

導入で差が出る 「レストラン予約システム」の夜明け

2014年はレストラン予約システムに関するさまざまな商品が展開された。特に、ITベンチャーなどの存在がその発展に大きく寄与しそうだ。ITの力を用いれば、煩雑な受注業務を改善できるだけでなく、その次の管理・分析など深みのある業務が実現できる。そこで、ホテルの宿泊予約システム同様に、レストランにおいても予約システムを導入した事例や「需要喚起」につなげた繁盛店での成功談と課題を交えながら、「レストラン予約システム」について考えていく。

企画・本誌 武田雅樹

構成・取材・本誌 森下智美 文(一部)石沢嘉次、高澤豊希、望月俊宏



レストラン予約画面。上段左から「ホテル横浜ベイシェラトン」「ホテルグランパシフィック LE DAIBA」「ロイヤルパークホテル」「ヒルトン東京ベイ」「俺のフレンチ・イタリアン AOYAMA」のほか、媒体として「ぐるなび外国語版」、ホテル内レストランにも強い「一休 .com レストラン」



TABLE OF CONTENTS

- 総論 52
ITによる省力化だけでなく、より高いサービスや売り上げ分析までも実現する「レストラン予約システム」を活用すべし
- Case Study 54
 - ①ユニコーン×ホテル横浜ベイシェラトン
 - ②ユニコーン×ホテルグランパシフィック LE DAIBA
 - ③オープンテーブル×ロイヤルパークホテル
 - ④オープンテーブル×ヒルトン東京ベイ
 - ⑤トレタ×俺のフレンチ・イタリアン AOYAMA
- ヒアリングレポート 61
「レストラン予約システム」各社の特徴を把握し、自社で活用するための指針を探る
(株)ユニコーン、オープンテーブル(株)、(株)トレタ、NEC(日本電気株式会社)、
(株)タップ、(株)エスキュービズム・テクノロジー、(株)VESPER、(株)エビソル、
In vogue (株)、(株)エス・ワイ・エス、(株)H&Rソリューションズ

総論

ITによる省力化だけではない、 より高いサービスや売り上げ分析までも実現する 「レストラン予約システム」を活用すべし



グルメの口コミサイトである「食べログ」にも予約機能が備わった

宿泊予約のように必要とされる 「レストラン」予約販売

1996年日本のマーケットに、OTA (Online Travel Agent) が誕生し始めたのを契機に宿泊予約の在り方は大きく変容した。長らく、リアル店舗の旅行代理店がハンドリングする形で行なわれてきた宿泊の販売方法は、ITの登場によってその仕組みが崩壊。従来の予約方法にネット予約が加わることで、客室や料金の管理をするための新しいシステムが必要になり、さらに外資系OTAの参入によって、日本の宿泊施設を販売する市場は一気に広がった。2005年「楽天トラベル」に買収された、宿泊予約サイト「旅の窓口」の登場(96年)から、「じゃらん.net」「一休.com」と2000年までに各種登場しては淘汰されつつも現在、日本の宿泊予約市場においてネット販売はほぼ100%可能となって

時や場所を問わずにできるネット予約は、スマホの普及に伴って、いまや生活に浸透していると言っても良いだろう。ネット予約ができる店舗はホテル・旅館・レストランはもちろんのこと、美容室、ネイルサロン、歯科医など、業種や企業規模にかかわらず広く導入されている。近年では、予約時に得た顧客情報を「顧客管理」「マーケティング分析」「売り上げ管理」などに活用したい店舗側のニーズも浮上。それらに応じた新しい商品や企業がこの分野にも参入している。ここでは、宿泊予約システムに比べて、黎明期とも言えるレストラン予約システムを自社に導入するための情報として、各社の商品特徴や導入事例を中心に紹介する。

いる。そして、その流れになぞらえて次に制すべき市場と言われているのが「レストラン」だ。14年上半期後半から、新たにレストランの予約システムの提案が各社始まっている。

需要喚起につながる 持続的なプッシュ型セールス

宿泊予約サイトの一休.comは、2006年にレストラン版「一休.com レストラン」を開設した。現在、同サイトの契約施設数は3000店。うち予約数で4割がホテル内レストラン、6割がファインダイニングで、カテゴリーは小誌の読者層と重なる部分が多い。同社取締役レストラン事業本部長 浅井慶三氏によると、日本だけでなくレストランのネット予約市場はまだ黎明期で、かつて宿泊予約市場が発展してきたように徐々にその需要は高まっているという。予約サイトや自社サイト問わず、「ここ1~2年のうちにレストランもネット予約ができるかどうかで、その店舗の営業力が大きく

変化する」と予測する。それは単に集客窓口の拡大としてだけでなく、近い将来、売り方がコントロールできる時代が訪れるという。つまり「宿泊のイールドマネジメントのように、時期とタイミングによって価格が変動する販売方法をレストランで行なうことも不可能ではないと思っています。食材には原価があるので下限はありますから、そうなれば比較的受け身になりますが、なかなかレストランの運営スタイルは劇的に変わるでしょう」。宿泊同様、予約によって事前に来店予測ができることは、レストラン運営においても大きなメリットになるはずだ。そして、何よりも「行く予定がなかった人に、需要喚起となる商品造成ができるのもネット販売の優位性とも言えるでしょう」。

予約システムの新たな切り口 レストラン市場は戦国時代

ホテルにおける宿泊が占める利益や投資に比べて、ホテル内レストラン

の利益はさほど大きくない。 そうした背景から、宿泊に関するシステムの導入のように、レストランに関しては積極的に投資をする節はなかった。そこで、一休.com レストランでは、予約エンジンの提供を無料（総客手数料も無料）で行なっている。

「当社のようなエージェントを介した予約だけでなく、店舗側が自社サイトで予約を受けられないまでは、結局のところネットによるレストラン予約市場は拡大しない。すぐに投資ができる店舗などは無料エンジンを使用してみるケースが多く、ユーザーはホテル内レストランも少なくない」と浅井氏は言う。同社の収益は、一休.com レストランのサイト経由で入った予約の手数料だが、前出のネット予約を可能にする入り口として予約エンジンを無償提供しても、それ以上の機能に対応していくつもりは今後もないと言った。

現在、あまたあるレストランサイトにおいて、予約の必要性が高い=比較的アッパーな店舗を一番有しているのが同社の特徴でもあるが、そんな同社から見て「レストラン予約」という点で言えば、日本での伸びしろは十分あると考えているという。引き続き、国内での展開に注力していく構えだ。

一方、ぐるなびでは 2004 年から開始している「ぐるなび外国語版」を 15 年 1 月 19 日より、大幅リニューアルした。近年、急速に増加するインバウンド数を受け、訪日前に日本での飲食情報を積極的に提供していくとしている。7 言語（英語・韓国語・繁体語・簡体語・インドネシア語・マレーシア語・タイ語）に対応しており、契約店舗数は 6 万 5000 店でトリップアドバイザーとも連携している。同社に

よると「ここ 1 年は、対前年比 180% 程度で推移している。特に昨年はタイなどの東南アジア諸国からのアクセスが 400% アップした月もあった」という。サイトユーザーを国別でみると台湾、香港、中国と東アジアが上位を占めており、これらは国別インバウンド数の上位ともほぼリンクする。今後、インバウンド数の増加とともに“訪日前にレストラン予約”は定着していくだろう。

求められるさまざまな機能 顧客情報の一元化や売り上げ管理

レストラン予約システムの機能には大きく分けて三つ。一つは、予約（席管理・顧客情報管理）、二つ目にはメニューごとに販売を可能にする管理ができる POS 連動型（売り上げ管理）、三つ目が入客数に対する人件費などを連動させたコスト管理（人員管理）となる。また、店舗側がレストラン予約システムを導入する動機は、立地や規模、価格帯（接待需要の有無）などによって大きく異なる。

