



グルメサイトコントローラー事例集

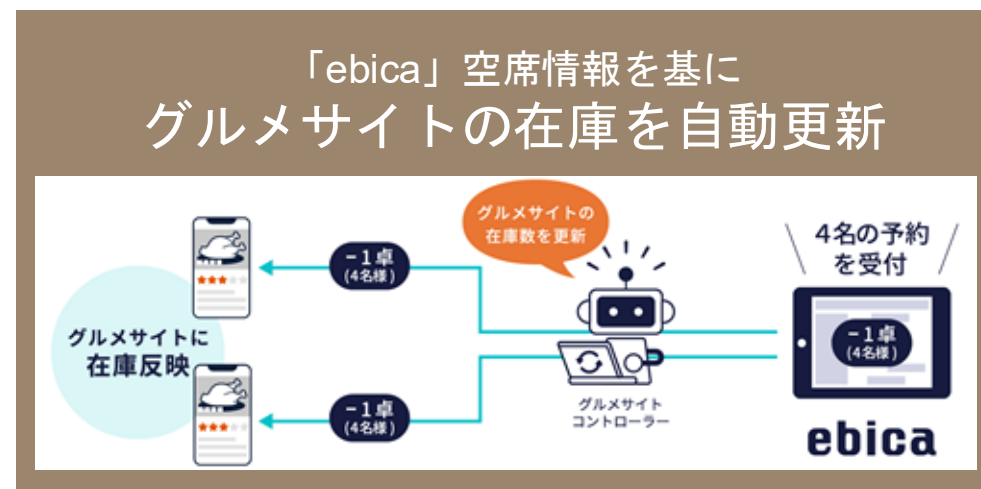
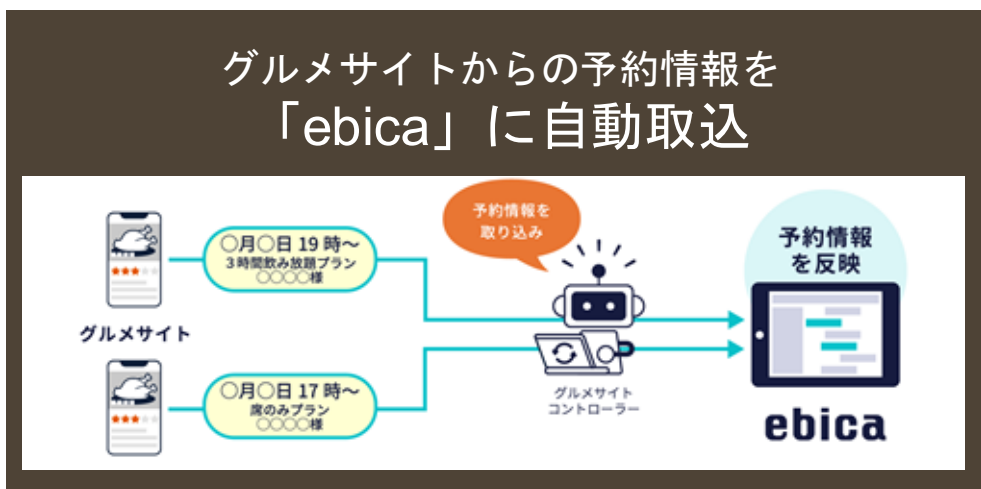
ebisol

株式会社エビソル

主要グルメサイトをすべて網羅した在庫連携機能により

ネット予約管理が劇的に変わります

主要メディアの全てと空席状況の連携を行うことでダブルブッキングの心配なく、リアルタイム空席を公開できます





カジュアルレストラン事業部 マネージャー 箕輪 顕 様

「ebica」利用で業務効率化&予約数アップ！ エビソル営業の分析・提案がさらに効果を生む



業態	席数	平均単価
カフェ イタリアン	80席	☀️ ¥1,000~¥1,999 🌙 ¥4,000~¥4,999

ロティサリーチキンが人気のイタリアンレストラン「LA COCORICO」や、バスクの食文化を堪能できるスペイン食堂「TABERNA DE ESPANA FRAGANTE HUMO」など数々のレストランを運営されているRYコーポレーション様。2014年と、デジタル台帳の導入企業が少なかった時代から「ebica」をご利用くださっています。
そこで、「ebica」の具体的な利用方法、導入でかなえた予約増や業務効率化について伺いました。

