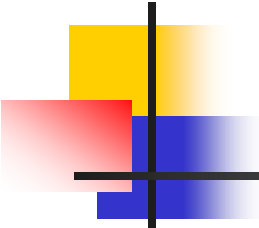


公正取引委員会 「ガソリンの流通実態に関する調査報告書」 (概要版)

平成17年3月

全国石油商業組合連合会



目次

I.	ガソリン流通の概要について	
1.	ガソリン流通の概要(1)－系列特約店の事業規模－	1
2.	ガソリン流通の概要(2)－元売と特約店・販売店の契約関係－	2
3.	ガソリン流通の概要(3)－ガソリンの流通経路－	3
4.	ガソリン流通の概要(4)－元売の流通合理化方策－	4
5.	ガソリン流通の概要(5)－業転玉の流通－	5
II.	ガソリンの卸売価格について	
1.	ガソリンの卸売価格(1)－元売の卸売価格の決定方式－	6
2.	ガソリンの卸売価格(2)－元売の卸売価格の設定－	7
3.	ガソリンの卸売価格(3)－系列玉の卸売価格差－	8
4.	ガソリンの卸売価格(4)－系列玉と業転玉の卸売価格差－	9
III.	独占禁止法上の考え方について	
1.	独占禁止法上の考え方(1)－系列玉の卸売価格差①－	10
2.	独占禁止法上の考え方(2)－系列玉の卸売価格差②－	11
3.	独占禁止法上の考え方(3)－系列玉と業転玉の価格差－	12
4.	独占禁止法上の考え方(4)－特約店等による業転玉の取扱い制限－	13
5.	独占禁止法上の考え方(5)－不透明な取引条件等の設定－	14

ガソリン流通の概要(1) — 系列特約店の事業規模 —

系列特約店の事業規模

- 資本金1,000万円以下が45.6%。
- 運営するSS数は2カ所以下が43.3%を占める。
- 元売から土地設備を借りて経営しているSSも約40%ある。
- 特約店が、取引先変更を行う場合には、有形無形の相応のコストがかかるため、特約店は元売に対し、取引上劣位に立ちやすい。

特約店の資本金

資本金	割合
1000万円以下	45.6%
1000万円超2000万円以下	17.8%
2000万円超3000万円以下	11.2%
3000万円超4000万円以下	4.3%
4000万円超5000万円以下	8.0%
5000万円超6000万円以下	1.4%
6000万円超7000万円以下	1.4%
7000万円超8000万円以下	2.2%
8000万円超9000万円以下	1.0%
9000万円超1億円以下	2.9%
1億円超	4.3%

有効回答数=511

特約店の経営SS数

SS数	割合
1カ所	30.1%
2カ所	13.2%
3カ所	10.7%
4カ所	8.6%
5カ所	6.3%
6カ所	4.8%
7カ所	4.0%
8カ所	4.0%
9カ所	1.2%
10カ所	1.2%
11カ所～	16.1%

有効回答数=607

特約店におけるSSの所有状況

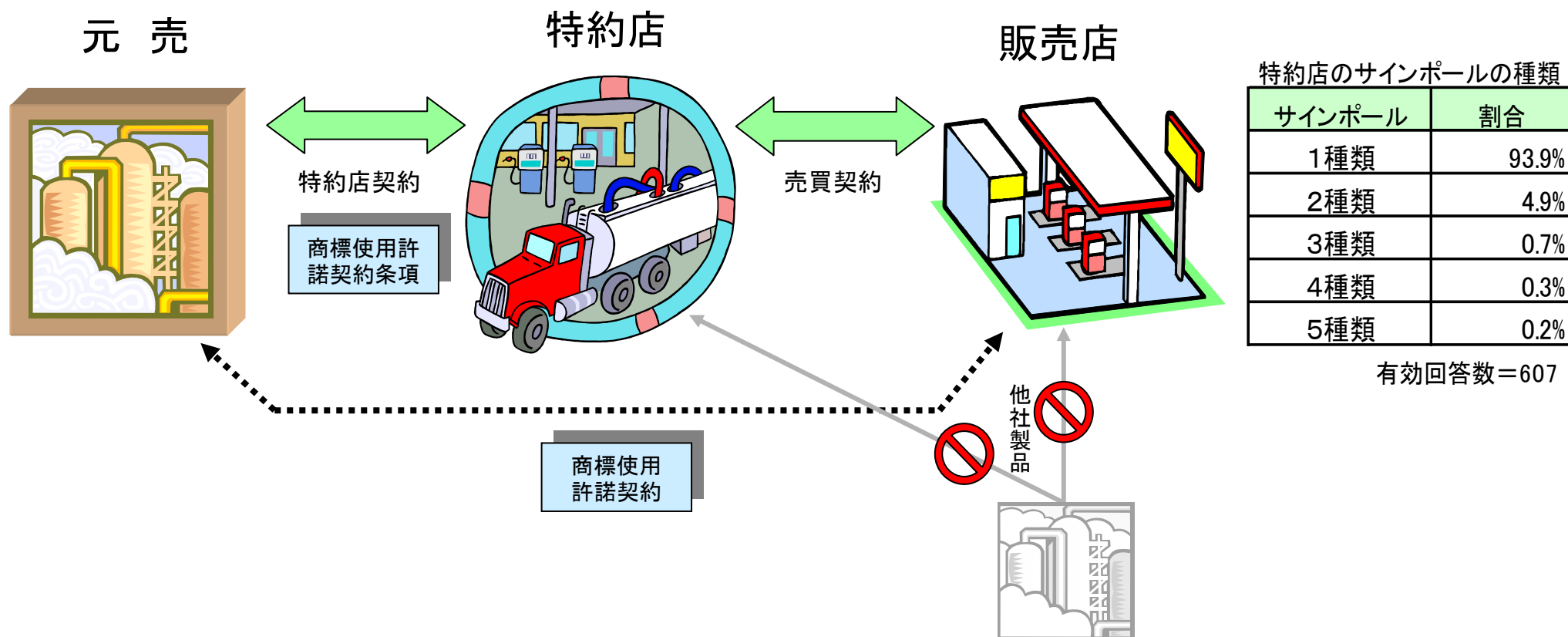
運営するSSの所有状況	SS数	割合
元売社有SS (元売からリースしたSSを運営)	1,546	39.6%
元売社有SS (元売からSSの運営を受託)	134	3.4%
自社所有SS	2,224	57.0%
合 計	3,904	100.0%

