

2019 年度 (第4回)「企業のエシカル通信簿」調査コメント

キ アニマルウェルフェア(動物)

調査項目

A: 企業の取組みの姿勢、B: 管理の方針や社内体制、C: 具体的な改善の進捗、D: その他環境や人の健康への影響について、国際的な評価方法を指標としながら設計している。企業による動物利用は、主に食べ物や飲み物のための肉や魚や乳製品や卵、また効果効能や安全性を確かめるための動物実験が挙げられ、主にはこれらについての調査を行っている。また、動物を利用したプロモーションにおける動物利用など、本来事業以外での動物利用については、動物利用をしないというポリシーがない限り、どの業種の企業であっても関連し得るものであるため、これらについても調査を行った。また、アニマルウェルフェアの推進及び環境問題や食糧問題、動物問題に大きく寄与できる動物性素材・動物の利用削減についても調査し、評価している。

調査対象企業により実施業務分野の幅にばらつきがあり、化粧品に関係する事業の有無や、動物実験を行う事業体を持っているかどうかなどはそれぞれ異なるため、企業毎に必要な調査項目の判断を行った。

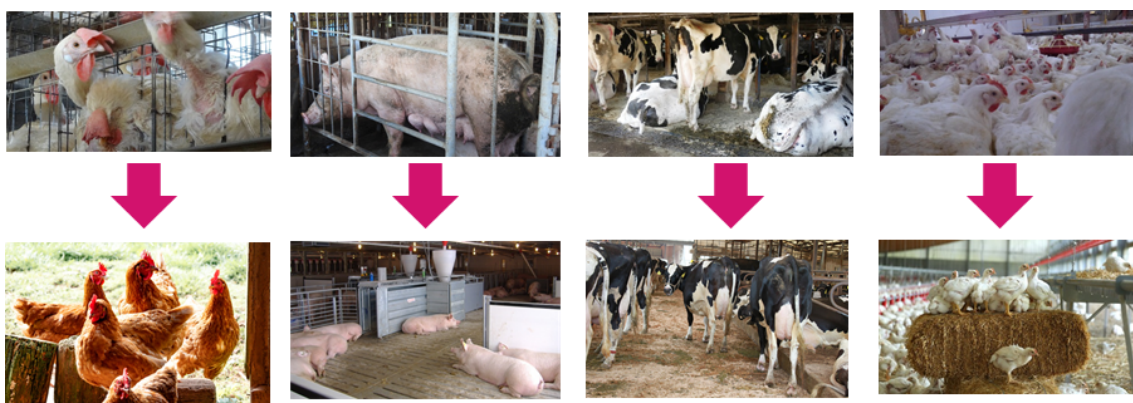
背景

アニマルウェルフェアは、この企業のエシカル通信簿が始まった 2016 年と比較すると、企業の取組みも明確に増加している。例えば、スーパーマーケットに平飼い卵が置かれている割合は、2015 年には 22% だったものが、2019 年には 51% まで増加した。平飼い卵と放牧卵が数種類置いてあるスーパーマーケットも 15% あり、また大手スーパーがプライベートブランドの平飼い卵を売り出し始めるなど、とくに首都圏の卵流通は変わりつつある。日本でケージフリー宣言を行っている企業も 30 社を超えた。大規模な平飼い養鶏場もようやく日本でも稼働し始め、これまで企業がケージフリーに切り替える際に二の足を踏んだ最大の原因である「供給量が足りない」という課題に、解決の道が示され始めた。

卵だけでなく豚肉に関しても、ようやくフリーストール宣言(母豚をストールに入れて拘束飼育しない)をする食肉流通会社も現れ、大手食肉生産会社も期限は明言しないもののフリーストールに切り替えていくことを表明したところである。

国会の中にもアニマルウェルフェアを考える議員連盟が発足し、アニマルウェルフェアを取り巻く課題の範囲が広いことに政治家も気が付き始めた。動物愛護では足りず、アニマルウェルフェアが必要なのだという認識が広まっている。

しかし、日本企業はまだ「将来取り組まなければリスクになりうる」と認識した」という段階で、消費者に何かを約束してくれるほどは進んでいないケースが多い。市民団体として企業に求めるのは、アニマルウェルフェアを向上させていくという”約束”だ。明日から素材を切り替えるというものではない。将来(例えば 2025 年や 2027 年までに)ケージフリーの卵やベターチキンの鶏肉、フリーストールの豚肉、タイストールフリーの牛乳に切り替えるという宣言を”今”出すことに、大きな意味がある。切り替えてから発表したいという企業が多いが、それでは社会を良くする動きを加速はできない。これらアニマルウェルフェアに配慮した製品に切り替えていくという宣言の意義は、生産者への生産システムの移行期間を与えることにある。生産者は将来の需要が見込まれなければ、大掛かりな畜舎に費用をかけて(たとえ補助金があったとしても!)取り替えていくことはできない。その決断は自分の身に当てはめてみれば難しいことがわかるはずだ。だからこそ、何年までにはという期限を決めて、今のケージ卵に費やしている費用をケージフリーに費やすなどを、企業に約束してほしいのだ。



- 採卵鶏はバタリーケージの飼育から、ケージフリー(平飼いの飼育)へ
- 豚は妊娠ストール飼育を廃止し、フリーストールへ
- 乳牛はつなぎ飼いやまたはスタンションでの拘束飼育から、フリーバーンやフリーストール、又は放牧飼育へ
- 肉用鶏は現在の過密飼育と急激に成長する種やスタニングなしのと畜から、ベターチキンとよばれる配慮された飼育へ

