

# ペルーにおける養鶏産業の発展

清水達也

## はじめに

世界的に食料価格が上昇する中、ペルーでは鶏肉価格の上昇が注目を集めている。ここ数年1キログラム当たり5.5～6.0ソル(1ドル=約3ソル)の小売価格が、2008年7月に6.0ソル、8月に7.0ソルを超え、8月末には7.5ソルに達した。わずか数カ月で2割以上の価格上昇である。鶏肉は家計支出の4%弱を占め、コメやパンを上回って家計の中で最も支出額が多い食料品である<sup>(1)</sup>。そのため、この価格上昇は新聞などのメディアで大きく取り上げられたほか、大手養鶏企業による価格カルテルの疑いも持ち上がった。業界団体はこれを否定し、国際市場における飼料原料や燃料の高騰が生産コストを押し上げたこと、さらに好調な



鶏舎内で成長するブロイラー (筆者撮影)

国内景気のために需要が拡大したことが、鶏肉価格を引き上げたと説明している。

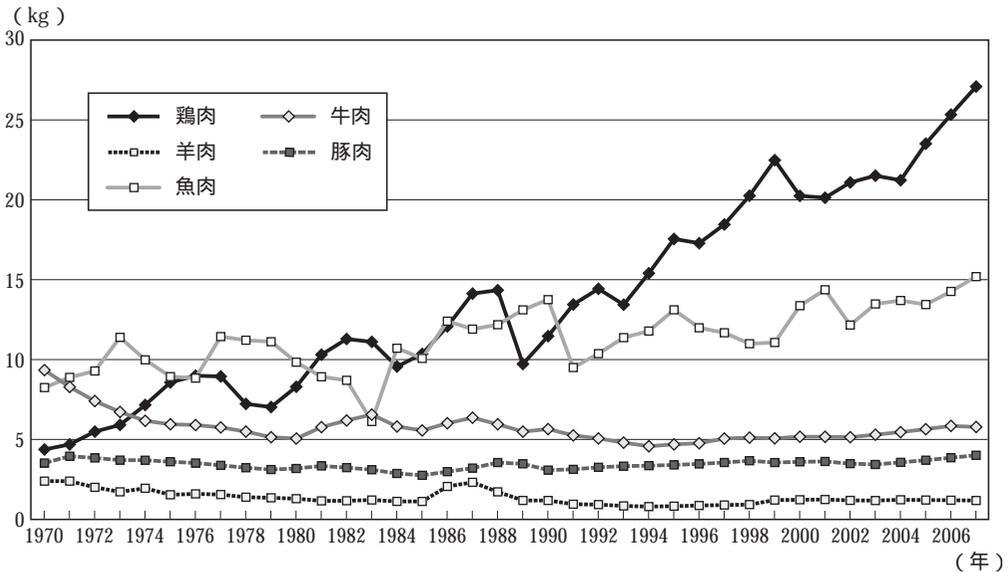
ペルーでは、鶏肉は肉類の中で最も安価で消費量が多い。そして、鶏肉を生産する養鶏産業は農業の中でも近代化が最も進み、現在は農業生産の約2割を占める農業最大のサブ・セクターである。そこで本稿では、この鶏肉を生産するペルーの養鶏産業に焦点をあて、その発展過程と特徴、そして今後の課題を明らかにする。

## I 増加する鶏肉需要

ペルーでは鶏、牛、豚、羊が主要な食肉として消費されている。図1にこれらの食肉に魚肉を加えた国民1人当たりの年間の消費量を示した。これによると、1970年時点で消費量が多かったのは牛肉と魚肉で、それ以外の肉類の消費はそれほど多くなかった。しかしこの後、牛肉の消費量が徐々に減少する一方、鶏肉だけが増加を続けた。2007年1人当たりの年間消費量は27.1キログラムに達し、魚肉の2倍弱、牛肉の4倍以上になっている。

どうして鶏肉は他の肉類と比べて需要が増加したのだろうか。その最大の理由が安さである。鶏肉は肉類の中で最も安いだけでなく、25年前からの相対価格をみてもだんだん安くなっている。また、肉より安いアジとの価格差も小さくなり、2005年末にはアジの価格が鶏肉を一時的に上回っ

