

첨단 “벙커C크래킹센터” 투자로 최고의 경쟁력 갖춰



분당시범

S-Oil의 설립과 발전

● 시대적 요구에 부응하여 1976년 설립

S-Oil은 1970년대 두 차례에 걸친 석유파동의 위기 속에서 원유의 안정적 확보와 석유제품의 원활한 공급이 절실했던 당시의 시대적 요구에 부응하여 1976년 설립되었다.

울산광역시 온산석유화학공업단지 내에 40만평의 부지를 조성하고 건설공사에 착수한 지 4년만인 1980년 5월에 정유공장의 상업가동을 시작하였고, 1981년 1월에는 국내 최초로 윤활기유공장이 상업가동에 들어감으로써 S-Oil은 정유·윤활공장의 가동체제를 갖추게 되었다.

S-Oil은 외부적으로는 산유국과의 긴밀한 유대관계 유지를 통해 원유를 안정적으로 도입하는 한편 해외시장을 적극적으로 개척하여 수익성 및 가동율을 제고하였고, 내수부문에서도 영업기반을 꾸준히 확충해 나가는 등 각고의 노력을 통해 1982년부터 흑자경영을 실현하여 안정 성장의 기반을 마련했다.

● 최고의 경쟁력을 갖춘 정유회사로 성장

이후 비약적인 성장을 거듭해온 S-Oil은 최고의 경쟁력을 갖춘 정유회사로 도약하기 위해 1980년대 후반부터 본격적으로 시설 확장 및 고도화를 추진하는 한편 경영의 질적고도화를 추구해 오고 있다.

1991년 5월에는 세계 최대 산유국인 사우디아라비아의 국영석유회사인 아람코사와 자본참여를 위한 계약을 체결함과 동시에 원유의 안정적인 확보를 위하여 20년 장기 원유구매계약을 체결함으로써 S-Oil은 제2의 도약을 위한 기반을 마련하였다. 사우디 아람코사와의 합작을 바탕으로 약 1조원의 막대한 자금을 투자하여 대규모 병커C크래킹센터의 건설을 추진하여 1997년 4월 이를 준공함으로써 세계적인 첨단기술을 집약한 차세대 선진국형 정유공장을 실현시켰다.

또한 1997년 12월에는 석유화학 기초유분인 파라자일렌을 대량으로 생산할 수 있는 자일렌센터의 건설을 완료함으로써 BTX(벤젠, 톨루엔, 자일렌)계열 제품의 고도화에도 한 걸음 더 다가섰다.



자일렌센터

현재 S-Oil은 하루 58만배럴의 원유정제시설을 비롯, 하루 29만2천배럴의 중질유분해탈황시설(Bunker-C Cracking Center), 연산 90만톤의 방향족(BTX)생산 시설, 연산 65만톤의 파라자일렌생산시설, 하루 2만4천배럴의 윤활기유생산시설 및 1천5백배럴의 윤활유 생산시설 등을 갖춘 미래형 첨단 정유회사로 성장했다.

아시아·태평양지역에서 가장 경쟁력 있는 정유회사

● 병커C유에서 경질유를 뽑아내는 ‘地上油田’, 「BCC」

하루 58만배럴의 원유처리능력을 가지고 있는 S-Oil은 단순한 원유정제시설 규모에서는 국내 정유사 중 3위에 해당하지만, 최근 정유사의 수익에 결정적인 역할을 하고 있는 중질유분해탈황시설 규모에서는 국내 최고일 뿐만 아니라 세계 최고 수준으로 평가받고 있다.

S-Oil 경쟁력의 비결은 총 18억달러가 투자된 첨단 중질유분해탈황시설(Bunker-C Cracking Center : BCC)에서 찾을 수 있다. BCC는 세계적으로 공급이 부족한 고급원유 대신 수급이 원만한 저급원유를 정제할 때 불가피하게 대량으로 생산되는 저급의 병커C유를 100% 가까이 휘발유, 등·경유 등 경질유로 전환시키는 설비로 정유설비 가운데 최고의 부가가치 설비이다.

BCC는 비산유국인 국내석유시장이 직면한 심각한 고급원유 부족현상을 해소한다는 측면에서 ‘地上油田’의 역할을 수행하고 있다. S-Oil의 BCC는 등·경유를 주로 생산하는 수소첨가분해시설(Hydrocracker)과 휘발유를 주로 생산하는 접촉분해시설(RFCC) 및 고유황 병커C유를 처리하여 저유황 병커C유를 생산하는 병커C탈황시설(Hyvhaf)등으로 이루어져 있다.

BCC는 부가가치가 높은 대신에 동일한 규모의 원유정제시설에 비해 약 10배 정도의 막대한 투자비가

소요되는 첨단 고도화시설이다. S-Oil은 이러한 막대한 투자비 부담과 불확실한 시장환경변화 때문에 경쟁사들이 망설이고 있던 90년대 초에 대규모 투자를 결행했다. 미래의 석유시장 변화에 대한 확신이 없으면 불가능한 결정이었다.

