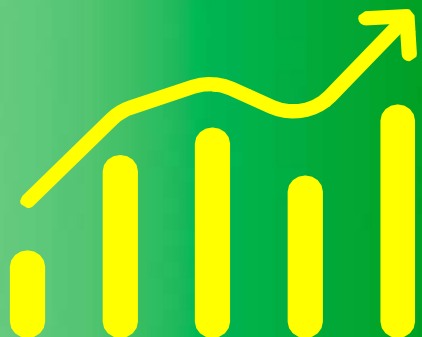


■ 地域内需要動向調査

～ 道の駅たかの販売データ分析より～

【後期報告】



【調査時期】

2023年1月～12月



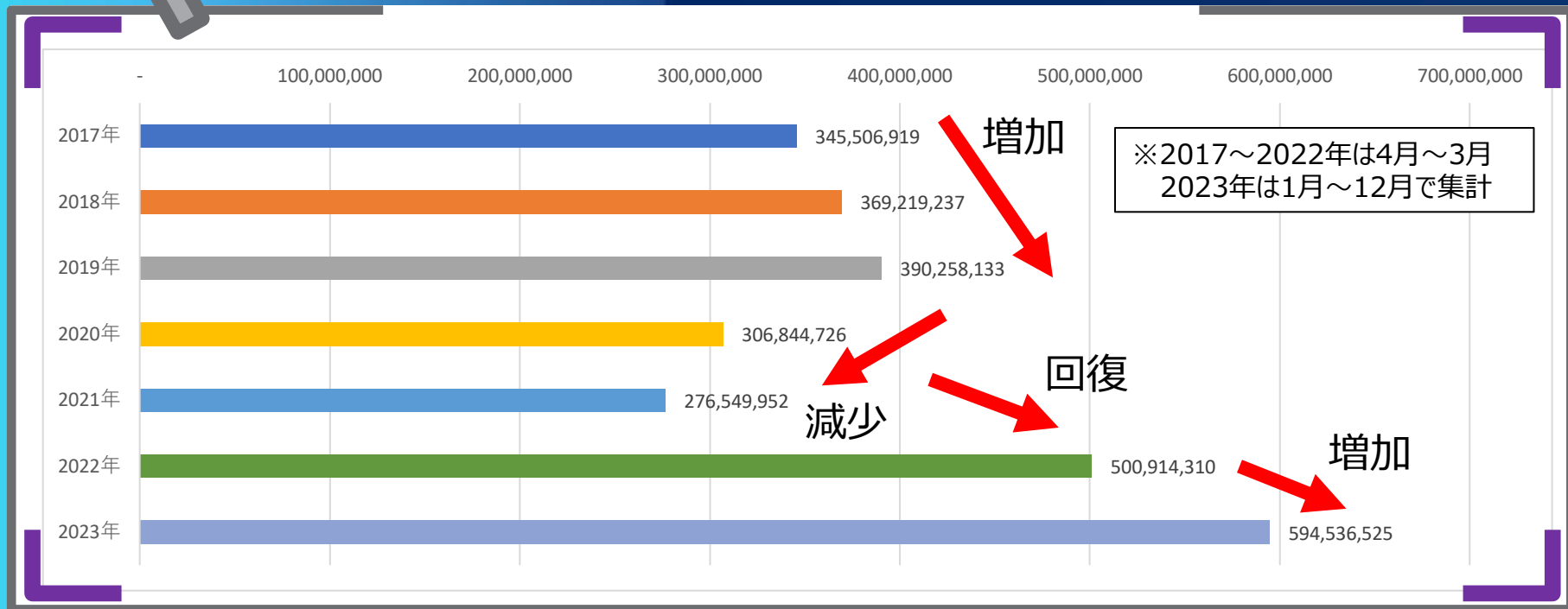
1.道の駅たかのについて

- 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」。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

