

全石連経営部会
元売クレジットカード研究WG
報告書

平成24年 3月

全国石油商業組合連合会
経営部会
元売クレジットカード研究WG

目次

I. 目的	2
II. WG概要	2
1. 委員構成	2
2. 開催日・テーマ	3
III. 検討内容	3
1. クレジットカードの仕組み	3
2. 加盟店手数料について	8
(1) 元売カード手数料の実態	8
(2) 元売カードの問題点	9
(3) 手数料(率)負担	9
(4) 元売間の手数料(率)格差	10
(5) ガソリン価格に応じた手数料(率)の変動	10
3. 元売カードの特典問題	11
(1) 元売カードの特典	11
(2) 過剰な値引き訴求	11
4. カード会員情報の取扱いについて	12
(1) カード会員情報に関する規定	12
(2) 会員情報の活用のしやすさ	14
5. 発券店値付け法人カード問題	15
(1) 発券価格のあり方	15
(2) 給油代行手数料のあり方	16
6. 元売カード会員の募集業務について	17
(1) 元売のカード戦略	17
(2) S S 側の評価	17
(3) 元売カードの会員募集に協力する場合に改善してほしい事項	18
7. 問題点のまとめ	19
IV. 資料	21

I. 目的

経営部会は、本年度事業計画において、元売と販売業者間の戦略的連携の一つのテーマとして「元売カード問題」への取組みを挙げた。

最近、消費者の間で非現金決済が浸透している中で、給油所においても売上への寄与や収益向上対策として、クレジットカードによる販売は重要な要素となることが考えられる。

一方、加盟店決済手数料の負担が大きいことや固定客の離散につながる等、自店客のカード会員化について否定的な意見があり、すべての販売業者が共通のメリットを享受できるわけではないことが指摘されている。

ついては、とにかく不透明といわれるクレジットカード決済の仕組みを学習し、個人向けカードを中心に、決済手数料率の低減等販売業者の元売カード勧誘の取組意欲の高揚策について検討することとした。

II. WG概要

1. 委員構成

役職	氏名	系列
委員長	三角 清一	JX
委員	四十物祐吉	昭和シェル
委員	遠藤 靖彦	コスモ
委員	松田 好民	EM
委員	平井 博武	出光
オブザーバー（経営部会長）	中村彰一郎	JX
オブザーバー（経営副部会長）	宇佐美三郎	出光・JX

2. 開催日・テーマ

第1回 平成23年8月25日（木）

- ・クレジットカード発行の仕組みについて
- ・元売クレジットカード導入の戦略的連携と課題について

第2回 平成23年10月6日（木）

- ・元売各社クレジットカードの内容・特典について

第3回 平成23年11月10日（木）

- ・元売各社のカード情報に関する規定について
- ・元売カード事業と給油所経営について
- ・発券店値付け法人カードについて

第4回 平成23年12月1日（木）

- ・報告書（案）とりまとめについて

Ⅲ. 検討内容

1. クレジットカードの仕組み

元売クレジットカード問題を取り上げるに当たり、クレジットカードの仕組みについて検討を行うため、クレジットカード会社の「UCカード」を招き、説明を受けた（図1、2、表1）。

仕組みのポイントは以下のとおりである。

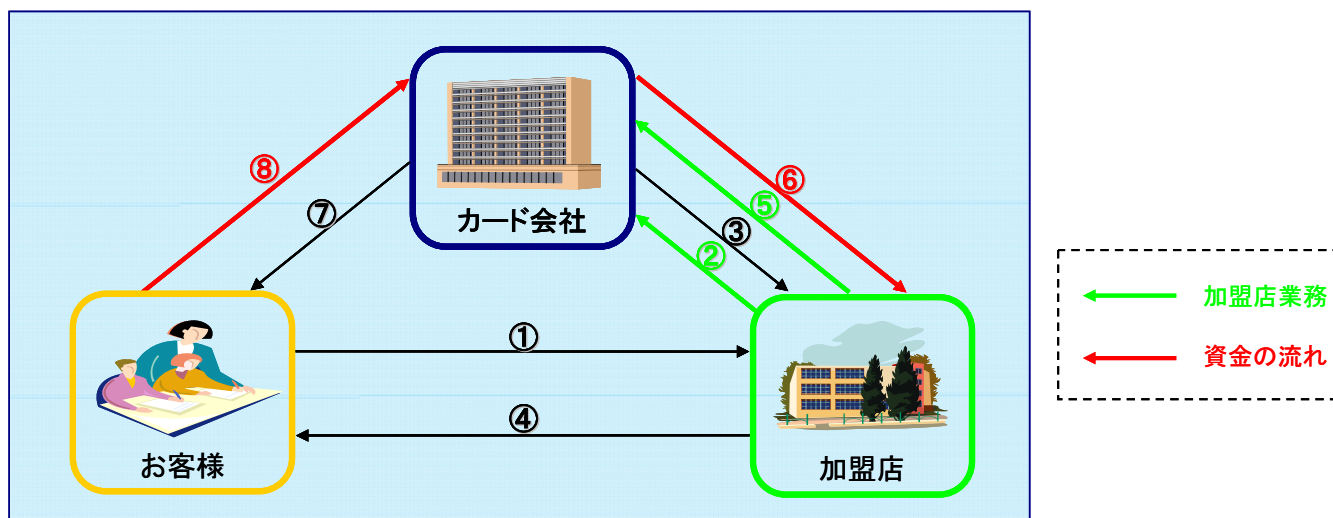
○クレジットカードのスキームは、a. 顧客（会員）、b. 加盟店、c. カード会社の三者で構成される。カード会社はさらに、国際ブランド（VISA、マスターカード等）、カード発行会社（イシューアー）、加盟店管理会社（アクワイアラー）といったプレイヤーに分けられる。日本では、アクワイアラーとイシューアーを兼ねているカード会社が多い。

