

■ 地域内需要動向調査

～ 道の駅たかのの販売データ分析より～

【前期報告】



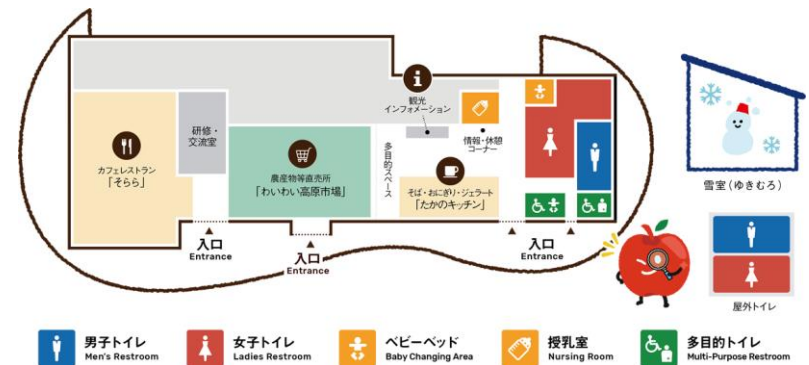
調査時期

2017～2021年



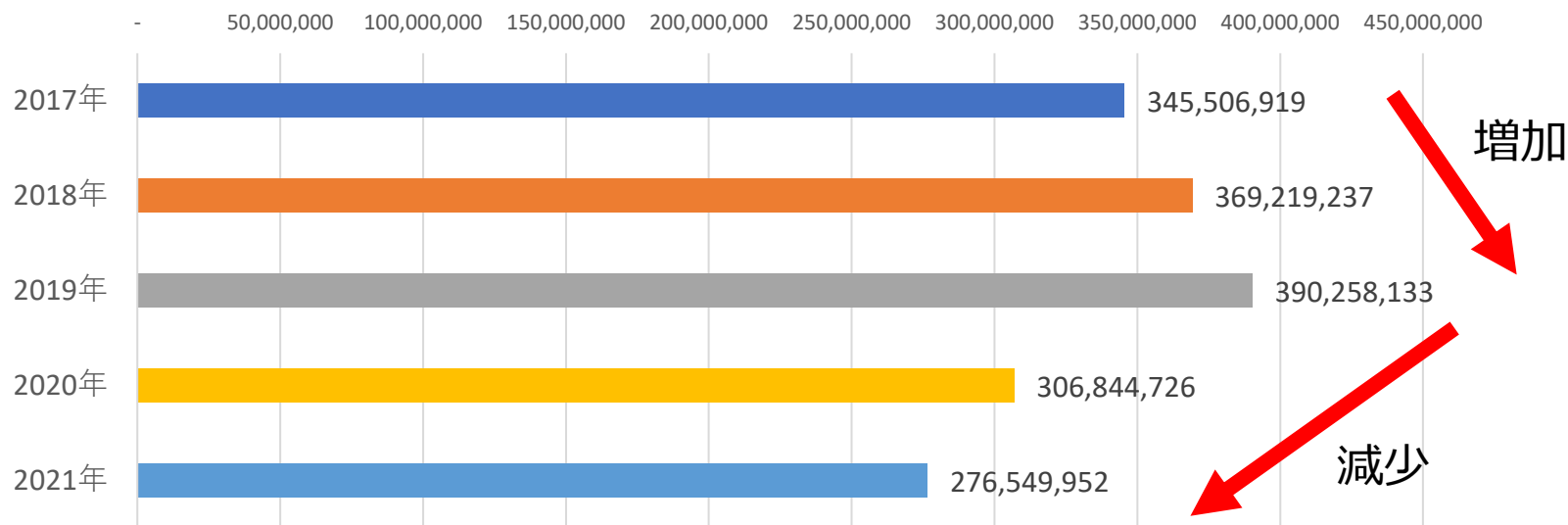
1.道の駅たかののについて

- 自然豊かな広島県最北端のまち、庄原市高野町にある「道の駅たかのの」。庄原市の北の玄関口として、人・モノ・情報の交流拠点として運営中
- 地元農産物や安心・安全にこだわった加工品である「高野の逸品」、豊富な山の幸を活かした食事や観光情報など、高野の魅力が詰め込まれた「旅の拠点」「休憩場所」として人気のスポット。
- 最盛期の年間売上は4億円を超え、エリア内の商業施設としては、屈指の規模を誇る。外部からの来訪者だけでなく、エリア内のお客様も多い。



2.道の駅たかの売上実績推移

(単位：円)



※各年度の売上ランキングより算出

- ・2019年まで売上は順調に推移していたが、2020年春から感染拡大した新型コロナウイルスの影響で、2020年、2021年と売上は大きく減少している。
- ・新型コロナ感染症の影響としては「道の駅たかの」への主要な来店ルートである「尾道松江道」の利用者（観光客、出張者など）の移動制限や行動自粛などが影響していると思われる。

3.分析時のカテゴリー分類について

【POSデータの中分類51を大分類23に整理して分析】

- ・青果(野菜,キノコ,豆類など)
- ・果物(りんご,みかん,スイカなど)
- ・鮮魚(魚類,亀など)
- ・精肉(牛肉,豚肉,ジビエなど)
- ・加工肉(ハム,ソーセージなど)
- ・寿司(寿司,ちらし寿司など)
- ・弁当(弁当各種,おむすび,飲食など)
- ・惣菜(揚げ物,焼き物など)
- ・和日配(漬物,豆腐,味噌など)
- ・洋日配(パイ,ジャムなど)
- ・パン(食パン,菓子パンなど)
- ・食品(調味料,餅,蜂蜜など)
- ・酒(ビール,日本酒,焼酎など)
- ・米 (米・,もち米など)
- ・菓子(菓子,もみじ饅頭など土産菓子など)
- ・雑貨(雑貨など)
- ・生花(切り花,球根など)
- ・卵 (卵)
- ・アイス(ジェラート,アイスクリームなど)
- ・ドリンク(飲料など)
- ・うどん,そば(うどん類,そば類)
- ・加工品(加工品)
- ・レジ袋,その他(レジ袋,イベント関係など)

4.大分類23のABC分析推移（2017～2021）



2017年		2018年		2019年		2020年		2021年	
大分類名	ABC判定	大分類名	ABC判定	大分類名	ABC判定	大分類名	ABC判定	大分類名	ABC判定
青果(野菜)	A	青果(野菜)	A	青果(野菜)	A	青果(野菜)	A	青果(野菜)	A
レジ袋・その他	A	レジ袋・その他	A	レジ袋・その他	A	レジ袋・その他	A	レジ袋・その他	A
果物	A	果物	A	果物	A	果物	A	果物	A
菓子	A	菓子	A	菓子	A	菓子	A	菓子	A
和日配	A	和日配	A	和日配	A	和日配	A	和日配	A
洋日配	A	洋日配	A	食品	A	米	A	洋日配	A
食品	B	食品	B	洋日配	A	洋日配	A	米	A
加工品	B	米	B	米	B	食品	B	食品	B
米	B	加工品	B	加工品	B	加工品	B	加工品	B
ドリンク	C	ドリンク	C	ドリンク	C	ドリンク	B	パン	B
卵	C	パン	C	パン	C	パン	C	ドリンク	C
雑貨	C	卵	C	卵	C	雑貨	C	雑貨	C
寿司	C	雑貨	C	雑貨	C	卵	C	精肉	C
生花	C	生花	C	弁当	C	生花	C	生花	C
弁当	C	寿司	C	生花	C	精肉	C	弁当	C
惣菜	C	惣菜	C	寿司	C	寿司	C	卵	C
パン	C	弁当	C	精肉	C	弁当	C	寿司	C
鮮魚	C	精肉	C	惣菜	C	惣菜	C	鮮魚	C
アイス	C	鮮魚	C	アイス	C	鮮魚	C	うどん・そば	C
うどん・そば	C	アイス	C	鮮魚	C	うどん・そば	C	惣菜	C
		うどん・そば	C	うどん・そば	C	アイス	C	アイス	C

【累積売上割合が0～80%までの品目をA、80～90%の品目をB、90～100%の品目をCに分類】

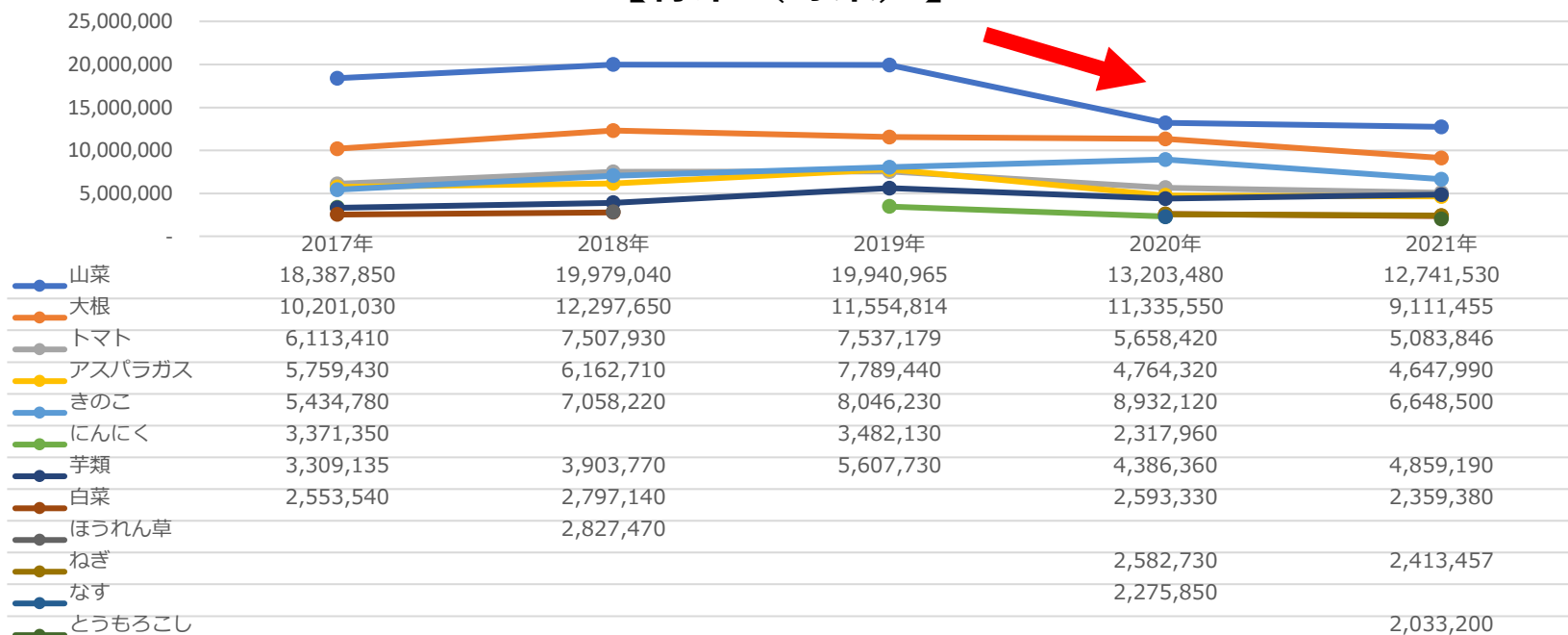
- ・Aランクの上位5分類については変動なし。Aランクでは食品が新型コロナ以降、順位が低下傾向。
- ・その他、Aランク～Bランクでは洋日配、ドリンクで軽微な動きがある。
- ・パンについてはCランク内で順位を上げ、2021年にはBランクに入るなど順位の伸びが顕著。
- ・Cランクの弁当は順位の変動はあるが概ね横ばい。寿司、惣菜は継続して順位が低下傾向となっている。

5.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

①青果（野菜）

(中分類全体でAランク商品のみ 単位:円)

