

情報の活用事例集

情報を活用して 発展する産業



タッチパネル注文システム

活用する情報

- ◆メニューの情報
- ◆お客さんが注文した情報

いつでもすぐに注文できる

「タッチパネル注文システム」は、お客さんが、テーブルにおかれたタブレットのタッチパネルを操作して自分で注文するしくみのことです。タッチパネルにはメニューの写真やくわしい説明を表示することができます。また、おすすめのメニューや売り切れの情報なども表示することができます。

「タッチパネル注文システム」を使えば、お客さんは自分の好きなタイミングで注文ができます。たとえばお店が混んでいて店員さんがいそがしく、自分の席までなかなか来てもらえない場合でも、すぐに注文することができます。



お客さんは画面をタッチして注文します。画面には「おすすめ」や「売り切れ」などの情報も表示されています。

お客さんが注文した情報をレジと連携

お客さんの注文を店員さんが聞いてメモする場合、店員さんは会計のときにメモを見ながら商品の情報をレジで一つ一つ入力する必要があります。

注文の聞きまちがいも減って、とても便利なんだって！



しかしタッチパネル注文システムではレジと連携することができるので、レジへの入力の手間やミスを減らすことができます。



注文した商品の情報



お客さんがタッチパネルで注文した情報はレジと連携することができます。

ポス レジシステム

じょうほう 情報の活用

活用する情報

- ◆ 売れた商品やその金額の情報
- ◆ お客様の情報

売れた商品や お客様の情報を集める

「POS」とは、英語の「Point of Sales（販売時点情報管理）」の頭文字をとったもので、POSレジは、商品を売ったときに情報を集めたり管理したりできるレジのことです。

POSレジを使うと、商品をレジに通したときに、「商品名」「金額」「精算をした時間」などを記録することができます。しかし、それだけではありません。店員さんがお客様の「性別」「年代」などの情報を入力でき、これらの情報と商品の情報を結びつけてコンピュータに蓄積することができます。

このようにPOSレジによって集められた情報から、

- ・ 人気のある商品はどれか
 - ・ 人気のある商品の組み合わせは何か
 - ・ お店が混むのはいつか
 - ・ どのようなお客さんが来ているのか
 - ・ 商品がどのようなお客さんに売れているのか
- などがひと目でわかるようになります。



POSレジはお金の計算をするだけでなく、情報を集めることができます。

集まった情報を使うと、売り上げをあげる手立てやシフト（仕事の割り振り）を考えるのに役立ちそうだね！



コラム



最近、コンビニエンスストアやスーパーなどでは、お客さんが自分で商品のバーコード（商品名や値段がわかる記号）を読み取り、精算できるセルフ

セルフレジ



レジが設置されています。

このセルフレジを使うとレジでの混雑を減らし、店員さんの人手不足を解消できたりします。

予約管理システム

活用するじょうほう
情報

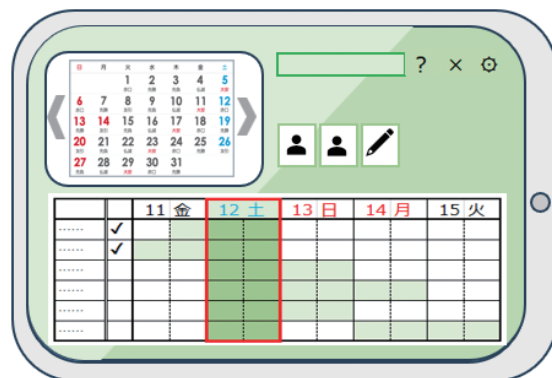
- ◆お店への予約情報
- ◆お客さんの情報

予約の情報を一つにまとめる

予約管理システムとは、情報端末を使って予約を管理するシステムの事です。これを使えばインターネット予約や電話予約をすべて一つにまとめることができます。

インターネット予約の場合は、お客さんがパソコンやスマートフォンから予約すると自動的にその情報がお店の情報端末に登録されます。また電話予約の場合は、店員さんが、お客さんからの電話を聞きながら画面を操作して必要な情報を入力していきます。

紙やノートに書いて予約を管理しようとする、予約の変更があったときに書き変える必要がありますが、予約管理システムでは、画面上で簡単に行うことができます。また予約の状況が一目でわかるので、予約を取りすぎてお客さんがお店に入れないというのを防ぐこともできます。



予約の状況が画面上で一目でわかります。

お客さんの来店回数も知ることができ、接客に役立てることもできるんだって。



予約の情報を活用する

予約管理システムは、その日の予約を管理するだけでなく、日々の予約数、キャンセル数などの情報を集めることができるので、どの日に予約がたくさんあるかなどのお店の状況をすることもできます。

