

石油政策と流通競争基盤の形成 ——石油元売のチャネル構築と外貨割当制度——

小 畠 正 稔

1. はじめに
2. GHQの占領統制と小売業者の復帰
3. 元売制度の発足とマーケティング・チャネルの確立
4. 需要の急拡大と販売網の拡張競争
5. まとめ

1. はじめに

第二次大戦によって我が国の石油産業はほぼ壊滅状態に陥った。精製設備は太平洋岸製油所を中心に85%の精製能力を失なったが、石油流通業者の状況はさらに深刻で、実に96%の業者が転業・廃業を余儀なくされた。しかも残った配給業者も配給すべき製品すら滞る中で、戦後の活動を開始しなくてはならなかった。「商業はその活動の面でも担い手の面でも完全に窒息していた。戦後はまさにそのような状態ではじまった。(石原、(1997), p.103)¹⁾」のである。

石油は消費財であるだけでなく決定的な軍事物資としての役割から、石油産業は占領軍の明確な意志のもと、強い統制下で産業の再建に取り組まなくてはならなかった。

消費から価格に至る統制が行われる中、1947年(昭和22年)に石油配給公団の発足と共に石油販売業の民営化が実現し、1949年の元売制度の発足によって精製・卸売の民営化が実現した。戦後統制は1952年に終了したが、新たに「系列を前提とし、外貨割当を政策手段とする政策枠組み」の中で、石油産業は行動の自由を与えられることになった。

しかし外貨割当という国全体の供給量の調整は、拡大する需要の中で、精製各社の「需要の先取競争」としての生産能力拡張競争、販売能力拡張競争を引き起こし、結果として石油市場は一貫して「大きくなっているであろう将来の需要」にあわせた生産能力と販売能力を保持する「過当競争」を競争構造基盤として固定することになった。

需要の拡大が確実視される中での規制は、規制が行われる時点には、「規制を必要とする状態」をさらに進行させ、規制の実施は、この状態を固定化するという悪循環がこの時点から開始されることになったのである。

本稿の目的は、占領下の統制から外貨割当期間に行われた戦後石油流通構造の再構築の過程を検

討し、流通構造の基礎がどのように構築されたかを明らかにすることである。

戦後の石油産業と石油政策については多くの優れた業績が残されているが、石油流通についての業績は極めて限られたものとなっている。本稿は石油流通の視点から石油産業の再構築の過程を考察するものである。

2. GHQの占領統制と小売業者の復帰

4年間に及ぶ太平洋戦争によって我が国の石油産業はほぼ壊滅状態に陥った。太平洋岸の製油所は17製油所のうち、9製油所が爆焼し、無傷で残ったのは2製油所のみであった。日本海側の製油所は逆に、日本石油秋田製油所以外は被害を受けなかったが、国全体の精製能力の85%が失われた (United States Strategic Bombing Survey (1946), 訳書p.83)²。終戦時の石油製品在庫も9万9,000klで、これは開戦前1940年(昭和15年)の消費量の16.7%、約2ヶ月分に過ぎなかった(石油連盟(1985), pp.1-5)。

石油流通業の被害はさらに甚大であった。卸会社も販売業者も統制の中で、廃業・転業を余儀なくされ、約2万店の石油販売業者のうち残ったのは、石油専売法の乙種売捌人の900店となり、96%が姿を消していた(日本石油(1988), p.432-433)。

この状態の中で連合国総司令部(GHQ)の占領政策のもと、石油流通の戦時統制からの脱却が進められていった。GHQは1945年10月1日にまず「石油販賣取締規則」「廃油取締規則」³などを廃止した後、1945年10月13日付で「日本の石油製品に関する覚書」と「製油所に関する覚書」⁴を発した。

「石油製品に関する覚書」によって「石油製品の在庫品は内務省を通じて必需産業および消費者に提供されなくてはならない。石油製品は、連合国司令官からの指令第3号に従って正当な機関によって配給されることを要する(石油連盟(1985), p.6)。」と石油配給を全面的にGHQの管理下におくことを宣言した。商工省は、この覚書を受け、12月「石油配給統制要綱」を実施し、この「正当な機関」として石油配給統制⁵に暫定的に石油配給をさせることになった(日本石油(1958), p.444-445)。

1946年10月1日に「臨時物資需給調整法」(物調法)が施行され、商工省は物調法に基づいて、11月「石油製品配給規則」を公布した。これにより戦時立法と戦後の混乱期に続いた「要綱統制」から「占領統制」に移行し、これ以降統制撤廃までの6年間の基本方針が確定することになった(通産省(1958), p.181)。

1946年10月25日にGHQは、「石油製品の配給に関する覚書」(SCAPIN1294)を日本政府に交付して、①石油及び石油製品の配給に関する一切の法律、命令及び規則を廃止する、但し石油及び石

油製品の使用に関する法律、命令及び規則は引き続き効力を発する、②石油配給会社の解散、③政府全額出資による唯一の石油製品配給機関の設立、④商工省によって実施され、経済安定本部の指示によって運営される割当計画の策定、など5項目の指示を出している。

1947年2月に「石油配給統制規則」「原油取締規則」が廃止され、4月14日に「石油配給公団法」が公布された。先のGHQ指令（SCAPIN1294）に従って5月に石油配給株式会社は廃止され、6月2日に資本金4,000万円で石油配給公団が設立された。

石油製品の配給について、経済安定本部動力局石油課は、1947年8月9日付で「石油製品配給方針」(『経済安定本部戦後経済政策資料』第30巻, pp.455-471)を示している。

この方針は、「配給の公正と使用効率の向上を図るため」、配給割当公文書に関する定義⁷、販売業者の申請、消費者の範囲、監査及び罰則を明確にし、販売価格としては統制価格を用い、価格表示を義務付けた。

石油配給公団の卸機能は、経営者を除いて、石油配給株式会社の機構、施設および従業員を引き継いだ⁸が、小売部分については指定販売業者の申請を一般公募によって受け付けた。

石油販売業は、1942年2月に配給所となって以来、5年ぶりに自らの経営を取り戻すことになった。

販売業者となるためには、①配給に必要な設備を持つこと、②配給地区内（都道府県単位）に1店舗を有することが資格となり、石油公団に所在地や経営状態など⁹を報告、申請し、審査は、配給公団、消費者、関係官僚の代表者によって構成される諮問機関によって決定された。

1947年11月1日付申請総数4,137名のうち、1,520名が指定されたが、その内訳は、既存業者841名、零売所68名⁹、転廃業者529名、新規業者82名となっていた（日本石油（1988），p.433）。石油専売法による乙種販売人は約900店であったため、販売所は一挙に約70%の増加となった。その後も業者指定が継続され石油配給公団解散時点（1949年3月末）の指定業者は3,221店まで増加し、指定業者の過半数は復帰した転廃業者であった。しかし既存業者と転廃業者の施設能力や販売能力には明確な差があり、新旧業者間の激しい対立を巻き起こした¹⁰（全石連（1983），pp.36-37）。