【青果（野菜）】

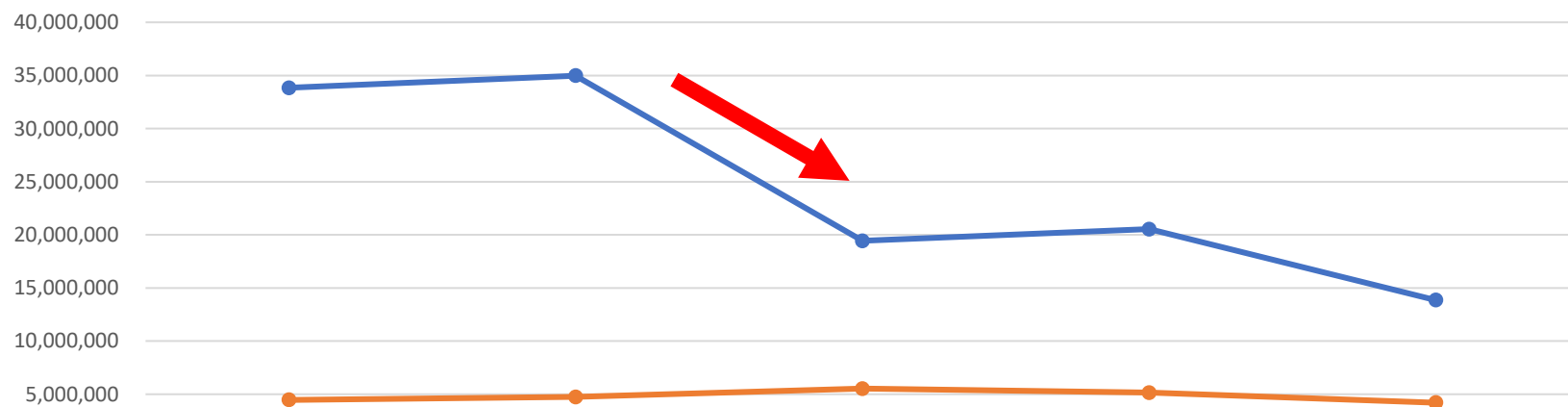


- ・青果カテゴリーの売上で最も多いのは「山菜」で、2020年の新型コロナ以降、売上は大幅に減少
- ・次いで大根、トマト、アスパラガスなどが上位となるが、新型コロナ以降は減少傾向。きのこについては2020年に一時的に売上は増加しているが、その後、減少傾向となっている。

5.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

②果物

(中分類全体でAランク商品のみ 単位:円)



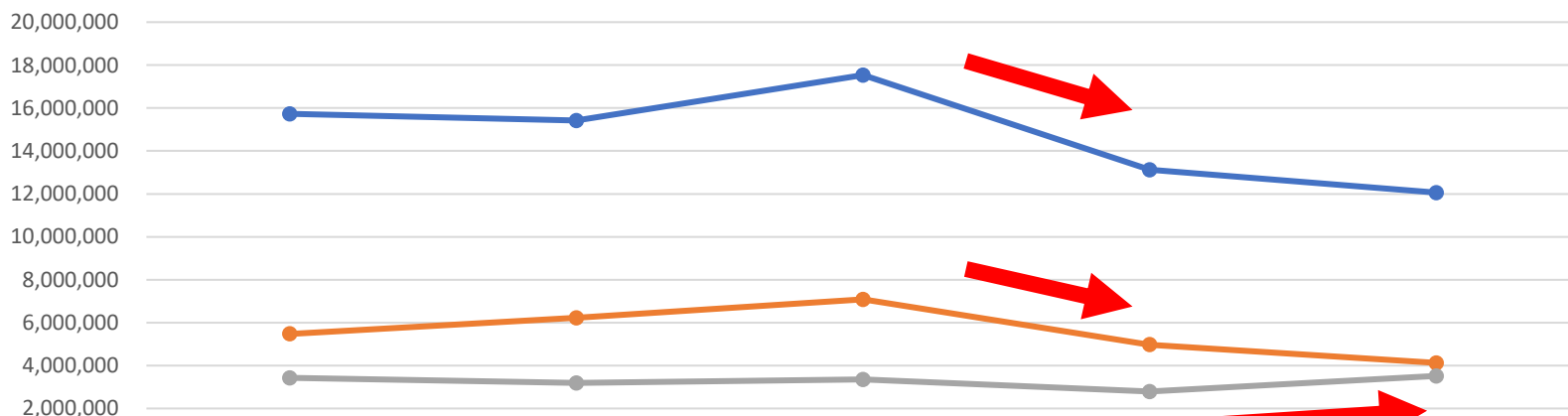
	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
りんご	33,847,004	34,989,720	19,437,070	20,528,984	13,853,117
ぶどう	4,454,500	4,735,180	5,518,850	5,140,660	4,194,500
いちご					2,878,140

- ・果物カテゴリーの売上で最も多いのは、地域内の代表的な特産品である「りんご」で、新型コロナの感染拡大の前年になる2019年に大幅に売上が減少。2020年は微増に転じたが、2021年に大きく売上が減少する状況となっている。
- ・次いでぶどうの売上が高く、年々、増加傾向であったが、2020年の新型コロナ以降は減少傾向。ただし、りんごと比較すると減少幅は小さい。2021年より、いちごの売上がデータとして発生。

5.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

③和日配

(中分類全体でAランク商品のみ 単位:円)

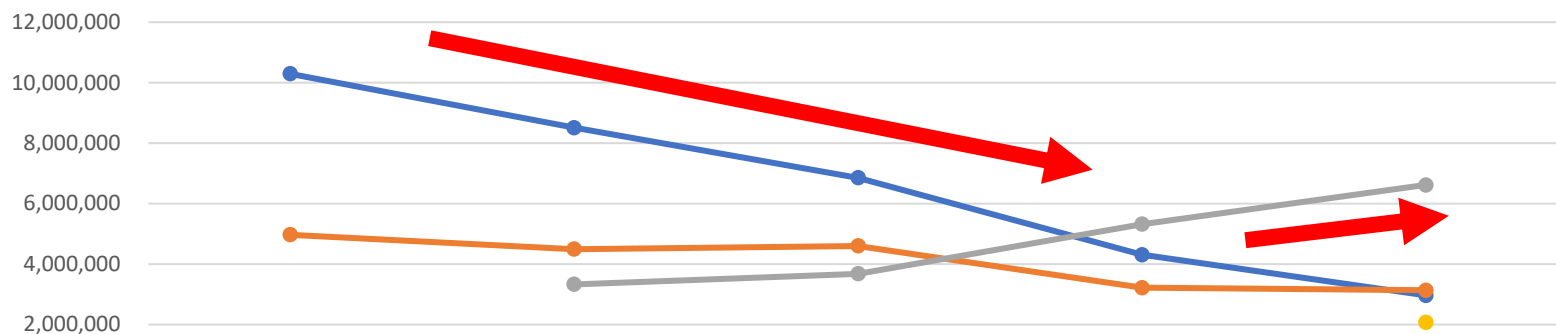


- ・和日配カテゴリーの売上で最も多いのは「漬物」で、新型コロナの感染拡大の前年になる2019年には売上がピークに達していたが、2020年の新型コロナ以降、減少傾向となっている。次いで売上が高い「こんにゃく」についても、「漬物」と同様、2019年にピークに達した後、2020年の新型コロナ以降は減少傾向となっている。
- ・「キムチ」については、2020年は減少したが、2021年には盛り返して売上はピークとなっている。

5.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

④洋日配

(中分類全体でAランク商品のみ 単位:円)



	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
● ケーキ	10,294,340	8,514,250	6,853,710	4,307,130	2,959,844
● ジャム	4,966,840	4,492,530	4,598,870	3,217,550	3,129,148
● アップルパイ		3,325,250	3,678,090	5,320,090	6,618,160
● チーズ					2,070,380

- ・洋日配カテゴリーの売上で最も多かった「ケーキ」は、新型コロナ前の2017年をピークに減少傾向となっており、2018年からデータ上で売上が発生している「アップルパイ」に逆転されている。バーコードの変更を行ったなど、管理区分を変更した可能性も考えられる。
- ・「ジャム」については、2020年の新型コロナ以降、減少傾向となっている。チーズについては2021年に初めてデータ上で売上が発生しているが、約200万円と一定の売上規模となっている。

5.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

⑤菓子・米

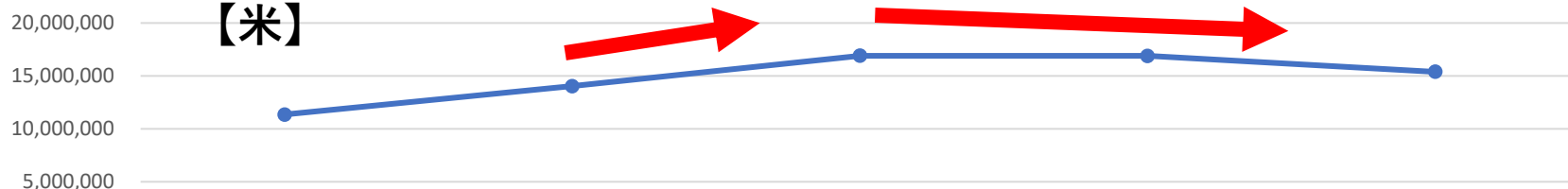
(中分類全体でAランク商品のみ 単位:円)

【菓子】



	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
お菓子	30,603,160	28,355,730	33,743,600	22,745,380	22,737,111

【米】



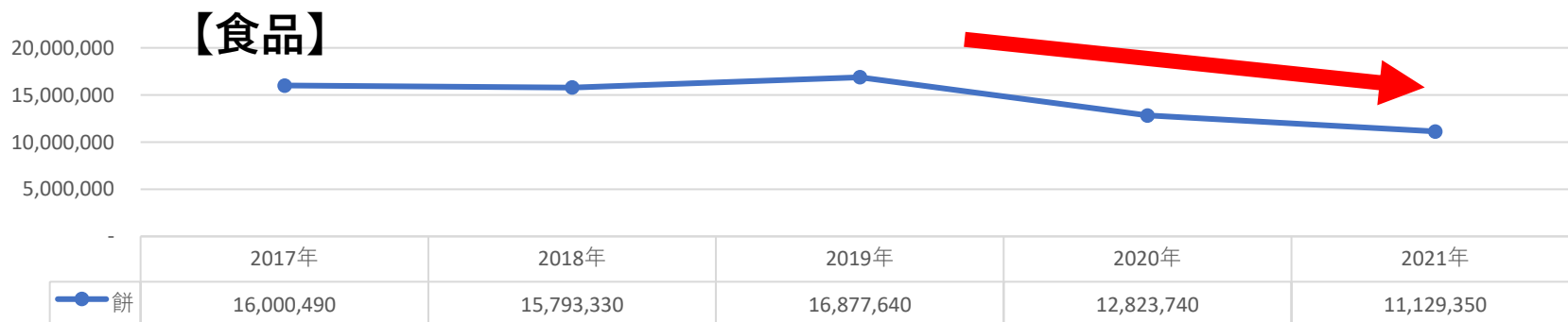
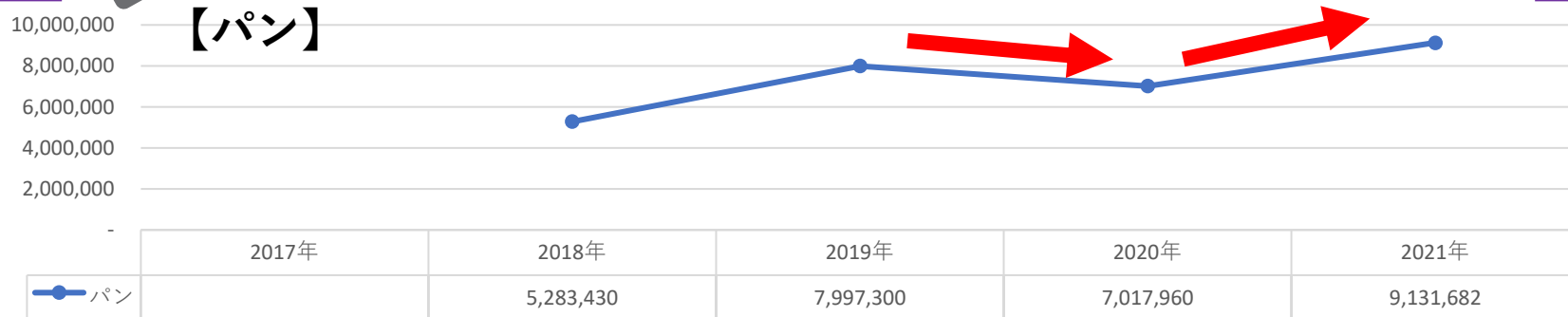
	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
米	11,357,350	14,041,560	16,923,250	16,907,490	15,409,670

