

# 石油精製・流通研究会 最終報告書（概要）

平成29年 5 月  
資源エネルギー庁 資源・燃料部

# 石油精製・流通研究会について

## 1. 開催趣旨

- 国内需要の更なる減少や国際競争の激化等、国内石油業界再編の進展等、我が国の石油製品の安定供給を巡る環境が変化。
- こうした状況を踏まえ、将来にわたり安定的かつ適切な供給を確保していくために、石油精製・流通各分野において必要な施策の在り方についてとりまとめた。

## 2. 構成員 ※敬称略

(座長)  
橘川 武郎（東京理科大学イノベーション研究科 教授）

(構成員)

|                               |                           |
|-------------------------------|---------------------------|
| 石岡 克俊（慶應義塾大学法科大学院 教授）         | 岩井 清祐（石油連盟政策委員会 副委員長）     |
| 上原 征彦（昭和女子大学現代ビジネス研究所 特命教授）   | 牛島 辰男（慶應義塾大学商学部 教授）       |
| 河本 博隆（全国石油商業組合連合会副会長）         | 神津 カナ（作家・エッセイスト）          |
| 佐藤 克宏（マッキンゼー・アンド・カンパニー パートナー） | 新家 法昌（みずほ証券株式会社 シニアアナリスト） |
| 長谷川 文則（三菱商事株式会社 石油事業本部長）      | 飛田 恵理子（東京都地域婦人団体連盟 理事）    |
| 松方 正彦（早稲田大学理工学術院 教授）          |                           |

## 3. 開催実績

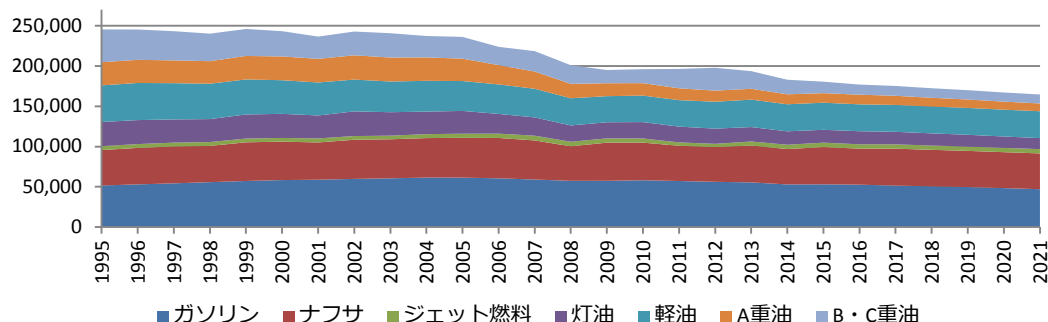
|                  |                                                                       |
|------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| 第1回（平成28年10月24日） | 石油精製・流通研究会における検討課題について<br>国内外の石油製品需要の動向について                           |
| 第2回（平成28年11月7日）  | 我が国の石油精製・元売産業の立ち位置について<br>取引に係る価格指標の整備について                            |
| 第3回（平成28年11月21日） | 諸外国の石油流通産業の動向と国内の一般の流通業から見た石油流通業への示唆について<br>諸外国の石油精製業の動向              |
| 第4回（平成28年12月20日） | ガソリンの適正取引慣行に向けた方向性<br>石油精製・元売産業の生産性向上に向けた取組                           |
| 第5回（平成29年1月26日）  | 石油業界の海外展開について<br>石油業界の国際競争力強化に向けた取組について<br>公正な競争環境の形成に向けた石油流通業界の取組と提言 |
| 第6回（平成29年2月27日）  | 石油精製・流通研究会報告書骨子案について<br>エネルギー供給構造高度化法について                             |
| 第7回（平成29年3月24日）  | 石油精製・流通研究会最終報告書について<br>ガソリン適正取引慣行ガイドラインについて                           |

# 石油精製分野

# 我が国石油精製業を巡る国内外の環境変化

- (国内) ◆ **需要減少のトレンドは今後も継続**。特にガソリン及び電力向け重油の需要減少が進む可能性。  
 ◆ **企業統合・連携が進展する**結果、物流合理化や生産設備最適化等の競争力強化に取り組みやすい環境に。
- (海外) ◆ 中国等における環境規制強化等により製品の品質差が改善。今後、中国沿岸部や新興国の製油所における生産拡大等の影響により、**これまで以上に製油所間の国際競争が激化**。  
 ◆ **アジア市場の成長は継続**。当面は需要が供給力を上回るとの見通しも。他方、中国の存在感が高まり、同国内の需給状況が市場に大きく影響する側面も。  
 ◆ シェール革命や I M O 規制強化により、**非在来型原油・重質原油の取扱いが競争力に影響**する可能性。

## 我が国の石油製品需要の推移と見通し (kl)



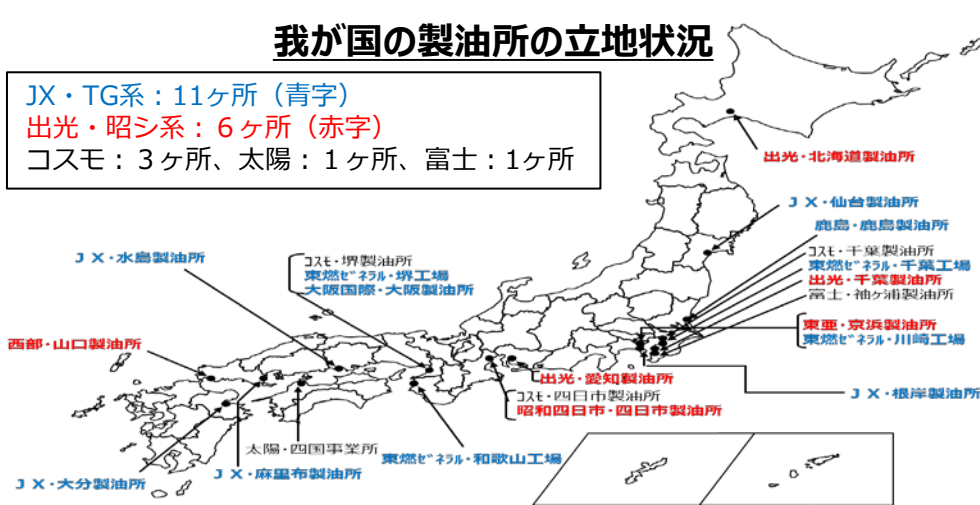
(出典) 2016年度までは、資源・エネルギー統計の実績。2017年度以降は、資源エネルギー庁「石油製品需要見通し」。  
 なお、電力用C重油の見通しは作成されていないため、2016年度実績を据え置きすることで、C重油見込みとした。

