



辛い物好きの約5人に1人は、コロナ禍で激辛欲がUP！ テイクアウトで食べたい激辛グルメランキング

「ホットペッパーグルメ外食総研」が開催する「トレンド座談会」レポート

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘）の外食市場に関する調査・研究機関「ホットペッパーグルメ外食総研」は、外食のプロフェッショナルを集め、外食トレンドを発表するための「トレンド座談会」を開催しています。6月は「激辛グルメ」についてレポートします。

■アンケート調査結果サマリー

この夏はテイクアウトで気軽に激辛グルメを楽しみたい！

辛い物好きな人はコロナ禍で外出の自粛が続き、刺激を求めて激辛グルメ欲がUPの傾向に。

新型コロナウイルス感染症の流行拡大の影響もあり注目されている‘テイクアウトグルメ’の中でも「ホットペッパーグルメ外食総研」が選んだメニューから食べてみたい激辛メニューを聞くと、テイクアウトにしぼらなかった前回前々回でも「好きな辛い料理ランキング」でそれぞれ1位だった「カレー」「麻婆豆腐」がテイクアウトグルメのランキングでも上位を占める結果に。「テイクアウト激辛」ならではの顔ぶれは3位「スパイシー味の鶏のからあげ」(※)で、最近のからあげブームが後押しして上位に食い込みました。

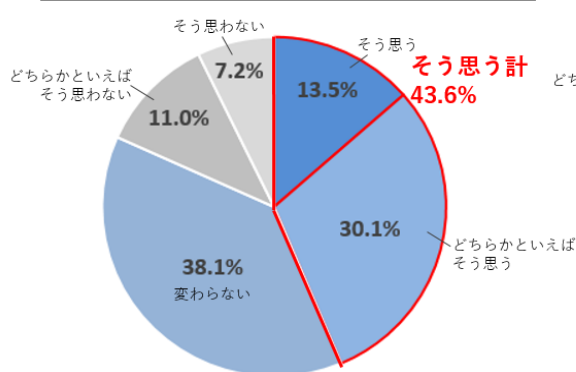
一方、激辛人気にコロナ禍がどう影響しているのかを聞いた質問では、辛い料理が好きな人のうち43.6%がコロナ禍で「刺激を求めるようになった」と回答。さらに、22.2%が「辛い料理を食べたいと思う頻度が増えた」、30.3%が「外食でなくても家で(テイクアウトなどで)辛い物を食べたいと思うようになった」と答えており、この夏はテイクアウトなどを活用しながら激辛好きの人たちがさらに激辛グルメをディープに楽しむ夏になりそうです。 ※2018年、2019年調査では対象外

テイクアウトで食べてみたい「激辛グルメ」ランキング		
順位	メニュー名	票数
1	カレー	387
2	麻婆豆腐	312
3	スパイシー味の鶏のからあげ	291
4	担担麺	271
5	エビチリ	227
6	キムチ鍋	215
7	激辛ラーメン	192
8	ビビン麺	191
8	スンドゥブチゲ	191
10	タコス	187

