

〔論 説〕

わが国におけるコンビニエンスストアの立地 ——愛知県を対象にして——

神 頭 広 好

I はじめに

現在、約 42000 店舗あるコンビニエンスストア¹（以後、コンビニ）は、人口密集地ばかりでなく、駅、病院、高速道路のサービスエリア、観光地、大学構内へ目まぐるしく進出しており、1 年のうちにもいくつかのコンビニがつぶれ、いくつかのコンビニが立地展開を計っている。また、フランチャイズシステム²によって資金を少なくして店舗網が拡大されたり、チェーン店同士が統合されたりして、寡占化も進められている傾向にある。企業であれば、利潤最大化を目標とするのは当たり前であるが、経済や社会的背景（例えば、少子高齢化、消費者のニーズ）などを考慮すると、チェーン店ごとの経営戦略に伴う立地に微妙な違いがあるのではないかと考えられる。なお、商業立地戦略の観点から Ghosh and McLaffery (1987) において分析手法が整理されており、Birkin and Clarke (2002) では GIS (Geographical Information Systems) を用いて、主にイギリス各都市における立地戦略についてマーケティング分析を行っている。最近では、GIS の普及とともにこの種の研究は増えている傾向にある。

そこで本論文では、まず日本全体のコンビニの立地特性を明らかにするために、県別店舗別コンビニのデータ³ にもとづいて、県別の立地特性について考察

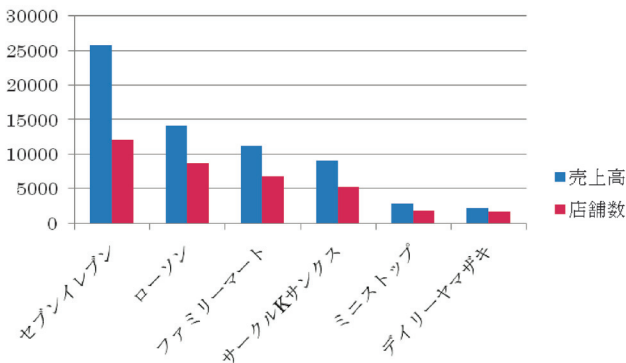
を行い、立地の立地密度の弾力性の観点から集積傾向の強さについて分析する。ついで同様な分析を愛知県の市区町村のコンビニについてもを行い、愛知県都心部における異なるチェーン店ごとのペア指数についての分析を試みる。それと同時に GIS をベースに愛知県における各店舗別の立地特性について考察する。

II わが国のコンビニの立地

ここでは、2007 年度において全店売上高が 2000 億円を超え、店舗数が 1600 以上ある 6 つのコンビニ（セブンイレブン、ローソン、ファミリーマート、サークル K サンクス、デイリーヤマザキ⁴、ミニストップ）に照準を当て、県別の立地特性を明らかにする。ただし、サークル K サンクス⁵ については、過去からの立地戦略を調べるためにサークル K とサンクスの 2 つに分けて分析を行う。また、ここではフランチャイズシステムで展開されている店舗も含まれている。

まず、2002 年、2005 年、2008 年の各年 10 月の県別店舗別立地数について考察する⁶。ついで、因子分析を用いて店舗間の特性について分析する。さらに、

図 1 わが国におけるコンビニの売上高と店舗数



注) ここでのデータは、2007 年度末のものであり、店舗数については月刊コンビニ、売上高については(社)日本フランチャイズチェーン協会にもとづいている。

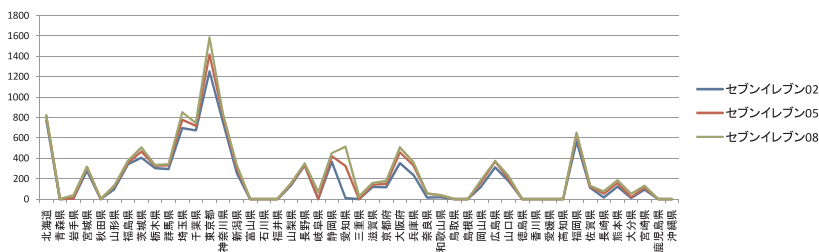
各店舗の立地戦略の観点から立地の密度弾力性を導出する。

1 県別立地数の特徴

(1) セブンイレブン

同店舗は、ここでの年度に関わらず東京都を中心に関東の圏域に最も多く立地している。他の政令都市を含む県でも、2008年において店舗数はほぼ均等で、400から600くらいあるが、とりわけ愛知県においては、2002年から2008年にかけて急増化している。（関東中心・大都市集中型）

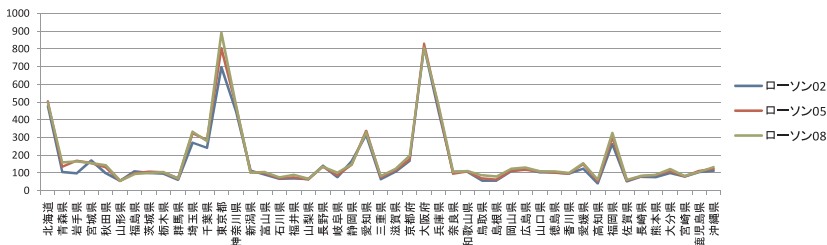
図2 県別セブンイレブンの店舗数の推移



(2) ローソン

同店舗は、東京都および大阪府に極めて多く立地している。ついで、北海道、神奈川県、埼玉県、愛知県、福岡県などが比較的多く立地している。その他の県は、ほぼ100前後で均等に立地している傾向が見られる。（2大都市集中型）

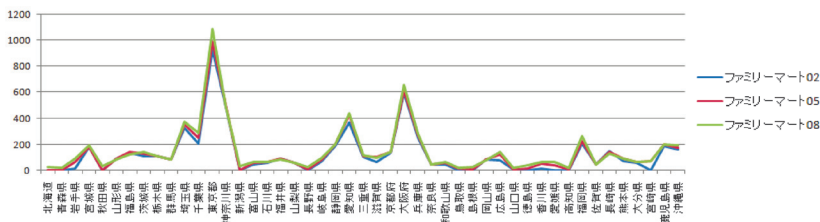
図3 県別ローソンの店舗数の推移



(3) ファミリーマート

同店舗は、上記のコンビニ同様に、東京都を中心に関東圏に多く立地しており、ついで大阪府、愛知県順に立地しており、人口の大きな都市を有する都府県の順に立地している傾向が見られる。比較的、ローソンと似た傾向がある。

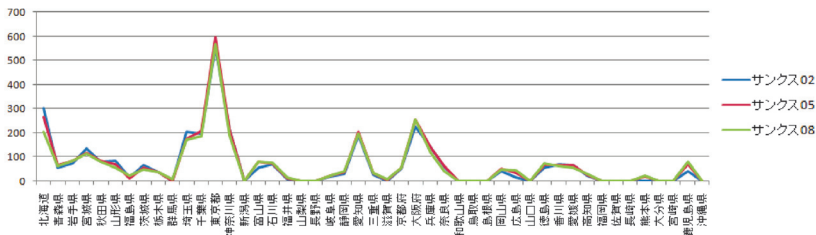
図4 県別ファミリーマートの店舗数の推移



(4) サンクス

同店舗は、上記同様に店舗数は少ないものの東京都が最も多く、ついで北海道、大阪府および愛知県などが続く。

図5 県別サンクスの店舗数の推移

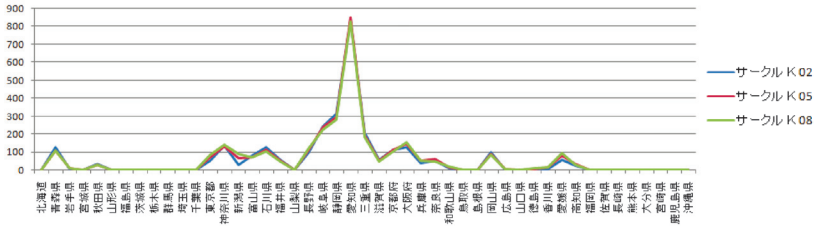


(5) サークル K

同店舗は、上記のコンビニとは異なり、愛知県に極めて多く立地しており、ついで静岡県、岐阜県などの比較的近い県に多く立地している。他には、青森県、神奈川県、石川県、大阪府、愛媛県など地理的に分散して立地している傾向が見られる。(一極集中型)