## 我が国の製油所の立地状況

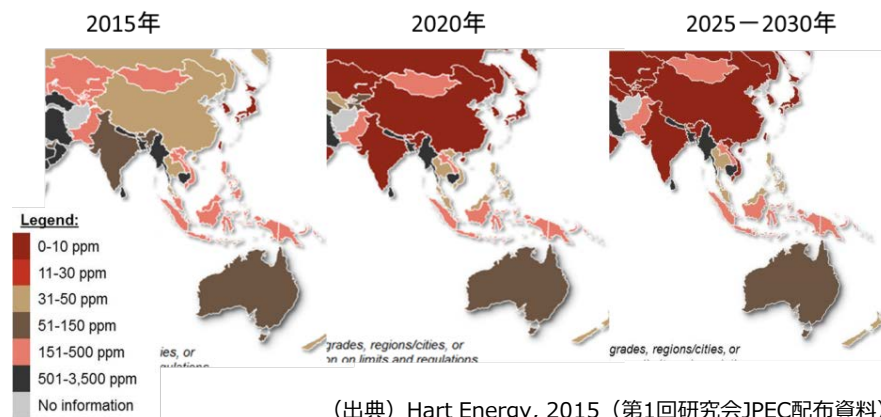
JX・TG系: 11ヶ所 (青字)

出光・昭シ系: 6ヶ所 (赤字)

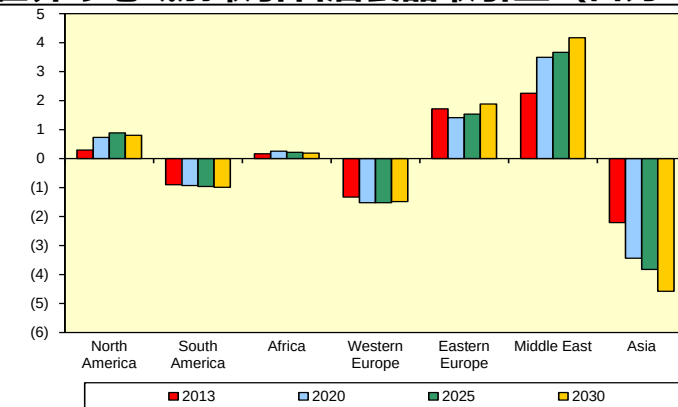
コスモ: 3ヶ所、太陽: 1ヶ所、富士: 1ヶ所



## アジアにおけるガソリンの硫黄分規制



## 世界の地域別取引石油製品取引量 (百万BD)



(出典) Nexant資料 (2014) (第1回研究会JPEC説明資料)

# 国内外の環境変化による国内石油精製業への影響と懸念点

(環境変化：国内需要の減少、国際競争の激化)

## 国内需要の減少

国内石油製品需要はガソリン・重油を中心に今後も継続的に減少。

【想定される影響】



- ・供給インフラ維持のための投資確保が困難に。
- ・災害等緊急時の対応能力が低下。
- ・国際石油市場におけるプレゼンスの低下。
- ・人材確保が困難に。

## 国際競争の激化

品質差の縮小や中国沿岸部やアジア・中東等の製油所の新增設により、製油所間の国際競争が激化。

【想定される影響】



- ・中国・インド等の国内需給動向がアジア市場を左右。日本は輸出入両面で、影響を受けやすい立場に。
- ・国内外の石油製品取引市場の一体化が進展。



## 需要減少状況下での厳しい国際競争がもたらす懸念点

- 国内需要の減少に併せて供給力を下げる対応では縮小スパイラルに陥り、投資の確保が困難になる懸念。  
⇒ 新規設備導入やメンテナンス等の投資が控えられ、国際競争力を低下させる可能性。
- 豪州など輸出先での競合が激化、輸入圧力も高まる懸念。  
⇒ 国際競争力の低い、輸入等価が実現できない製油所の生き残りが困難になる可能性。

➡ 国内石油精製業が国際競争力を持たなければ、中長期的に国内の低廉かつ安定的な供給を支えるサプライチェーンの維持が困難に。

# 懸念克服に向けた対応の可能性・機会

(環境変化：企業統合の進展、アジア市場の拡大)

## 国内の業界再編の進展

国内需要の減少や外資撤退等を踏まえ、国内石油精製元売企業による企業統合等、事業再編の取組が進展。

### 【想定される影響】

- ・生産設備適正化や物流合理化等、統合シナジーが期待。
- ・事業規模の拡大、経営・財務基盤の強化により、新たな投資のための資金を確保しやすい状況に。

## アジア市場の拡大

アジア地域の需要は経済成長に併せて増加。製油所の新增設が進むものの、当面は需要＞供給力。

### 【想定される影響】

- ・我が国製油所が競争力を持てば、輸出先を確保しやすい環境に。
- ・我が国企業が、アジア地域等での精製・卸・小売等に参入する機会が豊富。

## 国内の業界再編の進展とアジア市場の拡大がもたらす機会

- 統合によるシナジーが期待される数年間、新たな成長に向けた投資を実施しやすい機会  
⇒ 縮小する国内市場に売上げの大半を依存する現状から脱却し、アジア市場をはじめ他の成長分野に事業ポートフォリオをシフトすることで、将来の安定的な経営基盤獲得につながる可能性。
- アジア地域等への輸出、精製・卸小売等への参入など、グローバル市場における石油製品の取扱い量を増加させやすい機会  
⇒ アジア市場への参入と既存の国内事業との連携等を進め、世界の石油製品市場・原油市場におけるプレゼンスを向上させ、将来の柔軟で強靱な供給能力獲得につながる可能性。

➡ 企業統合等事業再編のシナジーを、国際競争力強化・アジア市場獲得等につなげ、将来の安定供給基盤の確保に。

# 今後の政策的支援の方向性

(製油所の国際競争力強化と国内企業の海外展開)