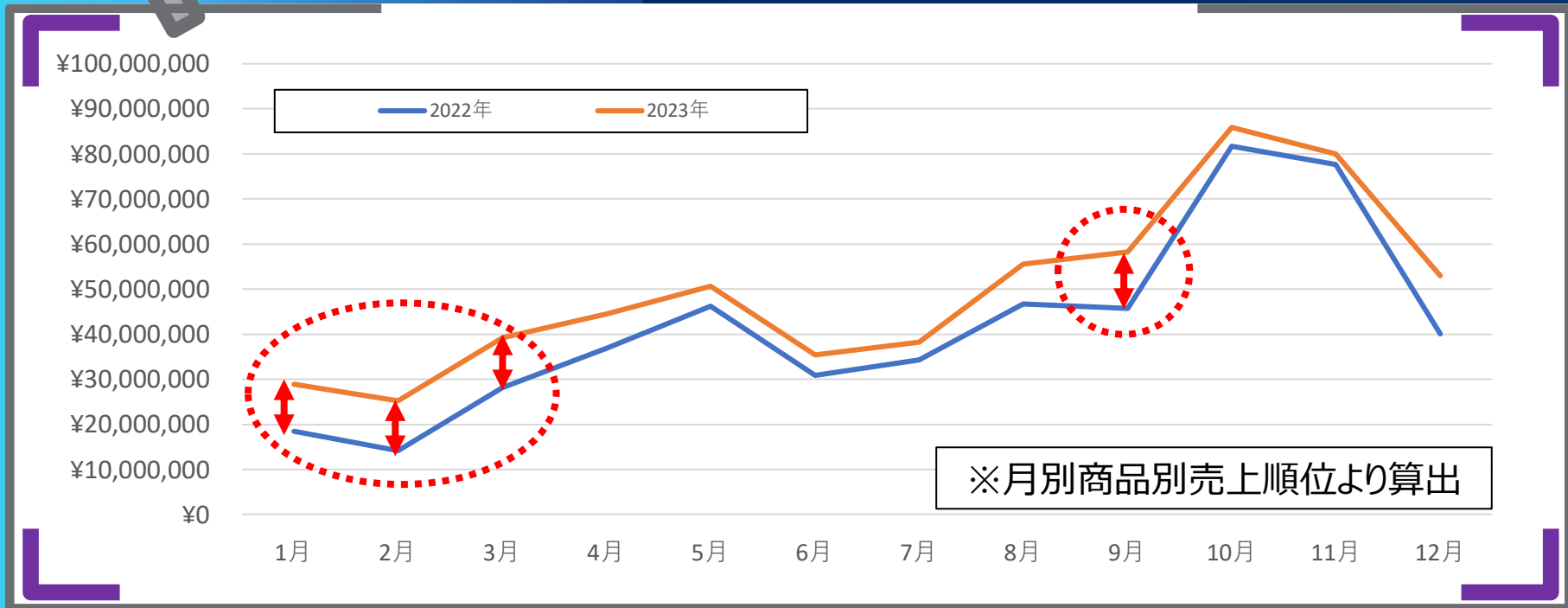
(単位：円)



- ・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。
- ・2022年については行動自粛も弱まり、売上は急速に回復、2023年も増加に転じている。

3.2022年と2023年の月別売上推移比較

(単位：円)



※月別商品別売上順位より算出

- ・2022年と2023年の月別売上について、比較可能な1月～12月の推移を比較すると、**全ての月で2023年が前年を上回っている**ことがわかる。特に1月～3月と9月の売上が好調となっている。
- ・一方で**5月～7月、10月～12月については、ほぼ前年に近い売上**となっている。売上が好調な他の月の売上推移に引っ張られて無駄な在庫を持たないよう、**発注量や商品の生産量に注意**が必要。
- ・今後も継続して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**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（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		2023年	
大分類名	ABC判定	大分類名	ABC判定
青果(野菜)	A	青果(野菜)	A
弁当	A	弁当	A
果物	A	洋日配	A
洋日配	A	果物	A
レジ袋・その他	A	レジ袋・その他	A
食品	A	和日配	A
和日配	A	うどん・そば	A
うどん・そば	A	食品	A
菓子	B	菓子	A
惣菜	B	惣菜	B
米	B	ドリンク	B
ドリンク	B	米	B
アイス	C	アイス	C
酒	C	精肉	C
パン	C	酒	C
精肉	C	パン	C
加工品	C	加工品	C
雑貨	C	雑貨	C
生花	C	寿司	C
寿司	C	生花	C
鮮魚	C	加工肉	C
加工肉	C	揚げ物	C
		鮮魚	C

- 2022年と2023年の1年間で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ランク上位の「青果」「弁当」は不動であるが、3位の「果物」が4位に、4位の「洋日配」が3位になるなど入れ替わりがあるなど変動がある。
- その他、「食品」は6位から8位に、「和日配」は7位から6位になるなどAランク内で順位の変動があり、販売動向に多少の動きがある。
- 順位は変わらないが、Bランクだった「菓子」がAランクとなり、相対的な重要度が増している。
- 「うどん・そば」の順位が上がっているが、飲食の売上が含まれており、新型コロナウイルス禍の影響が無くなり、人々の移動が増加していることで売上が上がっているものと思われ、今後も増加が期待できる。

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、売上は継続して大幅に回復、増加傾向となっている。
- ・売上の増加が顕著であるため、欠品やロス、労働力不足にならないよう、在庫管理や必要人員の確保など、管理面での体制強化が必要になると思われる。

