



2015年3月5日
株式会社オールアバウト
日本エスニック協会

【オールアバウト、日本エスニック協会共同調査】 「パクチーに関する調査」を発表

～3割以上の女性が、あのクセが強い「パクチー」が好きと回答～
～パクチー好きな「パクチー女子」は、デートのお店も自分で選ぶほど
食のこだわりが強く、毒舌である傾向が強い!?～

総合情報サイト「All About」を運営する株式会社オールアバウト（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長 兼 CEO：江幡 哲也）と、日本エスニック協会（事務局：東京都渋谷区、理事長：西村俊彦）は、1都3県在住でフルタイム勤務の20代後半～30代の女性を対象に、エスニック料理などに多用される「パクチー」に関する調査を共同で実施いたしました。今回の調査では、好き嫌いが分かれる独特の風味を持つ「パクチー」が都内を中心に専門店ができるくらいに好まれているという実態を受け、特にどのような女性の間で好まれているのかを調べました。

調査結果のポイント

■ 36.7%の女性が「パクチー好き」！

「パクチー好き」の半数近くが月に1回以上はパクチーを食べていることが明らかに

■ パクチーを好きになったきっかけは、「外食」

「パクチー好き」の半数が自宅でもパクチーを使って料理をすることが判明
パクチーが家庭にも普及してきているという実態が明らかに

■ パクチーが好きな「パクチー女子」は、

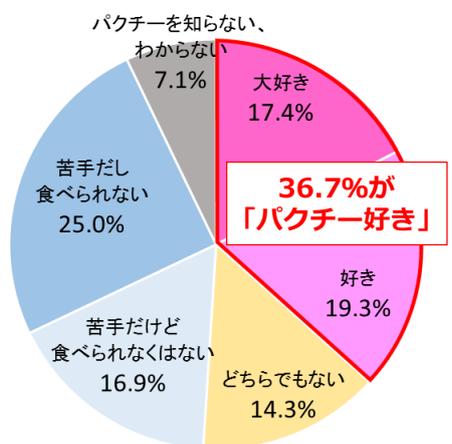
- ・「食」にこだわりあり？デートのお店も自分で選ぶ！
- ・ファッションにも自分なりのこだわりがあり、個性を大切にしている
- ・毒舌で、一人で海外旅行にも行くなど、好奇心や独立心が旺盛

■ 調査概要

- ・ 調査期間 : 2015年2月23日（月）～2月27日（金）
- ・ 調査地域 : 東京都・千葉県・神奈川県・埼玉県
- ・ 有効回答数 : 533件
- ・ 調査方法 : インターネットリサーチ
- ・ 性・年代 : 20代後半～30代の女性
- ・ 職業 : フルタイム勤務（パート・アルバイト除く）

**36.7%の女性が「パクチー好き」！
「パクチー好き」の半数近くが月に1回以上はパクチーを食べていることが明らかに**

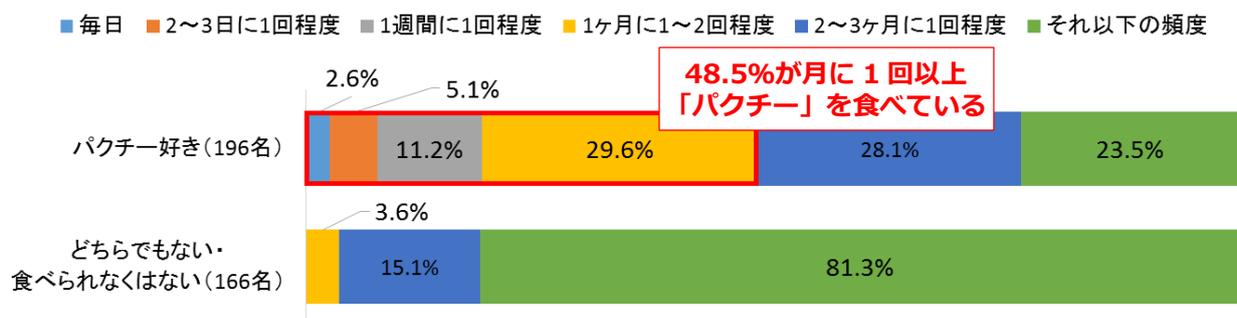
グラフ1: パクチーの好き嫌い(533名)



1都3県在住でフルタイム勤務の20代後半～30代の女性に対し、エスニック料理や中華料理などに多用されるパクチー（香菜、コリアンダー）が好きかどうかを聞いたところ、36.7%が「好き」（大好き+好き）と回答。クセが強く、好き嫌いが分かれるとされるパクチーを、4割近くの女性が好んで食べていることがわかりました（グラフ1）。

