



時季によって値段が違う「一物多価」の時代が到来！ ～広がりを見せる「ダイナミック・プライシング」～

「ダイナミック・プライシング」とは、市場の需要と供給の状況によって価格が変動することであり、近年、小売業界などにも広がりを見せています。夕方になるとスーパーの惣菜価格が下がる、大型連休になるとホテル代が上昇する、ということは昔からありましたが、これらとはいったいどこが違うのでしょうか？

今注目されるダイナミック・プライシングの手法とは？

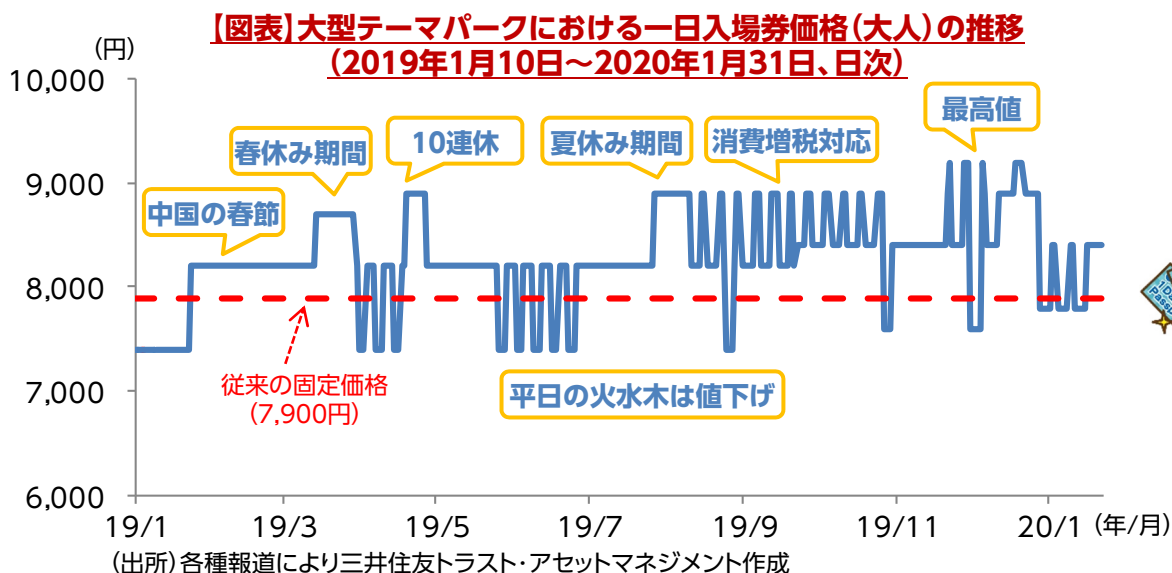
今までは過去の経験に基づき、価格はあくまで人が決めていました。しかし、最近では AI(人工知能)を用いて、需要、市況、天候、個人の嗜好などに関するビックデータを迅速に分析し、価格の上げ下げを自動的に行うことが可能になってきました。データを蓄積すればするほど精度も上がってくると言われています。



ダイナミック・プライシングの導入はまず米国のスポーツ界などから始まり、日本でもプロ野球やサッカーなどの観戦チケットに活用され始め、広がりを見せています。細かな価格設定は収益の最大化につながり、消費者にとっても需要が停滞する時季に買うことで、より安い金額でチケットなどを購入できるといったメリットもあります。

テーマパークなどでもダイナミック・プライシングが始まった！

米国のディズニー・ワールドなどに習い、2019年1月から大型テーマパークが国内で初めてチケット価格を変動制に切り替えました。例えば1日入場券価格(大人)は、従来は一律7,900円でしたが、中国の春節にあたる2月は8,200円、3月の春休みは8,700円、4～5月の10連休は8,900円に値上げした一方で、平日の閑散時には7,400円に値下げするなど、需要動向に応じ機動的な価格設定が行われました。その後も10月の消費増税への対応や、12月以降にも小幅な値上げ(最高値9,200円の設定)が行われています(図表)。



