

令和 6 年度給油所の競争状況に関する地域別実態調査

調査結果

令 和 7 年 5 月
公 正 取 引 委 員 会

調査の趣旨

レギュラーガソリンの平均販売価格が全国平均に比べて継続して低い地域を中心に、異業種からの新規参入等の状況を踏まえつつ、特定の地域を選定し、競争状況の実態を把握するために実施。

調査対象地域

北海道旭川市	新潟県新潟市	東京都調布市※	愛知県名古屋市守山区※
大阪府門真市※	和歌山県和歌山市		

(※周辺地域も調査対象に含む)

主な調査の内容

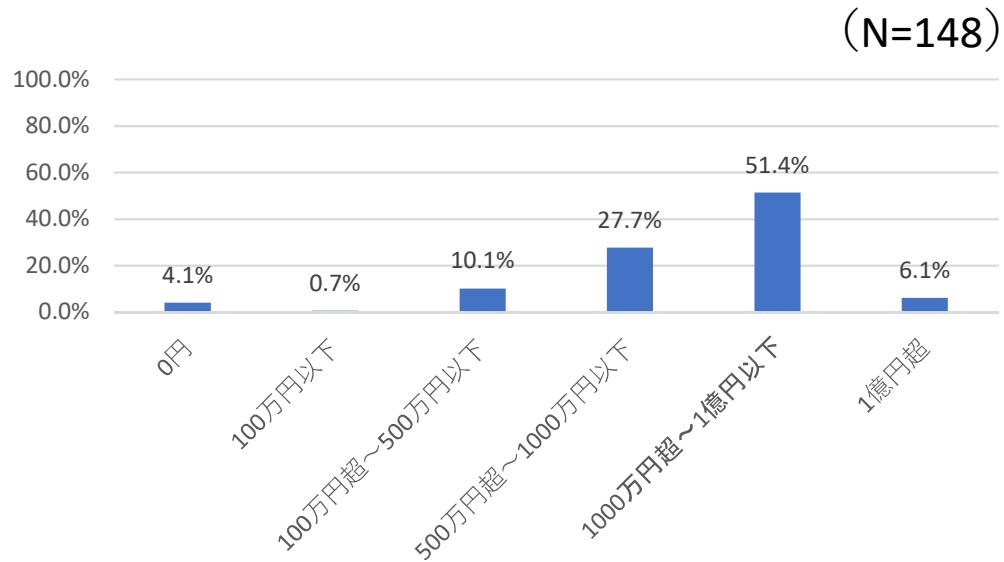
- 給油所運営事業者等の概要
- 販売価格の設定方針
- 競合店の販売価格引下げへの対応状況
- 地域の販売価格が低い理由に対する認識
- 不当廉売規制に対する理解

調査の方法

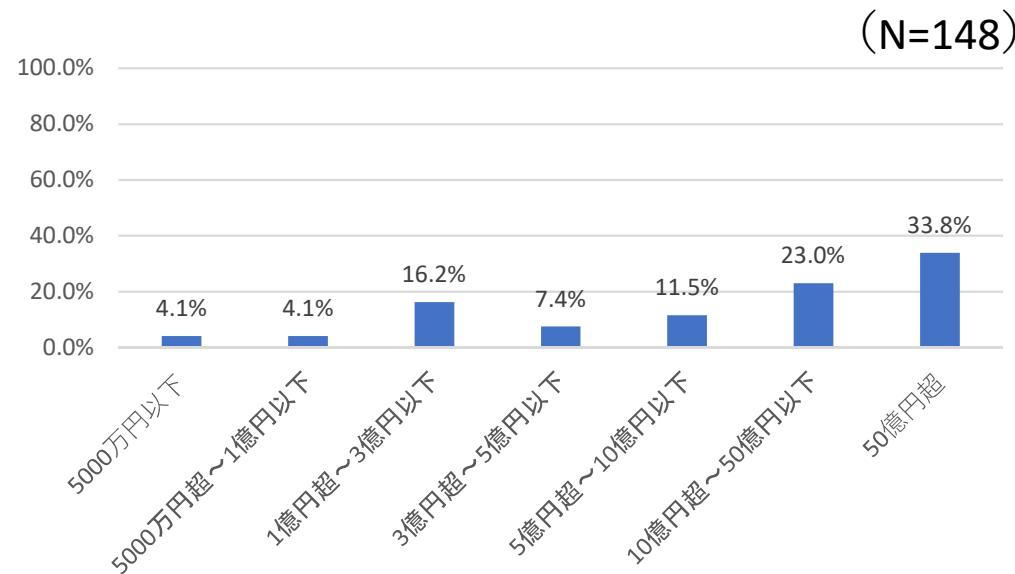
- ◆ 調査対象期間：令和5年10月～令和6年9月
- ◆ 調査対象事業者：調査対象地域において給油所を運営している事業者
- ◆ 書面調査：発送先数 332者（令和6年10月11日発送）
回答者数 156者（359給油所）【事業者ベース回答率：48.6%】※
- ◆ ヒアリング調査：38者

(※回答率の算定に当たり、閉業等した事業者数（11者）を分母から除いている)

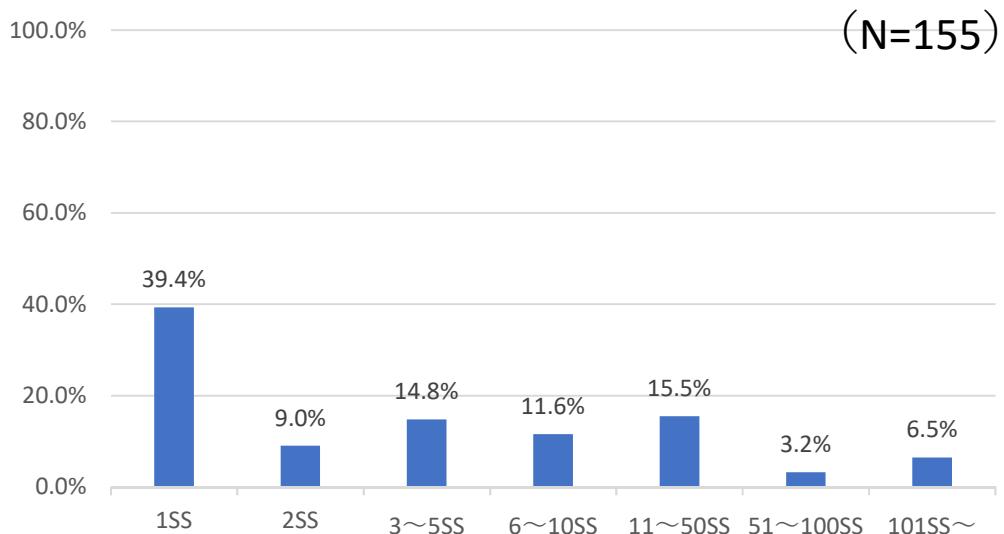
資本金額別・事業者数の割合



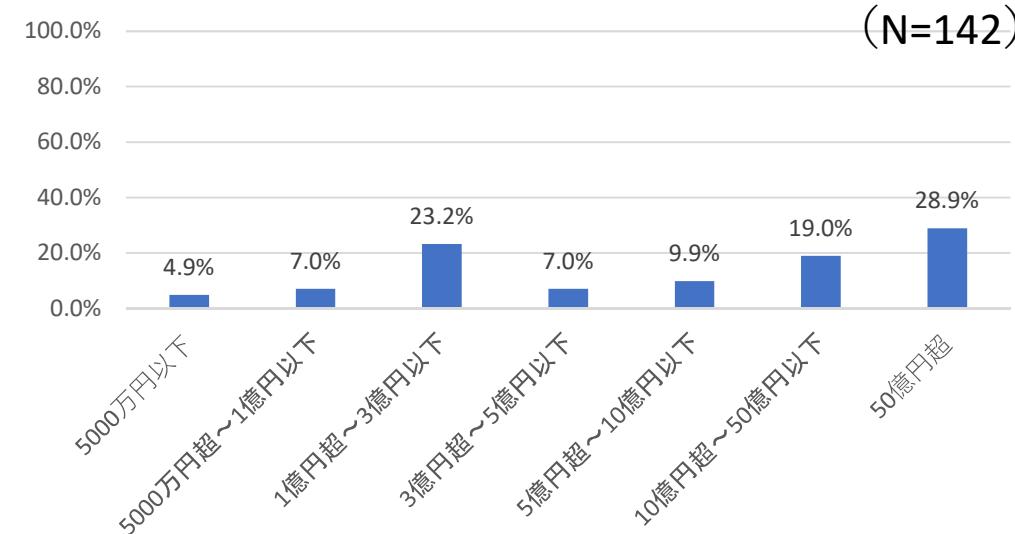
年間売上金額別・事業者数の割合 (法人全体)



運営給油所数別・事業者数の割合 (法人全体)



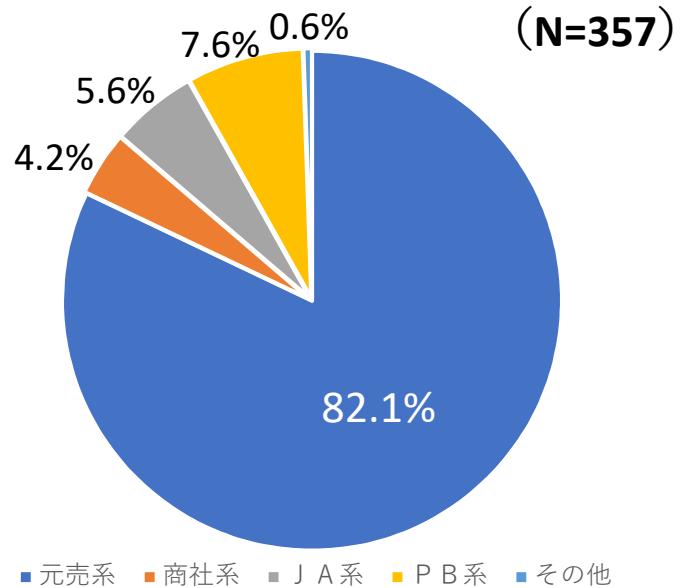
年間売上金額別・事業者数の割合 (石油製品)



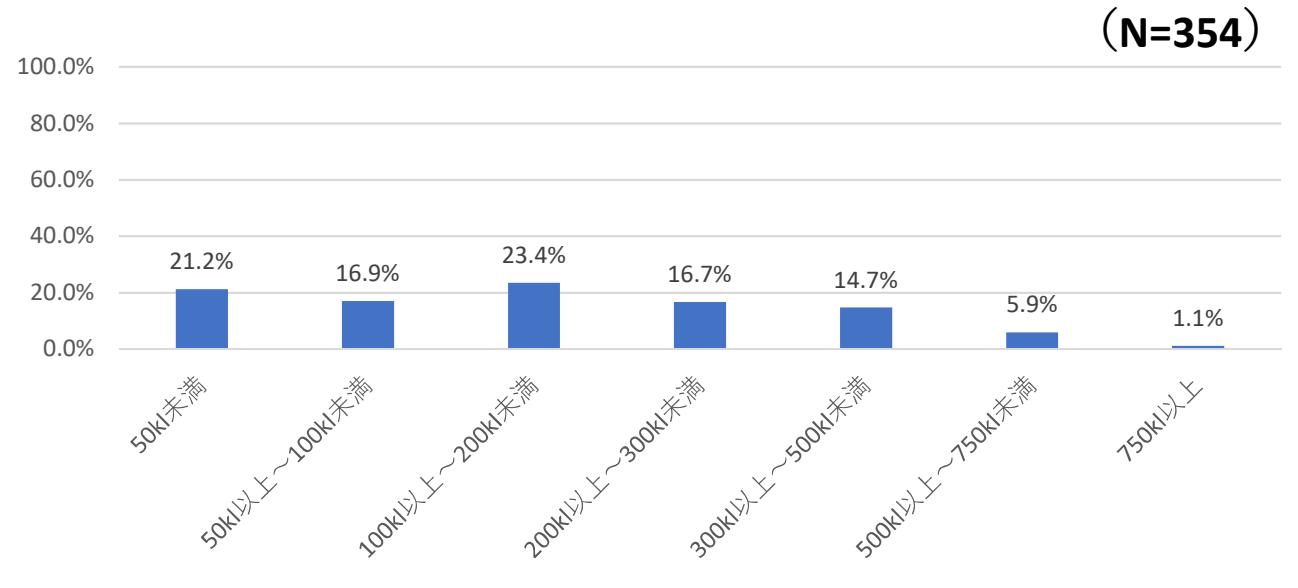
(注1) 各割合は小数点第2位以下を四捨五入しているため、その合計は必ずしも100とならない。以下同じ。

