



ぐるなび FineOrder

お店のコンセプトやメニューのこだわりを動画で表現 珈琲館が「Premium UI/UXプラン」を導入

<公式ページURL> <https://pro.gnavi.co.jp/fineorder/>

株式会社ぐるなび（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：杉原 章郎）が提供するモバイルオーダーシステム「ぐるなびFineOrder」の「Premium UI/UXプラン」を、「珈琲館」が2025年3月より導入しました。「Premium UI/UXプラン」は、店舗のコンセプトやブランドイメージ、メニューの魅力を動画などで発信することができます。

「ぐるなびFineOrder」や「Premium UI/UXプラン」導入のポイント

● 珈琲館の“こだわり”を表現するツールとしてモバイルオーダーを活用

商品のシズル感や珈琲館ならではのこだわりを、動画等で表現。モバイルオーダーを「業務効率化ツール」として捉えるだけでなく、お店のブランドイメージやコンセプトを伝える「販促ツール」として活用しています。

● 顧客体験の向上による注文率アップ

「Premium UI/UXプラン」導入店舗では、注文率が向上するという結果が出ています。お店や商品の魅力発信が、顧客満足度を高めるだけでなく、売上向上にも貢献することがわかりました。

● 従業員の実感にも繋がる効果

「画面が見やすくなった」「商品にメリハリが出たことで、お客様の注文傾向が変化しているように感じる」といった、前向きな声が寄せられ、従業員のエンゲージメント向上にも貢献しています。

インタビューの詳細は、ぐるなび公式noteで紹介しています！

動画で魅せる本格珈琲と手作りのこだわり。「珈琲館」に学ぶ、お店の世界観が伝わるモバイルオーダーの作り方 | ぐるなびFineOrder導入事例

https://note.com/gnavi_official/n/n15241d11ff87



C-United株式会社 珈琲館 マーケティングご担当者様 コメント

「これまでモバイルオーダーでは、紙のメニューブックのようなシズル感の表現に課題を感じていました。今回、画像のサイズ変更や動画の活用が可能になったことで、従来以上にシズル感を表現できると判断し導入を決めました。実際に通常店舗と比較して注文比率が高まる効果も出ています。」

ぐるなびは、「食でつなぐ。人を満たす。」という存在意義（PURPOSE）のもと、事業を推進しています。今後も「ぐるなびFineOrder」の可能性を広げ、持続可能な社会を支えるインフラへと発展させるために、「飲食店DXのベストパートナー」として、さらなるサービスの拡充を図ってまいります。

<本件に関する報道機関からのお問い合わせ先>

株式会社ぐるなび 広報グループ MAIL:pr@gnavi.co.jp