

居酒屋の収益向上の強い味方

## 予約の受注率を向上させるシステム 「リザーブキーパー」を提供

# (株)エアネット

(本社／東京・品川区、  
井山大介社長)

まとまった人数の来店が予約される予約客。予約の電話を逃すことなく受け付けて、その場で確定できれば、予約率は格段に上がり、収益も向上する。そのサポートをするのが、エアネットが提供する、飲食店に特化した予約管理システム「リザーブ

キーパー」である。同社は、2010年に本システムをリリースして以来、導入店の声やニーズを反映してバージョンアップを続けてきた。年内には、予約受付時に過去の来店履歴が分かる顧客管理機能も付加し、飲食店の運営を多面的にサポートし

ていく予定である。

### 営業時間外でも その場で予約を確定

IT時代の今も、店舗単位で予約を受けて、紙の予約台帳で管理している飲食店がほとんどである。しかし、これでは店舗にスタッフがいない時間帯は電話がつかない。また、不在時に本部などに電話を転送していても、予約台帳は店舗にしかないため、その場で予約を確定できない。すぐに予約を決めたいお客は他店に流れ、知らないうちに、予約のチャンスロスが発生していた。

同社は、こうした問題を解決するソリューションとして「リザーブキーパー」を開発。デジタル化した予約台帳を、インターネットにより店舗と本部でリアルタイムに共有できるシステムである。

同システムでは、予約の電話を、店舗にスタッフがいない時間帯は店舗で受け、不在時は本部など指定の場所に転送する。受けた人は、パソコンやタブレット端末の画面で、お客が予約を希望する店舗の予約台帳画面を表示。その場で空席状態を確認して予約を確定する。希望する店が予約で埋まっている時は、近隣の系列店の予約状況を確認して、案内す

ることも可能である。

スピーディーな対応にお客は満足し、その店やチェーンに対する好感度が高まる。店舗は予約をもらえなく獲得でき、客席の稼働率も売上げも向上する。本部は、チェーン全体でお客を囲い込め、予約率が悪い店舗に対して、その場で対策を講じることも可能である。

まさに、お客、店舗、本部、三方よしのシステムといえる。

### 導入店の声をもとに バージョンアップ

バージョンアップを重ねてきた中で、大きな変更点がいくつかある。

1つ目は、客席の全選択機能の追加である。全席の予約と解除を一気に行える機能で、全店貸し切りなどの際に便利だ。2つ目は背景色で、事前予約は黄色、即時予約(当日客)は青と分けている。これにより、当日客を含めた客席の管理が可能になった。3つ目は、予約台帳印刷機能の強化である。印刷する時間帯を選べ、用紙はA4だけでなく、A3にも印刷できるようになった。予約一覧をプリントアウトして壁などに貼り出すケースが多いことから加えたもので、ランチとディナーを分けて印刷する、1枚の用紙にできるだけ



予約台帳をデジタル化して本部と店舗間で情報を共有できる「リザーブキーパー」。iPadで予約台帳を管理できるためスマートな顧客対応も可能になる



リザーブキーパーのシステム概念図

開発者の声

株エアネット  
IPサービスグループ  
新垣良昭氏



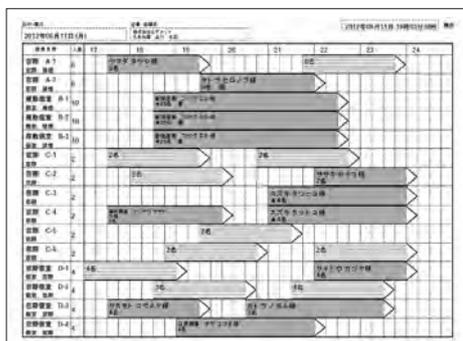
飲食店の顧客サービスと収益向上のお手伝いをしていきたい

リザーブキーパーのシステムを開発していく中で、飲食店ならではのニーズや特有の習慣などをお聞きしながら、より使い勝手がいいものにバージョンアップしてきました。

例えば、予約台帳をデジタル化しても、最終的にはプリントアウトするというお声を受けて、印刷機能を強化しました。背景色を変えたのも、遠目からでも一目で分かるようにしてほしいという要望を反映したものです。

現在は、顧客管理機能の開発が大詰めに入った段階です。ただし、基本は予約管理システムなので、機能を付加し過ぎるとそこから逸脱してしまいます。操作が簡単で、誰でも使えることを念頭に進めています。

リザーブキーパーにより、これまで目に見えなかったことが見え、それを新たなサービスに生かすことで、来店客に、「この店いいね」と思っただけならうれしいです。飲食店、来店客双方の目線で、サービス向上と、店舗の売上アップのお手伝いをしていきたいと思っています。



予約台帳の画面。従来利用していた紙の予約台帳のフォーマットを採用したことで、誰でも直感的に利用できる。また、デジタル化することで、空席情報の検索が容易になり、「個室のみ」といった条件検索も可能である

予約台帳を紙に打ち出せるようにしたPDFファイルの画面

予約リストを打ち出す印刷用のPDFファイルの画面。予約台帳を手書きで書き写す手間がなくなり、転記ミスによるトラブルを防止できる

多くの情報を印刷するなど、店の営業形態に合わせて活用できる。さらに年内には、顧客管理機能が加わる。予約を受ける際に、電話番号と名前からお客を特定し、来店履歴、要望や好みなどの情報が表示され、「〇〇様、いつものお席をお取りいたします」「お好みに合うワインをご準備しておきます」といった、

一歩踏み込んだサービスができるようになる。さらに、来店回数に応じて「いつもご来店ありがとうございます。感謝の気持ちをこめてビール一杯無料でご提供します」といったサービスを行えば、お客の好感度は高まり、リピート率の向上も可能である。

現在導入店は100店舗を超え、居酒屋、焼き肉店など、5店舗以上を持つチェーンが多い。

「営業時間外に予約の電話がかなりあることが分かった」「満席でも近くの系列店にご案内でき、お客さまに喜ばれている」といった声が聞かれている。

飲食店が複数入る大手ホテルで、予約をフロントで受け付けられるようにしたケースもある。

顧客管理機能に加わると、サービス向上になるだけでなく、個人店や2、3店舗の企業でも、導入メリットが生まれる。

自社でサーバーを持つ必要がないクラウド型サービスで、費用は、初期費用が3万円。ランニングコストは、月額で基本料5000円、店舗アカウント利用料金が1店舗につき5000円である。無料でのテスト導入も受け付けている。

「営業時間外に予約の電話がかなりあることが分かった」「満席でも近くの系列店にご案内でき、お客さまに喜ばれている」といった声が聞かれている。

飲食店が複数入る大手ホテルで、予約をフロントで受け付けられるようにしたケースもある。

顧客管理機能に加わると、サービス向上になるだけでなく、個人店や2、3店舗の企業でも、導入メリットが生まれる。

自社でサーバーを持つ必要がないクラウド型サービスで、費用は、初期費用が3万円。ランニングコストは、月額で基本料5000円、店舗アカウント利用料金が1店舗につき5000円である。無料でのテスト導入も受け付けている。