

コンビニエンスストアの賃料について

今回の豆知識では、コンビニエンスストア(以下「コンビニ」)の賃料を取り上げる。コンビニは立地によって売上が異なり、賃料水準の把握が難しいが、コンビニの統計データやコンビニの実態調査、ロイヤルティの水準などを手掛かりに標準的なコンビニの賃料水準を探ってみたい。

1.コンビニの基礎情報

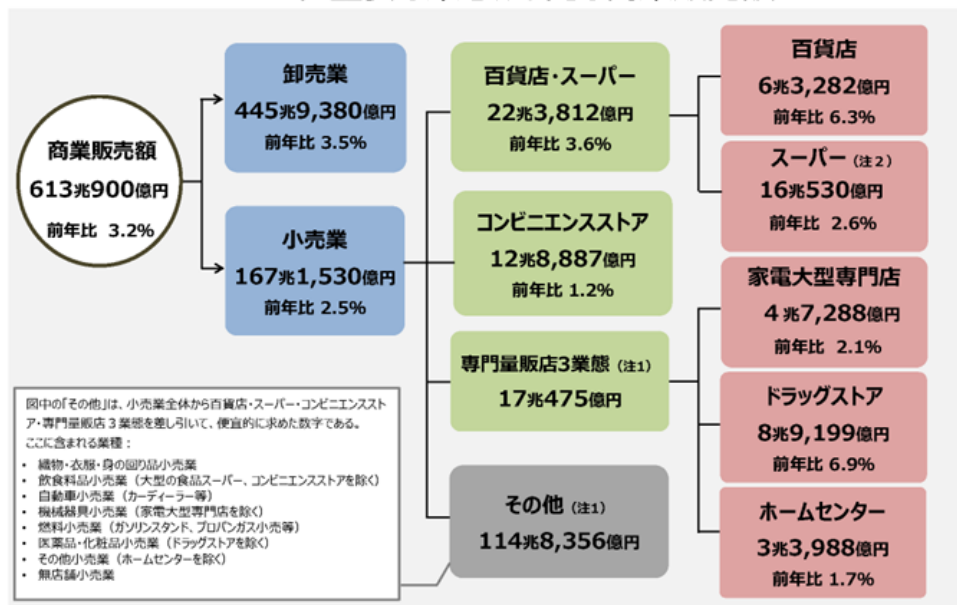
コンビニの賃料の分析にあたり、まずコンビニ業界の現状や基礎情報について、公正取引委員会がまとめた「コンビニエンスストア本部と加盟店との取引等に関する実態調査について」(以下、「実態調査」)等を参考に整理する。

(1)コンビニ業界の現状

■売上高

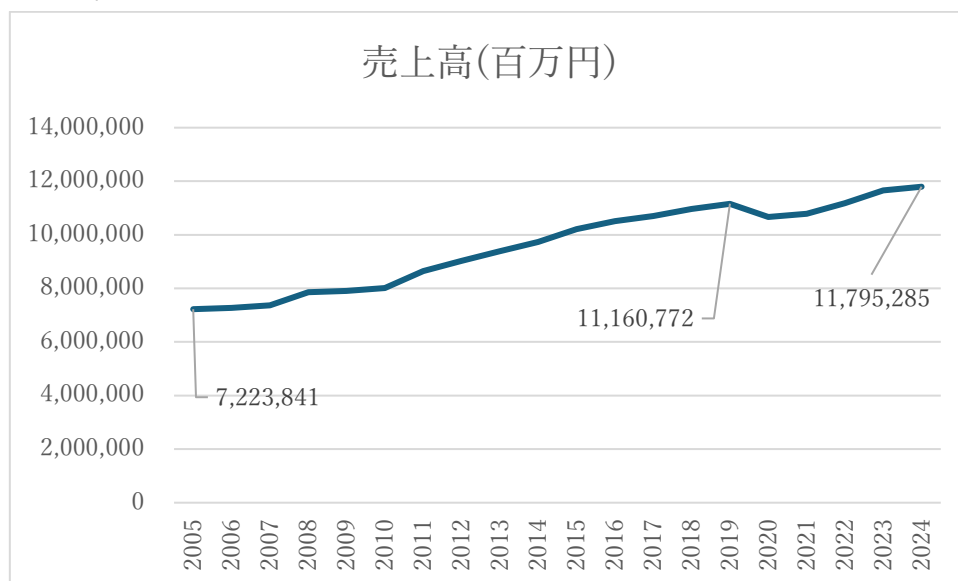
経済産業省の商業動態統計によると、2024年のコンビニ年間売上は、業界全体で**12兆8,887億円**。この規模は、スーパーの売上高には劣るものの、百貨店やドラッグストアを上回る規模となっている。大手コンビニの売上高は、セブンイレブンが5兆円超、ファミリーマートとローソンが3兆円前後と大手3社で業界の売上の大部分を占めている。その中でもセブンイレブンが頭一つ抜け出している。

