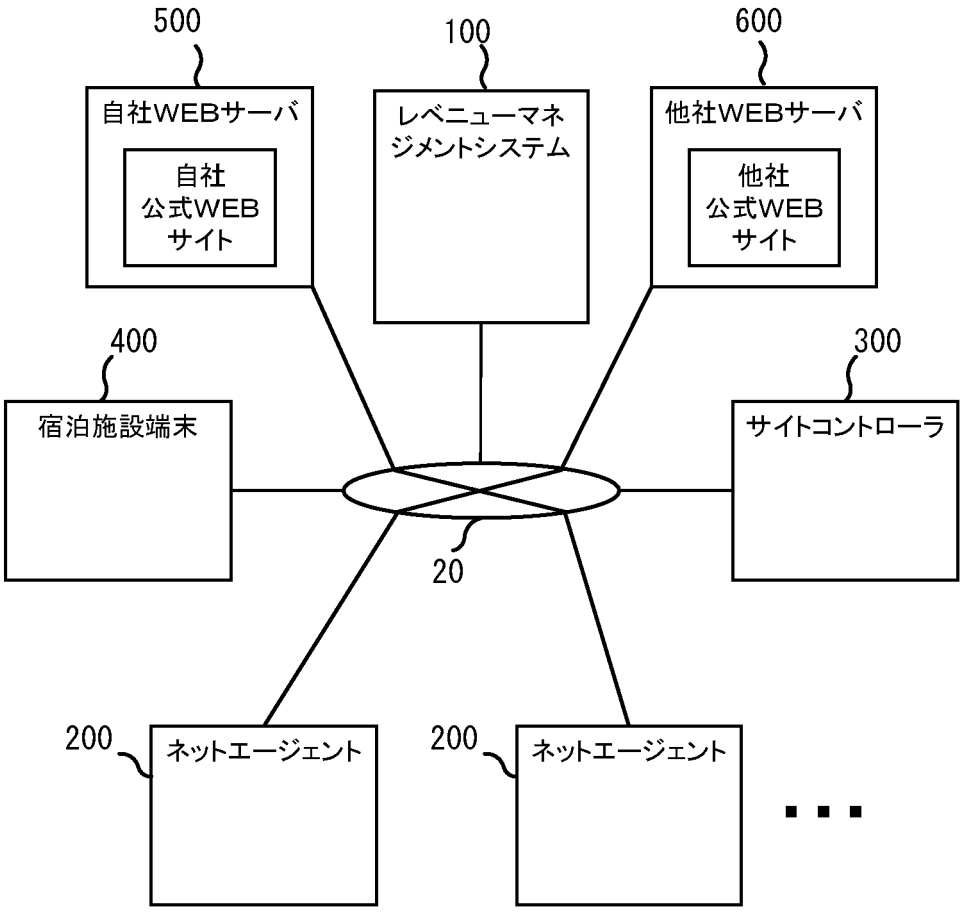
