

令和7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8年5月
公正取引委員会

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してきているもの（令和4年度から今回のものを含め計4回）。

対象地域

青森県青森市
福岡県福岡市

群馬県前橋市
沖縄県南城市※

広島県広島市

徳島県徳島市※

（※周辺地域も調査対象に含む）

主な項目

- 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

調査方法

- ◆ 対象期間：令和6年10月～令和7年9月
- ◆ 対象事業者：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 273者（令和7年10月14日発送）
回答者数 142者（409給油所）【事業者ベース回答率：53.8%】※
- ◆ ヒアリング調査：39者

（※回答率の算定に当たり、閉業等した事業者数（9者）を分母から除いている）

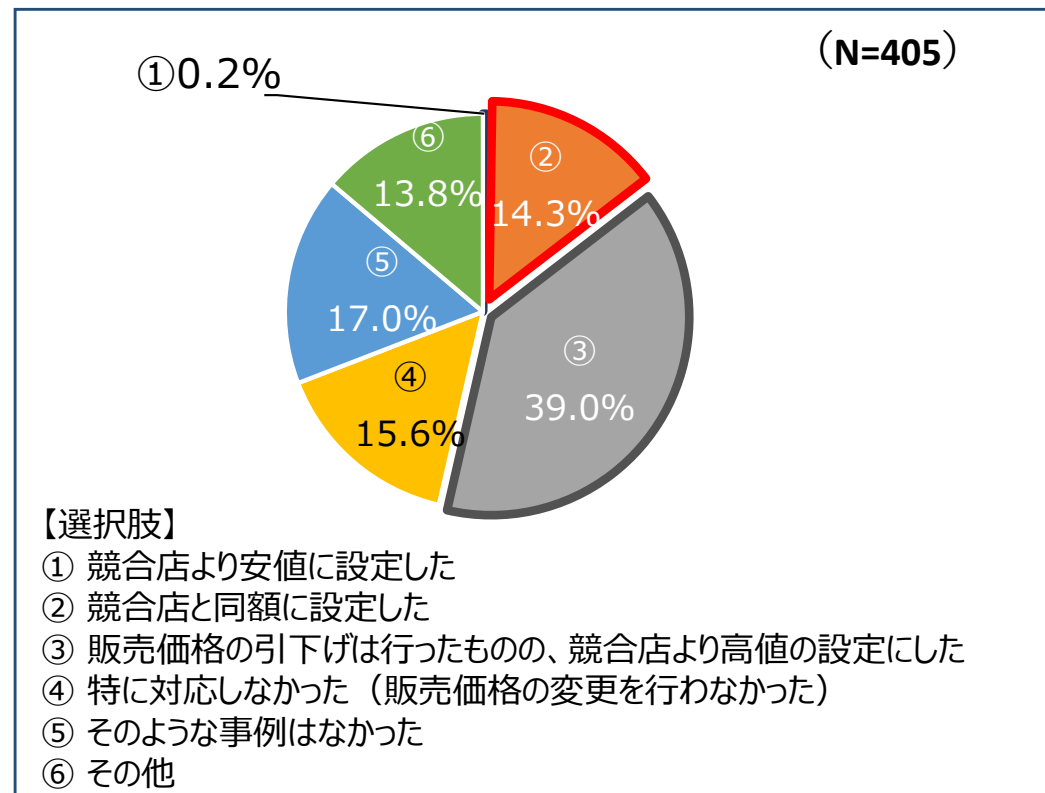
調査結果（主なポイント）

① 安値販売事業者とそれに対抗する事業者との競争がエスカレートすることで、低価格販売を激化させる可能性がある

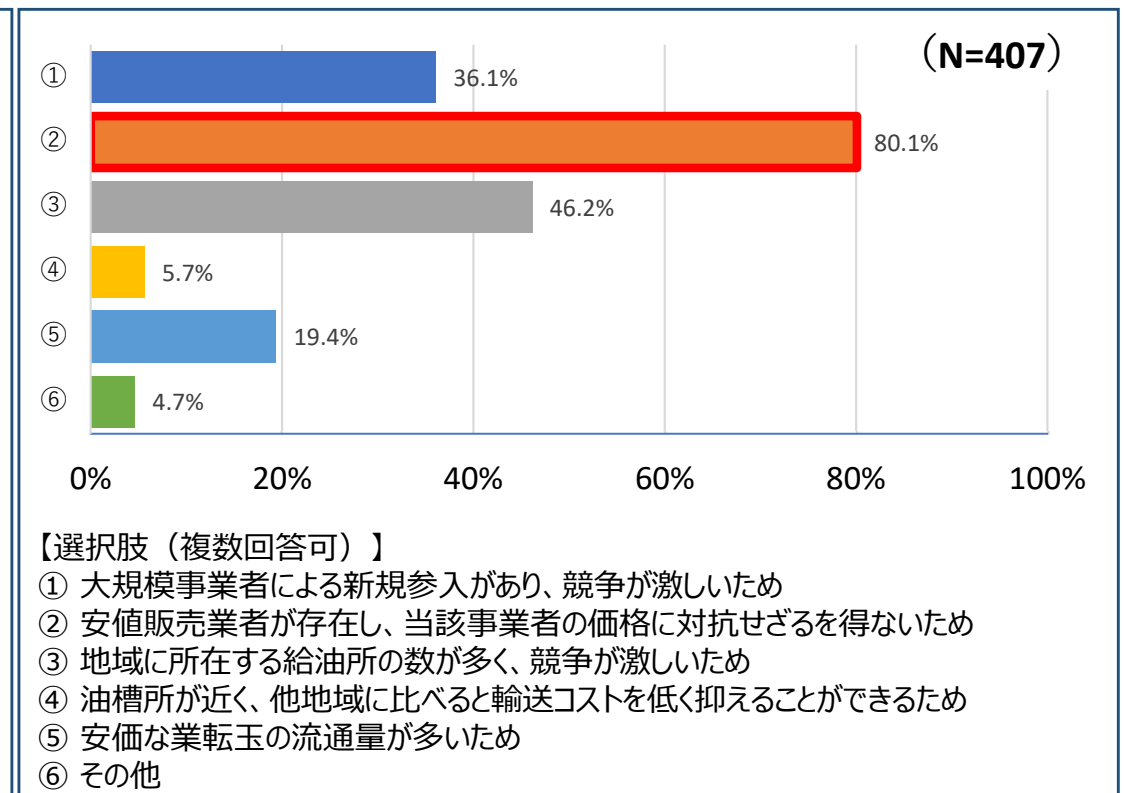
安値販売業者に対抗せざるを得ないことが地域におけるレギュラーガソリンの低価格化をもたらしていると考えられ、ヒアリング調査においても、同様の認識であることが確認されている。

販売価格を引き下げた販売事業者とそれに対抗した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を誘発する可能性がある。

販売価格引下げに対する対応別・給油所数の割合



販売価格に対する認識別・給油所数の割合



(※) 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と異なる。以下同じ。

② 不当廉売規制の理解度が競合店の販売価格の引下げへの対応に関係している可能性がある

正しい選択肢である③を回答した事業者は全体で75.4%であった。

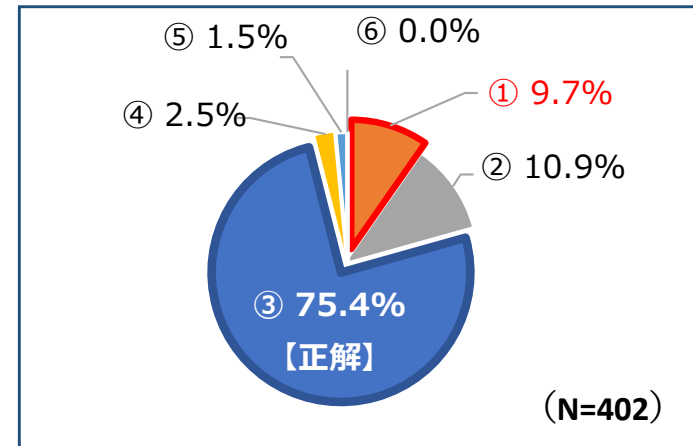
不当廉売規制を**実際よりも緩いものと誤解**している事業者（9.7%）は、競合店の低価格販売に対して、**対抗して販売価格を引き下げる傾向**がみられた（不当廉売規制を正しく理解している事業者の**約1.3倍**（≒67%/51%）存在）。

不当廉売規制に対する理解についての設問

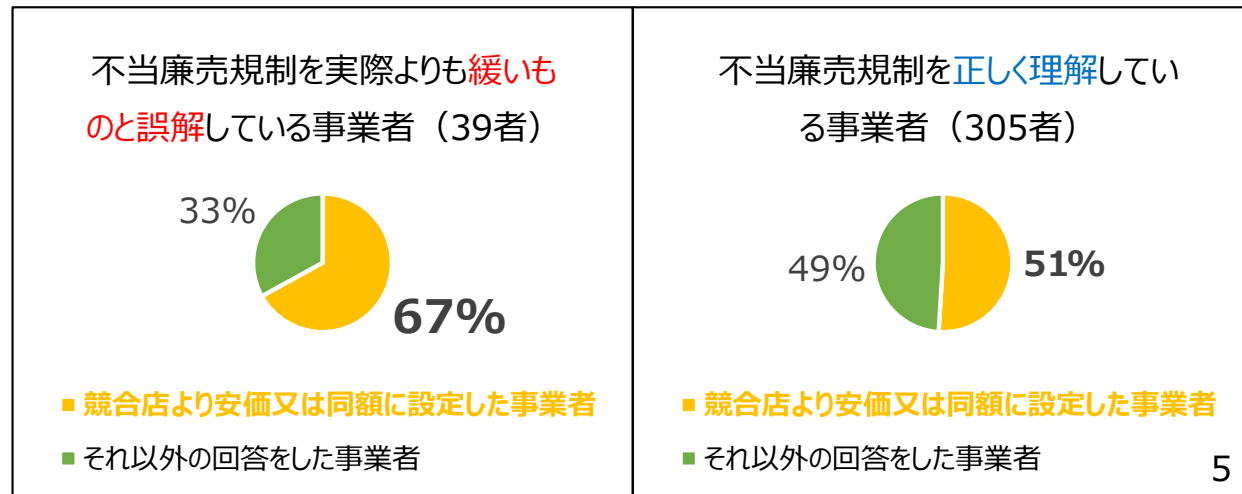
【選択肢】

- 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【不正解】
- 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【不正解】
- 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【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【不正解】
- ⑤ どのような場合に問題となるか分からない
- ⑥ その他

不当廉売規制に対する理解度（給油所数）



不当廉売規制の理解の差と競合店の安値への対応

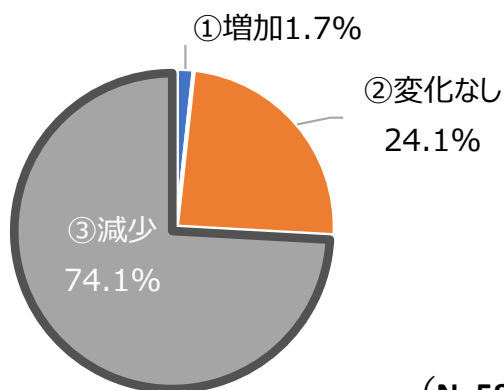


③採算を重視した価格設定をする方が、販売利益の維持につながる傾向がある

競合店の販売価格の引下げに対し、対抗行動を採らないことが販売利益の維持につながっている傾向がみられる。
 販売価格を引き下げて対抗しても販売数量を維持できるとは限らない一方で、対抗せずとも販売数量を維持できる場合も多い。

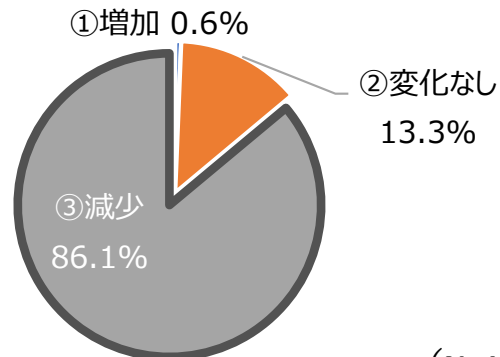
競合店の販売価格引下げへの対応別・利益の増減状況

② 競合店と同額に設定した



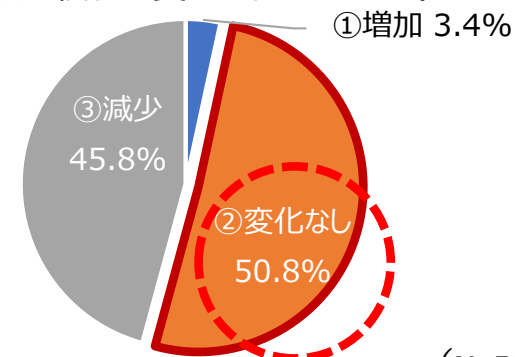
(N=58)

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



(N=158)

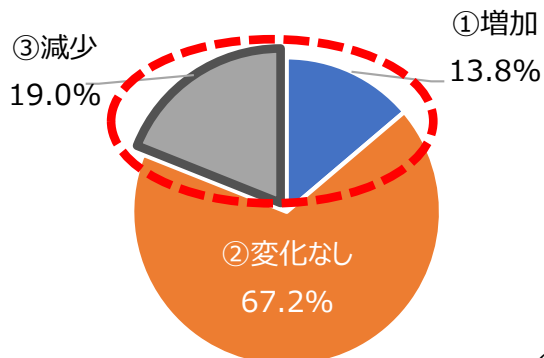
④ 特に対応しなかった (販売価格の変更を行わなかった)



(N=59)

