

エシカル消費の普及に向けて 動物保護からの提言

平成27年12月

特定非営利活動法人アニマルライツセンター（ARC）
特定非営利活動法人動物実験の廃止を求める会（JAVA）
PEACE (Put an End to Animal Cruelty and Exploitation)

「倫理的消費」調査研究会 関係者各位

はじめに

「より良い社会に向けて、人や社会・環境に配慮した消費行動（倫理的消費）への関心が高まっております」との認識のもと、社会的な仕組みを整備し、消費行動の進化と事業者サイドの取組が相乗的に加速させていくために、消費者庁においていわゆる「エシカル消費」に関する調査研究が行なわれていることを大変喜ばしく思います。

「エシカル消費」——この運動の先駆け的・中心的な存在としてみなされている英国の非営利組織“Ethical Consumer”は、エシカルとされる企業の取組について、人権や環境と並んで「動物に対する配慮」を5本柱のうちの1本に据えています。一方、欧米との動物観・世界観の相違から、日本ではこれまで「動物」という観点から消費行動の善し悪しが語られることは多くありませんでした。

しかしながら、近年のインターネットの普及やコミュニケーションツールの拡大に伴い、憂慮すべき環境に置かれた消費対象としての動物の実態が、日本の消費者にも知られるようになり、欧米で先進する動物の権利（Animal Rights）や動物福祉（Animal Welfare）の取り組みを気にかける消費者が急増しています。

そこで、いわゆる「エシカル消費」の必要性や範囲ないし基準についてご協議されるなかで、ぜひとも「動物」という観点を取り入れていただきたく、私たちの活動事例や欧米の動物事情も織り交ぜながら提案をまとめました。

他者を搾取することで成立してきた既存の利益追求型社会への警鐘として生まれた「倫理的消費行動」という取り組みが、ここ日本においても、動物という、意識・感覚を持ち、共に地球上に生きる存在への配慮を拡充させるものとなるよう、ご検討をよろしくお願い申し上げます。

目次

はじめに	2
目次	3
動物保護からの提言	4
エシカル・コンシューマーの「動物」カテゴリについて	5
具体的事例	
化粧品の実験	9
賛同団体一覧～化粧品の実験について	20
工場畜産	21
賛同団体一覧～工場畜産について	28
衣料品に使われる動物	29
賛同団体一覧～衣料品に使われる動物について	37

**「倫理的消費」という概念のなかに、
動物の権利（Animal Rights）や
動物福祉（Animal Welfare）の
理念に基づいた
「動物への配慮」を含めてください。**

エシカル・コンシューマーの「動物」カテゴリ

ethical
consumer

The screenshot displays the Ethical Consumer website's navigation menu with five categories:

- Animals**: Our research on animals is divided into Animal Testing, Factory Farming, and Animal Rights & Cruelty.
- Politics**: Our research into a company's politics is divided into 4 areas: Anti-Social Finance, Boycott Calls, Genetic Engineering, and Political Activity.
- Environment**: As 'environment' is a very broad area, we have divided it into Environmental Reporting, Nuclear Power, Climate Change, Pollution & Toxics, and Habitats & Resources.
- Sustainability**: We have two categories rewarding those companies making a positive impact: Company Ethos and Product Sustainability (organic, fairtrade, energy efficient, vegan & vegetarian products).
- People**: Our 'People' category is divided into Human Rights, Workers' Rights, Supply Chain Management, Irresponsible Marketing, and Arms & Military Supply.

A callout bubble points to the 'Animals' category with the following text:

倫理的な製品かどうかの評価に際して、基準となる5つのカテゴリのうちの一つが「動物」

<http://www.ethicalconsumer.org/shoppingethically/ourethicalratings.aspx>

動物（Animals）分野における調査の諸条件：

動物実験、工場畜産、動物の権利・動物虐待

エシカル・コンシューマーの「動物」：動物実験

Animal Testing 「アニマルテストイング＝動物実験」

1980年代、動物実験の問題は“ホット・トピック”になりました。化粧品メーカーによる動物実験に対して大きな反対運動が巻き起こったからです。我が国（注：イギリス）においては法的に禁止されているにもかかわらず、今日に至っても化粧品の完成品そして原料に対する動物実験は続けられています。

動物実験を行う企業、または動物実験に関して不適切な方針をもつ企業は、ここでは批判の対象となります。また、日用品やペットフードに対する動物実験についても同様です。さらに医療品に対する動物実験も含まれています。

出典： Ethical Consumer : Animals > Animal Testing

<http://www.ethicalconsumer.org/shoppingethically/ourethicalratings/animalrights.aspx>

エシカル・コンシューマーの「動物」：工場畜産

Factory Farming 「ファクトリーファーミング＝工場畜産」

現代的な畜産システムは工業化されており集約的です。大量生産の原理に基づいてしばしば「工場畜産」とも呼ばれます。このタイプの畜産システムでは、動物たちは狭小なスペースに詰め込まれ、結果的に彼らの健康と福祉は顧みられることがありません。

アニマルライツの活動家は、もし畜産を続けるならば思いやりと尊敬の念をもって動物たちを扱うべきであり、工場畜産というシステムではそれらは望むべくもない、と主張しています。工場畜産によって生産された食肉や卵を扱う企業は、ここでは批判の対象となります。

土壌協会認定の有機農業は、一般的に動物への取り扱いが比較的よいと言われており、有機認定された食肉や乳製品はここでは批判対象になりません。

エシカル・コンシューマーの「動物」：動物の権利

Animal Rights 「アニマルライツ＝動物の権利」

ここでは動物虐待で告発ないし起訴されている企業が批判の対象となります。またここでは、たとえば動物園やサーカス、動物を利用した広告や、畜産など、動物の苦痛につながる可能性のある活動も含まれます。