有効回答数=601

ガソリン流通の概要(2) 一元売と特約店・販売店の契約関係

◆ 元売と特約店・販売店の契約関係

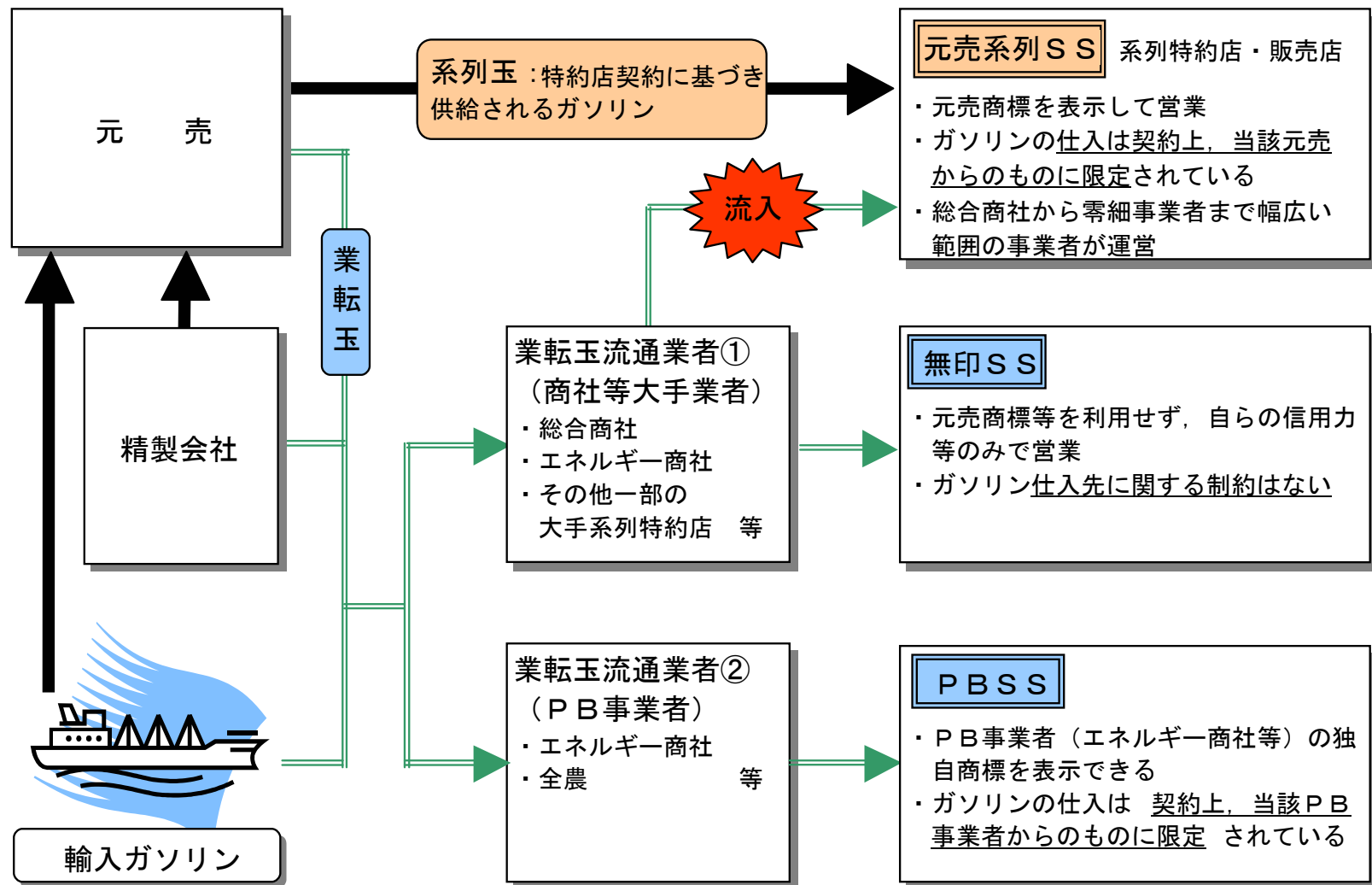
- 特約店は、元売と「商標使用許諾契約条項」を含む「特約店契約」を締結。
- 販売店は、元売と「商標使用許諾契約」を締結するとともに、特約店と「ガソリンの売買に関する契約」を締結。
- 「商標使用許諾契約」では、契約で定めたルートで供給される系列元売の製品以外の購入・販売を禁止。



