



レベニューアシスタントの活用による 宿泊施設における価格調整業務の生産性向上について

株式会社リクルート

じゃらんnetプロデューサー
旅行プロダクトマネジメントユニット長
宮田 道生



氏名（フリガナ）	宮田 道生 ミヤタ ミチナリ
所属	株式会社リクルート プロダクト本部 旅行プロダクトマネジメントユニット ユニット長/プロデューサー
経歴	2008年4月～2011年3月 A.T.Kearney.K,K 2011年4月～ 株式会社リクルート入社 新規事業立ち上げ 旅行領域プロダクトマネジメント インバウンド、ゴルフ、SaaS 保険事業等を立ち上げ

本日は、

宿泊施設様における
レベニューマネジメント業務の
生産性向上の事例紹介

をさせていただければと思います



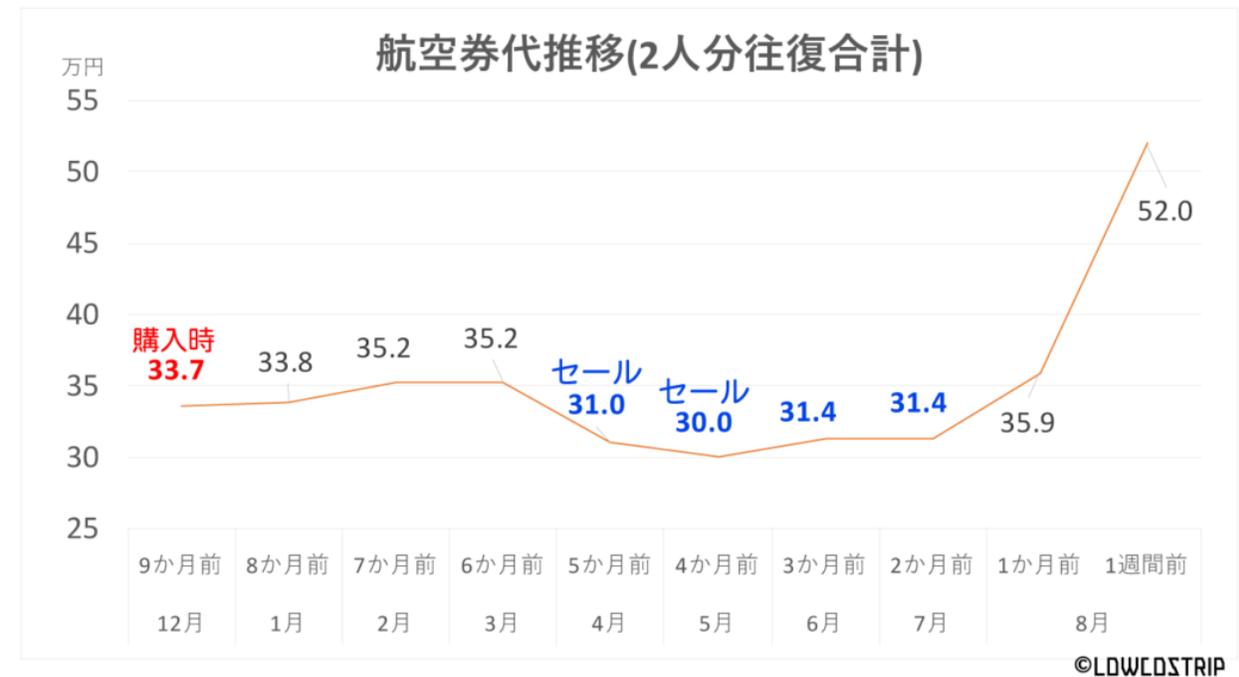
突然ですが、、、質問です。

レベニューマネジメントを
ご存じですか？

レベニューマネジメントとは??



- 航空券は、徐々に値上げをしており、月や日付によって単価が変動する=レベニューマネジメント



出典
<https://lowcostrip.jp/air-ticket-price-transition/>
<https://www.bousaid.com/2019-11-16-095912/>



レベニューマネジメントとは、

「適切な製品やサービスを、適切な顧客に対して、適切な価格で、適切なタイミングで販売する」ことで、
収益の最大化を図るプロセス

※単なる値上げではありません



レベニューマネジメントを行っているか？

全体で **4割** がYESと答えます

ホテルで **6割** がYESと答えます

旅館で **3割** がYESと答えます

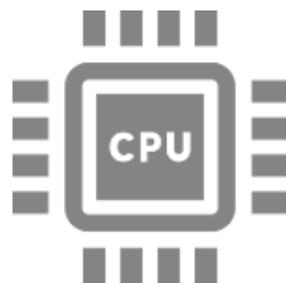
レベニューマネジメントとは??



