



QSC  改善アンケート™

# EPARKテイクアウト 概要資料

**EPARK** グルメ

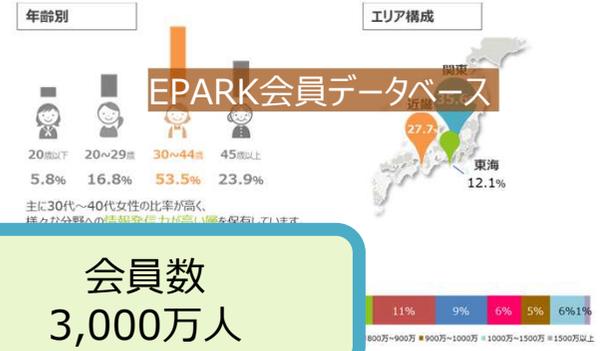


EPARK総合ポータル

全国  
150,000施設の予約

■メイン顧客  
飲食店、商業施設、リラクゼーション、医科歯科、薬局、エンタメ施設、鉄道、携帯ショップ etc...

# EPARK



会員数  
3,000万人

■メインターゲット  
30代~40代の働く女性 / 小学校6年生以下の子どもを持つ主婦

**EPARKにご加盟いただくと**  
 全国約15万店舗でご利用中のEPARK会員3,000万人と店舗従業員様を  
 貴社へ集客し、様々なキャンペーン・プロモーションに参画できます！

EPARKロイヤルパスポート



約150,000施設の  
加盟従業員対象割引

■ロイヤルパスポート  
特別プランのキャッシュバックキャンペーンを  
御店従業員様に適応いたします。

月間予約数  
約**500万件以上**  
※年間 約6,300万予約

EPARKキャンペーン

キャッシュバック  
キャンペーン原資提供  
※キャンペーン企画に準じます

■キャッシュバック (キャッシュポ)  
毎月、さまざまな施策とともに、  
ユーザーに直接、現金を還元。



GOLD PASSPORT



飲食店

薬局

<回転寿司>

<焼肉・レストラン>

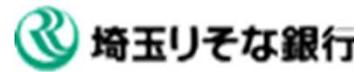
<その他>



携帯電話Shop

アミューズメント

その他



etc...



商業施設内にサイネージを設置し、各テナントに対しEPARKサービスを導入中



## 会員数

約**3,000**万人 (2020年3月時点)

## メインユーザー

**小学生を子供に持つ主婦層**

## 男女比率



女性

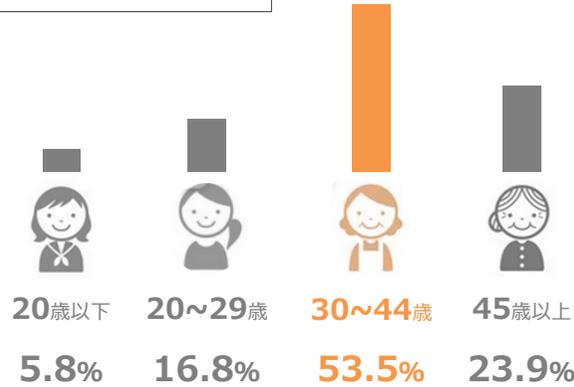
55.7%



男性

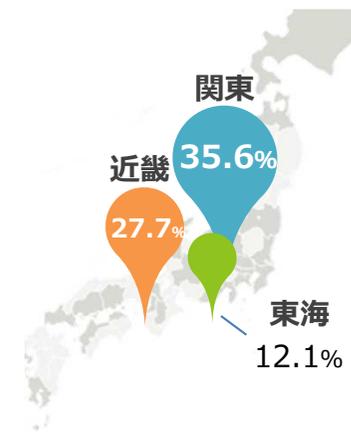
44.3%

## 年齢別



主に30代~40代女性の比率が高く、様々な分野への**情報発信力が高い層**を保有しています。

## エリア構成



## 年収別



## 展開中サービス



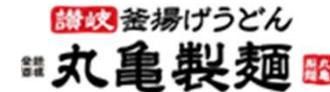
歯科やリラクゼーションなど、新しい業種でも、次々にサービスを展開中。今後も新たなフィールドで、サービスを拡大して参ります。



# EPARKテイクアウトのご案内



【店舗数】2017年4月 約40店舗 ⇒ 2020年3月時点 **約3,500店舗掲載**



～「EPARKテイクアウト」予約数推移～



業態を問わず、どの店舗様も  
**新規ユーザー様の獲得 + リピーター様の確保**  
 に貢献しています



店舗オペレーション：注文受付～受渡までいたってシンプルです！**現状のオペレーションに負荷をかけません**



**店舗様**

プリンターを使えば端末操作は1回のみ

- ①タブレットに注文通知が届く
- ②注文内容を確認
- ③注文内容をプリンターで自動出力 (当日受取分のみ)

Bluetooth接続

【柔軟な店舗設定が可能】  
在庫数、受取時間、準備時間、品切れ（非公開）、臨時休業など...

