

講演テーマ：「私とたまご博物館」

***原稿**

ご盛会のお祝い

- ・本養鶏講習会のご盛会、誠におめでとうございます。
- ・鶏卵業界、養鶏業界の方々のこれまでの長い間のご努力に対し、敬意を表します。
- ・卵価の厳しい折りですが、今後とも品質の良い、おいしい「たまご」を私たち消費者に供給していただきたいと思います。

自己紹介

- ・私は、インターネット上に「たまご博物館」という個人の、いわば趣味のホームページを開設しています。平成9年夏から準備をはじめ、平成10年1月に公開（完成）しました。
（インターネットに関する簡単な解説：アメリカの大学、研究機関、政府機関、軍関係で利用されていたネットワークで、日本では1992年に商用サービスが開始された）
- ・ホームページとは、インターネットという世界的な通信網から参照できる様々なものを紹介したページ（画面）のことです。
- ・インターネットの普及により、私たちの生活様式は大きく変わりました。例えば、瞬時に世界の動きを見ることができる、最新情報がある場で手に入る、電子メールにより世界中に瞬時に手紙を送ることができる、などです。

実際に利用されている方は、よくご存知と思いますが、昔であれば農水省などの各省庁の発表などは時間がかかっていましたが、今日では、ホームページによりいち早く情報を得ることができます。（例えば、今問題になっている「狂牛病」関連情報なども）

- ・「パソコンは、どうも苦手だ」とおっしゃる方がおられると思いますが、ホームページを見るだけでしたら、ボタンを押していただくだけで、是非一度、体験されることをお勧めします。高齢の方が意外と「はまって」いらっしゃいます。

なにしろ、自宅に居ながらにして世界中の最新の情報を、指先1本で入手することができるのですから。「食わず嫌い」にならず、是非挑戦してみたいと思います。

- ・また、近年、「IT」(Information Technology)とか「eコマース」という言葉をよく耳にされ

るとありますが、ご存知の通りeコマースはインターネットなどを利用した電子的な商取引をいいます。

今後は、この「eコマース」から「Tコマース」の時代といわれています。Tコマースとは、パソコンではなく、TVを利用した取引で、双方向通信が可能なCSやBSデジタル放送を利用したものです。

これは、パソコンのようなキーボードを使う必要がなく、TVのリモコン操作によって様々なサービスを利用するものです。

例えば、「TVで宅配ピザの注文をする」といったことが可能になるのです。

- ・私をはじめパソコンを使った頃(約20年前)に比べると、最近のものは専門知識をほとんど必要としていませんが、今後はこのように、一般の家電がパソコンの機能の一部を持つようになっていくと思います。
- ・私は、この業界(コンピュータ業界)に入った頃には、現在のようにパソコンが一般大衆化するとは思ってもみませんでした。私が就職した頃、「あまり人がやっていないこと」と思って、コンピュータ業界に入ったのですが、現在では、パソコンは携帯電話と並んで社会人の必須アイテムといっても過言ではないと思います。

「たまご博物館」の誕生

- ・私はよく人に、「どうしてNTTに勤めているのに、たまごのホームページを作ったの」と聞かれます。先にもお話ししたように、私は、NTTデータという会社でコンピュータ関連の仕事(銀行のオンラインシステム開発)に携わっています。

- ・実は、私は「たまご」が大好きなのです。(手羽も好きです)たまごは、ほとんど毎日欠かさず食べています。目玉焼きであれば、5つ目、6つ目をたいらげます。

私にとって、「鶏は人生の必須アイテム」というわけです。

先日行った箱根の温泉宿では、1泊2日で15個の温泉たまごを食べました。シンプルなたまご料理が好きなのです。その分、素材(たまご)の良さにはうるさいかも知れません。

我が家は、家族全員が「たまご好き」です。私は、たまご博物館の「特殊卵コーナー」に掲載するために、出張先や旅行先では必ずデパートの地下やスーパーのたまご売り場に行きます。

新しい製品を見つけると必ず購入しています。鹿児島に行ったときには購入したたまごをダンボール2個分、自宅に送りました。多いときには自宅の冷蔵庫に300個くらいたまごがあります。(たまごとビール専用の冷蔵庫があります)

- ・私は、仕事柄インターネットについて人よりは早く知っていましたが、ホームページを作って見ようと思ったのは、ちょうど北海道(札幌)に転勤になったときです。(平成9年)

札幌には2年2ヶ月ほど住んでいました。

そのときに何らかのホームページを作ってみようと思ったわけです。

ホームページの「題材」を何にするか迷っていたのですが、その頃、北海道を旅行中に「たまごの自動販売機」を見つけて、色々なところで購入しては、そのラベルをたまたま集めていました。その中に比布町で買った「かっぱの健卵」という名前の付いたたまごがあり、色々なたまごのネーミングをホームページに掲載すれば、面白いものができるのでは、と考えたのです。

