

# コンビニ、スーパーと生活衛生関係営業の「強み」と「弱み」

地域で身近な業種	コンビニエンスストア 	スーパーマーケット 	生活衛生関係営業 	(参考) その他の主な地域で身近な業種 																																																												
<b>事業所数</b>	(経済産業省「平成19年商業統計」) <b>44千店</b> 4.1店 1中学校区あたり	(経済産業省「平成19年商業統計」) <b>56千店</b> 5.2店 1中学校区あたり	総務省「平成21年経済センサス」 <b>1,146千店</b> (うち 飲食店596千店 喫茶店77千店) <b>105.5店</b> 1中学校区あたり (うち 飲食店54.9店 喫茶店7.1店)	<table border="1"> <tr> <th>種別</th> <th>事業所数</th> <th>1中学校区あたり</th> </tr> <tr> <td>商店街</td> <td>13千箇所</td> <td>1.2箇所</td> </tr> </table>	種別	事業所数	1中学校区あたり	商店街	13千箇所	1.2箇所																																																						
種別	事業所数	1中学校区あたり																																																														
商店街	13千箇所	1.2箇所																																																														
<b>従業者数</b>	(経済産業省「平成19年商業統計」) <b>649千人</b>	(経済産業省「平成19年商業統計」) <b>436千人</b>	総務省「平成21年経済センサス」 <b>6,667千人</b> (うち 飲食店4,070千人 喫茶店351千人)	<table border="1"> <tr> <td>飲食店</td> <td>596千店</td> <td>54.9店</td> </tr> <tr> <td>美容業</td> <td>176千店</td> <td>16.2店</td> </tr> <tr> <td>理容業</td> <td>112千店</td> <td>10.3店</td> </tr> <tr> <td>喫茶店</td> <td>77千店</td> <td>7.1店</td> </tr> <tr> <td>クリーニング業</td> <td>73千店</td> <td>6.7店</td> </tr> <tr> <td>菓子・パン小売業</td> <td>71千店</td> <td>6.5店</td> </tr> <tr> <td>婦人・子供服小売業</td> <td>71千店</td> <td>6.5店</td> </tr> <tr> <td>不動産代理業・仲介業</td> <td>55千店</td> <td>5.1店</td> </tr> <tr> <td>酒小売業</td> <td>52千店</td> <td>4.8店</td> </tr> <tr> <td>野菜・果実小売業</td> <td>26千店</td> <td>2.4店</td> </tr> <tr> <td>花・植木小売業</td> <td>25千店</td> <td>2.3店</td> </tr> <tr> <td>男子服小売業</td> <td>22千店</td> <td>2.0店</td> </tr> <tr> <td>鮮魚小売業</td> <td>21千店</td> <td>1.9店</td> </tr> <tr> <td>食肉販売業</td> <td>21千店</td> <td>1.9店</td> </tr> <tr> <td>米穀類小売業</td> <td>17千店</td> <td>1.6店</td> </tr> <tr> <td>自転車小売業</td> <td>15千店</td> <td>1.4店</td> </tr> <tr> <td>ドラッグストア</td> <td>12千店</td> <td>1.1店</td> </tr> <tr> <td>牛乳小売業</td> <td>9千店</td> <td>0.8店</td> </tr> <tr> <td>豆腐等小売業</td> <td>9千店</td> <td>0.8店</td> </tr> <tr> <td>一般公衆浴場</td> <td>4千店</td> <td>0.4店</td> </tr> </table>	飲食店	596千店	54.9店	美容業	176千店	16.2店	理容業	112千店	10.3店	喫茶店	77千店	7.1店	クリーニング業	73千店	6.7店	菓子・パン小売業	71千店	6.5店	婦人・子供服小売業	71千店	6.5店	不動産代理業・仲介業	55千店	5.1店	酒小売業	52千店	4.8店	野菜・果実小売業	26千店	2.4店	花・植木小売業	25千店	2.3店	男子服小売業	22千店	2.0店	鮮魚小売業	21千店	1.9店	食肉販売業	21千店	1.9店	米穀類小売業	17千店	1.6店	自転車小売業	15千店	1.4店	ドラッグストア	12千店	1.1店	牛乳小売業	9千店	0.8店	豆腐等小売業	9千店	0.8店	一般公衆浴場	4千店	0.4店
飲食店	596千店	54.9店																																																														
美容業	176千店	16.2店																																																														
理容業	112千店	10.3店																																																														
喫茶店	77千店	7.1店																																																														
クリーニング業	73千店	6.7店																																																														
