



展 ラーメン産業展 2026 | ブース配布資料

お店の売上のために、 出来ること全部。

お客様はスマホで注文とお会計をするだけ。会員登録なしで、お客様一人ひとりの来店が見えるようになります。

ISSUEPANDAは、コスト削減で終わらない「売上を上げる」ためのモバイルオーダーです。

- 1 並んでいる間に、注文もお会計も
- 2 初めてのお客様が、わかる
- 3 お客様単位で、お店を分析
- 4 履歴をフル活用したCRM
- 5 Webメニューだから、PDCAが早い

26. 10. 01 当日限り有効 0000123

醤油らーめん

メンマ / 味玉

来店 3回目

12:00

¥120

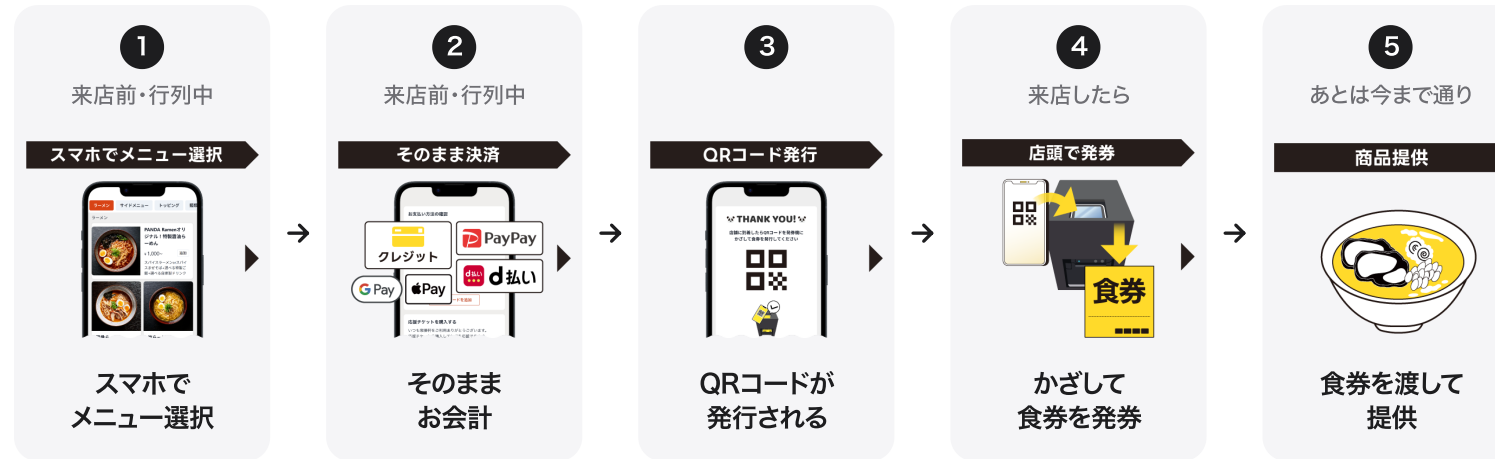


食券に、来店回数が印字される。
その一杯が何杯目か。渡す瞬間にわかります。

使い方 1 | 事前購入発券型(ISSUEPANDA - TICKET)

券売機の前でやっていたことを、スマホに。

お客様は来店前や行列中にスマホで注文とお会計。店頭では、QRをかざして食券を出すだけです。



今の券売機と併設できる

現金のお客様は今の券売機のまま。スマホのお客様だけが、券売機の列から消えます。運用は食券に統一されるので、厨房は変わりません。

食券に来店回数が印字される

初めてのお客様か、常連か。食券を受け取る瞬間にわかります。「いつもありがとうございます」のひと声が、自然に出せます。

置くのは小型の発券機だけ

店頭に置くのは280×262×180mmの発券機1台。大型券売機の買い替えに比べて、初期費用を抑えて始められます。

● アプリ不要・会員登録なし

QRを読むだけ。Apple / Google / LINEのIDで、お客様は登録作業ゼロ

● 12ヶ国語に自動切替

スマホの言語設定で表示が変わる。インバウンド対応もそのまま

● すぐ導入可能

クレジット・PayPay・Apple Pay等。加盟店審査なしで即日

● 現金のお客様もそのまま

既存券売機や現金精算機と併用。現金でも来店履歴は残る



設置例

既存券売機の横に発券機を併設した導入店

こんなお店に

- ピーク時に店前の行列ができる
- 券売機の更新・追加を検討している
- 現金のお客様の運用も残したい

使い方 2 | テーブルオーダー (ISSUEPANDA - プレペイ / ポストペイ)

