

## コロナ禍の辛いものについての意識調査 カレー人気は右肩上がり

国内最大級の顧客満足度向上プラットフォーム「ファンくる」を運営する株式会社 ROI（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：山口敬人）は、「ファンくる」会員を対象に定期的に消費者の意識調査を実施しています。今回はコロナ禍における辛いものについての意識調査（有効回答数 1,000 名）を 2022 年 3 月 2 日～3 月 6 日に実施しました。



麻婆豆腐やキムチやカレー、辛いものには一定数の根強いファンがいることが弊社の過去の調査でも明らかになっています。ファンくるユーザー5,475 名を対象に「辛いものについて」2018 年に調査したところ、「辛いものが好き」と答えた人は 8 割以上でした。コロナ禍で辛いもの好きな人たちに変化はあるのか、どのような時に消費者は辛いものを食べているのか、再度意識調査を実施しました。

前回の調査から 4 年経ったいまも、辛いものが好きと回答した人は 80%以上で変わらない結果となりました。辛いものを好む理由は「味が好みであること」が最も選択され、次に「刺激が好きだから」と答える方が多くいました。刺激が欲しいときや寒いときに辛いものを欲すると答えています。コロナ禍で辛いものの消費量は変わっていない方がほとんどでしたが、増えたと回答した 8%のほとんどは「コロナでストレスが増えたから」「家でも刺激物を食べたいから」という理由でした。

韓国料理店に足を運んでいるのは20代が多く、若年層における韓国ブームが背景にあるかもしれません。業態問わず、飲食店に辛いもののメニューがあったらうれしいかという設問に対しては82%の方がうれしいと答えており、辛さの度合いなどが選べるようなサービスがあるとさらに飲食店に対して好感を持てるということです。

2018年の調査時では好きな辛い料理の上位は「キムチ・チゲ鍋」や「担々麺・激辛ラーメン」が支持されていましたが、今回の調査では「カレー」が1位となりました。

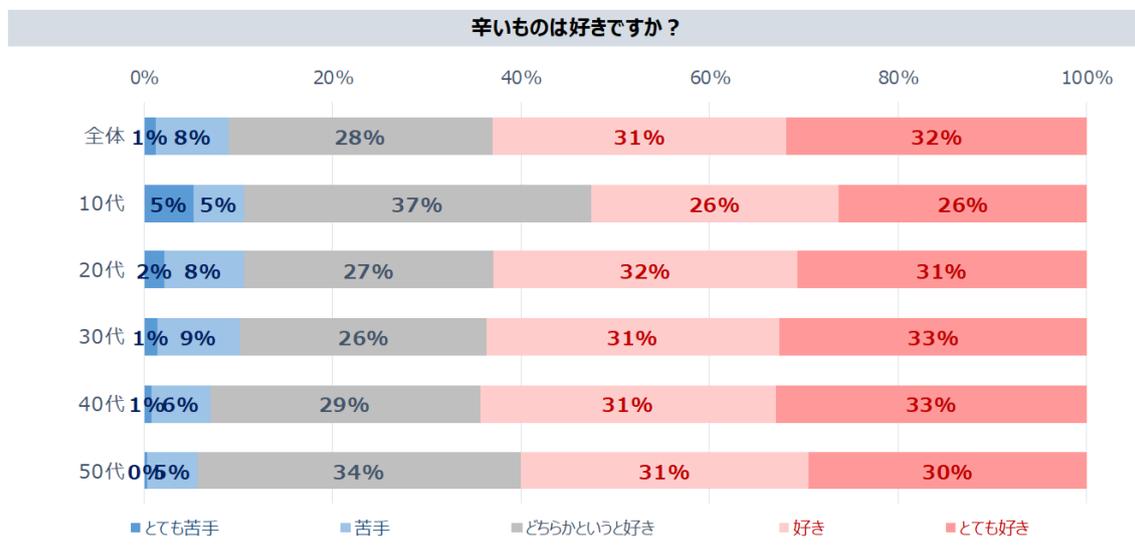
### 【調査結果サマリー】

- 1.辛いものの好きは相変わらず80%以上の支持
- 2.辛いものを好む理由は「味が好みだから」
- 3.辛い物を食べたくなる瞬間は「刺激が欲しいとき」
- 4.辛い物が飲食店にあったらうれしい82%、辛さの度合いが選べたら理想的
- 5.好きな辛いもの第1位はカレーへ変化

