

## 道の駅デリバリー支援プロジェクトの実施状況について

〔 令和 2 年 9 月 3 0 日 〕

〔 中山間地域振興課 〕

### 1 趣 旨

新型コロナウイルス感染症の影響により売上が落ち込んでいる「道の駅」の地域製品の販路拡大に向けて、インターネット販売サイト（ECサイト）での販売を期間限定で支援している本事業について、取組前半の実施状況を報告する。

### 2 実施状況

● 取組期間	令和2年6月15日（月）～令和2年12月31日（木）
● 取扱商品数	61品目（季節商品等を随時追加中）
● サイト閲覧者	5,500人／月
● 売上額 (9/15現在)	2,443,846円 (野菜の詰合せ, スイーツなどの人気が高い。)

### 3 評 価

- 次の要因等により、売上が低迷している。
  - ・ サイトの認知度が低く、サイトへの流入も不足していること
  - ・ 送料負担が消費者に割高感を与えていること
  - ・ 同様の販売サイトが増加し、競合が厳しくなっていること
- 購入者の内訳は県内が約9割となっており、道の駅を知っている身近な方々による購入が多くなっている。一方で、購入者のリピート率は約1割に留まっている。
- 今回の事業を契機に、道の駅では、販売チャンネルの多様化による販路拡大の認識が高まるとともに、宅配用の商品開発やSNSを活用した情報発信の取組といった動きが出始めている。

### 4 今後の対応

次の取組によって、認知の向上や売上増加を図る。

- ・ サイトの認知度を高め、サイトへの流入を促進するため、デジタルマーケティングを実施する。
- ・ 競合サイトとの差別化を図るため、各道の駅の特徴を生かしたオリジナリティの高い商品や消費者の嗜好に合わせた詰合せ商品等を追加し、さらなる売上促進を図る。
- ・ リピート率の向上を図るため、購買意欲の高い旬の野菜を中心に定期購入の仕組みを取り入れるとともに、既購入者に対して、新商品紹介などのメールマガジンを配信する。