

# 地域特性を生かした肉用鶏経営の事業戦略

## —好調な鶏肉需要と生産構造の特徴を踏まえて—

理事研究員 堀内芳彦

### 〔要　　旨〕

食鳥業界は、近年の旺盛な鶏肉需要を背景に、2017年の国内生産量が6年連続で過去最高を更新し、更なる増産の動きが強まっている。ただし、コスト競争が非常に厳しく、インテグレーション方式による大規模化が進展し、中小規模生産者の淘汰が続く業界である。

今後の生き残り戦略として、農場や食鳥処理場の増設による供給体制強化が重要なポイントの一つといえる。産地インテグレーターの（株）十文字チキンカンパニーは、岩手県産にこだわり、食鳥処理場増設では、首都圏への物流網の優位性を背景に、雇用面、資金調達面では地元自治体と連携するなど、地域に深く根ざした戦略を取っており、大いに参考となる事例といえよう。

また、地鶏経営では、地域ブランドの確立に向け、地元自治体と生産、加工、販売の関係者が密接な連携関係を構築し、生産体制の整備により品質の統一化を図ったうえで、地域の食文化や消費者ニーズに合わせた販売戦略を展開していくことが重要といえよう。

### 目　　次

- |                          |   |
|--------------------------|---|
| はじめに                     | (1) 大手インテグレーター（ブロイラーの生産）                |
| 1 鶏肉の需要動向                | (2) 国産鶏種の地鶏等の生産                         |
| (1) 鶏肉が食肉消費の主役           | 4 地域特性を生かした肉用鶏経営の事業戦略                   |
| (2) 生産量、輸入量とも過去最高を更新     | 事例                                      |
| (3) 鶏肉相場は底堅く推移か          | (1) （株）十文字チキンカンパニー（岩手県：産地インテグレーター）      |
| 2 鶏肉の生産構造                | (2) 農事組合法人福栄組合（福岡県：「はかた地どり」の生産、処理加工、販売） |
| (1) 肉用鶏の種類               | おわりに                                    |
| (2) 生産コスト構造              |   |
| (3) インテグレーション化の進展        |   |
| (4) 主要産地                 |   |
| 3 堅調な鶏肉需要を受けての事業戦略の動向と課題 |   |

## はじめに

近年の旺盛な鶏肉需要を背景に、2017年の国内鶏肉生産量は、6年連続で過去最高を更新し、(一社)日本食鳥協会がまとめた国内主要産地(鹿児島、宮崎、岩手県とその周辺県)の18年度プロイラー出荷計画も、前年度比2.0%増の計画となっている。また、日本政策金融公庫「農業景況調査」では、プロイラーの設備投資見込みDIが16年からプラスに転じ、増産に向けた設備投資意欲が強いことがうかがわれる。

しかし、肉用鶏のほとんどを占めるプロイラーは、種鶏や飼料の大半を輸入に依存し、食材特性に大きな差のないコモディティ商品で、コスト競争が非常に厳しく、インテグレーション方式による生産農場の大規模化が進展する一方で、中小規模の生産者の淘汰が続いている業界である。

本稿では、消費が好調な鶏肉の需給動向とその生産構造の特徴を踏まえたうえで、今後の肉用鶏経営における生き残り戦略について、地域特性を生かした事業戦略の事例から考察する。

## 1 鶏肉の需要動向

### (1) 鶏肉が食肉消費の主役

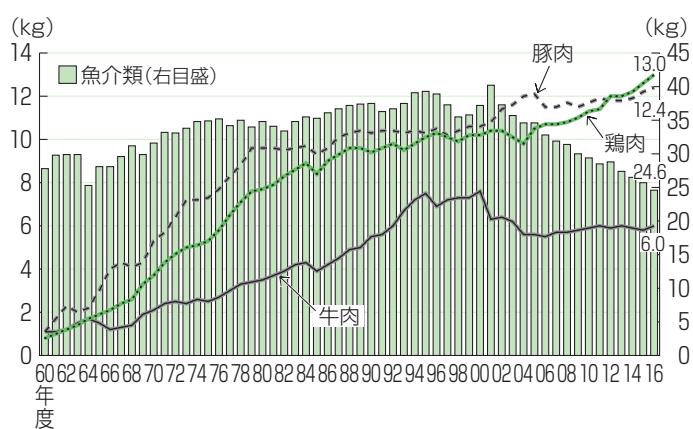
近年の日本人の食生活では、魚介

類の消費が減少し肉類が増加している。なかでも鶏肉は、1人当たりの年間消費量(供給純食料)が06年度の10.7kgから16年度は13.0kgと21.5%増加し、12年度からは豚肉を上回り食肉消費の主役となっている(第1図)。

