

別紙 1

項目	現状 (令和3年度)	目標 (令和5年度) ①	目標達成のための具体的な方法	実績 (令和5年度) ②	目標の達成率 (%) ②/①×100	事業実施主体における自己評価	担当課所見
○ジビエ（鹿） の取扱量目標_ド ッグフード	0g	400kg	<p>シュミレーションにより、70万円のLP広告経由で500gの商品が100食売れることを見越している。ドッグフードの販売が難しい理由の1つが「犬が食べるかわからないから新しいものに手を出しにくい」である。この問題を払拭するために、試食用として商品の無料配布を行う。手段としては、大規模公的イベントへの出店や、犬と泊まれるホテルでのイベントの開催を行う。これにより、50gの商品を2000袋プレゼントし、試食をしてもらうことで商品の価値を伝える。さらにファン化を狙う目的で、商品の開発秘話やこだわりポイントを伝えるオンラインセミナーを開催する。参加特典として500gの商品を提供する。参加者目標は100人である。これらを達成すると鹿肉の取扱量が400kgになる。</p> <p>※2024年4月以降は卸先を開拓し、ネット販売と卸売を並行して進める。500gの商品が月に210個売れることを目標に事業を続ける。 (商品の内容量は変動する可能性があります。鹿肉取扱量の目標値は変わりません。)</p>	403kg	101	<p>400kgを一般消費者に届けるのは大きな労力が必要だったが、市場を勉強しながら進められたことで、より消費量を拡大するための施策を考えることができた。ドッグフードとしてのジビエの活用は、市場の中で広がってきているように感じた。特に、都内や横浜といった都市部では特にジビエの活用が進んでいる。一方で地方では未だ開拓余地があるように感じた。特に地方で飼育されている犬は大型犬が多く食べる量も多いため、地方に絞ったマーケティングも、取扱量を増やすためには得策だと考えられる。</p>	<p>複数の自治体等と連携し、鹿肉を活用したペットフード等の商品開発および積極的なイベント参加等による普及啓発を実施している。</p> <p>販促活動ではSNSや動画サイト上で広告を展開することで、ジビエ肉の高機能性に関心の高いターゲット層へ効率よく情報が伝わるよう注力している。</p> <p>いずれの取組も、今年度以降のジビエの利活用の取組に繋がる成果となっており、各事業目標に対し100%以上の達成率を修めていることから、本提出を以って、事業評価を終了とする。</p>
○ジビエ（鹿および猪）の取扱 量目標_飲食店	0kg	30kg	<p>飲食店においてジビエ料理を提供する。東京都内の飲食店あるいはイベントスペースを間借りし、のべ200人の集客を行う。集客は会長のInstagramアカウントを用いて行う。1人150gのジビエを提供すると、2023年10月～2024年3月の6ヶ月間で30kgのジビエを消費する。</p>	77.83kg	259	<p>当初は食用としてのジビエの需要を拡大させることは難しいと感じていたが、興味を持ってくださる方も多く、目標値を超えた量を取り扱うことができた。</p>	

○ジビエの普及活動により、ジビエに関する商品を体験した人数	0人	1,000人	鹿肉ドッグフードを試した飼い主 800人、間借り飲食店イベントの参加者 200人を目標とする。	4,237人	424	<p>ペットイベントへの出店に加え、間借り飲食店イベント、ドッグランでの声かけ等により、目標値を超えた人数にジビエ商品を体験してもらうことができた。</p> <p>より効率的な販売方法を模索できたため、今後は費用対効果を最大化しながら顧客にアプローチしていきたい。</p> <p>【内訳】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・犬のおやつ、鹿革を使った首輪の制作 有明ドッグフェス：1,515人 わんだふる山口：2,138人 公園：100人 インターネット：82人 ・間借り飲食店 11/19 飲食イベント：121人 11/26 飲食イベント：24人 12/10 飲食イベント：18人 2/19- キッチンカー：219人 3/20 飲食イベント：20人 	
○広告活動により獲得する鹿肉ドッグフードの認知数	0リーチ	50,000リーチ	公式 SNS での発信および、Instagram 広告、YouTube 広告を利用することにより、50,000 人に鹿肉ドッグフードの存在を認知させることを目標とする。	52,727リーチ	105	<p>Instagramによる発信を行なった。</p> <p>今後はよりInstagramのコンテンツを増やしていき、ジビエに関する認知度を向上させる。</p>	

