

広域災害時におけるコンビニエンスストア活用の可能性に関する研究

その1 コンビニエンスストアの現状と特性

正会員 ○小笠原 広^{*1}
同 澤田 雅浩^{*2}
同 高橋 信之^{*3}
同 尾島 俊雄^{*4}

地震災害 民間商業施設 物資供給

1. はじめに

阪神大震災ではコンビニエンスストア（以下コンビニと略称）やスーパーマーケットをはじめとする商業施設、一般小売店舗が、可能な限り早期営業再開を果たし、不自由な生活を強いられていた多くの市民の生活をサポートすることが出来た。これら商業施設は食料、飲料水、日用雑貨等の供給のみならず、食糧不足による暴動発生の抑止、震災による便乗値上げの低減、物価安定効果などももたらした。そこで本研究ではコンビニ店舗の商品豊富な品揃えや情報インフラ、高密度な立地、24時間営業、年中無休営業などに着目し、実態調査を行うと共に災害時のコンビニ活用の有効性と可能性を検討した。

2. コンビニの現状および特性

2-1. コンビニ業の概要

図1. にコンビニの店舗数推移を示すが、単独店数が減少していくのに対しチェーン加盟の店舗数は着実に増加していることがわかる。1983年までは単独店がチェーン店を上回るが、その後チェーンシステム経営の成果が徐々に現れてきて、1996年ではチェーン店93%、単独店7%という比率となっている。

現在、コンビニ業は過剰な出店競争にある。東京都区部に限ってみれば、787万3000人に4518店、つまり1,743人に1店舗という計算になる。ちなみに1店舗あたり一日の平均来客数は約800人といわれているので、住民の3人に1人は毎日コンビニを訪れている割合になる。本研究におけるコンビニの定義を表1.に示す。

2-2. チェーンの概要

CVSの概略図を図2. に示す。フランチャイズチェーンとは本部と加盟店（小売店舗）がそれぞれ独立した事業体として契約を結び、本部が加盟店に商標（看板）の使用を認めたり、店舗経営のノウハウを提供して経営指導を行ったりする一方、加盟店はその見返りとして本部にチャージを支払うものである。

2-3. CVSの情報化

コンビニは時事刻々と様々な商品情報、販売動向、消費情報、経営指導、発注作業などの情報を本部、メ

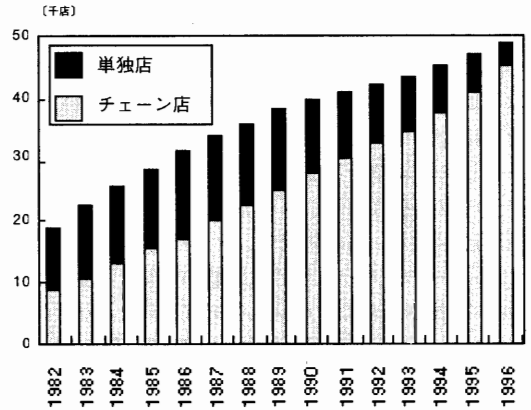


図1. コンビニ店舗数の推移

表1. 本研究におけるコンビニ（CVS）の定義

- ① 売場面積50m²～230m²の小売り店舗。
- ② 食料、飲料の店頭売りシェアが総体の50%以上。
- ③ 一日14時間以上、年間340日以上営業。
- ④ 1500品目以上の商品およびサービスを扱う。
- ⑤ フランチャイズに加盟。
- ⑥ POSシステムを導入。

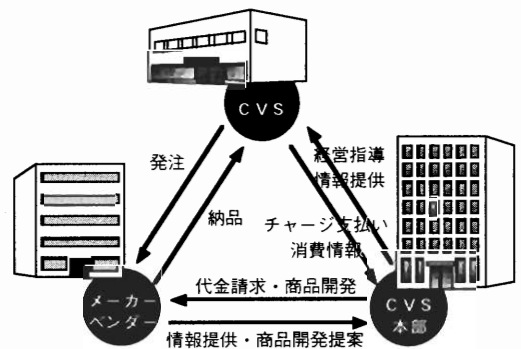


図2. CVSの概略図

Study on the possibility of the convenience store use at the time of the wide area disaster.

Part 1 - The present condition and character of convenience stores.

Hiroshi OGASAWARA et al.

