

歐美諸國의 石油流通現況 (下)

西獨의 석유제품 유통구조

I. 석유제품販賣業의 環境

1. 휘발유, 경유의 需要動向

西獨에서의 自動車用휘발유 및 경유의 수요 변동 추이는 <표-1>과 같다. 자동차용휘발유의 수요는 제 1차 석유파동후인 74년에 감소하였으나, 그후 증가하여 80년에는 사상최고인 31,870,000kl에 달했다. 그러나, 81년에는 29,920,000kl로 전년대비 약 6% 감소하고, 82년의 수요도 30,539,000kl로 약간 증가하는데 그쳤다. 한편, 경유 수요는 대체로 견실하게 추이하고 있다.

西獨聯邦 經濟省의 금후의 수요전망에 의하면 휘발유 수요는 자동차의 연료비 개선 및 연료의 경유 및 LPG化 추세에 따라 완만히 감소할 전망이며, 82년에 30,500,000kl(22,700,000톤)였던 것이 90년에는 25,500,000kl(19백만톤)가 될 것으로 보고 있다. 한편, 경유는 82년의 수요 16,000,000kl(13,500,000톤)가 90년에는 20,300,000kl(17,000,000톤)로 약 26% 증가할 것으로 예상되고 있다. 방문처인 옛소 AG社는 금후의 휘발유 수요전망에 대해 87년까지는 1.5%정도 감소할 것으로 예측하고 있다.

한편, 西獨은 유럽에서도 대표적인 자유시장으로 로테르담 국제시장 또는 東歐諸國으로 부터 상당량의 휘발유를 수입하고 있다.

(表-1) 自動車用 휘발유 및 경유의 需要推移

(單位: 천Kℓ)

油種 \ 年度	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982
휘발유	24,866	24,248	26,530	27,654	29,301	30,920	31,314	31,870	29,920	30,539
경유	12,877	11,871	12,322	12,985	13,925	14,517	16,009	15,513	15,817	16,039

註: 원전의 톤표시를 휘발유 1.3436, 경유 1.1925의 환산계수로 Kℓ 표시.

<資料> 서독 연방경제성 및 옛소 AG. 1983년 5월

2. 휘발유販賣의 競爭狀況

근년에 와서 휘발유 수요가 정체되는 가운데 석유판매업은 치열한 경쟁상태에 있으며 판매이익은 축소되고 있다.

석유제품시장은 스위스와 함께 유럽에서 전형적인 자유시장으로 다른 유럽시장에서 잉여제품이 흘러

들어오기 쉽고 특히 가격면에서 로테르담 국제시장의 영향을 받기 쉽다.

이와 같은 상황에서 메이저 등 大石油會社 以外の 이른바 獨立系 석유회사의 수입제품에 의한 판매공세, 슈퍼마켓의 석유시장으로의 신규진출 등에 의해 휘발유시장에서의 경쟁은 더욱 치열해져 석유회사 및 석유판매업자의 경영은 압박받고 있다.

□ 資 料 □

엡스 AG社는 최근의 60년 이후 서독의 석유판매 경쟁상황에 관한 역사적 경위를 다음과 같이 설명하고 있다.

—판매량의 高度成長期(60—65년) : 이 시기에는 휘발유판매량이 연율 평균 10%나 증가해 판매 이익도 높아지고 메이저들도 적극적인 투자를 했다. 이 결과 주유소는 60년의 3만 2천개소에서 65년에는 4만 2천 865개소로 증가했다.

—슈퍼마켓 등의 新規進出期(66~70년) : 이 시기에 슈퍼마켓 등의 신규진출이 활발해져 60년대 후반에는 슈퍼마켓 등의 판매량이 전체의 20~25%에 달했다. 경쟁이 격화됨에 따라 판매이익이 축소되어가자 경영다각화를 위한 타상품판매업의 도입이 시작되었다.

—주유소의 셀프서비스 導入期(71~75년) : 셀프를 필두로 BP, Esso, Aral AG 등의 대석유기업이 적극적으로 셀프서비스를 도입한 시기이며 판매이익이 축소됨으로써 자연도태가 이루어져 주유소 수는 감소했다.

—셀프서비스화의 一步進展期(76~80년) : 셀프서비스화가 일보 진전하면서 경쟁격화에 의한 주유소의 통폐합도 아울러 이루어지고, 슈퍼마켓 경영의 주유소도 감소했다. 한편, 1개 주유소당 판매량은 주유소의 감소에 따라 증가추세를 보였다.

—수요의 감소 및 停滯期(81~82년) 휘발유 판매가격의 상승(80년의 보통휘발유 평균가격 116.5

pfennig/ℓ였던 것이 81년에는 140.5pfennig/ℓ로 20.6% 상승)에 따라 81년에는 휘발유 소비량이 74년 이후 처음으로 감소하고 경쟁이 일층 격화되었다.

한편, 현재의 소비가격은 뒤셀도르프市內의 셀프서비스 주유소의 경우 보통휘발유 140.9pfennig/ℓ, 고급휘발유 145.9pfennig/ℓ, 경유 132.9pfennig/ℓ였으며, 풀서비스 주유소에서는 대체로 이 가격보다 약 4 pfennig/ℓ 웃돌고 있었다. 또, 83년 1~9월 가격동향은 <표-2>와 같으며, 로테르담 제품시장동향, 환율동향 등에 의해 변동하고 있는 것으로 생각된다.

3. 휘발유의 流通機構와 販賣形態

(1) 유통기구와 注油所 所有形態

제품유통의 大宗은 대석유회사(Aral AG, Esso, Shell, Texaco, BP, Petrofina, Fanal, Elf, AGIP 등 10個社)이 이른바, 브랜드주유소(대석유회사의 상표명을 게시하고 해당 브랜드상품만을 취급하는 주유소)를 통해 원칙적으로 위탁판매하에서 판매되는 것이지만(소매가격은 대석유기업이 결정) 독립제 석유회사의 제품은 自由商人이라 불리는 독립제 석유판매업자의 상표없는 주유소를 통해 각 판매업자가 결정하는 소매가격으로 판매되고 있다. 독립제 석유회사의 판매점유율은 현재 24% 정도이며, 대석유회사의 제품도 일부 상표없는 주유소로 흘러 들어가고 있는 것 같다. 西獨 石油聯盟에 의하면 현재의 총 주유소 수(一般道路)는 22,951개소이며, 그 중 약 50%가 석유회사소유, 약 30%가 석유회사 계열의 석유판매업자소유, 20%가 독립제 석유판매업자에 의해 소유되고 있다. 또, 주유소의 63%가 4大 석유기업, 80%가 10大 석유회사에 의해 점유되고 있다.

(2) 石油精製販賣企業과 石油販賣業者의 관계

대석유회사계열의 주유소의 경우, 석유회사와 석유판매업자와의 사이에는 독점적 위탁판매계약이 체결되고 있다. 이 계약의 골자는 다음과 같다.

