

埼玉県畜産協議会 次第

日 時：平成26年2月10日（月）

14時30分～17時00分

場 所：JA全農さいたま高砂ビル401号室

1 開 会

2 あいさつ

3 議事録署名人の選任

4 議 事

（1）意見交換

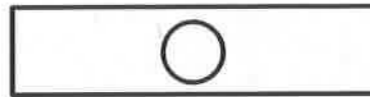
- ・「畜産物の適正価格について」
- ・「具体的な提案事項について」

（2）その他

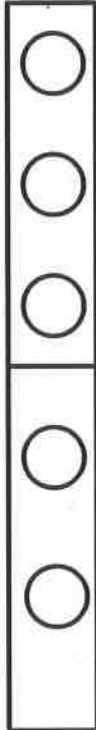
5 閉 会

畜産協議会配席表

会 長(議長席)
西崎 泉 委員



酪農経営
亀田光子委員



肉用牛経営
植井和子委員

養豚経営
大畠真由美委員

公 募
廣田美子委員

公 募
夏目亮一委員

埼玉県議会議員
和田 浩 委員

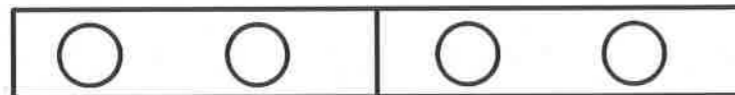
埼玉県議会議員
菅原文仁 委員

地産地消の和ダイニング
内田正憲 委員

埼玉県生協
ネットワーク協議会
滝澤玲子委員



畜産安全課 畜産安全課長 農林部長 中央家畜保健衛生所長
主幹 黒田浩之 梅澤正親 高山次郎 金子文男



畜産安全課 畜産安全課 畜産安全課 畜産安全課
主任 杉浦和也 主査 鈴木一良 主幹 丸山盛司 主幹 山関貴司

傍 聴 者 席

前回までの検討事項に関する意見・アイデア等

検討事項	現状・問題点など	意見・提案など
<p>1 情報の発信について</p> <p>(1) これまでの情報発信</p> <p>① ホームページやブログで発信している情報が、実際に消費者にどのくらい届いているのか</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・県のホームページへのアクセス数は少ない。もっと増やす工夫が必要 ・生産者のホームページにたどりつくまでが大変 ・県のホームページもいろいろ探して調べないと必要な情報が見つからない ・商品ラベル等にURLを記載し、ホームページのアピールをしているが、大きく売り上げには結びついていない。 	
<p>② 発信情報の内容はどうか</p> <ul style="list-style-type: none"> ・十分伝えているか ・知りたい情報になっているか 	<ul style="list-style-type: none"> ・おいしい食べ方・レシピを紹介している。 ・農場の日々の様子や生産現場の様子（安心・安全） ・消費者はまずは価格、並行して安全・安心に関する情報 ・交流や見学、収穫体験などを受け入れてくれる生産者の情報がほしい。 ・駅周辺ブランドマップ、畜産いちばなどの小売・飲食店の情報は参考になる。 	
<p>(2) 県の新たな取組み</p> <p>① 畜産は農場見学等が制限されるなかで、生産・飼育の「こだわり」や「魅力」を効果的に伝える手法はないか</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・実際に食べたり飼育されている現場を見れば伝わるが、畜産は防疫上農場への立ち入りは難しい 	<ul style="list-style-type: none"> ・直接食べてもらう事が大切ではと思う。 ・現場見学の制限は理解できることなので、徹底した管理の状況などの現場の様子は映像等で補完したらどうか。
<p>② 畜産における地域ブランド力向上の具体的な取組み（プラン）はどのようなものが考えられるか</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ブランド名や市町村のイメージの確立とそのための支援が必要。 ・埼玉の畜産物のブランドが多すぎる。（地鶏のタマシャモ以外） 	<ul style="list-style-type: none"> ・埼玉県農産物ブランドアップツアーに「牧場」「酒蔵」をからませたツアーや年代別ツアーなど一般消費者にも参加しやすいツアーをつくる。 ・豚なら例えば「彩の国黒豚」が有名になることで、他の農場ブランド（古代豚・姫豚など）も知られてくる。 ・「狭山茶」や「深谷ねぎ」など地域をせばめたブランド名 ・ブランドには商品のストーリーが重要。 ・「ゆるキャラ」や個人ブランドは生産者の顔キャラ（イラスト）でのPR
<p>(3) 今後の情報発信</p> <p>① どんな内容の情報を伝えたらよいか</p> <p>(消費者はどんな情報を知りたいのだろうか)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・伝えたいこと、伝えきれないこと、知ってもらいたいこと、…… 	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者は何を求めているのか？生の声を聞いてみたい。 ・農場の雰囲気や毎日の従業員の頑張りを知ってもらいたい。 ・埼玉産を購入しようとする気持ちは強くある。スーパーの地場産コーナーや直売も人気。 ・購入できる場所の情報はまだまだ不足している。 ・生産状況のこだわりは、消費者としては強い購入動機にならないのでは？と思う部分もある。 ・知りたい情報は、順番は個々で違うが、生産地（ご当地情報）・価格・新鮮さ・おいしさ・新しい食べ方の紹介、等 ・消費者団体は、交流や見学、収穫体験など、消費者を受け入れてくれる生産者の情報を探ることが多いと思う。 	<ul style="list-style-type: none"> ・生産者・消費者がふれあえる場をつくる。 ・情報発信の内容を年代別や一般消費者向け、飲食店向けなどと分けて考える。興味や関心の無い人に向けての情報は意味がない。 ・一般消費者は、埼玉県でどんな農畜産物が作られているか、どこのスーパーで買えるか等を知りたいと思うが、飲食店としては、それが定期的に購入可能なのか、大量の仕入れができるか等、知りたい情報が変わってくる。 ・「安心、安全」は絶対条件なので、より安全をセールスポイントにするには、その根拠が重要。

