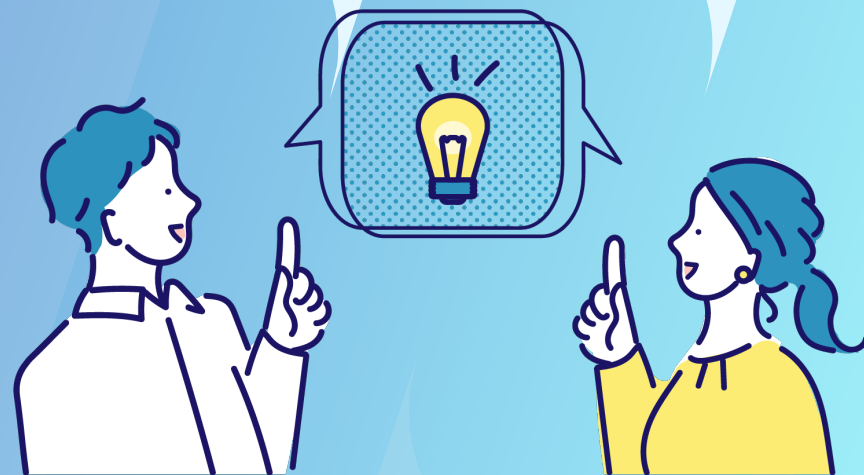


ホテルコンサルティング会社が考える

「レベニューマネジメント」とは何か



NBSホテルマネジメント株式会社



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」プロセスです。

ホテル業界では1990年代からマリオットホテルが始め
現在では様々なアシスタントツールが出てきています。

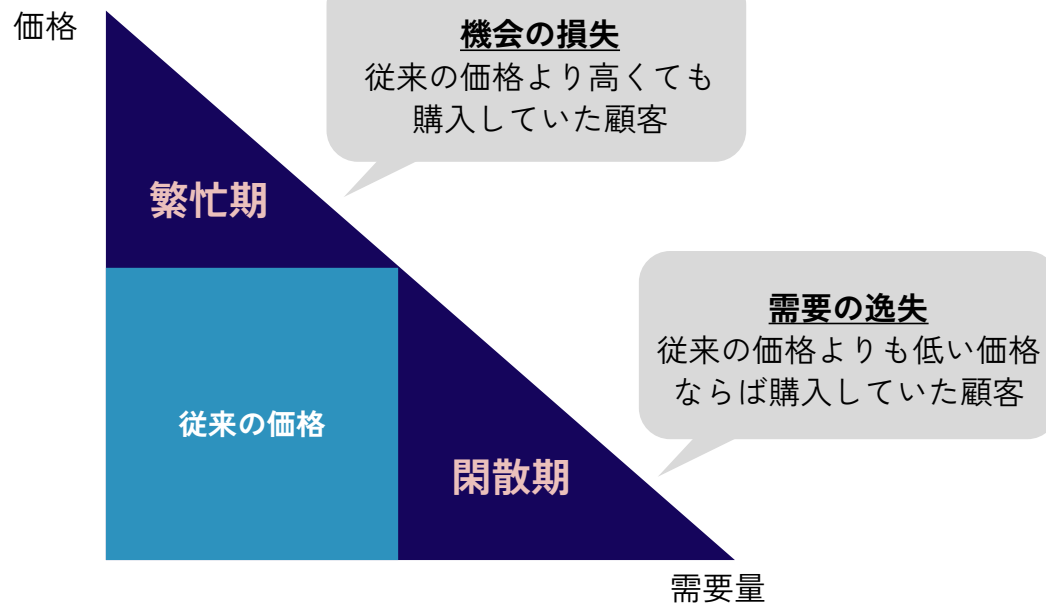
The diagram illustrates the PDCA cycle and its application in pricing strategy. It is divided into three main sections:

- Left Section (Opportunity Loss):** A right-angled triangle with a dark blue hypotenuse. The area above the hypotenuse is labeled "従来価格より高くても購入していた" (Previously purchased even at a higher price) and "機会損失" (Opportunity Loss). The area below the hypotenuse is labeled "従来価格" (Previous Price) and "従来価格より低価格なら検討していた" (Previously considered at a lower price).
- Middle Section (PDCA Cycle):** A circular flow diagram with four arrows forming a circle, labeled "Plan", "Do", "Check", and "Act".
- Right Section (Optimal Price):** A right-angled triangle with a dark blue hypotenuse. The area above the hypotenuse is labeled "適正価格" (Optimal Price) and "需要を予測し 適正価格をコントロール" (Predict demand and control optimal price). The area below the hypotenuse is divided into three horizontal bands: "高単価" (High Unit Price), "適正価格" (Optimal Price), and "低単価" (Low Unit Price). To the right of the triangle is a bar chart with five bars of increasing height, colored blue, teal, dark blue, light blue, and orange, with a large blue arrow pointing upwards.