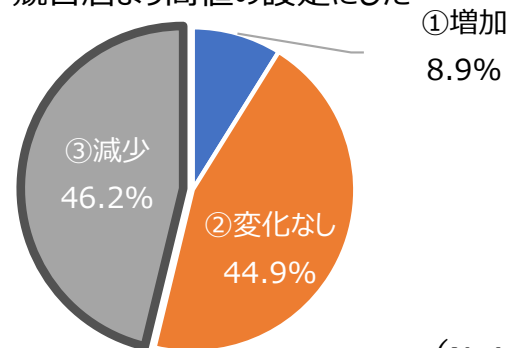
競合店の販売価格引下げへの対応別・販売数量の増減状況

② 競合店と同額に設定した



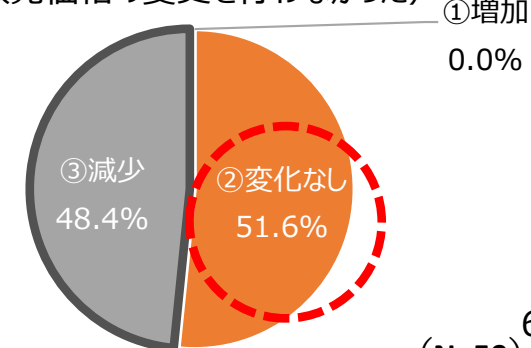
(N=58)

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



(N=158)

④ 特に対応しなかった (販売価格の変更を行わなかった)



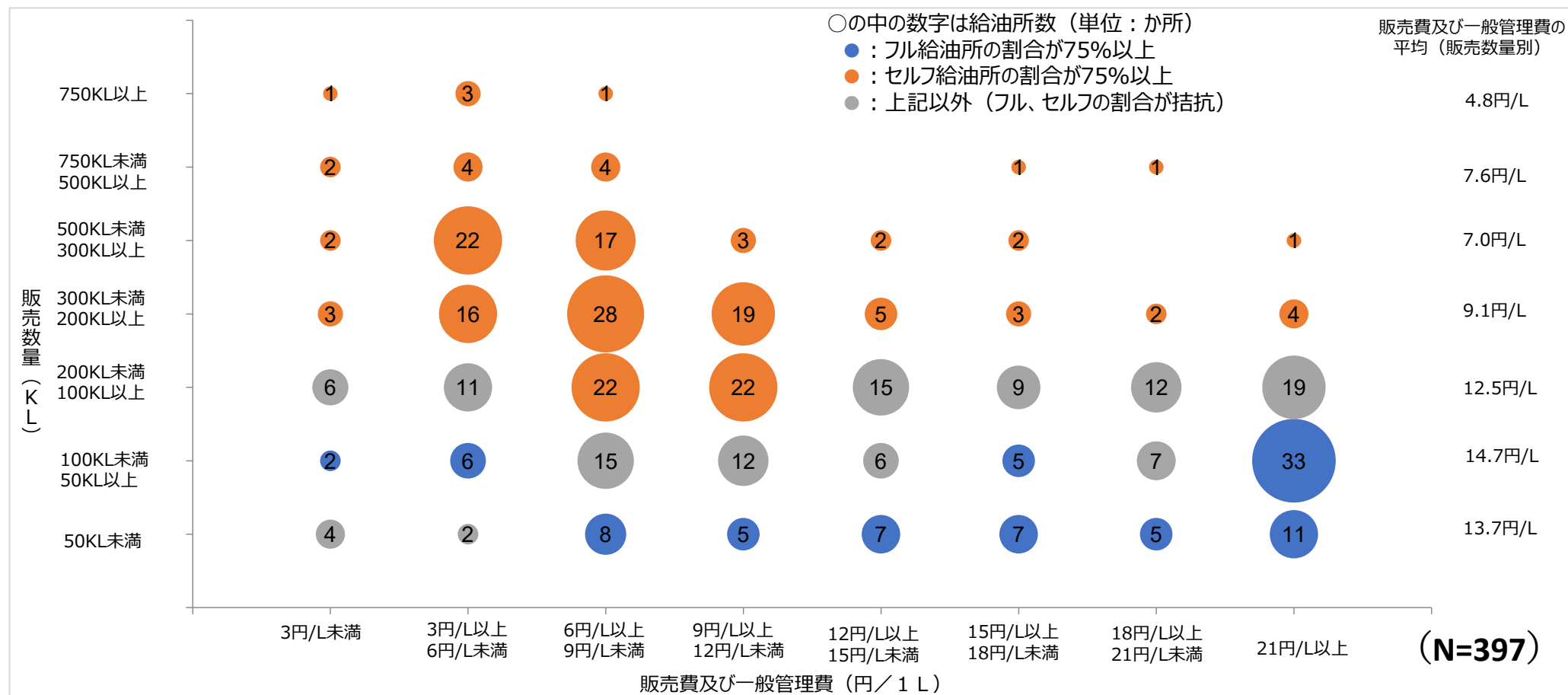
(N=59)⁶

④ 給油形態（フルorセルフ）、販売数量の違いによって、販管費にばらつきがあり、それは販売価格の差を生じさせる要因となり得る

給油所によって**販管費にかなりのばらつき（3円/L未満から21円/L以上まで）**がみられる。

セルフサービスの販管費は小さく、フルサービスの販管費は大きい傾向がみられる。また、**販売数量が多いほど販管費が小さく、販売数量が少ないほど販管費が大きい傾向**がみられる。

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）

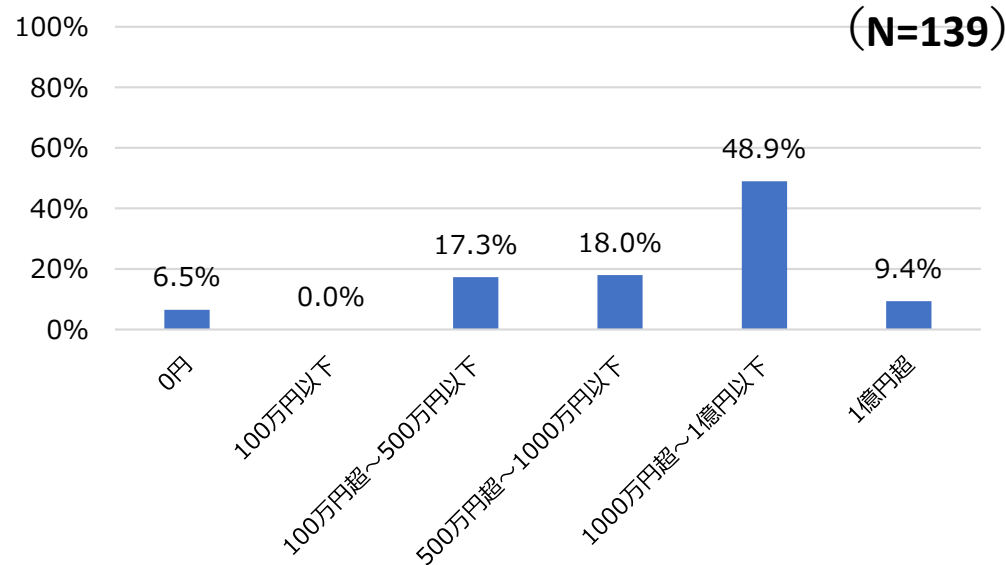


目次

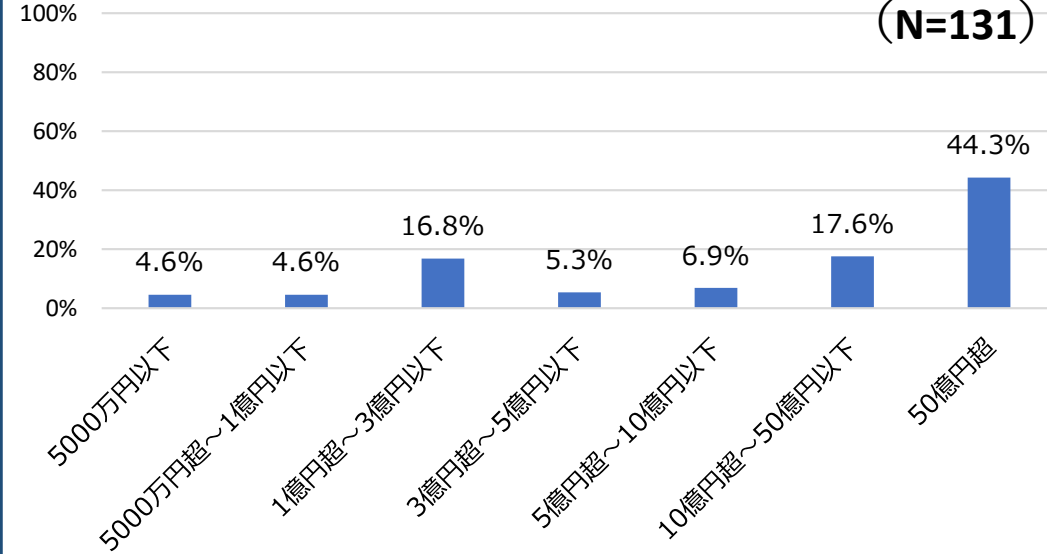
1	給油所運営事業者の概要	9
2	給油所の概要	10
3	給油所における販売価格の設定方針	13
4	不当廉売規制とレギュラーガソリンの販売価格の設定	16
5	地域のレギュラーガソリンの販売価格に対する認識	19
6	競合店の販売価格引下げに対する対応	22
7	競合店の販売価格引下げへの対応と販売数量・利益の増減、対応の結果及び振り返り	25
8	不当廉売規制に対する理解	29
9	その他 ヒアリング調査・意見交換会等で寄せられた意見	31
10	独占禁止法（不当廉売）説明会及び意見交換会の開催	34
11	調査結果から得られた示唆	35
12	公正取引委員会の今後の対応	36