✓ レベニューマネジメントが注目を集める理由は大きく4つ



航空業界
での
成功体験



CPUの
性能向上
低価格化



インター
ネット
の台頭



AIの進歩
(AIは万能では無い
が)

- ✓ 論文によると、「正しい値付けを実施すること」が最も投資対効果良く利益を上げられる手法

※ Michael and Rosiello 1992, Harvard Business Review

Managing Price, Gaining Profit

by Michael V. Marn and Robert L. Rosiello

From the Magazine (September-October 1992)

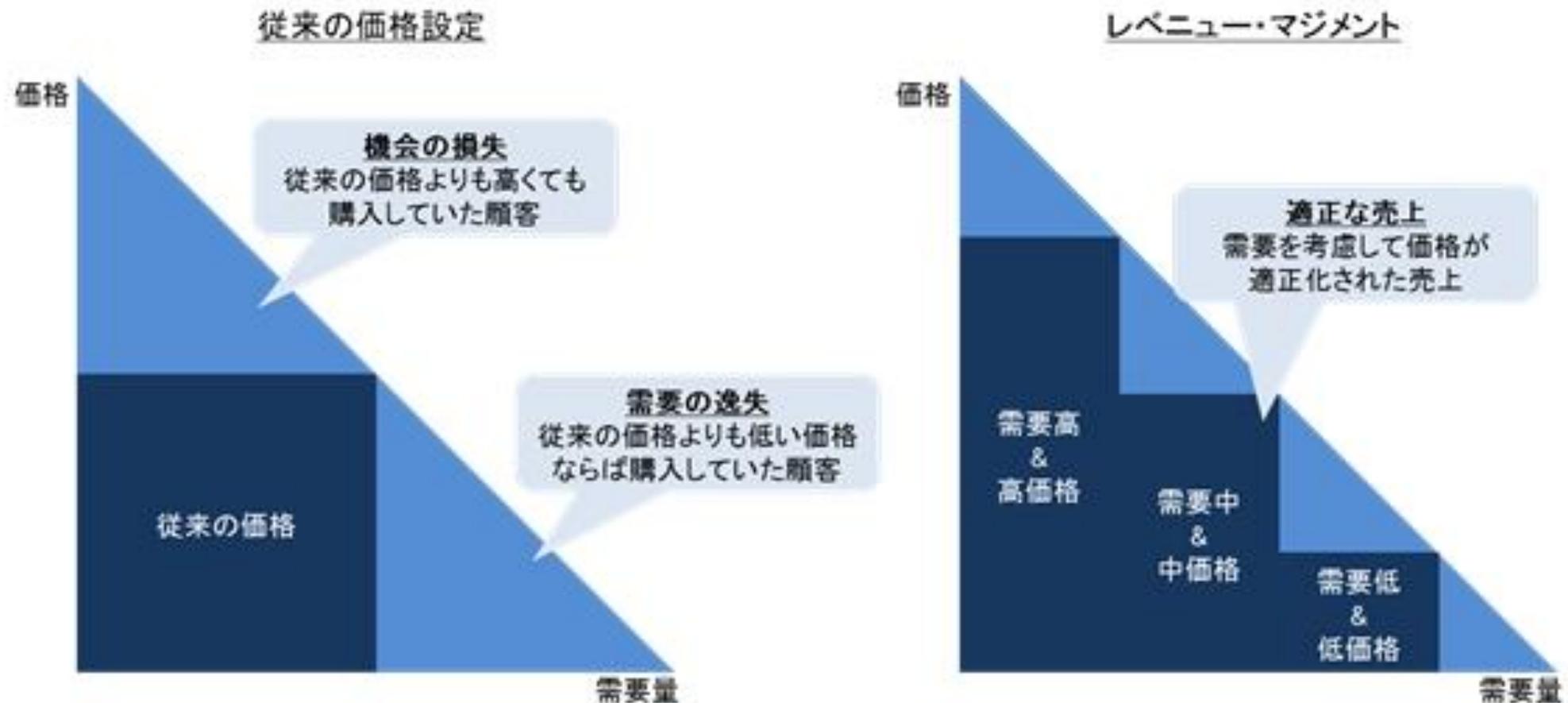
The fastest and most effective way for a company to realize its maximum profit is to get its pricing right. The right price can boost profit faster than increasing volume will; the wrong price can shrink it just as quickly. Yet many otherwise tough-minded managers shy away

最も早く、効率良く企業が利益をあげる方法は、**正しい値付けを実施すること**である。正しい値付けは販売数の増加よりも利益にインパクトがある。逆に言うと、間違った値付けは企業の利益の圧迫に繋がる。

レベニューマネジメントとは??



- ✓ 最もシンプルにレベニューマネジメントを表現すると「需給を予測して、細かく単価調整を行っていくことを、**日々行う**」こと



レベニューマネジメントとは??



- ✓ より具体的に行っている業務は、データ収集→分析→仮説出し→施策検討→実行→検証→修正の繰り返しを行うこととなる
- ✓ 海外大手ホテルでは、高度なマーケティング知識を持った人材が専任で徹底的に行っている

初期価格決定

今年の実績を元に1年先の日別価格を価格のランクにより設定する

価格ランクテーブル			
価格ランク	Demand	1名1室	2名1室
A	Top	20,000	40,000
B	High	18,000	36,000
C	Middle	16,000	32,000
D	Low	13,000	26,000

2016年8月						
月	火	水	木	金	土	日
1	2	3	4	5	6	7
C	C	C	C	C	B	B
8	9	10	11	12	13	14
C	C	B	A	A	A	A
15	16	17	18	19	20	21
A	A	B	B	B	B	B
22	23	24	25	26	27	28
C	C	C	C	C	B	B
29	30	31				
C	C	C				

日次モニタリング+データ分析

約半年前から各OTAで販売
1~4か月先のフォーキャスト、オンハンド状況、エリア・競合の価格・在庫状況をモニタリング

振り返り/未来着地分析

各施設の月毎の予算とKPI (OCC、ADR、RevPAR等) の振り返りと3か月先の着地実績を確認し、各月の要因の摺合せを行い、打ち手 (プラン提案・プロモーション) の提案を行う