- 석유회사는 自社製品の 공급의무를 갖는다.
- 석유판매업자는 대리점으로서 相對석유기업의

<表-2> 휘발유의 小売價格(83년)

(단위: 엔 / Kℓ)

유종 월	보통휘발유		고급휘발유		경유(참고)	
	풀서비스 주유소	셀프서비 스주유소	풀서비스 주유소	셀프서비 스주유소	풀서비스 주유소	셀프서비 스주유소
1	117.3	114.2	123.7	120.5	115.5	112.9
2	114.8	111.7	121.0	118.2	112.9	110.3
3	108.4	105.3	114.9	111.8	107.3	104.6
4	106.6	103.6	113.0	110.1	105.1	102.5
5	110.6	107.7	117.3	114.4	107.5	104.7
6	112.1	109.2	118.5	115.5	107.9	105.2
7	114.4	111.4	120.4	117.3	109.1	106.4
8	118.0	115.3	124.2	121.4	112.1	109.7
9	118.8	115.9	124.8	121.9	112.5	109.8

註 : 1 pfennig=0.85엔(83년 12월 중순의 TTM Rate로 환산)

<資料> 西獨 연방통계국

상표를 게시할 의무가 있으며, 동시에 상대석유회사의 제품만을 판매하고 판매량에 따라 일정한 판매이익을 얻는다. 西独 石油聯盟에 의하면 판매이익은 현재 셀프서비스 주유소의 경우 3-5 pfennig/l, 풀서비스주유소는 7 pfennig/l사가 상한선으로 되어있다. 단, 자동차의 수리, 상품판매 등 이른바 석유제품의 수익은 석유판매업자 자신의 수익이 되고 있다.

-위탁판매계약이기 때문에 공급되는 제품의 소유권은 석유회사가 갖게되며, 소매가격의 결정권도 석유회사에 있다.

-계약기간은 사정에 따라 다르며 여러가지 형태가 있다.

한편, 옛소 AG社는 이 위탁판매계약에 관해서 自社의 상황을 다음과 같이 설명하고 있다.

위탁판매계약에는 두 종류가 있으며, 첫번째 형태는 자사가 토지, 건물, 주유시설 등을 전부 소유하고, 이것을 석유판매업자에게 대여하여 운영케 하는 형태로 계약기간은 단기(1년 정도)인 것이 많다. 두번째는 석유판매업자 자신이 토지, 건물, 주유소 시설 등을 소유하고 옛소 AG社는 석유판매업자와 제품공급계약만을 체결하는 것이며, 이 경우 계약기간은 5-10년으로 장기계약이다. 판매이익률은 첫번째 형태에 비해 두번째 것이 높게 설정되어 있다. 옛소 AG社의 경우는 첫번째 형태가 전체의 3분의 1이며, 나머지 3분의 2가 두번째 형태이다. 이 비율은 석유기업에 따라 크게 다르며, 석유회사가 주유소(토지를 포함)를 소유하는 형태가 더 많다고 西独 石油聯盟은 보고있다 한다.

II. 環境變化에 대한 對處

1. 石油精製販賣企業과 石油製品 販賣業者의 對處

(1) 合理化 및 效率化

西独의 석유시장은 전형적인 自由競爭市場으로서, 정부가 시장에 개입한다든지 정책적으로 시장을 조성하거나 하지 않는다. 서독석유연맹에 의하면 금후에도 정부는 정부시장에 대해 개입할 의도가 없다고 한다. 이에 석유회사와 석유판매업자는 스스로 근대화 및 합리화를 추진하여 대응해가려

하고 있다. 이때의 기본이념은 재산성을 생각하고 효율화와 합리화를 철저히 추진하는 것이며 생산단계에서의 정제설비의 처리와 병행하여 유통단계에서는 주유소의 셀프서비스化, 경영의 다각화, 주유소 통폐합이 추진되고 있다. 한편 西独에서는 석유판매업자에 비해 대석유회사의 힘이 강하기 때문에 대석유회사의 주도하에 이들 합리화책이 추진되고 있는 실정이다.

주유소의 셀프서비스化는 휘발유 가격의 등귀를 계기로 소비자의 가격저렴성에 대한 요구가 강해지는 가운데 석유회사가 코스트의 상당비율을 차지하는 인건비를 삭감하고 생산성을 향상시키기 위해 추진돼 온 것이다(발상은 인건비가 비싼 스칸디나비아제국). 서독석유연맹에서는 주유소의 셀프서비스化가 풀서비스주유소 보다도 소매가격을 낮출 수 있기 때문에 판매량의 증가가 가능하며 또 소비자는 가격의 이점을 누릴 수 있고, 한편으로는 석유판매업자측도 경쟁력이 강화되기 때문에 매출액과 이익이 증대한다고 보고 있다. 이미 현재 셀프서비스 주유소에서의 판매량은 전체매출량의 약 85%에 달하고 있다. 금후 이 비율은 더 상승할 것이며 장래 90% 정도가 될 것이라는 예측이 일반적이다. 옛소 AG社는 금후의 장기전략중 하나로서 셀프서비스化를 내세우고 있다.

그러나 高速道路 주유소의 경우는 연방정부의 도로관리운영체(Gesellschaftfure Nebenbetriebe)가 일정 간격으로 건설, 소유하는 주유소를 석유회사가 임대받는 형태를 취하고 있기 때문에 경쟁이 적고 이익률도 높으며, 특히 셀프서비스化的의 필요성도 없기 때문에 풀서비스 주유소 형태가 유지되고 있다. 또, 고급주택지에서는 풀서비스를 지향하는 경향이 강해 셀프서비스化가 진전되는 속에서도 풀서비스 주유소가 존속하고 있다.

〈表-3〉 셀프서비스 注油所의 構成比

(단위: %)

회사 연도	Aral	Shell	B.P	Esso	Texaco	평균
1981	51.2	50.9	38.5	45.1	44.1	47.0
1982	66.1	60.3	44.9	52.6	56.1	57.9
1983	77.7	68.0	60.5	60.2	68.6	68.9

5大 석유회사의 셀프서비스化率(총 일반도로로 주유소 중 셀프서비스 주유소가 차지하는 비율)은

<표-3>과 같이 진전되고 있다.

이러한 움직임에 대해 휘발유판매업자조합은 석유회사가 판매이익을 축소시킨 다음 어쩔수 없이 셀프서비스화가 이루어졌기 때문에 기본적으로 셀프서비스화에 반대한다는 입장을 취하고 있다.