前回までの検討事項に関する意見・アイデア等

検討事項	現状・問題点等	意見・提案など
② どのような形に情報を加工すればよいか ・目新しい、面白い、驚く、役立つ、……		<ul style="list-style-type: none"> ・生産者の顔キャラ（イラスト）を利用したPR（のぼり・名刺など） ・直売所等では商品の説明を分かりやすくポップにし掲示したり、商品ラベルに明記する。 ・豚の一生や牛の一生などの情報も面白い
③ その情報をどのように発信したらよいか ・ホームページ等に、どうやったら多くの人アクセスしてくれるか	<ul style="list-style-type: none"> ・日常生活で購買する機会がなく今まで購入したことが無い商品の情報を、積極的にブログ等で収集するという行動はあまりない。 ・「さいたま畜産いちば」などのパンフレット類も参考になるが通常はどのように配られているのか。 	<ul style="list-style-type: none"> ・メールマガジンなどで生産者側から配信したらどうか？ ・たくさんの情報ツールとリンクできるようにする。 ・影響力のある情報発信元と連携する。（例えば、当該畜産物を利用してきている業者、レストランのホームページで紹介してもらう等） ・メディアに協力してもらい県内畜産物をアピール、また、埼玉県にゆかりのある芸能人にも宣伝してもらう。 ・「SAITAMA わっしょい」や県畜産会のホームページなどの充実を図り、県産ブランド畜産物の「どこで買えるのか？どこで食べれるのか？」などの情報や、個々の生産者や飲食店などのブログやホームページとストレートにやり取りできるようにする。 ・飲食店側も、生産者のHPとリンクしていけばもっと広がる。 ・ブログは頻繁に更新したほうがよい。 ・名刺などにブログに入る手順を記載する。 ・イベント等で購入した時や試食した時などにチラシやメッセージなどがついていると、そこから見てみようかなということになる ・学校の教科書に畜産物の内容等を載せたり、学校給食での県産畜産物利用時にチラシなどを配布する。興味がある人はそこから次に知りたい情報を得ようと、県のホームページなどにアクセスする。 ・県・団体で作られている冊子等を学校やイベント会場に置く。
④ 情報ツールを活用してどんなことができるか ・例えば……スマホ・カーナビ等との連携	<ul style="list-style-type: none"> ・様々なことが可能だと思うが、どんなツールがあるのか勉強したい。 ・生産者・県・団体にフェイスブックを活用する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ホームページは公式見解や商品説明の道具として使う ・ブログは農場・商品の日々の情報などの発信 ・フェイスブックは意見がじかに返ってくる。気軽に双方向の情報交換ができ、口コミ的に情報が広がるため、新しい口コミツールとして有効 ・「ぐるなび」などの食材販売の利用など企業との連携。
2 畜産物の価格について ① いわゆる適正価格というものをどうアピールすればよいか	<ul style="list-style-type: none"> ・品質でアピールするのが一番だと思うが、それを知ってもらう（商品を手にとってもらう）までにどんな事をしたら良いのか？。 ・価格は、持続可能な再生産ができ、生産者の安定した収入、労働対価として十分でなければならぬことは消費者も勉強会などで理解はしているが、すべての消費者ではない。 ・「高価な商品は検査が多く安全」、「安価な商品は流通管理がずさん」などの声がある。 ・安心は主観的な心理で食品の安全性とは別の議論になる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・国産畜産物が高価になる要因（生産コストが高いこと）を知ってもらう。 ・安全については、現行の制度が順守されていることで「流通している商品は安全である」と理解してもらう事が重要。 （検査をより強化すべきという意見は恒常的にあるが、「そのためにはコストがかかり価格に反映される」ことの説明が必要。） ・価格が高いことが安全性も高い事でないことは消費者団体は繰り返し学んでいる。

