

일본의 석유제품 시장 분석

1. 최근 업계 동향

1) ‘고도화법’ 실시

- 석유제품 회사들의 과잉능력 삭감을 위해 제정된 ‘에너지공급구조고도화법’, 이른바 고도화법으로 불리는 새로운 제도에 정유사 등 관련회사들의 대처 방법이 주목을 받고 있음
 - 일본 국내의 석유제품(연료유) 수요는 지난 10년간 20% 이상 감소한 반면, 27개 제유소의 정제처리능력은 실수요를 크게 웃도는 공급과잉 현상으로 기업간 과당경쟁이 업계의 가장 큰 문제로 지적되고 있음
 - 앞으로도 이러한 수요 감소 현상이 완화되지 않을 것으로 예상한 일본정부는 2020년까지 설비 능력을 30% 축소한다는 목표로 2009년에 ‘에너지공급구조고도화법’을 만들었음
- 화석연료 이용 방법을 개선하는 한편 효율적으로 생산설비를 운영하기 위한 조치로 2014년 3월까지 제유소의 폐쇄 및 통폐합으로 공급능력을 획기적으로 줄여나간다는 방침임
 - 이 고도화법에는 원유정제에 사용되는 상압증류장치(常壓蒸溜裝置)의 처리능력에 대한 중질유(重質油) 분해능력을 ‘장비율(裝備率)’로 규정하고 있음
 - 일반적으로 이 같은 장비율이 높은 공장일수록 근대적인 고도화된 공장으로 간주되고 있음
- 장비율을 높이는 방법에는 모체인 상압증류장치 능력을 줄이는 것과 분자인 분해능력을 늘리는 두 가지가 있음
 - 그러나 일반적으로 분해 능력을 늘리기 위해서는 500억 엔 정도의 설비투자가 필요한 것으로 알려져 있음
 - 따라서 일본 국내 수요의 장기화 현상이 나타나고 있는 상황에서 분자를 늘리는 것은 비현실적이기 때문에 대부분의 업체가 분모인 상압증류장치를 줄이고 있음

<표1> 고도화법에 따른 상압증류장치 능력 삭감 동향

그룹명	기업명	정유소	상압증류장치능력 삭감(배럴)	실시 시기
JX홀딩스	新日本石油(당시)	富山	60,000	2009년 5월
	JX日鉱日石에너지	大分	24,000	2010년 5월
	"	鹿島	21,000	2010년 5월
	"	根岸	70,000	2010년 5월
	"	水島	110,000	2010년 6월
	"	大阪	115,000	2010년 10월
	"	미정	200,000	2014년 3월까지
코스모석유	코스모石油	千葉	20,000	2010년 2월
	"	四日市	50,000	2010년 2월
	"	坂出	30,000	2010년 2월
AOC	富士石油	袖ヶ浦	52,000	2010년 11월
쇼와셀석유	昭和셀	扇町	120,000	2011년 9월
이데미츠고산	出光興産	徳山	120,000	2014년 3월
엑슨모빌	東燃제너럴石油	검토중	검토중	검토중
	極東石油	검토중	검토중	검토중

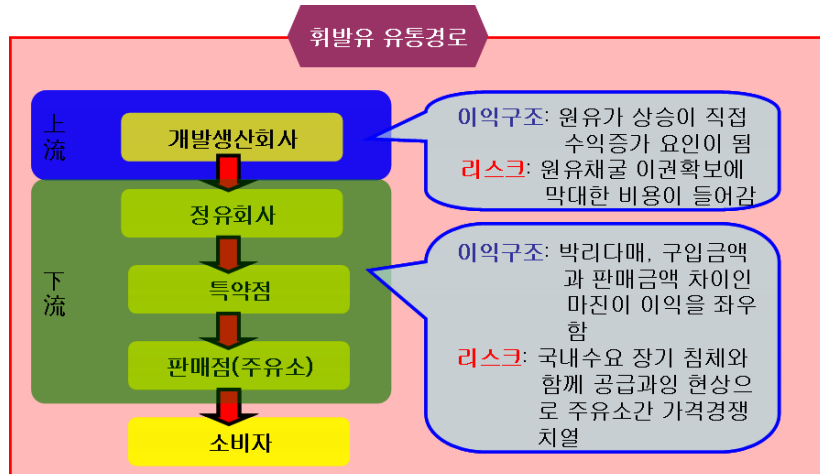
자료) 東洋經濟新報社(2012), ‘10年後浮かぶ業界沈む業界’, 46쪽에서 작성

- 이미 2012년 5월 현재 쇼와셀석유(昭和Shell石油), JX그룹, 이데미치고산(出光興産) 등 대형 석유제품 판매회사들은 규제 이상의 상압증류장치 삭감 계획을 발표한 상태임
 - 그러나 하루 10만 배럴의 상압증류장치 능력 삭감을 발표한 코스모석유는 아직 규제를 충족하는 삭감 규모를 달성하지 못하고 있음
 - 또한 엑슨모빌 계열의 도넨제너럴석유(東燃ゼネラル石油)는 구체적인 삭감 방침을 발표하지 않고 있는 상태임
 - 생산능력을 삭감하는 것은 공장이 입지한 지역의 고용불안으로 이어질 수 있기 때문에 신중한 판단을 위한 시간이 소요되고 있는 것으로 보임

2) 일본 휘발유 유통구조

- 일반적으로 석유업계 유통구조는 업체 특성에 따라 크게 둘로 나눌 수 있음
 - 원유채굴에 대한 권한을 확보하여 시추작업을 하는 등 유전을 개발하는 ‘상류(上流)’ 부문과 원유를 증유 등의 각종 연료유로 정유하여 특약점 등에 판매하는 ‘하류(下流)’ 부문으로 구분됨