(2) 經營의 多角化

석유회사 및 석유판매업자는 60년대 후반 이후부터 석유제품외 타 상품판매 수익의 확대에 노력하고 있다. 따라서 현대의 주유소 수익은 석유제품의 판매수익, 수리, 세차 등의 서비스 수익 및 T. B. A (tire, battery, accessory 등 자동차관련부품), 담배, 음료수 등 각종 상품판매 수익이 각각 3분의 1로 구성되어 있어 타 상품판매수익은 무시할 수 없는 중요한 몫을 차지하고 있다. 상품판매에 대해서는 품목별로 특별한 법적 규제가 없고, 각 주유소는 소비자 요구에 맞는 상품을 갖추려고 노력하고 있으며 신문, 잡지로부터 식료품까지 취급하고 있는 곳도 있다.

휘발유판매업자조합은 이미 휘발유판매만으로는 경영이 어렵다고 보고, 석유판매업자 자신의 수익과 관계있는 타 상품판매 수익을 확대하기 위해 적극적으로 노력해야 한다고 판단하고 있다. 석유제품외의 타 상품 판매수익은 금후 감소하여, garage의 병설 등에 의한 서비스 수익증가가 생존책으로 여겨지고 있다. 한편, North-Rhine Westphalia 州 政府의 경우는 自國에 이른바, “廢店法”(오후 6시 30분 이후의 소매점 영업을 금지하는 법률)이 있기 때문에 원칙상으로는 오후 6시 30분 이후에 자동차관련부품 이외에는 판매가 금지되고 있으나 실제로는 이와 같은 엄격한 운용은 이루어지지 않고 있다고 한다. 또, 식료품을 판매할 경우에는 위생상의 관점에서 일부 상품에는 포장의 의무화되어 있다.

(3) 注油所의 統廢合

西獨에서는 유럽각국 중에서도 가장 급속히 주유소의 통폐합이 이루어지고 있으며 주유소 수는 절정기(68년)의 절반인 약 2만 3천여 개소로 감소하였으나 서독석유연맹을 비롯해 옛소 AG社와 휘발유판매업자조합은 모두 이와 같은 통폐합이 금후 더욱 추진되어 장래에는 1만 7천개소 정도가 될

것(그 이하가 되면 공급계약의 문제가 생긴다)이라는 극단적인 예측을 하고 있다.

주유소의 통폐합 기준은 운송비를 중심으로 한 유통경비와 주유소의 유지비 등을 감안했을 때의 각 주유소의 채산성이며 구체적으로는 다음과 같은 방법을 취하고 있다.

-대석유회사는 전문스텝에 의한 시장조사를 항상 실시하고 각 주유소의 채산성을 점검한다.

-채산성이 나쁜 주유소에 대해서는 해당 석유판매업자와 그 경영개선을 위한 방책, 예를 들면 셀프서비스화로의 이행, 석유제품판매외 타 상품판매이익의 확대책을 협의하고 그래도 전망이 보이지 않을 경우에는 해당 주유소의 폐지를 권고하고 위탁판매계약을 해제한다.

-이 경우, 석유회사는 석유판매업자에 대해서 다른 지점에서의 주유소 경영을 알선하기도 한다. 한편, 직접 자신이 시설(토지를 포함)을 소유하고 있는 석유판매업자는 다른 석유기업 계열로 轉籍하는 것도 검토하는 경우가 있으나 일반적으로는 타사의 계약조건도 대략 같기 때문에 결국 어쩔수 없이 폐업하는 경우가 많다.

-위탁판매계약을 해제할 경우, 법률상 최저 1년전에 통고할 의무가 있으며, 경우에 따라서는 계약내용에 따라 해당 解約석유판매업자에 대해 일정한 보상금도 지불하는 예도 있다.

이러한 상황 및 주유소 통폐합의 기준, 방법 등에 대해 휘발유판매업자조합은 주유소의 통폐합이 최종적으로는 위탁판매계약의 해제라는 형태로 이루어지고 있으나, 석유기업이 講시설(토지를 포함)을 소유하고 있는 경우, 그 통고기간은 법률상의 최저기간 즉 1년인 경우가 많고 석유 판매업자의 입장은 현저하게 불리하다고 한다. 따라서 이 통고기간은 2년으로 연장할 것 등 여러가지 노력을 하고 있으나 좀처럼 타결되지 않고 개개의 경우에 따라 급진적으로 해결되는 사례가 많다고 한다. 또한 일부에서는 계약해제에 따른 보상금이 석유판매업자에게 지불될 때 해당 석유판매업자에게 일정기간 주유소경영을 하지 않는다는 취지의 약속을 하게 하는 option 계약이라는 형태도 있다고 한다.

또 이 조합에 의하면 주유소의 통폐합, 셀프서비스화라는 일련의 움직임 속에서 최근 10년간 약 8만명이 실직하는 상황이 발생했으나, 일반적인 실

업규제 제도만으로 문제화 되지는 않았다고 한다.

이상과 같은 통폐합의 결과, 주유소는 <표-4>와 같이 추이하고 있다.

(表-4) 注油所 數의 推移

(단위: 개소)

연도	일반도로의 경우		셀프서비스 주유소판매 량 점유율	고속도로상 의 주유소수
	총주유소수	셀프서비스수		
1973	40,387	-	- %	223
1974	34,519	5,000	-	234
1975	33,123	7,000	-	244
1976	31,266	7,500	55-60	245
1977	29,631	8,550	60	249
1978	28,543	9,600	60	255
1979	27,026	10,200	60-70	261
1980	25,879	11,500	75	266
1981	24,597	13,200	80	267
1982	22,951	15,231	약85	268

註: 주유소 수는 각 연말 기준

(資料) EID 및 GFN

고속도로상의 주유소는 도로망의 정비에 따라 최근에도 점차 증가하는 경향을 보이고 있으나, 일반도로상의 주유소는 68년에 4만 6천 483개소를 절정으로 그 이후 계속 감소추세를 보여 현재는 2만 2천 51개소로 10여년 동안에 절반이나 줄어 들었다.

한편, 셀프서비스 주유소의 증가도 두드러지게 나타나고 있다. 70년대에 적극적으로 도입되어 그 이후 증가추세를 보여 현재는 1만 5천 231개소로 총 주유소 2만 2천 951개소(일반도로)의 약 66%이며 판매수량을 기준으로 하면 약 85%에 상당하는 것이다.

서독석유연맹에 의하면 이와 같은 주유소의 통폐합에 따라 주유소당 월평균 24kl였던 판매량이 82년에는 74kl까지 증가했으며, 앞으로 통폐합을 계속 추진함에 따라 월간 판매량을 100-120kl 까지 높여가는 것이 목표라고 한다.

2. 政府의 対応

정부의 석유판매업에 대한 관여형태는 自由放任型이며, 가격규제 등은 없다. 州政府에는 주로 화

재방지 등의 관점에서 최소한의 규제가 있을 뿐이다(North-Rhine Westphalia州의 예).

