



「導入現場から見える」石油流通～その先の未来へ

# 変化と試練が人と企業を強くする

Confidence Revision Systems 代表取締役 須賀 幸正  
ゆきんこサポートセンター

先月号の本稿では、SS経営者に求められる意思決定のスピードがますます重要になっている理由について、また、その行動をとるためのポイントを考えてみました。

意思決定はすみやかに、しかし慎重に進めるべき事項です。時代（物事の本質）を見抜く目を養うこと企業経営者としての資質も当然ながら求められます。

変化の激しい時代ですから、なおのこと、自身と業界における立ち位置を見誤ることのないようにしたい。時代を先取りする柔軟性、既成の枠にとらわれない発想で突き進むという姿勢を崩さないのはとても大事な事です。

## EVの普及拡大によるSS経営環境の変化

世界中の自動車メーカーが電気自動車（EV）の開発に戦略的に取り組んでいます。スウェーデン

の高級車メーカー、ボルボ・カー社は過日、2019年以降に発売するすべての車種を電気自動車やハイブリッド車などの電動車にするを発表しました。

EV専業の米テスラは、着実にEV販売台数を増やしており、こうした動きは今後急速に進んでいくものと思われまます。私自身、SS業界に深くかわる者として、その普及速度が大変気になる場所です。

もしガソリンが売れない時代が到来するとしたら、熾烈な販売競争に勝ち残れたとしても、SS業界は「将来、いったいどうなるのか」。

しかしながら、いかなる環境変化やどんな事情があるにせよ、企業経営者はその企業活動を止めざるわけにはいきません。

戦後、国内の「ガソリンスタンド」ビジネス創世記において先人たちは、その後のモータリゼーシ

ョンの進展を視野に入れ、SS事業を立ち上げました。現代に生きる我々もまた、自動車技術の進化やエネルギービジネスの先行きを見通しながら、次なる事業展開を考え、その行動をとらないといけません。

## SSビジネスの優位性を発揮する

自動車利用客が給油目的で定期的に来店してくれる。他の業種・業態に比べ、SSが持つ圧倒的な優位性です。

ただ、燃料油は工業規格品です。品質に違いがないため、いきおい安値競争に陥りやすい。SS市場を慢性的に疲弊させてきた理由でもあります。

このSSが持つ圧倒的な優位性について、この先も揺らぐことはないかと言ふとそんなことはありません。前述したように、非化石燃料をエネルギー源とする

自動車相次ぎ市場に投入されており、さらに、その数を増やそうとしているからです。

この部分だけをみても、SS経営者にとって、さらに厳しい時代が到来すると覚悟しなければなりません。

いかにしてSS業態革新をなし遂げるか。次の時代へ向けた成長戦略を模索し、描き出していくほかありません。

## 「中間留分」の配送事業は大きな可能性を秘めている

石油販売業者の間で近年ますます注目されているのが、「中間留分（灯・軽・重油）の取り扱いです。配送基地を設け、配送サービスを一層強化し、長期安定的な収益基盤づくりに励んでいます。

具体例を挙げると、土木工事の現場における軽油のパトロール給油や、産業用・農業用の重油の配送、冬場の灯油配送サービスがそれです。SS事業による収益効果を大きく上回るケースが珍しくありません。

例えば、インターネット検索で

「パトロール給油」と入力してみてください。各地の有力企業の取り組み内容や事業概要が分かります。

SSのセルフ化進展やSS総数の減少を背景に、燃料油の配送需要は大きくふくらんでおり、また、通年型の魅力ある事業へ導きながら、多大な成果を挙げています。

SSと異なり、配送基地は立地条件を問いません。閉鎖・撤退したSSをそのまま配送基地に転用したり、遊休地を有効活用してありますが、これなどは無理・無駄のないやり方です。

燃料商社（伊藤忠エネクスグループ）の例を挙げると、災害対応型の石油配送基地「絆ネットセンター」（複数展開）が事業をすでに軌道にのせ、各方面から注目を集めています。