- ・「菓子」については、新型コロナの感染拡大の前年になる2019年には売上がピークに達していたが、2020年の新型コロナで減少、その後 横ばいとなっている。
- ・「米」についても、新型コロナの感染拡大の前年になる2019年には売上がピークに達していたが、2020年に微減となり、2021年も減少しているが、新型コロナウイルスの影響としては他のカテゴリーと比較して少ないものと考えられる。外からの来訪者より、地域内での需要が高い可能性がある。

5.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

⑥パン・食品

(中分類全体でAランク商品のみ 単位:円)

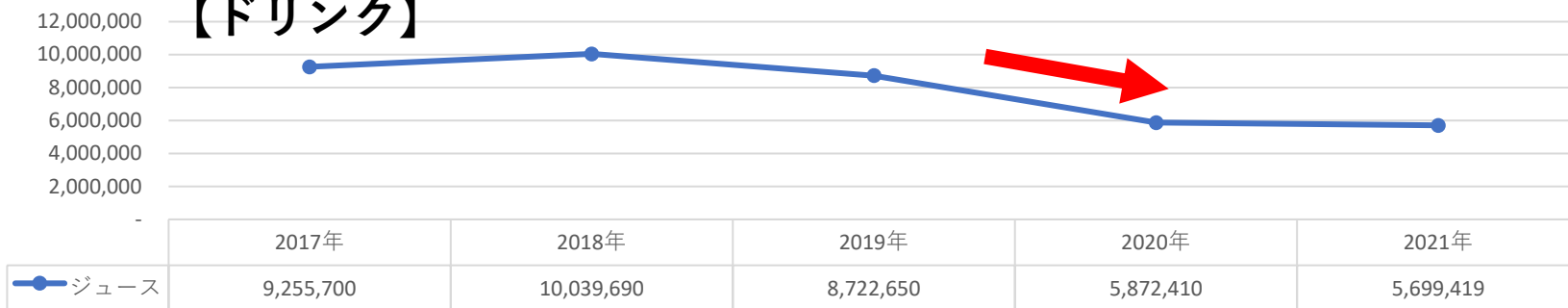


- ・「パン」については、新型コロナの感染拡大より前の2018年に売上データが発生し、2019年に増加、新型コロナウイルスが拡大した2020年には減少したが、2021年には増加に転じている。
- ・「食品」については、2017年～2019年まで横ばいから微増で推移したが、新型コロナウイルスが拡大2020年から減少傾向となっている。パンと食品とでは新型コロナの影響が異なることが伺える。

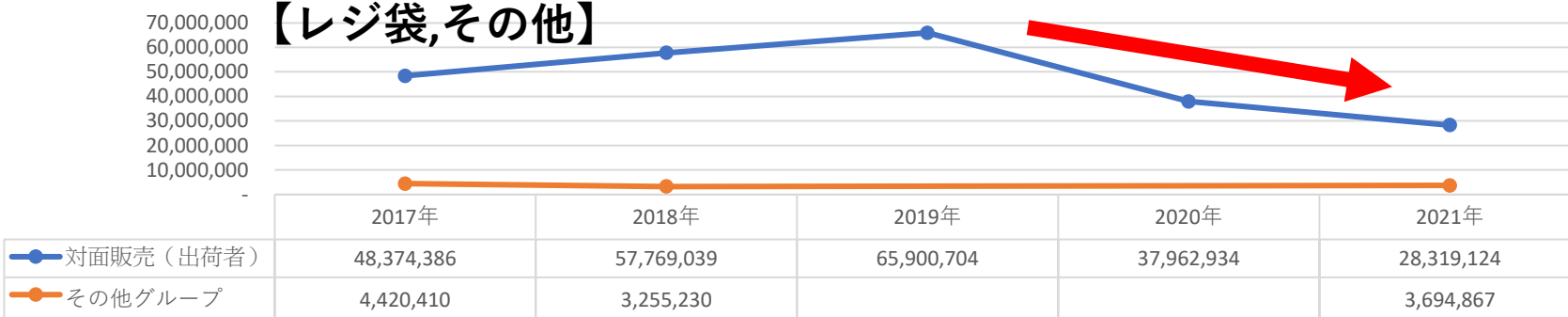
5.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

⑦ドリンク・レジ袋,その他 (中分類全体でAランク商品のみ 単位:円)

【ドリンク】



【レジ袋,その他】

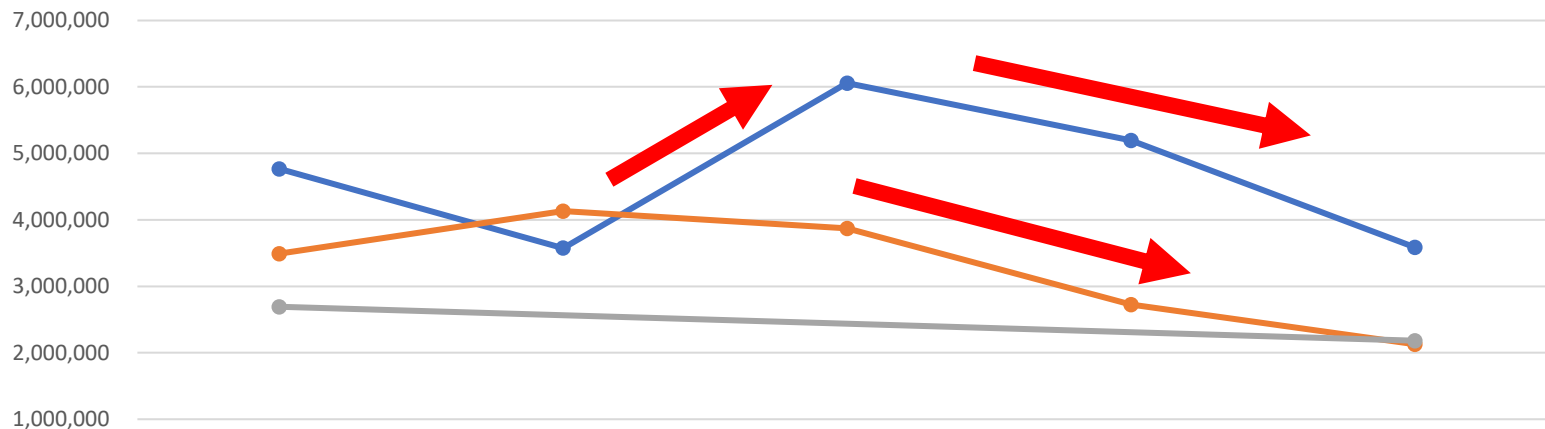


- ・「ドリンク」については、2019年から減少が始まり、新型コロナウイルスが感染拡大した2020年に大きく落ち込み、2021年は微減となっている。
- ・「レジ袋,その他」はイベント関連の売上と思われるが、新型コロナ前の2019年まで売上が拡大した後、新型コロナウイルスが拡大した2020年から大きく売上が減少している。

5.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

⑧加工品

(中分類全体でAランク商品のみ 単位:円)



	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
● その他加工品	4,766,050	3,574,090	6,055,470	5,194,700	3,587,204
● 乾燥野菜	3,491,350	4,129,990	3,871,020	2,725,610	2,127,960
● 加工品	2,691,450				2,182,395

- ・「その他加工品」については、新型コロナの感染拡大より前の2018年に売上が大きく落ち込み、2019年に突然売上が急増、新型コロナウイルスが拡大した2020年から減少に転じている。
- ・「乾燥野菜」については、2018年まで増加傾向だったが2019年に減少し、新型コロナウイルスが拡大した2020年から大幅に減少傾向となっている。その他の「加工品」は継続して減少傾向。

5.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

⑨2017年~2021年の販売分析まとめ

a.売上全体の傾向

- ・新型コロナの2020年から売上は大幅に減少したが**分類毎に傾向に違い**がある

b.大分類の傾向

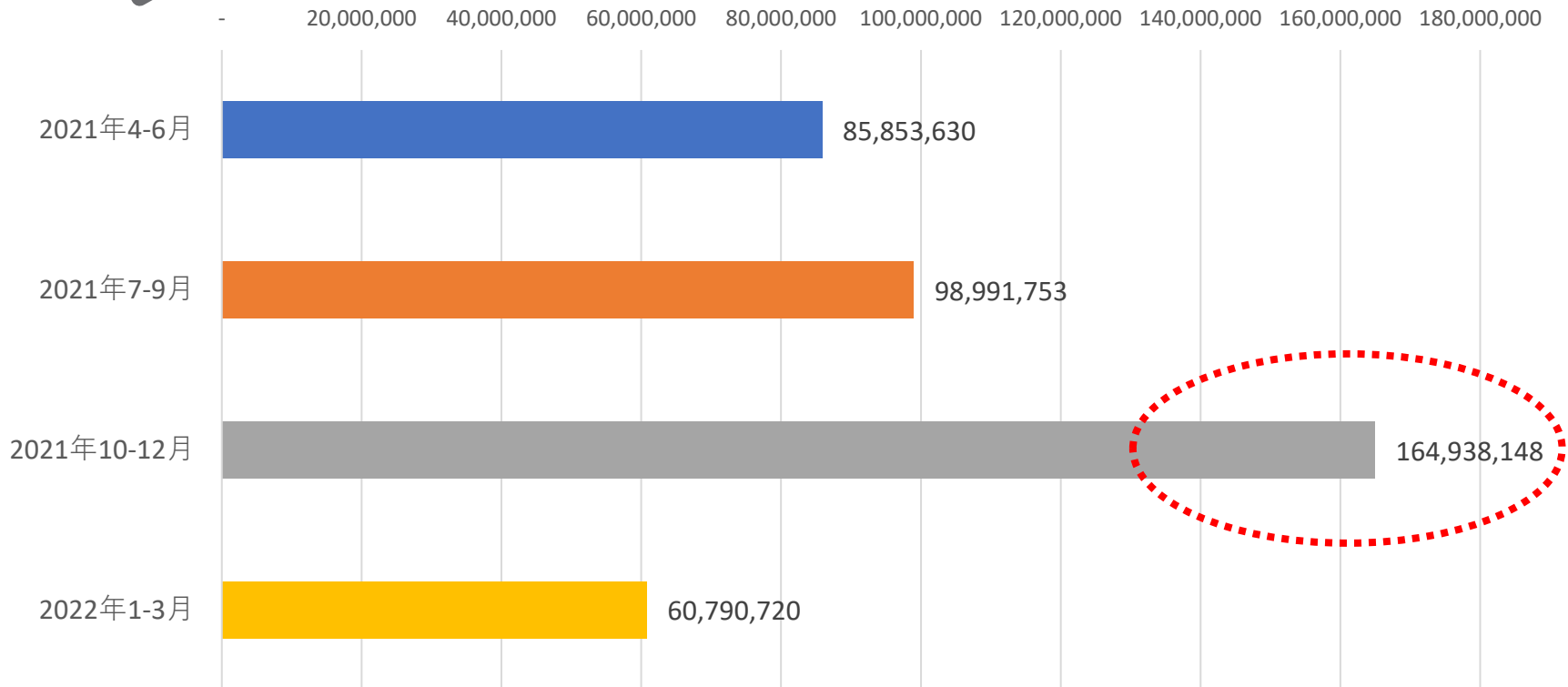
- ・「青果」「レジ袋・その他」「果物」「菓子」「和日配」の大分類上位は**順位変わらず**
- ・「パン」については2017年Cランクから、**2021年にはBランクへと順位が上昇**
- ・「弁当」は変動はあるが概ね横ばいで「寿司」「惣菜」は**コロナ前から減少傾向**

c.大分類Aランクの内訳の傾向

- ・「野菜」「和日配」「食品」については**コロナでの全体の売上減に近い動き**
- ・新型コロナ以降、「りんご」の**売上が激減**したが、「アップルパイ」は**売上急増**
- ・洋日配は「アップルパイ」が**急増**したが、「ケーキ」「ジャム」は**売上減**
- ・「菓子」は新型コロナで売上は減少したが、その後横ばいで推移
- ・「米」は新型コロナでも売上減少は微減であり、**地元利用が多いことも予測**される
- ・「パン」は新型コロナで売上は**減少**したが、その後、**増加傾向**となっている
- ・「加工品」は新型コロナ前から**減少傾向**で、**新型コロナで減少が加速**した