3. 元売制度の発足とマーケティング・チャネルの確立

(1) 元売制度の発足

1949年（昭和24年）4月1日に元売制度が発足し、1939年の石油配給統制規則による石油共販（1939年9月～）、石油配給統制（42年6月～）、石油配給（46年10月～）、石油配給公団（47年6月～）と10年間続いてきた統制機関は遂に民営化されることになった。

実際にはこの元売制度の発足は、GHQの政治的意図と外国石油会社（外油）の意向が強く反映

したものであり、日本国政府の意思ではなかった。

当時政府は、供給が最低需要量の75%に過ぎなかったこと、需要者の消費統制が継続されていたこと、石油製品が輸送および油槽において特別な施設を必要とする製品特性から時期尚早と考えていた。経済安定本部企画部指導課、指導資料第8号「石油配給公団の解散とこれに伴う石油製品の配給統制方式の変更について」（昭和24年4月6日付）において、動力局石油課（経安本部指導課長名文書）は、「現在の政府機関による完全な統制を成る可く早期に自由経済に推し進めようとする政治的考慮と戦前の活動¹¹に復帰しようとする外油会社の動向とに起因するものと思われるのであって、現在の石油需給状況が、公団による一手買取販売による配給統制を全く不必要ならしめるに至った結果とはみることはいえない。」と明記している。

さらに1948年（昭和23年）9月2日付極東軍司令部の石油配給公団の廃止に関する処置を示唆した発表は、冒頭で「日本政府宛連合軍最高司令部発本日附指令によって、日本の石油業は進駐軍管理からはじめて解放されることになった。1945年9月2日の日本政府降伏文書署名の三周年記念日¹²における本処置は、S C A P（Supreme Commander for the Allied Powers：連合軍最高司令官総司令部）指導下の三ヶ年間の日本経済の進展がこれを可能ならしめた。（指導資料第8号，p.3，（）内は小嶋補足）」と進駐軍管理の成果としての側面（政治的意図）を前面に出している。

元売制度の発足をもたらしたこの発表の主要点は、①すべての輸入基地石油貯蔵設備は直ちに民営に復帰されること、②続いて内陸の貯油及び配給施設も追って民営に復帰されること、③輸入基地貯油施設の民営復帰後も石油公団が配給責任を保有した上で、配給統制制度は継続し、運営者は石油配給公団の代理人として活動すること、④外国石油会社3社（スタンダード・ヴァキューム石油会社、ライジングサン石油株式会社、日本カルテックス株式会社）が民間業者として国内石油会社とともに産業に従事すること、⑤石油業の民間業者の完全自由競争による運営が漸次実現されること、の5項目である。

この発表による第一段階の処置として、同日付のGHQ覚書（「石油主要基地を民営に移管すべき旨の連合軍最高司令官覚書」）に基づいて、11月1日に長崎など6基地の民営移管と作業の民営委託が行われ、続いて3回、合計7個所の民営移管が実行された。さらに1949年1月10日付連合軍最高司令官覚書によって3月15日までに公団の所有または運営している残りの配分基地、給油所、輸送手段（タンク車、トラック、ドラム缶、ブリキ缶等）、施設、容器等を民間に返却し、運用する指令が出されている。

これらにより民営化の方向が明確にされたが、問題点として残ったのが、元売業者の範囲と全国同一価格を維持してきた運賃プール制度である。

元売業者とは、従来の公団に代わって「貿易庁から払い下げられた輸入製品及び国産原油から精

製した石油製品を販売業者を経て全国に販売する配給業者」(経済安定本部企画部指導課「指導資料第8号」, p.5)であるが、国産原油を自身で精製し、自己の販売網を持って販売する業者は問題ないが、輸入石油製品の払い下げを受けて販売する資格者の基準が問題となった。輸入製品の取扱いの点から、「輸入基地を所有すること」、「全国もしくは相当広範囲に販売能力を持つこと」は当然としても、どこまでを輸入基地として認定するのが焦点となった。

政府は、1949年3月31日に「石油製品配給規則」を改正し、元売業者による配給制度¹³を開始したが、まずスタンダード・ヴァキューム、シェル(1948年10月にサイジングサンから改称)、カルテックス、日本石油、昭和石油、日本鉱業、三菱石油、ジェネラル物産、出光興産、日本魚網船具の10社が元売業者となり、8月から丸善石油、興亜石油、大協石油が登録され、13社体制となった。後に興亜石油の辞退など¹⁴によって、12社体制が確立し、現在の元売体制の基礎が出来上がった。

価格問題については、地域別価格制度を採用する方向で進んでいたが、輸送経路、貯油設備の配置状況などによって「合理的」に輸送費を算定することは困難であると判断され、結局価格調整公団において運賃プールを行い、全国同一価格とすることになった。これによって価格は、貿易庁払下価格(後の精製業者販売価格)、元売業者販売価格(持ち届け価格)、販売業者販売価格(店頭価格)の3本立てとなった。

(2) 戦後マーケティング・チャネルの確立期

戦後の石油マーケティング・チャネル構築は、戦前の販売地域の分与と常時継続購買を核としたフランチャイズシステム(エリア・フランチャイズシステム)の再構築を目指したものであった。

元売は、1949年(昭和24年)の元売制度の発足から、元売制度自体が公団による配給の代替という性格を強く持ち、元売登録制度が行われていたために、当初から確固たる参入障壁を与えられていた。しかも依然、需要家に対する消費割当が実行され、これを根拠に商工局(1949年5月から通産省の各地方通産局)ごとに販売業者の登録制度が継続されていた。販売業者は、「元売制度が発足した以上、元売業者から製品を仕入れて、需要者に販売する業者」という位置づけとなり、石油製品の販売業となるためには、元売の特約店もしくは副特約店として契約を結ぶ必要が生じ、元売は事実上、販売業者の認可権と系列店の選択権を与えられていたと考えることができる¹⁵。しかし元売制度は12社体制であり、元売が特約店・販売店の選択権を単独で有するものではなく、基本的には販売業者にも同時に元売選択権が与えられていたことを意味している¹⁶。

元売(第一次登録元売)の特約店選定基準は、大特約店主義、大地域小売業¹⁷、両者折半の中特約店主義を取るかによって根本的に異なるが、基本方針として、他社との契約関係にあるものを避ける「一店一社主義」と販売区域を厳密に分け、重複による競合を避ける点では一致している(日本

