ESG投資とアニマルウェルフェア

2023/9

認定NPO法人アニマルライツセンター
東京都渋谷区宇田川町12-3ニュー渋谷コーポラス1009
03-3770-0720
https://arcj.org

Introduction

食品企業の価値として、アニマルウェルフェアの重要性が増している

アニマルウェルフェアは、小売業、宿泊業、加工食品メーカー、卸売業、商社、生産者など、食品業界のあらゆる分野の企業にとって、重要な課題となっている。この背景には、消費者の関心、動物福祉団体からのアプローチ、メディアでの報道の増加、サステナブルな生産および経営への転換の必要性、BtoC企業によるトレーサビリティの確保、より高いアニマルウェルフェア基準を採用する企業の価値向上と市場機会など、さまざまな要因がある。一方で、国内の金融機関の中ではまだアニマルウェルフェアの重要性が見落とされていることが多いといえる。これは単純に市民のアニマルウェルフェアの認知度と相関関係にある。しかし、国際的には食品を扱う企業の主題の一つでもあり、今後必要な知見となるだろう。

金融機関の動向

金融業界では10年前にはまだアニマルウェルフェアは注目されていない分野だったが、現在では投資家が注視するさまざまな ESG 要素の1つだ。特に、食品分野、化粧品分野で重視されている。

食品分野の企業のアニマルウェルフェアの実践を評価するベンチマーク、BBFAW（Business Benchmark on Farm Animal Welfare）は、代表的な食品企業150社の取り組みを評価し、世界の機関投資家がアニマルウェルフェアをどう評価すべきかの理解を助けている。同時に35の機関投資家と連携し、食品企業への投資を検討する際に、アニマルウェルフェアを考慮するとした声明を出している。
2023年、FAIRRイニシアチブは、アニマルウェルフェアや抗生物質の薬剤耐性菌など、畜産にまつわる食料システムに関連した座礁資産のリスクを調査し始めたところであると公表[1]した。
クロノス・サステナビリティの責任投資マネージャーであるロバート・ブラック氏は、ESG INVESTORの記事に、アニマルウェルフェアが企業と投資家にとって管理すべき重要な持続可能性の問題であると書いており、また「ESGのテーマとしてアニマルウェルフェアが有利な点は、優れた実践とパフォーマンスに関する世界的な基準と期待が明確に定義されており、投資家と企業にとって達成すべきことの具体性が明確になっていることである。」とし、アニマルウェルフェアは評価が比較的容易な分野であるとしている[2]。
国際金融公社（IMF）の畜産に関する7 つの実践の一つはアニマルウェルフェアであり、「業界特有の優れた管理手法や利用可能な技術の適用により、アニマルウェルフェアを含む畜産管理システムを導入している畜産会社に投資する」こととしており、また、消費者、食品小売業者、業界団体、政府、金融機関などによるアニマルウェルフェアに関する公的な監視の目が厳しくなっていることも指摘している。
なお、化粧品分野でも、化粧品の動物実験の有無は世界の金融機関の関心事項であり続けていることを忘れてはならない。

国内動向

国内では金融機関の意識は変化しはじめたところ。

農林水産省は、『令和3年度ESG投資に係る食品産業等への影響調査委託事業（2022年3月公表（2023年3月一部更新）/ 三菱UFJリサーチ＆コンサルティング）』を行い、報告内にはアニマルウェルフェ

---

[1] https://www.fairr.org/news-events/insights/why-animal-welfare-is-an-investment-risk
[2] https://www.esginvestor.net/is-farm-animal-welfare-a-sustainable-investment-blind-spot/

アもESG課題の一つとして明記された。2023年4月13日の農林水産委員会の中で、野村哲郎元農林水産大臣は「アニマルウェルフェアに着目する投資機関は拡大傾向にある」と答弁するなど、政府の認識も上がっていることがうかがえる。
金融機関の取り組みとしては、2022年から2023年にかけて、JPモルガン証券株式会社が、機関投資家向けのアニマルウェルフェアのセミナーを、食品、化粧品、アパレルの3分野について行った。国内金融機関のスチュワードシップレポートやサステナビリティレポートの中にアニマルウェルフェアを明記する事例もまだまだ少数ではあるが見られるようになっている。
アニマルライツセンターは2022年～2023年にかけて、16の機関投資家、34の銀行・信用金庫とエンゲージメントを行った。このエンゲージメントでは、アニマルウェルフェアの正しい理解や国内外の食品企業や生産の動向、ESG情報としてのアニマルウェルフェアの公開の必要性、投融資の際にアニマルウェルフェアを指標への組み込む必要性やその評価ポイントの理解促進を行った。
このエンゲージメントと、わたしたちが同時期に行ったアンケートでは、元々アニマルウェルフェアについて把握している機関投資家、銀行・信用金庫は1割程度にとどまり、多くが初めて聞いた話であると答えた。一方で、銀行・信用金庫の場合、取引先に畜産農家や畜産関連企業があるとアニマルウェルフェアについて把握している傾向にあり、機関投資家の場合、アニマルウェルフェアの情報収集をしているケースや、すでに投資指標に入っているケースもあった。
エンゲージメントを経てアニマルウェルフェアを理解した後は、約4割がアニマルウェルフェアの必要性を顧客に伝えることができるとし、1割が投融資の指標に組み込みたいとし、1割弱が企業に情報開示を求めると答えるなど、9割以上がアニマルウェルフェアの情報を積極的にビジネスに活かすことを示唆した。

