

コンビニの 秘密

—便利で快適な暮らしの裏で—

【資料集】

【作品の構成】

- | | |
|---------------------|----------------------|
| 1. コンビニ誕生 | 7. 加盟店オーナーの苦悩② 佐々木さん |
| 2. コンビニで何を買いますか？ | 8. 一国一城の主？ |
| 3. コンビニ店内 | 9. アルバイトへのしわ寄せ |
| 4. 棄てられる食品 | 10. 加盟店オーナーの願い |
| 5. フランチャイズ契約とは | 11. 過疎地の「コンビニ」から |
| 6. 加盟店オーナーの苦悩① 高橋さん | 12. もし コンビニがなくなったら |

【資料集目次】

数字で見るコンビニ	2	フランチャイズ規制法制定に向けて	10
「コンビニ会計」とは？	4	参考文献・ウェブサイト	11
まだ食べられる食品が捨てられる理由	7		
—食品ロスをなくすための取り組み—			

特定非営利活動法人 アジア太平洋資料センター(PARC)
〒101-0063 東京都千代田区神田淡路町 1-7-11 東洋ビル 3F
TEL.03-5209-3455 FAX.03-5209-3453
E-mail: office@parc-jp.org Web: http://www.parc-jp.org/

(2017年8月7日発行)