菓子・パン小売業	71千店	6.5店																																																														
婦人・子供服小売業	71千店	6.5店																																																														
不動産代理業・仲介業	55千店	5.1店																																																														
酒小売業	52千店	4.8店																																																														
野菜・果実小売業	26千店	2.4店																																																														
花・植木小売業	25千店	2.3店																																																														
男子服小売業	22千店	2.0店																																																														
鮮魚小売業	21千店	1.9店																																																														
食肉販売業	21千店	1.9店																																																														
米穀類小売業	17千店	1.6店																																																														
自転車小売業	15千店	1.4店																																																														
ドラッグストア	12千店	1.1店																																																														
牛乳小売業	9千店	0.8店																																																														
豆腐等小売業	9千店	0.8店																																																														
一般公衆浴場	4千店	0.4店																																																														
<b>経営特質 (強み)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 年中無休24時間営業</li> <li>■ 高利便性(高立地)、高機能性</li> <li>■ チェーン本部による指導・企画商品</li> <li>■ 売れ筋情報に基づく厳選した品揃え、定価販売</li> <li>■ 20~40代男性、中食(おにぎり・弁当)に強み</li> <li>■ 高いブランドイメージとFC(フランチャイズ)方式による集中的出店</li> <li>■ 食品や日用品・雑誌を主体、生鮮食品は限定的、金融(ATM・公共料金)・チケットサービス</li> <li>■ 廉価均一販売を行う新形態の店舗開発</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 住宅地の駅前等に立地</li> <li>■ 豊富な品揃え(生鮮食品(鮮魚・精肉)や日用品といった消費財から、衣料品・家電まで)</li> <li>■ チラシ特売</li> <li>■ 中食(惣菜)に強み</li> <li>■ 独自商品(PB(プライベートブランド))の開発・販売</li> <li>■ 大量仕入れによる調達・物流コスト削減と低価格商品提供</li> <li>■ 深夜営業やネットスーパーを行う新形態の店舗開発</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 住宅街近くの商店街等に立地</li> <li>■ 地域密着型営業</li> <li>■ 対面販売・顔なじみ</li> <li>■ 長年築いた厚い顧客基盤</li> <li>■ 主婦・シニア層に強み</li> <li>■ 独自の手間(技術)とこだわり</li> <li>■ 高付加価値商品の提供</li> <li>■ 適量・小分けでの販売</li> <li>■ 高い品質(サービス)、鮮度が良い</li> </ul>																																																													
<b>経営課題 (弱み)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 寡占化(M&amp;Aによる再編)、飽和化</li> <li>■ 主婦・シニア層の支持が弱い</li> <li>■ 少子高齢化への対応</li> <li>■ 業態を越えた競争が激化</li> <li>■ 健康志向(高カロリー弁当への懸念)</li> <li>■ 客単価の低下傾向</li> <li>■ 多様化する顧客のライフスタイル</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 直営方式が多いため、投資コストの低減が課題</li> <li>■ 立地条件の良いコンビニエンスストアとの競合</li> <li>■ 専門店の台頭、ネットとの競合</li> <li>■ 衣料品の低迷</li> <li>■ 安売り競争(客単価の下落)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 大規模チェーン店などの出店攻勢による競争激化</li> <li>■ 零細な個人(家族)経営</li> <li>■ 営業者の高齢化、後継者確保難</li> <li>■ 市場の成熟</li> <li>■ 顧客の低価格志向の拡がり</li> <li>■ 営業時間が限られている(深夜営業への対応が難しい)</li> </ul>																																																													