

コンビニの品揃えからみる地域特性

— 由利本荘市での調査を事例として —

システム科学技術学部 経営システム工学科
 1年 牛山 祐樹
 1年 櫻井 航士
 1年 佐藤 駿太郎
 1年 山村 陽大

指導教員 システム科学技術学部 経営システム工学科
 准教授 嶋崎 真仁

1. 研究背景と目的

コンビニエンスストア(以下、コンビニ)は全国に数多くの店舗が展開されているが、同じ系列のコンビニでも、店舗ごとに陳列されている商品や配置が異なることに疑問を持ち、商品の種類や陳列方法にどのような意図があるのかに筆者らは興味を持った。

そこで、筆者らが生活している由利本荘市本荘地区にある同系列のコンビニ7店舗を対象に、周辺環境と商品の品揃えを調査し、その違いから地域特性の考察を試みるものである。

2. 研究方法

本研究では、コンビニに陳列されているコールドリンク、ホットドリンク、地酒を対象とする。それぞれの陳列棚に置かれた商品名、製造会社名、容量、値段、棚割り、周辺の立地の特徴などを実地調査する。得られたデータに数量化Ⅲ類(菅[2])を適用し、陳列商品の特徴を店舗ごとに調べる。

調査は、2021年の10月から12月にかけて実施した。調査にご協力していただいたお店はローソンの次の7店舗である(図1)；

本荘川口店、本荘薬師堂店、
 由利本荘表尾崎町店、由利本荘鶴沼店、
 由利本荘花畑町1丁目店、本荘石脇店、
 本荘マリーナ店。

調査計画は野田[4]を参考に店舗の外観や棚

の配置を調査し、ターゲットとなる棚の大きさや容量を把握し、次に詳細となる棚の中にあるドリンク類をメモした。さらに、各店舗の調査を進める中でドリンクの種類を名寄せし、解析しやすいようにデータを整理した。



図1. 調査対象店舗の位置関係

3. 分析方法

店舗ごとの商品の有無を1と0の表記に変換し、そのデータをHAD[3]を用いて数量化Ⅲ類の分析を行う。その際、変数を店舗、回答者を商品とした。数量化Ⅲ類を用いるにあたり、因子数を決定するために各因子の固有値をグラフ

化したスクリープロットを作成する。

コールドドリンク、ホットドリンク、地酒のそれぞれについてスクリープロットを作成した結果、全て因子数は2となった。

4. 分析結果

4.1 ホットドリンク

ホットドリンクを対象に数量化Ⅲ類で分類した結果を図2に示す。

図2から、「おしるこ」や「甘酒」が石脇店と鶴沼店にのみ販売されていることが読み取れる。

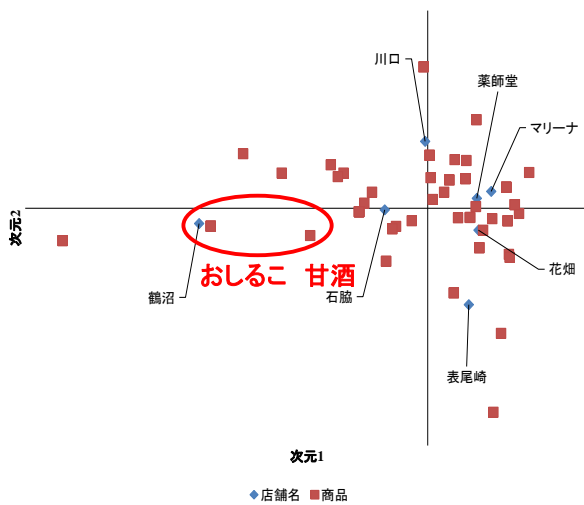


図2. ホットドリンクと店舗との関係

鶴沼店の背後には住宅地が広がっており、大学から距離があることから、利用客の大半は社会人や高齢者だと推測される。また、石脇店は新潟市から青森市までを繋ぐ国道7号線に隣接し、大型車両用の広い駐車場も備えている(本荘マリナー店も国道7号線沿いにあるが、大型車両用の駐車場はない)。これらのことから、鶴沼店と石脇店の利用客の年齢層は比較的高く、高齢者や長距離ドライバーをターゲットとして、おしるこや甘酒を置いているものと考えられる。

