

米国ロサンゼルス地域の鶏卵販売に関する一考察

—アニマルウェルフェア視点からみた分析—

麻布大学 大木 茂

全国農業共済協会 中村 竜人

1. 本報告の背景と目的

現在、家畜のアニマルウェルフェア（以下、AW）改善に関する動きが進展している。これは、特に採卵鶏分野で顕著であり、EU では 2012 年より従来型ケージでの採卵鶏飼育が禁止となった[1]。一方米国では、今回事例として取り上げたカリフォルニア州（以下、CA 州）が、2015 年より実質的ケージ飼育禁止を州法として可決する[2]など、州レベルで取組みに差があるものの、2011 年に全米鶏卵生産者協会（UEP）と全米人道協会（HSUS）の間で従来型ケージによる採卵鶏飼育の禁止に向けた活動合意がなされ、連邦法制定に向けた動き始めている[3]。

本報告は、CA 州のスーパーマーケット（以下、スーパー。）における鶏卵小売実態を整理する。ここから、ほぼ 2 年後のケージ禁止が現状の小売りにどのような影響が生じているかを明らかにし、今後の課題について考察する。

2. 調査の方法と分析対象

調査対象地域をロサンゼルス・トーランス地域（以下、LA）中心としたスーパーとし（註 1）、期間を現地時間 2013 年 1 月 4～8 日とした。スーパー店頭において、鶏卵ブランド、小売価格、パックあたり個数、卵殻色、付加価値、ラベル等を確認し、複数店舗を調査したスーパーは、商品アイテム最大店を採用して 11 企業 1 店舗ずつのデータで整理した。またスーパーを、一般スーパーと高級スーパーの 2 つに分類し分析を行った（註 2）。

3. 鶏卵販売における全体的傾向

鶏卵販売の全体的傾向は以下の通りである。①パックあたり鶏卵数は、12 個 71.2%、6 個 15.5%、18 個 6.6%、②鶏卵サイズは、L サイズ 71.2%、XL サイズ 17.7%、Jumbo サイズ 5.8%、③卵殻色は、白 49.1%、茶 50.9%、④飼養法割合は、ケージ 46.0%、ケージフリー 19.9%、フリーレンジ 2.7%、オーガニック 31.4%、⑤その他付加価値として、オメガ 3 脂肪酸付加、有精卵。ここで、①と②より、以下では、12 個パック L サイズの小売価格を見る。

4. 一般スーパーにおける鶏卵販売実態

一般スーパー 6 社の鶏卵販売の特徴は以下のようである。①アイテム数は、6 スーパー合計で、ケージ 54%、ケージフリー 20%、フリーレンジ 3%、オーガニック 23%であった。②表 1 によると、同一カテゴリーの比較ではスーパー間の価格差が小さい点はイギリス[4]と同様である。例えば、ケージ卵（白色 L サイズ）は、A 社を除いてほぼ \$ 1.99 に価格付けされていた（註 3）。同様にケージフリー卵（茶色 L サイズ）は、EDLP で有名な F 社を除いて \$ 0.3 の間に散らばっており平均 \$ 3.78 である。またオーガニック卵（茶色 L サイズ）は、ややばらつきが大きくなるものの、F 社を除き平均 \$ 4.53 であった。③上記のような価格が一般的としたとき、ケージ卵とケージフリー卵の価格差は約 1.9 倍、ケージ卵とオーガニック卵のそれは約 2.3 倍となる。通常の最低価格ケージ卵は \$ 1.59～\$ 2.79 まで範囲が広い。イギリスはフリ

表1 スーパーの鶏卵価格比較

		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Cage	W/L	*2.79	1.99	1.99	*1.59	1.99	1.98	2.49		*3.29	1.79	
Cage Free	B/L	3.69	*3.99	3.79	*3.69	3.74	*2.68	*3.29	3.49	4.49	*2.99	*3.29
Organic	B/L	4.49	*4.49	*4.99	*4.29	4.74	*4.18	*5.19	5.29	5.99	*4.29	*4.69

注：データは2013年1月4～8日。*はPB, Bはブラウン, Wはホワイト, Lはサイズ。

D社のCage W/Lは他の2店では\$ 1.99であった。G社のCageFreeはW, H社のCageFreeは通常3.99。

I社のOrganicはOmega3添加。J社のCageはXL, CageFreeはW。

ーレンジ中心であるが、2012年10月イギリス企業がアメリカ進出しCA等でフリーレンジ卵を販売し始めており、今後の動向が注目される [5]。

5. 高級スーパーにおける鶏卵販売実態

高級スーパー5社では一般スーパーと大きく異なる特徴が見られた。①アイテム数では、5スーパー合計でケージ卵26%、ケージフリー卵31%、フリーレンジ2%、オーガニック42%とケージは少数派であり、ケージを取り扱わない企業も2つあった。②スーパー間の価格のばらつきが大きく、それぞれの戦略が見えにくくなっている。③J社は、ケージを4アイテム、ケージフリーとオーガニックをそれぞれ3アイテム扱っているが、価格的にはF社に匹敵するほどに価格訴求力のある展開である。④K社は、ケージ卵を扱わず、ケージフリーとオーガニックを半々で取扱う。PB ケージフリーLは\$ 3.29、PB オーガニックLは\$ 4.69と、J社を除くほか3社より安いのみならず、ケージフリーに限定すれば一般スーパーとも価格競争力ある展開をしていることがわかる。

6. まとめと今後の課題

LAでは、ケージ卵中心であるものの、安売りスーパー(註4)を除く一般スーパーではケージフリー、オーガニックも確認できた。ただし、飼養法比率はケージフリーよりもオーガニックが高く、またF社はスーパーセンターでしかケージフリー卵の扱いが見られなかったなど、いまだAWに配慮した商品が一般化していないようである。とはいえ、フリーレンジ卵がオーガニック卵を上回る

価格で販売されるなど、これから2015年予定のCA州ケージ禁止の施行に向けて様々な動きが予測され、とりわけ高級スーパーの取扱い動向は示唆に富むといえる。継続的調査により、今後の日本におけるAW対応鶏卵の生産流通消費の課題を把握したい。

(註1) 調査はトーランス・アーバイン両地域を中心とした18スーパーで行った。

(註2) 一般スーパー：Albertsons、Fresh & Easy、Pavilions、Ralph's、Target、Walmart。高級スーパー：Bristol Farms、Co-opportunity、Gelson's、Trader Joe's、Whole Foods Marketとした。

(註3) 白色Lサイズ12個パックは、安売りスーパー含むほか3社でも同価格だった。

(註4) El Super、Food 4 Lessはケージ卵のみの販売であった。

参考文献

- [1] EU『Council Directive 1999/74/ EC』1999
- [2] カリフォルニア州『Proposition 2』2008
- [3] 松木洋一・永松美希。「第2章 畜産動物と人の関わり 第3節 アニマルウェルフェア畜産の発展」松木洋一監修『人間動物関係論』、養賢堂、2012、pp67-80。
- [4] 大木茂・中村竜人、「イギリスにおける鶏卵・鶏肉販売に関する一考察 -フリーレンジ卵拡大に果す協同組合の役割-」、協同組合研究(投稿中)
- [5] 「英国のノーブルフーズ カリフォルニアで『ハッピーエッグ』販売」、鶏鳴新聞、1866号、2013年4月25日付。