

データでみる軽トラ市 (その2)

愛知大学 三遠南信地域連携研究センター長
地域政策学部教授

戸田敏行

軽トラ市への出店車特性

新型コロナウイルス感染症の影響で、ほとんどの「軽トラ市」が活動を中止していたが、徐々に再開の取り組みが出つつある。また、三密対策を実施して、通常より小規模な「軽トラ市」を再開する動きもある。愛知県新城市の「軽トラ市」でも、来街者、出店車を地元限定し、人の流れを一方通行とするなどの工夫をもって実施された(図1)。来街者の様子を見ていると、距離を取りながら挨拶しあうなど、「軽トラ市」が地域の一部であることを感じさせられた。また、諸制約のある中での出店であるが、出店する方々と

運営者との信頼関係が強いことを垣間みることが出来た。

新城軽トラ市の開始は2010年3月で、月1回開催されており、6月現在119回実施されている。道路使用に関する申請が1台ごとであったことから、すべての出店車が登録されており、総台数は6月現在483台である。ここから、1回あたり80台程度が出店して、毎回の「軽トラ市」が構成されている。この様に、出店車がデータ管理されていることに注目したい。このデータをもとに、毎回の出店位置、売上、アンケート調査結果などを加えて、1~100回までの出店車データベースを学生と作成してみた。今回は、このデータか



図1 コロナ対応の軽トラ市

ら、出店車の特徴を紹介したい。

○出店車の継続性

第1の興味は、どの程度の出店車が継続性を持っているのかであった。図2をご覧になって頂きたい。10回区切りで、新規出店車の出店回数を表したものである。1回で辞めるものがどの程度かであるが、データでは16%となっている。つまり8割以上は繰り返し出店しているということである。第1～10回に出店を開始した138台をみると、3割が50回を超えており、100回毎日出店という出店車も数台ある。詳細に出店の傾向をみると、連続ではないが、定期的に出店している例もあ

る。特に、果実などの販売は季節を選ぶものが多く、取扱品目の影響もある。この様に、

「軽トラ市」出店車の継続性は総じて高いということが出来るだろう。従って、出店する方と運営者の連携や信頼関係も形成されており、上記のようなコロナ対応も可能となっている。

○販売品目

次に、販売品目である。全国調査では上位

出店回数 出店開始時期	1	2~5	6~10	11~30	31~50	51~70	71~90	91~100	合計
第1～10回									138
第11～20回									57
第21～30回									40
第31～40回									37
第41～50回									34
第51～60回									26
第61～70回									33
第71～80回									22
第81～90回									25
第91～100回									21
合計	72	146	61	66	43	17	22	6	433

凡例: 10%以下 10%~20% 30%~40% 40%以下

図2 新城軽トラ市の出店回数

販売品目	出店車数	構成(%)
海産物	23	5.2
農産物	83	18.7
加工食品	77	17.4
調理品(飲食)	102	23.0
手芸・雑貨等	114	25.7
対人サービス	34	7.7
フリーマーケット等	8	1.8
不明	2	0.5
合計	443	100.0

図3 新城軽トラ市販売品目

3品目を抽出している。各「軽トラ市」が選定する品目は、野菜(76%)、加工食品(58%)、調理品(48%)、手芸・雑貨(35%)であり、「軽トラ市」の基本品目ということが出来る。一方、「軽トラ市」の特徴として開催している地域差があり、特に海産物の扱いが、大きく異なっている。

新城の事例で100回分の出店車の販売品目みてみる(図3)。全国同様の傾向を持って

データでみる軽トラ市(その2)

いるが、対人サービスが増えつつある。具体的には、先回も写真を掲載したエステなどであるが、企業PRも増えている。不特定多数の人々に製品のPRや意識を聞き取る場所は、有りそうでないだろう。これも、開催地域の立地企業特性を反映している。次に、出店車の配置についてである。一般的に、煙がでる出店車の位置を特定する、同品目を集中させない、近接する商店街の店舗と競合にならない、販売機会が均等になるようにローテーションをもつなどの工夫がなされている。

