1,769	9,757	7,897	245	59,874
	점유율	36.2%	30.9%	3.0%	16.3%	13.2%	0.4%	100.0%
2007	물 량	22,561	20,141	1,865	9,570	7,956	408	62,500
	점유율	36.1%	32.2%	3.0%	15.3%	12.7%	0.7%	100.0%
2008	물 량	24,225	20,532	145	9,497	8,220	319	62,937
	점유율	38.5%	32.6%	0.2%	15.1%	13.1%	0.5%	100.0%
2009	물 량	25,639	21,104	-	10,095	8,726	307	65,872
	점유율	38.9%	32.0%	-	15.3%	13.2%	0.5%	100.0%
2010	물 량	26,083	21,868	-	11,116	9,519	244	68,931
	점유율	37.8%	31.7%	-	16.1%	13.8%	0.5%	100.0%
2011	물 량	25,633	21,506	-	12,154	9,855	426	69,574
	점유율	36.8%	30.9%	-	17.5%	14.2%	0.6%	100.0%

37) 자료: 에너지 산업통계 '2012

나. 정유사의 매출액 및 영업이익률

- 한편 4대 정유사의 경영실적 추이를 살펴보면 정유부문 매출액은 2011년 기준으로 SK Energy 502천억, GS Caltex 376천억, S-OIL 260천억, 그리고 현대 오일뱅크 190천억을 나타내고 있음. < 표 21 >
- SK Energy의 매출액은 S-OIL 과 현대오일뱅크 매출액의 2배 및 3배를 상회하고 있다.

< 표 21 > 정유사의 매출액³⁸⁾

(단위: 억 원)

구 분		SK Energy	GS Caltex	S-OIL	현대오일뱅크	SK인천정유	계
매출액	05년 (정유)	219,146 (157,426)	162,339 (136,144)	122,323 (104,787)	79,268 (74,995)	35,521 (29,377)	618,597 (502,729)
	06년 (정유)	236,515 (166,434)	191,300 (161,766)	145,559 (122,628)	91,704 (86,636)	41,366 (34,612)	706,444 (572,076)
	07년 (정유)	277,884 (184,875)	214,683 (183,527)	152,187 (129,572)	94,590 (89,700)	56,051 (48,361)	795,396 (636,035)
	08년 (정유)	457,373 (322,527)	344,242 (298,846)	230,003 (198,420)	147,670 (141,318)	- (-)	1,179,288 (961,111)
	09년 (정유)	358,275 (242,652)	260,890 (214,847)	174,240 (148,681)	108,682 (147,670)	- (-)	902,087 (708,989)
	10년 (정유)	438,636 (303,615)	330,396 (275,978)	205,295 (173,503)	133,270 (132,588)	- (-)	1,107,597 (885,684)
	11년 (정유)	502,013 (502,013)	449,549 (375,675)	319,139 (259,602)	189,586 (189,586)	- (-)	1,460,287 (1,326,876)

- 영업이익은 4대 정유사가 각각 12.2 천억, 6.6 천억, 4.7 천억, 그리고 6.2 천억을 나타내고 있다.
- 이에 따라 매출액 대비 영업이익률은 SK Energy는 2.42%, GS Caltex는 1.77%, S-oil은 1.82%, 현대오일뱅크는 3.25%로 현대오일뱅크가 가장 높게 나타나고 있다. < 표 22 > ³⁹⁾

38) 자료: 에너지산업 주요통계(2012)

39) 영업이익률을 기준으로 수익률을 계산하면 제조업평균에 비하여 높은 편은 아니지만 영업이익률은 생산 활동에 있어서의 실제 한계비용을 반영하는 것이 못되어 정확한 시장성과를 반영하지 못하고 영업이익률 또한 회계기준 적용에 따라 변동할 수 있는 문제점이 있다.

< 표 22 > 정유사 영업이익률⁴⁰⁾

(단위: 억 원)

구 분		SK Energy	GS Caltex	S-OIL	현대오일뱅크	SK인천정유	계
영 업 이 익	05년 (정유)	12,049 (4,586)	8,478 (3,352)	8,885 (4,274)	3,988 (2,827)	605 (△299)	34,005 (14,740)
	06년 (정유)	11,654 (3,280)	6,700 (1,572)	9,257 (4,702)	1,372 (401)	420 (△966)	29,403 (8,989)
	07년 (정유)	14,795 (6,095)	10,087 (6,129)	10,737 (6,801)	4,285 (2,600)	1,454 (460)	41,359 (22,085)
	08년 (정유)	18,915 (12,425)	9,494 (4,658)	13,963 (10,015)	624 (-764)	- (-)	42,996 (26,334)
	09년 (정유)	9,078 (429)	6,941 (-1,781)	2,912 (-763)	1,685 (624)	- (-)	20,615 ()
	10년 (정유)	17,141 (9,835)	10,456 (3,652)	8,133 (3,963)	2,236 (2,023)	- (-)	37,965 (19,473)
	11년 (정유)	12,173 (12,173)	18,473 (6,648)	16,386 (4,723)	6,171 (6,171)	- (-)	53,203 (29,715)

40) 자료: 에너지산업 주요통계(2012)

3. 알뜰주유소 효과

1. 알뜰주유소

가. 정부는 알뜰주유소 확산을 추진

○ 알뜰주유소 확산으로 국내석유제품 가격 하락을 기대

－ 정부는 알뜰주유소의 확산으로 국내석유제품 가격을 낮출 수 있다고 기대하고 있다. 정부는 국내석유제품 시장이 정유사의 독과점구조 때문에 경쟁이 제한적이라고 판단하여 유통구조 개선을 위해 알뜰주유소 확산을 추진하고 있다.

－ 알뜰주유소란 “정유사나 제품수입사로부터 공동구매를 통해 저가로 석유제품을 공급받고, 인건비 절감, 사은품 배제 등으로 운영비용을 낮춰 일반 주유소보다 저가로 소비자에게 석유제품을 판매하는 주유소”를 말한다.

－ 정부는 2012년 말까지 기존 주유소의 1,000개를 알뜰주유소로 바꾸는 것을 목표로 하여 2012월 9월 이미 약 750개가 알뜰주유소로 전환을 하였다.

○ 정부는 시설개선, 품질검사, 할인카드 등 지원

－ 정부는 알뜰주유소로 전환을 지원하고, 소요예산 77억 원을 2012년도에 반영하여 집행 중에 있다. 캐노피, 폴, 가격표시판, 주유기 등 시설개선비용의 70%를 지원하고 석유관리원이 월 1회 이상 품질검사를 실시하는 품질보증 프로그램에 가입비용의 90% 지원하고 있다. 셀프주유기 등 설치를 위한 소상공인 자금도 연리 3.7%, 3년 거치 5년 분할상환으로 융자해주고 있다.

－ 알뜰주유소는 ‘정부운영 석유유통브랜드’가 되는 것

- 기존 ‘정유4사의 상표주유소’, 농협이 운영하는 ‘NH-OIL’⁴¹⁾에 이어 6번째로 상표가 되는 것으로 실무운영은 석유공사가 담당하므로, 석유공사는

41) 지역 농협주유소는 전국 약 500여개가 있는데, 이중 300여개는 농협중앙회의 ‘NH-OIL’라는 통일된 상표로 정유사로부터 일반주유소보다 싼 가격에 석유제품을 공급받아 여기에 각종비용을 얹어 소비자에게 판매한다. 농협중앙회는 일반대리점으로 등록하고 영업을 하고 있는데, 다른 일반대리점도 주유소보다 낮은 가격에 정유사로부터 석유제품을 공급받아 주유소에 판매한다. 지역농협주유소중 나머지 200여개는 농협중앙회를 거치지 않고 일반주유소와 마찬가지로 정유사로부터 석유제품을 공급받는다.

석유제품 대리점 사업을 하는 것이라 볼 수 있다.

나. 알뜰주유소의 성공요건

○ 알뜰주유소의 저가구매, 마진보장, 저가판매가 유지되어야

－ 2012년 9월25일 현재 전국 열 750개의 알뜰주유소가 운영 중이다.

－ 성공요건은 정상제품을 저가로 공급받아 저가로 판매하면서, 알뜰주유소의 이익이 보장되어야 한다. 즉 ①기존 주유소보다 저가로 정유사나 수입사가 석유제품을 공급하고, ②기존 주유소보다 저가로 소비자에게 석유제품을 판매해야 함. ③기존 주유소들이 마진에서 유인을 느끼고 알뜰주유소로 전환하고 이탈하지 않아야 한다.

○ 정유사로부터 지속적인 저가구매는 어려우므로 다른 공급선을 찾아야 함

－ 석유공사가 지속적으로 기존 일반대리점보다 저가에 정유사로부터 석유제품을 공급받을 가능성이 크지 않다. 정유사로부터 저가에 석유제품을 공급받아야 하는데, 기존 일반대리점에 비해 우월한 바잉파워(Buying-Power)를 갖기 어려워서 2011년 알뜰주유소 사업 시작 시 입찰에 농협중앙회를 참여시켜 농협중앙회가 구매하는 구매물량에 석유공사 물량을 더해 공동구매물량을 늘이기로 하였다. 현재 GS Caltex와 현대오일뱅크가 알뜰주유소에 석유제품을 공급 중이며 가격은 농협중앙회의 구매가격과 같게 하고 있다.

○ 정부는 정유사의 비협조를 감안해 다양한 시책을 추진

－ 정부는 단기간 내 알뜰주유소 확산을 위해 도로공사가 운영하는 고속도로 주유소를 알뜰주유소로 전환하는 것을 추진, 총 167개 고속도로 주유소중 상당수가 알뜰주유소로 전환하였고 알뜰주유소 확산이 부진한 서울지역은 공영주차장을 활용한 간이주유소 설립, 농협주유소의 확대, 민간자본의 알뜰주유소 사업 참여확대 등을 추진하고 있다.

－ 기존 주유소가 정유사와 외상거래를 하고 있음을 감안, 석유공사를 통해 비슷

한 수준의 외상거래를 정부가 제공하고, 대출금리 인하와 우대보증 등도 추진하고 있는데 서울 알뜰주유소 1호점이 형제주유소의 폐업을 비추어 볼 때 이 부분은 신중해야 한다.

1. 농협 알뜰주유소

가. 현재 전국에 농협 알뜰주유소는 2012년 6월말 현재 390여개가 있음. 농협 알뜰주유소는 정유사 4사의 석유제품을 농협중앙회와 석유공사가 공동구매하여 알뜰주유소에 공급하는 개념으로 2015년까지 800개의 농협 주유소를 알뜰주유소로 전환할 계획이다.

나. 농협주유소 추진경과

- 2001년 4월 : 농협 유류 사업개시 (알선 및 수탁사업)
- 2009년 6월 : 농협폴(NH-OIL)주유소 사업시작 - 경쟁 입찰에 의한 사업 실시
- 2011년 11월 : NH-OIL주유소 320여개 알뜰주유소 참여
- 2011년 12월 국내 4개 정유사 대상 공동입찰 실시 - 현재 GS Caltex(호남, 영남), 현대오일뱅크(중부)가 공급하고 있음.

다. 추진현황

< 표 23 > 알뜰주유소 추진현황

(단위 : 개소)

구분	2009년	2010년	2011년	2012년
개소수	51	222	350	450예상

라. 물량공급 및 가격결정 방법

- 물량발주 : 농협폴 주유소에서 중앙회로 필요물량 발주
- 상품구매 발주 : 농협폴 주유소 물량을 유종별로 집계하여 정유사로 발주
- 농협과 정유사 간 가격결정
 - 계약가격 : 중앙회와 정유사 간 경쟁 입찰에 의거 최저가격 계약
 - 단가계약 : 매일 4대 정유사 현물가격 평균가격 - α
- 물류배송 : 정유사 직접배송 또는 중앙회 저유소를 통한 2차 배송
- 대금정산 : 배송물량에 대하여 지역농협이 중앙회로 대금정산

- 대금정산 : 중앙회는 각 해당농협의 대금정산을 집계하여 정유사로 대금정산

마. 추진성과 및 기대효과

- 알뜰주유소로 전환하기 이전에 농협폴 주유소의 판매가격은 일반주유소보다 리터 당 평균 31원 저렴했다. 그러므로 2012년 농협폴 주유소 판매량 (100만 kl) * 가격인하 (리터 당 31원)를 계산해 보면 소비자 유류비 절감 효과가 2011년 280억 원에서 2012년 310억 원으로 증가할 것으로 예상되고 있다.

