

2021年5月19日

レストランのブランド認知度・利用経験は「ガスト」がトップ。今後利用意向は各ブランドとも改善の余地あり
 ~RJC リサーチ、全国の LINE ユーザーを対象にコロナ禍で大きな影響を受けたレストランのブランド浸透度調査を実施~

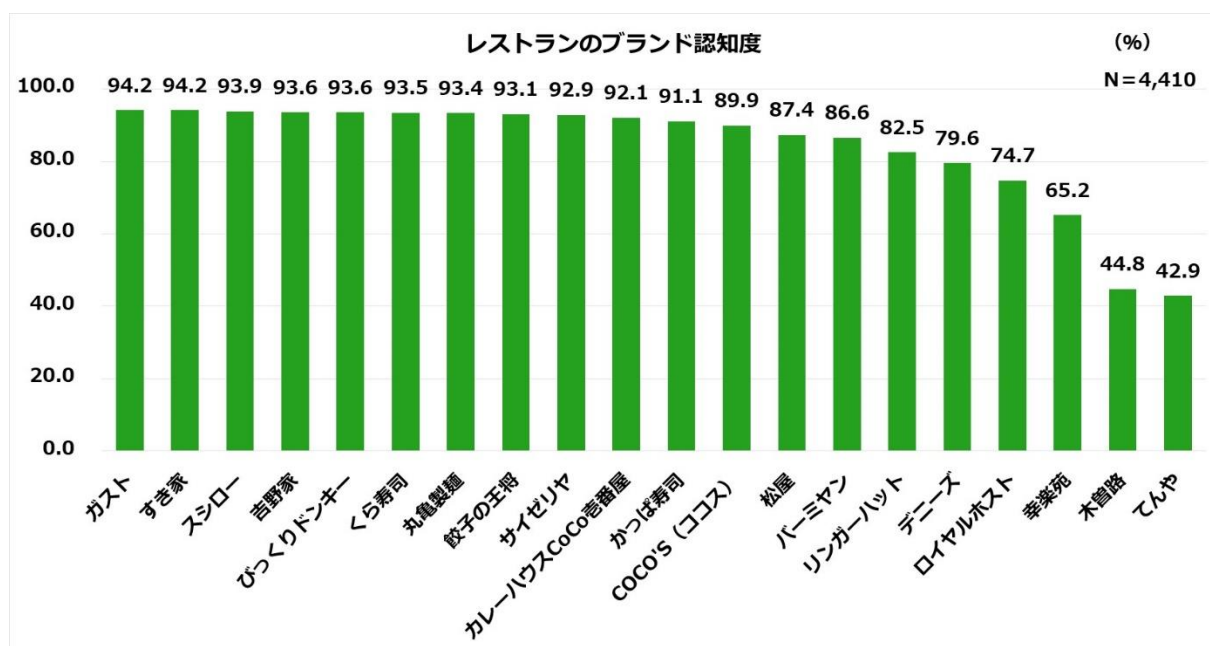
株式会社 RJC リサーチ(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:守住 邦明、以下「RJC リサーチ」)は、「LINE」に登録する約 540 万人の国内最大級のアクティブな調査パネルを基盤とした、スマートフォン専用のリサーチプラットフォーム「LINE リサーチ」のオフィシャルパートナーです。

この度 RJC リサーチでは、日本全国の 13~59 歳男女の LINE ユーザーを対象に、コロナ禍で休業、時短営業等大きな影響を受けたレストランチェーンのブランド浸透度調査(有効回答数 4,410 名)を 2021 年 3 月 23 日~25 日に実施しましたので、その結果をお知らせいたします。

◆ 調査結果サマリー

ブランド認知では、20 ブランド中 18 ブランドが 50%以上、さらに 17 ブランドが 70%以上の認知を獲得しています。さらに地域毎にデータを確認すると、認知度は出店店舗数の多い地域で高くなっています。利用経験、今後利用意向は地域によって差が大きいレストランとそうでないレストランが顕著でした。今後利用意向は、来店頻度に関係するため、来店後の満足度を如何に高めるかは今後重要になってくると考えられます。

