

マーケットインに基づく販売戦略の実現

●グリーンプラザからすまの利用状況や売れ筋の分析

- ・年代としてはいずれの年代も訪れており、来駅頻度が「初めて」が少ないことから、リピーターが多い状況
- ・来駅者の居住地は県内客が多く、草津市内の利用者は約2割
- ・農産物ではトマト・キュウリ、果物ではナシ・ブドウが年間売上の中で、高い割合を占めている。
- ・このようなアンケート結果や売上の詳細等、各種データから消費者ニーズを分析し、マーケットインに基づく販売戦略の実現が考えられる。

●マーケティング手法による店舗づくり

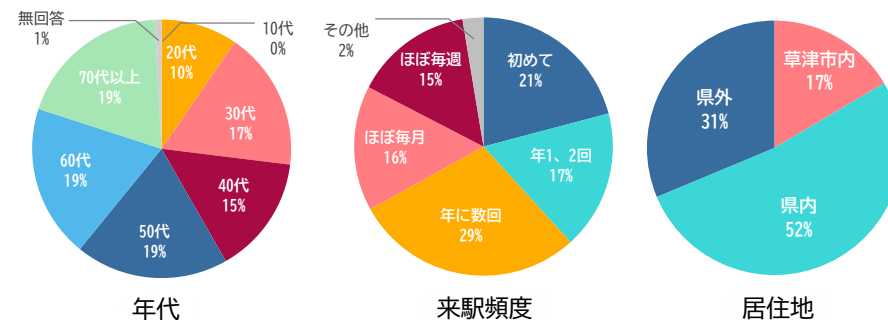
- ・売上を伸ばしている全国の道の駅ではアンケート調査等を行い、来駅の確率が高い人にターゲットを絞り商品展開を行っている事例や、休日における20～30代ファミリー層（特に女性）、平日におけるシニア層（60代以上）等、曜日や年代でターゲットを絞り店舗づくりを行っている事例がある。
- ※ 道の駅萩しーまーと、道の駅とみうら枇杷倶楽部、道の駅あらお（仮称）等より

●「草津ブランド」認証品の活用など魅力的な商品の展開

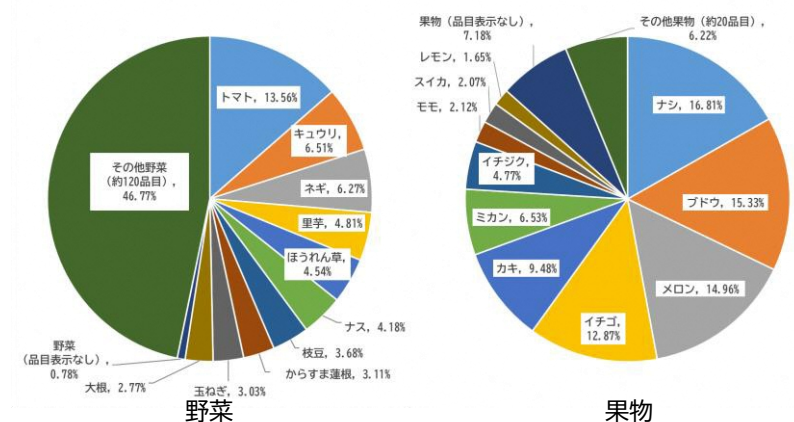
- ・草津ブランド推進協議会において、魅力的な地域資源を「草津ブランド」として認証し、草津市の地域産業の活性化やイメージアップに取り組んでいる。
- ・琵琶湖周辺の豊かな自然環境で栽培された草津市産農産物を「ベジクサ」と称してPRをしている。
- ・これらを積極的に活用し、観光客など消費者の目を引くような商品展開を実施することで、販売促進を図ることが考えられる。

●その他ニーズに応じた販売戦略の検討

- ・販売商品の種類や質の向上だけでなく、消費者に安心感を与える商品展開や、健康面から販売促進を図るなど、様々なニーズを考慮した販売戦略を検討する。



▲R1 道の駅草津来訪者アンケートの結果



▲R2 農産物等品目別年間売上



▲草津ブランドロゴマーク

▲環境こだわり農産物の販売例
(あすばらだいす しながいブログ(彦根市))

3. リノベーション実現に向けた取り組み

<STEP1> 入込客数の回復と経営の安定化 ③ 安定した収益の実現に向けたソフトな取組

農業者が出荷しやすい体制づくり

●販売手数料

- ・現状の25%は全国的な手数料の水準（15～20%）と比べて高めに設定されているため、より農業者が出荷しやすいよう手数料の引き下げ検討が考えられる。



▲道の駅あつみ
(山形県鶴岡市)

●集荷システム

- ・高齢者や女性農業者でも無理なく出荷できるように、集荷システムの導入を検討することが考えられる。

活気あふれる店内の雰囲気づくり

●魅力ある店内レイアウトと商品陳列

- ・店内の配置レイアウト、買い物動線等を見直すことで、買い物のしやすさやイメージアップにつながり、売場の魅力向上が考えられる。
- ・陳列する商品の厳選化（「売る」から「買いたくなる」商品）、手に取りたくなる陳列方法、売れ筋商品や季節限定商品等の積極的な陳列により、商品の魅力がより向上すると考えられる。

※動線の見直し等は、「②グリーンプラザからすまの施設改修」と整合を図りながら検討する必要あり

●従業員による販売促進

- ・接客態度や販促方法等、従業員向けの研修会の実施や、実演販売など、従業員による販売促進が考えられる。

外部との連携

●周辺施設との連携

- ・道の駅草津に隣接して立地しているロックベイガーデンや、県立琵琶湖博物館や市立水生植物公園みずの森などと連携し、合同イベントの実施や割引券配布等の実施が考えられる。
- ・道の駅おがオガーレでは、男鹿半島に立地する公共施設や観光施設と連携し、割引券や買い物券プレゼントの企画を行っている。



▲道の駅おがオガーレ
(秋田県男鹿市)

●教育機関との連携

- ・湖南農業高校との直売イベントや、加工品の販売、立命館大学との新メニューの考案等、教育機関との連携が考えられる。



▲道の駅恐竜渓谷かつやま
(福井県勝山市)

●民間事業者との連携

- ・民間事業者とタイアップしたイベントや、オリジナル商品の共同開発を検討するなど、積極的な民間活力の活用が考えられる。
- ・道の駅恐竜渓谷かつやまではスキー場と連携したリフト券の割引や、オリックスレンタカーは道の駅お買物券が付いたレンタカー予約を実施している。



▲オリックスレンタカー