導入の目的

顧客管理や予約管理をスムーズにしたい

「ebica」導入前は、予約を電話で受けたら紙に書いてという形で、全て紙の台帳で管理していました。やはり、紙の台帳だと顧客管理やいろいろな部分で不便なことがあり、もう少し良いツールはないかというところで、比較検討した結果、「ebica」の導入を決めました。わたしは前職でもデジタルの台帳を利用していたので特に抵抗はありませんでした。「ebica」は使いやすさが際立っていたので、とにかく管理しやすいなというのが最初の印象です。



Before

- ・予約管理や顧客管理が煩雑で不便が多かった

After

- ・「グルメサイトコントローラー」による一括管理により、予約管理に要する時間が削減できた

導入の効果

予約管理の効率化が一番のメリット 導線整備でネット予約数のアップも

弊社では、複数のグルメサイトからの予約を受付けているのですが、「ebica」を導入したことによって、予約管理の効率化ができたと思います。導入前は各グルメサイトの管理画面に入って予約確認してというところが、全て「ebica」で一元で管理できるようになりました。そのため、朝、出勤してからすべての予約を確認するのに1時間近くかかっていたのがなくなり、業務の効率化がはかれ、そこに対するストレスもなくなりました。やはりこれが一番のメリットかなと思います。

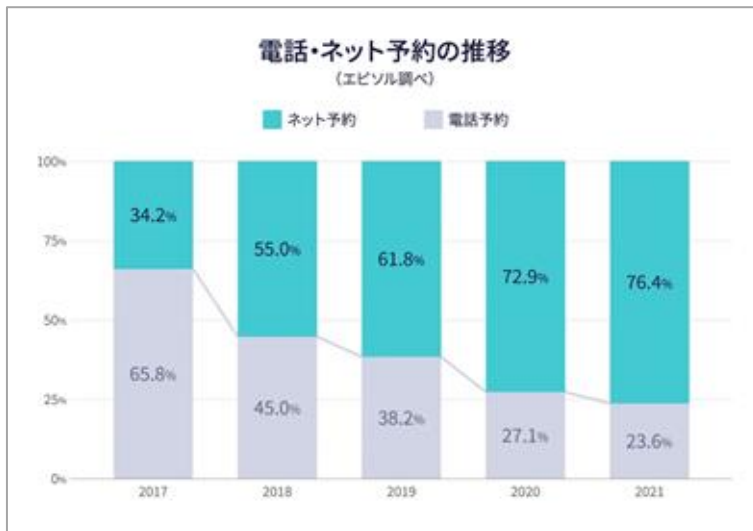
営業中の電話がとにかく多く、お客様への気配りがおろそかになりがちになってしまうということもあったのですが、「ebica」があることで自身もそうですがアルバイトの方も営業に集中できるというのは良いと思います。

ネット予約の導線を整備した結果、ぐっとネット予約があがってきたと感じています。

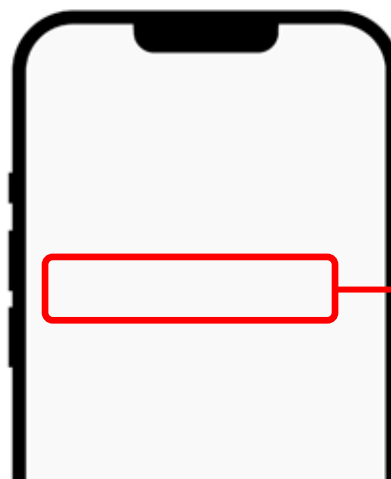
ネットの予約数が2017年から2019年にかけて3倍弱くらい増えているんですね。

