

# 月商350万円→1300万円を 実現したラーメン店の構造

なぜ、同じラーメンでも売れる店と売れない店が生まれるのか？

味だけでは売上は伸びない。

回転

検索

中毒性

導線

を設計せよ。



# 月商350万円 → 1300万円を 実現したラーメン店の構造

なぜ、同じラーメンでも売れる店と売れない店が生まれるのか？

味だけでは売上は伸びない。

回転

検索

中毒性

導線

を設計せよ。



# 月商350万円→1300万円を 実現したラーメン店の構造

なぜ、同じラーメンでも売れる店と売れない店が生まれるのか？

味だけでは売上は伸びない。

回転

検索

中毒性

導線

を設計せよ。

月商350万円→1300万円。  
私たちは「味」ではなく、“構造”を変えた。

スープ設計



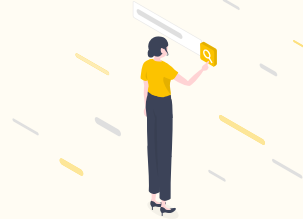
麺設計



MEO集客



SEO集客



営業時間



回転率



これらを“構造”として設計することで、売上は大きく変わります

本資料では、7年間売上が350万円から変わらなかった店舗が  
5つの構造を変えただけで、売上が1年間で1300万円まで成長したラーメン店の改善施策を公開

### “美味しいだけ”では、売上は伸びない

#### 多くのラーメン店が考えていること



味を改善すれば売れる

良い食材を使えば伸びる

SNSでバズれば流行る

有名店っぽくすれば勝てる



#### 実際に起きていること



リピーターが増えない

回転率が悪い 客単価が低い

Google検索に出てこない

Googleマップで埋もれる

新規客が入ってこない

売上を決めているのは、「味」ではなく“構造”である

ラーメン店経営では、スープ、麺、回転率、検索導線、SEO、営業時間、中毒性などを総合的に設計する必要があります。

売上が伸びない店舗の多くは、“商品”だけを改善し、“構造”を改善できていません。

味は悪くなかった。しかし、“構造”が弱かった。

## 5つの課題

### ① スープ設計



濃度が弱く、  
「また食べたい」という  
中毒性が不足していた

**リピート力不足**

### ② 麺設計



麺が短く、  
満足感や追加注文に  
繋がりがなかった

**客単価不足**

### ③ MEO対策



Googleマップ上で競合  
に埋もれ、新規来店導線  
が弱かった

**集客不足**

### ④ 営業時間



競合と同じ時間帯で営業  
しており、需要を取り切  
れていなかった

**競合対策不足**

### ⑤ SEO導線



「〇〇駅 ラーメン」  
「〇〇駅 ランチ」などの  
検索流入がほぼ無かった

**認知対策不足**

問題は、“味”ではなく「売れる導線」が弱かったこと

実際に当時の店舗は、味の評価自体は悪くありませんでした。  
しかし、リピート力不足、客単価不足、集客不足、競合対策不足、認知対策不足という状態に陥っていました。  
つまり、店舗の課題は“商品力”ではなく、“構造設計”にあったのです。

「美味しい」だけでは、リピートは生まれない。  
重要なのは、“また食べたくなる濃度”。

## 改善前の課題



- 味の評価自体は悪くなかった
- 先味、つまり“タレの味”は良かった
- しかし全体の印象が弱い
- 食後満足感が薄い
- 「また食べたい」に繋がらない

“後味”が弱かった



## 実施した改善



スープ濃度を再設計。単純に濃くするのではなく

飲み進めやすさ

後味に残る中毒性

店を出た後も口の中に残り続ける印象

油とのバランス

ラーメンは、「食べている瞬間」ではなく“食べ終わった後”で記憶に残る



スープ完飲率  
**82%UP**



再来店率  
**38%UP**



ご飯注文率  
**40%UP**



追加トッピング率  
**25%UP**

ラーメンのスープ設計で重要なのは、単純な濃さではありません。重要なのは、「また食べたくなる記憶」を作れるかどうかです。売れているラーメン店の多くは、無意識にこの“後味設計”を行っています。