またPOSレジと連携させて、予約、売り上げ、お客さんの情報などをまとめることができるものもあります。さまざまな情報を組み合わせて管理することができるのです。

コラム

お客さんが予約したことを
わすれないように工夫をする

予約管理システムにはメールシステムとも連携し、お客さんが予約したことをわすれないように、来店日が近づくとき確認のメールを送ることができるものもあります。

じょうほう 情報の活用 こうこくぶんせき 広告分析システム

活用するじょうほう

- ◆ こうこく 広告を見ている人のじょうほう
- ◆ こうこく 広告を見ている時間のじょうほう

こうこく 広告を見ている人や時間の じょうほう 情報を集める

こうこくぶんせき 広告分析システムとはインターネットのウェブページやSNS（ソーシャルネットワーキングサービス）にのせたこうこくぶんせき 広告を分析するしくみのことです。ウェブページやSNSにこうこく 広告をのせると、たとえば次のようなさまざまなじょうほう 情報を集めることができます。

- ・ こうこく 広告を見ている人の人数
- ・ こうこく 広告をよく見ている人のせいべつ 性別、ねんれい 年齢、住んでいる所
- ・ こうこく 広告がいつみられているか
- ・ こうこく 広告を見た人のうち何人が申し込みをしているか



こうこくぶんせき 広告を分析するときにはいろいろなパターンのこうこく 広告を出します。その結果をくら 比べることで、よりこうかてき こうこく 効果的な広告がどのようなものかがわかるようになります。

じょうほうぶんせき 情報を分析して こうかてき こうこく 効果的に広告を出す

集まったじょうほう 情報からは、よりこうかてき こうこく 効果的な広告の方法を考えることができます。

たとえば、

- ・ このこうこく 広告からの申し込みは少ないので、よりきょうみ 興味を引くような写真や文に変えてみる
- ・ 30-40代の女性（じよせい）がこの広告をよく見ているので、30-40代の女性（じよせい）がよく見るウェブページにこうこく 広告をのせてみる

こうこく 広告を出すことで、じょうほう 情報を集めることができるんだね。



- ・ 21-23時にこのこうこく 広告がよく見られているので、その時間帯（こうこくぶん）に広告を増やすなどです。

こうこくぶんせき 広告分析システムには、このようなよりよいこうこく 広告を出していく手立てを考え出してくれるものもあります。

このシステムをいかして、ウェブこうこく 広告は多くのお店（せんでん）の宣伝のために使われています。

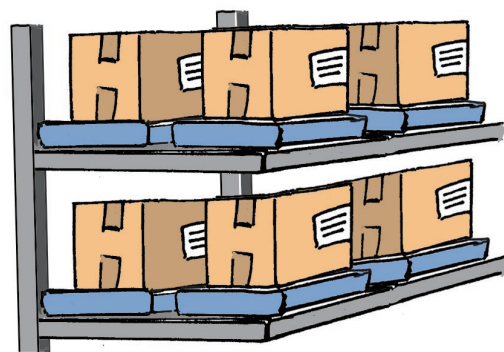
ざいこ 在庫管理システム

活用する情報

ざいこ じょうほう
在庫の情報

ざいこ かくにん 在庫の確認は大変

定期的に在庫の確認をするのは大変な作業です。だれかが在庫が置いてある倉庫まで行き、ひとつ一つの品物の数を数えて、メモをしたりパソコンに入力したりして記録をする必要があり、とても時間と手間がかかるのです。また、在庫の確認をしそびれると、在庫が少なくなったことに気づかずに、使うときになってあわてて注文するといったことも起こってしまいます。



マットや棚には、重量センサーがついていて、重さをはかることができます。重さの情報はインターネットによって在庫管理システムに送られます。

はなれていても在庫の情報を 知ることができる

そのような在庫管理の負担を解消するために開発されたのが、在庫の重さをはかることのできるマットや棚です。このマットや棚は重量センサーがついていて、上に置いたものの重さをはかることができます。

はかった重さの情報は、インターネットによって、在庫管理システムに送られます。このしくみによって、倉庫に行かなくても画面上でどれくらいの在庫があるのかを確認することができるようになりました。決めた数値よりも少なくなったらお知らせをしてくれたり、自動で注文をしたりすることもできます。

このようなしくみによって、在庫管理にかかる手間や時間を減らすことができ、注文もれをより起こりにくくすることができるのです。

数を数えるんじゃないくて、重さをはかって管理するんだね！



シフト管理システム

店員さんたちの じょうほう シフトの情報を集める

シフト管理システムとは、インターネット上で店員さんたちの希望のシフト（働く時間のスケジュール）を集めて調整し、シフトの情報を共有するしくみのことです。これまでは、ひとり一人の店員さんが希望のシフトを紙に書いたりメールで知らせたりして、シフトを管理する人がその情報を別の紙に書き写したりパソコンを使ってまとめたりする必要がありました。また希望がかさなるところをどうするかを考えたり、決まったシフトを全員に知らせたりする手間もありました。