マクロベースでも、鶏肉消費量(骨付き肉ベース)は、14年以降、毎年過去最高を更新し、17年は2,445千トンとなった(第2図)。

この要因として、消費者の食の志向として、健康、経済性、簡便化が3大志向といわれるなかで、まずは経済性志向の点で、

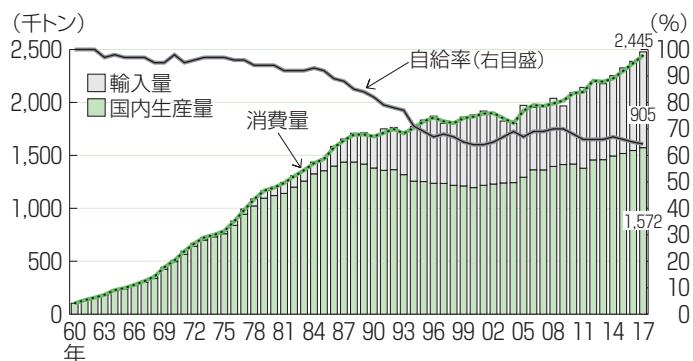
第1図 食肉および魚介類の1人当たり年間消費量の推移



資料 農林水産省「食料需給表」

(注) 消費量は1人1年当たりの供給純食料。

第2図 鶏肉需給の推移



資料 農林水産省「食料需給表」、(独)農畜産業振興機構「鶏肉需給表」

(注) 1 骨付き肉ベース。

2 輸入量は鶏肉調整品を含む。

鶏肉が他の食肉より安価なことが挙げられる。17年の東京の小売価格（総務省「小売物価統計調査」）は、100g当たり国産牛（ロース）906円、豚（もも）198円に対し、鶏（もも）は136円で、5年前との比較では、牛15.3%、豚16.5%の上昇に対し、鶏は8.8%の上昇にとどまっている。

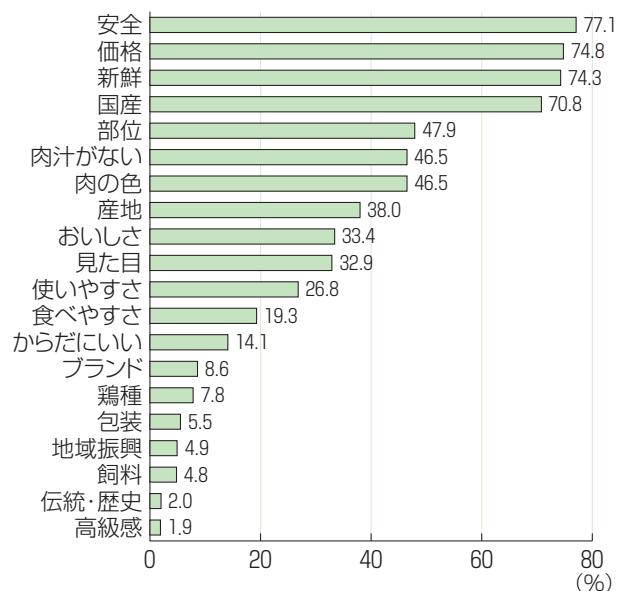
次に、健康志向の点で、特に鶏むね肉の評価が高まったことが挙げられる。その特徴として、高タンパク、低脂肪で、豊富に含まれるイミダゾールジペプチドが疲労回復に効果があるといわれるが、13年に大手コンビニエンスストアがむね肉を使った「サラダチキン」を発売したことを契機に、その認知度が一気に高まった。サラダ具材として簡単に利用できる点は簡便化志向にも合致し、インターネットのレシピサイトで鶏むね肉料理の投稿も増え、ぐるなび総研の17年「今年の一皿」に「鶏むね肉料理」が選ばれるなど、家庭の食卓に定着しつつある。

## （2）生産量、輸入量とも過去最高を更新

好調な鶏肉需要を受け、17年の国内生産量は1,572千トンと6年連続で過去最高を更新した。輸入量（鶏肉調整品〔唐揚げ、焼鳥等〕を含む）も905千トン（鶏肉と鶏肉調整品の比率はほぼ半々）と3年連続で過去最高を更新した（前掲第2図）。

鶏肉は傷みやすく鮮度が重視されることから、国産鶏肉は大半が生鮮品として流通し、その用途は家計消費用と加工業務用がほぼ半々である。一方、輸入鶏肉はほぼ全

第3図 鶏肉を選ぶときに重要と思われるもの（複数回答）  
—日本食鳥協会「平成28年度消費者アンケート調査」—



出典 (一社)日本食鳥協会「平成28年度消費者ニーズに対応した国産チキンの品質・規格の調査報告書」

(注) 調査対象は、16年10月29日「国産とり肉の日」に実施した地鶏肉プレゼント応募者および国産チキンまつり参加者。回答数は、1,087件(女性76.6%・男性23.4%、20~50歳代で89.5%、主婦34.8%・会社員31.9%・パート13.8%・その他19.5%)。

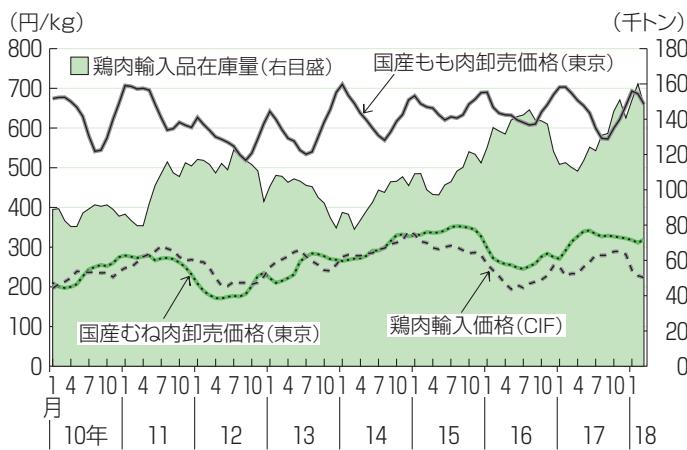
量が冷凍品で、その用途は加工業務用が9割、家計消費用が1割である。

今後の動向については、食の外部化が進むなか、現在、消費量の2割を占める輸入調製品は、商社がタイに鶏肉加工工場を新設するなどの動きが出ており、その輸入が更に拡大するとみられる。ただし、消費者の国産志向が強いなかで（第3図）、17年9月からスタートした加工食品の原料原産地表示制度（猶予期間が22年3月まで）が、今後どの程度浸透するか注目される。

