

業界動向・売上/店舗関連データ

業界の動向

2020年(1~12月)のコンビニエンスストア業界は、新型コロナウイルス感染症の拡大による生活様式の変化に伴い、生鮮食品や総菜などの売上好調や、まとめ買い、GoToキャンペーンの効果などから客単価が増加した一方で、外出自粛・在宅勤務の影響に伴いオフィス街や観光地の来店客数が減少したことから、業界全体の年間売上高は11兆6,422億円と前年比-4.5%の減少、既存店売上高は前年比-4.7%の減少となりました。なお、12月末時点の店舗数は5万6,542店舗で前年並みとなりました。*

※年間売上高及び店舗数は経済産業省「商業動態統計調査」、既存店売上高増減比率は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」を参照しています。

小売業界の市場規模とコンビニエンスストア業界のシェア*1

(単位：十億円)

(年)	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010
小売業年間販売額*2	146,457	145,047	144,965	142,514	139,877	140,666	141,219	138,897	137,585	135,157	136,479
コンビニエンスストア業界年間販売額*2	11,642	12,184	11,978	11,745	11,445	10,995	10,423	9,872	9,477	8,774	8,113
小売業におけるコンビニエンスストアのシェア	7.9%	8.4%	8.3%	8.2%	8.1%	7.8%	7.3%	7.1%	6.9%	6.5%	5.9%

出典：経済産業省「商業動態統計調査」

*1 2013年3月、経済産業省により2004年以降の数値の改訂が行われ、表の数値はその修正を反映したものとしています。

*2 小売業年間販売額・コンビニエンスストア業界年間販売額は暦年ベースです。

コンビニエンスストア全体に占める上位3チェーン*1の全店売上高

(単位：十億円)

(年度)	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010
ローソン	2,349	2,506	2,424	2,283	2,157	2,049	1,961	1,945	1,907	1,826	1,683
セブン-イレブン・ジャパン	4,871	5,010	4,899	4,678	4,516	4,291	4,008	3,781	3,508	3,281	2,948
ファミリーマート*2	2,764	2,965	2,983	3,016	3,009	2,006	1,860	1,722	1,585	1,535	1,440
3チェーン合計	9,984	10,482	10,306	9,977	9,682	8,346	7,829	7,448	7,000	6,642	6,071
3チェーン合計シェア	85.76%	86.03%	86.04%	84.95%	84.60%	75.90%	75.11%	75.45%	73.86%	75.70%	74.83%

出典：各社の公表データ

*1 上位3チェーンの数値は年度、3チェーン合計シェアは暦年ベースのコンビニエンスストア業界年間販売額を分母として計算しています。

*2 ファミリーマートはサークルKサンクスと2016年9月に経営統合し、2018年11月に約5,000店舗のブランド統合を完了しました。

コンビニエンスストア店舗数の推移

(単位：店)

(年)	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010
コンビニエンスストア店舗数	56,542	56,502	56,574	56,374	55,636	54,505	52,725	50,234	47,801	43,373	42,347

出典：経済産業省「商業動態統計調査」

当社業績(単体)の推移

(単位：百万円)

(年度)	2020	対チェーン全店売上高	2019	2018	2017	2016
チェーン全店売上高	2,165,818	100.0%	2,296,156	100.0%	2,236,125	100.0%
営業総収入	354,825	16.4%	390,811	17.0%	385,678	17.2%
営業総利益	330,600	15.3%	356,385	15.5%	348,491	15.6%
販売費及び一般管理費	304,449	14.1%	311,660	13.6%	302,779	13.5%
広告宣伝費	9,800	0.5%	14,112	0.6%	13,363	0.6%
人件費	44,845	2.1%	46,261	2.0%	45,903	2.0%
施設費	180,709	8.3%	181,194	7.9%	172,574	7.7%
その他販管費	69,094	3.2%	70,091	3.1%	70,939	3.1%
営業利益	26,150	1.2%	44,725	1.9%	45,711	2.0%
経常利益	33,700	1.6%	45,962	2.0%	51,443	2.3%
当期純利益	15,894	0.7%	15,486	0.7%	31,002	1.4%

