

【第1回『飲食店の無断キャンセルに関する消費者意識調査』】**無断キャンセルされやすい予約手段の1位は「電話予約」**

無断キャンセルの主な理由は「複数店舗の“とりあえず”同時予約」など、予約取り消し忘れが原因が消費者意識では、飲食店へキャンセル料を支払うことが当然だと考えている人が全体の5割を超える年代別にみると、20代が最も多く飲食店へのキャンセル料を支払うべきと回答

- 飲食店へキャンセル料を支払う義務感が、新幹線予約でキャンセル料を支払う義務感と同等水準に
- 20代の飲食店予約はネット予約が主流に、一方で年齢層が上がるほど電話予約派が増加傾向
- 飲食店の無断キャンセル経験者は20代の割合が約半数

～ネット予約が主流になる今後を見据え、ネット上で簡単にキャンセル料を支払うことができるようにするなどの仕組みづくりが無断キャンセル撲滅の糸口に～

飲食店ネット予約顧客管理システム「TableSolution（以下、テーブルソリューション）」を提供する株式会社 VESPER（本社：東京都中央区、代表取締役：谷口 優、以下：ベスパ）は、20代～50代の男女906名を対象に、飲食店の予約や無断キャンセルに関する意識調査を実施しました。

調査の結果、無断キャンセルをされやすい予約手段として、「電話予約」（59.4%）がトップとなり、無断キャンセルの主な理由としては、「複数店舗の“とりあえず”同時予約」などによる「予約取消忘れ」が多数挙げられました。また、回答者の半数以上（約54%）が飲食店の予約をキャンセルした際にキャンセル料を支払うことを妥当だと感じており、新幹線予約に対するキャンセル料支払義務と同等の意識をもっていることが分かりました。また、20代の飲食店予約手段はネットが主流で、年齢層が上がるほど電話予約が主流となることも分かりました。なお、飲食店の無断キャンセル経験者は20代が最多となりました。

ベスパは今後も、飲食店ネット予約顧客管理システム「テーブルソリューション」による予約のオートメーション化を通じて、飲食業界における予約の無断キャンセル撲滅や、世界中のレストラン・飲食店とレストランユーザー双方の「最高のレストラン体験の実現」に取り組んでまいります。

【主な調査結果】**1. 無断キャンセルされやすい予約手段として、1位が「電話予約」（59.4%）、次いで2位に「グルメサイトのネット予約」（55.5%）が続いた。**

無断キャンセルをした際の予約につかた予約手段を調べたところ、無断キャンセル経験者の6割近い消費者が「電話予約」を選択した。無断キャンセルをした際の予約につかた予約手段を調べたところ、無断キャンセル経験者の6割近い消費者が「電話予約」を選択した。最も少なかった「来店予約」（＝お店へ直接訪問して予約を取る）の18.0%と比較して3倍を超える結果となった。「電話予約」に続き、「グルメサイトのネット予約」や「自社ネット予約」が挙げられ、無断キャンセルが発生した後に個人を特定することが難しい予約手段が上位に並んだ。

2. 無断キャンセル理由のトップ3は、「複数飲食店をとりあえず予約した」（39.8%）、次いで「予約したことをすっかり忘れていた」（35.2%）、「人気店だからとりあえず予約を入れて確保した」（34.4%）の順に。**3. 飲食店の予約をキャンセルした際に発生するキャンセル料を支払うことを妥当だと思っている人が全体の53.9%と過半数以上に。キャンセル料を支払うことへの義務感が、新幹線予約に対するキャンセル料を支払う義務感と同等に。最多は20代に。**

飲食店の予約をキャンセルした際に発生するキャンセル料を支払うことに対して、過半数を超える約54%が妥当であると回答。さらに回答者の内訳はトップが20代（25.2%）で、次いで40代（25.1%）、30代（24.9%）、50代（24.8%）となった。また、飲食店へキャンセル料を支払うことを妥当だと感じる比率（53.9%）は、新幹線予約に対する回答比率54.5%と同等水準だった。

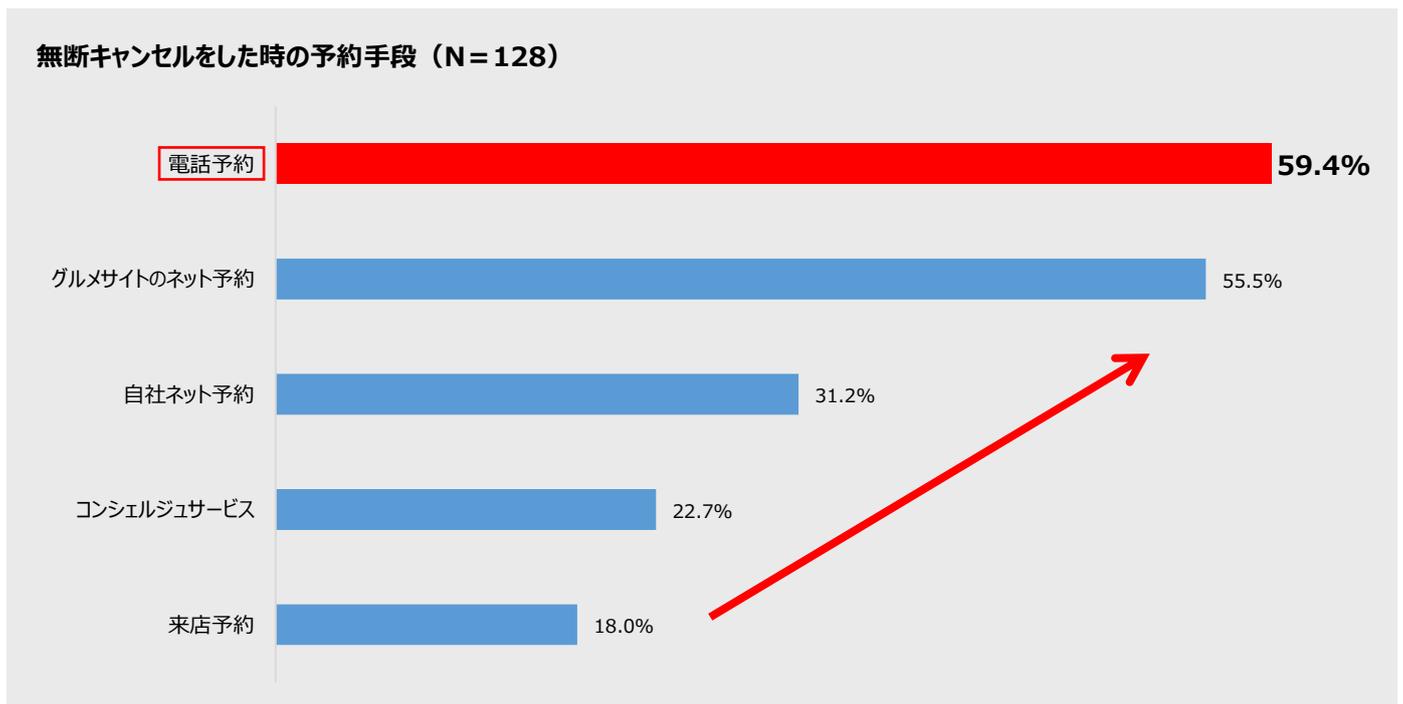
4. 20代はネット予約が主流に、一方で、年齢層が上がるほど電話予約が主流に。また、無断キャンセル経験者は20代が最多に（無断キャンセル経験者の49.2%が20代）。

調査した全ての世代において、トップ3の予約手段の半数以上を「ネット予約」が占める結果となり、「ネット予約」はいまや飲食店予約の主流に。さらに、20代においては、トップ3全てが「ネット予約」であった。一方、年代が上がるほど「電話予約」派が主流になる傾向。「ネット予約」を利用する理由では「いつでも予約できて便利だから」が最多だったのに対して、「電話予約」では「リクエストや要望を詳細に伝えることができるから」がもっとも多い理由に。なお、無断キャンセル経験者の約半数を20代が占めており、20代の回答者全体に占める割合も約3割にのぼった。

5. 消費者がキャンセルしやすいと感じている飲食店は、「居酒屋・チェーン店、客単価5,000円以下、席数の多い」お店に。業態別では「焼肉」がトップ、営業時間帯では「ランチタイム」がより多く。

