

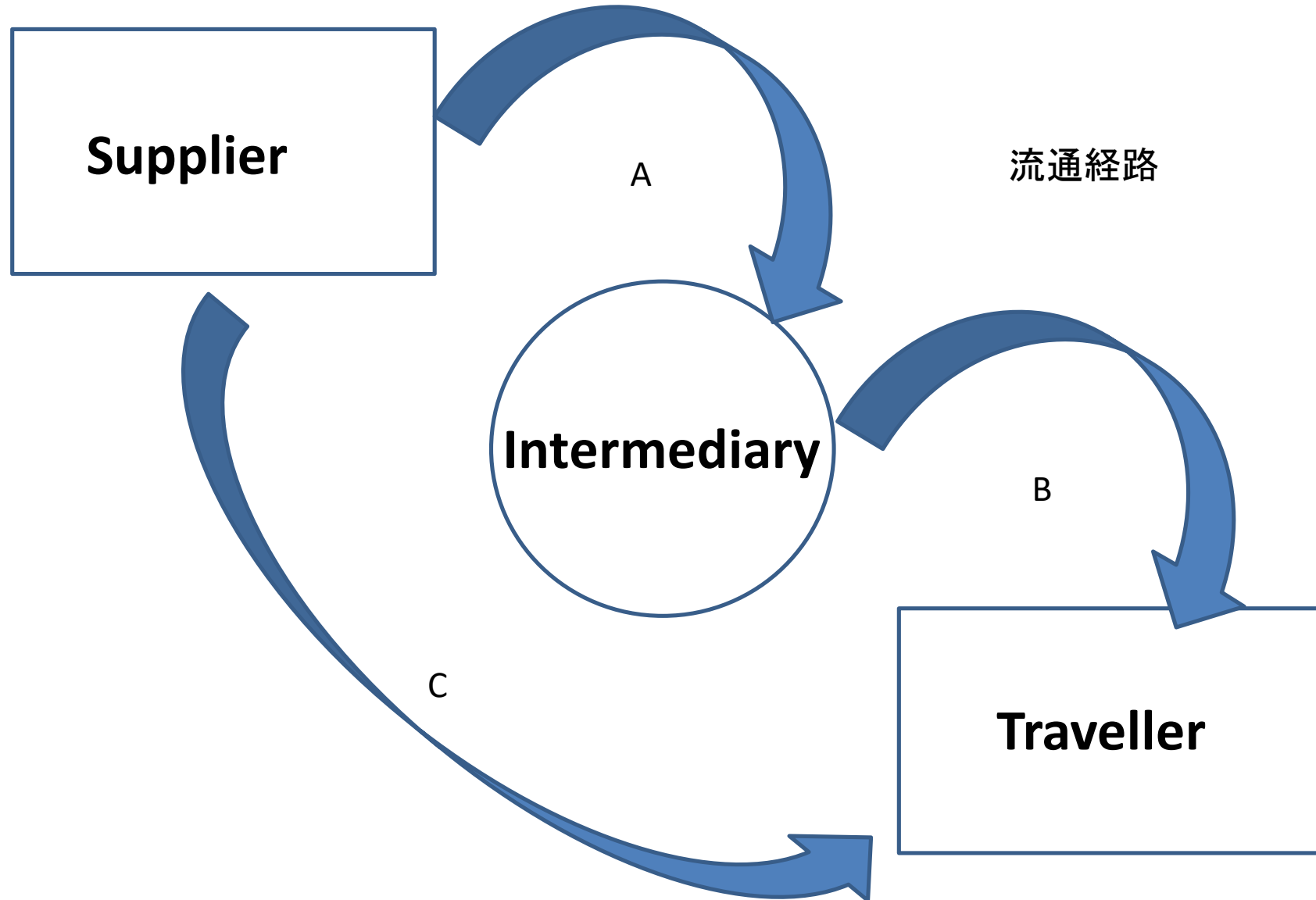
# Dynamic Pricingの調査と活用

2020年6月18日

鈴木EPsプロジェクトリーダー

JTREC

# Dynamic Pricingの利用局面



# 直販と中間事業の介在販売

## Dynamic Pricingの利用局面

### 1. 中間事業者を介した場合のDynamic Pricingについて(前頁のA,Bの場合)

①Travelerに提供する時に、中間事業者が独自に販売価格を決められる条件が存在する。

a. Supplierからの商品は一括或いはある条件下での仕入れ。

b. 条件の枠がSupplierにより決められていて、その枠の中で中間事業者が独自に販売する。

②Supplierが販売価格(Dynamic Price)を決めて中間事業者が取扱手数料を受け取る位置づけでは基本的でない。

### 2. Supplierが直接に顧客に販売する場合(Cの場合)

①Supplierが独自のDynamic Priceで販売価格を決めて販売を行うことも可能。

②しかし、中間事業者が介在する販売経路を持つ場合には、並行してDynamic Priceで販売を行うには、お互いの競合が生じないように、取り扱う商品を分ける等の対応をとる。