<그림1> 일본 휘발유 유통 경로



자료) 東洋經濟新報社(2012), '10年後浮かぶ業界沈む業界', 46쪽에서 작성

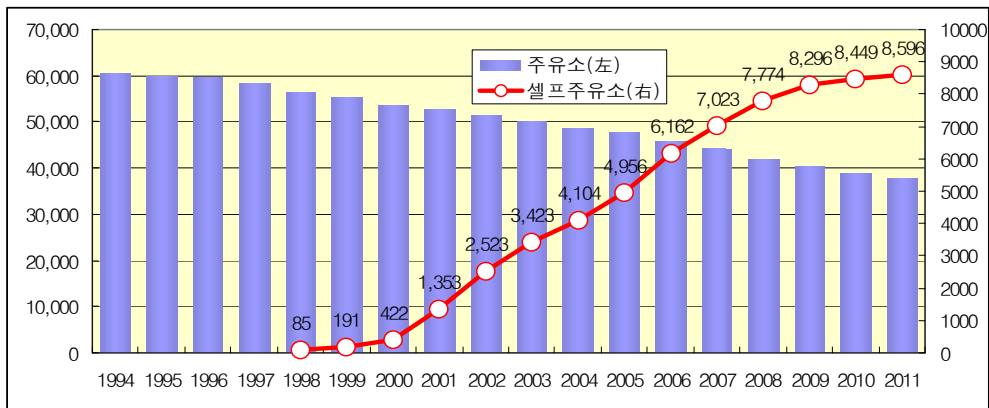
- 상류는 원유가격 인상이 직접 이익으로 반영되지만 하류는 원유 구입 가격과 연료유 도매가의 차이(마진)가 수익을 좌우하기 때문에 원유가 인상이 이익증대 요인으로 직접 작용하지 않는 특징이 있음
- 일본 석유제품 업계의 최대 과제는 앞으로도 국내 수요가 지속적으로 감소하면서 공급과잉 현상이 더 심화될 것으로 예상되는 점임
 - 새로운 에너지 개발 기술이 도입되지 않는 '현상유지' 를 가정하면, 향후 10년 후에도 공급량이 현재와 비슷할 전망이다
 - 기술개발이 이루어질수록 공급량은 줄어 법적 수단으로 기술혁신을 강제하는 '최대도입' 을 가정하면 앞으로 10년 후에 수요가 20%정도 감소할 것으로 예상됨

3) 해외시장 공략 불가피

- 일본 국내의 각종 연료유 수요가 장기적으로 감소할 조짐이 나타나고 있어 업계의 대응이 시급한 상황임
 - 실제 빠른 속도로 진행 중인 인구감소와 고령화로 연료유 감소 추세가 역전될 가능성이 희박한 것이 사실임
 - 석유제품은 범용성이 강하기 때문에 차별화가 어렵기 때문에 비교적 쉽게 단가하락 위험에 노출되는 특성이 있음
 - 수요 감소 속도에 비해 정유소 등 공급능력 삭감이 지연되고 있기 때문에 재고가 늘어나는 구조적 문제가 지속되고 있음

- 휘발유의 경우 자동차 연비 개선과 하이브리드 자동차 등 차세대 자동차 보급으로 주유빈도가 크게 감소했음
 - 또한 개인소비 침체로 최대치까지 가득 주유하는 운전자가 줄어들고 있음
 - 지금까지는 일반적으로 가득 휘발유를 주유하지 않으면 주변의 시선을 의식해야 하는 분위기가 강했음
 - 그러나 최근 증가추세에 있는 셀프주유 확대로 가득 주유하지 않는 것에 대한 심리적 장벽이 생긴 것으로 업계는 보고 있음
 - 1994년에 6만 곳이 넘었던 주유소가 2010년에 4만개 이하로 줄어들었고 과반수는 적자경영을 하고 있는 것으로 예상됨

<그림2> 일본의 주유소 및 셀프 주유소 추이



자료) 경제산업성(<http://www.meti.go.jp/statistics>) 및 석유정보센터(<http://oil-info.iej.or.jp/>)홈페이지에서 작성

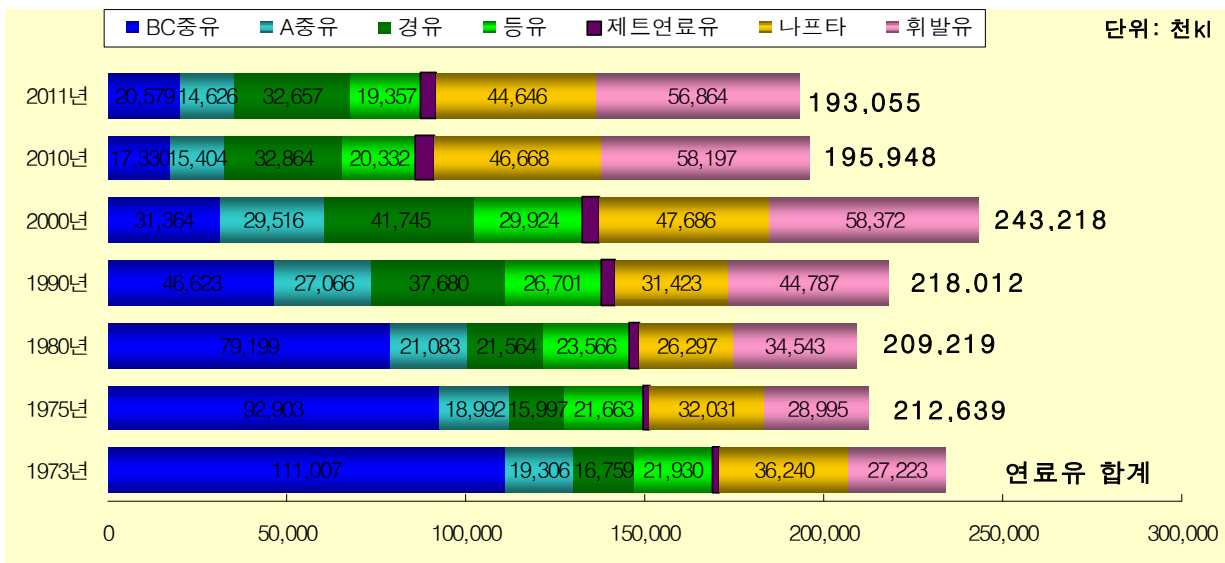
- 이러한 일본 국내 석유제품 시장 악화로 결국 일본 기업들은 국외시장에서 활로를 모색해야 할 것으로 보임
 - 지금까지 일본기업이 유전개발 이권을 획득하기 위한 해외에서 투자한 사례를 살펴보면 대부분 소액투자에 그치고 있음
 - 따라서 개발 주도권을 갖는 경우가 드물고, 위험을 피할 수 있을지는 모르지만 개발에 성공했을 때의 ‘과실’을 기대하기 어려운 측면이 있음
 - 일본 최대 규모의 유전개발 회사인 국제석유개발제석(国際石油開發帝石)조차도 1일 생산량과 확인된 매장량 규모에서 해외의 메이저급 석유개발회사에 비해 크게 부족한 실정임
 - 최근 국제석유개발제석(国際石油開發帝石)이 투자규모 2조 엔에 육박하는 호주의 LNG개발을 수주한 것이 그나마 큰 규모일 정도임

