

店のQSC評価をスコア化する面接調査サービス「ファンくる」を運営する株式会社ROI。同社の調査結果をもとにテクノロジーがらたたらす顧客満足度への影響と、それによって再来店率が上がるメカニズムを紐解くのが本連載のテーマだ。隔月連載の第2回目は「セルフオーダーと顧客満足度」の相関性について考察する。

# リピート率が上がる ファンづくり



## トップが語る セルフオーダー導入の理由

人そ

株ワンダーテーブル  
代表取締役社長 秋元巳智雄

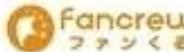
人は価値を高める作業に集中する。そのためセルフオーダーは不可欠



ピアレストランジistoria YONA BEAT WORKSは2003年7月にモバイルオーダーを導入。仕次から店舗までをスマートフォンで完結できるようにした。

株ワンダーテーブル 〒107-0052 東京都港区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー3階 ☎03-5791-1000

# メカニズムと実践 を科学する



株RO  
代表取締役社長 山口敬人



セルフオーダーと顧客満足度 前編

「ここからは別冊したアンケート結果をもとにセラフォーダーと顧客満足度(CS)について考察します。アンケート結果から率直に感じたことは、想定していた以上にセラフォーダーはお客様に好意的に受け止められて

今回のテーマはゼルファオーダーです。コロナによって外食業界でDX化が急速に進み、アフターコロナを見据えた新しい動きが見られるようになっています。の中でも外食店で広く普及したのがセルファオーダーといえるでしょう。お客様との接触機会の減少、人件費の削減、オーダーと解消によるスムーズな料理提供などをリモートオーダーを導入するメリットはいくつもあります。一方、それを利用する顧客にとってはどうでしょうか。タクツとのコミュニケーションの減少や店舗の端末を使ってオーダーする手間など、ネガティブな印象を受けることもあるはずです。

そこで今回は「ファンくる」のユーザー約1,000人にテーブルオーダー（TO）とモバイルオーダー（MO）に関するアンケート調査を実施しました。セルフオーダーを利用した際の印象を業種別に調査し、外食店におけるセルフオーダーの課題について検討していきたいと思います。また、今回のテーマではMOの導入の傾向と活用しているワンドーラーテーブルについて語っていただけました。

...アンケート結果

