

コンビニエンスストアの24時間(深夜販売)営業
および年中無休営業に関する実態調査
(関係分抜粋)

平成14年10月

調査実施:株式会社 三菱総合研究所

(社団法人 日本フランチャイズチェーン協会委託調査)

1. 調査抄録	1
2. コンビニエンスストアを取り巻く環境.....	3
3. 調査概要(関係分抜粋)	
①調査1. 一般消費者 インターネット調査.....	5
②調査2. 同上 店頭アンケート調査.....	7
③調査3. 加盟店アンケート調査.....	9

以上

1. 調査抄録

本調査は、コンビニエンスストアの24時間（深夜）営業や年中無休営業について、消費者と加盟店オーナーの2つの側面からアンケート調査を行い、その結果をまとめたものである。

1. 消費者の視点からみたコンビニエンスストアの24時間・年中無休営業

深夜時間帯（午後11時～午前5時）のコンビニエンスストアの利用状況を見ると、回数を問わず利用したことがあるという回答は9割を超え、まったく利用したことがないという回答は1割以下にとどまった。

コンビニエンスストアの24時間営業に対する消費者の意識をみると、便利であると思う人は95%に達し、その利便性が高く評価されているといえる。コンビニエンスストアの24時間営業は「不可欠である」、「当たり前」といった意見や、24時間年中無休営業を「変えられては困る」といった意見も多数みられ、コンビニエンスストアの24時間、年中無休営業がすでに消費者の生活の中に定着している様子がうかがえる。また、コンビニエンスストアの深夜営業については、防犯に役立っていて安心であると思う人も7割超を占め、そのプラス面を評価する消費者が多い様子がうかがえる。

このように、コンビニエンスストアの24時間営業についてはその利便性や防犯への貢献が高く評価されているものの、その一方で、深夜のコンビニエンスストアが「たまり場」になっている、深夜コンビニエンスストアに集まる自動車やバイクが近所迷惑になっている、といった問題を認識する消費者も見受けられている。

なお、深夜のコンビニエンスストアで今後扱って欲しい商品やサービスとしては「薬、薬品」「行政サービス」などが上位にあげられている。今後こうした商品やサービスがコンビニエンスストアで扱われるようになると、コンビニエンスストアは消費者から現在以上の高い利便性の評価を得ることができると思われる。

2. 加盟店オーナーからみたコンビニエンスストアの24時間・年中無休営業

24時間・年中無休営業は、プラスとマイナスの両面があると考えられるが、今回の加盟店オーナーに対するアンケート調査によると、総じてプラス面を評価しているオーナーが多いという結果が得られた。

24時間・年中無休営業についてのオーナーの考え方をみると、「近隣のお客様のニーズにこたえており喜ばれている」、あるいは「当店の売り上げ向上に貢献している」と思う人が全体の7割程度に達し、さらに、「雇用機会の拡大に貢献している」、「近隣の防犯に役立っている」と思う人も5割超を占めており、24時間・年中無休営業を肯定的に評価しているオーナーが多く見受けられていることがわかる。

また、プラス面を評価しているオーナーからは、「24時間・年中無休営業に対する顧客のニーズがある」、「24時間・年中無休営業は社会生活に役立っている」、「24時間・年中無休営業の方が業務上効率的である」、「24時間・年中無休営業はコンビニエンスストアの強みになっている」といった意見も聞かれ、24時間・年中無休営業が持つメリットを活かして、顧客を獲得し、さらに、業務の効率化を図ることができているオーナーは、24時間・年中無休営業に対して肯定的なとらえ方をしている様子がうかがえる。

このように24時間・年中無休営業を肯定的にとらえるオーナーは総じて多いものの、一方で、負の側面をより感じているオーナーも見受けられる。その中では、24時間・年中無休営業により、「休みが取れない」、「心と体が休まらない」といった意見があげられている。

3. まとめ

経済産業省の商業販売統計によると、コンビニエンスストアは2001年度に店舗数36,113店、6兆8千億円の売上規模に達した。大型小売店である百貨店やスーパーの売上が、長引く景気低迷の下で停滞を続けているのに対し、コンビニエンスストアは成長率の鈍化は見られるものの順調な成長を継続している状況にある。

消費者ニーズの変化に対応してきたことにより、コンビニエンスストアは消費者の日常生活において不可欠な存在へと成長し、わが国の流通小売業においても重要な位置を占めることとなった。また、その多店舗展開によりコンビニエンスストアは単なる小売業としての役割だけでなく、地域に密着したネットワークとしての役割も果たすようになった。そのため、コンビニエンスストアは社会的諸問題に対処する役割や責務を担うことも求められるようになってきている。

今回実施したアンケート調査からは、コンビニエンスストアの24時間、年中無休営業についてはプラスの評価が多いものの、マイナスの側面として、周辺住民の生活への影響、地域環境や地球環境への影響、加盟店オーナーの「心と体」への負担などが指摘されている。

こうした課題に対してコンビニエンスストアの各本部は加盟店オーナーとともに、今後とも継続的な対策を講じることが必要になっているといえる。それによって、コンビニエンスストアという業態が、消費者、加盟店オーナー、社会から一層高い評価が与えられるようになると考えられる。

