

<その他>

日 EU 経済連携協定，アニマルウェルフェア，倫理的消費

—認定 NPO 法人アニマルライツセンター代表理事 岡田千尋さんに聞く—

聞き手 山口 拓 美

はじめに

2017年7月、日本と欧州連合（EU）は経済連携協定（EPA）交渉で大枠合意した。日本の主要メディアは欧州産のワインや畜産物が買いやすくなるメリットについて、また我が国の畜産農家への支援の必要性について大きく報道したが、EUのアニマルウェルフェア（動物福祉）政策に言及することはなかった。しかし、EUでの畜産物生産は家畜のウェルフェアの向上を目的として導入されたEU指令の下で行われており、日本とは著しく異なった飼養管理方式が採用されているため、その日本への影響を検討する必要がある。例えば、日本で採卵鶏の飼養に最も多く使用されているタイプのケージは、EUでは鶏のウェルフェアに反するとして禁止されており、また日本で普通に行われている妊娠豚のストール飼育も禁止されている。日欧EPAが発効することになれば、こうしたEUの動物倫理や動物福祉法が日本の畜産物市場にも影響してくることは避けられないと考えられる。少なくとも現行の平均的な飼養管理方式で生産された日本の鶏卵や豚肉がEU市場で大いに受け入れられるということは考えられない。欧州では消費者が小売店で畜産物を選択する際、アニマルウェルフェアが重要な判断材料となっているからである。しかも、欧米のアニマルウェルフェアに関わる倫理的消費の動きは、東京オリンピック・パラリンピックを通して、すでに日本にも影響を及ぼしつつあるといえる。

東京オリンピック・パラリンピックとアニマルウェルフェアの関係については、枝廣淳子氏の論説「私たちの食べている卵と肉はどのようにつくられているか——世界からおくれをとる日本」（『世界』2017年6月）が極めてタイムリーで有益な情報を提供している。この論説で枝廣氏は、鶏や豚に苦痛を与える卵および豚肉生産の実情を紹介し、家畜のウェルフェアに対する配慮の点で日本はEUおよび米国の諸州と比べて著しく劣っているだけでなく、中国やインドよりも劣っていること、高いアニマルウェルフェア基準に基づく食材調達を実施したロンドン五輪やリオ五輪から東京五輪が大きく後退する恐れがあること等を指摘するとともに、エシカル消費（倫理的消費）の重要性を訴えている。筆者（山口）は、「経済と倫理」をテーマとする授業（3年次のゼミナール）で同論説を取り上げ、出席した16名の学生たちにアニマルウェルフェアについて自由に論じ合ってもらったが、その際の彼らの議論の展開はかなり興味深いものであっ

た。まず、同論説を読む以前に「アニマルウェルフェア」「動物福祉」という語を知っていた学生は一人もいなかった。また、これらの語が指示する事柄について何らかの知識を持っていた学生も一人もいなかった。当初、彼らの家畜に対する考えはかなり冷淡なものであり、家畜の苦痛の軽減よりも畜産物価格の安さを優先する意見の方が圧倒的に多かった。しかし、テキストに即した議論を重ねた結果、最終的には8%から16%程度の価格上昇であれば、EUのようにケージを大きくしたりケージによる飼養を禁じたりする措置も法改正の選択肢として十分にあり得るという意見が多数を占めた。筆者は学生間の議論を誘導するようなことはせず、もっぱら聞き役に回り、画像や映像を見せるようなことも一切しなかった。それにもかかわらず、当初のアニマルウェルフェアへの違和感が理解へと変化していく過程を見て、このテーマが今後、主要メディアに多く載るようなことになれば、消費者の意識が急速に変わり、それに対して企業や農家や政府が対応を迫られることになる可能性が大いにあることを感じた。ただ、その一方で、倫理的消費の有効性については学生の間にも筆者にも疑念が残り続けた。デフレ傾向が長く続いてきた我が国で、果たしてどれほどの人々が倫理的に正しいという理由だけで通常の卵より価格が高いケージフリーの卵を選ぶであろうか。

そこで、アニマルウェルフェア関連の運動や倫理的消費の現状と今後の見通しについて理解を深めるために、枝廣氏の上掲論説の中にコメントが取り上げられているNPO法人アニマルライツセンターの岡田千尋代表理事に直接お話を伺うこととした。以下はその一部である。インタビューは2017年8月4日に渋谷にあるアニマルライツセンターの事務所で行われた。