わが国におけるコンビニエンスストアの立地

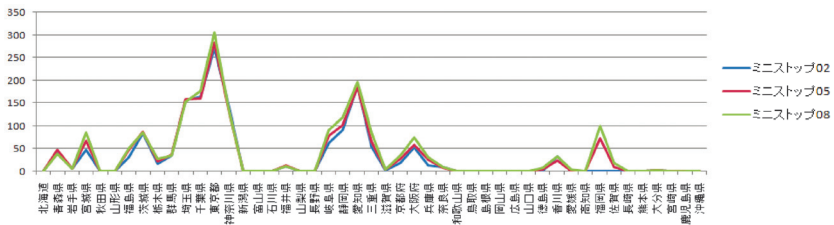
図6 県別サークルKの店舗数の推移



(6) ミニストップ

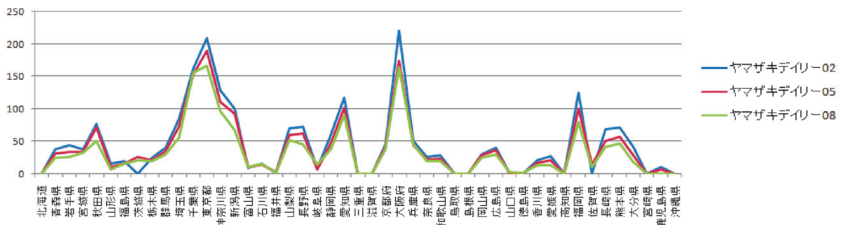
同店舗は、相対的に店舗数は少ないものの東京都を中心とする関東圏において最も多くの店舗が立地しており、ついで愛知県を中心とする東海、中部圏である。北海道、中国、九州地方ではほとんど少ない傾向にある。

図7 県別ミニストップの店舗数の推移



(7) ヤマザキデイリー

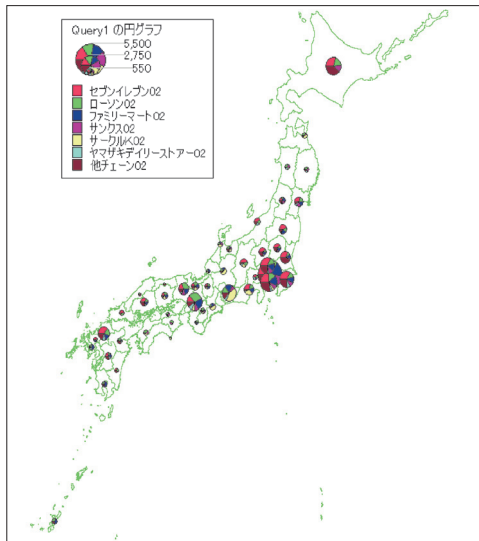
図8 県別ヤマザキデイリーの店舗数の推移



同店舗もミニストップ同様に相対的に店舗数が少なく、東京都、大阪府をはじめとする大きな人口を有する県のみならず、比較的多くの県に立地しているが、全体として2002年度から2008年にかけて立地数が減少している傾向がある。

以下にコンビニ別の立地シェアが描かれている。

図9 県別チェーン店別店舗数シェア



2 立地特性

ここでは、集積度とコンビニ店舗との関係を分析するために、因子分析を47都道府県のデータに応用した。分析結果は以下の通りである。

表1の累積寄与率から、2つの因子で全変動の80%が説明されている。

- (1) 第1因子は、表1から全変動の約70%を説明している。第1因子負荷量について見ると、セブンイレブン、ローソン、ファミリーマート、サンクス、ヤマザキデイリー、ミニストップ、人口密度、集中地区人口比、集中地区面積比等がそれぞれ0.8以上でプラスに極めて強く作用しており、ついで舗装

表1 因子負荷量

変数	第1因子	第2因子
セブンイレブン05	0.821	-0.326
ローソン05	0.904	-0.215
ファミリーマート05	0.953	-0.004
サンクス05	0.865	-0.234
サークルK 05	0.338	0.811
ヤマザキデイリーストア-05	0.848	-0.044
ミニストップ05	0.838	0.148
人口密度	0.947	-0.014
集中地区人口比	0.861	-0.066
集中地区面積比	0.951	0.042
舗装道路密度	0.621	0.545
寄与率	69.22%	10.84%
累積寄与率	69.22%	80.06%

注) 人口密度、集中地区人口および集中地区面積などは2005年の国勢調査データにもとづいていることから、コンビニのデータも2005年度のものが採用されている。また、ゴシック体の数値は、絶対値0.5以上のものを指す。

道路密度が比較的強く作用している。したがって、同因子はコンビニの集積の経済に関わる因子と解釈される。ちなみにこれに該当する県は、図10から東京都、大阪府、神奈川県、愛知県、埼玉県および千葉県である。これらの都府県は、3大都市圏に含まれている。一方マイナスの因子負荷量に強く関わる県は見当たらない。

- (2) 第2因子は、表1から全変動の約11%を説明しているにすぎない。第2因子負荷量について見ると、サークルKが0.8以上で極めて強く作用しており、ついで舗装道路密度が比較的強く作用している。したがって、同因子は道路とコンビニ（サークルK）に関わる因子であると解釈される。ちなみにこれに該当する県は、図11から愛知県、岐阜県、静岡県および三重県である。これらの県は中部圏に含まれている。一方マイナスの因子負荷量に強く関わ

る県は北海道、東京都および千葉県である。(因子得点表省略)

図 10 第 1 因子得点分布

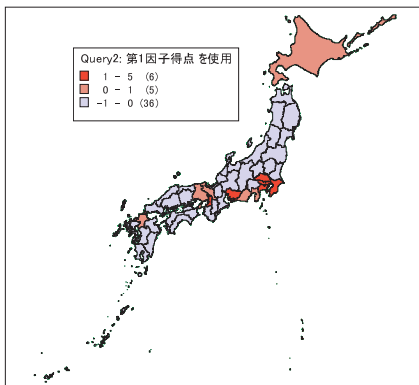
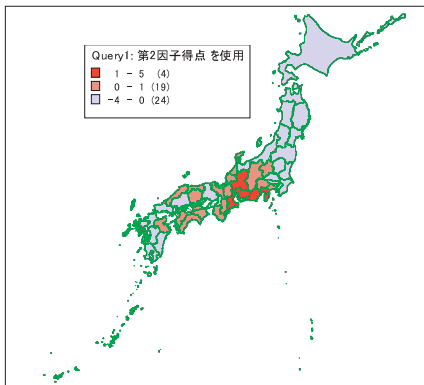


図 11 第 2 因子得点分布



3 立地戦略

ここでは、1つの立地戦略としてコンビニは集積の経済を享受するために、当該地域に集中的に立地することを仮定すると、集積の経済指標を立地密度に代替することによって、つぎのモデルが設定される。

$$S = B \left(\frac{S}{A} \right)^\alpha$$

ただし、 S ：当該チェーンのコンビニの店舗数、 A ：地域面積、 B および α ：係数をそれぞれ示す。ちなみに、 α は立地の立地密度弾力性を意味する。

このモデルを2008年(10月)における県単位の7つのチェーン店のコンビニの店舗別のデータに応用して「立地の立地密度弾力性」を推計すると、以下の分析結果が得られた。なお、()内の数値は当該チェーン店のコンビニが立地する都道府県数を示す。

(1) セブンイレブン (33)

$$\log S = 7.403 + 0.852 \log \frac{S}{A} \quad \text{相関係数：0.815}$$

(27.625) (7.951)

わが国におけるコンビニエンスストアの立地

(2) ローソン (46)

$$\log S = 6.471 + 0.572 \log \frac{S}{A} \quad \text{相関係数：0.655}$$

(23.365) (5.808)

(3) ファミリーマート (46)

$$\log S = 6.72 + 0.701 \log \frac{S}{A} \quad \text{相関係数：0.835}$$

(30.22) (10.184)

(4) サンクス (33)

$$\log S = 6.784 + 0.743 \log \frac{S}{A} \quad \text{相関係数：0.8}$$

(18.285) (7.539)

(5) サークル K (25)

$$\log S = 7.264 + 0.929 \log \frac{S}{A} \quad \text{相関係数：0.921}$$

(25.51) (11.607)

(6) ミニストップ (26)

$$\log S = 7.639 + 1.008 \log \frac{S}{A} \quad \text{相関係数：0.935}$$

(23.763) (13.129)

(7) ヤマザキデイリー (37)