2. コンビニエンスストアを取り巻く環境

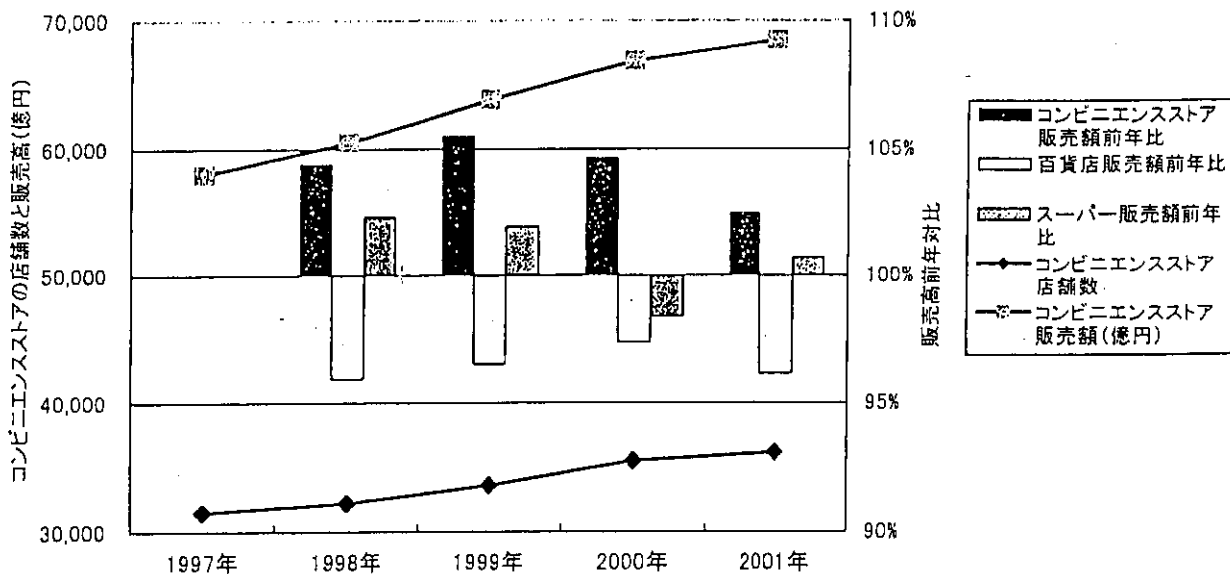
コンビニエンスストアの概況

コンビニエンスストアの市場

コンビニエンスストアは、もともとアメリカでスーパーマーケットの機能を補完する役割を持って誕生した小売業態である。わが国にコンビニエンスストアが登場したのは1960年代後半のことであるが、1973年にセブン-イレブン第1号店が出店され、その後急速に店舗展開が進展したのに伴い、コンビニエンスストアは業態としても急成長を遂げることとなった。

経済産業省の商業販売統計では1998年度からコンビニエンスストアを単独の業態として捉えた調査を行っているが、2001年度のコンビニエンスストアは店舗数36,113店、6兆8千億円の売り上げ規模に成長している。大型小売店である百貨店やスーパーの売上が、長引く不況下低迷を続けているのに対し、コンビニエンスストアは成長率の鈍化は見られるものの順調な成長を継続している状況にある。

図表 コンビニエンスストアの市場規模



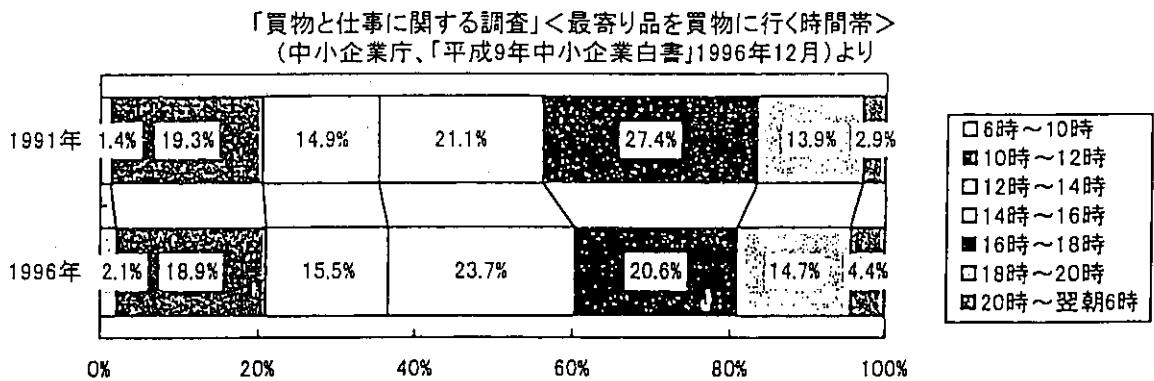
コンビニエンスストア成長の背景

わが国におけるコンビニエンスストアの急成長は、その後の社会環境の変化を反映したものであるとみることができる。

1990年代半ばの調査であるが、中小企業庁の「買物と仕事に関する調査」（1996年12月）では、最寄り品を18時以降に購入するとの回答が5年前の調査に比べて増加していることがわかる。また、総務省の「小売店舗等に関する世論調査」（1997年6月）によれば、現在ある中小小売店に対する不満として「早く閉店する」「休日に休みの店が多い」があげられている一方で、コンビニエンスストアの満足できる点として、「遅くまで営業している」「休日も営業している」が上位を占めている。

これらの調査結果は、消費者の行動が1日24時間の中で平準化していることを示しているといえる。こうした消費者の購買時間帯の変化に加え、生活時間帯の変化、嗜好の洋風化、簡便性志向、合理化志向などの消費者ニーズの変化に、コンビニエンスストアが時間、立地、商品などの面で対応したことにより、コンビニエンスストアの成長が実現されたと考えられる。

