

■ 地域内需要動向調査

～ 道の駅たかの販売データ分析より～

【後期報告】



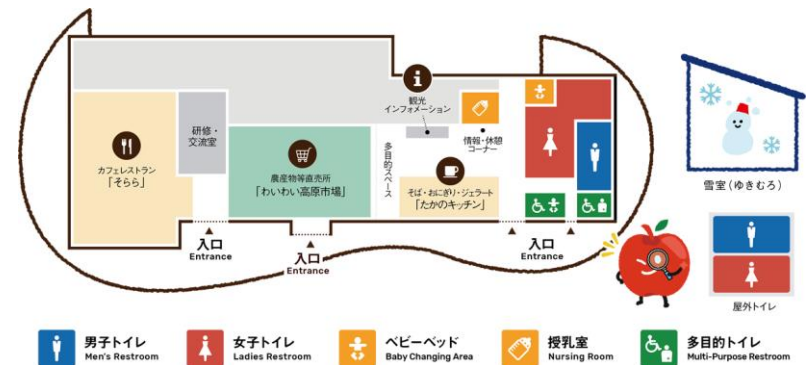
調査時期

2021～2022年



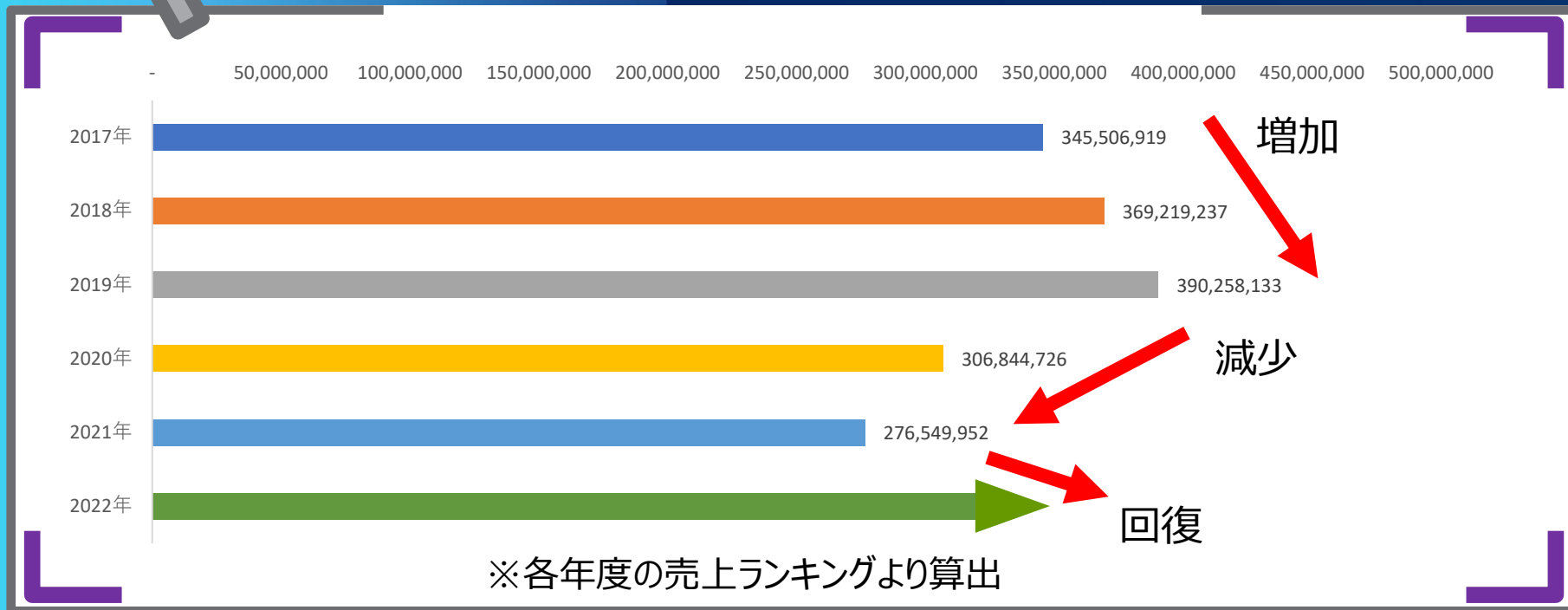
1.道の駅たかののについて

- 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

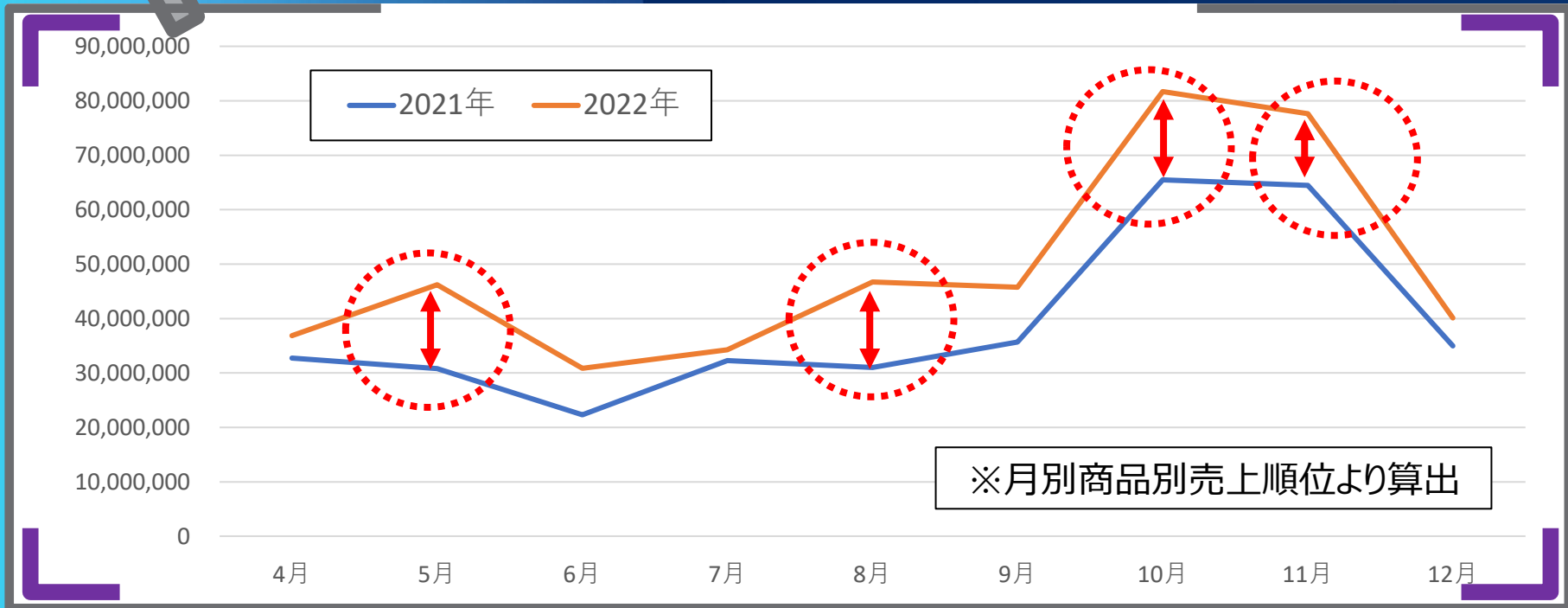
(単位：円)