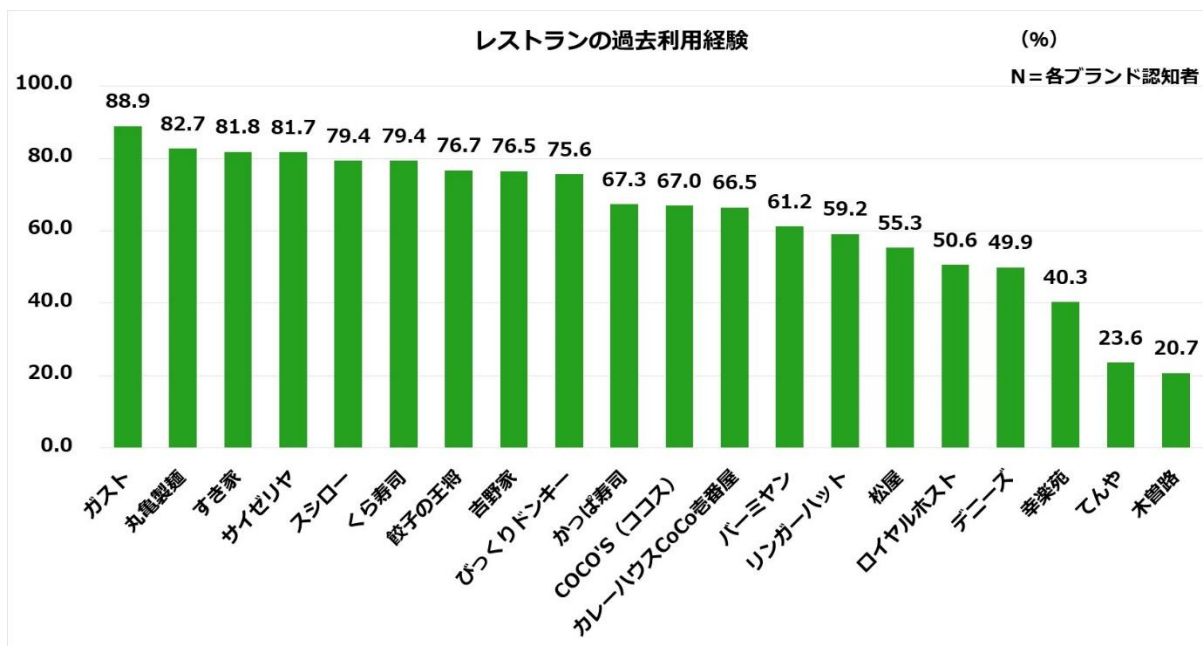
◆ 全国的なレストランのブランド認知度



全国的なレストランのブランド認知度を調査したところ、主な結果は下記でした。

- 最も認知度が高かったレストランは「ガスト」と「すき家」の 94.2%だが、他ブランドの半数以上が 90%以上を獲得しており、認知はほぼ横一線である。
- 一方で「木曽路」と「てんや」は認知度が 50%を切っているが、「木曽路」は首都圏と近畿地方で 50%以上、「てんや」は首都圏で 70%以上の認知を獲得しており、出店店舗数が多いエリアでは、半数以上の認知が取れている。