○加盟店決済手数料は、業種や加盟店の信用力によって異なる。提

携カードの場合は、提携企業との契約内容によって手数料やカード特典などが異なる。

- 加盟店手数料はアクワイアラーが徴収し、イシューアー、国際ブランドに分配される。
- 提携会社とカード会社の間でどのようなコスト分担、販促活動等の取り決めをしているかはケース・バイ・ケースで一概に決まっているものではない。
- 提携カードを発行するために、提携企業がある程度のカード枚数を請け負っている場合もある。その場合は、企業を挙げてカード会員の獲得が必要になる。
- 提携カードは、提携企業にとっては顧客囲い込み、またカード会社にとってはメインカード化（最も利用するカード）してほしいとの期待から、一時はカード各社が競い合って発行した。しかし、不採算カードが増加したことや、貸金業法の規制強化などカード会社の経営環境の変化もあり、最近は各社とも発行の抑制に転じている。

図1 クレジットカードのフロー図（その1）



①カードでのお支払いの申し出

④商品、サービスの提供

⑦利用代金の請求

②販売承認取得の依頼

⑤売上の計上

⑧利用代金の引落

③販売承認取得

⑥売上代金の振込(立替払)

※利用代金の請求・引落は、お客様のご所属のカード会社より行われます

図2 クレジットカードのフロー図（その2）

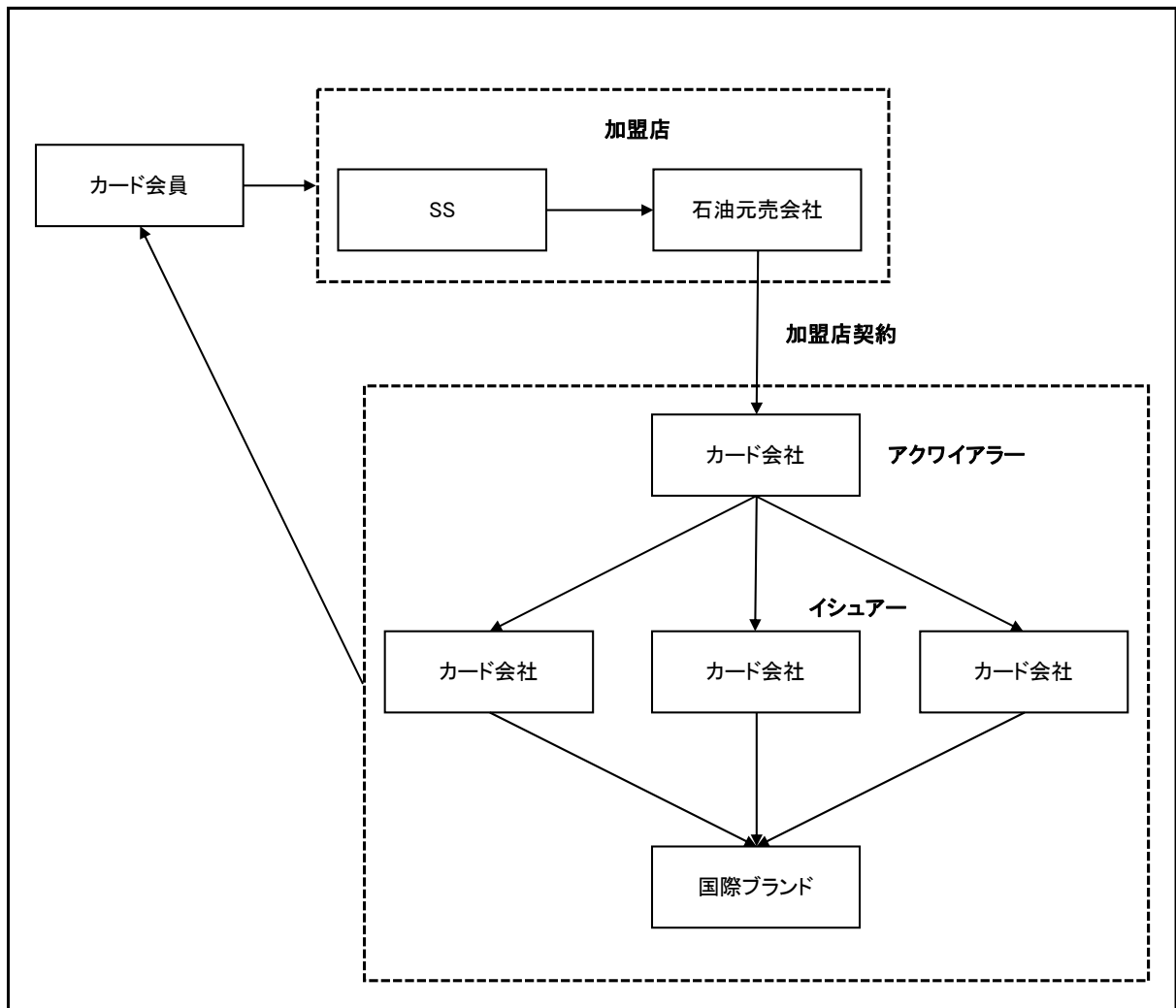
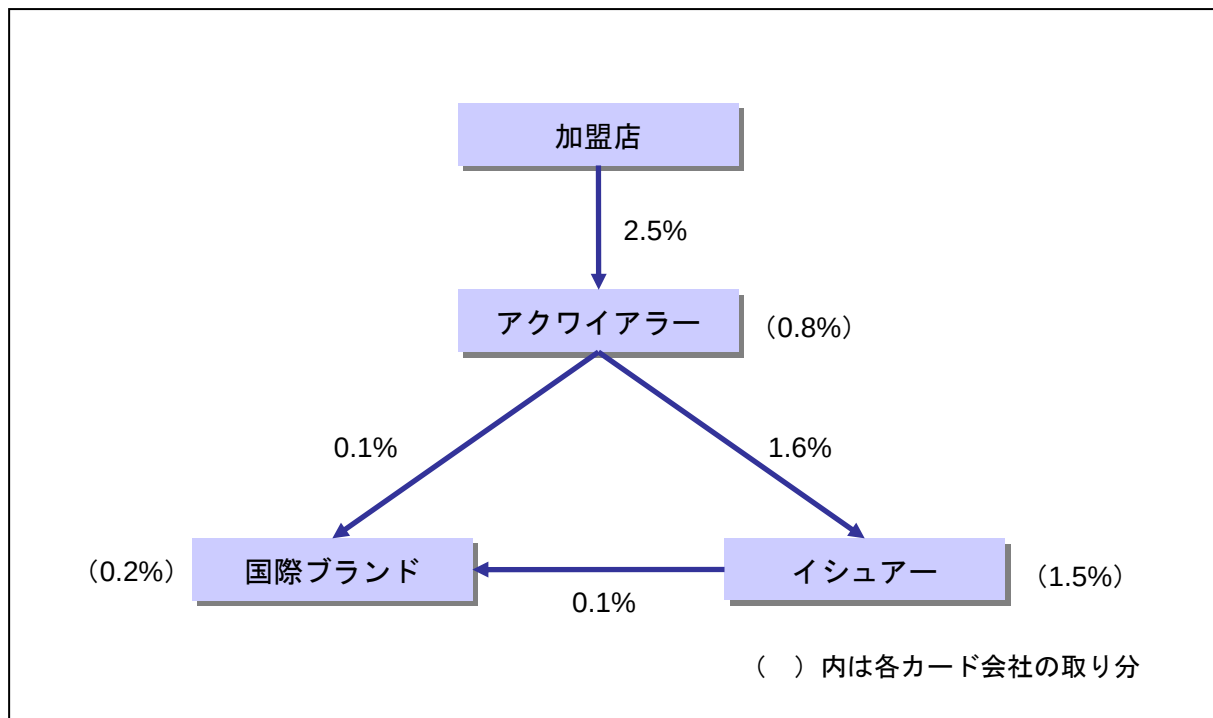