바. 추진계획

- 농협알뜰주유소는 2012년 6월 현재 390여개로 연말까지 신설 20개소, 기존 정유사폴 전환 40개소를 포함하여 450여 개소로 확대할 계획이다.
- 특히 셀프주유소 운영으로 유류가격 선도하고 (셀프 전환 시 10~30원/L 추가 인가) 저유소 운영 추진으로 경쟁력을 높이려고 추진 중이다.
 - 해안 (4) 내륙(5) 저유소 운영을 통한 안정적 공급기반 구축 및 가격 경쟁력을 높이기 위하여 2012년 내 해안저유소(평택항 - 8월15일), 내륙저장소 (군위 - 12월) 운영을 추진 중에 있다.

사. 개선할 사항

- 농협주유소는 현재 일정한 물량을 소비할 수 있고 자금력 또한 풍부한 하나의 대리점으로서 제 기능을 다하고 있으니 일반 알뜰주유소와 다르게 운영하는 방식을 채택하는 것이 필요하다.
- 농협중앙회는 농협주유소에 공급하는 물량을 확보하고 있으므로 구매력 (bargaining power)이 있을 것으로 판단, 일반 알뜰주유소와 분리한다면 정유사에게 농협알뜰주유소가 판매하는 양에 대해 정유사에 더 저렴한 가격에 공급하도록 가격조정이 가능하다. 즉 정유사와 가격 조정이 가능한 독립된 대리점으로서의 기능을 할 수 있을 것이다.
- 또한 농협알뜰주유소는 각 조합들이 일정한 마진만 붙여 판매를 하도록 되어 있고 그 마진율을 매년 중앙회에 다 공개하도록 되어있으므로 가격이 저렴하게 판매가 되도록 컨트롤이 가능하다. 그러므로 농협알뜰주유소가 더 저렴하

게 공급할 수 있도록 일반 주유소의 양은 석유공사에서 제공을 하고 농협 알뜰주유소는 정유사, 수입사 등에서 더 저렴하게 석유제품을 공급할 수 있도록 하는 것이 바람직 할 것이다.

2. 알뜰주유소의 효과

가. 2012년 9월 현재 전국에 약 750여개의 알뜰주유소가 운영 중에 있고 이것은 크게 농협알뜰주유소, 고속도로알뜰주유소 그리고 자영알뜰주유소로 나누어 볼 수 있다. 이 중 자영 알뜰주유소는 228개로서 각 지역별 분포는 다음과 같다. < 표 24 >

< 표 24 > 지역별 알뜰주유소 현황

(단위 : 개)

	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	경기	강원	충북	충남	경북	경남	전북	전남
개수	10	8	10	7	4	4	4	45	10	21	16	31	24	17	16

나. 알뜰 주유소 반경 1km 이내에는 평균적으로 3개의 주유소가 있고 이들 주유소는 같은 지역의 평균가격 대비 리터 당 약 38원이 저렴한 것으로 나타났다. 특히 알뜰주유소로 변경된 날 주변지역의 가격이 인하된 주유소가 상당 수 있었고 서울의 알뜰주유소 1호점인 형제주유소의 폐업일에 주변지역의 가격이 인상된 것으로 나타나 알뜰주유소가 주변지역에 가격인하의 효과를 주고 있는 것으로 분석되었다. < 표 25 >

< 표 25 > 형제주유소 폐업전후의 주변지역 주유소가격

(단위 : 원/리터)

	형제 주유소	스탠다드 오일	명보 주유소	금천 주유소	아미산업 독산주유소	백운 주유소	평균가격
8월20일	1950	1979	1980	1997	1999	2008	1985.5
8월21일 -폐업	1950	1999	2010	1997	2029	2023	2001.333 33

3. 알뜰주유소 확산정책에 대한 부작용

○ 공기업인 석유공사의 석유유통 전문성 결여

- 석유공사가 담당하는 대리점 운영은 고도의 전문성을 필요로 하는데 석유제품처럼 거래액에 비해 마진이 작을 경우 물량의 전략적 재고관리가 사업성 패의 관건이다. 석유제품의 대량구매는 유가 상승기에는 재고차익, 하락기에는 재고차손을 발생하는 것으로 유가 상승기에 고가에 대량 구매한 물량은 유가하락기에는 매각손실을 감수해야 한다. 정부공기업인 석유공사는 이 분야 전문성이 떨어질 수 있음을 인지할 필요가 있다.

○ 가짜석유 유통에 대한 우려

- 계속적으로 싼 가격에 석유제품을 공급받지 못할 때 주유소는 가짜석유 판매라는 유혹에 빠지기 쉽다. 특히 현재와 같이 50%는 석유공사에서 구입을 하고 나머지 50%는 자율적인 구입을 전제로 하고 있을 때 나머지 물량에 대한 품질검사가 필요하다. 국민의 세금으로 운영되는 주유소인 만큼 품질 및 가격에 대한 모니터링이 지속적으로 이루어져야 한다.

제5장 요약 및 시사점

1. 기본 방향

주유소의 가격결정 요인을 분석한 결과 가격을 결정하는 데 가장 중요한 요소는 경쟁시장인 것으로 나타났다. 이러한 결과는 모든 시장에서 공정한 경쟁시장이 수요와 공급 그리고 가격을 결정하는 가장 중요한 기반이라는 것을 다시 한 번 확인한 것이다. 그러므로 우리나라 석유제품의 유통 단계인 정유사 -> 대리점 -> 주유소 체제에서 주유소의 가격결정 요인을 논하는 데 있어 주유소 단계 뿐 아니라 정유사 단계의 경쟁을 동시에 살펴보아야 한다.

우리나라 석유시장을 숫자로 표현해 볼 때 전국적으로 주유소 단계는 약 12800여 개 그리고 대리점은 약 650여개⁴²⁾ 인데 비해 정유사는 4사만 존재한다. 12800여 개의 주유소들이 정유사 4사 이외에 알뜰, 무폴 주유소가 등장함으로써 최근 그 숫자가 감소하고 있다는 것은 주유소 단계에서는 경쟁이 잘 이루어지고 있다는 것을 보여주는 실례이다. 그러나 정유사 단계는 정유사 4사가 여전히 독과점적인 지위를 가지고 있으므로 정유사의 독과점 구조 타파하고, 정유사 위주로 고착화된 유통구조를 쇄신하기 위해서는 석유유통구조 상의 힘의 균형을 이해할 필요가 있다.

현재는 정유사가 국내 석유유통의 정점에 있고, 대리점, 주유소가 정유사에 종속되어 있다. 즉 정유사와 주유소 간의 힘의 불균형이 가격 불균형으로 전가되고 있는 것으로 현재 정유사 단계에 집중된 힘의 불균형을 대리점, 주유소로 이동해야 한다.

그러나 공급선을 다변화 하고 정유사의 독과점을 해소하기 위해 수조원의 투자비가 드는 정유사를 신규로 설립하거나 석유수입을 무한정 늘리는 것은 현실적으로 불가능하다. 최근 정부가 해외에서 석유를 수입하여 석유공사를 통해 국내에 공급하겠다는 방침을 갖고 있으나, 이것이 국내 환경기준에 충족된다 하더라도 경제성 문제로 인해 정유사를 건제할 수 있을 정도의 물량을 수입할 수 있을지가 미지수이고 석유수입에 대한 혜택을 언제까지 지속하는 것이 바람직 할 지에 대해서도 고려해 보아야 할 사항이다.

42) 정유사와 가격경쟁이 가능한 휘발유 판매량이 100,000kl 이상인 대형 대리점은 현재 10개임

석유수입과 관련해서는 과거 타이거 오일 등 2001년 전후 석유수입사가 가장 많이 진출했을 당시 국내 정유사들이 가격인하 전략 등으로 석유수입사를 견제한 결과, 지금은 석유수입 자체가 활성화되기에는 한계가 있었다는 사실을 인지해야만 한다. 다만, 석유수입은 수입량 자체로 정유사의 일방적인 가격결정을 일부 제약하는 효과로서는 의미가 있다. 그런 의미에서, 국내 유통구조상 정유사 중심의 생산단계에서 정유사 독과점 구조를 견제하기에는 일정한 한계가 있다.

그러므로 정유사를 견제하기 위해서는 대리점, 주유소의 협상력(bargaining power)을 키워서 유통 단계 내에서 스스로 견제와 균형(check and balance)이 이루어지도록 하는 것이 현실적인 방향이다. 일본의 사례에서 보듯이 원매사(우리나라 대형 대리점과 유사)의 힘이 커질 경우, 정유사의 협상력은 상대적으로 줄어든 것을 볼 수 있다. 이 때 협상력의 핵심은 유통채널을 얼마나 장악할 수 있는지의 여부로서 정유사 대비 가격경쟁력을 가질 수 있는 여러 다양한 플레이어를 키우는 것이 관건이다.

2. 현재 석유유통정책에 대한 평가와 개선방향

1. 정유사 단계

가. 정유사의 독과점 시장

- 정유사는 원유나 석유제품을 수입, 정제하여 대리점이나 주유소에 공급하는 역할을 하고 있으며 1998년 10월에 정제업이 허가제에서 등록제로 전환이 되어 진입장벽이 완화되었으나 초기투자비용 등의 진입비용 때문에 시장진입이 용이하지 않은 상태이다. 현재 SK Energy, GS Caltex, 현대 오일뱅크, 그리고 S-OIL의 4대 정유사에 의하여 국내석유제품이 과점적으로 공급이 되고 있는 상태이며 인천정유는 2008년 2월 SK Energy에 의하여 합병이 되어 현재와 같은 정유사 4사 체제가 이어지고 있다.

나. SK Energy의 독특한 유통구조

- 특히 이들 정유사 중 SK Energy는 시장점유율이 약 35%에 달하고 있으며 타사 대비 가격이 비싸게 책정되고 있는데 이것은 중간에 SK 네트워크라는 유통 단계를 한 번 더 거치기 때문이다. 즉, SK Energy는 정유사 공급가격은 가장 낮음에도 불구하고 주유소 판매가격은 가장 높게 책정되어 자사 내 다른 계열사에게 이익을 나누어 줌으로써 시장에서는 높은 가격을 선도하고 소비자의 부담 또한 증가시키고 있는 것으로 판단된다.
- 특히 SK Energy와 다른 정유사 3사의 정유사 공급가격과 주유소 판매가격의 차이가 많게는 리터 당 89.58원이나 차이나는 것을 보면 SK네트워크가 협상력(Bargaining Power)을 가진 대리점으로서의 기능을 하기 보다는 자기 계열사에 이익을 몰아준다는 것을 알 수 있다. < 표 26 >

< 표 26 > 정유사 별 정유사 공급가격과 주유소 판매가격의 차이

(단위 : 원/리터)

보통휘발유	SK Energy	GS Caltex	현대오일뱅크	S-OIL
정유사 공급가격	1776.64	1823.44	1842.94	1801.48
주유소 판매가격	1969.45	1965.82	1946.17	1944.52
가격차이	192.81	142.38	103.23	143.04

- 또한 SK Energy의 주유소가 가장 높은 가격대를 형성함으로써 다른 주유소들의 가격 인상을 주도하고 있는 것에도 주목할 필요가 있다. 특히 SK Energy 직영 주유소들이 다른 주유소들에 비해 가격을 높게 책정하고 있음은 이미 석유감시단 2012년 2월 17일 보도 자료에서 보도된바⁴³⁾ 이 부분에 대해서 차후에 국제가격 상승기와 하락기에 실제 SK Energy의 가격이 다른 주유소의 가격을 주도하는지를 가격대와 기간으로 나누어 더 연구할 필요가 있다.
- SK Energy의 판매량과 시장점유율이 정유사4사 중 최대라는 것을 감안하면 SK네트웍스를 통한 이익이 상당할 것으로 판단되나 현 가격 보고시스템에서는 실제 그 차익을 알 수 없다. 현재의 가격 보고시스템은 정유가가 대리점에 매주 공급하는 가격은 공개되어 있으나 대리점이 주유소에 공급하는 가격은 판매물량을 가중평균으로 한 월간 판매가격만 공개되어 있으므로 각 대리점이 주유소에 공급하는 가격을 공개하여 이 부분에 대한 모니터링이 가능할 수 있도록 가격보고 체계를 바꾸어야 할 것이다.

