

日本の食文化を後世に遺す「今年の一皿®」 2018年は「鯖(さば)」に決定！

■「今年の一皿」公式サイト <https://gri.gnavi.co.jp/dishoftheyear/>

食を主要テーマにさまざまな調査・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、今年の世界の世相を反映し象徴する食として、2018年「今年の一皿」に「鯖（さば）」を発表しました。

2018年「今年の一皿」 「鯖（さば）」



【選定理由】

・鯖缶の注目により、魚食文化の良さを再認識

多くの災害に見舞われた一年であり、防災意識の高まりから、缶詰や乾物、フリーズドライなど「非常食」を備蓄することの重要性にも気づかされた。

中でも「鯖缶」は、魚の下処理が不要なため利便性が高いうえに、鯖はEPA（エイコサペンタエン酸）、DHA（ドコサヘキサエン酸）などの必須脂肪酸を多く含み健康効果も期待できることから、その価値が改めて広く認知された。特に、従来のイメージをくつがえす洗練されたデザインの「おしゃれ鯖缶」や原料にこだわった「プレミアム鯖缶」は女性たちの注目も集めた。

家庭料理にもアレンジして取り入れられたことで、人々に鯖の美味しさ、日本の魚食文化の素晴らしさを再認識させるきっかけを作ると同時に、一時は店頭から姿を消すほどの社会現象を巻き起こした。

・ブランド鯖の認知向上と、外食での普及拡大への期待

日本各地には約20種類の「ブランド鯖」があり、各地域で鯖を活用した町おこしの活動が盛んになっている。さまざまな特徴をもつ「ブランド鯖」の価値・魅力が、その土地の文化と共に国内外へ広く発信されること、また外食でのさらなる普及拡大が期待される。

・持続可能な漁業の推進と、魚食文化の振興

2014年に太平洋クロマグロ、ニホンウナギが相次いで絶滅危惧種に指定されたことを受け、持続可能な水産資源の活用について関心が高まる中、今年は83年間にわたり日本の食文化を支えてきた築地市場が豊洲へ移転したこともあり、次の時代にむけて日本の魚食文化を考える節目の年となった。

鯖の漁獲量は年間約50万 t ※であり、現時点においては比較的潤沢な資源であるといえるが、この先も持続可能な漁業の推進とともに、日本の魚食文化が振興していくことが求められている。

※農林水産省「海面漁業生産統計調査」平成29年 年計結果より



準大賞

「しびれ料理」

中国原産の花椒（ホアジャオ）を使用することで、食べた後に口内で新鮮な刺激を感じる料理の総称。



【選定理由】

- 6年連続して訪日外国人客数が過去最多を記録する中、日本人がこれまで以上に各国の多様な文化を理解し、その良さを受け入れることで自国の食文化も大きく進化を遂げた。中でも、本場中国四川省の味に近い麻婆豆腐、担担麺などの普及により、「花椒」の新しい味覚、刺激に魅了される人々が増えた。
- 猛暑も後押しして、飲食店情報サイト「ぐるなび」に掲載されている飲食店で「花椒」をメニューに登録している店舗数は昨年対比約2倍に上昇し、花椒を使用した料理を楽しむ「マー活」※や「しび活」という言葉が生まれるなど、盛り上がりを見せた。

※中国語で「しびれる」は“麻（マー）”と表現する。

ミネート

「高級食パン」

原料の質や産地にこだわり、職人達が独自の製法で焼き上げる
高品質・高価格な食パン。

【選定理由】

- 従来の「トーストして食べる」という概念を覆し、そのまま食べる「食パン」が人気を集めた。厳選された素材と独自の製法で焼き上げられた逸品は、日常の中で贅沢を味わいたい人々に広く支持され、専門店には連日長蛇の列ができた。



ミネート

「国産レモン」

生産量第1位の広島県をはじめとし、愛媛県など、西日本を中心に栽培されている。

【選定理由】

- ここ数年のレモンサワーのブームから、栽培方法によっては皮ごと使用できる「国産レモン」に注目が集まった。また、それらを使用した菓子なども多く商品化され、その存在も広く認知されてきている。



【「今年の一皿」の選定について】

「今年の一皿」は、優れた日本の食文化を人々の共通の遺産として記録に残し、保護・継承するために2014年に開始し、今回で5回目となります。株式会社ぐるなび（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：久保証一郎 以下、ぐるなび）は、飲食店情報サイト「ぐるなび」の総掲載店舗約50万店、詳細情報掲載店舗15万1,000店が発信する一次情報と、1,643万人のぐるなび会員、6,500万人のユニークユーザーの閲覧履歴や行動履歴などを掛け合わせて分析したビッグデータを保有しています。2018年「今年の一皿」では、そのビッグデータから、検索数や上昇率などの一定条件を満たした40ワードを抽出。それらを選択肢として、ぐるなび会員を対象にアンケートを実施し、30ワードを抽出。さらにメディア関係者※による審査の得票数を加味し、4つのノミネートワードを選定。その中から、①その年に流行または話題になったこと、②その年の社会の動きと関係が深く世相を反映していること、③食文化の記録として後世に受け継ぐ価値があることの3つの条件を満たしていることを「今年の一皿」実行委員会にて確認して、「鯖（さば）」を2018年「今年の一皿」として承認・決定しました。