- ・2019年まで売上は順調に推移して、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。
- ・新型コロナウイルス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。
- ・2022年については行動自粛も弱まり、**売上は急速に回復する見込み**。

3.2021年と2022年の月別売上推移比較

(単位：円)



- 2021年と2022年の月別売上について、比較可能な4月～12月の推移を比較すると、**全ての月で2022年が前年を上回っている**ことがわかる。特に行楽シーズンでゴールデンウィークのある5月、盆シーズンである8月、全国旅行支援のあった10月～11月の売上が好調となっている。
- 一方で7月や12月については、**ほぼ前年に近い売上**となっているので、**発注や生産に注意**が必要。
- 今後も人の往来が活発になることが予測されるので、**相当程度の準備**をしておく必要がある。

4.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)

5.大分類23のABC分析比較 (2021年-2022年)

【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】

2021年		2022年度	
大分類名	ABC判定	大分類名	ABC判定
青果(野菜)	A	青果(野菜)	A
レジ袋・その他	A	弁当	A
果物	A	果物	A
菓子	A	洋日配	A
和日配	A	レジ袋・その他	A
洋日配	A	食品	A
米	A	和日配	A
食品	B	うどん・そば	A
加工品	B	菓子	B
パン	B	惣菜	B
ドリンク	C	米	B
雑貨	C	ドリンク	B
精肉	C	アイス	C
生花	C	酒	C
弁当	C	パン	C
卵	C	精肉	C
寿司	C	加工品	C
鮮魚	C	雑貨	C
うどん・そば	C	生花	C
惣菜	C	寿司	C
アイス	C	鮮魚	C
		加工肉	C

- ・2021年と2022年の販売実績を大分類でABC分析して比較すると左の表となる。
- ・Aランクトップの「青果」は不動であるが、2位にCランクだった「弁当」が入る。また、「うどん・そば」もCランクからAランクへと大幅に順位を上げている。
- ・「弁当」「うどん・そば」には飲食の売上が含まれていることが要因であり、新型コロナウイルス禍の影響が減少したことで、急速に売上が回復したと思われる。
- ・合わせて「惣菜」のランクもアップしており、テイクアウトメニューの売上が増加していることが考えられる。
- ・一方で、「パン」「菓子」のランキングは大きくダウンしており、特にパンはテイクアウトメニューであることから、品揃えや売場など、なんらかの要因があることも考えられる。

