「アニマルウェルフェアに関する意見交換会」（第5回）議事概要

1 開催日時

令和7年7月16日（水）午後3時～午後5時15分

2 開催場所

農林水産省別館地下1階共用第5会議室（Web併催）

3 出席委員

池戸 重信	一般社団法人消費科学センター 代表理事
石川 輝芳	株式会社しわひめスワイン 代表理事
奥村 正裕	北海道大学大学院獣医学研究院 教授
近藤 康二	公益社団法人中央畜産会 専務理事
齋藤 利弥	全国女性団体連絡協議会 事務局
佐々木 信弘	全国肉牛事業協同組合 理事長
佐藤 勸	全国農業協同組合連合会 畜産総合対策部 部長
佐藤 美行	群馬県農政部家畜防疫対策室 家畜防疫対策専門官
新村 毅	東京農工大学大学院農学研究院 教授
竹内 正博	株式会社イシイ 代表取締役社長
竹ノ井 伸光	株式会社ミヤチク 取締役
寺田 文典	元 東北大学大学院農学研究科 教授 【座長】
信岡 誠治	元 東京農業大学農学部畜産学科 教授
菱沼 達郎	日本ハム株式会社 食肉事業本部 国内食肉第一事業部長
福田 英仁	茨城県農林水産部畜産課 課長
富士 聡子	オイシックス・ラ・大地株式会社 執行役員
町屋 奈	公益社団法人日本動物福祉協会 獣医師調査員
松尾 邦光	一般社団法人日本成鶏処理流通協会 会長
宮 真二	日本ケンタッキー・フライド・チキン株式会社 上席執行役員 商品本部 副部長 兼 品質保証部 部長
宮澤 正紀	イトップ・バリ株式会社 戦略本部 副本部長 兼 環境推進室長
持田 慎吾	日本マクト・カルト株式会社 コミュニケーション&CR 本部渉外部 マネージャー
森 佳光	キューピー株式会社 グループコミュニケーション担当 シニアアドバイザー
森川 尚孝	株式会社明治 調達本部 酪農部 部長
森田 満樹	一般社団法人Food Communication Compass 代表
八木 淳公	公益社団法人畜産技術協会 常務理事
米山 大介	株式会社ホクリヨウ 代表取締役社長

4 会議の運営

(1) 委員の交代

全国酪農業協同組合連合会の津田前委員の後任として飯島氏が、日本マクドナルド株式会社の青木前委員の後任として持田氏が、株式会社明治の引地前委員の後任として森川氏が、群馬県農政部米麦畜産課の今井前委員の後任として茨城県農林水産部畜産課の福田氏が、千葉県東部家畜保健衛生所の石川前委員の後任として群馬県農政部家畜防疫対策室の佐藤氏がそれぞれ委員となった。

(2) 事務局等の説明

- ・ 資料4に基づき、事務局から「アニマルウェルフェアに関する飼養管理指針」発出後の取組について報告。
- ・ 資料5及び資料6に基づき、意見交換会委員から、近年のアニマルウェルフェア（AW）に関する取組について紹介。

5 議事概要

【「アニマルウェルフェアに関する飼養管理指針」発出後の取組について】

(1) 指針に関する説明会の実施状況について

- 展示会を開催した際、各種講演も行ったが、その中でAWは豚熱や鳥インフルエンザ等の疾病に次いで関心が高く、農業高校の生徒の姿もあった。また、AWに対応した飼養管理を行うため現場ではどのような設備が必要になるかという点で、機械メーカーの関心も集めていた。
- AWの普及については、都道府県や団体に向けて講演を実施した際、口頭での説明の方が理解しやすいという声をいただいております、対面での説明に効果を感じている。
- 昨年12月に開催したAWに関するシンポジウムでは、約400名の参加者のうち100名ほどが畜産物を取り扱う業者や流通の関係者であった。このような方たちも興味を持っているので、生産者だけではなく、関係する事業者や消費者も一緒になって、日本が目指すAWについて議論していく必要があるのではないか。
- 消費者団体の内部でも県組織では、AWについて認知していない者が多くいるのが現状。消費者への普及を行う消費者団体にもう少し説明が届くようにしていただきたい。
- 昨今、農畜産業に対する消費者の関心の高まりを感じる。消費者へ最も伝わる方法は、現場を実際に見てもらうことだろう。体験プログラム等に参加した消費者が発信者となって情報が拡散され、広く普及するケースもある。流通の立場からは、引き続き、現場体験のような機会を提供する活動に取り組んでいきたい。

