

石油事業 PETROLEUM BUSINESS



コスモ石油株式会社
代表取締役社長
鈴木 康公

コスモ石油マーケティング
株式会社
代表取締役社長
森山 幸二

石油製品の製造・販売部門として
世界水準の安定操業、お客様への
安定供給を進めていきます。

事業
概要

石油事業は、コスモエネルギーグループの中核会社であるコスモ石油にて、主に原油調達から石油製品の製造・物流・輸出入を行っています。同じく中核会社であるコスモ石油マーケティングでは石油製品を含めたグループ商品を法人・個人のお客様へ販売しています。

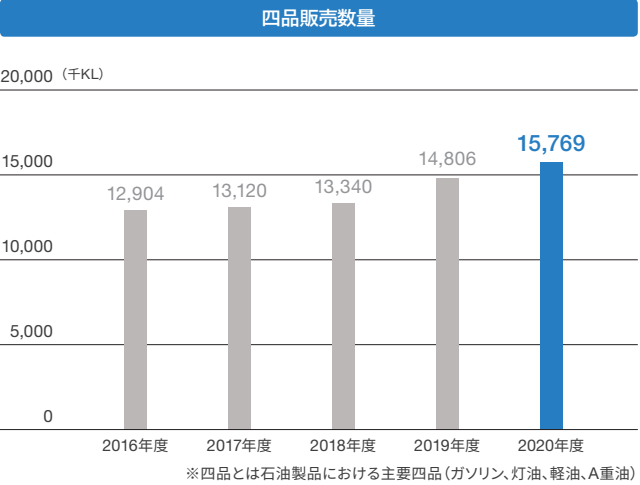
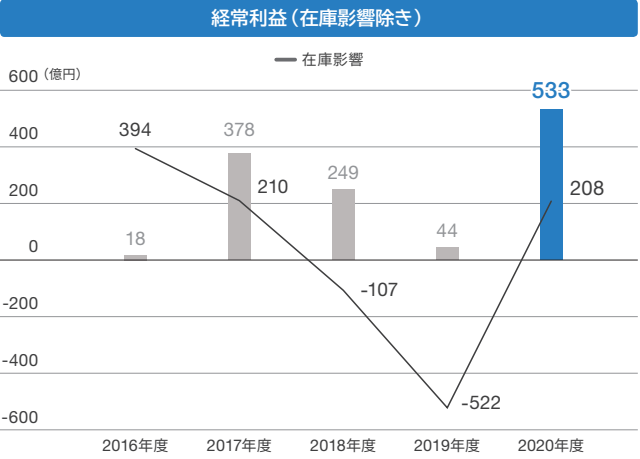
2020年度実績・2021年度見通しについて

2020年度は新型コロナウイルス感染症を起因とするジェット燃料の急激な需要減少に伴う、価格下落により収益が悪化したものの、キグナス石油への供給拡大による四品数量の増販、原油価格上昇局面におけるプラスのタイムラグにより、在庫影響を除く経常利益は533億円（前年比+489億円）となりました。

2021年度は燃料油需要の回復により販売数量は増販となる一方、前年度に発生したプラスのタイムラグの解消、原油価格上昇による自家燃コストの悪化などにより、在庫影響を除く経常利益は320億円（前年比-213億円）を見込んでいます。

経常利益（在庫影響除き）

2020年度実績	533億円（前年比 +489億円）
2021年度見通し	320億円（前年比 -213億円）



識別したリスク

- 原油価格ならびに原油調達に関するリスク
- 石油製品価格ならびに製品需要に関するリスク
- 製油所等設備の事故、漏洩に関するリスク
- 供給製品の品質トラブルに関するリスク



機会

- 脱炭素社会への対応（EV化、グリーン電力、新燃料への取り組み）
- 新型コロナウイルス拡大に伴う働き方の変化
- ICAO規制による航空燃料需要の変化
- CASEの動向（モビリティ供給、整備など）
- 顧客動向の変化、デジタル化、キャッシュレス決済の拡大



強み

- 需要減少の環境下、製油所の高稼働を維持
- 顧客とのつながり強化、特約店とのつながり
- ブランド商品開発（コミット車検、コスモでんき、やさしいカーシェア、コスモMyカーリース）



