

# 全国ジビエ連携フォーラム 概要

## 1. 開催概要

### 開催趣旨

- ・近年、処理加工施設は増加する一方、経営安定が課題となっていることから、施設の課題等を意見交換し解決のヒントとなる場とする。

### 開催日程・場所

- ・日程：令和7年10月23日（木）
- ・開催場所：農村振興局第1会議室

### 開催形式

#### ・意見交換会

メインテーブルでの意見交換会のほか、自治体や地域おこし協力隊等、興味のある者を一般参加者として募り、意見交換会の傍聴や懇親会に参加してもらった。  
意見交換会は、施設側の自己紹介の後、施設の課題の意見交換等を実施。  
このほか、一般参加者を募り、傍聴と質疑で参加いただいた。

### 参加者

- ・意見交換会参加者 9名
- ・その他一般参加者 16名

## 2. 意見交換会の概要

### 主なテーマ

- ・捕獲個体の確保
- ・人材の確保
- ・販路開拓・拡大、加工品製造
- ・廃棄物処理
- ・その他

## 捕獲個体の確保について

- ・個別に1時間程度面接し、合格したハンターのみ持ち込めるようにしている。
- ・各施設で捕獲個体を確保できない理由は様々（人間関係、金銭面等）なので、施設ごとの課題を洗い出し、ハンターに対して持ち込むメリットを示すことが重要。20年後も施設を運営するには次世代のハンターの育成も重要。
- ・搬入頭数のうち半分はハンターから買い入れ、残りは大きな囲い罠を使い捕獲し、一時養鹿を実施。一時養鹿の場合は止め刺しから冷蔵庫までの時間を一定に保つことができ、高品質を確保できる。
- ・獵友会と対等な立場で話せるような関係を築き、どういう個体がジビエとして利用できるのかしっかりと伝えることでジビエとして活用できる捕獲個体を確保できる。
- ・市役所の職員が常駐し捕獲個体の引取りの電話対応や搬入確認等していただいている。捕獲個体を引き取る際に都合がつかず、引き取りに行けない場合は引き取り時間をずらす等により調整することで受け入れ頭数を確保している。
- ・自家消費をし、役所に提出する書類手続きを自分で行うよりも、施設に持ち込むことで写真や処分、確定申告手続き等が楽になるという意識を地域に定着させており、きちんと時間内に連絡してもらえる。
- ・施設への持ち込みではなく、引き取りの形にしている。施設へ持ち込む形にすると一度断るとハンターは二度と持ち込んでくれなくなるが、引き取りであれば後処理が楽なので一度断っても再度連絡してくれる。
- ・獵友会との連携が重要。ハンターは気難しい方も多いが、はっきりした受け答えを行い、喜んで電話をかけてくれるような関係を築くように心掛けると搬入頭数を確保できる。
- ・獵友会との関係性が重要。お互いに持ってきやすい、引き取りやすい関係を築くようにしており、獵友会の事務局を担ったり等している。
- ・ハンターに理解してもらうのはなかなか難しいが、ジビエハンター研修を実施したことで食肉利用できる個体が2割増した。

## 人材確保について

- ・関東圏に多くいるペーパーハンターが移住し、定住してもらえるよう総務省の制度（集落支援員や特定地域づくり事業協同組合制度）を活用し、人材を確保していくこうと思ってる。
- ・地域おこし協力隊は3年任期があるので、任期後も続けてもらえるよう、特定地域づくり事業協同組合制度を活用することで地域おこし協力隊で技術を付けた方を継続して雇用できるようになる。（なお技術を習得すると別の分野に興味を示す人が多い）。
- ・SNSの発信やメディアへPRしていくことで大学生のインターンの受入れ、関心のある高校生の受入れなど興味のある若い人の受け皿になれるように取り組んでいる。
- ・外国人を雇用する際、都会出身の方だと地方に馴染めず、途中で上京してしまうケースがあることから地方出身の方を採用するようにしている。積極的に業務にも取り組んでもらえ、成長が早い。また住居を安い家賃で提供する等、物価の安い地方に住むメリットを提示したり、頑

張れば報酬が出ると理解いただき、馴染んでもらうことで、長く働いてもらえるようにする。

- ・定年後に農業をやる人が獣害に対して何か出来ないかと関心を持つため、地域と連携し、捕獲人材の育成強化や解体人材の育成強化を行っている。

### 販路開拓・拡大、加工製造について

- ・販路を開拓する際はこの人の肉を買いたいと思ってもらうよう心掛けている。経営を安定させる上でほかの施設がやっていないことに挑戦するのも一つの手。
- ・料理人のつながりから販路を拡大した。搬入量が多くないので、なるべく1頭当たりの単価を上げるよう、低価格部位を使った加工品（ソーセージ、缶詰等）の製造を行っている。缶詰は東京等の都市部でも売れるようにラベルのデザインや料理内容を考え、一般的な缶詰よりも高い完成度のものを販売している。
- ・大手企業は取引量が多い豚肉のように安定した規格を求めてくるため、規格が一定している加工品は大手との取引に有効。大手と取引する際はこちらから挽肉や加工品を積極的に勧める。
- ・ウリ坊も商品としている。半身のまま骨付きベーコンにすればそれが付加価値となるため、わざと脱骨しない。
- ・端材の部分をソーセージにして販売することですべての部位を活用している。
- ・施設長（アスリート）のつながりで、メディアへPRを行ったり、アスリートへのアプローチを行っている。
- ・施設を始めた当初は販路を拡大するため、買いに来られた料理人の師匠を辿っていき、その人に買ってもらうようにするとその弟子にも紹介してくれるようになる。
- ・今は肉の卸売りのみだが、肉のみでは単価を上げられない。今後は高単価な販売にシフトしていくため、端材を使った商品の開発をスパイスメーカーと手を組んで行う。東京のバイヤーを通じて都内の販路拡大を図っている。

### 廃棄物処理負担の軽減について

- ・施設に設置している焼却炉（ジビエファイア）によりすべて焼却。最初灯油で、その後薪を使うが、9時から17時まで焼却し、一日15頭分の残渣を処理できる。
- ・廃棄物を減らすために骨はラーメン屋に卸し、皮は業者に引き取ってもらう。内臓のみ産業廃棄物として廃棄し、処理負担の軽減につなげている。

### その他情報提供等

- ・厳しい自然を生きてきた野生鳥獣の肉は栄養が豊富である。ジビエは肉の流通量を考えるとかなり希少なもの。好き嫌いは当然あるが、少数でも好きな人が増えてくれれば山中での廃棄が減り、施設に持ち込みが増え、消費が増加するのではないか。
- ・罠に設置者がわかるように記名していない、あるいは設置者が亡くなり設置場所がわからなくなるなどの問題が散見されている。罠の設置場所等について詳細な記録を残すなど、ルールの

厳格化が必要だと感じる。

- ・異常な個体を引き取ってほしいと言われた際は、変な個体を受けてジビエ処理となると、そういう話が出回り、地域のジビエのブランド価値が下がる、あそこの施設は変な個体を受け入れないと他のハンターとかに言ってもらって構わないと言っている。ブランド価値が下がるということで理解してもらっている。