- ・私は、人があまりやっていないようなことをやるのが好きで、その頃「たまご」に関するホームページがほとんどなかったことも、「たまご」を題材にしてみようと思ったきっかけでした。

- ・まずは、情報収集ということで、最初に思いついたのが「ホクレン」さんです。

まだ、「たまご」の生産に関して何も分からない状態でしたので、札幌近郊のホクレンの看板を見つけて、飛び込みで行ったところ、「ここは、たまごは扱ってないんですよ」と言われました。

そこは、豚肉の処理をしているホクレンの工場だったのです。

そこで対応された人にホクレンの「鶏卵課」の方を紹介していただきました。そして、その足

ですぐ鶏卵課に行ったのです。

このときに生まれてはじめてGPセンターの内部を見せていただいたのですが、倉庫の中に積んである大量のたまごの山を見て、思わずうれしくなったことを覚えています。

このときからインターネット上の仮想博物館である「たまご博物館」作成に向けて動き出したわけです。

- ・ホクレンの鶏卵課で「鶏卵の知識と品質管理」という1冊の資料をいただき、その内容が「たまご博物館」の骨格になりました。情報収集の手始めには最適な本でした。
- ・また、札幌近郊の養鶏場（江別市にある太田ファームなど）を訪ねて話を伺ったり、見学させてもらったりもしました。どこの養鶏場でも、飛び込みの素人にもかかわらず親切に教えていただき、大変ありがたかったです。
- ・東京に転勤になってからは、愛鶏園様をはじめとした養鶏場や、全農 本所の方にGPや液卵工場を見学させていただき、それを元に「たまご博物館」に新たに施設見学コースを作成しました。「施設見学コース」は、私が今一番力を入れているページですので、どこか「たまご」関連の施設を見学させていただけるところがございましたら、教えていただければ幸いです。全国どこへでも喜んで飛んでいきます。
- ・たまごは身近な食材であるにもかかわらず、奥が深く、まだ解明されていないことがたくさんあると思っています。「たまご好き」の一人として、今後も「たまご」を追い求めていきたいと考えています。

個人のホームページとしての「たまご博物館」

- ・私のホームページは、個人のホームページですから、いわゆる「しがらみ」がまったくなく、「どこにも縛られない」という強みがあると思っています。（一人で作成していくという大変さはありますが）ですから、「たまご博物館」内にある「特殊卵コーナー」のように、メーカー横断的なページを作ることができるのです。
- ・「たまご博物館」を作成する上で気を付けていることがあります。それは、「誰も悪者にしない」ということです。人（生産者の方）それぞれには、自分なりのやり方があり、こだわりがありますから、「こうでなければならない、ということはない」とと思っています。養鶏家の中には「特殊卵」に否定的な方もおられますし、有精卵、放し飼いにしても色々な意見があるのはご存知の通りです。
- ・また、消費者の目から、養鶏場、GP、加工場を興味深く見学させていただき、それを「たまご博物館」の中で一般の方に紹介することを、現在の主な目的にしています。それを通じて、一人でも多くの方が「たまご」や「養鶏」に関して関心を持っていただければ、と思っているのです。これだけ身近な食材なので、消費者はもっと生産農場などについて関心を持ってもいいのではないかと、思うのです。
- ・「たまご博物館」で一番大変なのは、質問メールに対する回答です。いただいた質問メールには必ず回答をすることをモットーにしています。このため、たまごや養鶏に関する本を参考にしたり、業界誌や業界新聞にも目を通すようにしています。本などを調べても分からないときには、皆様方、プロの方（養鶏家、全農、鶏卵会社、商社、飼料会社など）に聞いて回答しています。

小学生や主婦からの質問は、素朴な質問が多いのですが、このような消費者の方からの質問は、プロの方にとっても意外と勉強になると思います。その内容は「Q & A コーナー」としてホームページ上で紹介しています。(出版本の中にもあり)

- ・近年、「食」に関する世間の関心も高く、テレビ番組やニュースなどで、たまごに関しても多くのことが伝えられています。このような記事をホームページに取り入れ、常に「たまご博物館」を成長、進化させ続けています。(時間がとれず、なかなか追い付きませんが)平成10年の公開当初に比較すると、現在の「たまご博物館」の内容は数倍以上になっていると思います。
- ・「たまご博物館」を通じて、業界の方と色々お話でき、養鶏や卵業について、これまで以上に興味を持つようになりました。私があと10歳若いときでしたら、養鶏や鶏卵業界への転職も考えたかもしれません。