価格コントロール

1~4か月を切った在庫の価格コントロールを行う (リードタイムはまちまち)



今後想定される世界観とは？



- ✓ レベニューマネジメントが自動化されて、様々な情報をもとによりきめ細やかなマーケティングが当たり前



- データ抽出やエクセル分析など大量に工数がかかる現状から、常にリアルタイムに細かく自動で分析結果が得られるように
- 稼働率や単価向上など目的別にマーケティング(1人1人の嗜好に合ったレコメンド)が可能になる



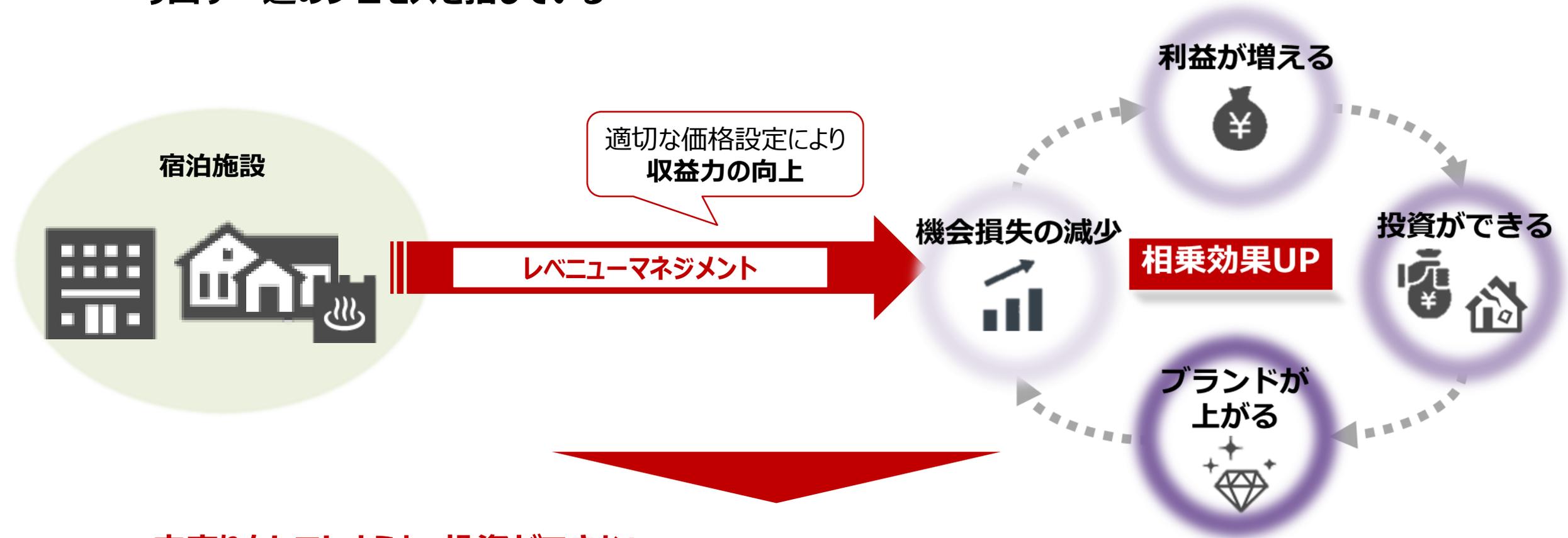
カスタマーの求めるものとテクノロジーの進化により、

レベニューマネジメントとテクノロジーを駆使したおもてなし
が求められるようになると想定

今後想定される世界観とは？



- ✓ レベニューマネジメントは“良い体験”を通じてより収益を増やし、再投資することで、さらに“良い体験”を創り出す一連のプロセスを指している



- ✓ 安売りをしてしまうと、投資ができない
- ✓ 利益を上げることだけではなく、単価アップとともに体験価値を上げていくことが重要
- ✓ 体験価値が上がる⇒満足度が上がる⇒良い情報とし拡散される⇒単価アップ という良いサイクルに