ーカー、バンダーとやりとりしている。その膨大な量の情報通信を可能にしているのがPOSシステムである。POSシステムのいかんによりチェーン全体の経営状況が影響を受けるといっても過言ではない。熾烈な競争を勝ち抜く為各コンビニチェーンではPOSシステムの更新を常に行っている。

2-4. コンビニの配送効率化

コンビニの物流には共同配送センター（共配センター）と呼ばれる物流拠点が組み込まれており、これがコンビニの物流の特色となっている。セブンイレブンを例に説明すると、メーカーが製造した商品は、大型トラックにより一旦各地域ごとに設置される共配センターに集められ、そこから小型トラックにより各店舗へ配送される。この共配センターは首都圏の例では、1センターのカバーエリアは片道35キロ、配送時間2～3時間、配送店舗数200店前後の範囲内に1カ所が設置されている。配送車はいずれも小型で、例えば交通渋滞に巻き込まれても可能な限り時間通り納入可能となる努力をしている。現在、東京にはおよそ40～50カ所の共配センターが設けられている。

3. CVS本部への防災意識調査

都内所在の店舗数合計が上位20位内のCVS本部、および全国の店舗数合計が上位20以内のCVS本部を対象に防災意識の調査を行った結果が図3～6である。これらの結果を見ると、防災業務計画や被災者ニーズへ対応等の防災意識に関する項目に対して、CVSの災害時における利用の可能性の高さがうかがえる。

4. まとめと考察

前述したようにコンビニは物流システムや情報通信システムを高度に進化させてきたが、それらを統合したフローを図7. に示す。ISDNの導入など、即時生に優れた情報通信システムの活用で、一見複雑な物流システムの高効率化を果たしていることが分かる。

図8. にコンビニの特性を示す。様々な試行錯誤によりコンビニは三つのコンビニエンスを獲得したが、これは災害時の危機管理に求められる情報通信性、機敏性、物資供給能力にそのまま通じる。また、CVS本部の防災に対する意識の高さが広域災害発生の際にも有効に機能するポテンシャルを持つといふ。こうした点を踏まえ、ケーススタディ等の更なる調査が必要と思われる。

<謝辞>

この調査を行うにあたり、回答に協力していただいた各コンビニエンスストア関係者の皆様に心から御礼申し上げます。

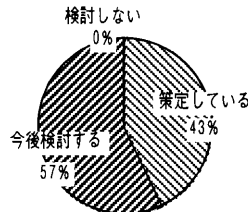


図3. 防災業務計画の有無

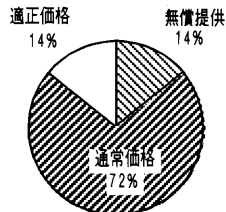


図4. 災害時における販売価格

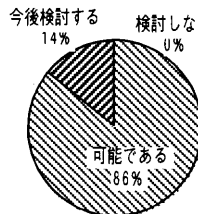


図5. 仕入代替ルートの確保

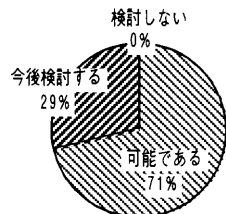


図6. 被災者ニーズへの対応

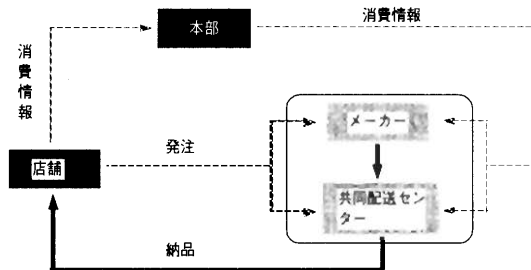


図7. コンビニの発送システム

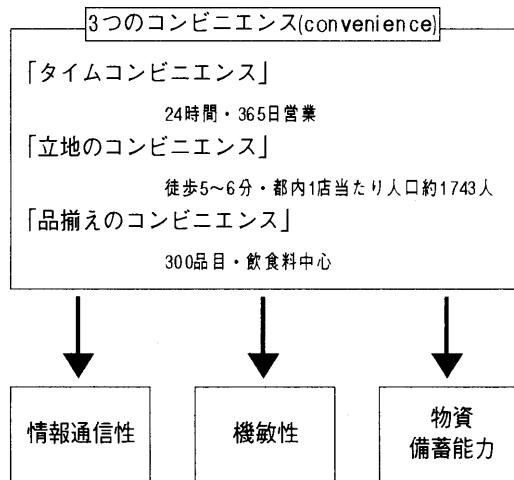


図8. コンビニの特性

<参考文献>

- よくわかるコンビニ業界：国友隆一、日本実業出版社、H6.7
- 阪神・淡路大震災-兵庫県の一ヶ月の記録：阪神・淡路大震災兵庫県災害対策本部、H7.7

※1 早稲田大学大学院 /Graduate School of WASEDA Univ.

※2 慶應義塾大学大学院 /Graduate School of KEIO Univ.

※3 早稲田大学理工学総合研究センター-助教授・工博 /Advanced Research Center for S&E, WASEDA Univ., Dr.Eng

※4 早稲田大学教授・工博 /Prof., WASEDA Univ., Dr. Eng.