図表 各種調査に見る消費者の購買行動



「小売店舗等に関する世論調査」（総理府、1997年6月）より

現在ある中小小売店に対する不満

価格が高い	32.2%
品揃えが悪い	60.7%
お店の数が少ないので、一度にいろいろな買物ができない	39.2%
接客態度が悪い、サービスが悪い	7.1%
入りづらいお店が多い	19.8%
早く閉店する	25.3%
休日に休みの店が多い	14.4%
駐車場、駐輪場等が十分整備されていない	28.3%

コンビニエンスストアに満足している点

価格が安い	2.6%
近くにお店の数が多い	21.4%
品揃えが十分である	19.3%
接客態度が良い、サービスが良い	6.6%
気楽な身なりで買物ができる、家庭的な雰囲気である	26.6%
遅くまで営業している	82.7%
休日も営業している	33.3%
駐車場、駐輪場等が整備されている	17.0%
買物以外のこと（娯楽施設、食事等）でも楽しめる	1.0%

3. 調査概要(関係分抜粋)

調査①(対象 一般消費者)

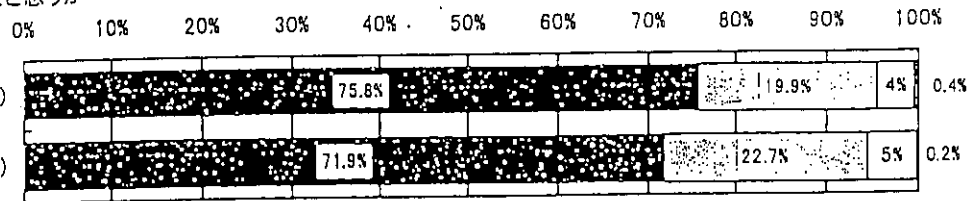
- ・ 時期・方法: 8/上旬~8/下旬 インターネット調査(サンプル数1,000)
- ・ 属性: 大都市居住者、その他地域居住者
男性60%、女性40%、各年代別(10代~70代)15職業分類別

コンビニエンスストアの24時間(深夜)営業に対する意識

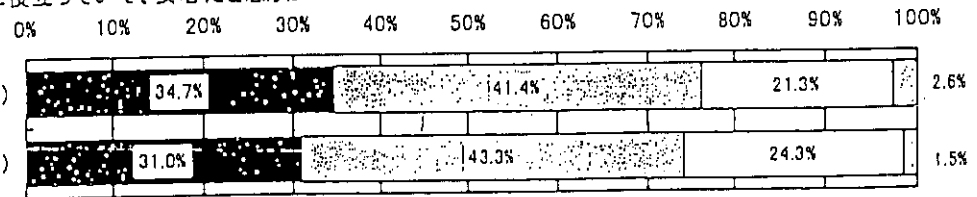
コンビニエンスストアの24時間(深夜)営業に対する意識の調査結果は以下のとおりである。
 コンビニエンスストアの24時間(深夜)営業については70%を超える人がその利便性を高く評価している。「ややそう思う」という選択肢を加えると、利便性を評価する人は90%を超える。
 また、コンビニエンスストアの24時間(深夜)営業の防犯への貢献については、「まったくそう思う」「ややそう思う」の合計で70%以上の支持率となり防犯への貢献が認知されているものと考えられる。
 一方で深夜のコンビニエンスストアが「たまり場」になる可能性や、バイクや自動車による近所迷惑については「ややそう思う」という回答が50%を超えている。それに対し、「あまり思わない」という回答は20~30%程度であり、これらについては若干問題視していることが伺える。