インタビュー

山口 アニマルライツセンターのホームページを拝見しますと、アニマルウェルフェア関係の情報がとても充実していますが、鶏や豚などの畜産動物については、アニマルライツセンターの皆さんはアニマルウェルフェアの向上を目的として活動していると理解してよろしいのでしょうか。

岡田 私たちは2通りの活動をしています。畜産動物がいなくなるというのは、ほとんどありえない話なので、動物の福祉を向上させる活動をしています。同時に畜産物の減少ということにも取り組んでいます。将来的には動物利用をなくしていきたいというのがアニマルライツですが、その過程で動物利用があるかぎりにはアニマルウェルフェアが絶対必要であるという考え方に基づいていますので、活動自体の多くはアニマルウェルフェアに関する活動になっています。

山口 日本とEU（欧州連合）との経済連携協定（EPA）に近い将来実現しそうです。EUには鶏や豚、牛などのウェルフェア（福祉）の向上を目的とする極めて詳細な法規制がありますが、日欧EPAを契機に日本でもEU指令のような動物福祉法が導入されるということはあるのでしょうか。

岡田 EU 指令のような形のものがあるとすぐに導入されるとは思っていません。ただ、動物愛護法の改正が2018年にありますので、少なくとも国際基準に即した形での動物愛護法の改正が必要です。2020年に東京オリンピック・パラリンピックがありますが、その時に国際基準である OIE（国際獣疫事務局）コードをクリアするような法規制がないと国際社会の中でやっていけないはずであると考えています。動物愛護法の見直しは5年毎と決まっていますので、次の改正で実現できなければ、畜産動物のウェルフェアに関してだけの法規制が導入できるように活動したいと思っています。この3年が勝負時でもありますので、ここで一気に海外に追い付き追い越せという機運を高めていきたいと思っています。

山口 日本の動物愛護法ですが、この法律には畜産動物は入っていないのではないですか。

岡田 入っています。全体のものとして畜産動物も実験動物も入っているんです。ただ、動物取扱業から抜けてしまっています。しかも畜産動物に関しては1つも条文がないので、動物愛護法には畜産動物が入っていないような感覚を皆さんお持ちですし、畜産業者の方々も実際にそのように思っていると思います。

山口 動物愛護法の改正の時に、畜産動物についての条項を入れようということですね。

岡田 そうです。

山口 ところで、アニマルウェルフェアのための啓発・ロビー活動をしていらっしゃるわけですが、主な働きかけの対象はどのような人々や団体になりますか。政治家、農水省、環境省、畜産農家、食品関連の企業、消費者、あるいは一般市民でしょうか。

岡田 結局全部やっています。企業に行くと消費者の意識が上がっていないと言われますし、消費者は逆に選べるものがないと言いますので、両方やることになります。企業に対してリーダーシップを求めていくという行動が、消費者に対しても啓発になっていきます。例えば、企業や国に向けた署名活動を通して消費者がアニマルウェルフェアを知っていくということになります。私たちの基本はそうした消費者運動ですが、その中で行政のリーダーシップも必要になってきますので、農水省と厚労省にお願いするわけですが、農水省や厚労省に動いてもらうためには国会議員を通さなければならないということで、国会議員にもお願いに行きます。

山口 企業ですと、どのような企業が働きかけの対象になりますか。食品加工会社でしょうか。あるいはスターバックスやマクドナルドのような外食関係の企業でしょうか。

岡田 両方やっていて、例えば日本ハムさんは販売もされていますが、メインは生産加工なんですね。そういうところにも行きますが、消費者と一番近いところに働きかけるという点でいくと、小売店、それからマクドナルド、すかいらーくのようなところに対する運動の方が比重は大きい

といえますね。

山口 小売店というとスーパーやコンビニですか。

岡田 そうですね。

山口 日本ハムさんに対する働きかけについては、例えば豚を狭いストールに閉じ込めるなどか、そういうことですか。

岡田 そうですね。メインはやはりバッテリーケージと妊娠ストールの廃止ですので、日本ハムさんですと妊娠ストールと豚の去勢について要望させてもらっています。それから日本ハムは屠畜場も持っていらっしゃるようですので、そこでのアニマルウェルフェアの改善も求めています。

山口 で、そのような働きかけをされていて、その際の反応についてお聞きしたいのですが、消費者の反応ですと、スーパーでアニマルウェルフェアに配慮した商品が売られていないとか、そのような反応が多いのでしょうか。

