



週刊

ダイヤモンド

特集2
努力が生まれつきか
学力と遺伝の本当

DIAMOND WEEKLY 2018
定価 710円 11/17

お得 × 旨い × テック

外食

新格付け

飲食店&宅配
62アプリ格付け
&人気クーポン

人件費高騰!
生産性テコ入れ
焦る外食の本音

店選びのド定番
食ベログの商法に
店側が嫌悪する訳



ホットペッパーはいまだに健在

グルメサイト満足率ランキング

総合満足率		
順位	サイト名	満足率
1位	ホットペッパーグルメ	48.8%
2位	一休.comレストラン	47.1%
3位	食べログ	44.1%
4位	OZmall	43.0%
5位	ぐるなび	41.1%
6位	SARAH	40.2%
7位	gooグルメ&料理	39.7%
8位	OpenTable	39.3%
9位	Rakoo	38.6%
10位	TableCheck	36.0%
11位	Retty	35.9%
12位	Yahoo!ダイニング	33.9%
13位	EPARKグルメ	32.9%
14位	ヒトサラ	29.4%

お得意満足率		
順位	サイト名	満足率
1位	ホットペッパーグルメ	48.9%
2位	一休.comレストラン	48.2%
3位	gooグルメ&料理	47.9%
4位	Rakoo	44.5%
5位	OZmall	43.9%

利便性満足率		
順位	サイト名	満足率
1位	ホットペッパーグルメ	46.4%
2位	一休.comレストラン	46.3%
3位	gooグルメ&料理	44.3%
4位	Rakoo	42.0%
5位	OpenTable	41.6%

情報満足率		
順位	サイト名	満足率
1位	ホットペッパーグルメ	46.1%
2位	一休.comレストラン	45.5%
3位	食べログ	45.3%
4位	gooグルメ&料理	44.3%
5位	OZmall	42.5%

情報信頼率		
順位	サイト名	満足率
1位	一休.comレストラン	44.3%
2位	食べログ	41.8%
3位	gooグルメ&料理	41.7%
4位	ホットペッパーグルメ	40.9%
5位	OZmall	39.5%

アンケート概要

【格付けについて】五つの指標(「総合満足率」「お得意満足率」「利便性満足率」「情報満足率」「情報信頼率」)についてアンケートを実施、それぞれの値を偏差値化し、そのデータ分布を基に本誌編集部で総合的に判断して、星1~5を付けた(66~67ページに掲載)。アンケートはアプリに関する消費者調査(50ページ参照)と併せて実施。対象は主要な16のグルメサイトとし、アンケートの諸条件、満足率の算出方法および満足率の各項目の定義はアプリに関する消費者調査に準じる。なお、「情報信頼率」は、口コミ評価、口コミ内容などに対する信頼性を指し、算出方法などはほかの項目に準じる。ランキングについては、利用経験者の回答が100件以上あったグルメサイトを対象に集計した。

冒頭の張り紙騒動において、張り紙をした店は客に直接予約を求めていた。食べログを経由せず、店舗の電話番号に直接電話をして予約をした場合は手数料が発生しない。食べログに反逆し、中抜き

を図ったのである。食べログの原点は、消費者が本当に評価できる飲食店を探すためのサイトという立ち位置にある。食べログが台頭してきた2000年代以前は、ぐるなびや現ホッ

トペッパーグルメといった、飲食店側が販売促進の場として活用するメディアが主流であり、情報の発信者は飲食店側だった。そのアンチテーゼとして05年に登場した食べログは、「口コミ」情



Part 3 食べログ・ぐるなびはもう古い? グルメサイト戦国時代

競合の登場や、消費者の嗜好の変化でグルメメディアがピンチだ。消費者や飲食店の支持を得ながら、持続可能なビジネス構築に腐心する各社の勝ち残りを懸けた戦いが始まっている。

消費者支持は高いのに店側から不信感
食べログ、飲食店課金の波紋
消費者からの支持が厚い食べログが、飲食店課金へとカジを切り、店主たちは不信感を募らせている。モデルソフトした裏には、グーグルからの襲来など業界構造変化への危機感がある。