さらに、「パクチー好き」な女性と、「どちらでもない/苦手だけど食べられなくはない」女性に対してパクチーを食べる頻度を聞いたところ、「パクチー好き」の女性の48.5%が「月に1回以上」は食べていますが、「どちらでもない/苦手だけど食べられなくはない」女性の81.3%が2～3ヶ月に1回よりも低い頻度であることがわかりました（グラフ2）。

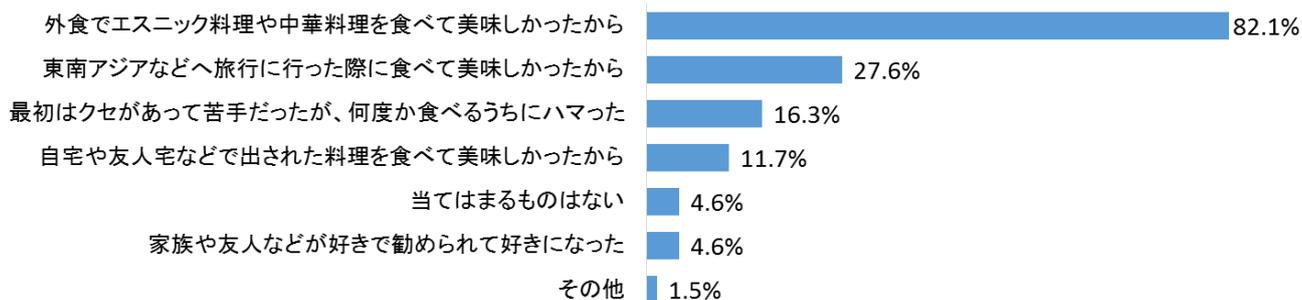
グラフ2: パクチーの喫食頻度



**パクチーを好きになったきっかけは「外食」
「パクチー好き」の半数が自宅でもパクチーを使って料理をすることが判明
パクチーが家庭にも普及してきているという実態が明らかに**

また、「パクチー好き」の女性に対してパクチーを好きになったきっかけを聞いたところ、「外食でエスニック料理や中華料理を食べて美味しかったから」が82.1%と圧倒的に多く、次に「東南アジアなどへ旅行に行った際に食べて美味しかったから」（27.6%）などが挙げられました（グラフ3）。

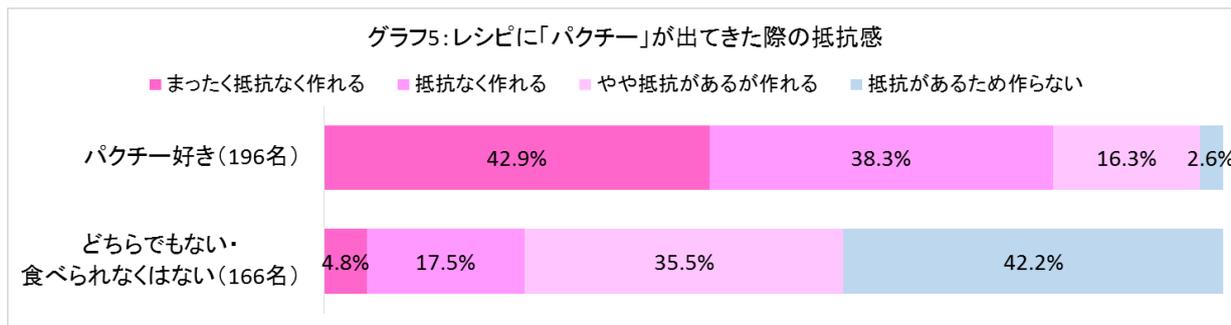
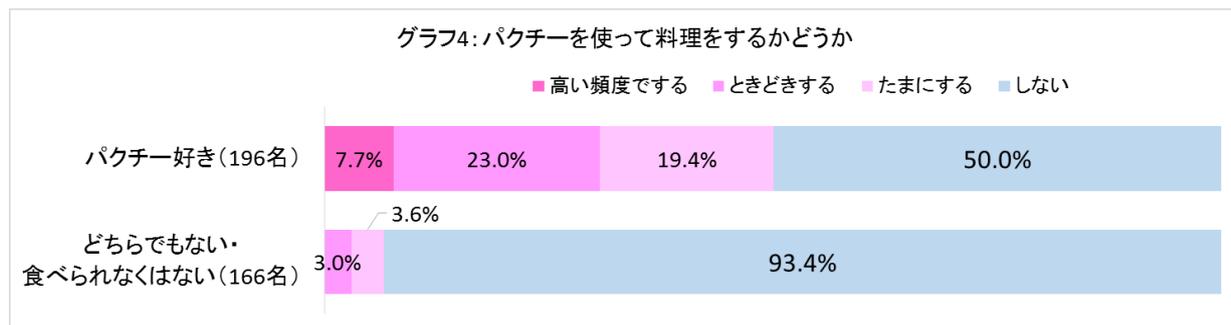
グラフ3: パクチーを好きになったきっかけ(196名)