ガソリン流通の概要(3)ーガソリンの流通経路ー

ガソリンの流通経路

- 元売が「業転ルート」に供給したガソリンの一部は、系列SSにも流入している。

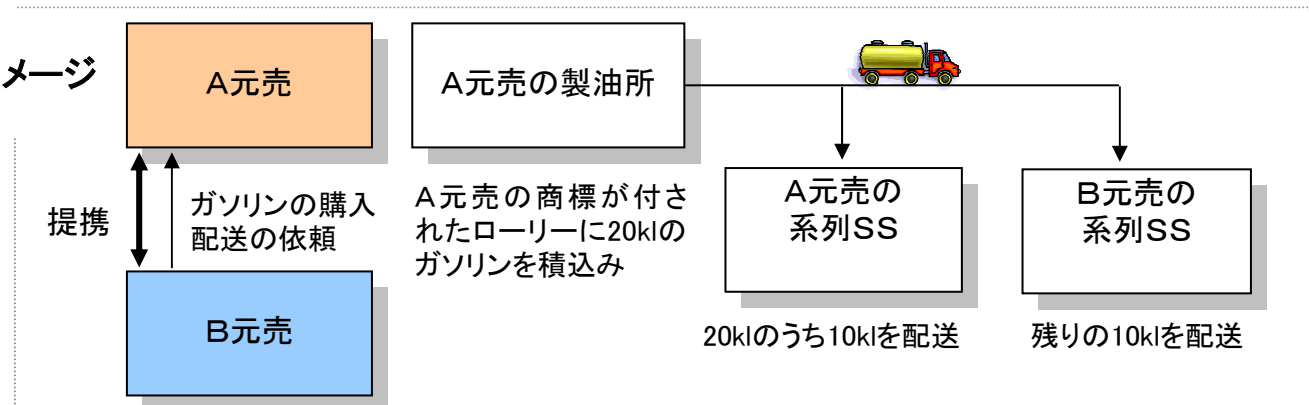


ガソリン流通の概要(4) 一元売の流通合理化方策

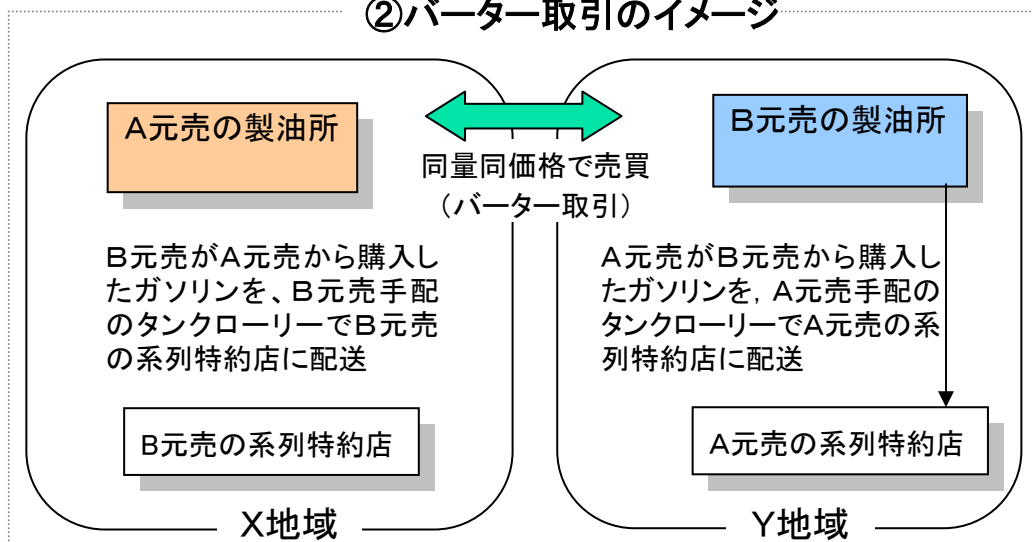
元売の流通合理化方策

- 元売は、①共同配送、②バーター取引、③油槽所の共同利用、等の流通合理化方策を実施。

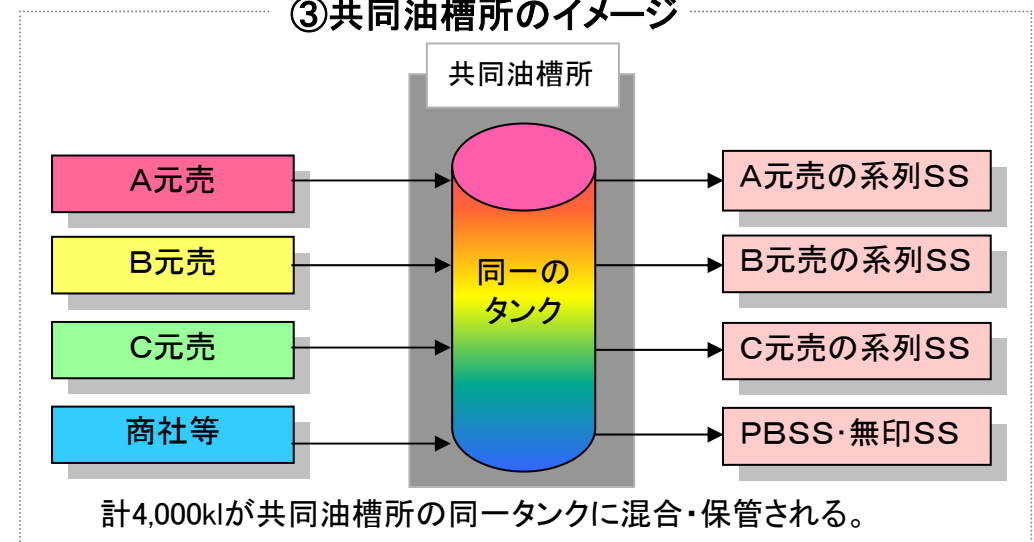
①共同配送のイメージ



②バーター取引のイメージ



③共同油槽所のイメージ

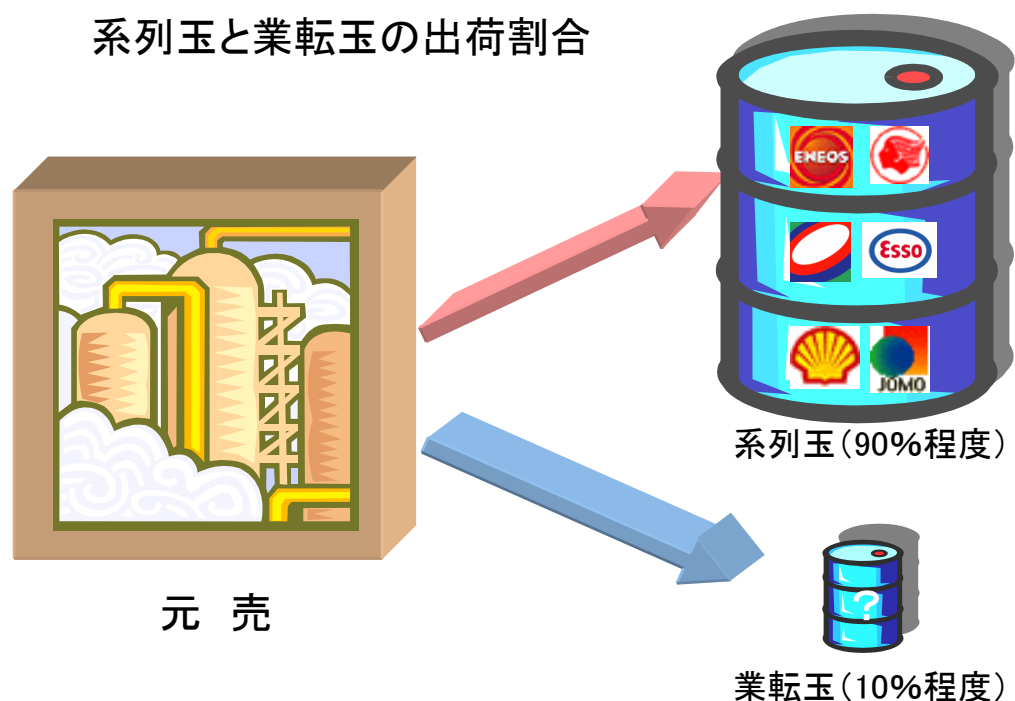


ガソリン流通の概要(5) —業転玉の流通—

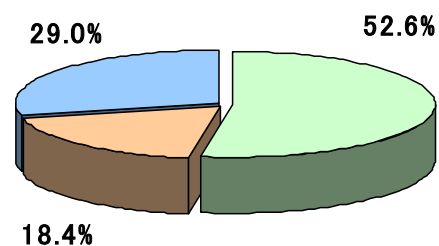
業転玉の流通

- すべての元売は業転玉の販売を認め、商社等に対し、業転玉の出所を明らかにしないこと、及び自社の系列特約店には販売しないこと、等を依頼している。
- 大手商社に販売された業転玉の量は、約555万キロリットル(11%)となっており、これ以外にも大手特約店等に供給された業転玉が一定量存在する。
- 業転玉を「継続して購入している」、又は「時々購入している」とする特約店は全体の47.4%。

