

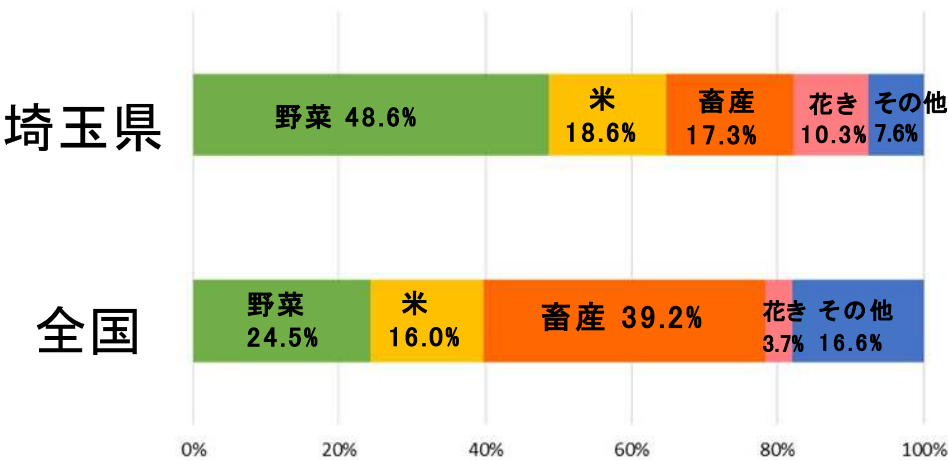
埼玉県オリジナル卵肉兼用鶏の 販売対策について

～スタートアップ！卵肉いいとこどり開発事業～

農林部畜産安全課

埼玉の畜産

農業産出額に占める畜産の割合（令和5年）



埼玉県の畜産産出額 280億円（全国33位）

- 乳用牛 59億円（全国25位）
- 肉用牛 49億円（全国34位）
- 豚 69億円（全国24位）
- 採卵鶏 101億円（全国24位）

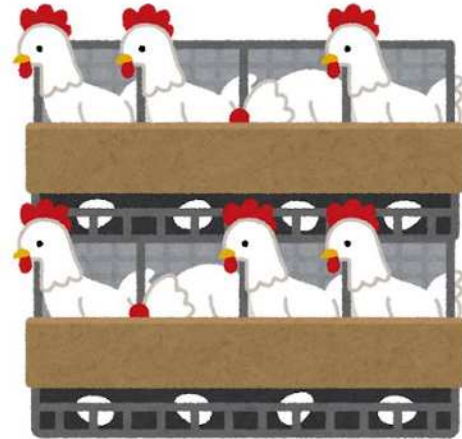
家畜の飼養戸数・頭羽数

畜 種	飼養戸数	飼養頭羽数	R6全国順位
乳用牛	1 3 1 戸	6, 3 6 0 頭	第25位
肉用牛	1 1 6 戸	1 7, 4 0 0 頭	第33位
豚	5 7 戸	7 5, 6 0 0 頭	第26位
採卵鶏	6 3 戸	2, 0 4 6 千羽	第23位

（農林水産省「畜産統計」） 令和6年2月1日現在

埼玉県の養鶏の特徴

採卵用養鶏



埼玉県の養鶏農家の95%以上
うち8割が中小規模、直売所などで
消費者に直接鶏卵を販売している



食肉用養鶏



埼玉県ではタマシャモなどごく一部



「スタートアップ！卵肉いいとこどり開発事業」

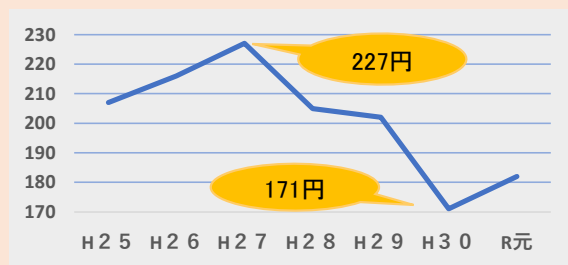
事業立ち上げの背景

■ 県内養鶏農家の8割が中小規模

- ・庭先販売が主
 - ・飼料等による独自性はあるものの、それ以上の付加価値化は困難
- ⇒収益向上のためには、新たな戦略が必要

■ 鶏卵価格の全国的な低迷

鶏卵卸売価格(東京平均)の推移



出典 食肉鶏卵速報(令和2年6月)