S-Oil은 1991년에 사우디 아람코와 합작계약을 체결하고 BCC 건설을 시작했다. 세계 최대 산유국인 사우디 아람코와 합작을 통해 투자재원을 조달함은 물론 안정적인 원료공급선을 확보함으로써 성공적인 BCC 건설 및 효율적인 운전을 위한 발판을 마련한 것이다. BCC 건설은 7년에 걸쳐 진행되었으며 외환위기가 본격화되기 직전인 1997년4월에 1조원의 투자비가 투입된 1차 BCC투자를 마무리했다.

뒤이어 Xylene 센터 완공, 2002년 제2방커C탈황시설(No.2 Hyvhal) 완공 등으로 총 1조 5천억원 이상이 투입된 대역사를 마무리 함으로써 S-Oil 은 고부가가치제품의 본격적 대량 생산체제에 돌입하여 생산 전 제품을 경질화·저유황화 함으로써 100% 업그레이드할 수 있게 되었으며, 국내는 물론 세계적으로도 높은 경쟁력을 갖춘 정유사로 자리매김 하게 되었다.

● 정유산업을 고부가가치 수출산업으로 탈바꿈

S-Oil은 내수산업으로 인식되던 국내 석유산업의 기존관념에서 과감히 탈피하여 가동 초기부터 해외시장 개척에 주력한 결과, 수출과 내수의 조화를 통해 국내외 영업환경 변화에 탄력적으로 대처할 수 있는 능력을 갖추게 되었다. 이에 따라 매년 생산물량의 50% 이상을 수출함으로써 국내 석유산업을 고부가가치 수출산업으로 탈바꿈하는데 주도적인 역할을 수행하고 있다.

S-Oil은 최첨단 고부가가치 BCC시설을 성공적으로 가동함으로써 수익성을 획기적으로 높였다. 방커C유에서 경질유를 뽑아내는 S-Oil의 BCC는 단순제조업으로만 인식되고 있던 국내 정유산업을 고부가가치 수출산업으로 탈바꿈시킴으로써 정유산업의 역사를 바꾸어 놓은 시설로 평가되고 있다.

● 아시아·태평양지역의 경질유 공급 허브

석유수요가 급증하고 있는 아시아·태평양지역은 경질석유제품 중심으로 수요가 형성되고 있으나, 중동지역으로부터 도입되는 원유는 대부분 저급 중질원유이다. 따라서 S-Oil의 BCC는 저급 중질원유에서 고부가가치 경질석유제품을 대량 생산하여 아시아·태평양지역에 공급하는 경질유 공급 허브로서의 역할을 담당하고 있다.

기존 정유산업은 내수를 충족시키기 위해 시설을 갖추는 것이 일반적이나, S-Oil의 경우는 아시아·태평양지역의 경질유 생산기지(허브)로서의 역할을 수행하고 있다.

● 지속적인 시설투자로 국제경쟁력 제고

앞으로도 S-Oil의 수익전망은 밝다. 현재 세계석유시장은 중국, 인도 등 아시아 지역을 중심으로 석유수요가 급증하고 있으나, 석유제품을 생산하는 정제시설이 부족하여 원유가격대비 석유제

품가격 차이인 정제마진이 당분간 높게 형성될 것으로 예상되고 있다. 특히 정제시설 중에서도 부가가치가 높은 BCC시설 부족이 계속될 것으로 보여 BCC시설 비중이 높은 S-Oil에 유리한 시장이 될 것으로 전망된다.

또한 최근 국제시장에서 단순 원유정제시설의 생산마진은 축소되고 있는 반면, BCC시설의 생산마진(Crack margin)은 큰 폭으로 개선되고 있어 S-Oil같이 수출비중이 높고 고도화시설을 많이 보유한 정유사에게는 매우 유리한 시장환경이 조성되고 있다.

S-Oil은 유리한 시장환경을 보다 적극적으로 활용하기 위해 앞선 투자로 확보한 현재의 경쟁력을 유지해 나가는 한편, 수익성을 증대시키기 위한 다양한 프로젝트를 검토 중에 있으며, 이러한 프로젝트가 성공적으로 실현되면 수익성이 더욱 향상될 것으로 기대하고 있다.

소비자, 주주, 사회와 함께하는 믿음직한 경영

● 소비자 중심의 경영전략

후발주자로 국내석유산업에 참여한 S-Oil은 석유산업 자유화가 거론되기 이전부터 소비자를 위한 경영만이 고착화된 내수시장에서 생존할 수 있는 유일한 방법이며, 이에 대한 소비자의 올바른 평가는 곧 기업의 경쟁력으로 직결된다는 사실을 인식하고 입각하여 소비자 중심의 경영전략을 펼쳐오고 있다.

