

店舗アンケート

調査概要

- (1) 調査期間 令和5年9月25日～10月13日
- (2) 調査対象 市内のラーメンを主軸として営業する店舗
- (3) 抽出方法 民間データを基に抽出
- (4) 送付数 205店舗
- (5) 調査方法 郵送による。WEBフォームまたは、郵送、FAXにより回答。
- (6) 回収結果 回答数：36店舗
回答率：約18%

アンケート分析結果

異なるルーツを持つ店主が郷土愛や信州味噌への思い等を持って長野市で出店していることが伺えます。

出店経緯

「出店経緯」のコメント（一部）

A店（2019年4月開業）

郷土愛

長野市内で生まれ育ち、市内の店舗2点で修行した為、市内以外の選択は無かった。

B店（2012年3月開業）

郷土愛

長野市にある大手製麺所で約20年勤務し、県内外の有名店に麺を卸していました。様々なラーメン店主さんと交流している内に私自身もラーメンで地元の長野市に出店し盛り上げられたらと思い修行せずに独学で出店

C店（2021年7月開業）

郷土愛

東京にある本店で修行をした店主が、地元長野に戻り本店の味を長野の方々に食べて頂きたいと出店

D店（2015年3月開業）

郷土愛

地元長野市で地産地消、安心してお子様からお年寄りまで提供出来る様なラーメンを食べて頂きたいと思い選定しました。

E店（1990年開業）

信州味噌への思い

味噌ラーメン主体なので信州の味噌文化とマッチすると思ったので。

F店（2008年9月開業）

郷土愛

信州味噌への思い

自身で開業すべく東京の家系ラーメン店で4年弱の期間修行。修行前から地元長野での出店を検討。コンセプトには、①ご当地ラーメン不在の長野でのご当地ラーメン確立 ②信州味噌 ③雪国らしさの演出等

市内ラーメン店は、豊富な地元食材を活かしてスープや麺に拘るだけでなく、メニューの豊富さやトッピング等様々な魅力を有しており、ながのラーメンの多様性を創出しています

市内ラーメン店が思う自店舗の魅力

「市内ラーメン店が思う自店舗の魅力」のコメント（一部）

G店（味噌、担々麺を提供）

スープ メニューの豊富さ

スープは、豚骨、鶏ガラを長時間に出した清湯スープに開店時間に合わせて、魚介・野菜を追加して作っています。味噌の風味を活かすため、火入れを行わず、丼の中で味噌ダレとスープを合わせるスタイル。

