

〈資料〉

那覇市におけるコンビニエンスストアの立地展開

-スーパーの立地展開とセブンイレブン進出による立地変化を中心に-

小川 護(沖縄国際大学)
宇久田 有一郎(那覇市役所)
玉城 喬 哉(琉球新報開発)

I はじめに

近年、沖縄では2019年7月にセブンイレブンの沖縄県進出により県内のコンビニエンスストア（以下コンビニとする）¹⁾の店舗数が増加傾向にある。帝国データバンク沖縄支店によると、人口10万人当たりのコンビニ店舗数は2019年に調査した45位から2020年の調査までの1年間で31位に上昇した。店舗数で見ても2019年に行った最初の調査時に比べてみると2つ順位を上げ25位となった。2021年8月にはセブンイレブンが沖縄に始めて出店して約2年が経過したが、この短期間で100店舗を達成した。2020年の増減数で比較してみると、1位は沖縄県（51店舗）、2位熊本県（12店舗）、3位岡山県（10店舗）で2位の熊本県と比較しても大幅に増加している。また、増加した51店舗の内訳を比較してみると、1番増加したのはセブンイレブンで42店舗、次いでローソンが9店舗、ファミリーマートは店舗数の増減無しという結果になった。この内訳を見ても分かるように、沖縄県内でセブンイレブンがかなり早いスピードで店舗数を増加していることが分かる。店舗数を全国規模で見ると、セブンイレブンが21,218店舗²⁾、ファミリーマートが15,668店舗³⁾、ローソンが14,697店舗⁴⁾となっており、セブンイレブンが日本コンビニ業界のリーディングカンパニーといえる。沖縄でコンビニが出店をするまでは、マチヤグラーと言われる伝統的な商店や共同売店が地域に根付いていた。そこでは、食料品や日用雑貨、野菜や果物といった青果など様々なものが販売されており、地域住民の憩いの場としての役割や県民生活の根幹を担ってきた。

県内に初めてコンビニが進出してきたのは、1986年8月に沖縄スパーパー本部が那覇市与儀にホットスパーパーを開業したのが県内のコンビニ第1号である。その翌年の10月にはファミリーマートとリウボウが共同で沖縄ファミリーマートを設立し、設立から2か月後に那覇市内に第1号となる店舗を出店した。ファミリーマートは県内に10年経った1997年に100店舗を達成している。その年にローソンは県内に100店舗を出店しフランチャイズ運営を開始し、2001年には100店舗を達成している。さらに2009年には県内企業であるサンエーと業務提携を組み、ローソン沖縄を設立してエリアフランチャイズを展開している。2021年現在、県内ではセブンイレブンが104店舗、ファミリーマートが329店舗、ローソンが245店舗を展開し、ファミリーマートが他2社に先行する形となっている。

ところで地理学におけるコンビニに関する先行研究はおもに立地展開に関するものが多い。代表的な研究を挙げると奥野(1977)、松山ほか(2016)、岩崎(2022)等の研究が挙げら

れる。さらに、日本のコンビニシステムを海外で導入した事例として鍾 淑玲(2015)が台湾ファミマ進出について考察している。沖縄県を事例としてコンビニ研究では宮内(2018)が離島を中心とするコンビニの立地展開を考察した。また、沖縄県におけるコンビニ進出前の個人商店を扱った研究としては堀本(2008)などがある。

だが、1985年以降、上述したように本土資本によるコンビニ進出が盛んであるが、近年急激な進出を進めているセブンイレブンに伴い、沖縄県におけるコンビニの立地環境の変化について考察したコンビニ立地の地理学的研究は少ない。そこで本研究では、コンビニの店舗数が顕著に増加している沖縄県の中でも県庁所在地であり、県内最大の都市である那覇市に注目して、第一にセブンイレブンの出店による店舗数の増加でどのようなコンビニの立地変化が見られるのか、第二には店舗数が多い国際通りや国道58号沿いでセブンイレブンがどのように店舗立地展開について考察することを目的とした。また、セブンイレブンの沖縄進出から2年が経過し、それに伴い10代、20代の消費者側にどのような変化が見られるのかを中心に沖国大学生を対象とするアンケート調査の結果から分析も実施した。

II 那覇市の現状とコンビニの立地戦略

1. 那覇市の現状

表1 那覇市内と地域4分割の飲食料点小売業の比較

地域	事業所 (所)	従業員 (人)	年間販売額 (万円)	1事業所 あたり 従業員数 (人)	1事業所 あたり 年間商品 販売額 (万円)	従業員 1人あたり 年間商品 販売額 (万円)
本庁管内	452	2,777	3,958,675	6.1	8,758	1,426
真和志支所管内	177	1,323	2,140,333	7.5	12,092	1,618
首里支所管内	86	673	985,691	7.8	11,462	1,465
小禄支所管内	83	945	1,603,240	11.4	19,316	1,697
那覇市	798	5,718	8,687,939	7.2	10,887	1,519

※堀本(2008)をもとに、那覇市統計書令和2年度版の数値より作成

那覇市の人口は2021年8月時点で約31万人、面積は約41km²である。沖縄県の人口は約145万人であり、面積は2,280km²となっており、那覇市の沖縄県全体の割合では人口が22%、面積が1.7%程度になっている。次に、沖縄県の商業統計調査によると、飲食料点小売業の販売額の沖縄県合計が約3,075億円、売場面積が28万m²という結果になっている。一方那覇市は、販売額が約869億円、売場面積が約7万m²になっており、販売額では沖縄県合計の28%、売場面

積では25%を占めている。また、事業所数で見ても県全体で3,069ヶ所あるのに対して、那覇市は798ヶ所と全体の26%を占めており、これらのことから那覇市に小売業が集中していることがわかる。さらに細かく見ていくと、コンビニが含まれるその他の飲食料品小売業（小分類：589）⁵⁾は事業所数や年間商品販売額で見ても、那覇市の飲食料品小売業全体の約50%を占めており、大きな影響があることを示している。