b. 大分類の傾向

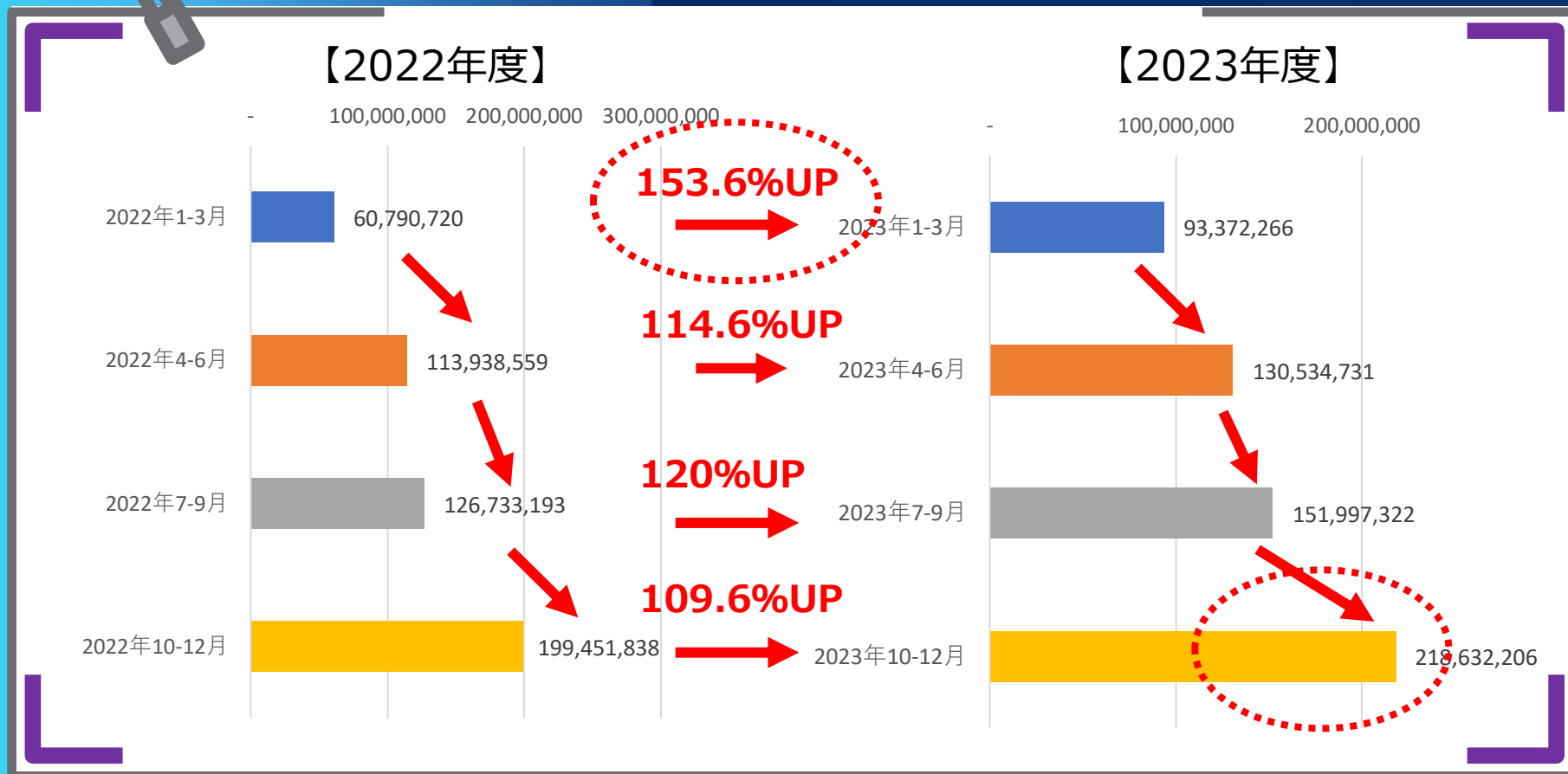
- ・「青果（野菜）」「弁当」の売上順位は不動で集客や売上の主力商品として定着
- ・Aランクでは「洋日配」「和日配り」「うどん・そば」の売上順位が上昇している
- ・「果物」「食品」については売上順位がダウンしている

c. 2022年～2023年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変動はないが、Aランク内で順位に変動がある。
- ・順位は変わらないが、「菓子」がBランクからAランクにアップしており、相対的な重要度が増している
- ・「弁当」は不動の2位で、「惣菜」もBランクの10位で安定しているが、同じテイクアウト属性である「パン」はCランクで順位も低下している。10位の「寿司」と合わせて、品揃えの強化や売場での見せ方を工夫することで、売上増が期待できる。

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
- ・2022年度と比較して、2023年度は全体的に売上が増加しているが、特に第1四半期と第4四半期の売上げが顕著となっている。年末年始の帰省者数の増加などが要因と思われる。

8.大分類23のABC分析推移（四半期）

大分類ABC分析の推移（2023年1月～12月）

2023年1-3月		2023年4-6月		2023年7-9月		2023年10-12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
洋日配	A	洋日配	A	青果(野菜)	A	果物	A
弁当	A	青果(野菜)	A	弁当	A	青果(野菜)	A
レジ袋・その他	A	弁当	A	洋日配	A	弁当	A
青果(野菜)	A	レジ袋・その他	A	果物	A	レジ袋・その他	A
果物	A	食品	A	レジ袋・その他	A	洋日配	A
和日配	A	和日配	A	うどん・そば	A	和日配	A
食品	A	うどん・そば	A	和日配	A	食品	A
うどん・そば	A	菓子	A	食品	A	うどん・そば	B
菓子	A	惣菜	A	菓子	A	惣菜	B
惣菜	B	ドリンク	B	アイス	B	菓子	B
ドリンク	B	アイス	B	惣菜	B	米	C
米	B	米	B	ドリンク	B	ドリンク	C
酒	C	加工品	C	米	C	酒	C
パン	C	パン	C	パン	C	アイス	C
精肉	C	精肉	C	精肉	C	精肉	C
アイス	C	果物	C	酒	C	加工品	C
加工品	C	酒	C	加工品	C	パン	C
雑貨	C	雑貨	C	生花	C	雑貨	C
寿司	C	寿司	C	雑貨	C	寿司	C
生花	C	生花	C	寿司	C	揚げ物	C
鮮魚	C	加工肉	C	加工肉	C	生花	C
加工肉	C	鮮魚	C	鮮魚	C	加工肉	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。1月～6月までトップの「洋日配」は7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。
- ・Aランクに分類される商品は、果物を除くとランク内での順位変動はあるもののアイテムとしては不動であり、売上を維持拡大していくためには管理や売場販促を徹底して取り組む必要がある。

