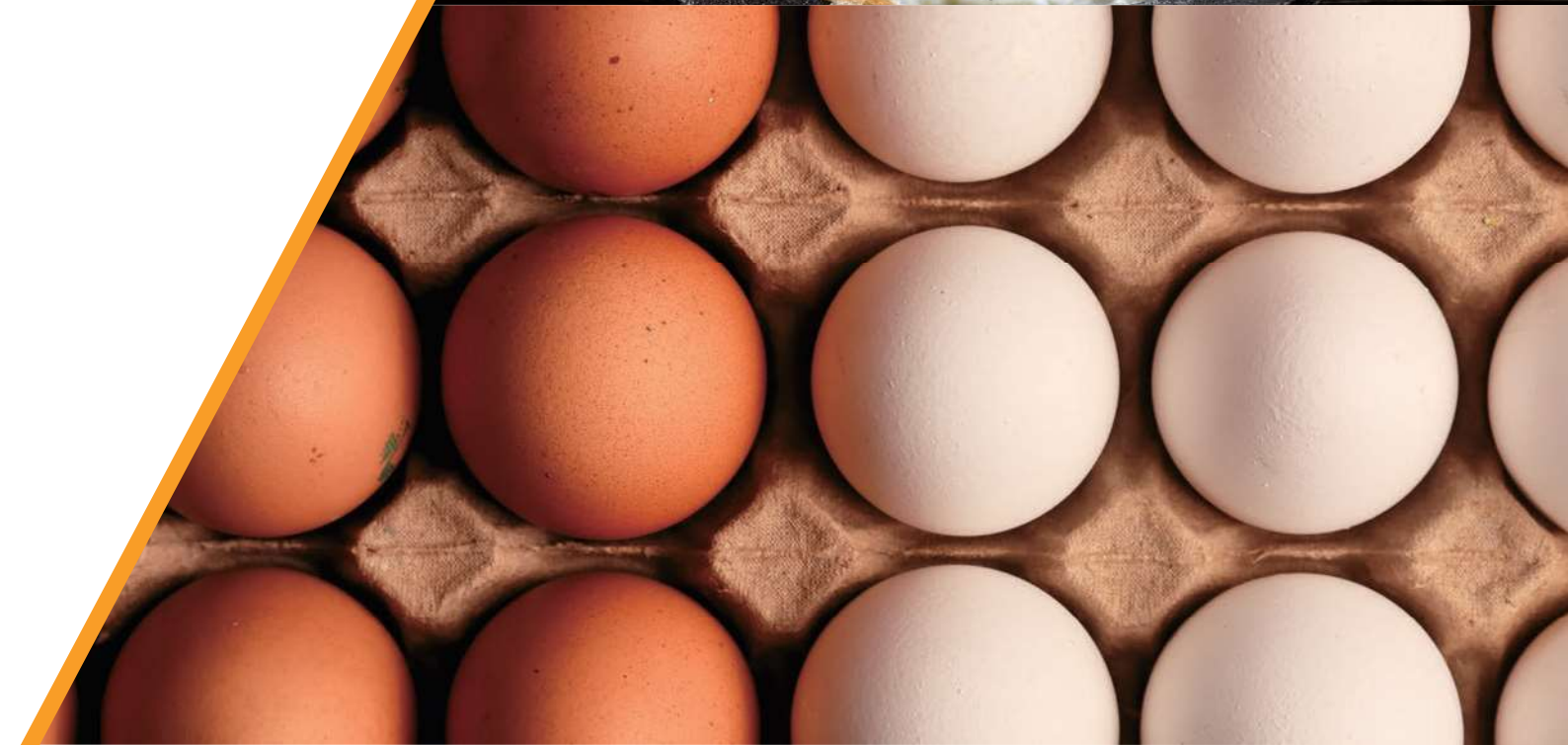


JA ZENNOH TAMAGO REPORT 2025

JA全農たまごリポート2025



経営理念

私たちは、JAグループの一員として、お客様に対し“新鮮 美味 安心”な商品と高品質なサービスを提供することを通して、生産者さらには国内鶏卵産業の発展と、日本の「食」と「農」の充実に貢献します。

目次

代表あいさつ	3
JA全農たまご事業概要 Business summary	4
社会情勢 Social situation	6
中長期事業構想2030 Vision&Strategy	14
たまごだけじゃない企業へ	16
既存事業のシェア維持・拡大	20
ESG経営	24
事業拠点・関連会社紹介 Corporate Information	30



代表あいさつ

私たちJA全農たまご株式会社は2005年8月に全国農業協同組合連合会の鶏卵販売事業の移管を受けるとともに、全農鶏卵株式会社と合併し、鶏卵の専門販売会社として誕生しました。健康で豊かな食生活に欠かすことが出来ない鶏卵。その小さな殻の中には、無限の可能性と、人々を笑顔にする力があふれています。生産・流通・消費の構造が変化していくなかで、当社は「つくる人」「売る人」「食べる人」の架け橋となるべく、安全・安心で高品質なたまごをお届けすることはもちろん、時代のニーズに応じた商品開発やサービスの提供にも積極的に取り組んでまいります。鶏卵の新たな価値を創造し、その魅力をより多くの方々に知っていただくことで、消費の拡大と鶏卵産業の発展に尽くしていきます。当社は皆様の声に真摯に耳を傾け、信頼関係を築きながら、鶏卵販売会社だからこそできる、あらたな挑戦を続けていきます。

今後とも皆さまから末永くご支援いただきますよう、よろしくお願い申し上げます。

 JA全農たまご株式会社

代表取締役社長

松澤 茂雄



JA全農たまご 事業概要

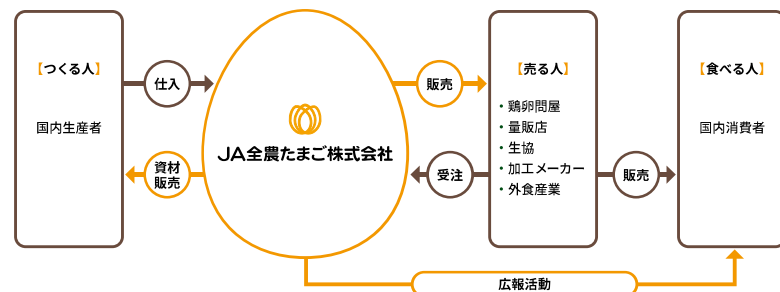
たまごがある日常を今日も作る。

当社は全農グループの中で、国産鶏卵とその関連品目の販売に高度に特化した鶏卵販売会社です。鶏卵業界のリーディングカンパニーとして、流通・取引のコーディネート、供給側・需要側の過不足調整と価格形成、ニーズを満たす商品開発、販売促進施策、需要拡大活動など、たまごの流通に関わるさまざまな事業を展開しています。

基本情報

社 名	JA全農たまご株式会社
本社所在地	〒161-8528 東京都新宿区中落合2-7-1
設 立	2005年6月1日 ※全販連（全農の前身）の鶏卵事業としての創業は1949年
資 本 金	25億円
株 主	全国農業協同組合連合会（100%）
決 算 期	3月
代 表 者	代表取締役社長 松澤 茂雄
従 業 員 数	318名（2025年7月1日現在、役員・派遣を除く）
売 上 高	1,098億円（2024年度実績）
事 業 内 容	1. 鳥卵およびその加工品の販売 2. 鳥卵加工食品の製造 3. 養鶏用および鳥卵包装・加工用の機械器具資材、養鶏飼料の開発および販売 4. 医薬品・医薬部外品・化粧品および日用雑貨類の販売 5. 貨物利用運送事業 6. 前各号に附帯する一切の業務

事業領域

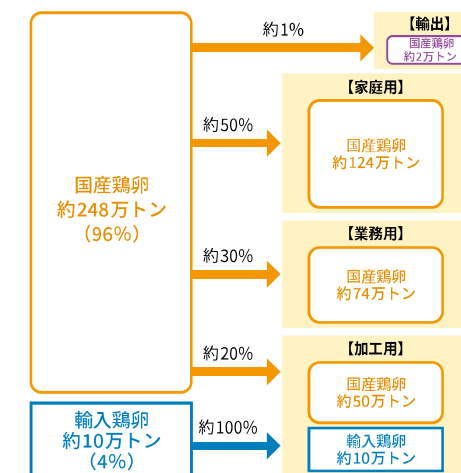


国内たまご取り扱いシェアNo.1

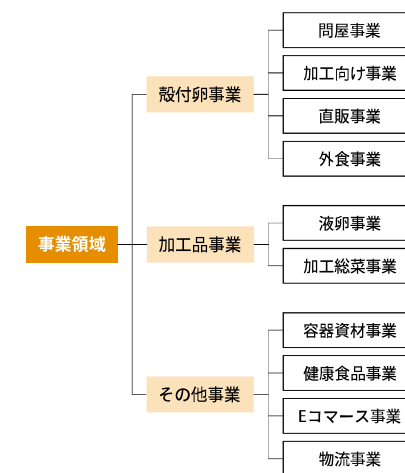
日本国内に流通する鶏卵のマーケット規模は2024年時点で約256万トン（うち国産鶏卵約248万トン）。そのうち、当社は国産鶏卵の約16%を取り扱っており、業界シェアNo.1となっています。

国内マーケット比率は、割合が大きい順に「家庭用」「業務用」「加工用」「輸出」です。当社は主な事業である殻付卵事業以外にも加工品事業、Eコマース事業、物流事業等、たまごの流通に係る様々な事業を展開しています。

