

2012年11月14日

特定非営利活動法人 SCOP

野生鳥獣の料理に関する調査**野生鳥獣の料理を食したい人は約7割
～野生鳥獣料理の市場性は高く、信州ジビエの評価も高い～**

- 野生鳥獣を食べる文化は「日本の郷土料理」的なイメージで広く浸透している。
- 野生鳥獣の肉と言えば「イノシシ」や「シカ」であり、味に対してはおおむね好感触であるが一部に苦手意識を持つ人もいる。
- 「信州ジビエ」に対する市場の評価は高い。
- 市場に浸透しやすい料理は「日本の郷土料理」。「フランス料理」は“ジビエ料理をよく知っている人”を獲得できる可能性がある。

このたび、特定非営利活動法人 SCOP（本部：長野県松本市、理事長：鷺見真一）は、全国の男女 571 人を対象に「野生鳥獣の料理に関する調査」を実施いたしました。

当法人は「自立的に活動できる地域社会の実現」を目指し、地域における課題解決能力の向上と地域価値創造のための実践研究を行うシンクタンクです。（当法人の詳細は 17 ページを参照ください。）

近年、野生鳥獣による農作物などへの被害が深刻になっており、各地で野生鳥獣の捕獲や、捕獲した肉を食肉として流通させるための取り組みが進められています。長野県でも平成 24 年度に「信州ジビエ研究会」を立ち上げ、獣肉の有効活用方法を検討しています。しかし、野生鳥獣の肉を市場に流通させるにあたって、消費者ニーズが捉えられていないため、どのような商品開発を行えば良いか、手探りの状態が続いている状況にあります。

そこで、当法人では、全国の消費者に対して、野生鳥獣の肉に対するイメージや、好まれる食べ方などを把握するためにアンケート調査を実施しました。

本調査結果が獣肉の商品開発および PR を行う際の参考資料として活用され、産業や観光の振興につながる一助になればと考えています。

このたび、調査結果がまとまりましたのでご報告いたします。

※本調査は長野県林務部森林づくり推進課 野生鳥獣対策室にも協力をいただき実施しました

本調査に対するお問い合わせ先特定非営利活動法人 SCOP（担当：木亦^{きまた}）

〒390-0811 長野県松本市中央 2-3-17

知新堂ビル 3 F-A

Tel: (0263)36-9180 Fax: (0263)36-9185

E-mail: kimata@npo - scop.jp URL: <http://www.npo-scop.jp>

【調査結果概要】

【1】「野生鳥獣を食べる文化」の認知度は約 9 割、「ジビエ料理」の認知度は約 5 割

- ・「野生鳥獣を食べる文化」を知っている人は 89.5%に対して、「ジビエ料理」という言葉を知っている人は 51.3%にとどまる。
- ・年代別にジビエ料理の認知度をみると特に「70 代以上」の認知度が低い。
- ・居住地別にジビエ料理の認知度をみると、「甲信越居住者」が突出して高く、約 9 割の人が知っていた。

【2】ジビエ料理には、「高級感」「希少性」「美味しさ」というイメージが持たれている

- ・ジビエ料理には、一般消費者が野生鳥獣に対して抱くイメージと比較して、「高級感」「珍しさ」「美味しさ」という良好なイメージが形成されている。

※ジビエ(gibier)とは、フランス語で狩猟によって捕獲された野生鳥獣のことです

【3】今後、野生鳥獣の料理を食べたい人は約 7 割

- ・約 7 割の消費者が、今後野生鳥獣の料理を食べる機会があったら『食べたい』という意向を持っていた。
- ・野生鳥獣を食べたくないと思う人は約 3 割おり、その理由としては「肉に臭みがある（ありそう）」「野生鳥獣を食べることに抵抗があるから」など意見が挙げられた。

【4】今後食べてみたい料理のカテゴリーは「日本の郷土料理」

- ・今後食べてみたい料理は、猪鍋などの「日本の郷土料理」と回答した人が多く、次いで「フランス料理」であった。

【5】野生鳥獣が美味しそうなイメージがある都道府県

1 位 北海道（45.7%）、2 位 長野県 119 人(21.5%)

- ・野生鳥獣が美味しそうなイメージがある都道府県として、約 5 割が「北海道」、約 2 割が「長野県」と回答した。北海道、長野県が他の都道府県と比較して高く、良好な印象を持たれていた。

※野生鳥獣を使った料理とジビエ料理について

近年、長野県をはじめ各地で野生鳥獣を使った料理を「ジビエ料理」として売り出す取組みが行われています。本調査では、「野生鳥獣を使った料理」を「ジビエ料理」と呼称することによる、消費者が抱くイメージの違いにも着目して調査設計をしています。

○調査の概要

調査手法：インターネットリサーチ

調査対象：特定非営利活動法人 SCOP web アンケートモニター

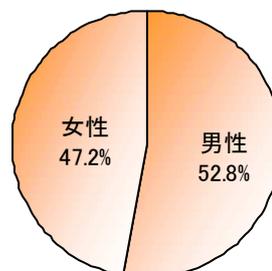
調査対象者：571人

調査期間：2012年10月5日～10月22日

調査対象者の属性：

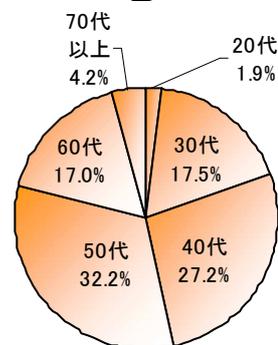
◇性別

性別	回答数	割合(%)
男性	299	52.8
女性	267	47.2
合計	566	100.0



◇年代

年代	回答数	割合(%)
20代	11	1.9
30代	99	17.5
40代	154	27.2
50代	182	32.2
60代	96	17.0
70代以上	24	4.2
合計	566	100.0