2024年 主要な業態から見る商業販売額



※出典：経済産業省「2024年小売業販売を振り返る」

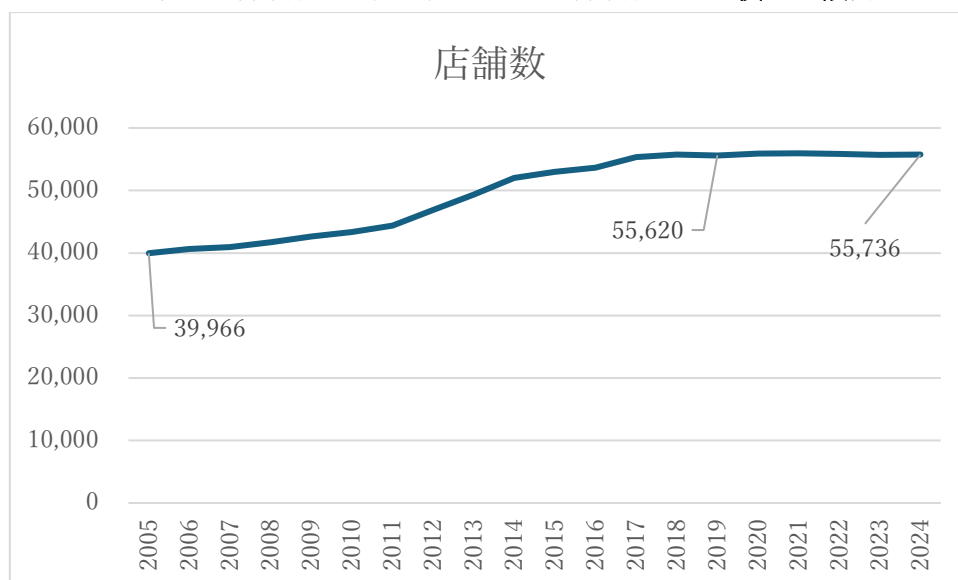
売上高の動向については、コロナ禍により一時減少したが、その後は、**売上を伸ばしている**。



※一般社団法人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調査年間集計」を基に作成

■店舗数

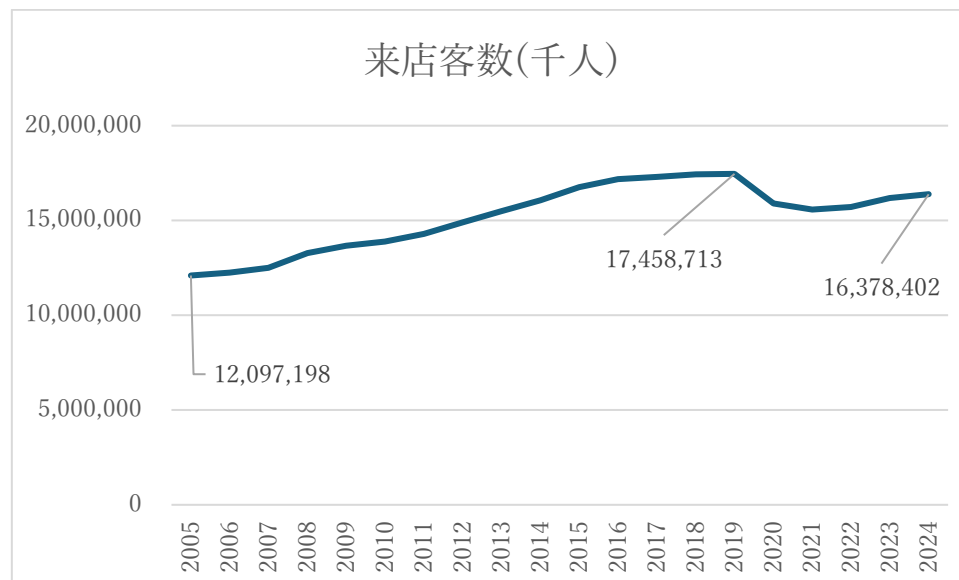
店舗数に関しては、2017 年頃までは順調店舗数を伸ばしてきたが、**店舗が飽和状態**となり、近年では店舗数の減少も見られる。店舗数は**ほぼ横ばい傾向**とみられる。



※一般社団法人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調査年間集計」を基に作成

■来店客数

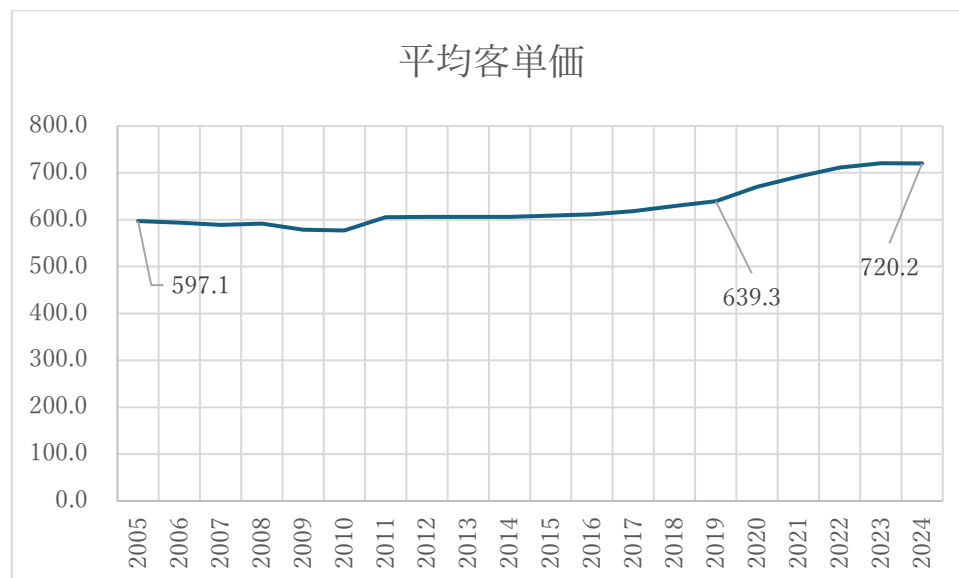
来店客数はコロナ禍により大きく落ち込んだが、その後は回復傾向にある。もっとも、コロナ前の水準には戻っていない。



