

令和6年度ジビエ連携フォーラム意見交換会 概要

1. 意見交換会の概要

意見交換会の目的

ジビエに関する関係者の現場段階での悩みや問題点の共有と解決への方策の検討、取引の実態把握とともにマッチングの場の形成を図ることを目的として、意見交換会を全国で開催しました。

開催期間

令和6年12月～令和7年3月

開催エリア

東北農政局、北陸農政局、東海農政局、近畿農政局、中国四国農政局、九州農政局

参加団体

食肉加工処理事業者 35 社(ペットフードも製造している事業者を含む)、流通・販売事業者 8 社、皮革利用関係事業者 1 社、その他(地域おこし協力隊、大学等) 15 社

2. 意見交換会での主な意見等

捕獲した鳥獣の処理加工施設等への搬入について

- ・ ジビエハンター研修を受講した鳥獣被害対策実施隊が施設に捕獲個体を搬入できることとなっているが、実施隊の 3 分の 1 位しか受講していないこと、ハンターにとっても個体を持ち込むインセンティブが弱いと感じていること、搬入の時間制限がある中、持ち込みタイミングにばらつきがあることから、安定した受入頭数が確保できない。
- ・ ジビエの品質確保に向け、止め刺し前に猟師から連絡を受けるようにしている。
- ・ 狩猟現場では、猟師の邪魔をせず、止め刺しは猟師が行い、放血は処理加工施設スタッフが行うなど分担はするものの、猟師の言っていることを聞くことを意識する。ただし、解体出来ない状態では受け入れられないので、電話連絡等

の際に報告・相談をしている。

- ・ 受け入れ時間をしっかり区切ること、仕入れても利益が出にくい状態の悪いシカは受け入れないことが重要であり、商品に使えない基準を明確にすることが黒字化へのポイント。
- ・ (ペットフードに利用する場合)スタック弾、散弾銃で仕留められた個体以外は搬入を許可している。受入拒否の個体は非常に少ない。
- ・ (ペットフード用にストックポイントの冷凍庫に鹿を搬入してもらっている場合)最近電気止め刺しが増え、放血せずに搬入してもらっているが、それ以外の血での汚れ防止の対策としてコンクリートを混ぜ込むために使うト口箱に個体を入れて持ち込んでもらうことが多い。
- ・ 最適な食肉処理を行うため、最近はアニマルウェルフェアへの配慮、ストレスを与えない捕獲技術で処理することが必要となっている。ストレスを与える肉質への影響はエビデンスが出てきている。

処理加工について

- ・ (食肉とするかペットフードとするか)判断に迷って、鮮度が落ちるのは良くないので、どの部位は食肉と決めてしまってから処理する方が良いと考える。
- ・ 許可捕獲個体を利用しており、営農期間には捕獲頭数が多いが、冬期は搬入される頭数が極端に減少する。このため、捕獲時期は集中的に解体と精肉生産を行い、一旦、冷凍で保管し、搬入が少ない時期に加工品を製造。
- ・ 2日熟成という話について、これは、死後硬直で硬くなったのをほぐすためのものであり、理解されている人はそんなにいない状況。
- ・ 捌いたばかりの新鮮な肉ということで、ずっとこのままで来ており、これでは牛肉に勝てない。

経営について

- ・ ジビエ業界に参入するにあたっては、ハンターや行政との連携や、売上の目星をつけておくことが重要。
- ・ 処分費のウエイトが高いため、多くの部位を商品化し廃棄物を出さないことも重要。可能な限り、使用できる部位を増やし、廃棄物を減らすことで、自社の支出が減るということを考える必要。
- ・ 得られる肉量は、シカの体重の3割程度しかないため、肉以外の部位も商品にしなければ赤字となる。また原料としての鹿肉販売は単価が安いいため、利益率の高い加工品を開発販売することが重要。
- ・ 解体者となるハンターは処理頭数の多い時期(夏場)だけ雇用しており、冬場は肉を加工処理する人材(パート)を臨時雇用している。
- ・ 商品のマーケティングについては、ただ売るだけではなく、誰に、何を、どのように売なのか、しっかり考えなければならない時代になったと思われる。また、ジビエだけではなく、ビジネスとして捕獲事業も含めてトータルで収益を考える必要。

人材について

- ・ 障がい者の方も加工作業が可能であり、その人の特性を見ながら、人員配置を行うことが重要であり、作業手順書を作れば多くの方が作業可能。
- ・ 処理施設の人材が不足している。パート10名で作業してもらっているが、入れ替わりが激しく、若手がなかなか育たない。外国人材を雇用しているが、いずれは辞められるので3年、4年のサイクルで考える必要がある。
- ・ 施設が増えたことでスキルを持つ者は増え、人材の活性化はしてきていると思うが、しっかりとした人材育成まではされていない。知識を有していないと大手の流通では取り扱っていただけないため、人材育成は非常に重要。