高級店（9.5%）やビストロ・バル（13.5%）に比べ、居酒屋・チェーン店（51.9%）は、予約をキャンセルすることに対する抵抗感が低いことが判明。業態では、「焼肉」（26.0%）や「ビアガーデン」（25.5%）が上位に。時間帯別では、ディナータイムの8.4%に対して、ランチタイムは30.2%と大きく上回る水準となり、「キャンセルのしやすさ」に対する意識の差は、営業時間によっても大きな違いがあることが判明した。

1. 無断キャンセルされやすい予約手段として、1位が「電話予約」（59.4%）、次いで2位に「グルメサイトのネット予約」（55.5%）が続いた。



【質問項目】

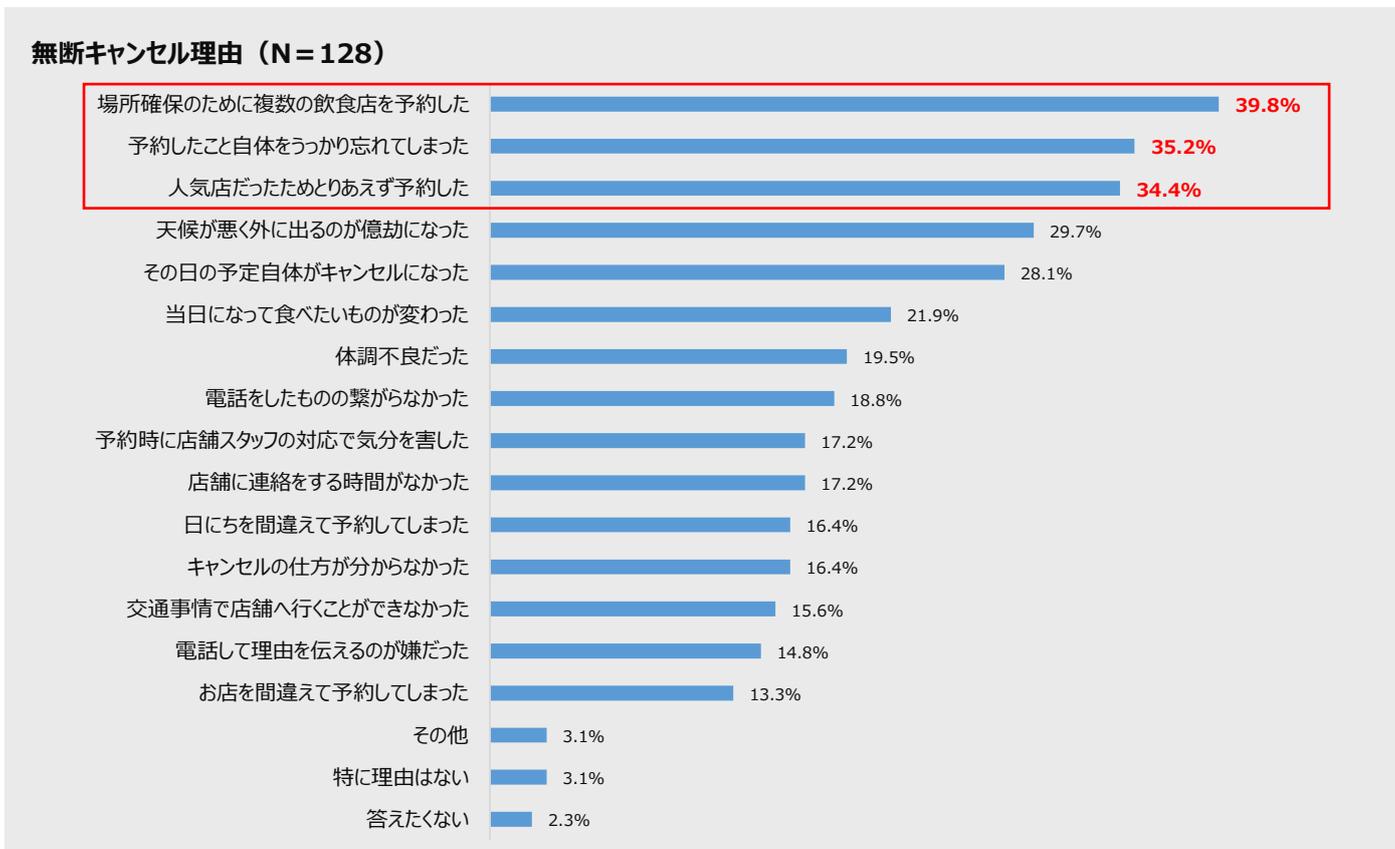
以下選択肢より、無断キャンセルをした際に使用した予約手段を全てお選びください。：複数回答可（N=128）

【調査結果より】

無断キャンセルをしたことがあると回答した128名の消費者へ、無断キャンセルをした際に使った予約手段を調べたところ、**無断キャンセル経験者の6割近い消費者が「電話予約」を選択した**。次いで、「グルメサイトのネット予約」（55.5%）、そして「自社ネット予約」（31.2%）と続いた。

「電話予約」は、最も少なかった「来店予約」（＝お店へ直接訪問して予約を取る）の18.0%と比較して約3倍となった。下位にいくにつれ、個人を特定しやすい、または個人の信用情報（クレジットカード情報）を特定することが可能な予約手段となっており、つまり無断キャンセル発生時にキャンセル料を請求することが可能な予約手段であるため、それらが消費者心理に影響していることが伺える。

2. 無断キャンセル理由のトップ3は、「複数飲食店をとりあえず予約した」（39.8%）、次いで「予約したことをすっかり忘れていた」（35.2%）、「人気店だからとりあえず予約を入れて確保した」（34.4%）の順に。



【質問内容】

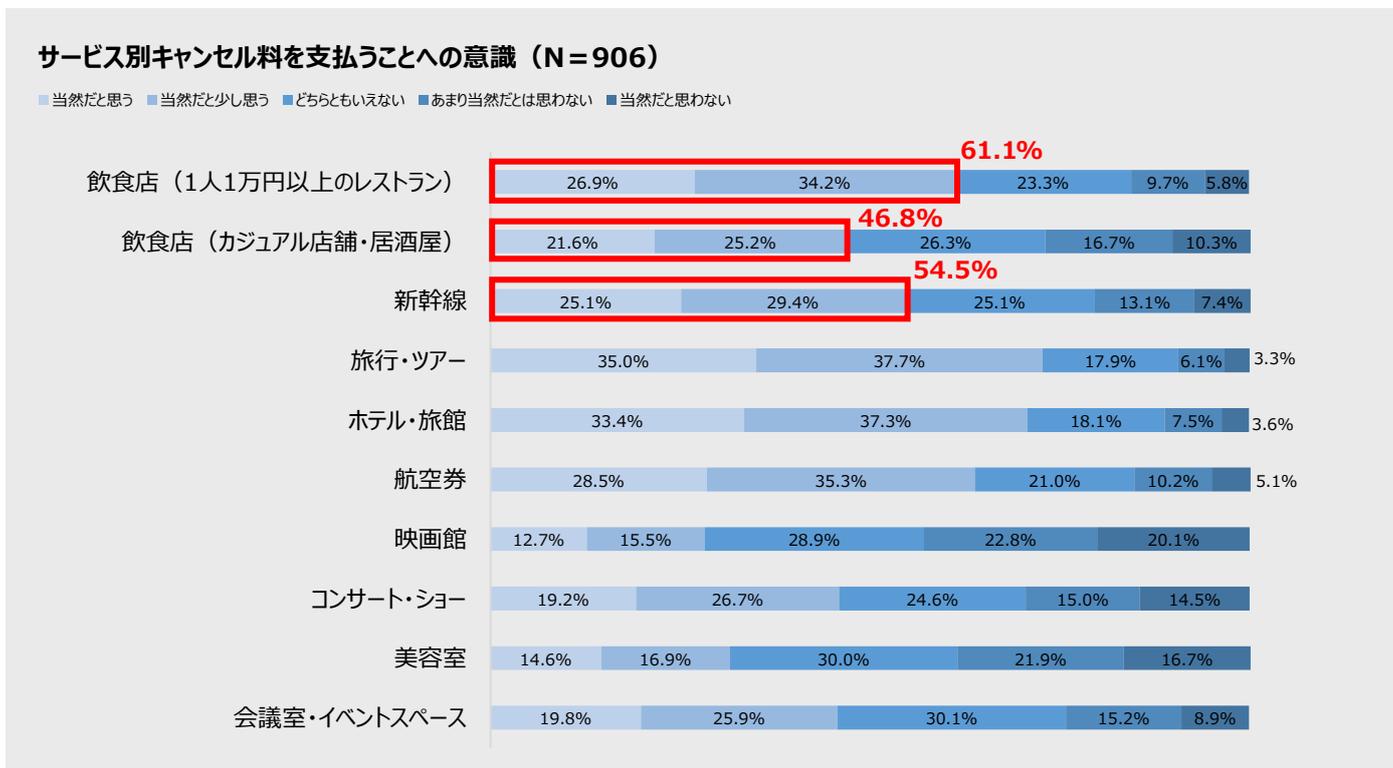
無断キャンセルをした理由に該当するものを全てお選びください。：複数回答可（N = 128）