図1 食肉の1人当たり年間消費量



(出所) MINAG[1996] MINAG[2008]のデータをもとに筆者作成。

たこともあった(清水[2008:89])。

鶏肉は、アヒ・デ・ガジナ(鶏肉に唐辛子やチーズで作ったソースをかけたもの)やアロス・コン・ポヨ(鶏肉入り炊き込みご飯)といったペルー料理のほかに、人気のある中華料理でもよく使われる食材になっている。また、ポヨ・ア・ラ・ブラサ(若鶏の丸焼き)のレストランは中間層の外食先として人気があり、この料理を提供するレストランのチェーンは1990年代後半以降、出店を増やしている。鶏肉消費の増加についてペルー養鶏協会(Asociación Peruana de Avicultura)のペドロ・ミトマ(Pedro Mitma)会長は「鶏肉は、祝日やお祭りのための食べ物から、大衆に広く普及した最も重要な料理となった」と述べている<sup>(2)</sup>。

このように鶏肉がペルー国民の間で最も重要な食料となった背景には、これを供給する養鶏産業の発展があった。次に、ペルーにおける養鶏産業の発展過程をみてみよう。

## II 養鶏産業の発展過程

ペルーの近代的な養鶏産業の発展は、大きく三つの時期に分けることができる。第1に養鶏業者が飼料やヒナの供給に進出を始めた1970年代の統合形成期、第2に経済自由化と飼料価格の高騰により吸収合併や再建が進んだ1990年代の再編・集中期、第3に大手養鶏企業が加工工場を建設、拡張した1990年代末以降の加工拡大期である。

### 1. 第1期：統合形成期

養鶏業とは肉鶏専用品種であるプロイラーのヒナに飼料を与えて飼育する部門を指す。この養鶏業は、ヒナの親鳥を育てる種鶏農場や卵をかえすふ卵場などヒナの生産部門や、プロイラーの飼育に適した飼料を配合する飼料の生産部門とのつながりが深い。1970年代までのペルーの養鶏産業の発展を研究したトゥメ・トレスによれば、ペルー

では1950年代に小規模ながらもブロイラーの飼育に特化した養鶏業者が現れた。これらの業者は、主に外資企業や国内大手企業が経営するふ卵場や飼料工場からヒナや配合飼料を購入し、ブロイラーを飼育していた(Tume Torres[ 1981 ])。

この構造が変わり始めたのが1970年代半ば以降である。国際市場におけるトウモロコシ価格は、それまでのトン当たり160～170米ドル(以下、ドル)から、1974年には280ドル近くまで急騰した<sup>(3)</sup>。ペルーは飼料原料となるトウモロコシの多くを輸入に頼っており、国際価格の高騰は国内価格の高騰を引き起こした。そのため、多くの養鶏業者が飼料代を払えずに倒産した。当時、飼料販売の最大手だったニコリーニ兄弟(Nicolini Hermanos)社は、債務が払えない養鶏業者を吸収して養鶏業に進出した。一方、比較的規模の大きかった養鶏業者のいくつかは、これを機会に飼料製造やヒナの生産に進出し、養鶏企業に成長した。例えば、今日ペルーで最大の養鶏企業であるサン・フェルナンド(San Fernando)社は、1977年に飼料工場を、1980年には種鶏農場を設立している。トウモロコシ価格の高騰をきっかけに、それまで別々の企業や生産者が、ヒナ、飼料、養鶏を手がけていたのが、同じ主体がこの三つを統合し始めたのである。このように投入財部門を統合することで養鶏業者は、マージンの節約や投入財の品質確保、安定供給などのメリットを享受して、鶏舎の利用効率を高めて、生産コストを下げたのである。

この再編に加え、1980年代半ばの好景気や、政府による輸入飼料原料への補助金や優遇策により養鶏業は拡大し、鶏肉生産は1979年の年間11万8400トンから1988年には29万6695トンへと、約10年間で2.5倍に増加した<sup>(4)</sup>。

## 2. 第2期：再編・集中期

ペルー経済は1980年代末から1990年代初めにかけて未曾有の危機を経験した。これに伴い鶏肉生産も大きく減少するが、経済の安定、成長とともに回復し、1989年から1999年の間に鶏肉生産は3倍近くに増加した。鶏肉の生産量だけみると比較的順調な成長にみえるが、この間に養鶏企業の再編が進み、上位企業への集中が起こった。

このきっかけとなったのが、鶏肉供給の超過による価格の下落と、飼料原料の高騰である。1994年、ペルー経済は12%を上回る経済成長を記録した。これに対して多くの養鶏企業が鶏肉需要の増大を見込んで供給能力の拡大に投資した。しかしそのあと経済成長は減速したため、1996年ごろには供給過多が明らかとなった。さらに1996年から97年にかけて、トウモロコシや、魚粉に代わるタンパク源として利用の増加している大豆粕の価格が高騰した。国際市場における価格は、1990年代前半にはトウモロコシがトン当たり100～120ドル、大豆が200～250ドルだったのが、前者は1996年には200ドルを、後者は1997年に320ドルを超えた<sup>(5)</sup>。供給過多のため、生産コストの上昇を販売価格に転嫁できず、多くの養鶏企業が生産に行き詰まった。