次に、那覇市統計書令和2年度版をもとに那覇市を本庁管内、真和志支所管内、首里支所管内、小禄支所管内の4つに分割し飲食料品小売業について表1に示した。那覇市の飲食料品小売業の1事業所あたりの平均従業員数は7.16人、1事業所あたりの平均年間商品販売額は約1億890万円、従業員1人あたりの年間商品販売額は約1,520万円となっている。那覇市内の4地区を比較してみると、国際通りがある本庁管内で事務所数、従業員数、年間販売額数が最も多く那覇市の飲食料品小売業が最も盛んであることを示している。意外なことに、首里城などの世界遺産が立地している首里支所管内は年間販売額で最も少ない結果となった。しかし、1事業所あたり年間商品販売額や従業員1人あたり年間商品販売額を比較してみると、年間販売額で最も少なかった首里支所管内やその他2カ所より本庁管内が最も少ない金額になっていた。

2. コンビニの立地戦略

コンビニの店舗形態は直営店とフランチャイズ（加盟店）の2つが存在する。多くの店舗は個人・法人がフランチャイズ本部企業と契約を結ぶフランチャイズ契約（以下FC）となっている。FC契約を実施してでも店舗展開を行う個人や法人のメリットとして考えられることは3つあり、その中でも最大のメリットはブランド力を活かすことができる事である。残り2つのメリットとして、FC本部の集客支援と新規参入が可能であることが挙げられる。しかし、FC契約にはデメリットもある。すなわちロイヤリティーと呼ばれるブランドを掲げるための使用料を支払分けなければならないため、集客が少ない店舗は赤字になってしまうのである。また、近年ではコンビニ企業独自のプライベートブランド⁶⁾（以下PB）を展開させ、利益率の向上化を図っていたり、商品輸送の際に温度別での輸送を行ったりすることで輸送コストの削減を図っている。

ここではFC契約以外でファミリーマート、ローソン、セブンイレブンの3社がどのような経営戦略で会社運営を行っているのかを見ていきたい。

(1) ファミリーマート

ファミリーマートの戦略として、攻めの経営を行っている。2011年に「am/pm」、2016年に「ココストア」、2018年に「サークルK・サンクス」をファミリーマートへのブランド転換を実施した。それによって店舗数の増加や様々な分野の会社と業務提携をする事で業務拡大を行うことができ、セブンイレブンに次ぐ日本コンビニ業界の2番手としてシェア率を誇っている。近年では、コロナウイルスの影響もありデジタル化を推進し、2024年末までに新た

な形の店舗形態として1,000店舗体制の無人決済店舗の出店を決めている。無人決済の利点として、紙幣を使わないため対面レジよりも短時間で多くの人の対応をすることができ、かつ人件費を抑えることができるため1店舗当たりの収益向上化を望むことができる。

(2) ローソン

ローソンの経営戦略として、地域のニーズに合わせた店舗出店を行っている。例えば、健康意識の高い働く女性をターゲットにし、「毎日だから大切に。」を合言葉に原材料等にこだわったナチュラルローソンや、取り扱う商品の価格帯を100円を中心に幅広い客層を狙ったローソン100などの店舗展開を進めている。このような経営形態はマルチフォーマット戦略と呼ばれ、清水（2010）によると標準店舗以外の複数の店舗フォーマットを同時展開することと述べている。また、ローソンは独自で新概念店舗として病院内への店舗導入に力を入れることで、ローソンはコンビニ業界での病院内店舗シェア率1位を誇っている。このように、セブンイレブンは地域のニーズによって標準店舗や他企業との差別化を行うことでシェアを得ている。

(3) セブンイレブン

セブンイレブンの有名な戦略としてドミナント方式がある。⁷⁾セブン&アイホールディングスによると物流効率化、専用工場体制等を可能にした独自の高密度集中出店方式と定めている。この戦略の狙いとして一定の地域内で店舗を出店することで、顧客の目に付く回数を増やし、FC本部企業とコンビニという店舗形態の知名度を高めることを目的としている。また、エリアを絞ることで宣伝広告や店舗のサポート、商品の配送を効率的に行うことが出来るため、高品質な商品とサービスの提供ができる戦略とされている。しかし、他社からすると特定地域に集中出店されるため、その地域で競合しているチェーンストアの出店余地が少なくなり独占的な運営が行われることになる。また、スクラップ&ビルド⁸⁾を積極的に行うことで、地域の立地変化や顧客の新規開拓をすることで店舗活性化をしている。

III 那覇市のコンビニの立地

1. 那覇市の商圈人口とコンビニの立地

表2 商圈人口別の店舗数

人口種類	人口 (人)	商圈2,000人の時 (店舗)	商圈3,000人の時 (店舗)
昼間人口	349,980	175.0	116.7
夜間人口	319,435	159.7	106.5
昼間人口+観光客	369,549	184.8	123.2
夜間人口+観光客	339,004	169.5	113.0

資料：国勢調査(2015年), 那覇市観光統計(2015年)

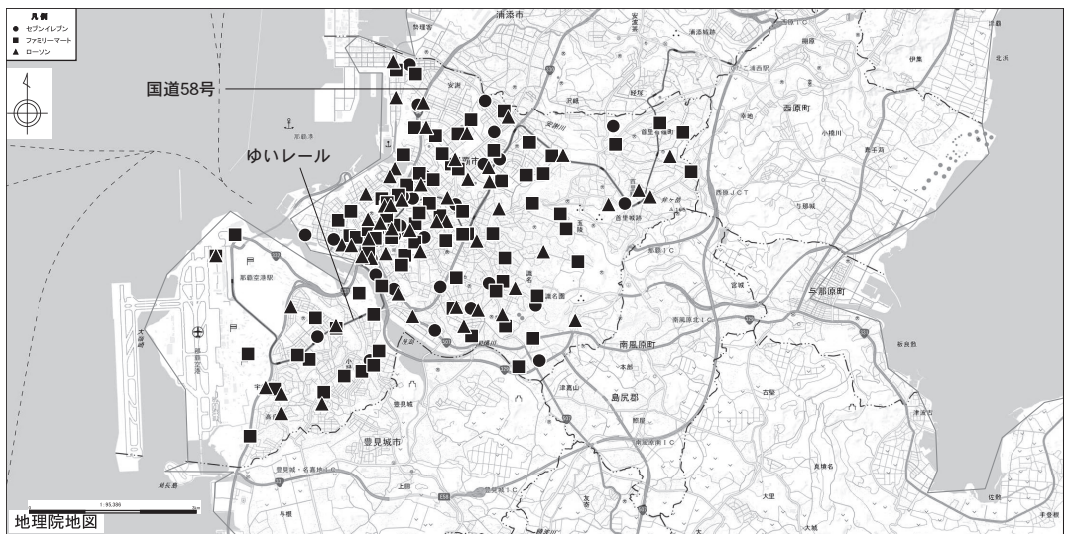


図1 那覇市におけるコンビニ3社の立地(2021年)