※無断キャンセルを1回以上経験したことのある回答者128名に質問（必須回答）

【調査結果より】

- 飲食店の無断キャンセルが発生する最たる理由が、「とりあえず場所を確保するために、複数の飲食店を同時に予約した」（39.8%）であることが判明した。
- また、場所確保や人気店への来店といった目的で、「とりあえず」予約を取る消費者が一定数おり、実際に来店するほどの強い動機がなくても予約が取れることへの課題感も浮き彫りになったと言える。
- 一方で、「電話が繋がらなかった」（18.8%）や「キャンセルの仕方が分からなかった」（16.4%）といった、“不可避”とも取れる無断キャンセル理由もあり、消費者側の致し方ない状況においては“キャンセルができる利便性”を提供することも飲食店側の取れる対策の1つであると見込まれる。

3. 飲食店の予約をキャンセルした際に発生するキャンセル料を支払うことを妥当だと思っている消費者が全体の 53.9%と過半数以上に。キャンセル料を支払うことへの義務感が、新幹線予約に対するキャンセル料を支払う義務感と同等に。年代別では 20 代が最多に。



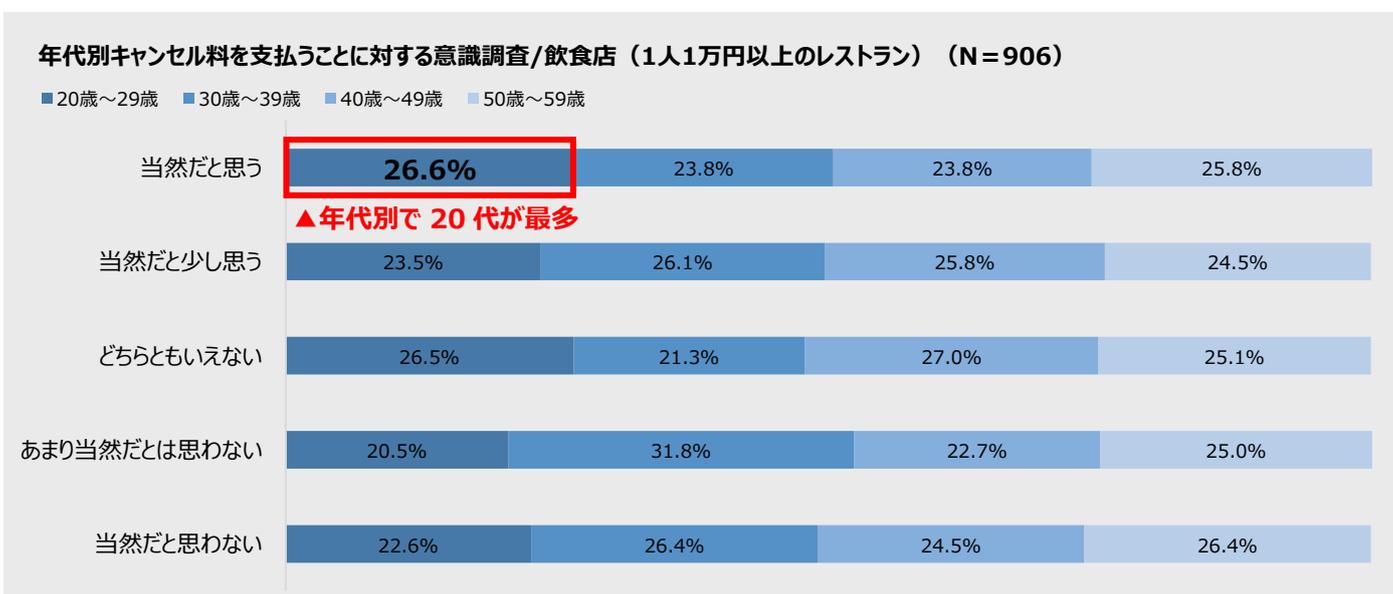
【質問内容】

予約をキャンセルした際にキャンセル料を支払うことに関して、該当する回答を選択肢からお選びください。：シングルアンサー (N=906)

【調査結果より】

- 飲食店サービスに対して、予約をキャンセルしたことによって発生するキャンセル料を支払うことに対して、**半数以上の 54%が妥当であると回答**※1。この水準は、「**新幹線予約**」と同等水準であり、飲食店におけるキャンセル料の請求が一般化してきている表れである。
- **高級店における意識は全体の 61.1%に及び**、半数以上の人々がキャンセル料を支払う意識を持っていることが判明した。
- 一方、飲食店の形態によって消費者意識に差があり、業態や店舗形態によってキャンセル料を支払うことへの躊躇いが発生する可能性を示唆している。

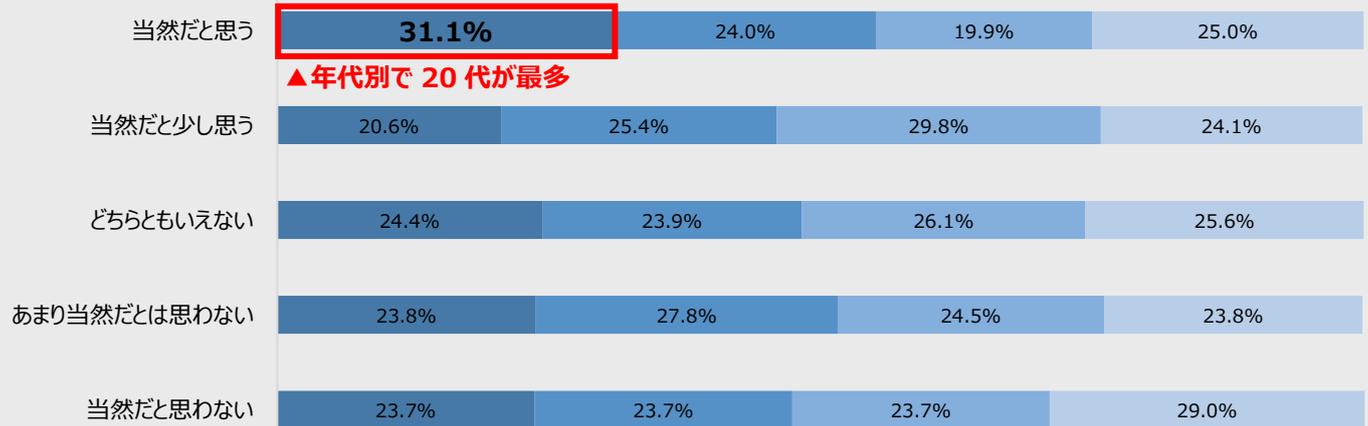
※1：飲食店 (1人1万円以上のレストラン) と、飲食店 (カジュアル店舗や居酒屋) の平均値