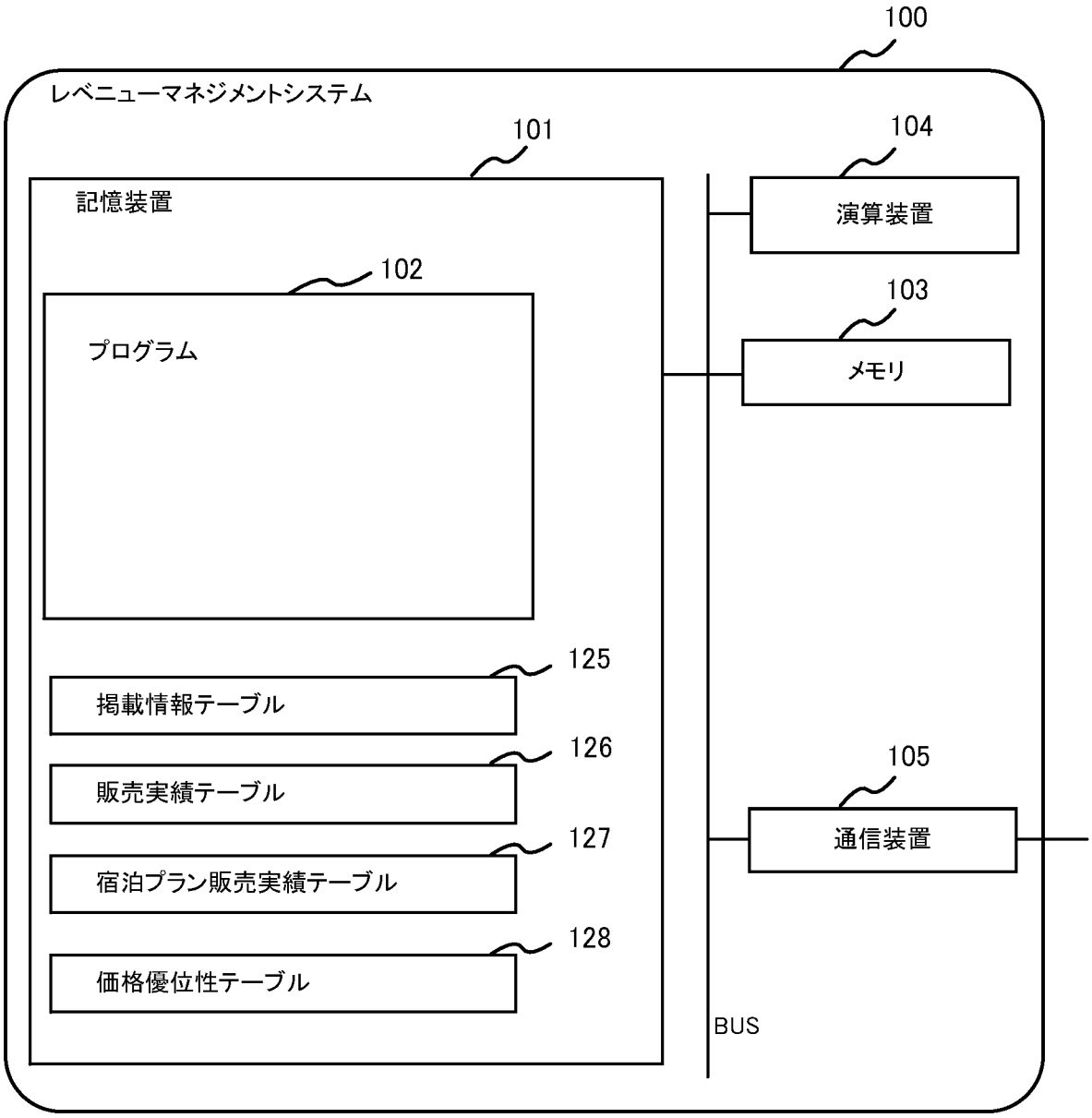
[図1]


