

事例⑤ 株式会社ちくせい夢開発  
データ活用を軸に顧客満足度を高め、道の駅のモデル事業を目指す。



BEFORE

顧客情報を、紙の会員カードで管理しており、行動の把握が難しかった。

AFTER

アプリ開発により、顧客データ収集が可能に。  
需要予測などでの活用を開始。

【取材担当者からのコメント】

「データは活用できた方がもちろんいいだろうが、活用先のイメージが難しい」  
「デジタル化を数年に渡って進める場合に、どんな目標を掲げればいいのか」  
そんな課題感をお持ちの企業様に参考に頂ける事例です。

## 「データ活用を軸に顧客満足度を高め、道の駅のモデル事業を目指す。」

- 業種／業界：
- 社員数：
- 商品・サービス：

その他小売業  
9名  
道の駅  
「グランテラス筑西」

- 創業： 2018年（茨城県本社）
- 代表： 須藤 茂氏
- グランテラス筑西について：  
北関東最大級のグランドステーション  
複合型「ハイブリッド道の駅」



### ● デジタル化に取り組む背景

- 道の駅はこれまで休憩を中心に利用されていたが、昨今は目的型の利用が増えており、テナントに入っている特定のお店に行きたい、地域の野菜を買いたい、など休憩以外の様々な目的でも、地域内外から人が集まってくるようになった。
- 道の駅という事業を営みつつ、地域のため、地域市民のためになる事業開発に取り組んでいる。デジタル活用においても道の駅のパイオニアになれるよう挑戦している。

### ● 支援前の状況・課題

- 道の駅オープンの2019年7月11日から1年ほど経った後、コロナの影響によりお客様の生活様式が変わり始めた。それらの影響に対して日々対応していく必要性が増し、顧客の動きやニーズを詳しく把握するために、データ活用に取り組んだ。
- 農家さんが毎朝持ってきてくれる商品のうち、一部はすぐ売り切れて品切れになり、一部は余ってしまうということがあったが、すぐに農家さんに対応頂くのは難しかった。

### ● 支援後の成果と振り返り

- 会員カードをアプリ化し2020年10月にリリース。それまでの会員カードを大きく上回るペースで会員数が増えている。アプリ化により取得したデータを活用して、需要予測やオリジナル商品の開発に活かしていく予定。売上金額に対するアプリ使用率は現在2%程度だが、今後10%未満まで上げていきたいと考えている。
- POSデータを分析しやすいように、出力形式を変更し、生データで出力できるようにした。

### デジタル化を推進し続けるための工夫・ポイント

#### ● モデル事業を目指し、目標を設定

多くのステークホルダーのためにも、道の駅のモデルとなれるようなデジタル活用を目指し、3か年で段階的に「データを取得する～解析し活用する～モデル化する」という目標を設定した。アプリからの事前商品注文、ECサイトによる販路拡大、需要予測による生産性向上など具体的なアイデアも持っている。

#### ● 危機感を持ち、常に先を考える

顧客の変化スピードに健全な危機感を持ち、常に先を読んで、変化に対応していくことを大事にしている。結果として先手を打った取組みを生み出し続けている。

### ● 今後デジタル化で目指したいこと

- 大きなビジョンは、総合力No.1の道の駅。現在「関東道の駅スタンプラリー」では、利用者が選ぶ好きな道の駅第4位に選ばれているが、地元のお客様にも県外のお客様にも喜んでいただける道の駅を目指していきたい。それらのビジョン実現に向けては、デジタルを事業に取り入れることが必須。人々が日常的に利用するデジタルツール活用することで、「ここに来れば、欲しいものが常にある」という事業を創っていきたい。
- 「道の駅×デジタル」のモデルパッケージ生み出し、それらのナレッジを他の道の駅にも共有し、自分たちだけではなく道の駅全体を盛り上げていきたい。