1 給油所運営事業者の概要 **【全地域】**

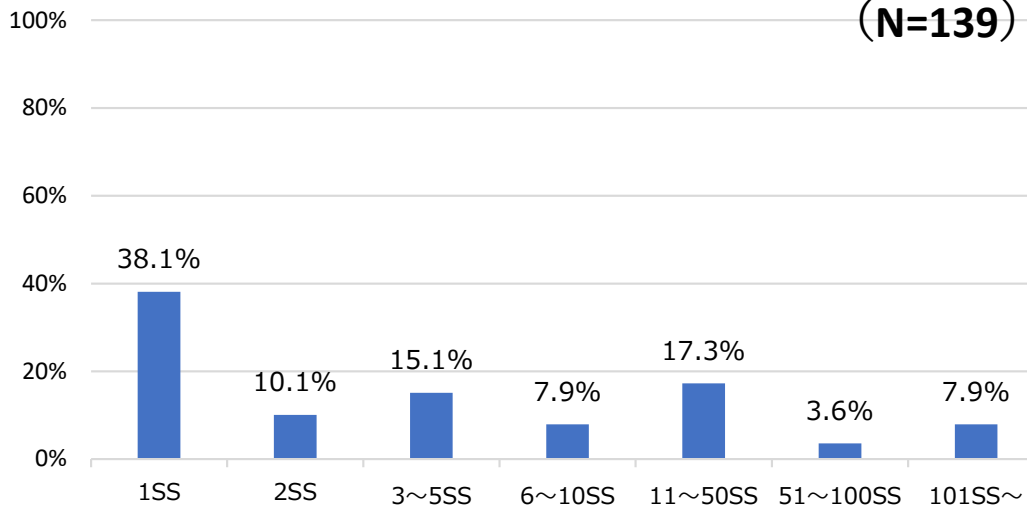
資本金額別・事業者数の割合（法人全体）



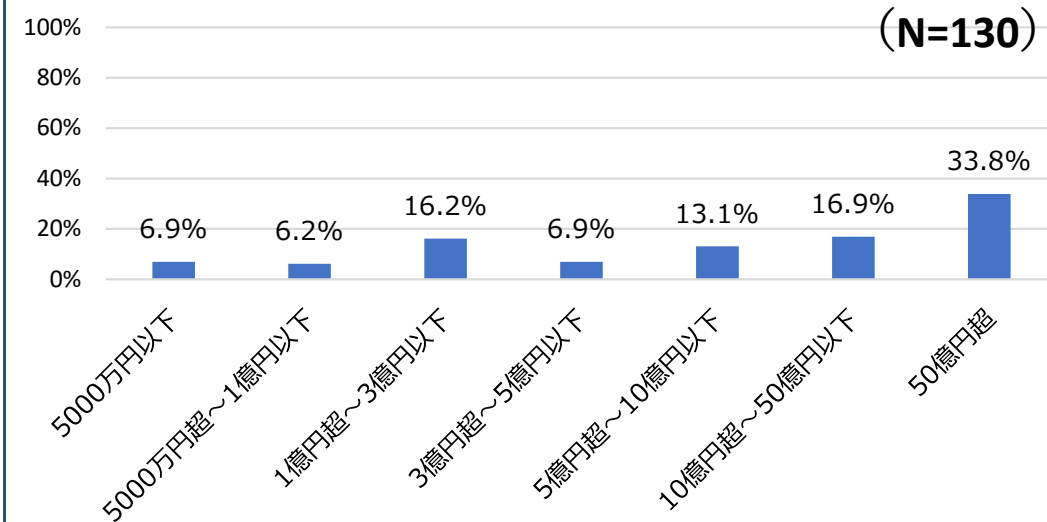
年間売上金額別・事業者数の割合（法人全体）



運営給油所数別・事業者数の割合（法人全体）



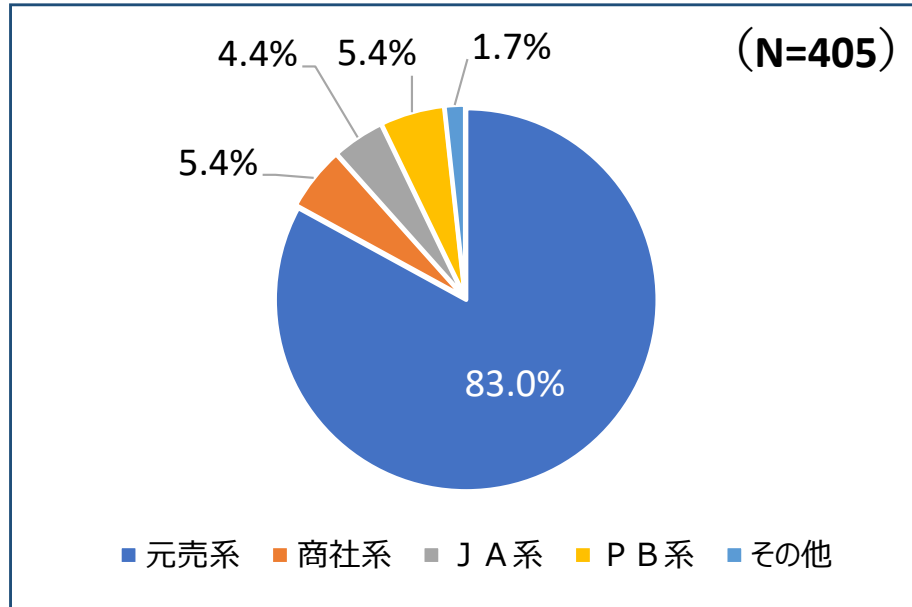
年間売上金額別・事業者数の割合（石油製品小売業）



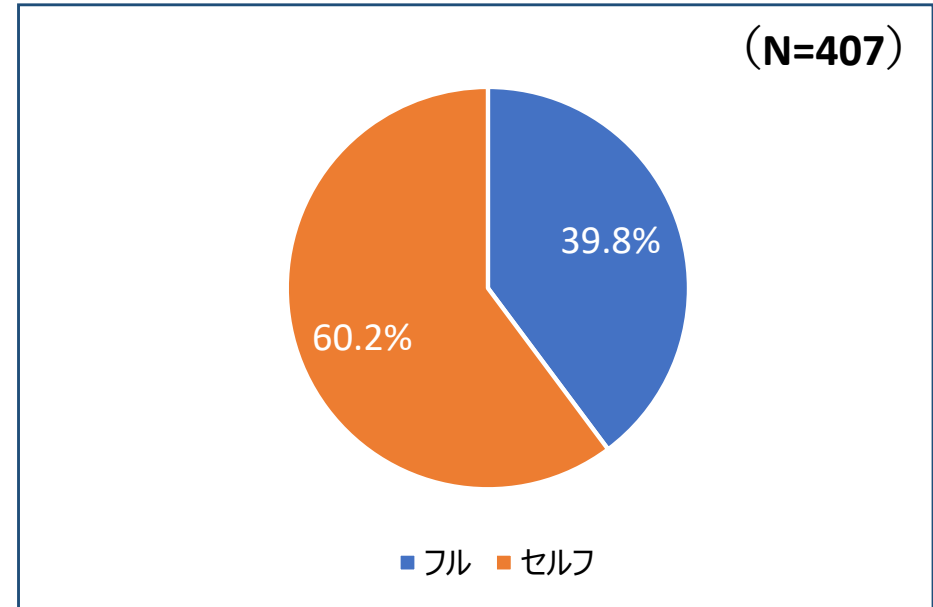
（注1）各割合は小数点第2位以下を四捨五入しているため、その合計は必ずしも100とならない。以下同じ。

（注2）資本金0円とは、個人事業主を指す。

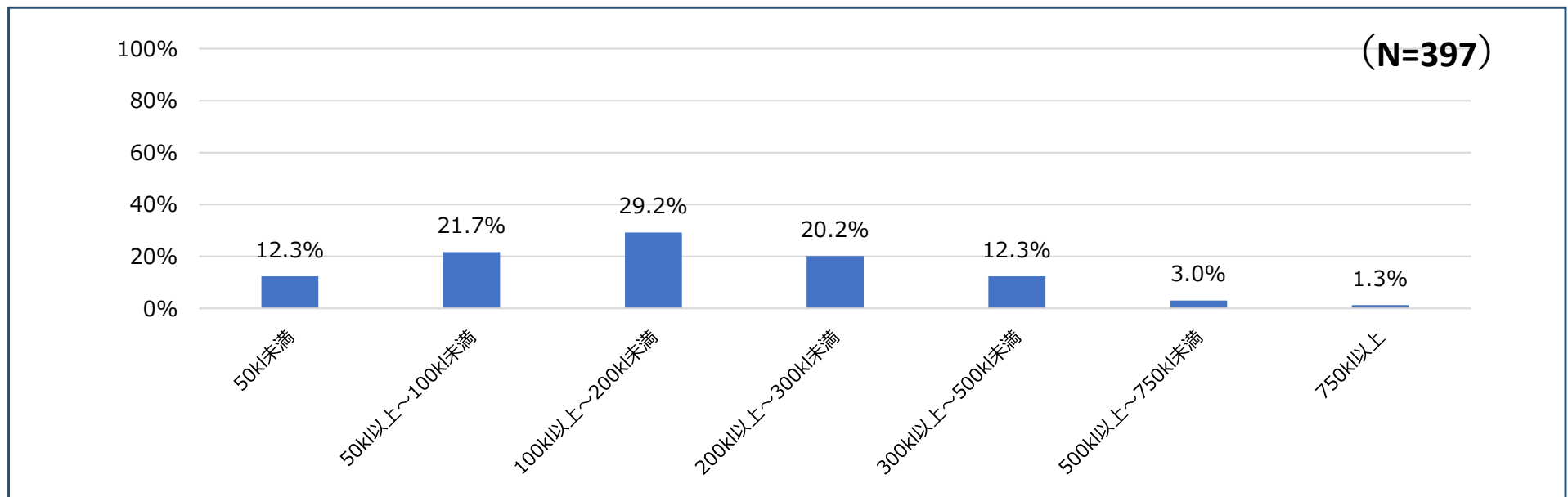
系列別・給油所数の割合



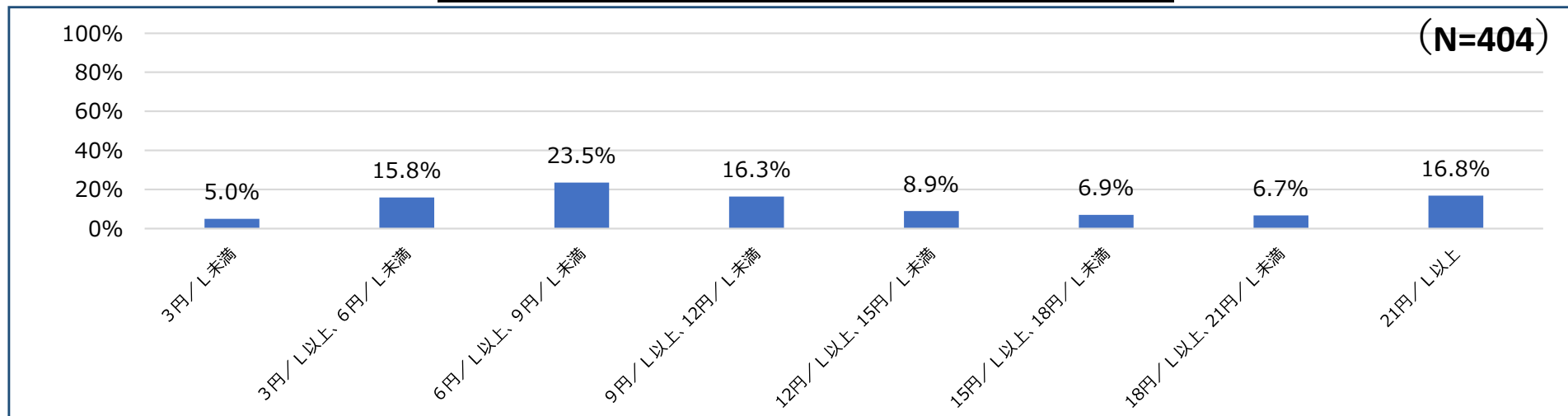
給油形態別・給油所数の割合



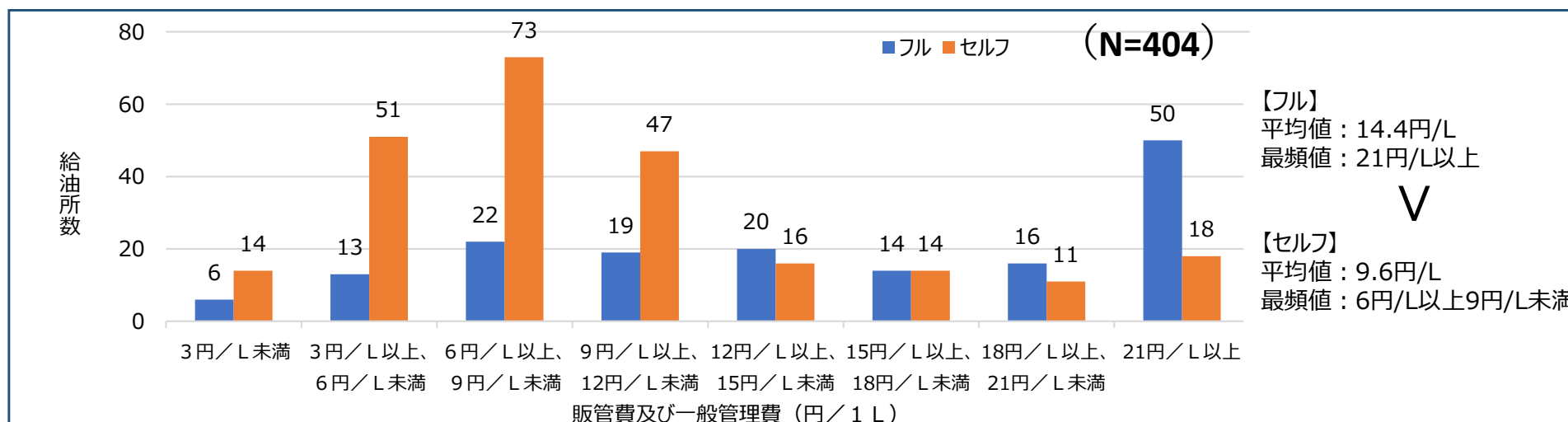
月間平均販売数量別・給油所数の割合



販売費及び一般管理費帯別・給油所数の割合

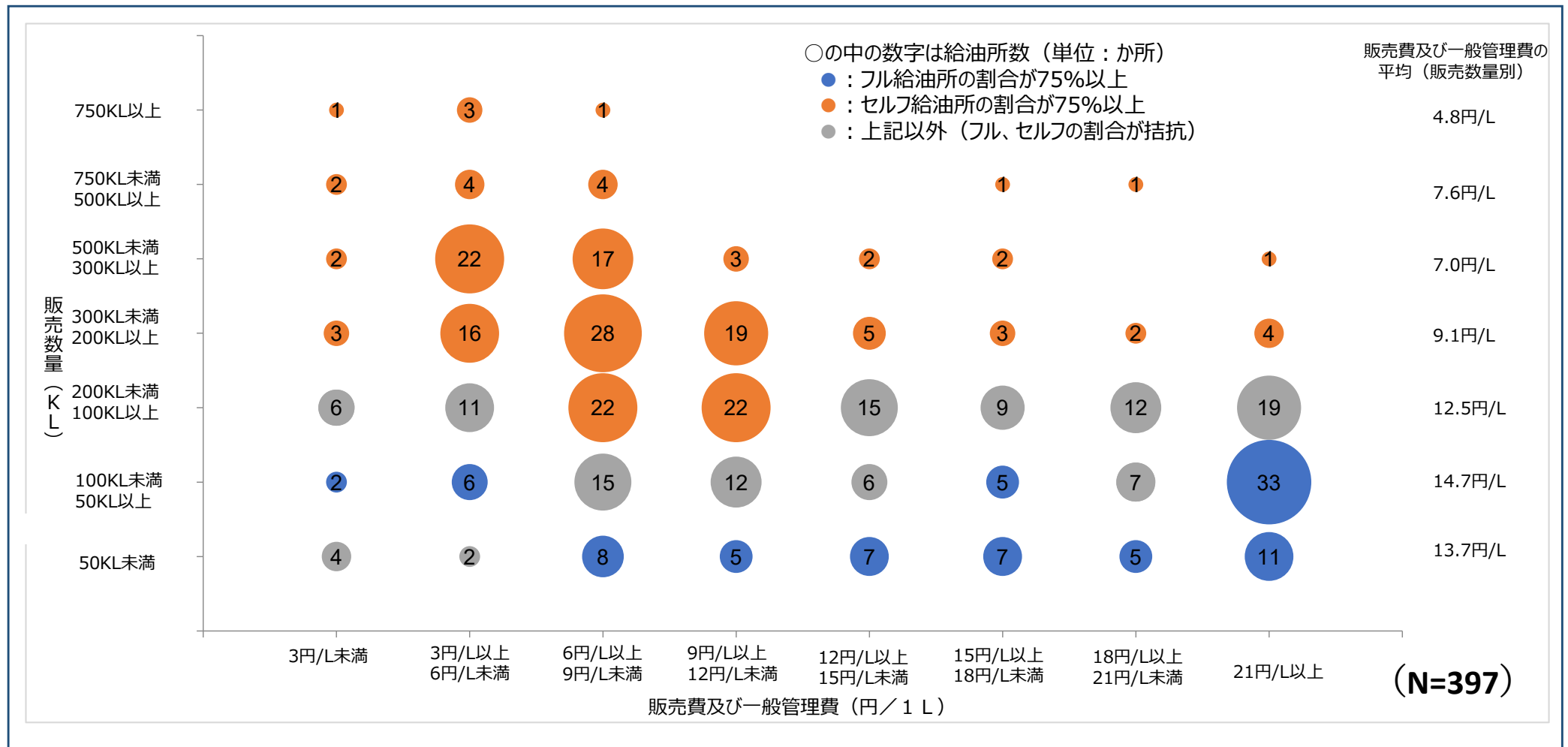


販売費及び一般管理費帯別・給油所数（給油形態別）



- 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、上記一つ目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、上記二つ目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。

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）



- 11ページ二つ目のグラフに、給油所の月間販売数量の要素を加えて分類すると、上の散布図のとおり**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。