前回までの検討事項に関する意見・アイデア等

検討事項	現状・問題点等	意見・提案など
② 消費者は理解してくれるか	<ul style="list-style-type: none"> ・現在のような不景気では、やはり低価格な品物が喜ばれて購入されるのではないか。 ・理解することはできても、それが日常の購入に直接結び付くかという現実的には難しい。 ・TPP 関連では、「国産は安心だがより高価になり買い続けることが難しくなる。しかし、輸入品は安価だが安全性は後退するので食べたくない」など感覚的な意見がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・地産地消への理解が浸透することが大切だと思う。 ・お互いに顔が見える関係が大切 ・生産者とのふれあいや商品説明、品質を確かめることで理解を示してもらえと思う。 ・若いファミリー層でも、普段の買い物とお祝い事など特別なものは、高価でもおいしいものを購入したり、シニアの方々などは、少しでもおいしいもの、食べやすいものなど、様々な価値観で購入すると思う。
③ 生産者と流通・販売業との情報の共有（こだわりを含めた生産情報）が必要だが、どのようにすすめたらよいか		<ul style="list-style-type: none"> ・生産者と消費者がふれあえる場やイベント等の企画 ・様々なイベントに積極的に参加し、より多くの方々に「食」に興味を持ってもらう。 ・畜産は命の視点が見えやすい。教育サイドなど他の分野の施策から農業への理解を進める。
3 県・畜産団体への施策等要望 ① 情報の発信以外の施策・取り組みについて、今後実施してほしい事項、内容	<ul style="list-style-type: none"> ・畜産は命の視点が見えやすい。食育などの施策に生かされるとよい。 ・学校給食への地場産利用のさらなる推進。 	

◎ これから何をしていったらよいか（具体的な行動提案）

	何をするか	具体的には	まずやることは
生産者	生産者としての‘おもい’を発信する 生産の現場を見て（知って）もらう 生産物を見せる 実需への対応	農場や生産物等の特徴を明確にする ホームページ、ブログ、ツイッター、フェイスブック等の積極的利用 「SAITAMA わっしょい」とのリンク 見学の受け入れ 飼育状況の動画アップやライブカメラでの発信 イベント、アンテナショップなどへの参加 どこまでならやれるかの計画を立てる	キャッチフレーズ・キャッチコピーを作成する ライブカメラを試験導入する
生産者団体	生産者の意識・意向を把握する 畜産物情報発信の中心的役割を發揮する 生産物売り込む	全戸調査等の実施 ホームページの充実を図る 実需者・消費者向けの情報も発信する 販売店、飲食店、ホテル旅館等へのセールス	把握内容を検討する 発信情報の内容を検討（適時更新） 「SAITAMA わっしょい」とのリンク イベント時の発信情報（内容、体裁）
処理・加工業 販売店・飲食店	地域経済発展の視点での経営を行う （地産地消を売りにする）	取り扱っている県産品を店舗HPに掲載し、生産者を紹介（リンク） 県産品コーナーを置く 「県産農産物利用店」や「緑提灯」の登録店になる	より多くの県産品情報を得る
消費者	近くにある畜産（埼玉農林業）に関心を寄せる	生産（者）の現場・実情を知る	
行政	情報発信を充実させ、地産地消意識を高める （県産品の認識を高める）	畜産物と他の農林産物とを繋げる方策を立てる （埼玉農林業全体としてアピールを強める） この提案に関して、27年度予算で対応する 畜産会のホームページを県の畜産情報の発信窓口として一本化 （県からの情報も統合する） 「SAITAMA わっしょい」とのリンク強化も 図る → 畜産会への事業委託など財政支援の検討必要	関係者間の情報交換・連携の場をつくる （生産者、団体、実需者、県関係課の若手で構成）