数字で見るコンビニ

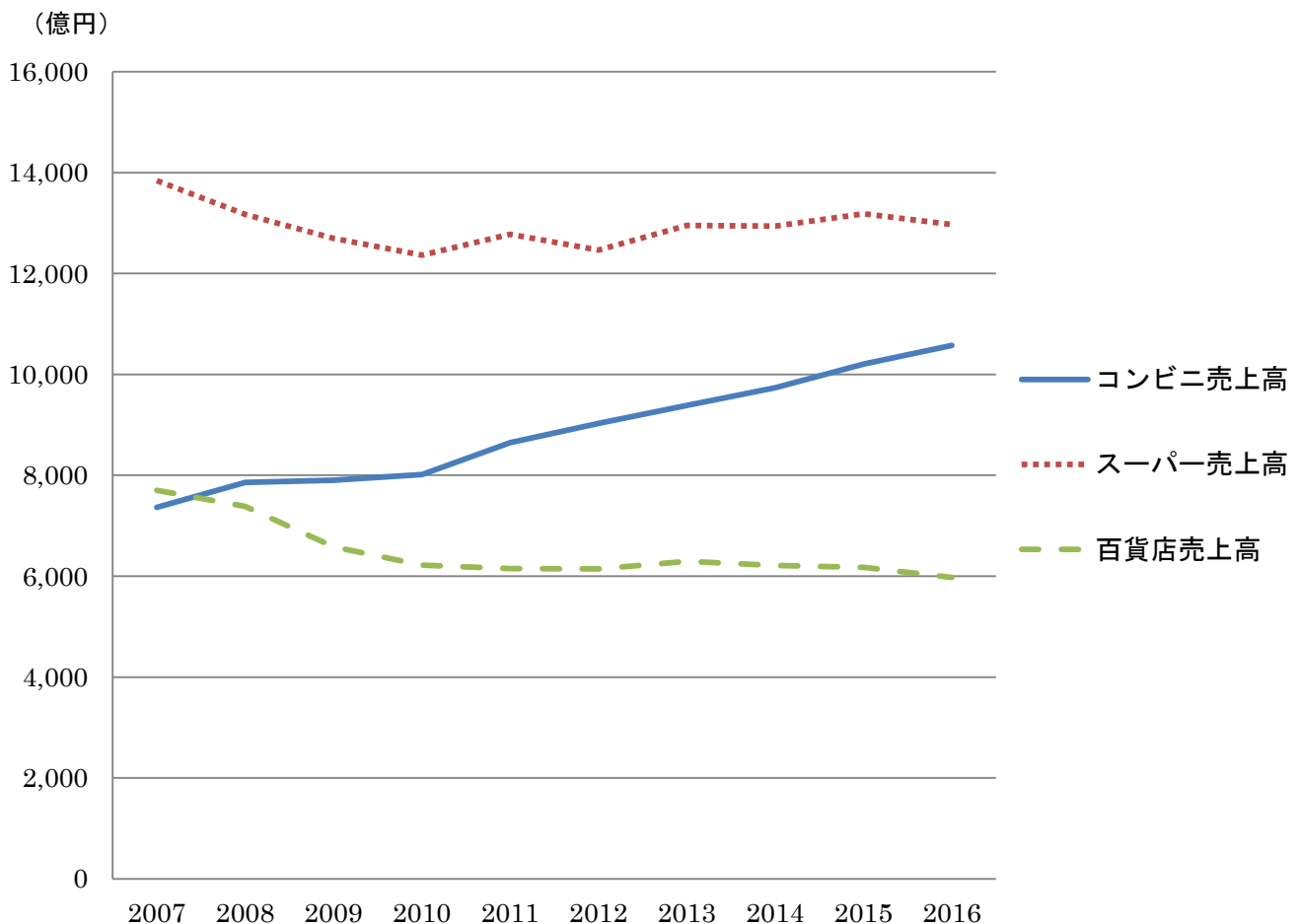
□コンビニエンス・ストア／スーパーマーケット／百貨店の売上高推移

表1 過去10年のコンビニ・スーパー・百貨店の売上高推移

単位：億円

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
コンビニ	7,363	7,857	7,904	8,017	8,646	9,027	9,388	9,735	10,206	10,572
スーパー	13,839	13,170	12,695	12,366	12,778	12,463	12,952	12,938	13,184	12,971
百貨店	7,705	7,381	6,584	6,292	6,152	6,145	6,217	6,212	6,174	5,978

図1 過去10年のコンビニ・スーパー・百貨店の売上高推移



出典：

日本フランチャイズチェーン協会「コンビニエンスストア統計データ」

<http://www.jfa-fc.or.jp/particle/320.html>

日本チェーンストア協会「チェーンストア販売統計」

https://www.jcsa.gr.jp/public/data/2016_kibosui_i_nendo.pdf

日本百貨店協会「全国百貨店売上高概況」

http://www.depart.or.jp/common_department_store_sale/list

□コンビニ店舗数の推移

日本国内の最新のコンビニエンス・ストア店舗数は、「コンビニエンスストア統計調査月報」（以下「CS 統計調査」）から知ることができます。2005 年 1 月度から毎月ごとの統計が発表されており、2017 年 6 月度（2017 年 7 月 20 日付）では、5 万 5026 店が営業中と発表されています。

出典：日本フランチャイズチェーン協会「コンビニエンスストア統計データ」

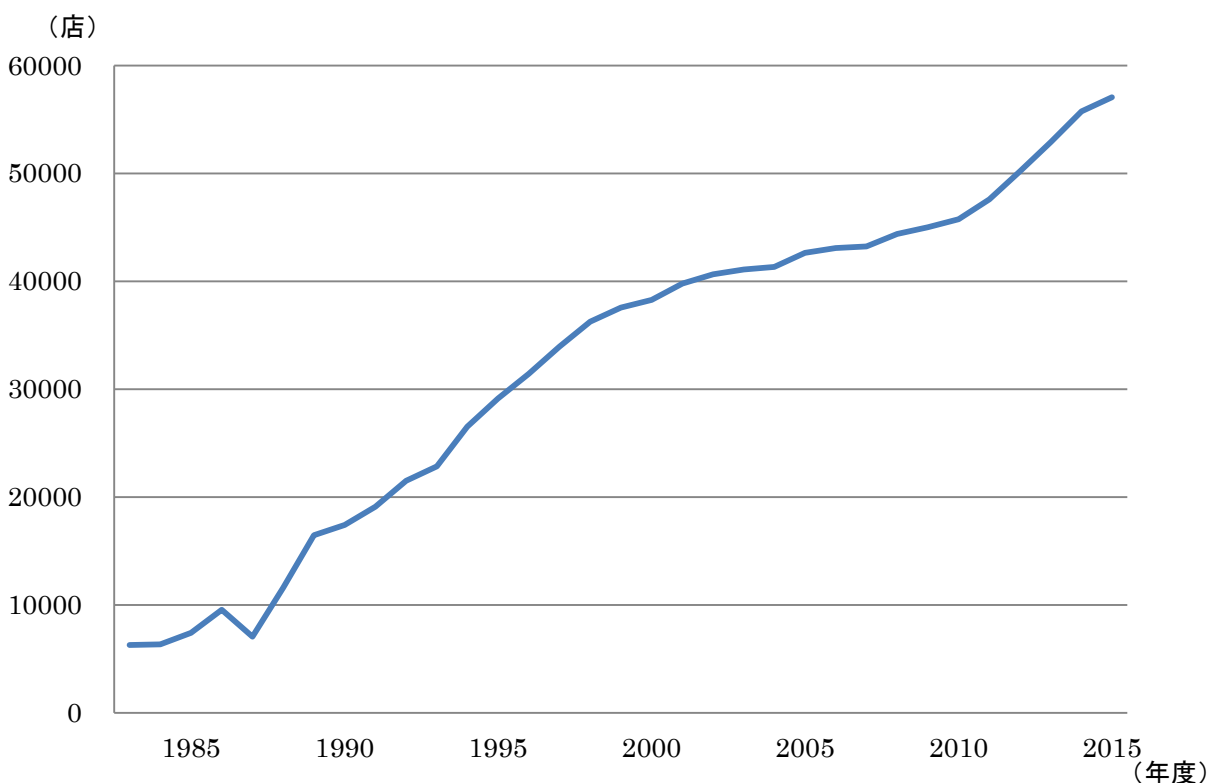
<http://www.jfa-fc.or.jp/particle/320.html>