その結果、1996年ごろから養鶏企業の再編が起きた。まず最大手のサン・フェルナンド社が、中堅の4社を吸収合併した。これにより同社の生産能力は倍になり、ペルー全体の鶏肉販売における同社のシェアは、1995年の34%から2000年には48%に上昇した(Miyashiro[ 2007: 155 ])。次に、当時大手の一つだったモリノス・タカガキ(Molinos Takagaki)社は、穀物メジャーのコンチネンタル・グレイン(Continental Grain)社の子会社で、ペルーでは食品製造を手がけているコンチラテン・アンディーナ(Contilatin Andina)社から60%の出資を受

け入れ、アビンカ(Avinka)社を設立した。1970年代末に種鶏農場から始めたアビコラ・アタワンパ(Avicola Atahuampa)社は、養鶏以外の事業を売却して養鶏に資金を集中し、1996年にレドンドス(Redondos)社を設立した。そしてこの会社が以前から所有していた飼料工場や飼育農場を統合した。そのほかにも、いくつかの主要な養鶏業者が倒産したり、債務返済が困難になり銀行による介入を受けたりした。その後供給過多が一段落すると、ガナデラ・サンタ・エレナ(Ganadela Santa Elena)社

のように、新規に養鶏業に参入して、使われていない鶏舎を安く借り受けて生産を拡大する企業も現れた。

このように1990年代後半の養鶏産業の再編により、サン・フェルナンド社への集中が進むと同時に、現在の養鶏大手企業が出そろった。表1に現在の主要養鶏企業の生産規模やシェアを掲載した。チムー・アグロペクアリオ(Chimú Agropecuario)社はサン・フェルナンド社のグループに属し、ペルー北部の市場をエル・ロシオ(El Rocío)社と分け合

表1 大手養鶏企業による生産とシェア

企業名	飼育羽数 <sup>1)</sup>		ヒナ生産 <sup>2)</sup>		生鳥卸売市場 <sup>3)</sup>	
	(1,000羽)	シェア (%)	(羽)	シェア (%)	(kg)	シェア (%)
サン・フェルナンド(San Fernando)	86,000	23	10,208,334	32.3	13,310,760	34.0
チムー・アグロペクアリオ(Chimú Agropecuario)	28,000	8	2,576,875	8.1	70,335	0.2
エル・ロシオ(El Rocío)	25,000	7	1,696,953	5.4	360,517	0.9
レドンドス(Redondos)	25,000	7	2,461,529	7.8	6,396,814	16.4
アビンカ(Avinka)	18,000	5	1,360,390	4.3	684,144	1.7
ガナデラ・サンタ・エレナ(Ganadela Santa Elena)	12,000	3	1,300,053	4.1	3,691,344	9.4
リコ・ポヨ(Rico Pollo)	10,000	3	1,750,640	5.5	n.a.	
モリノ・ラ・ペルラ(Molino La Perla)	9,000	2	1,023,112	3.2	n.a.	
テクニカ・アビコラ(Técnica Avícola)	6,000	2	696,780	2.2	n.a.	
アビコラ・ユーゴスラビア(Avicola Yugoslavia)	5,000	1	890,000	2.8	n.a.	
リオ・アスル(Río Azul)	n.a.		571,404	1.8	n.a.	
アグロペクアリオ・デル・スール(Agropecuario del Sur)	n.a.		n.a.		2,688,631	6.9
トレス・ロブレス(Tres Robles)	n.a.		n.a.		1,617,963	4.1
モリセントロ(Molicentro)	n.a.		n.a.		1,529,618	3.9
アビコラ・サン・ルイス(Avicola San Luis)	n.a.		n.a.		1,342,249	3.4
アビガン(Avigan)	n.a.		n.a.		1,271,878	3.3
ポヨ・セルビック・エクスプレス(Pollo Servic Express)	n.a.		n.a.		1,064,870	2.7
サンブラス(Sanblas)	n.a.		n.a.		881,659	2.3
合計	370,000		31,631,723		39,114,106	

