

# 해외석유정보

본 란은 해외석유산업에 대한 동향과 정보를 파악하기 위하여 석유협회에서 발간중인 석유정보다이제스트 내용을 발췌하여 실은 것이다. <편집자 주>

## 메이저의 중국시장 참여

이번에 새로 탄생하는 회사는 자사주 약 54%를 유지하는 한편, 국영 은행킨소시엄(국제차관단)은 31%의 지분에 37억\$의 채권의 주식화에 동의했다.

에너지부문에 대한 국제적 투자가는 SINOPEC이 15%의 주식을 제공한 후에도 그 투자가 SINOPEC의 경영을 지배하는데 까지 가기 위해서는 그 길이 멀다는 것을 알고 있다.

한 중국 전문가는 SINOPEC은 완강하게 '신규 주식공모는 단순한 투자조달을 위한 거래'로 보고 있다고 한다.

SINOPEC은 확실히 거대 시장을 가진 에너지기업이다. 중국의 석유수요는 금년 10% 이상 증가해 485만 b/d 정도인데, 이대로라면 일본(550만b/d)을 제치고 2년 이내에 아시아 최대 시장이 될 것이다.

SINOPEC의 석유매장량은 53억배럴, 가스매장량은 11조ft<sup>3</sup>, 정제능력은 150만b/d로 추정된다. 그러나, 경영력 약화와 증핵사업에서의 비효율적인 재정운용이 SINOPEC의 투자전망을 어렵게 하고 있다고 어느 분석가는 말한다.

게다가, 홍콩 주식시장에 상장되어 있는 11개 자회사는 상장이 폐지될 필요가 있는데, 이들 모두 SINOPEC

에 흡수된다.

긍정적인 면에서 새로운 상장기업은 45만5천명의 종업원이 필요한데, 현재의 150만명을 넘는 SINOPEC의 종업원이 대폭 감원되게 된다.

또, 하류부문 수익성이 양호하다는 것이다. 이것은 국내가격을 싱가포르의 spot제품시장에 보다 밀접하게 연동시킨다-라고 하는 중국정부의 정책 전환이 새로운 회사 입장에서 도움이 되기 때문이다. 이것은 수퍼메이저 입장에서 중국시장으로 최우선적으로 침투하는 조건에 부합된다.

Exxon-Mobil, Shell, BP는 SINOPEC에 참여하기 위해 상당히 비슷한 계획을 갖고 있다. 각사가 중국 동부의 5백여개 주유소망을 획득하는 것이다. BP는 별도로 5억\$(추정) 이상을 들여 廣東省의 800여개 주유소를 획득할 계획을 갖고 있는데, 타사를 배제시킬 것으로 보인다. 한편, Shell은 오르도스와 타림분지의 가스개발을 강화하고 있고, Exxon-Mobil은 廣東과 福建의 원유와 석유화학정제에 집중한다.

SINOPEC은 현재 약 13,000개 주유소를 갖고 있는데, 이것은 중국 전체 주유소 88,000개(추정)의 겨우 15% 정도 밖에 안 된다.

또, 몇 년 후 외국 자본 참여가 본격적으로 완화되기 전에 라이벌인 Petro China와의 경쟁에서 우수한 소

매거진 확보하기 위한 격전을 벌이고 있다.

〈연료유지신문, 2000. 9. 27〉

## 인터넷사업과 주유소의 매력

일본의 Japan Energy와 Toyota자동차는 7월28일, 멀티미디어단말기를 활용한 Net business추진을 위해 협력하기로 합의했다고 발표했다. 합의내용은 다음과 같다.

① Toyota가 개발한 Multimedia단말기 「G·TOWER」를 기초로 JOMO station용 단말기를 양사가 개발한다.

② Toyota는 Japan Energy가 구축한 단말기에 연동된 Internet Shopping Model의 운용·서비스 일부를 제공한다.

③ 양사의 Net business관련 고객제품의 중계, 대금결제장소로 JOMO station을 활용한다.