席に着いてから、スマホで注文。追加も、もう一杯も。

各席のQRを読むだけ。注文は厨房のプリンターやタブレットへ。お会計は注文ごと(前払い)でも、最後にまとめて(後払い)でも選べます。



席のQRコードを読むだけ

専用端末なし。お客様のスマホがそのまま注文端末に



前払い(プレペイ)

注文ごとにスマホで決済

注文と同時にお会計が終わるので、レジ作業がありません。回転を重視するカウンター中心のお店に。

後払い(ポストペイ)

最後に「お会計」でまとめて

1品ごとに決済しないので「もう一杯」「もう一品」の心理的ハードルが消えます。追加注文で客単価が伸びる形です。現金は対面で受け取れます。

注文取りが、消える

スタッフは提供と接客に集中。伝票は席番号つきで自動出力されます。

追加注文のハードルが下がる

店員を呼び止めなくていい。替え玉・トッピング・ドリンクがスマホから増えます。

伝票に来店回数が印字される

常連には常連の、初めてのお客様には初めての対応が、どのスタッフでもできます。

どちらの使い方で

貯まるデータと打てる施策は同じです。スマホで注文するだけで、会員登録なしにお客様一人ひとりの来店履歴が残ります。

次のページから ▶ 売上が上がる5つの仕組み

① 売上が上がる仕組み

並んでいる間に、注文もお会計も。

来店したら、かざして発券するだけ。券売機の前で使っていた時間が、次のお客様の分になります。



● 行列中に、注文とお会計が終わっている

● 来店したら発券するだけ。店頭の滞留が消える

● 運用は食券に統一。厨房のやり方は変わらない

2 売上が上がる仕組み**初めてのお客様が、わかる。**

食券にも、店内の画面にも、そのお客様の来店回数が出ます。1回目のお客様に2回目来店してもらうことが、売上にとって最も重要です。



食券に来店回数が印字される
初めてなら「1」。渡す瞬間にわかる



店内の注文管理画面
お客様の情報を、スタッフ全員で共有

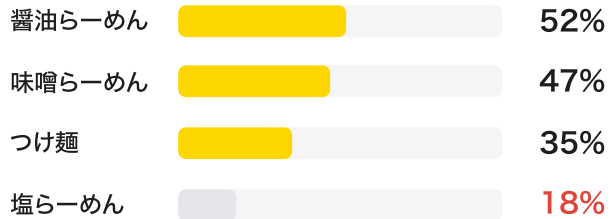
- 食券・伝票で、来店回数がわかる
- お客様の情報を、店内で共有できる
- 初めてのお客様に、ひと声かけられる