店舗数について利用可能なもう一つの統計としては、「フランチャイズチェーン統計調査」（以下「FC 統計調査」）があります。こちらは、1983 年から年一回のペースで発表されています。

いずれも日本フランチャイズチェーン協会（JFA）によって発表されているものですが、CS 統計調査が「JFA 正会員のコンビニエンスストアの全般的動向」の公表を目的としているのに対し、FC 統計調査は「日本国内のフランチャイズビジネスの市場規模を把握すること」を目的としており、調査結果として出される数字も異なるものとなっています。

以下では、FC 統計調査の数字に基づき、コンビニ店舗数の推移をグラフ化しています。

図 2 コンビニ店舗数の推移



出典：日本フランチャイズチェーン協会「フランチャイズチェーン統計調査」

<http://www.jfa-fc.or.jp/particle/29.html>

コンビニ大手 3 社の最新店舗数（地域別・全国）は、各社ウェブサイトで調べることができます。

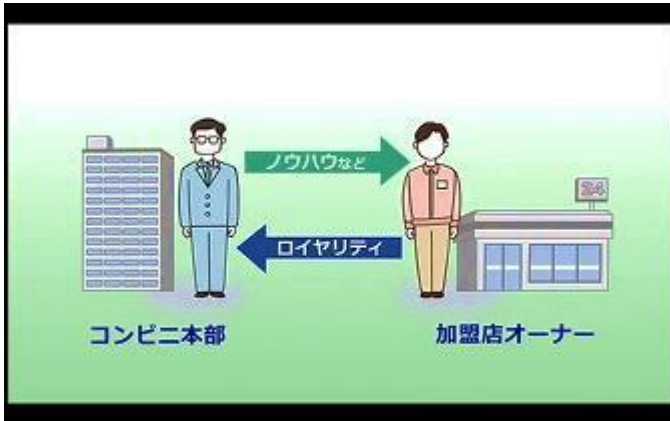
セブン-イレブン <http://www.sej.co.jp/company/tenpo.html>

ローソン <http://www.lawson.co.jp/company/corporate/data/sales/>

ファミリーマート <http://www.family.co.jp/company/familymart/store.html>

「コンビニ会計」とは？

映像本編で解説されるように、約9割のコンビニ店舗は、コンビニ本部とフランチャイズ契約を結んでコンビニ加盟店オーナーとなった個人経営者や中小企業によって経営されています。この契約の中で定められているのが、「コンビニ会計」と呼ばれる特殊な会計方式です。以下では、本編のシミュレーションに即して、コンビニ会計の仕組みを見てみましょう。



加盟店オーナーは契約に基づき、「ロイヤリティ」とよばれる上納金を、コンビニ本部へ納めます。

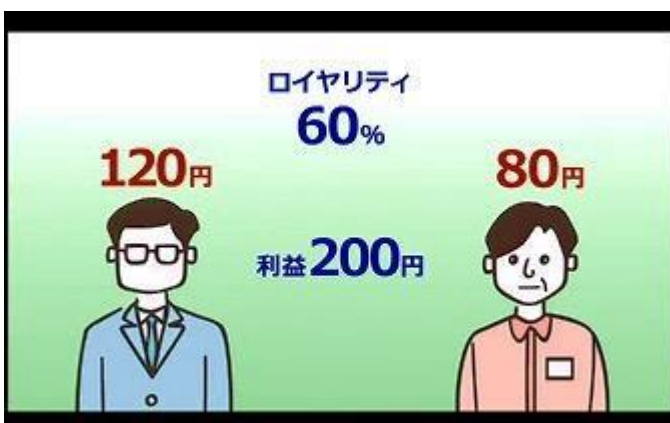
ロイヤリティとは、経営のノウハウを教えられる対価です。

大手コンビニ3社の平均値に近い60%のロイヤリティの場合を計算してみます。



仕入れ値70円のおにぎりを20個仕入れ、1個100円で販売し、16個が売れて、4個が廃棄処分となった場合を考えてみましょう。

売上： $100 \times 16 = 1600$ 円
仕入れ値： $70 \times 20 = 1400$ 円
利益： $1600 - 1400 = 200$ 円