さらに、「パクチー好き」な女性と「どちらでもない／苦手だけど食べられなくはない」女性に対して、パクチーを使って自分自身で料理をするかどうかを聞いたところ、「パクチー好き」な女性の50%が「する」（高い頻度でする＋ときどきする＋たまにする）と回答しており、「どちらでもない／苦手だけど食べられなくはない」女性よりも40ポイント以上高い結果となりました（グラフ4）。

料理を作る際に材料としてパクチーが出てきた際に抵抗があるかどうかを聞くと

「パクチー好き」な女性の81.2%が「抵抗なく作れる」と回答。「どちらでもない／苦手だけど食べられなくはない」女性よりも58ポイントも高く、「パクチー好き」な女性は外で食べるだけではなく、自宅でもパクチーを使って料理をすることがわかりました。これにより、外食で見かけることが多いように思えるパクチーが、家庭でも普及してきているという実態が明らかになりました。



パクチー好き女子は、

- ・「食」にこだわりあり？デートのお店も自分で選ぶ！
- ・ファッションにも自分なりのこだわりがあり、個性を大切にしている
- ・毒舌で、一人で海外旅行にも行くなど、好奇心や独立心が旺盛

表1: 「食」に対する傾向	パクチー好き (196名)	それ以外 (337名)	差
ここぞというときに行くお店を5店舗程度把握している	53.0%	22.5%	30.5%
日常的に飲食店の情報を収集している	56.1%	27.6%	28.5%
初めての食材や料理にも積極的にチャレンジする	62.7%	35.0%	27.7%
異性との食事デートの時でも自分がお店を選ぶことが多い	56.1%	31.7%	24.4%
よく外食をする	63.2%	43.1%	20.1%
外食をするときのお店を選ぶのは自分であることが多い	70.9%	51.3%	19.6%

パクチーが好きだという女性と、そうではない女性とで何らかの違いがあるのか、「食」「ファッション」「自身の性質」の3点の傾向を探ってみたところ、いくつかの点において大きな差が見られました。

まず、「食」に関する傾向では、「ここぞというときに行くお店を5店舗程度把握している」「日常的に飲食店の情報を収集している」「初めての食材や料理にも積極的にチャレンジする」という点において25ポイント以上の差がみられ、さらに「異性との食事デートの時でも自分がお店を選ぶことが多い」「よく外食をする」「外食をするときのお店を選ぶのは自分であることが多い」については20ポイント前後の差があり、パクチー好き女子は「食」のこだわりが強いことがわかりました（表1）。

表2:「ファッション」に対する傾向	パクチー好き (196名)	それ以外 (337名)	差
ファッションの参考にする雑誌は、「VOGUE」や「SPUR」、「FIGARO」、「GINZA」などが中心である	30.6%	12.8%	17.8%
アクセサリーなどの小物にこだわりがある	50.0%	31.5%	18.5%
個性的と言われることがある	51.5%	34.4%	17.1%

一方で、「ファッション」に関する傾向を見ると、「ファッションの参考にする雑誌は『VOGUE』などが中心である」「アクセサリーなどの小物に

こだわりがある」「個性的と言われることがある」という点において 15 ポイント以上の差があることから、パクチー好き女子は自分のこだわりを追求し、個性を大切にしていることが明らかになりました(表

表3:「自身の性質」に対する傾向	パクチー好き (196名)	それ以外 (337名)	差
一人で海外旅行に行ける	51.0%	27.3%	23.7%
毒舌なほうである	66.8%	54.6%	12.2%
新しいことにどんどんチャレンジしてみたい	78.6%	58.7%	19.9%

2)。さらに「自分自身」の傾向については、「一人で海外旅行に行ける」が 20 ポイント、「毒舌なほうである」「新しいこと

にどんどんチャレンジしてみたい」については 10 ポイント以上の差がみられました(表 3)。



■ All About「恋愛」ガイド 相沢あい氏のコメント

パクチーは外食で出会うことが多い食材。その独特な味ゆえに何度か食べないと好きになりにくいことから、パクチーを好む女性の外食経験が多いことは、納得の結果だといえます。