H店（醤油、塩、油そば等を提供）

スープ 提供スピード 接客 トッピング

鶏ガラと豚骨をベースに沸騰させずに透き通ったスープを毎朝作り・・・

I店（醤油、つけ麺を提供）

スープ 麺 接客 トッピング

スープ、トッピング等味付けは全て化学調味料不使用。麺は水からこだわる自家製麺。

J店（醤油、塩、鶏白湯等を提供）

スープ 麺 価格 立地 接客 トッピング

当店のスープは奥信濃の大自然で育った『黒姫地鶏』を使用。トッピングは自家栽培（無農薬）野菜を使用。長野県産全粒粉を使った特注麺

K店（醤油、塩、豚骨、担々麺等を提供）

スープ 麺 トッピング

自家製粉、自家製麺を掲げて拉麺とは麺を食べる料理であるとの信念のもと地元農家さんから小麦を買い付け、朝製粉をし、製麺

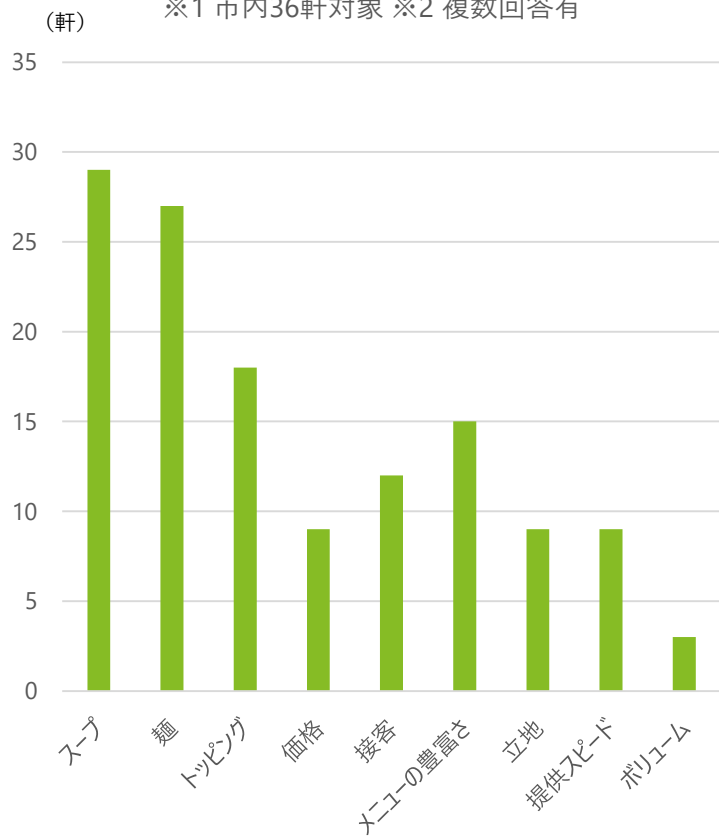
L店（醤油、塩、味噌、鶏白湯を提供）

麺 価格

2020年から始めた、小野式製麺機を使った半手打ち麺に拘っております。『より小麦を味わえる麺』を『美味しい麺』と定義し、長野で一番の麺を目指して毎日6時間以上かけて製麺しております。

自店舗の魅力

※1 市内36軒対象 ※2 複数回答有



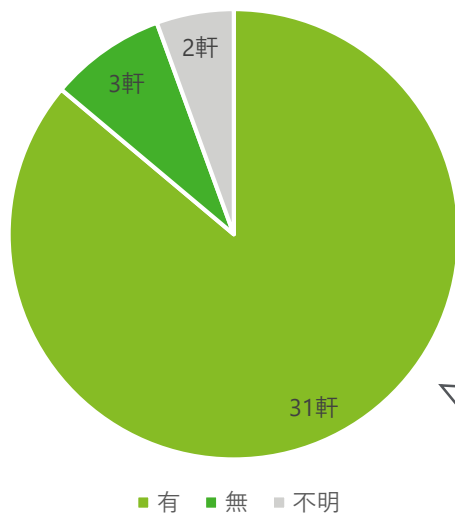
※店舗アンケートの結果から作成

市内店舗の外国人観光客の受入意向が高いことがわかります

ながのラーメン振興に向けて

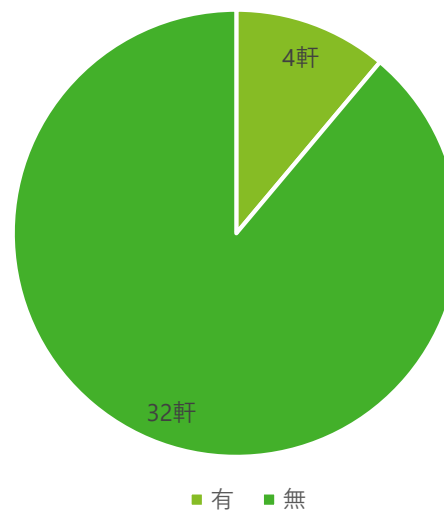
外国人観光客への対応状況 ※市内36店舗対象

外国人の受入意向の有無



ほぼ全ての店舗が外国人の受入意向有

メニュー表に英語表記はあるか？



ただ、メニュー表に英語表記がある店舗は僅か。加えて、英語以外の言語対応をしている店舗は存在せず

外国人観光客の受入意向がある店舗が多いもののメニュー表記の外国語対応は未実施の店舗が多い状況です。

ながのラーメン振興に向けて

印象に残っているエピソード

今後のPRに活用するために収集した「印象に残っているエピソード」では、店主同士の繋がりに関するエピソードが多く存在

M店

市内ラーメン店主さんからラーメン屋さんになってみませんかとお話をいただき、ラーメンのノウハウを教えていただき、さらに他の市内ラーメン店主さんからもたくさんのことを教えていただき後に当店主さんが営んでいた、店舗跡地に現在のお店をやらせていただいております