2020年度の経営施策

2020年度は、新型コロナウイルス感染症が世界的に拡大し、日本国内においても、2020年4月に1度目の緊急事態宣言が全国を対象に発令され、経済・社会活動や国民生活に甚大な影響を及ぼしました。2020年5月の緊急事態宣言解除後は、緩やかに経済も回復傾向となりましたが、2020年11月以降再び感染者が増加し、2021年1月に2度目の緊急事態宣言が11都府県を対象に発令され、経済・社会活動の回復が鈍化し、国民生活へ影響を及ぼしました。一方で、リモートワークが定着するなど、生活スタイルの変化や購買行動の変化が進みました。ローソングループ事業においても、これらの変化の影響を受け、ローソングループの売上高は大きく減少しましたが、お客さまの需要の変化に応じ商品の品揃え強化やデリバリー拡充、及びスマートフォンで参加できるキャンペーン施策の拡充など、変化への対応に取り組みました。

国内コンビニエンスストア事業の概況

2020年5月に緊急事態宣言が解除された以降は客数及び売上高は回復傾向にありましたが、2020年11月以降に新型コロナウイルス感染症が再び拡大し、2021年1月には2度目の緊急事態宣言が発令され、客数が減少しました。その後、2020年2月に入り感染者数が減少に転じたことに伴い、客数及び売上高に回復傾向が見られます。

店舗においては、新型コロナウイルス感染症防止策として、引き続きお客さまと店舗従業員の安全を第一に、レジカウンターへのビニールシート設置、ソーシャルディスタンスの確保や従業員の手洗い・うがいの励行、アルコール消毒の徹底及びマスクの着用などに取り組みしています。また、レジ精算の際に人との接触を軽減できるセルフレジの積極活用も推進しています。

営業面では、加盟店の利益を追求するとともに、すべてのお客さまから推奨されるローソンを目指し、「圧倒的な美味しさ」「人への優しさ」「地球(マチ)への優しさ」の3つの約束を実現するための施策を継続しています。ローソンならではのおいしくかつ健康を意識した商品を開発することなど、商品力を一層強化することに加えて、店舗における心のこもった接客の徹底、食品ロスやプラスチック使用量、CO₂排出量の削減といった地球環境に配慮した取り組みを進めています。

商品及びサービスの状況

客数の減少により売上高は大きく減少しましたが、外出を控えご自宅で料理をする方が増えたことに対応し、品揃えを拡充した生鮮野菜、冷凍食品、日配食品などは販売が大きく伸びました。

プライベートブランド商品については、2020年春より従来の「ローソンセレクト」から「L basic (エルベーシック)」「L marche (エルマルシェ)」の2つのブランドへリニューアル、ロゴやパッケージを一新し、需要の高いお惣菜などを中心に商品開発に努めています。引き続き、新型コロナウイルス感染症の拡大により変化するお客さまの生活スタイル、ニーズにお応えするお店づくりに取り組んでいきます。

コロナ禍でニーズが高まるフードデリバリーサービスについては、従来展開してきた「Uber Eats (ウーバーイーツ)」に加え、2020年11月からは「foodpanda (フードパンダ)」の導入を開始しました。これにより、両サービスを合わせたフードデリバリーサービスの導入店舗数は2021年2月末時点で27都道府県の1,472店舗となりました。また、新たな取り組みとして、東京都内の「ローソン」3店舗で、日本国内のUber Eatsでは初めてとなるOTC医薬品の取り扱いを開始しました。

専用のスマリボックスを活用した非対面での荷物発送サービス「スマリ」については、2020年11月には中部地区に拡大し、愛知県内の250店舗で導入、2021年2月末時点で東名阪エリアにおいて2,850店舗での導入となりました。

店舗運営の状況

店舗運営につきましては、引き続き3つの徹底(①心のこもった接客、②マチのニーズに合った品揃えの徹底、③お店とマチをきれいにする)の強化に努めてきました。また、店舗オペレーションの効率化や、廃棄ロス・水道光熱費の削減など、加盟店利益の向上に向けた取り組みを継続する一方、コロナ禍の中で需要の高まった商品の品揃え拡充に注力し、お客さまのニーズにお応えするとともに売上向上に努めてきました。

