

## 研究結果報告書

### コンビニ利用客の行動に関する日韓比較研究

所属：東西大学（韓国）

役職：教授

氏名：鄭守源

日本のコンビニエンスストア（CVS）は、1970年代に本格的なチェーン化が始まって以降、多くのフランチャイザーによって多店舗展開による拡大路線を続け、現在では消費者に根付いた地域の生活インフラとしての役割を担う様になった。しかしながら、業界全体の成長速度は年々鈍化し業界の寡占化が示すように、一部のフランチャイズでは、出店や新商品の開発、各種サービス提供など、差別化と利便性向上のため企業間での経営体力に差が生じてきている。

一方、韓国のコンビニエンスストアの状況は、どの様なものか概観すると、次の様なことが言える。韓国のコンビニエンスストアの店舗数は2007年に1万店舗の時代に突入してからは、10年後の2017年には3万7,539店に増加し、「コンビニ王国」と呼ばれるようになった。韓国のコンビニエンスストアは、かつて「ファミリーマート」であったが、その後資本独立した「CU」、LGの系列企業である「GS25」、「セブンイレブン」の3社が、コンビニエンスストア業界をリードしていた。だが近年は大手企業である、サムスン系列の「e-マート24」が業界に参入したことにより、コンビニエンスストア間の競争はさらに激化すると考えられる。韓国のコンビニエンスストアの経営における問題点は、コンビニエンスストアの新規出店による店舗数の増加や、競合コンビニエンスストアの近隣出店のため売上が以前より低下していることである。この様な状況から、将来的には韓国のコンビニエンスストアにおいても、日本のコンビニエンスストア業界と同様に、過当競争による競争の激化による店舗の倒産が増加することが考えられるのである。新規出店による競争が激化する日本のコンビニエンスストアの経営と韓国のコンビニエンスストアの経営を比較し分析した結果、日本と韓国のコンビニエンスストアでは、一見すると共通する点がありながらも、両国には異なる点もあることが明らかになった。まず最初に、日本のコンビニエンスストアの来客者数が最も多い時間帯は、午後3時から午後7時までが最も多いのが特徴である。一方、韓国では夜7時から夜11時までが最も多いことが判明した。また日本の消費者は、販売する商品の多様性に充足する傾向があるが、韓国の消費者はコンビニエンスストアが、消費者の現在地から、近い所にあることが最も重要なことであった。日本と韓国の消費者の観点から見たコンビニエンスストアの問題点は、双方に共に商品価格の価格設定がやや高めだという点であった。

韓国では、2018年からの最低賃金の引上げによってコンビニエンスストア経営がさらに厳しくなっている。競争が激しいコンビニエンスストア経営で生き残るためには、従業員の勤務時間短と雇用人員の抑制、適切な立地での開店、差別化した商品販売が求められる。

研究成果の公表について

口頭発表（題名・発表者名・会議名・日時・場所等）

コンビニ利用客の行動に関する日・韓比較研究  
鄭守源、韓国日本近代学会、第37回国際学術大会、2018年5月12日、  
韓南大学（韓国）

論文（題名・発表者名・論文掲載誌・掲載時期等）

学会発表済み（2018年度韓国日本近代学会の優秀学術論文に選定される）

2018年度韓国日本近代学会誌に掲載申請中である

書籍（題名・著者名・出版社・発行時期等）