◇居住地

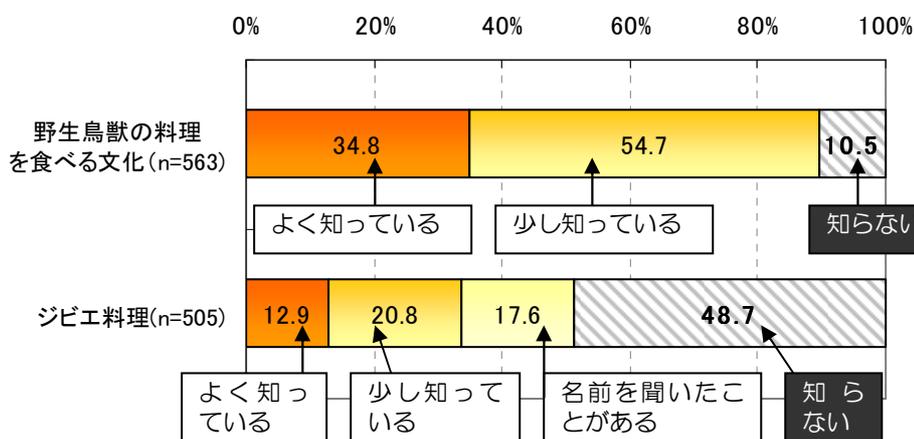
居住地	回答数	割合(%)	居住地	回答数	割合(%)
北海道	17	3.0	三重県	11	1.9
青森県	1	0.2	滋賀県	8	1.4
岩手県	1	0.2	京都府	15	2.7
宮城県	12	2.1	大阪府	39	6.9
秋田県	1	0.2	兵庫県	28	5.0
山形県	3	0.5	奈良県	7	1.2
福島県	4	0.7	和歌山県	2	0.4
茨城県	7	1.2	鳥取県	3	0.5
栃木県	8	1.4	島根県	1	0.2
群馬県	5	0.9	岡山県	10	1.8
埼玉県	30	5.3	広島県	16	2.8
千葉県	24	4.2	山口県	4	0.7
東京都	90	15.9	徳島県	2	0.4
神奈川県	50	8.8	香川県	5	0.9
新潟県	8	1.4	愛媛県	9	1.6
富山県	9	1.6	高知県	1	0.2
石川県	3	0.5	福岡県	25	4.4
福井県	1	0.2	佐賀県	2	0.4
山梨県	9	1.6	長崎県	3	0.5
長野県	25	4.4	熊本県	5	0.9
岐阜県	9	1.6	大分県	3	0.5
静岡県	12	2.1	宮崎県	4	0.7
愛知県	30	5.3	鹿児島県	3	0.5
			合計	565	100.0

○調査結果の詳細①「野生鳥獣を食べる文化」と「ジビエ料理」の認知度

- ・「野生鳥獣を食べる文化」の認知度は約9割、「ジビエ料理」の認知度は約5割
- ・甲信越居住者の「ジビエ料理」の認知度は高く、約9割に上る

- ・「野生鳥獣を食べる文化」があることを知っている人は89.5%に対して、「ジビエ料理」という言葉を知っている人は51.3%に留まった。
- ・年代別に「ジビエ料理」の認知度を比較すると、特に70代以上の認知度が低い。
- ・居住地別に「野生鳥獣を食べる文化」の認知度をみると甲信越や北海道・東北、北関東、九州・沖縄が高くなっている。「ジビエ料理」の認知度は、甲信越居住者が突出して高く、87.4%の人が知っている。

■「野生鳥獣の料理を食べる文化」と「ジビエ料理」の認知度



野生鳥獣の料理を食べる文化の認知度

	回答数	割合 (%)
よく知っている	196	34.8
少し知っている	308	54.7
知らない	59	10.5
合計	563	100.0

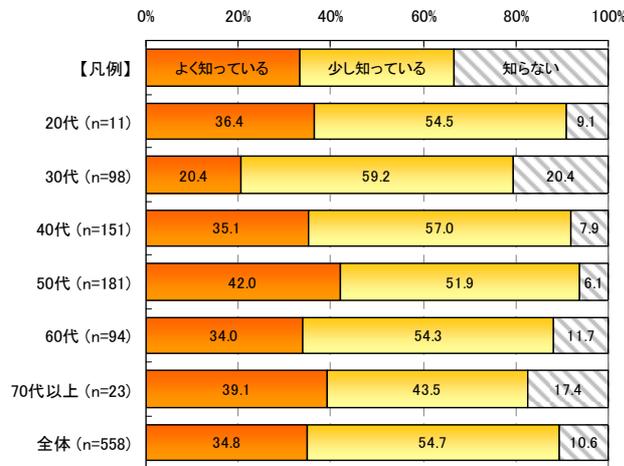
ジビエ料理の認知度

	回答数	割合 (%)
よく知っている	65	12.9
少し知っている	105	20.8
名前を聞いたことがある	89	17.6
知らない	246	48.7
合計	505	100.0