⇒ 当協議会として

- ① 生産者団体に働き掛けつつ、生産者の‘おもい’等を把握する
- ② 上記提案内容について、関係者への取り組み要請を行う
- ③ ①、②を踏まえつつ、第4回協議会（7月頃）において提案とりまとめを行い、27年度予算への反映を期する

埼玉県畜産協議会

参考資料

目次

	ページ
1 生産費の状況	1
2 畜産物価格の状況	1
3 県内の高付加価値畜産物の生産状況（牛乳・乳製品）	2
4 県内の高付加価値畜産物の生産状況（牛肉・豚肉・その他）	
(1) ブランド推進品目	3
(2) 農場ブランド	4
5 県内の高付加価値畜産物の生産状況（鶏卵）	5
6 県内の高付加価値畜産物の生産状況（鶏肉）	8
7 6次産業化の取組事例	9

平成26年2月
畜産安全課

1 生産費の状況

単位：(円/1頭 ※1 採卵鶏は千円/1経営体)

区分	項目	搾乳牛	肥育牛			肥育豚	採卵鶏
			和牛	交雑種	乳用種		
生産費	物材費	610,338	825,976	630,287	386,973	28,064	—
	(うち飼料)	354,121	298,818	299,790	236,890	21,246	27,561
	(うち素畜費) (搾乳牛は牛償却費)	110,129	455,240	280,960	111,656	58	—
	労働費	160,389	71,732	41,285	24,755	4,115	2,439
	その他	△32,765	12,351	14,990	2,165	63	—
	合計	737,962	910,059	686,562	413,893	32,242	41,507
粗収益		818,932	846,538	544,658	312,916	30,128	39,840
粗収益－生産費		80,970	△63,521	△141,904	△100,977	△2,114	△1,667

出典：農林水産省「畜産物生産費統計」平成24年度（採卵鶏は「農業経営統計」より）

2 畜産物価格の状況

単位：(円/kg、小売価格 円/100g)

		農家販売価格 (卸売価格等から)	再生産価格 (生産費から推計)	小売価格	輸入品 小売価格※2
生乳		102	81	188(円/l)	—
牛肉	和牛 (A-4)	1,744	1,911	—	肩ロース 又はもも 194
	交雑種 (B-3)	1,132	1,390	かた 441	
	乳用種 (B-3)	706	897	—	
豚肉		440	460	ロース 244	ロース 146
ブロイラー		575	—	124	—
鶏卵		181	185 ※3	216(円/kg)	—

出典：農林水産省「食肉鶏卵速報」平成24年度 ※2 輸入品小売価格については東京都区部価格

※3 補填基準価格(鶏卵生産者経営安定対策)