(注2) 資本金0円とは、個人事業主を指す。

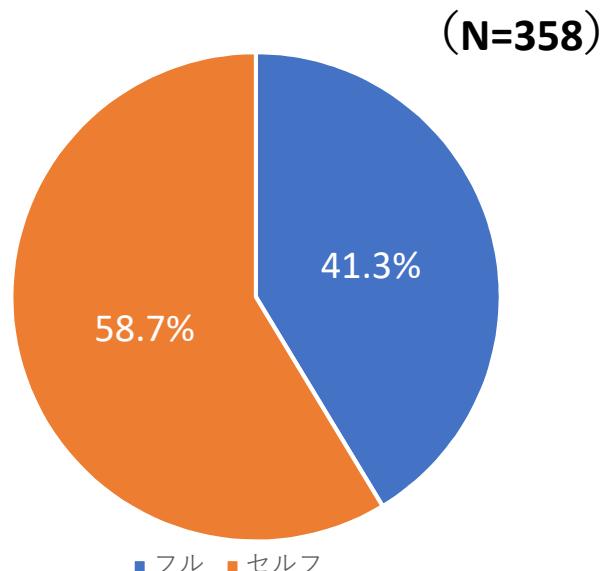
系列別・給油所数の割合



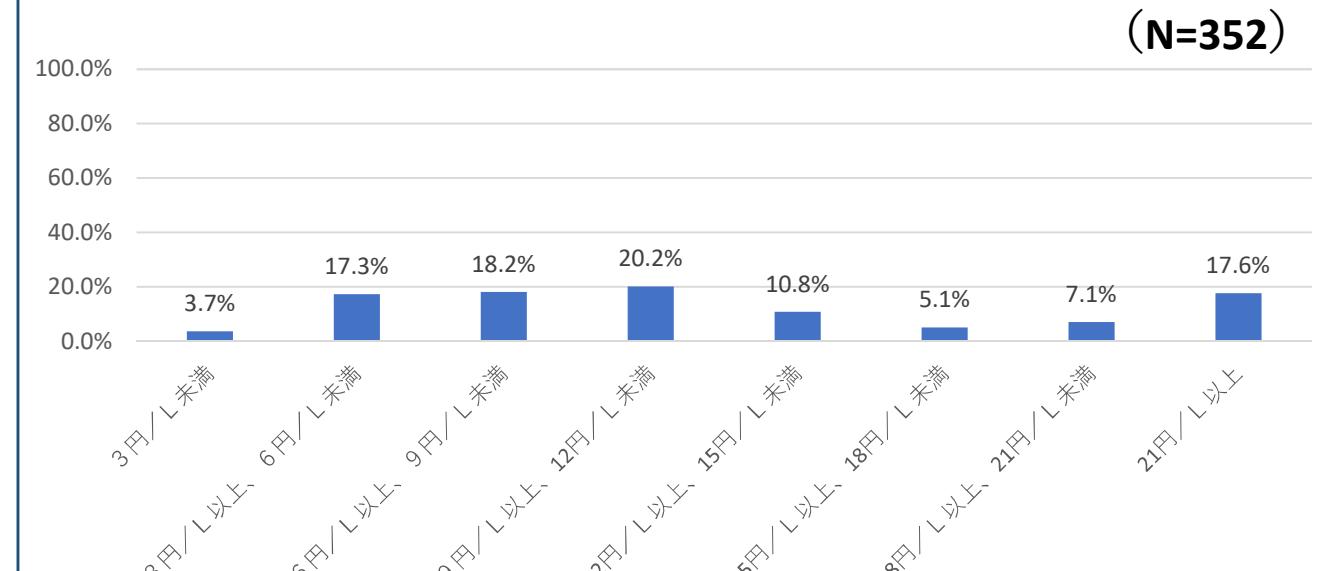
月間平均販売数量別・給油所数の割合



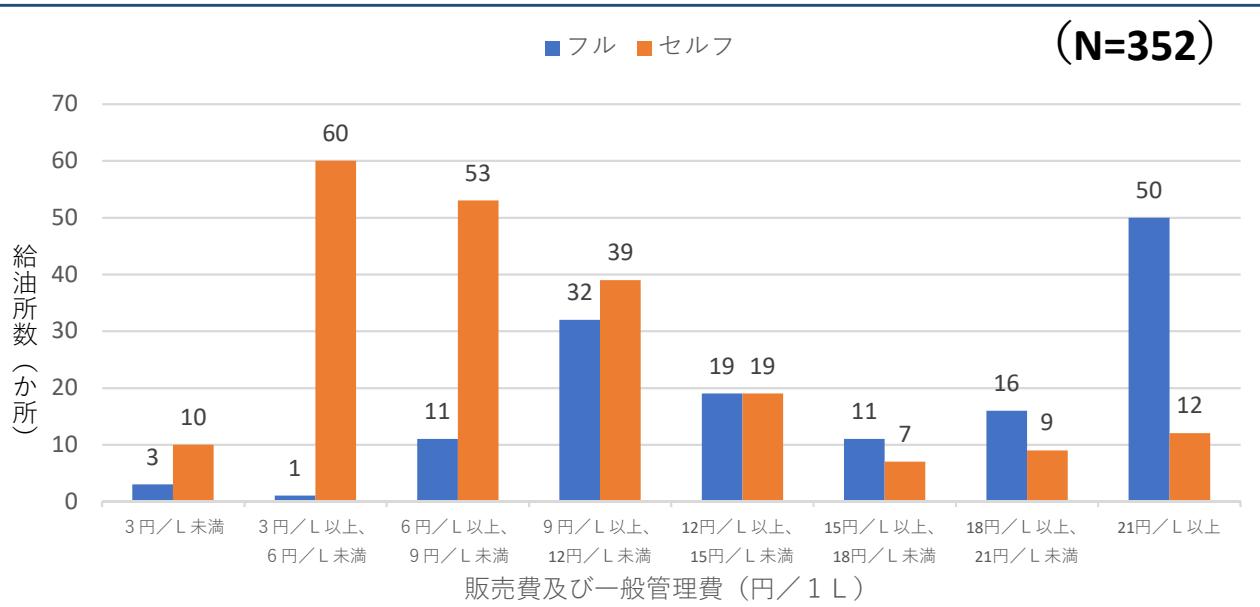
給油形態別・給油所数の割合



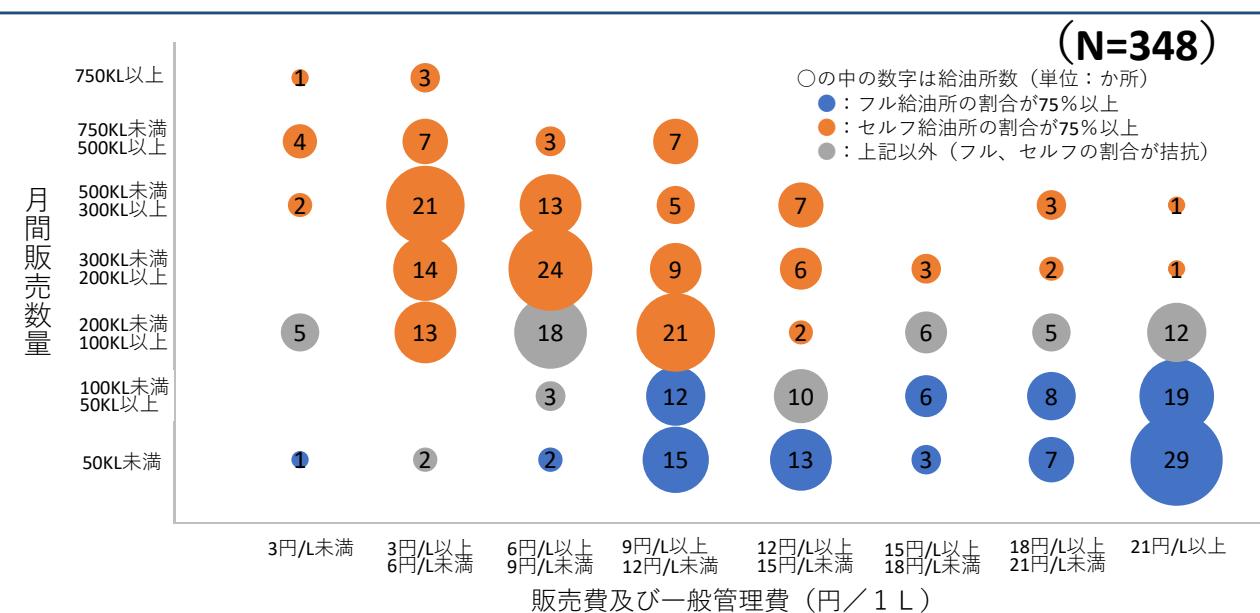
販売費及び一般管理費帯別・給油所数の割合



販売費及び一般管理費帯別・給油所数（給油形態別）



販売費及び一般管理費帯別・給油所数（給油形態別・月間平均販売数量別）



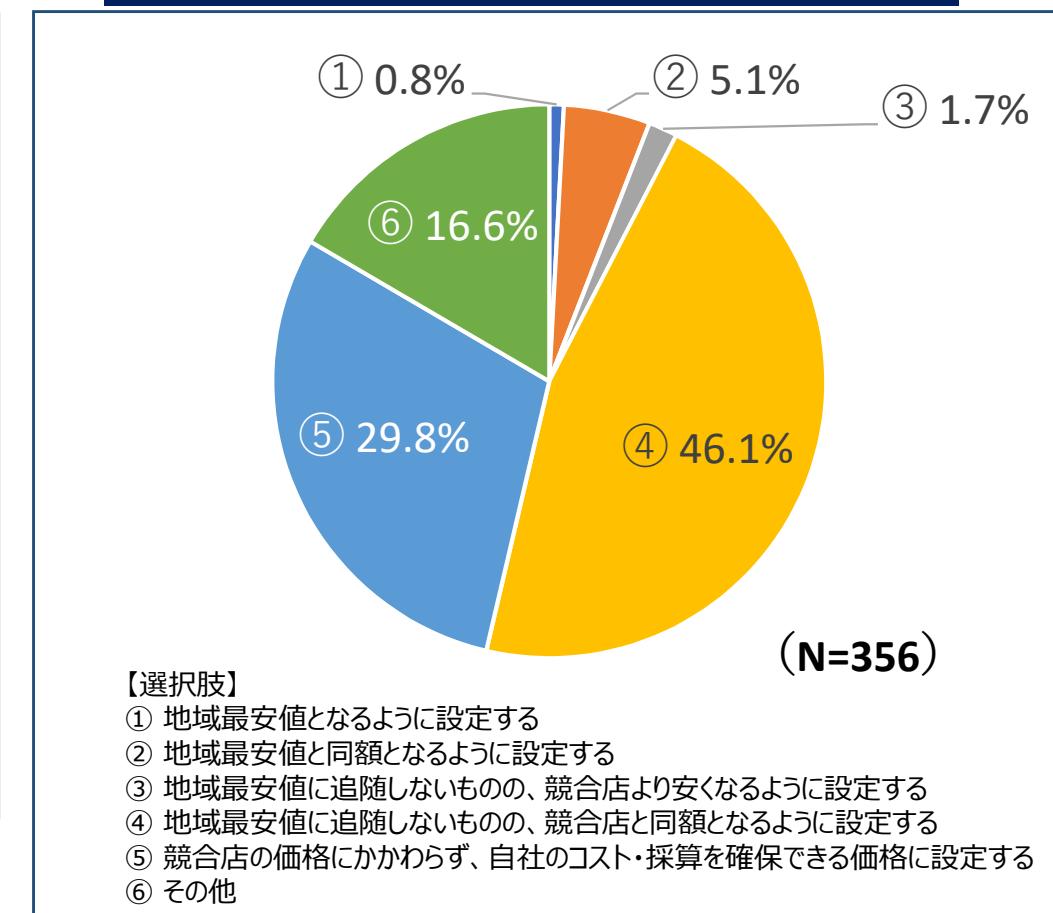
- 給油所ごとの販売費及び一般管理費（以下「販管費」という。）は、3頁目右下の棒グラフのとおり、3円/L未満から21円/L以上までばらつきがあった。
- これを給油形態別に分類すると、左の棒グラフのとおり、フルサービスの給油所は販管費が比較的大きく、セルフサービスの給油所は販管費が比較的小さい傾向がみられた。