## 将来の安定供給を支えるサプライチェーン構築に向けた政策的支援の方向性

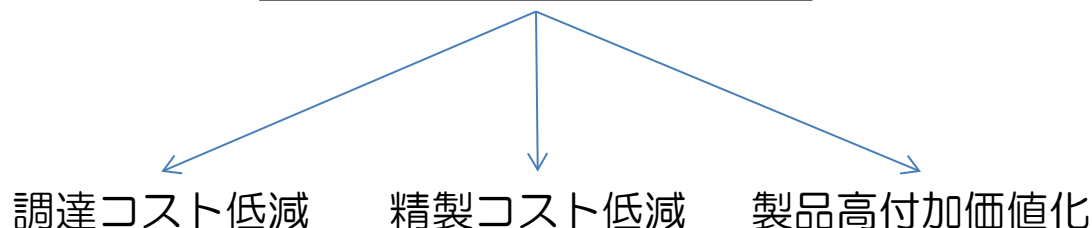
### ① 国内製油所の国際競争力強化

- 輸入等価が実現できない製油所は生き残れないことを踏まえ、調達・精製コストの低減、製品の高付加価値化に資する取組を促進する。特に、一部の製油所では恒常的な輸出競争力の獲得を促進する。
  - 企業内の既存設備の有効活用、資本を超えた地域内協力による設備の有効利用
  - 競争力の高い製油所について更に生産性を高め、柔軟な輸出を可能とする投資 等

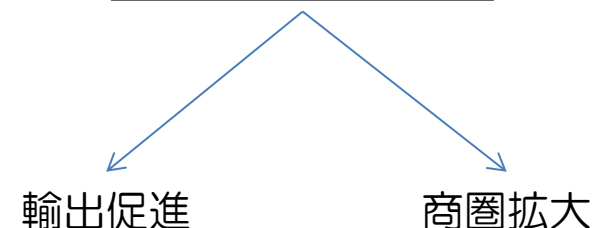
### ② 石油精製事業による海外展開の促進

- 海外において、精製・輸送・卸小売等様々な分野での商圈を拡大し、グローバル・バリューチェーン／サプライチェーンの構築、国内外の需給動向などに柔軟に対応できる強靱な経営基盤づくりを促進する。
  - アジア等成長市場への参入機会の発掘、案件形成、現地政府等との調整 等

#### 国内製油所の国際競争力強化



#### 国内企業の海外展開





# 具体的な政策支援の在り方・今後の検討課題

| 政策支援の方向性         | 具体的な検討の方向性                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 調達コストの低減に向けた取組   | <ul style="list-style-type: none"><li>✓ 多様な原油種を精製する能力を高めるための設備・装置導入促進</li><li>✓ 未利用原油の利用拡大に資する研究開発の促進</li><li>✓ 国内事業者間・アジア地域内での輸送分野での協力</li><li>✓ 産油国共同備蓄事業により中東産油国が我が国に保有する原油の有効活用</li></ul>                                                                                                        |
| 精製コストの低減に向けた取組   | <ul style="list-style-type: none"><li>✓ 保守・点検のコスト削減、効率性向上に向けた、現行制度・規制の改善の必要性の確認</li><li>✓ IoTの活用による保守・点検作業の効率化、定期修繕期間の短縮の実現</li><li>✓ エネルギー効率向上を目指した、コンビナート内の隣接施設間の用益融通の更なる拡充促進</li><li>✓ 事業所内におけるエネルギー消費効率向上に資する設備導入促進</li></ul>                                                                    |
| 製品の高付加価値化に向けた取組  | <ul style="list-style-type: none"><li>✓ 重質油分解能力の有効活用促進を目的とした、エネルギー供給構造高度化法の次期告示</li><li>✓ IMOによるバンカー燃料に係る環境規制強化を見据えた脱硫装置の更なる活用</li><li>✓ 需給動向に応じて石油製品・石油化学製品を柔軟に生産できる設備導入促進</li><li>✓ 石油化学シフトのための企業の研究開発や産学官連携によるオープンイノベーションの促進</li><li>✓ 輸出能力向上に向けたオフサイト設備（タンク、栈橋）の強化や複数事業者による出荷設備の共同利用促進</li></ul> |
| 国内企業による海外等への事業展開 | <ul style="list-style-type: none"><li>✓ 相手国や近隣国の政府・企業との関係維持・強化による、案件発掘や事業形成、事業定着の円滑化</li><li>✓ 民間では払拭できない事業リスクの軽減策の検討</li><li>✓ 災害対応ノウハウ等、海外進出にあたって我が国が強みとできる要素の育成</li></ul>                                                                                                                         |

上記の政策支援に加え、①進出先の市場の特性に合わせた、石油精製事業者・石油販売事業者・商社等が連携した海外への事業展開や、②コンビナート全体での中長期的な競争力強化についても、政策支援の方向性を引き続き検討する必要。