2. 대리점 단계

가. 다양한 형태의 협상력 있는 대리점

- 대리점의 본래 기능은 크게 두 가지이다. 서울석유와 대성에너지와 같은 대리점은 전국에 주유소를 다수 보유하면서 정유사로부터 석유를 공급받아 자사가 소유한 주유소에 공급하는 일종의 도매단계 유통사업자이다. 그러나 상당수의 대리점은 정유사가 주유소의 신용도를 하나하나 체크하지 못하기 때문에, 필수불가결하게 정유사로부터 일정 수익(리터당 약 20원 내외)을 취하면서 주유소 신용도를 스크린 하는 역할 수행한다. 즉, 정유사는 일정 정도의 도매급 가격으로 대리점에 석유를 판매하면, 그 후단의 유통은 대리점이 자기 위험 하에 소매단인 주유소로 기름을 공급하고 있다.
- 앞에서 언급한 대로 정유사 단계에 집중된 유통구조 상의 힘을 대리점, 주유소로 옮기기 위해서는 자사가 소유한 주유소에 공급하기 위한 대량구매 형태의 대리점을 지속적으로 확대해가는 정책을 유지할 필요가 있다. 그런 의미에서,

43) 2012년 2월 17일 보도자료 첨부

농협 주유소와 알뜰 주유소에 기름을 공급하기 위해 석유공사와 농협중앙회가 대리점으로서 대량구매를 하게 하는 정책은 효과가 높다고 평가된다. 일본의 원매사처럼 국내에서 대형 대리점의 절대적인 숫자와 함께 구매물량이 늘어난다면 현재 정유사의 일방적인 가격결정 구조가 정유사와 대리점간 쌍방이 가격 협상력에 따라 가격을 결정하는 구조로 바뀔 가능성이 있다.

- 다만, 농협과 석유공사의 공동구매 사례는 일부 수정이 필요하다. 농협중앙회에 따르면, 과거 농협 소유 주유소에만 공급하기 위해 공동 구매하던 가격보다 석유공사와 공동구매할 때 가격이 훨씬 더 저렴했다고 주장하고 있는데 이것은 정부가 당초 구매물량이 커질 경우 가격협상력이 높아질 것이라는 예측과 현실이 다른 것을 의미한다. 농협주유소가 알뜰주유소로 전환하기 이전인 2011년 1월 1일부터 2011년 12월까지와 알뜰주유소로 전환한 이후인 2012년 1월 1일부터 2012년 10월 31일까지의 정유사 4사 폴 주유소 무폴주유소와 농협주유소의 가격 차이를 분석한 결과 알뜰주유소 전환 이후에 농협주유소의 가격이 타 주유소 대비 리터 당 6.14원 적게 차이가 나는 것으로 나타나 농협주유소가 가격이 저렴했던 이점이 줄어든 것으로 나타났다. < 표 27 >

< 표 27 > 알뜰주유소 전환 전, 후의 농협주유소와 타주유소와의 가격차이
(단위 : 원/리터)

	SK Energy	GS Caltex	현대오일뱅크	S-OIL	자가상표	평균
알뜰전환이전	55.26	29.98	16.02	15.62	0.79	23.53
알뜰전환이전	33.61	30.48	12.81	13.59	-3.55	17.39

- 따라서 현재 농협과 석유공사 물량을 분리하고, 농협은 자체 공동구매를 통해 농협소유 주유소에 공급하고, 석유공사는 알뜰 주유소에 공급하는 물량을 공동구매하는 형태로 분리하여 운영하도록 하여야 한다. 어떤 형태가 되더라도, 대리점 단계의 가격협상력을 강화하기 위해 물리적인 숫자를 늘리려면 세제 등 정부차원의 인센티브 제공도 검토할 필요가 있다.

나. 전자상거래

- 석유제품 전자상거래의 당초 취지는 싱가포르 거래시장가격(mops)이 국내 석유제품 가격 형성에 결정적인 요인이 되는 현실을 개선하고자, 국내 현실과 수급 상황을 반영하는 ‘적정 가격’을 만들어 내기 위한 것이었다. 다만, 현재 거

래 물량 자체가 국내 전체 거래되는 물량에 비하면 그 수준이 워낙 미미하고, 심지어 가격 형성과정에 왜곡을 방지하기 위해 일정 규모 이상 구매하는 대리점은 전자상거래 시장 참여가 제한되어 있다. 한두 개 대형 대리점이 전체 전자상거래 물량을 독점할 경우, 그 시장가격이 전체 석유시장의 바로미터 역할을 할 수 없는 것을 감안하지만 국내 수급상황이 반영된 적정 기준가격을 만들어내고, 그 기준에 따라 국내 석유제품 가격이 결정되도록 하기 위해서는 전자상거래 시장을 활성화 할 필요가 있다.

- 장기적으로 거래물량을 현재보다 대폭 늘리고, 대형 대리점 외에도 대량 구매하는 주유소 등 석유유통업자라면 누구나 참여하여, 제대로 된 시장가격이 형성될 수 있도록 정부는 전자상거래 활성화 대책을 강구해야 한다. 시장가격이란 실제 적정성 여부와는 무관하게, 시장거래 참여자들이 믿을 수 있는 신뢰성이 제일 중요함을 감안하면, 신뢰성 있는 가격을 위해 거래물량 확대, 참여자 확대가 필수적이고 초기에 신뢰성이 필요하다면, 싱가포르 MOPS를 국내에 도입하는 것도 장기적으로 검토해 볼만할 것이다.

1. 주유소 단계

가. 알뜰 주유소

- 알뜰 주유소는 현재 농협주유소, 고속도로 주유소, 자가용 주유소 등으로 다양하게 구성되어 있으며, 인근 주유소보다 리터당 약 40원 가량 저렴하게 기름을 공급하고 있다. 최근 알뜰주유소 서울 1호점이었던 형제 주유소가 폐업을 하면서 알뜰 주유소 정책의 실효성에 대해 의문이 제기되었다.
- 현재 알뜰주유소는 유통시장에서 크게 두 가지의 역할을 하고 있다. 먼저 주변 지역의 가격을 인하시키는 효과이다. 분석 결과 알뜰주유소 그 자체가 리터 당 100원이 저렴하지는 않지만 알뜰주유소주변 반경 1km 이내의 주유소들의 가격은 다른 지역보다 리터 당 38원 정도 저렴한 것으로 나타났다. 이것은 알뜰주유소라는 가격 경쟁력이 있는 주유소 주변에 있는 다른 주유소들이 판매가격을 경쟁적으로 가격을 인하했기 때문으로 볼 수 있다. 다시 말하면 알뜰주유소 한 개가 리터 당 100원이 저렴하지는 않다 해도 이로 인해 알뜰주유소와 비슷한 혹은 더 저렴한 주유소가 등장할 하여 알뜰주유소주변 반경 1km 내

평균 3개의 주유소 가격이 모두 리터 당 38원정도 인하가 되는 효과를 발생시키고 있는 것으로 나타나고 있다.

- 두 번째로는 정유사와 주유소의 힘의 균형을 주유소로 조금 이동시킨 효과를 가져왔다. 상식적으로 4개의 정유사와 12,800여개의 주유소 구조를 보면 정유사가 주유소 점유율을 높이고 더 많이 공급하기 위해 더 경쟁적인 가격으로 석유제품을 공급해야 할 것이나, 기존의 여러 가지 제도 하에서 또한 산업의 특성상 주유소는 경쟁시장에서 결정되는 가격이 아닌 정유사가 책정하는 가격으로 석유제품을 공급받아야 했다. 그러나 평화롭게 정유사 4사가 공존하던 석유시장에 석유공사 그리고 농협이라는 가격경쟁력이 있는 새로운 공급원이 등장하면서 적어도 알뜰주유소 주변에 있는 주유소들에게는 기존 정유사들이 가격을 인하하여 공급할 수밖에 없는 구조가 마련된 것이다.
- 경쟁적인 시장이란 수요와 공급에 의해 가격이 결정되는 것이 가장 기본적인 원칙이므로 정유사가 공급하는 가격과 주유소가 요구하는 가격이 서로 충족되는 선에서 가격이 결정되는 시장을 의미한다. 이러한 관점에서 석유공사와 농협이라는 새로운 공급원의 등장은 정유사에 대한 주유소의 가격협상력을 높였다는 측면에서 바람직한 현상이며 이들과 같이 구매력(bargaining power)을 가진 공급원이 더 많이 늘어나야 한다.
- 그러므로 알뜰 주유소 정책은 장기적으로는 점차 확대해 가는 방향으로 갈 필요가 있다. 첫 번째는 정유사폴 주유소들이 집적되어 있는 곳에 알뜰 주유소를 설치함으로써 인근 주유소들의 가격을 하향 안정화 시키는 역할을 수행하기에는 적절한 대안이기 때문이다. 둘째는, 석유공사 공동구매를 통해 공급받을 수 있는 주유소의 숫자를 늘림으로써 석유공사의 구매협상력을 키우는 데도 크게 도움이 될 것이 때문이다.
- 물론 알뜰주유소가 가지는 효과는 크지만 그에 따르는 문제점 역시 간과되어서는 안 된다. 알뜰 주유소에는 시설 자금, 석유 구매 시 외상매입 등 정부 차원의 금전적인 혜택이 부여되기 때문에, 그만큼 더 알뜰 주유소의 신용도 문제는 사전에 철저히 검증되어야 한다. 경제적인 측면 이외에 가짜석유 문제 또한 개선되어야 할 문제이다. 정부는 알뜰주유소 숫자를 늘리는 데에 초점을 맞추는 것이 아니라 장기적으로 알뜰주유소가 소비자가 선택할 수 있는 또 하나의 주

유소로 자리 잡을 수 있도록 사업자를 선정할 때 경제적 그리고 도덕적인 면에서 엄격하게 관리하여 소비자들이 믿고 이용할 수 있도록 해야 한다.

나. 자체 브랜드 알뜰 주유소

- 정부가 추진하는 알뜰 주유소 외에도, 일부 주유소 자영업자들은 스스로 알뜰 주유소를 운영키로 하고, 통일된 브랜드, 공동구매를 추진하는 사례들이 나타나고 있다. 자체 브랜드 알뜰 주유소는 궁극에는 정유사로부터 기름을 구매해야 하지만, 정유사 풀을 달고 정유사와의 거래관계에 종속되지 않는다는 점에서 정유사와 독자적인 가격협상력을 가지고 있다고 보아도 무방할 것이다. 정부는 이러한 형태의 그룹 주유소가 자생적으로 생겨날 수 있도록 제도적인 지원 장치를 강구할 필요가 있다. 예를 들어, 시설자금의 일부를 대출해 준다면, 필요시 석유공사의 공동구매에 참여하여 구매단가를 인하하려는 노력을 적극적으로 지원해 준다면 정유사와 정유사에 예속된 주유소를 견제할 수 있는 대항마의 하나가 될 수 있을 것이다.