6. 売上推移とABC分析の比較分析まとめ

a. 売上全体の傾向

- ・新型コロナウイルス禍の2021年から売上は大幅に回復傾向となっている。

b. 大分類の傾向

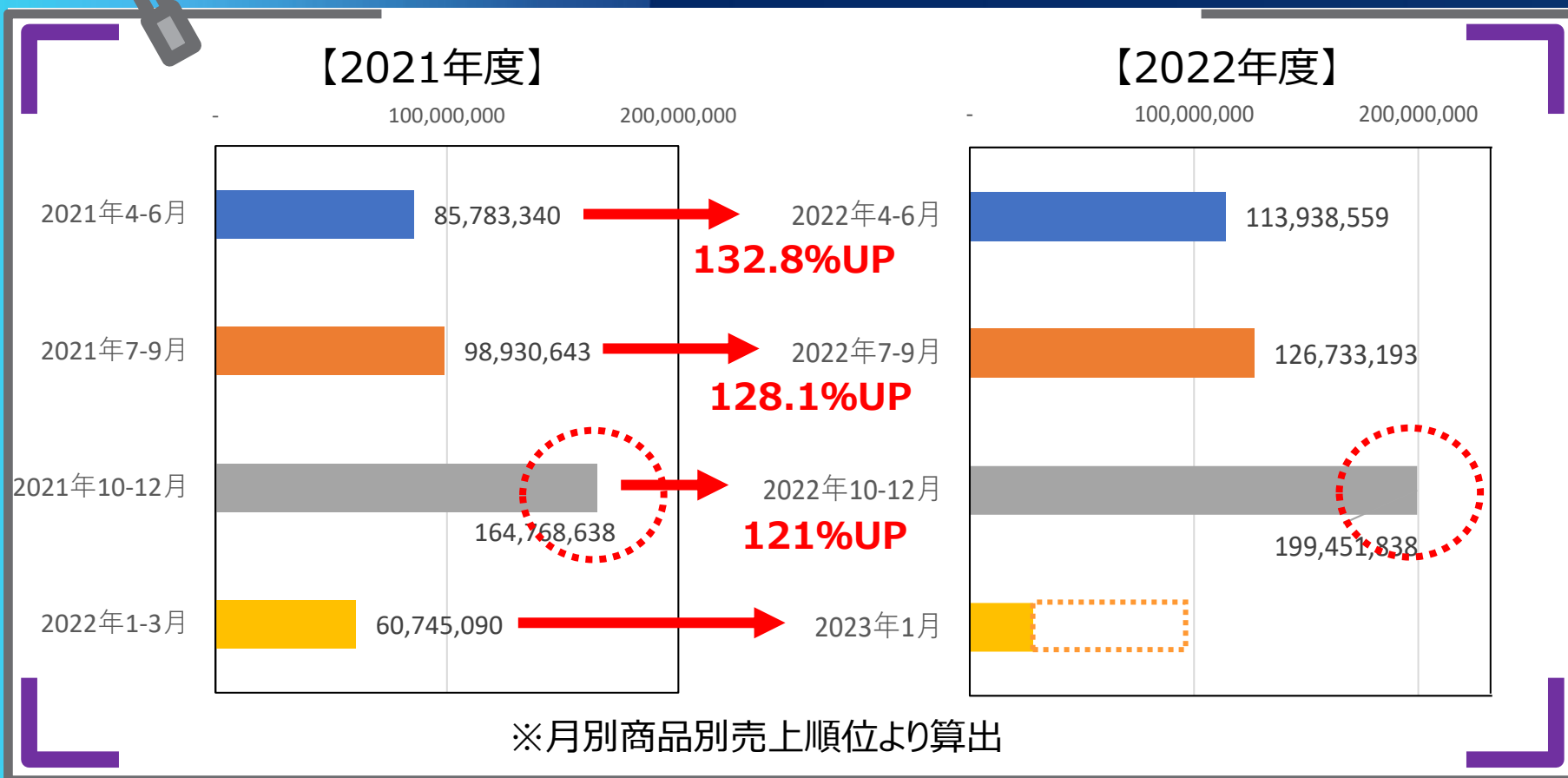
- ・「弁当」「うどん・そば」「惣菜」の売上ランキングが大幅にアップ
- ・「パン」「菓子」については売上ランキングは大幅にダウン
- ・飲食やテイクアウトのある分類の売上ランキングの増加が顕著となっている

c. 2021年～2022年の販売データからわかる傾向

- ・「野菜」「和日配」「洋日配」については安定してAランクを維持している
- ・新型コロナウイルス感染症が落ち着いたことで、飲食やテイクアウトを含む「弁当」「うどん・そば」「惣菜」の売上が顕著に増加していることがうかがえる。
- ・一方で、テイクアウトの要素が強い「パン」の売上は低下傾向となっており、品揃えや売場に問題がある可能性があると思われる。逆に「伸びしろ」は期待できる。
- ・新型コロナウイルス禍以前のABC分析と比較しても、「弁当」「うどん・そば」のランキングが高くなっていることから、逆に「お客様の行動制限が元に戻っていることに、他分類は対応できていない」可能性も考えられる。

7.道の駅たかの四半期別売上高推移比較

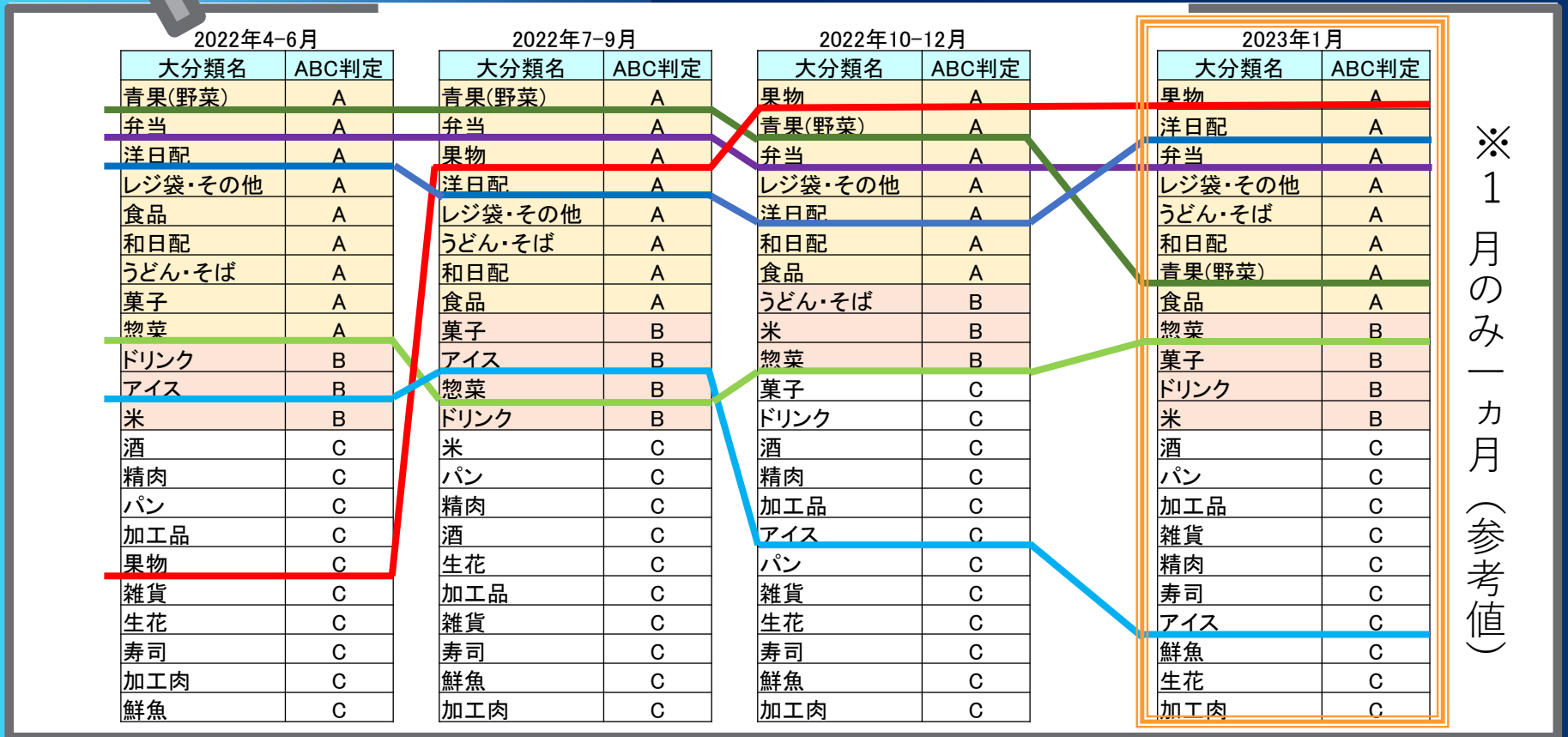
(単位：円)