9.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

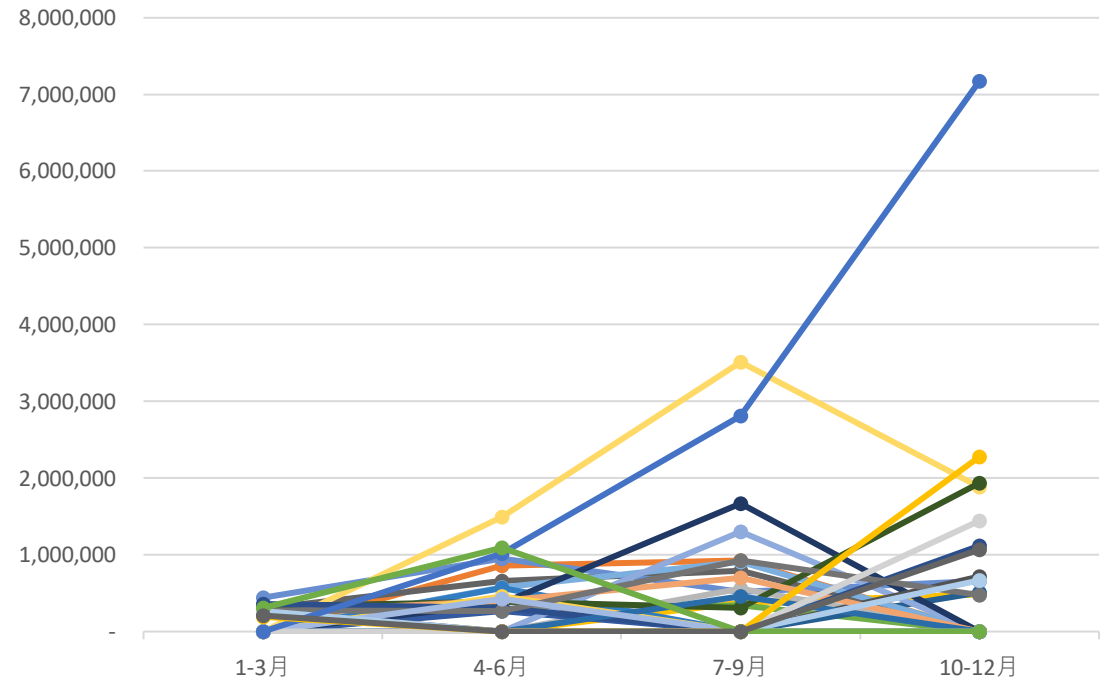
(売上全体でAランク商品のみ)