## （3）鶏肉相場は底堅く推移か

国産もも肉の卸売価格は、直近の4年間では、年間を通じてほぼ600円/kg台で推移している。むね肉は、主に加工業務用に使

第4図 鶏肉相場と鶏肉輸入品在庫の推移



資料 農林水産省「食鳥市況情報」、財務省「貿易統計」

われ、価格は競合する輸入品の在庫動向に左右される傾向がある。17年の卸売価格は、好調な需要が下支えとなり300円/kg台前半で推移した。17年11月以降、輸入品在庫が過去最高水準にまで積み上がっており、目先の市況はやや軟化が予想される（第4図）。

しかし、中期的には、（株）富士経済が18年2月に公表した国内加工食品市場調査では、サラダチキンの市場規模は17年見込みで269億円（前年比44.6%増）、22年予測で311億円まで拡大するとしているなど、堅調な需要は継続し、国内の鶏肉相場は底堅く推移するとみられる。

（注1）日本では、むね肉より脂肪が多く味の濃いもも肉が好まれ、もも肉の価格はむね肉のおおむね2倍という価格体系になっている。

## 2 鶏肉の生産構造

### （1）肉用鶏の種類

肉用鶏のうち「プロイラー」は、特定の鶏種を指すものではなく、7～8週間程度

の短期間で出荷できるように育種改良された肉用若鶏の総称である。このうち、餌や飼育方法を工夫してブランド化を志向するのが「銘柄鶏」といわれる。また、「地鶏」は地鶏肉の日本農林規格で血統や飼育方法が厳格に規定されている（第1表）。

（一社）日本食鳥協会の『全国地鶏・銘柄鶏ガイドブック2017』によると、現在、地鶏は54銘柄、銘柄鶏は114銘柄あり、年間出荷羽数の比率は、プロイラー99%（うち一般的プロイラー54%、銘柄鶏45%）、地鶏1%と推計される。一般のプロイラーと大半の銘柄鶏の種鶏は、外国の育種会社が育種改良した外国鶏種で、その9割強を米国Aviagen社のチャンキー種が占めている。

### （2）生産コスト構造

プロイラーは、ヒナを7～8週間で飼育し出荷できるため年5回転ほどの生産が可能で、資本回転率が高く、システム的な生産が可能なことから規模拡大が進めやすい。

第1表 プロイラー、銘柄鶏、地鶏の区分

|       | 一般的な特徴   |
|-------|--|
| プロイラー | ふ化後7～8週間程度の短期間で出荷できるように育種改良された肉用若鳥の総称。   |
| 銘柄鶏   | （一社）日本食鳥協会の定義。<br>・我が国で飼育し、地鶏に比べて増体に優れた肉用種といわれるもので、通常の飼育方法（飼料内容、出荷日齢等）と異なり工夫を加えたもの。  |
| 地鶏    | 日本農林規格で地鶏肉を規定。生産方法の基準は以下のとおり。<br>・素ヒナ：在来由来血液率が50%以上のもの<br>・飼育期間：ふ化日から75日以上<br>・飼育方法：28日齢以降、平飼い<br>・飼育密度：28日齢以降、10羽/m <sup>2</sup> 以下 |

資料 筆者作成

また、農林水産省「平成28年農業経営統計調査」によると、プロイラー経営では、農業経営費のうち飼料代が64%，ヒナ代が16%を占め、合わせて80%を輸入資源に依存している。

### (3) インテグレーション化の進展

こうした生産コスト構造より、プロイラー業界は、大規模な食鳥処理場と農場を設けて、量産化によりコスト削減を図ることが競争条件となり、ヒナのふ化から飼育、食鳥処理加工までを一貫して行うインテグレーション化が進展している。『(一社)日本食鳥協会会員名簿(平成28年度版)』から推計すると、インテグレーターの上位9グループで年間処理羽数の6割強のシェアを占めている。

### (4) 主要産地

また、飼料輸入の基地(青森県八戸港、鹿児島県志布志港)からの距離、ふん尿処理等の環境対策の必要性、流通網・低温輸送技

術の発達などから、現在は南九州(宮崎、鹿児島)、東北(岩手、青森)が主要産地で、4県で鶏肉産出額の6割を占めている。

## 3 堅調な鶏肉需要を受けての事業戦略の動向と課題

### (1) 大手インテグレーター(プロイラーの生産)

#### a 事業戦略の動向

大手インテグレーターのプロイラー生産の最近の動向をみると(第2表)、最大手の日本ハム(株)が、新中期経営計画パート5(16/3~18/3期)において知床・新潟の4か所で農場を拡充、(株)十文字チキンカンパニーが17年10月に国内最大規模の食鳥処理場を建設するなど、農場および食鳥処理場増設により供給体制を強化し、増産を図る動きがみられる。