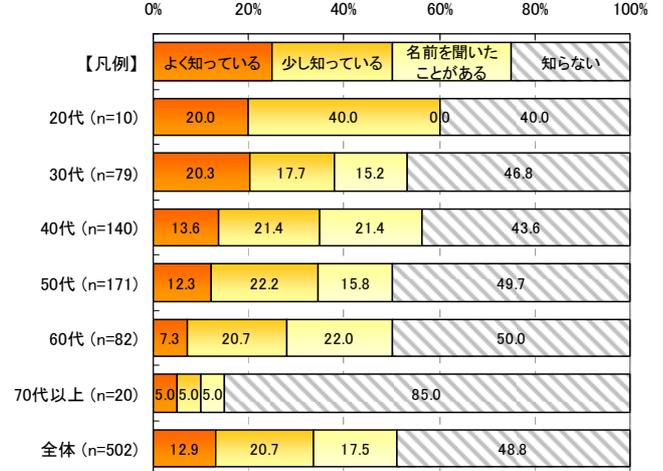
【クロス集計】年代、居住地別認知度

【年代別の認知度】

野生鳥獣の料理を食べる文化

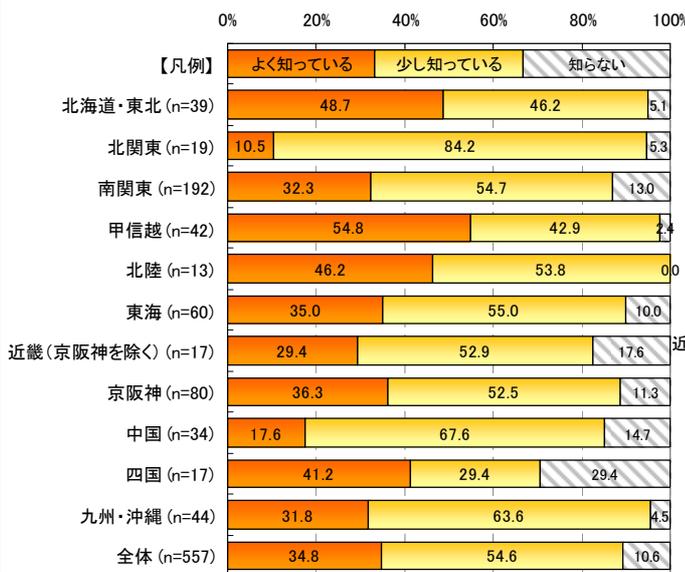


ジビエ料理

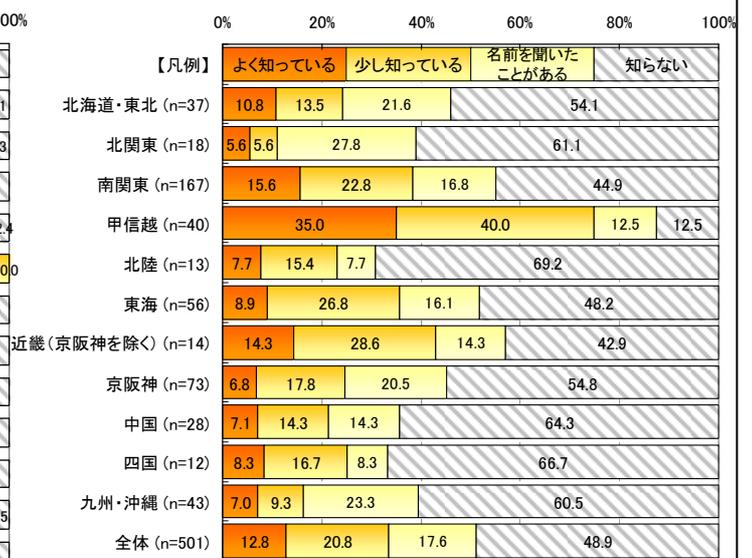


【地域別の認知度】

野生鳥獣の料理を食べる文化



ジビエ料理



【エリアの分け方】

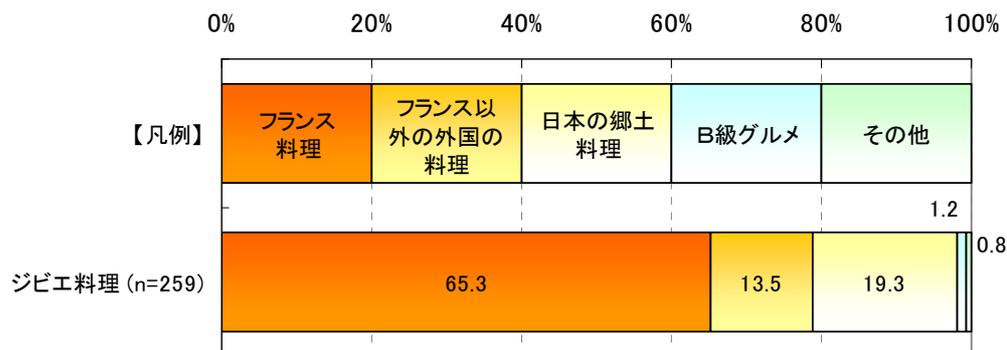
地域名	含まれる都道府県	地域名	含まれる都道府県
北海道	北海道	東海	愛知県 静岡県 岐阜県 三重県
東北	青森県 宮城県 山形県 岩手県 秋田県 福島県	京阪神	大阪府 京都府 兵庫県
南関東	東京都 埼玉県 神奈川県 千葉県	近畿 (京阪神除く)	滋賀県 和歌山県 奈良県
北関東	茨城県 群馬県 栃木県	中国	鳥取県 岡山県 山口県 島根県 広島県
甲信越	山梨県 長野県 新潟県	四国	徳島県 愛媛県 香川県 高知県
北陸	富山県 福井県 石川県	九州・沖縄	福岡県 熊本県 鹿児島県 佐賀県 大分県 沖縄県 長崎県 宮崎県

○調査結果の詳細②「ジビエ料理」のイメージ

- ・ジビエ料理は「フランス料理」と認識されているが、一部では「日本の郷土料理」という認識がある
- ・ジビエ料理は、野生鳥獣の料理に対するイメージと比較して、「高級感」「希少性」「美味しい」という良好なイメージが形成されている

- ・ジビエ料理と聞いて思い浮かぶ料理のジャンルとしては「フランス料理」をあげた人が最も多かった。しかし、19.3%の人が「日本の郷土料理」と回答していた。
- ・野生鳥獣肉の料理に対するイメージと比較して「ジビエ料理」という言葉には「高級感」「珍しさ」「美味しい」という良好なイメージが形成され、「匂いの強さ」や「衛生面の不安」という負のイメージは軽減されていた。その傾向は女性の方が顕著であった。