500
自社WEBサーバ
自社
公式WEB
サイト
100
レベニューマネ
ジメントシステム
600
他社WEBサーバ
他社
公式WEB
サイト
400
宿泊施設端末
300
サイトコントローラ
20
200
ネットエージェント
200
ネットエージェント

[図2]


100
レベニューマネジメントシステム
101
記憶装置
102
プログラム
125
掲載情報テーブル
126
販売実績テーブル
127
宿泊プラン販売実績テーブル
128
価格優位性テーブル
104
演算装置
103
メモリ
105
通信装置
BUS

[図3]

125

| 宿泊施設ID | 所在地 | 宿泊業者 | 公式WEBサイト | ネットエージェントID | WEBサイト | 客室販売価格 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 00001 | A区B町・・・ | Aホテル | *****,・・・ | a0001,・・・ | *****,・・・ | a0001:19800・・・ |
| 00002 | A区B町・・・ | B旅館 | ***** | a0002 | ***** | a0002:21000 |
| 00003 | A区B町・・・ | Cホテル | *****,・・・ | a0010、・・・ | *****,・・・ | a0010:16500・・・ |
| ・・・ | ・・・ | ・・・ | ・・・ | ・・・ | ・・・ | ・・・ |

| 顧客評価値 | 販売実績順位 | 売り切りフラグ | 対象期間 |
|---|---|---|---|
| a0001:4.8・・・ | a0001:No.2・・・ | 0 | 2014/5/1～5/31 |
| a0002:4.9 | a0002:No.1 | 1 | 2014/5/1～5/31 |
| a0010:4.6・・・ | a0010:No.4・・・ | 0 | 2014/5/1～5/31 |
| ・・・ | ・・・ | ・・・ | ・・・ |

[図4]

126

| 対象期間 | 客室販売価格 | 販売実績 | 客室在庫残 |
|---|---|---|---|
| 2014/5/1～5/31 | a0001:19800・・・ | 82 | 8 |
| 2014/5/1～5/31 | a0002:21000 | 150 | 0 |
| 2014/5/1～5/31 | a0010:16500・・・ | 45 | 35 |
| ・・・ | ・・・ | ・・・ | ・・・ |

[図5]

127

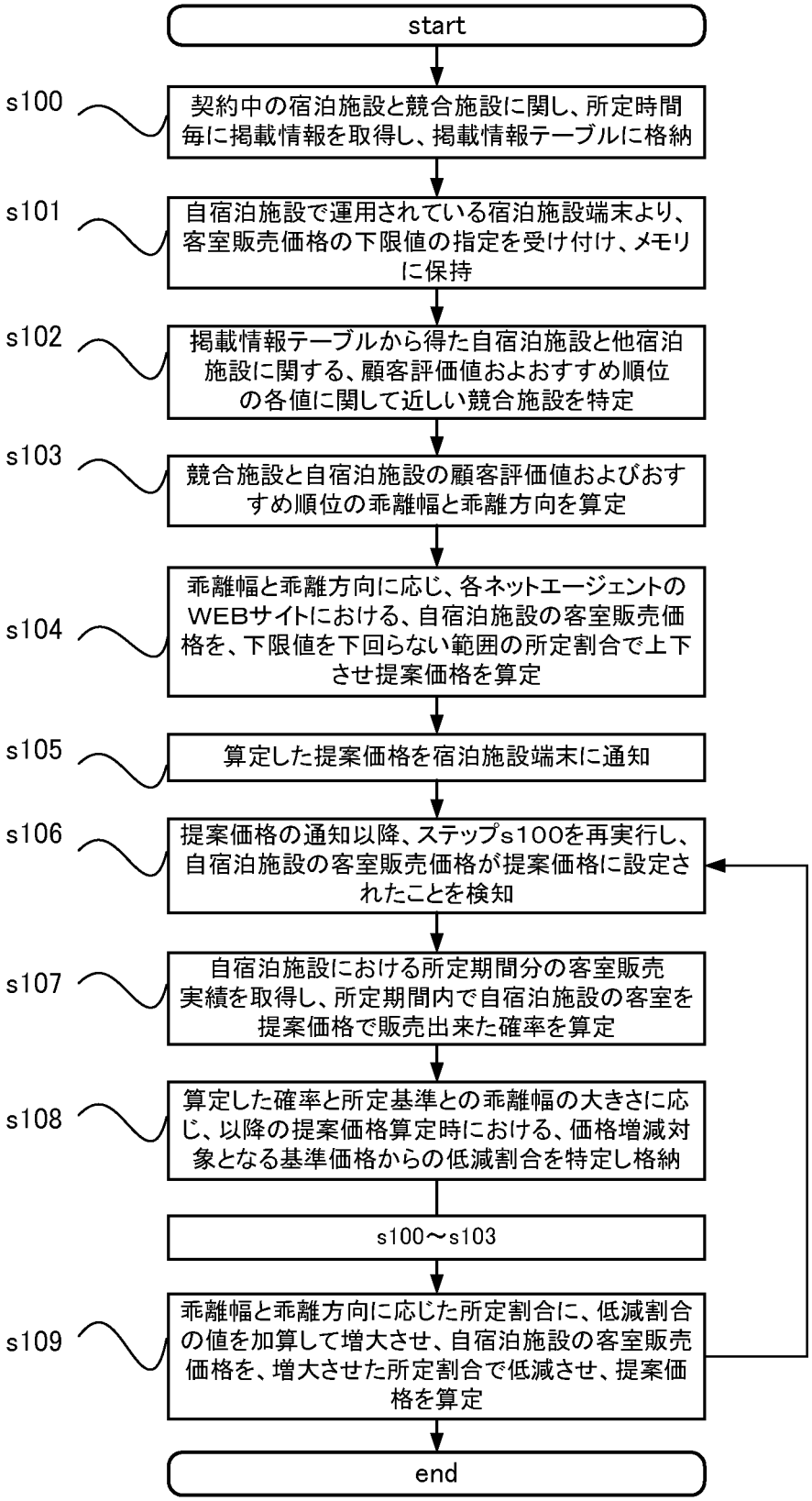
| 対象期間 | 宿泊プラン販売価格 | 販売実績 | 顧客属性 |
|---|---|---|---|
| 2014/5/1～5/31 | a0001:19800・・・ | 65 | 20代女:45・・・ |
| 2014/5/1～5/31 | a0002:21000 | 88 | 40代男:25・・・ |
| 2014/5/1～5/31 | a0010:16500・・・ | 50 | 30代女:45・・・ |
| ・・・ | ・・・ | ・・・ | ・・・ |

