

ビジネスを優位に導くソフトウェア・サービス(第8回)

飲食店が「デリバリー」をビジネスに取り込む妙案

2022.03.23



新しい生活様式に順応するため、飲食店が「そうだ、デリバリーをやろう」と思い立ち、電話番号とともに「出前あります」と店頭案内を出しても客は集まらないだろう。今はスマートフォンの時代で、利用者はサイトやアプリでメニューなどを確認して注文するようになった。デリバリーを始めるには、こうした注文を管理するためのシステムが不可欠になりつつある。

さらに、配達車両や人員の確保も考えなければならない。自前でデリバリーを始めようと思っても、初期投資や固定費が重荷になり、損益分岐点を超えられるのかを考えて二の足を踏んでしまう飲食店もあるだろう。

一方で、都市部の繁華街や住宅街では、Uber Eatsや出前館、menu、Woltといったフードデリバリーの配達パートナーの姿をよく見かける。コロナ禍前は宅配ピザや、寿司などの専用配達員の運転するバイクが目についた程度だったが、今ではフードデリバリーの自転車やバイクが縦横無尽に街中を駆け抜けている。

デリバリー大手のUber Eatsによると、日本では2016年に東京でサービスを開始した当初は約150の登録店舗でスタートしたが、2022年1月時点では15万店舗を超えているという。5年で1000倍という急拡大で、利用者にとっては幅広い料理を選べるようになった。東京からスタートしたUber Eatsが、2021年9月に全国47都道府県へ展開したように、デリバリーは一部の地域だけの特別なサービスではなくなっている。Uber Eatsでは、「注文者と店舗、配達パートナーの三者をリアルタイムでマッチングさせ、さまざまな料理や日用品などを届けるデリバリープラットフォーム」と自社のサービスを位置付ける。

レストラン注文管理ソフトウェアがデリバリーの負担を軽減… 続きを読む