▲図 1-a

年代別キャンセル料を支払うことに対する意識調査/飲食店（カジュアル店舗や居酒屋）（N=906）

■ 20歳～29歳 ■ 30歳～39歳 ■ 40歳～49歳 ■ 50歳～59歳



▲図 1-b

【質問内容】

図 1-a～b→予約をキャンセルした際にキャンセル料を支払うことに関して、該当する回答を選択肢からお選びください。：シングルアンサー（N=906）

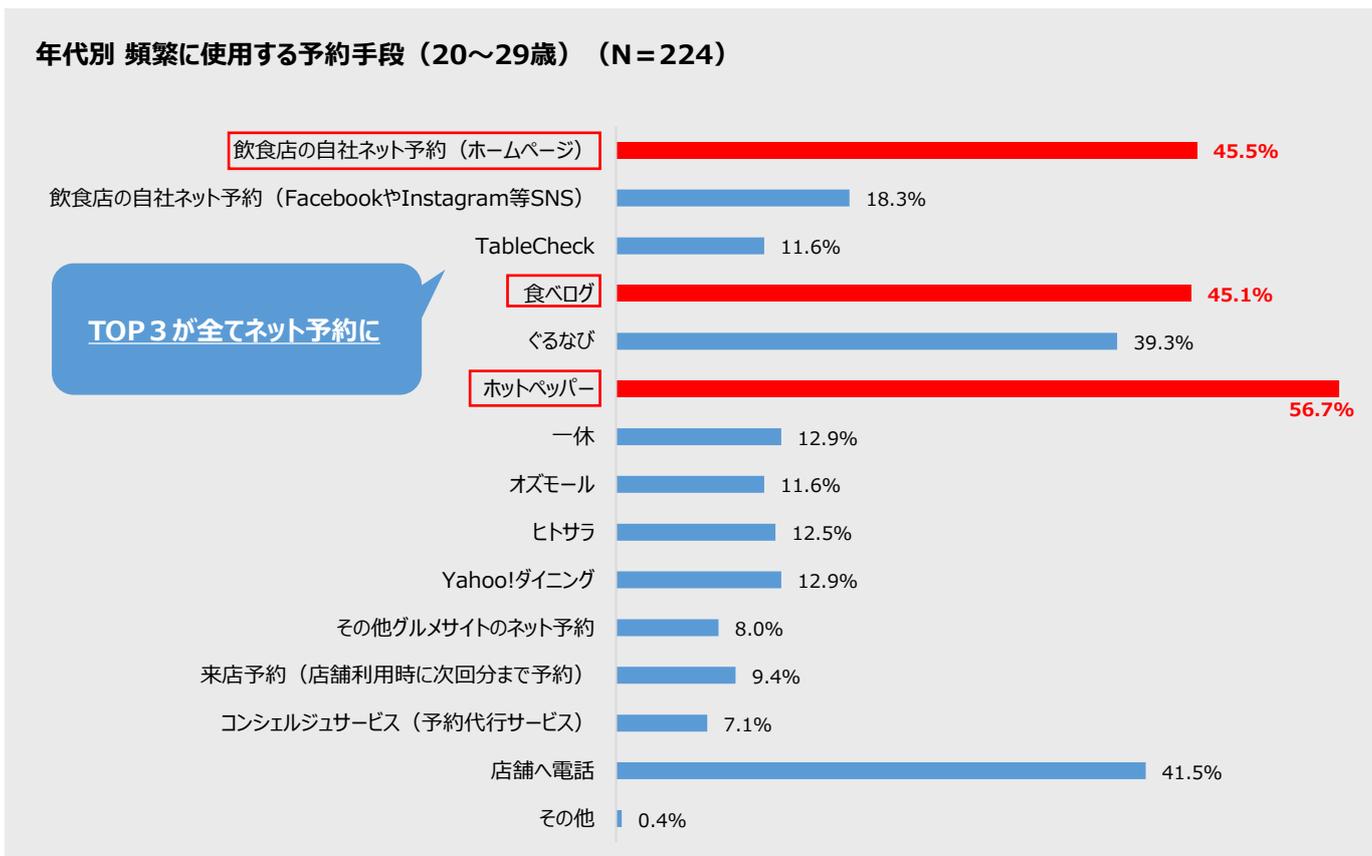
【調査結果より】

●年代別に見た「飲食店へキャンセル料を支払うことに対する意識」※1では、**20代が最も高い水準**となり、どの世代よりもキャンセル料を支払うことに対して義務感を持っていることを伺わせた。

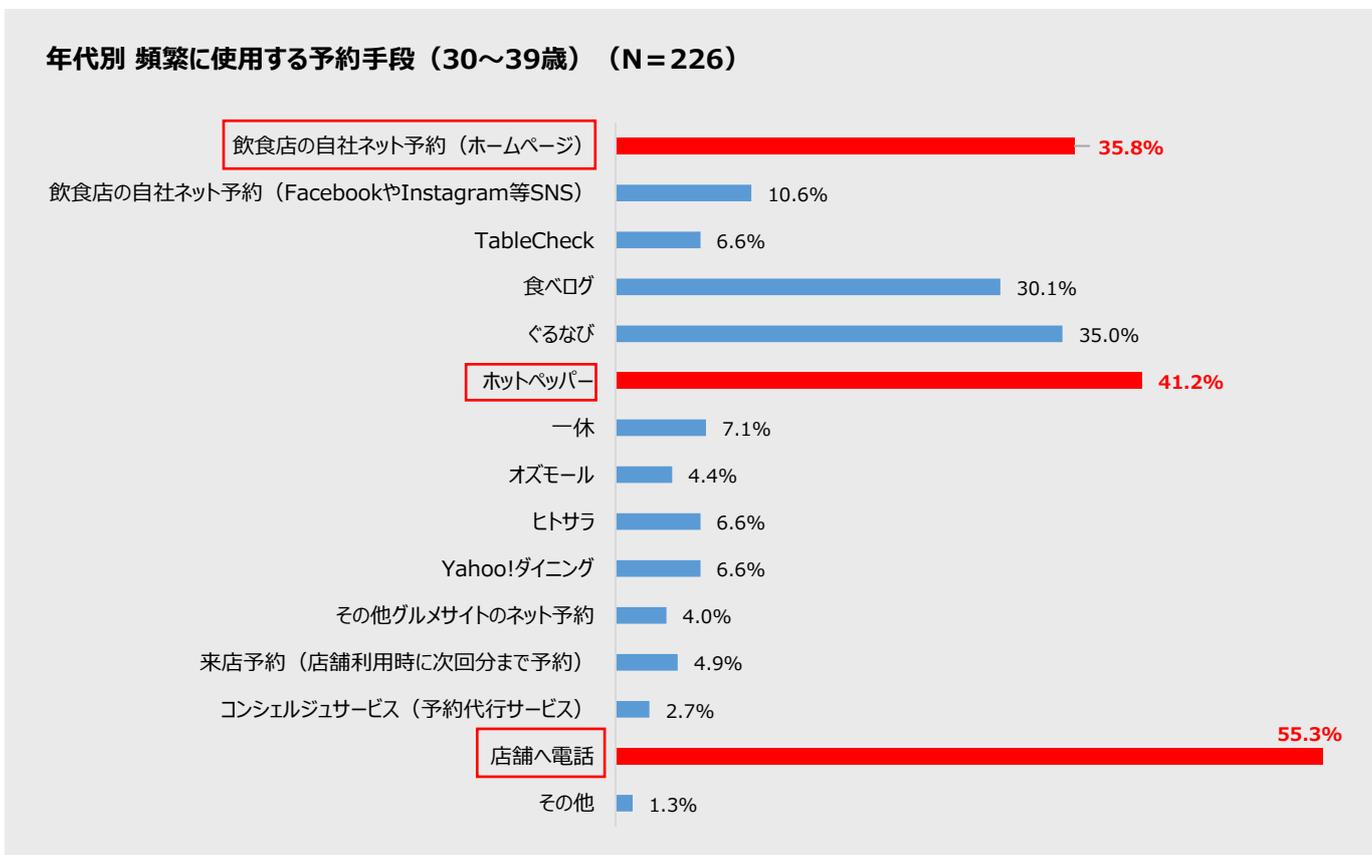
●**20代における無断キャンセル経験者数は、他の年代に比べ顕著に多かったものの、キャンセル料を支払うことは妥当であると感じていることが判明。**1人1万円以上の高単価なレストランにおいては、20代の全回答者の過半数を超える61.6%が、キャンセル料を支払うことは「妥当だと思う」または「妥当だと少し思う」と回答しており、カジュアル店舗や居酒屋業態においては、約半数の48.6%が同様の回答をしている。

