

ジビエ利用促進についての基礎調査（第一報）

—ジビエに関するアンケート結果からみえジビエの利用推進を考える—

櫻井 秀樹¹，木下 麻衣¹，中川 七海¹，梅原 頼子¹，
乾 陽子¹，古田 佳奈子¹，櫻木さやか¹

要旨

ジビエとは、狩猟によって食材として捕獲された野生の鳥獣を指すフランス語である。英語圏ではゲーム game またはクワォリーquarry と呼ばれる。今回、ジビエの利用拡大を目的に調査研究を開始するにあたって、鈴鹿大学及び鈴鹿大学短期大学部の学生を対象にジビエに関するアンケート調査を行った。アンケート回答率は 12.8%であった。ジビエの認知度は 36.2%で、留学生を除く日本人学生のみだと認知度は 52.1%であった。幅広い年齢層を対象とした同様の調査よりも低い認知度であることが分かった。ジビエに対するイメージは臭いがあり硬そう、高価といったマイナスイメージを持つ者が多かったが、美味しそうという回答も 3 割程度あった。喫食経験に関する質問に対してはジビエを知っている学生の 34.5%が食べたことがあると回答しており、獣肉の種類としてはシカ肉とイノシシ肉が大半を占めていた。もう一度食べたいと思うかという質問に対しては 26%が思わないと回答している。みえジビエについては、ジビエと同程度の認知度であったが、喫食経験の割合は 9.2%であった。みえジビエフェアでジビエ料理を体験した人の大半はまた食べたいという感想を持っている。品質の良いジビエで適切な方法で調理されたジビエ料理を体験することで印象や需要が変わると考えられる。今後、みえジビエの利用を促進する目的でみえジビエの特性を調査し、特性に合う調理レシピ集を検討したい。

キーワード

ジビエ，みえジビエ，シカ，イノシシ，アンケート調査

1. はじめに

近年、野性動物の生息数増加によってもたらされる環境問題や人の生活に対する悪影響と被害の事例が多数報告されている。特にニホンジカ（以下、シカと表記）とイノシシによる農業被害は、2019（令和元）年度のシカによる被害金額が約 53 億円、イノシシは約 46 億円となっており、深刻な問題となっている¹⁾。国や地方自治体はシカ、イノシシ対策を重要課題として侵入防止柵の設置、有害鳥獣駆除による捕獲に取り組んでいる。また、国は、令和 7 年度までにジビエ利用量を令和元年度の 2 倍にするという目標のもとにジビエ利用モデル地区を整備し、国産ジビエ認証制度を創設するなど、ジビエの普及と利活用拡大を目指す取り組みを進めている²⁾。

三重県においても野生動物による農業被害は深刻で、2018（平成 30）年度の農産物被害金額は 2 億 3 千 3 百万円となっている。獣種別ではイノシシによる農作物被害額が最も多く、約 1 億 2 千 4 百万円、次いでサルが約 5 千万円、シカが約 4 千 4 百万円となっている³⁾。これらの農作物被害は、農村地域における就農者の生産意欲の減退等から耕作放棄地を発生させ、耕作放棄された田畑や果樹園がイノシシやシカの棲み処や餌場となり、これまで被害が無かったか軽微であった地域へさらに被害が拡大するという悪循環がみられる³⁾。

2012（平成 24）年度からスタートした「三重県民力ビジョン」においては、特に注力すべき 16 のプロジェクトの 1 つに獣害対策をあげている。地域で防護柵設置や捕獲の取組みを進めており、野性獣を未利用資源

¹ 鈴鹿大学 短期大学部

ととらえ、その利活用を促進している⁴⁾。三重県のシカによる農作物被害金額はイノシシ、サルに次いで多いが、シカによる被害は農作物のほかにも、樹皮の食害や角研ぎの習性によるスギやヒノキへの被害も増加しており、林業被害も大きな問題となっている。また、最近では管理の行き届かない森林の樹皮や下草の食害から森林の裸地化を招き、集中豪雨による地滑りやがけ崩れ等の山林崩壊を発生させることも懸念されている。捕獲には狩猟による捕獲と自治体からの助成を受けた有害鳥獣駆除捕獲がある。三重県におけるシカの捕獲頭数は被害増加による駆除ニーズの高まりから増加傾向にあり、狩猟期間や捕獲頭数の規制が緩和され、近年増加している。2015（平成27）年度のシカ捕獲頭数は23,570頭で、イノシシよりも約1万頭多くの個体が捕獲されている³⁾。野生獣の利活用とは、ジビエ利用のほか、皮、鹿茸、堅角、骨などの利用がある。その他に山林でシカを観察するエコツーリズムに活用している地域もある⁵⁾。

