

## 産直アウルユーザーが選ぶ今年の漢字は『高』 「値上げのオンパレード。考えながら購入した1年」 1年間で食卓へ繋いだ食材は約17万点。2023年を振り返る

農林畜水産物の産直サービス「産直アウル」（運営：レッドホースコーポレーション株式会社）は、登録生産者を対象に2023年を振り返る今年の漢字を調査しましたのでその結果を発表します。



### ・ユーザーが選ぶ今年の漢字 TOP3 を発表！

産直アウルユーザー278名が選ぶアンケート調査の結果、「今年の漢字」として選ばれたのは以下の通りとなりました。

- 1位『高』
- 2位『旬』
- 3位『楽』（楽しい）

### ■ 1位は『高』。「値上げのオンパレード。考えながら購入した1年」

ユーザーの回答で最も票を集めた今年の漢字は『高』となりました。『高』を選んだ背景には、今年を象徴すると言っても過言ではない“物価高”が影響しています。実際にユーザーからは「値上げのオンパレードだった」、「物価高で、食費が増えたから」といった理由が聞かれました。

また、「昨年より野菜や果物の値段が高くて、すぐには購入できない。普段買っている所は気候のせい毎年買っている品より質が悪かったため、考えて産直アウルで購入しました。」という声もあり、同じ高い値段だからこそ質の良いものを求める傾向にも繋がったと考えられます。

### ■ 厳しい世相を表す単語が上がる中、2位、3位には『旬』『楽（楽しい）』がランクイン

物価高という厳しい世相を表す漢字が1位に選ばれる中、2位、3位には『旬』や『楽』といった食を楽しむ声にも多くの票が集まりました。

2位の『旬』と回答したユーザーからは、「少しお金がかかっても旬の食品をいっぱい食べると決めていた。」「旬

の食材を意識して購入し、農家さんからの恵を楽しませてもらったから」といった声が聞かれました。

3位の『楽（楽しい）』と回答したユーザーからは、「家族や友人との楽しい食事の機会が多かった。」や「ほんとに美味しい食材に出会って、食べる事を楽しむという出会いをする事が出来たから」といった声もあり、食そのものや大切な方と食を囲む時間の楽しさを実感した1年になったようです。



旬の食材を意識して購入し、農家さんからの恵を楽しませてもらったから

産直アウルユーザー



家族や友人との楽しい食事の機会が多かった。

産直アウルユーザー

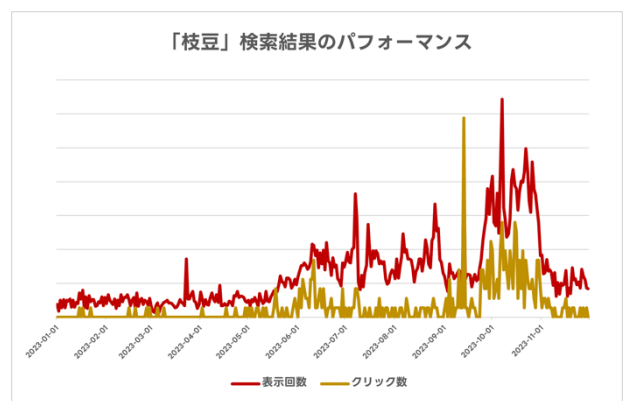
## ・産直アウルを通して振り返る『旬』『楽』を象徴する出来事

### ● なぜ10月の枝豆が人気？ 注文件数のピークが一般的な旬をずれた10月に

今回『旬』を象徴する食材の一つとして注目したのは「枝豆」です。今年の「枝豆」ジャンルの注文件数のピークは、枝豆の収穫のピークとなる夏ごろではなく10月となっており、産直アウルへの流入データを見ても「枝豆」の検索数のピークは10月ごろとなっていました。

この10月のピークの背景には、収穫時期が1か月あまりしかない貴重な枝豆「黒枝豆」があると考えられます。産直アウルの今年の10月1ヶ月間の枝豆の注文件数を見てみると、枝豆ジャンル全体の注文件数のうち約68%が「黒枝豆」を含む商品でした。