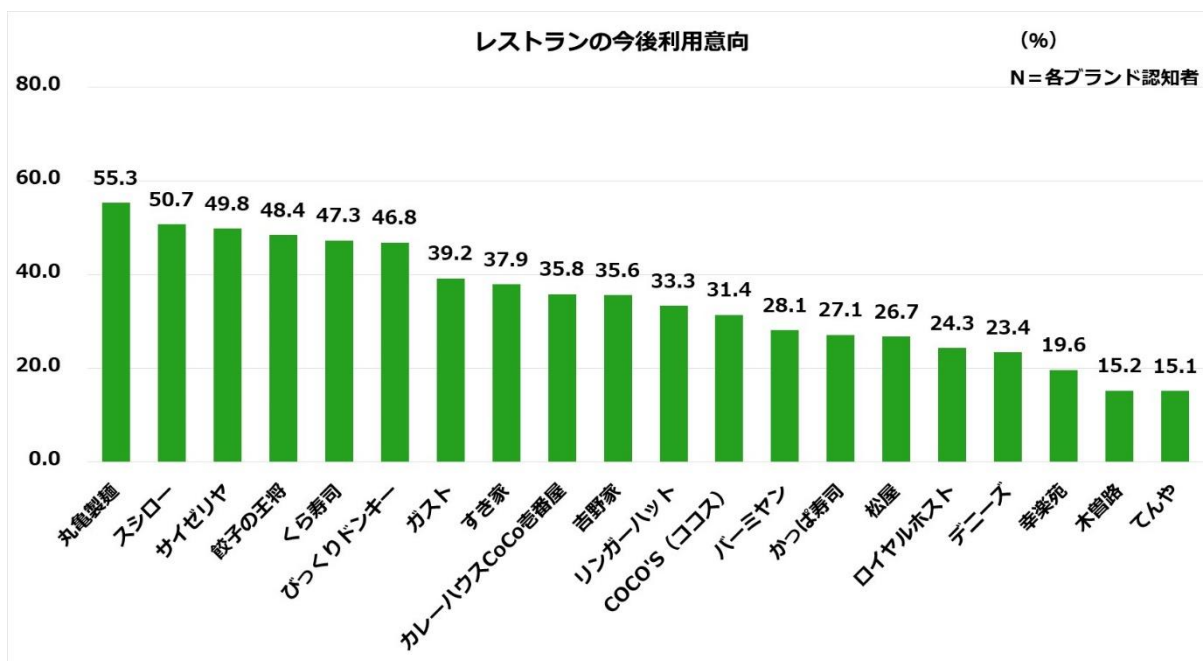
◆ レストランの過去利用経験



レストランの過去利用経験を調査したところ、主な結果は下記でした。

- 利用経験では「ガスト」が最も高く88.9%で、次いで「丸亀製麺」の82.7%である。
- 地域別で見ると特徴があるレストランは「幸楽苑」で、東北地方で86.3%だった。

◆ レストランの今後利用意向



レストランの今後利用意向を調査したところ、主な結果は下記でした。

- 今後利用意向では「丸亀製麺」が最も高く55.3%で、次いで「スシロー」の50.7%である。
- 地域別で見ると差が顕著なレストランは「餃子の王将」で、近畿地方で60.7%だった。

◆ 最も好きなブランドを好きになったきっかけやエピソード（一部抜粋、順不同）

<「ロイヤルホスト」と回答した人の意見>

- ゆっくり出来るし、ドリンクバーがある所と接客が丁寧で良いから。食事も美味しい。(女性 40-49 歳)
- ロイヤルホストのカレーは本当に美味しいです。最近行けていないので食べに行きたいです。(男性 50-59 歳)
- 普段よりちょっとだけ特別な時に利用します。接客が丁寧で気持ちよく食事ができます。(男性 40-49 歳)

<「COCO'S(ココス)」と回答した人の意見>

- 子供の時何回も連れてってもらってとても清潔感があって食べ物も美味しかった。(男性 13-15 歳)
- 学校から近くにあり、下校途中に寄ることができ、値段も高校生でも払えるくらいの値段で味も美味しかったからです。(女性 16-18 歳)
- 子供に塗り絵や、本をすっと渡していただきます。また、クーポンで 1 人がドリンク 100 円なのに、「いつもグループ様全員良いですよ」と、声をかけていただきます。自然に出来る所が凄いです。(女性 50-59 歳)