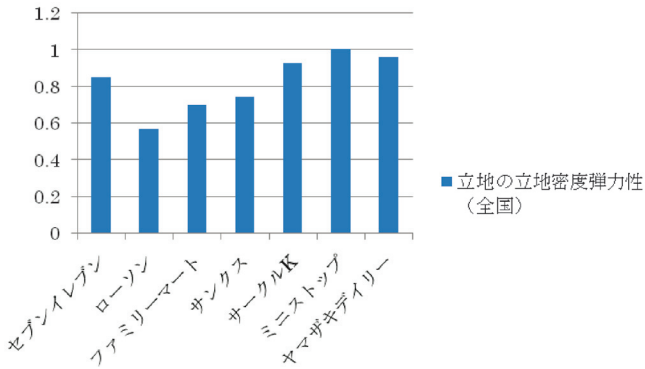
$$\log S = 7.459 + 0.961 \log \frac{S}{A} \quad \text{相関係数：0.92}$$

(24.091) (14.125)

上記の分析結果から

- (1) すべてのコンビニにおいて、相関係数および t 値から有意な結果がえられた。これは、各コンビニにおいて立地の展開が計られていることを物語っている。ただし、ここではクロスセクションのデータを用いているため、県単位の変化の度合いが影響しているだけなのかもしれないという解釈も成り立つことに注意を要する。
- (2) 図 12 から、立地の密度弾力性については、ミニストップが最も大きく、ついでデイリーヤマザキ、サークル K の順で小さくなり、最も小さいのはローソンであった。この結果、比較的店舗数が少ないコンビニほど集中立地する傾向があることが考察される。

図 12 立地の立地密度弾力性



4 総合的考察

- (1) サークル K の店舗数だけが、道路との関係が強く、これらの傾向は愛知県を中心とする静岡県を含む中部圏に見られる。
- (2) サークル K を除く他のコンビニは、人口が集積するところに立地を展開しているように見える。
- (3) いずれのチェーン店にしても、県単位のレベルからは比較的近い空間に集中して店舗を立地する傾向が見られる。ただし、コンビニの店当たりの市場を考慮すると、県単位では空間的に広域すぎることに注意を要する。

Ⅲ 愛知県におけるコンビニの立地特性

ここでは、コンビニの市区町村別の住所データ⁷ および GIS (MapInfo9.0) を用いて立地の特性を明らかにする。

1 空間密度特性

ここでは、集積性をアクセスとしての密度変数 (表 2) を因子分析に応用し

わが国におけるコンビニエンスストアの立地

て、愛知県におけるコンビニの立地特性を明らかにする。因子分析の結果、第1因子で全変動の約61%が説明されていることから、他の因子については10%未満であったことから省略する。

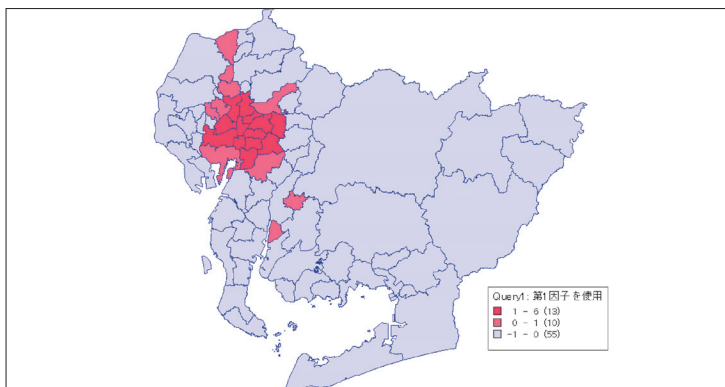
この第1因子は、表2から人口密度、教育施設密度、金融機関密度、面積当たりセブンイレブン、面積当たりローソン、面積当たりファミリーマート、面積当たりサークルKおよび面積当たりココストアがプラスに極めて強く作用しており、面積当たりサンクスが比較的プラスに作用している。これらに強く関わっている都市は、図13から名古屋市の中区、東区、中村区などが上げられる。逆に、ミニストップおよびデイリーヤマザキは、広域的に立地していることが考察される。

表2 第1因子負荷量

変数	第1因子
人口密度	0.863
昼間人口比	0.577
教育施設密度	0.962
金融機関密度	0.887
面積当たりセブン	0.944
面積当たりローソン	0.803
面積当たりファミリーマート	0.902
面積当たりサンクス	0.728
面積当たりサークルK	0.932
面積当たりミニストップ	-0.282
面積当たりデイリーヤマザキ	-0.145
面積当たりココストア	0.813
寄与率	60.84%

注) 人口密度、昼間人口比、教育施設密度および金融機関密度については、『民力』朝日新聞社2007年を用いて計算されている。また、ゴシック体の数値は、0.7以上のものを指す。

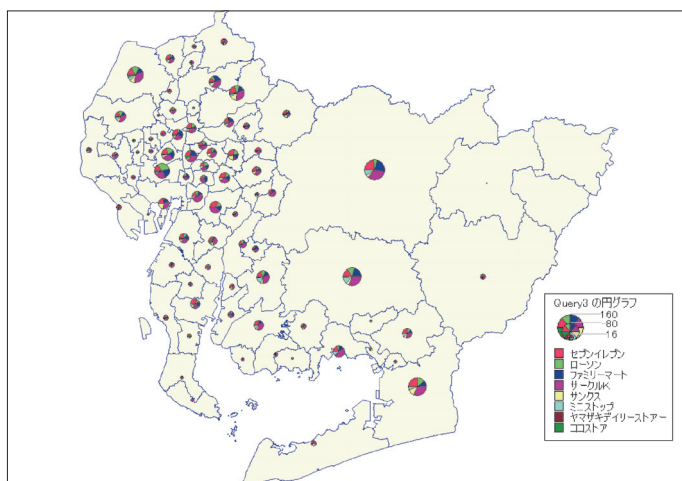
図 13 第 1 因子得点分布



2 立地の分布特性

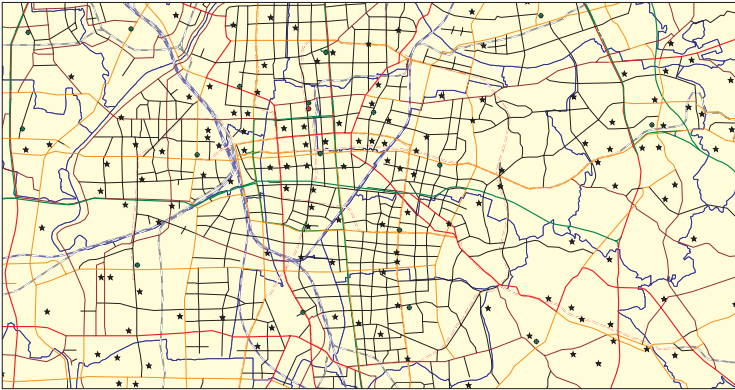
- (1) 図 14 から、豊田市、岡崎市、豊橋市および一宮市においてコンビニの数が相対的に多く、比較的サークル K の割合が高いことが目につく。

図 14 愛知県市区町村別チェーン店別店舗数シェア



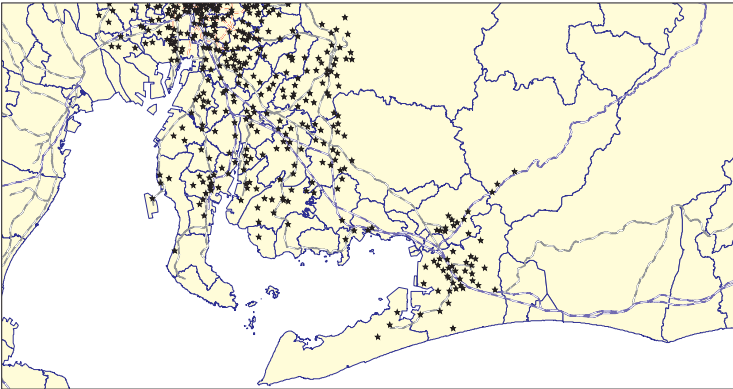
- (2) セブンイレブンについては、愛知県に約 540 店舗ある⁸。また、図 15 から都心部においては比較的等間隔で立地しており、主要道路沿いに多く立地している。さらに、図 16 から愛知県全体では、主要都市（岡崎市および豊橋市など）の都心部または鉄道路線上に立地する傾向が見られる。ただし、ここ

図 15 セブンイレブンの名古屋市都心部における立地分布



注) ★印はコンビニ、赤の◎は県庁、青のまだらお線 JR、赤の線は民間鉄道、赤の点線は市営鉄道をそれぞれ示す。(以下の図同様)

図 16 セブンイレブンの愛知県全体における立地分布



にプロットされている店舗は、ジェオコードと合致したものだけであり、実際には、より多くの店舗があることに注意を要する。(他のコンビニについても同様)