系列玉と業転玉の出荷割合

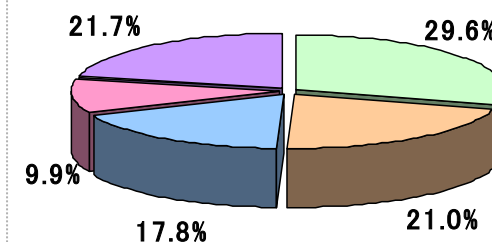


系列特約店における業転玉の購入状況



- 購入していない
- 時々購入している
- 継続的に購入している

大手商社における業転玉の販売先



- 元売
- PB・無印販売店
- 系列特約店・販売店
- 他大手商社
- その他

ガソリンの卸売価格(1) —元売の卸売価格の決定方式—

◆ 元売の卸売価格の決定方式

■ エリア市況リンク方式

元売が、地域ごとにガソリンの末端小売価格を基に基準価格を定め、そこから系列特約店等の販売量等に応じて、数量割引額等を差し引いて卸売価格を算出する方式。

■ 統計指標にリンクさせる方式

■ R I Mリンク方式

R I M情報開発(株)公表のR I M価格を指標として卸売価格を決定する方式。

■ 原油リンク方式

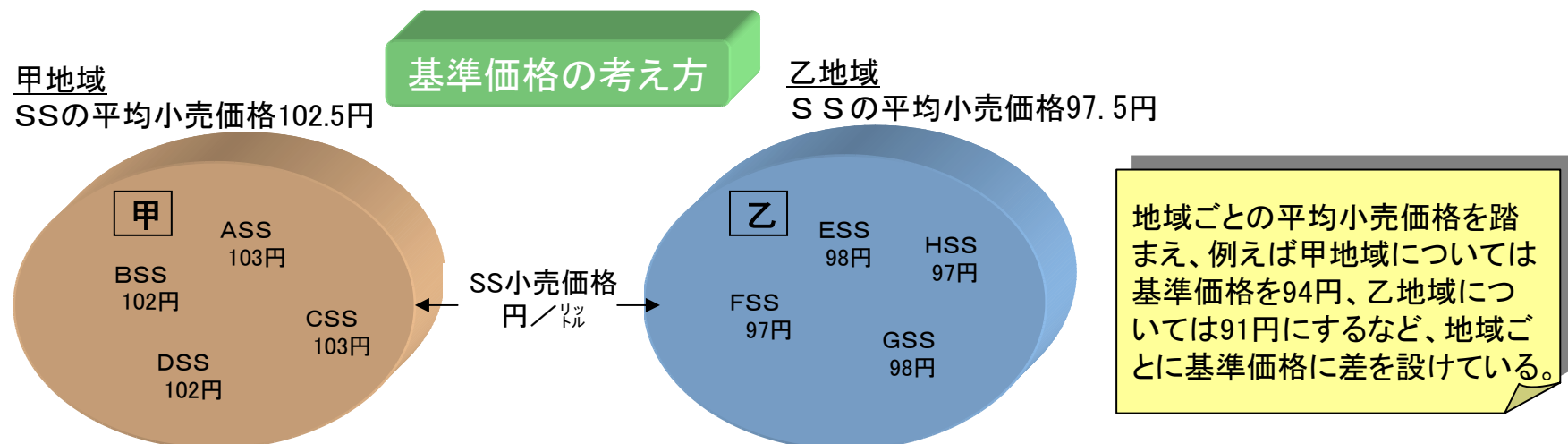
通関原油価格(CIF価格)の月間平均に、一定額を上乗せした価格にリンクさせる方式

■ 日経市況リンク方式

日経新聞社が調査・公表しているガソリン業転価格の月間平均価格を基準とし、一定額を加減する方式。

■ 元売と特約店間の卸売価格は、系列玉が「エリア市況リンク方式」、業転玉が「RIMリンク方式」を用いている。

■ 一部の大手特約店や商社等では、系列玉もRIMリンク方式等によって卸売価格が決定されている。



ガソリンの卸売価格(2) —元売の卸売価格の設定—

◆ 元売の卸売価格の設定

- 70%以上の特約店が、元売による卸売価格の決定方法について「分からない」としている。
- 特約店と元売間における卸売価格の決定時期については、「事前決定」は30.4%にすぎず、一方、「当月中」あるいは「事後決定」が合わせて69.6%に上った。
- 事後調整の有無については、11.2%が「ある」と回答した。

特約店における卸売価格決定方式の理解度

卸売価格の決定方法について	割合
価格決定方法については分からない	72.6%
価格決定方法は口頭により取決めがある	17.3%
価格決定方法は書面により取決めがある	9.2%
その他	0.8%

有効回答数=595(ガソリン販売業者調査)

卸売価格の決定時期

卸売価格の決定時期	割合
事前(前月(週決めの場合は前週))	30.4%
当月中(週決めの場合は当週内)	38.9%
事後(翌月(週決めの場合は翌週)以降)	30.7%

有効回答数=596(ガソリン販売業者調査)

