

飲食店オーナー様向け資料 / 席から注文できる仕組みの導入案内

注文業務を、 もっと軽く。 売上機会を、逃さない。

人手不足・注文間違い・客席の回転に悩む飲食店が、
お客様自身で注文できる仕組みを無理なく始めるため
の比較資料

二次元コード注文

人手を補う

追加注文を増やす

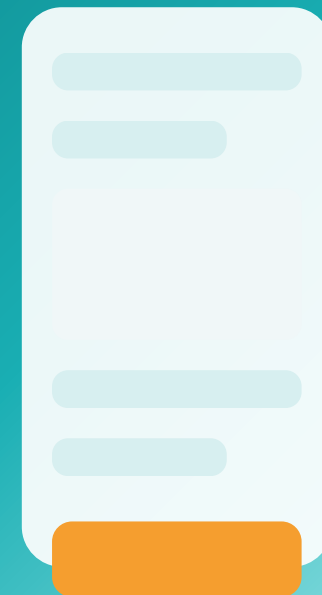
お品書き更新

導入前の確認表付き

スマセルフドットコム

お客様の注文体験

お客様が
自分の席で
注文できる。



この資料でわかること

席から注文できる仕組みは「流行りの機械化」ではなく、店舗の忙しい時間を守るための現場施策です。

大がかりな仕組みの入れ替えより、 現場に合う小さな改善から始める。

多くの飲食店に必要なのは、すべてを一気に変えることではありません。まずは「注文を取りに行く」「聞き返す」「打ち間違える」「おすすが伝わらない」という日々の負担を減らすことです。

今まで

従業員が呼ばれるたびに席へ移動。忙しい時間ほど注文待ち・聞き間違い・提供遅れが起きやすい。

導入後

お客様がご自身の携帯電話で注文。従業員は確認・提供・接客に集中しやすくなります。

1

飲食店で起きている注文業務の詰まり

2

席からの注文で変わる現場の動き

3

導入先を比べる時の判断軸

4

競合の種類別の比較ポイント

5

スマセルフドットコムが向いている店舗

6

導入前の確認表と相談の進め方

忙しい店ほど、注文業務が利益を削る

注文業務は「売上をつくる接点」である一方、最も人手を取られやすい作業でもあります。

01

呼ばれるたびに手が止まる

注文・追加注文・聞き返しのたびに従業員が席へ移動。忙しい時間帯ほど、料理提供や片付けが遅れます。

02

注文間違いが信頼を落とす

手書き・口頭・混雑時の確認不足は、打ち間違い・聞き間違い・出し忘れにつながります。

03

おすすめが届かない

紙お品書きだけでは、売りたい商品や季節限定のお品書きが埋もれがち。追加注文の機会も逃しやすくなります。

本当に見直すべきは「注文を取る仕組み」

人員を増やす、教育を強化する、紙お品書きを作り直す。どれも大切ですが、根本の業務量が減らなければ現場は楽になりません。席から注文できる仕組みは、お客様の行動を少し変えることで、従業員の時間を生み出す仕組みです。

