

# ■ 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～

【前期報告】



【調査時期】

2023年1月～6月

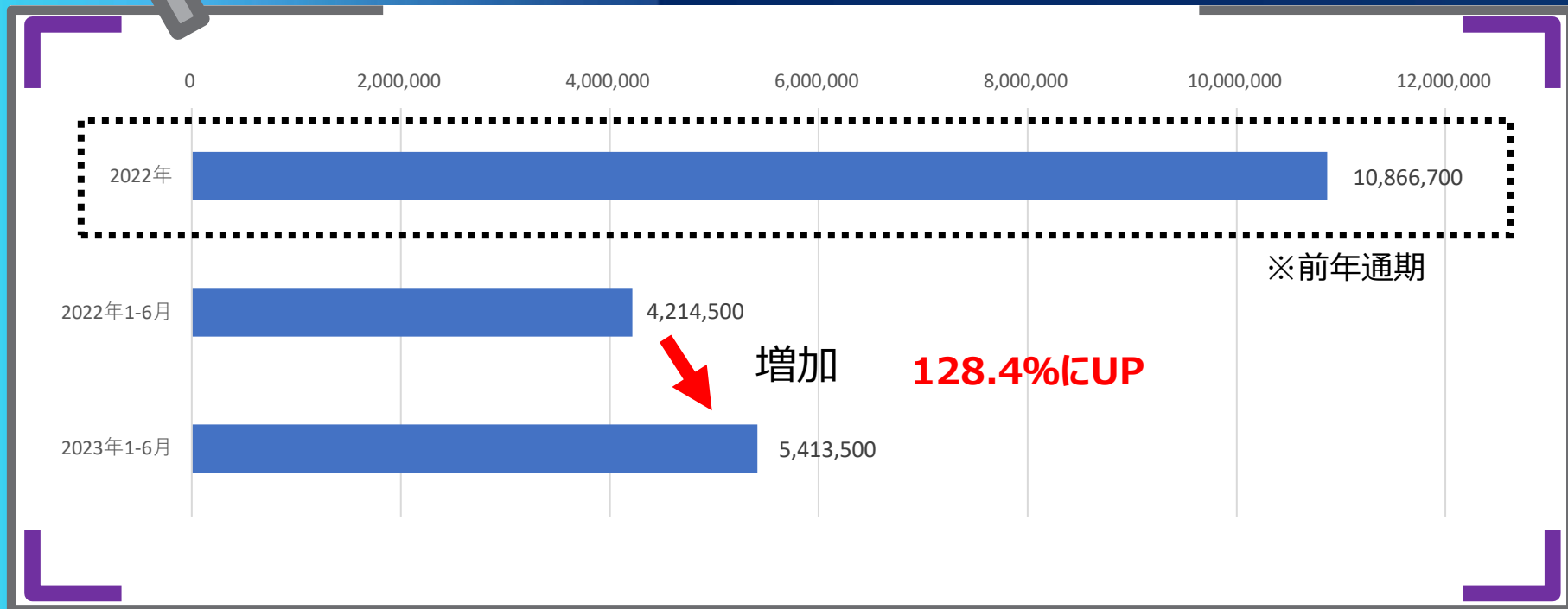
# 1. モーモー物産館について

- 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

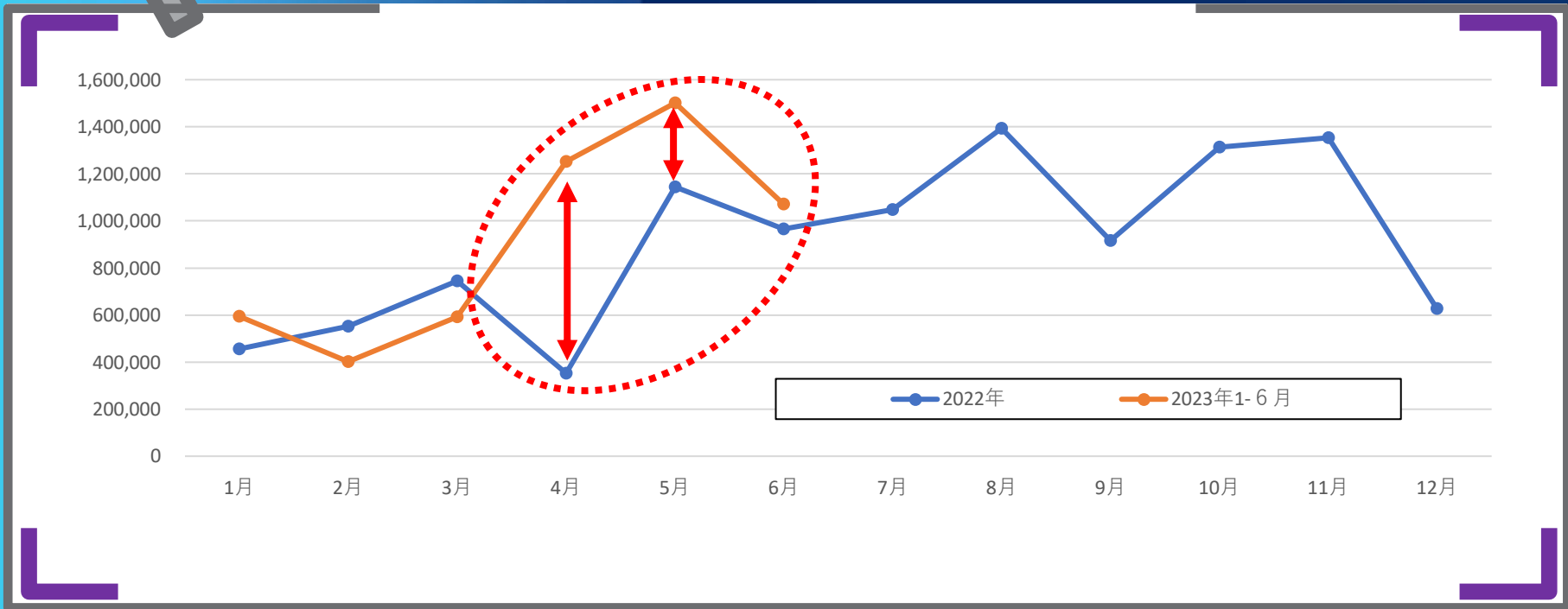
(単位：円)



- ・前年の2022年度の年間売上高は10,866,700円となっている。
- ・2022年1月～6月と2023年1月～6月の売上を比較すると128.4%となっている。
- ・上半期の売上については、前年より約30%増加するなど好調であり、下半期についても売上の継続した増加が期待できる。売り逃しの無いように、品揃えや発注量などに注意が必要である。

# 3.2022年と2023年の月別売上推移比較

(単位：円)



