

ガソリンスタンドの現在と将来性

— 商圈分析や経済モデルからの考察 —

與儀界飛*, Kaito Yogi†

自動車のエンジンの低燃費化や燃料消費が少ないハイブリッド車の普及などに伴いガソリンスタンドの燃料の売り上げが低下。廃業するガソリンスタンドも相次ぎガソリンスタンド空白地帯と呼ばれる地域も発生してきている。このような現状に陥ったのは、ガソリンスタンドの店舗数が昨今の燃料の需要に対して過剰であることが一番の要因であると考えられる。

先行研究では、消費者によるガソリンスタンドの店舗選択行動には、価格のみならずさまざまな要因が関係していることが判明。

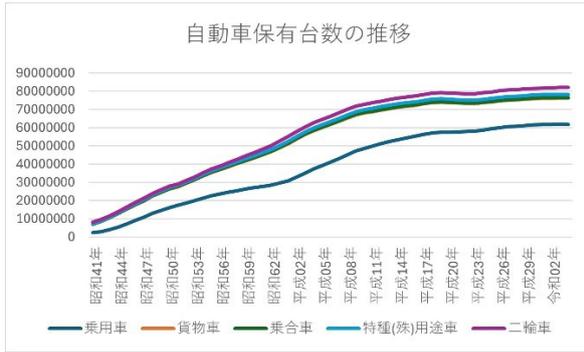
本研究では、ガソリンスタンドの現状をハフモデル分析の概念を用いて分析を行う。また、ガソリンスタンド運営のコストを調査し、既存店舗の経営改善手法を考察し、今後のガソリンスタンドの生き残り方について明らかにした。

キーワード : 価格競争, ハフモデル分析, 魅力度, コスト

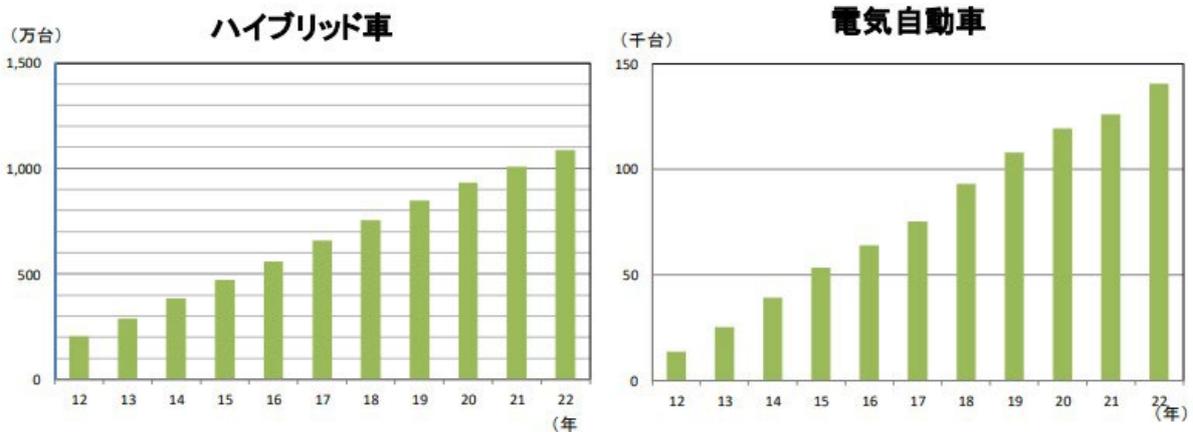
I. はじめに

1. ガソリンスタンド廃業の主たる要因

ガソリンスタンドが廃業する理由は何だろうか。その多くは利益の減少による廃業だと考えられる。電気自動車や水素自動車などを除き、内燃機関を持つ自動車には燃料が不可欠である。したがって、こうした自動車が多数を占める社会では、燃料を供給するガソリンスタンドは欠かせない。自動車の保有台数は年々増加している(図 1)が、自動車のエンジンの低燃費化やハイブリッド車などの電動車の普及(図 2)により燃料需要は低下をし続け、現在では燃料需要を供給が上回る、供給過多の状態にあると考えられる。



(図 1) (一般財団法人自動車検査登録情報協会, 「自動車保有台数の推移」, 2025 年, <https://www.airia.or.jp/publish/statistics/hoyuudaisuusui07.pdf>, 2025,12,22 閲覧)