例えば、街場の飲食店ならば、手書きの台帳での受注管理業務の改善策として、「席を確保する」「予約客のニーズをデータ化する」「変更の更新を容易にする」といった機能を希望するケースが多い。受注情報の管理だけでなく、店舗内で共有することでミスや予約客とのトラブルを防ぐことができる。中にはミシュランの星付きレストランが、海外からの予約も受注するために外資系のシステムを導入するケースもある。幅広い言語に対応という点が他社との大きな違いで、外資系のホテル内レストランで比較的多く採用されているとも聞く。

またホテル内レストランでの導入に際し、寄せられるニーズの多くは「情報の一元化」だ。ホテルはレストラン以外にも、客室（宿泊）や宴会場のほか、スパやフィットネスなどを含めると館内に利用する施設が複数あることから、それぞれで収集した顧客情報を一元化することで「利用属性分析」などのマーケティングほか、「需要喚起」となる企画・営業力や「VIP サービス」といった接客力の向上が図れるからだ。ただし、そうしたマネジメントニーズとはうらはらに、高離職率や IT リテラシーが低いといったサービス業界が抱える問題などから、導入が進まなかったと言われている。奇しくも、2020 年開催の東京五輪が決まり、円安やビザの緩和などが追い風となってインバウンド数が着実に伸びている中、ホテルや飲食業のようなサービス業では年々、深刻な人員不足に悩まされている。

だからこそ、システムの導入によって IT 化できる業務を省力化することで、人にしかできない接客やそのほかの業務を今まで以上に強化できるはずだ。人が人をもてなすサービス業界にとっても、今後を生き抜くための“必要な変化”なのかもしれない。



ユーザビリティーを追求し、分厚いマニュアル書をなくしたタブレット型の「Toreta」は、グッドデザイン賞を受賞している

Case Study 1 ReCS

システムの導入で業務改善を実現。 スタッフのスキルアップでさらなるステージへ

横浜ベイシェラトン ホテル&タワーズ

日本有数の都市横浜の玄関口、横浜駅の西口から徒歩1分にある横浜ベイシェラトン ホテル&タワーズは、地下から駅に直結という絶好のロケーションを誇り、宿泊のみならず、レストラン部門の利用・問い合わせは、横浜でも1、2位を争う人気となっている。そんな同ホテルのレストラン部門を支えているのが、(株)ユニコーンのレストラン予約顧客管理システム「ReCS」だ。

〈取材協力〉
横浜ベイシェラトン ホテル&タワーズ
<http://www.yokohamabay-sheraton.co.jp/>

〈お問い合わせ先〉
株式会社ユニコーン
東京営業本部 ☎ 03-6808-1237
大阪本社 ☎ 06-6943-4560
<http://www.atlantis21.co.jp/>

将来を考えて新たなシステムを導入

古い港町の風情を今に残し、中華街を始め、多くの観光スポットを抱えるだけでなく、国際的なビジネスの拠点としての顔も併せもつ横浜。横浜ベイシェラトン ホテル&タワーズは、日本有数のビッグターミナル横浜駅の西口正面に1998年オープンした。地下から駅に直結するという便利さから、観光やビジネスの拠点としてはもちろん、宴会等の催事でも抜群の人気を誇っている。そして、そんな同施設のレストラン部門を支えているのが、ユニコーンのレストラン予約顧客管理システム「ReCS」だ。

「実は元々調理部門の出身で、コンピュータにまったく強い方ではなかったんです」と今回のシステム導入を担



オールディブッフェ「コンパス」
横浜ベイシェラトン ホテル&タワーズでも屈指の人気を誇るレストラン。多彩なメニューで大人から子供まで楽しめる

当した料飲部FBオフィスアシスタンスマネージャーの川野秀幸氏は笑いながら当時を振り返る。

「当時導入を検討していたシステムが、当社の運営にそぐわなかった。例えば、入力内容を途中で変更するだけでも、最初から入力をし直さなければならないなど、電話で予約の応対しながらそんなことできるわけがない。かといってこれからの予約管理にはシステムは必要不可欠。そこで3年前に導入予定だったシステムを取り止めて、新システムの導入を上申し、他の施設の状況や各システムの評判などをヒアリングするなど、独自に情報収集を行い、たどり着いたのがユ

ニコーンのレストラン予約顧客管理システム「ReCS」でした。当然、予定していた事業計画からは遅れる形となりましたが、再検討する事を選びました」(川野氏)

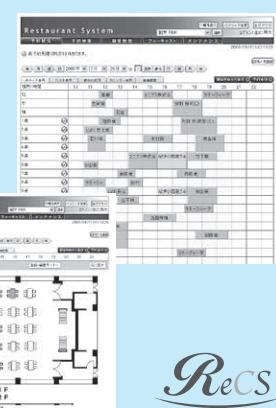
一昔前のホテルシステムはシステムありきで、現場がそれに合わせて業務内容を変更して作業するという逆転現象が起こるケース多かったと聞く。川野氏は将来を見据え、悪しき流れを断ち切るべく新たなチャレンジをしたというわけだ。

「ユニコーンの「ReCS」は、これまでの導入実績はもちろん、日本のホテル・レストラン業務を熟知して設計された機能とシステムの使いやすさが魅力

ReCS(レストラン予約顧客管理システム)とは

ユニコーンがレストランの予約、顧客管理に必要な機能を網羅した主にホテルの館内、あるいはホテル運営関連の館外レストラン向けの予約および顧客管理システム。

レストランの予約業務の流れをきちんと理解し、設計されたシステム構成やインターフェイスと、柔軟なカスタマイズによる対応で、真の意味でのソリューションを提供してくれる。



ReCS

でした。こちらの要望に対してもフレキシブルに対応、カスタマイズしてくれました。特にインターフェイス画面のコマンド表示が日本語なので、ある程度パソコンになれば、ストレスなく使えるので、導入に時間がかかるのも本当にありがとうございます」(川野氏)

システムを活かすのは それを使うスタッフ

横浜ベイシェラトン ホテル&タワーズでは、7つのレストラン・バーがあるが、バー「ベイ・ウエスト」日本料理「木の花」を除く5店舗で現在ユニコーンの「ReCS」が稼働中だ。まず2013年の11月に人気のビュッフェレストランオールディブッフェ「コンパス」からスタートし、2014年5月にはロビーラウンジ「シーウインド」(Sweets Paradeのみ)、6月には中国料理「彩龍」、さらに9月スカイラウンジ「ベイ・ビュー」と鉄板焼「さがみ」と順調に導入が進み、残る日本料理「木の花」についても、導入予定だが、他の店舗と比べ、予約対応の難しさもあり、条件が整い次第進めていきたいという。

「今回のシステム導入と同時に、予約センターを立ち上げ、予約の一元管理ができる体制を整えました。現在では、この予約専用ダイヤルの認知度も上がり、昨年12月の予約センターへの着信件数が約6,000件と、一昨年の12月の着信件数に対して約2.7倍となりました。人気のオールディブッフェ「コンパス」については、12月単月の売上が過去最高となり、一元管理したことへのメリットも出て来た。ホテルのレストラン予約の場合、店舗ごとに、キャンペーンの内容からサービスの内容までそれこそ月単位で変わってきます。それを理解したス

タッフが揃っているので、予約のみの問い合わせの場合1本当たり1分40秒ほどという効率の良い応対を実現しています。しかし、そんなスキルを持ったスタッフでさえ、日本料理の場合、事前にお伺いする内容も多く、1本当たり5分くらいかかるてしまうだろう。その辺りのスキルアップができないと、せっかくのシステムが活かせないと考えています」と川野氏はシステムの運営に関する難しさを語る。

「例えば、とあるレストランで3名様の予約を4名用テーブルで入力していくとします。その後予約が5名様となりテーブルのやりくりが必要な状況で、5名様になったからといってシステムが自動的に条件に合う近くのテーブルを押えるように動いてくれる事は現状絶対にありません。システムはスタッフが使いこなしてこそ力を発揮するわけで、システムの導入と同時に、スタッフの更なるスキルアップを図っていきたいと考えています」(川野氏)

