

ラーメン店の客単価アップに向けた調査 ～1,000円の壁に挑む～

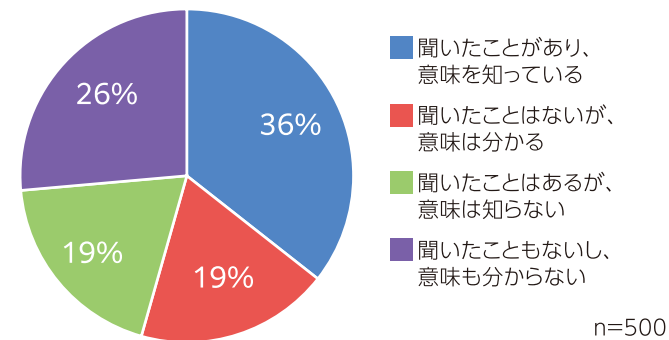
株式会社帝国データバンクの「2023年度『飲食店』の倒産動向調査」によると、2023年度の飲食店倒産件数は前年度比56%増の802件で、2019年度(784件)を上回り過去最多となりました。最も倒産件数が多かった業態は居酒屋を主体とする「酒場、ビヤホール」(207件)で、ラーメン店などの「中華料理店、その他の東洋料理店」(130件)、「西洋料理店」(90件)と続きました。飲食店の倒産が増加している原因の一つとして、原材料費・光熱費・物件賃料・人件費などの原価の上昇を販売価格に転嫁できていないことが挙げられます。

日清製粉ではラーメン業界の定説となっている「1,000円の壁」に注目し、ラーメン店の客単価アップのための突破口を探るべく、2024年7月に消費者アンケートを実施しました。

そもそも、ラーメン1杯「1,000円の壁」の認知度は？

- 55%の人が「1,000円の壁」という言葉を聞いたことがある。
- 55%の人が意味を理解。
- 74%の人が、聞いたことがある、もしくは意味を理解。
→多くの日本人が「1,000円の壁」を認知している。

