



---

# INFORMATION

---



## 物価高騰・人手不足に耐えられるか？ 利益もしっかりと上げていきたい事業者様へ

長かったコロナ禍が明け、まさに盆と正月が一緒に来たような高稼働の日々を過ごされている施設も多い一方で、エリアの需要がそこまでない、固定費はどんどん上がっていて、実績は期待に届かず、利益は減少、という施設もあるようです。

また、インバウンドが好調なエリアが増えているものの、スキル保有人材が不足していたり、清掃をはじめとしてコロナ禍で絞った人員が補填しきれていなかったりと、人手不足に悩む施設のお声もいただきます。

どの業界であっても物価高騰・人手不足は経営に大きなインパクトを与える要素ですが、では宿泊業ではどのような対応が良いのか？といえますと、“**デジタル戦略**”がキーワードとなります。宿泊業はベテランスタッフを筆頭に、勘と経験によって支えられている会社が多い業界です。デジタル化・DXといった、生産性向上のための取り組みはもちろん、日々当たり前に行っているレベニューマネジメント・価格設定からも対策できることは多くあります。また運営視点で見ても、スキルに依存しない“**誰でもできる運営体制**”ができていないことは、ここから数年単位で経営の足かせになることは間違いありません。「人がいたらできるのに…」は大変もったいないことです。

そこでRevPAR最大化に向けたセミナーをご用意いたしました。デジタル戦略と言っても、単なるツールの導入・人手不足解消ではなく、経営戦略、業績向上に直結する内容となっております。過去にも開催しており、大変人気のセミナーでございます。デジタルテクノロジーの活用で、会社を新たな成長軌道に乗せたいとお考えの方はぜひご参加ください。

株式会社船井総合研究所

井筒 量子

# 客室単価を上げたら稼働率が上がる？利益最大化事例

宿泊業が抱える経営課題を、デジタルを活用して乗り切るためのノウハウや秘策をご紹介します。ご案内させていただいたセミナーでは、より詳しい内容についてご紹介いたします。



株式会社船井総合研究所  
リーダー 井筒 量子



大学を首席で卒業後、2016年に新卒で船井総合研究所に入社。経営コンサルタントとして自動車業界、サブスクリプションのスタートアップ・活性化支援に従事。2020年2月より事業開発領域を担当。宿泊業・ゴルフ場向けのレバニューマネジメントツール「ジャッジプライス」の事業責任者としてマーケティング、カスタマーサクセス等を担当している。

## 1 ADRを上げても稼働は上がる！

まずはとある2施設の実績をご紹介します。「客単価」「稼働率」「口コミ評価」と、どの指標を取ってもプラスの数値となっています。

@関東 40部屋	Before	After
客単価	43,767円	50,723円
稼働率	71.1%	87.2%
口コミ 評価	4.4	4.6

116% ↑  
122% ↑  
+0.2 ↑

@九州 20部屋	Before	After
客単価	33,575円	39,441円
稼働率	74.3%	89.2%
口コミ 評価	4.2	4.5

117% ↑  
120% ↑  
+0.3 ↑

## 2 自社の価格戦略はどのタイプ？



価格競争に巻き込まれ  
いずれ大手に負けてしまう(?)



売上最大化を狙う  
バランス型



ブランドが維持できるものの  
機会損失の可能性も大きい

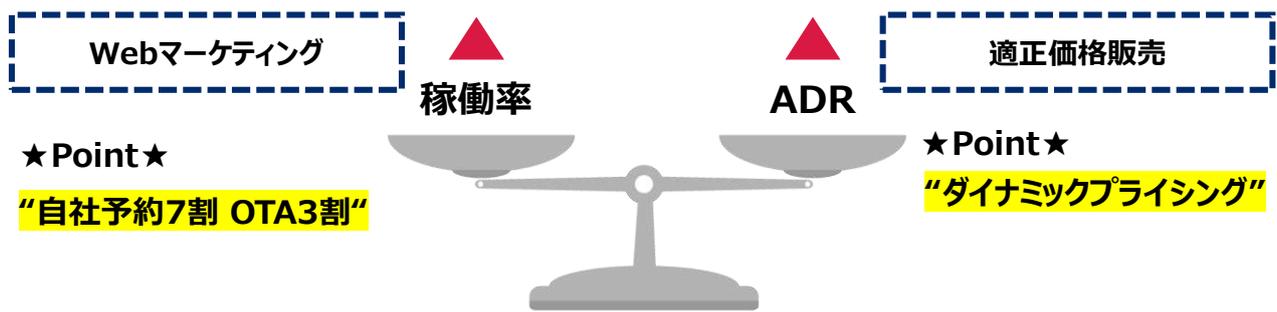
## 3 RevPARこそ最重要指標

少ない人員で最大の成果を出すために、押さえておきたい経営指標は「**RevPAR**」です。

RevPARは、**ADR（平均客室単価） × 稼働率**で算出できる指標です。本当の意味での**企業の稼ぐ力**を表す指標と言えます。

RevPARを上げるためには、**ADRと稼働率のバランスが重要**になります。ADRが上がっても、稼働率が下がってはダメですし、逆にADRを下げて稼働率を上げても、RevPARが上がらなければ意味がありません。また、稼働率を上げ過ぎると、人手が足りない施設では対応するスタッフがおらず、現場をまわしきれない事態になるかもしれません。では、**RevPARを最大化するための料金設定や適切な稼働率の考え方**はどうすればいいのでしょうか？