さらに、皮革やゼラチンなど、と畜の副産物の利用についても含まれます。

具体的事例 1

化粧品の動物実験

Animal testing on cosmetics

シャンプーの原液をウサギの目に注入する、リップカラーの材料をマウスの口から強制的に投与する、日焼け止めを背中に塗ったモルモットをアルミホイルで覆いUVランプを照射し続ける...私たち人間が美しくなるためのツール<化粧品>のために、か弱く無抵抗な動物たちが実験台として供されてきました。

1980年代、ひとたびこの実態が明らかにされると、欧米の消費者の間で瞬く間に抗議運動が沸き起こりました。「Cruelty-free（動物実験されていない）」を謳う企業活動が登場し、大手化粧品メーカーも次々と動物実験廃止を宣言。EUでは1993年に議会が化粧品の動物実験禁止を決議、段階的禁止措置を経て、2013年に完全に禁止となりました。

一方、動物を使わない試験方法（代替法）の研究開発も進められ、最新の科学技術が駆使されて開発された試験方法はすでに各国で実用化されています。

日本でもようやく、2013年以降大手メーカーが自主的な廃止や公表に踏み切るようになり、CSR（企業の社会的責任）の課題として認識されるようになりました。

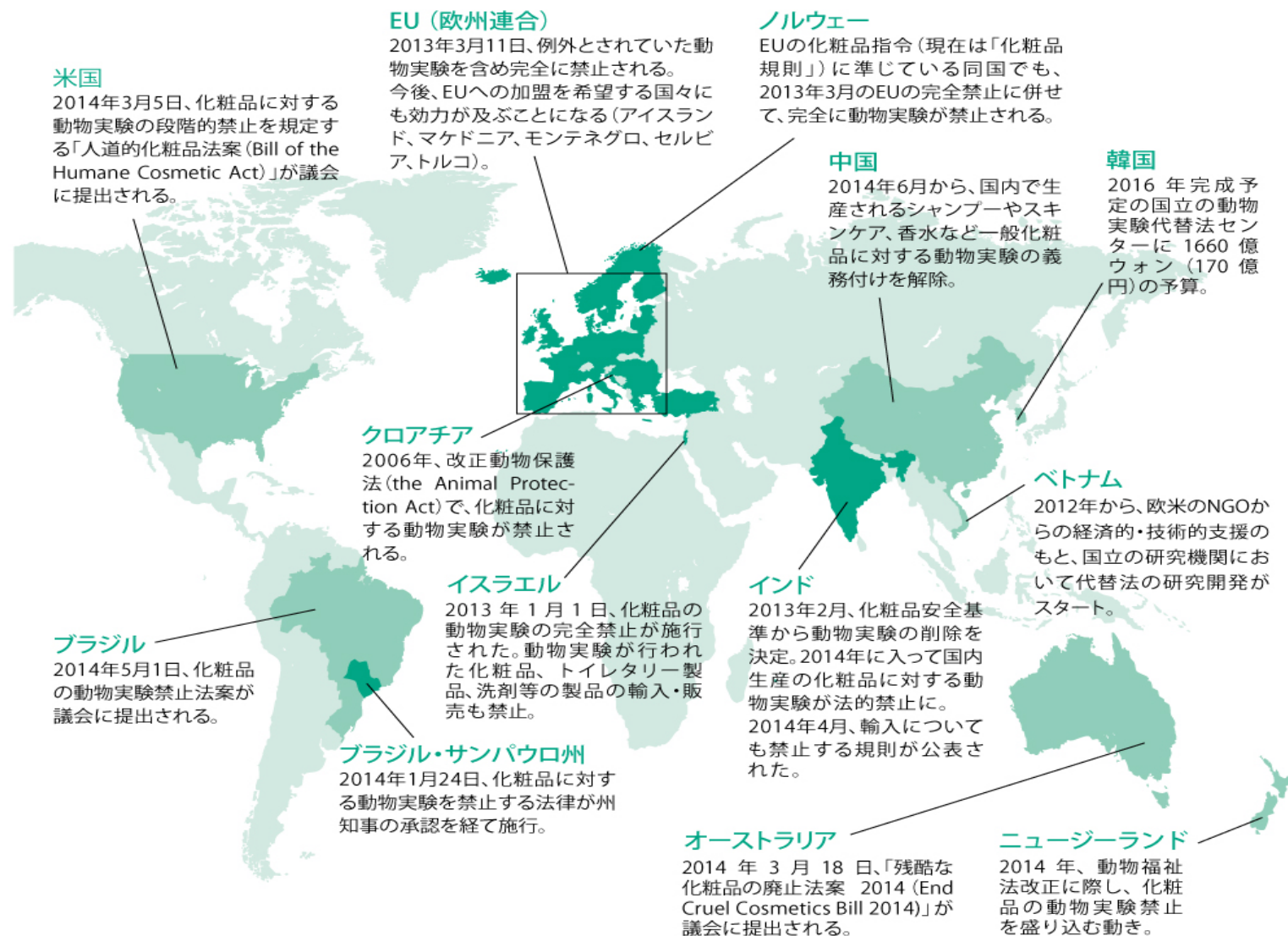


「ドレイズテスト（Draize法）」と呼ばれる毒性試験法で、1944年米国FDAの毒性学者だったJohn H. Draizeによって開発された。白色ウサギの片方の目に試験物質を強制的に点眼し、角膜の変性、虹彩の損傷、結膜の炎症などについて調べる。実験されるウサギは目を手足でこすらないよう、頭だけが出る拘束器に入れられ、まぶたをクリップなどで固定されたまま、3～4日間にわたって経過観察される。無麻酔のため、あまりの痛みから大暴れし首の骨を折って死んでしまうこともある。