石油 (1988), p.442、高倉秀二 (1990))¹⁸。これらのことから元売の優位性は、製品の安定供給元として元売制度の発足当時において確立していた。

東北地区の大手でこの当時 (1949年3月) 傘下に27店の販売店を有していた亀井商店 (現㈱カメイ) ですら、「日本石油やスタンダード・バキューム社と特約店販売契約を復活することが急務であり、契約復活については紆余曲折をたどりつつも、何とか結実させることに成功した。(亀井商店 (1984), p.243, 244)」と当時の契約状況を伝えている。確かに亀井商店の場合は、日石の一店一社主義に反していることも事実であるが、この大手に対しても元売が強い態度で臨むだけの優位性を保持していたことが分かる。

この優位性を具体的に販売契約でみると、1949年 (昭和24年) 4月の日本石油特約販売契約¹⁹では、第1条で「會社は、特約店が本契約の各條項並びに本契約に基く各規定及び會社の指示を誠實に履行することを条件として、左に掲げる石油類 (以下商品と稱する) を特約店に販賣する (日本石油 (1958), p.541)。」から始まり、他からの仕入排除規定、商品代担保、支払サイト (15日、月末締め、サイト25日現金払い)²⁰、延滞金利徴収が明記され、有効期間3ヶ月、その後当事者の一方から別段の意志表示がないときは、1ヶ月ずつ延長されるものであった。またこれ以外に連帯保証契約を必要とした。この1949年の契約は暫定的なものであったにせよ有効期間が3ヶ月というのは供給不安を抱える当時の販売店にとっては、かなり厳しいものであり、事実上、排他的取引条項 (exclusive representation) として機能していた²¹。

しかし、二次登録元売となった丸善石油、大協石油はかなり異なった状況に置かれた。登録における1次と2次の間にはわずか4ヶ月しかなかったが、この4ヶ月は販売網の構築において決定的なハンディとなった。当時の状況について丸善石油は「市場はバラバラになってしまっていたから、良い得意先を取った者が勝といった有様であった。だから元売業者として遅れて出発したことは、大変不利であった。(中略) (太平洋岸製油所の復旧許可があり、再建する間) 昔の特約店が他社へ鞍がえするのを眺めているより外なかった (松村石油 (1958), p.264、() 内小寫要約)。」という状況におかれた。また大協石油は、「1次指定に遅れること四ヶ月という時間の空白が、販売面で著しく不利な立場にたたされることになった。」「販売網づくりのために特約店の起用を進め、販売体制を整えていった四九年当時の特約店は十四社であったが、そのほとんどはスタンダード、三菱石油などの特約店であったもので、他社との特約店契約を兼ねていた。(コスモ石油 (1996), p.67)」と一次登録元売との状況の違いが明確となっている。

またスタンダード・ヴァキュームなど外国石油会社の対応もかなり異なったものであった。戦時中に販売業者が国家統制に組み込まれていく中、統制機関の中心となったのは国内石油会社系列の業者が中心であり、外油の系列店は、国油以上に困難な状況に置かれていた。スタンヴァック在日

資産管理事務所は、早々と1946年（昭和21年）3月1日に旧代理店に「代理店契約の復活を希望するかどうか」のアンケートを送付し、再開への準備に入った。国油会社の再開見通しが見えないのに対し、米国企業であるスタンヴァックの再開は確実視されており、販売権を獲得しようとさまざまな販売業者が動きはじめた。この動きに対し「スタンヴァックの戦前の代理店関係者は、国内石油会社を重視する政策により冷遇されてきたこともあって、スタンヴァックの販売権を他社系代理店へは渡すまい、と各地で結束するようになった（モービル（1993），p.199）。」1946年10月に旧代理店会の会合が開かれ、「米油会」の結成を決議し、スタンヴァック日本支社の販売権回復運動を打ち合わせた（モービル（1993），p.200）。

スタンヴァック在日資産管理事務所は、①販売基盤を維持してきた国油会社の販売網に対抗するため、販売網の再建を短期速成で行う、②スタンヴァック再開後の営業体制の整備には時間が掛かると見込まれるため、チャンネルを単純かつ強力にしておく必要がある、③ほとんどのスタンヴァックの旧代理店は、石油販売業から転・廃業の状態にあることに加え、資力が弱体化しており、単独では対処がむすかしかった（モービル（1993），pp.201-202）ことから、各地に「米油会」を設立し、この「米油会」を株式会社組織にした上で、これを単位として全国的な販売網を形成していった。米油組織は、一県一店の代理店（2者）とし、これに出資したメンバーを副代理店（3者）とする販売組織構築であり、関西で最初に結成され、順に全国各地で設立されていった²²。

外油・国油を問わず元売の最大の課題は、いかに優秀な特約店を選別、確保し、自社販売網をいかに早期に設立し整備することであった。

（3）販売割当期間の販売競争

1947年（昭和24年）4月1日施行の「石油製品配給規則」第4条は、商工大臣が「元売業者の設備、能力等を基礎とし、且つ当該割当期の石油製品の割当量を勘案して元売業者に対して配給数量割当を行う。」と定めているが、「何を基準に如何に定めるかが問題である。将来は割当公文書の還流による販売実績によって、割当数量を定め、業者間の自由競争を反映せしめることが至当と思われるが、当初の数量は何等か公平な標準によってこれを決めなければならない（経済安定本部「指導資料第8号」，p.6）。」と、どのように当初の割当数量を決めるのかが問題となった。

商工省石油配給課は、元売業者による現物配給業務を円滑にすすめるために、G-4のクルース大佐（石油課長）の指示に基づいて「元売業者の取扱数量の決定、輸送機関の使用調整、地域別輸送配分計画の協議」を行うために元売業者の委員会（中央石油配給打合会）を開き、外油側72%、内油28%で合意を見た。その後も中央石油配給打合会は、経済安定性本部で策定される需給部門別割当計画により数量を毎月元売毎に決定していたが、1950年9月に「石油配給打合会での価格協定、

配給数量協定等が独占禁止法、事業団体法に抵触するおそれがある。」と公正取引委員会からの警告が出され、11月に解散している（日本石油（1988），p.540）²³。一方、割当数量と各社の輸入基地能力、油槽能力（貯油能力）は必ずしも一致しておらず、さらに製油所を持たない純元売のためにも輸送機関の使用調整などを行う元売会社の「ジョイント・ユース制度」は、1949年4月から実施され、1951年4月まで継続された（通産省（1980），p.348、石油連盟（1985）pp.40-41）。

次期の割当数量が割当公文書の還流による販売実績によって決められるという仕組みは、「元売業者は原則として割当数量の範囲内で石油製品を販売するが、当該元売業者の系統において割当公文書を、割当数量以上に獲得したときは、これを越えてもかまわない。」という方針から、割当下での激しい販売競争を引き起こした。将来確実に大きくなるであろう需要に対して、各社は需要の先取り競争を激しく繰り広げたのである²⁴。

