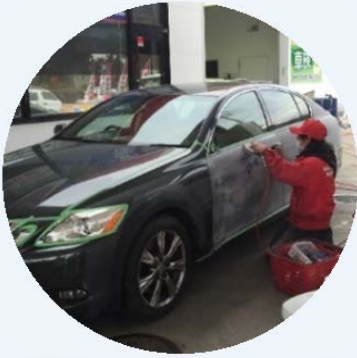


SS経営に関する優秀事例 100選



刊行に寄せて

サービス・ステーション（以下、SS）は、中長期的に石油製品の安定供給の役割を果たしていくことが求められているため、健全な競争の枠組みの下で、多様なビジネスモデルが競い合いつつ、適正なマージンを確保し、必要な再投資を行うことが不可欠です。

SS事業者が、全国の先進的なSS経営の事例を参考としつつ、自社のビジネスモデルを見直し、改善していく契機としていただければと思い、「SS経営に関する優秀事例100選」として取り纏めました。

本事例集には、一人一人の経営者・SSスタッフの方々のたゆまぬ努力と創意工夫が溢れております。SSの経営に王道はなく、百人百様のアプローチが見られる一方で、共通して見られる特徴は、各自の創意工夫を徹底的に実行に移している点です。

SS業界を取り巻く厳しい外部環境にも関わらず、経営改善の取組を徹底することにより、顧客の困り込みやマージン、販売量等で他を凌駕する事例が多数見られ、この業界のエキサイティングな側面がよく表れていると思います。

本事例集が全国のSS経営者の方々に読まれることにより、ビジネスモデルを切磋琢磨していただく契機になるとともに、SSビジネスの魅力が世の中に再認識されて、SS経営層やスタッフの人材不足問題の解決の一助となることを願ってやみません。SS業界全体に大きな発展の気運が湧き起こることを祈念いたします。

平成28年5月

資源エネルギー庁 資源・燃料部長 藤井 敏彦

本書は、創意工夫を凝らして先進的な経営モデルを確立したSSを、「SS経営に関する優秀事例100選」として選定し、四分野すなわち、①顧客満足度を高める価値を提供するSS、②企業体としての競争力強化するSS、③地域の多様なニーズや社会的課題に応えるSS、④人材力・ダイバーシティ（多様性）で勝負するSSに分類し、取り纏めたものです。

本事例集に掲載するSS事業者の選定に当たっては、全国石油商業組合連合会、元売・商社各社、JA全農等のご協力を得て全国から収集し、小嶋正稔委員（東洋大学 経営学部 教授）を中心とする外部有識者（小嶋委員の他に、小川恒正委員（中小企業基盤整備機構 事業承継・引継ぎ支援センター長）、後藤康浩委員（前日本経済新聞社 編集局編集委員）、西田明德委員（フロンティア・ターンアラウンド株式会社 代表取締役専務））による審査を経て選定いたしました。

今回選定された100の優秀事例が広く全国のSS経営者・スタッフの方々に読まれることにより、全国各地のSSが経営力を磨き上げ、燃料の安定供給の責務を中長期的に果たしていく一助となることを期待しています。

目次

P. 3 地域別SS事業者マッピング

P. 17 (1)顧客満足度を高める価値提供

P. 71 (2)企業体としての競争力強化

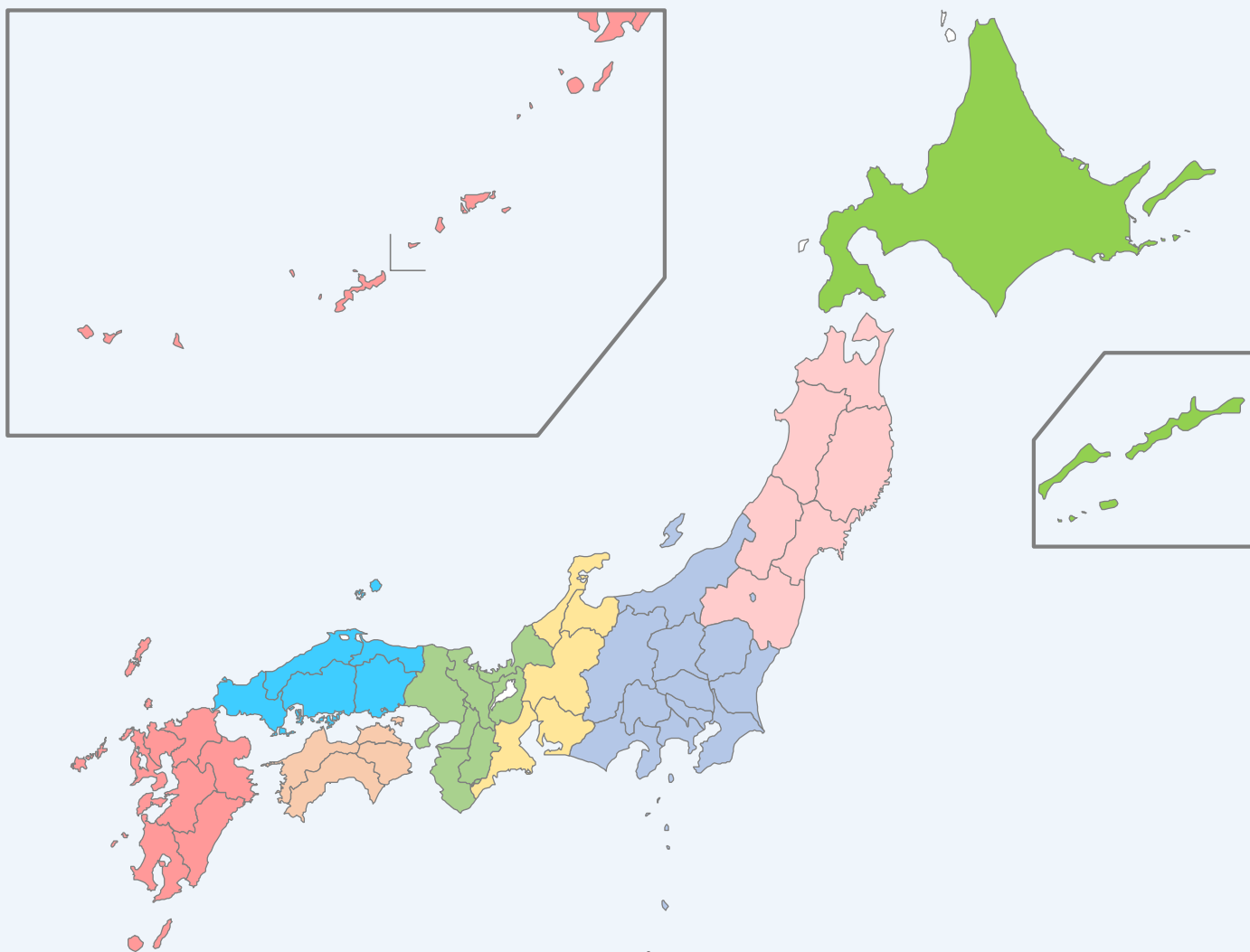
P. 93 (3)地域の多様なニーズや社会的課題への対応

P. 121 (4)人材力・ダイバーシティ(多様性)

P. 133 SS事業者一覧表(索引)

地域別SS事業者マッピング

地域区分一覽



北海道

北海道

東北

青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県

関東

茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、新潟県、山梨県、長野県、静岡県

中部

富山県、石川県、岐阜県、愛知県、三重県

近畿

福井県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県

中国

鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県

四国

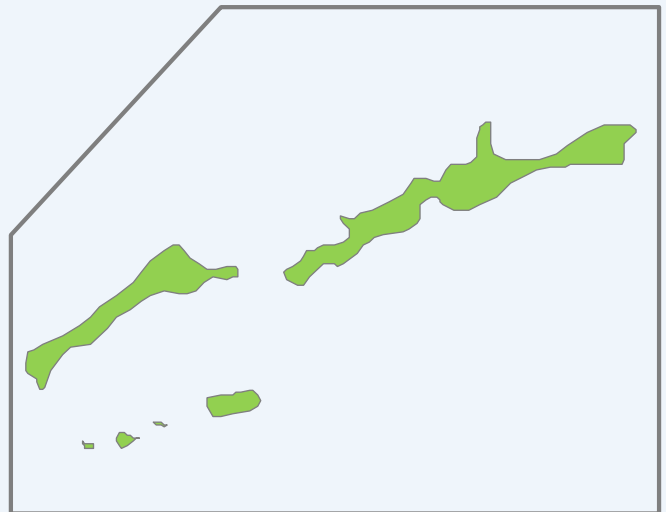
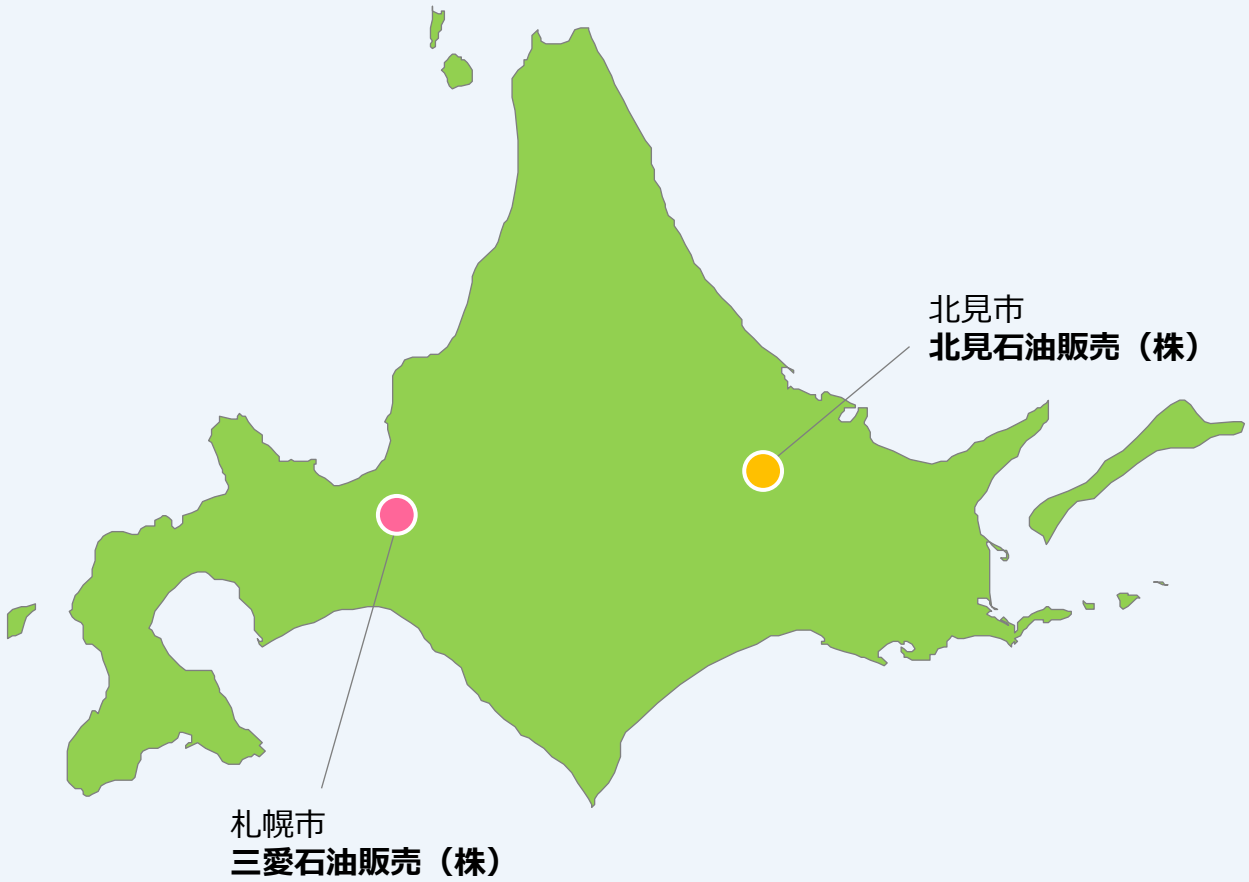
徳島県、香川県、愛媛県、高知県

九州・沖縄

福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県

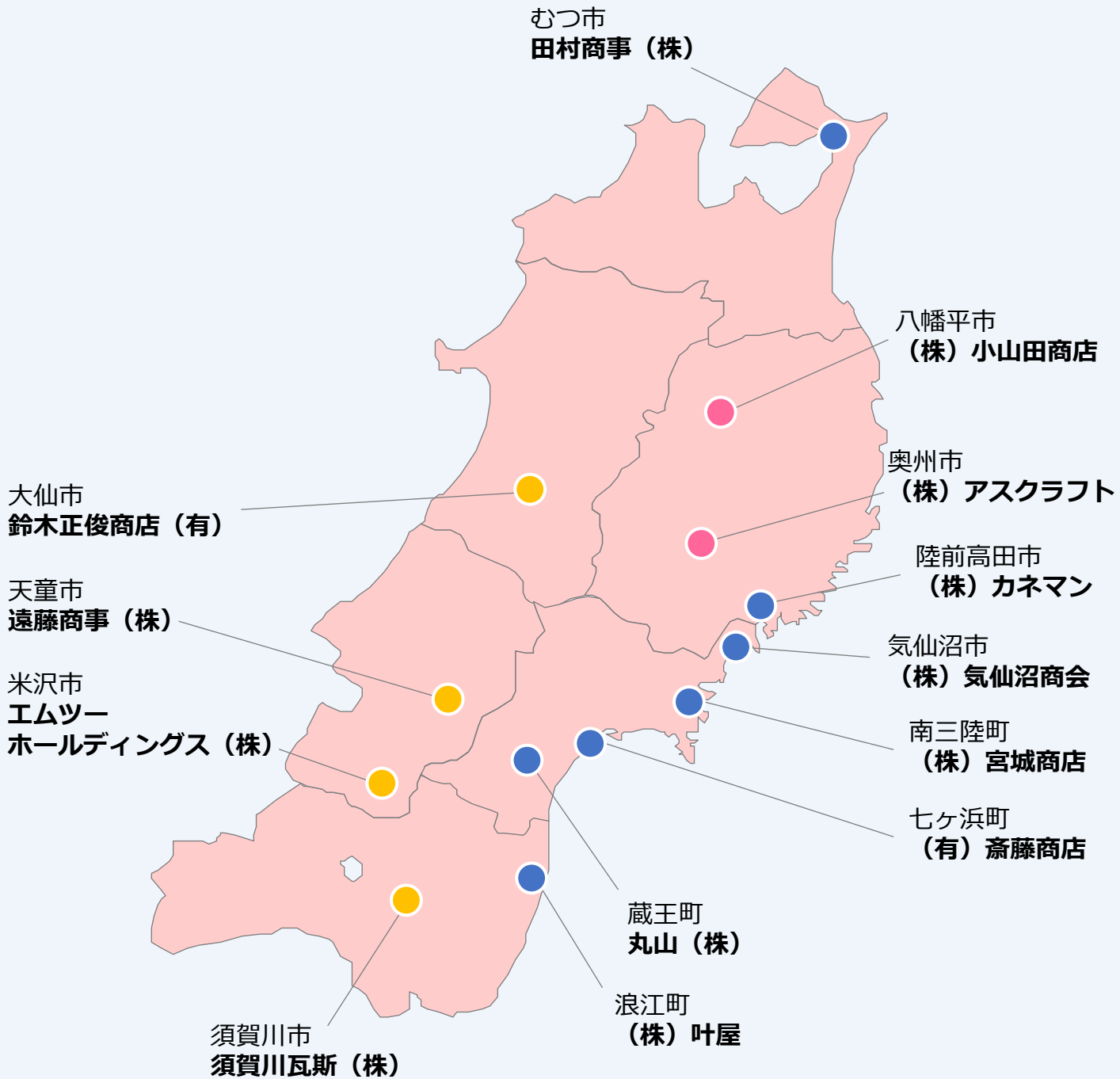
※区分は各地方経済産業局の管轄都道府県に準ずる。
ただし、九州と沖縄は統合している。

北海道



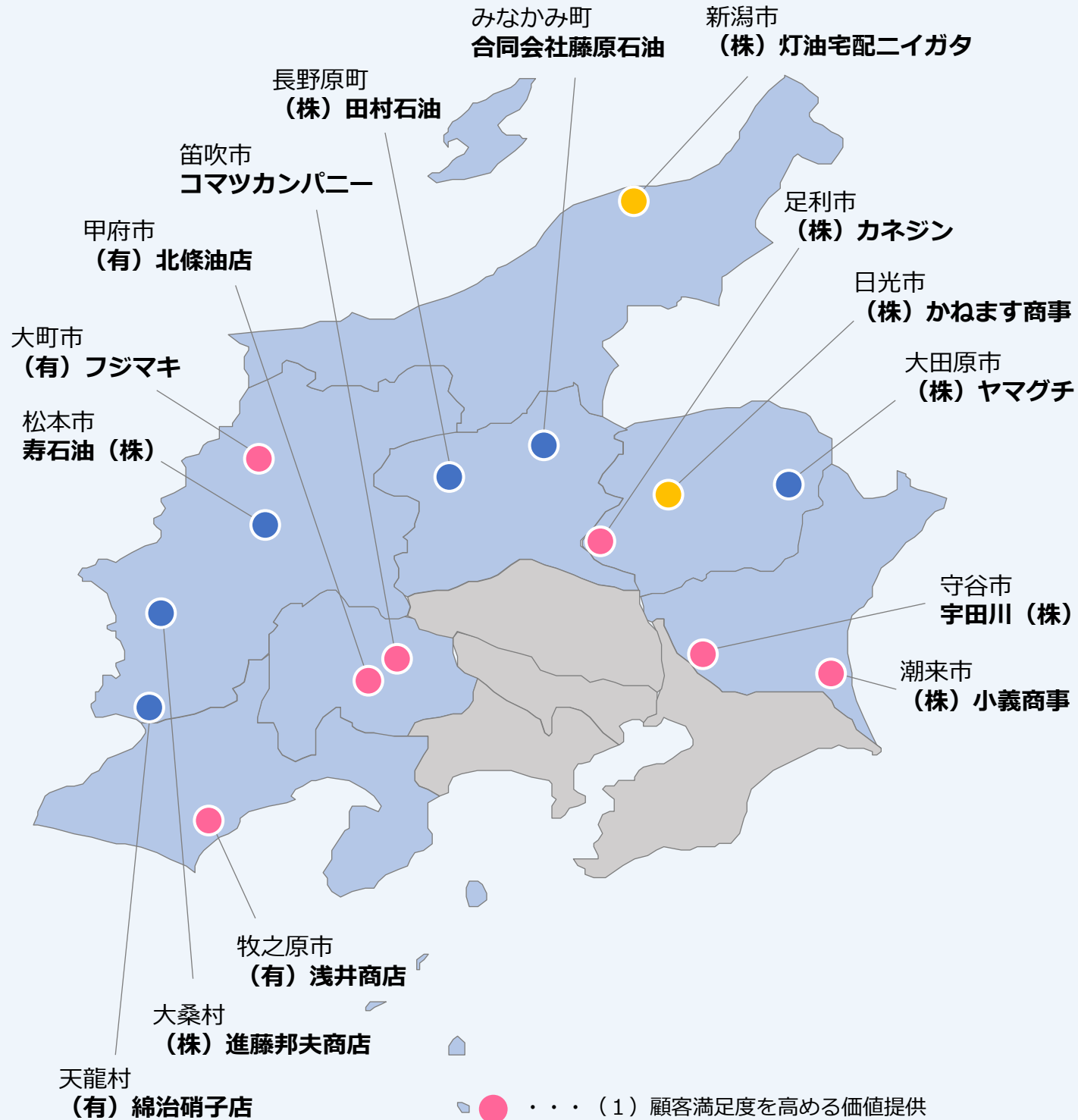
- . . . (1) 顧客満足度を高める価値提供
- . . . (2) 企業体としての競争力強化
- . . . (3) 地域の多様なニーズや社会的課題への対応
- . . . (4) 人材力・ダイバーシティ（多様性）

東北



- (1) 顧客満足度を高める価値提供
- (2) 企業体としての競争力強化
- (3) 地域の多様なニーズや社会的課題への対応
- (4) 人材力・ダイバーシティ (多様性)

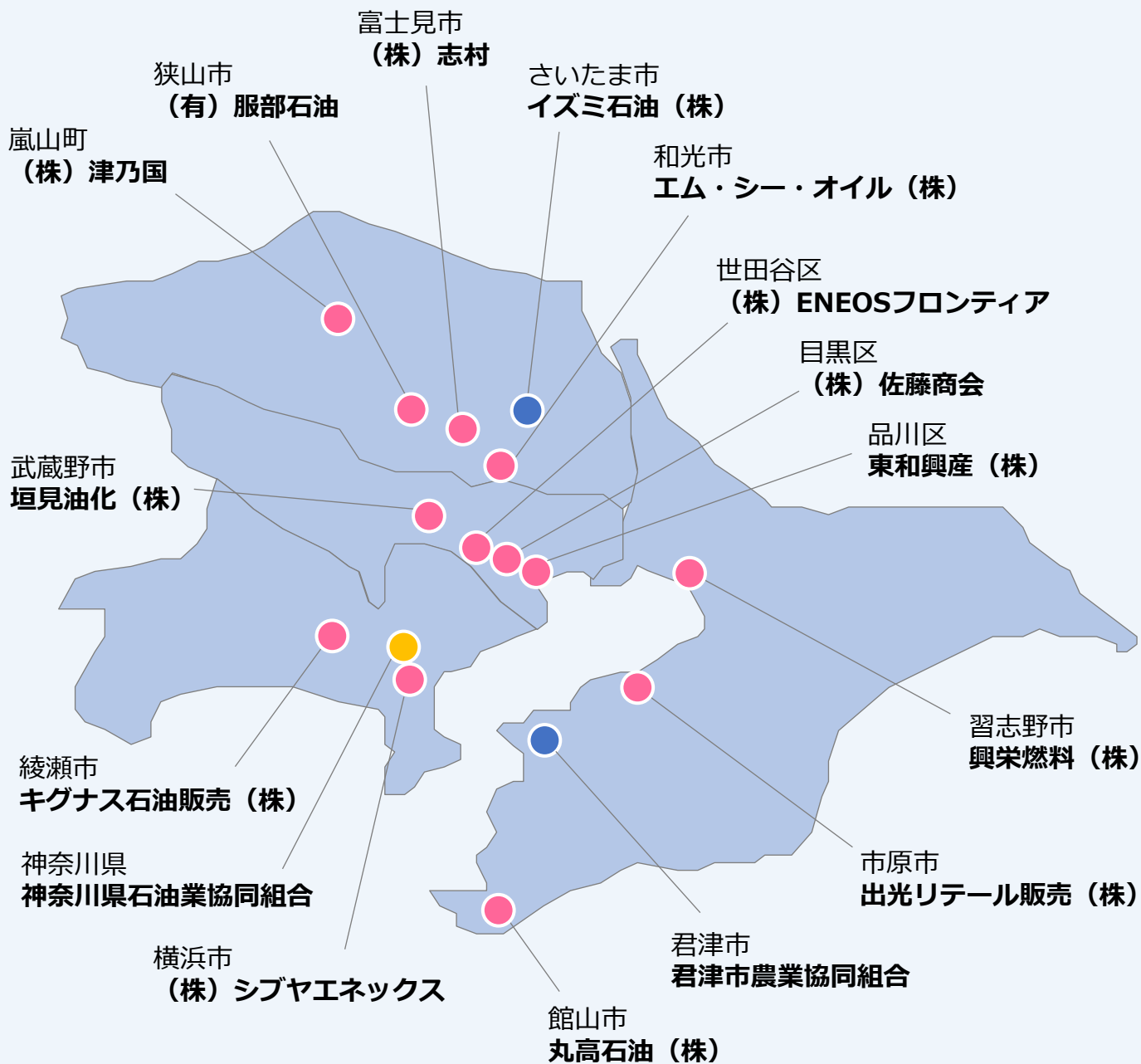
関東



- (1) 顧客満足度を高める価値提供
- (2) 企業体としての競争力強化
- (3) 地域の多様なニーズや社会的課題への対応
- (4) 人材力・ダイバーシティ (多様性)

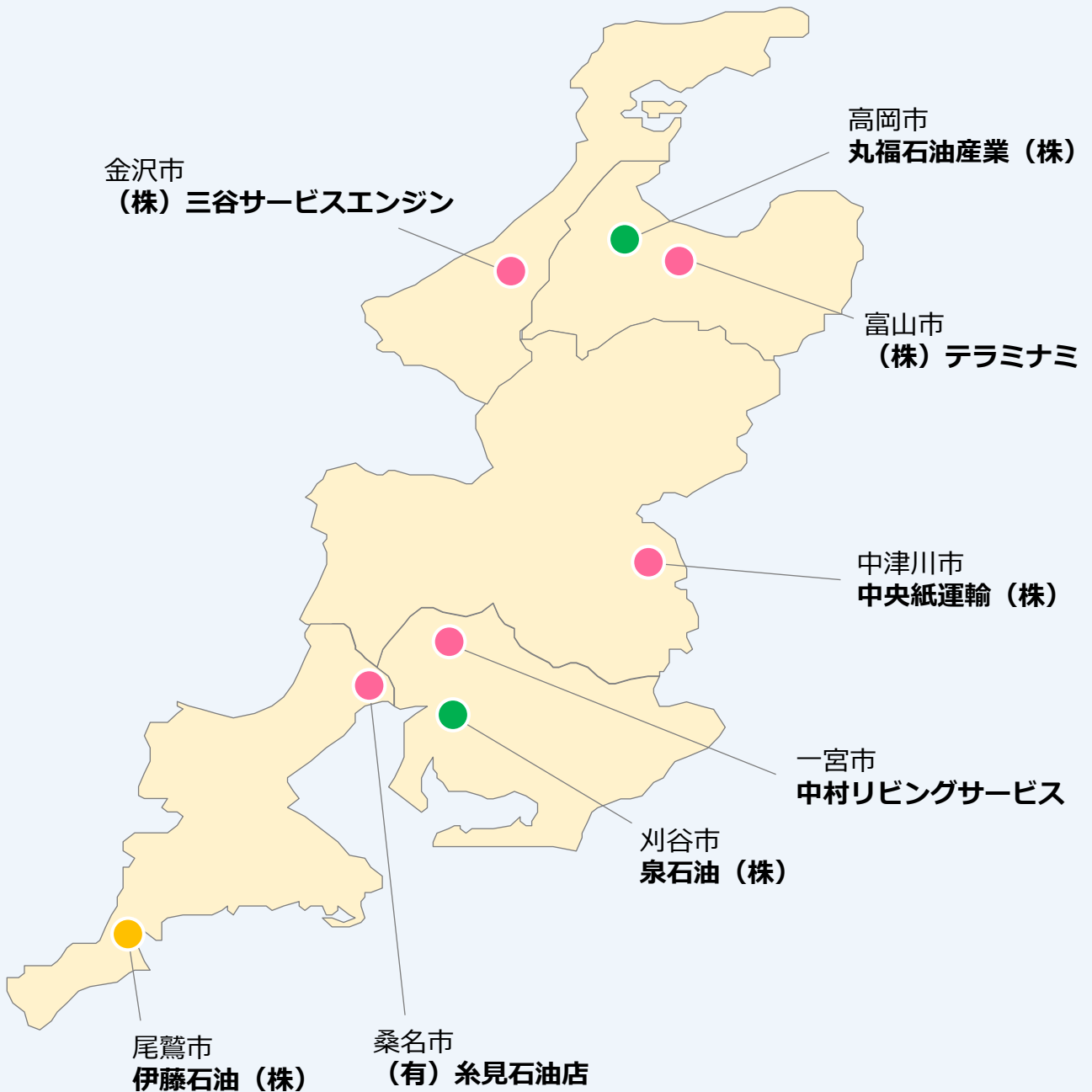
※東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県は次頁に記載

関東(東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県)



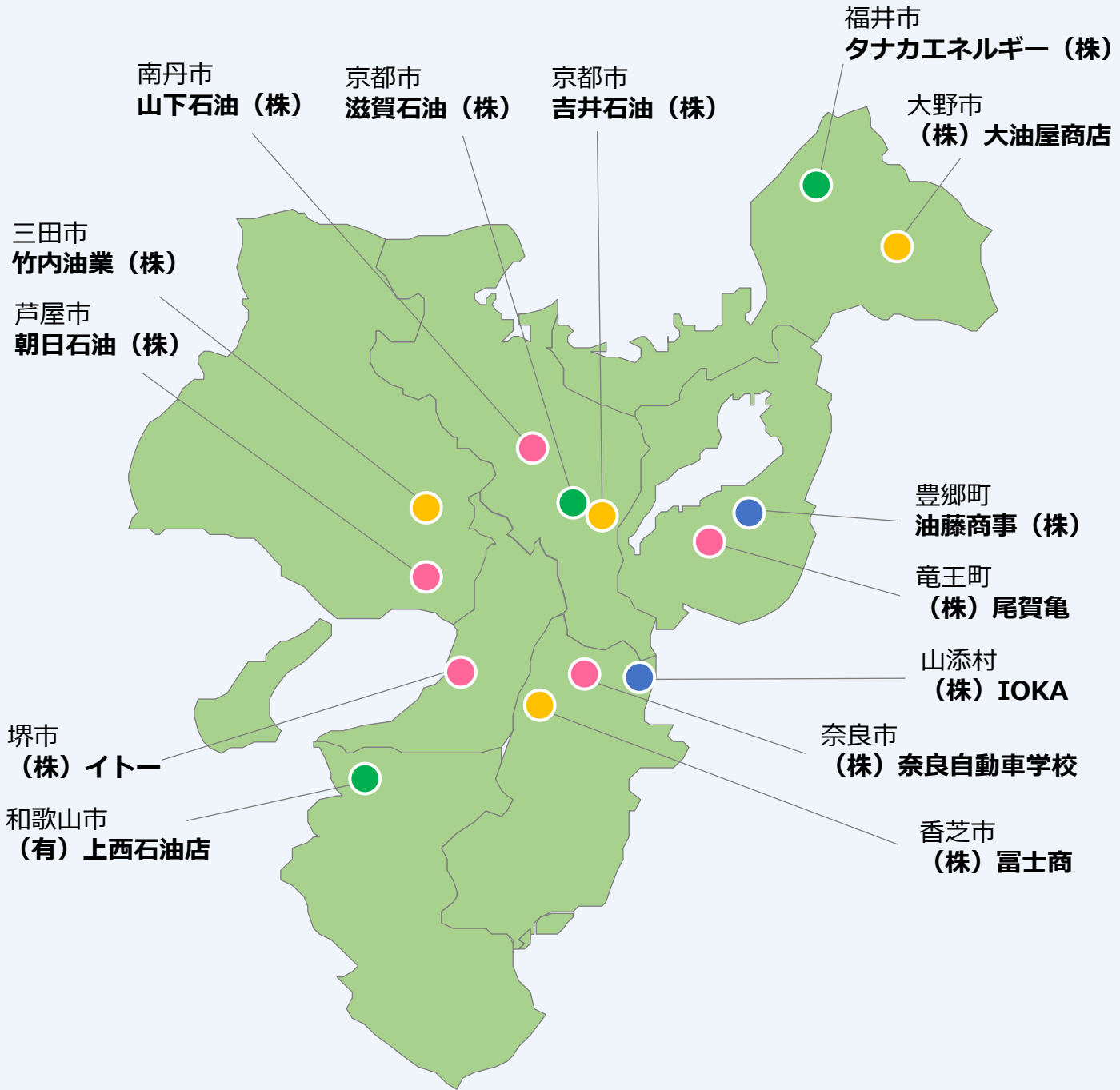
- (1) 顧客満足度を高める価値提供
- (2) 企業体としての競争力強化
- (3) 地域の多様なニーズや社会的課題への対応
- (4) 人材力・ダイバーシティ (多様性)

中部



- (1) 顧客満足度を高める価値提供
- (2) 企業体としての競争力強化
- (3) 地域の多様なニーズや社会的課題への対応
- (4) 人材力・ダイバーシティ (多様性)

近畿



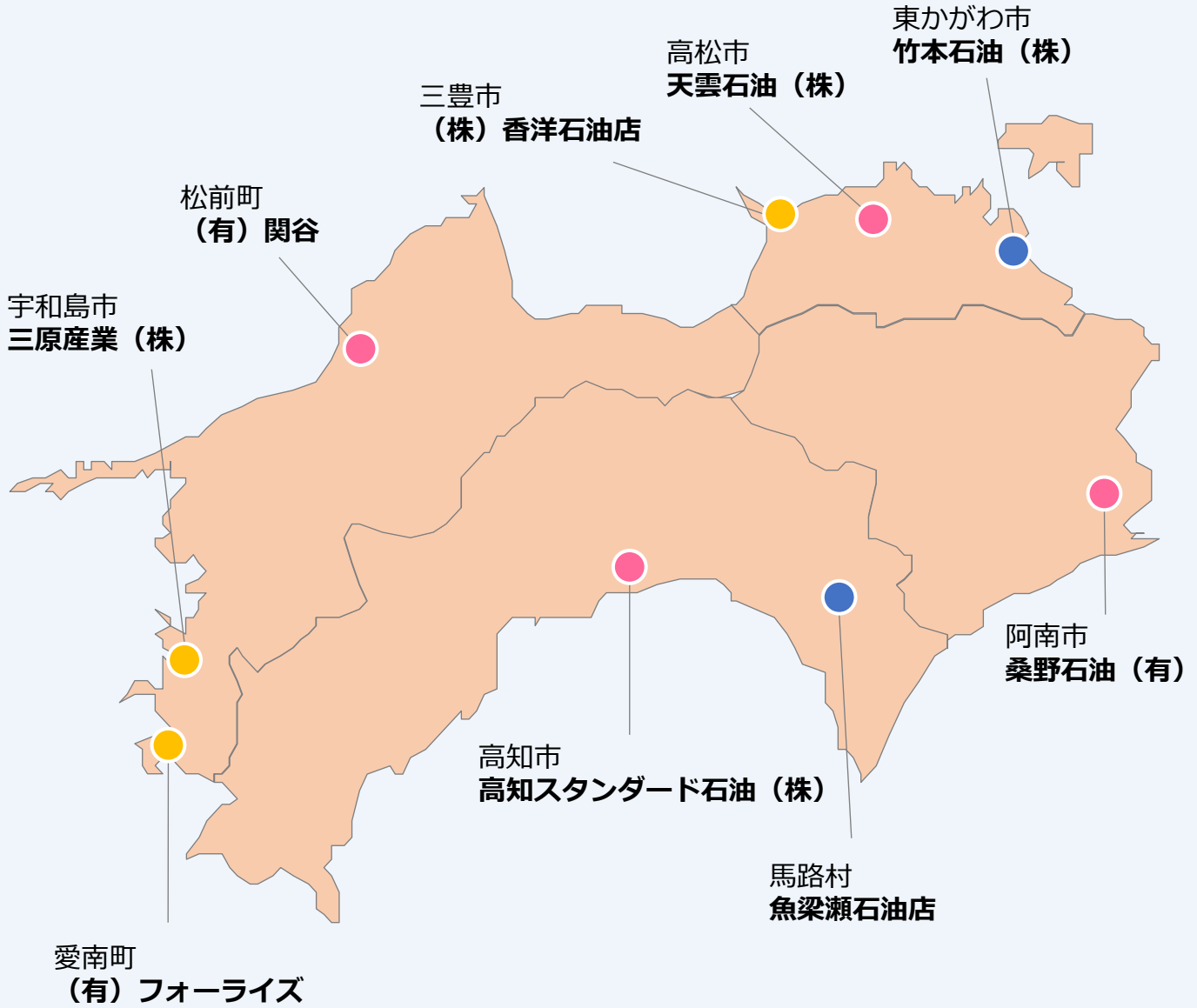
- (1) 顧客満足度を高める価値提供
- (2) 企業体としての競争力強化
- (3) 地域の多様なニーズや社会的課題への対応
- (4) 人材力・ダイバーシティ (多様性)

中国



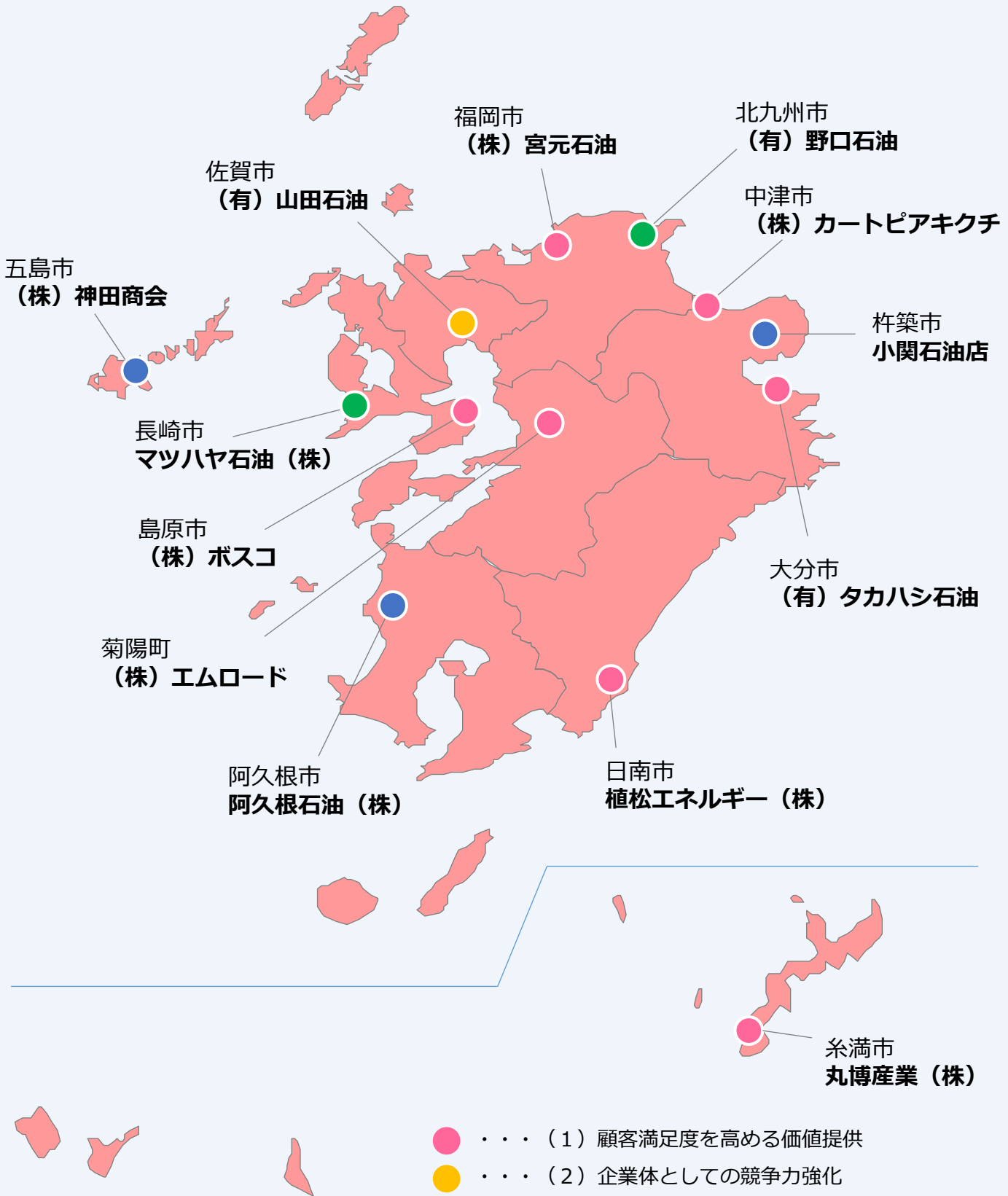
- (1) 顧客満足度を高める価値提供
- (2) 企業体としての競争力強化
- (3) 地域の多様なニーズや社会的課題への対応
- (4) 人材力・ダイバーシティ (多様性)

四国

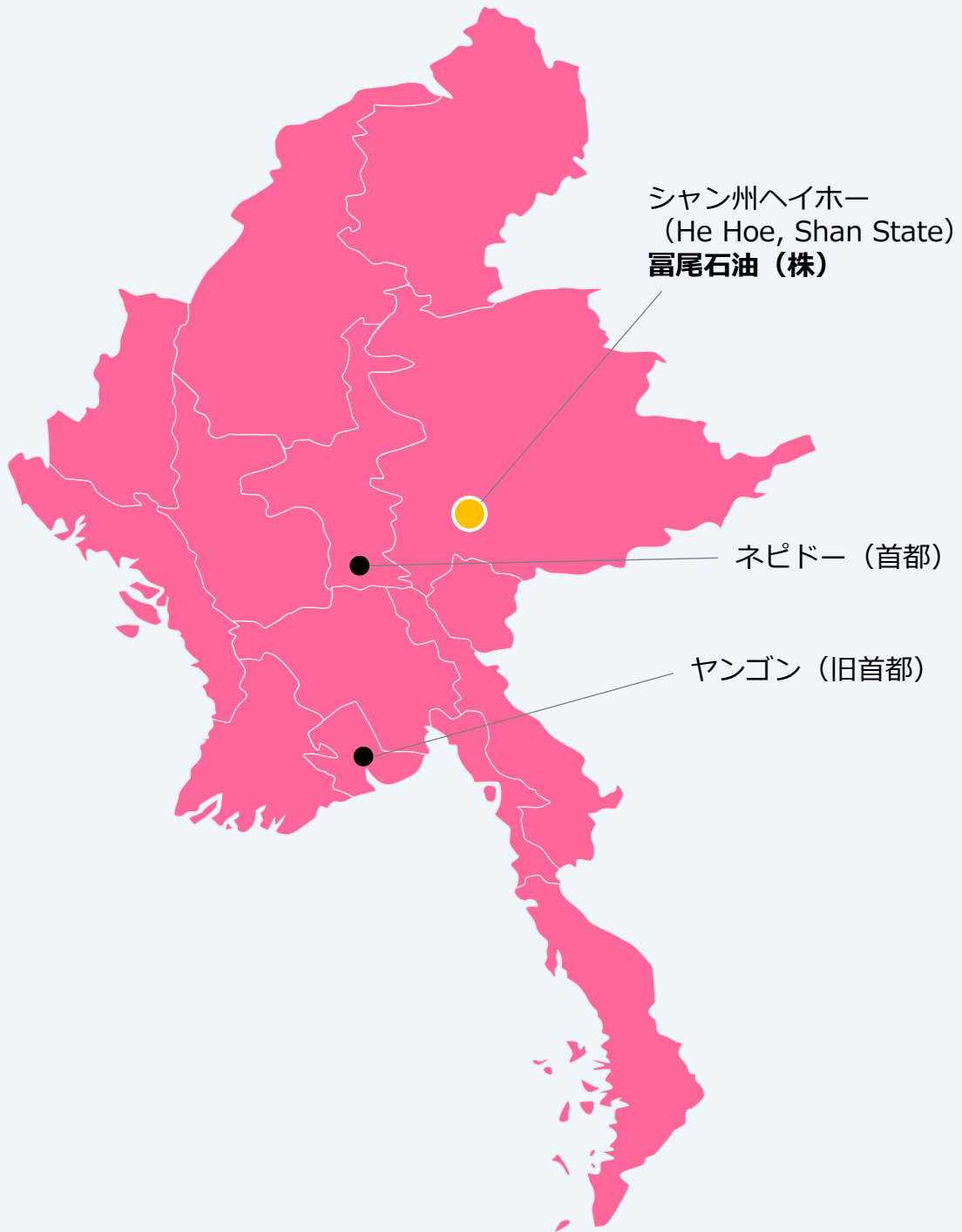


- (1) 顧客満足度を高める価値提供
- (2) 企業体としての競争力強化
- (3) 地域の多様なニーズや社会的課題への対応
- (4) 人材力・ダイバーシティ (多様性)

