



'99년 상반기 석유수급동향 분석



김 주 현

〈 석유협회 기획조사팀 차장 〉

1. 개 요

'99년 상반기는 석유수급이 생산과 내수 양측면에서 크게 회복된 시기였다.

우선 '98년도 상반기는 외환위기로 인한 자금난으로 원유도입이 어려웠고, 경기침체에 따라 소비심리가 크게 위축되어 국내석유생산은 1.6% 감소했으며, 소비는 14.4% 감소하였다

그러나 금년들어 산업생산의 회복과 내수시장의 활성화로 국내석유시장은 빠르게 회복하여 국내석유소비는 상반기 동안 무려 7.8% 증가하였고, 생산도 3.1% 증가하였다. 그러나 석유소비가 비록 크게 증가하였지만 지난해의 감소폭에는 미치지 못하여 외환위기 이전과 비교할때 90% 수준에 불과한 실정이다.

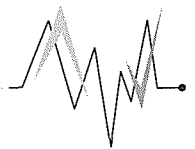
한편 석유제품수입은 내수증대로 전년동기보다 7.1% 증가하였고 이는 전년 같은 기간의 9.4% 감소에 비해서

크게 증가한 것이다. 또한 석유제품수출은 생산에 비해 소비의 증가폭이 큼에 따라 잉여물량이 줄어들어 6.4% 감소하였으며 이는 전년동기의 36.8%의 증가에 비해 크게 줄어든 것이다.

	1998년 상반기			1999년 상반기		
	천배럴	천 B/D	전년동기 대비(%)	천배럴	천 B/D	전년동기 대비(%)
제품생산	431,895	2,386	△1.6	445,338	2,460	3.1
내 수	330,715	1,827	△14.4	356,439	1,969	7.8
제품수입	87,551	484	△9.4	93,794	518	7.1
제품수출	177,135	979	36.8	165,746	916	△6.4
원유도입	417,735	2,308	△2.5	441,226	2,438	5.6
원유처리량	412,710	2,280	△2.3	424,672	2,346	2.9
가 동 률	93.5%		△2.2P	96.2%		2.7P

2. 원유도입 및 가동률

원유도입량은 지난해는 외환위기로 원유도입이 원활하지 못했고 또한 국내 소비위축으로 가동률이 저하됨으로써



감소하였으나, 금년 들어서는 석유수급이 크게 호전되어 전년동기 대비 5.6% 증가하였다.

〈표1〉 원유수급현황

(단위 : 천배럴)

	도입량	처리량		재고량
		물량	가동률	
98년	819,094 (△6.2)	825,890 (△5.3)	92.8 (△5.29)	3,598 (△68.4)
98년 상반기	417,735 (△2.5)	412,710 (△2.3)	93.5 (△2.3)	15,907 (△3.6)
99년 상반기	441,226 (5.6)	424,672 (2.9)	96.2 (2.7)	19,225 (20.9)

주) ()는 전년동기대비 증감률

원유도입은 '98년의 경우 내수급감에 따라 주로 현물수입이 감소하였으나 올 들어서는 내수가 크게 늘면서 단기적인 물량 조정이 용이한 현물수입이 크게 증가하였다. 따라서 지역별로는 현물계약이 많은 아프리카, 미주, 유럽 지역의 원유도입이 크게 증가하였고 장기계약이 많은 중동 산 원유는 오히려 2.6% 감소하였다.

〈표2〉 지역별 원유도입

(단위 : 천배럴)

	중동	아시아	아프리카	미주	유럽	계
98년	622,005 (△3.7)	113,493 (△6.5)	61,907 (△24.6)	17,594 (△25.4)	4,095 (520.5)	819,094 (△6.2)
98년 상반기	316,606 (△0.9)	60,057 (0.3)	29,764 (△15.8)	11,308 (△12.7)	- (-)	417,735 (△2.5)
99년 상반기	308,401 (△2.6)	49,786 (△17.1)	59,888 (101.2)	16,003 (41.5)	7,148 (-)	441,226 (5.6)

주) ()는 전년동기대비 증감률

정제시설 가동률은 정기보수 관계로 전년에 비해 낮아진 쌍용정유를 제외하고는 전반적으로 높아져 전체적으로 전년동기대비 2.7%포인트 상승한 96.2%를 나타냈다. 특히 한화에너지는 전년도 상반기 가동률이 37.0%에 불과했으

나 금년 상반기는 44.7%로 크게 개선되었다.