1947年に業者数は1,520、1949年3月末で3,221であったが、元売の積極的な特約店・販売店の採用と販売網の構築によって1949年末には3,588と急増しており、需要も旺盛であったが、同時に販売競争も激しくなった。

日本石油の販売網整備は、「23年末までには74店を特約店として選定していたが、24年2月には81店を加え、さらに3月に29店を選び、合計184店をもって4月以降の販売再開に備えた（日本石油（1988），p.442）。」が、24年に特約店数は280まで増加し、翌25年には327店まで急増している（日本石油（1988），付表27）²⁵。

この割当の先取競争と販売店増加による競争激化を背景に販売割当下の「公定価格を下回る値引販売も行われ、24年後半からは乱売戦の様相を呈するに至ってきた。（亀井商店（1984），p.244）」
「24年後半に至って、配達賃のサービス、容器の無料貸しつけ、売掛金の延べ払い、さらに原価販売など採算を度外視した競争となり、石油販売業界の苦難時代を現出した（日米鉱油（1979），pp.69-70）。」

すでに述べた中央石油配給打合会は、再三にわたって、配給規則の遵守を呼びかけたが、ドッジラインによる超緊縮政策などによる景気の停滞によって需要は伸びず、この廉売競争は激しさを増し、配給規則遵守の呼びかけも効果は無かった²⁶。

25年前半には景気低迷から需要が伸びなかったが、6月に朝鮮戦争が起こると、「特需景気」が起これ、猛烈なインフレーションに見舞われることになったが、価格統制によって価格は低く抑えられているだけでなく、傾斜生産方式などによって需要が偏在し、一部の特約店では逆に「売りたいても売り物がない」という状況となった。特に農林漁業の需要へのしわ寄せは大きく、これが後の全漁連、全購買の外貨獲得運動に繋がっていった。

1950年は、製品不足に「にせ切符」、「やみ商売の横行」が加わり、統制の矛盾が一斉に吹き出す

ことになった（亀井商店（1984），p.245）。

1951（昭和26年）4月1日には、価格調整公団が廃止され、石油製品の運賃プール制の実施が困難となった。1951年3月の物価庁試算（「石油の運賃プールと価格調整公団の存続について」（1951年3月6日文書））によると、揮発油現行32,760円の統一価格は、関東地区では31,493円に対し、最も高い北海道では、35,550円となり、3,162円の格差が生じ、重油については現行10,450円に対し、価格差は、4,414円となりその影響が懸念された。しかし統制価格の矛盾が物資の偏在を現出している以上これを解消するための次善の策として地域別価格制（ゾンプライシング）が採用されることになったが、激しい販売競争の前で、統制価格自体が機能しなくなっていた状況から結果的に製品の偏在を改めることはできなかった（亀井商店（1984），p.245）。

（4）外貨割当制度と石油政策

1949年（昭和24年）9月22日にGHQは、「太平洋岸製油所復旧計画の許可に関する覚書」²⁷によって各社別の復旧計画を許可し、精製業界は再建に着手できることになった。

これらの製油所に対する外貨割当は、1950年1月から1951年3月まではGHQによって行われていたが、1951年4月から日本政府（経済安定本部と通産省鉱山局油政課）に移った²⁸。通産省は、各製油所の原油処理能力にシフトさせて原油割当量を増加させたために、原油精製能力は急速に復旧し、供給能力は確実に拡大していった。

1952年（昭和27年）4月のサンフランシスコ講和条約の発効後、外貨割当権は日本政府に委譲され、政府による外貨割当制度が始まった。外貨割当制度はこの後、1962年まで10年に渡って我が国の生産・供給構造を決定付けることになった。

この10年間、外貨割当基準の基本原則²⁹は守られたものの、時々の石油政策によって原油・製品外貨割当基準は10回以上も変更され、「外貨割当だけが石油政策の中心になり、これにより種々の目的を達成しようとした」（通産省（1980a），p.349）と外貨割当が直接統制に代わる「新たな政策ツール」として機能することになった。

この中で外貨割当の中心となったのは1955年の「一本外貨割当方式」（1960年に変更）であり、原油・製品の割当総額の50%を過去3年間の割当実績金額、50%を輸入数量実績によって割り当てる方式である。製品外貨に依存していた純元売³⁰は、外貨を有効に使用するために原油を輸入し、精製業者に委託精製をすることになり、結果的に、消費地精製方式への誘導が行われた。

外貨割当は基本原則以外にも、1953年に亜細亜石油、1956年の北日本石油に対して新規精製業者等に対する新規割当が行われ、特別割当としては、1955年からの全漁連に対する免税原油割当、1957年の中小規模精製業者特別割当、旧燃料廠製油所操業開始追加割当、都市ガス原料割当、石油

化学ナフサ原料用割当、1958年の硫安製造用割当など特例が次々に作り出され、制度は複雑となっていた。しかも金額比率割当のために新規や特別割当は既存業者の割当削減にそのまま繋がる仕組みであり、既存業者にとっては大きな制約要因となった。

すなわち外貨割当は、国全体の石油需給を決めただけでなく、各社の供給力を左右し、その後の業界構造を形成する主要な要因となった。日本石油は(1988, p.581, 583)は、「石油消費の増加と石油業の規模拡大に伴って、個別企業の供給力を強く規制する外貨割当制度が、企業の経営あるいは発展の立場から厳重な制約条件となった。」「社内記録は35年9月期ごろまではほとんど経常的に、販売力に対する供給力の不足を訴えており、(中略)、販売シェアは結局外貨シェアに規制される。」と述べている。

通産省(1962, pp.46-48)は、外貨割当の果たした役割(評価)として、①企業の乱立防止と国際競争力の強化、②輸入価格の低下、③需給の調整など7項目を挙げているが、消費地精製方式と外貨節約については、結局、当時の純元売を含めて新規精製業者の参入を誘発したことから、「新規精製業者の乱立の防止」という観点とは必ずしも一致しないなど評価項目内にも混乱が見られる。但し「乱立」とか「過当競争の防止」の評価は、結局、末端での市場の状況がどのように推移したかによってなされるべきであり、繰り返された末端市場における混乱は、制度の肯定的評価に疑問を残すことになった³¹。

4. 需要の急拡大と販売網の拡張競争

(1) 需要の拡大と重油中心精製

長く続いた規制は、1952年、燃料油の配給・価格統制の廃止によって幕を閉じることになった。配給制度の自由化は、抑えられていた石油製品の需要を爆発的に増加させることになった。1950年(昭和25年)には1,979千klであった需要は、自由化の52年には5,763千klと3倍弱まで増加していたが、3年後の55年には、9,861千klとさらに倍近くまで膨れ上がった。外貨割当は、1952年には潤沢であったが、逆に53年には3度の追加割当が行われる状況であった。

