

日本のコンビニ

動画リンク: <https://youtu.be/Z3yiDNuIPB4?feature=shared>

日本のコンビニ

今回は「日本のコンビニ」を学びながら日本語を勉強しましょう。

この動画は、前半は少しゆっくりのスピードで、漢字にはふりがながあります。後半は少しだけ速く(+20%)なり、漢字にふりがなはありません。学習にお役立てください。

はじめに。コンビニは、日本の代表的な小売店で、アメリカ発祥のコンビニエンスストアのビジネスモデルを輸入したものです。

日本ではコンビニという省略した呼び方のほうが一般的です。これは日本独特の和製英語で、英語圏の人には通じない言葉です。

コンビニは人々の生活に根づいていて、多くの日本人に愛されています。

海外にも多くのコンビニエンスストアはありますが、日本のコンビニは品揃えがとても豊富です。日本のコンビニを初めて体験した多くの外国人が「これはすごい」「日本のコンビニは最高だ」と驚くようです。

コンビニを使いこなせるようになると、日本での生活が快適になるでしょう。コンビニについて詳しく解説します。

■コンビニとは何か

コンビニの語源はコンビニエンスで、その名のとおりに「便利」です。営業時間が長く、品揃えがよく、家や学校や会社の近くにあります。

多くのコンビニは、365日、24時間営業です。スーパーマーケットの平均営業時間が12時間なので、その倍、店が開いているわけです。

コンビニには雑誌や文房具、雑貨も売っていますが、メインの商品は食べ物と飲み物です。食べ物は加工品が多く、アルコールもあります。

日本にはコンビニが6万店近くあります。コンビニがたくさん集まっている場所では、あるコンビニから別のコンビニが見えるほどです。

コンビニの店舗は小さく、平均面積は100平方メートルほど。スーパーマーケットは、1,300平方メートルほどなので相当小さい店です。

■なぜ日本人はコンビニをこれほど愛するのか

日本人がコンビニを愛する理由は次の通りです。アクセスが良い、弁当やパンが充実している、駐車場がある、ポイントが貯まる、などの理由です。

ビジネスパーソンの16%が、出勤時に毎回コンビニに立ち寄ります。昼休憩に毎回、ランチなどをコンビニで買う人は12%もいます。

コンビニは今や生活インフラになっています。人々の生活に欠かせない存在になっていて、商

品販売以外の サービスも充実しています。コンビニでできることを紹介します。公共料金の支払い、宅配便、銀行のATM、コンサートのチケット購入、コピー、トイレの利用、などができます。