岡田 そこまで言うてくださる人は、実際には少ないですね。そもそもどうしてアニマルウェルフェアが必要なのか、という反応が一番多いです。ただ、理解してくださる方は一気に理解してくださります。「こんなひどい飼われ方をされていたのか。初めて知った。なんとかしなくては」といった感じです。欧米から大きく後れを取っているという話をするとかなり理解を得られやすいです。

山口 イギリスのような国では、消費者がそういう情報に触れる機会が多いのでしょうか。

岡田 そうですね。昔から RSPCA（王立動物虐待防止協会）とかが活動していて、畜産業での動物虐待が告発されたりニュースになったりする機会がかなり多いですし、日本だとタブー視されてしまう屠畜場の問題もメディアがきちんと取り上げるんですよね。同じような養鶏場の映像でも日本のメディアは関心を示さないのに、欧米のメディアは関心を示して報道しますので、メディアリテラシーみたいなものもだいぶ違うんだらうなと思います。それから、やはり欧米は動物のウェルフェア団体が大きいですね。広告もかなり打っていますし、規模が違います。

山口 動物福祉団体が大きいから消費者の関心が高まるのか、消費者の関心が高いから動物福祉団体が大きくなるのか、どちらなのでしょうね。

岡田 どちらがということでもないと思いますが、イギリスでは1960年代からもうアニマルウェルフェアという問題が浮上っていて、国会レベルでも市民レベルでも議論が行われてきたことがやはり大きいと思います。

山口 企業の方の典型的な反応については、先ほども少し言及されましたが、消費者の関心が低いので企業としても取り組みづらいというものになるのでしょうか。

岡田 そうですね。ただこの1年くらいの間でかなり大きく変わってきているように思います。多くのスーパーマーケットが3年くらい前から平飼いの卵をどんどん導入しはじめています。もちろん欧米のようにきれいに入れ替えという感じにはならないんですが、少なくとも一商品は入れるようになっていて、それがだいぶ増えています。それ以前はアニマルウェルフェアという言葉も知らないくらいに関心度だったと思います。CSRの担当者ですら知らなかったという状態だったと思うんですけど、去年、一昨年くらいからだいぶ変わってきていますね。

山口 岡田さんたちの働きかけが実を結びつつあるということでしょうか、一方で行政からの働きかけなどもあるのでしょうか。

岡田 行政もやはり東京オリンピック・パラリンピックのために去年からアニマルウェルフェアという言葉については色々なところでだいぶ発信はしているように思います。JGAP (Japan Good Agricultural Practice) を作ってそれを周知しはじめたりとか、企業に出向いて話をするといいことをかなりやっつけていらっしゃるようなので、だいぶ変わってきていますね。

山口 東京オリンピック・パラリンピックって、やっぱりかなり大きなことなんですね。

岡田 そうですね。でも東京オリンピック・パラリンピックだけではなくて、中国、韓国、メキシコ、ブラジル、南アフリカ、タイなどを含む世界の勢いがこの1、2年かなり上がってきているというのも大きいと思います。軒並どの企業もケージフリー宣言を、少なくとも2025年までにはケージフリーにするという発言をしているような状態ですので、これはやはり効いているみたいですね。養鶏業者さんもかなり気にしはじめているという話を聞いたりもしています。

山口 なるほど。アニマルウェルフェアについては、欧米が大きく先行していて、日本の行政や企業や農家も最近はその影響を受けつつある、というところのようですね。しかし、それにしてもなぜ日本ではアニマルウェルフェアの取り組みが遅れているのかということに関してですが、この分野の第一人者の佐藤衆介先生は、「動物の愛護及び管理に関する法律」に出てくる「愛護」という概念が「ウェルフェアを進展させる上での障害になっているのではないか」と言っておられますが、この点について岡田さんはどう考えますか。佐藤先生のお考えに賛成ですか。

岡田 賛成です。やはり「動物の保護及び管理に関する法律」が「動物の愛護及び管理に関する法律」に変わってしまったところから少しおかしなことになっているのかなという気がしてなり

