

2017年12月

コンビニ業界の今後の課題と展望

経営学部 経営学科 石田ゼミ
B4r11161 藤田直樹

1970年代前半に誕生したコンビニは、約50年間で売上高約10兆円・店舗数約5万店の小売業に成長した。米国から基本的なコンセプトを導入したものの、日本社会に適合した独自のモデルを構築してきたことが大きく成長・発展した理由だ。

本論文の目的は、コンビニ業界の現状と課題を明確にし、今後の展望として進むべき方向を示唆することである。

そこでコンビニ業界の現状と課題をコンビニ各社のHP、経営戦略、有価証券報告書、関連文献等で検証した。その結果、コンビニ業界の売上高・店舗数は年々増加傾向にあり、コンビニ総店舗数に占める大手3社の割合が約九割を占めていることが分かった。しかし、店舗数は増加しているものの日販平均額は近年落ちている。また、少子高齢化、深夜営業を行うスーパーの出現、ネット販売の存在などがコンビニ業界の売りである「便利さ」を奪いつつある。さらに、店舗の販売力低下や24時間営業によるスタッフ不足やオーナー不足など人員不足の課題も指摘されている。現在この課題を解決するために、経済産業省とコンビニ業界が協力し、全商品にICタグをつけたセルフレジの提供や棚卸作業時間の軽減など人員不足を補う動きを模索している。ドローンを使った商品配送の試験も実施されている。時代の変化に対応し人の手ではなく機械に頼る時代にシフトしているのが明らかになった。今後、日本のコンビニは大手3社の飽和状態になるのか、機械技術を導入することでどのくらいの成果が出るかを今後の展望として提示した。