6.道の駅たかの四半期別売上高推移（2021年）

（単位：円）



※月別商品別売上順位より算出

- ・売上ピークは主力商品である「りんご」「ぶどう」「米」等の収穫期が含まれる10月～12月となっている
- ・雪が多いエリアであることから、雪の降る時期が多く含まれる1～3月の売上が最も少ない
- ・「10～12月」と「1月～3月」では2.5倍の差があることから、**供給サイドは生産量や納品量、販売サイドは在庫管理と売場づくり**に注意する必要がある。

7.大分類23のABC分析推移（2021年4月～3月）

大分類ABC分析の推移（2021年4月～2022年3月）

2021年4-6月		2021年7-9月		2021年10-12月		2022年1-3月	
大分類名	ABC判定	大分類名	ABC判定	大分類名	ABC判定	大分類名	ABC判定
青果(野菜)	A	青果(野菜)	A	青果(野菜)	A	洋日配	A
洋日配	A	弁当	A	レジ袋・その他	A	弁当	A
弁当	A	洋日配	A	洋日配	A	レジ袋・その他	A
レジ袋・その他	A	果物	A	弁当	A	和日配	A
食品	A	レジ袋・その他	A	果物	A	青果(野菜)	A
和日配	A	うどん・そば	A	和日配	A	食品	A
うどん・そば	A	食品	A	食品	A	うどん・そば	A
惣菜	A	和日配	A	うどん・そば	A	惣菜	A
菓子	A	惣菜	A	米	B	菓子	A
ドリンク	B	米	B	惣菜	B	ドリンク	B
米	B	ドリンク	B	菓子	B	米	B
アイス	B	パン	B	ドリンク	B	酒	B
精肉	B	アイス	B	パン	C	パン	B
酒	C	菓子	C	精肉	C	精肉	C
パン	C	精肉	C	酒	C	果物	C
果物	C	酒	C	加工肉	C	雑貨	C
加工品	C	加工肉	C	アイス	C	加工品	C
雑貨	C	生花	C	雑貨	C	アイス	C
加工肉	C	加工品	C	加工品	C	寿司	C
生花	C	雑貨	C	生花	C	生花	C
寿司	C	鮮魚	C	鮮魚	C	加工肉	C
鮮魚	C	寿司	C	寿司	C	鮮魚	C

【累積売上割合が0～80%までの品目をA、80～90%の品目をB、90～100%の品目をCに分類】

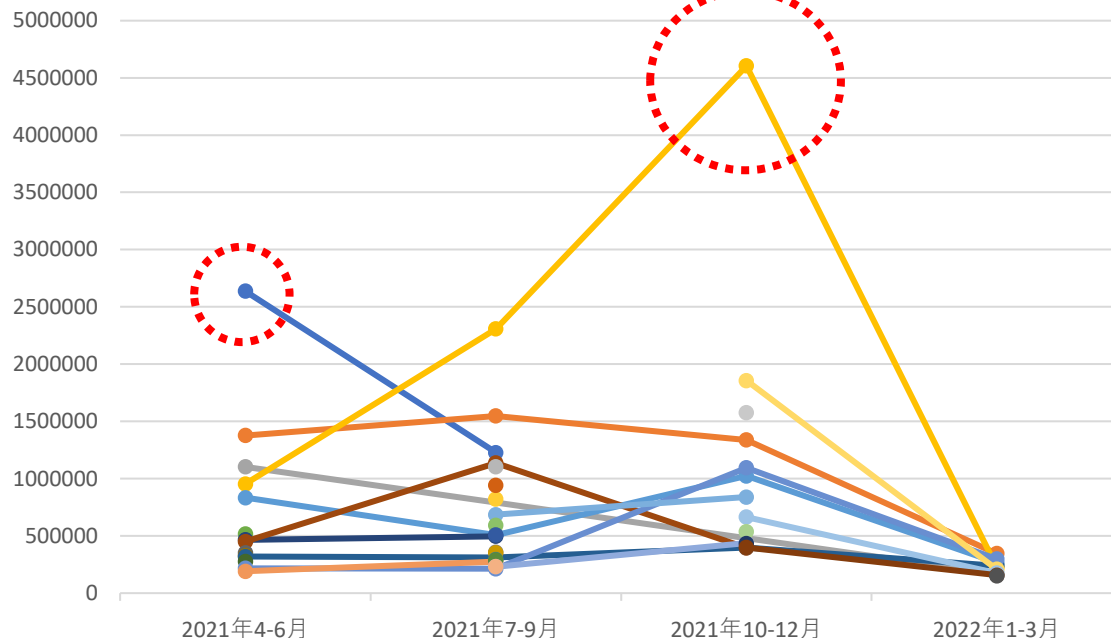
- ・四半期毎に分析するとAランクも変動がある。4月～12月までトップの「青果」は収穫量の減る1～3月に下がるほか、「りんご」を多く含む「果物」は収穫期を含む7月～12月にCランクからAランクに大幅に順位を上げる。
- ・その他、Aランクの中では「洋日配」が1月～3月のトップになるほか、和日配が7月～12月に下げて1月～3月に上がるなどの動きがみられる。アイスは4月～9月がBランクで、10月～3月でCランクへと順位を大きく下げる。

7.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

(売上全体でAランク商品のみ)

①青果（野菜）

- 2021年の青果分類では売上が高いのは「大根」であり、10月～12月には他を圧倒する売上を占める。
- 季節性の高いアスパラガスは春から夏のみ。
- 通年で売上が発生するトマトは4月～12月まで、安定して売上を維持している重要アイテムとなっている。



- | | | |
|-----------|------------|---------|
| ● アスパラガス | ● トマト | ● 葉わさび |
| ● 大根 | ● しいたけ（原木） | ● タラの芽 |
| ● きゅうり | ● その他の野菜 | ● わらび |
| ● フキ | ● ほうれん草 | ● たけのこ |
| ● ねぎ | ● たまねぎ | ● なす |
| ● スイートコーン | ● 香茸 | ● ミニトマト |
| ● ピーマン | ● とうもろこし | ● キャベツ |
| ● にんにく | ● かぼちゃ | ● みょうが |
| ● じゃがいも | ● パプリカ | ● 松茸 |
| ● 白菜 | ● 里いも | ● さつまいも |
| ● 山芋 | ● にんじん | ● 春菊 |

7.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

(売上全体でAランク商品のみ 単位：円)

【青果（野菜）のAランク売上】

	2021年4-6月	2021年7-9月	2021年10-12月	2022年1-3月
アスパラガス	2637610	1227220		
トマト	1377060	1547570	1337720	346060
葉わさび	1103360			168,130
大根	953940	2307320	4604820	226400
しいたけ（原木）	833760	507230	1022720	265390
タラの芽	518050			
きゅうり	465840	497160		
その他の野菜	450790	1137080	394455	
わらび	352700			
フキ	327150			
ほうれん草	319070	311270	399200	239940
たけのこ	276100			
ねぎ	217220	213140	1094047	297610
たまねぎ	190050	274980		
なす		1,104,150		
スイートコーン		820230		
香茸		684800	838700	
ミニトマト		591500		
ピーマン		507990		
とうもろこし		941210		
キャベツ		356980		
にんにく		351840		
かぼちゃ		293060		
みょうが		290510		
じゃがいも		231000	436600	
パプリカ		230660		
松茸			1576000	
白菜			1855900	208340
里いも			664810	175060
さつまいも			536675	
山芋			432050	
にんじん			398198	156410
春菊				150080

7.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

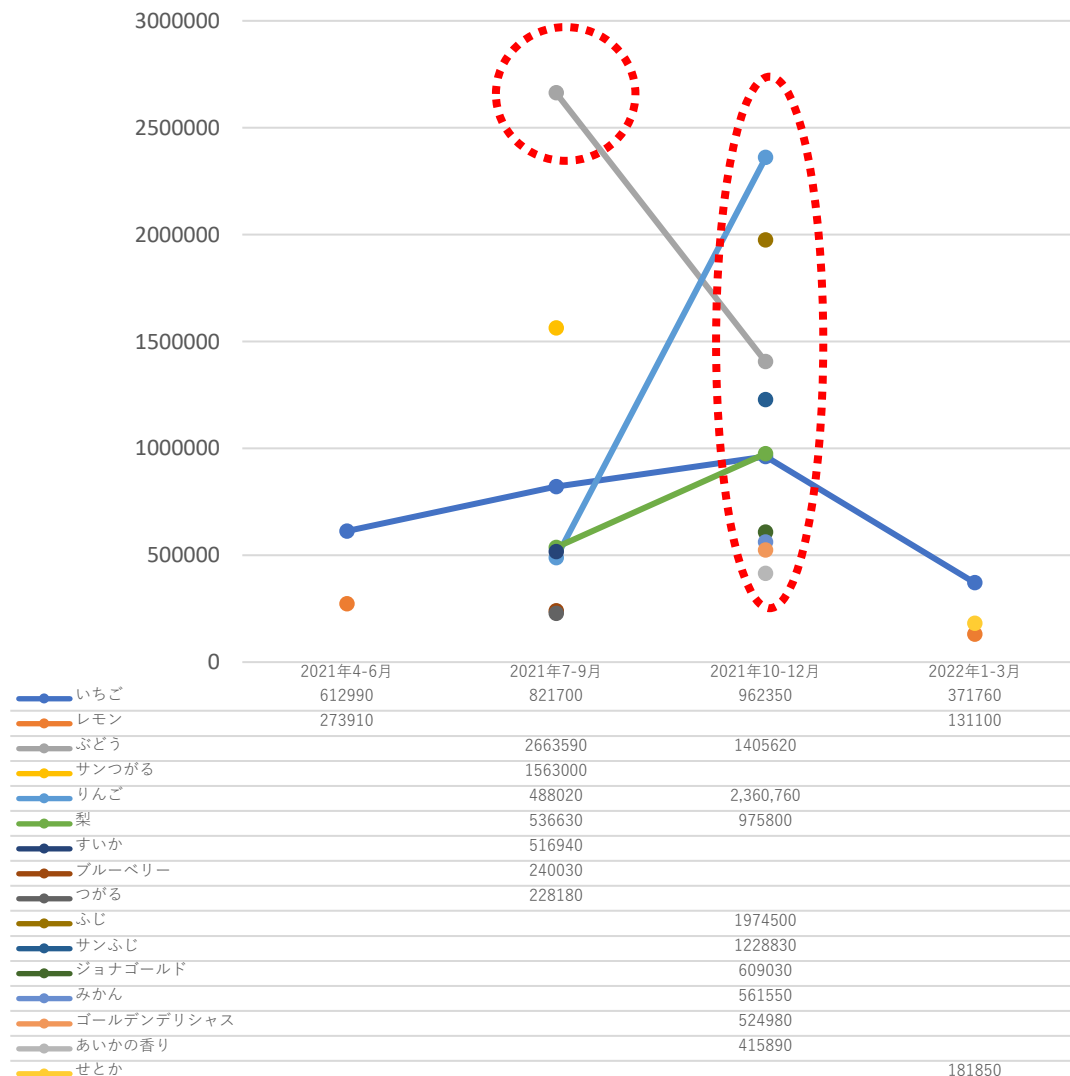
(売上全体でAランク商品のみ 単位：円)