1 枝廣淳子「私たちの食べている卵と肉はどのようにつくられているか——世界からおくれをとる日本」『世界』岩波書店、2017年6月、219ページ。

ません。「愛護」という言葉はちょっと観念的すぎますし、動物を具体的に守ることができる言葉ではないと思っています。ウェルフェアというのは科学的にどうしたら動物の行動欲求を満たせるのかといったことを考えていくものなので、根拠がきちんとあったり科学的であったりするものなのですが、この「愛護」の「愛」という言葉は非常に観念的で感情的なものであると印象づけていくんですよね。ですので、そんな動物に聞いてみないと分からないじゃないという意見が出てくるわけなんです。私たちは法改正で「愛護」に代えて、あるいは「愛護」という言葉が残ってもいいのですが、「福祉」という言葉を入れるべしという提案をしているので、そこに「福祉」が入ってくれば多少変わってくると思っています。

山口 私の眼から見ると、「愛護」という言葉は犬猫にはピッタリ合うのですが、畜産動物には合わないように見えます。畜産農家の方々が鶏や豚や牛を愛してしまうと出荷しづらくなるでしょうからね。

岡田 私は犬猫についても「愛護」は良くないかなと思っています。例えば繋ぎ飼育で番犬として飼っている犬で、ほとんど散歩に連れて行ってない、糞もその辺に転がっているというような所に、行政の方に指導に行ってもらっても、愛情はあるんですよと言われます。全然そういうことじゃないですという話をしても、でも愛情を持って接しているんですよと言われると話があまり前に進まなくなります。やはり犬猫のように終生飼養するものであっても「愛護」という言葉は適切ではないと思います。ごまかしの文化が反映されているように思います。「愛」は人によって定義も違いますし、種類も違いますので、それに基づいて行政が指導を行う法律用語としては望ましくありません。

山口 なるほど。飼い主に愛情があるかないかと、飼われている動物の福祉水準が客観的に見てどうなのかは、また別の問題ですね。主観的にはどれほど愛情があっても、それが飼い方に表れない場合も確かにあるでしょうね。分かりました。ところで、ホームページに出ていましたが最近、九州にある放牧方式の養鶏場を調査してきたんですね。

岡田 はい、そうです。

山口 それによると、その農場で生産された卵は1個100円ということでしたが、売れるんでしょうか。放牧であればアニマルウェルフェアの観点からは鶏の飼養の仕方として最も望ましい方式かとは思いますが、スーパーで買い物をするときに、1個100円の卵とバッテリーケージで生産された1個20円の卵が売られていた場合、100円の卵を選ぶ人は多いとは思えませんが。

岡田 売れていますよ。だいたい通信販売で売っているんですけども、あれはあれで需要があって、高ければ高いほど売れたりもする業界のようです。

山口 味もかなり違いますか。

岡田 あそこは特別な方法で生産するので、味もいいし栄養素も違います。

山口 一般の消費者としては味が良ければ多少高くても買うかもしれないけど、卵にはそんなに味の違いが出ないのではないのでしょうか。目玉焼きにして、塩やコショウをかければ放牧卵もケージ卵もいっしょじゃないかと思いますが。

岡田 味はともかく、放牧だと栄養素が違うと言われているので、その辺は消費者のメリットだと思います。ただ、欧米で広がってきているのは純粋にアニマルウェルフェアの点で広がってきているので、味が良くなければ買わないという考え方のままだとよろしくないということでしょうね。そもそも卵が安すぎるというのが一番の問題で、もともと本来だったら1個70円、80円するものだと思うんですね。今は安かろう悪かろうで売られている状態です。

山口 欧米ではアニマルウェルフェアという倫理的な理由で高い卵を選ぶという消費者が多いのですか。

岡田 ええ、もうそちらの方が多くなっています。スーパーでもほとんどがフリーレンジ（放し飼い）の卵の棚になっていて、端の方に小さくケージ飼育で生産された卵が置かれているという状態ですので、全然違います。欧米には認証マークが色々あるので、認証マークが付いているのを選んでいきますし、例えばお肉でも星が3つ付いているような認証マークがあるのですが、星が1つでも付いている方が選ばれます。もちろん星3つが一番いいのですけれども。ともかく、そういう選び方をする消費者がかなりいますし、そういう製品から売れていくというようになっています。

山口 そうすると、市場での消費者の選択によって、ケージ飼育で生産された卵が淘汰され、少なくなりつつあるということでしょうか。

岡田 そうですね。ヨーロッパなどでは半分以上の卵がケージフリーになった国も出てきています。EUではすでに法律によってエンリッチド・ケージに移行していますが、エンリッチド・ケージもやはり良くないということで、ケージフリーが主流になってきています。2025年までにはケージ飼育はほとんどなくなっていくと予想されています。日本でも2030年頃までにはなんとかならないかな、ということで私たちも運動しているところです。