「絆ネットセンター」は、BCP（事業継続計画）の要件を満たしており、また、膝元の自治体と連携しその動きをとるよう体制を固めています。

緊急時対応を踏まえた時、不可

欠であるのが「石油」です。この視点でも各地域の石油配送基地の重要性は増しており、今後さらに各地で新たに立ち上げられることになりそうです。

これまでSSビジネスは、系列という枠組みの中で成立してきました。「元売再編」最終章を迎えた今、この先々のことを考えると、ガソリン販売を中心とした利幅の薄い商売にとらわれ過ぎるのは賢明ではありません。

ガソリン販売量が突出した販売大手だけが将来に勝ち残ることが容易に想像できるからです。家電、文具、医薬品、衣料品……等々、いくつもの業界で事例は上がります。これは明々白々たる事実です。

## パトロール給油の需要がふくらむ

石油（販売）業界で「パトロール給油」なる専門用語が使われるようになったのは、バブル経済（1980年代中盤以降）のころだったと記憶しています。

当時は、地域の小規模SSが土

木工事ほかの現場の燃料油供給に個別に対応していました。

ただし、SS運営が本業です。もっぱら現場での燃料油供給は本業を補完する業務として位置づけられていました。

昨今の動きをつかむと、パトロール給油を行っている石油販売業者にはSSを保有していないケースがけっこう目に付きます。

このパトロール給油の分野では、彼らはノウハウを蓄積しており、工事を請け負う大手ゼネコンなどが要求する各種条件や安全基準ほかを完璧に満たすようにして給油業務を行っています。

請求書に添付する「給油明細」の作成とか「免税券」の取り扱いなどにも精通しており、専門業者としてその優位性をいかに発揮しています。

昨年終盤、軽油の免税制度の虚偽報告（税逃れ容疑）で全国で初めて石油販売業者が摘発されましたが、パトロール給油の業者には、このような不正行為を絶対に許さないように給油管理業務の適正化についても強く求められ

ます。

かくあるなかで地方へ行くほど、パトロール給油への需要の高まりが認められます。専門業者に頼りたくてもそれがなかなか難しいからです。ならば、藤元のSS業者がその期待に応えていくべく体制を整える。その構図が鮮明に浮かび上がります。

灯油配送管理システム「雪ん子」の最新(クラウド)版Ver.12は、灯油の配送業務にとらわれることなく、これらパトロール給油にも対応できるようにしています。

### 外販(配送)部門とSS経営の強化

SS業界は、燃料油を主としてさらに「車関連」「家庭関連」両分野の販売活動に力を込めてきました。両分野が意味するもの、いわゆる油外収益です。

そもそもSSが油外収益を稼いでいかないと食べていけない。石油元売が系列SSに対し、油外への取り組みを推奨しながらガソリンを卸売りしてきたのですから、実におかしな話です。

ガソリン口銭が圧縮しているから、その分を油外で賄う。このような発想に対し、疑問や違和感を抱くSS経営者は増えていきます。

そうではなく、地域性と企業の独自性を武器に、配送需要のふくらみをとらえて配送業務を新たに事業として立ち上げる石油販売業者が今、着実に増えています。

このケースで当面の課題として上がるのは、配送システムの構築・配送体制の強化・配送員(危険者取扱資格者)の確保です。

ただ、これらに関する項目についても補助金制度が設けられています。ですから、それを上手に活用するとその分、初期投資を抑えることができます。

燃料油の配送は、SS業者ならではの強みを発揮できる分野です。

既存の設備と機器を生かせる、経験豊富な有資格者がいる、仕入れルートをもつ、石油流通の詳細について明るい、などなど。異業種参入が容易ではないこともプラス要素に働きます。要は、SS