(図 2) (一般財団法人自動車検査登録情報協会, 「ハイブリッド車・電気自動車の保有台数推移」, 2022 年, https://www.airia.or.jp/publish/file/r5c6pv0000010qsk-att/04_HV_EV.pdf, 2025,12,22 閲覧)

社会全体から見れば、ガソリンスタンドが多すぎるので、需要に対して適正な数まで減らないといけない。しかし、ガソリンスタンドにとって、この数の調整は死活問題である。本稿では、ガソリンスタンドが生き残るために取るべき戦略を、商圈と均衡モデルを用いて考察する。

2. ガソリンスタンド業界の全体像

一般的に呼ばれている「ガソリンスタンド」とは、元売り会社よりガソリンや軽油といった燃料を卸してもらい、販売するという業態である。店舗では燃料の販売にとどまらず、洗車や燃料添加剤などのケミカル類の販売、自社ブランドのエンジンオイル等を用いた整備などを幅広く行うことが多い。燃料以外の収益は油外収益と呼ばれ、ガソリンスタンド同士の価格競争が激しく行われている昨今では大きな利益源となっている。

ガソリンスタンドの燃料価格は、日々価格競争が行われているが、適度な価格競争が行われること自体は、市場経済の仕組みとして重要なことであり、独占禁止法を運用する公正取引委員会は、「消費

者を顧客として獲得するため、事業者はより安く優れた商品を提供することで競争を行います。」との見解だ。しかし、燃料の粗利益は年々減少を続けており、現在では粗利益率 10%を下回る店舗もあり、1L あたり数円の粗利益となる。経済産業省(2007)の調査によると、「小売企業における売上総利益率は、小売業平均で 27.6%となった。」(経済産業省 「商工業実態基本調査」, 2007 年, <https://www.meti.go.jp/statistics/tyo/syokozi/result-2/h2c6kkaj.html>, 2025,12,23 閲覧)とあり、小売業平均と比較してかなり粗利益率が低いことがわかる。これは過剰な価格競争であり、事実上の消耗戦に陥っている状況にある。実際に、一部のガソリンスタンドは仕入れ価格よりも下回る販売価格を設定している事例もあった。このような不当な価格設定は独占禁止法違反にあたり、行政指導を受けたケースも発生している。(日本経済新聞 「ガソリン不当販売で警告 公取委、沖縄の給油所に」, 2024 年, <https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUF07BKT0X01C24A1000000/>, 2025,12,23 閲覧)

そういった現状がある以上、激化した価格競争から脱する必要があるといえる。従来では、洗車やオイル交換などの油外収益は集客を目的としたためのものでしかなく、メインの収益源が燃料販売の収益だったのに対し、現在ではこれらのサービスは油外収益として、多くのガソリンスタンドの収益源となっていることも多い。(ひろぎんホールディングス 「SS 業界の動向と今後の方向性」, 2025 年, https://www.hirogin-hd.co.jp/research/_icsFiles/afieldfile/2025/03/13/industry_survey_202503_2.pdf, 2025,12,31 閲覧)

II. 先行研究

一般財団法人計量計画研究所の森尾氏ら(2018)は、宮崎県東臼杵郡を対象に、ガソリンスタンドの閉鎖とその影響、将来の閉鎖の可能性について分析し、ガソリンスタンド等から 3km の商圏人口が 500 人程度を下回るとガソリンスタンド等が閉鎖する傾向にあるとした。諸塚村(1994)では、ガソリンスタンドまでの距離が 3km 程度から 5km 程度まで大幅に増加しており、以前よりもガソリンスタンドへの距離が伸びたことによりアクセシビリティが悪化している。国立社会保障・人口問題研究所の将来の市町村別の総人口の推計値に基づき推計すると、2045 年にはほとんどのガソリンスタンドで商圏人口が 500 人を下回ると見込んでいる。つまり、今後ガソリンスタンドの閉鎖が相次いでもおかしくないということだ。(一般財団法人計量計画研究所 「時系列データを用いたガソリンスタンド等の立地と撤退に関する一考察」, 2018 年, http://library.jsce.or.jp/jsce/open/00039/201811_no58/58-28.pdf, 2025,12,10 閲覧)