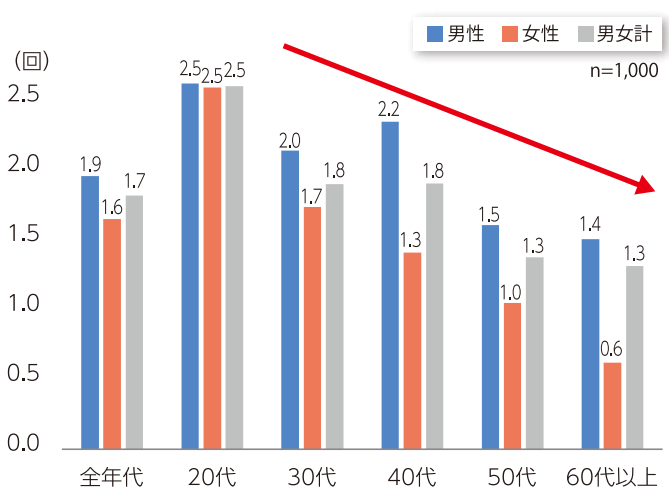
ラーメン1杯「1,000円の壁」という言葉をご存じですか？



ラーメン店の利用頻度

- 平均1.7回/月。男性の方が女性に比べ利用頻度が高い。
- 年代が若いほど利用頻度が高い傾向。

あなたは月にどのくらいの頻度でお店でラーメンを食べますか？

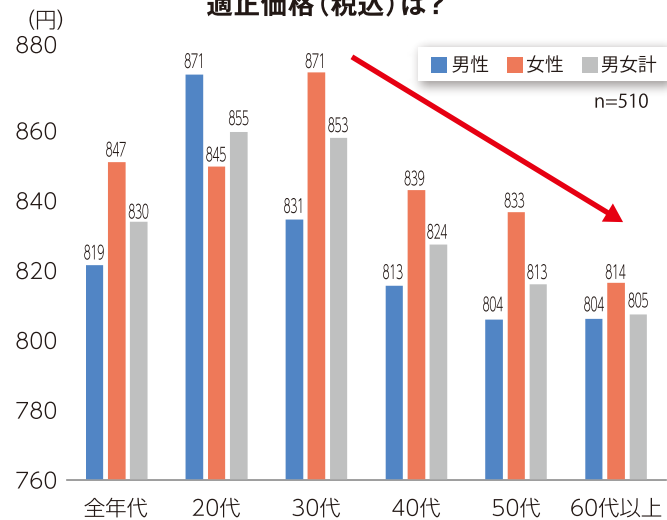


ラーメンの適正価格について

①素ラーメン※の適正価格

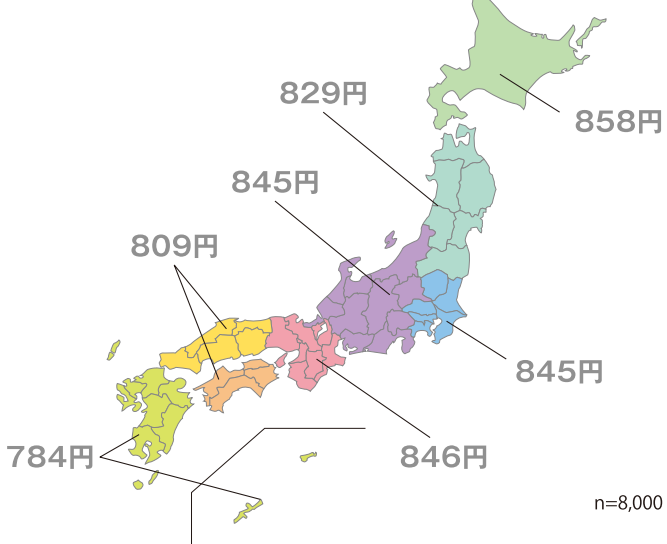
- 全年代の平均価格は830円。
 - 男女別では20代男性と30代女性が最も高い。
 - 年代が高くなるほど適正価格が下がる傾向。
- ※本調査では追加トッピングなしのラーメンを「素ラーメン」と呼称。

あなたの思うラーメン店の素ラーメンの適正価格(税込)は？



素ラーメンの適正価格を地域別にみると、以下のように北海道が最も高く、九州が最も安くなった。

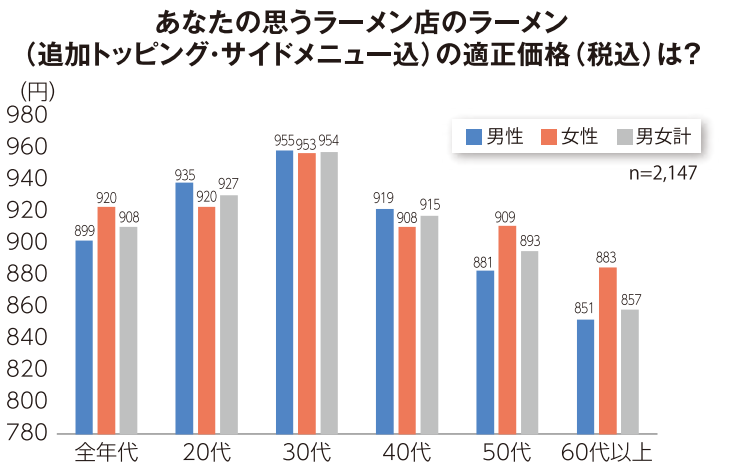
あなたの思うラーメン店の素ラーメンの適正価格(税込)は？



②ラーメン(トッピング・サイドメニュー込)の適正価格

- 全年代の平均価格は908円(素ラーメン+78円)。
- 30代が最も高い価格となった。

素ラーメンの適正価格:830円(税込)
トッピング・サイドメニュー込適正価格:908円(税込)

