

データでみる軽トラ市 (その3)

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 (2)

「軽トラ市」の全国調査では、運営上の苦労の1位が「出店車の募集 (58%)」であった。そこで、先月号に続いて出店車の特徴をまとめてみたい。今回は個別出店車のデータであり、主として新城軽トラ市で行ったアンケート調査結果によっている (調査: 2016年, 対象204, 回収107)。

〇出店情報と出店動機

さて、出店車はどの様に出店情報を入手しているのだろうか。

情報入手手段をまとめたものが、図1である。最大は、「出店車間口コミ (64%)」であり、次いで「運営団体HP (40%)」となっている。まず後者のHPは、先月号に記したように、出店車の範囲が行政界を越えて広域であることに起因しているだろう。HPやSNSは広域への情報提供に有効であり、当初から、こうした情報

手段を重視することが大切だろう。

口コミは、HPと正反対のようであるが、出店車間の繋がりの強さを示している。口コミによって出店車が集まるということは、「軽トラ市」が出店車側に評価されているということであり、長期間継続している「軽トラ市」は、その魅力を持っているということでもある。実際に、「軽トラ市」の終了時間頃などには、出店車間の情報交換が活発に行われている。情報交換相手は、同業種間 (29%) よりも異業種間 (60%) が2倍程度高い

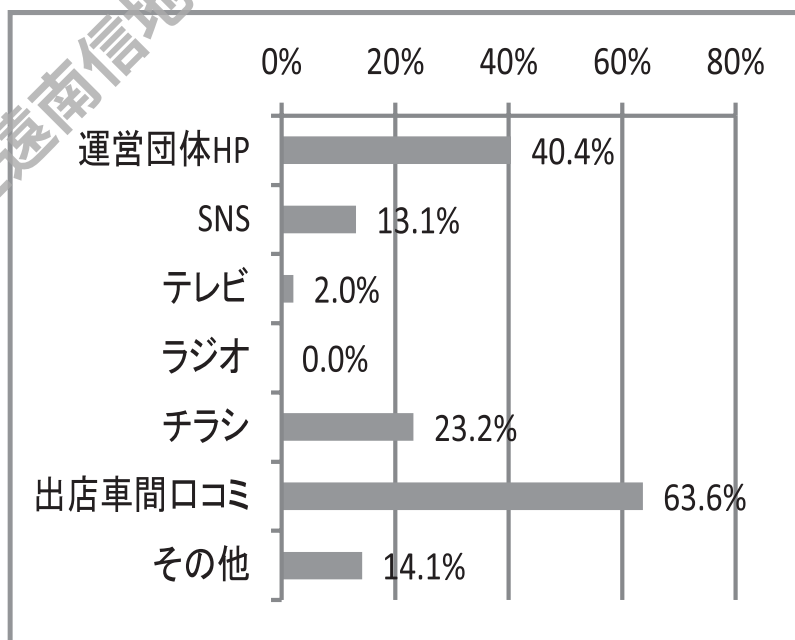


図1 出店情報の入手手段

ものとなっており，出店の多様化を図る上でも，口コミが重要と言えるだろう。

出店動機について，少し触れておきたい。商品宣伝(43%)，固定客づくり(39%)，売り上げ増大(36%)，店舗宣伝(34%)，販売地域開拓(30%)と，月1回の出店であるからと言って，短期的な営業視点ではないことが分かる。

○出店のバリエーション

まずは，営業形態である(図2)。様々な形態があるが，固定店舗を持って出張販売しているタイプが最も多い。これが，出店動機が多様である理由でもあろう。また，近年増えているのが，専業者であるという。専業者にも色々な形態があって，移動販売として営業範囲を広げるもの，固定店舗での起業への第一段階としているもの，