■ 特徴ある卵は高価格で取引

- ・福地鶏卵(福井) 1,280円/20個
 - ・奥美濃古地鶏卵(岐阜) 1,950円/10個
- ⇒高級卵としての需要

★県の技術・種鶏を活用した
ブランド採卵鶏の開発

★高付加価値・他との差別化可能な卵開発による県養鶏業振興



開発のポイント

- 1 県ブランド地鶏「彩の国地鶏タマシャモ」の血統の鶏
- 2 卵は、黄身が大きく、コクがある
特殊卵として直売の目玉商品に
- 3 採卵後の親鳥もタマシャモのうま味をしっかりと受け継いでいる
鶏肉として収益に



廃鶏（親鳥、成鶏）とは

○ 廃鶏とは

- ・採卵期間を終えて鶏舎から出される雌鶏のこと
- ・廃鶏肉は肉用鶏に比べると肉質が固いため、主にミンチにされて加工肉や冷凍肉、レトルト食品として利用されることが多い。
- ・一般的に肉用鶏より安価

○ 採卵用鶏が廃鶏になるまで

- ・採卵用鶏は、生後約5ヶ月から産卵を始め、1年～2年の産卵期間を終えて廃鶏となる。
- ・廃鶏となった鶏は、採卵養鶏農家から廃鶏処理業者に引き取られる。



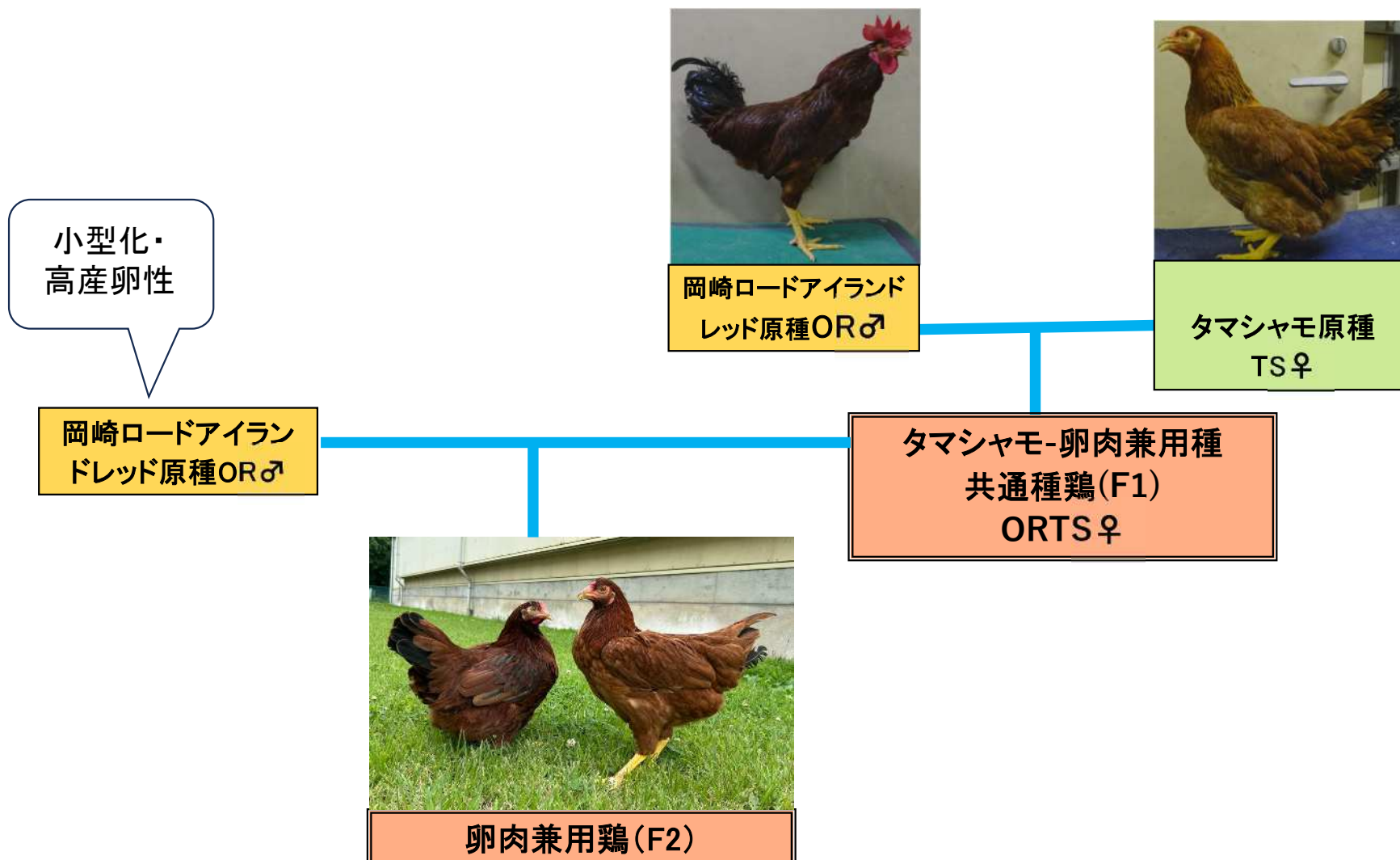
○ 肉用鶏との違い・利用方法

- ・国内の店で販売されている鶏肉は、一般的には食肉用に飼育されたブロイラーや地鶏である。
- ・1年以上採卵を続けた廃鶏の肉は、肉の旨みは強いが、肉用鶏に比べると肉質が固くなる。
- ・廃鶏肉は小売としての流通が少なく、一般消費者が手にする機会は少ない。
- ・一方、親鶏のうま味、歯ごたえ等を売りにした焼き鳥等の飲食店の出店や廃鶏肉の美味しい食べ方、味わい深さを紹介するレシピ本（発行：一般社団法人日本養鶏協会）も発行されている。