アニマルウェルフェアには、適正飼育に変えていくという観点と、動物性タンパク質や衣類素材を減らしていくという観点がある。例えばフォアグラなどの残酷さが際立つ食材を利用しないことや、卵や肉の使用量を減らすなどだ。飼育改善が進まない日本においては、こちらのほうがより現実的で容易な選択になりうる。また、動物性タンパク質や素材を減らす

ことは、畜産物が及ぼす森林破壊や生態系破壊、気候変動、水質汚染、過剰な土地と水と穀物の利用、食糧問題など様々な問題の解決につながる。そのため、ESG 投資としても動物性タンパク質や衣類素材をへらす取り組みが評価される。日本でも大手食肉生産会社が代替肉市場に参入するなど、近年は動きが活発になりつつある。

さらには、動物実験についても、大手化粧品企業の多くがすでに動物実験を必要とする医薬部外品の新規申請を中止しており、倫理的価値が経済価値を上回るという状況が生まれている。これは現在食品分野に及び始めている。

飼育状態を改善すること	苦しむ動物の数を減らすこと
<ul style="list-style-type: none"> ・閉鎖的監禁や集中的なシステム(妊娠ストール、分娩ストール、フィードロット、単独飼育、バタリーケージ、繋ぎ飼育、子牛クレート、強制給餌、過密飼育等) ・遺伝子操作やクローニング ・抗菌剤(抗生物質)、成長ホルモン等成長促進剤の使用、抗菌剤の予防的使用 ・慣習的部分切除(去勢、除角、歯切り、断尾、クチバシの切断(デビーキング)、ミュールジング、羽切り、ヒレ切り、耳刻、焼印) ・飼育する動物の淘汰方法 ・飼育する動物のと畜方法 	<ul style="list-style-type: none"> ・植物性素材、植物性食材への転換 ・化粧品(医薬部外品含む)や食品やトイレタリー製品等の動物実験の削減廃止 ・社会的に残酷性があると判断されうる動物性素材(毛皮、ミュールジングをしたウール、アンゴラウール、ライブプラットフォームをしたフェザーダウン、フォアグラ生産の水鳥から得たフェザーダウン、養殖により得られたエキゾチックアニマルの皮革) ・プロモーションでの動物利用の削減廃止 ・動物売買や動物展示の削減廃止

・カフェ

スターバックスの評価が「2」、それ以外のカフェはすべて「1」という評価になった。

調査対象となったカフェは、乳飲料と、軽食には卵も肉も使用する業態である。スターバックスは 2018 年に世界的キャンペーンの結果、2020 年を期限とする卵のケージフリー宣言をしている。日本はヘッドオフィス(米国)の直営であるため、このポリシーに当てはまったのだ。残念ながら、グローバル全体でのケージフリーではないためいくつか点数が下がってしまったことが惜しいところであった。とはいえ、米国の判断によってこのポリシーが作ら

れており、日本としての主体性は見えてこないことを、私達としては不安に思っている。その他、すべてのカフェに共通して動物性食品、素材の利用を減らすための取り組み(例えば豆乳を選択できる等)があった。評価に強弱はなく一律であるが、特にドトールやスターバックス、タリーズは動物性タンパク質をへらす取り組みが以前より見られる。なお、カフェの中で動物実験に関連する事業を持つ企業はなく、評価項目から除外した。

・飲料

伊藤園の評価が「2」、それ以外の飲料メーカーはすべて「1」という評価になった。飲料メーカーの全ては乳飲料を生産販売しており、本来であれば畜産物の評価について何らかの得点ができることを願っていたが、残念ながらどの企業も動物性の素材自体がどう作られているのかには言及がなかった。動物実験について、伊藤園とコカ・コーラがすでに廃止しており、これを評価した。残念ながらコカ・コーラは日本としての公表や報道がなく、コカ・コーラ日本法人にどこまで適用されるか不明であった。コカ・コーラ本部(米国)は乳製品のアニマルウェルフェアのポリシーも策定されているが、これも日本で適用されるかは不明であり残念であった。その他の企業は、動物実験について曖昧さが残るなどし、評価することができなかった。動物実験の問題を公表データと企業回答のみで判断するには限界があり、今後面会などが叶えばより性格な評価が可能になると考える。

・企業の動物への配慮の今後について

東京オリンピック・パラリンピックをきっかけとして日本のアニマルウェルフェアが以下に遅れているのがメディアにも取り上げられた。国際連合食糧農業機関(FAO)を含めて全世界が目指しているアニマルウェルフェアの向上の波が、今後日本にだけは入ってこないということはほぼありえないように思う。しかもアニマルウェルフェアを無視することは明確に社会や人の持続可能性を脅かすのだから、日本だけ違うということはある。動物性食品および衣類素材についての消費者の意識は明確に変わってきている。世界は動物が本来の習性を発揮できる環境でストレスなく飼育する方向に、更に動物利用を削減していく方向に進む中、日本企業はまだ意思を示すことができていない。2030年に、今の同じように動物を搾取し苦しめ続けていてよいのか、その時に今と同じように投資や顧客を保持し続けることができるのか、考えてほしい。