資料：NTT iタウン-ホームページと各コンビニの公式ウェブサイト

一般的にコンビニを開店させる為に必要となる商圈人口は、半径500m以内に2,000人～3,000人程度とされている。2015年に行われた国勢調査の政府統計e-Statによると、那覇市の夜間人口⁹⁾は319,435人で、昼間人口が349,980人となっている。この夜間人口と昼間人口から必要なコンビニの店舗数は表2のようになった。

次に、那覇市観光統計から2015年度那覇市観光客総数の1日当たり平均人数を計算すると19,569人になる。この平均観光客数を夜間人口、昼間人口に足してコンビニ数を考えると、表2の下段の示したとおりとなる。現在の那覇市にあるコンビニの数は174店舗で、昼間人口を商圈人数3,000人で除した値に最も近い店舗数となっている。以上のことから、セブンイレブンは現在の店舗数の約2.5倍のあたる250店舗の経営拡大を2024年までの目標としてい

るため、那覇市内への出店数や立地次第で競争が激化し、現在のコンビニ3社の店舗数や店舗形態に変化が起こる事が考えられる。

那覇市のローソン、ファミリーマート、セブンイレブンの3社全てのコンビニの立地を図1に示した。図1から、特にコンビニ店舗が集中している場所として沖縄県の主要道路となっている国道58号沿いと土産販売店や飲食店が立ち並ぶ国際通りの2つがあげられる。

これらの地区は行政施設や県内企業の本社などのオフィスビルやホテル、観光客を相手にした店舗が多く並んでいる関係で、人の往来が盛んでサラリーマンや観光客、地域住民など様々な人の往来が考えられる。その2か所以外にも、特徴的だったのは、那覇市松山で狭い範囲にコンビニが密集していたり、おもろまちでは大型ショッピングセンターの周辺にコンビニの立地があつたりする結果となった。

また、沖縄都市モノレールの駅周辺とコンビニの分布についてみると、県庁駅前と旭橋駅前以外の駅では集中したコンビニの分布を見ることができなかった。また、コンビニ3社の立地の傾向として国道58号・国際通りから東側や南東側にその他多くの店舗の分布が見られたり、交差点付近での立地が見られたりする傾向にあった。

ファミリーマートとローソンの2社については、那覇空港での分布がみられた。これらのことから表1に示したように本庁管内の1事業所あたり年間商品販売額が少ないのかの原因が図1から認められる。図1のように狭い範囲に店舗が密集するように立地すると、各コンビニ、各店舗で顧客を取り合い、1事業所あたりの販売額数の減少に繋がっている事が考えられる。

2. 那覇市におけるコンビニ3社の立地展開

(1) ファミリーマート

ファミリーマートの立地の特徴として、那覇市の主要道路や主要施設を中心に那覇市全体に店舗の拡大が見られることである。店舗数も最も多い83店舗あり、うち国道58号・国際通り沿いだけで20店舗をこえる数が立ち並んでいる。その周辺では、近い距離に何店舗も立地しており、ドミナント戦略を取っている様に図1から見て取れる。3社とも道路沿いの分布が多く、交通量の多さと商品の運びやすさを追求した結果と言える。那覇市の中心地から離れるにしたがって各店舗間について一定の距離を保ちながら立地していることが分かる。また、大通りや広めの道路沿いだけでなく、建物が密集している地域の内部にも店舗が立地していることが分かった。建物が密集している地域の出店は他2社が少なく、店舗の立地場所周辺の顧客を独占的に集客している可能性が考えられる。

(2) ローソン

ローソンの立地の特徴として、ファミリーマートと同じで国道58号や国際通り沿いに集中した立地は見られるが、ファミリーマートほど密集していない事が図1から読み取れ

る。また、那覇市内の密集地域より東側と南側の店舗は散らばって立地している。東側に限定してみると、店舗数1位のファミリーマートに比べ、かなり少ないように見える。ローソンの店舗立地の傾向も少し独特である。ファミリーマートの一定間隔をあけて店舗を立地させているような広範囲分散型では無く、あるポイントごとに複数の店舗をひとまとまりにして立地させているように考えることができる。首里駅周辺に限定してみると3店舗が集中して立地している事が見て取れる。このように店舗をまとめることで、商品をまとめて納品することができるという配送におけるメリットを得られる。

(3) セブンイレブン

セブンイレブンは図1に示したように主要道路沿いの店舗配置が目立つ立地となっている。沖縄進出をしてからわずか2年で100店舗を達成し、那覇市に35店も出店をしているが、未だ他2社に比べて店舗数は圧倒的に少ない。そのため、効率よく顧客を集められ、新規顧客を獲得できる道路沿いに立地させていることが考えられる。セブンイレブンはドミナント方式⁷⁾による立地戦略を取っているため、徐々に出店エリアの拡大と店舗数の増加が考えられる。小規模ではあるが、県庁寄りの国際通りでは県庁向けに2店舗、牧志駅向けに1店舗の計3店舗が三角形を成すようにかなり近距離に立地させていることがわかる。市町村の境界線周辺の店舗立地は少ないが、主要道路が交わる交差点での立地がみられた。またセブンイレブンの店舗知名度について、詳細は後述のコンビニ利用調査の結果で記すが、沖縄国際大学の生徒に「県内で3社のうちのコンビニをよく見かけるのか」という質問に対して、17名(16.6%)がセブンイレブンと回答が得られた。セブンイレブンは2021年8月19日に100店舗達成したばかりであるから、かなり健闘していると言える。これはドミナント方式を取ったがための1つの結果だと考えることができる。