[図6]

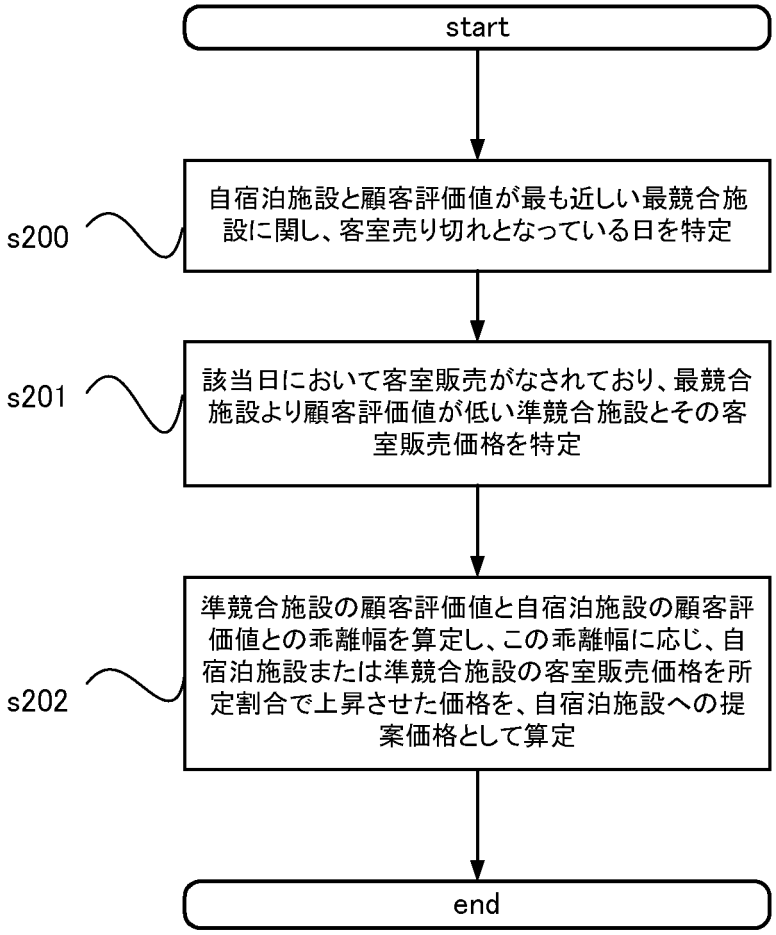
128

| 所在地 | 増減率 |
|---|---|
| 京都 | ＋15% |
| 箱根 | ＋10% |
| 那須 | ＋5% |
| 外房 | ＋1% |
| … | … |