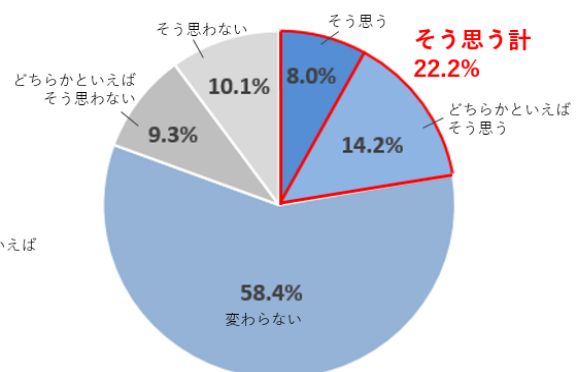
※11位以下は次ページ参照

Q. 新型コロナウイルス感染症の流行以前と比較して、コロナ禍がきっかけとなったあなたの以下の変化についてあてはまるとは思いますか？
(対象：辛い料理が好き、N=635)

■外出の自粛が続き刺激を求めるようになった



■辛い料理を食べたいと思う頻度が増えた



■「ホットペッパーグルメ外食総研」研究員からの解説

激辛グルメが辛い物好きのストレス発散に。王道～新顔のからあげまでテイクアウト激辛が夏を盛り上げ！



「ホットペッパーグルメ外食総研」

上席研究員 有木 真理

3回目になる「激辛グルメ」調査ですが、コロナ禍においては辛い料理が好きな人たちにとって「激辛グルメ」がストレス発散の一つになっていることがうかがえる結果となりました。また、激辛グルメと言えば、外食で楽しむイメージが強いですが、コロナ禍において飲食店がテイクアウトメニューを充実させている中、昨今、専門店なども増えて人気上昇中のメニュー「からあげ」が「テイクアウトでも食べたい激辛ランキング」においても上位に入りました。夏になると毎年話題になる激辛グルメ。今年はテイクアウトメニューも充実し、新しい激辛料理の楽しみ方も登場しそうです。

1

本件に関する
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

2021年6月22日

■アンケート調査結果

・テイクアウトで食べてみたい「激辛グルメ」ランキングは、王道メニュー「カレー」「麻婆豆腐」のほか、「スパイシー味の鶏のからあげ」が初ランクイン。

新型コロナウイルス感染症の流行拡大の影響もあり注目されている‘テイクアウトグルメ’の中で、食べてみたい激辛メニューを聞くと、前回と前々回にトップ2だった「カレー」「麻婆豆腐」が今回も上位を占める結果となり、テイクアウトでも人気のメニューであることが明らかに。「テイクアウト激辛」ならではの顔ぶれは3位「スパイシー味の鶏のからあげ」。最近のからあげブームが後押しして上位に食い込みました。

Q. あなたがテイクアウトで食べたい/食べてみたい辛い料理はなんですか？
 (対象：辛い料理が好き、N=全体：635/男性：316/女性：319、単位：票数、複数回答)

	カレー		麻婆豆腐		スパイシー味の鶏のからあげ		担担麺		エビチリ		キムチ鍋		激辛ラーメン		ビビン麺		スンドゥブチゲ	
全体	1位	387	2位	312	3位	291	4位	271	5位	227	6位	215	7位	192	8位	191	8位	191
男性	1位	213	2位	173	3位	137	4位	130	5位	101	7位	92	6位	94	10位	64	11位	60
女性	1位	174	4位	139	2位	154	3位	141	7位	126	8位	123	11位	98	6位	127	5位	131

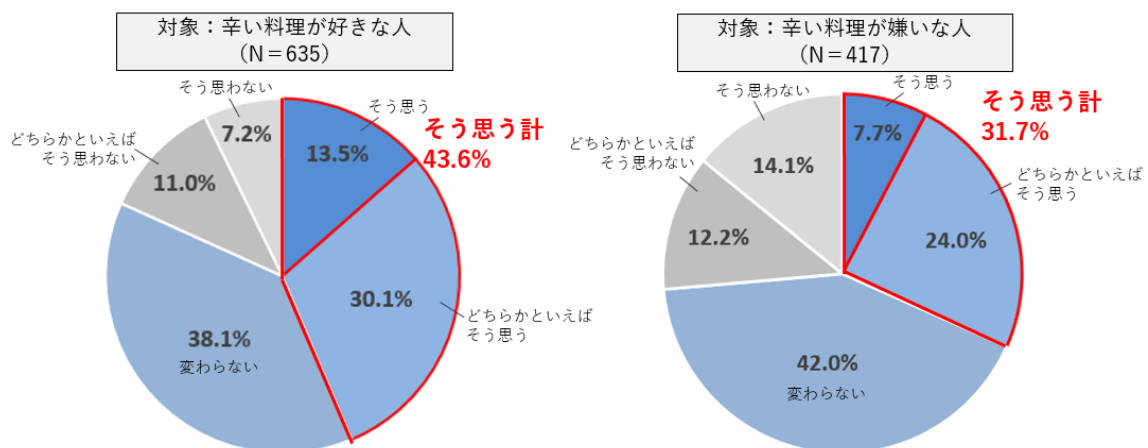
	タコス		パッファローチキン		ヤンニョムチキン		ガバオ		マーラータン		火鍋		トムヤムクン	
全体	10位	187	11位	161	12位	156	13位	152	14位	128	15位	121	16位	117
男性	8位	85	9位	74	15位	42	12位	57	13位	56	14位	47	16位	40
女性	10位	102	13位	87	9位	114	12位	95	16位	72	15位	74	14位	77