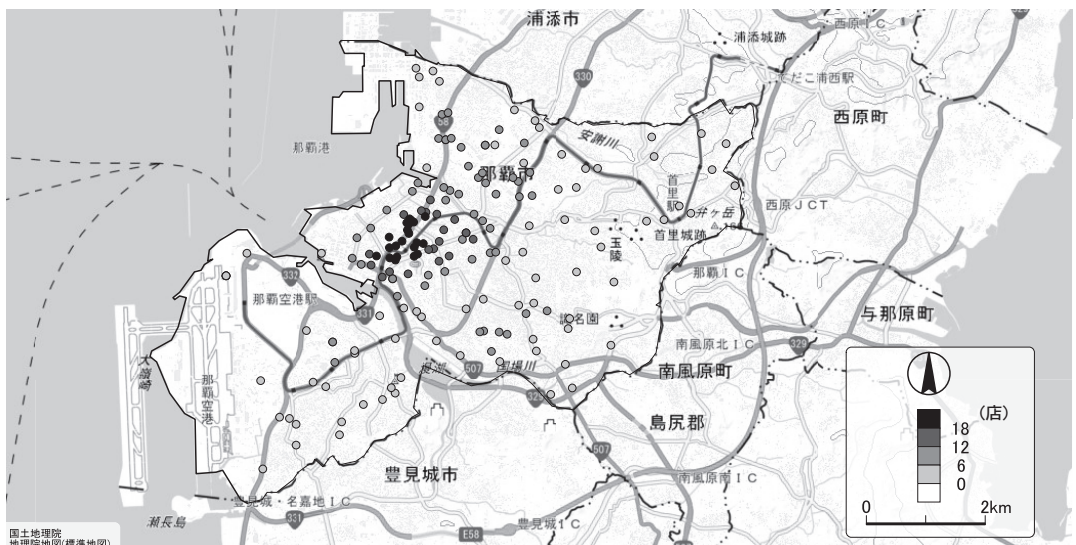


図2 商圏500mが重なるコンビニ店舗数
資料: NTT iTaウンホームページと各コンビニの公式ウェブサイト

3. 商圈距離とコンビニの立地

コンビニの商圈距離は、店舗から半径500m以内の徒歩圏内とされている。図1を見ても分かるように集中して立地している地域と分散して立地している地域の2つに分かれている。そこで、コンビニの商圈距離を徒歩で利用する際の半径500mに設定して、店舗ごとの商圈範囲内に立地しているコンビニ店舗数の合計値を色分けして図2に示した。寄宮や与儀^{よりみやよぎ}で若干の集中はあるものの、沖縄都市モノレールの県庁前駅を中心にして同心円状の商圈範囲が密集したコンビニ立地が認められた。

また、北に伸びる国道58号と県道330号に沿う形で中程度の密集したコンビニ立地がみられるのも特徴の一つといえる。コンビニ立地が集中する県庁前駅の乗客数を調べてみると、コロナ禍になる前の2019年で1日当たりの平均乗客数は6,813人が利用しており、那覇空港駅の次に多い乗客数となっている。全体比で見ても12.2%の人が利用しており、10%を超える割合を記録したのは19駅中、那覇空港駅、県庁前駅、おもろまち駅の3駅しか無く、かなり利用率が高いことが分かる(那覇市中心商店街交通量調査報告書による)。

さらに年間の利用者数では、平均乗客数と同じく2番目でおよそ250万人が利用している。空港に隣接する特殊な立地の駅を除いて考えた場合、他の駅に比べて圧倒的に利用者が多いことから、それだけ駅周辺の人々の交通量は多くなる。同資料によると、計測した38地点のうち平日、休日ともに県庁前駅に繋がるパレットイベント広場の歩行者が最も多い結果になっている。交通量は平日で12,271人、休日で16,253人の人が徒歩で移動しており、リウボウでの買い物やバスやタクシー、モノレールでの公共交通機関での移動も確認されている。

一方、平日の時間帯別交通量を見ると、計測を始めた10時から12時までは増加を見せ、そこから14時までは減少するもののその後は緩やかな増加が見て取れた。14時～18時の時間帯は学生の下校時間や社会人の帰宅時間に重なるため交通量が増加したと考えられる。このように、県庁前駅周辺は、平日、休日ともに歩行者が多い地域だと言うことができ、主に平日の下校時間の学生や昼食・帰宅時間の社会人をターゲットにコンビニの立地が集中していると考えられる。

4. スーパーの商圈距離と立地

コンビニの立地を見るうえで、より大きな商圈距離をもつスーパーマーケット(以下スーパー)¹²の立地も重要になってくる。スーパーの商圈距離は半径1km～2kmと言われ、それを補うため小さな商圈をもつコンビニが存在する。ここでは、那覇市内におけるスーパーとコンビニの商圈距離について考察する。まず、スーパーの立地を図3に示した。次に、商圈距離を利用する際の半径1kmに設定し、図2と同様に、その商圈範囲内に立地しているスーパーの店舗数の合計値を色分けして図4に示した。それによると楚辺と古波蔵^{そべ}、おもろまちで商圈が集中していることがわかる。主な理由は、楚辺と古波蔵は人口が多い地域周辺で、おもろまちは楚辺と古波蔵ほどではないが比較的人口が多い。さらに、おもろまち駅があることから商圈の集中があることが考えられる。

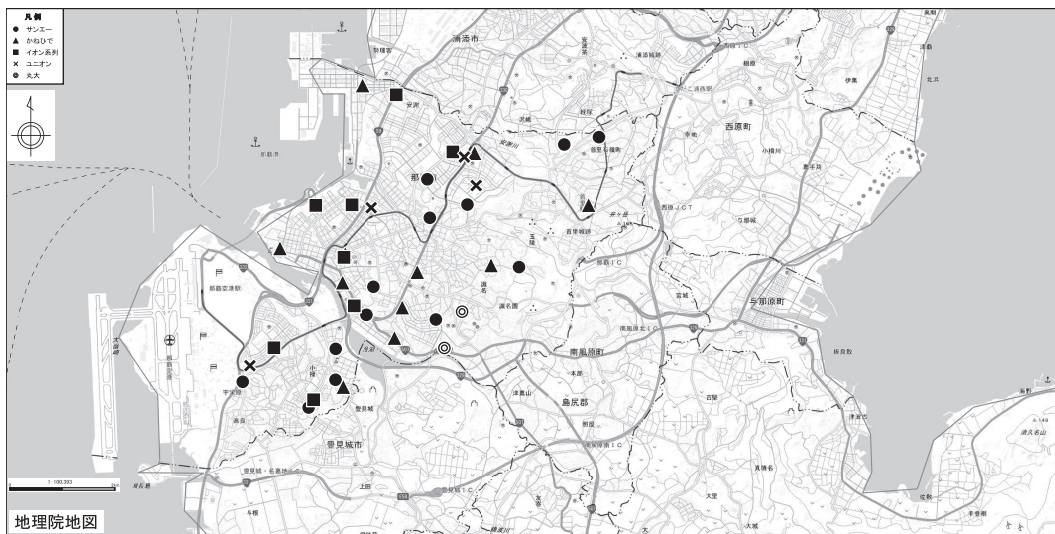


図3 那覇市におけるスーパーの立地(2021年)