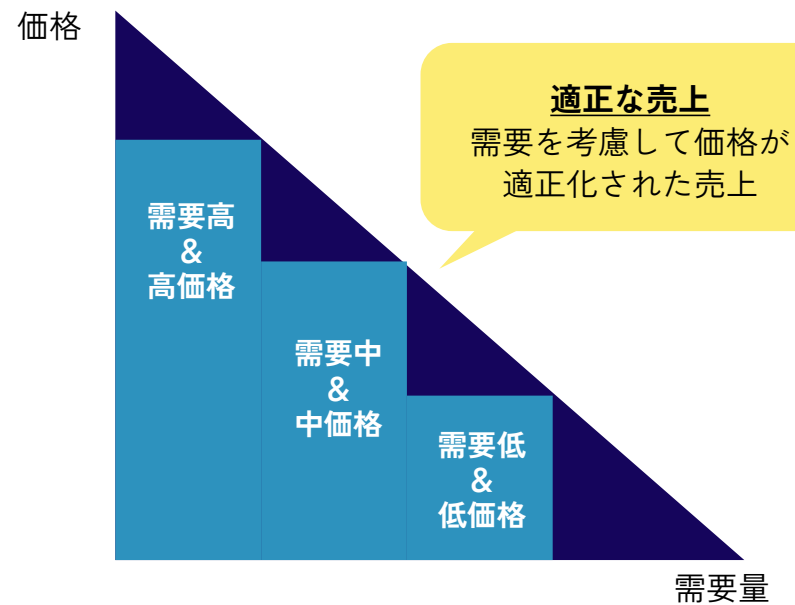
RevPARの最大化

需要を予測し適正価格をコントロールすることで
平均単価（ADR）と客室稼働率（OCC）を効率よく高め
売上と収益（RevPAR）を最大化させる

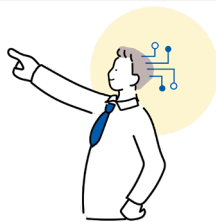
従来の価格設定



レベニューマネジメント



01



需要予測

- 過去のデータ、イベント情報、競合の状況などを分析し、将来の客室需要を予測
- AIや機械学習を活用したシステムも導入可能

02



価格設定

- 需要予測に基づき、客室タイプや宿泊日ごとに最適な価格を設定
- 需要に応じ、価格を柔軟に調整

03



在庫管理

- 客室の在庫状況を常に把握し、需要に応じて販売数を調整
- オーバーブッキングも戦略的に活用

04



販売チャネル管理

- 自社ウェブサイト、旅行代理店、OTAなど、様々な販売チャネルを効果的に活用
- 各チャネルの特性を理解し、最適な販売戦略を展開

05

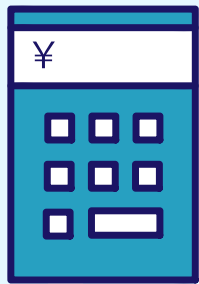


プロモーション

- 期間限定の割引やパッケージプランなどを実施し、需要を喚起
- ターゲット顧客層に合わせた効果的なプロモーションを実施

価格設定の基本は3パターン

自施設がどのタイプかを把握し、
それぞれの特徴にあった価格調整の方法が重要となる