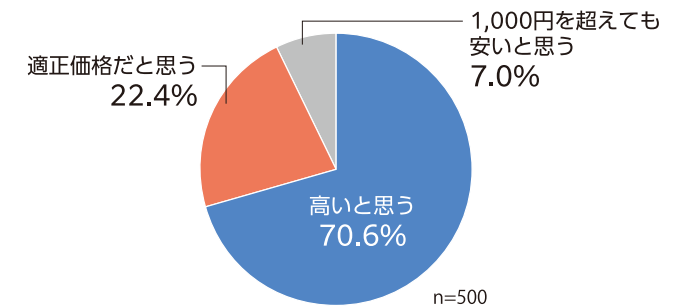


ラーメン1杯「1,000円の壁」に対する消費者の思い

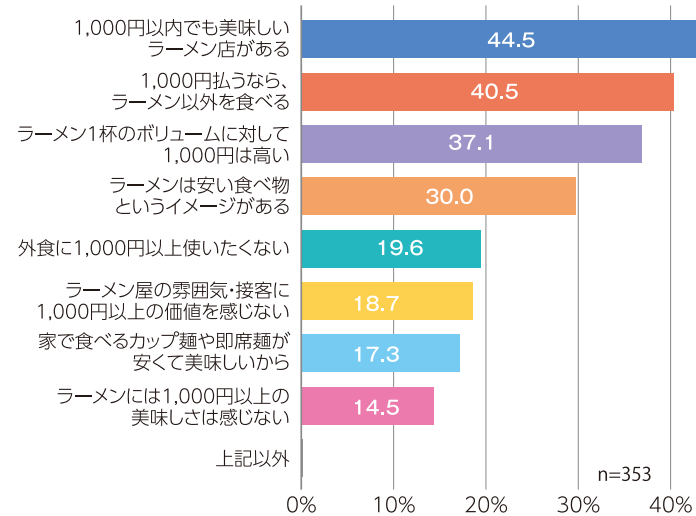
素ラーメンが1,000円を超えることに対してどう思うか？

- 71%が1,000円を超えるラーメンを「高いと思う」と回答
- 「高いと思う」と回答した方は、「ラーメンは安い食べ物」というイメージが先行している傾向が見られた。
- 「1,000円を超えても安いと思う」「適正価格だと思う」と回答した方にその理由を尋ねたところ、ラーメンに1,000円の価値を感じている方はまだ少数である現状がうかがえた。

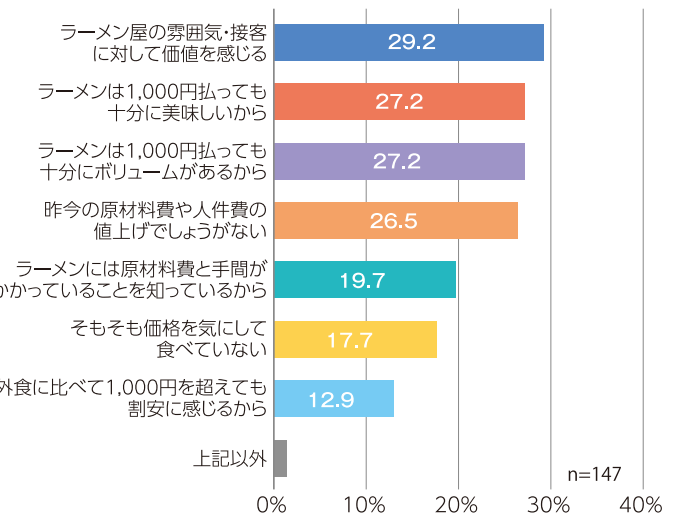
お店で食べる素ラーメンが1,000円を超えることに対してどう思うか？



1,000円を超えると「高い」と回答した方に伺います。その理由は何ですか？



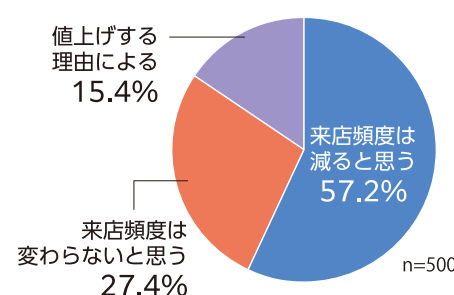
「1,000円を超えても安い」「適正価格」と回答した方に伺います。その理由は何ですか？



