

期間限定メニューについての意識調査 半数以上が限定メニューを求めて来店

【調査結果サマリー】

1. 88%が期間限定メニューを注文したい
2. 61%が期間限定メニューを求めて来店
3. 知るきっかけとして20~30代は「SNS」、40~50代以上は「店頭POPやポスター」
4. 魅力的な期間限定メニューは「旬の食材を使ったメニュー」、夏には「冷たいもの」



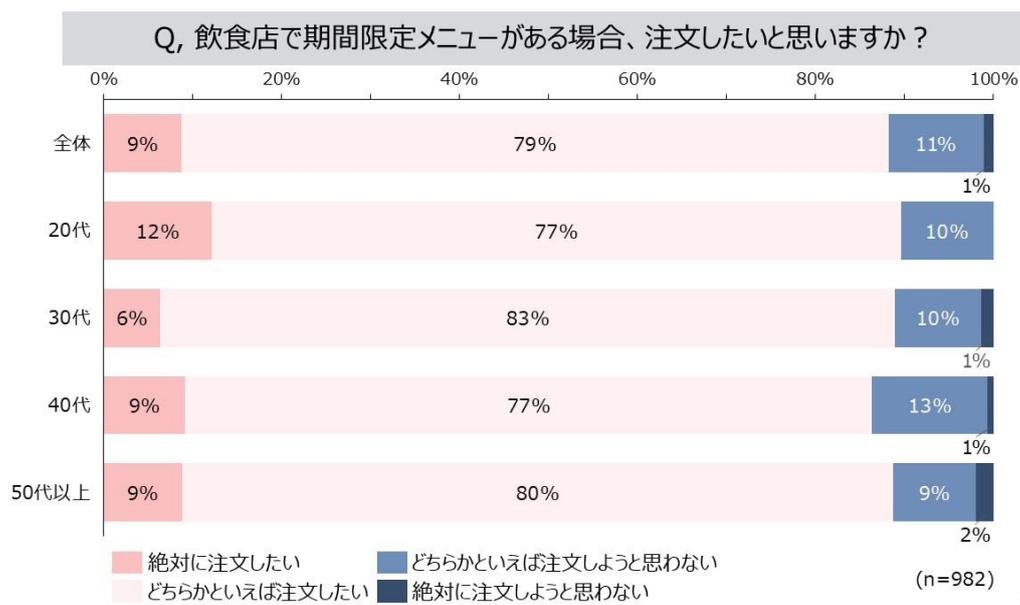
日本最大級の体験型情報サイト「ファンくる」を運営する株式会社ファンくる（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：山口敬人）は、「ファンくる」会員を対象に、定期的に消費者の意識調査を実施しています。今回は期間限定メニューについて「ファンくる」会員982名（男性231名、女性751名）に調査を実施しました。

飲食店で期間限定メニューがある場合、注文したい方は88%でした。実際に期間限定メニューを目的に来店をしたことがある方は61%いました。期間限定メニューを知るきっかけ

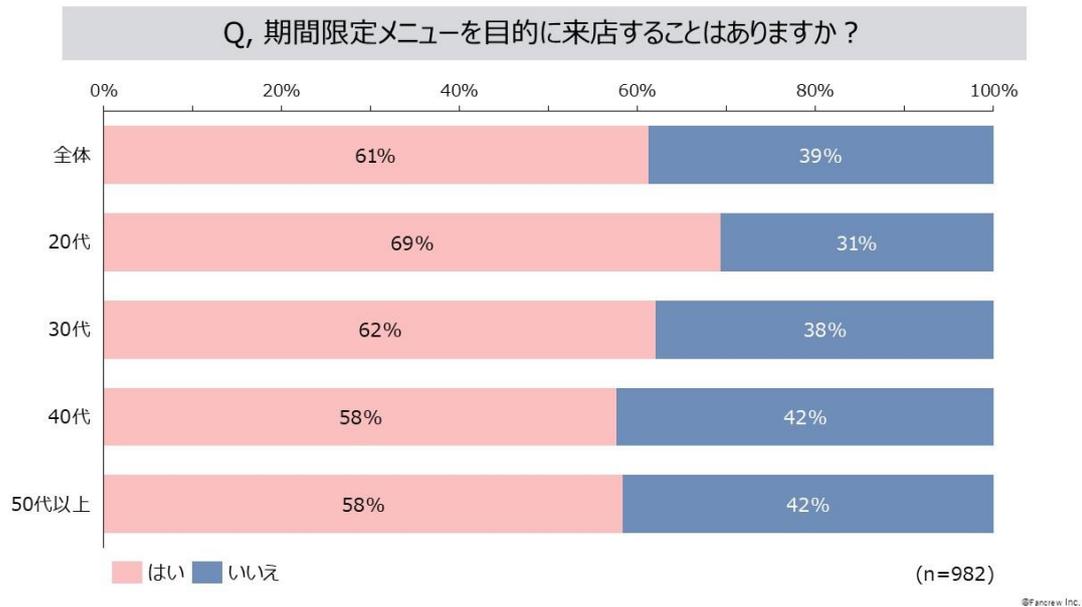
として 20～30 代は「SNS」、40～50 代以上は「店頭 POP やポスター」が最も多いようです。魅力的だと感じる期間限定メニューは「旬の食材を使ったメニュー」で、夏に食べたくなるのは「冷たいもの」、「さっぱりしたもの」、「夏の食材を使ったもの」が上位にあげられています。