九州・沖縄



海外(ミャンマー)



- . . . (1) 顧客満足度を高める価値提供
- . . . (2) 企業体としての競争力強化
- . . . (3) 地域の多様なニーズや社会的課題への対応
- . . . (4) 人材力・ダイバーシティ (多様性)

(1) 顧客満足度を高める価値提供

目次

カテゴリ（１）顧客満足度を高める価値提供

1	三愛石油販売株式会社	オブリステーション月寒東	…P22
2	株式会社小山田商店	岩手山SS	…P23
3	株式会社アスクラフト	江刺ふるさと市場前SS	…P24
4	株式会社小義商事	潮来バイパスSS	…P25
5	宇田川株式会社	Dr.Driveふれあいセルフ守谷店	…P26
6	株式会社カネジン	足利大前SS	…P27
7	有限会社服部石油	堀兼SS	…P28
8	エム・シー・オイル株式会社	和光SS	…P29
9	株式会社志村	シムラス車検センター	…P30
10	株式会社津乃国	嵐山快洗隊給油所（キーパーラボ）	…P31
11	丸高石油株式会社	館山八幡サービスステーション	…P32
12	興栄燃料株式会社	秋津給油所	…P33
13	出光リテール販売株式会社	姉崎給油所	…P34
14	株式会社ENEOSフロンティア	Dr.Driveセルフ烏山店	…P35
15	東和興産株式会社	プレステージ天王洲SS	…P36
16	株式会社佐藤商会	CaReS中目黒	…P37
17	垣見油化株式会社	DDオートジョイ吉祥寺SS	…P38
18	株式会社シブヤエネックス	スタシオン鍛冶ヶ谷	…P39
19	キグナス石油販売株式会社	セルフ綾瀬	…P40
20	株式会社テラミナミ	パークロード中老田	…P41

目次

カテゴリ（１）顧客満足度を高める価値提供

21	株式会社三谷サービスエンジン	Dr.Drive東力町SS	…P42
22	有限会社北條油店	高畑給油所	…P43
23	コマツカンパニー	石和松本SS	…P44
24	有限会社フジマキ	大町南給油所	…P45
25	中央紙運輸株式会社	ウエストポイント中津川SS	…P46
26	有限会社浅井商店	牧之原給油所	…P47
27	中村リビングサービス	尾張セントラル給油所	…P48
28	有限会社糸見石油店	オートオアシスナガシマ	…P49
29	株式会社尾賀亀	エクスプレス竜王	…P50
30	山下石油株式会社	園部中央SS	…P51
31	株式会社イトー	緑ヶ丘SS	…P52
32	朝日石油株式会社	芦屋セントラル	…P53
33	株式会社奈良自動車学校	紀寺SS	…P54
34	株式会社トリベイ	G-YOUステーション大森	…P55
35	株式会社江津丸善	セルフ江津	…P56
36	折口興産株式会社	阿賀駅前SS	…P57
37	関西鉱油株式会社	セルフステーション大内	…P58
38	桑野石油有限会社	桑野SS	…P59
39	天雲石油株式会社	中森大橋SS	…P60
40	有限会社関谷	Dr.Drive 岡田店	…P61

目次

カテゴリ（1）顧客満足度を高める価値提供

41	高知スタンダード石油株式会社	いちご野SS	…P62
42	株式会社宮元石油	セルフ島廻橋	…P63
43	株式会社ボスコ	島原FS	…P64
44	株式会社エムロード	Dr.Drive 光の森SS	…P65
45	有限会社タカハシ石油	鶴崎SS	…P66
46	株式会社カートピアキクチ	中津SS（車両部・営業部）	…P67
47	植松エネルギー株式会社	日南給油所	…P68
48	丸博産業株式会社	西崎SS店	…P69

「北海道で高額洗車は売れない」という固定観念を覆し、高額洗車とコーティングで収益大幅増を達成。

背景・課題

- 高額洗車・コーティングのターゲットとして、車を大切にしますが洗車に手間をかけたくない顧客を想定。
- 具体的には、軽自動車に乗る女性、外車ユーザー、ミニバンユーザー、スポーツカーユーザー等で、アンケートを実施した結果、「コーティングをやってみたい」との層とも一致。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 「北海道で高額洗車は売れない」という固定観念が存在したが、来店客アンケートで、高額洗車に一定のニーズがあると判明。
- 更に、北海道のSSコーティングの売上が、全国でもトップクラスであることを知った。
- 油外収益拡大の観点からも、早期に取り組むべきと判断。

【顧客満足度向上の秘訣①】<社外の先進事例に学ぶ>

- 同社内で高額洗車に取り組んでいる東海カンパニーの責任者を講師として呼び、スタッフ向けの講習会を実施。
- チラシやコーティング予約券等のツールも東海カンパニーで使用するものを活用。
- スタッフにレベルアップのための研修を実施した結果、顧客に品質の高い高額洗車を、よりスピーディーに提供出来るようになった。

【顧客満足度向上の秘訣②】<社員へのスキルアップの動機づけ>

- 来店客アンケートでのニーズ確認を踏まえ高額洗車を開始。
- 全社での接客サービスコンテストに同SS従業員を出場させ、高額洗車の技術・知識・セールストークのスキルを向上させた。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的效果】

- 12月の洗車収益は対前年比300%、油外収益も対前年比167%。
- 人件費に対する油外収益の割合は167%。



同社が新たに取り組む高額洗車



接客サービスコンテスト

今後の展望

- 車のボディの不満や疑問を解消し、より上質で均質な商品を提供するため、有資格者の更なる知識・施工技術の向上を図る。そのために、技術講習会への参加やSSでの定期練習により、スキルを向上させていく。
- 今後はグループとして高額洗車の売上向上へ取り組んでいき、社内の他SSへ水平展開し、極寒の北海道の地にコーティング文化を根付かせていく。

会社情報	会社名	三愛石油販売(株) ※2015年12月現在
	運営SS数	57 SS (フル: 10 SS, セルフ: 47SS)
	ガソリンの 月販ごとのSS数	月販100~300kl(28SS) 月販300~500kl(21SS) 月販500~1000kl(8SS)
	系列 (主なマーク)	JX、東燃ゼネラル石油、昭和シェル石油、 キグナス石油
	ガソリン卸先数	16社、18SS
	SS以外の 兼業事業概要	卸売業(販売店)

取組を 行っている店舗 情報	店名	オブリステーション月寒東
	所在地	北海道札幌市豊平区月寒東3条18-1-81
	立地特性	都市/住宅・街道立地
	営業時間	0:00~24:00 (24時間)
	従業員数	9名(社員:3名、アルバイト:6名)
	運営形態	セルフ
	敷地面積	335坪
	燃料油販売数量	440 kl/月

油外の中でも、とりわけタイヤの拡販に注力。メーカーとの打合せ等、徹底した事前準備やスタッフとの意思疎通により、毎年10%の伸びを実現。

背景・課題

- 燃料油商戦が活発化したことによりセルフSSが増加し、マージンが減少の一途をたどる業界で、生き残るSSとなるためにはどうするかを長年模索。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 生き残るための答えは「油で食えないなら、他で食う努力をせよ！」であった。
- 各種の車両関連の商材がある中で、運営SSの多くが豪雪地帯で冬期用タイヤ需要があり、タイヤが一番身近な商材と認識。

【顧客満足度向上の秘訣①】<会社トップの熱意と多角的販売戦略>

- 様々な状況や顧客の全てに対応できるよう品揃え等を整えた。
- 社長自らが率先してタイヤ販売の見本を示した。
- タイヤメーカーの協力を得て、顧客の視線に訴える大量陳列を実施し、夏・冬タイヤの拡販を実現。

【顧客満足度向上の秘訣②】<社員教育>

- 社員各自に責任を持たせる意味で、個別の販売目標を設定。
- 「いつまでに、誰が、どのように」実践するかも明確化。
- 全社員の知識向上のために何度も勉強会を実施。メーカーのブリヂストンタイヤからも勉強会の講師等で協力を得た。
- 社外でも販売にチャレンジ（いつでも、どこでも、だれでも、商材のCMができるように）

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 社内全体で年間のタイヤ販売本数1万本、売上額1億円程度。
- タイヤ販売は、毎年10%近い伸び率。
- 自分達で売れる環境を整え、それが実現していく素晴らしさをタイヤ販売から学んだ。



注力するタイヤ販売



タイヤメーカーとのミーティング風景

今後の展望

- 顧客、社員、そしてその家族の幸せと「当社らしさ」の追求のもと、地域に密着した「地域一番店」を目指していく。

会社情報	会社名	(株) 小山田商店
	運営SS数	5 SS (フル: 5 SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	—
	系列 (主なマーク)	出光興産
	ガソリン卸先数	—
	SS以外の兼業事業概要	LPガス、産業用、灯油配送、新車・中古車販売、車検整備 (指定工場3か所)

取組を行っている店舗情報	店名	岩手山SS
	所在地	岩手県八幡平市大更第1地割308-2
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	平日: 7:00~21:00 休日: 7:30~20:30
	従業員数	—
	運営形態	フル
	敷地面積	—
	燃料油販売数量	—

清潔感のある、過ごしやすいSSを心掛け、顧客満足向上に真摯に取り組むことで、月販油外収益1,000万円を達成。

背景・課題

- 業界内でセルフ化が進み競争も激化する中、月販100kl足らずであった旧SSの移転・新築を判断。
- セルフサービスのスタンドであっても、フルサービスにひけを取らない満足度の確保が課題であった。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 新設のスタンドがオープンして1年後に発生した東日本大震災を契機に、その後、急激に販売量が伸びることとなった。

【顧客満足度向上の秘訣①】<清潔感あるくつろぎの場>

- 清潔なトイレを心がけ、掃除を徹底。
- マッサージチェアを設置し、くつろげる場を提供。
- 作業、洗車等で待つ顧客だけでなく、来店した顧客すべてにくつろぎの場を提供。

【顧客満足度向上の秘訣②】<顧客の声を真摯に聞く>

- 顧客の増加に伴い、女性客も増加し、合わせて厳しい声やお褒めの声の双方が得られるようになった。
- その顧客の声が、また従業員の刺激となり、美化意識も高揚。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的效果】

- 現状、月間400klの販売量。
- 車販、車検、钣金塗装、コーティング等で油外収益を増やし、月販油外収益1,000万円を超える。
- 顧客の増加により、従業員の表情にも変化。1人1人の意識が変わり、明るくさわやかな店舗となった。



充実した整備設備



くつろげる場

今後の展望

- 1人1人の気づきで、清潔で心地よいSSづくりに努め、顧客増加と油外収益につなげる。
- 钣金塗装工場と整備工場を新しく併設して顧客の要望に応え、作業は更に円滑に進めていく。

会社情報	会社名	(株) アスクラフト
	運営SS数	1SS (セルフ・フル併設型)
	ガソリンの月販ごとのSS数	—
	系列 (主なマーク)	JX
	ガソリン卸先数	0社、0SS
	SS以外の兼業事業概要	車検・整備・钣金塗装、コーティング

取組を行っている店舗情報	店名	江刺ふるさと市場前SS
	所在地	岩手県奥州市江刺区愛宕字金谷72-4
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	セルフ: 6:00~23:00 フル: 6:00~20:00
	従業員数	—
	運営形態	セルフ・フル併設型
	敷地面積	—
	燃料油販売数量	~400 kl/月

セミセルフを選択することにより、地域の顧客の幅広いニーズに柔軟に応える。一時的に離反した顧客も、固定客として回帰。

背景・課題

- セルフ化しつつ、一部フルサービスの計量機を残して営業を継続。完全セルフ化を避けたのは、掛け売りの顧客、農家の方、重機への燃料販売、冬に多いポリタンクの顧客等の幅広いニーズに応えるため。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ】

- 老朽化した地下タンクについて消防法対応が迫られる中、SS閉鎖まで考えたものの、地域のニーズを考え継続を判断。

【顧客満足度向上の秘訣①】<地域ニーズへの柔軟な対応>

- 高価な手洗い洗車ではなく、①洗車機+人による拭き上げサービスや、②予備洗車及び仕上げをして、チェックを入念にすることの方が高齢者のニーズに合うため、リピート客を獲得できる。
- 夏場はサーフィン客がセルフ洗車で寄っていきことが多い。
- 地域との信頼関係から、顧客が灯油切れを起こさないために、灯油の給油依頼がなくても近隣まで行った際に給油・配送を行う。

【顧客満足度向上の秘訣②】<古くからコンビニ併設>

- 約25年前からコンビニ併設を実施。顧客要望に応え駐車スペースも徐々に拡張する等サービスをマッチさせてきた。
- 米の販売も実施し、地元住民の方からの好評を得ている。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的效果】

- セミセルフ化後に、新規顧客獲得で数量は増えた。フルサービス当時の一部の顧客が離反したものの、セミセルフならではの柔軟な対応をアピールすることで徐々に離反した顧客も戻ってきた。



サーフィン客のニーズが強い洗車



併設するコンビニ

今後の展望

- 一度に大風呂敷を広げないで、出来ることからしっかりと、自分たちでできることを一つずつ進めて行く。
- 具体的には、顧客ニーズが高い、車検、カーリース等に取り組んでいく。

会社情報	会社名	(株)小義商事
	運営SS数	1SS (セミセルフ:1SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販100~300kl(1SS)
	系列 (主なマーク)	コスモ石油
	ガソリン卸先数	0社、0SS
	SS以外の兼業事業概要	LPガス販売

取組を行っている店舗情報	店名	潮来バイパスSS
	所在地	茨城県潮来市徳島5323-1
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	6:00~22:00
	従業員数	9名(社員:6名、アルバイト:3名)
	運営形態	セミセルフ
	敷地面積	350坪
	燃料油販売数量	300kl/月

地域No.1 接客をスローガンに、車の知識が少ないユーザーに対し、丁寧な説明や顧客にあった提案をコーディネートする手法を確立・継続。

背景・課題

- 従来より車検事業を行ってきたが、その中で車の乗り換えを希望する顧客や、車検時に小傷を補修したいという顧客のニーズがあり、それらに応えられるようにするニーズを発見。
- 恒常的に自動車は使うが、メンテナンス等の知識がない顧客層を主なターゲットに車検・整備を提供。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 声かけで実施した安全点検から、知識不足により全くメンテナンスされておらず、いつ故障してもおかしくない車を発見。
- 車離れと言われる昨今、このような「乗ればいい」と考えている顧客にしっかり説明し、SS店舗の体制が整っているとアピールすることが必要と認識。

【顧客満足度向上の秘訣①】<顧客に合う丁寧な説明・提案>

- 自社の車検・修理工場を持つと考える中、SSの隣地が空くという情報を得て工場を建設出来ないか調査し、建設可能であることが判明したため新たに工場を建設。
- 車検の事前点検時に、今必要な整備とそうではない整備を分け、顧客の予算やライフスタイルに合わせた提案を実施。

【顧客満足度向上の秘訣②】<トータルサポートを周知>

- 顧客に車検・修理事業の開始を周知させるため、「守谷モール」と題して、カーライフのゆりかごから墓場までトータルにサポート出来ることをアピールし、周知活動を徹底。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 人材教育により、顧客への提案に活かせる車の知識が向上。
- また、地域ナンバーワン接客をスローガンに顧客に丁寧な提案をコーディネートする手法を確立し、継続している。



同SS内のピット。写真は整備終了後の車。



同SSの中古車販売のポスター。
オークションにも加盟している。

今後の展望

- 自動車整備士資格保有者の増強。修理工場における保険、钣金の受け入れ態勢、カーライフサポートの起点となる車販売の強化。
- 地域ナンバーワン好感度接客を目指しているが、まだ完全ではない。しっかりマネージャー、サブマネージャーだけでなく、一般スタッフ、アルバイトまで落とし込みを行っていきたい。

会社情報	会社名	宇田川(株)
	運営SS数	17SS(フル:10SS、セルフ:7SS)
	ガソリンの 月販ごとのSS数	月販0~100kl(2SS) 月販100~300kl(10SS) 月販300~500kl(5SS)
	系列(主なマーク)	JX
	ガソリン卸先数	31社、33SS
	SS以外の兼業事業概要	指定認証工場2か所、リペア工場2か所、 保険代理店、ガス販売事業、卸売業、 配送業

取組を 行っている 店舗 情報	店名	Dr.Driveふれあいセルフ守谷店
	所在地	茨城県守谷市立沢993-11
	立地特性	住宅/郊外立地
	営業時間	0:00~24:00(24時間)
	従業員数	10名(社員:5名、アルバイト:5名)
	運営形態	セルフ(スプリット型)
	敷地面積	1,043坪
	燃料油販売数量	510kl/月

一般ボトム価格から、3円高くても来店する顧客がターゲット。
顧客の6割は、ネットからの新規又はリピーター。

背景・課題

- 燃料価格のみではなくサービスも含め、総合的に判断する顧客がターゲット。
- ガソリン価格は一般的ボトム価格から、3円程度高く設定。
- 課題はサービスラインナップの向上、高品質サービスのワンストップ提供によるフルサービスの実現。
- 価格競争はスタンドに魅力が無いことが理由であり、魅力あるスタンドへの変革が必要と判断。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 新規事業として「車販」を検討した際、「中古車+アルファ」について考えた結果が「磨き」。

【顧客満足度向上の秘訣①】<高品質サービスの提供>

- 磨き専門企業の研修後、1ヶ月程度で「高価格・高品質サービス」を実現。2年後、コーティングの一つである「車磨きシステム（GPS）」へ参画し、講師及び代理店としての事業も開始。

【顧客満足度向上の秘訣②】<磨きをコアに据え集客>

- 施工品質、日程管理の安定・向上のため専用ブースを完備。
- 集客ツールを店頭からネットへ転換。施工内容はブログで公開。
- 遠赤外線ヒーター、代車等を用意し、幅広いニーズに対応。
- 「磨き」を付加価値とした車販等も実施。整備士資格及び認証工場を取得し保険も用意。総合販売力（サービス動線）を強化。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 磨きを含む洗車売上は10年前との比較で約300%、全体収益は25%増。
- またホームページは毎月約1,000PV、ブログは更新日に約300PV。



「車磨き&ボディーガラスコーティング」に注力し、専用ブースを完備。



スマートフォンサイト。集客の6割はネットから。

今後の展望

- 販売促進のツールは、PCから携帯端末へ変化。SNSを含め、手に取りやすい情報発信が課題。
- コーティング要らずと呼べるものは未だに開発されてなく、「磨き」への需要はあると認識。
- サービスの多様化が進むほど、「高品質を提供する」というのが必要であると実感。

会社情報	会社名	(株) カネジン
	運営SS数	1SS (フル:1SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	—
	系列 (主なマーク)	昭和シェル石油
	ガソリン卸先数	0社、0SS
	SS以外の兼業事業概要	—

取組を行っている店舗情報	店名	足利大前SS
	所在地	栃木県足利市大前町791-8
	立地特性	郊外/住宅立地
	営業時間	平日: 8:00~20:00 日祝日: 9:00~19:00
	従業員数	—
	運営形態	フル
	敷地面積	—
	燃料油販売数量	—

声かけを通じ、顧客ニーズを引き出す会話を工夫。
店づくりや顧客サービスに活かし、SSマネージャーは東燃ゼネラル石油が主催する「エクスプレスブランドマスター」を過去3回、受賞。

背景・課題

- セルフ化に伴い顧客とのコミュニケーション不足が浮き彫りに。顧客と積極的にコミュニケーションをとることは、顧客ニーズを反映した店舗づくりのための必須事項。自然かつ頻繁に顧客と双方向のコミュニケーションが図れる「仕組み」や「仕掛け」が必要となった。
- また、セルフ化に伴い顧客が直接目にするエリア、触れるものが飛躍的に増加。清潔な販売環境は小売業の基本であり、常にクレンリネス（清潔の維持）のレベルを高く保つ必要が生じた。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 支払いを簡単にする「スピードパス」等の勧誘は、単に燃料増販のためではなく、実は全ての顧客とのコミュニケーションの機会と気付く。

【顧客満足度向上の秘訣①】<ニーズを引き出すための会話>

- 声かけ・お勧めのコミュニケーションの中で、顧客のニーズを引き出すための会話作りを工夫。
- 引き出された顧客の「生のニーズ」を、店づくり・顧客サービスのヒントとして活用。

【顧客満足度向上の秘訣②】<販促とコミュニケーション強化>

- ボックスティッシュとともに、お勧めサービスや商品のチラシを渡し、効果的な販促とコミュニケーション強化の両方を追求。
- コミュニケーションを深める中で、セルフSSに対するクレンリネスのニーズは非常に高いことを実感。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 油外販売改善に成功。2015年は、対前年比でオイル販売数量は10%増加、タイヤ販売本数は20%増加。
- 東燃ゼネラル石油のセルフブランド「Express」の運営を最高レベルで忠実に実践し、高い実績を残す。
- SSマネージャーに与えられる「エクスプレスブランドマスター」を同SSは過去3回受賞。全国でもトップクラスのクレンリネスレベル。



店頭での声かけ・お勧め



店内でのコミュニケーションと
ボックスティッシュプレゼント

今後の展望

- 2016年からの新たな油外販売プログラムを通じ、顧客との更なるコミュニケーション深化に努める。
- 「スピードパス」入会者の継続的獲得に加え、店舗のクレンリネスレベルを常に最高レベルに維持し顧客の利用頻度の維持・向上を目指す。価格競争を生き抜くために、経営コストを限界までそぎ落とす。

会社情報	会社名	(有) 服部石油
	運営SS数	1SS (セルフ: 1SS)
	ガソリンの 月販ごとのSS数	月販300~500kl(1SS)
	系列 (主なマーク)	エッソ
	ガソリン卸先数	0社、0SS
	SS以外の兼業事業 概要	洗車場経営

取組を 行っている店舗 情報	店名	堀兼SS
	所在地	埼玉県狭山市堀兼269
	立地特性	郊外/住宅立地
	営業時間	7:00~23:00
	従業員数	10名 (社員: 2名、アルバイト: 8名)
	運営形態	セルフ
	敷地面積	350坪
	燃料油販売数量	350 kl/月

顧客目線に徹底的に合わせる「提案型」の接客手法を最重要視。
販売数量、油外収益ともに高い増収増益を達成し、更にクレーム0件を実現。

背景・課題

- 商品の差別化が難しい燃料商売において、販売の告知・声かけは逆効果と判断。ノルマ達成とサービス向上のバランスを崩さず、いかに正しい接客（サービス）が可能かを最重要事項に位置づけた。
- セルフ化を機に、販売方法を180度転換する事を決心。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- セルフ化を機に他業種を徹底的に研究。無理に売り込まず、さりげなくフォローし、顧客が決断するお手伝いをする事がベストの接客と気づく。

【顧客満足度向上の秘訣①】<提案型接客への切替>

- 従来のカーケア商品販売の手法(即売型での販売)を行わず、顧客目線に徹底的に合わせる提案型の接客手法を最重要視。
- 町の医者のように、来店する顧客の車の状況を日々真摯に気に掛ける事で、燃料以外でも安心して相談される店作りを目指す。
- タイヤ専門店で長期研修を経たスタッフによる専門性の高い接客も強み。
- 販売室は、顧客がくつろげるよう、カフェ風の内装。

【顧客満足度向上の秘訣②】<顧客管理とコミュニケーション重視>

- 顧客データ管理においては、些細な情報も顧客情報として必ず記録。細かい車の状態を日々チェック。
- 押し付けとなるようなアンケート等によるデータ収集は行わない。
- スタッフ全員がインカム（無線機）装備での迅速な対応。顧客との会話でのコミュニケーションを大切にしている。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 販売数量増200%・油外収益増170%・セルフ化後クレーム0件。
- リピーター増（元売カード比率約50%）・洗車プリカ4,000枚/年
- 燃料以外の相談や商品購入の依頼が増加。



くつろげるカフェ風の内装



タイヤ専門店「スマイルピット」

今後の展望

- 顧客満足度を更に向上させ、販売数量を伸ばしてゆく。
- 車販・カーリース・保険を充実させ、顧客満足度を高める。そのための専門スタッフの育成。

会社情報	会社名	エム・シー・オイル(株)
	運営SS数	40 SS (フル: 22 SS, セルフ: 18 SS)
	ガソリンの 月販ごとのSS数	月販0~100kl(6SS) 月販100~300kl(27SS) 月販300~500kl(6SS) 月販500~1000kl(1SS)
	系列(主なマーク)	JX、エッソ、モービル、PB
	ガソリン卸先数	0社、0SS
	SS以外の兼業事業 概要	—

取組を 行っている店舗 情報	店名	和光SS
	所在地	埼玉県和光市南1-26-1
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	7:00~22:00
	従業員数	8名(社員: 3名, アルバイト: 5名)
	運営形態	セルフ
	敷地面積	1,200坪
燃料油販売数量	450 kl/月	

顧客が満足・納得のゆく接客をモットーに、ナンバーワンの設備と整備士を揃えることにより、車検のリピート率92%、年間車両数6,000台以上を達成。

背景・課題

- 自動車関連ビジネスを顧客目線で顧客の立場に立って考えたとき、その業界のナンバーワンのサービスを提供していかなければならないと考えた。
- そのベースとなるのは、顧客が満足・納得のゆく接客（挨拶、受答え）しかないと考えた。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 車を所有する顧客のニーズ・動向を見つめ直し、地域の全ての顧客を満足させる発想で事業を行うことが業績も伸ばす事と考え、現在の会社経営（車検の拡充）にたどり着く。

【顧客満足度向上の秘訣①】〈ナンバーワンの設備〉

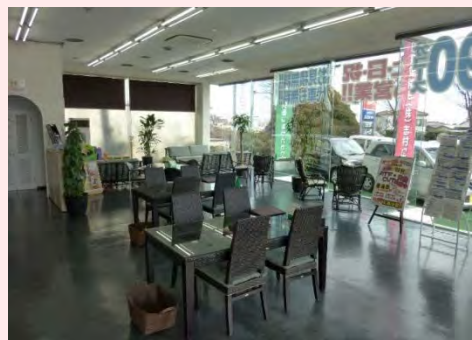
- 埼玉県志木市内に3箇所しかない「陸運局指定工場」の資格を取得。
- 作業環境の整備、埼玉県では同社にしかない最新設備を導入し、県トップクラスの高品質を実現できる車検体制を整備。

【顧客満足度向上の秘訣②】〈ナンバーワンの整備士〉

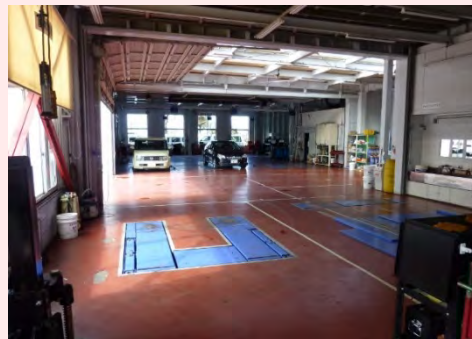
- 特別なキャンペーンよりも、顧客を満足させる接客スペースを設置し、事前点検や顧客へわかりやすい説明を丁寧に実施することに重点シフト。
- 従業員教育の徹底で整備士は全員が国家資格整備士の免許を取得。
- 車検整備時には整備士→管理整備士→検査員と3重のチェック体制で整備箇所が正しく整備されているか確認。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 車検のリピート率92%、年間車両数6,000台以上と年々増加。
- 志木市周辺の4人に1人が同社で車検を実施。
- 車検以外の商品・サービスも年々増加傾向。



接客スペース



充実した整備工場

今後の展望

- SSは他に類を見ない集客の場であるという認識のもと、自動車のワンストップサービス関連事業（石油製品販売、自動車関連商品の販売、損害保険代理業、自動車整備業、新車販売、中古車販売、レンタカー）をより拡充していき、同業他社に負けない接客とサービスを提供しつづける。

会社情報	会社名	(株) 志村
	運営SS数	8SS (セルフ: 8SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販300~500k(8SS)
	系列 (主なマーク)	出光興産
	ガソリン卸先数	0社、0SS
	SS以外の兼業事業概要	車検センター、自動車保険、カーリース、レンタカー等

取組を行っている店舗情報	店名	シムラス車検センター
	所在地	埼玉県富士見市水子2881-1
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	7:00~19:00
	従業員数	23名 (社員: 19名、アルバイト: 4名)
	運営形態	フル
	敷地面積	800坪
	燃料油販売数量	-

洗車・コーティングに特化することにより、顧客満足度を向上させる。
集客はWEBに力を入れ、テーブルセールスは聞くことに徹する。

背景・課題

- 明治6年(1873年)に肥料屋として創業し、今日まで143年の老舗企業。
- 「産業にも人間にも、エネルギーが必要です」のキャッチコピーのもと、「食と憩いと文化」という分野を人間のエネルギーとして捉え、ヒト・クルマ・キカイに関連する全てのエネルギーを商品とするサービス業を通じて社会に貢献する企業。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 洗車、カーコーティングの「快洗隊」がFC募集した際の第1号企業。当初はSS店舗に快洗隊の看板を上げたスタイルであったが、道路変更の関係で閉鎖、移設されたのを機に、洗車・コーティング特化に向け「SS」と「快洗隊」を分離する決断。
- セルフの「嵐山快洗隊SS」と「快洗隊嵐山店」は隣接し土地面積も半分(200坪)ずつで、どちらも主役の外観に変更。

【顧客満足度向上の秘訣①】<WEBでの集客に注力>

- 洗車・コーティングの「Keeper LABO」のHPを中心に紹介内容を充実させており、WEB経由での問い合わせや予約を多く受けている。

【顧客満足度向上の秘訣②】<聞くことに徹するセールス>

- 電話、メール、店舗いずれであっても押し売りをせずに、顧客の要望をじっくり聞くことで最適な商品をお勧めする。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 現在、Keeper技研(株)が主催する洗車・コーティング専門店のキーパーラボ嵐山店として信用・信頼を確立。県内外、遠く長野県からコーティングに来る顧客も存在。



手前にSS,奥に洗車・コーティング専門店



作業ブースが一望できる待合室

今後の展望

- 143年の長期に渡り商売を継続出来たのは、地域の支援の賜物と考え、地域の皆様に愛される会社としてパイオニア精神を忘れずに前進していく。
- 「食と憩いと文化」という分野を人間のエネルギーとして捉えたカフェなどのビジネスにもチャレンジ。

会社情報	会社名	(株)津乃国
	運営SS数	2SS(フル:1SS、セルフ:1SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	-
	系列(主なマーク)	JX、三菱石油
	ガソリン卸先数	-
	SS以外の兼業事業概要	産業用石油類全般、LED照明、省エネコンサルティング、カフェ事業、不動産管理業

取組を行っている店舗情報	店名	嵐山快洗隊給油所(キーパーラボ)
	所在地	埼玉県比企郡嵐山町平澤707-1
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	8:00~20:00
	従業員数	7名(社員:2名、アルバイト:5名)
	運営形態	セルフ
	敷地面積	400坪
	燃料油販売数量	-

拡大型から地域深耕型に戦略を転換し、カーライフステーションを建設。
「4つのヘルプ」を掲げ、従来の3.5倍の売上を達成。

背景・課題

- セルフを展開する同社は、セルフ業態が自動販売機化することによる大量販売と人員削減したローコスト化の実現が、同じ物なら安い方が良いという低価格競争に陥ってしまう問題点に悩んでいた。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 他セルフとの違いを顧客に認識してもらうため、人員を多く配置し、親切的な対応を心掛けた。
- 安いという価格の価値競争に陥らないよう、“親切なお店の価値”を訴求。これが状況が変わる一番のきっかけだと認識。

【顧客満足度向上の秘訣①】<「拡大型」から「地域深耕型」への戦略転換>

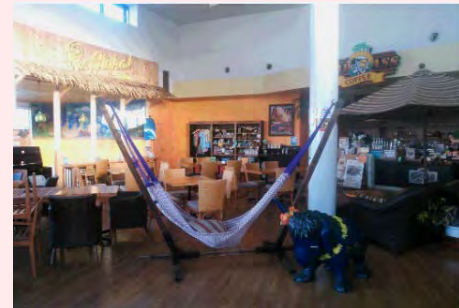
- これまでの拡大型が会社強化に結びつかなくなったため、限られた地域に絞り込んで経営資源を集中。その地域で圧倒的に強くなる「地域深耕型」のマーケット戦略に転換。
- かつて拡大した2SSは撤退。地域深耕モデルとなるSSには、複合施設（カーライフステーション+防災ステーション）を建設。

【顧客満足度向上の秘訣②】<明確な顧客ターゲット設定>

- ターゲットは、併設のコインランドリー・カフェ・キッズルームの利用頻度が高く、幼稚園の送迎用に2台目の車が必要な若いママ層。
- 顧客満足のための「4つのヘルプ」を用意。「災害時のヘルプ」「肢体不自由者のヘルプ」「来訪者のヘルプ（ミニ観光案内所）」「ウェイティングのヘルプ（ハワイアンカフェ・キッズルーム）」

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 洗車場・コインランドリー・車販・カーケア・カフェ等の組み合わせで従来SSの売上規模で3.5倍、揮発油販売量は6倍に増加。
- 東日本大震災時には発電機に切替え、24時間営業で対応。地域にとってなくてはならない施設と認識されるようになった。



ハワイアンカフェ・キッズルーム



災害時用の発電機

今後の展望

- 電気自動車も含めたカーライフを総合的にサポートすることで、ガソリンの需要減による売上や利益の減少をカバー。元々のコンセプトであるガソリンスタンドではなくカーライフステーションの進化。
- 一定量の販売数量を確保しつつ、油外販売が強いフルSSの成功モデルを作り上げていく。

会社情報	会社名	丸高石油(株)
	運営SS数	2SS(フル:1SS、セルフ:1SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販100~300kl(1SS) 月販500~1000kl(1SS)
	系列(主なマーク)	出光興産
	ガソリン卸先数	5社、2SS
	SS以外の兼業事業概要	LPG販売、車販売、太陽光発電システム販売、飲食業

取組を行っている店舗情報	店名	館山八幡サービスステーション
	所在地	千葉県館山市八幡235
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	7:00~24:00
	従業員数	9名(社員:5名、アルバイト:4名)
	運営形態	セルフ
	敷地面積	1,450坪
	燃料油販売数量	750kl/月

顧客の声をヒントに、新たな油外事業として軽钣金を導入。
コストパフォーマンスが、従来の钣金よりも良いとの評価より、リピーターや紹介が増え、前年比130%と好調に推移。

背景・課題

- 年々、燃料油の販売数量・利益が減少しており、商売が立ち行かなくなる危機感が非常に強まった。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 燃料油だけでは必要な利益確保ができないため、それ以外の商品を取り扱わなければならないとの考えが強まった。
- SSには車が必ず来るので、その車を対象にした油外商品を扱えないかと思ひ、様々な商材を探した。

【顧客満足度向上の秘訣①】<顧客ニーズを観察>

- 来店客にアンケートを実施。給油以外もしくは給油の次の来店目的に関する回答は「洗車」が多数。
- 見方を変えるときれいな車に乗りたい顧客が多いということ。軽度の擦り傷・凹みを放置したまま走る車も多いことに気付く。

【顧客満足度向上の秘訣②】<軽钣金への着目>

- 既存の钣金修理は完璧に修理する為、費用が高額となり、車体を修理したくてもしないと想定。
- ある程度簡単な技術・低価格で車体を修理できる、軽钣金を新たな商材として取り扱った。
- 実際、仕上がり精度は従来钣金と比較して劣るが、低価格の軽钣金の仕上がりの方を費用との見合いで選択するとの声を多く収集。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的效果】

- 軽钣金収益が、前年比130%。
- 軽钣金のリピーターや紹介での来店が増加。



擦り傷の確認



軽钣金の作業風景

今後の展望

- 車体素材、塗料成分等が、年々変化してきており、技術精度を変化・向上させていく。
- 車体への塗装技術を活かし、コーティング商品（洗車コーティングとは異なる）を強化していく。
- 軽钣金事業だけでなく、車検等の車両整備事業にも力を注ぎ、車関連のワンストップ事業を確立し、顧客の要望に応えていく。

会社情報	会社名	興栄燃料(株)
	運営SS数	12 SS (フル: 1 SS, セルフ: 11 SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販100~300kl(8SS) 月販300~500kl(4SS)
	系列(主なマーク)	JX
	ガソリン卸先数	8社、8SS
	SS以外の兼業事業概要	石油製品卸売、車検指定事業所1ヶ所、钣金工場1ヶ所、LPG卸・小売、太陽光発電システム販売、保険

取組を行っている店舗情報	店名	秋津給油所
	所在地	千葉県習志野市秋津4-1-13
	立地特性	郊外/住宅地
	営業時間	0:00~24:00(24時間)
	従業員数	16名(社員:3名、アルバイト:13名)
	運営形態	セルフ
	敷地面積	280坪
	燃料油販売数量	380 kl/月

車の購入から乗り換えまで、カーライフサイクルの全てを担うことを目指す。
アフターフォローの充実で口コミや紹介が増え、特に車両販売の売上は倍増。

背景・課題

- 顧客ターゲットを特定せず、来店する全ての顧客を大切にし、顧客の車の購入時から接点を持ち、その後のニーズにワンストップで対応できるエリアナンバーワンの店舗になることを目指してきた。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 従業員自身が自信を持って勤めることのできる商品でなければ、顧客の満足を勝ち取ることはできないと気付いた。
- 顧客に販売する車を磨き込んだり、納車整備をしっかりと行って、「これならお客様にご満足して頂ける」までの準備を1台1台しっかりと実施。その積み重ねが、口コミや紹介につながった。

【顧客満足度向上の秘訣①】<ワンストップサービスステーション>

- 自動車の購入から乗り換えまでのカーライフサイクルの全てを任せてもらえるワンストップサービスステーションを目指し、「タイヤ事業」「車両販売事業」「車両リース事業」を立上げ、強化。

【顧客満足度向上の秘訣②】<アフターフォローもきっちり>

- 顧客の志向に合う、良い商品を勧め、アフターフォローもきっちり行っていくことで、口コミや紹介が増えた。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 車両販売事業の売上は毎年100%増（倍増）のペース。



タイヤの研修会



車両販売

今後の展望

- 従来からの個人顧客への自動車販売、法人顧客へのカーリースに加え、個人顧客を対象とした「マイカーリース」事業を強化し、様々なニーズに対応できる店作り。
- 顧客に愛され、自らも日々成長できる、地域No.1企業を目指す。

会社情報	会社名	出光リテール販売（株）
	運営SS数	366 SS （フル：110 SS、セルフ：256 SS）
	ガソリンの 月販ごとのSS数	—
	系列（主なマーク）	出光興産
	ガソリン卸先数	0 社、0 SS
	SS以外の兼業事業 概要	—

取組を 行っている 店舗 情報	店名	姉崎給油所
	所在地	千葉県市原市姉崎海岸25-6
	立地特性	郊外／街道立地
	営業時間	7:00～22:00
	従業員数	15名（社員：13名、アルバイト：2名）
	運営形態	フル
	敷地面積	1,000坪
	燃料油販売数量	450 kl/月

システム導入で来店履歴に基づいた接客を行うことにより、顧客へのアプローチの効率性が改善。カーメンテ商品の売上高は月平均で前年比106%。

背景・課題

- 昨今、燃料油マージンが薄利となっているため、収益確保のためにカーメンテ商品の販売に注力。
- これまでは全顧客に対し無料安全点検やカーメンテ商品をお勧めしてきたが、スタッフへの負担も大きく非効率。顧客にとっても、適切な時期・タイミングの提案でなければ嫌な印象になってしまう。
- 効率的かつ悪印象をもたれない顧客アプローチの実現が課題だった。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- これらを改善しなければ地域ナンバー1SSとして生き残ることは困難と判断し、個別性のあるアプローチを実践。

【顧客満足度向上の秘訣①】

<顧客マネジメントをシステム化、顧客ごとの個別接客を実現>

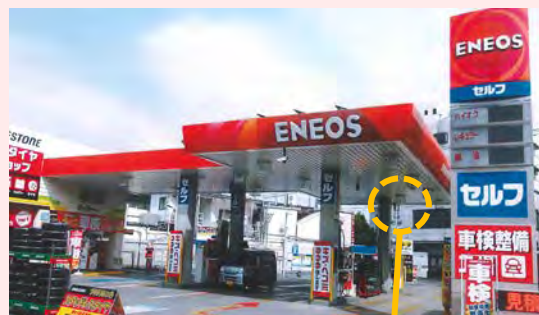
- 元売からDr.DriveOMS (Operation Management System) の導入提案があったため、同システムを導入するとともに、システムに合った店頭接客フローの見直しを実施。
- タブレット端末に来店客の顧客情報が表示され、担当者がインカム（無線機）を活用し、全スタッフに来店客の①顧客名、②来店回数、③前回の対応履歴を伝達。
- スタッフは、これらの情報をもとに、その顧客にあわせた適切なアプローチを実施。

【顧客満足度向上の秘訣②】<顧客に不安を与えない丁寧な接客>

- 商品のおすすめにあたっては、実際の車の状態を直に見てもらい、顧客の利用状況に見合った提案を丁寧に実施。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 導入前の1年間と比較し、導入後はカーメンテ商品の売上高が月平均で前年比106%。



