



인

류가 가지고 있는 모든 부
존자원중에서 최대의 효
용가치를 가지고, 인류사
의 발전에 가장 크게 기여한 것은 다
름아닌 석유자원이라고 해도 과언은
아닐 것이다.

인류가 이러한 석유자원을 처음으

현대정유의 전신인 極東精油가 국
내 최초의 민간기업으로 석유산업에
발을 들여 놓은 것이 1964년 11월,
올해로 31년째를 맞이하고 있고, 다
시 현대정유의 모습으로 새출발 한
것은 '93년 7월 1일로 채 1년이 되
지 않았다.

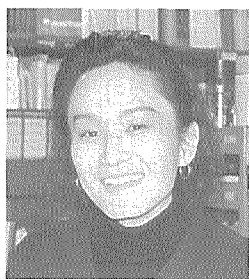
그러니까 現代精油는 30년의 경

세계 초일류 기업을 향하여

현대정유의 어제 · 오늘 · 내일

로 생활에 이용하기 시작한 것은 유
사이전으로까지 거슬러 올라가는 장
구한 역사를 가지고 있지만, 정작 본
격적으로 유전을 발견하고 상업적인
생산을 시작한 것은 불과 150여년전
의 일이다. 인류는 이 150여년의 기
간동안에 그 이전 수천년의 기간보
다 더 많은 발전과 놀라운 변화를
이루어 내었다. 바로 석유자원의 힘
을 빌어서.

이 150여년의 기간중에서 우리나
라가 석유산업에 발을 들여놓은 것
은 이제 30여년으로 접어들고 있고,
現代精油는 그 역사와 함께 해 왔다.



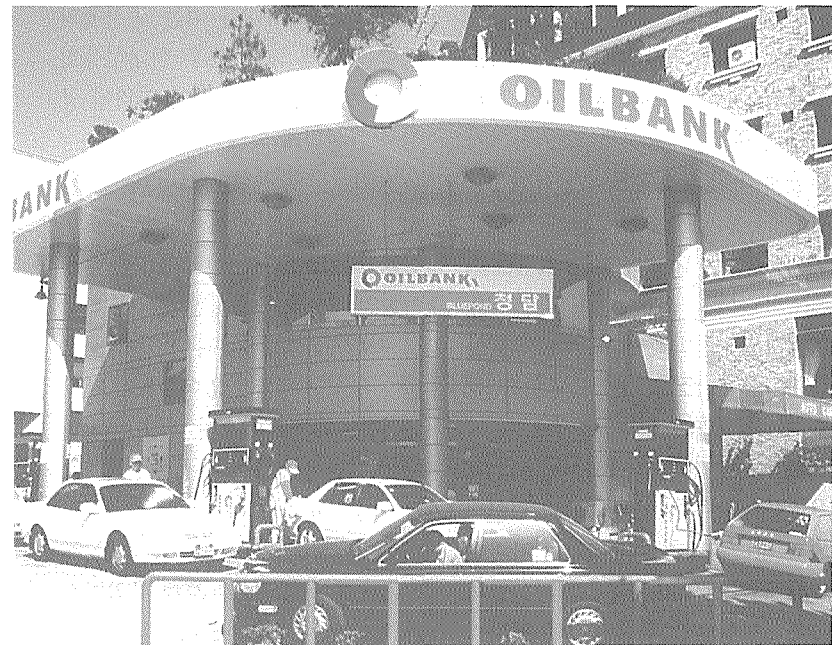
金 周 映
〈현대정유 흥보팀〉

힘을 뒤로 안고 변화에 앞장서는 기
업으로 다시 태어난 정유업계의 신
세대이다.

그러면 7월 1일 現代精油 탄생의
첫들을 맞이하는 시점에서 지금의
現代精油가 있기까지의 과정과 지금
의 모습, 그리고 미래상을 간략하게
나마 소개하고자 한다.

