

## ガソリン価格高騰と石油業界の構造

### 【ポイント】

1. ガソリン価格高騰が急激に進んでいる。
2. 国は対応策として石油依存度を下げる方針を進めている。
3. 石油業界はガソリン価格の上昇以上の原油価格の上昇で苦境に立っている。
4. 石油業界の二つの過剰と言われている販売店数の過剰、精製設備の過剰解消が今後さらに進むことを期待したい。

### 1. ガソリン価格高騰

ガソリンなどの燃料油の価格が高騰している。ガソリン価格を見ると、直近は若干調整しているとはいえ、円高、原油安が重なった90年代後半から実に50円近く上昇しており、100円=1Lの感覚は過去のものとなりつつある。

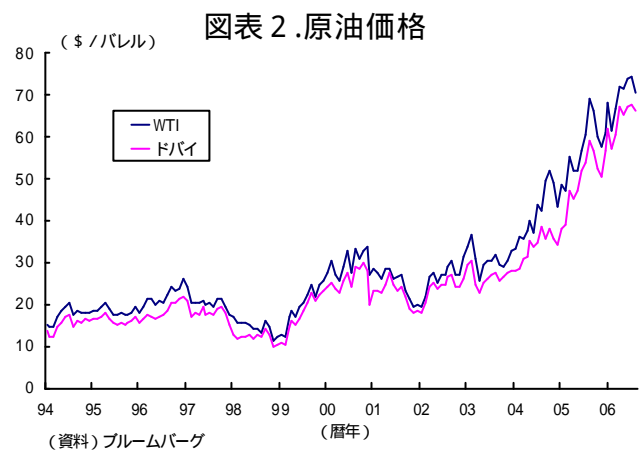
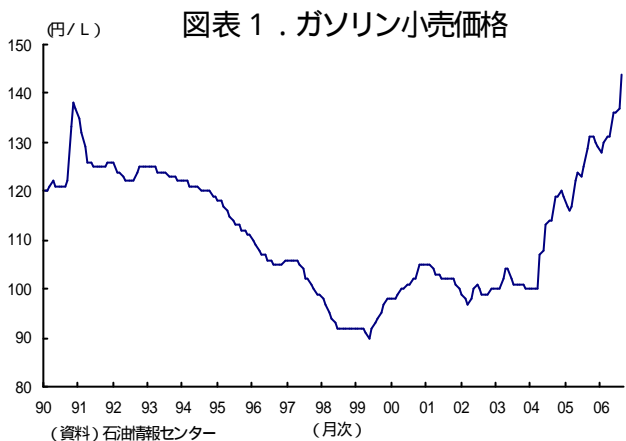
燃料油高は自動車の給油など、消費者に直接見える形で負担を強いる他、工場の燃料費、商品の運搬費、など、様々な側面で経済に負担を強いている。

当たり前のことではあるが、燃料油価格高騰は原油価格高騰を背景としている。原油価格高騰は中国やインドなどの新興国の経済成長、イラクなどの産油国での政情不安、新規油田への投資低迷、などが重なったためと考えられる。現時点でも新興国の経済低迷、産油国の政情不安解消、などを見込むのは難しく、大幅な原油価格低下は想定しづらい状況になっている。

### 2. 国の施策

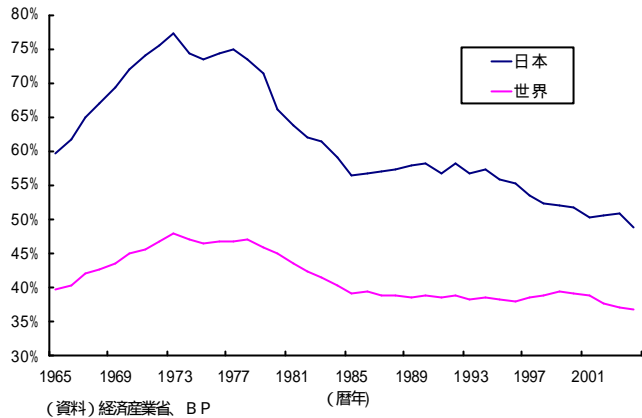
原油価格高騰に伴う燃料油価格高騰に政府が手をこまねいているわけではない。70年代の石油危機や京都議定書の発効を受け、石油依存度を低下させる中長期の施策を打っている。石油依存度の低下は原油価格高騰の影響を緩和させることのほか、環境面への配慮や資源リスクの分散などの効果も期待できるため、非常に意義深い。