新型コロナウイルス感染症の影響と対応

- 影響**
- ジェット燃料を中心とした製品需要減少に伴う販売数量の減少
 - 緊急事態宣言下でのSSでのカーケア販売の減少
- 対応**
- 本社中心に多くの従業員がテレワークを軸とした働き方へシフト
 - 製油所では外部者の入所制限、勤務場所の消毒等を徹底、操業への影響はなし
 - 系列SS向けに支援を継続（非接触赤外線検温計など）
 - デジタルツールによる特約店とのコミュニケーションの実施

事業戦略

石油事業では、需要と供給の動向により原油価格が左右されるリスク、中東産油国の周辺地域における政情不安定化により、原油調達において影響を受けるリスク、一般消費者の需要動向により石油製品価格、製品需要が左右されるリスク、当社グループの製品・サービスに関するリスク、製油所やSSにおける事故のリスクを認識しています。

一方、事業環境における機会として、EVシフトやグリーン電力の拡大、新燃料の開発・展開など脱炭素社会への対応が求められています。また、デジタル化の加速やキャッシュレス決済の拡大など顧客動向の変化、新型コロナウイルス感染症に伴う製油所、

SSなどにおける働き方の変化が挙げられます。

当社グループの強みとしては、石油精製では国内における燃料油需要が減少となる中、キグナス石油への供給開始により、供給ショートポジションとなったため、製油所において高稼働を維持できることが挙げられます。石油販売では多様な顧客ニーズに対応するさまざまなブランド商品開発により、他社に先駆けた価値の提供を行っています。主なブランド商品ではデジタル化への対応として「カーライフスクエア」アプリの開発、2021年3月末時点で累計契約台数85,000台を突破した「コスモMyカーリース」など、カーライフの多様化に対応していきます。

競争優位性 1 供給ショートポジションによる高稼働の維持

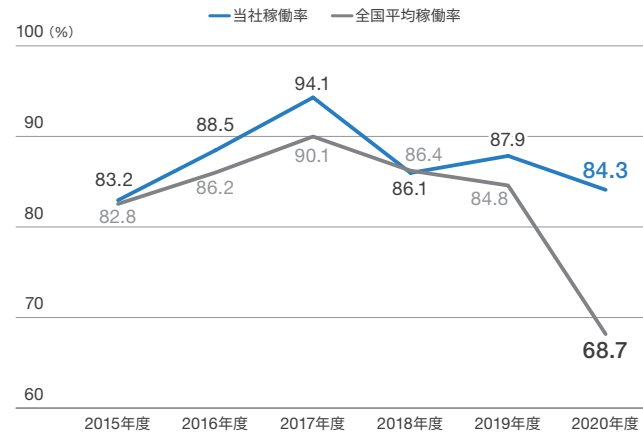
当社グループは前第5次連結中期経営計画において石油事業における収益力の回復を掲げ、競争力の確保を目的とした構造改善に取り組みました。エネルギー供給構造高度化法および中長期的な需要減少への対応として、当社グループは2013年に坂出製油所を閉鎖しました。3製油所体制へ移行したことにより、固定費が削減されるだけでなく、高い製油所稼働率を保つことが可能となり、競争力の向上に寄与しました。

当社グループは現在の第6次連結中期経営計画の主な施策であるキグナス石油への燃料油供給を2019年度から開始しています。その後に発生した新型コロナウイルス感染症により、国内の燃料油需要は急激に減少しましたが、当社グループはキグナス石油への供給開始により、供給ショートポジションとなったため、製油所の稼働を落とすことなく対応することができました。石油業界の再編が進む中、統合による規模拡大ではなく、需要と供給のバランスを重視した戦略が功を奏したと考えています。

2021年度の新型コロナウイルス感染症による影響は、

ジェット燃料など一部の油種の需要低迷は継続するものの、燃料油需要は概ね回復するものと想定しています。そのような中で当社グループの製油所はフル稼働を計画しています。今後も一定程度の需要減少に対しては競争優位性である供給ショートポジションを活かし、高い稼働率を維持することができる見通しです。

製油所稼働率 (CDベース)



- 1 千葉製油所17.7万バレル／日**
 - ・重油直接脱硫装置を最大活用
➡ IMO規制適合油を安定生産
 - ・FCC残油の不純物除去設備導入 (2021年度)
- 2 四日市製油所8.6万バレル／日**
 - ・FCC残油の不純物除去設備導入 (2021年度)
- 3 堺製油所10.0万バレル／日**
 - ・コーカー能力を29千⇒31千バレル／日に増強 (2019年度)
➡ 増強により高硫黄C重油を中間留分へアップグレード (ボトムレス体制確立)