ダイナミック・プライシングにより、なぜ企業の収益が拡大するのか？

では企業にとってダイナミック・プライシングを導入する経済的な意味合いはどこにあるのでしょうか？

例えばある商品に200円まで支払えると考える消費者Aさんと、100円までと考える消費者Bさんがいるとします。そこで、ある企業がその商品を固定価格100円（「一物一価」）で2人に売ると、売り上げは200円となり、Aさんは「100円、得をした！」というような「お得感」が生まれます。

ところが企業がAさんには200円、Bさんには100円と価格を提示できればどうなるのでしょうか？

Aさんは200円で商品を買うため、固定価格のときにはあった「お得感」は無くなってしまいます。一方で、企業の売り上げはBさんの分も合わせて300円に増加します。

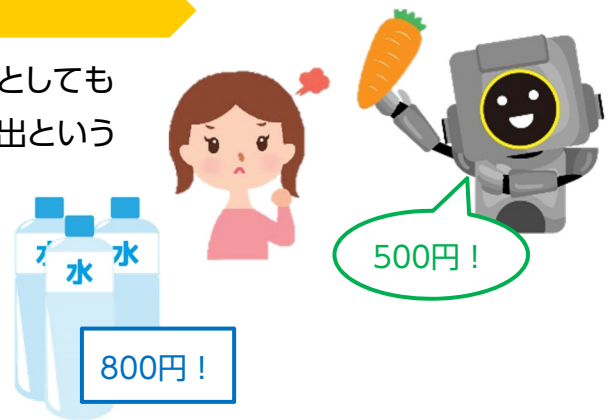
つまりダイナミック・プライシングによる「一物多価」が完全に成立すれば、消費者の「お得感」は消失し、その分を企業が利益として受け取ることになります。



消費者に不信感を与えないことが成功の鍵に！

例えば、消費者は天候不良などで生鮮野菜の価格が上昇したとしてもそれほど不満に思うことはありません。しかし、単にAIによる算出というだけでの大幅値上げとなれば納得しにくい面があります。

他にも、台風上陸前に防災グッズを買おうとしたところ、ボトル入りの水の価格が急騰すれば、消費者から批判の声があがるということもあるでしょう。



消費者にとっては、価格変動の理由が「ある程度見える」ことが納得感につながる重要な要素です。逆に「足元を見ている」と感じられれば、企業への信頼そのものを失うことにもなりかねません。

ダイナミック・プライシングを定着させるには、
消費者の反応をしっかりと予測したうえで
進めていくことが必要といえそうです。

【ご留意事項】

- 当資料は三井住友トラスト・アセットマネジメントが投資判断の参考となる情報提供を目的として作成したものであり、金融商品取引法に基づく開示書類ではありません。
- ご購入のお申込みの際は最新の投資信託説明書(交付目論見書)の内容を必ずご確認のうえ、ご自身でご判断ください。
- 投資信託は値動きのある有価証券等(外貨建資産には為替変動リスクを伴います。)に投資しますので基準価額は変動します。したがって、投資元本や利回りが保証されるものではありません。ファンドの運用による損益は全て投資者の皆様へ帰属します。
- 投資信託は預貯金や保険契約とは異なり預金保険機構および保険契約者保護機構等の保護の対象ではありません。また、証券会社以外でご購入いただいた場合は、投資者保護基金の保護の対象ではありません。
- 当資料は信頼できると判断した各種情報等に基づき作成していますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。また、今後予告なく変更される場合があります。
- 当資料中の図表、数値、その他データについては、過去のデータに基づき作成したものであり、将来の成果を示唆あるいは保証するものではありません。
- 当資料で使用している各指数に関する著作権等の知的財産権、その他の一切の権利はそれぞれの指数の開発元もしくは公表元に帰属します。