①青果（野菜）

・2023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ている。

・次いで「トマト」の売上が多くなっており、4月～12月の長い期間、安定して売上を維持する重要なアイテムとなっている。

・「しいたけ（原木）」
「ねぎ」は通年で売上が発生している。



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】

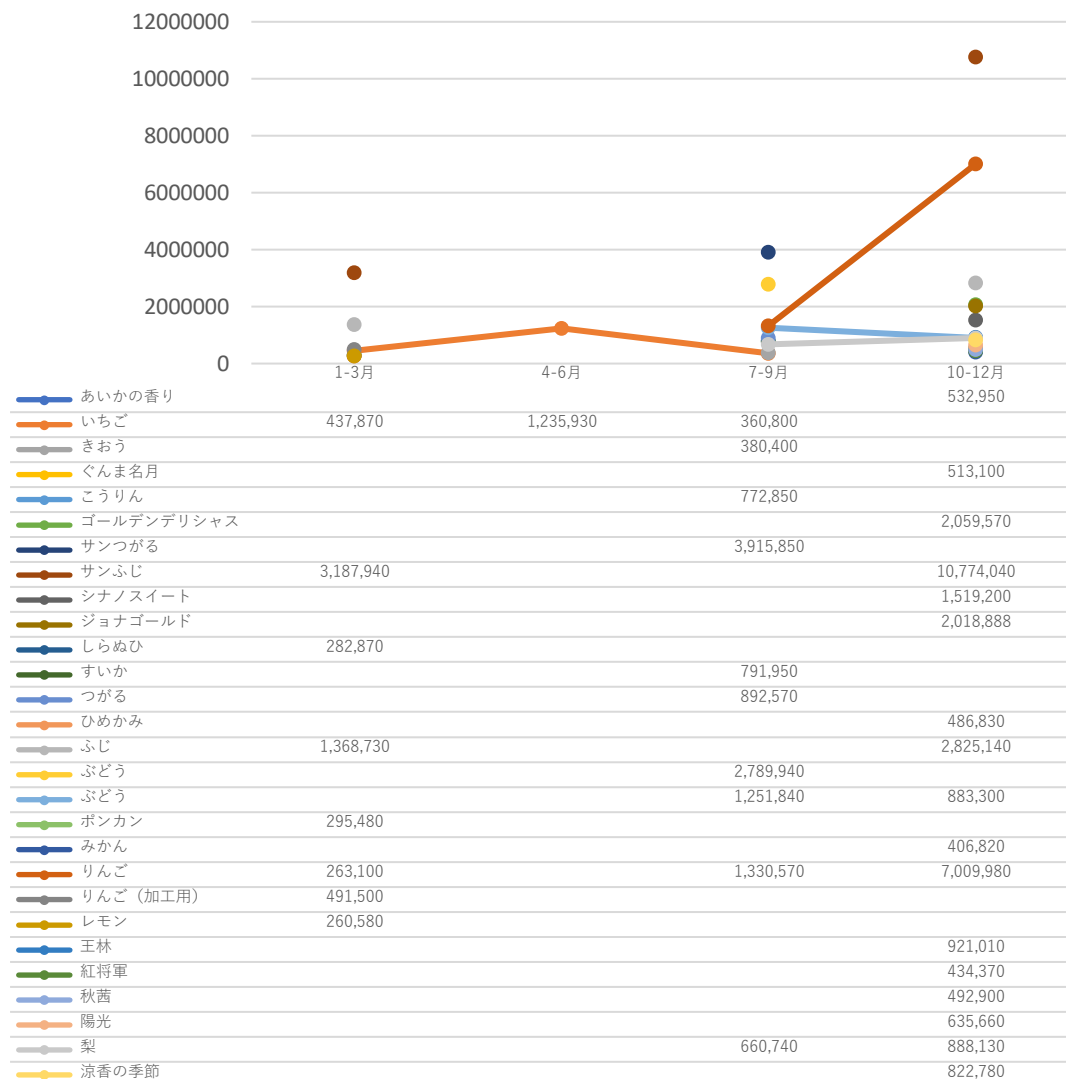
	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月
アスパラガス	-	860,890	922,440	-
かぼちゃ	-	-	378,420	487,880
キャベツ	-	283,970	342,400	-
さやうり	301,670	663,460	790,540	-
さつまいも	213,980	-	-	508,180
しいたけ(原木)	440,620	947,680	513,670	658,160
スイートコーン	-	-	561,010	-
その他の野菜	-	578,680	910,840	-
たけのこ	-	264,790	-	-
たまねぎ	-	403,160	-	-
タラの芽	-	564,680	-	-
とうもろこし	-	-	1,300,170	-
トマト	-	1,494,680	3,511,840	1,884,900
なす	-	363,750	1,671,790	-
にんじん	271,190	-	-	718,850
ねぎ	328,220	392,770	313,100	1,932,750
ピーマン	253,530	403,160	704,600	-
フキ	-	459,830	-	-
ほうれん草	355,770	309,100	-	1,120,510
ミニトマト	275,700	270,170	930,120	473,920
みょうが	-	-	461,440	-
わらび	-	426,250	-	-
香茸	-	-	-	1,443,080
雪室熟成じゃがいも	263,711	-	-	669,180
大根	-	1,019,450	2,806,580	7,170,505
白菜	195,740	-	-	2,276,860
葉わさび	305,500	1,095,140	-	-
里いも	206,650	-	-	1,064,530

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

- 2023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」「こうりん」等の売が発生し、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。
- 「ぶどう」については7月～9月がピークでこの時期で最大の売上となる。
- 「いちご」は1月～9月まで売が発生する重要アイテムとなっている。

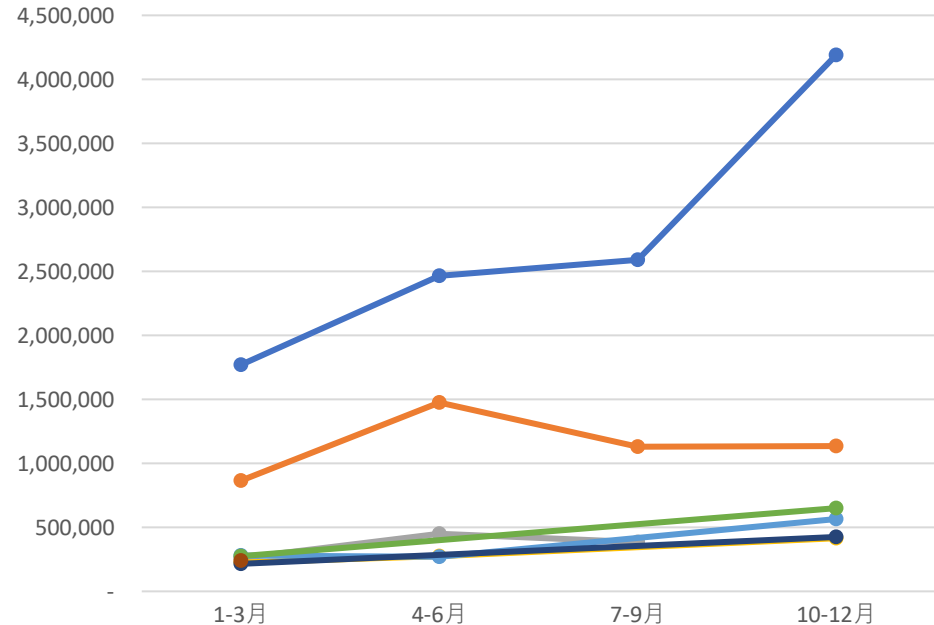


9.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

(売上全体でAランク商品のみ 単位：円)

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月になるなど季節性が高い。
- 「キムチ」については全体売上は大きくないが、ピークが4月～6月になるので「漬物」の売上が少ない時期を支えるポジションとなっている。
- 「漬物」「キムチ」とともに弱い1月～3月を埋める商品開発が望まれる。