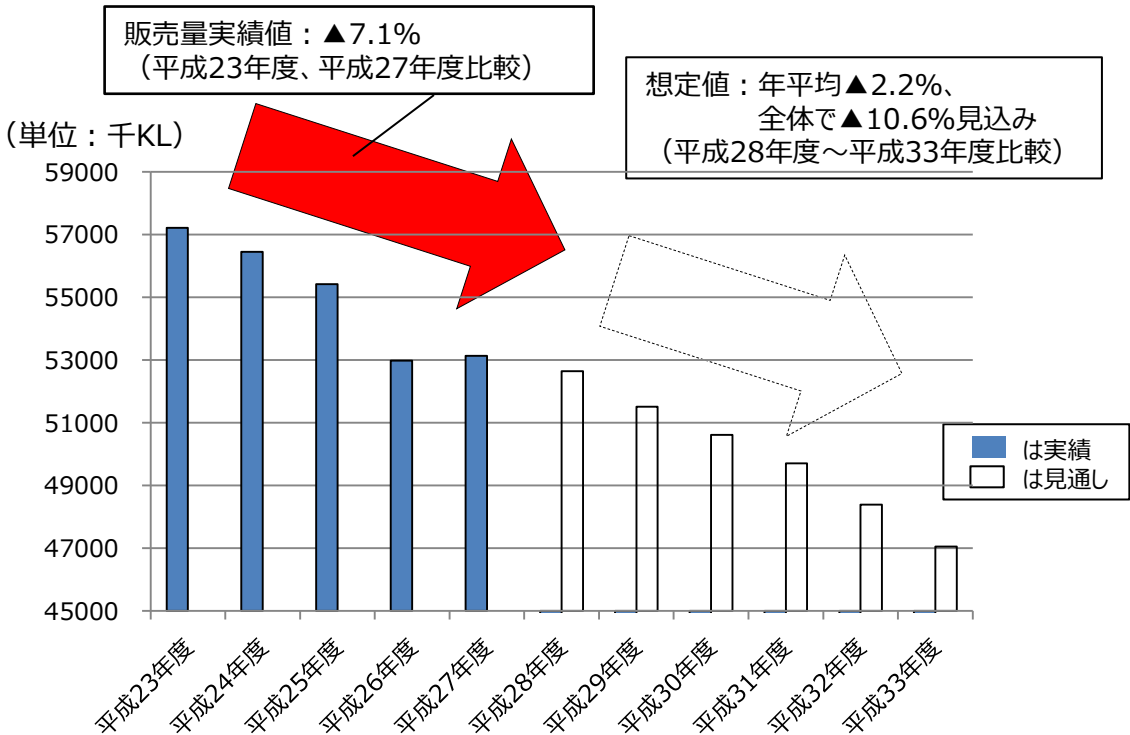
# 石油流通分野

# 顧客接点としてのSSの維持のために目指すべき方向性

## (1) SS業界を取り巻く環境変化と協業化の必要性

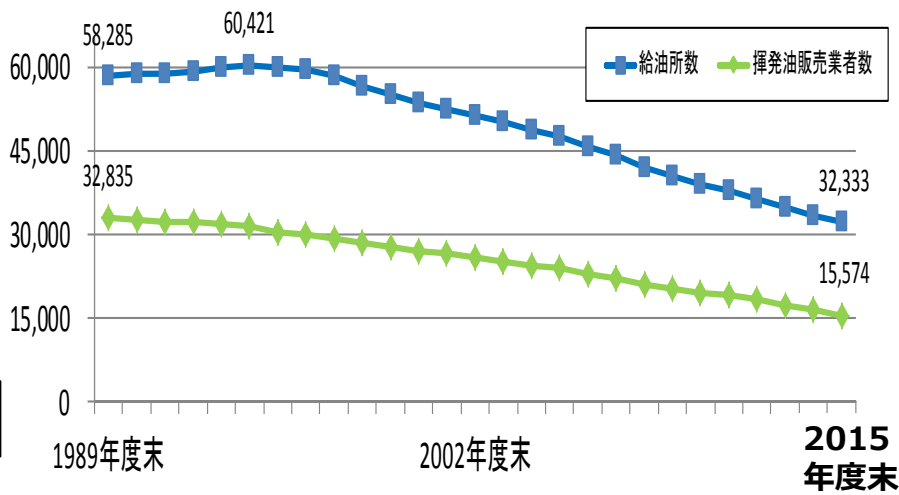
- ガソリン需要は、少子高齢化や自動車の燃費向上等といった構造的な要因により、今後も減少傾向が続く見込み（年▲2.2%）。全国のSS数は1994年度末のピークに比べて約半数まで減少（2015年度末時点で32,333カ所）。
- こうした中、石油サプライチェーンを維持するのは挑戦的な課題であるため、石油サプライチェーンの関係者が、個社の自助努力に加えて、連携・協力を一層強化することが求められている。

【ガソリン販売量の推移】



(出典) ・平成23年度～平成27年度実績値：「資源エネルギー統計」資源エネルギー庁  
・平成28年度～平成33年度想定値：「石油製品需要見通し（平成29年4月）」石油製品需要想定検討会

【SS数及び石油販売事業者数の推移】

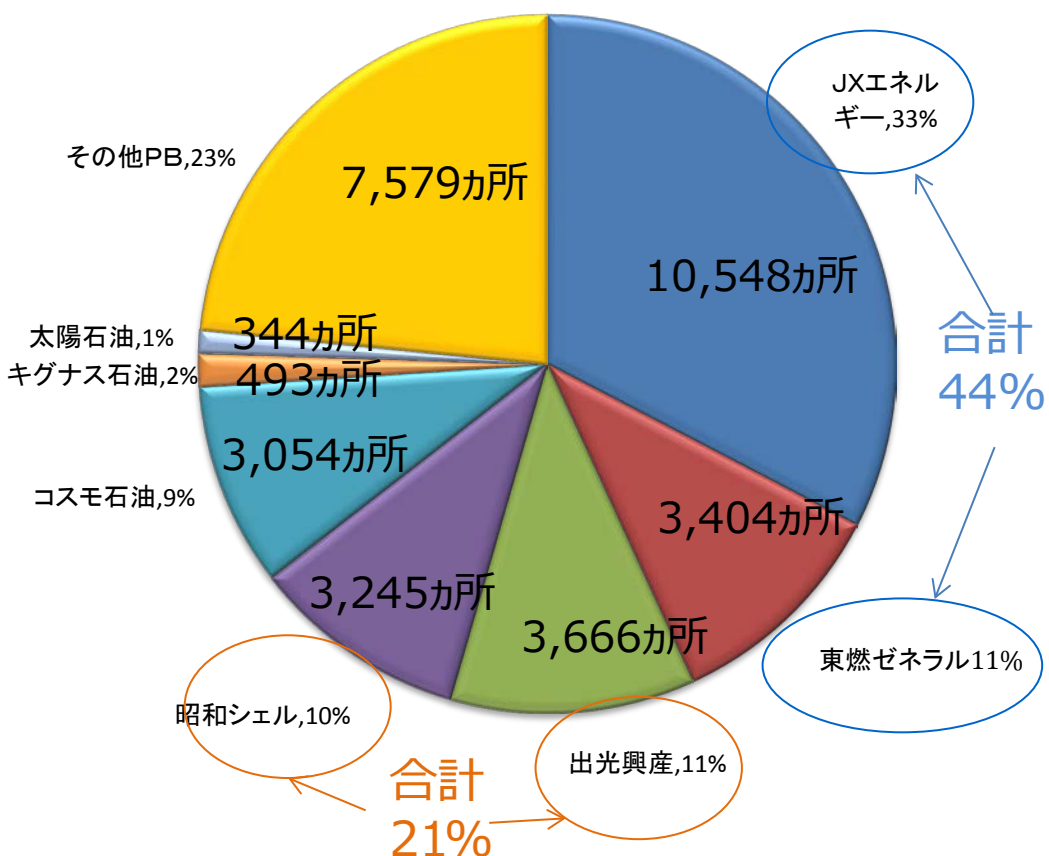


(出典) 資源エネルギー庁調べ

## (2) 系列の取引環境を巡る現状

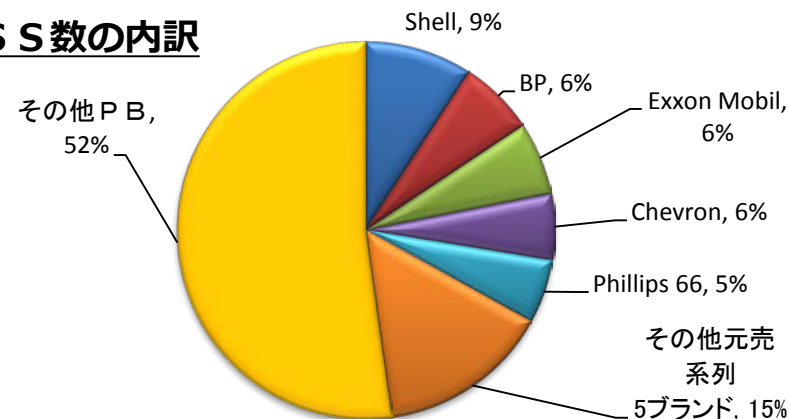
- 需要減少、S S過疎地問題の顕在化、元売の経営統合等の環境変化を踏まえて、各事業者（元売・S Sの双方）は、自身の取引スタイルについて改めて検討するタイミングを迎えている。
- 一方、足下では系列内の取引関係が弱体化しかねない兆候が見られる。特に系列S Sからは、仕切価格の系列内格差や業転格差等に対する不満の声もある。