3 県内の高付加価値畜産物の生産状況（牛乳・乳製品）

（畜産安全課調べ）

区分	ブランド、種別	製造者	販売先	特徴	形態・生産量
牛乳	低温殺菌牛乳	(有)加藤牧場(日高市) 直売所「Baffi」	同左、宅配、 JAいるま野直売所、 ダイエー所沢店等	自家生産生乳 使用	200, 500, 900ml ビン
	桶川牛乳	埼玉酪農業協同組合 (熊谷市)	イベント時に 販売	桶川市内酪農 家限定牛乳	200ccビン
	農家限定うしのちち	埼玉酪農業協同組合 (熊谷市)	イベント時に 販売	酪農家限定牛 乳	200cc紙パック
	彩の国のおいしい牛乳	森乳業(株) (行田市)	イトーヨーカ ドー等	県産生乳 100%	1000mlパック
	「地産地消シンボルマ ーク」付き牛乳	①西武酪農乳業(株) (日高市) ②埼玉酪農業協同組合 (熊谷市) ③森乳業(株) (行田市)	学校、 直売所	県産生乳使用	①200ml, 250ml ②200ml, 250ml ③1000ml
	ふっかちゃん牛乳	大沢牛乳(株) (鴻巣市)	地元イベン ト時に限定販 売	花園地区酪 農家限定牛乳	200, 500, 1, 000 mlパック 180mlビン
チーズ	フロマージュブラン	(有)加藤牧場(日高市) 直営店「Baffi」	同左	自家生産生乳 使用	フロマージュブラン 150ml
ヨーグルト	飲むヨーグルト	(有)加藤牧場(日高市) 直営店「Baffi」	同左、宅配、 JAいるま野直売所、 ダイエー所沢店等	自家生産生 乳使用	200, 500, 900ml ビン
アイスクリーム	イタリアンジェラート	吉田牧場(小鹿野町) 直営店「牧場のログハウ スちちぶ路」	同左		
	イタリアンジェラート	(有)加藤牧場(日高市) 直営店「Baffi」	同左、宅配、 JAいるま野直売所、 ダイエー所沢店等	自家生産生乳 使用	約40種類
	イタリアンジェラート	(有)フクシマデリーファーム 「ジェラード工房福島 牧場」(深谷市)	同左、 道の駅はなぞの、おか べ、農林公園	自家生産生乳 使用	約20種類
	イタリアンジェラート	榎本牧場(上尾市) 直営店「フォルトゥーナ」	同左 JAいるま野直売所	自家生産生乳 使用	約30種類
	ソフトアイスクリーム	(有)八木原牧場(熊谷市) 「八木牧パークハウス」	同左、 ファーマーズパークまど ん	自家生産生乳 使用	
	ソフトアイスクリーム	(有)アグリパークゆめすぎ と (杉戸町)	同左	杉戸町内酪農 家の生乳使用	

4 県内の高付加価値畜産物の生産状況（牛肉・豚肉・その他肉）

(1) 【ブランド推進品目】

(畜産安全課調べ)

	実施 主体名	出荷頭数 (年間)	枝肉価格	販売店	品 種 等	特 徴
武州和牛	武州和牛組合 (20戸)	2,400頭	市場価格	パルコ浦和店、他	黒毛和牛	配合飼料を指定
彩さい牛	21世紀肉牛研究会 (14戸)	1,000頭	市場価格	県内	F1一部 黒毛和牛	有機植物性飼料ネカリッ チ給与、農場管理獣医 師協会と提携
深谷牛	深谷市特選黒毛和 牛振興協議会(5戸)	300頭	市場価格	タチクショップ、他	黒毛和牛	格付の6割以上がA5・ A4
彩の夢味牛	県開拓連夢味牛生 産部会 (5戸)	700頭	市場価格	タチクショップ、他	F1一部 黒毛和牛	共通の配合飼料を給 与
彩の国黒豚	彩の国黒豚倶楽部 (5戸)	5,700頭		イトーヨーカ堂、 他飲食店	パークシャー 純粋種	肉質が優れている
彩の国地鶏 タマシャモ	タマシャモ普及協議会 (5戸)	34,000羽	自家販売 他	サイボク、 県内飲食店等	タマシャモ	シャモ特有の歯ごた えと旨み
彩たまご	松本米穀 (2戸)	約60,000 パック	—	ヤオコー、 八木橋	—	生産履歴公開

(2) 【農場ブランド】

(畜産安全課調べ)