一般的な会計であれば、ロイヤリティ60%の場合の取り分は、

$200 \times 0.6 = 120$ 円

コンビニ本部 120円
オーナー 80円

となります。



ところが、コンビニでは、廃棄処分した商品や万引きなどで紛失した商品は、仕入れ値に含めることができず、オーナーの負担となります。

仕入れ値 70 円で 4 個売れ残った場合、

仕入れ値 : $70 \times 20 = 1400$ 円
廃棄処分 : $70 \times 4 = 280$ 円



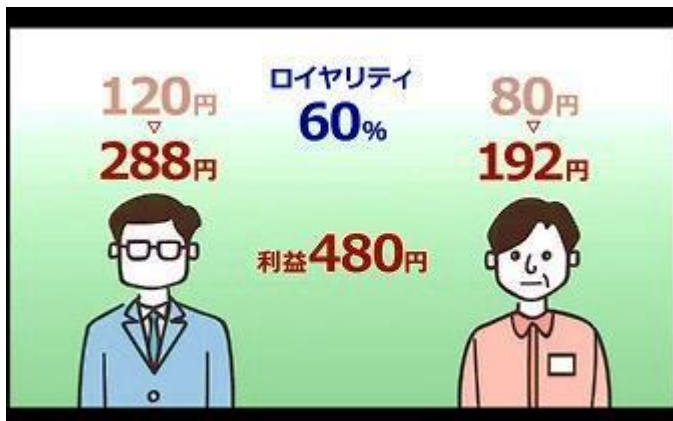
最終的な仕入れ値は、

$1400 - 280 = 1120$ 円

となり、利益は、

$1600 - 1120 = 480$ 円

となります。



ロイヤリティ 60% の場合の取り分は、

コンビニ本部 288 円
オーナー 192 円

になります。

これが、コンビニ業界独自の「コンビニ会計」と呼ばれるものです。一見利益が増えたかのように見えます。



しかし、コンビニ会計では、廃棄されるおにぎりの仕入れ値は、オーナーの負担となります。

廃棄処分品の仕入れ値を利益から引くと、

$192 - 280 = -88$ 円

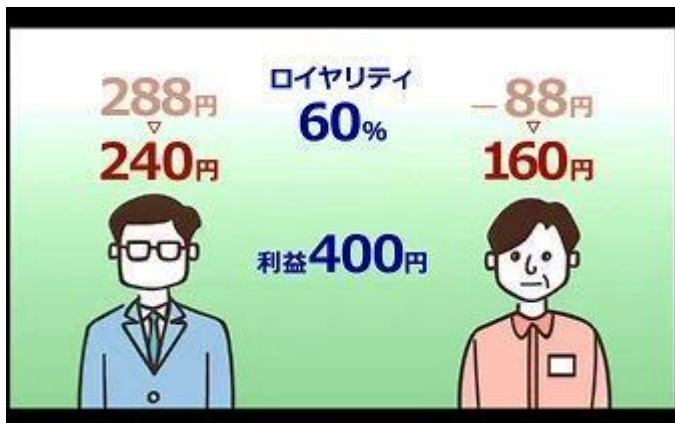
と赤字になるのです。



廃棄する予定だった4個を半額で見切り販売し、すべてを売り切った場合、この計算式は変わってきます。

定価販売： $100 \times 16 = 1600$ 円
 見切り販売： $50 \times 4 = 200$ 円

売上： $1600 + 200 = 1800$ 円
 仕入れ値： $70 \times 20 = 1400$ 円
 利益： $1800 - 1400 = 400$ 円