また、健康志向の消費者をターゲットに、栄養素の豊富な飼料を給餌する銘柄鶏を開発するなど、高付加価値商品を提案し、需

第2表 大手インテグレーターの事業戦略の動向

|                                    | 事業戦略  |
|------------------------------------|---|
| 日本ハム(株)                            | <ul style="list-style-type: none"><li>新中期経営計画パート5(15~17年度)で、鶏生産において、知床、新潟の4か所で農場拡充。中期経営計画2020(18~20年度)では、鶏出荷羽数を18/3期70,186千羽から21/3期72,700千羽と年率1~2%の増産を計画。自社ブランド鶏肉「桜姫」は18/3期26,665千羽から21/3期29,000千羽に増産を計画(ブランド鶏肉比率は4割)。</li><li>18年2月に鶏肉取扱量の安定的な拡大を目的に(株)アクシーズと資本業務提携契約を締結。アクシーズは、増産商品の販路を拡大することが目的。</li></ul> |
| (株)ニチレイフレッシュ                       | <ul style="list-style-type: none"><li>岩手県洋野町に農場を新設し、18年3月よりオメガ3系脂肪酸の含有率を高めた国産鶏肉「オメガバランスチキン(R)」の生産を開始。年間43万羽出荷の予定。</li></ul>   |
| 米久おいしい鶏(株)<br>(伊藤ハム米久ホールディングスグループ) | <ul style="list-style-type: none"><li>17年9月に鳥取県琴浦町の養鶏団地(敷地面積6ha)に8棟の鶏舎を建設し生産を開始。更に18年中に同地に8棟を建設し年間で140万羽出荷の計画。</li></ul>  |
| (株)十文字チキンカンパニー                     | <ul style="list-style-type: none"><li>17年10月に震災復興地域での雇用創出と生産能力拡大を目的に、食鳥処理加工を行う久慈工場を増設。処理能力12万羽/日は国内最大規模(18/3時点では9.2万羽/日を処理)。</li></ul>  |

資料 各社のプレスリリース資料より作成

要を取り込もうとする動きがみられる。

以上のような供給体制の強化、高付加価値商品による差別化の事業戦略を進めるなかで、以下のような課題が指摘される。

### b 課題

#### (a) 容易でない農場用地、雇用の確保

過去3年間の鶏肉需給動向をみると、消費量が9.8%増加するなかで、国内生産量の伸び（5.2%）は輸入量（19.2%）に比べ小幅にとどまっている。この主な要因は、国内での農場と食鳥処理場の増設に以下の課題があり、1、2年の短期間での供給体制の整備が容易でないためである。

- ①農場増設は、防疫対策や地下水確保で用地が限定されることに加え、鶏ふん処理等での地域対策も必要で、用地確保に相当高いハードルがある。
- ②各業種で人手不足感が強まるなか、食鳥処理場の増設では、雇用確保が難しくなってきている。

#### (b) 差別化商品の消費者への訴求

差別化戦略の商品として、飼料や飼育方法を工夫した銘柄鶏の開発には多くの生産者が取り組み、既に100を超える銘柄鶏が乱立している。しかも、種鶏はほぼ同一の外国鶏種であり、食味で消費者が違いを認識するのは容易ではない。

このため、安全志向や健康志向などターゲットとする消費者層を明確にしたうえで、如何にそのブランド（飼育方法、安全性、食品機能性、食味等）を訴求していくのか、マ

ーケティング力が課題となっている。

### (2) 国産鶏種の地鶏等の生産

#### a 育種改良、生産の動向

国産鶏種の地鶏・銘柄鶏について、地域ブランド商品化を目指し、37都道府県が育種改良と生産振興に取り組んでいる。ただし、年間出荷羽数は16年度6,705千羽とブロイラー出荷羽数677,713千羽の1%にすぎず、100万羽を超えるのは、徳島県の「阿波尾鶏」（年間出荷羽数2,080千羽）のみで、中小規模の生産者が大半を占めている。

### b 課題

こうした状況にある地鶏・銘柄鶏の生産、販売面の課題として、（一社）日本食鳥協会の「平成28年度地鶏アンケート調査」の結果（第5図）と関係者へのヒアリングから以下の点が指摘できる。

#### (a) 品質の安定

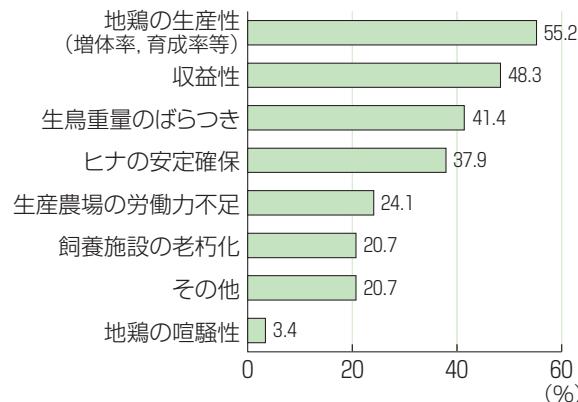
アンケート結果では、生産面の課題として生産性、収益性、生鳥重量のばらつきが上位に挙げられている。増体率や育成率等の生産性向上には、育種改良を進める必要があるが、これは相応の開発費用が必要な長期的な課題である。

重量等の品質のばらつきは、生産性や収益性に直結する課題であり、小規模生産者が多く、生産管理マニュアルが統一化されず生産指導も不十分な点が主な要因といわれる。

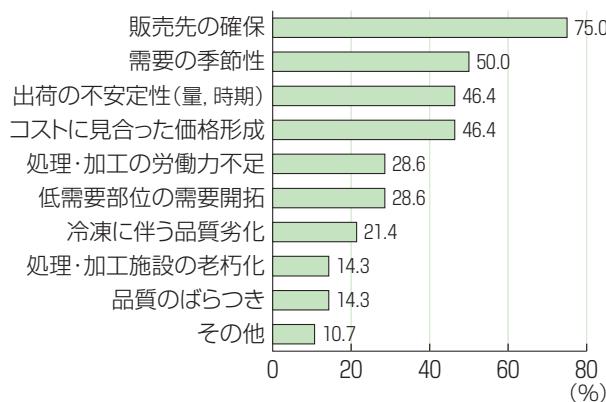
ブランドの前提となる品質の安定のため

第5図 (一社)日本食鳥協会「地鶏アンケート調査」

①地鶏生産における課題(対象:公共機関, 複数回答)