「止められない」システムが 「止まらない」という事実

実際の業務での「ReCS」について尋ねてみると、川野氏は開口一番「導入して2年以上経ちますが、不具合がほとんどないというのが何よりです」と話す。

「レストラン部門に限らず、ホテルのシステムは決して止まることが許されない安定性が求められます。とはいって、実際に他の施設の話を聞くと、何らかの不具合が起きてシステムが一時ストップするという事例を経験しているそうです。にも拘らず、ユニコーンの「ReCS」ではシステム的なトラブルがほとんどありません。一度他のシステムとのデータ受け渡しの際にエラーがあった時も、すぐ



料飲部 FB オフィス
アシスタントマネージャー
川野秀幸氏
システムやスタッフだけでなく、自身のスキルアップにも積極的に取り組む

に原因を特定し、対応してもらい、わずか30分で復旧しました。この対応の速さと問題解決力の高さに正直びっくりしました」とシステムの安定性と万が一の時のユニコーンの対応力を高く評価する。

「ReCS」という心強いパートナーを得て、次なる目標について尋ねると、「まずは全店舗での「ReCS」導入を実現すること。また、Webからの取り込み強化です。導入当初よりWebからの予約をダイレクトにシステムに取り込み、管理できるように設計し、当初の3倍程度にまでオンライン予約が伸びています。月間の受注が1000件を超えるレストランも。今後もスマートフォンなどからのオンライン予約・販売はさらに拡大していくことが予想されますので、このシステムを有効利用し、自社販売の拡大につながるような取り組みに繋げていきたいと考えています」と語ってくれた。川野氏のチャレンジはまだまだ続く。

Case Study 2 ReCS

何よりもお客様のことを第一に考えた システムづくりを目指す

ホテル グランパシフィック LE DAIBA

東京の観光スポットとして、また 2020 年のオリンピック・パラリンピックのメイン会場として注目を集めている東京臨海副都心。その中心である台場地区の顔ともいえるのが、ホテルグランパシフィック LE DAIBA。1998 年の開業当初から(株)ユニコーンのシステムを導入し、バージョンアップを重ね、2011 年に満を持してレストラン予約顧客管理システム「ReCS」を導入した。

〈取材協力〉
ホテル グランパシフィック LE DAIBA
<http://www.grandpacific.jp/>

〈お問い合わせ先〉
株式会社ユニコーン
東京営業本部 ☎ 03-6808-1237
大阪本社 ☎ 06-6943-4560
<http://www.atlantis21.co.jp/>

予想以上にスムーズに進んだ システム導入

ホテル グランパシフィック LE DAIBA はゆりかもめ台場駅に直結し、臨海副都心内では建物規模・客室数ともに最大の規模を誇る、京急電鉄ホテルグループのフラグシップホテル。同施設のレストラン部門は、東京の観光スポットとしてすっかり定着した感のある同地区でも安定した人気を博している。

同ホテルとユニコーンとの出会いもまた古く、1998 年の開業当初より同社の婚礼・宴会システム「BV Manager」をいち早く導入するなど、同社に対する信頼は厚かった。そんな同ホテルのレストラン部門にユニコーンのレストラン予約顧客管理シ

ステム「ReCS」が導入されたのは、2011 年のことだった。

「システム化に際して、まず銀座の外部店舗を含めたレストランごとの予約の管理と、エージェント経由の団体予約の管理の、おおまかに 2 つのフェイズに分けて順次導入していく形をとりました。4 月にまず店舗ごとにシステムを導入し、その運用に慣れた 10 月から引き続き団体予約の管理にも導入していきました。おかげさまで順調に稼働し、2014 年には POS 連動も実現しました」と語るのは、レストラン部門のシステム導入に携わった、営業企画部長兼料飲部 部長の内藤亮一氏。

「それ以前に、品川のホテルパシフィック東京(2010 年閉館)でユニコーンの宴会システム「BV Manager」で実際に同社のクオリティの高さを体感していたので、宴会予約と似たようなプロセスを踏むレストラン予約に関して同社のシステムなら間違いないだろうと思っていました」と内藤氏は当時を振り返る。

「もちろん他社のシステムも調査および比較、検討はしました。でも結果はやはりユニコーンの「ReCS」でした」

と語る。

「当ホテルでは、広東料理「樓蘭」の外部店舗も一緒に管理しなければならないという、他のホテルと少し違う事情もあり、ブラウザでアクセスできるという点も大きな要因でした。また、こういったシステムは入れたら終わりではなく、実際のオペレーションに乗せて、そこで出てきた不具合を修正して、徐々にシステムとしての完成度を高めていくものだと考えています。その修正の時間をいかに短くしていくかが一番のポイントで、その意味ではユニコーンは最高のパートナーでした」と内藤氏は同社への高い評価を惜しまない。

「実際の現場にとって、紙からコンピュータ入力への切り替えというのは、本当に負荷のかかるものでした。現場も含め試行錯誤を繰り返して、お互いにオペレーションを検討し合い、シームレスかつタイムリーに修正・対応してもらったので、本当にスムーズなシステム導入ができました」(内藤氏)

システム導入が「システムありき」な導入にならない、成功の陰にはユニコーンありといったところか。



広東料理「樓蘭」
伝統の広東料理と飲茶を楽しめる人気店。銀座にあるホテル外店舗も好評だ。

お客様の満足度アップが 最重要ポイント

今回のシステム導入に関して内藤氏が特にこだわった点というのは、「レスポンス」だという。

「紙とシステム入力の一番の差は、反応時間、レスポンスだと思っています。反応時間の差は、こちらの対応時間の差に、ひいてはお客様をお待たせするという時間に転化して、結果、顧客満足度を下げ、大切なお客様を失うことにつながりかねません。システムのレスポンスを早くしろというのは、ある意味最も厳しい要求だったかもしれません」と内藤氏は語る。

「具体的にはブラウザでのアクセスや次画面へ切り替え時の反応はもちろん、レストランの受付で、お客様の来店時に予約チェックをする際、当初は1予約に対して2段で情報が表示されていて、非常に見にくく、探すのに時間がかかりました。それを1段に集約し、必要十分な情報のみを表示し、詳細情報は必要に応じて表示する形式に変えるといった工夫で、時短や使い勝手を向上させていきました」

現在、同ホテルでは店舗ごとに予約を受け、「ReCS」に入力していくという運用スタイルをとっているが、これもお客様の満足度と大きく関わっているとのことだ。

「こういったシステムを導入した際に、予約センターで一括管理をするのがいいのか、店ごとに予約を受けるのがいいのか、一長一短があると思いますが、個々のお客様の満足度を考慮して、お客様の顔を思い浮かべな

がら、きめ細かな対応ができる現在のような運用が現時点ではベターだと考えています」(内藤氏)

「システム導入の結果、データ共有が可能になり、館内のどこからでもレストランの予約情報が一目で把握できるようになったのは重要だと思います。例えば大切なVIP顧客のレストラン利用情報なども、レストラン側が連絡を忘れても、各担当者がシステム画面を見ればもなく把握・対応ができます。つまりシステムはもはや情報管理だけでなく、お客様の満足度を高める重要なツールになっているのです」と同氏はその効果のほどを語る。

予約管理システムのその先へ

では、常にお客様の満足度アップを考えたホスピタリティを軸にして、システムの次なる展開を目論む内藤氏が次に狙うものは何だろうか。

「予約システムで蓄積した情報をもつと顧客サービスにつなげることができるのはと思っています。

例えば、レストランの予約時にコースなどメニューがわかつていたら、調理の指示伝票をアウトプットまでできたらと考えています。お客様が食べたメニューの履歴までが残ることになり、好き嫌いの情報や、前回と違うメニューを提供するよう配慮するなど、よりきめ細かな対応が可能になります。POSでも可能だとは思いますが、金額ベースでデータをソートするため、アラカルトではなく、コースなどで料理を注文された場合は、メニューの詳細が履歴として残らない。現在のシステムではなかなか難しいと



