

## **ガソリンスタンド**

近年の原油価格の高騰に伴う仕切価格上昇分の製品価格への未転嫁の発生や利用者のガソリン節約の動きなどによる需要減を受け、収益はかなり厳しい状況にある。一部SSによる低価格攻勢、発券店値付けカードの増加なども収益力の低下をもたらしている。設備の更新時期とも重なり、今後もSS数の減少が続くとの見方が強い。

### **業界の概要**

ガソリンスタンドの主な取扱業務は、①自動車用ガソリン、灯油、軽油等の石油製品販売、②タイヤ、潤滑油、バッテリー等の自動車関連用品の販売、③自動車整備、車検、洗車、保険代行等のサービス業務で、①以外から得られる収益を油外収益という。その他に工業用潤滑油等の法人向け販売部門を保有しているところがあるほか、近年では自動車・中古車販売を手がけるところも増えている。なお、「ガソリンスタンド」は給油所の呼称であるが、上記のように幅広い業務であることから、現在では一般的に「サービスステーション（以下、SS）」と呼ばれている。

石油製品は、元売りと呼ばれる石油会社から、元売り直営や100%子会社のSS、特約店直営SS（元売りと資本関係がある特約店もある）、販売店SS、JA系など元売りと異なる商標をつけたSSを通じて提供されている。各構成比は、4.4%、37.0%、45.5%、13.2%（JA系10.9%、その他2.3%）である（資料1）。

特約店は元売りとの間で継続的販売契約と商標使用許諾契約が一体となった特約販売契約を締結しているのに対して、販売店は特約店と販売契約を締結し、元

売りとの間で商標使用許諾契約を締結しているのが通例である。特約店、販売店とも1社の元売り製品を取扱い、元売りのサインポールをSSに掲げている。

一方、需給バランス、地域的・季節的な調整等のため、元売り、商社等の中で転売、交換する「業転玉（業転もの）」と呼ばれるガソリンがあり、通常取引価格よりもかなり安く売買されていると言われており、元売り以外の商標を冠したSSを中心に取扱われている。

SS運営事業者のうち、従業員50人以下もしくは資本金1,000万円以下の企業が75.0%を占め、従業員100人以下、資本金3,000万円以下が98.8%を占めている。運営SS数が1カ所である割合は72.6%となっており（資料2）、当業界での中小企業性は高い。

### **規制緩和の影響**

昭和60年代から平成10年にかけて相次いでSSに関する規制が緩和された。例えば、石油製品の輸入に際し、「備蓄能力」、「代替生産能力」、「品質調整能力」の資格要件を求めていた特定石油輸入暫定措置法（特石法）の廃止（平成8年）、SSに関しては「SS建設指導及び転籍ルール」の廃止（2年）や指定区域制度（過当競争等の理由により経営が不安定なSSが相当数に上る地域での新規SSの開業を制限）の廃止（8年）、消防法改正による自動車関連用品以外の販売の解禁（昭和62年）、SSの上部空間利用の自由化（63年）、SSの有人セルフ方式（監視者が所在し、必要な監視、制御等を行う、以下、セルフSS）の容認（10年）などがあげられる。

こうした規制緩和が、元売りのSS支援策の縮小やホームセンターや商社からの新規参入などによる競争激化につながり、SSの淘汰を招いたといわれている。

また、フルサービス（従来型）のＳＳよりも価格が安いことから、セルフ方式のＳＳを選択する消費者も増えており、同ＳＳの数は年々伸び、19年6月末現在、全国で6,415、大阪府内で264となっている（資料3）。

このように規制緩和に伴う経営環境の変化がＳＳの収益や事業形態に大きく影響を及ぼしている。

### **大阪の地位と特徴**

府内のＳＳ数、従業者数、販売額を「平成16年大阪の商業」で見ると、それぞれ、1,606（全国比3.7%）、13,115人（同4.6%）、4,074億円（同4.6%）となっている（表1）。ＳＳ数で、北海道、愛知県、東京都に次ぐ4位に位置している。なお、近畿経済産業局によると、19年3月末の大阪府内のＳＳ数は1,565である（資料4）。