フランス料理の食材としてのジビエは1990年代より日本に輸入されるようになったが、国産ジビエが専門の業者や精肉店、あるいは食肉処理施設を持つ狩猟者から入手できるようになったのは、比較的最近のことである。押田は、日本にジビエブームが到来したのは、野性鳥獣を食肉として利用できるルールが整備されはじめた2006（平成18）年頃からだろうと述べている⁵⁾。エゾシカによる被害に悩まされてきた北海道は、いち早くエゾシカ捕獲対策に取り組み、2006（平成18）年には捕獲したエゾシカを食肉として一般に流通させるためにエゾシカ衛生処理マニュアルを作成した。この北海道の取組みに端を発し、国産ジビエ利用拡大の取組みがスタートしたと考えられる。2012（平成24）年に任意団体である日本ジビエ振興協議会が設立された。2014（平成26）年、厚生労働省は野生鳥獣肉の衛生管理に関する指針（ガイドライン）を制定し、ジビエ管理基準を示した。2015（平成27）年、農林水産省の鳥獣対策室が農村振興局に入り、鳥獣利用推進班が設置された。2017（平成29）年、日本ジビエ振興協議会は一般社団法人日本ジビエ振興協会となり、ジビエに関する全国的な大会である日本ジビエサミットを開催している⁵⁾。

ジビエを食材として流通させるためには適切に捕獲

され、衛生的に解体処理されたものでなければならないが、シカ、イノシシ等の野生動物はと畜場法の適用外であるため、これらの獣肉は個人消費されるか、または事業者による独自の方法で処理されてきた。2018（平成30）年5月18日、農林水産省は、食肉処理施設の自主的衛生管理を推進することにより、安全なジビエの提供とジビエに対する消費者の安心を得るため、「国産ジビエ認証制度」を制定した。この制度は、衛生管理基準、カットチャートによる流通規格を遵守し、適切なラベル表示によるトレーサビリティの確保等に適切に取り組む食肉処理施設の認証を行うもので、2021（令和3）年9月30日までに26施設が認定を受けている²⁾。

三重県では2012（平成24）年3月にシカ、イノシシの捕獲、解体、流通までの具体的方法を記述した『みえジビエ』品質・衛生管理マニュアルを作成し、関係者における解体処理から流通に至るまでの品質・衛生管理の徹底と、解体処理方法の高位平準化を推進した。同年12月、このような獣肉利用を推進するなかで、野性獣解体処理事業者や食品加工事業者等から品質・衛生管理上、特に重要なポイント、自主衛生管理等が得られたことから、解体処理工程の写真の追加、より具体的にマニュアルに改訂されている⁶⁾。

みえジビエは、三重県が実施する「みえジビエ登録制度」に登録された事業者が扱う、県内で捕獲された野生のシカ肉及びイノシシ肉のことをいう。「みえジビエ登録事業者」にて取り扱う野生獣の食肉、製品は、捕獲から解体処理、加工、調理にいたるすべての過程において、『みえジビエ』品質・衛生管理マニュアルを遵守することにより、高品質と安全、安心を保証している。2021（令和3）年までに県内7施設の登録食肉処理施設が登録され、ここで解体処理されたシカ、イノシシの肉が三重県の認定するみえジビエを取り扱うことができ、2021（令和3）年9月30日現在、販売店30店、飲食店61店、加工製造施設3施設が登録されている⁶⁾。

ジビエを安全・安心に食べるための制度が整い、ジビエ利用推進のプロモーション活動が全国各地で行われるようになり、国や地方自治体及び関係団体等が主催する各種イベントの様子がWebサイト等で報告されている。三重県では、みえジビエの利活用を推進す

るため、企業と連携して、新たなみえジビエ商品の開発や情報発信等を実施している。みえジビエ登録事業者との連携による「みえジビエフェア」は season I が 2014（平成 26）年 11 月 1 日から 2015（平成 27）年 1 月 31 日に開催され、2020（令和 2）年度は season IV が実施された。大手スーパーや飲食店との連携による商品開発はみえジビエの認知度を高め、ジビエ利用推進に効果的な活動であると考えられる⁷⁾。

鈴鹿大学短期大学部食物栄養学専攻は、2021（令和 3）年度より、みえジビエについての栄養機能や調理加工に関する調査研究を開始した。将来的にはジビエ新商品の開発等の活用拡大やツーリズムへの利用といった地方創生につながる活動につなげていきたいと考えている。今回、まず始めに鈴鹿大学、鈴鹿大学短期大学部の在学学生を対象にジビエに関するアンケートを実施し、ジビエの認知度や印象、需要等を明らかにし、国や県等が実施した調査結果との比較考察を行い、ジビエ利用推進のために課題の抽出とジビエの食利用推進の戦略を検討した。