<「デニーズ」と回答した人の意見>

- メニューが豊富で季節メニューがある。(女性 50-59 歳)
- セブンイレブンのコーヒーがドリンクバーで飲めるし、ご飯も美味しい。他のファミレスより高級感がある。(女性 19-22 歳)
- 24 時間の店舗があったり、カウンターがあったり、私が行った店舗では、失礼な従業員も見かけた事がないし、何かわからないけど、雰囲気落ち着く。(女性 50-59 歳)

<「スシロー」と回答した人の意見>

- 回転寿司は空腹具合で食事でき、なかでもスシローはネタが大きい。(男性 50-59 歳)
- ネタも他の回転寿司より大きい気がするし美味しい。つぶ貝が好き。パフェも美味しい。(女性 40-49 歳)
- サイドメニューが豊富で、デザートが季節ごとに新作が出るので行くのが楽しみになっている。(女性 30-39 歳)

<「ガスト」と回答した人の意見>

- チーズ in ハンバーグが美味しいから。(女性 16-18 歳)
- 孫がキッズセットのオモチャや、メニューを気に入っているから。(女性 50-59 歳)
- 朝のモーニングが値段的にもいいし、朝会社行く前に朝も 7 時からやっているのゆっくり食べていける。(女性 30-39 歳)

<「バーミヤン」と回答した人の意見>

- 中華料理が美味しいので。餃子や坦々麺が好きです。(男性 23-29 歳)
- リーズナブルな価格で、美味しい中華を食べれる。(男性 40-49 歳)
- どんなものを食べてもハズレがない。餃子屋さんよりも餃子が美味しい。安い。新聞が貰える。(男性 16-18 歳)

<「サイゼリヤ」と回答した人の意見>

- 学生のお財布にも優しい値段で料理も美味しく、ドリンクバーもあるので友人と何度も行き何時間も語っていました。(男性 23-29 歳)
- 安くて早くて種類があるところ。きっかけは高校生の時にお金がない中、友達がサイゼリヤを知っていて初めて遊んだ時に行きました。(女性 30-39 歳)
- ワインが手軽に安く飲み、1 人でも入りやすく、アレンジ用のレシピが提案されており、オリジナルの調味料を用意してあるため色々な食べ方を試しやすい。(女性 23-29 歳)

<「かっぱ寿司」と回答した人の意見>

- 他のチェーン店のお寿司屋さんの中で1番茶碗蒸しが美味しく、子供向けのネタが多いから。(女性 16-18 歳)
- 寿司は美味しいし、かっぱ寿司の歌があって小さい時よく家族で歌ってたから。(女性 16-18 歳)
- 回転寿司と言えばかっぱ寿司と言うくらい、地元で根付いているから。かっぱ寿司のサラダ軍艦が他のお寿司屋さんより、1番美味しい。(女性 50-59 歳)

<「くら寿司」と回答した人の意見>

- 子どもも楽しめるシステムがあって、家族ぐるみで行けるし、キャンペーン等で好きな物事とのコラボレーションがあって、また行きたいと思えたから。(女性 13-15 歳)
- 寿司が好きなのと、仕事の帰り道にくら寿司があり、よく行っています。唐揚げやラーメン、珈琲等色々な種類があるのも魅力。(女性 30-39 歳)
- 小さい頃から定期的に家族で訪れており、親近感があるから。また、サイドも含めてメニューが豊富なので楽しめる。(男性 23-29 歳)

<「木曽路」と回答した人の意見>

- 気軽には行けないが、誕生日や記念日、ボーナスが出た後等の特別感がある。(女性 40-49 歳)
- 和食が好きで、お祝いのに、家族で食事した事。(女性 50-59 歳)
- ゆったりと食事を楽しめる。食事はもちろん季節、器も楽しめる。接客で不快に感じたことが一度もない。スタッフの教育が行き届いているのでどこの店舗を利用しても、心地よく時間を過ごすことができる。食事は楽しくいただきたいと思っているので、「木曽路」での食事は安心出来ます。(女性 50-59 歳)