(出所)注を参照。

(注)1) *Insustria Avícola*, enero 2008に掲載された2008年の推定飼育羽数。

2) ペルー養鶏協会の資料より、2007年5月のヒナ生産数。

3) ペルー農業省ホームページに掲載された、2007年12月のリマ首都圏生鳥卸売市場での販売量(www.minag.gob.pe 2008年7月アクセス)。

う。また、リコ・ポヨ(Rico Pollo)社はペルー南部の主要都市であるアレキパを中心とした南部最大の養鶏企業である。

### 3. 第3期：加工拡大期

ペルーでは、養鶏企業は鶏の大部分を生きたまま卸売業者に販売する。ペルー養鶏協会によると、その割合は7～8割である。残りの2～3割は養鶏企業が自社の設備で解体処理、および加工している。この大手養鶏企業による加工部門が、1990年代末から拡大を始めた。

その背景となったのがリマを中心とした主要都市における需要の変化である。1990年代の経済の安定と成長を受けて、スーパーだけでなくハンバーガーやフライドチキンなどのファストフード、そしてポヨ・ア・ラ・ブラサのチェーン店が出店拡大の準備を始め、原材料となる鶏肉やその加工品の調達先を探し始めた。これに応えるために大手養鶏企業は、鶏を単にと殺するだけでなく、ムネ肉やモモ肉といったパーツに分けたり、チキンナゲットを製造したりと、加工による付加価値の拡大に取り組み始めた。

最初に加工場を建設したのがサン・フェルナンド社である。同社は1980年代の末からリマ市内の本社内では半自動の機械を導入して解体処理を行っていたが、1995年にリマ市南部のチョリヨス地区に新工場を建設した。さらに2000年には別の食品加工企業から製造ラインを買い取ってチョリヨスの工場に設置、本格的に加工品の製造を開始した。この工場では現在、ソーセージやチキンナゲットを生産している。これ以外にも以前からリマ市の北にあるワラル市の工場では、フライドチキン向けのパーツに分けた肉や、ポヨ・ア・ラ・ブラサのチェーン店向けの若鶏を加工している。2007年現在、出荷する鶏の27%を自社で解体処理、加工し

ており、この割合は3年前の15%から増えているという<sup>(6)</sup>。

サン・フェルナンド社が少しずつ加工を増やしたのに対して、外資を受け入れて設立したアピンカ社は大幅に経営方針を転換、鶏肉加工品の製造を事業の中心に据えた。1999年には国内で初めての本格的な鶏肉加工品製造ラインを導入し、ペルー、エクアドル、コロンビアのマクドナルド店舗向けのチキンナゲットの生産を始めた。同社はまた、地場のファストフード・チェーン向けにも加工品を製造している。生体(生きたままの鶏)と加工品の出荷の割合は、2005年の75%対25%から、2007年には20%対80%と逆転し、2008年は加工品の割合が90%に達する見込みである<sup>(7)</sup>。

このほか、以前から鶏肉の缶詰製品を製造していたレドンドス社も2000年に加工製品の製造を拡大するなど、大手養鶏企業を中心に加工部門の拡大が進んだ。

2000年のフジモリ大統領の罷免による政治危機で、2001年にはペルーの経済成長率が0.2%まで低下して消費が冷え込んだために、先行投資を進めた企業は投資の回収に苦しんだ。しかしその後は景気が回復し、鶏肉加工品の需要が増加している。

## Ⅲ 今日の養鶏産業の特徴

これまでみてきたようにペルーの養鶏産業は、種鶏や飼料部門の統合、大企業への集中、加工部門の拡大を経験してきた。そこで次に、今日のペルーの養鶏産業に焦点をあて、海岸地域への集中、少ない契約生産、生体販売が中心の三つの点から、その特徴を説明する。

### 1. 海岸地域への集中

第1に挙げられるのが、海岸部への集中である。



砂漠に位置する鶏舎は木造で壁がなく、幕の上下で温度を調整する（筆者撮影）

2000年に実施された牧畜業センサスによると、ペルーには695の養鶏農場がある（MINAG[2001]）。このうち、養鶏生産が盛んなのは海岸地域と熱帯低地地域である。州別では、首都のあるリマ州に生産が集中しており、農場数では3割にすぎないが、飼育羽数では6割に達している。これに海岸地域の北部にあるラ・リベルタ州、リマ州の南にあるイカ州を合わせた3州がペルーにおける養鶏生産の中心地で、飼育羽数の88%を占めている（表2）。また、農場当たりの鶏舎面積を比較する