N店

市内ラーメン店主の集まりではラーメンの勉強、研修、イベント等で大変勉強させて頂いております。

O店

沢山のらーめん店主様から小麦、スープ、らーめんのいろはを教えて頂いてから、今に至るまでの切磋琢磨、高めあっている現在が一番楽しい

P店

市内ラーメン店が集まる会参加し、会の中で切磋琢磨してきたおかげで店舗として成長できたように思います。長野市のラーメン界を盛り上げたい一心でイベント開催してきました（スタンプラリーなど）

ながのラーメンを盛り上げるための施策として、「ご当地ラーメンの開発」や「ラーメンマップ作成やSNS発信によるPR」、「多様性の発信」が多く挙がりました

市内ラーメン店主が思う、ながのラーメンを盛り上げるための施策

ながのラーメンを盛り上げるための施策に関するコメント（一部）

Q店

昔からこの地域に根付いた一つの規格、文化のラーメンが必要。長野の食文化に沿ったラーメンを作り上げて、できるだけ多くの店を出す。結果が出るのは50年後くらい。

R店

ご当地ラーメンの開発及びその定義を満たしたラーメンの販売

S店

ラーメンマップの作成や英字表記のグルメ冊子など1つずつコツコツと積み上げていくことが大切

T店

今からご当地らーめんを作ることは難しいけど、ご当地らーめんがない中個性的でハイレベルならーめん屋さんが密集しているのが最大の強み

U店

- ・ラーメンフェスの開催
長野市内でラーメンフェスを定期的で開催することで、地元で食べられるラーメンの種類や味の幅を広げ、全国的に有名になるきっかけをつくることができます。
- ・地元の飲食業者を応援するために、グルメマップの作成や地元情報誌の発行なども有効です。
- ・SNSを活用して、地元のラーメンを取り上げた投稿を増やすことで、全国的に知られると思います。

V店

ご当地ラーメンごあるわけでもなく千差万別様々なラーメンがあるのが特徴だと思います。
故にこれからも誰かの真似や類似品ばかりではなく、店主様それぞれの個性のひかるラーメンが発信されるといいと思います

市民アンケート

調査概要

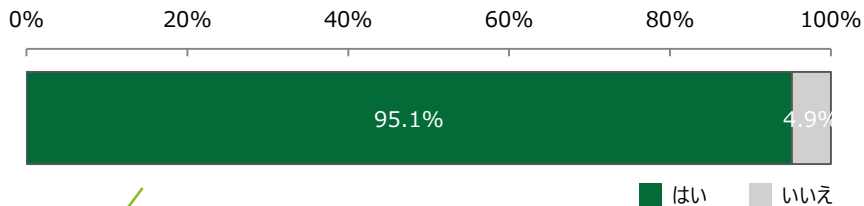
- (1) 調査期間 令和5年10月10日～10月23日
- (2) 調査対象 長野市及び近隣市町村（須坂市・千曲市・信濃町・飯綱町・坂城町・小布施町・高山村・小川村）居住者
- (3) 調査方法 WEBアンケートによる。
- (4) 回収結果 456件