山口 そうですか。実は私も消費者による選択ということについては大学のディスカッションの授業で取り上げて、学生たちの意見を聞いてみたことがあるのですが、否定的な意見の方が多かったですね。つまり、倫理的に正しいからという理由で消費者がより価格の高いケージフリーの卵を選択し、その結果としてケージで生産された価格の低い卵が淘汰されていく、ということ

は実際には起こりそうもない。やっぱり消費者は安い卵を選択するのではないが、少なくとも自分はそうするだろうという意見の方が多かったです。

岡田 欧米と日本とで何が違うかという、やはり知っているか知らないか、見たことがあるかないかですね。こういうもの【パソコンの画面に養鶏場の映像が映し出される】を見てもらくと、意見もだいぶ違ってきます。欧米の動物保護団体は畜産農場の実態を撮影した映像などを組織的にどんどん集めてきて公開するのですが、私たちはなかなかそこまでできていないですね。ここが大きな違いです。ただ、これは日本の映像です。

山口 これは特にかわいそうな所だけを集めた映像というわけではないのですか。平均的な普通の鶏たちの映像ですか。

岡田 かわいそうといえば、かわいそうな映像ではありますが、ただ何をもって「平均的な」というかです。先ほどの例えばこれなどは、ごく普通に生活している鶏の映像ですよ。これは日本のウインドウレス鶏舎です。

山口 なるほど。しかし、こうして映像を見てみると、放牧とウインドウレスとではずいぶん違いますね。今度、卵の味をじっくり比べてみようかなと思います。牛乳は明らかに違いますからね。以前、私の岩手の実家で中洞牧場の周年昼夜放牧の牛の牛乳を飲んでいましたが、あれは本当に美味しかったですね。あれならかなり高くても買います。やはり味がね、日本では味も大事じゃないでしょうか。日本ではフェアトレードもさほど定着していないようです。欧米の消費者は味よりも倫理に重きを置いて商品を選択する人が多いのかもしれませんが、日本人は倫理より味や値段じゃないですかね。それから安全性ですね。自分の健康のためなら高価な食品を買う人は少なくないでしょう。ただ、動物の健康のために高い食品を買う人がいるかどうか。日本の消費者はかなり利己的だと思います。欧米とは違って日本では消費者の利他的な倫理観にどれほど期待できるのか、やはり疑問ですね。

岡田 まず、安全性という点からもアニマルウェルフェアが推進されてきているということは日本人にとっては興味を引く内容だと思います。先日、韓国もフィプロニルなどの農薬を鶏に使わないためにケージフリーなどのアニマルウェルフェア配慮型の畜産に移行すると大統領が宣言したそうです。日本人の倫理観の話に戻すと、私たちが2014年に行った意識調査では、約85%の人がバタリーケージや妊娠ストールや繋ぎ飼育などの非倫理的な飼育方法を「変えてほしい」「代わりの方法があるなら変えてほしい」と答えています。この調査結果は日本人がもともと非倫理的な国民性であるわけではないのだと教えてくれます。ただ、現状を知らなさすぎますし、知ろうとしなさすぎます。知れば自分のライフスタイルや、社会を変えなくてはならないからあえて目を背けるという人すら多くいます。目を背ける文化、臭いものには蓋という文化に慣れず

ぎています。通常、よりひどい問題を抱えている状況から改善していくべきだと思いますが、手をつけやすく、ショックを受けない程度の問題から変えていくという不思議な現象が起きています。欧米のアニマルウェルフェアは、数が多く酷い状況であった畜産動物から生まれてきていますが、日本では一番後回しにされています。それでも製品の裏側にある非倫理性をなくした消費をしようというエシカル消費の議論が日本でも盛り上がり始めており、またヴィーガンという動物の犠牲を減らすことが目的であるライフスタイルが注目を集めるようになってきました。企業や国よりも先に、市民が反応し始めています。私たちの目から見て変化が見えてきているということは、日本人の利他的行動も増えてきているということなのだと思います。

山口 そうですか。そういうことだと、私もだいぶ考えを変えなければならないかもしれませんね。やはりヨーロッパは先進社会で、現在の EU が将来の日本の姿を示しているということなのでしょうね。