SSIにOMSを設置し、顧客マネジメントをシステム化。



OMS: 顧客の車両ナンバープレートをカメラで撮影しデータ化、顧客カルテ情報と照合し、その内容をタブレット端末に表示。

今後の展望

- SS業界は今や他社SSだけではなく、カーディーラー、カーショップ、钣金工場等、様々な業種と競合しており競争は激化。
- SSの優位性は競合他社より来店頻度が高いことにあるため、顧客が来店しやすい店舗づくりをしていくとともに、安心して車を預けられる「技術力」と「信頼感」を確固たるものにすべく取り組んでいく。

会社情報	会社名	(株) ENEOSフロンティア
	運営SS数	597 SS (フル: 155 SS、セルフ: 442 SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0~100kl(29SS) 月販100~300kl(355SS) 月販300~500kl(190SS) 月販500~1000kl(22SS) 月販1000kl以上(1SS)
	系列 (主なマーク)	JX
	ガソリン卸先数	518 社、728 SS
	SS以外の兼業事業概要	指定工場 (16ヶ所)、認証工場 (140ヶ所) 運営 ※共にSS併設 上記の他、中古車販売、自動車関連用品販売、石油卸売業

取組を行っている店舗情報	店名	Dr.Driveセルフ烏山店
	所在地	東京都世田谷区北烏山6丁目1-1
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	0:00~24:00 (24時間)
	従業員数	13名 (社員: 6名、アルバイト: 7名)
	運営形態	セルフ
	敷地面積	520坪
燃料油販売数量	403kl/月	

価格に頼らず、顧客の支持を受けている手洗い洗車を武器に活動を実施中。
この3年間で、揮発油は119%、洗車は189%と好調な成績。

背景・課題

- 2011年1月より運営移管を受け営業を開始。
- 3年前までは、燃料油の販売量は減販状態であったが、競争力強化のために自社のノウハウを活かし増客させる必要があった。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 再度、商圈分析を実施。ポテンシャルを確認した上で増客活動を最優先させた。

【顧客満足度向上の秘訣①】<手洗い洗車に注力>

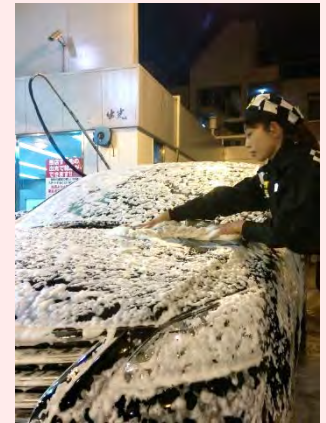
- 単純に価格に頼らず、同社の大森SSで実践し結果を残しているマニュアルに沿った手洗い洗車を武器に活動を開始。
- 「見せる洗車」でアピール。スピーディーに泡とムートンパットで車のボディの汚れを取り、隅々まで丁寧に仕上げる。
- ボディだけではなくタイヤ・ホイールも丁寧に仕上げ、洗車後は仕上がり状態を顧客に見てもらい問題はないか一緒に確認をとる。

【顧客満足度向上の秘訣②】<人的リソースの拡充>

- 洗車の施工技術向上のため、手洗い洗車のロールプレイング、手順のビデオによる研修を実施。所定時間内に仕上げられたら合格。
- スタッフを充実させるために、三ノ輪SS及び大森SSと連携。アルバイトから正社員へ転換（オープン当時は社員2名であったが、現在は延べ5名社員へ）。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 2011年対比で、数量で揮発油は119%、軽油は121%、金額で洗車は189%。



同SSでの「見せる」手洗い洗車の様子



今後力を入れるメンテナンスサービス

今後の展望

- 洗車に特化したSSとして定着しつつあるが、更なる増客を図るためにカー用品等の販売を行う（株）イエローハットとの業務提携である「アポロハット」店として取り組みをスタートさせ、顧客の安心・安全・快適をモットーに、カー用品、メンテナンスサービスにも特化していく。

会社情報	会社名	東和興産（株）
	運営SS数	6SS（フル）
	ガソリンの 月販ごとのSS数	月販0~100kl(2SS) 月販100~300kl以上(4SS)
	系列（主なマーク）	出光興産
	ガソリン卸先数	1社、6SS
	SS以外の兼業事業 概要	高級潤滑油及び原料油販売、石油 化学製品及び樹脂・化成品販売、 カーリース及び保険業務

取組を 行っている 店舗 情報	店名	プレステージ天王洲SS
	所在地	東京都品川区東品川1-18-5
	立地特性	都市/街道立地
	営業時間	月~土 7:00~20:00 日祝日 8:00~18:00
	従業員数	6名（社員：3名、アルバイト：3名）
	運営形態	フル
	敷地面積	209坪
	燃料油販売数量	225 kl/月

手洗い専門の同社が、顧客ターゲットを見直し洗車機を導入。作業効率化、予約促進等の施策により機会損失を削減。洗車利用回数・売上ともに伸長。

背景・課題

- 2013年の春から給油来店および洗車台数の緩やかな減少傾向が続き、ECOカーの普及により将来的にSSへの来店頻度が減少することを見越して、洗車やコーティング等の商品・サービスの幅を広げるため、手洗いメニューに追加して、2013年12月に洗車機を再導入、洗車機洗いメニュー追加決定。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 高級手洗い志向の顧客だけでなく、それ以外の顧客にも洗車機を利用し混雑時等に生じていた機会損失を減らし、利用頻度を高めたかった。

【顧客満足度向上の秘訣①】<洗車機導入にあわせた取組変更>

- オペレーション見直しにより作業時間を短縮。その分、顧客から細かな要望を聞き出し応えた。
- 急ぎの顧客には、洗車機メニューを紹介。
- 満足度向上のため、顧客立ち合いのもと確認を徹底。引渡の際のコミュニケーションの質を高めた。

【顧客満足度向上の秘訣②】<社員全員一丸となって取り組む>

- 従業員育成・訓練を定例化。顧客とのカウンセリングやメニュー提案のロールプレイング、洗車・コーティングの店内トレーニング、外部研修参加、コーティング資格取得等。
- 予約や接客改善により、混雑時等の機会損失を回避。
- 従業員意識の向上のため、顧客とのやり取りや気付きの記録を徹底。更に、定例の社員ミーティングや個人面談を徹底活用し、従業員からのアイデアも積極的に採用し実行。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 仕上りに満足であれば、必ずしも手洗いでなくてもよいことを確認。
- 洗車機及び手洗いを時間の余裕に応じて使い分ける顧客の存在を確認。
- 2014年比で洗車コーティング売上109%、12月は123%。
- 会員の洗車利用回数は年平均で105%、12月は110%。



強みとしてきた手洗い洗車



新規に導入した洗車機

今後の展望

- 同社グループのオートバックス代官山店、直営SSのCaReS代官山と相互の強みを活かし発展していく。
- グループ内のモデル店として取組を進め、他の店舗に仕組みを波及させていく。
- 油外収益目標1,000万円。

会社情報	会社名	(株) 佐藤商会	取組を 行っている店舗 情報	店名	CaReS中目黒
	運営SS数	6SS (フル)		所在地	東京都目黒区上目黒1-7-13
	ガソリンの 月販ごとのSS数	月販0~100kl(6SS)		立地特性	都市/住宅立地
	系列 (主なマーク)	JX		営業時間	平日 8:00~20:00 日祝日 9:00~18:00
	ガソリン卸先数	—		従業員数	10名 (社員:3名、アルバイト:7名)
	SS以外の兼業事業 概要	(株)佐藤商会はアーバンリゾート グループの中核会社でグループには 飲食・フォースタジオ・住宅総合 設備・不動産・メディア・カー ライフ事業部がある		運営形態	フル
		敷地面積	141坪		
		燃料油販売数量	85 kl/月		

2012年の運営者交代から3年を経て、地域オンリー1のSSとして、社員満足
を向上させて顧客満足も実現。
顧客の信頼を得て、高額コーティング店として成功。

背景・課題

- 本SSはかつて、別の特約店等が運営していたが、業績不振で2012年3月末に一度閉鎖。
- 繁華街である吉祥寺駅から500mという立地と高額納税者率が高いエリアという立地条件の下、同社が運営を引き受け、再開。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 吉祥寺は高級住宅街のため、高級店を目指した。
- コンセプトは「気軽に入れるレクサス店」「ガソリンも給油出来る洗車とカーコーティング専門店」。

【顧客満足度向上の秘訣①】<徹底した顧客満足サービス>

- 3千円の手洗い洗車は即決受注出来ても、3万円のコーティングは店舗と人の信用がなければ、販売を実現させることは無理。
- 新日本石油当時、覆面の顧客満足調査で2度も全国1位になった同社のノウハウで、徹底した接客サービスを社員満足の上昇とともに実現。

【顧客満足度向上の秘訣②】<全従業員の心からのやる気と満足>

- 地域No.1の接客は、やらされる仕事やマニュアルでは出来ない。
- 接客マニュアル、販売計画や目標を自分達で作ること。アルバイトは、勤務状況や営業実績に応じて、自分で自分の時給を変えられるなど、やる気の出るシステムを導入。会社と社員の利害を一致させる。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 2015年12月のガソリン販売数量はわずか100klながら、洗車とカーコーティングは330万円。レンタカー175万円を達成。ガソリンマージンはマイナスでも賞与の支給が可。



視覚的なアピールの強い洗車機



同SSを支える初代所長(左)、現所長(右)

今後の展望

- 従業員の笑顔は「最高の募集看板」。求人難は業界全体の問題だが、良い人材に来てもらい、SSでの人間的コミュニケーションの魅力を高めるとともに、高い社員満足による低い離職率を目指す。

会社情報	会社名	垣見油化(株)
	運営SS数	5SS(フル:4SS、セルフ:1SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販100~200kl(5SS)
	系列(主なマーク)	JX
	ガソリン卸先数	取引先販売店4社、4SS
	SS以外の兼業事業概要	洗車コーティング専門店1か所、LPガス卸・小売事業、損害保険、合成樹脂部門、不動産部門

取組を行っている店舗情報	店名	DDオートジョイ吉祥寺SS
	所在地	東京都武蔵野市吉祥寺南町3-5-3
	立地特性	都市/街道・住宅立地
	営業時間	8:00~21:00
	従業員数	7名(社員:3名、アルバイト4名)
	運営形態	フル
	敷地面積	屋内式 143坪
	燃料油販売数量	約100 kl/月

油外ビジネスをコア事業とし、SSをコア事業のための顧客接点（サテライト）として位置づけ、ビジネスを展開。顧客接点としてのSSにコア機能を上手く配置し、燃料油粗利だけでなく、アフターマーケット収益を拡大。

背景・課題

- ガソリンマージンの激減もあり非常に厳しい環境になっている中、燃料油販売だけでなく、アフターマーケット収益の拡大を図る。SSは油外のための顧客接点との位置づけ。例えば、カーコンビニ倶楽部（钣金工場）を併設したSSを展開。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 燃料の収益だけでは戦っていけないと考え、SSを自動車関連サービスのワンストップサービスを提供する拠点として展開。
- 鍛冶ヶ谷店は、钣金工場を併設し、塗装ブースなども完備。

【顧客満足度向上の秘訣①】<钣金サービスのアピール>

- 「キズ・凹みの修理」は当店と、すぐに顧客に思ってもらうために、店舗演出を強化（フランチャイズチェーン看板の活用）。店頭配布チラシ（キャンペーン）などには、必ず钣金をアピールするものを載せて配布。
- 自社のHPやカーコンHPを強化し、SS拠点のメール会員（アプリ会員）などとリンクさせることで、新規開拓を促進。

【顧客満足度向上の秘訣②】<営業力向上のための研修を実施>

- 効果を高める為にフロント力を高める「フロント研修」を実施。その内容は、見積もりの際に、顧客はどのようにしたいのか？予算は？仕上がりは？などニーズを細かく聞き取れるよう指導するもの。更に、取引業者や法人顧客にも積極的な営業活動を実施。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 2015年は、钣金収益250万円（月平均）の実績。対前年比166%と大きく改善。



カーコンビニ倶楽部の看板を活用



钣金・塗装の様子

今後の展望

- 自社SSのみならず、他社SSとの業務提携によるSSサテライト機能の拡大を図りながら、更なる自動車関連ビジネスの顧客拡大を考えている。

会社情報	会社名	(株) シバエネックス
	運営SS数	11 SS (フル: 2 SS, セルフ: 9 SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販300~500kl(10SS) 月販500~1000kl(1SS)
	系列 (主なマーク)	エッソ、東燃ゼネラル石油
	ガソリン卸先数	0 社、0 SS
	SS以外の兼業事業概要	钣金工場2か所、車検指定事業場1か所、保険、不動産、卸売

取組を行っている店舗情報	店名	スタシオン鍛冶ヶ谷
	所在地	神奈川県横浜市栄区鍛冶ヶ谷1-32-15
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	給油: 0:00~24:00 (24時間) 【LABO】 平日 9:00~20:00 土日祝日 8:00~20:00 カーコン 9:00~19:00
	従業員数	—
	運営形態	セルフ
	敷地面積	約300坪
	燃料油販売数量	—

整備事業を基礎に洗車ビジネスの強化を実施。2015年12月の神奈川県キーパー選手権で1位を獲得。カーケア収益でも前年比105%の実績。

背景・課題

- 車の外観・整備にこだわりを持つ顧客をターゲットに、グループ内のエリアごとに整備と钣金でハブとなる工場を設置。周辺のサテライトSSでも、同質のサービスを提供できることとなり、利便性もある高いレベルのサービスを提供したいと考えている。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- セルフ綾瀬は国土交通省指定工場を併設しており、車検を中心とした整備事業を収益の柱としている。更に、神奈川エリアのハブSSであるため、周辺SSの作業を受けていることから、自店舗での整備受注に制限がでることもあり、機会ロスの発生により、収益が伸び悩み始めた。
- 整備事業のみでの収益拡大に限界を感じ、洗車関連ビジネスの強化を本格的にスタートするきっかけとなった。

【顧客満足度向上の秘訣①】<洗車、磨き、钣金への注力とともに業務を見直し>

- 近隣に钣金工場を持っていることを活かし、洗車、磨き、钣金といった一連の外装系サービスを、従来より積極的に取り組むこととした。
- 車の外装に気を配る顧客を集客するために、手洗い洗車の内容の見直し。
- 顧客からの要望もあり、ドライブスルー洗車の吹き上げ場で提供するサービスを、以前はタオルを貸し出すのみだったが、灰皿を受けるゴミ捨て場を設けて、タイヤワックスをかけるための霧吹き・スポンジを貸し出すようにした。
- カーコーティング等の作業内容の再見直し、作業レベル向上・施工スタッフの拡充。
- 顧客の車両状態に応じた、カーコーティング、钣金等の販売を徹底。

【顧客満足度向上の秘訣②】<顧客基盤の有効活用>

- 整備事業での常連客も多く、スタッフも自信を持って展開。
- 钣金は高額商品であるが、その実績が顧客の信頼感につながっている。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 2015年12月に神奈川県のカーパー選手権で1位を獲得。
- カーケア収益では前年比105%。



同SSの手洗い洗車風景



同SSに併設されている車検センター（指定工場）とKeePer PROSHOP

今後の展望

- 顧客の作業履歴をデータ化し、ニーズに合わせたサービスの提供が可能な体制をつくる。
- サテライト店舗においても、ハブ店舗で提供できるサービスを告知し提供しているが、まだ拠点ごとの取組状況にばらつきがあり、改善の余地がある。より多くの顧客に認知されるよう取り組む。

会社情報	会社名	キグナス石油販売(株)
	運営SS数	55 SS (フル: 3 SS、セルフ: 52 SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販100~300kl(29SS) 月販300~500kl(20SS) 月販500~1000kl(6SS)
	系列(主なマーク)	キグナス石油
	ガソリン卸先数	1社、1SS
	SS以外の兼業事業概要	—

取組を行っている店舗情報	店名	セルフ綾瀬
	所在地	神奈川県綾瀬市大上5-12-23
	立地特性	郊外/街道・住宅立地
	営業時間	0:00~24:00(24時間)
	従業員数	11名(社員:5名、アルバイト:6名)
	運営形態	セルフ
	敷地面積	633坪
	燃料油販売数量	470 kl/月

車に関する事は何でも解決できるように、要望にはいち早く対応し解決を重ねながら事業を拡大。油外収益比率は50%以上と燃料油に頼らない経営を実現。

背景・課題

- ガソリンスタンド業界の経営環境は厳しく、燃料油収益に頼った経営は先が無いと確信。
- オープン当初より市況に左右されない強い体質を作ろうと、社員一丸となって油外販売の強化に注力。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 油外の中でも、特に「車販・車検」が今後重要になると気づき、1994年7月のオープンから9年後に車検整備工場を設立。

【顧客満足度向上の秘訣①】

<顧客目線で事業展開、ゆりかごから墓場までモデルを実践>

- SSはカーディーラーに比べて整備力が無いとされているため、社員全員の整備士免許・検査員資格の取得や、各種講習・研修会への参加により、常に質の高い整備を提供。
- 顧客の多くは車検整備や钣金は買った店舗で行うものと意識が強いため、車両販売にも取り組み、車に乗ってから降りるまでの全てを任せてもらえる仕組み作りを促進。

【顧客満足度向上の秘訣②】<顧客の問題解決に注力>

- 車関連事業を開始するにあたり、いざという時に顧客の力になれるよう、積載車の購入と保険事業の強化を実施。
- 保険は、事故発生時に顧客が必ず困るものであるため、車検と同時に取り組みを開始。車販・車検の顧客に各々に合った保険を提案し、約5割が成約。また、保険は毎年内容が変わる為、車検整備と同様に都度社内に講師を呼び、勉強会を実施。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 会社の収益構成の内、50%以上が油外収益によるものであり、燃料油収益に頼らない経営を実現。



車検の様子



車販・車検時に保険を提案

今後の展望

- 今後も燃料油収益がゼロでも経営出来る強い体質を目指していく。現状の取組に加えて車販をより伸ばすため、車の展示場設置を検討。また、新規顧客を増やすため、2016年4月よりセミセルフ化を実施。窓拭き等は行わないが、その時間を顧客との会話にあてることで、顧客との距離を更に近づける。
- 現状の油外収益の中で洗車の割合が少ないため、2015年に洗車機の入れ替えを実施。今期は店頭で洗車の獲得を重点的に行い、収益を伸ばしていく。

会社情報	会社名	(株) テラミナミ
	運営SS数	1SS (フル: 1SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販100~300kl(1SS)
	系列 (主なマーク)	昭和シェル石油
	ガソリン卸先数	—
	SS以外の兼業事業概要	—

取組を行っている店舗情報	店名	パークロード中老田
	所在地	富山県富山市中老田1082-1
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	7:00~20:00
	従業員数	8名 (社員: 6名、アルバイト: 2名)
	運営形態	フル
	敷地面積	517坪
燃料油販売数量	100 kl/月	

競合との差別化のため、店内外共に、コーティングに特化したデザインを演出。
顧客に納得していただく接客とコーティング技術の絶え間ない向上により、
収益増に貢献。

背景・課題

- 周辺はカーディーラー・整備工場・カーショップが集中するカーメンテナンス激戦区。
- 周辺住宅の個人顧客はもちろん、法人顧客内の個人顧客にもターゲットを設定。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- フルSSとして競合セルフに打ち勝つために、法人顧客頼みの収益構造から転換し、価格に左右されない魅力を築き上げる道を模索。
- 法人顧客にプライベートでも立ち寄ってもらうために、洗車の価値を一から見直し、店内外共にコーティングに特化したデザインを演出。

【顧客満足度向上の秘訣①】<受注前の入念なボディチェック>

- 受注前にボディの状態を診断し、その汚れを確実に落とせるコーティングやオプションについて顧客にアドバイス。
- 独自の受注表を用いて、顧客の気になる箇所・汚れをヒアリングした上で適切なメニューを提案し、顧客に納得していただいてから作業に入る。

【顧客満足度向上の秘訣②】<絶え間なく技術を磨く>

- コーティング施工者全員の技術が今のレベルで良いのかを問いただし、見直す。マネージャーとスタッフは閉店後の技術訓練を実施。お互いのコーティング施工能力を再確認し、向上させている。
- マネージャーがインストラクター役となり、厳しい指導のもと均一で高い技術レベルを身に付けたスタッフを育成。
- 意識を社内で水平展開するために、社内技術コンテストを実施。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- スタッフの「プロらしい動き」が定着し、コーティング経験のない顧客層からの受注が増加。口コミも広がり、新規顧客獲得に成功。
- ホイールコーティングのセット販売が人気メニューとなり収益貢献。
- コーティング年間300台増。SS年間収支も200万円改善。



カーコーティングのアピール



人気のホイールコーティング

今後の展望

- 顧客数が増加しており、順番待ちで嫌われることが無いよう、今後は適正に予約を入れてタイムリーな来店を促すなど、来店サイクルの最適化を図っていく。

会社情報	会社名	(株) 三谷サービスエンジン
	運営SS数	17 SS (フル: 10 SS, セルフ: 7 SS)
	ガソリンの 月販ごとのSS数	月販0~100kl(4SS) 月販100~300kl(3SS) 月販300~500kl(8SS) 月販500~1000kl(2SS)
	系列 (主なマーク)	JX
	ガソリン卸先数	0 社、0 SS
	SS以外の兼業事業 概要	指定整備工場1か所、保険、オートリース、新車・中古車の販売、缶飲料・タバコの販売、切手・印紙、空調機器

取組を行っている店舗 情報	店名	Dr.Drive東力町SS
	所在地	石川県金沢市東力2-160
	立地特性	都市/住宅・商業立地
	営業時間	7:00~20:30
	従業員数	5名(社員: 5名)
	運営形態	フル
	敷地面積	277坪
	燃料油販売数量	168 kl/月

従業員の長期雇用により、顧客との信頼関係を築き、カーケアの相談を受ける関係性を構築。タイヤ販売においては、過去の年間販売本数記録を更新中。

背景・課題

- SS業界が現在のように自動車関連ビジネスに参入する以前から、別会社として修理工場を設立し、その後、新車、中古車の販売を開始。
- 当時から、同一敷地内にSSと修理工場があることで、顧客の利便性が向上し、同社の増収に貢献。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 顧客から車両入れ替えの相談も受けるようになり、SS隣接地に中古車を展示し、本格的に車販事業を開始。
- 現在の燃料油減価時代を乗り切るためには、車販が必要と認識。

【顧客満足度向上の秘訣①】<社員化による長期雇用>

- SSスタッフを社員にして長期雇用とすることで、顧客との関係をより強固なものにすることを目指した。
- その結果、車検や車両入れ替えの相談が多くなった。

【顧客満足度向上の秘訣②】<小回りのきくサービス>

- 購入した顧客への給油カードの発行や、スタッドレスタイヤの紹介などを実施。
- 日頃より、顧客の役に立ち、小回りのきくサービスを心がけている。例えば、軽油を切らした顧客に燃料を届けに行った際、スタッドレスタイヤとホイールセット2台分の受注を実現。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- タイヤ販売本数は、毎年前年記録を更新中。ブリヂストン・オイル&タイヤショップの権利を獲得。
- 良質な車両を提供することによって、顧客からの信頼が得られて、関連商品の販売につながったと分析。



SSと同一敷地内にある修理工場



注力する中古車の車販事業

今後の展望

- SS隣接地の中古車展示場をSSの向かいとSS裏にも拡張し、在庫車両を50台にした。増販につながることを期待している。

会社情報	会社名	(有)北條油店
	運営SS数	1SS(フル)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販100~300kl(1SS)
	系列(主なマーク)	JX
	ガソリン卸先数	1社
	SS以外の兼業事業概要	別法人:三栄自動車工業(有)、車検指定事業所1ヶ所、中古車販売展示場1ヶ所

取組を行っている店舗情報	店名	高畑給油所
	所在地	山梨県甲府市国母1-1-2
	立地特性	都市/街道立地
	営業時間	8:00~20:00
	従業員数	6名(社員:6名)
	運営形態	フル
	敷地面積	—
	燃料油販売数量	150 kl/月

早期から技術力を売りに油外商品に注力。近隣の安売りセルフと棲み分け、顧客からは「レンタカー・コーティング等の油外商品は同社で」と認識される。

背景・課題

- 経営形態の変更を余儀なくされたきっかけは、規制緩和によるセルフ出店と厳しい価格競争。
- 同社は地域密着経営を行ってきたが、規制緩和後、隣接地に外資系セルフが出店。価格競争により顧客流出が発生したため、早いうちに経営基盤を燃料販売から油外販売への転換すべきと考えた。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 10年程前に開通した自動車専用道路により、同SSの前面道路の交通量が6割減少、燃料依存型経営が危機的状況に陥った。
- 車の動力源が変わってもアフターマーケットは必ず必要となるため、洗車・コーティングを主とした油外商品の確立を目指した。

【顧客満足度向上の秘訣①】<立地を活かしたビジネス>

- 同SSは観光地にあり、JR駅近くであるため来訪者向けレンタカー需要があると判断し、レンタカービジネスを開始。
- 投資抑制のため大手レンタカー会社のフランチャイズに加盟。

【顧客満足度向上の秘訣②】<強みの強化>

- もともと洗車に対する顧客の評価は高く、高額洗車にも早期から取り組み、技術向上を目指していたため、価格を下げて顧客流出を抑えるより、パフォーマンスに見合った価格を維持した。
- 後発の他店がKeePer技研(株)のプロショップ化することで成功しているため、同社でもスタッフの技術認定とプロショップ認定を取得し、認知度を高めた。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- レンタカーは事業開始から5年が経過し、現在10台保有で週末稼働率は平均80%以上。平日も高いリピート率。
- 夏休みシーズンの売上は例年80万円代。最近は、長距離ドライブの際にレンタルする地元客が増加。
- コーティングはプロショップ化後、リピート率が向上。2年経過した現在、同社のDMによる再施工案内で早期予約が増加。



レンタカーはフランチャイズに加盟



注力するコーティングの施工風景

今後の展望

- 「人財育成」により、4油外事業（レンタカー・コーティング・車検・車販）の全てでリピート率UP。
- 高額室内清掃やレンタカー、钣金修理をメインに軽钣金を導入し、技術向上とともに拡販を検討。

会社情報	会社名	コマツカンパニー
	運営SS数	1SS(フル)
	ガソリンの 月販ごとのSS数	月販0~100kl(1SS)
	系列(主なマーク)	キグナス石油
	ガソリン卸先数	1社
	SS以外の兼業事業 概要	—

取組を 行っている 店舗 情報	店名	石和松本SS
	所在地	山梨県笛吹市石和町松本42
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	7:30~20:00(火曜定休)
	従業員数	3名(社員:3名)
	運営形態	フル
	敷地面積	200坪
	燃料油販売数量	60kl/月

見通しのきく同一敷地内で、カーライフのワンストップサービスを提供できる環境・仕組みを作り、顧客満足度を向上。洗車、車検等は大幅な伸び。

背景・課題

- 当初は、180坪の敷地でフルサービス(計量機2台)として運営しており、長野県大町市では一般的な規模の個人商店のSSとして事業を開始。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 1998年に自動車関連事業の拡大で収益確保するとの考えを示し、企業の拡大化を計画した。
- 同一敷地内で全ての事業を行うために、隣接する土地を購入し総敷地面積を1,500坪とした。

【顧客満足度向上の秘訣①】<フルからセルフへの転換>

- 2007年に顧客ニーズに合ったスタイルを目的としセルフに全面改装。同時に、構内道路を敷き防火塀を撤去した事により道路から同社の全ての事業が一望可能に。
- スタッフ教育を徹底し、入りやすいSS、相談しやすいSS作りを全員で話し合い実行。

【顧客満足度向上の秘訣②】<ワンストップサービスの提供>

- 新車・中古車の販売から一般整備・車検・洗車・钣金・レンタカー、最終的には不要車の買い取りや輸出まで同社で全て実施。
- 全てが同一敷地内で提供できることが大きなインパクト。そのために隣地の購入にも積極的に取り組んだ。
- 顧客に絶対的な安心感を与える国土交通省指定工場取得にあたっては通常1年以上要するところ、努力の結果、半年で取得。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 来店客500名にアンケートを取った結果、1/3が同社で車検を実施。
- 理由は整備力・価格はもちろんのこと、同一敷地内に工場がある事も大きな要因。
- 2007年のセルフ化でガソリン販売量は3倍。セルフ洗車場の年間売上は前年比25%増。車検は年間1,500台以上実施。



道路から全容が一望でき、入りやすいSS



同一敷地内の充実した整備工場

今後の展望

- 「SSは企業の重要な情報発信地」であることを改めて認識。SS店頭でのPRの工夫で車検を伸ばす。
- 2012年に開始したダイハツの新車販売を拡充し、今後の大きな柱とする。更に、保険事業も大きく取り扱っていく方針。

会社情報	会社名	(有)フジマキ
	運営SS数	1SS(セルフ)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販100~300kl(1SS)
	系列(主なマーク)	JX
	ガソリン卸先数	0社、0SS
	SS以外の兼業事業概要	車検事業、洗車事業、钣金塗装事業、レンタカー事業、中古車輸出事業、新車販売事業、液化石油ガス販売、新聞販売部

取組を行っている店舗情報	店名	大町南給油所
	所在地	長野県大町市常盤3558
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	7:00~22:00
	従業員数	5名(社員:2名、アルバイト:3名)
	運営形態	セルフ
	敷地面積	1,500坪(SS部分は180坪)
	燃料油販売数量	200kl/月

オープン当時とは事業環境が激変する中で方針転換。
地域密着での安心信頼の上に成立つ油外商品の販売に注力し、売上を伸ばす。

背景・課題

- 岐阜県の東の端、人口約8万人の地方都市に立地。地元在住者や地元企業が顧客のため、地元の顧客からの信頼を得て、信用される商品を提供するために、あえてフルサービスを継続。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 1992年オープン当時は軽油で月間約1,500kl販売するフリート中心の運営で他府県からの来店も多数あり。
- 環境変化から油外中心の収益改革を模索。将来に向けて店の存在価値を高めるべく、「地元地域の皆様に安心・信頼を提供することで、この地域で当店の存在価値を高め、地域に貢献できる店」として再スタート。

【顧客満足度向上の秘訣①】<安心信頼の上に成立する商品販売>

- 従来の機械洗車中心から、真逆で手間の掛かる徹底した手洗洗車やコーティングに転換。
- その後、顧客との信頼関係を築いた上で、钣金、車売買、レンタカー、整備、車検等、提供できる商品づくりを実施。
- 対面販売を重視し、改装したサービスルームのカウンターで商品販売を実施。そこから洗車作業を見てもらうことで顧客に安心感を提供。

【顧客満足度向上の秘訣②】<優れたスタッフによる接客>

- メンバーの意識改革も重要な要素。商品の一つ一つが知識も技術も必要なため、メンバーの育成に注力した。
- メンバー全員が整備士免許取得を目標に掲げ受験する事で意識が向上（現在2名取得しその他のメンバーも継続中）。その効果で自信を持って接客できるよう成長。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的效果】

- 取組の目標は数量増ではなく、来店顧客数増であったが、来店顧客も約2割増えた上に、数量も月間約40~50kl増量。
- 商品構成を増やしたことで、車検と钣金等との相乗効果も出た。



油外商品として、钣金、塗装、車検、点検にも取り組む



車売買、レンタカーにも取り組む

今後の展望

- 商品構成の更なる充実と、商品それぞれの更なるレベルアップ、そして商品の信頼度向上に合わせてメンバーのレベルアップも目指す。メンバーの士気も改善してきており、この流れで取組を進め、地元地域で信用・安心を獲得し、地域に無くてはならない存在となる。
- 実施中のSS隣接地での古紙リサイクル事業に加え、地域に貢献できる取組を検討していく。

会社情報	会社名	中央紙運輸(株)
	運営SS数	1SS
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販100~300kl(1SS)
	系列(主なマーク)	JX
	ガソリン卸先数	—
	SS以外の兼業事業概要	钣金工場1カ所、車検指定事業所1カ所、損害保険代理業、製紙原料取扱事業、自動車貨物輸送業

取組を行っている店舗情報	店名	ウエストポイント中津川SS
	所在地	岐阜県中津川市千巨林200
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	0:00~24:00(24時間)
	従業員数	21名(社員:12名、アルバイト:9名)
	運営形態	フルサービス
	敷地面積	1,200坪
	燃料油販売数量	800kl/月

SSを超えて、「地域の何でも屋」として貢献。
小さな依頼にも気持ちよく応え、固定客を獲得、油外収益につなげる。

背景・課題

- 社長は、静岡県石油商業組合の榛原支部長。静岡県石の理事でもあり、幅広く組合員の信頼を受ける。
- 社長自身の人柄と、陰ながら努力する姿勢が組合員にも、顧客にも影響を及ぼしている。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 燃料販売だけでは経営が成り立たないという現実や原油価格に左右されない安定収益獲得のため、タイヤ販売や車検など、油外収益に注力。自動車整備は認証取得し、車検など同社で整備を実施。

【顧客満足度向上の秘訣①】<JAFとの提携>

- JAFと提携しているため、東名高速道路等で発生した故障車などはいち早く、同SSへ持ち込まれて対応。

【顧客満足度向上の秘訣②】<地域の何でも屋>

- SSとしてだけでなく、「地域の何でも屋」としても貢献しており、ちょっとした依頼（車の移動や修理など）には気持ちよく対応。
- 例えば、近隣のコンビニなどからの修理依頼、自転車・農機具・発電機の修理依頼、地域自治体の防災器具のメンテにも対応。
- 最新の車両診断機を導入し、従来の勘や経験では解決できないトラブルにも対応。
- 固定客はもちろんのこと、新規来店客にも一声かけながら対応することで、また来てみたくなるような店舗になるよう努力している。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的效果】

- そんなお店だからこそ、タイヤの販売・洗車・オイル交換など多くの油外収益につながっている。



JAFによって持ち込まれた故障車



車検の様子

今後の展望

- 静岡県の販売店としては、トップクラスの油外収益を達成しており、販売店として、力強い見本として組合員SSの模範となり続ける。

会社情報	会社名	(有) 浅井商店
	運営SS数	2SS (フル:1SS、セルフ:1SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販100~300kl(2SS)
	系列 (主なマーク)	昭和シェル石油
	ガソリン卸先数	—
	SS以外の兼業事業概要	認証整備工場 (中部運輸局認証工場 静第7927号)

取組を行っている店舗情報	店名	牧之原給油所
	所在地	静岡県牧之原市切山2776-44
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	6:30~20:00
	従業員数	6名 (社員:4名、アルバイト:2名)
	運営形態	フル
	敷地面積	200坪
	燃料油販売数量	120 kl/月

洗車で周辺SSとの差別化を図る。

喫茶室を併設し、そこには多くの高齢者が訪れ、くつろげるスペースを実現。

背景・課題

- 郊外に立地しており、周辺客だけでは厳しいため洗車で商圈を拡大。最新式布洗車と温かいイオン水洗車（洗車機2台）などを取り入れ周辺SSの洗車と差別化を図った。
- 高級車をターゲットとし、多くの高齢者が訪れ喫茶店（シェルハウス）でくつろいでもらうというスタイルのSSを実現した。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 「有料でかまわないので車の室内をきれいにしたい」という顧客の要望に応じてサービスをメニュー化。そのサービスが好評を得たことから、洗車への気付きを得る。

【顧客満足度向上の秘訣①】<洗車への注力>

- 天候や走行で車両は汚れる。きれい好きの日本人に洗車は売れるという判断で会員を中心に取り組みを開始。
- 元売マークを下ろし、洗車看板（イーグルキャラクター）を掲げて店名を“イーグルウォッシュ”とし、洗車が主で燃料販売を従とした。

【顧客満足度向上の秘訣②】<喫茶店の併設>

- 給油所併設の喫茶店（カラオケ付き）で“待たせない洗車”、“待っていても気にならない”店とした。
- 店では野菜、果物を売り店頭を賑やかにし、また、店内にポスト（切手販売）、公衆BOX、宅配便窓口を設置することにより周辺住民の利用を促進。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的效果】

- 洗車は大幅には伸びていないが、固定客は増加。その固定客から車検修理、钣金などを受注。



洗車専門店の看板と独自のブランドポール



販売室の前では、野菜や果物を販売

今後の展望

- 洗車に加え、専門的なコーティング、ポリマーの受注も増加しており、洗車屋業として取組を強化していく。
- ハイブリットや電気の自動車が増えても洗車の注文は必ず来るため、そこで絶対に負けない店づくりをしていく。

会社情報	会社名	中村リビングサービス
	運営SS数	1 SS (フル: 1 SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0~100k(1SS)
	系列 (主なマーク)	PB
	ガソリン卸先数	0 社、0 SS
	SS以外の兼業事業概要	-

取組を行っている店舗情報	店名	尾張セントラル給油所
	所在地	愛知県一宮市千秋町小山字西仲田16
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	7:30~20:00
	従業員数	3名 (社員: 2名、アルバイト: 1名)
	運営形態	フル
	敷地面積	340坪
	燃料油販売数量	80 kl/月

時代の流れに合わせて、経営の多角化や設備を刷新し、地域に求められる店づくりを実現。車検工場を立ち上げ、月平均10台から30台以上に増加。

背景・課題

- 家族5名とアルバイト1名で運営し、地域での燃料油販売とカーメンテナンスを主体に展開。
- ナガシマリゾート（遊園地・アウトレット）への道路沿いに立地しているため、遠方からの観光客も多い。
- 給油所の設備や施設のシステムは、常に新しい機器を導入。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 創業は1968年10月。創業当時はフルサービス店として地域密着の販売を行っていたが、周辺SSのセルフ化への対応として、セルフ・フルのスプリット型に業態転換。
- SSにて1997年に認証工場を、2003年に検査場を増設し指定工場を取得。さらに2009年、SS向かい側に整備工場を新たにオープン。車検整備及び車販売等事業は、燃料油販売の減販を補えるよう運営コストを意識。

【顧客満足度向上の秘訣①】

<油外拡大に伴い資格取得、家族経営で地域密着を目指す>

- 燃料油販売数量の減少を補う車整備のため、自動車整備士1級1名、2級3名、自動車検査員3名の資格取得を実現。

【顧客満足度向上の秘訣②】

<自動車オークションに加盟し、車販から整備に繋げる>

- 整備工場のオープン後、各メーカーの新車販売や、中古販売のオークションに加盟して顧客の選択肢を拡げ、満足してもらえる整備工場を目指す。
- 整備の提案・受け渡し時に、写真を使って整備箇所をわかりやすく説明することで、顧客の理解を得ることができ、満足度の向上を実感。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 車検台数は、認証工場時代は月平均10台前後の状況であったが、整備工場を立ち上げてからは、客が客を呼び、毎年、月平均30数台以上の車検整備を実施。



SSの向かい側にある車販・整備工場



SSIに併設されている車検場

今後の展望

- 今後の展望として、①社員の高齢化と人員不足、②燃料の需要の更なる減少(ハイブリット車の普及等)、③若い世代の車離れが見込まれる中、サービスステーションの役割とトータルカーメンテを担い、地域に求められる店舗づくりを目指していく。

会社情報	会社名	(有) 糸見石油店
	運営SS数	1SS (セルフ・フルのスプリット型)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販100~300kl(1SS)
	系列 (主なマーク)	JX
	ガソリン卸先数	0社、0SS
	SS以外の兼業事業概要	LPガス・住宅設備のボイラー工事 業 自動車整備工場1カ所、自動車保 険

取組を行っている店舗情報	店名	オートオアシスナガシマ
	所在地	三重県桑名市長島町白鷺26
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	7:00~20:00
	従業員数	6名 (社員:5名、アルバイト:1名)
	運営形態	セルフ・フル (スプリット型)
	敷地面積	450坪
	燃料油販売数量	240 kl/月

中古車専門道をSSに併設し、39.8万円の軽自動車を中心にラインナップ。
毎月20台程度販売し、修理や钣金、保険などの油外収益にもつなげる。

背景・課題

- 燃料の減販に歯止めがかからず、経営の先行きに危機感を感じ、燃料以外の収益向上の機会を模索する中で、同社の強みとする油外収益を更に伸ばすべく、会社全体としてトータルカーサービスを強化する方向に進むことを決断。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 会社全体の取組を強化しようと考えたとき、まずは車検を倍増させることから始め、最も重要な商品の一つである車販については、中古車専門道をSSに併設することが最善と考えた。

【顧客満足度向上の秘訣①】<ターゲット顧客の設定>

- 同社は競合するカーディーラーの顧客にアプローチするのではなく、SSで商談が進めやすい、SSに来店する燃料給油客、主婦層・高齢者層、軽自動車保有者・セカンドカー保有者をターゲット顧客に設定。
- 39.8万円の価格帯の中古軽自動車を中心に展示。

【顧客満足度向上の秘訣②】<社員への権限委譲>

- 中古車専門店立ち上げには、中堅クラス社員を抜擢し、仕入に関しても、予算の上限を設ける以外は全ての権限を委譲。現場がやりやすい形を意識しながら取り組んだ。
- 車販に関するルールやセールストークのトレーニングなども、中古車専門店の責任者を中心に実施。
- 現在、専門スタッフ4名が在籍し、知識と経験が豊富なスタッフが顧客に合った車を提示出来るレベルにまで成長。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的效果】

- 軽専門店毎月20台近く販売。結果として、油外収益にも大きく貢献。
- 修理の依頼、钣金、自動車保険へとつながっており、今まで取り逃していた領域の収益が確保できている。
- 当初、中古車希望だった顧客が、営業の結果、新車販売につながることも。



軽自動車専門店の入り口
「軽自動車39.8万円」が売り文句



セールストークのトレーニング風景

今後の課題

- 車販に関する知識と経験をより増やし、全社員がプロ営業マンとして、しっかり商談できるようにする。
- 車販はトータルカーサービスの中心になることは間違いないため、今後段階的に販売台数を引上げ、将来的には年間500台以上の販売を目指す。

会社情報	会社名	(株) 尾賀亀
	運営SS数	15SS (フル: 4SS、セルフ: 11SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販100~300kl(6SS) 月販300~500kl(9SS)
	系列 (主なマーク)	エッソ、モービル
	ガソリン卸先数	20社、18SS
	SS以外の兼業事業概要	石油卸売、食品卸売、不動産

取組を行っている店舗情報	店名	エクスプレス竜王
	所在地	滋賀県蒲生郡竜王町西横関173-2
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	0:00~24:00 (24時間)
	従業員数	6名 (社員: 3名、アルバイト: 3名)
	運営形態	セルフ
	敷地面積	400坪
燃料油販売数量	300 kl/月	