急速に伸びる石油製品に対して政府は、石炭産業との調整に配慮せざるを得ず、石油政策は変更を余儀なくされた。1951年には石炭不足と恒例化した炭坑ストから、重油使用促進が行われたが、逆に1954年には、石炭産業の不況に対応して、業種別に重油の消費枠を決め、さらに年間2,000kl以上の大口需要家には、個別に消費量を決めるという「重油の消費規制」の行政指導を行い³²、翌55年8月には石炭の競争力を高めるため、B.C重油の500円値上げを行う「原油・重油関税」が導入され、かつ「重油ボイラーの設置の制限等に関する臨時措置に関する法律」が1955年10月10日に施行された³³。

しかしこの規制は、経済性に優れ、コスト効果が高い重油消費に歯止めを掛けることはできなかった。その最大の理由は、重油ボイラー規制の公布前には、規制を見越した需要家による駆け込み設置が進んでおり、規制は後追いどころか、かえって先行投資を産み出し、重油の消費を支えることになったのである（亀井商店（1984），p.247）³⁴。

このことは規制が実行に移される前には、規制を必要とする状況をさらに進行させ、規制の実施が、その状況の固定化に機能するという結果を産み出したことを示している。

結局、1960年には国民所得倍増計画のもと、経済審議会エネルギー小委員会が「経済性を中心とした合理的な供給構成の確立」を打ち出し、石油をエネルギー政策の中心におくことが明確となった。同年重油専用力発電所が認可され、重油の伸びはさらに加速された。

石油製品の油種別販売比率をみると、1952年には58.0%が重油であり、53年には61%、54年には59.4%と重油が60%前後の比率を占めており、重油の需給バランスを中心に原油処理が行われていたことが分かる。この重油中心生産は、連産品である石油製品特性から他油種の供給過剰を同時に誘発し、各社の販売網の拡張競争を加速させることになった。

戦後のガソリン需要の2/3はトラックなどの貨物用車両によって占められており、景気動向に左右される油種であったが、トラック、バスのディーゼル車への転換が進む一方、モータリゼーションが1960年代から進展し、乗用車によるガソリン需要が急速に拡大し始めていた。この拡大への期待は、将来に対する先取競争をさらに加速する誘因となった。

需要に対する先取競争は、既に述べたとおり元売制度発足直後の配給割当制度下の競争から始まり、1950年（昭和25年）以降の外貨割当制度期間、そして1962年（昭和37年）の石油業法まで一貫して存在し、将来への投資優先志向は、業界の競争基盤そのものを構築したのである。

（2）物流網の整備と元売のチャネル管理

元売各社は、元売登録後いっせいに社有SS（上下リース：Company Own, Dealer Operated；CODO）の建設によるガソリン販売網の再整備を開始している。日本石油の場合、石油共販への拠出は380SSであったが、元売制度開始までに返却され、しかも運営可能なものは70カ所という状態であったが、1949年（昭和24年）2月に社有給油所増強計画として24給油所建設に24,000万円を投資するなど積極的に設備投資を行い1954年度末までには194SSまで回復を果たしている（日本石油（1988），p.543）。

しかし元売は、精製設備の復旧や物流施設の整備に資金を優先せざるを得ず、この資金的・労務的制約から販売網の構築には特約店の力を借りなくてはならなかった。

ガソリン販売について社有SSの場合は、特約店は、単なる元売の販売施設運営代理機能しか持

ち得なかったが特約店SS (Dealer Own, Dealer Operated ; D O D O) の開発によって、特約店は元売への交渉力 (bargaining power) を確実に高めていった。この要因をしても、販売網の整備を早く元売にとっては、特約店によるSS開発は歓迎すべきものであった。

ガソリン需要は、1950年から55年の5年間に460千klから2,663千kl、5.8倍と驚異的な伸びを示し、この伸びは衰えることなく伸び続けるものと考えられた。事実、オイルショックまでは、毎年10%を越える驚異的なペースでガソリン需要は伸び続けるたのである。

しかし各社の給油所の建設はこの需要を越えるスピードで進められた。固定式のSSは、1953年には1,029カ所であったが、各社がいっせいに建設を始めた54年には1,442カ所となり、そして56年、57年には、それぞれ1,621、1,459カ所、合計3,080カ所の建設が行われた。固定式SS数が確認できる1953年から10年間の需要は、3.67倍に急増したが、同期間のSS数は、何と13倍まで膨れ上がっている。需要が同様に13倍まで増加したのは、1974年であり、SS建設は約10年間の需要の先取りが行われた計算になる。1953年には1SS当たり174.4kl/月であった販売量は、この建設ラッシュを受け、56年には84.5kl/月、62年には49.1kl/月まで下落し、販売量は1/3以下まで激減した。「過剰投資によるコスト負担は、販売量の減少によって加重され、安売りによるシェア競争の展開 (共同石油 (1988), p.32)」という方向に販売業界を走らせることになった。

急速に拡大する需要に対して元売はまず販売網構築のインフラ整備として物流機能の整備を優先させた。

従来、元売の荷渡しは、需要が集中する都市部などを除き、「鉄道最寄り駅またはその測線で引き渡すオンレール渡し」か最寄港の本船で引き渡すオンボードを原則にしていたが、油槽所と配送設備の充実によって徐々に持ち届け制度を充実させていった (日本石油 (1988), p.599)。

石油製品は、規格品³⁵であり、この取引条件では油槽所を出た製品がどのように流れていくか元売はまったく把握することができなくなるが、持ち届け制度を充実させることによって、特約店の機会主義的行動を制限し、販売管理は末端まで徹底することができるのである³⁶。石原は、「小売商の行動を有効に規制しようとするれば、寡占企業は少なくとも卸売商と小売商との取引関係の全貌を把握していなければならないし、各小売商に到達する経路を単純化することは規制の有効性を一層高める」(石原 (1982), p.207) と述べているが、この持ち届け制度の確立によって元売は管理範囲を急速に拡大することができた。この配送網の整備に伴い不要となった特約店所有の油槽所などは順次借り上げられ、特約店が従来持っていた油槽、配送機能は元売に代替されていったのである。これにより、今度は特約店の交渉力が減少することになった。

急速に拡大する需要に対して、元売は「特約店の協力を得て、販売区域の調整などを実施しながら、33年ごろから商社系特約店の起用、既存特約店傘下にある販売店の特約店への昇格を含め、新

規特約店の起用を積極的に実施した（日本石油（1988），p.600）。』と述べているが、この油槽・配送機能の整備が元売の特約店採用基準を大幅に緩和し、かつ特約店の販売戦略を大きく変えることになった。