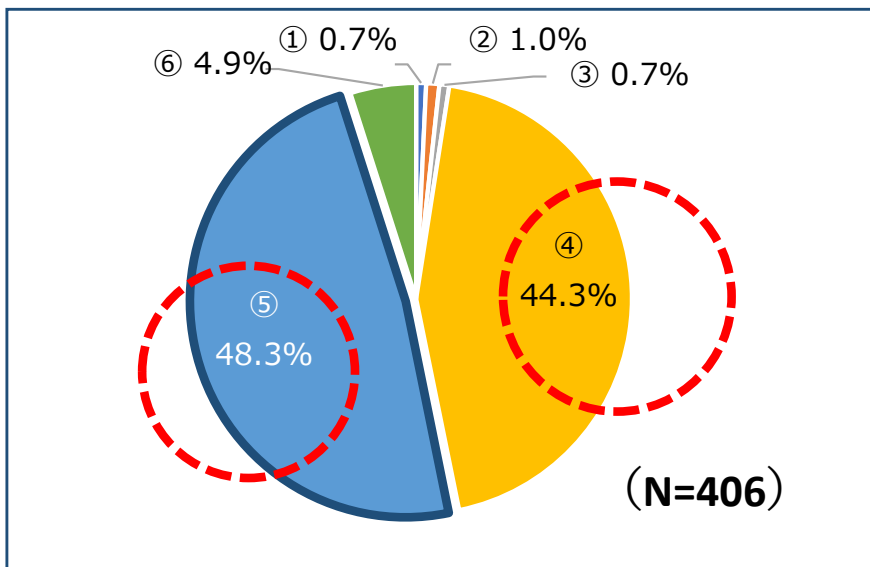
問 レギュラーガソリンの販売価格の設定方針

回答対象である給油所におけるレギュラーガソリンの販売価格の設定方針について、最も近いものを1つ選択してください。

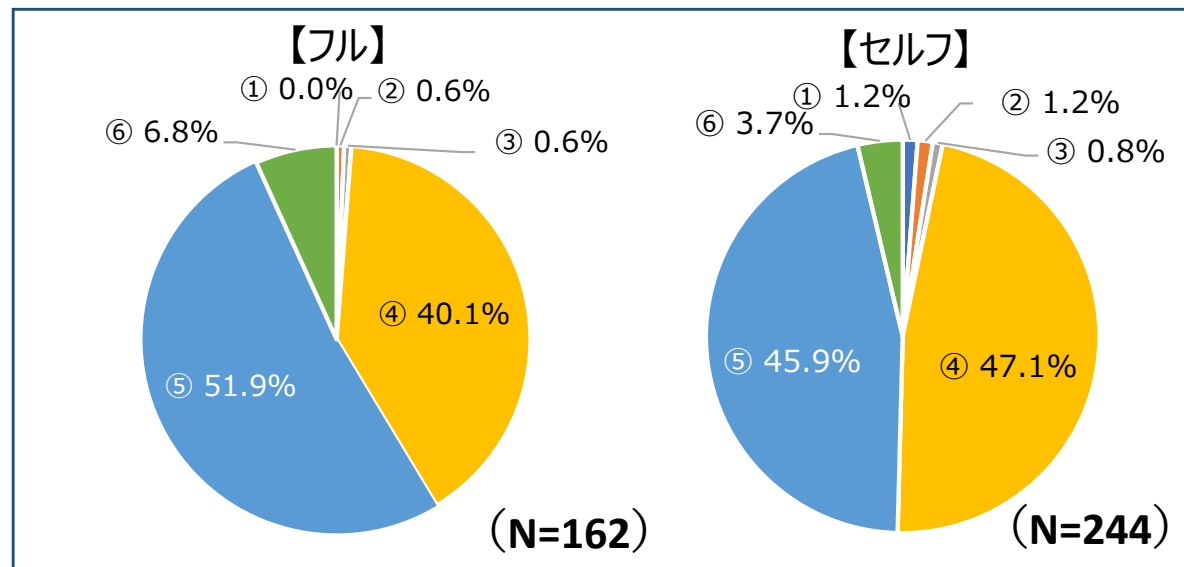
【選択肢】

- 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

販売価格の設定方針別・給油所数の割合



給油形態別・販売価格の設定方針別・給油所数の割合



書面調査の結果

- 販売価格の設定方針として、**選択肢⑤**と回答した事業者（48.3%）が最も多く、**選択肢④**と回答した事業者（44.3%）がこれに続き、**両者で全体の約93%を占めた。**
- 他方、選択肢①（0.7%）又は選択肢②（1.0%）と回答した事業者（安値販売事業者）、**いわゆる地域最安値を意識した販売価格の設定方針を採る事業者が全体で1.7%存在した。**

ヒアリングにおける主な意見

- **「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見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）
- **数量に頼る部分が多く、対抗せずに独自採算で利幅を確保できても数量が確保できない方がダメージが大きく、ある程度競合店に追随せざるを得ない**。（福岡市）
- 近隣の**同じ元売系列の給油所が出している最安値と同額**となるように販売価格を設定している。**独立系事業者の販売価格は余りにも安くついていけないため、競合店としてみていない**。（青森市、前橋市、徳島市、南城市）
- 安値販売業者が地域に参入した**当初は追随**していたが、**赤字になったため、現在は追随しない、又は毎日は追随しない**ことにしている。（青森市、徳島市）

【フルサービスの給油所】

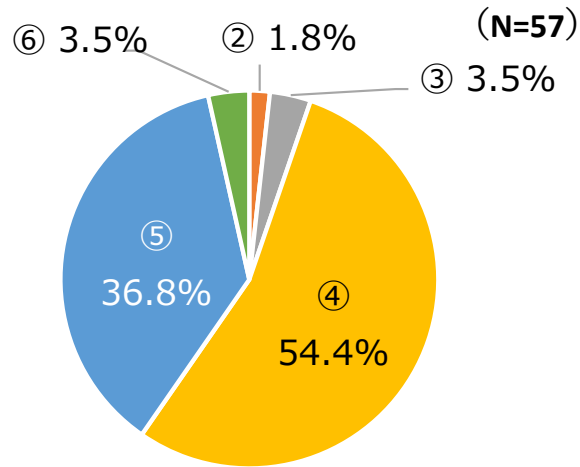
- 周囲の給油所の価格にかかわらず、**必要なコストを上乗せして販売**している。（6都市共通）
- 自社と同じ**フルサービスの給油所である近隣の給油所の価格を基準**としている。（前橋市）
- **多少競合店の販売価格は見るものの、飽くまでも目標マージンを達成できる範囲で追随**していく。（福岡市）

【セルフサービスの給油所】

- **1円でも安い給油所に客が流れるため、自社としてはある程度高い価格でガソリンを販売したいと思っても高値で販売することが難しい**。（青森市、徳島市）
- 競合店の価格が変わったら**可能な限り追随**するようにしている。（青森市）
- **価格が高いというイメージがつくと客足が遠のくため、周辺相場を意識**した価格設定を行うことを重視している。（青森市、福岡市）
- **地域の給油所の維持が使命**であると考えており、給油所の維持ができないような低価格販売は行わない方針だが、**競合店と価格で大きく劣後しないようにはしている**。（青森市、前橋市、広島市、徳島市、福岡市）

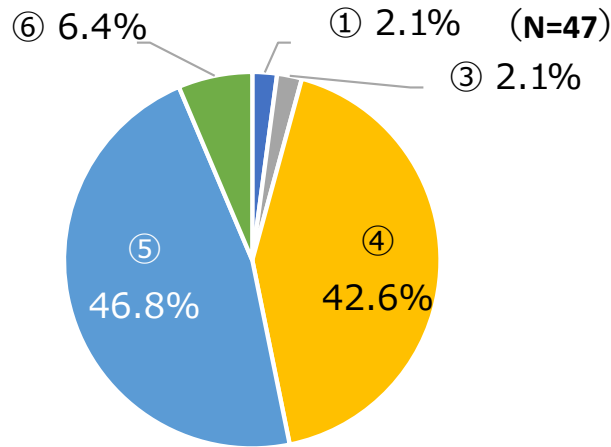
3-3 給油所における販売価格の設定方針【地域別】

青森市



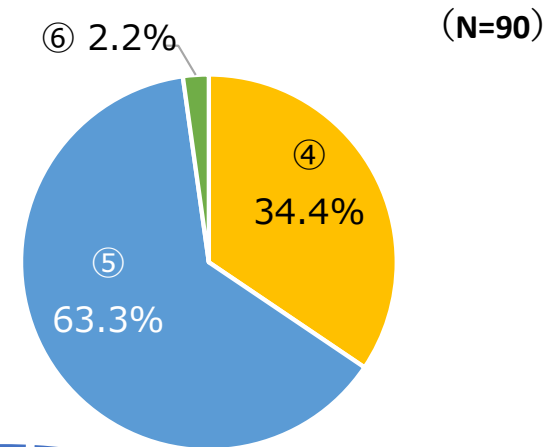
平均粗利率：7.35% < 6都市平均粗利率：9.10%

前橋市



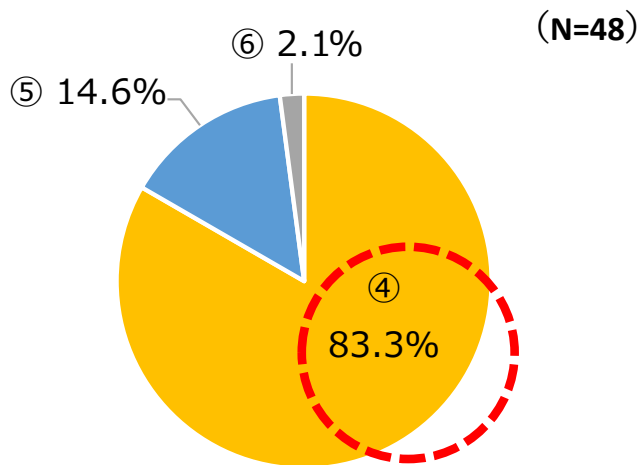
平均粗利率：8.23% < 6都市平均粗利率：9.10%

広島市



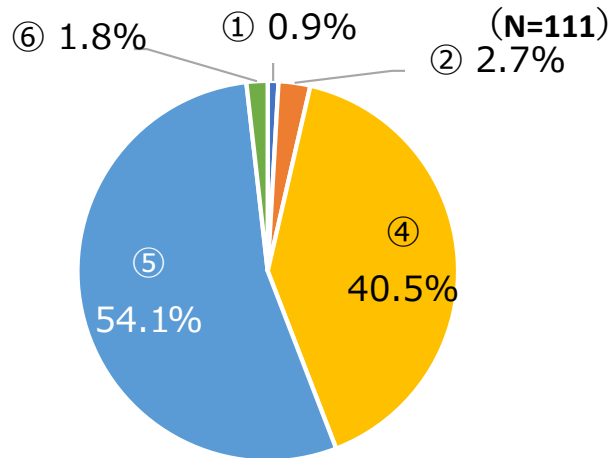
平均粗利率：9.29% > 6都市平均粗利率：9.10%

徳島市



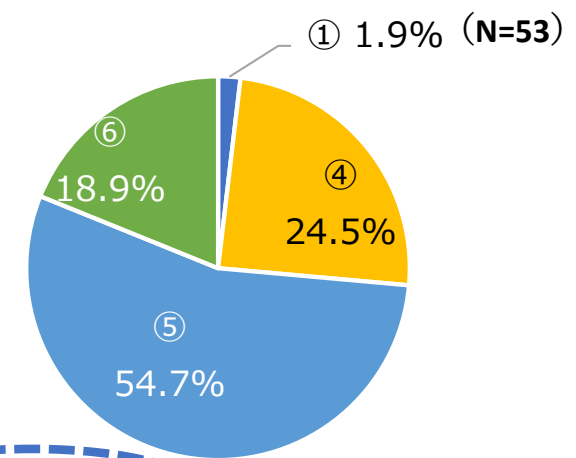
平均粗利率：8.58% < 6都市平均粗利率：9.10%

福岡市



平均粗利率：10.17% > 6都市平均粗利率：9.10%

南城市



平均粗利率：10.98% > 6都市平均粗利率：9.10%

- 選択肢⑤と回答した事業者の割合が大きい地域は、当該地域の**事業者の平均粗利率が比較的高い傾向**がみられた。
- 徳島市では、選択肢④の回答が大半を占めていた（83.3%）ところ、**徳島市**では、レギュラーガソリンの平均販売価格が安い要因として、**安価な業転玉が多いことが背景**にあると考えている事業者が多いことと関係している可能性がある（20頁参照）。

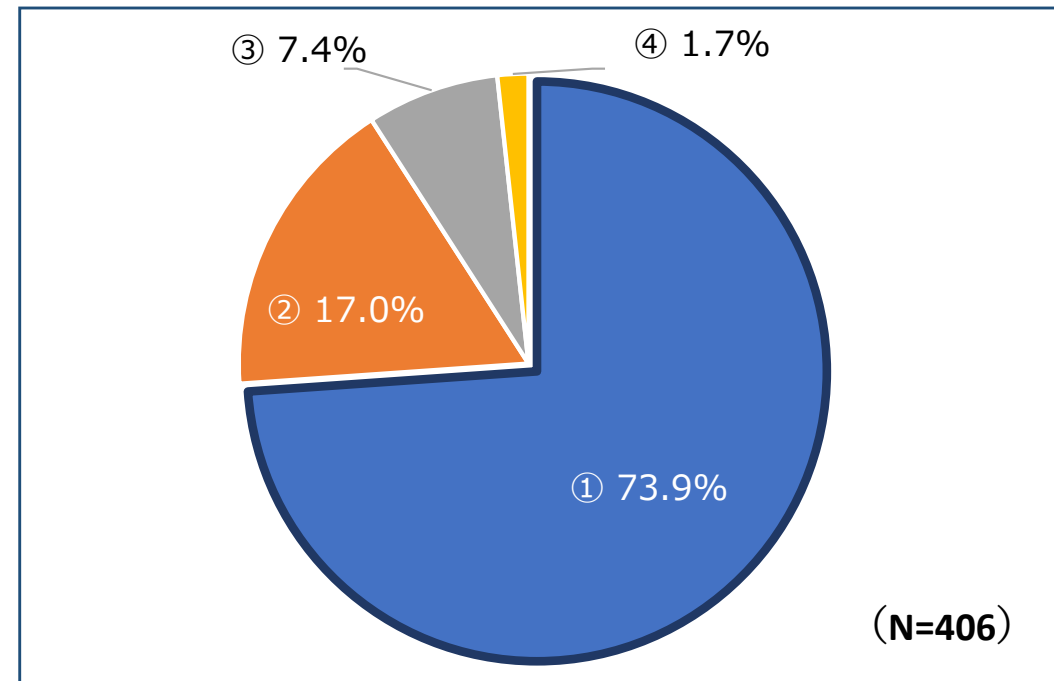
問 独占禁止法上の不当廉売規制とレギュラーガソリンの販売価格の設定について
回答対象である給油所は、レギュラーガソリンの販売価格の設定に当たり、独占禁止法上の不当廉売規制についてどの程度意識しているか、該当するものを1つ選択してください。

