

サンプルレンタカー様 価格 1ヶ月レポート

対象会社：サンプル社

分析対象：2026/05/01～2026/05/30（30日） / 価格：1日あたりJPY

30

分析日数

12

掲載モデル群

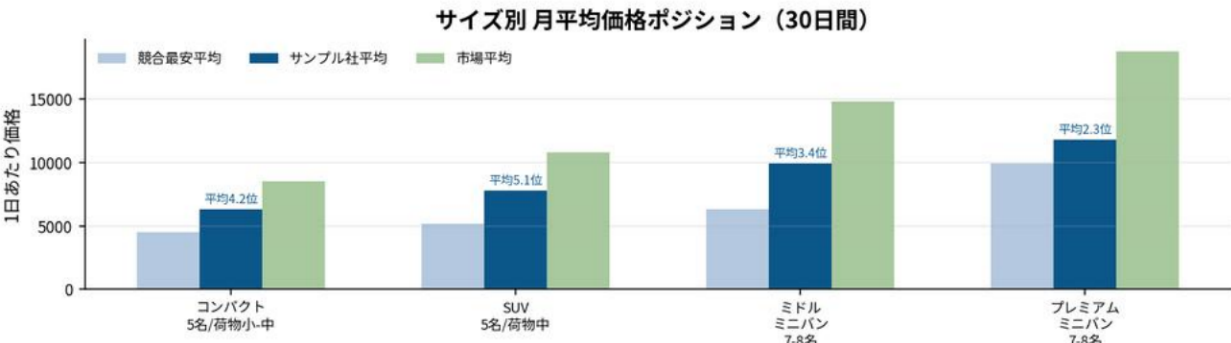
4.2

平均順位（サイズ別日別）

-30%

市場平均比（サンプル社が安い）

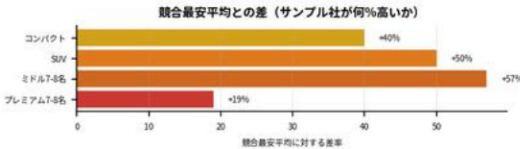
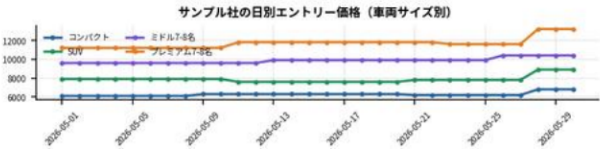
結論：このレポートはWEB掲載用のサンプルです。会社名・数値・車種名・提案内容はすべて架空です。価格競争力の見え方や、サイズ別の提案イメージを伝えるためのダミーデータを掲載しています。



サイズ別 月平均ポジション

サイズ区分	日数	サンプル社平均	競合最安平均	最安比	平均順位	最安日	判断
コンパクト 5名/荷物小-中	30日	¥6,300	¥4,500	+40%	4.2位 / 22.0社	0日	中位上、維持可
SUV 5名/荷物中	30日	¥7,800	¥5,200	+50%	5.1位 / 18.4社	0日	最安との差に注意
ミドルミニバン 7-8名	30日	¥9,900	¥6,300	+57%	3.4位 / 16.8社	2日	強い。値上げ余地あり
プレミアムミニバン 7-8名	30日	¥11,800	¥9,900	+19%	2.3位 / 11.4社	4日	強い。主力利益源

算出方法：車名から定員/荷物目安のサイズ区分に分類し、日別・会社別にそのサイズで最も安い掲載価格を代表値として比較。市場平均は同サイズ内の会社別代表価格の平均。



顧客は「クラス名」よりも、定員・荷物・雪道/アウトドア適性で車を選びます。

掲載車両のサイズ確認と価格上の見え方

区分	車名	定員	荷物目安・用途	価格提案
コンパクト	ヤリス / フィット / ノート / MAZDA2	5名	2〜3名旅行向け。機内持込2〜3個+小型荷物が目安。	入口価格として見られやすい。価格順対策をするならこの帯を優先。弱い日だけ調整。
SUV	ライズ / ヤリスクロス / CX-50	5名	3〜4個の荷物、長距離・雪道・アウトドア向け。	価格順では不利。SUV・荷物量・快適性を説明し、閑散日のみ調整。
ミドルミニバン	セレナ / ステップワゴン級	7〜8名	家族・送迎向け。4〜5個荷物目安。	コンパクトミニバン級と混同されると不利。「8名・荷物4個級」を前面表示。
プレミアムミニバン	アルファード級 / ヴェルファイア級	7〜8名	大人数+大型荷物。送迎・VIP・高級需要向け。	サンプル社の強み。入口車両と上位車両を分け、週末・繁忙日は段階値上げ余地。

車両の定員・荷室は実際の提案資料ではメーカー公式/FAQなどで確認する想定です。ここではWEB掲載用サンプルのため、架空の説明文を掲載しています。

実行提案

1. 価格順対策

コンパクト・SUVは代表車種だけを弱い日付で¥300〜800調整する想定。

2. ミニバンは利益改善

週末・ピーク日は段階値上げテスト。上位表示と利益のバランスを見る。

3. 大型ミニバンは説明勝負

「7/8名・4WD・大荷物向け」などの価値訴求を前面に出す。

4. SUVは価値説明

価格だけではなく、雪道・長距離・荷物量・快適性を先に見せる。

5. 掲載テキスト

クラス名の前に「定員・スーツケース目安」を先に表示する。例：5名/機内持込2〜3個、8名/荷物4〜5個。

価格レンジの目安

守る価格

コンパクト入口：¥5,400〜6,200。市場平均より十分安い想定。

上げる価格

ミニバン：週末/ピークで段階値上げをテスト。

説明する価格

大型ミニバン/SUV：価格より「用途」を見せて納得を作る。

注意事項

項目	注意	運用方法
比較単位	同じ価格でも、完全に同一車両ではない場合がある。	検索順位と利益のバランスを見る。
在庫/需要	サンプル資料のため予約数・成約率は含まれていない。	実運用では価格+自社予約率を合わせて判断。
掲載文	クラス名だけでは顧客が荷物を判断できない。	各車両に「定員・スーツケース目安・用途」を入れる。

次の一手：このサンプルは、実際のレポートをWEBで紹介するためのダウンロード用見本です。実案件では会社名・数値・車種を実データに差し替えて納品します。