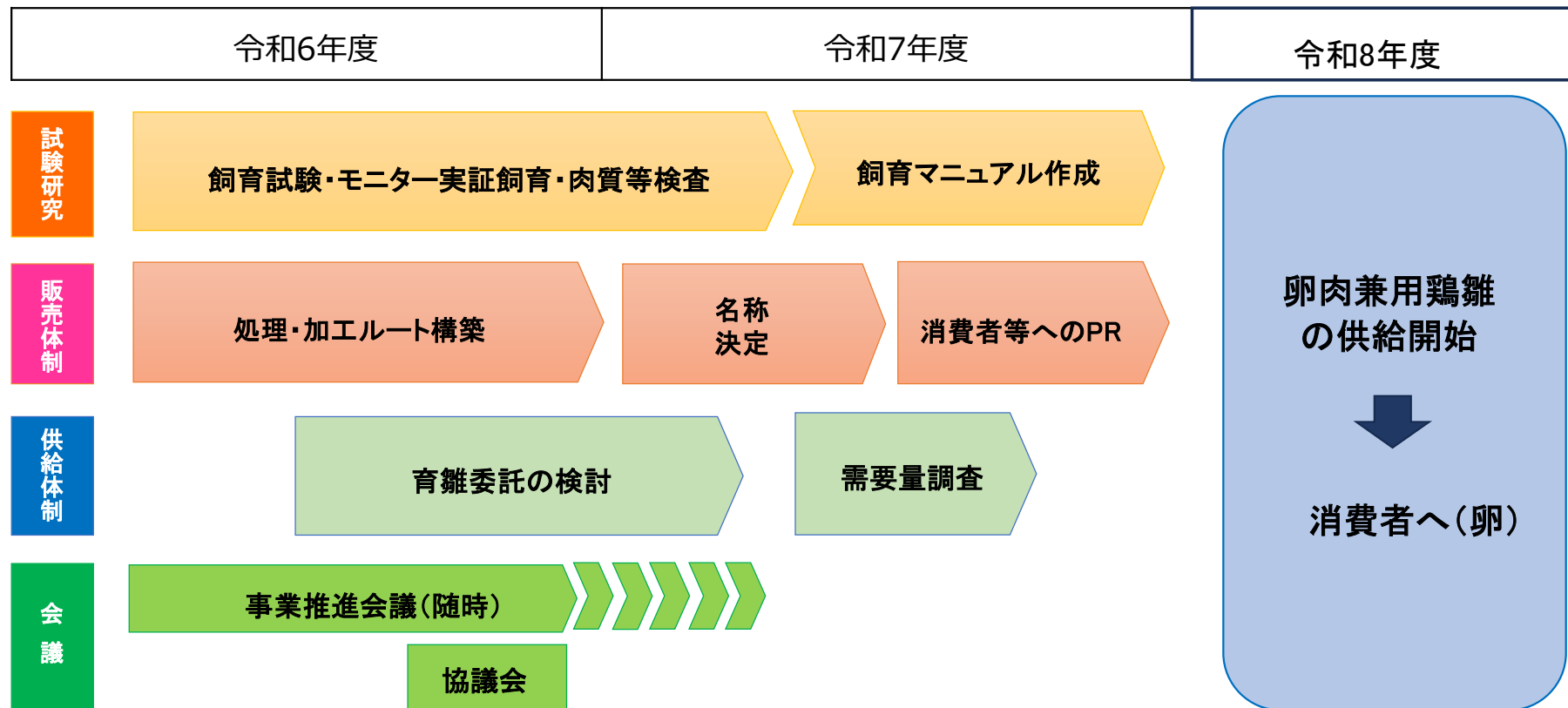
埼玉県ブランド鶏交配様式

R7.6.4 食の安全推進委員会資料



「スタートアップ！卵肉いいとこどり開発事業」

スケジュール



「スタートアップ！卵肉いいとこどり開発事業」

現在の取組

1 実証飼育

モニター農家を募り、モニター鶏の飼育を実証中
飼育状況（産卵率・群飼育での飼いやすさ・飼料の効率）などを調査

2 開発鶏の名称

名称案を農林部職員内で募集。名称案の絞り込み中。

3 食肉販売ルート構築

(1) 食鳥処理場の開拓

卵の生産を終えた親鶏の受け入れが可能な県内食鳥処理場を実地調査

(2) 加工処理、販売先の開拓

親鶏の新たな利用価値を訴求するため、販売事業関係者に試食提供

「スタートアップ！卵肉いいとこどり開発事業」

現在の取組

4 鶏肉の評価

(1) 食肉卸売業者・販売店への種鶏(モニター鶏の親)の提供・試食(R7年2月)

- 地鶏のような歯ごたえがある
- 冷めても味わいがある。
- 炒めるのが一番良い。
- 食感を活かし、つくね等の原材料の一部として使ったり、炭焼きの加工品として売るのがよいかもしれない。

(2) 試験鶏を用いた肉質等検査を実施中(うま味成分の数値化による可視化)

5 モニター鶏の供給体制構築

供給条件や供給価格を検討中

「スタートアップ！卵肉いいとこどり開発事業」

課 題

1 販売コンセプト