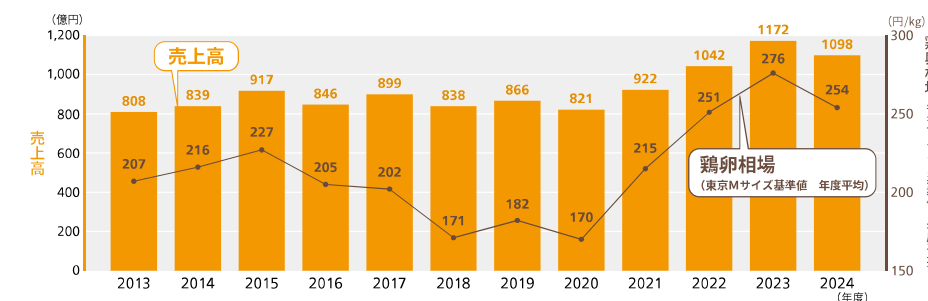
国内マーケット比率



事業区分



売上高推移



当社の売上高は、殻付き卵が約90%を占めるため、鶏卵相場に大きく左右されます。

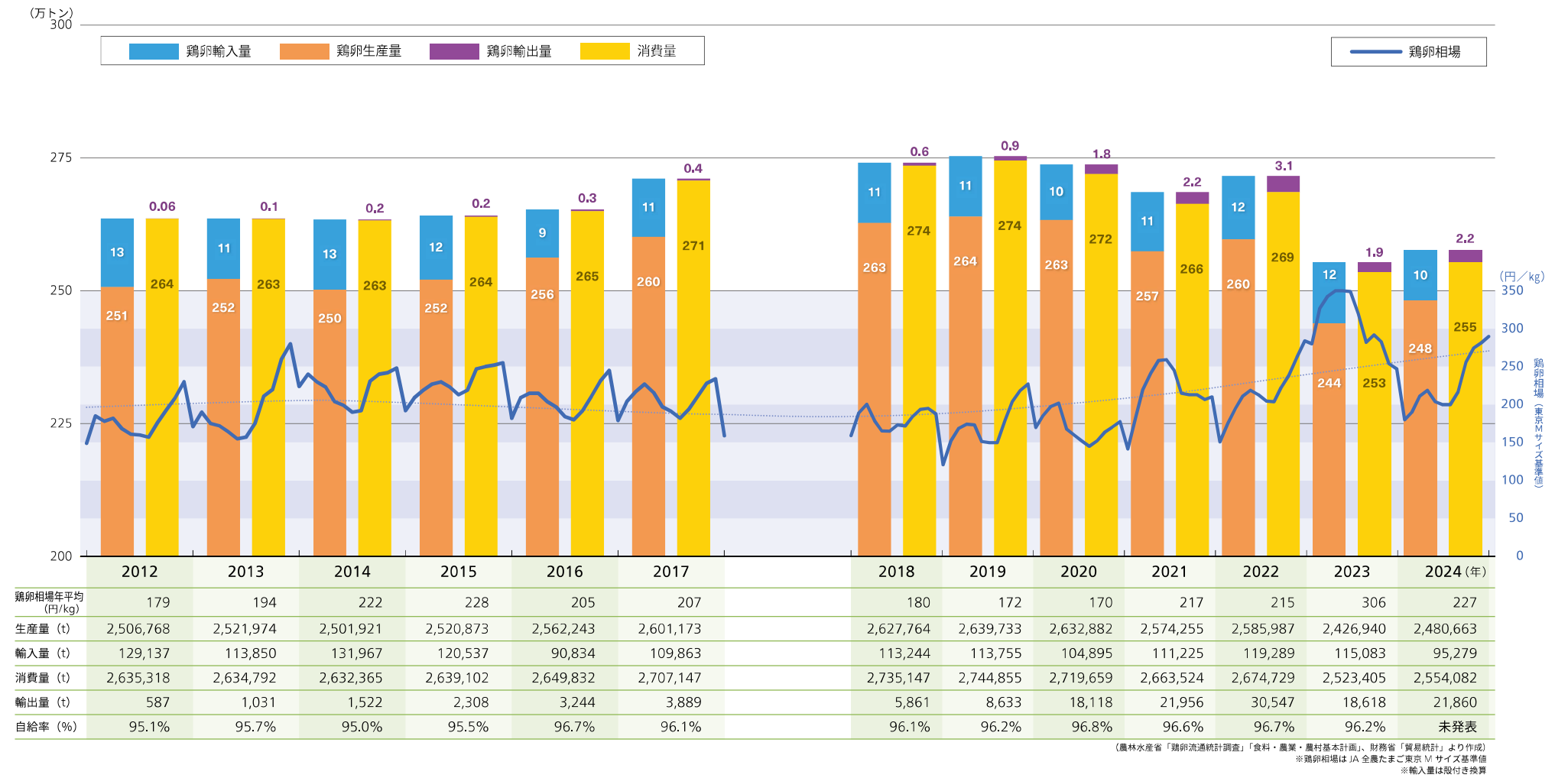
グラフで見る鶏卵市場

およそ20年以上にわたり年間250万トン前後で推移していたわが国の鶏卵生産量は、2017年から260万トン台に乗りました。しかし2020年に発生した高病原性鳥インフルエンザ（HPAI）による鶏の殺処分の影響で、2021年の生産量は257万トンまで減少、さらに2022年、2024年の冬季にも大規模なHPAI発

生により2024年の国内生産量は248万トンまで減少しています。新型コロナウイルス感染症の拡大によって失われた観光、外食、インバウンド等の市場が回復する一方で、生産面では著しい飼料価格の高騰が鶏卵生産者の経営を圧迫し、先行きが不透明な状況が続いています。

長期的な視点に立っても、国内の人口減少により食料市場の縮小が見込まれ、遠くない将来に鶏卵需要も減少することが予想されます。わが国の鶏卵産業は国内自給率約96%（重量ベース）を占めます。その規模を維持していくためには、鶏卵の価値向上を通じた消費量の拡大と、社会環境変化に対応した加

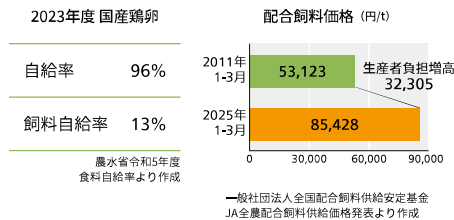
工品市場の開発・開拓、輸出拡大による新たな市場の獲得と拡大が必要不可欠です。当社はこれからも、これらの取り組みを加速していきます。



鶏卵産業を取り巻く情勢

鶏卵産業における課題と構造変化

日本の鶏卵産業は、食卓に不可欠な重要産業でありながら、複数の課題に直面しています。2023年度の国産鶏卵の自給率は96%と高水準を維持している一方、鶏卵の飼料自給率は13%に留まり、生産コストの大部分を占める飼料をほぼ輸入に依存しています。このため、諸外国の穀物購買の影響を受けた国際的な穀物価格の変動、さらには為替変動の影響を強く受け、配合飼料価格はトンあたり2011年の53,123円から2025年には85,428円へと大きく上昇し、生産者への負担増が大きな経営課題となっています。



また、産業構造の変化も進んでいます。飼養戸数は2011年の2,930戸から2024年には1,640戸に大幅減少した一方、1戸あたりの飼養羽数は46,757羽から79,103羽へと大規模化が進行しています。生産性向上やコスト削減のための規模拡大が進み、小規模生産者の淘汰や経営集約化が加速しています。市場規模は4,861億円から5,630億円に拡大していますが、飼料値上げ、設備投資費用が十分に価格転嫁されているとは言い難く、再生産・持続可能な経営と消費者への安定供給を両立する産業構造の構築が必要となります。

飼養戸数			
	飼養戸数	飼養羽数 (万)	1戸あたりの飼養羽数
2011年	2,930	13,700	46,757
2024年	1,640	12,973	79,103

農水省 畜産統計より作成

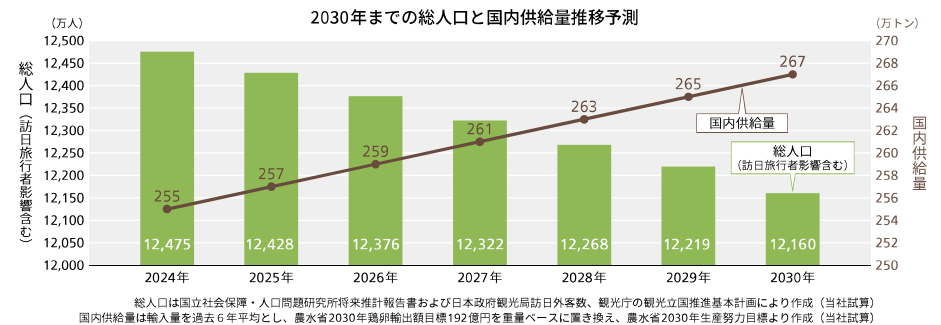
市場規模 (億円) (生産量×鶏卵相場年平均)	
2011年	4,861
2024年	5,630

農水省鶏卵流通統計調査、全農たまご東京Mサイズ 年間平均より作成 (当社試算)

人口減少と今後の生産量

日本の国内総人口は国立社会保障・人口問題研究所の日本の将来推計報告書によると2030年までに1億2011万人になると推計され、2024年から372万人に減少が見込まれています。国土交通省観光庁による2030年訪日旅行者6,000万人とする政府目標を人口に加味し（平均滞在日数9日とする）、約149万人の人口増見合いとしても人口減少による国内需要の減退は避けられません。一方で食料・農業・農村基本計画における鶏卵の生産努力目標は2030年まで

に264万トンとされています。2024年の国内供給量を総人口（訪日旅行者の影響を含む）で割りかえて、一人あたりの年間鶏卵消費量を327個と試算した場合、2030年には351個の卵消費が必要となります。一人あたり24個多く消費をするためには鶏卵業界が丸となり、更なるたまごの価値や有用性、正しい情報の啓発、新たな食べ方等の鶏卵消費促進活動が求められます。



輸出拡大に向けて

日本からの鶏卵輸出は高病原性鳥インフルエンザ (HPAI) による制限もあり減少する時期もありましたが、貿易統計によると現在、香港を中心に2019年8,633トンから2024年21,860トンまで拡大しています。政府方針においても2030年までに鶏卵の年間輸出額196億円、重量ベースだと約6.1万トン (当社試算) の目標が掲げられています。今後は輸出先国のニーズに合わせて品質の高い殻付き卵だけでなく、保存性を高めた加工品の輸出促進も必要となります。観光庁訪日外国人の消費動向2024年年度報告書では訪日旅行者の目的の3割 (単一回答) は日本食を楽しむとされています。滞在中の日本食に対する満足度は97%におよぶことから卵を使った日本食も多く、インバウンドを通じて日本独自の生食文化と高品質な日本産の卵の認知拡大

が期待されます。国ごとに異なる輸出に関する法令・ルール等が参入障壁とはなりますが、国内鶏卵産業が持続可能かつ発展する産業となり、国内需要を補うためにも輸出拡大は重要な取り組みとなります。

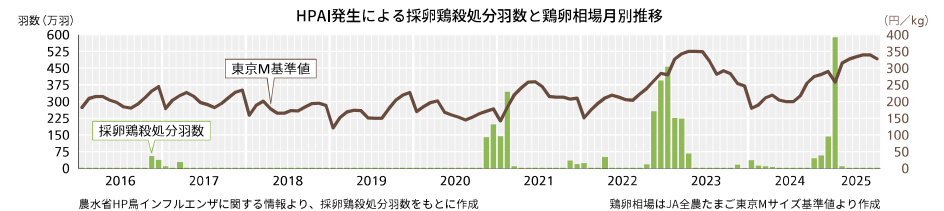


HPAI発生による鶏卵相場への影響

HPAIは、その伝播力の強さと高い致死性から、特定家畜伝染病に指定されています。家きんの感染が確認されると、家きん間のまん延防止のため発生農場の鶏の殺処分や周辺農場の移動制限などの防疫措置が取られ、更に日本からの鶏卵輸出が都道府県単位で制限される等鶏卵産業全体に甚大な影響を及ぼします。

2022年冬季に発生したHPAIの被害は過去最大となり採

卵鶏で1,654万羽の殺処分という未曾有の被害をもたらしました。2024年冬季にも大規模なHPAI発生により採卵鶏841万羽の殺処分が行われました。国内の採卵鶏飼養羽数 (成鶏めす6か月齢以上) が2022年は1億3429万羽、2024年は1億2973万羽だとすると、いずれも殺処分による供給量への影響は多大であり、同時に需給で決まる鶏卵相場は大きく上昇しました。



HPAI発生後の需給課題

HPAI発生農場の鶏の殺処分と周辺農場の移動制限は即時的な影響ではありません。再度生産出荷のできる体制が整うまで時間も労力も要します。2022年の大規模なHPAI発生後においては供給不足、鶏卵相場高騰が続くなか、卵のメニューの代替、差し替えが行われたことで、そ

の後生産量が回復しても需要が戻らない事態となりました。HPAIは発生した農場、生産者の影響のみならず、卵の需要自体を削ぎ落すことに繋がるため、感染防止・拡大を防ぐ取り組みは鶏卵市場の安定化にとっても重要です。

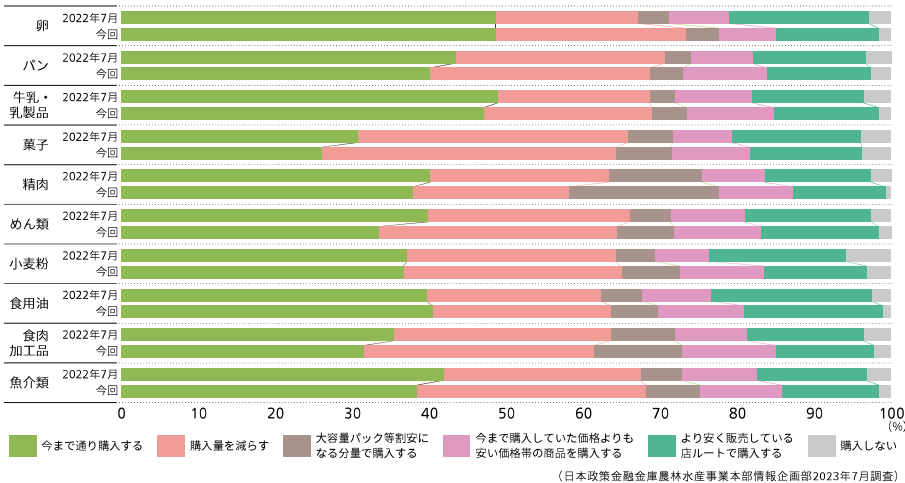
年度あたり最大の殺処分羽数 (採卵鶏)	2022年度 1,636万羽
月あたり最大の殺処分羽数 (採卵鶏)	2025年1月 588万羽
HPAI発生時の移動制限区域 (家きん等の移動禁止)	発生農場から半径 3km以内
HPAI発生時の搬出制限区域 (区域内移動は可)	発生農場から半径10km以内
制限解除	防疫措置完了後21日以上経過
2023年9月以降、HPAIが発生した国・地域数 (WAHIS等への報告に基づく)	86の国・地域