④ Net business에 적용되면서 서로에게 merit가 있는 자동차 관련 서비스를 양사가 개발한다.

⑤ 구체적 내용·역할분담·조건 등에 관해서는 협의를 거쳐 결정한다.

올해 12월에 4개 주유소에 단말기를 설치한 후 그 테스트 결과를 기초로 내년 봄부터 점차 전개한다.

제공 예정 서비스와 콘텐츠는 상당히 많다. Net shopping service에서는 책, CD, video, PC, 생활잡화 등 Net Shopping Model의 판매상품을 JOMO station에서 중계하고 결제까지 한다. Car life service에서는 신차나 중고차의 견적의뢰, 차량검사, body care, 자동차용품 등 JOMO station의 자동차 관련 서비스 접수나 예약 등을 비롯한 전반적인 자동차 관련 서비스를 제공한다. On demand service에서는 브로마이드 판매, digital print, ticket판매, 지도서비스 등 단말기를 통해 Digital contents를 희망에 따

라 판매하고 정보의 제공이나 각종 쿠폰도 발행한다. 이러한 Business image를 갖고 타사와도 제휴하면서 contents를 내실화한다. Japan Energy는 자동차업계 최대기업인 Toyota와 제휴함으로써 자동차관련 서비스의 차별화가 가능하고, 주유소의 Business chance가 확대될 것으로 기대하고 있다.

Japan Energy의 Irino Takeshi부사장에 따르면, 주유소 고객유치의 3대요인은 저렴, 가까운 지리, 주유소 자체의 매력인데, 그중에서 가격만 보고 들어오는 경우는 기껏 20~30% 정도밖에 되지 않기 때문에, Net business확대에 의한 주유소의 매력향상은 고객유치에 도움이 된다. JOMO station은 위와 같은 매력증진책으로 축구복권 같은 스포츠진흥복권을 취급하는데, 관련 정보를 주유소내 단말기에서 간단히 얻을 수 있도록 하는 콘텐츠도 개발할 계획이다.

대형 원매회사 중에서는 日石三菱, 出光興産, 코스모석유가 계열 주유소를 거점으로 하는 Net business에 이미 참여하고 있다. 日石三菱은 소프트뱅크커머스, 엔파이어자동차, Yahoo, Car point와 합작으로 'e Shopping Car Goods'를 올해 1월에 설립, 5월부터 인터넷을 이용한 자동차 관련 상품의 서비스를 시작하고 있다. 수도권의 264개 주유소 등을 거점으로 상품중계와 대금결제를 하고 있는데 최종적으로는 7,500개 주유소로 취급점을 늘려 나갈 계획이다.

出光興産은 Fujitsu와 인터넷을 활용한 다채로운 Car life service를 제공하는 공동출자회사 「쿠루마(자동차)」를 7월27일에 설립, 10월부터 영업을 시작한다. 예정되어 있는 Service menu는 각종 maintenance, 차량검사, 경판금, 렌터카, 세차, 자동차 판매 중개·매입, Car lease, Load service, Child seat rental 등으로부터 숙박준비까지 폭넓다.

코스모석유는 신차·중고차판매에 관해서는 「오토바이텔 Japan」, after parts에 관해서는 일본 최대 취급량을 자랑하는 net관련 venture 「net village」와 제

휴, 4월부터 'B-cle' 병설 주유소에서 시험적으로 서비스를 실시하고 있다. 올해 10월에는 Car life 주변의 상품 전반을 취급하는 포털사이트 'B.cle닷컴'을 출범시킨다.

