



# 日本の食文化を後世に遺す「今年の一皿」 2014年は「ジビエ料理」に決定！

- 「今年の一皿」サイト <http://gri.gnavi.co.jp/dishoftheyear/>
- ぐるなび総研 <http://gri.gnavi.co.jp/>

食を主要テーマに様々な調査・研究を行い、その成果や提言を広く発信する株式会社ぐるなび総研（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：滝久雄 以下、ぐるなび総研）は、2014年12月4日に今年の日本の世相を映し出し象徴する「食」を『2014年 今年の一皿』として発表します。優れた日本の食文化を人々の共通の遺産として記憶に遺し、保存するために、今後毎年行なっていきます。

この『2014年 今年の一皿』は、2014年に流行または話題となったことに加え、2014年の社会の動きと関係が深く、世相を反映しており、さらに食文化の記録として後世に受け継ぐ価値があることを基準に選定しています。株式会社ぐるなびが運営する飲食店情報サイト「ぐるなび」の月間4,200万人のユニークユーザーと、1,247万人のぐるなび会員のアンケート調査（有効回答数約1万2千件）から、今年話題となった食を複数選出し、そこから、メディア関係者（※）の審査を経て、ぐるなび総研が最終決定しました。

選定した3つは、古くから日本人に親しまれ、日本の食文化に欠かせないものでありながら、2014年を大きな節目に時流に合わせ変化を遂げる中で、消費者に高い支持を得ている点が決定のポイントとなりました。

## 今年の一皿

2014年の世相を反映し、優れた日本の食文化として人々の記憶に遺すべき「食」

## 「ジビエ料理」

【選定理由】

1. 農林水産省が6次産業化を推進する一環として、国産ジビエ（シカ、イノシシなど食用に供する野生鳥獣）の利用促進のための情報発信と資源の有効活用に向けた取組みを展開する中、今年になって、厚生労働省がそれらの狩猟から消費に至るまでの各工程において、安全性確保のための取組みに関する「野生鳥獣肉の衛生管理に関する指針」を作成したことで、ジビエ料理の提供が日本でも本格化した。
2. コンビニエンスストアやファーストフードなどの大きな流通チャネルでもシカなどが食材として使用され、急速に一般消費者の間に浸透した「ジビエ元年」。今後、更に普及してゆくであろうことを考え、新たな日本の食文化の誕生として選定。



## 今年の食流

2014年に世間で大きな話題となった代表的な食の流行

# 「高級かき氷」

【選定理由】

1. 昨年12月に和食がユネスコの無形文化遺産に登録され、日本の食文化の素晴らしさが見直される中、夏の暑さをしのぐ風物詩であるかき氷にもクリエイティブで独創的な発想が取り入れられた。生の果実、天然素材のシロップ、また、リキュール類を使用し、洋菓子の要素を取り入れるなど、高級感とともにバリエーションの豊かさが目立った。
2. 景気回復基調もあって、一般的に量より質が求められるようになった。高級な食にも興味を持たれ、積極的に試された社会的背景により、一杯千円以上のかき氷にも行列ができた。
3. 日本の冬の自然の中で作られる「天然氷」を使用したかき氷にも注目が集まり、古くから伝わる職人の技と文化が世間に知られた意義の大きさもあわせて選定。

## 今年の食材

2014年に大きな注目を集め、食文化に新たな価値観をもたらすきっかけとなった食材

# 「うなぎ」

【選定理由】

1. ニホンウナギの養殖用稚魚の乱獲と不漁などの理由から、食材としてのうなぎが庶民の手に届きにくくなったことで、逆にその食文化の素晴らしさが見直されるきっかけになった。
2. “持続可能な成長”が世界的なキーワードになっている中、希少資源であるニホンウナギが絶滅危惧種に指定された節目の年。乱獲を止める、ハレの日などに感謝をしていただくなど、この素晴らしい食文化を先の世代まで守り発展させたいという思いを込めて選定。

株式会社ぐるなびでは、ビッグデータと食の研究・教育を通じて、食文化の発展へ寄与することを目指しています。ぐるなび総研では、「今年の一皿」をその啓発活動と位置づけ、日本のみならず世界へ向けて発信することで、優れた日本の食文化のさらなる発展に貢献できればと願っております。