鶏卵の価格弾力性と合理的な価格形成への課題

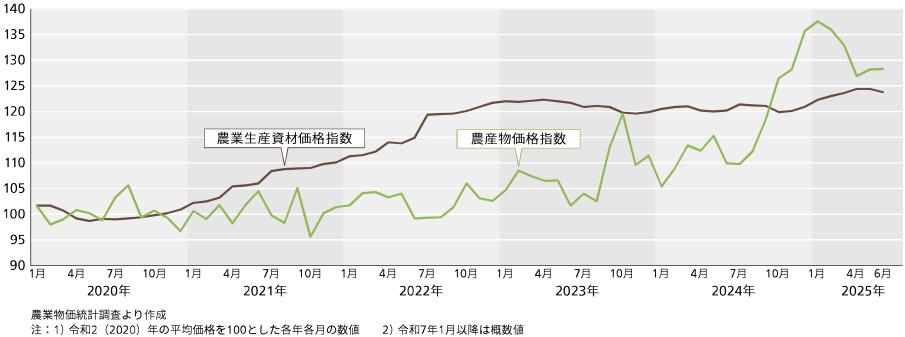
コロナ禍による流通の混乱が収まった後もウクライナ危機や円安の影響で、たまごに限らず多くの食品等の値上がり相次いだことで、消費者物価指数は大きく上昇しました。2023年の鶏卵相場は、物価上昇に加えて高病原性鳥インフルエンザのまん延による影響で急騰。その様子として、棚の空いたたまご売場を各種報道が多く取り上げ、消費者にエッグショックとして伝えられました。その結果、消費者が鶏卵の値上げを感じる割合が88.5%に達し、2022年と比べ40.6%も増加しました（日本政策金融公庫農林水産事業本部情報企画部2023年7月調査）。消費者のたまご離れが心配されたものの、値上げを感じた消費者のうち48.6%が「今まで通り購入する」と回答しています。

実際に家計消費量は6.1%の低下にとどまり、価格弾力性の低いたまごは、高くても買い続ける必需品であることが証明されました。2021年以降、飼料や肥料などの農業生産資材価格は、世界的に急上昇しています。しかし、需給によって決まる鶏卵相場は、HPAIの影響により業務用需要が急減した環境のまま生産量が持ち直した結果、以前の低水準にまで下落しました。2025年現在は1月に発生したHPAIの影響から高卵価となっていますが、生産・流通努力によって物価の優等生を維持するには限界があります。生産コスト転嫁に対する消費者の理解が進み、鶏卵産業が持続可能な産業となるためにも合理的な価格形成が求められます。

食料品値上げにともなう消費行動の変化



農業生産資材価格指数と農産物物価指数



多様化する社会の中のたまご

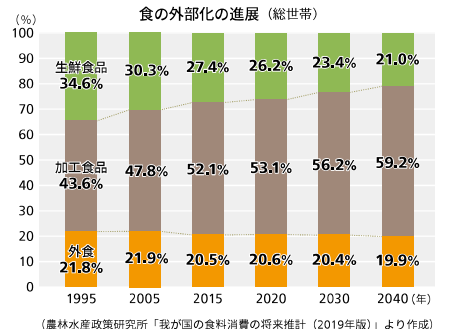
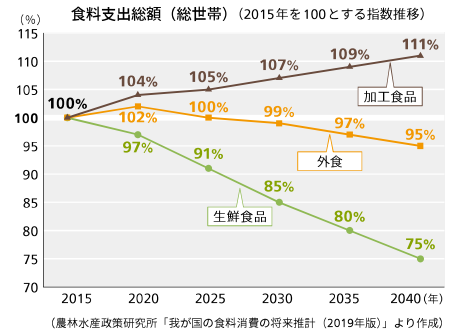
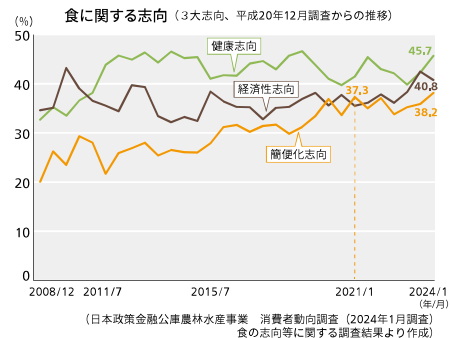
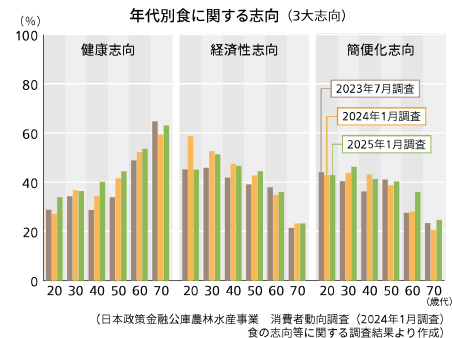
現代の食の風景は大きく変化しています。多様化するライフスタイルの中で、消費者は自身の価値観に合った「食事の形」を求めています。その一方、高齢化が進行するなか、食の面から課題解決にアプローチすることも重要なテーマです。食の流通に係る企業には、さまざまなスタイルに対応できる食の総合提案が不可欠になっています。

近年、消費者が注目する3つの要素があります。すなわち、忙しい日々を効率化できる「タイムパフォーマンス（タイパ）」、都市における生活空間を考慮した「スペースパフォーマンス（スぺパ）」、そして限られた予算でこれらを実現する「コストパフォーマンス（コスパ）」。食卓に欠かせないたまごは、生鮮品としてだけでなく、加工食品に形を変えて、こうした新しいニーズに対応していく必要があります。そのまますぐ食べられる「簡単・便利」さ、手軽な美味しさ、冷蔵庫で場所を取らず食品ロスも出ない「食べきり小口」サイズ。加えてオーガニック卵や平飼いたまごに代表されるナチュラル系の商品も近年より注目されるようになりました。日々のたまごからスペシャルなたまご、加えてマーケットニーズに柔軟に対応する加工品群。これらを消費者側の「コスパ感」に適った形で供給し、尚且つ

再生産可能な適正価格を実現することが重要な課題となっています。またそれに関連して、ロスの少ない流通形態や、農場から食卓までの効率的なサプライチェーンの再構築も実現する必要があります。

一方、加速する「高齢化社会」への対応も私たちの重要なテーマです。たまごは良質なタンパク質を豊富に含む栄養価の高い素材であり、柔らかい食感と食べやすい特徴から、高齢者の食と親和性が高く、その健康維持に役立つ食品として期待されています。高齢者の皆さんに、たまごの価値を正しく伝え、1個でも多くたまごを食べていただくことが課題解決につながるかと当社は考えています。

これらの課題を背景として、JA全農たまごは、鶏卵生産者と連携し、マーケットインでの商品開発や、加工食品の取り扱い拡大を進めます。加えて、たまご知識普及に寄与する取り組みを通じ、社会の多様なニーズに添えていきます。人々の「日常生活を支えるたまご」の流通を担う当社は、鶏卵の安定供給を支え、たまごのさらなる可能性を探り、正しい情報を発信することで、社会と食の未来に貢献していきます。



鶏卵産業を取り巻く情勢

関連法令施行の影響

農政の憲法「食料・農業・農村基本法」と鶏卵

日本の農業が大きな転換点を迎えています。2024年6月5日「食料・農業・農村基本法」が改正され、食料安全保障を柱とした新たな方向性が示されました。この国の方針に基づき、重要な農産物である鶏卵の持続可能な供給体制構築が求められています。

政府発行の「食料・農業・農村基本計画（令和7年4月版）」によると、鶏卵は安価で良質なタンパク源として、安定供給の重要性が強調されています。大きな被害をもたらすHPAIの発生を防ぐ対策はもとより、高騰する飼料価格（鶏卵生産コストの約50%を占める）への対応や、農場での労働負担を減らす省力化、生産性向上の取り組みが求められています。また、国際的な動向であるSDGsを踏まえ、アニマルウェルフェアへの配慮として飼養管理指針の普及・定着を推進し、環境面では鶏糞を国内肥料資源として利用拡大する取り組みが必要とされています。

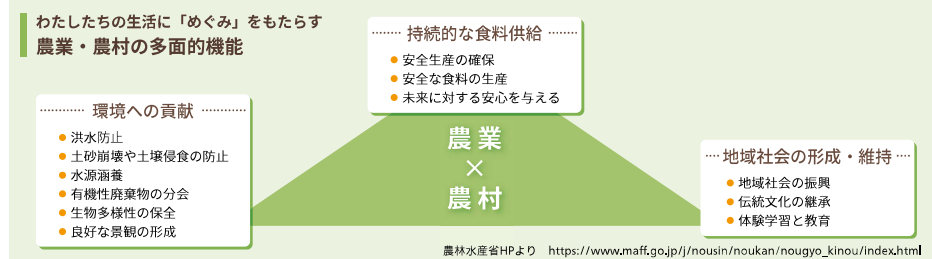
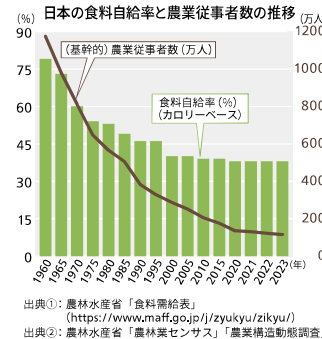
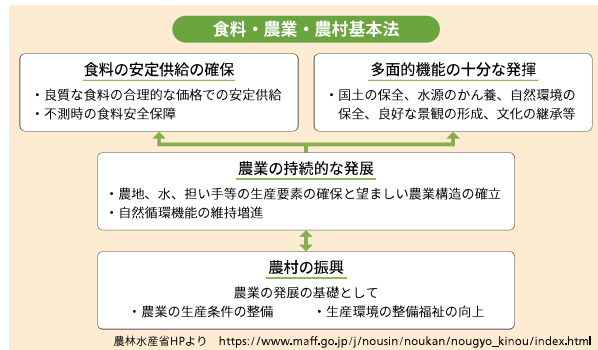
国内市場では、人口減少による消費量の減少を背景に、需要拡大策として特色のある鶏卵製品（栄養成分強化やオーガニック卵など）の情報発信や理解醸成を推進し、たまごの価値向上につなげることが求められています。

海外市場に向けては、鶏卵を輸出重点品目と定め、2030年の輸出額を196億円（2024年実績71億円）に拡大することを国の目標としています。国産鶏卵の高い品質と、安全性等をPRすることで新たな輸出先の開拓を進め、現地のニーズに対応した保存性の高い「鶏卵加工製品」を開発、充実させることで、輸出拡大を目指すことが重要です。

鶏卵加工品においては、HPAI等の影響を緩和する目的からも、凍結液卵、粉卵の国内流通を推進することが必要とされています。

以上のような情勢に加え、鶏卵の流通面においては、「流通業務総合効率化法・貨物自動車運送事業法改正」など、物流に係る法令規制が強化されており、輸送網の再構築が求められています。

当社は、これら課題を踏まえ、鶏卵生産地に寄り添い、生産と販売が一体となった取り組みを進め、鶏卵流通における物流対策、加工食品の取り扱い拡大、そして輸出の推進・新規開拓など、総合的な経営施策を通じて「鶏卵の安定供給」に貢献してまいります。

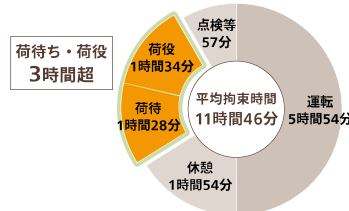


新物流効率化法と鶏卵の流通

鶏卵の流通に目を向けると、物流に係る法令規制が強化されたことにより、燃料費の高騰もあいまって鶏卵輸送をめぐる状況が厳しさを増しています。これにより、流通に携わる事業者は、それぞれの物流拠点において、適正な荷受け荷渡しの運行体制が求められ、運送会社においても、ドライバーの労働時間に係る規制を受けます。