性別・年代問わず大半の方がラーメン好きだけでなく、外食でラーメンを食べる頻度は蕎麦よりも多いことがわかります

市民のラーメン愛・食生活への浸透度

市民のラーメン愛

Q. ラーメンは好きですか？

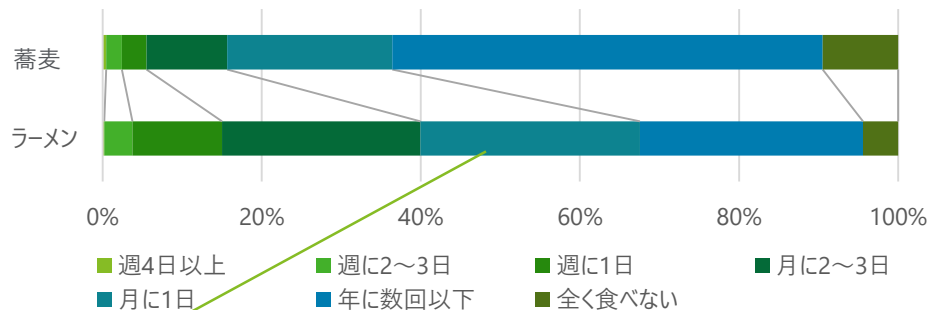


- 20代以下～60代以上まで、男女問わず90%を超える人が「ラーメンは好き」と回答
- 全国調査では、92.2%の方が好きと回答

※市民アンケートの結果からデロイトにて作成

ラーメンを食べたくなる時

Q. 直近1年以内において、外食で食べた頻度は？



- 月1回以上食べる人の割合は、ラーメンで68%と蕎麦よりも高い頻度で食べられています。

※市民アンケートの結果からデロイトにて作成

Q. どんな時にラーメンが食べたくなりますか？

A. 寒い時・温まりたい時という声が多

- ✓ 寒い時・温まりたい時：112人
- ✓ 疲れている時・仕事終わり：45人
- ✓ 濃い、こってり、がっつり、塩気のある物を食べたい：30人
- ✓ TV・SNS・雑誌等でラーメンに関する情報を見た時：27人
- ✓ 時間がない時：8人