- 【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

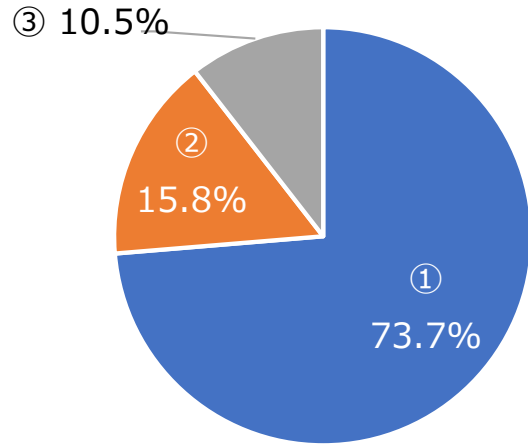
- レギュラーガソリンの販売価格の設定に当たり、どの程度独占禁止法上の不当廉売規制を意識しているかについて、**選択肢①の回答が全体で73.9%となり、最多**となった。
- 他方、**選択肢②の回答が、全体で17.0%となっており、周辺の給油所との競争状況によっては、コストより競合店の価格を重視した価格設定を行う場合がある事業者が2割近く存在**する。

不当廉売規制への意識別・給油所数の割合



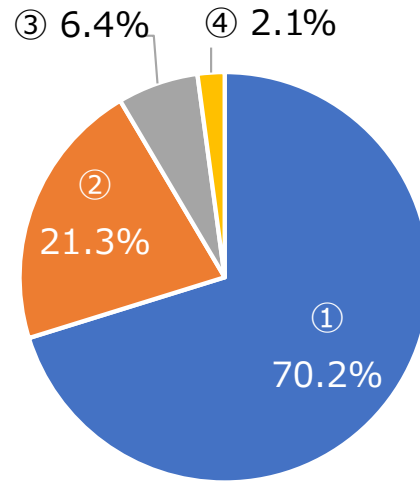
4-2 不当廉売規制とレギュラーガソリンの販売価格の設定 **【地域別】**

青森市



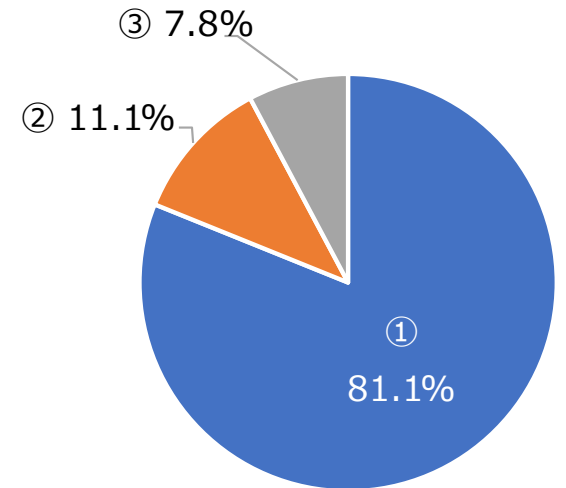
(N=57)

前橋市



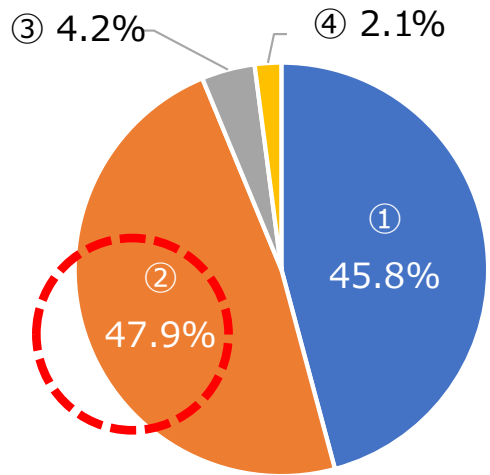
(N=47)

広島市



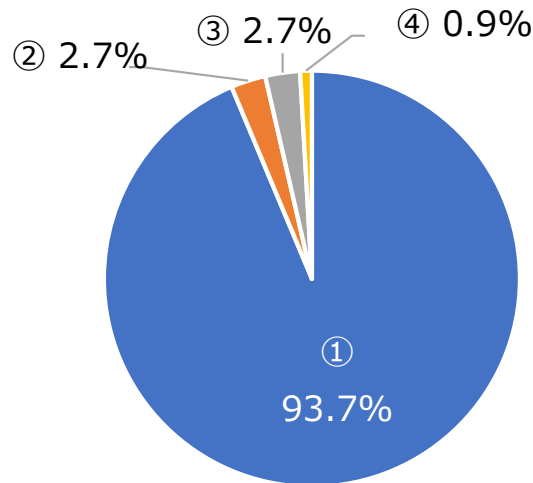
(N=90)

徳島市



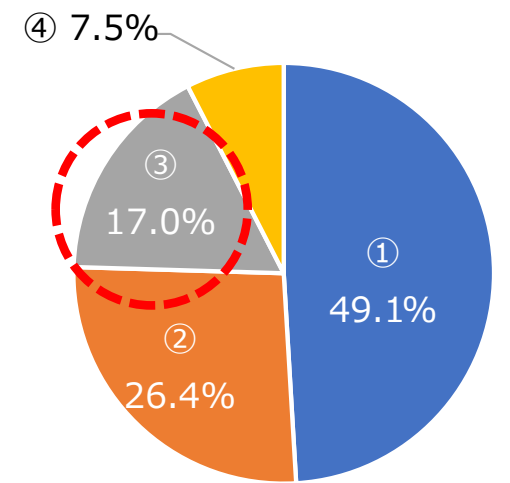
(N=48)

福岡市



(N=111)

南城市



(N=53)

■ 地域によっては、**選択肢②**（**徳島市**（47.9%））や**選択肢③**（**南城市**（17.0%））との回答も比較的多かった。

ヒアリングにおける主な意見

- 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）
- 総販売原価を割らないようにすることが大前提であり、その上で、周辺の給油所の価格を見て、いくらくらいなら売れそうかという観点から販売価格を決めている。（青森市、前橋市、広島市）
- 安値販売業者に追隨して不当廉売になることがあってはならないと考えている。（青森市、前橋市、広島市、福岡市）
- 価格設定に当たっては法令違反とならないよう十分留意している。（福岡市）
- そもそも採算が取れる価格でしか販売しておらず、不当廉売に該当する可能性がないため、意識したことはないのが正直なところではある。（南城市）

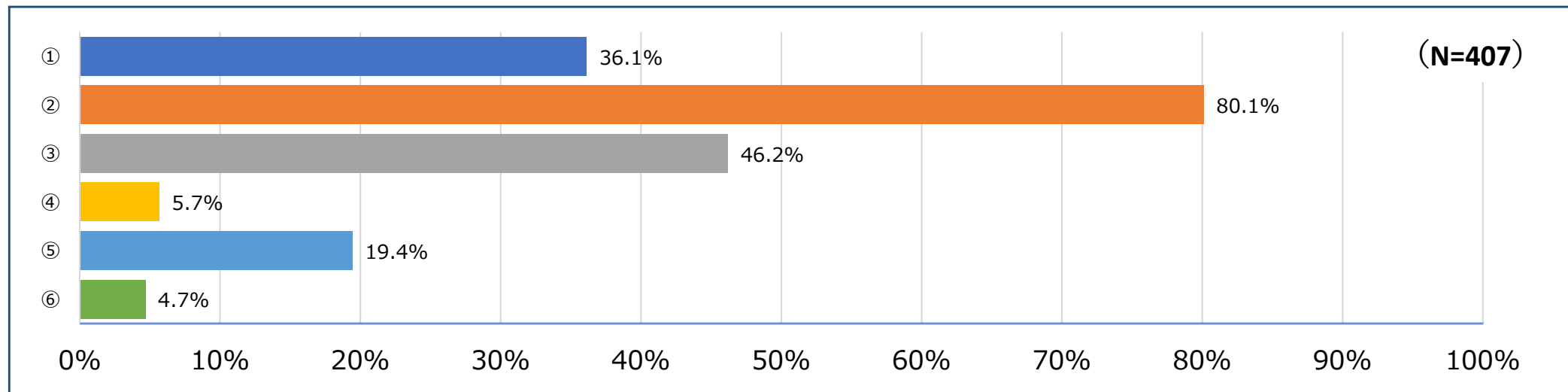
問 地域におけるレギュラーガソリンの低価格販売の要因

回答対象である給油所が所在する地域におけるレギュラーガソリンの平均販売価格は、全国における平均価格と比べ低い傾向がみられますが、その要因として該当すると考えられるものを全て選択してください。※複数回答可

【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

販売価格に対する認識別・給油所数の割合



書面調査の結果

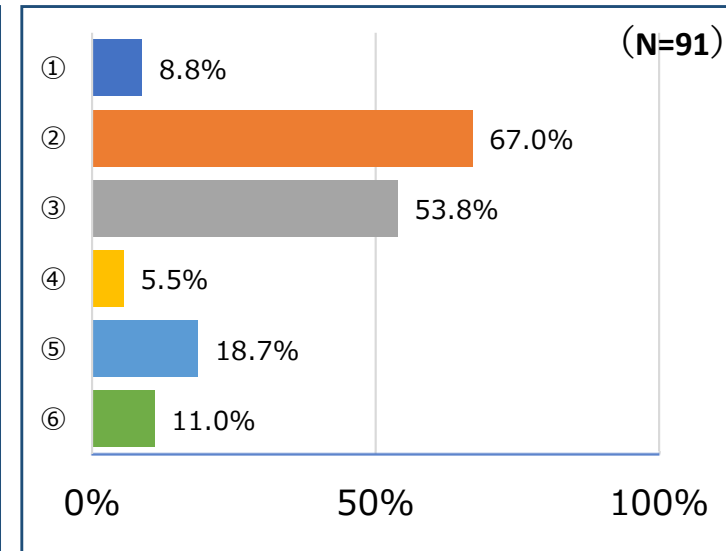
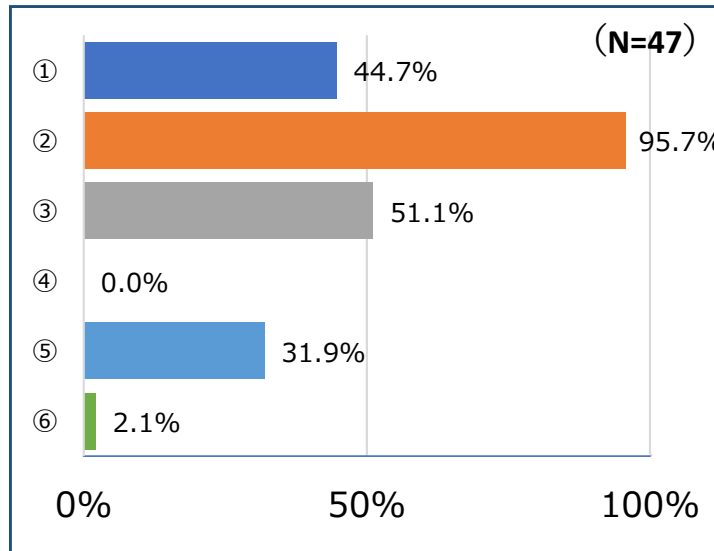
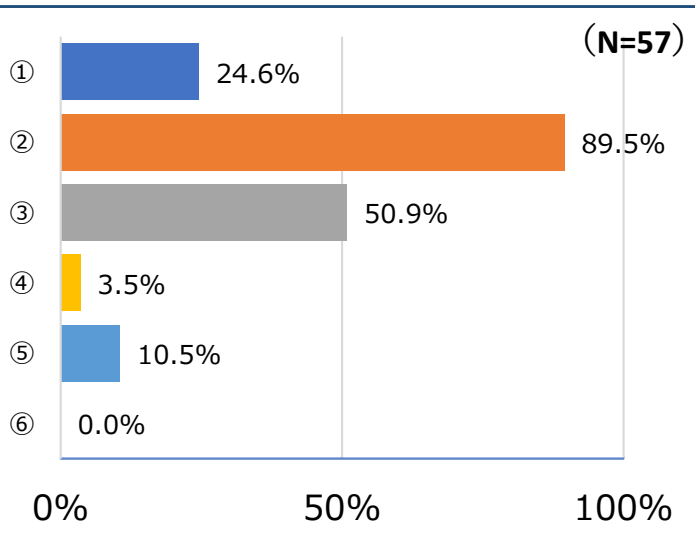
- 地域におけるレギュラーガソリンの平均販売価格が安い要因として、**選択肢②の回答（80.1%）が最も多く、選択肢③の回答（46.2%）がこれに続いた。**