	実施主体名	出荷頭数(年間)	枝肉価格	販売店	品種等	特徴
古代豚	白石農場	500頭		宅配 県内飲食店等	中ヨークシャー 他	中ヨークが基礎豚肉質が優れている
豚姫の姫豚	(有)大島畜産	2,400頭	自家販売	宅配 県内飲食店等	LWD	肉質が優れている
香り豚	(有)松村牧場	6,400頭	市場価格	宅配 県内飲食店等	LWD	SPF豚農場
ミオ・カザロ (小江戸黒豚)	(有)大野農場	1日30kg (週3~4日)	自家販売	自家販売 注文販売、宅配	ハークシャー 純粋種	生産、加工、販売まで一貫経営
ハルツハイン (武州豚)	男衾食肉加工組合	3,600頭	自家販売	自家販売 注文販売、宅配	LWD	生産、加工、販売まで一貫経営
サボクハム	(株)埼玉種畜牧場	1,600頭	自家販売	自家販売、宅配 デパート	ゴールデン ポーク他	生産、加工、販売・ 飲食まで一貫経営
愛彩豚	地域ぐるみ愛彩豚 ブランド化推進協議会	2,200頭		藤屋精肉店、他	ハブコック 系白豚	肉質が優れている
むさし麦豚	(有)長島養豚	40,000kg	市場価格	県内飲食店等	LWD	飼料米15%配合
セイメイの卵	(農)セイメイファーム	—	—	県内飲食店等	マヨネーズ プリン	高い衛生管理基準で 生産
エコッコ	(有)丸一養鶏	—	—	直売 県内飲食店等	—	アニマルウェルフェアによる平 飼い飼育
ぎゅうや (秩父牛)	坂本牧場	30~40頭	市場価格+ α	自己経営のレストラン、 宅配	F1	ビール粕発酵飼料を給 与。
いるま黒豚	JAいるま野 黒豚振興会	900頭		(株)スーパーバ リュウ、 デパート	ハークシャー 純粋種	肉質が優れている
井田さん家の 豚	井田養豚	2,000頭	市場価格	デパート	ハイボ× デュロック	ハーブ入発酵リキッド飼 料を給与
武州さし豚	(有)相原畜産	1,000頭	市場価格	八木橋、都内三 越	LWD	肉質が優れている
旨香豚	橋本養豚		市場価格	県内スーパー (エコスグループ)	LWD	食品残さの乳酸発酵 飼料を給与
愛たまご	愛鶏園グループ	—	—	直売 県内飲食店等	—	HACCP/GMP方式の導 入

5 県内の高付加価値畜産物の生産状況（鶏卵）

（畜産安全課調べ）

生産者	市町村	直売所	特徴	直売価格	備考 ブランド名等
須賀洋一	さいたま市	久喜市	赤玉 (自家配合飼料)	400～500円/kg	彩たまご
井原 薫	志木市	同左(自販機)	赤玉(禰) 自然ミネラル添加飼料	500円/kg	彩の国さい たまご
吉住武雄	北本市	同左(庭先・自販機)	自然飼料給与 強制換羽しない	350円/kg(白) 400円/kg(赤)	健ちゃんた まご
江田勝男	川越市	同左(庭先)	新鮮たまご	600～620円/kg	小江戸川越 地たまご
(有)川端産業 佐久間靖夫	所沢市	同左(庭先)、宅配 入間郡養鶏農協	赤玉(ビタミンE豊富)	450円/kg	ハッピー卵
中山利一	所沢市	同左(庭先)、宅配 JA所沢	赤玉・白玉(ミソソ)	440円/kg(白) 470円/kg(赤)	さくら卵
藤野忠洋	所沢市	同左(庭先)、宅配	赤玉 DHA、ビタミンE、ヨウ素、 リノール酸	500円/kg	トップ卵
市川 明	所沢市	同左(庭先)、宅配	赤玉 DHA、EPP、ビタミンE、 ヨウ素、リノール酸	480円/kg(白) 550円/kg(赤)	トップ卵
荻野文吉	所沢市	直売		500円/kg	
中里 元	飯能市	直売	搾りたての牛乳給与の 平飼	50円/個(赤)	自然卵
高橋市太郎	飯能市	同左(庭先) 直売		700円/kg	
増田棟順	狭山市	直売		400円/kg	
宮木孝之	狭山市	同左(庭先) 直売		450円/kg	
(有)九頭龍	狭山市	同左 (直売所・自販機)	魚介類・海藻類等天然 ミネラルの多い飼料 マルチゴールド添加	210円～/kg	奥富のたま ご
(有)桂ファーム 栗原 桂一	入間市	同左(庭先)		480円/kg	
高橋大輔	入間市	同左(庭先)		600円/kg	