- ・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
- ・2021年度と比較して、**2022年度は売上が20%以上増加**している。新型コロナウイルス感染症からの回復効果が薄れるため、売上増加率は、今後、低減していくと推測される。

8.大分類23のABC分析推移（四半期）

大分類ABC分析の推移（2022年4月～2023年1月）



【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】

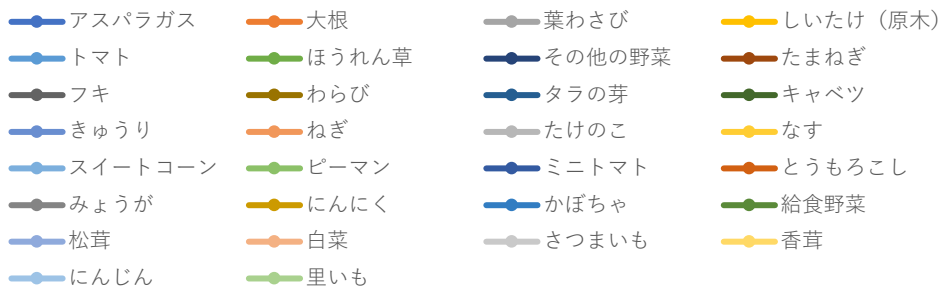
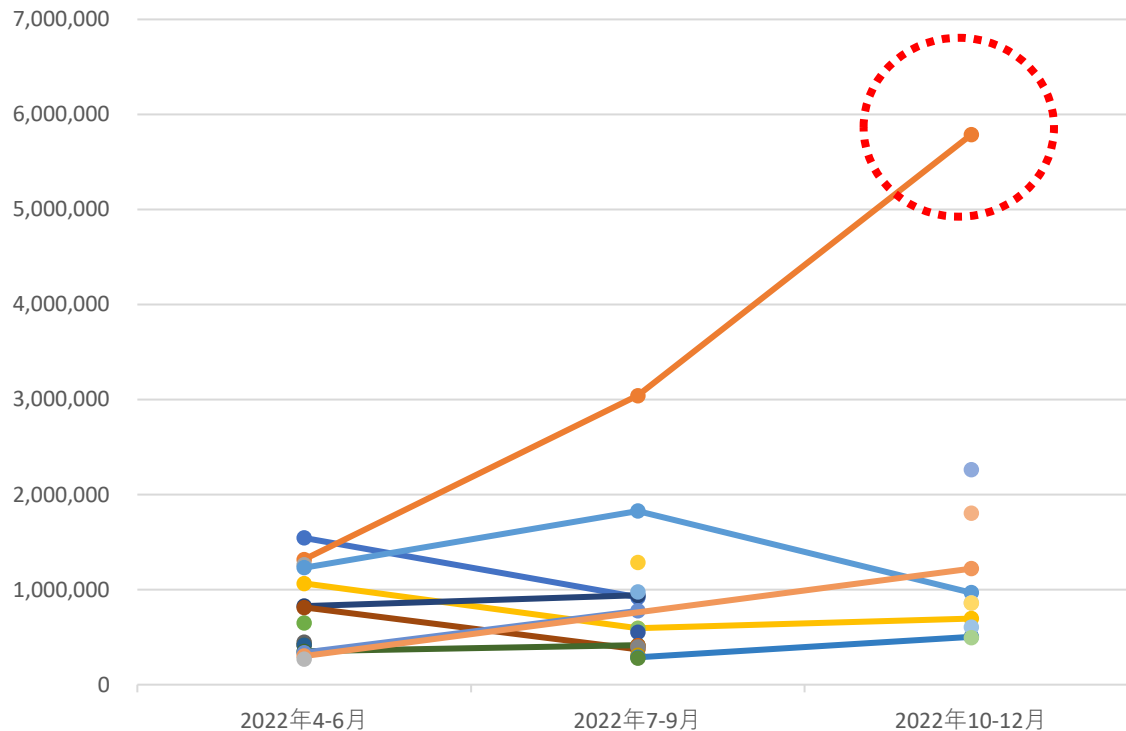
- ・四半期毎に分析するとAランクも変動がある。4月～9月までトップの「青果」は10月以降に順位を下げるほか、「りんご」を多く含む「果物」は収穫期を含む7月～12月にCランクからAランクに大幅に順位を上げる。
- ・洋日配については、4～6月に3位だが7月以降に順位を4位～5位に下げ、1月（参考値）に2位に順位を上げる。
- ・アイスは4月～9月がBランクで、10月以降でCランクへと順位を大きく下げる。

9.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）

- ・2022年の青果分類では最も売上が高いのは「大根」となる。通年で売上が発生しているが、季節である10月～12月は他を圧倒する売上を占めている。
- ・季節性の高いアスパラガスは春から夏のみ。その他、山菜類や菌茸類の売上も多い。
- ・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。