2. 方法

2.1. 調査時期

アンケート調査は、2021（令和 3）年 9 月 1 日から 2021（令和 3）年 9 月 8 日に実施した。

2.2. 調査対象

鈴鹿大学及び鈴鹿大学短期大学部の全学生 1,187 名（18～22 歳）のうち、調査協力の同意が得られた 152 名から回答を得た（回答率 12.8%）。

2.3. 調査内容

Google forms を利用したアンケートを実施した。質問項目は、性別、年齢、出身地、ジビエに関する内容（ジビエという言葉を知っているか・ジビエを知った方法・ジビエのイメージ・食べたことはあるか・食べたことのある獣肉の種類・食べた方法・食べたことのある料理・今後もジビエを食べたいか）、みえジビエに関する内容（県が定めるマニュアルを知っているか・みえジビエの加工品が販売されていたら購入したいか・みえジビエの飲食店に行ってみたいか）の 14 項目とした。

2.4. 倫理的配慮

倫理的な配慮として、対象者にはアンケート回答に

表 1. 対象者の特性

		全体 (n=152)	
		人数 (名)	割合 (%)
性別	男性	62	40.8
	女性	90	59.2
年代	10歳代	32	21.1
	20歳代	87	57.2
	30歳代	23	15.1
	40歳代	4	2.6
	50歳代	5	3.3
	60歳代	1	0.7
出身地	日本	79	52.0
	外国	73	48.0
	三重県	62	40.8
	愛知県	2	1.3
	岐阜県	1	0.7
	和歌山県	1	0.7
	奈良県	1	0.7
	兵庫県	3	2.0
	徳島県	1	0.7
	東京都	1	0.7
	宮城県	1	0.7
	中国	10	6.6
	台湾	1	0.7
	韓国	4	2.6
	ネパール	54	35.5
	ベトナム	6	3.9
ブラジル	1	0.7	
スリランカ	1	0.7	
外国(不明)	2	1.3	

あたり、個人情報特定されることはなく、データは適切に取り扱い、研究目的以外で使用することはないこと、アンケート調査への参加・不参加は自由であり、授業の成績に影響はないことをメール及び Google Forms に記載した。

アンケートの実施にあたって、鈴鹿大学・鈴鹿大学短期大学部研究倫理審査委員会の承認を得た（承認番号 2021-010）。

3. 結果

3.1. 対象者の特性

対象者の性別、年代、出身地を表 1 に示す。

性別は、男性 62 名（40.8%）、女性 90 名（59.2%）であった。年代は、20 歳代最も多く 87 名（57.2%）、次いで 10 歳代 32 名（21.1%）、30 歳代 23 名（15.1%）であった。出身地は、日本が 79 名（52.0%）、外国（留学生）が 73 名（48.0%）であった。また、日本出身学生のうち三重県が 62 名（40.8%）、留学生ではネパールが 54 名（35.5%）とそれぞれ最も多かった。

3.2.ジビエの認知度とイメージ

「ジビエという言葉を知っているか」に対する回答結果は、知っているが55名(36.2%)、知らないが97名(63.8%)であった(図1)。ジビエという言葉を知っている学生が「どのような方法で知ったか(複数回答可)」については、テレビが36名と最も多く、次いでインターネット(27名)、新聞(12名)、知人(11名)であった(表2)。

また、ジビエという言葉を知っている学生のジビエのイメージ(複数回答可)は、「臭みや硬さがありそう」が27名(49.1%)と最も多く、次いで「高級食材(価格が高い)」20名(36.4%)、「調理方法がわからない」17名(30.9%)、「美味しそう、食べてみたい」16名(29.1%)であった(表3)。

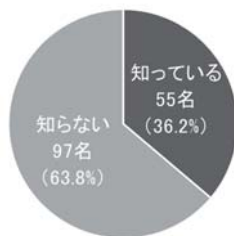


図1.ジビエの認知度

表2. ジビエを知った方法(複数回答)

全体(n=55)		
	人数(名)	割合(%)
テレビ	36	65.5
インターネット	27	49.1
新聞	12	21.8
知人	11	20.0
道の駅	7	12.7
大学の授業	4	7.3
学食	2	3.6
その他	5	9.1

表3. ジビエのイメージ(複数回答)