다. 간이 주유소

- 앞서 석유제품가격 결정요인에 대한 회귀분석 결과, 토지가격이 상당히 유의미한 요인으로 나타났다. 그런 분석결과에 따르면, 토지가격에 해당하는 비용을 줄인다면 그만큼 석유제품 가격을 낮출 수 있다는 의미로 해석된다. 실제 주유소 업계에 따르면, 서울 시내 소재 주유소의 경우 임대료만 월 3천만 원에서 5천만 원에 달한다고 한다. 월 5천만 원을 임대료로 내고 평균적인 주유소 수익률 4%를 거두기 위해서는 석유제품수요가 가격에 완전 비탄력적이라는 가정 하에 자연스럽게 가격이 높아질 수밖에 없다.
- 다만, 현재 12,800여개 주유소가 전국에서 영업을 하고 있고, 과당 경쟁으로 폐업을 하거나 가짜 석유를 취급하도록 내몰리는 주유소가 많은 상황에서 주유소 수를 늘리는 것은 대안이 될 수 없음은 자명하다. 다만, 알뜰 주유소와 같이 정유사 중심의 유통구조와 독립적이면서도, 토지가격을 획기적으로 줄일 수 있는 주유소 형태, 즉 간이 주유소를 늘리는 것을 정책적으로 고려해 볼만하다. < 그림 5 >

< 그림 5 > 유럽의 간이주유소



- 유럽에서는 도로 갓길에 주유기 한 대만을 설치하여 주행 중에 잠시 정차하여 주유할 수 있는 시설이 이미 상용화되어 운영 중이다. 서울이나 전국 대도시에는 신규 도로 신설에 따른 주유소 설립 이외에는 이미 주유소가 포화상태라서, 더 이상 신설될 여지가 없다. 하지만, 대부분 가격이 비싼 주유소들이 서울 등 대도시 주유소임을 감안할 때, 새로운 경쟁상대를 시장에 진출시키는 것도 필요하다. 이 두 가지 조건을 충족시키는 대안이 간이 주유소이다.
- 우리나라 도로 사정상 대도시 상업지역 갓길에는 간이 주유기만을 설치하는 것이 어려울 것이다. 실제 유럽에서도 대도시 상업지역보다는 큰 대로 안쪽 도로에, 또한 대도시 상업지역보다는 주거지역 근처에 간이주유소를 운영하고 있다. 그러므로 우리나라에서도 큰 대로보다는 골목 안쪽 도로, 주거지역 주변 교통흐름이 원활한 곳 벽면이나 주차장 등에 간이 주유기를 설치하는 것이 바람직하다.
- 이러한 간이주유소가 성공하기 위해서는 먼저 석유제품의 특성상 충족하여야 하는 위험물 관리법을 개정하여야 한다. 현재 위험물 관리법은 입법 예고를 통과한 상태이므로 이후의 개정절차에서도 소비자의 안전을 충분히 고려한 후 소비자 안전에 문제가 없다면 기존 주유소에 비해 지대와 임대료가 대폭 낮은 주유소를 설립할 수 있도록 위험물 관리법을 시행하여 간이주유소를 새로운 형태의 경쟁주유소로 자리 잡도록 해야 한다.
- 이 외에도 타 업종과의 결합형 간이주유소를 고려해 볼 수 있다. 실제로 종로구 장충동과 서초구 양재동에 있는 주유소는⁴⁴⁾ 기존 주유소를 헐고 새롭게 건

44) 대리점인 서울석유가 새로운 주유소의 형태로서 기존 주유소 자리에 건물을 짓고 토지의 일정부분만 주유소로 활용하고 있다.

물을 신축하면서 건물 뒤흘에 주유기를 설치하여 주유소 업을 하고 있다. 이 주유소는 주유소 자리에 건물을 짓고 기존에 사용하던 저장 탱크를 활용하여 임대업과 주유소 업을 결합하였다. 이 중 서초구 양재동에 있는 주유소는 Mac Donald Drive through를 이용해 임대업 뿐 아니라 식음료업과 주유소 업을 결합한 형태로 운영하고 있다. 이미 현재의 법적으로도 문제가 없고 임대비에 대한 부담을 경감시킴으로써 앞으로 시장에서 자연스럽게 확산될 수 있는 여건이 이미 마련되었다고 평가할 수 있다. < 그림 6 >

< 그림 6 > 한국형 간이주유소⁴⁵⁾



- 앞서 설명한 주유소의 예를 잘 활용하면 주유소 업에 신규 진입자를 늘리는 동시에, 폐업을 앞둔 주유소를 재활용할 수 있다. 최근 주유소 업계의 자금난 악화로 폐업하는 주유소가 늘고 있으나 주유소는 저장소 및 토지오염 때문에 폐업비용이 약 1억5천만 원 정도 소요된다고 한다. 기존의 주유소가 사용하던 시설을 재활용하면서 주유소 폐업으로 인한 비용과 소비자들이 받는 환경적인 피해를 줄일 수 있다는 측면에서 폐업 주유소에 대한 대안으로도 이용할 수 있다.

라. 대안주유소

- 정부는 보도 자료를 통해 알뜰 주유소의 전신인 ‘대안주유소’에 대해 발표한 적이 있다. 대안 주유소는 정부가 보유한 국공유지를 활용하여 임대료를 절감하고, 셀프 주유를 통해 인건비 절감, 각종 사은품 배제를 통해 기존 주유소에

45) 서울시 서초구 양재1동 서울석유(주)양재직영주유소

비해 가격을 100원 낮춰 공급하겠다는 의지를 표명하였다. 그 대안 주유소가 점차 개념이 바뀌면서 지금의 알뜰 주유소가 되었다.

- 애초에 대안 주유소는 자유화된 석유유통시장 질서에는 영향을 주지 않으면서, 과연 임대료, 지대, 운영비용 등을 제외하면 어느 정도 수준의 가격이 적정가격인지를 시장에 알려주는 바로미터 역할을 하는 것이다. 예를 들어, 서울대공원 주차장에 서울시가 운영하는 주유소를 설치할 경우, 서울시가 운영하므로 굳이 최소한의 운영비 외에 이익을 남길 필요가 없다. 땅은 서울시 소유이므로 임대료를 부담할 필요가 없고, 셀프로 운영 시 최소한의 비용만 소요된다. 따라서 최소한의 비용이 포함된 적정 석유가격은 어느 수준인지를 시장에 알려줄 수 있는 역할을 할 수 있다. 그러면서도 서울대공원 주차장 인근 주민 외에는 주말대공원 이용객을 제외하고는 굳이 주유를 위해 서울대공원 주차장을 이용하는 사람은 많지 않을 것으로 예상되는 바, 기존 주유소 업자들의 이해관계와 유통시장 질서에는 영향이 적을 수 있다.
- 현재 알뜰 주유소 정책이 기존 자가용 주유소나 정유사용 주유소를 알뜰 주유소로 전환하여 숫자를 늘리는 데 초점이 맞추어져 있다면, 대안 주유소는 가격의 바로미터로서 지역별로 1~2개 정도 설립하여 지역별 적정 유류 가격 수준을 소비자와 시장에 알려주는 역할을 맡길 필요가 있다.

마. 혼합판매

- 국내에 유통되는 휘발유와 경유는 석유 및 석유대체연료사업법령에 품질 기준에 대한 고시가 마련되어 있고, 품질 기준에 따르면 옥탄가, 방향족 화합물량, 산소함량 등 세부적인 기준에 따라 제조 및 유통되고 있다. 국내 정유사들은 국내 품질기준에 적합한 제품을 생산하기 때문에 원천적으로 각 정유사에서 생산하는 제품에는 큰 차이가 없다. 실제로 자동차에 각 사의 기름을 섞어 쓴다 하더라도 자동차 운행에는 전혀 문제가 없다는 점이 이를 반증한다. 실제로 SK Energy와 GS Caltex는 물류비용 때문에 호남과 영남지역에서 각자 생산된 기름을 교환하여 판매한다. 즉, 호남지역에서 판매되는 SK Energy 기름은 GS Caltex 여수공장에서 생산된 기름이며, 반대로 영남지역에서 판매되는 GS Caltex 기름은 SK Energy 울산공장에서 생산된 기름이 상당 부분이다.

- 다만, 국내 정유사들이 생산하는 베이스가 되는 기름은 거의 동일하나, 일부 자사 고유의 첨가제와 식별제를 넣으면 각 사별로 고유한 브랜드의 기름이 되는 것이다. 정유사별로 기름이 거의 차이가 나지 않는다면, 굳이 브랜드 전략으로 이해되는 정유사폴 별 자사 기름 판매도 소비자 입장에서는 큰 의미가 없다는 것으로도 해석된다.
- 혼합 판매는 힘의 균형원리에서 보면 핵심적인 정책 수단이다. 정유사폴을 달고 있는 주유소는 해당 폴 정유사로부터 전속계약을 맺고 기름을 공급받아 판매하고 있다. 그만큼 정유사에 의존적인 구조가 만들어지게 된다. 그러므로 만약 정유사폴과 판매되는 기름 브랜드와의 관계를 단절시킨다면, 정유사의 우월적인 지위는 크게 약화될 것으로 예상된다. 이 경우 정유사는 기름을 공급하는 역할만 하게 되고, 어느 회사의 기름을 얼마나 섞어서 팔 것인지는 주유소가 전적으로 결정하는 구조가 되기 때문이다.
- 다만, 유의할 점은 이미 SK Energy 주유소에서는 SK Energy가 생산한 기름을 소비한다는 브랜드 전략에 익숙해진 소비자들의 반대와 혼란을 어떻게 해소해 나갈지 여부와 현재 정유사폴 주유소에 공급되는 기름은 석유관리원이 아니더라도 정유사들이 자사 브랜드 유지를 위해 가짜 석유 취급 여부를 스스로 관리하고 있는 것에 대해 품질관리를 어떻게 효과적으로 해나갈지 대책을 강구하는 것이다.

마. 사후정산

- 석유시장에서 가격을 결정하는 데 있어 가장 문제가 되는 것이 사후정산이다. 가격의 투명성 측면에서 봤을 때 정유사가 원유를 수입해 오는 가격에서부터 각 제품을 생산하는 가격 그리고 주유소에 공급하는 가격까지 투명하게 고시되고 있지 않은 상황에서 주유소 가격결정을 논하는 것 자체가 무리인 것이다.
- 소비자는 주유소에 들어갈 때 가격 표시판을 보고 가격을 확인하고 주유를 한다. 비단 주유소에서 뿐 아니라 다른 모든 제품을 구입할 때 가격을 수용할 수 있을 때 거래가 이루어지는 것이 일반적이다. 그러나 정유사 공급가격만 유독 입금가격과 실제 거래가격이 존재하게 되고 이 가격은 타 정유사와의 가격 형평성을 고려하여 사후에 2차 3차 할인까지 이루어지고 있는 것이 현실이다.

- 국제 휘발유가격이 하락하더라도 정유사가 차후에 얼마만큼을 할인해 줄지 모르는 상황에서 주유소가 국제 휘발유가격의 하락에 따라 가격을 인하하였다가 정유사의 실제 거래가격이 국제 휘발유가격만큼 하락하지 않는다면 주유소는 가격을 인하하지 않을 것이다. 이러한 현상이 반복되면서 국제유가의 흐름과 전혀 상관없이 국내 가격이 결정되고 또한 국내 석유제품 시장에서 가격의 비대칭이 존재하게 되는 것이다.
- 그러므로 정유사가 당일 구입하는 구입가격을 표시하여 주유소가 본인의 저장량과 가격을 예측하여 구입하도록 하여야 한다. 사후정산의 폐해는 최근 10월 1주에 각 정유사 공급가격이 국제 휘발유가격과 전혀 다른 방향으로 책정된 것처럼 석유가격 정보사이트에 고시가 된 것을 보면 알 수 있다. 소비자에게 정확한 정보를 주고 국제 휘발유가격과 국내가격 간의 비대칭을 최소화하기 위해서 사후정산의 철회는 반드시 필요하다.
- 현재 주유소는 정유사의 영업사원들이 통지하는 가격을 받는다. 각 주유소는 시설지원금, 채권 등 부채와 구입하는 물량에 따라 개별적으로 정유사의 영업사원이 가격을 통지해준다. 이것은 각 정유사들이 개별 주유소의 가격을 모두 통제할 수 없기 때문에 그 기능을 영업사원에게 일임하고 있는 것으로 각 영업사원은 본인이 담당하고 있는 주유소의 가격에 대한 로직⁴⁶⁾을 갖고 있을 것이다. 그러므로 정유사가 그날 출고 하는 가격을 아침마다 고시를 하면, 영업사원이 기존의 주유소에 적용하던 로직을 고시 가격에 적용하도록 하는 것이 대안이 될 것이다. 이 때 정유사가 사후에 할인을 해주던 관례를 적용할 수 없다고 하여 가격을 비정상적으로 비싸게 고시하는 경우가 생기지 않도록 정유사 - 대리점 - 주유소 각 단계의 가격을 모니터링 하는 것이 필요하다.

46) 예) 고시가격 대비 채권 금액 xx원 당 리터당 xx원 인상, 혹은 구입물량 xxkl 당 리터 당 xx원 인하

Reference

김대옥, 김중호, (2010) “휘발유 소매시장에서 브랜드와 경쟁에 관한 연구,” *산업조직연구*, 18권 2호, 75-95

남재현, 오선아, (2010) “직/자영 소유구조의 주유소 가격효과,” *산업조직연구*, 18권 2호, 19-41

윤형호, 이의영, (2008) “주유소 휘발유가격 결정요인과 최근 폐쇄 주유소의 철수원인 분석” *중소기업연구*, 30권 2호, 61-78

윤형호, 이의영, (2008) “서울시 주유소 휘발유 가격결정에 관한 연구,” *산업조직연구*, 16권 2호, 75-94.

이달석, 신정수, (2006) “휘발유 소매가격 결정에 관한 연구,” *에너지경제연구*, 5권 1호, 1-25.