1. 윤회유 생산의 선두주자로 산업의 기계화에 앞장서며

現代精油의 전신인 極東精油는
1964년 지금의 釜山공장에서 3,0



00B/D규모의 상압증류시설과 2,000B/D규모의 감압증류시설을 갖추면서 본격적으로 출발했지만, 사실상은 1960년부터 극동정유공업 주식회사가 설립되어 윤활유 생산을 지속적으로 해왔기 때문에 油公에 앞서 국내 최초로, 또한 순수 민간기업으로서 석유관련산업을 일으킨 셈이 된다.

釜山공장이 처음 가동될 때는 폐유재생기계를 도입해 윤활유를 생산하는 것으로부터 출발했는데, 당시에는 우리나라가 기계화를 통한 산업화에 한창 박차를 가하고 있던 때였던 만큼 윤활유의 수요는 날이 갈수록 급증하고 있었다. 게다가, 1962년에는 정부의 「윤활유 수입 금지」조치까지 내려져 당시 별표라는 상표

로 판매되고 있던 극동정유공업(주)의 윤활유 상품은 독점으로 날개 돋친듯이 팔려나갔다. 특히, 별표 윤활유는 최초로 윤활유 부문 KS마크를 획득하여 우리나라 산업의 기계화를 이끄는 데 적지않은 역할을 담당했다.

이처럼 윤활유사업에서 큰 성공을 거둔 극동정유공업(주)는 우후죽순처럼 생겨나는 윤활유업체들로 인한 경쟁에서 벗어나기 위해 1964년 작은 규모지만 釜山공장에 석유정제시설을 갖추고 본격적인 석유정제업에 뛰어들게 되었다. 이로써 극동정유공업(주)는 극동석유공업(주)로 상호를 변경하게 되었는데, 이것이 지금의 現代精油의 전신인 極東精油(주)의 모체가 되었다. 그러나 석유정제업에 본격적으로 뛰어들었다 하

더라도 사실상 당시의 극동석유공업(주)는 연료유의 생산보다는 주로 조유를 생산하여 고급윤활유를 원활하게 공급하는데 주력했다.

또, 1967년부터 시작된 제2차 경제개발5개년 계획에 따라 경부고속도로의 건설을 비롯한 전국 주요 도로망의 건설이 시급해지면서 아스팔트의 수요가 급증하게 되었다. 따라서 블로운 아스팔트(Air-Blown Asphalt)를 비롯한 고급 아스팔트를 개발, 생산함으로써 전국의 도로포장화에도 한몫을 하였다.

2. 업전과 조개마크의 극동셀 석유의 출발

극동석유공업(주)는 1967년부터 제2차 경제개발5개년계획이 실시되면서 경쟁력을 강화하고 경영합리화를 이루지 않으면 안된다는 위기감을 가지고 선진국의 정유사와의 합작을 통해 경영개선을 이루어 나가기 위한 길을 모색하게 되었다. 그 결과 세계적인 석유메이저 그룹의 하나인 Royal-Dutch shell사와 합작투자계약을 체결하게 되어 1969년 1월 31일에는 상호를 극동셀석유주식회사로 변경하게 되었다.

셀과의 합작 이후 셀 고급윤활유 공장을 준공하였고, 기존설비를 증설하였으며, 판매활성화를 위한 극동셀 판매주식회사를 설립하는 등 활발한 활동을 전개하였으나, 기존의 윤활유와 아스팔트 중심의 생산,

판매는 계속되었다. 그러던 중 1973년 제4차 中東戰으로 인한 제1차 석유 위기가 일어나 전세계적인 경제 위기를 가져온 것은 물론, 국내 석유류 수급도 불안정해져 무역수지가 악화되고 물가가 급등하는 등 사회 전반적으로 큰 타격을 받았다. 때문에 연료유 생산을 위주로 하고 있던 기존의 정유사들은 적지않은 영향을 받았으나, 극동셀석유(주)는 윤활유와 아스팔트를 주로 생산하고 있었기 때문에 비교적 큰 영향을 받지 않고 슬기롭게 헤쳐나올 수가 있었다.

3. 대산공장의 준공

1977년 셸이 한국에서 철수하게 되면서 합작계약이 해지되자 셸이 가지고 있던 지분 50%를 現代가 매입하게 되어 새로운 동반자로 자리 잡게 되었고, 극동석유주식회사와 극동셀판매주식회사의 상호를 각각 극동석유주식회사와 세일석유주식회사로 변경하였다.