実際にレベニューマネジメントを行うには

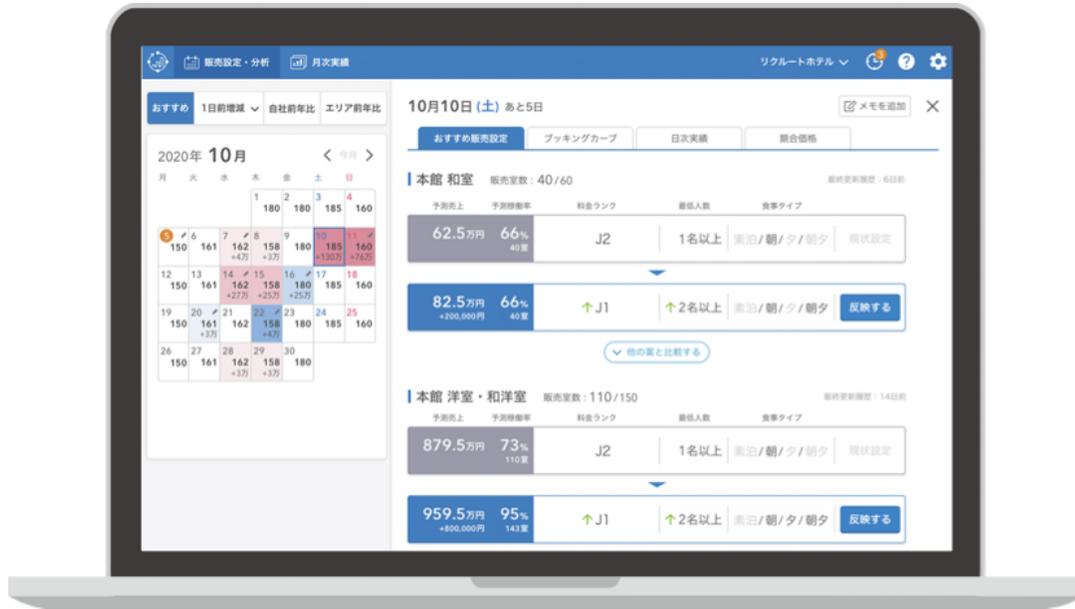


✓ 全ての製品を、全ての顧客、販売先、タイミングで値付けするのは至難の業

製品	顧客	販売先	タイミング
部屋タイプ、プラン	ビジネス、レジャー、年齢、性別などで分けられるセグメント	リアルエージェント、OTA、直予約、etc...	半年～1年前、直前
			