## 麺の長さで、客単価は変わる。 ラーメンは、“咀嚼”まで設計する。

### 改善前の課題



- 麺が長く、一口に含む量が多かった
- 咀嚼回数が多い
- 食べるテンポが悪く、満足感が薄い
- 食べるテンポの遅延により回転率が落ちる
- 食後の余韻が弱い など

「食体験」が弱かった

### 実施した改善



麺の長さを再設計。単純に短くするのではなく

咀嚼回数

食事時間

一口に含める量

ギリギリ満腹に  
なりきらない満足感

スープの絡み方

食事のリズム感

すずり心地

“満足感”は残す。しかし、“満腹感”は作りすぎない。



ご飯注文率  
**40%UP**



大盛り率  
**32%UP**



サイドメニュー  
注文率  
**25%UP**



追加トッピング率  
**25%UP**

麺は、単なる「主食」ではありません。咀嚼、満足感、食後余韻、回転率、追加注文に直結する、非常に重要な設計要素です。麺設計で重要なのは、「満足感を残しながら、満腹感を刺激すること。」だからと言って、単純に量を減らしてはいけません。重要なのは、麺の長さ、太さ、一口量、咀嚼テンポをコントロールし、自然に追加注文へ繋げることです。

## 美味しい店でも、“見つからなければ存在しない。 Googleマップを制する店が、地域を制する。

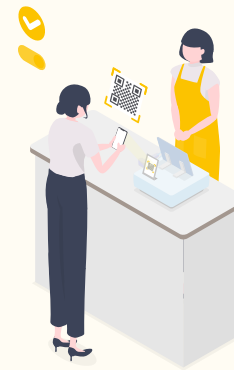
### 改善前の課題



- Googleマップ上で競合に埋もれていた
- 「〇〇駅 ラーメン」で上位表示されない
- 写真の魅力が弱い
- レビュー数が少ない
- 店舗情報が整理されていない
- 新規来店導線がほぼ存在していなかった

検索されても選ばれていなかった

### 実施した改善



Googleマップ (MEO) を再設計。

会計時に「Google口コミお願いします」の一言を徹底し、レビュー数を増加

お客様が求める情報の記載  
(いつ営業しているのか? / いくらなのか? / いつ混むのか? など)

写真設計

競合分析

プロフィール内容の充実  
とKW設定

表示順位分析



### 特に重要だった施策「競合が閉まっている時間」を狙った

近隣には、深夜まで営業している強い家系ラーメン店が存在していた。そこで、“深夜競争”をやめ、あえて早朝営業へ切り替えた。その結果、競合が閉まっている時間帯に Googleマップ上で 強制的に1位表示される状態 を作ることに成功。さらに、「このエリア1位の店」という認知が広がり、早朝来店したお客様の口コミも、「さすが1位のお店」という内容へ変化。MEO順位そのものが、ブランド形成に繋がっていった。

MEOは、“レビュー戦争”ではない。“地域でどう勝つか”を設計したお店が勝つシステムです。

美味しい店でも、“検索されなければ”存在しない。  
SEOは、現代の「看板」である。

## 改善前の課題



- 「〇〇駅 ラーメン」で表示されない
- 「〇〇駅 つけ麺」で表示されない
- 「〇〇駅 ランチ」で表示されない
- 「〇〇駅 深夜ラーメン」で表示されない
- 「〇〇駅 ディナー」で表示されない

「検索市場」で存在できていなかった

## 実施した改善

noteを活用し、自店を含む近隣ラーメン店情報を発信し続けた。  
“競合を調べたお客様”にも、自店を認知してもらう導線を作った。

実際に作成した記事

〇〇駅のおすすめラーメン

〇〇駅のおすすめランチ

〇〇駅のおすすめディナー

“地域×目的KW”を徹底的に網羅



多くの飲食店は、「自分の店だけ」を発信している。しかし実際のお客様は、どこに行こうか迷っている 比較している エリア全体で探している つまり、「競合検索」は、最大の集客チャンスだった。