消費者(私)から見た養鶏/鶏卵業界

- ・まず、消費者の方は、生産農場についてほとんど何も知らないと言ってもいいと思います。私も「たまご博物館」を作りはじめた頃は、何も知りませんでした。「たまご」は、あまりにも身近すぎて、昔から見ているものですから、改めて見つめ直すきっかけがないのかも知れません。
- ・また、消費者(特に主婦の方)は極端な思い込みをするという傾向があると思います。例えば、TVの料理番組などで「体にいい」と紹介されると、翌日から急に売行きがよくなったりするのですから。先日出席した調理師会の講師の方も、「あまりマスコミに惑わされないように」とおっしゃっていました。
- ・「放し飼い」や「有精卵」についてもそうですが、なぜケージ飼いが行われるようになったのかをまったく知らず、「昔の自然の方法がいい」と思っている人は多くいます。私は、「放し飼い」や「有精卵」を否定はしていません。少数の鶏を広い自然環境で育て、本当にいいたまごを生産されている養鶏家の方もおられます。きちんとした管理をして、品質のよい、おいしい自然養鶏のたまごを生産されている方をいくつか知っています。(飼養羽数に制限が出るとは思いますが)そのような飼い方の違いも、ほとんどの消費者は知らないと思います。
- ・近年、たまごの世界でも消費者のブランド志向が強くなっていると思います。私が子供の頃とはいうと「ヨード卵 光」くらいしか知りませんでした。最近では本当に多くの特殊卵(ブランド卵)が販売されていますね。
- ・「コレステロール」については、最近TV番組などで色々取り上げられて、誤解を少しずつ解かれているようですが、一度根づいたものは、なかなか払拭できませんね。アメリカでも、コレステロールを気にして「濃い色の卵黄のたまごは売れない」という話を聞いたことがあります。私個人としては、コレステロールについて利害関係のない(養鶏に関係のない)第三者が「本格的な研究で証明すべき」と思うのですが。医薬品のように莫大な収益を上げることができる研究とは異なり、研究費がなかなか捻出できないんだらうと残念に思っています。私は、人の何倍もたまごを食べていますが、コレステロール値は正常値ですので、「この体が証明している」わけですが。

「たまごはコレステロールがねえ」という言葉を聞くと、「大丈夫ですよ」と説明するのですが、医者や栄養士の方でも誤解されている方がまだまだ多くいらっしゃるようです。早く専門家の方から、はっきり「無罪判決」を出してほしいですね。

- ・近年、牛乳を原因とする大規模食中毒、サルモネラ、狂牛病など「食品の安全性」に関する消費者意識が非常に高まっています。

業界の方々にとっては、非常に厳しい状況ではないかと思っています。昔と異なり、大量生産、大量流通、食品（食材）のグローバル化など、食品の安全性に対する管理（品質管理）がとても重要になっています。

私は仕事上、品質管理（銀行のプログラムなどのソフトウェアですが）について、色々と今までやってきました。

H A C C P（ハセップ）を取り入れておられるところも多いと思いますが、品質管理システムというものは、導入すればいいというものではありません。いかに品質管理マニュアルに添って、日々チェックしていき、改善していくか、という永続的な作業が伴って、初めて実現されるものです。（ここにおられる方には、「釈迦に説法」かもしれませんが）

その意味で、問題が起きたところには、何らかの問題（管理違反）があったはずなのです。

- ・食中毒事件など何かあると、マスコミはセンセーショナルに（過大に）取り上げるきらいがあります。消費者に対して、各業界は正しい知識の普及が大変重要だと思っています。

最近、日本養鶏協会やこちらの日本卵業協会 様などの「たまご」に関するホームページが一般消費者向けにも公開され、私も「ライバルが出てきたな」と少々危機感を持っています。

私の「たまご博物館」も負けないよう、一人で細々とではありますが、がんばっていきたくと思っています。今後とも皆様方、プロの方のご指導をいただければと思います。

ホームページは、一般の方にいかに見ていただくかが重要だと思っています。その工夫と情報の更新が大変です。

- ・話は変わりますが、業界誌などを見ていて、以前から気になっていることがあります。それは「ウインドレス鶏舎」という表現です。最初、聞いたときには「ウインド」＝「風」ですので、風のない密閉鶏舎のことかと思いました。ですから、私のホームページや出版本の中では「ウインドウレス」と「ウ」を入れて記載しています。

何も知らない人（消費者）から見ると、このような誤解を生む可能性もあるわけです。

つい最近、「鶏卵肉情報」誌だったかと思いますが、その中でプロの方の書かれた記事中に「ウインドウレス」という表記があったのを見て、ついうれしくなっていました。

- ・最近、中国からの殻付卵輸入で、鶏卵業界内でも様々なニュースが流れています。

たまご好きの私にとっては、価格の安定した（安い）たまごが売られていることを大変うれしく思っているのですが、養鶏家の方の苦勞を見ると「もう少し価格が高くなってもいいのでは」と思うことがしばしばあります。