事後調整の有無

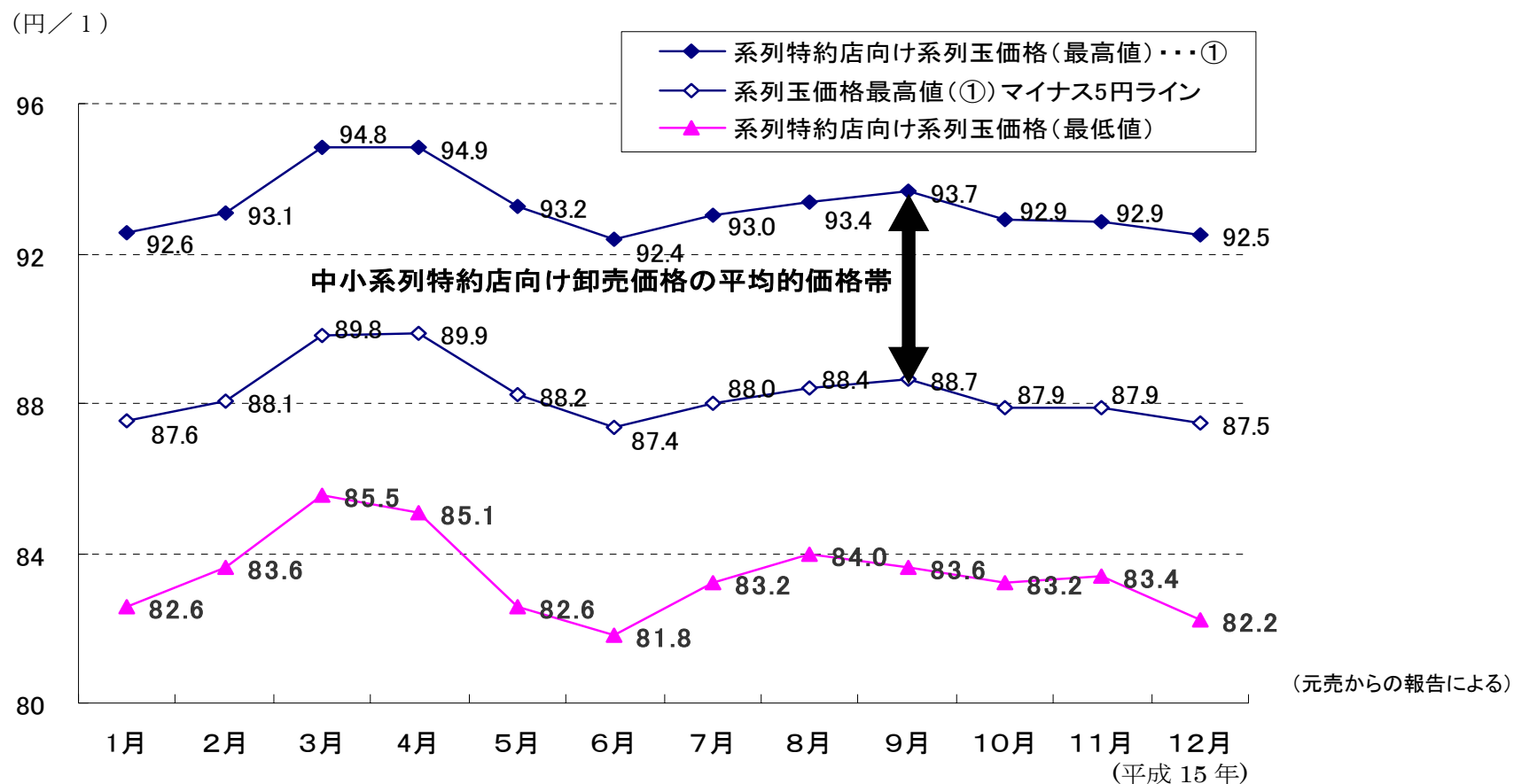
事後調整有無	割合
ある	11.2%
ない	88.8%

有効回答数=597(ガソリン販売業者調査)

ガソリンの卸売価格(3) —系列玉の卸売価格差—

系列玉の卸売価格差

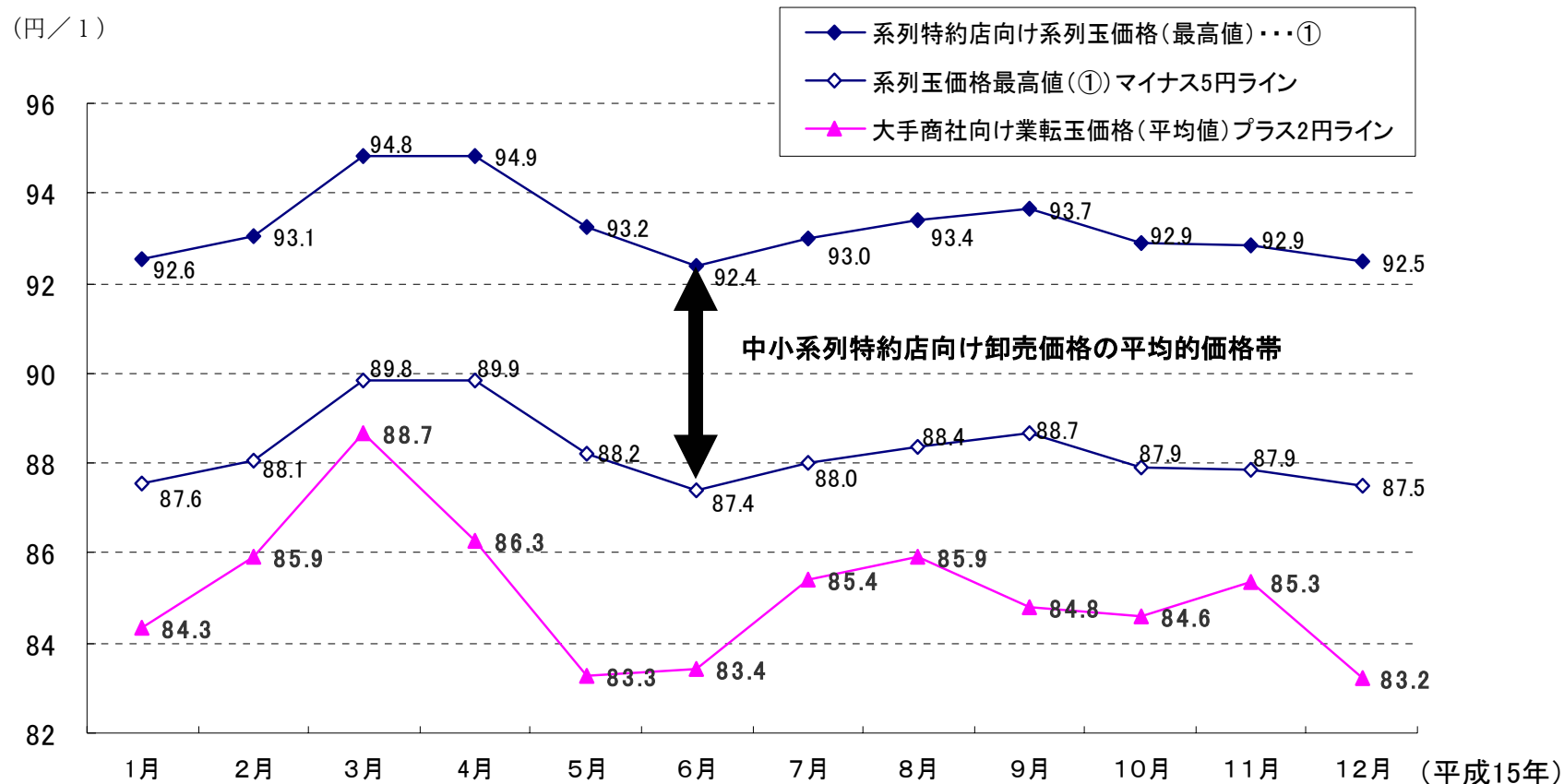
- 元売の特約店に対する卸売価格差は、各元売ごとの最高値・最低値の平均でみると、1リットルあたり10円程度の差がみられる。
- 大部分の特約店に対する卸売価格は、この最高値からマイナス5円程度の範囲内にあるとされており、同範囲が中小特約店向けの平均的な卸売価格帯になっているとみられる。