注1 項目、現状、目標、目標達成のための具体的な方法欄については、事業実施計画書様式4の(2)及び(3)から転記する。

2 目標の達成率は小数点第1位を四捨五入して整数で記載する。

別紙 1

項目	現状 (令和3年度)	目標 (令和5年度) ①	目標達成のための具体的な方法	実績 (令和5年度) ②	目標の達成率 (%) ②/①×100	事業実施主体における自己評価	担当課所見
食肉用のジビエ 取扱目標	14トン	20トン	合同会社ワイルドライフと共同し、 レストランへの販売促進を実施。	20トン	100%	愛媛ジビエのブランドをレストランに大きくPRでき、実際の実売に結び付けることができた。また、実勢価格もアップし、処理施設の収益改善にも役立った。	4件の処理施設や自治体等との広域的な連携の下、ジビエ肉のソーセージや、鹿皮を活用したペットフード商品開発の他、開発した商品の展示会での販促活動や、ペットフード用製造梱包マニュアルの作成・配布等を実施し、ジビエの食用及びペットフードへの利活用に資する幅広い取組を行った。 いずれの取組も、今年度以降の食肉利用やペットフード利用の取組に繋がる成果となっており、各事業目標に対し100%の達成率を修めていることから、本提出を以って、事業評価を終了とする。
ペットフード用のジビエ取扱目標	1トン	24トン	(社)ジビエペットフード協会と共同で、ペットフードメーカーへの販売促進を実施。	24トン	100%	ペットフードという新たなマーケットに参入するターニングポイントとなり、大量受注を得ることができた。ペットフードメーカー及び飼い主に対して、営業、販売促進ができた。	

注1 項目、現状、目標、目標達成のための具体的な方法欄については、事業実施計画書様式4の(2)及び(3)から転記する。

2 目標の達成率は小数点第1位を四捨五入して整数で記載する。

別紙 1

項目	現状 (令和3年度)	目標 (令和5年度) ①	目標達成のための具体的な方法	実績 (令和5年度) ②	目標の達成率(%) ②/①×100	事業実施主体における自己評価	担当課所見
○ジビエ取扱量目標 波佐見町 糸島市 日田市	144頭 5553 kg 477頭 11845 kg ※皮革利用2頭 140頭 3476 kg 合計76頭 20874 kg	168頭 6478 kg 700頭 17381 kg ※皮革利用20頭 300頭 7449 kg 合計1168頭 31258 kg (50%増加)	捕獲～流通までをICTにより在庫管理、一元管理し、生産～販売の分業を進め生産に集中できる環境をつくる。	212頭 8692 kg 495頭 12177 kg ※皮革利用22頭 435頭 11701 kg 合計1142頭 32570 kg	捕獲頭数 98% 取扱量 104%	全体的な捕獲頭数と取扱量は100%前後の達成率となった。糸島市のみ市全体の猪捕獲頭数が例年と比較して70%程度と落ち込んだため、未達となっている。波佐見町と日田市に関しては生産の環境が改善されたため、目標に対して捕獲頭数も取扱量も大幅に達成した。	3件の処理施設や自治体等と広域的に連携し、商品開発だけでなく、イベントの参加等による普及活動、セミナー等の開催による人材育成やICTシステムの導入を行うことで、捕獲から流通・販売まで一貫した管理体制の構築に係る取組を実施している。 糸島市の捕獲頭数については目標を下回ったものの、全体としては98%と概ね達成し、また、糸島市の皮革利用頭数及び利用率については目標を上回っている。
○ジビエの利用頭数割合 波佐見町 糸島市 日田市	有害鳥獣駆除個体利用率 2.5% (25頭/1000頭) 2.45% (49頭/2000頭) 3.7% (37頭/1000頭)	10% (100頭/1000頭) 15% (150頭/1000頭) 10% (100頭/1000頭) 合計11.7% (350頭/3000頭)	猟友会・有害鳥獣捕獲隊に協力を仰ぎ、ジビエ利用に適した捕獲個体を確保するとともに処理施設に搬入し、処理頭数を確保する	29.8% (298頭/1000頭) 32.6% (326頭/1000頭) 10.4% (104頭/1000頭) 合計24.3% (728頭/3000頭)	208%	各地域の猟友会に協力戴いてジビエ利用に適した個体の確保を行うことができ、全体として大幅な達成率となった。ただし日田市に関しては自然体の捕獲頭数が4000頭を超えるため、今後は施設の整備などによる受け入れの強化が必要。	いずれの取組も今年度以降の食肉利用や皮革利用の取組に繋がる成果となっており、各事業目標に対し、98%以上の達成率を修めていることから、本提出を以って、事業評価を終了とする。
流通・消費者等との連携	特になし	合計24万人規模のイベントへの参加	3つのイベントにて啓蒙活動を行う 九州ジビエフェス(JR博多シティ)4万人 すみだジャズフェスティバル(墨田区)10万人 クリスマスマーケット in 博多10万人	3つのイベント合計で26万5千人の来場	来場者数 110%	九州ジビエフェストとすみだジャズフェスティバルは、自主事業であるが3つのイベントで来場者数も多く、アンケートも実施したことでジビエの普及活動としては意義のあるものとなった。次年度以降も来場者の多いイベントに参加を継続し、一般消費者のジビエを浸透していきたい。	
ジビエ商品の開発、意向調査	現状無	2000食の加工食品をつくり、サンプリング意向調査を行う	ペットフード1000食 加工食品1000食を試作 イベント時に試食、販売し顧客ニーズを探る	ペットフード1000食 加工食品1000食	100%	ペットフードを販売業者の協力によりサンプル配布、加工食品は主にイベントでサンプル配布することにより、アンケート調査を実施。今回開発した商品の改善点と今後の開発する商品に対して一般消費者の調査を行うことができた。	