# 必要な諸元の検討

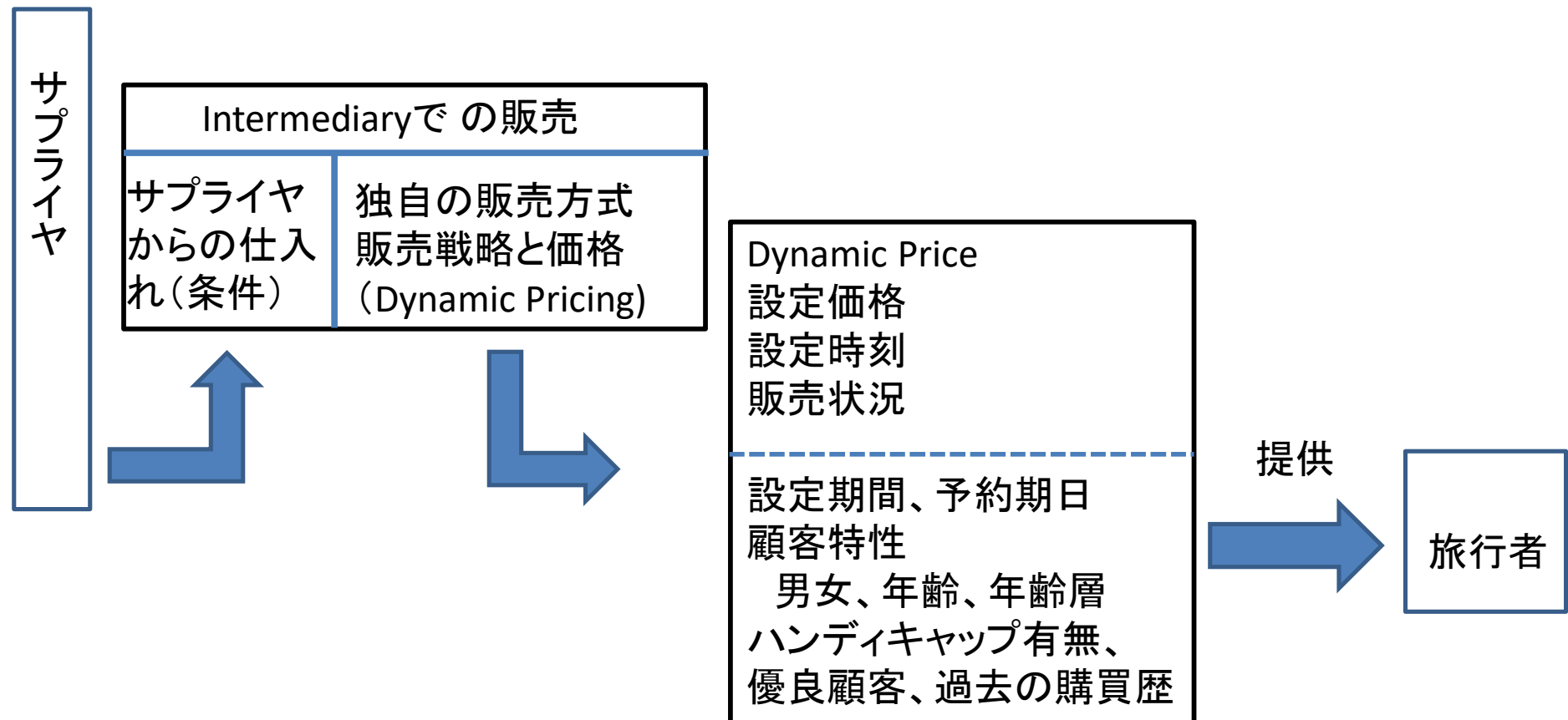
IntermediaryがDynamic Pricingを採用する時の要件

- ①Dynamic pricingは販売者の裁量が取れる時に実現
- ②そのためには、Supplierは下記のような条件(例示)をもって商品をIntermediaryに提供することになる。
  - a.販売数量目標(販売期間、from～to～等の下で)の明示  
この時に、対象顧客目標がある場合がある(男女、年配者、若年者、顧客居住地域等)
  - b.提供価格での下限を示す。
  - c.特別に販売成績が良い時にはプラスのキックバック等を行う。
  - d.販売成績が悪い時にはある種のpenaltyが存在する。