ジビエペットフードについて

- ・ ペットフードのうち、イノシシは数パーセントである。豚肉がすでにペットフードに出きっている状態で、イノシシにも注目がおり、年々伸びているが、夏場の肉だけにした方が良く考える。秋以降は、脂が多くなりすぎる。
- ・ 犬の飼育頭数は減少傾向ではあるが、ペットフード市場全体としては増加傾向。
- ・ ペットフードは人用の食品ではなく、製造工場の衛生基準に厳密な決まりはないが、大手メーカーとの取引も視野に入れていたため、解体施設は食用レベルで設計し、衛生レベルの高さをアピールポイントとした。鹿肉ペットフードを購入・利用することで、鳥獣被害対策等に寄与する点も PR。
- ・ 缶詰ペットフードについて、長期保存は可能だが、ロットが大きいので缶詰の事業を行っているのは大企業。費用がかかるため、小規模の事業者はなかなか難しい。そのため、レトルトパウチがあれば。
- ・ ペットフード向けに処理を行った残りは、同じ敷地内にある減容化施設にて、減容化処理。
- ・ 最近は猫の飼育頭数が犬の飼育頭数を逆転。そのため、ペットフードのターゲットとして猫用も意識した方が良い。
- ・ シカは、低脂質、高たんぱく、鉄分が豊富。人と同じくペット用も脂肪分が少ないことが必要。
- ・ ペットフードとして、ドライフード、ジャーキー、ウェットフードなどが挙げられるが、加工の際、加熱処理の温度などに注意して製造する必要。そのほか袋詰めの際に雑菌が付着する可能性があるため、手袋を着用するなど作業員による汚染も注意。
- ・ ペットフードの流通構造としては、食肉処理施設やジビエ処理施設から食肉加工工場・ペットフード加工工場、ペットフードメーカー、1次問屋、2次問屋を経てスーパー等で販売される。最近は、ネット通販が伸びている。
- ・ 解体時間が短縮でき、人件費を抑えることができる。食肉に適さない個体(打

ち身、肉焼けなど)も販売できる。廃棄していた未利用部位(スジ・内臓・骨・角)なども販売でき、極力ペットフードとして活用することで、残渣処分経費も低減できる。

販売・プロモーション

- ・ ジビエは、ジビエフェアのようなお祭りみたいな場所で普及活動を始め、中身をブラッシュアップしながら継続することが、ジビエ振興に繋がると思う。フェアでは、海外の方も多く、外国人の方から、ジビエの提供は喜ばれており、インバウンド対策として、日本語以外のメニューや案内図等があれば良い。
- ・ 関東圏から多く引き合いがあり、それに対応するため、県内のジビエ処理施設で解体処理した肉を一括販売できる仕組み、協力体制、品質の均等化など、オール〇〇県といった取組が必要。また採算をとるため、加工品としての販売が重要。そのため加工製造設備導入、人材育成、販売先の確立が必要。
- ・ ジビエを一般的に流通させるため、イベントによる PR が必要。イベントを成功させるポイントは、各県のジビエが一堂に介する座組、出店各社の協力、人が行きかう場所での開催、地域／社会貢献活動につなげていきたいと考えている商業施設との連携、酒とのマッチング、メディアへの社会的意義のあるイベントとして発信、ニューストピックになりやすいコンテンツの企画等であり、ジビエの魅力を知らない、食べたことが無い人でも、プロモーションの仕方で消費者の受け取り方は変わり、多くの人に来てくれる。メニューの被り、回転率向上のためメニューやボリュームや値段の調整にも留意。
- ・ 繁華街において、高校生にジビエ料理を考えてもらい、料理を販売するイベントを実施している。高校生が入ると活気がありお客さんも集まる。

その他

- ・ 事業開始前に猟友会・鳥獣被害対策実施隊に事前説明を行い、賛同いただいた。
- ・ 地域づくりから補助金を除いて何も残らないという場合、持続可能なものではなく、それはジビエも鳥獣被害対策も同じ。待遇面もあるかと思うが、自分たちが自らの魅力をどう出していくところが無いと、その業界には人は来ないと

思われる。補助金に依存しすぎず、お金を生むシステムを作ることが大事。

- ・ ジビエ処理施設は各県各所にあり、自分のジビエが美味しいと競争している状況だが、お互いが競い合うのではなく、日本の食文化、食肉文化の発展のために注力していかないとジビエ業界の未来は無いのではないか。