※一般社団法人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調査年間集計」を基に作成

■客単価

コロナ禍後の物価高等の影響もあり、客単価は伸びている。



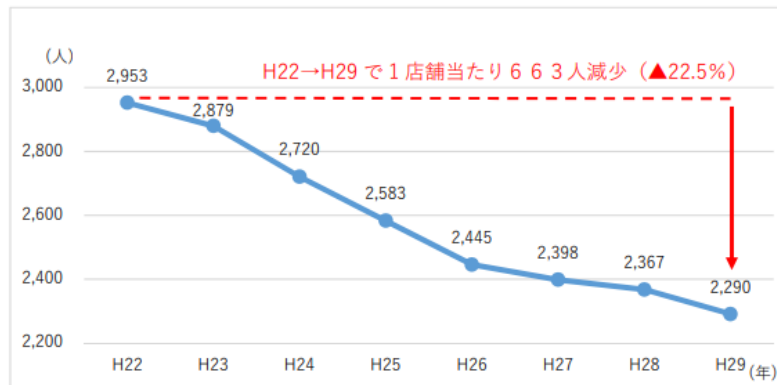
※一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会「コンビニエンスストア統計調査年間集計」を基に作成

以上をまとめると、コンビニ店舗は飽和状態になり、店舗数は伸び悩み、来店客数もコロナ禍前の水準を回復していないが、客単価の上昇で、売上高の伸びを維持しているといえる。

(2) コンビニの商圈

都市型のコンビニの商圈は、一般的に半径 500m、人口 3,000 人と言われてきたが、近年では店舗の増加により、商圈内の人口は 3,000 人を切る状態にある。

図表第3-6 コンビニエンスストア1店舗当たりの人口



(出所) 1店舗当たりの人口は、総務省統計局「日本の統計2019」の統計表の「第2章 人口・世帯 2-1人口の推移と将来人口」に記載の人口を、JFA「コンビニエンスストア統計時系列データ」2010年～2017年の12月度の店舗数で除したもの（小数点第一位を四捨五入）である。

※出典：実態調査

社団法人金融財政事情研究会『業種別審査事典（第8巻）』の「コンビニエンスストア」の項目では、「商圈としては、通常、半径 500m 圏内、街地では 300m 圏内程度であり、1 店舗当たりの商圈人口としては 2,000 人が目安で人口 1 万人なら 4～5 店舗となる」としている。

また、実態調査には、以下のアンケート結果が掲載されてる。

図表第12-②-1 オーナーの考える1次商圈 【店舗ごとに回答】

区分	商圈の距離 (半径／中央値)
駅前	500m
商店街・繁華街（駅前を除く）	350m
ビジネス街	300m
住宅街	500m
郊外ロードサイド	1000m
都市部ロードサイド	500m
いわゆる買い物不便地域	1000m

また、来店までの時間という視点で商圈を尋ねたところ、来店手段にかかわらず中央値は「5分」となった。

区分	来店までの時間（分／中央値）
徒歩・自転車	5分
バイク・車	5分

※出典：実態調査

以上を踏まえると、コンビニの商圈は、概ね半径 500m、家から 5 分以内で利用できる範囲であり、商圈人口は 2,000 人～2,500 人程度である。

(3)店舗の面積

実態調査によると「コンビニエンスストアの店舗には駅構内等に設置されるマイクロ店舗から郊外のトラックが何台も駐車できるような大型店舗まで様々な規模のものが存在するが、本部からの聞き取りによれば、住宅地に設置される標準的な店舗面積（床面積）はおおむね 100 ㎡ 台」とされており、下記のアンケート調査の結果等を踏まえるとコンビニの標準的な店舗面積は概ね 50 坪(165 ㎡)といえる。

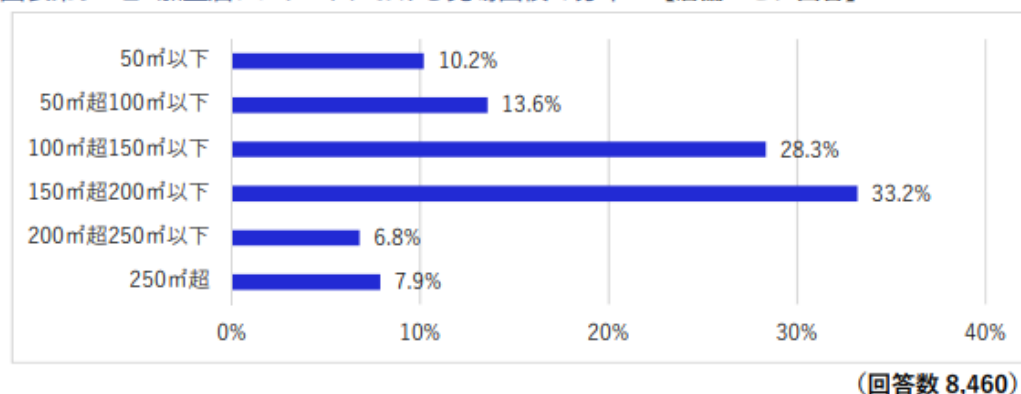
図表第9-1 商業統計上の定義

区分	売場面積
大型百貨店	3,000 ㎡以上（都の特別区及び政令指定都市は 6,000 ㎡以上）
大型総合スーパー	3,000 ㎡以上（都の特別区及び政令指定都市は 6,000 ㎡以上）
食料品スーパー	250 ㎡以上（注）
コンビニエンスストア	30 ㎡以上 250 ㎡未満