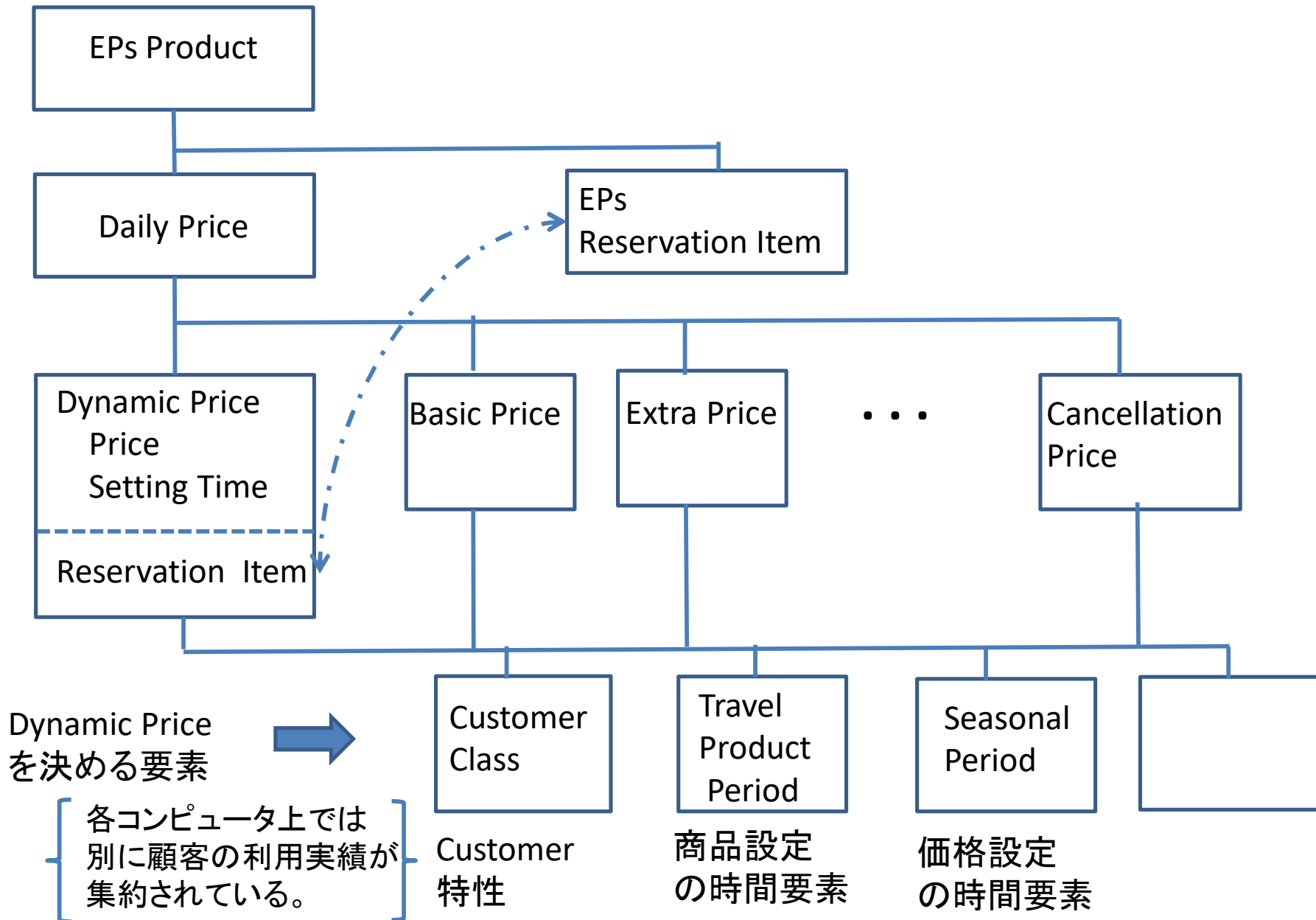
# Intermediaryでの対応

Intermediary では、Supplier との契約を受けて、独自の販売方法を構築する。最近  
はAI技術の活用がある。

販売価格を可変にして、Supplier との契約を遵守し、自らの収益を最大化する。



# Price の構成



# Dynamic Pricing の理解

1. 商品の販売で、下記の目的をもって販売価格を大胆に可変にして、販売を実現する時に使用する変動価格施策
  - ①設定した販売目標を達成するため
  - ②収益を最大にするため
2. 変動価格の設定では最近ではAI技術が機能することが多くなってきている。
3. 旅行観光業界では、かねてから存在する季節割引、早期割引、得意先割引、間際割引などの営業施策が存在し活用されている。これらもこの業界での一種のDynamic Pricing といえる。  
しかしそれらがICTの活用でもっと短時間で価格の変動と販売が可能になったことで新たな方式として誕生した。ここではこれらの新しい対応をDynamic Pricing と位置付ける。
4. Dynamicという観点では、現実の販売状況を見て、対象となる顧客特性と販売上の余裕時間から、当該顧客向けの販売価格を迅速に決めて、販売が可能となったことに特徴がある。
5. AIの活用では、今後更なる発展と活用が考えられる手法ともいえる。