



「注文」が「顧客理解」に変わる、次世代CRM。

磯丸水産へモバイルオーダー連動型「公式アプリ」を提供開始

～自動チェックインで顧客IDを捕捉、施策と効果を可視化する飲食店DXの到達点～

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、以下ぐるなび）は、SFPホールディングス株式会社（本社：東京都世田谷区、代表取締役社長：佐藤誠、以下SFPホールディングス）より、CRM推進のパートナーとして受託し、モバイルオーダーとCRM機能を連動させた「磯丸水産公式アプリ」および「磯丸水産LINEミニアプリ」を開発しました。本アプリは、2026年2月25日（水）より提供を開始いたします。

本プロジェクトでは、モバイルオーダーシステム「ぐるなびFineOrder」とCRMを統合。ユーザーに意識させることなく「自動チェックイン」が完了する仕組みにより、従来のCRMにおける大きな壁であった「顧客囲い込みの労力」を最小化し、確実に顧客IDを集積します。

これにより、オンライン情報と店舗での行動情報を完全に統合し、施策の効果を可視化する次世代の販促ソリューションを提供します。外食業界において、顧客の来店・喫食データと属性情報を紐づけた精度の高いマーケティングは、リピーター集客の最適化に向けた重要な課題です。昨今、LINEミニアプリの普及により初期の囲い込みは容易になりましたが、「ブランドロイヤルティの醸成」や「施策の効果計測の不確実性」といった課題が依然として残されています。

こうした状況下の中、SFPホールディングスは「リピート率の向上」と「お客様にとってより良い顧客体験（CX）の提供」を志向していました。

そこで両社は連携し、これらの課題解決と想いの実現に向け、LINEミニアプリとネイティブアプリを共通化した「ハイブリッド型CRM」を導入し、以下の価値を提供します。

（１）ユーザー捕捉の自動化

モバイルオーダーの利用と同時に自動でチェックインが完了します。

（２）データ連携によるマーケティングの高度化

「誰が・いつ・何を注文したか」という来店・喫食データと顧客属性をシームレスに紐づけ、従来のPOSデータでは困難だった「個客」単位の行動分析を実現します。

（３）施策と効果の可視化

来店履歴に基づいたパーソナルなセグメント配信を行い、その配信が実際にどの注文・来店に繋がったかを定量的に可視化します。

【今後の展望】

ぐるなびは創業以来、飲食に特化した支援を一貫して行い、飲食店様には集客をはじめとする経営課題を解決するソリューションを、エンドユーザーには豊かで価値ある外食体験を届け続けてきました。その長年の知見と実績があるからこそ実現できる、ぐるなび独自の「CRMの世界」を目指します。

本プロジェクトで確立した「モバイルオーダー×CRM」の世界観は、その第一弾として、今後はこのノウハウを他企業へも展開すると同時に、既存の枠にとらわれない新たなソリューションを創出いたします。

飲食店の皆様が抱える最大の課題ともいえる「集客」に真摯に向き合い、「飲食店DXのベストパートナー」として、持続可能な店舗運営を支えるインフラへと進化を続けてまいります。



【SFPホールディングス概要】

日本を豊かにする「食」の専門店集団を目指す

SFPホールディングスは「時流を先見した【こだわり】の限りなき追求」という経営理念のもと、「日本を豊かにする【食】の専門店集団を目指す」というビジョンを掲げ、専門性の高いお店をひとつひとつ丁寧に出店しております。

同社が考える専門店とは料理が専門的であるということにとどまらず、スタッフ全員が料理やサービスに誇りをもち、お客様に喜びと感動を提供することにこだわり続けるお店です。同グループは、鮮魚・活貝を名物とする「磯丸水産」、鶏料理をメインとした「おもてなしとりよし」、「鳥良商店」、手間ひまかけた料理をお手頃価格で楽しめる町鮨「とろたく」などの業態を中心に、主に首都圏・関西圏において店舗展開しております。

【サービス概要】

サービス名称：磯丸水産アプリ / 磯丸水産LINEミニアプリ

詳細情報： https://isomaru.jp/app_introduction/

提供開始日時：2026年2月25日（水）10:00 a.m.

利用可能店舗：磯丸水産108店舗（詳細：<https://isomaru.jp/app-shops/>）

※一部店舗では、お取り扱いがない場合がございます。



＜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