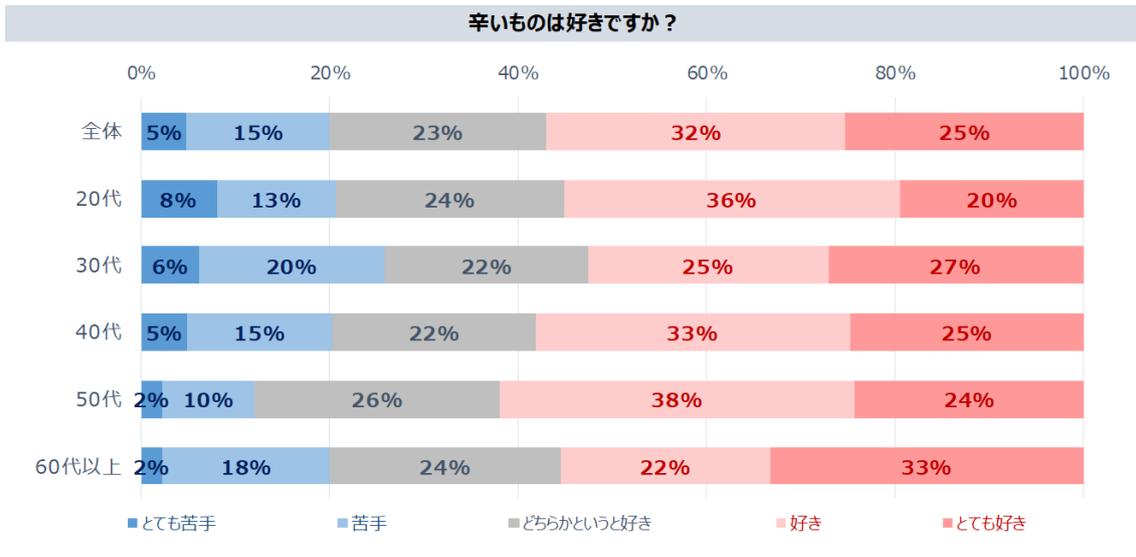
### 【調査結果】

1. 辛いものの好きは相変わらず80%以上の支持あり

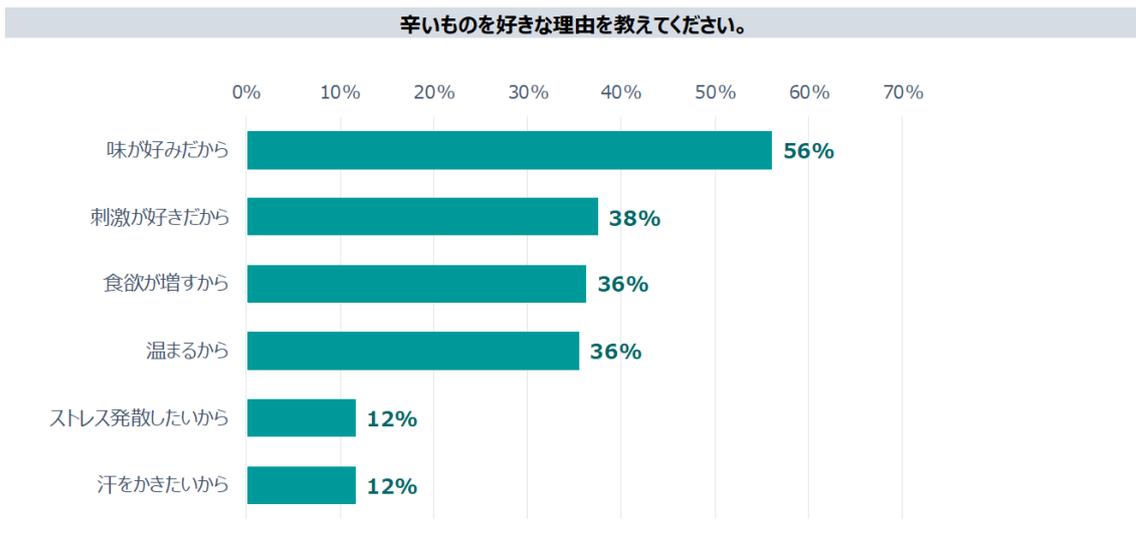
#### 2018年調査



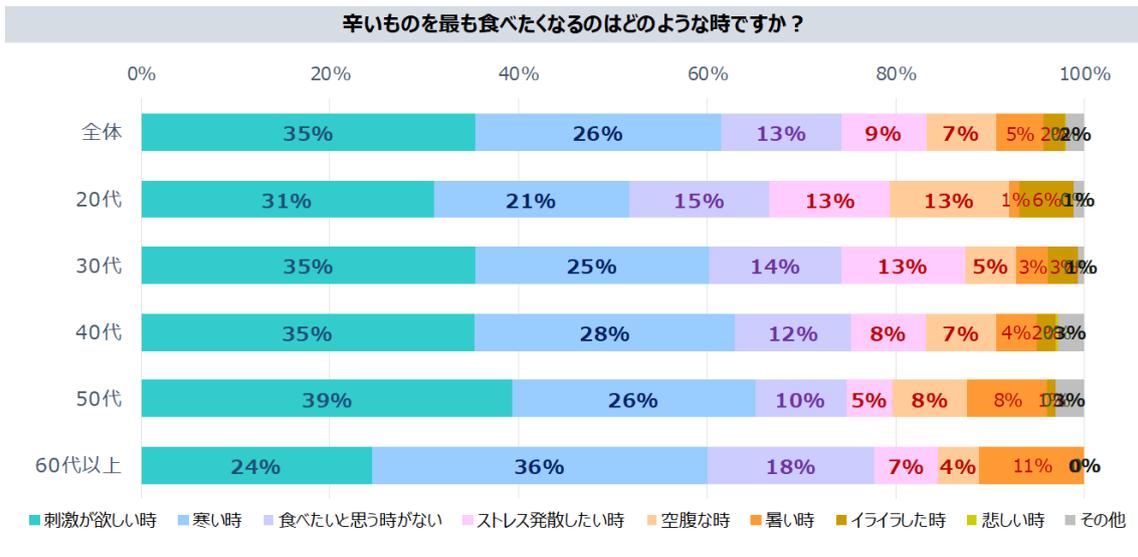
#### 2022年調査



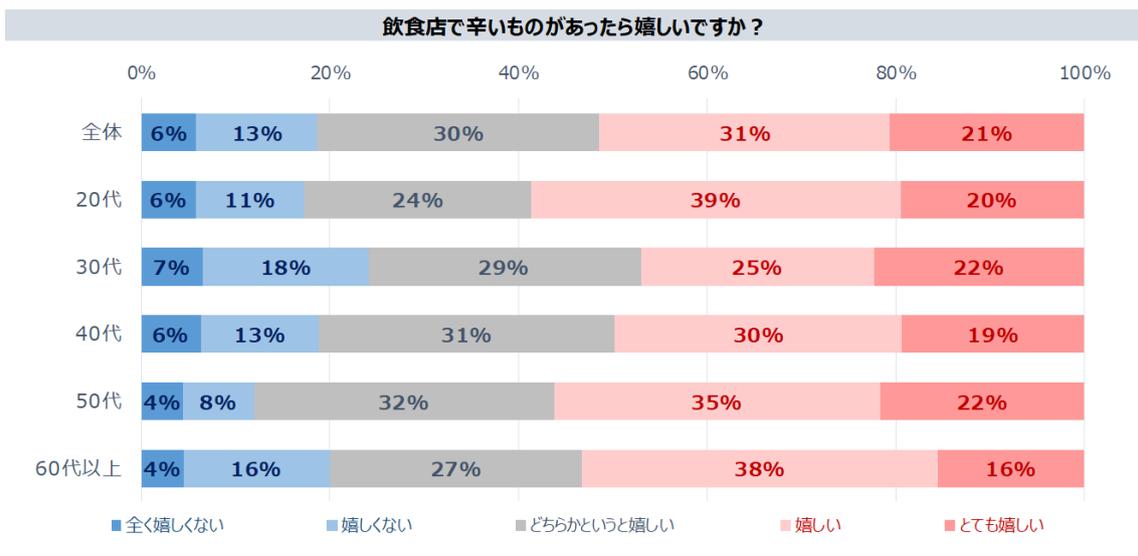
## 2. 辛いものを好む理由は「味が好みだから」



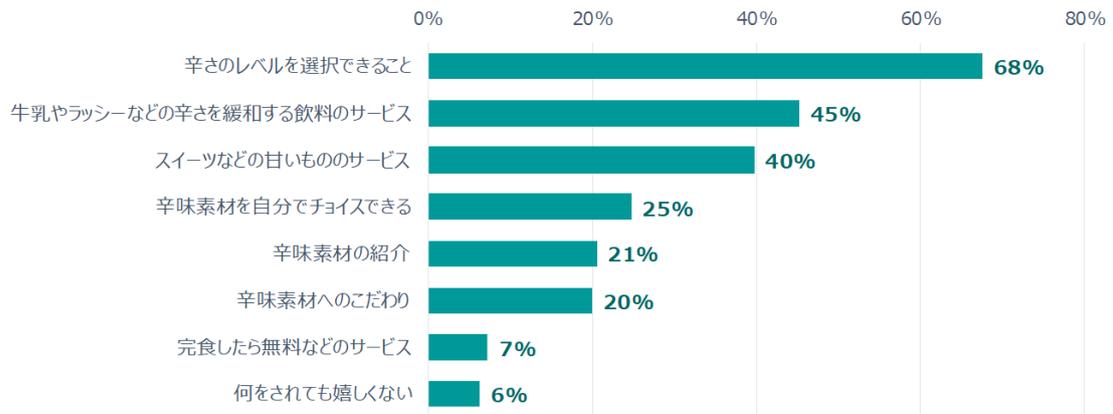
## 3. 辛い物を食べたくなる瞬間は「刺激が欲しいとき」



#### 4.辛い物が飲食店にあったらうれしい 82%、辛さの度合いが選べたら理想的

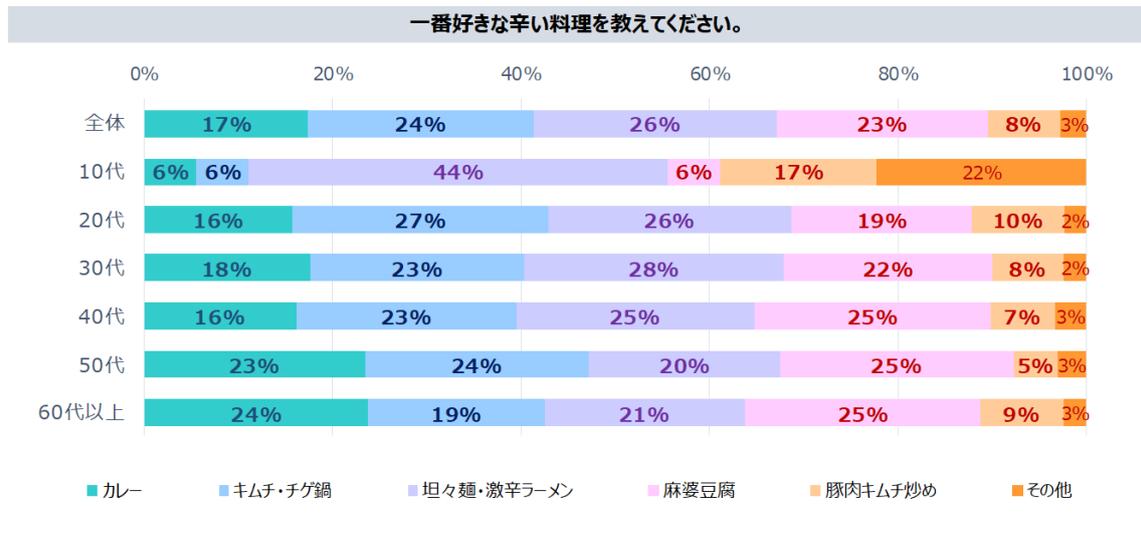


辛い物を提供しているお店であったら嬉しいサービスは何ですか？

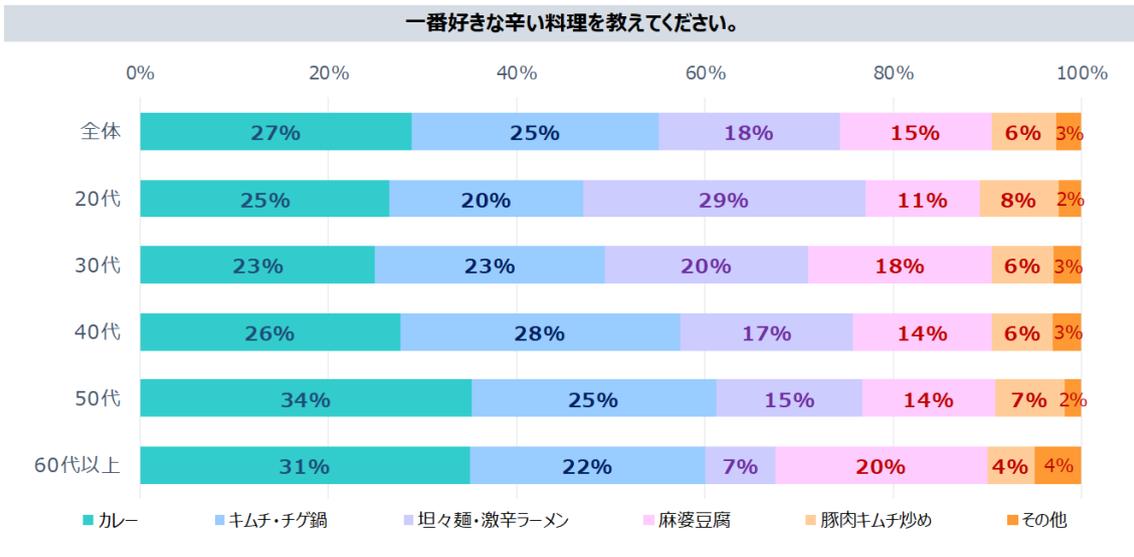


5.好きな辛いもの第1位はカレーへ変化