당시는 한국경제가 고도성장의 길을 달리고 있었고, 점차적으로 기업간의 경쟁상황이 예고되고 있던 상황이라 셸과의 결별 이후 독자적인 발전의 길을 모색해야 했던 극동석유(주)로서는 장기적인 회사발전 계획을 세워야 했다. 그때 이미 極東石油는 상압증류시설 1만 B/D 증설허가를 받아 놓은 상황이었으나, 기존의 타 정유사들이 대규모의 증설을 서두르고 있는데 비하면 너무도 미

미한 것이었다. 그래서 극동석유는 일대도약을 이루어보겠다는 의지로 정제시설 6만B/D의 증설사업 계획을 수립하였고, 동시에 기존의 허가내용에 대한 상압증류탑과 감압증류탑의 증설, 경질유수소화탈황장치, 수소화공장, 대규모 원유저장탱크, 폐수처리시설, 아스팔트 제조설비, 열병합발전설비 등을 보완하거나 신설해, 정유공장으로서의 면모를 갖추는데 노력했다.

極東石油가 한창 정제시설 6만B/D공장의 건설을 준비하고 있었던 '80년대는 제2차 석유위기의 여파로 인해 발전소를 비롯한 각종 산업체들이 그 연료를 석유류에서 원자력이나 석탄등으로 대체하는 바람에 특히, 중질유의 수요가 격감하게 되어 앞으로는 경질유의 수요가 급증할 것이라는 예상을 낳게 했다.

이러한 가운데 먼저 6만B/D정제공장이 들어설 부지를 선정함에 있어 기존의 부산공장이 있는 부산시 남구 용당동 일대의 공유수면매립지를 검토하였으나, 부적절한 여러가지 여건으로 인해 서해안을 안고 있는 忠南 서산군 대산면 일대에 공장을 건설하게 되었다.

특히, 大산공장은 공업화의 불모지였던 이 지역에 처음으로 입지를 선정하므로써 진입도로의 건설을 비롯해 공업용수의 확보, 항만시설등 기타 공장가동에 필요한 모든 부대시설을 순수한 민간자본만의 힘으로 완공해 이 지역의 발전에 일조함은

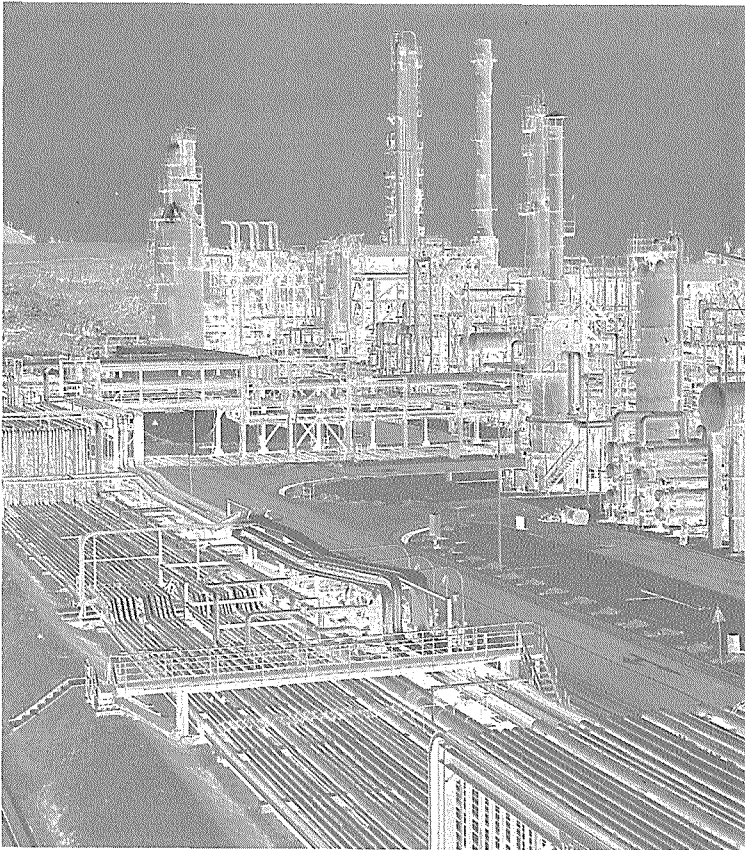
물론 서해안 시대를 여는 촉진제의 역할을 하게 되어 이후 현대석유화학, 삼성종합화학등이 이 지역에 공장을 건설하게 되었다.