②果物

・2021年の果物分類では最も売上が高いのは「りんご」となる。7月～12月に集中するが、早い時期には「つがる」等の売上が発生し、終盤には「サンふじ」「ジョナゴールド」のほか、「ゴールデンデリシャス」「あいかの香り」が登場する。

・「ぶどう」については7月～9月がピークで4半期では最大の売上となる。

・「いちご」は通年で安定して売上が発生する重要アイテムとなっている。



7.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

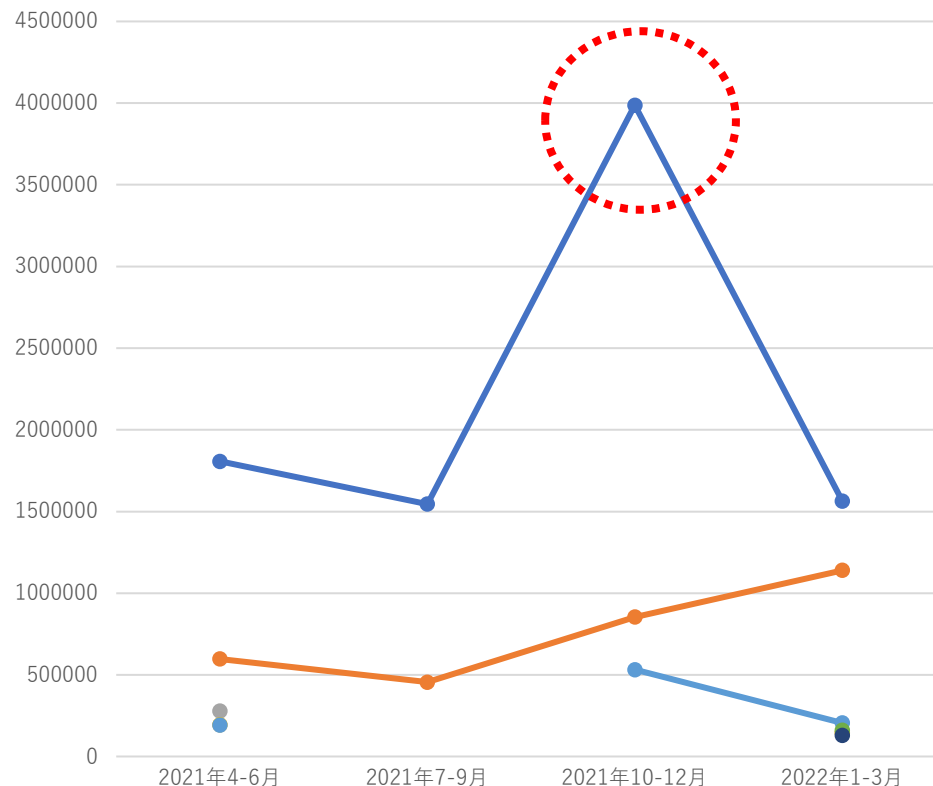
(売上全体でAランク商品のみ 単位：円)

③和日配

・和日配分類では「漬物」の売上が圧倒的。ピークは10月～12月になる。他の四半期の倍の売上になり季節性が高い。

・「キムチ」については全体売上は大きくないが、ピークが1月～3月になるので「漬物」のシーズンオフ時に売上を支えるポジションとなっている。

・「漬物」「キムチ」ともに弱い4月～9月を埋める商品開発が望まれる。



漬物	1806610	1545350	3,986,760	1,562,890
キムチ	597850	455550	854010	1,140,370
梅干	278910			144210
こんにゃく	195070			147500
まるとくこんにゃく	192750		531750	205750
みそ				161600
切干しハリハリ漬け				130400

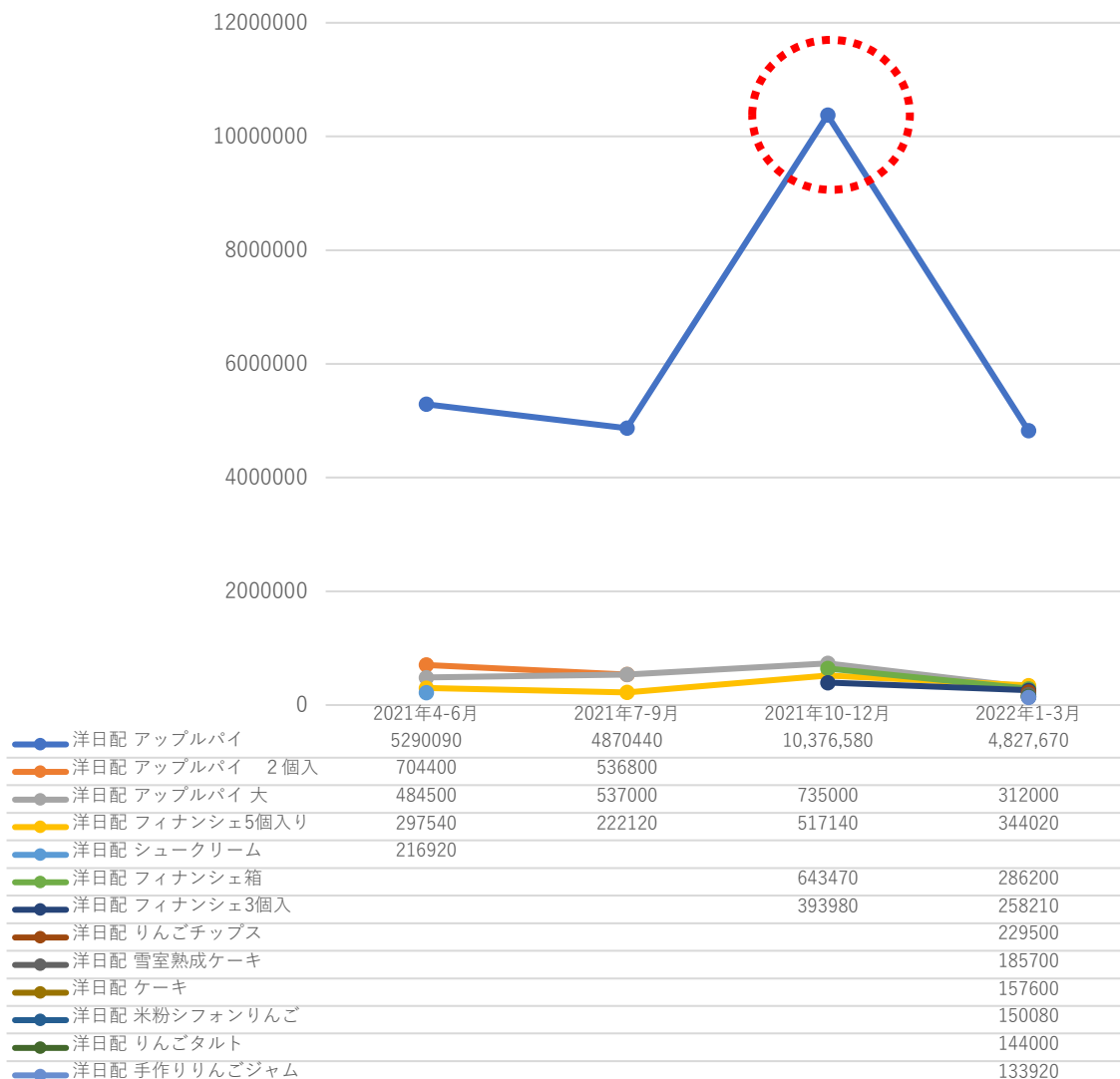
7.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

(売上全体でAランク商品のみ 単位：円)

④ 洋日配

・アップルパイが圧倒的な売上を占めており、当部門の売上はアップルパイ次第の状況となっている。

・アップルパイについては、原料であるりんごのシーズンである10月～12月がピークとなるが、他のシーズンの売上アップを目指すのであれば、7月～9月にぶどうを使った商品を開発するなどの方向性が考えられる。



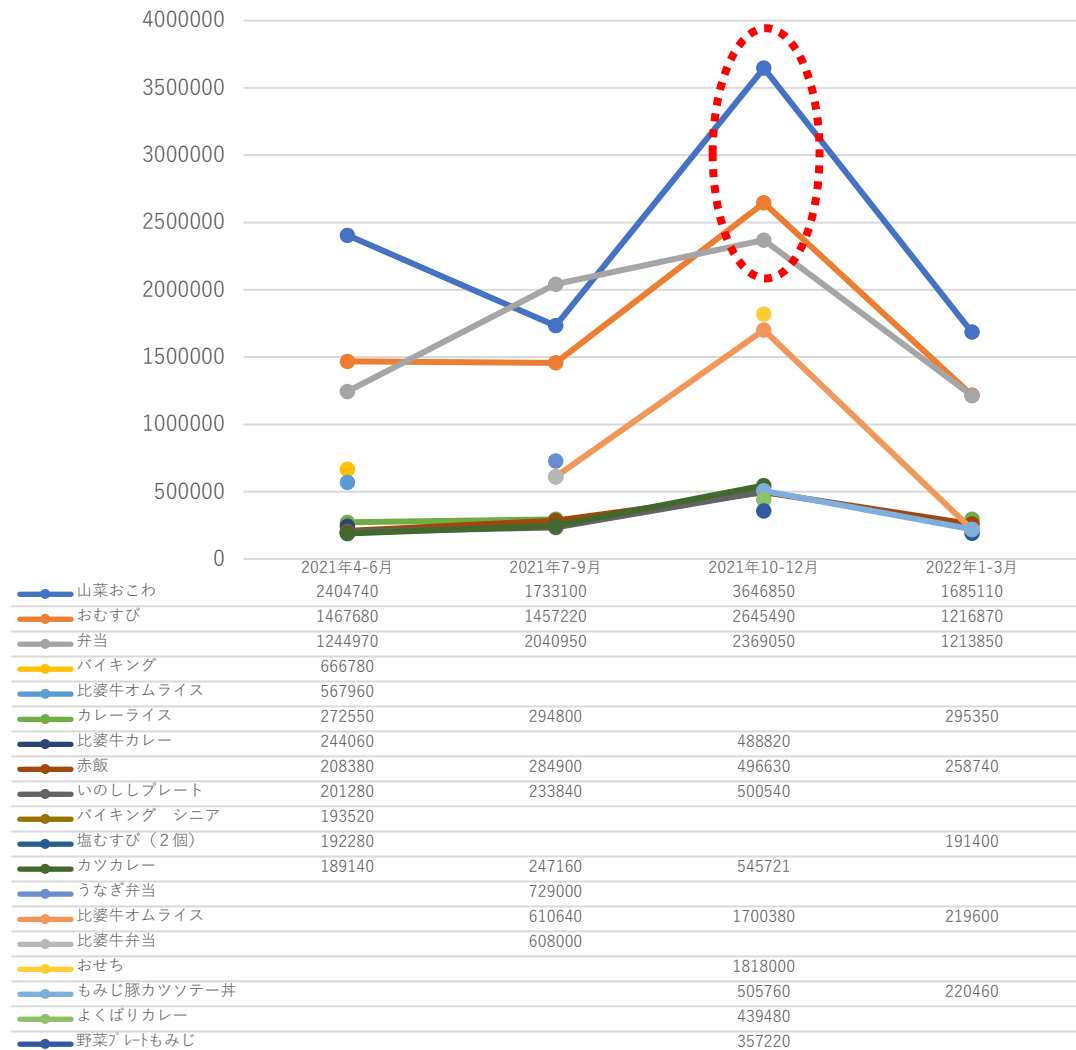
7.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

(売上全体でAランク商品のみ 単位：円)

⑤弁当 (飲食含む)