ロイヤリティが60%の場合のオーナーとコンビニ本部の取り分は、

$400 \times 0.6 = 240$ 円

コンビニ本部 240 円
 オーナー 160 円

となり、本部の利益が48円下がる一方、オーナー側は黒字へ転化します。



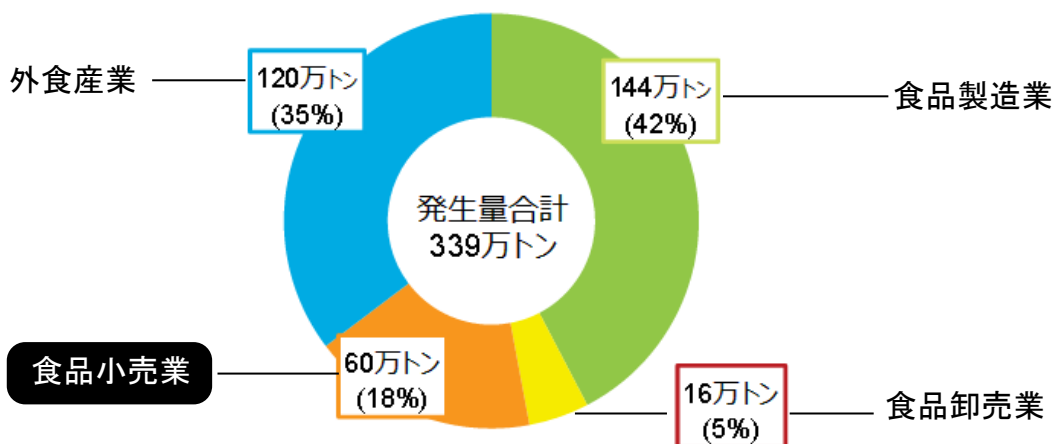
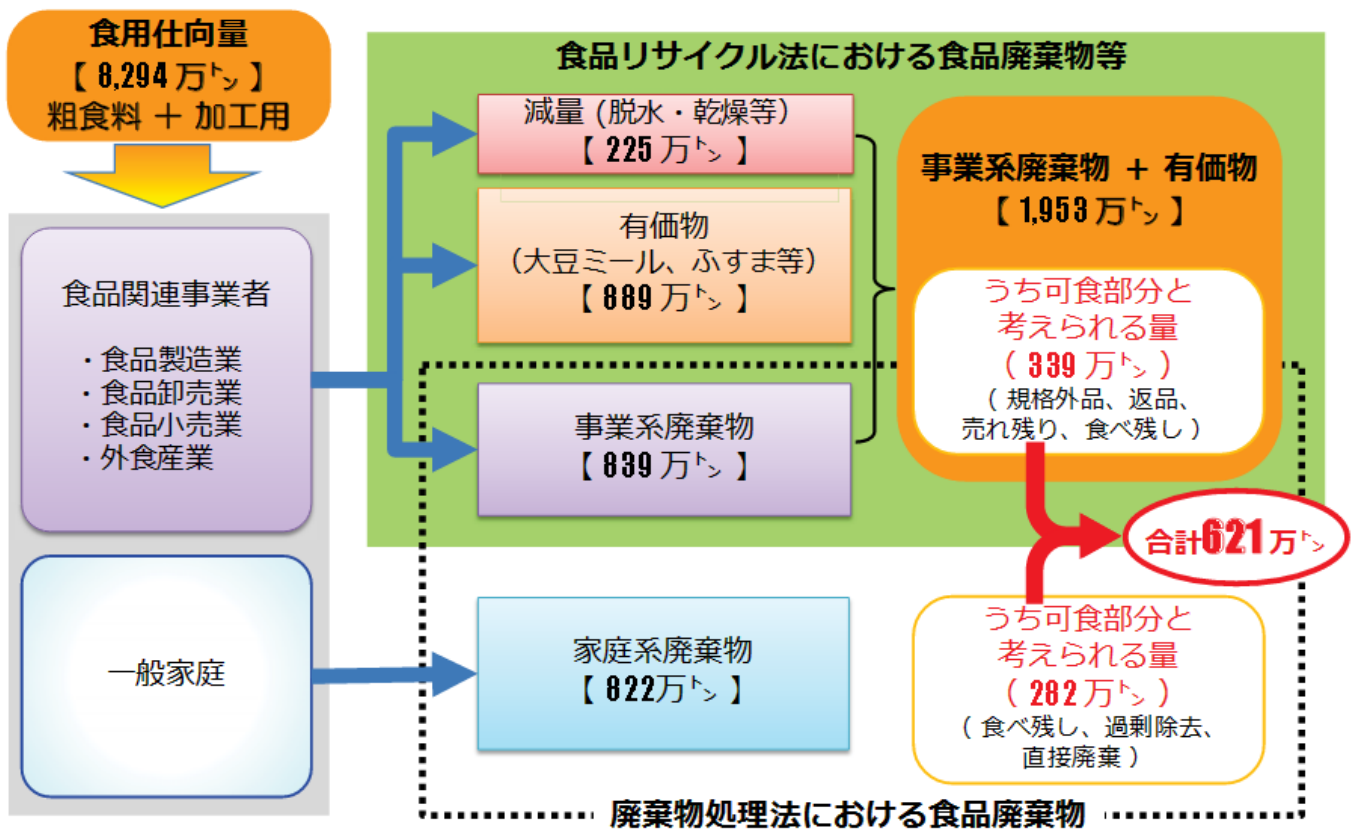
しかし、現実にこのような見切り販売を行っている加盟店は少数にとどまります。