図表 コンビニエンスストアの24時間(深夜)営業に対する意識

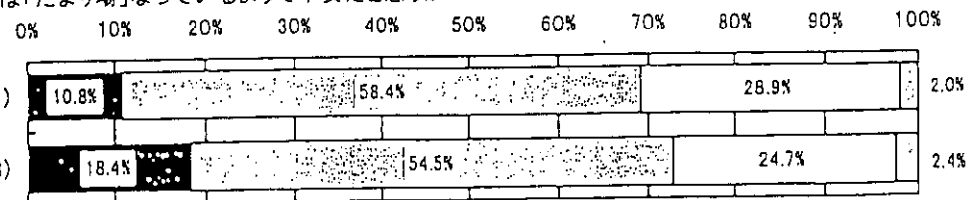
24時間(深夜)営業は便利だと思うか



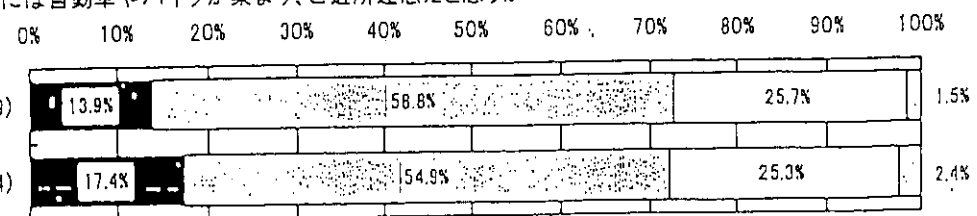
24時間(深夜)営業は防犯に役立っていて、安心だと思うか



深夜のコンビニエンスストアは「たまり場」になっているようで不安だと思うか



深夜のコンビニエンスストアには自動車やバイクが集まり、ご近所迷惑だと思うか



■ まったくそのとおりだと思う □ ややそう思う □ あまり思わない □ まったく思わない

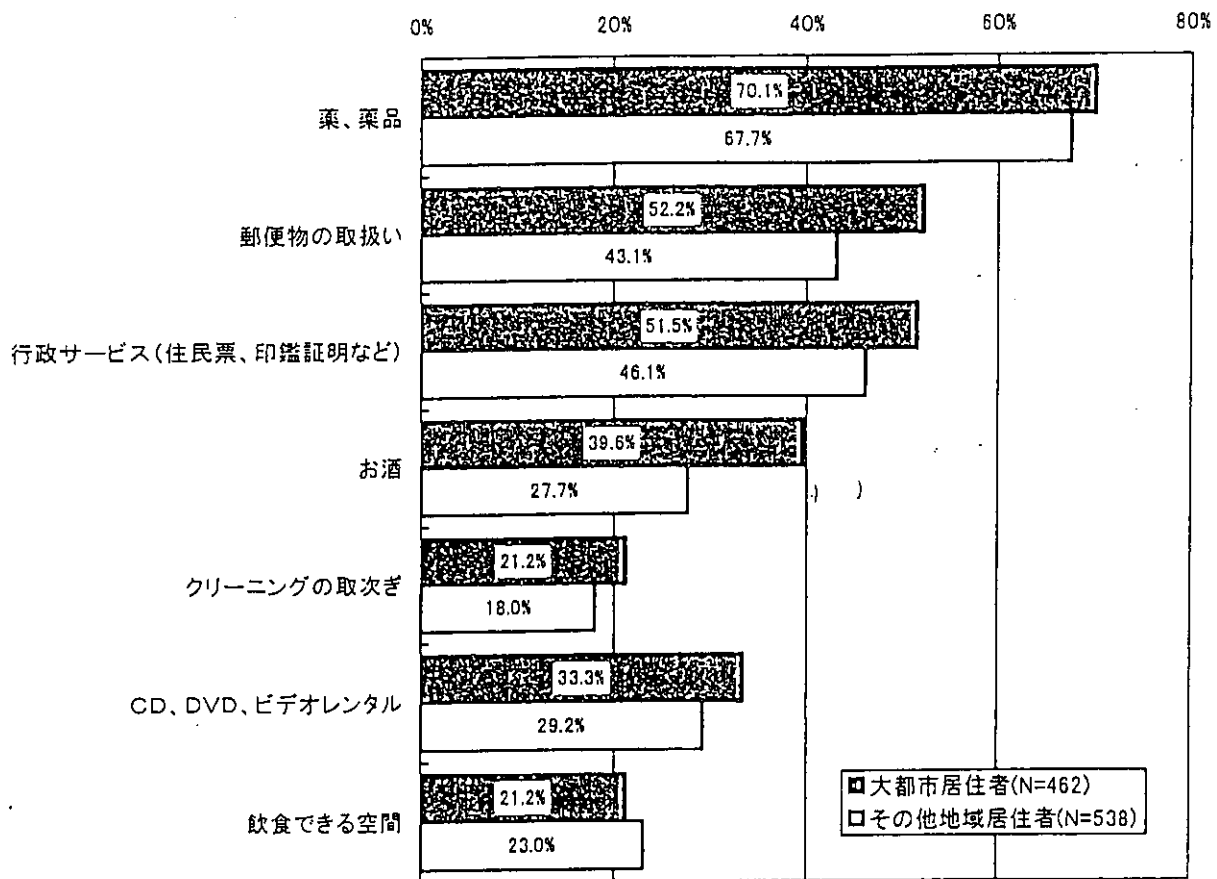
深夜のコンビニエンスストアで扱って欲しい商品やサービス

深夜のコンビニエンスストアで扱って欲しい商品やサービスの調査結果は以下のとおりである。

すべてのセグメントにおいて、薬・薬品の取扱いを望む人が70%近くに上っている。それに次いで郵便物の取扱い、行政サービスを希望する人が50%程度となっている。

全体として見ると深夜のコンビニエンスストアでの取扱い商品・サービスの拡大を望む比率は大都市居住者セグメントの方が高いが、「飲食できる空間」についてはその他地域居住者セグメントの方がわずかではあるが高い値となっている。

図表 深夜のコンビニエンスストアで扱って欲しい商品やサービス（複数回答）



調査②(対象 一般消費者)