2. 시장 규모

1) 수요 변화

- 2011년의 석유수요는 연료유 합계로 약1억 9,305만kl를 기록하여 전년도 수준을 유지했음
 - 일본의 석유수요는 1988년 이후 연료유 합계로 2억kl를 넘었으나 2010년에 이어 2011년도 2억kl에 도달하지 못했음
 - 휘발유, 경유, 등유 등으로 구성되는 이른바 연료유 수요는 제2차 석유위기 직후였던 1980년 전반에는 산업용 연료로 주로 쓰이는 C중유와 나프타 수요가 급감하면서 2억kl 아래로 내려갔으나, 그 이외 연료유는 지속적으로 증가해왔음

<그림1> 일본 연료유(燃料油) 국내 판매량 추이



자료) 일본석유연맹(<http://www.paj.gr.jp/statis/>)홈페이지에서 작성

- 매년 가파르게 증가하던 석유 수요가 감소세로 전환되기 시작한 것은 2000년이었음
 - 연료유 합계 수요량은 1999년 2억 4,597만kl를 절정으로 2000년 이후 구조적인 감소추세를 나타내고 있음
 - 휘발유의 경우에는 2004년 6,148만kl, 등유는 2002년 3,062kl가 최고의 수요를 기록했던 해였으며, B·C중유 수요가 가장 많았던 해는 1973년의 1억 3,031만kl였음

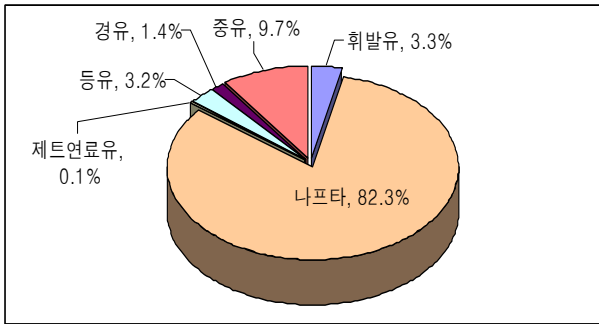
- 일본의 이러한 석유수요의 구조적 감소의 주된 요인으로는 1)탈석유정책 전개, 2)사회구조 변화, 3)지구온난화 대책 등을 꼽을 수 있음
 - 일본은 두 차례의 석유위기를 겪으면서 석유의존도를 낮추기 위해 이른바 ‘탈석유’의 에너지정책을 줄곧 유지해 왔음
 - 특히 발전용과 산업용으로 주로 활용되는 BC중유에 대해서는 원자력 추진, 석유화학발전 신설 금지, 천연가스정책 우선 등 강력한 시책을 전개했음
 - 따라서 산업분야뿐 아니라 민간 분야에서도 석유에서 석탄과 천연가스로 연료가 빠르게 전환되었음
- 한편 현재도 진행되고 있는 저출산·고령화, 인구 감소와 같은 사회구조 변화에 따라 휘발유와 등유 등은 전체 사용량이 줄어들면서 수요가 감소하고 있음
 - 또한 경유와 A중유는 물질 수송량 자체가 줄어들고 있고, 수송체제의 합리화와 효율화 등으로 연료 소비 억제가 추진되고 있음
 - 자동차 연료인 휘발유 수요 감소에 관해서는 연비 향상과 더불어 도쿄 등의 도심 지역을 중심으로 자동차를 소유하지 않는 젊은 층이 지속적으로 증가하고 있는 것도 영향을 받은 것으로 보임
- 마지막으로 세계적인 과제로 떠오른 이산화탄소 삭감에 따른 석유제품 감소도 전체 시장을 위축시키는 중요 요인으로 작용하고 있음
 - CO2배출량이 더 적은 에너지로의 전환과 자동차 연비 개선 등 에너지 소비효율 향상으로 석유 소비량 삭감은 불가피할 것임

2) 수출입 동향

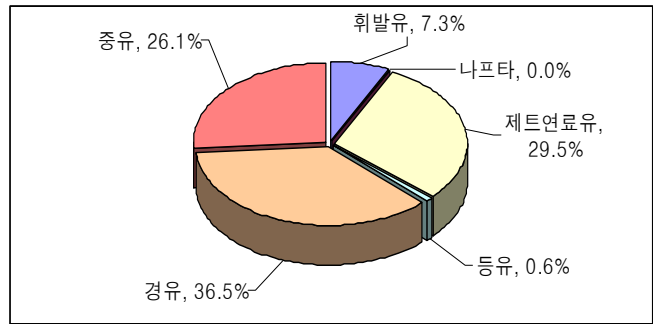
- 일본은 석유제품 대부분을 해외로부터의 수입에 크게 의존하고 있음
 - 국내 석유제품 수요를 충족하기 위한 방법으로는 ‘석유제품을 수입하는 방법’과 ‘원유를 수입해서 국내에서 석유제품으로 정제하는 방법’이 있음
 - 일본은 ‘소비지역 정제방식’으로 불리는 방법으로 수입한 원유를 정제해서 석유제품을 생산하고 있음
 - ‘소비지역 정제방식’은 대형 원유 탱크로 대량의 원유를 수송함으로써 비용을 절감할 수 있고 국내수요 변화에 맞춰 석유제품 생산 비율을 조정할 수 있다는 장점이 있음