〈표3〉 사별 원유 처리량 및 가동률

(단위 : 천배럴)

	SK	LG	한화	쌍용	현대	계
98년	274,851 (93.0)	209,342 (95.6)	35,737 (35.6)	184,961 (114.4)	121,000 (106.9)	825,891 (92.8)
98년 상반기	134,303 (91.6)	107,164 (98.7)	18,431 (37.0)	91,706 (114.4)	61,106 (108.9)	412,710 (93.5)
99년 상반기	142,794 (97.4)	111,124 (102.3)	22,264 (44.7)	82,262 (102.6)	66,229 (118.0)	424,672 (96.2)

주) ()는 가동률

3. 석유제품 수급현황

공급은 생산량이 445.3백만배럴로, 국내외 석유시장 여건이 개선됨에 따라 정제시설 가동률이 높아져 전년동기보다 3.1% 증가하였고, 수입량은 93.8백만배럴로 생산에 비해 더 큰 폭의 내수증대로 인해 전년동기보다 7.1% 증가하였다.

수요는 내수판매량이 356.4백만배럴로 경기회복세에 따른 전반적인 산업활동의 호조 및 이에 따른 소비심리의 급격한 회복으로 전년동기보다 7.8% 증가하였고, 수출량은 내수증대로 인한 잉여물량감소로 전년동기보다 6.4% 감소하였다.

〈표4〉 석유제품 수급

(단위 : 천배럴)

	수요			공급		
	내수	수출	계	생산	수입	계
98년	669,804 (△15.6)	342,930 (48.4)	1,012,734 (△1.2)	864,847 (△5.1)	179,366 (△5.6)	1,044,213 (△4.8)
98년 상반기	330,722 (△14.4)	177,135 (36.8)	507,857 (6.5)	431,895 (△1.6)	87,551 (△9.4)	519,446 (△0.5)
99년 상반기	356,442 (7.8)	165,746 (△6.4)	522,188 (2.8)	445,338 (3.1)	93,794 (7.1)	539,132 (3.8)

주) ()는 전년동기대비 증감률, 수출은 병커링 포함



4. 석유제품 소비실적

1) 부문별 석유수요 소비

국내소비는 경기회복과 더불어 연초부터 빠른 회복세를 보여 전년동기보다 7.8% 증가하였다.

특히 전년도에 상대적으로 큰 폭의 감소를 나타냈던 가정상업부문이 전년동기대비 33.9% 증가하는 등 연료전환이 이루어진 발전부문을 제외하고는 전반적으로 증가세를 나타냈다.

〈표5〉 부문별 석유소비

(단위 : 천배럴)

	산업	수송	가정상업	발전	기타	합계
98년	345,805 (△0.8)	187,731 (△17.7)	102,197 (△28.2)	21,771 (△61.8)	12,768 (△29.0)	669,804 (△15.6)
98년 상반기	168,478 (3.3)	91,205 (△15.9)	50,698 (△32.5)	13,877 (△56.6)	6,464 (△38.8)	330,722 (△14.4)
99년 상반기	172,602 (2.5)	95,936 (5.2)	67,858 (33.9)	13,192 (△4.9)	6,854 (6.0)	356,442 (7.8)

주) ()는 전년동기대비 증감률

산업부문은 비중이 가장 높은 화학제조업에서 2.3% 감소했음에도 불구하고, 농림수산업 18.8%, 섬유제조업 3.0%, 종이펄프업이 17.0% 증가하는 등 대부분 업종에서 소비가 늘어나 전년동기보다 2.5% 증가하였다.

〈표6〉 산업부문 업종별 소비현황

(단위 : 천배럴)

	전체	화학제조업	농림수산업	섬유제조업	종이펄프업	요업
98년	345,805 (△0.8)	248,698 (4.9)	22,100 (△12.3)	10,306 (8.7)	7,792 (△15.4)	6,886 (△31.6)
98년 상반기	168,478 (3.3)	122,788 (13.0)	10,157 (△18.8)	5,003 (△0.1)	3,814 (△18.5)	3,448 (△30.0)
99년 상반기	172,602 (2.5)	119,944 (△2.3)	12,064 (18.8)	5,151 (3.0)	4,462 (17.0)	3,598 (4.4)

주) ()는 전년동기대비 증감률

수송부문은 산업경기와 소비심리회복으로 전년동기대비 5.2% 증가하였다. 특히 해상수송물동량 증대로 선박용 유류가 전년동기대비 8.0% 증대하였고 도로용 유류도 5.0% 증가하였다.