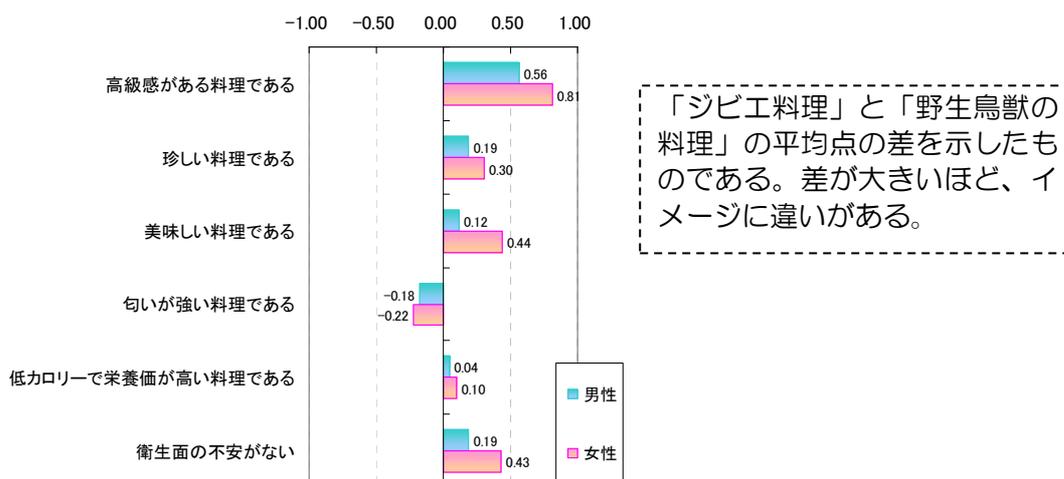
■ジビエ料理と聞いて思い浮かぶ料理のジャンル



■ 「食材としての野生鳥獣」と「ジビエ料理」のイメージの違い



[参考] 男女別にみる「野生鳥獣の料理」と「ジビエ料理」のイメージの違い



男性

	野生鳥獣	ジビエ料理	「ジビエ料理」-「野生鳥獣」
高級感がある料理である	2.32	2.88	0.56
珍しい料理である	3.09	3.27	0.19
美味しい料理である	2.67	2.79	0.12
匂いが強い料理である	2.97	2.79	-0.18
低カロリーで栄養価が高い料理である	2.62	2.66	0.04
衛生面の不安がない	2.53	2.72	0.19

女性

	野生鳥獣	ジビエ料理	「ジビエ料理」-「野生鳥獣」
高級感がある料理である	2.35	3.16	0.81
珍しい料理である	3.14	3.44	0.30
美味しい料理である	2.37	2.81	0.44
匂いが強い料理である	3.31	3.09	-0.22
低カロリーで栄養価が高い料理である	2.78	2.87	0.10
衛生面の不安がない	2.19	2.62	0.43

【平均点の算出方法】

平均値は、回答のうち判断の保留を意味する「わからない」や「無回答」を除いた回答のみを得点化して計算されたものであり、計算手順は以下のとおりである。

① アンケート回答の得点化

■ 衛生面以外の項目

当てはまる	→4点
やや当てはまる	→3点
あまり当てはまらない	→2点
当てはまらない	→1点

■ 衛生面の項目

不安がない	→4点
あまり不安がない	→3点
やや不安がある	→2点
不安がある	→1点

※得点化により中央値は 2.5 となる。平均点の高低を判断する際の基準値とする。

② 平均値の算出方法

回答者A	4点	}	$4点 + 3点 + 2点 + 3点 + 2点 + \dots + X点$	↓	回答者の人数	↓	平均値
回答者B	3点						
回答者C	2点						
...							
回答者X	X点						

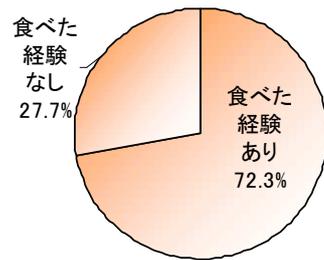
○調査結果の詳細③ 野生鳥獣の料理を食べた経験

- ・野生鳥獣の料理を食べた経験がある人は約 7 割で、「郷土料理」を食べたことがある項目が多い
- ・これまでに食べたことがある野生鳥獣としては「イノシシ」、「シカ」と回答した人が多い
- ・野生鳥獣の料理を食べたいと思わない理由は「肉に臭みがある(ありそう)」

- ・これまでに野生鳥獣の肉を食べたことがある人は 72.3%であった。
- ・これまでに食べたことのある野生鳥獣としては「イノシシ」や「シカ」と回答した人が多く、最も印象に残っているものは「イノシシ」であった。食べたことのあるシチュエーションは、「レストランや旅館」であり、料理のカテゴリーとしては「日本の郷土料理」という人が多かった。
- ・獣肉の料理を食べた感想としては、73.9%の消費者が高評価をしていた。
- ・食べた人の特徴としては、性別では「男性」で食べた経験のある人が多い。
年代別に比較すると年代が上がるにつれて食べた経験のある人の割合が高まる。

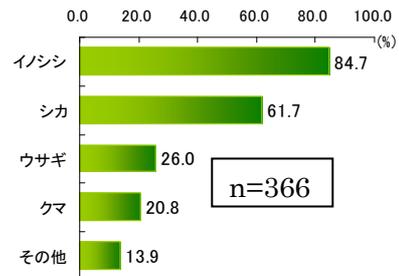
■これまでに野生鳥獣の料理を食べた経験の有無

	回答数	割合(%)
食べた経験あり	366	72.3
食べた経験なし	140	27.7
合計	506	100.0



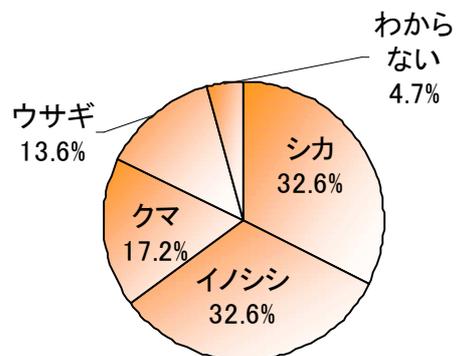
■これまでに食べたことがある野生鳥獣【複数回答】

	回答数	割合(%)
イノシシ	310	84.7
シカ	226	61.7
ウサギ	95	26.0
クマ	76	20.8
その他	51	13.9



■食べた経験のある野生鳥獣のうち、最も印象に残っている動物

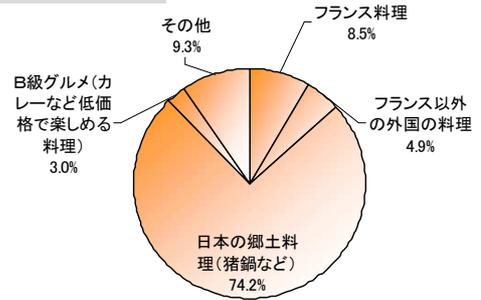
	回答数	割合(%)
シカ	127	32.6
イノシシ	127	32.6
クマ	67	17.2
ウサギ	53	13.6
その他	16	4.1
合計	390	100.0



食べた経験のある野生鳥獣のうち、最も印象に残っている動物について

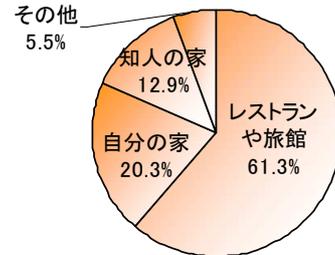
■食べたことのある野生鳥獣の料理のカテゴリー

	回答数	割合(%)
フランス料理	31	8.5
フランス以外の外国の料理	18	4.9
日本の郷土料理(猪鍋など)	271	74.2
B級グルメ(カレーなど低価格で楽しめる料理)	11	3.0
その他	34	9.3
合計	365	100.0