と、海岸地域、山間地域では規模が大きいのに対して、熱帯低地地域の養鶏農場は規模が小さい。

養鶏生産が海岸地域へ集中するのは、需要、供給両面の要因がある。需要面では、海岸地域に人口が多い都市が集中しているからである。ペルーでは鶏の7～8割が生体のまま卸売市場で流通しているが、生きたままの鶏を長距離輸送すると体重の目減りが大きく、輸送途中に死亡することも多い。そのため多くの養鶏施設は、主要消費地である都市の近くにある。

表2 養鶏農場の分布と規模

州名	地域	農場数	うち 統合型	飼育羽数	シェア (%)	鶏舎の設備規模	
						鶏舎面積(m <sup>2</sup> )	農場当たり平均 鶏舎面積(m <sup>2</sup> )
リマ	海岸地域	204	167	18,963,526	60	3,454,590	16,934
ラ・リベルタ		82	49	5,929,256	19	1,031,246	12,576
イカ		52	16	3,003,747	9	531,668	10,224
アレキパ	山間地域	24	8	949,888	3	295,790	12,325
ロレト	熱帯低地地域	111	0	574,560	2	158,023	1,424
サン・マルティン		80	14	629,689	2	125,709	1,571
その他		142	9	1,758,155	5	498,187	3,508
全国合計		695	263	31,808,821	100	6,095,213	8,770

（出所）MINAG[2001]のデータをもとに筆者作成。

供給面では、生産に適した土地が海岸地域に多いからである。ペルーの大規模養鶏は、ほとんどが海岸地域の砂漠の中で行われている。南米大陸の太平洋側に沿って南から北上するフンボルト海流の影響で、砂漠といってもそれほど暑くならず、年間を通して温暖で気候が安定している。これらの土地は雨が降らないことからほとんど利用されておらず、低価格で購入、または借りられること、都市や農業地帯から距離が離れており動物衛生上望ましいこと、パンアメリカン・ハイウェイ沿いなら投入財や鶏の運搬にも都合がよいこと、などの理由で、海岸地域の砂漠が養鶏に利用されている。

## 2. 少ない契約生産

米国では一般に、食肉加工企業は養鶏生産者に鶏の飼育を委託する契約生産によって鶏を確保する。契約生産とは、企業が生産者に対して飼料とヒナを提供して委託費を支払い、成長した鶏を引き取る生産方法である。1990年の数字では、米国ではプロイラーの92%が契約生産で作られ、企業が直営農場で生産するのは8%にとどまっている(中野編[1998:38])。企業が自社調達ではなく契約生産による調達を選ぶ理由としては、生産にかかわるリスクを生産者とシェアできる、鶏舎建設のための多額の投資が必要ない、生産者間の競争により生産効率を高めることができる、などが考えられる(8)。

これに対してペルーでは企業によって異なるものの、米国と比べると契約農家からの調達が少ない。その代わりに、自社の直営農場や、使われていない鶏舎を借りて自社で雇った労働者を使って生産する賃貸農場からの調達が多い。例えばサン・フェルナンド社は2007年時点で、40%を直営・賃貸農場から、60%を契約農場から調達する

が、前者の割合は増えているという。アピンカ社は60%が賃貸農場、40%が契約農場である。レドンドス社は直営農場から60%、賃貸農場から40%で、契約農場からの調達はない。ガナデラ・サンタ・エレナ社は賃貸農場と契約農場が約半々である(9)。

契約農家からの調達が少ない理由として、使われていない鶏舎が多くあること、雨が降らない、気候が温暖という気候条件に恵まれ、鶏舎への投資額が比較的小さいこと、利用できる土地や労働力が豊富にあることなどが考えられる。