また、桐野氏(2015)によれば、消費者の店舗選択は距離や店舗規模だけでなく、消費者の価値観にも影響されているという。この点をガソリンスタンドに当てはめてみれば、燃料価格が安さなどといった経済的な優位性はもちろんのこと、利用者にとってのガソリンスタンドのイメージ(利便性や安心感など)も重要なかもしれない。(桐野 「ガソリンスタンドにおける店舗選択行動と消費者の価値観に関する研究」, 2015 年, https://www.jstage.jst.go.jp/article/jsds/2015/37/2015_41/pdf-char/ja,

2025,12,17 閲覧)

III. ガソリンスタンド業界の商圈分析

1. 県内各地の立地状況

本研究の分析対象は沖縄県那覇市内に位置する「A ガソリンスタンド」である。周知のように、那覇市の特徴は、「地方都市」、「車社会」、「観光客が多い」という大きな特徴がある。特に「車社会」であり「地方都市」であることは、必然的に他の地域と比較して燃料への需要は多いことが想像できる。主要幹線道路の交通量とガソリンスタンドの店舗数を表にまとめて、相関があるかを見てみる。

地名	距離	昼間交通量	店舗数
国道 507 号(古波蔵～上間)	3.5km	20,270	3
国道 330 号(与儀～安里)	1km	162,000	3
国道 330 号(我如古～普天間)	5.2km	52,000	3
国道 58 号(伊佐川～仲尾次北)	3.4km	32,126	2
県道 256 号(阿波根～糸満ロータリー)	3km	29,092	3

上記の表に『平成 27 年度全国道路・街路交通情勢調査』(国土交通省道路局 2015 年, <https://www.dc.ogb.go.jp/road/ir/data/koutu/sensas/kasyobetukihonnyou.pdf>, 2025 年 12 月 1 日閲覧)から県内の道路を抜粋し、距離、昼間交通量、店舗数をまとめてみた。おおむね店舗数が同じようになるよう選択した。都市機能が集中し、交通量が比較的多い南部地域では、短い距離でも交通量が多く店舗数も距離の割に多いのに対し、中部や北部となると、交通量は減少する傾向にあり、店舗数も少なくなる傾向にある。しかし、那覇市のような都市部では、車両横断禁止の規制や中央分離帯の設置が中部や北部と比べると多いため、それらの影響も考えられる。

2. ハフモデルによる分析

まず、ハフモデル分析で使われる数式を以下に表す。

$$\pi_{ij} = \frac{\frac{A_j}{R_{ij}}}{\sum_{j=1}^J \frac{A_j}{R_{ij}}}$$

数式の意味は以下の通りだ。

π_{ij} : 起点 i の消費者が店舗 j を選択する確率(吸引率)

A_j : 店舗 j の魅力度

R_{ij} : 起点 i から店舗 j への旅行にかかわる抵抗度
である。

「ガソリンスタンドにおける店舗選択行動と消費者の価値観に関する研究(桐野 2015)」では、「経済性の高い生活がしたい」「効率性の高い生活がしたい」「快適に楽しく過ごしたい」「気持ちにゆとりを持って過ごしたい」の4つの価値観が抽出された。これが意味するのは、顧客の店舗選択行動は、経済性や利便性をだけでなく、安心感も含まれているということである。桐野氏の調査では消費者のガソリンスタンドの店舗選択行動に、燃料価格や店舗形態(フルサービスかセルフサービスか)、立地、入り易さ、支払い方法など、さまざまな属性が得られた。セルフサービス店舗とフルサービス店舗では結果が異なり、セルフサービス店舗では価格が多くを占めるのに対し、フルサービス店舗では価格よりも、店舗への入り易さなどが重視されるというデータが得られた。

このデータをもとにハフモデル分析を行ってみる。ハフモデルの数式 π_{ij} は店舗の魅力度(価格や利便性、安心感)に比例し、距離の抵抗に反比例することになる。

ここで、A店とB店の2つの店舗を例にとり分析を行ってみる。那覇市の古蔵小学校付近に自宅があることを想定とし、A店は700m、B店は2,000mの距離にある。それぞれの店舗の特徴だが、A店はスタッフが給油や洗車、各種作業等を行うフルサービスタイプの店舗に対し、B店は給油や洗車などをすべて顧客自身で行うセルフサービスタイプである。A店はフルサービスゆえに、顧客は車両に座ったまま、ごみの回収や窓ふきのサービスを受けることもできる。なお価格面ではB店に優位性があり、平均して3~5円の差がある。しかし、B店ではオイル交換などの作業等を行っていない。給油レーンの数は、A店が4つに対しB店は8つある。今回は以下のように魅力度の数値を設定し、3つのモデルで分析を行ってみる。