（出所） 経済産業省 商業統計 別表 「業態分類表」

（注） 平成 29 年スーパーマーケット年次統計調査報告書（平成 29 年 10 月、一般社団法人日本スーパーマーケット協会、オール日本スーパーマーケット協会、一般社団法人新日本スーパーマーケット協会）によれば、スーパーマーケットの売場面積の全体平均は、都市圏で 1037.8 ㎡、地方圏で 1369.7 ㎡となっている（同報告書 198 ページ）。

図表第9-2 加盟店アンケートにおける売場面積の分布 【店舗ごとに回答】



※出典：実態調査

(4)日販額

実態調査では、2017 年度におけるコンビニエンスストアの 1 店舗当たり売上高は 1 億 9,172 万円、平均日販は 52.5 万円としている。2025 年 2 月期の大手コンビニの日販及び 2024 年のコンビニエンスストア統計調査の結果は下記の通りである。

- ・ローソン：57 万 4,000 円
- ・ファミリーマート：57 万 3,000 円
- ・セブンイレブン：69 万 2,000 円
- ・コンビニエンスストア統計調査によると平均の日販は約 57 万円。

セブンイレブンが頭一つ抜け出しているが、コンビニの標準的な日販は 57 万円程度である。

【標準的なコンビニ像】

日販のデータを基に標準的なコンビニ像を推定してみる。まず、日販が 57 万円で、客単価が 720 円なので、一日あたりの来店客数は約 800 人（57 万円÷720 円/人）。深夜帯を除く朝 6 時～夜 9 時までの 15 時間の売上が日販の 85%～90%程度（アンケート調査等を参考に想定）とすると、深夜帯を除く時間帯の 1 時間当たりの来客数は 45 人～50 人程度（800 人×85%～90%÷15 時間）。客の滞在時間は概ね 5 分程度であるから、客が 1 時間に 12 回転（60 分÷5 分）する。以上を前提とすると、標準的なコンビニの店舗内には大体 3 人～4 人（45 人～50 人÷12 回転）の客がおり、1 分～1 分半で 1 人の客が会計を済ませるイメージとなる。

(5) コンビニの契約形態

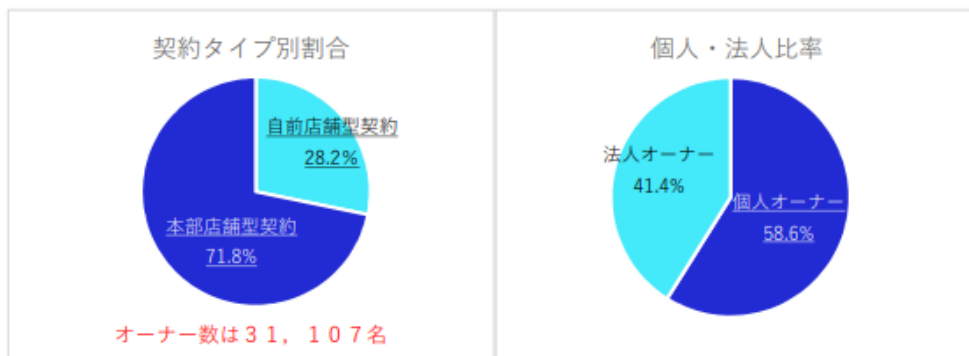
- ・コンビニのフランチャイズ契約には、以下の 2 タイプがある。

自前店舗型契約：加盟者自身が土地・建物を準備する契約

本部店舗型契約：本部が準備した店舗等を用いて運営する契約

- ・コンビニ経営と聞くと元酒店などの自営業者による自前店舗型契約をイメージしがちであるが、実際は、脱サラオーナーによる本部店舗型契約が主流である。

図表第 6-1 契約タイプ別割合と個人・法人比率【平成 30 年度末】



（出所）本部からの回答

（注）31,107 名中 198 名については、平成 30 年度における属性が不明であったため、令和元年 10 月時点の属性で集計している。

※出典：実態調査

(6) コンビニオーナーの収支

図表第9-11 コンビニエンスストア加盟店の収支状況【中央値】【店舗ごとに回答】

項目	直近の会計年度	5 会計年度前	差額
① 売上高	1 億 8600 万円	1 億 9345 万円	▲745 万円
② 本部から受け取った各種補助金	150 万円	90 万円	+ 60 万円
③ 売上原価 (注2)	1 億 2887 万円	1 億 3501.5 万円	▲614.5 万円
④ ロイヤルティ	2888 万円	2878 万円	+ 10 万円
⑤ 営業費 (合計) (注3)	2299 万円	2213.5 万円	+ 85.5 万円
従業員給与	1500 万円	1417 万円	+ 83 万円
廃棄ロス	468 万円	478.5 万円	▲10.5 万円
棚卸ロス	19 万円	20 万円	▲1 万円
水道光熱費	72 万円	75 万円	▲3 万円
その他営業費	240 万円	223 万円	+ 17 万円
⑥ ⑤以外の営業費	90 万円	64 万円	+ 26 万円
(①+②) - (③+④+⑤+⑥) (注3)	586 万円	778 万円	▲192 万円

従業員給与が大きく上昇している

オーナーの収入は減少している

※出典：実態調査

コンビニ店舗の粗利率は約 30%、粗利の 50%以上をロイヤルティとしてコンビニ本部に支払う。さらにアルバイトの人件費、廃棄ロス、水道光熱費(最近では本部が水道光熱費の大部分を負担するケースも増えている)等を差し引いて残ったものがコンビニオーナーの利益となる。オーナーの年収は 500 万～700 万程度、月収は概ねコンビニ店舗の日販額といえる。