- 左上のグラフに、給油所の月間販売数量の要素を加えて分類すると、左の散布図のとおり販売数量が大きい給油所ほど販管費が小さく、販売数量が小さい給油所ほど販管費が大きい傾向がみられた。
- また、散布図中の円の色分けから、販売数量が大きく販管費が小さい給油所にはセルフサービスの給油所が多く、販売数量が小さく販管費が大きい給油所にはフルサービスの給油所が多い傾向がみられた。

書面調査の結果

- 販売価格の設定方針として、「④地域最安値に追随しないものの、競合店と同額となるように設定する」との回答(46.1%)が最も多く、「⑤競合店の価格にかかわらず、自社のコスト・採算を確保できる価格に設定する」との回答(29.8%)がこれに続き、両者で全体の約75%を占めた。
- 他方、「①地域最安値となるように設定する」(0.8%)又は「②地域最安値と同額となるように設定する」(5.1%)と回答した事業者(低価格販売事業者)、いわゆる地域最安値を意識した販売価格の設定方針を探る事業者が全体で約6%存在した。
- 「⑥その他」の具体的な内容として、競合店の価格を意識しつつ、自社のコスト・採算を確保できる価格に設定するという、④と⑤を組み合わせたような回答が多く、また、最安値店又は競合店の価格+a、といった価格に設定するという回答もみられた。

販売価格の設定方針別・給油所数の割合



ヒアリングにおける意見等

- 仕入価格に必要なコストとマージンを加えた「採算を確保できる価格」以上の価格帯で、競合店の販売価格をみながら販売価格を設定する。競合店が値下げをすれば、採算が採れる範囲内で追随する。(6都市共通)
- 競合店には追随するものの、地域最安値の事業者には追随しない。(6都市共通)
- 地域最安値となるよう価格設定をしている。(調布市、名古屋市守山区)
- 同じ元売系列の給油所の場合、消費者は販売価格がより安い給油所を選択するため、近隣の同じ元売系列の給油所の中で最安値の事業者と同額になるように販売価格を設定している。(名古屋市守山区)

書面調査の結果

- 販売価格の設定方針につき、給油形態別に分類すると、右のとおりであった。フルサービスの給油所においては「⑤競合店の価格にかかわらず、自社のコスト・採算を確保できる価格に設定する」との回答が、セルフサービスの給油所においては「④地域最安値に追随しないものの、競合店と同額となるように設定する」との回答が、それぞれ過半数を占め、対照的な結果となった。

ヒアリングにおける意見等

【フルサービスの給油所】

- 他の給油所の販売価格とは関係なく、自社のコストを反映した価格設定をしている。（調布市、門真市、和歌山市）
- 油外の売上げも重視しているため、顧客が他社に流れることによる販売数量の減少、それに伴う油外売上げの減少を招かないよう、一定の価格対応は必要になる。（調布市）
- フルサービスとセルフサービスの給油所を両方利用する消費者も多いので、セルフサービスの給油所の価格動向も意識している。（新潟市）

【セルフサービスの給油所】

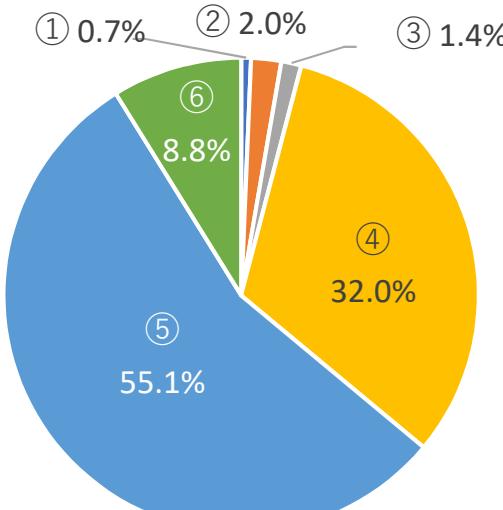
- 販売価格が高いというイメージが一度付くと消費者は戻ってこないため、安値で販売することで販売数量が確保できる。（名古屋市守山区）
- 自社の販売価格の引上げや他社の販売価格の引下げによって販売数量が減少することで、単位当たりのコストが上昇することによりコスト割れ販売となることのないよう、販売数量の増減を意識しながら販売価格を設定している。（調布市）

給油形態別・販売価格の設定方針別・給油所数の割合

【選択肢】

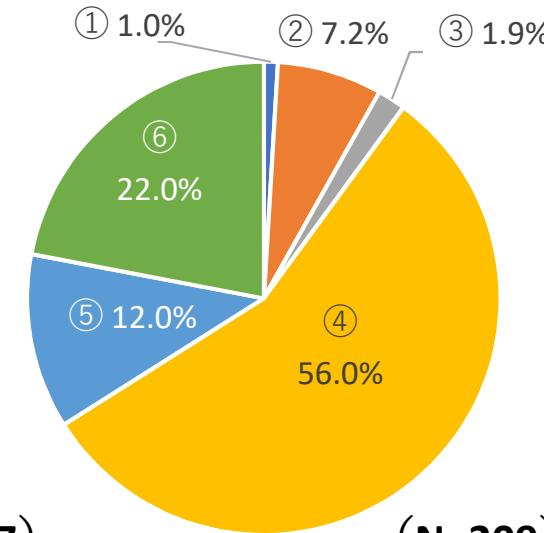
- ① 地域最安値となるように設定する
- ② 地域最安値と同額となるように設定する
- ③ 地域最安値に追随しないものの、競合店より安くなるように設定する
- ④ 地域最安値に追随しないものの、競合店と同額となるように設定する
- ⑤ 競合店の価格にかかわらず、自社のコスト・採算を確保できる価格に設定する
- ⑥ その他

【フル】



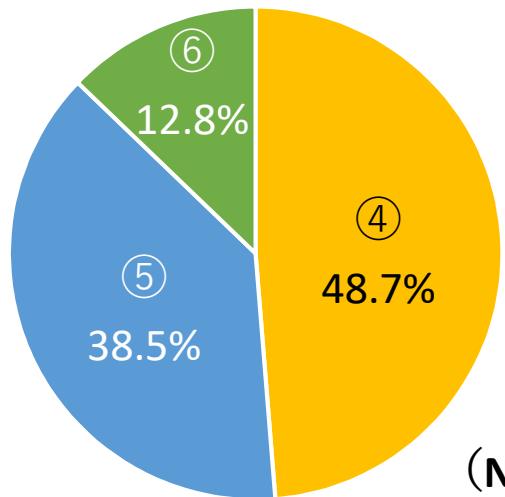
(N=147)

【セルフ】

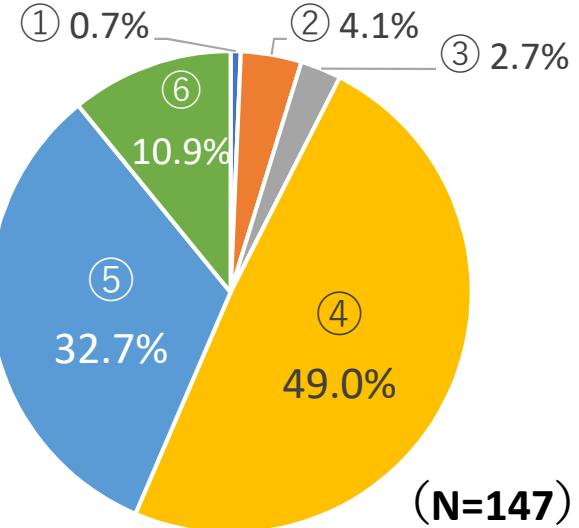


(N=209)