店舗開発の状況

出店につきましては、収益性を重視した店舗開発を継続しています。

2020年度における「ローソン」「ナチュラルローソン」「ローソンストア100」の国内の出店数は373店舗、閉店数は341店舗となり、2021年2月末時点の国内総店舗数は14,476店舗となりました。*

高齢化や健康意識の高まりなどに対応したコンビニエンスストアモデル構築への取り組みとして、調剤薬局、ドラッグストアチェーンとの提携により、一般用医薬品や調剤薬品を取り扱うとともに、通常のローソンよりも化粧品、日用品などの品揃えを増やしたヘルスケア強化型店舗を継続して展開しています。このヘルスケア強化型店舗も含めた一般用医薬品の取扱店舗数は、2021年2月末時点で250店舗（うち、調剤薬局併設型店舗数は53店舗）となりました。また、介護相談窓口併設型店舗数は、2021年2月末時点で23店舗となりました。さらに、病院内コンビニエンスストアとして、コンビニエンスストアの標準的な商品やサービスに加え、入院生活用品・医療衛生・介護関連用品などの品揃えを強化した「ホスピタルローソン」の展開は、2021年2月末時点で335店舗となりました。引き続き、これまで培った病院内コンビニエンスストアのノウハウを生かし、病院に関わるあらゆる人々の生活をサポートしていきます。

「ナチュラルローソン」については、美しく健康で快適なライフスタイルをサポートするお店として、素材にこだわったオリジナル商品や、有名ブランドとのコラボレーション商品など、「ナチュラルローソン」でしか手に入れることのできない商品を取り揃えています。また、「ローソンストア100」は、生鮮を軸としたベーシックな品揃えが中心のミニスーパーとして、鮮度と品質にこだわった安心安全の良質な野菜や果物をお届けし、日常の食生活を支えています。単身者・主婦を中心に、お子さまからご高齢の方まで幅広いお客さまにご利用いただいています。2021年2月末時点で「ナチュラルローソン」の店舗数は143店舗、「ローソンストア100」の店舗数は679店舗となりました。

*出店数、閉店数、国内総店舗数には、ローソングループの運営する店舗のほか、持分法適用関連会社である株式会社ローソン高知、株式会社ローソン南九州、株式会社ローソン沖縄の運営する店舗を含んでいます。

国内コンビニエンスストア事業の店舗数

	(単位：店)				
(年度)	2020	2019	2018	2017	2016
総店舗数	14,476	14,444	14,659	13,992	13,111
出店数	373	554	1,067	1,250	1,143
閉店数	341	769	400	369	427
純増減	32	-215	667	881	716

*株式会社ローソンマート、株式会社ローソン高知、株式会社ローソン熊本、株式会社ローソン南九州、株式会社ローソン沖縄の運営する店舗数を含みます。

国内コンビニエンスストア店舗数

(年度)	2020		期中増減 店舗数	2019		2018	
	店	構成比		店	構成比	店	構成比
株式会社ローソン							
直営店							
ローソン	221	1.5%	-42	263	1.8%	303	2.1%
ナチュラルローソン	18	0.1%	-4	22	0.2%	24	0.2%
加盟店							
Bタイプ	1,786	12.3%	-8	1,794	12.4%	1,839	12.5%
Gタイプ	1,320	9.1%	-22	1,342	9.3%	1,466	10.0%
Cタイプ	9,744	67.3%	444	9,300	64.4%	9,244	63.1%
ナチュラルローソン	125	0.9%	2	123	0.9%	115	0.8%
ローソンストア100	679	4.7%	-63	742	5.1%	806	5.5%
小計	13,893	96.0%	307	13,586	94.1%	13,797	94.1%
株式会社ローソン山陰							
直営店							
	—	—	-5	5	0.0%	5	0.0%
加盟店							
	—	—	-280	280	1.9%	287	2.0%
小計	—	—	-285	285	2.0%	292	2.0%
株式会社ローソン高知							
直営店							
	4	0.0%	-1	5	0.0%	6	0.0%
加盟店							
	135	0.9%	1	134	0.9%	134	0.9%
小計	139	1.0%	—	139	1.0%	140	1.0%
株式会社ローソン南九州							
直営店							
	2	0.0%	-1	3	0.0%	3	0.0%
加盟店							
	197	1.4%	5	192	1.3%	194	1.3%
小計	199	1.4%	4	195	1.4%	197	1.3%
株式会社ローソン沖縄							
直営店							
	3	0.0%	-2	5	0.0%	4	0.0%
加盟店							
	242	1.7%	8	234	1.6%	229	1.6%
小計	245	1.7%	6	239	1.7%	233	1.6%
国内コンビニエンスストアグループ 店舗数計							
	14,476	100.0%	32	14,444	100.0%	14,659	100.0%

