

## 価格設定の検討事項 39 のチェック項目

〈課金対象者〉 … だれにお金を支払ってもらうのか

- スポットユーザー（その場限りの顧客）
- 会員
- 支援者（企業、行政） ※一部補助など
- 広告主

〈支払い回数〉 … 何回に分けて支払ってもらうのか

- 一括化
- 分割化
- 定期化（サブスクリプション）
- 一括+定期

〈所有権別形態〉 … 所有権はだれのものになるのか

- 譲渡（個人所有）
- シェア（共同保有）
- レンタル
- リース（第三者保有）

〈価格帯バリエーション〉 … 価格差の意味はなにか

- 機能別ロー・ミドル・ハイ（松・竹・梅）
- ブランド別ロー・ミドル・ハイ
- 均一・パッケージ
- オーダーメイド

〈流動価格決定要因〉 … 価格が決まる要因はなにか

- 従量課金
- 量り売り
- 入札・オークション
- ユーザー意思（支払いたいだけ）
- きまぐれ
- ランダム・サイコロ
- 特定条件（〇〇が勝利したら…）
- 気候条件
- 需給バランス（参考「スマート・プライシング」）

〈課金対象者別価格設定〉 … だれの価格を安くするか、あるいは高くするか

- 年齢区分（子供・大人・シニアなど）
- 性別区分（男性・女性・LGBT）
- 購入回数区分
- 購入金額区分

〈商品・サービス提供時期別価格設定〉 … 書き入れ時の価格をどうするか

- ピークシーズン・オフシーズン
- 曜日別（休日・平日）
- 予約割引
- 定期購入割引
- お待たせ割引

〈商品・サービス提供場所別価格設定〉 … 場所によって価格をどう変えるか

- 国内・国外
- マルチチャネル
- 販売場所・地理的条件

〈価格抑制法〉 … 絶対価格を抑えるにはどうするか

- 個数・容量調整（小分け、お得セット、増量）
- ノンフリル（余計なものを減らす）