

■ 地域内需要動向調査

～モーモー物産館（おおつき亭）販売データ分析より～

【後期報告】



【調査時期】

2023年7月～12月

1. モーモー物産館について

- 2021年11月にリニューアルオープンした庄原市の交流拠点施設。
- 食事処「おおつき亭」、口和町内の生産者が育てた野菜が並ぶ直売所などで構成。
- おおつき亭の看板メニューは比婆牛うどん。



2.売上実績推移比較

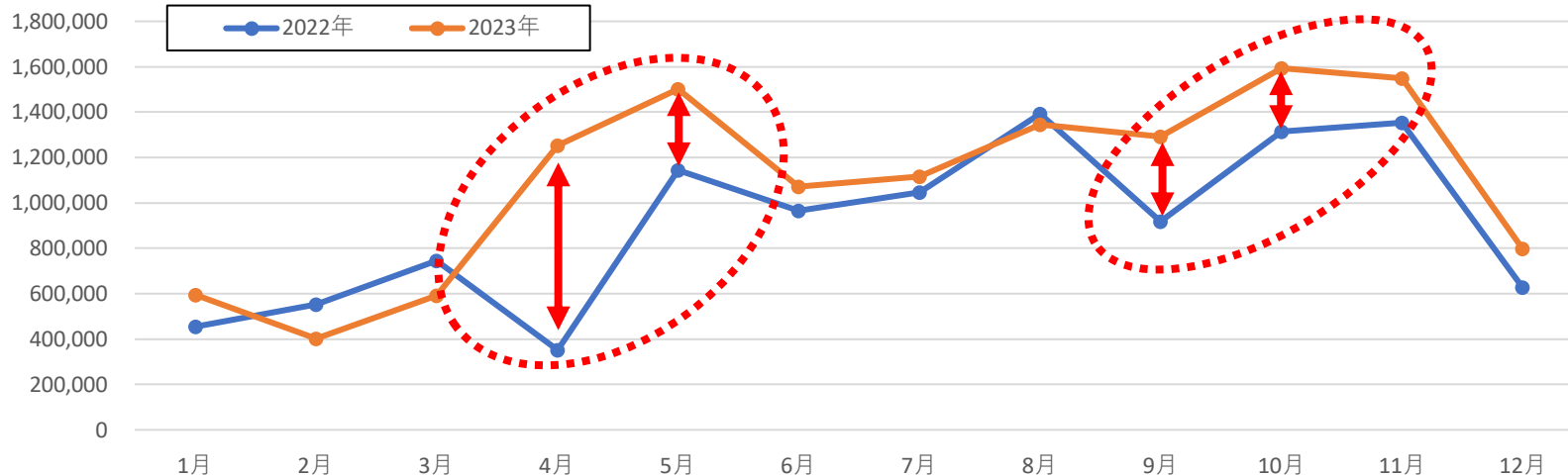
(単位：円)



- ・前年の2022年の年間売上高は10,866,700円となっている。
- ・2023年は13,102,550円となっており、前年より約20%増加して好調な結果となっている。
- ・新型コロナウイルス感染症の終息や、リニューアルをきっかけとする客数増加などの影響と推測できる。