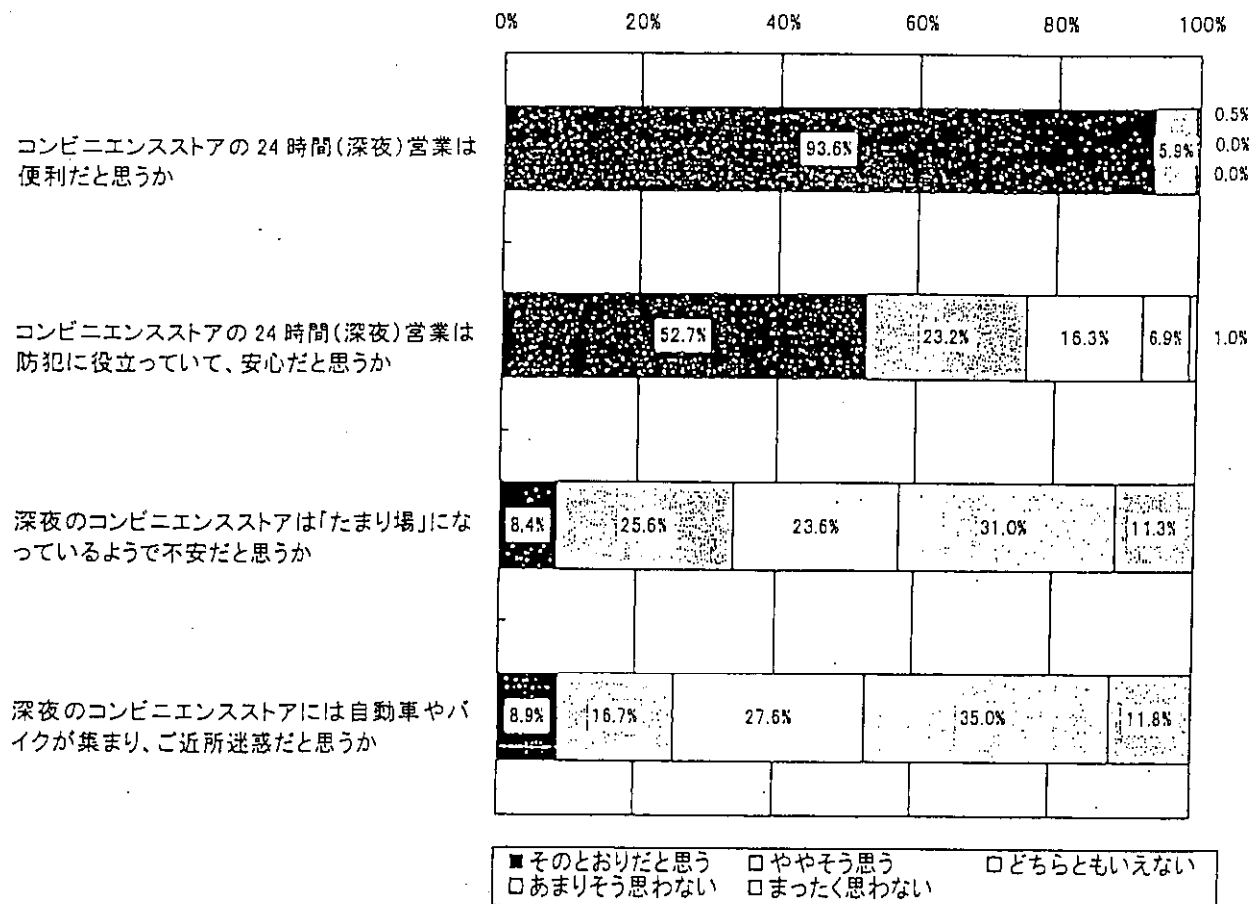
- ・ 時期・方法: 8/月上旬~8/下旬 店頭アンケート調査(CVS5社店頭、サンプル数204)
- ・ 属性: 男性70%、女性30%、各年代別(10代~70代)27職業分類別

コンビニエンスストアの24時間(深夜)営業に対する意識

コンビニエンスストアの24時間(深夜)営業に対する意識の調査結果は以下のとおりである。

インターネットアンケートの結果に比べて、「便利だと思う」および「防犯に役立っていて安心だと思う」人はより多く、「たまり場になっていて不安だと思う」「自動車やバイクが集まり近所迷惑だと思う」という人はより少なくなっている。

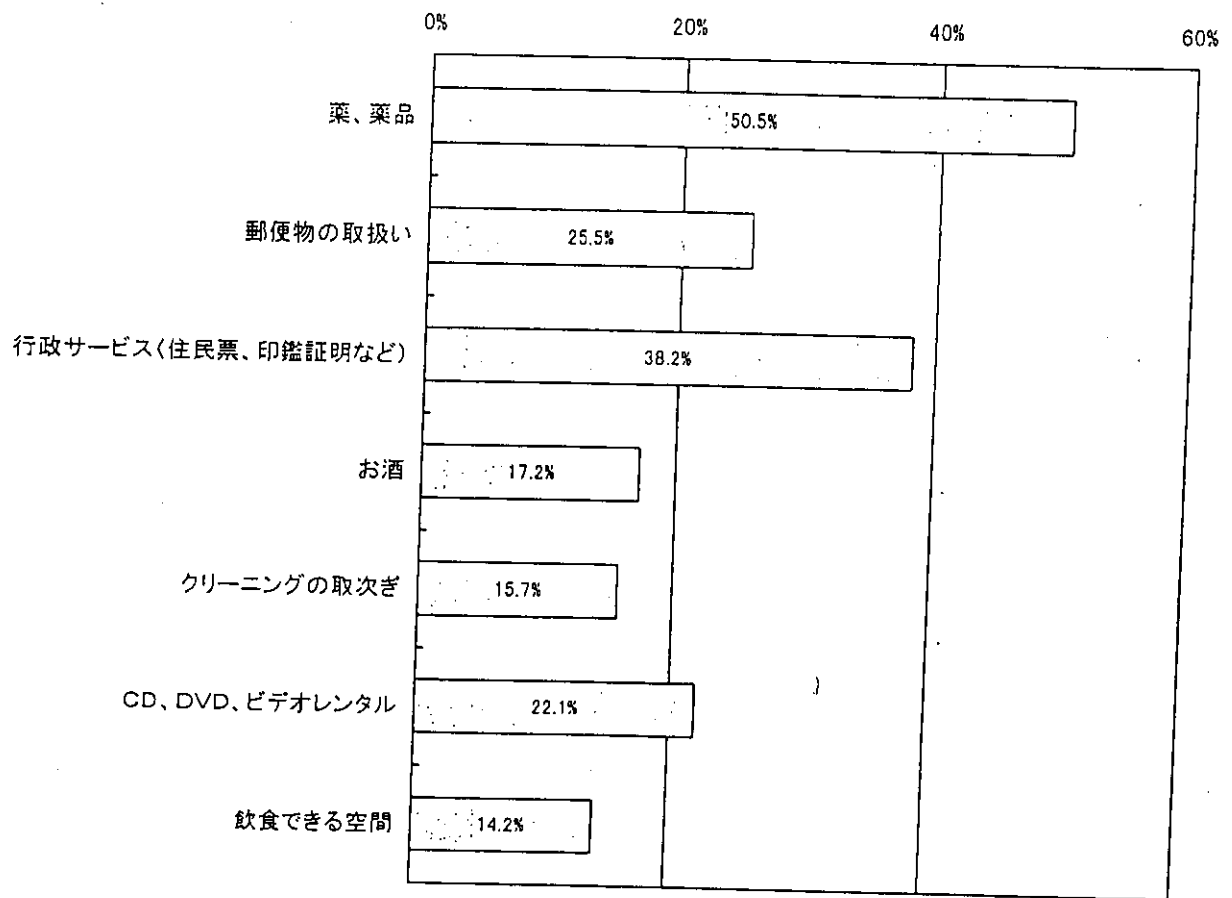
図表 コンビニエンスストアの24時間(深夜)営業に対する意識 (N=204)