・弁当分類については、「山菜おこわ」「おむすび」「弁当」の売上が大半を占めている。いずれも10月～12月の売上が多くなっている。

・「飲食」については「比婆牛オムライス」がもっとも売上が高い。その他には「比婆牛カレー」「カツカレー」「よくばりカレー」などのカレー類の売上が目立つ。



7.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

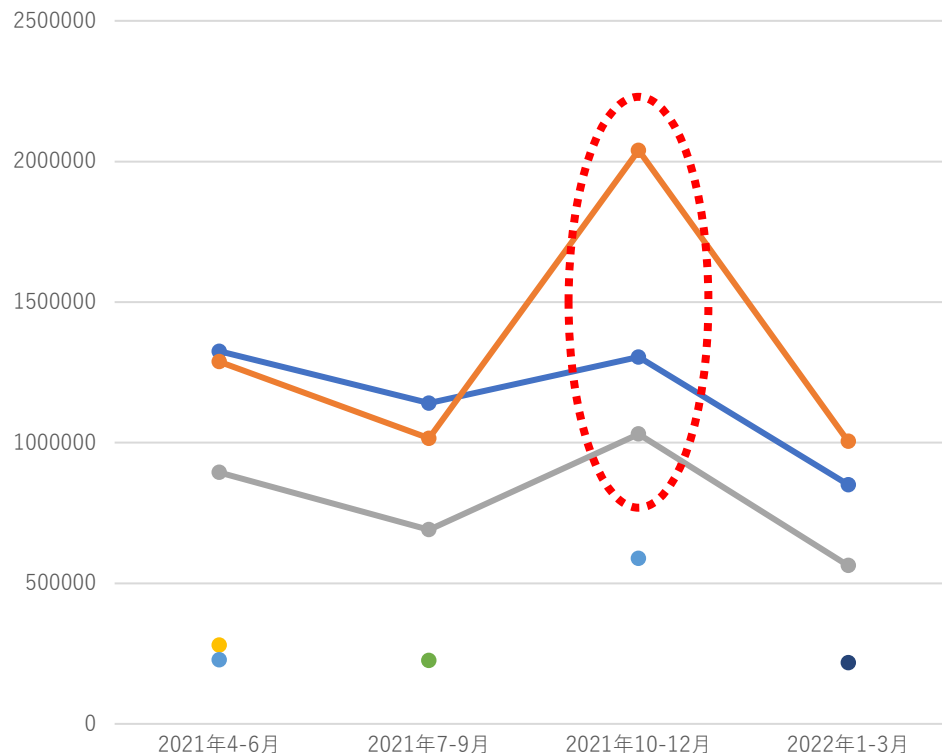
(売上全体でAランク商品のみ 単位：円)

⑥惣菜

・惣菜分類については「メンチカツ」の売上が圧倒的な人気商品となっている。「コロッケ」も良く売れており、いずれも10月～12月が売上のピークとなっている。

・「とんかつ」は春と秋にしか売上が発生していないが一定の売上があり、通年販売できれば惣菜売上の増加に繋がると思われる。

・「惣菜」に分類されている商品群は通年で安定した売上となっている。



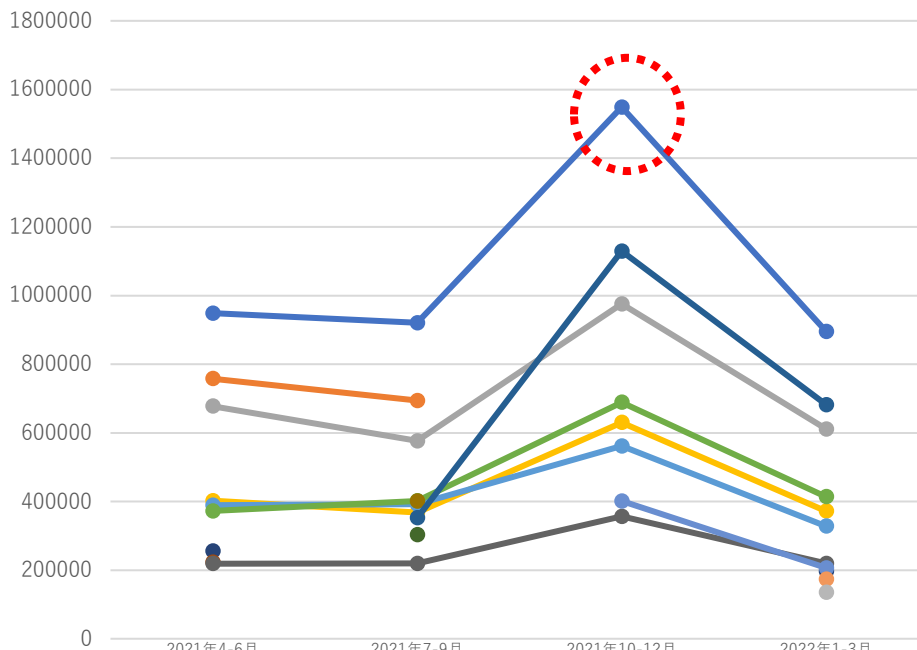
	2021年4-6月	2021年7-9月	2021年10-12月	2022年1-3月
惣菜	1324940	1140820	1304570	850300
メンチカツ	1287820	1015340	2039730	1004590
コロッケ	894240	690670	1030810	563320
てんぷら	280120			
とんかつ	227320		588000	
レストラン 惣菜		224990		
豚おろしあんかけ				217500

7.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

(売上全体でAランク商品のみ 単位：円)

⑦うどん・そば

- ・「うどん・そば」は飲食部門と思われるが、比較的、多くの商品が売れているなどバランスの良い売上構成となっている。
- ・中でも「肉うどん」の売上は圧倒的に多く、次いで「スペシャルうどん」「月見うどん」「かけうどん」となっている。
- ・春と夏にしか売上が発生していない「高野そば」が通年提供できれば惣菜売上の増加に繋がるとと思われる。

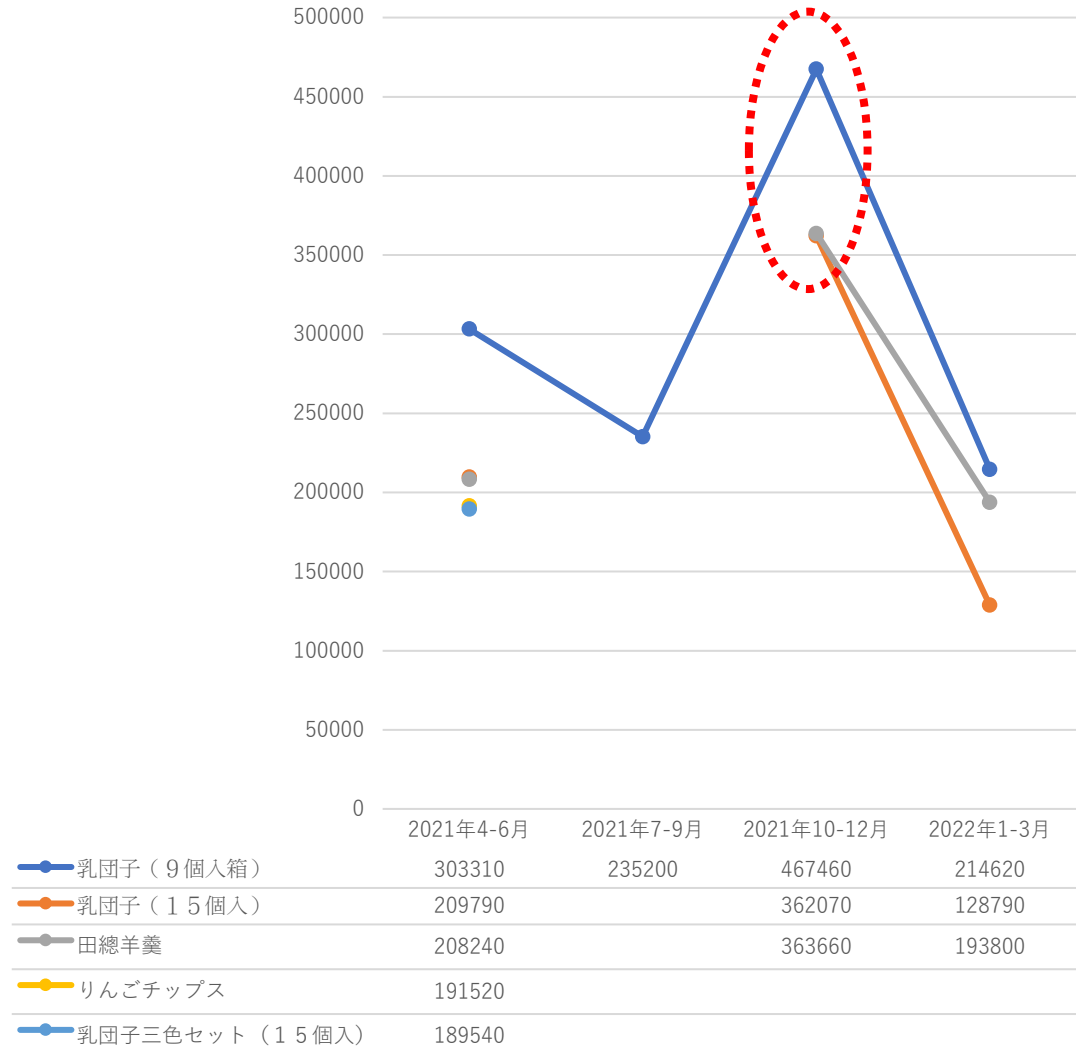


7.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

(売上全体でAランク商品のみ 単位：円)

⑧菓子

- 菓子分類は「乳団子」「田總羊羹」「りんごチップス」の売上が多い。
- 「りんごチップス」は4月～6月しか売上が無い季節商品。
- 全体の客数、売上が多い10月～12月が「乳団子」「田總羊羹」の売上ピークとなる。ピークが極端なので、商品納品、在庫管理に注意が必要な分類と言える。

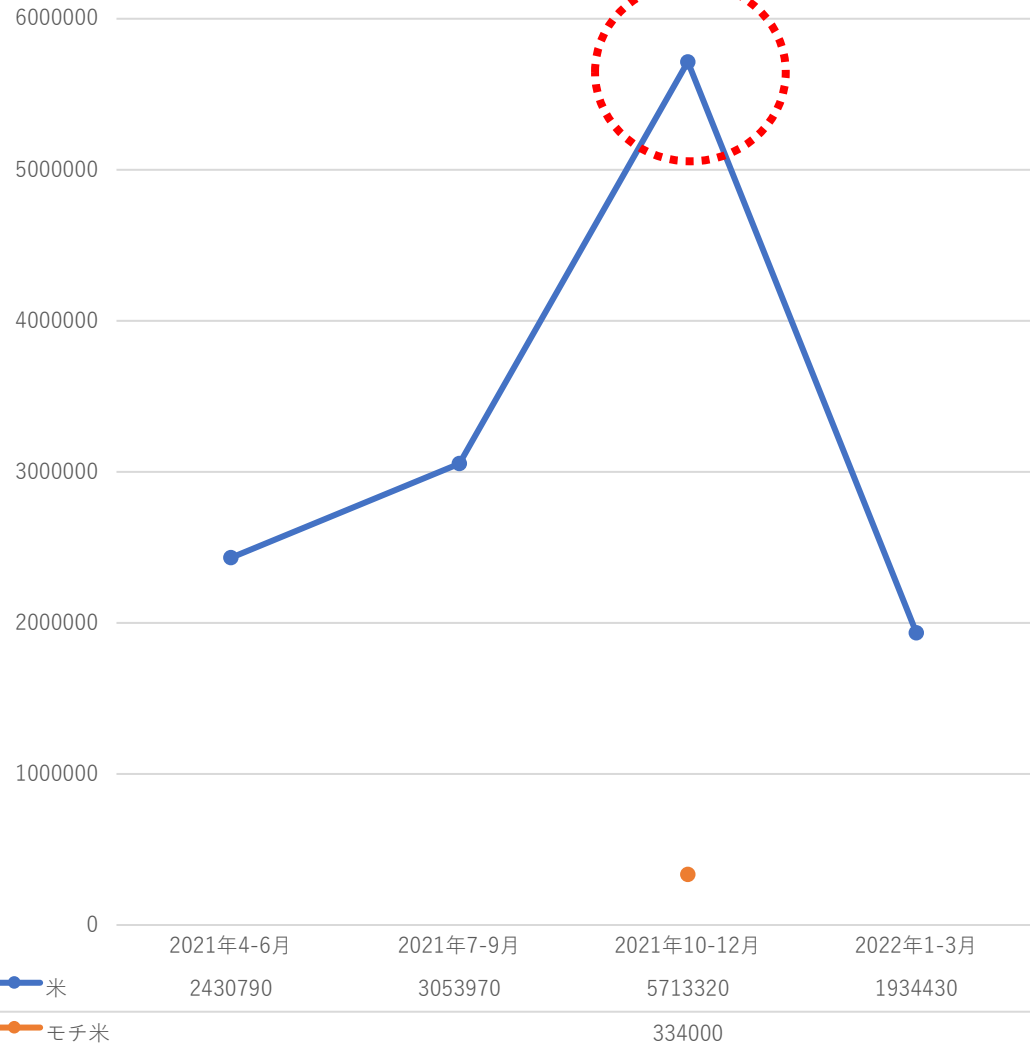


7.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

(売上全体でAランク商品のみ 単位：円)