Andrew Eckert and Douglas S. West, (2005) “Price uniformity and competition in a retail gasoline market,” *Journal of Economic Behavior & Organization*, Vol.56, 219-237

John M. Barron, Beck A. Taylor and John R. Umbeck, (2000) “A theory of quality-related differences in retail margins: Why there is a PREMIUM on premium gasoline,” *Economic Inquiry*, Vol.38, No.4. 550-569

Justin S. Hastings. (2004) “Vertical Relationships and Competition in Retail Gasoline Markets: Empirical Evidence from Contract Changes in Southern California,” *American Economic Review*, Vol.94, No.1. 317-328

Matthew Lewis, (2005) “Asymmetric Price Adjustment and Consumer Search: An Examination of the Retail Gasoline Market,” *Manuscript*, The Ohio State University.

Matthew Lewis, (2008) “Price Dispersion and Competition with Differentiated sellers,” *The Journal of Industrial Economics*, Vol.56, No.3. 654-678



www.consumerskorea.org

TEL (02)739-5441

(사)소비자시민모임

110-761 서울특별시 종로구 신문로2가 89-27 피어선빌딩 603호
Fax (02)736-5514 / E-mail cacpk@cacpk.org / soree@cacpk.org

소비자리포트
www.sobijareport.org

TEL (02)735-6525

보 도 : 제 6호

소 시 모 : 2012-02-103

수 신 : 각 언론사 담당기자님

제 목 : 직영 자영 주유소 가격 비교 정보 제공

일 자 : 2012. 2. 17

담 당 자 : 이서혜팀장

연 락 처 : 김윤희연구원

보 도 자 료

SK에너지와 현대오일뱅크 직영 주유소가 자영주유소보다 비싸 SK에너지의 경우 1월 1일부터 직영주유소가 자영주유소에 비해 리터 당 평균 55원이나 비싸

(사)소비자시민모임(석유시장감시단)은 계속되는 고유가에 소비자들이 더 싼 주유소를 찾아 주유할 수 있도록 소비자에게 가격 비교 정보를 제공하기 위해 2012년 1월1일부터 2월 16일까지의 전국의 주유소 판매 가격을 정유사별 직영주유소와 자영주유소로 나누어 분석하고, 2월 14일의 서울의 주유소 판매가격을 정유사별 직영주유소와 자영주유소의 가격을 나누어 분석하였다.

1. SK에너지의 직영 주유소가격이 자영 주유소가격보다 리터 당 평균 55원 비싸

2012년 1월1일부터 2월 16일까지 전국의 주유소 가격을 정유사 별로 직영주유소와 자영주유소를 나누어 분석해 본 결과 SK에너지와 현대오일뱅크 직영주유소 가격이 자영주유소 가격보다 비싼 것으로 나타남. <표 1 참고> 특히 휘발유 전국 평균 가격이 리터 당 1970원을 넘어선 1월 22일 이후에는 GS와

S-oil은 직영주유소의 가격을 자영주유소보다 싸게 공급하였고 현대오일뱅크도 직영주유소의 가격을 인하하였으나 SK에너지의 직영주유소 가격은 계속 리터 당 약 50원을 유지하였고 2월 14일에는 심지어 자영주유소 보다 리터 당 71.51원이나 차이가 나도록 가격을 책정하였음. 2월 15일에 SK에너지 직영주유소가 리터 당 23원을 내렸으나 아직도 리터 당 48원이 비싸 직영주유소가 가격인상을 주도하고 있다는 것이 사실로 나타남

<표 1> 2012년 1월1일-2월16일의 전국 정유사 별 직영-자영주유소 가격 차이

(단위: 원/L)

	SK	GS	현대	S-oil
평균	55.24	0.70	6.59	-0.96

* 직영주유소의 가격 - 자영주유소의 가격으로 차이를 계산함

2. 2월 16일에 SK에너지 서울 직영주유소 중 리터 당 2200원 이상인 주유소가 20%나 되

특히 서울 지역의 주유소 판매가격이 2월 14일 리터 당 평균 2055.08원까지 상승하여 서울의 주유소 판매 가격을 직영주유소와 자영주유소로 구분하여 가격 인상의 요인을 분석함. 그 결과, SK에너지와 현대오일뱅크의 직영주유소 가격이 자영주유소에 비해 비싸고 특히 SK에너지의 직영주유소는 자영주유소에 비해 리터 당 48.83원이나 비싼 것으로 나타남. <표 2 참조> 특히 리터 당 2200원 이상인 직영주유소의 비율을 살펴보면 SK에너지의 경우 78개의 직영주유소 중 27개로 35%에 이르고 GS의 경우 27개의 직영주유소 중 2개로 7.4% 그리고 현대와 S-oil은 0%인 것으로 나타남.

2월 16일에 SK에너지가 직영주유소의 가격을 인하하여 서울지역의 SK직영주유소 가격은 리터 당 2102.63원이고 자영주유소의 가격은 리터당 2076.58원으로 리터당 26원이 차이가 남. 그리고 가격이 비싼 리터 당 2200원 이상인 주유소에서는 가격인하를 적게 하여 직영주유소 중 리터 당 2200원 이상인 주

유소가 20%에 이르고 특히 강남구의 리터 당 2200원 이상인 직영주유소 5곳은 가격을 하나도 인하하지 않은 것으로 나타남.

<표 2> 2월 14일 서울의 직영 자영 주유소 가격 차이

(단위: 원/L)

	SK	GS	현대오일뱅크	S-oil	자가폴
직영	2125.47	2034.93	2018.43	1991.00	
자영	2076.64	2062.34	2002.80	2030.32	1957.26
직영-자영	48.83	-27.42	15.63	-39.32	

이와 같은 결과에 대해 SK에너지와 현대오일뱅크의 직영주유소들이 고유가로 부담이 큰 소비자들의 부담을 가중시키고 있는 것으로 나타남. 직영주유소들은 자영주유소에 비해 유통단계가 적어 가격이 싸야 함에도 가격을 높이 책정한 것은 납득할 수 없으므로 직영주유소들의 가격인하를 요구함. 특히 SK에너지의 경우 2월 16일의 직영주유소 가격 인하는 환영하나 아직도 가격 인하의 여지가 더 큰 것으로 나타나 소비자들의 고통분담을 위해 직영주유소의 가격을 더 인하해 줄 것을 요구함.

참고 자료

< 표 28 > 국제 휘발유가격과 국내 유통단계 별 가격 추이

주	Dubai (\$/bbl)	Dubai (₩/ℓ)	국제 휘발유 가격 (\$/bbl)	환율	국제 휘발유 가격(₩/ℓ)	공장도 가격 (₩/ℓ)	세금포함 공장도가격(₩/ℓ)	주유소 판매가(₩/ℓ)
08년 05월 2주	107.69	676.20	119.04	998.28	747.47+87.59 +52.53	835.06+820.77 +22.35	1655.83+112.39 +24.59	1768.22 +48.76
05월 3주	114.57	735.77	124.57	1021.00	799.99+57.42 +52.73	857.41+823.01 +33.20	1680.42+136.56 +36.51	1816.98 +59.64
05월 4주	119.01	783.77	129.48	1047.03	852.72+37.89 +33.04	890.61+826.32 +51.83	1716.93+159.69 +57.02	1876.62 +30.46
06월 1주	124.88	819.42	134.99	1043.20	885.76+56.68 +1.65	942.44+831.51 +5.81	1773.95+133.13 +6.39	1907.08 +0.55
06월 2주	123.54	809.26	135.47	1041.44	887.41+60.84 -21.68	948.25+832.09 -5.74	1780.34+127.29 -6.32	1907.63 -1.89
06월 3주	120.57	774.57	134.76	1021.35	865.73+76.78 +42.47	942.51+831.51 -3.58	1774.02+131.72 -3.93	1905.74 +1.09
06월 4주	129.43	836.46	140.53	1027.46	908.20+30.73 -10.56	938.93+831.16 -5.13	1770.09+136.74 -5.65	1906.83 +0.47
07월 1주	128.87	835.65	138.43	1030.92	897.64+36.16 +13.63	933.80+830.64 +13.88	1764.44+142.86 +15.27	1907.30 +15.46
07월 2주	131.06	851.50	140.26	1032.92	911.27+36.41 +45.08	947.68+832.03 +39.45	1779.71+143.05 +43.40	1922.76 +25.96
07월 3주	138.09	906.40	145.70	1043.54	956.35+30.78 -38.44	987.13+835.98 -0.49	1823.11+125.61 -0.54	1948.72 -12.01
07월 4주	136.48	881.66	142.09	1027.04	917.90+68.74 -49.20	986.64+835.93 -67.56	1822.57+114.14 -74.32	1936.71 -39.33
07월 5주	134.50	850.99	137.30	1005.90	868.70+50.38 -67.08	919.08+829.17 -71.91	1748.25+149.13 -79.10	1897.38 -45.37
08월 1주	124.78	795.56	125.73	1013.64	801.62+45.55 -26.61	847.17+821.98 -31.50	1669.15+182.86 -34.65	1852.01 -45.35
08월 2주	121.50	770.95	122.14	1008.80	775.01+40.66 -25.77	815.67+818.83 -38.84	1634.50+172.16 -42.72	1806.66 -50.34
08월 3주	117.08	748.22	117.24	1016.02	749.25+27.58 -20.39	776.83+814.95 -13.78	1591.78+164.54 -15.16	1756.32 -31.00
08월 4주	110.63	718.14	112.28	1032.03	728.86+34.19 +10.19	763.05+813.57 +15.04	1576.62+148.70 +16.54	1725.32 -10.11
09월 1주	111.44	733.25	112.32	1046.08	739.04+39.05 +31.19	778.09+815.07 +25.23	1593.16+122.05 +27.76	1715.21 -5.82
09월 2주	111.33	753.58	113.79	1076.14	770.23+33.09 -1.92	803.32+817.60 +16.45	1620.92+100.11 +18.09	1721.03 +1.45
09월 3주	104.53	736.40	109.06	1120.02	768.31+51.46 -30.92	819.77+819.24 -17.12	1639.01+83.47 -18.83	1722.48 -15.97
09월 4주	97.96	679.73	106.27	1103.16	737.39+65.26 -30.07	802.65+817.53 -14.54	1620.18+86.33 -15.99	1706.51 -0.55

10월 1주	88.87	634.50	99.07	1135.08	707.32+80.79 +65.70	788.11+816.08 +29.78	1604.19+101.77 +32.75	1705.96 +8.64
10월 2주	95.97	692.62	107.11	1147.40	773.02+44.87 -32.40	817.89+819.05 -17.66	1636.94+77.66 -19.80	1714.60 -12.62
10월 3주	89.25	666.80	99.13	1187.80	740.62+59.61 -3.18	800.23+816.91 -18.13	1617.14+84.84 -19.94	1701.98 -10.51
10월 4주	76.27	633.24	88.82	1319.98	737.44+44.66 -97.56	782.10+815.10 -82.32	1597.20+94.27 -90.55	1691.47 -63.77
10월 5주	67.30	541.34	79.55	1278.82	639.88+59.90 -63.14	699.78+806.87 -39.10	1506.65+121.05 -41.91	1627.70 -37.69
11월 1주	60.24	511.22	67.96	1349.20	576.73+83.9 -24.85	660.68+804.06 -49.31	1464.74+125.27 -55.34	1590.01 -43.07
11월 2주	56.66	502.24	62.26	1409.26	551.88+59.49 -91.91	611.37+798.03 -68.61	1409.40+137.54 -75.47	1546.94 -61.79
11월 3주	57.01	461.02	56.88	1285.66	459.97+82.79 -33.75	542.76+791.17 -66.58	1333.93+151.22 -73.24	1485.15 -53.76
11월 4주	51.34	435.38	50.26	1348.24	426.22+49.96 -52.10	476.18+784.51 -15.82	1260.69+170.70 -17.40	1431.39 -46.41
12월 1주	45.66	411.43	41.52	1432.56	374.13+86.23 +14.42	460.36+782.93 -2.18	1243.29+141.69 -2.40	1384.98 -23.45
12월 2주	45.60	428.48	41.35	1493.90	388.55+69.63 -40.53	458.18+782.71 -40.50	1240.89+120.64 -44.55	1361.53 -49.19
12월 3주	42.33	389.83	37.79	1464.14	348.02+69.66 -17.10	417.68+778.66 -14.92	1196.34+116.00 -16.41	1312.34 -19.46
12월 4주	40.30	362.59	36.78	1430.44	330.92+71.84 +31.14	402.76+777.17 +0.99	1179.93+112.95 +1.08	1292.88 -2.86
12월 5주	42.57	358.11	43.04	1337.42	362.07+41.68 -41.25	403.75+777.26 -32.80	1181.01+109.01 -36.08	1290.02 +12.51

