SOEL 生活者調査レポート

ジャンル別 生活者調査シリーズ #02 寿司・和食編

全国20〜59歳・直近3ヶ月に寿司・和食の店に行った男女400名
「その店をどう見つけ、どう決めたか」と、#01 居酒屋編との比較

調査主体	SOEL株式会社
調査期間	2026年9月29日〜10月15日
発行日	2026年11月9日

SOEL株式会社
飲食・ホスピタリティ業界向け集客支援

ABOUT

この調査について

寿司・和食の店は、どう見つけられ、どう選ばれているのか。同じ設問で調べた #01 居酒屋編と比べました。

調査方法	インターネットリサーチ（セルフ型アンケートツール「Freeasy」／アイブリッジ株式会社）
対象	全国20〜59歳男女のうち、外食が月1回以上で、直近3ヶ月に寿司・和食の店に行った人
有効回答	400名（比較：#01 居酒屋編 400名）
調査期間	2026年9月29日（スクリーニング調査）〜10月15日（本調査）
回答の対象	直近3ヶ月に行った1軒（初めての店。なければ最も最近の店）
割付	性別・年代の割付なし

このレポートで分かること

- 寿司・和食の店に行くと決めた、最後の一押しは何か
- 誰と行っているか。居酒屋とどう違うか
- 予約する人はどのくらいか。どこから予約しているか
- 行く前に何を見ているか。口コミはどこで見られているか

LIMITATIONS

この調査で言えないこと

読み違えを防ぐため、先にこの調査の限界をお伝えします。

- 当社が費用を負担した自主調査で、第三者の監修は受けていません。
- 対象店の64%は回転寿司です。全体の数字は回転寿司チェーンの傾向に寄っています。
- 回答は、直近3ヶ月に行った1軒（初めての店。なければ最も最近の店）についての記憶に基づきます。
- 性別・年代の割付はしていません。60代以上・訪日外国人は含みません。
- 予約した人は161名で、その内訳の数字は誤差が大きくなります。
- 因果関係は検証していません。

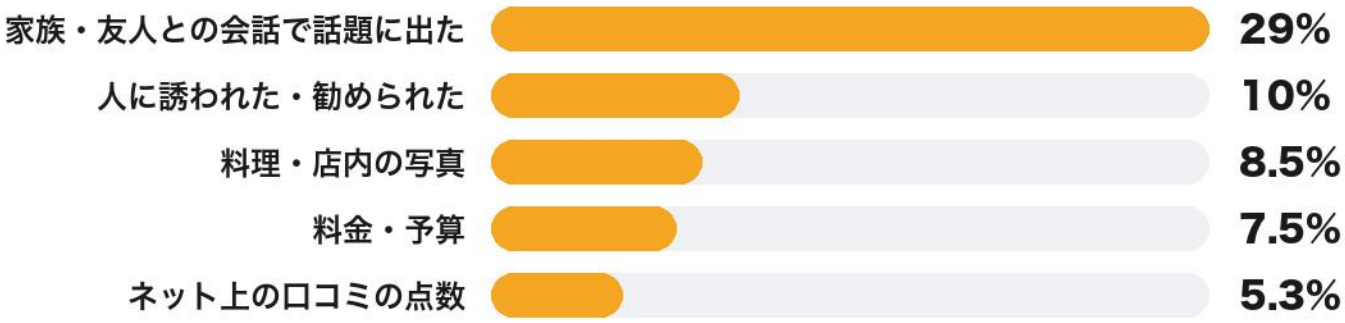
数字の読み方

- 本レポートの割合は、ことわりのない限り400名全体に対する割合です。
- 「口コミを見た場所」も400名全体に対する割合で、口コミを見た人だけを母数にした割合ではありません。
- 居酒屋編（400名）の数字は、比較のための参考値です。