(7) コンビニ本部の収支

コンビニ本部が直営している店舗は少なく(全体の 2%程度)、売上の大部分はロイヤルティによる収入である。そのため、粗利率及び営業利益率が高い点が特徴となっている。セブンイレブンを例にとると、粗利率が 95%、営業利益率が 25%以上である。小売業のスーパーの粗利率は、大手であっても 30%、営業利益率が 3%であることからしても、コンビニ本部の粗利率と営業利益率は高水準にある。

コンビニ本部は、ロイヤルティによる収入から本部店舗型契約の地代家賃、店舗指導を行う人員等の人件費、店舗 CM などの広告費、店舗の水道光熱費(一部)等を賄う。

【コンビニ会計】

売上総利益は、売上高から売上原価を控除して求めるが、売上原価の中に廃棄ロス分が含まれるのが一般的である。しかし、コンビニ業界の会計(いわゆる「コンビニ会計」)においては、売上原価から廃棄ロス分を控除し、販管費で廃棄ロスを計上する(上記表参照)。このような特殊な会計によりコンビニ本部とコンビニオーナーとの間で利益が相反する事態が生じる。廃棄ロスが出ても、コンビニ本部側は廃棄ロスの影

響のない売上総利益をもとに計算されたロイヤルティを確保できるので不利益がないが、コンビニオーナー側は廃棄ロスをまるまる負担することになる。コンビニ本部側は商機を逃さないようにコンビニオーナー側に商品の大量発注を求めるが、コンビニオーナー側は廃棄ロスが出ないように発注を絞ろうとするため、対立が生じる。最近では、本部側も何割かの廃棄ロスを引き受けるようになっているが、コンビニ会計の抜本的な見直しには至っていない。

2. コンビニ賃料について

以下では、(1)賃料負担率によるアプローチと(2)コンビニのロイヤルティからのアプローチにより、コンビニ賃料の水準を探ってみたい。

(1) 賃料負担率からのアプローチ

標準的なコンビニの売上高を想定し、それにコンビニの標準的な賃料負担率(売上高に占める賃料の割合)を乗じて、標準的なコンビニの賃料を求める。

■標準的な売上高について

標準的なコンビニの日販は、**約 57 万円**と推定される。

■賃料負担率について

- ・社団法人大阪府不動産鑑定士協会「ロードサイド商業の家賃・地代のメカニズム」では、標準店舗の賃料負担率を下記のようにまとめている。

飲食(店舗面積 80 坪、月売上高 1,100 万円)：**10%～12%**

アパレル(店舗面積 200 坪、月売上高 1,200 万円)：**8%～10%**

ドラッグストア(店舗面積 250 坪、月売上高 3,000 万円)：**6%～8%**

コンビニ(店舗面積 60 坪、月売上高 1,500 万円)：**6%以下**

飲食業の場合、「売上原価：人件費：家賃：利益＝30：30：30：10」などと言われることが多く、粗利率が高い業界(60%～70%)である。アパレル業界も粗利率(50%)が比較的高い。飲食やアパレルは粗利率が高いこともあり、賃料負担率が高くなっている。コンビニは、24 時間営業であるものの、粗利率が概ね 30%、客単価はドラッグストアに劣るため、飲食やアパレル、ドラッグストアに比べると賃料負担率が低くなっている。

- ・セブンイレブンの国内コンビニエストア事業の 2024 年の決算をみると、チェーン全店売上が 5 兆 3,697 億円で、本部が負担する地代家賃は 1,997 億円である。また、全店舗のうちタイプ C(本部店舗型契約)と直営店が 80%を占める。ざっくりとした計算ではあるが、全チェーン店売上のうちの 80%がタイプ C と直営店の売上であり、本部が負担しているタイプ C 及び直営店の家賃が、決算書記載の地代家賃 1,997 億円であると仮定すると、セブンイレブンの賃料負担率は、おおよそ 4.6%(1,997 億円÷

5兆3,697億円÷80%)となる。

以上より、標準的なコンビニの賃料負担率は、概ね4%～6%と推定できそうである。

■賃料負担率から求める標準的な賃料水準

以上を前提とした場合の標準的なコンビニの賃料は下記の通り。

- ・月額賃料：1,750万円×4%～6%≒70万円～105万円
- ・㎡単価：70万円～105万円÷165㎡≒4,200円/㎡～6,400円/㎡

(2)ロイヤルティからのアプローチ

コンビニの契約には自前店舗型契約と本部店舗型契約の二種類があり、本部店舗型契約は本部がオーナーの代わり店舗を準備するため、自前店舗型契約に比べロイヤルティが高くなっている。そこで、自前店舗型契約と本部店舗型契約のロイヤルティの差額が本部の許容する家賃(上限)であると仮定して、コンビニの家賃水準を探ってみる。

セブンイレブンを例にとると、本部店舗型契約のロイヤルティは、下記の図となっている。標準的な店舗の場合、月の売上高が1,750万円、粗利率が約30%であるので、売上総利益(粗利)が525万円(1,750万円×30%)。本部店舗型契約のロイヤルティは、約328万円(250万円×56%+150万円×66%+125万円×71%)である。

6. 加盟者が定期的にお支払いいただく金銭に関する事項

① お支払いいただく金銭の額または算定方法

セブンイレブン・チャージとして、各会計期間(月間)ごとの売上総利益に対して、下表に定める率を乗じて得られる金額をお支払いいただくものとします。

売上総利益は、売上高から売上商品原価(=純売上原価)を差し引いて算定されます。(P24②参照)