주	Dubai (\$/bbl)	Dubai (₩/ℓ)	국제 휘발유 가격 (\$/bbl)	환율	국제 휘발유 가격(₩/ℓ)	공장도 가격 (₩/ℓ)	세금포함 공장도가격(₩/ℓ)	주유소 판매가(₩/ℓ)
09년								
01월 1주	38.23	314.97	38.94	1309.83	320.82+50.13 -14.70	370.95+773.98 -6.10	1144.93+157.60 +76.29	1302.53 +18.97
01월 2주	38.23	305.55	38.30	1270.68	306.11+58.74 +68.96	364.85+856.31 +44.48	1221.16+100.34 +48.93	1321.50 +39.40
01월 3주	47.18	388.92	45.50	1310.56	375.07+34.26 +35.72	409.33+860.76 +51.87	1270.09+90.81 +57.06	1360.90 +61.87
01월 4주	44.14	375.88	48.24	1353.84	410.79+50.41 +40.23	461.20+865.95 +30.47	1327.15+95.62 +33.52	1422.77 +27.71
02월 1주	41.88	361.09	52.31	1370.76	451.02+40.65 +11.93	491.67+869.00 +33.65	1360.67+89.81 +37.01	1450.48 +27.53
02월 2주	43.15	374.78	53.30	1380.87	462.94+62.38 +22.40	525.32+872.36 +15.78	1397.68+80.33 +17.36	1478.01 +19.55
02월 3주	43.85	381.95	55.72	1384.80	485.34+55.76 +26.49	541.10+873.94 +10.25	1415.04+82.52 +11.28	1497.56 +21.83
02월 4주	44.83	391.09	58.67	1386.96	511.83+39.52	551.35+874.97	1426.32+93.07	1519.39

주유소 가격 결정 방식

					-11.82	-18.02	-19.83	+5.45
03월 1주	41.60	376.68	55.22	1439.58	500.01+33.32	533.33+873.16	1406.49+118.35	1524.84
					-3.95	+18.41	+20.25	+8.74
03월 2주	42.08	398.74	52.35	1506.50	496.06+55.68	551.74+875.00	1426.74+106.84	1533.58
					-2.48	+2.35	+2.59	+1.41
03월 3주	42.77	418.27	50.47	1554.80	493.58+60.51	554.09+875.24	1429.33+105.66	1534.99
					-29.35	-15.55	-17.11	-6.59
03월 4주	43.08	412.60	48.47	1522.68	464.22+74.32	538.54+873.68	1412.22+116.18	1528.40
					+22.61	+12.23	+13.46	+15.55
04월 1주	45.42	409.33	54.02	1432.78	486.83+63.94	550.77+874.91	1425.68+118.27	1543.95
					+24.02	+27.36	+30.09	+9.24
04월 2주	50.26	436.65	58.80	1381.24	510.85+67.28	578.13+877.64	1455.77+97.42	1553.19
					-27.25	-3.62	-3.98	+0.30
04월 3주	48.22	414.34	56.28	1366.10	483.60+90.91	574.51+877.28	1451.79+101.70	1553.49
					+19.13	+0.91	+1.00	+1.11
04월 4주	51.24	429.11	60.03	1331.42	502.72+72.70	575.42+877.37	1452.79+101.81	1554.60
					+9.24	-0.80	-0.88	-2.49
04월 5주	51.48	430.16	61.27	1328.46	511.97+62.65	574.62+877.29	1451.91+100.20	1552.11
					-17.46	-39.54	-43.49	-9.91
05월 1주	49.07	414.58	58.53	1343.22	494.51+40.57	535.08+873.34	1408.42+133.78	1542.20
					-38.88	+20.33	+22.36	-4.20
05월 2주	49.00	414.67	53.84	1345.43	455.63+99.78	555.41+875.37	1430.78+107.22	1538.00
					+41.96	+7.40	+8.14	+4.55
05월 3주	54.71	440.72	61.77	1280.70	497.59+65.22	562.81+876.11	1438.92+103.63	1542.55
					+6.71	+9.98	+11.73	+5.34
05월 4주	57.32	449.63	64.29	1247.10	504.30+68.49	572.79+877.86	1450.65+97.24	1547.89
					+23.02	+7.05	+8.13	+9.88
06월 1주	58.82	463.98	66.85	1254.08	527.32+52.52	579.84+878.94	1458.78+98.99	1557.77
					+19.89	+34.27	+37.69	+32.75
06월 2주	60.71	480.14	69.19	1257.36	547.20+66.91	614.11+882.36	1496.47+94.05	1590.52
					+36.41	+42.32	+46.56	+40.14
06월 3주	67.27	527.04	74.49	1245.60	583.61+72.82	656.43+886.60	1543.03+87.63	1630.66
					+11.53	+16.10	+17.71	+16.85
06월 4주	70.04	551.51	75.58	1251.88	595.14+77.39	672.53+888.21	1560.74+86.77	1647.51
					+12.65	-0.07	-0.08	+6.69
07월 1주	70.68	560.30	76.67	1260.32	607.79+64.67	672.46+888.20	1560.66+93.43	1654.20
					-19.05	-6.45	-7.10	-0.43
07월 2주	68.93	554.02	73.25	1277.82	588.74+77.27	666.01+887.55	1553.56+100.21	1653.77
					+5.54	-17.98	-19.77	-9.33
07월 3주	69.17	555.34	74.02	1276.42	594.28+53.75	648.03+885.76	1533.79+110.65	1644.44
					-54.96	-33.54	-36.90	-21.64
07월 4주	62.65	501.68	67.35	1273.10	539.32+75.17	614.49+882.40	1496.89+125.91	1622.80
					-0.89	+7.95	+8.75	-2.54
07월 5주	62.19	501.80	66.73	1282.82	538.44+84.00	622.44+883.20	1505.64+114.62	1620.26
					+34.56	+16.17	+17.78	+12.76
08월 1주	65.70	517.83	72.70	1253.06	573.00+65.61	638.61+884.81	1523.42+109.60	1633.02
					+17.21	+49.47	+54.42	+27.02
08월 2주	67.38	526.87	75.48	1243.16	590.21+97.87	688.08+889.76	1577.84+82.20	1660.04

					+38.39	+16.61	+18.27	+23.14
08월 3주	71.97	553.67	81.71	1223.08	628.60+76.09	704.69+891.42	1596.11+87.07	1683.18
					+5.98	+12.93	+14.22	+9.08
08월 4주	71.87	558.09	81.72	1234.56	634.58+83.04	717.62+892.71	1610.33+81.93	1692.26
					-20.49	-13.56	-14.92	+3.54
09월 1주	70.47	553.11	78.24	1247.84	614.09+89.97	704.06+891.36	1595.42+100.38	1695.80
					+11.72	-4.36	-4.80	-1.40
09월 2주	71.45	560.33	79.80	1246.80	625.82+73.88	699.70+890.92	1590.62+103.78	1694.40
					-25.14	-26.79	-29.47	-10.30
09월 3주	68.28	535.50	76.59	1246.86	600.67+72.24	672.91+888.24	1561.15+122.95	1684.10
					-15.19	-11.78	-12.95	-12.13
09월 4주	68.50	531.05	75.52	1232.54	585.48+75.65	661.13+887.07	1548.20+123.77	1671.97
					-9.43	-17.77	-19.55	-14.27
09월 5주	68.71	525.98	75.25	1217.04	576.05+67.31	643.36+885.29	1528.65+129.05	1657.70
					-28.39	-24.72	-27.19	-21.71
10월 1주	67.40	509.55	72.44	1201.94	547.66+70.98	618.64+882.82	1501.46+134.53	1635.99
					-28.20	-18.27	-20.10	-20.38
10월 2주	66.14	494.62	69.46	1188.95	519.45+80.92	600.37+880.99	1481.36+134.25	1615.61
					+3.82	+4.85	+5.33	-2.45
10월 3주	68.32	503.45	71.01	1171.56	523.28+81.94+2	605.22+881.47	1486.69+126.47	1613.16
					+24.57	+30.42	+33.47	+23.67
10월 4주	72.63	532.74	74.69	1166.14	547.85+87.79	635.64+884.52	1520.16+116.67	1636.83
					+41.56	+19.84	+21.82	+13.46
11월 1주	76.91	567.35	79.90	1172.80	589.41+66.07	655.48+886.50	1541.98+108.31	1650.29
					+13.21	+24.98	+27.48	+5.79
11월 2주	76.82	574.64	80.56	1189.26	602.62+77.84	680.46+889.00	1569.46+86.62	1656.08
					-10.35	-7.93	-8.72	+1.38
11월 3주	77.42	575.61	79.66	1182.04	592.27+80.26	672.53+888.21	1560.74+96.72	1657.46
					-8.45	-8.21	-9.01	-1.07
11월 4주	77.67	567.53	79.90	1161.68	583.82+80.50	664.32+887.41	1551.73+104.66	1656.39
					+2.01	-4.68	-5.13	-3.12
12월 1주	78.19	568.39	80.59	1155.70	585.83+73.81	659.64+886.96	1546.60+106.67	1653.27
					-5.22	-2.42	-2.66	-1.59
12월 2주	77.43	563.44	79.79	1156.88	580.61+76.61	657.22+886.72	1543.94+107.74	1651.68
					+11.57	+3.37	+3.71	-2.93
12월 3주	78.90	575.83	81.14	1160.30	592.18+68.41	660.59+887.06	1547.65+101.10	1648.75
					-25.60	-21.32	-23.46	-6.51
12월 4주	75.81	552.02	77.81	1157.66	566.58+72.69	639.27+884.92	1524.19+118.05	1642.24
					-10.75	-2.70	-2.97	-3.62
12월 5주	72.78	533.76	75.79	1165.96	555.83+80.74	636.57+884.65	1521.22+117.40	1638.62
					+29.17	+7.16	+7.88	+6.14

주	Dubai (\$/bbl)	Dubai (₩/ℓ)	국제 휘발유 가격 (\$/bbl)	환율	국제 휘발유 가격(₩/ℓ)	공장도 가격 (₩/ℓ)	세금포함 공장도가격(₩/ℓ)	주유소 판매가(₩/ℓ)
10년	73.39	545.25	78.74	1181.18	585.00+58.73	643.73+885.37	1529.1+115.66	1644.76