全体(n=55)		
	人数(名)	割合(%)
臭みや固さがありそう	27	49.1
高級食材(価格が高い)	20	36.4
調理方法がわからない	17	30.9
美味しそう、食べてみたい	16	29.1
その他	3	5.5

3.3.ジビエ料理の喫食経験

ジビエという言葉を知っている学生に「ジビエ料理を食べたことがあるか」質問したところ、食べたことがある学生が19名(34.5%)であった(図2)。食べ

たことのある学生が食べた獣肉(複数回答可)は、イノシシが14名(73.7%)、シカが16名(84.2%)であり、その他としてヒツジやカンガルー、クマなどがあげられた(表4)。

ジビエ料理を食べた方法(複数回答可)として、飲食店で食べた学生が6名(31.6%)、自ら精肉を調理した学生が6名(31.6%)、加工品を購入し調理した学生が4名(21.1%)、知人に作ってもらった学生が4名(21.1%)であった(表5)。また食べた料理メニュー(複数回答可)を表6に示す。食べた料理メニューとしては、ローストが9名(47.4%)と最も多く、次いでカレーと鍋が7名(36.8%)であった。

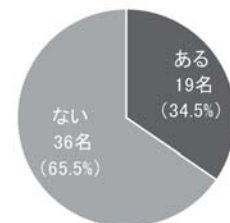


図2.ジビエ料理を食べた経験の有無

表4. 食べたことのある獣肉の種類(複数回答)
全体(n=19)

	人数(名)	割合(%)
イノシシ	14	73.7
シカ	16	84.2
その他	4	21.1

表5. 食べた方法(複数回答)

全体(n=19)		
	人数(名)	割合(%)
飲食店	6	31.6
精肉調理	6	31.6
加工品調理	4	21.1
知人による調理	4	21.1
その他	4	21.1

表6. 食べたことのある料理(複数回答)

全体(n=19)		
	人数(名)	割合(%)
ロースト	9	47.3
カレー	7	36.8
鍋	7	36.8
ソーセージ	4	21.1
シチュー	1	5.3
ハンバーグ	1	5.3
パン	1	5.3
ケーキ	0	0.0
その他	6	31.6

「今後もジビエを食べたいと思うか(複数回答)」については、美味しいので食べたい学生が5名(26.3%)、簡単なレシピ等があれば食べたい(4名(21.1%))、取扱店舗が増えてくれれば食べたい(7名(36.8%))、もっと価格が安ければ食べたい(7名(36.8%))と条件はあるものの食べたいと思う学生がいる一方、5名(26.3%)の学生はあまり食べたいと思わないと回答した(表7)。

表7. 今後もジビエ料理を食べたいか(複数回答)

	全体(n=19)	
	人数(名)	割合(%)
美味しいので食べたい	5	26.3
簡単なレシピ等があれば食べたい	4	21.1
取扱店舗が増えてくれれば食べたい	7	36.8
もっと価格が安ければ食べたい	7	36.8
あまり食べたいと思わない	5	26.3
その他	0	0.0

3.4. 「みえジビエ」について

「みえジビエ」とは、三重県が定める品質や衛生管理に関するマニュアルに基づき、登録された施設で生産されたシカ肉およびイノシシ肉を指す。これまでにこのことについて知っている学生は44名(28.9%)であり、そのうち食べたことのある学生は14名(9.2%)であった(図3)。

「みえジビエ」の加工品を買ってみたいかについては、買ってみたい学生が29名(19.1%)、価格や商品によっては買ってみたい学生が69名(45.4%)であった(図4)。また、「みえジビエ」が食べられる飲食店に行ってみてみたいかについては、行ってみたい学生が74名(48.7%)、行ってみたいと思わない学生が78名(51.3%)であった(図5)。

