

2025年12月2日

報道機関 各位

国立大学法人東北大学

## 何が野生鳥獣肉の消費者受容を阻んでいるのか —品質不安の克服と最初の一口が普及の鍵—

### 【発表のポイント】

- 野生鳥獣の被害が深刻化する中、捕獲個体を食資源として活用するジビエ利用<sup>(注1)</sup>が注目されているものの、国内では利用が十分に進んでいません。
- ジビエ<sup>(注2)</sup>の利用拡大の鍵は消費者がどうしたら受け入れるかにあります。そこで、心理的要因と環境への態度、喫食経験との関連性を調査・分析しました。
- ジビエ普及を阻む重要な要因として、「馴染みのない食品への抵抗感」とそれに伴う「品質への不安」が特定されました。
- ジビエの喫食意向は、品質への認識や環境・倫理への意識によって高まることが示されました。
- 試食機会の提供や品質への安心感の確保が、ジビエの普及と地域資源の有効活用につながることを示しています。

### 【概要】

野生鳥獣による農作物被害が深刻化する中、捕獲された鳥獣の肉（ジビエ）の8割以上は廃棄されており、貴重な持続可能な食料資源が十分に活用されているとは言えません。

東北大学大学院農学研究科の井元智子准教授の研究チームは、ジビエの利用拡大を阻む消費者の心理的要因を調べる目的で、全国の成人（20代から60代）を対象とした調査を実施しました。有効回答537名の回答を分析した結果、喫食意向に影響する主な要因は、品質に対する認識と持続可能性・倫理への意識であることが分かりました。特に、「フード・ネオフォビア（食物新奇性恐怖）」<sup>(注3)</sup>が品質への不安と結びつき、消費を妨げる重要な心理的障壁となっています。また、回答者の約4割がジビエの喫食経験を持ち、未経験者に比べると品質を高く評価し、喫食意向も強い傾向が見られました。本研究は、品質認識の理解向上や試食機会の提供を通じて消費者の心理的障壁を解消することが、ジビエの利用を進める鍵であることを提言しています。

本研究成果は2025年10月30日に学術誌 Food Quality and Preference に掲載されました。

## 【詳細な説明】

### 研究の背景

野生動物の個体数急増と生息域の拡大が続き、生態系および農業に深刻な影響を与えています。特にシカやイノシシなどによる農作物被害は深刻で、2023年にはその被害額が164億円に上りました。政府は、被害削減を目指して大規模な捕獲戦略を推進していますが、この対策が新たな課題を生み出しています。それは、捕獲された動物の肉がほとんど活用されず、大半が焼却や埋設処分されているという資源の浪費です。実際、2023年時点での食肉としての利用率は、捕獲されたシカ肉で約16.8%、捕獲されたイノシシ肉ではわずか約7.6%に留まります。この低い利用率は、生態学的課題の解決、食料廃棄の削減、そして地域経済の活性化という多大な機会を失っていることを意味します。

ジビエは環境負荷が低く、栄養価も高い「持続可能な食料資源」として注目されています。しかし、多くの日本人にとって「馴染みのない食品」であり、消費拡大が進まない背景には、需要側（消費者側）の根深い課題が存在します。具体的には、「未知の食品に対する不安（フードネオフォビア）」、「安全性や味に関する懸念」、さらには「調理や入手の難しさ」といった心理的・文化的障壁が、ジビエの敬遠につながっていると考えられます。

農業被害対策、食料資源の循環利用、さらには持続可能な食料システムの構築に直結するこの重要課題に対し、消費者の視点から具体的な解決策を導き出すことが不可欠となっています。そこで本研究は、この「有用な資源があるのに活用されない」という大きなギャップを埋めるため、消費者の心理メカニズムを科学的に解明することを目的としました。特に、未知の食品を避ける性格特性「フード・ネオフォビア」や「喫食経験」を分析枠組みに組み込むことで、現代日本においてジビエを信頼される食料資源として再確立するための、実践的な戦略の道筋を示すことを目指します。

### 方法と結果

本研究では、ジビエ消費を阻む心理的・文化的要因を詳細に把握するため、全国の消費者を対象にWebアンケート調査を実施しました。

調査対象者は、調査会社に登録されている全国のモニターの中から、20代から60代までの男女が年代ごとに均等になるように設定し、参加を依頼しました。これにより、幅広い層の消費者意識を公平に反映したデータを収集しています。その結果、600名から回答が得られ、内容に矛盾がみられるものを除いた537名分を有効回答として分析に用いました。有効回答者のうち、過去にジビエを喫食した経験がある人は約40%（213名）で、残りの約60%は未経験者でした。