注文取り

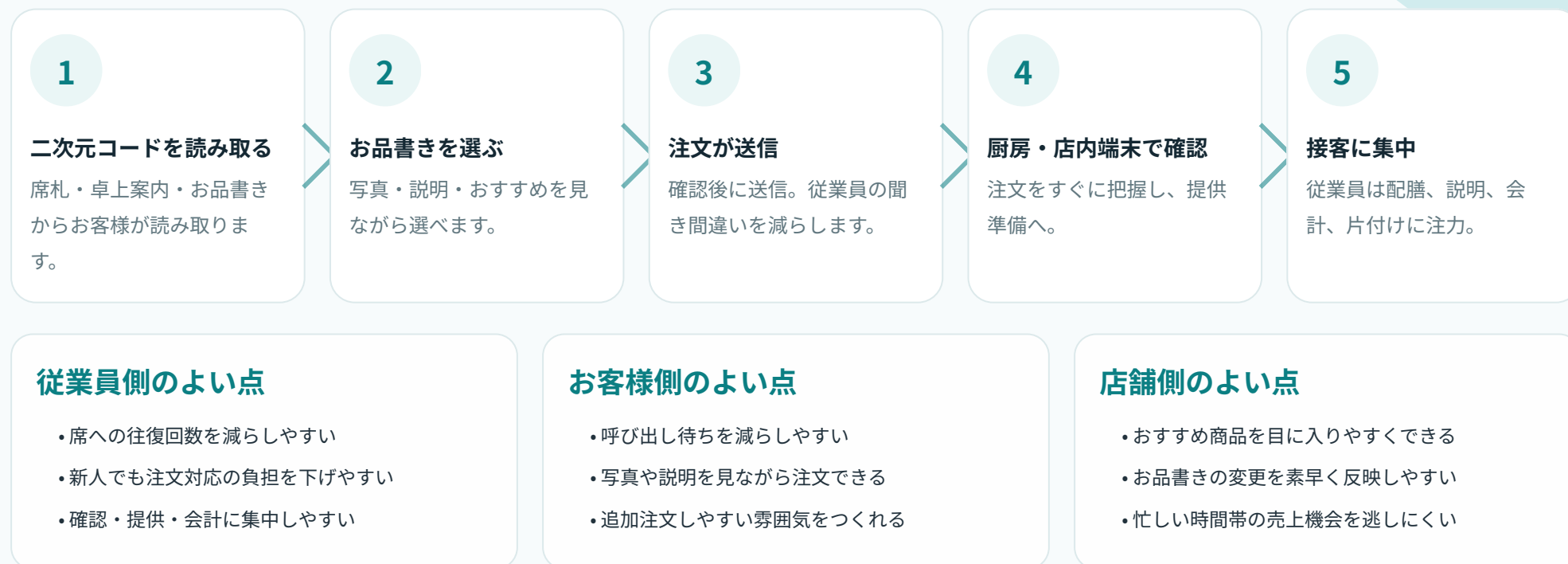
確認・転記

提供・接客

イメージ：従来運用では、接客品質につながる作業よりも注文処理に時間を取られやすい。

席からの注文で、店舗の流れはこう変わる

「注文を取りに行く」を「注文が入ってくる」に変えるだけで、忙しい時間帯の動き方が変わります。



※効果は店舗の業態・席数・運用設計により異なります。導入時は、忙しい時間帯の注文数、従業員人数、品数をもとに設計することが重要です。

導入で失敗しないための5つの判断軸

「機能が多い」よりも「現場で使い続けられる」ことが重要です。

1

既存現場の動きを壊さず始められるか

レジ、会計、厨房導線、席配置を一気に変えると、現場負荷が増えます。

2

お品書き更新が自店で回せるか

価格改定、売り切れ、季節限定をすぐ反映できるかが継続利用の鍵です。

3

お客様が迷わず注文できるか

画面の見やすさ、分類設計、写真・説明の入れ方で注文体験が変わります。

4

追加注文・おすすめ訴求に使えるか

ただ注文を受けるだけでなく、売りたい商品を自然に見せられることが重要です。

5

導入後の相談先が明確か

初期設定で終わらず、運用しながら直せる体制があると定着しやすくなります。

選定の結論

席から注文できる仕組みは「価格」だけで選ぶと失敗しがちです。導入の軽さ、お品書き運用、現場相談・支援まで含めて比較することで、長く使える仕組みを選びやすくなります。