これまで当たり前のように、毎日出荷され、遠距離を走行してお店まで運ばれていたたまごも、その輸送網の再構築が必要となり、流通において大きな制約を受ける可能性があります。生鮮食品であるたまごは、リードタイムの短さと大消費地から遠い生産地が多いことから、もともとタ

荷待ちがある1運行の平均拘束時間と内訳



ドライバー実態アンケート調査（2024）より

荷主・物流事業者の「取り組むべき措置」「判断基準」

取り組むべき措置	判断基準（取組の例）
荷待ち時間の短縮	適切な貨物の受取・引渡日時の指示、予約システムの導入 等
荷役等時間の短縮	パレット等の利用、標準化、入出庫の効率化に資する資機材の配置、荷積み・荷卸し施設の改善 等
積載効率の向上等	余裕を持ったリードタイムの設定、運送先の集約 等

出典：国土交通省「令和6年改正物流効率化法の内容について」[より抜粋]
<https://www.mlit.go.jp/seisakutokatsu/freight/content/001869736.pdf>

「流通業務の総合化及び効率化の促進に関する法律及び貨物自動車運送事業法の一部を改正する法律」の概要

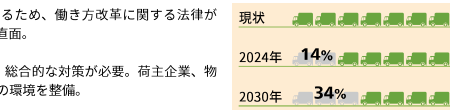
背景・必要性

- ▶物流は国民生活・経済を支える社会インフラ。物流産業を魅力ある職場とするため、働き方改革に関する法律が2024年4月から適用される一方、物流の停滞が懸念される「2024年問題」に直面。
- ▶何も対策を講じなければ輸送力は不足する（右図）。
- ▶物流の効率化、商慣行の見直し、荷主・消費者の行動変容について、抜本的・総合的な対策が必要。荷主企業、物流事業者（運送・倉庫等）、一般消費者が協力して我が国の物流を支えるための環境を整備。
- ▶軽トラック運送業において、死亡・重傷事故件数は最近6年で倍増。
- 以下の施策を講じることにより、物流の持続的成長を図ることが必要。

改正法の概要

- 荷主・物流事業者に対する規制の措置** 【流通業務総合効率化法】
 - ▶荷主^{※1}（発荷主・着荷主）、②物流事業者（トラック、鉄道、港湾運送、航空運送、倉庫）に対し、物流効率化のために取り組むべき措置について努力義務を課し、当該措置について国が判断基準を策定。
 - ※1）元請トラック事業者、利用運送事業者には荷主に協力する努力義務を課す。また、フランチャイズチェーンの本部にも荷主に準ずる義務を課す。
 - ▶上記①②の取組状況について、国が当該判断基準に基づき指導・助言、調査・公表を実施。
 - ▶上記①②のうち一定規模以上のもの（特定事業者）に対し、中長期計画の作成や定期報告等を義務付け、中長期計画の実施状況が不十分な場合、国が勧告・命令を実施。
 - ▶特定事業者のうち荷主には物流統括管理者の選任を義務付け。
 - ※鉄道・運輸機構の業務に、大臣認定事業の実施に必要な資金の出資を追加。
- トラック事業者の取引に対する規制の措置** 【貨物自動車運送事業法】
 - ▶運送契約の締結等に際して、提供する役務の内容やその対価（附帯業務料、燃料サーチャージ等を含む。）等について記載した書面による交付等を義務付け^{※2}。
 - ▶元請事業者に対し、実運送事業者の名称等を記載した実運送体制管理簿の

「輸送力」の減少率



- 作成を義務付け。
- ▶下請事業者への発注適正化について努力義務^{※3}を課すとともに、一定規模以上の事業者に対し、当該適正化に関する管理規程の作成、責任者の選任を義務付け。
- ※2・※3）下請関係に入る利用運送事業者にも適用。

3. 軽トラック事業者に対する規制の措置 【貨物自動車運送事業法】

- ▶軽トラック事業者に対し、①必要な法令等の知識を担保するための管理者選任と講習受講、②国交大臣への事故報告を義務付け。
- ▶国交省HPにおける公表対象に、軽トラック事業者に係る事故報告・安全確保命令に関する情報を追加。

【目標・効果】物流の持続的成長【KPI】施行後3年で（2019年度比）

- 荷待ち・荷役時間の削減年間125時間/人削減
- 積載率向上による輸送能力の増加16パーセント増加

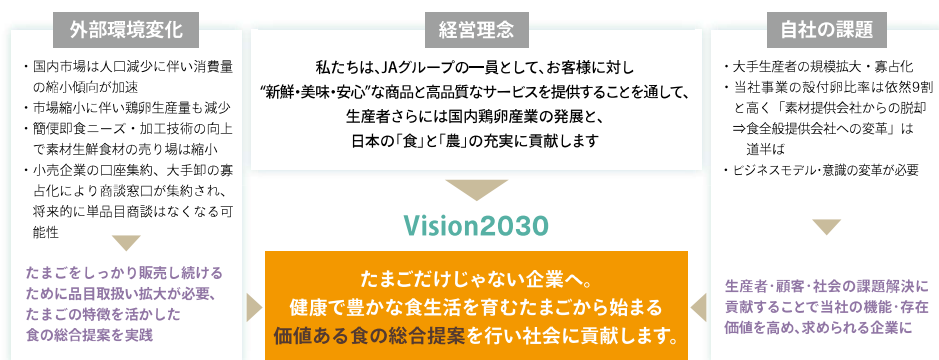
出典：国土交通省「令和6年改正物流効率化法の内容について」[より抜粋]
<https://www.mlit.go.jp/seisakutokatsu/freight/content/001869736.pdf>

中長期事業構想2030

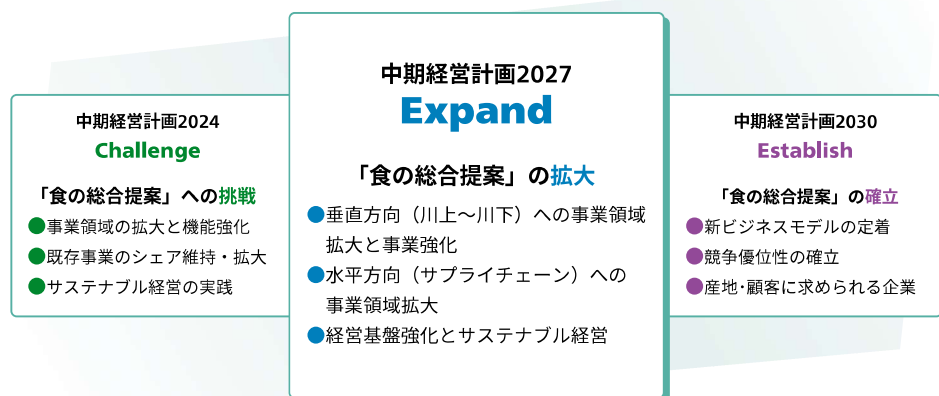
たまごだけじゃない企業へ

当社を取り巻く事業環境は、高病原性鳥インフルエンザ（HPAI）の世界的まん延、飼料価格の高騰等により先行きの不透明感が増えています。長期的には、国内人口減少による消費市場の縮小や、鶏卵生産者の大規模化・寡占化と、小売企業の系列化がすすむことが予想されます。不確実性が増す情勢においては既存の枠組みにとらわれず、持続的発展のため環境・社会・企業統治を意識した事業活動が求められます。

こうした事業環境を踏まえ、私たちは2030年を見据えた「中長期事業構想2030」を策定しました。そして「Challenge」と位置付けた中期経営計画2024を経て、本年度より「中期経営計画2027Expand」を実行していきます。中期経営計画2027では更なる事業領域拡大と機能強化を目指し、経営基盤強化、サステナブル経営を通じて、従来の鶏卵販売会社の枠を超えた、たまごだけじゃない企業の実現に取り組んでいきます。



JA全農たまごのステップ



たまごだけじゃない企業へ 16

既存事業のシェア維持・拡大 20

ESG経営 24

たまごだけじゃない企業へ

食事やライフスタイルの多様化に応える加工食品

加工品事業本部 加工品部 加工品開発課 宮崎 こはる

2024年4月に発売を開始した「畑から生まれたたまご」は、たまご料理を食べるよこびをすべてのの方に届けたいとの思いから開発した「プラントベースエッグ」です。国産の野菜や穀物など植物由来の原材料を使用しており、動物由来の原材料は一切使用していません。さまざまな理由から鶏卵を食べることができない方にも、たまご料理の美味しさを体感いただける商品です。「畑から生まれたたまご」は、商品性を向上しラインナップを充実させる形で、2025年9月よりリニューアル発売します。既存の「スクランブルタイプ」に加え、新たに登場する「たまごサラダタイプ」は、パンやクラッカーにそのまま乗せて食べられる仕様であり、より手軽にプラントベース食品を生活に取り入れていただけます。当社は、誰もが一緒に食事を楽しめる選択肢として「畑から生まれたたまご」をシリーズ化し、食卓に提案いたします。

また、毎日の食事で手軽にたまごの美味しさを楽しんでもらおうと開発した「そのまま使える便利なたまご」は、「茹

でる、殻をむく、つぶす、味をつける」といった面倒な工程をスキップできる、時短・簡便を追求したたまご惣菜です。「和えるだけ、挟むだけ、かけるだけ」で、手軽に一品を追加したり、メイン料理を完成させることができ、冷蔵庫に備えておけば、急に帰宅が遅くなった日や寝坊した朝の急ぐ食事をサポートします。様々な用途に使用でき、料理の味を調えるため、「頑張らなくても、ちゃんと美味しい」を叶えます。JA全農たまごは、多様なライフスタイルに商品提案で応えていきます。

そのまま使える
便利なたまご畑から生まれたたまご
サラダタイプ畑から生まれたたまご
スクランブルエッグタイプ

おいしさ実感！

厳選した全国各地のトレンド商品を集めたイベントで売り場を活性化

西日本営業本部 第2営業部 営業課 岩淵 咲希

西日本営業課がスーパーマーケットのお店と共同で実施した取り組みをご紹介します。

当社のオリジナル商品である「平飼いたまご」をメインに使用した「たまごかけご飯の試食イベント」を催事として当社が企画。店舗の皆さまにご協力いただく形で、お店の一角をお借りし、イベント開催しました。来店されたお客様に「平飼いたまご」のおいしさや品質を直接感じていただき、商品の魅力を当社が直接お伝えする企画です。当社の商品に対する「お客様の声」を直に受け取ることができる貴重な機会となり、参加者のアンケート結果では、70%以上のお客様から「また参加したい」と評価する回答をいただきました。お客様の声をもとに、お店側とさらに協議を行い、今後の店頭販促に活かしていきます。

当社には、全国に広がる集荷ネットワークがあり、それぞれの売り場に適した鶏卵商品を全国各地から調達できることが強みです。しかし、店頭に並んでいるだけでは、それら商品へのこだわりが正しく伝わらないケースもありま

す。今回のイベントのように、当社が消費者の皆さまと直接お話すことで、商品の背景やたまご本来の美味しさという商品価値を広くお伝えすることができます。その一方で、スーパーマーケットのお店にとってはたまごの催事により売り場の活性化や集客につなげるメリットがあります。

当社は、今後もこのような店頭販促企画など多面的な機能を活かした総合的な営業提案に取り組み、お取引先のニーズに応じた「お客様とお店双方に喜んでいただける企画」を継続し、価値向上に努めていきます。



店頭催事（販促イベント）の様子



生産者に対する米国向け「FDA登録」手続き支援による輸出拡大

経営企画本部 経営企画部 経営企画課

当社は、全農グループの海外ネットワークを活かし日本産鶏卵の輸出拡大に取り組んでいます。輸出拡大に取り組むことで、日本産鶏卵の新たな需要を開拓するだけでなく、国内需給の調整幅を広げることに寄与しています。

また、海外への販路拡大を希望する生産者に対し、全農グループの海外拠点を通じて把握した市場ニーズをもとに、商品開発から販売までをコーディネートすることはもとより、輸出施設登録等の支援をおこなうなど、その挑戦を一貫してサポートします。