大산공장의 건설은 1983년 10월 공장건설의 기본설계작업에 착수한 것을 시작으로 1989년 10월 주요 시설인 중질유분해시설이 최종완공될 때까지 약 6여년의 기간이 소요된 극동석유사상에 있어 가장 큰 획을 긋는 대역사였으며, 大산공장의 준공 이후 상호를 극동정유주식회사로 변경하게 되었다.

특히, 중질유분해시설은 값싼 중질원유를 정제과정을 통해 부가가치가 높은 경질유로 생산해내는 것으로 당시 극동석유가 국내 최초로 그 기술 및 시설을 도입하므로써 국내에 석유정제신기술을 전파하는 역할을 하기도 했다. 또 이 중질유분해시설은 기존의 다른 어떤 정제시설보다도 원유에 함유되어 있는 유헴수율이 월등히 높아 환경오염을 방지하는 데에도 크게 기여하고 있어 극동정유는 「크리엔너지」를 기업모토로 내세우게 되었다.

4. 현대정유의 탄생

1989년 11월 13일 대산공장의 준공식이 치뤄지고 공장이 정상가동된지 얼마되지 않은 1991년 2월 대산공장의 최고 주요시설이라 할 수 있는 중질유분해시설에 대형 화재가 발생하는 사건이 일어났다. 그 화재



로 인해 거의 1년여동안 증질유분해 시설의 정상가동이 불가능했고, 이의 복구비용도 막대했다. 때문에 공장건설에 소요된 투자비용을 회수하기도 전에 이와같은 치명적인 화재를 입은 極東精油는 심각한 재정난을 겪을 수 밖에 없었고, 결국 1993년 6월30일 주주간의 합의를 통해 경영권을 現代그룹이 완전히 인수하게 되므로써 지금의 現代精油가 탄생하게 되었다.

現代精油는 현재 그룹종합기획실장을 겸하고 있는 沈鉉榮 사장과 현대석유화학 부사장을 겸하고 있는

鄭夢麟 부사장을 공동대표로 선임하고, 본사를 공장이 있는 大山으로 옮기는 한편 가장 시급한 현안인 정제 시설의 증설사업에 본격적으로 착수하게 되었다. 총 7천7백억원이 투입될 이 증설사업은 美國 UOP사에 의해 최신 개발된 2만배럴 용량의 연속개질휘발유 제조시설을 포함해 일산 20만 배럴규모로 건설되고 있는데, 특히 연속개질휘발유 제조시설은 이 부문에서는 가장 최신의 최첨단 기술이다. 또 이외에도 3만배럴 규모의 증질유탈황시설과 저공해이면서 옥탄가를 110까지 끌어올려 그

린 휘발유를 생산해낼 수 있는 알킬레이션 공정을 도입하는 것도 추진 중에 있다. 때문에 증설사업이 완료되면 대신공장의 정제시설은 어느 정유사에 못지않은 최첨단 시설을 고루 갖추게 될 것이다. 이와같은 증설사업은 현재 일산 11만 배럴규모인 대신공장의 정제시설능력을 일산 31만 배럴로 증가시키므로써 최소한의 규모의 경제성을 갖출 수 있도록 하는 것으로 現代精油 대도약의 첫 번째 움직임을 말한다.

현대정유에 있어 大山공장의 증설사업의 의미는 단지 정제시설규모의 확장이라는 데만 있지는 않다. 오는 '96년을 완공목표로 진행되고 있는 이 증설사업이 완료되는 시점이면 늘어난 공급물량을 충분히 소화시킬 수 있는 만큼의 주유소망을 확보하게 될 것이다. 현재 지역적으로 편중되어 있는 계열주유소의 분포를 전국적으로 고루 분포할 수 있도록 하여 7%대에 머물고 있는 내수시장 점유율을 증설이 완료되는 시점까지는 적어도 15%까지 끌어올려 어느 지역에서도 고객들이 현대정유의 앞서가는 서비스를 받을 수 있도록 할 것이다.