また、異性との食事デートでも女性がお店を選ぶことを厭わず、「デートプランは男性が立てるべき」というこれまでの固定観念よりも、食への高いアンテナからくる「自分が美味しいと思うものを食べたい」という強い意志が伺えます。

海外にも一人でいけるような強さや毒舌、個性的なファッションは、男性からすれば好き嫌いがはっきりわかれてしまうタイプ。パクチーを好む女性は、まさにパクチーのような特徴を持つといえるでしょう。

私はこの調査結果から「パクチー女子」を導き出し、下記のように定義しました。

- ・場にいると華やぐ(が苦手とする人もいる)
- ・全員に好かれようとは思っていない
- ・スパイシーなアイテムを好む
- ・精神的に大人で進歩的な考え方
- ・恋愛ではあまり依存しない
- ・外食経験が多い

新しいことにどんどんチャレンジできる進歩的なパクチー女子は、話題が豊富ゆえに場を華やがせるような存在。ハマる人にはハマる魅力的で大人な女性像は、次世代の女性のありかたのひとつともいえるのではないだろうか。

恋愛コラムニスト/コミュニケーションアドバイザー。早稲田大学人間科学部出身。高校生の時から執筆活動を開始。2004年にミスインターナショナル日本ファイナリスト選出を機に、芸能活動を始める。現在は、コラム執筆・インタビュー原稿作成などを行うライターや、広告やWEBの制作、レポーターとしても活動中。



■日本エスニック協会アンバサダー／

All About「カレー」ガイド シャンカールノグチ氏のコメント

東南アジアの旅行や世界各国でタイ料理やベトナム料理で食べると、当たり前のように山盛りでパクチーがあります。ベトナムのフォーを食べる時などはドサッとトッピングで麺を食べるのも一苦労なほど盛られています。インド料理で言えば、スパイスと同様にパクチー（コリアンダーリーフ）も料理のスパイスとしてよく使用されています。

なぜそこまでよく使用されるのか。その理由として考えられるのは、パクチーには消化促進作用があるという点です。パクチーを食べると、食後胃腸の働きが良くなるということで、いわば料理の影の立役者なのです。

現地では香りが苦手とか言う人は少なく、当たり前のように食されています。日本人女性は食に関しての探究心は優れていますし、生活の中に取り入れるのが上手なので、ここ最近はパクチーは良いものとして自然と認識されたのではないかと思います。

パクチー好きは今後ますます増えてきて、食べられる回数も増えてくるのでしょう。パクチー好きは好奇心旺盛で「食」に対して積極的な女性が多いことが今回この調査結果でわかったことは私も嬉しいですし、収穫です。今後もパクチーを食べ、生活を豊かにして行ってほしいです。私もパクチーを多用したカレーレシピを開発していきたいと思っています。

「東京カリ〜番長」の貿易主任、「東京スパイス番長」のメンバー。カレーに関するイベントの主宰やメディア出演を通じてカレーの魅力を発信し続けている。また、本業ではインドアメリカン貿易商会の3代目として、インド国内の市場を巡りつつインド食品の輸入、開発と販売を手がける。

■オールアバウトについて URL : <http://corp.allabout.co.jp/>

株式会社オールアバウトが運営するAll Aboutは、約1,300のテーマごとに、専門の知識や経験を持った人＝「ガイド」が、その分野に関する情報を提供する総合情報サイトです。2001年2月15日のサイトオープン以来、順調にユーザ数を伸ばし、月間総利用者数は約3,170万人（2014年5月実績、スマートフォン、モバイル含む）となっています。

■日本エスニック協会について URL : <http://ethnic-as.net/>

2014年10月に日本国内においてエスニック文化や食の普及活動を行っているメンバーを中心に結成された団体。エスニック文化や食の魅力を普及させるとともに、日本の伝統的な料理とエスニック文化が融合した新しい食文化「エスニック×日本」を通じた地域活性や、企業・自治体とコラボレートした商品開発・プロデュースなど、様々な文化創造をすることをめざしています。

本件に関する報道機関からのお問い合わせ先：

株式会社オールアバウト 広報担当 及び

日本エスニック協会 広報事務局 ：大竹・大貫

TEL : 03-6362-1359 FAX : 03-6682-4229E-mail : pr@staff.allabout.co.jp