食品企業が開示すべきアニマルウェルフェアに関わるESG情報

畜産物（卵・鶏肉・豚肉・牛乳・牛肉などの動物性食材）を利用する食品企業が、どのような情報を開示し、またその内容が世界的な水準と比較してどうであるかを確認することが求められる。

全体をカバーするポリシーを持つとともに、アニマルウェルフェアの5つの自由を具体化するために、動物の拘束飼育（豚のストール、鶏のケージ、牛のクレートやつなぎ飼い、密飼い）を排除する意思を明確にすること、また、と畜時の有効な事前スタニング（気絶処理）を約束すること、痛みのある外科的措置のなど不必要な苦痛削減に向けた取り組みをすることがまずは求められている。

海外企業の多くが開示している情報

- ☐ アニマルウェルフェアのポリシーを持ち、5つの自由(又は5の領域)を推進ことを明言しているか
- ☐ 鶏卵
  - ■未来の目標
    - ☐ 目標年を定めケージフリー（平飼い）に切り替える
      ※グローバルな展開がある場合、地域ごとに異なる目標値を設定する
      推奨される目標年の目安：ヨーロッパと北米とオセアニア＝2025年、東南アジア＝2028年、東アジア＝2030年、日本＝2030年
    - ☐ 誘導換羽を行わない養鶏場の卵に切り替える
  - ■現状の公開

- [ ] ケージフリーの現在の調達割合（グローバルな展開がある場合は地域ごとに）

- [ ] 鶏肉
  - ■未来の目標
    - [ ] 飼育密度を30kg/㎡以下の飼育に切り替える
    - [ ] ゆっくり成長する種に切り替える
    - [ ] と畜時の事前スタニング（効果的な意識喪失）の方法をガスに切り替える

      ※上記3点を含め、ベターチキン（ヨーロピアンチキン）コミットメントに準拠した鶏肉に切り替える、又はGlobal Animal Partnership グレード2以上を取得するとも表現される
  - ■現状の公開
    - [ ] 飼育密度：国際的な水準値33kg/㎡以下での飼育の割合
    - [ ] と畜時の事前スタニング（電気又はガスによる）の実施割合
    - [ ] 自然光を与えている割合
    - [ ] ゆっくり成長する種の割合
    - [ ] エンリッチメントの導入割合
- [ ] 豚肉
  - ■未来の目標
    - [ ] 2030年までに母豚のグループ飼育100%(妊娠ストールフリー)へ切り替える
  - ■現状の公開
    - [ ] 母豚のグループ飼育の割合
    - [ ] 分娩ストールを使用しない割合
    - [ ] 歯の切断を行わない割合
    - [ ] 去勢時の麻酔の実施割合
    - [ ] 断尾を行わない割合、又は断尾時の麻酔の実施割合
    - [ ] エンリッチメントの導入割合
- [ ] 牛乳、牛肉
  - ■未来の目標
    - [ ] 繋ぎ飼いフリーに切り替える
    - [ ] グラスフェッドを目指す
  - ■現状の公開
    - [ ] 繋ぎ飼いフリーの割合
    - [ ] グラスフェッドの割合
- [ ] 動物性タンパク質
    - [ ] 代替タンパク質への切り替え目標
    - [ ] 現状の取り組み

上記のような情報の開示がない場合は、企業に対し情報開示を求めることも、金融機関として重要な役割である。

※一般的な食品企業に求められる指標、畜産物を生産する食肉企業はより詳細な情報公開が求められる

※畜産動物のアニマルウェルフェアは今も新たな研究が行われ、進化を続けているものである。そのため、指標も少しづつ変化していく。上記指標は2023年9月現在。

結び

早期に高いアニマルウェルフェアにコミットすることにより、企業は市場での新たなチャンスを得ることになる。世界の食品企業はまさにアニマルウェルフェアの高さを競うようにもなっている。

しかし、アニマルウェルフェアの本分は、一部の畜産物に良いものを取り入れることではなく、悪い畜産手法を排除し、持続可能な社会に移行し、人々の倫理観が許容するレベルまでアニマルウェルフェアを上げ、また誰もが世界水準の畜産物を入手できる平等な社会を目指すところにある。日々の買い物において、経済的理由で限られた選択肢しかない人でも、安心してアニマルウェルフェアな畜産物が購入できる社会。その価値観は国連が目指すSDGsのゴールにも重なるだろう。そのために必要なのは、日本の畜産のボトムアップであり、そのための食品企業の将来の調達へのコミットメントであり、NGOや銀行や機関投資家の後押しである。