- 뿐만 아니라 국내 환경기준 등에 적합한 품질의 조정이 용이하고 긴급 상황에도 신속하고 적절하게 대처할 수 있음
- 한편 일본 국내 석유 수요는 최근 30년간 시기별로 수요가 증가했던 석유제품은 달랐음
- 일관되게 수요가 감소한 석유제품은 중유이며 휘발유와 나프타, 등유 등과 같은 이른바 ‘백유(白油)’로 불리는 제품은 증가하는 특징을 보였음
 - 따라서 일본의 석유회사는 중유를 분해하여 백유를 증산하기 위한 설비를 늘리면서 수급균형 유지에 주력했음
 - 그러나 최근에는 시장이 점차 국제적으로 확산되고 있기 때문에 석유제품의 수출입을 함께 고려한 전략적인 생산계획이 필요해지고 있음
- ‘소비지역 정제방식’을 채택하고 있는 일본의 경우 석유제품을 수입하는 것은 석유 공급의 보완적 수단이지만, 나프타는 예외로 일본 국내 수요의 약60%를 수입제품에 의존하고 있음
- 그 이유는 석유화학 회사가 독자적으로 석유화학 원료인 나프타를 수입하고 있기 때문임
 - 한편 외국항로를 왕래하는 선박에 일본에서 생산한 연료를 공급할 경우에도 수출로 간주하기 때문에 이러한 수출이 BC중유 공급량의 상당부분을 차지하고 있음
 - 또한 제트연료유 역시 외국을 왕복하는 항공연료유 공급은 수출로 간주하기 때문에 일본 국내수요의 약2배가 수출로 계산됨
 - 최근에는 내외가격차를 반영하여 경유 수출이 매년 증가하는 추세임
- 일본은 석유제품 수입과 관련해서는 한국에 크게 의존하고 있는 상태임
- 휘발유의 경우는 한국으로부터 전체의 91.1%를 수입하고 있으며, 등유 역시 전체의 92%를 한국에서 수입하고 있음
 - 뿐만 아니라 경유의 수입 전량을 한국에서 들어오고 있음

<그림3> 일본 석유제품별 수입 비중

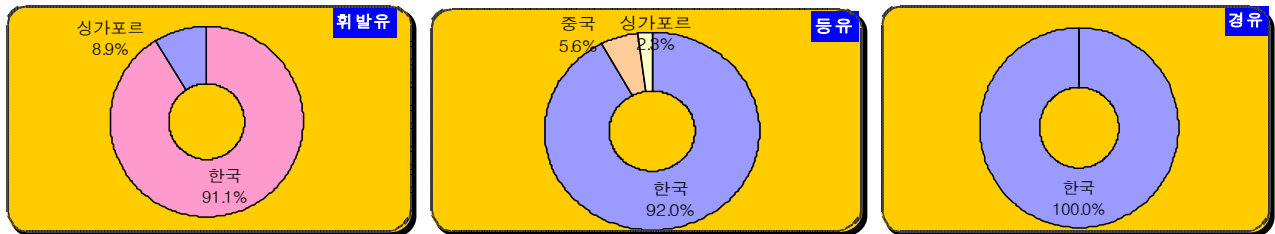


<그림4> 일본 석유제품별 수출 비중



자료) 경제산업성(<http://www.meti.go.jp/statistics>) 및 일본석유연맹(<http://www.paj.gr.jp/statis/>) 홈페이지에서 작성

<그림5> 일본의 석유제품별 수입국 비중(2011년)



자료) 경제산업성(<http://www.meti.go.jp/statistics>) 및 일본석유연맹(<http://www.paj.gr.jp/statis/>) 홈페이지에서 작성

3. 제품별 시장 점유율

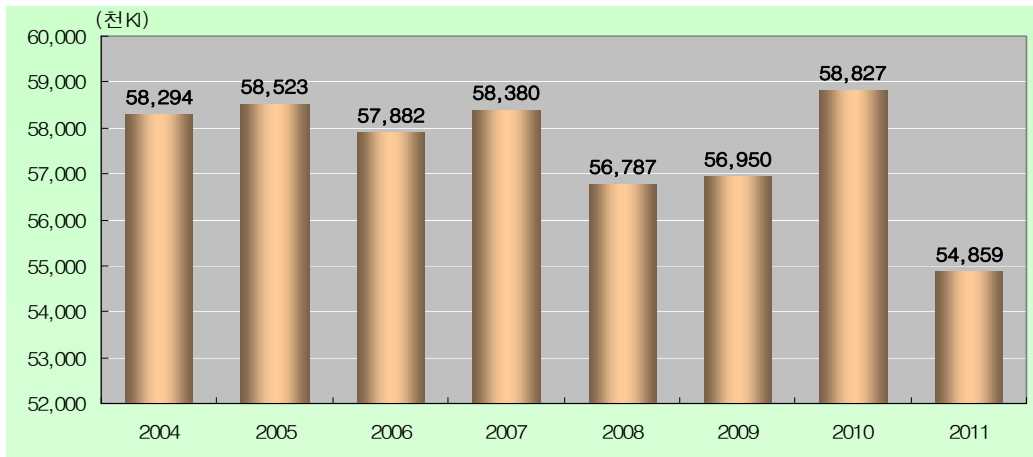
1) 휘발유

- 2011년 일본의 휘발유 국내 생산량은 5,486만 킬로리터로 2010년 대비 10.6% 감소했음
 - 동일본대지진과 고속도로 할인제도 변경 등으로 장거리 운전이 줄어들면서 3년 만에 전년대비 감소세로 돌아섰음
 - 인구감소와 환경 친화적인 차세대 자동차 보급 확산 등과 같은 구조적인 수요 감소 요인도 여전히 작용하고 있는 것으로 판단됨
 - 따라서 결국 제조와 판매를 포함한 각사의 경쟁력이 시장장악력을 높이는데 보다 더 중요해지고 있다고 할 수 있음

- 2010년 7월 출범한 JX닛코닛세키에너지(JX日鉱日石エネルギー)는 2011년도가 연도 결산으로는 첫 번째 해에 해당함

- 2011년 일본 국내 시장점유율은 33.5%를 기록하면서 전년대비 0.7%포인트 감소했음
- 통합한 ‘ENEOS’ 브랜드 주 요소가 경영합리화 작업으로 약400여 곳 줄어 약 1만 1,700곳(2011년3월말 현재)으로 감소했음
- 또한 전사적인 수익성 우선전략을 추진한 결과 경쟁사보다 매출이 줄어들었음
- 동일본대지진으로 센다이(仙台)와 가지마(鹿島)에 위치한 정유소 두 곳이 피해를 입었고, 복구하는데 가지마(鹿島)는 3개월, 센다이(仙台)는 1년 이상 걸렸음
- 정유소가 정상적인 작업이 가능한 수준으로 복구되기까지 대체공급을 하면서 비용이 상승했던 점도 시장점유율 감소에 영향을 준 것으로 보임