モデル1 ガソリンスタンドの魅力度に対する価格の影響

- ・沖縄県平均ガソリン価格より1円安いと魅力度が1向上し、1円高いほど1減少すると仮定する。なお、沖縄県平均レギュラーガソリン価格は2026年1月6日のデータ(新電力ネット - 統計情報 - ガソリン価格 - 沖縄県, 2026年, <https://pps-net.org/oilstand/okinawa#title1>, 2026,01,13 閲覧)より162円とする。
- ・1月6日の両店舗のレギュラーガソリン価格は、A店舗は143円、B店舗は141円であった。
- ・抵抗度は店舗への距離とする。今回の場合は、A店は700m、B店は2,000mの距離とする。
- ・小数点以下第3位を四捨五入する。

モデル2 ガソリンスタンドの魅力度に対する価格とサービス内容の影響

- ・店舗の利便性や入り易さを指標とし、給油レーンの数、スタッフによる案内の有無、給油以外のサービスの充実さ、価格優位性を魅力度とする。
- ・給油レーンの数1つにつき1ポイント、スタッフによる案内があると5ポイント、給油以外のサービス数1つにつき1ポイント、価格が安いと5ポイント加算とする。
- ・A 店舗
 - ・給油レーン4つ(4ポイント)、スタッフによる案内あり(5ポイント)、給油以外のサービス「洗車、オイル交換などの整備、パンク修理、ごみ捨て」(4ポイント)、価格「店舗Bより高い」(0ポイント)
- ・B 店舗
 - ・給油レーン8つ(8ポイント)、スタッフの案内なし(0ポイント)、給油以外のサービス「洗車、ごみ箱」(2ポイント)、価格「店舗Aより安い」(5ポイント)
 - ・抵抗度はパターン1と同じとする。
 - ・小数点以下第3位を四捨五入する。

モデル3 ガソリンスタンドの魅力度に対する価格とサービス内容(スタッフの影響を排除)の影響

- ・A 店舗がセルフサービス店舗だったと仮定するので、モデル2にあるスタッフによる案内の5点が加算されなくなる
- ・それ以外はモデル2と同じ条件

パターン1の式

店舗Aの吸引率

$$\begin{aligned}\text{吸引率} &= (19/700) / [(19/700) + (21/2000)] \\ &= 0.027... / (0.027... + 0.0105) \\ &\approx 75\%\end{aligned}$$

店舗Bの吸引率

$$\begin{aligned}\text{吸引率} &= (21/2000) / [(19/700) + (21/2000)] \\ &= 0.0105 / (0.027... + 0.0105) \\ &\approx 25\%\end{aligned}$$

パターン2の式

店舗Aの吸引率

$$\begin{aligned}\text{吸引率} &= (13/700) / [(13/700) + (15/2000)] \\ &= 0.018... / (0.018... + 0.0075)\end{aligned}$$

≒ 67%

店舗 B の吸引率

$$\begin{aligned} \text{吸引率} &= (15/2000) / [(13/700) + (15/2000)] \\ &= 0.0075 / (0.018... + 0.0075) \\ &\approx 33\% \end{aligned}$$

パターン 3 の式

店舗 A の吸引率

$$\begin{aligned} \text{吸引率} &= (8/700) / [(8/700) + (15/2000)] \\ &= 0.011... / (0.011... + 0.0075) \\ &\approx 50\% \end{aligned}$$

店舗 B の吸引率

$$\begin{aligned} \text{吸引率} &= (15/2000) / [(8/700) + (15/2000)] \\ &= 0.0075 / (0.0075 + 0.011...) \\ &\approx 50\% \end{aligned}$$