3 売上が上がる仕組み

誰が、また来たか。お客様ごとに見える。

会員登録なし。スマホで注文するだけで、お客様単位のデータが貯まる。POSの売上集計では見えなかった「再来店」が数字になります。

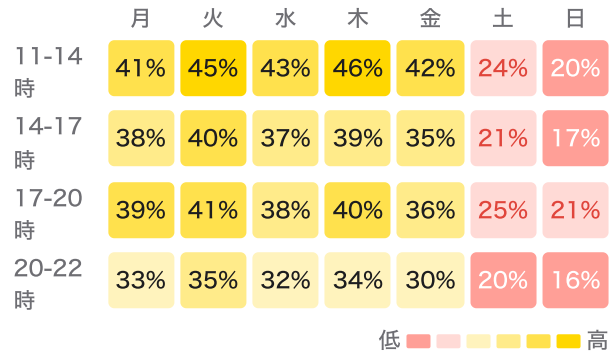
メニュー別 再来店率



「また来る」メニューがわかる。

初回に何を食べたお客様が2回目に来たか。看板メニューの本当の実力が数字になります。

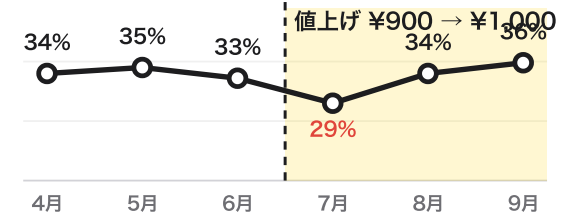
曜日 × 時間帯別 再来店率



戻ってこない時間帯がわかる。

土日のお客様は一度きり？ 曜日と時間帯ごとに、打ち手を考える材料が見えます。

値上げ後の 再来店率の変化



値上げの影響が、数字でわかる。

常連は離れたのか、戻ってきたのか。次の値付けを、感覚ではなく数字で決められます。

- メニュー別・時間帯別の再来店分析

- 常連ランク・離反リスクの可視化

- レポートはブースで実画面をご覧ください

※ グラフの数値はイメージです。実際の画面・レポートはブースでご案内します。

4 売上が上がる仕組み

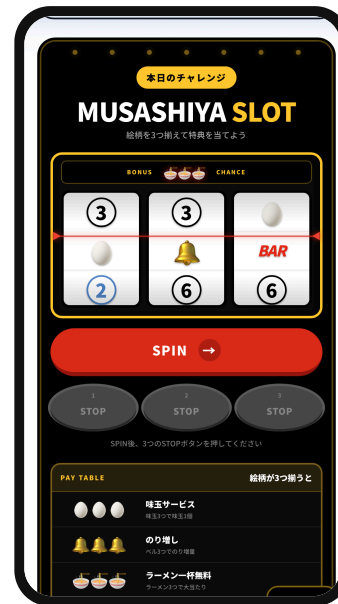
また来たくなる企画を、お客様の履歴から。

お客様の来店履歴を活用した、お店ごとに自由なキャンペーンサイト。来店回数は注文データから自動でカウントされ、お客様は利用するだけで企画に参加できます。



来店回数レース

30日間の来店回数で競う。上位に1杯無料券



来店スロット

来店ごとに1回転。揃えば味玉・のり増し



来店スタンプ

2・5・10回目にご褒美。自動で貯まる



- 利用するだけで勝手に動く。会員カードも申請も不要
- 店ごとの企画を、ゲーム感覚で
- 常連が、もっと常連になる

※ 掲載画面は PANDA Connect 基盤上で導入店が実施したキャンペーン画面です。

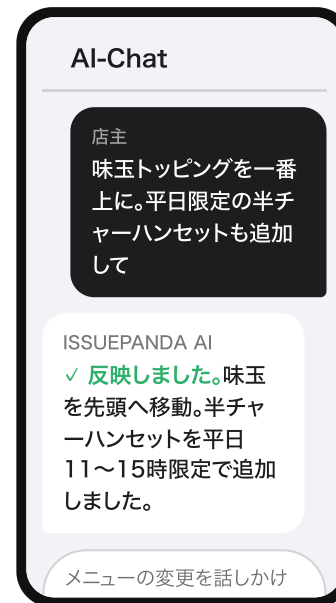
5 売上が上がる仕組み

Webメニューだから、PDCAが早い。

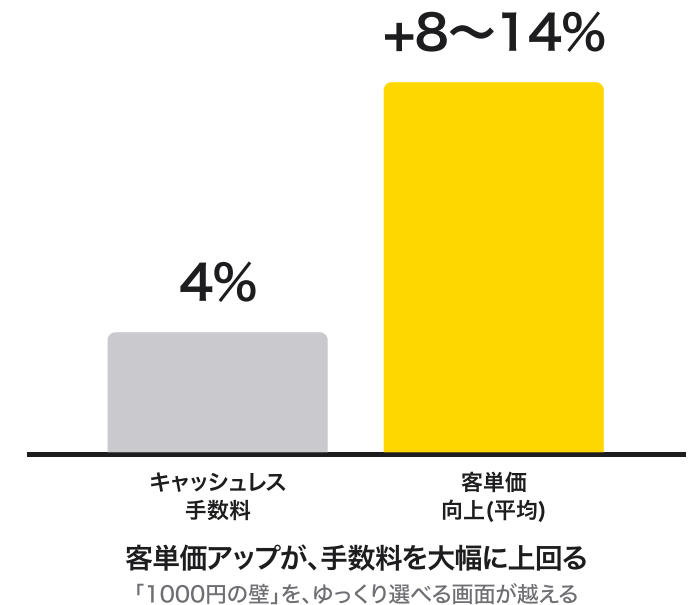
入れ替え・順番変更・セットのお試しが、すぐ。設定はAI-Chatに話すだけ。写真つきでゆっくり選べるから、トッピングやサイドが自然に増えます。



