

## レポート 奄美の自然を生かした

赤羽 俊彦

# 高品質の鶏卵・鶏肉生産

### 豊かな自然と文化を有する地で養鶏を創業

奄美大島は、鹿児島と沖縄本島の間にある有人八島と複数の無人島からなる奄美群島の北部に位置する、わが国では佐渡島に次ぐ面積の大きな島である。北西部は東シナ海、南東部は太平洋に面し、アマミノクロウサギをはじめとする固有の動植物、亜熱帯照葉樹林やマングローブなどの雄大な自然に溢れている。二〇二一年、「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」として、世界自然遺産に登録された。

島の北部はなだらかな地形、中南部は土地の大半が山林を占める険しい地形となっており、古来、島人たちは、自然と共存しながら生活を営んできた。島唄や大島紬、黒糖焼酎などの独自の文化、産業が育まれ、現在まで受け継がれてきている。

観光も主要産業の一つとなっており、主要ゲートである奄美空港には、東京・大阪・福岡・鹿児島・那覇から定期便が就航。二〇二四年の旅客数は約八六万人と、離島の空港の中でもトップクラスの利用者数を誇る。

この豊かな自然と文化を有する奄美大島で養鶏を営むのが「株式会社みなみくんの卵（以下、みなみ社）」（南和利代表取締役社長）である。空港から車で約二〇分、島の北東部の海と大地が調和する肥沃な農村地域に養鶏場を構えている。同社の創業は、一九六六年（法人化は二〇〇九年）。和利さんの父親で、農業大学で畜産を学んだ先代の利郎さんが、日銭稼ぎで始めた養鶏に魅了され、採卵鶏四〇〇羽から事業を本格化したことに端を発する。採れたての卵や肉を集落の精肉店などに卸し、島の人々に親しまれる養鶏を目指したという。

先代の背中を間近で見て育った現社長の和利さんは、幼少

期から鶏の世話や父の手伝いを日常的に行なってきた。鶏を通じて各集落の暮らしや文化に親しみ、一度は大学進学で島を離れたが、「育った奄美で養鶏を継ぐのは自然な選択」と考え、卒業後に帰郷。父から技術と志を受け継ぎ、以来、現在まで品質改良や販路拡大に挑戦し続けてきている。

## 島の卵流通の四割を担う生産体制

一九六六年に始まった養鶏業は、二〇〇九年の法人化を経て、現在では従業員一六名、飼育羽数約二万五千羽（採用用の赤鶏・ピンク種が中心で約二万四千羽、食肉用のブロイラーは約九〇〇羽）にまで成長した。生産品目は、卵・肉・加工品（スイーツ、惣菜）で、年間販売量は、卵が約四〇〇トン（約一〇〇キログラム／日）、肉が約三六トン（約七〇〇キログラム／週）。島内出荷がほとんどで、小売（飲食店・スーパー・精肉店）、卸（大手食肉加工



「株式会社みなみくんの卵」の南 和利代表取締役社長。

店）、直売所「こっこ家」と、多様な販路を持っている。

卵は、一九九八年に「みなみくんの卵」としてブランド化、島内シェアは約四割を占める。同じく島内の大手養鶏場と合わせると、奄美大島の卵流通の半分以上を二者で担っていることになる。

みなみ社の養鶏の根幹は「自然との共生」である。奄美の自然光や風を取り入れた環境で育った鶏から生まれる卵は、黄身の色が濃く甘みが際立ち、肉は郷土料理「鶏飯（けいばん）（※1）」にぴったりの深いコクと旨みを生む。島にある鶏飯専門店では、親鶏を五〜六時間煮込んだ鶏だしスープを味の決め手としてあげる店も多い。そこで、同社は地元のお舗店と共同でスープの開発を行ない、最適な肉と脂のバランスを追求してきたという。養鶏を通して、半世紀以上にわたり島の食文化を支えてきたと言えるだろう。