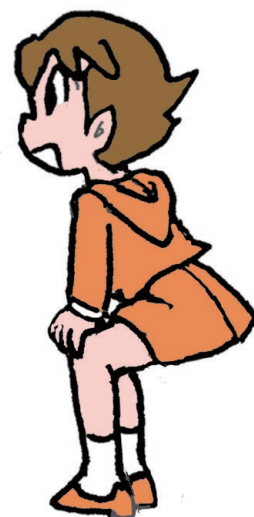
シフト管理システムを使うと、店員さんひとり一人がスマートフォンなどで入力した希望のシフトの情報をすぐに集めることができます。集まった情報はシステムによって自動で調整することができ、決定したシフトを店員さんひとり一人に知らせるのも簡単に行うことができます。このように、これまでシフトの管理にかかっていた時間と手間を大幅に減らすことができます。

2023年10月 シフト											
	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	勤務
	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	合計数
山田		○	○	○		○	○	○	○	○	24
林	○	○		○	○	○			○		20
谷川	○	○	○			○	○	○	○	○	19
上野	○			○	○		○		○	○	20
下村	○	○	○	○			○	○		○	23
田中		○	○		○	○	○	○	○		22
鈴木	○	○		○	○	○		○	○	○	20

シフトの一斉通知

店員さんひとり一人が入力した情報を自動でまとめることができます。

何人もいる店員さんのシフトを調整するのは大変だけど、このシステムを使うと簡単なんだね。



じょうほう シフト情報から給料を計算する

さらに、このシフト管理システムは給料計算の機能がついているものもあります。だれが何時間働いたかという情報をもとに、自動で給料を計算してくれます。

そのおかげでこれまでは人が計算していたものを、コンピュータが正確に行ってくれるので、時間も節約でき計算ミスもへらすことができるようになりました。

ハンディオーダー

活用する情報

- ◆注文内容の情報
- ◆店員さんごとの注文の情報

注文内容をすばやく伝える

ハンディオーダーとは、店員さんがお客さんから注文を取るときに使う、持ち運びのできる端末機器のことで、店員さんは、お客さんの注文を聞きながら、ハンディオーダーに注文内容を入力します。入力された情報は、自動的にキッチンに送られ、キッチンに設置された画面に表示されます。キッチンのスタッフはその画面を見て、すぐに料理を作る作業に取りかかることができます。

またハンディオーダーを使うことでメモの読みまちがいによるミスなども減らすことができます。



画面やボタンをタッチするだけで注文内容を入力することができます。

集めた情報を活用する

ハンディオーダーを使うと、注文された商品の情報を集めることができるのはもちろん、ハンディオーダーを使っている店員さんごとの情報を集めることもできます。たとえばどの店員さんが多く売り上げているかを知ることができれば、その店員さんの接客のしかたを観察することで、料理の追加の提案や飲み物のおすすめのしかたなど、接客のコツを学ぶことができるかもしれません。学んだことを店員みんなで共有すればお店全体の接客の技術も向上します。ハンディオーダーはそのようなことにも役立てることができるのです。

最近は店員さんが、専用のハンディオーダーではなく、スマホで注文を取っていることもあるよね。



店内集中管理システム

店内のじょうほう 席の情報を集める

店内集中管理システムとは、レジや受け付けなど、一か所で店内の状況を把握するシステムです。店員さんが持ち運んでいるハンディオーダー（注文機械）やレジと連携し、お客さんが席に着いたり、席をはなれたりした情報が集められて、一つの画面に表示されます。

店員さんはお店の中で今どの席が空いていて、どの席にお客さんがいるのかをすぐに確認できます。そして、お店がいそがしいときでも、空いている席をすぐに見つけて案内できるので、お客さんを待たせる時間が短くなります。



お店の中と同じテーブルの配置図を画面上で見ることができます。

コラム

店内集中管理システムは いろいろなところで使われている

この店内集中管理システムは、映画館や空港、カラオケ店などでも役立ちます。たとえば、映画館や空港のラウンジでは空席をすぐ確認できます。また、カラオケ店では空いている部屋を確認できます。これによって、利用する人を迷わず案内できます。このように、このシステムを使うことで混雑を防ぎ、みんながお店や施設をスムーズに利用できるようになるのです。

お店がいそがしいときにも、ひと目でお店の中の様子がわかるのは便利だね。



- ◆お客さんからの注文のじょうほう情報
- ◆お客さんのじょうほう情報

お客さんが使うモバイルオーダー

お客さんにとっても お店にとっても便利

モバイルオーダーとは、お客さんが自分のスマートフォンやタブレットを使って商品を注文できるしくみのことです。モバイルオーダーには、店内から注文をする「店内用（イートイン用）」と、お店の外から注文をしてあとで商品を受け取る「持ち帰り用（テイクアウト用）」とがあります。

「店内用」の場合、お客さんは店内にある二次元コードを読み取るなどしてメニューの画面を開き、それを見ながら注文をします。

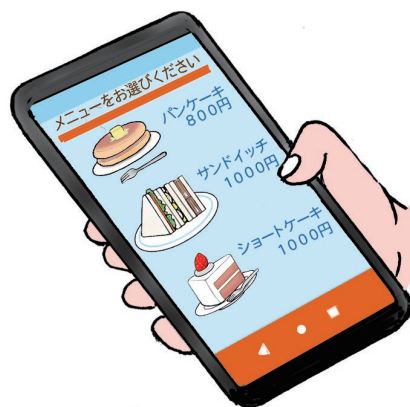
「持ち帰り用」の場合、お客さんは事前に専用のスマートフォンアプリを入れておき、アプリを使って注文します。