5-2 地域のレギュラーガソリンの販売価格に対する認識 **【地域別】**

青森市

前橋市

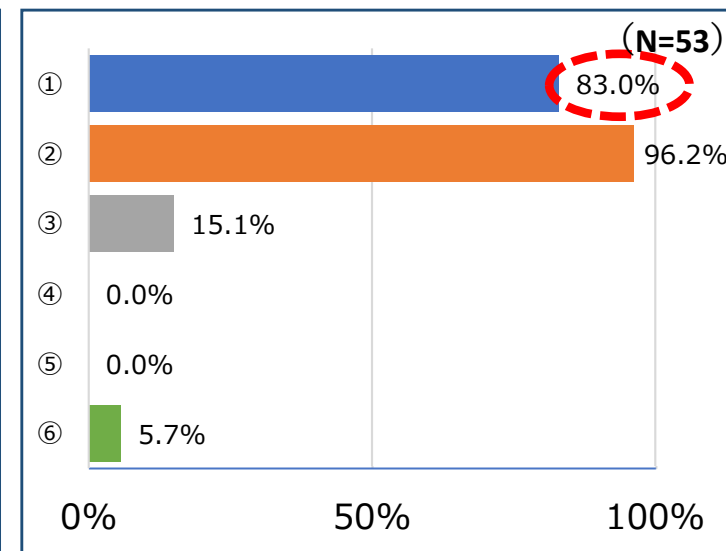
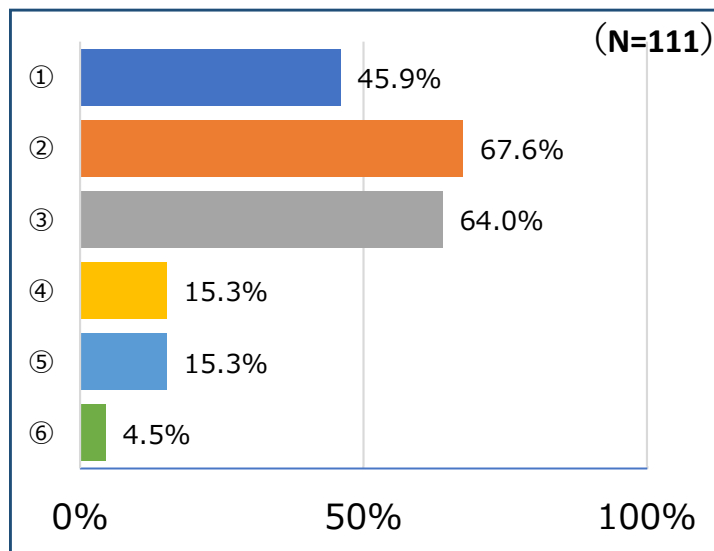
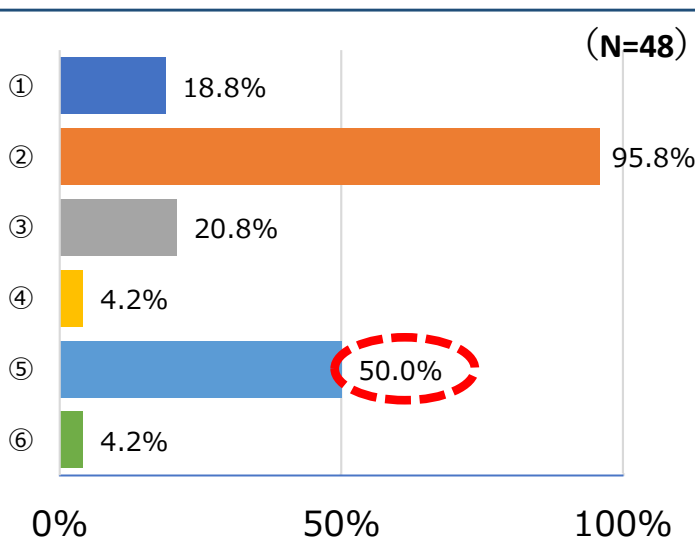
広島市



徳島市

福岡市

南城市



- 地域によっては、**選択肢①**（南城市（83.0%））や、**選択肢⑤**（徳島市（50.0%））との回答も比較的多かった。
- いずれの地域も**選択肢④**の回答は少なかった。

ヒアリングにおける主な意見

- 安値販売業者が存在し、これに追隨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）
- 大都市であり給油所が密集していることから、競争が激しいと考えている。（福岡市）
- セルフの大規模事業者による参入があつてから低価格販売が進んでいる。（徳島市）
- 市民の自家用車保有率が高く、大手事業者や地場の事業者がガソリンの販売に力を入れている。（広島市）
- 車社会であり、消費者が販売価格に敏感なマーケットであると思う。（徳島市）
- セルフの給油所が業転玉を仕入れているため、あのような安い価格で販売しているのだと考える。（徳島市）
- 元売の油槽所が市内にあり、業転玉が流通しやすいと考えている。（福岡市）
- 価格競争について、以前から最安値を謳う事業者が多く、そのような事業者は敏感に他給油所の安値価格を察知して追隨していると考えている。また、そのような事業者は、1L当たりの価格を下げ、販売数量で利益を取るという薄利多売の考えが多い。（南城市）

問 競合店の低価格販売に対する対応

回答対象である給油所におけるレギュラーガソリンの仕入価格が下がっていない状況において、競合店がレギュラーガソリンの販売価格を引き下げたという事例があった場合、回答対象である給油所で採った対応について、最も近いものを1つ選択してください。

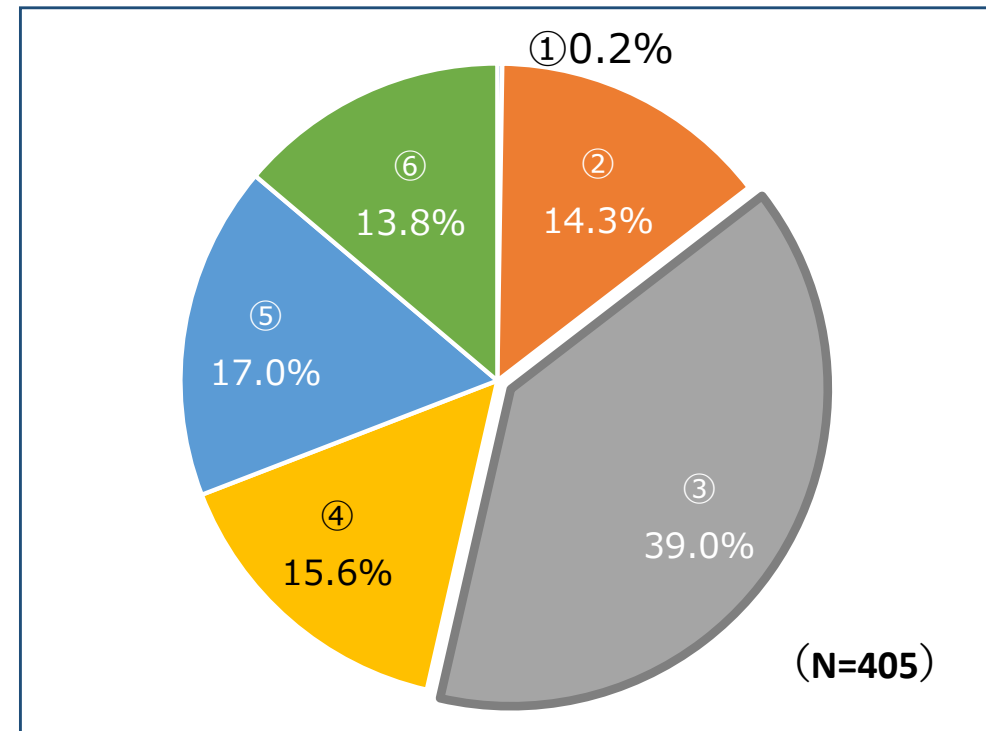
【選択肢】

- 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 そのような事例はなかった
- ⑥ その他

書面調査の結果

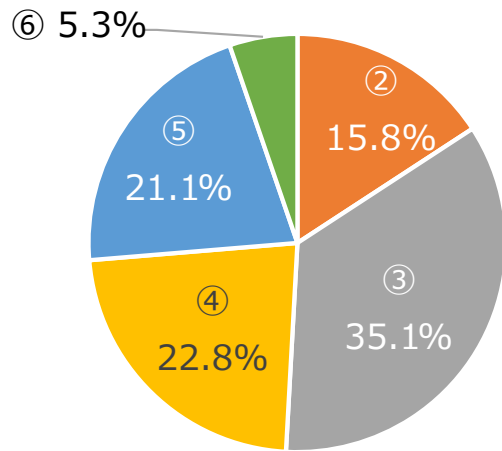
- 競合店の販売価格引下げに対する対応として、**選択肢③**の回答（**39.0%**）が最も多かった。
- 選択肢③よりも**競合店に積極的に対抗する選択肢**である、**選択肢①**又は**選択肢②**と回答した事業者は、全体で**14.5%**であった。

販売価格引下げに対する対応別・給油所数の割合



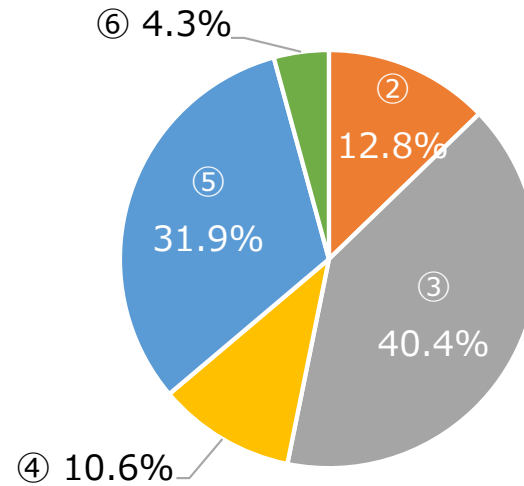
6-2 競合店の販売価格引下げに対する対応 **【地域別】**

青森市



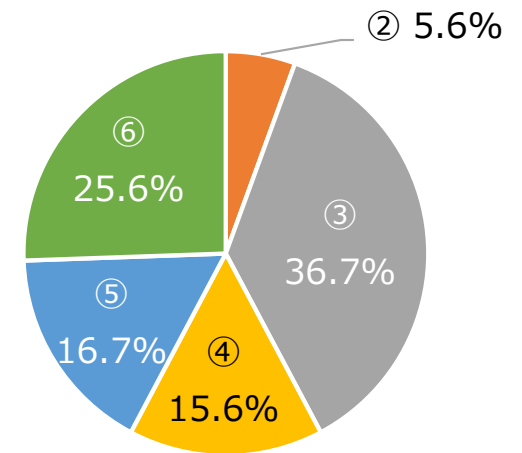
(N=57)

前橋市



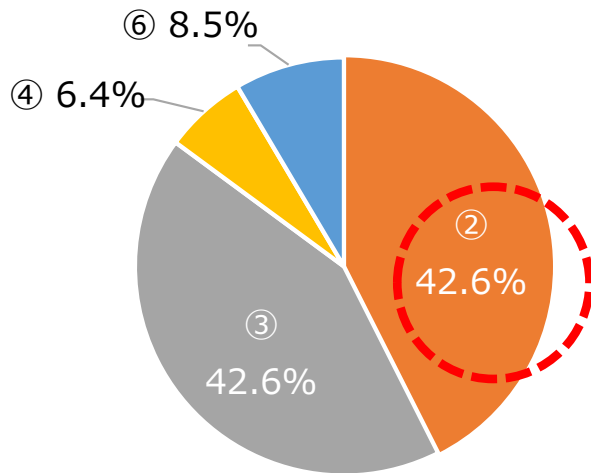
(N=47)

広島市



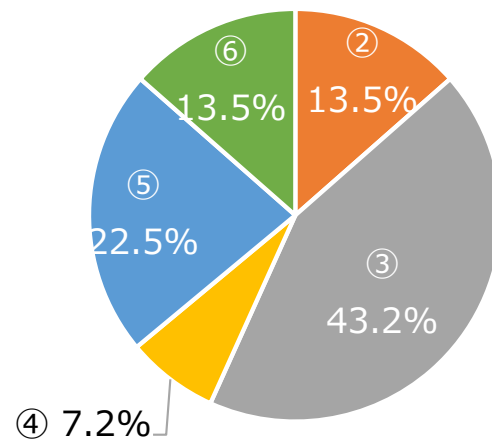
(N=90)

徳島市



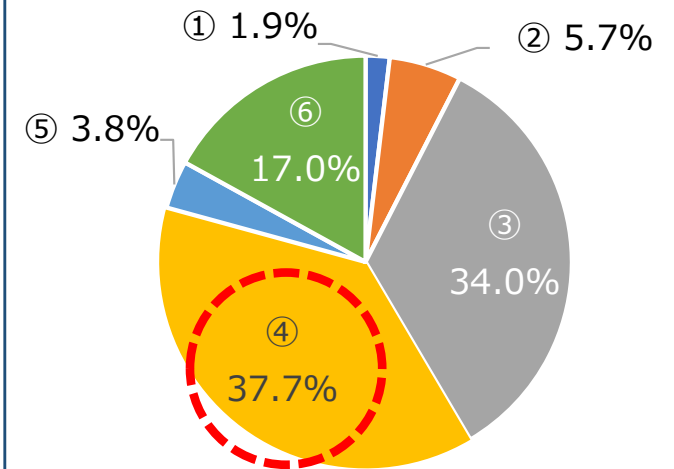
(N=47)

福岡市



(N=111)

南城市



(N=53)

- **南城市**においては**選択肢④**の回答が最も多かった（37.7%）。これは、南城市が6地域の中で**最も平均粗利率が高い（10.98%）**ことに関係している可能性がある（15頁参照）。
- **徳島市**においては、**4割強の事業者が選択肢②**と回答している。これは、徳島市では、レギュラーガソリンの平均販売価格が安い要因として、**安価な業転玉が多いことが背景**にあると考えている事業者が多いことと関係している可能性がある（20頁参照）。

ヒアリングにおける主な意見

- 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）
- 安値販売業者の低価格販売に追随しなければ自社の販売数量や収益が下がるため、総販売原価を割らないよう、可能な範囲で低価格販売に追随する。（青森市、前橋市、広島市）
- 自社の給油所と競合店でガソリン価格の差が余りにも大きく開いており、多少競合店の価格に追随せざるを得ない場合もある。（広島市、徳島市、福岡市）
- 継続的に自社の給油所に給油しに来てくれる固定客が多く、他の事業者より多少価格が高くても来てくれる。（広島市）
- 他店の影響を受けて多少は値下げするものの、競合店に追随することは考えたこともない。（広島市）
- 長い目を見た際に値下げした損失を回収できると思えないため、追随せず販売価格の変更を行っていない。（南城市）