(1) 事業運營

建設監督局이 정하는 건설규정에 따라 토지이용계획 중에서 주유소의 건설이 인정되는 장소면 주유소를 건설할 수 있다. 주유소의 건설인가에 있어서는 건설감독국외에 기술감독국, 영업감독국이 그 신청을 점검하게 돼 있다.

기술기준에 대해서는 可燃性液体의 기술규정 중에 주유소의 시설기준이 정해져 있다.

토지이용계획에 있어서 주유소의 建設用地는 지리적인 조건, 소음, 악취 등의 환경조건과 교통사정을 감안하여 결정되기 때문에 주택지에는 설치하기 어렵고 큰 도로변에 건설되는 것이 대부분이다. 따라서 주유소 건설용지에 여유가 있으면 건설은 가능하며 주변 주유소와의 경합 등은 고려되지 않고 있다.

일반적으로 주유소의 상층에는 주거, 사무실 등 사람이 상주할 수 없도록 되어 있으나 주차장은 인정되고 있다. 이전에는 사람이 상주하는 건물도 인정되었으나 약 15년 전에 현재와 같이 변경되었다.

또, 價格表示法(州法)에 따라 휘발유, 경유의 가격은 표시하도록 의무화되어 있다.

(2) 주유소의 保安, 施設規制

방화시설에 대해서는 기술규정이 기준이 되고 있으며 이 규정 중에 각 시설의 기준이 정해져 있다. 시설의 보안기준은 서비스형태별로 구분되지 않고 풀서비스주유소, 셀프서비스주유소 모두 같은 기준이 적용되고 있다.

셀프서비스화에 따른 사고의 발생은 거의 없으며, 안정성에 있어서는 화재발생시 등의 비상사태시에 자동적으로 주유가 정지되는 장치 등이 부착되어 있다고 한다.

- 貯藏用器에 관한 시설기준

휘발유 저장용기의 1基當 최대용량은 지하용기인 경우 30kl까지, 지상용기인 경우 5kl까지로 설정되어 있다. 1개 주유소당 용기의 수량제한은 없다. 한편, 경유 저장용기는 1기당 용량제한이 없다. 지하용기와 이에 인접한 지하실과의 안전거리는 용기에서 누출된 휘발유가 지하실로 흘러 들어

가지 않는 거리를 고려해 정해 놓고 있다. 프라스
틱제의 용기사용은 경유의 경우 허가되고 있으나
휘발유에 대해서는 인정되지 않고 있다.

저장용기벽에 대해서는 한겹인 경우 저장용기를
콘크리트로 포장할 필요가 있으나, 두겹인 경우에
는 특별히 그렇게 할 필요가 없다.

—計量器 및 펌프의 시설기준

계량기로부터 누출된 휘발유가 배수구로 들어가
지 않도록 하기 위해 배수구는 계량기로부터 5m이
내에 설치할 수 없도록 되어 있다. 계량기와 건물
지붕과의 거리규제는 없다.

펌프의 열, 전기에 의한 폭발위험이 있고, 배관
이 가압상태에 있어 휘발유가 누출되기 쉽기 때문
에 油中펌프는 허가되지 않는다. 계량기 호수의 길
이에 대한 기준은 없다.

—車輛通行路의 포장기준

계량기로부터 호수의 길이에 1m를 추가한 범
위는 누출 휘발유의 지하침투를 방지하기 위해 콘
크리트로 포장하도록 돼 있다.

—油水 分離槽의 기준

지상에 휘발유가 발산될 가능성이 있는 곳에서는
물과 휘발유를 분리하기 위한 장치를 설치할 필요
가 있다. 한편, 주유소 통폐합 등에 따른 실업문제
에 대해서도 정부는 특별한 대책을 세우고 있지 않
으나, 실업자에게는 실업보험제도에 의해 해고후
1년간은 최종급여의 68%에 상당하는 금액, 그 이
후 2년간은 첫 연도 지급액의 75%에 상당하는 금
액의 보험금이 지급되고 있다.

년 0.2%, 81년 2.1%, 82년 0.1%로 거의 같은
수준으로 추이하고 있다.

이러한 수요침체 경향은 디젤차의 보급, 연료절
감차량의 개발 및 실용화와 더불어 앞으로도 계속
될 것으로 전망되고 있다.

또한, 휘발유의 수입은 정부에 의한 물량할당 등
許可制下에 두고 있다.

2. 휘발유販賣의 競爭狀況

프랑스에서는 자동차용휘발유의 정유공장 출하가
격(도매가격) 및 소매가격에 대해 정부가 最高價
格을 설정함으로써 가격규제가 이루어지고 있다.
아울러 자동차용휘발유의 소매가격에 대해서는 과
열경쟁을 방지하고 소규모사업자를 보호하는 관점
에서 정부에 의해 최고가격에서의 할인한도액이
설정되고 있다.

이러한 법적조치에 의해 휘발유시장에서는 지금
까지 질서가 안정되어 치열한 경쟁은 나타나지 않
았다. 그러나, 최근의 수요정체 등을 배경으로 82
년 가을이후 경쟁이 격화되고 있다.

현재까지의 경쟁상황의 특징은 대략 다음과 같다.

—슈퍼마켓의 휘발유市場으로의 進出

슈퍼마켓에 의한 휘발유시장으로의 신규진출은
64년에 개시되어 그 이후 풍부한 자금력을 배경으
로 대규모 셀프서비스주유소를 도입하고, 할인한도
액까지 낮추어 판매하는 경영방침을 취해 급성장하
고 있다. 석유제품販賣業者組合에 의하면 슈퍼마
켓이 경영하는 1개 주유소당 月間 휘발유 판매량
은 82년에 208kl로 전국평균 판매량인 53kl보다
약 4배나 많다고 한다. 또, 판매점유율면에서도
82년에 약 16%로 73년 당시 8.8%에 비하면 약
2배의 점유율을 차지하게 되었다.

이에 대해 大石油會社(Total, Elf, Shell, Esso,
Mobil, BP, Aral, AGIP, Fina 등 9社)는 지금
까지 할인판매에 신중한 자세를 취하면서 시장점유
율의 감소상황을 지켜보았다. 석유제품 판매업자조
합에 의하면 大석유회사의 일반소비자에 대한 휘
발유판매점유율은 73년에 80%였던 것이 82년에는
68%까지 저하되었다는 것이다.

—大석유회사의 割引販賣 개시

이와 같이 점유율이 감소하는 가운데 82년 4월

프랑스의 석유제품 유통구조

I. 석유제품 販賣業의 環境

1. 휘발유, 경유의 需要動向

프랑스의 自動車用휘발유 수요추이는 <表-1>
과 같다.