廃棄処分される食品が増えたほうが本部の利益が上がるコンビニ会計は、「食品ロス」の問題とも切り離せないものとなっています（→次ページ参照）。

まだ食べられる食品が棄てられる理由 —食品ロスをなくすための取り組み—

日本国内における年間の食品廃棄量は、食料消費全体の3割にあたる約2775万トン。このうち、売れ残りや消費期限切れの食品、食べ残し、製造工場での余った食品などの「食品ロス」は約621万トンとされています（2014年度）。食品ロスとは、まだ食べられるのに棄てられる食品です。その内訳は家庭内282万トン、食品関連事業者339万トンとなっています。国連世界食糧計画（WFP）によれば世界の食料援助量は年間約320万トン（2015年）ですから、日本ではこの約2倍の量が棄てられていることとなります。

図3 日本の食料廃棄物等の発生量（平成26年度推計）



出典：農林水産省「食品ロスの削減に向けて～食べ物に、もったいないを、もういちど。～」
http://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/attach/pdf/161227_4-24.pdf

図 4 は事業系廃棄物からの食品ロスの発生内訳ですが、コンビニは「食品小売業」に含まれます。食品小売業からの食品ロスは年間約 60 万トンです。コンビニエンス・ストアでは、1 日 1 店舗あたり平均して約 15000 円分の食品ロスが生まれているといえます¹。年間では約 530 万円、重さにすると 4.1 トンにもなります。全国には約 5 万 5000 店のコンビニがありますので、全国で年間に生じる食品ロスは計算上は 22 万 5500 トンとなります。これは食品小売業から出る食品ロスの 3 割強であり、また食品関連事業者が出す食品ロス全体 339 万トンの約 6.7% となります。

本作品で紹介したように、お弁当やおにぎりなどに使われるご飯などは、商品化されコンビニに納品される前の製造段階でも廃棄されています。つまり図 4 の「食品製造業」にあたる部分でも廃棄されています。このことも考えると、コンビニで売られる商品に関連した食品ロスはさらに多くの量となります。

まだ食べられるのに棄てられるコンビニでの食品ロス。その秘密は、4~6 ページで解説したフランチャイズ制度のもとで運用されている「コンビニ会計」というしくみにあります。各店舗で見切り販売をされるよりも廃棄された方が、本部にとっては利益があがるため、コンビニ加盟店オーナーは見切り販売をしたいと思ってもなかなかできない現状があります。

★国際的な課題となっている食品ロス問題

食品ロスの削減は、コンビニだけが取り組めばよい問題ではありません。外食での食べ残しや家庭からの廃棄食品も、食品ロスの大きな割合を占めています。食品が私たちに届くまでには、野菜や果物を育て、牛や豚などを飼育し、魚を獲り、加工し、商品として輸送するなど多くの工程があり、それぞれの工程で、たくさんのエネルギーを使っています。食品を安易に廃棄することは、エネルギーの無駄遣いでもあります。

★国連持続可能な開発目標（SDGs）でも食品ロスの減少が課題に

世界の栄養不足人口は、減少傾向にあるものの約 8 億人。世界人口の 9 人に 1 人が栄養不足の状態にあります。発展途上国では、栄養不良により 5 歳になる前に命を落とす子どもの数は年間 500 万人もいます。

その一方で、日本も含めた先進国では毎年膨大な量の食品ロスが生じていることは、世界全体の経済・社会システムの不均衡を表していると言えるでしょう。

こうした背景からも、食品ロスに関する関心は国際的にも高まっています。2015 年の国連サミットでは「持続可能な開発のための 2030 年アジェンダ」が採択されました。ここでは 17 の目標と 169 のターゲットが設定されましたが、「食料の損失・廃棄の削減」も目標となりました。SDGs の目標に設定されたこともあり、食品ロスの削減は国際社会で取り組むべき大きな課題となりました。



●**ターゲット 12.3** 2030 年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人あたりの食料の廃棄を半減させ、収穫後損失などの生産・サプライチェーンにおける食料の損失を減少させる。

●**ターゲット 12.5** 2030 年までに廃棄物の発生防止、削減、再生利用及び再利用により、廃棄物の発生を大幅に削減する。

「持続可能な開発目標（SDGs）」のロゴマーク。出典：国際連合広報センター

http://www.unic.or.jp/activities/economic_social_development/sustainable_development/2030agenda/