深夜のコンビニエンスストアで扱って欲しい商品やサービス

深夜のコンビニエンスストアで扱って欲しい商品やサービスの調査結果は以下のとおりである。
概ねインターネットアンケートと同様の結果となったが、相対的に数値が低めとなっている。

図表 深夜のコンビニエンスストアで扱って欲しい商品やサービス (N=204)



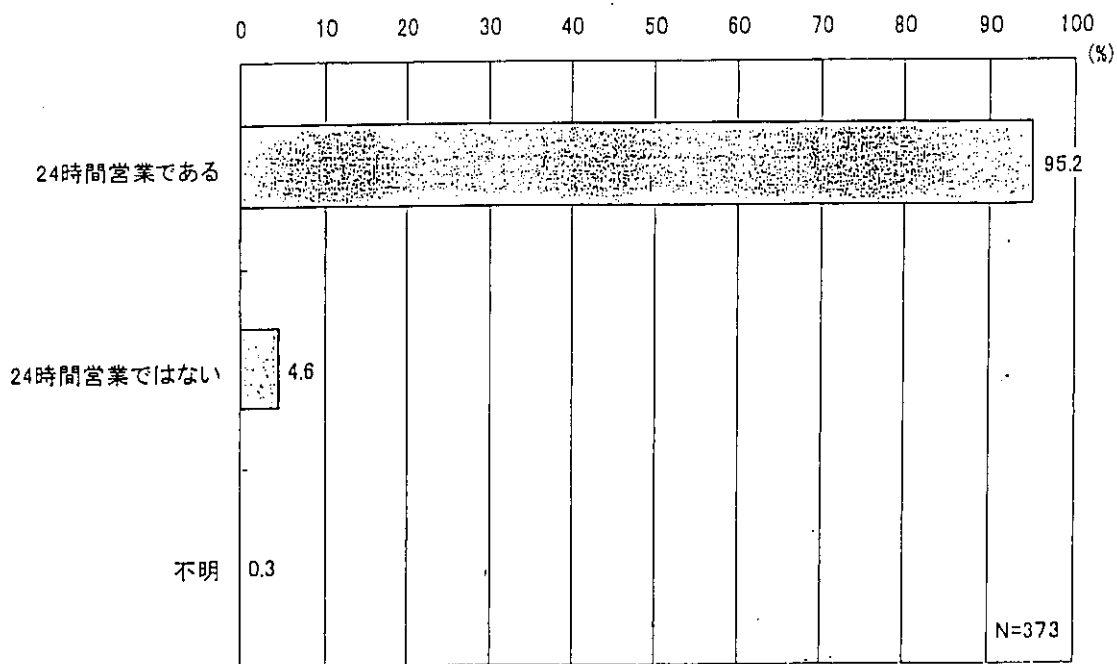
調査③

- ・ 時期・方法: 8/上旬～8/下旬 アンケート調査(サンプル数373)
- ・ 対象: JFA 会員社13チェーン加盟店店主

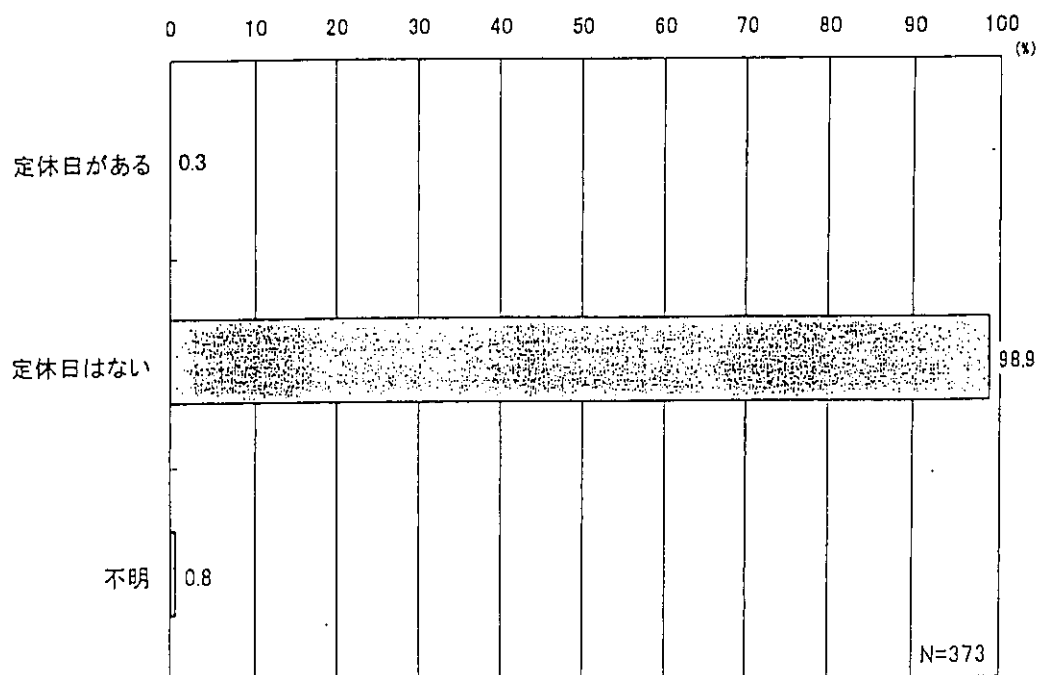
24時間・年中無休営業の実施状況

今回調査対象となった加盟店における24時間・年中無休営業の状況を見ると、「24時間営業店」95.2%、「年中無休営業」が98.9%を占めている。

図表 営業時間の状況