ガソリンの卸売価格(4) —系列玉と業転玉の卸売価格差—

系列玉と業転玉の価格差

- 中小特約店向け系列玉と、大手商社向け業転玉(輸送コスト約2円/ℓを加味)の卸売価格には、1ℓあたり3円から8円程度の価格差がみられる。
- 業転玉の卸売価格は、系列玉の卸売価格の最低値とほとんど差がみられなかった。



注: 業転玉価格は、元売による大手商社向け業転玉卸売価格(平均値)に2円/ℓ(輸送経費等)を加算したものとした。(元売からの報告による)

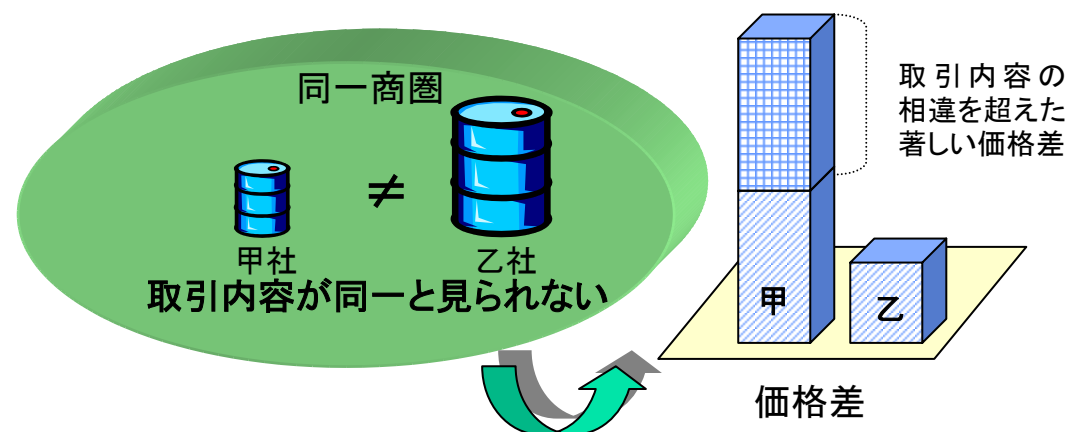
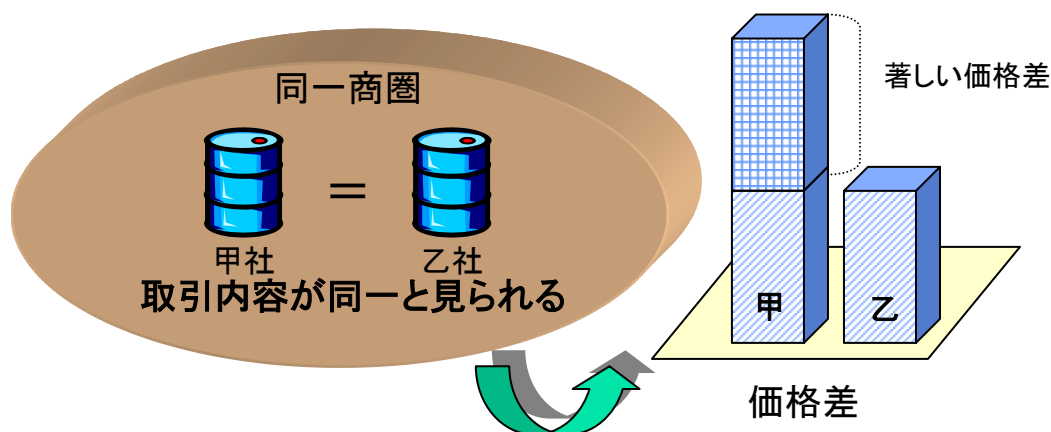
独占禁止法上の考え方(1) —系列玉の卸売価格差①—

◆ 系列玉の卸売価格差

- 系列玉の卸売格差に相当の差があったとしても、それが販売量や販売地域の市況、決済方法、輸送費等に起因する合理的な範囲内のものであれば、独占禁止法上の問題は生じない。
- しかしながら、以下の①もしくは②のケースに該当し、これにより不利に扱われた販売業者の競争機能に直接かつ重大な影響を及ぼすことにより、公正な競争秩序に悪影響を与える場合には、独禁法上問題(不当な差別対価、差別的取扱い)となるおそれがある。

① 元売A社と継続的な取引関係にある販売業者甲社及び乙社(A社の子会社である場合も含む)が、同一の商圏内に所在している場合において、A社と甲社又は乙社との取引内容(取引高、決済条件、ガソリンの配送条件等)が同等とみられるにもかかわらずA社の甲社又は乙社に対する同一種類のガソリンの実質的な卸売価格に著しい相違がみられる場合。

② 元売A社と継続的な取引関係にある販売業者甲社及び乙社が、同一の商圏内に所在している場合において、A社と甲社又は乙社との取引内容が同等とはみられないものの、A社の甲社又は乙社に対する同一種類のガソリンの実質的な卸売価格にその取引内容の相違を超えた著しい相違がみられる場合。