석유제품 전체의 수요가 석유파동 이후 현저하
게 감소하는 가운데 자동차용휘발유의 수요는 경유
와 함께 비교적 전실하게 추이하고 있다. 그러나,
최근 3년동안의 증가율(전년대비)을 살펴보면 80

〈表-1〉 自動車用 휘발유·경유의 需要推移

(單位: 천Kℓ)

年度 油種	1973	1974	1975	1977	1978	1979	1980	1981	1982
휘 발 유	21,190	20,398	21,392	22,809	23,629	23,782	23,841	24,338	24,361
경 유	7,791	—	8,249	9,577	10,307	11,010	11,369	11,678	11,890

註: 1) 1976년은 불명.

2) 원전의 톤표시를 휘발유 1.3436, 경유 1.1925의 환산계수에 의한 Kℓ로 표시.

〈資料〉 프랑스 석유, 프랑스 석유전문위원회

정부가 주유소에서 경품권 제공 및 휘발유 이외의 상품 및 서비스의 할인을 금지하도록 했다. 종래, 대석유회사의 주유소에서는 슈퍼마켓업자가 경영하는 주유소에 대해 직접 할인판매로 대항하지 않고 할인폭만큼 경품권을 제공하던가, 아니면 휘발유 이외의 상품 및 서비스요금을 할인함으로써 고객확보에 노력해 왔다. 그러나 위와 같은 정부의 결정은 대석유회사에 큰 영향을 끼치게 되었다.

따라서 82년 6월, 대석유회사는 셀에 이어 옛 소가 고급휘발유에 대해서 10centimes/ℓ, 보통휘발유에 대해서는 9centimes/ℓ의 할인한도액까지 낮춰 판매를 개시하고 이어서 다른 대회사도 이를 뒤쫓아 82년 가을 이후 경쟁은 치열해졌다.

— 大슈퍼마켓의 投壳販賣

이러한 경쟁의 격화를 배경으로 프랑스최대의 슈퍼마켓회사가 할인한도액을 대폭 초과하는 20-30centimes/ℓ의 할인판매를 개시했다. 그러나, 석유기업 및 석유판매업자의 강한 반발과 석유제품수입 판매허가(A3 라이선스)의 停止 등 정부의 강력한 제재로 슈퍼마켓측은 한때 가격인하폭을 한도액으로 환원하였으나, 정부에 의한 할인한도액의 설정은 상품의 자유유통을 규정한 로마條約에 위배되는 것이라고 주장, 투매판매를 재개했다. 이 사건에 대해서는 현재 룩셈부르크의 EC 司法裁判所가 심리중이라고 한다.

— 政府에 의한 割引限度額의 改正

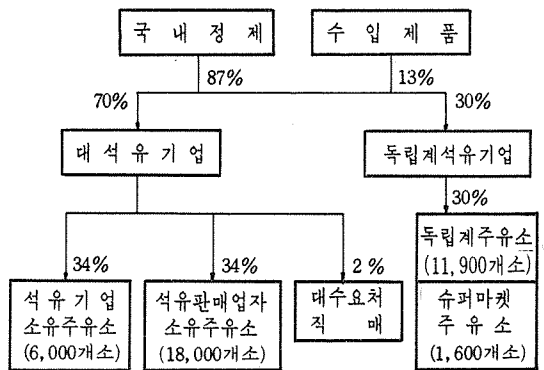
이러한 슈퍼마켓의 투매판매에 끌려가는 형태로 정부는 83년 11월에 휘발유 소매가격의 할인한도액을 고급휘발유의 경우 10centimes/ℓ에서 17centimes/ℓ로 각각 확대하기로 결정했다.

83년 11월말 현재의 소매가격은 고급휘발유의 최고가격이 4.96Fr/ℓ, 최저가격이 4.79Fr/ℓ이며 보통휘발유는 각각 4.64Fr/ℓ, 4.48Fr/ℓ로 되어 있다.

3. 휘발유의 流通機構와 販賣形態

석유제품販賣業者組合에 의한 자동차용 휘발유의 流通機構는 〈그림-1〉과 같다. 휘발유제품의 수입은 A3 라이선스를 갖고 있는 석유기업 등에 의해 이루어지고 있다. A3 라이선스는 3년간의 유효기간으로 수입·판매를 허가하는 것이다.

〈그림-1〉 自動車用 휘발유의 流通機構



註: %는 판매수량비율(1982년 실적), ()내의 숫자는 1982년말 주유소 수.

〈資料〉 석유제품판매업자조합.

스파르시장 및 EC지역 외에서의 수입은 판매량의 20% 이내로 규제되어 있으며 휘발유에 대해서는 수량이 할당되고 있다.

대석유회사는 총 2만 4천개소의 주유소를 통해 전체의 68%를 판매하고, 2%는 직매로 大需要處에 공급함으로써 수요량의 70%를 판매하고 있다. 한편, 기타 獨立系 석유회사는 총 1만 3천 5백개소의 주유소를 통해 수요의 30%를 판매하고 있다. 이 중 슈퍼마켓의 주유소 數는 1천 6백개소로서 판매점유율은 전체의 약 16%를 차지하고 있다.

석유판매업자조합에 의하면 82년말 현재, 총 주유소 수는 3만 7천 5백개소로서 所有形態別로는 대석유회사계열 2만 4천개소 중 대석유회사의 소유형태가 6천개소(16%), 系列석유판매업자 소유형태가 1만 8천개소(48%)로 되어 있다.

또 기타 석유회사계의 주유소(독립계주유소를 포함)는 총 1만 3천 5백개소(36%)로, 이 중 슈퍼마켓의 주유소는 1만 6천개소(4%)라고 한다.

4. 石油精製販売會社와 石油製品 販賣業者의 關係

석유회사가 소유하는 주유소에서는 석유회사가 지배인(주유소운영자)에게 주유소를 임대해주고, 지배인은 석유회사로부터 제품을 사들여 스스로 판매가격을 결정하는 自由支配人制度가 채용되고 있다. 그러나 최근에는 경쟁이 격화됨에 따라 대석유회사를 중심으로 위탁판매제도로 바뀌고 있다. 이 委託販賣制度는 지배인에 의한 석유제품의 구입방식을 바꿔, 석유회사가 석유제품을 소유하여 지배인에게 그 판매를 위탁하는 형태를 취하고 있으며, 그 소매가격도 석유회사가 직접 결정하고 지배인에 대해서는 석유회사가 그 판매량에 따라 판매이익을 지불하는 것이다. 석유제품 판매업자조합 및 프랑스石油에 의하면, 현재 대석유회사가 소유하는 주유소의 약 切半이 이 제도를 도입하고 있으며, 금후에도 증가할 것으로 예상되고 있다.