④注文商品の調理しご用意

受取時間にお客様がご来店されたら

- ⑤注文番号を確認し、商品をお渡し
- ⑥タブレットで受渡済のボタンを押す

【事前決済】キャッシュレス  
【店頭決済】レジ業務・金銭授受

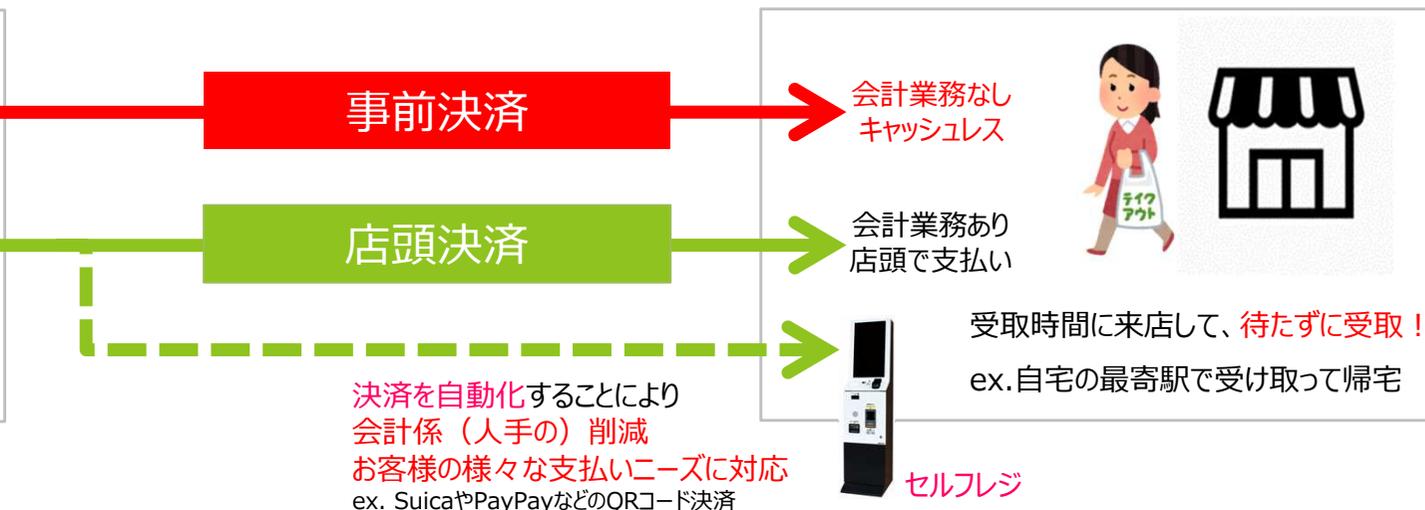
**お客様**

スマホ・PCから

好きな商品を好きな時間に注文

ex.  
オフィスで注文  
帰宅時に電車に乗る前に注文

選択可能



ユーザーニーズに最適な出面を露出する事で、離脱が下がり効率的に貴社へ送客が可能です



## ▷ 事前予約でスムーズなテイクアウトを実現

### 予約時間に待たずに受け取れる

(暑い日や寒い日に外で待たないですむ)

### 出来たての熱々な料理を受け取れる

### 本格的な料理を自宅で楽しめる

### 時間の有効活用

(忙しい買い物の時間帯やサラリーマン・OLの昼食など時間の効率化)