3.2022年と2023年の月別売上推移比較

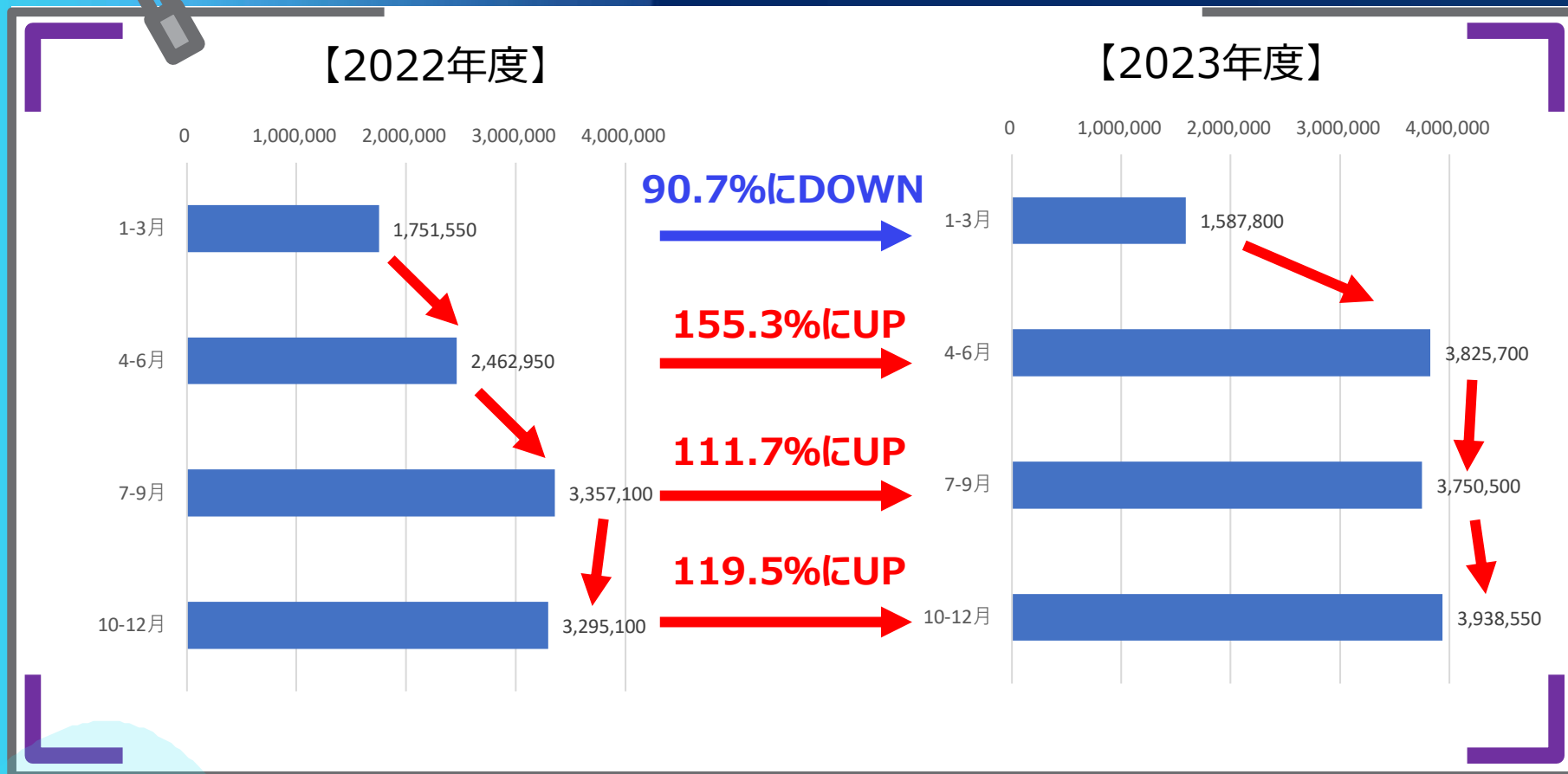
(単位：円)



- ・2022年と2023年の月別売上の推移を比較すると、第1四半期は前年とほぼ同じ売上推移だが、第2四半期以降は前年を大きく上回る売上となっている。
- ・第3四半期については、7～8月は前年に近い売上推移だが、9月は前年を大きく上回っており、続けて第4四半期も前年を上回る売上推移となっている。
- ・前年と比較すると4月、5月、9月、10月の売上が大きく前年を上回っており、この時期の売上が全体の売上が好調な大きな要因となっている。

4. 四半期別売上高推移比較

(単位：円)



- ・2023年度下半期は、第3四半期で前年比111.7%、4四半期で前年比119.5%となっている。
- ・下半期については、全体的に上半期を上回る売上推移となっているが、第2四半期～第4四半期は概ね同程度の売上（370万円～400万円）推移となっている。

5.商品のABC分析比較（2022年-2023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】

2022年度 (通期)	分類	ABC判定	2023年 (通期)	分類	ABC判定
	うどん1	A		うどん1	A
	うどん7	A		うどん7	A
	丼ぶり1	A		丼ぶり1	A
	そば1	A		そば1	A
	そば7	A		アイス	A
	うどん8	A		うどん2	A
	アイス	A		そば7	A
	うどん2	A		うどん8	A
	うどん5	A		うどん11	A
	うどん11	A		うどん5	A
	そば17	A		そば11	A
	そば6	A		うどん9	A
	そば11	A		そば6	A
	うどん9	A		そば17	A
	そば3	A		そば3	A
	そば18	A		丼ぶり2	A
	丼ぶり2	A		そば18	A
	そば8	B		うどん13	B
	うどん13	B		そば8	B
	むすび3	B		むすび3	B
	ラーメン1	B		そば2	B
	そば2	B		そば9	B
	むすび1	B		ラーメン2	B
	ラーメン2	B		むすび1	B
	うどん3	C		うどん15	C
	そば9	C		むすび2	C
	うどん15	C		うどん3	C
	そば13	C		ラーメン1	C
	むすび2	C		うどん12	C
	そば4	C		うどん6	C
	うどん6	C		そば13	C
	そば12	C		そば4	C
	うどん12	C		そば12	C
	そば6	C		そば6	C
	うどん10	C		うどん14	C
	うどん14	C		うどん16	C
	うどん16	C		うどん10	C
	そば14	C		そば14	C
	おでん3	C		うどん4	C
	うどん4	C		そば10	C
	そば10	C		金券2	C
	金券2	C		金券1	C
	金券1	C		おでん1	C
	おでん2	C		おでん2	C
	金券1	C		おでん3	C
	おでん1	C			