顧客動向を分析し、新しい取組みを他社に先んじて実施。潜在ニーズ掘り起し、
新商品を開発して入口を確保、アフターマーケットに繋げる。

背景・課題

- 約20年前に、ユーザー車検と中古車バイク販売をきっかけに自動車周辺ビジネスを開始。近年、ディーラー等のメンテナンスパックにより車検を含めた油外事業が縮小していく中、他社と違う特徴を模索。
- 新商品として、以前から販売していた新車の低金利販売と残価設定クレジットに、車検、税金、メンテナンスも、全て含んだ月々定額での商品の提供を開始。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 車検時に税金等を納付できない、車検代をカードで分割払いされる顧客が増えて来たことから、携帯電話のように定額で車に乗れる仕組みがあれば、顧客の利便性が上がると思った。
- 同様に法人顧客においても、資金の有効活用、業務簡素化、経費削減を実現する事で、経営がスムーズになるのではないかと考えた。

【顧客満足度向上の秘訣①】<ターゲット顧客を定めた商品開発>

- ターゲット顧客は、税金や車検等の出費を嫌い、月々定額払いを好む顧客、資金の有効活用、業務簡素化、経費を削減したい法人。
- 未来確定型油外販売と題し、新車で全て含んで月々定額販売の「新車あげます7」というオリジナル商品を開発。

【顧客満足度向上の秘訣②】<全スタッフでの地道な営業>

- 新車が売れる店作りのため、来店客に1日1件の告知と題し、全スタッフが来店客に対して商品説明の徹底と車検6ヶ月前の顧客には乗り換えの意志確認を実施。
- 幹部スタッフ3名は、1日1件の法人訪問と題し、1人90社の担当を決め、計270社を年間4回の訪問を実施。
- 社内研修を行い、スタッフ全員を車のプロに仕立て上げ、SSの利点である全員販売を目指すために日々努力している。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 取組後、約1年半でリース保有台数は120台。
- 大手に立ち向かい数を確保するために、「新車あげます7」をシステム化。他の参加SSを募り、参加店は43社、100SSまで成長。



古くから取り組む車両整備



同社の「新車あげます7」の紹介チラシ

今後の展望

- 早期に保有台数500台の目標のクリア。その次に1,000台を目指し、未来の収益を固める。顧客の満足を得ることが出来れば、やがて紹介等が増え、販売が加速していくと期待している。
- 車両販売がクレジットからリースに推移していくにあたり「新車あげます7」の改良版を検討。

会社情報	会社名	山下石油(株)
	運営SS数	1SS(フル)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0~100kl(1SS)
	系列(主なマーク)	昭和シェル石油
	ガソリン卸先数	—
	SS以外の兼業事業概要	車検指定工場、钣金工場

取組を行っている店舗情報	店名	園部中央SS
	所在地	京都府南丹市園部町美園町7-14-5
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	7:00~19:30
	従業員数	11名(社員:3名、アルバイト:5名)
	運営形態	フル
	敷地面積	300坪
	燃料油販売数量	100kl/月

商圈内の顧客や競合を徹底分析。各顧客に対応したサービスを提供し、改善し続けることで、販売数量、油外売上、顧客満足度の向上につなげる。

背景・課題

- 商圈を徹底調査した結果、半径10分走行圏内には商業と一般住宅が密集し、57%が男性、43%が女性。世帯当たり保有台数は2.5台で商圈内住宅戸数は68,000軒。店頭通行車両は営業時間内22,352台。但し深夜0時から朝5時までには極端に減少。SSへの要望は適正価格（安さ）であるが45歳以上は来店時の安心感、清潔感、メンテナンスへの信頼を重視している。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- セルフSSとして給油のみではなく、顧客の車の安全快適、経済的走行の実現に貢献する使命を感じた。

【顧客満足度向上の秘訣①】<ターゲット別の顧客ニーズ>

- 接客サービス展開で顧客層を「35歳まで」「36歳から55歳」「高齢者」の3タイプに分類。タイプ別のサービス提供が、顧客の事故を未然に防ぎ、満足につながりリピート率を向上させると分析。
- 給油、洗車、各種メンテ以外に車検、钣金塗装、保険も提案し、カーライフへの総合提案及び相談ができるセルフSSとすべく注力。

【顧客満足度向上の秘訣②】<商圈の徹底分析>

- 商圈を10分走行圏内とし、商工業、住宅数、世帯の車両保有台数調査をポスティングを中心に実施。潜在需要を把握。
- 走行量調査、入店率調査、顧客アンケート調査を実施。
- 競合7SSの接客運営状況調査を実施し、ガソリンの安値販売が主戦略で、フロントにおける顧客アテンドを常時配置した競合は少ないと確認。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 2014年3月と比較して2015年12月の自動車用燃料数量は17%増、メンテナンス利益は75%増（431万円）。
- 顧客満足度調査は2014年45点に対して2015年85点。
- 店頭通行台数に対する入店率2.6%（一般平均1.2%～1.5%）メンテ実施率15～17%（一般3～5%）。
- 2015年エクソンモービルエクスプレス・ブランド・マスター受賞。



強みである、入りやすく出やすい
レイアウト



商圈を徹底分析している

今後の展望

- 常に顧客のニーズを掴み、顧客の立場に立った展開をしていくことで、今後も地域一番のお店として支持され、信頼される店づくりに挑戦していく。

会社情報	会社名	(株)イトー
	運営SS数	8SS (フル: 4SS, セルフ: 4SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販100~300kl(3SS) 月販300~500kl(4SS) 月販500~1000kl(1SS)
	系列 (主なマーク)	エッソ
	ガソリン卸先数	—
	SS以外の兼業事業概要	钣金・塗装工場 1ヶ所車検認証工場 1ヶ所。工業用燃料、潤滑油の販売

取組を行っている店舗情報	店名	緑ヶ丘SS
	所在地	大阪府堺市堺区緑ヶ丘中町1-1-40
	立地特性	都市/商住混在
	営業時間	0:00~24:00 (24時間)
	従業員数	5名 (社員: 2名, アルバイト: 3名)
	運営形態	セルフ
	敷地面積	360坪
燃料油販売数量	360 kl/月	

カーメンテを中心とした戦略の構築・強化を開始。顧客満足度向上を徹底したことで、2015年度のカーメンテ売上は、4年前比170%と好調に推移。

背景・課題

- ガソリンで儲かる時代ではないという認識から、掛け顧客を基盤にし、更に地域一般ユーザーを取り込む事を大切に、現在5SS全てでフルサービスを展開。セルフに偏りがちな顧客を取り込む努力をしている。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 4年前に経営ビジョンを設計した際、「若い社員を抱えている以上、先行投資や将来を見据えた給与体系を考慮し、多様性ある収益性を模索したい。」と感じたのが、きっかけ。

【顧客満足度向上の秘訣①】<戦略の構築・強化>

- 車販、更に車検、整備で永続的な顧客管理を行うカーメンテナンスを中心とした戦略の構築・強化を開始。
- SSの外観及び内装重視で視覚的効果をユーザーにアピールするとともに、車検事業の拡大を図るために整備認証工場併設を増やす。
- 従業員の整備力など、知識と技術向上が不可欠と認識し、研修等を積極的に実施。
- 1SS単位で1,000ユーザーの顧客管理を目標。

【顧客満足度向上の秘訣②】<従業員との一体感>

- 若いスタッフに対しては、魅力ある会社であるためにはどうすればよいのかということを念頭に置くよう徹底。
- 各SSでの運営努力ではなく、すべてのSSが1つという考えで、均一的で安全・安心なサービスを提供することを追及。
- 最終目標に向かい、あきらめないことを大切に、そのことを従業員と理解し合えるようコミュニケーションを図っている。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 油外販売で4年前を起点にし、翌年40%増、翌々年に60%増、昨年度は70%増。



併設の整備認証工場



従業員の整備力向上のための研修

今後の展望

- 5年後に向けて、3年後に必要なことを立ち上げる。車販を顧客管理強化への商機としているが、更にその先を模索。点検事業を掘り下げていくことも重要と認識。
- 予約管理を徹底し、車検、コーティングなどにおいても、顧客管理をもとにアプローチを積極的に行い、予約からの成約ヒット率向上を狙う。

会社情報	会社名	朝日石油(株)
	運営SS数	5SS
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0~100kl(2SS) 月販100~300kl(3SS)
	系列(主なマーク)	JX
	ガソリン卸先数	—
	SS以外の兼業事業概要	整備認証工場2カ所、保険、不動産等

取組を行っている店舗情報	店名	Dr.Drive 芦屋セントラル
	所在地	兵庫県芦屋市竹園町1-25
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	平日 7:00~21:00 日祝日 8:00~20:00
	従業員数	8名(社員:2名、アルバイト:6名)
	運営形態	フル
	敷地面積	155坪
	燃料油販売数量	150kl/月

自動車周辺ビジネスの、車検・钣金・レンタカーの3事業を展開。
SS間で収益を相互融通してバランスを取り、収益の悪いSSも钣金により改善。

背景・課題

- 燃料油のマージンが圧縮される昨今、収益の確保策を模索。収益確保策として、自動車周辺ビジネスを取り扱うことで顧客満足度を更に高め、顧客固定化の一助とするという考え。
- 車検は2年に一度必ず実施するため、車に関する身近な相談相手となれるよう、来店する顧客すべてに丁寧な接客を努める。特に、高齢の顧客にはきめ細やかな安全点検を行い、事故防止に貢献。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 自動車周辺ビジネスに何があるかと模索していたところ、車検・钣金・レンタカーの3事業に巡り合う。
- 自動車性能向上で車両保有期間が延び、応じてサービスの質も、安心・安全が優先されメンテナンス重視の展開が求められていると認識。

【顧客満足度向上の秘訣①】<SS間で収益を相互融通>

- 車検は薬師寺東SSをコア店として展開。钣金については紀寺钣金工場にて実施。レンタカー事業は、奈良大宮SSにて実施。
- 量販店のセルフから車検や钣金の顧客を集めて、コア店に集約し収益効果を高める取組。
- SS間で収益を相互融通することにより収益バランスが改善し、収益の悪いフルSSも钣金作業が入ることで収益が改善。

【顧客満足度向上の秘訣②】<イメージ向上>

- 単に必要に迫られ来店するという従来型集客を進化させるため、自社オリジナルキャラクターの「ならまちこ」を作成。
- キャラクター人形でSSをはじめ、各店舗にランダムに出現させ、「楽しんでもらえる」店舗づくりを推進。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的效果】

- 会社全体でガソリンは前年比4.1%増。特に紀寺SSは、10.3%増と大幅な伸び。
- 紀寺SSは2013年にフルからセルフに改造したが、既存顧客も流出せずに、新規顧客と相まって相乗効果を生む。



紀寺钣金工場での作業風景



同社のオリジナルキャラクターの「ならまちこ」

今後の展望

- 顧客満足度調査で100%の満足を継続することは至難の業であるが、この至難の業に挑戦し続け、同時に収益を出し、石油製品の販売と自動車周辺ビジネスを通じて地域貢献して行く。

会社情報	会社名	(株) 奈良自動車学校
	運営SS数	8 SS (フル: 2 SS、セルフ: 6 SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0~100kl(2SS) 月販100~300kl(1SS) 月販300~500kl(4SS) 月販500~1000kl(1SS)
	系列 (主なマーク)	エッソ、モービル
	ガソリン卸先数	0 社、0 SS
	SS以外の兼業事業概要	自動車学校、食品原料卸業 (株式会社砂糖傳増尾商店)

取組を行っている店舗情報	店名	紀寺SS
	所在地	奈良県奈良市紀寺東口町771-8
	立地特性	郊外/住宅立地
	営業時間	7:00~22:00
	従業員数	12名 (社員: 4名、アルバイト: 8名)
	運営形態	セルフ
	敷地面積	400坪
燃料油販売数量	350kl/月	

スタッフ1人1人が手配りするポスティング活動に最も注力。
燃料油だけでなく、オイルやタイヤ販売においても、実績を積み上げる。

背景・課題

- ガソリンスタンドは、地域の住民の生活を支える「ライフライン」の役目を担っており、厳しい経営環境の中でも体質強化を行ないながら、その役目を果たすことが第一に重要と認識。
- いつでも、誰にでも石油製品の安定的な供給を行うことが一番の信頼の向上となり、更にもっと「身近な存在」として頼って頂く、信頼して頂く活動を形にしていけることが必要だと結論づけ活動中。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- セルフに改造するか考えた際、いつでも誰にでも安定供給をする息の長いステーションを作る必要があると感じ、2009年8月より24時間365日営業のSSとして改装オープン。
- その後、震災時に長蛇の車の列が並んだ光景をみて、当たり前存在ながら多くの人々の暮らしを支える拠点であることを再認識。

【顧客満足度向上の秘訣①】<身近な存在>

- 近隣は古い住宅地区のため、セルフだが店頭にはスタッフを立て、顧客からの問い合わせに応えられる店づくりを実践。
- フルサービス時代と変わらず「洗車・オイル・タイヤ」のアドバイスを中心に、カーディーラー・カーショップまで行かなくても大丈夫という、最寄の安心なお店の地位を築いている。

【顧客満足度向上の秘訣②】<ポスティング活動>

- 手作りのチラシで来店頂きたい気持ちも添えてスタッフ1人1人が手配りを実施。
- オープン当初から近隣地区へのポスティングは2カ月に1回15,000枚。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 改装した2009年の12月実績と比べ現在は2倍近くの燃料油増販。
- 2015年のオイル販売は2010年比で180%、タイヤ販売は200%超で1,500本以上を販売。洗車回数は洗車機導入後の現在60回/日。
- 顧客増加により従業員の表情も変化し、明るくさわやかな店舗となる。



同社作成のポスティングチラシ



ポスティングに欠かせない自転車

今後の展望

- より地域から必要とされ信頼される店舗作りを大切にし、「燃料油以外の収益」も伴った複合施設や過疎地域における小型のコンビ二複合店の検討もできる企業体質改善に取り組んでいく。

会社情報	会社名	(株)トリベイ
	運営SS数	7SS (フル:2SS, セルフ:5SS)
	ガソリンの 月販ごとのSS数	月販0~100kl(1SS) 月販100~300kl(2SS) 月販300~500kl(4SS)
	系列 (主なマーク)	エッソ、丸紅エネルギー
	ガソリン卸先数	2 SS
	SS以外の兼業事業 概要	—

取組を 行っている 店舗 情報	店名	G-YOUステーション大森
	所在地	鳥取県鳥取市青葉町1-212
	立地特性	都市/街道・住宅立地
	営業時間	0:00~24:00 (24時間)
	従業員数	7名 (社員:4名、アルバイト:3名)
	運営形態	セルフ
	敷地面積	310坪
燃料油販売数量	395 kl/月	

セールスの個人差が生じないよう顧客DBを構築し情報共有。

顧客満足向上のため、清潔感のある店舗を作り、技術向上にも継続的に取り組んだ結果、業績は順調。

背景・課題

- コーティングは車好きなマニアックな顧客向けの印象を受けるが、女性の顧客や、定年退職された年配の顧客が増えてきている。
- 車購入時に、長くキレイに乗りたいと思う顧客が増え、車齢が伸びていることもあるため、コーティングへのニーズは高まってきている。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- セルフSSが増え始め、販売数量の落ち込みとマージンの悪化が顕著に。
- 「押し売り」に近い販売をするSSも増え、SSイメージの悪化を強く感じ、顧客に喜ばれ必要とされる店舗づくりを模索。

【顧客満足度向上の秘訣①】<顧客目線のスタッフの声を聴く>

- SSで出来ることを考えている際、「洗車・コーティング」という意見がスタッフから上がり、その後、磨いても消えないキズや凹みを直す钣金塗装等への取り組みをスタッフが希望し採用。
- 店舗づくりでも、顧客目線のスタッフ意見を可能な限り取り入れた。

【顧客満足度向上の秘訣②】<ハードとソフトの充実>

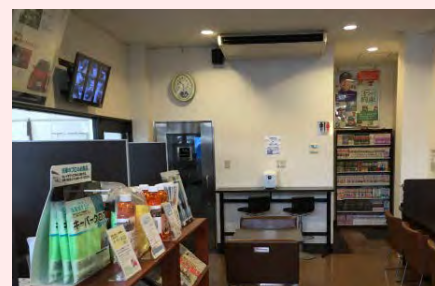
- 大手のSSが労力の掛かる洗車・コーティングから撤退するなか、早くからKeePer技研(株)の手洗い洗車機を導入。山陰地区で一番に技術認定の資格を取得し営業を開始。
- セルフ化への全面改装時に、洗車・コーティング・钣金塗装の専門店の外観へ。美容室のゲストルームをイメージし快適に時間を過ごせる空間、清潔感のあるトイレを整備。店頭での声かけは一切せず。
- 顧客管理に自社DBを作成。DBを共有し、個人的なノウハウ・記憶に依存せず顧客フォローをしてリピート率を向上。
- 技術向上トレーニングは欠かさず、KeePer技研(株)の技術コンテストにも参加し2年連続で全国大会へ出場。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- セルフ化以降、洗車粗利益(月平均)は1年目170%、2年目130%、3年目125%、4年目126%と向上。
- 施工車のフォトログ掲載数は2,600件(2015年12月末)を超えた。



洗車・コーティング・钣金塗装の専門店の外観



美容室のゲストルームをイメージした待合室

今後の展望

- 燃料油粗利に左右されない経営をするための柱として、ボディーケア事業を前面に出し、他SSとは一線を画す店づくりを目指す。

会社情報	会社名	(株) 江津丸善
	運営SS数	2SS (フル:1SS、セルフ:1SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0~100kl(2SS)
	系列(主なマーク)	コスモ石油
	ガソリン卸先数	3社、9SS
	SS以外の兼業事業概要	钣金工場(SS併設1か所)、損害保険代理店、卸売

取組を行っている店舗情報	店名	セルフ江津
	所在地	島根県江津市渡津町495-1
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	7:00~20:00
	従業員数	5名(社員:5名)
	運営形態	セルフ
	敷地面積	—
	燃料油販売数量	70kl/月

2015年12月のキーパー選手権（コーティング）で「広島県No.1」。
「お試しキャンペーン」で良さを周知し、油外収益60円/L以上の効果。

背景・課題

- 周辺のセルフ化等によって安値販売、価格競争が激化。ガソリン利益に頼らない収益構造の構築を図る必要に迫られた。地元密着型のSSとして個人ユーザー及び法人代表をターゲットとし、大きな設備投資の必要がない洗車、コーティングの販売強化に思い至る。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 2014年に既存の洗車機が故障、交換が必要になったため、手洗い専用洗車機を導入し、以前より注力していた手洗い洗車に特化。

【顧客満足度向上の秘訣①】<キャンペーンでのお試し利用>

- 手洗いお試しキャンペーンと称し、安価に手洗いを実施し、手洗いの良さ、洗車機洗車と比べそれほど高くないことをPR。
- 同様にコーティングもお試しとして安価に提供。

【顧客満足度向上の秘訣②】<顧客DB化>

- 顧客リストを作成し、コーティング施工客に次回施工の来店を促すようDM及び電話を実施。コーティング予約キャンペーンを10～11月に行い、年末（12月）施工のおすすめを実施。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 当初は手洗い洗車が高いというイメージから客数の減少もあったが、地道に告知活動を行った結果、客数・売り上げともに増加。
- 以前の手洗いに比べ作業時間の短縮にもつながり、作業効率化。
- 12月キーパー選手権広島県1位、油外収益60円/L以上を達成。
- 2万円程の高額洗車が多くのお客様に受け入れられ、リピート。



同社注力の手洗い洗車



キーパー選手権広島県1位のPR

今後の展望

- 通常月においても優良客が固定化されるよう、更なる顧客の固定化を図るためにどうしたら良いのか、皆で考えていきたい。
- 1SSの会社が生き残っていくには大変厳しい環境になっているが、量販SSや資本力のあるSSと同じ土俵で戦うのではなく、1SSでもできるような商売に知恵を絞ってやっていく。

会社情報	会社名	折口興産（株）
	運営SS数	1SS（フル）
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販 0～100kl(1SS)
	系列（主なマーク）	JX
	ガソリン卸先数	0社、0SS
	SS以外の兼業事業概要	—

取組を行っている店舗情報	店名	阿賀駅前SS
	所在地	広島県呉市阿賀中央3-3-4
	立地特性	街中／街道立地
	営業時間	平日 6:00～20:00 日祝日 8:00～19:00
	従業員数	9名（社員：2名、アルバイト：7名）
	運営形態	フル
	敷地面積	—
	燃料油販売数量	揮：80～100 kl/月 軽：25～35 kl/月

カーライフの「ゆりかごから墓場まで」を実現すべく、車販に注力。
油外比率は年々向上、燃料に頼らないビジネスモデルを構築。

背景・課題

- 規制緩和以降、燃料油の販売は過当競争になり、燃料油だけの利益では、生き残れない事は明白。
- 地域の雇用を守り、ライフラインを維持していく役割を担い、その中で地場の中小企業が生き残るためには、異業種への多角経営による収益拡大をするか、合併による規模の拡大しかないと認識。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 多角化で飲食などの車関連以外の業種に手を出して失敗している例も多く見受けられる中、アドバンテージを得ていくためにも、やはり車を中心としたビジネスモデルを選択。

【顧客満足度向上の秘訣①】<集約化>

- フルサービスのSSを8店舗保有していたが、小さなお店を数多く運営するより大規模なSS展開をして1店舗当たりの客数を増やす為にセルフ化を行った。

【顧客満足度向上の秘訣②】<ゆりかごから墓場まで>

- カーディーラーのメンテナンスパックでの囲い込みに対抗するため、車販や個人車リースなど上流部門を押さえるべく車販に注力。
- 取組内容は、オイル交換などの整備、半年・1年点検、車検整備、钣金事業、保険事業、レンタカー事業、車販売、車リース事業。
- 燃料給油で来店回数が多いのを武器に、接客で顧客との信頼関係を作り、提案を行う。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 10年前は燃料販売と油外販売の利益の比率は8対2であったが、現在6対4。



「ゆりかごから墓場まで」を提供する大規模なSS



注力する車両販売のセールス風景

今後の展望

- 長い付き合いのある個人客、取引関係にある法人を対象に、車関連のサービスを多角化してワンストップでカーライフ全てに対応出来る経営を目指す。
- 現在、年間で車検2,000台、車販売50台、保険新規獲得100件、钣金事業、洗車コーティングなど、顧客を中心にした「カーライフ」に関するビジネスの提供を行っているが、今後はさらに倍増していきたい。
- 数年以内に燃料収益に頼らないビジネスモデルを確立し、ワンストップショッピング型の完成形を他地区に新規で展開していく。

会社情報	会社名	関西砒油(株)
	運営SS数	5SS(セルフ)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販100~300kl(2SS) 月販300~500kl(3SS)
	系列(主なマーク)	コスモ石油
	ガソリン卸先数	—
	SS以外の兼業事業概要	車検整備業4か所、新車、中古車販売5か所、保険、ソーラー発電、個人・法人リース業、钣金工場1か所

取組を行っている店舗情報	店名	セルフステーション大内
	所在地	山口県山口市大内矢田465
	立地特性	郊外/住宅立地
	営業時間	0:00~24:00(24時間・年中無休)
	従業員数	7名
	運営形態	セルフ
	敷地面積	800坪
	燃料油販売数量	350kl/月

「車に関する全てのことを提供する。」をコンセプトに認定工場をSSに隣接。
給油客からのチャンスロスをせず、効率的に油外に繋げる。

背景・課題

- セルフSSが増加傾向にあり、競争が激しくなる中、「価格重視だけ」の顧客は当初よりも減少傾向に。
- 顧客に選ばれるSSとなるため「高い顧客満足」を実現させるべく、定期的なアンケートを実施し、顧客の視点に立ったSS運営を模索。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 2005年頃まで簡単なカーメンテ等で十分利益を確保していたが、その後の顧客ニーズにマッチせず、カーメンテによる利益確保も困難な状況に。
- 2012年、隣接地の売却話が発生、購入にあたり効果的な事業を模索中、地元有名整備士入社をきっかけに自動車販売認証整備工場設立に至った。

【顧客満足度向上の秘訣①】<カーケア需要の取り込み>

- カーメンテ市場は将来性が見込まれると考え、「車に関する全てのことを提供する」をコンセプトに自動車複合店舗AUTOTECを隣接オープン。
- カーディーラー等に対する優位性は、給油時に効率的に「洗車・オイル・タイヤ・バッテリー・アクセサリー・作業」等から「車検・钣金・車販・任意保険」につながる流れができること。

【顧客満足度向上の秘訣②】<地場顧客との人間関係>

- 長年築き上げた地域顧客との人間関係を活かし、地域特性に合わせたサービスをきめ細かく提供。
- 毎月「お客様に気持ちよく帰ってもらえるSSづくり」に関しスタッフで意見を出し、共通認識を持って接客することで顧客との人間関係を確立。
- 土地柄もあるが、顧客からほぼ毎日、野菜、果物、魚、お菓子などが届く。そのための来店もあり、「店と顧客」以上の、親戚・親子のような関係性。近隣セルフよりも高い値段でも「この店だから。この店員の接客が気に入って。」と好んで来る顧客も多い。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 自動車販売、自動車保険、カーメンテナンス、給油、車検、钣金、自動車買い替えの一連の流れで3期連続前年売上高3%程度増。
- 現在SSにおける油外販売比は、売上高の40%に迫る。



SS隣接の自動車複合店舗、AUTOTEC(認定工場)



スタッフミーティングの風景

今後の展望

- 総合カービジネスの完成度を高めることで、より地域の顧客の多様なニーズに応えるよう、レンタカービジネスや事故引取のキャリアカー導入などを検討。
- 経営理念である「私たちは、ありがたいの精神で高齢者も安心できるトータルカーライフサポートでお接待致します。」を合言葉に社員一丸となり業務に取り組むとともに、社会の一員として又、地域のオアシスとして地域貢献していく。

会社情報	会社名	桑野石油(有)
	運営SS数	1SS(フル)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0~100k(1SS)
	系列(主なマーク)	JX
	ガソリン卸先数	0社、0SS
	SS以外の兼業事業概要	自動車販売認証整備工場

取組を行っている店舗情報	店名	桑野SS
	所在地	徳島県阿南市桑野町中野116-7
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	7:30~20:30
	従業員数	7名(社員:4名、アルバイト3:名)
	運営形態	フル
	敷地面積	180坪
	燃料油販売数量	110kl/月

機械洗車中心であったが、顧客の声を取り入れ、手洗い洗車ニーズに対応。
洗車目的の来店が増加し、高付加価値商品を取り入れ、売上増を達成。

背景・課題

- 洗車販売は、機械洗車が中心であったが、顧客の要望を受けて、手洗い洗車にも力を入れていた。
- 消費者の洗車へのニーズは、従来の機械洗車以外に、丁寧にキレイに仕上げる手洗い洗車にも大きなニーズがあると考え、手洗い洗車を前面に打ち出した店づくりを他店に先駆けて行った。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 日々の洗車販売の中で消費者の意向、要望をしっかりと聞くことに努め、従来の機械洗車の仕上りに満足していなかった消費者や洗車機洗車ではボディが傷むイメージを持つ消費者など、SSで洗車をしない層の声に耳を傾け思い至る。

【顧客満足度向上の秘訣①】<洗車の高品質化>

- 手洗い洗車では、大雑把な仕上げではなく、細かい箇所まできれいに仕上げることにより「ここに来ればきれいになるから」「ここはきれいにしてくれると聞いたから」と洗車だけの来店が増加。
- 洗車は、物販ではなく店で作る商品との考えの下、品質による差別化を図った。

【顧客満足度向上の秘訣②】<コーティングによる更なる付加価値>

- 洗車目的での来店が増加に伴い、手洗い洗車の延長上にある、コーティングが中心のSS洗車とは一線を画した高付加価値商品の販売可能性を発見。
- その専門性を消費者に訴えるため、コーティング専用ブースを他店に先駆けSSに併設。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的效果】

- 洗車売上は新店舗開店後に売上倍増、その後8年で開店時の倍増。
- コーティング売上は開店時の450%以上。



同社が注力する手洗い洗車



他店に先駆けたSS併設のコーティング専用ブース

今後の展望

- SS業界にも近年顕著にコーティングに取り組むSS数が増えており、供給側の増加による顧客の分散は避けられない状況になってきているため、ここからさらにワンランク差別化することを模索。

会社情報	会社名	天雲石油 (株)
	運営SS数	1SS (フル)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0~100kl(1SS)
	系列 (主なマーク)	コスモ石油
	ガソリン卸先数	—
	SS以外の兼業事業概要	LPガス販売 (小売)

取組を行っている店舗情報	店名	中森大橋SS
	所在地	香川県高松市檀紙町1502-6
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	7:00~20:00
	従業員数	9名 (社員: 4名、アルバイト: 5名)
	運営形態	フル
	敷地面積	250坪
	燃料油販売数量	60 kl/月

優秀店見学から学んだ事を店づくりに活かし、情報発信を怠らず、継続して改善を重ねてきた結果が実り、洗車では、10年間で20倍以上の増益を達成。

背景・課題

- 年々近隣SSのセルフ化が進行する一方で、高齢者や身体障害者、あるいは初心者ドライバーへの対応が不十分と思われる状況も垣間見え、地元で40年以上にわたり商売をしている状況の下、社会貢献の部分においても、できる限りのことをしたいと思い、フルサービスに磨きをかけ、地域住民の方々に安心・快適なサービスの提供を心がけている。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 先代が急逝し、経営の厳しい現実を目の当たりにし、このまま運営を続けるかどうかの選択を迫られたこと。
- SS運営者向けに開催された研修会に参加し、手洗いコーティング洗車の可能性に感銘を受け、この道で生きることを決断。

【顧客満足度向上の秘訣①】<特約店支援の下で洗車へ注力>

- 研修会の提案をした特約店が、有益情報の提供をはじめ、有形無形の支援、経営フォロー等、手厚いバックアップを実施。
- 洗車事業の建て直しを成功させ、実績で報いたいという一心で社員一丸となって取り組む。

【顧客満足度向上の秘訣②】<店作り・人作り>

- 店づくりでは、休憩室を改装、設備撤去により作業スペースを確保。
- 人づくりでは、通行客へのアイキャッチ効果を狙い、顧客からの注文の有無に関わらず、毎日フィールド脇で、手洗い洗車のデモンストレーションを黙々と実施。
- 優秀店から学べをモットーに、優秀店見学を欠かさず、学んできたことを店づくりへと活かす。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 2015年12月の洗車収益は230万円。10年間で20倍以上の増益。
- リピーター客増加により、現在では全体の半数以上が電話による予約販売となり、効率的な運営が可能に。
- 手洗い洗車デモにより、スタッフの技量・意識が飛躍的に向上。



手洗い洗車のデモンストレーション



改装により、ネット環境の整った休憩室

今後の展望

- 車に関する、あらゆる事に応じられる町医者的な存在となる。
- そのために、更なる商品知識の向上、商品メニューの拡充、接客力アップ、これらの3つのキーワードを高いレベルで実現できるように取り組んでいく。

会社情報	会社名	(有) 関谷
	運営SS数	1SS (フル)
	ガソリンの 月販ごとのSS数	月販0~100kl(1SS)
	系列 (主なマーク)	JX
	ガソリン卸先数	—
	SS以外の兼業事業 概要	—

取組を 行っている店舗 情報	店名	Dr.Drive 岡田店
	所在地	愛媛県伊予郡松前町大字昌農内上蔵41
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	7:30~20:00
	従業員数	5名 (社員:3名、アルバイト:2名)
	運営形態	フル
	敷地面積	121坪
	燃料油販売数量	60~70 kl/月

顧客満足度調査で明らかになった改善点を徹底フォロー。
クレンリネス（清潔の維持）等の基本的な取り組みを徹底して実施。
点検作業に対するニーズがあること知り、控えめな声かけで顧客満足度を向上。

背景・課題

- 顧客の多くが個人のオーナードライバーである中、気持ち良く給油をしてもらえるようクレンリネスや接客サービスの向上を徹底して実施。
- 元売の顧客満足度調査の結果を重視し、ミーティングを行い、徹底フォロー。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 給油と洗車だけのシンプルなセルフSSの為、来店する顧客の車の点検等が全く出来ないもどかしさを持っていた。
- 顧客満足度調査の結果から、点検作業の要望があることを知った。

【顧客満足度向上の秘訣①】<油外販売ではなく「点検」>

- 顧客満足度調査結果を重視。ミーティングを開催し徹底フォロー。
- 顧客満足度と関連の強いクレンリネスは、月に1度本社がチェックを行い、改善点を明確化。
- 顧客満足度を重視する観点から、油外販売よりも点検を重視。点検実施による安心感を感じてもらえることを優先。

【顧客満足度向上の秘訣②】<顧客の声に答えセルフSSでも点検実施>

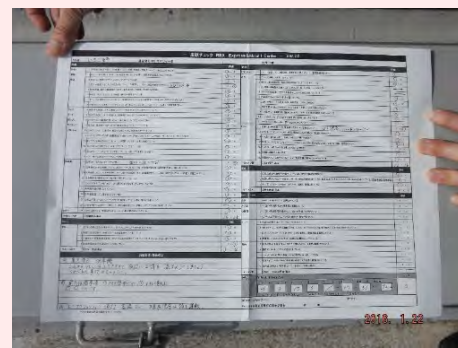
- 社内唯一のフルサービスSSと連携して、セルフSSで点検を実施。
- 月に数日、フルSSより点検器具、オイル等の油外商品を持ち込み、メンバーの応援も得て、点検を実施。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的效果】

- 通常では全く発生しないオイル等の油外収益が、点検実施日では1日当たり20L程度の販売を実現。
- あくまで目的は油外販売ではなく「点検」であり、声かけも控え目。控えめに行うことが顧客に無理なく受け入れられるとの考えがある。実際、顧客から声がかかり、顧客満足度の向上に繋がっている。



「無料点検実施中」の看板



車両点検の結果

今後の展望

- 点検業務をセルフSSにおいて定期的に実施しているが、認知度が低い状態。認知度の向上が必要。
- 顧客に選ばれ喜ばれるSSであることが、生き残りには必要。引き続き、顧客満足度の向上を図る。
- より快適に、より便利に利用してもらうため、コンビニ等の他業種と連携、新しい商品販売やサービス、決済方法を検討。

会社情報	会社名	高知スタンダード石油(株)
	運営SS数	4SS(フル:1SS、セルフ:3SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販100~300kl(3SS) 月販300~500kl(1SS)
	系列(主なマーク)	エッソ
	ガソリン卸先数	—
	SS以外の兼業事業概要	—

取組を行っている店舗情報	店名	いちご野SS
	所在地	高知県高知市介良567-3
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	0:00~24:00(24時間)
	従業員数	7名(社員:1名)
	運営形態	セルフ
	敷地面積	461坪
燃料油販売数量	490 kl/月	

他社の成功事例を学びながら、独自の中古車販売・レンタカーシステムを構築。
中古車販売等への進出が、钣金・塗装、車検・保険の相乗効果を発揮。

背景・課題

- 量販特化のセルフ化の進展に伴う周辺SSの閉鎖が進む中、自社もその課題に直面。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 現社長が元売での3年間の勤務後、2002年に業界での生き残り策の一環として「中古車販売」に進出。2009年より「中古車レンタカー」、2013年より「钣金塗装」を開始。街道筋に面し、周辺に住宅団地を持つ立地メリットを生かし、新規法人客の開拓に注力。

【顧客満足度向上の秘訣①】<成功事例を学ぶ>

- 元売からのアドバイス、全国FC展開を行うレンタカー会社のセミナー参加といった成功事例を学習する中で、独自の中古車販売システムとレンタカーシステムを構築。

【顧客満足度向上の秘訣②】<車販・レンタカー事業にあわせた店作り>

- ショールームを改装し、対面商談コーナーを増設。キャノピーとショールームの一体化。
- セルフ化による営業スタッフの有効活用策として、中古車販売、レンタカー、钣金・塗装、損保・生保業務へと担当を変更。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 競争激化から一時的に販売量が減ったが、洗車などの油外と車販・レンタカー、钣金・塗装などとの相乗効果により売上を伸ばした。
- 周辺SSの閉鎖に伴い200件の新規顧客開拓に成功。
- 顧客のニーズに応じて、中古車販売向けの車をレンタカーとして提供できるようにするなど有効活用。
- 油外収益で約300%増、中古車売買事業で月間10台以上を販売。



商談用に改装したショールーム



中古車販売およびレンタカー事業

今後の展望

- 今後、車販とレンタカーの増収を目標として掲げており、そのために大型駐車場の確保とSSの隣接地に整備工場を確保していく。

会社情報	会社名	(株) 宮元石油
	運営SS数	1 SS (セルフ: 1 SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販300~500kl(1SS)
	系列 (主なマーク)	東燃ゼネラル石油
	ガソリン卸先数	0 社、0 SS
	SS以外の兼業事業概要	中古車販売、レンタカー、钣金・塗装、車検、損害保険、生命保険

取組を行っている店舗情報	店名	セルフ島廻橋
	所在地	福岡県福岡市城南区片江1-1-32
	立地特性	都市/住宅立地
	営業時間	0:00~24:00 (24時間)
	従業員数	20名 (社員: 8名、アルバイト: 10名)
	運営形態	セルフ
	敷地面積	440坪
	燃料油販売数量	500 kl/月

接客姿勢を見直し、常に顧客のことを考えながら接客するスタイルに変更。
自然と顧客から声がかかるようになり、洗車・コーティングの販売も伸長。

背景・課題

- 商圏である長崎県島原市の人口は約46,000人で過疎化、高齢化が進行する中で、女性や高齢者を大切にしている。
- 洗車・コーティングに注力し、仕事が忙しく洗車をしたくても時間がない顧客をターゲットとする。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 燃料油の価格競争が激しくマージンが取れない状況で、経営を安定させるためにワンストップで車に関する全てのサービスを提供できる経営を目指す中で、特に洗車に注力。

【顧客満足度向上の秘訣①】<顧客接点多様化し洗車をPR>

- 顧客との接点を多くしていく方針の下で、フルサービスのスタッフ力を活かして接客に注力。
- 洗車チケットを中心に販売を行い、定期的に顧客に対してハガキでの洗車誘導を実施。

【顧客満足度向上の秘訣②】<顧客目線での自然な接客>

- 油外商品を販売する際に、売ることを意識しすぎて押し売りを受け取られ、顧客から敬遠されることが多くなったため、考えを改め、接客を見直し。
- 笑顔、声だし、会話を重要視し、より顧客のことを考えながら接客するスタイルに変更。
- 結果、自然と顧客から声がかかるようになり、販売も伸長。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的效果】

- 燃料販売約70kl/月（軽油除く）、洗車売上1,200万円/年（内、洗車キャンペーン7月約200万円、12月300万円）。
- ここ数年は前年対比100～102%の売上。



注力する洗車の風景



洗車時等で顧客の利用する待合室

今後の展望

- 今後も洗車・コーティングを更に伸ばして行けるよう、細分化した洗車の取り組み、コーティングの技術アップを図り、顧客満足度を高めていく。
- 車全般にプロフェッショナルであるよう定期的に勉強会などに参加し、車全般で強い店づくりを目指す。

会社情報	会社名	(株) ボスコ
	運営SS数	3 SS (フル:3SS)
	ガソリンの 月販ごとのSS数	月販0~100kl(3SS)
	系列 (主なマーク)	JX
	ガソリン卸先数	0 社、0 SS
	SS以外の兼業事業 概要	新車中古車販売、車検整備、事業用太陽光発電、電気自動車用充電スタンド、LPガス販売

取組を 行っている店舗 情報	店名	島原FS
	所在地	長崎県島原市大手原町18
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	7:00~21:00
	従業員数	5名(社員:3名、アルバイト:2名)
	運営形態	フル
	敷地面積	400坪
	燃料油販売数量	70 kl/月

声かけ等による顧客獲得及び細やかなフォローで、車検件数が増加。
トータルカーケアステーションに成長し、カーケア売上高は1千万円を突破。

背景・課題

- 光の森SSは車検指定工場としてオープンしたが、当時は「車検は自動車ディーラーで」との風潮が強く、SS車検については認知されていなかったため、思うように車検台数が伸びず苦戦。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- どうすれば車検が伸びるかを考えた際に、まずは、SS車検についての認知向上が必要と認識。

【顧客満足度向上の秘訣①】<認知向上に向けた地道な努力>

- 店頭看板等で「365日車検の出来るSS」をアピール。
- リピーターを促す各種特典「6、12、18ヶ月の無料点検DM」。
- 車検特典「各種割引」。例えば、ガソリン、軽油の値引き、オイル割引、次回車検の割引、洗車・室内清掃無料サービスなど。
- 店頭での車検ステッカー確認や車検の声かけ等により車検顧客リスト取りを行い、再来店を促すための販促物の配布にも注力。

【顧客満足度向上の秘訣②】<細やかな顧客管理・フォロー>

- 新規顧客リストは車検管理システムを利用して管理。DMや電話による細やかなフォローを実施し、車検見積りのために来店頂ける流れを構築。
- セルフSSであるが、給油、窓ふき、灰皿清掃等以外は、スタッフを配置してフルサービス以上の接客を実施。
- 給油以外でも来店してもらえよう、洗車カードの勧誘にも力を入れている。タオル、マット洗い機、おしぼり等を無料で置き、手ぶらで来店しても洗車が可能。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的效果】

- 当初は月間平均20~30台だった車検が、現在は月間平均70~80台に増加。最盛期は月間150台。
- 2014年12月にカーケア売上高が1千万円を突破。



顧客の車の状態を確認



車検見積もり風景

今後の展望

- 車検の増加に伴い、自社钣金工場、車買取販売部門を設け、車のトータルケアが出来る体制となったが、地域のトータルカーケアを担い、地域で必要とされるSSを引き続き、目指す。

会社情報	会社名	(株) エムロード
	運営SS数	18SS (フル: 7SS、セルフ: 11SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	—
	系列 (主なマーク)	JX
	ガソリン卸先数	—
	SS以外の兼業事業概要	钣金、車検、中古車販売、保険

取組を行っている店舗情報	店名	Dr.Drive 光の森SS
	所在地	熊本県菊池郡菊陽町光の森7丁目31-4
	立地特性	郊外/商業立地
	営業時間	給油: 0:00~24:00(24時間) 洗車: 9:00~20:00 作業: 9:00~21:00
	従業員数	—
	運営形態	セルフ
	敷地面積	—
	燃料油販売数量	—