※1：飲食店（1人1万円以上のレストラン）と、飲食店（カジュアル店舗や居酒屋）の平均値

4. 20代はネット予約が主流、一方で、年齢層が上がるほど電話予約が主流に。また、無断キャンセル経験者は20代が最多に（無断キャンセル経験者の49.2%が20代）。

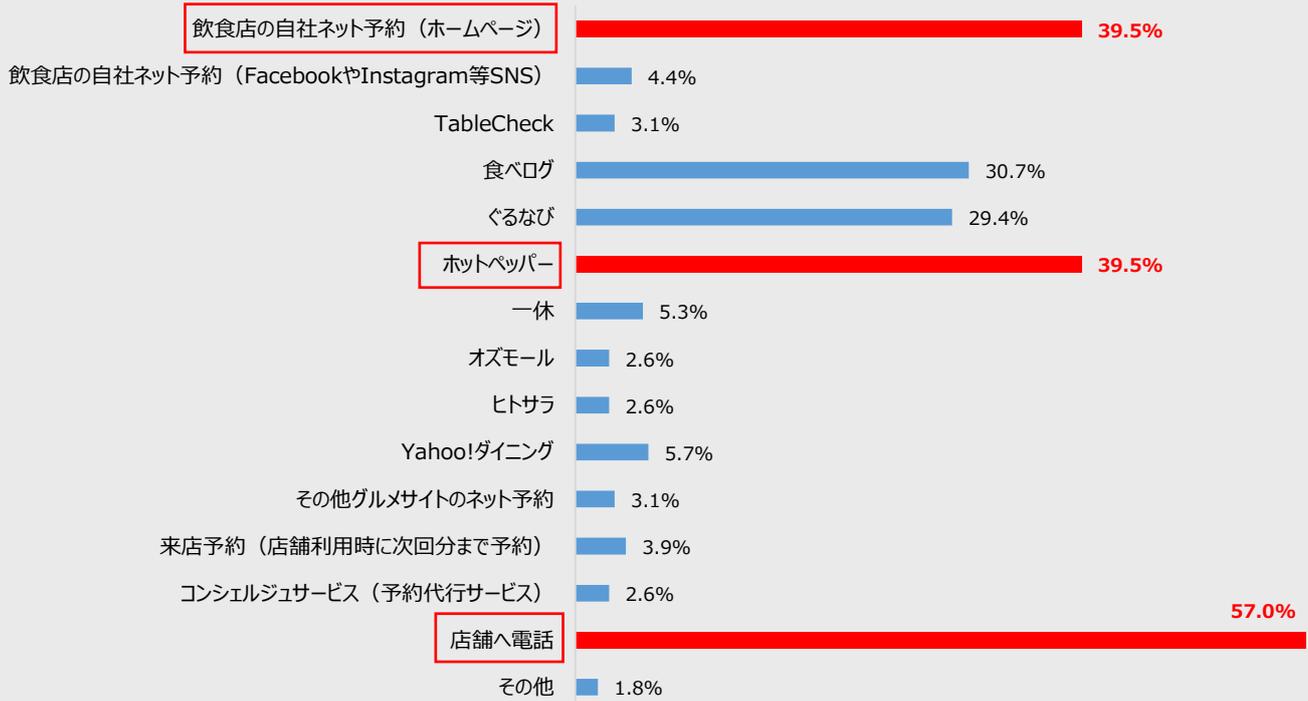


▲図 1-a



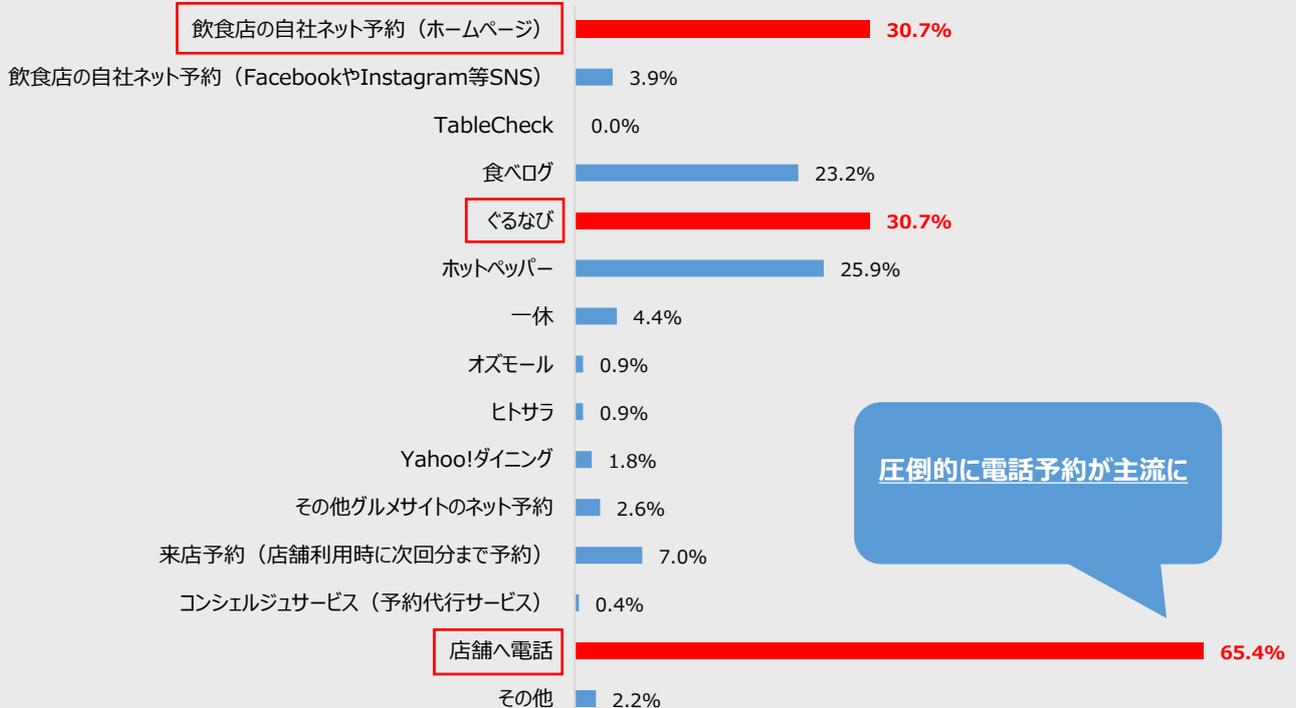
▲図 1-b

年代別 頻繁に使用する予約手段（40～49歳）（N = 228）



▲図 1-c

年代別 頻繁に使用する予約手段（50～59歳）（N = 228）

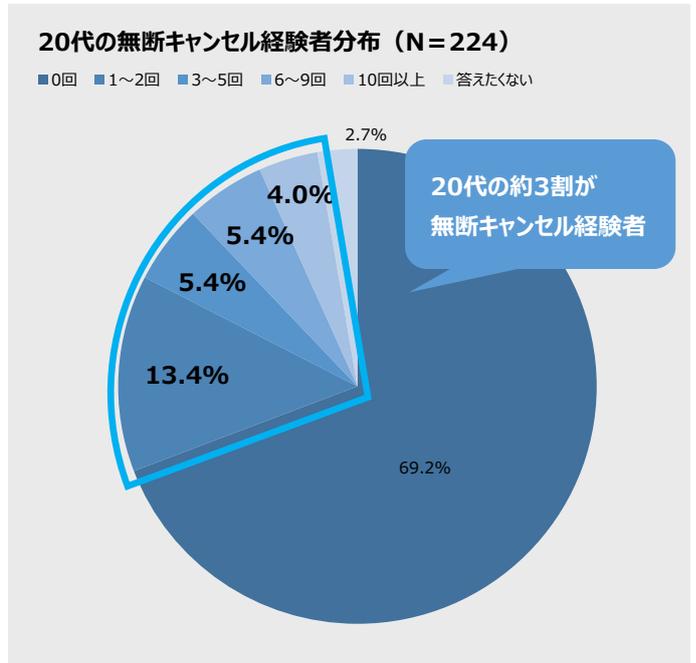
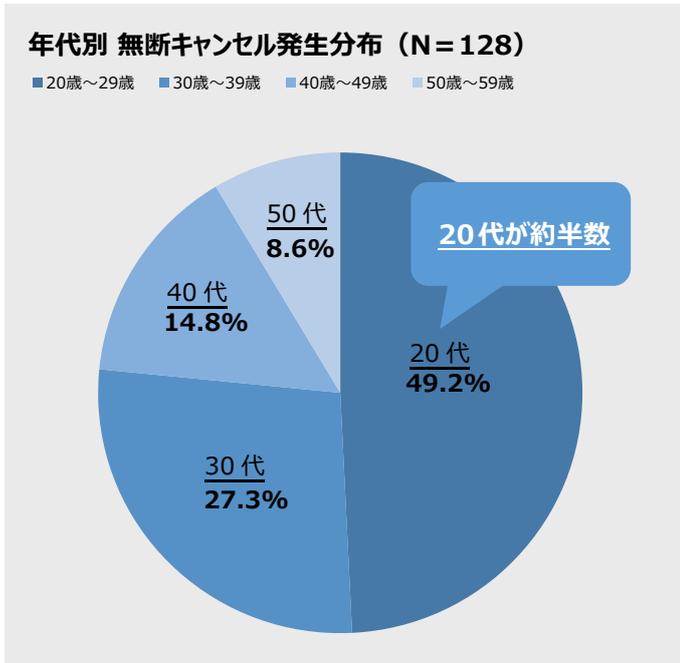