資料: NTT iタウン-ホームページと各スーパーの公式ウェブサイト



図4 商圏1kmが重なるスーパー店舗数(2021年)

資料: NTT iタウン-ホームページと各スーパーの公式ウェブサイト

また、先述した通り、おもろまち駅は10%を超える割合を記録する利用率の高い駅のため高い集客を見込めるのも一因である。那覇市の東側の人口は多いが、スーパーの立地が少ないのは、第一種低層住居専用地域が広く占めるため建てられる場所が限られることがあげられる。同様に、半径2kmの商圏距離として図5に示した。それによると楚辺や古波蔵での商圏の集中が多いのはもちろんのこと、古波蔵十字路から県道330号に向けての道路を中心に広がっていることがわかる。スーパーを利用する場合は車での移動が基本になることが多いことが考えられるため、コンビニに比べて商圏が広く及ぶようになる。

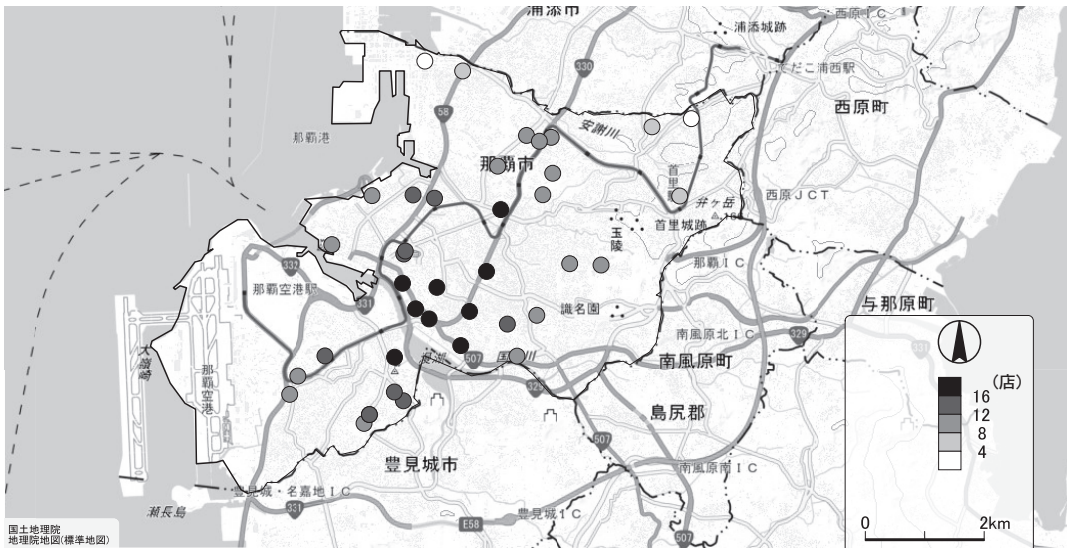


図5 商圏2kmが重なるスーパー店舗数(2021年)

資料: NTT iタウンホームページと各スーパーの公式ウェブサイト

また、立地から商圏の重なる店舗を見てみるとコンビニの商圏分布より那覇市内中央付近に商圏が集中しているのが見て分かる。以上のことから、人口の多い地域周辺や観光客が多く利用する国際通りなどには出店が少ない傾向にある。そして、スーパーはコンビニよりも商圏が広いため出店距離を広くとることでコンビニと競合することなく共存していると考えられる。

IV コンビニ利用の実態

1. 回答者の概要

アンケートの回答数は102名で、男女比は男性が64名(62.7%)、女性が38名(37.3%)だった。沖縄国際大学の学生を対象にしていたため、年齢は10代と20代で構成されており10代が60名(58.8%)、20代が42名(41.2%)となっている。次に、回答者の住んでいる地域を市町村別で比較して見ると、該当する18市町村のうち最も多いのが那覇市で25名、次に宜野湾市17名、うるま市12名、その他市町村は10名以下と続いた結果となった。意外にも宜野湾市に隣接している浦添市、北谷町、北中城村、中城村、西原町の合計は16名で5市町村のうち5名を超えたのは浦添市の6名だけだった。また、今回の回答者の住んでいる地域は合計が18市町村で5名以下の市町村が12市町村あり様々な地域の人から回答を得ることができた。

表2 コンビニ別選好理由

	ファミリーマート	ローソン	セブンイレブン
道に面している	5	4	2
近所だから	13	21	1
好きな商品がある	13	5	7
雰囲気が好き	6	3	0
合計	37	33	10

資料: 冲国大学生を対象とするアンケート調査による(2021年)



図6 隣接するコンビニ会社の看板(2021年)
 (浦添市勢理客 国立劇場おきなわ付近)
 (筆者撮影)

2. 好んで利用するコンビニとその理由

回答者が好んで利用するコンビニは、ローソンが37名(36.3%)、ファミリーマート33名(32.4%)、セブンイレブン10名(9.8%)、特になし22名(21.6%)となった。また、好んで利用するコンビニはあるか、という質問は「よく利用する道に面している、近所だから、好きな商品があるから、雰囲気が好きだから」の選択肢を用意した。ローソンを好む理由で最も多かったのが、近所だからと好きな商品があるからが13名ずつだった。次にファミリーマートを好む理由は、「近所だから」が21名と大部分を占める。この2社のアンケート結果から、コンビニは近所にあるからという理由で顧客を集めることができるため、店舗数を増やした