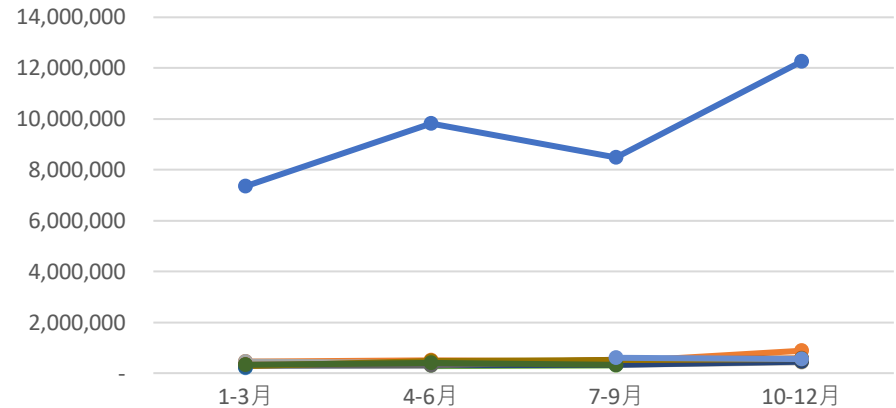
Category	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月
漬物	1,770,170	2,462,300	2,588,200	4,188,190
キムチ	861,490	1,472,390	1,128,540	1,135,430
漬物	257,680	450,650	382,510	
梅干	222,410	271,000		413,370
まるとくこんにやく	277,000	266,210		564,920
キムチ	274,950			649,910
みそ	211,830			422,200
こんにやく	236,000			

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、当分類の売上はアップルパイに大きく左右される状況。
- ・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、4月～6月も多くなっている。
- ・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。



アップルパイ	7,360,530	9,830,570	8,479,670	12,260,360
アップルパイ 2個入	459,960	506,550	461,200	892,800
アップルパイ 大	474,200	402,000	324,600	442,500
タルトタタン				460,800
ドライチーズ燻製	201,000			
バターケーキ(高野り)		304,800	317,100	
フィナンシェ3個入	319,260		338,360	459,320
フィナンシェ5個入り	336,060	360,540	527,040	580,500
フィナンシェ箱	306,510	310,830	507,600	
りんごチップス	294,600	481,800		562,500
雪室熟成ケーキ	246,842			
米粉シフォンりんご	335,680	408,810	326,030	
冷凍アップルパイ			608,660	564,395

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)

・弁当分類については、「大人60分」「山菜おこわ」「おむすび」の売上が多くを占めている。いずれも10月～12月の売上が多くなっているが「山菜おこわ」は4月～6月の売上も多くなっている。