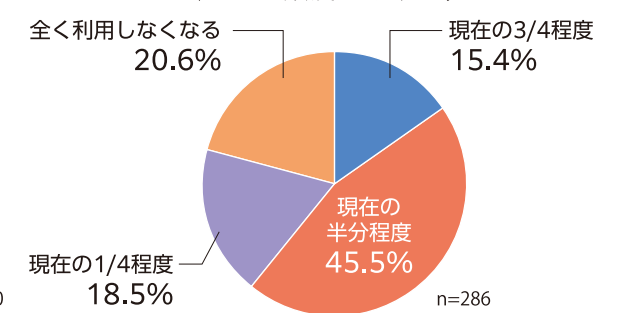
値上で素ラーメンが1,000円を超えたらどうなる？

- 1,000円を超えた場合、57%は「来店頻度は減ると思う」と回答。
- 「来店頻度は減ると思う」と回答した方のうち、約85%が現在の半分以下の来店頻度になると回答。
- 「1,000円の壁」を突破した値上げをすると、値上後の客数は計算上、値上前の65%となり、客数減少のリスク。

普段行くラーメン店が値上げし1杯1,000円を超えたとき、あなたはどのようにしますか？



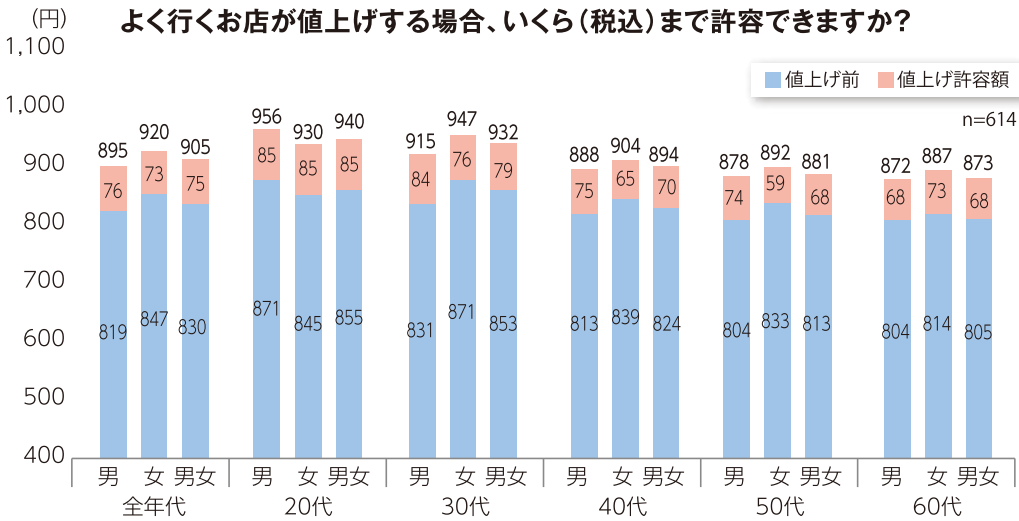
「来店頻度は減ると思う」と回答した方は、どのくらいの頻度になりますか？



ラーメンの値上の許容額

値上の許容範囲

- そのままの品質で値上する場合、平均75円の値上げまで許容。特に若年層においては900円台中盤までの値付けが許容される。
- 品質向上して値上げの場合、全年代平均で87円まで許容という結果に。



