

株式会社奥会津昭和村振興公社

昭和村の地域振興を担う第三セクター。道の駅と旅館の管理を受託し、特産品販売と観光振興に取り組む。

データ分析による売り上げ・利益率確認と
主体的な店舗運営が可能に

課題

- 顧客ニーズに合わせた店舗設計とPRスキルのノウハウが不足
- 正確なデータ分析ができておらず、感覚で実績把握・発注を行っている

成果

- 自らPDCAを回し、顧客のニーズを捉えた店舗運営を実現
- データ分析の習慣が定着し、在庫管理と発注が効率化した



店舗入り口正面に特設コーナーを設置。販促品もそろえた。陳列用の棚は総支配人がDIYで製作

支援事業実施の経緯

2024年4月～

前年度に開発した
新商品を販売開始
…… ①

2024年5月

前年度の体制を
生かして支援スタート
…… ②

2024年8月

月次会議の定着で
課題解決可能な
組織を目指す
…… ③

2024年8月～2025年1月

売り場改善と
データ分析で
利益率向上
…… ④

2025年2月～

来訪動機の強化を
目指し、
取組を継続中
…… ⑤

① 支援を受けた背景

村念願のトンネル開通を機に
2023年度の支援で独自商品を開発

2023年秋、会津盆地と昭和村をつなぐ峠に「博士トンネル」が開通し、人の流れが変わる商機が訪れる。しかし、人口約1,200人という人的リソースが限られた昭和村でできることはごくわずか。また、商品開発のノウハウもなく、村ならではの商品を用意することが難しい状況だった。到来した商機を生かすため、2023年度に新ハズオン支援事業のグループ支援に参加し、商品開発プロセスを学びながら、独自のお土産品を開発した。

前年度開発商品の販売をきっかけに
販売力向上が課題として浮上

手作リクッキー缶やせんべい、昭和かすみ草を使ったアクセサリーなど、前年度に開発した商品を、事業者が運営する「道の駅からむし織の里しょうわ」で販売開始。しかし、他の商品も含め、販売データの共有・分析ができておらず、販売実績を感覚で捉えていたため、今後販売を拡大していくためにはデータに基づく販売力強化が急務となっていた。交流人口を増やすアクティビティも検討していたものの、販売方法が定まらずにいた。

② 専門家とのマッチング

前年度からの継続支援で
信頼関係を基盤にスタート

グループ支援で商品開発のアドバイスをした横田純子氏が再び担当になったため、既に信頼関係が構築されており、事業者の実情や課題を熟知した状態でスタート。横田氏はマーケティングとデータ分析を中心とした支援に精通しており、数字に基づく客観的な判断を重視する姿勢が、テーマである販売力向上にも適していると判断された。

専門家
Profile

特定非営利活動法人素材広場
横田 純子氏

株式会社リクルートで旅行情報誌の営業・制作を経験した後、2025年より福島県の地産地消推進を展開。マーケティングミックスを基本とし、食・地場産業と人をつなぐ企画をディレクションする。

③ 課題特定支援／計画策定

人材育成と月次会議で 自走可能な組織を目指す

自走可能な組織を目指すため、経営戦略と企画・プロモーションの2つのテーマで月次会議を実施する習慣の定着と、人材育成を行う方針に決めた。経営戦略では、データ分析を行い、課題と対策を協議してPDCAを回す組織体制を整備。企画・プロモーションでは、商品企画、プロモーション、メディア対策を専門家がレクチャーし、自主的に商品開発・販売戦略構築ができる人材を育成することに。



密なコミュニケーションが取れるよう、高頻度で訪問し支援を行った

④ 課題解決支援

戦略的な売り場作りの技術を身につけ 店舗運営のスキルがアップ

店舗入り口正面の最も目立つ位置に自社商品を配置できるよう、特設コーナーの陳列棚を事業者主体で製作し、販促グッズを活用して目を引くレイアウトに改善。今後、自社商品の増加に合わせてコーナーを拡大していくことも視野に、売り場改善スキルを身につけた。また、在庫管理をする中で、割れてしまっただけで販売ができないせんべいなどがあることも分かったため、道の駅初のアウトレット品販売イベントを企画。アクティビティーと組み合わせるといふ、新しいプロモーションと販売手法にもトライした。



自社商品のアウトレット品をお得な価格で販売するイベントを開催

データ分析で在庫・発注管理を 効率化して利益率向上へ

月次会議でのデータ分析により、これまで感覚に頼っていた発注業務をデータに基づいて実施する手法を身につけた。特に納品までに時間が長くなる物は何のタイミングで発注するかを全員で共有し、機会損失をなくす意識付けができた。廃棄ロスの削減と適正在庫の維持が可能になったことで、利益率の向上につながった。



課題解決のポイント

◆対面での支援の場合、支援主体も可能な限り参加し、コミュニケーションのずれがないか、事業者が意図を理解しているかを確認(→P9)

⑤ 支援への評価と新たな課題

対面での丁寧な支援により 自走体制の構築に成功

2年間の支援を通じて、新商品開発、データ分析に基づく経営判断、自主的な店舗運営ができる体制を確立できたと高く評価している。特に対面での打ち合わせを重視し、試作品の味の確認や売り場チェックなど、オンラインでは難しい検討を丁寧にこなしたことが成功要因となった。他の地域から視察の要望も出てきており、手応えを感じている。今後も店舗でのPDCAを回しながら、視察コースの受け入れやイベント開催など、新規企画も実施し、地域をさらに盛り上げていくことを目標としている。



前年度に支援を受けた商品開発も継続し、2年目には、村特産のからむしパウダーを使用した焼きチョコを開発

専門家 Comment

特定非営利活動法人素材広場
横田 純子氏

現場の「やってみたい」と「手が回らない」 を理解し、形にする

物を作って終わり、ではなく、売り上げデータの集計・分析、在庫管理と在庫の販売イベント、追加の新商品までできたことが大きい。もともと、昭和村は物作りが得意な人ばかり。道の駅でもやりたいことがいっぱい。しかし皆さん日々の作業が忙しく、新しいことができない事情がありました。支援はアドバイスだけでなく、手伝える部分を補うことを重視しました。月次会議では、数字を明確化することで現場と本所で協議がしやすくなり、価格についても本気の意見交換でした。今回は皆さんのいい物を作りたいという気持ちが強かったと思います。成功事例になれる地域だと確信を持っています。