・「飲食」の単品としては、「カレーライス」の売上が目立つ。

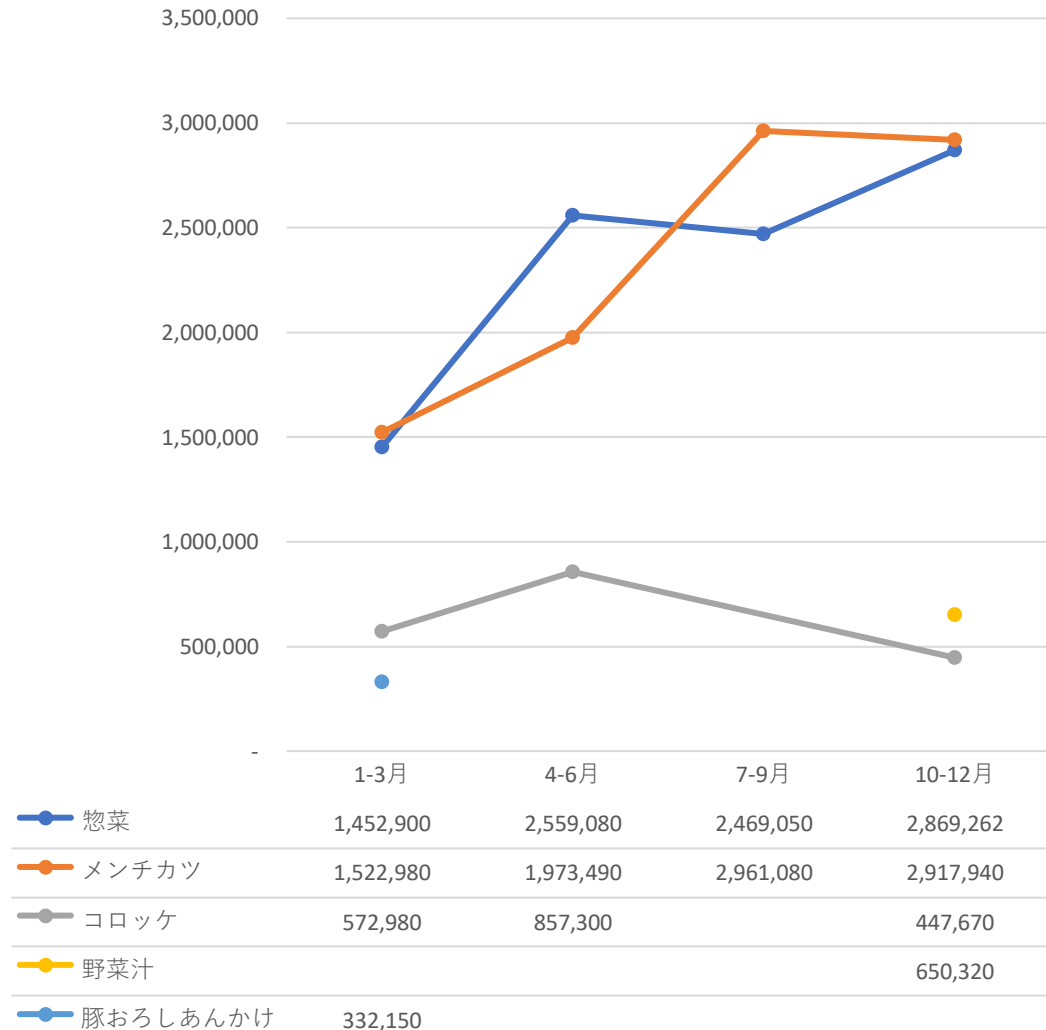


9.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

(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「メンチカツ」「惣菜」の売上が圧倒的な人気商品となっている。「惣菜」は10月～12月の売上が最も多いが、「ミンチカツ」は7月～9月の売上が最も多くなっている。
- 「コロッケ」の売上も多いが、こちらは4月～6月の売上が最も多くなっている。
- 惣菜に分類されている商品群は比較的、通年で安定した売上となっている。

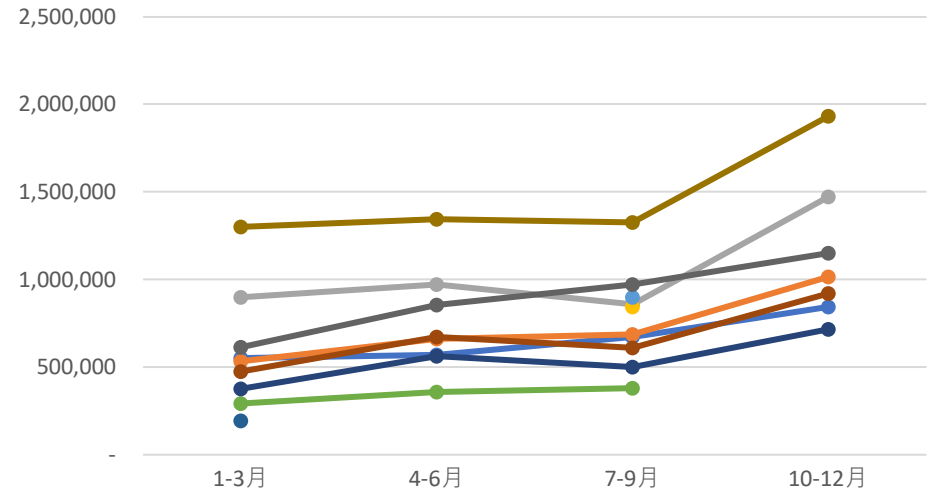


9.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

(売上全体でAランク商品のみ 単位：円)

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」となっている。
- ・「もみじ豚カレーうどん」は1月～9月の期間しか売上が発生していないので需要の高まる10月～12月で販売することで売上増も期待できる。



	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月
● かけうどん	551,250	569,940	671,600	843,180
● きつねうどん	534,040	659,320	684,760	1,016,010
● スペシャルうどん	897,600	970,900	858,200	1,470,700
● ぶっかけおろしうどん			842,310	
● ぶっかけ肉玉うどん			898,400	
● もみじ豚カレーうどん	290,490	355,600	377,300	
● わかめうどん	375,830	560,000	498,500	716,000
● 月見うどん	473,720	672,040	611,090	918,490
● 雪室そば	611,460	853,990	970,120	1,151,030
● 肉うどん	1,301,520	1,344,700	1,323,700	1,931,300
● 肉そば	193,520			

9.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

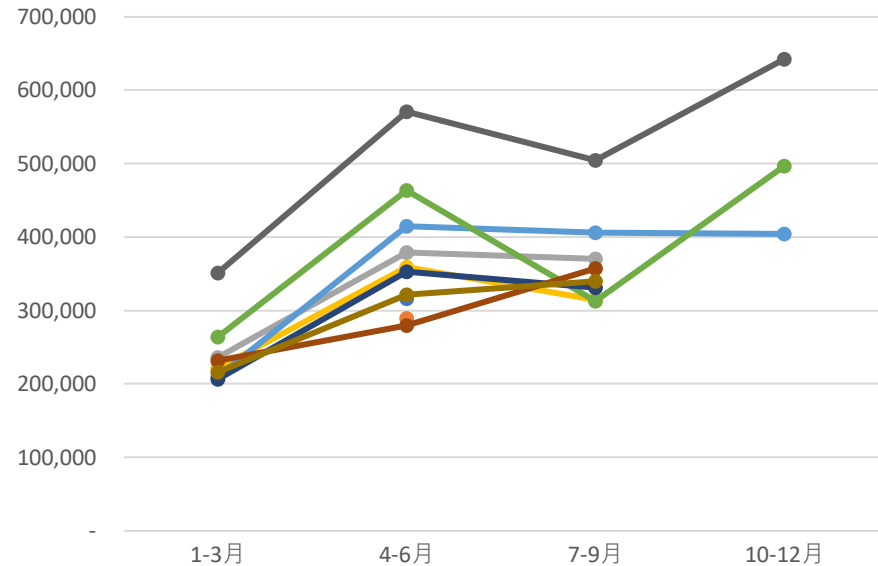
(売上全体でAランク商品のみ 単位：円)

