

～沿岸部産地直売施設の販売動向について～

令和5年度地域政策研究センター 地域協働研究【ステージⅠ】採択課題

課題名：産地直売施設におけるPOSデータ等を活用した販売動向の分析

研究代表者：宮古短期大学部 大志田憲

課題提案者：岩手県沿岸広域振興局農林部宮古農林振興センター

研究メンバー：佐藤武博（岩手県沿岸広域振興局）
岩田智、谷藤真琴（宮古短期大学部）

技術キーワード：産地直売施設、道の駅、販売、分析

▼研究の概要（背景・目標）

宮古を含む沿岸地域では、道の駅等の産地直売施設が多くの農業者の貴重な収入源となっているが、近年では産地直売施設利用者数が減少している。これまでに産地直売施設では、商品開発や店内レイアウトの改善、SNSによる情報発信などを行ってきたが、実際の顧客の消費行動情報である売り上げ等の各施設が持つ有用なデータを用いた経営改善に関する取り組みが行われていない。このデータを活用し、販売動向分析、商品管理、出荷対応などの経営改善を行っていくことが大きな課題となっている。そこで、関連するデータ収集をし、現状の売り上げ状況の可視化を行い、各産地直売施設組合と分析結果等の意見交換を行った。

▼研究の取組み

以下の取組みを農林振興センター、宮古、岩泉、山田の道の駅と協力のうえ、実施した。

- ・産地直売施設における売り上げデータの収集
- ・データの可視化、分析
(POSデータとKLAの利用)
- ・道の駅でのアンケート調査（令和5年10,11月）
- ・各道の駅との意見交換（令和6年3月）



図1 道の駅でのアンケート調査

※KLA(KDDI LocationAnalyzer)

▼調査結果

得られた調査結果から可視化したものの一部を以下に示す。



図2は2022年度の各道の駅産直施設における週単位の売り上げ金額のグラフである。

図2 週単位売り上げグラフ

宮古はお盆の時期、岩泉、山田については9月上旬に、ピークを迎える。宮古はトルコキキョウ等の花類、岩泉、山田は松茸が中心となっており、他の移動体端末の調査結果から、地元住民の割合が多いことがわかった。図3は週単位の売り上げをパレート図にしたもので、図4は商品項目別のものである。なお、図3、4について、縦軸は売り上げ金額であるが、各道の駅ごとの金額表示範囲は異なっていることに注意されたい。

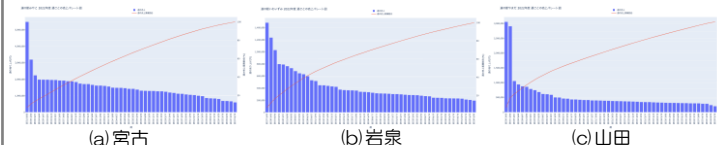


図3 週単位売り上げパレート図

ゴールデンウィーク期間は来場者（地域外の観光者等）も多いが、道の駅によって必ずしも売り上げが比例して多いわけではない。

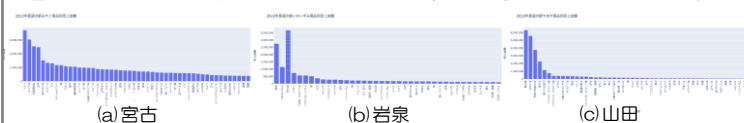


図4 商品項目別売り上げ

グラフから、山田の場合は売り上げが集中する時期がより顕著であり、全体の売り上げの中で特定週と特定の商品項目（松茸）に偏る傾向が強い。一方、宮古の場合は、一部に売り上げが多い週はあるが、他の週、時期に広く分散されていることがわかる。



(a) 主要商品売り上げ

(b) 特定商品（松茸）を除いたもの

図5 道の駅岩泉の商品ごとの週単位売り上げ

▼おわりに（まとめ・今後の展開）

今回のデータ収集から、週単位の売り上げ、商品項目別の売り上げ等、これまで調査されてこなかったものを実際に可視化し、各道の駅間での比較を行う事ができた。また、可視化したものをもとに、道の駅、農林振興センターと意見交換を行い、現状の共有を行うことができた。しかしながら、店頭に並べた商品の仕入れ数が不明なことや、商品が売り切れたのか売れ残ったのかが不明で、データからは分からない等の課題も多い。アンケートなどからも、来場者（地元住民や他地域からの者）によっても売り上げの差や産直商品に対する意識の差も見られることから、今後は、これらのデータの蓄積も踏まえ、商品開発および展開をしていくことが望まれる。

【参考文献】

- 1) 秋山聡、小宮隆之：「道の駅」の多様な機能展開について、JICE Report, Vol. 35, pp. 22-29, 2019.
- 2) 公益財団法人流通経済研究所，“店頭マーケティングのためのPOS・ID-POSデータ分析”，日本経済新聞出版社，2016.

【謝辞】

本研究を進めるにあたり、多大なるご協力を頂きました道の駅いわいすみ、シートピアなあと（道の駅みやこ）、産直ひろばふれあいパーク山田（旧道の駅やまだ）の皆様には感謝申し上げます。