3つのパターンの分析をそれぞれ分析してみる。

パターン 1 では、ガソリン価格のみを魅力度の数値と仮定し、距離を抵抗度としたところ、A 店舗の吸引率が 75%、B 店舗の吸引率が 25%となった。価格差が 2 円であり、給油量にもよるが、30L 給油した場合、60 円の差が発生することになる。これが大きいかどうかは個人差があると思われるが、大きいと考える利用者は、より安い店舗 B へ行くと思われる。実際のところ、数円の価格差のために、より遠いガソリンスタンドへ行くことは、そこまでの燃料消費を考慮すると割に合わないこともある場合もある。価格の影響はかなり大きいと考えられる。

パターン 2 では、店舗の利便性やスタッフの誘導の有無、給油以外のサービスを魅力度に取り入れ、価格に関しては安いほうだけにポイントを入れることにしてみた。店舗 A はフルサービス店舗のため、スタッフの誘導があったり、給油以外のサービスも店舗 B と比較して多くあり充実しているが、給油レーンが少ないため、単位時間あたりに給油できる台数は少ない。それに対し、店舗 B の給油レーンは多く、価格面でも優位に立てているほか、給油以外のサービスは洗車やごみ箱の設置にとどまっているが、セルフサービス店舗であることを考えると、サービスへの不満はあまりないと考えられる。

パターン 3 では、店舗 A がセルフサービス店舗であったと仮定し、スタッフの誘導がないことを仮定してみた。このパターンの場合、燃料の価格、サービスや利便性などでのみ勝負することになる。

このパターンでは吸引率が半分に分かれており、給油レーンの少なさや価格面で優位に立てていない店舗 A はかなり厳しいものと考えられそうだが、サービスが多く充実しているためにそれらの欠点をカバーして吸引率が得られているとも考えられる。日々使うガソリンスタンドで整備などを任せたいなどの層は店舗 B では獲得できず、そういった層を店舗 A は獲得できていると考えられる。

IV. ガソリンスタンドの運営コストのコンパクト化

1. 近年の運営コスト抑制の手法

ガソリンスタンドの運営コストを抑える手法としてはメジャーなものはフルサービス店舗からセルフサービス店舗への切り替えである。フルサービスとは、従来からあるスタイルの店舗であり、給油作業をスタッフが代わりに行き、利用者は車内や店内で休憩し、給油中に、車内のごみ捨てと窓ふきをスタッフが行うという営業スタイルである。場合によっては無料のドリンクサービスを行っている店舗もある。それに対して、セルフサービス店舗ではそういったサービスは一切なく、給油とごみ捨てなどは利用者が各自で行う営業スタイルである。現在、沖縄県内多くのガソリンスタンド店舗では洗車や車内清掃もセルフサービスとなっている。

フルサービス店舗では給油レーンの数に応じたスタッフを配置する必要がある。ただし、多くのフルサービス店舗では給油ノズルの固定ができるため、1人のスタッフが複数の給油レーンに対応することが可能である。それに対してセルフサービス店舗では、給油レーンを目視や監視カメラなどで管理するので、スタッフが1人でもいけばいい。極端な場合では一つのガソリンスタンドで1人のスタッフでの運営が可能となる。

平均的に言えば、フルサービス店舗では営業時間中3人から5人のスタッフが必要になってくるのに対し、セルフサービス店舗では1人から3人で対応可能となる。昨今の人手不足な状況ではフルサービス店舗を十分に回せるだけの人員の確保は困難を極める。従って、フルサービス店舗がセルフサービス店舗へ切り替えることは、人件費削減だけでなく、人手不足を解決する切り札にもなるのである。それでは、フルサービスからセルフサービスに切り替わることで、具体的にどれくらいの人件費を削減できるのか算出してみる。

営業時間が7時から22時、時給1,500円と仮定して算出

・フルサービス店舗

ピーク時間帯(9時から19時)

$$(\text{¥}1,500) \times (10\text{h}) \times (5 \text{人}) = \text{¥}75,000$$

オフピーク時間帯(7時から8時、19時から22時)

$$(\text{¥}1,500) \times (4\text{h}) \times (3 \text{人}) = \text{¥}18,000$$

1日あたりの人件費 計 ¥93,000

・セルフサービス店舗

ピーク時間帯(9時から19時)

$(¥1,500) \times (10h) \times (3人) = ¥45,000$

オフピーク時間帯(7時から8時、19時から22時)

