SOEL 生活者調査レポート

ジャンル別 生活者調査シリーズ #05 ファミリーレストラン編

全国20〜59歳・直近3ヶ月にファミリーレストランに行った男女400名
「その店をどう見つけ、どう決めたか」と、予約した人・しなかった人の比較

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13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

ファミリーレストランは、どう見つけられ、どう選ばれているのか。業態ごとに選ばれ方を紐解く「ジャンル別 生活者調査シリーズ」の1本です。

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ヶ月にファミリーレストランに行った人
有効回答	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（女性187名・男性213名）

このレポートで分かること

- 「いつもの店」への来店はどのくらいか。他の業態とどう違うか
- 行く前に何かを見ているか。店をどう知ったか
- 「行こう」と決めた最後の一押しは何か。誰と行っているか
- 予約する人は、何を見て、いくら使っているか

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187名・男性213名）。60代以上・訪日外国人は含みません。
- 予約した人は80名で、誤差は±11ポイントです。
- 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。
- 他の業態（居酒屋・バー、カフェ・喫茶 各400名）の数字は、比較のための参考値です。

Q1

8割が「いつもの店」

「初めて行った店を優先して思い出してください」と聞いたうえで、思い出した店が初めての店か、2回目以降かを聞きました。



ファミリーレストランに行った400名

初めての店だった人（業態比較）



各業態400名。同じ時期に同じ設問で調べました

読みどころ

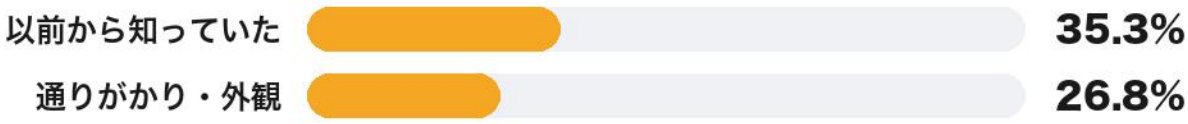
- 初めての店は11.8%で、居酒屋（33.5%）の約3分の1。同時に調べた業態の中で最も低い割合です。

Q3・Q4

半数は、何も見ずに来店

その店を何で知ったか、行くと決めてから何かを見たかを聞きました。

店を知ったきっかけ



行く前に何も見ていない人



予約した人は80名で、誤差は±11ポイントです

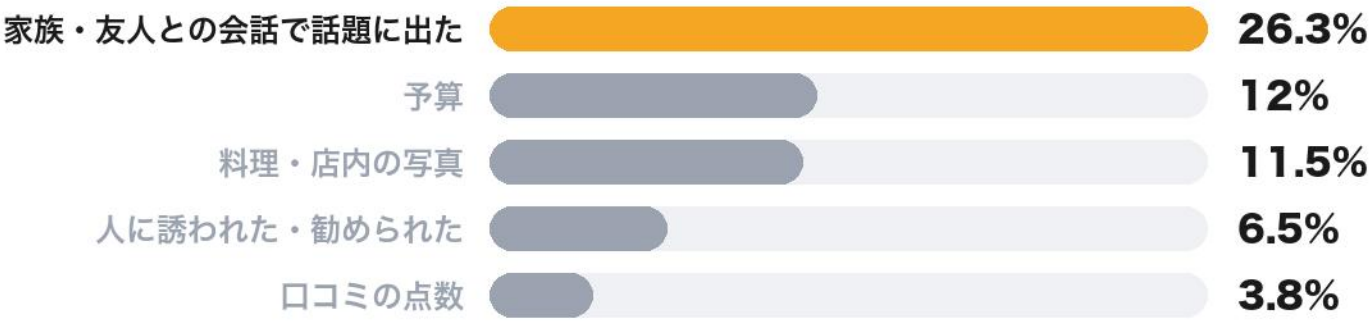
読みどころ

- 知っている店に、何も見ずに行く来店が中心の業態です。
- 通りがかりで知る人が26.8%。外観・看板と地図上の店舗情報が入口になります。

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。



ファミリーレストランに行った400名／単一回答（Q8）

読みどころ

- 居酒屋で多かった「人に誘われた」（18.3%）は6.5%にとどまり、身内の会話で行き先が決まっています。
- 口コミの点数で決めた人は3.8%でした。

COMPANION

家族で行く店

その日、一緒に行った相手を聞きました。



ファミリーレストランに行った400名／単一回答

読みどころ

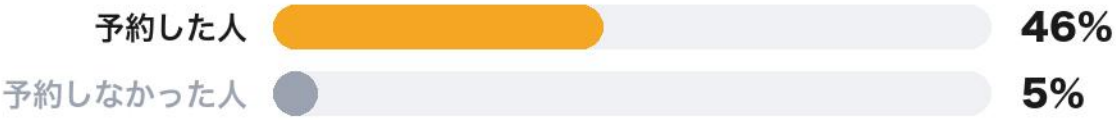
- 6割近くが家族・パートナーと来店。「知っている店に、何も見ずに、家族で行く」業態です。

Q4・Q11

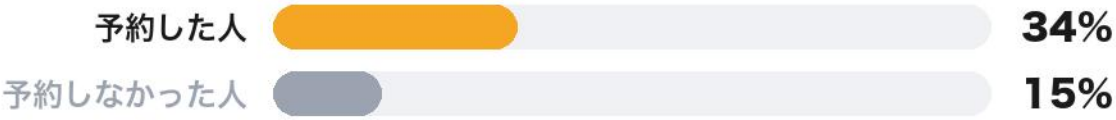
予約する日は、よく調べて高く使う

予約した人（20.1%・80名）と、予約しなかった人で、行く前に見たものと1人あたりの支払いを比べました。

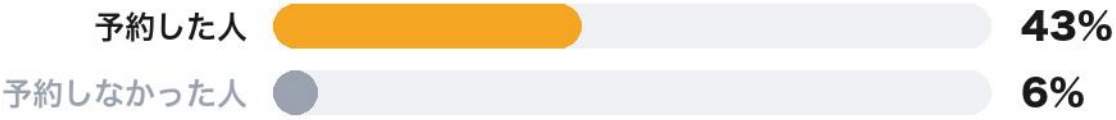
行く前にグルメサイトを見た人



行く前に公式サイトを見た人



1人3,000円以上



予約した人は80名で、誤差は±11ポイントです

SUMMARY

「会話に出る店」と「予約する日の受け皿」

ファミリーレストランは、8割が「いつもの店」で、口コミの点数で決める人はほとんどいませんでした。決めているのは家族・友人との会話です。一方で、予約して行く2割の人は、グルメサイトや公式サイトを見て、ふだんより高い使い方をしています。

お店が整えておきたい3つのこと

- 家族・友人との会話に出る話題を出す：季節のフェア、子ども向けメニュー、記念日の使い方など、家族で「今日あそこにしよう」と言える話題をつくる。
- 予約する日の受け皿を整える：誕生日や集まりの日に選ばれるよう、予約の窓口とメニュー・価格を正確に。
- 近くにいる人に「いつもの店」を思い出してもらう：通りがかりで知る人が26.8%。外観・看板と、地図上の店舗情報をそろえる。

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社以上
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 ／ info@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。