メニューの試行錯誤が、すぐ・簡単
看板の差し替えも、季節限定も、その日のうちに



設定もAI-Chatで超簡単
管理画面を覚えなくていい



- メニューの入れ替え・順番・セットを、すぐ試せる

- 設定はAI-Chatに話すだけ

- 客単価アップが、キャッシュレス手数料を上回る

※ 客単価向上は導入店の平均値。キャッシュレス手数料は全決済手段一律4%。店舗側の決済代行契約・加盟店審査は不要です。

5 売上が上がる仕組み | つづき

設定も分析も、AI-Chatに話すだけ。

管理画面の操作を覚える必要はありません。売り切れの切り替えも、「一緒に売れている商品」の分析も、チャットで頼めば実行まで進みます。

設定を頼む

分析を頼む

たけのこの里を売り切れにしておいてください。

「たけのこの里」を売り切れに変更いたしますね！
以下の内容で変更の準備をいたしました。

- たけのこの里 (ID: 3601)
 - 商品本体：販売中 → **売り切れ**
 - バリエーション：販売中 → **売り切れ**

表示される確認カードを承認いただくと実行します😊

🔒 この操作を実行してよいですか？ 全解除 2/2 件

✓  商品「たけのこの里」を更新（表示状態：販売中 → 売り切れ）
商品ID: 3601

✓  「たけのこの里」のバリエーション「」を更新（表示状態：販売中 → 売り切れ）
商品ID: 3601

✓ 2件を実行 × やめる

売り切れ設定

「売り切れにしておいて」→ 内容を確認 → 実行

たけのこの里と一緒に売れているメニューを調べてセットメニューを作った方がいいものがあれば提案してください。

分析が完了しました！（※BigQueryによる約15〜30分遅延の集計データに基づきます）

「たけのこの里」と一緒に注文されているメニューのランキングは以下の通りです。

併売ランキング（一緒に買われている商品）

- 柿の種 (10回)
- ハリボーゴールドペア (8回)
- フリングルス mini (7回)
- ブラックサンダー (5回)
- 綾鷹 280ml (5回)

おすすめセットメニューのご提案💡

データを見ると、**「しょっぱいお菓子」との組み合わせや「お茶（綾鷹）」**と一緒に買われる傾向が強いです！以下のセットメニューを作ると購入しやすくなるかもしれません😊

- 甘辛おやつセット（たけのこの里 × 柿の種）
 - 甘いチョコと香ばしい柿の種の最高コンビです！
- ほっと一息ブレイクセット（たけのこの里 × 綾鷹 280ml）
 - おやつとお茶と一緒に買いたい方向けの定番セットです！