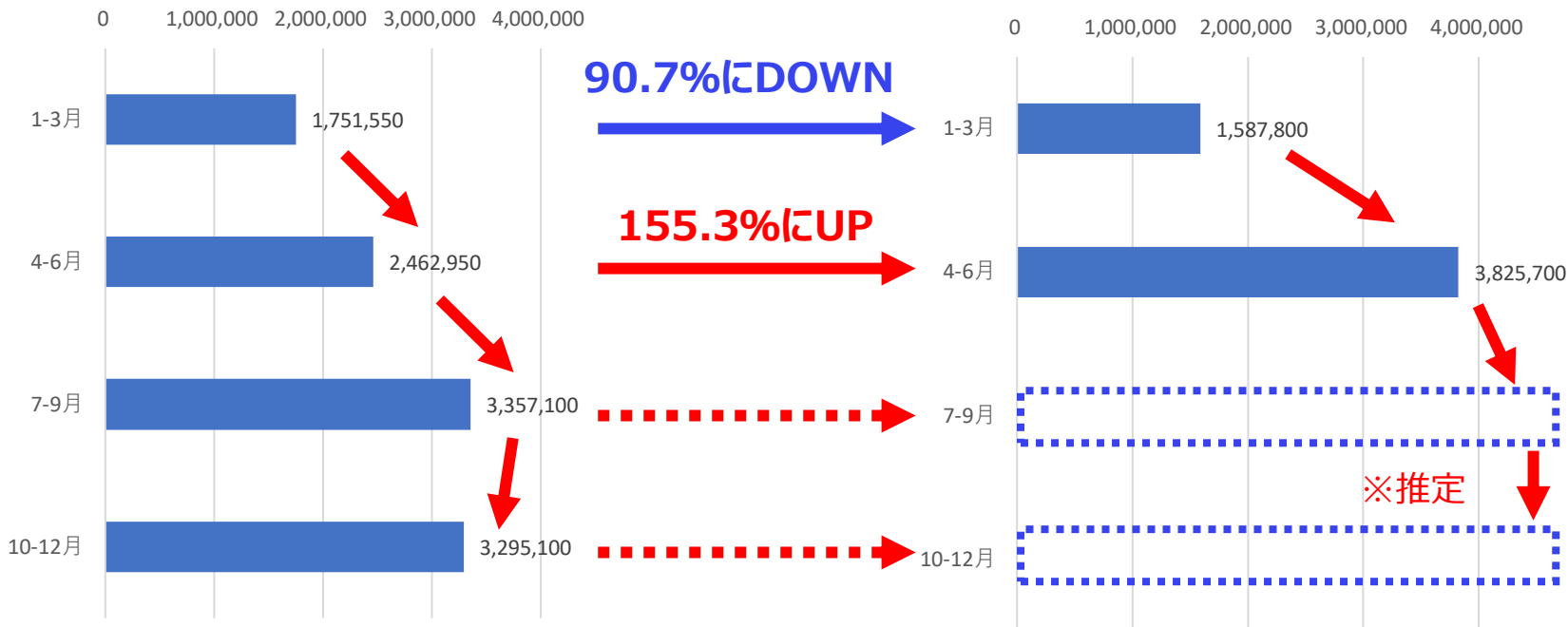
- 2022年と2023年の上半期の1月～6月の月別売上の推移を比較すると、前半の第1四半期は前年を下回る状況であったが、第2四半期については大きく前年を超える売上となっている。
- 下半期についても、上半期と同様に前年を上回る売上が期待できるが、下半期は上半期よりも売上が多い時期でもあるので、売り逃しの無いように発注や売場管理に注意が必要。
- 前年の推移から見ると、9月と12月については売上が下がるので注意が必要。

# 4. 四半期別売上高推移比較

(単位：円)

【2022年度】

【2023年度1-6月】



- ・2023年度上半期は、第1四半期は前年比で90.7%と下落したが、第2四半期で155.3%と大幅増となっており、上半期全体で128.4%と30%弱の増加となっている。
- ・下半期についても2022年と比較して、20~30%程度の売上増が期待できると思われる。
- ・下半期の売上増の予測に合わせて、商品の発注や人員の確保などに注意する必要がある。

# 5.商品のABC分析比較（2022年-2023年1-6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】

2022年度  
(通期)

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

2023年  
(1-6月)

- ・2022年通期と2023年上半期の販売実績をABC分析して比較すると左の表となる。
- ・Aランク1位から3位の「うどん1」「うどん7」「丼ぶり」は不動のトップ3。
- ・Aランク商品全体では「そば18」がBランク上位に落ちている以外は商品に変動はなく、安定した商品構成となっている。
- ・Aランク上位で2022年度通期から下がっている商品としては「そば1」「そば7」「うどん8」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」があり、季節の影響と思われる。
- ・下半期については、2022年と類似した売上順位が予測されることから、2022年を参考にした売場づくりや品揃えを行う必要があると思われる。

# 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2四半期）

2023年  
1-3月

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

2023年  
4-6月

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

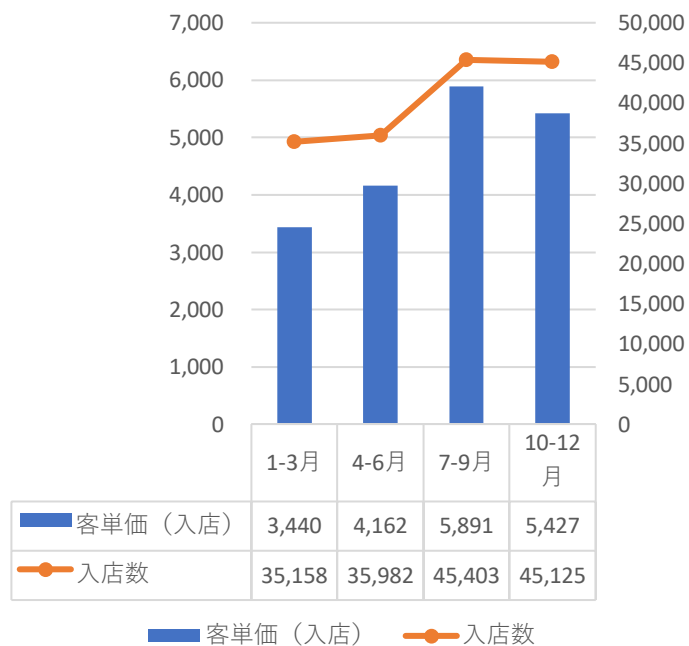
【累積売上割合が0～80%までの品目をA、80～90%の品目をB、90～100%の品目をCに分類】