〈표7〉 수송수단별 소비현황

(단위 : 천배럴)

	전체	도로	해운	항공	철도
98년	187,731 (△17.7)	142,383 (△21.2)	28,752 (△0.4)	14,434 (△11.8)	2,162 (△1.5)
98년 상반기	91,205 (△15.9)	68,971 (△19.9)	14,111 (6.0)	7,054 (△10.2)	1,069 (△0.9)
99년 상반기	95,936 (5.2)	72,443 (5.0)	15,241 (8.0)	7,148 (1.3)	1,104 (3.3)

주) ()는 전년동기대비 증감률

2) 제품별 석유소비

제품별로는 휘발유가 승용차의 보유대수 및 내수판매량의 증가로 전년동기 대비 5.1% 증가하였다.

등유는 '98년 8월 보일러등유의 보급에 따른 경유 대체 수요가 늘어나고 전년도 난방용소비가 급격히 감소한데 따른 반등효과로 전년동기 대비 51.1% 증가하였다.

경유는 보일러등유로의 연료전환에도 불구하고 수송용 유류소비의 증대로 전년동기 1.1% 증가하였다.

B-C유는 중유화력발전의 소비감소에도 불구하고 산업용 선박용 및 난방용의 소비증대로 전년동기대비 2.6% 증가하였다.

나프타는 석유화학산업의 정기보수가 3~4월 중에 일부 실시되는 관계로 전년동기 대비 1.7% 증가에 머물렀다.



〈표8〉 제품별 석유소비

(단위 : 천배럴)

	전 체	휘발유	등 유	경 유	B-C유	나프타
98년	670,272	61,089	61,457	120,372	107,130	213,860
	(△15.6)	(△14.4)	(△27.7)	(△27.8)	(△33.2)	(9.7)
98년 상반기	330,715	29,471	28,514	60,598	58,729	104,028
	(△14.4)	(△11.0)	(△34.8)	(△28.2)	(△28.4)	(16.2)
99년 상반기	356,439	30,978	43,071	61,287	60,283	105,783
	(7.8)	(5.1)	(51.1)	(1.1)	(2.6)	(1.7)

주) ()는 전년동기대비 증감률

5. 석유제품 수출입

1) 석유제품 수입

석유제품 수입은 전년동기 대비 7.1% 증가하였으며 이는 LPG의 수입이 무려 37.7% 증가한데 기인한 것이다

등·경유의 경우 지난해 8월부터 보급된 보일러등유로 인해 제품간 수급조절이 용이하여 수입이 각각 79.9%, 57.9% 감소하였다.

〈표9〉 제품별 수입실적

(단위 : 천배럴)

	1998년 상반기		1999년 상반기	
		증감률		증감률
등 유	4,588	△50.1	921	△79.9
경 유	934	5.0	393	△57.9
B-C유	9,255	△40.9	10,297	11.3
나프타	50,792	38.3	49,106	△3.3
LPG	19,757	△33.9	27,212	39.7
기 타	2,225	△47.6	5,865	163.6
계	87,551	△9.4	93,794	7.1

2) 석유제품 수출

제품수출은 내수증대로 인한 잉여물량 감소로 전년동기 보다 6.4% 감소하였다. 특히 수송용 연료유인 휘발유, 경

유, 제트유의 수출이 각각 46.3% 32.4% 22.2% 감소하였으나 LPG는 무려 155.3% 증가하였다. ☹

〈표10〉 제품수출실적

(단위 : 천배럴)

	1998년 상반기		1999년 상반기	
		증감률		증감률
휘발유	9,152	202.1	4,914	△46.3
등 유	3,884	△4.1	6,941	78.7
경 유	67,297	44.4	45,470	△32.4
B-C유	44,044	13.9	58,448	32.7
제트유	24,124	85.6	18,764	△22.2
나프타	22,201	22.1	20,611	△7.2
LPG	2,734	52.7	6,979	155.3
기 타	3,699	△13.2	3,619	△2.2
계	177,135	36.8	165,746	△6.4

용 어 해 설



인터넷 액세스 광고

소비자에게 인터넷 사용을 무료로 제공하는 대신 특정 광고 창(窓)을 보게 하는 형태의 광고를 말한다. 앞으로 인터넷 접속 서비스 사업을 하는 ISP(Internet Service Provider)사업자들끼리 가격경쟁 심화가 예상됨에 따라 일반화될 경향이 높은 광고 형태다. 즉 사용자들에게 인터넷을 무료로 제공하고 비용을 광고주에게 받는 것은 사용자나 ISP입장에서 모두 이득이 있기 때문 기업의 입장에서 보면 사용자의 등록정보를 이용하기 때문에 보다 정확한 목표고객에게 접근할 수 있다는 점에서 활용 가치가 있다. 인터넷 액세스(Internet Access)형 광고는 사용자가 꼭 봐야하는 광고창에 대한 부담감에 비해 실제 인터넷을 이용으로 얻는 결과물의 가치가 커야 보다 많은 사용자를 확보, 미디어로서 가치를 인정받을 수 있다.