## 失敗から学んだ自然光と風の真の価値

順調にスタートしたように見えたみなみ社も、島外の大規

1. 雛の仕入れ（鹿児島や熊本から生後3日目の雛を購入）
2. 飼育（成長に応じてケージを移動。育すう、中すう、大すうに分類）
3. 採卵・出荷（約1年採卵。産卵率は約80%。健康な個体であれば1日1個産卵）
4. 解体・加工（採卵を終えた親鳥や食肉用鶏を自社処理場にて加工）
5. 食肉出荷（島内のさまざまな取引先に出荷）

生産から出荷までの流れ



奄美の自然光や風を取り入れた養鶏場。

模養鶏経営や「ウインドウレス養鶏(※2)」「強制換羽(※3)」などによって効率的かつ安定的に生産される安価な卵との価格競争(島内価格の圧迫)に巻き込まれた。みなみ社では、その対抗策として巨額投資を行ない、ウインドウレス養鶏に移行した。しかし、その後、飲食店から「鶏飯スープの味が落ちた」との声が続出。実際に、鶏は痩せ、脂や肉質がスープに適さなくなっていたという。

効率化と引き換えに本来守るべき味を失ったことを痛感した和利社長は、自然光や風を取り入れる原点の飼育法に戻すとともに、飼料の見直し、土着菌・微生物など発酵技術の研究も始めた。採卵期間を一八カ月から一二カ月に短縮することで、最適な肉質で出荷できることを突き止め、そのための体制を構築。独自の加工場を整備するなど、品質重視へ大きく舵を切った。

「ウインドウレス養鶏の設備投資は無駄になったが、本来大切にしなければいけないものに気づくことができた。自然の光と風こそが、鶏飯が教えてくれた真の価値」と、和利社長は語る。

## 販路拡大に向けた直販所経営への挑戦

経営方針を「品質重視」に改めて再始動したものの、生活

様式の変化による卸先の減少が課題となっていた。「昔は、集落ごとに精肉店が存在し、卸先に困ることはなかった」と、和利社長はかつてを振り返る。

この状況から脱却するべく、みなみ社が立ち上げたのが直売所「こっこ家」である。和利社長によると「増えていく観光客に対し、自社の商品を食べてもらえる方法はないかと模索した結果の挑戦」だという。

直売所の運営にあたり重視したことは、地元民と観光客の両方が訪れやすい店にすることである。特に立地を意識し、島内の繁華街（名瀬）と、観光客の玄関口（奄美空港）の中間に店を構えた。こっこ家の近隣には大型スーパーもあり、想定通り地元・観光客双方の集客につながっている。

また、客層に応じた商品のすみ分けや陳列の工夫もこっこ家の特長である。地元向けにはブランド卵や鶏刺し、鶏飯用の精肉・惣菜を販売。観光客には、卵をふんだんに使ったスイーツ（シュークリーム、プリン、ロールケーキほか）を展開するなど、一店舗ながらお客さんの特性に合った商品のマッチングを実現している。最近では、スイーツを購入した観光客が次の来店では卵や肉を、普段から卵や惣菜を購入している地元の方がスイーツを、といった相乗効果も生まれつつあるそうだ。観光ガイドにも掲載されるなど、島内外から多くの方々を訪れる人気店となっている。

こっこ家が常時取り扱う商品数は、約百点。定番商品を軸に、新たな商品も定期的に投入している。和利社長によると、新商品は、社内アイデアから誕生することがほとんどだという。これまでもカステラや焼き菓子など、みなみ社の卵の魅力を十分に活かした商品が生まれ、ラインナップされている。商品の生みの苦しみもあるが、お客様の「おいしい」の声が、現場の大きな励みになっている。

卸先の減少という課題を、直売所の経営という戦略で乗り越えたみなみ社。現在では、全体出荷のうちの一〜二割がこっこ家向けだという。

「直営所という生産者の顔が見える店舗を持ち、消費者の声を直接聞くことができる機会が増えたことで、生産する卵や肉、加工品の品質管理の向上やブランドイメージの浸透にもつながっている」と、和利社長は話す。