大阪府内のＳＳの特徴は、規模が大きいこと、法人客が多いこと、営業時間が長いことの3点が指摘できる（資料1）。1ＳＳあたりの月間平均ガソリン販売量、年間油外総売上高、従業員数（アルバイト・パート含む）は、137.8k1（全国平均98.0k1）、1,947万円（同1,593万円）、6.4人（同5.7人）と全国平均より大きい。正社員数は3.3人と全国平均（3.4人）とほぼ同じである一方、アルバイト・パート数は3.1人（同2.3人）と多く、アルバイト・パートで従業員を確保している状況がうかがえる。顧客内訳（法人と個人に区分）で法人の構成比は43.4%（同32.3%）と東京都に次ぐ全国2位である。また、平均営業時間も15.3時間（同13.7時間）と神奈川県に次ぐ全国2位で、24時間営業のＳＳも全体の16.3%（同9.3%）と高い構成比となっている。

## 売上高はガソリン価格変動の影響を受ける

平成8～10年度にかけてSSの競争激化等によってガソリン販売価格の低下が著しかったが、大阪府内のレギュラーガソリン店頭現金販売価格の推移をみると、8年度に比べ10年度は16.9%低下し（表2）、同期間の売上高も21.3%減と大幅に落ち込んでいる（表1）。近年、ガソリン販売価格は上昇傾向に転じており、19年12月10日時点の全国平均価格は消費税込みで155.5円／リットル（消費税抜きで148.1円／リットル）と18年12月から2割以上上昇しており、販売量が一定でも売上高は前年同期比2割増になる。このように、販売価格の変動が売上高に大きく影響しており、売上高の推移で業界の状況は判断しにくい。

ガソリン販売価格の上昇に伴い、利用者は1回の給油量を減らしたり、潤滑油交換の時期を遅らせるなど支出金額を抑制する傾向にあるほか、自動車の代わりに公共交通機関や自転車を使う、自動車の買替え時に燃費の良い自動車を選択するなどの動きもみられる。後者はガソリン消費の減少につながるだけに、SSの経営への影響が懸念されている。実際、販売量が前年同期よりも減少しているとするSSも多かった。

また、これまで販売量を伸ばしてきたセルフSSでも、最近、販売量が減少しているところが見られる。これは、急激な価格上昇や一部SSの安値攻勢により、セルフSSの魅力が薄れてきたことが要因との見方がある。

## 収益は悪化傾向

原油価格高騰を受け、元売りは過去の未転嫁分も含めて特約店等への販売価格（仕切価格）を値上げしているのに対して、SSでは他SSとの競争上、仕切価

格上昇分をそのまま販売価格に転嫁しにくく、結果としてSSの粗利は縮小する傾向が続いている。

ある調査によると、経営上の問題点として「ガソリンマージン（粗利）の減少」、「安売り業者による採算を無視した安値攻勢」、「セルフ給油所の増加」への回答が6～7割に達するなど、SSにおける粗利低下への懸念は大きく、また、全体の7割弱が赤字で小規模のSSほど赤字の割合が高い（資料1）が、現在は、仕切価格上昇分の販売価格への未転嫁分の拡大、発券店値付けカード（カード発券企業が元売りと契約し、各SSの販売価格に関係なく、販売価格を決める。SSと元売りの間では、給油分の買い戻し、代行手数料の支払いが行われるが、その手数料は通常の粗利よりも少ないといわれている）の発行増加もあり、収益はより悪化している。

さらに、仕切価格上昇によって仕入れに要する金額が増加するため、資金繰り悪化を懸念する意見も聞かれた。

### **更新時期を迎えるSS**

自動車が急速に普及した昭和40年代前後に開設したSSは、現在、タンク等の更新時期を迎えており、多額の資金を必要とする更新投資を行うか、SSを閉鎖（マンションや駐車場の経営などへの転業や廃業）するかという選択を迫られている。閉鎖を選択する事例も増えているが、立地条件の良いSSでは、元売り子会社等がSSの運営を引き継ぎ、更新投資を行うなど、SS運営事業者の入れ替わりもみられる。