それを見ると、電話からの予約がネットに移っているのかなとは思っています。

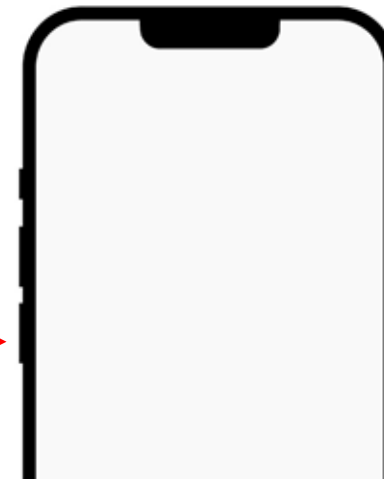
「ebica」だけをみれば、どのグルメサイトからどれくらいの予約が入っているのかが一遍に確認できるので予約状況を簡単に把握できるわけですが、さらに、データからどの店がどの媒体に強いとか、どういうプランで集客できているだとかというところをしっかりと確認することもできます。プランの見直しに関して役立つツールだなと思っています。



▼店舗ホームページ



▼「ebica」スマート予約



オウンドメディアに予約導線を設置

手数料無料でネット予約の導線を増やせたのは大きい

グルメサイトにかかる手数料をどうやって減らしていくかというのも課題のひとつです。手数料を減らすためにどういった手立てがあるのかという話の中からオウンドメディアからの集客の提案をいただきました。「Googleで予約」との連携やLINE、Instagramに無料で「ebica」の予約フォームURLを貼り付けるなど、手数料無料で予約をとれるグルメサイトではない入り口を作れたというのも、いただいた提案の中では大きかったです。





商品本部長（左） 宍倉 周弥 様
アジアビストロDai 二子玉川店
店長（右） 諸橋 司幸 様

Before

- ・グルメサイトのポイントを利用するお客様の管理が煩雑でミスがあった

After

- ・「グルメサイトコントローラー」で予約を一元管理ができるため、**予約管理の業務効率が圧倒的に上がった**
- ・グルメサイトのポイント利用処理ミスによる、**お客様へのご連絡等の人的コストも減った**

予約管理が圧倒的に楽に！ 予約管理にかかるコストも約半分に削減



業態

エスニック料理
カフェ

席数

152席

平均単価

☀️ ¥1,000～¥1,999

🌙 ¥3,000～¥3,999

本格的なアジア料理を提供する「アジアビストロDai」やフレンチとエスニックを融合させた料理を堪能できる「ATHA」など東京都内、神奈川県内に複数の飲食店を展開するプレジャーカンパニー様。利用していた予約台帳をやめ、「ebica」を全店導入した経緯などを伺いました。

導入の目的

様々な機能がついているため費用対効果が良いと思った

もともとは違う予約台帳システムを使っていたのですが、「ebica」にはグルメサイト経由の予約を自動で配席してくれる「グルメサイトコントローラー」機能があったというのが導入のポイントです。

他にもさまざまな機能がついていたのもいいなと思いました。システムは、いれとなったら全店にいれないと意味がないので、全店導入を決定し順次変更しています。それに価格も魅力でした。以前利用していたものでも似た機能はあったのですが、**比較すると約半額近くになりました。**



導入の効果

タブレットひとつでグルメサイト管理も
煩雑な処理や手間が省けてミスが減った
自動で全グルメサイトに
変更やキャンセルを反映、手間が減った



弊社では、グルメサイトを何社か利用しているんですが、「ebica」を利用する前はキャンセルや変更があると毎回各グルメサイトにログインして、キャンセルをしないとイケなかったんです。それが「ebica」で処理をすれば、自動的にグルメサイト側の変更やキャンセルもされるので手間が減りました。

以前、当店や一部の店舗で似たようなサービスをオプションで利用していたのですが、グルメサイトでの変更やキャンセルは連動しておらず、処理をし忘れてしまって無駄に予約課金を払うこともあったんです。

さらに、キャンセル忘れで、お客様のグルメサイトのポイントを消化してしまったということもありました。また、以前のシステムだとグルメサイトのポイントが台帳に反映されないため、ポイントを利用したいと申請したお客様の把握はひとつひとつグルメサイトで確認し、手動で転記・管理する必要があり、月末集計時にPOSデータと合わずお客様にお電話をして返金するということが発生していました。「ebica」では利用したポイントもすべて反映されるので、煩雑な処理や手間が省けてミスが減ったというのは本当に大きいです。