### 柔軟な決済手段 (事前決済・店頭決済)

### ゆっくりメニューをみて、ゆっくりお好きなものが注文ができる

### EPARKの会員メリットを利用できる

→EPARKグループのポイントキャンペーン等を利用しておトクに利用できる



- ▷ EPARK会員へのアプローチによる顧客数増加・新規顧客開拓
- ▷ 事前注文・事前決済システムによる効率化

EPARK会員 **3,000万人**への訴求

※EPARKグループ他業種（歯科・医療・美容・旅行等）会員の相互送客効果も見込める

EPARKポイント・クーポン施策の活用

※EPARK会員向けにテイクアウトのみならず毎月様々なポイント還元、クーポン施策を展開し相乗効果が期待できる

売上・収益拡大→アドオン売上を創出

会員へのリピート施策の費用は不要

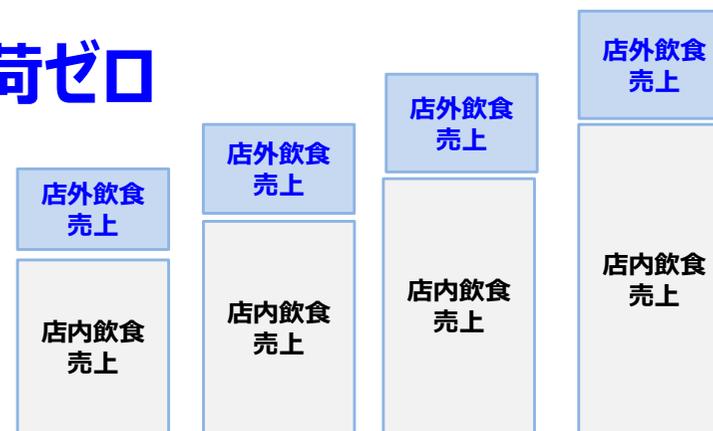
※クーポン機能やメール配信

事前決済、店頭決済を状況に応じ選択可能

**事前決済は金銭授受なく、レジ精算負荷ゼロ**

※クレジットカード等で事前決済とするで未収・リスクを回避

店頭・店内の混雑緩和  
**（事前注文・時間指定予約）**



# EPARKテイクアウトサービス おすすめオプションサービスのご案内

QSC改善アンケート™ for  



コロナ対策によるテイクアウト導入店舗急増を背景として、消費者のテイクアウトに対する目も肥えると同時に、大変厳しいものに。継続的にリピートされ続けるためには、テイクアウトサービスを体験したお客様の声に耳を傾けテイクアウトサービス自体のサービス改善を図っていくことが差別化のポイントに。



近隣の飲食店はどこもテイクアウトサービスを開始。

同じ業態の店舗のテイクアウトサービスが増える中で、ユーザーの選択肢も増加。

そんな中でも選ばれ続けるためには早期に他店とは違ったアプローチが必要。



テイクアウト利用顧客の声に耳を傾け改善を図ることで、競争激化する近隣店舗との**差別化となり、固定ファンを増やすこと**に直結。つまりテイクアウトサービスに限定したQSC改善 = 自店舗テイクアウトサービスのファン化が今後生き残りをかけ重要な施策に。