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。

・ヒバゴンのたまご「もちもちもみじ」は4月～6月しか売上が発生していない。

・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。



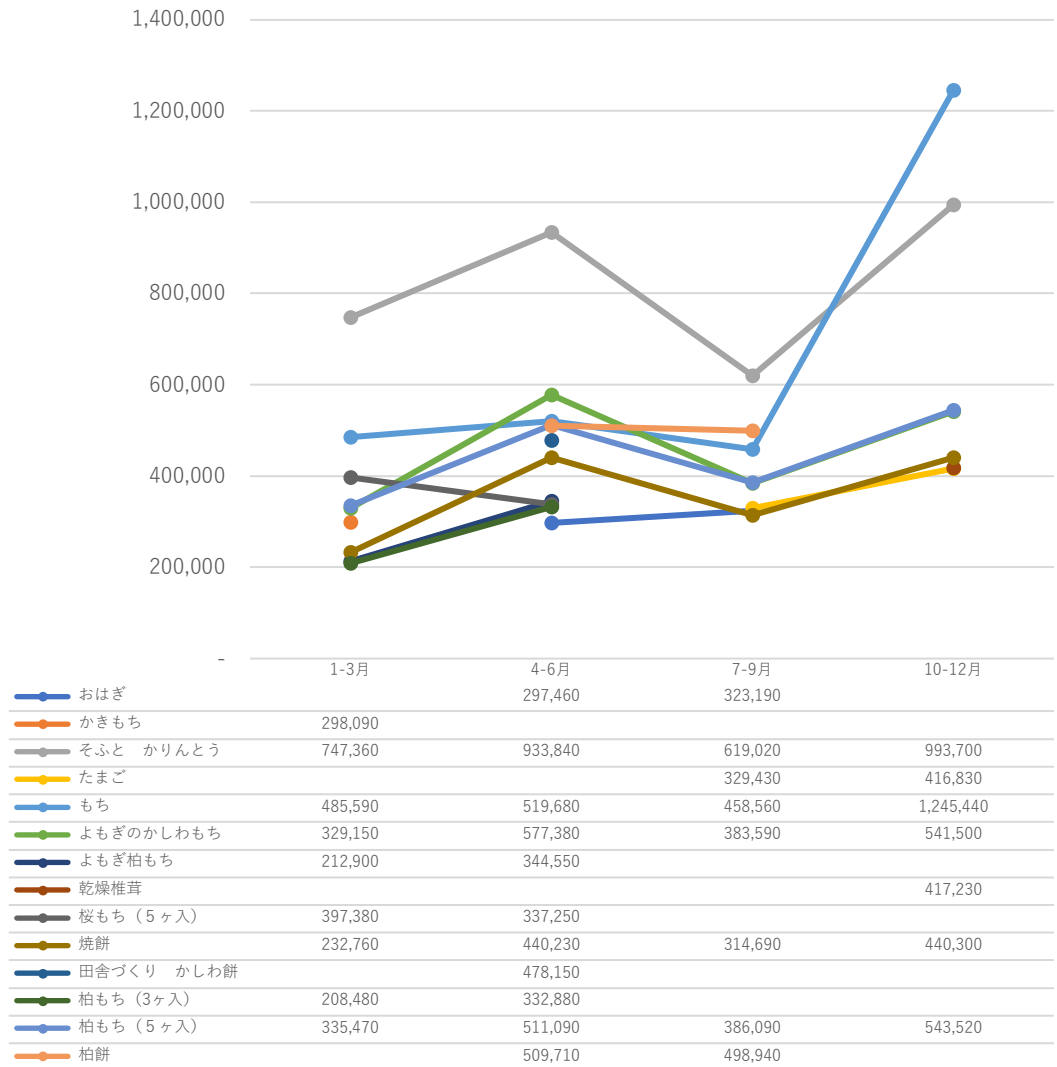
ヒバゴンのたまご5		316,550		
もちもちもみじ8		289,440		
四季もみじ16個	235,520	379,040	369,840	
四季もみじ24個	220,800	358,800	314,640	
四季もみじ8個入り	209,760	414,920	405,720	403,880
田總羊羹	264,040	463,110	312,610	496,650
乳団子(15個入)	206,080	352,360	331,200	
乳団子(25個入)	232,000	279,850	356,700	
乳団子(9個入箱)	351,120	570,640	504,560	642,320
乳団子三色セット15	216,200	321,080	339,480	

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「もち」「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、4月～6月に「よもぎのかしわもち」の売上が多くなっている。
- 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。



9.大分類Aランクカテゴリーの内訳推移

⑩2023年四半期別販売分析のまとめ

a.売上全体の傾向

- ・昨年と同様、10月～12月の売上が最も高く、最も集客が多い時期となっている。
- ・一方で1月～3月の売上が最も低くなっており、雪の影響が大きいと思われる。

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「大根」「りんご」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青果物については、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高い。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」の順位が高いので品揃えの充実が必要。

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月の冬期には全体の売上が減少するが、一方で売上の低い冬は伸びしろもあるので、冬向けの商品開発、品揃え拡大、イベント開催などに取り組みれば、売上を増加させることも期待できる。冬場の集客方法を検討する必要がある。
- ・「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。