S-Oil은 고품질의 석유제품을 합리적인 가격으로 공급함으로써 소비자에게 품질 및 가격면에서 실질적인 혜택을 제공한다는 고객지향원칙 아래 석유정제시설의 고도화 및 경영개선 노력에 의한 원가절감을 통해 합리적인 가격으로 고품질의 석유제품을 공급하여 소비자의 부담을 최소화함으로써 그 동안 Seller's Market에 안주해 오던 국내 정유업계에 품질경쟁의 바람을 불러 일으켰다.

또한 소비자와 주유소의 다양한 요구에 부응하기 위해 다양한 혜택의 “에스-오일 보너스카드”를 도입하여 고객들의 만족도를 높이는 등 고객과의 유대 강화에 주력하고 있으며, 은행 및 카드사와의 전략적 제휴를 통한 시너지 효과 증대를 위해 제휴카드 형태로 다양한 카드마케팅 활동을 전개하고 있다.



사은대잔치

이와 함께 유가자유화 이후 과도한 가격경쟁 등으로 인한 주유소의 경영환경 악화를 해결하기 위해 주유소의 영업력을 강화하고 편의점 “IGA Mart”, “One-Stop”과 같은 부대사업 등을 통해 주유소의 수익기반을 확대하고 있으며 고객서비스 활성화와 현장 홍보 지원을 위한 YES(Yellow Excellent Service)팀을 운영하는 등 주유소의 경쟁력을 높이는데 중점을 두고 있다

● 주주 가치 보호

S-Oil은 성장성과 수익성을 고려한 내실있는 경영으로 업계 최고수준의 이익규모를 유지하고 있다. 양적 경영보다는 질적경영에 우선순위를 둔 경영합리화를 추구해 오면서 낮은 부채비율과 안정된 재무구조를 정착시켜 높은 성장잠재력을 보유한 회사로 평가받고 있다.

S-Oil은 높은 경쟁력을 바탕으로 수익극대화를 실현시켜 이러한 경영성과가 소비자와 주주의 몫으로 돌아갈 수 있도록 최근 수년간 국내 상장사 중 최고의 배당수준을 유지함으로써 고율 배당에 대한 기업들의 인식을 긍정적으로 변화시키는 역할을 수행하고 있다.

● 인간존중의 환경경영

S-Oil은 인간존중과 환경보존을 기업의 사명으로 인식하고 공장 건설단계에서부터 탈황시설, 침단 폐수처리시설, 분진제거시설 등의 공해물질 제거시설을 완비하고 꾸준한 시설개선과 신공정 도입을 통해 환경친화적 제품생산에 모든 노력을 기울이고 있다.

자체 환경방침을 제정하고 전 구성원이 환경경영체제 구축에 만전을 기해 왔으며, 1996년 11월에는 모든 공정의 연료유, 윤활기유, 석유화학제품 및 윤활유 완제품 생산과 관련하여 한국품질인증센터로부터 ISO14001(환경경영시스템)인증을 획득함으로써 환경경영 의지를 공인 받았다.

S-Oil은 원유의 도입에서부터 생산, 저장, 유통, 판매에 이르기까지 모든 활동이 환경경영 체제하에서 이루어질 수 있도록 노력하고 있으며, 환경관련 시설에 대한 지속적인 투자를 통해 환경친화적인 기업이미지를 더욱 강화해 나갈 방침이다.

● 나눔 경영의 실천

기업은 사회와 함께 발전하는 공동체라는 인식 속에 S-Oil은 기업시민으로서의 사회적 역할과 책임을 다하기 위해 다양한 사회공헌활동을 펼치고 있다.

S-Oil은 국내 최초로 2001년부터 매년 쌀 판매에 어려움을 겪고 있는 지역 농민들을 돕기 위해 공장이 위치한 온산지역 농가에서 생산된 추곡 중 정부 수매분을 제외한 잔여 추곡 7천~1만4천가마(전체 생산량의 약 50%)를 매입하여 지역 농민들로부터 큰 호응을 얻고 있다. 또한 농산물시장 개방 확대 등 어려운 농업경영 여건하에서 경쟁력 강화를 통한 온산지역 농민들의 농업자생력 확보를 돕기 위해 2002년부터는 무공해 쌀 생산을 위한 오리농법 지원을 지속적으로 시행해 오고 있다.

또한 18세가 되어 보호시설을 퇴소해야 하는 청소년들의 자립 지원, 불우이웃돕기 난방유 및 쌀 지원 등 다양한 사회공헌 활동도 함께 전개하고 있다.

이처럼 지역사회와 소외계층을 위한 지원뿐 아니라 S-Oil은 “오영수 문학상”, “아름다운 눈빛 미술제”, “처용문화제” 등 온산지역 문화 예술 발전을 위한 다양한 문예진흥 활동도 전개하고 있으며, 우리사회에서 문화 혜택으로부터 소외된 이웃들을 위한 “S-Oil의 찾아가는 노란음악회” 등 다채로운 프로그램을 통해 문화예술의 저변 확대에 기여하고 있다. ☞



오리농법조인식