COOKPIT.

# 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？**

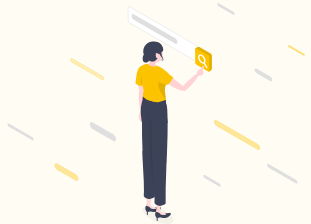
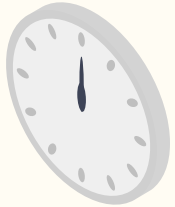
味だけでは売上は伸びない。

- 回転
- 検索
- 中毒性
- 導線

を設計せよ。

COOKPIT.

## 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**

# 2.なぜラーメン店は売上が伸びないのか

COOKPIT.

## “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 、MEO 、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。**

# 3.月商350万円時代の課題

COOKPIT.

## 味は悪くなかった。しかし、“構造”が弱かった。

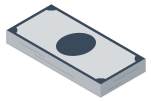
### 5つの課題

**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
繋がりづらかった

**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。

# 4.改善施策① スープ濃度設計

COOKPIT.

## 「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。

# 5.改善施策② 麺の長さ設計

COOKPIT.

## 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
- すすり心地

“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。

# 6.改善施策③ MEO戦略

COOKPIT.

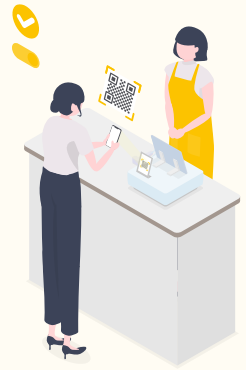
## 美味しい店でも、“見つからなければ存在しない。
## Googleマップを制する店が、地域を制する。

### 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。**

# 7. 改善施策④ SEO戦略

COOKPIT.

## 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。

note

**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ること”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。MEO 、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。

# 8. なぜここまで売上が変わったのか

COOKPIT.

## 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

| ① リピート構造を作った | ② 客単価構造を作った | ③ 集客構造を作った | ④ 競争を避けた |
|---|---|---|---|
| スープ濃度を調整し、「また食べたい」という後味を設計。 | 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。 | MEOとSEOを組み合わせ、“見つかる状態”を作った。表示回数UP | 競合と真正面から戦わず、「空いている市場」を取りにいった。 |

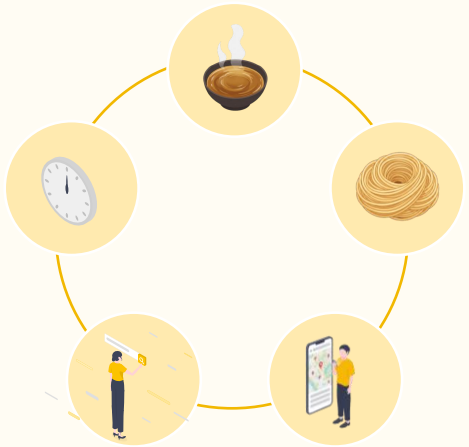
### 売上とは、偶然ではない。“設計”で作るものだ。

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 、どう競合を避けるか 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。

# 9.遅すぎるということはない

COOKPIT.

## 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 ⊙

COOKPIT.

# 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

**「OO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。

# 11.こんなお悩みの方からお問い合わせ殺到中！

COOKPIT.

## 「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。

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **集客の悩み** | | ● 新規客が増えない<br>● Google検索で表示されない<br>● MEO順位が弱い<br>● SNSをやっても反応が薄い | **売上の悩み** | | ● 客単価が伸びない<br>● リピート率が低い<br>● 回転率が悪い<br>● 売上が頭打ちになっている |
| **商品の悩み** | | ● スープに特徴が出ない<br>● 他店との差別化が難しい<br>● 原価率が高い<br>● 仕込み負担が重い | **経営の悩み** | | ● 人手不足<br>● 深夜売上が弱い<br>● ランチが安定しない<br>● このままでいいのか不安 |

### 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。

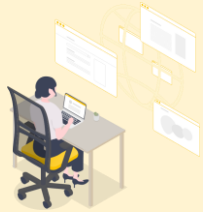
COOKPIT.

# 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。

# 13.クックピットで支援する内容一覧

COOKPIT.

## 「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

**リピート率改善**

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

### ② 売上改善支援

**利益率改善**

- 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

### ③ 集客改善支援

**新規集客改善**

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

### ④ 店舗戦略支援

**エリア認知改善**

- 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

### ⑤ 開業・運営支援

**店舗運営効率化**

- 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

### ⑥ 店舗展開戦略支援

**店舗拡大・多店舗最適化**

- 多店舗展開戦略
- 商圏分析
- 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
- セントラルキッチン化支援
- 業務効率改善

**「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。

# 14.食材もこんなに充実！

COOKPIT.

## 「“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**

# 15.よくある質問

COOKPIT.

## 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。**

COOKPIT.

## 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

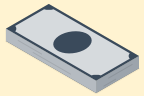
麺設計

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** ⊙

# 17.無料相談・無料サンプル

COOKPIT.

## 開業準備で困ったら、お気軽にご相談ください

### ❶ 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。

### ❷ 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。

### ❸ 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。

### ❹ 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。

### ❺ 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**