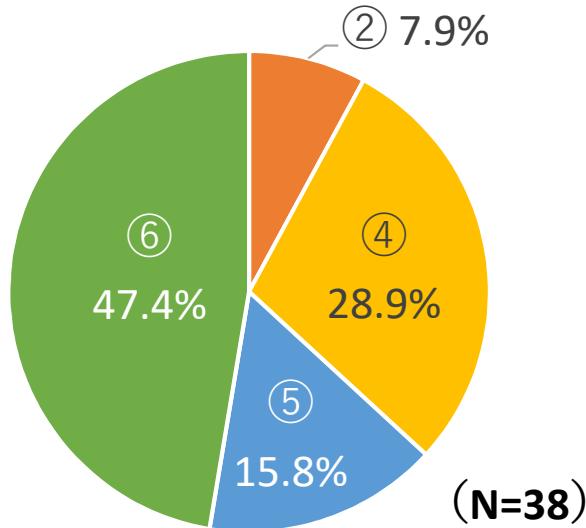
旭川市



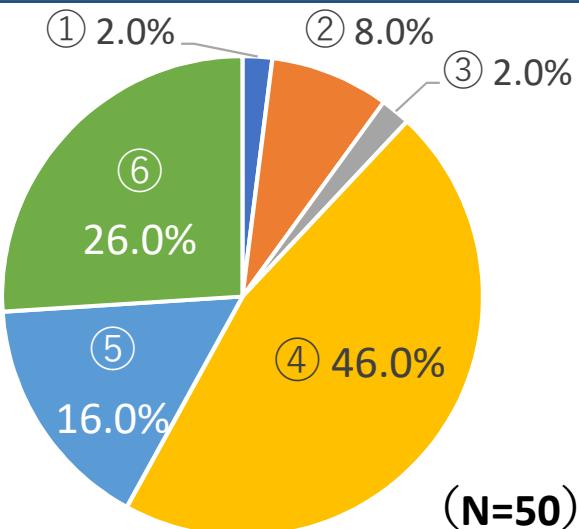
新潟市



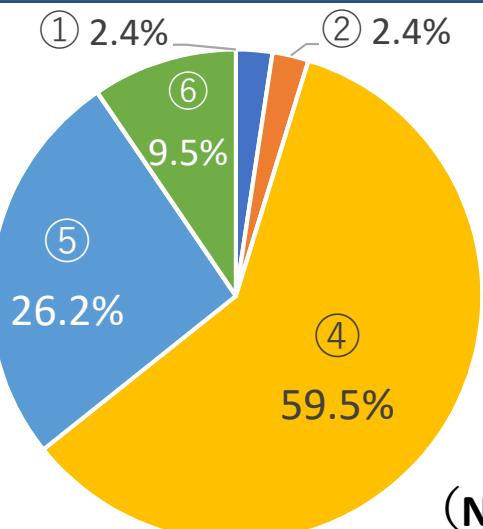
調布市



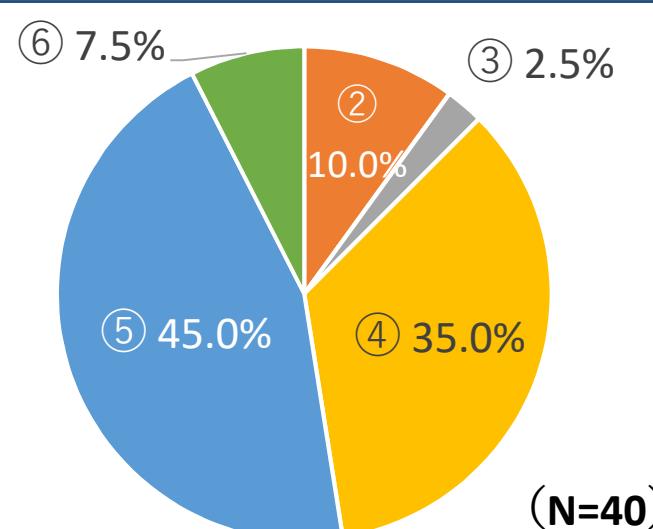
名古屋市守山区



門真市



和歌山市



【選択肢】

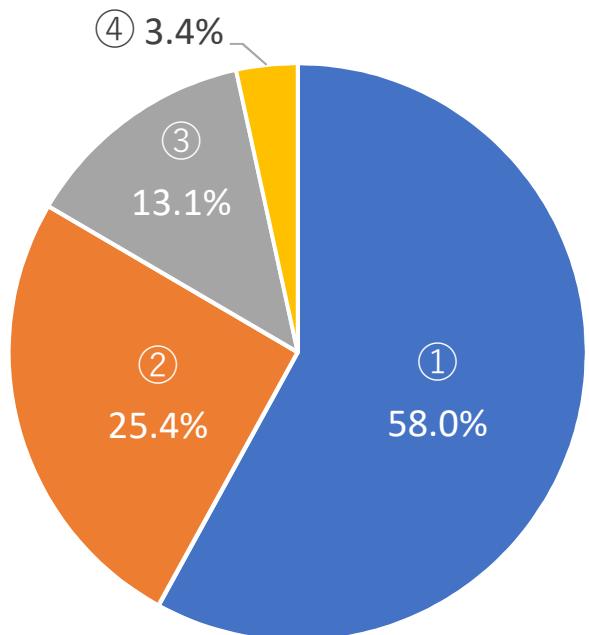
- ① 地域最安値となるように設定する
- ② 地域最安値と同額となるように設定する
- ③ 地域最安値に追随しないものの、周辺の給油所より安くなるように設定する

- ④ 地域最安値に追随しないものの、周辺の給油所と同額となるように設定する
- ⑤ 周辺の給油所の価格にかかわらず、自社のコスト・採算を確保できる価格に設定する
- ⑥ その他

書面調査の結果

- レギュラーガソリンの販売価格の設定に当たり、どの程度独占禁止法上の不当廉売規制を意識しているかについて、「①常に意識している」との回答が全体で58.0%となり、最多となった。
- 他方、「②ある程度意識しているが、周辺の給油所との競争状況によっては、コストより競合店の価格を重視してレギュラーガソリンの販売価格を設定する場合もある」との回答が、全体で25.4%となっており、周辺の給油所との競争状況によっては、不当廉売規制より競合店の価格を重視した価格設定を行う場合がある事業者が3割近く存在する。
- 「③ほとんど意識していない」との回答は13.1%（回答数:46）であった。このうち、レギュラーガソリンの販売価格の設定方針（5頁）について、「競合店の価格にかかわらず、自社のコスト・採算を確保できる価格に設定する」との回答数が37（割合は80.4%）あった。

不当廉売規制への意識別・給油所数の割合

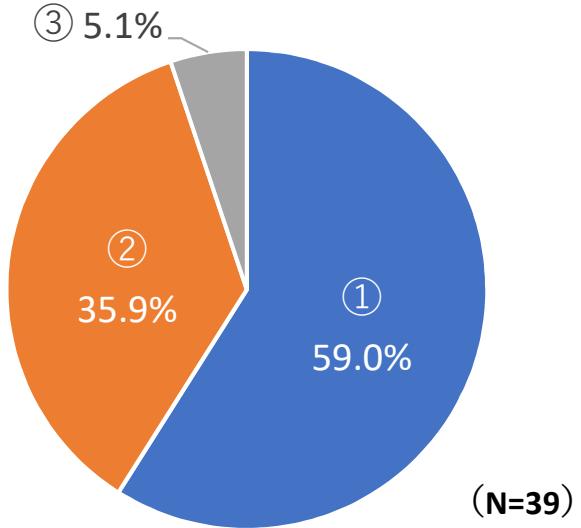


(N=350)

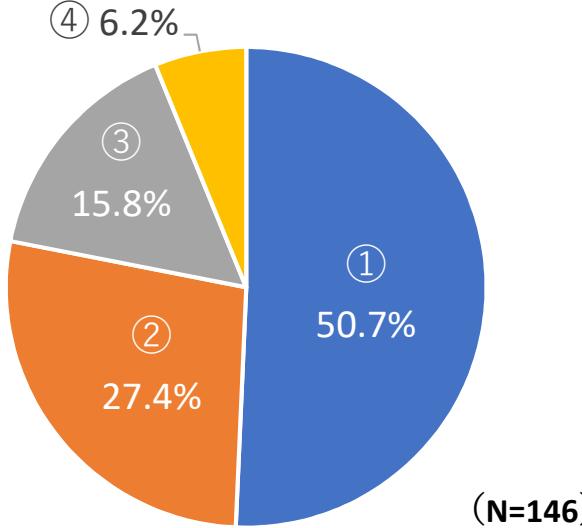
ヒアリングにおける意見等

- 仕入価格に必要なコストとマージンを加えて販売価格を設定しており、不当廉売規制に抵触しないように意識している。（6都市共通）
- 安値販売業者に追随することでコスト割れとならないように不当廉売規制を意識するのは当然として、安値販売業者の影響で販売数量が減少することにより単位辺りのコストが相対的に上昇することで不当廉売規制に抵触するがないようにも意識している。（調布市、名古屋市守山区、門真市）
- 安値販売業者に対し、通常は採算の採れる範囲でしか追随しないが、極端に販売数量が減少しそうな場合には、採算の採れる範囲を超えて安値販売業者に追随する場合もある。（旭川市）

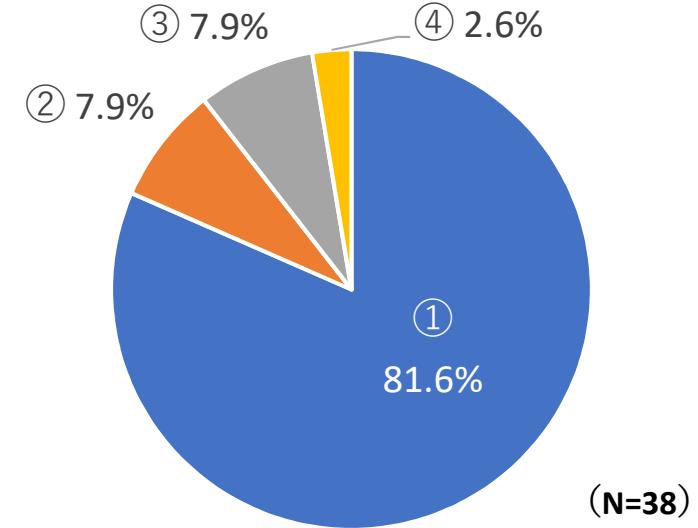
旭川市



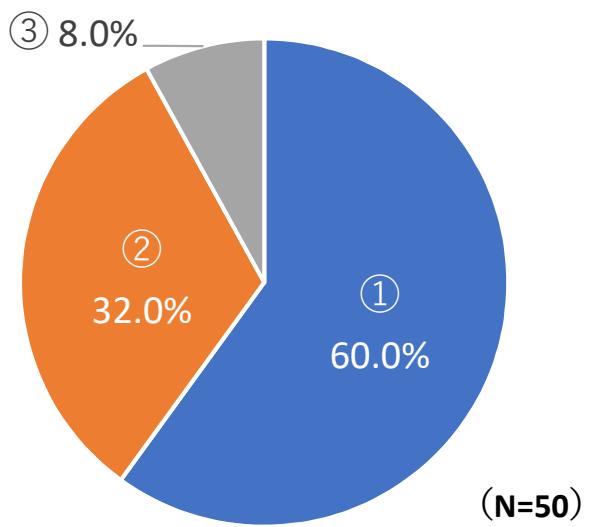
新潟市



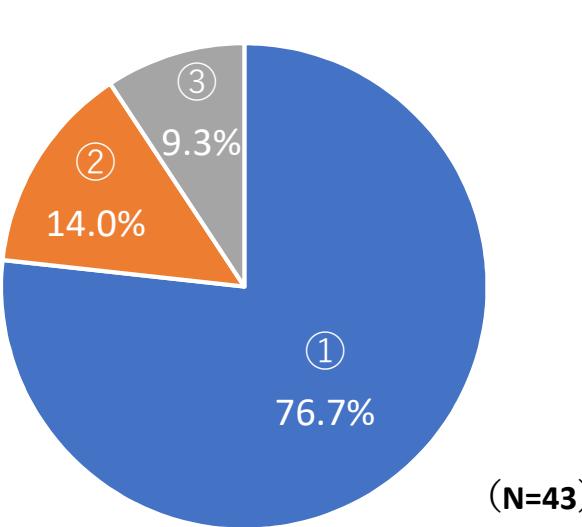
調布市



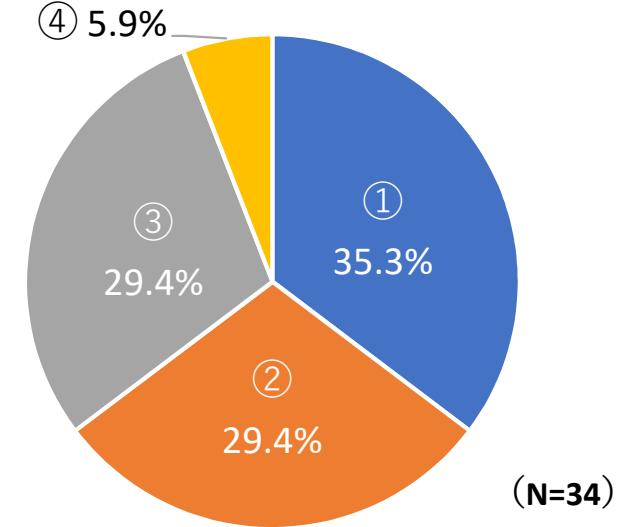
名古屋市守山区



門真市



和歌山市



【選択肢】

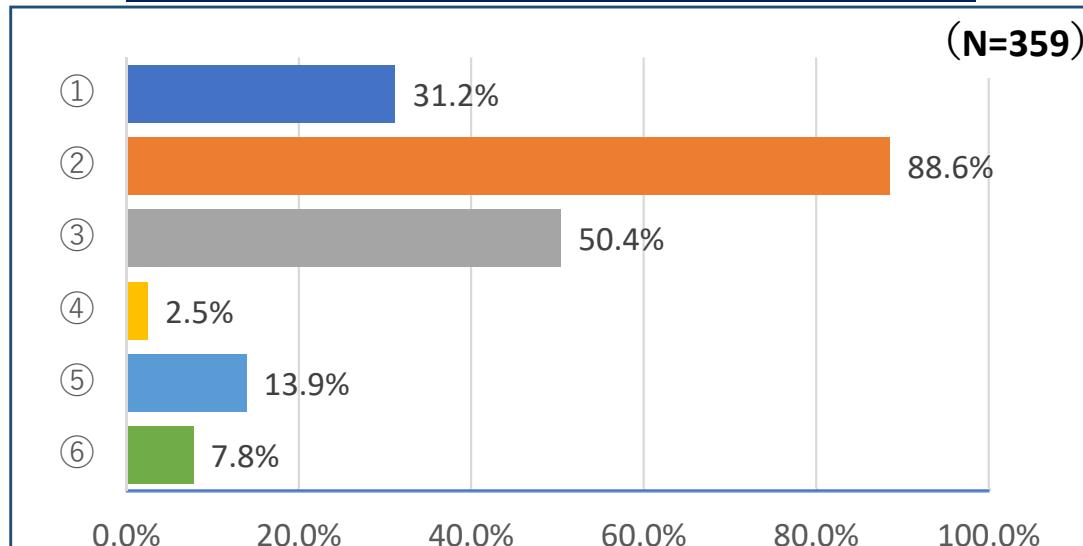
- ① 常に意識している
- ② ある程度意識しているが、周辺の給油所との競争状況によっては、コストより競合店の価格を重視してレギュラーガソリンの販売価格を設定する場合もある

