



連載第 133 回

「アニマルウェルフェア畜産」の今(その5)  
シンポジウム報告：需要システムをいかに実現するか

立ち遅れている日本のアニマルウェルフェア(家畜福祉)畜産システムを発展させるには、需要市場の創出が欠かせない。生協や産直の宅配事業体、流通企業、料理人などが協働し、どのようなフードチェーンを開発できるかを議論するなかで、アニマルウェルフェア食品の可能性を探るシンポジウムが7月5日、東京都内で開かれた(主催はNGOの「農業と動物福祉の研究会」)。動物の生理に合う飼育方法など家畜福祉につながる実践例が紹介されたが、消費者の理解はまだまだ低い。シリーズの第5回は、需要拡大には関連食品の認証システムづくりが急務であることが浮き彫りになった、シンポのやり取りなどを報告する。



▲シンポジウムには全国各地から200人近い参加者が訪れ、事例報告などに耳を傾けた

◀放牧養豚の取り組みが静かに広がる。一般的な養豚場より長く飼育し、高品質の肉の生産につなげている

# 世界で進む家畜福祉による畜産革命 求められる価値観の転換と市場創出



## ケージ飼いを禁止したEU 国際基準の策定作業も進む

戦後、日本に導入された工業的な畜産から、健康的な飼育方法によって安全で高品質の食品を生産・供給する「アニマルウェルフェア(家畜福祉)畜産」へ転換していくには、新たな需要の開発が欠かせない。

取り組みが進むEU(欧州連合)では、家畜福祉基準が作成され、生産農家に対する補助金の支給も実施中。食品企業はアニマルウェルフェア商品の開発を進めており、世界市場を視野に入れた販路開拓にも乗り出している。

く、農林水産省も振興策に本腰を入れていない。そうした現状を変え、新たな需要市場を創出するために、消費者や流通業者、料理人などが協働し、どのようなフードチェーン(※注)一次生産から最終消費までの流れを開発できるかを議論しようというのが、このシンポジウムの目的である。

会場の日本獣医生命科学大学には、家畜福祉に関心を持つ200人ほどが全国各地から参集した。午前中は4人の研究者による国内外の現状報告、午後は民間の事例紹介があり、パネル討論で議論を深めていった。冒頭、同大学名誉教授で「農業と動物福祉の研究会」代表世話人の松木洋一さんは、EUの家畜福祉政策



アニマルウェルフェア食品の需要開発をテーマに開催したシンポジウムでは、研究者からの報告と生協や流通企業、料理人、小規模生産者による事例発表が行なわれ、認証システムづくりの重要性などについて議論した(7月5日、東京の日本獣医生命科学大学で)

は、畜産動物を「感受性のある生命存在」と位置づけた、1997年のアムステルダム条約議定書から始まった——と前置きして、現状を解説した。近年、EUは鶏のケージ飼育の全面禁止(2012年)や妊娠豚用のストール(柵)の禁止(13年)を決めており、オランダは18年までに雄子豚の去勢を廃止する方針を表明するなど、具体的な取り組みが進んでいるという。

日本を含む180カ国・地域が加盟するOIE(世界動物保健機関)は05年以降、国際的な家畜福祉の基準づくりを進めているが、今年の総会で策定予定だった乳牛の基準には反対論が強く、策定は来年に先送りされた。松木さんは「欧米から認証済みのアニマルウェルフェア畜産商品の輸出攻勢が始まると、日本の畜産は成り立たなくなる。全畜種の基準策定まで数年かかるので、その間に日本の畜産をどうするか議論しよう」と問題提起した。