$(¥1,500) \times (4h) \times (1人) = ¥6,000$

1日当たりの人件費 計 ¥51,000

店舗の出店場所や設定する賃金設定により結果は左右されるが、フルサービス店舗をセルフサービス店舗に切り替えた際の人件費は¥93,000が¥51,000に減少し約45%の削減を図ることができる。

2. セルフサービス店舗運営の法規制とコスト

前節では簡易的な計算ではあるが、フルサービス店舗とセルフサービス店舗の人件費コストについて算出してみた。しかし、フルサービス店舗とは違い、セルフサービス店舗では利用者自身が給油するために、さまざまな法規制が絡んでいる。例えば、危険物取扱者の資格を持たない者の携行缶や車両以外への給油は禁止されており、利用者が油種を間違ってしまうリスクもある。給油機のポンプを動作させる前に、危険物取扱者の資格を持つ者が目視や監視カメラで確認したうえで給油許可を発出し、初めて給油機のポンプが動作するのだ。また、万が一火災が発生した際の緊急停止ボタンや消火設備に対しても厳格に定められている。そして、利用者自身が給油設備を操作するためのPOS端末や精算機なども別途設置の必要があるほか、給油ノズルに付いているカバーなどは経年劣化で汚損しやすく、フルサービス店舗ではめったに交換しないようなパーツもセルフサービス店舗では清潔感のために頻繁な交換が必要となる場合もある。

本節では給油設備などの設備投資のコストを算出し比較してみる。なお、計量器およびPOSシステムの具体的な設備機器の価格は、機種ごとの仕様や各店舗と設備の販売代理店との取引により決定されるいわゆるオープン価格なため、本稿では、グッドデザインアワード受賞ギャラリー『2009グッドデザイン賞「ガソリン計量機」』、<https://www.g-mark.org/gallery/winners/9d6bfa2-803d-11ed-862b-0242ac130002> (2026,01,12 閲覧)、クール・ネット東京 『環境配慮型ガソリン計量機導入促進事業』、2022年、<https://www.tokyo-co2down.jp/subsidy/gs-stage2/> (2026,1,12 閲覧)、けんせつ Plaza 『積算資料公表価格版「地下油槽」』、<https://www.kensetsu-plaza.com/kohyo/price/H68303530323033303303430> (2026,01,26 閲覧)の資料からおおよその価格を推測したものとした。そのため、実際の価格は推測した価格より前後する場合もあることはご承知おきください。

フルサービス店舗

初期投資

計量器(給油機)	1 基あたり 200 万円
POS システム(釣銭機やレジシステムなど)	200 万円
地下タンク	1 基あたり 1,000 万から 1,500 万
建築コスト	セルフサービスよりは低い

セルフサービス店舗

初期投資

計量器(給油機)	1 基あたり 400 万円
POS システム(釣銭機やレジシステムなど)	1,500 万円
地下タンク	1 基あたり 1,000 万から 1,500 万
建築コスト	フルサービスよりは高い

初期投資額のうち顧客やスタッフが操作する計量器や POS システムの費用には大きな差があり、セルフサービス店舗用の計量器には、フルサービス店舗用には無い安全装置や液晶操作端末を備えていることが一般的で、その分機器の価格が上昇する。また、フルサービス店舗ではスタッフが操作するために、1 基で十分賄える POS 端末だが、セルフサービス店舗では給油レーンごとの操作端末が必要となる。また、フルサービス店舗と違い、監視カメラと連携させた安全管理システムの導入が必要なため、セルフサービス店舗での POS システム導入費用はかなり高くなる。しかし、地下タンクや建物の建築コストの面ではセルフサービス店舗とフルサービス店舗と違いは大きくなく、あるとすれば利用者がわかりやすい店舗にするために、床のペイントや建物の構造物に費用がかかるくらいであるだろう。