9.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】

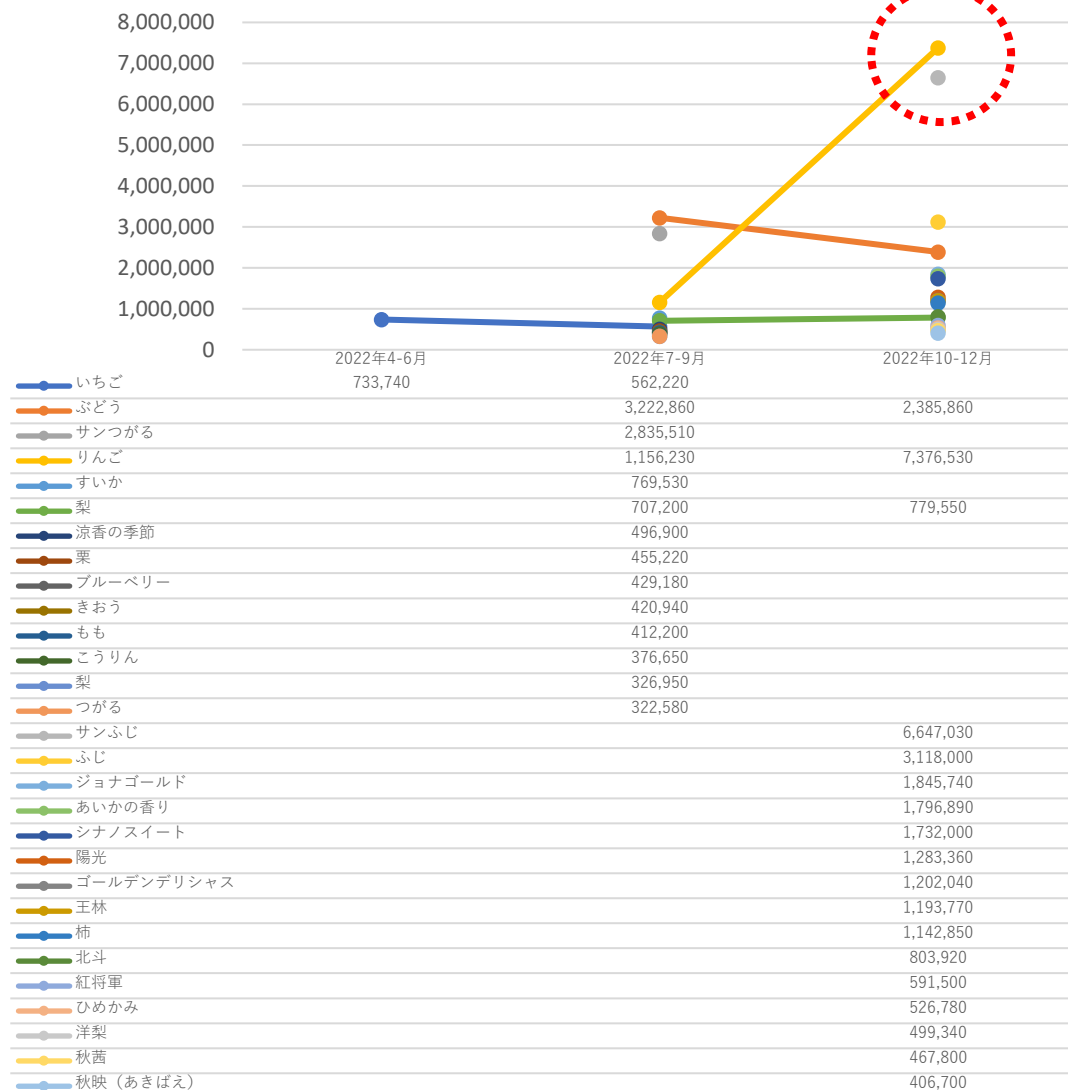
	2022年4-6月	2022年7-9月	2022年10-12月
アスパラガス	1,544,310	919,960	
大根	1,316,790	3,041,500	5,787,400
葉わさび	1,261,020		
しいたけ（原木）	1,064,820	592,710	696,460
トマト	1,231,640	1,827,610	969,200
ほうれん草	649,900		
その他の野菜	827,580	941,050	
たまねぎ	812,560	373,320	
フキ	448,090		
わらび	416,900		
タラの芽	416,880		
キャベツ	350,700	414,730	
きゅうり	337,150	777,800	
ねぎ	302,080		1,221,920
たけのこ	269,080		
なす		1,286,880	
スイートコーン		974,950	
ピーマン		591,200	
ミニトマト		551,560	
とうもろこし		412,420	
みょうが		395,730	
にんにく		310,480	
かぼちゃ		289,320	503,670
給食野菜		279,670	
松茸			2,261,400
白菜			1,803,920
さつまいも			860,550
香茸			858,000
にんじん			604,880
里いも			494,140

9.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。10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月がピークとなる。
- ・「いちご」の売上が10月以降、発生していない。



9.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。他の四半期の1.7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、通年で売れているので、全体の売上底上げに貢献する商品と思われる。