一方川口、表尾崎、花畑一丁目といった店舗は商品の種類が異なるものの、内容はコーヒーやお茶等、類似した商品が多い。立地や周辺環境ではなく、オーナーの意向で商品構成されているものと考えられる。

3.2 地酒

地酒を対象に数量化Ⅲ類で分類した結果を図3に示す。

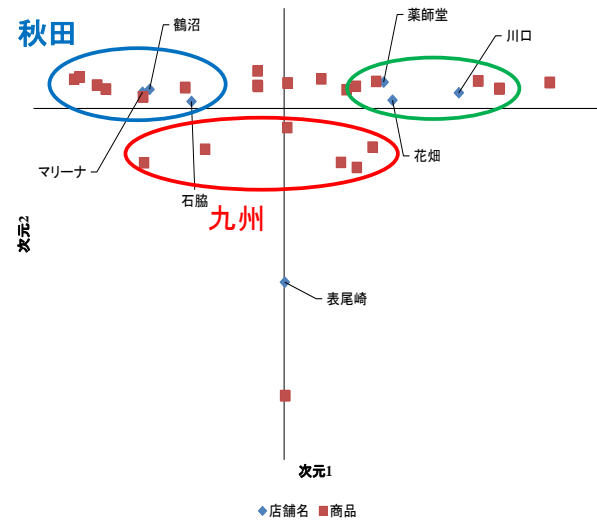


図3. 地酒と店舗との関係

図3を作った元データを見ると、花畑1丁目店と川口店の周辺は、駅前であったり、大学通りの入り口であったりして、比較的人通りが多いため、取り扱っている商品が多いことが判る。

表尾崎店は九州の地酒を多く取り扱っている。近所には由利本荘市役所がある。

国道7号線沿いに位置する石脇店、マリナー店は他店よりも秋田の地酒を多く取り扱っている。これは県外からの顧客が多く立ち寄るためと考えられる。

薬師堂店は他店よりも取り扱っている商品が少ない。市街地から離れた場所にあるため、どの店舗にも置いてある需要が高い商品だけに絞って取り扱っていると考えられる。

秋田産の地酒は図3の原点付近に多く布置されていることから、どの店舗でも扱っており、地産地消の取り組みが進められていると考えられる。

図3を青、緑、黄色に示す領域にゾーニングして、その各店舗を囲む(図4)。すると、県外の人も多く利用する国道7号線周辺の各店舗には秋田の地酒が多く、主に地元に住む人が利用する国道105号、108号線沿いに秋田県外の銘柄が多いことから、顧客の出身地と地酒の産地をずらす狙いがあると考えられる。また、表

尾崎店とその周辺の位置関係を図5に示す。市役所に隣接したこの場所で、図3によればユニークな品ぞろえをしていることが読み取れる。



図4. 地酒配置傾向の地理的状況



図5. ローソン表尾崎店
(赤のカコミは由利本荘市役所)