- 生産現場を訪問する中で、人によって AW の解釈が異なるように感じる。事例を写真で紹介するなど可視化することで、認識のすり合わせが出来るのではないかと感じる。
- 消費者が関心を持つのは、自分が手に取る商品に限られてしまい、AW 以前に畜産業そのものが消費者から遠い存在になっている。消費者団体としても、普及を担う職員が農場を視察し現場の実態を勉強することで、言葉に説得力が生まれてきているように思う。今後は、AW の認知度や理解度について、消費者や小売業等の方々を対象としたアンケート調査をしていただき、普及啓発につなげていただけるとありがたい。
- 豚の生産者団体では、国の補助事業を活用し、生産現場で長く掲示できる耐久性のある AW に関する啓発資料を作成して、全会員に配布している。日々、目に触れることでも啓発につながるという意見も聞いている。
- 消費者の理解醸成については、日本の生産現場を理解していただくことが重要。例えば、ヨーロッパにおいて豚の AW が進んでいると言われているが、設備が整っているだけで生体は丁寧に扱われていないと耳にすることがある。海外の整った設備は見栄えが良いので消費者への印象は良いだろうが、日本の AW に配慮した飼養管理は、海外とアプローチが異なることも理解してもらう必要があるだろう。

(2) 指針等の英訳状況について

- 国が指針の英訳を示したことで、日本の取組について国外とコミュニケーションをとる際に正確に伝えることができるようになった。大変有難く思う。

(3) WOAH コード (AW 関係) の改正状況について

- WOAH 総会において、カナダから「照明」を重要視する意見が出されており、肉用鶏業界として、適切な暗期の設定についても取り組んでいくことが大切と思う。

(4) 指針の取組状況の調査と達成目標について

- 指針の認知度が 100%に届かなかったことを残念に思う一方で、例えば、鼻環の取扱いに関する項目の実施率は 99.3%と高く、日頃から行っている飼養管理が実は AW につながっていることだと生産者に認識してもらう必要があるだろう。日々の飼養管理をきちんと行っていれば、自ずと AW に配慮した飼養管理になるということの理解が進めば、指針の認知も進むのではないかと感じる。

- 生産者が、指針に沿った飼養管理が出来ているか等について、相談できる窓口があると良いのではないかと。また、県の畜産試験場等が率先して AW に配慮した飼養管理に取り組み、現場のモデルケースになることも重要。そうした公的施設では地元住民に向けたイベントを催すこともあり、その場で AW に取り組む姿を紹介できれば、消費者への情報発信として有効ではないかと。
- 指針の取組状況に関する調査の回答者数は、生産者全体のどの程度をカバーできているのか。また、畜種ごとに取組が進んでいない項目があるが、なぜ推進されないのか原因を分析してほしい。生産者への普及については、防疫上の理由で他農場に出入りすることが難しいため、モデルケースの映像化等を通じて広く啓発すると良いのではないかと。
- 肉用鶏の調査結果からも分かるように、輸送段階に課題があると認識している。
- 日本の AW の指針では、と畜に関する部分はなく、取引先からは中途半端との意見がある。AW は生きてから死ぬまでを対象としているのではないかと。海外では生産から解体（と畜）までの一連とされており、日本が少し足りないのは確かなので、議論を進めるようにしてほしい。

【事務局】

- ・ 生産現場の方々の相談先となるような人材育成について、今後、検討していきたい。
- ・ 調査回答数については、畜種ごとに母数が異なるので一概には言えないが、牛は全国の農家戸数の 1 割弱、豚や採卵鶏は 2 割程度を占めており、一般的な統計調査を踏まえると、全畜種において統計的に十分なサンプル数は確保できている。取組が進んでいない項目については、個々の農家によって状況が異なるため、今後の検討会等の場で有識者に意見をいただきつつ、分析を進めていきたい。
- ・ と畜は、農水省が直接所管しているものではないが、食料システム全体でみると無関係ではないため、関係省庁と連携してまいりたい。

【近年のアニマルウェルフェアに関する取組について（委員からの取組紹介）】

- 様々な AW に関する認証の動きがあることは喜ばしいが、アメリカでは商品に多様なラベルが貼られ、消費者がその意味を理解していないことがあり、そうすると何のための認証なのか分からない。日本では、消費者に伝わる統一的な認証ができればよいと考える。また、ケージフリーを争点にした認証では生産者のモチベーションが上がらない。日本で行われているきめ細やかな飼養管理は誇るべきことであり、ケージ飼いの中でも AW への配慮に応じて段階的に評価するといった認証の仕方もあるとよいのではないかと。