客単価を上げる切り口

以上の調査結果を踏まえ、ラーメンの客単価を上げる切り口として3つの仮説を立てました。

- ①20代をターゲットにしたメニュー開発
→価格許容性が高く、ラーメンの喫食頻度も高い

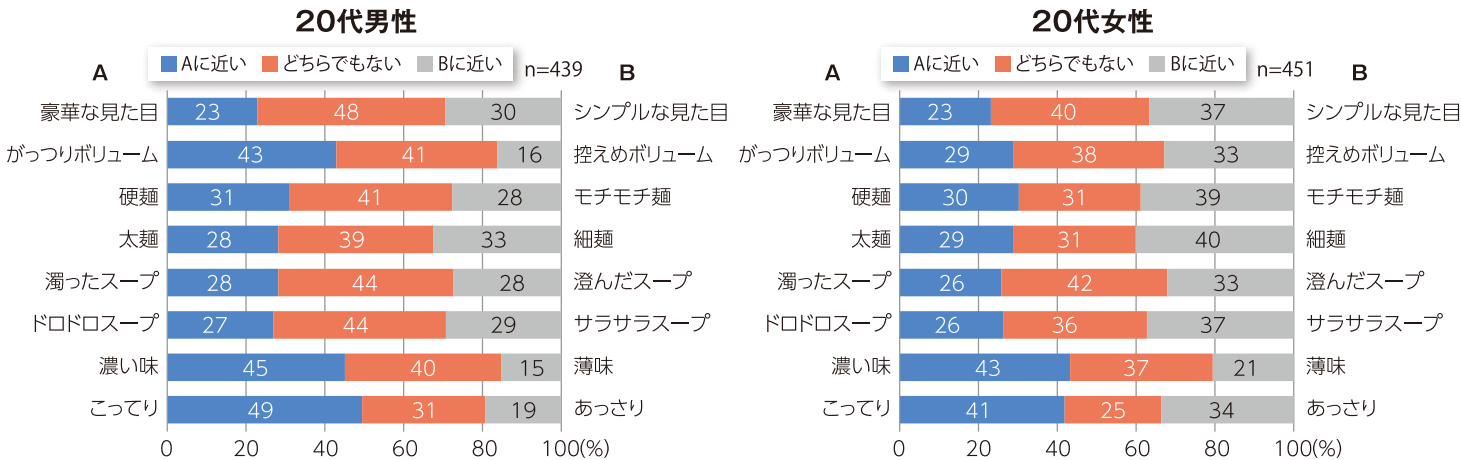
②1,000円を超えない範囲で値上げ実施
→お店のエリア・客層に合わせて値上を実施
- ③トッピングで客単価UP
→意外とトッピングする人は少数派
購買意欲をくすぐるネーミングで客単価アップ

番外編：客数減少を承知で値上でカバーし利益確保

切り口① ターゲットを20代に

- 20代は価格許容性が高い&喫食頻度も高く、20代向けメニューの開発は単価アップ&客数アップが狙える。
- 20代の嗜好 男女共通：濃い味・こってり・シンプルな見た目
男性特有：がっつりボリューム
女性特有：モチモチ麺
→20代では男女問わず、「濃い味」「こってり」が好まれる傾向
- 20代は男女問わず、豚骨ラーメンが人気。30代以上は醤油が不動の人気。
- ボリュームのあるメニューや濃厚なスープのメニューの適正価格が高い傾向(全世代対象)

あなたの好みに近いのはどちらですか？



あなたが好きなラーメンの種類は何ですか？

		1位		2位		3位	
		種類	%	種類	%	種類	%
全年代	男性	醤油	19	味噌	15	豚骨	14
	女性	醤油	20	味噌	14	豚骨	11
20代	男性	豚骨	14	家系	11	醤油	10
	女性	豚骨	14	醤油	12	味噌	10
30代	男性	醤油	16	豚骨	12	味噌	11
	女性	醤油	16	味噌	13	塩	11
40代	男性	味噌	16	豚骨	16	醤油	15
	女性	醤油	18	味噌	16	塩	11
50代	男性	醤油	21	味噌	20	豚骨	14
	女性	醤油	21	味噌	18	豚骨	12
60代	男性	醤油	32	味噌	19	豚骨	13
	女性	醤油	35	味噌	13	塩	10
■全選択肢							
豚骨ラーメン		二郎系ラーメン		油そば		昆布水つけ麺	
家系ラーメン		魚介豚骨ラーメン		激辛ラーメン (蒙古タンメン等)		冷やし中華	
醤油ラーメン		魚介豚骨つけ麺		醤油つけ麺		冷やしラーメン	
豚骨醤油ラーメン		鶏白湯ラーメン		その他		塩つけ麺	
味噌ラーメン		二郎系まぜそば		汁なし担々麺			
塩ラーメン		担々麺					