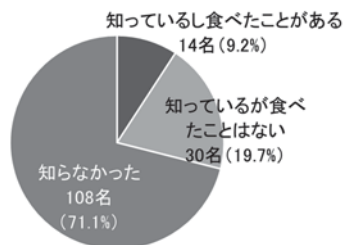


図3. 「みえジビエ」の認知度

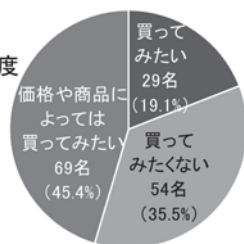


図4. 「みえジビエ」の加工品の購買意欲

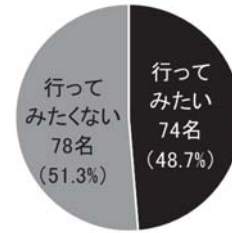


図5. 「みえジビエ」を取り扱う飲食店の利用意欲

4. 考察

4.1. ジビエの認知度とイメージ

今回の調査では、ジビエという言葉を知っている学生は55名(36.2%)、知らないが97名(63.8%)と、半数以上の学生がジビエという言葉を知らなかった。

日本政策金融公庫 農林水産事業が平成30年1月に実施した「平成29年度下半期消費者動向調査」において、全国の20歳代～70歳代の男女2,000名(男女各1,000名)を対象に行ったアンケート調査では、ジビエという言葉の認知度は62.1%であった⁸⁾。また、農林水産省関東農政局が平成30年11月中旬から12月上旬に、関東農政局管内に在住の消費者モニター187名を対象に行ったジビエ(野生鳥獣肉)に関する消費者の意識及び意向調査では、ジビエという言葉の認知度は、「知っていた」が73.3%、「名前だけ知っていた」が15.0%⁹⁾、さらに公益財団法人 日本食肉消費総合センターが首都圏および京阪神圏の成人を対象にした食肉に関する意識等のアンケート調査では認知度は54.1%¹⁰⁾と、他の調査では50～70%の対象者が認知している状況であるが、今回の調査では認知度が低かった。今回の調査は、留学生も対象にしているため認知度が低い可能性も考えられる。そこで、日本人学生のみを認知度を集計したところ、知っている学生が38名(52.1%)、知らなかった学生が35名(47.9%)であり、日本人のみ認知度は半数程度であった。それでも他の調査と比較すれば認知度が低かったが、これはアンケートの対象年齢が原因であると考えられる。50代で「知っていた」が最多となり、50代から離れるにつれてジビエの認知度は低くなる⁸⁾との報告や50代、60代の認知度が高い¹⁰⁾との報告があり、20代が大半の今回の調査では認知度が低くなったと考える。

ジビエを知った方法としてはテレビやインターネットが多かった。他の調査でも、テレビ(85.5%)、新聞

(53.3%)、インターネット(43.6%)と同様の傾向である⁹⁾。

ジビエのイメージは、「臭みや固さがありそう」が27名(49.1%)と最も多く、次いで「高級食材(価格が高い)」20名(36.4%)、「調理方法がわからない」17名(30.9%)と良くないイメージを持っている学生が多かった。他の調査においても、衛生管理がきちんとされているか不安、調理方法がわからない、肉が硬い、獣臭い、臭いがしそう^{11),12),13)}など良くないイメージを持っている回答が多く、イメージ改善が必要であると考えられる。一方で、シカ肉を食べたことのある人は、「美味しかった」「軟らかかった」など比較的良好な感想が多かったとの報告¹³⁾もあり、食べてもらう機会を作ることで、イメージ改善を図ることができるかもしれない。

4.2.ジビエ料理の喫食経験

ジビエという言葉を知っている学生のうち、ジビエ料理を食べたことがある学生は19名(34.5%)であった。他の研究においてはジビエを「知っていた」と回答した者のうち「食べたことがある」者は72.3%⁶⁾、回答者全員に食べたことがあるか聞いているアンケートにおいて、食べたことのある者の割合は、鹿児島県の県政モニターを対象としたもので72%¹²⁾、琵琶湖環境部が県政モニターを対象にしたもので61.4%¹¹⁾と喫食経験のある者の割合が今回の調査結果と比較し高い。一方、首都圏および京阪神圏在住者を対象にしたアンケートでは47.1%¹⁰⁾、全国の男女を対象にしたアンケートでは喫食経験者は3割⁸⁾と、喫食経験者の割合が低いアンケート結果もある。年代が上がるほど、特に50代以上の者ほど食べた経験がある者が多くなる傾向となる⁸⁾や、首都圏と京阪神圏では首都圏の方が喫食経験のない者が多い¹⁰⁾など、年齢や地域によっても喫食経験の有無に影響する報告もある。今回の調査ではアンケート回答者の57.2%が20歳代であることから喫食経験者が少ないことが考えられるが、住んでいる地域による喫食経験の有無についても検討の必要がある。また、これまでジビエを食べたことのない消費者のうち98%はその後1年間も消費していないとの報告¹⁴⁾もあり、一度でも食べてもらえるような工夫が必要である。また、食べたことのある獣肉は、イノシ

シが14名(73.7%)、シカが16名(84.2%)、ジビエ料理を食べた方法としては、飲食店や自ら精肉を調理した学生が多く、食べた料理メニューとしてはローストが最も多く、次いでカレーと鍋であった。他の調査においてもイノシシやシカを食べたことがある者が多く^{8),9),11)}、喫食場所は飲食店が最も多いとの報告^{8)~11)}、家庭料理、個人宅が多いとの報告^{12),15)}があり、今回の調査結果と同様の傾向となっている。食べたメニューとしては、鍋料理が70%との報告や¹¹⁾、鍋や煮込み、焼肉の回答者が多い報告があり¹⁵⁾、今回の調査で最も多かったローストとの回答は少ない。地域や年齢による差があるのか今後検討が必要である。