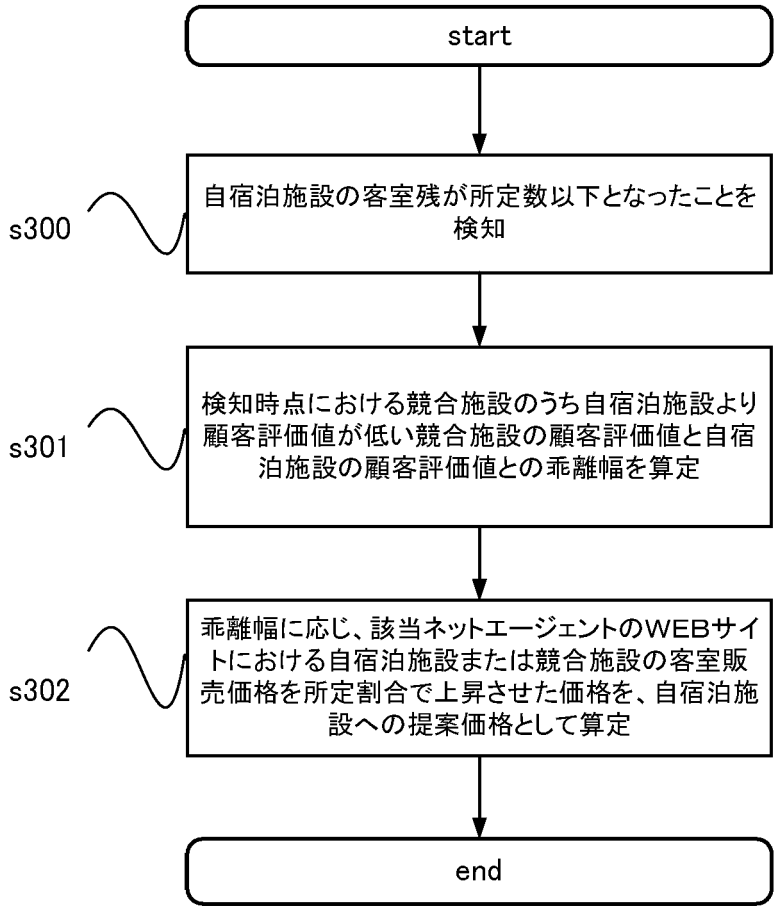
[図7]


start
s100
契約中の宿泊施設と競合施設に関し、所定時間毎に掲載情報を取得し、掲載情報テーブルに格納
s101
自宿泊施設で運用されている宿泊施設端末より、客室販売価格の下限値の指定を受け付け、メモリに保持
s102
掲載情報テーブルから得た自宿泊施設と他宿泊施設に関する、顧客評価値およおすすめ順位の各値に関して近しい競合施設を特定
s103
競合施設と自宿泊施設の顧客評価値およびおすすめ順位の乖離幅と乖離方向を算定
s104
乖離幅と乖離方向に応じ、各ネットエージェントのWEBサイトにおける、自宿泊施設の客室販売価格を、下限値を下回らない範囲の所定割合で上下させ提案価格を算定
s105
算定した提案価格を宿泊施設端末に通知
s106
提案価格の通知以降、ステップs100を再実行し、自宿泊施設の客室販売価格が提案価格に設定されたことを検知
s107
自宿泊施設における所定期間分の客室販売実績を取得し、所定期間内で自宿泊施設の客室を提案価格で販売出来た確率を算定
s108
算定した確率と所定基準との乖離幅の大きさに応じ、以降の提案価格算定時における、価格増減対象となる基準価格からの低減割合を特定し格納
s100～s103
s109
乖離幅と乖離方向に応じた所定割合に、低減割合の値を加算して増大させ、自宿泊施設の客室販売価格を、増大させた所定割合で低減させ、提案価格を算定
end