- ✓ 私たちは、この高度なマーケティングをテクノロジーで解決することを目指しています

レベニューアシスタント のご紹介



レベニューアシスタントは、
宿泊施設における
レベニューマネジメント(価格調整)
業務を支援するシステムです

特許 第6735878号



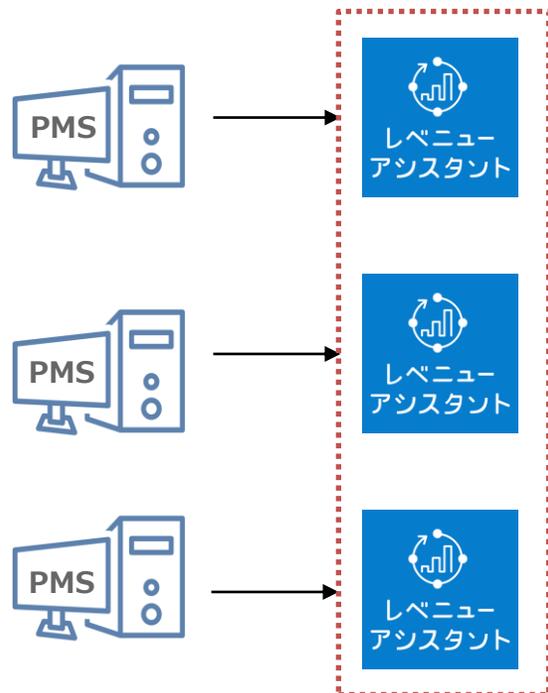
実際にレベニューマネジメントを行うには



✓ レベニューアシスタントのシステム構成を活用してエリア情報の可視化を実現

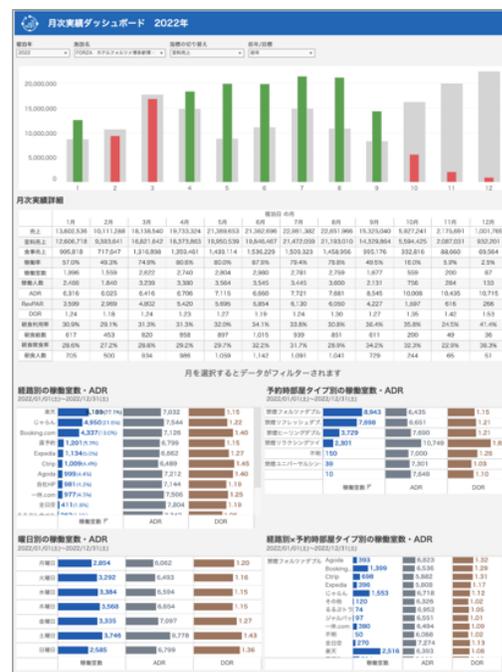
PMSデータ集約

- PMSと連携を日次で連携可能なRAを導入することにより、予約状況、実績のデータを自動集約



データ可視化

- 未来の予約動向、過去の宿泊予約の実績をエリア単位で集計・可視化を行う

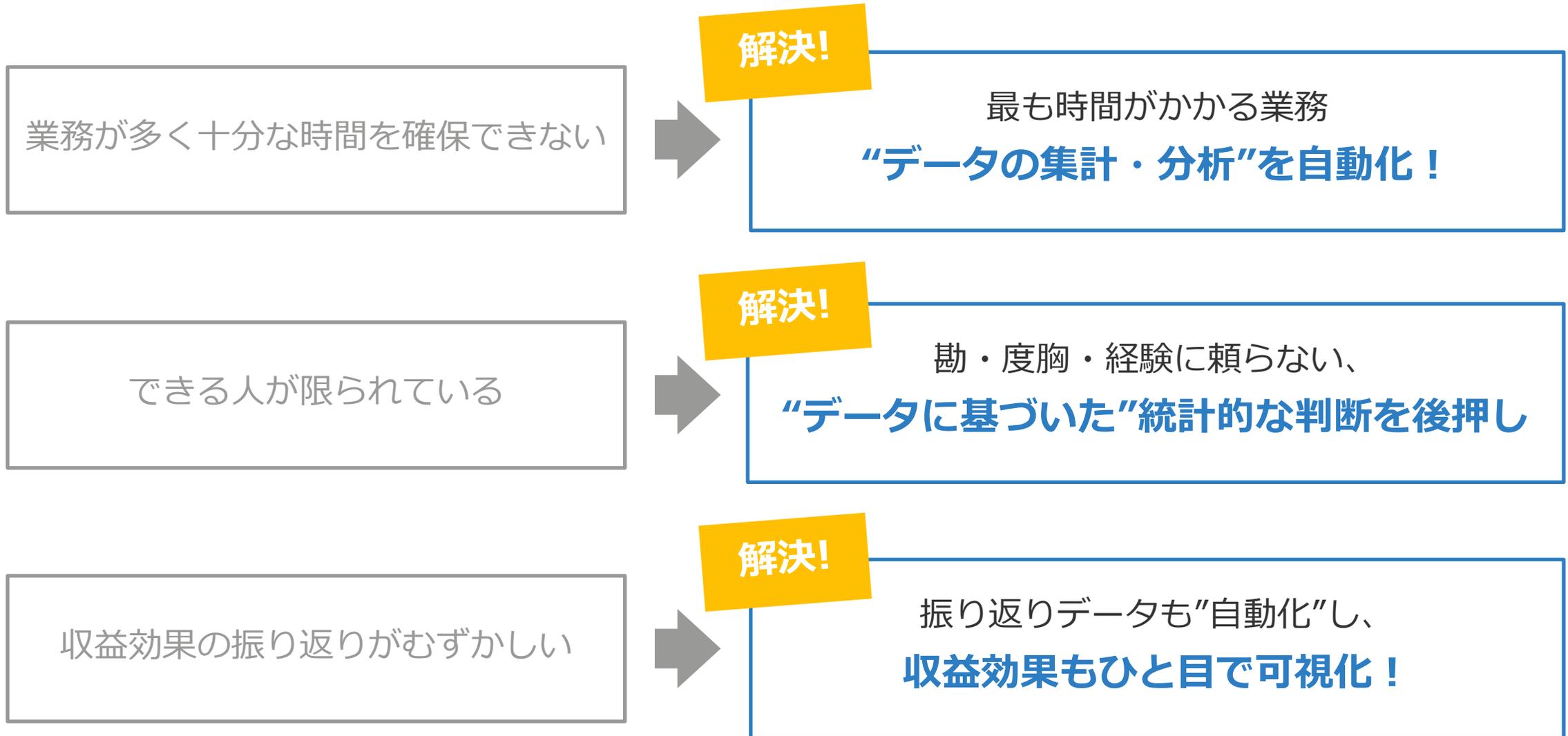


各種関係者への共有

- 関係者に共有を行い、マーケット情報に基づく、打ち手の考案、在庫調達、管理、人員調整を行う



✓ レベニューアシスタントが解決できる「3大課題」



実際にレベニューマネジメントを行うには



✓ 時間を短く、大量のデータを処理することが可能。しかも、、、誰でも

① 課題日把握

2分

レベニューアシスタント

リポートモデル 種別レベニューアシスタントをご利用いただきありがとうございます。売上向上が期待される2/11月のおすすめの案内設定のご案内をお送りします。

値上げのおすすめがある日

日付	部屋グループ	予算増減
4/12(月)	本館 和室	+35,000円
	本館 洋室・和洋室	+7,000円
	別館 露天風呂つき個室	+14,000円

メール通知

② 情報収集・分析

6分

下 絞り込む

※ご自身の最新の部屋単価（現値）です。※カッコ内は自社との差分です。

人数/食事	自社	天徳温泉ホテルソクラート	リゾート ホテル リタレート	くつろぎの宿 リタレート	天徳温泉駅そば スパリゾートリタレート
1名 朝のみ	20,000	×	19,000 (1,000)	×	×
2名 朝のみ	22,000	21,500 (500)	20,000 (2,000)	×	22,200 (+200)
朝夕あり	28,000	27,800 (200)	25,000 (3,000)	×	28,000
1名 朝のみ	31,000	×	31,000 (0)	×	×
3名 朝のみ	33,000	32,500 (500)	31,000 (2,000)	×	33,400 (+400)
朝夕あり	39,000	38,800 (200)	36,000 (3,000)	×	39,000
1名 朝のみ	38,000	×	37,000 (1,000)	×	×
4名 朝のみ	40,000	39,500 (500)	38,000 (2,000)	×	40,600 (+600)
朝夕あり	46,000	45,800 (200)	43,000 (3,000)	×	46,000

競合比較

③ 選択・反映

2分

本館 和室 販売数: 44 / 60

予算売上: 434.6万円 88% (1.3%)

予算稼働率: J2

最低人数: 2名以上

食事タイプ: 東館/朝/夕/朝夕

現状設定

467.4万円 95% (17%)

+126,000円

↑J1

2名以上

東館/朝/夕/朝夕

反映する

他の業と比較する

本館 洋室・和洋室 販売数: 110 / 130

予算売上: 999.9万円 127% (42%)

予算稼働率: J2

最低人数: 1名以上

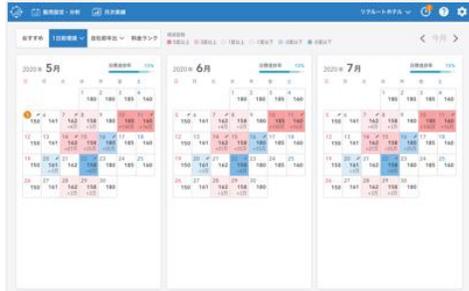
食事タイプ: 東館/朝/夕/朝夕

現状設定

おすすめ販売設定



月次実績・着地予測



3ヶ月カレンダー



ブッキングカーブ

たった
10分で
完了!