- ③ ほとんど意識していない
- ④ その他

書面調査の結果

- 地域におけるレギュラーガソリンの平均販売価格が安い要因として、「②安値販売業者が存在し、当該事業者の価格に対抗せざるを得ないため」との回答(88.6%)が最も多く、「③地域に所在する給油所の数が多く、競争が激しいため」との回答(50.4%)がこれに続いた。
- 地域によっては、「①大規模事業者による新規参入があり、競争が激しいため」との回答も多かった(門真市(55.8%)、新潟市(43.2%)、名古屋市守山区(33.3%))。

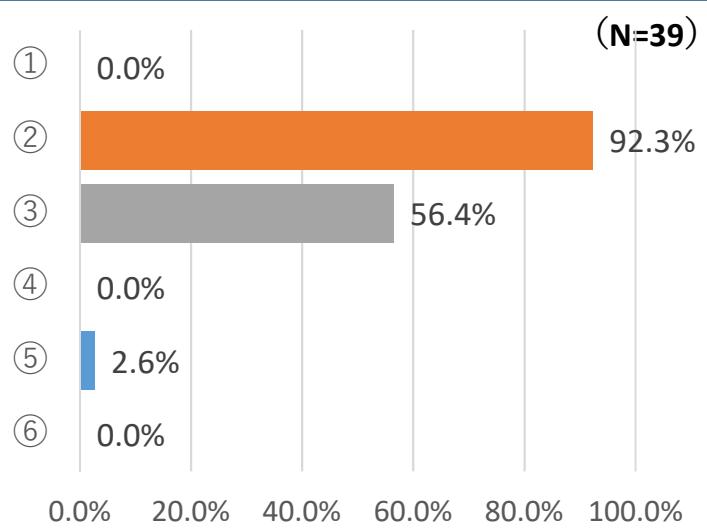
販売価格に対する認識別・給油所数の割合



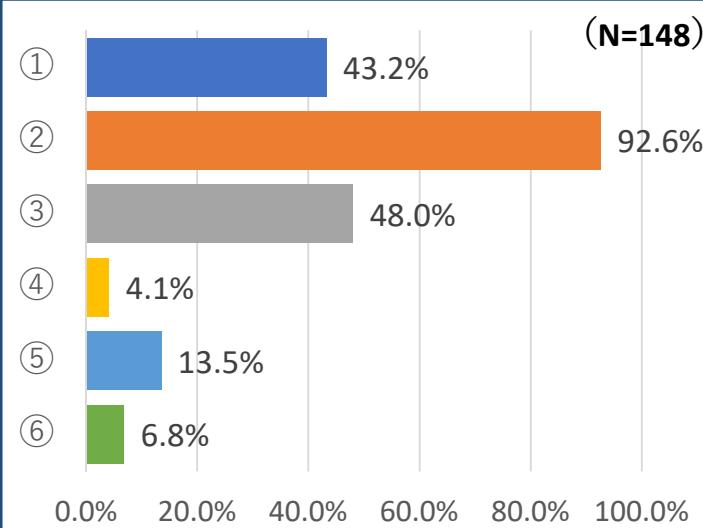
ヒアリングにおける意見等

- 安値販売業者が存在し、これに追随する事業者が存在することにより、地域の平均販売価格が低下している。(6都市共通)
- 都市部は狭い範囲に多くの給油所が存在し、競争が激しくなる。(調布市、名古屋市守山区、門真市)
- 交通量の多い主要道路沿いの地域では、販売価格に敏感な消費者の数が多く、平均販売価格が低下する。(調布市、門真市)
- 大規模事業者が新規に出店して安値販売を始め、周辺の事業者もこれに追随する価格設定をすることで、地域の平均販売価格が低下する。ただし、大規模事業者を別の価格帯の事業者であると割り切って、その価格を意識せずに自社の販売価格を設定している事業者もある。(名古屋市守山区、門真市、和歌山市)
- 鉄道等の公共交通機関の便が良くない地方では日頃から自動車で移動する必要があるため、消費者が販売価格に敏感であり、そのことが価格競争を加速させている。(新潟市)
- かねて安値地域であるとの認識が強く、それを前提とした経営者の気質によるところも大きいと考える。(和歌山市)

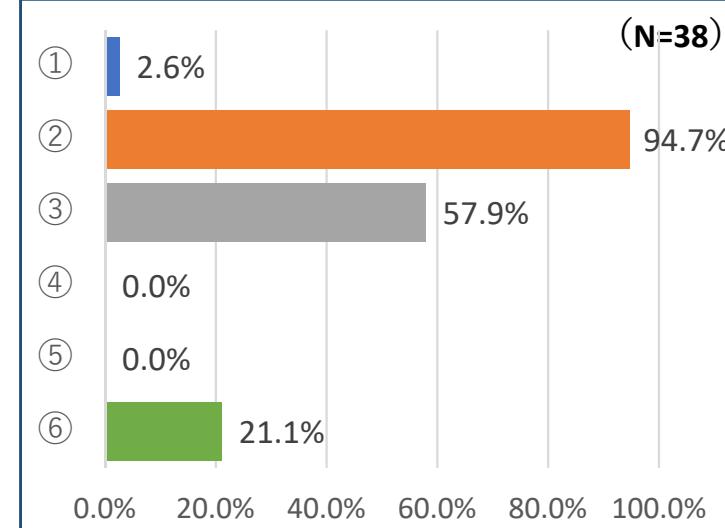
旭川市



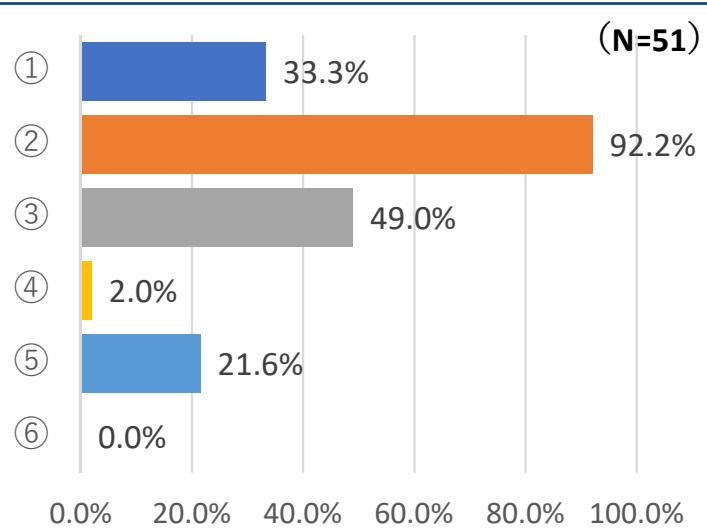
新潟市



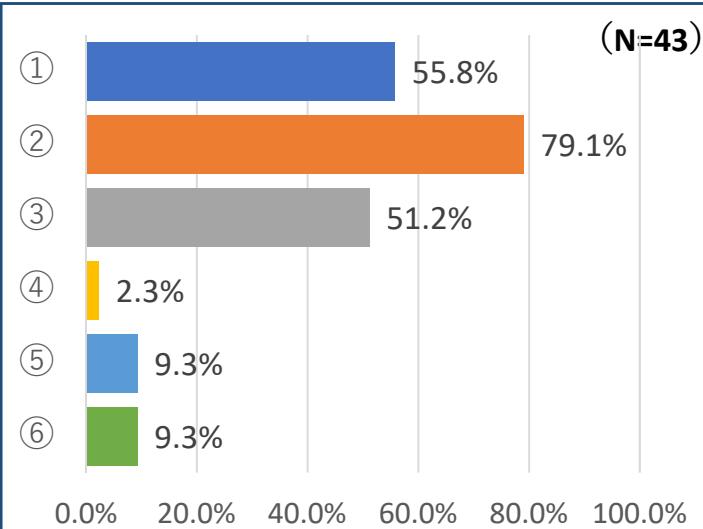
調布市



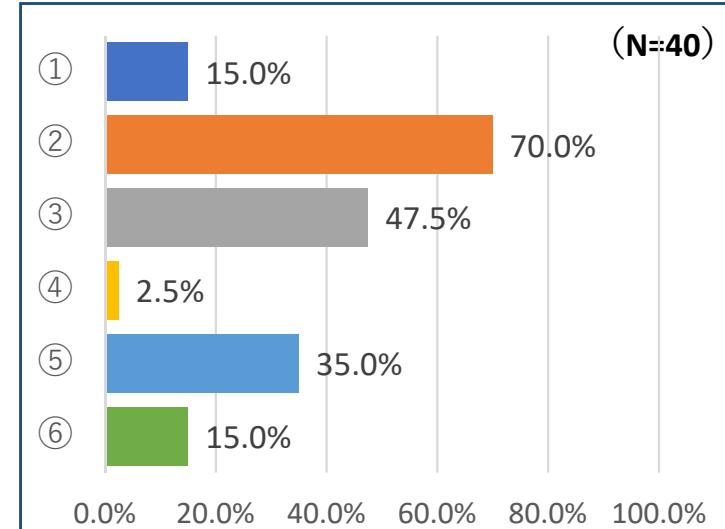
名古屋市守山区



門真市



和歌山市



【選択肢（複数回答可）】

- ① 大規模事業者による新規参入があり、競争が激しいため
- ② 安値販売業者が存在し、当該事業者の価格に対抗せざるを得ないため
- ③ 地域に所在する給油所の数が多く、競争が激しいため

- ④ 油槽所が近く、他地域に比べると輸送コストを低く抑えることができるため
- ⑤ 安価な業転玉の流通量が多いため
- ⑥ その他

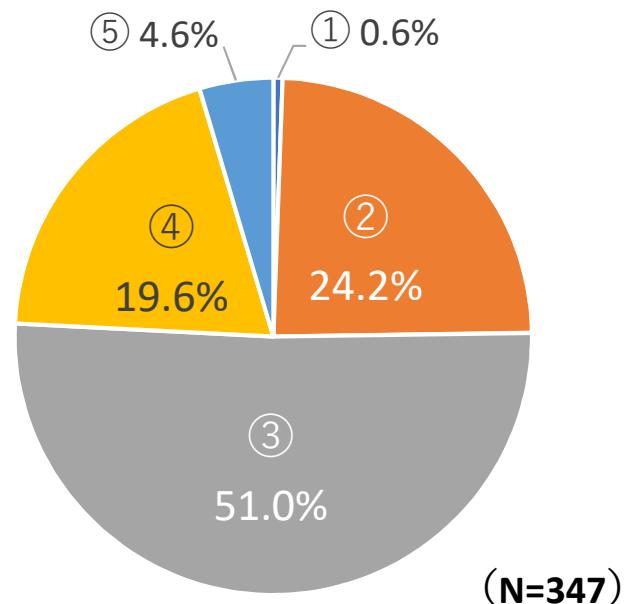
書面調査の結果

- 競合店の販売価格引下げに対する対応として、「③販売価格の引下げを行ったものの、競合店より高値の設定にした」との回答（51.0%）が最も多かった。また、「②競合店と同額に設定した」との回答（24.2%）、「④特に対応しなかった（販売価格の変更を行わなかった）」（19.6%）がこれに続いた。和歌山市においては「④特に対応しなかった（販売価格の変更を行わなかった）」（42.1%）との回答が最も多かった。
- レギュラーガソリンの販売価格の設定方針についての質問で、「競合店の価格にかかわらず、自社のコスト・採算を確保できる価格に設定」と回答した事業者の割合は全体の29.8%（5頁参照）であったところ、これを、競合店の販売価格引下げに対して「④特に対応しなかった（販売価格の変更を行わなかった）」と回答した事業者に限ってみると、レギュラーガソリンの販売価格の設定方針について、「競合店の価格にかかわらず、自社のコスト・採算を確保できる価格に設定」と回答した事業者の割合は69.7%を占め、顧客獲得に当たり販売価格の安さを重視する低価格販売事業者は存在しなかった。
- 「①競合店より安値に設定した」又は「②競合店と同額に設定した」と回答した事業者（追随事業者）は、全体で24.8%であった。名古屋市守山区及び門真市においては、4割近くの事業者が①又は②と回答した。