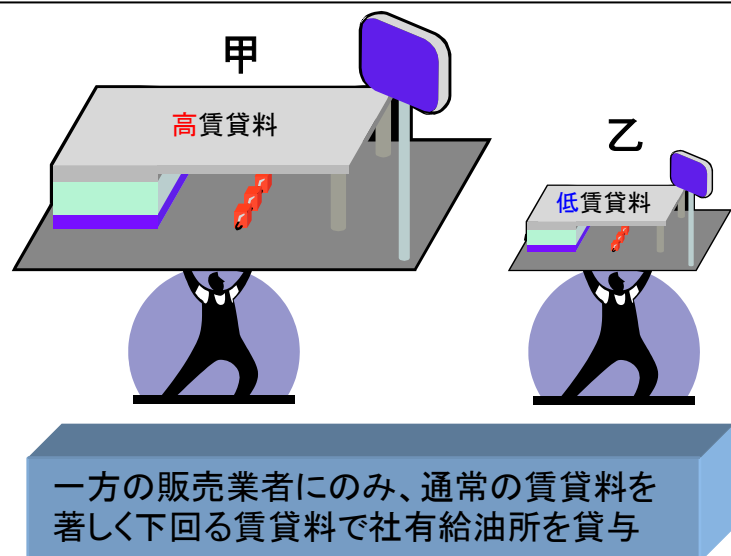
独占禁止法上の考え方(2) —系列玉の卸売価格差②—

◆ 系列玉の卸売価格差

- 前項の①もしくは②の場合に加え、以下の③もしくは④のケースに該当する場合にも、独禁法上の問題(不当廉売、差別対価、差別的取扱い等)となるおそれがある。

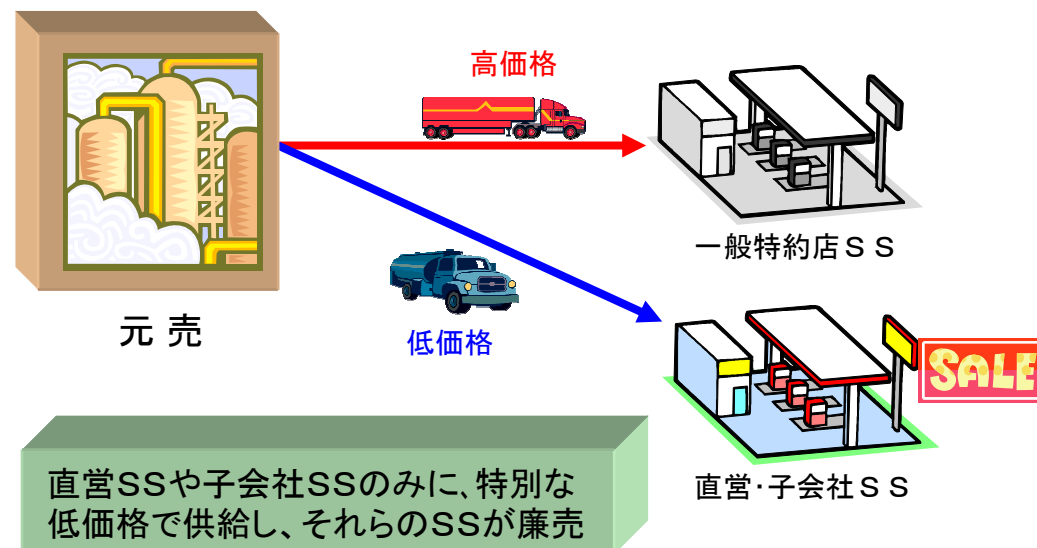
③

元売と継続的な取引関係にある販売業者甲社と乙社が、同一の商圈内に所在している場合で、一方の販売業者に対してのみ、通常の賃貸料を著しく下回る賃貸料で給油所を貸与することにより、当該販売業者に対し著しく有利な取扱いをし、これにより、不利に取り扱われた販売業者の競争機能に直接かつ重大な影響を及ぼすことにより、公正な競争秩序に悪影響を与える場合。



④

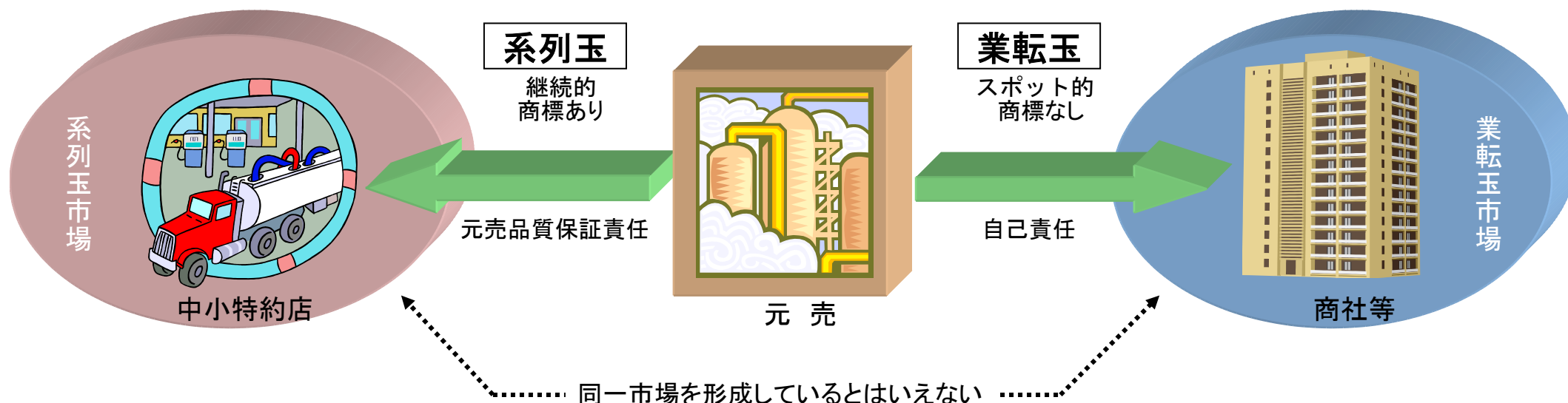
元売が、直営SSやSS経営元売子会社のSSに対してのみ、特別に低価格でガソリンを供給し、当該SSに廉売させることによって、競争関係にある元売や当該系列の特約店等の事業活動を排除するような場合。