販路開拓	現状無	年間2トン	ジビエ商品の新たな販路を開拓するため、商談会、試食会等これらへの参加、各種広報活動、ジビエ料理に関するセミナー、処理加工施設見学会等の開催等を実施。	2.2トン増加	110%	大型の商談会に参加することで事業者向けに新たな販路を開拓することができた。また処理加工施設の見学と料理セミナーの開催により、一般消費者のジビエを購入する際のポイントや方法を提供することができ、特にECサイトの販路拡大につながった。
認証の取得	現状無	糸島ジビエ工房にて認証取得	昨年より準備してきた国産ジビエ認証を取得し、地域のモデル事業として確立をめざす	糸島ジビエ工房にて国産ジビエ認証取得	達成	国産ジビエ認証の取得により、食の安心安全対面から施設の衛生的な問題点や作業効率なども大きく改善された。また、今回取得したことを事業者向けに案内をすることで商談に繋がった。また施設への見学希望や研修会の依頼などにより新たな販路開拓にも繋がった。
捕獲・運搬・集荷・処理加工の技術向上	自社作成のもののおのおのある状態	国産ジビエ認証に即したものに修正	国産ジビエ認証に即したものに修正、各処理施設に標準化し、次年度以降の国産ジビエ認証取得へとつなげる	国産ジビエ認証に即したコンソーシアムとしてのマニュアルと作業動画を作成した。	達成	次年度以降の構成員の国産ジビエ認証に繋がるようにマニュアルを作成した。施設により作業が若干異なる部分があるものの、特に動画を作成したことで国産ジビエ認証に基づいた作業方法が理解しやすくなった。
規格ラベルの統一	各社独自デザイン	商品規格を国産ジビエ認証に準ずる情報管理もできるラベル機械導入を行う。	ラベラー導入	ジビエプラットフォームシステムの導入	達成	ジビエプラットフォームシステムを使用することにより、コンソーシアム内で各施設の個体の情報を管理できるようになり、システムで同一のラベルを発行することができるようになった。
商品・在庫管理	各社独自	一元化クラウド化することで、いつでもどこでも閲覧可能にする。	ICTを導入し、受け入れ数在庫数の見える化を行い、滞留在庫をなくし生産から販売まで滞らないようにする。	ジビエプラットフォームシステムの導入	達成	ジビエプラットフォームシステムを使用することにより、システム上で個体との紐づけと在庫の状況が外部からでも構成員が見えるようにした。それにより、情報の把握が容易になり流通業者の新規取引に生かすことができるようになった。

捕獲体制や処理能力、人員配置	現状各自	指導員として実行できる人材の育成	専門知識を有する機関からの指導	コンソーシアム内指導員2名育成	達成	他施設や日本ジビエアカデミーの技術や知見を習得することにより、国産ジビエ認証に即した指導ができる人員の育成を行い、マニュアルの作成にも生かすことができた。それによりコンソーシアム内の衛生基準や品質の向上に繋げた。今後もジビエ利用も更なる拡大に向けて指導員のスキルの向上を図っていく。
----------------	------	------------------	-----------------	-----------------	----	---

注1 項目、現状、目標、目標達成のための具体的な方法欄については、事業実施計画書様式4の(2)及び(3)から転記する。

2 目標の達成率は小数点第1位を四捨五入して整数で記載する。