表1 各プレイヤー構成と一般的な手数料配分の例



関係者	実質手数料の例	
加盟店	▲2.5%	
アクワイアラー（加盟店管理）	0.8%	2.3%
イシューアー（カード発行）	1.5%	
国際ブランド	0.2%	

（注）上記はあくまで例であり、実際には加盟店の業種・売上規模、カード内容等により手数料は異なる。

【国際ブランド】



左から、JCB、VISA、マスターカード、ダイナースクラブ、アメリカン・エクスプレス

2. 加盟店手数料について

(1) 元売カード手数料の実態

加盟店手数料について、大手元売5社について調査したところ、表2のようになった。

表2 元売クレジットカードの売上手数料一覧

元 売 名 等	売り上げ手数料(%)		
	個人向けカード	法人向けカード	一般カード
1. JX日鉱日石エネルギー	計算手数料 0.9 紹介手数料 1.0	1.6	1.85
2. 出光興産	自店発行 0.9 他店発行 1.2	1.7	次世代POS 1.95 2.3
3. エクソンモービルグループ	0.9	1.5	2.25
4. 昭和シェル石油	0.9	1.2	2.25
5. コスモ石油	コスモ石油 1.4 イオンクレジット 1.1 セントラル 1.5	2.0	2.3

これを見ると、以下のような点が確認できる。

- ①元売カードと一般カードで手数料率が異なる。元売カードはさらに個人向けと法人向けで手数料が異なっている。一般カードは1.85～2.3%と高い水準となっているが、個人向け元売カードの手数料率は0.9～1.5%である。このため、SSでは元売カードを利用してもらうと手数料が安く抑えられるメリットがある。
- ②元売カードの手数料率は元売間で差がある。最も低いのは0.9%で、最も高いのはコスモ石油の1.5%（旧セントラルファイナンス発行分。ただし新規発行は停止している）で、0.6%の差がある。
- ③自店勧誘カードと他店勧誘カードで給油手数料が異なる元売がある。JX（エネオスカード）は、自店勧誘カードで給油した場合は0.9%であるが、他店勧誘カードが使用された場合は1.0%の勧誘店手数料（顧客紹介料）が加算される。また、出光

は、自店勧誘カードの手数料率は0.9%であるが、他店勧誘カードの手数料率は1.2%となっている。

- ④コスモ石油は、提携カード会社により手数料が異なる。直系のカード会社が発行するカード（ハウスカード）は1.4%であるのに対し、イオンクレジットサービスが発行するカードは1.1%である。