<그림6> 일본 휘발유 생산량 추이



자료) 경제산업성(<http://www.meti.go.jp/statistics>) 및 일본석유연맹(<http://www.paj.gr.jp/statis/>)홈페이지에서 작성

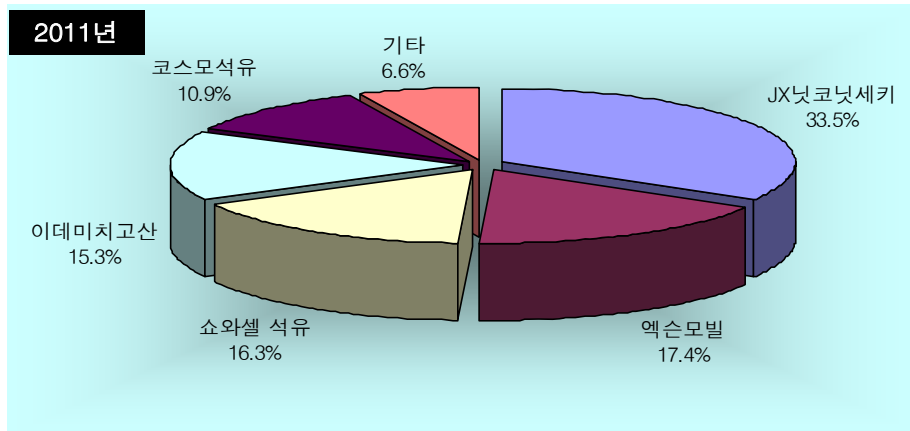
<표2> 과거 5년간 업체별 휘발유 시장점유율 순위

	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년
1	新日本石油	新日本石油	新日本石油	新日本石油	JX日鉱日石
2	엑슨모빌	엑슨모빌	엑슨모빌	엑슨모빌	엑슨모빌
3	昭和シェル石油	昭和シェル石油	昭和シェル石油	昭和シェル石油	昭和シェル石油
4	出光興産	出光興産	出光興産	出光興産	出光興産

자료) 日経産業新聞社(2013), ‘日経シェア調査’에서 작성

- 2011년에 업계 5위를 기록한 코스모석유(コスモ石油)도 재해로 화재와 폭발사고가 발생한 치바(千葉)정유소가 약 1년 동안 생산이 중단되었음
- 그러나 2010년부터 생산량을 하향 조정해 왔기 때문에 2011년 시장점유율에 큰 변화가 생기지는 않은 것으로 보임

<그림7> 휘발유 2011년 업체별 시장점유율



자료) 日経産業新聞社(2013), ‘日経シェア調査’에서 작성

- 한편 2011년에 시장점유율을 확대시킨 기업은 2위를 차지한 엑슨모빌과 3위 쇼와셀 석유 등 외국계 기업이었음
 - 특히 엑슨모빌은 전국적으로 셀프주유소를 늘리는 등의 효율적 운영으로 경쟁사보다 시장점유율을 늘릴 수 있었던 것으로 보임
 - 또한 계열 회사 이외의 협력업체에 대한 판매를 적극적으로 추진한 것도 시장점유율 확대에 주요했던 것으로 판단됨
 - 쇼와셀석유는 2010년까지 채산성을 중시하는 전략으로 판매량을 줄여 왔기 때문에, 2011년에는 전년대비 0.7%포인트 증가하는 높은 신장세를 기록할 수 있었음
 - 또한 타사에 비해 재해로 인한 피해가 거의 없었기 때문에 수급 불안이 지속되었음에도 불구하고 수익을 확보하면서 시장점유율을 확대할 수 있었음

- 한편 2011년에 업계 4위에 오른 이데미츠고산(出光興産)은 수익중시 노선을 유지하면서 전년대비 0.2%포인트 감소한 15.3%의 시장점유율을 기록했다

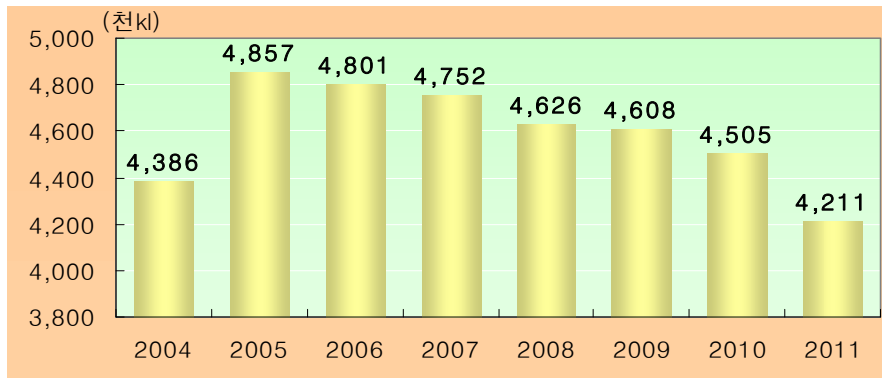
- 2012년 시장점유율은 6월에 미국 엑슨모빌로부터 일본에서의 사업을 승계한 도넨 제너럴석유그룹(東燃ゼネラル石油グループ)의 경영전략에 따라 큰 변화가 생길 가능성이 높음
 - ‘모빌’, ‘제너럴’, ‘옛소’ 등 3개 브랜드를 전개하고 있기 때문에 일본시장에서 독자적인 전략을 추진하기 쉬울 것으로 보임

- 따라서 주유소 관련 투자 등 적극적인 일본시장 공략에 나설 공산이 크다고 할 수 있음
- 최근 한국제품 등 수입이 꾸준히 증가하고 있어 일본 업체의 경쟁대상이 국내에만 존재하는 것이 아님
- 이미 2012년 1사분기는 휘발유 판매부진으로 국내 재고가 쌓였고, 원유가격 하락 이상으로 제품도매가가 하락하는 등 시황이 침체된 상황임
- 따라서 원유 판매 회사도 수익이 급격히 악화되는 양상을 보이고 있음
- 이러한 상황에서 시황을 무시하고 시장점유율 확대에 나서는 것은 어려운 일이기 때문에 한 동안 각사는 전략책정에 고심할 수밖에 없을 것으로 보임