さらに、黒枝豆の注文件数は昨対209%となっており、旬の食材に対するユーザーの関心度が高まっていることがわかります。



### ● コロナ禍に注目された梅しごとブームに浸透の兆し。梅の注文件数は昨対比129.3%

『楽』を象徴する食材には「青梅」が挙げられます。青梅の注文件数は昨対比で129.3%の増加となりました。和歌山県の生産者によると、「青梅自体は例年と変わらず実成りが良かった印象です。全体として売上が伸びた理由はコロナ禍による宅飲み需要により、自宅で梅酒などを作って家族と楽しむことが定着したことが一因」と言います。また、別の生産者からは「コロナを経て梅干しや梅酒などを自分で作りたいとの相談が増えた気がする。最近では特に若い方から梅酒を作りたいとの相談が増えた」との見解もあり、世代を問わず梅しごとが浸透してきていることが分かります。産直アウル内のレビュー機能「ごちレポ」でも「今年初めての梅しごとで購入しました!」との投稿も目立ちました。



初めて梅シロップを自分で作ろうと購入しました。アドバイザーいただきセットした所、多く作ることができ両親にプレゼントしました。

産直アウルユーザー



とってもきれいな青梅が届きました。今年はすべて梅シロップにして家族や友人に配ろうと思います。おまけもしていただいたので急ぎょ梅酒も作ることにしました!

産直アウルユーザー

## ・その他、今年特に話題となった食材の産直アウルでの動き

### ● 今年は”手が届いた”シャインマスカット、注文件数はおよそ1.4倍

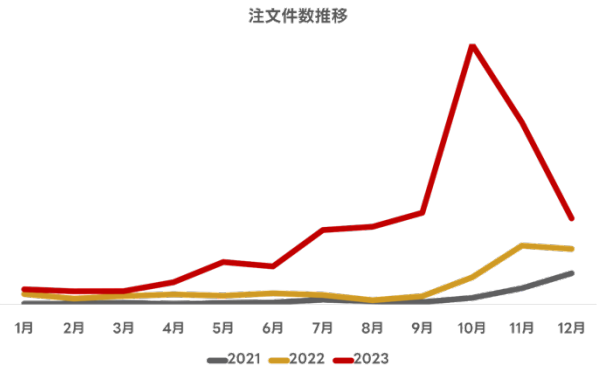
産直アウルでも年々注文数が増えるほど人気の果物である「シャインマスカット」ですが、今年の注文件数は昨年比に比べ約1.4倍の増加となりました。

9月のユーザー流入データを見ると「シャインマスカット」の検索が最も多く、シャインマスカットを中心に”ぶどうカテゴリー”の注文件数が増えていたことがわかります。シャインマスカットを栽培している山形県の生産者からは

「中国の輸入禁止に伴い、市場にあふれたことがきっかけで市場価格が下がった」との声も上がっており、例年に比べ安価で購入できるというニュースが連日報道されていたことが注文件数増加の要因の一つと考えられます。産直アウルでは「シャインマスカット」を含む商品の単価は昨年と比較して大きな変化はみられなかったものの、9月の注文件数ピーク時には1,000～2,000円台の商品が最も購入されていました。

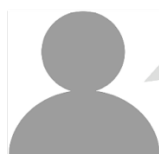
## ● オオズワイガニ報道により産直 EC でも購入増、九州からの注文も

テレビなどでも多く取り上げられた「オオズワイガニ」の影響で、「カニ」は今年多く買われた魚介類第2位にランクインしました。産直アウルでは例年11月頃に人気が高まるカニですが、今年は6月から注文件数が増え続け10月にピークを迎えました。今年1年間の産直アウルの流入データを見ても、上位に「オオズワイガニ」がランクインし、購入者のレビューの間でも「ニュースで話題になっていたので購入してみました」といった投稿が多くありました。中には九州などの、新鮮なおオズワイガニが手に入りにくい地域からのネット注文も確認されました。