「ヒトとウサギでは、まぶたや角膜の構造、涙量が異なるため、ドレイズテストは、ヒトへの毒性を予測するのに信用できない。実際、14種類の家庭用品について眼の炎症に関するウサギのデータをヒトのデータと比較したところ、18倍から250倍もの違いがあった」との報告もある（Medical Research Modernization Committee“ A Critical Look at Animal Experimentation” 7, (2006)）。

化粧品の動物実験反対運動の象徴となったこの試験は「あまりに残酷」として批判を浴び、動物を用いない代替試験法の開発が進められてきている。OECDの毒性試験ガイドラインでは、2013年にまずは麻酔の使用を義務付ける試験法が採用され、日本でもガイダンス化されている（OECD TG405）

化粧品の動物実験：世界の動向



化粧品の動物実験：反対運動とその成果（海外）



「レブロン社は美しさのためにどれだけウサギを失明させるつもりなのか？」——1980年、目がたれたウサギの写真とともに、大手化粧品メーカーの実名が出された衝撃的な意見広告がニューヨークタイムズに掲載されると、欧米の消費者のあいだに瞬く間に抗議と不買の輪が広がり、化粧品の動物実験反対運動に火が付きまして、米国では、抗議運動のターゲットとなったレブロン社をはじめエイボン、アムウェイなど複数の大手メーカーが1980年代後半には動物実験の廃止宣言を出しました。

ヨーロッパでは、動物保護団体BUAVと動物実験に反対する化粧品メーカーTHE BODY SHOPのイニシアチブにより欧州全土で精力的な署名活動が展開され、400万を超える有権者の署名が集まりました。その声を受けて1993年にはEU議会で化粧品の動物実験全廃が決議され、2004年以降の段階的禁止措置を経て、2013年3月に例外なき完全禁止が実現しました。これを受けて、イスラエル、インド、ブラジル・サンパウロ州などが同様に法的禁止に踏み切り、カナダ、米国、ニュージーランド、韓国等でも国会に禁止法案が提出されています（2015年現在）。

化粧品の動物実験：環境運動・消費者運動と共に

THE BODY SHOP創設者であるアニータ・ロディックが序文を寄せた『The Green Consumer Guide』（1988年）が国際的ミリオンセラーになり、グリーンコンシューマー運動の潮流をつくる。

グリーンコンシューマーとは、このような製品を避ける人々である。

- ✓ 消費者自身やその他の人々の健康を危険にさらすような製品
- ✓ 製造から使用、処分されるまでの間に環境に深刻な影響を与える製品
- ✓ 製造から使用、処分されるまでの間に過剰な電力を消費する製品
- ✓ 過剰包装や、使える期間が短すぎることによって不必要な浪費を生む製品
- ✓ 脅かされている生物種や環境から得られた材料を使う製品
- ✓ **仮に毒性試験などの目的があったとしても、動物を不必要に使用していたり、残酷に扱ったりしてつくられている製品**
- ✓ 他の国々、特に第三世界の国々に悪影響を与える製品



1990年代～ 日本のグリーンコンシューマー運動では
なぜか動物への配慮が欠落

化粧品の動物実験：反対運動とその成果（国内）

日本では、2009年動物保護団体JAVAのイニシアチブにより、最大手企業の資生堂に対する抗議運動が展開されました。この運動の影響とEUの動向などを踏まえ、同社は2010年

「EUの法規に併せて動物実験の廃止をめざす」と宣言、2011年には自社の動物実験を閉鎖し、2013年には外部委託も含めて化粧品・医薬部外品の動物実験廃止を決定しました。その後、マンドラムが「動物実験を今後も行なわない」という方針の公表に踏み切ります。



2014年以降、JAVA、ARC、PEACEによって立ち上げられた「美しさに犠牲はいらないキャンペーン（CFB）実行委員会」の働きかけにより、コーセー、ポーラ・オルビスホールディングス、花王グループなど複数の大手企業が同様に動物実験廃止を公表するにいたっています（次頁参照）。

また、2013年3月にはCFBが「美しさに犠牲はいらない 化粧品の動物実験を考えるシンポジウム」を都内で開催。「エシカル消費」という観点から化粧品の動物実験問題の解決を訴えました。

化粧品の動物実験：国内大手メーカーの動向

年月	企業名	
2009年3月	日本メナード化粧品	動物実験廃止（2015年4月公表） http://corp.menard.co.jp/research/tech/tech_09_01.html
2010年3月	資生堂	将来的動物実験廃止を目指すと公表
2011年3月	資生堂	自社における動物実験廃止
2013年2月	資生堂	他社委託も含む動物実験廃止を決定 http://www.shiseidogroup.jp/releimg/2133-j.pdf
2013年3月	マンドム	動物実験廃止を公表 http://www.mandom.co.jp/eco/src/society_animal.htm
2013年上期	コーセー	動物実験廃止（2014年9月公表） http://www.kose.co.jp/jp/ja/company/csr/social/consumer.html
2015年1月	ポーラオルビスホールディングス	動物実験廃止 http://www.po-holdings.co.jp/csr/project/customer/index.html
2015年3月	ノエビアホールディングス	動物実験廃止を公表 http://www.noevirholdings.co.jp/csr/customer/index.htm
2015年3月	花王グループ	動物実験廃止（2015年4月公表） http://www.kao.com/jp/corp_csr/safety_06_03.html
2015年9月	花王グループ	「新たな原料調達に際して動物実験の状況の確認を進めていく」とし、サプライチェーンにおける動物実験廃止の徹底を前向きに検討していくと動物保護団体に回答

