

ケージフリー トラッカー

📍 アジア



2025年版



Sinergia Animal社が**2025年12月**に発行したレポート

本レポートに掲載されている情報は、**2025年10月31日**時点のものです。

これ以降に企業から提供される新たな情報や更新内容については、今後のレポートに反映されます。

目次

- 04 主な結果
- 05 アジアにおけるケージフリー運動
- 07 「ケージフリー」とは何か?
- 09 ケージフリー方針とは?
- 10 調査の実施方法とは?
- 11 重要なポイント
- 13 全体の参加状況
- 15 レベル別ランキング
- 23 その他の関連データ：数値で見るレポート
- 27 2025年を完全実施期限とする企業
- 29 主な課題
- 30 結論と今後の取り組み
- 31 ケージフリートラッカー2025 用語集

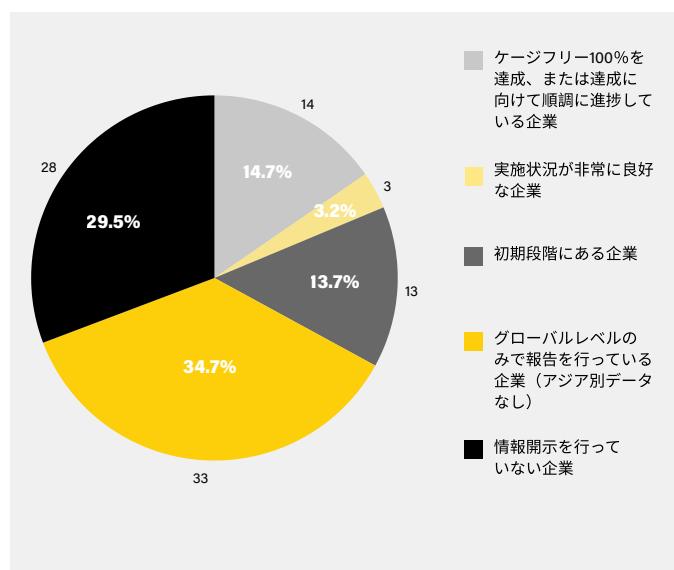
序文

Sinergia Animalによる2025年アジアケージフリートラッカー（以下「トラッカー」）は、各企業がケージフリー卵調達への取り組みを非常に異なる速度で進める中、その進展と継続的な課題の両方を浮き彫りにしています。アジア地域には世界の卵生産量の約65%が集中しており¹、食料安全保障、持続可能性、動物福祉に対して計り知れない影響力を有しています。しかしこの大規模な生産は、鶏²の自然な行動を著しく制限する集約的なバタリーケージシステムに大きく依存しており、深刻な倫理的および公衆衛生上の懸念を引き起こしています³。

ケージフリー改革が法規制により推進されたヨーロッパや北米とは異なり、アジアではこれに匹敵する規制措置はほとんど見られません。スウェーデンでは数十年前からケージの使用が禁止されており、その後欧州連合、ニュージーランド、カナダ、および米国の複数の州がこれに続きました⁴。これに対してインドはバタリーケージを制限するための勧告を発行していますが、その施行は依然として一貫性を欠いています⁵。また、インドネシア、タイ、マレーシア、日本などの国々では、依然としてケージ飼育が中心となっており、主に企業の自主的な取り組みに依存しています⁶。

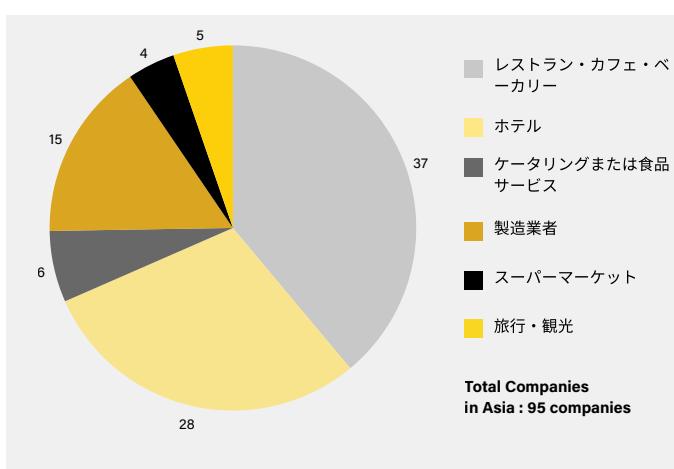
このような拘束力のある規則の欠如により、企業の社会的責任と市民社会の圧力が変化の主な推進力となっている一方で、信頼性を確保するための透明性の重要性も浮き彫りになっています⁷。

変革の心強い兆しが見え始めています。当社の分析によれば、マレーシアと日本ではケージフリー農場が実現可能な有意義な変化を示しています。また日本とタイでは、企業によるケージフリー調達をビジネスモデルに組み込む動きが進み、イノベーションと消費者需要がいかに改革を加速させるかを示しています。一方、インドネシアとインドでは、企業が世界規模で掲げる公約や企業レベルでの公的な取り組みと、現地での実施状況との間に依然として大きな隔たりが見られます。また、マレーシアでは初期段階の取り組みが見られるものの、依然として透明性が限られ、報告体制も脆弱であることが明らかになりました。アジア地域は世界の卵生産量の約65%を占め、中国だけでも約38%を占めることから、この地域の進展はケージフリーシステムへの世界的な移行を形作る上で極めて重要なと予想されます⁸。



2025年、本トラッカーはアジア5カ国にまたがる企業95社を対象に詳細な評価を実施し、2024年の78社から対象範囲を拡大しました。調査結果によると、14.7%（14社）が既に100%ケージフリー調達を達成、もしくは順調に達成に向けて進んでいること、3.2%（3社）が強力な実施状況を示していること、13.7%（13社）がまだ初期段階にあることが明らかになりました。これに対し、34.7%（33社）はアジア地域別のデータを示さずグローバルレベルでの報告のみを行い、29.5%（28社）は一切報告を行っていない状況となっています。また、半数以上が2025年までに実施期限を迎えるNando's、Kempinski and Lotus's Supermarket（旧Tesco Lotus）などごく一部のみが2027年から2030年まで実施期限を延長しています。2024年と比較すると、2025年の更新はより厳しい状況を示しており、参加企業は拡大しているものの、実施と透明性の格差は顕著な状況が続いている。

これらの主要数値を超えて、アジアにおけるケージフリー卵の供給量は拡大を続けているものの、依然として不均一な状況に留まっています。供給は主に東京、バンコク、ジャカルタなどの大都市圏に集中しており、地方や二次市場では依然として入手が限られています。



2025年時点で、本トラッカーはアジアの主要食品分野における企業95社を対象にマッピングと評価を実施し、業種別・地域別のバランスを取りました。サンプル構成は、37社のレストラン、カフェ、ベーカリー、28社のホテル、6社のケータリング／食品サービス、15社の製造業者、4社のスーパー・マーケット、5社の旅行・観光関連企業となっていました。レストランとカフェが全体の約半数を占め、次いでホテルと製造業者が続き、ケータリング、スーパー・マーケット、旅行業は小規模ながら影響力のある割合を形成する結果となりました。

地理的に比較すると、トラッカー調査対象国はタイ（56社）、インドネシア（57社）、日本（55社）、マレーシア（46社）、インド（42社）であり、高成長経済圏と多様な政策環境が混在する構成となっています。参加企業数が最も多かったのはインドネシアとタイで、両国とも参加企業の60%以上を占めるホテル・レストラン／カフェ業が牽引していました。一方、インドとマレーシアでは製造業や複合業種事業者の割合が比較的高く、サプライチェーン構成の多様化が示される結果となりました。

評価対象企業の大半は、評価対象5カ国のうち2カ国以上で事業を展開する多国籍企業グループとなっています。表1は国別の業種別内訳を示しています：

国	ホテル	レストラン/ カフェ	ケータリング／ 食品サービス	製造業者	スーパー・マーケット	旅行・観光	総企業数	多国籍企業
インド	11	11	5	14	-	1	42	42
インドネシア	20	21	4	9	-	3	57	50
日本	15	21	1	13	-	5	55	51
マレーシア	16	13	4	9	1	3	46	46
タイ	21	14	2	11	4	4	56	53

以上の調査結果は、アジアにおける食品システム全体での企業の関与の広がりと、地域や業種間でケージフリーへの取り組みの進展にばらつきがあることを示しています。

2025年に新しく評価対象に追加された企業群は、継続的な透明性課題を一層浮き彫りにしていた。地域企業や多国籍企業数社がトラッカーに初めて参入したものの、アジア地域に特化した実施データの不足や測定可能な開示情報の欠如により、下位層に分類されました。これにはDough Lab、Impiana Hotels、Archipelago International、Rimping Supermarketなどが含まれます。これらの新規参入企業は評価対象企業の約5分の1を占めていることから、影響力のあるブランドでさえも、地域レベルでの実施状況、透明性、報告において遅れを取っている現状が明らかに示されています。