n=4,584

切り口② 1,000円を超えない範囲で値上

- 年代によっては、900円台中盤の値付けは可能。

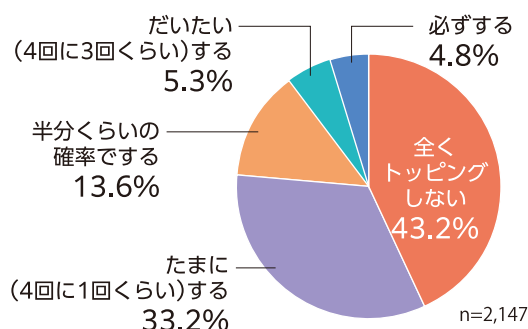
		全国			北海道			東北			関東		
		①適正価格	②値上許容額	①+②	①適正価格	②値上許容額	①+②	①適正価格	②値上許容額	①+②	①適正価格	②値上許容額	①+②
全年代	男性	819	76	894	849	80	929	812	69	881	827	73	900
	女性	847	73	920	867	67	934	850	65	915	869	70	939
	男女	830	75	905	858	73	931	829	67	896	845	72	917
20代	男性	871	85	956	880	85	964	900	75	975	862	78	940
	女性	845	85	931	904	66	970	878	62	940	871	76	947
	男女	855	85	940	897	71	969	883	65	947	868	77	945
30代	男性	831	84	915	888	85	973	835	69	904	867	83	950
	女性	871	76	947	902	75	977	845	74	920	877	65	942
	男女	853	79	932	897	79	975	840	72	912	872	72	945
40代	男性	813	75	888	862	87	949	828	65	893	827	69	896
	女性	839	65	904	842	58	900	838	60	898	852	68	920
	男女	824	70	895	852	73	925	832	63	895	838	68	907
50代	男性	804	74	878	831	70	901	783	65	848	823	67	890
	女性	833	59	892	825	68	894	831	61	892	867	72	939
	男女	813	68	881	828	69	898	801	63	865	838	69	907
60代以上	男性	804	68	872	825	78	903	783	74	857	788	73	861
	女性	814	73	887	803	64	867	806	67	873	879	74	952
	男女	805	68	874	820	74	894	787	73	859	803	74	876

		中部			関西			中国・四国			九州・沖縄		
		①適正価格	②値上許容額	①+②	①適正価格	②値上許容額	①+②	①適正価格	②値上許容額	①+②	①適正価格	②値上許容額	①+②
全年代	男性	828	80	909	825	80	905	793	73	866	775	83	858
	女性	866	68	933	874	64	938	828	58	885	795	68	863
	男女	845	74	919	846	72	918	809	66	874	784	75	860
20代	男性	889	88	976	844	86	930	886	59	945	883	87	970
	女性	873	69	942	910	61	971	872	60	932	820	71	891
	男女	877	75	952	887	68	954	875	60	935	837	75	912
30代	男性	878	83	961	886	87	972	841	91	932	864	91	955
	女性	848	70	919	869	72	940	801	63	863	789	65	855
	男女	861	76	937	877	77	955	820	77	896	817	75	891
40代	男性	836	84	920	835	89	924	805	76	881	779	88	867
	女性	903	68	971	850	49	899	813	50	863	787	64	850
	男女	858	78	936	842	71	913	809	64	873	782	77	859
50代	男性	788	80	868	808	67	875	777	62	840	740	79	819
	女性	830	60	890	850	80	930	804	47	852	792	65	857
	男女	804	71	875	818	70	888	786	57	844	758	73	832
60代以上	男性	795	72	866	780	79	859	748	72	820	721	75	796
	女性	908	71	979	825	58	883	757	75	832	754	81	834
	男女	812	71	883	788	76	864	749	73	822	729	77	806