- (3) ローソンについては、愛知県に約 299 店舗ある。また、図 17 から都心部においては、栄、伏見、名古屋駅周辺に多く立地している。さらに、図 18 から

図 17 ローソンの名古屋市都心部における立地分布

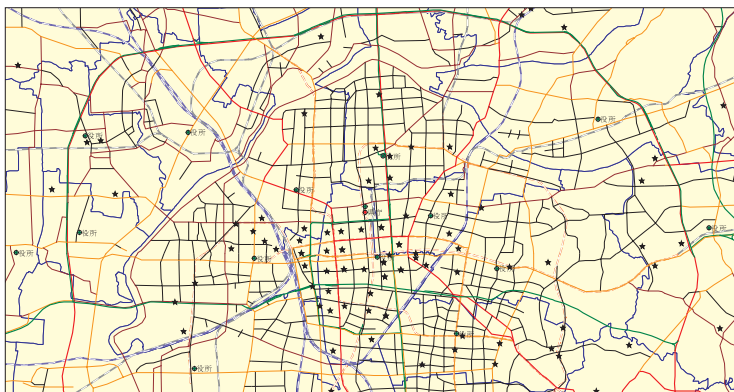
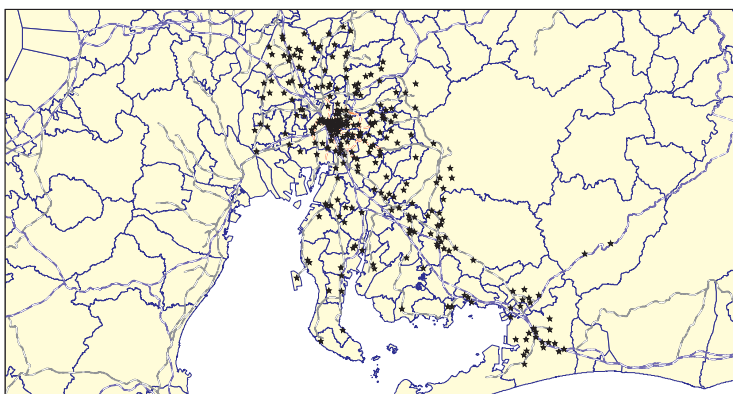


図 18 ローソンの愛知県全体における立地分布



わが国におけるコンビニエンスストアの立地

愛知県全体では鉄道沿線に比較的多く立地している傾向にある。

- (4) ファミリーマートについては、愛知県に約 415 店舗ある。また、図 19 から都心部でも南方で道路沿いに立地している傾向にある。さらに、図 20 から愛知県全体では名古屋市および西三河地域の都市に多く立地している傾向に

図 19 ファミリーマートの名古屋市都心部における立地分布

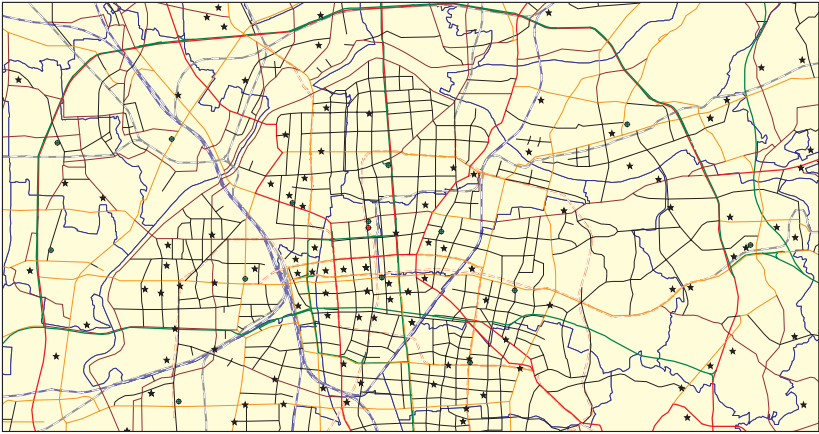
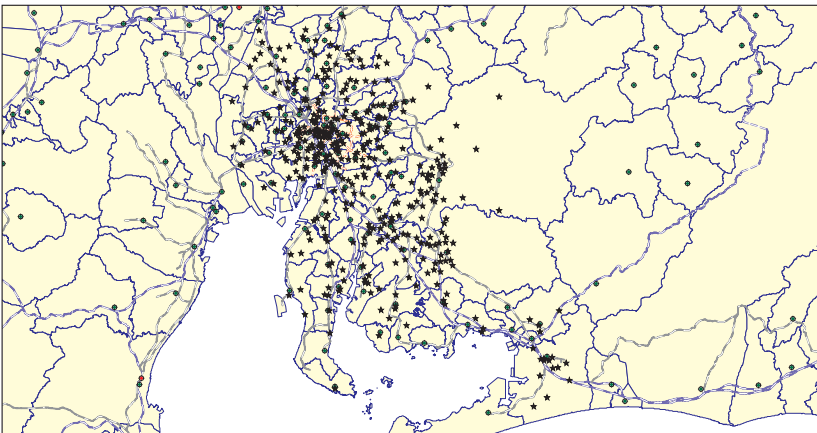


図 20 ファミリーマートの愛知県全体における立地分布



ある。

- (5) サンクスについては、愛知県に約 198 店舗ある。また、図 21 から店舗数が少ないものの都心部においては鉄道沿いよりも道路沿いに立地している傾向にある。さらに、図 22 から愛知県全体について見ると、名古屋市およびその

図 21 サンクスの名古屋市都心部における立地分布

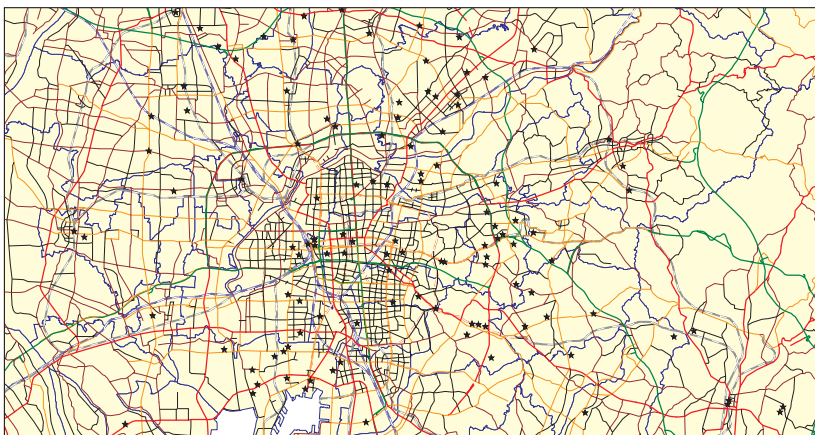
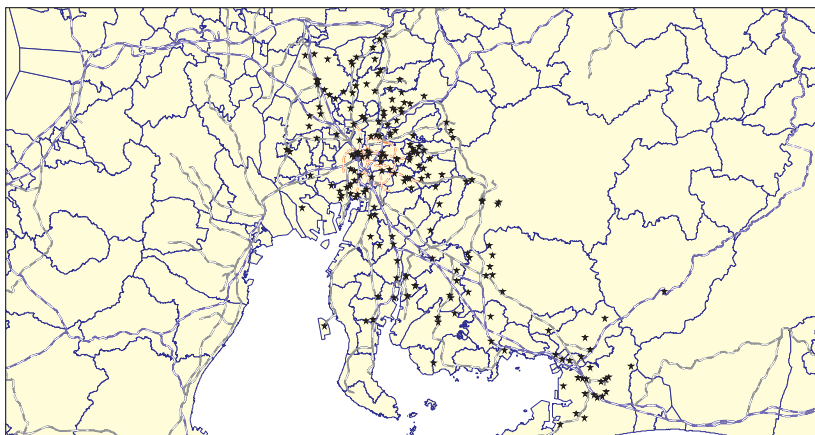


