

Weekly コラム

令和 3 年 6 月 29 日

〒541-0055 大阪府中央区船場中央 2-1

船場センタービル 4 号館 4 階

船場経済倶楽部

Tel 06-6261-8000

(NPO 法人 SKC 企業振興連盟協議会) Fax 06-6261-6539

人の輪・衆智・繁栄

活動方針



当団体は、異なる業種の経営者が相集い、力を合わせ、自らの研鑽と親睦を通じて、斬新な経営感覚と新たな販売促進を創造して、メンバー同士でより健全な事業所とその事業所のイメージアップを図り、地域社会に貢献できる事業所となることを目的とする。

広がる変動価格制、 その狙いとは

2021 年 3 月から東京ディズニーリゾートのチケットは変動価格制になります。変動価格制というのは、商品やサービスの価格を需要と供給の状況に合わせて変動させる価格戦略を指します。これまで、東京ディズニーリゾートのチケットは年間を通して同じ金額でしたが、変動価格制により混雑が見込まれる時期は高く、閑散期は安くなります。具体的には、大人の 1 日券(1 デーパスポート)は現在 8,200 円に固定されていますが、土日祝日や春休み・ゴールデンウィークなどの繁忙期は 8,700 円と現状から 500 円引き上げる予定です。

このような変動価格はダイナミックプライシングといわれ、近年、様々な業界で導入の波が押し寄せています。企業にとってのメリットは利益の増加が期待できる点にあります。混雑しているときは、従来よりも高い価格で商品・サービスを販売するので、より多くの売上に繋がります。閑散期は価格が安くなるので、従来よりも顧客は商品・サービスを購入しやすくなり、売上数の増加が期待できます。顧客にとっても閑散期などは、混雑する期間よりも安く商品・サービスが得られるので、お得感が増します。

もともと、ダイナミックプライシングは宿泊料など、旅行業界で取り入れられていました。旅行の計画を立てるとき、同じ部屋でもゴールデンウィークと平日では宿泊代金が大きく異なるのをよく目にします。

ホテルやツアー料金だけでなく、すでに、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンや Jリーグ、プロ野球、コンサートなど、すでに多くの業界

でダイナミックプライシングは導入されています。加え、駐車場やタクシーの迎車料金に至るまで広がりを見せており、今後はますます増えると思われています。

2021 年 3 月から東京ディズニーリゾートのチケットは変動価格制(ダイナミックプライシング)になります。近年、ダイナミックプライシングは遊園地の入園料だけでなく、野球やサッカー観戦と多くの業種で広がりを見せています。

背景には AI(人工知能)の発達があります。ダイナミックプライシングのポイントは、価格をいくらにするか、価格の高い期間と安い期間をいつにするかといった点にあります。

従来から、衣類のバーゲンセールや食品スーパーの閉店前の値下げといった、売れ残りを回避するための値下げは行われてきました。ただ、10%引きにするか、あるいは 20%引きにするかは店員の裁量で決められることが少なくありません。値引き率が大いほう売れる数は上がる傾向があります。が、価格が高いほうが商品一つあたりの利益率は大きくなります。価格や期間の設定は、もっとも利益が大きくなる点を探し当てるのが大切です。

AIは過去の販売状況や天候などのデータを大量に解析して何が売れ行きを左右するか、さらには休日、天候、気温、風速など、どれが販売数量に大きく影響を及ぼすかなどを計算します。人間が手計算で求めたら膨大な時間がかかる事項を AI は短時間で正解を導きます。AI 技術の発展があったからこそ、ダイナミックプライシングが導入しやすくなったといえます。

とはいえ、AI も完璧ではありません。価格が高すぎると顧客の反感を買うため、担当者が AI の提示よりも安く価格を設定した事例もありました。まだ、改良の余地はありますが、今後もダイナミックプライシングはさらに広まりそうです。

記事の内容に関するお問い合わせは事務局までご連絡ください。

ウィークリーはメールでの配信も行っております。お手数ですが、「メール希望」・「配信停止希望」と件名にご入力の上、

skc-soudan@skc.ne.jp まで空メールをご送信ください。また、FAX 不要の際は、その旨をお電話にてお申しつけください。