営業企画部長 兼 料飲部 部長
内藤 亮一氏
早くからシステムによる顧客データの一元管理に注目し、独自のプログラムを構築した経験も。

は思いますが、ユニコーンならきっと新たなソリューションを提供してくれるのでは」と内藤氏は期待を隠さない。今後も同ホテルのシステム動向に注目したい。

ReCS

(レストラン予約顧客管理システム)とは
ユニコーンがレストランの予約、顧客管理に必要な機能を網羅した主にホテルの館内、あるいはホテル運営関連の館外レストラン向けの予約および顧客管理システム。

レストランの予約業務の流れをきちんと理解し、設計されたシステム構成やインターフェイスと、柔軟なカスタマイズによる対応で、真の意味でのソリューションを提供してくれる。

Case Study 3 オープンテーブル

システムの導入でレストラン予約を効率良く取り込み、 売り上げアップを実現

ロイヤルパークホテル（東京都中央区）



左より料飲部長 秋元紳一郎氏、レストラン予約マネージャー坂路 誠氏

専任の部署を立ち上げ 予約の取り漏れをなくす

ロイヤルパークホテルは、東京・日本橋のビジネス街に立地するシティホテル。近隣には水天宮もあり、ビジネス、接待需要に加え、願掛け、お参り、七五三などのお祝い時に利用する料飲需要も多いのが特徴だ。明確な利用目的をもって来館する顧客が多いだけに、時間帯や店舗に予約が集中する。そこで効率良い予約受注が重要と考えた同ホテルでは、昨年5月26日にレストランの予約システム「オープンテーブル」を導入した。その経緯について秋元紳一郎料飲部長は次のように語る。

「それまでレストランの予約は直接店舗

ロイヤルパークホテルの料飲部では昨年、レストランの予約体制を大幅に変更した。新部署を立ち上げるとともに新たな予約システムを導入することで売り上げ増を達成したのだ。その経緯と新体制について同ホテルの秋元紳一郎料飲部長と坂路誠レストラン予約マネージャーに聞いた。

〈お問い合わせ先〉
株式会社オープンテーブル
東京都渋谷区千駄ヶ谷3-59-4
☎ 03-5786-1171（代）
<http://www.opentable.jp>

ごとに行なっていました。営業時間中だとサービスの傍らに予約を受けることになります。問い合わせの時間に、10分～20分を費やすことも多く、その間電話がつながりにくくなるため、ほかの電話予約やあるいは来店客のご案内に時間を要してしまうなどの課題を抱えており、機会損失による取り漏れがあることが判明しました。その対応策として専任のレストラン予約の担当者を設けることになったのです」

「レストラン予約課」の新設を機に、新たなレストラン予約システムの導入も検討されたという。

「新たな予約システムの導入に当たっては2013年の秋ごろから検討を始め、2014年2月にオープンテーブルの予約システム導入を決定しました。決定の理由としては、チェーンホテルであるロイヤルパークホテルザ汐留で先行導入していたので、システムのメリットが分かっていたことも大きかったです」（秋元氏）。

着実に増えるレストラン利用の オンライン予約に注目

新システム導入の効果はすぐに表れたと坂路誠レストラン予約マネージャーは話す。

「一つの部署で予約を統括しているの

で、顧客が希望するレストランが満席でも別店舗をお勧めすることができます。七五三の時期は日本料理店の個室が最初に埋まり、その後はお断りするケースもありましたが、新システム導入後は中国料理や鉄板焼きの個室を提案して振り替えることが可能になりました。この期間中だけでも導入前に比べると約15%の収入増に結び付いています」

また、オープンテーブルはオンライン予約もでき、即座に予約が確定する利便性を重視する個人客の利用も増加しているそうだ。

「15分前まで予約可能なので、利用当日にオンラインで席を予約してから来店されるケースも増えました。集客数はネットと電話予約を合わせて前年比約10%アップという状況です」（坂路氏）。

「オープンテーブル導入以降の半年間の売り上げは前年度と比較したところ、増収の結果となりました。さらに店舗で予約を受ける作業がなくなつたため、来店客へのご案内やサービスに注力できるようになったという声が聞かれます」（秋元氏）。

今後は各レストランのメニュー情報など、顧客からの問い合わせに即時に対応できるレストラン予約課の持つ情報量が要になると考える。さらにデータベースを活用したマーケティング分析や販促にも取り組んでいくという。

Case Study 4 オープンテーブル

新しいシステムへスムーズに移行 お客さま、スタッフ双方に便利な存在に

ヒルトン東京ベイ(千葉県浦安市)



中国料理「王朝」支配人 岩瀬正彦氏

定休日制導入に伴い 予約システムを一新

ヒルトン東京ベイは、東京ディズニーリゾート[®]に近接するオフィシャルホテル。連日パークを利用する顧客を中心にはぎわいを見せている。そのうちの中国料理「王朝」では独自に新たなレストラン予約システムを導入した。その背景を同レストランの岩瀬正彦支配人は次のように話す。

「当時、王朝に定休日制を導入しようという動きがありました。アーバンリゾートというホテルの立地特性を考慮し、火曜と水曜を定休日としたのです。それまでのレストラン予約システムは、オペレーターがいないと予約が確定

ヒルトン東京ベイの中国料理「王朝」では、2010年6月から独自に新たなレストラン予約システムを導入した。その背景とメリットを同レストランの岩瀬正彦支配人に聞いた。

〈お問い合わせ先〉
株式会社オープンテーブル
東京都渋谷区千駄ヶ谷3-59-4
☎ 03-5786-1171(代)
<http://www.opentable.jp>

しないものでした。それでは定休日のオペレーター勤務時間後に予約を受けられないので、ウェブ上で予約が確定する予約システムであるオープンテーブルを採用することになりました」「検討をはじめてから稼働するまでの期間は、3~4カ月と短期間で導入できたのも良かったですね。画面の操作も分かりやすく、初めて扱うスタッフもすぐに慣れることができました。また、それまでの予約システムは英語表記だったので、別に日本語で記入した予約帳を併用していました。オープンテーブルは日本語表記で表されることも扱いやすい要因の一つだと思います」

ウェブやスマホからの アクセスが増加傾向に

「王朝は接待利用の多いレストランなので、お客さまとしてはすぐに予約を確定したいと思われています。オープンテーブルは定休日でもウェブ上で24時間、いつでも予約が確定できるのが安心という声も寄せられています。また、電話よりも気軽に席や個室の空席状況の確認ができるので、最近ではウェブやスマホからの予約が前年比で20%ほど増えています。予約確

定までのプロセスが短く、最短4クリックで予約が完了するクイック感も好評のようです。

一方、われわれにとっては顧客情報を瞬時に検索で引き出せることが業務に役立っています。予約画面では、お客さま情報が過去の利用データと関連づけた形で表示されるので、改めてデータベースにアクセスする必要がないのも手間が省けます。紙台帳では過去の記録を1ページずつめくっていかなければなりませんから。アレルギーや苦手な食材も分かるのでメニュー決定にも役立つことができます」(岩瀬氏)。

オープンテーブルは、30代後半からその上の世代の利用客が多いのも特徴だ。ウェブ予約というと、プラン料金の割引を特典として売るイメージが強いが、オープンテーブルは、客席のみを確保するので、来店時にレストラン側からの提案次第で客単価もアップすることが可能だという。

「今後は、データベースからエリアごと、年齢層、あるいは紹興酒好きの方のようにさまざまなセグメントでデータを抽出しマーリング機能を活用した販促や来店促進策なども考えています」とオープンテーブルのさらなる可能性に期待を寄せる。

Case Study 5 トレタ

24時間、自動的に予約受付できるツールで集客が難しかった時間帯の取り込みを実現

俺のフレンチ・イタリアン AOYAMA (東京都港区)