調査アンケートでは、回答者の基本属性や鳥獣被害に関する認識を確認したうえで、特に3点の主要な心理的要因（意識と行動、フード・ネオフォビア、喫食経験と認識）を詳細に測定しました。ジビエに対する意識と行動について、態度は、「品質認知（味・健康・安全性）」と「持続可能性・倫理的配慮」という二つの側面から多面的に評

価しました。また、周囲からの期待を測る主観的規範、およびジビエを食べる意向の強さを行動意図として評価しました。また、馴染みのない食品を避ける傾向を示す個人特性を、確立された尺度であるフード・ネオフォビア尺度(Food Neophobia Scale: FNS)を用いて定量的に測定しました。喫食経験と認識に関して、ジビエに対する認知度やイメージ、過去の喫食経験の有無、その種類、喫食のきっかけなどについて把握しました。

結果として、ジビエの喫食意向は「品質認知」に最も強く影響されることが明らかになりました。消費者が感じる「味・安全性・健康面」などの品質に関する評価は、「持続可能性」や「倫理的な配慮」といった要因よりも、喫食意向を高めるうえで決定的な要因であることが示されました。

喫食を阻む重要な要因の一つとして明らかになったのは、「フード・ネオフォビア」です。この心理的傾向は、ジビエを食べる意向を直接的に低下させるだけでなく、ジビエの品質評価そのものを下げるといった間接的な経路を通じて、強く喫食意向を抑制していました。この結果は、フード・ネオフォビアを緩和するには、品質に対する不安を解消する取り組みが有効であることを示唆しています。

また、過去にジビエを試食した経験や、ジビエに関する知識を持っていることは、いずれも喫食意向を明確に高める重要な促進要因であることが確認されました。さらに、副次的な結果として、女性や高齢層ほどジビエに対する喫食意向が低い傾向にあることも明らかになりました。

加えて、ジビエの喫食経験の有無で回答者を二つのグループに分けて分析したところ、重要な構造的な違いが明らかになりました。経験者(過去に食べたことがある人)は、ジビエの品質認知が喫食意向に与える影響が未経験者よりも顕著に強く、品質の良さが決定的な要因であることが示されました(経験者: $\beta = 0.551$ , 未経験者: $\beta = 0.334$ )。一方で、未経験者の場合は、ジビエに関する知識の有無が喫食意向により強く影響していました(経験者: $\beta = -0.002$ , 未経験者: $\beta = 0.172$ )。この結果から、ジビエの普及を促進するためには、未経験者に対しては生態系保全などの社会的意義を強調した情報提供と、衛生面に配慮した試食機会の提供が効果的です。経験者には、味と安全性の基準を一貫して保ち、信頼を維持することが極めて重要です。この層別戦略により、ジビエを信頼される持続可能な食資源へと位置づけることが可能になります。

## 今後の展開

本研究では、日本の消費者 537 名を対象としたアンケートデータを分析し、心理的要因がジビエの喫食意向にどのように影響するかを科学的に明らかにしました。今後は、ジビエの低利用という社会課題の解決に直結させることを目的に、Best-Worst Scaling(BWS)などの手法を用いて研究をさらに発展させます。具体的には、伝統的な料理から加工食品まで多様な形態がある中で、消費者の「最初の一口」を最も効果的に促す料理形態を定量的に特定し、消費者の嗜好構造を詳細に明らかにします。

これらの結果は、自治体やジビエ関連産業に対して、需要に合った高品質な商品開発や効果的なプロモーション戦略の具体的指針を提供することが期待されます。これにより、廃棄される鳥獣肉が減り、地域経済が活性化するほか、持続可能な食の仕組みづくりが前進するという大きな社会的効果が見込まれます。また、新しく馴染みのない食品がどう受け入れられるかという学術的な知見も深まります。