### 日本のS S数の内訳



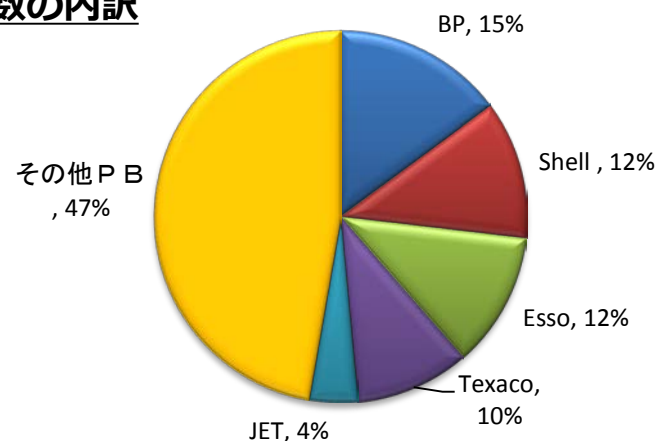
（出所）資源エネルギー庁調べ（平成28年3月末時点）

### 米国のS S数の内訳



（出所）National Petroleum News（平成24年12月時点）

### 英国のS S数の内訳



（出所）Petroleum Retailers Association（平成26年10月時点）

### (3) 多品目化やサービスの多角化

### (4) 協業化による配送の合理化

- 元売と系列SSが一層信頼を高め、互いに協力して投資が一層進められることが望ましい。その際、一般の流通業界で見られるチェーン・オペレーション（例えば、小売店頭での消費情報を収集・分析し、需要の多様化等に適応）等を、石油業界独自の形に展開することも検討していくべき。
- ブランド価値向上に資する品揃え強化やサービスの創設、離島等における協業化による配送合理化等により、SSの経営基盤の安定化や生産性の向上が期待される。SS業界では、次世代の革新的な経営の在り方について勉強会を開く等の積極的な自助努力が見られる。こうした動きを加速すべく、資源エネルギー庁としても石油製品の安定供給の維持に不可欠な公益性の認められる範囲において政策的支援を講じて行くべき。

<顧客接点としてのSS網を活かした元売による新サービスの開発>

ENEOSでんき



<元売・SS・自治体が協力した物流合理化>



例：島根県隠岐4島  
共同備蓄タンクを設営し、系列の枠を越えたバージ船の手配、島内配送の体制を自治体も巻き込み構築することにより、配送合理化を実現

### (5) 石油流通業の海外展開の促進

### (6) 適正な品質確保の一層の推進のための取組

- 石油流通業の経営力強化、石油精製部門の海外展開に当たっての安定的な販売チャネル確保の観点からも石油流通業の海外展開も一つの選択肢。まずは先進事例の成功要因の分析等を実施すべきである。
- 一層の適正な品質確保の在り方についても、違反事案の抑止等の観点から検討すべきである。

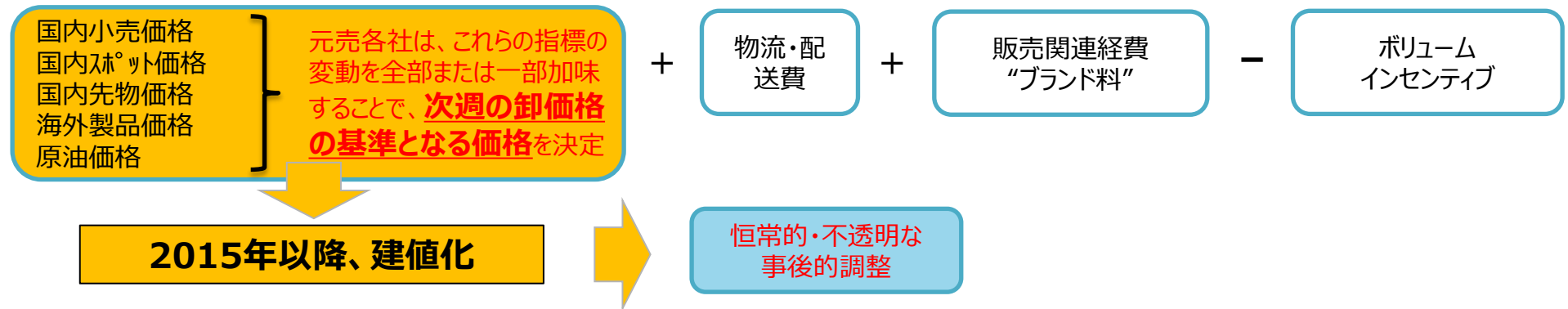
# 公正な市場形成と取引環境の整備

## (1) 系列取引に係る一層の適正化に向けた環境整備

### ① 仕切価格決定方式の現状とアンケート調査

- 2008年頃以降、独自指標を算出する際に国内製品市況を考慮する比重を大きくする市場価格重視型を採用していたケースもあったが、スポット価格が原油コストを反映していないとの認識のもと、2014年春以降、大半の元売各社は仕切価格決定方式を変更（原油コスト重視型へ変更）。
- 2015年以降、卸価格の当初の通知価格が建値化したことに伴い事後的な修正の常態化が見られた。系列SSは、原価が確定しなくても（値引き幅が分からなくても）、日々の店頭の小売価格は決めざるを得ないため、系列SSによる自主的・合理的な経営行動が阻害される。この調整額相当の格差・未確定要因を抱えながら、SS店頭での値付けや近隣SSとの競争に臨むことを強いられるため、「実質的な業転格差」は拡大しているとの声がある。