②地鶏流通販売における課題(対象:公共機関, 複数回答)



出典 (一社)日本食鳥協会「平成28年度地鶏アンケート調査・現地調査報告書」に筆者加筆

(注) アンケートは公共機関(都道府県や県試験場, 大学などの研究機関)114機関, 協会の生産加工部会87会員, 荷受部会56会員を対象に実施。このうち回答のあった51の公共機関の集計結果。

には、生産者の組織化等により生産管理体制を整備する必要があろう。

(b) 生産コストに見合う販路開拓

流通販売面の課題としては、販売先の確保、需要の季節性、出荷の不稳定性、コストに見合った価格形成が上位に挙げられている。

地鶏は、冬場に鍋需要で需要が高まる季節性が強い一方で、飼養規模が一般に小さく、衛生面からはオールイン・オールアウトの生産方式が採用されていることから、

出荷に大きな波がある。このため、ブロイラーのような通年での安定的出荷や、冷蔵での定時定量販売が難しい場合が多い。また、日齢等の生産基準から生産コストは高くなるざるを得ない面がある。

こうした課題を克服するために、まずは、差別化商品としての特徴(その作出の歴史・経緯や科学的根拠を持った高品質鶏としての特性、更に高品質鶏に適した料理方法など)を広く消費者にPRしていく必要があろう。また、販路開拓では、高品質の食材が売れる百貨店や高級スーパーでの通年での売場確保や、外食産業とタイアップした料理メニューの開発などが求められよう。

(注2) 鶏舎単位ごとに、一斉にヒナを入れ、生鳥になったら一斉に出荷する生産方式で、出荷後の空いた鶏舎の洗浄を徹底することで病原体の常在化を防止する。

## 4 地域特性を生かした肉用鶏経営の事業戦略事例

次に、前節3で述べた事業戦略と課題に関する注目事例として、近年生産羽数を拡大している大手インテグレーターの(株)十文字チキンカンパニーと「はかた地どり」を生産する農事組合法人福栄組合を取り上げ、地域特性を生かしたそれぞれの事業戦略についてみていく。

### (1) (株)十文字チキンカンパニー (岩手県:産地インテグレーター)

#### a 地域特性

岩手県の16年のブロイラー産出額は全国

3位の545億円で、県内農産物産出額の20%を占め品目別では1位となっている。このように岩手県でブロイラー産業が発展した主な要因として、以下の点が挙げられる。

- ①中山間地域が多く、ブロイラーより収益性の高い他の農畜産物の生産や他産業があまり発展しなかったこと。
- ②他産業が発展せず相対的に低賃金で雇用確保ができたこと。
- ③82年に操業した青森県八戸港の飼料穀物コンビナートに近いこと。
- ④78年に東北自動車道が盛岡まで開通し、流通面で首都圏との時間距離が大幅に改善されたこと。

### b 同社の特徴

#### (a) 全国シェア7%

同社（第3表）は、岩手県二戸市に本社を置き、種鶏の飼育、産卵・ふ化、ヒナか

第3表 (株)十文字チキンカンパニーの会社概要  
(2017/3期)

|                          |   |
|--------------------------|---|
| 設立                       | 1975年   |
| 本社所在地                    | 岩手県二戸市  |
| 従業員数<br>(グループ会社<br>2社含む) | 1,490人  |
| 資本金                      | 1億円   |
| 売上高                      | 450億円   |
| 生産羽数の<br>推移              | 07年度4,344万羽、10年度4,511万羽<br>13年度4,864万羽、16年度5,028万羽    |
| 設備                       | 種鶏農場:23農場130棟、常時450千羽飼養                               |
|                          | ふ卵場:2工場   |
|                          | 生産農場:178農場1,102棟194,079坪                              |
|                          | 食肉処理場:3工場、計201千羽/日処理<br>(1工場は自社利用22千羽/日、提携会社利用20千羽/日) |
|                          | 鶏ふんバイオマス発電所:発電規模6,250kW                               |
|                          | 肥料工場:2工場  |

資料 (株)十文字チキンカンパニー提供資料より作成

ら生鳥までの飼育、食鳥処理加工までを一貫して行う地場の産地インテグレーターで、16年度の年間生産羽数は50百万羽と全国シェアは7%，県内シェアは47%を占める。

#### (b) 岩手県産にこだわり

生産農場は一部青森県にも立地するが、13年より同社で処理加工、出荷する鶏肉はすべて岩手県産に限定し、東北産ではなく岩手県産とすることで氏素性を明確にして、食の安全安心面での付加価値を高めている。

#### (c) 地域雇用創出に貢献

県内3か所の食鳥処理場を含むグループ全体での従業員数は1,490人、その大半が正社員で、協力会社を含めると2,200人規模となり、地域経済と雇用に大きな貢献を果たしている。