석유회사와 그 系列석유판매업자와의 관계는 석유회사로부터의 안정적인 제품공급, 회사명(상표)으로 판매하는 것 등을 내용으로 한 브랜드契約이 체결되고 있다. 브랜드계약에서는 석유판매업자가 다른 석유회사로부터 석유제품을 구입할 수 없도록 되어 있으며 排他條件附의 내용을 취하고 있다. 또 계약기간은 법률에 따라 10년 이하로 되어 있기 때문에 3-7년 계약인 경우가 많다.

한편, 계열석유판매업자는 garage業, 자동차판매·수리 등의 兼業者가 많다. 독립계의 주유소는 석유회사로부터 단기계약에 의해 석유제품을 구입하던가 아니면 스포트 물량을 확보하여 판매하고 있다.

II. 環境變化에 대한 対応

1. 石油精製 販賣企業과 石油製品 販賣業者의 対応

(1) 合理化 및 效率化

82년 가을부터 격화되기 시작한 경쟁은 그때까지의 슈퍼마켓과 大石油會社間의 경쟁뿐만 아니라 대석유회사간에도 치열한 경쟁이 벌어졌으며, 이는 슈퍼마켓의 투매판매와 정부에 의한 할인한도액의 확대에 따라 프랑스石油會社は 종래의 판매이익을 확보하기 어려워졌다. 또, 이 회사는 이러한 상황에서 과거 1년간의 경쟁은 상호절정에 달했다고 보면서도 경쟁이 장기화될 것을 예상하여 自社의 유통, 판매부분의 합리화 및 효율화에 전력을 기울이고 있다. 이 회사에 의하면 지금까지의 대석유회사의 판매망 합리화 대책은 다음과 같다.

첫째, 셀프서비스注油所의 도입이다. 프랑스에서 주유소의 셀프서비스化는 82년말 시점에서 약 15%로 西独, 英國 등에 비해 진전되지 않고 있으나, 研究工業省에서는 그 이유로서 셀프서비스주유소의 건설비용이 비싼만큼 판매량이 확보되지 않는 한 채산이 안 맞으며, 석유회사의 시장조사 결과로는 셀프서비스주유소에 대한 소비자측의 평가가 좋지않다는 것 등을 들고 있다.

그러나, 연구공업성에서는 소비자의 가격선호성이 강해져 셀프서비스주유소에 대한 평가도 변할지 모른다고 보고, 장래 풀서비스주유소는 셀프서비스주유소에 비해 경쟁상 불리해질 것으로 관측하고 있다. 또 셀프서비스주유소는 주유소망의 정리 및 통합을 노리는 대석유회사의 판매정책에 의한 것이기 때문에 프랑스石油은 대석유회사 소유의 모든 주유소가 셀프서비스화될지도 모른다고 예상하고 있다.

셀프서비스주유소數의 추이는 <표-2>와 같다. 이에 의하면 82년말 시점에서의 셀프서비스주유소數는 5천 5백개소로 全 주유소수의 약 15%로 되어 있다.

또 셀프서비스주유소의 月間 평균 판매량은 <표-3>과 같으며, 판매점유율도 수요의 약 39%를 차지하고 있다. 또, 대석유회사가 소유하는 주유소 중 셀프서비스비율이 50% 정도이나, 슈퍼마켓의 주유소에서는 거의 전부가 셀프서비스화 되어 있다.

(表-2) 셀프서비스 注油所 數의 推移

(단위: 개소)

年度	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982
셀프서비스주유소수	400	700	1,100	1,500	2,000	2,800	3,500	4,500	5,000	5,500

註: 주유소 數는 각 연말 기준.

〈資料〉 석유제품판매업자조합.

(表-3) 셀프서비스 注油所의 現況 (82년)

(단위: 개소, %, Kℓ/월)

구분	항목	주유소수	월간평균 판매량
(대석유기업계)	석유기업所有	3,100 (52)	121
	계열석유판매업자	600 (3)	86
(독립석유기업계)	독립계주유소	200 (2)	146
	슈퍼마켓	1,600 (100)	208
합	計(평균)	5,500 (15)	143

註: ()내의 數는 셀프서비스化率.

〈資料〉 석유제품판매업자조합.

둘째, 石油会社와 石油販売業者間에 휘발유 売渡方法을 개정, 휘발유는 석유판매업자를 거쳐 소비자에게 판매될 때까지 석유회사가 이를 소유하고 그 소매가격도 석유회사가 직접 결정하는 위탁판매 제도의 도입이다. 이것은 81년에 셀사가 최초로 채용한 것이며, 그 이후 다른 석유회사도 도입을 추진했다. 이 제도로의 전환은 경쟁격화에 따라 주유소에서의 가격설정을 석유회사가 함으로써 경쟁지역에서 신속하면서도 적합하게 대응하고, 지역간 가격격차의 시정 등 지역으로서 조화를 이룬 가격조정을 목적으로 한 것이다. 프랑스石油은 이 위탁판매제도에 따라 경쟁에서 반드시 이겨야만 하는 곳에서는 할인한도액인 17centimes/ℓ까지 가격을 낮추었으나, 회사 전체로는 할인폭 0-17 centimes/ℓ의 범위내에서 훌륭하게 조정해 나가고 있다.

또, 위탁판매제도의 도입상황은 현재, 大석유회사 소유의 주유소를 중심으로 3천-3천 5백개소에서 채용하고 있으나 금후에는 계열석유판매업자 소유의 주유소에서도 상당한 비율로 도입될 것으로 예상하고 있다.

(2) 經營의 多角化

경쟁에 따른 판매이익의 감소로 주유소 경영의 다각화, 석유제품外 상품의 수익확보의 의의 및 필요성이 인식되고 있다. 프랑스에서도 日本과 같이 오래전부터 오일교환, 자동차 수리 및 세차, TBA 판매 등 자동차 관련상품의 판매에 노력해 왔으나 최근에는 주유소의 입지조건을 충분히 활용한 雜貨의 판매, 또는 자동차의 임대, 식당, 간이식당의 경영 등 운전자를 대상으로 한 폭넓은 상품판매에 주력하고 있다.

이러한 경영 다각화의 배경으로 주유소의 취급상품에 대한 규제가 비교적 까다롭지 않다는 것을 들 수 있다. 프랑스石油에 의하면 위생상의 관점에서 포장되어 있지 않은 생선·식료품의 판매가 규제되고 있는 것 外에 酒類, 폭발물의 판매가 금지되어 있을 뿐이며 그 밖의 상품에 대해서는 특별한 규제가 없다고 한다.

(3) 注油所의 統廢合

주유소의 통폐합은 1개 주유소當 채산성을 높이고 경쟁력을 강화할 뿐만 아니라 수송코스트의 절감 등 도매단계에서의 합리화 및 효율화에도 도움이 되기 때문에 대석유기업은 이에 적극적으로 노력하고 있다.

이 결과, 석유제품판매업자조합은 1개 주유소當의 月間 휘발유판매량이 73년에 38kℓ에서 82년에는 53kℓ로 증가했으며, 90년에는 68kℓ로 더욱 증가할 것으로 예상하고 있다.