- ・2022年通期と2023年通期の販売実績をABC分析して比較すると左の表となる。
- ・Aランク1位から4位の「うどん1」「うどん7」「丼ぶり1」「そば1」は不動のトップ4となっている。
- ・Aランク商品全体では商品に大きな変動はなく、安定した主力商品となっている。
- ・Aランク上位で2022年度から下がっている商品としては「そば7」「うどん8」「そば17」等があるが、一方で「アイス」「うどん2」は順位が上がっている。
- ・下落幅が大きい商品としては「そば17」「ラーメン1」があり、通期で順位を下げている。
- ・2022年と2023年の通期で比較すると、多少の順位変動はあるもの売れ筋商品の傾向は大きく変わらないと言える。

6.商品のABC分析推移（四半期）

ABC分析の推移（2023年第1四半期～第4四半期）

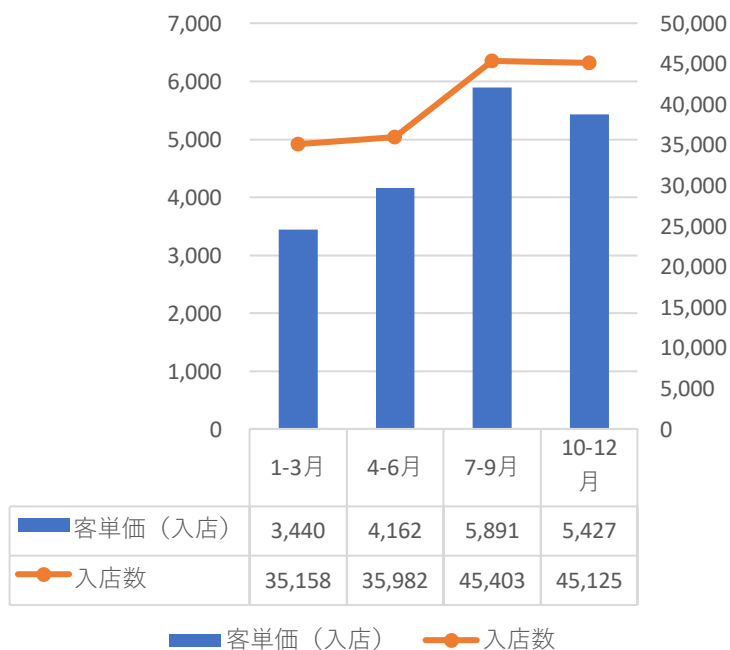
2023年1-3月		2023年4-6月		2023年7-9月		2023年10-12月	
分類	ABC判定	分類	ABC判定	分類	ABC判定	分類	ABC判定
うどん1	A	うどん1	A	うどん1	A	うどん1	A
うどん7	A	うどん7	A	うどん7	A	うどん7	A
丼ぶり1	A	丼ぶり1	A	アイス	A	丼ぶり1	A
うどん2	A	アイス	A	丼ぶり1	A	そば1	A
そば1	A	うどん2	A	そば1	A	そば7	A
そば7	A	そば7	A	うどん2	A	うどん2	A
アイス	A	そば1	A	そば17	A	うどん8	A
うどん11	A	うどん8	A	うどん8	A	うどん11	A
うどん8	A	うどん5	A	そば7	A	うどん5	A
うどん5	A	そば11	A	うどん11	A	そば11	A
うどん9	A	うどん11	A	うどん5	A	アイス	A
丼ぶり2	A	そば17	A	そば11	A	うどん9	A
そば6	A	そば3	A	そば18	A	そば6	A
そば11	A	うどん9	A	丼ぶり2	A	そば3	A
そば3	A	そば6	A	うどん9	A	そば8	A
うどん13	A	丼ぶり2	A	そば6	A	丼ぶり2	B
そば17	B	そば18	B	そば3	B	うどん13	B
ラーメン2	B	うどん13	B	うどん15	B	むすび3	B
そば9	B	そば2	B	うどん13	B	そば9	B
そば8	B	そば8	B	そば8	B	そば17	B
ラーメン1	B	そば9	B	むすび3	B	むすび2	B
むすび3	B	むすび3	B	むすび1	B	うどん12	B
そば18	B	うどん15	B	そば2	B	そば2	B
むすび1	B	ラーメン2	C	うどん16	C	うどん3	C
むすび2	C	むすび1	C	ラーメン1	C	ラーメン2	C
うどん3	C	むすび2	C	ラーメン2	C	むすび1	C
そば2	C	ラーメン1	C	むすび2	C	うどん6	C
そば13	C	うどん3	C	うどん6	C	そば12	C
そば4	C	そば13	C	そば13	C	そば4	C
うどん6	C	うどん12	C	うどん12	C	うどん14	C
そば12	C	そば12	C	うどん3	C	そば18	C
うどん12	C	うどん16	C	そば9	C	ラーメン1	C
うどん15	C	そば4	C	そば6	C	そば13	C
うどん10	C	うどん6	C	そば12	C	そば6	C
そば6	C	そば6	C	そば4	C	うどん10	C
うどん14	C	うどん14	C	うどん14	C	うどん4	C
うどん16	C	うどん10	C	そば14	C	うどん15	C
そば14	C	そば14	C	うどん10	C	そば10	C
金券2	C	金券2	C	そば10	C	そば14	C
うどん4	C	うどん4	C	金券2	C	金券2	C
そば10	C	そば10	C	うどん4	C	うどん16	C
金券1	C	金券1	C	金券1	C	金券1	C
おでん1	C	おでん1	C	おでん1	C	おでん1	C
おでん2	C	おでん2	C	おでん2	C	おでん2	C
おでん3	C	おでん3	C	おでん3	C	おでん3	C