問 競合店の低価格販売に対する対応の結果

競合店の低価格販売に対して回答対象である給油所が22頁に記載の対応（※1）を採った結果、回答対象である給油所におけるレギュラーガソリンの**販売で得られた利益への影響**について、該当するものをそれぞれ1つ選択してください。

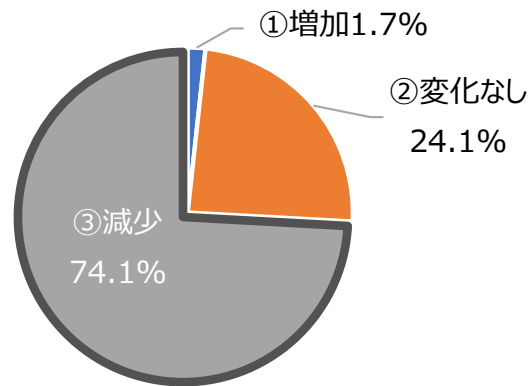
【選択肢】

- ① 得られた利益が増加した
- ② 得られた利益に変化はなかった
- ③ 得られた利益が減少した

- ※1
- 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 そのような事例はなかった
 - ⑥ その他

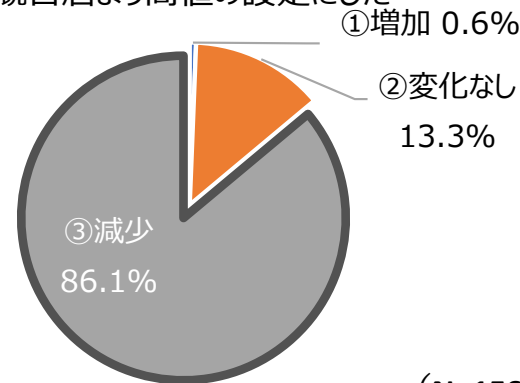
競合店の販売価格引下げへの対応別・利益の増減状況

② 競合店と同額に設定した



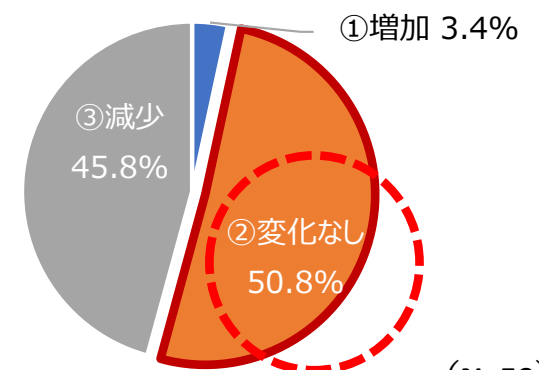
(N=58)

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



(N=158)

④ 特に対応しなかった（販売価格の変更を行わなかった）



(N=59)

※2 選択肢①（競合店より安値に設定した）は1者のみで利益に変化なし。

書面調査の結果

- **競合店の販売価格の引下げに対し、対抗行動を採らないほど、レギュラーガソリンの販売で得られた利益が減少したと回答した割合が小さくなり、価格変更を行わなかった場合、5割以上が利益を維持できている。**

問 競合店の低価格販売に対する対応の結果

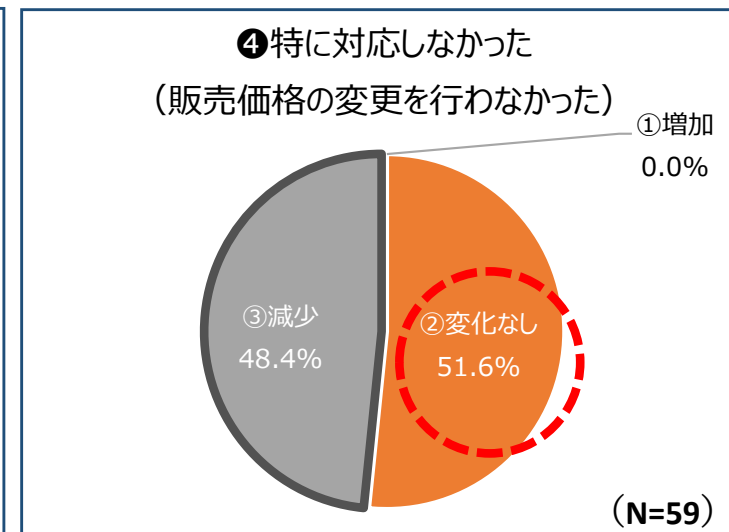
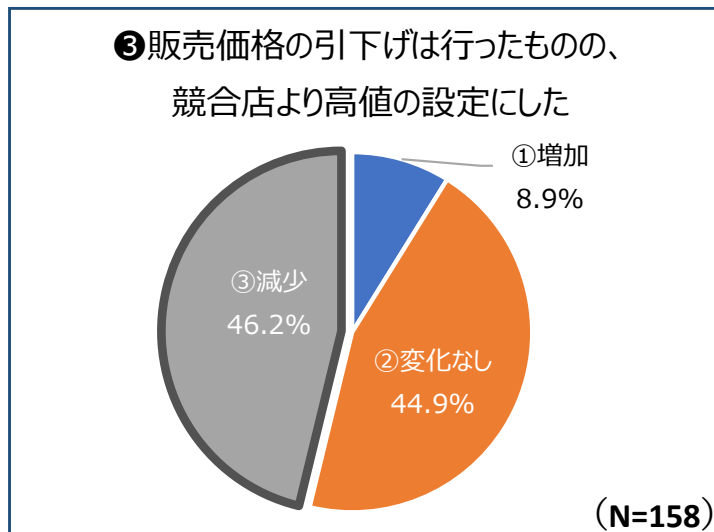
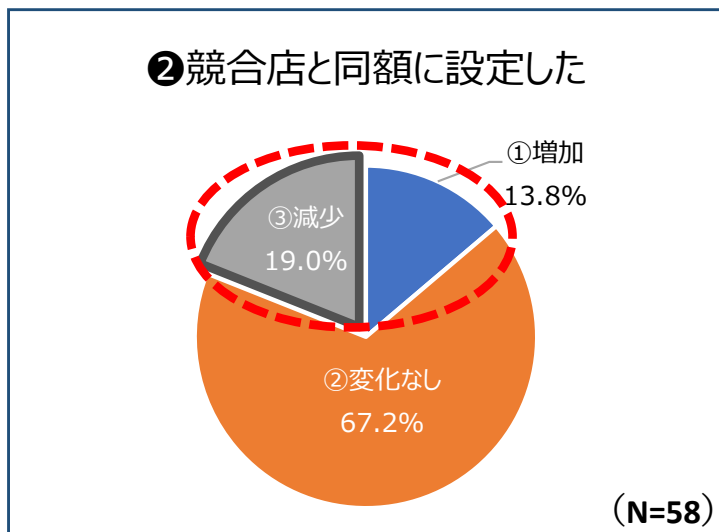
競合店の低価格販売に対して回答対象である給油所が22頁に記載の対応（※1）を採った結果、回答対象である給油所におけるレギュラーガソリンの**販売数量への影響**について、該当するものをそれぞれ1つ選択してください。

【選択肢】

- ① 販売数量が増加した
- ② 販売数量に変化はなかった
- ③ 販売数量が減少した

- ※1
- 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 そのような事例はなかった
 - ⑥ その他

競合店の販売価格引下げへの対応別・販売数量の増減状況



※2 選択肢①（競合店より安値に設定した）は1者のみで販売数量に変化なし。

書面調査の結果

- 競合店の販売価格に近い価格を設定するほど、販売数量が増加したと回答した割合が大きく、減少したと回答する割合が小さくなる傾向がみられた。
- 競合店の販売価格引下げに対して特に対応しなかった場合でも、過半数の事業者は販売数量に変化はなかった。

ヒアリングにおける主な意見

○ 6 都市共通してみられた意見

- 安値販売業者に追隨した結果、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。
- 自社のみ高いままの価格で販売していると客足が遠のくため、特にセルフの事業者は追隨して値下げ販売せざるを得ない。
- フルの給油所である自社は、セルフの給油所との差別化を図るため、価格で競争するのではなく、サービスの充実化によって客に安心感を与えていこうと取り組んでいる。

② 競合店と同額に設定した

- 自社は他社と比べると洗車等の油外販売が多く、そもそも客に給油所に来てもらわないと油外のサービスも利用してくれない。自社は油外事業に伸びしろを感じているため、客に来てもらうためになるべくガソリンを低価格で販売している。（青森市）
- 同額に追隨したが数量は伸びず、販売単価が下がったことで利益が減少した。フルであれば、セルフの最安値の競合店に追隨することは不可能であるため、無理に追隨せずにサービスを向上させて付加価値を付けるべきだと考えている。（徳島市）
- 販売数量に変化は無かったが、単純に販売単価を下げているので利益は減少した。安値販売業者に追隨せざるを得なかったため、競合店と同額に設定するという対応が最適だったと思う。ただし、より販売価格を安くしても他の事業者が自社に追隨すると思われるため、これ以上販売価格を下げてエスカレートするだけであると考えている。（徳島市）
- 同額に追隨したが、自社は年々運営コストが上がっており、値下げして販売数量を増やしてもなかなか利益は増加せず、変化はない又は減少している。しかし、販売単価を上げると客足が遠のき、現在よりも利益が減少してしまうため、販売単価を上げることはなかなか難しい。（福岡市）

ヒアリングにおける主な意見

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

- 最近ハイブリッド車が増えており、ガソリンの需要が減っていたり、給油の利用頻度が減っていたりすることから、販売数量は減ってきている。そのため、多少値下げしつつも、他事業者よりは比較的高値の価格設定にしたことで、結果的に自社の利益は増えたため、現時点では当該価格設定が正しい対応だったと考えている。（前橋市）
- 販売数量に余り変化はなかったが、販売単価が下がった分利益は減少した。昔は更に安く販売したこともあったが、周囲の店舗が追随してくるため、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することが最善の選択だと考えている。（広島市）
- 長期的に見ると販売数量は下がっており、販売単価も下がっているので利益も下がっている。現在の採算を維持する又は目標マージンを達成できるためには販売数量を確保する必要があり、競合店と同額には設定しないものの、低価格販売に多少なりとも追随することは良い選択ではあった。（福岡市）

④ 特に対応しなかった（販売価格の変更を行わなかった）

- 継続的に自社の給油所に給油しに来てくれる固定客が多く、他の事業者より多少価格が高くても来てくれるため、販売数量や利益に大きな変化は生じていない。追随しなくても販売数量や利益に大きな変化が生じていないため、正しい判断だった。（広島市）
- 自社の給油所のサービスを良しと考えてガソリンを満タンに又はかなり多く給油してくれる客が増えたのか、1台当たりの給油量が増えて利益は増加した。結果的に利益は増えているため、値下げに追随して対抗せずに量より質を取るという販売戦略を採って良かったと考えている。（福岡市）
- 必要なマージンを確保して価格を設定するという考えが根本にあり、他の給油所が安値で販売しようとも追随せず、特に対応しなかった結果、販売数量や利益に変化はなかった。そのため、追随に対応しないことがベストの対応だと考えている。（南城市）

問 独占禁止法上の不当廉売規制に対する理解

独占禁止法上の不当廉売規制に対する説明として、正しいものを1つ選択してください。

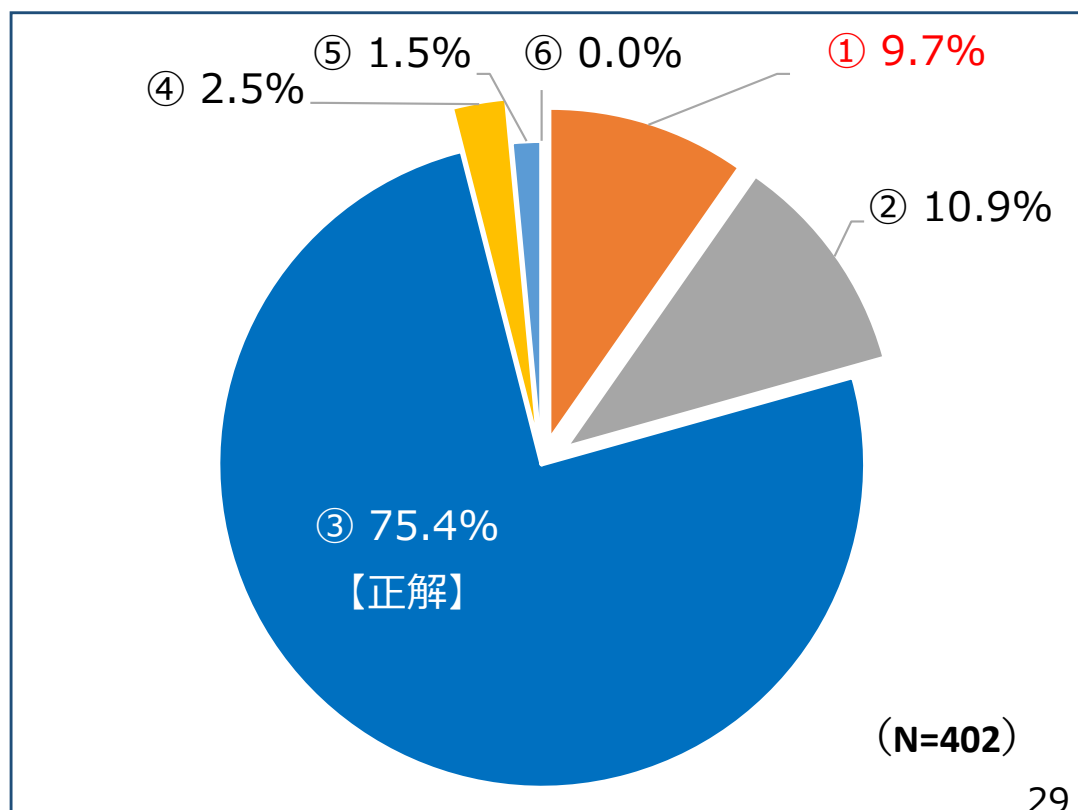
【選択肢】

- 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【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