2018年調査



2022年調査



コロナ禍においても辛いものの人気は変わらず、飲食店にも辛いもののメニューが求められています。辛いものを提供する飲食店において、自分で辛さを選べる、辛さを緩和する飲み物やスイーツもセットで用意して欲しいという消費者の声でした。

2018年では17%支持されていたカレーが27%に人気を伸ばし、「キムチ・チゲ鍋」を抑えて最も人気な辛い料理となりました。弊社が実施した「レトルト食品についての意識調査」(<https://www.j-roi.com/news/research/research-retort21-10.html>)でも、最も購入しているものはカレーであり、人気をうかがうことができます。近年スパイスカレーの人気が右肩上がりであること(<https://r.gnavi.co.jp/g-interview/entry/gohan/5083>)を裏付ける結果にもなりました。

本調査ではこれ以外に、辛いものを食べる手段や韓国料理店の利用頻度など全25問で回答を得て、年代別、性別、職業別、既婚・未婚別に集計しています。

### 【調査概要】

調査方法：インターネット調査

調査対象：一般消費者

回答者：「ファンくる」に登録している全国120万人のユーザー

回答数：1,000名（男性=336／女性=664）

調査時期：2022年3月2日～3月6日

調査項目：コロナ禍における辛いものについての意識調査

設問数：25

※本調査の全結果をご希望の方は、ぜひ当社までご連絡ください。

※本調査結果引用時のお願い

本調査結果の引用時には、以下のご対応をお願い申し上げます。

クレジットに「ファンくる(株式会社 ROI)調べ」と明記してください。

WEB 上で引用いただく際には、「ファンくる」(<https://www.fancrew.jp/>)リンク付与をお願いいたします。

---

### 【ファンくるについて】



累計 3,000 社にご利用いただいている国内最大級の顧客満足度向上プラットフォームです。全国 120 万人の会員様に実際に店舗やご自宅でモニターとなっていただき、その体験と声を収集して精緻に分析し企業様にフィードバックすることで、よりお客様の声を反映したサービスを構築していただけます。

「ファンくる」を導入することでコロナ禍においても売り上げがV字回復している企業・店舗様も多く、これはその企業・店舗様が「ファンくる」によって収集・分析された生活者のリアルな体験と声をサービスに反映させ、リピーターの獲得、ファン作りに成功されているからに他なりません。「ファンくる」は現在、飲食店だけでなく、美容室、食品・飲料メーカーなどの幅広い事業者の方にご利用いただいています。

---

### 【会社概要】

- 会社名：株式会社 ROI
- 代表者：代表取締役社長 山口敬人
- 資本金：1 億円
- 創業：2004 年 8 月 26 日
- 所在地：東京都千代田区岩本町 1-10-5 TMM ビル 4F
- TEL：03-4400-6630
- FAX：03-5809-1468
- URL：<https://www.j-roi.com/>
- 事業内容：モニター調査サービス「ファンくる」(<https://www.fancrew.jp/>)の運営・開発  
顧客満足度向上プラットフォーム「ファンくるクラウド CS」(<https://biz.fancrew.jp/>)の運営・開発

### 【本件に関するお問い合わせ】

- 株式会社 ROI（担当：広報、Email：[pr@j-roi.com](mailto:pr@j-roi.com)）