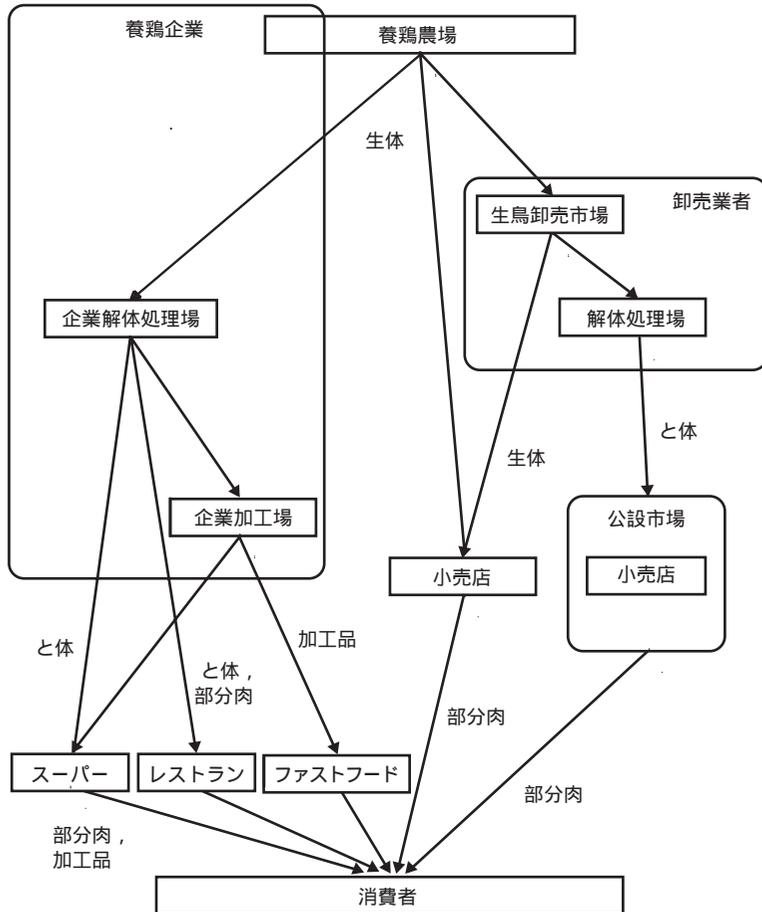
## 3. 生体販売が中心

リマ市周辺で養鶏企業が生産する鶏は、主に次のような経路で流通する(図2)。鶏が出荷体重に達すると、養鶏企業は卸売業者に鶏を販売する。卸売業者はトラックと労働者を手配して深夜に鶏舎で鶏をカゴに入れて、早朝までにリマ市内に十数力所ある生鳥卸売市場(centros de acopio de aves vivas)に運ぶ。ここで小分けにして、朝までに小売店に配達する。生きたままカゴに入った状態で小売店に配達するほか、市場内の解体処理場で中抜きと体(屠体)にする。中抜きと体とは、鶏をと



リマ市内の生鳥卸売市場(サン・ルイス地区、筆者撮影)

図2 鶏肉の流通経路



(出所) 筆者作成。

(注) 生体: 生きた鶏。と体(中抜きと体): と殺, 放血, 脱羽して内蔵を取り除いた鶏。部分肉: モモ, ムネなどに切り分けた肉。加工品: チキンナゲットなど半調理品。

殺, 放血, 脱羽して, 内蔵を取り出したものである。公設市場(mercado)<sup>10)</sup>の小売店はこの中抜きと体を仕入れる場合が多い。養鶏業者や卸売業者から生体で仕入れた小売店は, 店内で解体処理する。卸売業者から鶏の生体を買取り, 自らが所有する処理場で解体処理して小売店に販売する中間業者も存在する。

大手養鶏企業の場合には, 卸売業者を通じて生鳥卸売市場へ出荷するほかに, 自社が所有する解体処理場へ鶏を運ぶ。ここで中抜きと体にしたり, ムネ肉, モモ肉などの部分肉に分ける。さらに, 加工工場でチキンナゲットなどに加工する。これらの商品を冷蔵車で顧客であるスーパーマーケットやレストラン・チェーンに納入する。



鶏を丸ごと販売する鶏肉販売店(リマ市に隣接するカヤオ区ミンカにて筆者撮影)

日本や米国ではほとんどが解体処理された後に販売されるが、ペルーでは生体のまま卸売業者へ販売される割合が多いのが特徴である。2007年の統計によると、政府機関が承認した主要都市にある解体処理場と殺された鶏肉は、全国で生産された鶏肉の22%にあたる(MINAG[2008])。これらのほとんどは大手企業の解体処理場である。よって、残りの8割弱が生体のまま卸売業者へ販売されていることになる。大手養鶏企業によれば、この数字は1990年代初めから70~80%で推移しており、生体での販売が減少している傾向は見られない。1990年代末に大手養鶏企業は解体処理や加工する鶏の量を増やしているものの、鶏肉全体の生産量が増えているために、生体販売の割合も変わっていないという<sup>(11)</sup>。