⑨米

- 米については「米」「モチ米」のみとなっている。
- 売上のピークはシーズンである10月～12月となっているが、その他の四半期でも平均的に200万円程度の売上があるのが特徴。
- 定期的に米を購入されている地元住民の方もいる可能性がある。

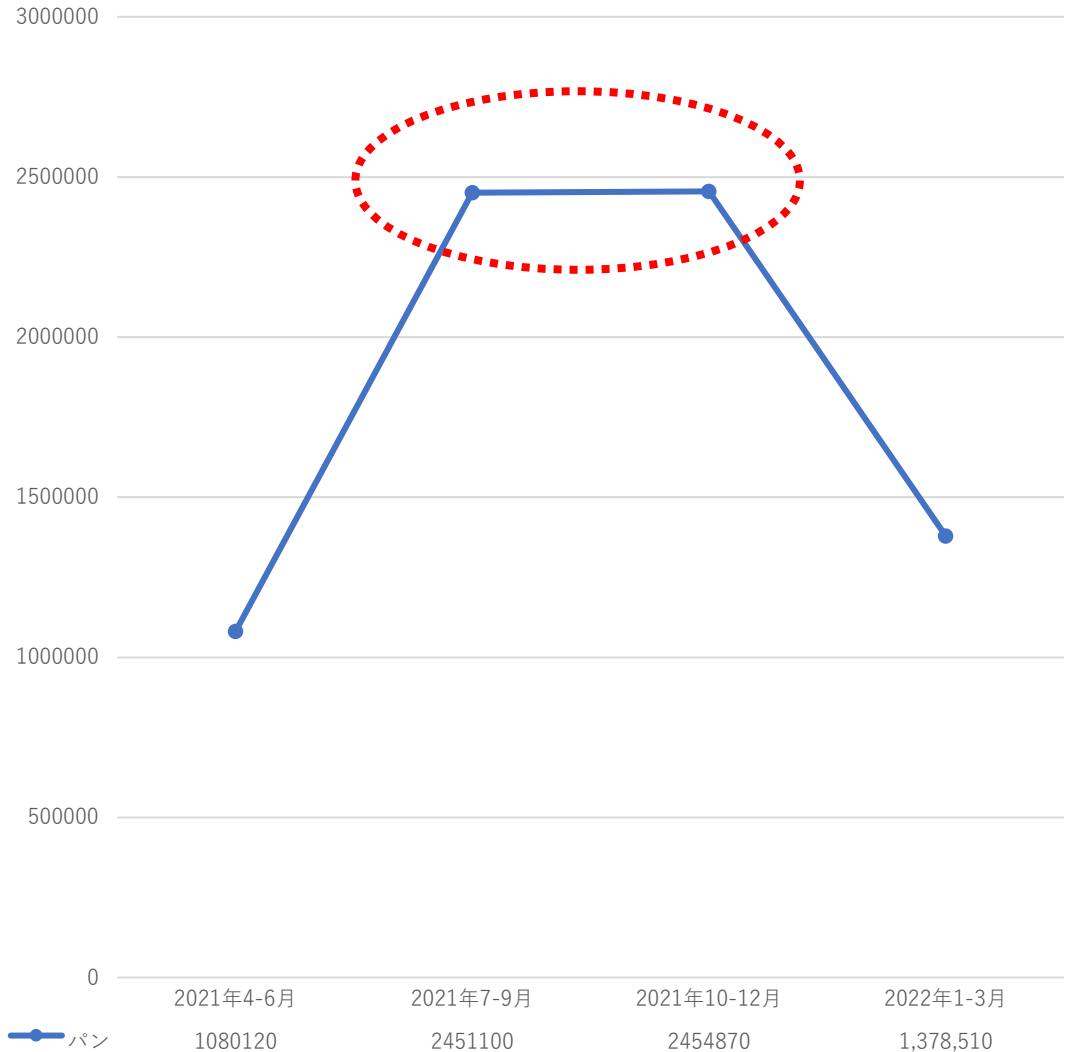


7.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

(売上全体でAランク商品のみ 単位：円)

⑩パン

- ・パン分類は「パン」のみとなっている。
- ・7月～9月、10月～12月はいずれも250万円弱と安定した売上を確保している。
- ・一方で1～3月、4月～6月は極端に売上が減少することから、品揃えなどの面でチャンスロスが発生している可能性も考えられる。
- ・コロナ以前から、ジワジワと売上順位を上げている分類であり、販売動向に注意が必要。

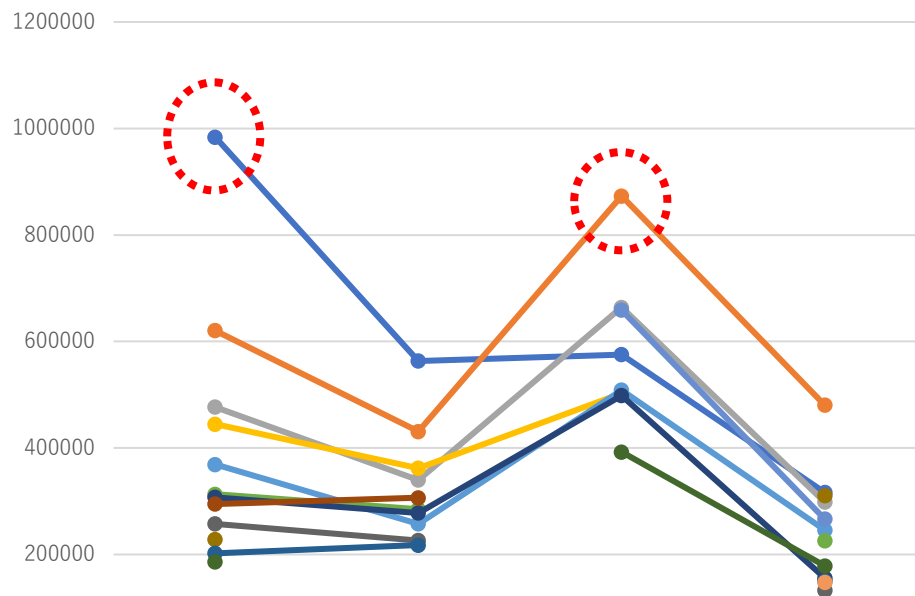


7.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

(売上全体でAランク商品のみ 単位：円)

⑪食品

- 現在の分類の内訳には、「もち」「和菓子」「たまご」などが含まれる。
- 目立つ商品としては「そふとかりんとう」が10月～12月に大幅に売上が上がっているほか、「たまご」は4月～6月の売上が四半期で最も多くなっている。
- 食品分類については、多様な商品が含まれており、他分類に分けるべき商品が含まれている可能性もある。正確な分析には再分類を検討する必要がある。



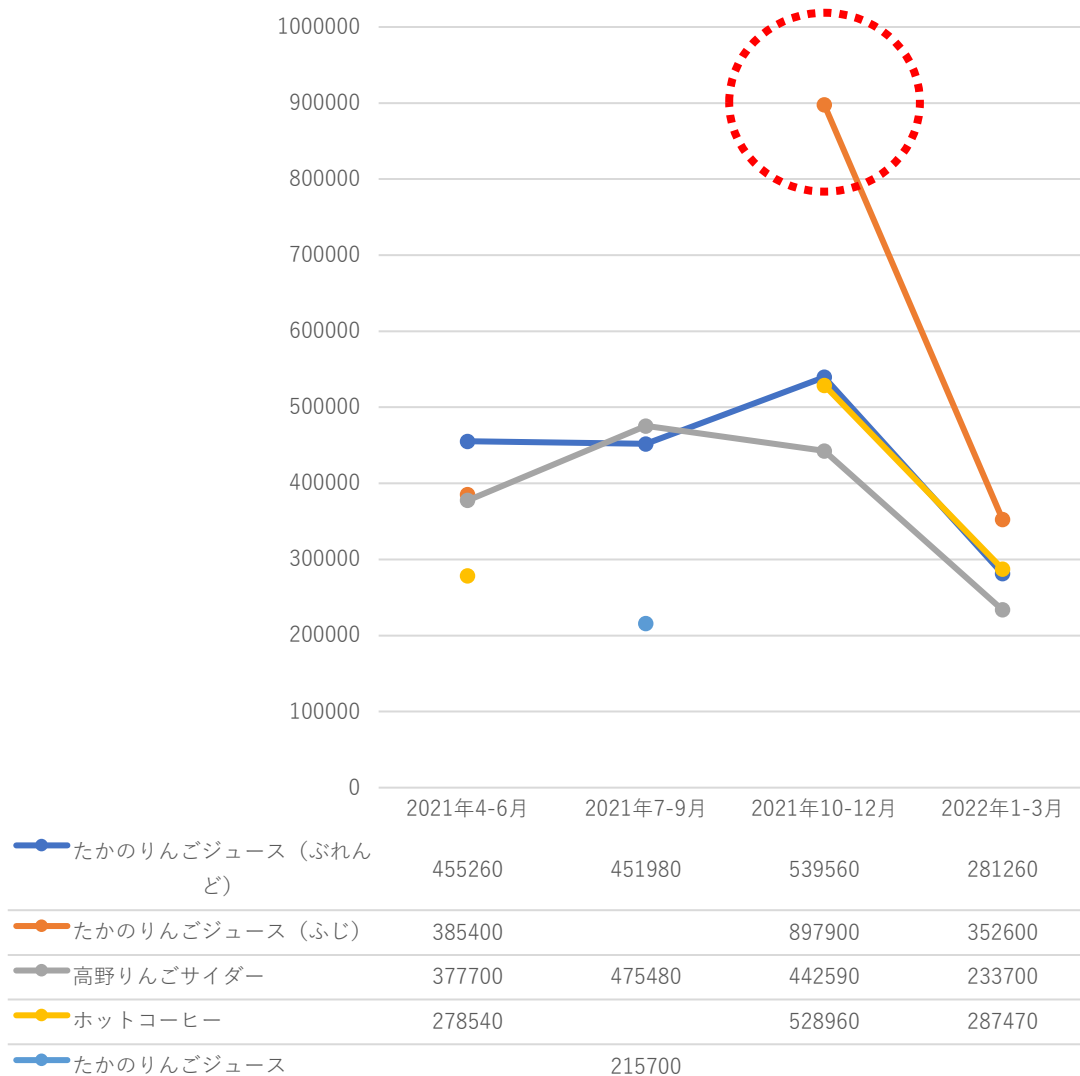
	2021年4-6月	2021年7-9月	2021年10-12月	2022年1-3月
たまご	983650	563520	575460	316510
そふと かりんとう	620400	430980	873180	480540
よもぎのかしわもち	476790	339970	664000	298290
田舎づくり かしわ餅	444810	362120	502400	
柏もち (5ヶ入)	369010	257530	508650	245950
はちみつ	313210	284890		226040
焼餅	307320	278130	498620	155740
柏餅	294930	306690		
もち (その他)	257650	226340		132610
桜もち (5ヶ入)	228230			310520
おはぎ	202220	217750		150110
乾燥椎茸	186500		392500	178500
ひらもち			659020	266660
かきもち				147750