SEOとは、「自分を売ること」ではない。“検索市場そのものを取り”である。



「〇〇駅 ラーメン」系  
KW流入増加



note経由の  
来店増加



Google検索  
表示回数UP



競合検索からの  
流入獲得

現在の飲食店経営では、「検索されない店」は、存在していないのと同じです。重要なのは、「何を売るか」ではなく、「どんな時に検索されるか」を設計すること。SEOは、単なる集客施策ではありません。SEO、認知、来店導線、比較検討、ブランディング、すべてに繋がる、現代飲食店の重要戦略です。

## 売上が変わった理由は、「味」ではない。 “構造”を変えたからだ。

### Before



- 味は悪くない
- しかし埋もれる
- 新規が来ない
- リピートしない
- 客単価が伸びない

月商350万円



### AFTER



- 後味設計
- 麺体験設計
- MEO戦略
- SEO戦略

月商1300万円

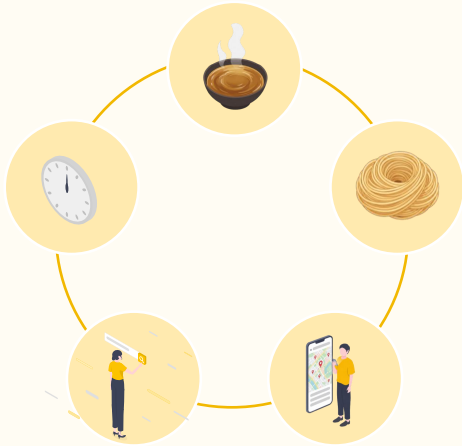
### 特に重要だったポイント

- |  |   |  |  |
|--|---|--|--|
| <b>① リピート構造を作った</b><br>スープ濃度を調整し、「また食べたい」という後味を設計。 | <b>② 客単価構造を作った</b><br>麺設計を改善し、追加注文が自然に発生する状態を作った。 | <b>③ 集客構造を作った</b><br>MEOとSEOを組み合わせ、「見つかる状態」を作った。表示回数UP | <b>④ 競争を避けた</b><br>競争と真正面から戦わず、「空いている市場」を取りにいった。 |
|--|---|--|--|

### 売上とは、偶然ではない。“設計”で作るものだ。

多くのラーメン店は、「味の改善」だけを行います。しかし、本当に重要なのは、どう検索されるか、どう記憶に残るか、どう追加注文されるか、どう競争を避けるかまで含めて、「売れる構造」を設計することです。今回の改善では、単体施策ではなく、スープ、麺、SEO、MEO、営業時間をすべて連動させたことで、売上が大きく変化しました。

## 売上は、“今から”でも変えられる。遅すぎるということはない。



この実績は、あるJR駅近くにある、わずか15席の小さなラーメン店で実際に起きた出来事です。このお店は、すでに7年間営業していました。しかし、毎月の売上は常に350万円前後。大きく伸びることもなく、「この辺りが限界なのかもしれない」という空気が漂っていました。

### しかしある時、5つの構造改革を行ったことで、状況は一変します。

スープ設計、麺設計、MEO戦略、SEO戦略、営業時間戦略 これらを改善した結果、わずか**1年で月商1300万円を突破**。現在では、行列が絶えない人気店となっています。

### 特に重要だったポイント



しかし、ラーメンの味の核となる「タレ」は、一切変更していません。つまり、“味を変えた”のではなく、「経営構造」を変えた。だけなのです。その結果、既存ファンを失うことなく、“新規ファンだけ”を積み上げることに成功しました。

### 味を変える前に、「構造」を見直してみませんか？

この戦略は、すべてクックピットの無料コンサルによって実施された実例です。大胆な改革は、時に既存ファンを離れさせてしまうことがあります。だからこそ重要なのは、「何を変えるか」ではなく、「何を変えないか」。クックピットでは、スープ設計、麺設計、MEO改善、SEO改善、営業時間戦略まで含めた、ラーメン店向けの無料相談を実施しています。