有望なことに、成功事例は実現可能性を証明しており、Shake Shack、Starbucks、Capella Hotel Group、Illy Caffè、Aman Resortsといった企業は、アジアにおいてわずか3～4年でケージフリーへの移行が可能であることを示しています。これらの企業のリーダーシップは、複雑なサプライチェーンを跨いでさえ、取り組みが約束から実践へと移行し得ることを示しています。

現在の課題としては、こうした成功事例を拡大することにあります。政策立案者は強制力のある基準を採用する必要が、企業はケージフリー調達を持続可能性とESG優先事項に組み込む必要があります。消費者と投資家は透明性を評価すると同時に、遅れている企業に行動を促さねばなりません。アジアには、世界的なケージフリー運動に参加するだけでなく、その先頭に立つ機会があります。経済成長、持続可能性、動物福祉が共に前進できることを証明できるのです。ここで下される決断が、この先数十年にわたる世界の食料システムを形作るでしょう⁶。



ヌルハヤティ・ダルニフア
コーポレート・アカウンタビリティ責任者 - アジア担当

主な結果



評価対象企業の増加:

評価対象企業の増加: **2025年レポート**の調査対象企業は合計**95社**で、**2024年比22%増（17社）**となった。

新たな取り組み:

レポート期間中にケージフリー化の取り組みを新たに発表した企業は**7%（7社）**である。

完全移行:

8.4%（8社）が**100%ケージフリー**のサプライチェーンへ完全移行を完了。

さらに**6.3%（6社）**が**2025年末までに完全移行**を達成すると表明。

レポートの透明性:

10.5%（10社）がアジア地域に特化したレポートを公開、

43.2%（41社）はグローバルレベルでのみ報告、**16.8%（16社）**は単一レポートでグローバルと地域の進捗を両方開示しており、合計**70.5%（67社）**が進捗状況の更新情報を何らかの形で公開している。

2025年またはそれ以前を期限とする企業:

75.8%（72社）が**2025年またはそれ以前の実施期限を設定**しており、

内訳は: **8.4%（8社）**は既に移行を達成済み、**6.3%（6社）**は**2025年末までに達成予定**、**17.9%（17社）**はさまざまな移行段階にある、**23.2%（22社）**はグローバルレベルでのみ報告、**20%（19社）**は移行状況について一切報告していない。

多国籍企業:

77.9%（74社）が多国籍企業であり、**22.1%（21社）**はアジア域内のみで事業を開いている。

多国籍企業のうち:

- 6社が取り組みを完全に実施済み。
- 4社は**2025年末までに完了予定**と表明。
- 4社は**40%超の中程度から良好な進捗**を示す。
- 33社はアジア別詳細を伴わないグローバルレベルデータのみ報告。
- 17社は一切の公開報告を行っていない。

地域全体における企業関与:

アジア全域における企業の関与は拡大を続けているものの、その透明性と完全な実施状況には依然としてばらつきが見られ、より強力な地域的な説明責任と一貫性のある公開報告の必要性が明らかにされています。トラッカーで対象となった**5か国**の中では；

インドネシア

インドネシアは依然として最も積極的に取り組んでいる国のひとつであり、**57社**が対象に含まれ、そのうち**43社（75.4%）**が進捗を報告しています。主要なホテル・レストランチェーンを中心に、レベルAの達成企業数が最多（11社）を記録しています。しかし、相当数の企業がレベルD.1（22社）およびレベルE（14社）に留まっており、市場全体での取り組みのばらつきが浮き彫りとなっています。

インド

インドはこれに続き**42社**が参加しており、うち**33社（78.6%）**が進捗を開示しています。8社がレベルAに到達した一方、その大半である**18社**がレベルD.1、8社がレベルEに位置しており、多国籍企業の積極的な参加にもかかわらず、実施状況にはばらつきが残っていることを示しています。

日本

日本はこの地域における報告率が最も低く、**55社中39社（70.9%）**が更新情報を公開しています。レベルA（9社）を超える進展は限定的であり、レベルD.1およびレベルE（15社）への高い集中は、国内サプライチェーンにおける進捗の遅さと透明性の低さを示しています。

タイ

タイは共同最高レベルの報告率（**78.6%**、**56社中44社**）を達成しており、高い認知度と関与を示しています。しかし、**26社**がレベルD.1に位置付けられることから、大半の企業は依然として取り組みの初期段階にあり、具体的な成果は少数の主要ブランドに集中しています。

マレーシア

マレーシアは地域におけるケージフリー運動において、引き続き早期かつ影響力のある役割を果たしており、**46社**が評価対象となり、そのうち**35社（76.1%）**が進捗を報告しています。しかし、最高水準の説明責任を達成したのはわずか**4社**（レベルA.1に2社、レベルA.2に2社）であり、**21社**が依然としてレベルD.1に留まっています。

アジアにおける ケージフリー運動

2025年には、アジアは依然として世界の主要な卵生産地域であり、全世界の生産量の約3分の2を占めました⁹。この生産量の大部分は、現在もなおケージ飼育システムによるものであり、この地域全体の産卵鶏の約85～90%が飼育されていると推定されています。一方、鳥小屋、納屋、放し飼い、有機農場などのケージフリーシステムは、総生産量のわずか10～15%を占めるに過ぎません¹⁰。こうした不均衡な状況は、複数のNGOがこの問題に取り組んでいることや、消費者や企業の動物福祉基準に対する意識が高まっているにもかかわらず、ケージフリーの供給網を拡大する課題が依然として続いていることを浮き彫りにしています。これに対して、欧州のケージフリー比率は65～70%を超え、ドイツ、オランダ、スウェーデンなど一部の国では既に80%¹¹を超えています。北米では、米国で40～45%、カナダで約30%のケージフリーサービスが報告されています¹²。この顕著な格差は、世界の卵生産量の大部分を占めるアジアが、より高い福祉基準のシステム導入において依然として大きく遅れていることを明確に示しています。

一方で、アジアの食料システムも、より広範な持続可能性とレジリエンスの問題から免れてはいません。こうした状況において、アジアの食品産業の責務は地域的な事業活動を超えています。なぜなら、アジアにおける選択は、動物福祉、食料安全保障、消費者信頼に関する世界的な基準に影響を及ぼすと同時に、より強靭で責任ある食料システムの構築にも寄与するからです。

アジアにおける消費者の期待も変化しつつあります。動物福祉への関心は依然として比較的新しい社会的課題ですが、調査によれば透明性や食品の産地への関心はますます高まっており¹³、特に都市部の中産階級市場では、倫理的な調達と説明責任を示すブランドを支援する消費者が増加しています。この傾向は、福祉基準の強化に取り組む企業や進捗状況を積極的に発信する企業にとって新たな機会を生み出始めています。

Sinergia Animalとして、ケージフリー調達が地域で着実に勢いを増していることを強調します。より多くの企業が公約を発表しており、比較的短期間で完全実施を達成した企業も存在します。



この進展は、国際ブランドがグローバル基準をアジア地域に適合させる動きと、動物保護を長期戦略に組み込む重要性を認識した地域企業の両方によって推進されています。

このレポートでは、**2025年までに100%ケージフリー運営への移行を約束し、その達成に向け順調に進んでいるアジアの主要企業**を以下に示します：



Capella Hotel Group

アジア事業全体でケージフリー調達を完全実施したラグジュアリーホテルブランド。



illy Caffè

アジアで確固たる地位を築くグローバルコーヒーブランド。ケージフリー調達への移行を成功裏に完了。



Lotus Bakeries

多国籍食品メーカー。既に100%ケージフリー調達への移行を完了。



Pizza Express

2017年に移行を公約し、2025年までの移行完了に向け着実に進捗している国際レストランチェーン。



Bali Buda

100%ケージフリー調達を公約し、2025年末までの移行完了に向け順調に進捗しているインドネシアの地域レストラングループ。

こうした市場リーダー企業は、移行には数十年を要するのではなく、企業が透明性と説明責任を約束すれば3~4年で達成可能であることを示しています。彼らの成功はサプライチェーンを変革するだけでなく、業界全体に向けた基準を確立しつつあります。

このような取り組みが進むにつれ、アジアの他のブランドにも波及効果が広がり、同様の行動を促すと予想されます。ケージフリー調達は、サステナビリティや企業の社会的責任の取り組みにおいて、正当かつ不可欠な要素として認識されつつあります。こうした状況下で、我々の取り組みは、取り組みが確実に履行されるよう注力すると同時に、遅れを取る企業に対しては引き続き圧力をかけることに重点を置いています。