図 22 サンクスの愛知県全体における立地分布



わが国におけるコンビニエンスストアの立地

周辺か東海道（国道1号線）に沿った岡崎市、豊橋市およびその周辺に立地している傾向にある。

- (6) サークルKについては、愛知県に約811店舗ある。また、図23から都心部の中心部から放射状に立地している傾向にある。一方図24から愛知県全

図23 サークルKの名古屋市都心部における立地分布

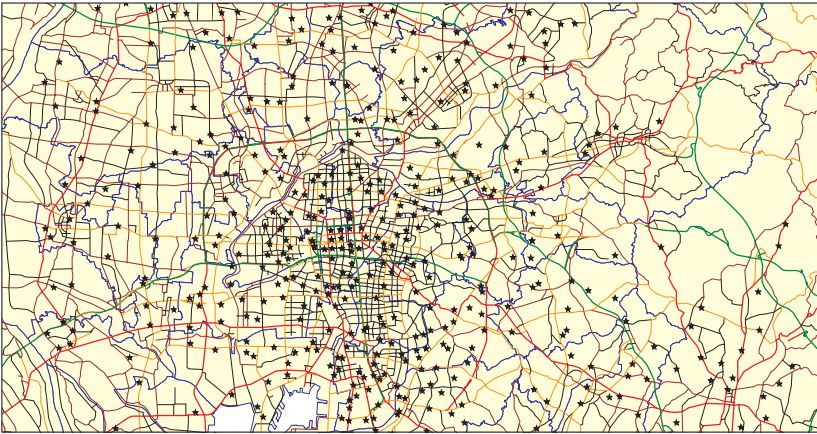
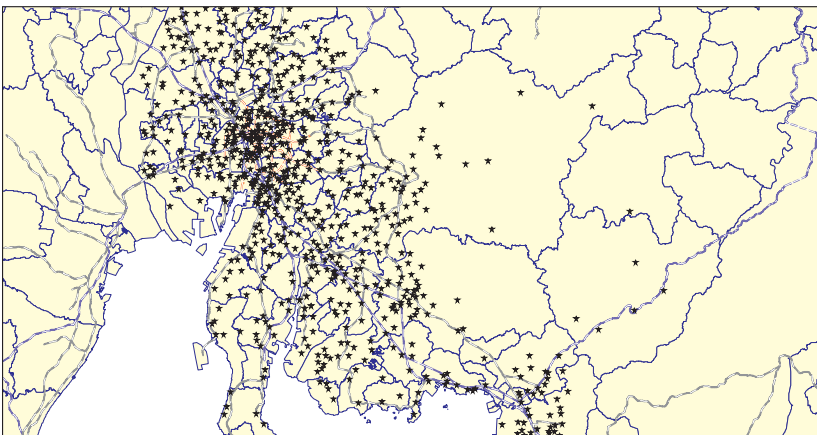


図24 サークルKの愛知県全体における立地分布



体についても広域的に鉄道のみならず、主要道路沿いにも多くの店舗が立地している傾向にある。

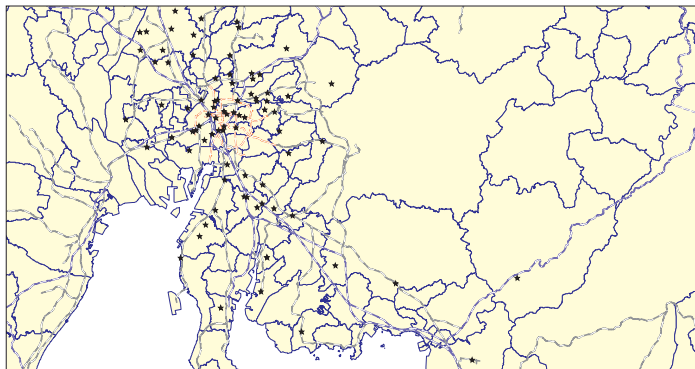
- (7) デイリーヤマザキについては、愛知県に約 19 店舗ある。また、図 25 から全体的に店舗数は少なく、郊外の鉄道沿線に立地している傾向にある。

図 25 デイリーヤマザキの愛知県全体における立地分布



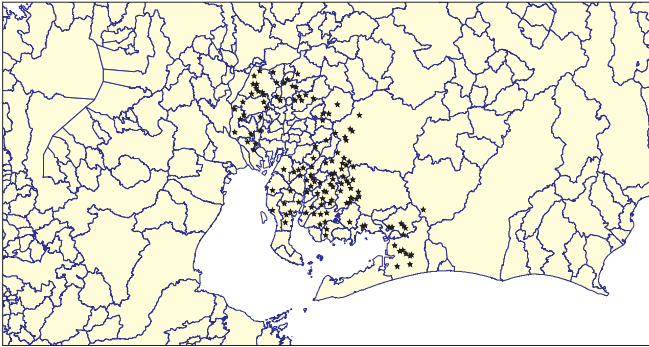
- (8) コストアについては、愛知県に約 87 店舗ある。また、図 26 から店舗が主に名古屋市およびその周辺に均等に分布している傾向にある。

図 26 コストアの愛知県全体における立地分布



- (9) ミニストップについては、愛知県に約 133 店舗ある。また、図 27 から店舗は名古屋市には少なく、名古屋市を除いて比較的均等に立地しているように見える。とりわけ名古屋市周辺、西三河地域および豊橋市に比較的多く見られる。

図 27 ミニストップの愛知県全体における立地分布



- (10) 地元コンビニ⁹(上記 9 つのコンビニを除くすべてのコンビニ)については、愛知県に約 54 店舗ある。また、図 28 から店舗は名古屋都市部を中心に広域的に立地しており、主に鉄道沿線の近くに立地している傾向にある。

図 28 地元コンビニの愛知県全体における立地分布



3 ペア分析

ここでは、地図上から2つの異なるチェーン店の店舗が近接しているところの数の大きさをペア指数 (L) (またはペア度) として、これはつぎの式で定義される。

$$L = \frac{P_{AB}}{N_A + N_B} \quad (1)$$

ただし、 P_{AB} : 当該地域における A チェーン店と B チェーン店の近接地数、 N_A および N_B : 当該地域における A チェーン店の店舗数および B チェーン店の店舗数をそれぞれ示す。

さらに、多くのチェーン店が集積または近接しているケースのペアにおける多重ペア指数 (L) は、

$$L = \frac{P_{AB \dots Z}}{N_A + N_B + \dots + N_Z} \quad (2)$$

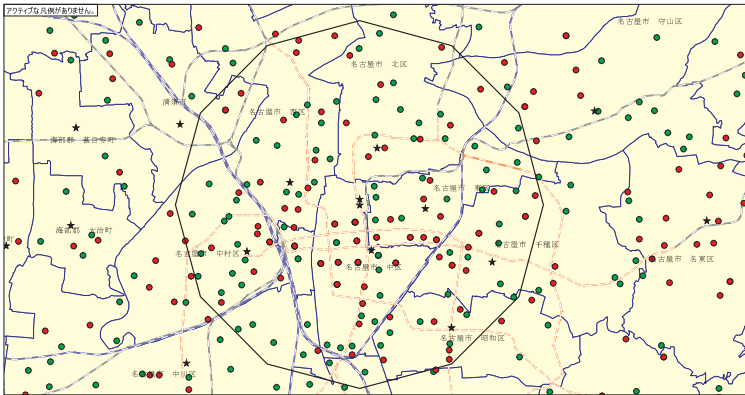
で表わされる。なお、上記の (1) 式および (2) 式の各分母に当該地域の面積をあてると、ペア密度となる。また、厳密に分析するためには、GIS を用いて店舗の住所データから近接するもの同士をまとめて数値化しなければならないが、GIS のジオコードと店舗住所が一致しないものが各チェーン店の店舗の 5 % もあり¹⁰、ここでは愛知県庁から 5km 以内の円を都心部として、その都心部におけるペア数を視覚的観点から地図上で数え、そこからペア指数を計算した¹¹。

この分析の結果および地図にもとづいた考察は以下の通りである。

- (1) 図 29 および図 30 から、サークル K とセブンイレブンは、大都市の中心部および鉄道沿線においては比較的近接立地しているが、幡豆郡、蒲郡地域および西三河地域では、サークル K が単独で立地している傾向がある。ちなみに都心部におけるサークル K の数は 75、セブンイレブンの数は 69 であり、この 2 つのコンビニのペア数が 4 であることから、ペア指数 L は約 0.028 である。

- (2) 図 31 および図 32 から、サークル K とローソンは名古屋市でも都心部周辺に近接的に立地しており、愛知県全体で見ると、比較的鉄道沿線に近接立

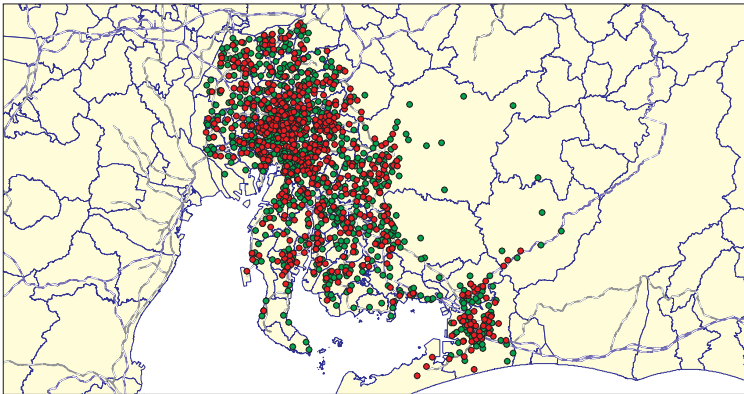
図 29 サークル K とセブンイレブンの名古屋市都心部における立地分布



● サークルK ● セブンイレブン

注) 図中の円は愛知県庁から球面において 5km の範囲を都心部として描かれており、★は役所を示す。(以下の図同様)