味を壊す前に、一度クックピットに相談してみませんか？

無料相談受付中

無料サンプル配布中

## クックピットは、“売上構造”を作り直すラーメン食材メーカーです

クックピットは、単なる業務用ラーメンスープメーカーではありません。

私たちは、スープ、麺、MEO、SEO、営業時間、集客導線、リピート設計、客単価設計 まで含め、「売れるラーメン店の構造」そのものを設計しています



### スープ設計

後味・中毒性・完飲率まで考慮し、「また食べたくなる」スープバランスを設計します。



### 麺設計

麺の長さや太さ、咀嚼テンポを調整し、満足感と追加注文率を改善します。



### MEO改善

Googleマップ上で選ばれる店舗作りを行い、地域検索からの来店数を増加させます。



### SEO改善

「〇〇駅 ラーメン」などの検索対策を行い、Google検索から新規顧客を獲得します。



### 営業時間戦略

競合分析を行い、需要が空いている時間帯を狙った営業戦略を設計します。



### 集客導線改善

検索・SNS・Googleマップを活用し、来店までの流れを最適化します。



### リピート改善

味・体験・後味設計を見直し、「また来たい」と思われる店舗作りを支援します。

などを通じて、“味”だけではなく、「経営そのもの」を改善します。

### 実績



- 月間50万ユーザー超えのラーメンメディア運営
- 毎月400件以上の相談実績
- ミシュラン店の採用実績
- 全国多数の売り上げ改善実績
- 全国3000以上のラーメンレシピ開発

## ラーメン屋を、“美味しいだけ”で終わらせない

ラーメン業界は今、「味」だけでは勝てない時代に入っています。だからこそ必要なのは、“売れる構造”を設計できるパートナー。クックピットは、食材とデジタル、両方からラーメン店の成長を支援します。

## 「味には自信がある」でも、売上が伸びない。

クックピットには、全国のラーメン店様からこのようなご相談が寄せられています。

<b>集客の悩み</b>	 <ul style="list-style-type: none"><li>● 新規客が増えない</li><li>● Google検索で表示されない</li><li>● MEO順位が弱い</li><li>● SNSをやっても反応が薄い</li></ul>	<b>売上の悩み</b>	 <ul style="list-style-type: none"><li>● 客単価が伸びない</li><li>● リピート率が低い</li><li>● 回転率が悪い</li><li>● 売上が頭打ちになっている</li></ul>
<b>商品の悩み</b>	 <ul style="list-style-type: none"><li>● スープに特徴が出ない</li><li>● 他店との差別化が難しい</li><li>● 原価率が高い</li><li>● 仕込み負担が重い</li></ul>	<b>経営の悩み</b>	 <ul style="list-style-type: none"><li>● 人手不足</li><li>● 深夜売上が弱い</li><li>● ランチが安定しない</li><li>● このままでいいのか不安</li></ul>

問題は、“味”ではなく「構造」かもしれません。

実際に売上が伸びない店舗の多くは、「味の問題」ではなく、集客、導線、回転率、リピート、認知 など、“経営構造”に課題を抱えています。

クックピットでは、食材だけではなく、こうした構造改善まで含めてサポートしています。

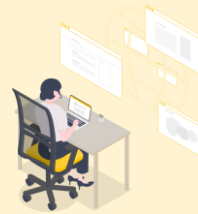
## クックピットは、“ラーメン食材を売る会社”ではない。 「売れる構造」を作る会社である。

多くの食材メーカーは、「商品」を卸して終わります。しかしクックピットは違います。“**売上が伸びる仕組み**”まで設計します。



### 全国3000以上のラーメンレシピデータ

クックピットには、全国の人気ラーメン店を分析した膨大なレシピデータがあります。そのため、売れる味、流行る構成リピートされる設計、を分析ベースで提案できます。



### SEO・MEOに強い

クックピットは、月間50万ユーザー超のラーメンメディアを運営。そのため、Google検索、Googleマップ、地域KW対策 など、現代型の集客構造に強みがあります。