ケージフリーアニマル生産システムを拡大し、アジアにおける卵生産のより人道的で持続可能な未来を確保するためには、生産者、食品企業、消費者の連携が不可欠です。しかし、進展には政府や金融機関のより一層の参加も必要となります。アジアにおける卵生産のより人道的で持続可能な未来を確保するためには、規制、認証制度、投資インセンティブが、ケージフリーシステムの拡大において極めて重要となるでしょう。

「ケージフリー」とは何か？

従来のバタリーケージでは、鶏は過密な環境で飼育され、通常1羽あたりの生活スペースはA4用紙1枚分にも満たないほど限られています¹⁴。このような環境下では、鶏は翼を完全に広げたり、巣作りをしたり、止まり木に止まったり、餌を探したりすることができません。これらは鶏の健康に不可欠な自然な行動です。科学的な証拠によれば、こうした制限はストレスや欲求不満を招き、骨粗鬆症などの深刻な健康問題やその他の福祉上の問題を引き起こすことが示されています。

ケージフリーアイデンティティには別の方法が存在します。このシステムでは、鶏は開放的な納屋や鳥小屋で飼育され、時には屋外への出入りも可能です。**産卵用の巣箱、休息するための止まり木、採食や砂浴びができる敷料が用意されています¹⁵**。これらの設備により、より自然な環境が創出され、鶏がより多様な行動を表現できるようになります。

ケージフリーシステムも慎重な管理が必要であるため、福祉上の課題をすべて解消するわけではありませんが、**ケージ飼育と比較すると大幅な改善をもたらします**。責任ある方法で導入されれば、鶏群の健康維持、生産レベルの維持、そして鶏が経験する苦痛の軽減に大きくつながります。

世界の卵生産においてアジアが中心的な役割を担っていることを踏まえると、**同地域におけるケージフリーシステムへの移行は、サプライチェーンの再構築やより強力な動物福祉基準の確立につながる可能性**があり、その影響は域外の実践にも及びます。

バタリーケージ の実態



スペース不足

1つのケージに最大12羽の雌鶏が詰め込まれており、通常、1羽あたりに与えられるスペースはA4用紙1枚分にも満たしません^{16 17 18 19}。



フラストレーション

雌鶏は十分に羽を広げたり、自由に歩いたり、巣作りをするといった自然な行動が取れず、ストレスや苦痛を感じています。



公衆衛生

サルモネラ菌は世界的に最も多く報告される食中毒病原体の一つであり、鶏卵は重要な感染媒体として認識されています。インドネシアのある研究では、スーパーマーケットで販売される鶏卵がサルモネラ菌に汚染されており、殻と卵内部の両方で多剤耐性株が検出されました²⁰。

薬剤耐性菌は、抗生素などの抗菌薬の誤用によって引き起こされる重大な公衆衛生上の脅威です。2019年だけでも、抗菌薬耐性が原因で世界中で約500万人が死亡したと報告されています²¹。異なる飼育システムにおけるサルモネラ菌のレベルを調査した研究もあるが、結果は必ずしも一貫しておらず、群れの管理状況に大きく依存することが少なくありません。アジアやその他の地域における証拠は、良好な衛生状態、強力な生物学的安全対策、そして慎重な群れ管理がサルモネラ菌を制御する上で重要な要素であることを示しています。これらの対策を実施することにより、ケージフリー、放し飼い、有機飼育システムは従来のケージシステムと同等の安全性を確保することができます。ケージフリーシステムは適切に管理されれば、高い食品安全基準を達成しつつ、動物福祉を促進し、国連が支持する「ワンヘルス・ワンウェルフェア」の枠組みを支援することができます。この概念は、人間、動物、環境の健康が相互に関連していることを認識するものです。

ケージフリー 方針とは？

アジア地域では、地元事業者から多国籍ブランドにいたるまで、サプライチェーンからケージ卵を排除することを公約する企業が増加しています。本トラッカーでは、このような取り組みは、公に発表され、殻付き卵、液卵、粉卵、加工卵を含む全ての卵形態の完全移行をカバーする場合にのみ認定されます。レストラン、カフェ、ベーカリー、ホテル、ケータリング業者の大半は2025年を目標年と設定している一方、スーパーマーケットは概ね2028年を目標としています。製造業者や旅行・観光業界の企業もケージフリー目標の導入を開始していますが、調達や運営構造の複雑さから、そのタイムラインは様々です。

ケージフリー方針は、各地域の食品産業にドミノ効果を引き起こす可能性を持っています。ある企業が方針を掲げると、競合他社も同様の方針を採用せざるを得なくなり、生産者はケージフリーシステムへの移行、あるいは少なくとも専用ラインの開発を促されます。さらに消費者は、工業的な卵生産の実態やケージが引き起こす苦痛について認識を深めるのです²²。こうした連鎖反応はアジアにおいて特に重要です。生産規模が膨大なため、一部の主要企業による変化さえも世界的な影響をもたらす可能性があるのです。

通常、ケージフリー方針の実施にはいくつかの段階があります：

1 企業が事業の一環として卵を調達または販売している場合。

- A. - 企業が公的なケージフリー方針を打ち出し、完全にケージフリーの供給業者へ移行することを約束します²³。
- B. - 企業が同様の政策を公表しない場合、Sinergia Animalやその他の団体が対話を行い、必要に応じて公的なキャンペーンを展開して採用を促します。

2 企業は移行プロセスを開始し、サプライチェーンにおけるケージフリー卵の割合を着実に引き上げ、公約した期間内に**100%**目標を達成するまで定期的に進捗を公表します。



調査の実施方法 とは？



本レポートは、アジア市場におけるケージフリー卵のサプライチェーン構築を長年にわたって推進し、かつインド、インドネシア、日本、マレーシア、タイの5カ国評価対象国のうち少なくとも1カ国で事業を展開する全企業を対象としたものです。また、グローバルブランドであるHilton、Nestlé、Starbucksなど、アジア地域内の複数国にまたがる取り組みを展開する企業も対象に含まれます。

本分類は**2025年10月31日時点までの情報を集約**したものです。

この日付以降に各社が発表した更新情報はランキングに反映されていない可能性があります。最新データに関しては、各社の最新発表資料をご参照ください。締切日以降に報告された進捗状況は、2026年版「アジアケージフリートラッカー」の作成時に考慮されます。

情報源：

本レポートで掲載した情報は、以下の異なるチャネルから収集したものです：企業による回答済みアンケート、ウェブサイト・サステナビリティレポートおよびソーシャルメディア上で公開された公式声明、ならびに透明性促進に取り組む協力団体との連携（ご協力に感謝申し上げます）。結果および数値は監査を受けておらず、企業の公開情報のみに基づいています。

合計67社の企業が、ウェブサイト、サステナビリティレポート、その他のコミュニケーション手段といった公開チャネルを通じてケージフリー化の進捗を公表しました。このうち6社はSinergia Animalのアンケートを通じて直接更新情報を提出しています。一方、6社はケージフリー化の進捗情報を一切含まないレポートを公表し、28社は公開更新情報を全く提供していません。このうち6社は、ケージフリーへの取り組みに言及せずに一般的なサステナビリティまたはCSRレポートを発表しました。

重要なポイント



レポートの入手状況:

企業が取り組むコミットメントへの関与度は高まり続けており、その実施状況レポートの増加がこれを裏付けています。様々に入手方法によるレポート総数のうち、実施状況レポートは70.5%（67件）に達しました。アジア地域別または国別の取り組みの具体的な実施状況レポートは10.5%（10件）を占めています。



多国籍企業の参加状況:

評価対象となった74社の多国籍企業のうち、77%（57社）がケージフリー化への進捗状況を公表しており、これは透明性とグローバルな説明責任の高まりを反映しています。このうち6社は公約を全面的に達成済み、4社は2025年末までに100%ケージフリーのサプライチェーン実現を計画、1社は40%超の進捗を報告、3社は1~15%の進捗で初期段階に留まっています。ただし、17の多国籍企業は同地域におけるケージフリー実施状況の最新情報を未だ公表していません。



報告チャネルの多様性:

各社は自社の進捗状況を様々なチャネルを通じて報告し、70.5%（67社）が自社ウェブサイト、サステナビリティレポート、またはCSRレポートを通じてレポートを公表しました。このうち6社はSinergia Animalのアンケートにも直接回答し、自社の取り組みをさらに裏付ける情報を提供しました。29.5%（28社）の企業は、いかなるレポートも公表していなかったか、またはケージフリー化に関する進捗情報が含まれていないレポートを公表していました。



回答したものの地域別／国別レポート

を提出しなかった企業:

評価対象企業のうち、43.2%（41社）はアジア地域固有のデータを含まず、グローバルレベルでの進捗のみを開示しました。一方、10.5%（10社）はアジア専用の地域別レポートを公表し、16.8%（16社）はグローバルデータと地域データを単一のレポートに統合しました。一方、29.5%（28社）は何のレポートも公開せず、またはケージフリー化に関する進捗情報を記載していませんでした。



地域・国別進捗

を報告しなかった企業:

本レポート対象企業の29.5%（計28社）が実施進捗を一切報告していません。このグループには、Millenium & Copthorneなどの多国籍企業に加え、タイのFood Passionや日本のIMU Hotel Kyotoなど、国別取り組みを掲げる企業も含まれます。



遅れを取っている企業：

2025年を完全実施期限としているにもかかわらず、McCain FoodsとGeneral Millsはアジア地域別の進捗情報を提供せず、グローバルレベルのデータのみを公表し続けています。Costa Coffeeも同様に、地域別の進捗状況を開示しておらず、このカテゴリーに留まっています。一方、Food Passion、Four Seasons、Central Food Retailは公約を記録に残しているものの、いかなる報告も公表しておらず、2025年実施の状況は不明確なままです。



移行度のばらつき：

ケージフリー卵への移行ペースは企業によって依然としてばらつきがみられます。8.4% (8社) がケージフリーへの取り組みを完全に実施済みである一方、6.3% (6社) は2025年末までに実施を完了すると表明しています。さらに12.6% (12社) が15%以上の進捗を報告しているのに対し、7社は0.1~14%の範囲に留まっています。ただし Autogrill は2025年6月のCFT調査を通じて進捗を報告したものの、いかなる公式声明やレポートも公表していません。一方、32.6% (31社) はアジア地域別のデータなしにグローバルレベルでのみ報告しており、29.5% (28社) はケージフリー化の進捗を一切報告していない、または公開情報からこの情報を省略しています。



卵の使用分布：

ケージフリー鶏由来の卵への移行に関しては、アジア企業は進捗度に差が見られます。公約の多くは生卵または殻付き卵、液卵を対象としていますが、加工卵や原料ベースの卵は一貫して含まれることが少なく、卵を含む外部調達製品の完全な検証を確保することが依然として企業にとって大きな課題であることを示しています。動物へのポジティブな影響を実現するためには、企業は自社製品で使用または販売するすべての種類の卵に対して取り組みを拡大する必要があることを強調します。

全体の参加状況

2025年レポートには合計**95**社が対象となりました。

このうち67社（70.5%）がケージフリー卵調達を何らかの形で実施していると報告しました。このうち10.5%（10社）はアジア地域または個別国を対象としたレポートを公表し、43.2%（41社）はグローバルレベルでのみ報告し、16.8%（16社）は単一レポート内でグローバルとアジア地域のデータを併記して公表しました。

企業一覧（アジア）

1. Accor
2. Aman Resorts
3. Archipelago International
4. Au Bon Pain
5. Autogrill HMSHost
6. Bali Buda
7. Banyan Tree Holdings
8. Best Western
9. Bloomin' Brands
10. Blue Steps Villa and Resto
11. Capella Hotel Group
12. Central Food Retail (Central Retail)
13. Chatrium Hotels & Residences
14. Club Med
15. Compass Group
16. Costa Coffee
17. Dough Lab
18. Ellior Group
19. Food Passion
20. Four Seasons
21. Gategroup
22. General Mills
23. Go To Foods (formerly Focus Brands)
24. Group Le Duff
25. Groupe Holder
26. Groupe Savencia
27. Grupo Bimbo
28. Hayashi Natural
29. Hilton
30. Hokkaido Baby
31. Hotel Matsumotoro
32. Hyatt
33. IHG
34. IKEA
35. Illy - Caffe
36. Impiana Hotels/ Magma Group Berhad
37. IMU Hotel Kyoto
38. Inspire Brands
39. Ismaya Group
40. ISS World
41. JDE Peet's Coffee
42. Kempinski
43. Kraft Heinz
44. Krispy Kreme
45. Langham Hospitality Group
46. Le Pain Quotidien
47. Lotus PLC (Tesco)
48. Lotus Bakeries
49. Lotus's Supermarket (formerly Tesco Lotus)- CP Extra Public Co
50. Louvre Hotels
51. Mandarin Oriental
52. Marriot
53. McCain Foods
54. McCormick
55. Meliá Hotels International
56. Metro AG
57. MGM Resorts International
58. Millennium & Copthorne Hotels
59. Minor Foods
60. Minor Hotels
61. Mondelez
62. Nando's
63. Nestle
64. Norwegian Cruise Line
65. Panda Express
66. Pepsico
67. Pierre Herme
68. Pizza Express
69. Pizza Marzano

- 70. Playon
- 87. The Cheesecake Factory
- 71. Puratos
- 88. The Peninsula Hotels
- 72. Radisson Hotel Group
- 89. Toridoll Holdings Corporation
- 73. Raya Collection
- 90. Travel Leisure Co
- 74. Restaurant Brands International (RBI)
- 91. Unilever
- 75. Retail Food Group
- 92. Viavia Restaurant
- 76. REWE
- 93. Wyndham
- 77. Rimping Supermarket
- 94. YUM! Brands
- 78. Royal Caribbean
- 95. Zen Group (ZEN Corporation Group)
- 79. SaladStop!
- 80. Shake Shack
- 81. Sodexo
- 82. Spur Corporation
- 83. SSP Group
- 84. Starbucks
- 85. Subway
- 86. Sukishi Interngroup

レベル別ランキング



- インドネシアの**Bali Buda**とアジアの**Capella Hotel Group**は、生産・販売チェーンからケージ飼育卵の使用を廃止しました。動物保護に直接的な影響を与える彼らの取り組みに対し、称賛と感謝の意を表します。
- アジアにおける企業の方針状況で、合意された完全実施目標を達成できなかったものは赤色で強調表示されています。

レベルA

A.1: 8社が既に取り組みの100%達成を実現しています。

アジアレポート対象企業の8.4%が、2025年7月31日までに地域または国家レベルでケージフリー鶏からの卵調達への100%移行を達成しています。取り組み開始年と、当該企業がこの方針を完全に実施している年数が記載されています。

取り組み開始年	会社名	ケージフリー実施年数	アジアで事業を展開している国
2018	Aman Resorts	7	TH, JP, CN, ID, IN, BT
2022	Capella Hotel Group	3	SG, TH, VN, ID, JP
2021	Illy Caffè	4	CN, JP, KR, IN, ID
2012	Lotus Bakeries	13	CN, KR, JP, MY, ID
2021	Pizza Marzano	4	ID, HK, MO, SG, IN, VN
2016	Shake Shack	9	JP, KR, SG, CN, TH, MY, VN, PH
2008	Starbucks	17	CN, JP, ID, IN, KR
2015	The Cheesecake Factory	10	CN, HK, TH

注記:

- Starbucksは現在100%ケージフリー調達を達成しているものの、一部のアジア市場（例：中国、日本）におけるケージフリー生産の制限により、将来的にこの水準を維持する能力に影響が生じる可能性があります。- 方針開始年と企業がケージフリーを実践してきた年数との差は、一部の企業が公に発表・正式化以前にこの取り組みを実施していたため、企業によって異なります。

A.2: 6社が、2025年末までに自社の取り組みを100%達成すると公表しています。

アジアレポートに収録された企業のうち6.3%が、2025年7月31日時点での取り組みの進捗状況を報告しています（地域単位で報告している企業が2社、グローバル単位で報告している企業が3社、地域とグローバルの両方で報告している企業が1社）。企業が実施状況を報告し、2025年末までに完全な実施目標を達成すると宣言しているリンクが掲載されています。

取り組み開始年	会社名	2025年7月時点の実施割合	2025年12月31日現在の取り組みへのリンク	アジアで事業を展開している国
2024	Bali Buda	アジア : 100	https://balibuda.com/blog/eggs-unscrambling-the-nutrition-types-and-environmental-impacts	ID
2019	Groupe Holder	グローバル : 100	https://www.groupholder.com/en/page/our-commitments	JP, TW, SG, ID, IN, KR
2021	Groupe Savencia	グローバル : 99.9	https://www.savencia-fromagedairy.com/wp-content/uploads/sites/2/2025/04/Savencia_2024_Annual_Report.pdf	CN, IN, JP, KR
2015	IKEA	グローバル : 100	https://www.ikea.com/global/en/images/IKEA_Sustainability_Report_2024.pdf	JP, IN, ID, MY, SG
2017	Pizza Express	アジア : 100 グローバル : 100	https://www.pizzaexpress.com/-/media/Files/PDFs/2024/PEX_Cage_Free_2024_Fashx?utm_source	ID, IN, PH, SG, HK
2021	ViaVia Restaurant	アジア : 100	https://www.instagram.com/reel/C21-kq0rHbl/?igsh=NGIgMzMwN2wybTq1	ID

