

キューピーグループにおける アニマルウェルフェアへの取り組み状況

2025.07.16
キューピー株式会社
グループコミュニケーション担当
森佳光

当社のHP企業サイト



サステナビリティ



持続可能な調達



持続可能な調達の推進



アニマルウェルフェアに

関する考え方と取り組み

・基本的な考え方

・取り組みについて



愛は食卓にある。

kewpie  企業サイト

企業情報 グループの事業 食育活動 サステナビリティ 研究開発

アニマルウェルフェアに関する考え方と取り組み

基本的な考え方

キユーピーグループは、品質や環境に及ぼす影響や人権への配慮とともに、採卵鶏のアニマルウェルフェアを
持続可能な鶏卵の生産や調達における重要課題と認識しています。

キユーピーグループは、国際獣疫事務局 (WOAH) が示したアニマルウェルフェアの基本原則「5つの自由」※に賛
同し、その原則に沿った採卵鶏の飼養が重要であると考えます。また、鶏卵をビジネスの源として利用している
からこそ、採卵鶏の命の尊厳についても適切な配慮をするべきであると考えます。

※アニマルウェルフェアの基本原則「5つの自由」

- ・ 飢え、渇きおよび栄養不良からの自由
- ・ 恐怖および苦悩からの自由
- ・ 物理的、熱の不快感からの自由
- ・ 苦痛、傷害および疾病からの自由
- ・ 正常な行動様式を発現する自由

取り組みについて

日本国内でキューピーグループが調達している鶏卵は、農林水産省が普及に努める『アニマルウェルフェアの考え方に対応した採卵鶏の飼養管理指針』※¹に即して飼養された鶏の卵であることを確認しています。

また、農林水産省が制定した『採卵鶏の飼養管理に関する技術的な指針』※²への準拠状況を確認していきます。

日本における持続可能な採卵鶏の飼養管理のあり方を行政や養鶏に関わるサプライチェーンのパートナー、ならびに学識経験者・有識者、NGO・NPOなどの関係者と議論・連携しながら、キューピーグループにおけるアニマルウェルフェア向上への取り組みを進めています。

また、海外においては各国・地域の基準や社会環境に即して飼養された鶏卵の調達を行っています。

なお、キューピーグループが調達する鶏卵以外の畜産物については、農林水産省が制定した畜種毎の『飼養管理等に関する技術的な指針』を参考にしながら、アニマルウェルフェアに配慮された飼養状況の確認を着実に進めています。

◆2024年度の取り組みの状況

- ・AWに関するサプライヤー監査の状況
- ・CF飼養卵を使用した商品提案の状況

◆CF飼養への取り組みについて

- ・国内の養鶏事業者口支援するとともにその普及に努め、市場づくりと拡大にも取り組む

◆取り組みの目標について

- ・グローバル、リージョンに分けて目標を設定

2. 普及と市場づくりの取り組み事例 ~ 蔦屋書店 “AW、CF” をテーマにしたポップアップフェアを開催 ~

目的； AWやCF飼養の認知、市場啓発と当社グループの取り組みへの認知・共感の醸成



<当社展示・表>

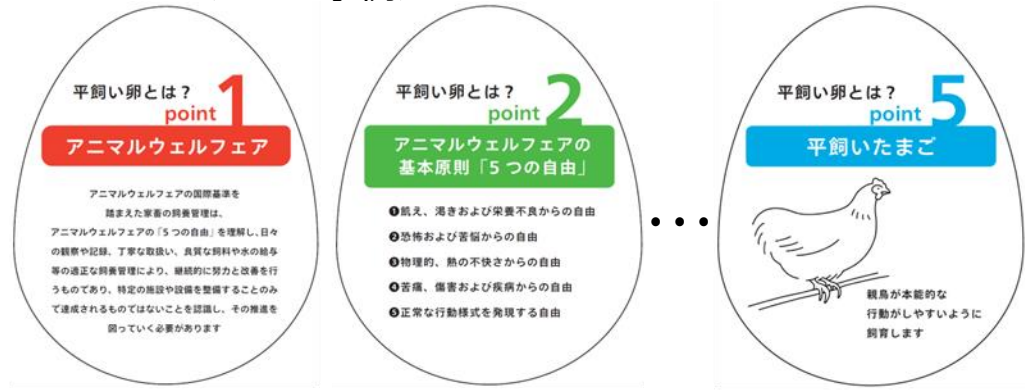


<全景>



<当社展示・裏>

←新村先生の書籍、日本動物福祉協会のパンフレットを配置



3. 業界団体としてのアニマルウェルフェアへの取り組み内容と事例



全国マヨネーズ・ドレッシング類協会

採卵鶏のアニマルウェルフェアについての協会の考え方と取組方針

今般、令和6年11月には、このような取組の一環として、採卵鶏のアニマルウェルフェアについての協会の考え方と取組方針を取りまとめました。

内容)

- 1) 採卵鶏のアニマルウェルフェアをめぐる国内外の情勢
- 2) 日本における採卵鶏の飼養動向
 - ・9割以上の農業者で効率的なケージ飼いを採用、国内の旺盛な鶏卵需要を充足する安定供給を支えている
- 3) 採卵鶏のアニマルウェルフェアに関する当協会の考え方について
 - ・養鶏産業の持続的な発展確保において、AWに沿った飼養管理の取組が、日本固有の自然環境や狭い国土などの地理的な制約、生で卵を食べる食習慣等に対応される形で推進されていくことが重要
- 4) 当協会のこれまでの取組
 - ・2021年より農水省、畜産関係団体、アカデミアとの意見交換等を実施
- 5) 今後の協会の取組方針

事例)

東京農工大学の先進的な動物福祉モデル鶏舎「Unshelled」を視察、新村毅農学部教授と意見交換



4. これまで以上に重要になるアニマルウェルフェアの認知向上

AWに配慮した飼養に積極的に取り組む生産者

背景

- ・ 飼養環境の改善
(鶏舎や設備の改良や投資によるコスト負担増加)
- ・ 飼養に必要な手間や人手の増加、生産性の低下

生産コストup要因

懸念

- ・ 販売先や消費者には何も伝わらない取り組み努力
- ・ 取り組み努力が合理的な価格形成に反映されない
- ・ 食品産業全体としてAWへのモチベーション停滞

AW向上に取り組むことが産業の価値向上と

持続性に繋がる動きを作らないといけない

- ✓ 第三者認証的な取り組み努力の表示
- ✓ 生産者の取り組みの意義の認知啓発
- ✓ バリューチェーン全体での認識の統一



- ✓ 消費者の選択機会拡大、取引の円滑化