化粧品の動物実験：第三者認証制度

化粧品の動物実験に関する認証制度

(Leaping Bunny[®])



Humane Cosmetics Standard

(人道的な化粧品基準)

- ①動物実験を実施または委託しない。
- ②その企業の製品及び原料について、ある日付以降、動物実験がなされていないということを証明できる日付を設定する。
- ③その企業は、取引のあるすべてのサプライヤーより、上記の基準を満たしているという明文化した証明書を定期的に取り得なければならない。

認証事務局：

- Crueltyfree International (ヨーロッパ)

<https://www.crueltyfreeinternational.org/LeapingBunny>

- The Coalition for Consumer Information on Cosmetics (米国)

<http://www.leapingbunny.org/>

化粧品の動物実験：廃止の定義を巡る問題点

EUの化粧品規則による動物実験の禁止は「動物実験の実施禁止（Testing Ban）」と「動物実験が行われた製品の流通禁止（Marketing Ban）」の2本柱で構成されています。すなわち、EU域外で動物実験が行われた化粧品及びその原料の輸入販売も禁止することで「動物実験が行われていない化粧品市場」を確たるものにしていきます。この方法は追従する諸外国のロールモデルとなっています。

一方、規制のない国で動物実験廃止を宣言する企業が相次ぐなか、次の2点が問題になっています。

- ① 輸入化粧品に対して事実上動物実験を法的要件としている国（主に中国）への輸出
- ② 原料調達先（サプライヤー）における動物実験の実施

動物実験を行わない、または動物実験反対をポリシーとして掲げる化粧品メーカー（主に外資系ブランド）では、①については動物実験を法的要件とする国には輸出しない、あるいはそれらの国から市場撤退することで方針を貫いたり、②についてはサプライヤーに対して独自にモニタリングを行うなどして非動物実験ポリシーを徹底させています（動物実験廃止を宣言した日本の大手各社はこれらの問題については例外扱いもしくは未対応ですが、問題解決に向けての努力が続けられています）。

また、上記の問題点に加え、消費者からのクレームを回避するため、動物実験に関与しているにもかかわらず「動物実験をしていません」とのフレーズの乱用も起きています。たとえば次のようなケースに該当する企業です。

- ① 化粧品の完成品では動物実験をしていないが、原料に対してはしている
- ② 薬事法上の「化粧品」では動物実験をしていないが「医薬部外品（薬用化粧品）」にはしている
- ③ 自社の研究施設では動物実験をしていないが（あるいは研究施設を持っていない）、外部の試験機関等第三者に委託している
- ④ 産学共同研究において化粧品（主に有効性）のための動物実験を行っているにも関わらず、「医学研究のため」と主張する

これらの問題をクリアするために、動物保護団体による第三者認証制度が推奨されています。

また、「どの原料も過去に動物実験が行われているではないか」との指摘がなされることがありますが、法的禁止は、施行日以前に行われた動物実験に効力が及ぶものではありません。廃止は、いつ以降動物実験が行われていないことを条件とするか、カットオフ期限の設定を伴います。

化粧品の動物実験：企業の動物実験廃止/反対方針

資生堂「動物実験と代替法に対する取り組み」

<http://www.shiseidogroup.jp/csr/challenge/experiment/>

動物実験と代替法に対する取り組み

動物実験廃止に向けた取り組み

資生堂は、代替法に基づく**安全性保証体系**を確立し、これにより2013年4月から開発に着手する化粧品・医薬部外品における動物実験を廃止しました。なお、**社会に対して安全性の説明をする必要が生じた場合**を除きます。今後も引き続き**有効な代替法の開発を継続**するとともに、代替法の公定化（各国・地域の法制度において正式な実験方法として認可されること）に向けて積極的かつ強力に各国の行政機関に働きかけてまいります。

▶ 「資生堂の動物実験代替法に関する取り組み」はこちら

化粧品の動物実験廃止を目指し、ステークホルダーの方々と意見交換を行いました。

▶ 「化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議」はこちら

ザ・ボディショップ「化粧品の動物実験反対」

http://www.the-body-shop.co.jp/values/vc_text-aat.html

**AGAINST
ANIMAL TESTING**
化粧品の動物実験に反対しています

ザ・ボディショップでは、化粧品業界において動物が危害を加えられるべきでないと考えています。世界中での化粧品の動物実験を廃止するため、常に動物実験反対に情熱をもって取り組んできました。動物実験をしない化粧品会社の先駆けとして、動物愛護の精神は今も変わらずに続いています。

全製品がクルーエルティフリー*で
ベジタリアン対応

原料から製造の全過程にいたるまで、動物を犠牲にする

BUAVの基準を満たした
初めての国際的な化粧品ブランド

ザ・ボディショップの製品は、化粧品業界における

ラッシュ「動物実験反対：ラッシュのポリシー」

<https://www.lushjapan.com/article/animal-testing-our-policy>



FEATURES

動物実験反対：ラッシュのポリシー



0件のコメント

ラッシュは、いかなる理由においても動物実験を行っている会社から、原材料を購入しません。

ラッシュでは、フレッシュなハンドメイドの化粧品を作るための原材料は、動物実験を一切行わず、今後も行わないことを表明している生産者や取引先からのみ購入しています。

そのため、ラッシュが支払うお金が動物実験を行っている会社には渡ることはありません。また、私たちは、購入をする原材料のみに目を向けている訳ではなく、取引先の動物実験に対する姿勢全体にも注目しています。もし、その生産者や取引先がラッシュに提供して下さる原材料が動物実験されていなかったとしても、他の商品を動物実験している