特に米国向けの鶏卵輸出は、州ごとに異なる制度・規則への対応や、米国代理人の設置、FDA（米国食品医薬品局）への施設登録など、輸出開始に向けた手続きが煩雑です。このような、生産者単独では難易度が高い取り組みも、当社がこれまで輸出事業で培ったノウハウと全農グループの

海外ネットワークを活かすことで、実現することができます。

現在、日本から輸出される鶏卵の約98%は香港向けに輸出されている状況であり、さらなる輸出拡大にあたっては、既存の香港市場での日本産鶏卵のシェア拡大に加え、新たな市場の開拓が求められます。当社は、海外での販路拡大を目指す生産者の挑戦を支えるとともに、輸出拡大に取り組めます。



現地のたまごと並ぶ日本産たまご

米国（グアム）たまご売り場の
日本産たまご

生産・製造の「現場」に対する継続的な品質管理支援の取り組み

法務・コンプライアンス本部 品質保証部 西日本品質管理課 小原 弘之

東日本・西日本品質管理課は、当社が取り扱う鶏卵製品および加工食品の品質向上を目指し、商品クレームや品質事故の未然防止に取り組む専門チームです。日々の品質管理業務にとどまらず、鶏卵の品質向上や衛生管理に関するあらゆる課題や疑問の解決に向けて、生産者の皆さまにとって信頼できる存在を目指しています。

品質管理課では現在、「品質向上」および「クレーム削減」を目的とした取り組みを生産者と共同で進めています。生産現場で行う鶏卵の品質検査の頻度や手順を見直し、実際の作業指導や効果検証を現場で生産者と共に実施することにより、川上から製品の品質を向上させるアプローチを展開しています。

また、たまごをパック詰めするGPセンターでは、製造設備に張り付くことで問題点の抽出を行い、具体的な改善策を現場で提案しています。あわせて、生産者側の製造スタッフを対象とした品質管理・衛生講習会を定期的に開催し、現場だけでは解決が難しい課題への対策やクレームの再発防止に取り組んでいます。

2024年には、クレーム発生件数の低減にむけて一定期間にわたり全農グループのGPセンターとの継続的な改善に取り組まれました。1年間のフォローアップと改善指導の結果、

製造環境の改善と衛生管理体制の向上を実現し、クレーム発生件数の大幅な削減に成功しました。この成果は、製造現場が「改善したい」と考える課題と、私たち品質管理課が「必要と判断した改善項目」を粘り強く同期させたことで生まれた事例です。

JA全農たまご品質管理課は、これからも専門知識と技術を活かし、生産者の皆さまと密接に連携しながら、継続的な品質改善に取り組んでいきます。生産農場やGPセンターといった「現場」と一体となり、安心・安全な鶏卵を提供することで、消費者の皆さまの信頼に応えてまいります。



GPセンターでの品質支援の様子



中期経営計画 2027 Expand

たまごだけじゃない企業へ

紛失ゼロを目指す！追跡機能搭載の次世代型流通容器を開発へ

西日本営業本部 第2営業部 営業課 正藤 大樹

西日本営業本部第2営業部では、物流業務の効率化とコスト削減を目的に、GPSを活用した次世代型流通容器の導入に向けた取り組みを進めています。

鶏卵の流通には、段ボール箱に加え、「コンテナ什器」や「ローラーインナー」など様々な容器を使用していますが、流通過程において、これら什器の滞留や紛失が頻発しており、その所在調査や原因の究明、代替品の配備に係る作業が大きな負担となっています。この問題は業務効率を低下させるだけでなく、不足する什器を補充するため流通コストの増加を招いており、紛失防止と効率的な管理手法の確立が急務となります。

これらの課題を解決するため、当社では、GPS技術によって什器の移動履歴を可視化し、効率的に什器を運用する手法の確立に取り組んでいます。試験運用の段階においても紛失防止や滞留解消につながるなど、具体的な成果が確認できており、業務効率化やコスト削減が期待されます。

現在は、GPSを搭載した次世代型流通容器の性能や現場

への適応性を検証しており、2026年度の実装を目指しています。本技術の導入により、什器管理における課題解決および物流業務全体の効率化を目指します。



鶏卵流通容器（什器）に装着し、GPS追跡を可能にする小型発信機器



生産予測と販売見通しから未来を読み解く「EGG vision」

経営企画本部 経営企画部

社内公募から生まれたアイデアをもとに開発された在庫予測システム（名称：EGG vision）は、農場における鶏卵の生産予測と当社の販売予測をマッチングさせることにより、中長期的な鶏卵の在庫見通しを精度高く予測するシステムです。暑さや疾病など、生産農場を取り巻く様々な外的要因にくわえ、季節や鶏卵相場等による需要の変動により、農場で生産した鶏卵が大量に在庫として余ったり、反対に不足するといった状況に直面することが多々あります。そんなときに本システムを用いることで、特に荷余り局面においても事前に販売計画をたて適正な条件で販売することをサポートできるため、生産農場側も安心して鶏卵生産に専念できます。事前にシステムに登録した生産農場の産卵予測の情報は、状況に応じて細かく補正ができることや、鶏種により産卵性能が異なる点も考慮した予測をたてられる機能の追加など、現場の意見を反映させながら開発を進めてきました。本システムは2025年2月に実用新案登録され、2026年度からの本格運用を目指してテスト稼働をさせるなど、最終調整に入っている段階です。生産と

販売をつなぎ、円滑に鶏卵が流通することをサポートするシステムともいえます。



「EGG vision」開発協議の様子

加工総菜事業の大きな前進。京食品との取り組み

加工品事業本部 加工品部

当社は、加工総菜事業のさらなる拡大を目的として、福岡県に拠点を置く玉子焼きメーカー「京食品(株)」を2018年にグループ会社を迎えました。

京食品では、厚焼き玉子やだし巻玉子といった主力商品を中心に、スクランブルエッグや錦糸玉子等を製造。また、太巻き寿司用の巻き芯や、流行りの厚焼きたまごサンドなど、お客様のニーズに合わせた商品も幅広く手がけています。顧客ニーズに応じた細やかな対応やこだわりの製法が強みであり、衛生管理が徹底された工場で安全・安心な商品づくりを行っています。

これまで京食品では、自社の強みを活かしながら、各販売先のブランドで供給されるOEM商品を中心に製造してきました。今後、より多くの顧客へ京食品を知ってもらい、自社製造商品を拡販していくため、フラッグシップとなる自社ブランドを新たなコンセプトで立ち上げ、NB®商品として冷凍玉子焼きを開発しています。この度発売した「匠玉」は、たまご屋らしく鶏卵本来の美味しさを追求し、「たまごたっぷり」がしっかり伝わる玉子焼きに仕上がっています。京食品は、これまでの業務用（B to B）製品に留まらず、新たな商品戦略のもとコンシューマー向け（B to C）の商

品開発を進め、ブランドの認知度向上と推進に取り組みます。

今後も、大手メーカーとは一線を画した「京食品のこだわりの製法」を強みとする商品と、JA全農たまごの多様な販売チャネルや流通網を最大限に活かしたシナジー発揮により事業拡大を図っていきます。

※）ナショナルブランドの略。メーカーが全国規模で展開するブランド。



匠の技で焼き上げる京食品の「焼成機」 今後ブランド強化と商品展開を図る

全農グループで連携！新たな加工食品の開発により事業を広げる

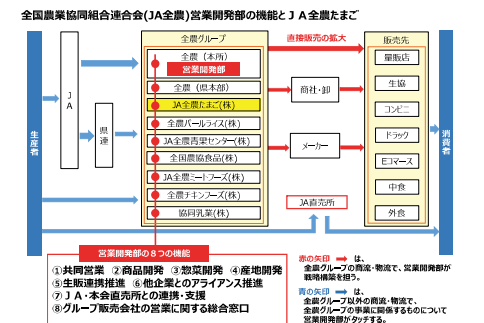
加工品事業本部 加工品部 加工品開発課 権太 哲平

加工品開発課は、当社の中長期事業構想2030で目指す「たまごだけじゃない企業へ」の実現に向け、「価値ある食の総合提案」を具現化する部署として今年度新たに設置された部署です。当課では、これまでの鶏卵加工品の枠にとられない新たな加工食品の開発にチャレンジしています。

加工品開発課の開発を後押しするのは、全農グループの総合力です。親企業であるJA全農の営業開発部は、食肉、食鳥、青果、牛乳、お米など部門をまたいだ事業活動を行っています。このJA全農営業開発部と当社が連携することで、商品カテゴリーの垣根を越えた商品企画と販路拡大が可能になります。JA全農営業開発部が主体となって運営する「全農グループ総菜部会」の取り組みでは、グループ会社間のコラボレーションによる新商品の開発検討に着手しており、現在、活発な協議をおこなっています。

加えて当社では、営業活動で得られた生のマーケット情報をもとに、トレンドやお客様ニーズを把握し、新商品開発に活かしています。また、製造を委託する食品加工メーカーを広げるため、営業ネットワークを通じ、探索と関係構築に取り組んでいます。当社は今後、これらの多角的な事業活動と情報をもとに、さまざまなカテゴリーの商品ラ

インナップを目指し、商品開発と販路開拓に取り組んでいきます。全農グループの一員として、当社の営業力を発揮し、たまごの持つ無限の可能性に加工食品を加えることで、お客様に新たな驚きと感動をお届けすることを目指します。



全国農業協同組合連合会（JA全農）営業開発部の機能とJA全農たまご

中期経営計画 2027 Expand

既存事業のシェア維持・拡大

全国域の集荷ネットワークで実現する鶏卵の安定供給

東日本営業本部 第1営業部 鶏卵課 藤原 淑貴 (写真左)
西日本営業本部 第2営業部 営業課 織田 勇人 (写真右)



全国一位の取り扱いシェアをもつJA全農たまごは、全国の鶏卵生産者から毎日集荷を行い、暮らしに欠かせないたまごを供給しています。生産者と実需者をネットワークでつなぎ、「たまごの持続的な安定供給」を実現することが当社の使命です。

集荷では、全国の生産動向を情報集約しています。生鮮品である鶏卵は備蓄することができません。季節要因などに左右される需給バランスに対応し、滞りなく鶏卵を供給するため、当社の産地担当者は、各地の生産者とコミュニケーションを密にし、強固な関係構築に取り組んでいます。そして、サプライチェーンを根幹から揺るがし、鶏卵生産に大きな被害を与える高病原性鳥インフルエンザへの備えが重要な課題です。当社は、より多くの生産者と繋がりを深め、集荷基盤を強化することで、鶏卵の安定供給を実現しています。

販売面では、各小売店と外食向け、業務用や加工用原料卵、自社工場用途などさまざまな鶏卵需要に対し、当社が「販売のトータルコーディネート」を行うことで、需給を最適化しています。当社の営業担当者は、生産動向を前提

に、販売先の販促スケジュールや商品ニーズを踏まえた販売計画を組み立て、プロモーション企画や定番商品の改廃を提案します。お客様のメリットと集荷戦略を結びつけ、需給バランスを達成することが当社の機能です。加えて「国産鶏卵の持続可能な価格」実現に向けて、販売先と継続的に協議しています。

さらに、流通の面では、商品の集約による効率化の推進や、物流問題で悩む生産者に対し当社の輸送網による支援を実施。これらサプライチェーンの課題を販売先としっかり協議することで問題解決にあたっています。

今後、当社は、生産者とのネットワークを強化し、鶏卵の価値を高める営業活動を行うとともに、物流効率化など流通全体の合理化に取り組みます。JA全農たまごならではの生販が一体となった機能を最大限発揮することで、国内鶏卵の持続的な安定供給を実現していきます。