自社ホームページからの予約も一元管理



最近では自社ホームページからの予約も重要になってきています。特に、グルメサイトからの予約の手数料を考えたときに、できるだけ自社ホームページからの予約を増やしたい。そういった無料の集客窓口からの予約を増やすにあたって「ebica」の一元管理は本当に便利です。

「ebica」のスマート予約フォームだといろいろとリッチなページにできるので、そのあたりはこれからさらに活用していきたいと思っています。

ダッシュボード機能で予約の流入経路を確認することができます。定期的なエビソルの営業の方とミーティングをして、その際に改善点を指摘してもらい、それをエリアマネージャーに展開し、実際に改善をしていくというPDCが回せるようになったのもありがたいです。

今、社内全体でDXを進めている中で、最終的にいろいろな情報が集約されるのが「ebica」なので、「ebica」に蓄積されたデータをきちんと分析して、販促媒体を選択していくことで経費削減もできると考えています。





設定の最適化で当日のネット予約数が約8倍に！ 「ebica」活用で売上UPにも貢献



業態	席数	平均単価
焼肉	53席	¥5,500~¥6,500

和牛問屋「萬野」直営の焼肉店を運営されている萬野屋様。「ebica」営業の説明をきっかけに、以前まで利用していた予約管理システムの課題に気づき導入を検討。定期的な振返りと設定の見直しにより、着実に予約数や売上増加への影響を実感いただいています。集客の方針と連動して「ebica」を活用いただいている萬野屋様に、導入の経緯と成果を伺いました。

Before

- ・アプリやホームページからもグルメサイトに誘導していたため、集客コストが多くかかっていた
- ・以前利用していたシステムだとグルメサイトの連携ができなかった

After

- ・従量課金のかからないダイレクト予約の活用で集客コストを削減
- ・ネット予約数や流入経路を把握できるようになり、どの店舗を強化すべきか検討がしやすくなった
- ・ダブルブッキングなく当日予約も受け付けられるようになったことで売上にも貢献
- ・現場での電話対応件数が減った

導入の目的

4社を比較検討の結果「ebica」に可能性を感じて導入を決定

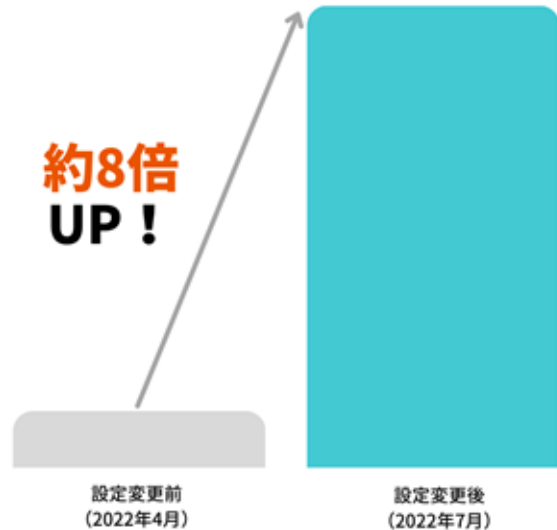


当時使っていたシステムはグルメサイトとの連携ができなかったのですが、紙の台帳からデジタルツールに切り替えたばかりということもあり、それが当たり前だと思っていたので特に課題認識はなかったんです。正直、どの予約台帳システムも大体同じだと思っていました（笑）
ただ、話を聞く中で「ebica」ならグルメサイトの連携ができることを知り、はじめて他システムとの違いが分かりました。課題に気づいていなかったのですが、グルメサイト予約との連携が今後需要として増えてくるだろうという考えもあり、導入を検討しはじめました。

