

석유 수입기업-정유4사 “한판승부”

수입기업, 지방 중심으로 주유소 잇따라 개설 ... 자체 브랜드 갖춰

석유 수입기업들이 지방을 중심으로 자체 브랜드 주유소를 잇따라 개설해 기존 정유기업과의 치열한 경쟁을 예고하고 있다.

정유업계에 따르면, 석유 수입기업 중 유일한 코스닥 등록기업인 리드코프(옛 동특)가 최근 자체 브랜드 주유소를 처음으로 개설한 데 이어 이미 지방에 자체 주유소를 개설한 타이거오일과 바울석유 등이 주유소 수를 늘려가는 추세에 있다.

이에 따라 SK와 LG-Caltex정유, S-Oil, 현대Oil-Bank 등 확고한 브랜드를 가진 정유기업들과 새로 브랜드 주유소를 만들고 있는 석유 수입사 간에 지방을 중심으로 치열한 시장쟁기 싸움이 벌어질 전망이다.

리드코프는 최근 광주광역시 시내에 자체 브랜드 주유소인 <리드오일(LEAD OIL)> 1호점을 개설한 데 이어 2004년 6월까지 호남권에만 16-19개 직영 및 자영 주유소를 추가로 개소할 계획이다. 2004년 하반기부터는 수도권에도 진출할 계획이다.

1999년 석유 수입기업으로는 최초로 자체 브랜드 주유소를 만든 타이거오일도 7월에 2곳의 주유소를 더 개설할 예정이다. 타이거오일은 현재 서울 2개를 비롯해 총 38개의 주유소를 거느리고 있다. 타이거오일 관계자도 용지와 자금 여력이 생길 때마다 주유소를 계속 늘릴 계획임을 밝혔다.

현재 호남과 충청지역을 중심으로 20개의 브랜드 주유소를 가진 바울 석유도 2003년 안에 50개로 늘릴 계획이다. 지방에 비해 주유소 개설 비용이 훨씬 많이 드는 수도권에도 2003년 안에 진입한다는 목표이다.

석유수출입협회에 따르면, 1위 석유 수입기업인 페타코를 비롯해 코엔팩 등 다른 수입기업들도 조만간 독자 브랜드 주유소를 개설한다는 계획이어서 기존 정유사 주유소와의 치열한 시장점유율 쟁탈전은 가속화될 전망이다.

석유 수입기업들이 잇따라 자체 브랜드 주유소를 늘려가는 이유는 수익성 극대화 때문이다.

한 업계 관계자는 석유 수입기업들이 단순한 석유제품 트레이딩만으로는 수익을 창출하기가 어렵다면서 자체 브랜드 주유소를 늘려 수익성을 극대화할 수 있을 것이라고 전했다.

<Chemical Journal 2003/07/11>