



## ダイナミックプライシングって？

### ◆利益最大化へ価格変動

Q-バスケットボール男子Bリーグ1部（B1）の富山グラウジーズが「ダイナミックプライシング」を導入していると聞きました。どんな仕組みなの？

A-さまざまな要素によって変化するニーズに応じてサービス・商品の価格を見直し、売上と利益を最大化させる販売戦略を指します。グラウジーズは試合日程や席種、天候などに関するビッグデータの分析に基づき、試合ごとの需要を予測。需要動向に応じてチケットの価格を自動的に変更しています。



グラウジーズのホームゲーム  
= 2021年10月、富山市総合体育館

Q-JR西日本の指定席料金が時期によって違うのと似ているね。

A-そうですね。ただ、ダイナミックプライシングは、価格がきめ細かく変動します。近年、IoT（モノのインターネット）機器や人工知能（AI）を活用して需要を解析する技術が進み、売れ筋や需要を予測する精度が高まったことが背景にあります。対象となる商品・サービスも広がっていることが、ダイナミックプライシングが注目される理由になっています。

Q-具体的にどんな商品・サービスで利用されているの。

A-ホテルや航空会社の予約サイトをはじめ、コロナ禍で需要が高まったEC（電子商取引）業界では大手通販サイトのAmazon（アマゾン）が採用しています。売り手側には収益アップが見込め、売れ残りや在庫を抱えるリスクを減らすことが期待できます。ほかに、電気料金や有料道路の通行料などでも導入を検討する動きがあります。

Q-消費者にはどんなメリットがあるの？

A-タイミングがうまく合えば、お得な価格で商品・サービスを手に入れられるのは消費者側の利点です。さらに、社会全体にもメリットがあります。例えば、食品スーパーなどが行う“見切り販売”を電子棚札と連動させてダイナミックプライシングで運用すれば、食品ロス的大幅な削減につながるでしょう。ほかにも、電力会社が季節や時間帯ごとの電力需要を予測して料金を変動させることで、全体の電力消費が抑制され、需要の逼迫（ひっばく）を防ぐことが期待できます。最近では、AIを駆使して最適なプライシングサービスを提供する事業者も出ています。企業と顧客の双方が「ウィンウィン（相互利益）」になる値付けをする動きが広がりそうですね。  
(北陸経済研究所の丸澤千春が解説しました。)