セブンイレブン・チャージ計算基準

1ヶ月の売上総利益に対して	オーナー総収入	セブンイレブン・チャージ
0円～250万円以下の部分	44%	56%
250万円を超え～400万円以下の部分	34%	66%
400万円を超え～550万円以下の部分	29%	71%
550万円を超える部分	24%	76%

※出典：セブンイレブンジャパン「フランチャイズ(Cタイプ) 契約の要点と概説」

一方、自前店舗型契約の場合は、ロイヤルティが売上総利益の43%であるので、ロイヤルティは、約226万円(1,750万円×30%×43%)となる。

6. 加盟者が定期的にお支払いいただく金銭に関する事項

① お支払いいただく金銭の額または算定方法

セブンイレブン・チャージについて

セブンイレブン・チャージとして、各会計期間(月間)ごとの売上総利益に対して、以下に定める率を乗じて得られる金額をお支払いいただくものとします。

売上総利益は、売上高から売上商品原価(=純売上原価)を差し引いて算定されます。(P24参照)

(1)24時間営業店舗の場合;月間売上総利益の43%相当額

(2)上記以外の営業時間の店舗の場合;月間売上総利益の45%相当額

※出典：セブンイレブンジャパン「フランチャイズ(Aタイプ) 契約の要点と概説」

本部店舗型契約のロイヤルティと自前店舗型契約のロイヤルティとの差額は、102 万円 (328 万円－226 万円) となり、コンビニ本部が許容する標準的な店舗の賃料(上限)は、**102 万円(約 6,200 円/㎡)**と考えることができるのではなかろうか。

(3)まとめ

以上の結果を踏まえると、標準的なコンビニの賃料は、**月額 70 万円～100 万円程度、㎡ 単価で 4,000 円～6,000 円程度**と考えられる。実際の賃貸事例を見ると、ビジネス街や交通量の多い幹線道路沿いの駐車場付き店舗等では、上記賃料水準を上回り、繁華街や大学周辺などでは、上記水準の 2 倍や 3 倍以上の事例もみられるが、それらを除いた賃貸事例と比較すると、上記賃料水準は概ね妥当と判断される。

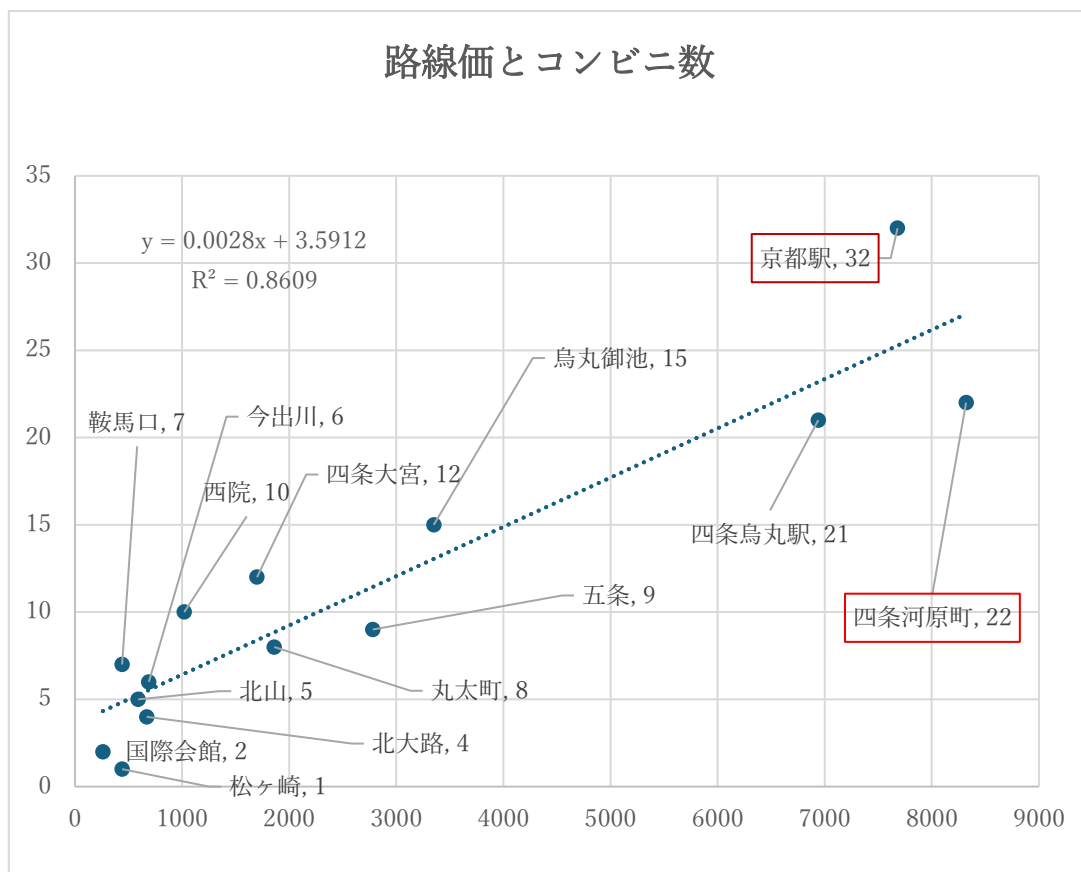
【参考文献】

- ・公正取引委員会「コンビニエンスストア本部と加盟店との取引等に関する実態調査について」
- ・一般社団法人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調査年間集計」
- ・社団法人大阪府不動産鑑定士協会「ロードサイド商業の家賃・地代のメカニズム」