注記:

- Bali Budaは2025年7月31日以降に100%実施を達成したため、A.2レベルに分類されています。
- PizzaExpressは既にインドネシアとインドで100%実施を達成しており、両国では殻付き卵と加工卵の両方を使用しています。また、シンガポール、香港、フィリピンでも100%実施を達成しています。IKEAはFY24において、ケージフリーまたはフリーレンジ卵の調達を100%達成しました（報告対象は約65%）。FY25の目標を前倒しで達成しています。

レベルB

B.1: 地域レベルまたは国家レベルで取り組み状況を報告している3社は、70%～98.99%の進捗率を示しています。

本レポート対象企業の3.2%が、アジア地域または国家レベルでのケージフリー鶏からの卵調達への移行状況について報告しており、実施率は70%から98.99%の範囲にあります。

方針の状況	会社名	殻付き卵	液卵・加工卵	卵を使用した製品	アジアでの実施割合	グローバルでの実施割合	アジアで事業を展開している国
2023-2025	Hokkaido Baby	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	90%	-	ID
2020-2024	JDE Peet's Coffee	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	96%	66.40%	CN, JP
2024-2028	Zen Group (ZEN Corporation Group)	使用、更新なし	情報なし	使用、更新なし	80%	-	TH, LA, KH, MM

● 黄色 – 2025年までに期限を迎える企業、● 赤 – 2025年以前に期限が過ぎた企業、
● 緑 – 2025年以降に期限が設定された企業

注記:

Zen Groupは80%の進捗を報告していますが、これはタイ国内の自社製品にのみ適用されます。同社のレポートには他国に関する詳細情報は記載されていません。

B.2: 地域レベルまたは国家レベルで取り組み状況を報告している4社は、40%～69.99%の進捗率を示しています。

本レポート対象企業の4.2%が、アジア地域または国内規模でのケージフリー鶏からの卵調達への移行状況について報告しており、その実施率は40%から69.99%の範囲にあります。

方針の状況	会社名	殻付き卵	液卵・加工卵	卵を使用した製品	アジアでの実施割合	グローバルでの実施割合	アジアで事業を展開している国
2019-2025	Best Western	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	40%	66.70%	LA, BD, CN, LK, MM, TH, VN
2019-2025	Hilton	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	50%	70%	JP, KR, FM
2022-2030	Nando's	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	52%	90%	MY, SG
2020-2025	Restaurant Brands International (RBI)	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	40%	未報告	CN, IN, ID, JP, MY, PH, SG, TH

● 黄色 – 2025年までに期限を迎える企業、● 赤 – 2025年以前に期限が過ぎた企業、

● 緑 – 2025年以降に期限が設定された企業

注記:

- Restaurant Brands International (RBI) はアジア地域で40%の進捗を報告しているものの、グローバル数値は開示していません。Hiltonのアジアにおける割合は、同社が提供した情報に基づきSinergia Animalが推定したものです。

レベルC

C.1: 地域または国家レベルで取り組み状況を報告している6社は、20%～39.99%の進捗を示しています。

本レポート対象企業の6.3%が、アジア地域または国家レベルでのケージフリー鶏からの卵調達への移行状況について報告しており、実施率は20%から39.99%の範囲にあります。

方針の状況	会社名	殻付き卵	液卵・加工卵	卵を使用した製品	アジアでの実施割合	グローバルでの実施割合	アジアで事業を展開している国
2016-2025	Accor	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	26%	56%	SG, MY, ID, TH, KH
2015-2025	Grupo Bimbo	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	32%	37%	CN, IN, KR, KZ, TR
2020-2025	Langham Hospitality Group	使用、更新なし	使用、更新なし	情報なし	35%	80%	CN, ID, MY, TH, JP
2019-2025	Radisson Hotel Group	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	22%	24.30%	CN, IN, ID, TH, VN, MY, PH, BD, LK, SG
2015-2025	Subway	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	20%	36%	SG, MY, TH, PH, VN, ID
2020-2025	The Peninsula Hotels	使用、更新なし	使用、更新なし	情報なし	38.60%	59.90%	HK, CN, JP, TH, PH, VN

- 黄色 – 2025年までに期限を迎える企業、● 赤 – 2025年以前に期限が過ぎた企業、
- 緑 – 2025年以降に期限が設定された企業

注記:

The Peninsula Hotelsは一部の情報のみを開示しており、アジア地域の割合は入手可能なデータに基づきSinergia Animalが推定したものです。

C.2: 地域または国家レベルで取り組み状況を報告している7社は、1%～19.99%の進捗を示しています。

本レポート対象企業の7.4%が、アジア地域または国家レベルにおけるケージフリー鶏からの卵調達への移行現状を報告しており、その実施率は1%から19.99%の範囲にあります。

方針の状況	方針の状況	殻付き卵	液卵・加工卵	卵を使用した製品	アジアでの実施割合	グローバルでの実施割合	アジアで事業を展開している国
2016-2025	Elior Group	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	1.40%	22%	IN, CN, HK
2019-2025	Autogrill HMSHost	使用、更新なし	情報なし	使用、更新なし	15%	未報告	IN, ID, MY
2019-2025	Central Food Retail (Central Retail)	情報なし	情報なし	情報なし	7.5%	N/A	TH, VN
2022-2025	Gategroup	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	5%	55%	JP, ID, KH, PH, SG
2016-2025	IHG	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	4.10%	70.30%	ID, LA, MY, MV, TH, JP, CN
2019-2028	Lotus's Supermarket (formerly Tesco Lotus) - CP Extra Public Company	使用、更新なし	情報なし	情報なし	8%	-	TH
2024-2025	Louvre Hotels	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	8%	41%	CN, IN, ID, VN, MY

- 黄色 – 2025年までに期限を迎える企業、● 赤 – 2025年以前に期限が過ぎた企業、
- 緑 – 2025年以降に期限が設定された企業

注記:

- Autogrill HMSHostは、Sinergia Animalの調査を通じて15%の進捗が報告されたため、レベルC.2に分類されています。同社のサステナビリティレポートには、2024年における認証サプライヤー419社からの調達のみが記載されており、ケージフリー化に関する正確な進捗の確認が困難です。- Central Food Retailの公式ウェブサイトで発表された公約は、2025年までにケージフリー卵の割合を50%に拡大することであり、この数値において自社ブランド「My Choice」は既に100%ケージフリーを達成しています。2025年10月時点で、同社は目標の15%達成を報告しており、つまりケージフリー卵の総販売量は全卵販売量の約7.5%を占めていることになります。- The Louvre Hotelsは部分的な情報のみを公表していましたが、アジア地域の割合は入手可能なデータに基づきSinergia Animalが推定した数値です。

レベルD

D.1: グローバルに報告を行い、地域別または国別の内訳を提供していない企業33社。

本レポートに掲載された企業の34.7%は、地域別または国別の内訳を示さずに、グローバルレベルでの取り組み状況について報告しています。

方針の状況	会社名	殻付き卵	液卵・加工卵	卵を使用した製品	アジアでの実施割合	グローバルでの実施割合
2023-2025	Banyan Tree Holdings	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	14%	CN, JP, KR, SG, TH
2016-2030	Bloomin' Brands	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	69%	CN, HK, JP, MY, TH
2022-2027	Club Med	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	51%	JP, CN, TH, VN, ID
2019-2025	Costa Coffee	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	74%	IN, JP, MY, PK
2015-2025	General Mills	使用、更新なし	情報なし	使用、更新なし	76%	IN, TH, ID, MY, JP
2021-2025	Groupe Le Duff	情報なし	情報なし	情報なし	89%	JP
2021-2025	Inspire Brands	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	30%	SG, MY, PH, HK, IN
2019-2030	Kempinski	使用、更新なし	使用、更新なし	情報なし	23.20%	ID, SG, TH
2017-2030	Kraft Heinz	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	66%	CN, IN, JP
2021-2025	Krispy Kreme	使用、更新なし	情報なし	使用、更新なし	70%	JP, KR, TW, HK, CN
2021-2028	Lotus PLC (Tesco)	情報なし	使用、更新なし	使用、更新なし	90.5	TH, MY
2019-2024	Mandarin Oriental	使用、更新なし	使用、更新なし	情報なし	93%	TH, CN, ID, MY, SG
2018-2025	Marriott	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	59.50%	CN, IN, JP, KR, ID, TH
2017-2025	McCain Foods	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	97%	IN, JP, TW, CN, KR, TH
2020-2025	Meliá Hotels International	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	40.70%	VN, TH, ID, MY, MM
2016-2027	Metro AG	使用、更新なし	使用、更新なし	情報なし	55%	TR, RU, UA, IN, PK, JP
2020-2030	MGM Resorts International	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	79.30%	CN, JP