導入の効果

設定の最適化で
当日のネット予約数が約8倍に！

設定変更前後の当日ネット予約数比較



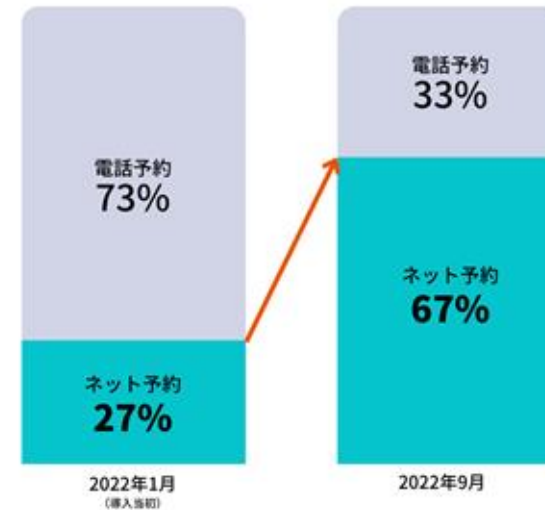
出典：株式会社エビソル 「ebica」予約データより

以前までは当日のネット予約の受付締切時間を早めに設定していたんです。それを、「ebica」であれば予約が一元管理されていてダブルブッキングの心配もないため、当日予約をギリギリまで受け付ける設定に変えました。その結果、当日のネット予約数が増加し売上にも影響しています。電話予約からネット予約が主流になっていることもあり、設定時間を変えて以降、Google から当日にポンッと予約が入るようになるなど、予約数への影響をととても実感しています。

ネット予約比率が導入前と比較して40%増加！

導入当初と比較すると、月のネット予約比率が40%上がったこともあります。予約の内訳を見ても、電話の代わりにネットで検索してそのままネット予約されるお客様が増えていることが分かります。実際、現場に入っても電話が鳴る回数が少なくなったように思います。

電話・ネット予約比率の比較



出典：株式会社エビソル 「ebica」予約データより

「ebica」を入れたことでネット予約が勝手に入ってくる、かつ絶対にブッキングしないという安心感があります。これまでは人がしていた作業だった部分のストレスがひとつなくなり、現場のスタッフがお客様への接客に専念できる環境になりました。



スタッフの負担を大幅軽減しつつ予約は以前の2倍！ リピーター7割の人気店が行うDX施策とは？



業態

焼肉

席数

36席

平均単価

¥4,000~¥5,999

株式会社 ISSEI様は、「焼肉ここから」や「和牛一頭買焼肉 房家」などを展開し、メニュー提案やサービス力の高さで多くのファンを獲得されています。焼肉業態はコロナ禍で参入する企業が増え、競争が激化している市場の一つですが、選ばれるお店づくりをする上で、「ebica」と「AIレセプション」が欠かせない役割を果たしているとのこと。同社取締役の植松様に、「焼肉ここから」での事例を中心にしながら「ebica」と「AIレセプション」の導入の背景や、その効果についてお話を伺いました。

Before

- ・複数のグルメサイトからの予約管理に、オープン前の1時間前を使っていた
- ・手数料を削ることでリピーターに還元したい
- ・DXを推進してスタッフの業務負担を軽減し、お客様へのサービスを手厚くしたい

After

- ・「ebica」の「グルメサイトコントローラー」を活用することでグルメサイトからの予約の転記が不要になった
- ・「ebica」を活用して、新規のお客様はオウンドメディアやGoogle ビジネス プロフィール経由の予約が増え、送客手数料が削減された
- ・予約に関する作業負担が軽減され、その分サービスに集中でき、お客様の体験価値向上につながっている

導入の目的

複数のグルメサイトからの予約管理をスムーズにしたい

当店が「ebica」の導入を決めた理由は、「グルメサイトコントローラー」の機能があったからです。以前活用していた予約台帳システムでは、自動での配席ができず、オープン前の1時間くらいは各グルメサイトからの予約内容をスタッフが確認して、紙に転記する必要がありました。万が一、ダブルブッキングなどのミスがあった場合お客様に迷惑がかかってしまうため、アルバイトにまかすことができず、店長をはじめとした社員が最優先で対応をしていました。こうした負担やご迷惑をどうにかしたいと思い、切り替えを検討し始めました。

