

裏通りのひっそりした場所に古着屋を作ることの隠れたメリット

1240468 茶木颯利

指導教員 小林豊

研究背景

衣服店が店舗を構える際に、どのような立地でどのような系統の服を販売すれば、消費者が足を運びたくなるのだろうか。本研究は、服の系統（新品、古着、ヴィンテージ）と立地が集客率に与える影響に注目した。

研究目的

本研究では、ウェブアンケートにより、以下2つの仮説を検証する。1つ目は、新品の衣服店より、ヴィンテージ古着屋のほうが、裏通りに店を構えた時の集客が良いという仮説である。2つ目は、普通の古着屋より、ヴィンテージ古着屋のほうが、裏通りに店を構えた時の集客が良いという仮説である。これに加え、裏通りにヴィンテージの店舗を構えると集客が良くなるのは、購買者が「掘り出し物がある」ように感じるからであるということを自由記述により確かめる。

調査・分析方法

600人を対象とするウェブアンケートを行い、3条件（条件あたり200人）の被験者間比較実験を行った。各回答者を新品・古着・ヴィンテージ条件のいずれかにランダムに割り当て、それぞれ、新品の衣服、普通の古着、ヴィンテージ古着を買いに行く場面を想定させた。その上で、大通りの目立つ場所にある店舗と、裏通りのひっそりした場所にある店舗のどちらで購入したいかを答えてもらい、回答者が裏通りを選ぶ比率を条件間で比較した。

分析結果

裏通りを選択した比率は、新品条件が12.8%、古着条件が22.8%、ヴィンテージ条件が48.8%となり、仮説と矛盾しない順序を示した。また、比率の差の検定により、仮説1、仮説2ともに、補正有意水準で有意差が認められた。さらに、回帰分析により、交通手段は裏通りを選択する頻度に影響を与えるが、年齢・性別・衣服を購入する頻度は裏通りを選択する頻度に影響を与えないということも明らかになった。自由記述欄の分析からは、回答者は裏通りの店舗には「掘り出し物がありそうだ」と感じていることが明らかになった。

考察・結論

仮説通り、消費者は、ヴィンテージ、普通の古着、新品の衣服の順で、裏通りに店を構えた時の集客が良いという予測が得られた。この結果より、裏通りでヴィンテージあるいは古着を販売することには、消費者の心理を利用して集客率を上げる隠れたメリットがあることが示唆された。