

インナー大会プレゼン部門 2017 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学名（フリガナ）	学部名（フリガナ）	所属ゼミナール名（フリガナ）
フリガナ）チュウオウダイガク	フリガナ）ショウガクブ	フリガナ）ミウラゼミ
中央大学	商学部	三浦ゼミ

※大会申込書時に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入してください。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数 （代表者含む）	PPT 動画 （有・無）
フリガナ）インナーマッスル	フリガナ）スガワラタマナ	6	無
インナーマッスル	菅原珠奈		

※プレゼンツールを使用する場合は記入してください。記入がないプレゼンツールは大会当日使用できません。

使用するプレゼンツール（具体的に使用するツールを明記してください）

研究テーマ（発表タイトル）

ST○P キャンセル問題 ～空いた席をあなたのもとへ～

※必ず＜企画シート作成上の注意＞を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

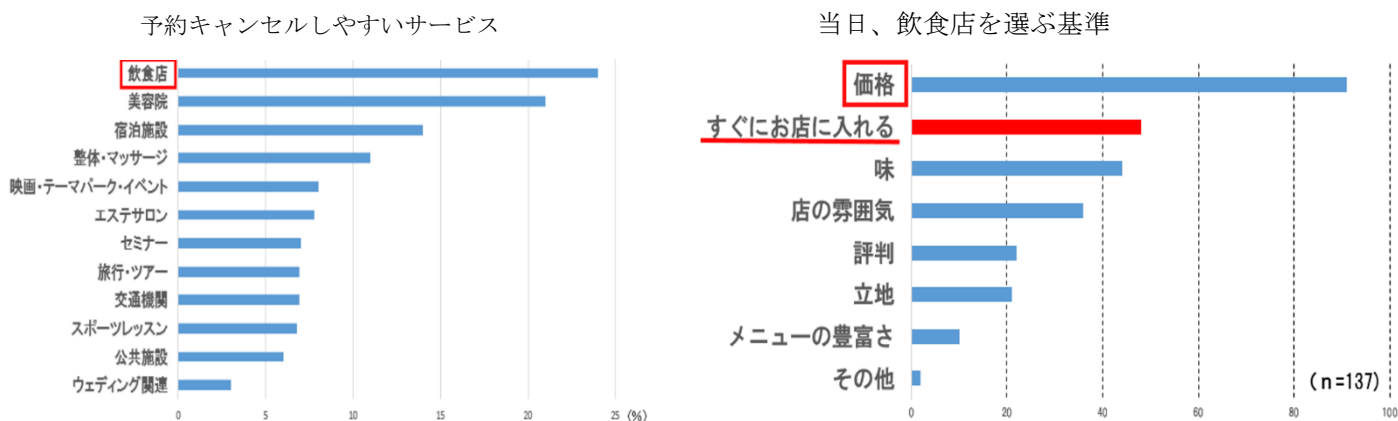
- ・飲食店の予約キャンセルによって出た空席、食材ロスを解決する
- ・飲食店の予約キャンセルが社会問題であると考えらる

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

キャンセル問題とはドタキャン、無断キャンセルによって引き起こされた機会損失により店舗側の売上に影響をもたらすことである。日本国内の無断キャンセル・ドタキャンによる年間被害総額は 2000 億円とも言われている。また飲食店の売上が下がるだけでなく予約キャンセルをすることは民法第 555 条に違反し、損害賠償を請求される可能性のある行為である。

キャンセル問題の原因はインターネットでの予約が普及することで簡単に予約ができるようになった点、電話予約をする機会が減り、飲食店と消費者の関係性が希薄になった点が挙げられる。2015 年 7 月調査では飲食店はもっとも予約キャンセルをしやすいサービスに挙げられている。またコース料理予約の場合、キャンセルになると料理が無駄になること、予約席は予約時間の前

後も空けておく必要があることから、特に飲食店の予約キャンセルが深刻な問題であると考え、研究テーマとして設定した。



また消費者に対し、当日飲食店を選ぶ基準について独自に調査を行ったところ、当日の場合は味、店の雰囲気、評判などの店の特色よりも価格、すぐにお店に入れるといったことを重視することが分かった。