【調査結果】

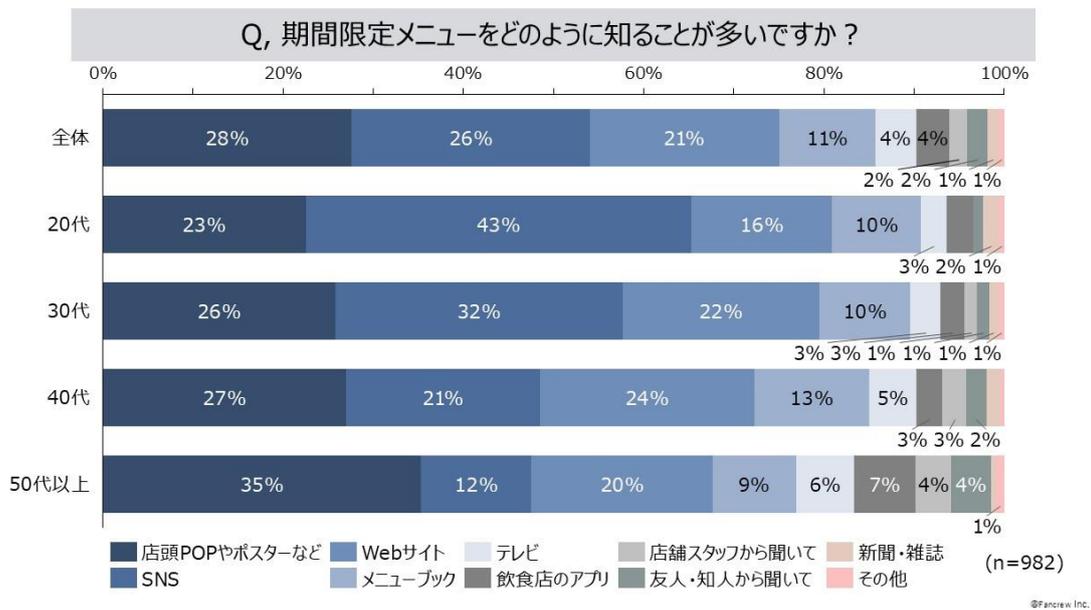
1. 88%が期間限定メニューを注文したい



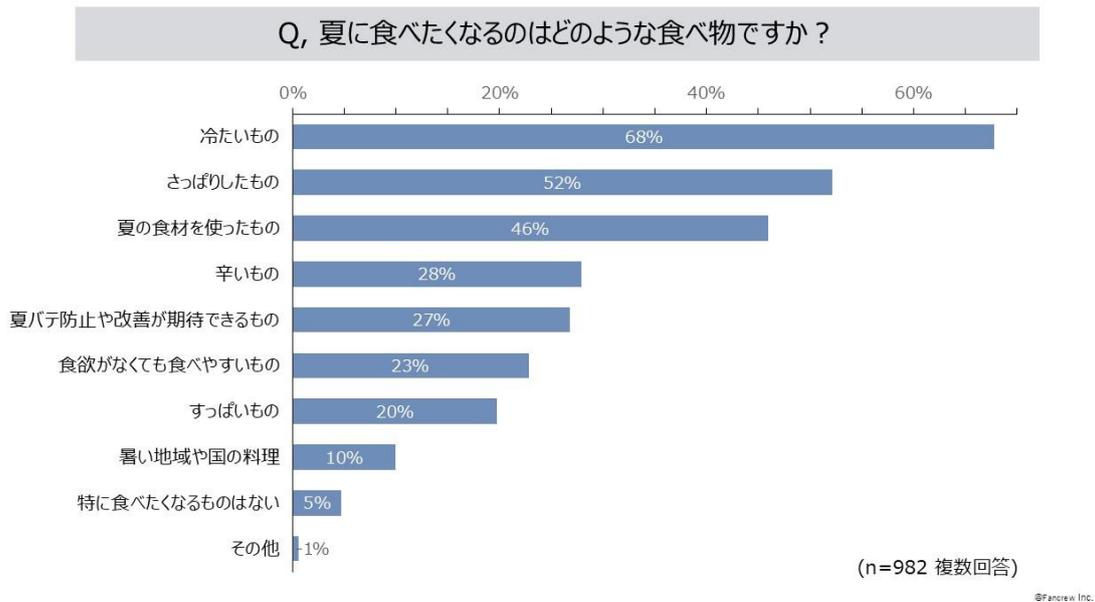
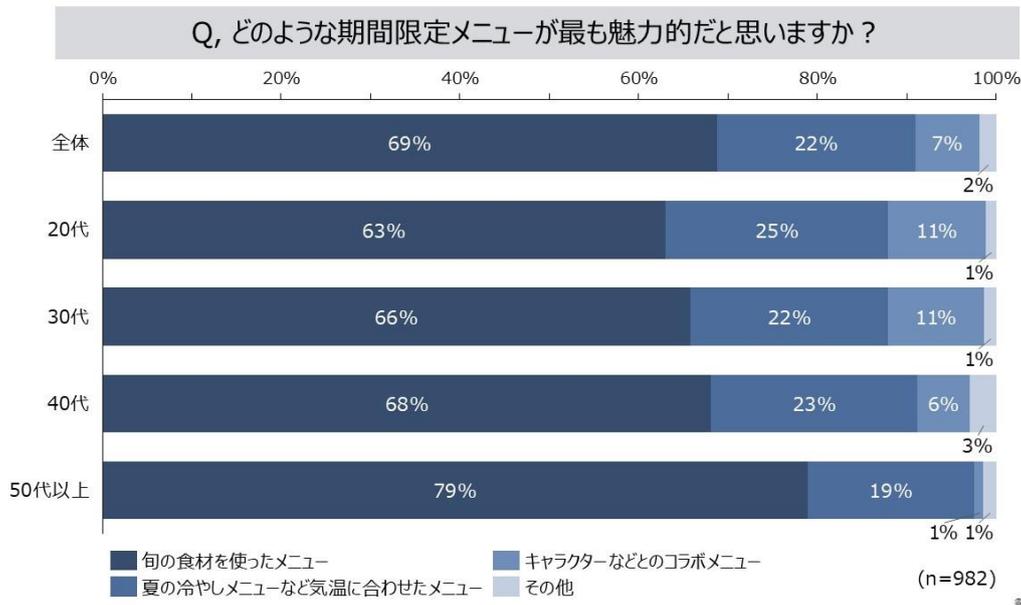
2. 61%が期間限定メニューを求めて来店



3. 知るきっかけとして 20~30代は「SNS」、40~50代以上は「店頭 POP やポスター」



4. 魅力的な期間限定メニューは「旬の食材を使ったメニュー」、夏には「冷たいもの」



本調査ではこれ以外に夏に食べたい辛いものについてなど全 18 問で回答を得ています。

【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 140 万人のユーザー

回答者数：982 名（男性 231 名、女性 751 名）

調査時期：2024 年 8 月 2 日～8 月 15 日

調査項目：期間限定メニューについての意識調査

設問数：18

※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「株式会社ファンくる (Fancrew Inc.) 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】



オペレーションレベルでの現場改善や、ブランド戦略やメニュー開発など経営レベルの戦略立案にお役立ていただける顧客体験 (CX) マネジメント SaaS サービスです。当社が運営する登録者 140 万人の体験型情報サイト「ファンくる」から派遣するモニターや来店客へのアンケートから収集されたレポート等を、独自の手法で感情を定量化 (特許取得済) し、当社が保有するビッグデータや様々な外部データソースとともに精緻に分析することによって顧客体験 (CX) 全容を捉え、顧客満足の改善優先度の特定や競合比較を安価にフィードバックすることができます。

【会社概要】

- 会社名：株式会社ファンくる
- 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.fancrew.co.jp/>
- 事業内容：来店客調査「ファンくる CR」の運用・開発
消費者モニター調査「ファンくる MR」の運用・開発
販促・店頭調査「ファンくる PR」の運用・開発
従業員満足度調査「ファンくる ES」の運用・開発
体験型情報サイト「ファンくる」の運用・開発
インターネットリサーチ/マーケティング支援

【本件に関するお問い合わせ】

■株式会社ファンくる（担当：広報、Email：pr@fancrew.co.jp）