「本物」志向の顧客の心を、独自の「磨き」と「コーティング」の施工技術と高付加価値性でつかむ。

背景・課題

- 少子高齢化、若者の車離れ、省燃費車の増加といった社会構造変化により燃料油需要は減退しても、車のトータルメンテナンス需要は不変であり、潜在需要も高い。こうした中で高付加価値を生むものは、何であるか模索。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 従来の洗車・仕上げとは異なるボディガラスコーティングに出会い、取り組みを開始。

【顧客満足度向上の秘訣①】<ターゲット顧客の絞込み>

- ターゲット顧客は、クルマ・バイク好きで「本物」を求める人。社長もクルマ好きで、そのような顧客を満足させるためには、期待を超える最高品質の材料と技術が不可欠で、輝き・艶・耐久性において「本物」である必要性を認識。

【顧客満足度向上の秘訣②】<こだわりの独自施工技術>

- 通常、①洗車、②磨き、③コーティングといった工程で終了となるが、同社では顧客に感動してもらえる高品質で耐久性のある特殊ガラスコーティングの特殊施工工程を採用。
- 更に、こだわりは、アルミホイール、エンジンルーム、ドアステップヒンジ周り、マフラー、ゴムプラスチック、メッキなど全てのパーツにも特殊ガラスコーティングを施工し、顧客満足を追及している。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 同社の手間のかかる特殊な作業方法、同社だけが出来るプロの特殊研磨技術に満足し、県外からの顧客も多数来店。



プロの目でボディの塗膜状態を判断する



30年のキャリアを生かした、こだわりのコーティング施工

今後の展望

- 今後も「本物」志向の顧客向けに、プロのコーティング専門店として、こだわりを持って運営していく。

会社情報	会社名	(有) タカハシ石油
	運営SS数	1SS (フル)
	ガソリンの 月販ごとのSS数	—
	系列 (主なマーク)	PB
	ガソリン卸先数	0社、0SS
	SS以外の兼業事業 概要	コーティング、レンタカー、廃車 引取、新車・中古車販売、車検、 整備、钣金、塗装

取組を 行っている 店舗 情報	店名	鶴崎SS
	所在地	大分県大分市三佐6-10-25
	立地特性	郊外/住宅立地
	営業時間	7:00~20:00
	従業員数	7名
	運営形態	フル
	敷地面積	200坪
	燃料油販売数量	40 kl/月

車のトータルメンテナンスサービス提供のために車両販売を開始。中古車から始め、現在では新車も手掛け、次世代自動車にも対応。
幹線道路沿いの立地を活用した、大型デジタルサイネージ看板で宣伝広告や地域情報を提供。

背景・課題

- 次世代自動車の今後の普及により、ガソリンの粗利が取れない時代の到来が見込まれることから、ガソリンを経営の基軸にすることは難しい状況。
- 従来から付き合いのある顧客をベースに、自動車周辺ビジネスへ展開し、顧客満足度の高いワンストップサービスを提供する経営を目指している。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- ワンストップサービスを提供するために、新たな分野に積極的に新規参入していく必要があると考え、自分たちで商品やサービスを企画して、収益を上げていくことを模索。

【顧客満足度向上の秘訣①】<トータルメンテナンスサービス>

- 車のトータルメンテナンスサービス提供のために車両販売が有効との考えに至る。車を販売することで長期にわたり顧客とのつながりが生じ、結果として収益の確保が可能。

【顧客満足度向上の秘訣②】<中古車販売から新車販売へ>

- 車のトータルメンテナンスサービスを推進する過程で、中古車販売だけでなく、新車販売にも注力。
- 新車を販売することで、コーティング、保険、メンテナンスの需要が生じる。
- 国道213号線沿いの立地を活かして、敷地内にLEDの大型デジタルサイネージを設置し、ドライバーや通行者への告知を実施。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 次世代自動車においても、燃料油以外では、従来の車に対するサービス等と同様な需要があることを確信。
- デジタルサイネージで、多法人からの広告収入のみならず、自社のPRも行うことができ一石二鳥の効果。また、無料で市役所・警察署等からの情報提供も行い、地域からの信用度も増している。



SS敷地内に設置された大型デジタルサイネージ



自動車販売

今後の展望

- ガソリン粗利が取れない時代においても、顧客満足度の高いワンストップサービスを提供するとともに、地域に根ざした情報提供を行うことにより、地域から必要とされる企業を目指す。

会社情報	会社名	(株) カートピアキクチ
	運営SS数	2SS (フル:1SS、セルフ:1SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0~100kl(1SS) 月販100~300kl(1SS)
	系列 (主なマーク)	JX/PB
	ガソリン卸先数	0社、0SS
	SS以外の兼業事業概要	車検・点検、一般整備、鈑金塗装、フォークリフト整備・販売、外車販売・修理、新車・中古車販売、リース、各種保険

取組を行っている店舗情報	店名	中津SS (車輛部・営業部)
	所在地	大分県中津市大字一ツ松382-1
	立地特性	都市/街道立地
	営業時間	7:30~19:30
	従業員数	9名 (社員:5名、アルバイト:4名)
	運営形態	フル
	敷地面積	300坪
燃料油販売数量	250 kl/月	

タイヤ販売を中心に、顧客目線での対応を心がけ、店舗演出にもこだわり。
告知も徹底。客数と油外収益が大幅に増加し、燃料油に頼らない経営を実現。

背景・課題

- 無印SSの乱立、安値販売により、市況が下落し、マージンが激減。
- 同時に客数も減少し、油外収益も減少。このままでは、赤字経営を余儀なくされる危機に直面。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 油外収益の強みであったタイヤ販売が激減。要因分析の結果、SSスタッフが自分の顧客と捉えると点検等の提案をするが、違う場合はアクションをおこさないこと、「売り手目線での接客・対応」であることに気づく。

【顧客満足度向上の秘訣①】<経営理念への立ち返り>

- 経営理念である「ユーザー利益第一」「全員参加・全員主役」の精神に立ち返り、顧客の車の全てが、安全・快適・経済的に走行できるよう無料の安全点検や情報提供を実施し、均一平等なアドバイスを顧客目線で提供できる「真のサービスステーションへ変革し差別化を図る」ことを目標に設定。
- 他SSの成功例を参考に、顧客目線での点検・提案・声かけアプローチの仕組みを作り、店舗演出等も改善。勉強会も繰り返し実施。

【顧客満足度向上の秘訣②】<高い目標設定と実行施策>

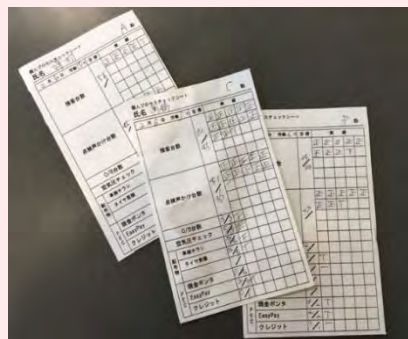
- 再度、タイヤを油外収益の柱とするために、高い目標値を設定。実現のために「6-2-1作戦」を展開（1人1日、6台点検→2枚の見積もり書発行→1本の成約予約）。
- スタッフ1人1人にタイヤの知識・状態の良し悪しを教え、スタッフのタイヤ診断基準を統一。
- 所長は、メンバーの「声かけ・点検シート」を見て「誉めて激励」「出来ない部分はアドバイス」を繰り返し、スタッフ全体のレベルを向上。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 社員は自信を持ち大成長。社内資格のタイヤマイスターに全員が認定。
- 県内では数少ないタイヤメーカーのタイヤパークにも認定。
- 毎月コンスタントに月100本ペースで販売。タイヤ以外の油外収益の増加にもつながり、車検台数も大幅アップ。
- 大幅な客数増及び油外収益増によりモーガスマージン¥0/Lの黒字化を目指している。



油外収益の柱のタイヤ販売



スタッフメンバーの点検シート

今後の展望

- 「店舗作り」「ファン作り」「人作り」を柱に諸施策を強化・徹底。成功店に学ぶ姿勢は継続させ、引き続き、他社の優秀SSを訪問。良いものはドンドン吸収・導入しSSメンバーの成長につなげる。

会社情報	会社名	植松エネルギー（株）
	運営SS数	15 SS（フル：6 SS、セルフ：9 SS）
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0~100kl(3SS) 月販100~300kl(12SS)
	系列（主なマーク）	昭和シェル石油、三菱商事エネルギー
	ガソリン卸先数	—
	SS以外の兼業事業概要	車検指定事業場 1ヶ所

取組を行っている店舗情報	店名	日南給油所
	所在地	宮崎県日南市上平野町1-6-7
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	7:00~23:00
	従業員数	7名（社員：5名、アルバイト：2名）
	運営形態	セルフ
	敷地面積	426坪
	燃料油販売数量	367 kl/月

顧客満足が、従業員満足につながり洗車・コーティングの技術力向上等に寄与。
更に、顧客満足向上につながる好循環。収益も向上。

背景・課題

- 元々石油卸がメインの業態の為、SS事業が軌道に乗らず、赤字が続いていたため事業閉鎖も考えていたが、SSマネージャーの1人が黒字化実現を表明し、期間限定でトライしてみることに。
- 国道に面しており、ターゲットは住宅街の一般層となるが、スペースが手狭である上に工業地域業者の利用も多く、業者車両が入るとスペースがなくなり、一般利用客を待たせるケースが散見された。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 油外収益強化の一環で開始したコーティングの利用者が伸びずに諦めかけていたが、スタッフの対応に感激した旨の1通の手紙が継続のきっかけとなった。

【顧客満足度向上の秘訣①】<待ち時間短縮の施策を徹底して実践>

- 作業工程の時間短縮のため、対応のタイムスケジュール管理やストップウォッチ活用等を実施し、回転率の改善、待ち時間短縮につながった。
- また、家族連れ向けにキッズルームの設置やスタッフの制服を喫茶店化する等のSSイメージ新を図った所、週末の女性客が増加。

【顧客満足度向上の秘訣②】<「真心接客」をレシピ化し横展開>

- 何よりも注力したのは接客。マネージャーが先頭に立って接客の仕方・対応をスタッフに見せ、スタッフもその姿勢に感動。顧客からの感謝の手紙が相次ぐ。
- 秘伝の「真心接客」をレシピ化。全SSで同様のサービス提供ができるよう就業規則の変更も実施。

【顧客満足度向上の秘訣の定量的・波及的効果】

- 一連の感動が、実績向上と自信につながり、スタッフ全員が明るい。ES（従業員満足）= CS（顧客満足）、CS = ESが最大の効果。
- 同SSの販売量は1年間で125kl→172kl、油外収益は700万円→1,200万円→1,700万円。洗車・コーティング台数は月平均200台→300台→420台と毎年増加。



同社の油外の主力である洗車の様子
スタッフはカフェ風の制服で作業



同SSの2階にはキッズルームを設置

今後の展望

- 今後は、洗車専門店として業務転換を図っていく計画であり、真心接客による付加サービスのブランド化を目指していく。
- メンタル分野のヘルスケアビジネスへの進出も視野に入れ、同社ならではの進化を目指していく。

会社情報	会社名	丸博産業(株)
	運営SS数	3SS(フル:3SS)
	ガソリンの 月販ごとのSS数	月販0~100kl(1SS) 月販100~300kl(2SS)
	系列(主なマーク)	JX
	ガソリン卸先数	25社、16SS
	SS以外の兼業事業 概要	石油卸売、不動産

取組を 行っている 店舗 情報	店名	西崎SS店
	所在地	沖縄県糸満市西崎2-24-1
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	7:00~21:00
	従業員数	5名(社員:2名、アルバイト:3名)
	運営形態	フル
	敷地面積	140坪
	燃料油販売数量	172kl/月

(2) 企業体としての競争力強化

目次

カテゴリ（２）企業体としての競争力強化

49	北見石油販売株式会社	北見東相内給油所	…P74
50	鈴木正俊商店有限会社	—	…P75
51	エムツーホールディングス株式会社	セルフ・ユニコーン 米沢バイパス	…P76
52	遠藤商事株式会社	コスモイオンモール天童SS	…P77
53	須賀川瓦斯株式会社	—	…P78
54	株式会社かねます商事	今市中央SS	…P79
55	神奈川県石油業協同組合	—	…P80
56	株式会社灯油宅配ニイガタ	新潟配送センター	…P81
57	株式会社大油屋商店	オートヴィオSS	…P82
58	伊藤石油株式会社	尾鷲国道SS	…P83
59	吉井石油株式会社	ENEOS山科店	…P84
60	竹内油業株式会社	三田フラワータウン	…P85
61	株式会社富士商	香芝インターSS	…P86
62	山田石油サービス株式会社	マルチステーション周南	…P87
63	株式会社香洋石油店	詫間SS	…P88
64	三原産業株式会社	宇和島共同配送センター	…P89
65	有限会社フォーライズ	Yショップ西海店	…P90
66	有限会社山田石油	山田石油	…P91
67	富尾石油株式会社	—	…P92

日頃から業界の垣根を越えた関係を築き、フリート会社とスムーズな業務提携に至る。提携後の地道な共同営業活動によりSS閉鎖を回避。

背景・課題

- 北見石油販売（株）は1913年創業。北見地方一円に広く販路を伸ばし、石油類販売の礎を確立。
- しかし、同社SSもピーク時に比べると、軽油の販売量は6割程度にまで減販。合わせてマージンも減り続け、大幅に収支も悪化し、SS閉鎖を検討していた。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 業態変化に対応すべく、系列の垣根を越え、様々な会社と付合中
中で、同地方にフリートSSが無く、物流を担う運送会社の給油
拠点が必要ではないかとの認識に至る。

【企業体としての競争力強化の秘訣①】

<日頃からの垣根を越えた関係作り>

- 同地方に給油拠点の無いフリート会社と会話を進め、同社のト
ラックステーションを代行給油の提携先として提案。
- 互いの利害が一致し、スムーズな提携につながった。

【企業体としての競争力強化の秘訣②】<地道な営業活動>

- 直接取引でなくなる可能性もあったが、フリート会社の担当者と、
同社顧客を含め営業活動を実施。
- SS前面道路を走行しているトラックは、1台1台社名をリスト
取りし、そのリストを基に営業活動を実施。

【企業体としての競争力強化の秘訣の定量的・波及的效果】

- 同SSのピーク時販売量は3,000kl/年であったが、閉鎖検討時期
の販売量は1,800kl/年にまで落ち込んでいた。
- フリート会社と提携後、販売量は3,000kl/年にまで持ち直し。



トラックステーションのためトラックが多く
出入りする



ピーク時には、数多くのトラックが入店する

今後の展望

- SS設備の老朽化が進んでいるため、給油に来るドライバーが休憩できる設備への建て替え。
- 当地方に来た顧客が立ち寄ってみたいくなるようなSSを目指す。
- 特に、車検整備・軽鉄金、レンタカー、車販など、カーライフ全般をサポートできる店づくりへの転換。

会社情報	会社名	北見石油販売（株）
	運営SS数	5 SS（フル：5 SS）
	ガソリンの 月販ごとのSS数	月販0～100kl(3SS) 月販100～300kl(2SS)
	系列（主なマーク）	モービル、PB
	ガソリン卸先数	6社、6 SS
SS以外の兼業事業 概要	卸売（特約店・販売店10か所）、車検 認証工場、鋳金事業、レンタカー業務、 車売買事業、家庭用ソーラー発電設備 販売・メンテナンス、メガソーラー運 営（3か所）・施工・販売、太陽電池式 大型自発光型視線誘導標の製造・販売	

取組を 行っている店舗 情報	店名	北見東相内給油所
	所在地	北海道北見市東相内660
	立地特性	郊外／街道立地
	営業時間	8:00～20:00
	従業員数	6名（社員：5名、アルバイト1名）
	運営形態	フル
	敷地面積	500坪
燃料油販売数量	400 kl/月	

SSの収益悪化で畑違いの介護事業に進出。成功するまでやめない気持ちで継続し、10年経過した現在、収益事業として安定化。

背景・課題

- SSの慢性的な収益悪化、売上減少、少子高齢化を実感し、新たな事業を探索。
- 営業地域は少子高齢化が顕著な地域であり、過疎の問題が生じていた。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ】

- 灯油・LPガス販売で地域密着型サービスを展開している中、顧客の高齢化に伴う問題に、職種の枠を超えて取り組むという考えに至る。
- 当時の顧客で介護施設を譲ってくれる人が現れたため、介護事業を開始。

【企業体としての競争力強化の秘訣①】<地域ニーズに応える>

- 灯油・軽油・LPガス販売を通じ各家庭に訪問する機会があり、高齢化に関連する問題を日々実感。例えば、灯油の継ぎ足しが出来ない、支払が遅れるなど身体の衰えからくる日常生活難を目のあたりにした。
- 介護事業として、グループホームから始め、デイサービス、サービス付高齢者向け住宅に展開。

【企業体としての競争力強化の秘訣②】<成功するまで継続>

- 介護事業は見方によってはSS以上に急速な社会環境変化のある事業であるが、社会的に意義がある仕事であり、成功するまでやめない覚悟で継続。

【企業体としての競争力強化の秘訣の定量的・波及的效果】

- 事業開始から10年経過し、事業も安定化。
- 地域住民からの相談も増え地域密着型のビジネスとして定着。



グループホーム



サービス付高齢者向け住宅

今後の展望

- エネルギー事業（自動車関連事業も含む）及び高齢者・介護事業の2事業のワンストップサービスを提供する事業者として、今までお世話になってきた顧客、及び地域住民の方々に便利で安心して利用していただく。

会社情報	会社名	鈴木正俊商店(有)
	運営SS数	2SS(フル:2SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0~100k(2SS)
	系列(主なマーク)	東燃ゼネラル石油
	ガソリン卸先数	0社、0SS
	SS以外の兼業事業概要	LPG、地下・移動タンク検査、車販売、レンタカー

取組を行っている店舗情報	店名	-
	所在地	秋田県大仙市角間川町字西本町8 (本社所在地)
	立地特性	-
	営業時間	-
	従業員数	-
	運営形態	-
	敷地面積	-
	燃料油販売数量	-

互いの会社を把握し、良い社風も生かせるよう持株会社設立を選択。
外部専門家の活用で長期的な視点に立った成長戦略を描く。

背景・課題

- 少子高齢化、人口減少、低燃費車の普及による市場の急激な縮小下で、元売に対して存在感を示し難い零細業者が、どのように生き残っていくか方法を模索。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ】

- 地元企業である「(株)大丸石油店」と「(有)丸忠太田商店」はそれぞれ2SSを所有し、売上高もほぼ同規模。大丸石油店の後継者は不在、丸忠太田商店に後継者はいるが、厳しい事業環境の打開策を模索していた。
- 両社は長い付き合いであり、経営に対する理念もかなり近いものを感じていたため手を組み、互いに会社を把握できる持株会社設立で合意。

【企業体としての競争力強化の秘訣①】<地元企業との提携による合理化>

- 元売を巻き込みながら、共同仕入や配送の効率化、事務などの管理部門の合理化、本社機能の強化による直売や営業、SSの統轄、新しい商材の開発、新規事業の研究などを行うことを検討。
- 他方、4SSは互いに切磋琢磨し、それぞれ生き残れるSSを目指した。

【企業体としての競争力強化の秘訣②】<外部専門家活用による長期戦略の策定>

- 持株会社設立や新会社の方向性、財務経理や法的対応で専門家の指導を仰ぎ、長期的な10か年計画を立案。
- 具体的には、「新たな1社をグループへ加入」「共同仕入れの配送センター設置」「販売数量増加のための、所長・重点商品のプロジェクト会議」「油外収益強化のための定期勉強会」「元売協力で異業種のイオンとの提携集客キャンペーン」「外部コンサル活用」「新商材の研究」「県外の同業者、数社との情報交換」など。

【企業体としての競争力強化の秘訣の定量的・波及的效果】

- 持株会社設立は、吸収合併といった急激な改革ではなく、互いの良い社風や文化を尊重し、それぞれの会社の自主性を保ちながら目的の統一を図るところにあるため、店主・社員もスムーズな改革が出来た。



グループの共同配送センター



グループ共通のチラシ作成

今後の展望

- 益々顕在化する後継者不足、人材不足の中でグループ会社数を増やし生き残りを図る。
- グループで共通に給油や洗車などをできるようにし、顧客の囲い込みを図る。
- 長期戦略の実現にあたってのスケジュール・期限をグループとして統一し、各社が遵守することが課題。

会社情報	会社名	エムツーホールディングス(株)
	運営SS数	5SS(フル:3SS、セルフ:2SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	—
	系列(主なマーク)	コスモ石油
	ガソリン卸先数	—
	SS以外の兼業事業概要	不動産賃貸

取組を行っている店舗情報	店名	セルフ・ユニコーン米沢バイパス
	所在地	山形県米沢市花沢町2841-9
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	7:00~23:00
	従業員数	7名(社員:5名、アルバイト:2名)
	運営形態	セルフ
	敷地面積	600坪
	燃料油販売数量	—

ターゲット顧客を選定し、それに応じたプロモーション施策を展開。
近隣商業施設との提携もあり、ガソリン販売は対前年比127%と好調に推移。

背景・課題

- 山形県天童市の西部地区に巨大ショッピング施設「イオンモール天童」がオープンすることとなり、アウトモール施設としてSS運営を展開。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- SSオープンにあたりターゲット顧客選定し、顧客に応じた展開策を検討。

【企業体としての競争力強化の秘訣①】

<SSの周知徹底を図るため、ターゲット客に応じたPRの実施>

- 顧客分析し、ターゲットを①イオン従業員、②買い物客、③近隣住民と設定。①イオン従業員には、暗証番号値引を設けて利用促進を図り、②買い物客には、「3円引きクーポン」を発券、③近隣住民に対しては、メール会員獲得によるキャンペーンの告知や特売日の設定を実施。
- PR方法として、商圏内の一般家庭への折り込みチラシ、TV・ラジオCM等のメディア活用等による告知も実施。

【企業体としての競争力強化の秘訣②】<カーライフビジネス主体のSS展開>

- カーリース、新車・中古車販売、車検・車検、レンタカー等、カーライフビジネスを主体とし、燃料の継続販売や油外事業の固定客化を狙う。
- SSゲストルームで新車を展示・販売。中古車の販売も実施。また、モール内でのカーリース商談会等を実施。

【企業体としての競争力強化の秘訣の定量的・波及的效果】

- 各種取り組みにより、ガソリン販売状況は前年比127%。
- 洗車売上高もアップして、前年比月平均232%。イオン買い物客をターゲットにした、映画を見ている間にコーティングが完了する「シネマコーティング」の展開も功を奏す。



同SSの外観。イオンモール天童に隣接する。



同SSのゲストルーム内部。カーディーラーのショールームをイメージして、内部に新車を展示。

今後の展望

- 近隣住民の利用促進と固定客化。イオン買い物客への利便性向上（高額商品の購入・整備作業時間中にイオンでショッピングして時間を有効活用）。イオン従業員に来店してもらえる仕組み作り。イオン従業員駐車場からの顧客の誘導・囲い込み、SS前面道路からの増客（ドロップイン）を目指す。

会社情報	会社名	遠藤商事(株)
	運営SS数	18SS(フル:9SS、セルフ:9SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	—
	系列(主なマーク)	コスモ石油
	ガソリン卸先数	—
	SS以外の兼業事業概要	カーリース、新車・中古車販売、車検、車検、レンタカー、水販売、LPガス、OA機器、住宅設備機器、ガス器具、家庭用電化製品、セメント・生コン、消火器の販売、設備工事の請負施工及び設計監理、給水用防錆剤の販売及び保守事業、住宅リフォーム、損害・自賠責保険代理業、住宅用太陽光発電システムの販売

取組を行っている店舗情報	店名	コスモイオンモール天童SS
	所在地	山形県天童市大字芳賀1123-4
	立地特性	郊外/商業立地
	営業時間	0:00~24:00(24時間)
	従業員数	—
	運営形態	セルフ
	敷地面積	—
燃料油販売数量	—	

燃料油販売は効率化し、電力小売販売事業も手掛ける等、経営多角化。意識改革も行い、ガソリン販売量は飛躍的に増加。整備台数は年間1,000台を達成。

背景・課題

- 福島県須賀川市内に5SSを運営していたが、近隣のガソリン価格は県内一番の激戦地であり、キャンペーン等を実施しても、収益の確保は一時的。
- 一時は撤退も考えたが、地元住民より石油販売業を続けて欲しいとの要望を受け、SSの顧客情報などを活用した経営多角化を行い、自社の企業力と競争力を強化するための企業戦略を検討。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ】

- 自社給油所をプラットフォームとした大型自動車整備工場及び電力小売販売事業を重点事業とすべく、社内体制作りを実施。

【企業体としての競争力強化の秘訣①】

<燃料油は効率化を図る一方、油外を立ち上げ入念に計画策定>

- 給油所はセルフ化。石油製品の仕入れ先を変更し、「安く」「安定的」に購入できるよう仕入れ先と協議。
- また、電力小売販売は電気契約容量30MW、契約件数1万件を目標と定め、契約実現に向けた企業戦略を社員を交えて策定。

【企業体としての競争力強化の秘訣②】

<研修・資格などの人材育成、意識改革の実施により品質を向上>

- 社員の資質向上を社内の重点事業と定め、意識改革や外部研修会の受講や社員による研修会を週2回のペースで実施。
- 社員の資格取得を促進し、現在、危険物取扱者85名、自動車整備士15名、電気工事士25名、ガス関係資格者10数名を配置。

【企業体としての競争力強化の秘訣の定量的・波及的效果】

- ガソリン販売量は、新規・再来客等の増加により、須賀川市内5SSの500klから、県内10SSの2,000~3,000klまで増加。
- 自動車整備事業は、SSで整備内容等を記載したチラシの配布・説明を実施し、年間車検整備台数は1,000台を達成。



保土原第二太陽光発電所竣工写真フェンス内敷地面積8,330.66㎡、総発電量750kW、パワコン出力500kW



同社の大型車検・整備工場「BONNET」の内部。最新鋭診断・検査システムを導入。

今後の展望

- 2015年4月より高圧の電気販売（現在250万KW/月、約5,000万）、2016年4月より低圧家庭用の販売を開始。更に、従来のLPガス・石油製品・電気の販売等により「地域エネルギー総合会社」を目指す。
- 更に、地元で最も便利なサービス提供事業者になるため、今後は、SS、酒店舗、自動車整備工場等で、全ての社員が電気販売の窓口になれるよう、人材教育を実施。

会社情報	会社名	須賀川瓦斯(株)
	運営SS数	10SS(スプリット:1SS、セルフ:9SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	—
	系列(主なマーク)	三菱商事エネルギー
	ガソリン卸先数	—
	SS以外の兼業事業概要	LPガスの小売(約5,000件)、酒ディスカウント店5ヶ所、指定整備工場1カ所、フィットネスクラブ3カ所、太陽光発電75カ所、電気小売販売

取組を行っている店舗情報	店名	—
	所在地	福島県須賀川市御町44(本社所在地)
	立地特性	—
	営業時間	—
	従業員数	—
	運営形態	—
	敷地面積	—
燃料油販売数量	—	

車販事業を実施するにあたり、投資額を抑えるために他社との提携を選択。
ほとんど費用をかけず車販・買取システムを導入し、利益を計上。

背景・課題

- フルサービスのスタンドを運営する中、店頭での燃料販売の新規獲得は難しく、かつ、大手企業のような多大な投資ができない中小企業として、投資額を抑えて新規顧客を獲得する方法がないかを検討。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 既存顧客の年齢が高く、新規顧客を確保しなければ、尻つぼみで益々厳しい経営を余儀なくされる状況を認識。
- 多角化において、車販・車検は外せないと考え、新たな取組みとして「車販」を検討。しかし、単独では車販・買取システムが5年リースで500万かかるため断念し、他社との提携を選択。

【企業体としての競争力強化の秘訣①】

<ほとんど費用をかけずに車販・買取システム導入>

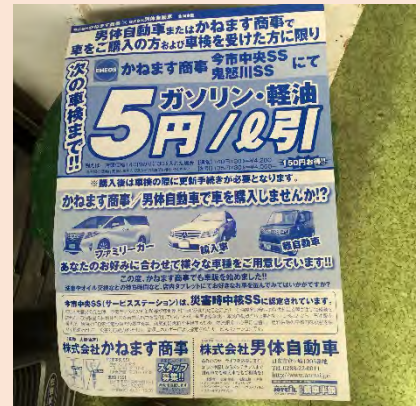
- (株) 男体自動車のシステムを無料で利用する代わりに、車販利益を折半することとした。
- 車検を(株) 男体自動車に紹介した際は、1台あたり税抜8,000円の紹介料を受け取ることにした。

【企業体としての競争力強化の秘訣②】 <SSの集客力の活用>

- (株) 男体自動車では、車販・車検の顧客に、(株) かねます商事で現金給油するとリッター5円引きにするカードを発行。カード有効期間を2年間とし、新規顧客の確保につなげる。
- 提携先の(株) 男体自動車においてもガソリンスタンドの集客力に注目し、自社でSSを経営する計画したが断念。
- 両社が連携することで、それぞれに連携のメリットが発生。

【企業体としての競争力強化の秘訣の定量的・波及的効果】

- 車販は5台販売で62万円の利益。車検紹介は15台で14万円の利益。
- 提携カードによる新規顧客のガソリン増販は月間1kl。



車販のプロモーションに使用しているチラシ



コーティングの施工前後の車体写真をフォトログとして掲載。写真はフォトログ作成作業の様子。

今後の展望

- 多角化による新規顧客の開拓は続けていかなければならない。車販や車検を第一歩とし、钣金・コーティング・車内清掃等、車に係る業務を多角化し、地域に必要とされるSSを目指す。
- スタッフ確保、教育等、課題はあるが、顧客から信頼されるSSを目指す。

会社情報	会社名	(株) かねます商事
	運営SS数	2SS (フル: 2SS、セルフ: 9SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	—
	系列 (主なマーク)	JX
	ガソリン卸先数	—
	SS以外の兼業事業概要	車検、整備、灯油宅配、保険

取組を行っている店舗情報	店名	今市中央SS
	所在地	栃木県日光市今市627
	立地特性	郊外/住宅立地
	営業時間	7:00~19:30
	従業員数	—
	運営形態	フル
	敷地面積	—
	燃料油販売数量	—

官公需獲得のため、簡単で使いやすく作業効率化も図れる独自システムを開発。
官公需の安定的な獲得により、地域への燃料安定供給の維持につなげる。

背景・課題

- 地域住民への燃料安定供給の責務を担う給油所維持のための経営改善が第1の目的。
- 積極的に官公需を獲得することは、石油販売事業者が同組織に加入するメリットともなるため、系列を限定しないシステム開発に踏み切る。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ】

- 過去に、神奈川県内の官公需を、他県に本社のある事業者にとられた事例があった。県内官公庁が使用する燃料は、県内事業者で供給したいとの思いがきっかけ。

【企業体としての競争力強化の秘訣①】<安定供給のための官公需獲得>

- 県内には、人口減少に伴い10年間でSS数が半減した地域もあり、近い将来、平時の安定供給に加え、災害時の対応に支障が生じることが懸念される。特に、高齢者や福祉拠点への燃料供給は人命に関わる問題であるため、SS数減少を食い止めることは組織の重要課題と認識。
- 官公需によって販売数量の確保・拡大を図ることを計画。官公庁の利用向上に向け、決済事務等の効率化方策の検討を開始。

【企業体としての競争力強化の秘訣②】<効率化のためのシステム導入>

- 決済事務等の効率化を図るために、カードシステムの構築を検討。
- 開発事業者等の検討に入ったところ、「石油製品流通網再構築実証事業」が開始された。思い描くカードシステム構築に利用できるため、当該補助事業に申請し、交付決定を受ける。

【企業体としての競争力強化の秘訣の定量的・波及的效果】

- これまで、手書き伝票とExcelシートへの入力に対応。間違い等の発生もあり、時間と労力を費やしていた。
- システム検収時にSS店頭で稼動実験を行った際、店頭スタッフからは「簡単で使用しやすい」との評価を得ている。システム導入後は、電子化で記入ミス等がなくなり、作業効率は格段に向上する見込み。



県と災害時燃料供給協定を締結



実証事業のシステム

今後の展望

- 当システムの有用性を積極的にPRし、県内官公庁の官公需を獲得していく。
- 災害時等の優先燃料供給を希望する企業との協定締結に際しては、平時からの地元SS利用を訴え、利用拡大に努めていく。

会社情報	会社名	神奈川県石油業協同組合
	組合加盟SS数	745 SS
	官公需による年間取扱量	4,982 kL (ハイオク・レギュラー・軽油合計) ※2016年度予定数量
	系列 (主なマーク)	—
	ガソリン卸先数	—
	SS以外の兼業事業概要	—

取組を行っている店舗情報	店名	—
	所在地	神奈川県横浜市中区万代町3-5-3 (組合在地)
	立地特性	—
	営業時間	—
	従業員数	—
	運営形態	—
	敷地面積	—
	燃料油販売数量	—

複数事業者が共同出資会社を設立。灯油配送を合理化し、コストを大幅に削減。小口宅配事業を維持することで、地域に貢献。

背景・課題

- これまでは、石油販売業者が個々に油槽所を保有し配送業務を行ってきたが、配送数量は減少。
- 冬場の灯油配送時期と比べ、夏場は配送数量が減少するため、より合理的な油槽所運営が不可欠。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ】

- 人員の確保や夏冬の配送数量の格差等により配送センターの維持が重荷に。
- 地域社会への貢献、従業員の雇用確保の観点から、配送事業の合理化を模索。

【企業体としての競争力強化の秘訣①】

<同業他社との共同出資会社設立により、コスト削減と効率化を図る>

- 共同出資会社「(株)灯油宅配ニイガタ」を設立。各社の配送拠点を1カ所に集約し、配送を一括受託することにより、人員・車両・施設のコストを大幅に削減。
- 賛同する会社が増える事で、更なるコストダウンを実現。

【企業体としての競争力強化の秘訣②】

<元売に頼らず、受発注システムも独自に構築>

- 新会社は元売と特約契約を結ばず、燃料はどこからでも調達。
- 出資会社から各社への配送依頼を確実にするため、独自の受発注システム構築。
- 出資会社の扱う数量がまとまることで、仕入単価低減や収益構造が改善。

【企業体としての競争力強化の秘訣の定量的・波及的效果】

- 油槽所を1カ所に集約することで固定費が削減。具体的には、油槽所統合効果約1,170万円、人件費約753万円、車両費約142万円の削減。
- 参加業者が当初5社から9社となり、新潟センターの他、長岡センターも開設。販売数量は初年度の5,778klから10,404klと大幅に増加。



灯油宅配ニイガタの共同配送センター



元売マークのない「灯油宅配ニイガタ」のローリー

今後の展望

- 灯油から燃料を転換する家庭も増えており、配送数量の確保が課題。今後も参加業者を広く募り業容拡大を目指す。
- 需要期の配送人員の確保が課題。現在は、配送員の補充を農家に依頼。

会社情報	会社名	(株)灯油宅配ニイガタ
	運営SS数	—
	ガソリンの月販ごとのSS数	—
	系列(主なマーク)	—
	ガソリン卸先数	—
	SS以外の兼業事業概要	—

取組を行っている店舗情報	店名	新潟配送センター
	所在地	新潟県新潟市東区豊2丁目1-21
	立地特性	郊外/商業立地
	営業時間	8:30~17:30
	従業員数	18名(社員:5名、アルバイト:13名)
	運営形態	配送センター
	敷地面積	1,250坪
	燃料油販売数量	—

需要減の中、伝統のあるSSの存続を目指して、老舗2社が企業合併を選択。
統合シナジーによりコストを削減し、1SSあたり売上高50%向上を実現。

背景・課題

- 老舗の(株)大油屋商店(廣瀬社長)と酒井商事(株)(酒井社長)は市内に3店舗ずつ同ブランドSSを所有。
- 県内中心地や安売り店への顧客流出に加え、マージン低下も相まって厳しい経営環境が続いている中、酒井社長は後継者問題も抱えていた。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ】

- 酒井社長は、同族への承継を断念。自分が元気なうちに(株)大油屋商店への経営委譲をした方が良いとの考えに至る。
- 廣瀬社長は、コアビジネス拡充となるこの案件を前向きに捉え、合併を通じた企業体質強化の上、円滑な事業承継を果たすべく、協議が走り始めた。

【企業体としての競争力強化の秘訣①】<異なる互いの強みを最大限活用>

- 燃料油の配送やタイヤ販売に強い(株)大油屋商店と、指定整備工場を持ち、車検に強い酒井商事(株)との事業融合によって両社の強みを活かした合併が実現。
- 事業拡大により仕入やコスト競争力も高まる。燃料油以外のタイヤ本数や車検台数は、合併前の両社の合計数より増加中。

【企業体としての競争力強化の秘訣②】<SS統廃合による効率化>

- 比較的近傍に立地する2SSを閉鎖し、立地・設備の強いSSへ統合。維持管理コストの削減を実現し効率性・生産性が向上。

【企業体としての競争力強化の秘訣の定量的・波及的效果】

- 統廃合で6SSから4SSへと減少したが、イベント等による顧客移行施策が成功し、売上は約2倍と全体的に伸びており、特にフルの販売量は150%以上に。
- 配達出荷基地の一本化で8台あったミニローリーを6台に集約。

今後の展望

- 現在、地元への愛着心のある地元の顧客が、経営を支えているが、今後、更に高齢化が進展する中で、引き続き経営を継続できるかが課題。
- 合併によって新たに得た強みをどのように顧客に訴求し、更なる購買に結びつけることができるかが課題。

会社情報	会社名	(株)大油屋商店
	運営SS数	4SS(フル:2SS、セルフ:2SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0~100kl(2SS) 月販100~300kl(2SS)
	系列(主なマーク)	エッソ
	ガソリン卸先数	0社、0SS
	SS以外の兼業事業概要	—

取組を行っている店舗情報	店名	オートヴィオSS
	所在地	福井県大野市鍛掛7字48-1
	立地特性	郊外/ショッピングモール等複合立地
	営業時間	7:00~21:00
	従業員数	7名(社員:4名、アルバイト:3名)
	運営形態	セルフ
	敷地面積	540坪
	燃料油販売数量	240kl/月

お知らせ

当社は酒井商事株と合併致しました。

大野市の **Esso** は、7月2日より下記の営業体制となります。
掛売カードは大野市内全ての **Esso** で利用可能となります。
古い掛売カードの場合は、新しいカードを発行させていただきます。

7月1日は機械入替作業の為、休業させていただきます。
※Express犬山SSは、午後より営業致します

2社の合併および6SSから4SSへの統廃合のお知らせ

コスモスマートビークル（個人向けマイカーリース）の導入で、カーライフワンストップサービスによる顧客囲い込みを実施。取組前と比して、カーケア収益は20%の増収。

背景・課題

- 三重県尾鷲市は人口1万9,000人（2015年12月時点）と人口減、過疎化が進行。低燃費車の普及やメンテナンスフリー化等の影響で、来店客数、粗利の確保が困難な状況となり、新たな収益商材による顧客囲い込み、粗利の確保が喫緊の課題。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ】

- 車販の導入を決意した矢先に、コスモ石油からコスモスマートビークルの取組提案を受けた。初期投資を必要としない事やSSでのカーライフワンストップサービスによる顧客囲い込みができる事、収益構造変革への可能性に魅力を感じ導入を決意。

【企業体としての競争力強化の秘訣①】<カーディーラーにはできないサービス>

- 顧客への提案に際しては、競合となるカーディーラーとの差別化を図る事で成約率を向上。具体的には「品揃え：全メーカー・全車種取扱い」「サービス：カーライフにおけるワンストップサービスを提供」「信頼：日頃のコミュニケーションを大切にし、顧客の悩みを解決」をアピール。

【企業体としての競争力強化の秘訣②】<車販強化の取り組み>

- コスモ石油との連携により、ゲストルーム、ピットを改造。新たに独自大型POPを作成する等内装を刷新し、車販売を前面に打ち出した店頭作りを実施。
- 車販強化に向けて、車販先行店との情報交換や社内勉強会を行い、知識・スキルを向上。更に、車買い取り事業も強化。

【企業体としての競争力強化の秘訣の定量的・波及的效果】

- 2011年8月よりコスモスマートビークルの取り組みを開始。
- 2015年12月時点で累計120台、月間2台以上の販売をキープ。中古車販売についても、102台を販売。
- 2014年度は、車販非取組み時の2010年度比で、燃料油数量は92%と減販しているものの、カーケア収益は20%の増収。



全メーカー・全車種取扱いのアピール



ゲストルームを改造し、車販売を前面に打ち出し

今後の展望

- 現在は、直営3SSのうち市街地に所在する尾鷲国道SSを中心に車販に取り組んでいるが、郡部の三浦SSにて展開強化する事で収益を向上させるとともに、カーディーラー過疎地における地域貢献を図る。
- 自社の顧客以外に対する、コスモスマートビークルの契約及び中古車販売の拡充。

会社情報	会社名	伊藤石油（株）
	運営SS数	3 SS（フル：3 SS）
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0～100kl(3SS)
	系列（主なマーク）	コスモ石油
	ガソリン卸先数	0 社、0 SS
	SS以外の兼業事業概要	蛍光灯販売事業

取組を行っている店舗情報	店名	尾鷲国道SS
	所在地	三重県尾鷲市倉ノ谷町2-26
	立地特性	郊外／街道立地
	営業時間	7:00～20:00
	従業員数	5名（社員：4名、アルバイト：1名）
	運営形態	フル
	敷地面積	133坪
	燃料油販売数量	78 kl/月

ガソリン価格で動く客層は追わず、有料サービスをワンストップで行う「トータルカーサービス」を展開。SS単独で月間油外平均粗利600万円を叩き出す。

背景・課題

- セルフ解禁時、SSの規模からセルフ以外の選択を考えた結果、吉井石油を支持してもらえる客層に絞り、トータルカーライフの全てを有料サービスでワンストップ提供できる「フルサービスSS」を選択。
- 商売は接客がすべて。「すべてはお客様の「ありがとう」の言葉のために」が会社経営理念。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 業界の規制緩和を転機と考え、SSで扱う商品で、将来独立し事業としてできることを模索。山科SSの全面改装時期と重なったこともあり、これまで別会社で行っていた車販をSSで行うこととした。

