

ラーメンについての意識調査
コロナ禍で「カップ・インスタント麺」利用が35%増加も、
やはり店内で熱々ラーメンが食べたい94%

2021年9月28日

国内最大級の顧客満足度向上プラットフォーム「ファンくる」を運営する株式会社ROI（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：山口敬人）は、「ファンくる」会員を対象に定期的に消費者の意識調査を実施しています。

今回は、ラーメンについての意識調査（有効回答数1,000名）を2021年9月15日～9月20日に実施しました。



日本人にとって日常食となっているラーメン。コロナ禍において消費者のラーメン店に対する意識変化について調査を実施しました。

コロナ禍でラーメン店を利用する頻度が減ったとする人は48%、変わらないとした人は46%でした。飲食店の時短営業や行動の自粛要請によってラーメン店の利用は大きく減ったものの、コロナ前に比べてカップ・インスタント麺などの店頭購入利用が35%増加し、イートインと二分する形となっています。しかし、緊急事態宣言明けに気兼ねなくラーメン店でイートインをすることを期待していると回答した人は94%と、大多数が店内でラーメンを気兼ねなく食べたいと考えているようです。その理由は、やはりイートインは「あ

つあつ」で食べることができ、カップ・インスタント麺にはない「美味しさ」があり、「ラーメン店の雰囲気が好き」という意見もありました。ラーメン店ならではの魅力は薄れることなく、店内での飲食を期待する声は多く、根強い人気があるようです。

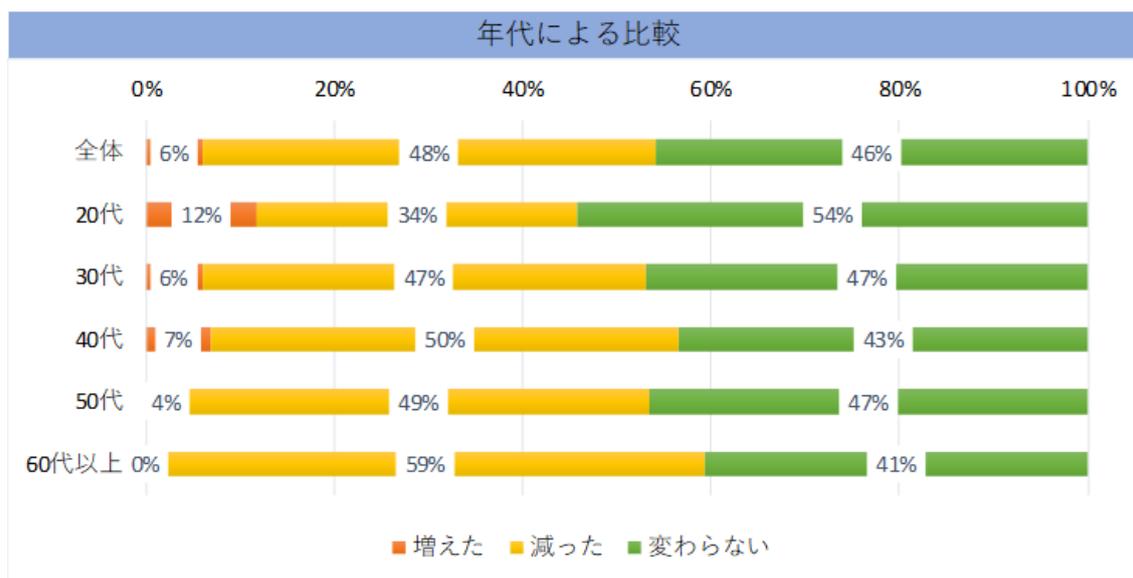
【調査結果サマリー】

- 1：コロナ禍でラーメン店を利用する頻度「減った」46%「変わらない」48%
- 2：コロナ後は店頭購入(カップ・インスタント麺)が増加35%
- 3：緊急事態宣言明けイートインしたい人は94%
- 4：“あつあつ”のラーメンがイートインの魅力
- 5：“現金”主流のラーメン店でもバーコードやクレジット決済浸透の兆し