お客さんは注文するのに店員さんを待つ必要がなく、店員さんも注文の対応をせずに済みます。またモバイルオーダーはクレジットカードや電子マネーと連携している（れんけい）ので、お客さんはレジに並ぶ必要がなく、店員さんもレジの作業をせずに済みます。このように、モバイルオーダーはお客さんにとっても、お店にとっても便利なしくみなのです。

お客さんの情報を 集められる

モバイルオーダーのアプリを使うときには、会員登録をしてから使うものがほとんどです。お店側は、あらかじめ決めた決まりの範囲内（はんい）ならお客さんの情報を活用（じょうほう）することができます。

お客さんが注文するたびに、お客さんの生年月日、性別（せいべつ）、これまでに買った商品、ポイントの利用状況（じようきよう）などの情報を自動的に集めることができるので、お店側は効果的（こうかてき）なキャンペーンを企画（きかく）することなどに役立てることができます。



自分のスマートフォンから注文をすることができます。

使うわたしたちにとっても便利だけど、お店にとってもよさがあるんだね。



じょうほう 情報の活用 ウェブカメラ

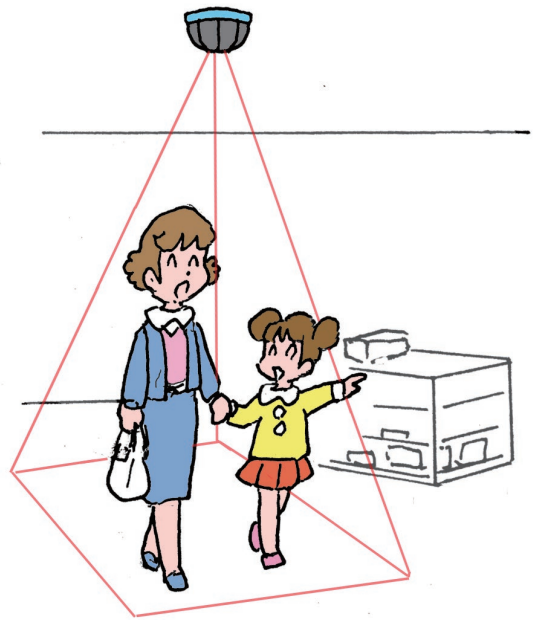
活用する情報

- ◆お店の様子の情報
- ◆交通量の情報

遠くから店内の様子を はあく 把握する

ウェブカメラとは、インターネットを使って、はなれたところからでも映像（えいぞう）を見ることができるカメラのことです。またAI（エーアイ）と組み合わせることで、人が実際に映像（えいぞう）を確認（かくにん）しなくても、さまざまな情報（じょうほう）を集めることができます。

ウェブカメラは置く場所によってさまざまな使い方をすることができます。お店の中にウェブカメラを設置（せっち）すると、どのテーブルにまだ料理（りょうり）がとどいていないか、どこでお客さんが注文（じゅんもん）を待っているか、どの席（せき）が空いているかなどをはなれたところからでも知ることができます。またお店の混雑（こんざつ）状況（じょうきょう）を知ることができ、その情報（じょうほう）を集めて分析（ぶんせき）することで、いそがしくなる時間帯（よそく）を予測（よそく）することができます。



人がどこにいるかもウェブカメラによってわかります。お店がどれくらい混雑（こんざつ）しているかを知るのに役立ちます。

お店の外の様子をはあく 把握する

お店の外にウェブカメラを設置（せっち）することで役立つこともあります。お店の外に通行客（つうこうきやく）の数を数えることのできるウェブカメラを設置（せっち）すると、一日（いちにち）にどれだけの人（ひと）が店の前（まえ）を通っているか、どの時間帯（よそく）やどの曜日（よび）に人がたくさん通っているかを知ることができます。この情報（じょうほう）をもとに、開店時間（かいてんじかん）や閉店時間（へいてんじかん）について最適（さいてき）な時間を考えることができます。



ウェブカメラでは人の表情（ひょうじょう）や料理（りょうり）の盛り付け（もりづけ）まで見（み）ることができ（でき）るらしいよ。すごいね！

情報の活用 掃除ロボット

活用する情報

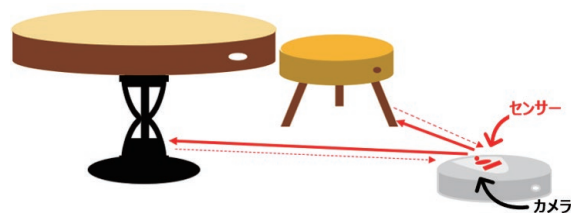
- ◆ お店の広さや形の情報の活用
- ◆ テーブルやいすの位置の情報の活用

お店の広さや形を読み取る

掃除ロボットとは、お店の床を自動で掃除してくれるロボットの事です。お客さんが帰った後、テーブルの周りやキッチンのゴミを自動で見つけてきれいにします。

お店の広さや形、テーブルやいすの位置の情報は、センサーやカメラを使って読み取ります。一度読み取った情報は記憶することができ、その情報をもとにテーブルやいすにぶつからないように動くことができます。