その他、飲み会終わりやラーメンの匂いを嗅いだ時等のご意見もあり

Q. 直近1ヶ月で、店舗で食べたラーメンの種類を教えてください。

A. 市内に提供店舗数が多い醤油・味噌を食べた方が多数

- ✓ 醤油：172人
- ✓ 味噌：128人
- ✓ 塩：46人
- ✓ 豚骨：41人
- ✓ 鶏白湯・家系：18人

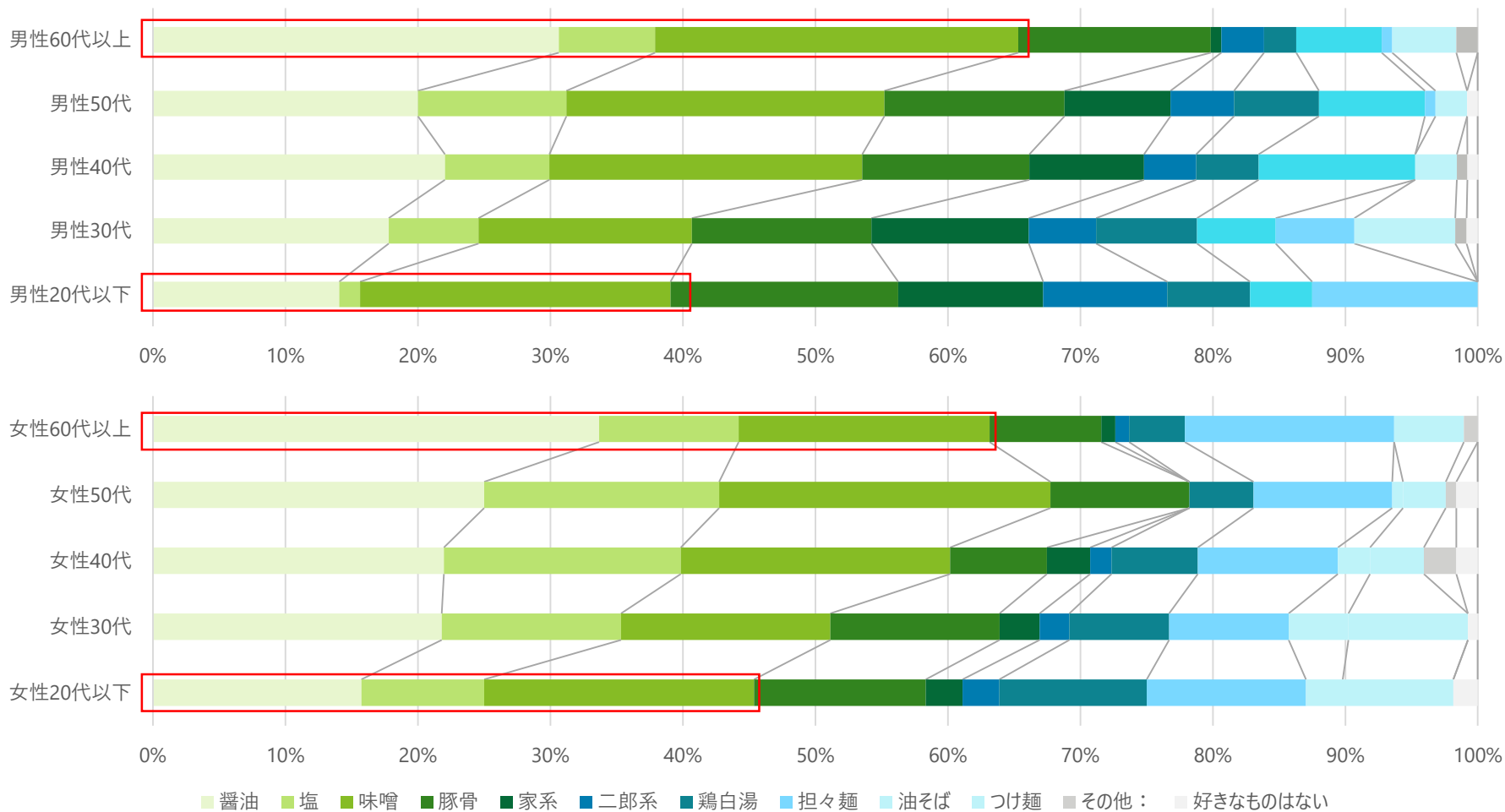
醤油・味噌に関しては、1ヶ月で5回以上食べた方も存在

男女共に、若年層の方が好きな味・種別に偏りが少なく、年齢層が上がるにつれて、醤油・塩・味噌といった王道の味が好まれている傾向があります

年代・性別による好きな味・種別の傾向

好きなラーメンの味・種別 ※3種まで回答可

※市民アンケートの結果からデロイトにて作成



年配の方を中心に醤油・味噌が圧倒的に人気でありつつも、男性からは豚骨、女性からは塩の人気も高い状況です

年代・性別による好きな味・種別の傾向

- 当該性別・年代での最多票を集めた味・種別
- 当該性別・年代での2、3番目に票を集めた味・種別

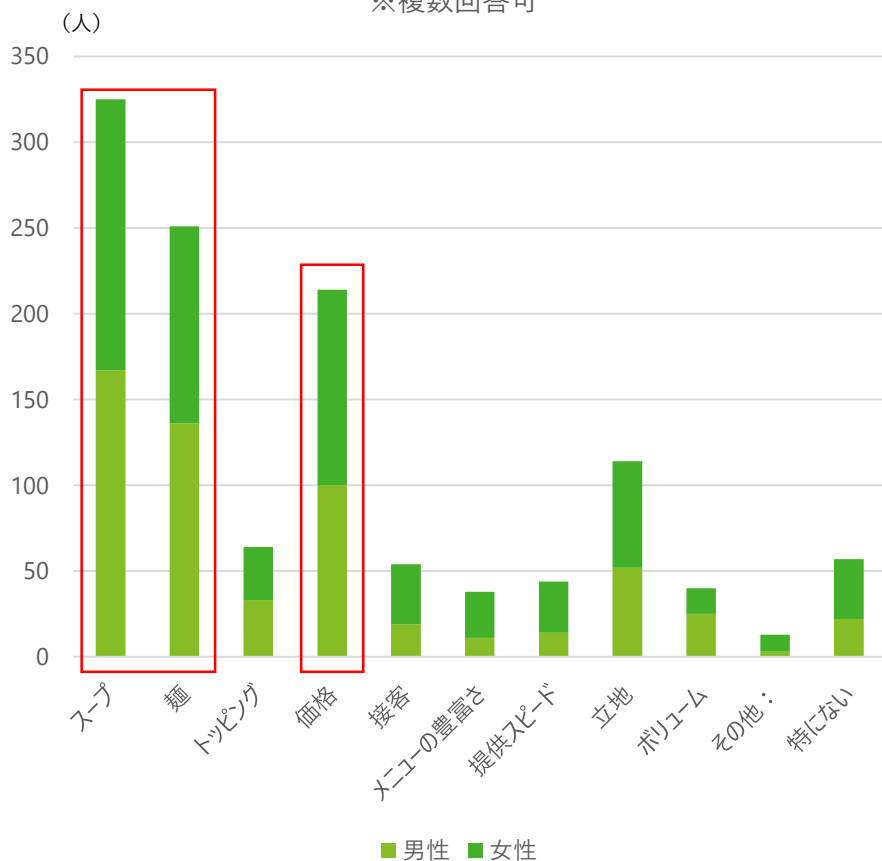
	醤油	塩	味噌	豚骨	家系	二郎系	鶏白湯	担々麺	油そば	つけ麺	その他：	好きなものはない
男性20代以下	9	1	15	11	7	6	4	3	8	0	0	0
男性30代	21	8	19	16	14	6	9	7	7	9	1	1
男性40代	28	10	30	16	11	5	6	15	0	4	1	1
男性50代	25	14	30	17	10	6	8	10	1	3	0	1
男性60代以上	38	9	34	18	1	4	3	8	1	6	2	0
女性20代以下	17	10	22	14	3	3	12	13	3	9	0	2
女性30代	29	18	21	17	4	3	10	12	6	12	0	1
女性40代	27	22	25	9	4	2	8	13	3	5	3	2
女性50代	31	22	31	13	0	0	6	13	1	4	1	2
女性60代以上	32	10	18	8	1	1	4	15	0	5	1	0