賛同団体一覧～化粧品動物実験について

賛同団体：

- あしたへの選択／Choices for Tomorrow (CFT)
- Animal Rights For Japan
- アニマルウェルフェア（動物福祉）推進ネットワーク
- アニマルライツ中部
- NPO法人あだち動物共生ネットワーク
- アフリカ子どもプロジェクト SAVO
- いきもの多様性研究所
- イルカ&クジラ・アクション・ネットワーク
- ELGC株式会社アヴェダ事業部
- エルザ自然保護の会
- インドワークキャンプ団体namaste!
- NPO法人神奈川動物ボランティア連絡会
- 認定NPO法人環境市民
- NPO法人北九環浄研
- 動物ボランティアCat 28（キヤットにゃ〜）
- NPO法人Gateway English
- ザ・ボディショップ（株式会社イオンフォレスト）
- NPO法人十人十色
- NPO法人保健所の成犬・猫の譲渡を推進する会
- 生命に特許はいらないキャンペーン
- NPO法人動物愛護を考える茨城県民ネットワーク
- 「動物園に行く前に」実行委員会
- NPO法人日本素食協会
- 一般財団法人日本熊森協会
- 日本捨猫防止会
- NPO法人日本ベジタリアン協会
- NPO法人のわみ相談所
- NPO法人ぷかぷか
- 藤心パソコン倶楽部
- ベジポップ
- ベジライフ推進部
- ヘルプアニマルズ
- ホーム・アニマル・ソサエティ（HAS）
- 株式会社ミス・アプリコット
- Y.A.P.S山形動物愛護を考える会
- よつばの会
- 株式会社ラッシュジャパン
- 株式会社ロゴナジャパン

他2団体

具体的事例 2

工場畜産

Factory farming

※日本のデータは全て公益社団法人畜産技術協会による飼養実態アンケート調査
(農林水産省の平成26年度国産畜産物安心確保等支援事業にて実施、平成27年3月公表)による

食品<豚の肉>：妊娠ストールによる拘束



写真は日本

繁殖用母豚を拘束飼育

1頭1頭個別飼育されているため、他の豚と親和関係を結ぶなど社会的行動が一切できない。ストールの広さは体と同程度で、方向転換もできない。

日本における使用率

88.6%*

2007年の調査では83.1%
7年間で増加*

- EU全域、スイス、ニュージーランド、オーストラリア、カナダ、アメリカの9つの州で廃止、あるいは廃止予定。
- 60以上の多国籍企業（日本拠点は除く）が廃止に同意。

食品<豚の肉>：その他の問題



何も無い豚舎

写真は日本

ワラや、動かして遊べる素材あるいは鼻で地面を掘れるような環境が与えられており、適正な密度で飼養されているならば、尾かじりの問題はほとんど起こらない。

EU指令「豚には、適切な調査や手なぐさみの行動ができるように、藁、干草、木、おがくず、泥炭など、健康をそこなわないものを常に十分与えること」

生後1週間以内に
歯の切断63.6%、尾の切断81.5%*

豚は、探索システムがとても活発で、自然界では日中の8割くらいを、鼻で穴を掘ったり周囲を調べたりして過ごす。しかし豚舎で飼育される豚たちには、好奇心を満たせるものは何もなく、仲間のヒラヒラした尻尾に噛みついてしまう。そのため、歯と尾の切断が行われる。麻酔はされない。

EUでは日常的な歯の切断は禁止。
フィンランド、スウェーデン、ノルウェーでは豚の尾の切断はすでに禁止。

麻酔無しで行われる去勢

肉の雄臭を消すためにほぼ100%の雄豚に実施。

スイス、ノルウェーではすでに禁止。
カナダ、スウェーデン、オランダ、ドイツも禁止予定。EUは2018年に廃止を目指す。

食品<鶏の卵>：バタリーケージによる過密飼育



写真は日本

日本では、ほぼ100%で使用

日本の採卵鶏 1羽あたり平均面積は、

22cm×22cm程度*

- 四方と床は金網で、地面を歩くことが出来ないため爪は伸びきり金網にからまる。
- 床は卵が転がりやすいよう傾斜。
- 鶏の本能が欲する巣・砂場・止まり木などはない。

2012年、EUでバタリーケージが禁止となったのを機に、各国でケージフリーが加速

2013年オーストラリア最大手のスーパーマーケット、ウールワースが、ケージ卵の廃止を発表。同年、フランスの有名スーパーチェーン「モノプリ」は自社ブランドにおいて放牧卵しか扱わないことを宣言。2014年、オーストラリアのマクドナルドとサブウェイがケージ卵の廃止を発表。同年、食品大手のハインツは北米事業における卵の20%をケージフリーにすると発表。同年、アメリカのスターバックスがケージ飼育の卵の段階的削減を発表。2015年、世界最大級のホテル企業、ヒルトン・ワールドワイドが、世界19ヶ国のホテルで、ケージ卵廃止を決定。同年、ウォルマート（アメリカ）がケージフリーをサプライヤーに求めると発表。同年、アメリカとカナダのマクドナルドがケージフリーを発表.....