■コンビニはチェーン展開している

日本の3大コンビニは、セブンイレブン、ファミリーマート、ローソンです。この3社でシェア9割以上を占めます。

3大コンビニはフランチャイズ方式でチェーン展開しているので、多くの店舗を持つことができます。

フランチャイズ方式とは、個人に店を所有してもらい、コンビニ会社がノウハウを教えたり、商品を提供したりする小売の形態です。

つまり、コンビニ会社がノウハウと商品を提供し、コンビニオーナーが店を所有して小売業を営むわけです。

3大コンビニにはイメージカラーがあり、セブンイレブンは緑とオレンジと赤、ファミリーマートは緑と青、ローソンは、青と白です。

チェーン店はどの店でも同じサービスを提供しています。客は東京のコンビニでも北海道や沖縄のコンビニでも同じものを買えます。

■コンビニといえばコレコンビニには定番商品があり、多くの客に支持されています。「コンビニといえばコレ」といえる商品を紹介します。

おにぎりは、鮭や梅干しなどの具をご飯でくるんで手の平サイズの塊にしたもので、セブンイレブンだけで、年23億個も販売しています。

弁当はさまざまな店で売っていますが、コンビニのものはコンビニ弁当と呼ばれるほど特別です。安くておいしく、種類が多いからです。

ちなみに弁当とは容器にご飯とおかずを詰めて持ち運べるようにした食事です。自分で弁当をつくることもあるし、弁当専門店もあります。

最近の「コンビニといえばコレ」といえる商品は、プライベート商品です。コンビニ会社のブランドで製造した食品や飲料です。

コンビニのプライベート商品が人気なのは、割安商品と、割高だけど豪華な商品があるからです。節約志向の人もリッチな人も買います。

淹れたてのコーヒーも人気メニューです。200円前後なのに味は本物。専用のコーヒーマシンを開発して高品質と安さを両立させました。

コンビニのおでんは冬の風物詩です。レジの横に大きな鍋を置き、その中に出汁を入れて、おでんの具を浸して販売しています。

おでんの具は、卵、大根、こんにゃく、がんも、牛すじ、豆腐、厚揚げ、さつま揚げ、ちくわ、はんぺん、ちくわぶなどです。

「コンビニといえばコレ」と呼ばれる商品も様変わりしています。衣服を売っているコンビニも現れました。

ファミリーマートは衣服を企画・販売していて、これをコンビニエンスウェアと呼んでいます。シャツ、靴下、パンツを扱っています。

■コンビニでのマナー

コンビニでは自由に買い物をしてよいのですが、暗黙の了解としてのマナーがありますので紹介します。

「暗黙の了解としてのマナー」とは 客が自主的かつ自然に行う良い行動 のことです。コンビニ側が指示しているわけでは ありません。

支払いのときにレジ前に人が待っていたら、その後ろに並んでください。床に「こちらにお並びください」と 書いてあることもあります。

コンビニによっては無料でトイレを 使えることがあります。入る前に店員に一言「使わせてください」と声をかけましょう。

無料でトイレを使ったら、少額の商品でよいので何か買ったほうが良いでしょう。もちろん、何も買わなくても店員は文句を 言いません。

コンビニは、朝の出勤前と正午前後に 驚くほど混雑することがあります。1時間程度で収まるので、急いでいなければ 時間をずらしましょう。

商品を吟味するときは手で触れずに 見るだけにしたほうが良いでしょう。手でベタベタ触った商品を棚に戻すのは 好ましくありません。

■コンビニにも弱点がある

今や日本の最強小売店といわれる コンビニですが、弱点もあります。最大の弱点は商品の価格が割高なことです。

スーパーマーケットで90円で買える ペットボトルのお茶が、コンビニだと150円くらいすることがあります。

また、コンビニで働く人の長時間労働が 問題になっています。24時間営業するために長く働く必要が ありますが、日本は今、人手不足です。

■外国人のコンビニ店員が増えている

日本人労働者は減る一方なので、コンビニは外国人を雇用するようになりまし。3大コンビニでは店員の1割前後が 外国人です。

ただし、すべての外国人がコンビニで 働けるわけではなく、働けるのは特別な 在留資格を持つ人や留学生、永住者などです。

留学生にコンビニのアルバイトが 人気なのは、24時間営業なので 都合が良い時間に働けて、接客で日本語を使う機会が多いからです。

コンビニオーナーは外国人バイトに 感謝しています。彼ら彼女らなしに店は運営できません。外国人が日本人を教えることもあります。

■コンビニの駐車場に集まる若者

若者たちがコンビニの駐車場で 用もないのに集まっていることがあります。行き場のない彼ら彼女らの憩いの場 になっているのです。

コンビニの駐車場に集まる若者たちは 仲間で、趣味や恋愛、学校のこと、仕事のこと、友達関係について 雑談しています。

10代20代の若者は収入が少ないので、喫茶店に行くお金を節約したいのです。コンビニの缶コーヒーなら買えるわけです。

コンビニは24時間営業なので深夜でも 集まれます。夜間アルバイトのあとでも居酒屋 で飲んだあとでも友達と待ち合わせ できます。

■コンビニ強盗について

コンビニ強盗は、路上強盗と住宅強盗に次いで多い強盗事件です。商店の侵入強盗のうち8割がコンビニ強盗というデータもあります。