또, 원활한 물량공급을 위한 최우선 과제인 지역별 저유소의 확보를 위해서도 내년까지 총 2천5백억원을 투입하여 釜山 감만동과 仁川, 군산, 목포, 울산 등지에 저유소를 지을 계획이며, 증설에 따른 제품 출하를 위해 10만톤과 3만톤 규모의 배가 동

시에 접안할 수 있는 항만시설의 공사도 진행시킬 계획이다.

또, 現代精油는 이러한 생산시설 및 부대시설의 확충 뿐 아니라 적극적인 판매망을 확보하기 위한 전략으로 지역별 각 지사와 영업소의 수를 늘리고 그 기능을 대폭 강화하였다. 또, 기존의 직영판매회사인 세일석유주식회사 외에 자영판매회사였던 영진석유주식회사와 광주석유주식회사를 그룹사로 편입시켜 직영화하였다는 사실은 무엇보다도 영업조직을 강화하겠다는 현대정유의 의지를 잘 반영하고 있다.

뿐만 아니라, 해외유전개발사업에서도 활발한 활동을 벌여 가시적인 성과를 거두고 있고 현재 中國육상지역에서의 유전개발타당성을 조사 중인 것을 비롯해 앞으로는 동남아와 호주, 남미지역의 유전개발에도 적극적으로 참여해 석유산업의 상류부문과 하류부문을 수직적으로 연결시킬 수 있도록 할 계획이다.

이와 같은 現代精油의 움직임은 국내 최대 기업인 현대그룹의 주력 기업으로서의 면모를 갖추기 위한 계획의 일부분이라 할 것이다. 현대정유가 일단 그 출발선을 떠난 이상은 순간순간 전력질주해 나갈 것이다.

5. OILBANK (오일뱅크) 와 기업문화

‘현대정유 = OILBANK = 주유소’

現代精油가 자체 주유소브랜드명을 「OILBANK」로 결정했다. 이제 「주유소」라는 단어에 대해서도 세대교체가 이루어질 때가 된 것이다.

現代精油는 지난해 10월부터 NEW CIP 개발의 일환으로 새로운 주유소브랜드 개발작업에 착수했다. 기존의 시장에서 열세의 위치에 놓여져 있었기 때문에 이의 이미지를 완전히 벗어버리고 새롭게 도전할 수 있도록 하기 위해서는 이미지의 대전환이 절실했다. OILBANK는 이러한 바람을 충분히 만족시켜줄 것으로 기대되고 있다. 우선 주유소의 외관을 결정하는 기본 디자인이 기존의 것들과는 달리 세련되고 깔끔하게 형상화되어 있어 소비자들의 호감을 끌 수 있을 것이며, 이와 더불어 앞으로 신축될 OILBANK 건물에 대해서는 표준모델을 선정하여 적용할 계획이다.

이 표준모델이란 OILBANK만의 독특함을 표현할 수 있도록 OILBANK간의 통일성을 기할 수 있도록 설계중인데, 이에겐 경정비 코너와 세차장등을 갖추도록 하여 종합자동차서비스 센터의 기능을 할 수 있도록 하고, 또 OILBANK는 단순한 주유소의 개념을 뛰어넘은 생활문화 공간으로 자리잡을 수 있도록 편의점이나 항공권, 공연티켓 등을 예약할 수 있는 코너도 마련할 계획이다. 아직은 이러한 일련의 계획들이 시작단계에 불과하지만, 하나하나 가시화되어 가고 있는 것은 확실하다.

이처럼 OILBANK가 조금씩 그 자리매김을 해감에 따라 현대정유 임직원들의 움직임은 더욱 발빠르게 돌아가고 있다.