- (1) 鶏卵：特殊卵（埼玉県オリジナル鶏卵、シャモの特徴を生かした大きな黄身とコク）であることを生かし、各農場で目玉商品として直接販売
- (2) 鶏肉：通常の親鳥とは違い、シャモの美味しさが味わえる親鳥

2 供給体制

需要と供給体制の整備

「スタートアップ！卵肉いいとこどり開発事業」

課 題

1 販売コンセプト

(2) 鶏肉：通常の親鳥とは違い、シャモの美味しさが味わえる親鳥



○親鳥肉の課題

- ・認知度が低い。(特に若年層には知られていない)
- ・九州地区、東北地区には親鶏食文化があるが、埼玉県には根付いていない。
- ・利用方法が限局的。多くは、加工食品の副原料(ミンチ肉等)として利用される。

○親鳥肉の魅力

- ・コク深さと旨味の強さ、歯ごたえのある食感。開発鶏は、シャモの魅力を引き継ぎより深い旨味を持つ。
- ・親鶏肉の付加価値向上により、フードロスを解消し、SDGsに貢献できる。

引用(一般社団法人日本成鶏処理流通協会)

「スタートアップ！卵肉いいとこどり開発事業」

課 題

2 供給条件の設定

養鶏農家に卵肉兼用鶏を供給する上で飼養条件を設定すべきか



○供給条件を定めたブランド鶏は全国にある

- ・土佐ジロー(高知県): 放飼場の設置、指定飼料
- ・熊野地鶏(三重県): 平飼い、抗生物質の入っていない配合飼料、飼料用米

○供給条件を定めることにより消費者の購買意欲は向上するか

引用(全国地鶏・銘柄鶏ガイドブック2017)