【コラム】 四条河原町 VS 京都駅前

京都一の繁華街はどこだろうか。この質問に対しては、「四条河原町」と答える人が多いのではないのでしょうか。令和 7 年の京都府下最高路線価は四条河原町周辺の 8 3 2 万円/㎡となっている。また、2024 年における百貨店の月坪効率(月間売上高÷売場面積・坪)を比較しても、四条河原町の「高島屋京都店」が約 47.2 万円であるのに対し、JR 京都駅前の「ジェイアール京都伊勢丹」が約 47.0 万円と、月坪効率の点でも僅かであるが四条河原町が京都駅前を上回っており、一般的な認識と一致している。しかし、繁華性や人の多さという観点では、四条河原町が一番かという怪しい。繁華性の判断は難しいが、「繁華性=コンビニの密度」と仮定してみると、四条河原町は半径 500m 以内に 22 店舗、一方、京都駅前は 32 店舗とコンビニの密度の点では、京都駅前が四条河原町の約 1.5 倍となっている(図 1)。

【図 1】

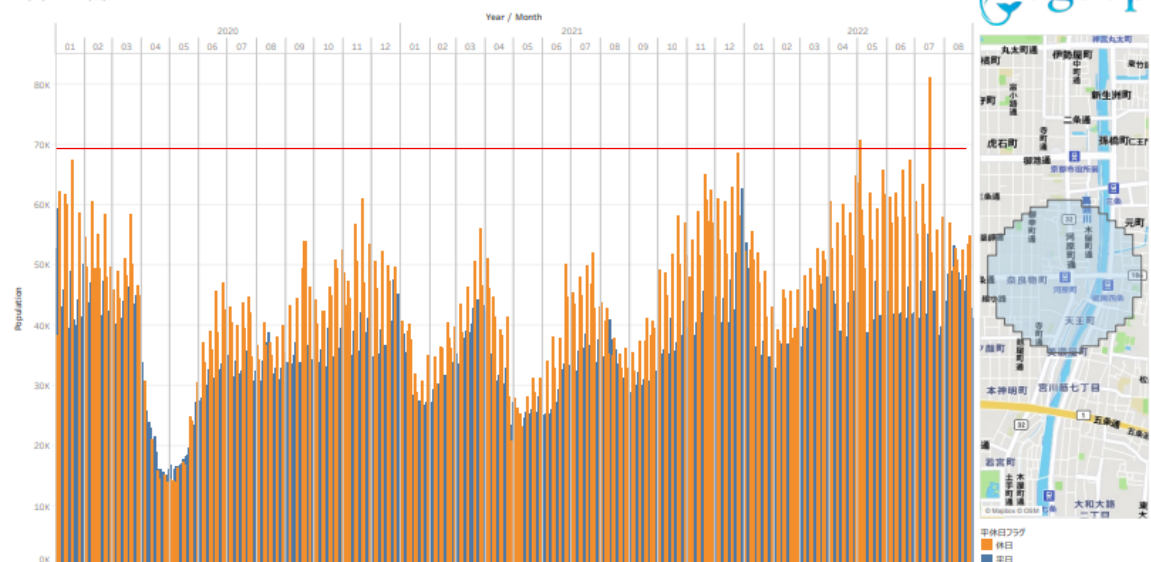


※地下鉄烏丸線と阪急京都線における主要駅前の最高路線価とコンビニの密度(半径 500m 以内のコンビニ数)の関係を示したもの。決定係数が 0.86 と高く、コンビニ密度と路線価に強い正の相関関係が認められるが、四条河原町と京都駅前に関しては、コンビニ密度と路線価との関係がひっくり返っている。

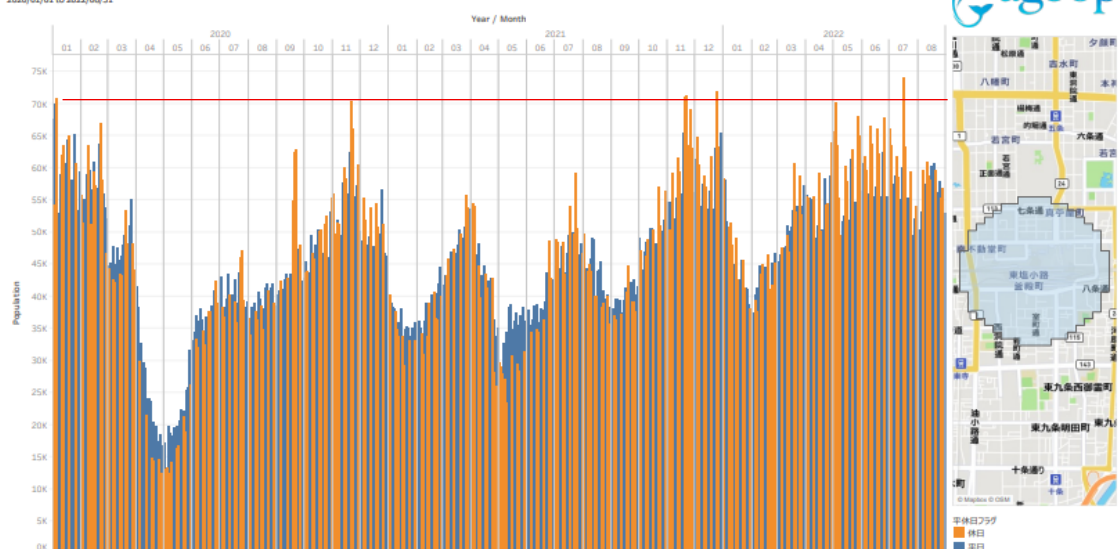
また、コロナ禍最中のデータではあるものの、携帯電話の位置情報による滞留人口データ(図 2)からも京都駅前が四条河原町を上回っていることが推察される。