<「びっくりドンキー」と回答した人の意見>

- とにかくハンバーグが美味しい！そしてサラダもおいしいし、ドレッシングも美味しいです！(女性 30-39 歳)
- 子供たちが小さい頃、外食と言えばびっくりドンキーが好きでよく利用していました！大きくなった今も利用させてもらっています！(女性 40-49 歳)
- 外観や内装もかわいく、食事もおいしいので、旦那さんが大好きで近くに行くと必ず寄ります。(女性 30-39 歳)

<「てんや」と回答した人の意見>

- 美味しい。目の前で調理してくれる。(男性 40-49 歳)
- 季節の天ぷらがあるから！(女性 50-59 歳)
- 天ぷら好きですがファストフード的にはなかなか食べれないのでめちゃめちゃ行ってます！(女性 23-29 歳)

<「餃子の王将」と回答した人の意見>

- とにかく餃子が美味しい。餃子が食べたくなると「餃子の王将」へ行きたくなるほど、中毒的な味がたまらなく好きになった。(男性 40-49 歳)
- 味が美味しくて安くて、値段を気にせずガッツリ食べたい時に行きたくなります！(女性 23-29 歳)
- 餃子が大好き。職場の近所に王将があって、忙しかった日は王将とビールを店長がおごってくれた。(女性 30-39 歳)

<「カレーハウス CoCo 壱番屋」と回答した人の意見>

- 美味しい、辛さや量が選べる。好きな具材が選べる。(女性 40-49 歳)
- 学生時代から利用していましたが、今でも変わらない美味しい味とスパイシーさは絶品！接客も素晴らしく心身共に満足です。(男性 30-39 歳)
- 辛いのが苦手なので、甘口のおいしいカレーがとても好きです！(女性 23-29 歳)

<「幸楽苑」と回答した人の意見>

- お手軽な値段で美味しい食事ができるところが好きです。以前メニューにあったデザートのカスタードも好きでした。(女性 23-29 歳)
- 最初に祖父母に連れて行ってもらったときに頼んだラーメンがとても美味しかったから。(男性 16-18 歳)
- 安くてたくさん食べることができるからです。(男性 13-15 歳)

<「すき家」と回答した人の意見>

- 家から 1 番近い飲食店がすき家。高菜明太牛丼が、他のチェーン牛丼店のメニューを含めても 1 番好きなメニュー。(男性 30-39 歳)
- 職場や家の近くにそれぞれあるので利用しやすい。おいしい、安い、ヘルシー。(女性 30-39 歳)
- 小学生と中学生を含む家族連れでも、子供向けメニューもあり、価格も安く、ある程度清潔で、利用しやすい。(男性 50-59 歳)

<「丸亀製麺」と回答した人の意見>

- 前職では、よく会社帰りに上司に連れて行ってもらっていて、シーズン毎のうどんを食べていた思い出があります。(女性 23-29 歳)
- 麺は嫌いだったが、友達に誘われて渋々行って食べたら、麺のコシと出汁が美味しくて虜になりました。天ぷらやおにぎり等のサイドメニューも全て言うことなしです。(女性 30-39 歳)
- 子供が生まれて初めてシェアして食べた外食が丸亀のうどんでした。(女性 30-39 歳)

<「松屋」と回答した人の意見>

- 店内で食べると味噌汁が付いてくるのでありがたいです。(男性 40-49 歳)
- 友人に連れられて一緒に行った松屋の飯が美味くて好きになった。(女性 19-22 歳)
- カレーが絶品で牛丼を食べに行った友達にもカレーを勧めています。最初にカレーを食べたきっかけはテレビでこだわっているのを見て食べました(男性 30-39 歳)