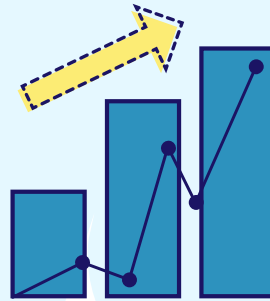


01

コストベースの 価格設定

製品の開発や製造に要したコスト
を計算し、そのコストに目標利益
を乗せて価格を設定する。

料飲部門等



02

競争ベースの 価格設定

競合他社の価格データを基準値と
して使い、自社の価格を設定する。

バジェット型ホテル等



03

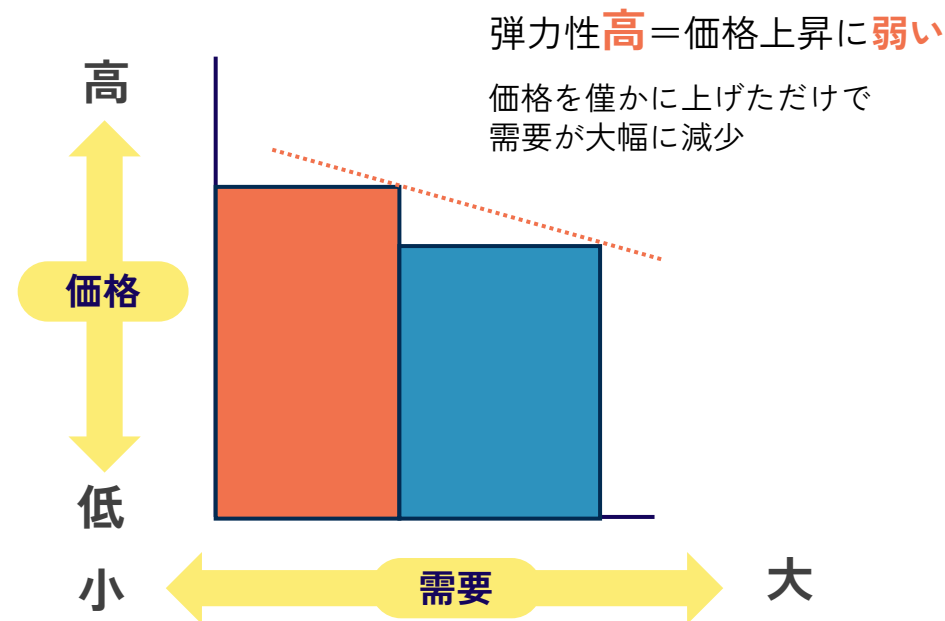
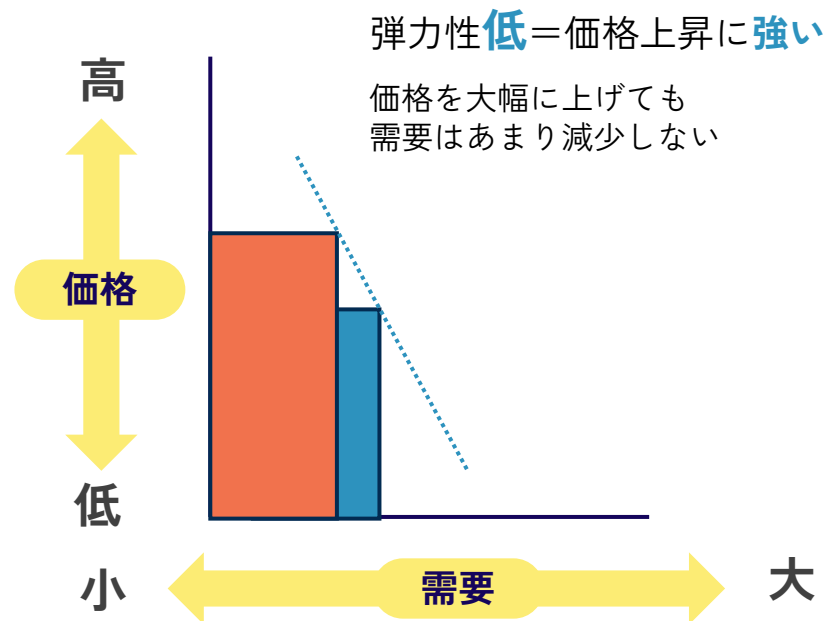
顧客価値ベースの 価格設定

顧客が商品・サービスに感じてい
る価値に基づいて価格を設定する。

ハイクラスホテル等

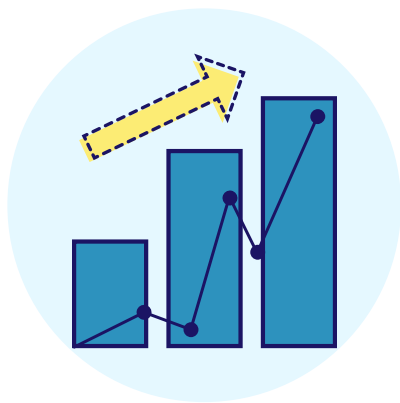
顧客価値ベースと競合ベースでは 値上げによる需要変化が異なる

顧客価値ベースは料金変更による需要変化が少ない
物価上昇やエネルギー価格を転嫁しやすいのは顧客価値ベース



タイプ別価格設定ポイント

レベニューマネジメントが効果的なのは
競争ベースの価格設定



競争ベースの価格設定

値下げをすることで販売増が見込めるため、競合他社の料金を定期的に調査し価格設定を行う必要がある。販売数を稼ぎたいときには値下げキャンペーンが効果的だが、コスト計算をしておき利益が極端に低下しないように注意が必要。



