

瀬良英介の一般業界向け

飼料・畜産トピックス（211）

2009年7月

### （211）ナチュラル / オーガニック産卵の概観

米国の鶏卵産業は過去から相当な成長を見せていますが、成長の中でもケージ・フリーや放牧養鶏の成長に関心と焦点が当てられています。大きく成長した鶏卵産業の中でも密度の高い鶏卵生産方法は、ケージ飼育環境や産卵鶏の適切な飼育（ウエルビーイング）という観点から将来を不安視する空気が出てきていることは否めません。従来からの鶏種で1鶏群当り100羽から3000羽を飼っているコマーシャル産卵や小規模鶏卵生産者はケージ・フリーや放牧産卵のやり方を取り入れてニーズに対応してきています。

然し、これら代替飼育管理に対して産卵成績や品質に関しての新しい知識や学識が無いということが懸念対象になっています。現在、判っていることは1940年代後半から1950年代前半に行った限られた実験や研究報告に基づいているということが問題です。その当時の研究は特定の鶏種を使っていましたが、現在のように非常に高い産卵性に焦点を合わせて選抜された鶏種・系列ではありません。

しかるが故にケージ・フリーや放牧養鶏を現代の鶏種や飼料を含めた飼育方法を駆使して調べることは有意義な情報・知識・学識を提供することになります。そして現在ケージ・フリーや放牧養鶏を経営している養鶏生産者の中でも、同じ飼育方法で経営規模を拡大したいと願っている人たちにとって必要な情報を提供するための研究も必要です。

米国の養鶏を管理の範疇から大きく捉えてみると1906年から2001年の間で放牧養鶏の小屋の広さは4.5平方フィートから1.3平方フィートと減り、牧野の広さは433平方フィートから856平方フィートへと増えています。ヘンハウス卵数は170個から240個へと増え、飼料効率（1ダースの卵を生産する飼料ポンド数）は8ポンドから6.1ポンドへと減りました。死亡率は29.4%から25.0%へと減り、労力（1羽当たり労働時間）は2.4時間から1.5時間に減り、純益（1羽当たりドル値）は1.15ドルから16.20ドルへと増えました。

上記に比べ、ケージ生産養鶏を2006年で見るとケージの広さは0.47平方フィート、放牧はしていませんから広さはゼロ、ヘンハウス卵数は上記とは格段の違いがある374個、飼料効率も1ダースの卵を生産するのに必要な飼料は3.0ポンドと格段の違いがあります。死亡率も5.5%と格段に低く、労力も1羽あたりに0.17時間、純益は1羽当たり7.42ドル

と半分以下に減りましたが、これは鶏舎あたりに飼育する羽数が大きく増えることにより1羽当たりの純益は下がるのです。これらのケージ生産養鶏とケージ・フリー養鶏や放牧養鶏との接点を模索し研究しようというのが北カロライナ州立大学家禽学部のK. E. アンダーソン教授です。

オーガニック食品・食材は1997年から2003年の間、毎年、17%から23%の割合で増えましたが、ノン・オーガニック食品・食材は毎年僅かに2%から4%増えたにすぎません。結果としてオーガニック食品・食材・製品の総売り上げは104億ドル（約1兆円弱）に達しています。オーガニック関係は最初は伝統的なファーマーズ・マーケットや直販スタイルで行われていましたが、今ではヘルス食品店やインディペンデント・スーパーマーケットなどにも販路がシフトしてきており、その分野だけでもオーガニック販売の37%を占めるに至っています。2009年も成長は二桁台で伸びる予測されています。

シノベートが（ホールフーズ・マーケット社）のために行った市場調査では、消費者がオーガニックを買い求める理由としてオーガニックは環境に優しく、ローカルで生産しており、より健康的、より高品質で美味しいなどという点を挙げています。オーガニック養鶏は州レベルで増えてきましたが、1997年に100万羽だった羽数は2005年には1300万羽に増えました。北カロライナ州はオーガニック養鶏の全米上位5州の中に入っています。

アンダーソン教授は締めくくりとして次の3点を挙げています。（1）オーガニック養鶏に関する研究は現在米国のみならずヨーロッパの数多くの大学や研究機関で行われています。研究内容は栄養、牧草など粗飼料の摂取行動、牧草や粗飼料の利用、放牧養鶏などですが、これらの研究は野外放牧養鶏などを行うときの諸々の情報を提供してくれます。（2）ケージフリー養鶏や放牧養鶏の実行可能な採算性や持続性をより改善していくためにはかなりの研究を必要とします。（3）持続性を維持する鍵は消費者がオーガニックに対しての価格差を喜んで払うということにつきます。

アンダーソン教授のオーガニック産卵鶏に関する指摘は、米国家禽学会の実践的家禽研究報告（2009 J. Appl. Poultry Res. 18:348-354）に図2点、表1点を含めて発表されています。詳細に関心のある方は参照なさることをお勧めします。

余談ですが、日本でもオーガニックに関する関心は非常に高まっています。それ自体、良いことですが、残念ながら一部の業界関係の中には、そのような消費者の関心に水をさすようなことを起こすケースがあります。それらのいくつかはここ数年の間に何度もニュースになるような悪徳な内容であることは真に残念なことです（瀬良、2009）。