▲図 1-d

【質問項目】

図 1-a～d→飲食店の予約をする際に頻繁に利用する予約手段を全てお選びください。：複数回答可

（a：N = 224）（b：N = 226）（c：N = 228）（d：N = 228）



▲図 2-a

▲図 2-b

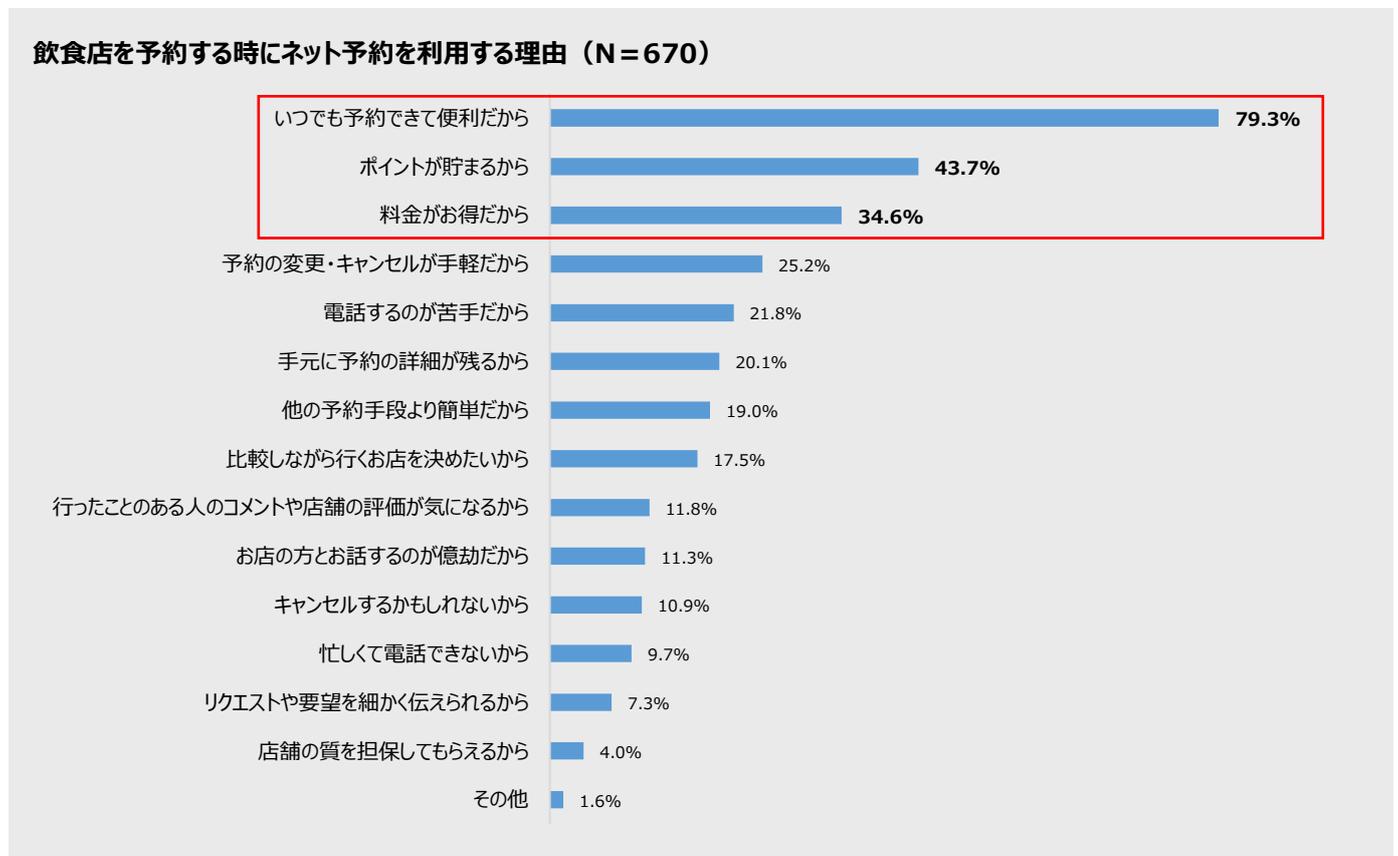
【質問項目】

図 2-a, b→これまでに無断キャンセルをしたことのある回数をお選びください。

(※無断キャンセル：予約はしたものの、事前連絡なし (来店しないこと。) : シングルアンサー

(a : N = 906) (b : N = 224)

上記質問において、「0回」と「答えたくない」を選択した回答者を除いた 128 名が対象。



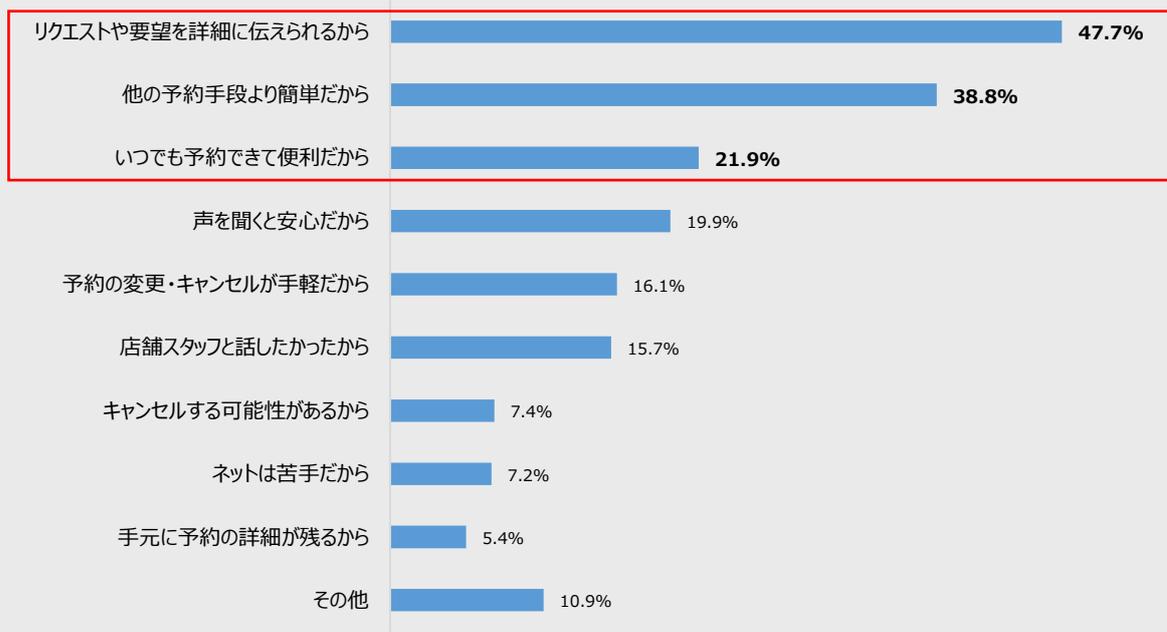
▲図 3

【質問項目】

図 3→「ネット予約」を利用するとお答えの方に伺います。

以下選択肢より、あなたがネット予約を利用する理由にあてはまるものをすべてお選びください。 : 複数回答可 (N = 670)