우선 오는 7월부터 「KISS 캠페인」이라는 독특한 이벤트명으로 OILBANK의 고객서비스를 실시할 예정인데 Kind(친절하고), Impressive(기억에 남으며), Speedy(신속하고), Smooth(부드러운)라는 캐치프레이즈를 내건다. 이를 통해 계열주유소의 영업력 강화를 위해 매년 실시해 오고 있는 주유소 이벤트를 OILBANK의 출발과 함께 그 취지나 내용을 더욱 강화해나가고자 하는 것이며, 이에 따른 각종 지원도 아끼지 않을 것이다.

또, 회사와 주유소간의 원활한 정보공유 체계를 이룰 수 있도록 주유소장들에 대한 정기적인 교육을 실시하는 것은 물론, 상호간의 유대관계를 돈독히 하기 위해 전 임직원을 대상으로 하는 ‘1인 1주유소 자매결연맺기’ 운동을 펼쳐 좋은 반응을 얻고 있다.

한편 現代精油는 ‘OILBANK’의 출발로 주유소 시장의 세대교체를 선언했다. 그런만큼 OILBANK는 주유소업계의 신세대다. 따라서 앞으로 OILBANK는 주유소업계의 변화를 주도해가는 기업으로 커 갈 것이다.

어제까지의 現代精油가 파도의 흐름에 그저 쓸려가기만 했던 작은 조각배였다면 오늘의 현대정유는 단단



한 갑판위에 커다란 돛을 달고 전 직원이 노를 저어가며 파도의 흐름을 앞서 달려가는 배에 비유할 만하다.

그런만큼 매사에 임하는 現代精油 임직원들의 눈빛이 예전과는 많이 달라졌다는 말을 심심치 않게 듣는다. 또 실제로도 채 1년이 되지 않는 시간이지만, 전임직원들의 사고에 많은 변화가 있었던 것도 사실이다. 물론 現代그룹이 가지고 있는 적극적이고 성취하고자 하는 기업문화의 영향이 있긴 하지만 그것이 전부는 아니다.

'93년 7월 1일 現代精油로의 변신

이후 現代정유는 누구보다도 바쁘게 뛰어왔고, 나름대로의 성과도 거두었다. 그러한 과정에서 임직원들은 「우리도 할 수 있다」라는 자신감과 함께 성취욕구를 가지게 되었고, 미래상에 대한 희망도 볼 수 있게 되었다.

갈길이 멀다는 것은 알지만 오히려 그 사실이 現代精油 임직원들을 더욱 신바람나게 한다. 왜냐면 하나 하나 이루어가는 성취감을 느낄 수 있기 때문이다. 이것이 바로 現代정유 임직원들을 변화시키는 것이다.

現代精油는 지난해 과도기적인 시

기의 종업원간의 화합을 이끌어내기 위해 '93 하나로 운동을 전개한 바 있다. 올해도 이에 이어 「하나로 다 함께」라는 주제이래 現代精油 뿐 아니라 세일석유와 영진석유 전임직원들을 대상으로 하는 의식혁신교육을 실시하고 있다. 現代정유는 이러한 교육을 매년 연계적이고 지속적으로 실시해 임직원들의 자질을 함양함으로써 21세기 초우량기업으로 도약하기 위한 준비를 게을리하지 않을 것이다.

아직 現代정유만의 독특한 기업문화가 정립되었다고 말하기에는 이른 감이 있다. 하지만, 이미 OILBANK 라는 독특한 주유소브랜드로 도전장을 낸 것처럼 現代정유만의 독특하면서도 건설적인 기업문화를 만들어 갈 것이다.

6. 맺는말

現代精油는 7월 1일로 탄생 첫돌을 맞는다. 말 그대로 숨가쁘게 달려왔다.

그런 만큼 現代정유에게는 앞으로 이루어야 할 많은 목표와 계획들이 산재해 있고, 이것이 단지 계획에 지나지 않은 것은 아니다.

現代정유의 궁극적인 미래상인 21세기 종합에너지산업 분야의 선두 주자로서의 충분한 면모를 갖추고 세계적인 초우량기업으로 발돋움하기 위해 現代정유 전임직원은 하루 하루 노력해 갈 것이다. ♣