주유소 가격 결정 방식

01월 1주					+20.81	+50.04	+55.04	+16.77
01월 2주	76.99	567.21	82.23	1171.28	605.81+87.96	693.77+890.37	1584.14+77.39	1661.53
					+13.47	+11.83	+13.02	+9.14
01월 3주	79.82	576.32	85.77	1147.90	619.28+86.32	705.6+891.56	1597.16+73.51	1670.67
					-6.93	-12.18	-13.40	-2.07
01월 4주	79.07	559.55	86.53	1125.08	612.35+81.07	693.42+890.34	1583.76+84.84	1668.6
					-13.26	-24.69	-27.16	-5.42
02월 1주	75.91	539.08	84.36	1129.04	599.09+69.64	668.73+887.87	1556.6+106.58	1663.18
					+3.28	+12.65	+13.91	-0.18
02월 2주	72.19	523.66	83.04	1153.26	602.37+79.01	681.38+889.13	1570.51+92.49	1663
					+18.06	+8.11	+8.93	+0.36
02월 3주	73.12	532.71	85.16	1158.26	620.42+69.07	689.49+889.95	1579.44+83.92	1663.36
					-32.13	-10.03	-11.04	+0.53
02월 4주	71.21	521.83	80.28	1165.04	588.29+91.17	679.46+888.94	1568.4+95.49	1663.89
					+18.54	+5.64	+6.21	+6.41
03월 1주	74.70	540.10	83.93	1149.50	606.84+78.26	685.1+889.51	1574.61+95.69	1670.3
					+17.41	+22.86	+25.14	+10.46
03월 2주	75.80	550.21	86.00	1154.02	624.25+83.71	707.96+891.79	1599.75+81.01	1680.76
					+6.82	+11.46	+12.61	+12.23
03월 3주	76.28	552.16	87.18	1150.83	631.07+88.35	719.42+892.94	1612.36+80.63	1692.99
					+9.10	+7.22	+7.94	+9.64
03월 4주	77.91	556.09	89.69	1134.76	640.17+86.47	726.64+893.66	1620.3+82.33	1702.63
					-5.96	-3.91	-4.30	+3.63
03월 5주	77.37	550.84	89.08	1131.90	634.21+88.52	722.73+893.27	1616+90.26	1706.26
					-5.23	-10.17	-11.19	+3.46
04월 1주	77.30	552.38	88.02	1136.08	628.98+83.58	712.56+892.25	1604.81+104.91	1709.72
					+9.69	+29.95	+32.95	+12.72
04월 2주	78.69	561.47	89.51	1134.38	638.67+103.84	742.51+895.25	1637.76+84.68	1722.44
					+14.72	+5.18	+5.70	+12.18
04월 3주	83.28	588.52	92.46	1123.50	653.39+94.30	747.69+895.77	1643.46+91.16	1734.62
					-7.81	-8.97	-9.87	+1.42
04월 4주	83.86	588.27	92.03	1115.26	645.58+93.14	738.72+894.87	1633.59+102.45	1736.04
					-7.78	-16.36	-18.00	+1.00
05월 1주	83.38	583.89	91.08	1113.32	637.81+84.55	722.36+893.23	1615.59+121.45	1737.04
					+7.99	+26.42	+29.06	+0.84
05월 2주	84.77	592.40	92.41	1111.04	645.80+102.98	748.78+895.87	1644.65+93.23	1737.88
					-10.01	-10.28	-11.30	-3.01
05월 3주	83.63	588.63	90.33	1119.00	635.78+102.72	738.5+894.85	1633.35+101.52	1734.87
					-23.31	-27.71	-30.48	-7.26
05월 4주	80.32	575.10	85.54	1138.34	612.47+98.32	710.79+892.08	1602.87+124.74	1727.61
					-36.98	-34.75	-38.23	-12.77
06월 1주	73.06	528.28	79.59	1149.58	575.50+100.54	676.04+888.6	1564.64+150.2	1714.84
					+10.61	+3.37	+3.71	-4.67
06월 2주	69.64	537.27	75.97	1226.56	586.11+93.30	679.41+888.94	1568.35+141.82	1710.17
					+17.39	+27.79	+30.57	+1.16
06월 3주	73.36	555.49	79.70	1203.85	603.5+103.7	707.2+891.72	1598.92+112.41	1711.33
					+13.25	+12.67	+13.93	+5.96
06월 4주	72.23	560.92	79.42	1234.62	616.75+103.12	719.87+892.98	1612.85+104.44	1717.29

					+24.30	+7.66	+8.43	+7.45
06월 5주	75.14	578.18	83.31	1223.34	641.05+86.48 -17.17	727.53+893.75 -5.19	1621.28+103.46 -5.71	1724.74 +1.52
07월 1주	75.24	562.09	83.51	1187.72	623.88+98.46 -4.99	722.34+893.23 +2.35	1615.57+110.69 +2.59	1726.26 -2.49
07월 2주	72.98	557.89	80.96	1215.34	618.89+105.80 -16.03	724.69+893.47 -25.93	1618.16+105.61 -28.53	1723.77 -3.37
07월 3주	70.90	544.64	78.48	1221.28	602.87+95.89 +7.72	698.76+890.87 +0.23	1589.63+130.77 +0.26	1720.4 -1.67
07월 4주	73.11	552.27	80.83	1200.96	610.59+88.40 +8.22	698.99+890.9 -5.09	1589.89+128.84 -5.60	1718.73 -1.74
08월 1주	73.30	556.89	81.45	1207.86	618.81+75.09 -6.49	693.9+890.39 +18.76	1584.29+132.7 +20.63	1716.99 +0.93
08월 2주	73.67	551.32	81.82	1189.78	612.31+100.35 +13.92	712.66+892.26 +3.09	1604.92+113 +3.40	1717.92 +0.18
08월 3주	77.69	573.19	84.88	1172.96	626.23+89.52 -20.93	715.75+892.57 -17.73	1608.32+109.78 -19.50	1718.1 -4.02
08월 4주	75.19	554.56	82.07	1172.58	605.30+92.72 -13.62	698.02+890.8 -24.46	1588.82+125.26 -26.91	1714.08 -6.71
09월 1주	73.17	543.61	79.64	1181.16	591.68+81.88 -10.80	673.56+888.35 -4.70	1561.91+145.46 -5.71	1707.37 -5.57
09월 2주	71.27	532.61	77.73	1188.10	580.88+87.98 +14.30	668.86+887.88 +23.28	1556.74+145.06 +25.61	1701.8 -1.62
09월 3주	73.43	549.88	79.48	1190.54	595.18+96.96 -4.80	692.14+890.21 -6.08	1582.35+117.83 -6.69	1700.18 -0.82
09월 4주	74.50	550.20	79.94	1174.14	590.38+95.68 +4.31	686.06+889.6 -1.42	1575.66+123.7 -1.56	1699.36 -1.70
09월 5주	75.95	555.42	81.32	1162.64	594.69+89.95 -5.94	684.64+889.46 -10.45	1574.1+123.56 -11.49	1697.66 -3.45
10월 1주	75.41	551.45	80.51	1162.60	588.74+85.45 +6.02	674.19+888.42 +21.67	1562.61+131.6 +23.83	1694.21 +1.20
10월 2주	76.65	553.19	82.41	1147.40	594.76+101.10 +22.61	695.86+890.58 +13.94	1586.44+108.97 +15.34	1695.41 +6.06
10월 3주	80.68	571.08	87.22	1125.34	617.37+92.43 +9.69	709.8+891.98 +12.45	1601.78+99.69 +13.69	1701.47 +4.28
10월 4주	80.84	568.93	89.10	1118.88	627.06+95.19 -12.25	722.25+893.22 -19.85	1615.47+90.28 -21.83	1705.75 +1.31
11월 1주	79.56	561.78	87.07	1122.60	614.81+87.59 +4.89	702.4+891.24 -0.65	1593.64+113.42 -0.72	1707.06 +1.29
11월 2주	80.17	566.49	87.70	1123.40	619.70+82.05 +5.33	701.75+891.17 +18.39	1592.92+115.43 +20.23	1708.35 +7.13
11월 3주	82.59	579.10	89.14	1114.76	625.03+95.11 +22.14	720.14+893.01 +7.95	1613.15+102.33 +8.75	1715.48 +8.66
11월 4주	85.47	597.47	92.58	1111.36	647.17+80.91 +2.51	728.09+893.81 +6.80	1621.9+102.24 +7.48	1724.14 +4.94
12월 1주	83.31	592.69	91.32	1131.06	649.68+85.21 -3.80	734.89+894.49 -1.71	1629.38+99.7 -1.89	1729.08 +11.50
12월 2주	82.44	589.66	90.30	1137.14	645.87+87.31	733.18+894.31	1627.49+113.09	1740.58

주유소 가격 결정 방식

					+45.60	+41.54	+45.70	+26.97
12월 3주	85.15	617.31	95.38	1152.58	691.47+83.25	774.72+898.47	1673.19+94.36	1767.55
					+21.94	+29.21	+32.13	+19.52
12월 4주	88.32	632.23	99.66	1138.08	713.41+90.52	803.93+901.39	1705.32+81.75	1787.07
					+2.03	+8.07	+8.88	+17.77
12월 5주	89.01	642.08	99.18	1146.84	715.44+96.56	812.00+902.20	1714.20+90.64	1804.84
					+20.91	-15.90	-17.49	+12.47

주	Dubai (\$/bbl)	Dubai (₩/ℓ)	국제 휘발유 가격 (\$/bbl)	환율	국제 휘발유 가격(₩/ℓ)	공장도 가격 (₩/ℓ)	세금포함 공장도가격(₩/ℓ)	주유소 판매가(₩/ℓ)
11년								
01월 1주	90.51	657.66	101.34	1155.20	736.35+59.75	796.10+900.61	1696.71+120.60	1817.31
					+2.00	+33.36	+36.69	+5.39
01월 2주	90.08	649.90	102.34	1147.02	738.35+91.11	829.46+903.94	1733.40+89.30	1822.70
					-7.27	+6.32	+6.95	+3.65
01월 3주	90.91	644.65	103.10	1127.36	731.08+104.70	835.78+904.57	1740.35+86.00	1826.35
					+6.22	-2.58	-2.83	+4.37
01월 4주	92.69	653.10	104.64	1120.22	737.31+95.89	833.20+904.32	1737.52+93.20	1830.72
					+5.44	-0.44	-0.49	+5.52
02월 1주	93.09	653.09	105.87	1115.38	742.75+90.01	832.76+904.27	1737.03+99.21	1836.24
					-15.24	-13.92	-15.31	+5.78
02월 2주	92.78	652.72	103.41	1118.48	727.51+91.33	818.84+902.88	1721.72+120.30	1842.02
					+22.74	+21.59	+23.75	+8.22
02월 3주	95.8	673.98	106.64	1118.50	750.24+90.19	840.43+905.04	1745.47+104.77	1850.24
					-10.73	-3.36	-3.70	+6.40
02월 4주	96.96	676.45	106.00	1109.16	739.51+97.56	837.07+904.70	1741.77+114.87	1856.64
					+9.03	+10.80	11.88	+21.75
03월 1주	98.61	687.99	107.29	1109.21	748.55+99.32	847.87+905.78	1753.65+124.74	1878.39
					+60.92	+32.94	+36.24	+38.13
03월 2주	105.24	742.45	114.74	1121.60	809.47+71.34	880.81+909.06	1789.89+126.63	1916.52
					+32.20	+47.20	+51.92	+29.76
03월 3주	108.67	770.29	118.74	1126.93	841.67+86.34	928.01+913.80	1841.81+104.47	1946.28
					-0.16	-15.12	+5.37	+12.67
03월 4주	109.51	769.42	119.77	1117.02	841.50+71.39	912.89+934.29	1847.18+111.77	1958.95
					-12.80	+8.72	-12.41	+8.21
03월 5주	106.44	757.34	116.47	1131.20	828.71+92.90	921.61+913.16	1834.77+132.39	1967.16
					+17.50	-2.87	-3.16	+0.82
04월 1주	109.13	771.87	119.64	1124.48	846.20+72.54	918.74+912.87	1831.61+136.37	1967.98
					-5.85	-13.05	-14.35	-23.27
04월 2주	109.16	762.22	120.35	1110.12	840.35+65.34	905.69+911.57	1817.26+127.45	1944.71
					+20.75	-2.17	-2.39	+0.88
04월 3주	114.67	785.42	125.72	1088.94	861.10+42.42	903.52+911.35	1814.87+130.72	1945.59
					+9.38	-1.25	-1.38	+0.98
04월 4주	115.72	792.42	127.12	1088.68	870.48+31.79	902.27+911.22	1813.49+133.08	1946.57
					-0.62	+9.56	+10.52	+1.83
05월 1주	115.62	790.43	127.24	1086.88	869.86+41.97	911.83+912.18	1824.01+124.39	1948.40
					+28.69	+20.03	+22.03	+2.59
05월 2주	117.92	801.19	132.25	1080.20	898.56+33.30	931.86+914.18	1846.04+104.95	1950.99