政府は日本の一次エネルギーに占める石油比率を、石炭やガス、原子力の活用を進めることで、70年代の70%台から50%を切るまで低下させてきた。特に発電事業では石油の



発電量比率が 1970 年の 71.4%から 2004 年には 8.2%まで下がった一方、LNG ガスの比率が 2.4%から 25.7%に、石炭の比率が 4.6%から 26.7%に、大幅上昇している。今後も世界平均を意識し、ガス、原子力、代替燃料の活用を促進することで、2030 年には 38%まで石油比率を下げていく方針を経済産業省の総合資源エネルギー調査会需給部会が打ち出している。

図表 3 . 一次エネルギーの石油依存率

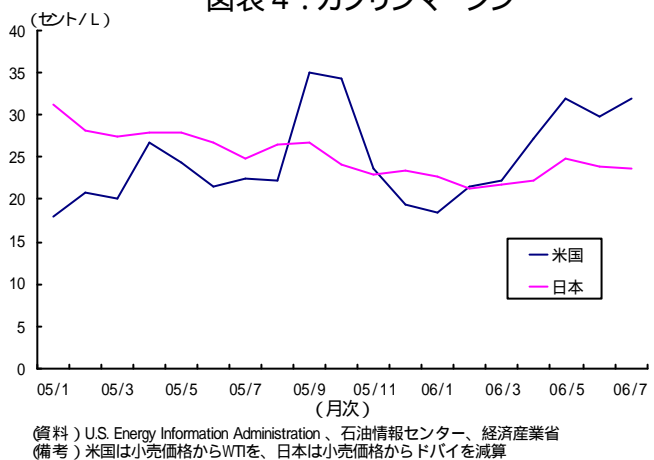


### 3 . 石油業界 (元売、小売) の対応

一方、石油業界の視点から見て、ガソリン価格高騰イコール儲かる、となるかということもそういうわけでもない。

2005 年以降のガソリン価格と原油価格を比較すると、ガソリン価格の上昇は原油価格の上昇よりも緩やかで、マージンが縮小している。米国もガソリン価格上昇で消費者が間接的、直接的に影響を受けているが、日本と比較するとガソリン価格上昇幅が大きく、むしろマージンが改善している。

図表 4 . ガソリンマージン



このマージン低迷はガソリンに限った話ではなく、A 重油や C 重油、アスファルト、国内向け軽油など、その他の石油製品で更に大きく影響が出ている。ガソリンと異なり、その他の製品は工場や発電所などの大口顧客向けが多く、急激な製品価格値上げをお願いしにくいいため、原油価格が急上昇すると大幅にマージンが低下してしまう。

原油価格が上昇する局面での石油業界の状況はガソリンだけでなく他石油製品も含めたマージンの低迷、国の政策による石油依存度低下に伴う需要減少が重なり、非常に苦しいといえよう。

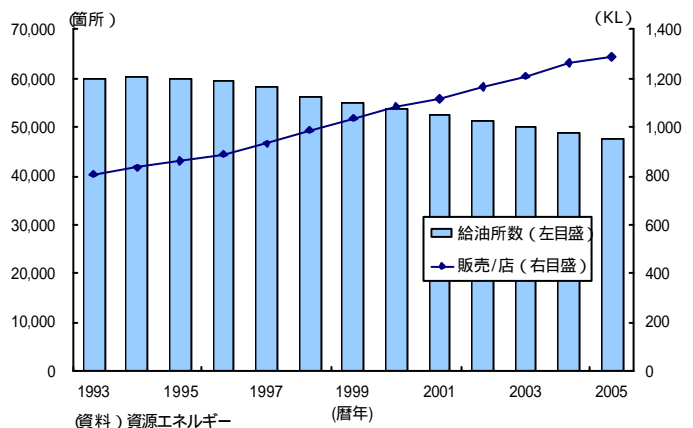
原油価格が上昇する局面での石油業界の状況はガソリンだけでなく他石油製品も含めたマージンの低迷、国の政策による石油依存度低下に伴う需要減少が重なり、非常に苦しいといえよう。