飲食店を予約する時に電話予約を利用する理由（N = 497）



▲図4

【質問項目】

図4→「店舗へ電話」とお答えの方に伺います。

以下選択肢より、あなたが店舗へ電話を選ぶ理由にあてはまるものをすべてお選びください。：複数回答可（N = 497）

【調査結果より】

●906名の回答者のうち、**128名の無断キャンセル経験者**がいることが判明。**全回答者の14.1%**。

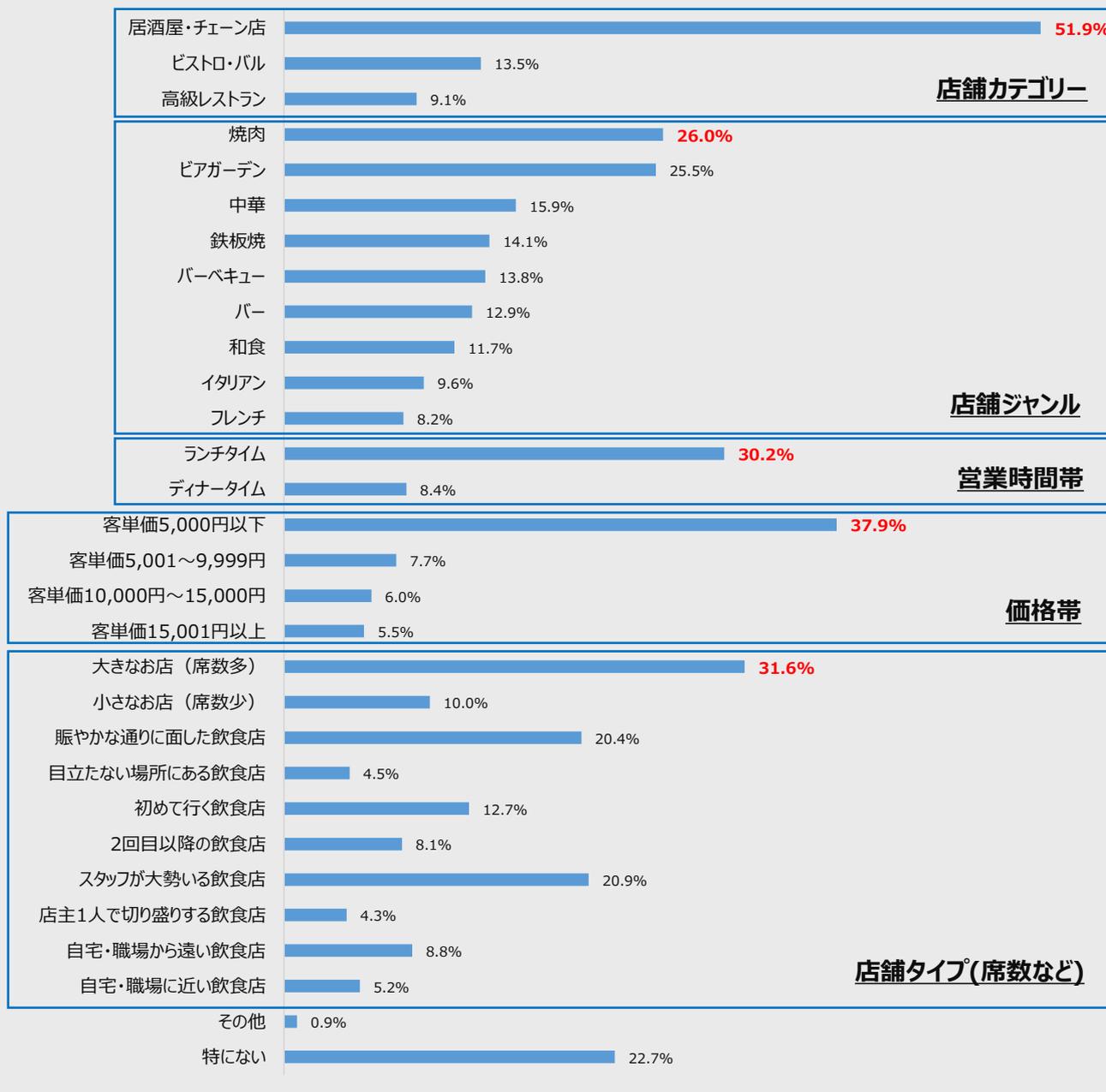
●無断キャンセル経験者は、全ての経験回数（「1~2回」、「3~5回」、「6~9回」、「10回以上」）において**20代が最多**となり、128名の回答者のうち約半数の49.2%を占める63名となった。また、他の年代に比べ、飲酒可能となる成人以降の期間が短いにも関わらず、20代の全回答者（224名）のうち約3割（28.2%）が、無断キャンセルを1回以上経験したことがあると回答したことにより、**20代は他の年代に比べ飲食店を無断キャンセルすることに対する抵抗感が低い**ことが伺える。

●飲食店の予約手段としては、全ての世代で「ネット予約」がトップ3の半数以上を占めた。ネット予約を利用する理由のトップ3は、**1位が「いつでも予約できて便利だから」（79.3%）**、2位が「ポイントが貯まるから」（43.7%）、3位が「料金がお得だから」（34.6%）となり、「**ネット予約**」が**全ての世代において飲食店予約の主流となりつつある**ことが判明した。一方で、20代を除くその他の世代においては「電話予約」がトップとなり、**年齢層が上がるほど「電話予約」の需要が高まる**ことも分かった

電話予約を利用する理由のトップ3には、**1位「リクエストや要望を詳細に伝えられるから」（47.7%）**、2位が「ほかの予約手段より簡単だから」（38.8%）、3位は「いつでも予約「でき便利だから」（21.9%）となり、今も一定数の消費者にとって利便性を感じる予約手段であることが浮き彫りとなった。

5. 消費者がキャンセルしやすいと感じている飲食店は、「居酒屋・チェーン店、客単価5,000円以下、席数の多い」お店に。業態別では「焼肉」がトップ、営業時間帯では「ランチタイム」がより多く。

無断キャンセルしやすいと感じる飲食店ランキング（N=906）



【質問内容】

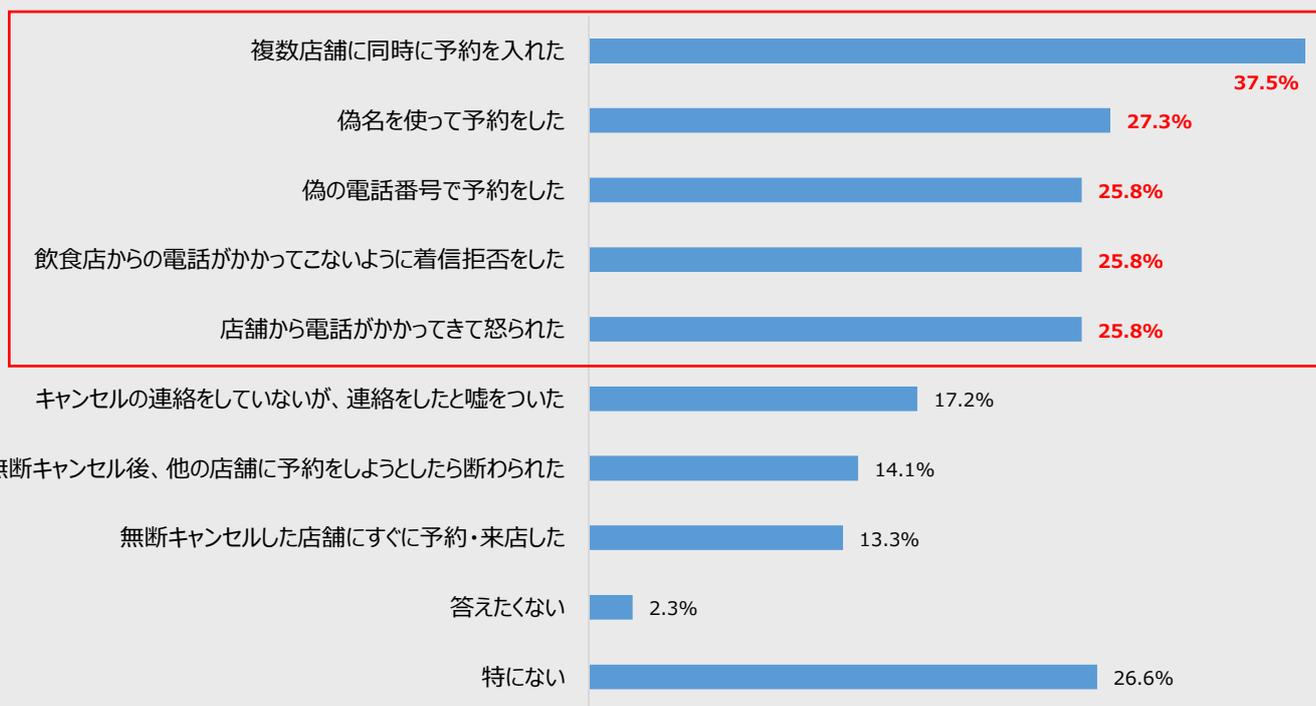
キャンセルしやすいと感じる飲食店・レストランの属性を全てお選びください。：複数回答可（N=906）