食品<鶏の卵>：デビーク、強制換羽



デビーク（麻酔無しでのクチバシの切断）
日本の採卵養鶏の**83.7%**で実施*

デビークされた鶏は、その後長年にわたって慢性的な痛みを経験する。

イギリス、オランダ、ベルギー、スカンジナビア諸国などは、2016年もしくは2018年にデビークを完全禁止にする方向で議論が進められている。

強制換羽

日本の採卵養鶏の**66%**で実施*

鶏を絶食させて栄養不足にさせることで、新しい羽を強制的に抜け変わらせることを強制換羽という。ショック療法ともいえる強制換羽は死亡率が高いことが知られている。

- EUは絶食による強制換羽を禁止。
- インドのいくつかの州では、絶食による強制換羽を中止するよう、農家に指示。
- カナダは絶水や絶食による強制換羽を禁止。
- アメリカのマクドナルドは強制換羽の中止、デビークの削減などの動物福祉ガイドラインを策定。
- 米国鶏卵生産者協会（UEP）のガイドラインでは絶食を伴う強制換羽は禁止。

食品<表示制度>：欧米で広がる動物福祉食品

欧米では消費者が「畜産動物福祉」を求めている。
ヨーロッパではケージ卵より放牧卵のほうが早く売り切れることも。

イギリスの消費者の83%は「肉や乳製品のファームシステムを識別するラベルが欲しい」79%は「食品を購入するかを決める際に動物福祉が重要である」と回答している。(2013年 QA Research)



アメリカのスーパーのハム「妊娠ストール不使用」「過密飼育ではない」と印字



有機は0、放牧は1、平飼いは2、ケージは3で表示されるイギリスの卵

星印で畜産動物の飼育環境が標示されたオランダのスーパーの豚肉



右はEKOラベル。オランダに、動物福祉承認ラベルはいくつかあるが、この2社が消費者から大きな信頼を得ており、認知されている



EKOラベル

欧州委員会が担当し、法律としている、EUの中で使用されているオーガニック承認ラベル。



このEU承認ラベルは95%以上がオーガニックであることが義務づけられており、動物福祉に配慮した食

品であることを意味する。動物は自然の空気や光へのアクセス権が確保されなければならない。屋外に行くことができなければならない、係留は獣医学上の理由がなければ許されない。

★1つ・・・妊娠豚専用の檻は最低3.8㎡を確保し身動きできるなければならない。母豚1頭につき2.25㎡、仔豚1頭につき0.4㎡を最低スペースとして確保しなければならない。野外には出ることができない。

★2つ・・・妊娠豚専用檻は最低6.5㎡で、5日間以上閉じ込めてはならない。母豚自身が自由に芝生に出入りが可能で、尻尾切断禁止。

★3つ・・・妊娠豚専用檻は最低7.5㎡で3日以上閉じ込めてはならない。お母さん豚自身が自由に芝生に出入り可能で、成長ホルモン剤、抗生物質が入った餌を与えられていない。子豚への尻尾切断禁止。26

(妊娠豚に関する項目のみ抜粋)

食品：畜産動物の正しい情報を知らせる体制の整備を

消費者一人ひとりが
畜産の実態を知る

日本の消費者は畜産動物福祉に関心がないのではなく、

「何が起きているか知らない」

乳牛が広々とした牧場で草を食むイメージを持つ消費者がいる一方で、実際には、日本の乳牛の73%はほとんどつながれたまま過ごしている。*



消費者が畜産動物の
福祉に価値を認めて、
自分に何ができるかを
考える

- ・日本ではスーパーで動物福祉食品を購入することは困難
- ・日本では海外で禁止されている飼育方法が一般的

消費者の意思表示が、こういった状況の改善に大きな力になる。



消費行動に反映する

消費者が畜産動物福祉を受け入れる下地はある

動物福祉と畜産物の価格について、

77%の人が「価格と家畜の福祉のバランスが大切」と回答。

「価格が高くなっても畜産動物の福祉を大切にすべき」が9.6%

「畜産動物の福祉よりも価格を重視すべき」が13.4%

■ 2014年アニマルライツセンターが民間の調査会社を使って実施したアンケート。
対象：1188名。画像不使用。

賛同団体一覧～工場畜産について

賛同団体：

- あしたへの選択／Choices for Tomorrow (CFT)
- Animal Rights For Japan
- アニマルウェルフェア（動物福祉）推進ネットワーク
- アニマルライツ中部
- NPO法人あだち動物共生ネットワーク
- アフリカ子どもプロジェクト SAVO
- いきもの多様性研究所
- イルカ&クジラ・アクション・ネットワーク
- インドワークキャンプ団体namaste!
- エルザ自然保護の会
- NPO法人神奈川動物ボランティア連絡会
- 認定NPO法人環境市民
- NPO法人北九環浄研
- 動物ボランティアCat 28（キャットにゃ〜）
- NPO法人Gateway English
- NPO法人十人十色
- 全国相互扶助生活安心組合（あんしん組合）
- NPO法人保健所の成犬・猫の譲渡を推進する会
- 生命に特許はいらないキャンペーン
- NPO法人動物愛護を考える茨城県民ネットワーク
- 「動物園に行く前に」実行委員会
- NPO法人日本素食協会
- 一般財団法人日本熊森協会
- 日本捨猫防止会
- NPO法人のわみ相談所
- NPO法人ぷかぷか
- 藤心パソコン倶楽部
- ベジポップ
- ベジライフ推進部
- ヘルプアニマルズ
- ホーム・アニマル・ソサエティ（HAS）
- 株式会社ミス・アプリコット
- 株式会社 夢家ハチマン
- Y.A.P.S山形動物愛護を考える会
- よつばの会

他2団体

具体的事例 3

衣料品に使われる動物

Animals in fashion industries

衣料品<毛皮>：必ず伴う動物の犠牲

- 犬・猫・キツネ・タヌキ・アライグマ・ウサギ・ミンクなど年間約1億匹の動物が犠牲に

(ただし、国際連合食糧農業機関は年間10億のウサギが殺されて毛皮やフェルトに利用されていると報告しており、実数はもっと多いと考えられる)

- 日本の消費量は年間200万匹と推測 (財務省貿易統計より推計)