3. ガソリンスタンドの経営のあり方を考察

ガソリンスタンドの経営改善として、セルフサービス店舗への転換がよく言われているが、ここではそれに頼らない経営改革を考えてみる。

まず、経営のコンパクト化を考察してみる。給油設備を最小限に削減し、給油に必要な人員を最小限とし、ガソリンスタンドの規模自体を小さくすることが考えられ、例えばフルサービス店舗の場合、給油レーンが 4 つある場合の必要なスタッフ数は 2~4 人であるが、給油レーンを半分に減らせば、1~2 人で給油をまわすことが可能となる。特に給油レーンが 4 レーン以上になると、ピーク時間帯とオフピーク時間帯との差が大きくなり、その予測を誤ると、人員が多すぎたり、あるいは少なすぎたりしてしまう。給油レーンを 2 つにとどめることで回転率をあげることができるほか、必要なス

スタッフを1~2人で抑えられるため、ピークの予測を誤った場合のリスクも最小限で済むことができる。給油設備を減らすことで維持コストの削減にもつながり、将来的な機器更新の費用も削減が可能となる。また、給油量によっては地下タンクが不要な簡易計量器の利用も可能であり、それで十分まかなえる場合、多くのガソリンスタンドが悩まされている地下タンクの修繕も必要ではなくなるため、さらに小さな規模での運営が可能となる。ガソリンスタンドの実際の需要を踏まえて、規模を縮小し商圈を小さくすることで他の店舗の商圈に被ることを防ぐこともできる。

次に給油以外の収益源の確保を考えてみる。これに関しては従来より言及されてきたであろう、給油の粗利益はかなり少なく、洗車やオイル交換などの油外サービスの粗利益は比較的高い。フルサービス店舗ではスタッフが洗車を行うことが多いが、その特徴を活かし、より高価格・高付加価値な洗車メニューを提供することで、より多くの洗車利益を得ることが可能だろう。著者が働くガソリンスタンドでは手洗い洗車のメニューがあるが、近隣の店舗で同様なメニューが提供されていないために、高級車や洗車にこだわる利用者を中心に選ばれている面がある。近隣の店舗はセルフサービス店舗が多いため、スタッフによる手洗い洗車を求めて来店される方も多い。手洗い洗車にもさまざまな種類があるが、店舗の状況に応じて手洗い洗車用の設備に投資することも良いのではないだろうか。昨今では純水での洗車や泡洗車、コーティング剤の塗布などがインターネットの動画配信サービスなどで紹介され、それらへの興味関心が高まっていると感じる。しかし、道具や設備の導入のハードルや、マンションやアパートでは難しいために断念する方も多く、そういった層をうまく獲得できるチャンスでもあると考える。整備面でもオイル交換やバッテリー交換などを行っている店舗も多いと思うが、洗車を含めて日々のカーメンテナンスをすべておまかせできる環境を構築できると、固定客の確保につながり、安定した収益構造を得ることが可能になると考える。

また、燃料の配達需要は以外にも大きく、家庭への灯油の配達だけでなく、工事現場などの工業機械への燃料配達需要がある。これは地域によりかなり需要に差があるが、著者が働くガソリンスタンドでは、建築業に携わる会社との取引があり、現場やヤードへの燃料配達を行っている。また、郵便局内のフォークリフトなどへの燃料配達も定期的にある。

以上の2点を踏まえると、今後のガソリンスタンドの経営には現状の店舗の状態を見極め、経営のコンパクト化を図り、設備費や人件費などの固定費の削減を目指す。加えて、油外収益をより獲得できそうなサービスの成長を目指し、サービスの拡充や多角化を行い、収益の軸とすることが重要であるといえる。

V. まとめ

ガソリンスタンドの燃料の売り上げの低下、価格競争の激化により燃料の粗利益は年々低下をし、油外収益の割合が大きくなってきた。消費者のガソリンスタンドの店舗選択行動には、価格の安さだけでなく、利便性や安心感といったガソリンスタンド自体のイメージも重要とされている研究もあつ

た。

沖縄県の主要道路からいくつかの区間を抜粋し、ガソリンスタンドの立地状況を調査してみると、交通量の多い那覇市を中心とする南部地域では、短い区間に多くのガソリンスタンドが立地し、郊外へ離れるにつれて店舗との距離が広がる傾向にある。しかし、那覇市中心部では車両横断禁止の規制や中央分離帯の設置が中部や北部と比較して多く、それらが店舗の立地に影響を及ぼしている可能性も考えられる。