また、セルフSSへの転換も適地では一巡したという見方があるほか、先行きの不透明感から新たな設備投資を控えているところが多い。

## **S S の取組**

こうした厳しい状況のなか、各S Sとも生き残りのための方策を模索している。給油事業では、価格競争力をつけるというよりも、接客態度向上やサービスの充実による集客、顧客の固定化を図る動きが中心となっており、人材育成に注力している。

また、油外収益の拡大や法人取引の拡大、自動車・中古車販売等の新分野への事業展開で収益を確保する動きもみられる。自動車・中古車販売は、販売時の収益確保のみならず、その後の給油、点検等、将来的な自社S Sの売上増加を意図している。

雇用面では、収益改善を図るためにパート・アルバイトの比重を増やした結果、接客や販売・サービス機能の低下を招くなど、デメリットが大きいことから、正社員に戻す動きもみられる。ただし、雇用者総数の増加にはつながってはいないところが多い。

## **地域貢献の動き**

S Sは地域に密着した事業であることから、業界として地域貢献にも取り組んでいる。具体的には、震災等の災害時における飲料水、トイレ、休憩場所、あるいは、道路等の情報を提供する「防災ステーション」、救急車が到着するまでの間に適切な応急処置を行う「救急救命ステーション」、子どもが駆け込める「110番、119番連絡所」などの取組である。

## **今後の見通し**

先に見たような収益の縮小、一部のS Sの安値攻勢、ガソリン消費を抑える動きに加え、将来的には電気等ガソリン以外を動力源とする自動車の普及、少子高齢化に伴う運転者数の減少など、構造的に需要が減少することへの懸念が大きい。こうしたことから、先行き

不透明感が強く、業界ではSSの減少や入れ替わりが今後も続くとの見方が大勢を占めている。

各SSでは、利用しやすさを高める工夫、顧客ニーズに対応した製品やサービス、情報の提供等で、集客力や収益力を高めることがより重要となっている。

(竹原 康幸)

(注)

資料1 『平成18年度給油所経営・構造改善等実態調査報告書』(財)日本エネルギー経済研究所石油情報センター

資料2 『石油製品販売業経営実態調査』(平成18年度調査版)(社)全国石油協会

資料3 『セルフSS出店状況について(平成19年6月末現在)』(財)日本エネルギー経済研究所石油情報センター

なお、当報告書での「セルフSS」の定義は、「お客が自ら給油作業を行う方式のSS。スタッフ給油、セルフ給油の両方のレーンを持つ、いわゆるスプリット型はセルフSSとして数える。対象油種はガソリンとし、灯油のみセルフ給油のSSは含まない。」である。

資料4 平成18年度末揮発油販売業給油所数(全国・近畿 (<http://www.kansai.meti.go.jp/3-9sekiyu/kyuyu.html>、アクセス日平成20年1月10日))

表1 大阪府内のSSの推移

	SS数 (カ所)	前回調査比 (%)	従業者数 (人)	前回調査比 (%)	年間商品販売額 (百万円)	前回調査比 (%)
平成9年	2,115	(-3.0)	15,717	(-10.8)	504,782	(-2.1)
11年	1,895	(-10.4)	16,399	( 4.3)	397,073	(-21.3)
14年	1,705	(-10.0)	15,298	(- 6.7)	404,895	( 2.0)
16年	1,606	(- 5.8)	13,115	(-14.3)	407,412	( 0.6)

資料:大阪府『大阪の商業』(各年版)

(注)上記年は調査年であり、年間商品販売額はその前年度の値。

表2 大阪府内のガソリン価格の推移(レギュラーガソリン)

単位:円/リットル、%

年度	平成8年度	9年度	10年度	11年度	12年度	13年度	14年度	15年度
価格	110.4	103.7	91.7	95.8	102.3	99.8	99.1	100.2
年度	16年度	17年度	18年度	19年度				
価格	109.5	120.6	128.7	136.3				

資料:(財)日本エネルギー経済研究所 石油情報センター調べ

(注)消費税分は除外(16年以降は内税表示のため、100/105を掛けて算出)し、各月価格を単純平均した。  
平成19年度は、4月から12月の平均。