JA全農たまごの
全国集荷ネットワーク

全農グループのシナジーを発揮した営業推進の取り組み

東日本営業本部 第2営業部 営業2課 佐藤 孝則



中長期事業構想2030「たまごだけじゃない企業」を目指す当社の機能強化策として、JA全農と取り組んだ加工食品の開発を伴う営業推進の事例をご紹介します。

当社が小売店（スーパーマーケットやコンビニエンスストアなどの量販店）向けに加工食品の開発を進めていたところ、JA全農営業開発部からコンビニエンスストア向け定期取引を目指した合同プレゼンテーションへの参加打診があり、参画しました。これを足掛かりに、コンビニエンスストアと加工食品の共同開発をスタート。消費者ニーズを前提に小売店側と協議を重ねることで、「利用者がコンビニ店舗に求める商品モデル」の構築を目指しました。この検討プロセスを経たことで、当社ブランド商品をマーケットインで開発することができました。この加工品「やみつき卵」は、醤油味の煮たまごにネギ、唐辛子、んにく、しょうが、すりごまをまぶした「複雑な味わい」に感じられる特徴的な商品です。供給にあたっては、新たな食品工場を開拓・

選定し、製造委託を行ったことから、当社仕入先の多角化にもつながりました。

やみつき卵は、今後シリーズ化して店頭へ展開し、2025年の夏から、販売先を順次拡大していく予定です。コンビニエンスストアのみならず、スーパーマーケットやドラッグストアでの販売を目指し、当社の新たな加工食品事業の裾野を広げることを目指します。

今後も当社はJA全農および全農グループの販売各社と連携を進め、全農フェア等の共同販促企画や、合同商談、プレゼン機会の創出などにより、全農グループとしての総合提案力を強化していきます。販売先に対するネットワークを広げると共に、全農グループのシナジー効果を最大限発揮することが、今後JA全農たまごの営業推進における強みとなります。



やみつき卵

データドリブン分析で消費者志向を把握、売場の最適提案

西日本営業本部 第2営業部 営業課 甲斐 高之



第2営業部営業課では、量販店における「売場の最適化提案」としてスーパーマーケットやドラッグストアのPOSデータを収集・分析し、消費者志向やトレンドの可視化に取り組んでいます。人気商品の購買傾向や商品の変遷、各社の販売状況の把握を行い、他の商品と一緒に購入されやすい商品カテゴリや組み合わせを考察するなど、販売先のニーズや課題解決を手助けしながら、普段お買い上げいただく「たまご」をその売場になくしてはならないアイテムに成長させることに努めています。また、専用ソフトを用い、営業社員のパソコン上で仮想の店舗空間を再現し、商品配置のシミュレーションを行うことで、売り場をより活性化できる陳列パターンを検証し、販売先へ提案しています。量販店では商品の自動発注が進んでいます。店舗で優先すべき商品群を明確に示すことができれば、量販店の店舗担当者が日々の商品選択に頭を抱えることも減り、メリットを提供できます。

このように、当社では、POSデータ分析からターゲット

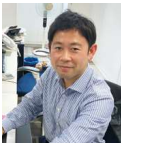
顧客の志向・行動パターンを考察することにより、売場の「見える化」をタイムリーに行い、営業提案にフィードバックさせることで、お取引先店舗における顧客満足度の向上と売上拡大をサポートする売場提案を推進しています。今後、JA全農たまごは適正な電子データ活用を進め、提案力の強化と価値訴求型の営業推進に取り組んでいきます。



棚割ソフトによりたまご売り場（陳列イメージ）をシミュレート

取引先・顧客のニーズに応える
プライベートブランド（留型）商品のプロデュース

西日本営業本部 第2営業部 九州支店 林 遼



たまごは日本人にとって欠かせない食材であり、どこのお店でも購入できる最も身近な生鮮食品の一つです。しかし、身近であるがゆえに、鶏卵は商品としての差別化が難しく、価格競争に陥りやすい状況があります。この課題を解決するために、たまごの商品価値を高め、それを購入する消費者に知ってもらい取り組みが必要です。

当社は小売企業や生産者と連携し、「プライベートブランド（PB）商品^{※1}」や「留型商品^{※2}」の企画・開発を推進してきました。これらの商品開発では、まず、販売先である企業のブランド戦略や販売手法を基に、売り場のニーズ検証や市場分析を行い、共同で検討を進めます。次に新商品のコンセプトと要求されるスペックに対し、生産者とも協議を重ね、鶏卵の生産や供給体制を構築します。さらに、多様な包装資材から最適なものを選定し、パッケージデザインと商品性を形作ることも重要なポイントです。これらプロセスを経て完成した商品は、リリース後も販売実績を管理し、市場分析を行いながら、プロモーション施策を通じ、継続的に販売強化します。また、PB商品の卵を原料に使用した「鶏卵加工品」の展開も行っており、このようにPB商品や留型商品の総合的なプロデュースがわたしたちの強みです。当社は、多様な商品仕様に対応可能な幅広い生産者とのネットワークや資材調達力を活かし、商品を軸とした

売り場コーディネートにより、価値訴求型の営業推進に取り組んでいます。昨今の食品価格高騰を背景に、小売業界ではPB商品・留型商品の市場が勢いを増しています。PB商品の存在感が強まるなか、JA全農たまごは持ち前の商品プロデュース力を発揮し、マーケットのニーズに応えていきます。

※1) 小売業者や卸売業者が独自に企画・開発し、自社ブランドとして販売する商品。一般的に、メーカーが製造した商品を入れて販売するのではなく、自社のニーズに合わせて企画・製造を他社へ委託したり、場合によっては自社で製造し調達するもの。

※2) 特定の小売業者向けに供給メーカーが製造する商品



鶏卵PB製品を軸にスイーツ・加工品へ同一ブランドを展開（シリーズ化）

中期経営計画 2027 Expand

既存事業のシェア維持・拡大

液卵事業における自社製造と購買製品を組み合わせた新たな販売拡大の取り組み

加工品事業本部 加工品部

加工品営業課は、自社の2工場で製造する「液卵製品^{*1}」を食品メーカー他へ提案・販売しています。当社では、このようにたまごの集荷・販売のみに留まらず、「鶏卵加工メーカー」としての一面も兼ね備えています。これまで、自社の液卵工場における製造供給体制は「殺菌液全卵^{*2}」を中心とした商品ラインナップと大・中容量の商品規格に限られていました。今後、多様化するマーケットに向けて当社の加工品事業を拡大していくため、液卵製品においてもユーザーのニーズに合わせた加工度の高い製品や小ロットのパッケージに対応していく必要があります。これら高付加価値の液卵製造に向け、新たな供給体制の構築に取り組んでいます。

西日本エリアでは、兵庫県にある当社鳴尾浜液卵工場での製造に加え、社外協力工場での製造補完体制のもと、液卵の付加価値化に向けて取り組んでいます。「平飼いたまご」を用いた液卵製品や、生産者と原料を指定（限定）した液卵製品の供給体制を確立したことで、新たな取り組みが評価され、製品採用が広がっています。東日本エリアでは、製菓企業向けにネットワークを持つ乳業メーカーと当社が、

鶏卵生産者と三者で連携し「小規模洋菓子店専用の小容量規格品」を開発しました。使用される食品工場からも機能性で評価をいただくとともに、中長期的な増産計画を三者で進めるなど、持続的な取り組みに発展しています。

加工品営業課では、今後も自社工場への設備投資を含む製造体制の拡充と生産性の向上、協力工場を含めた商品開発によるラインナップの充実を図り、「価値ある食の総合提案」に取り組めます。たまごだけじゃない企業を目指してマーケットに対し機能発揮することにより、国内鶏卵産業の発展に貢献してまいります。

※1) たまごを割卵し、液体の状態に密封した製品

※2) たまごの黄身と白身を分けずに通過し、加熱殺菌した製品であり液卵においては標準仕様。



鳴尾浜液卵工場（2014年竣工）



八千代液卵工場に導入した新型割卵機

エッグディライト味付けゆでたまご事業の再成長とさらなる事業拡大に向けて

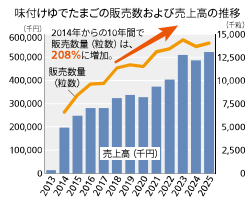
エッグディライト(株)は、三州食品(株)・(株)岩手ファーム・当社の3社共同出資により2014年に設立された会社です。主にスーパーマーケットやコンビニ向けに、黄身の中までしっかり味がついた「味付けゆでたまご」を製造・販売しています。今でこそ店頭で一般的に販売されている殻付きの「味付けゆでたまご」ですが、事業を立ち上げた当初は、殻の剥きやすさやたまごの中身に味が染み込む具合など、様々な製造条件を試行錯誤しました。最終的に「剥きやすく」、「適度に味が染み込んだ」ゆでたまごの販売に結びつき、直近10年間で販売量は約200%に増加しました。

商品ラインナップは、しっかりと仕上げた黄身にほんのり塩味がついた「ゆでたまごうす塩味」のほか、黄身のところろ具合にこだわりの「ところろ半熟ゆでたまごうす味」、鹿児島県枕崎産かつお節エキスをを使用した「ところろ半熟ゆでたまごかつお節風味」の3種類となつて

加工品事業本部 加工品部 加工品開発課

います。

主力商品のさらなる販路拡大に向け、マーケットデータを分析し、販売ターゲットを明確にしなが、今の時代にマッチしたラベルデザインへの商品リニューアルも見据えて取り組んでいます。新商品開発の検討も進めており、変化するマーケットの多様なニーズに商品力で応えることで、加工卵市場における確固たる地位の確立を目指します。

ところろ具合にこだわりの人気商品
ところろ半熟ゆでたまごエッグディライト(株)
山本工場長

「共創でつなぐ・共配でとどける」新しい物流ネットワークの構築

西日本営業本部 第1営業部 鶏卵課 山口 祥士



全国に広がる集荷ネットワークを駆使し、鶏卵の安定供給を維持することは、当社の重要な使命であり機能です。それを成立させているのが、毎日休みなく運行される鶏卵輸送に係る物流網です。鶏卵は生鮮食品であり、リードタイムも短いため、その流通は非常にタイトです。物流・運用機能が適正に維持できなければ、生産地で「毎日休みなく生まれるたまご」を消費地圏に届けることはできません。当社が需給調整機能を発揮し安定供給を実現するためには、物流が大きなネックとなります。

物流・運送業界においては、2024年問題、2030年問題への対応が大きな課題となっています。当社の集荷においても、近郊産地のみならず大消費地圏から遠く離れた生産者から輸送するケースも多く、ドライバーの労働時間が長くなることから、より大きな課題になっています。

当社は、物流品質を下げることなく、効率的かつ持続可能な鶏卵輸送の体制構築を目指し、全農グループの物流事業を担う全農物流(株)と連携し、共同の配送拠点「(株)ジョーエル運営リフレ」を設置しました。中間配送拠点として、九州・中四国地方など遠隔産地から長距離輸送される商品の中継ハブを担い、鶏卵問屋やセンターなどへの二次配送

により産地物流を補うことで、サプライチェーンを維持しています。このリフレ拠点からの輸送は、共同配送で行うため、少ない配送ロットでも対応可能であり、通い仕様の回収などの付帯作業も低コストで実現することができました。また、物流会社と共通のコミュニケーションツールを導入することで、トラブル発生時など迅速な対応が可能となり、円滑に情報共有を図ることで、物流ハブセンターとしての機能を高めています。今後、量販店や外食センターへの二次輸送やJA全農たまご自社倉庫業務との連携を進め、共同配送を強化することで輸送網の最適化を図ります。また、荷受け荷渡し業務の効率化を目的とした物流DXの導入も視野に、ドライバーの労働環境改善などの物流問題全般に向き合っていきます。

当社は、鶏卵輸送の面でも持続可能なサプライチェーンの構築に取り組み、たまごの安定供給に貢献します。

中継地（ハブセンター）での
鶏卵積み替えの様子

全農物流とジョーエルの皆さん

エシカル消費ニーズに応える商品の提案と生産者との取組み

東日本営業本部 第2営業部 営業1課 福井 彩加



JA全農たまごの大切な使命の一つに、多様な消費ニーズに商品ラインナップで応えることがあります。その一環として、国内の「エシカル消費」に対応するため、有機JAS認証を受けた「オーガニック（有機）卵」も当社は取り扱っています。

