

インタビュー

「子供たちに伝えたい、卵は命の贈り物」

—神奈川養鶏連、ぼくらのひよこプロジェクト—

プロジェクトのリーダーである齋藤大天氏（右）と、インタビューに同席し内容を補足してくださった神奈川養鶏連の小松賢常務理事（左）

神奈川養鶏連（神奈川県養鶏経済農業協同組合連合会）が製作した絵本「にわとりからのおくりもの」が話題になっている。登場するのは養鶏家をイメージしたおじさんと、ヒヨコと、そのお母さん。幼い子供に向けた、シンプルでほっこりするストーリーが繰り広げられる。この取り組みを進めた「ぼくらのひよこプロジェクト」リーダーの齋藤大天氏（株愛鶏園・代表取締役）と神奈川養鶏連の小松賢常務理事に話を聞いた。

——「なぜ神奈川養鶏連が絵本を製作したの？」という印象を持ちました。

確かに、そう感じるかもしれません。その説明をするに当たって、まずは神奈川養鶏連について少しお話させてください。

神奈川養鶏連は、その名の通り神奈川の養鶏家による農協組織で、自分たちで種鶏育雛・育成場、種鶏成鶏場、孵卵場を持ちヒナの生産の全てを行っています。一方で現在、全国の採卵鶏の孵化場は30社弱、さらに自分のところで種鶏を持っているのは20社ほど。昔はもっとありましたが、難しい事業なのでどんどん減ってきました。そんな中でも、私たちは農協としての強みを活かして生き残ってこられた、いわば唯一無二の組織だと思います。しかし、そうすることが外部からは分かりにくいと感じていました。



絵本「にわとりからの おくりもの」(神奈川養鶏連各社の直売所で、一部200円で販売中)

そこで、自分たちがヒヨコの元である種鶏事業までやっていることをアピールするため、長年同じ内容のままだったホームページをリニューアルするプロジェクト(後に、ぼくらのひよこプロジェクト)が始まりました。話し合いで明確になったのは、「誰に何を訴えかけるのか、突き詰めなければ意味がない」ということです。従来のホームページは、「孵化場はこういう仕組みです」などといった業界向けの内容でしたが、そもそも、それが違うんじゃないかという話になったんです。

そこで、

- 1、神奈川養鶏連の強みは何なのか
- 2、誰がお客様で、そのニーズは何なのか
- 3、どうしたら、それを伝えていくことができるのか

という3つについて、検討することになりました。

改めて、神奈川養鶏連としての目的や事業内容を直直すことになったのですね。

そうです。

まず、強みについて。神奈川養鶏連は、規模としては小さいけれど、1952年の設立以来一貫して、良い卵を生産する「良いヒナ」を自分たちで生産してきました。卵の生産者から、種鶏・孵卵場の経営やヒナの品質が見えるというのは、他とは最も違う強みで

す。原種にしても、「生産者が決められる、選択できるというのが養鶏連の価値だ」と先代からも言われてきました。

また、私たち自身が養鶏場を経営しているため、養鶏連にとっての顧客でもあります。つまり、7〜8割が固定客であり、経営が非常に安定しているということなんです。自分たちで種鶏を選べるので、養鶏連として種類を絞ることでコスト面でも優位性があると言えます。ただし、一度決めると他を選べないという側面もあります。

それでは、「お客様」としての私たちが、養鶏連からヒヨコを買うメリットは何か。共同経営している孵化場からヒヨコを買い、一貫育成の仕組みで元気な鶏が育ち、良い品質の卵が生産できるということなんです。

しかし、それが直売店に来る一般のお客様や、スーパーなどのバイヤーには伝わっていませんでした。そもそも、例えばスーパーのバイヤーにとっての関心は、餌に〇〇成分が入っているとか、平飼いで生産されていることだったりします。消費者にアピールできることを重視します。最終的に、価格が重要であることは言うまでもありません。

一度、養鶏連各社のパンフレットを持ち寄って見たことがありましたが、養鶏連の宣伝が載っていないんです。あっても1行ぐらい(笑)。それだけ、一貫育成がアピールに繋がっていないとい



ホームページでは、絵本をアニメーション化した動画が楽しめる(「ぼくらのひよこプロジェクト」で検索)

うことです。

——消費者にアピールすることで、理解してもらうしかなさそうです。

そこで出てきたのが、そもそも一般の人にとって「卵とヒヨコ」が結びついていないんじゃないかという話でした。卵といえば、スーパーで安売りがされる、どこでも手に入るものというイメージが強い。もちろん、鶏が卵を産むことは知っていても、卵の中には「命」になるものが入っているということ、それを人間が食べさせてもらっている



小さなカードなど、キャラクターを生かしたさまざまなアイテムも製作した

るということが、一般の人の感覚から抜け落ちてしまっているんじゃないかと。

今は親世代でも、近くに養鶏場がある環境で育ったという人は少ないから、ピンとこない人が多いでしょうし、その子供も同じです。だとしたら、私たちは子供たちに「卵には、ヒヨコが生まれるための命が詰まっているんだよ」と伝えたい。子供の感性に訴えかけることができれば、それが親御さんに、そして、いつかはバイヤーにも伝わって、一貫育成の価値を理解してもらえる日が来るのではないかと……という話になっていきました。