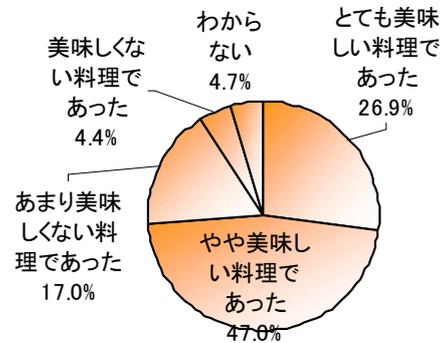
■料理を食べた場所

	回答数	割合(%)
レストランや旅館	223	61.3
自分の家	74	20.3
知人の家	47	12.9
その他	20	5.5
合計	364	100.0



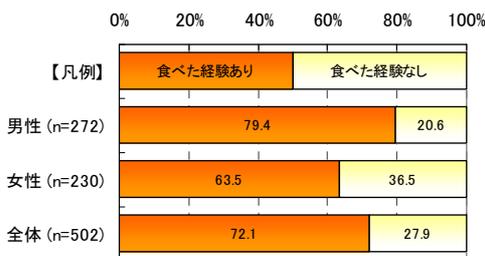
■料理を食べた感想

	回答数	割合(%)
とても美味しい料理であった	98	26.9
やや美味しい料理であった	171	47.0
あまり美味しい料理であった	62	17.0
美味しくない料理であった	16	4.4
わからない	17	4.7
合計	364	100.0

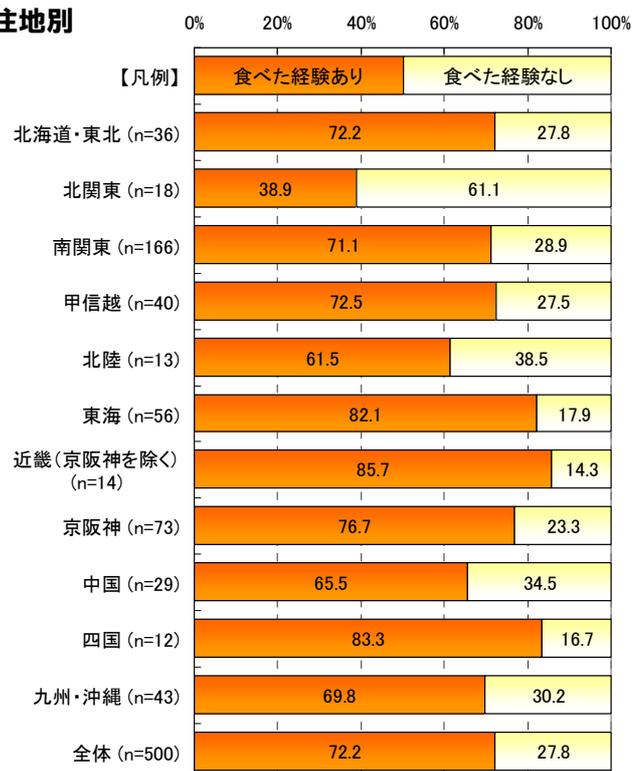


【クロス集計】野生鳥獣を食べたことがある人の特徴

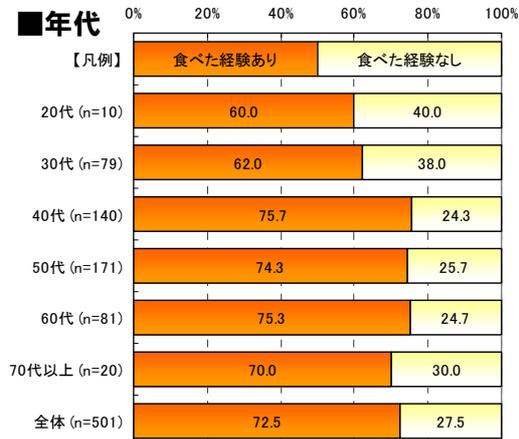
■性別



■居住地別



■年代



○調査結果の詳細④ 野生鳥獣の料理に対する今後のニーズ

- ・ 今後、野生鳥獣の料理を食べる機会があった際に食べたい人は約 7 割
食べたいという意向をもった人のうち、約 7 割が長野県で食べたいと回答
- ・ 今後食べたい野生鳥獣の料理のカテゴリーは「日本の郷土料理」
- ・ 野生鳥獣の料理を食べたいと思わない理由は「肉に臭みがある(ありそう)」

- ・ 今後、野生鳥獣の料理を食べる機会があった際に「食べたいと思う」と回答した人は 69.3%。
食べたいという意向をもった人の 71.0%が長野県で野生鳥獣の料理を食べたいと回答した。
- ・ 今後食べたい料理のカテゴリーは、猪鍋などの「日本の郷土料理」と回答した人が多い。
- ・ 野生鳥獣の料理を食べたいと回答した人は、「男性」や「食べた経験がある人」、「『ジビエ料理』という言葉を知っている人」ほど高くなった。居住地別にみると、やや甲信越地区居住者が食べてみたいというニーズが高い。

■野生鳥獣の料理へのニーズ

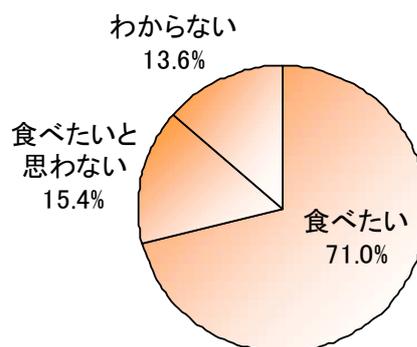
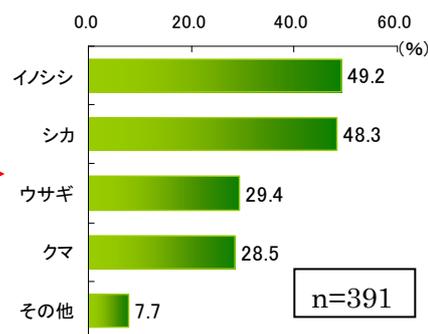
今後、食べる機会があった際に
野生鳥獣の料理を食べてみたいですか？