図 30 サークル K とセブンイレブンの愛知県全体における立地分布



地が見られる。ちなみに都心部におけるサークルKの数は75、ローソンの数は69であり、この2つのペア数が0であることから、ペア指数Lは0である。しかし、サークルKおよびローソンの同チェーン店系列において各1つのペアが見られる。

図 31 サークルKとローソンの名古屋市都心部における立地分布

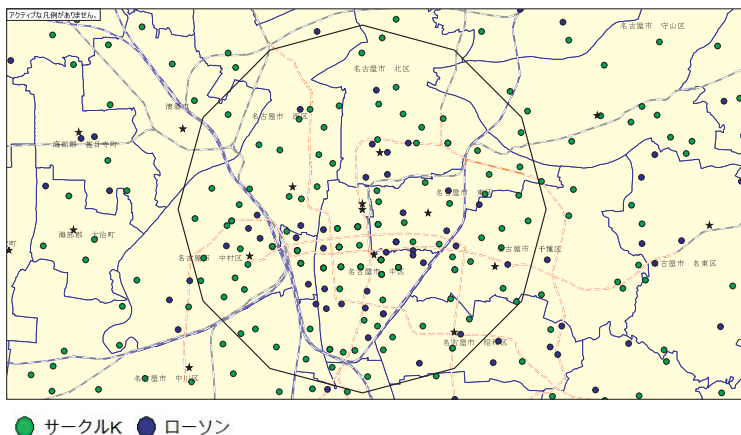
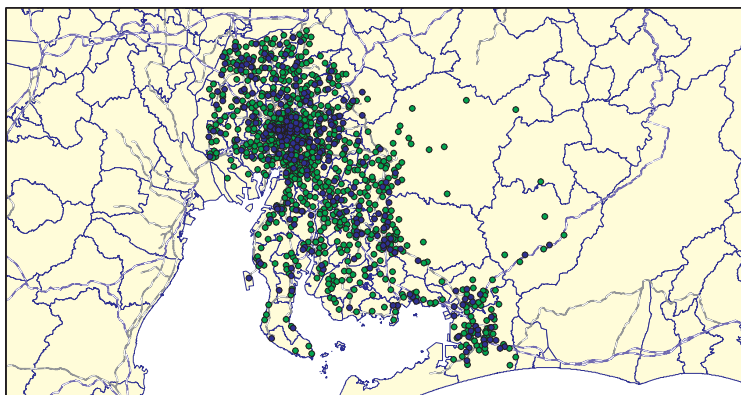


図 32 サークルKとローソンの愛知県全体における立地分布



- (3) 図 33 および図 34 から、サークル K とファミリーマートについては都心部およびその周辺部の鉄道沿線に比較的密接立地している傾向にある。ちなみに都心部におけるサークル K の数は 75、ファミリーマートの数は 43 であり、この 2 つのペア数が 0 であることから、ペア指数 L は 0 である。

図 33 サークル K とファミリーマートの名古屋市都心部における立地分布

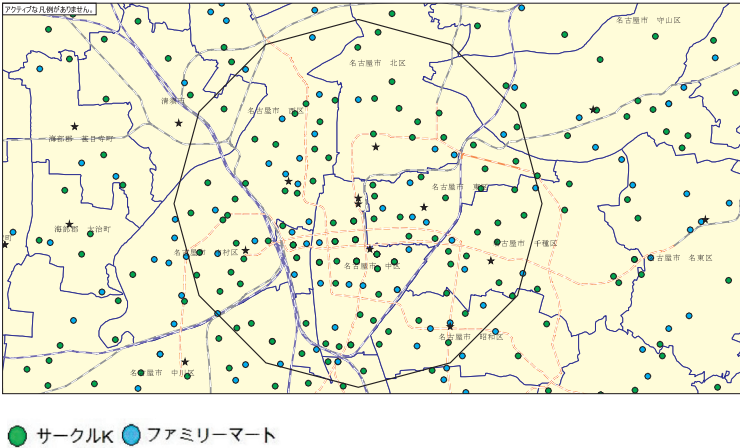
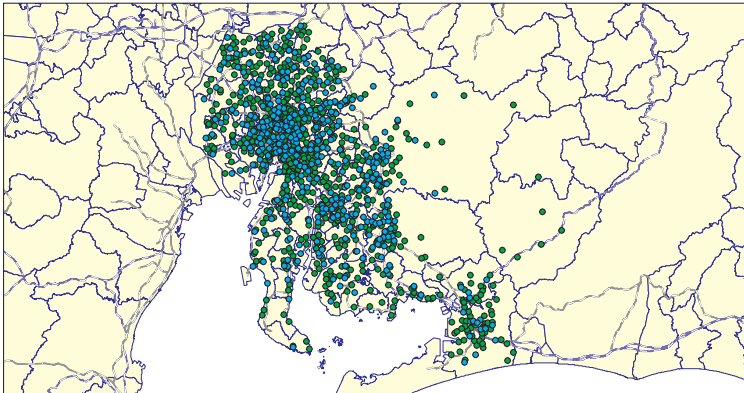


図 34 サークル K とファミリーマートの愛知県全体における立地分布



- (4) 図 35 および図 36 から、セブンイレブンとローソンについては名古屋市中心部の周辺で近接立地がみられる。また広域的には、それほど近接立地している数は多くない。ちなみに都心部におけるセブンイレブンの数は 69、ローソンの数は 37 であり、この 2 つのペア数が 3 であることから、ペア指数 L

図 35 セブンイレブンとローソンの名古屋市中心部における立地分布

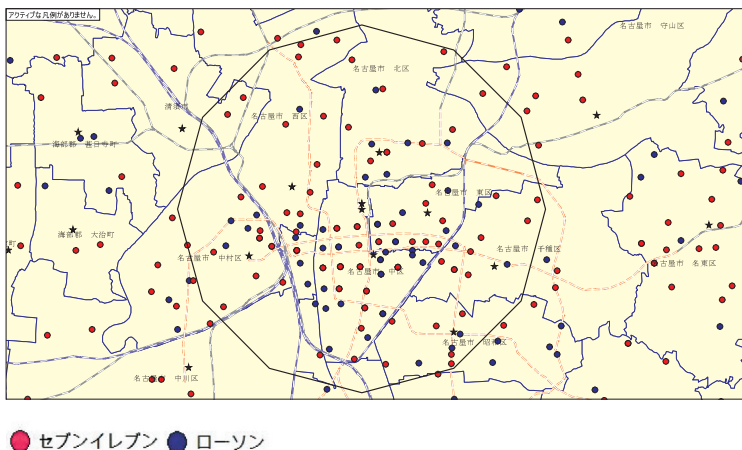
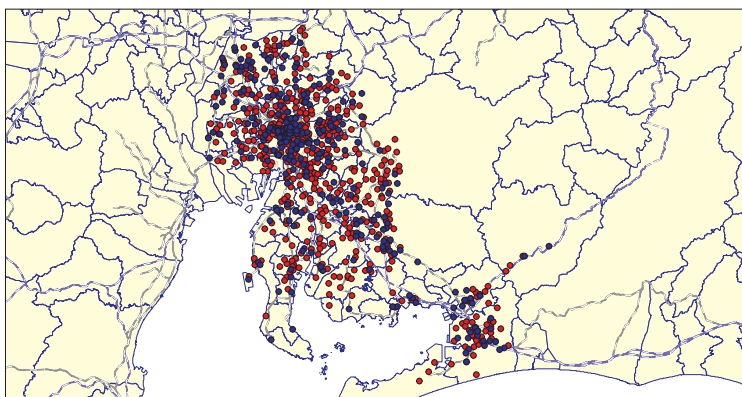