スープや麺を重視しつつも、コストパフォーマンスも重視する方が多くいます また、車生活が普及していることから駐車場の利便性を気にする声が見受けられます

市内でラーメン店を選ぶ際に重視するポイント

市内でラーメン店を選ぶ際に重視するポイント

※複数回答可



※市民アンケートの結果から作成

コメント（一部）

- 「美味しいものを食べたい」、「ラーメンの基本だから」という理由で、多くの方がスープ・麺を選択
- また、価格に関してはリーズナブルに食べられる価格帯を望む声あり

男性50代

スープはもちろんだが麺の味（小麦感等）も大事。但しラーメンは普段から食べ易い価格であってほしい。

- 「立地」と回答した方は、車で来店することに対する利便性を気にする声あり

女性50代

車で行くことが多いので駐車場があって分かりやすい場所にあるといい

女性40代

道路から入りやすく、駐車場が広く、車が止めやすいお店でないと、どんなに評判のラーメン屋さんでも、なかなか行こうとは思わない

- 味・価格・立地以外にも、接客や店内の清潔感によって、リピートするか否かを決めるという意見が散見

女性40代

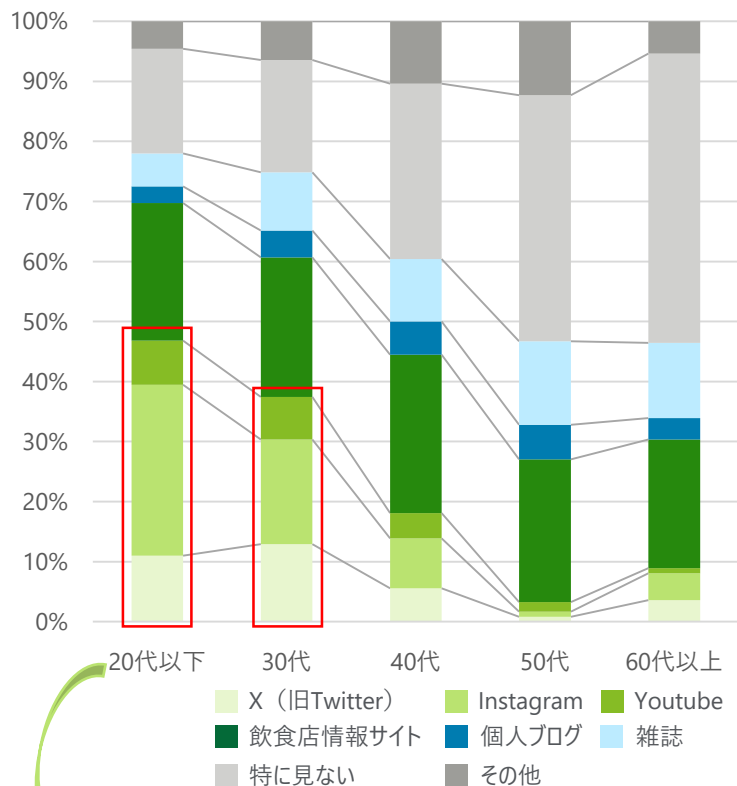
席数が少なく居心地が良くなかったり、店員の接客態度が良くないと、リピートはないと思う