研究者の報告の詳細は割愛するが、EU加盟国でアニマルウェルフェア畜産食品の認証システムが浸透し、ケージでの飼育禁止の流れを受けた対応を学ぼうと日本の大手養鶏業者

が大学してアメリカ視察に訪れているなど、興味深い話が続いた。**産直・無店舗型の生協は独自の取り扱い基準も設定**  
午後の部「消費者、流通企業、レストランにおけるアニマルウェルフェア食品の取り組み」で発表したのは8人。店舗を持たない生協、産直品の宅配事業体、量販店、放牧養豚や加工にも取り組む飲食店などを切り盛りする人たちである。

3つの生協陣営(生活クラブ、パルシステム、東都生協)は、産直事業を積み重ねてきた共通点を持つ。いずれも国産飼料を重視する循環型の農場と提携し、投薬を控えたり、非遺伝子組み換え(GM)飼料を使った放牧牛の肉や平飼い飼育の鶏卵などの産直を進めてきた。

生活クラブ生協連合会(32単協・組合員数34万人)は、05年に全中主催のシンポで家畜福祉の報告を聞いたのをきっかけに、5年前からこの問題の学習会や現地視察などに取り組む。同連合会事業管理部長の吉田弘之さんは「今後、アニマルウェルフェアの評価・飼養体系をどう作っていくかが重要と考えている。食べ

東日本大震災による津波の被害から生き残った豚を「有難豚(ありがとん)」と名付け、消費者参加型の豚の飼育をめざすのは、宮城県ホープ

チヨ・エルパソ」を経営する一方、幕別町の公共牧場跡地で1000頭ほどの放牧養豚に取り組む平林英明さん(昨年12月号で紹介)は、飼育期間を2カ月ほど延ばし、「どろぶた」のブランド名で出荷してきた。自社で加工も手がけており、最近では豚肉の脂質に含まれるオレイン酸に着目。一般の豚肉は含有率が20〜30%なのに対し、「どろぶた」は40%台に達するという。5日前に屠殺された豚の肉を会場に持ち込み、分析機器メーカーの職員が測定したところ、57%という高い数値が出た。

生協や(宅配事業体などの)生協的な活動は曲がり角にきている。職員・組合員教育のなかで、『なぜ家畜



会場ではエルパソ牧場産豚肉のオレイン酸含有率を測定する場面も。慣行飼育の豚肉の2倍近い数値を示した

帯広畜産大学講師で「北海道・農業と動物福祉の研究会」代表の瀬尾哲也さん(2月号で紹介)は、「いろんな人が声を上げ、商品にも

フルピッグ代表の高橋希望さん。サポーターの協力を得ながら新たなアニマルウェルフェア商品の開発を模索してきた経緯を語った(103ページに要旨を紹介)。

### 欠かせない価値観の転換 認証制度めぐり相次ぐ提案

こうした発表を受け、座長役の松本洋一さんがこう課題を提起した。

「家畜福祉は、畜産という産業の大革命であり、価値観の転換が伴う問題。アニマルウェルフェア食品を単

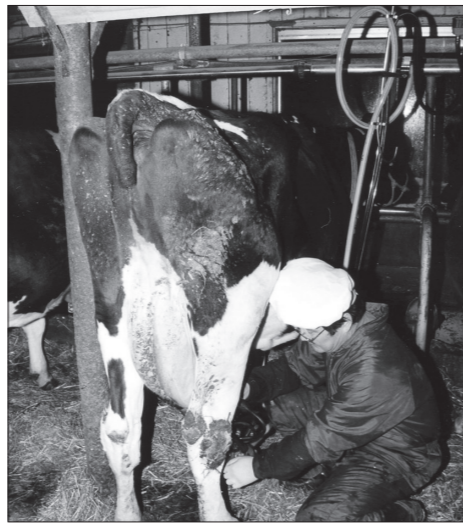
に物として捉え、品質や価格の話をする」と基本を見失ってしまう。欧米人が伝統的な美食文明を変えようとしていることの意味を考えるべきだ。(歴史的にも)日本とは家畜との関係の持ち方が全く違うなかで、アニマルウェルフェア畜産の荒波が押し寄せている。そこをこのところを見失わずに議論してほしい。

