SOEL 生活者調査レポート

ジャンル別 生活者調査シリーズ #03 ラーメン・麺類編

全国20〜59歳・直近3ヶ月にラーメン・麺類の店に行った男女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10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

ラーメン・麺類の店は、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ヶ月にラーメン・麺類の店に行った人
有効回答	400名（比較：#01 居酒屋編 400名・2026年10月2日回収）
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（女性157名・男性243名）

このレポートで分かること

- 予約する人、下調べをする人はどのくらいか。居酒屋とどう違うか
- 行く前に何を確かめているか
- 「行こう」と決めた最後の一押しは何か
- 誰と行っているか。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。
- 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（女性157名・男性243名）。60代以上・訪日外国人は含みません。
- ラーメン以外の麺類の店も含みます。
- 因果関係は検証していません。

数字の読み方

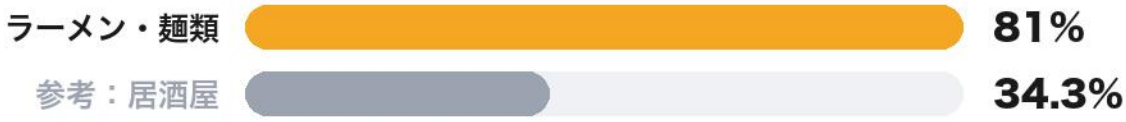
- 本レポートの割合は、ことわりのない限り400名全体に対する割合です。
- 「行く前に確かめたこと」「口コミを見た場所」も400名全体に対する割合で、調べた人だけを母数にした割合ではありません。
- 居酒屋編（400名）の数字は、比較のための参考値です。

Q2 / Q4

予約せず、調べずに入る店

予約の有無と、行く前に何かを見たかどうかを聞きました。居酒屋編とは逆の形です。

予約せずに行った人



行く前に何も見ていない人



ラーメン・麺類に行った400名（Q2・Q4）。参考値は #01 居酒屋編（400名）

読みどころ

- 予約もせず、半分以上は何も調べずに入ります。
- 知ったきっかけは「以前から知っていた」27.5%と「通りがかり・外観」23.5%で、合わせて51%でした。

Q6

行く前に確かめるのは「営業時間」

行く前に何かを確かめた人が、何を見ていたかを聞きました。



ラーメン・麺類に行った400名全体に対する割合（Q6・複数回答）

読みどころ

- 1位は営業時間。写真より先に「今、開いているか」が見られています。
- 居酒屋編で上位だった「場所・行き方」は17.8%（居酒屋34.0%）にとどまりました。

Q8

最後の一押しは「人」

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。



ラーメン・麺類に行った400名／単一回答（Q8）

読みどころ

- 「会話で話題に出た」と「人に誘われた」を合わせた「人」の一押しは34.8%で、写真（13.8%）を上回ります。
- 居酒屋編（34.0%）と同じ水準でした。

Q10

「ひとりの店」ではなかった

その日、一緒に行った相手を聞きました。



ラーメン・麺類に行った400名／単一回答（Q10）

店を知ったきっかけ



合わせて51%。ラーメン・麺類に行った400名／単一回答

読みどころ

- ひとりで行く店という印象に反して、最も多かったのは家族・パートナーとの来店でした。

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）。口コミを見た人は53%です。



ラーメン・麺類に行った400名全体に対する割合（Q13・複数回答）

読みどころ

- 行く前に最後に見たものも、Googleマップとグルメサイトが12.3%で並びました。確認先は2つに分かれます。
- InstagramやFacebookの広告で知った飲食店に行ったことがある人は33.5%でした。

SUMMARY

「今、開いているか」が伝わる店に

ラーメン・麺類は、予約せず、多くは何も調べずに入る業態です。調べる人が確かめているのは営業時間・料金・写真・メニューといった基本情報で、その確認先はGoogleマップとグルメサイトに分かれています。

お店が整えておきたい3つのこと

- 営業時間・定休日を常に正しく：確認の1位。臨時休業や時間変更は、Googleマップとグルメサイトの両方ですぐ直す。
- 外観・看板とメニュー表（価格入り）を見せる：通りがかりで知る人が多い。写真には外観と価格の分かるメニューも入れる。
- 家族の会話に出る話題をつくる：最後の一押しは会話。限定メニューや新作、子ども連れの可否など、話題にしやすい情報を出す。

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。