「俺のフレンチ・イタリアン AOYAMA」店長 安 亮氏

回転率勝負の繁盛店が抱える 予約オペレーションの問題を解決

俺のフレンチ・イタリアン AOYAMA は、現在 29 店舗を展開する「俺の」シリーズきっての大型店。約 130 席の客席を、連日 5 回転させている。大量に寄せられる予約は、電話・店頭・ウェブ予約システムという三つのルートで受け付けてきた。が、実はそれぞれに課題が山積みだったという。

電話予約については専属のオペレーターを配置しているが、当然オペレーションには時間がかかる。人気店であるがゆえに、すべての予約電話を受け切ることは難しい。多くのお客様に「電話がなかなかつながらない」というストレスを生み、来店を諦めてしまう層を生み出すことになりかねない。ウェブであれば、予約の受付は確かにスムーズになる。しかし、以前使っていたウェブ予約システムでは、申し込みの内容を予約

「俺の」シリーズのビジネスモデルは、一流の料理人が最高級の食材をふんだんに使って作る究極の料理を、回転率を極限まで上げることで日常的な価格で気軽に楽しんでもらおうというもの。店舗スタッフは連日、インターバルをほとんど取ることなく、2 時間 1 クールを回転させ続けている。このため、営業中の予約管理はオペレーション上の大きなネックになっていた。その問題を解決するため、東京・青山の大型店「俺のフレンチ・イタリアン AOYAMA」が選んだのは、iPad で操作する予約台帳アプリ「トレタ」だった。

台帳に転記する必要があったためオペレーションは逆に煩雑になり、しかも対応が後手に回るためダブルブッキングのリスクもあった。

こうした予約に関する悩みの解決に向けて、「俺のフレンチ・イタリアン AOYAMA」は飲食店向け予約台帳アプリ「トレタ」を 2014 年秋に導入した。「トレタ」は、iPad の画面をタップするだけで直感的に使えるシンプルな仕組みで、予約台帳が誰でもスピーディにミスなく更新できる。そのうえウェブ予約にも対応している。店舗専用ウェブページから予約が入ると、スタッフの手をわざわざせることなく、24 時間いつでも「トレタ」が自動的に予約を受け付けるのだ。

蓄積データをマーケティングに活用 店舗運営のレベルアップにつなぐ

「俺のフレンチ・イタリアン AOYAMA のような大型店にとって、自動的に予約が埋まっていくシステムは魅力的です。オペレーション上の負担が減っただけでなく、予約に関するお客様のストレスも軽減できたと思います」、俺のフレンチ・イタリアン AOYAMA の店長を務めるソムリエの安亮氏はそう語る。「予約のキャンセルは飲食店にはつきものですが、キャンセルされた席も『トレタ』を通じてまた自動的に埋まっていきます。このことは店舗経営上、非常に大きなメリットとなります」

〈お問い合わせ先〉
株式会社トレタ
東京都渋谷区恵比寿西 2-3-4
東新産業ビル 3F
☎ 0120-338-264
<http://toreta.in/>

さらに集客が難しかった時間帯にも、「トレタ」を導入することで予約が入ってくるようになった。俺のフレンチ・イタリアン AOYAMA は現在、2 時間単位で予約を受け、待ち時間 0 分での回転をベースに営業している。12 時、14 時、16 時、ここからは 15 分のインターバルを置いて 18 時 15 分、20 時 30 分の 5 回転だ。これまでランチタイム終了後の 14 時から 16 時の回は、どうしても集客に苦戦する傾向が見られたが、「トレタ」によってお客様が空席の多い時間帯をねらいやすくなつたことから、14 時から 16 時の集客力も飛躍的に向上したのである。

安氏は将来的な可能性として、トレタによって蓄積される予約状況、キャンセル状況などのデータのマーケティング活用についても構想している。それによって曜日や時間帯、シーズン、席種などの諸条件に合わせて、従来以上に精度の高いオペレーションを行なう形だ。2015 年 1 月現在、トレタを導入している「俺の」シリーズは 14 店舗。今後マーケティングへの活用など新たな試みが具体化していくけば、導入店舗はさらに増えていくかもしれない。

繁盛店のオペレーションを合理化し、予約に関する確度を高めることで、さらにレベルの高いステージへと導く「トレタ」は、飲食店ビジネスの在り方を進化させるツールとしてこれからも注目される。

ヒアリングレポート

「レストラン予約システム」各社の特徴を把握し、 自社で活用するための指針を探る

現在、レストラン予約システムの普及率は飲食業界全体のわずか5%に満たないとも言われている。宿泊と違って、特に価格面などで予約をすることのメリットが打ち出しにくく、消費者もまた、これまで予約来店の意識が低かった。すでに問題となっているサービス業における人員不足（高離職率）を考えても、少なくとも煩雑になりがちな予約受注管理はIT化によってミスを防ぎ、業務の軽減化となるはずだ。そこで導入のための選択基準として、宿泊業界には親しみのある企業から新規参入企業に至る各社の「レストラン予約システム」の特徴を紹介する。

■(株)ユニコーン



【大阪本社】

〒540-0021 大阪市中央区大手通1-1-2

代表 中野恵司

<http://www.atlantis21.co.jp/>

①創業～現在まで

1992年に設立。そのころ、ホテル業界ではオフィスコンピューターによるシステム化で、ほとんどがフロント業務（宿泊管理）のシステムであった。

シティホテルにおいては、宴会、料飲、婚礼にかかる売り上げ比率が高いにもかかわらず、この分野のシステム化は遅れており、宴会場の予約に至っては、当時のホテルでは一冊の分厚い手書き台帳に頼っている状態だったので、これをパソコンでブックレス化すれば、大きな効率アップに貢献できると確信し、開発に着手した。

現場ニーズをくみ取り、予約を中心、見積もり、売り上げ、精算、発注等の業務をシステム化、ホテルにおける婚礼・宴席会支援システム「Bv Manager」が完成。

その後、現場に足を運び、現在に至るまで長年機能向上を継続し続け、多くのユーザーに利用されている。

その間、この婚礼・宴席会支援

システムを中心に、現場ニーズから、レストラン予約顧客管理システムをはじめた。

②商品名

ReCS（レストラン予約顧客管理システム）

UniCC（購買原価管理システム）

※そのほか Bv Manager（婚礼・宴席会支援システム）、Bv Sales（ホテル業界特化型宴会営業支援システム）、Bv Navigater（打ち合わせ支援ツール）など

③標準サービスと料金

レストラン予約顧客管理システム「ReCS」

サービス体系 = ASPサービス、一括購入／初期費用 = 環境設定、導入教育、稼働サポート／ライセンス費用 = ASPサービス利用形式と一括ライセンス購入形式を選択

※料金は利用客数、レストラン店舗数によって異なる

④システムとしての特徴

レストラン予約顧客管理システム「ReCS」は、レストラン来店客情報を顧客管理できることで、ゲストサービスの向上とセールス力アップとなる活動支援ツール。単なる予約管理だけでなく、リアルな予約状況や顧客情報を部門間で共有、連携分析することによって、顧客の傾向を把握でき、機会損失を防止することができる。前年対比／前月対比による的確な営業対策の立案ができる。

基本機能としては、予約管理（カレンダー表示、チャート表示、テーブル席状態表示、メニュー登録、顧客登録）、顧客管理、売り上げ集計など。中でも「自由レポート設計」では、予約傾向から前年対比を算出可能。POSシステムでは、売り上げに対する各種レポートができるので、あくまで実績に対してのレポートであり予約に対してのフォーキャストを見る術がなく、この予約傾向の前年対比は重要な機能となっており、フォーキャストとして見込客単価から見込算出と予約メニューからの見込算出を合算して予算対比することができる。