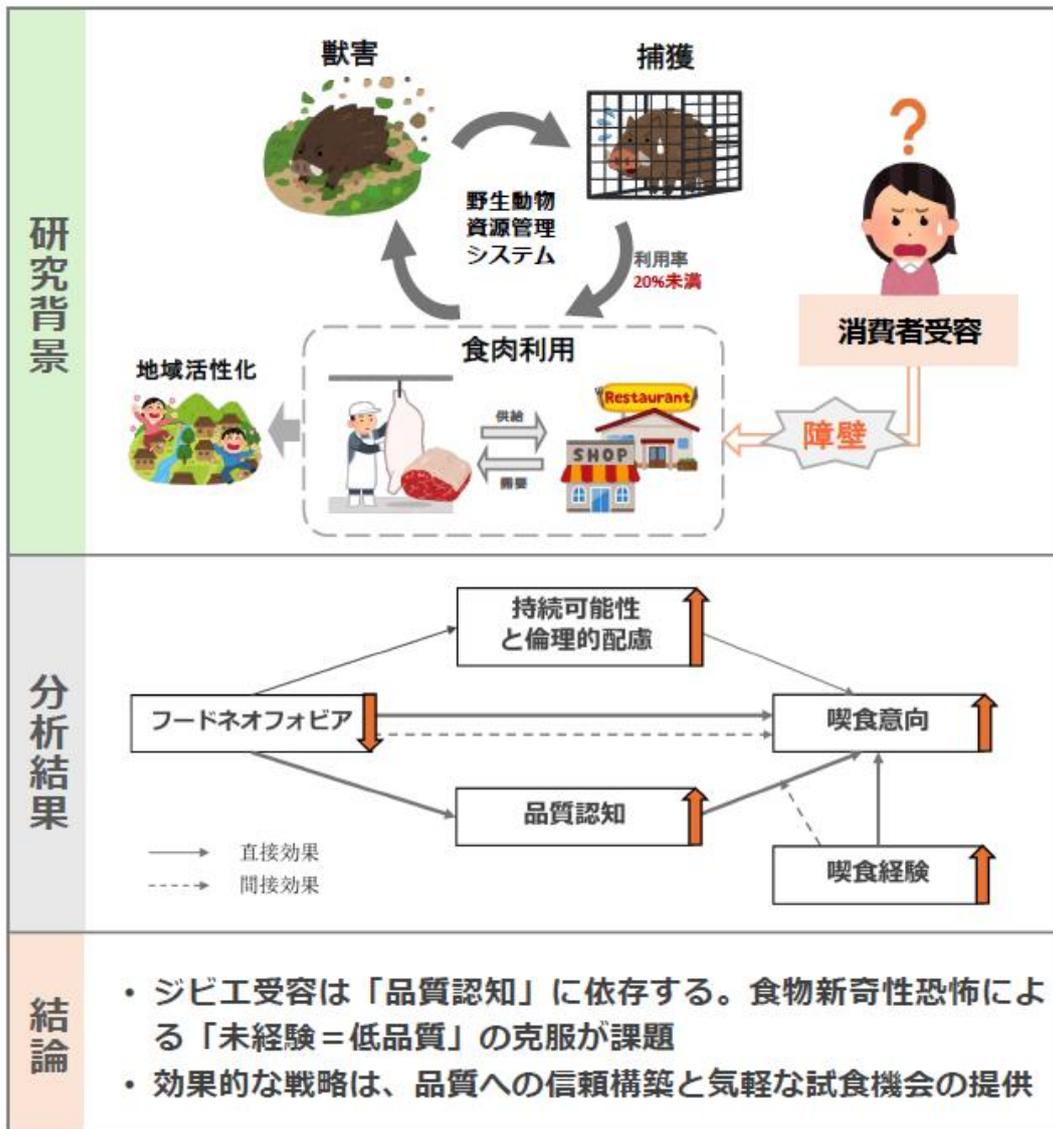


図 1. 研究の概要図

【謝辞】

本研究は、JSPS 科研費（課題番号：22K05844）の助成を受けて実施したものです。掲載論文は「東北大学 2025 年度オープンアクセス推進のための APC 支

援事業」の支援を受け Open Access となっています。

**【用語説明】**

注1. ジビエ利用

捕獲された鳥獣の肉を食用として利用すること。

注2. ジビエ

フランス語で、狩猟によって食材として捕獲された野生の鳥獣、またはその肉を指します。

注3. フード・ネオフォビア (Food Neophobia)

食物新奇性恐怖とも呼ばれ、新奇または馴染みのない食品に対して強い回避傾向を示す人格特性です。

**【論文情報】**

タイトル : Game Meat Acceptance in Japan: Behavioral Determinants and the Role of Food Neophobia

著者 : 胡欣怡、井元智子\*

\*責任著者 : 東北大学大学院農学研究科・環境経済学分野 准教授・井元智子

掲載誌 : Food Quality and Preference

DOI: [10.1016/j.foodqual.2025.105768](https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2025.105768)

URL:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S095032932500343X?via%3DiHub>

**【問い合わせ先】**

(研究に関すること)

東北大学大学院農学研究科

環境経済学分野

准教授 井元智子

Email: [t-imoto@tohoku.ac.jp](mailto:t-imoto@tohoku.ac.jp)

(報道に関すること)

東北大学大学院農学研究科

総務係

TEL: 022-757-4006

Email: [agr-syom@grp.tohoku.ac.jp](mailto:agr-syom@grp.tohoku.ac.jp)