ヒアリングにおける意見等

- 安値販売業者に対しては、採算の採れる範囲で追随する。（6都市共通）
- 最安値で販売する給油所には追随しないが、その次の価格帯の給油所群の価格に合わせていくこととしている。（新潟市、調布市、名古屋市守山区、門真市）
- フルサービスの給油所を運営しており、価格に左右されない消費者が多く利用しているため、周辺給油所の安値販売には対応しない。（新潟市、調布市、和歌山市）
- 顧客数、販売数量維持のため、地域の最安値業者の販売価格と同額で追随していくこととしている。（調布市、名古屋市守山区）
- 安値販売業者に対して、すぐには追随しないが、販売数量に影響が出ることが見込まれる場合には追随する。（旭川市、調布市）
- 安値販売業者に追随せずとも販売数量がさほど減少しない実績が確認できたため、追随する頻度を下げてマージンを確保する方針としている。（名古屋市守山区）

販売価格引下げに対する対応別・給油所数の割合

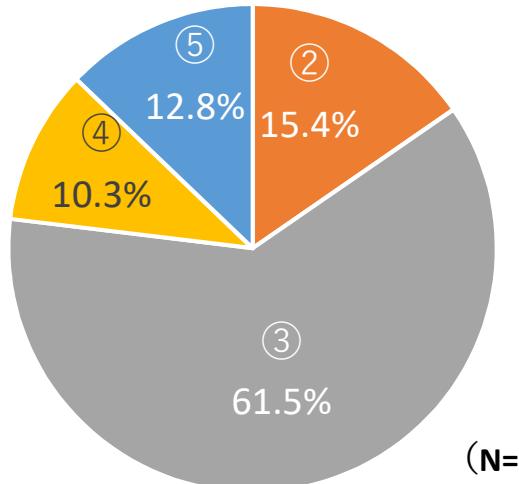


【選択肢】

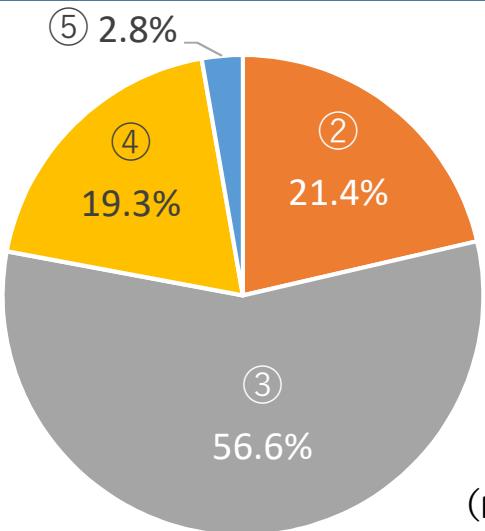
- ① 競合店より安値に設定した
- ② 競合店と同額に設定した
- ③ 販売価格の引下げは行ったものの、競合店より高値の設定にした
- ④ 特に対応しなかった（販売価格の変更を行わなかった）
- ⑤ その他

(N=347)

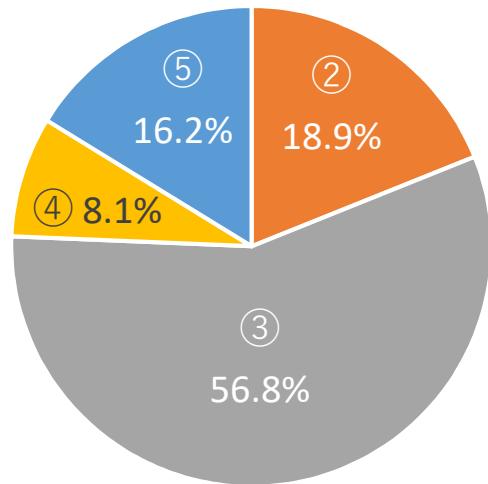
旭川市



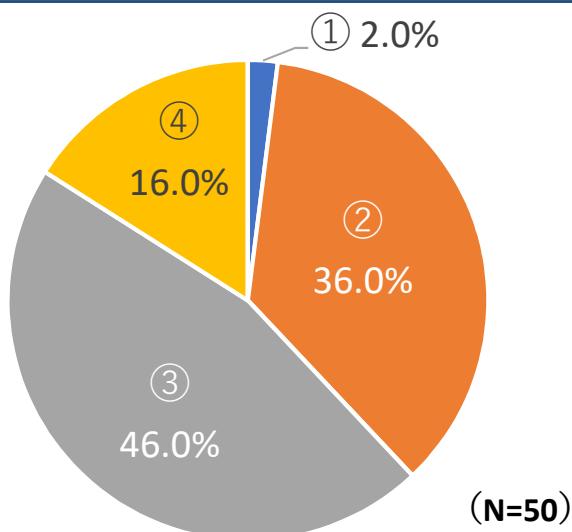
新潟市



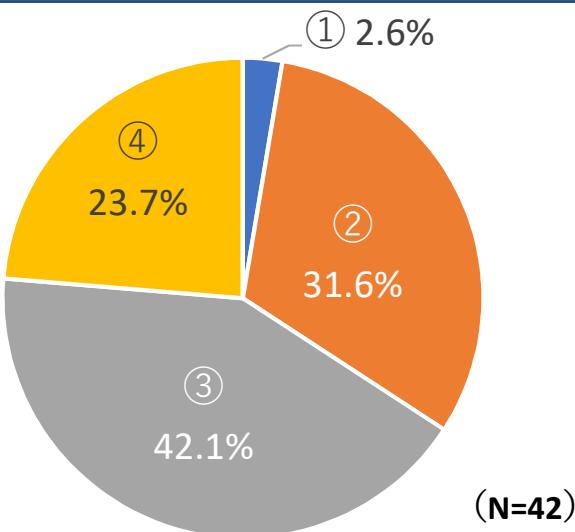
調布市



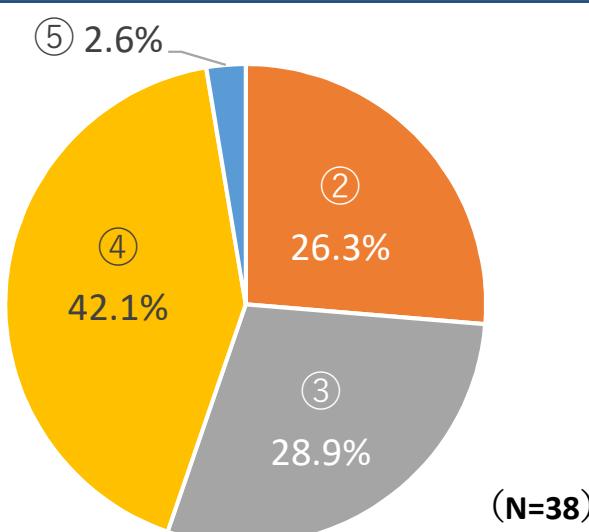
名古屋市守山区



門真市



和歌山市



【選択肢】

- ① 競合店より安値に設定した
- ② 競合店と同額に設定した
- ③ 販売価格の引下げは行ったものの、競合店より高値の設定にした

- ④ 特に対応しなかった（販売価格の変更を行わなかった）
- ⑤ その他

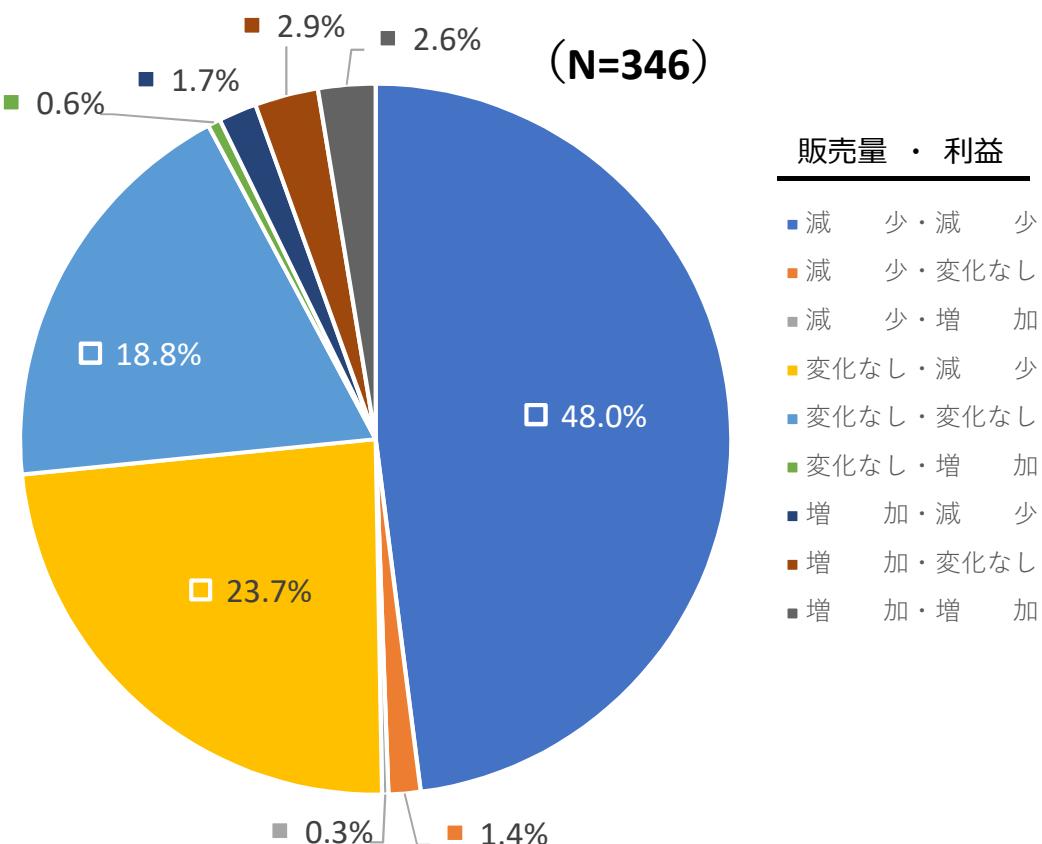
書面調査の結果

- 競合店の販売価格引下げへの対応の結果について、レギュラーガソリンの販売数量、販売で得られる利益ともに「減少した」との回答(48.0%)が最も多く、販売数量は「変化はなかった」が利益が「減少した」(23.7%)、販売数量、利益ともに「変化はなかった」(18.8%)がこれに続いた。
- 競合店の販売価格引下げに対して「特に対応しなかった（販売価格の変更を行わなかった）」事業者の中で、レギュラーガソリンの販売利益が減少したと回答した事業者は62.1%であったのに対し、競合店の販売価格引下げに対して追隨行動等の価格対応を採った事業者の中で、レギュラーガソリンの販売利益が減少したと回答した事業者は77.6%であった。

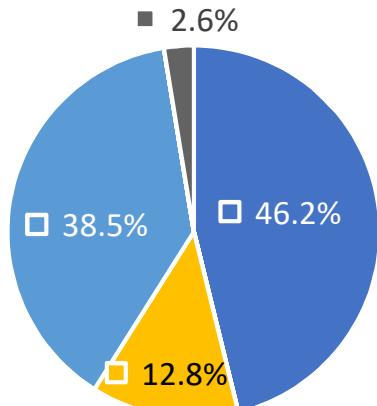
ヒアリングにおける意見等（6都市共通）

- 安値販売業者に追随するものの、価格差はあるため、販売数量は一定程度減少し、販売利益も減少する。（6地区共通）
- 安値販売業者に追随した結果、販売数量は維持できた場合でも、販売価格を引き下げた分の販売利益は減少する。（新潟市、調布市、名古屋市守山区、門真市）
- 安値販売業者に周辺の事業者が追随することで当該地域の市況が下がった場合、狭い地域に給油所が密集していると周辺の需要も一定程度取り込むこととなるため、地域全体の販売数量が増える。（調布市）
- マージンを損なわない程度にしか追随しないため、追随した結果の販売数量増加により、販売利益も増加することが多い。（旭川市）