¹ 2009 年公正取引委員会調査

★欧州が牽引する国際的な取り組み

欧州では、2014 年を「ヨーロッパ反食品廃棄物年」と位置付け（欧州議会）、2025 年までに食品廃棄物を 30%削減することを目標に、加盟国に食品廃棄物削減のための国家戦略の策定を提案しました（欧州委員会）。

これを受け、2016 年 2 月、フランスでは「食品廃棄禁止法」が成立しました。フランス全土にある、延べ床面積 400 平方メートル以上のスーパーに対し、売れ残った食料を慈善団体へ寄付すること、若しくは、飼料化・肥料化することを義務付ける法律です。フランスは、一人当たりの食品廃棄物排出量が多いことから、この法律の有効性が期待されています。

またデンマークはヨーロッパの中でも食品ロス削減にむけて先駆的に行動しています。2010 年からの 5 年間で食品廃棄量を 25%減少させることができました。昨年にはコペンハーゲンに、賞味期限切れ食品を専門に扱うスーパーマーケットがオープン。非営利団体等が運営しています。

★日本では「食品ロス削減国民運動 (NO-FOODLOSS PROJECT)」が実施

日本でも 2013 年から、「食品ロス削減関係省庁等連絡会議」を構成する 5 省庁(消費者庁、文部科学省、農林水産省、経済産業省、環境省)が連携し、「食品ロス削減国民運動」が始まりました。事業者・家庭それぞれからの食品ロスを減らすため、情報発信やキャンペーンなどを行なっています。



「食品ロス削減国民運動」キャンペーンロゴ
http://www.caa.go.jp/adjustments/index_9.html

★コンビニエンスストアの取り組み

近年では食品ロスをなくすための取り組みとして、コンビニ各店でも食品リサイクルが進んでいます。豚や鶏の飼料や、バイオガスにリサイクルされたり、フードバンクなどへ提供されています。

●セブン-イレブン：<http://www.sej.co.jp/social/eco/sales/food.html>

●ローソン：<http://www.lawson.co.jp/company/activity/preservation/waste/recycle.html>

●ファミリーマート：

http://www.family.co.jp/company/csr/environmental_initiatives/wastes2.html

しかし、生じた食品ロスをリサイクルするだけでなく、そもそも食品ロスが出ないようにすることが最も大切です。本作品で指摘した通り、コンビニ会計のもとではまだ食べられる食品の見切り販売はしばらく、実際に行っている店舗はわずか 1%だけです。この点を改善しない限り、コンビニからの食品ロスをなくす取り組みは根本的に解決しないでしょう。私たちは、①オーナーの裁量を本部が認め、見切り販売を許容すること（見切り販売を行ったことで、契約更新ができなくなるなどの圧力をかけないこと）、②コンビニの営業時間を 24 時間から短縮し（例えば 7 時～11 時など）、閉店時間をつくることで、商品の搬入頻度を減らし、一般のスーパーのように閉店間際の値引き販売ができるよう改革をすることなどが有効だと考えています。

フランチャイズ規制法制定に向けて

本編の中で弁護士の中野和子さんは「日本の一番悪いところは中小企業を守る法律がないこと」と指摘し、加盟店の権利を守るフランチャイズ規制法を制定する必要を説いています。フランチャイズ規制法の制定は、本編で登場する「コンビニ加盟店ユニオン」が長年訴えてきているものでもあります。

2010年には、研究者と弁護士の5名の委員によって組織される「フランチャイズ法研究会」が、「フランチャイズ規制法要綱」を発表しました（『法律時報』1019号）。コンビニ会計、見切り販売をめぐる対応、事前相談なしの同地域への新規出店など、本編でも取り上げた本部側の加盟店に対する問題行為を防ぐための法規制のあり方が具体的な条文として提起されています。発表にあたって、同会の委員長を務めた北野弘久さん（故人）は、この規制法を「加盟者とそこで働く人々の生存権を確保するための最小限度の『社会立法』」であり、「地域社会の発展にも資するという『地域立法』の側面をも有する」と位置づけて、契約を結ぶ加盟者のみならず、従業員、地域社会のためにも不可欠な立法であることを強調しました。

この「要綱」でもとくに注目されるのが「2.2.1 不当条項の無効」です。「信義誠実の原則に反して加盟者の権利を害する条項、正常な商慣習に照らして加盟者の権利を不当に制約し、又は加盟者の自由を不当に拘束する条項は、無効とする」として、コンビニをめぐる具体的な問題に対してメスを入れています。

