

研究区分	教員特別研究推進 地域振興
------	---------------

研究テーマ	ホテル・旅館における流通チャネル別付随販売の売上利益貢献分析について				
研究組織	代表者	所属・職名	経営情報学部・特任教授	氏名	北上 真一
	研究分担者	所属・職名	株式会社ホクサン 代表取締役社長	氏名	大崎 宏樹
		所属・職名		氏名	
	発表者	所属・職名	経営情報学部・特任教授	氏名	北上 真一

講演題目	流通チャネル別の売上貢献分析について
------	--------------------

研究の目的、成果及び今後の展望

伊豆地区に於いて、旅館経営をされている株式会社ホクサン代表取締役社長 大崎宏樹氏（現在、本学経営イノベーション研究科博士前期課程に在籍中）の協力を得て、過去数年に遡り、ホテル・旅館の流通チャネル別の売上推移やチャネル毎のマーケット特性などを、日々の売上管理をしているPMS (Property Management Software) データを元に、経営層のヒアリングなども含めて、分析を行い、同時に、チャネル毎の館内付随販売（部屋付けされた売上）を分析、流通チャネル毎の売上貢献に関しての分析を行った。

他のホテル・旅館などのヒアリングから、GoTo トラベル実施時、実際に宿泊されたお客様において、特に、高級ホテル・旅館ほど、補填される金額が大きいこともあり、従来の客層とは異なる層が数多く滞在したことにより、マナーが悪いとか、雰囲気異なるなどの問題から従来からの優良顧客からクレームが入ったり、高額な備品などを持ち帰りされるなどの事件が発生し、数は来ても、実際の収益にはマイナスになる面も数多くあったことが報告をされている。以前からも、オンラインから予約をするお客様の一部には、格安を一番のアピールとしているサイトから比較的割安なプランを選択することが多く、また、館内での付随売上が一般に比べて低くなることが言われてきた。しかし、このことについて、実際の売上データや予約データ、および館内の売り掛けデータなどを元に検証をした事例は少なく、イメージで語られることが多かった。

そこで、本研究では、実際のPMSの売上データをベースに、数値分析を行い、どのような傾向があるかを具体的に割り出すことを目的とした。

分析の結果、売上ベースで、直接予約（電話5.1%、及び自社サイトからの予約10.7%）が、全体の15.8%で第2位のシェアを占めている。しかし、大手OTA (Online Travel Agent) 一社が、45.4%の売上シェアを占めており、非常に依存度が高く、偏っていることがわかった。また、一人当たりの付随売上は宿泊売上と比較すると3.5%の販売量があり、全体平均を100とした場合、直接予約では、136（電話予約のみでは、119）と平均よりも36%も高い売上を誇る。しかし、このOTAからは、一人当たりの売上では平均の99とほぼ平均値であるのに対して、一人当たりの付随売上では、93と平均にも満たないことがわかった。第三位の他の大手OTAでは、119、熟年市場を対象にしているOTAでは、126を示す予約サイトが2箇所あった（売上シェアは、各々2.4%、0.7%）。これらにより、今後の売上最適化を考える上で、どのサイトに力を入れていくかの重要な指標を示していることがわかった。

今後、さらに、過去の売上の推移から、将来の売上を予測し、どのようなチャネル戦略を立てるべきかの実践的な研究につなげていきたい。