<「吉野家」と回答した人の意見>

- 美味しさ、早さ、便利さが揃っている。通販も利用している。(男性 50-59 歳)
- 若い頃食べながら競馬中継を聞いた。今でも裏切らない味！(男性 40-49 歳)
- 学生時代からお世話になっている。おいしい。(男性 50-59 歳)

<「リンガーハット」と回答した人の意見>

- ちゃんぽんや皿うどんが食べられるところはなかなかないと思うし、入りやすくリーズナブルで美味しい。(女性 23-29 歳)
- 九州出身でよく行っていた。野菜たっぷりですूपも美味しい。(女性 50-59 歳)
- 野菜たっぷりちゃんぽん、野菜たっぷり皿うどんといった野菜をたくさん摂ることのできるメニューがとても美味しく、足を運ぶ度に食べています。大量の野菜を飽きることなく食べられる 2 種類の味変用ドレッシングもあり、その味を求めて食べることもしばしばあります。(男性 19-22 歳)

◆ 調査概要

調査手法：LINE リサーチを利用したスマートフォンによるプッシュ通知型アンケート

調査対象：日本全国の13～59歳男女

実施時期：2021年3月23日～25日

対象ブランド：ロイヤルホスト、COCO'S(ココス)、デニーズ、スシロー、ガスト、バーミヤン、サイゼリヤ、かっぱ寿司、くら寿司、木曽路、てんや、

びっくりドンキー、餃子の王将、カレーハウス CoCo 壱番屋、幸楽苑、すき家、丸亀製麺、松屋、吉野家、リンガーハットの計20ブランド(順不同)

本調査数：7問

有効回収数：4,410 サンプル

調査実施機関：株式会社 RJC リサーチ

- ※ 総務省人口推計(2019年10月1日)現在をもとに、全人口1歳加齢し母集団人口を作成。その他集団の性年代構成比に準じてウェイトバック集計。
- ※ 表/グラフ中の数字は小数点以下第一位または第二位を四捨五入しているため、合計しても100%にならなかったり、同じパーセンテージでも見え方が異なる場合があります。

◆ LINE リサーチとは

「LINE リサーチ」は、企業における事業開発・マーケティング活動の最大化を目的にした、スマートフォン時代のリサーチプラットフォームです。約540万人のアクティブモニターのうち10～29歳が51%を占め ※、学生や若年向けの出現率の低い調査も実施可能です。また、従来型の調査パネルと異なり、リサーチ興味度の薄い層にもコンタクトが可能のため、より一般的な意見を収集できます。LINE のプッシュ通知で配信するため、ユーザーがリアルタイムで回答しやすいだけでなく、スマートフォン上で回答しやすい画面設計を行っていることで、効果的に調査を実施することが可能です。 ※ 2021年2月時点

「LINE リサーチ」 公式サイト：<https://www.linebiz.com/jp/service/line-research/>

◆ 株式会社 RJC リサーチとは

1967年の創業から「ユーザーとサプライヤーをつなぐ」ことを目標に、独立系マーケティングリサーチ会社として市場環境を的確に捉えるデータを収集し続けてまいりました。当社の信頼の証は、多くの定期的な時系列調査を受託し続けていることで証明されています。長年に渡って安定したデータを収集し続けることができこそ、微妙なトレンドの変化や環境の変化が読み取れるため、民間サプライヤー企業からだけでなく、多くのシンクタンクからも信頼を寄せられています。

また、2019年にインパクトホールディングスグループへ参画し、2020年にインパクトホールディングスの創業である覆面調査事業を承継。総合マーケティングリサーチメニューに、フィールドマーケティングの専門性を兼ね備えた組織を構築し、マーケティングリサーチ業界での独自のポジショニングを確立。

URL：<https://www.rjc.co.jp/>

■ 本件に関するお問い合わせ ■

株式会社 RJC リサーチ リリース担当 E-mail:info@rjc.co.jp