り一定のエリアで立地数を増やしたりすることで利用者に近所にあると意識づけする必要がある。また、近所にあることやよく利用する道に面するコンビニに近い例として、大学構内の出店がある。学内のコンビニを使うかと質問をしてみると、69名（67.6%）が利用すると答えており、例で挙げた学校の他に大型ビル内や病院内、ガソリンスタンドなど利用する人の多い施設に併設することも良い立地であることがわかる。そして、セブンイレブンの内訳をみてみると、ローソン、ファミリーマートを利用する理由として挙げられた「よく利用する道に面しているから」、「近所だから」の2つを抑えて、セブンイレブンを選択した大半が「好きな商品があるから」という理由で選ばれていた。セブンイレブンを好んで利用する回答は少ないが割合で見ると、9名中7名が商品の支持をしており、最も商品の支持を受けている。県内ではセブンイレブンの店舗数が他2社に比べて急速に増加しているが、那覇市のコンビニの立地を見てもわかるように、ファミリーマートが83店、ローソンが56店、セブンイレブンが35店と店舗数は1番少ない。しかし、他社のコンビニの近くに新店を出店することや既存の他社店舗より一目につくような形で立地させることにより他社の顧客を奪う形で、新規の顧客の獲得と競合2社の店舗利用者数の減少を狙って立地させていると考えられる。しかし、他社の店舗の近くに新店を出店することで、コンビニが隣り合っている異様さで目を引く場所もある（図6）。

3. 回答者の利用回数

回答者の利用回数と消費金額について調査した。利用回数の選択肢として週1回～毎日の7個と月に数回の合計8個用意した。最も多かった回答は週1回と週3回が21名で同率の20.5%だった。次に、週2回が19名で18.6%、週4回が14名で13.7%という結果になった。週に1回、2回、3回の3つの選択肢だけで全体102件のうち61件（60.7%）と半数を超える結果が得られた。その他の選択肢については、ばらつきがあったが週に3回より多い回数の選択肢については数が大きくなるにつれて人数が少なくなる結果になった。また、全体の1週間あたり平均利用回数は2.5回で、1週間に2回もしくは3回は利用していることになる。

4. コンビニでの平均利用金額と目的

回答者の平均利用金額の選択肢として、利用回数が多そうな金額の幅を設定し、選択肢を8つ用意してその中から回答してもらった。最頻値となった利用金額は、300円～500円の49名で全体の49%と高い割合だった。次いで、501円～800円が26名（25.5%）、801円～1000円が11名（10.8%）、300円未満が10名（9.8%）という結果となった。割合が高い2つの選択肢だけで、全体の約4分の3を占めていた。少数ではあるが、1,001円～2,000円と5,000円以上の利用者が合計で6名（約6%）存在した。階級値¹²と回答者の平均利用金額、利用回数から1ヶ月平均の利用金額を算出してみると、1ヶ月平均利用金額は1,543.9円となった。そして、中央値は300円～500円となった。次に、コンビニの最も多い利用目的について聞いた質問では、最も多かったのが飲み物の購入で42名、2番目に弁当の購入で29名、僅差で3番目

にお菓子・デザート購入が28名で続く結果となった。最頻値となった300円～500円とあげた49名でも、飲み物を選択した人が23名で利用目的と同じく最も多く、飲み物に次いで弁当が13名、お菓子が12名、宅配が1名という結果になった。そのため、ワンコイン以内でのコンビニ利用が多いと考えられる。この3つの選択肢のみで97%とほぼ全部を占めているが、2006年から現在もサービスが続いている宅配受け取りやアルコール類の購入が合計で3%程度存在した。平均利用金額が1000円以上の回答者を対象にどのような目的でコンビニを利用しているか調べてみると、弁当の購入が最も多く、次に飲み物の購入、お菓子・デザート購入という結果になった。また、一概には言えないが、コンビニ弁当の中で1000円を超える商品は少ない。加えて、コンビニの商品全体で考えても1000円を超える商品は少ないと予想できるため、弁当や飲み物、菓子類単体だけでなく、いくつかの商品を合わせて購入することや金額が高めに設定された贅沢感やプレミア感のある商品の購入が考えられる。

5. コロナ禍でのコンビニの利用回数

コロナ禍で、2020年度の商業販売額は約503兆で前年比の9.5%減少になっており、小売業で見ても前年の3.2%減少を記録している。コンビニへの影響を考えるためにコロナ禍の影響でコンビニの利用回数がどのように変化したかを質問した。選択肢として利用回数が増加した、利用回数が減少した、変わらない、の3択で回答を集計した。一番多かった回答は、変わらないが68名(66.7%)、次に増加したが20名(19.6%)、最後に減少したが14名(13.7%)となった。「増加した」と「変わらない」を合わせると8割以上の方が利用回数は減っていないと感じているようだ。しかし、コロナ禍においてコンビニは統計調査が始まって年計が出るようになった1998年以降、毎年増加し続けていた年間販売額が、2020年に前年に比べて4.4%減(12,184,143百万円から11,642,288百万円)と初の減少に転じた。商品別でもファストフード及び日配食品6.4%、加工食品5.0%、非食品0.5%と、ともに減少していたが、それ以外にサービス売上高が9.9%と大きく減少した(経済産業省『商業動態統計調査』)。体感では利用回数が変わらないと回答した人が多かったが、実際にはコンビニに足を運ぶ回数は減っている人が多いことから年間販売額が減少していることからわかる。その原因として、一部地域で行われている出前サービスの普及や緊急事態による飲食店の自粛、インターネットを活用したテレワークなどが重なり合って外出する回数自体が減ったため、コンビニの利用回数減少に繋がっていることが考えられる。

6. セブンイレブンの出店に伴う影響について

セブンイレブンが出店に伴って、どのような影響が出ているのか利用者側へのアンケートを行った。セブンイレブンが出店したことで、他2社の利用回数についてどのように変化が出たかという質問に対して、他社のコンビニの利用回数が増加した、減少した、変わらない3つの選択肢から回答を集計した。アンケート結果は、変わらないが70名(68.6%)で最も多く、2番目に他のコンビニの利用回数が減少したが26名(25.5%)だった。逆に、他社の

コンビニの利用回数が増加したが6名（5.9%）あり、うち4名はコロナ禍でコンビニの利用回数が増加している。減少していると答えた26名のうち、V.2. 好んで利用するコンビニでローソン、ファミリーマート、特になしを選択した人が17名にも及び、残りの9名はセブンイレブンを選択していることが分かった。