堺製油所コーカー

原油処理能力
40.0 万バレル/日※

※事業提携に基づく出光興産グループ(昭和四日市石油)からの3.7万B/D相当の製品、半製品の供給を含む
※2021年3月末現在

競争優位性 2 ブランド商品開発による顧客とのつながり強化

石油事業におけるカーライフ・モビリティを取り巻く環境は急速に変化しております。燃料油需要や労働人口の減少、デジタルデバイスの普及に伴うライフスタイルの変化、CASE (Connected・Autonomous・Shared & Services・Electric) や MaaS (Mobility as a Service) など、社会環境の変化によりカーライフにおけるデジタル化はますます進化しています。

当社グループはいち早くデジタル化への対応として、2019年8月に「カーライフスクエア」アプリを開発し、サービスを開始しました。デジタルにおけるお客様とのつながり強化の重要なツールである「カーライフスクエア」では、アプリ上で見積もりから決済まで完了できる「コミット車検」のほか、燃料油・カーケア商品のお得なクーポンの提供や、お勤めの給油タイミングのお知らせなどのさまざまなサービスを行っています。サービス開始以降、多くのお客様のご支持をいただき、2021年3月末時点の累計ダウンロードは約317万件となっています。

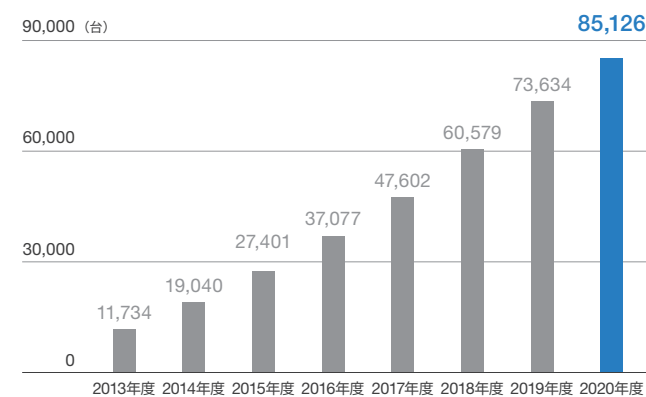
また、販売開始から現在まで多くのお客様にご好評をいただ

いております「コスモMyカーリース」は2021年3月末時点で累計契約台数85,000台を突破いたしました。車両販売の専門店として「コスモMyカーリースSTORE」を全国で270店舗展開し、引き続きカーライフの多様化に対応していきます。

電力小売事業では、家庭用電力「コスモでんき」の販売を進め、2020年10月からは低圧から特別高圧まですべての法人のお客様ニーズに対応する新プラン「コスモでんき ビジネス」や、法人のお客様における地球温暖化等の環境問題に対する意識の高まりに応えるべく実質再生可能エネルギー100%の「コスモでんき ビジネスグリーン」の販売を開始しました。

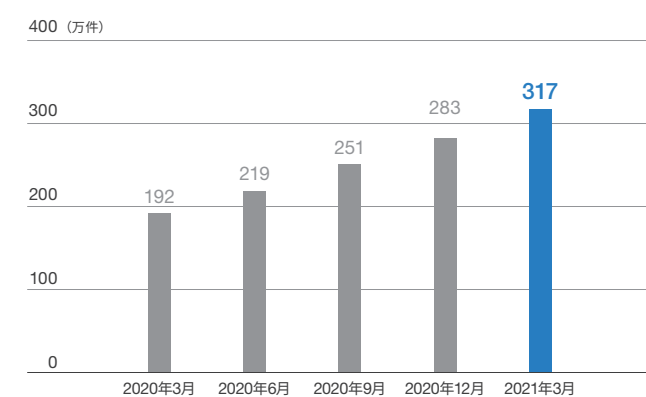
今後もデジタル化は進み、カーライフを取り巻く環境は変化していくことが想定されますが、当社グループはお客様とのつながりを強化するとともに、社会の変化に対応し、お客様のカーライフ・モビリティ・くらしを支えられるよう、ブランド商品の開発、展開を継続して行っています。

コスモMyカーリース累計契約台数



コスモMyカーリースSTORE 店舗

カーライフスクエアダウンロード件数



クルマにイイコト、あつまるところ。
CarLifeSquare

カーライフスクエアアプリ