- 第1四半期、第2四半期で比較して分析するとAランク内で変動がある。
- Aランク1位から3位の「うどん 1」「うどん 7」「丼ぶり 1」は不動のトップ 3であるが、「うどん 2」「そば 1」「うどん 11」「うどん 9」「丼ぶり 2」などは順位を下げている。一方で「アイス」「うどん 8」「そば 11」は順位を上げている。
- Bランク商品では「そば 17」が大きく順位を上げており、「ラーメン 2」「ラーメン 1」は順位を大きく落としている。
- Aランク商品の顔ぶれは大きく変わっていないが、Bランク商品の順位変動が大きいため推移について注意する必要がある。

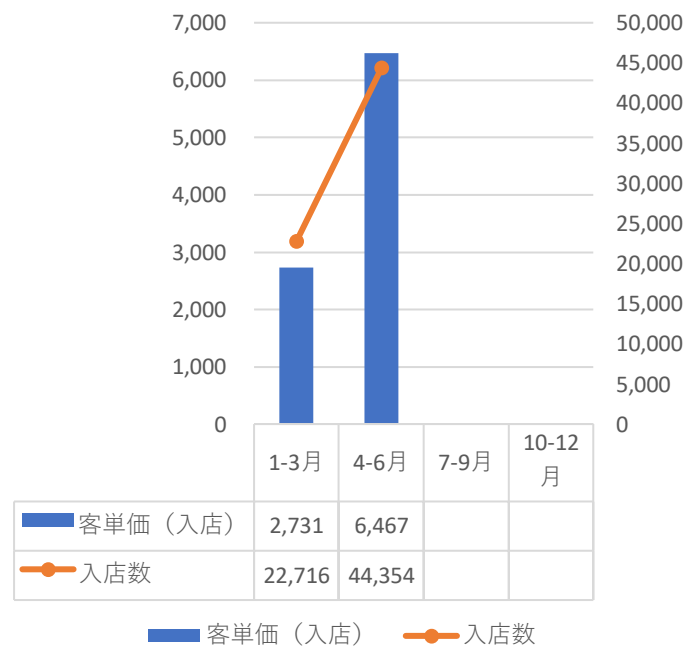
# 7. 2022年と2023年の入店数・客単価の比較

## 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 1-6月



- ・2023年度上半期については客単価、入店数ともに1～3月は前年を大きく下回る実績となっている。
- ・4～6月には客単価が155.4%、入店数が123.3%と前年を大きく上回る実績となっている。
- ・2022年度と比較して、上半期は売上が128.4%に増加しており、下半期についても相当程度の売上げが期待できる。商品の発注、人員の確保などに注意する必要がある。



## 8. 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。
- ・上半期は第2四半期から全年を上回るペースで推移しており、下半期についても前年を上回るペースで売上推移と思われるので仕入れ面等で注意が必要。

### b. ABC分析の傾向

- ・「うどん1」「うどん」「丼ぶり1」上半期の売上トップ3であり、集客や売上の主力商品となっている。前年通期も同様の傾向であり、重点管理が必要。
- ・前年通期から順位変動はあるもののAランク内での変動であり、全体として傾向に大きな違いは見られないが、第1四半期と第2四半期では「そば11」「そば17」「丼ぶり2」「ラーメン2」「ラーメン1」の変動が大きい。

### c. 2022年通期～2023年上半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変動はないが、Aランク内で順位に変動がある。
- ・2022年通期と2023年上半期を比較すると、「アイス」「そば17」といった季節性の高い商品の変動が大きくなっている。
- ・第1四半期、第2四半期の「ラーメン1」「ラーメン2」の変動は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。