#### 仕切価格の一般的な構成要素



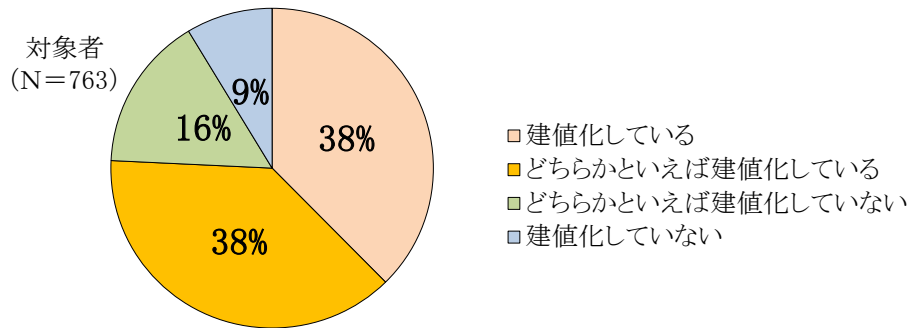
#### 【資源エネルギー庁によるアンケート調査の実施】

- 資源エネルギー庁は、元売と系列SSの間の取引や経営支援の実態、これらに対する系列SS側の認識についてのアンケート調査を実施（資源エネルギー庁委託「取引慣行の公正・透明化に関する実態調査」平成29年3月、(株)野村総合研究所）。
- 全国の系列SS事業者3,000社（全体の約2割）に郵送し、1,676社より回答があった（回収率56%）。事業者団体等も含め30社を超える系列SSに対してヒアリングを実施。
- 加えて、8月下旬と11月下旬に元売各社にヒアリングを実施し、各社の取組のベストプラクティスを聴取。

## ②仕切価格の建値化

- 当初の仕切価格が建値化していると感じる割合は、値引きを受けている事業者では7割以上。
- 当初の仕切価格が建値化していると感じる割合が高まるほど、値引き交渉期間（玉の納入日から仕切価格決定まで）が長くなる傾向が見られる。建値化が値引き交渉に係る取引コストの上昇を招いており、S S店頭の値付けも難しくしている。

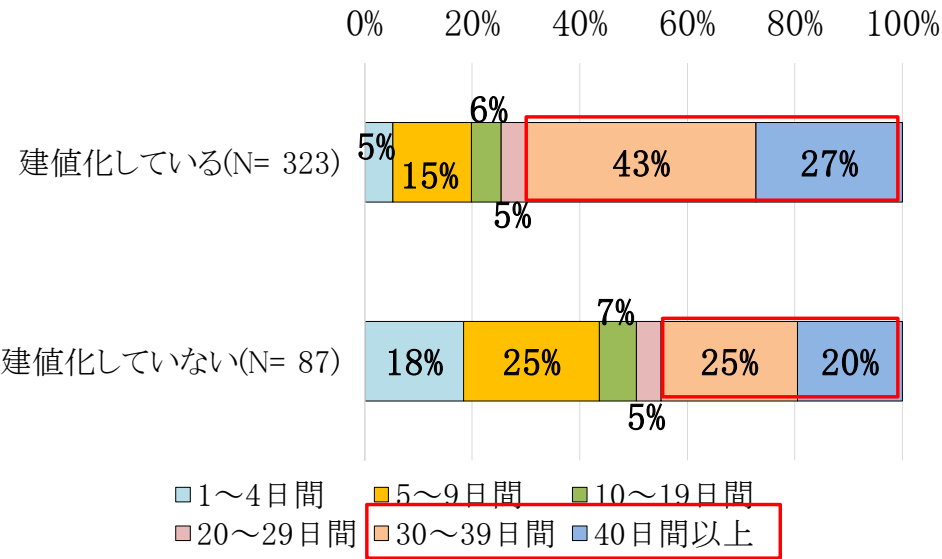
当初の仕切価格の建値化についての事業者の認識(質問項目「通知価格が建値化していると感じる」への該当状況)



対象者: 以下のいずれかの支援を受けている事業者

|    |                                     |
|----|-------------------------------------|
| 1. | 安値地域のSSへのマージン保証                     |
| 2. | 安値地域のSSへの継続的な一定額の仕切価格の値引き           |
| 3. | 上記1と2以外の、交渉による仕切価格の値引き(月内～3ヵ月程度の交渉) |
| 4. | 四半期・年に1度等に行われる値引き                   |

当初の仕切価格が建値化していると感じる割合  
＜値引き交渉期間(玉の納入日から仕切価格確定まで)の最大日数毎の傾向＞



出所)取引慣行の公正・透明化に関する実態調査(2017年3月)

### 【S Sからの聴取結果】

- (当初に通知される仕切価格の建値化により、) 原価が分からずに店頭価格を付けてガソリンを販売しなければならないのは正しい商慣行ではない。
- 原価が分からない商品を売る際は手探りになるので周辺価格を参考にするしかない。それが理屈に合わない店頭価格設定につながる。
- 非常識な仕切価格が通知されるので、当然帰着すべき交渉を続けているだけである。

経済産業省「ガソリン適正取引慣行ガイドライン」より



③仕切価格の事後的修正

- S S数が多い大規模特約店程、元売から様々な支援を受けられる傾向が見られる。
- 業転玉の仕入れを全くしていない特約店の方が、元売からの支援を受けやすい傾向が見られる。

運営SS数別 支援を受けている事業者の割合

|               | 特約店                        |                            |                            |                            |                            |                            |
|---------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
|               | 1SS<br>(N=341)             | 2SS<br>(N=126)             | 3SS<br>(N=68)              | 4SS<br>(N=33)              | 5～9SS<br>(N=79)            | 10SS以上<br>(N=29)           |
| 卸価格の個別の値引き交渉  | <div><div></div></div> 44% | <div><div></div></div> 49% | <div><div></div></div> 56% | <div><div></div></div> 73% | <div><div></div></div> 67% | <div><div></div></div> 76% |
| 販売促進支援        | <div><div></div></div> 26% | <div><div></div></div> 32% | <div><div></div></div> 37% | <div><div></div></div> 42% | <div><div></div></div> 63% | <div><div></div></div> 76% |
| 値引きや支援を受けていない | <div><div></div></div> 33% | <div><div></div></div> 23% | <div><div></div></div> 13% | <div><div></div></div> 12% | <div><div></div></div> 11% | <div><div></div></div> 7%  |

