資料５

家畜のアニマルウェルフェア（ＡＷ）に関する論点整理（案）

（注：意見は順不同で、①などの番号は議論しやすいように付与。消費者及び生産者アンケートに記載されていたものは、それぞれ意見の後に（消費者）、（生産者）と記載。また、アンケート結果は、（アンケート）と記載。）

Ⅰ　家畜のアニマルウェルフェアを巡る情勢の分析

１　ＯＩＥのガイドラインをどのようにみるか。

①　ＯＩＥのガイドラインは、内容は同意できるものであり、国内の現状と大きな違いはない。

２　ＥＵにおける概念と動きをどのようにみるのか。

①　ＥＵ型の考え方で日本の方向を規定していいのか疑問。日本の食文化では子豚や子牛を食用とすることを避ける等、大きな相違がある。

②　ＥＵ指令は、ヨーロッパの価値観、宗教感に根ざしていることも考慮しなければならない。例えば、反捕鯨運動は宗教をベースにしたものである。

③　ＥＵの基準が科学的に全て正しいか疑問。また、ＥＵ基準があっても現に他地域から畜産物が輸入される等多様なニーズがあるのが実態。生産者抜きでＥＵ並の基準を作っても、結果として国民が不幸になるのではないか。

④　海外のアニマルウェルフェアの概念をそのまま日本へ入れるのは困難ではないか。（生産者）

３　米国における概念と動きをどのようにみるのか。

①　米国では、ＥＵとは異なり、生産者団体が科学的な根拠に基づいて、現実的な基準を定めガイドラインを作成し実施している。

４　日本におけるアニマルウェルフェアへの対応状況をどのようにみるのか。

①　ストレスは豚の生産性や肉質に悪影響を与えるので、各発育・繁殖段階の豚に対するストレスを最小に制御するよう努めている。（生産者）

②　群・個体管理を行う上で、ケージ飼育、ストール飼育は必要な飼育管理方法である。（生産者）

５　諸外国の動きが我が国の畜産物市場に与える影響をどうみるのか。

（海外からの輸入（ＷＱラベル等）への対応をどうすべきか？）

①　一部企業は、イメージ戦略の１つとして動物愛護を利用しており、畜産現場を十分踏まえた上で、基本方針や基準を決めているわけではない。

②　2010 年にヨーロッパからウェルフェア畜産物が輸入されることが予想され、日本の畜産物が消費者からそっぽを向かれることを危惧している。それまでに日本型のアニマルウェルフェアを確立していく必要がある。

Ⅱ　整理が必要と思われる課題

１　日本型アニマルウェルフェアはどのように考えるべきか。

（１）基本的な概念・スタンス

①　日本の豚肉の多くを輸入している状況で、ＥＵ並にアニマルウェルフェアを導入して生産性を下げたら、国内で生産する必要がないと言われているようなものであり、「愛護」という美しい言葉だけが先行することのないよう慎重な議論をお願いしたい。

②　アニマルウェルフェアを市場経済の中で定着させる場合、どのような体制をとりどのように進めるかが最も重要な課題である。消費者が国内生産者を支え続けてくれるような生産体制をいかにして作るべきか、方向性も含めてよく議論すべきである。