### “味”をすぐ改善できる

食材メーカーだからこそ、スープ、麺、タレ、香味油まで、改善施策を即実行できます。つまり、「理論だけ」で終わらない。



### 実店舗改善実績がある

クックピットは、実際に多くのラーメン店の売上改善支援を行っています。そのため、「現場で使える改善」だけを提案しています。



### “美味しい”だけでは、売上は伸びない。必要なのは、「構造設計」である。

現在のラーメン店経営では、味、集客、Google、リピート、客単価 すべてが連動しています。クックピットは、食材とデジタル、両方の視点から店舗改善を支援します。

### 売れる構造設計は、無償で行います

ただし条件があります。それは、**クックピットのスープを導入していただくこと**。なぜなら私たちは、スープ濃度、後味設計、中毒性、リピート率改善 まで含めて、“売れる構造”を設計しているからです。つまり、「味の核」に関われなければ、本当の意味で売上改善を成功させることができません。だからこそクックピットは、「**食材**」と「**経営構造**」両方を一緒に改善します。

## 「食材」だけではなく、「経営構造」まで支援します。

クックピットは、単なるラーメン食材メーカーではありません。  
売上改善のために必要な、「味」「集客」「リピート」まで含めて支援します。

### ① 商品設計支援



- スープ設計
- タレ設計
- 麺設計
- 香味油設計
- トッピング設計

リピート率改善

### ② 売上改善支援



- 客単価改善
- 回転率改善
- 原価改善
- サイドメニュー改善
- 追加注文改善

利益率改善

### ③ 集客改善支援



- MEO改善
- SEO改善
- Google検索対策
- Googleマップ対策
- 地域KW対策

新規集客改善

### ④ 店舗戦略支援



- 営業時間戦略
- 競合分析
- ポジション設計
- エリア分析
- ブランディング改善

エリア認知改善

### ⑤ 開業・運営支援



- 業態設計
- メニュー設計
- オペレーション改善
- 食材提案
- 仕込み改善

店舗運営効率化

### ⑥ 店舗展開戦略支援



- 多店舗展開戦略
- 商圈分析
- エリア選定
- FCモデル設計
- ブランド統一設計
- 店舗ごとの味ブレ改善
- センtralキッチン化支援
- 業務効率改善