### 4 . 石油業界の二つの過剰

業界各社は苦しい状況を座視しているわけではない。90 年以降の継続的な石油製品のマージン低下への対策を更に促進することで苦しい状況への歯止めをかけようとしている。

90 年以降の石油製品のマージン低下の背景として 96 年の特石法 (特定石油製品輸入暫定措置法) 廃止が間接的に影響したほか、石油精製設備の過

図表 5 . 小売状況 (ガソリン)



剰、石油販売小売店の過剰がその理由と言われている。

石油販売小売店は 90 年代半ばにかけて 6 万店まで増加し、販売店の密集が過度に進んでしまった。結果として競争激化に伴う小売価格の低下が進み、販売店の経営悪化、卸売のマージン縮小につながった。その後、経営が悪化した販売店の閉鎖、卸売業者の販売網の見直しが進み、販売店減少に転じてきた。特に卸売業者の危機意識が高まったことが、販売店の閉鎖、統合を支援したことで大きな転機となった。

販売店の経営が苦しい状況に変化は無く、卸売業者の卸値変動が販売店に浸透しにくい状況にも変化が無いことから過剰感は未だあるものの、マージンが急激に悪化することなく、店数も毎年減少していることから、過剰感が薄まりつつあるといえよう。

精製設備の過剰は不況や政府のエネルギー施策に伴う軽油や C 重油の減少に伴い、90 年代後半にかけて稼働率低下という形で出てきた。その後、各社の製油所閉鎖や停止に伴い製油所稼働率も緩やかながら改善しており、業界の一部では既に精製設備の過剰は解消しているとの見方が出ている。

一部の業者の過剰感解消の論拠は、需要が減少している重油の生産には余剰感があるものの、ガソリンやナフサ、輸出用軽油などに余力が無く、単純に設備能力を縮小する必要は無いというもの。また、今後余剰感のある重油を改質装置の導入でナフサやガソリンなどにすることで、全体の稼働率を上げることができるとしている。

確かに油種によって設備の過剰感は異なるため、単純には設備過剰と言えない上、設備の導入で生産品の比率を変え、稼働率を上げることは有効と思われる。また、大口顧客向けがメインでマージンの低い重油の生産減少は業界全体の石油製品マージン引き上げに繋がる期待もある。

## 5. 結論

燃料油価格の高騰は消費者に大きな負担を強いている。ただ、負担を強いられているのは価格を上げている石油業者も同様である。石油業者は十分な値上げが出来ないことでのマージン低迷と政府の施策に伴う中長期的な石油需要の減少に苦しんでいる。

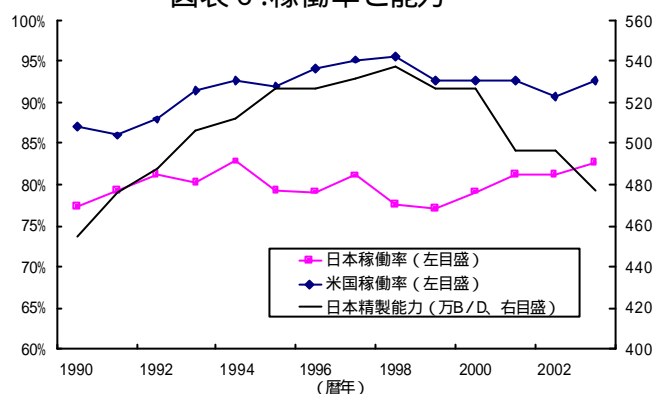
マージン低迷の基となっているのは販売店数、精製設備の二つの過剰と言われている。販売店数、精製設備ともに過剰解消に向けた取り組みは進んでいるものの、マージンが改善していないことから未だ解消しているとは言えない。

石油業界の各社は手をこまねているわけではなく、販売店の更なる削減や製油所への投資を進めることでマージン低迷を打開しようとしている。特に製油所への投資は今後数年間で取り組む事由であり、期待が大きい。

原油価格高騰が石油業界を苦境に立たせた一方、更なる構造変化を促している側面もある。その結果がどのように結実するのか今後注目される。

(富国生命投資顧問(株)ファンドマネージャー 能村 研二)

図表 6. 稼働率と能力



(資料) U.S. Energy Information Administration、資源エネルギー庁