オプション機能としては、センター・リザーバーション、POS連携、インターネット予約連携等がある。

⑤ 契約までのステップ

機能紹介→デモンストレーション→テストサイトによる試用評価→利用店舗数・規模・サービス体系の確認→契約・導入・教育・サポート

⑥ 契約業態について

ホテル 100%

⑦ セールスポイント

「ホテル内レストランという位置づけから、レストランの予約状況、顧客情報は、宴会や営業部門、購買部門などの他部署にとって重要な情報であり、情報連携による、顧客満足、売り上げ増、機会損失の防止、コストコントロールなどが期待できます。当社では、レストランの予約状況を全部署へリアルタイムで参照できる環境を構築でき、また、当社製品 Bv Manager や Bv Sales と連携させることにより、宴

会利用顧客のレストラン利用、レストラン利用顧客の宴会場利用等、会場押さえ情報の共有や、顧客情報における営業利用の活用範囲を広げることができます。そのため、ホテル全体のセールスアップへ貢献できます。とりわけレストランの予約情報と顧客情報の共有活用は、意外に実現されていない場合が多く、ReCS を導入することで、ホテル全体のセールス強化への足掛かりになり得るのが最大のメリットかと思われます」

■ オープンテーブル(株)



OpenTable®

〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷 3-59-4
代表取締役社長 武藤友木子
<http://www.opentable.jp>

① 創業～現在まで

オープンテーブル社は、電話でのディナー予約に苦労する妻の姿を目にしていたマーケッター、チャック・テンプルトン氏が 1998 年に創業。アメリカで 17 年の歴史があり主なマーケットとしては米国・イギリス・ドイツ・日本など、全世界での契約数は約 3 万 2000 店。消費者にはレストランのリアルタイムオンライン予約システムを、レストランには予約および顧客管理システムを提供するプロバイダー。創業以来、オンライン予約を利用したお客様は 7 億人以上。現在、月平均で 1500 万人以上が利用している。

② 標準サービスと料金

ソフトウェアの利用数で料金が異なる。システム使用料およびアップグレードフィーや、サポートおよび自社独自の各種解析ツールを活用したコンサルティングフィーを包括して提供

している(年に数回アップグレードがあり、加盟店には常に最新のバージョンを提供)。

③ システムとしての特徴

オプションで追加課金をするのではなく、すべてのサービスを含めた価格設定。

「ユーザーネットワークからの追加予約」基本的なサービスとして、予約および顧客管理システムを提供するだけではなく、予約客のネットワークによってもたらされる追加売り上げ／利益にてシステム利用料を自己回収できてしまうという点が他社にはない大きな強み。

「グローバルダイナーネットワーク」グローバルでのダイニングネットワークを開拓。英語での予約モジュールも提供しているほか、近い将来、国内のみならず、海外からのインバウンド送客について強化すべく各種プロ

ジェクトも始動。

「システム」17 年間レストラン向けに開発してきた歴史による、きめ細かなツールなどが特徴。一例としては、座席のコンビネーションをシステム上で作り込むことで、オンラインでの集客に対し席効率を最大化。より効率良く取り込んでいくことが可能。卓効率ではなく席効率や席の組み合わせによりフレキシブルに着席可能人数を設定。事前に戦略的な時間設定(ペーシング機能)を行ない、ピークの分散や回転率を上げることもできる。

「モバイル」PC 版の自社サイトから簡単にモバイルに最適化したページを作成するツールを加盟店に追加料金なく提供。モバイルによるレストラン予約はオンライン予約全体の約 40% を占めていることから、「モバイルに最適化したページを持つ」ことの重要性は日々高まっている。

④ 契約までのステップ

契約後、専任の導入スタッフがレストランにヒアリングし、各店舗用の設定・機器作り込みを行なう。その

後、実際の店舗への設置および利用方法のトレーニングを開始。導入後は、エリアの担当者が各種利用データやマーケットデータを用いて、より多くの予約を獲得するためのサポートをする。

⑤ 契約業態について

顧客は世界で3万2000店舗以

上。日本では、ファインディングを中心に個人経営点からコープレート、ホテル内レストランなどが加盟。(各シェア率はNA)

⑥ セールスポイント

「レストランの規模や特性、お客様属性に則したすべてのニーズを満たすサービスを提供できるのは、17

年の歴史と、導入後のコンサルティング部隊を持つOpenTableならでは。また、OpenTableが持つ国内外のダイナーネットワークより、世帯年収と外食頻度の高いお客様を獲得することにより、御社のさらなる売り上げの拡大に貢献します」

■(株)トレタ



〒150-0021 東京都渋谷区恵比寿西2-3-4
東新産業ビル3F 代表 中村 仁
<http://toreta.in/>

① 創業～現在まで

2013年7月1日設立。飲食店向け予約台帳アプリ事業を主体としている。トレタを開発したきっかけは、代表取締役の中村 仁が飲食店運営の経験があり、実際に予約管理全般を担当していた経験から。当時、電話対応はもちろん、予約台帳への記入や複雑な配席などをすべて紙の台帳で行なっており、人的ミスに悩まされていた。それをITの力で解決したい、その思いが「トレタ」の開発につながった。

② 標準サービスと料金

飲食店向けの予約台帳アプリ「トレタ」は、iPad専用のアプリとして、2013年12月18日にAppStoreで配布を開始。トレタのサイトでユーザー登録の上アプリをダウンロードいただければ、初期費用無料、1店舗・月額1万2000円(税別)。最初の1カ月間は無料でトライアルが可能。

③ システムとしての特徴

「トレタ」の予約管理台帳アプリは、

加盟店へのアプリとリアルタイム連動したウェブ予約ページを無償提供し、飲食店の現場の声を反映し、使いやすさにこだわった改善を常に行なっている。登録店舗は2000店舗超(2015年1月時点)。現場のことを一番に考えた“誰でも使えるサービス”を打ち出している。

④ 契約までのステップ

1カ月無料お試し期間を経て有料申込。営業担当がヒアリングから導入までサポートする。

<https://app.toreta.in/trial>

⑤ 契約業態について

ユーザーは個店から中規模チェーン、大手居酒屋チェーン、高級店まで幅広い。業態別シェアについてはNA。

⑥ セールスポイント

「トレタを導入した飲食店では予約管理の手間を大幅削減し、また、トレタかんたんウェブ予約(無料)によって24時間365日の予約対応を実現し、お客様の満足度も大幅に改善することができます。トレタは“予約のイノベーション”を通じて、店舗経営の大幅な強化を実現してまいります」

■NEC(日本電気株式会社)



〒105-0014 東京都港区芝5丁目7-1
執行役員社長 遠藤 信博
<http://NEC/>

① 創業～現在まで

NECはホテルシステム事業を開始して40年、ホテル基幹システムをトータルで提供し続けている。現在はクラウドサービスを中心とし、大手シ

ティホテルからビジネスホテルまで展開している。

② 標準サービスと料金

ホテル向けのクラウドサービスとし

て、レストラン POS システムのオプションとして提供しているホテル 1 棟当たり月額 2 万円～2 万 5000 円。ホテル内のレストラン数に制限なし。機能：ホテル内全レストランの集中予約管理、ホテル顧客と連動したレストラン顧客管理、テーブルマネジメント機能、分析機能、POS 連動

③ システムとしての特徴

ホテルトータルシステムとして、お客様をホテル顧客として管理が可能。予約時にホテル顧客情報の参

照、過去の利用メニュー、実績の確認、宿泊や宴会の予約／利用実績の参照、ホテルとしてのコンタクト履歴の確認ができる。

また、レストラン予約／実績の状況はフロントからも確認が可能で、部門横断して情報共有ができる。

NCS & A 社のインターネット予約システム i-honex と連動が可能。合わせて導入するとインターネット予約～当日のサービス管理～顧客管理～分析まで一元管理ができる。