食 ベログの予約サイトで「課金制度」が始まりました。

今年6月、飲食店の張り紙とおぼしき画像が、ツイッター上で拡散されて話題になった。食べログ上の予約によって発生する予約手数料で利益が圧迫されることに対する店側の「悲鳴」だった。

この店に限ったことではない。最近、飲食店の経営者たちは「はっきり言って不愉快だ」と口々に食べログへの不満をぶちまけるようになった。

食べログは消費者による口コミや星での評価などを掲載する、本当にいい飲食店を見つけるためのサイトとして、消費者から人気を集めてきた。

本誌が行った消費者アンケートでも、グルメメディアの中で総合満足率ランキングの3位にランクインしている。

消費者サイトの支持を集める食べログが、飲食店サイドから蛇蝎

のごとく嫌われるようになった背景には、カネの流れの変化がある。ある飲食店経営者は「消費者の口コミを盾に、飲食店への課金ビジネスに突っ走っている」と吐き捨てるように言う。

食べログは現在、従来型の月額固定料金に従量料金を上乗せした「新プラン」と呼ばれる契約体系を展開している。従量料金は「手数料」として、ネット予約の人数に応じて課金されるものだ。

食べログが契約体系を新プランへ本格的に切り替え始めたのは2017年。同年6月時点で5000件だった新プラン契約件数は、翌18年6月には2万6000件と飛躍的に拡大した。

新プランでは、食べログ上での即予約システム(ウェブサイトで予約がそのまま店舗の台帳に反映されるもの)を利用した場合、ダイナーで1人当たり200円、ランチで同100円の手数料が発生する。

報を主体にした。情報の発信者を消費者側にする一方で、サイトの信頼性を高めていった。

そのビジネスモデルは、広告収入や消費者がプレミアム会員として支払う月額課金などを収益源の柱の一つとするものだった。

新プランを導入して以降、収益の軸足は飲食店側にさらに移っている。もともと、上位表示プランといった飲食店向け有料サービスは09年から登場しているが、食べログの飲食店販売促進事業による収益比率は16年度第1四半期が67%で、18年度第1四半期には77%まで拡大した。

アンチテーゼ的 食べログが裏で店に課金

消費者の前ではアンチテーゼ的存在として振る舞いながら、裏では飲食店からカネを搾り取る。食べログの業績をそう解釈する業界関係者は少なくない。

飲食店側の不信感は募るばかりだが、それでも「食べログの販促サービスを利用しないわけにはいかない」とある飲食店の店主。「そうしないと、表示順が下げられるんだもの」。さて、これはどういうことか。

利用動機は、以下の選択肢の中から複数回答したもの。「口コミ・評価」は消費者の口コミや評価によって店舗の質が分かること、「掲載店の数」は検索できる店舗数の充実度、「クーポン」は得するクーポンやコースがあること、「検索機能」は店舗検索のしやすいこと、「予約機能」は予約機能が便利なこと、「ジャンル別」は高級店など特定のジャンルの店舗が充実していること、「アプリ」はアプリでも利用できること、「検索サイト経由」は検索エンジン上で表示されたことをそれぞれ意味する。利用者数や店舗数は、各社資料および取材に基づく。そのため、最新の数値でない場合がある。店舗側料金プランは全て月額

一休.comレストラン

		社名 一休
種類 検索・予約サイト		
月間利用者数	掲載店舗数	約7000店
総合満足率	愛用度スコア	47.1% 17.7
お得意満足率	利便性満足率	48.2% 46.3%
情報満足率	情報信頼率	45.5% 44.3%
店舗側料金プラン	店舗側WEB予約手数料	0円 コースの8%

宿泊予約の一休.comから派生。そのため、高級店に特化する。ウェブ予約モデルの先駆け。接待や「ご褒美利用」などで、中年層が主なユーザー。だが時々、半額以下など驚くほど割安なコースがタイムセールで提供されることも。