「今後もジビエを食べたいと思うか」については、いくつか条件はあるものの食べたいと思う学生(21%~37%)がいる一方、5名(26.3%)の学生はあまり食べたいと思わないと回答した。他の調査においては、再度食べてみたい者の割合は59%¹²⁾や7割以上⁸⁾、機会があれば食べる者が71.1%¹¹⁾との結果があり、今回の調査結果と比較し再度食べたい者の割合が高い傾向にあった。一方で、積極的に食べない、あえて食べようとは思わない^{11),12)}との回答もある。食べたくない理由としておいしくない、臭みがある、衛生面が不安、野生鳥獣を食べることに抵抗があるなどの回答結果⁸⁾があり、臭みをとるなどおいしく食べられるレシピや加工品の開発、ジビエが身近なものに感じられるようなPRや喫食機会の提供などが必要となる。

4.3.「みえジビエ」について

「みえジビエ」が、三重県が定める品質や衛生管理に関するマニュアルに基づき、登録された施設で生産されたシカ肉およびイノシシ肉であることを知っている学生は44名(28.9%)であった。みえジビエ推進協議会がさととも&みえジビエフェスタにおいて参加者に対して行ったアンケート結果^{16)~20)}では、「みえジビエ」について知っている人は、全体で56.2%であった。また、食べたことのある学生は14名(31.8%)であったのに対し、みえジビエ推進協議会のアンケート結果では全体で53.5%^{16),18),19)}であり、「みえジビエ」の認知度および喫食経験ともに今回の調査結果はそれと比較すると低かった。これは、今回の調査対象者が学生であることが影響していると考えられる。みえジビエ

推進協議会のアンケートはみえジビエフェスタ参加者へのアンケートであることから、もともとジビエに興味のある参加者も多いと考えられる。

「みえジビエ」の加工品を買ってみたい学生が 29 名 (19.1%)、「みえジビエ」が食べられる飲食店に行ってみてみたいか学生が 74 名 (48.7%) であった。みえジビエ推進協議会のアンケート結果では、「みえジビエ」加工品を買ってみたい人は 60%、「みえジビエ」が食べられる飲食店に行ってみてみたい人は 100%であった²⁰⁾。一方でみえジビエ推進協議会のアンケート結果では価格や商品によっては購入したい人が 40%、今回の調査結果でも価格や商品によっては買ってみたい学生が 69 名 (45.4%) と同程度である。ジビエ肉の価格は、イノシンとシカのどちらも豚肉の価格を上回っており、特にイノシンは国産牛肉の価格に近い^{21),22)}。買いやすい価格や食べやすく興味を引くような商品を販売することで、購買意欲を高めることが必要である。

5. おわりに

ジビエの利用拡大を目的に調査研究を開始するにあたって、鈴鹿大学及び鈴鹿大学短期大学部の学生を対象にジビエに関するアンケート調査を行った。その結果と過去に国、地方自治体、関係機関等で行われた調査結果を比較検討した。

幅広い年代が対象の調査で 60~70%がジビエを知っていると回答しているのに対し 18~22 歳の学生を対象とした今回の調査では 36.2%、日本人学生のみを抽出しても、ジビエを知っている割合は 52.1%であり、若い世代でジビエの認知度が低いことが分かった。教育研究の内容や学内イベント等にジビエを取り入れることで、今後認知度の変化を調べるため、来年度以降も調査を継続する予定である。若い世代にジビエの認知度を高める取り組みとしては、学校給食に活用する方法が考えられる。押田⁵⁾らは、2016 (平成 28) 年にジビエを学校給食に導入している都道府県は 4 割程度であったが、2021 年 2 月現在では半数以上の都道府県に広がっていることを報告している。報告によると三重県内では 2019 年 1 月に三重県度会町内の小中学校でシカ肉を使った給食が県内で初めて提供されているが²³⁾、どのくらいの頻度でどのようなみえジビエ加工品が提供されているのか、詳細について今後調査し

たい。

また、ジビエを知るきっかけとなった情報源としてテレビと新聞が大きな役割を果たしていることが分かるが、今回の調査ではインターネットによる情報発信の効果が大きく、みえジビエフェアにおいては、みえジビエ料理写真投稿にInstagram、ツイッター、フェイスブックを利用したキャンペーンを行っている⁷⁾。特に若い世代に動画配信サイトや SNS を上手に活用することが認知度を高めるために効果的であると考ええる。