④ 契約までのステップ

レストラン POS システムと合わせて導入し、契約後、約 3 カ月で利用可能。

⑤ 契約業態について

ホテル 100%

⑥ セールスポイントなど

「ホテルレストラン部門の収益貢献ならびにホテルのロイヤリティー顧客育成に寄与すべく、クラウドサービスを進化し続けます」

■(株)タップ



〒135-0016 東京都江東区東陽 2-2-4
マニュライフプレイス東陽町 1F
代表取締役社長 清水吉輝
<http://www.tap-ic.co.jp>

① 創業～現在まで

1987 年 1 月創業し、89 年 12 月に自社開発パッケージを導入開始。主な事業は①ホテル・リゾート・旅館運営などのコンサルティング、②コンピューターシステムを中心としたソリューションの提供・TAP ホテルパッケージソフトの販売、ホテル・リゾート・旅館システムの開発・コンピューター、PBX、POS、ペイ TV、システム冷蔵庫等の販売・各種周辺装置の企画およびインターフェイスの開発、③ASP 方式によるソフトウェアの提供およびサーバー運用保守管理、④コンピューターシステムのソフトウェアメンテナンス、⑤アウトソーシングの受託。

ホテル・旅館などの宿泊業に専門特化したソリューションベンダーで、現在約 500 施設で採用。フロントシステムや婚礼宴会システム、POS は

もとより、業種特性に対応した原価管理、管理会計、マネジメント支援システムなど、トータルシステムをワンストップで提供することで、合理化、効率化のみならず、業務改善および経営効率の向上を担う。

② 標準サービスと料金

「レストラン予約システム」「顧客管理システム」とともに、初期および月額費用 NA (※問い合わせ: 03-5683-5314)

③ システムとしての特徴

タップレストラン予約システムは、ホテル・旅館のレストラン予約情報を効率的・効果的に管理・共有することで、経営改善効果を創出する業務システム。リアルタイムに更新される空席状況や特別なお客さまの来客予定情報などの予約状況をレスト

ラン部門のみならずホテル内の全部門において共有し、迅速・正確な問い合わせ対応が可能。お客様氏名、連絡先、店舗、時刻、人数などの基本情報、窓側・カウンターなどのご希望、ご飲食になる予定のメニュー、特別なリクエストなどを自由に記述できる備考、これらのきめ細かい予約情報を記録・共有することで、来店時に適切な接客ができる。

さらにタップ顧客情報システムとの連携により「勤務先や趣味・嗜好、ランクなどの顧客属性」、「接客時の注意や過去のクレームなどの顧客備考」、「メニュー情報を含んだ過去の利用実績」など、お客様の特徴を参照しながらの予約業務が可能。予約時の接客品質の向上と顧客ニーズを適切に満たすサービスを担う。

④ 契約までのステップ

デモンストレーション→店舗情報をお聞きの上、概算見積金額算出→範囲決定後、正式見積書提出→お客様側選定→契約手続き

⑤ 契約業態について（レストラン予約システム）

ホテル 100%

⑥ セールスポイントなど

「すでにレストラン業務効率促進の

ため、ホテル内レストランでもオーダーエントリーシステムが普及しております。しかし、専用機械での提供が多く、高額な製品であり台数制限をして導入を行なうなどの対応を強いられるケースがあると思われま

す。当社では、専用機器ではなく一般的に販売されるタブレットデバイス（i-pad や i-pod touch 等）を採用し低コスト化を実現した、『TAP-OES』をご提案しております」

■(株)VESPER



〒104-0061 東京都中央区銀座 2-12-4
代表取締役（CEO）谷口 優
<http://www.kkvesper.jp/>

① 創業～現在まで

2000 年より、予約・顧客管理システム事業（TableSolution、BeautySolution）のみで運営。

② 標準サービスと料金

30 席未満・31～100 席・101 席以上（店舗席数に対して金額は 3 段階）を対象。初期費用 4 万円・7 万円・10 万円。月額費用が 9000 円・1 万 5000 円・2 万円。

初期費用は店舗と打ち合わせし、アカウント発行後すぐに使えるまでのセットアップ費用。複数店舗契約の場合、割引あり 5 カ国語対応、広告サイト自動取り込み、NEC モバイル POS 連携、送客料無料のネット予約システム（席のみ予約・プラン予約など）。満席時にはネット予約のお客さまへ系列店舗の自動提案、電話連動 CTI・SMS・IVR 機能、セキュリティー機能、マルチデバイス対応（PC、タブレット、スマホ）、そのほか。

③ システムとしての特徴

セキュリティー、多言語対応、自動取り込み、電話連動、マルチデバイスなど。

④ 契約までのステップ

商談～申込書の受領～セットアップ～必要に応じてスタッフ向けデモ。申込契約書受理後、1 店舗約 1 週間程度でアカウントを発行可能。

⑤ 契約業態について

個人店 20 %、中規模チェーン 30 %、大型外食チェーン 30 %、ホテル 20 %。

⑥ セールスポイントなど

「予約サイトとの連携（自動取り込みに加えて、在庫連動も実現）、外部システムとの連携実績が可能です」

■In Vogue (株)



〒171-0022 東京都豊島区池袋 2-36-1
KT エクセルビル 2F
代表取締役社長 近藤 真紀
<http://in-vogue.co.jp/>

① 創業～現在まで

2014 年創業。レストランに対してシステムを導入することにより、「繁雑になっている予約・顧客管理業務の効率化」、「お店の HP へ予約窓口を設置することによる予約の取りこぼし防止」、「顧客データを活用した来店客の満足度向上やリピーターづくり」を支援・実現することで飲食業界全体に貢献できるとして事業をスタート。

現在は予約・顧客管理システム「Reservation Book」の販売を中心飲食店サポート事業に特化し、導

入店舗は 250 店舗以上。

② 標準サービスと料金

Reservation Book 販売価格は、初期費用 5 万円、月額費用 2 万円（別途オプションサービス有、iPad 端末提供）。

「標準サービス」予約・顧客管理機能、店舗 HP 上での空席検索・即時予約機能、帳票出力機能、予約・顧客データ出力機能、電話サポート（平日 9 時～19 時）、CRM による導入後のシステム活用のアドバイス、SMS サービス（10 円 /1 通）、FAX

での帳票印字サービス(10円/1回)。

③システムとしての特徴

CRMチームによる導入後の店舗フォローが一番の差別化であるとしている。システムサポートはもちろん、随時変化していくお店の課題を解決できるよう、Reservation Bookを活用した集客アップ・マーケティング活動などを提案する。実際、web予約数が伸びている店舗がある。

④契約までのステップ

ヒアリング(まずは、現状の課題・問題点を確認)→課題の共有(具体

的にどうしたいかなど、あるべき姿、ビジョンの方向性を確認)→提案(オペレーション:業務効率化、集客手法:ウェブ予約の提案・集客コスト適正化、予約・顧客データ活用など、さまざまな視点からReservation Bookを活用した課題解決案を提案。システムサポートだけなく、アフターフォローにも注力。

⑤契約業態について

個人店 22.6%、チェーン 77%、ホテル内 0.4%。

⑥セールスポイントなど

「クラウドサービスによる他店舗間での情報共有に加え、iOSアプリとウェブブラウザの両方に対応しているため、各レストランとフロント間でリアルタイムに予約状況・顧客情報の共有が可能です。

また、レストラン業界で働く方々の活躍の場、表現の場を提供するための企画サービス「Management Service」を開発し、レストラン業界内でのイベントやコラボレーション企画、IT、デジタルを使った新サービス、業界を超えた商品企画も視野にいながら、レストラン業界のさらなる発展へ貢献していく所存です」

■(株)エビソル



ebisol

①創業～現在まで

2011年10月20日創業。ウェブ集客支援コンサルティング事業として、飲食店向け予約システムを販売。

②標準サービスと料金

店舗当たり、初期導入費5万円、月額運用費2万円。

③システムとしての特徴

店舗ごとにヒアリングしご要望に合わせカスタマイズして設定/サポートを初期導入時から行なっている。多彩な機能を活用いただける設定機能により、カジュアルダイニングから