業転購入量別 支援を受けている事業者の割合

|                    | 特約店                        |                            |                            |                            |                            | 販売店                        |                            |                            |                            |                            |
|--------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
|                    | 0%(業転玉は購入していない)<br>(N=497) | 30%未満<br>(N=140)           | 30%以上～50%未満<br>(N=23)      | 50%以上～70%未満<br>(N=11)      | 70%以上<br>(N=4)             | 0%(業転玉は購入していない)<br>(N=541) | 30%未満<br>(N=224)           | 30%以上～50%未満<br>(N=92)      | 50%以上～70%未満<br>(N=57)      | 70%以上<br>(N=21)            |
| 卸価格の個別の値引き交渉を受けている | <div><div></div></div> 53% | <div><div></div></div> 50% | <div><div></div></div> 48% | <div><div></div></div> 36% | <div><div></div></div> 50% | <div><div></div></div> 51% | <div><div></div></div> 37% | <div><div></div></div> 39% | <div><div></div></div> 23% | <div><div></div></div> 14% |
| 販売促進支援を受けている       | <div><div></div></div> 38% | <div><div></div></div> 31% | <div><div></div></div> 22% | <div><div></div></div> 18% | <div><div></div></div> 50% | <div><div></div></div> 18% | <div><div></div></div> 15% | <div><div></div></div> 8%  | <div><div></div></div> 5%  | <div><div></div></div> 5%  |
| 値引きや支援を受けていない      | <div><div></div></div> 22% | <div><div></div></div> 27% | <div><div></div></div> 30% | <div><div></div></div> 45% | <div><div></div></div> 50% | <div><div></div></div> 32% | <div><div></div></div> 48% | <div><div></div></div> 46% | <div><div></div></div> 58% | <div><div></div></div> 71% |

出所)取引慣行の公正・透明化に関する実態調査 2017年3月)

【SSからの聴取結果】

- 値引きを受けられるのは販売量が多いSSを持つ特約店だけであり、弱小SSはあまり受けられない。
- 公正なあり方は、一定のルールに沿って値引きが行われ、ある程度同じ土俵で各SSが工夫や努力をしながら競争することである。
- 元売の支社の予算がどのように決まっているのか系列SSに十分な説明がないため、一方的に値引きの額が決められてしまう。

経済産業省「ガソリン適正取引慣行ガイドライン」より



# ガソリン適正取引慣行ガイドラインについて

## 狙い

石油製品の需要減少、元売の経営統合等環境変化にかかわらず取引の安定を確保していく必要。  
そのため、本ガイドラインにより、一層適正な取引慣行を実現することが重要。  
(※)元売と系列 S S の取引関係：一般的に元売は系列 S S に対して取引上の優越的地位にある。

- 公正な競争環境の構築を図り、将来にわたって石油製品が全国の住民や事業者に安定的・効率的に届けられるための環境整備を促す。
- 望ましい取引慣行やベストプラクティスの浸透を促すことにより、元売と系列 S S が対話・協議を通じて相互の認識の相違を埋める。

| 課題となる取引慣行                    | 問題となるおそれのある例                                                     | 望ましい取引慣行・ベストプラクティス（抜粋）                                                                                                            |
|------------------------------|------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 当初の仕切価格の<br>建値化の是正と<br>十分な協議 | 卸売価格を一方的に決定するなどにより、正常な商慣習に照らして不当に、系列 S S に不利益となる取引条件の設定          | <ul style="list-style-type: none"><li>・当初の仕切価格を可能な範囲でより市況の実態に即したものとするなどの見直しを行うこと</li><li>・仕切価格等を決定する際、系列 S S と十分に協議すること</li></ul> |
| 仕切価格の<br>事後的調整               | 個別の値引き交渉により特定の S S を競争上有利にさせるなど、非合理的な差別的取扱いにより、公正な競争秩序に悪影響を与えること | <ul style="list-style-type: none"><li>・値引き交渉の方針・手続の社内基準を明確化し、可能な限り、系列 S S にも情報開示が行われること</li><li>・事後調整の期間短縮等が図られること</li></ul>      |

## 小売段階での公正競争上の取組

- ・独占禁止法上の不当廉売や景品表示法上の有利誤認に該当する行為に対しては厳正な対処が行われるべき。
- ・価格表示の適正化：石油流通業界団体の自主行動基準「S S における価格表示の適正化ガイドライン」を理解し、適切な価格表示が行われないよう対応する必要。

## 経済産業省の対応

- ・元売ヒアリング等で、各元売の当初の仕切価格が建値化していないかどうかの実態等を把握する。
  - ・系列 S S を対象としたアンケートを実施(※)するなどにより、定期的にフォローアップする。
  - ・上記の対応を通じて動向を注視し、本ガイドラインを不断に見直す。
  - ・信頼性・透明性の高いスポット価格指標構築の環境整備を引き続き実施する。
- (※)本ガイドラインの策定に当たっても、全国1,600以上の S S 事業者にアンケート調査を実施

## (2) 取引に係る価格情報インフラの整備

### ① 価格情報に求められる役割・期待

- 多くのプレーヤーが参加して、流動性のある「スポット市場」において形成された価格は、コストの変動や市況・需給がタイムリーに反映されたものとなる。
- そのため「スポット価格」は、市況・需給を測る「価格指標」として、適正な価格を発見・参照する機能が求められる。

#### 価格の発見・参照のニーズ（価格指標）

##### ① 系列卸価格交渉の参考情報

- ✓ 需給を適切に反映した価格指標は、元売と販売業界の双方にとって自主的・合理的な経営判断を行うために不可欠な情報インフラ
  - ・2008年以降の市場連動方式
  - ・2015年以降も、価格調整交渉の際の情報の一つとして使われている

##### ② 社会的厚生最適化

- ✓ 需給を適切に反映した価格指標は、社会的厚生最適化のためのインフラ

#### (現物) スポット取引のニーズ

- ✓ 元売・商社にとって販売の選択肢
- ✓ 商社・S Sにとって仕入れの選択肢
  - ・取引の柔軟性（価格・量）のメリット
  - ・契約取引等の契約関係と比べて安定性とのトレードオフ（系列取引と比べて）取引相手の義務履行の信頼性（製品受渡し、支払）の確保が重要

#### 先物取引のニーズ

- ✓ 経営のボラティリティの緩和
  - ・ストックの価値を固定  
在庫評価損の回避等
  - ・フローの価値（売上・仕入・利益）を固定、将来の販売価格が固定された時の、仕入れ価格変動リスク回避