実績

反則実績

曜日	期日	部屋グループ	反則内容	反則件数	単価円	売上円	稼働数	単価円	売上円	収益効果 おすすり差額 (円)
07/01(日)	06/01	和室A	AB→BC	17	147,000	176,215	47	147,000	276,000	+16,215
	06/12	和室グループB	CD→E	13	17,000	110,765	63	17,000	859,000	+12,246
	06/12	和室グループC	2A&2→1A&2	10	7,000	70,000	63	17,000	842,000	+15,953
07/04(水)	06/18	和室B	CD→C	1	17,000	17,000	53	17,000	759,000	+82,140
	06/24	和室グループD	2A&2→1A&2	1	14,000	14,000	62	14,000	495,000	+76,215
07/18(水)	06/04	和室グループE	A	5	10,000	50,000	63	10,000	859,000	+59,765
07/24(日)	06/04	和室グループE	1A&2→1A&2	10	14,000	140,000	61	14,000	495,000	+82,140

収益効果

✓ データを活用すればより高度な“おもてなし”が実現できるため、より体験価値を高めることができる

- チェックインの直前でもマーケティング活動が行える
- オンラインチェックインでフロント業務の負担が下がる代わりに、サービス拡充や単価アップの施策を打てる
- カスタマ属性を把握することで、One To Oneマーケティングができる



レベニューマネジメントの意義



- ✓ 予約単価を上げなくてもカスタマとの接点をフル活用してアドオンのサービスを提供することで顧客単価を上げることができる
- ✓ 全従業員の方が、単価アップできる機会を持っているし、よい体験を提供できれば単価アップを許容する

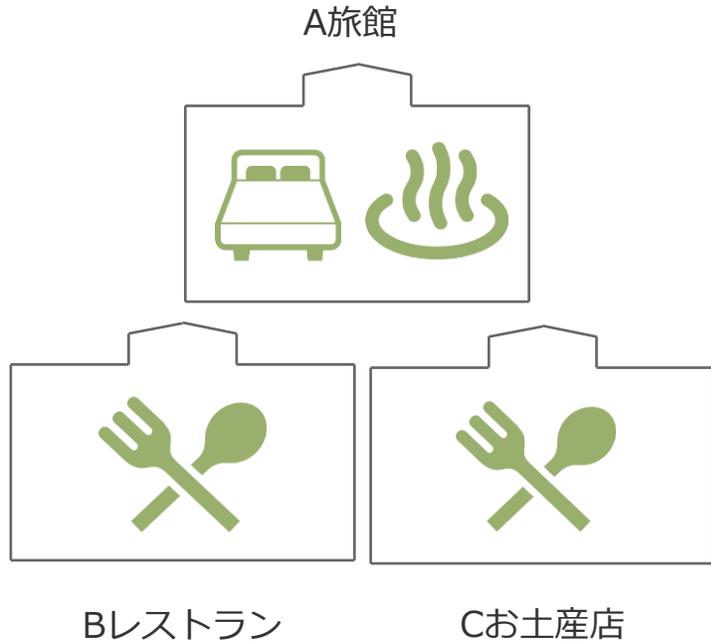


- 属性や嗜好を参考にして、クーポンなどの Recommend がリアルタイムに行える
- 館内消費に対してポイント付与やクーポン発行をすることで客単価を上げることが期待できる
- 将来のリピーター候補をターゲットに情報提供なども可能に