生産者	市町村	直売所	特徴	直売価格	備考 ブランド名等
高山博夫	入間市	同左(庭先)		450円/kg	
増岡安弘	入間市	同左(庭先)		450円/kg	
鈴木博寿	坂戸市	同左(庭先) 直売	最高ランクの飼料を給 与、赤玉系	500円/kg	イーデス卵
武藤恭久	坂戸市	同左(庭先) 直売	通常の3倍の葉酸を 含有	450円/kg	坂戸葉酸た まご
(有)中島養鶏場 中島 輝明	鶴ヶ島市	直営・JA直売所	ビタミンE強化、滋養素添 加	330円/kg	VE卵 滋養卵
高橋尚之(正一)	日高市	同左(庭先・自販 機)、宅配	こだわりの手作り飼料 ゴトウ系国産鶏	1,900円/30個 2,500円/30個 4,100円/30個	さくらたま ご(ピンク) 金印たまご
佐伯次郎(典子)	日高市	同左(庭先)	鶏の健康にこだわった 放飼	850円/kg	健康卵
加藤 廣	日高市	同左(庭先)	黄身の色が濃い	500円/kg	高麗/里/お いしい地玉 子
星養鶏場 飯塚 洋子	日高市	同左(庭先) 農協、サトウ直売 自然食品、健康食品	赤玉(自家配合飼料) 昔ながらの味	460~483円/kg	今昔卵 至善卵 ウツケイ
桑原 武	日高市	同左(庭先)		300~420円/kg	
(有)波田鶏園 波田二三雄	毛呂山町	同左(庭先) 直売		300~350円/kg	
(財)新しき村	毛呂山町	同左(庭先)		400円/kg	新しき村特 選赤玉子
上村芳郎	東松山市	同左(庭先)		450円/kg	
関根岩治	東松山市	同左(庭先) 直売		400円/kg 450円/kg	
(有)篠原養鶏場 篠原 一郎	東松山市	同左(庭先・宅配) インターネット販売、百貨 店(高島屋)	赤玉、自家配合飼料、生 臭さを抑えた卵 ケキ専用	500円/kg	昔翁ありき 鹿鳴館(ケキ 用)
(農)セイメイファーム 嶋田 匡武	嵐山町	同左(庭先)、宅配 インターネット販売、スパー ー等	生臭さのない風味豊か な卵 通常の8倍以上ビタミンE	350円/kg	虹のたまご
ふるさとファーム 千野 雅之	嵐山町	同左(庭先)、宅配 直売	国産無農薬の飼料、放 飼	550~600円/kg	放し飼い地 玉子

生産者	市町村	直売所	特徴	直売価格	備考 ブランド名等
安藤弘道	小川町	同左(庭先) 大地を守る会	自家配合飼料・平飼い	450円/kg	平飼たまご
(有)鈴木農場 鈴木 武敏	川島町	同左(庭先) 直売		350円/kg	
矢部 正	川島町	同左(庭先)、宅配	生臭さがなく、旨味、コク、甘みがある	1,550円/30個	トッパン
宅間 直	吉見町	同左(庭先) 直売	平飼い 海藻、乳糖、クエン酸添加飼料	550円/kg	ベスト卵
小峰征司	ときがわ町	同左(庭先・自販機) 直売	自然色の黄身 懐かしい香りと味	500～560円/kg	都幾川のむかし卵
アグアファーム秩父	秩父市	同左(庭先)、宅配、 JA秩父 インターネット販売、百貨	のびのび飼育、放飼 甘み、コク、香ばしさのある黄身	500～750円/個 450～580円/個 82～110円/個	最高級卵「輝」(赤) こだわり卵「こだわり卵」
彩たまご 生産・流通グループ	熊谷市	八木橋百貨店 スーパーヤオコー ほか	生産流通履歴の公開 生産がトラインに基づく 管理	145円/kg	彩たまご (赤・白)
(株)愛鶏園 斎藤 大天	深谷市	同左(庭先) 生協	白玉 ワケ芽株、DHA、EPA強化 配合飼料	280～300円/kg	愛鶏園の玉子
小久保富夫	深谷市	同左(庭先)	赤玉(放飼による自然卵)	60円/個	
(有)鹿川グリーンファーム	深谷市 毛呂山町	同左(庭先・自販機)	さくら卵	217円/kg	さくら卵
(有)カハシ養鶏場 高橋 光正	熊谷市	熊谷市大字荒川 2095(自販機)	白玉(自家配合飼料)	235円/kg	高のたまご
高橋克夫	行田市	同左(庭先・自販機)	甘味強・コク・保存性良	400円/kg	地養卵
杉橋崇男	三郷市	同左(庭先・自販機)、 宅配	ビタミンE強化 DHA270mg/個・ EPA18.6mg/個	440円/kg 50円/個	きみ&ぼく きみ&ぼく DHAスペシャル
岡田 了	吉川市	同左(自販機2台)	エッグホールネット袋詰3種	400円/kg 450～470円/kg	もみじ卵 ピンク卵
エビハシ養鶏場 海老原 茂	吉川市	同左(自販機3台)・ 宅配	ビタミンE、ミネラル添加 アロカナ(ビタミンE給与)	520円/kg 40円/個(アロカナ)	ミネ卵、ビタミンE卵

