

## **【調査結果】名店コラボのカップラーメンベスト5 1位は「すみれ札幌濃厚味噌」**

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。今回はカップラーメンについての意識調査（有効回答数 1,000 名）を 2022 年 8 月 15 日～8 月 18 日に実施しました。

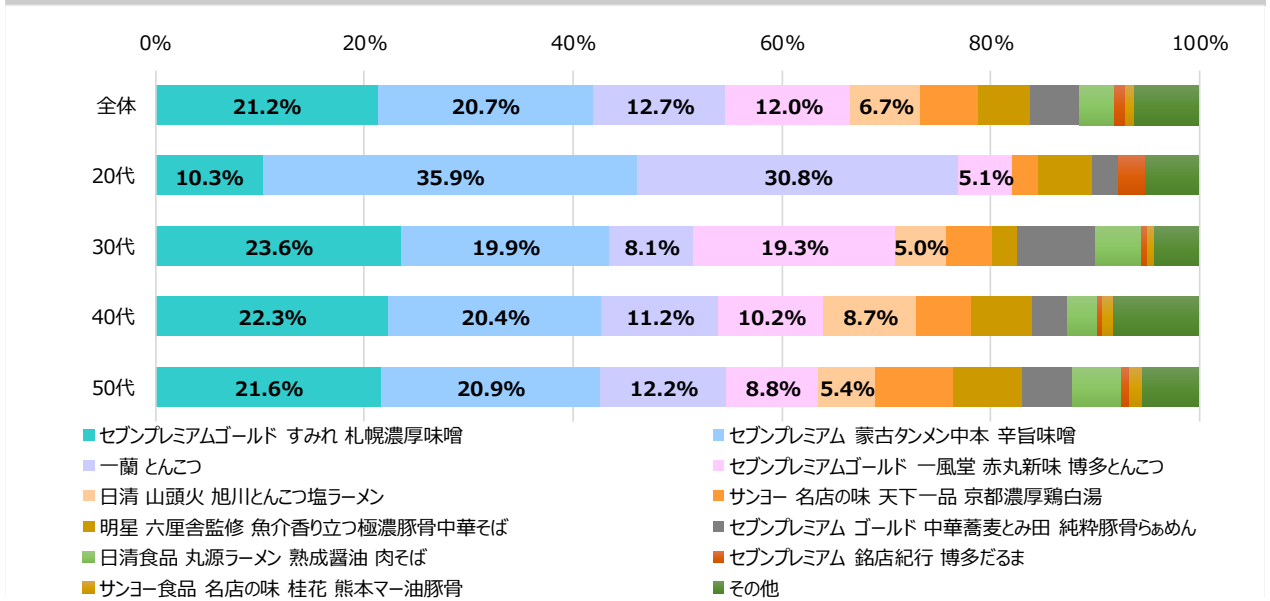


今回カップラーメンについての調査を行ったところ、9割以上の方がカップラーメンを好んでおり、月に1回以上購入している方が6割以上となりました。名店とのコラボカップラーメンが数多く発売される中、名店コラボカップラーメンを購入する方は58%と高い割合となっています。そこでファンくるが選定した11個の名店コラボのカップラーメンの中から人気投票を実施しました。

### **【調査結果】**

「名店コラボのカップラーメンで最も好きなものは何ですか？」とアンケートした結果、1位は「すみれ札幌濃厚味噌/セブンプレミアムゴールド」でした。

名店コラボのカップラーメンで最も好きなものは次のうちどれですか？



1位：すみれ 札幌濃厚味噌/セブンプレミアムゴールド



- ・店舗の味が再現できていて美味しいから(20代 女性)
- ・麺とスープがとても好みて、季節を問わず美味しく食べられる味です。カップ麺だけど、チェーン店系の店舗で食べる一部のラーメンより美味しく思うからです。(30代 女性)
- ・スープにコクがあって出汁が効いてて美味しいです。このラーメンは必ずスープまで飲み干します。(40代 女性)
- ・好きなラーメンですが、なかなか現地まで食べに行く事が難しいので。(50代 男性)

2位：蒙古タンメン中本 辛旨味噌/セブンプレミアム



- ・辛いものが好きで食べてみて美味しかったため(20代女性)
- ・蒙古タンメン中本の店舗が近くにないため、よく購入します。(30代女性)
- ・スープは、単に辛いだけではなく、コクと旨味がとても感じられます。麺もとても美味しいです。食べ応えもあり、満足できる商品なので、よく購入しています。(40代男性)
- ・お店で蒙古タンメンを食べたことはありませんが、ネットのカップラーメンランキングで上位に挙げられていて興味を持ちました。試しに食べてみると、スープの旨み・辛さが好みだったので、時々食べたくなります。(50代男性)

3位：一蘭 とんこつ



- ・一蘭のラーメンはもともと好きで、お店の味に劣らないカップ麺だから。(20代女性)
- ・シンプルなとんこつラーメンが好きなので毎回買っています。(30代男性)
- ・値段は高いが、再現性が高く美味しかった。(40代男性)
- ・その店の特徴をうまく捉えていて商品としての面白さがある。(50代男性)

4位：一風堂 赤丸新味 博多とんこつ/セブンプレミアムゴールド



- ・セブンプレミアム商品がもともと好きだからです。また、一風堂の実店舗で食べた味に近いものが手軽に食べられて嬉しいからです。(20代女性)

- ・外食した気分になれたからです。(30代女性)
- ・自分自身が九州出身で、一風堂が大好きなため。(40代女性)
- ・一風堂のラーメンが好きだからです。コロナ禍で店舗に行く機会が激減したので急に食べたくなった時に自宅で食べられるからです。(50代女性)

#### 5位：山頭火 旭川とんこつ塩ラーメン/日清



- ・珍しくテンションがあがるから(30代女性)
- ・近くにあった店がなくなり、懐かしい味だったので。(40代女性)
- ・豚骨らしさをしっかりと感じさせながらも臭みはなく、塩味ということでうま味がしっかりありながらさっぱりとしている。(50代男性)

好きな名店カップラーメンの1位はセブンプレミアムゴールドの「すみれ 札幌濃厚味噌」となりました。手軽にコンビニで購入でき、その再現性の高い味を楽しむことが人気の要因となりました。2位のセブンプレミアム「蒙古タンメン中本」は特に20代に圧倒的な人気で、辛いもの好きな方たちから根強い支持を得ています。

人気上位の名店カップラーメンにおいて、好んで購入されている方はもともと店舗のファンである方が多く、そのお店の再現性が高いことが購買行動につながっているようです。コロナ禍でなかなか店舗に行けない、ラーメン店に入りづらいといった環境下でも十分に名店コラボのカップラーメンでお店の味を楽しめるということもありがたいと感じている方が多く、今後も名店コラボのカップラーメンは長く愛され続けられるのではないのでしょうか。

本調査ではこれ以外に、名店コラボのカップラーメンのリピート率や購入する際のきっ

かけなど全 25 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=360/女性=640)

調査時期：2022 年 8 月 15 日～8 月 18 日

調査項目：カップラーメンについての意識調査

設問数：25

※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。

<https://www.fancrew.jp/>

---

### 【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：モニター調査サービス「ファンくる」(<https://www.fancrew.jp/>) の運営・開発

顧客満足度向上プラットフォーム「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](mailto:pr@j-roi.com)）