✓ これからは、地域全体で総合的な観光サービスを提供していくことが求められる

いままで

- 各施設で完結型の観光サービスを提供



これから

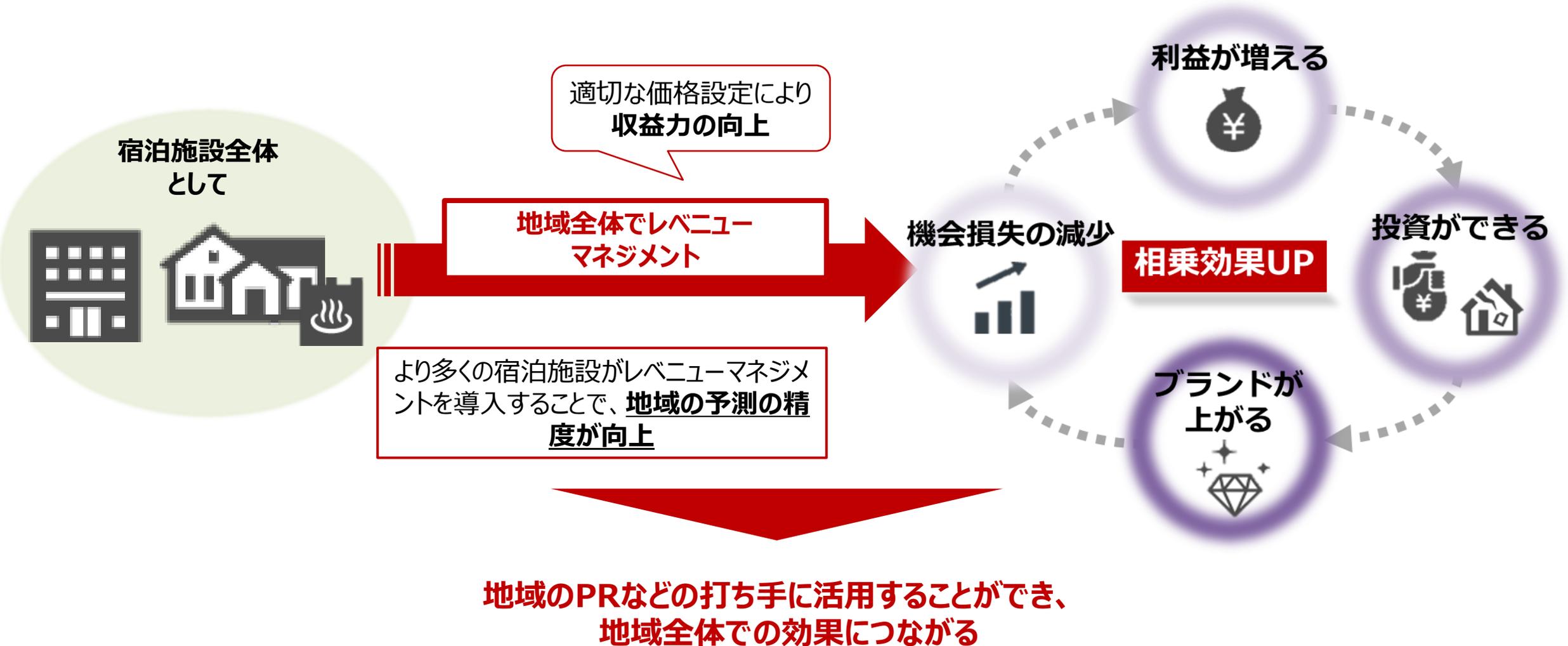
- 地域全体で総合的な観光サービスを提供



レベニューマネジメントの可能性



✓ 個別ではなく、地域全体での収益向上と体験価値の向上に有用



レベニューマネジメントの可能性



✓ 例えば需給予測の精度が上がると、食料廃棄を減らすことでサステイナブルな価値提供も可能になる

需要予測

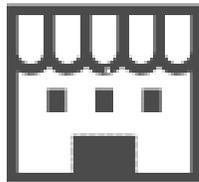
今年の夏休みの予約のピークは8月●日になりそう。
現在までの予約属性は東京からのファミリー層が30%、
シニアが25%、カップルが20%・・・