	回答数	割合(%)
食べたいと思う	391	69.3
食べたいと思わない	173	30.7
合計	564	100.0

[長野県内で野生鳥獣の料理を食べたいですか？]

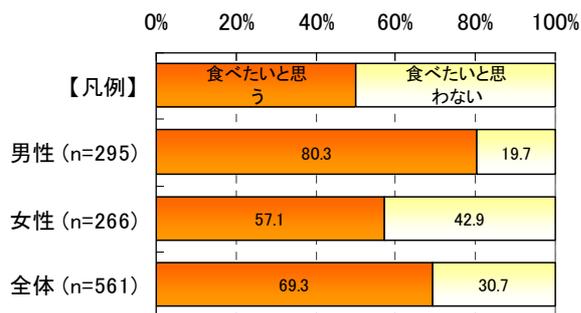
	回答数	割合(%)
食べたい	277	71.0
食べたいと思わない	60	15.4
わからない	53	13.6
合計	390	100.0

■今後食べたい野生鳥獣【複数回答】

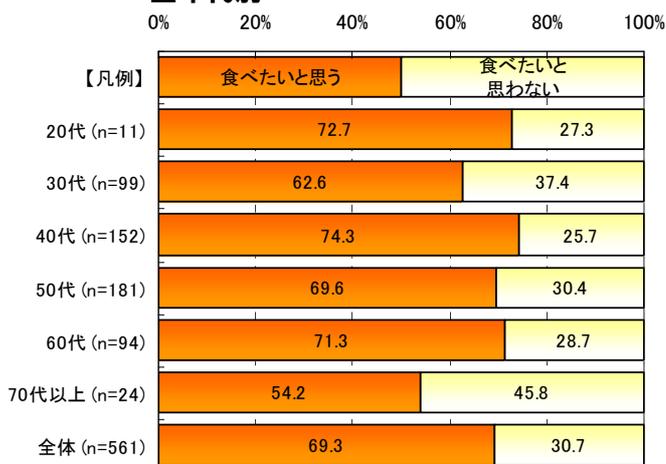


[クロス集計] 今後、野生鳥獣の料理を食べたい人の特徴

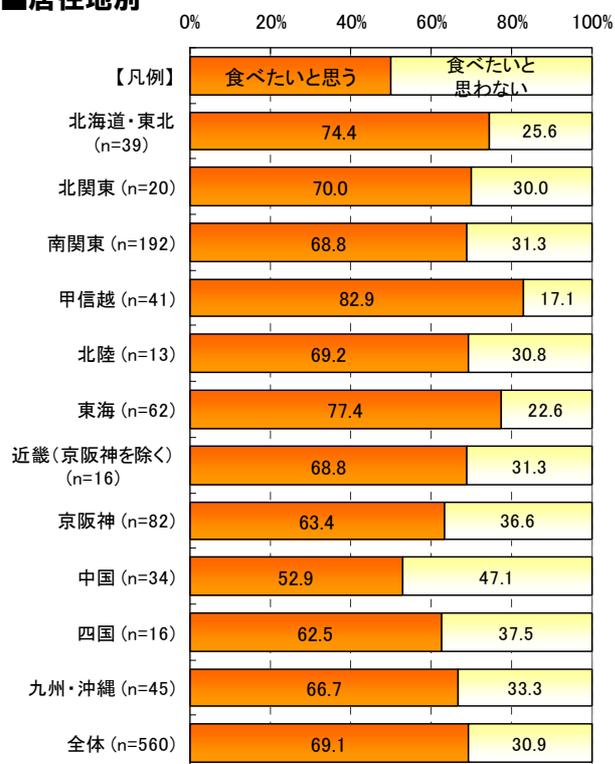
■性別



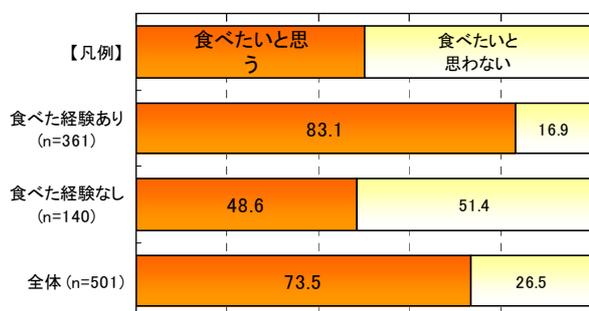
■年代別



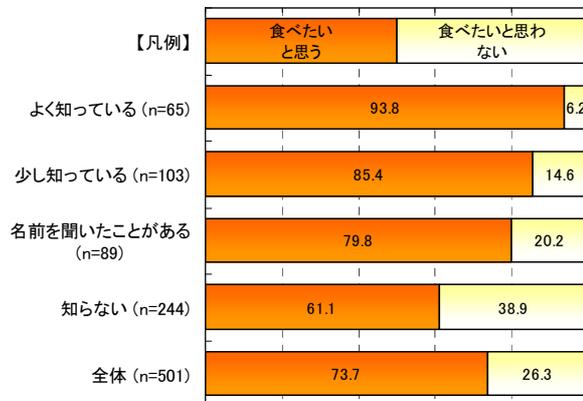
■居住地別



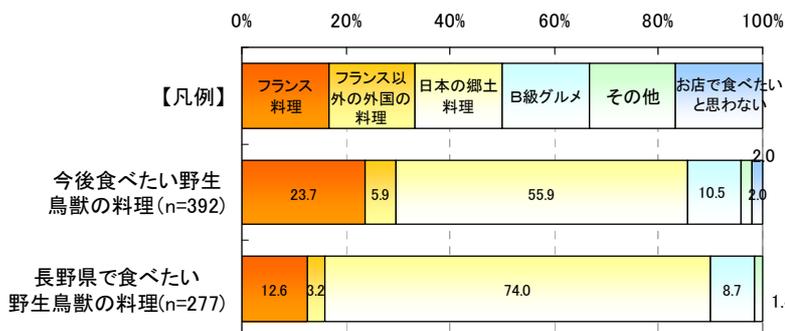
■経験別



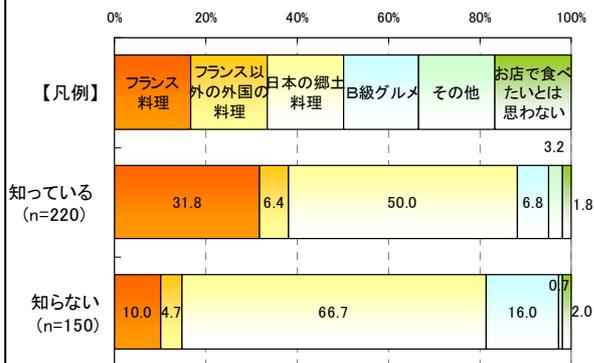
■知識別



■今後食べたい野生鳥獣の料理のカテゴリー



[クロス集計] ジビエの認知度別にみる今後食べたい料理のカテゴリー

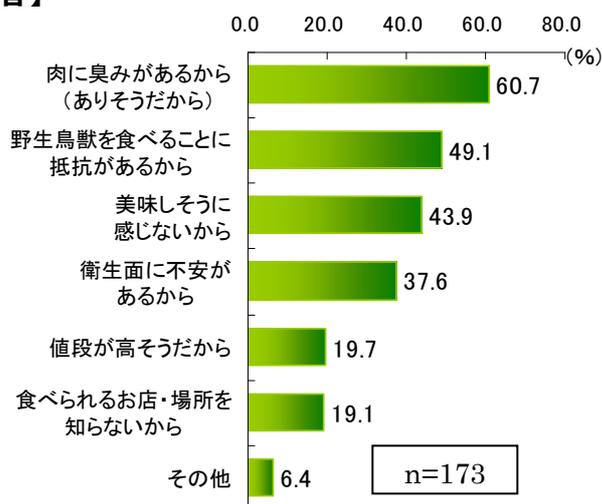


- ・野生鳥獣の料理を食べたいと思わない理由は「肉に臭みがある（ありそう）」と回答した人が多かった。
- ・長野県内のレストランやホテルなどでシカ肉を食べるときの条件としては、「手頃な価格」が最も多く、次いで「安全性」や「本格的な料理」が続いていた。手頃であることが前提で、安心できる、本格的な料理を求めているといえる。