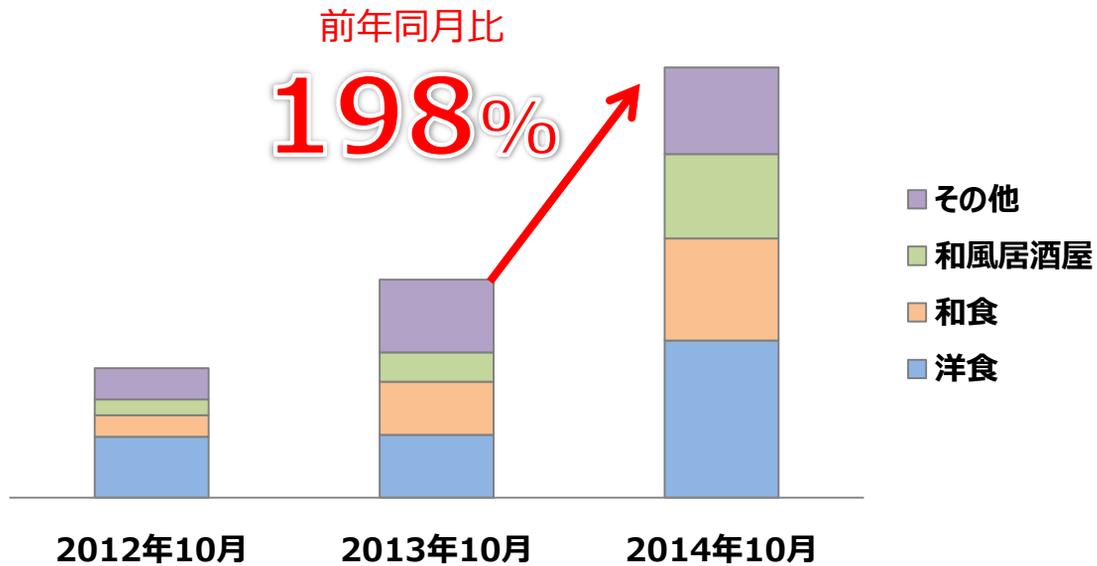
※ 朝日新聞 文化くらし報道部、毎日新聞 社会部、読売新聞 生活部、日本経済新聞 企業報道部、産経新聞 文化部、共同通信 文化部、日本外食新聞（順不同）

<本件に関するお問い合わせ>

株式会社ぐるなび 広報グループ TEL:03-3500-9700 pr@gnavi.co.jp

## 「ジビエ」掲載店舗数

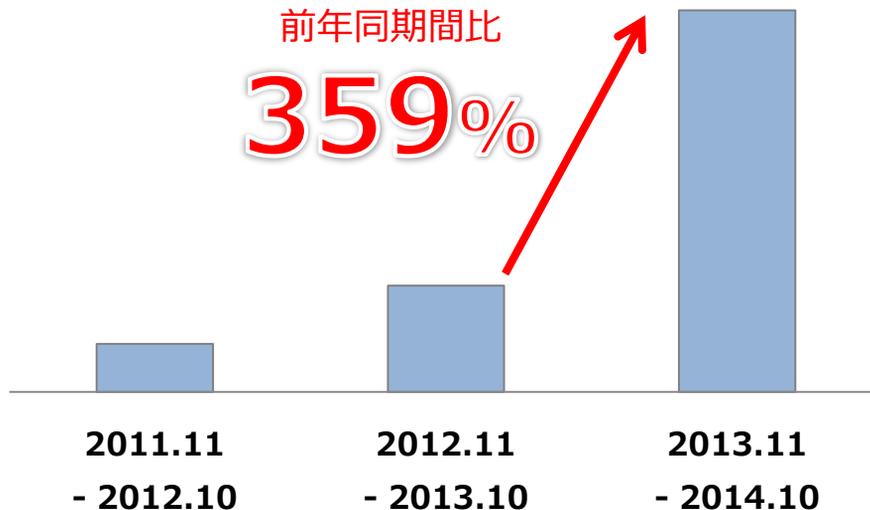
店舗ページ内のPR文、またはメニューに「ジビエ」という単語が含まれる店舗数の推移