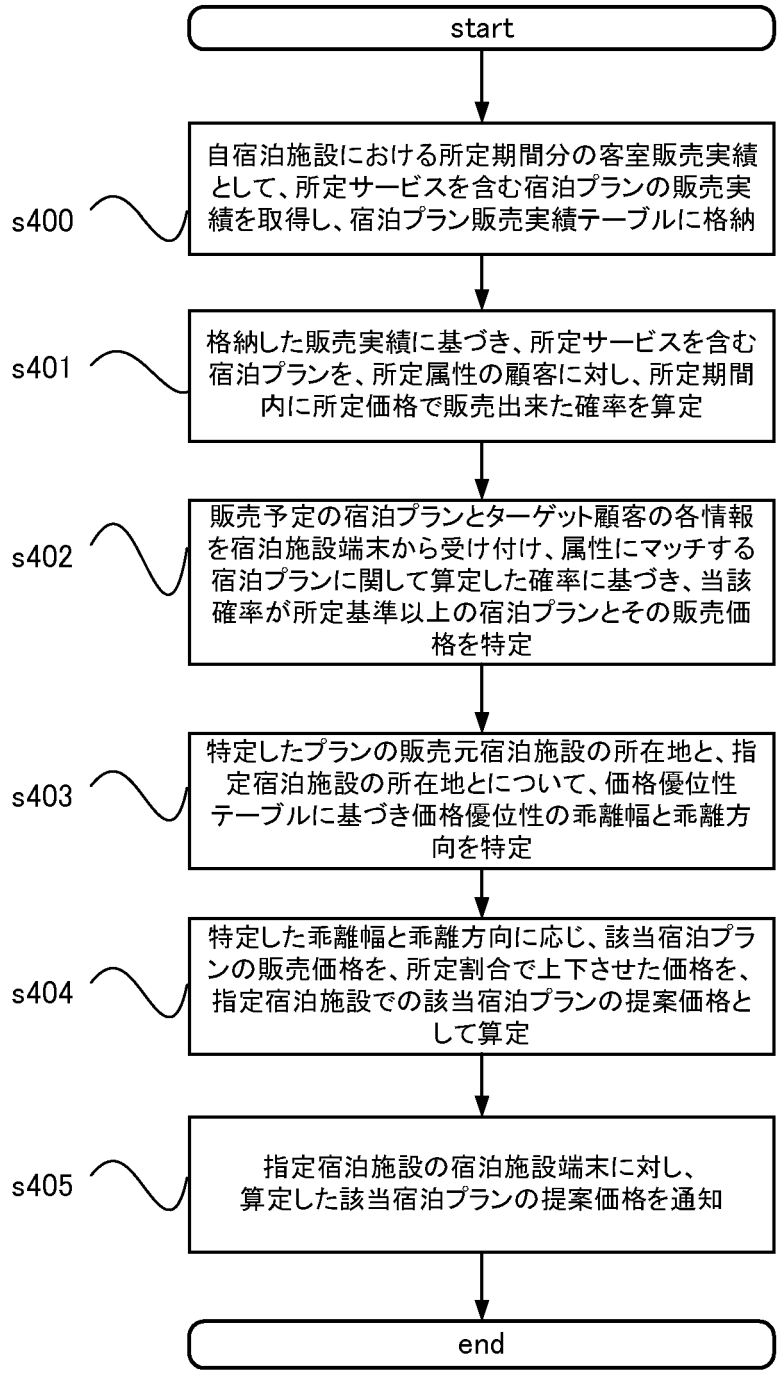
[図8]


start
s200
自宿泊施設と顧客評価値が最も近しい最競合施設に関し、客室売り切れとなっている日を特定
s201
該当日において客室販売がなされており、最競合施設より顧客評価値が低い準競合施設とその客室販売価格を特定
s202
準競合施設の顧客評価値と自宿泊施設の顧客評価値との乖離幅を算定し、この乖離幅に応じ、自宿泊施設または準競合施設の客室販売価格を所定割合で上昇させた価格を、自宿泊施設への提案価格として算定
end