たとえば、「営業時間・休業に関する条項」では、深夜や早朝に営業を行わない時間を設定したり営業時間を短縮したりする決定権は加盟者にあるとし、これを認めない条項や、営業短縮を理由に加盟者を不利に扱う条項は無効とする、と述べられています。休業日を認めない条項も無効とされます。これによって、加盟店オーナー側の合理的判断として、「24時間365日営業をしない」という選択が認められるわけです。

「ロイヤルティ〔原文ママ、以下同〕に関する条項」では、「ロイヤルティの賦課基準として売上総利益〔…〕を用いる場合には、加盟者の経営上通常生ずる商品廃棄損・商品棚卸し損〔…〕は、その全額を売上原価に組み込まなければならない」とされます。いわゆる「コンビニ会計」を定めた条項がフランチャイズ契約に含まれていた場合、適正な金額を超える部分については無効とする、というものです。

さらに、「加盟者の売価決定の自由」では、事業者（＝本部）側が加盟者の販売価格決定の自由を制約することを禁止し、見切り販売を理由に事業者が加盟者を不利に扱ってはならない、と定められます。

こうした「不当条項の無効」に加えて、「要綱」では、「フランチャイズ事業者の義務」として「既存の加盟店の商圈」に対する不当な侵害を避ける義務がフランチャイズ事業者側に課せられています。事業者は、新規出店にあたっては既存の加盟者と協議しなければならず、侵害が生じた場合には、補償を求められるのです。

「要綱」は、このように具体的な事例を踏まえた規制を設定したうえで、この規制を実効性のあるものとするために、「3 行政取締り」で、事業者が約款・事前開示書面を公正取引委員会に対して届け出ることを義務づけ、公正取引委員会の調査・勧告の権限と、措置請求の権利とを明記しています。加えて、「4 加盟者の団体」では、加盟者の団体交渉権について、「5 紛争処理機関」では、公正取引委員会の下に置かれる第三者紛争処理機関について、「6 罰則」では、届出義務の違反や検査妨害に対する罰則についてが、定められています。

この「フランチャイズ規制法要綱」は、コンビニ加盟店ユニオン公式サイトより全文を読むことができます。

<http://www.cvs-union.org/data/lab/data/lab3.html>

【参考文献】

□コンビニの問題を論じたもの

- 古川琢也／週刊金曜日取材班『セブン-イレブンの正体』金曜日、2008年
- 渡辺仁『セブン-イレブンの罫 鈴木敏文の驕りとビジネスモデル大崩壊裁かれた日本一の小売業』金曜日、2009年
- 渡辺仁『セブン-イレブン 鈴木敏文帝国崩壊の深層』金曜日、2016年
- ナスシ『セブン-イレブン ブラックバイト物語 第2版』同人誌、2016年
- 月刊ベルダ編集部『コンビニ 不都合な真実 笑うFC本部、泣く加盟店オーナー』KKベストブックス、2007年
- 三宮貞雄『コンビニ店長の残酷日記』小学館新書、2016年
- 竹内稔『コンビニのレジから見た日本人』商業界、2008年

□コンビニ経営を解説したもの

- まんが・迫ミサキ／監修・セブン-イレブン・ジャパン『まんがでわかるセブン-イレブンの16歳からの経営学』宝島社、2014年
- 笠井清志『コンビニのしくみ ビジュアル図解』同文者出版、2007年
- 原作・福井康夫、画・峠タカノリ『まんが・コンビニスーパーバイザー24時間』商業界、2011年
- 竹本遼太『コンビニ難民』中公新書クラレ、2016年

□食品ロスについて

- 井出留美『賞味期限のウソ』幻冬舎新書、2016年
- 石渡正佳『産廃Gメンが見た食品廃棄の裏側』日経BP社、2016年

【参考ウェブサイト】

●コンビニ加盟店ユニオン

<http://www.cvs-union.org/index.html>

Facebook: <https://www.facebook.com/cvs.union>

●ファミリーマート加盟店ユニオン

Facebook: <https://ja-jp.facebook.com/ファミリーマート加盟店ユニオン-406467856161046/>

●ブラックバイトユニオン

<http://blackarbeit-union.com/>

●都道府県別統計とランキングで見る県民性

<http://todo-ran.com/t/categ/00003>

※個人運営サイト。各社の公表データをもとに、都道府県別に色分けされたコンビニ勢力図などを掲載。

●農林水産省「食品リサイクル・食品ロス」

http://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/

※食品ロスに関する情報・食品リサイクルに関する施策をまとめた農林水産省のページ。

※この資料集は PARC のウェブサイトから PDF ファイルとしてもダウンロードできます。

<http://www.parc-jp.org/video/sakuhin/konbini.html>