独占禁止法上の考え方(3) —系列玉と業転玉の価格差—

◆ 系列玉と業転玉の価格差

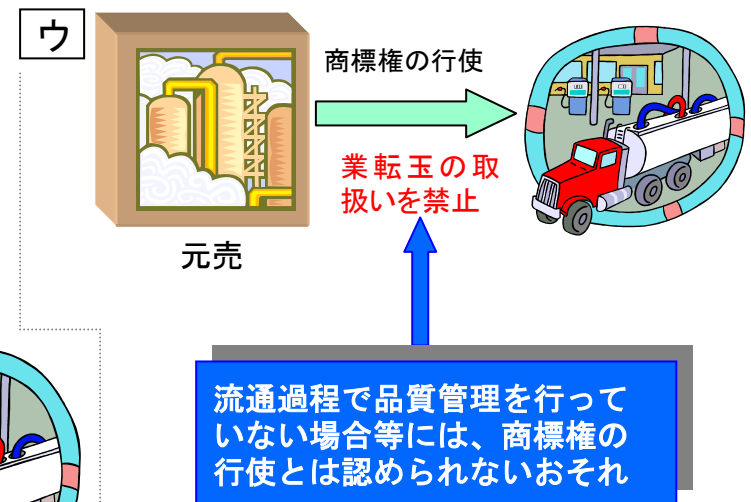
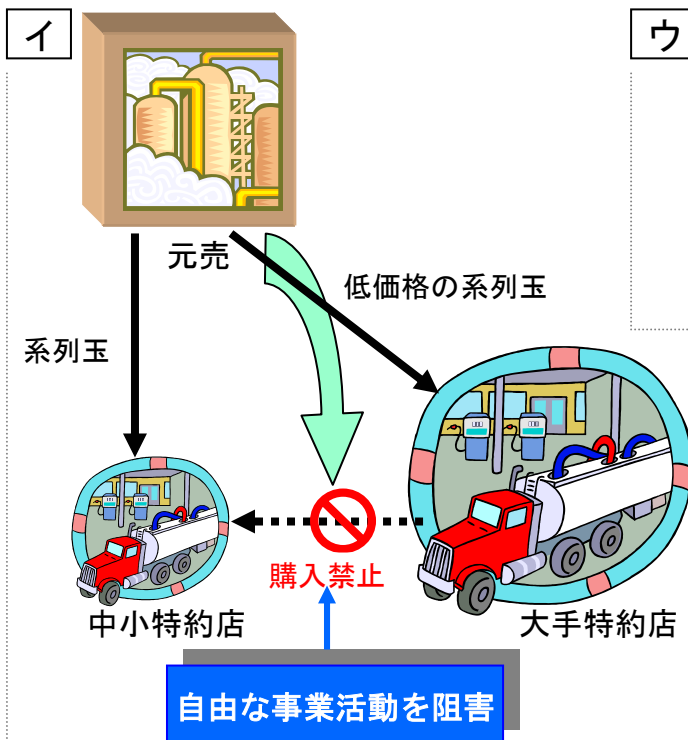
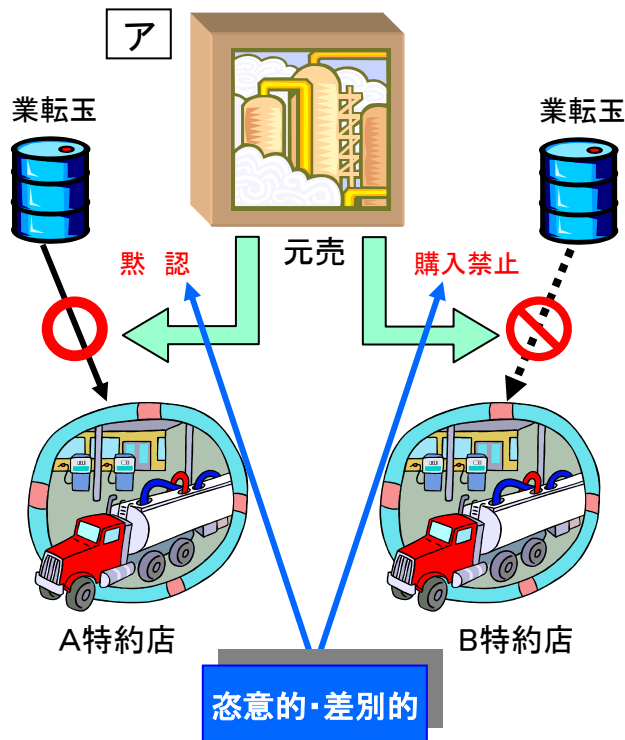
- 商社や大手特約店との業転玉の取引については、以下の2点の理由から、中小特約店との系列玉の取引と、同一の市場を形成しているとはいえないと考えられる。
 - ① 元売が、ガソリンの生産及び供給における需給関係を反映して、一部の商社や大手特約店など全国規模の事業者に対して、スポット的に販売しているものが多いこと。
 - ② 商社や大手特約店が、元売の商標を付さず、自らの責任で販売していること。
- 従って、特約店向けの系列玉と、商社等向けの業転玉との間で、卸売価格差が生じるこ自体を独占禁止法上問題視することは適當ではない。
- 但し、元売が、特定の商社等にのみ著しく安い価格で業転玉を販売し、その結果、商社間の競争が阻害される場合、又は、特定の商社等にのみ業転玉を販売し、他の事業者に対しては不当に販売を拒否する場合には、独禁法上の問題を生じることもある。



独占禁止法上の考え方(4) — 特約店等による業転玉の取扱い制限 —

◆ 特約店等による業転玉の取扱い制限

- 元売が、自社サインポールを掲げたSSで業転玉の販売を禁止することは、商標の信用の維持を図る上で必要行為と考えられ、独禁法上問題となるものではない。
- 但し、以下のア～ウのような場合には、元売の行為が商標保護制度の主旨を逸脱し、又は同制度の主旨に反するなど、商標権の行使とは認められない恐れがあり、独禁法上の問題(排他条件付取引、差別的取扱い、拘束条件付取引、優越的地位の濫用)となり得る。



元売が、系列玉の流過程で、不特定他社のガソリンとの混合・混入を許容、黙認するなど品質管理を行わず、また、系列玉を業転玉などと適切に分別して管理を行っていないなど、一貫して商標を付した系列玉として適切に流通させていないにもかかわらず、特約店等が業転玉を取扱う際には、当該商標権を行使してこれを禁止することにより、特約店等の自由な事業活動を阻害し、不当な不利益を与える場合。

同一系列間で、ある特約店には業転玉の取扱い中止を求めたことがないのに、他の特約店に対しては取扱いを止めるよう求めるなど、商標権を恣意的・差別的に行使し、不利に取り扱われた特約店の競争機能に直接かつ重大な影響を及ぼす場合。

独占禁止法上の考え方(5) —不透明な取引条件等の設定—

◆ 不透明な取引条件等の設定

- 元売が特約店に対し、卸売価格の決定方法を十分に説明しなかったり、一方的に卸売価格を通知したりすることは、特約店にとって、不当に不利な卸売価格が設定されるなどの問題につながるおそれもある。
- 卸売価格の事後決定や事後調整については、卸売価格の取引取引条件を不透明にし、コスト意識に基づく系列特約店による自主的、合理的な経営行動に逆行するとともに、ひいては市場メカニズムに基づく価格形成を阻害するおそれがある。
- 元売各社は、特に以下のような対応を行うことが競争政策上望まれる。