次に、県内で3社のうちどのコンビニをよく見かけるのかという質問に対して回答が最も多かったのはファミリーマートで48名（47.1%）、続いてローソンが37名（36.3%）、セブンイレブンが17名（16.6%）という結果になった。県内での店舗数もアンケート結果と同じ順位でファミリーマート、ローソン、セブンイレブンの順番となっている。セブンイレブンが出店して2年を超えるが、まだ県内ではファミリーマートが優位な状態にあるといえる。しかし、セブンイレブン沖縄の出店計画によると2024年夏までに2021年10月頃の規模の約2.5倍にあたる250店舗の出店を目標としており、その店舗数は現在のローソンに並ぶ数となっている。そうなった場合、他2社への影響は大きくなってしまう。また、好んで利用するコンビニの理由で「近所だから」や「よく利用する道に面している」と回答した利用者の行動にも、出店場所次第では影響が及んでくることが考えられる。さらにローソン、ファミリーマートでよくあげられた2つの理由を抑えて、多くの人が「好きな商品があるから」とセブンイレブンを利用していることから、セブンイレブンの商品を知ることで他2社の利用者の選好が変化し、県内シェアに影響が出る可能性がある。

7. ドミナント方式の認識

コンビニを出店するにあたり、ドミナント方式は大きな一角を担っているため、ドミナント方式を知っているかという質問のアンケートを行った。まず、ドミナント方式を初めて知ったのは65名（63.7%）、言葉は知っているが意味は知らないが20名（19.6%）、言葉と意味ともに知っているのが17名（16.7%）となった。このことから、ほとんどの利用者がコンビニの出店方法について何も知らずに利用していることが分かる。コンビニは便利で、簡単に利用できるため、立地についてはあまり考えないのかもしれないが、セブンイレブンが沖縄県に進出した事により、店舗を拡大していくにつれてコンビニが隣り合ったり、道向かいに出店したりすることが増えていく事が予想される。国立劇場おきなわ周辺では写真にあるようにコンビニが隣り合い、一か所にコンビニ2社の看板が建つ異様で面白い光景が見られる図6。店舗が増加するにしたがって、コンビニが隣り合う形が増えると利用者のドミナント方式に対する理解が深まることも考えられる。

8. マチヤグラーについて

コンビニについて調査するにあたって、沖縄県で昔から続いているマチヤグラーについても取材を行ってみることにした。マチヤグラーとは、沖縄県の伝統的な雑貨店で、住宅街に点在し、庶民の生活を支えてきたお店の事である。しかし、近年では店主の高齢化や跡継ぎが見つからない等で経営を続けることが難しくなっているマチヤグラーが多い。堀本

(2008) による旧首里を対象にしてマチヤグラーについて行った調査では、2021年7月に旧首里におけるマチヤグラーの分布について事前に押さえ、2021年8月24日から9月7日において調査を予定していた。しかし、コロナ禍で緊急事態宣言が発令されていた事により休業していたり、すでに廃業していたりした為、営業していたマチヤグラーは1店のみであった。このマチヤグラーの店主に周辺のマチヤグラーについて尋ねると、立ち退きや店主の高齢化で店を畳んだ店舗が多く、この店舗しか残っていないと言っていた。

調査した店主も70代ということで、やはりマチヤグラーの店主の高齢化が進んでいると実感した。店舗を営業する中で主な利用者は近所の方が多く、内訳は周辺住民や学校が近いこともあり学生が立ち寄る事も多いようだ。また、昔に比べて店舗周辺にコンビニやスーパーが増えていることによって受ける売り上げや利用者の影響は無いと言っていた。影響がない要因として、営業時間が午前6時から午後8時まで長時間営業していることや近所の憩いの場になっていること、駄菓子などの種類が豊富なことなどから差別化されスーパーやコンビニと競合しないことで影響が出ていないと考えている。

沖縄国際大学でのアンケートで、沖縄の商店（マチヤグラー）を最近利用したかを質問すると、最近利用した人は11名（10.8%）にとどまり、過去に利用したことがあり、最近利用していないが76名（74.5%）、利用したことはないが15名（14.7%）となった。マチヤグラーの取材で利用者に学生があったが、大学生の利用率が低く、過去に利用している人が多いことから、主に高校生以下が利用している、もしくは、幼いころから利用していたマチヤグラーが店主の高齢化や跡継ぎが居ないなどの理由から廃業、休業してしまったことが推測できる。

V おわりに

本調査の目的は、2019年にセブンイレブンが沖縄県に出店した事によるコンビニの立地がどのように変化しているのか、セブンイレブンが得意とするドミナント方式が那覇市でも行われているのか、出店してから2年でコンビニを利用する利用者の行動にどのような変化があったのかを明らかにすることであった。結果として、3つの事が明らかになった。

第一に、那覇市内のコンビニ立地はモノレール県庁前駅を中心に商圏の重なる店舗が多く、主に国際通りや国道58号沿いで多く数がみられたが、セブンイレブンのドミナント方式が明らかに見られる店舗立地とは言えなかった。

第二には、スーパーは立地からみても観光地などには少なく、商圏もコンビニより広範囲に及ぶことから競合することなく存在している。

第三には、コンビニ利用者はセブンイレブンの県内進出によって、アンケートを実施した回答者から10%程度の支持を獲得したり、他社の利用回数に影響を与えていたりしている事が分かった。先行して出店している2社に比べて、セブンイレブンの店舗数は少ないこともあり明らかなドミナント方式による立地は少なかったが、今後出店数が増えることが高い確率で予想されるためドミナント方式の様な立地になる可能性が考えられる。