#### (d) 鶏ふんバイオマス発電による資源循環

生産羽数の拡大に伴い大きな課題となっていた鶏ふん処理（年間13万トン）を解決するため、16年に国内で5例目、本州初の鶏ふんバイオマス発電事業を開始した。発電所では毎日鶏ふん400トンを処理し、発電能力は6,250kW、送電能力は4,800kW（約1万世帯分の電力）である。現在、全量を産直で20年来の交流があった生協のパルシステムグループの（株）パルシステム電力に売電している。

#### (e) 販売は全量を食肉卸売業者に

生産した鶏肉は、全量を食肉卸売業者に

販売している。食肉卸売業者を経由せず、直接小売業者等に販売する場合には、生産量が増え取引先数が増えると、自ら需給調整や部位調整を行うことが難しく、量販店等への対応や取引先管理なども複雑になり、相忾のノウハウ、労力が求められる。このため、同社は、販売機能を食肉卸売業者に任せ、生産、処理加工に資源を集中し、品質向上と生産効率向上に注力している。

特に生産効率向上の点では、ヒナ導入から生鳥出荷までの緻密な生産管理と、需要動向に合わせた食鳥処理場の稼働時間の微調整がポイントとなっている。

### c 事業戦略

#### (a) 供給体制の強化

##### ア 国内最大規模となる食鳥処理場増設

久慈市からの働きかけもあり、国の復興支援事業「津波・原子力災害被災地域雇用創出企業立地補助事業」を活用し、地域雇用の創出（86人新規採用が補助要件）と生産能力の拡大を目的に、17年10月に既存の久慈工場（処理能力6.4万羽/日）を大規模増設した。

傷みやすい鶏肉は鮮度が重視されるが、近年ドライバー不足で物流コストが上昇する状況で、競争産地の南九州より大消費地の首都圏に1日早く（南九州からは2日かかるのに対し岩手県からは1日で配達できる）配達できる優位性があり、需要が堅調に推移するなかでシェア拡大のチャンスとの判断も背景にある。

処理能力は12万羽/日と国内最大規模で、

18年3月時点の処理羽数は9.2万羽/日、19年3月には生産羽数を増やし11万羽/日を処理する計画である。

久慈工場の従業員数は、18年4月時点で外国人技能実習生、協力会社も含め544人で、久慈市内では最大の従業員数の工場となっている。久慈市のサポートもあり、ここ数年は地元高校から15人前後を採用できており定着率も高い。ただし、地域内では他業種で人手不足感が出ており、同社では今後の雇用確保が難しくなるとみている。

#### イ 農場候補地選定に専担者配置

農場用地確保には、前述のとおり防疫対策や鶏ふん等での地域対策など高いハードルがある。同社では、農場候補地選定のため、地域に顔の広い定年退職者2人を専担者として嘱託採用し、岩手県内、地下水確保、平坦、道路アクセス良好、2町歩以上等を条件に、毎年5千坪の農場用地確保を目指している。

#### ウ 生産農場の教育研修体制、生産管理体制の整備

生産農場の規模拡大（現在178農場のうち直営農場と委託農場の比率は半々）を進めるなかで、安定的な農場運営を図るために、生産農場の教育研修体制と生産管理体制の整備を行ってきた。

直営農場では、一般募集等で農場長の候補者を募り、実地研修を経て一定の水準になれば農場長として採用される。新任の農

場長には、飼育方法の詳細を「生産農場長アカデミー」と呼ばれる独自の研修プログラムで習得させる。また、農場長には、日常業務のマニュアルとして、飼育方法に加え会社の方針や用語解説等を盛り込んだ「生産農場長手帳」が配付されている。

委託農場も含めた生産農場の管理指導のため、生産部生産課に農場指導員を配置し、現在14人で178農場の生産指導や相談などに対応している。

#### (b) 銘柄鶏による差別化

「より安全安心な鶏肉を食べたい」との顧客ニーズに応えるため、99年に、全飼育期間にわたり抗生物質・抗菌製剤を与えないで飼育した「特別飼育鶏」(日本食鳥協会で名称を定義)の生産を開始した。

その主力商品の「菜・彩・鶏」は、後期・仕上飼料のタンパク質は植物由来のみを与えることで、鶏肉嫌いの原因となる臭いを低減し、併せて仕上飼料に抗酸化作用のあるビタミンEを強化配合し、肉色の変化や脂質の酸化を防止するという特徴がある。現在、「菜・彩・鶏」の生産羽数は全体の3割強を占め、価格は一般ブロイラーより2割高いが需要は堅調という。今後は仕上飼料に配合する油を植物性のみに改良していく方針である。

また、抗菌物質・抗菌製剤不使用の特別飼育鶏は、食品安全にこだわりを持つ生協等からの引き合いが堅調で、東都生協「いわて純育ち鶏」、飼料用米を配合したパ尔斯システム「までっこ鶏」、みやぎ生協「めぐ

み野若鶏」などは同社が生産している。

### (2) 農事組合法人福栄組合

(福岡県：「はかた地どり」の生産、処理加工、販売)

#### a 法人の概要

同法人(第4表)は、福岡県久留米市に本社を置き、「はかた地どり」の生産、処理加工、販売、店舗運営(直営料理店1、唐揚げ店7店)を行う。はかた地どりは、現在11農場(直営8、委託3)で生産され、16年度の出荷羽数は497千羽、年商12億円となっている。

#### b 地域特性

##### —「はかた地どり」開発の背景—

福岡県は鶏肉消費量(16年総務省「家計調査」二人以上の世帯の購入量)が全国2位で、江戸時代に黒田藩が鶏卵生産を振興したことから鶏肉の食文化が生まれ、現在もがめ煮や水炊きなど伝統的な鶏肉の食文化が根付いている。