【調査結果】

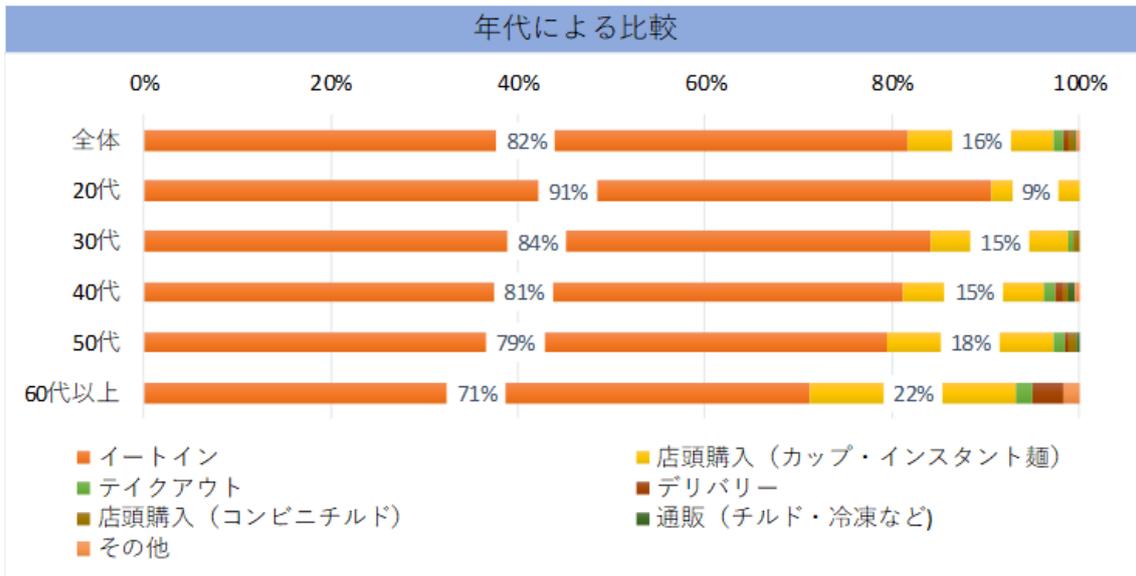
- 1：コロナ禍でラーメン店を利用する頻度「減った」46%「変わらない」48%

設問：コロナ禍でラーメン店を利用する頻度は増えましたか？

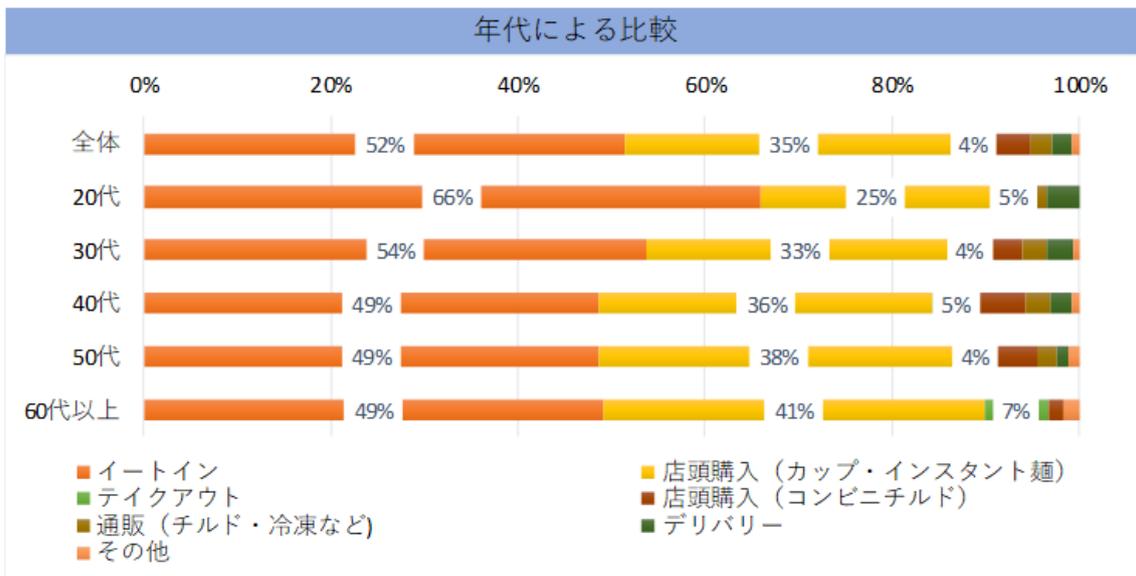


- 2：コロナ禍では店頭購入(カップ・インスタント麺)が増加35%

設問：コロナの影響前(2020年2月以前)にラーメンを食べる際に最も利用した購入方法は何ですか？

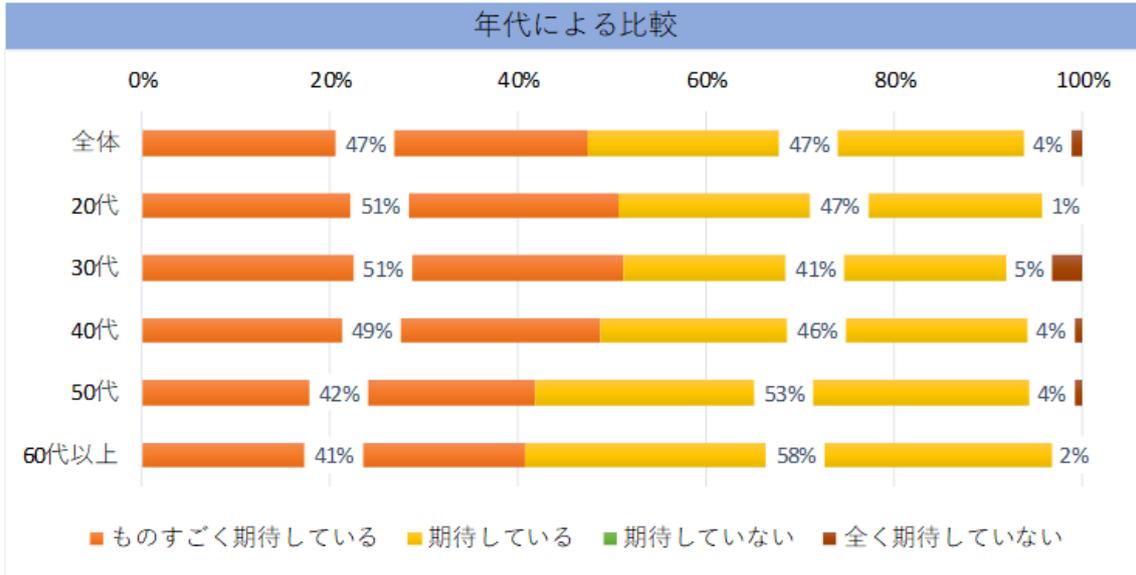


設問：2021年9月のいま、ラーメンを食べる際に最も利用する購入方法はなんですか？



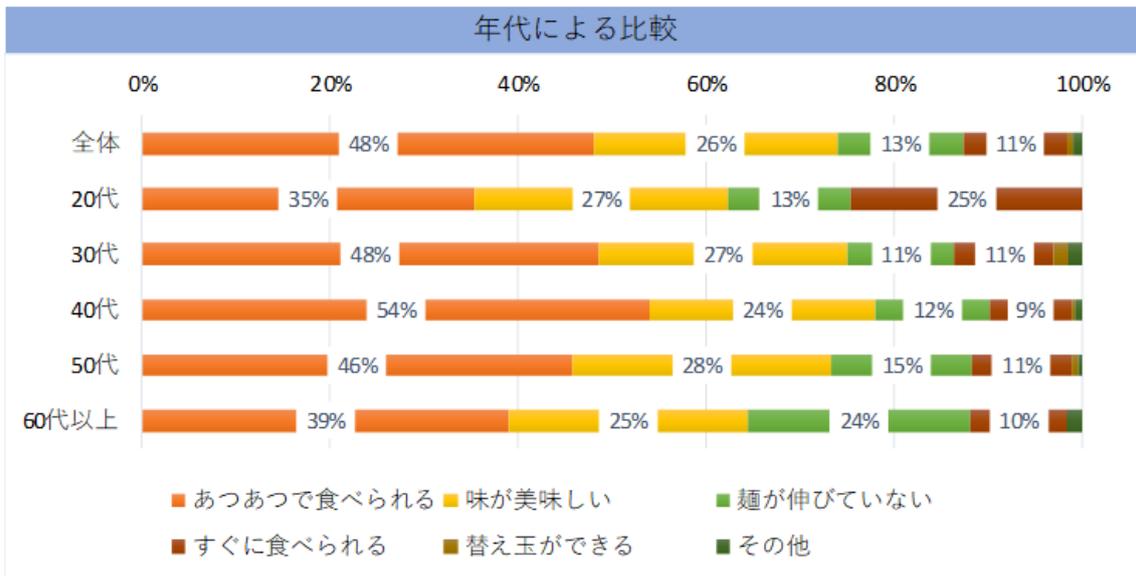
3：緊急事態宣言明け、イートインしたい人は94%

設問：緊急事態宣言が明けて気兼ねなくラーメン店でイートインすることを期待していますか？



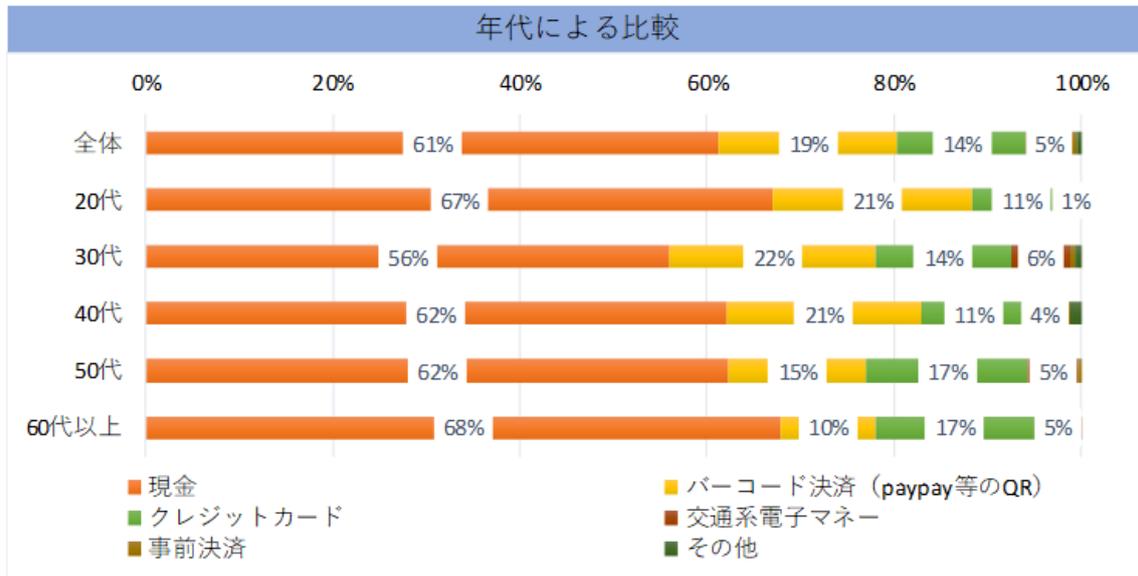
4：“あつあつ”のラーメンがイトインの魅力

設問：ラーメン店におけるイトインの魅力はどこにありますか？



5：“現金”主流のラーメン店でもバーコードやクレジット決済浸透の兆し

設問：ラーメン店を利用する際の決済方法はなんですか？



今回の調査結果では、コロナ禍においてラーメン店利用が「減った」と回答する人が全体の48%とコロナの影響を受けている様子がうかがえました。コロナ前と比べ、カップ・インスタントラーメンの店舗購入が増加という結果からもラーメン店の厳しい状況がうかがえます。