ぐるなび総研は「今年の一皿」の発表を通して、日本の優れた食文化を国内外へ発信するとともに、そのさらなる発展へ貢献できることを願っています。ぐるなびは、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。

※メディア関係者の詳細は4ページをご参考ください。

■審査フロー



■2018年「今年の一皿」開催概要

主催：株式会社ぐるなび総研、「今年の一皿」実行委員会
共催：株式会社ぐるなび
後援：農林水産省、文化庁、国土交通省観光庁、日本政府観光局（JNTO）



「今年の一皿」は、beyond2020
プログラム認証事業です。

【2018年の世相について】

●6年連続して訪日外国人客数が過去最多を記録

多様な国家の違いを理解し受け入れることで、日本の食文化にも大きな影響がありました。かつてはあまり馴染みのなかった各国の地方料理、鮮烈な香辛料を使用した料理なども話題となり広く普及しました。

●地震、台風、豪雨など多くの災害が発生

自然の脅威を感じるとともに、人間は自然と共生しており、その恩恵を受けていることもあらためて認識しました。

●築地市場が豊洲へ移転

83年間にわたり日本の食文化を支えてきた築地市場の移転は大きな注目を集め、今後の日本の食文化を考える節目となりました。

日本の食文化は、これまで多様な食文化の良さを受け入れながら進化してきました。次の時代に向けて、よりいっそう自然環境への配慮と、持続可能な資源管理も考えながらその食文化を育てていく必要があることに気づかされた1年でした。

【ロゴマークについて】

「今年の一皿」ロゴマークを新設。



今年の一皿

漢字の「皿」をシンプルにロゴ化し、上部のカーブは、その象形文字から採用。左右対称の安定した形状は、信頼性、公平性を示し、全体のフォルムはトロフィー・演壇など「表彰」をイメージしました。また、赤を基調とすることで「日本」や「お祝い」を表現しています。





【審査協力】 75社 122媒体 156名

朝日新聞 経済部/事業開発部/社会部/文化くらし報道部、毎日新聞 生活報道部/科学環境部/西部本社、読売新聞 生活部/経済部、日本経済新聞、産経新聞 文化部/大阪本社経済部、日経産業新聞、日経MJ、東京新聞、埼玉新聞、静岡新聞、京都新聞、山陽新聞、南日本新聞、デイリースポーツ、共同通信 文化部/経済部、時事通信、NHKエデュケーショナル きょうの料理、日本テレビ<NTV> 報道局、テレビ朝日<EX> ワイド!スクランブル、TBSテレビ<TBS> 報道局、テレビ東京<TX> 昼めし旅/ワールドビジネスサテライト、フジテレビ<CX> 報道局/めざましテレビ/ノンストップ!、読売テレビ放送<YTV> 報道局、毎日放送<MBS> VOICE、関西テレビ放送<KTV> 報道ランナー、北海道テレビ放送<HTB>、岡山放送<OHK> なんしょん?、愛媛朝日テレビ<eat>、福岡放送<FBS> バリはやッ! Z I P、AERA、男の隠れ家、財界、週刊ダイヤモンド、GetNavi、DIME、日経トレンド、女性自身、with、日経WOMAN、ESSE、オレンジページ、サンキュ!、Hanako、エル・グルメ、CAFERES、近代食堂、月刊食堂、月刊専門料理、料理王国、料理通信、日経ヘルス、日本農業新聞、外食レストラン新聞、旬刊旅行新聞、シティリビング東京版、デジタル毎日、OTEKOMACHI、ニッカンスポーツ・コム(日刊スポーツ)、西日本新聞WEB、日刊SPA!/女子SPA!、GQ JAPAN、ananweb、クロワッサンオンライン、ESSE online、レタスクラブニュース、ウォーカープラス、アスキーグルメ、マイナビニュース、フリーランス ほか (記載順は、日本パブリックリレーションズ協会「広報マスコミハンドブック (PR手帳) 2018」参考)

参考資料

<過去の発表>

2017年「鶏むね肉料理」



- ✓ 高たんぱく・低脂肪のむね肉に注目
- ✓ 抗疲労効果のイミダゾールジペプチド
- ✓ むね肉を主役としたサラダ需要

2016年「パクチー料理」



- ✓ 薬味としてのパクチーから「主役」へ
- ✓ パクチーストの登場
- ✓ 国産パクチー

2015年「おにぎらず」



- ✓ 米の可能性を広げた
- ✓ ブランド米

2014年「ジビエ料理」



- ✓ 厚労省「野生鳥獣肉の衛生管理に関する指針」
- ✓ コンビニやファーストフードでもシカ肉

<本件に関する報道機関からのお問い合わせ先>

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