

コロナ対策時における移動販売の役割

愛知大学 地域政策学部 地域政策学科

公共政策コース4年 戸田ゼミナール 本田伊万里

1. はじめに

1-1 研究の背景と目的

近年、フードデザート問題、ビジネスの観点での有効性から、移動販売は急速な広まりを見せている。本研究は、豊橋市の販売車を対象に、コロナ対策時における移動販売車の実態を把握し、今後の非常事態下での移動販売の役割を検討することを目的とする。

1-2 研究の方法

①移動販売車アンケート調査：対象「豊橋市及び愛知県に登録されている移動販売車（営業所在地が豊橋市）」、配布数 62、回収数 18。

②軽トラ市出店車アンケート調査（三遠南信地域連携研究センター実施）：対象「しんしろ軽トラ市出店車」、配布数 335、回収数 136。

2. 既往研究を用いた移動販売の位置づけ

移動販売とは特定の店舗（固定店舗）を持たない販売形態であり、自動車などで商品を運び、常設の店舗以外で販売を行い、種類は多種多様である。大きく分けると日常型と非日常型が存在する。日常型とは、販売車である。移動スーパー等、移動先において商品の販売又は展示を行う車種である。非日常型とは、加工車である。キッチンカー、フードトラック等、食料品の原料や素材の加工作業を行う車種である。全国、愛知県ともに、非日常型は増加傾向、日常型は減少傾向にある。

3. 非常時における移動販売の実態

コロナ禍で移動販売に対する取り組みは数多く行われている。豊橋市では、感染症対策の上、ドライブスルー方式、飲食スペース無しのイベントが開催されている。

4. 豊橋移動販売車の実態調査結果

4-1 豊橋市移動販売の概要

「豊橋市食品営業許可台帳に営業施設が（自動車）として登録している営業者（63 営業者）」及び「愛知県食品営業許可台帳に営業施設が（自動車）として登録している、かつ営業所在地が豊橋市である営業者（3 営業車）」の合計 66 事業者である。飲食店営業が 85%であり、豊橋市では、非日常型の移動販売が多い。

4-2 コロナ禍の営業変化

出店場所では、全ての市町村で減少している。また、出店場所別にみると、多くの場所で減少しているが、スーパー等では増加している。営業車ごとでは、出店場所を減少させている営業車が 7 台だが、新たな場所に変更する営業車も見られた。販売形態では、非日常型の出店

が減少しており、出店場所を変えての営業も多数見られた。日常型の移動販売では、需要の増加、売上の増加や販売商品の増加があった。

4-3 コロナ対応

「対策をしたかったができなかった（3）」と答える事業者がいた。「キャッシュレス決済への対応（4）」「接触確認アプリのインストール（1）」「販売者間の距離の確保（0）」や「おつり不要になる金額の設定（0）」は対応している事業者が少ない。行政、経済団体、イベント運営者に対して求めるサポートとしては、「感染症対策のための補助金（7）」と「出店可能場所の情報提供（6）」との回答が多くなっている。

5. 軽トラ市の実態調査結果

5-1 コロナ対応の軽トラ市

「軽トラ市」とは、軽トラックの荷台を店舗に見立てた市である。コロナ禍では、コロナ対応型のコンパクトな軽トラ市「のんほい軽トラらんど」として、出店台数・来場者数等の規模を減少、場所の変更、出店者へのコロナ対策の呼びかけ等を行い、開催された。

5-2 コロナ禍での出店変化

三遠南信地域連携研究センターが 2020 年 11 月に実施したアンケート調査を分析した。複数の事業者が参加するイベントは開催自体が減少していることから、出店場所が減少している。コロナ禍では、売上増加が 4%、減少が 96%である。5 割減少が最も多く、10 割減少も 8%みられる。

5-3 コロナ対応

運営側が出店者に求めるコロナ対策のうち困難なものは「お客様との接触を極力減らす工夫（キャッシュレス決済対応など）（37%）」「お客様との間へのビニールのシールドなどの設置（17%）」等、主にインターネットを利用するものや、店のレイアウトを大きく変更するものが多い。しかし、困難と答える割合が一番高い対策でも対応可能が 6 割以上、そのほかのものについては 8 割以上であるため、感染症対策と移動販売の実施はともに実現可能である。

6. 総括

感染症対策を行いながらの移動販売の可能性は高く、移動販売はコロナ前にも増して買い物需要を満たし、社会的なつながりを作る為の有効な手段である。行政に対しては補助金だけではなく、出店場所に関する情報提供、感染症対策を取りながらの移動販売イベントを行うためのマニュアル作成、講習会の実施を提案する。また、営業者同士の情報交換の場を作ることによってさらなる移動販売の発展につながる事が考えられる。