

その会社を長年支えてきた「大黒柱」とは何か。老舗会員企業に聞き、時代を超えて歩み続けて来た秘訣を探る。



孵卵場で孵化した雛は、羽毛の形状で雌雄を選別し箱に詰めて出荷される

### (株)福田種鶏場

## 「よい雛」作りの探究を続ける ブロイラー孵卵場の名門

岡山市南区福富、住宅街の一角にある(株)福田種鶏場。本社裏側の建物の中で毎日5〜10万羽のヒヨコが孵化し、中四国、近畿、東海地方へと運ばれている。その数は年間約2千万羽。同社では、肉用鶏の雛を種鶏場へ出荷し、その親鶏にあたる種鶏を赤磐市の赤坂中央種鶏場で飼育している。全国屈指の規模を誇るだけでなく、国産肉用鶏の市場で8割超のシェアをもつ品種を日本で初めて導入した、業界の名門企業でもある。

#### 採卵用雛から肉用雛への転換

私たちが普段口にする鶏肉のほとんどは、より早く、より大きく育つよう改良を重ねた「ブロイラー」と呼ばれる肉用鶏。第二次世界大戦後、アメリカで

発祥し世界へ普及した、家畜の中では歴史の浅い畜種だ。

昭和6年(1931年)に初代社長の山上茂吉氏が創業した当時、同社が販売していたのは採卵用の雛。岡山大学等の学識者と連携した種鶏改良委員会を組織し、岡山市浦安の研究所で国産在来種の育種改良に取り組んだ。「強健・多産・低廉」な「よい雛」の開発に力を注ぎ、その成果は「フクダのヒヨコ」として業界でも広く名を知られた。

しかし、昭和30年代後半、鶏の輸入が自由化され、業界は大きな変革の時を迎える。大規模飼育に適した外国産の鶏は圧倒的に生産効率が良く、瞬く間に日本の市場を席巻した。国産種の改良に注力していた同社は外来種の導入に一步出遅れ、一時は出荷数が大きく

落ち込んだ。

ここで同社は、採卵用雛から肉用雛への転換を決意。昭和42年(1967年)、イギリスの育種会社が開発するブロイラー専用種「チャンキー」を、日本で初めて導入した。昭和57年(1982年)には採卵用雛の生産を中止し、以降肉用雛の生産に専念する。二代目社長で現会長の山上恭宏氏はチャンキー種の普及に尽力、強健性と飼料効率の良さを兼ね備えたチャンキー種は、今や国内の鶏肉市場で最大のシェアを誇る品種へ成長している。

#### 高性能なブロイラーへの対応に奮闘

平成15年の米国産牛肉のBSE発症以来、「安心・安全」な国産肉志向が強まり、また昨今の健康ブームでは、高タンパク・低脂肪の鶏肉に注目が集まっている。こうした社会状況に後押しされ、国産肉の中でも低価格の鶏肉は需要が伸びているという。

そもそも鶏肉が低価格なのは、ブロイラーの飼育日数が短く、少ないエサで育てることができから。さらに、他の家畜に比べて繁殖能力が高いため、育種改良のスピードも群を抜いており、現在の飼育日数は45日まで短縮されているという。三代目現社長の山上祐一郎氏は「今のブロイラーは、車に例えるとF1カーのようなもの。あまりに高性能なために、専用の設備を整え、栄養管理、衛生管理など鶏の進化に応じた技術を駆使しないと種鶏のポテンシャルを引き出せない」と飼育の難しさを語る。また、雛の販売先に適

切な技術を伝えることも同社の重要な役割。育種会社が主催する海外での技術セミナーに参加するなど、自ら率先して技術の取得に励む。

#### 近代化と愛情で「よい雛」を目指す

自然相手の畜産業ゆえに、一筋縄では行かない課題も多い。岡山県でも平成19年に発生し、一時話題となった鳥インフルエンザ。現在は落ち着いているが、同社ではリスク分散と増産体制を兼ね、2年前にそれまで1か所だった種鶏場を、兵庫県に2か所新設した。また、世界的な穀物高騰の余波で、年間に7千トン以上使う飼料も価格の高止まりが続く。孵化や配送に必要なエネルギーコストも上昇の一途。こうした厳しい状況下、「1グラムのエサ、1滴の水、1秒の電気も無駄にせず、コストダウンをはかりたい」と山上社長。工業で使う原価計算を自社の管理会計に取り入れるなど、「最小の資源で最大の生産物を生み出す」べく、研究の努力を惜しまない。また、近代化を進めるとともに、畜産家としての魂、責任感を心に刻む。「どこまで行っても、「生き物」ですから、愛情を持って接することを常に意識しています。」

創業から83年間、掲げ続けてきた同社の社是は、「よい雛」の一語に尽きる。たとえ時代によって扱う品種が変わろうと、先人たちがひたすら「よい雛」を追求し続けてきたのと同じように、これからもためまぬ探究を続けていくだろう。



▲平成13年に導入したアメリカ製ワクチン接種機。卵内で发育中の胚に予防接種することにより、雛に早期の免疫獲得を促す最新技術



▲赤坂種鶏場の種鶏舎で、雄鶏と雌鶏を交配させ、受精卵を生産する。本社へ運ばれた卵は、孵卵機で均一に温められ、21日後にヒヨコになる



▲昭和36年の同社パンフレット表紙に使われた本社全景。中央水色の本社社屋と左側に並ぶ孵卵場の建物等は今も現役。当時は周囲に田園風景が広がっていたが、近年は住宅地化してきたこともあり、「90周年までには新築移転したい」と目下検討中



▲家業を継ぐ前は東京のテレビ局で7年間スポーツ記者をしていた山上社長。どちらも大切なのは観察力。共通点が無いこともない、と笑う