〒150-0021 東京都渋谷区恵比寿西1-12-12
ルネスEBI 8F 代表取締役 田中 宏彰
<http://www.ebisol.co.jp/>

ファインダイニングまで業態、単価を問わず利用可能。

「媒体予約一元管理機能」、「レイアウト機能」、「salesforce.com」など顧客管理システムとの連携ができる。

④契約までのステップ

現状の業務フロー、店舗側が抱える課題をヒアリングの後、解決のた

めの提案と、デモ画面による機能説明をする。

⑤契約業態について

個人店 20%、中規模 40%、大型 40%、ホテル 10%

⑥セールスポイントなど

「複数業態の予約を一元管理するホテル内レストランでの導入事例を含めて、予約システムの活用方法をご提案させていただきます」

■(株)エスキュービズム・テクノロジー

Scubism
Technology

〒105-0011 東京都港区芝公園2-4-1
芝パークビルA館4F 代表取締役社長 武下 真典
<http://tech.s-cubism.jp/>

①創業～現在まで

2006年に創業。当初はECサイ

ト、いわゆるネットショップの開発ベンダーとしてスタート。上場大手の小

売業との取引が増えたことから、ECと連動したPOS開発に着手。デバイスは当時(O2Oやオムニチャネルがまだ定着していなところ)、登場したばかりのiPadを採用した「Orange POS」のサービス開始後、飲食店からのニーズを受け「Orange Handy」をリリース。同品は「2タップオーダー」で特許を取得している。OrangeシリーズをSaaS展開したところ顧客が急増。導入店舗も3500店舗超、OEM版や導入予定を含めると現在1万店舗を超える。

2014年8月には予約機能を備えたアプリケーション「Orange Reserve」をリリース。レストランやBARを中心に導入している。

②標準サービスと料金

商品詳細は、

<http://ec-cube.ec-orange.jp/pos/>
<http://ec-cube.ec-orange.jp/reserve/>

初期費用5万円~12万5000円、月額費用 9800円~3万1800円。SMS機能有「予約確認SMS」「自動返信SMS」。その他機能 テーブルレイアウト、予約サイトからの予約取り込み。

③システムとしての特徴

「CTIオプション機能」電話がなった瞬間にお客さまデータを画面に表示。

「IVRオプション機能」自動応答で予約を受付可能。休業日や電話がとれないピークタイムに活用。

④契約までのステップ

お試し申し込み→インストール案内→フロア・テーブル設定→お試し利

用開始→1カ月後、正式に申し込み。

⑤契約業態について

個人店11%、中規模チェーン19%、大規模チェーン68%、ホテル2%。

⑥セールスポイントなど

「接客の中心はあくまでスタッフの方になります。接客に必要なお客様の膨大な情報を共有するためのツールです。来店履歴、予約履歴、お食事の履歴、アレルギーなどのセンシティブ情報、家族構成から利用用途まで、一人のお客さまの情報をスタッフ全員が把握することで行動する接客が生まれます。弊社はお客様を大切にするレストランやホテル様の業務をささえるインフラであることを目指しています」

■(株)エス・ワイ・エス SYS Inc.

〒107-0062 東京都港区南青山5-10-2
第2九曜ビル3F 代表取締役 杉田真志
<http://www.sys.ne.jp/>

①創業～現在まで

1999年創業。元ホテルマンの創業者杉田真志(現社長)がネットでの予約の可能性を見出し、創業当初はyoyaQ.comを企画運営(2004年カカクコムに事業譲渡)。長い目で見れば直販になると思いyoyaQを売却。その後直販支援にシフトした。直販支援のオンライン予約システム「SUITE」を立ち上げ(現在の最新バージョンの名称は「OPTIMA(オプティマ)」)、2005年にホテル

業界向け、10年にレストラン業界向け、12年にクリニック向けを開拓。併せて自社ホームページの作成を支援している。契約数は現在、ホテル向けは約1000施設、レストラン向けは約200施設、クリニック向けは約150施設。ほとんどがチェーンやブランドのある施設(ラグジュアリーホテルやファインダイニング、ミシュラン獲得施設など)が多数。

②標準サービスと料金

ウェブ予約ソリューション(席、プラン販売、特定顧客向けクローズド販売)、電話予約ソリューション、テーブルマネジメント(席アサイン)、顧客マネジメント機能(リピーター管理、メールマガジン機能など)。

利用料金は施設規模、オプション機能の付与により変動(価格表は非公開)。初期費用5万円、月額費用固定で8000円~1万2000円程度の利用が多い。

③システムとしての特徴

宿泊予約で培った販売ノウハウを生かしたシステム。プラン販売や顧客別の限定プラン販売などが充実。

予約に関する細かい質問事項や追加情報をプランごとに個別に設定可能。ニーズ別の販売数の把握が可能(記念日やビジネス利用等)、次の販売に生かせる。

ほか、インバウンド向けの予約対応(例:ナリサワ 24時間あらゆる国からあらゆる時間に予約が入ってくる)。スマートフォン対応。

充実のサポート体制も定評があり、24時間有人サポート対応、メールマガジン配信代行等、別途オプションあり、直販を伸ばしプランディングを高めるウェブ制作やSEM(サーチエンジンマーケティング)の支援(例:ミシュラン3ツ星など)。

ホテルや大型店舗での利用に対し充実のオプションとしては、ホテルにて、宿泊との相互利用であれば宿泊予約システムとの顧客情報の連動が可能、その他おせちなどの物販にも対応。

④ 契約までのステップ

申し込み→ID,PASSの発行→マスター設定(弊社サポートチームが手厚くサポート)→利用開始
※1~4まで平均1週間くらいでの開始。最短2日での開始が可能。

⑤ 契約業態について

個人店3%、中規模チェーン

28%、大規模チェーン30%、ホテル53%

1店舗の席数により個店単位の価格を算出。チェーンに対してはチェーン割引あり。

⑥ セールスポイントなど

「宿泊予約システムとの連携をさらに強化し、宿泊予約時にレストランの予約の案内がリコメンドされる等、相互の顧客にクロスセルが掛かるように工夫をしています。『英語以外の多言語対応』『ipadワインリスト』など、顧客管理と連動した現場ソリューションの強化を担います」

■(株)H&Rソリューションズ



〒141-0021 東京都品川区上大崎2-15-19
MG目黒駅前507
<http://hrsthx.com/>

① 創業~現在まで

2012(平成24)年創業。13年レストラン向けPMS「ResQ」を正式リリース。14年、シャープビジネスソリューション株式会社と協業開始。ResQホテルバージョンを開発。

主な事業 自社システム販売・システム受託開発・SIサービスおよびコンサルテーション。

② 標準サービスと料金

- (1)ResQレストランPMS(予約・顧客管理・テーブルマネジメント)
- (2)インターネット予約モジュール
- (3)サイトコントロールモジュール(予約サイトからの予約自動取り込み

機能)

初期費用・月額利用料ともレストラン規模(席数)、業態およびサービス内容による価格設定。

③ システムとしての特徴

【システム特徴】 設計段階からレベルマネジメントの実装をベースとして開発。クラウドソリューション。専用機器および回線は不要。既存PCおよびタブレットの使用も可能。
【オプションメニュー】 グループホテル・レストラン向け、集中顧客管理・集中予約管理機能

- ・CTI連携
- ・POS連携(テーブルマネジメントおよび顧客実績データ)

④ 契約までのステップ

ヒアリング→システムデモンストレー

ション→要件確定(導入モジュール決定)→見積もり提出→契約→導入(導入期間10日~20日)

⑤ 契約業態について

中規模レストランチェーン60%、個人店舗30%、ホテル内レストラン10%。

⑥ セールスポイントなど

「弊社は2014年末に、ホテル向けに機能強化を図ったResQホテル向けバージョンをリリースしました。今年度はサイトコントロール、レベルマネジメントの機能拡充を重点的に行なう予定です。」

2020年の東京オリンピックへ向け、今後求められるのは単なるレストラン予約システムではありません。ホテルPMS(ホテルシステム)と同等に近い機能を持ったレストランPMS。それが、ResQの目指すゴールと考えております」