- ・2023年の四半期毎の販売実績をABC分析して比較すると左の表となる。
- ・Aランク商品の構成は大きく変わらないが、四半期毎に多少の変動がみられる。
- ・変動が大きいものとしては「そば17」「アイス」が春から夏にかけて順位を上げて冬に急落するほか、「ラーメン2」「ラーメン1」が下落傾向となっている。

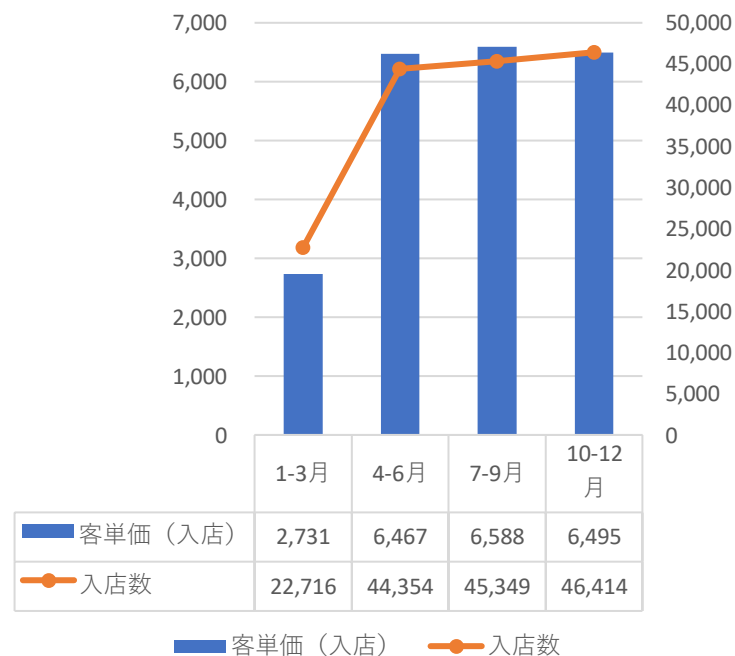
7. 2022年と2023年の入店数・客単価の比較

入店数・客単価の推移

2022年 入店数・客単価



2023年 入店数・客単価



- ・第1四半期については客単価、入店数ともに前年を大きく下回っていたが、第2四半期以降、客単価、入店数ともに前年を大きく上回る実績となっている。
- ・第2四半期以降、客単価や入店数は安定しており、管理はやり易くなっていると思われるが、現状体制での売上の上限值とも考えられるので、さらなる売上増には新たな対策が必要と思われる。

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が終息し、売上は前年から大幅に回復、増加傾向となっている。
- ・第2四半期の売上増加に続き、下半期についても前年を上回るペースで売上推移しており、次年度についても売上の増加が期待できる。冬期の売上減は注意が必要。

b. ABC分析の傾向

- ・通年では前年に続いて「うどん1」「うどん7」「丼ぶり1」「そば1」が売上トップ4であり、集客や売上の主力商品となっているので重点管理が必要。
- ・四半期毎の推移を見るとAランク商品の構成内容には大きな変動は無いが、「そば17」「アイス」「ラーメン1」「ラーメン2」の変動が大きい。

c. 2022年通期～2023年通期の販売データからわかる傾向

- ・Aランクに分類される商品群に大きな変動はないが、Aランク内で順位に変動がある。
- ・2022年と2023年を比較すると、「ラーメン1」「そば17」の順位が大きく下落している。「ラーメン1」については、四半期毎の推移でも下落傾向となっており、トレンドが変わった可能性もあるので推移を見守る必要がある。