特約店傘下の販売店の特約店への昇格は、結局特約店の直営SSへの進出を誘導したが、同時に元売の配送機能の拡大は特約店のSS展開地域の制約をなくし、大手特約店の全国展開を可能にし、商社系特約店進出の基盤を形成することになった。また1955年頃から各元売は、日本通運など大口需要家を特約店として起用する需要家特約店の開発を行っている。特に1961年に出光興産が東武鉄道に子会社をつくらせ、納入を独占したことは、全石協の「偽装特約店に対する反対決議」に発展し、元売の直売と特約店の商圈の問題を浮き彫りすることになった（全石連（1983）、pp.63-64、83-84）。Sternらは、「取引経路の単純化は、チャネル内での役割や領域の侵害を含むため、チャネル内のコンフリクトの発生を避けることはできない」（Stern, El-Ansary（1992），p.291）と述べているが、コンフリクトを抱えながらも、元売の物流機能の充実によってガソリンの流通は、manufacture-distributor-dealer systemからmanufacture-dealer systemへ大きく転換することになった。

またSSの低販売量の固定化をもたらしたSS開発競争によって、末端市場は過当競争状態に陥り、系列内競争の防止と商圈保証を基盤にしたエリアフランチャイズの意味は急速に薄れ、系列の持つ意味は変化を余儀なくされることになった。

5. まとめ

統制から外貨割当による規制は、「需要の先取競争」を引き起こし、精製から販売までの各段階において「将来の需要を前提にした、現状では過大な生産と販売施設」を所与とした競争（過当競争）を引き起こした。この状況はそのまま石油業法下の競争に受け継がれていくが、これら戦後石油流通の競争基盤を構築したのがこの外貨割当までの期間であった。

本考察期間における本稿の限界と問題点については、重油中心精製時代であったにもかかわらず、需要家直売について記述が限られていること、またこの時期急速に需要が拡大した灯油と灯油チャネルについて触れていないことである。これらは別稿にて考察することとしたい。

1948年（昭和23年）5月、スタンヴァック会長P. W. パーカーは、日本を含む東洋市場の今後について「今日、市場を軽視して産油・精製能力面に力を入れすぎるきらいはないだろうか。（モービル石油（1993），p.197）」と市場との関係に早くも危惧を提示している。この市場（流通構造）との係わりが論点として取り上げられるのは、この危惧から15年が経過した後であった。

注

- 1 「第2次世界大戦は我が国の経済をほとんどあらゆる面で破壊したが、小売業が受けた被害も想像を絶するものであった。戦争の始まりとともに消費財の価格統制が始まり、それは配給統制から消費統制へと突き進んだ。不要不急の産業とみなされた商業は整理統合の対象となり、国家から配給される物資の引き渡し機関となってしまった。さらに、小売業の従業者の多くもまた戦争と軍需工場に駆り立てられた。商業はその活動の面でも、担い手の面でも、完全に窒息していた。戦後はまさにそのような状態のなかではじまった。」(石原(1997), p.103)
- 2 「終戦時には、日本では約17,000バレル/日の精製能力が利用可能と推定された。とはいえ、終戦以前にさえ、利用可能な精製施設に張り込む原油が入手できなかったことから、現実の製油所通油量は爆撃以前にすでに能力の4%にまで落ち込んでいた(United States Strategic Bombing Survey (1946), 訳書pp. 83-84).」
- 3 同時に廃止された法律は、「故ガロン罐配給統制規則」、「廃油取締規則」、「石油代用燃料使用装置規則」であり、12月には、「石油業法」、「石油専賣法」、「人造石油製造事業法」、「輸出入等臨時措置法」を廃止した。
- 4 「製油所に関する覚書」(SCAPIN134)は、国産原油の生産とそれを精製する日本海側製油所の操業を許可したが、太平洋岸製油所については、手持ち原油の処理のみを許可した覚書。
- 5 石油配給統制を配給組織とするのは当初1年間の予定であったが、結局1年間延長された。石油配給統制は、1946年にガリオア資金(Government and Relief in Occupied Areas: 占領地救済基金)などによって石油製品の輸入が開始されると、受領、貯蔵及び配給機関として貿易省の輸入業務の代行機関にも指定された。石油配給統制は、1946年9月17日に戦時色を薄めるために石油配給(株)に名称変更された。
- 6 同方針の根拠法令となったのは、物調法その他、指定生産資材割当手続規定、指定配給物資配給手続規定および他の配給に関する法令。
- 7 配給割当公文書として消費者に対しては、「購入切符」、「購入手帳」、「購入割当証明書」で切り取式又は流通式でないもの、販売業者が石油公団から購入する「補油手帳」、石油業者の「自家使用割当証明書」が指定された。
- 8 申請事項は、①店舗の所在地や配給設備の所在地、②構造、種類、規模又は能力及び従業員数、③過去に於て石油配給業に従事した期間、取扱数量及び取扱品種、販売地区、④現在の経営状態などである。
- 9 零売所とは、時計油や自転車油など鉱油を原料として混合・加工した製品で、販売容量が1.8リットル以下のもの(零売品)を販売する小売業(日本石油(1988), p.433)。
- 10 1947年当時の販売業者の格差は、「一方で月間1,000kl売っているものがあるのに、一方では2~3klしか売れない業者が多勢いた」と明確であった。転廃業者は1946年6月「転廃業者復帰同盟」を結成し、復帰希望者の復帰対策を既存業者と話し合った。復帰同盟は、既存業者に対し「1店当たりの最高販売量を決め、残りを復帰業者へ」などさまざまな活動を行った(全石連(1983), pp.36-37)。
- 11 同資料の原文は「政治的配慮と戦争の活動」という表現が使われているが、文脈から考え「戦争の活動」を「戦前の活動」に変更した。
- 12 原文は「三週年」と記されている。
- 13 元売制度は、「石油製品配給規則」の廃止とともに消滅したが、1956年5月から地方税法に軽油引取税が加えられたために、日本石油精製ほか103社が軽油元売業者に指定されている。