毛皮用に繁殖される動物たちの現状

- ケージは狭く、長期間飼育されるストレスにより、ぐるぐる回り続けるなど、異常をきたしていることが多い。
- 産んだ子供を殺す割合は20%以上 (中国は30%とも)
- ケージは全て金網でできており、爪は伸び放題。足が金網で切断され、なくなっている動物が多く見られる。
- 怪我をしても手当てされない。

生きたまま皮を剥がれている実態が知られるように



中国では法規制がなく、意識のあるまま毛皮を剥いでいることが多々ある。左の写真の状態、まだ意識がある。(2004年/2010年/2014年の調査で確認されている) 中国の業者向けマニュアルに、撲殺を推奨する記述と、温かいうちに皮を剥がすべきだとする記述があるためと考えられる。



衣料品＜ウール（羊毛・アンゴラ）・ダウン＞

ウール（羊）

蛆虫の寄生を防ぐため、子羊の臀部の皮膚が麻酔無しで切り取られることがある（ミュールシング）。

このミュールシングは非難の声が高く、ニュージーランドはすでに廃止。オーストラリアではいまだ実施している。2014年、日本は羊毛の12%をオーストラリアから輸入。

写真Patty Mark/ALV.org.au



アンゴラウール（アンゴラウサギ）

2013年、アメリカの動物権利団体PETAが、世界9割のシェアを持つ中国の生産農場の実態を告発。CBSニュースにより大々的に報道された。映像では、アンゴラウサギは体が真っ直ぐ伸びるように手足を紐で縛られ、木の長イスに拘束されており、自由を奪われた状態で毛をわしづかみで乱暴にむしり取られる。普段は鳴くことのないウサギが、恐怖と痛みから鳴き叫び続けていた。この報道の後、複数のアパレルメーカーがアンゴラウールの使用を停止した。

ダウン（水鳥）

アンゴラウール同様、生きた鳥からダウンをむしる方法が行われることがある（ライブハンドプラッキング）。告発映像では、羽をむしられたあとガチョウが地面にうずくまっており、むしられている間の鳥の血糖値は2倍に跳ね上がっているという報告もある。また、ダウンは飼育過程でフォアグラ生産のための「強制給餌」が行われることも問題視されており、いくつかのメーカーはライブハンドプラッキング、フォアグラ生産が行われていないことを自社製品のダウンの使用条件にしている。



写真VIER PFOTEN | R&D

衣料品＜毛皮＞：エシカルを導入する世界の流れ

毛皮の取り扱いをやめた企業（一部）



※FFR認証企業以外のブランドも含む

■毛皮に関する国際認証制度（FFRロゴ）

毛皮反対国際連盟（Fur Free Alliance）が推進する、毛皮を扱わないブランド認証プログラム。
現在319ブランドが、毛皮製品を取り扱わないことを宣言するFUR FREE誓約書に署名済。



【日本認証事務局】

NPO法人アニマルライツセンター・NPO法人動物実験の廃止を求める会

衣料品＜毛皮＞：広がる法規制と理解

世界各地に広がる法規制の例～飼育禁止から販売・取引の禁止まで

- イギリスでは、2000年、イングランドおよびウェールズにて毛皮動物の飼育を禁止する法案を道徳的観点により可決。スコットランドは2002年、北アイルランドは2003年に成立。
- 2008年、EUは犬猫の毛皮の輸出入・販売全面禁止。
- 2013年9月、米カリフォルニア州ウエストハリウッド市が毛皮販売を禁止する市条例を発効。
- 現在、イスラエルが毛皮貿易廃止を議会で検討中。



WTO（世界貿易機関）もエシカルな選択を尊重



背景：毛皮入手のためのアザラシ猟が残酷であるとして、アザラシ毛皮の流通を禁止したEUを、カナダとノルウェーがWTOに提訴していた件は、2013年11月に判決が出された。

WTOは「動物福祉は世界的に認識されている問題であり、公衆の道徳的問題として有効である」と結論付け、EUの正当性を認め、カナダとノルウェーの訴えを棄却した。

写真Humane Society of the United States

衣料品<ウール>：エシカルを導入する世界の流れ

アパレルメーカーのかかげる動物保護

H&Mサイトより一部抜粋

動物保護（アニマル・ウェルフェア）はH&Mにとって重要なことです。

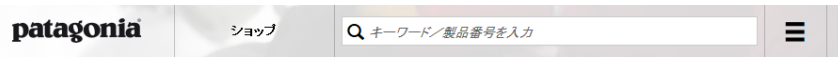
動物は常に敬意をもって扱わなければなりません。（中略）
生きた鳥や強制的な餌やりをされている鳥から採取されたダウン
やフェザーを受け入れません。

アンゴラウサギから採取された毛を受け入れません。

ミュールシングを行っている農場で生産されたウールを使用しません。

希少動物の皮革を販売しません。また危急種や絶滅危惧種に由来する素材を使用しません。

輸送状況が劣悪であるため、インドで生産された牛の皮革を使用しません。（後略）



健全な動物福祉を保証するために、パタゴニアのダウン製品がトレーサブル・ダウン100%を使用

2014年秋より、パタゴニアのダウン製品にはトレーサブル（追跡可能な）ダウンを100%使用します。これはパタゴニアのダウン製品すべてが強制給餌やライブ・ブラッキング（生きたまま羽毛採取）を行われた鳥によるものではないことが追跡可能であることを意味します。トレーサブル・ダウン基準はアパレル業界において最高レベルの動物福祉を保証します。パタゴニアは2007年から取り組み、それを達成した唯一のブランドです。