納入元



生産計画

土産物店



仕入れ計画

飲食店



受け入れ対策
・メニュー開発
・案内板設置
など

サプライチェーン
にも貢献

地域全体の観光消費額向上を目指すことができる

✓ 私たちもレベニューマネジメントを進化させて、地域貢献を行っていきたい

総地域消費額増加

リピート率の向上

おもてなしレベルの向上

魅力あふれる
地域の仕事

流入・単価の増加

もっと観光を楽しむ

観光経営の進化

POINT

1

観光人材の
安定確保

POINT

2

DX化による
生産性向上

POINT

3

データに基づく
消費機会の拡大

→レベニューマネジメントを活用

(参考)弊社取組のご紹介

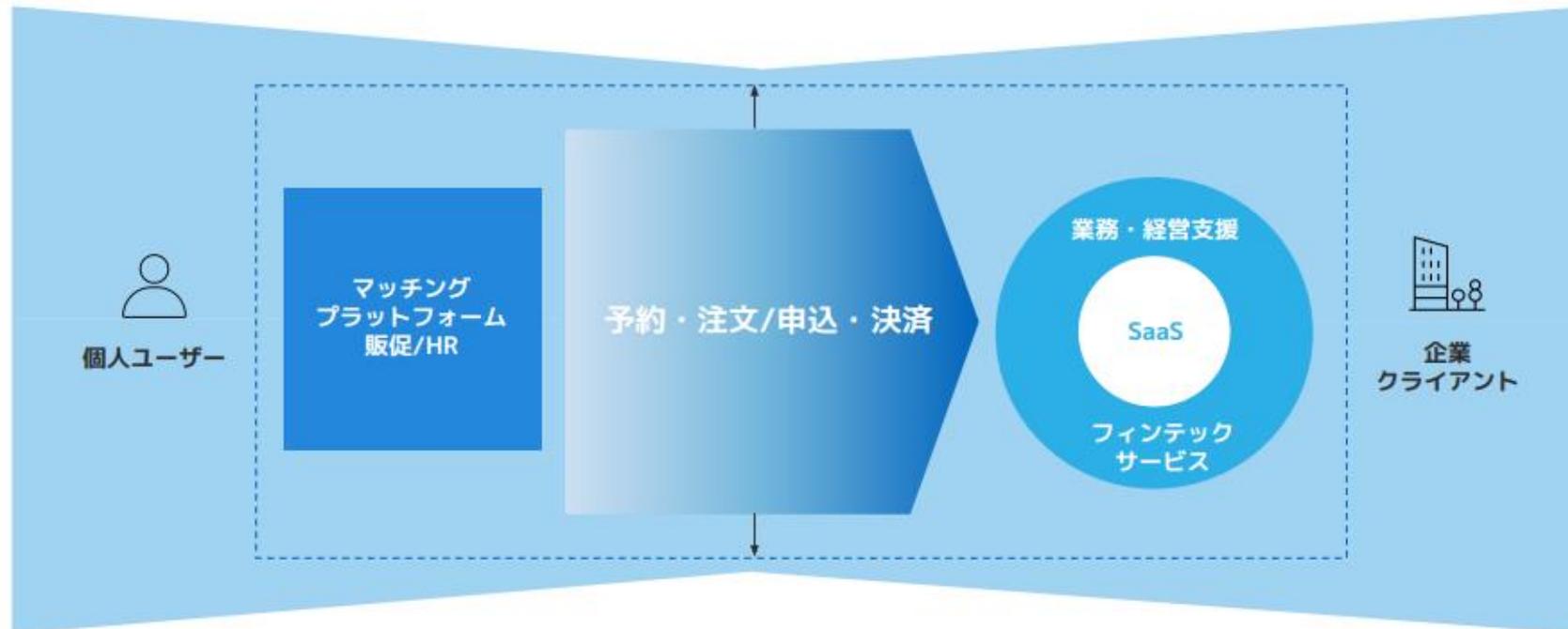


✓ リクルートは、従来のマッチングプラットフォームとしての役割から業務・経営支援、フィンテックサービスまでテクノロジーにより、速く、シンプルな企業経営をサポート

テクノロジーで進化するビジネスモデル



Simplify Business Processes



(参考)弊社取組のご紹介



✓ マatchingプラットフォームで個人ユーザーのアクション数を最大化するとともに
10周年を迎える「Air ビジネスツールズ」で多岐にわたる企業課題の解決を行っている

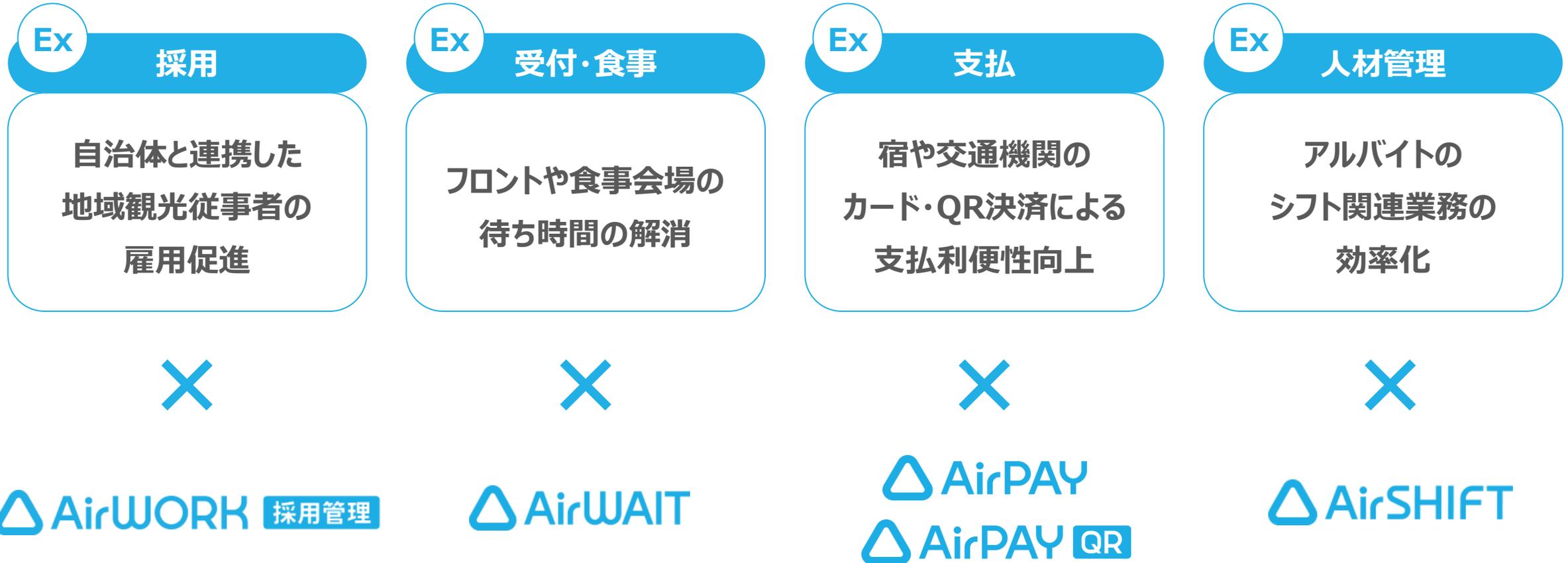


(注1) 2023年3月末時点でMatching&ソリューション事業が日本国内で提供する有料及び無料のSaaSサービス別累計アカウント数であり、各サービス登録加盟店舗数及び事業所数を指し、アクティブ及びノンアクティブを含みます。

(参考)弊社取組のご紹介



✓ 既に多くの観光業界の業務・経営シーンで「Air ビジネスツールズ」の提供を開始しています





まとめ

レベニューマネジメントを業界として高度化することで、
良い顧客体験を作ることができる

そこに**従事する方々や地域への適正な価値還元**
が実現により、よりよい日本の観光業が創れる

是非、一緒によりよい旅創りを目指せればと思います

長時間にわたりましたが、
皆様の今後の活動に何かしらヒントがあれば幸いです

ご清聴ありがとうございました



質疑応答



何か疑問等ございましたら、
お気軽にご質問ください