那覇市のとあるガソリンスタンド2店舗を例に3パターンのモデルでハフモデル分析を行った。ハフモデルの魅力度として価格のみを設定したパターン、価格以外の給油以外のサービスの充実さやスタッフの接客も考慮したパターン、スタッフの接客を考慮しなかったパターンで分析を行い、先行研究でも考察されていたとおり、価格の安さ以外にも利便性や安心感も魅力度に含まれることが証明できた。セルフサービス店舗が増加し、価格競争が激化していく中で、フルサービス店舗が価格以外での差別化を図ることの有効性を示すことができたと考えられる。

これからのガソリンスタンド経営を考えるにあたり、一般的に言われているのはセルフサービス店舗への転換であるが、本研究では経営のコンパクト化と油外収益の拡大の模索を考察してみた。まず、経営のコンパクト化では過剰な給油設備の縮小により、給油設備のメンテナンスや更新費用の削減、それに伴う給油レーンの減少によるスタッフの削減での人件費削減を考察した。次に、油外収益の拡大では、著者が働く店舗の実態を踏まえ、洗車メニューの多様化やオイル交換などの整備の拡充により、給油だけでなくカーメンテナンスも一通りお任せできる店舗にすることにより、固定客の獲得から継続的な収益源の確保につながる可能性を考察した。

本研究では店舗データを満足に集計できなかったこと、給油設備などの専門設備に関する情報の収集にかなり困難を極めたため、考察が一般化できるかは疑問であるが、将来、より多くのデータが集まればさらに詳しい考察ができ、ガソリンスタンドの経営戦略に役に立つであろう。

注

1. 一般財団法人自動車検査登録情報協会 , 『自動車保有台数の推移(2025)』 , <https://www.airia.or.jp/publish/statistics/hoyuudaisuusui07.pdf> (2025,12,22 閲覧)。
2. 一般財団法人自動車検査登録情報協会 , 『ハイブリッド車・電気自動車の保有台数推移(2022)』 , https://www.airia.or.jp/publish/file/r5c6pv0000010qsk-att/04_HV_EV.pdf (2025,12,22 閲覧)
3. 経済産業省 『商工業実態基本調査(2007)』 , <https://www.meti.go.jp/statistics/tyo/syokozi/result-2/h2c6kkaj.html> (2025,12,23 閲覧)
4. 日本経済新聞 『ガソリン不当販売で警告 公取委、沖縄の給油所に(2024)』 , <https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUF07BKT0X01C24A1000000> (2025,12,23 閲覧)
5. ひろぎんホールディングス 『SS 業界の動向と今後の方向性(2025)』 , <https://www.hirogin->

- hd.co.jp/research/_icsFiles/afieldfile/2025/03/13/industry_survey_202503_2.pdf (2025,12,31 閲覧)
6. 一般財団法人計量計画研究所 『時系列データを用いたガソリンスタンド等の立地と撤退に関する一考察(2018)』, http://library.jsce.or.jp/jsce/open/00039/201811_no58/58-28.pdf (2025,12,10 閲覧)
 7. 桐野裕之 『ガソリンスタンドにおける店舗選択行動と消費者の価値観に関する研究(2015)』, https://www.jstage.jst.go.jp/article/jsds/2015/37/2015_41/pdf-char/ja (2025,12,17 閲覧)
 8. 国土交通省道路局 『平成 27 年度全国道路・街路交通情勢調査(2015)』, <https://www.dc.ogb.go.jp/road/ir/data/koutu/sensas/kasyobetukihonnhyou.pdf> (2025,12,1 閲覧)
 9. 新電力ネット 『統計情報 – ガソリン価格 – 沖縄県(2026)』, <https://pps-net.org/oilstand/okinawa#title1> (2026,01,13 閲覧)
 10. グッドデザインアワード受賞ギャラリー 『グッドデザイン賞「ガソリン計量機」(2009)』, <https://www.g-mark.org/gallery/winners/9d6befa2-803d-11ed-862b-0242ac130002> (2026,01,12 閲覧)
 11. クール・ネット東京 『環境配慮型ガソリン計量機導入促進事業(2022)』, <https://www.tokyo-co2down.jp/subsidy/gs-stage2> (2026,1,12 閲覧)
 12. けんせつ Plaza 『積算資料公表価格版「地下油槽」』, <https://www.kensetsu-plaza.com/kohyo/price/H68303530303230303330303430> (2026,01,26 閲覧)
-