- 14 1950年3月1日に東亜燃料工業は、SVOC（スタンヴァック）との契約に基づき自身では特約店販売を行わないという変則的な形で元売業者となった。これは「価格統制下でSVOCに製品を引き渡す際に、工場渡しの精製業者渡し価格に、製品の保管料を上乗せするためであった（東亜燃料工業（1992），p.101）。」
- 15 販売業者になるためには「通産局への登録が必要であったが、元売が推薦すれば殆んど登録を認められた。（日本石油（1958），p.476）」
- 16 日本石油協会は、石油公団の廃止の直前に「①できるだけ多数の元売をつくり、全部の石油販売業者が特約店になれるようにしてほしい、②元売の直売は販売業者の商権を侵すことになるので絶対に反対する、③販売口銭を仕入価格の13%にしてほしい。」と商工省に申し入れた（全石連（1983），p.40）。
- 17 大地域小売業とは、卸中心の大手特約店を作らずに、生産者が販売店と直接取り引きすることを目指す考え方で、後のmanufacture-dealer systemに共通する考え方。この方針を持つ出光興産の元売指定については、元売各社の反対運動があっただけでなく、日本石油協会は、幹事会において元売の直売反対決議を行い事実上、出光の元売指定に反対した。日本石油協会の反対運動は、日本漁網船具も念頭に置かれていた（脚注16を参照）。（出光計助（1986），p.126、日本石油（1988），p.539）
- 18 日本石油は特約店の選定について「従来の日石系、小倉系のほか、旧他社系でも石油公団の推奨のある店、および、カルテックスの推薦する店を基準とした。また、配給所を運営していた有力店や都道府県ごとの大手の起用を心がけ、中小店の統合による大型店舗化を図ったものも選考の対象とした。戦前とことなり、「一店一社主義」を基本方針として、当社と特約契約するに際しては他社との契約関係にあるものを避けた（日本石油（1988），p.442）」としている。
- 19 1949年4月1日付、日本石油と長野石油販賣株式会社との特約契約（日本石油（1958），p.541）。
- 20 担保としては「1ヶ月の取引額に相当するものを差し入れることとする旨を定め、現金、銀行保証、国際、不動産を受け入れた。25年1月からは、このほかに特約店所有の油槽所、船舶なども受け入れるようになった。石油配給公団の支払いは、月末締め、当月末概算払い、翌月21日精算であった。（日本石油（1988），p.541）」
- 21 日本石油の特約契約は、社会経済情勢などの変化に対応し、1952年に改訂されている。52年契約では、連帯保証条項が別途契約から特約契約に組み込まれた他、取引条件として月末締め翌々月15日支払いの45日サイトが採用された。また契約有効期間は、1年間に延長され、「期間終了の1ヶ月前までに当事者の一方から別段の意志表示がないときは1年づつ延長する」とされた。この後特約契約は、オイルショック後の1977年まで改訂は行われなかった（日本石油（1988），pp.541-542）。
- 22 米油組織自体は、1950年代半ばには、販売店の成長から直接2者契約に移行する代理店が増加し、さらに流通経路の簡素化が双方に有利であるとのことから順次解消していった（モービル（1993），pp.202-203）。
- 23 経済安定本部は、「業界団体においてこれらの事項を行うことは独占禁止法に抵触するので、これはまったく非公式なものとし、必要な都度商工省が、これを召集して意見を聞くという形をとることになった。（経済安定本部「指導資料第8号」，p.7）」と述べている。
- 24 1947年の石油製品配給方針では、都道府県別、地域別割当数量の他、販売業者の販売数量に対する配給許可数量も決められていた（経済安定本部「石油配給方針」1947年7月15日、第14項）。
- 25 同様に三菱石油は、「大口需要家は直売、小口需要家に対しては特約店を通じて販売することとし、差し当たり約80店の特約店を選定した（三菱石油（1981），p.141）。」ゼネラル石油は、95店体制でスタートし、

- 24年度で102店、25年131店、26年153店（ゼネラル石油（1982）、p.33, pp.248-249）など一斉に特約店の起用を開始している。当初は、日本石油協会の商工省への申し入れにあるように、販売業者の採用を働きかける状況であったが、元売の推薦があれば登録が行える状況になり、しかも特約店採用問題が杞憂となった後は、逆に「これ以上販売業者をふやすな」という要求が出るようになった（全石連（1983）、p.41）。
- 26 1949年6月、通産省資源局は、「石油業界に対し、①不当な値引競争は現在の石油配給機構を破壊する②値引競争は赤字経営につながり、その欠損補充には不正が伴いやすいの2点を指摘し、値引競争の自粛を要請した（全石連（1983）、p.43）。」
- 27 GHQは、この覚書によって日本石油横浜製油所、下松製油所をはじめ5製油所の修理及び復旧を許可、1950年1月1日までにできる限り速やかに操業可能な状態になることを求めた。大協石油四日市製油所を除く4製油所は、4,000BDの割合で輸入原油の供給を受け、国内需要にあわせた生産を行い、大協四日市は1,000BDで潤滑油とアスファルトに処理するよう指示を出した。第2段階として丸善石油下津製油所（2,000BD、1950年4月1日）、東亜燃料和歌山石油所（7,000BD、1950年7月1日）、三菱石油川崎製油所、興亜石油麻里製油所にも修理、復旧の許可とクラッキング原料の供給の考慮が打ち出された。これらの許可に続いて三菱、興亜には1950年7月覚書によって各3,000BDと決定され、8月より操業が許可され、1951年度には太陽石油亀岡製油所にも原油割当が行われた。1951年には、日本石油とカルテックスによって日本石油精製㈱が設立され、精製会社は10社体制となった。
- 28 1951年4月GHQは外貨割当と価格統制を除く精製、販売、配給、原油及び製品割当に関する統制権を日本政府に委譲し、6月に石油顧問団（PAG）も廃止された。9月にはサンフランシスコ講和条約が調印され、1952年に発効、外貨割当権なども日本政府に戻った。
- 29 外貨割当の基本原則は①消費地精製方式、②外貨節約、③石炭鉱業への配慮の3点である。
- 30 元売のうち出光興産、ゼネラル物産、シェル石油、日本漁網船具は、製油所を持たなかったことから純元売と呼ばれた。
- 31 通産省（1962、p.47）は、評価項目の③需給の調整の項目において「原則として供給の過不足は防止され、製品市況も安定的に維持されることとなっている。」と述べている。
- 32 通産省による1954年度重油消費削減率は、「電力40%、鉄鋼15%、窯業20%、紙パ40%、ガス11%、食料40%、繊維40%と大幅な削減で、重油の年間総需要を537万kl（需要見込み670万kl）に抑えた後年の第一次石油危機の削減率をはるかに上回った（全石連（1983）、p.59）。」
- 33 重油の使用目的は、水産、船舶の内燃機関用としてA、B重油、鉄鋼、窯業の炉に使用する低硫黄B、C重油（LSC）、繊維、紙パなどのようにボイラーに使用するB重油、電力ボイラーのC重油がある。石炭ともっとも競合するのがボイラー用重油であり、逆に内燃機関は競合しない。
- 34 『商工政策史』は、重油の消費規制について、「ともあれ重油消費の抑制措置は徐々に効を奏し、特にセメント工場は大幅な転換をとげ、電力部門についても（中略）重油の消費節減が行われた。かくして昭和29年度における重油の消費量は、前年度に比し50万キロリットルの増加にすぎず、輸入量も昭和28年度の258万キロリットルに対し240万キロリットルと減少し、さらに引き続き昭和30年度には190万キロリットルと著しく減少した（通産省（1980）、pp.349-350）」と述べているが、実際の需要量を見れば、29年度には、9万2千klの減少となったが、ボイラー規制法施行の30年度には34万8千klの増加、31年度にはさらに149万6千klの大幅増加となっており、『商工政策史』の輸入数量基準の評価は正しくない。
- 35 1952年（昭和37年）6月21日にJIS規格が制定され、石油製品の品質規格が明確になった。