프랑스石油은 가까운 장래에 주유소 數가 2만 5천개소까지 감소할 것으로 예상하면서도 주유소의 폐쇄에 대해서는 미묘한 문제가 많고, 논리상으로는 간단하면서도 실천에 옮기는데는 어려운 점이 있다고 보고 있다. 이 회사는 그 이유로서 기존 주유소경영자의 강한 반박과 실업자 발생에 따른 사

회문제화 등을 들고 있다. 이 점에 관해 석유제품 판매업자조합은 폐쇄대상이 되는 것은 소규모이면서 채산성이 낮은 주유소이며 해당 주유소경영자도 사업을 계속해도赤字가 늘어날 뿐이라는 것을 인정하고 있다고 설명하고 있다. 또, 이 조합은 대석유회사와 브랜드계약을 체결하고 있는 계열석유판매업자는 兼業者가 많기 때문에 주유소 경영을 그만둔다고 해서 그것이 바로 失業問題化되지 않는다는 견해를 표명하고 있다.

석유회사에 의한 주유소의 폐쇄방법에 대해서는 일반적으로 브랜드계약의 기한만료와 동시에 공급중지를 통고하는 방법이 취해지고 있는 것 같다. 한편, 공급중지를 통고받은 석유판매업자는 새로이 다른 석유회사로 부터 공급을 받아 사업을 계속하려해도 이 경우에 새로이 공급하는 석유회사에 대해서는 3대 1의 스크랩 앤드 빌드의 原則이 적용되기 때문에 사실상 석유판매업자가 새로운 공급원으로서의 석유기업을 찾는 것은 어렵다고 한다.

또, 석유회사가 自社所有의 주유소를 폐쇄할 때에는 運營者組合과의 협약에 의거 現 운영자에게 보상금을 지불한다. 석유판매업자조합에 의하면 이

報償制度는 73년에 창설되었으며, 그 주된 내용은 다음과 같다.

—폐쇄시에는 석유회사가 現운영자에 대해 1년간의 수입에 상당하는 금액을 報償한다. 그 금액은 최저 약 1만 4천 달러이다.

—해당운영자의 근무연수에 약 2천 5백달러를 더한 금액을 退職金으로서 지불한다(운영자의 사정에 따라 해약하는 경우는 퇴직금만 지불).

—석유회사측의 사정에 따라 계약을 更新하지 않는 경우에는 약 6천달러를 추가하여 지불한다.

이와 관련하여 운영자간에 문제가 발생했을 때는 석유기업 및 운영자조합의 각 대표로 구성하는 조정위원회에 회부시켜 해결하도록 되어 있다. 그러나 지금까지 系列석유판매업자에 대해서는 이와같은 보상제도 마련되어 있지 않다.

이와같은 주유소폐쇄에 대해 석유판매업자측에서도 코스트절감에 의한 採算性向上이 生存策으로서 중요함을 인식하고 있으며, 석유제품 판매업자 조합은 1개 주유소당 채산성 향상을 위해서는 셀 프서비스화도 중요하지만 역시 기본적인 해결책은 주유소의 통폐합이라고 주장하고 있다.

〈表-4〉 注油所 數의 推移

(단위 : 개소)

區 分 \ 年 度	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982
대 석 유 기 업 계 (석유기업소유) (석유판매업자)	6,800 28,200	6,800 26,500	6,700 25,000	6,600 24,400	6,600 23,600	6,600 23,300	6,600 22,700	6,500 22,000	6,300 19,500	6,000 18,000
독 립 석 유 기 업 계	11,000	12,200	13,300	13,000	12,800	12,100	12,200	12,500	12,700	13,500
합 計	46,000	45,500	45,000	44,000	43,000	42,000	41,500	41,000	38,500	37,500

註 : 1) 각 연도말 기준.

2) 독립석유회사계에는 슈퍼마켓의 주유소를 포함.

〈資料〉 석유제품판매업자조합.

이상과 같은 통폐합의 결과, 주유소 수는 〈표-4〉와 같이 추이하고 있으며, 73년-82년 사이에 8천 5백개소(18%)가 감소하였다.

소유형태별로 감소경향을 살펴 보면 대석유회사 계열 중 석유회사소유의 주유소는 73년에 8백개소(12%) 감소하는데 그친 반면 대석유회사계열의 석유판매업자 소유의 주유소는 73년에 1만 2백개소(36%)나 크게 감소하였다. 반면 독립계 석유회

사계열에서는 73년에 2천 5백개소(23%)나 증가했으며, 슈퍼마켓의 주유소는 최근 10년간 2배 정도나 증가하였다.

이러한 주유소의 감소경향에 대해 프랑스石油에서는 채산성이 낮은 소규모 주유소가 폐쇄된 것으로 자연적인 현상이지만 3대 1의 스크랩 앤드 빌드 政策에 의한 효과도 있다고 생각하고 있다. 이 점에 관해 研究工業省에서는 이 시책이 없었다면,

주유소數는 더 증가했을 것이라는 견해를 표명하고 있다.

금후의 주유소 數 동향에 대해서는 장래 대략 1만-1만 5천개소가 감소하여 2만 5천-3만개소가 될 것이라고 전망하고 있다.

2. 政府의 対応

정부의 석유판매업에 대한 관여는 政府介入型이며, 다음과 같은 각종 조치가 강구되어 있다.

(1) 價格, 事業運營

주유소간의 과열경쟁을 방지하고 小規模事業者를 보호할 것을 목적으로 72년 이후 정부는 휘발유 소매가격에 할인한도액을 설정해 놓고 있다. 할인한도액은 정부가 결정하는 정유공장 출하가격에 유통경비와 판매이익을 가산한 최고가격을 하회하여 판매할 때의 허용범위를 규정한 것이며, 72년 이후 고급휘발유는 6 centimes/ℓ, 보통휘발유는 5 centimes/ℓ, 78 이후에는 고급휘발유가 10centimes/ℓ, 보통휘발유는 9 centimes/ℓ로 되어 있었다. 지금까지 대다수의 주유소는 최고가격으로 판매하고, 할인판매를 실시한 것은 슈퍼마켓과 일부 독립계주유소에 限했으며, 그것도 할인한도액내에서 이루어져 市況은 안정되었다고 한다(할인한도액을 넘어서 판매했을 때는 벌금이 부과된다).