もし「このセットを作成したい！」というものがございましたら、商品名や価格を教えてください！すぐに登録を進めますね！

併売分析からセット提案

一緒に売れている商品を調べて、セットを提案

1 話しかければ、設定が変わる

売り切れ・価格・並び順・限定メニューの追加。営業中でも、厨房からスマホで頼めます。

店主：「たけのこの里を売り切れにしておいてください。」

2 実行前に、確認カードが出る

AIが変更内容を一覧にして「実行してよいですか？」と聞いてから反映。誤操作の心配がありません。

3 注文データの分析も、同じチャットで

併売ランキングから、セットメニューの候補まで提案。「作りたい」と返せば、そのまま登録に進みます。

店主：「一緒に売れているメニューを調べて、セットを提案して。」

● 管理画面を覚えなくていい。話すだけ

● 変更は確認してから実行。誤操作なし

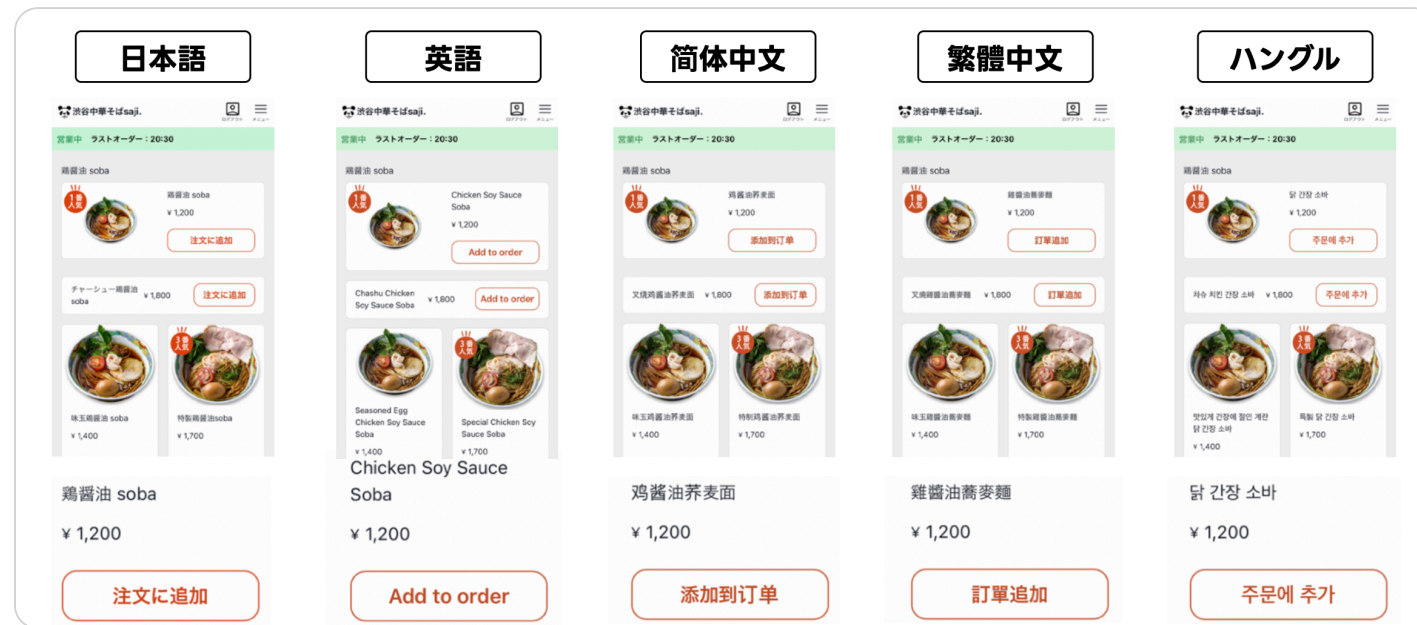
● 分析からメニュー登録まで、チャットで一気通貫

※ 画面は導入店(物販)で実際に稼働しているAI-Chatのものです。ラーメン店でも同じ操作で、メニュー・トッピング・売り切れの設定ができます。

+ 売上が上がる仕組み | インバウンド

お客様のスマホの言語で、メニューが自動で切り替わる。

翻訳メニューを別に作る必要はありません。スマホの言語設定を自動で判別して12ヶ国語で表示。注文もお会計も、そのままお客様のスマホで完結します。



同じメニューが、お客様ごとの言語で表示される
店側の作業はゼロ。日本語のメニューを登録するだけ

12ヶ国語に自動対応

日本語	英語	簡体字
繁体字	韓国語	タイ語
ベトナム語	インドネシア語	スペイン語
ポルトガル語	フランス語	ロシア語

- 1 お客様がQRを読むと、スマホの言語設定を判別
- 2 メニュー名・説明・トッピングをその言語で表示
- 3 クレジット・Apple Pay・Google Payでそのまま決済

● 英語メニューの作成・指差し対応が、いらなくなる

● 食材やアレルギーの説明も、お客様の言語で伝わる

● 海外のお客様も、日本のお客様と同じ来店履歴に残る

導入実績 | ブースでご覧いただけること

ラーメン店を中心に、**全国100店舗以上**で稼働中。**100** 店舗以上 2026年7月現在。テスト店舗を含む。社員食堂・学食にも拡大中王道家常勝軒吉祥寺武蔵家
THE KICHUJOI MUSASHIYA二代目
麵屋こうじ大勝軒
赤ふじBUTAKIN鶏もば 啜るに干し屋
SINCHAN鬼道家麵屋
四季誠屋
極上 誠 無双
登録商標
創業2004年
豚骨醤油拉麺はちまん食堂
CRAFT 定食食堂喜多ガラーメン
あじ庵食堂
AJIAN SHOKUDOsaji.
渋谷中華そば中華そば
たた味

ブースで、実物をご覧ください

- 1 発券機の実機。スマホのQRをかざして食券が出るまで
- 2 来店回数が印字された食券・伝票
- 3 再来店率レポートの実画面
- 4 導入店で動いているキャンペーン企画の例

 ISSUE PANDA

3bitter株式会社

〒107-0062 東京都港区青山2-2-8 DFビル7F

panda.sales@3bitter.com

お店の状況(行列・券売機・席数)をお聞かせください。事前購入発券型かテーブルオーダーか、合う使い方をその場でご提案します。

導入店舗例(一部)。ラーメン店のほか、社員食堂・学食・フードコート・スイーツ店などで稼働しています。