福祉が必要か?』をめぐる認識が深まっているのか。『流通や消費者は本当にアニマルウェルフェア食品を求めているのか』『欧米のような認証制度が必要なのか』をめぐる各組織の考え方が重要になってくる」

そして議論は、アニマルウェルフェア食品の需要拡大計画に移る。日本獣医生命科学大学教授の植木美希さんは「イオンなど大手スーパーが消費者教育の視点を積極的に入れて取り組むことが大事。OIEは動物福祉を重視しており、獣医師

の役割も大きい」と指摘した。生協陣営からは、「JAS有機農産物の認証取得に取り組んできたが、なかなか消費者に浸透しない。(慣行品との)価格差の問題もある(パルシステム)と嘆く声の一方で、「畜産物の場合、JAS有機よりアニマルウェルフェア食品のほうが取り組みやすいのではないかと。消費者が畜産の現場を見る機会が失われているなかで、赤身肉や放牧に対する関心は高まっている。丁寧に粘り強くやるしかない」(東都生協)という前向きな発言もあった。

欧米では、動物保護団体や業界団体が作成したアニマルウェルフェア認証基準に適合した畜産食品が大手スーパーの店頭に並び、年を追って売り上げを伸ばす。TPP(環太平洋連携協定)などの動き次第では、こうした畜産商品の輸出攻勢が強まることは十分あり得る。家畜福祉に対する認知度が低い日本でも、認証システムづくりが急務だろう。



断尾された北海道内の乳牛。アニマルウェルフェア畜産では、こうした処置は禁止されている

とパルシステム生協連合会産直開発課長の高橋英明さん。23万人の組合員を擁する



家畜福祉の課題を提起した「農業と動物福祉の研究会」代表世話人の松木洋一さん

らでいつしゅぼーやは、商品の取り扱い基準のなかで、①家畜の生理に適合した飼育 ②抗生物質などの投薬の原則禁止 ③非G M飼料の使用 ④環境に配慮して育てる――の4項目を畜産物の生産・製造基準にしてきた。①がアニマルウェルフェアに該当する。

帯広市内でレストラン「ラン

「カタログ注文や予約登録制で供給するが、組合員に産直の取り組みが伝わりにくい。BSE(狂牛病)や口蹄疫、鳥インフルエンザなどの発生で、消費者が畜産の現場を見るのが難しくなっている」

「北里八雲牛は登録制で1頭丸ごと供給している。組合員の利用率は全体の1%。枝肉価格は関東産ホルスタインに比べ3割高で、有機の八雲牛になるとプラス3割高。高年齢の組合員の購入が多いが、それは自給飼料100%を支持しているのでは

宅配事業体からは、(株)大地を守る会(利用者数17万人)と(株)らでいつしゅぼーや(会員数12万人)の産直責任者が発表に立った。「日本の畜産農家が6万戸を割り込むなかで今後、必要なことはブランド化とアニマルウェルフェアの取り組みだろう。認証やラベルの表記にお金がかかるけれど、そこがクリアできるとアニマルウェルフェア商品

肉用鶏のプライベートブランド(PB)商品開発に携わってきた、イオンリテール中国イオン高級経理の篠原雅義さんは、中国やオーストラリアの自社農場で畜舎のアンモニアや二酸化炭素の濃度測定や、敷料を増やして床の状態を改善した経緯などを紹介。今後、食の安全・安心の問題として、動物福祉への社会的要求が強まると指摘した。

る場に引き寄せて取り組む必要があるが、提携する生産者の牛肉は30%の組合員しか購入していない。割高感をどう理解するか整理しにくい」と、なかなか組合員に浸透しない現状を紹介した。