販売価格引下げへの対応の結果別・給油所数の割合

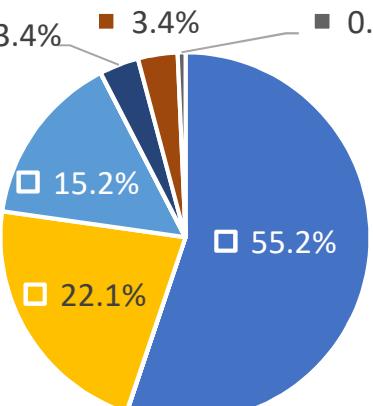


旭川市



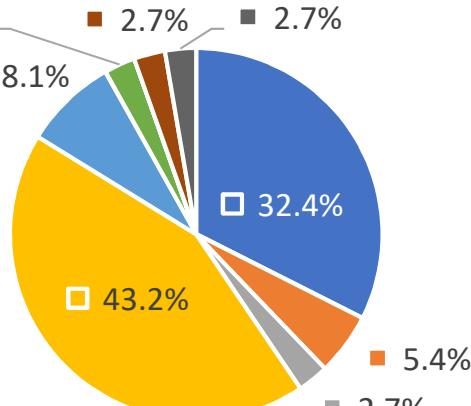
(N=39)

新潟市



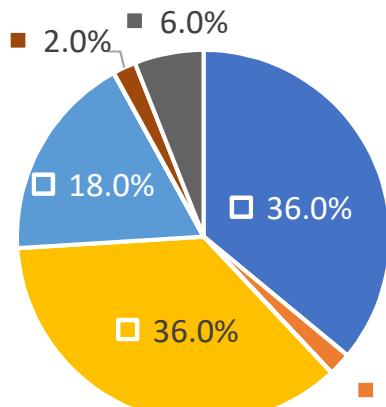
(N=145)

調布市



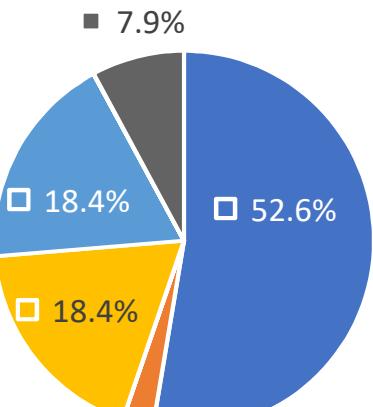
(N=37)

名古屋市守山区



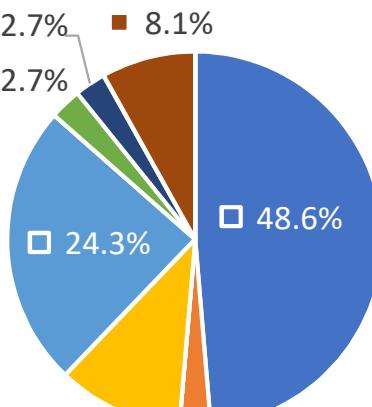
(N=50)

門真市



(N=38)

和歌山市



(N=37)

販売量 利益



販売量 利益



販売量 利益



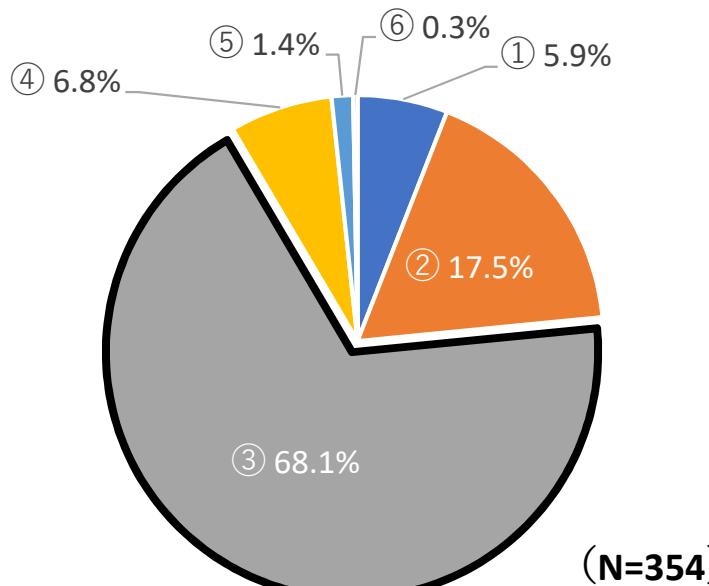
独占禁止法において不当廉売は、廉売事業者が、仕入価格を下回る価格や、仕入価格を上回るものの総販売原価を下回る価格で販売することにより、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがある場合に問題になる。

書面調査の結果

■ 独占禁止法上の不当廉売規制に対する理解について、正しい選択肢である「③廉売事業者が、仕入価格を下回る価格や、仕入価格を上回るもの総販売原価を下回る価格で販売することにより、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがある場合に問題になると理解している」と回答した事業者は全体で68.1%であった。一方、①のように不当廉売規制を実際よりも緩いものと誤解している事業者が5.9%みられた。

■ 「①廉売事業者が、仕入価格を下回る価格で販売を継続し、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがある場合のみ問題になると理解している」と回答し、不当廉売規制の価格要件を実際よりも緩いものと誤解している事業者では、③と回答した事業者に比べ、競合店の販売価格引下げに対する対応に際して競合店より安値又は同額に設定するという追随行動を探る者が約1.7倍の比率で存在した。

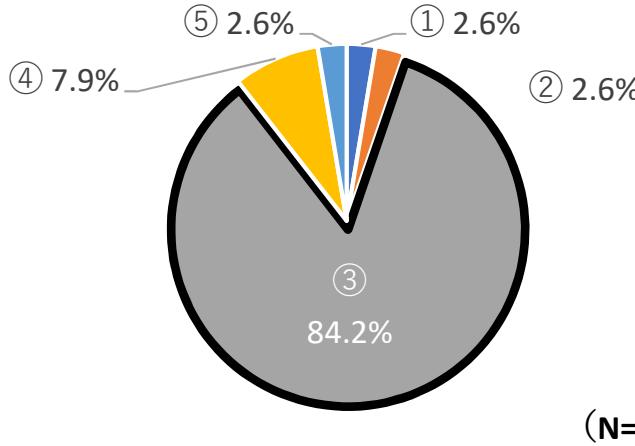
不当廉売規制に対する理解の正誤別・給油所数の割合



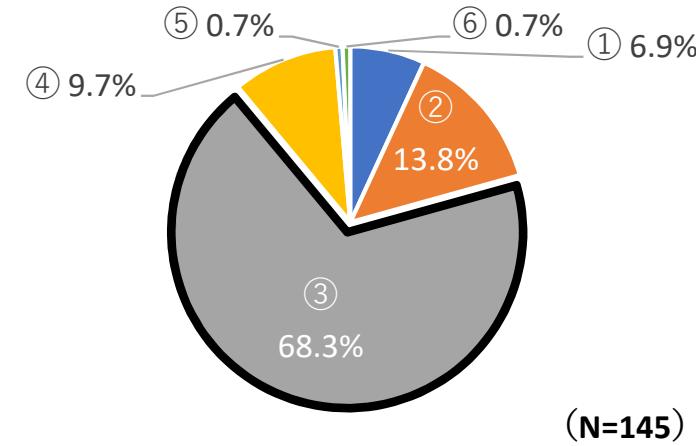
【選択肢】

- ① 廉売事業者が、仕入価格を下回る価格での販売を継続し、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがある場合のみ問題になると理解している【不当廉売規制を実際よりも緩いものと誤解】
- ② 廉売事業者が、仕入価格を上回るもの、総販売原価を下回る価格で販売する場合、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあるか否かにかかわらず問題になると理解している
- ③ 廉売事業者が、仕入価格を下回る価格や、仕入価格を上回るもの総販売原価を下回る価格で販売することにより、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがある場合に問題になると理解している【正解】
- ④ 廉売事業者の販売価格が総販売原価を上回っていても、周辺の市況価格に比べて安値販売している場合には問題になると理解している
- ⑤ どのような場合に問題となるか分からない
- ⑥ その他

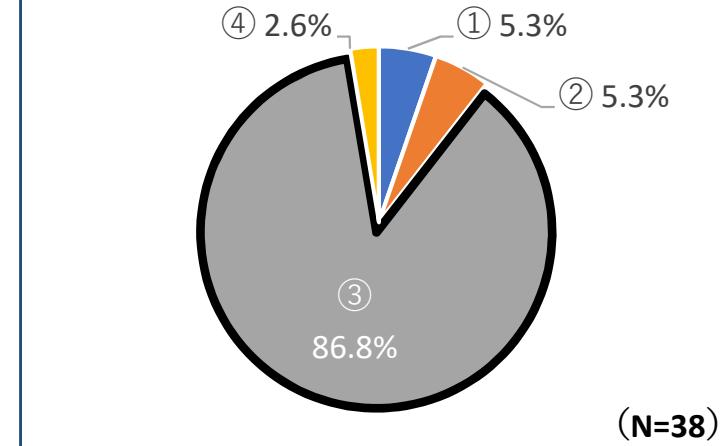
旭川市



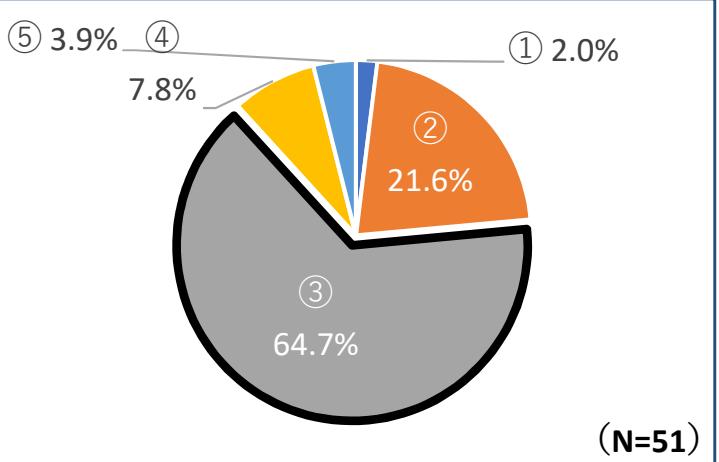
新潟市



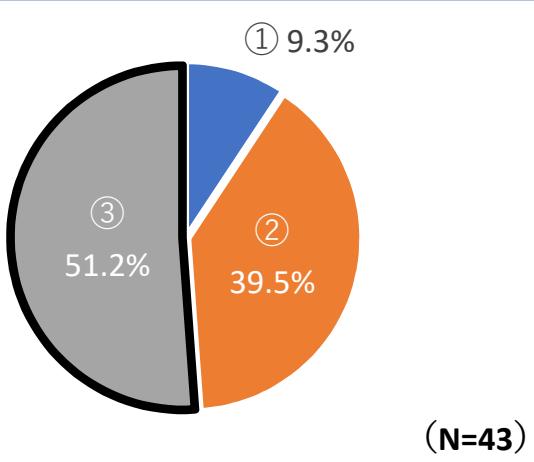
調布市



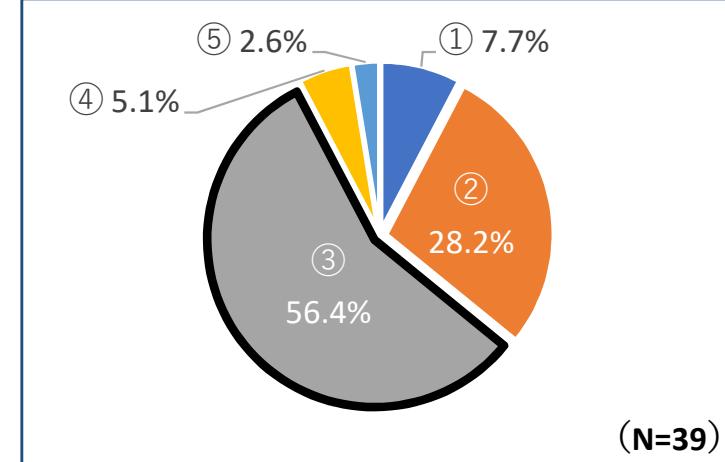
名古屋市守山区



門真市



和歌山市



【選択肢】

- ① 廉売事業者が、仕入価格を下回る価格での販売を継続し、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがある場合にのみ問題になると理解している
- ② 廉売事業者が、仕入価格を上回るものの、総販売原価を下回る価格で販売する場合、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあるか否かにかかわらず問題になると理解している
- ③ 廉売事業者が、仕入価格を下回る価格や、仕入価格を上回るものの総販売原価を下回る価格で販売することにより、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがある場合に問題になると理解している
- ④ 廉売事業者の販売価格が総販売原価を上回っていても、周辺の市況価格に比べて安値販売している場合には問題になると理解している
- ⑤ どのような場合に問題となるか分からない
- ⑥ その他