○出店車の地域分布

最後に出店車の地域分布である。市町村外からの出店が多いことを先回述べたが、新城の出店車の距離圏を求めたものが図4である。ほぼ50km圏で累積が90%となる。この傾向は、静岡県磐田軽トラ市でも似通っていた。限界時間距離も調べているが、60分以内が約70%である。これをみると、50km圏で60分以内が有効な出店範囲とみえる。距離圏を販売品目別にみると、雑貨類はやや狭域、農産物・海産物・加工食品等は中域、キッチンカーなどの調理飲食が

より広域から集まっている。これらも地域差があると思えるが、出店車が一定の広がりを持っていることは間違いないだろう。従って、「軽トラ市」の開催地が、上記の距離範囲で連続することは、出店車側からは出店「軽トラ市」の選択を広げることが出来、個別の「軽トラ市」としては出店車の募集拡大や出店の特徴化を図ることが出来ると言えよう。

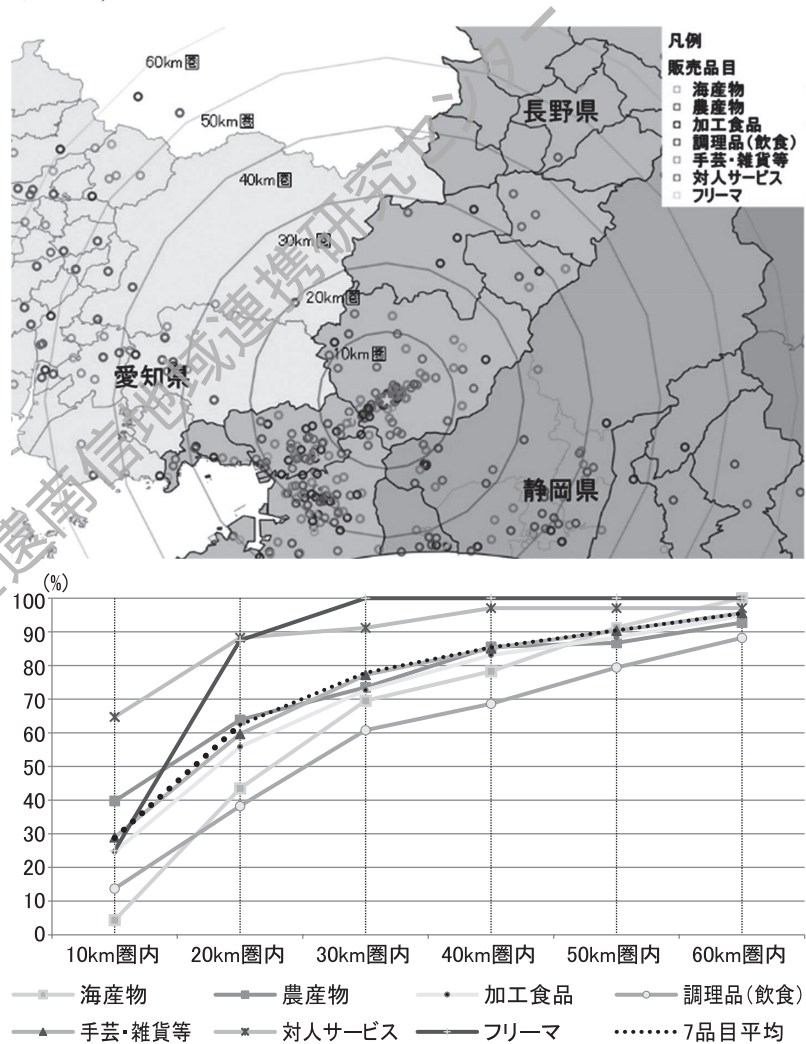


図4 出店車の分布と距離圏累積