図 36 セブンイレブンとローソンの愛知県全体における立地分布



わが国におけるコンビニエンスストアの立地

は約0.028である。なお、ローソンの店舗同士のペアとしては1つある。

- (5) 図37および図38から、セブンイレブンとファミリーマートについては、名古屋市および大都市中心部において近接立地している傾向にある。ちなみに都心部におけるセブンイレブンの数は69、ファミリーマートの数は43で

図37 セブンイレブンとファミリーマートの名古屋市都心部における立地分布

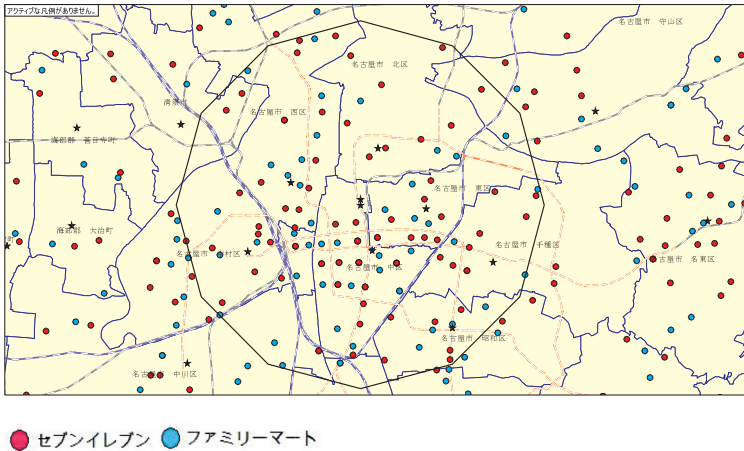
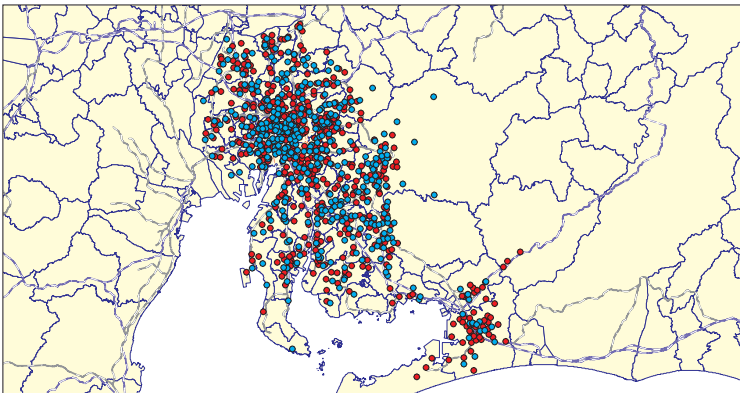


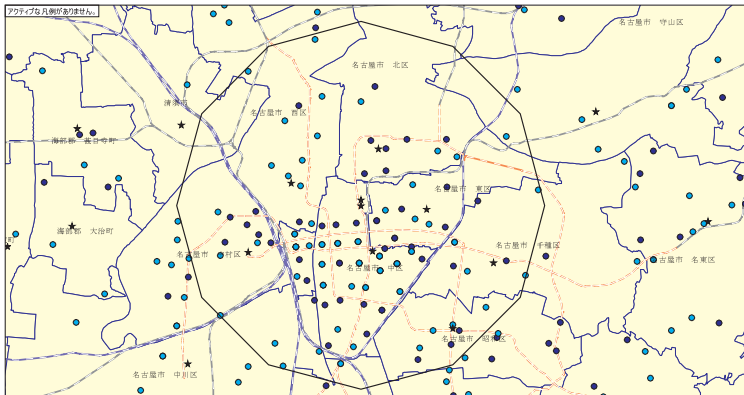
図38 セブンイレブンとファミリーマートの愛知県全体における立地分布



あり、この2つのペア数が2であることから、ペア指数Lは約0.018である。

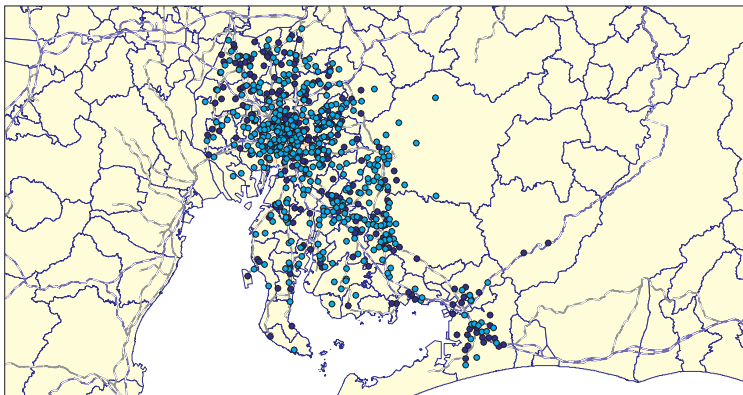
- (6) 図39および図40から、ローソンとファミリーマートについては、都心部および広域的にそれぞれ鉄道沿線に多く立地しているが、その割には、近接立地が少ない傾向にある。ちなみに都心部におけるローソンの数は37、ファ

図39 ローソンとファミリーマートの名古屋市都心部における立地分布



● ローソン ● ファミリーマート

図40 ローソンとファミリーマートの愛知県全体における立地分布

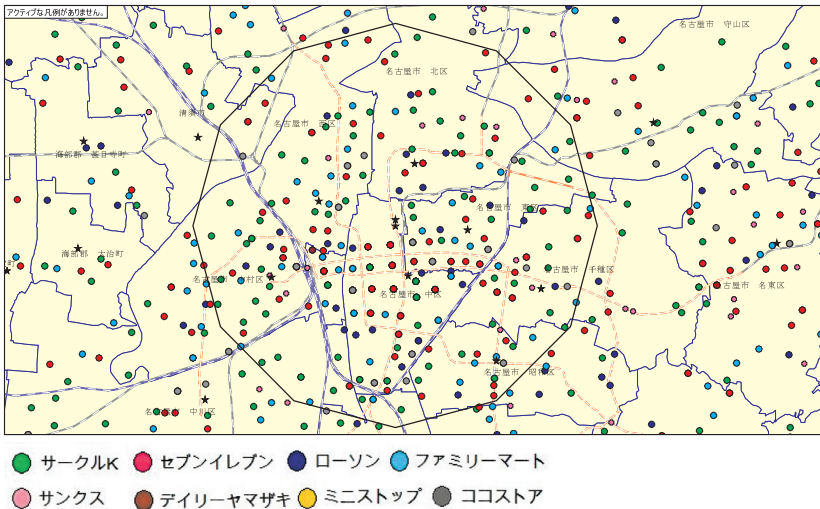


わが国におけるコンビニエンスストアの立地

ミリーマートの数は43であり、この2つのペア数が1であることから、ペア指数Lは約0.025である。

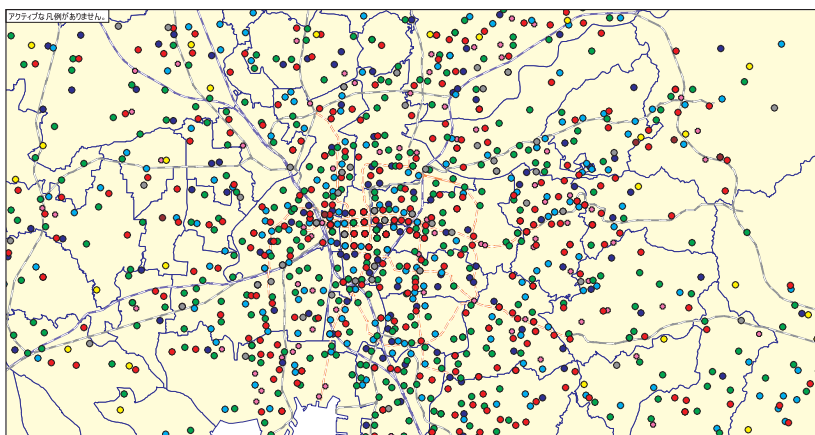
- (7) 図41、図42および図43から、8つのチェーン別店舗については、サークルKは都心部周辺および広域的に、セブンイレブンは都心部およびその周辺部において、それぞれ同じチェーン店が比較的近くに並列して立地している傾向にある。また、役所の周辺にはまちまちのチェーン店が立地している。さらに、西三河および東三河の奥地においては、立地数は少ないがサークルKの立地が目立つ。