顧客価値ベースの価格設定

値下げをしても大幅な販売増にはつながらない。売れない場合は商品内容・価格設定の基準・プロモーション方法に問題があることが多いため、競合他社分析よりも消費者調査に重点を置いて販売戦略を見直すことが必要。

レベニューマネジメント導入によるメリット

01

収益の最大化

需要に応じた適切な価格設定と在庫管理により、収益を最大化できます。

02

稼働率の向上

空室を減らし、稼働率を高めることができます。

03

競争力強化

競合他社との価格競争を優位に進めることができます。

04

顧客満足度向上

顧客のニーズに合わせた価格設定やプランを提供することで、顧客満足度を高めることができます。

レベニューマネジメントは、ホテル業界において非常に重要な役割を果たしており、多くのホテルが導入しています。近年では、AIや機械学習を活用した高度なレベニューマネジメントシステムも登場しており、より精度の高い需要予測や価格設定が可能になっています。

01



自施設の理想のブッキングカーブの追求

- 常にデータを確認しオンハンドと価格を調整

02



適切なスタートレートの設定

- 昨年実績から設定
- 予算から設定

03



競合との価格競争に巻き込まれない為に

- 先手を打つ（多くの施設は直前コントロール）
- 自施設の付加価値（顧客体験）を高める
- 適切な販売戦略とマーケティング

04



RevPARと利益の最大化

- RevPARの最大化による売上の最大化はもちろん
- 最終的な利益も最大化していかないと継続できない
- 施設PLの分析及びコストの最適化も重要

レベニューマネジメントを導入するなら

ホテルコンサルティング会社が開発した
新世代の売上アップツール、
ホテル・旅館向けのグループウェア

アンドプラス



ANDPLUSでできること



予約データ自動取得



現状分析の可視化



機会損失の防止



需要予測の提示



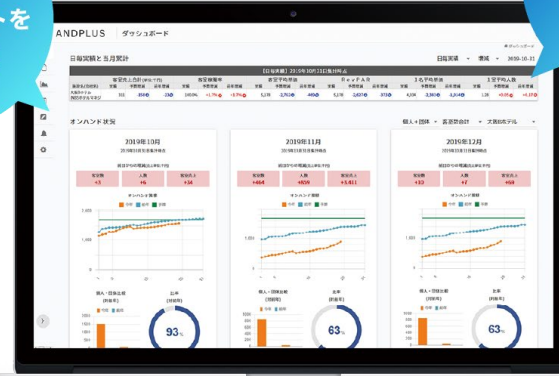
戦略的コントロール



競合料金/クチコミ分析

レベニュー
マネジメントを
実践できる！

毎日数字を
見るのが
楽しくなる！



お問合せフォーム
QRコード



30日間無料でお試しいただけます

お申し込み・お問い合わせは公式サイトから

<https://www.andplus-rms.jp/>

ANDPLUS

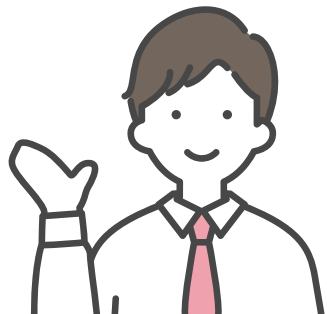
検索



0120-22-5780

(平日9:00-18:00)

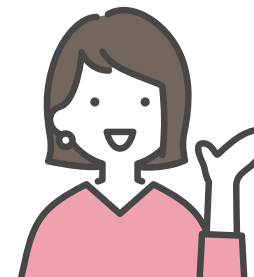
集客・売上改善はNBSにお任せください！



「施設様と一緒に考え、手を動かして、改善を実現します！」

無料相談受付中！

公式サイトお問い合わせフォームよりお気軽にご連絡ください！



お問い合わせフォーム
QRコード



<https://www.nbsm.jp>

NBSホテル

検索 🔍

お電話でもお気軽にお問い合わせください。



06-6676-8191

(受付時間 平日：9:00～18:00)



NBSホテルマネジメント株式会社

大 阪 本 社 | 〒530-0004 大阪府大阪市北区堂島浜1-4-19 マニユライフプレイス堂島11F

東京オフィス | 〒104-0061 東京都中央区銀座1-3-1 銀座富士屋ビル8F

TEL.06-6676-8191 FAX.06-6676-8194