第4表 農事組合法人福栄組合の会社概要(2017/3期)

|         |  |
|---------|--|
| 設立      | 1968年  |
| 本社所在地   | 福岡県久留米市  |
| 従業員数    | 119人   |
| 資本金     | 15百万円  |
| 売上高     | 12億15百万円   |
| 生産羽数の推移 | 07年度279千羽、10年度306千羽<br>13年度414千羽、16年度497千羽                                       |
| 設備      | 生産農場11農場(直営8、委託3)<br>合計鶏舎数84、鶏舎面積5,845坪<br>食肉処理場:1工場<br>直営料理店1店、業務提携料理店4店、唐揚げ店7店 |

資料 農事組合法人福栄組合提供資料より作成

福岡県にはこのような鶏肉を使った郷土料理が多くあるが、料理に合う「身がしっかりしておいしい鶏肉がない」との県民の声に応えるため、福岡県農林業総合試験場が87年に育種改良した地鶏がはかた地どりで、10年にうま味を増す改良がなされている。はかた地どりは、福岡県在来血統の軍鶏（雄）とサザナミ（雌）の交雑種を父鶏、ホワイトプリマスロックを母鶏とし、ブロイラーに比べうま味成分のイノシン酸が1.4倍、嗜みごたえが1.2倍という特徴がある。

### c 協議会と連携した生産・販売体制

87年に開発されたはかた地どりは、当初、全農福岡県本部（当時は福岡県購買販売農業協同組合連合会）が生産・販売事業を担い、

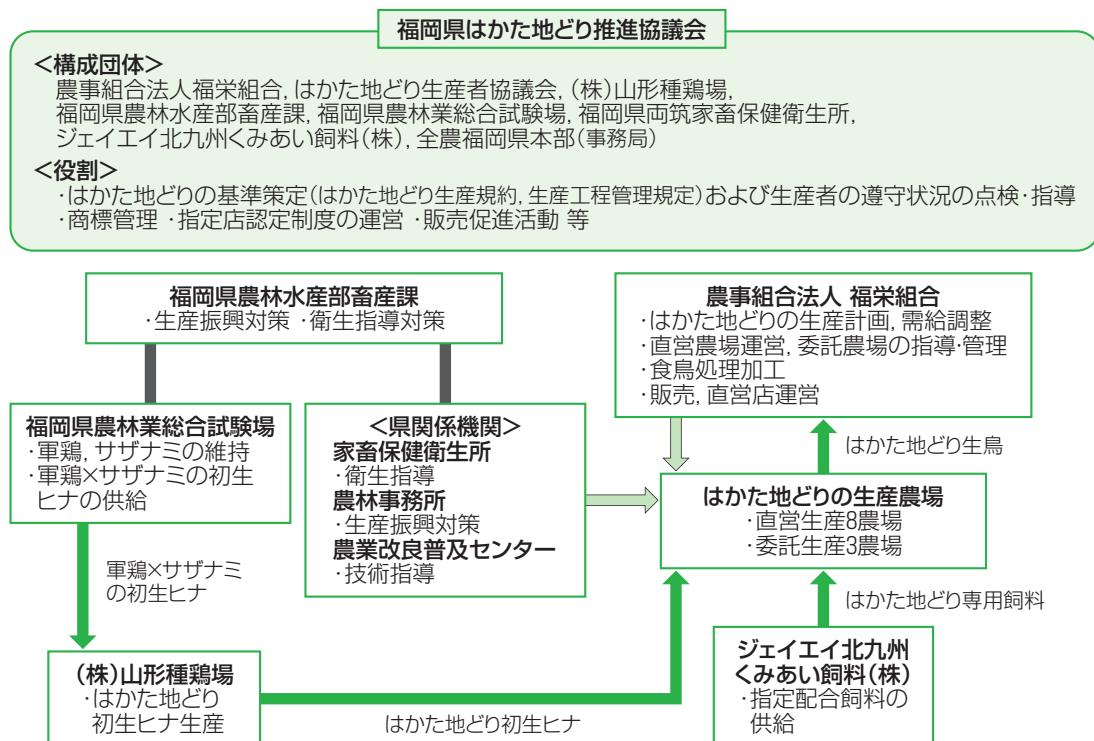
生産は地域の農家に委託し、同法人は食鳥処理を請け負っていた。

01年の全農福岡県本部の発足に際し、はかた地どりの生産・販売事業が同法人に移管され、同法人が、生産から処理加工、販売までを一貫して行うこととなった。

併せて、はかた地どりの生産・販売事業を支援するため、全農福岡県本部が事務局となり、福岡県農林水産部・農林業総合試験場・両筑家畜保健衛生所、（株）山形種鶏場、同法人、はかた地どり生産者協議会（構成員は委託生産農家）、ジェイエイ北九州くみあい飼料（株）を構成団体とする「福岡県はかた地どり推進協議会」（以下「協議会」という）が発足した（第6図）。

地鶏生産で課題といわれる品質の均一化

第6図　はかた地どりの生産・販売体制



資料 農事組合法人福栄組合からの提供資料より作成

を図るため、協議会が、はかた地どり生産規約、生産工程管理規定を設け、同じ飼料、同じ飼育方法による生産管理の指導と遵守状況の点検を行っている。ヒナが生鳥として育つ育成率は98～99%を維持しており、育種改良から種鶏の飼育、産卵・ふ化、ヒナから生鳥まで飼育までの一貫した生産体制での品質の統一、維持が強みとなっている。