充電の場所も記憶することができ、充電が必要になったら自分で充電場所にもどります。



お店の中の様子をセンサーやカメラを使って読み取ります。

掃除の時間が減り、 ほかのことができる

掃除ロボットが自動で掃除をしてくれるおかげで、お店をいつも清潔に保てます。また店員さんは掃除にかかる時間を短くすることができるので、次の日の準備などほかの作業に時間を使うことができますようになります。



家で使うこともある掃除ロボットは飲食店でも活躍するんだね。



アプリと連携して、清掃済みの場所を表示する機能があるものもあります。

情報の活用 配膳ロボット

活用する情報

- ◆ お店の通路の情報
- ◆ テーブルの配置の情報

人やものに ぶつからないように移動する

配膳ロボットとは、お客さんが注文した料理や飲み物をお客さんのもとに運んだり、お客さんが食べ終わったあとの食器をかたづけたりするロボットのことです。配膳ロボットにはお店の中の通路の情報やテーブルの配置の情報が組みこまれています。人にぶつからないように動くためのセンサーもついていて、店内を歩いているお客さんやスタッフの位置の情報を集めながら移動します。

配膳の作業を減らして、 お客さんをおもてなし

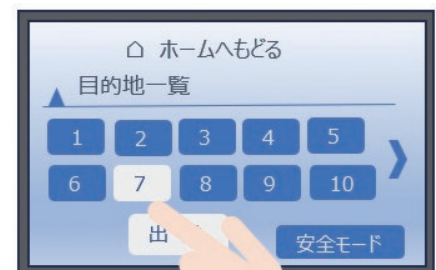
ロボットは、一度にたくさんのものを運ぶことができます。配膳ロボットに料理や食器を運ぶことをまかせることで、お店の人は、お客さんのおもてなしなどほかのサービスに集中することができます。



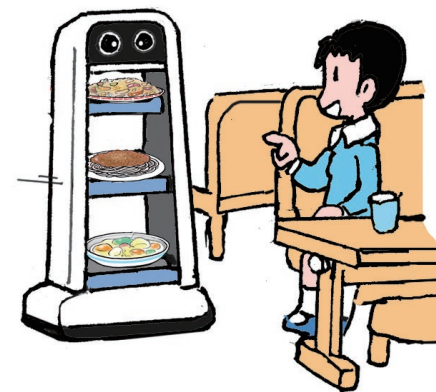
「いらっしゃいませ」
や「ごゆっくりどうぞ」と話しかけてくれるロボットもあるんだって。



① 料理を配膳ロボットにのせる



② テーブル番号をおす



③ 配膳ロボットがお客さんのもとに料理をとどける

情報の活用 電子レシート

活用する情報

- ◆活用する情報
- ◆買った商品の情報
- ◆商品を買った時間帯の情報

買った商品の情報を 受け取れる

電子レシートとは、紙のレシートの代わりにスマートフォンなどで買った商品の情報を受け取れるレシートのことです。多くの場合、アプリを使うことで、スマートフォンなどで見るができます。情報がスマートフォンに入っているので紙のレシートのようにかさばったりなくしたりせず、情報を整理するのもかんたんになります。また、お店から買い物に使えるポイントや割引クーポンの情報も受け取ることができます。さらに、家計簿のアプリと連動させれば、買い物に使ったお金の管理も楽になります。



紙のレシートのような画像を画面で見ることができます。レシートの情報は記録されていくので、お客さんは後で見返すこともできます。

お店にとっても 利点がある

お店側にも利点があります。まず、電子レシートを使うと、お客さんが買った商品の情報を集めることができます。この情報を使って、どの商品がよく売れているか、どんな時間帯にお客さんが多いかなどを分析できます。それにより、より効果的な宣伝や割引セールなどの計画を立てることができ、売上をのばすことにつながります。

次に、電子レシートには、クーポンやポイント情報をかんたんに追加することができます。次の買い物に使えるポイントや割引クーポンなどをお客さんに送ることで、お客さんがまたお店に来なくなる仕組みを作ることができ、お店の売上アップにつながります。

お店からポイントやクーポンがもらえるから、次の買い物がお得になるよ！



キッチンディスプレイシステム

活用する情報

- ◆注文の情報
- ◆調理の開始・終了の時間の情報

注文の情報をすばやく受け取れる

キッチンディスプレイシステムとは、料理を作る人が、お客さんから受けた注文の情報をタブレットやコンピュータの画面（ディスプレイ）で確認できるしくみです。タッチパネル注文システム、ハンディオーダー、モバイルオーダーなどで受けた注文の情報は、キッチンのディスプレイにすぐに表示されます。