③　アニマルウェルフェアがイメージ戦略として使われているのではと感じる。安全性・健全性に関する誇大イメージ戦略は消費者無視に等しい。（生産者）

④　人間が、人間の立場や感覚、価値観、思考力で動物のことを考えてもアニマルウェルフェアにならないのでは。（生産者）

⑤　動物の生態をよく理解し研究した上で基準をもうけるべき。（生産者）

⑥　真に消費者からの意向であれば対応が必要であるが、上からの押し付けにならないように配慮して欲しい。（生産者）

（２）家畜（産業動物）と家庭動物の区分

①　家畜（産業動物）は、終生飼養される動物でないことから、愛護法の概念から切り離して、苦痛の軽減に重点を置くべきではないか。

②　伴侶動物であるペットと、経済動物である家畜は、管理の仕方は全く次元が異なるものである。（生産者）

③　豚舎は快適な飼育環境を作る場所との認識をしており、放牧飼養については、防疫上問題もある。（生産者）

④　牛は従業員と同じで、ちゃんとした飼い方をしないと生産があがらない。（生産者）

⑤　酪農家は、皆乳牛（動物）に対する愛情を持っている。経済動物ではあるが、家族の一員である。（生産者）

２　我が国での普及・啓発のあり方

（１）消費者の認識・行動等の現状

①　動物愛護に関心のある消費者は多い（８２％）。（アンケート）

②　動物愛護に対する関心の高さとは関係なく、動物愛護と聞いて産業動物を思い浮かべる人は少ない（６％）。（アンケート）

③　家畜を飼う産業に対して、価格と家畜の快適さのバランスが大切と考える人が多い（７４％）。（アンケート）

④　日常で肉や卵を買う時に重視していることは、鮮度、消費期限、価格、安全安心であり、家畜の飼い方へは関心が薄い（２％）。（アンケート）

⑤　家畜への動物愛護は考えたこともなかった。（消費者）

⑥　命を扱う以上、感謝の気持ちを忘れてはならない。（消費者）

⑦　全ての情報を開示し、消費者に選択できるようにして欲しい。（消費者）

⑧　安全安心を最重要視して欲しい。（消費者）

⑨　日本では安全安心という言葉が先行している感がある。（消費者）

⑩　美味しい卵やお肉を、より安全に、より安定した価格で提供して欲しい。（消費者）

（２）日本における好ましい普及・啓発のあり方

①　消費者に畜産の姿を知らせてアニマルウェルフェアをみんなのテーマとして共有することに力を注ぐ必要がある。

②　「生命倫理」のようなものをアニマルウェルフェアと関連して、教育現場とか消費者への情報提供の中にきちんと入れていきたい。

③　５年前のＢＳＥの際に感じたことは、あまりにも情報が不足していて、限られた情報の中で誤解されているケースに遭遇することが多かったことである。

④　食育等を進める中で、日本の子供たち、一部の消費者が「植物や動物の命をいただいている」という意識が薄いと思うので、正しく啓発すべきである。だからといって、食肉にする処理過程全てを子供に見せる必要はない。

３　アニマルウェルフェアへの取組みにより生じるコストの負担のあり方

（１）取組みにより生じるコストを誰が、どう負担すべきか。

①　アニマルウェルフェアによって生産費が高くなる分をどう負担するか。ＥＵでは、補助金やニッチ産業として対応しようとしている。

②　日本においても生産者や消費者の中にいろいろな意見がある。ＥＵ基準に則り日本で生産したら１～３割増ではなく何倍かになり得るが、日本の消費者に本当に受け入れてもらえるのかどうか調査して欲しい。

③　ＥＵでは直接支払いという措置があって、アニマルウェルフェアが成立するということを認識する必要がある。

④　経営の立場からすると、求められるアニマルウェルフェア水準によっては販売価格に転嫁する必要がある。（生産者）

（２）我が国におけるウェルフェアブランド

①　アニマルウェルフェアを重視した生産から消費までのチェーン開発を日本でどのように行うか検討した方がよいのでは。

４　「快適性に配慮した飼養管理等」と定義をし議論を進めてきたが、このままで良いか。また、日本語訳をどうすべきか。

Ⅲ　今後の取組みの方向

１　日本の畜産業の信頼を確保し消費者に安心感を与える取組みとはどのようなものか。

①　企業戦略として行うのではなく、家畜生産全体がアニマルウェルフェアに向くべきではないか。

②　ＥＵの５カ年計画のように計画的に定着させるようしていくことを検討することが重要である。

２　１の取組みとするためにはどのような調査・研究・検討が必要か。

①　ＥＵでもアニマルウェルフェアを議論する場合、消費者や生産者等全部の関係者を集めて議論をしている。

②　学問としてのアニマルウェルフェアをどのように作っていくか、研究体制の充実も議論していくのがよい。

③　アニマルウェルフェアを正しく理解できる人作りも重要であり、生産者から消費者までどのように意識を高めてもらうかの教育、専門家を育成するための教育や研修プログラムの検討を行ってはどうか。

④　牛に関しては、休耕田における放牧可能性についての実現性、費用や効果等モデルケースを調べるのもよい。

⑤　全体の生産成績等を落とさずに行える「日本式アニマルウェルフェア」生産方式確立に向けた産・学・官共同の体制の必要性を訴えたい。（生産者）

３　仮にアニマルウェルフェア・ガイドライン（ＡＷＧ）のようなものを作成するとすれば、どのようなものが好ましいか。また、ＡＷＧに盛り込むべき事項は何か。

①　アニマルウェルフェアと産業としての生産性向上とは基本的に同じ方向であり、生産者から消費者に対して、「行き過ぎであるというものがあれば少しずつ是正していく」と言った方が理解を得やすいのではないか。