



コンビニはどこへ向かう？ ～都心・郊外の出店戦略と 各社の差別化～

2026年6月25日

MuMe1

vol.5

はじめに

日本には約5万5千店以上のコンビニがあるが、人口減少や人手不足、インバウンド需要の拡大により、「どこに出店するか」「何を売るか」が以前より重要になっている。

本レポートでは、都心と郊外の違いだけでなく、各コンビニチェーンがどのような戦略を取っているのかを中心に述べていく。

① セブン-イレブン：「品質」で勝負

都心

セブン-イレブンは、オフィス街や駅周辺に多く出店し、「短時間で質の高い食事」を提供することを重視している。

例えば、

- 店内調理の惣菜

- 焼きたてパン
- セブンカフェ
- 高品質なおにぎり

などを充実させている。

会社員が昼食を買うだけでなく、「コンビニで済ませても満足できる」と感じてもらうことを狙っている。

郊外

住宅街では冷凍食品や日用品を充実させ、「毎日利用される店」を目指している。

戦略キーワード

「品質で選ばれるコンビニ」

② ローソン：「地域密着」で勝負

ローソンは地域によって店舗の役割を変えている。

郊外

- 生鮮食品
- 野菜
- 冷凍食品

を強化し、小さなスーパーのような役割を担う店舗が増えている。

また、地方では自治体と連携し、移動販売車を運行して買い物が難しい地域を支える取り組みも行っている。

都心

オフィス街では、健康志向の商品や低糖質食品などを充実させ、働く人のニーズに応えている。

戦略キーワード

「地域に合わせて姿を変えるコンビニ」

③ ファミリーマート：「コンビニ+α」で勝負

ファミリーマートは「商品以外の魅力」を増やしている。

代表的なのが **コンビニエンスウェア** である。靴下やTシャツなどがSNSで話題になり、「服を買うためにコンビニへ行く」という新しい需要を生み出した。さらに、

- セルフレジ
- デジタルサイネージ広告
- AI発注

など、デジタル技術の導入にも力を入れている。

戦略キーワード

「コンビニで新しい体験を提供する」

④ 都心で進む「未来型コンビニ」の実験



引用：Spark Journal by KDDI 「未来コンビニ「Real×Tech LAWSON」オープン。KDDIとローソンの新たな挑戦」
「Real×Tech LAWSON」1号店のローソン高輪ゲートウェイシティ店

トレンド① 「未来のコンビニ」実験が始まった

2025年、ローソンとKDDIは、東京の高輪ゲートウェイシティに「Real×Tech LAWSON」を開業した。これは単なるコンビニではなく、

- AIによる商品提案
- ロボットによる品出し
- リモート接客
- 電子サイネージ

などを導入した実験店舗である。将来的には従業員の業務量を約30%削減することを目指している。

昔

→ 人がレジを打つ

今

→ AIが「何を買うそうか」まで予測する

つまり、都心のコンビニは「小売店」から「データ産業」へ変化している。

トレンド② 「コンビニが病院になる」



引用：「NEWSCAST コンビニでオンライン診療を受けられる時代へ」

未来型ローソンでは、店内にリモート接客ブースを設置し、オンライン診療などのサービス活用も想定されている。これまで

- ATM
- 宅配便
- コピー

だったサービスが、

将来的には

- 医療
- 行政
- 地域相談

へ広がる可能性がある。

高齢化が進む東京では、「一番近い公共サービス拠点」がコンビニになるかもしれない。

トレンド③ 「人通り」より「データ」が出店を決める

以前は、「駅前だから出店」だった。

しかし最近は、

タワーマンション開発や再開発エリアの人口データ、スマホの位置情報データなどを分析し、

「これから人が増える場所」

へ先回りして出店するケースが増えている。

特に高輪ゲートウェイや豊洲、晴海などの再開発地域はその典型である。

昔のコンビニ

→ 人を追いかける

今のコンビニ

→ 人が来る前に先回りする

⑥ 今後のトレンド



引用：Spark Journal by KDDI 「未来コンビニ「Real×Tech LAWSON」オープン。KDDIとローソンの新たな挑戦」

コンビニ業界では今後、AIやデジタル技術の活用がさらに進むと考えられる。

都心では、セルフレジやAI発注だけでなく、ロボットによる品出しやリモート接客などが普及し、人手不足への対応が進んでいくだろう。

また、外国人観光客の増加により、多言語対応や観光客向け商品の充実も重要になると考えられる。

一方で郊外では、高齢化や人口減少が進む中で、買い物支援や宅配サービスなど、地域住民の生活を支える役割がさらに求められるだろう。

コンビニは単なる小売店ではなく、地域社会を支えるインフラとしての重要性を高めていくと考えられる。

おわりに

コンビニはどこも同じように見えて、実は地域や利用者に合わせて大きく戦略を変えていることが分かった。

セブン-イレブンは商品の品質、ローソンは地域密着、ファミリーマートは新しい体験の提供と、それぞれ異なる強みを持ちながら競争している。

また、都心ではAIやロボットを活用した未来型店舗の実験が進み、郊外ではスーパーのような役割や地域サービスの充実が進んでいる。特に高輪ゲートウェイシティの未来型ローソンは、「コンビニの未来」を象徴する存在といえるだろう。

これまでコンビニは「近くて便利な店」として発展してきた。しかし今後は、商品を販売するだけでなく、医療や行政サービス、地域コミュニティを支える拠点としての役割も期待されている。

これからのコンビニがどのように進化していくのか、引き続き注目していきたい。

参考文献

1. ITmedia NEWS 「ローソンの“未来コンビニ”、7月開店 ロボットが品出し、リモート接客ブースでオンライン診療も」 2025年6月24日掲載。
<https://www.itmedia.co.jp/news/articles/2506/24/news057.html>
2. ローソン 公式ニュースリリース 「KDDIと連携した未来型コンビニ『Real×Tech LAWSON』に関する発表」
<https://www.lawson.co.jp/>
3. KDDI 公式ニュースリリース 「ローソンとの未来型店舗に関する取り組み」
<https://www.kddi.com/>
4. 東京都「再開発エリア（豊洲・晴海・高輪など）に関する資料」
<https://www.metro.tokyo.lg.jp/>
5. セブン-イレブン・ジャパン 公式サイト 「企業情報・商品情報・店舗戦略」
<https://www.sej.co.jp/>
6. ローソン 公式サイト 「企業情報・地域共生・移動販売事業」
<https://www.lawson.co.jp/>
7. ファミリーマート 公式サイト 「コンビニエンスウェア・デジタル技術活用」
<https://www.family.co.jp/>