（２）元売カードの問題点

これらを踏まえ、カード問題に関する自由討議を行った。

その結果、以下のような意見が出た。

- ①燃料油マージンに占める一般カード手数料の負担が重い。
- ②元売間で手数料に差が生じている。
- ③自店勧誘客が簡単に同系列安値店に移動するきっかけになる。
- ④元売カードを自店で勧誘したにもかかわらず、SSがカード情報を利用できない従属的契約になっている。
- ⑤キャッシュバックや値引き等の過剰な特典を全面に打ち出した元売の販売施策に問題がある。
- ⑥発券店値付け法人カードの給油代行手数料が低い。

このうち、第1回のWGでは主に手数料問題について、第2回では⑤元売カード特典の問題、第3回では④カード情報、⑥発券店値付け法人カードの問題について検討した。

（３）手数料(率)負担

最近ではガソリン価格の変動が大きいですが、ガソリン価格が高騰してもマージンの値幅はそれほど変わらないのに、カードの手数料は売上に対する一定比率のため、価格が高くなると手数料額も連動して上昇する。当然、マージンに占める手数料コストの比率が大きくな

り、収益を圧迫することになる。

一般カードについては、2.3%前後の手数料を設定している元売が多い。マージンが低下傾向にある中でこうしたカード手数料の負担は重く、一般カードの利用はありがたくないというのが本音であり、手数料(率)の引き下げを望みたい。

他方、元売カードの手数料は、高いところでも1.5%前後の水準となっており、一般カードに比べて相対的に低くSSにとってメリットになるが、こちらについても更に引き下げる努力が望まれる。

(4) 元売間の手数料(率)格差

元売間で手数料が異なる点については、手数料の高い元売は、まだ引き下げ余地があるのではないか。これに対しては、元売間の体力格差等が影響している可能性も指摘されるが、コスト削減を求めて提携カード会社を変更する元売もあり、一部元売による手数料負担の軽減努力が行われていることは評価できる。元売と契約するSS側の立場としては、当然のことながら、元売間で手数料の差が存在することを容認するわけにはいかないので、手数料(率)が高い元売は引き下げの努力をすべきである。

(5) ガソリン価格に応じた手数料(率)の変動

出光系のカード手数料は、ガソリン価格の水準に応じて手数料率変動する仕組みになっている(表3)。

この方式であれば、ガソリン価格が高騰した際でも、カード手数料が連動して増加する影響を緩和することができる。他の元売各社においてもこのような仕組みの導入と適切な手数料について検討すべきである。

表3 出光カードの手数料率の変動

	145 円/ℓ超	125 円/ℓ±20 円	105 円/ℓ未満
自店手数料	0.8%	0.9%	1.0%
他店手数料	1.1%	1.2%	1.3%
法人カード手数料	1.6%	1.7%	1.8%

(注) 対象商品は燃料油。指標単価は出光クレジット売上単価におけるゼアスの全国平均販売単価。

(出所) 出光クレジット(株) 資料

3. 元売カードの特典問題

(1) 元売カードの特典

元売カードの特典問題を検討するため、主要カードについて、カード概要とその特典を比較分析した(巻末資料 主な個人向け石油カード特典一覧)。

各社の特典を整理すると、①値引き(キャッシュバック)、②ポイント還元、③その他の特典(施設利用優待、保険加入等)に分かれる。

元売カードの多くはポイントと値引きのミックス型である。以前よりポイント制の採用が増加しているとみられるが、一般加盟店での利用促進を考慮したものと考えられる。

そのような中で、EMのカード特典は値引きのみに特化している特徴がある。値引き額については、元売側で利用に応じた値引き幅を決めている(例、月間〇万円以上の利用で〇円/ℓ値引き)ケースがほとんどであるが、コスモ石油は各SSの会員価格による値引き方式で、一律ではない。

(2) 過剰な値引き訴求

値引きについては、最大で7円/ℓと非常に大きな値引きをうたっ

ている元売が数社ある。EMについては店頭で目立つような表示で値引き幅の訴求を行っており、店頭表示が過剰であるため、元売自身が自社製品の値引き競争を煽るような営業施策と受け止められるので自重を促したい。

また、実際には値引き適用には上限があり（たとえば月に最大150ℓまで等）、会員の受けられるメリットは限られているが、あたかも非常に大きな値引きが行われているかのような行き過ぎた表示やキャンペーンは消費者の誤認を誘引するので、正常な商慣行に準じた表示・キャンペーンに是正すべきである。