【企業体としての競争力強化の秘訣①】<トータルカーサービスの内製化>

- カーライフに関する様々な事業を集約化し、内製化することでトータルカーサービスを展開することを目指した。
- 車販に伴い車検やメンテナンス、自動車保険の需要が発生。それを内製化するため日石（当時）のDr. Drive関西第1号店となり、国土交通省指定工場を取得。更に、钣金修理も内製化するためカーコンビニ倶楽部に加盟。

【企業体としての競争力強化の秘訣②】<個別サービスの独立・拡大>

- 個々の車検や钣金といったサービスを大きな将来の事業の柱と捉え、独立を目指し取り組む。その結果、車販と钣金修理を行う（株）YSオート、生損保販売代理業を行う（株）YS保険センターを設立。

【企業体としての競争力強化の秘訣の定量的・波及的效果】

- 油種全般で180kl/月と、かつての1/3程度だが、カーケア関係は車検年間900台、SS単独で月間油外平均粗利600万円。中古車・新車販売年間約200台、钣金修理年間粗利約4,500万円、年間損保1.5億円、年間生保1,400万円。
- 事業を分社化し、それぞれをSSの各責任者が社長として経営。



別会社であった車販をSSで展開



钣金修理内製化のためカーコンビニ倶楽部に加盟

今後の展望

- 顧客は車に関することを吉井石油グループにどれだけ任せるか、更に、車以外のニーズもどこまで応えられるかを研究。
- 次の時代に向けて、SSをカービジネスの一つとして捉えれば今後も事業拡大の余地は大きい。SSから始まる新たなビジネスモデルを模索し、そのために今から布石を打って行きたい。

会社情報	会社名	吉井石油（株）
	運営SS数	2SS（フル）
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0~100kl(1SS) 月販100~300kl(1SS)
	系列（主なマーク）	JX
	ガソリン卸先数	1社
	SS以外の兼業事業概要	钣金工場2カ所、車検指定事業場1カ所、保険、不動産、卸売

取組を行っている店舗情報	店名	ENEOS山科店
	所在地	京都府京都市山科区竹鼻堂の前町22-4
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	7:00~21:00
	従業員数	18名（社員：6名、アルバイト：10名）
	運営形態	フル
	敷地面積	300坪
	燃料油販売数量	180 kl/月

個々のSSの立地特性に合わせて経営スタイルを見直すと共に、掛け売りの固定客に対して電力小売や車関連のサービス等をトータルで提供する体制を構築。更に、遊休地を活用して太陽光発電ビジネスも展開し、総合エネルギー企業として経営基盤を安定化させることに成功している。

背景・課題

- かつて20カ所以上のSSを運営していたものの、競争激化によるマージン低下に直面し、事業の見直しを迫られた。SS運営のみでは、ビジネスの先行きが益々不透明になるため、収益の安定化のために新規事業を模索。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ】

- 需要減の下、SSビジネスは困難を極めており、20SSを6カ所まで絞り込む過程において、各SSの経営戦略を再考した。

【企業体としての競争力強化の秘訣①】

<SS毎のビジネススタイルの選択と体制整備>

- 郊外の個人客は値段志向の傾向が見られるため、販売量の見込める2SSはセルフ化することにより対応。
- 一方で、4SSはフルSSとして掛け売りの法人客を取り込む方向にシフト。法人客を取り込むために洗車やエンジンオイル販売に加え、車検、車販、レンタカー、カーリース、钣金と車関連の全てにビジネスを提供できる体制を構築した。
- 東燃ゼネラル石油の電力小売の代理店ビジネスも手がけ、外食産業等の法人客に対して、エネルギー・ニーズに総合的に応えられるSSを志向。

【企業体としての競争力強化の秘訣②】<太陽光販売ビジネスへの展開>

- 遊休地を活用してメガソーラー設備を建設し、太陽光発電ビジネスも展開。総合エネルギー企業として経営を安定化できている。

【企業体としての競争力強化の秘訣②の定量的・波及的效果】

- 太陽光発電による年間の売電予測収入が9,000万円。9年以内で投資回収の見込みであり、中長期的にビジネスを継続する上で経営の安定化に寄与できる見込み。



自社保有の遊休地のメガソーラー化



京セラのパネルでビジネス化

今後の展望

- 法人客の多様なニーズに応じていくには、SSスタッフもそれだけ多くの分野に精通する必要がある。引き続き、EMGマーケティングが提供する研修や、同業者で開催している勉強会に、スタッフを積極的に送り出して、知識・技能の習得やセールストークの向上を促していきたい。

会社情報	会社名	竹内油業(株)
	運営SS数	6SS(フル:4SS、セルフ:2SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0~100kl(2SS) 月販100~300kl(4SS)
	系列(主なマーク)	東燃ゼネラル石油
	ガソリン卸先数	0社、0SS
	SS以外の兼業事業概要	売電事業、钣金工場2カ所、車検認証工場2カ所(車検、メンテナンス)、保険、新車販売、中古車買取・販売、レンタカー事業

取組を行っている店舗情報	店名	三田フラワータウン
	所在地	兵庫県三田市弥生ヶ丘1-2-4
	立地特性	郊外/住宅立地
	営業時間	6:30~24:00
	従業員数	10名(社員:5名、アルバイト:5名)
	運営形態	セルフ
	敷地面積	324坪
	燃料油販売数量	240kl/月

顧客への情報発信を重視し、商材毎に相応しい情報提供方法を選択。
情報伝達手段の適切な使い分けにより、マーケティング効果を最大化。

背景・課題

- 奈良は広域ディーラーの進出により燃料油が安値になり、市況が悪化。
- また、SSはカーメンテナンスの拠点として顧客へのアピールが足りておらず、SS内外での積極的な情報発信が課題。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 自動車関連サービスを扱う他業種とSSは競合関係にある。また、消費者はSSが車検等を取扱うことに不信感を持っていると思案。

【企業体としての競争力強化の秘訣①】

<情報伝達手段を適切に使い分け、マーケティング効果を最大化>

- 顧客が知りたいことをタイムリーに伝えるため、メール・電話・店頭・WEB等のアプローチ方法を情報の内容に応じて使い分け。
- 例えば、燃料割引の告知はメール配信、車検の情報発信はDM、タイヤ交換は適切なタイミングでの顧客への電話、車販・保険販売は対面、WEBではキャンペーン情報を掲載。
- また、钣金作業の一部を店頭で行い、SSでも钣金が行えることをアピール。

【企業体としての競争力強化の秘訣②】

<低付加価値商品で集客し、钣金などの高付加価値商品で勝負>

- ピットに車を預けて頂く動機付けのハードルを下げるために、オイル交換1年間やり放題を実施。

【企業体としての競争力強化の秘訣の定量的・波及的效果】

- 钣金等の油外収益により、安定的な利益を確保。
- 情報発信も改善。例えば2月の実績では、メール配信は約2,500件（1回あたり/月2回配信）で約400~450台来店し、オイル会員への申し込み31件、タイヤ見積もり25件、钣金見積もり18件を獲得。



钣金の実演販売。钣金作業の一部をあえて顧客から見える場所で行う。



「オイル交換1年間やり放題」の看板

今後の展望

- 燃料油は今後も減販が続き、マージンも低下していくため、自動車整備、車検・钣金、自動車販売、保険等に注力し、SS関連事業を通じて顧客接点を拡大。
- CRM（顧客管理システム）を自社なりに考え、接触履歴や作業・販売実績等を積極的に体系的に管理していく。

会社情報	会社名	(株) 富士商
	運営SS数	4SS
	ガソリンの月販ごとのSS数	—
	系列 (主なマーク)	丸紅エネルギー、PB
	ガソリン卸先数	—
	SS以外の兼業事業概要	—

取組を行っている店舗情報	店名	香芝インターSS
	所在地	奈良県香芝市今泉452-1
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	7:00~22:00 (年中無休)
	従業員数	8名 (社員: 3名、アルバイト: 5名)
	運営形態	フル
	敷地面積	—
	燃料油販売数量	300~360 kl/月

単純なセルフ化でなく、カーケアをワンストップで提供できる「マルチステーション」とし、ガソリン収益がなくとも利益を出せるSSへ。

背景・課題

- 改造前は法人顧客が中心であったが、法人顧客の需要は縮小傾向にあり、個人顧客の獲得が事業拡大には不可欠であると考え、立地を生かして、個人顧客の獲得に努めることとした。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 燃料油の安値大量販売を行っても、そこに雇用は生まれない。経営の本質は、雇用の創造であるとの信念のもとに、地域の人の力を最大に生かすことが経営者の使命であると悟った。

【企業体としての競争力強化の秘訣①】<マルチステーションで認知度向上>

- 隣接地を買収して、セルフ化への拡大改造を行う際、単純なセルフ化ではなく、顧客の利便性向上と収益力の強化を目指し、ワンストップ・マルチステーション構想をもとに改造を実施。
- 構内道路を設置し、コンビニ併設と軽鉄金作業を行える体制を整え、顧客の認知度向上に努めた結果、地域の顧客から「カーコンのガソスタ」としてランドマーク的に認知された。

【企業体としての競争力強化の秘訣②】<IT活用>

- 車検指定事業所の認可を取得し、車番認識システムを導入することにより、車検台数を大きく増加。

【企業体としての競争力強化の秘訣の定量的・波及的效果】

- 併設のセブンイレブンは、山口県内で有数の日販を記録。
- カーケア利益の極大化により、損益分岐点を大きく引き下げることにより成功。ガソリンマージンが0円でも利益の出せる競争力を有するSSとなる。



併設のコンビニ(セブンイレブン)



併設の軽鉄金(カーコンビニ倶楽部)

今後の展望

- 現在、会社全体で2か所のマルチステーションを有するが、周辺のSSをサテライト化し、多くの顧客の利便性を向上させる。
- マルチステーションのセールスルームで来店型保険ショップを展開し、自動車保険から生命保険まで幅広く、顧客の要望に対応できる体制を構築。
- 山口県内で、更に2か所マルチステーションを設置し、県下全域でエリアごとにマルチステーションサービスを展開していき、顧客の利便性の追求を今後も継続していく。

会社情報	会社名	山田石油サービス(株)
	運営SS数	24 SS (フル: 8 SS, セルフ: 16 SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0~100kl(5SS) 月販100~300kl(8SS) 月販300~500kl(11SS)
	系列(主なマーク)	JX
	ガソリン卸先数	0社、0SS
	SS以外の兼業事業概要	鉄金工場1か所、車検指定事業所3か所

取組を行っている店舗情報	店名	マルチステーション周南
	所在地	山口県周南市河東町2-19
	立地特性	都市/住宅立地
	営業時間	0:00~24:00(24時間)
	従業員数	11名(社員:8名、アルバイト:3名)
	運営形態	セルフ
	敷地面積	800坪
	燃料油販売数量	300kl/月

地域観光を担う組織に参加し、「食」や「アクティビティ」等、他業態と連携することで、レンタカー事業の派生売上が増加。

背景・課題

- 地元の顧客に支えられていることから、地域の過疎問題に何かできることはないかと模索。
- 香川県三豊市は、瀬戸内海の多島美を堪能できる素晴らしいロケーションや、アート作品として有名になった「漂流郵便局」のある栗島など、多くの観光資源を有するため、自動車を扱うSSならではの観点から観光に関する事業を行えないかと考え、オープンカーのレンタカーを開始。メディア等にも取り上げられた。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 三豊市が策定する「観光基本計画」の策定委員に選定され、他業態とアライアンスを組めたことが大きな転換点。
- 基本計画の実行部隊である「みとよ100年観光会議」の会長就任。

【企業体としての競争力強化の秘訣①】<地元での他業態との連携>

- 観光消費を上げるためには、風景を見て帰るのではなく、滞在し、食事し、移動し、買い物することが必要。三豊市の規模でマス（大人数）を対象とした事業設計は、既存施設のボリュームの観点から困難であるため、むしろ、感度の高い個人客に高付加価値サービスを提供する方向性に決断。
- レンタカー事業と「食」や「アクティビティ」「ツアーアテンド」等との連携を組む。

【企業体としての競争力強化の秘訣②】<観光業の深化>

- 三豊市の風光明媚な景色を味わうことのできるペンションを開始し、宿泊、移動、食、遊びといった「観光」の全パーツをワンストップで提供する事が可能に。

【企業体としての競争力強化の秘訣の定量的・波及的效果】

- 前年対比で、燃料油はほぼ100%をキープし、油外売上は10~15%向上。



オープンカーのレンタカー事業



観光業の深化で取り組むペンション経営

今後の展望

- 現在、車検や車販に絡めて燃料油の値引きを行うサービスを行っているが、これをさらに進化させて保険、レンタカー、钣金などのサービスとからめたトータルソリューションを展開したい。顧客のニーズ全てに対応し、顧客ロイヤルティを高めて固定化していく。
- 三豊を訪れる方のツアー予約からアテンド、清算までを担うワンストップ窓口を提供。これにより、ペンション事業への送客と付加価値上昇を図る。

会社情報	会社名	(株) 香洋石油店
	運営SS数	1SS (フル)
	ガソリンの 月販ごとのSS数	月販 0~100kl(1SS)
	系列 (主なマーク)	出光興産
	ガソリン卸先数	1社、1SS
	SS以外の兼業事業概要	保険事業、ボトルウォーター配送事業、観光事業

取組を行っている店舗情報	店名	詫間SS
	所在地	香川県三豊市詫間町詫間2095
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	平日 7:00~20:00 日祝日 7:30~18:30
	従業員数	8名 (社員:3名、アルバイト:3名)
	運営形態	フル
	敷地面積	600坪
	燃料油販売数量	150 kl/月

地元複数社で事業組合（LLP）を設立し、灯油配送を合理化。
人・モノを共同利用することで、人員体制・設備・配送ルート効率化。

背景・課題

- かねてより自社で油槽所やローリーを保有し、自社の各SSから灯油配送を行っていたが、設備の回転率や利益率は不調。配送業務のより合理的な運営が不可欠。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ】

- 地元同業者との横の関係ができ、既存の設備を活用して他社と共同配送を行えば、業務の効率化や設備の回転率向上が図れると思いついた。

【企業体としての競争力強化の秘訣①】

<同業他社との協業により、コスト削減と効率化を図る>

- 地元特約店2社（コスモ石油系、東燃ゼネラル石油系）と共同出資し、「宇和島共同配送センター有限責任事業組合」を設立。
- 三原産業（株）宇和島油槽所の既存設備（50kl灯油タンク）を利用するため、管理主体は三原産業。大型ローリー2台（16kl、18kl）をリース。
- ①人員体制の効率化、②車両等の設備の集約化による回転率・稼働率の向上、③配送ルートの効率化により、灯油の配達を合理化。

【企業体としての競争力強化の秘訣②】

<LLPを選択することで、二重課税を防止>

- 共同事業の企業体としてLLPを選択。利益はLLPではなく、各組合員に帰属課税されるため、配当課税と法人税の二重課税が防止可能。
- また、構成員課税のため、損失が出れば組合員の所得と通算可能。

【企業体としての競争力強化の秘訣の定量的・波及的効果】

- LLP、設備リースを活用することで容易に始めることができ、設備の集約化により回転率・稼働率が向上。
- 每期黒字を計上し、出資した3特約店に各社数十万円の利益を返戻。
- 数年前より地元PB業者やJAの一部からも受託し、5社計約1,000件の顧客にミニローリーで灯油を持ち届け。配達料10円/Lの運賃収入も獲得。



地元業者との共同配送センター



大型ローリー2台をリースしている

今後の展望

- 現在は灯油だけであるが、今後は、軽油やA重油の配送も視野に入れ、効率化を図っていく。
- 夏場の灯油不需要期の要員問題は課題であるが、対策として、7月～9月は3名の配送要員のうち、2名は同業者の別部門の業務の応援に。

会社情報	会社名	三原産業（株） 宇和島共同配送センター有限責任 事業組合
	運営SS数	—
	ガソリンの 月販ごとのSS数	—
	系列（主なマーク）	—
	ガソリン卸先数	—
	SS以外の兼業事業概要	—

取組を 行っている 店舗 情報	店名	宇和島共同配送センター
	所在地	愛媛県
	立地特性	—
	営業時間	—
	従業員数	6名（運転手：5名、事務員：1名）
	運営形態	配送センター
	敷地面積	—
	燃料油販売数量	—

地域が必要としているものを模索し、SS用地を町内初のコンビニに変更。それが地域のニーズとマッチし、油外収益として貢献。観光船運航も受託。

背景・課題

- 船舶向け燃料販売から業を起こし、23年前にSSをオープン。当時はガソリンマージンも高くSSは利益が出せる商売であり、元売の販売指導が中心であった。
- 昨今は、全国一律の販売方法に疑問を持ち、他業種への進出を模索。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 「地域住民が必要としているものは何か」、「エネルギー供給事業を通じて他に何ができるか」を模索し、2号店用地は町内初のコンビニとすることで燃料販売の相乗効果を図ることができると考えた。

【企業体としての競争力強化の秘訣①】<コンビニ需要の把握>

- SS2号店用地であったが、再度検討した結果、この地区にコンビニエンスストアが無かったため、地域に密着した業としては、SSよりも町内初のコンビニが地域ニーズにあっていると判断。
- コンビニの場所は年間3万人程度磯釣り客が訪れる地区で、弁当需要が判明したため、厨房を完備したコンビニとした。

【企業体としての競争力強化の秘訣②】<船舶ビジネスへ派生>

- 磯渡し業として船を出しているオーナーから弁当の注文と同時に、船舶向けの燃料の注文も入ることとなった。
- 船舶の顧客とのつながりを更に深める為に船舶修理業（引き揚げドック）を開始。SS事業との相乗効果が発揮された。
- 更に、指定管理者制度で5年前より町営の観光船運航の運営を受託。

【企業体としての競争力強化の秘訣の定量的・波及的效果】

- 燃料数量は、23年経過した現在もオープン当初と同様の月間100kl。
- 観光船の出航場所はコンビニから500m程度の場所で、夏場を中心にコンビニの売上増に寄与。



SS用地を変更して町内初のコンビニを出店



船舶系の顧客繋がりで始めた船舶ビジネス

今後の展望

- 高齢者が多く、買い物難民が増えてきているため、今後は御用聞きを始めて1軒1軒、1人1人から要望を聞き、更に燃料販売を通して地域密着を図っていく。
- 具体的には、コンビニだけでは商品数が少ないため、地元スーパー等と業務提携し、仕入・買い物代行、家電等の販売や設置なども視野に入れる。

会社情報	会社名	(有)フォーライズ
	運営SS数	1SS(フル)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0~100kl(1SS)
	系列(主なマーク)	三菱商事エネルギー
	ガソリン卸先数	1社、1SS
	SS以外の兼業事業概要	コンビニエンスストア(Yショップ)、産直市、小型船舶修理業(引き揚げドック)、観光遊覧船(町指定管理者)

取組を行っている店舗情報	店名	Yショップ西海店
	所在地	愛媛県南宇和郡愛南町船越701
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	—
	従業員数	—
	運営形態	—
	敷地面積	250坪
	燃料油販売数量	—

車販を軸とした新たなSS経営で、燃料油に依存しない強いSS収益構造を構築。
1店舗のみにも関わらず、年間油外収益1,800万円を達成。

背景・課題

- 有明海に面する人口約8,000人の農業・漁業を主体とした郊外の住宅街の中に立地。
- 社長夫妻とスタッフ1名の3名で運営し、配達・車検・作業の全てを実施。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 大口取引先の廃業により粗利が減少し、このままでは間違いなく、倒産・廃業がやってくることは明白。同時期に同業他社の社長から、車販を勧められたが、新規事業の経験もなく不安と疑心暗鬼にかられた。
- 最終的には、①低リスク、②人とのつながりやこれまでの信用と実績が活かせる、③省燃費車への乗換需要の見込み、④SS近隣に販売価格体系が不透明な中古車販売店が多いこと、⑤信頼できる友人に太鼓判を押しもらったことの5つを持って車販事業開始を決断。

【企業体としての競争力強化の秘訣①】<店頭で顧客に徹底したアプローチ>

- 車販事業開始前から店頭で徹底告知。開始後は落札車両を店頭に表示し、これを使って営業。給油客を車から降ろして車両見学を促進。
- 自分が購入しても納得できる車を提供しているため、納車後は「ありがとうございます」ではなく「おめでとうございます」と言う。顧客の「ありがとう」の言葉により、モチベーションが更に向上した。

【企業体としての競争力強化の秘訣②】<オークション活用による低リスク事業>

- 顧客は、中古車販売店では車を買うか買わないか二択を迫られるが、オークションでは出品車両の中からおすすめのもの1台をピックアップでき、プロの査定士による下見と報告をもとに入札の判断が可能。
- SSにとっては無在庫で事業を始められるメリットがある。また、カービジネスのトータルサポート会社と提携して販売施策や車販実績拡大の経営指導、便利なシステムの利用が可能となった。

【企業体としての競争力強化の秘訣の定量的・波及的効果】

- ゆりかごから墓場までのトータルカーケアが実現し、近隣セルフより14円高くても顧客が定着。年間油外収益は1,800万円を達成。



顧客とは全てSS店内商談、納車もSSに取りに来てもらう。



SS内に置いている納車準備中の販売車両が立派な展示車となる。

今後の展望

- 「商品」に対する知識、技術力を常に身に付けていく努力は他店に負けず劣らず続けていく。
- 単にそのモノの持つ機能「商品」としてではなく「人間力を生かした血の通う付加価値商品」として顧客に提供することを目指していく。

会社情報	会社名	(有) 山田石油
	運営SS数	1SS (フル: 1 SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0~100kl(1SS)
	系列 (主なマーク)	JX
	ガソリン卸先数	—
	SS以外の兼業事業概要	中古車販売

取組を行っている店舗情報	店名	山田石油
	所在地	佐賀県佐賀市東与賀町田中839-6
	立地特性	郊外/住宅立地
	営業時間	7:00~20:00
	従業員数	3名 (社員: 3名)
	運営形態	フル
	敷地面積	—
	燃料油販売数量	75 kl/月

アジアで成長著しいミャンマーへJV方式でSS進出。日本式のフルサービスが現地の消費者にも好評。店舗数の拡大を図るとともに油外にも対応。

背景・課題

- 国内の需要は減少していくものの、SS間の販売競争は激化。SSの競争力と会社の経営力強化に取り組むことは不可欠。
- 国内販売網の更なる充実化と合わせ、海外展開を契機とし企業を成長させるため、民主化と経済開放が進むミャンマーに注目。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ】

- 環境変化に左右されない強靱な経営体質を確立することが喫緊の課題であると考え、海外、特に成長するアジアへのSS進出を検討。

【企業体としての競争力強化の秘訣①】 <互いの異なる強みを最大限活かした合併>

- ミャンマーは外資規制があり、単独での進出は困難と判断。
- 東南アジアの石油事情に詳しいギンガペトロリアム（本社・シンガポール、新村博道社長）とJV方式（ジョイントベンチャー、共同出資による合併会社）でミャンマーの現地法人ロータスホワイトの支援を決断。

【企業体としての競争力強化の秘訣②】 <リスク・テイク>

- SS出店場所、土地確保、運営先選定、石油製品調達、計量機・地下タンク、設備調達、従業員確保など日本以上に多くの課題に直面。
- 3ヵ月毎に、日本からスタッフを派遣して、現地スタッフを育成。
- リスクの取れるオーナー企業であるからこそ、進出できたと自負。

【企業体としての競争力強化の秘訣の定量的・波及的效果】

- SSは旧都ヤンゴンから北に600kmのシャン州ハイホ（同国中部）に建設。
- 日本式のフルサービスを導入し24時間営業。日本式のサービスが現地の消費者にも好評。



石油需要の増加が見込まれるミャンマーに進出



日本式フルサービスを導入、現地スタッフにも徹底

今後の展望

- タイヤやオイルなどの販売を希望する顧客も多く、早急にピット室を立ち上げた。更にSS網を拡大して、シャン州内に2～3カ所、ミャンマー国内で5～6カ所まで増やしていく。
- アジアに進出したいという日本の石油販売業者の仲間を増やしていく。
- 顧客との接点はあくまでも車。顧客に支持され・信頼され続ける価値の提供が、永遠のテーマと認識。

会社情報	会社名	富尾石油（株）
	運営SS数	13 SS（フル：2 SS、セルフ：11 SS）
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0～100kl(2SS) 月販100～300kl(4SS) 月販300～500kl(5SS) 月販500～1000kl(2SS)
	系列（主なマーク）	出光興産
	ガソリン卸先数	0 社、0 SS
	SS以外の兼業事業概要	自動車のレンタル・リース事業、グループ会社（株式会社関西エアポートサービス）における人材派遣業務・物流センター・配送センター・空港での物流業務、洗車専門店 コーティングプロショップIJPの運営

取組を行っている店舗情報	店名	—
	所在地	シャン州ハイホ、旧都ヤンゴンから北600km離れた地域、ミャンマー中部に位置する。
	立地特性	街道／郊外立地
	営業時間	0:00～24:00（24時間）
	従業員数	30名（社員：30名）
	運営形態	日本式のフルサービスで運営
	敷地面積	1,200坪
	燃料油販売数量	200 kl/月

(3) 地域の多様なニーズや社会的課題への対応

目次

カテゴリ（3）地域の多様なニーズや社会的課題への対応

68	田村商事株式会社	マルチステーションむつ	…P96
69	株式会社カネマン	ノイエス米崎給油所	…P97
70	株式会社気仙沼商会	カーシス大橋SS	…P98
71	丸山株式会社	蔵王SS：県南油槽所 蔵王配送センター	…P99
72	有限会社斎藤商店	サーフサイドセルフ七ヶ浜SS	…P100
73	株式会社宮城商店	エクスプレス志津川インターSS	…P101
74	株式会社叶屋	浪江給油所	…P102
75	株式会社ヤマグチ	金丸SS	…P103
76	株式会社田村石油	長野原SS	…P104
77	合同会社藤原石油	藤原SS	…P105
78	イズミ石油株式会社	東浦和給油所	…P106
79	君津市農業協同組合	ジャスポートさだもと	…P107
80	寿石油株式会社	寿東SS	…P108
81	有限会社錦冶硝子店	天龍SS	…P109
82	株式会社進藤邦夫商店	ルート19セルフ須原SS	…P110
83	油藤商事株式会社	エネオス豊郷給油所	…P111
84	株式会社I O K A	名阪国道山添インターSS	…P112
85	有限会社矢上石油	矢上SS	…P113
86	株式会社ネクステージ	Dr. Driveセルフ祇園新道SS	…P114
87	竹本石油株式会社	ニュー白鳥SS	…P115

目次

カテゴリ（3）地域の多様なニーズや社会的課題への対応

88	魚梁瀬石油店	魚梁瀬SS	…P116
89	株式会社神田商会	セルフ福江給油所	…P117
90	小関石油店	大田給油所	…P118
91	阿久根石油株式会社	さんぱちQSS	…P119

変化に対応し絶対に潰れない競争力を維持できるSSを追及。車のゆりかごから墓場までというコンセプトで「マルチステーションむつ」が誕生。

背景・課題

- 事業展開する青森県むつ市は、本州最北端の市で寒冷過疎地で、今後のSS事業の見通しは相当に厳しい。
- 一方で、農林漁業が主要産業であり、燃料油は必需品であるため、どんな変化にも対応し絶対に潰れない競争力を維持できるSSを追及し、「マルチステーションむつ」を誕生させた。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 人口減少になるうが、ガソリン需要が減少しようが燃料供給の維持は成功・成長させざるを得ないものと強く自負。
- 生き残りをかけて、石油部門を中心に、カーライフ部門、ホームライフ部門、保険部門、レンタカー部門、不動産部門とサービスの拡大を図ってきた。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣①】<広大な敷地で全てに対応>

- 2003年に「マルチステーションむつ」を開業。従来SSの範疇を超えた変化にも対応できるよう、1万m²という広大な敷地を擁す。
- 「あらゆる変化に対応力を持つ」、「すべての燃料ニーズに応える」、「すべてのドライバーニーズに応える」がコンセプト。
- 地域ニーズに合わせスプリット型とし、更に、観光バスや大型トレーラーも利用できる構成。
- 洗車ではドライブスルー 2レーンを整え、「自分でクルマをきれいにしたい」というニーズに応えスプレー洗車場と仕上げスペースを整備。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣②】<店舗コンセプトに沿った運営>

- それぞれのSS毎に「コンセプト」を決め、例えば「マツハステーション」であれば、何でも素早く行動するというコンセプトに沿った設備投資、社員スタッフの対応の徹底を実施。
- 「マルチステーション」とは、車のゆりかごから墓場まで、生活のあらゆる場面で貢献するというコンセプト。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣の定量的・波及的效果】

- SSを清潔かつ安全・安心、さらには目配りと気配りが行き届いたビジネスとすることで、女性客の快適性が改善。



大型にも対応したマルチステーション



指定工場による車検を含む整備全般に対応

今後の展望

- あるSSはレンタカー重視、別のSSはコインランドリー併設といった具合に、個々の店舗ごとの地域性や市場特性を精査・吟味して設備投資を行い最適化をこれまで実施してきたため、その成果が、いよいよ問われる時期まで来たという認識。
- 今後も変化に素早くかつ柔軟・的確に対応していく。

会社情報	会社名	田村商事(株)	取組を行っている店舗情報	店名	マルチステーションむつ
	運営SS数	5SS(スプリット:5SS)		所在地	青森県むつ市赤川町102-3
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0~100kl(2SS) 月販100~300kl(3SS)		立地特性	郊外/街道立地
	系列(主なマーク)	JX		営業時間	6:00~22:30
	ガソリン卸先数	-		従業員数	11名(社員:11名)
	SS以外の兼業事業概要	カーライフ部門、ホームライフ部門、保険部門、レンタカー部門、不動産部門		運営形態	-
			敷地面積	3,350坪	
			燃料油販売数量	200 kl/月	

震災によりSSは全壊したが、仮設SSを運営の後、国道沿いの高台に移転し、新規顧客を増やす。

背景・課題

- 東日本大震災の津波で周辺市街地は壊滅し、陸前高田市内の15ヶ所のSSは全壊。
- 震災後、同社の仮設SS「がんばろう陸前高田SS」を含め当地区では、7ヶ所のSSが営業を再開し復旧作業を支えたものの、それ以外は目処が立たない状況。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 復興関連での軽油を中心に需要は確実に存在し、社会的な期待も大きい。
- 市内の平坦地は土地区画整理地区となりSSの建設は不可。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣①】<地域の期待に応える>

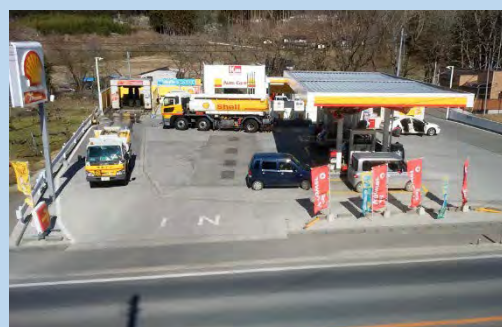
- 震災時に安定供給ができなかったため自家発電機を導入。災害時の避難所も兼ねる。
- 軽油は、ほとんどが震災復旧・復興作業を始めとする現場配達。4台のローリーで配達しているが足りていない状況。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣②】<リスクを考慮した運営>

- 営業再開当初、燃料の取引申込みは1日に2～3件程度。会社内容がわからない業者も多く、慎重に調査後、取引を実施。
- 復興需要の持続期間を考慮しつつ、従業員の確保をした。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣の定量的・波及的效果】

- 移転により、常連客に加えて、工事関係者、新規来店者も増加。



国道沿いの高台に移転したSS



所有する4台の軽油ローリー

今後の展望

- タンクローリーを増やして、従業員も確保することで、復興需要に応じていく。
- 地区全体が復興に向けて一步一步進むのと同時に、燃料油の販売も増やしていく。

会社情報	会社名	(株)カネマン
	運営SS数	1SS(フル)
	ガソリンの月販ごとのSS数	130kl/月
	系列(主なマーク)	昭和シェル石油
	ガソリン卸先数	なし
	SS以外の兼業事業概要	LPガス販売

取組を行っている店舗情報	店名	ノイエス米崎給油所
	所在地	岩手県陸前高田市米崎町字川向52-2
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	7:00~19:00
	従業員数	14人(正社員:12人、アルバイト:2人)
	運営形態	フル
	敷地面積	600坪
	燃料油販売数量	130kl/月

地域貢献の考えが従業員に根付く同社は、競合が撤退する中、全拠点を維持。
震災時には燃料油供給の維持に貢献し、今後もその責務の全うにこだわり。

背景・課題

- 大正9年（1920年）に創業。一貫して宮城県気仙沼市を拠点に地域密着型の経営を展開。
- 貫いてきたのは地元の基幹産業である漁業を支えるエネルギー供給。同社は漁業関係企業により創立されたというルーツもあり、この漁業を支えるエネルギーの安定供給という責務を全うすることに一貫してこだわりを持ち続けてきた。
- 暮らしを支えることへのこだわりは、そのまま、地域への貢献という考え方・行動につながり、多面的で深く地域・社会に貢献。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 2011年の震災により壊滅的な被害を受け、石油の安定供給の崩壊が現実となり、石油エネルギーの重要性、安定供給の使命を強く自覚。
- 流通網が寸断され、供給が滞り、外部からの支援も極めて限定的で皆が不安に陥っている最中、地域への貢献の使命に燃えた同社が地域の燃料油供給の主体となった。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣①】

<創業時からの「自然と地域に貢献する」という考え方>

- 常に地域の暮らしや産業の発展を願いながら石油エネルギーの安定供給に努め、SS店舗内だけでなく、店舗周辺も毎日5分間清掃することを全店舗で実施、社員による献血協力、図書館への蔵書寄付を実施、「気仙沼みなとまつり」、「気仙沼市大川沿いの清掃活動」にも積極的に参加。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣②】

<震災以降の「地域へのエネルギー供給責任」という使命>

- 震災以降、地域への貢献をこれまで以上に意識し、災害対応型SS化、地域植林ボランティア、地域イベントへの参加、復興支援へのお礼メッセージパネル掲示、気仙沼地区復興まちづくりの各方面へ参画協力。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣の定量的・波及的效果】

- 復旧不能事業所はあるものの拠点数（4SS）を維持。地域の方々の共感で利用者増。
- シェルグループの「人材による店舗力向上」のサポートプログラム「SPATグローバル」で高く評価。2014年には、HSSE(健康、安全、セキュリティ、環境保全の略)表彰部門で世界ベスト4、2015年にはリテラー（運営者）表彰部門で日本1位、世界ベスト4に選出。



地域への感謝の思い



SS店舗周辺での毎日5分間清掃

今後の展望

- 店頭で接客するスタッフの「感性」を更に向上させ、多様化する顧客ニーズを感知し、応えることが今後、更に重要。
- 引き続き、地域へのエネルギー安定供給という責務を全うしながら、ポイントシステムや購買データの活用を進化させ、個々の顧客に合った提案を更に高いレベルで実行していく。

会社情報	会社名	(株) 気仙沼商会
	運営SS数	14SS (フル: 11SS、セルフ: 3SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	-
	系列 (主なマーク)	昭和シェル石油
	ガソリン卸先数	-
SS以外の兼業事業概要	高圧ガスの製造販売、住宅設備機器の販売及び設備工事、自動車の販売修理及び用品販売、損害保険代理業、生命保険代理業、電気通信機器の販売、酒類、免税品販売、音楽CD、DVD販売	

取組を行っている店舗情報	店名	カーシス大橋
	所在地	宮城県気仙沼市南郷1-1
	立地特性	都市/商業立地
	営業時間	7:00~21:00
	従業員数	-
	運営形態	フル
	敷地面積	-
	燃料油販売数量	-

石油製品の販売を通じて地域住民の財産と生命を守り抜き、社会的責任を果たす。そのために事業を継続。

背景・課題

- 東日本大震災時には、停電により手回し給油で燃料を供給し、住民のライフラインを守ったが、災害時における課題は多く残った。歴史的に蔵王山は噴火を繰り返しており、災害時の備えが課題。
- これまで地域灯油配送を行っていた小規模SSが、設備の老朽化や経営者の高齢化、あるいは後継者難などの理由により配送困難に。点在するそれら地域をカバーするために、同社は配送エリアを拡大。
- 地域住民の高齢化、過疎化は進行し、交通手段や買い物に困る地域住民の数は年々増加。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 東日本大震災時に被災地では、被災状況の把握や輸送に手間取り、石油製品が不足。給油を求める人々が連日列を作る中、停電により手回し給油で供給を続けた。緊急車両や病院への給油も人命救助、捜索のため必要不可欠であった。
- 石油製品の安定供給が人命を守る最後の砦である以上、災害時に住民の命と財産を守ることこそが地域貢献と認識。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣①】<災害時の安定供給体制を構築>

- 灯油・軽油・重油の石油備蓄タンクを新設。既存SSの地下タンクの増設による備蓄力向上、自家発電装置、可搬式計量機の配備で災害対応力を増強し、災害時に安定供給が可能な体制へ。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣②】<地域密着>

- 蔵王SSを地域のエネルギーコミュニティとして捉え地域密着度を強化。
- 灯油配送時の御用聞きはもとより、SS内で日用品の販売も。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣の定量的・波及的效果】

- 災害時にライフラインを守るためには、常日頃の取引も大切にしていきたいということが、徐々に顧客に浸透。街の大型店に行っていた顧客が回帰。
- 配送エリアの拡大するとともに、積極的な営業活動を展開し、地元企業などへの配送も新規に受注、販売量は増加。
- 油外売上も飛躍的に改善し、従来約の倍。街道沿いの大型店に流れていた、冬のタイヤ交換、洗車、カー用品の購入顧客の取り込みに成功。



灯油・軽油・重油の石油備蓄タンク



SS内での日用品の販売

今後の展望

- 在庫量が多いため、原油価格や為替に敏感に対応して、収益性の安定・向上につなげることが今後の課題。

会社情報	会社名	丸山 (株)
	運営SS数	8 SS (フル: 1SS, セルフ: 7 SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販120~400kl (8 SS)
	系列 (主なマーク)	JX, 昭和シェル石油
	ガソリン卸先数	0 社, 0 SS
SS以外の兼業事業概要	LPガス、自動車用品、車検、車両保険、不動産、食肉加工、飼料・肥料など	

取組を行っている店舗情報	店名	蔵王SS
	所在地	宮城県刈田郡蔵王町大字円田字桜下13-5
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	7:00~20:00
	従業員数	6名 (社員: 4名, アルバイト: 2名)
	運営形態	セルフ・フル併用
	敷地面積	1,100坪
燃料油販売数量	400~500 kl/月	

震災でSSも自宅も失ったにも関わらず仮営業を継続し、その後、高台に移転・新設。非常用電源と太陽光発電パネルを供える災害対応SSへ。

背景・課題

- 震災前、同社SSは海まで約200mの位置で住宅街に立地していたが、震災の津波でSSの店舗・設備も住宅も流され壊滅状態に。
- それでも、地域が生き延びていくために、七ヶ浜に電気が通ると真っ先に瓦礫の中でスタンドを再開。
- プレハブを建て、コンテナを取り寄せ、計量機を探し仮営業を開始。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 海から近く、危険区域のため、自治体から移転するよう要請があった。
- 復興の補助金を活用できると、知人の用地紹介があった。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣①】<燃料供給の自負>

- 震災後に灯油、軽油、ガソリンともに強いニーズが発生。
- 灯油は、工事現場での暖房用と宮城生協の配達代行をしていたため、地域から強い配達ニーズがあり再開。
- 軽油は、復興関連の工事車両用で、タンクローリーで配達。
- ガソリンは、地域住民から「困るので何とかして欲しい」との要望が多数あり再開。
- 燃料がなければ、地域の生活が立ち行かないことを痛感。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣②】<災害への備え>

- 新設したSSでは、ソーラーシステムと自家発電機を設置し、非常時に備える。
- 井戸水を浄化して使えるシステムを採用し、非常時に備える。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣の定量的・波及的効果】

- 移転前は街中でピーク時でもガソリン販売数量が35kl程度であったが、好立地の街道沿いに移転後は100kl程度に増加。



震災後の壊滅状態でも仮営業する同社SS



移転・新設の同社SS

今後の展望

- 新店舗で地元の復興に携わっていきながら、燃料販売のみに頼らない新しい事業、例えば、洗車、タイヤ交換・預かり等の拡大をしていく。

会社情報	会社名	(有) 斎藤商店
	運営SS数	1SS
	ガソリンの月販ごとのSS数	100kl
	系列 (主なマーク)	コスモ石油
	ガソリン卸先数	1カ所
	SS以外の兼業事業概要	LPガス販売、不動産

取組を行っている店舗情報	店名	サーフサイドセルフ七ヶ浜SS
	所在地	宮城県宮城郡七ヶ浜町松ヶ浜字謡136-3
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	6:00 ~ 22:00
	従業員数	9人
	運営形態	フル・セルフ併用
	敷地面積	350坪
	燃料油販売数量	100 kl/月

本格的な復興を支えるためには内陸部や高台に移転することが必要と判断。
震災で全壊したSSを移転新設（町内では第1号）。

背景・課題

- 同社のSSは震災で全壊。仮設SSを立ち上げ、復旧車両などに燃料供給を続けてきたが、土地利用計画で旧SSのある場所には事業所などの建設ができないことから、移転新設。
- 震災以降、南三陸町内での新設SSの第1号。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 震災での避難所生活の最中に、自分も何かできるのではないかと考え、旧SSの地下タンクからの汲み上げを開始。
- 同社SSの競争力強化と本格的な復興を支えるためには内陸部や高台に移転・新設することが必要と判断。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣①】<脅威を機会と捉える>

- 震災前であれば、同社単独での投資は難しかったが、震災後に地域の強いニーズがあり、自分がやらなくてはならないという使命感のもと、国と県の補助金を有効活用して新設に踏み切った。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣②】<常日頃からの勉強>

- 必ずしも震災が契機になったわけではなく、地域密着の会社として存続していくことを常々考え、優秀なSSを見学し、マーケティングや人材育成の勉強を行い、将来に向けた構想を持っていたことが基盤となっている。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣の定量的・波及的效果】

- 同SSの近くに仮設商店街が開設されるなど、街の復興にも大きく貢献。
- 地域の燃料供給の拠点となるSSに大きな期待が寄せられる。



仮設運営時の同社SS



移転・新設の同社SS

今後の展望

- 60年にわたり地域密着の会社として営業。震災後も地元のサポートを得ながら営業してきたことから、新店舗で地元の復興に携わっていく。

会社情報	会社名	(株) 宮城商店
	運営SS数	1SS
	ガソリンの月販ごとのSS数	-
	系列(主なマーク)	東燃ゼネラル石油
	ガソリン卸先数	-
	SS以外の兼業事業概要	LPガス販売