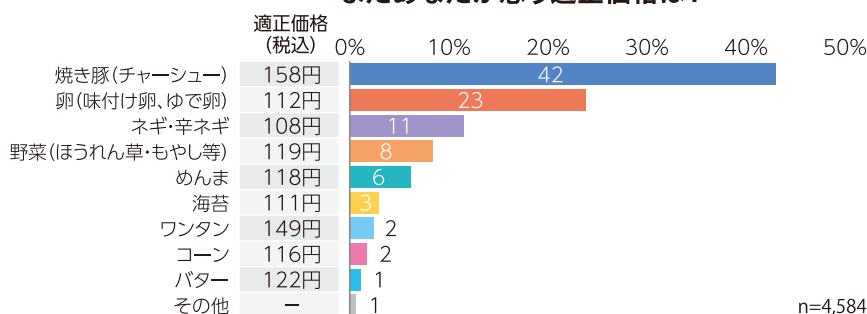
切り口③ トッピングの注文頻度

- 平均すると来店客4人に1人がトッピングを注文するという結果に。
「全くトッピングしない」「たまに(4回に1回くらい)する」人が大多数であることから、トッピングのこだわりを訴求することで客単価アップの可能性はある。
- トッピングのなかでは焼き豚(チャーシュー)が圧倒的に人気。次いで卵(味付け卵、ゆで卵)という結果に。
- トッピングは、味や食感を想起できるシンプルなネーミングが効果的。
一方、ブランドや産地等の素材を訴求するネーミングの魅力度はそこまで高くない。

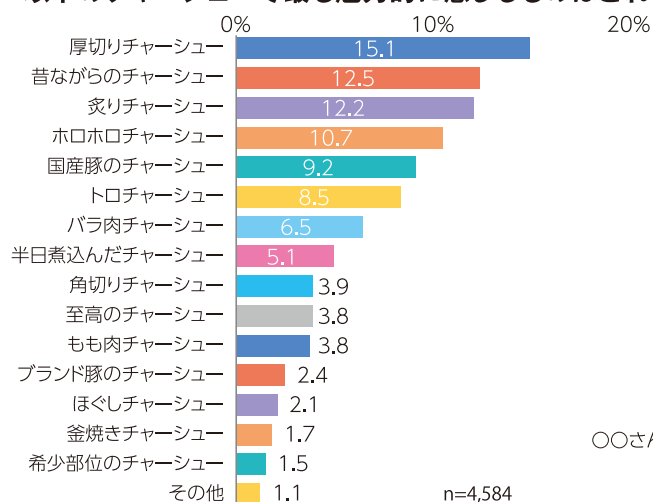
あなたはどれくらいの頻度でラーメンに追加トッピングをしますか？



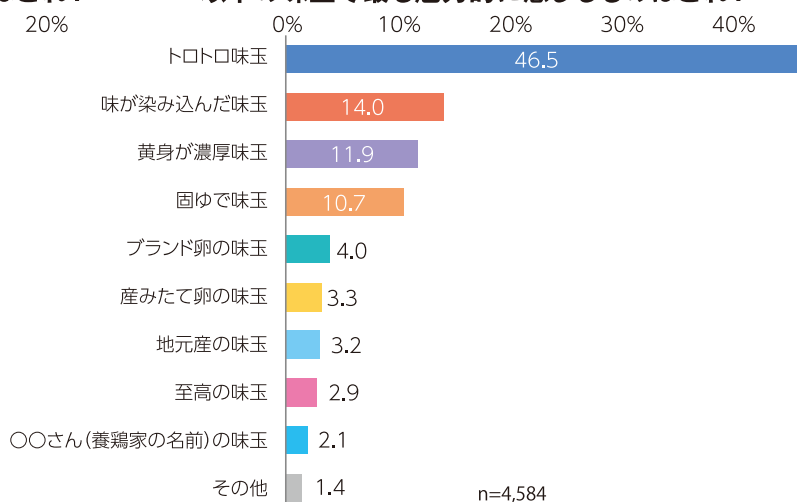
ラーメンに追加トッピングする場合、一番好きなトッピングは何ですか？ またあなたが思う適正価格は？



以下のチャーシューで最も魅力的に感じるものはどれ？



以下の味玉で最も魅力的に感じるものはどれ？



番外編 客数減少を値上でカバー

- 既出の調査結果によると、「1,000円の壁」を突破した値上を実施すると、値上後の客数は値上前の65%に減少するリスクがある。
→計算上は、客数が65%に減少しても利益率が1.6倍となれば、元の利益を維持することができるといえる。ただし、この利益率を確保するためには相当な値上が必要となるため、客離れのリスクがある。

● まとめ ●

今回の調査結果は、ラーメン全般としてのアンケート調査を元に行っています。ご自身のお店の立地や客層、商品に合わせたやり方を見つける参考にできれば幸いです。

日清製粉はラーメンの価値向上を応援しており、価値向上を啓蒙して参ります。 日清製粉株式会社 営業本部 営業企画部