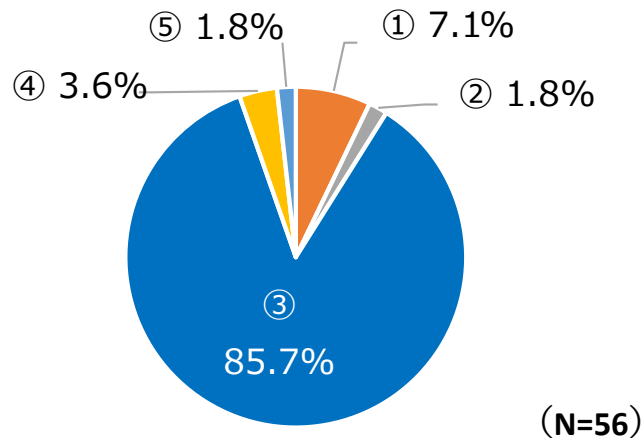
書面調査の結果

- **正しい選択肢である③を回答した事業者は全体で75.4%**であった。一方、選択肢①と回答し、**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9.7%**みられた。
- 選択肢①と回答し、**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**は、競合店の低価格販売に対して、**対抗して販売価格を引き下げる傾向**がみられた（選択肢③と回答した、不当廉売規制を正しく理解している事業者の**約1.3倍**存在）。

不当廉売規制に対する理解の正誤別・給油所数の割合

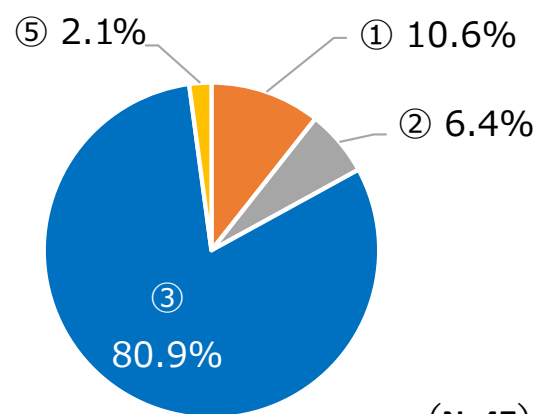


青森市



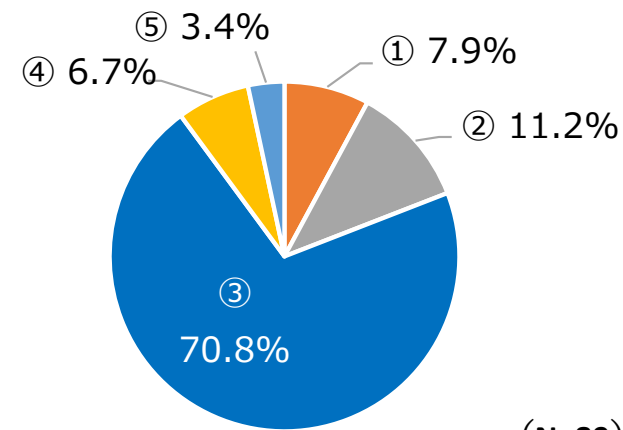
(N=56)

前橋市



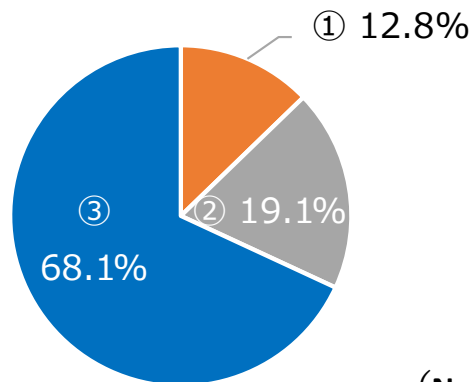
(N=47)

広島市



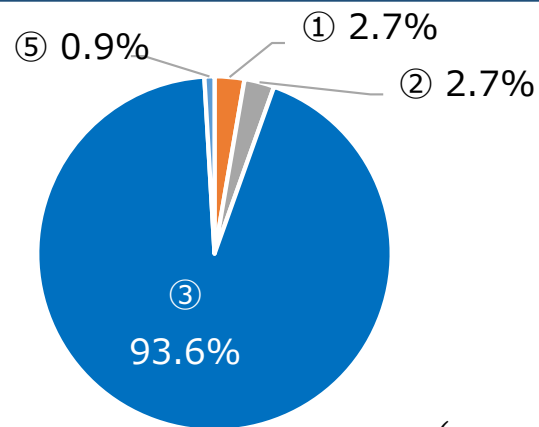
(N=89)

徳島市



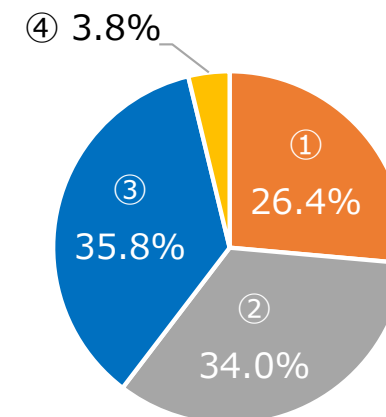
(N=47)

福岡市



(N=110)

南城市



(N=53)

① 旧暫定税率廃止（レギュラーガソリン：令和7年11月13日～12月30日、軽油：令和7年11月13日～令和8年3月31日）

- 旧暫定税率廃止に伴い補助金の引上げが行われた結果、卸価格が下がったので販売価格も下げたが、販売数量や売上げに余り変化は無かった。（6都市共通）
- 旧暫定税率廃止による補助金の引上げが段階的に行われたためか特に在庫被りも無かった。引上げの間隔をもっと空けてほしいとも思わず、特に問題なかった。（青森市、前橋市）
- 補助金が段階的に拡充されたタイミングで即日値下げをする事業者があり、追随せざるを得ない場合もあった。（広島市）。
- 補助金引上げによりガソリンの価格が翌日から安くなるという報道があったため、補助金の対象外である在庫分のガソリンを値下げして販売せざるを得ない状況になってしまい、収入面で圧迫されていると感じている。（広島市、徳島市、福岡市）

② 中東情勢

- 3月19日の補助金支給後に即日値下げするのではなく、自社含めて週明けに値下げし始める事業者が多かった。一方で、補助金支給後に即日値下げしている事業者もいた。3月19日の時点でおそらく高い在庫が残ってるはずである。（青森市、福岡市）
- 3月中旬時点で元売が系列外への供給を全て制限し、商社経由で仕入れている事業者がガソリンを仕入れられない状態になっている。（徳島市、福岡市）
- 自社は元売のマークを掲げているため3月19日時点で供給が途絶えてはいないが、原油価格の上昇と為替の影響でかなり値上げされた。（福岡市）
- 補助金支給後は販売数量や収益が増えている。客の中で供給不安があり、今はなるべく満タンにしておこうという客の心理が働いて販売数量が増えているのではないかと考える。（徳島市）
- 通常であれば安いPBや商社系事業者の仕切価格が上がり、販売価格が高くなっているため、いつもはPBや商社系事業者を利用している客が自社のような系列事業者に流れてきていることも、販売数量の増加の一因であると考え。（徳島市）
- 特に重油の供給が滞っており、自治体の入札が不調になるケースが頻発している。（青森市）

③ 発券店値付けカード

- 多少でも手数料収入が入り、経営にマイナスとはなっていないため、給油代行を続けている。（青森市、前橋市、広島市、福岡市）
- 発券店値付けカードの利用によって自社を知ってもらえるなど営業活動ができている。また固定客になってくれるというメリットがあるため、特に損はしていない。（青森市、広島市、福岡市）
- 発券店値付けカードによる給油代行の場合、手数料収入のみとなるため、普通に給油されるよりも利益が少なくなる。特にフルの給油所の方がセルフの給油所と比較して負担が多いにもかかわらず、手数料が見合っていない。（前橋市）
- 異業種の事業者が発券のみ行っているのは憤りを感じる。（青森市、徳島市）
- 他のカード等の決済処理システムに組み込まれており、発券店値付けカードのみを止めようと思っても止められないのが現状である。（福岡市）

④ 災害対策、官公需

- 災害時に備えて発電機を設置しており、設置の際には補助金が出ている。また災害時に備えた訓練も行っている。（6都市共通）
- 自治体と災害時協定を締結しており、災害時に緊急車両が優先的に給油できるようにしている。（6都市共通）
- 公用車のガソリン供給契約は石油商業組合を通さず自社が随意契約で締結している。（南城市）
- 自治体や大学病院は、地元の事業者と契約して燃料を購入すべきことは意識していただいているが、どうしても安い県外の事業者に流れてしまう。また、いざ災害が起こったときに発送先の自治体等のタンクの場所や自治体の担当者が誰であるか分からないケースが多く、自治体は業者に任せきりという印象がある。（徳島市）
- 官公需の問題については、国交省のように石油製品の価格が急騰する前の価格に遡るスライド条項を他省庁や自治体にも広めていただけるとありがたい。（青森市）

⑤ 公正取引委員会に対する要望

- 今後も不当廉売に関する情報発信をお願いしたい。(福岡市)
- 不当廉売をしている事業者に対しては厳正な対応をお願いしたい。(前橋市)
- 安値で販売している事業者(特に元売子会社)への取り締まりを強化してほしい。(福岡市)
- 公取委におかれてはぜひ給油所と同じ目線で対応いただきたい。(前橋市)
- 影響要件を重視して不当廉売を取り締まるべきである。(南城市)
- 公取委が不当廉売で措置を採って社名を公表しても、廉売業者にとっては良い広告となってしまう逆効果である。(徳島市)

⑥ その他

- 元売からの仕切価格の連絡は定期的かつ一方的なものであり、価格について交渉する余地はほとんど無い、又は考えたことがない。(6都市共通)
- 販管費のうち、人件費が最も負担が大きく、次いでキャッシュレス決済手数料の負担が大きい。(6都市共通)
- ガソリン需要の減少や後継者不足が深刻な状況にある中で災害が発生した場合、近くに給油所が無いと住民の生活が厳しくなる。災害拠点となる給油所が無くなるのであれば自治体が運営するということも必要となるだろう。(広島市)
- 廉売の問題で安い店に消費者が集中した結果、SS過疎地が生じてしまう部分もあると思う。(徳島市)
- 元売指標が市場価格であるRIM価格と大きく乖離して高いところ、元売指標の内訳が不透明である。(福岡市)
- 大規模事業者が県外から仕入れたガソリンを使って採算を割らずに販売できているのであれば、我々が元売から仕入れる仕入価格が高すぎるのではないか。(南城市)
- 1L当たり最低15円～18円は利益が欲しいが、1L当たり5円程度の利益で営業している事業者が多いのが現状である。(南城市)
- 自社コストに見合った適正利益を考慮した上で販売価格を設定していきたい。(広島市)
- 不当廉売規制の趣旨を十分踏まえて価格設定を行うことが理想であり、本来の取組としてあるべきであると思うが、競合他社の動向を見ないわけにもいかない部分もある。(福岡市)

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7年12月16日：群馬県前橋市 | ◆ 令和8年2月18日：福岡県福岡市 |
| ◆ 令和8年1月26日：広島県広島市 | ◆ 令和8年3月10日：沖縄県那覇市 |
| ◆ 令和8年2月4日：徳島県徳島市 | ◆ 令和8年3月25日：青森県青森市 |

（注3）沖縄県においては会場の都合上那覇市で開催した。

説明会参加者へのアンケート調査

- 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
→95.1%
- 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
→93.3%
- 説明会（不当廉売規制の趣旨）を踏まえて今後「十分に趣旨を踏まえて価格設定を行う」又は「概ね趣旨を踏まえて価格設定を行う」と回答した者
→89.0%

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低い地域等（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、低価格である要因及びその対応について示唆を得ることができた。

①安値販売事業者とそれに対抗する事業者との競争がエスカレートすることで、低価格販売を激化させる可能性がある

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、過半数以上の事業者が販売価格を引き下げといった対応を採っており（22頁参照）、対抗行動が地域におけるレギュラーガソリンの低価格化をもたらしていると考えられ、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（21頁参照）。

販売価格を引き下げた販売事業者と対抗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、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し、その結果他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれを生じさせるなど、不当廉売として問題となる行為を誘発する可能性がある。

②不当廉売規制の理解度が競合店の販売価格の引下げへの対応に関係している可能性がある

正しい選択肢である③を回答した事業者は全体で75.4%であった（29頁参照）。

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（9.7%）は、競合店の低価格販売に対して、対抗して販売価格を引き下げる傾向がみられる（不当廉売規制を正しく理解している事業者の約1.3倍存在）（29頁参照）。

③採算を重視した価格設定をする方が、販売利益の維持につながる傾向がある

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、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場合に半数以上の事業者が利益を維持しており（25頁参照）、対抗行動を採らないことが販売利益の維持につながっている傾向がみられる。また、販売価格を引き下げて対抗しても販売数量を維持できるとは限らない一方で、対抗せずとも販売数量を維持できる場合も多い（26頁参照）。

④給油形態（フルorセルフ）、販売数量の違いによって、販管費にばらつきがあり、それは販売価格の差を生じさせる要因となり得る

給油所によって販管費にかなりのばらつき（3円/L未満から21円/L以上まで）がみられる（11頁参照）。

セルフサービスの販管費は小さく、フルサービスの販管費は大きい傾向がみられる。また、販売数量が多いほど販管費が小さく、販売数量が少ないほど販管費が大きい傾向がみられる（12頁参照）。

今回の実態調査の結果を踏まえれば、**不当廉売規制の更なる周知が必要**であると考えられる。そこで、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、

- ① 書面調査に回答した 2 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
- ② 販売価格の引下げを開始した事業者と対抗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を誘発する可能性があること

等について、**文書で情報提供するとともに、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採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、不当廉売規制を周知するとともに、市場における競争状況を注視し、個別の事案に対して迅速、的確に対処していく。