2) 액화석유가스(LPG)

- 2011년 일본 액화석유가스(LPG) 국내 생산량은 420만 톤으로 2010년에 비해 7.6% 감소했음
- 유례없는 큰 재해로 수요가 급감하면서 2년 만에 전년대비 실적이 감소하는 결과가 나타났음
- 가정용은 절전의식이 높아지면서 전년대비 2.7% 감소했고, 화학원료용은 기업의 생산 활동이 둔화되면서 무려 전년대비 40.5%나 줄어들었음
- 뿐만 아니라 택시 승객이 줄어들어 자동차용 액화석유가스 수요도 급감했음
- 2011년은 전반적으로 좋지 않은 시황이 지속되는 가운데 업체별 시장점유율에도 변화가 생겼음
- 업계 1위 자리는 시장점유율을 전년대비 2.4%포인트 늘려 23.1%를 기록한 아스토모스 에너지(Astomos Anergy)가 2년 만에 다시 탈환했음
- 아스토모스 에너지는 일본 각지에서 수요 창출을 위한 각종 강좌를 개설하는 등 계열 특약점을 통한 판로 개척을 적극적으로 추진하고 있음
- 주주인 이데미츠고산(出光興産)과 미츠비스상사(三菱商事)의 네트워크를 이용한 산업용연료 판매가 호조를 보인 결과, 국내 수요가 축소되는 가운데 10%가까운 판매증가를 기록할 수 있었음

〈그림8〉 액화석유가스(LPG) 생산량 추이



자료) 경제산업성(<http://www.meti.go.jp/statistics>) 및 일본석유연맹(<http://www.paj.gr.jp/statis/>) 홈페이지에서 작성

- 한편 2010년 업계 1위를 차지했던 ENEOS그룹은 2011년 시장점유율은 22.0%로 전년과 같았지만 2위로 순위가 한 단계 내려갔음
 - 모회사인 JX닛코닛세키(日鉱日石)가 재해로 센다이(仙台)정유소 등 2곳이 생산 중단되어 LPG공급 제약이 발생한 것이 매출에 영향을 주었음
 - ENEOS그룹은 지난 2011년에 구 신일본석유의 LPG사업(2009년 업계 2위)과 미츠이(三井)물산·마루베니(丸紅) 계열의 미츠이마루베니(三井丸紅)액화가스(2009년 업계 5위)가 통합하여 만들어진 회사로, 아스토모스에너지에 버금가는 생산규모를 가지고 있음

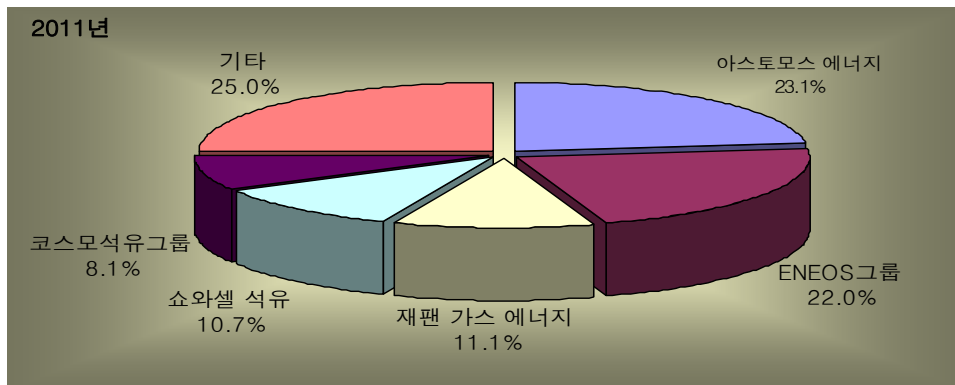
〈표3〉 과거 5년간 업체별 시장점유율 순위

	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년
1	아스토모스 에너지	아스토모스 에너지	아스토모스 에너지	아스토모스 에너지	ENEOS그룹
2	신일본석유	신일본석유	신일본석유	신일본석유	아스토모스 에너지
3	코스모석유가스	코스모석유가스		재팬 가스 에너지	재팬 가스 에너지
4	미츠이액화가스	미츠이액화가스	미츠이액화가스	쇼와셀석유	쇼와셀석유

자료) 日経産業新聞社(2013), ‘日経シェア調査’ 에서 작성

- 일본 LPG업계 3위 이하 기업은 가정용 수요가 감소한 결과 대부분 2011년 시장점유율이 하락했음
 - 3위 재팬가스에너지는 공업용과 도시가스용 판매에 주력한 결과 전년도 순위를 유지했음
 - 4위 쇼와셀석유도 2011년에는 가정용 이외의 수요 확대에는 별다른 성과를 올리지 못했음

<그림9> 2011년 업체별 시장점유율



자료) 日經産業新聞社(2013), ‘日經シェア調査’ 에서 작성

- 한편 5위를 기록한 코스모석유그룹은 재해로 LPG탱크의 화재 폭발사고로 치바(千葉) 정유소의 생산중단이 장기화되면서 화학원료 공급이 급감했음
 - 가정용 공급에도 지장이 생겨 2011년 시장점유율은 전년대비 2.2%포인트 감소한 8.1%를 기록했음
 - 한편 종래에 자회사인 코스모석유가스가 판매를 담당하고 있었던 화학원료용은 코스모 본체로 이관했음

