

都市近郊地域における養鶏経営実態 (短報)

内田賢一・井口元夫

A Case Study of Poultry Farming in Urban and Sub-urban Areas

Ken-ichi UCHIDA and Motoo IGUCHI

目 的

大規模企業化が進んでいる養鶏経営の中で、都市近郊地域においては、小規模でも収益性の高い家族的養鶏経営が根強く存在している。そこで、経営存立のための要件等を明らかにするため都市近郊養鶏農家の実態を調査分析した。

調 査 方 法

東葛飾 (船橋市、我孫子市、柏市、野田市、沼南町)、印旛 (四街道市)、山武地域に立地する成鶏飼養羽数 2 万羽程度以内の養鶏農家 13 戸を選定し、個別面接により聞き取り調査した。調査は平成 12 年 9 ~ 10 月に実施した。

調 査 結 果

1. 調査農家の概要

調査農家の概要を表 1 に示す。

労働力は家族労働を主体としており平均では 2.7 人であった。集卵や給餌及び鶏糞の処理作業などで自動化・機械化が進んでいないことから、雇用労働により補完している経営が 7 戸みられた。

成鶏の飼養羽数は 750 羽から 12,000 羽で平均は 6,612 羽であった。飼養鶏種は 9 鶏種で、主に飼養されていた鶏種は、イサブラウン、ボリスブラウン、デカルプで、赤玉系の鶏が白玉系に比べて多く飼養されていた。

過去 7 ~ 8 年間に飼養羽数を拡大した農家は 4 戸、縮小した農家は 6 戸、変化のなかった農家は 3 戸であった。また、過去 10 年程度の間飼養鶏種を変えている農家は 7 戸、変えていない農家は 3 戸、不明は 3 戸であった。白玉に比べて販売単価が高く消費者にも人気のある赤玉の販売シェアが増加するに従って、イサブラウン、ボリスブラウン等赤玉系鶏種の飼養が増加する傾向がみられた。

1 戸当りの販売収入額は 2,433 千円から 47,059 千円で、

平均は 26,751 千円、養鶏部門以外に収入のある農家は 5 戸みられた。

表 1 調査農家の概要

調査農家数	13 戸		
	範 囲	平 均	
家族労働力	2 ~ 4 人	2.7 人	
成鶏飼養羽数	750 ~ 12,000 羽	6,612 羽	
主要鶏種	ボリスブラウン	7 戸 1,000 ~ 4,800 羽	2,571 羽/戸
	イサブラウン	6 200 ~ 8,000	3,428
	イサホワイト	4 540 ~ 4,000	2,185
	デカルプ	4 1,400 ~ 7,000	4,350
	ハイライン	3 2,100 ~ 7,200	4,433
総収入額	2,433 ~ 47,059 千円	26,751 千円/戸	
差引収支額	-2,172 ~ 9,644	4,411	

2. 鶏卵の販売先

鶏卵の販売先を 8 形態のルートに区分して表 2 に示す。

卵の販売ルートは、多い農家で 5 ルート、平均では 3.3 ルートであった。

庭先販売は調査した全農家で行っており、1 戸当りの卵販売シェアは 34.2% であった。また、「農協」への販売は 6 戸で 50.3%、「問屋」、「自販機」は 5 戸でそれぞれ 41.0%、21.0% で、比較的販売割合の多いルートであった。他では、「生協」が 4 戸で 11.2%、「スーパー・小売り」への販売が 3 戸で 26.6% であった。

また、卵殻色の違いによる販売先の特徴をみると、赤玉は庭先・小売店・宅配により直接販売するケースが多く、白玉は農協や問屋へ販売するケースが多くみられた。

鶏卵販売の展開をみると、過去 10 年程度の間販売先を変えている農家が 3 戸、変えていない農家が 10 戸あった。販売先を変更した農家の 3 戸は、いずれも「農協」や「問屋」販売から「庭先販売」「自販機」等の直接販売へ変更して販売数量の拡大も図っていた。販売先を変更していない農家でも「農協」や「問屋」販売という大口の販売ルートを維持しながら、手取り率が高く有利販売が期待できる庭先販売等直接販売のシェアを高めている農家が多く見られた。

平成 13 年 8 月 31 日受付

表2 鶏卵の販売先と販売量の割合

販売先	戸数	割合
庭先販売	13戸	34.2%
農協	6	50.3
問屋	5	41.0
自販機	5	21.0
生協	4	11.2
スーパー・小売	3	26.6
宅配	4	7.0
その他	3	30.7

3. 販売価格

各農家における卵の規格別販売状況をみると、庭先販売や生協向けにはL、M規格を選択して販売し、自販機や農協向けにはLLからSS規格卵を販売している経営が2事例みられたが、全般的には、問屋、小売り及び宅配向けに、LL、L、M卵を選択して販売し、農協、自販機及び庭先販売向けには、LLからSSまで幅広い規格の卵を販売する傾向がみられた。

また、規格別に価格差をつけて販売している農家は8戸、価格差をつけずにどの規格も同一単価で販売している農家は5戸みられた。同一単価で販売している場合は、個売り販売ではなく重量で販売している農家に多くみられた。規格別取引の販売先は、問屋、農協への販売が多くみ

られた。

各農家が販売しているM規格卵の販売先別販売単価を表3に示す。

取引単価の設定・条件は経営により様々であるが、庭先や自販機での販売は、農協や問屋向けに販売するより高く取り引きされていた。

卵殻色の違いによる販売単価についてみると、白玉と赤玉の価格に差をつけて販売している農家は8戸みられ、単価の差は、小さな農家で1個当たり1.3円、1kg当りで15円、大きい農家でそれぞれ10円、157円、赤玉が高く販売されていた。

表 3

表3 販売先別にみた鶏卵の販売価格 (M規格卵)

販売先	販売形態	重 量 売 り		
		個 売 り 1個当り	1kg当り	そ の 他
庭先販売	白玉	16~20円	200~320円	①新聞相場規格の平均値の20円高 (1戸) ②新聞相場 (全農) 高値の10~30円高 (1戸)
	赤玉	16~25	290~400	①新聞相場規格平均値の70~80円高 (1戸)
問屋	白玉	-	-	①事業協組非規格品の20円高 (1戸) ②新聞相場の規格平均値 (1戸) ③新聞相場安値の30円落 (1戸)
	赤玉	-	-	①新聞相場の規格平均値 (1戸) ②新聞相場規格安値の30円落 (1戸) ③新聞相場規格値の高値 (1戸)
農協	白玉	-	160	①新聞相場の規格平均値の20円安 (1戸) ②新聞相場の規格平均値 (3戸)
	赤玉	-	230	①新聞相場の規格平均値の20円安 (1戸) ②新聞相場の規格平均値 (1戸)
自販機	白赤混合	15~17	-	-
	赤玉	25	300	-
生協	白玉	-	200	①新聞相場 (全農) 高値の20円高 (1戸) ②新聞相場MとLの高値の平均値 (1戸)
	赤玉	-	360	①新聞相場高値の10~20円高 (2戸)
スーパー小売店	白玉	-	400	①新聞相場高値の70~80円高 (1戸) ②新聞相場高値の20~30円高 (1戸)
	赤玉	-	400	①新聞相場高値の70~80円高 (1戸) ②新聞相場高値の20~30円高 (1戸)