東都生協は、北里大学八雲農場の牧草だけで育てた「北里八雲牛」(08年12月号の本シリーズで紹介)や、北海道産の放牧豚や有機卵を供給するなど本道とのつながりが強い。飼料や投薬、ワクチン接種、飼養管理、環境配慮に関する18項目の「畜産物取り扱い基準」を設け、産直事業を展開している。同生協常務理事の風間与司治さんは、

「日本の畜産農家が6万戸を割り込むなかで今後、必要なことはブランド化とアニマルウェルフェアの取り組みだろう。認証やラベルの表記にお金がかかるけれど、そこがクリアできるとアニマルウェルフェア商品



EUは2012年からケージ飼育を全面禁止した。日本ではアニマルウェルフェアに適った飼育方法に近い平飼養鶏はまだ少数派だ(「メノビレッジ長沼」で)



エルパン牧場を見学する「有難豚」の高橋希望さん(昨年10月)

# 消費者参加型の 「有難豚」を育てる

宮城県「ホップフルピッグ」代表 高橋希望さん

## 津波から助かった豚たち

わたしの祖母の代から55年続く(株)名取ファーム(宮城県名取市)は、仙台空港のすぐ近くにある、(繁殖から肥育・出荷までの)一貫経営を手がける養豚農家でした。東日本大震

災の直後、津波で施設は全壊し、2千頭の豚が流出し、農場の再建を考える余裕もありませんでした。でも、震災から2週間ほど経ったとき、豚たちが帰ってきていたので、倒れたタンクに餌が残っていた、生き延びた豚たちは餌の場所を探し、みんなで教え合っていた。そのなかに5頭の母豚が見つかり、出産した豚もいました。仙台空港脇のトンネルに1頭いて、兄が発見したときには、瓦礫の先に横たわる豚に見知らぬ方が橋を架け、お菓子を点々と置いて下さっていた。豚を助けてくれたのだと思います。全国の仲間がサポーター制度を創ってくれて、海外からのエルも届きました。一番励みになったのは、食の現場の課題を共有して解決し、支援者と出会えたこと。アイデアを出しあえる喜びが食の安全・安心



道内では今春、動物福祉の研究会が誕生し、見学会や学習会などの取り組みを始めた(6月7日、旭川市内の「クリーマリー農夢」で)

『アニマルウェルフェア○○』と書くことが認証基準づくりにもつながる。声を出すことが大事だ」と力を込めていた。「認証マークがあるほうが消費者には分かりやすい。購買する人が増え、アニマルウェルフェアの理解につながる。緩やかに認証マークづくりを始めることも大切ではないか」(大地

を守る会)、「ヨーロッパの認証基準の資格をとり、その認証マークが付くような取り組みはできないか」(エルパン牧場の平林さん)、「一般社団法人・日本草地畜産種子協会が創設した)放牧畜産の認証制度を取り入れてやっていく方法もあるのではないか」(有難豚の高橋さん)などの声もあった。認証制度をめぐる議論は緒に付いたばかりであり、具体化するのにも少し時間がかかりそうだ。**需要拡大へ緒についた議論 畜産振興へ明確な位置づけを** 家畜福祉先進国のイギリスでは、大手スーパーがアニマルウェルフェア食品の開発を牽引している。イオンリテールの篠原さんは、「今後の食品市場は「上質化」と「価格志向」の二極化が進むだろう。アニマルウェルフェア食品は上質化を志向し、顧客に『こうした家畜の育て方をしている』と知らしめるもの。業界や国、世界の関連団体を巻き込んでやっていくべきだ」と強調した。当日の配布資料には、①畜産業界で構成する推進委員会が「動物福祉のロードマップ」を作成