- 元売からの仕切価格の連絡が一方的であり、その内訳や価格改定の理由などの説明が不十分である。（6都市共通）
- 最低賃金の上昇による人件費の増加、クレジットカードを始めとするキャッシュレス決済の利用割合の上昇による決済手数料の増加、販売価格の上昇による決済手数料の増加（手数料率が売上げの一定率で定められているため）等による販管費の増加により、マージンが圧縮され、経営が厳しさを増している。（6都市共通）
- フルサービスの給油所を運営し、配送にも対応しているが、配送先の顧客からセルフサービスの給油所の販売価格を引き合いに出して販売価格の話をされることで、配送の利益が圧縮された。（和歌山市）
- 大手元売が3社に集約される以前は、各元売は自社系列店を増やそうと、特約店にとっても利益となるような提案がされていたが、最近はそういった支援が行われなくなってきた。元売が販売子会社を持ち、セルフサービスの給油所を増やすことで販売数量が計算できるようになっており、小規模の特約店では歯が立たず、元売と特約店との力の差が大きくなり過ぎている。（新潟市、調布市、門真市）
- フルサービスの給油所を運営し、掛け売りの対応をするなどきめ細かい顧客対応をしており、周辺のフルサービスの給油所が閉鎖するたびに当社の掛け売りの顧客が増えている。（調布市）
- ガソリンは商品差別化ができないために価格競争に陥りがちであり、また、競争単位も多過ぎるため、給油所の運営は利益率が低い。利益の見込めない給油所は閉鎖して、より利益率の高い不動産事業に転換しているが、給油所の閉鎖に要する事業体力も無いため撤退できない事業者も多い。給油所の維持のための補助金だけでなく、給油所を閉鎖するための補助金があつてもよい。（旭川市、調布市）
- 北海道の給油所において、灯油の配達サービスは必須であるが、ドライバー不足が一番の問題である。地方の人手不足は深刻で、完全に無人の給油所を認めるようなことをしなければ、給油所を運営していくなくなる。（旭川市）
- 発券店値付けカードをフルサービスの給油所で利用されると、1リットル当たりで支払われる給油代行手数料では販管費を賄えず、利用が増えれば増えるほど採算が悪化する。（調布市）
- 発券店値付けカードの給油代行手数料には不満があるものの、販売数量の増加につながるものと割り切って考えている。（旭川市、新潟市）
- 元売が提供するアプリによるクーポンの提供が負担となっている。アプリクーポンの原資は給油所側の負担となっていて、競争に際限が無いため、何らかの仕組みでアプリクーポンによる値引き幅を制限すべきである。（調布市）

今般、レギュラーガソリンの平均販売価格が全国平均に比べて継続して低い地域（調査対象地域）において調査を実施した結果、以下のとおり、各地域におけるレギュラーガソリン平均販売価格が低価格である要因及びこれへの対応について示唆を得ることができた。

①低価格販売事業者とそれに追随する事業者との競争がエスカレートすることにより、不当廉売に至る可能性がある

各地域におけるレギュラーガソリンの販売価格が低い要因として、6都市全体で「②安値販売業者が存在し、当該事業者の価格に対抗せざるを得ないため」との回答（88.6%、10頁参照）が最も多く、また、当該要因は地域別の回答においても最上位を占めた。

各地域の事業者は、低価格販売事業者を含めた競合店の販売価格の引下げに対抗するために、多数の事業者が販売価格を引き下げるといった対応を採っており（12頁参照）、そのような対応（追随行動）が地域におけるレギュラーガソリンの低価格化に拍車をかける結果となっていることがうかがわれ、ヒアリング調査においても、同様の認識であることが確認されている（10頁参照）。

販売事業者の販売価格の引下げに対する追随行動が直ちに不当廉売として問題となるものではないが、販売価格を引き下げた販売事業者と追随事業者間の販売価格の引下げがエスカレートすることにより、不当廉売として問題となる行為に至る可能性がある。

②不当廉売のルールを誤解している事業者は、正確に理解している事業者よりも追随行動を採りやすい

不当廉売規制について、正確に理解していた事業者は68.1%であった（16頁参照）。

一方で、不当廉売規制の価格要件を実際よりも緩いものと誤解している事業者が5.9%おり、総販売原価を下回る価格で販売する場合にも不当廉売として問題となることを理解していない事業者が6都市全てにおいて少なからず存在し、多いところで1割弱の事業者が正確に理解していないことが明らかになった。このような不当廉売規制の価格要件を実際よりも緩いものと誤解している事業者は、正確に理解している事業者に比べ、競合店の販売価格の引下げに対して競合店より安値又は同額に設定すると回答した事業者が1.7倍の比率で存在しており、上記①のとおり、追随行動が不当廉売として問題となる行為に至る可能性があることから、今後とも不当廉売規制に係る周知徹底を図る必要があると考えられる。

③追随行動を採らないこと、採算を重視した価格設定をすることが、販売利益の維持につながる

競合店の販売価格の引下げにより、多くの事業者の利益が減少しているが（14頁参照）、競合店の販売価格の引下げに対し、「追随行動を採った事業者」と「販売価格を変更しなかった事業者」で比較した場合、「販売価格を変更しなかった事業者」の方が利益を維持できた事業者の割合が15.5ポイント高く（14頁参照）、競合店の販売価格の引下げに対し、追随行動を採らない方が販売利益の維持につながっていることがうかがえる。

また、レギュラーガソリンの販売価格の設定方針として、「競合店の価格にかかわらず、自社のコスト・採算を確保できる価格に設定する」と回答した事業者の割合は、全体で29.8%（5頁参照）であったところ、回答者を競合店の販売価格の引下げに対し販売価格を変更しなかった事業者に限ってみた場合、同回答の割合が69.7%（12頁参照）と高い割合を示したことから、競合店の販売価格の引下げに対し追随行動を採らない事業者は、採算を重視した価格設定をする場合が多く、結果として販売利益の維持につながる可能性を示唆している。

今回の調査対象6都市において、事業者間の販売価格の引下げがエスカレートして、不当廉売として問題となる行為に至る可能性がある、また、不当廉売規制の内容について、価格要件を実際よりも緩いものと誤解している事業者は、不当廉売規制の内容を正しく理解している者と比較して、競合店の販売価格の引下げに対して競合店より安値又は同額に設定する傾向があるとの示唆が得られた。

公正取引委員会としては、こうした実態を踏まえ、調査対象6都市において給油所を運営する事業者に対して、不当廉売の未然防止の観点から、独占禁止法（不当廉売）説明会を開催し（後記「12 独占禁止法（不当廉売）説明会の開催」を参照。）、また、

- ①販売価格の引下げ自体が直ちに不当廉売として問題となるものではないが、販売価格の引下げを開始した事業者と追随事業者間の販売価格の引下げがエスカレートすることによって、不当廉売として問題となる行為に至る可能性があること
- ②書面調査に回答した3割超の事業者が、不当廉売規制の内容について正確に理解していなかったこと

について文書で情報提供とともに、当該文書に不当廉売規制の内容について分かりやすく説明した資料を同封して、不当廉売規制の遵守に向けた取組を促すこととした。

加えて、書面調査の回答から、不当廉売につながるおそれがある販売価格の設定方針を探っていることがうかがえる事業者に対しては、注意喚起を行うこととした。

公正取引委員会は、今回の調査結果も踏まえ、ガソリン等販売業における公正な競争を確保するため、引き続き、市場における競争状況を注視していくとともに、個別の事案に対して厳正に対処していく。

公正取引委員会は、調査対象地域における不当廉売規制に関する周知活動の一環として、独占禁止法（不当廉売）説明会及び意見交換会を以下のとおり開催。

開催日

- ◆ 令和6年 6月18日：大阪府門真市
- ◆ 令和6年 12月13日：新潟県新潟市
- ◆ 令和7年 1月28日：北海道旭川市
- ◆ 令和7年 2月12日：和歌山県和歌山市
- ◆ 令和7年 2月26日：愛知県名古屋市
- ◆ 令和7年 3月28日：東京都調布市

アンケート結果

説明会参加者のうち、説明会が「分かりやすかった」又は「おおむね分かりやすかった」と回答した者は全体の89.8%、また、独占禁止法の不当廉売規制について「理解が深まった」又は「やや深まった」と回答した者は全体の92.2%であった。

アンケートにおいて公正取引委員会に寄せられた意見等

- 不当廉売に関する知識の整理ができた。
- 具体的な事案の説明もあり大変分かりやすかった。
- 悪質な事業者に対する強い指導をできるようにしてほしい。
- 廉売は消費者のためにならない。
- 零細事業者の廃業増加による利便性の更なる悪化が心配。
- 定期的な開催を希望する。
- もっと時間を掛けてより詳しい説明を聞きたい。

意見交換会において公正取引委員会に寄せられた主な意見

- 他県からの新規参入により市況が悪化しており、これが改善しないと県内のSSネットワーク維持ができない。引き続き、不当廉売に厳正・迅速に対応してほしい。
- 複数の県でSSを運営する事業者で、他県より10円以上安く県内で販売している場合がある。他県のSSで利益を上げ、県内のSSは赤字なのではないかと疑ってしまう。
- 大規模事業者の価格にはついて行けず、我々のような小規模SSは経営を維持できない。
- 安値販売業者同士の対抗意識が問題で、販売数量を取られる我々はマージンを少しでも取ろうとしてより高値となり、一層売れなくなるという悪循環である。
- 安値販売をする事業者の方が賢いということだろう。
- 消費者にとってガソリンは安ければ安いほど良く、私個人が消費者であっても同じ。
- 元売からアプリを盛んに宣伝しているが、アプリクーポンの原資はSS負担であり、結局はSSを使って販売数量を増やす元売のいいとこ取りになっている。
- 元売系列のSSでは元売にブランド料を支払っており、その分の恩恵があつてしかるべきであるが、銀行関係者からPBSSの方が経営の中身が良いとの評価を受け、矛盾を感じた。
- 元売が公表している仕切価格は各元売ほとんど一緒だが、どこからか安い玉が出ているのは確かである。仕切は一緒だといっても末端に来ると大きな差が出る。
- 石油流通の上流から下流の中で、どこかに問題があり、正常化していかないと、不当廉売、差別対価の問題は解消しない。我々の健全経営が成り立たない価格差が生じている。
- 運営委託方式のSSは、委託者である元売次第で安売りできてしまうシステムであり、問題である。
- 地価が高い都内SSでは、全国一律価格で給油可能な発券店値付けカードでの給油が負担となっている。