(Oil Report, 2000. 8.7)

### 일본석유시장, 제2단계 경쟁

금년 7월 1일부터 일본내 새로운 Exxon-Mobil 그룹 체제가 출범했다. 옛소석유와 모빌석유의 판매부문은 새롭게 설립된 「Exxon-Mobil Marketing」으로 이관되고, 이들 두개 회사의 나머지 관리통괄부문은 신설된 「Exxon-Mobil Business Service」로 이관되었다. 동시에 東燃(토넨)과 제너럴석유가 합병하여 「東燃제너럴석유」가 설립되었는데, 제너럴석유의 판매부문은 「Exxon-Mobil Marketing」으로 이관되고, 東燃제너럴석유는 정제전업회사가 되었다. 이에 따라, 일본의 석유산업은 日石三菱·코스모석유 그룹, Exxon-Mobil 그룹, 昭和(쇼와)셀석유·Japan Energy 그룹, 그리고 독자노선을 걷는 出光興産(이데미쓰코산)의 4개 그룹으로 집약된다. 덧붙여 말하면, 각 원매회사의 휘발유 판매세어(2000년 4월 현재)는 日石三菱 23.2%, 코스모석유 11.5%, Exxon-Mobil 21.6%, 쇼와셀석유 12.4%, Japan Energy 10.3%, 出光興産 14.3%이며, Exxon-Mobil은 단독으로는 日石三菱의 세어에 육박한다.

석유회사의 합병이나 제휴는 세계적으로 진행되고 있는데, 한마디로 치열한 경쟁 속에서 살아 남기 위해서이다. 메이저라고 하더라도 석유의 탐광·생산 등의 상류 부문에서 정제·판매 등의 하류 부문에 이르는 모든 부문의 합리화를 추진해나가면서 코스트 절감과 이익확보, 정확한 투자배분을 생각하지 않으면 살아 남을 수 없는 시대가 되었다. 합병이 합리화·효율화의 최대수단이 된 것이다.

이번에 옛소석유와 모빌석유와의 실질적 병합에 의해

서 탄생한 「Exxon-Mobil Marketing」의 발족을 맞아 일본을 방문한 미국의 Exxon-Mobil Corporation의 최고경영책임자 L·R·Raymond도 그룹 재편은 효율화를 위해서이지 규모를 확대하기 위해서가 아니더라고 이야기했다.

일본 석유시장에서 현재 주요 관심사는 앞으로 Exxon-Mobil 그룹이 어떤 판매전략을 취하는가이다. 옛소석유나 모빌석유, 그리고 제너럴석유도 철저한 합리화를 추진해왔다. 3사의 경영실적이 타사보다 뛰어난 것은 그룹이 휘발유 등의 경질제품의 수율이 높은 고도화 시설을 갖고 있다는 것 뿐만 아니라, 경영의 합리화·효율화를 철저히 추진해왔기 때문이다.

Exxon-Mobil이 앞으로 합리화·효율화를 더욱 적극적으로 추진할 것이라는 것은 당연하다. 다음 단계는 그룹간 경쟁이 전개되고, 더 나아가 유통구조나 공급시설 효율화로 가게 될 듯 하다.

(석유문화, 2000. 7)

### 전기·가스보다 등유가 경제적

- 일본 석유정보센터 조사 -

일본 석유정보센터는 등유, LPG, 도시가스, 전기의 cost만을 비교하면, 칼로리당 가격으로는 「등유가 가장 경제적」이라는 시산 결과를 발표했다. 일본내에서 가장 추운 지방인 삿포로시에서는 천kcal당 등유 단가는 4.93엔이었다. 이에 비해 LPG는 5.6배, 전기는 5.4배, 도시가스는 3.8배로, 가정에서 사용되는 에너지에는 각각 알맞은 용도가 있지만, cost면에서는 등유가 가장 경제적이라는 것을 나타내고 있다.

올해 7월 현재, 삿포로시의 등유 18ℓ 당 배달가격은 789엔(주유소 석유제품 시세조사)이다. 이 가격을 기초로 1ℓ 당 발열량을 8,900kcal로 시산하면, 등유의 천

kcal당 단가는 4.93엔이었다.