取組を行っている店舗情報	店名	エクスプレス志津川インターSS
	所在地	宮城県本吉郡南三陸町志津川御前下15-3
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	7:00~21:00
	従業員数	5名(社員:5名)
	運営形態	セルフ
	敷地面積	605坪
	燃料油販売数量	-

原発20キロ圏内が立ち入り可能となった時（2013年7月1日）から営業再開。
「復興のシンボル」となったSS。ただし、未だ厳しい状況は継続。

背景・課題

- 同社SSは、福島第1原発から20キロ圏内にあるが、立入可能となった時から営業を再開。
- 同町内で、本格的な営業を再開した事業所は同社SSが最初。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 本格化する地域の復旧・復興を支えるSSとしての期待に応える。
- 震災後の避難生活の最中、一次的にバラバラとなった社員が戻ってきました。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣①】

<既存設備活用で出来ることから始める>

- 震災前の同町のSSは9カ所あったが、真っ先に営業を再開。
- 地震で防火塀の一部が壊れた程度で、地下タンクは震災前の2007年に2重殻タンクに入れ替えたため被害なし。計量機も被害はなかった。
- 上下水道の復旧が完了していない状況で、地下水を使って営業。

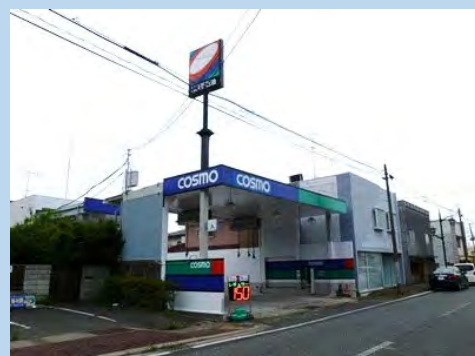
【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣②】

<社員のため、自らのために忍耐強く継続>

- 復興を支える緊急車両等向けの給油への期待もあったが、それ以上に、戻ってきた社員の生活の維持のために営業を再開。
- 一方で、復旧・復興関連の工事は遅れる中、需要が増えず、粘り強く忍耐強く営業を継続。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣の定量的・波及的効果】

- 営業再開当初は、まだ多くの町民が避難しており人が少なく、日中の防犯体制さえも懸念されていたため、防犯の一翼も担った。



営業再開当時の叶屋の浪江SS



接客作業風景

今後の展望

- 忍耐強く復旧・復興を待つと同時に、給油だけでは厳しいため、生き残るための事業を検討。
- 同社の3SS中、帰宅困難区域にある1SSの早期の営業再開。

会社情報	会社名	(株) 叶屋
	運営SS数	3SS (但し、1SSは閉鎖中)
	ガソリンの月販ごとのSS数	-
	系列 (主なマーク)	コスモ石油、伊藤忠エネクス
	ガソリン卸先数	0社、0SS
	SS以外の兼業事業概要	LPガス販売、不動産賃貸、太陽光売電

取組を行っている店舗情報	店名	浪江給油所
	所在地	福島県双葉郡浪江町権現堂字新町80
	立地特性	街中/街道立地
	営業時間	8:00~17:00
	従業員数	9名
	運営形態	フル・セルフ併用
	敷地面積	約300坪
	燃料油販売数量	-

過疎化が進むなかで、地域との信用・信頼関係を築きつつ運営を継続。
販売量確保のために始めた法人飛び込み営業の成果が出始めている。

背景・課題

- 過疎化が進み、周辺SSは徐々に閉鎖されてきており、このままだと、地下タンク更新時期に同SSも閉鎖対象となる可能性があった。
- 地域住民のSS存続ニーズは強く存在するため、なんとか継続して行きたいと考えていた。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 周辺地域のSSが閉鎖された際に、その商圏の顧客の困った姿を目のあたりにし、地域のために継続することの重要性を強く認識。
- 一方で、当該SSも売上が下がれば閉鎖になるという危機感。

地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣①】

<地域との信用・信頼関係から様々なサービスを展開>

- 灯油配送は、栃木県大田原市内で100件程度。顧客からの注文連絡がなくても、家族構成、天候等から補充が必要になる頃を見計らって訪問。天気予報次第では、例えば降雪前に訪問を実施。
- 顧客を訪問したついでに、顧客の車を運転して、ガソリン給油、洗車、点検を済ませて返却。
- 一人暮らしの顧客の健康を心配し、訪問時に声かけを実施。家族ぐるみのような付き合い。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣②】

<生き残りのための飛び込み営業>

- 販売量確保のために配送時の空いた時間を活用して飛び込み営業を開始。地道に何度も訪問を重ねた結果、成果が出始めている。
- 本社の営業担当とSS店長でタッグを組み、効率的に営業展開。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣の定量的・波及的效果】

- 地域との信用・信頼関係が築けてきたことで、油外（洗車、オイル、タイヤなど）販売が伸びてきている。



灯油配送車



配送訪問で給油する様子

今後の展望

- 顧客の命を守っているという責任を持ち続け、SS運営を存続していく。
- 車のことなら何でも任せられるSSを目指し、更に、車以外の灯油、LPガスに加え、食料品等の配送まで行っていきたい。

会社情報	会社名	(株) ヤマグチ
	運営SS数	10 SS (セルフ4 SS、フル6 SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	—
	系列 (主なマーク)	東燃ゼネラル石油
	ガソリン卸先数	5 社、5 SS
	SS以外の兼業事業概要	LPガス販売、自動車保険、損害保険、不動産賃貸

取組を行っている店舗情報	店名	金丸SS
	所在地	栃木県大田原市南金丸1588-1
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	平日 7:30~19:30、休日 8:00~18:00
	従業員数	5人 (アルバイト: 1人)
	運営形態	フル
	敷地面積	350坪
	燃料油販売数量	—

震災を教訓に、設備を充実させ災害対応化。地域の高齢者・障害者向けの御用聞き、見守りビジネスの実施、福祉バスの導入で更なる地域貢献を実現。

背景・課題

- 群馬県山間部に位置し、草津温泉、万座温泉、北軽井沢等、観光地への分岐点に2店舗を構える。
- 温泉街であり旅館、ホテルがあり、スキー場等もあるため、観光シーズンには温泉やウィンタースポーツ等に訪れる顧客が多い。
- 課題は、近隣の白根山と浅間山の噴火、又大雪等の災害に警戒し備えを十分に行う必要があること。更には、過疎化が進み高齢化問題が深刻化していること。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 中越地震、東日本大震災の教訓を経て地域への安定供給を行うための設備の充実が必要であることを痛感。
- 過疎化と高齢化問題の深刻化。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣①】<自社保有設備の充実>

- 自社保有の油槽所、タンクローリーにより地域に貢献できる運営。
- キャンपीに太陽光発電を設置、緊急用の発電機等の導入により、災害時でも給油可能。緊急車両への給油が可能。
- 廃止SSのミニローリーを譲り受けることで、初期投資を抑制。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣②】<高齢者・障害者向けサービス>

- ミニローリーを活用して、御用聞き・見守りビジネスを展開。
- 4年前より65歳以上の高齢者、障害を持つ住民を対象とした福祉バスを導入し、外出を援助。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣の定量的・波及的效果】

- 太陽光発電の設置により大幅な節電を実現。



安定供給のための自社保有の油槽所



高齢者・障害者向けの福祉バス

今後の展望

- 過疎化・高齢化問題は深刻化するが、引き続き安定供給の維持と高齢者・障害者サービスを継続させる。

会社情報	会社名	(株) 田村石油
	運営SS数	2SS (フル)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販100~300kl(2SS)
	系列 (主なマーク)	JX、コスモ石油
	ガソリン卸先数	—
	SS以外の兼業事業概要	不動産、食品販売、旅客運送業

取組を行っている店舗情報	店名	長野原SS
	所在地	群馬県吾妻郡長野原町大津404-2
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	7:30~19:30
	従業員数	10名 (社員: 7名、アルバイト: 3名)
	運営形態	フル
	敷地面積	330坪
	燃料油販売数量	160 kl/月

地元企業で立ち上げた合同会社が、閉店した地区唯一のSSを引き継ぎ営業を再開。

背景・課題

- 群馬県みなかみ町の藤原地区で唯一のSSが一時閉店したが、地域ぐるみで営業を再開させた。
- 藤原地区は、同SSが閉店すると、一番近いSSまで20kmとなる。しかも県内有数の豪雪地帯であり、冬は暖房用の燃料や除雪車用の燃料が大量に必要な状況。
- 高齢者世帯が多く、暖房用の灯油を買いに出かけられない場合がある。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 経営者の高齢化と施設の老朽化のためSS廃業を予定していた。
- 一方、高齢者が多く、地区には多くのスキー場や宿泊施設もあるため、SSがなくなるのは死活問題。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣①】

<地元有力企業による合同会社設立>

- 存続の必要性を感じていた「宝川温泉汪泉閣」「武尊山観光開発」「水上高原リゾート」の3社が商工会と準備を進めながら、合同会社を設立して引き継ぎ、SS運営を再開。
- 合同会社の形態を取り、会社運営面での負担を軽減。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣①】<地域貢献の思い>

- 同社社長は、「閉店を知り、冬を越せない人が出るのではないかと考えた」「地域住民にとってスタンドは社会インフラのようなもので、なくなれば地域の衰退につながる」との考えで再開に尽力した。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣①】<定量的・波及的効果>

- 災害で同地区へつながる道路が通行止めになれば孤立状態となる可能性があったため、SS再開により防災上の懸念を回避。
- 多くのスキー場や宿泊施設を抱えることからSS閉鎖による、イメージ低下も回避。



豪雪地帯の藤原SS



出資社の1つ、地元有力企業の宝川温泉汪泉閣

今後の展望

- 販売数量は減り続けるなかで、少しでも長く継続し地域に貢献し続けるために経費の節減に努める。具体的には、当初は年中無休であったが、定休日をつくっていく。

会社情報	会社名	合同会社藤原石油
	運営SS数	1SS
	ガソリンの月販ごとのSS数	-
	系列(主なマーク)	コスモ石油
	ガソリン卸先数	0社、0SS
	SS以外の兼業事業概要	合同会社としてはなし

取組を行っている店舗情報	店名	藤原SS
	所在地	群馬県利根郡みなかみ町藤原2294-1
	立地特性	街中/街道立地
	営業時間	夏 9:00~17:30、冬 8:00~17:30
	従業員数	2人(アルバイト:2人)
	運営形態	フル
	敷地面積	300坪
燃料油販売数量	-	

さいたま市からの要請がきっかけで、自治体・企業のバックアップを受けて
総合エネルギーステーション整備に踏み切る。

背景・課題

- さいたま市には、ハイパーエネルギーステーション構想が存在。ハイパーエネルギーステーションとは、次世代自動車用エネルギーを、平時・災害時問わず供給する施設であり、市内のエネルギーセキュリティを高めることを目的としている。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- さいたま市からの要請があったことがきっかけとなり、地域貢献、環境問題への意識を持つに至る。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣①】<燃料多様化への対応>

- 将来は環境問題等から燃料の多様化が進行。そこで、まず天然ガス充填所を開始、次いでLPG充填所を開始。更に時期をみて水素ステーションの併設を検討。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣②】<自治体・企業のバックアップ>

- 天然ガス充填施設開所に際しては、さいたま市と東京ガス（株）とで具体的な話し合いを行い、詳細を煮詰めていったように、自治体及び企業のバックアップが不可欠。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣の定量的・波及的效果】

- ごみ収集車（パッカー車）の燃料として軽油を使用するよりも、天然ガスを使用したほうが、より環境等への影響を減らすことができる。



さいたま市の次世代自動車・スマートエネルギー特区に参加



天然ガスの充填所

今後の展望

- 地域貢献、環境問題、多様化するエネルギー需要に応えるための石油製品を含めた総合エネルギーステーション整備に向けて、関係法令の規制緩和等への働きかけを継続して行く。

会社情報	会社名	イズミ石油（株）
	運営SS数	1SS（フル：1SS）
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販100～300kl(1SS)
	系列（主なマーク）	キグナス石油
	ガソリン卸先数	1社
	SS以外の兼業事業概要	天然ガス充填所、LPG充填所、家庭用LPガス販売、不動産活用

取組を行っている店舗情報	店名	東浦和給油所
	所在地	埼玉県さいたま市緑区東浦和7-5-4
	立地特性	都市/住宅立地
	営業時間	8:00～20:00
	従業員数	9名（社員：7名、アルバイト：2名）
	運営形態	フル
	敷地面積	700坪
	燃料油販売数量	130 kl/月

農産物直売所と連携し、農産物や燃料といった生活物資をワンストップで提供。
相乗効果を引き出す取組も成功し、双方の店舗とも実績は好調。

背景・課題

- 経営方針である「地域農業の振興と特色と活気のある産地づくり」、「くらしの活動と地域社会の共生」を図るため、区域内の組合員や地域住民に対し、安全・安心で美味しい農畜産物を提供し、消費者との結びつきを深める活動の充実に努める。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 君津市貞元および近隣地区の住民より「新鮮な地元農畜産物を購入できる施設を設置して欲しい」「利便性の観点からJA施設を集約して欲しい」といった要望、また地区の農家・組合員からは「農産物を身近な場所で販売したい」との要望があった。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣①】<顧客ターゲットの明確化>

- ターゲット顧客は、農家・組合員及び地域住民と農産物直売所、SS・JA施設来店者であるという観点に立ち、必需品である農産物や燃料といった生活物資をワンストップで提供することを実現。
- JA貞元支店の、はず向かいの空地に農産物直売所を設置するとともに、支店横に位置していたSSを農産物直売所側に移設。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣②】<相乗効果の加速>

- 双方の施設が持つ集客力の相乗効果が生み出される取組を実施。
- 具体的には、SS利用毎に付与するポイントが貯まると農産物直売所で使用できるお買いもの券(500円)との引き換えや、農産物直売所での利用金額が一定額を超えるとSSで使用できる割引券との引き換えの他に、SSイベント情報のチラシにソフトクリーム半額券を添付している。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣の定量的・波及的効果】

- 農産物直売所は、相乗効果により2014年度は前年度比4%増。
- 自動車燃料は、同じく10%増と好調な実績。



SS隣接の農産物直売所



一定のSS利用でもらえるお買い物券

今後の展望

- JAきみつは、セルフ3SS、フル2SSの計5か所を有しているが、フルSSは人口減少等により販売量が減少し、運営継続が困難になりつつある。今後は、フルSSエリアにおける、利用者側と運営者側の双方がWin-Winとなる燃料供給体制の再構築の検討を進める。

会社情報	会社名	君津市農業協同組合
	運営SS数	5 SS (フル: 2 SS, セルフ: 3 SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	—
	系列 (主なマーク)	JA
	ガソリン卸先数	—
	SS以外の兼業事業概要	信用事業 (貯金業務、貸出業務、為替業務、国債窓口販売他)、共済事業、農業関連事業 (営農・生活・相談事業、生活関連事業他)

取組を行っている店舗情報	店名	ジャスポーツさだもと
	所在地	千葉県君津市貞元140-1
	立地特性	郊外/住宅立地
	営業時間	7:00~21:00
	従業員数	9名 (社員: 7名, アルバイト: 2名)
	運営形態	セルフ
	敷地面積	508坪
	燃料油販売数量	300~400 kl/月

「車の町医者」を目指し給油からメンテ、車販まで一貫したケア体制を実現。
「地域に役立つSS」として、車検は年600台、車販は月10台等の安定した
油外収益を誇る。

背景・課題

- 主要商圈である寿台・寿地区は宅地開発の進んだ住宅地。しかし、高齢化が進み、特に寿台地区では人口減少も顕著で商圈需要は減少。
- 近隣（1 km/ 5 分圏内）にPBセルフが進出し、安売りによる顧客獲得競争が激化。結果として、他の系列のSSが廃業し、同団地内で唯一のSSに。
- こうした状況下、地域住宅地（特に高齢者世帯）への安定供給や、車の整備拠点機能を継続していく為に、価格競争に左右されにくい強い収益基盤を確立させること、事業としての採算性の確保が求められることとなった。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 顧客の要望を受けて、10年前からポリタンクを玄関先まで運ぶサービスを開始。一人暮らしのお年寄りから「近くに寿さんがあってよかった」との声。
- 廃業先からの顧客を引き受けて客数を確保しながら、顧客へは「安心の提供」を行うことにより、繋ぎ止めを図ることを決意。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣①】

<給油、メンテナンス、車販まで一貫したケアのできる体制を整備>

- 創業当初から「地域に密着しお客様から愛される店創り」を目指す。現社長は、「車の町医者」となることを標榜し、油外販売で着実に成果を挙げた。
- 開業から5年後、トータルカーライフサポートに向け車販売に着手。2005年には認証工場を取得。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣②】 <石油業を通じて恩返し>

- 社長は、「長い間お世話になった地域に石油業を通じて恩返ししたい」との思いを持ち、2011年より、顧客である生産農家の地産米の店頭販売を開始。2012年には、非常用発電機を導入し、災害等の緊急時対応化。2013年からは、地元産の野菜を使ったマルシェイベントを実施し、顧客に廉価な地元産の農産物を紹介。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣の定量的・波及的效果】

- 2004年に資源エネルギー庁長官賞を受賞。出光興産の全国優秀給油所として2010年から4年連続受賞するなど、過去10回以上の受賞歴を持つ出光興産を代表するフルSS。
- 2014年度、車検は600台/年、車販は10台/月等と安定した収益となった。



マルシェイベント



地域のための灯油宅配

今後の展望

- 「地域に役立つサービスステーション」を念頭に置きつつ、価格競争に左右されにくく、カーライフサポートが出来て、更に経営面でも足腰の強いフルSSを新規出店できるよう検討中。
- 新店でも安定経営ができるよう、地道に人材育成を図る。3年後を目処に、全員が整備資格を取得できるよう取り組む。

会社情報	会社名	寿石油(株)
	運営SS数	1 SS (フル: 1 SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販100~300kl(1 SS)
	系列(主なマーク)	出光興産
	ガソリン卸先数	0社、0 SS
	SS以外の兼業事業概要	車販、車検、钣金、保険

取組を行っている店舗情報	店名	寿東SS
	所在地	長野県松本市大字松原49-6
	立地特性	郊外/住宅立地
	営業時間	平日 7:00~20:00、休日 7:00~19:00
	従業員数	20名(社員: 11名、アルバイト: 9名)
	運営形態	フル
	敷地面積	300坪
	燃料油販売数量	200 kl/月

村唯一の給油所を移設し、商工会と連携した灯油宅配の効率化に取り組むことにより、SSの利用促進と経営安定化を図る。

背景・課題

- 長野県南部に位置する天龍村は人口約1,500人。村域の9割以上が山林で、起伏の多い急傾斜地に囲まれた、わずかな土地に集落が点在するなど厳しい地理的条件であり、人口減少、高齢化が顕著に進行。
- また、高齢者世帯の店頭購入が多く、高齢者のニーズに応じた配達サービスの充実が課題となっていた。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 村内唯一のSSは、消防法令の定める地下タンクの改修期限を迎え、SSの存続の可否を検討。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣①】

<自治体を巻き込みSSを村内中心地に移設>

- 村長自ら地域の燃料の安定供給に危機感を持ち、SSの存続を事業者に働きかける。また事業者が中心地への移設を検討していることを踏まえ、移設先の地権者と直接交渉。地元自治体は、村長をトップに地域コミュニティの維持のため総合的な地域政策の一環として積極的に関与。
- 新たな地下タンク導入費用等、ハード整備の一部費用を国が支援。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣②】<商工会と連携した共同配送>

- 買物弱者対策のために商工会が実施している「御用聞き事業（商品の宅配サービス）」と連携して、灯油と日用品を共同配送。
- 地元商業者から構成される商工会と連携することで、自治体に加え地元住民とも協力関係を構築し、町ぐるみで支援体制を確立。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣の定量的・波及的效果】

- SSの営業継続について村が広報することなどにより、村民の積極的な利用につながり売り上げが増加。



移設前の天龍SS



移設後の天龍SS

今後の展望

- 運営継続にあたり、地元自治体、元売、中央官庁の支援も受けながら、出来る限りの存続を目指す。

会社情報	会社名	(有) 綿治硝子店
	運営SS数	9SS
	ガソリンの月販ごとのSS数	-
	系列 (主なマーク)	出光興産
	ガソリン卸先数	3SS
	SS以外の兼業事業概要	旭硝子特約店、LIXIL代理店

取組を行っている店舗情報	店名	天龍SS
	所在地	長野県下伊那郡天龍村平岡917-1
	立地特性	街中/街道立地
	営業時間	7:00~18:00 (日曜定休)
	従業員数	2名 (アルバイト: 1名)
	運営形態	フル
	敷地面積	-
	燃料油販売数量	-

過疎地での生き残り策として、セルフ化による経費削減と同時に収益を確保できる価格設定を実現。掛売りを元売カードに転換し、コストとリスクを削減。

背景・課題

- 木曽川の山間を通る、片側一車線の交通量が非常に少ない、国道19号線沿いに位置した180坪の小規模なSS。
- 木曽は長野県の中でも過疎化が進んでいる（所在地の木曽郡大桑村は、平成27年度国政調査で人口3,832人で前回比△7.6%）中、平成12年に2か所のSSを1か所に集約し効率化を図ったが、高齢者率の高まりと並行して販売量は減少。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 町のカー・ドクターとしての生き残りを考えたが、従業員は高齢化し、新規募集への応募も見込まれないことから、セルフ化を検討。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣①】

<マージンを確保できる価格で販売し、薄利多売を目指さない>

- 一般的にセルフ運営は薄利多売を目指すのが、同社は逆の発想。SSスタッフの減少や採用難に備え、将来的に価格対応力をつけることを目的に、安売りは目指さず、少量でも利益の出せる価格で販売。また、セルフ化にあたって、最小限の投資に抑えることを意識。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣②】

<元売カードへの切り替えで集金コストの大幅削減とリスクの軽減>

- 地域柄、個人の掛売り客が多く、月1回の給油でも担当者が集金に向かわざるを得ない状況。平成17年から掛売り客の出光カードへの切り替えを実施。顧客からの強い抵抗もあったが信念を持って推進。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣の定量的・波及的効果】

- 現状、出光カード50%・現金30%・掛売り10%・その他10%。掛売りは官庁と一部法人のみとなり経費の大幅削減とリスクの軽減を実現。
- 地域の状況から判断して、売上の減少を予測せざるを得ない状況であったが、昨年はわずかな減少に留めた。



最小限の投資でセルフに改装



掛売り客の出光カードへの切り替え

今後の展望

- 木曽地域でのセルフSSは同社のみであり、地域のプライスリーダーとして、継続・活躍していく。

会社情報	会社名	(株) 進藤邦夫商店
	運営SS数	3SS (セルフ: 3 SS)
	ガソリンの 月販ごとのSS数	月販0~100kl(2SS) 月販100~300kl(1SS)
	系列 (主なマーク)	出光興産
	ガソリン卸先数	1社
	SS以外の兼業事業概要	金物店及び土木関係の資材販売

取組を 行っている 店舗 情報	店名	ルート19セルフ須原SS
	所在地	長野県木曽郡大桑村大字須原字町裏982-4
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	平日 7:00~19:00、日祝日 7:30~18:30
	従業員数	4名 (社員: 2名、アルバイト: 2名)
	運営形態	セルフ
	敷地面積	180坪
燃料油販売数量	70 kl/月	

「まちのエコロジーステーション」として、家庭の資源ゴミを回収。
分別収集効率の向上や循環型社会の一役を担い、SSの社会的価値向上に貢献。

背景・課題

- 石油製品やLPガスの販売に加え、生活関連商品、ガスや上下水道の配管設備、住宅リフォームなど多岐にわたり事業展開。
- 「ガソリンスタンドはまちのエコロジーステーション」をスローガンとして掲げ、地域循環型社会の新しいキーステーションとしての地位の確立に挑戦。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- SSが扱っている商品の環境への影響も顧みつつ、地球環境・地域環境のため、まずは自身のSSから行動を開始。
- 同社は、SSを「まちのエコロジーステーション」と位置づけ、資源ゴミ（アルミ缶・スチール缶・ペットボトル・牛乳パック・古紙、段ボール・廃食用油等）の回収場所として、SS内にゴミ分別回収BOXを設置。給油客の家庭で出た資源ゴミをSSで回収。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣①】<SSを活用した社会貢献>

- 通常のSSで出るゴミの分別収集のほかに、一般家庭のゴミを回収。一般家庭のゴミ削減を図り、高いリサイクル率を実現。
- SSは、スタッフが常駐しているのできめ細やかな分別管理が可能。
- SSスタッフは日々の業務の流れで、資源ゴミを取り扱う（オイル交換等、清掃のための作業に慣れている）ため、定着性あり。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣②】<来店動機につながる>

- 顧客は都合に合わせて資源ゴミ（行政の収集では月1～2回程度）を持ち込めるため、利便性があり、来店動機につながる。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣の定量的・波及的効果】

- SSが自ら各家庭の資源ゴミの回収を行い、一時保管後、専門業者に引き渡すことができれば、更に分別収集効率が向上する。
- SSが有価廃棄物（資源ゴミ）を一時保管する「中継ステーション」機能を果たせれば、循環型社会の一役を担うことができ、SS業界の社会的価値観も向上する。



店舗の角に、資源ゴミ回収BOXが並ぶ



地域の若者に「エコロジーステーション」について説明

今後の展望

- 目指すべきは「総合エネルギーステーション」。近い将来、ガソリンが主役の座から下りることとなっても、その時は「ガソリンも売っているガソリンスタンド」となれば良い。廃食用油リサイクル燃料やバイオディーゼル燃料をはじめ、灯油の代わりに薪やペレットを灯油ローリーで販売したり、バイオマスなどの再生可能エネルギーの販売などを手掛けていければと考えている。

会社情報	会社名	油藤商事（株）
	運営SS数	2SS（フル：2SS、セルフ：0SS）
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販100～300kl(2SS)
	系列（主なマーク）	JX
	ガソリン卸先数	1社、1SS
	SS以外の兼業事業概要	石油製品販売業、バイオディーゼル燃料事業、上下水道・配管設備・リフォーム工事

取組を行っている店舗情報	店名	エネオス豊郷給油所
	所在地	滋賀県犬上郡豊郷町高野瀬645
	立地特性	郊外／住宅立地
	営業時間	7:00～20:00
	従業員数	9名（社員：5名、アルバイト：4名）
	運営形態	フル
	敷地面積	120坪
	燃料油販売数量	160 kl/月

過疎地において、生協の代行で灯油配達等を行い、地域住民との接点を深化させることで、安定的に配達数を拡大。収益性も向上させ地域に貢献。

背景・課題

- 過疎や高齢化が進んでも、地域には灯油、軽油、重油のニーズが確実に存在。例えば、お茶作り農家、ゴルフ場、地場工場など。
- 一方、SSの閉鎖が続き、供給者がいなくなり、同社しか燃料配送ができない状況となる。
- 地域の安全維持の役割を担う意識を持ち、自前で自家発電機を備え、地域の燃料供給拠点として機能している。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 山間部でもオール電化をはじめとした燃料転換は着実に進んでおり、需要の自然減をどのようにカバーしていくかが課題。
- 5年ほど前、山添村で最後のSSとなり、他社の商圏を同社が引き受けた。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣①】<灯油配達への注力>

- 地域の高齢化、過疎化に伴い、灯油配達業務へのニーズが集中。
- 灯油では当初、30分圏内を商圏としていたが、生協灯油の代行業務を行うこと等で、商圏を徐々に拡大。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣②】<地域との接点深化>

- 過疎が進む中、地域住民とのコミュニケーションを重視することで接点を深化し、地域の情報交換・情報発信に努める。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣の定量的・波及的効果】

- この5年間で安定的に配達顧客数を伸ばし、収益性が向上。
- 現在、1時間圏内の配達も行っており、配達先は100件以上。



ニーズの強い灯油配達業務



発電機を備える

今後の展望

- 今後、更に過疎化、高齢化する地域の雇用やコミュニティに対し、防災拠点として貢献していく。
- 油外商品への注力。具体的には、タイヤ販売で実績を出しているため、改めて販売力を高めたり、従業員には整備士もいるため、整備も油外商品の柱にしていきたい。

会社情報	会社名	(株) I O K A
	運営SS数	1SS (フル)
	ガソリンの 月販ごとのSS数	月販0~100kl(1SS)
	系列 (主なマーク)	シェル
	ガソリン卸先数	—
	SS以外の兼業事業概要	—

取組を 行っている店舗 情報	店名	名阪国道山添インターSS
	所在地	奈良県山辺郡山添村大西994
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	7:30~19:30
	従業員数	5名 (社員: 2名、アルバイト: 3名)
	運営形態	フル
	敷地面積	300坪
	燃料油販売数量	250 kl/月

カーディーラーや整備工場等の空白地帯である同地域で、トータルカーライフサポートの拠点として認知され、油外収益を確保し運営を維持。

背景・課題

- 高齢化と過疎化が進む島根県邑智郡邑南町に所在。
- 地域の燃料供給の重要拠点であると認識しつつ、運営を継続するためには、燃料油収益のみに頼らない収益性の確保が課題。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- SS店頭で顧客にタイヤ交換の商談最中、偶然居合わせた特約店担当者が参加。素早くタイヤの状態をチェックし、的確なアドバイスをを行い、成約に至る。
- 特約店担当者は、同社にタイヤ販売のポテンシャルがあり、タイヤ販売に注力すれば、確実な油外収益の向上が図れると説明。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣①】<直営SSのノウハウ吸収>

- 特約店担当者は、同社が地域密着し、販売数量もあるにも関わらず、油外収益が芳しくないと指摘。
- 元売直営SSの油外収益実績と比較し、伸びしろの大きさを認識。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣②】<特約店担当者の協力>

- 注力する油外商品の選定、プライシング計画の策定、販売研修、立ち上げのためのキャンペーンの企画立案等で特約店担当者の協力を得た。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣の定量的・波及的効果】

- タイヤキャンペーン（2週間）を実施し、販売目標100本に対し、250本販売（達成率250%）、粗利益500千円。キャンペーン後も継続してタイヤ販売に成功。
- 燃料油収益偏重であった収益構成が、油外収益の向上により大きく改善。
- 燃料油需要減少や過疎化が進む中、継続していける収益力が付く。



注力するタイヤ販売



企画立案の会議風景

今後の展望

- 燃料油需要減少を補う、更なる油外収益力の向上。
- 車両の販売、燃料販売、整備、車検、保険等、トータルカーライフに関する価値を提供できるSSを確立させ、生活に車が欠かせない地域において、地域の方に、無くてはならない存在となることを目指す。

会社情報	会社名	(有) 矢上石油
	運営SS数	1SS (フル)
	ガソリンの 月販ごとのSS数	月販0~100kl(1 SS)
	系列 (主なマーク)	コスモ石油
	ガソリン卸先数	1社、1SS
	SS以外の兼業事業概要	—

取組を 行っている 店舗 情報	店名	矢上SS
	所在地	島根県邑智郡邑南町矢上6003-2
	立地特性	郊外/地域中核街道沿いに立地
	営業時間	7:00~19:30
	従業員数	5名(社員:5名)
	運営形態	フル
	敷地面積	200坪
	燃料油販売数量	200 kl/月

**震災対応型SSの運営オペレーションを規定。
社内33か所のSSで共有化し「SS難民」発生回避に向けて備える。**

背景・課題

- エコカーの普及等により燃料油需要は減少し、SSの経営基盤は厳しい状況にある中、経営者の高齢化等に伴いSS数が減少している。
- このような中で、将来「SS難民」が発生することを危惧。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 東日本大震災の際、地域へのエネルギー供給の大切さを痛感。
- 当時、名古屋・大阪・富山・岡山・広島・福岡エリアに拠点があるのみであったが、2013年7月より仙台エリアにも拠点をもち、より安定供給の維持・確保への認識を深めることとなった。
- 経営理念「地域社会に、石油製品を安定供給すると共に、お客様のカーライフを総合的にサポートする」を具現化するために、何をすべきか模索。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣①】<オペレーションを規定>

- 全国129か所のSS運営を統一オペレーションで実施している強みがあり、災害時のエネルギー安定供給の役割を担う際、質が高く均一な拠点を提供できるのではないかと考え、JXエネルギーの震災対応SSのオペレーションマニュアルを元に、震災対応型SSの運営オペレーションを規定し、社内33か所のSSで共有化を図った。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣②】<マニュアルの共有化>

- 従前より、JXエネルギーの「震災対応SS」を運営。より積極的に災害時に地域貢献する意識を高め、万が一にもエネルギー供給を途切れさせず運営できるよう、マニュアルの共有化を実施。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣の定量的・波及的效果】

- 現在、運営するSSの約25%（33か所）が震災対応型SSとなり、エネルギー供給を通じて地域貢献できる体制整備を整備。



震災時のオペレーションを統一したSS



震災対応型SSのマーク

今後の展望

- 今後、拠点展開を進める際も、エネルギー供給を通じて地域貢献するために、震災対応型SS比率については、現状の約25%を維持していく。
- 現在、取り扱っている石油製品以外の商材（洗車・タイヤ・バッテリー等）の他に、車自体や損害保険等に力を入れ、人材育成並びに販売力強化を図る。

会社情報	会社名	(株)ネクステージ
	運営SS数	129 SS (フル: 44 SS, セルフ: 85 SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0~100kl(3SS) 月販100~300kl(79SS) 月販300~500kl(37SS) 月販500~1000kl(7SS)
	系列(主なマーク)	JX
	ガソリン卸先数	36社、39SS
	SS以外の兼業事業概要	钣金工場5か所、車検指定事業場5か所、損害保険代理店、卸売業等

取組を行っている店舗情報	店名	Dr. Driveセルフ祇園新道SS
	所在地	広島県広島市安佐南区西原4-25-29
	立地特性	都市/街道立地
	営業時間	0:00~24:00 (24時間)
	従業員数	4名(社員: 4名)
	運営形態	セルフ
	敷地面積	350坪
燃料油販売数量	589 kl/月	

地域システムに組み込まれるSSとなることを意識し、地域活性化にも貢献。
地域需要が減退する中、配達件数・数量ともに前年比100%を維持。

背景・課題

- SS店頭を販売の基盤とするも、配達業務にも注力する体制。
- 周辺SSの廃業や合理化により、配達業務が近隣住民のニーズに十分に答えられない状況になったと感じ、補完することを模索し、油槽所における軽油タンク増設やタンクローリー等の増車を実施。
- 結果として、取り組み開始後は、販売件数・数量の増加、及び配送エリアの拡大につながる。
- 需要減退により、販路を拡大するも、数量は維持に留まる状況だが、顧客ニーズに応えることを重視。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- LPGや灯油の配達を通じ、地域の家庭を訪問する機会が多い。
- 各家庭と結びつきのある店舗や企業が少なくなり、家屋の修理補修等での依頼先が分からないケースや、遠方業者に高額で依頼し、困っているケースが多いことを認識。地域に根ざす企業として、そういったニーズや問題に対応し、地域との関係を深耕している。
- 地域のエネルギー拠点であることを意識し、災害対応型SSへ改修。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣①】<地域との信頼関係>

- 燃料油の販売環境が悪化するなか、方針の再構築を行い「人と人のつながりに根ざした徹底した信頼の構築」をモットーとして、顧客にSSの「人」に魅力を感じてもらうことを意識。
- フルサービス継続にあたり、地域のエネルギー拠点であることを社員一同で再認識し、地域に提供できるサービスとは何かを一緒に模索。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣②】<地域活性化への貢献>

- 地域振興券を取り扱い、地元各団体主催イベントへも参加、子どもSOS店舗に登録。地域教育機関からの職場体験学習の受入等を実施し、子どもから高齢者までに認知され、地域のシステムに組み込まれる。
- 地域の若者が集まり、定着率も比較的高く、地域雇用にも貢献。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣の定量的・波及的効果】

- 需要減退でも配達件数・数量ともに前年比100%を維持。
- 石油製品販売以外の住宅リフォーム、家電製品提供等の対応も進む。
- 2010年度、全国優秀給油所・資源エネルギー庁長官賞を受賞



配達業務強化のために油槽所のタンクを増設



配達業務を通じて、地域とのコミュニケーションを強化

今後の展望

- LPG販売、住宅リフォーム、家電取扱に加え、電気販売、安否確認、車検、钣金等、近隣地場の異業者連携をより強化し、高齢化が進む中で地域ニーズの多様化に対応し、地域を盛り上げていく。
- SSは顧客との接点が多い業態であるため、パイプ役を果たせるよう、顧客の声に耳を傾け、確実にニーズを捉えていく。

会社情報	会社名	竹本石油(株)
	運営SS数	3 SS (フル:3 SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0~100kl(3SS)
	系列(主なマーク)	SOLATO(太陽石油)
	ガソリン卸先数	1社、1SS
	SS以外の兼業事業概要	LPガスの販売、関連する住宅設備の販売・設置

取組を行っている店舗情報	店名	ニュー白鳥SS
	所在地	香川県東かがわ市湊1910-5
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	7:00~20:00
	従業員数	5名(社員:2名、アルバイト:3名)
	運営形態	フル
	敷地面積	300坪
	燃料油販売数量	90 kl/月

SSの地下タンクが40年を迎えるのを機に既往のタンクを廃止し、簡易なポータブル計量器を導入するダウンサイジングを実施。経営の効率化を図る。

背景・課題

- 高知県馬路村には同一事業者が運営する2 SSしか残っていない。周辺人口の少ない魚梁瀬SSの地下貯蔵タンクを廃止し、ポータブル計量器を設置して簡易SS化（ダウンサイジング化）した。それに合わせて、軽油用、灯油用それぞれミニローリーを新規導入し、燃料の配送及び人員配置を見直し最適化。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 住民の多くが燃料供給不安を感じ、馬路村のSSの存続を切望。
- 実証事業でSSの簡易化と、軽油・灯油用のミニローリーをそれぞれ新たに導入。これにより、燃料の調達・配送の効率化によるSS経営安定化と、地域燃料供給安定体制の構築を図る。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣①】<簡易SS化>

- 更新が近づいた貯蔵タンクを廃止して600Lのポータブル計量機によるダウンサイジング化を実施。
- 2か所のSSに対する燃料の配送及び人員配置を見直し最適化。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣②】

<配送用ローリーの新規導入に伴う配送効率化>

- 従来の灯油ローリー2台（0.4kl）に加え、軽油ローリー（1.4kl）、灯油ローリー（2kl）を新規導入。
- 大口需要家である村内事業所への配送用に新規導入ローリーを活用したことで、効率化され配送にかかる時間コストが減少。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣の定量的・波及的効果】

- 実証事業において収支分析を行い、長期にわたりSSの維持継続を想定したケースであっても、ダウンサイジング化とローリー購入による効率化がコスト削減の面から一番有効であることを定量的に検証。



ポータブル計量機への切りかえにより
ダウンサイジングした簡易SS



ポータブル計量機

今後の展望

- SSを維持継続していくために、村内事業、行政、住民による「地域の総力戦」という意識をもってSSに関わっていく。

会社情報	会社名	魚梁瀬石油店
	運営SS数	2 SS
	ガソリンの 月販ごとのSS数	-
	系列（主なマーク）	JX
	ガソリン卸先数	なし
	SS以外の兼業事業概要	なし

取組を 行っている 店舗 情報	店名	魚梁瀬SS
	所在地	高知県安芸郡馬路村馬路401-2
	立地特性	街中／街道立地
	営業時間	6:00~18:00（日曜定休）
	従業員数	2名
	運営形態	フル
	敷地面積	60坪
	燃料油販売数量	-

地域のために自家発電機を配備し防災訓練にも参加。
災害対応ができるSSであるのみならず、高齢者世帯の要望にも応える。

背景・課題

- 離島地域は、過疎化が早いペースで進んでいる。また、住民の高齢化率も高く、高齢者の一人暮らし世帯も多い。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 地域の家庭用の燃料は、LPGや灯油が主となっているが、当該地域では燃料の配送設備を完備している給油所は少ない。
- 災害時に停電が発生した場合、自家発電機を起動させて警察や消防等の緊急車両に給油できる災害対応給油所が必要となるが、設備が整備されている給油所は少ない。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣①】<災害対応SS>

- 災害時に停電が発生した場合でも、復興の拠点として機能できるよう、自家発電機を配備。
- 防災訓練にも参加し、地域社会の防災上の拠点として貢献。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣②】<顧客要望に応える>

- 家庭用、業務用の灯油配送設備を整備し、更に、高齢者世帯への細かい気配りなど、顧客の要望に丁寧に応える。
- また、A重油の給油船を下五島地域で唯一配備して、顧客の要望に応える。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣の定量的・波及的效果】

- 高齢者世帯への細かい気配りや地域社会の防災上の拠点となる活動を通じて、地域社会で顧客との信頼関係を深めることが可能となる。



災害対策で自家発電機を配備



下五島地域では唯一のA重油給油船

今後の展望

- 燃料の配送のみに留まらず、高齢者世帯へ対応できるサービスを増やしていくことで、地域社会での役割を果たしていく。

会社情報	会社名	(株) 神田商会
	運営SS数	2SS (フル:1SS、セルフ:1SS)
	ガソリンの 月販ごとのSS数	月販0~100kl(1SS) 月販100~300kl(1SS)
	系列 (主なマーク)	出光興産
	ガソリン卸先数	3社、3SS
	SS以外の兼業事業 概要	LPガス販売事業

取組を行っている店舗 情報	店名	セルフ福江給油所
	所在地	長崎県五島市東浜町1-19-10
	立地特性	離島/商業立地
	営業時間	7:30~20:00
	従業員数	4名(社員:4名)
	運営形態	セルフ
	敷地面積	100坪
	燃料油販売数量	100kl/月

「富山の置き薬」モデルを採用し、灯油の配り置きを実施。
見回りパトロールの役割も果たしており、地域住民の買い物負担が軽減。

背景・課題

- 杵築市大田地区は、市中心部から約10キロ離れた山間部にあり、780戸あまりが居住。SSは2013年に小関石油だけとなる。冬季の冷え込みは厳しく、灯油ストーブで暖を取る家庭がほとんどだが、高齢化のため「SSまで行って重いポリタンクを持ち帰ることはつらい」と訴える住民の声も少なくない状況。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 杵築市大田地区のまちづくり団体「おおた青年会」、大分県東部振興局及び杵築市が同地域内の全戸を対象にした生活状況アンケートを実施。その中で、高齢で移動手段が限られており、灯油の配達を望む世帯が多いことが判明。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣①】