Q8

最後の一押しは「会話」

その店に行くと決めた、最後の一押しを1つだけ選んでもらいました。



寿司・和食に行った400名／単一回答（Q8）

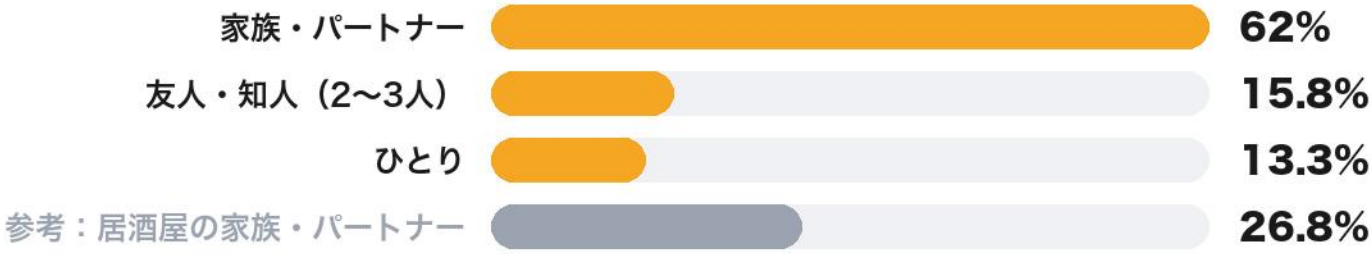
読みどころ

- 会話が写真の3倍以上。口コミの点数は5.3%にとどまります。
- 写真や点数を磨くより先に、会話に名前が出る状態をつくることです。

Q10

誰と行ったか

その日、一緒に行った相手を聞きました。居酒屋編と主な同行者が入れ替わります。



寿司・和食に行った400名／単一回答（Q10）。参考値は #01 居酒屋編（400名）

読みどころ

- 寿司・和食は家族・パートナーとの来店が6割を超えます。
- 居酒屋の家族・パートナーは26.8%。同じ外食でも、誰と行く店かが違います。

Q7

予約の受け皿は公式サイト・LINE

本人または同行者が予約した人は40.4%。その161名に、どこから予約したかを聞きました。



予約した161名／単一回答（Q7）。参考値は #01 居酒屋編

読みどころ

- 寿司・和食は公式サイト・LINEが最多。居酒屋はグルメサイトが48.2%で、受け皿が業態で入れ替わります。
- 自分の店でどこから予約が入っているかを確かめ、その窓口の情報を正確にすることです。

Q4

約半数は何も見ずに来店

行く前に何かを見たかどうかを聞きました。予約の有無で大きく変わります。



「行く前に何も見ていない」と答えた人の割合（Q4）

知ったきっかけ



寿司・和食に行った400名／単一回答

読みどころ

- 予約する人はよく調べ、予約しない人はほとんど調べません。同じ業態の中に2つの来店があります。

Q13

口コミを見た場所

行く前に口コミを見た場所を聞きました（いずれも400名全体に対する割合）。



寿司・和食に行った400名／複数回答（Q13）

読みどころ

- グルメサイトとGoogleマップが拮抗しています。どちらか一方では足りません。
- 両方の情報と、口コミへの対応をそろえておくことです。

SUMMARY

寿司・和食は「会話に出る店」になる

寿司・和食は家族で、以前から知っている店に行くことが多い業態です。写真や口コミの点数より、家族・友人との会話に名前が出るかどうかが来店を左右しています。

お店が整えておきたい3つのこと

- 家族・友人との会話に出やすい話題を発信する：旬のネタ、季節の限定、記念日の使い方など、「今度あそこに行こう」と言いたくなる話題を出す。
- 自店の予約の受け皿を整える：予約は公式サイト・LINEとグルメサイトに分かれる。自分の店ではどこで予約されているかを確かめ、その窓口の情報を正確にする。
- 口コミの場はグルメサイトとGoogleマップの両方：どちらか一方ではなく、両方の情報と口コミへの対応をそろえる。

ABOUT SOEL

SOEL株式会社について

会社名	SOEL株式会社
代表者	代表取締役 岡崎祐樹
設立	2021年10月1日
所在地	〒107-0062 東京都港区南青山1-15-9 第45興和ビル8F
事業内容	飲食・ホスピタリティ業界向けSNS運用支援、Googleマップ／MEO支援、店舗集客コンサルティング
主なサービス	『みせシリーズ』
支援実績	1,500店舗以上
URL	https://soel-tokyo.jp/

ご相談・無料診断

いまの集客の状態を見る無料診断もご用意しています。

https://soel-tokyo.jp/contact/

本レポートに関するお問い合わせ

SOEL株式会社 広報担当：三浦
Email：miura@soel-tokyo.jp

本レポートの数値は、SOEL株式会社が実施した自主調査によるものです。引用の際は「SOEL調べ」と明記してください。