販売面では、協議会がはかた地どりのブランド化に向け、12年に地域に根ざしたブランドだけが認められる地域団体商標を申請し登録された。また、ブランド保護のため、協議会で13年より外食・量販店に対する指定店認定制度を開始している。

#### d 事業戦略

##### (a) 供給体制の強化

既往の食鳥処理場の能力（年間75万羽処理）が低く、冷凍設備も十分でないため、18年3月に年間処理能力110万羽の新工場を建設し、品質向上を図るため高性能の冷蔵・冷凍設備を設置した。

増産計画としては、17年度に2鶏舎増設し36千羽増羽、18年度は24千羽を増羽する予定である。19年度以降は、1鶏舎の飼養羽数の拡大で、ある程度増産は可能だが、農場は県内限定であり更なる農地確保が課題である。

##### (b) 食品安全性の向上

17年に肉用鶏では全国初となる農場HACCP認証を1農場で取得し、現在3農

場が農場HACCP推進農場の指定を受け、今後残り7農場でも推進農場の指定を申請していく。新食鳥処理場はHACCP認証の取得を予定しており、農場から食鳥処理場まですべてHACCP認証を受けた工程管理とすることで、更なる食品安全性の向上に取り組んでいく方針である。

##### (c) 販売力の強化

13年に外食店経営の（株）きちりと業務提携を行い、東京・銀座にはかた地どりのアンテナショップとなる料理店をオープンした。現在、東京3店舗、大阪1店舗で、販路開拓での商談の場としても効果を上げている。

福岡県内の販売量は全体の3割程度にとどまるため、県内販売強化に向け17年に博多川端に直営料理店をオープンした。

商品の販売形態としては、高齢世帯、単身世帯が増加するなか、小売段階での利便性ニーズに対応するため、少量パックでの販売も開始している。更に、新食鳥処理場に導入した急速冷凍システムにより、解凍後もドリップの出ない冷凍品（うま味が逃げない）を製造し、外食店中心に売込みを図っていく。

また、福岡県とローソン（コンビニ）が一層の地域の活性化および県民サービスの向上を図るために、13年に締結した包括連携協定に基づき、18年3月からローソンで九州限定の「はかた地どりの鶏から」「はかた地どりの鶏めし重」「はかた地どりの雑炊」を販売し、地元でのブランド浸透を図って

いる。

## おわりに

食鳥業界では、近年の好調な鶏肉需要を背景に、18年2月に業界大手の日本ハム（株）と（株）アクシーズが資本業務提携するなど、今後大手インテグレーターのシェアが更に拡大していくとみられる。

こうした状況のなかで、インテグレーターによる肉用鶏経営での生き残り戦略として、農場や食鳥処理場の増設による供給体制強化が重要なポイントの一つといえるが、これは、飼料調達、流通網、雇用確保等の面で地域特性や地域経済と深い関わりを持つ課題である。

この点に関して、（株）十文字チキンカンパニーは、地場の産地インテグレーターとして、岩手県産にこだわり、食鳥処理場増設では、首都圏への物流網の優位性を背景に、雇用面、資金調達面では地元自治体と連携するなど、地域に深く根ざした戦略を取っており、生き残り戦略として大いに参考となる事例といえよう。

また、地鶏経営では、はかた地どりの事例から、地域ブランドの確立には、まず育種改良から種鶏の飼育、産卵・ふ化、ヒナから生鳥の飼育まで一貫した生産体制を構築することで、品質の均一化を図る必要が

ある。そのうえで地域の食文化や消費者ニーズに合わせた販売戦略を展開していくことが重要といえる。併せて、それを推進するため、地元自治体と生産、加工、販売の関係者が密接な連携関係を構築することが重要といえよう。

### ＜参考文献＞

- ・河原林孝由基（2017）「地域一体となった“産地運営”と鶏糞バイオマス発電—岩手県・（株）十文字チキンカンパニーの取組み—」『農中総研 調査と情報』web誌、11月号
- ・菊池洋介（2015）「本県畜産業を牽引するプロイラー産業の現状と課題」『岩手経済研究』4月号
- ・駒井亨（2018）『プロイラーは世界を救う』木香書房
- ・趙玉亮（2018）「地域特性を生かしたプロイラー企業の大規模化—株式会社十文字チキンカンパニー（岩手県）の事例—」『農中総研 調査と情報』web誌、5月号
- ・長坂政信（1988）「岩手県におけるプロイラー産業の発展と産地形成」『地理学評論』Ser.A, Vol.61, No.3
- ・福田彩乃（2018）「生産から販売に至る地鶏の一貫経営—農事組合法人福栄組合（福岡県久留米市）—」『農中総研 調査と情報』web誌、5月号
- ・堀内芳彦（2018）「好調続く鶏肉需要、4年連続で過去最高を更新」『農中総研 調査と情報』web誌、5月号

### ＜参考WEBサイト＞

- ・手畜改良センター兵庫牧場「国産鶏種」  
<http://www.nlbc.go.jp/hyogo/kokusankei/index.html>
- ・日本食鳥協会「チキンミュージアム」  
<http://www.j-chicken.jp/museum/index.html>
- ・農林水産省畜産部「食肉鶏卵をめぐる情報」  
<http://www.maff.go.jp/j/chikusan/shokuniku/lin/index.html>

（ほりうち よしひこ）