- 36 日本石油は、民営化後、持ち届けを基本としていたが、急速に拡大する需要に対して1953年（昭和28年）7月からは「7大都市及びその周辺については、基地からローリー70km、トラック30km、その他地区ではローリー・トラックとも30kmまでを持ち届け範囲」とし、1960年、61年に配送範囲を拡大していった（日本石油（1988）、p.599）。」

【参考文献】

- Howard, M.C. (1979), *The Marketing of Petroleum Products: A Study in the Relations Between Large and Small Business*, ARNO PRESS
- O'Connor, H. (1956), *The Empire of Oil*, (佐藤定幸訳『石油帝国』、1957年、岩波書店)
- The Royal Dutch Petroleum Company (1950), *The Royal Dutch Petroleum Company 1890-1950*, Diamond Jubilee Book
- Stern, L.W., El-Ansary A.I. (1992), *Marketing Channels 4th ed.*, Printice-Hall, Inc.
- Stern, L.W., El-Ansary, A.I. and Brown, J.B. (1989), *Management in Marketing Channels*, Printice-Hall, Inc.
- United States Strategic Bombing Survey (1946), 'Oil in Japan's War, Report of the Oil and Chemical Division', (奥田英雄・橋本啓子訳編『アメリカ合衆国戦略爆撃調査団・石油・化学部報告、日本における戦争と石油』、1986年、石油評論社)
- 石川県石油販売協同組合（1970）『石川懸石油業史』、石川県石油販売協同組合
- 石井淳蔵（1983）『流通におけるパワーと対立』、千倉書房
- 石原武政（1982）『マーケティング競争の構造』、千倉書房
- 石原武政・池尾恭一・佐藤善信（1989）『商業学』、有斐閣
- 石原武政（1997）田島義博、原田英生編『ゼミナール流通入門』、pp.103-122、日本経済新聞社
- 井口東輔（1963）『石油』、交詢社出版局
- 出光計助（1986）『二つの人生』、講談社
- 岡部彰（1986）『産業の昭和社會史③ 石油』、日本経済評論社
- 大阪府石油協同組合（1972）『大石協20年のあゆみ』、大阪府石油協同組合
- 大阪府石油協同組合（1993）『大石協40年の歩み』、大阪府石油協同組合
- 奥田英雄（1976）『小倉常吉伝』、小倉常吉伝刊行会
- 小田五郎（1996）『わが国石油精製業の基盤形成史』、石油通信社
- 亀井商店（1984）『風調雨順』（亀井商店の八十年史）、亀井商店
- 栗田淳一（1962）『石油』ダイヤモンド産業全書(23)、ダイヤモンド社
- 小瀧正稔（1992）「石油のマーケティング・チャネル構造」、『産能短期大学紀要』、第25号、pp.77-92
- 小瀧正稔（1997）「わが国における灯油の流通構造—灯油の流通機構構造と小売競争構造」、『青森公立大学経営経済学研究』、第2巻、第2号、pp.112-143
- 小瀧正稔（1998）「石油流通と商標権問題」、『経営論集（東洋大学経営学部）』、第46号、pp.63-86
- コスモ石油（1997）『創業ふたたび—コスモ石油10年史』、コスモ石油㈱
- 品川燃料（1987）『品川燃料六十年史』、品川燃料㈱
- 鈴木安昭・田村正紀（1980）『商業論』、有斐閣

- 鈴木安昭 (1980) 『昭和初期の小売商問題』、日本経済新聞社
- 佐藤清一 (1939) 『石油統制』、商工行政社
- 石油連盟 (1962) 『内外石油資料 1962年版』、石油連盟
- 石油連盟 (1985) 『戦後石油産業史』、石油連盟
- 商工省商務局 (1928) 「商取引組織及系統ニ関スル調査 (石油)」、商工省内部資料
- 昭和石油 (1974) 『昭和石油三十五年史』、昭和石油㈱
- ゼネラル石油 (1982) 『ゼネラル石油三十五年の歩み』、ゼネラル石油㈱
- ゼネラル石油 (1997) 『開かれた未来へ 50年の歩み』、ゼネラル石油㈱
- 全石連 (1983) 『全石連30年誌』、全国石油商業組合連合会、全国石油業協同組合連合会、(社)全国石油協会
- 太陽石油 (1991) 『太陽石油五十年史』、太陽石油株式会社
- 通商産業省鉱山局石油課編 (1958) 『石油産業の現状』、石油通信社
- 通商産業省鉱山局石油課編 (1962) 『石油産業の現状、附石油業法の解説』、石油通信社
- 通商産業省鉱山局石油課編 (1970) 『石油産業の現状、附石油業法の解説』、石油通信社
- 通商産業省 (1980a) 『商工政策史』第23巻 鉱業 (下)、商工政策史刊行会
- 通商産業省資源エネルギー庁石油部監修 (1980b) 『石油産業の現状』、石油通信社
- 日米砒油 (1979) 『日米砒油株式会社八十年史』、日米砒油㈱
- 東亜燃料工業 (1996) 『東燃五十年史』、東燃㈱
- 日本石油 (1914) 『日本石油史』、日本石油㈱
- 日本石油 (1958) 『日本石油史』、日本石油㈱
- 日本石油 (1988) 『日本石油百年史』、日本石油㈱
- 宝田石油 (1920) 『宝田二十五年史』、宝田石油
- 丸本田中 (1982) 『丸本田中商店 五十年の歩み』、(株)丸本田中商店
- 松村石油 (1958) 『油屋物語—松村石油五十年史』、松村石油㈱
- 水田政吉 (1938) 『石油』、ダイヤモンド社
- 三菱石油 (1981) 『三菱石油五十年史』、三菱石油㈱
- 風呂勉 (1948) 『マーケティング・チャネル行動論』、千倉書房
- モービル石油 (1993) 『100年のありがとう モービル石油の歴史』、モービル石油
- 門馬豊次 (1909) 『北越石油業発達史』、鑛報社
- 森川英正 (1970) 「わが国石油産業発達史覚え書」、『経営志林』第7巻、第1号
- 由岐一 (1935) 『本邦石油史 附燃料問題と石油国策』、日本公論社
- 脇田義太郎 (1953) 『石油』、岩波書店

(1998年10月20日受理)