その他の新たな取り組み

2020年9月10日、株式会社ポプラとの間で、「ポプラ」、「生活彩家」、「スリーエイト」ブランドで営業している店舗の一部について「ローソン・ポプラ」、「ローソン」ブランドへ転換し運営する共同事業契約を締結しました。

2020年11月30日に公正取引委員会が取りまとめた「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報告書(令和2年9月)」及び「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(事業者別アンケート集計結果)」の内容を受け、自己点検を実施し、改善計画を策定し公表しました。

加盟店の経営安定化に向けての施策として、経営店舗の複数化に向けた支援、店長育成支援や新規加盟者への施策など短期的及び中長期的な支援への取り組みを行っています。新型コロナウイルス感染症の影響で売上が大幅に減少した加盟店への金銭的な支援を個店別に行うなど、加盟店との強いパートナーシップの下、売上向上及び加盟店の利益向上への取り組みを進めています。

新型コロナウイルス感染症の影響を受けている全国各地の事業者と共同で商品開発を行うなど、ローソンの店舗を通じて地域の事業者と生産者を応援しています。

営業数値の概況

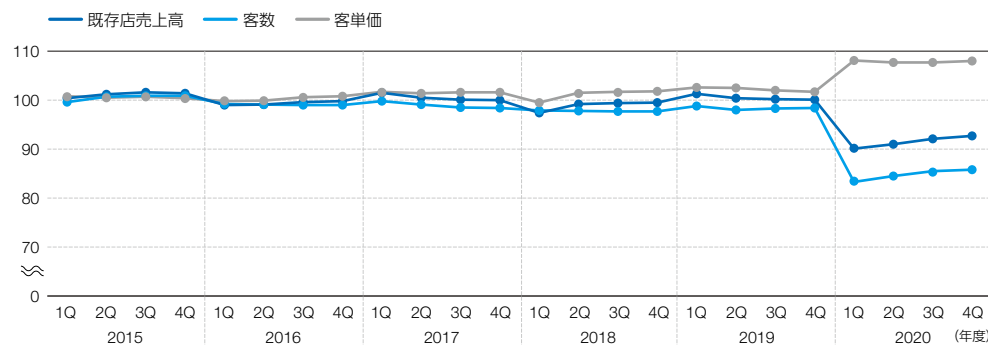
売上高の状況

2020年度のチェーン全店売上高(連結)は、2兆3,497億円(前年比-6.3%)となりました。リモートワークの浸透や外出を控えるステイホームの広がりを受けて、国内コンビニエンスストア事業における店舗売上高が減少したことや、興行の中止・延期や劇場の休業によるエンタテインメント関連事業の売上が減少したことなどにより前年を下回りました。

2020年度の国内既存店売上高(単体)は、新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けた1年となり前年比で-7.3%の減少となりました。客数はリモートワークや外出機会・イベントの減少などにより前年比で-14.2%の減少でしたが、客単価につきましては、自宅で食事するお客さまが増加したことに対応し、品揃えを拡充した生鮮野菜、冷凍食品、日配食品の販売などが伸長したことや、デザートも好調を維持したことなどにより、+8.0%と前年比を上回りました。