5月頃、ニュース等で話題になっていたえりも漁港のおオズワイガニ。早速噴火湾鮮魚卸龍神丸のおオズワイガニを注文しました。コストも最高で身がしっかり入ってました。

産直アウルユーザー



テレビで見て気になっていたオオズワイガニ！アウルでの初注文だったのでドキドキしましたが、艶のある綺麗なカニがびっしり21杯入ってました。

産直アウルユーザー

## ● 2023年 人気の食材ランキング

今年1年間で最も人気だった食材を「果物」「野菜」「魚介類」のカテゴリ別に1位～3位までをご紹介します。昨年と同じく不動の人気を誇る食材に加え、「カニ」など今年ならではの要因によって順位が変動した食材もみられました。



【果物】 2023年			【野菜】 2023年		
No.1	ぶどう	No.1	アスパラガス	No.1	アスパラガス
No.2	りんご	No.2	トマト	No.2	とうもろこし
No.3	オレンジ・その他みかん	No.3	とうもろこし	No.3	トマト

【魚介類】 2023年			2022年		
No.1	牡蠣	No.1	牡蠣	No.1	アスパラガス
No.2	カニ	No.2	セット・詰め合わせ	No.2	とうもろこし
No.3	その他魚介	No.3	エビ	No.3	トマト

### ・総括

アンケート調査から、ユーザーは物価高による値上げの影響を大きく受け購入に対して慎重な姿勢を取る1年となったことがわかり、今年の漢字にも『高』が選ばれるなど世相の厳しさが顕著に表れました。その一方で、「同じ高い値段だからこそ品質にこだわる」といった傾向も見られたほか、『高』の次には『旬』や『楽』といった旬の食材を取り入れた食事を心がけたことや食を楽しんだことを示す漢字が選ばれました。コロナ禍明けに食を通して季節ならではの食事や家族や友人と楽しい時間を共有することがより重要視されるようになったことが考えられます。

総じて2023年は、経済的な厳しさと共に食材そのものの質を求める傾向が強まり、旬の食材や食を楽しむことへの関心が強まった一年となりました。

## ■調査概要

調査機関：自社調査

調査対象：産直アウル登録ユーザー

調査期間：2023年11月27日~12月4日

回答者数：278人

調査方法：インターネット調査

## ■産直アウル：サービス概要



産直アウルは、市場を通さず生産者と購入者をダイレクトでつなぐことで日本各地の食材を売買することができる産地直送の Web マーケットです。

野菜や果物、肉、魚介類、米などの食材をはじめ花・植物、ペットフードに至るまで17の豊富なカテゴリを取り揃えています。品種での検索機能により、食材ごとの好みの品種やまだ知らない新しい食材に出会うこともできます。

トップページ：<https://owl-food.com/>

## ■産直アウル：ストーリー紹介

産直アウルを運営するレッドホースコーポレーション株式会社は、2014年より自治体のふるさと納税事業を支援しており、同事業を通じて第一次産業の課題を目の当たりにしました。

「良いものを正当な価格で消費者に届ける仕組みをつくることで生産者・地域産業者自らが未来を切り拓けるようになってほしい」との思いから、市場を通さずに食材の売買ができ、従来の販売ルートよりも生産者のもとに利益が残りやすい産直 EC サイトという形で産直アウルを開始しました。産直アウルは「サービスの主体は生産者である」という考えの元、「自立自走可能な地域創生」をミッションとして生産者のこだわりや努力が見える社会を目指しています。

・サービス提供開始日：2019年12月23日

・利用生産者数：約4,000軒

### 【レッドホースコーポレーション株式会社】

本社：〒130-0015 東京都墨田区横網 1-10-5 KOKUGIKAN FRONT BUILDING 2 階

設立：1964年3月

代表者：代表執行役社長 山田 健介

事業内容：地域産業支援及び活性化事業、コンシューマー事業

URL：<https://www.redhorse.co.jp/>

## ■本プレスリリースに関するお問合せ先

担当：山本（080-3209-9750）、城所（070-1540-1352）

e-mail：[service-info@redhorse.co.jp](mailto:service-info@redhorse.co.jp)