### 島で養鶏業を営む上での諸課題

以下では、取材を通じてあげられた離島における養鶏経営の課題を整理したい。

#### 人材確保

島には大学がなく、働く場所や業種も限られているため、若者の多くは高校卒業とともに進学や就職のため島外へ出る。



「こっこ家」で販売している自社生産のブランド「みなみくんの卵」。



ショーケースに並ぶ卵をふんだんに使ったスイーツ。

飼料や包装材など資材のほとんどを島外から調達しなければならず、輸送コストが上乘せされる。加えて、電気・ガス・ガソリンなどのエネルギー価格の高騰も重なり、生産コストが高んでいる。「資材の高騰が徐々に収束することを期待していたが、正直ここまで長引くと経営を圧迫する」と、和利社長も語るとおり、今後市場動向を注視するとともに、生産に係る費用を下げる工夫や施策を実施していく必要がある。

### 感染症リスク

このため若い人材の確保や技術の継承が難しい。みなみ社も、現場の平均年齢は五〇代となっており、高齢化してきている。観光と組み合わせた短期労働も模索したが、衛生管理などの面で課題が多く、実現には至っていないという。後継者問題について、和利社長は「常に考えている課題。人を育てる仕組みづくりの重要性を痛感している」と語る。

### 資材の高騰

振るう鳥インフルエンザ。渡り鳥など野鳥の往来の多い島でも、厳重な衛生管理が必要である。外部からの侵入防止や人の入室制限など、日頃からの監視や管理の徹底が求められる一方、制限を強化するほど、観光を活かした事業が行ないにくくなる現実もある。みなみ社では、過去に観光農園のような取り組みも検討したが、安全性の観点から断念。直売所に次ぐ一手を模索中だという。

## 悪臭問題

自然に近い環境での飼育は、糞由来のアンモニア臭が発生しやすい。特に奄美大島の高温多湿の気候では、鶏が体温調整のため、水を大量に摂取することにより、糞が水つぼくなり臭いが強まる。これに対し、みなみ社では、土着菌や微生物による発酵処理を導入し、オリジナルの鶏糞肥料に仕上げ、自前のサトウキビ畑などで再利用している。循環型農業の実践として参考になるのではないだろうか。

## 地域文化の食文化の継承を

上述の通り、さまざまな課題があるものの、「離島という環境でここまでやってこられたのは、鶏飯と地元の人々の支えがあったからこそ」と、和利社長は笑顔で話す。毎日数千羽の命を預かり、健康を管理し、鶏たちが快適に過ごせる環境を守り続ける。根気のいる作業で、苦勞も絶えない仕事だが、生産から販売、サービス提供までを一貫して行なうやりがいも大きいという。「命を育む仕事は何ものにも代えがたい価値がある」

和利社長は、「大量生産や効率化の波に流されず、島の食文化を継承していくことを使命に、奄美の魅力を『養鶏と食』を通じて知ってもらおう活動にも力を入れていきたい」と今後

の展望を語る。

例えば、直営店では、奄美の農家と地域文化をコラボさせた商品を展開予定。たんかんや黒糖、パッションフルーツなどの地元の素材を活かしたスイーツほか、奄美の魅力を伝える新商品を構想している。

「行政や地域との連携も深め、新たな事業形態を模索し、若者が働きたくなる魅力ある産業づくりに貢献したい」と、和利社長。奄美の光と風を活かした養鶏で、地域の食文化の継承に取り組み「みなみくんの卵」の挑戦に今後も注目していきたい。

※1…蒸し鶏や錦糸卵、椎茸の甘煮、パイナップル漬、刻みネギ、タンカン皮などを白ごはんにの上に乗せ、熱々の鶏だしスープを注いで食べる奄美を代表する郷土料理。

※2…外窓のない密閉型の鶏舎での飼育。外光を遮断し、人工照明・換気・温度・湿度などを機械で完全管理することで、天候に左右されず安定した飼育環境を維持できるほか、衛生上のリスク低減効果もあるとされる。

※3…一定期間エサや水を制限することで、人工的に羽毛の生え替わりを促す方法。採卵期間が延び、ヒナの導入回数も減るため、飼育コスト低減に結びつくと考えられている。

## 赤羽 俊彦（あかばとしひこ）

一九八二年生まれ。大学卒業後、大手インターネット広告代理店やプラットフォーム企業にて、マーケティングやメディア戦略・コンサルティングを担当。自然と共に暮らしながら、新しい働き方と生き方を探求するため、二〇二四年に東京から奄美大島へ移住。