- 生産者側の AW の課題には、コストの他、衛生面での管理が難しくなることもある。現在、日本の農家はきめ細かな管理をしており、卵の品質や安全性は世界一と考えるが、例えば、採卵鶏でエンリッチドケージやケージフリーを導入すると、集卵コストの上昇や糞便との接触等に伴う疾病リスクの増大なども懸念される。このような中で鶏の健康や卵の安全性を担保していくためには、飼育管理コストの増加が想定されるため、生産者に何を求めるのか、消費者にも実態を十分理解していただいた上で考えていただく必要がある。
- アメリカの鶏卵生産者団体は、生産者の 9 割がバタリーケージである状況を踏まえ、まずはバタリーケージのガイドラインを作成し、段階を追ってケージフリーのガイドラインを作成した。日本も同様に、混乱を避けるためにも、まずはバタリーケージでどのような AW の取組ができるのかを科学的な知見に基づいて議論を進めてほしい。そのためには科学諮問委員会の設置が必要と考える。

採卵鶏の命の尊厳に対する適切な配慮として、廃鶏や雄雛の取扱いにおける対応を教えて欲しい。
- ケージフリーの拡大に伴う巢外卵の発生に懸念がある。欧米では巢外卵の流通は禁止である。日本では、業界として産卵から 21 日間までを卵が生で食べられる賞味期限として設定しており、巢外卵が増えていくとこのルールが守られなくなる恐れがある。また、平飼い時の寄生虫対策として、海外では駆虫剤が使用されているが、日本では使用できない。食品衛生を確保するための条件整備もともに考えていく必要がある。
- 多段式平飼いでは上中下の 3 段があり、それぞれの段に巣箱がある。鶏の育成期から上段や中段に飛び上がる訓練をしなければ、下段の巣箱にばかり産卵が集中し、あぶれた鶏は床に産んでしまい巢外卵となる。通常の育成ケージではその訓練が出来ないので、育成期からケージフリー用の設備で訓練することが大事。お金と手間はかかるが巢外卵をほとんど無くすることは出来る。
- EU 加盟国では、ブロイラー種鶏の巢外卵も原則として孵卵場でのひな生産用途に使用できないが、日本では規制されていないとの認識。

食品産業全体として AW のモチベーションが停滞することを懸念事項として整理されているが、実際の状況はいかがか。
- 「食料・農業・農村基本法」が改正され、消費者の役割に「食料の持続的な供給に資するものの選択に努める」という条文が加わった。消費者が選択する際の判断基準として認証制度がある。方法論として製品認証なのかマネジメント認証なのか、また、その基準に、これから検討される達成目標をどう関連付けるか等、検討すべき事項は多岐にわたるだろうが、海外の模倣ではなく、日本型の制度とすることで、消費者の理解や選択に資するものに結び付くだろう。

- 日本は国際基準に沿った指針を推進し、生産者はその指針に沿った取組を進めているが、消費者の多くはEUの方策を求めることが多い。EUはEUの事情を汲み、法律や規則を策定しているので、日本の現状を知った上で、どういうものを望むのか消費者等と対話をしながら検討することが必要。認証の取組を進めるのであれば、関係者間で日本では何を求めていくのかを明らかにし、それに合わせた認証を検討する必要があるだろう。

- 認証制度の例として、JAS規格に言及があったが、過去にはJAS規格を作っても取得者が少なく、認証製品が市場で見られないということもあった。また、エシカル商品などを謳ったブランディングに取り組まれている企業もあると承知しており、国が認証を作ることで、こうしたフレキシブルな取組を阻害する恐れがある。統一的な認証の取組は、機が熟すのを待つなどタイミングも大事ではないか。

〔説明者〕

- ・ 廃鶏や雄雛の対応については、現状、具体的なものがあるわけではなく、例えば、卵内雌雄鑑別など、日本にあった技術開発や研究があれば積極的に支援していくとの考えである。
- ・ モチベーションに関しては、実際に現状低いということではなく、消費者の認知が高まっていかなければ、生産者の意欲が停滞してしまうのではないかと推測に基づく懸念としてお示しした。カテゴリーリーダーとして、多様なニーズに応える使命と先頭に立ってAWに取り組んでいく立場にあると考えている。
- ・ AWの取組に関する消費者への伝え方と適切な価格転嫁の仕組みを考えたときに、統一的な第三者認証がよいと考えている。認証が乱立することは、生産者と消費者の双方に混乱を生じさせてしまうのではないか。また、認証コストが高くなってはいけませんが、行政だけでなく民間のリソースも活用することでコスト圧縮の可能性もあると考えており、産業全体として考え、関わっていく必要があるだろう。

【次回の開催について】

〔事務局〕

- ・ 次回の開催については、座長と相談の上、開催期日、議題等を各委員にご連絡したい。