しかし、緊急事態宣言明けには気兼ねなくイートインすることを期待する人が94%と非常に高い数値を出し、家では再現できない“あつあつで美味しい”ラーメンを提供する店舗を求めていることを証明しています。

また、決済において現金が主流となっているラーメン店ですが、バーコード決済、クレジットカード決済が33%と、キャッシュレスが浸透してきている様子が見られます。

本調査ではこれ以外に、一人当たりの購入金額や許容できる提供時間、ラーメン店選びにおいて重視する点、好きなラーメンの種類や、好きなサイドメニューなど全29問で回答を得て、年代別、性別、職業別、既婚・未婚別に集計しています。

【調査概要】

調査方法：インターネット調査

調査対象：一般消費者

回答者：「ファンくる」に登録している全国120万人のユーザー

回答数：1,000名（男性=500／女性=500）

調査時期：2021年9月15日～9月20日

調査項目：ラーメンについての意識調査

設問数：29

※本調査の全結果をご希望の方は、ぜひ当社までご連絡ください。

※本調査結果引用時のお願い

本調査結果の引用時には、以下のご対応をお願い申し上げます。

クレジットに「ファンくる(株式会社ROI)調べ」と明記してください。

WEB上で引用いただく際には、「ファンくる」(<https://www.fancrew.jp/>)リンク付与をお願いいたします。

【ファンくるについて】