・「漬物」のピーク外となる4月～9月を埋める商品開発が望まれる。

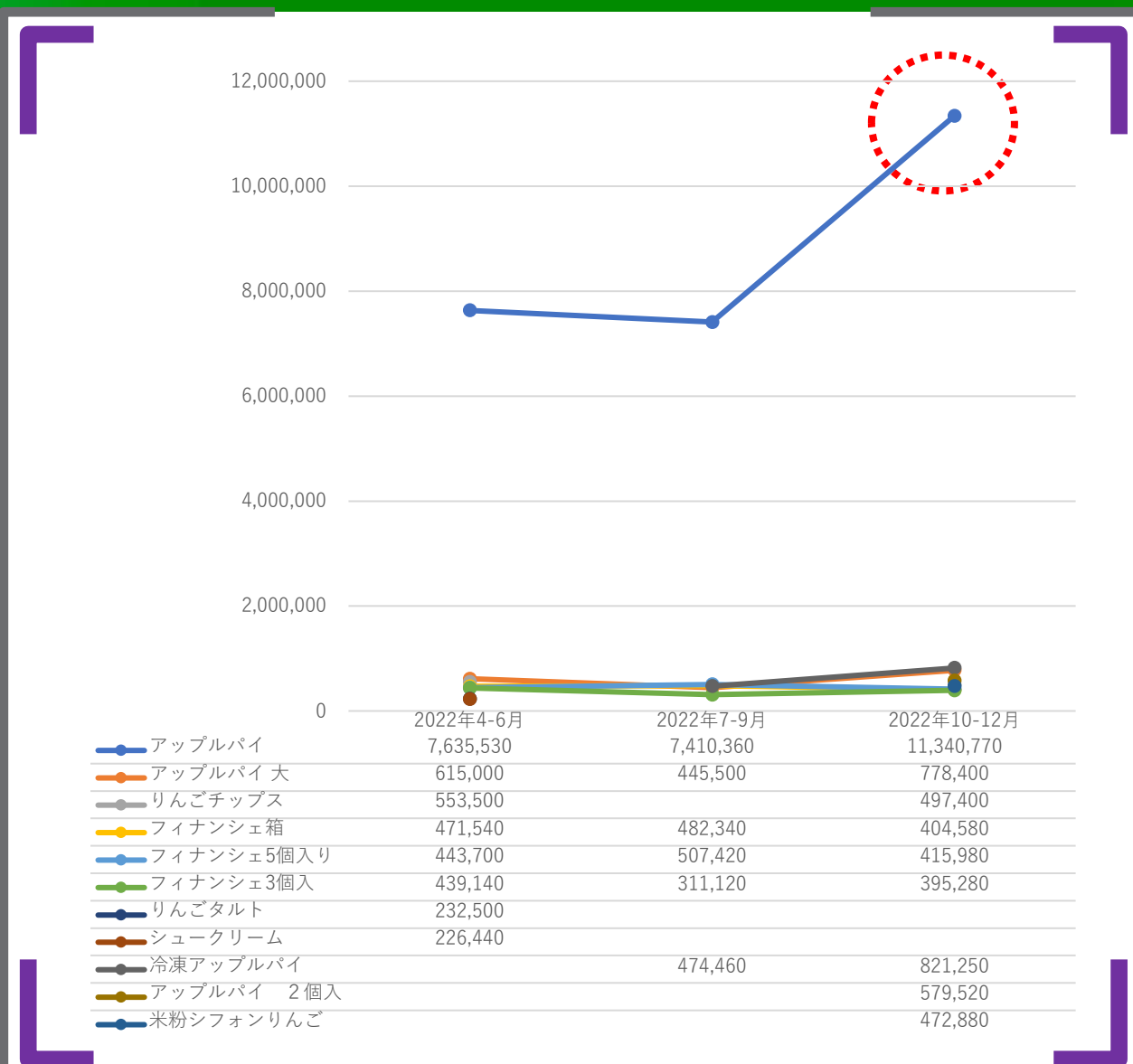


9.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

(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。



9.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「山菜おこわ」「おむすび」「弁当」の売上が大半を占めている。「山菜おこわ」「おむすび」は10月～12月の売上が多くなっている。12月には「おせち」の売上も発生している。

・「飲食」については「バイキング」の売上が圧倒的であり、それに合わせて「弁当」の売上が減少していることも考えられる。その他には「カレーライス」「比婆牛オムライス」の売上が目立つ。



9.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「惣菜」「メンチカツ」の売上が圧倒的となっている。いずれも10月～12月が売上のピークとなっている。
- コロッケの売上が10月～12月にしか発生していない。
- Aランクカテゴリーの商品売上の変動が他部門と比較しても大きいので、売上を平準化させるための新商品の開発などが必要になると思われる。

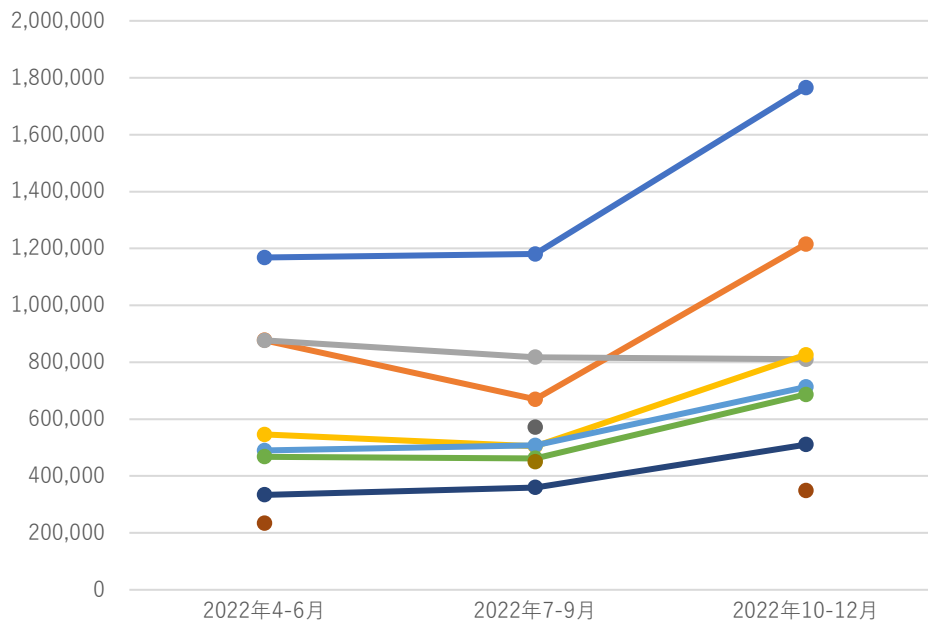


9.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

(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」「雪室そば」「きつねうどん」となっている。
- ・全体に「うどん」の品揃えが多いと思われるので、「そば」の強化も有効と思われる。