商品カテゴリー別の状況につきましては、米飯、カウンターファストフードなどの販売が低調だった一方で、リモートワークの浸透やステイホームの広がりによりご自宅で料理をする方が増えたことに対応して、品揃えを拡充した冷凍食品、日配食品、生鮮品などのカテゴリーでは販売が大きく伸長しました。また、店内調理サービス「まちかど厨房」では、外出機会が少なくなっている中で、ひと手間かけた店内調理のお弁当が好評を博し、前年を大きく上回りました。さらに、長引く自粛生活の中、“ご褒美スイーツ”として、「Uchi Café」スイーツの新シリーズUchi Café Spécialité(ウチカフェ スペシャルリテ)も堅調に推移しました。また、人気アニメの関連商品やコラボレーション商品の販売は累計で100億円を超えるなど、好評を博しました。

既存店売上高・客数及び客単価の前年同期比推移*



既存店売上高・客数及び客単価の前期比*

(年度)	2020	2019	2018	2017	2016	2015
既存店売上高	92.7%	100.1%	99.5%	99.9%	99.8%	101.4%
客数	85.8%	98.4%	97.7%	98.7%	99.0%	100.9%
客単価	108.0%	101.7%	101.8%	101.3%	100.8%	100.4%

*株式会社ローソンが運営する「ローソン」「ナチュラルローソン」の合計です。

商品群別販売構成の推移*

(単位：十億円)

(年度)	2020		2019		2018		2017		2016	
ファストフード (構成比)	452.8	22.1%	523.3	24.1%	520.4	24.7%	484.9	24.5%	464.8	24.5%
日配食品 (構成比)	309.3	15.1%	307.3	14.2%	283.9	13.5%	268.0	13.5%	251.4	13.3%
加工食品 (構成比)	1,096.3	53.4%	1,143.6	52.7%	1,107.3	52.6%	1,043.0	52.7%	995.3	52.6%
うち、たばこ (構成比)	559.6	27.3%	559.1	25.8%	532.9	25.3%	498.6	25.2%	471.9	24.9%
非食品(構成比)	192.1	9.4%	195.7	9.0%	194.2	9.2%	182.9	9.3%	182.1	9.6%
合計	2,050.6	100.0%	2,170.0	100.0%	2,105.9	100.0%	1,979.0	100.0%	1,893.7	100.0%

*株式会社ローソンが運営する「ローソン」「ナチュラルローソン」の合計です。

商品群の内訳

分類	内容
ファストフード	米飯・麺・調理パン(サンドイッチ等)・デリカ・ファストフード等
日配食品	ベーカリー・デザート・アイスクリーム・生鮮食品等
加工食品	飲料・酒類・タバコ・加工食品・菓子等
非食品	日用品・本・雑誌等

商品群別総荒利益率の状況*1

総荒利益率については、オリジナル商品の値入率改善に取り組み、ファストフードや日配食品のカテゴリーでは前年度を上回りましたが、コロナ禍においても売上の落ち込みが少ないたばこや、販売が好調な洋酒・チューハイ、エンタメくじなどの値入率の低い商品の販売構成比が上昇したことなどにより、31.0%となりました。

チェーン全店:商品群別総荒利益率の推移*1

(年度)	2020	2019	2018	2017	2016
ファストフード	39.2%	38.9%	38.2%	38.3%	38.4%
日配食品	34.6%	34.3%	34.0%	33.9%	34.0%
加工食品	23.2%	23.8%	23.9%	24.0%	24.1%
非食品*2	49.7%	50.5%	50.3%	50.1%	49.1%
総荒利益率	31.0%	31.3%	31.2%	31.3%	31.4%

チェーン全店:収納代行業務の状況*3

(年度)	2020	2019	2018	2017	2016
収納金額(百万円)	2,465,058	2,498,711	2,412,349	2,263,937	2,132,450
取扱件数(百万件)	211.2	214.6	215.2	208.6	202.0

*1 株式会社ローソンが運営する「ローソン」「ナチュラルローソン」の合計です。

*2 非食品の総荒利益率は手数料収入を含め算出しています。

*3 株式会社ローソンが運営する「ローソン」「ナチュラルローソン」及び「ローソンストア100」の合計です。