飼養環境に配慮した鶏卵の高付加価値化と販路確保

―― 有限会社丸一養鶏場（埼玉県寄居町）――

研究員　福田彩乃

一部の消費者は、鶏卵の機能性だけでなく採卵鶏の飼養環境にも関心を寄せている。

鶏の飼養施設について見ると、国内では、金属製のカゴを複数段積み重ねたバタリーケージ（Buttery cage）が広く普及している。バタリーケージは単位面積当たりの飼養羽数が多いものの、鶏の行動が制限される。一方、飼養環境に配慮した施設の一つとしてエイビアリー（aviary）があり、EUで導入が先行している。エイビアリーとは、バタリーケージと比べて単位面積当たりの飼養羽数を減らし、巣箱のある産卵エリアや砂浴びのできる運動エリア等を備えることで、鶏の自由な行動が可能となるように配慮された施設である。

国内で初めてエイビアリーを導入した有限会社丸一養鶏場を事例に、鶏卵の高付加価値化と販路確保について紹介する。

1　経営方針は「自社で作り、自社で高く売る」

同社はバタリーケージで15万羽、エイビアリーで２万羽を飼養している。農地確保や鶏ふん処理への対応で規模拡大が難しいなか、「自社で作り、自社で高く売る」ことをモットーに、比較的早い時期から、ヒナを独自に育雛（いくすう）・育成し、栄養バランスを考えた自家配合飼料を給餌してきた（第１表）。また、GP（Grading and Packing）センター(注)を設置し、生活協同組合等への独自販売に取り組んできた。

2　導入のきっかけはEU視察

同社は、1999年にスイスでエイビアリーを視察したことをきっかけに、導入を検討し始めた。

現社長によると、バタリーケージで飼養された鶏は人に驚がく反応を示すが、視察先の鶏はストレスを感じている様子がなく、人に興味を示して近づいてきたという。現社長は、鶏の生き生きとした姿に喜びを感じるとともに、飼養環境に関心を寄せる消費者の共感を得られると考えた。

3　鶏舎の設置に一工夫

鶏が巣箱で産卵し、止まり木で休息するに

第1表　丸一養鶏場の取組み

	取り組み	飼養羽数（万羽）		主要な販路	
		バタリーケージ	エイビアリー	バタリーケージ	エイビアリー
1970年	丸一養鶏場法人化（70年） 自社農場に育雛・育成鶏舎設置（72年）				
	GPセンター設置（74年）			生活協同組合（73年）	
	飼料配合プラント設置（80年）	13		スーパー等（随時）	
	現社長就職（92年）				
2000年	海外視察（99、00、01年） エイビアリー育成舎設置（02年） （全国的な鳥インフルエンザ流行（04年））			ネット販売（00年）	
	エイビアリー成鶏舎設置（06年）		1		
	自社ブランド「エコッコ」販売（07年）				ネット、直売所（07年） 有機農産物専門のスーパー（随時）
	エイビアリー増設（12年）	15	2		オイシックス・ラ・大地株式会社（12年）
2020年	増設（20年・計画）				

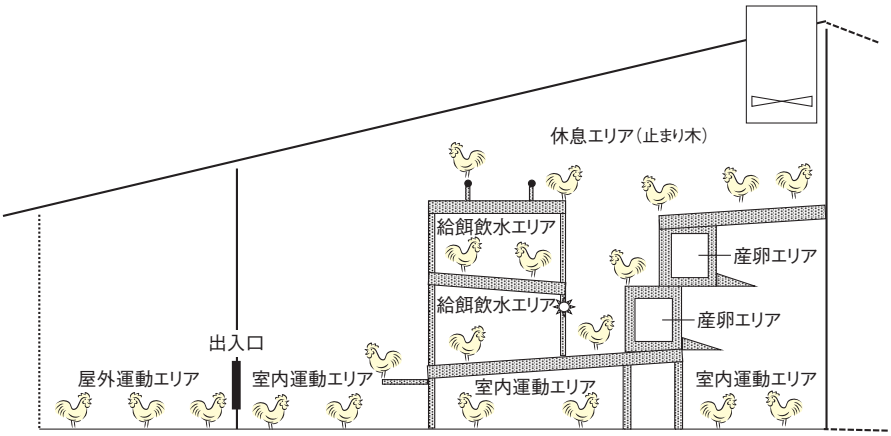
資料　聞き取りをもとに作成

農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

は、育成期間中(孵化後40～120日)の習慣づけが必要とされる。そこで同社は、2002年に専用の育成舎を新設した。成鶏舎は、04年に全国的に発生した鳥インフルエンザの沈静化を待ち、着工した。

運動エリアの設置は、屋内だけでなく、鶏が自然光を浴びることができるよう屋外にも設置することとした(第１図)。その際、野鳥等との接触による防疫上のリスク排除のため、屋根と金網で囲んでいる(写真)。

第１図　丸一養鶏場のエイビアリーの概略図



資料　丸一養鶏場提供

写真　同社の屋外運動エリア(丸一養鶏場提供)

4　販路確保に向けた地道な取組み

同社は成鶏舎が完成した06年に、まず１万羽を飼養することとした。同時に自社オリジナルブランド「エコッコ」を立ち上げ、インターネットや地元農協の直売所で販売した。

その後の販路確保に当たっては、社長自ら、取引金融機関が主催する商談会へ定期的に参加した。現社長は、高価格販売を維持するため、飼養環境を消費者やバイヤーに理解してもらうことが重要としている。そこで、鶏舎内の様子を撮影した動画を自社webサイト内に掲載するとともに、積極的に鶏舎の視察を受け入れ、丁寧な説明を心掛けているという。

こうした地道な営業活動の結果、有機農産物を専門に取り扱うスーパーとの取引が徐々に拡大した。12年には有機農産物等の宅配サービス大手のらでぃっしゅぼーや株式会社(現・オイシックス・ラ・大地株式会社)との取引を開始し、バタリーケージの鶏卵と比べて２倍以上の価格で販売している。新規取引に合わせて鶏舎を増設し、２万羽まで増羽している。

5　環境変化で、更なる訴求を

同社は、鶏の飼養環境に関心を寄せる消費者ニーズに対応するため、海外の事例を参考としながら、国内でいち早くエイビアリーを導入した。そして、販売先が拡大したことで、飼養羽数を増やしている。

同社によると、外資系の小売店やホテルで、飼養環境に配慮した卵の需要が増えつつあり、国内の一部大規模生産者がエイビアリーを導入し始めているという。そうした変化を受け、同社はより一層、安心・安全を訴求するため、17年にJGAP家畜・畜産物認証を取得した。また、近々エイビアリーの成鶏舎を増設し、飼養羽数を更に増やす計画だ。

現社長は、中長期的な消費者ニーズや実需の動向を見ながら、有機認証の取得にも挑戦する考えである。国内におけるエイビアリー導入先駆者の、今後の展開に注目したい。

(注)GPセンターとは、原卵を洗浄、検査、包装、出荷を行う施設。

＜参考文献＞

・畜産技術協会(2019)「アニマルウェルフェアの考え方に対応した採卵鶏の飼養管理指針」

(ふくだ　あやの)