色々たまごの海外事情についても話を伺ったり、業界紙で目にしたりしますが、日本のたまごは、どの国にも負けないものだと思っています。日本は海外のたまごに対して、十分「品質で勝負できる」と私は常々と思っています。

- ・私が見学した多くの養鶏場は、がんこでこだわりの養鶏家がおられ、これであれば十分海外のものに対抗できていると思っています。現時点では、輸入卵は主に加工に利用されるものと思っています。今後とも、皆様方のより良い国内鶏卵の生産に期待しております。

「ごはん」と「たまご」は、日本の食文化の原点であると思っています。おいしい「たまごかけごはん」がいつまでも食べられるような日本であってほしいと願っています。

身近な食材「たまご」のアピール

・私は「たまご博物館」の作成にあたり、たまごに関する文献（出版物）を探しましたが、こんなに身近な食材であるにもかかわらず、「たまごの本」は料理本を除くと非常に少ないのです。このため、私は、最新の情報などを業界誌や業界新聞から入手しています。

・そんな中、今年の9月に朝日新聞で「たまご博物館」が紹介されたことから、それをご覧になった東京 神田にある出版社の方から、「たまごの本を書いてみませんか」という連絡をいただいたのです。

自分が本を出すことなど思ってもみなかったことでしたが、好きな「たまご」に関することでしたので、喜んで引き受けることにしたのです。主婦向けの本ということでしたので、難しい部分はカットされてしまいましたが、小学校高学年以上の方であれば、楽しく読んでかつ、たまごの知識が身につくものと自負しております。

鶏卵に関する基礎から、加工に関することまでをできるだけ分かりやすく書いたつもりです。また、たまごに付けられた面白いブランド名を100ほど選んで掲載したり、Q & Aも100問載せています。

・たまごの研究に関する専門的な文献としては、加工に関する「キューピー」、素材としては「太陽化学」、飼料（エサ）に関する「日本農産工業」など色々と利用させていただいていますが、今後も様々な研究開発がされることを期待しています。

特にこれからの消費拡大には、食品加工への応用が大きな力ぎを握っているのではないかと思います。近年、家庭での素材からの調理はだんだんと減少してきており「半調理済の加工食品」の売り上げが伸びているようですから。

・また、一般への殻付卵の消費拡大には、やはり販売促進活動が重要と思います。最近、たまごのTVコマーシャルが話題になりましたが、イースターの日に合わせて行われた「たまごフェスティバル」（都卵協 主催）などのイベントは、非常にアピール度があると思います。

・先にも述べましたように、たまご需要拡大のための新しい加工品や新しい商品（一般への「液卵」パック販売など）開発を是非行っていただきたいと、消費者の一人としても願っています。日本のたまご業界の結束を高めて、新たな商品創造など、更なる飛躍を期待しています。

生産者の方のお話を伺って思うこと

・私は、これまで様々な生産農場や加工施設を見学させていただきました。特に「液卵工場」などは非常に厳しい管理の下に生産が行われており、品質管理に神経を使っておられるのがよく分かりました。

・ただ、養鶏場については、生産者によって管理の仕方が大きく異なっています。大規模養鶏場では十分な管理がなされていますが、中小規模の養鶏場では、大変差が大きいのは皆さんご存知のことだと思います。消費者は、実際の生産農場を見てたまごを買うことができませんから、いつでも品質の良いものが購入できるよう、業界の方々の管理に期待しています。

・鶏卵価格は、「物価の優等生」という言葉に代表されるように私たち消費者にとっては、格好の食材ですが、その裏には生産者の方々の多大な努力があってこそだと思います。

私の知っている養鶏場で、二世(息子さん)への世代交代が行われているところがいくつかあります。これまで日本の養鶏を支えてこられた方々に敬意を払い、感謝するとともに、これから家業を継いでいかれる二世の方の、益々のご発展をお祈り致します。

- ・ 今後は、中小規模の養鶏場では、それぞれの特色を生かした道を探ることになるかもしれません。お客様と「face to face」の直売店や、逆に、インターネットのeコマースを利用した「宅配たまご」など、色々と考えられます。

現在では以前に比べて、インターネットで検索するとたまごを宅配販売しているところがずいぶん多くなりました。これからの養鶏/鶏卵業界もインターネットとは無縁でなくなってくるのではないのでしょうか。

- ・ インターネットは、リアルタイム(即時)の情報入手や情報交換ができるのが利点ですが、全てが正確な情報とは限りません。ITの世の中では、入手した情報の取捨選択も大変重要なことです。

最後に、今後、益々の鶏卵業界の発展を祈念しまして、私の講演を終了したいと存じます。今後とも、「たまご博物館」に対しまして、ご指導、ご鞭撻のほどよろしくお願い致します。ご静聴ありがとうございました。

以 上