ジビエのイメージは肉が硬い、獣臭そうといったマイナスイメージがあり、値段が高い高級食材、調理方法が分からないといった回答も多くみられ、他で実施された調査結果^{11)~13)}と今回ほぼ同じ結果となった。肉が硬い、獣臭さというイメージについては調理によって解決できる部分もあるかもしれないが、シカやイノシシの捕獲、止め刺し、放血、運搬の方法によってかなり影響を受けるため、みえジビエでは捕獲から解体処理、加工、調理にいたるすべての過程において、『みえジビエ』品質・衛生管理マニュアルを遵守することにより、高い品質と安全、安心を保証している⁶⁾。値段が高いこともジビエの印象としてあげられることが多く、確かに一般的な牛肉や豚肉に比べて高価である^{24),25)}が、値段を下げるには流通量を増やすこと、ローズやモモ以外のウデやスネ、ネックといった人気のない安い部位を美味しく食べる工夫などが考えられる。移動式解体処理施設であるジビエカーはジビエの質の向上や流通量増大のために期待される²⁶⁾。

ジビエ料理の喫食について、ジビエ料理を食べたことがある者のうち、また食べたいと思うと回答した者の割合は、今回の調査では他で行われたアンケート結果^{8),11),12)}よりも低い結果であった。みえジビエフェア参加者でジビエ料理を喫食した者は、みえジビエに対して良い印象を持ち、みえジビエを食べられる飲食店に行ってみてみたいという感想が 100%である²⁰⁾。質の良いジビエとプロの料理人が調理したものを食べることで、良い印象を与えられると考えられる。ジビエに対する先入観であまりいい印象を持っていなかったが、実際食べてみたら臭みもなく思っていたよりおいしかったという感想もあり^{16),20)}、ジビエはいつ、どこで、どのように食べたか等によって大きく印象が変わるも

のと考えられる。家畜とは違いシカやイノシシは捕獲された季節や地域、何を食べているかによってジビエの味や栄養成分が異なり、雌雄、年齢によっても変わるはずだが、このことについての調査報告はまだ少ない。今後、みえジビエの利用促進のため、みえジビエの特性を明らかにし、特性を考慮した調理レシピ集を作成したいと考えている。

文献

- 1) 農林水産省 HP：農作物被害状況, https://www.maff.go.jp/j/seisan/tyozyu/higai/hogai_zyoukyou/index.html (2021年9月27日)
- 2) 農林水産省 HP：国産ジビエ認証制度, <https://www.maff.go.jp/j/nousin/gibier/ninsyou.html> (2021年9月27日)
- 3) 三重県 HP：獣害対策 三重県獣害対策の基本的な考え方, <https://www.pref.mie.lg.jp/fukyuc/hp/68363029884.htm> (2021年9月27日)
- 4) 三重県 HP：みえ県民カビジョン等(みえ県民カビジョン、行動計画、三重県経営方針、三重県国土強靱化地域計画), <https://www.pref.mie.lg.jp/VISIO N/index.htm> (2021年9月27日)
- 5) 押田敏雄(2021)：これからの日本のジビエ, 緑書房
- 6) 三重県 HP：みえフードイノベーション, <https://www.pref.mie.lg.jp/CHISANM/HP/foodinnovation/85482045277.htm> (2021年9月27日)
- 7) 三重県 HP：みえジビエフェア SeasonVIを開催します, <https://www.pref.mie.lg.jp/TOPICS/m0024500236.htm> (2021年9月27日)
- 8) 日本政策金融公庫(2017)：「平成29年度下半期消費者動向調査」, https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/topics_180322a.pdf (2021年9月24日)
- 9) 農林水産省関東農政局(2020)：平成30年度農林水産情報交流ネットワーク事業 地方調査 ジビエ(野生鳥獣肉)に関する消費者の意識及び意向調査(関東農政局管内), https://www.maff.go.jp/kanto/to_jyo/networkmonitorjigyo/attach/pdf/index-1.pdf (2021年9月24日)
- 10) 公益財団法人 日本食肉消費総合センター(2017)：「食肉に関する意識調査」報告書, http://www.jmi.or.jp/info/survey_files/file0/64.pdf (2021年9月24日)
- 11) 琵琶湖環境部自然環境保全課(2010)：狩猟と野生獣肉(ジビエ)に関するアンケート調査の集計結果, <https://www.pref.shiga.lg.jp/file/attachment/4003959.pdf> (2021年9月24日)
- 12) 鹿児島県農村振興課(2017)：平成28年度第7回県政モニターアンケート調査結果, https://www.pref.kagoshima.jp/aa02/kohokocho/monitor/documents/53668_20170309152902-1.pdf (2021年9月24日)
- 13) 吉村美紀, 永井紘太ほか(2018)：鹿肉の栄養性・機能性の認知度と消費者嗜好に関する神戸での調査, 兵庫県立大学環境人間学部 研究報告, 第20号, 81~87ページ
- 14) 長尾真弓, 廣政幸生ほか(2019)：ジビエの消費行動の変化とその要因に関する定量分析—ジビエ利用の推進県における継続調査を用いて—, 農業経済研究, 第91巻, 第2号, 287~292ページ
- 15) くまもとジビエ研究会(2019)：くまもとジビエに関するアンケート報告書, <https://kumamoto-gibier.com/doc/2018-03.pdf>(2021年9月24日)
- 16) みえジビエ推進協議会(2019)：PR活動業務【さといも&みえジビエフェスタ】事業実施報告 鹿肉のハンバーグ試食者へのアンケート
- 17) みえジビエ推進協議会(2019)：PR活動業務【さといも&みえジビエフェスタ】事業実施報告 もみじ鍋(鹿肉のつみれ)試食者へのアンケート
- 18) みえジビエ推進協議会(2019)：PR活動業務【さといも&みえジビエフェスタ】事業実施報告 みえジビエクイズアンケート
- 19) みえジビエ推進協議会(2019)：PR活動業務【さといも&みえジビエフェスタ】事業実施報告 みえジビエライブキッチンアンケート
- 20) みえジビエ推進協議会(2019)：PR活動業務【さといも&みえジビエフェスタ】事業実施報告 ぼたん鍋(猪肉スライス)試食者へのアンケート
- 21) 金井達也, 雨宮巧ほか(2018)：早稲田社会科学総合研究 別冊「2018年度 学生論文集」, 249~267ページ
- 22) 佐々木卓菜, 金子与止男(2014)：シカ肉利活用の