3.3 コールドドリンク

コールドドリンクを対象に数量化Ⅲ類で分類した結果を図6に示す。

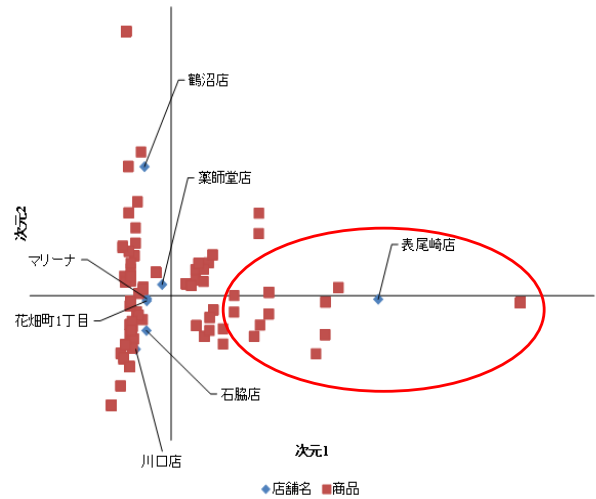


図6. コールドドリンクと店舗との関係

コールドドリンクは6店舗で合わせて240種類以上が取り扱われていたが、そのほとんどが複数の店舗に共通して置かれている商品であり、花畑町1丁目店、川口店、薬師堂店、石脇店、マリーナ店の取り扱っている商品が似た傾向にあり、鶴沼店、表尾崎店はそれと異なる特徴があるという結果が得られた。

表尾崎店は他の店舗に比べて、午後の紅茶やエナジードリンクの種類が豊富であり、他店よりも1種類当たりの本数が少ない。周辺には市役所、小学校、文化交流館などがあり、より多様なニーズをカバーしているものと考えられる。

鶴沼店は全体的な商品傾向は他の店舗と大差ないが、炭酸飲料の割合が高い。

5. まとめ

ホットドリンク、コールドドリンク、地酒の3つの品揃えを調査した結果、需要の高い商品が共通して各店舗で販売されており、それ以外の商品においては各店舗で商品陳列に特徴がみられた。

なかでも表尾崎店は他の6店舗と異なる商品構成であることがわかった。表尾崎店は市の中心部に位置しており、他店舗との距離はさほど遠くないため、地域的・立地的な違いの可能性は低く、オーナーの裁量によって陳列商品が選択されているのではないかと推察された。

6. 今後の課題

今後の課題として、由利本荘市内だけでなく、他県の市町村で同様の調査を行うことが考えられる。このためには、人口や考えられる要因の条件に近い都市を対象とすることで、より明確な地域差による違いが分かると考えられる。

7. 学会発表と質疑応答

ここまでの研究結果をまとめ、学会の研究会にて本研究を発表した(牛山ほか[1], 写真2)。発表自体における質疑応答はなかった。地域に関する考察が住民でなければ理解しづらかった可能性がある。

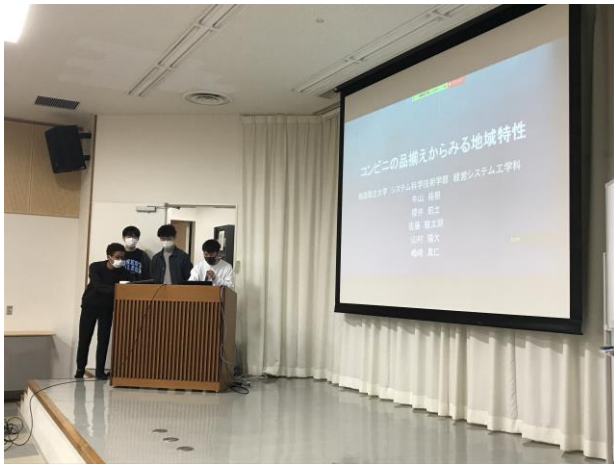


写真1. 学会での発表の様子

参考文献

- [1] 牛山祐樹, 櫻井航士, 佐藤駿太郎, 山村陽大, 嶋崎真仁: コンビニの品揃えからみる地域特性— 由利本荘市での調査を事例として—, 社会情報学会東北支部・日本設備管理学会東北支部合同研究発表会抄録集, 2022, pp. 17-18.
- [2] 菅民郎: 例題と Excel 演習で学ぶ多変量解析 因子分析・コレスポンデンス分析・クラスター分析編, オーム社, 2017.
- [3] 清水裕士: “フリーの統計分析ソフト HAD: 機能の紹介と統計学習・教育, 研究実践における利用方法の提案,” メディア・情報・コミュニケーション研究, 1, pp. 59-73, 2016.
- [4] 野田芳成: 地域 1 番店になる! 「競合店調

査」の上手なすすめ方, 同文館出版, 2009.