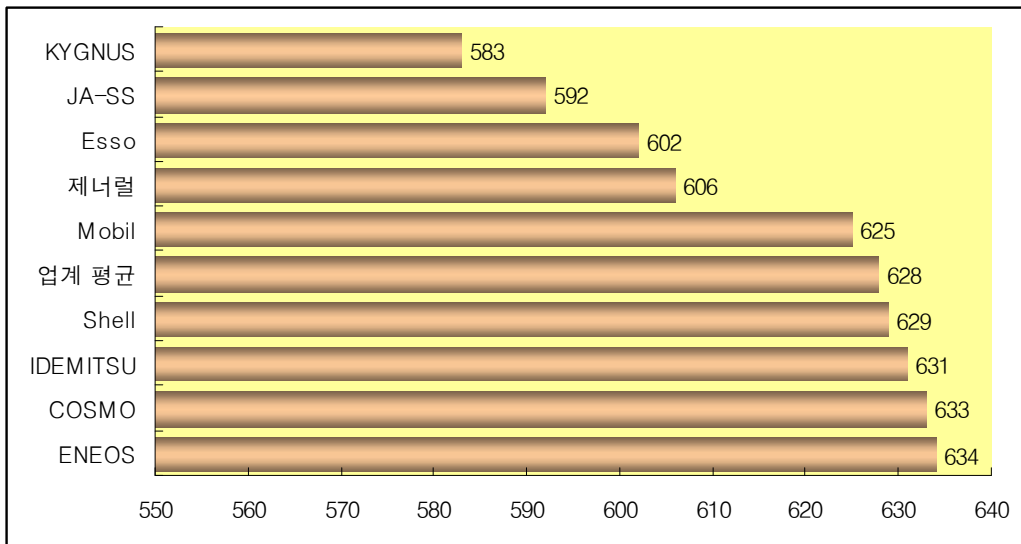
- 2012년은 JX닛코닛세키의 자회사인 ENEOS그룹과 재팬가스에너지의 공세가 시장점유율 판도에 영향을 줄 것으로 보임
 - 두 회사는 이미 순차적으로 브랜드를 ‘ENEOS’ 로 통일할 것을 결정한 상태로, 시장에서의 인지도가 점차 향상될 것으로 전망됨
 - 또한 가정용 연료전지 등 절전 효과가 있는 기기의 판매확대와 함께 새로운 수요 창출을 추진하고 있어, 그 성과 여부에 따라서는 시장점유율을 크게 늘릴 수 있을 것으로 보임

- 한편 지난 동일본대지진을 경험하면서 LPG는 가정에서는 물론 공공시설에서 비상시에 사용하기 쉬운 에너지로 재인식되었음
 - 따라서 각사는 계열 특약점을 통해 이러한 의식 변화를 어떻게 사업에 접목시킬 것인가, 새로운 판매 전략을 강구해야 할 것임

4. 주유소 만족도 조사 결과

- JD파워의 2012년 조사(자동차 보유자를 대상으로 2012년 6월 인터넷 조사, 일반주유소 2,933명, 셀프주유소 3,836명)결과에 따르면, 일본의 주유소 이용자가 주로 이용하는 점포형태가 점차 셀프주유로 옮겨가고 있으며, 2012년에는 70% 이상의 이용자가 셀프주차를 이용하고 있는 것으로 나타남
 - 또한 주유소 이용 빈도에 대한 조사에서는 월 1회 이하 이용자가 점차 줄어들고 것으로 밝혀져, 응답자 중 일반주유소의 경우는 44%, 셀프주유소는 36%로 나타났음
 - 최근 일본에서는 자가용 운행 횟수가 점차 줄어들고 있기 때문에, 주유소 이용 빈도감소는 이에 따른 당연한 결과로 보임
- 주유소를 이용하는 고객이 실제 느끼는 각사의 브랜드별 특징과 차이는 크지 않은 것으로 조사되어, 대부분의 주유소가 비슷한 인상을 갖고 있는 것으로 예상됨
 - 한편 이용하는 주유소의 선택이유는 ‘자택과 직장에서 가까운 장소에 있다’, ‘휘발유와 경유 가격이 저렴하다’, ‘주유소가 진입하기 쉬운 곳에 위치하고 있다’ 는 항목이 일반주유소는 물론 셀프주유소도 상위에 올랐음

<그림10> 주유소(일반) 소비자만족도 업체별 순위

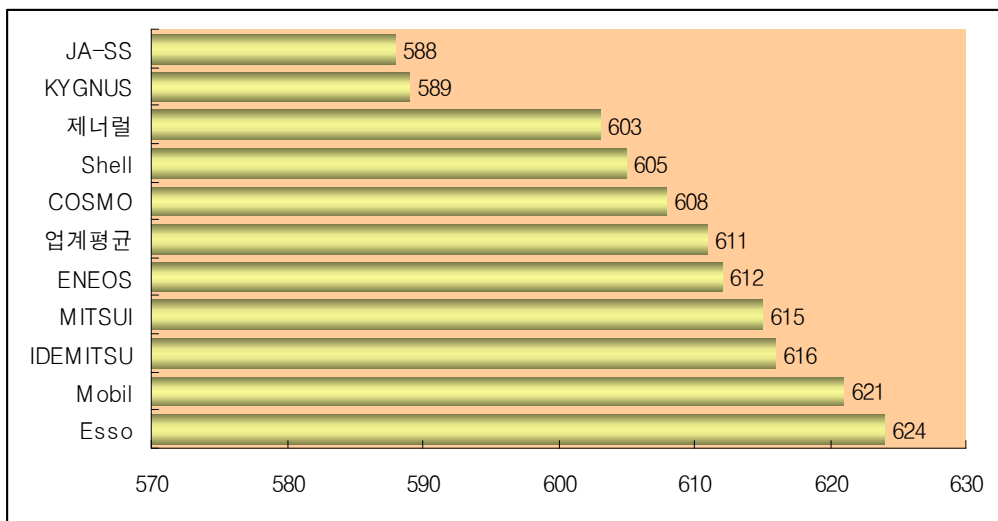


자료: JD파워 아시아퍼시픽 2012년 일본 서비스스테이션 소비자만족도 조사 결과

- 일반주유소의 고객만족도 순위는 ENEOS가 643포인트로 1위를 차지했으며 2위는 COSMO(633포인트), 3위는 IDEMITSU(631포인트)가 올랐음

- 고객만족도를 구성하는 요인별로 살펴보면 1위 ENEOS는 업계 1위의 평가를 받은 영역은 없었지만 모든 영역에서 골고루 업계 평균 이상의 만족도를 획득했음
- 한편 셀프주유소의 경우에는 2년 연속해서 Esso(624포인트)가 1위를 차지했으며 2위는 Mobil(621포인트), 3위는 IDEMITSU(616포인트)가 올랐음
- 2012년에 1위에 오른 Esso는 2011년과 같은 ‘정산 지불’, ‘점포시설’, ‘셀프서비스 오퍼레이션’ 영역에서 업계 1위의 평가를 받았음