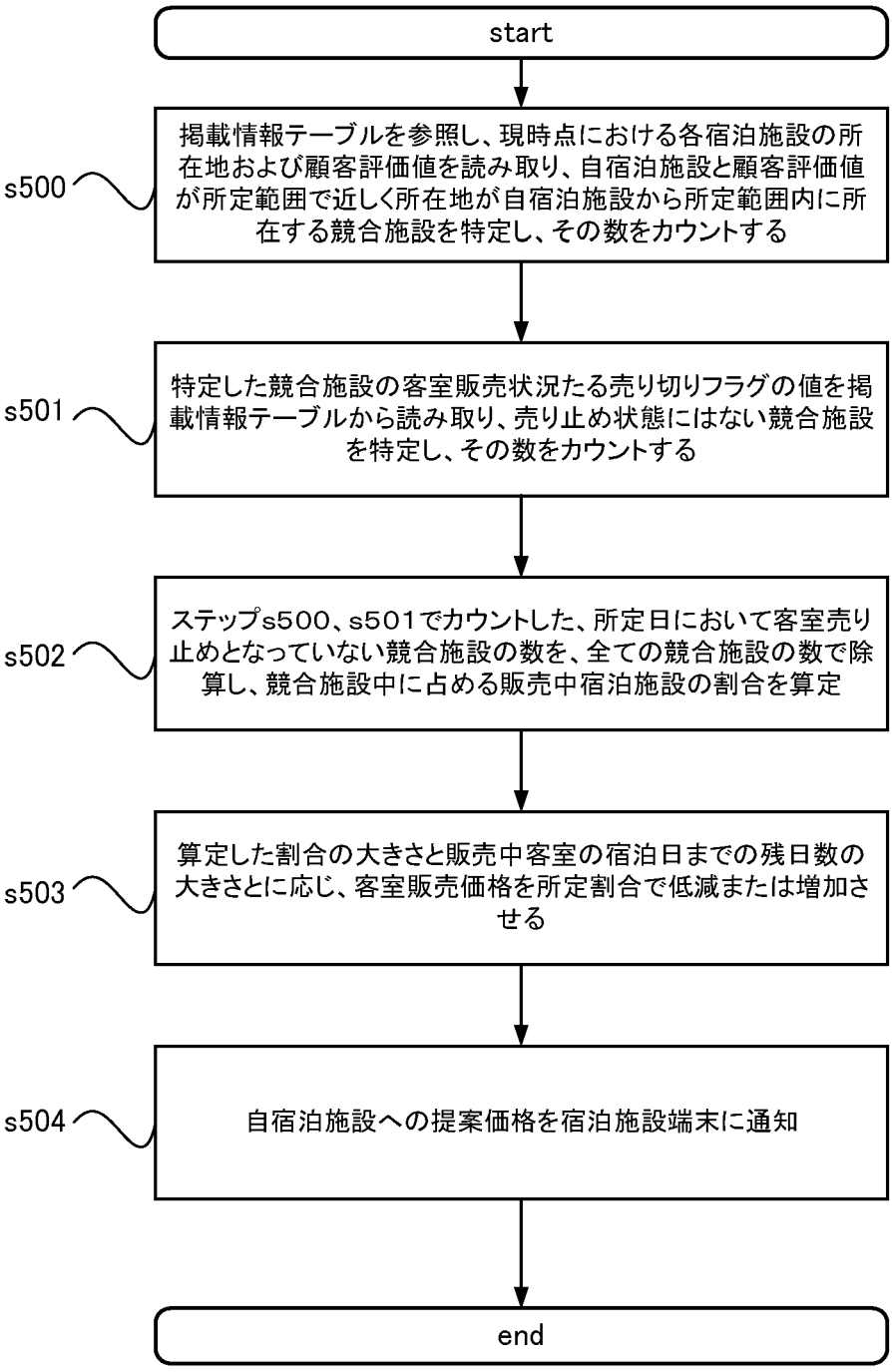
[図9]