4. カード会員情報の取扱いについて

（1）カード会員情報に関する規定

元売カードの会員情報の取扱いについて、各社の加盟店規約、個人情報情報の利用に関する規定等を元に整理した（表4）。

表 4 元売各社のカード情報に関する規定一覧

	JX	出光	EM	昭和シェル	コスモ	キグナス
加盟店規約等での規定			カード会員の一切の情報は元売およびカード会社が保有する。 SSは①商品の勧誘・販売促進、②市場分析および販売動向の分析のために会員の氏名・住所・生年月日・電話番号・性別・電話(加盟店規約)	SSは理由のいかんを問わず会員とのカード取引により知り得た一切の個人情報を利用してはならない。 (クレジットカード取引契約書)	元売から要請がある場合個人情報の媒体を元売に返却し、SSのコンピュータに記録された個人情報を消去する。 元売はハウス会員向けの販売促進プログラムができる。 SSは元売の定める販売促進手数料を支払う。 (加盟店規約)	SSはクレジット関連帳票記載の個人情報適切に保管し、自店発行会員の個人情報に限り、SS自らの営業活動に限定して使用できる。 (加盟店規約)
個人情報の利用に関する規定	【提供内容】 属性情報、契約情報および運営店における取引情報	【提供内容】 氏名、住所、生年月日、性別、電話番号、職業、勤務先、運転免許証番号等の記号番号、家族構成、住居状況等および申込書以外で会員が届け出た事項。 各取引に関する契約の種類、申込日、契約日、商品名、契約額、支払回数、決済口座情報。	【提供内容】 (シナジーJCBカード) ①氏名、生年月日、住所、電話番号等、会員等が入会申込時および変更時に届け出た事項 ②入会承認日、有効期限等、本カードの契約内容 ③本カードの利用内容 (シナジーNICOSカード) 氏名、生年月日、住所、電話番号、契約日	【提供内容】 氏名、住所、申込日、契約日	【提供内容】 ①申込書に記載された会員の氏名・性別・年齢・生年月日・住所・電話番号・E-mailアドレス・勤務先とその内容・家族構成・住居状況・車検年月・自動車登録番号等(これらすべての変更情報を含む)。 ②本契約に関する申込日・契約日・商品名・契約額・支払回数・支払方法・支払口座・会員番号・有効期限。	【提供内容】 氏名、住所、生年月日、電話番号、契約日
	【利用目的】 SSの事業における商品・サービス等あるいは各種イベント・キャンペーン等の開催について宣伝印刷物の送付・eメールの送信等の方法によりご案内すること。 (個人情報の収集・利用・提供の同意に関する規定)	【利用目的】 自らのサービスの提供、宣伝物・印刷物の送付等の営業案内ならびに市場調査・商品開発のために利用可能。 (個人情報の取扱いに関する同意事項)	【利用目的】 (シナジーJCBカード) SSの商品・特典・サービスの提供および宣伝物の送付等、営業案内ならびに市場分析。 (シナジーNICOSカード) SSの取扱う商品・特典・サービスの提供、宣伝物・印刷物等の送付等の営業案内および市場分析。 (個人情報の取扱いに関する特約)	【利用目的】 SSにおける商品情報のお知らせ、関連するアフターサービス、宣伝物・印刷物等の営業案内 (個人情報の取扱いに関する重要事項)	【利用目的】 ①SSの事業における宣伝物・印刷物の送付、または電話等による営業案内。 ②SSの事業における市場調査・商品開発。 ③本契約に付帯する会員特典等のサービスの履行。 (個人情報の取扱いに関する同意事項)	【利用目的】 ①SSにおける宣伝物・印刷物の送付等、営業案内。 ②商品情報のお知らせ、関連するアフターサービス。 (個人情報の取扱いに関する重要事項)
分析資料の発行	「会員別管理台帳」(会員別に自店・他店の油種別給油量、売上金額を出力)、「目SS発行会員分析表」(カード会員入退会数、来店件数・購買金額等)を有料で発行		顧客台帳(入退会の会員情報)、会員別稼働表(全会員の最終利用月)、会員別売上明細表(稼働会員の過去3ヶ月間の販売実績)			加盟店規約に「クレジット関連帳票記載の個人情報営業活動に利用できる」という表記あり

加盟店規約を見ると、各社ともカード会員情報はカード会社に帰属することとなっている。ＳＳによる会員情報の利用については、カード取引以外に一切利用してはならないと禁じている元売もあれば、商品の勧誘・販売促進、市場分析・販売動向分析のために利用できるとしている元売もあり、姿勢に差が見られる。利用できる情報の範囲にも違いがある。

一方、個人情報の利用に関する規定を見ると、各社とも、情報の提供内容に差はあるものの、ＳＳの販売促進活動や市場調査等に個人情報を利用することができるという規定が盛り込まれている。同規定を見る限りでは、ＳＳが自店の営業活動目的でカード会員情報を利用することが想定されているといえる。しかし、個人情報の利用に関する規定はカード会社が会員（消費者）に対して個人情報の最大限の利用可能性を定めた規定であり、これをもって直ちにＳＳが会員情報を利用できることにはならない点に注意が必要である。会員情報については、カード会社がＳＳに対し情報提供を積極的に行うべきである。

（２）会員情報の活用のしやすさ

ＳＳがカード会員の情報を利用する上では、利用のしやすさという問題もある。

仮に会員情報を入手しても、ＳＳの多くは人的経営資源も限られており、顧客・商圈の分析や営業戦略の立案に活用することが難しい。したがって、元売からＳＳが利用しやすい形で情報を提供してもらうことも必要である。更に発展させて、元売がＳＳの顧客・商圈分析の支援をするということも重要な点である。

ＪＸは、「住所ラベル」、「会員別管理台帳」、「自ＳＳ発行会員分析表」等の帳票を有料で発行している。会員別管理台帳によれば、会員ごとの自店・他店の油種別給油量、売上金額を知ることができる。

さらに、自店勧誘カード会員の他店流出防止対策として、どこの店で、いくらで、どの程度給油しているかを知ることができれば、自社の経営方針を検証することも可能になるので、範囲を拡大して情報提供すべきである。また、自店客勧誘カードには、カード裏面に加盟店の一員であることを示す自店名が表示されれば、顧客の信用維持に効果があると思われる。

5. 発券店値付け法人カード問題

(1) 発券店値付け法人カードを巡る問題

今回の検討ジャンルとは異なるが、カード問題に関して避けて通れない問題として、「法人向け発券店値付けカード」がある。

発券店値付けカードは、SS経営をしていないオートリース事業者等が元売と提携して発行し系列SSでキャッシュレスで利用できる「給油カード」と、元売がカード会社と提携して発行する「元売カード」の2種類に大別される。