그러나, 82년 가을부터 격화되기 시작한 경쟁속에서 슈퍼마켓이 할인한도액을 초과하여 판매하고, 이런 상황에서 83년 11월 정부가 할인한도액을 확

대하기로 결정한 것은 많은 파문을 일으켰다. 정부에 의해 할인한도액이 확대된 후 휘발유 소매가격(파리市內가격)은 <표-6>과 같다. 석유기업은 이런 결정을 계기로 정부의 가격규제가 약화될 것으로 받아 들여 自産 판매망의 합리화를 서두르고 있다. 이러한 움직임에 대해 연구공업성에서는 석유회사가 금후에도 경쟁을 계속해 갈 체제를 갖추어 소규모주유소의 폐쇄, 대규모주유소로의 통합 등 석유제품 유통면에서의 합리화가 피해진다면 장래에는 가격규제가 불필요해질 가능성도 있다는 것을 시사하고 있다.

프랑스石油은 정부에 의한 통제가 본래 바람직하지는 않지만, 현 상태에서 이를 폐지하면 주유소의 도산이 잇달아 일어날 것이며 당분간은 할인한도액의 설정에 의한 가격규제가 필요하다는 태도를 밝히고 있다.

한편, 價格表示에 관해서는 78년부터 79년까지計量器上에 소매가격을 표시하도록 의무화되었으나, 83년 11월경부터는 운전자가 보기쉬운 도로상에 가격표시판을 부착하도록 조치가 취해졌다.

<表-6> 割引限度額 拡大後の 휘발유 小売價格 (단위: centimes/ℓ)

1. 最 高 价 格 (공 장 도 가 격)	496 (184.10)
(제 세 금)	(188.89)
(비축·수송코스트)	(12.17)
(도 매 마 진)	(11.60)
(소 매 마 진)	(21.45)
(小 計)	(418.21)
2. 할 인 한 도 액	17
(부 가 가 치 세)	(77.79)
3. 最 저 가 격(1-2)	479

註: 표중의 가격은 파리市內가격.

부가가치세율은 18.6%.

<資料> 석유제품판매업자조합.

<表-5> 1個 주유소당 휘발유販賣量

(단위: 개소, Kℓ/월)

구 분	항 목	주유소數	월간평균 판매량
(대석유기업계)	석유기업所有	6,000	114
	계열석유업자	18,000	38
	(독립석유기업계)		
	독립계주유소	11,900	24
	슈퍼마켓	1,600	208
	합 計(평균)	37,500	53

註: 82년말 현재.

<資料> 석유제품판매업자 조합.

주유소 건설시에는 3개 허가가 필요하다. 즉 도시계획과의 조정이라는 관점에서 建設許可, 원할한 도로교통의 확보라는 관점에서의 道路許可 및 방화상 관점에서의 可燃性液体 販賣許可 등 세가지이다.

이러한 허가조건과 아울러 주유소 신설시에는 69

년의 공급에 관한 규제에 의거, 주유소증가 억제 를 목적으로 한 3대1의 스크랩 앤드 빌드 原則이 적용되고 있다. 예를 들면, 석유회사가 새로이 自己系列의 주유소를 1개 설치하려고 할 때에는 종래 공급해 오던 3개 주유소에 대해 공급을 중지하도록 의무화되어 있다. 또, 석유판매업자가 자신의 판단으로 주유소를 신설할 경우에는 석유판매업자 자신이 3개소의 代替주유소를 매수하여 이를 폐쇄하는 등의 방법을 취해야만 한다.

정부의 이와 같은 시책과 더불어 주유소 數는 近年 감소경향을 보이고 있으나 英國, 西獨에 비해 그 진전 속도는 완만하다. 이 점에 관해 연구공업성에서는 가격규제에 의한 경쟁의 제한이 결과적으로 주유소 수의 감소에 제동을 걸면서도 넓은 국토에 인구가 분산되어 있는 지리적 조건과 특수성을 들어 英國이나 西獨에 비해 주유소 수가 많은 것은 어쩔수 없는 현상이라고 주장하고 있다.

합리화의 진행과 더불어 금후 주유소의 폐쇄도 진전될 것으로 예상하고 있으나, 연구공업성에서는 이런 경향이 수요의 정체와 경쟁의 격화로 어쩔수 없이 계속되어 금후 약 1만개소의 주유소가 폐쇄될 것으로 예측하고 있다. 연구공업성은 그 영향으로서 특히 농촌의 소비자를 중심으로 원거리까지 가지 않으면 공급받기 어려운 상태가 발생한다는 것과 2만-2만 5천명의 주유소 관계자가 失職하는 것을 염려하고 있다. 이미 어떤 농촌에서는

인근 주유소가 폐쇄되어 20-25km 떨어진 주유소까지 가야만 하는 고충이 있다고 한다. 이와 관련하여 전국연료 회발유商組合聯合會에 의하면 현재 정부에서는 일정 인구에 미달하는 농촌에서는 특별허가없이 자유롭게 주유소를 개설할 수 있도록 하는 法案을 검토하고 있으며, 또 일부 농촌에서는 주민의 손으로 주유소를 설치하려는 움직임이 있다.

또한, 현재 연구공업성을 중심으로 상세한 내용은 밝혀지지 않았지만 소규모사업자의 사업근대화 및 폐업자에 대한 조성책 등을 내용으로 한 近代化基金의 창설이 검토되고 있다고 한다.

(2) 注油所의 保安, 施設規制

프랑스石油에 의하면 프랑스에서는 도시공간, 건축물구조의 차이때문에 화재 등 방화면에서의 규제는 비교적 까다롭지 않으나, 반면에 지하수의 오염 방지 등 환경면에서의 규제가 까다롭다고 한다.

또, 地下나 屋內에서의 주유소 설치도 가능하지만 일반적인 주유소에 비해 지하에 주유소를 설치할 때에는 온도상승자동탐지기의 설치의무 등 다소 규제가 까다로우며, 옥내주유소에 대해서도 대중이 출입하는 시설내에 설치할 때는 특별한 규제를 받는다 고 한다. 그러나 연구공업성에 의하면 주유소의 사고사례는 극히 드물며 화재사고는 최근 2년간 한 건도 발생하지 않았다고 한다. *

□ 消費国短信 □

先進經濟頂上會談, 이-이戰에 대해
낙관적 見解 표명

先進7개국 經濟頂上들은 6월 9일 런던에서 사흘동안의 회담을 끝낸후 共同聲明을 발표하였는데 그중 이-이戰에 관하여 다음과 같이 언급했다.

첫째, 기존의 국제적 조직이 石油市場의 장래에 관해서 예상할 수 있는 모든 問題에 대해 적절히 대처할 수 있다고 믿는다.

둘째, 頂上會談 참가국들은 이란, 이라크兩國이

하루 빨리 상호공격과 余他國家들의 船舶에 대한 공격을 중지할 것을 희망하며, 전쟁이 더 이상 확대되지 않을 것을 희망한다.

세째, 靑灣事態의 石油供給이 지장을 받는다하더라도 적절한 石油供給은 당분간 유지될 것이며, 우리는 이를 위한 石油備蓄, 余他供給源의 활용 가능성, 石油消費節約 등에 만족하고 있다.