紙のメモだと、メモを一つ一つ確認しなければなりませんが、このシステムを使うと、一つの画面にまとめて表示させることができます。また、注文を受けた順番に表示させたり、同じ料理をまとめて表示させたりすることができるものもあり、料理を作る順番を考えるのに役立ちます。

4. 注文			
テーブル7	テーブル8	テーブル9	
テイクアウト	店内	宅配	
おにぎり x2	たこ焼き x1	ピザ	x1
お茶 x2	焼きそば x1	サラダ	x2
	お茶 x2	フルーツ	x1
		お茶	x2

すべての注文を一つの画面で見ることができます。タッチパネルで記録をとることもできます。

調理にかかる時間の情報は、新しいメニューを考えるときにも役立ちそうですね！



調理にかかった時間を記録する

画面をタッチすることで、料理を作り始めたことや作り終わったことを記録することができる機能があるものもあります。この記録をもとに、注文を受けてから作り始めるまでにかかった時間や調理にかかった時間を知ることができます。この情報は、より効率的な作業の手順や調理の方法について考える際に役立てることができます。

コラム

食器の情報も

キッチンディスプレイシステムには、おはしやスプーンなどの食器の数を表示させることができるものもあり、料理を運ぶ人にとって役立っています。

気象情報×来客・販売予測

活用する情報

- ◆ 気象の情報
- ◆ お客さんの人数の情報
- ◆ 売れた商品の情報

気象情報は大切

晴れの日はお客さんがたくさん来ても、雨の日はお客さんが少ないということがあります。また暑い日には冷たい食べ物がたくさん売れ、寒い日には温かい食べ物がたくさん売れます。天気や気温はどのくらいの人数的にお客さんがお店に来てくれるか、どんな商品が売れるのかを大きく左右します。

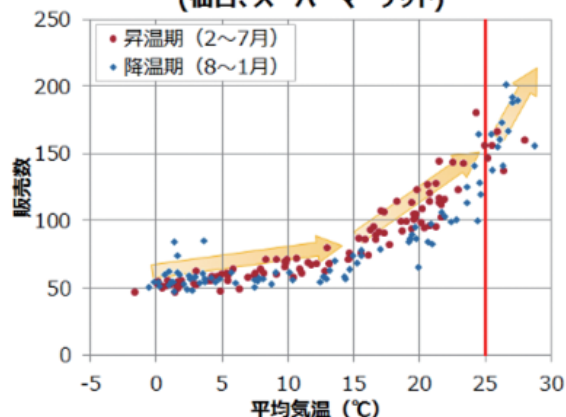
気象情報を活用する

過去の気象情報とお客さんの人数の情報や売れた商品の情報を組み合わせると、どんな天気や気温のときに、どれだけお客さんが来るか、どんな商品がどれだけ売れるのかがわかってきます。

たとえば、次の日が最高気温25℃で天気は晴れだという天気予報と、「最高気温が25℃で晴れの日だと、お客さんは平均50人来ていて、Aランチは平均20個売れている」という情報があれば、次の日に向けて全体で50人分くらいの料理を用意すればよく、Aランチは20個くらい用意すればよいとわかります。

このようにして分析をもとに食材の仕入れや調理をすれば、食材や料理があまってむだにになってしまうことを少なくすることができ、また売り切れになってしまってお客さんに料理がだせないということも防ぐことができます。

平均気温とファミリーアイス販売数の関係
(仙台、スーパーマーケット)



気象庁「気候リスク管理技術に関する調査（スーパーマーケット及びコンビニエンスストア分野）」より。

グラフは、仙台のスーパーマーケットにおける、7日間平均の平均気温とファミリーアイスの販売数の関係を示しています。15℃を超えるところから販売数が増えていき、25℃を超えると急増することがわかります。

気温や天気に合わせた準備が大切なんだね！



顧客管理システム

じょうほう 情報の活用

活用する情報

- ◆お客さんの情報
- ◆注文した商品の情報

お客さんの情報を集める

顧客管理システムとは、お客さんのさまざまな情報を管理するための仕組みです。お客さんが予約をしたり、レジで支払いをしたりしたときに集めた、お客さんの名前、電話番号、生年月日、注文した商品、利用した金額などの情報をまとめて管理できます。「いつ来たお客さんが何を注文したか」「お店によく来るお客さんはどんなメニューが好きか」などを把握できるのです。

氏名	性別	生年月日	電話番号	郵便番号	住所	来店回数	最終来店日	利用金額	支払
山田 太郎	男性	1980/10/29	1111-2222	165-0001	東京都中野区	52	9月20日	¥5,290	
伊藤 花子	女性	-	-	-	-	33	7月6日	¥4,600	
伊藤 冬子	女性	1111-2223	165-0300	埼玉県草加市	38	6月12日	¥5,245		
伊藤 美子	女性	1987/11/22	1111-2224	165-4000	埼玉県上尾市	30	5月21日	¥5,290	
伊藤 清	男性	1989/8/28	-	165-0300	東京都世田谷区	55	9月9日	¥3,600	
小林 直	男性	1111-2224	165-4000	東京都世田谷区	46	8月21日	¥6,600		
山本 一季	男性	1994/12/15	1111-2226	165-0001	東京都世田谷区	23	7月29日	¥3,500	