リタイア層の活動の場とするものもある。現在は，コロナ禍の厳しい状況が屋内の

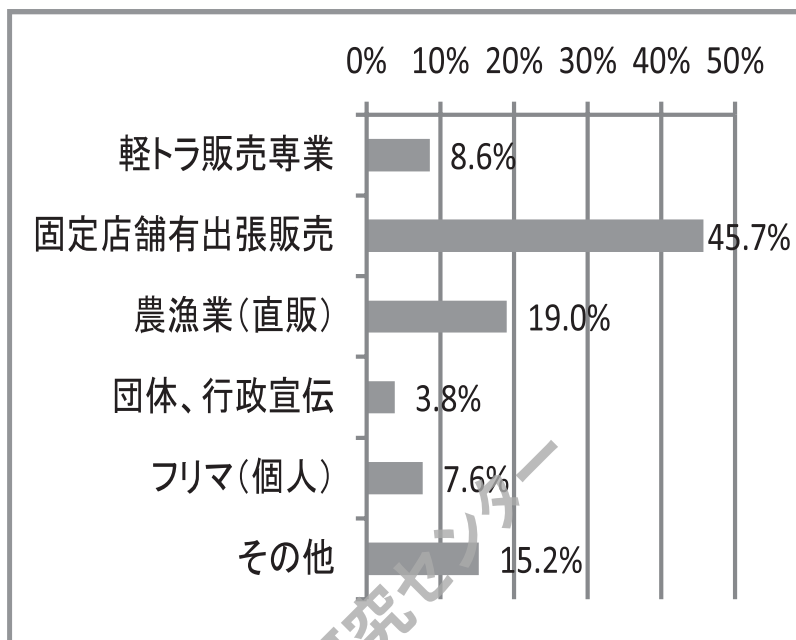


図2 出店車営業形態

	出店対象			台数	年間平均出店回数 (日/年)			
	軽トラ市	イベント	個別販売		軽トラ市	イベント	個別販売	合計
個別販売型	○	○	○	18 (18.2%)	11.9	27.6	80.4	119.9
	○	×	○	3 (3.0%)	10.3		85	95.3
イベント型	○	○	×	49 (49.5%)	12.3	17.9		30.2
	○	×	×	25 (25.3%)	11.1			11.1
	×	○	×	4※ (4.0%)		6.2		6.2

※調査時点では軽トラ市に出店していない

図3 年間出店回数

商業を取り巻いているが，今こそ「軽トラ市」が新しいビジネスや再生機会提供の場に

なるのではないかと
思う。

さて、これらの出店車は、「軽トラ市」以外にも出店の可能性がある。図3は、年間の出店回数をまとめたものである。「軽トラ市」だけという出店車は25%であり、4分の3は他の出店機会を持っていることが分かる。

スーパーマーケットの出店、移動販売など個別での販売を行うものを個別販売型、「軽

トラ市」や他のイベントに出店するものをイベント型とすると、個別販売型が21%、イベント型が79%である。年間出店回数をみると、個別販売型は年間100日程度とみることができ、イベント型では10～30日である。この様に「軽トラ市」は、多様な可動販売を結び付けており、出店台数からみて、それらの拠点として位置づけることができるだろう。

別の地方都市で行った調査であるが、「軽トラ市」からの新展開として、山間部で小規模「軽トラ市」を開催した場合の参加意識を聞いた。その結果は、出店してみたいが約4割となった。動機としては、新たな販売情報の入手が半数程度である。これは、地方都市から山間部への展開例であるが、より大規模な都市部への進出も考えられるのではないだろうか。

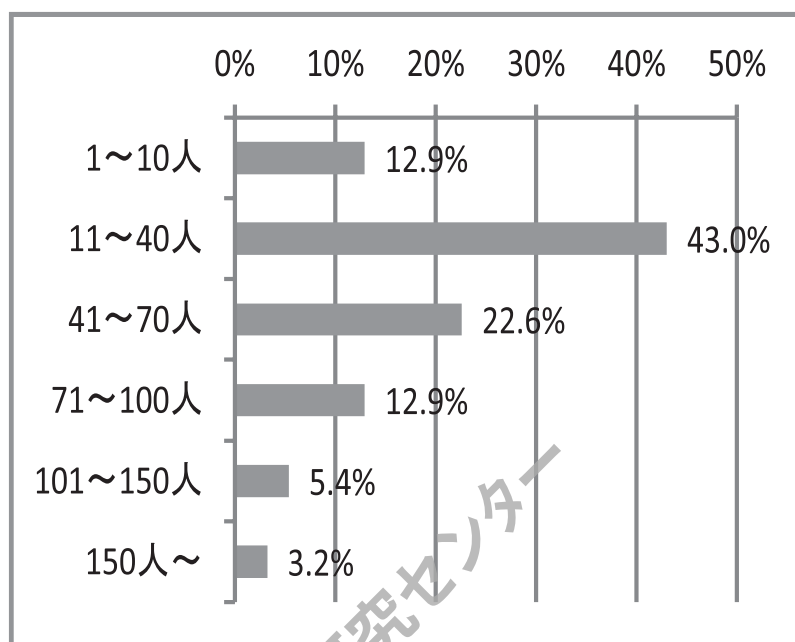


図4 平均客数（1回あたり）

○客数と売り上げ

出店動機が多様であることを示したが、最後に、売り上げと客数をみておきたい。売り上げは、全国調査で1台・1回あたり平均3万円程度であった。新城の場合も、ほぼ同様の結果である。出店車によってばらつきがあり、平均の倍を超える7万円以上も10%程度存在している。

出店動機に固定客づくりがあったが、結果はどうであろうか。図4の様に、1回あたりの客数は100名を超える店舗もあるが、平均は53名となる。これに対して固定客数の平均は17人であり、固定客比率は3割程度となる。これは、予想より高いものであった。確かに、どの「軽トラ市」でも最良のお店を探している来街者を見かける。ここから「軽トラ市」の魅力である、来街者と販売者との会話の楽しみも生まれてくる。