

エゾシカ肉の消費促進を目的とした 北海道のジビエツーリズムの提案と支援

三浦蓮 北海道情報大学 大学院経営情報学研究科
船木さくら 杉澤愛美 斎藤一 北海道情報大学情報メディア学部

キーワード：エゾシカ肉、ジビエツーリズム、アプリケーション開発

【背景と課題】北海道ではエゾシカの個体数増加により生態系への影響が深刻化し[1]、対策として駆除が行われているが、多くは活用されずに廃棄されている。これを受けて、北海道では「シカの日」の制定や啓発用サイトの開設[2]など、普及・啓蒙活動が進められているが、一般市民への認知は依然として限定的である。民間でも、北海道各地でエゾシカの皮革を活用したワークショップや教育活[3]、エゾシカ肉の加工販売を行う企業の存在が見られるが、流通量や認知の拡大には依然として課題が残る。こうした課題の背景には、多くの事業者が店頭販売中心とした地元密着型の展開にとどまり、観光客や道外の消費者への情報発信や販路整備が十分に行われていないという実情がある。2025年5月時点で北海道を対象として実施した調査では、ジビエを扱う88業者のうちネット販売への対応業者は限られており、WebやSNSの有無や運用状況にもばらつきが見られた。特に小規模事業者ではITに不慣れなケースが多く、ECサイトやSNSを活用した販促に課題を抱えている。こうした背景が、ジビエに関心のある消費者との接点を狭め、流通や認知の拡大を妨げる要因となっている。

【目的】本研究では「ジビエツーリズム」を、ジビエを楽しむ旅行スタイルと定義し、観光客をターゲットに新たな食の魅力発信を試みる。北海道のエゾシカ問題を背景に、エゾシカ肉の観光価値向上、流通を促進することを目指す。Webサイトやアプリの整備が困難な事業者でも簡単に情報発信が可能な仕組みと、観光客向けにエゾシカ肉の入手・消費方法を伝えるアプリ（図1）を開発することで、北海道の食文化の振興と地域経済の活性化を図る。

【先行事例】株式会社Fantは狩猟者と消費者をつなぐWebプラットフォームを展開し、直感的なUIにより事業者の利便性を高めている[4]。また、「ジビエト」[5]はジビエの楽しみ方に加え、地域資源や農村の魅力を多面的に発信している。本研究では、先行研究で得られた知見を基に観光の側面からエゾシカ肉消費の促進を図る。

【方法】本研究は、以下の3つの段階で進める。本稿では、1.実態調査の途中経過を報告する。

1. 実態調査：WebサイトやSNSを活用し、北海道でエゾシカ肉を取り扱う事業者を調査して一覧を作成する。さらに一部の事業者に対しては、情報発信の実施状況やエゾシカ肉への考え方、現状の課題についてヒアリング調査を行う。
2. アプリケーション開発：観光客を対象に、エゾシカ肉が「いつ・どこで・どのように」食べられるのかを即時に把握できるアプリケーションを開発する。ITに不慣れな事業者でも操作しやすく販売・提供情報を簡便に登録・更新できるUI/UXを設計する。
3. 連携・協働体制の構築：サービス内容やアプリケーションの評価を依頼し、事業者と連携関係を築く足がかりとする。



図1 ジビエツーリズム流通支援アプリのイメージ

本研究では、エゾシカ肉の消費促進とジビエツーリズムの活性化を図るため、以下の3つの主要なターゲット層を想定し、それぞれに特化したアプローチを検討する。

- ① キャンプ需要：札幌市在住の30～40代男性会社員で、配偶者と小中学生の子どもを持つ家族層を想定する。週末のアウトドア志向や家族での体験型レジャーへの関心が高く、自然の中での食体験へのニーズがある。
- ② お土産需要：関東圏在住の30～40代の家族世帯を想定する。男性は観光客数が多く、家族へのお土産購入動機が強い。女性は家族や周囲への配慮から、土産選びに積極的な傾向がある。
- ③ 飲食店需要：北海道内の地方都市（旭川、帯広など）在住の40～50代男性を想定する。非日常的な食体験を求めて地元の飲食店を訪れる傾向があり、地域拠点からの周遊性の高さがジビエ消費の機会を広げると考えられる。

【おわりに】本研究により、エゾシカ肉の流通に関する情報の集約・可視化が進み、観光客の利便性が向上することが期待される。特に、エゾシカ肉が「希少だが敷居が高い」食材と認識されている現状に対し、「今、どこで、どうやって食べられるか」を明示することで、観光資源としての魅力を高め、消費促進にもつながると考えられる。また、ITを活用した情報発信の支援によって、従来は観光産業へのアプローチが難しかった小規模事業者の参入が促され、地域全体のジビエ流通の活性化が見込まれる。一方で、エゾシカ肉の解体・流通に伴う時間的制約や、情報発信の継続性といった課題も、依然として残される。今後は、プロトタイプの運用実験を通じて得られるフィードバックをもとに改良を重ね、持続可能な仕組みへと発展させていく予定である。

【参考文献】

- [1]北海道庁エゾシカ対策係, <https://www.pref.hokkaido.lg.jp/ks/skn/est/>, 参照日：June.6, 2025.
- [2]北海道庁「シカの日」オフィシャルサイト, https://www.pref.hokkaido.lg.jp/ks/skn/est/shik_nohi/, 参照日：June.6, 2025.
- [3]NPO 法人 ezorock「EZOWOLF STORY」, <https://ezowolfstory.org/>, 参照日：June.6, 2025.
- [4]株式会社 Fant「Fant はハンターとジビエ購入者を繋ぐプラットフォームです。」, <https://fant.jp/>
- [5]ジビエト, <https://gibierto.jp/>, 参照日：June.6, 2025.