

# Rate Parity

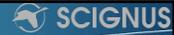


## What's Rate Parity



全ての流通チャネルにおいて  
**同じ商品**を**同じ価格**で提供する

## What's Rate Parity



背景・・・

**情報の検索・比較が容易になった**

## 消費者の心理



- ✓ デジタルネイティブは  
「損をしない」 為に情報検索を行う
- ✓ 後でより良い条件のプランを見つける  
→ 「損をした」  
→ 「騙された」という被害者意識に

What's Rate Parity

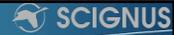


# 異なる 2つの目的



# ホテルの目的

## ホテル側の目的



# ブランドの維持・強化

- ✓ ゲストが選択したサイトを問わず、常に「安心」「信頼」を提供する

## ホテル側の目的



# ラグジュアリーブランドの取組み

# 世界統一価格



# OTAの目的

## OTA側の目的

**販売量の増大**  
**販売シェアの拡大**

# OTA側の目的

一番安いチャネルと同じ価格  
または、自身が最も安い価格

~~他の全てのチャネルと同じ価格~~

# Rate Parity Check

最安料金リスト

By Hotel

Room Type = Deluxe Double

サイト名	食事種別	10/18(水)	10/19(木)	10/20(金)	10/21(土)	10/22(日)	10/23(月)	10/24(火)
一休.com	食事なし	49,426	49,426	Close	Close	45,032	58,212	63,486
楽天トラベル	食事なし	49,426	49,426	Close	Close	45,032	58,212	63,486
じゃらん.net	食事なし	49,426	49,426	Close	Close	45,032	58,212	63,486
JTB	食事なし	27,000	27,000	Close	Close	27,000	27,000	32,400
Booking.com	食事なし	49,826	55,099	83,143	83,143	45,433	58,613	63,886
Expedia	食事なし	49,427	54,699	82,744	82,744	45,033	58,214	63,486
ANA@ホテル	食事なし	55,894	60,776	Close	Close	55,894	70,540	70,540
JALイーザーホテル	食事なし	54,918	54,918	Close	Close	50,036	64,682	79,082
近畿日本ツーリスト	食事なし	32,200	32,200	Close	Close	32,200	32,200	Close
日本旅行	食事なし	26,800	26,800	Close	Close	26,800	26,800	33,000
東武トップツアーズ	食事なし	29,600	29,600	Close	Close	29,600	29,600	44,800

# Rate Parity Check

SCIGNUS

Room Type = Deluxe City View Twin

By Channel
  By Hotel
  By Date
  ラベル固定
 Plan Information
  固定表示項目を選択して下さい

Hotel B	10/16(月)	10/17(火)	10/18(水)	10/19(木)	10/20(金)	10/21(土)	10/22(日)
一休.com	45,800	45,800	37,000	17,000	41,000	53,000	16,000
楽天トラベル	35,640	35,640	29,000	17,000	38,600	48,600	16,000
じゃらん.net	45,800	45,800	33,000	17,000	35,600	46,600	16,000
るるぶトラベル	50,800	48,800	31,800	17,000	35,600	48,600	16,000
Hotel Site	40,800	40,800	23,000	20,000	29,000	38,000	16,000
yoyaQ.com	45,800	45,800	23,760	17,000	48,800	55,800	19,000
JTB	Close	Close	17,000	17,000	24,800	37,200	16,000
Booking.com	Close	Close	Close	Close	49,600	Close	Close
Expedia	83,160	83,160	83,160	83,160	49,021	91,238	83,160
ANA@ホテル	Close	Close	Close	Close	49,600	Close	Close
近畿日本ツーリスト	Close	Close	18,000	18,000	23,000	37,200	18,000
日本旅行	Close	Close	20,000	20,000	24,400	38,200	20,000
東武トップツアーズ	Close	Close	23,800	23,800	29,400	43,200	23,800

# 自社HP vs OTA

SCIGNUS

## 圧倒的なマーケティング資金力

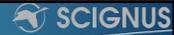
### 2016年 マーケティング・広告費

Priceline Group	35億ドル
Expedia	43億ドル

2015年	
Priceline Group	28億ドル
Expedia	34億ドル
Marriott	1億ドル

## 自社HP vs OTA



メディア上での露出力

# OTA vs Hotel

特定ブランドの指定率 全体の0.5%以下

Expedia発表

## 自社HP vs OTA



# 85%

メタサーチ/OTAで見つけたホテルHPへの来訪率

## 自社HP vs OTA



### ダイレクトブッキングを増やす

- ✓ クローズマーケット
  - ✓ ロイヤルティプログラムゲスト
  - ✓ 直接の電話予約、SNSフォロワー
- ✓ インセンティブ
  - ✓ OTA : STDTW = ¥20,000 → ¥15,000 (25%OFF)
  - ✓ 自社HP : STDTW = ¥17,000 (Wi-fi無料/駐車場無料等)
- ✓ 分かりやすく・使いやすい (アクセスしやすい) サイト
  - ✓ レスポンシブルデザイン (PC / タブレット / スマートフォン)
  - ✓ 複数言語対応、複数通貨対応 → ゲストへの安心感の提供
  - ✓ クリーンな予約プロセスを進められる分かりやすいページ構成

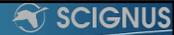
## 自社HP vs OTA



### 2016 Expedia Gross Booking Revenue



# 自社HP vs OTA 2016 Expedia



**100ドルの旅行商品を販売して  
得る利益は64セント**

Revenue			
Costs and expenses:			
Cost of revenue <sup>(1)</sup>			
Selling and marketing <sup>(1)</sup>			
Technology and content <sup>(1)</sup>	1,235,019	830,244	686,154
General and administrative <sup>(1)</sup>	678,292	573,913	425,373
Amortization of intangible assets	317,141	156,458	76,773
Impairment of intangible assets	34,890	7,207	2,842
Legal reserves, occupancy tax and other	26,498	(104,587)	41,539
Restructuring and related reorganization charges <sup>(1)</sup>	55,907	104,871	25,630
Operating income	461,702	413,566	517,764

総予約取扱高 (GBV)	724億3,200万ドル
営業売上	87億7,000万ドル
営業利益	4億6,170万ドル
営業利益/営業売上	5.3%
営業利益/GBV	0.64%

## まとめ



- ✓ Rate Parity は、誰の為に行っているのか？
- ✓ OTAはセールspartnerか？
  - ✓ 言葉、通貨、文化も違う国におけるセールスと予約受注
  - ✓ 新たな脅威（ビジネスモデル、テクノロジー）
- ✓ 自社の集客ポートフォリオを確認
  - ✓ 販売量のバランス、支払う手数料と送客から得る売上
- ✓ 料金を統一するのはホテル全体での覚悟と努力が必至
- ✓ コミッション簡単に値上げできない（OTAにも競争原理）
  - ✓ OTAは巨大でなければ生き残れない
  - ✓ TripAdvisorが低コミッションでOTAへ方向転換  
→ 株価の下落を招いた

**ありがとうございました**