- 課題と展望, 総合政策, 第16巻, 第1号, 73～87 ページ
- 23) 伊勢新聞: 児童生徒、ジビエ味わう 度会町でシカ肉給食 三重, 2019年1月31日, 電子版, <https://www.isenp.co.jp/2019/01/31/28051/> (2021年11月22日)
- 24) 農林水産省 (2021): 令和2年度野生鳥獣資源利用実態調査結果, <https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/jibie/attach/pdf/index-41.pdf> (2021年11月19日)
- 25) 公益社団法人日本食肉流通センターHP: 部分肉価格の推移, <https://www.jmtc.or.jp/consumer/price.html> (2021年11月19日)
- 26) 日本ジビエ振興協会: ジビエカーとは, <https://www.gibier.or.jp/gibiercar/aboutcar/> (2021年11月19日)

執筆者の所属と連絡先

鈴鹿大学短期大学部 食物栄養学専攻

Email: h-sakurai@suzuka.ac.jp

Basic investigation (the first report) about the gibier use promotion

—Consider promoting the use of mie-gibier based on the results of the questionnaire regarding gibier—

Hideki SAKURAI, Mai KINOSHITA, Nanami NAKAGAWA,
Yoriko UMEHARA, Yoko INUI, Kanako FURUTA, Sayaka SAKURAGI

Abstract

The gibier refers to the wild birds and beasts captured as ingredients by hunting. The gibier is French. It is called game or quarry in the English zone. In starting the research with the aim of expanding the use of gibier, we conducted a questionnaire survey on gibier among students of Suzuka University and Suzuka University Junior College. The questionnaire response rate was 12.8%. Gibier awareness was 36.2%, for Japanese students, the awareness was 52.1%. It was found to have lower awareness than similar surveys of a wide range of age groups. More than half of the respondents said that the image of gibier was odorous, hard, and expensive, but about 30% said it was delicious. When asked about their eating experience, 34.5% of students who know gibier say they have eaten it. Most of the gibier I had eaten were wild deer meat and wild boar meat. When asked if they would like to eat again, 26% said they didn't. The degree of recognition of Mie-gibier was about the same as that of gibier. The percentage of Mie-gibier eating experience was 9.2%. Most of the people who have experienced gibier cooking at Mie-gibier Fair have the impression that they want to eat it again. If you eat good quality gibier food, your impression and demand will change. In the future, We would like to investigate the characteristics of Mie-gibier and consider a recipe collection that suits the characteristics for the purpose of promoting the use of Mie-gibier.

Keywords

gibier, Mie-gibier, deer, boar, questionnaire survey