まとめると飲食店にはキャンセルで出た損失を抑えたい、食材ロスをなくしたいというニーズがあり、消費者には少しでも安く待たずにお店に入りたいというニーズがあることが分かった。

3. 研究テーマの課題

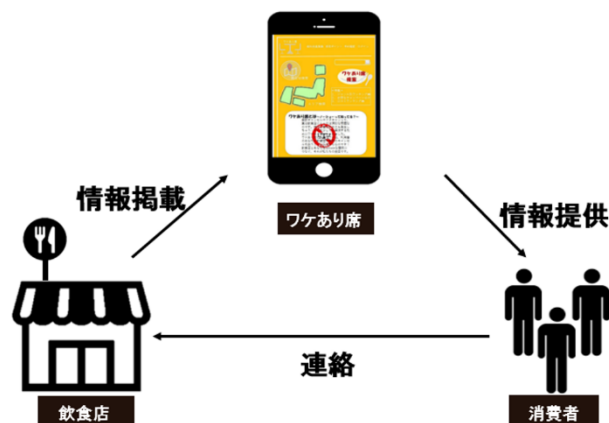
キャンセル問題解決のため、飲食業界には「①予約キャンセルデータベース」、「②ごひいき予約」、「③Table Check クレジット決済」、「④トレタのお見舞金サービス」といった対策がある。①には信用性や個人情報の観点、②には掲載が有名店のみでダイナースカードの所持者のみしか使えない点、③には予約時にクレジットカード番号を提示することに抵抗がある点、④にはお見舞金の金額、サービスに上限がある点などに対策の問題点がある。店舗としてはキャンセルを未然に防ぐために、キャンセル料発生のアナウンス、前日の人数確認、団体予約の場合ファックスにて記名での予約を求めるなどの対策を行っている。しかし現在店舗側が行っているキャンセル後の対策はなく、キャンセル料がとれない場合もあるので、予約をキャンセルされると店舗側は泣き寝入りするしかない状況である。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

アプリ「ワケあり席」の提案。このアプリは通常席とワケあり席に分かれ、前者は当日、飲食店の空席情報をリアルタイムで配信するもの。後者は当日予約キャンセルで出た空席やコース料理の情報をリアルタイムで配信するものである。またアプリ内でキャンセル問題の深刻さを伝えるためにキャンセル問題に対しての飲食店の声や被害規模を掲載、さらに飲食店・消費者から無断キャンセルの対策についての意見交換の場を提供する。

—ワケあり席の利用の流れ—

- ・飲食店と消費者がアプリ「ワケあり席」に会員情報を登録
- ・キャンセルが発生したら飲食店は人数・価格・入店時間などの情報を入力し、アプリ内に投稿
- ・アプリ内では「ワケあり席」を優先的に表示するとともに、リアルタイム機能をつけコンバージョン率の向上を図るとともに、消費者が自分の希望するエリア・飲食店を事前に登録している場合は「ワケあり席」情報を通知でお知らせ
- ・消費者は条件に合った飲食店に電話で連絡し、来店



これにより飲食店はキャンセルで出た空席を埋めることができるだけでなく、準備していたコース料理を提供することで食材のロスも減らすことができる。また消費者には当日すぐに入店できる飲食店を探やすく、割安で飲食店を利用することができるというメリットがあるため win-win な関係が築ける。

ワケあり席には、食材ロスの回避（マイナス→0）・新たな顧客獲得（0→プラス）という直接的効果がある。これにより、飲食店はドタキャンによるリスクが減少し、消費者にとってもキャンセルの連絡をしやすい状況が生まれるため、結果的に無断キャンセルの減少に繋がる。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

私たちは株式会社 USEN が運営するヒトサラの方々にお話を伺い、「学生目線の面白い発想だと思う」「未然に防ぐ対策はあるがキャンセル後の対応としては新しい」「今後取り組んでいきたい内容なので参考にしたい」とのお言葉をいただいた。またヒトサラ掲載店舗へのアプリ「ワケあり席」の推奨や相互リンクなどの業務提携や資金援助は可能であるとお話もいただいた。