店舗拡大・多店舗最適化

「美味しいラーメン」だけでは、売上は伸びない。  
必要なのは、「売れる構造」である。

クックピットは、「味」と「デジタル」両方から、ラーメン店の成長を支援します。

## 「“売れる味”を、最短で再現できる。 クックピットは、全国のラーメン店を支える業務用食材メーカーです。

クックピットでは、全国の人気ラーメン店分析から生まれた業務用食材を多数取り扱っています。



### ① スープ

骨と水だけで炊き上げた無添加ストレートスープ。食肉処理場近接だから実現できる鮮度で、“後味に残る中毒性”を設計しています。



### ② かえし

生スープとの相性を前提に設計した100種類以上のかえしを用意。醤油・塩・味噌など、業態に合わせた味作りが可能です。



### ③ オイル

生スープ製造時に生まれる鶏油を活用。鶏油をベースにした豊富な香味油で、香り・中毒性・余韻を強化できます。



### ④ 生麺

味・満足感・追加注文率まで考えて設計した生麺。麺の長さや太さまで調整し、“売れる構造”を作ります。



### ⑤ チャーシュー

店舗オペレーションを改善しながら、高い満足感を実現するチャーシューを多数用意。業態ごとの最適提案が可能です。



### ⑥ 出汁

煮干し・昆布・鯖・節系など豊富な出汁素材を用意。スープの旨味を何倍にも引き上げ、味に奥行きを与えます。



### ⑦ トッピング

味玉・メンマ・ネギ・海苔など、客単価向上に繋がるトッピングを豊富に取り揃えています。



### ⑧ 一品料理

唐揚げ・チャーハン・丼ものなど、ラーメン店の客単価改善に繋がる一品料理もまとめて提案可能です。

## 「美味しい食材」ではなく、“売れる食材”を。

クックピットの食材は、単なる業務用食材ではありません。  
リピート率、客単価、回転率、中毒性まで考慮し、「売上改善」を前提に設計されています。

無料サンプル配布中

実際に店舗で試しながら、売れる構造改善をご提案します。

無料サンプルを見る 

## 初めての方から、よくいただくご質問。

Q1  
小さい店舗でも相談できますか？

A

もちろん可能です。  
実際に今回ご紹介した事例も、  
JR駅近くの15席の小規模店舗です。  
店舗規模に関係なく、  
売れる構造改善をご提案します。

Q2  
味を大きく変えないといけませんか？

A

いいえ。  
今回の事例でも、  
ラーメンの核となる「タレ」は  
一切変更していません。  
既存ファンを残しながら、  
新規ファンを積み上げる改善を  
行います。

Q3  
なぜ無料で行うんですか？

A

お客様の売上が上がれば、弊社の売上も上がるからです。  
クックピットは、単なる「食材卸業者」ではありません。  
弊社の商品を使っていただく以上、私たちは“パート  
ナー”です。だからこそ、売上改善、リピート改善、  
集客改善、客単価改善 まで含めて、徹底的に支援します。  
パートナーの売上が伸びることが、  
私たちの成長にも繋がる。  
クックピットは、そう考えています。

Q4  
クックピットのスープを導入しないとダメですか？

A

売上構造改善支援は、  
クックピットスープ導入店舗様向け  
に無償で実施しています。  
なぜなら、スープ濃度や後味設計  
まで改善できなければ、本当の意味  
で売上改善を成功させることができ  
ないからです。

Q5  
地方店舗でも対応可能ですか？

A

全国対応可能です。  
オンライン相談やサンプル発送など、  
遠方店舗様にも対応しています。

Q6  
開業前でも相談できますか？

A

もちろん可能です。  
● 業態設計  
● メニュー設計  
● 原価設計  
● 集客設計  
まで含めて、  
開業前からサポートしています。

「味」だけではなく、“売れる構造”まで一緒に作ります。

## 味を壊す前に、一度相談してみませんか？

売上が伸びない理由は、「味」ではなく、“構造”かもしれません。

クックピットでは、



スープ設計



麺設計



MEO改善



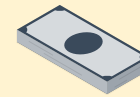
SEO改善



営業時間戦略



リピート改善



客単価改善

まで含めた、「売れる構造設計」を行っています。

## 売上は、“才能”ではなく「構造」で変えられる

クックピットは、“食材を売る会社”ではありません。  
「売れるラーメン店」を一緒に作る会社です。

無料相談受付中



無料サンプル配布中



## 開業準備で困ったら、お気軽にご相談ください

### ① スープ相談



“売れる後味”を設計します。

店舗の味・業態・客層に合わせて、最適なスープをご提案。中毒性・リピート率・満足感まで考えたスープ設計を行います。

### ② 商品開発



お店だけの「看板商品」を作る。

スープ・タレ・麺・香味油などを組み合わせ、他店との差別化に繋がるオリジナル商品開発を支援します。

### ③ 原価設計



“利益が残る商品”を設計する。

原価率だけではなく、客単価・回転率・追加注文まで含めた利益構造改善をご提案します。

### ④ 開業相談



ラーメン開業をトータルサポート。

業態設計・メニュー構成・食材選定・集客導線まで、開業前に必要な内容をまとめてご相談いただけます。

### ⑤ 業務用活用相談



業務用食材を、もっと売上に繋げる。

業務用スープ・麺・タレを活用し、オペレーション改善・人件費削減・売上改善を支援します。

クックピットは、ラーメン店経営に関するサポートを行っています。  
また、ミシュラン採用店舗 全国のラーメン店 への商品提供実績をもとに、“現場目線”でご提案しています。

### 無料サンプル受付中



スープの無料サンプル

かえしの無料サンプル

オイルの無料サンプル

その他食材の無料サンプル



【無料サンプル】



【無料相談】

無料サンプルはこちら ご相談、お問い合わせ  
お電話でも受付中：[03-5579-3805](tel:03-5579-3805)