6 県内の高付加価値畜産物の生産状況(鶏肉)

(畜産安全課調べ)

生産者名	市町村	直売所等	特徴	販売価格	生産量等	備考 (ブランド名等)
富澤秀年	深谷市	サイボク、自店利用 ネットショップ	平飼	350円/100g	9,600羽/年	彩の国地鶏 タマシヤモ
尾島一正	坂戸市	伊勢丹浦和店 自店利用	平飼		4,800羽/年	
足立英男	川越市	ネットショップ	平飼		4,800羽/年	
篠田なをみ	荒川区	自店利用	平飼		1,120羽/年	
ながわか農園 黒沢利治	小鹿野町	地元飲食店	平飼		360羽/年	
本田孝夫	深谷市		平飼		100羽/年	

7 6次産業化の取組事例

(有)加藤牧場（日高市、酪農）

- フリーストール牛舎に総数190頭の乳牛を飼養。
- 加工/販売
- 低温殺菌牛乳、ジェラート、ヨーグルト、チーズなどを製造し、直売施設、JA直売所、スーパーマーケット、百貨店の物産展などでの販売。その他インターネット通販



【加工・直売施設】



【加工品】

(農)榎本牧場（上尾市、酪農）

- フリーストール牛舎に総数80頭の乳牛を飼養
平成21年、県内で初めてロボット搾乳システムを導入
牛舎2階に約100人収容の交流施設を整備
- 加工/販売
- ジェラート販売に加え、牧場体験を有料で提供



【直売施設】



【加工品】

坂本牧場（小鹿野町、肉用牛）

- 交雑種100頭規模の肥育経営。自家配合飼料を給与。
- 加工/食事
- 牛肉、牛肉加工品（ビーフソーセージ）を直営バーベキューハウス「ぎゅうや」で提供。ログペンションも併設し宿泊も可能。



【食事メニュー例】



【食事・宿泊施設】

国分牧場（東松山市、肉用牛）

- 乳用種280頭規模の肥育経営。埼玉産稲ワラを給与。
- 加工/販売
- 農場そばに直売所を開設。カットした冷凍精肉パックを委託加工で製造し、直売所で販売。農作物の収穫体験と料理をセットにした農業体験を実施。



【直売施設】



【販売している加工品】

(有)大野農場（川越市、養豚）

- 英国系パークシャー種1,000頭飼養。
- 加工/販売/食事
- 農場そばの本店では、精肉、豚肉加工品（ハム、ソーセージなど）の販売、レストラン「オオノ」での食事提供。市街地にある蔵の町店は、精肉、豚肉加工品の販売、レストラン。



【 本 店 外 観 】



【 豚 肉 加 工 品 】

古代豚白石農場（美里町、養豚）

- 中ヨークシャー種を基礎豚にし生産、400頭飼養。
- 加工/販売
- 加工施設「古代豚工房」を開設。ハム、ソーセージなどを手作りしている。古代豚工房のホームページを開設し豚肉加工品のネット通販。



【 古 代 豚 工 房 】



【 豚 肉 加 工 品 】

(有)坂齊養鶏場（杉戸町、養鶏）

- 14,000羽飼養。
- 加工/販売
- 平成23年に加工施設を新設。カステラ、プリン、クッキーシュークリーム、ズコットケーキを製造し、自宅に併設された直売所と、「アグリパークゆめすぎと」で販売。生産された卵はほぼ100%自家販売。



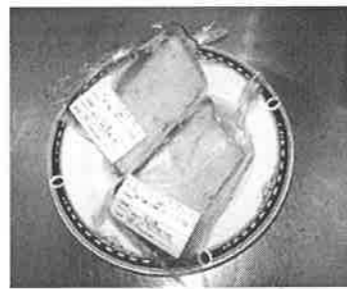
【 店 舗 前 】



【 た ま ご 加 工 品 】

(有)須賀養鶏場（久喜市、養鶏）

- 15,000羽飼養。
- 加工/販売
- 平成20年に加工施設を新設。シフォンケーキを製造し、JAさいたまグル米ランド（与野、大久保、木崎、谷田、尾間木、三室）、指扇駅前直売所等で販売。



【 シ フ ォ ン ケ ー キ 】