<配置販売及び見回りパトロール>

- 灯油配送の効率化と地元の実情（灯油の買い出しを止めたい）に対応する仕組みとして、各戸に90Lのホームタンクを設置して定期的にミニローリーで巡回し、使用した分だけ補充して集金するという「配置販売」を採用。
- 定期的に巡回することで「見回りパトロール」も実現。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣②】

<地域住民、事業者、行政の三位一体の取り組み>

- 住民が困っている声が多いことから、大分県に相談したところ、買い物弱者支援事業として採択されることとなり、地域住民、事業者、行政の三位一体の取り組みとして事業を実施。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣の定量的・波及的效果】

- これまでは灯油がなくなる度に、SSまで買いに行かなければならなかったが、配置販売によって買い物の負担が軽減。
- 万一災害などで灯油が供給できなくなっても、ある程度の期間は暖房の燃料切れの防止が可能となった。



灯油配送の様子



ホームタンクへの配り置き

今後の展望

- 現在、配達を行っているのは約100戸だが、前述のアンケートでは約250戸が配達を希望している状況。灯油の利便性も含めて、引き続き周知活動を行っていききたい。

会社情報	会社名	小関石油店
	運営SS数	1SS（フル）
	ガソリンの月販ごとのSS数	—
	系列（主なマーク）	昭和シェル石油
	ガソリン卸先数	—
	SS以外の兼業事業概要	—

取組を行っている店舗情報	店名	大田給油所
	所在地	大分県杵築市大田沓掛2603（本社所在地）
	立地特性	郊外／街道立地
	営業時間	—
	従業員数	2名（社員）
	運営形態	フル
	敷地面積	—
	燃料油販売数量	—

価格競争ではなく、地域との共生・信用・信頼を得るスタンスを模索。
自主的な清掃活動として「向こう三軒両隣りクリーン作戦」を展開。

背景・課題

- 過疎化の環境にある中、近年は量販店の進出により価格競争に陥り、SSの廃業も目立ってきた。
- そこで、価格だけではなく地域との共生・信用・信頼を得る方法を模索。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 価格だけではないサービスステーションのあり方を模索した結果、地域との共生・信用・信頼が最も大切であるという、商売の基本に立ち返る。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣①】

<地域との共生＝向こう三軒両隣りクリーン作戦>

- 商売の基本である、地域との共生・信用・信頼を得るため「地域密着カーメンテ型セルフ、フルSS」をスローガンとした。
- その一環として、地域貢献活動で、毎週水曜日の早朝にSS近隣の自主的な清掃活動を実施。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣②】

<SS社員の意識・コミュニケーション向上>

- 清掃活動を実施することで、SS内のクレンリネス意識が高まると同時に、社員のコミュニケーション能力が高まった。

【地域のニーズ・社会的課題解決の秘訣の定量的・波及的効果】

- 自主的な清掃活動は、SSのイメージアップにつながり、顧客に対して心の通い合うサービス提供が可能に。
- 社員による顧客との接客コミュニケーションが改善し、カーメンテの増販につながる。



自主的な近隣の清掃活動



清掃中に地域の方とコミュニケーションを図る

今後の展望

- 過疎地であるため、街の活性化に貢献していく。
- 地域と更に深い信頼関係を築き、灯油の小口配達等にも力を入れていく。

会社情報	会社名	阿久根石油(株)
	運営SS数	11SS(フル:2SS、セルフ:9SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	-
	系列(主なマーク)	JX
	ガソリン卸先数	4社、4SS
	SS以外の兼業事業概要	-

取組を行っている店舗情報	店名	さんばちQSS
	所在地	鹿児島県阿久根市脇本7791-5
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	7:00~21:00
	従業員数	5名(社員:4名、アルバイト:1名)
	運営形態	フル
	敷地面積	220坪
	燃料油販売数量	120kl/月

(4) 人材力・ダイバーシティ (多様性)

目次

カテゴリ（４）人材力・ダイバーシティ（多様性）

92	丸福石油産業株式会社	高岡市場前店	…P124
93	タナカエネルギー株式会社	D.Dアミューズ上北野SS	…P125
94	泉石油株式会社	セルフ ピカピカプラザ	…P126
95	滋賀石油株式会社	太子道西SS	…P127
96	有限会社上西石油店	パワーステーション	…P128
97	東真産業株式会社	Dr.Driveセルフ岡山西警察署前SS	…P129
98	社会福祉法人三穂の園	サンガーデン吉備路	…P130
99	有限会社野口石油	片野SS	…P131
100	マツハヤ石油株式会社	—	…P132

教育・訓練の一環として「ドライブウェイサービスコンテスト」を毎年実施。その効果で、社員の資格取得が増え、車検台数、車販台数を含めた油外収益額は毎年10%以上増加。

背景・課題

- 競合との競争の中で、「生き残る為の自社の強みは何か？」を考えた。正社員主義であったために人材・人員数が豊富であることに注目した。
- その人材を人財として磨き・育てて行くことで顧客の支持を得て、またSS経営も安定して継続できると考え、更には地域内の安定雇用にもつながると確信して、教育訓練の重要性を認識。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 創業者の逝去に伴って、創業時からの中堅社員等が入れ替わった時期があり、先人が築いてきた商売を継続・運用するにあたり、顧客離れが起きることを憂慮。
- 「お客様をつなぎ止めたい。運営者が変わっても良い会社だと思われなくては生き残れない」との不安感から、教育・訓練の一環として行動を開始。

【人材力・ダイバーシティ向上の秘訣①】<ドライブウェイサービスコンテストの実施>

- 豊富な人材を教育し、人財として活用して行けば経営の活路が開けると判断。手始めに、顧客受け入れから給油、ボンネットを開いての点検、そして送り出しまでのドライブウェイサービスコンテストを社内全員参加で実施。
- 目的は、①個々の接客レベルを向上させ、再来店率を改善し、丸福石油ファンを増やすこと。②点検技術の精度を上げ、油外収益の向上を図ること。③車販・車検等も含め、顧客から「自動車のことなら全て任せて安心」と認知される会社となることの3点。

【人材力・ダイバーシティ向上の秘訣②】

<ドライブウェイサービスコンテストの継続と深化>

- 毎年継続開催し、マンネリ化を避けるために、各店舗ごとの団体戦等も導入。
- 自動車分解整備認証工場の取得、車販システム、洗車のキーパーコーティングシステムなどの演技種目も、時代のニーズにあわせて追加。一般的なドライブウェイサービス部門に加え、車両点検技術とオイル販売力強化のための安全点検部門、車販・車検・洗車の販売力強化のための専門分野部門の3部門で審査。

【人材力・ダイバーシティ向上の秘訣の定量的効果・波及的な効果】

- 元売り主催のコンテストには、数々の入賞者を輩出。全国大会にも毎年出場。
- 社員の資格取得意欲も旺盛で、自動車整備士資格は大半が所持。
- 油外収益額は、ここ数年において前年比で全SSが10%以上の増加。



スタッフの教育・訓練に注力



教育・訓練の一貫でコンテストを実施

今後の展望

- 今後も変化や工夫を加えることでマンネリ化を回避し、コンテストを毎年継続実施していくと同時に、顧客に満足を与えることができる接客・技術力の向上に磨きをかけ続ける。
- 燃料油の安売り廉売をしなくとも顧客が満足を得られる、「安全・安心・お客様が満足のいく対応力」のある会社であり続ける。

会社情報	会社名	丸福石油産業 (株)
	運営SS数	6 SS (フル: 4 SS、スプリット: 2 SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0~100kl(4SS) 月販100~300kl(2SS)
	系列 (主なマーク)	昭和シェル石油
	ガソリン卸先数	0 社、0 SS
	SS以外の兼業事業概要	耐火工事、断熱材販売など

取組を行っている店舗情報	店名	高岡市場前店
	所在地	富山県高岡市佐野1202
	立地特性	商業立地/後背地には総合市場等企業群が多い
	営業時間	セルフ: 7:00~23:00、フル: 7:00~20:00
	従業員数	10名 (社員: 4名、アルバイト: 6名)
	運営形態	スプリット型
	敷地面積	575坪
燃料油販売数量	368 kl/月	

女性ならではの新たな視点により、財務・組織・人事等に加え、組織風土等のソフト面においても抜本的な改革を実施し、継続的な黒字を維持。

背景・課題

- 田中美里社長は、以前は石油業界とは縁のない、家電量販店に勤務。13年前、叔父が社長をしていた時代に事務員の欠員が出て、誘われたのがきっかけで同社に勤務。その後、田中社長が引き継ぎを決意。
- 当初よりSS経営が厳しいことは理解しており、場合によっては、会社の清算、M&A等による売却も視野に入れていた。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 経営の厳しさゆえ、高い目標やノルマにスタッフが追われ、SS間や他部署間での顧客の取り合い、売上の月ずらしなどが横行し、顧客が二の次の状態であった。
- 女性顧客が多いにも関わらず、男性目線での接客、店舗づくりを行っていたので、顧客目線に立ち、女性客はどう感じるかを重点的に理解してもらうことから開始。
- 居心地の良い店舗作りをするべく、女性ファッション誌や福井県の情報誌、分煙室を設置、女性が飲みやすい飲料もラインナップしインテリアも一新。販売室の大きいSSはキッズスペースを設置。JXが提案する手法（パリュースタイル）も採用。

【人材力・ダイバーシティ向上の秘訣①】<時代に即した財務・組織・人事に改革>

- 元売から株を買戻して自由度を確保。
- 財務面では借入金利・資本金・決算期を見直し、他には福利厚生、評価制度、社員教育や研修制度など順次変更。
- 人事面では、管理職を最小限にして本社経費を極力おさえ、同時に若返りを図った。

【人材力・ダイバーシティ向上の秘訣②】

<社歴・年齢・男女関係なくモノが言える環境づくり>

- 中途採用者からは、他社目線で意見を求め、良いものは取り入れる。風通しの良い職場づくりで自分の部署にこだわらない、会社をチームとして捉える姿勢を持たせる。
- 人員不足でも勤務態度の悪いスタッフは辞めてもらい、逆に、高齢だとしても真面目に一生懸命取り組むスタッフは、全員で助け合っている環境を整備。

【人材力・ダイバーシティ向上の秘訣の定量的効果・波及的な効果】

- 長年黒字を継続。



女性客目線での改革を推進する
田中社長



顧客目線への取組み

今後の展望

- スタッフの確保、社員教育に注力。資格取得の推進と年齢性別に関係なく、技術や資格を有する者を正社員化。
- セルフSSが増え、整備不足の車が懸念される中、車のメンテナンス、整備の重要性を地道に訴求し、カーメンテで選んでもらえるSSとする。
- 無駄な販促費は削減し、ターゲット客を絞りながら、更なる販売促進を実現していく。

会社情報	会社名	タナカエネルギー (株)
	運営SS数	4SS (フル: 3SS、セルフ: 1SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0~100kl(2SS) 月販100~300kl (2SS)
	系列 (主なマーク)	JX
	ガソリン卸先数	4社、3SS
	SS以外の兼業事業概要	車検認証工場1ヶ所、卸売業、レンタカー事業、駐車場賃貸

取組を行っている店舗情報	店名	D.Dアミューズ上北野SS
	所在地	福井県福井市毛矢3丁目-21
	立地特性	郊外/住宅立地
	営業時間	平日 7:30~22:00、日祝日 8:00~19:00
	従業員数	9名 (社員: 5名、アルバイト: 4名)
	運営形態	フル
	敷地面積	約440坪
燃料油販売数量	約240 kl/月	

人材の確保・育成を最重要視し、ローテーションは全店舗体制。
不測の事態にも機動力高く対応。地元サッカーチームとも提携し人材を確保。

背景・課題

- SS業界に限らず他業界においても人手不足である中、同社がいかに魅力ある企業であるかを若い人材に訴える必要性を認識。
- 同社を選んでもらい会社に貢献してもらおうことが、それが地域の顧客に満足してもらおうことにつながり、ひいては企業の継続・発展となる。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 人手不足により、採算が取れていたSSであったにも関わらず閉鎖せざるを得なかった際、いかにSS運営が働いている1人1人で成り立っているのかを会社全体として認識することとなった。
- こうした経験から、人材がまず基本であり、最後に利益が得られるものと再認識し、いかに人材育成が大切であるかを会社全体で共有した。

【人材力・ダイバーシティ向上の秘訣①】

<1店舗完結にせず、全店舗でローテーション体制を構築>

- 全店舗でのローテーション体制を敷き、人員配置の固定化をやめ、休日取得格差も排除。不測の人員欠員にも、更に機動性をもって対応。
- 従業員にも余裕が生まれ、社員研修の実施も可能となり、それが顧客の満足度向上につながり、更に利益に反映されるという好循環。

【人材力・ダイバーシティ向上の秘訣②】

<少数精鋭体制化し、更にSS間の垣根も撤廃、正社員活用で機動性を担保>

- セルフSS化により少数精鋭体制とし、更にSS間の垣根を撤廃。
- 欠員店舗が出た際、機動的に対応できるよう、遠隔地の店舗は閉鎖し正社員採用を増やした。この結果、アルバイトではできない機動性を確保。
- 独身寮建設や慰安旅行の実施等、他業種・他SSとの差別化を図る。

【人材力・ダイバーシティ向上の秘訣の定量的効果・波及的な効果】

- 1か月の休日日数が2.5日改善し従業員満足度が向上。顧客満足度を上げる余裕を生じさせた。
- 地域サッカークラブと提携、クラブメンバー19名を契約社員として雇用し、人手不足を緩和させることができた。



同社が用意する社員寮の外観。
8棟95室を完備している。



契約社員として働く提携サッカークラブのクラブメンバー

今後の展望

- フルからセルフへの改造を随時展開することで、1店舗当たりの配置人員数を減らし、より人手不足に対応できる整備を推進。
- 人員の機動性をより高め、セルフを中心に少数精鋭で洗車等の付加価値商品に、より一層取り組む。
- 油外販売のための設備等が、結果として負の遺産とならないよう、時代変化に対応した商品の見極め。

会社情報	会社名	泉石油 (株)	取組を行っている店舗情報	店名	セルフ ピカピカプラザ
	運営SS数	8SS (フル5SS、セルフ3SS)		所在地	愛知県刈谷市松栄町1-12-6
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販100~300kl(4SS) 月販300~500kl(1SS) 月販500~1000kl(3SS)		立地特性	郊外 / 街道立地
	系列 (主なマーク)	昭和シェル石油		営業時間	0:00~24:00 (24時間)
	ガソリン卸先数	1社、1SS		従業員数	6名 (社員: 3名、アルバイト: 2名、業務委託: 1名)
	SS以外の兼業事業概要	钣金工場1か所、車検指定工場1か所、販売店及び需要家への卸、建築資材事業を運営		運営形態	セルフ
			敷地面積	714坪	
			燃料油販売数量	750 kl/月	

高齢人材を第一線から外さずに、地域住民との人間関係を密にしながら、昔ながらの店づくりで黒字を維持。

背景・課題

- 太子道西SSは住宅街の中にあり、昔からの中小企業も多く存在。地元の固定客が多く、主婦がバイクで来店したり、近隣大学の学生によるバイク給油等の需要もあり。
- 近隣の居住者は年配者が多く、昔から変わらない年配スタッフに安心感を抱く顧客も存在。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 太子道西SSは昔からある町の給油所。店の販売数量も減少してきており、通常のスタッフ体制で黒字を維持するのが困難化。
- 顧客の年齢層も高く、若いスタッフでは十分な油外商品の販売もできず、閉鎖対象にもなりかけていた。

【人材力・ダイバーシティ向上の秘訣①】

<定年後も働きたいスタッフと、人件費を抑えたい会社のWin-Win>

- 当時、比較的高年齢の現店長（現在61歳）に任せ、さらに定年を迎えた元店長を集め、経験豊富な高齢者集団を結成。
- 店長以外の2名のスタッフ（元店長で現在67歳と74歳）は、定年再雇用の形態で人件費を圧縮。
- 現在、3名とも元気に就業。

【人材力・ダイバーシティ向上の秘訣②】<少し高くても売れる「絶妙」な売価設定>

- 顧客との強固な信頼関係があれば、近隣セルフSSよりも15円/L以上高くても販売が可能。
- 「フルサービスでは、顧客をつなぎとめるにあたって、特に年配スタッフの良さが生きる」との芝野社長談。

【人材力・ダイバーシティ向上の秘訣の定量的効果・波及的な効果】

- 高齢人材の活用でSS経営は黒字を維持。



定年後も元気に働くスタッフ①



定年後も元気に働くスタッフ②

今後の展望

- 今後も、地域密着型で顧客との人間関係を密にしながら、地域と上手く共存し成長していく。
- 他方、店も高齢化していく中、新規顧客を確保できていないことが課題。
- 無理はせずに、良い用地があれば拡大していくことも目標。

会社情報	会社名	滋賀石油 (株)
	運営SS数	20 SS (フル: 11 SS、セルフ: 9 SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	—
	系列 (主なマーク)	JX
	ガソリン卸先数	13 SS
	SS以外の兼業事業概要	車検、保険、工業用潤滑油、石油直売

取組を行っている店舗情報	店名	太子道西SS
	所在地	京都府京都市中京区西の京藤の木町1-4
	立地特性	郊外/住宅立地
	営業時間	平日: 7:30~20:30 日祝日: 9:00~19:00
	従業員数	5名 (社員: 1名、アルバイト: 4名)
	運営形態	フル
	敷地面積	200坪
	燃料油販売数量	90 kl/月

北村社長の「人間力」が安定的な人材確保の源泉。アルバイトのOBや家族等との交流から、地域のSSとしての存在感が増している。

背景・課題

- 価格競争だけではないSS経営が大前提。
- アルバイトから正社員になるという、若い力を継続的に活用できる体制を引き続き、作り続ける。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 「あいさつは人間的な関係や習慣という点で大事」というポリシーで、SS前を通る近隣、高校生に毎朝声掛けしたところ親しくなり、クラブ活動の高校生が毎年アルバイトに来るようになった。

【人材力・ダイバーシティ向上の秘訣①】

<良い人材はアルバイトから育て、企業の魅力を伝える>

- アルバイトの時から社会人としての礼儀作法・会話を習得させる。
- 時給の高い低いだけで従業員が来るわけではなく、日頃の付き合いが大切だと認識。アルバイトOBも誘い食事会なども実施。

【人材力・ダイバーシティ向上の秘訣②】

<若い力を責任のある仕事に積極的に活用>

- 同社はLPガスや燃料全般の配送販売にも注力。販路拡大も狙い現地決済システムを採用した燃料販売に若い力を活用。

【人材力・ダイバーシティ向上の秘訣の定量的効果・波及的な効果】

- アルバイトなど募集を行わなくとも、2年先のアルバイトまで決まっている状況。アルバイト、従業員が確実に雇用できる環境に。
- その家族やOBとの交流も深まり、地域のSSとしての存在感が増している。



元気に働く若い力



現地決済システム

今後の展望

- 若い人材が育ち、燃料全般の知識を深め、より多角的に燃料販売を伸ばすこと。
- SSは価格競争ではない。顧客対応における従業員の能力を向上・発揮させていく。

会社情報	会社名	(有) 上西石油店
	運営SS数	1SS (フル)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0~100kl(1SS)
	系列 (主なマーク)	三菱商事エネルギー
	ガソリン卸先数	0社、0SS
	SS以外の兼業事業概要	LPガス、燃料販売、整備等

取組を行っている店舗情報	店名	パワーステーション
	所在地	和歌山県和歌山市平尾38-1
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	7:00~20:00
	従業員数	13名 (社員: 8名、アルバイト: 5名)
	運営形態	フル
	敷地面積	200坪
	燃料油販売数量	600 kl/月

スタッフを全員入替え、ゼロからの再出発。顧客ターゲットも変更し、手洗い洗車とコーティングに注力。新規顧客を獲得し売上を伸ばす。

背景・課題

- 以前は、安売りをを行い、常連顧客中心の店づくりを行っていたが、再出発するにあたり半径30km圏内の新規顧客開拓、特に女性をターゲットとした。
- スタッフを全員入替えし、顧客ターゲットも変えたことで、不思議と以前の顧客ではなく新規の顧客が数多く来店する状態となった。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- JXとの合併を機にサービスルーム、作業室兼コーティングブースを新設し、若手スタッフでスタート。しかし、若手スタッフは期待していた手洗い、コーティングより整備が得意であったための外れのまま3年経過。
- ゼロから再出発する決意をし、スタッフを全員入替えて、社員1名、女性アルバイト1名と店づくりを相談。

【人材力・ダイバーシティ向上の秘訣①】<店舗の雰囲気改善>

- 近隣と差別化できるコーティングブース、スタッフ全員が強みを理解し、顧客へ自信を持って、コーティングのできる環境をPR。
- 店舗の演出として、看板の見直し、セールスルームの整理整頓。
- HPの見直しとお礼DMの発送。

【人材力・ダイバーシティ向上の秘訣②】<女性アルバイトスタッフの活躍>

- 女性アルバイトスタッフがキーパーコーティング資格1級を取得し、手洗い洗車とコーティングの指導ができる状態となる。
- その後、短い期間で4名がダイヤモンドキーパー施工が可能になり、更に10万円クラスの商談までアルバイト4名が対応。

【人材力・ダイバーシティ向上の秘訣の定量的・波及的效果】

- 手洗い、コーティング売上30%増、燃料油販売量10%増、人件費20%減 (アルバイト中心に変更したため)。



サービスルームとコーティング写真



コーティングブース

今後の展望

- 毎月、洗車で最低200万/月できる店づくりを目指し、更に、タイヤ、オイル、車検も販売開始する。
- 岡山市内で洗車売上No.1を目指し、コーティングで支持される店づくりをしていく。

会社情報	会社名	東真産業 (株)
	運営SS数	14 SS (フル: 10 SS、セルフ: 4 SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0~100kl(8SS) 月販100~300kl(6SS)
	系列 (主なマーク)	JX
	ガソリン卸先数	—
	SS以外の兼業事業概要	レンタカー事業、LPガス販売、車検指定工場2ヶ所、钣金工場1ヶ所、家電販売、宅配水販売、保険

取組を行っている店舗情報	店名	Dr.Driveセルフ岡山西警察署前SS
	所在地	岡山県岡山市北区大安寺南町2丁目2-40
	立地特性	郊外/街道立地
	営業時間	6:00~24:00
	従業員数	10名 (社員: 1名、アルバイト: 9名)
	運営形態	セルフ
	敷地面積	500坪
	燃料油販売数量	280 kl/月

社会福祉法人がSS展開。安定した石油製品供給のみならず、障害者が活躍し健常者との相互の「癒やし」が実現。加えて高齢者等の雇用も創出。

背景・課題

- 社会福祉法人として全国初の地域密着型フルサービスSSを福祉作業所（就労継続支援B型（非雇用型））として運営。
- 障害者の働く場所を提供し、地域住民との接客を通じ、障害者への理解や社会参加だけでなく、地域への安定したエネルギー供給を目指す経営。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 閉店を決めた店舗を購入し運営をスタート。開店当初は前店の顧客離れ、顧客の障害者への戸惑いなどあり。

【人材力・ダイバーシティ向上の秘訣①】<相互理解を深める>

- 洗車後に顧客より拭き残しの指摘あり。作業終了後、職員の確認を怠ったこと、大雑把な指示で作業に取り組んでいたことが原因と判明。
- 職員の作業終了後の仕上げ・確認の徹底と作業指示の仕方、店のゆとりがある際に障害者と共にトレーニングをする事で相互理解を深めた。

【人材力・ダイバーシティ向上の秘訣②】<障害者の個性の理解>

- トレーニングを重ねそれぞれ得意、不得意があることを理解。
- 作業を細分化し分担することで、的確な指示、素早い修正で職員の仕上げ・確認ができるようになり、作業効率が向上。

【人材力・ダイバーシティ向上の秘訣の定量的効果・波及的な効果】

- 直接顧客と話す機会を設けることで、障害があっても出来ることは沢山あることを顧客が認識し、油外は徐々に増加。
- 一生懸命働く姿や、笑顔で挨拶をしてくれる姿に給油や、作業を頼むことが楽しみだと言う顧客が増加。
- 灯油配達では配達中に話すことが楽しみというご高齢の顧客。



洗車を得意とする



灯油配達も行う

今後の展望

- 社会福祉法人が運営する「つぶれないSS」は「過疎地域で運営することのできるSS」でもあり、地域社会への安定した石油製品供給のみならず流通の実現、障害者が活躍し健常者との相互の「癒やし」も実現。加えて、高齢者等の雇用も創出。
- 障害者が地域社会の中で地域の方々に支えられ、自立し共生・共存していく新たなモデルとして今後も運営し続ける。

会社情報	会社名	社会福祉法人 三穂の園
	運営SS数	1 SS (フル: 1 SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0~100kl(1SS)
	系列 (主なマーク)	PB
	ガソリン卸先数	0 社、0 SS
	SS以外の兼業事業概要	—

取組を行っている店舗情報	店名	サンガーデン吉備路
	所在地	岡山県総社市三須1127-1
	立地特性	郊外/商業立地
	営業時間	7:00~20:00
	従業員数	5名
	運営形態	フル
	敷地面積	275坪
	燃料油販売数量	40 kl/月

業務を支えているのは、非行少年の雇用や手書き新聞の継続、独自商品の開発等。地域密着での取組み。マスコミでも多数紹介された洗車有名店。

背景・課題

- 駅に近く賃料が高い割には車の交通量が少なく、採算の厳しいSS。経費を絞れば立て直せると考えたが、周辺SSとの価格競争は激化の一途で、立て直しは進展せず。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 改めてSS業務を見直すと、得意分野である「洗車」に目が留まった。来店客の洗車率向上は、生き残りのための最後の手段と考えた。

【人材力・ダイバーシティ向上の秘訣①】<顧客ニーズへの徹底的な対応>

- 石油組合主催の「洗車キャンペーン」に参加、洗車の声かけ方法を独自で考え、仕上げもマニュアル化して、早くてきれいな仕上げを実現。
- アンケートには「手洗い洗車は料金が高く、時間がかかる」「機械だと安いけど、キズが心配」との記述。洗車機のみ絞ることとし、ブラシ素材を布に変え、サンプルをショールームに展示。価格と所要時間を看板に明示し、機械洗車の質と早さと値ごろ感をまとめてアピール。

【人材力・ダイバーシティ向上の秘訣②】<SS人材確保と地域貢献を両立>

- これまで非行少年を100人以上雇用し更生。社長は「福岡県協力雇用主会会長」や「北九州市非行を生まない地域づくり特命大使」などを務め、社長が少年院出所者や保護観察中の少年少女を雇用しているのは、誰よりも一生懸命、性格も素直なことが、一緒に仕事をして分かったため。

【人材力・ダイバーシティ向上の秘訣①・②の定量的・波及的效果】

- 洗車のキャンペーンで月間25万円(1SS)の売上げが4倍以上に増加。洗車台数は創業当時の250台から1,200台以上となり、黒字化に成功。
- 口コミで広がり「洗車の野口」としてテレビでも度々紹介。
- 洗車機メーカーと共同で開発し有名となった「野口さんちのNポリマー・Nムース」は全国の洗車優良店、約300SSで導入。
- 燃料油は、周辺より10円以上高いが、月販70~100kl/SSを維持。
- 少年院出所者等、非行少年雇用で人手不足の経験なし。



顧客の声に応えた「イオン+温水+布洗いの機械洗車」



観光列車にもNポリマーを施工
(門司港レトロ観光列車:潮風号)

今後の展望

- 非行少年少女の採用は、犯罪のない地域社会の実現にも役立つはずとの考えで「人を活かし、育てることで社会貢献につなげる雇用主が増える活動にさらに力を入れたい」という。
- 今後も「野口さんちの油屋さん」をキャッチフレーズに「地域密着・顧客最優先」を経営理念に掲げ、地域に愛されるSSを目指す。

会社情報	会社名	(有) 野口石油
	運営SS数	3SS (フル)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0~100kl(2SS) 月販100~300kl(1SS)
	系列 (主なマーク)	JX
	ガソリン卸先数	0 社、0 SS
	SS以外の兼業事業概要	—

取組を行っている店舗情報	店名	片野SS
	所在地	福岡県北九州市小倉北区片野3-14-13
	立地特性	都市/街道立地
	営業時間	7:30~20:00
	従業員数	13名 (社員:5名、アルバイト:8名)
	運営形態	フル
	敷地面積	300坪
	燃料油販売数量	100 kl/月

女性の働きやすい職場・女性の来店しやすいSSづくりにより、顧客との信頼関係を築き、地域密着型のSS経営を目指す。

背景・課題

- 女性スタッフの声を経営に活かす仕組みを作る。具体的には、女性スタッフに仕事に対する満足感・働きがいを感じてもらい、モチベーションの向上につなげる。
- 女性目線での販売施策を積極的に採用することにより、女性客が来店しやすい店舗づくりを目指した。

取組内容及び効果

【状況が変わるきっかけ・気づき】

- 社内における洗車技術コンテストやその予行演習の際、女性スタッフの活力を再認識。
- 社内に女性スタッフを束ね、リーダーシップを発揮できる中堅女性社員がいたため、組織化して会社の経営に活かさないかと検討した結果、女子会を設立するに至る。

【人材力・ダイバーシティ向上の秘訣①】<モチベーションのアップ>

- 女性社員が安心して働ける職場づくり、自分たちの意見が取り入れてもらえ、やる気の出る環境づくりが重要との認識から、女性SSスタッフにて組織する「女子会」を設立。
- 初めは会社主導で会の招集をかけ、比較的議論しやすい身の回りのこと（職場環境改善、会社への意見提言等）から検討を開始。
- 親睦会を開催し、日ごろ接点の少ないSSスタッフ間の交流を実施。

【人材力・ダイバーシティ向上の秘訣②】<女性目線での販売施策>

- 男社会の色が強いSSにおいて、女性目線での店舗づくり・販促施策の立案を行うため、女子会の中で、女性客が入店しやすい店舗レイアウト、トイレ装飾、女性目線での販促施策の検討を実施。

【人材力・ダイバーシティ向上の秘訣の定量的効果・波及的な効果】

- 働きがいの向上につながった等、前向きな声が格段に増加。
- 女性新入社員の採用活動にも大きく貢献。



女性目線のサービスをアピールした洗車ポスター



女性スタッフがいきいきと働く職場

今後の展望

- 女子会発足して4年目であるが、マンネリ化せず、今後も活気ある議論を継続していく。
- 長崎という狭い地域で事業を継続していくためには、顧客との信頼関係が第一との認識で、今後も、女性の働きやすい職場・女性が来店しやすいSS作りを目指すことで、地域密着型のSS経営を目指す。

会社情報	会社名	マツハヤ石油 (株)
	運営SS数	41 SS (フル: 29 SS, セルフ: 12 SS)
	ガソリンの月販ごとのSS数	月販0~100k(15SS) 月販100~300k(27SS) 月販300~500k(1SS) 月販500~1000k(1SS)
	系列 (主なマーク)	JX
	ガソリン卸先数	29 社、35 SS
	SS以外の兼業事業概要	自動車用品販売、民間車検工場 (1ヶ所)、钣金・車輻販売、損害保険、生命保険販売を実施

取組を行っている店舗情報	店名	—
	所在地	長崎県長崎市元船町11-14 (本社)
	立地特性	—
	営業時間	—
	従業員数	—
	運営形態	—
	敷地面積	—
燃料油販売数量	—	

SS事業者一覧表(索引)

SS事業者一覧表(索引)

番号	会社名	カテゴリ	都道府県	市区町村	所在地	事例番号	ページ番号
1	阿久根石油株式会社	地域のニーズ	鹿児島県	阿久根市	脇本7791-5	91	119
2	有限会社浅井商店	顧客満足度向上	静岡県	牧之原市	切山2776-44	26	47
3	朝日石油株式会社	顧客満足度向上	兵庫県	芦屋市	竹園町1-25	32	53
4	株式会社アスクラフト	顧客満足度向上	岩手県	奥州市	江刺区愛宕字金谷72-4	3	24
5	株式会社IOKA	地域のニーズ	奈良県	山辺郡山添村	大西994	84	112
6	イズミ石油株式会社	地域のニーズ	埼玉県	さいたま市	緑区東浦和7-5-4	78	106
7	泉石油株式会社	人材力	愛知県	刈谷市	松栄町1-12-6	94	126
8	出光リテール販売株式会社	顧客満足度向上	千葉県	市原市	姉崎海岸25-6	13	34
9	伊藤石油株式会社	競争力強化	三重県	尾鷲市	倉ノ谷町2-26	58	83
10	株式会社イトー	顧客満足度向上	大阪府	堺市	堺区緑ヶ丘中町1-1-40	31	52
11	有限会社糸見石油店	顧客満足度向上	三重県	桑名市	長島町白鷄26	28	49
12	有限会社上西石油店	人材力	和歌山県	和歌山市	平尾38-1	96	128
13	植松エネルギー株式会社	顧客満足度向上	宮崎県	日南市	上平野町1-6-7	47	68
14	宇田川株式会社	顧客満足度向上	茨城県	守谷市	立沢993-11	5	26
15	株式会社江津丸善	顧客満足度向上	島根県	江津市	渡津町495-1	35	56
16	株式会社ENEOSフロンティア	顧客満足度向上	東京都	世田谷区	北烏山6丁目1-1	14	35
17	エム・シー・オイル株式会社	顧客満足度向上	埼玉県	和光市	南1-26-1	8	29
18	エムツーホールディングス株式会社	競争力強化	山形県	米沢市	花沢町2841-9	51	76
19	株式会社エムロード	顧客満足度向上	熊本県	菊池郡菊陽町	光の森7丁目31-4	44	65
20	遠藤商事株式会社	競争力強化	山形県	天童市	大字芳賀1123-4	52	77
21	株式会社大油屋商店	競争力強化	福井県	大野市	鋤掛7字48-1	57	82
22	株式会社尾賀亀	顧客満足度向上	滋賀県	蒲生郡竜王町	西横関173-2	29	50
23	株式会社小義商事	顧客満足度向上	茨城県	潮来市	徳島5323-1	4	25
24	小関石油店	地域のニーズ	大分県	杵築市	大田沓掛2603	90	118
25	株式会社小山田商店	顧客満足度向上	岩手県	八幡平市	大更第1地割308-2	2	23
26	折口興産株式会社	顧客満足度向上	広島県	呉市	阿賀中央3-3-4	36	57
27	株式会社カートピアキクチ	顧客満足度向上	大分県	中津市	大字一ツ松382-1	46	67
28	垣見油化株式会社	顧客満足度向上	東京都	武蔵野市	吉祥寺南町3-5-3	17	38
29	神奈川県石油業協同組合	競争力強化	神奈川県	横浜市	中区万代町3-5-3	55	80
30	株式会社カネジン	顧客満足度向上	栃木県	足利市	大前町791-8	6	27
31	株式会社かねます商事	競争力強化	栃木県	日光市	今市627	54	79
32	株式会社カネマン	地域のニーズ	岩手県	陸前高田市	米崎町字川向52-2	69	97
33	株式会社 叶屋	地域のニーズ	福島県	双葉郡浪江町	権現堂字新町80	74	102
34	関西鉱油株式会社	顧客満足度向上	山口県	山口市	大内矢田465	37	58
35	株式会社神田商会	地域のニーズ	長崎県	五島市	東浜町1-19-10	89	117
36	キグナス石油販売株式会社	顧客満足度向上	神奈川県	綾瀬市	大上5-12-23	19	40
37	北見石油販売株式会社	競争力強化	北海道	北見市	東相内660	49	74
38	君津市農業協同組合	地域のニーズ	千葉県	君津市	貞元140-1	79	107
39	桑野石油有限会社	顧客満足度向上	徳島県	阿南市	桑野町中野116-7	38	59
40	株式会社気仙沼商会	地域のニーズ	宮城県	気仙沼市	南郷1-1	70	98
41	興栄燃料株式会社	顧客満足度向上	千葉県	習志野市	秋津4-1-13	12	33
42	高知スタンダード石油株式会社	顧客満足度向上	高知県	高知市	介良567-3	41	62
43	株式会社香洋石油店	競争力強化	香川県	三豊市	詫間町詫間2095	63	88
44	寿石油株式会社	地域のニーズ	長野県	松本市	大字松原49-6	80	108
45	コマツカンパニー	顧客満足度向上	山梨県	笛吹市	石和町松本42	23	44
46	有限会社斎藤商店	地域のニーズ	宮城県	宮城郡七ヶ浜町	松ヶ浜字謡136-3	72	100
47	株式会社佐藤商会	顧客満足度向上	東京都	目黒区	上目黒1-7-13	16	37
48	三愛石油販売株式会社	顧客満足度向上	北海道	札幌市	豊平区月寒東3条18-1-81	1	22
49	社会福祉法人三穂の園	人材力	岡山県	総社市	三須1127-1	98	130
50	滋賀石油株式会社	人材力	京都府	京都市	中京区西の京藤の木町1-4	95	127

SS事業者一覧表(索引)

番号	会社名	カテゴリ	都道府県	市区町村	所在地	事例番号	ページ番号
51	株式会社シブヤエネックス	顧客満足度向上	神奈川県	横浜市	栄区鍛冶ヶ谷1-32-15	18	39
52	株式会社志村	顧客満足度向上	埼玉県	富士見市	水子2881-1	9	30
53	株式会社進藤邦夫商店	地域のニーズ	長野県	木曾郡大桑村	大字須原字町裏982-4	82	110
54	須賀川瓦斯株式会社	競争力強化	福島県	須賀川市	卸町44	53	78
55	鈴木正俊商店有限会社	競争力強化	秋田県	大仙市	角間川町字西本町8	50	75
56	有限会社関谷	顧客満足度向上	愛媛県	伊予郡	大字昌農内上蔵41	40	61
57	有限会社タカハシ石油	顧客満足度向上	大分県	大分市	三佐6-10-25	45	66
58	竹内油業株式会社	競争力強化	兵庫県	三田市	弥生ヶ丘1-2-4	60	85
59	竹本石油株式会社	地域のニーズ	香川県	東かがわ市	湊1910-5	87	115
60	タナカエネルギー株式会社	人材力	福井県	福井市	毛矢3丁目1-21	93	125
61	田村商事株式会社	地域のニーズ	青森県	むつ市	赤川町102-3	68	96
62	株式会社田村石油	地域のニーズ	群馬県	吾妻郡長野原町	大津404-2	76	104
63	中央紙運輸株式会社	顧客満足度向上	岐阜県	中津川市	千旦林200	25	46
64	株式会社津乃国	顧客満足度向上	埼玉県	比企郡嵐山町	平澤707-1	10	31
65	株式会社テラミナミ	顧客満足度向上	富山県	富山市	中老田1082-1	20	41
66	天雲石油株式会社	顧客満足度向上	香川県	高松市	檀紙町1502-6	39	60
67	東真産業株式会社	人材力	岡山県	岡山市	北区大安寺南町2丁目2-40	97	129
68	株式会社灯油宅配ニイガタ	競争力強化	新潟県	新潟市	東区豊2丁目1-21	56	81
69	東和興産株式会社	顧客満足度向上	東京都	品川区	東品川1-18-5	15	36
70	富尾石油株式会社	競争力強化	ミャンマー	シャン州	ヘイホ	67	92
71	株式会社トリベイ	顧客満足度向上	鳥取県	鳥取市	青葉町1-212	34	55
72	中村リビングサービス	顧客満足度向上	愛知県	一宮市	千秋町小山字西仲田16	27	48
73	株式会社奈良自動車学校	顧客満足度向上	奈良県	奈良市	紀寺東口町771-8	33	54
74	有限会社綿治硝子店	地域のニーズ	長野県	下伊那郡天龍村	平岡917-1	81	109
75	株式会社ネクステージ	地域のニーズ	広島県	広島市	安佐南区西原4-25-29	86	114
76	有限会社野口石油	人材力	福岡県	北九州市	小倉北区片野3-14-13	99	131
77	有限会社服部石油	顧客満足度向上	埼玉県	狭山市	堀兼269	7	28
78	有限会社フォーライズ	競争力強化	愛媛県	南宇和郡愛南町	船越701	65	90
79	株式会社富士商	競争力強化	奈良県	香芝市	今泉452-1	61	86
80	有限会社フジマキ	顧客満足度向上	長野県	大町市	常盤3558	24	45
81	合同会社藤原石油	地域のニーズ	群馬県	利根郡みなかみ町	藤原2294-1	77	105
82	有限会社北條油店	顧客満足度向上	山梨県	甲府市	国母1-1-2	22	43
83	株式会社ボスコ	顧客満足度向上	長崎県	島原市	大手原町18	43	64
84	マツハヤ石油株式会社	人材力	長崎県	長崎市	元船町11-14	100	132
85	丸高石油株式会社	顧客満足度向上	千葉県	館山市	八幡235	11	32
86	丸博産業株式会社	顧客満足度向上	沖縄県	糸満市	西崎2-24-1	48	69
87	丸福石油産業株式会社	人材力	富山県	高岡市	佐野1202	92	124
88	丸山株式会社	地域のニーズ	宮城県	刈田郡蔵王町	大字円田字桜下13-5	71	99
89	株式会社三谷サービスエンジン	顧客満足度向上	石川県	金沢市	東力2-160	21	42
90	三原産業株式会社	競争力強化	愛媛県	宇和島市		64	89
91	株式会社宮城商店	地域のニーズ	宮城県	本吉郡南三陸町	志津川御前下15-3	73	101
92	株式会社宮元石油	顧客満足度向上	福岡県	福岡市	城南区片江1-1-32	42	63
93	有限会社矢上石油	地域のニーズ	島根県	邑智郡邑南町	矢上6003-2	85	113
94	魚梁瀬石油	地域のニーズ	高知県	安芸郡馬路村	馬路401-2	88	116
95	株式会社ヤマグチ	地域のニーズ	栃木県	大田原市	南金丸1588-1	75	103
96	山下石油株式会社	顧客満足度向上	京都府	南丹市	園部町美園町7-14-5	30	51
97	有限会社山田石油	競争力強化	佐賀県	佐賀市	東与賀町田中839-6	66	91
98	山田石油サービス株式会社	競争力強化	山口県	周南市	河東町2-19	62	87
99	油藤商事株式会社	地域のニーズ	滋賀県	犬上郡豊郷町	高野瀬645	83	111
100	吉井石油株式会社	競争力強化	京都府	京都市	山科区竹鼻堂の前町22-4	59	84