start
s300
自宿泊施設の客室残が所定数以下となったことを検知
s301
検知時点における競合施設のうち自宿泊施設より顧客評価値が低い競合施設の顧客評価値と自宿泊施設の顧客評価値との乖離幅を算定
s302
乖離幅に応じ、該当ネットエージェントのWEBサイトにおける自宿泊施設または競合施設の客室販売価格を所定割合で上昇させた価格を、自宿泊施設への提案価格として算定
end

[図10]


start
s400
自宿泊施設における所定期間分の客室販売実績として、所定サービスを含む宿泊プランの販売実績を取得し、宿泊プラン販売実績テーブルに格納
s401
格納した販売実績に基づき、所定サービスを含む宿泊プランを、所定属性の顧客に対し、所定期間内に所定価格で販売出来た確率を算定
s402
販売予定の宿泊プランとターゲット顧客の各情報を宿泊施設端末から受け付け、属性にマッチする宿泊プランに関して算定した確率に基づき、当該確率が所定基準以上の宿泊プランとその販売価格を特定
s403
特定したプランの販売元宿泊施設の所在地と、指定宿泊施設の所在地とについて、価格優位性テーブルに基づき価格優位性の乖離幅と乖離方向を特定
s404
特定した乖離幅と乖離方向に応じ、該当宿泊プランの販売価格を、所定割合で上下させた価格を、指定宿泊施設での該当宿泊プランの提案価格として算定
s405
指定宿泊施設の宿泊施設端末に対し、算定した該当宿泊プランの提案価格を通知
end

[図11]


start
s500
掲載情報テーブルを参照し、現時点における各宿泊施設の所在地および顧客評価値を読み取り、自宿泊施設と顧客評価値が所定範囲で近しく所在地が自宿泊施設から所定範囲内に所在する競合施設を特定し、その数をカウントする
s501
特定した競合施設の客室販売状況たる売り切りフラグの値を掲載情報テーブルから読み取り、売り止め状態にはない競合施設を特定し、その数をカウントする
s502
ステップs500、s501でカウントした、所定日において客室売り止めとなっていない競合施設の数を、全ての競合施設の数で除算し、競合施設中に占める販売中宿泊施設の割合を算定
s503
算定した割合の大きさと販売中客室の宿泊日までの残日数の大きさとに応じ、客室販売価格を所定割合で低減または増加させる
s504
自宿泊施設への提案価格を宿泊施設端末に通知
end

[図12]

| 販売中施設の<br>割合:0% | 販売中施設の<br>割合:1～30% | 販売中施設の<br>割合:31～49% | 販売中施設の<br>割合:50%～ |
|---|---|---|---|
| 価格増減の割合:<br>＋40% | 残日数15日以上の場合<br>価格増減の割合:<br>＋10% | 残日数15日以上の場合<br>価格増減の割合:<br>0% | 残日数15日以上の場合<br>価格増減の割合:<br>0% |
| | 残日数4～14日の場合<br>価格増減の割合:<br>＋20% | 残日数4～14日の場合<br>価格増減の割合:<br>－10% | 残日数4～14日の場合<br>価格増減の割合:<br>－15% |
| | 残日数3日以内の場合<br>価格増減の割合:<br>＋40% | 残日数3日以内の場合<br>価格増減の割合:<br>－40% | 残日数3日以内の場合<br>価格増減の割合:<br>－40% |