図41 8つのコンビニ店舗の名古屋市都心部およびその周辺における立地分布



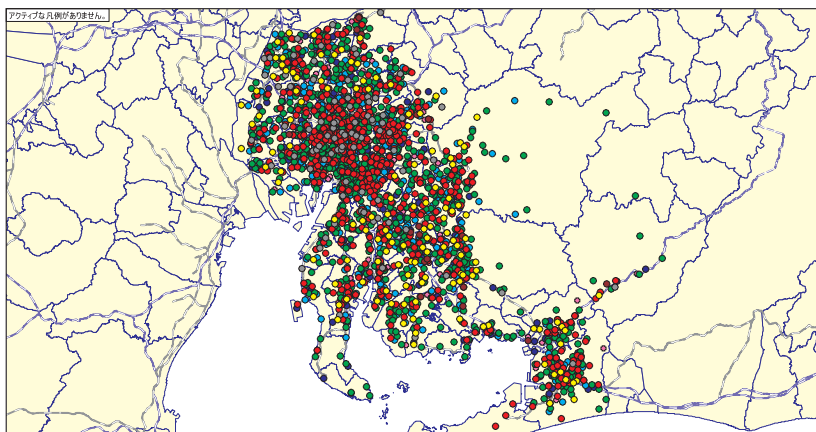
注) 図中の円は愛知県庁から5kmの範囲を都心部として描かれており、★は役所を示す。

図 42 8つのコンビニ店舗の名古屋市およびその周辺における立地分布



- サークルK ● セブンイレブン ● ローソン ● ファミリーマート
- サンクス ● デイリーヤマザキ ● ミニストップ ● ココストア

図 43 8つのコンビニ店舗の愛知県全体における立地分布



- サークルK ● セブンイレブン ● ローソン ● ファミリーマート
- サンクス ● デイリーヤマザキ ● ミニストップ ● ココストア

3 立地戦略

ここでは、II-3のモデルを用いて同様の分析を試みる。分析の結果は、以下の通りである。なお、()内の数値は、当該チェーン店のコンビニが立地する地域数を示す。

- (1) 愛知県の全コンビニ (75)

$$\log S = 3.279 + 0.525 \log \frac{S}{A} \quad \text{相関係数：0.593}$$

(31.025) (6.335)

- (2) セブンイレブン (68)

$$\log S = 2.378 + 0.39 \log \frac{S}{A} \quad \text{相関係数：0.442}$$

(11.723) (4.039)

- (3) ローソン (59)

$$\log S = 2.148 + 0.411 \log \frac{S}{A} \quad \text{相関係数：0.539}$$

(9.599) (4.874)

- (4) ファミリーマート (66)

$$\log S = 2.467 + 0.516 \log \frac{S}{A} \quad \text{相関係数：0.589}$$

(11.617) (5.884)

- (5) サンクス (56)

$$\log S = 1.609 + 0.26 \log \frac{S}{A} \quad \text{相関係数：0.351}$$

(5.98) (2.778)

- (6) サークル K (74)

$$\log S = 2.644 + 0.443 \log \frac{S}{A} \quad \text{相関係数：0.506}$$

(15.865) (5.018)

- (7) ミニストップ (40)

$$\log S = 1.511 + 0.24 \log \frac{S}{A} \quad \text{相関係数：0.241}$$

(3.005) (1.554)

- (8) デイリーヤマザキ (10)

$$\log S = 0.53 + 0.631 \log \frac{S}{A} \quad \text{相関係数：0.221}$$

(1.402) (0.679)

(9) ココストア (44)

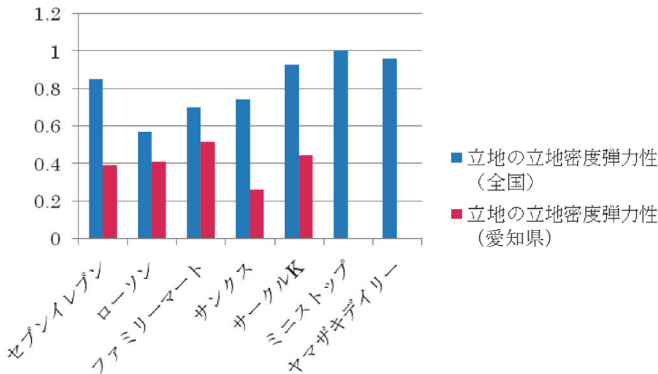
$$\log S = 1.234 + 0.251 \log \frac{S}{A} \quad \text{相関係数 : 0.52}$$

(5.835) (3.996)

上記の分析結果から、つぎのことが考察される。

- (1) 図 44 から立地の立地密度弾力性は、ファミリーマートが最も大きく、ついでサークル K、ローソン、セブンイレブンの順である。したがって、これらのコンビニは、集積の経済を得るために集中的な立地戦略をとっているように見える。とりわけその戦略の傾向は愛知県においてはファミリーマートが強く表れている。
- (2) 立地の立地密度弾力性について、相関係数および t 値から有意でないコンビニは、ミニストップおよびデイリーヤマザキである。一方、日本全体ではこの 2 つのコンビニの弾力性は有意で大きく、これらのコンビニは集中的な立地戦略を採っている。

図 44 立地の立地密度弾力性



IV おわりに

本研究では、全国的には、セブンイレブンの店舗数が最も多く、関東を中心に立地が展開されているが、愛知県においてはサークル K の店舗数がとりわけ目立つこと、また GIS からの考察では、愛知県において、ミニストップやデイリーヤマザキを除く他のチェーン店については、それほど立地の分布に大きな差はあるように見えなかった。ついで、チェーン店が異なるコンビニのペア分析において、名古屋市都心部ではサークル K とセブンイレブン、セブンイレブンとローソンの各ペアに関してペア指数が同じであり、ローソンとファミリーマートのペアに関して比較的近い指数であることは興味深い結果であった。さらに県別データと愛知県の市区町村別データでは、コンビニの立地戦略として、国と愛知県とでは空間の大きさにおいて異なっている。国レベルの場合には店舗数の比較的少ないチェーン店が集積しようとするが、それについては愛知県において有意な結果は得られなかった。これらのことは、立地の歴史的経緯やフランチャイズ展開、地代、輸送コストなどの多くの要因がもたらした結果であろう。

今後は、実際 POS システムによるデータなどが分かれば、集積し合うコンビニの売上高や売れる商品などによって、地域の嗜好性などが導かれ、需要と供給の関係から、さらに細かな立地特性が分析されよう。ここでは地図上からコンビニの立地特性の考察を試みたが、実際には GIS の住所データからペア分析を行い、最近隣測度分析を通じて科学的に明らかにする必要がある。さらに、地域を絞ることによって、ハフの確率モデルやボロノイ図法などを用いて交差点や住宅地、学校などの用途地域別に立地点分析をすると、商圈にもとづいたより詳細な興味ある結果が得られよう。

注

- 1 これについては、経済産業省の商業統計において、売り場面積が30平方メートル以上250平方メートル未満で、14時間以上営業し、飲料、食料品を扱っている小売業をコンビニと定義されている。ただし、今後は業事法改正（2009年）によりコンビニにおいても、一般医薬品の販売も可能となった。
- 2 これについては、チェーン店本部が加盟店に特定地域において営業権を与え、商品供給および経営ノウハウなどを指導するシステムであり、加盟店はチェーン店本部に加盟料や使用料を支払う必要がある。
- 3 これらのデータは、月刊コンビニ（株式会社商業界）に掲げられている。
- 4 ここでは、以後デイリーヤマザキとヤマザキデイリーストアは、呼び名は異なるが同じチェーン店であることに注意されたい。
- 5 これは、2004年にサークルケイ・ジャパンとサンクスアンドアソシエイツが合併した企業である。
- 6 ここで用いたデータは、月刊コンビニに掲載されている。
- 7 ここでは、電話帳図書館 Ver. 7（日本ソフト販売）2008年からコンビニ別店舗別住所データを採用した。
- 8 この数は、電話帳データにもとづいている。（以下同様）
- 9 ここには、4つの店舗を持つニュージョイスおよびサンエブリーも含まれている。
- 10 例えば、電話帳データに登録されている住所で「～駅南」とか「～市役所東」という住所ではあいまいであるため地図上にプロットされることができない。
- 11 ここでは、おおよそ5km:2.5cmの縮尺地図において、チェーンの異なるコンビニ同士が接している数をペア数としている。

参考文献

- Ghosh, A. and S. L. McLaffery (1987), *Location Strategies for Retail and Service Firms*, Lexington Books
- Birkin, M., Clarke, G. and M. Clarke (2002), *Retail Geography & Intelligent Network Planning*, John Wiley & Sons, Ltd.
- 木下安司『コンビニエンスストアの知識』日本経済新聞社、2007年
- 神頭広好『都市の空間経済立地論』古今書院、2009年