【図 2】

平均人口(日別)
京都府 阪急電鉄京都本線 河原町駅 500m
2020/01/01 to 2022/08/31



平均人口(日別)
京都府 J R東海道本線 京都駅 500m
2020/01/01 to 2022/08/31



※データ提供：株式会社 Agoop (縦軸の 70K の横線は当社にて記載)

地価の面では四条河原町の方が上だが、繁華性や滞留人口という観点では、京都駅前が四条河原町を上回っており、地価と繁華性の関係がひっくり返っている可能性が高い(図 1)。

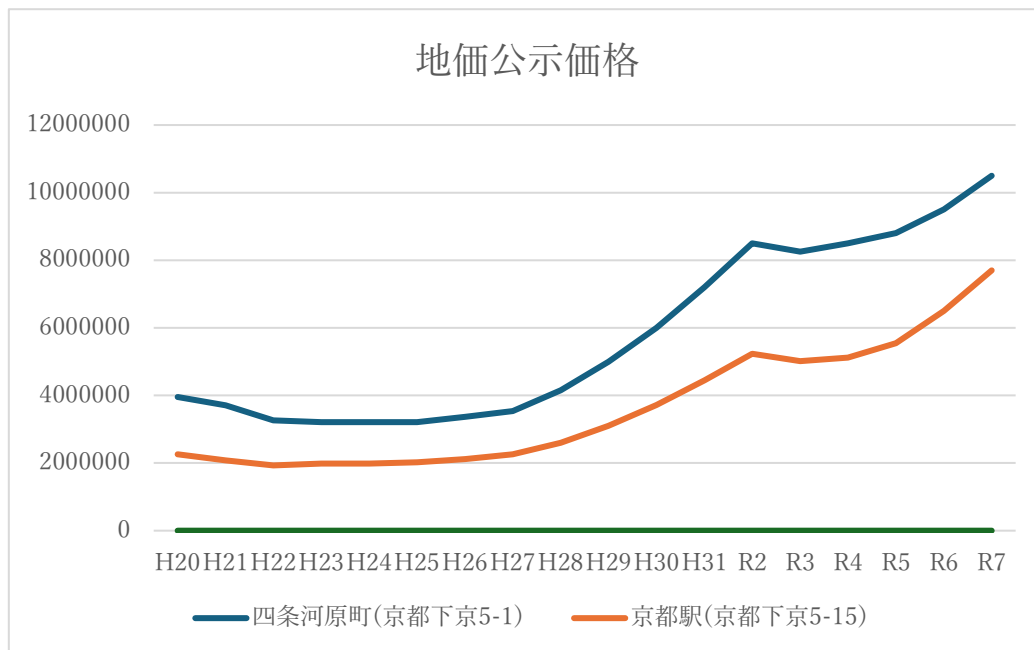
ただ、地価は繁華性や滞留人口だけで決まるものではなく、街の性格や地域の名声、品等なども影響する。四条河原町周辺には老舗デパートや木屋町・先斗町といった飲み屋街が密集しており、「目的地」として集客力のあるエリアである。一方、京都駅前にも大型商業施設があるものの、「目的地」というよりは「通過点」という印象がまだ強い。

また、四条通沿いが京都の中心として栄えてきた歴史は古く、平安時代の池亭記には「東京四条以北、乾・艮の二方は、人々貴賤となく、多く群聚する所なり」とあり、平安時代から栄えてきた歴史がある。一方、J R の主要駅は市街地の外に建設されることが多い。土地の確保が容易という理由もあるが、明治期、蒸気機関車の火の粉が火災の原因になるという風評により、街外れに J R の駅が作られることが多かった。(大阪駅ももともとは商業の中心である堂島周辺に建設される予定であったが、火災の風評や煙害を嫌った住民に配慮し、市街地はずれの低湿地の梅田(地名の由来は「埋め田」による)に J R の駅が作られた。) J R 京都駅も、当時は郊外であった八条周辺に作られたという歴史がある。

繁華性の面では、京都駅前の方が上であると推測されるが、街の性格や地域の名声・品等などもあって、地価の面では、四条河原町が京都一の地位を維持しているといえる。

しかし、今後も四条河原町が京都一の地位を維持し続けるかは疑わしい。全国的には、街の中心が、旧市街地から駅前に移動するのが一般的だからである。現に京都駅前と四条河原町の地価の差も年々縮小しており、平成 20 年には京都駅前の地価は四条河原町の地価の 53%であったが、令和 7 年には 73%となっている(図 3)。

【図 3】



家電を買うなら四条寺町という時代もあったが、京都駅周辺に家電量販店ができたことで四条寺町から電気店が姿を消したことに象徴されるように街の重心は徐々に四条エリアから京都駅前に移動している。京都駅周辺では今後も、京都中央郵便局ビル建て替え事業(地上 14 階、地下 4 階の複合商業施設)を中心にチームラボミュージアム、共創 HUB 京都コンソーシアムなどの開発が予定されており、「通過点」から「目的地」へと町の性格が徐々に変わっていく可能性がある。

今後も観光地や鴨川に近い四条河原町のにぎわいは維持されるであろうが、京都駅前が名実ともに京都一の繁華街となる日がいずれ来るかもしれない。