方針の状況	会社名	殻付き卵	液卵・加工卵	卵を使用した製品	アジアでの実施割合	グローバルでの実施割合
2021-2027	Minor Foods	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	57%	TH, CN, VN, KH, MM, LA
2021-2027	Minor Hotels	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	27%	KH, CN, IN, ID, LA, MY, SG, TH, VN
2016-2025	Mondelez	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	66%	CN, IN, ID, JP, MY, PH
2015-2025	Nestlé	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	74.40%	CN, HK, JP, KR, TW
2015-2025	Norwegian Cruise Line	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	79%	JP, TH, VN, SG, MY
2020-2025	Puratos	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	31%	Asia
2024-2025	Raya Collection	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	92%	TH, MY
2016-2025	REWE	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	87%	HK, CN, TH, VN
2022-2025	Royal Caribbean	使用、更新なし	情報なし	情報なし	95%	CN, HK, TW, JP, TH, VN
2016-2025	Sodexo	使用、更新なし	使用、更新なし	情報なし	56.60%	CN, IN, MY, PH, SG
2021-2025	Spur Corporation	使用、更新なし	情報なし	情報なし	90%	IN, SA
2020-2025	SSP Group	使用、更新なし	情報なし	使用、更新なし	78%	MY, PH, TH, SG, IN
2022-2030	Toridoll Holdings	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	4%	JP, ID, VN, SG, MY
2018-2025	Unilever	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	79%	CN, IN, JP, ID, TH, VN
2017-2025	Wyndham	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	70%	IN, CN, JP, ID, TH, AU
2021-2030	YUM! Brands	使用、更新なし	使用、更新なし	使用、更新なし	94%	CN, IN, TH, MY, ID, PH

● 黄色 – 2025年までに期限を迎える企業、● 赤 – 2025年以前に期限が過ぎた企業、

● 緑 – 2025年以降に期限が設定された企業

注記:

- Kempinskiは、取り組みの完全実施時期を2025年から2030年に変更しました。詳細は以下をご覧ください: Kempinski Sustainability <https://www.kempinski.com/en/content/download/99205/file/Kempinski> - 合計41社が実施状況をグローバルレベルでのみ報告しています。この数値には、本カテゴリーに属する33社に加え、既に実施を完了しているか、2025年までに実施を完了できると表明しているため、レベルA.1およびA.2に位置付けられているグローバルレベルでの報告を行う8社が含まれます。

D.2: 取り組みを表明したものの、まだ実行に移していない企業は0社。

本レポート対象企業のうち、ケージフリーへの取り組みを表明しながらも実行に移していない企業は0%です。

レベルE

E.1: 取り組みの進捗状況を報告しなかった28社。

本レポート対象企業の29.5%が実施状況を報告していません。

これらの企業の中には多国籍企業もありますが、一部は地域レベルでのみ事業を展開しています。

取り組み開始年	会社名	完全実施期限	アジアで事業を展開している国
2024	Archipelago International	2031	ID, MY, PH
2021	Au Bon Pain	2025	TW, TH
2022	Blue Steps Villa and Resto	2023	ID
2022	Chatrium Hotels & Residences	2025	TH, MM, JP
2016	Compass Group	2025	IN, ID, JP, MY, SG, TH, VN
2024	Dough Lab	2025	ID
2021	Food Passion	2025	TH
2018	Four Seasons Hotels & Resorts	2025	TH, ID, IN, JP, MY, PH, VN
2017	Go To Foods (formerly Focus Brands)	2028	SG, IN, JP, CN
2024	Hayashi Natural	2028	JP
2021	Hotel Matsumotoro	2027	JP
2019	Hyatt Hotels	2025	IN, ID, JP, CN, MY, TH
2024	Impiana Hotels / Magma Group Berhad	2028	MY, TH, ID
2020	IMU Hotel Kyoto	2027	JP
2022	Ismaya Group	2028	ID
2019	ISS World	2025	CN, IN, ID, HK, JP, MY, SG
2021	Le Pain Quotidien	2025	JP, IN, TR
2017	McCormick	2025	CN, IN, JP, MY, SG, KR
2018	Millennium & Copthorne Hotels	2025	SG, MY, ID, TH, VN

2022	Panda Express	2030	JP, PH, SA, KR
2020	PepsiCo	2025	CN, IN, PK, TH, VN, PH
2018	Pierre Hermé	2025	JP, HK, SG
2023	PlayOn	2025	ID
2016	Retail Food Group	2025	CN, SG, ID
2024	Rimping Supermarket	2027	TH
2018	SaladStop!	2025	SG, PH, ID, HK, TH
2023	Sukishi International Group	2025	TH, MY, CN, VN, HK
2020	Travel + Leisure Co	2025	JP, PH, TH

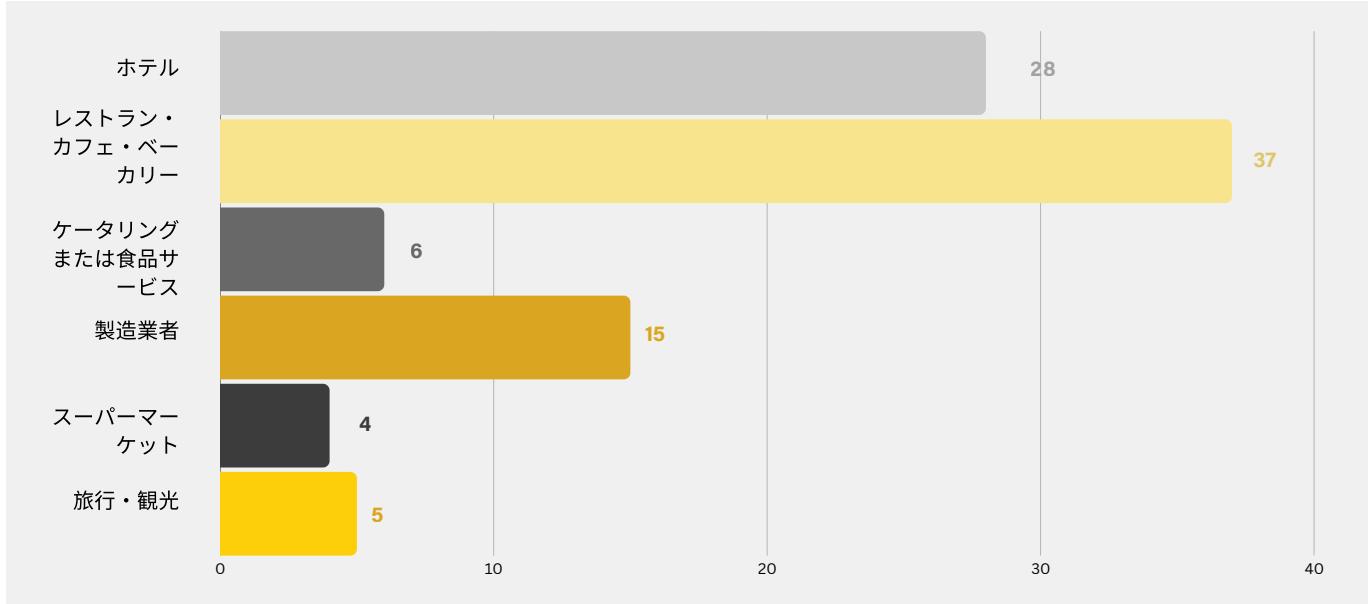
● 黄色 – 2025年までに期限を迎える企業、● 赤 – 2025年以前に期限が過ぎた企業、
 ● 緑 – 2025年以降に期限が設定された企業

注記:

Go To Foods（旧Focus Brands）は完全実施期限を2025年から2028年に延長しました。

その他の関連データ： 数値で見るレポート

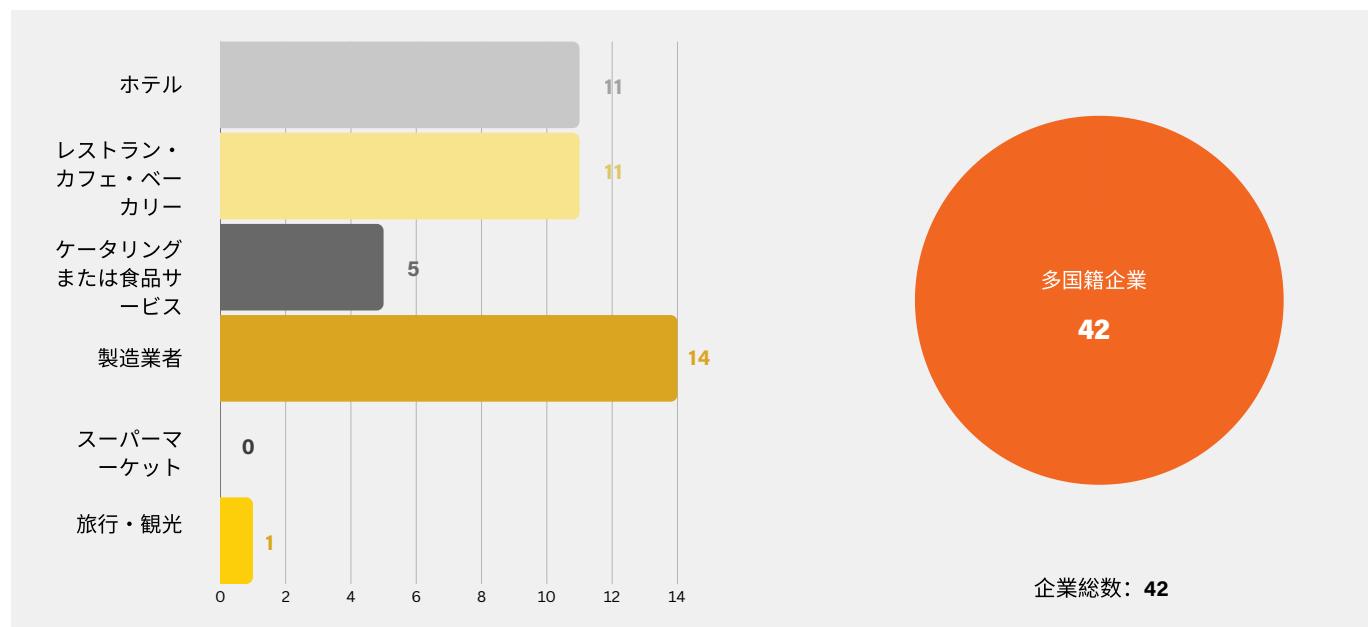
調査対象となった**95社**の企業の内訳は、ホテルが**28社**、レストラン、カフェ、ベーカリーが**37社**、ケータリングまたは食品サービスが**6社**、製造業が**15社**、スーパーマーケットが**4社**、旅行・観光業が**5社**となっています。



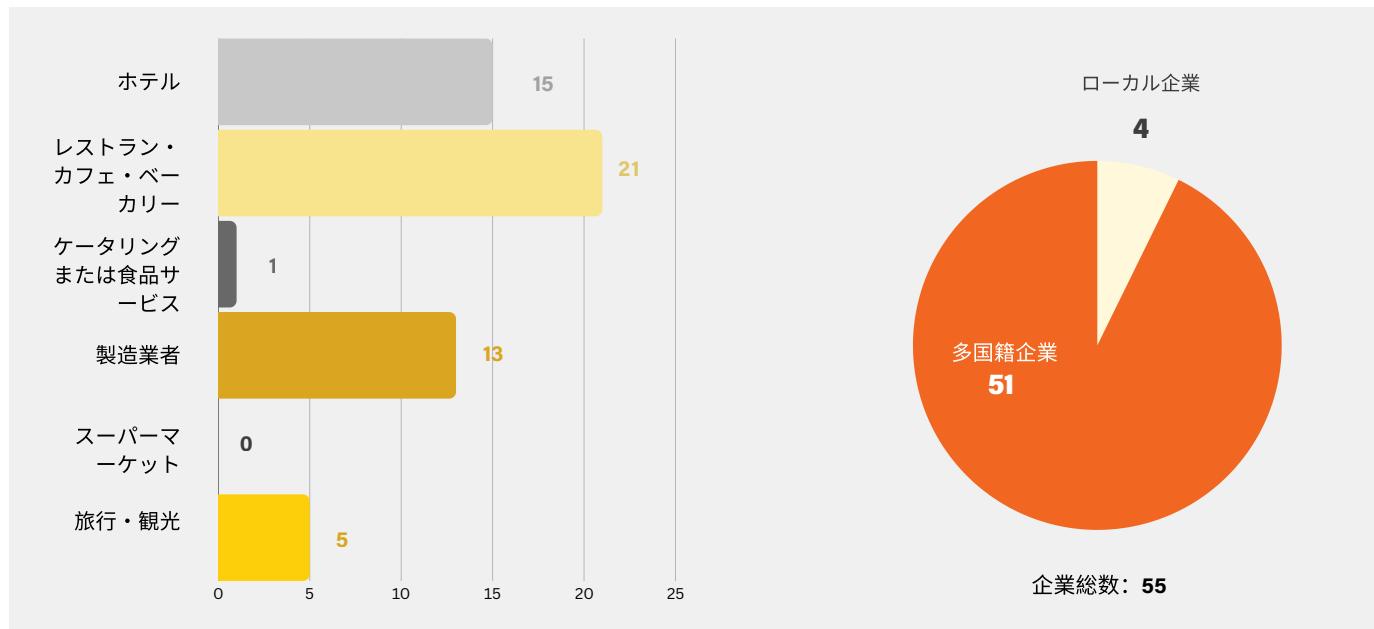
注記：チャートには、当該国で事業を展開する国内および多国籍企業の両方が含まれており、業種別に分類されています。