する ②各農場で実際に使えるチェックリストを作成する ③ウェブ・新聞・雑誌の活用や勉強会の実施、義務教育段階からの取り組みなどを通して、国民に対する宣伝活動を行なう といった篠原さんの提案が並ぶ。これまで生協などが担ってきたこうした取り組みを、大手スーパーがつ、どんな形で本格化させていくのか——今後の動きを注視したい。 今回のシンポジウムでは、アニマルウェルフェア食品の需要拡大に向けた具体的な議論は深まらなかった。座長の松木さんは、「各組織がアニマルウェルフェア食品のプライベートブランドやロゴマークをどんどん作り、ビジネスのなかで積極的に使ってほしい。そこで競争が起きると、一般市民の関心を喚起できる。EUなどでは同じ商品にいくつものロゴが付いている。途中で変化してもいいからブランドをつくり、PRしていったほしい」と、発表した人たちにエールを送った。日本のアニマルウェルフェア食品の需要拡大計画は始まったばかり、と印象づける催しだった。

戦後日本の酪農・畜産は、アメリカの食料戦略に利用される形で、鶏豚、肉牛、乳牛の順に穀物を多給する工場型畜産の道を歩み、家畜の健康やストレスのない飼育環境は蔑ろにされてきた。狂牛病(BSE)や口蹄疫などの大量発生を反省したEUは、家畜福祉の推進に舵を切り、補助金の支給で生産者を支え、アニマルウェルフェア食品によって食の安全・安心に対する信頼を取り戻そうとしてきた。日本が手本にしてきたアメリカでも、州によっては鶏のケージ飼育を禁止するなど方針転換を進める動きが加速している。 しかし日本は、政府も地方自治体も、畜産振興のなかに家畜福祉をきちんと位置づける段階には至っていない。それでいて、どこの担当者も「近い将来、取り組まなければならない課題」と口を揃える。真剣さが足りず、農水省に至っては家畜福祉の独立した担当部署もない。 そんななかで家畜福祉の推進を図るには、民間が頑張るしかないと感じた一日だった。 ■農業と動物福祉の研究会 <http://www.jfawi.org/>

にもつながっていきます。生き延びた豚の直接販売をして、「ありがとう」と言われたなかで生まれたのが「有難豚」です。「大切な人に贈る豚」をコンセプトに、消費者参加型の豚の飼育をめざしています。知り合いのミュージシャンに楽曲を提供してもらい、畜舎の中に音楽を流して聞かせ、一緒に作業をすると連帯感が生まれる。豚たちも心なしか楽しそうにしています。

## 応援団とブランドの確立へ

豚に粟を与え、探索行動を満たす飼いをしようと、粟あそび豚を数頭飼育しています。みんなで粟を拾い、豚がどう育つのかを知らせることで一体感がすぐ出てきた。放牧養豚にも憧れますが、なかなか対応できません。でも、出荷時に使う長い折り畳み式の通路を使い、一部放牧ができるようになりました。

うれしかったですね。見学会も開き、飲食店の方に懇意にいただいたり、お中元やお歳暮に使ってもらった販売方法が実現しました。最近はお母さんや子ども向けの講演を頼まれることもあります。原宿の結婚式場で(豚肉を)婚礼料理や引き出物にする商品開発をさせてもらいました。包装の仕方やお客さんに対する姿勢など、味覚だけでなく価値をどう消費者に提供するのか、学ばせていただいています。 元々わたしは養豚業を継ぐ気はなかったのですが、幼稚園と小学校の教員、保母の資格を持っています。「育てる・関わる・食べる」のうち「関わる」の部分をもっとやっていきたい。津波から助かった豚は残り11頭。(宮城県大崎市にある)鳴子温泉の人たちと知り合い、このうちの数頭を終生飼育できないかと話し合っていると、ころです。 施設と資金が大きな課題ですが、サポーターの方もいるので、1頭ずつ丁寧にアニマルウェルフェアに合った飼育をしていきます。そして「アニマルウェルフェア推進品」のシールを貼って、豚肉のブランド確立をめざしたい。

※筆者のHP「滝川康治の見聞録」[takikawa.essay.jp/](http://takikawa.essay.jp/) に本シリーズの過去記事を収録しています。ご参照ください。