■「今後、野生鳥獣の料理を食べてみたくない」と回答した方

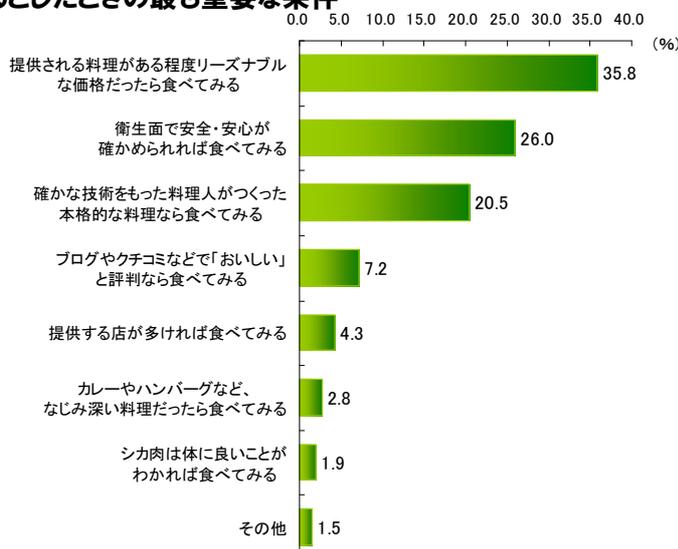
野生鳥獣の料理を食べてみたいと思わない理由【複数回答】

	回答数	割合(%)
肉に臭みがあるから (ありそうだから)	105	60.7
野生鳥獣を食べることに 抵抗があるから	85	49.1
美味しそうに 感じないから	76	43.9
衛生面に不安が あるから	65	37.6
値段が高そうだから	34	19.7
食べられるお店・場所を 知らないから	33	19.1
その他	11	6.4



■長野県内のレストランやホテルなどで、シカ肉の料理を食べるときの最も重要な条件

	回答数	割合(%)
提供される料理がある程度リーズナブルな価格だったら食べてみる	168	35.8
衛生面で安全・安心が確かめられれば食べてみる	122	26.0
確かな技術をもった料理人がつくった本格的な料理なら食べてみる	96	20.5
ブログやクチコミなどで「おいしい」と評判なら食べてみる	34	7.2
提供する店が多ければ食べてみる	20	4.3
カレーやハンバーグなど、なじみ深い料理だったら食べてみる	13	2.8
シカ肉は体に良いことがわかれば食べてみる	9	1.9
その他	7	1.5
合計	469	100.0



○調査結果の詳細⑤ 各地のジビエについて

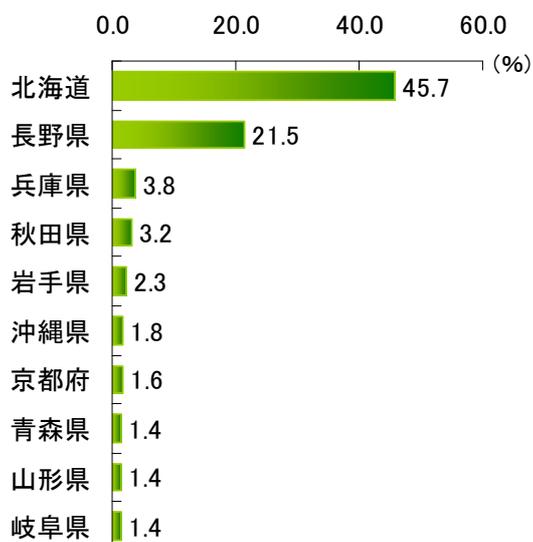
・野生鳥獣が美味しそうなイメージがある都道府県

1位 北海道（45.7%）、2位 長野県（21.5%）

- ・日本に生息する野生鳥獣を使った料理を食べるとしたら、どの都道府県の野生鳥獣が美味しそうかと尋ねたところ、北海道、長野県が突出しており、全体の67.2%を占めていた。次いで、兵庫県、秋田県、岩手県であった。