顧客管理システムはスマートフォンやタブレットからも見ることができ、その場で入力もできます。

サービスの提供に役立てる

これらの情報を管理し、活用することでお客さんに合わせたサービスを提供できます。たとえば、注文した商品の情報をもとに、よく注文するメニューとセットで食べてもらいたいものをおすすめしたり、生年月日の情報をもとに誕生日にメッセージ付きのクーポンを送ったりすることができます。

このようなサービスの提供により、「このお店は自分のことをよく覚えてくれている」と思ってもらったり、足が遠のいているお客さんにお店のことを思い出してもらって再びお店に来てもらえる可能性を高めたりすることができます。

お客さんの細かい情報まで詳しく管理できるんだね。



コラム

顧客管理システムにはお客さんから予約の電話がかかってくると、電話番号からすぐにそのお客

電話と連携も

さんの情報を呼び出して表示することができるものもあります。

情報の活用 顔認証システム

活用する情報

◆お客さんの顔の情報

お客さんの顔を確認し 情報を管理する

顔認証システムは、カメラに顔を映すだけでその人がだれかを判断し、その人の情報を確認することができる仕組みです。

たとえばお客さんが自分でタッチパネルを操作して注文する機械にカメラを取り付けておくと、だれが注文しているのかを自動で判別できます。そしてそのお客さんが過去に注文した商品の情報をもとにそのお客さんにぴったりのメニューをおすすめできます。またお店の利用の状況についての情報をもとに特別なクーポンを提供することもできます。

コラム

情報の取り扱いが大切

お客さんの住所、電話番号などの情報がもれてしまうと、その情報を悪いことに使われてしまうことがあります。これは、私たちのプライバシー（個人の秘密）が守られなくなることを意味します。顔の情報もわたしたちにとって重要な情報です。情報を取り扱うシステムを使用するお店は、お客さんの情報がもれないようにしっかり守っていくことが大事です。

顔の情報だけで 支払いもできる

顔認証システムとクレジットカードの情報を結びつけておくと、顔をカメラに映すだけで支払いを済ませることもできます。ふつうのキャッシュレス決済のようにカードやスマートフォンを取り出す必要もなくなってしまうのです。顔認証システムはさまざまな可能性をもった新しい技術と言えます。



顔認証システムでは顔の形やおうとつだけでなく、ほくろやシミ、シワなど細かい部分まで情報として集めます。

カメラの前に立つだけで情報がわかるなんてかんたんだね！



コメント分析ツール

お客様のコメント情報を集める

コメント分析ツールとは、インターネット上で
お客さんが書いたコメントや意見を自動で集めて
くれるツールです。どんな料理が人気か、お店の
サービスに対してどんな意見があるかをかんたん
に知ることができます。また、たくさんのコメン
トの中から、特に多く出てくる意見や、その時に
はやっていることを整理して、お店に役立つ情報じょうほう
を見つけてくれます。



紙のアンケートだと配
ったり、書いてもらっ
たことをまとめたりす
るのに手間がかかるけ
ど、インターネット上
の情報なら集めるのが
簡単なんだね。

コメント^{じょうほう}情報をお店の改善^{かいぜん}にいかす

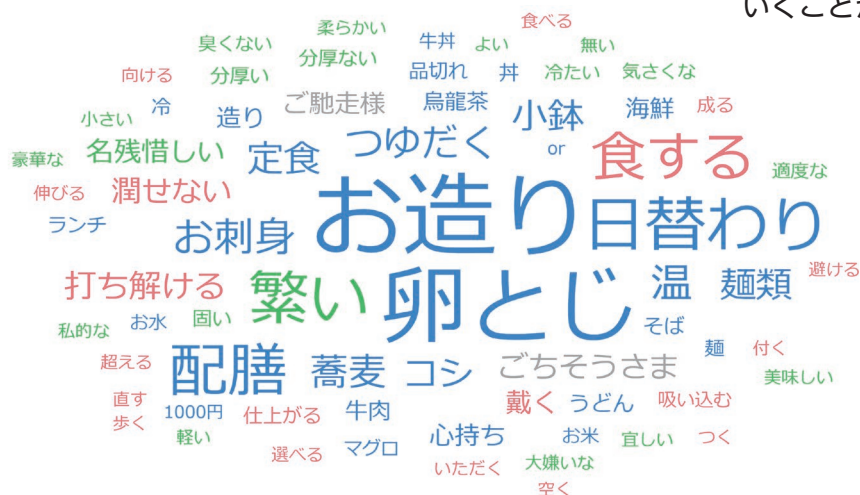
このツールを使うことによって、お客さんがインターネット上に自由に書き込んでいる感想を集めることができるので、店内で書いてもらうアンケートよりも自然な意見や、本当に感じていることを知ることができます。また「この料理の量を増やしてほしい」「待ち時間が長い」といったお客様の不満やこまっていることに気づくことができ、早めの解決につながりサービスの質を上げることができます。