そこで、子供に伝えるための方法として絵本を製作することになりました。今はテレビもスマホもあります、やっぱり子供は、自分の好きな人

から絵本を読み聞かせてもらうのが好きですよ。気に入ってくれば、何度も何度も読んでもらえます。

——絵本の製作はどのように進めましたか。

最初に、製作会社3社にプレゼンしてもらい、1社の案を選んで、それをたたき台に詰めていきました。何度も検討を繰り返したので、ストーリーには思い入れがありますね。

印象的だったのは、卵が割れてヒヨコがパカッと飛び出すシーンがあるのですが、各生産者に意見を求めた時に3分の1の人から「物言い」がついたんです。販売している卵からヒヨコが産まれることはないのに違和感がある、誤解されたらマズイのではないかと。ストーリー全体が「ありえない」内容の中で、ここだけが引っかかったのは、皆さん経営者なので「優良誤認」(不当表示)の視点で気になったのかなとも思います。

これについて、懇意にしている絵本の専門家に相談したところ、子供には物語の進行のほうが大切で、「ヒヨコと卵を結びつける」という本来の目的を大切にしたいほうがいいとアドバイスをいただきました。生産者としては事実を知ってもらいたいと思いますが、子供にはまず親しんでもらうことが重要です。「卵にはヒヨコが孵るようなエネルギーが詰まっているんだよ」と伝えるための描写であることを、最終的には皆さんに理解してもらうことができました。

神奈川養鶏連 会員企業など

- 旬磯ヶ谷養鶏園
〒 324-0037 栃木県大田原市上石上 1871
- ㈱秀鶏園
〈本社〉 〒 289-0602 千葉県香取郡東庄町笹川ろ 1012
- 旬小川フェニックス
〒 252-0328 神奈川県相模原市南区麻溝台 5-14-39
- ㈱コトブキ園
〈本社〉 〒 223-0056 横浜市港北区新吉田町 5583
- 神奈川中央養鶏農業協同組合
〒 243-0308 神奈川県愛甲郡愛川町三増 1000
- 旬ホソヤファーム
〈神奈川本社農場〉 〒 252-0328 神奈川県相模原市南区麻溝台 5-15-43
- 旬鈴保養鶏園
〒 252-1113 神奈川県綾瀬市上土棚中 4-10-40
- ㈱愛鶏園
〈横浜本社〉 〒 221-0864 神奈川県横浜市神奈川区菅田町 2954



好評の「ひよこパック」

— 工夫した点などはありますか？

私たち生産者は伝えたいことがあるし、情報をたくさん入れたくなってしまいうんですが、あえて内容はシンプルにしています。絵本の専門家によると、いい絵本には「空間」があるといえます。子供は、絵本に残された空間に自分の想像力で物語を描いているのだと聞き、「書き込みすぎない」ことを意識しました。

その専門家が経営する絵本屋さんで、読み聞かせの会を見学させていただきましたが、小学校低学年の子供たちが食い入るように見てくれて、とても嬉しくなりました。読み手がうまいというのがあります（笑）。

ちなみに、後書きには保護者に向けたメッセージがあるので、これは、しっかりと読んでいただきたいと思っています。

さらに、絵本と同じ内容のアニメーション動画も製作しました。

— ホームページはどうなったのでしょうか？

「ぼくらのひよこプロジェクト」として、絵本、動画とともにホームページの製作も進めました。大きく変わったのは、一般の人にもホームページにアクセスしてもらえるよう、トップページを「ぼ

くひよ」仕様にリニューアルしたことです。絵本や動画と同じ製作会社に依頼して、ホームページも絵本と同様の統一感あるものになりました。ここで動画も閲覧できるようになっています。

もちろん、宣伝のためにやっているのは事実なので、興味のある人が辿っていくと、養鶏連の紹介や会員企業などの情報も見られるようになっていきます。

— 周知はどのようになっていますか？

まず、絵本、動画、ホームページと、ツールは揃ったことになりました。絵本は各社が直売店に置いて販売しているほか、地道にですが各地域の病院や学校に置いてもらう活動をしています。あとはチラシを作ったり、お店に置くための大きな看板（8ページ写真中央）も用意しました。さらに、絵本と同じキャラクターをデザインした「ひよこパック」も製作して、各社で活用してもらっています。ちなみに愛鶏園では、大寒たまごの販売にも使用して好評でした。

最近、一般紙も含めて各紙誌で「ぼくひよ」や絵本を取り上げていただく機会が増えていて嬉しく思っています。こうした取材を通じて周知できればと思っています。

また、各社の経営、直売においてどう活用できるのかについても、引き続き知恵を絞っていくつもりです。

— 本日はありがとうございました。