オーガニック卵とは、農林水産省が定める有機JAS規格に適合した条件で飼養された鶏が産んだたまごです。その鶏が食べる配合飼料も、環境負荷への軽減が配慮されたものであり、農業や化学肥料に頼らず栽培された主要原料の使用が規定されています。なかでも日本で初めて有機JAS認証を取得した黒富士農場や国産の飼料原料にこだわったFarm Agricolaのたまごは商品価値が高く、当社は売場の情報発信等を通じてそのこだわりをお伝えしながら販売しています。

日本国内におけるオーガニック卵の生産量は大変少ないことから希少価値があり、生産にかかるコストや手間が大きい、一般的な卵と比べて割高となります。オーガニック需要は、健康面や環境性能に注目した高度な消費ニーズであり、オーガニック卵を求める声も確かに存在することから、当社は希少な生産者とのコミュニケーションを密に

行い、慎重に集荷と販売を行っています。営業提案においては、オーガニック卵の価値が店頭でお客様に伝わるよう販売戦略を組み立て、プライベートブランドでの商品化も含め、販売先と協議を重ねます。また、オーガニック卵の価値を広く発信するため、キャンペーン企画や消費イベントを通じたPRを実施し、販売チャネルを広げるとともに、取引先担当者や消費者の方を対象とした農場視察や勉強会を開催し、オーガニック卵に関する知識の普及や認知拡大に取り組んでいます。

これからも当社は、たまごの価値向上と持続可能な畜産生産基盤づくりを支援していきます。



有機JAS認定取得リアルオーガニック卵



黒富士農場での飼養風景

サステナブル経営の実践

JA全農たまご版ESG

「地球・人・社会との共生」を意識した事業活動を行う企業として、サステナブルな経営を実践するため、「JA全農たまご版ESG」として、「環境」「社会」「企業統治」という3つの観点から経営戦略を定めました。

当社は全農グループの一員として、JA全農が進めるサステナビリティアクションにもとづき、食と農のサステナビリティ課題に取り組んでいます。

環境負荷低減の取り組み

- ▶温室効果ガス排出量の算定
- ▶物流の合理化によるCO₂排出量削減や資源・産業廃棄物等の削減目標KPI化

アニマルウェルフェア対応

- ▶全農グループのアニマルウェルフェアポリシーに沿った対応



全農グループのアニマルウェルフェアに関する取り組み



社会課題の解決に資する取り組み

- ▶全農グループ人権方針
- ▶親子料理教室、少年野球教室等への協賛支援
- ▶子供食堂、フードバンクへの食材提供
- ▶たまごの価値訴求、消費拡大を通じて高齢化社会における健康で豊かな食生活の提案

全農グループの一員として

- ▶全農グループ役員・従業員行動規範の遵守
- ▶株主負託に応える経営指標の実現
- ▶系統鶏卵事業の支援
- ▶全農グループ連携による事業活性化（営業、商品開発、物流、資産活用他）

※ここでの「系統」は、JAグループを指します。

健全で効率的な経営実践

- ▶リスクマネジメントの浸透・充実と自主改善を主体とした組織運営
- ▶リスクに応じたBCP課題整理および情報セキュリティ対策の見直し



全農グループ役員・従業員行動規範

経営基盤強化とサステナブル経営 — 環境

「温室効果ガス排出量」の算定、削減への取り組み

現在、全農グループではサステナビリティ課題への取り組みの一つとして、気候変動対策である温室効果ガスの削減に取り組んでいます。減らすためには現状を知る必要があるとして、当社においても温室効果ガス排出量の算定を開始しました。今後、継続的な算定を通じて課題認識と削減に向けた取り組みを進め、持続可能な畜産に関わるバリューチェーンの構築に向け、当社は全農グループの一員としての責務を果たしていきます。

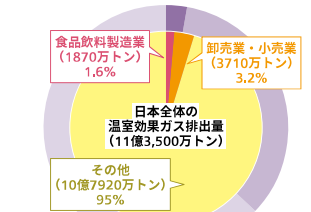
- ◆2024年度当社実績（GHG温室効果ガス＝CO₂）
- ①スコープ1 624t-CO₂/年
- ②スコープ2 1,260t-CO₂/年
- ③スコープ3 192t-CO₂/年

※売上高排出単位（排出量/売上高）
・0.019 t/百万円



全農グループ共通「CO₂排出量管理システム」の操作画面

◆JA全農たまごが属する産業カテゴリーにおける温室効果ガス排出量の規模



日本全体の売上高（1578兆4396億円）
食品飲料製造業（45兆4120億円） 2.9%
卸売業・小売業（539兆7646億円） 34.2%
その他（993兆2630億円） 62.9%

環境省「2022年度温室効果ガス排出・吸収量について」
<https://www.env.go.jp/content/000234564.pdf>
財務省「財務総合政策研究所 法人企業統計調査」より作成

環境に配慮した自社液卵工場の製造体制

加工品事業本部 製造部 鳴尾浜液卵工場 坂田 幸康



当社の液卵工場では、製造過程で多くの「卵殻」が副産物として生じます。卵殻はたまご全体の約10%を占め、これまでその多くが産業廃棄物として捨てられていました。当社は、工場から排出される卵殻を廃棄せず、新たな価値を生む資材として活用することに取り組んでいます。

鳴尾浜液卵工場では、施設内に卵殻処理を行う設備を導入。卵殻を乾燥、粉砕することで「炭酸カルシウム粉」に加工し、原材料として供給することで、競技場（グラウンド）用の白線や肥料の用途に再利用しています。液卵の原料になるたまごはほぼ100%を有効活用できるようになりました。

また、工場の屋根には、太陽光発電システムを設置。製造設備の電源として自家消費しています。

JA全農たまごは、たまごを貴重な畜産資源として、余す

ところなく活用し、産業廃棄物を削減。加えて再生可能エネルギーの使用により、環境負荷を低減した液卵製品の造供給に取り組んでいます。今後も、環境配慮型の工場運営を目指し、様々な対策を講じることで、当社の環境に対する責任を果たし、持続可能な生産につながる取り組みを続けていきます。



工場から排出された卵殻



グラウンド用白線として活用される卵殻粉

卵殻配合資材によるアップサイクルの促進

当社は卵殻をアップサイクルした素材の活用にも取り組んでいます。社員の名刺には、卵殻配合用紙を使用し、自社で印刷作成しています。また、当社のオリジナル紙袋も同様の素材で作成し、広くご使用いただいています。さらに、2020年に建造した本社オフィスビルでは、卵殻を配合した素材を屋内壁に使用。建築資材として活用しています。

加えて、当社の液卵工場等が発生した卵殻を、園芸用テクノ21で加工製造した「ロジンバッグ」をJA全農が主催する少年野球教室等へ提供し、参加者・関係者からは、

自然由来で安心できる素材として評価いただいています。当社はこれからも、卵殻の資源活用の裾野を広げることで、価値を高める取り組みを続けていきます。



卵殻を配合した壁は湿度調整力も高い



社名を印字した卵殻粉ロジンバッグ

地域貢献を通じてたまごの魅力を発信（新宿区との取り組み）

経営企画本部 経営企画部 経営企画課

JA全農たまごのESG（環境・社会・企業統治）の3つの柱のうち、「社会」との関わりについて、地域貢献の観点からたまごを通して課題解決にアプローチしようとする当社の取り組みをご紹介します。

当社は、1972年にルーツとなる全農グループ鶏卵集荷販売部門の施設を開設して以来、新宿区中落合に居を構えています。CSR（企業の社会的責任）の一環としても、地元である新宿区への地域貢献を重要な活動と位置づけ積極的な活動を行ってきました。また、たまごその加工食品を通じて、社会課題の解決に貢献することを目指し、地域に根差した活動の中で、たまごのもつ健康面での機能性を訴えていくことを方針に据えています。

実際の活動においては、新宿区との連携を重視し、「食を通じ区民の皆さんの健康ヘアカセスする」共通の目標を持つ新宿区健康部健康づくり課と連携しています。新宿区主催のウォーキングイベントでは、良質なタンパク源であるたまごの機能をアピール。また、新宿区料理コンテストや健康ポイント事業に参画し、食品提供やたまご券を協賛する活動も積極的におこなっています。

加えて、高齢化社会に対し、たまごの栄養面から課題解決を探ることにも取り組んでいます。やわらかく、吸収さ

れやすいタンパク食であるたまご料理は、高齢者の健康維持への貢献が期待できます。当社は、筋力や認知機能など身体機能の維持をはかる「フレイル予防」に着目しており、本社と近接する聖母病院および新宿区と連携して、高齢者の皆さんに一日2個以上食べてもらうことを目標に、たまごの栄養学を啓発する草の根運動を継続的に実施しています。今後拡大が見込まれる高齢者市場へたまごや加工品を通してアプローチすることを目指しています。

社会の課題解決に向けて、たまごの栄養・機能の面で貢献していくことは、JA全農たまごの重要な使命であり、たまごの価値向上と消費拡大にもつながる活動でもあります。これからも当社は、たまごを基軸とした社会貢献活動を拡大し、地域に寄り添った継続的な取り組みを進めてまいります。



「しんじゅくシティウォーク2024」(新宿区イベント)へのブース出展の様子



当社キッチンスタジオで実施したフレイル予防講習の様子

「もったいない」から「ありがとう」へ、食品ロス削減に向けたフードバンクとの取り組み

西日本営業本部 第2営業部 オペレーション課 小林 莉子

当社が扱う商品においても「食品ロス」が発生します。賞味期限が残っているにも関わらず、出荷することができずに当社の倉庫等に商品が残ってしまう場合があります。これらの商品は、品質には全く問題なく、賞味期限内のものですが、納品期限が過ぎて以降は販売することができず、やむを得ず廃棄処理されているのが現状です。

この問題を改善すべく、当社では、これらの商品をフードバンク団体へ寄付することで、社会的な有効活用することになりました。国内には複数のフードバンク団体が各企業から食品ロスを受け入れています。物流面や輸送保管温度帯のハードルがあり、生鮮食品や冷蔵保管が必要な加工食品ではお届けすることが難しい状況がありました。とくに生卵は生鮮食品であるため賞味期限や配送温度帯など、取扱いに特別な配慮が必要で、他商品よりも寄付のハードルが高いことが課題です。当社では、各団体と協議連携し、輸送ロットや車輛の検討など、配送体制の構築を進めてい

ます。食品ロスとなる商品は日々発生するため、単発的な取り組みではなく継続的に長期にわたって寄付可能な体制を整える必要があります。

これらの課題を一つずつ解決することで、食品を必要とする方々へ「たまごを届ける支援」を実現し、食品ロスの削減と資源の有効活用を目指します。

「もったいない」を「ありがとう」に変える取り組みを通じて、当社理念である「食の充実に貢献すること」を一層推進し、食品を取り扱う一企業として社会課題解決へ積極的挑戦していきます。



DX推進最前線！「できない」を減らし、新たな価値を創造する未来へ

経営企画本部 経営企画部 システム課 古田 将司（写真左）
西日本営業本部 第2営業部 オペレーション課 松下 大祐（写真右）

2022年に「ChatGPT」が登場したことを契機として、いまや生成AIは私たちの生活や業務のなかに深く浸透しつつあります。当社のシステム課では、2024年に社員向けに生成AIを学習、普及させるためのコミュニティグループを立ち上げました。1年をかけて、社員向けに生成AIの使い方や応用方法を分かりやすく発信し続けたことにより社内コミュニケーションツールにおいて、生成AIの業務活用に関する情報交換が活発となり、多くの社員がDXに注目するきっかけとなりました。

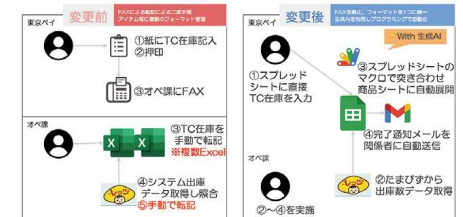
また、主に量販店向け受発注業務を担当する部署とシステム課が連携し、日常業務の改善と効率化を目的とした生成AIの先行導入を行い、テスト運用を始めたところ、社内生成AI活用の動きが広がり、会社全体で年間▲2,000時間におよぶ業務時間の削減を達成できる見込みとなりました。単なる事務効率化に留まらず、現業部署の社員とシステム課が一丸となって、生成AIを用いたプログラムを作成し、課題解決に取り組んだことにより、社員のITスキル向上にもつながり、より高いレベルで生成AIを運用できるようになりました。