他にも、インターネット上で話題になった他のお店のメニューや人気料理を知ることができるので、メニューの見直しやキャンペーンにも活かされます。

このようにコメント分析ツールを使うことで、商品やサービスを改善して売上アップにつなげていくことができます。

コメント分析ツールではインターネット上のぼう大な情報を集めることができます。この画像は「ユーザーローカルA | テキストマイニング」による分析で、コメントの中にどのような言葉がたくさんあるかを調べたものです。

(<https://textmining.userlocal.jp/>)



ビージーエム BGM自動選曲システム

活用する情報

- ◆お客さんの情報
- ◆お店の情報
- ◆音楽の情報

ぴったりの音楽を選ぶ

ビージーエム BGM (バックグラウンドミュージック) とは、お店の中で流れる音楽のことです。この「ビージーエム自動選曲システム」は、お店のふんいきや時間に合わせて、店内の状況にぴったりの音楽を自動的に探して選んでくれるシステムです。お店のスタッフが曲を選ぶ必要はなく、システムが自動で行ってくれるのでとても便利です。

このシステムは、お店のスタイルやテーマに合う音楽を自動で選んで流してくれます。たとえば、カフェならゆったりした曲、ファーストフード店なら元気な曲が流れるようになります。また、朝はすっきりした音楽、夜はリラックスできる音楽と、時間帯に合わせて変わります。さらに音楽は定期的に新しいものに自動で切り変わるのので、いつも同じ曲ばかりではなく、変化を楽しむことができます。



お店では料理だけでなくお店のふんいきも大事です。そのふんいきを作る一つが音楽です。

お店・お客さんの情報を集めて決める

「ビージーエム BGM自動選曲システム」はさまざまな情報を使って曲を選んでいきます。まず、お店の種類は軽い食事をするカフェなのか高級な食事を提供するレストランなのか、店内の広さはどのくらいかなどのお店の情報です。また、お客さんの情報もあります。男性が多いか女性が多いか、どの年代が多いかなどでも選ぶ曲が違ってきます。さらに時間帯やお店の混み具合に合わせて、ふさわしい曲を選びます。

時間帯やお客さんに合った音楽が流れることで、店内にいるお客さんがリラックスできたり、楽しい気分になったりします。食事のふんいきに合った気持ちの良い音楽が流れると、お店の居心地の良さにつながり、お客さんのリピートにもつながります。

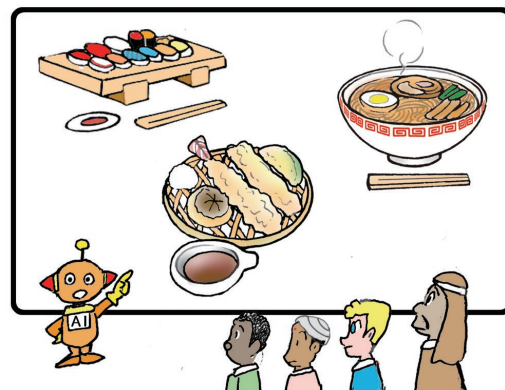
たしかに店内のふんいきや料理に合った音楽が流れていると料理もおいしく感じるよね。



音声多言語認識AI

外国のお客さんに 外国語で案内する

音声多言語認識AIは、お店をおとずれた外国からのお客さんにおすすめのメニューを案内し、待ち時間を楽しんでもらえるように工夫されたシステムです。お客さんがタッチパネルで使いたい言語と知りたい料理の情報を**選ぶと**、その言語で店の料理を説明してくれます。またコミュニケーションロボットがあれば、選んだ言語でロボットとおしゃべりすることができます。



大きなタッチパネルやロボットを使った音声多言語認識AIのシステムは、さまざまな外国語を話してお客さんに説明を行います。

お客さんに合う注文を オススメできる

タッチパネルに取り付けられたカメラは、年齢や性別、待っている人数などのお客さんの情報を把握することができます。またタッチパネルでお客さんが選んだ言語の**情報**にもとづいて、どの地域や国から来たかを判断する機能もあります。これらを使って、その国の人が好みそうな味付けや食材を使った料理やその地域の食文化に合った料理をおすすめすることができます。外国人のお客さんは安心して料理を注文することができ、お客さんのお店に対する満足度向上やリピートにつながります。

外国のお客さんにも安心してお店の料理を楽しんでもらえるね。



コラム

外国人へのおもてなし

外国人のお客さんに新しい技術を使って待ち時間を楽しんでもらうことは新しいおもてなしの形といえます。おとずれた外国のお客さんがSNSなどで情報を広めてくれれば、他の外国人のお客さんが来てくれることにつながるかもしれません。