両カードとも、全国統一価格、一括請求、給油データ提供等により、顧客のニーズと販売側の請求事務効率化ニーズが一致することから、発券店値付け法人カードの利用は拡大している。

例えば、I社グループでは、燃料販売事業を中核事業の一つに据えているが、その売上の大半はエクソンモービルの発券店値付け法人カード「コーポレートプラスカード」によるものである。I社グループ持株会社の平成23年3月期有価証券報告書によると、「燃料販売事業におきましては、主力である自動車用燃料給油カードは、付加価値の高いサービスを顧客に提供し、他社との差別化を図ることにより、新規顧客獲得並びに販売数量の拡大に注力いたしました。この結果、販売数量は前期比13.8%増となりました。損益面では、販売価格の調整が適時・適切に実施できたこと、大口取引先との取引内容を大幅に改善することができたことにより、売上高は25億8百万円（対前期比22.4%増）、セグメント利益は3億23百万円（前

期は1億52百万円の営業利益)となりました。」という記述がある。

このように、発券店値付け法人カード事業は実に13%の営業利益率を挙げる高収益事業となっている。これは同グループの事業の中で最も収益率が高い。同報告書の記述によれば、発券店値付け法人カードは燃料販売事業の「主力」と位置づけており、「新規顧客獲得」と「販売数量の拡大」に注力していることがわかる。

さらに同グループでは、今後も燃料販売事業の主力として「自動車用燃料給油カードに経営資源を投下し、他社との差別化を強調することで新規顧客並びに販売数量の拡大を図りながら、仕入価格に連動した販売価格の改定を機動的に行うことにより適正なマージンを確保し、売上総利益の増加に」努めるとしている。

I社はSS事業も手がけているが、わずかに2店舗のみである。カード発行と売上の大半は、同社グループの中核事業であるオートリース事業によるものとみられる。

これら発券店値付け法人カードの発券価格は、石油情報センターの平均価格を指標にするケースが増えており、以前のような不透明な値付けは減っているとみられる。

その一方で、SSを経営しない事業体による発券店値付け法人カードの拡販が現在も市場破壊を進めており、SS事業者にとっては脅威となっている。安売りによる拡販を目的に水面下で活動する事業体に販売委託する特約業者等が存在することの問題の根深さについて、元売各社に十分な認識と自重を促したい。

(2) 給油代行手数料のあり方

給油代行手数料は、ガソリン7円/ℓ(EMは5円/ℓ)、軽油5円/ℓ(同、5円/ℓ)という水準になっている。

都心部のSSでは給油コストを勘案するとこの水準では低すぎるとして特に深刻な問題となっているが、郊外型SSではマージン自体が非常に薄くこの水準でも問題ないという声があることも事実である。

これは、ＳＳの立地条件やコスト構造を無視して全国一律の給油代行手数料とする仕組みに起因する問題であるので、実態を踏まえつつコストをかけて販売している給油店に手厚くするよう検討してほしい。また、給油代行手数料の低い１社については、まず他社と横並びにすべきと提案したい。

6. 元売カード会員の募集業務について

(1) 元売のカード戦略

元売のカード戦略の基本方針は、①カードを軸にフリー客の固定化（顧客の囲い込み）を図ること、②カード利用により付加価値増大を図る（カード利用客の客単価は現金客の客単価を上回っている）ことにあると考えられ、上手く機能すればＳＳにとってもメリットになると考えられる。

また、クレジットカードを利用することで、ＳＳにとっては③債権保全、④回収促進にも寄与することもあり得る。さらに、⑤会員獲得の奨励金（カード獲得１枚あたり１０００円程度の報酬が出る）も、ＳＳスタッフのモチベーション向上に役立っているという声もある。このように、ＳＳが自らの顧客を元売カード会員に勧誘することは、一面ではＳＳにとって有益であることも事実である。

(2) ＳＳ側の評価

しかしその一方で、今まで考察してきたように、カード手数料負担の問題、元売間手数料格差の問題、固定客の離散の問題、過剰特典の問題などが存在し、発券店値付け法人カードの問題もある。

総じてＳＳ側では、元売カードのメリットが十分に享受できないまま、元売から自店客のカード会員勧誘を強要されているとの認識に立っており、元売と販売業者の戦略的連携がなされていないといわざるを得ない。

ＳＳが元売カード勧誘を積極的に行うに当たっては、ＳＳにもメリットが明確に提示されることが望ましい。

その一案として、ＪＸでは他店勧誘のカードについては顧客紹介料 1.0%が上乗せされ顧客勧誘店に還元される仕組みとなっており、顧客が移動してもカード勧誘のメリットが残り、ＳＳにとっても好ましいシステムであるので他社も追随すべきである。

さらに、カード利用による一般商品を含めた売上高手数料の一部を、カード会員を勧誘したＳＳに還元すべきである。カード会社はカード会員に毎月の利用金額明細を送付する際に、保険商品や通販商品などのチラシを同封することが多い。こうした売上はＳＳが会員を獲得して初めて得られるものであり、その売上手数料の一部（例えば 0.2%等）を還元することになれば、ＳＳにとっては非常に大きなメリットとなる。会員獲得時の奨励金は一回限りであるが、こうした売上のコミッション収入は永続的に得られるものであり、ＳＳの経営上もプラスとなることが期待できるので、この手数料についても還元されるべきである。