飲食店情報サイトを利用する割合は、全世代通じて高い傾向にあり、若者は、各種SNSも活用している方も多い

ラーメン店を選ぶ際に利用する情報ツール

ラーメン店を選ぶ際に利用する情報ツール

※複数回答可



※市民アンケートの結果からデロイトにて作成

- 中でも10~30代の女性回答者81名の内、Instagramを選択した方は39名 ※飲食店情報サイト31名、X12名

コメント（一部）

- 50代以上では、半数以上の方が情報ツールを特に見ることがなく、行きつけのお店や自身が抱く印象、知人の口コミを頼りにお店を選択

女性50代

友人からの口コミか、その店の雰囲気や立地で選ぶ

- 全世代通じて20%程度の方が、食べログやラーメンデータベースなどの飲食店情報サイトを利用しており、メニュー表やラーメンの写真、口コミを中心に確認

女性40代

ラーメン・サイドメニュー・メニュー表・店内の様子を実際に見ることが出来るから

女性40代

実際に食べた人の感想を見て、好みの感じが判断できるから

- 若者はSNSを活用しており、ラーメンの写真や投稿者の意見を確認。特に、グルメ精通した方のアカウントをフォローすることで信憑性の高い情報を獲得

女性20代以下

グルメな人のアカウントをフォローしていて、その人がオススメしているものは美味しいから

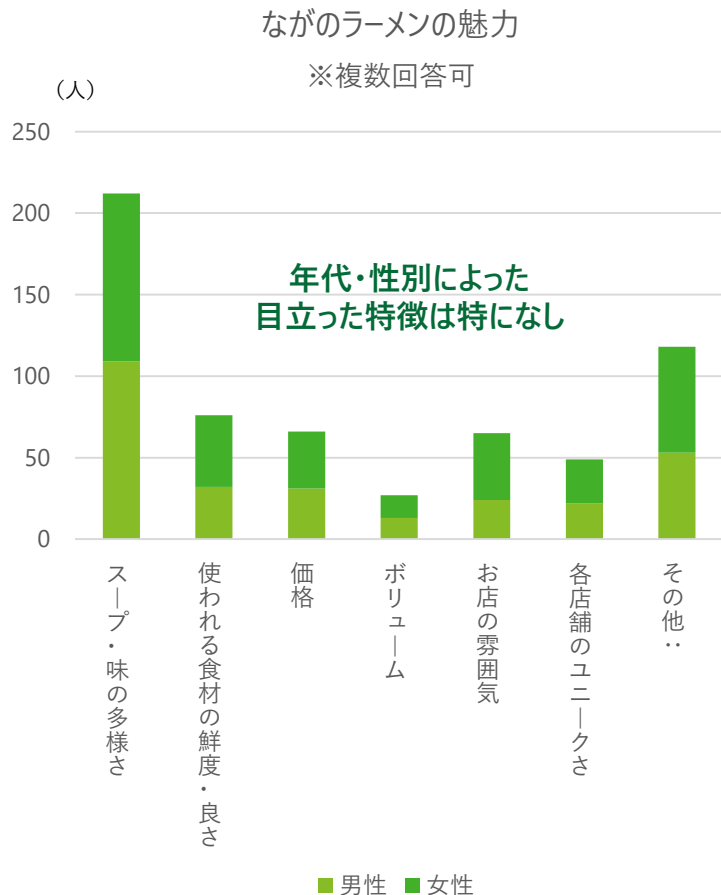
男性30代

実際の店舗までの距離やラーメンを食べている動画もストーリーで見れる

- その他、豊富な情報量を有する長野Komachiを閲覧したり、TV番組で特集されたお店を来訪する方が散見

ながのラーメンのスープ・味の多様さを楽しむ声が多くあります

ながのラーメンの魅力



「スープ・味の多様さ」に対するコメント（一部）

女性20代以下

ご当地ラーメンがないからこそ色々な味を楽しむことができる。観光客は迷うかもしれないが、地域住民にとっては種類が多くて飽きない。いろんなお店に行ってみようという気持ちになる。

男性20代以下

ご当地ラーメンがあるというよりは、いろんな地域のラーメンが食べられると思っています。

女性40代

味噌ラーメンに使う味噌は他県に無い多様さではないかと思うので。

「使われる食材の鮮度・良さ」に対するコメント（一部）

女性30代

野菜がしゃきしゃきで鮮度の良さを感じる

女性60代以上

上に乗ってくる具材でも見た目とか味が作用されると思います。野菜類は自家菜園してる場所もあるのでとても新鮮です。

上記以外の選択肢に対するコメント（一部）

男性30代（お店の雰囲気）

評価の高いお店は、女性も入りやすいようなお洒落な内装が多いように思います。