「完全従量料会で費用対効果が明確。リピーター重視なのも。かなり高いけどね……」

ホットペッパーグルメ

		社名 リクルートライフスタイル
種類 検索・予約サイト		
月間利用者数	掲載店舗数	約76万店 (うち詳細情報掲載店舗約10万店)
総合満足率	愛用度スコア	48.8% 19.9
お得意満足率	利便性満足率	48.9% 46.4%
情報満足率	情報信頼率	46.1% 40.9%
店舗側料金プラン	店舗側WEB予約手数料	無料~18万円の5段階(東京エリア) 200円×来店人数(リクエスト予約は50円/人)

2006年に開設、10年に現在のサービス名へ。フリーペーパーからの転換。それ故、現在もお得なクーポンなどが消費者の大きな利用目的になっている。ネット予約可能店舗数首位をうたっている。女性ユーザーが多い。

「全国的に基盤があり、地方でも効果が出やすい。が、細かいエリアでは効果がまばら」

人気の16グルメサイト全格付け

ぐるなび

		社名 ぐるなび
種類 検索・予約サイト		
月間利用者数	掲載店舗数	6500万人 約50万店 (うち有料店舗6万店)
総合満足率	愛用度スコア	41.1% 19.4
お得意満足率	利便性満足率	37.2% 38.7%
情報満足率	情報信頼率	41.4% 37.9%
店舗側料金プラン	店舗側WEB予約手数料	無料、1万円、5万円~の3段階 デイナー:200円/人、ランチ:50円/人

1996年開設。グルメサイト黎明期のけん引役。掲載店は居酒屋などが多く、宴会需要に強い。利用者は中高年のサラリーマンなどが中心。1000人の営業マンがおり、店舗情報の正確さを飲食店側への売り込みにしている。

「最近、送客力が弱い。サイトが広告的だから、敏感な消費者に避けられているのかも」

食べログ

		社名 カカクコム
種類 検索・予約サイト		
月間利用者数	掲載店舗数	1億5400万人 87万店以上 (うち有料店舗5万6000店)
総合満足率	愛用度スコア	44.1% 26.8
お得意満足率	利便性満足率	33.8% 38.3%
情報満足率	情報信頼率	45.3% 41.8%
店舗側料金プラン	店舗側WEB予約手数料	無料~10万円の5段階 デイナー:200円/人、ランチ:100円/人 (リクエスト予約は無料)

利用者数において日本最大級のグルメサイト。店舗情報の多さや、消費者の口コミを基にした星の点数などが消費者に支持される。SEOも強く、検索エンジン上位によく表示される。近年、飲食店側の課金モデルを強化。

「星の付け方がブラックボックスで不信感。でも、集客が強いからやめられないよ」

favy

		社名 favy
種類 キュレーションサイト		
月間利用者数	掲載店舗数	6700万人 3万店(無料のみ)
総合満足率	愛用度スコア	36.5% 36.6
お得意満足率	利便性満足率	50.0% 45.3%
情報満足率	情報信頼率	37.8% 39.5%
店舗側料金プラン	店舗側WEB予約手数料	0円

店舗紹介記事をSNS広告で「バズらせる」ことで集客。インスタ映えする業態に強い。

Yahoo!ダイニング

		社名 ヤフー
種類 検索・予約サイト		
月間利用者数	掲載店舗数	—
総合満足率	愛用度スコア	33.9% 27.3
お得意満足率	利便性満足率	36.8% 34.8%
情報満足率	情報信頼率	36.6% 39.2%
店舗側料金プラン	店舗側WEB予約手数料	—

Yahoo!プレミアム会員だけの限定プランなど、Yahoo!ユーザーに便利。ネット予約も可。

Rakoo

		社名 楽天
種類 検索・予約サイト		
月間利用者数	掲載店舗数	— 5万店以上
総合満足率	愛用度スコア	38.6% 32.2
お得意満足率	利便性満足率	44.5% 42.0%
情報満足率	情報信頼率	36.6% 37.6%
店舗側料金プラン	店舗側WEB予約手数料	—

楽天スーパーポイントが多くなるなど、楽天ユーザーの利便性に特化。ネット予約も可。

ヒトサラ

		社名 USEN Media
種類 検索・予約サイト		
月間利用者数	掲載店舗数	2140万人 1万5000店以上
総合満足率	愛用度スコア	29.4% 20.3
お得意満足率	利便性満足率	28.1% 29.6%
情報満足率	情報信頼率	30.7% 34.4%
店舗側料金プラン	店舗側WEB予約手数料	—