（３）元売カードの会員募集に協力する場合に改善してほしい事項

以上の内容を踏まえ検討を行った結果、系列販売業者として元売カードの会員募集を行うに際しては、以下のような改善が必要であるという意見で一致した。

- ①燃料油マージンに占める決済手数料の比率が重いので、元売は提携カード発行会社とともに、決済手数料引き下げ努力をすべきである。また、元売間で決済手数料の利率に優劣があるので、劣位の元売は差し当たり系列間で均衡するレベルまで決済手数料を引き下げるべきである。
- ②さらに、出光系のカード手数料のように、ガソリン価格の水準に応じて手数料率変動する仕組みも検討すべきである。
- ③固定客が離散しないようその防衛策として、自店勧誘カードが他

店でどのように利用されているか把握できる情報を提供すべきである。また、自店客勧誘カードには自店名が表示されるようにすべきである。

- ④自店客のカード会員化に対する利益として、J Xにおける他店勧誘カードの顧客紹介料（1.0%程度）や、自店勧誘カードの利用による一般商品を含めた売上高手数料の一部（例えば、0.2%程度）を還元するシステムを早急に構築すべきである。
- ⑤フリートカード等発券店値付けカードの普及は、店頭販売価格が圧迫されることになることを認識した上で、給油コストに見合った代行給油料の見直しについて検討すべきである。
- ⑥カード利用時の精算時値引き等の価格特典は、過剰にPRしないようにすべきである。

7. 問題点のまとめ

以上見てきたように、元売カードに関してはさまざまな問題点が存在することが明確になったが、元売カードシステムにおいて、元売と基本的に利益共有が可能な販売店と、利益喪失が大きくなる販売店に分かれると考えられる。元売と販売業者の戦略的連携という観点からみた場合、元売と販売業者の収益性を一致させ、利益共有が可能な方向を目指すべきである。

元売カードの勧誘要請に際し、以下の措置が実施されることで利益共有が可能な販売店が増加すると考えられるので、改めて元売各社に要求する事項をまとめ、この実現に向けて活動する。

【元売カードに関する要求事項】

1. 燃料油マージンに占める決済手数料の比率が重いので、元売は提携カード発行会社とともに、決済手数料引き下げ努力をすべきである。また、元売間で決済手数料の利率に優劣があるので、劣位の元売は差し当たり系列間で均衡するレベルまで決済手数料を引き下げるべきである。
2. さらに、出光系のカード手数料のように、ガソリン価格の水準に応じて手数料率変動する仕組みも検討すべきである。
3. 固定客が離散しないようその防衛策として、自店勧誘カードが他店でどのように利用されているか把握できる情報を提供すべきである。また、自店客勧誘カードには自店名が表示されるようにすべきである。
4. 自店客のカード会員化に対する利益として、J Xにおける他店勧誘カードの顧客紹介料（1.0%程度）や、自店勧誘カードの利用による一般商品を含めた売上高手数料の一部（例えば、0.2%程度）を還元するシステムを早急に構築すべきである。
5. フリートカード等発券店値付けカードの普及は、店頭販売価格が圧迫されることになることを認識した上で、給油コストに見合った代行給油料の見直しについて検討すべきである。
6. カード利用時の精算時値引き等の価格特典は、過剰にPRしないようにすべきである。

以上

IV. 資料

表 主な個人向け石油カード特典一覧

元売	カード名	年会費	特典		その他
			値引き	ポイント	
JX	ENEOSカードC (キャッシュバックタイプ)	初年度無料、 2年目以降 1,312円	前月カード利用額 1万円未満＝1円/ℓ	SS利用＝1,000円毎に30ポイント付与 一般店利用＝1,000円毎に6ポイント付与 ※ポイントは1,000ポイント＝1,000円で利用可	・入会当月・翌月のガソリン・軽油2円/ℓ引き ・ETCカード無料発行 ・ロードサービス無料 ＜特別提携カード(他社カード)＞ Tカード…11ポイント/200円 JALカード…2マイル/100円 レグサスカード…20ポイント/1,000円＋ガソリン3%引き 楽天カード…2ポイント/100円 DCMXカード…2ポイント/100円 DIAカード…3ポイント/100円 TS CUBICカード…20ポイント/1,000円 TS CUBICゴールドカード…20ポイント/1,000円＋ガソリン2円引き DoCoMoカード…2ポイント/100円 東急T-OPカード…2ポイント/100円 ANAカード…2ポイント/100円 みずほマイレージクラブカード…2ポイント/100円 マツダmzPLUSカード…20ポイント/100円
			1～2万円未満＝2円/ℓ		
			2～5万円未満＝4円/ℓ		
			5～7万円未満＝5円/ℓ 7万円以上＝7円/ℓ(いずれも上限150ℓ/月まで)		
出光	ENEOSカードP (ポイントタイプ)	初年度無料、 2年目以降 1,312円	灯油	1円/ℓ引き	SSでの燃料油以外＝1,000円毎に20ポイント付与 一般店利用＝1,000円毎に6ポイント付与
			ガソリン・軽油	2円/ℓ引き	
			灯油	1円/ℓ引き	
			ガソリン・軽油	2円/ℓ引き	
	ENEOSカードS (スタンダードタイプ)	初年度無料、 2年目以降 1,313円	灯油	1円/ℓ引き	SSでの燃料油以外＝1,000円毎に20ポイント付与 一般店利用＝1,000円毎に6ポイント付与
			ガソリン・軽油	2円/ℓ引き	
			灯油	1円/ℓ引き	
			ガソリン・軽油	2円/ℓ引き	
	出光カード 「ね～びきコース」	初年度無料、 2年目以降 1,312円	ガソリン・軽油	5円/ℓ(300ℓ/月まで)	1,000円毎に5ポイント付与
			灯油	3円/ℓ(300ℓ/月まで)	
			ガソリン・軽油	2円/ℓ(300ℓ/月まで)	
			灯油	1円/ℓ(300ℓ/月まで)	
	出光カード 「た～まるコース」	初年度無料、 2年目以降 1,312円	ガソリン・軽油	※月間1万円毎に1ね～びきポイント付与。5千円以上1万円未満の場合0.5ポイント。 ね～びきポイント×1円/ℓ (最大20円/ℓ、150ℓ/月まで)	・入会後1ヶ月間ガソリン・軽油10円/ℓ引き、灯油5円/ℓ引き、オイル100円/ℓ引き ・Web明細利用で毎年5月に最大300円キャッシュバック、毎月10ポイント付与 ・ETCカード無料発行 ・西友・リゾヴィンでの買い物が5%引き ・ロードサービス年会費787円で利用可 ・出光ハウスサービス(鍵開け、水修理等)年会費1,050円で利用可
			灯油	ね～びきポイント×0.5円/ℓ (最大10円/ℓ、150ℓ/月まで)	
			オイル	ね～びきポイント×10円/ℓ (最大200円/ℓ、150ℓ/月まで)	
			LPガス	ね～びきポイント×3円/㎡ (最大60円/㎡)	
	出光カード 「た～まるコース」	初年度無料、 2年目以降 1,312円	ガソリン・軽油	100円毎に1ポイント付与 ＜ボーナスポイント＞ 年間2,000ポイント以上で＋200ポイント 以降1,000ポイントごとに＋100ポイント付与	
			灯油	100円毎に1ポイント付与 ＜ボーナスポイント＞ 年間2,000ポイント以上で＋200ポイント 以降1,000ポイントごとに＋100ポイント付与	