図表 定休日の有無



深夜営業の売り上げへの貢献度

時間帯別にみた顧客の特徴

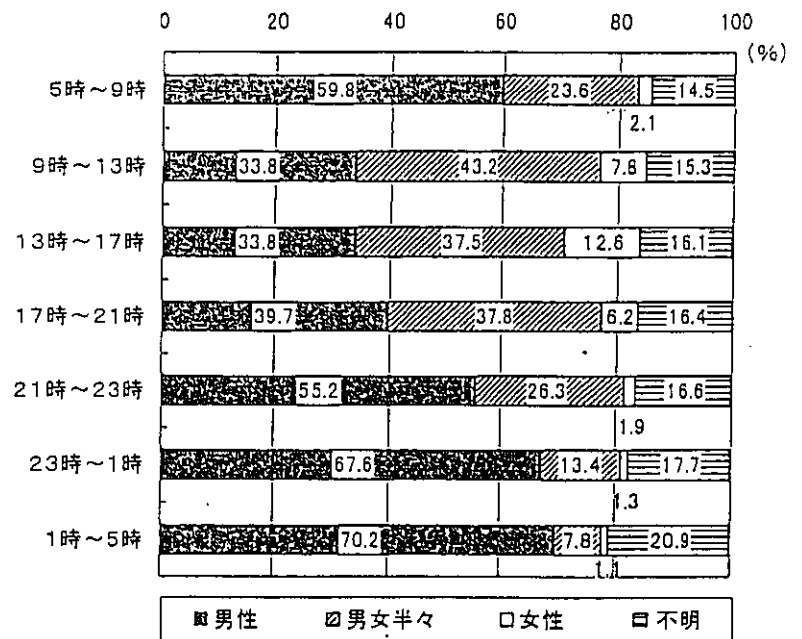
加盟店全体の1日の平均客数は876.7人、うち深夜時間帯の客数は23時～1時で63.3人、1時～5時で43.6人、合わせて106.9人であり、1日全体の客数の12.2%を占めている。

深夜時間帯の顧客層は、20代、30代の男性が中心となっている。

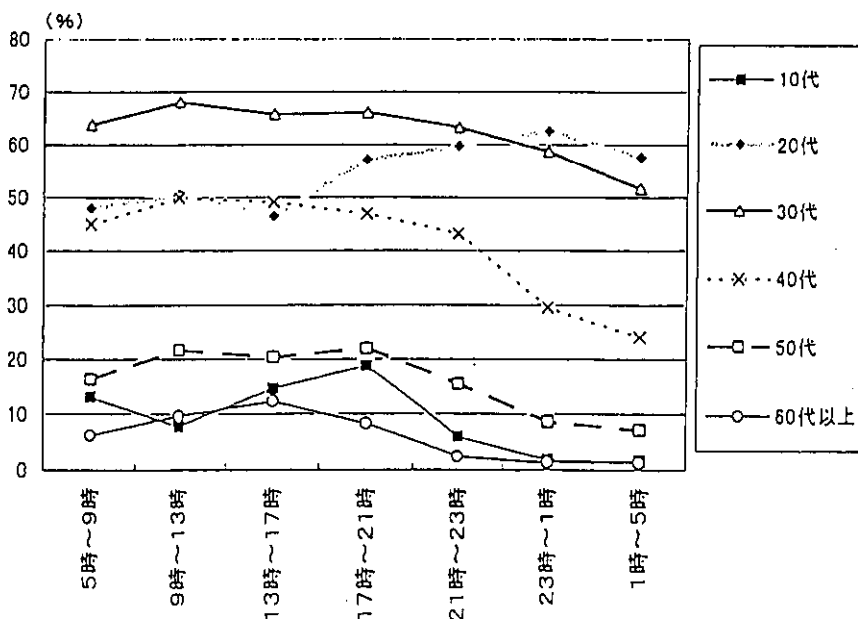
図表 時間帯別平均客数

営業時間	平均客数(人)	構成比
5時～9時	157.6	18.0%
9時～13時	189.5	21.6%
13時～17時	143.5	16.4%
17時～21時	182.4	20.8%
21時～23時	96.7	11.0%
23時～1時	63.3	7.2%
1時～5時	43.6	5.0%
1日全体	876.7	100.0%