業態が「洋食」の店舗だけでなく、「和食」や「和風居酒屋」においても、ジビエを取り扱う店舗が急増した。

## 「ジビエ」検索数

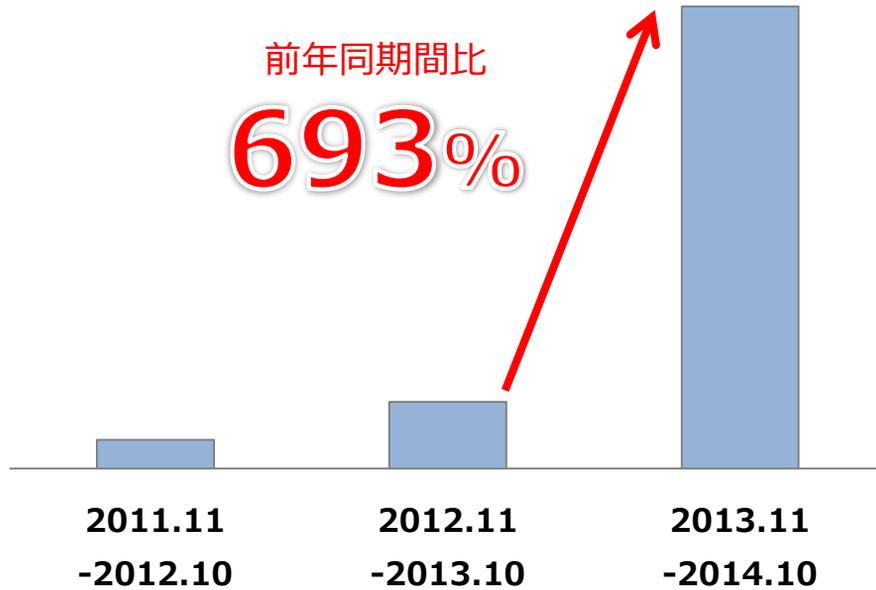
ぐるなびサイト内で「ジビエ」を含むキーワードで検索された回数の推移



厚生労働省が「野生鳥獣肉の衛生管理に関する指針」を作成し、ジビエの食用が日本でも本格的に開始されたことを受けて、検索数も急増したことが伺える。

## 「かき氷」検索数

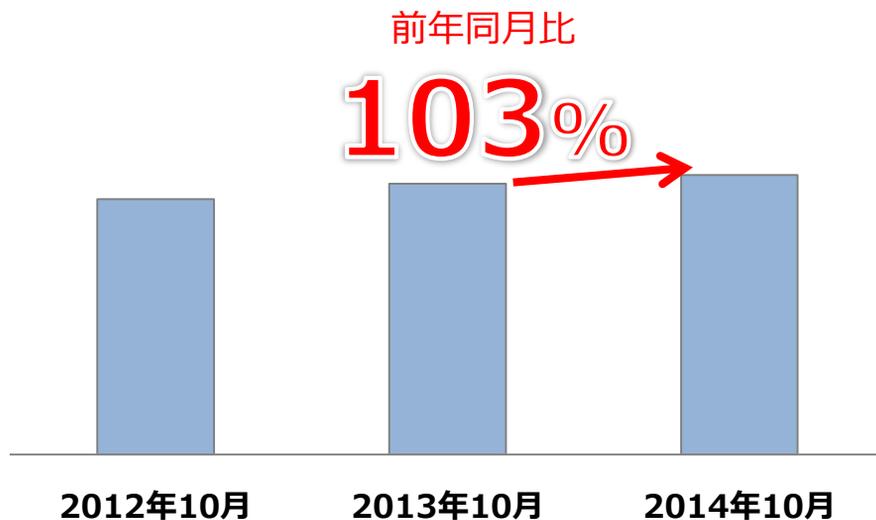
ぐるなびサイト内で「かき氷」「カキ氷」「かきごおり」を含むキーワードで検索された回数の推移



「かき氷自体が目的の来店」という、かき氷を食べるためにぐるなびでお店を探すといった新しい消費行動の傾向がみられた。

## 「うなぎ」業態店舗数

店舗が入力する業態項目に「うなぎ」という単語が含まれる店舗数の推移



うなぎ価格の高騰が話題になったが、うなぎを提供する店舗はむしろ微増。外食においては生活者の“うなぎ離れ”はあまり起きていないと見られる。