## 4 RevPARを最大化するための手法



## 5 自社予約最大化で稼働率UP&経営のコントロール範囲拡大

稼働率UPのポイントは**自社ホームページの質**です。皆さんの施設では、次のようなことはありませんか？

- スマホ対応していない古すぎ昭和デザイン
- 施設の魅力が伝わらない写真
- アレンジしまくりの独自レイアウト

⇒せっかくホームページまで来ていただいた方に安心してスムーズに予約していただくために、ぜひリニューアルをご検討ください。

また、経営のコントロール範囲という視点で見ますと、

- OTAに依存していて、どんどん上がる手数料で経営が圧迫されている
- 団体予約の構成比が高く低単価販売にとどまっている

⇒上記は、他者に経営の根幹を握られているのと同義です。自社予約比率を高める取り組みをいち早く進めていくことをオススメいたします。

## 6 自社の適正価格を把握する方法

皆さんの施設では、**いくらまで料金を上げると稼働率が止まってしまうか**、ご存知ですか？

- あるビジネスホテルでは、ADR4,800円を超えると稼働率が止まる
- ある旅館では、ADR40,000円を超えても稼働率は止まらず、従業員の士気も上がった

施設にはそれぞれ、限界まで上げられる料金が存在します。そこまでは、それほど稼働率に影響を与えずに料金を上げることができますが、そこを超えてしまうと、急に予約が入らなくなります。

このことを検証しようと思うと、複数の料金パターンを作り、予約の入り具合（稼働率）に応じて、価格を変動させてテストする必要がありました。しかし、これを実施しようと思うと、大変な手間と時間がかかります。

それを実現するのが、**レベニューマネジメント自動化ツール**です。

いきなり、料金の正解を出すのは難しいですが、稼働率に応じて料金を変動させることで、いくらまで料金を上げることができるのかが明確になり、稼働率を確保しながらADRを上げることができ、結果として、

**RevPARを最大化**することができます。

**デジタルを活用しながら、RevPARを最大化できる仕組みを導入し、少ない人員で最大の成果を出す体制を整えましょう。**

# 【宿泊業向け】脱・勘と経験！RevPARアップ戦略セミナー

お問い合わせNO.S116918

## ▶ このような方にオスス

✖ 固定費が上がっているため、積極的に**値上げを実施したいが、稼働が落ちないか不安**

- 意味のない安売りを防ぎ、稼働率だけでなく**RevPARを上げていきたい**
- 稼働率重視で行くか・単価重視で行くか、**価格戦略に迷いがある**
- **すでに人手不足**に瀕していて、最少人数で最大の成果を上げたい
- レベニューマネジメント担当者の**勘と経験に依存しない経営**を目指したい

### 第1講座

#### 宿泊業のための価格戦略

- これからの宿泊業経営で直面する3つのテーマ
- お客様が離れない値上げ術
- 業績好調ホテルの取り組み事例

株式会社船井総合研究所 プロダクトサービスチーム  
リーダー 井筒 量子



### 第2講座

#### 明日から実践いただきたいこと

- 勝ち残るホテル・旅館になるために欠かせない重要なポイント

株式会社船井総合研究所 事業部開発本部 セールスサポートグループ  
マネジメントパートナー 土井 弘美



### 開催日時

2024年 8月22日 (木)

2024年 8月23日 (金)

2024年 8月26日 (月)

2024年 8月27日 (火)

13:00～14:00 (ログイン開始：開始時刻30分前～)

### 開催方法

オンライン開催

### お申込み期日

銀行振込み : 開催日6日前まで  
クレジットカード : 開催日4日前まで  
※祝日や連休により変動する場合がございます

### 受講料

一般価格 税抜5,000円(税込5,500円) / 一名様

### 会員価格

税抜4,000円(税込4,400円) / 一名様

会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込みにご利用となります。

## お申込み方法



### 【QRコードからのお申込み】

右記QRコードからお申込みください。



### 【PCからのお申込み】

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/116918>

船井総研ホームページ (<https://www.funaisoken.co.jp>) に  
右上検索窓に「116918」をご入力し検索ください。



E-mail [seminar271@funaisoken.co.jp](mailto:seminar271@funaisoken.co.jp) TEL 0120-964-000 (平日9:30～17:30)

※よくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。  
※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。