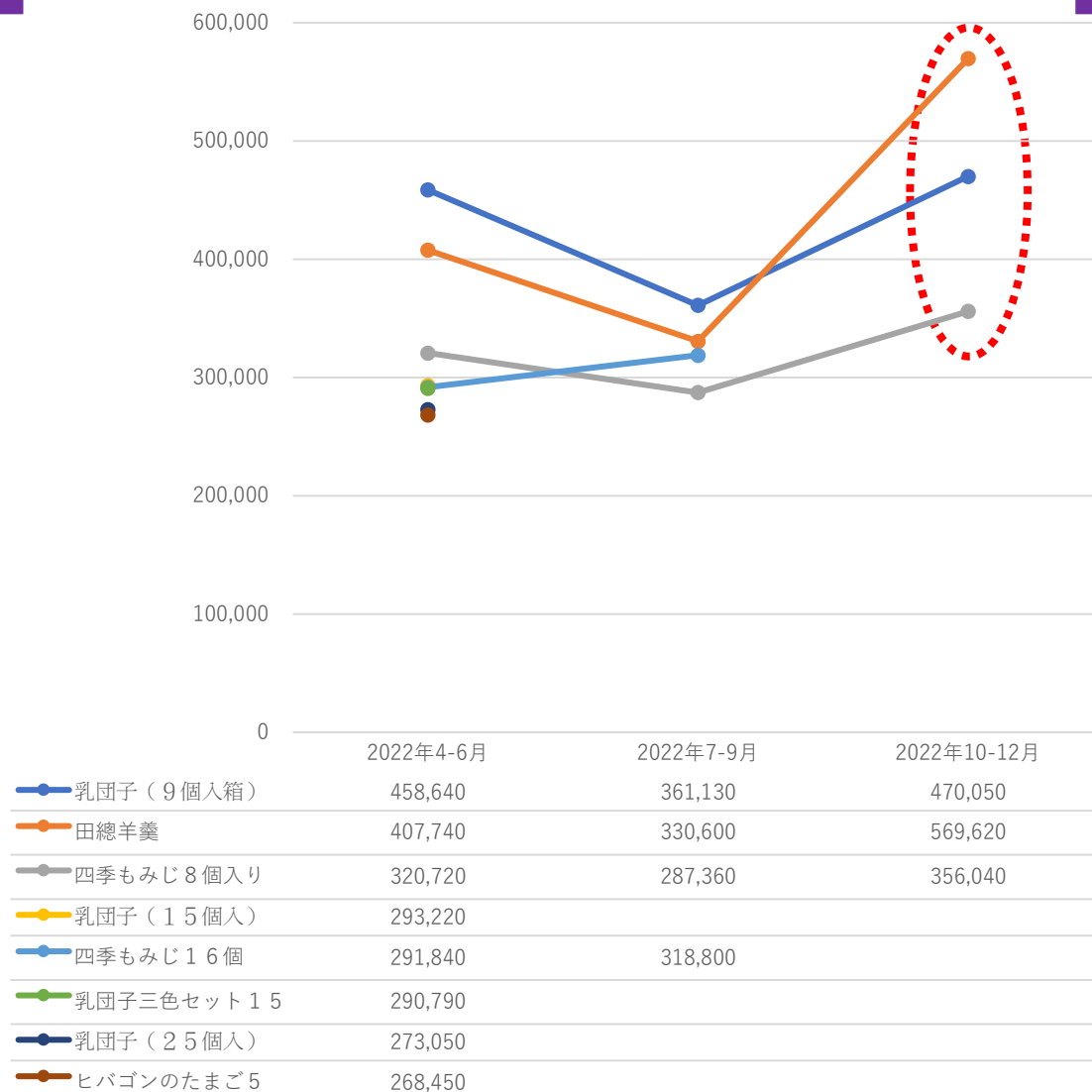
	2022年4-6月	2022年7-9月	2022年10-12月
肉うどん	1,168,240	1,180,480	1,765,280
スペシャルうどん	877,200	669,800	1,215,160
雪室そば	876,900	817,650	810,540
きつねうどん	546,000	504,920	826,280
かけうどん	489,600	507,600	712,800
月見うどん	467,480	462,280	686,400
わかめうどん	333,690	359,660	510,580
もみじ豚カレーうどん	233,910		349,140
ぶっかけ肉玉うどん		571,680	
ぶっかけおろしうどん		450,120	

9.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」「四季もみじ」の売上が多い。
- それぞれの商品に入数の違う詰め合わせが用意され、利便性も支持されていると思われる。
- 全体の客数、売上が多い10月～12月が「乳団子」「田總羊羹」「四季もみじ」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。



9.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300万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。



9.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。
- ・通年で安定した売上を確保しているが、全体的に前年度より、売上は大きく下落している。
- ・4~6月の売上が最も多いが、好調であった前年の余波の影響もあると思われる。
- ・店全体の売上が増加している状況で売上が減少しているので、品揃えや売場の見直しが必要と思われる。



9.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」は4月～6月と10月～12月に、「ひらもち」は10月～12月に大幅に売上が上がっている。
- 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。