累計3,000社にご利用いただいている国内最大級の顧客満足度向上プラットフォームです。全国120万人の会員様に実際に店舗やご自宅でモニターとなっていただき、その体験と声を収集して精緻に分析し企業様にフィードバックすることで、よりお客様の声を反映したサービスを構築していただけます。

「ファンくる」を導入することでコロナ禍においても売り上げがV字回復している企業・店舗様も多く、これはその企業・店舗様が「ファンくる」によって収集・分析された生活者のリアルな体験と声をサービスに反映させ、リピーターの獲得、ファン作りに成功されているからに他なりません。「ファンくる」は現在、飲食店だけでなく、美容室、食品・飲料メーカーなどの幅広い事業者の方にご利用いただいています。

【会社概要】

- 会社名：株式会社 ROI
- 代表者：代表取締役社長 山口敬人
- 資本金：1億円
- 創業：2004年8月26日
- 所在地：東京都千代田区岩本町1-10-5 TMMビル4F
- TEL：03-4400-6630
- FAX：03-5809-1468
- URL：<https://www.j-roi.com/>
- 事業内容：

モニターポータルサイト「ファンくる (<https://www.fancrew.jp/>)」の運営・開発

顧客満足度調査サービス「ファンくるクラウドCS (<https://biz.fancrew.jp/>)」の運営・開発

【本件に関するお問い合わせ】

■株式会社 ROI （担当：広報、Email：pr@j-roi.com）