ペルーでこれだけ多くの割合の鶏が生体で卸売業者に販売される背景として、消費者の慣習・嗜好と、食鳥の衛生管理体制が緩いことが挙げられる。

消費者の慣習・嗜好については、現在でも多くの消費者が、毎日または週に数回、伝統的な公設市場で、冷蔵または冷凍されていない鶏肉を買っていることを指摘できる。公設市場で売られている鶏肉は、主に生体で卸売業者に販売されたものである。市場調査会社のアポヨ・オピニオン・イ・メルカド社が2006年にリマ首都圏の主婦566人を対象に実施した鶏肉・牛肉の購入に関するアンケート調査によると、全体の8割弱が毎日、または週に数回購入し、購入場所は公設市場が最も多い(表3)。購入の際に重視する点としては、新鮮さが最も重要であるが、中~下位の所得階層は衛生状態よりも価格を重視している(Apoyo Opinión y Mercado[2006])。リマ市内の鶏肉店の話では、多くの主婦が当日の朝に解体処理された鶏肉を好むという。これは、以前に輸入されていた冷凍鶏肉は品質が悪くて美味しくなかったという経験や、冷蔵された鶏肉は前日の残り物であるという考え方が広く消費者に定着しているからだという。ま

表3 鶏肉・牛肉の購入に関するアンケート調査の結果（2006年）  
（%）

		全体	所得階層別*				
			A	B	C	D	E
購入頻度	毎日	41	10	26	45	45	48
	週に数回	37	25	36	37	41	33
	週に1回	21	55	34	17	13	18
	2週に1回	1	10	1	1	1	1
購入場所	公設市場	78	22	58	79	92	88
	スーパー	15	75	38	12	0	1
	食品雑貨店 (bodega)	4	0	3	4	4	8
	移動店舗 (ambulante)	3	2	1	4	4	3
重視する点 (複数回答)	新鮮さ	58	77	55	56	61	55
	品質	37	49	47	39	33	26
	価格	25	19	14	26	23	38
	におい	14	17	19	19	8	11
	衛生状態	14	22	11	15	14	11

（出所）Apoyo Opinión y Mercado[ 2006 ] リマ首都圏566人の主婦へのアンケート調査にもとづく。

（注）\*所得階層は上位からA E。

た、生きた鶏の状態を確認してから解体処理を依頼する人も多いという<sup>(12)</sup>。

生体販売が多い背景としてもう一つ重要なのが、食鳥の衛生管理が緩いことである。ペルーでは農業省が1995年に食肉の生産、流通、と殺については国家動物衛生機関(SENASA)が管理することを決めた。そして1997年に養鶏農場とふ卵場、2003年に卸売市場と解体処理場に関する規定を作った。これによると、これらの事業所が機能するには、SENASAが求める衛生基準を満たし、承認を得ることが必要になった。しかし担当者によれば、2008年7月の時点で全体の6～7割しか登録されておらず、承認を受けていない解体処理場も多く存在している<sup>(13)</sup>。これらが販売された生体の解体処理の受け皿となっているため、現在でも生体販売が多い状態が続いている。

## IV 今後の見通し

これまでペルーの養鶏産業の発展過程とその特徴を考察したが、今後はどのような展開が考えられるだろうか。ここでは二つの傾向に注目したい。一つは大規模養鶏企業への生産集中、もう一つは生体のままでの卸売業者への販売の存続である。

まず最近の飼料原料価格の高騰により、大規模養鶏企業による生産の集中が進む可能性がある。国際市場での価格は、トウモロコシは2007年半ばの160ドル前後から2008年7月には260ドルへ、大豆粕は同期間に250ドル前後から450ドルまで値上がりした。これにより鶏肉の生産コストは2倍近く上昇している<sup>(14)</sup>。1990年代半ばの供給超過と異なり、今回は需要の拡大により消費者への価格転嫁がある程度可能であるため、前回のような

再編は起きていない。しかし、養鶏企業は生産コストの削減を求められており、より集約的な生産が必要になる。そのためには養鶏施設の近代化やより厳格な衛生管理への投資が必要となるが、それが可能なのは大規模養鶏企業が中心となる。

政府による食鳥の衛生管理体制の整備も、今後の養鶏産業に大きな影響を与えるだろう。SENASAは2004年に鳥類の衛生を専門に担当する、鳥類衛生国家プログラム( Programa Nacional de Sanidad Avícola )を設立して管理体制の整備を進めている。国内各地に渡り鳥などの監視ポストを設け、2005年には鳥インフルエンザが国内に存在しないという宣言を行った。2007年にはこれまで個別の疾病ごとだった食鳥衛生に関する規制を統合する新しい規定( Reglamento del Sistema Sanitario Avícola )を作ったほか、2008年には主要な養鶏生産州に常駐の獣医を配置して病気の監視にあっている。このほかに、養鶏業の業界団体と協力して、鶏へのワクチン接種や、鳥インフルエンザの発生に備えた訓練も実施している。今後、国内での鳥インフルエンザの発生などを契機に、食鳥衛生管理が厳格に実施されるようになれば、現在使われている多くの解体処理場は使えなくなる。そうすれば、大規模養鶏企業が所有する解体処理場への集約が進むだろう。