【調査結果より】

- 消費者が最もキャンセルしやすいと感じている飲食店は「居酒屋・チェーン店」で、全体の過半数を超える 470 名（51.9%）が選択した。続いて、多かったのが「単価 5,000 円以下」の飲食店（37.9%）や、「席数の多い大きなお店」（31.6%）となった。
- 業態では、トップが「焼肉」（26.0%）、次いでまもなく最盛期を迎える「ビアガーデン」（25.5%）となり、営業時間帯別では「ランチタイム」（30.2%）が「ディナータイム」（8.4%）を大幅に上回る結果となった。

【番外編】無断キャンセル経験者に聞いた『実際にやったことのある行動』ランキング、1位は「複数店舗に同時に予約を入れた」（37.5%）、2位は「偽名を使って予約をした」（27.3%）、3位は「偽の電話番号で予約をした」（25.8%）、「飲食店からの電話がかかってこないように着信拒否した」（25.8%）、「店舗から電話がかかってきて怒られた」（25.8%）となった。

無断キャンセル経験者に聞いた『実際にやったことのある行動』（N=128）



【質問内容】

あなたが取ったことがある行動を全てお選びください。：複数回答可（N=128）

※無断キャンセルを1回以上経験したことのある回答者128名に質問（必須回答）

【調査結果より】

●無断キャンセル経験者の37.5%におよぶ48名が、複数店舗への同時予約を行っていることが判明。複数の予約を並行して行うことで、予約1つ1つに対する責任感が低下する可能性も。また、同時に複数の予約を管理することで、予約キャンセルをし忘れるリスクが高まることが予想される。

●偽の名前や電話番号で予約を行っている消費者が一定数いることが発覚。名前や電話番号などの、個人を特定し辛い情報のみで予約を受け付けることが、無断キャンセル発生のリスクを高め、また発生後の対応を滞らせる原因となっていることが推察される。

●一方で、「飲食店からの電話がかかってこないように着信拒否した」（25.8%）や、「キャンセルの連絡をしていないが、連絡をしたと嘘をついた」（17.2%）等の回答より、無断キャンセルをしてしまったことへの“後ろめたさ”を感じているとみられる行動があった。

以上

▶本調査における考察

本調査の結果により、消費者の多くが飲食店予約をキャンセルした際のキャンセル料を支払うことが妥当であると感じていることが明らかになりました。

飲食店の予約と比較して、**宿泊施設・航空券・映画館は、ネット予約が広く普及している上に、ネット予約と同時にクレジットカード情報を保持する仕組みが整っている**ため、消費者はキャンセル料をスムーズに支払うことができます。しかし、飲食店への予約手段として、年齢層によっては「電話予約」がまだ根強く支持されていることや、飲食店予約サービスの大半はキャンセル料を支払う（徴収する）仕組みがないため、**消費者は飲食店の予約をキャンセルした際に発生するキャンセル料を支払にくいのが現状です**。たとえ飲食店側からキャンセル料を請求されても、キャンセル料を支払う手段が銀行振込など、消費者にとって負担となる手法に限られているのです。このように、**消費者が飲食店側にキャンセル料を簡単にスムーズに支払える仕組みが整っていないことが、無断キャンセル発生の根本原因の一つであると考えられます**。

モバイル端末の普及等を背景に、飲食店の予約手段はネットが主流となり、消費者は手軽に飲食店の予約ができるようになりました。今後は、無断キャンセルが発生しにくい仕組みを作ると共に、発生した場合にも消費者が簡単にキャンセル料を支払える仕組みを構築することが、飲食店が無断キャンセルを抑止・撲滅できる方法の一つだと言えるのではないのでしょうか。

【調査概要】

調査名：飲食店予約に関するアンケート

対象条件：20～50代の飲食店予約をしたことがあると回答した男女

調査期間：2018年4月20日午前11時～4月20日午後8時

調査方法：インターネットを利用したアンケート調査

有効回答数：906サンプル

■「TableSolution（テーブルソリューション）」について■

<http://www.tablesolution.com>

「TableSolution」は、レストランの予約管理・顧客管理と、消費者向けネット予約機能「TableCheck（テーブルチェック）」が一体となった総合管理システムです。利用継続率は99.7%※、導入国数は日本を含む14カ国に展開しており、オウンドメディアとネット予約の最大活用による『予約のオートメーション化』を実現しています。店舗ごとの要望に寄り添う柔軟な設定が可能。送客手数料0円のネット予約、ネット予約上での系列店への自動誘導機能（系列サジェスト）、オンラインクレジットカード機能（無断キャンセル抑止など）、多言語対応（15ヶ国語）、電話連動（CTI）機能、自動応答による自動予約受付機能（特許取得済）、POSデータ連携など、これまで多くの業界初の機能を実装しています。使用端末も、パソコンやタブレット、スマートフォンなどオールデバイスに対応。システムを通じて、飲食店・レストラン、そして消費者にとっての「最高のレストラン体験の実現」に貢献してまいります。

※月々の契約店舗数から「閉店」と「休止」と「新店舗（オープン前）」以外の解約店舗数を除いた2017年9月～2018年2月の平均値

■株式会社 VESPER（ベスパー）について■

「最高のレストラン体験を実現するためのプラットフォームを創る」ことを目的とし、メイドインジャパンでグローバルスタンダードを指向する飲食店・レストラン向け予約顧客管理台帳システム「テーブルソリューション」を開発、提供しています。社内公用語は英語、世界各国から優秀なメンバーが集まり（2018年5月1日現在、12カ国）、業界のイノベーターとしてマーケットをリードしています。世界中に展開する大手グローバルホテルチェーンや星付きレストランを筆頭に、厳しい水準と高い信頼性を求める一流のレストラン・飲食企業を取引先として抱え、日本国内にとどまらない事業展開を実現しています。

◆会社概要◆

社名：株式会社 VESPER

※6月1日付で「株式会社 TableCheck（テーブルチェック）」へ社名変更予定

代表取締役：谷口 優

所在地：東京都中央区銀座2-14-5 第27中央ビル4F

設立年月：2011年3月

資本金：4億7,155万8,110円（資本金・資本準備金含む）

事業内容：飲食店、およびレストランの予約顧客管理、ネット予約の一元管理、多言語対応（15カ国語）、業界唯一のクレジットカード決済機能「キャンセルプロテクション」、集客ソリューションなどトータルマネジメントを実現するクラウドサービス「TableSolution」の開発・提供。

支社：4拠点（大阪、福岡、韓国、シンガポール）

* URL：<http://www.kkvesper.jp/> ※6月1日付でリダイレクト予定

* TableSolution：<https://www.tablesolution.com/>

* TableCheck：<https://www.tablecheck.com/>

【本プレスリリースに関するお問い合わせ先】

株式会社 VESPER 広報担当：仁木

TEL：03-5565-0112 / FAX：03-5565-0118

E-mail：vesper-pr@kkvesper.jp