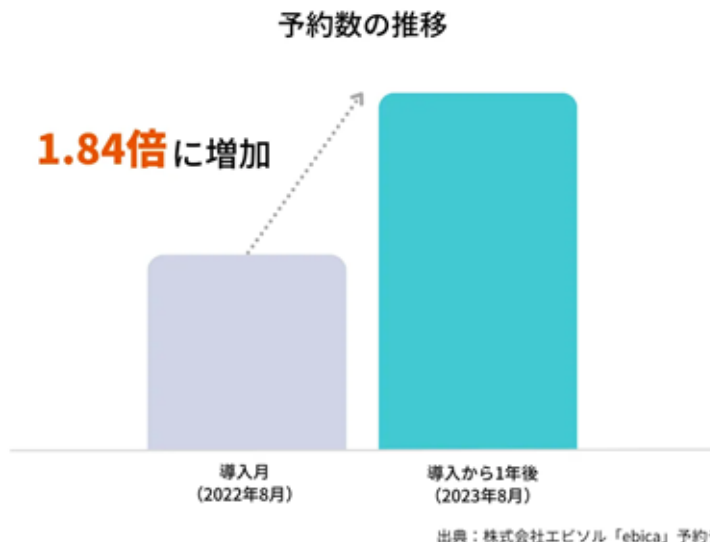


導入の効果

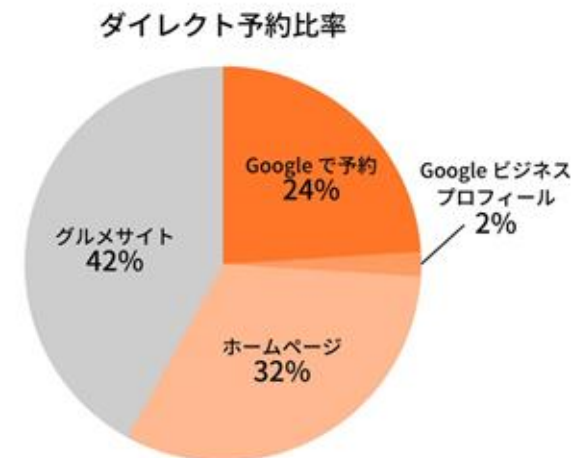
各グルメサイトからの予約を自動で取り込んでくれるインパクト

「ebica」の導入後、グルメサイトからの予約の転記が不要になり、他の作業に集中できるようになりました。それにより開店準備の精度が上がり、これまで以上に店内の清掃などに注力できています。コロナ禍を経て、店舗の清潔さに敏感になっているお客様が増えているからこそ、そこに力を入れることができるメリットは大きいです。

また、「ebica」を活用してから、各グルメサイトの予約を自動で取り込みながら在庫を更新してくれるようになったので、全ての空席情報をネット上に公開することができています。これまではせっかくお金を払ってグルメサイトに掲載しているにもかかわらず、ダブルブッキングの心配から、ネット予約の受付を止めていた時間がありました。今は、「ebica」に任せていれば、そうした状況に陥る心配がありません。**結果、「ebica」によりグルメサイトの効果が最大限に引き出され、予約が導入直後と比較して1.8倍にまで伸びました。**



送客手数料をリピーターづくりのための投資に転換



グルメサイトの送客手数料については、新規のお客様の集客が実現できるのであれば適正価格だと思っています。しかし、リピーターのお客様がグルメサイト経由で予約をされている場合も送客手数料を支払うことについては、疑問を感じていたのも事実です。だからこそ、**送客手数料のかからない予約経路をつくってコストを削減し、その分をお客様に還元したいと考えていました。**そこで「ebica」を導入してから特に注力しているのがリピーターへの販促です。LINE公式アカウントのフォローをお願いするとともに、お店やLINEからの予約も紹介しています。そうした経路から予約してくださったお客様には、盛り合わせのお肉をランクアップしたり、増量したりといった特典をつけています。その結果、ネット予約の6割を手数料のかからないオウンドメディア経由で獲得できるようになりました。こうした取り組みが功を奏し、現在、**当店のお客様の7割がリピーターです。**ポストコロナ社会となり、焼肉業態の競争は激化しているからこそ、多くのリピーターを獲得できたことは大きなアドバンテージになっています。それが実現できたのは「ebica」を活用して**送客手数料を適正化し、その分をお客様に還元して満足度を上げられたからに他なりません。**

貴店にあわせた運用方法についてのご相談は
お気軽にお問合せください

ebica



<https://www.ebica.jp/>



03 - 4405 - 4042
(平日9:30~18:30)

＼オンライン相談はこちらから／

ご希望の日時をご入力いただけます