もう一つの可能性として考えられるのが、生体のままの卸売業者への販売の存続である。解体されたばかりの鶏肉を公設市場で買うという多くの国民の慣習や嗜好は、所得水準や生活スタイルが大きく変わらない限りは変化しない。また、この消費者の慣習や嗜好は、輸入冷凍鶏肉に対する障壁として機能しているため、養鶏企業もこれを積極的に変えようとはしていない。そのため、卸売業者への生体販売が大きな部分を占めるという特徴は、政府による規制などがなければ、今後も

続くと考えられる。

この二つの傾向は相反する部分があるものの、生体販売が中心という状態が存続しながら、大手へ生産が集中するという事も考えられる。

#### 注

- (1) リマ首都圏の消費者物価指数における鶏肉の構成割合( Cuánto[ 2007 : 651 ] )。
- (2) *El Comercio*, 6 de septiembre de 2008.
- (3) トウモロコシの国際価格の傾向はDowswell, Paliwal, and Cantrell[ 1996 : 15, Figure 1.7 ]を参照した。
- (4) ペルーにおける鶏肉の生産量については、MINAG[ 1996 ] [ 2008 ]を参照した。
- (5) 1980年以降の飼料原料の価格は、国際通貨基金( IMF )のホームページ( <http://www.imf.org/external/np/res/commod/index.asp> 2008年9月アクセス)を参照した。
- (6) サン・フェルナンド社へのインタビュー、2007年7月26日。
- (7) アピンカ社へのインタビュー、2008年7月21日。
- (8) 養鶏インテグレーション形成の要因などについては、星野編[ 2008 ]17-25ページを参照。
- (9) 各社へのインタビュー、2007年7～8月、2008年7～8月。
- (10) ここでは、地方自治体が消費者向けに開設している食料品市場を指す。mercado de abastosなどとも呼ばれる。
- (11) サン・フェルナンド社へのインタビュー、2008年8月5日。
- (12) リマ市ブレニャ区の鶏肉店Avícola Claudiaへのインタビュー、2007年7月25日。
- (13) SENASAへのインタビュー、2008年7月24日。
- (14) 注(7)と同じ。

参考文献

日本語文献

清水達也 [ 2008 ] 「ペルーの養鶏インテグレーション」( 星野妙子編 『ラテンアメリカの養鶏インテグレーション』 調査研究報告書 アジア経済研究所 )

中野一新編 [ 1998 ] 『アグリビジネス論』 有斐閣。  
星野妙子編 [ 2008 ] 『ラテンアメリカの養鶏インテグレーション』 調査研究報告書 アジア経済研究所。

外国語文献

Apoyo Opinión y Mercado [ 2006 ] *Perfil del Ama de Casa 2006*, Lima : Apoyo Opinión y Mercado.

Cuánto [ 2007 ] *Anuario estadística Perú en números 2007*, Lima : Cuánto.

Dowswell, Christopher R., R.L. Paliwal and Ronald P. Cantrell [ 1996 ] *Maize in the Third World*, Boulder, Co. : Westview Press.

*Industria Avícola*, enero 2008( [www.industriaavicola-digital.com/](http://www.industriaavicola-digital.com/) 2008年9月アクセス )

INEI, *Boletín Anual : Indicadores de precios de la*

*economía*[ 各年版 ] Lima : Instituto Nacional de Estadística e Informática.

MINAG [ 1996 ] *Industria avícola y desafíos para el quinquenio 1996-2000*, Lima : Oficina de Información Agraria, Ministerio de Agricultura.

[ 2001 ] *Censo nacional de unidades especializadas de producción pecuaria intensiva 2000*, Lima : Oficina de Información Agraria, Ministerio de Agricultura.

[ 2008 ] *Producción pecuaria en industria avícola 2007*, Lima : Dirección General de Información Agraria, Ministerio de Agricultura.

Miyashiro, Isabel [ 2007 ] *Nikkeijin Kigyo : A Study on a Japanese Descendant Company*, Doctoral Thesis, Graduate School of Business Administration, Kobe University.

Tume Torres, Fabián [ 1981 ] “El complejo sectorial avícola,” en F. González Vigil, C. Parodi Zevallos, y F. Tume Tórees, *Alimentos y transnacionales*, 2da edición, Lima : DESCO.

( しみず・たつや / 地域研究センター副主任研究員 )