野生鳥獣が美味しそうなイメージがある都道府県（n=571）

順位	都道府県	回答数	割合(%)
1	北海道	253	45.7
2	長野県	119	21.5
3	兵庫県	21	3.8
4	秋田県	18	3.2
5	岩手県	13	2.3
6	沖縄県	10	1.8
7	京都府	9	1.6
8	青森県	8	1.4
9	山形県	8	1.4
10	岐阜県	8	1.4



考察

野生鳥獣を食べる文化は「日本の郷土料理」的なイメージで広く浸透

消費者の大多数は、「野生鳥獣を食べる文化」を知っており、実際に食したことがある経験者も7割を越えている。野生鳥獣を食したシチュエーションは、「レストランや旅館」で、「日本の郷土料理として」が多く、野生鳥獣を食べる文化は「外食として食する日本の郷土料理」的なイメージで広く浸透しているものと考えられる。

野生鳥獣の肉と言えば「イノシシ」や「シカ」

味に対してはおおむね好感触であるが一部に苦手意識を持つ人もいる

野生鳥獣のうち、食された経験が多いのは「イノシシ」や「シカ」であり、特に「イノシシ」のイメージを持つ人が多い。イノシシ肉を含め、野生鳥獣肉の味に対する評価はおおむね高いものになっており、今後も食べてみたいと言う意向を持つ人が全体の7割を占めることから、一定以上の市場性があると考えられる。なお、今後食してみたい肉は、食した経験と同様に「イノシシ」と「シカ」が多くなっている。

しかし一方で、野生鳥獣の肉を「美味しくない」と感じる人もおり、肉の臭みや“野生であること”、衛生面などに不安を感じることから、今後は食べたくないと考えている人も3割程度いることがわかっている。今後、さらに野生鳥獣の市場を広げていくには、これらの負のイメージを払拭するための取り組みが必要と言える。

「ジビエ」の認知度は5割程度

認知している人は良好なイメージを持っているが、市場に浸透させるには注意が必要

約9割の消費者が「野生鳥獣を食べる文化」を知っているのに対し、「ジビエ」という言葉を知っている人は約5割に留まっており、市場に浸透しているとは言いがたい。「ジビエ」については、一般消費者が抱く野生鳥獣のイメージよりも、良好なイメージが持たれており、「ジビエ」として市場に浸透させる取り組みには一定の効果があると考えられる。しかし、多くの場合「ジビエ料理」はフランス料理として認識されており、それによって「高級感」「美味しさ」などの印象が高くなっていると推測できる。そのため、「ジビエ」を市場に浸透させる際、「フランス料理である」と言う背景も含めて発信しなければ、「ジビエ＝単なる野生鳥獣の肉」と言うイメージとして定着してしまい、「ジビエ」が持っている好印象を陳腐化させてしまう恐れもあるため、注意が必要と言える。

信州ジビエに対する市場の評価は高い

野生鳥獣が美味しそうなイメージがある都道府県としては、北海道・長野県が突出していることや今後野生鳥獣の料理を食したいと言う意向を持った人のうち、約7割が「長野県で野生鳥獣肉を使った料理を食べたい」と言う思いを持っていることから、信州ジビエに対する市場の評価は高いといえる。現在、複数の都道府県でジビエ料理の振興をしているが、「長野県産」や「信州産」を前面に打ち出すことで他県に対して優位性をもたせることができると推測できる。

市場に浸透しやすい料理は「日本の郷土料理」

「フランス料理」は“ジビエ料理をよく知っている人”を獲得できる可能性あり

今後食してみたい野生鳥獣肉の料理としては、猪鍋など「日本の郷土料理」を希望する人が約 6 割を占めた。長野県ではその意向はさらに高くなることがわかった。つまり、長野県においては日本の郷土料理として野生鳥獣肉を売り出していくことが最も市場性を持っている戦略と考えられる。

「フランス料理」に関しては、全体の約 2 割に留まった。しかし、ジビエ料理という呼称をもともと知っている人ほど、フランス料理希望者が多くなった。ジビエをよく知る人にしぼり、本格的なフランス料理を開発し、提供することも効果的である。

なお、カレーなど低価格で楽しめる B 級グルメとして獣肉を食したいという意向をもった人は全体では約 1 割にとどまり、消費者のニーズは低いといえる。

特定非営利活動法人 SCOP 法人概要

「自立的に活動できる地域社会の実現」を目指し、地域における課題解決能力の向上と地域価値創造のための実践研究を行うシンクタンク。

関東・甲信越・北陸地方を主な活動拠点とし、行政計画の策定、社会調査、合意形成（コンセンサスビルディング）、人材育成事業、各種コンサルティング等、地域活性化プロジェクトの立上げ及びその支援など幅広く活動を行っている。

それら活動の中で培った技術を応用し、最近では社会資源を有効活用するためのマネジメントモデルとして、ソーシャル・リソース・マネジメント（SRM）の必要性を提唱。放置されている公共的な課題の解消に向けて、社会資源の活用を通じた実践的な取り組みを行っている。

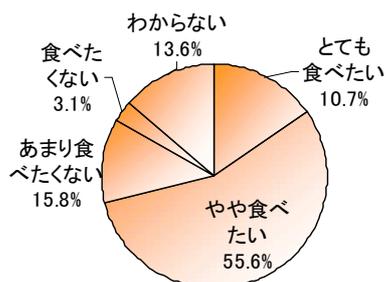
主な事業領域

- **プランニング**: 行政計画策定 / ブランド・観光戦略策定 / 経営戦略策定
- **調査**: 社会調査 / マーケティング・リサーチ
- **合意形成**: ファシリテーション / 会議・ワークショップ運営
- **コンサルティング**: 行政評価 / 研修企画・運営 / 市民参加促進

本社 : 長野県松本市中央 2-3-17 知新堂ビル 3F-A
URL : <http://npo-scop.jp/>
設立 : 平成 15 年 8 月
代表者 : 鷺見真一
従業員数 : 20 名

<引用時のクレジット表記のお願い>

引用例 (例)特定非営利活動法人 SCOP によると



特定非営利活動法人 SCOP 調べ

一本調査に関するお問合せ先

特定非営利活動法人 ^{スコップ}SCOP (担当: ^{きまた}木亦)
〒390-0811 長野県松本市中央 2-3-17 知新堂ビル3F-A
Tel: (0263) 36-9180 Fax: (0263) 36-9185
kimata@npo-scop.jp