飲食店に対しては、アプリ「ワケあり席」はキャンセル問題に対して有効性があるか、インタビューやアンケート調査を行った。一般社団法人日本居酒屋協会やチムニー株式会社など7社から「ぜひ実現に向けて取り組んでほしい」などの好意的な回答をいただいた。

消費者にはアプリ「ワケあり席」を使ってみたいか街頭調査を行なった。50名にインタビューを行い、46名から「使ってみたい」という回答をいただいた。

6. 結果や今後の取り組み

- ・アプリ「ワケあり席」を通じてキャンセル問題をより広く世間に認識してもらい、社会問題として捉えてもらう
- ・他のグルメサイトとの連携によるサービスの拡充
- ・予約に対しての文化の違い、2020年に開催されるオリンピックに向けたインバウンド需要の取り組み
- ・トレタなどの予約台帳システムと連携し、飲食店がリアルタイムで空席情報を配信しやすいような簡略化したシステムにする

7. 参考文献

ホウドウキョク/ 年間2000億円ドタキャン被害/2017.9.15

<https://www.houdoukyoku.jp/posts/17277>

TBS ラジオ/ ごひいき予約/2017.9.17

<https://www.tbsradio.jp/178379>

クロスマーケティング/ 飲食店の利用実態に関する調査/2017.8.12

<https://www.cross-m.co.jp/news/release/20130917/>

MR/ 飲食店や小売店の公式アプリ利用調査 2017.8.5

<https://marketing-rc.com/report/report-officialapp-20150612.html>

カミアブ/ 飲食店を探すときに参考にするアプリは？/2017.8.5

<http://www.appps.jp/269119/>

予約ラボ/ 予約キャンセルはなぜ起こる？ 2017.8.9

<http://yoyakulab.net/business/report04/Yahoo!ニュース/ キャンセルプロテクション/>

<https://news.yahoo.co.jp/byline/toryu/20170601-00071538/>

HUFFPOST/ 飲食店オーナーたちが悲痛な叫び…/2017.8.10

<http://m.huffpost.com/jp/entry/6569404>

キョウミのトビラ/ 飲食店の予約は電話派？ネット派？/2017.8.10

<https://favo-goods.com/4800.html>

ネット予約.com/ ネット予約のメリットデメリット/2017.8.10

<https://www.google.co.jp/amp/s/internet-yoyaku.com/merit-demerit/amp>

NEVER まとめ/ 様々な業界で「予約キャンセル」が深刻な問題になっている/2017.8.9

<https://matome.naver.jp/m/odai/2149909337765138201>

講談社/ 有名レストランを悩ませる「無断キャンセル」問題/2017.8.9

<http://gendai.ismedia.jp/articles/-/48702?page=3>

Cansell / ホテルの予約出品サイト/2017.8.19

<https://cansell.jp/>

VESPER/ Table Check 飲食店の空き予約管理サイト/2017.9.21

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

MONEYPLUS/ トレタ 見舞金/2017.9.21

<https://www.google.co.jp/amp/s/moneyforward.com/media/career/28024/amp/>

店サポ.jp/ 予約キャンセルとの付き合い方/2017.8.9

<https://misesapo.jp/archives/1500>

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、実行委員会から審査員(ビジネスパーソン・大学教員)の方々に事前にお渡しいたします。

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。また、インナー大会・東京経済大学大会終了後、プレゼン部門にご協力いただいている日経 BP マーケティング社様に作製していただく大会結果 HP に本企画シートは掲載されます。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、4 ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、4 ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更(チームの人数・交代など)は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、実行委員会(プレゼン局)にご連絡ください。実行委員会側で協議のうえ、ご返答いたします。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の(過去に他誌・HP などに発表されていない)ものに限りです。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先(使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など)を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。

※プレゼンツールを使用する場合は、必ず企画シートにご記入ください。企画シートにてご記入が無い場合、発表当日のご使用を「不可」とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

↑ ここまでを 4 ページ以内におさめて、提出してください