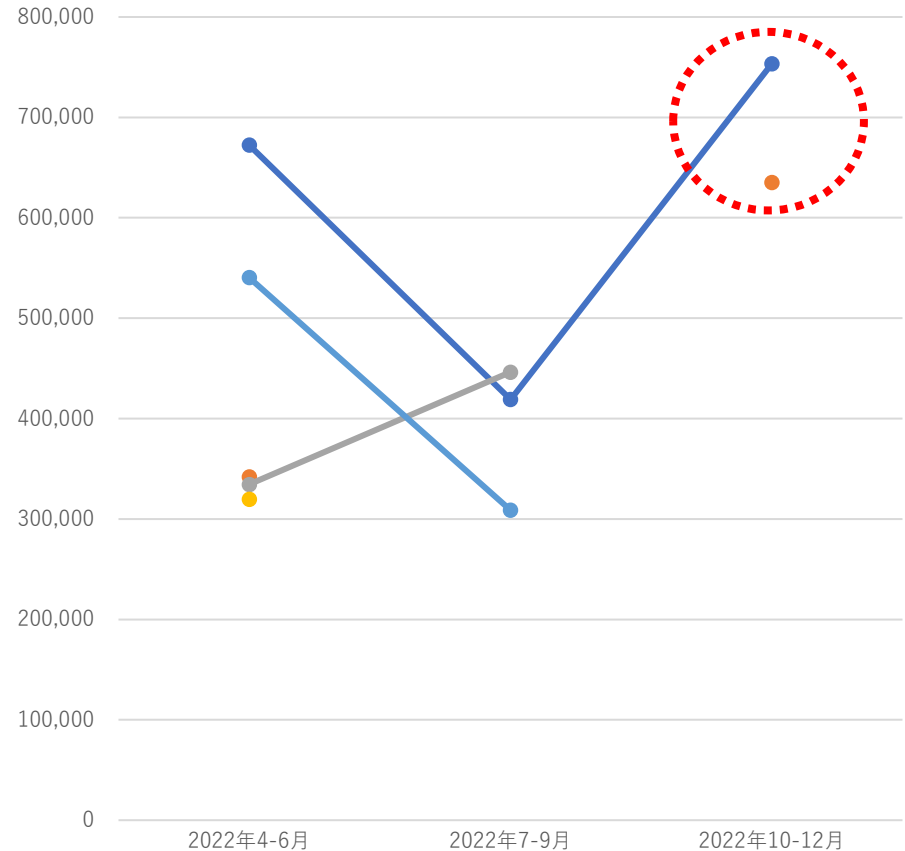


9.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

(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」「ホットコーヒー」の売上が多く、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」は、7月～9月がピークになるなど傾向がやや異なる。



りんごジュース (ふれ)	672,400	419,020	753,300
ホットコーヒー	342,000		635,140
高野りんごサイダー	334,380	446,300	
りんごジュース (ふじ)	319,800		
たかのりんごジュース	540,500	308,800	

9.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。

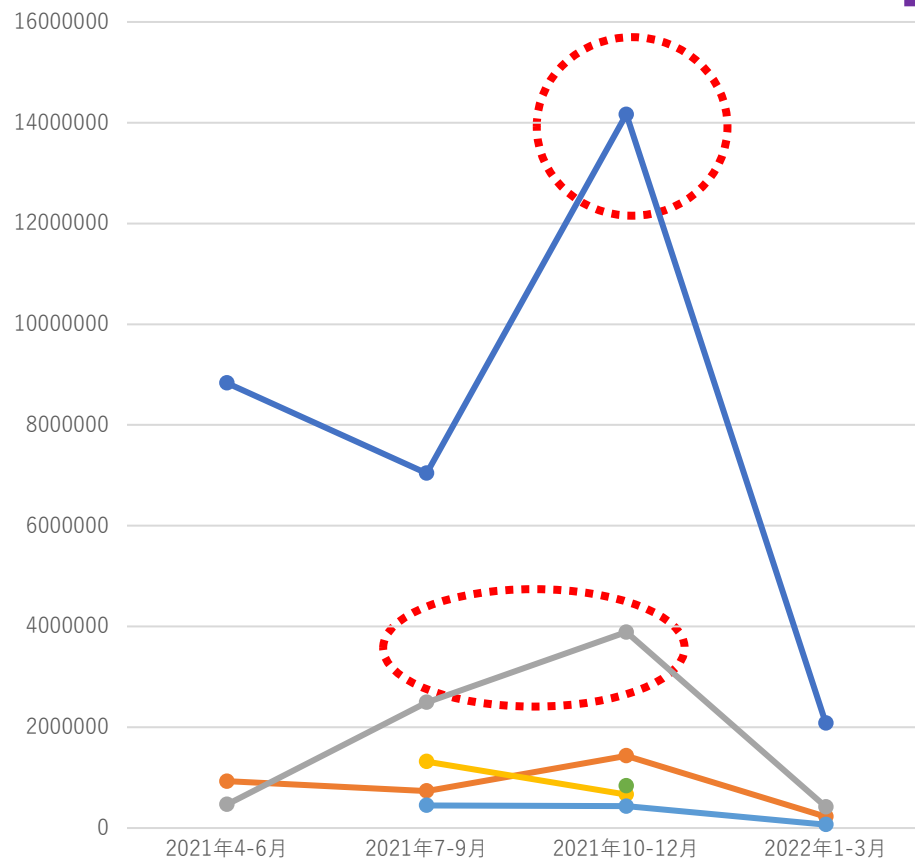


9.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

(売上全体でAランク商品のみ 単位：円)

⑭ 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)	8833654	7040520	14166260	2082350
イベント15% (通常)	927885	733540	1432775	225725
ギフト販売8%	466045	2492650	3888120	418900
外販イベント販売		1317374	664035	
大人JAF		446600	432600	65800
イベント売上			837260	

10.2022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

- ・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。
- ・新型コロナウイルス感染症が落ち着いたことで、飲食やテイクアウトを含む「弁当」「うどん・そば」「惣菜」の売上が増加しているが、パンは売上が減少傾向。
- ・飲食やテイクアウト関連については強化分類として位置付けて対策を講じる必要あり。

c. 大分類Aランクの内訳の傾向と改善のアイデア

- ・「弁当」分類にある「バイキング」が右肩上がりとなっており、新たな集客の目玉になっていると思われる。効果的な宣伝を行うことで、全体の更なる集客アップが期待できる。
- ・飲食やテイクアウト関連以外の分類は、野菜以外は相対的にランキングが落ちていることから、来客の増加に対応できていない可能性も考えられる。新型コロナウイルス禍前の実績などを調べ、品揃えや売場を見直すことで改善が見込まれる。