## ◆テイクアウトしたお客様が実際にご自宅でサービスを体験し何を思っているのか？

味は？量は？コスパは？見た目は？

利用した理由は？

自分の店の強みを知ること

# いかにして自店舗の**ファン**を増やしていくのか

自分のお店の強みと同時に改善すべき領域を客観的な情報で把握

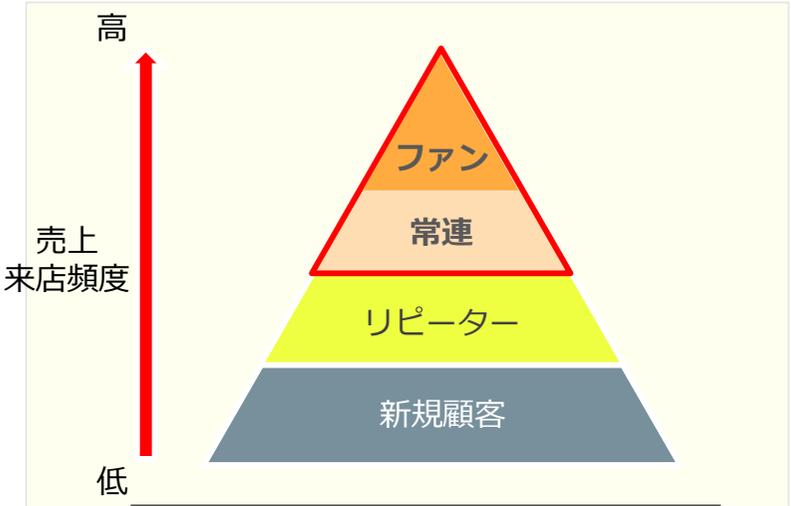
PDCAを高速で回し改善を図る

⇒**根強いファンの育成**



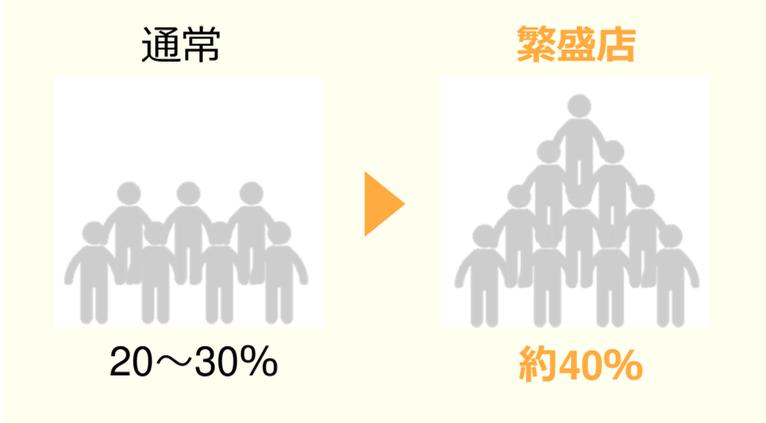
# テイクアウトサービスに特化したリピーター育成施策の必要性

## ◆飲食店の売上構成



飲食店の売上を上げるためには  
いかに**ファン**を増やすかが大切

## ◆繁盛店のリピート率



飲食店におけるリピート率構成

## 繁盛店のポジティブスパイラル



## ◆お客様からテイクアウトの改善点をリアルタイムで素早く収集⇒PDCAを回す⇒お店のファン化

- Quality** ⇒『味』・『盛付』・『感染症対策』・『提供温度』・『お値打ち感』・『見た目』など
- Service** ⇒『受け渡し方法』・『提供スピード』・『決済手段』・『受け渡し時の接客品質』など
- Cleanliness** ⇒『容器の清潔さ』・『包装状態は』など
- その他** ⇒『容器デポジット』『クーポンや特典』等店舗として独自に収集したい質問も設定可
- フリーコメント** ⇒コメントのリアルタイム通知機能有。クレームの芽をリスクアラートとして早期把握

初めての利用で炙りチャーシューを購入しました。1時間以内に帰宅しましたが、厚みのあるチャーシューの下のキャベツがビチャビチャ。ラップで容器が包まれましたが、しみて袋まで油と水分で食べるまでに大変でした。夏場は腐らないかと心配に。。



買った翌日に会社でお弁当として食べました。温め直して食べたのですがエビも大きいエビと桜海老が入っていたり、具材がきちんとしていて美味しかったです。またリピートしたいです。あつあつの状態で時間指定で受け取る方法などがあれば嬉しいです！

エビがとてもプリプリで大きく美味しかったのですが、味が少し薄い気がしたのとソースの量の割に具が少なかったです。店内で食べるいつもの味とは少し違ったのが残念でした。。

ちょっと奮発して生うに軍艦を注文しました。とても楽しみにしていたのですが、蓋をあけると、生うにがとろとろでほぼ液状で固形ではありませんでした。写真では、プリッとした美味しそうな生うにだったので、ちょっとがっかりしてしまいました。こんなものなののでしょうか。これで453円はとても寂しい気持ちになってしまいました。持ち帰りは別のところにします。



## ◆飲食店特化型QSC改善アンケートとは？

QSC改善アンケート™

売上相関性のある**NPS®**指標を活用し、飲食店の重要指標である

『**Q**uality』『**S**ervice』『**C**leanliness』を**店舗単位**で**リアルタイム**且つ**定量的**にチェック、

**改善PDCA**を実行に移すために開発されたEPARKグルメが提供するWEBアンケートシステムです。



## ◆「QSC改善アンケート」が飲食店に選ばれている理由は？



改善項目が一目でわかる  
**レポート**



利用者が使いやすい  
**シンプルな管理画面**



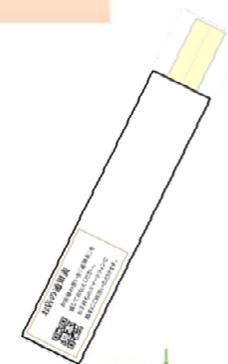
ユーザーが回答しやすい  
**UI設計**

## ◆テイクアウトサービス利用客からのアンケート回収方法は？

お客様はQRコードを読み取ってもらいアンケートへ回答

《QRコード印字箇所》

例：お手拭・容器・箸袋・ショップカード・クーポン券・レシート印字等





一回のお客様を、一生のお客様に。

**E PARK**