コンビニが強盗に狙われやすいのは、深夜は店員も客も少なく、レジに確実に現金があるからです。強盗は客として店内に入れます。

警察はコンビニ強盗対策として、こう呼びかけています。危機意識を持って。深夜は複数人勤務で。凶器は刃物が多く、まず安全確保を。

ただ、コンビニ強盗は年々減っています。以前は年600件発生していましたが、最近は年100件以下になっています。対策がうまくいっているようです。

■コンビニ会社の海外進出

コンビニ会社は海外展開を進めています。日本人にこれだけ支持されているので、海外でも受け入れられるはず、と考えています。

日本は少子高齢化が進んでいるのでコンビニの客が減っていく可能性があります。コンビニ会社は生き残りをかけて海外を目指しています。

日本初の本格派コンビニは1974年に東京都江東区に誕生したセブンイレブンです。日本の企業がアメリカのセブンイレブンを輸入しました。

本家アメリカのセブンイレブンは経営に行き詰まり、日本のセブンイレブンが子会社にしました。コンビニは日本で成長し進化しました。

セブンイレブンは、アメリカ、オーストラリア、北欧、タイ、台湾など進出済みです。2019年には日本を含む世界で7万店を超えました。

ファミリーマートは台湾、タイ、ベトナム、インドネシア、中国と、東アジアと東南アジアに積極的に出店しています。

ローソンは、中国に最初に日本のコンビニを開いたことで知られています。2022年には中国の店舗数が5,000店を超えました。

ただ、日本のコンビニの海外進出は簡単ではなく、現地の人々のニーズに合った商品展開が必要です。うまくいかず撤退する事例もあります。

■コンビニのレジの進化

コンビニのレジが進化しています。支払いのとき店員は商品を登録するだけで、そのあとの決済は客が行うことがあります。

客はタッチ画面で決済の手続きをします。現金またはキャッシュレスを選択し、現金を投入したりカードをかざしたりするだけです。

■無人コンビニ

コンビニの進化形といわれているのが無人コンビニです。店員がいません。客は無人の店に入っていくと商品を買います。

無人コンビニは人手が要らず、人件費がかかりませんが、商品が盗まれる可能性があります。どのように対策しているのでしょうか。

客は無人コンビニに入店する前にスマホのアプリで登録します。入店時に顔認証や静脈認証で本人確認を行って客を特定します。

無人コンビニではAI監視カメラが客が買ったものを把握します。AIが「買った」と判定すれば客のスマホで決済します。

セルフレジを使えば、AI監視カメラは必要ありません。客は自分が買った商品をセルフレジに登録してスマホで決済します。

「商品棚への補充はさすがに人が必要なはずだ」と思いますか？ 自動品出しロボットを使えば商品補充も人が不要です。

しかし、無人コンビニはあまり普及していません。多くの設備が必要で初期投資が高額で、人による接客を望む客も多いからです。

■コンビニのスイーツがヤバい

「ヤバい」は元は「危険」という意味でしたが、今は「すごく良い」という意味で使われています。コンビニのスイーツがヤバいです。

コンビニスイーツには、菓子メーカーがコンビニ向けに開発したものと、コンビニ会社が自社開発したものの2種類があります。

特にヤバいのは、コンビニ会社が開発したスイーツです。プリンタルトやイチゴクレープ、ティラミスなどはカフェ級です。

日本発祥の和菓子もコンビニスイーツで人気です。ミルク大福、レアチーズ大福、イチゴどら焼き、抹茶ババロアなどがあります。

■コンビニがアニメやゲームとコラボ

最近では、コンビニ会社とアニメ会社やゲーム会社が、よくコラボレーションしています。アニメやゲームのグッズをコンビニで販売しています。

コラボ企画はコンビニ会社もアニメ会社もゲーム会社も潤うWinWinなビジネスです。ファンもグッズが買いやすくなります。

コンビニは販売手数料が入り、アニメ・ゲームのファンを集客できます。アニメ・ゲーム会社はグッズをたくさん売ることができます。

コンビニコラボで使われたアニメ・ゲームのタイトルは、呪術廻戦、エヴァンゲリオン、名探偵コナン、あつまれどうぶつの森などです。

■北海道だけセイコーマートが強い

3大コンビニのなかでもセブンイレブンがダントツトップですが、北海道のコンビニシェア1位はセイコーマートです。

セイコーマートは北海道の企業、株式会社セコマが展開しているコンビニで、道内に1,000店舗以上あります。

北海道は僻地が多く、商品を店に届ける物流網をつくるのが難しく地元企業が有利です。吹雪でもセイコーマートの配送トラックは走ります。

セイコーマートの独自戦略も北海道民に愛されています。北海道産の食材で商品をつくったり、生鮮商品を扱ったりしています。

セイコーマートは買い物難民がいる田舎に積極的に出店して、地元の人たちの生活インフラになっています。しかも黒字化に成功しています。

「日本のコンビニ」は、いかがでしたか？

今後の動画制作に活かしますので、コメント欄から感想いただくと大変嬉しいです。

それでは、また別の動画でお会いしましょう。



Japanese-listening-SUSHI