パタゴニアはダウン産業全体を通じて動物福祉を改善したいという願望のもと、私たちの仕事の成果をダウンのサプライヤーとダウンを使用する他のブランドとシェアしてきました。トレーサブル・ダウンを100%使用した初の製品を発表した2013



ブラッキングとは一体？
従来のダウンは恐ろしいビジネスです

ビデオを見る

patagonia

2014年11月、取り扱うダウン製品に使用される羽毛が100%追跡可能なもの（トレーサブル・ダウン）となったと発表。



動物の愛護

サステイナビリティ / HOT TOPICS / 動物の愛護

動物保護

動物保護（アニマル・ウェルフェア）はH&Mにとって重要なことです。動物もって扱わなければなりません。私たちはバリューチェーン全域とアパレル積極的な貢献ができるよう力を注いでいます。H&Mの動物保護ポリシーは私イヤーが責任をもって透明性ある行動をするための指針です。

ウール（アンゴラウサギ）

ステラ・マッカートニー、GAPグループ、ランズエンド、エディ・バウアー、カルバン・クライン、インディテクスグループ（ZARA等）が使用を停止。

ウール（羊）

HUGO BOSSが、ミュールシングを経て生産されたウールの使用を停止。

ダウン

ユニクロ、The North Face、Mammut、Jack Wolfskinなどが、ライブハンドブラッキング、フォアグラ生産されたダウンの使用を停止。

衣料品：消費者が情報を得られる体制の整備を

■消費者は衣料品がどこからどのように来るのか知らない

「毛皮の生産方法を知っていましたか？」という質問に、「知らなかった」と回答した人は52.9%（*）。おそらく、ダウンやウールの問題の認知度はさらに低い。

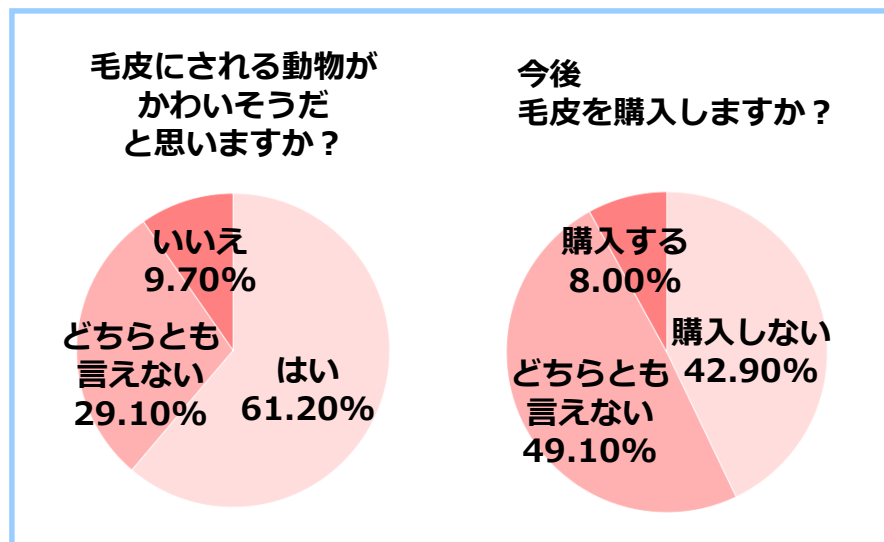
■消費者はエシカルな衣料品を選択できない

スイスの法律では、各商品に動物の種類、原産国、毛皮の入手方法を表示することが義務づけられている。すなわち、狩猟やワナで捕らわれ殺された野生動物なのか、家畜ならば群れで暮らしていたか、檻の中で飼われていた場合、床は針金か天然素材だったか、などだ。

しかし日本では毛皮は家庭用品品質表示法での表示義務がない。たとえ毛皮を使っているでも「毛皮」と表示しなくても良く、無論、動物種を表示する義務はない。東南アジアで年間200万頭以上の犬・猫が毛皮にされているが、犬猫の毛皮が混じっていても消費者は知るすべがない。

右の調査結果（*）では、「毛皮を購入したい」人はたった8%。動物がかわいそうだと思う人も半数を超えている。しかしそのような消費者であっても、知らず知らずに毛皮を買ってしまうこともある。

*2014年アニマルライツセンターが民間の調査会社を使って実施したアンケート。
対象：1000名。画像不使用。



賛同団体一覧～衣料品に使われる動物について

賛同団体：

- あしたへの選択／Choices for Tomorrow (CFT)
- Animal Rights For Japan
- アニマルウェルフェア（動物福祉）推進ネットワーク
- アニマルライツ中部
- NPO法人あだち動物共生ネットワーク
- アフリカ子どもプロジェクト SAVO
- いきもの多様性研究所
- イルカ&クジラ・アクション・ネットワーク
- インドワークキャンプ団体namaste!
- エルザ自然保護の会
- NPO法人神奈川動物ボランティア連絡会
- 認定NPO法人環境市民
- NPO法人北九環浄研
- 動物ボランティアCat 28（キャットにゃ〜）
- NPO法人十人十色
- 全国相互扶助生活安心組合（あんしん組合）
- NPO法人保健所の成犬・猫の譲渡を推進する会
- 生命に特許はいらないキャンペーン
- NPO法人動物愛護を考える茨城県民ネットワーク
- 「動物園に行く前に」実行委員会
- NPO法人日本素食協会
- 一般財団法人日本熊森協会
- 日本捨猫防止会
- NPO法人のわみ相談所
- NPO法人ぷかぷか
- 藤心パソコン倶楽部
- ベジポップ
- ベジライフ推進部
- ヘルプアニマルズ
- ホーム・アニマル・ソサエティ（HAS）
- 株式会社ミス・アプリコット
- Y.A.P.S山形動物愛護を考える会
- よつばの会

他2団体