図表 時間帯別にみた主要顧客の性別



図表 時間帯別にみた主要顧客の年齢層 (複数回答)



感謝の意の内容としては、「いつでも買い物ができる」という利便性に関するものが、タクシーの運転手や高齢の利用客を中心に多くあげられている。その他、「家族が病気になったときに、氷や熱を冷やすシートが店にあった」など緊急時におけるもの、あるいは「明かりがあって安心」といった防犯に関するものも見受けられている。なお、防犯に関しては、交通事故など「実際に事故が起きたときに対応窓口となった」、あるいは、「女性が逃げ込む場として役立った」といったケースもみられている。

図表 深夜営業に対して近隣から感謝された内容（回答を一部抜粋）

項目	回答内容
早朝・深夜の買い物	早朝出勤の人から御礼
	24時間営業なので朝早くても夜遅くても買い物ができる
	帰りの遅い人から深夜にいても品物がきちんとあるので感謝された
	高齢者に朝早くやっていると褒められる
	深夜まで働いている人に、帰りに寄れる店が近くなって便利と感謝
	早朝(3時～5時)では釣り客やおばあさんに助かるといわれる。
	夜遅くに開いていて助かる(タクシードライバーなど)
	夜しか買い物が出来ないお客様より感謝
家族の急病時	急病の子供のことで病院を聞かれたり、薬を求められたり
	怪我のとき、応急的なガーゼ、ばんそうこうが置いてあってよかった
	子供が夜間に発熱、熱さまシートが買えた
	子供の発熱のときに氷があった
	風邪薬を買いに来たお客様に、風邪薬は販売していないため、当店の常備薬を差し上げたところ感謝された
緊急時の買い物	緊急の来客の時に品物が揃っていた。
	身内に不幸があり親類に出す食料が買えた
	急な来客、商品の買い忘れ等に役立った。
他の店が近くにないの	子供が学校で必要なものがあつたが、夜に気が付いてコンビニで購入できた
	田舎に立地しているの、一般の食料品店が8時～9時に閉店してしまうので、利便性があると感謝されている。
公共料金支払	近くにスーパーがないため、深夜に歩いて買い物出来ることや、ちょっとした買い物に便利
酒・たばこ	公共料金の支払が遅い時間でもできるので便利
安心感	酒、たばこの自販機がとまってからでも購入できる
	明かりがあって安心
	以前は電車を降りると暗くて夜が怖かったが、今は24時間明るくいつも誰かが店にいるので安心
	駅前なので夜遅く子供を迎えにくるのに、待ち合わせ場所として子供を安心して待たせていられる
	早朝暗い中で散歩をするとき、明るくなって安心(お年寄りより)
	始発電車待ちで女性は特に安心して時間を過ごせる
	明るくなって痴漢がでなくなった
	幹線道路から少しはずれているため、深夜は車の交通量が少ないので、暗くて防犯上イメージが悪かったのが、コンビニをはじめから近隣のかたに喜ばれた。
周辺が明るくなり、雰囲気よくなった。	
事件解決に協力	商店街が明るくなった
	女性の客が拉致されそうになり200m位逃げて当店があつたので駆け込んで警察に通報
	深夜引ったくり等の犯罪があつたとき、被害者の協力ができたこと
	不審者に後をつけられた若い女性が店に逃げ込んできて保護。
	痴呆老人の保護
	家出少女の捜査協力
	ケンカの仲裁
	修学旅行で来た小学生が夜中道にまよつたので保護。
近くで交通事故があつた時、通報、ケガ人の応急手当、連絡等すみやかにできたこと	
その他サービス	迷子のお子さんを助けたこと、痴呆症のお客様を自宅まで送つた事
	トイレ貸出
	道案内
	近所の道路の掃除で感謝された
	終電で乗り過ぎた人が徒歩(30キロ)で帰ろうとした人を自分が車で隣町まで送ってあげ、感謝された。(1:30頃)

平成15年10月8日

安全上特に問題があるかどうかを評価する上で必要な視点

薬剤師 武政文彦

■安全性評価の項目

1. 医薬品の物性（薬理作用、毒性、アレルギー起因、重篤な副作用、吸収排泄など）
2. 製品としての物性（保管条件、有効期限など薬剤の安定性に関して注意を要すること）
3. 生理活性物質としての性質（併用薬、相互作用、禁忌症、服用時点などヒト対薬物、薬物対薬物で注意を要すること）
4. 製品形態・販売方法（包装量、表示、添付文書の内容、1回の販売個数、販売対象者の年齢制限など）

■使用者の行為としてどんなリスクが起こりうるか？

- 過量服用（自己判断での増量服用、自殺目的での服用など）
- 誤飲（小児かぜシロップ剤の全量服用など）
- 適応外使用（腹痛に頭痛薬を使用した、こどもに大人用の薬を半分のませた、適切な使用期間を超えた服用など）
- 適用部位以外への使用（水虫薬の液剤を目にさした など）

■ システムとしての安全性が確保されているか？

- フールプルーフ fool proof
 - ◇ 不適切な製品が生活者に渡らない工夫
 - 例 製品の限定、包装量の限定
- フェイルセイフ fail safe
 - ◇ 仮にミスが発生しても大事故に至らないための工夫
 - 例 24時間電話相談（米国各州の Poison control center や英国の NHS Direct などのように）
- 行政による販売店への薬事監視