注

- 1) 経済産業省の平成26年商業統計調査関係業態分類表によると、取扱商品で飲食料品（商品分類番号の上位2桁が58のものを言う）を扱っていること、売り場面積が30㎡以上250㎡未満である、営業時間が14時間以上であること、セルフサービス販売方式である事業所の事を言う。
- 2) セブンイレブンHP 2021年11月
- 3) ファミリーマートHP 2021年11月
- 4) ローソンHP 2021年11月
- 5) 総務省 日本標準産業分類コードから引用. コンビニの細分類コード（5891）
- 6) プライベートブランド（PB） メーカーではなくスーパーや百貨店などの販売者が独自に付けて低価格で売り出すブランドのことを言う。
- 7) ドミナント（Dominant）は「支配的な」や「優勢」という意味で、コンビニ業界を問わず出店の戦略としてよく利用されている。この戦略はセブンイレブンが当初から進めた店舗展開であり、ある一定の地域に店舗を集中的に出店するいわゆる「高密度出店」の事である。さらにドミナント戦略（ドミナントせんりやく, dominant strategy）とはチェーンストアが地域を絞って集中的に出店する経営戦略。ある地域内における市場占有率を向上させて独占状況を目指す経営手法。ドミナント出店, エリア・ドミナンス戦略, ドミナンスとも呼ばれる。また、日本語で「高密度多店舗出店[1]」や「集中出店戦略[2]」と呼ばれることもある。
- 8) スクラップ&ビルド 別名リロケーションとも呼ばれ、店舗活性化の為の代表的な策と言われており、政策を進める要因として道路環境の変化、店舗施設面の制約、競争環境の激化の3つがある。
- 9) 昼間人口、夜間人口
総務省統計局によると、昼間人口は従業地・通学地集計の結果を用いて算出された人口である。しかし、この昼間人口には買い物客などの非定常的な移動については考慮されておらず、夜間人口は調査の時に常住している人口と記載されている。
- 10) スーパーマーケット 食料品の販売額が全体の70%以上、売場面積が250㎡でセルフサービス方式をとっている店舗のことをいう。ここでは、サンエー、かねひで、イオン、ザ・ビッグ、丸大を対象として調査している。
- 11) 階級値 300円未満を150円、300円～500円を400円、501円～800円を650円、801円～1,000円を900円、1,001円～2,000円を1,500円、2,001円～5,000円は該当者なし、5,000円より多いを5,000円と設定して算出

参考文献

奥野隆史(1977) コンビニエンスストアの立地条件と立地評価-東京都練馬区を事例として-人文地理学研究19, pp43-71

- 岩野 直(2002) 都市内部におけるコンビニエンスストアの立地展開-札幌市を事例として-
北海道地理, 第76巻p. 37-49
- 鍾 淑玲(2015) 日本型コンビニの現地化プロセス-ファミリーマートの台湾進出を例に
- , イノベーション・マネジメント, 12 巻 p. 133-155
- 松山 侑樹, 遠藤 尚, 中村 努(2016) 高知県高知市におけるコンビニエンスストアの立地
展開の特異性, E-journal GEO第11巻p40-55.
- 宮内 久光(2018) 沖縄県離島におけるコンビニエンスストアの立地展開とチェーン間競
合, 沖縄地理 (沖縄地理学会) (18) 17 - 34
- 堀本雅章 (2008) : 那覇市旧首里における雑貨店の分布と立地の変化. 沖縄地理 (8). 37-46
- 鈴木豊 (2001) : 『チェーンストアの知識』 日本経済新聞社
- 木下安司 (2011) : 『コンビニエンスストアの知識』〈第2版〉 日本経済新聞出版社
- 令和2年版 那覇市統計書 2021年12月6日 閲覧
(<https://www.city.naha.okinawa.jp/admin/toukei/nahasitoukeisho2020.files/toukei2020.pdf>)
- 沖縄県 商業統計調査 2021年12月6日 閲覧
(<https://www.pref.okinawa.jp/site/kikaku/tokei/shoko/inder/bybt/inder1.html>)
- 那覇市観光統計 2021年12月16日 閲覧
<https://www.city.naha.okinawa.jp/kankou/kankou/kankoutoukei.files/zentaibann.nahashinokankoutoukei.pdf>
- 那覇市中心商店街交通量調査報告書 12月23日 閲覧
<https://www.city.naha.okinawa.jp/admin/cityhall/sosiki/sosiki/bukyoku/keizaikankoubu/nahamati.files/2019tuukouryouhoukoku.pdf>
- なはMAP
(<https://www.sonicweb-asp.jp/naha/map?pos=127.66754854056,26.201892758591548&scale=5000#scale=3750>)
- 都道府県データランキング (https://uub.jp/pdr/47/_p_pdr.cgi?D=m&H=c&T=12&P=47)
- 経済産業省 (<https://www.meti.go.jp/>)
- 沖縄タイムス+ 2021年7月6日 記事
- Yahooニュース 2021年10月5日 記事
- iタウンページ (<https://itp.ne.jp/>)
- ファミリーマートHP (<https://www.family.co.jp/store.html>)
- ローソン沖縄 (<https://okinawa.lawson.jp/store/>)
- セブンイレブン (<https://www.sej.co.jp/shop/>)
- 株式会社セブン&アイ・ホールディングス (<https://www.7andi.com/>)
- 株式会社サンエー (<https://www.san-a.co.jp/>) 2021年12月23日 閲覧
- フレッシュプラザユニオン (<https://union-okinawa.com/storelist/>) 2021年12月23日 閲覧

覧

タウンプラザかねひで (<http://kanehideshj.com/shoplist.php>) 2021年12月23日閲覧

株式会社丸大 (<https://okinawa-marudai.co.jp/>) 2021年12月23日閲覧

E-stat (<https://www.e-stat.go.jp/dbview?sid=0003412197>) 2021年12月17日閲覧

ローソンの出店行動に関する研究例--コンビニエンスストア業態の革新を目指すマルチ
フォーマット戦略 清水 信年 2021年12月16日閲覧

DIAMOND Chain Store online 2021年12月16日閲覧 ファミマ の無人決済店舗1000店にみ
る, コロナ禍で 2 極化するコンビニの成長戦略

<https://diamond-rm.net/management/98159/>

帝国データバンク 県内の小売業界とコンビニエンスストアの動向 2021年12月18日

https://www.tdb.co.jp/report/watching/press/pdf/s200701_90.pdf

那覇市公式ホームページ 地区計画一覧 2021年12月20日閲覧

[https://www.city.naha.okinawa.jp/kurasitetuduki/life/kentiku/todokede/
tikukeikaku.html](https://www.city.naha.okinawa.jp/kurasitetuduki/life/kentiku/todokede/tikukeikaku.html)