## ②価格評価のメソドロジーの整備

- 昨年より、①欧米の複数の価格アセスメント会社が日本での石油製品価格調査に参入する動き、②日本の価格アセスメント会社がIOSCO（証券監督者国際機構）のPRA（Price Reporting Agency）原則遵守の報告書を開示する等の動きが見られるようになった。また、③TOCOMも新たな商品市場開設の方向性を発表。
- 価格アセスメント会社によるIOSCOのPRA原則遵守に加えて、国内外の価格アセスメント会社同士の競争活性化とメソドロジーの改善の好循環を構築する必要。



- 昨年4月IOSCOが定めるPRA原則遵守に係る第三者による検証結果を公表し、説明会やユーザーとの対話を重ね、取引価格の分布・ヒストグラムを公表する等の取組を実施。
- 相対取引やスポット取引市場（JOX）に加え、本年1月からはTOCOMウィンドウによる現物スポット取引価格も価格評価の対象としている。



- 昨年4月海上スポット価格の調査・公表を開始し、昨年9月にはイーウィンドウ（電子型取引システム）を導入。
- 昨年12月には陸上スポット価格の調査・公表を開始。説明会やユーザーとの対話を重ね、製品の種類・受渡し場所に係る改良を重ねている。
- 本年2月には、TOCOMウィンドウによる現物スポット取引の価格を一部参照する方式を採用し、価格評価の対象となる市場の厚みを向上させた。



- 昨年4月より海上スポット取引市場（JOX）の成約価格等を基に、海上スポット価格の調査・公表を開始。
- 昨年7月にはJCRME社がTOCOMのクリアリング機能を利用した陸上・海上の現物スポット市場（TT市場）を立ち上げ、OPISはこの価格も評価対象に加えた。
- 本年1月にはTT市場がTOCOMウィンドウによる現物スポット市場に移行。なお、現在はTOCOMウィンドウを最優先に価格を評価しており、より公平な指標作りを目指している。



- TOCOMは、本年5月を目途に、最終決済価格として価格報告機関が日々発表しているスポット価格の月間平均価格を参照する「現金決済型（スワップ型）」の新たな先物市場を上場する計画を発表。
- 先物価格がタイムリー性を発揮し指標性を高めることにより、価格指標の参照ニーズに応えられる。
- 現金決済であれば、現物の石油製品を売買する必要がないことから、業転玉を購入せずとも、商社・SSが価格変動リスクをヘッジできるようになる。

(3) 小売市場に係る現状と対応

①石油製品販売業界における不当廉売注意件数の増加等

- 平成28年度上期の石油製品販売業の注意件数は、酒類販売業（174件）等を上回り、業種別では最多。独占禁止法上の不当廉売に該当する行為に対しては厳正な対応が行われるべき。
- 資源エネルギー庁では価格のモニタリングや元売ヒアリング、販社ヒアリング等を継続的に実施するなど、状況の把握に努めていくべき。こうした状況把握に努めていく上で、仮に独占禁止法違反行為の疑いのある事実に接した場合には、公正取引委員会に対して、緊密な情報提供を行うべき。

<ガソリン不当廉売の措置状況> 平成28年12月末現在

課徴金

(なし)

排除措置命令

(3件)

| 業者名             | 地区       | 措置月日        |
|-----------------|----------|-------------|
| (有)濱口石油         | 和歌山県田辺地区 | 平成18年5月16日  |
| (株)シンエネコーポレーション | 栃木県小山市   | 平成19年11月27日 |
| (株)東日本宇佐美       |          |             |

警告

(16件)

| 業者名               | 地区       | 措置月日        |
|-------------------|----------|-------------|
| 新日本エネルギー(株)       | 栃木県小山市   | 平成13年8月6日   |
| (株)柿本石油           | 青森県大鰐町   | 平成14年3月27日  |
| (有)濱口石油           | 和歌山県田辺地区 | 平成15年12月17日 |
| (株)石橋石油           |          | 平成18年5月18日  |
| (株)アムズエナジー        |          |             |
| 関東スタンダード(株)       | 栃木県小山市   | 平成19年11月27日 |
| 前川石油(株)           | 高知市      | 平成21年4月3日   |
| 出光興産(株)           |          |             |
| 土佐鉱油(株)           |          |             |
| コスモ石油販売(株)        |          |             |
| 日和崎石油(株)          |          |             |
| 明神石油(株)           |          |             |
| 高知石油(株)           |          |             |
| (株)ミタニ            | 福井市他3市   | 平成25年1月10日  |
| バロン・パーク(株)        | 愛知県常滑市   | 平成27年12月24日 |
| コストコホールセールジャパン(株) |          |             |

注意

※平成28年上半期において、酒類等が減少している中、ガソリン廉売の注意案件が急増している。

|      | 石油製品  | 酒類    | 家電製品  | その他 | 計      |
|------|-------|-------|-------|-----|--------|
| 18年度 | 259   | 592   | 158   | 22  | 1,031  |
| 19年度 | 306   | 926   | 427   | 20  | 1,679  |
| 20年度 | 430   | 795   | 2,364 | 65  | 3,654  |
| 21年度 | 956   | 700   | 1,425 | 144 | 3,225  |
| 22年度 | 714   | 1,028 | 856   | 102 | 2,700  |
| 23年度 | 444   | 1,138 | 142   | 48  | 1,772  |
| 24年度 | 426   | 1,123 | 121   | 66  | 1,736  |
| 25年度 | 452   | 847   | 29    | 38  | 1,366  |
| 26年度 | 326   | 635   | 3     | 18  | 982    |
| 27年度 | 341   | 490   | 3     | 7   | 841    |
| 28年度 | 464   | 174   | 1     | 1   | 640    |
| 計    | 5,118 | 8,448 | 5,529 | 531 | 19,626 |

\*28年度は4月～9月分

(出所) 公正取引委員会



## ② S S 店頭における価格表示の適正化に向けた取組

- 昨今、S S 店頭に、複数の価格看板を掲示するなどして価格表示を複雑化し、一般消費者に誤認を与えるおそれのある事例（有利誤認）が見られる。
- このため、全石連では、消費者保護の観点から、不当表示となるおそれのある行為を未然に防止するため、「ガソリンスタンドにおける価格表示の適正化ガイドライン」を策定（2009年9月策定、2015年9月改訂）。
- 石油業界（元売各社、全石連）が、自主的に率先して価格表示ガイドラインの徹底など適正表示に取り組んでいく姿勢を表明していることは望ましいことであり、S S がこうした業界自主ガイドラインの趣旨を理解し、不適切な価格表示が行われないように対応する必要。

※紛らわしい価格表示を行っている S S 例（撮影当時）



価格表示が小さすぎて視認が困難（茨城県）



価格表示ボードに「-4円」と表示（大阪府）