比較

競合の種類別 比較表

他社名を出さず、選定時に見られやすい「仕組みの型」で比較すると、自店に合う選択肢が見えます。

比較項目	紙お品書き・口頭注文	大型レジ一体型	一般的な携帯注文	スマセルフットコム
導入の軽さ	新規費用は小さいが、人手依存が続く	機能は広いが、設計・設定の負担が大きくなりやすい	始めやすいが、自店の導線に合わせにくい場合がある	注文業務に絞り、現場に合わせて始めやすい
従業員負担	注文取り・聞き返し・転記が発生	運用が合えば効率化。ただし教育項目が増えることも	注文受付は軽くなるが、現場調整は別途必要	注文対応の負担軽減を主目的に設計しやすい
お品書き更新	印刷・差し替えが必要	管理できるが、設定が複雑になりがち	更新可能。ただし見せ方に制約があることも	売り切れ・おすすめ・季節商品を運用に乘せやすい
客単価向上	従業員提案力に依存	高度な販促機能がある場合も、使いこなすが必要	最低限の表示に留まりやすい	おすすめの見せ方を工夫し、追加注文を促しやすい
小・中規模店との相性	慣れているが、忙しい時間に限界	投資対効果の判断が難しいことがある	安価でも相談・支援が薄いと定着しにくい	無理な置換ではなく、必要なところから導入しやすい
総合評価	変化なし。人手不足には弱い	大規模店舗・多機能重視に向く	まず試す用途には向く	現場負担を減らしながら売上機会も拾いたい店舗に向く

※上記は一般的な分類傾向を整理したものです。個別仕組みの仕様・費用・連携範囲は各社条件により異なります。

業態別 活用イメージ

同じ席からの注文でも、業態によって効かせどころは変わります。

居酒屋・洋風居酒屋

- 追加飲み物・おつまみ注文を増やしやすい
- 呼び出し待ちを減らし、提供と片付けを優先できる
- 飲み放題・コース・おすすめの見せ方を整えやすい

ラーメン・定食・専門店

- 追加具材やセット追加を画面で案内できる
- 忙しい時間帯の注文滞留を減らしやすい
- 売り切れ・限定のお品書きの反映を素早く行いやすい

喫茶・軽食

- 席でゆっくり選べる注文体験をつくれる
- デザート・飲み物追加の提案をしやすい
- 写真や説明で新しいお品書きを伝えやすい

焼肉・鍋・卓上注文型店舗

- 卓上から何度でも追加注文しやすい
- 従業員の往復負担を減らしやすい
- 食べ放題・単品・飲み物の分類整理がしやすい

導入のコツ

注文数が多い商品・追加注文につながる商品から整えると、効果を実感しやすくなります。

導入前確認表

相談前にここまで整理できていると、見積もり・導入の打ち合わせが進めやすくなります。

店舗情報

- 席数・卓数・忙しい時間帯の来店数
- 忙しい時間帯の客席係と厨房人数
- 注文回数が多い時間帯・曜日
- 従業員が手を取られている作業
- 現在使っているレジ・会計方法
- 店内の無線通信環境・店内の電波状況

お品書き・日々の運用

- 品数と分類構成
- 売りたい商品・利益率の高い商品
- 季節商品・売り切れが発生しやすい商品
- 写真が必要な商品、説明が必要な商品
- 注文後の厨房・提供導線
- 導入後に誰がお品書きを更新するか

見積もり比較で見るべき数字

月額だけでなく、初期設定、品書き登録、相談・支援、端末・周辺機器、変更作業の費用まで含めて比較します。

初期費用	設定・品書き登録・導入支援の範囲
月額費用	店舗数・席数・注文数・機能で変動するか
運用費用	お品書き変更、写真追加、相談・支援対応の条件
効果指標	注文待ち、追加注文、従業員作業時間、ミス削減

ご相談

まずは、今の注文導線を一緒に整理しませんか。

スマセルフドットコムは、飲食店の席数・お品書き・従業員の動きに合わせて、無理のない導入をご提案します。

相談内容 1

自店に席から注文できる仕組みが合うか知りたい

相談内容 2

他社との違いを知りたい

相談内容 3

席数・品数をもとに見積もりしたい

お問い合わせ

スマセルフドットコム

席から注文できる仕組みのご相談・訪問説明・お見積もりを承ります。

会社

グッドエイチピードットコム株式会社

代表

本井 啓一

TEL

075-335-5553

サイト

smaself.com

まとめ

大切なのは、機能の多さではなく、店舗の忙しい時間を本当に軽くできるか。スマセルフドットコムは、注文業務の負担軽減と売上機会の拡大を、現場に合わせて進める選択肢です。