<그림11> 주유소(셀프) 소비자만족도 업체별 순위



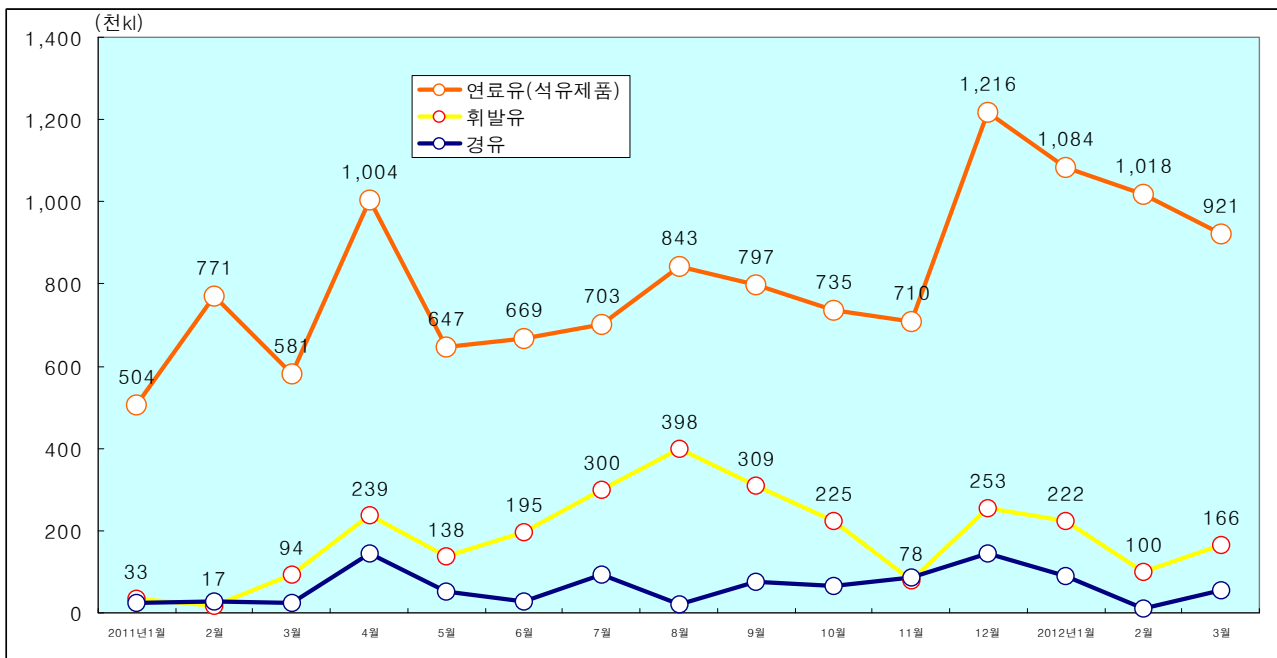
자료: JD파워 아시아퍼시픽 2012년 일본 서비스스테이션 소비자만족도 조사 결과

5. 한국 석유제품 대일 수출과 전략

- 한국의 대일본 최대 수출 품목이 석유제품이며, 일본의 석유제품 최대 수입국이 한국임
 - 일본은 국내에서 소비되는 휘발유, 등유, 경유의 90% 이상을 한국으로부터 들여오고 있으며, 한국의 전체 대일수출의 21.7%(2011년 기준)가 석유제품임
 - 특히 지난 2011년 동일본대지진의 영향을 받아 한국에서의 석유제품 수입물량이 크게 증가하였음
 - 월별 기준으로 본 2011년 이후 한국으로부터의 석유제품 수입동향을 살펴보면 점진적인 증가세를 나타내고 있음

- 단 2011년 연말 급증한 이후 2012년 들어와 수입 물량이 급감하는 등 월별 수입물량으로 보면 심한 증감현상이 나타나고 있다고 할 수 있음
- 그러나 앞으로도 일본이 한국에서 수입하는 석유제품 물량은 지속적으로 증가할 가능성이 높음
 - 2011년 재해로 인한 일시적인 수입급증이러기 보다는 구조적 요인이 작용하고 있는 것으로 보이기 때문임
 - 특히 최근에 한일 양국 간에 석유제품 상호보완 및 기업간 제휴가 빈번하게 발생하는 등 양국 기업간 협력이 강화되고 있음
 - 지난 2011년 12월(7만kl)과 2012년 1월(16만kl)에 일본 최대 정유사인 JX닛코닛세키가 한국 SK이노베이션 소유의 탱크를 임대하여 등유 등의 연료유를 비축하기 시작했음
 - 이데미츠고산 역시 2012년 2월에 한국에 등유를 6만kl 비축하여 전량 수입했음

〈그림12〉 일본이 한국에서 수입하는 석유제품 수입량 추이(2010년1월~2012년3월)



자료) 경제산업성(<http://www.meti.go.jp/statistics>) 및 일본석유연맹(<http://www.paj.gr.jp/statis/>) 홈페이지에서 작성

- 이처럼 일본 석유제품 각사가 한국에 석유제품을 비축하는 이유는 일본 국내 공급망을 축소하기 위함으로 저유(貯油)능력이 줄어들고 있기 때문임
 - 실제 일본의 저유능력은 2010년 3월 11,500kl로 15년 전에 비해 1/4로 줄어들었고, 내항선 역시 574척(2011년 3월)으로 절반으로 감소했음

- 큰 재해를 경험한 일본은 비교적 근거리에 있는 한국 정유사로부터 각종 석유제품을 유통하는 것은 비용 측면에서도 매우 경제적인 선택이 될 수 있음
- 실제 일본 국내의 태평양 연안에 있는 제유소에서 동해안 지역으로 수송하는 것보다 한국에 위치한 연료탱크에서 수입하는 편이 훨씬 더 저렴할 수 있기 때문임

<참고자료>

1. 東洋經濟新報社(2012), ‘10年後浮かぶ業界沈む業界’
2. 日経産業新聞社(2013), ‘日経シェア調査’
3. 경제산업성(<http://www.meti.go.jp/statistics>)홈페이지
4. 일본석유정보센터(<http://oil-info.ieej.or.jp>)홈페이지
5. 일본석유연맹(<http://www.paj.gr.jp/statis>) 홈페이지
6. JD파워 아시아퍼시픽 2012년 일본 서비스스테이션 소비자만족도 조사 결과