가정용 에너지 코스트 비교

	등 유		L P G	
	가격 (엔/18 l )	단가 (엔/1,000kcal)	가격 (엔/10 m <sup>3</sup> )	단가 (엔/1,000kcal)
삿뿌로	789	4.93	6,673	27.80
센다이	815	5.09	5,935	24.73
동 경	1,018	6.35	5,596	23.32


	도시가스			전 기		
	표준세대 소비량(m <sup>3</sup> )	요금 (엔/1개월)	단가 (엔/1,000 kcal)	표준세대 소비량 (kWh/월)	요금 (엔/1개월)	단 가 (엔/1,000 kcal)
삿뿌로	60 (5,000 kcal)	5,695	18.98	260	5,961	26.66
센다이	114 (5,000 kcal)	7,992	14.02	270	5,975	25.73
동 경	50 (11,000 kcal)	6,628	12.05	280	6,171	25.63

- (참)1. 등유 : 발열량 1 l =8,900kcal, 석유정보센터 조사(2000.7. 주 유소 석유제품 시세조사) 18 l 배달가격
- 2. LPG : 발열량 1 m<sup>3</sup>=24,000kcal, 석유정보센터 조사(2000. 6. 액화석유가스 시세조사)
- 3. 도시가스 : 각지 가스회사 청구조사(2000. 7) : ( )안 수치는 m<sup>3</sup>당 발열량
- 4. 전기 : 각지 전력회사 청구조사(2000. 7) : 従量電燈B 20A 의 경우를 사용. 발열량 1kWh=860kcal
- 5. 소비세 제외

LPG는 10m<sup>3</sup>의 가격이 6,673엔(6월 조사)으로, 1m<sup>3</sup>당 발열량을 24,000kcal로 하면, 천kcal당 단위는 27.8엔이 된다. 도시가스의 경우, 표준세대 소비량은 월 60m<sup>3</sup>로 1개월 요금은 5,695엔(가스회사 청구조사)이다. 1m<sup>3</sup>당 발열량을 5,000kcal로 하면, 천kcal당 단가는 18.98엔이 된다. 전기는 표준세대 소비량이 월

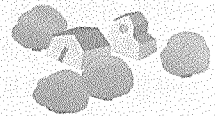
260kWh로 1개월 요금은 5,961엔이다(전력회사 청구조사). 1kWh의 발열량을 860kcal로 하면 천kcal당 단가는 26.66엔이 된다.

cal당 단가는 등유가 4.93엔으로 가장 낮았던 것에 비해, LPG는 27.8엔으로 약 5.6배 높았다. 도시가스는 18.98엔으로 등유 다음으로 낮았지만, 약 3.8배, 전기는 26.66엔으로 약 5.4배로 나타나 이들 모두 한냉지역에서는 등유가 코스트면에서 훨씬 우위에 있다는 것을 나타내고 있다.

등유 소비량이 오사카에 이어 전국에서 두번째로 적은 동경에서도 다른 에너지와 비교했을 때 등유의 천kcal당 단가는 6.35엔이었던 것에 비해 LPG는 23.32엔으로 약 3.7배, 도시가스는 12.05엔으로 1.9배, 전기는 25.63엔으로 약 4배로 나타났다. 

〈연료유지신문, 2000. 8. 26〉

용어해설



• 메타검색엔진

메타검색엔진은 일반 검색엔진과 같이 필요한 정보를 찾아 주는 일을 하지만 실제로는 자체적으로 검색 기능을 갖는게 아니라 다른 검색엔진들을 연결시켜 검색 내용을 보여주는 엔진이다. 즉 자신의 데이터베이스 없이 다른 여러 검색엔진으로부터 검색결과를 종합해 보여 준다.

여러개의 검색엔진을 이용해 검색하므로 특정한 방식을 수행하는 하나의 검색엔진을 사용하는 것보다 광범위하고 효과적이다.

다만 종합적인 정보를 내놓지 않고 찾을 수 있다는 게 장점인 반면 각 검색엔진만이 갖는 검색특징을 이용하지 못하고 그 결과를 얻어내는데 너무 많은 시간이 걸린다는게 단점이다.

메타검색엔진이 검색하는 여러 검색엔진 가운데 검색속도가 느린 검색엔진이 존재할 경우 그 검색엔진 하나로 인해 검색결과가 느리게 전달 되는 경우가 발생한다는 얘기가.