・辛い料理が好き人はコロナ禍の外出の自粛によって刺激を求めるように。

「コロナ禍とそれ以前を比較して、外出の自粛が続き刺激を求めるようになったか」と聞くと、「そう思う」と答えた人は、辛い料理が好き人のうち43.6%、嫌いな人は31.7%と、10ポイント以上差が生まれる結果となり、辛い料理が好き人ほど刺激を求める傾向がみられます。

Q. 新型コロナウイルス感染症の流行以前と比較して、コロナ禍がきっかけとなったあなたの以下の変化についてあてはまると思いますか？

■外出の自粛が続き刺激を求めるようになった

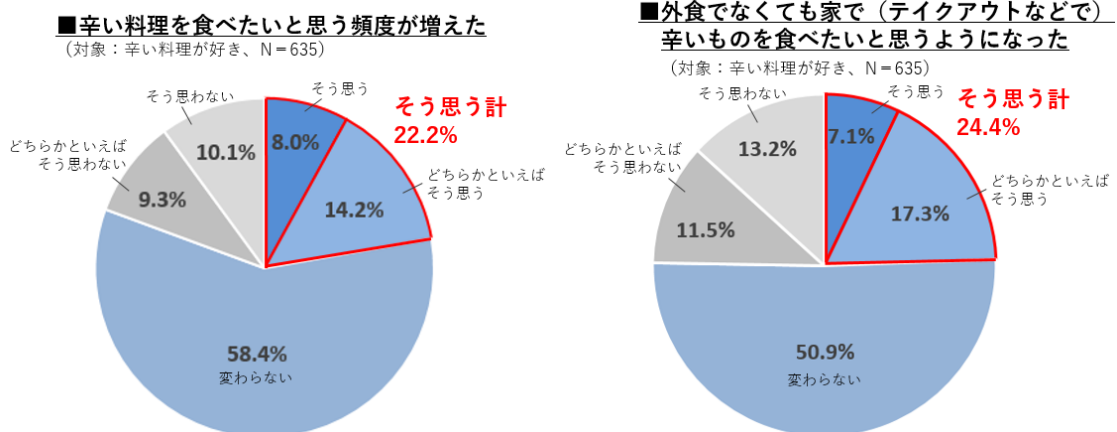


2021年6月22日

・辛い料理が好きな人の約5人に1人はコロナ禍で辛い料理を食べたい頻度UP。
約4人に1人はテイクアウトなどを活用し家でも辛い物を食べたい！

辛い料理が好きな人の22.2%が、コロナ禍とそれ以前を比較して「辛い料理を食べたいと思う頻度が増えた」と答え、また、24.4%が「外食でなくても家で（テイクアウトなどで）辛い物を食べたいと思うようになった」と回答。

Q.新型コロナウイルス感染症の流行以前と比較して、コロナ禍がきっかけとなったあなたの以下の変化についてあてはまると思いますか？



【アンケート調査概要】

- 調査時期：2021年4月30日～2021年5月6日
- 調査方法：インターネットリサーチ
- 調査対象：全国20～50代男女（株式会社マクロミルの登録モニター）
- 有効回答数：1,107件（男性552件、女性555件）

■「ホットペッパーグルメ外食総研」トレンド座談会とは

シーズンごとに“今”はやりの外食トレンドを発表する、リクルートの外食のプロフェッショナル集団による座談会。アンケート調査や、レストランの現場から“生の声”を聞き、「外食のリアル」を語ります。メンバーは、飲食トレンドの数値化・可視化を行う「ホットペッパーグルメ外食総研」の研究者をはじめ、女子トレンド、高級店トレンドなど、さまざまな分野のスペシャリストで構成されます。

リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、メディア&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、約4万5,000人以上の従業員とともに、60を超える国・地域で事業を展開しています。2019年度の売上収益は23,994億円、海外売上比率は約45%になります。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ: <https://recruit-holdings.co.jp/>

リクルート: <https://www.recruit.co.jp/>