一方、社員一人ひとりにレクチャーを行い、会社全体のスキルを高めていく手法には限界がありました。そこで、

2025年4月に「DX推進人材」を育成するプロジェクトを発足。生成AIを用いて、日常業務を合理化・自動化できるスキルを備え、かつ周囲にAI活用に係る知識を普及・推進できるコア人材を育成する取り組みをスタートしました。3年後には、そのようなDX推進人材を全社で30名育てることを目標にしています。

特定の部署に留まらず、社員全体がAIの力を最大限活用し、業務の合理化・迅速化はもとより、ヒトにしか担うことができない付加価値の高い業務に、より多くの時間を充てることができる職場環境を目指し、体制を整えています。

⑤在庫管理作業時間をDXにより年間1000時間削減した取組事例



DXによる業務改善の成功事例

人財は最大の資産。社員の成長を主眼に置いた取り組み

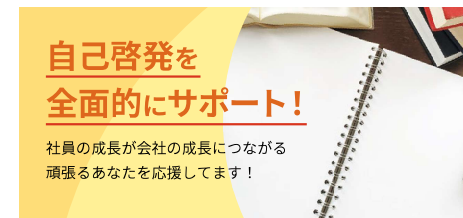
管理本部 管理部 人事課

会社を成長させるための最も重要な要素は「人材」です。当社では「人材」＝「宝」との観点から「人財」と表現しています。製品やサービスの革新を生み出すのは、社員の経験に基づく知識とスキル、そして情熱であると考えています。当社では「社員こそが会社の原動力であり、最大の資産である」との信念から、研修や自己啓発に対する助成制度の充実、そして資格取得者への報奨金の支出など、様々な研修制度を設けて社員の成長をサポートしています。「人財」への積極的な投資が必ず会社の成長につながります。

また、導入から約10年が経過した「人事評価制度」についても、社員満足度の調査結果を踏まえて、制度と運用の見直しを行っています。全農グループ内での人事交流を拡大することもその一つです。社員がキャリア構築において、全農グループの別部門で経験を積み、見識を広め、多様な視点や考え方を身につけることにより、変化の激しい事業

環境へ柔軟に対応できる人財へと成長を促すことが狙いです。

さらに、会社が事業を拡大し発展していくうえで欠かせない、専門分野の知識・業務スキルに特化したプロフェッショナル人材を育成するための新たな制度についても導入の検討を進めています。



自己啓発の勉強費用は、年間8万円まで会社が負担

経営基盤強化とサステナブル経営 — 企業統治

働きやすさが企業の力に（魅力ある組織文化・職場風土の醸成）

管理本部 管理部 人事課

当社では、働きやすい環境を整備することにより、社員がより高いパフォーマンスを発揮し、長期的な視点で会社に貢献してもらえると考えています。そうした考えのもと、「働きやすい組織文化と職場風土」の醸成を通じて、社員が「安心して生き生きと働ける」職場づくりを進めています。

そのための施策として、社員が健康を保ち、余暇をより充実させるための福利厚生サービスの見直し、仕事と介護を両立できる支援制度の強化、休職者サポート手当の導入などを検討しています。

また、近年ではライフスタイルの変化により、日本国内では共働き世帯が一般的となる一方で、女性・高齢者・単身者の就業者が増加傾向にあります。当社ではこのような状況を精査したうえで、総合職はこれまで「全国転勤」をその前提条件としていましたが、4年前に転勤猶予制度を導入し、さらには転勤のない専任社員へのコース転換制度も導入する等、社員が自身のライフスタイルに合わせた働き方を選択できる制度の拡充を進めています。

現在、専門のコンサルティング会社と契約し、新たな人事制度の導入に向けた検討を進めています。「転勤できる人・できない人」など、多様な考えに対応できる企業を目指し、転勤制度の見直しも含めた新たな仕組みを2027年度から導入する予定です。

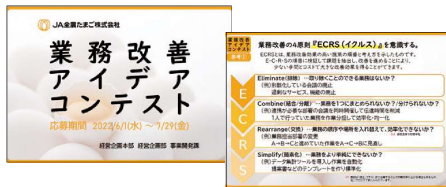


社員の主体的な参画で変革とエンゲージメント強化

管理本部 管理部 総合課

当社では2021年度より、社員であれば誰でも既存の業務の枠に縛られることなく、自由な発想で提案ができる「新規事業開発コンテスト」・「業務改善コンテスト」を開催しています。コンテストでは部長職を中心に1次審査をおこない、最終審査では役員を含む経営層に対するプレゼンテーションを経たうえで最優秀賞、優秀賞を決定しています。提案することを評価する前提として、回を重ねごとに提案数も増えています。新規事業開発コンテストでは生産予測と販売予測をマッチングさせることで精度の赤い鶏卵在庫を予測するシステム（EGG vision）の開発、業務改善コンテストではWEBアプリケーションのフォーム機能を活用した表示点検の効率化と品質向上、会議効率化のためのJA全農たまご版会議ルール制定等、様々な提案が実現化しています。

これからも当社は変革に主体的に取り組む職場風土の醸成を図るとともに、自らの提案が評価され、実現していくことによる社員と会社のエンゲージメントの強化に努めていきます。



特別インタビュー



「業界一体となったたまごの価値向上・消費拡大を進めたい」 たまご知識普及会議の取組について

日本の総人口が減少し続ける中、高病原性鳥インフルエンザの発生や飼料価格の高騰をはじめとする生産コストの上昇など、鶏卵業界を取り巻く環境は依然として先行きの不透明感を増えています。このような時代だからこそ、たまごの持つ本来の価値を再認識し、その消費を拡大していくことが、業界全体の持続的な発展のために不可欠です。

その実現に向けて活動続ける「たまご知識普及会議」について、会のリーダーである株式会社愛鶏園の齋藤大天候長に、この一年間の新たな取り組みと今後の展望について伺いました。

株式会社愛鶏園 代表取締役 会長 齋藤 大天候



●たまご知識普及会議とは JA全農たまご株式会社

「たまご知識普及会議」（通称＝たま会）は、(一社)日本養鶏協会、(一社)日本卵業協会、キュービータマゴ(株)そしてJA全農たまご(株)の4者が手を取って2018年に設立した、業界横断的な組織です。これまで各企業や団体が個別に行ってきた「生活者に対するたまごについての知識普及や啓発活動と消費拡大運動」を、業界が一丸となって、より強力に統一されたメッセージとして発信していくことを目的としています。市場調査からプロモーション、子どもたちへの食育支援活動、さらには研究機関と連携した取り組みまで、多角的なアプローチで日本の鶏卵事業の維持・発展を目指しています。

●たまごの素晴らしさをもっと、正しく伝えたい

「『たまごの素晴らしさとは何ですか?』と問われたら、皆さんは何と答えるでしょうか」と齋藤会長は語ります。栄養価の高さ、料理での万能性、価格の手頃さなど、数えきれないほどの答えが返ってくるでしょう。しかし、その素晴らしい価値を生活者の方々へ伝えるとき、私たち業界関係者の言葉や表現は、これまで必ずしも統一されていませんでした。

一方で、生活者の中には今なお「健康のため、たまごは1日1個まで」「黄身の色が濃い方がたまごの栄養も豊富?」といった、かつての知識やイメージが根強く残っていることも少なくありません。この業界と生活者の間にある情報のギャップを埋め、継続して正しい知識を普及させていくことの重要性を痛感しています。

●「たまごの5つの価値」

そこで、たまご知識普及会議では、たまごの多岐にわたる魅力を、誰にでも分かりやすく伝えられるよう「たまごの5つの価値」として整理しました。具体的には、「①スーパーフード」、「②みんなを笑顔にするマルチプレーヤー」、「③生食文化を支えるテクノロジー」、「④地球環境にやさしい農業」、「⑤作り手の誇りと情熱」という5つの柱です。この「たまごの5つの価値」を軸として、すべての活動を展開しています。



●「コンセプトから実践」へ。 活用する輪を広げる新たな取り組み

昨年度までのこの「5つの価値」というコンセプトや、それに基づいた動画や紙芝居といった食育ツールを制作し、活動の土台を築いてきました。そして2025年度は、その土台をも

とに、より多くの現場やイベントなどで活用してもらうため「実践・普及のステージ」へと活動を大きく進化させています。

その一つが、公式サイトで開始した「食育イベントツールパッケージ」の無償提供です。このWEBツールを使用いただくことで、栄養士の方や教育現場の先生、小売店の担当者などが、質の高い「たまごをテーマとした食育イベント」を誰でも簡単に開催できるようになりました。クイズや紙芝居のデータをどなたでも自由にダウンロードできるため、ツール活用のハードルを大きく下げることができました。

(<https://biz.tamapedia.net/education/tool/download/>)



食育サポートツール(WEB)のダウンロードページ ダウンロードページのQRコード

さらに、ツールの提供だけでなく、私たち自身も積極的に全国へ足を運んでいます。2025年5月～6月にかけて開催された「第28回全国菓子博覧会・北海道（あさひかわ菓子博2025）」と徳島市で開催された「第20回（令和7年度）食育推進全国大会」では、出展したPRブースでたまごの5つの価値を伝えるクイズ等を実施し、参加者には専用クリアファイルをプレゼントしました。



●進化を続けるポータルサイト「たまペディア」

これらの新しい取り組みやツール、活動報告は、すべてたまごのポータルサイト「たまペディア」に集約されています。サイトでは、業界関係者向けの専門的な情報に加え、一般の生活者が強く「たまごのコレステロールは本当に気にしない?」「といった素朴な疑問に専門家が答えるコラム記事なども毎月更新しており、たまごに関するあらゆる情報を「正しく」「新しく」「網羅的に」伝える情報ハブとしての役割を強化しています。ぜひ活用ください。



『すべての活動を通じて日本のたまごの価値を知に。』

「この思いを胸に、活動に取り組んでいます」と齋藤会長は最後に力強く語りました。昨年作った「5つの価値」という揺るぎないテーマを軸に、今年はイベント出展やツール提供といった実践的な枝葉を大きく広げている段階です。「たまご知識普及会議」の活動に共感してくださる方が一人でも多く増え、皆で手を取って「たまごの素晴らしさ」を社会全体に伝えていくことを心から願っています。今後とも、皆様のご支援とご協力をよろしくお願いいたします。

事業拠点一覧



Hong Kong

関連会社
全農国際香港食品有限公司

本社ビル

グループ・関連会社紹介

グループ会社

京食品株式会社

本社所在地 福岡県大野城市



事業概要

玉子加工食品を製造・販売しています。

職人による手作り感のある厚焼き玉子やだし巻玉子を主製品として、味と風味と食感にこだわって、製造しています。

また、スクランブルエッグや錦糸玉子のほか、サンドイッチや巻き寿司の芯となる具材など、お客様のニーズに合わせ幅広く対応が可能です。

最新の設備を導入し、衛生管理が徹底された工場で、安全・安心な製品づくりを行っています。



厚焼き玉子



明太玉子焼

関連会社

株式会社フクベイフーズ

本社所在地 宮城県名取市



事業概要

宮城県を中心に各種鶏卵パック商品や温泉玉子、また宮城県の特産品である牛たん加工品や総菜商品を製造・販売している会社です。

オンラインショップで
牛たん加工品を購入できる

エッグディライト株式会社

本社所在地 岩手県盛岡市

事業概要

味付けゆでたまごの製造・販売をしている会社です。自社の工場内で原料卵の前処理からパック詰めまでの製造を行っています。



とろとろ半熟ゆでたまご しお味

全農国際香港食品有限公司

本社所在地 香港九龍島葵芳

事業概要

香港で日本産鶏卵を使用した玉子焼き等の加工品を製造・販売している会社です。

工場内で割卵した鶏卵をその日の内に使用し、香港全域にチルド流通しています。



温泉玉子等の加工品も製造可能



JA全農グループ



JA全農たまご株式会社

〒161-8528 東京都新宿区中落合2-7-1

TEL. 03-6271-0505 (代) FAX. 03-3952-6261

<https://www.jztamago.co.jp/>

2025年9月発行