「料理人の顔が見える」がコンセプト。食べログと公式に連携しており相互に送客を行う。

Retty

		社名 Retty
種類 検索・予約サイト		
月間利用者数	掲載店舗数	3500万人以上 約80万店
総合満足率	愛用度スコア	35.9% 21.3
お得意満足率	利便性満足率	23.6% 28.7%
情報満足率	情報信頼率	34.0% 35.5%
店舗側料金プラン	店舗側WEB予約手数料	—

実名型口コミサイト。フェイスブックとも連携。SNSのような感覚で利用できる。

OZmall

		社名 スターツ出版
種類 検索・予約サイト		
月間利用者数	掲載店舗数	600万人 (OZmall全体) 約2300店
総合満足率	愛用度スコア	43.0% 18.2
お得意満足率	利便性満足率	43.9% 40.6%
情報満足率	情報信頼率	42.5% 39.5%
店舗側料金プラン	店舗側WEB予約手数料	—

首都圏を中心に、働く女性や感度の高い女性にターゲットを絞り、店舗を厳選。OZmagazineの派生。

SARAH

		社名 SARAH
種類 検索サイト		
月間利用者数	掲載店舗数	約50万人 約80万店
総合満足率	愛用度スコア	40.2% 32.0
お得意満足率	利便性満足率	41.0% 40.6%
情報満足率	情報信頼率	41.5% 39.3%
店舗側料金プラン	店舗側WEB予約手数料	—

メニュー単位で投稿・検索ができるグルメサイト。2015年にリリースした、新興メディアの一翼。

OpenTable

		社名 オープンテーブル
種類 検索・予約サイト		
月間利用者数	掲載店舗数	— 4万7000店(世界)
総合満足率	愛用度スコア	39.3% 22.9
お得意満足率	利便性満足率	33.3% 41.6%
情報満足率	情報信頼率	35.0% 28.7%
店舗側料金プラン	店舗側WEB予約手数料	—

米国に本社を置くグルメサイト。20カ国以上でレストランの予約が可能。日本事業を大幅縮小中。

EPARKグルメ

		社名 EPARKグルメ
種類 検索・予約サイト		
月間利用者数	掲載店舗数	—
総合満足率	愛用度スコア	32.9% 18.1
お得意満足率	利便性満足率	33.0% 36.4%
情報満足率	情報信頼率	29.5% 29.3%
店舗側料金プラン	店舗側WEB予約手数料	—

個室・予約検索に特化。店内の様子をGoogleストリートビューで見られるのが特徴。

Pocket Concierge

		社名 ポケットコンシェルジュ
種類 検索・予約サイト		
月間利用者数	掲載店舗数	— 800店
総合満足率	愛用度スコア	34.9% 31.6
お得意満足率	利便性満足率	43.7% 37.9%
情報満足率	情報信頼率	38.5% 37.9%
店舗側料金プラン	店舗側WEB予約手数料	—

厳選された高級店・人気店に特化。充実した情報や対応はまさにコンシェルジュのそれ。

gooグルメ&料理

		社名 エヌ・ティ・ティ・リゾナント
種類 キュレーションサイト		
月間利用者数	掲載店舗数	約100万人 約50万店
総合満足率	愛用度スコア	39.7% 28.2
お得意満足率	利便性満足率	47.9% 44.3%
情報満足率	情報信頼率	44.3% 41.7%
店舗側料金プラン	店舗側WEB予約手数料	—

ホットペッパーグルメ、ぐるなびなどをまとめて検索できるキュレーションメディア。

TableCheck

		社名 TableCheck
種類 検索・予約サイト		
月間利用者数	掲載店舗数	—
総合満足率	愛用度スコア	36.0% 36.4
お得意満足率	利便性満足率	45.1% 39.6%
情報満足率	情報信頼率	41.3% 36.3%
店舗側料金プラン	店舗側WEB予約手数料	—

同社の顧客管理システムを利用する飲食店を紹介するサイト。そのためネット予約に強み。