					-17.84	-15.13	-15.84	-8.22
05월 3주	111.80	753.31	130.71	1071.23	880.72+36.01	916.73+913.47	1830.20+112.57	1942.77
					-36.52	-25.62	-28.98	-16.14
05월 4주	107.74	732.32	124.20	1080.63	844.20+46.91	891.11+910.11	1801.22+125.41	1926.63
					-48.74	-27.02	-29.72	-12.16
06월 1주	106.04	726.28	116.14	1088.90	795.46+68.63	864.09+907.41	1771.50+142.97	1914.47
					+8.96	-8.62	-9.49	-3.36
06월 2주	106.56	731.38	117.20	1091.20	804.41+51.06	855.47+906.54	1762.01+149.10	1911.11
					+2.23	+6.03	+6.64	+0.91
06월 3주	108.80	738.61	118.82	1079.30	806.64+54.86	861.50+907.15	1768.65+143.37	1912.02
					+12.72	+14.12	+15.53	+6.40
06월 4주	109.80	746.36	120.54	1080.68	819.36+56.26	875.62+908.56	1784.18+134.24	1918.42
					-3.86	+0.98	+1.08	+3.32
06월 5주	109.68	748.11	119.56	1084.40	815.50+61.10	876.60+908.66	1785.26+136.48	1921.74
					-24.90	-19.37	-21.31	-0.68
07월 1주	105.21	715.21	116.30	1080.76	790.60+66.63	857.23+906.72	1763.95+157.11	1921.06
					-11.93	-2.00	-2.20	+6.28
07월 2주	104.22	707.27	114.74	1078.92	778.67+76.56	855.23+906.52	1761.75+165.59	1927.34
					+39.79	+44.83	+43.31	+12.84
07월 3주	107.63	720.99	122.18	1065.00	818.46+81.60	900.06+911.00	1811.06+129.12	1940.18
					+6.48	+20.15	+22.17	+7.05
07월 4주	110.30	735.99	123.63	1060.84	824.94+95.27	920.21+913.02	1833.23+114.00	1947.23
					-2.73	-7.29	-8.02	+5.48
08월 1주	111.58	742.37	123.58	1057.76	822.21+90.71	912.92+912.29	1825.21+127.50	1952.71
					+4.28	+4.06	+4.46	-0.12
08월 2주	112.01	741.37	124.87	1052.28	826.49+90.49	916.98+912.69	1829.67+122.92	1952.59
					-21.57	-7.00	-7.70	-5.54
08월 3주	108.21	717.52	121.39	1054.20	804.92+105.06	909.98+911.99	1821.97+125.08	1947.05
					-18.91	-18.08	-19.88	-8.27
08월 4주	101.54	689.93	115.68	1080.24	786.00+105.90	891.90+910.19	1802.09+136.69	1938.78
					+15.17	+5.28	+5.80	-4.90
08월 5주	103.47	698.61	118.66	1073.43	801.17+96.01	897.18+910.71	1807.89+125.99	1933.88
					+18.34	+0.65	+0.67	+1.42
09월 1주	104.76	713.18	120.38	1082.32	819.51+78.32	897.83+910.73	1808.56+126.74	1935.30
					+32.72	+51.82	+57.05	+7.05
09월 2주	108.71	733.78	126.26	1073.12	852.24+97.41	949.65+915.96	1865.61+76.74	1942.35
					-10.44	-5.03	-5.53	+4.39
09월 3주	108.11	727.24	125.14	1069.46	841.80+102.82	944.62+915.46	1860.08+86.66	1946.74
					+3.92	+3.15	+3.46	+9.29
09월 4주	106.17	731.13	122.81	1094.83	845.72+102.05	947.77+915.77	1863.54+92.49	1956.03
					+25.11	+1.22	+1.35	+8.93
10월 1주	105.72	758.67	121.35	1140.90	870.83+78.16	948.99+915.90	1864.89+100.07	1964.96
					-4.00	+23.76	+26.13	+4.91
10월 2주	101.63	754.63	116.74	1180.50	866.83+105.92	972.75+918.27	1891.02+78.85	1969.87
					+4.93	+6.32	+6.95	+10.86
10월 3주	98.05	733.38	116.55	1189.15	871.76+107.31	979.07+918.90	1897.97+82.76	1980.73
					+26.79	+4.69	+5.16	+10.53
10월 4주	103.49	761.28	122.15	1169.50	898.55+85.21	983.76+919.37	1903.13+88.13	1991.26
					-2.11	-27.96	-30.75	+1.10
11월 1주	105.81	762.75	121.72	1146.06	877.44+78.36	955.80+916.58	1872.38+119.98	1992.36
					-23.36	-20.09	-22.10	-4.80
11월 2주	107.04	763.49	119.74	1134.00	854.08+81.63	935.71+914.57	1850.28+137.28	1987.56

주유소 가격 결정 방식

					-47.55	-16.33	-17.97	-4.58
11월 3주	105.40	740.04	114.87	1116.26	806.53+112.85 +9.77	919.38+912.93 -4.82	1832.31+150.67 -5.30	1982.98 -5.44
11월 4주	110.14	775.06	116.00	1118.78	816.30+98.26 -33.07	914.56+912.45 -30.68	1827.01+171.62 -38.75	1977.54 -12.66
11월 5주	109.64	778.76	110.27	1129.24	783.23+100.65 -12.60	883.88+909.38 -30.47	1793.26+191.82 -33.51	1964.88 -13.31
12월 1주	106.68	768.83	106.93	1145.78	770.63+82.78 +19.07	853.41+906.34 -23.79	1759.75+158.28 +26.17	1951.57 -7.37
12월 2주	107.55	775.64	109.50	1146.58	789.71+87.49 +0.09	877.20+908.72 +2.39	1785.92+154.87 -2.63	1944.20 -6.04
12월 3주	107.71	765.14	111.18	1129.38	789.79+85.02 +13.64	874.81+908.48 +13.54	1783.29+136.87 +14.89	1938.16 -3.11
12월 4주	104.58	758.13	110.83	1152.52	803.44+84.91 +8.23	888.35+909.83 -14.76	1798.18+151.37 -16.23	1935.05 -1.73

주	Dubai (\$/bbl)	Dubai (₩/ℓ)	국제 휘발유 가격 (\$/bbl)	환율	국제 휘발유 가격(₩/ℓ)	공장도 가격 (₩/ℓ)	세금포함 공장도가격(₩/ℓ)	주유소 판매가(₩/ℓ)
12년 01월 1주	103.73	756.87	111.24	1160.04	811.67+61.92 +12.69	873.59+908.36 +54.59	1781.95+151.37 +60.04	1933.32 +5.67
01월 2주	105.15	762.78	113.64	1153.30	824.37+103.81 +38.82	928.18+913.81 +25.49	1841.99+97.00 +28.04	1938.99 +18.92
01월 3주	108.64	786.85	119.18	1151.48	863.19+90.48 +13.17	953.67+916.36 +21.11	1870.03+87.88 +23.22	1957.91 +15.51
01월 4주	110.47	805.62	120.17	1159.42	876.36+98.42 -5.22	974.78+918.47 -10.80	1893.25+80.17 -11.88	1973.42 +4.36
02월 1주	109.67	790.68	120.83	1146.22	871.14+92.84 -9.38	963.98+917.39 -19.75	1881.37+96.41 -21.72	1977.78 +1.50
02월 2주	108.74	771.19	121.51	1127.53	861.76+82.47 +9.03	944.23+915.42 +29.16	1859.65+119.63 +32.08	1979.28 +3.68
02월 3주	109.61	774.86	123.18	1123.90	870.79+102.60 +18.81	973.39+918.34 +6.86	1891.73+91.23 +7.54	1982.96 +6.66
02월 4주	113.71	800.36	126.39	1119.02	889.60+90.65 +24.71	980.25+919.02 +30.09	1899.27+90.35 +33.10	1989.62 +14.36
02월 5주	116.25	821.71	129.35	1123.78	914.31+96.03 +14.04	1010.34+922.03 -8.25	1932.37+71.61 -9.07	2003.98 +13.57
03월 1주	119.38	844.90	131.17	1125.20	928.35+73.74 +10.96	1002.09+921.21 +32.90	1923.30+94.25 +36.29	2017.55 +8.66
03월 2주	121.26	858.00	132.75	1124.93	939.30+95.69 -0.62	1034.99+924.50 -2.34	1959.49+66.72 -2.58	2026.21 +9.06
03월 3주	122.08	859.93	133.26	1119.88	938.68+93.97 +17.32	1032.65+924.26 +3.86	1956.91+78.36 +4.25	2035.27 +8.34
03월 4주	123.59	872.62	135.40	1122.52	956.00+80.51 -4.92	1036.51+924.65 -3.74	1961.16+82.45 -4.12	2043.61 +6.98
04월 1주	122.87	869.95	134.33	1125.64	951.08+81.69 +17.53	1032.77+924.27 +36.73	1957.04+93.55 +40.41	2050.59 +7.99
04월 2주	122.02	872.45	135.47	1136.74	968.61+100.89 -4.10	1069.50+927.95 -9.47	1997.45+61.13 -10.42	2058.58 +3.59

04월 3주	121.17	860.16	135.87	1128.60	964.52+95.51 -18.89	1060.03+927.00 -12.71	1987.03+75.14 -13.98	2062.17 -0.61
04월 4주	118.31	846.21	132.21	1137.13	945.63+101.69 -17.46	1047.32+925.73 -32.31	1973.05+88.51 -35.54	2061.56 -3.35
05월 1주	115.57	826.92	129.72	1137.56	928.17+86.84 -4.72	1015.01+922.50 -13.41	1937.5+120.70 -14.75	2058.21 -4.90
05월 2주	115.26	826.11	128.84	1139.50	923.45+78.15 -19.24	1001.60+921.16 -0.50	1922.76+130.55 -0.55	2053.31 -11.02
05월 3주	115.36	820.43	127.14	1130.68	904.21+96.89 -36.66	1001.10+921.11 -41.70	1922.21+120.08 -45.87	2042.29 -19.13
05월 4주	108.99	779.95	121.23	1137.72	867.55+91.85 -15.36	959.40+916.94 -4.69	1876.34+146.82 -5.16	2023.16 -14.49
05월 5주	107.19	778.47	117.34	1154.62	852.18+102.53 -9.17	954.71+916.47 -20.47	1871.18+137.49 -22.52	2008.67 -13.21
06월 1주	104.08	766.29	114.50	1170.52	843.01+91.23 -5.26	934.24+914.42 +19.94	1848.66+146.80 +21.93	1995.46 -13.79
06월 2주	102.63	761.48	112.91	1179.60	837.75+116.43 -52.62	954.18+916.41 -47.57	1870.59+111.08 -52.32	1981.67 -18.57
06월 3주	96.46	714.60	105.98	1177.80	785.13+121.48 -25.93	906.61+911.66 -26.42	1818.27+144.83 -29.06	1963.10 -23.88
06월 4주	96.03	706.12	103.25	1169.02	759.20+120.99 -50.28	880.19+909.02 -77.50	1789.21+150.01 -85.25	1939.22 -32.45
07월 1주	92.88	675.74	97.44	1156.68	708.92+93.77 -5.89	802.69+901.27 +24.30	1703.96+202.81 +26.73	1906.77 -13.18
07월 2주	91.34	665.16	96.54	1157.76	703.03+123.96 +42.16	826.99+903.70 +31.78	1730.69+162.90 +34.95	1893.59 -1.45
07월 3주	96.35	691.97	103.76	1141.80	745.19+113.58 +23.12	858.77+906.87 +27.74	1765.64+126.50 +30.52	1892.14 +11.05
07월 4주	96.87	696.29	106.89	1142.76	768.31+118.20 +52.25	886.51+909.65 +26.10	1796.16+107.03 +28.71	1903.19 +21.14
08월 1주	101.34	729.38	114.01	1144.26	820.57+92.04 +0.78	912.61+912.26 -4.44	1824.87+99.46 -4.89	1924.33 +14.23
08월 2주	100.57	725.42	113.87	1146.76	821.35+86.82 +13.29	908.17+911.81 +43.26	1819.98+118.58 +47.59	1938.56 +20.42
08월 3주	101.90	726.49	117.07	1133.46	834.64+116.79 +43.93	951.43+916.14 +39.89	1867.57+91.41 +43.88	1958.98 +31.40
08월 4주	106.41	755.47	123.75	1128.72	878.57+112.75 +27.99	991.32+920.13 +36.03	1911.45+78.93 +39.63	1990.38 +23.76
08월 5주	109.90	781.43	127.50	1130.43	906.57+120.78 -9.46	1027.35+923.73 -48.76	1951.08+63.06 -53.63	2014.14 +10.95
09월 1주	111.99	798.18	125.87	1133.12	897.11+81.48 -26.63	978.59+918.86 +9.12	1897.45+127.64 +10.03	2025.09 +1.15
09월 2주	110.38	788.03	121.93	1135.02	870.48+117.23 -11.49	987.71+919.77 -10.38	1907.48+118.76 -11.42	2026.24 -0.02
09월 3주	112.13	799.46	120.48	1133.52	859.00+118.33 +27.27	977.33+918.73 -6.87	1896.06+130.16 -7.56	2026.22 -3.48
09월 4주	113.81	807.83	124.86	1128.48	886.27+84.19 -32.95	970.46+918.04 -26.04	1888.50+134.24 -28.64	2022.74 -6.39
10월 1주	110.23	774.93	121.38	1117.68	853.32+91.10 +7.52	944.42+915.44 -26.81	1859.86+156.49 -28.49	2016.35 -6.63
10월 2주	108.61	764.73	122.26	1119.42	860.84+56.77	917.61+912.76	1830.37+179.35	2009.72