元売	カード名	年会費	特典		
			値引き	ポイント	その他
EM	シナジーカード	初年度無料、 2年目以降 2,100円(年間 利用額が 252,000円以 上で無料)	ガソリン・軽油	前月カード利用額 1万円未満＝1円/ℓ 1～2万円未満＝2円/ℓ 2～5万円未満＝3円/ℓ 5～7万円未満＝5円/ℓ 7万円以上＝7円/ℓ(いずれも上限 300ℓ/月まで)	・Club Officerサービス(国内外約75,000ヶ所以 上の施設優待)
			ガソリン・軽油	前月カード利用額 1万円未満＝4円/ℓ 1～2万円未満＝5円/ℓ 2～5万円未満＝6円/ℓ 5～7万円未満＝8円/ℓ 7万円以上＝10円/ℓ(いずれも上限 300ℓ/月まで)	
			ハイオク	6ヶ月間利用額 10万円未満＝4円/ℓ 10～20万円未満＝6円/ℓ 20～40万円未満＝8円/ℓ 40万円以上＝10円/ℓ (いずれも上限300ℓ/月まで)	・海外旅行傷害保険付帯、海外ハローデス ク等が付帯
昭和シエル	シエルスターレックス カード 「スターブライズコース」	初年度無料、 2年目以降 1,312円	レギュラー・軽油	6ヶ月間利用額 10万円未満＝1円/ℓ 10～20万円未満＝2円/ℓ 20～40万円未満＝3円/ℓ 40万円以上＝5円/ℓ (いずれも上限300ℓ/月まで)	
				1000円毎に1ポイント付与 ＜ボーナスポイント＞ 年間利用額30万円で＋90ポイント、以降 10万円毎に＋30ポイント	
	シエルスターレックス ゴールドカード 「スターブライズコース」	10,500円	ハイオク	同上	・海外旅行傷害保険、国内旅行傷害保険、 海外ハローデスク、ゴールドデスク等が付 帯
			レギュラー・軽油	同上	
	シエルスターレックス カード 「シエルわいわいコー ス」	10,500円		1000円毎に2ポイント付与 ＜ボーナスポイント＞ 年間利用額30万円で＋90ポイント、以降 10万円毎に＋30ポイント	

元売	カード名	年会費	特典		
			値引き	ポイント	その他
コスモ	コスモ・ザ・カード・ハウス	初年度無料、 2年目以降 525円	会員価格で給油（割引は各SSによって異なる）	ガソリン・軽油・灯油・ETC利用3,000円毎に1マイル付与 カーケア商品1,000円毎に1マイル付与	・入会時ガソリン・軽油・灯油合計500まで10円/ℓ値引き ・ETCカード無料発行
	コスモ・ザ・カード・オーパス	無料	会員価格で給油（割引は各SSによって異なる）	200円毎に1ポイント付与	・入会時ガソリン・軽油・灯油合計500まで10円/ℓ値引き ・ETCカード無料発行 ・電子マネーWAON機能付
キグナス	キグナス・オブブリカード	無料	ガソリン・軽油・灯油	1000円毎に1ポイント付与 年間利用額50万円以上で1.2倍、100万円以上で1.5倍の付与	・カード盗難保険サービス、ツアードレスク等が付帯 ・ETCカード無料発行
			前月カード利用額 5千円～2万円未満＝1円/ℓ 2～3万円未満＝2円/ℓ 3万円以上＝3円/ℓ (いずれも上限300ℓ/月まで)		