7.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

(売上全体でAランク商品のみ 単位：円)

⑫ ドリンク

- ドリンク分類には「りんごジュース」「りんごサイダー」「ホットコーヒー」が含まれる。
- 「たかのりんごジュース(ふじ)」の売上が圧倒しており、他の商品と同様に10月～12月が売上ピークとなっている。
- 「高野りんごサイダー」だけは、7月～9月がピークになるなど傾向がやや異なる。

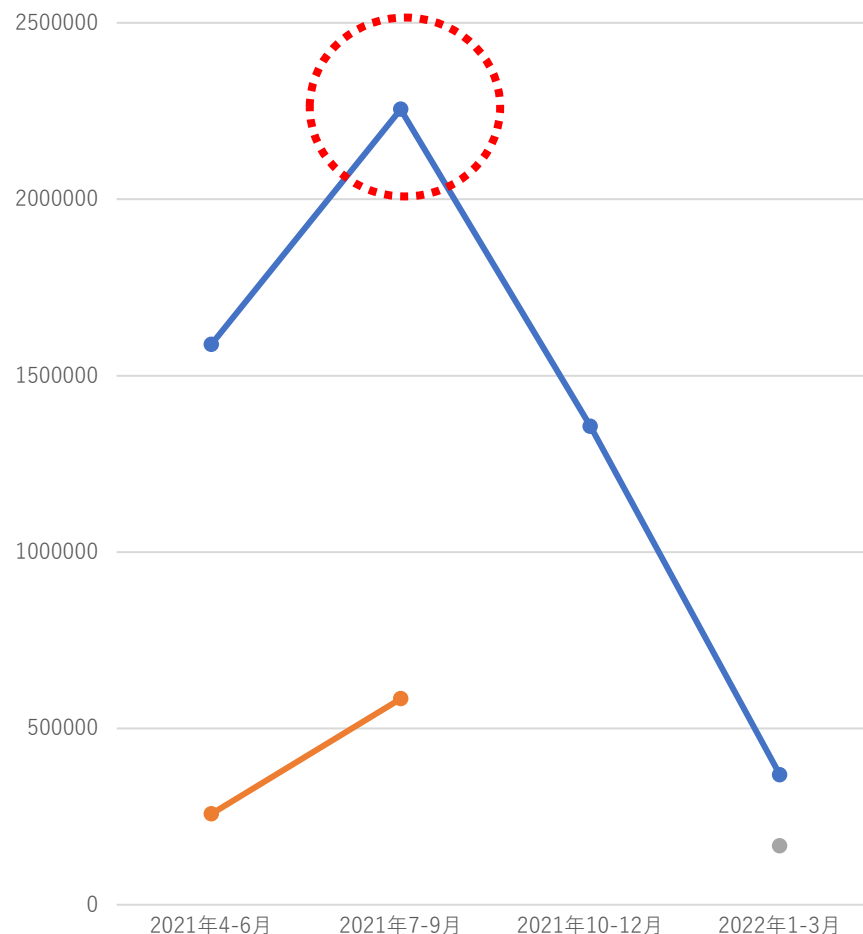


7.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

(売上全体でAランク商品のみ 単位：円)

⑬アイス

- アイス分類は「ジェラート」で、シングル、ダブル、ミニの3種類がある。
- 売上のメインは「ジェラート（シングル）」で売上の大半を占めている。
- 7月～9月の夏季が最大のピークであるが、4～6月、10月～12月も一定の売上があるので、品揃えや売場に注意が必要。



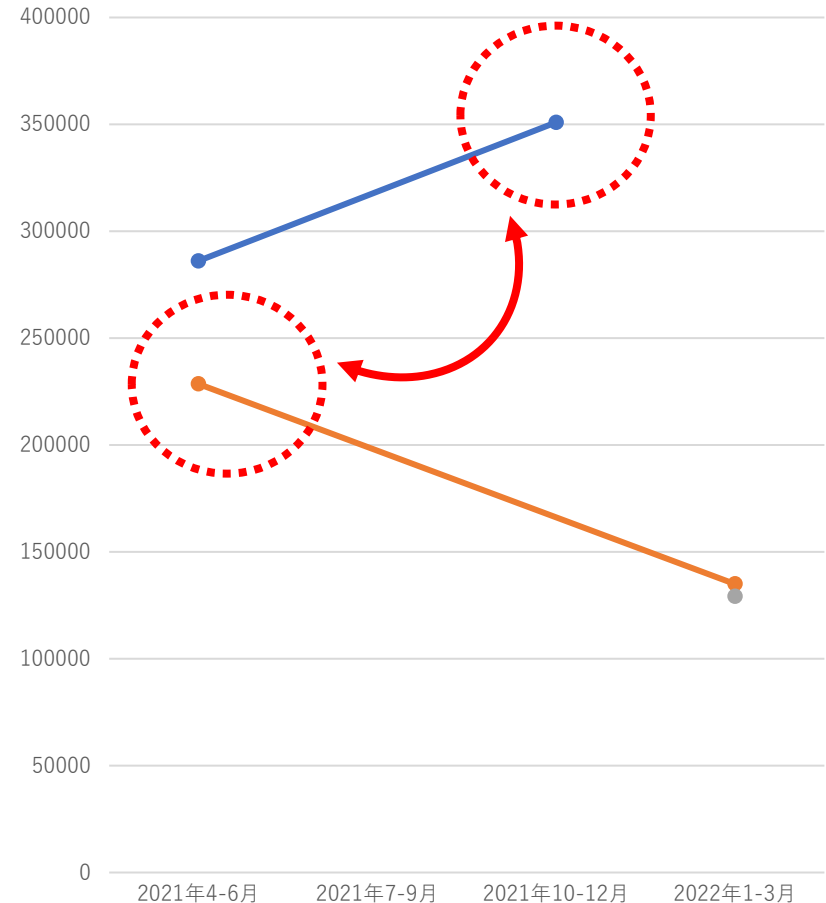
ジェラート（シングル）	1588320	2255040	1,356,480	368640
ジェラート（ダブル）	257560	583740		
ジェラート（ミニ）				167000

7.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

(売上全体でAランク商品のみ 単位：円)

⑭酒

- 酒分類は「シードル」「シードルドライハーフ」「どぶろく」が含まれる。
- 「若摘みりんごシードル」が10月～12月が売上のピークで、「シードルドライハーフ」は4月～6月がピークとなっている。ピークがズれているので相互を補完する商品として売場展開することも効果的と思われる。
- 「花酔活性純米酒どぶろく」は季節限定商品だが一定の売上規模がある。



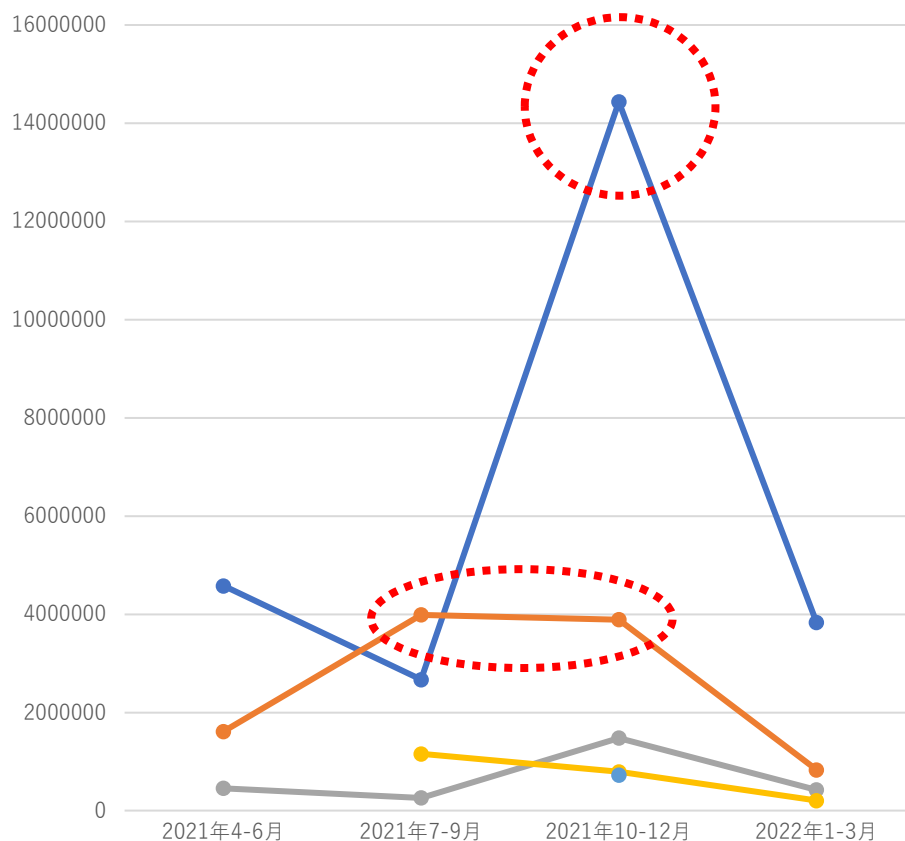
● 若摘みりんごシードル	286200	351000
● シードルドライハーフ 3 7 5 m I (福山)	228600	135000
● 花酔活性純米酒どぶ		129200

7.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

(売上全体でAランク商品のみ 単位：円)

⑮ レジ袋・その他

- レジ袋,その他の分類は、イベント売上がほとんど。
- 軽減税率対象の「飲食料品」が大半を占めており、集客のピークである10月～12月の割合が極めて高くなっている。そのため、イベント販売を実施しなければ、売上の大幅な減少に繋がる。
- お中元、お歳暮シーズンが含まれる7月～12月については「ギフト販売」の売上も多くなっている。
- ピークを狙ったイベントの効果的な展開が売上増に効果的と思われる。



	2021年4-6月	2021年7-9月	2021年10-12月	2022年1-3月
● イベント15% (軽減)	4579440	2671170	14434975	3834160
● ギフト販売8%	1613230	3987822	3892099	831325
● イベント15% (通常)	457360	263220	1480369	425890
● 外販イベント販売		1158783	792454	207967
● イベント売上			726152	

⑩2021年四半期別販売分析のまとめ

a.売上全体の傾向

- ・10月～12月の売上が最も高く、最も集客が多い時期だと考えられる。
- ・一方で1月～3月の売上が最も低くなっており、雪の影響があると思われる。

b.大分類の傾向と改善のアイデア

- ・集客のピークであり、特産品である「りんご」「大根」が多く出回る10月～12月の売上が多くなっている。雪が多い1月～3月はどの分類も売上が大きく下がる。
- ・季節で収穫量が異なる農産物については、四半期ごとに売上の変動が大きく、冬の集客減に影響している可能性がある。収穫量の減る冬対策が必要と思われる。
- ・全体売上が下がる1月～3月は「洋日配」の順位が高い。品揃え改善で売上増も。

c.大分類Aランクの内訳の傾向と改善のアイデア

- ・1月～3月に全体の売上が減少する一方で、「キムチ」は1月～3月の売上が最も高いなど、別の動きをしている商品もある。売上の低い冬は逆に伸びしろもあるので、冬向けの商品開発や、キムチの品揃え拡大などに取り組みれば効果が期待できる。
- ・「洋日配」は「アップルパイ」の売上に依存しているが、その他の商品が弱い。りんごとシーズンが異なり、人気の高い「ぶどう」などを使った商品開発が効果的と思われる。