業者がこの領域に力を注いでいくと、事業を拡大できる可能性が大きいのです。

### 「雪ん子クラウド版」とSS業態革新

配達業務をすで行っている石油販売業者に対し、「配送強化」といつてもあまりピンとこないかも分かります。

ここで私が述べる配送強化とは、消費者の視点に立ち、その仕組みにも磨きをかけながら、魅力的なサービスを提供していくことです。

消費者の立場に立つと、メニューや品ぞろえが豊富、値ごろ感がある、時と場所を選ばず注文できるのは何よりうれしい。

「オンライン決済ができる」「ポイント付与」「指定した時間に届く」等々、さらに利便性に優れると利用者数を確実に増やします。

燃料油配送ではそれらに付随して「災害時対応でも抜かりがない」といった点が大きな売りになります。

のデータ送信ができるようになり、それにより配送エリアも飛躍的に拡大します。

この「雪ん子/クラウド版」によるSS業態革新は「配送分野」だけに止まりません。SSのドライブウェイにおける油外販売活動にも応用できます。

### SSを起点とする「宅配ビジネス」の可能性

私は今のこの仕事を通じ、これまで各地で多くの石油販売業者様と「宅配ビジネスの可能性」



配送センターの名称には地域名や自社独自のブランドを冠したものが目につく

地域のお客様を強く意識し、また、将来の広域展開を踏まえているのが主な理由だ

そして、それらを首尾よく運ぶために外せないのが、顧客管理データベースの活用です。また、そのシステム構築にあたり拡販戦略性に富むこと、作業ミスを未然に防げること、業務省力化を促すことが大きなポイントとなります。

SS店頭業務の片手間に行うような受注体制を敷いていたのでは、お客様に十分に満足して頂くことはできません。

まず「CTI」(受注専用回線/電話とコンピュータの統合システム)を装備した受注専用窓口を設けることをお勧めします。

電話受注に加え、パソコンや携帯端末(スマートフォンほか)による24時間無人受注体制を整えるのも至極大事なこと。受注内容は、配送スタッフへ即時配信するなど、受注体制を一層強化していきます。

これは冬場の「配達灯油」の受注方法に限られた話ではありません。

弊社の灯油配送管理システム「雪ん子」の場合、受注センターで受注したデータは出先の配送スタッフ所持する3Gハンディ

について模索し行動をとり、宅配(配送)事業にかかわるお手伝いをしてきました。

地域性や企業特性は各社各様異なります。それがゆえに、配送する商品アイテムや提供するサービスは実に多様です。

少子高齢化が進む過疎地のあるSS業者は、「買い物代行」や「デイサービス」(昼間に日帰りで利用できる通所介護サービス)という、ならではのサービスを打ち出していました。

およそガソリンスタンドとはかけ離れた地域密着型ビジネスです。地域に愛される業態とはどういうものか思い知らされました。

商売の原点に立ち返ることが地域に愛されるSSとして至極大切なこと。厳しい現実に対峙し、前を向く仲間たち(石油販売業者)がいるのは何とも頼もしく感じられます。

石油(販売)業界の未来を拓くために暑さを言い訳にせず、今夏もまた誰もが頑張りました。残暑お見舞い申し上げます。

POSで受信できます。それにより迅速な配送サービスを実現しています。

配送センターの立ち上げ(開設)は、配送件数が少ない時期(例:「配達灯油」なら夏場)に行い、新たに導入されたシステムおよび操作方法、そして、それらを駆使した業務の流れに慣れておくのも配達事業を成功に導くためのポイントです。

昨今、新たに立ち上げられた配送センターの名称をみると、社名をうたうのではなく、地域名や自社独自のブランドを冠したものが目に付きます。地域のお客様を強く意識し、また、将来の広域展開を踏まえたものであるのが主たる理由です。

石油販売業者の配送サービスは、いまだ冬場の灯油配送という印象が強い。けれども、これから先は通年型の高収益事業へ育てていく発想が不可欠です。

### 「パト給」専用システムの概要

当社が提供する「雪ん子」は