評価対象国別グラフ

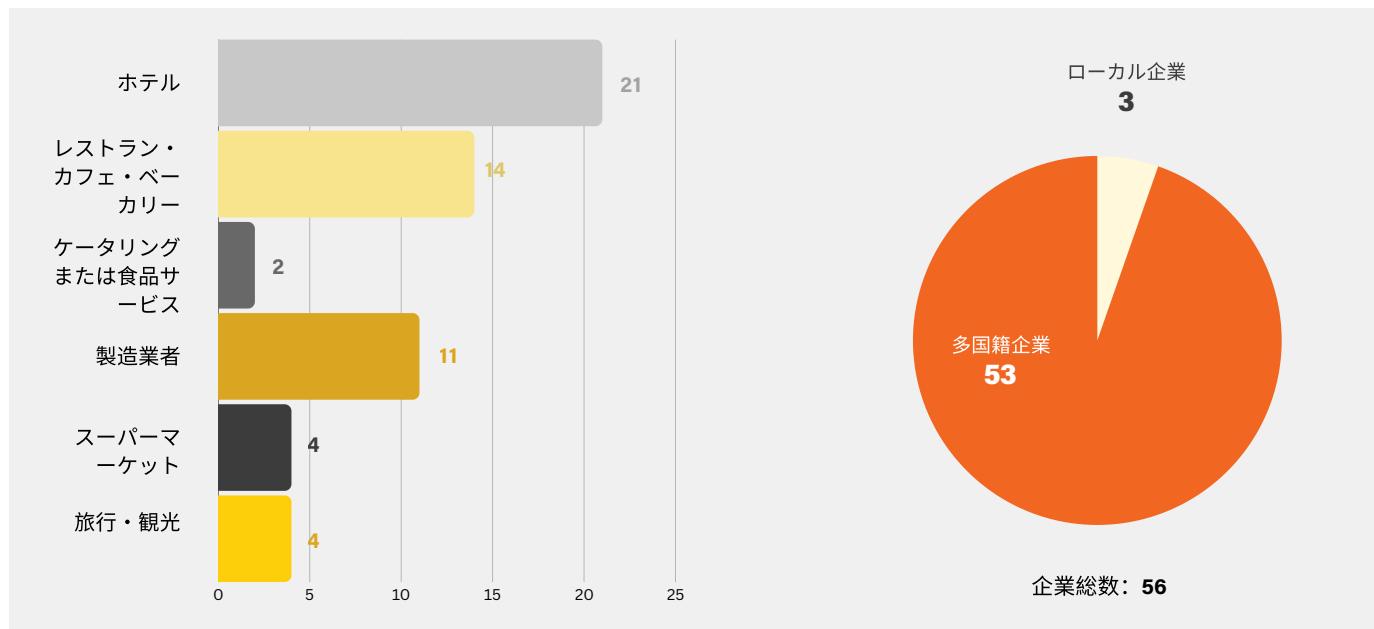
インド（42社）



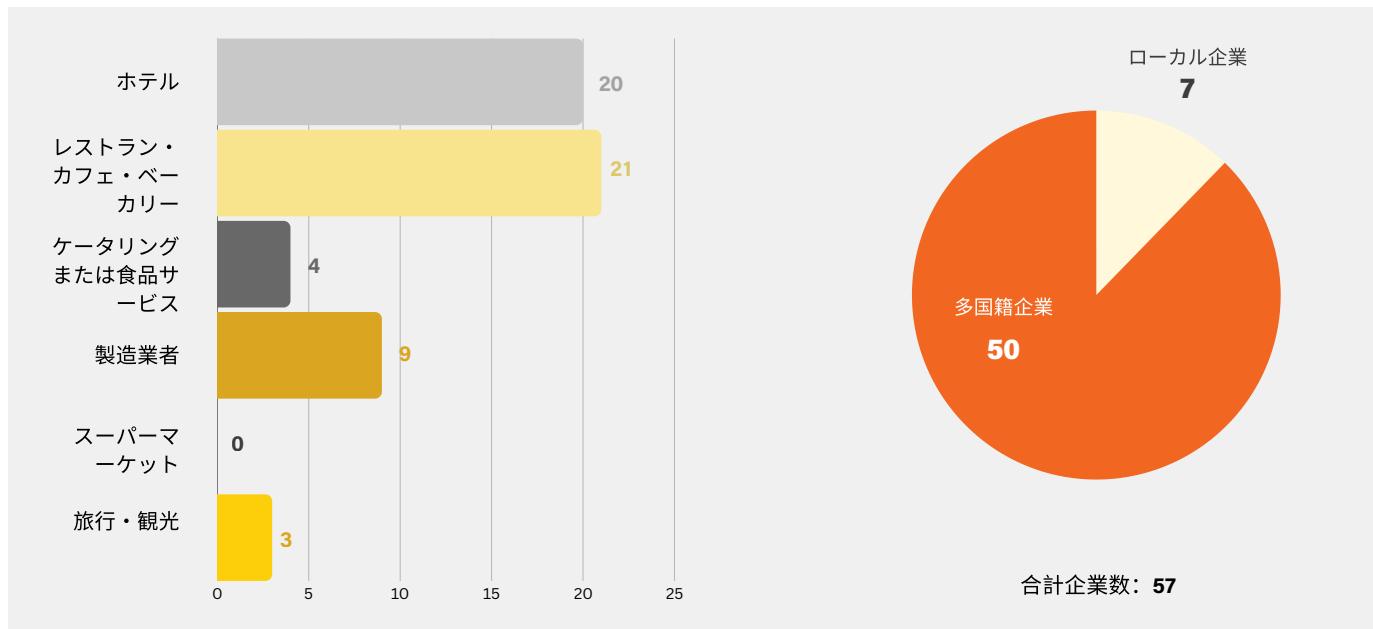
日本 (55社)



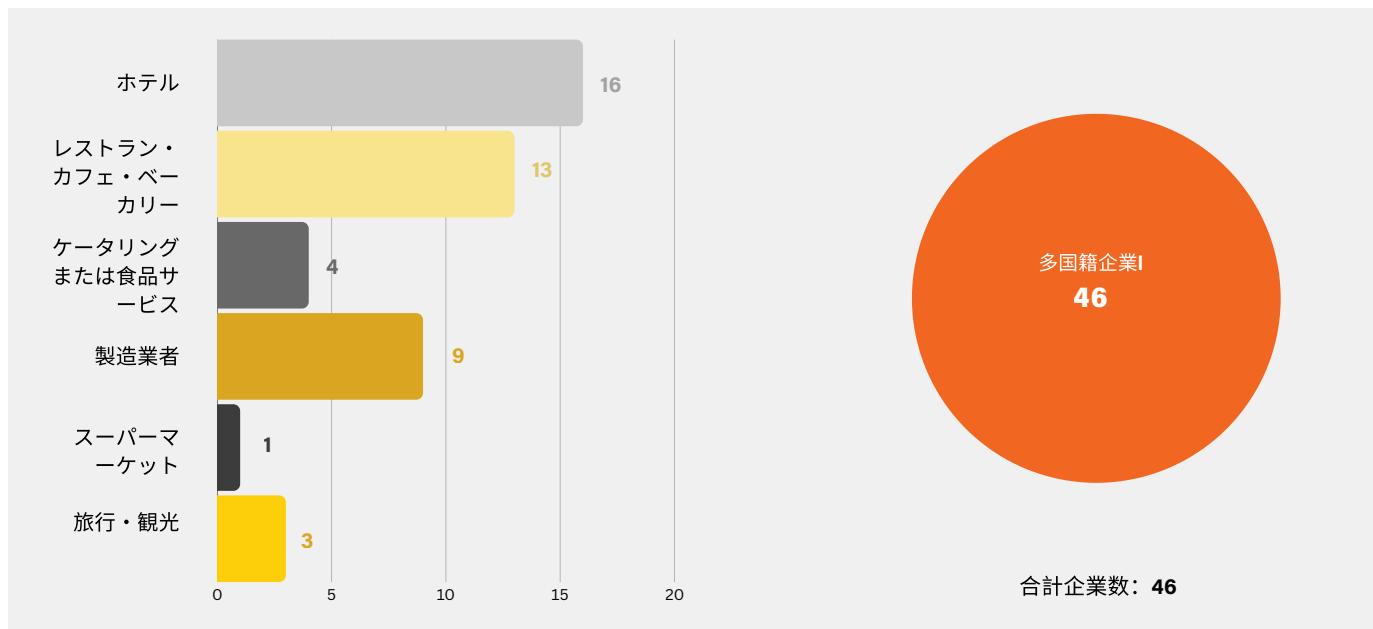
タイ (56社)



インドネシア（57社）



マレーシア（46社）





1 インド

- ・企業総数: 42
- ・レベル分布: A.1 (4社)、A.2 (4社)、B.1 (0社)、B.2 (2社)、C.1 (2社)、C.2 (4社)、D.1 (18社)、D.2 (0社)、E (8社)
- ・報告率: 78.6% (42社中33社)
- ・多国籍企業の進出状況: 74社の多国籍企業のうち42社がインドで事業を展開しています。

2 インドネシア

- ・企業総数: 57
- ・レベル分布: A.1 (6社)、A.2 (5社)、B.1 (1社)、B.2 (2社)、C.1 (3社)、C.2 (4社)、D.1 (22社)、D.2 (0社)、E (14社)
- ・報告率: 75.4% (57社中43社)
- ・多国籍企業の進出状況: 74社の多国籍企業のうち50社がインドネシアで事業を展開しています。

3 日本

- ・企業総数: 55
- ・レベル分布: A.1 (6社)、A.2 (3社)、B.1 (1社)、B.2 (4社)、C.1 (2社)、C.2 (2社)、D.1 (22社)、D.2 (0社)、E (15社)
- ・報告率: 70.9% (55社中39社)
- ・多国籍企業の進出状況: 74社の多国籍企業のうち51社が日本で事業を展開しています。

4 マレーシア

- ・企業総数: 46
- ・レベル分布: A.1 (2社)、A.2 (2社)、B.1 (0社)、B.2 (2社)、C.1 (4社)、C.2 (4社)、D.1 (21社)、D.2 (0社)、E (11社)
- ・報告率: 76.1% (46社中35社)
- ・多国籍企業の進出状況: 74社の多国籍企業のうち46社がマレーシアで事業を展開しています。

5 タイ

- ・企業総数: 56
- ・レベル分布: A.1 (4社)、A.2 (3社)、B.1 (1社)、B.2 (3社)、C.1 (4社)、C.2 (3社)、D.1 (26社)、D.2 (0社)、E (12社)
- ・報告率: 78.6% (56社中44社)
- ・多国籍企業の進出状況: 74社の多国籍企業のうち53社がタイで事業を展開しています。

2025年を完全実施期限とする企業

2025年は多くの企業がケージフリー卵への移行を完了する期限となるため、アジアにおいて決定的な節目となります。消費者や動物福祉活動家は、こうした取り組みが単なる象徴的な姿勢や人道的な見せかけに終わらず、動物福祉への真摯な関心を示す実質的な進展であるべきだと期待しています。

当社が追跡調査を行うラテンアメリカと同様に、アジア市場でも透明性と説明責任がますます求められており、企業は自らの公約が動物のための具体的な行動に結びついていることを証明することが期待されています。

しかし、実施スケジュールは依然として多様であるものの、この目標達成に向けた地域の能力を示す成功事例が既に存在しています。こうした事例は、多岐にわたるサプライチェーン全体での完全な移行が可能であることを示しており、2025年までに動物にとって大きな進展がもたらされるという期待を強めています。

2025年時点で、アジア全域の72社が2025年またはそれ以前に完全ケージフリー化を完了する期限を設定しました。2025年7月31日現在の各社の実施状況は以下の通りです：

2025年/それ以前の期限を有する企業：

企業数	総数に占める割合(%)	実施状況	レベル
8	8.4%	既に100%ケージフリー調達を達成済み	A.1
6	6.3%	2025年末までに移行を完了することを公約している	A.2
2	2.1%	70~98.9%の間で実施を報告している	B.1
3	3.2%	0~69.9%の間で実施を報告している	B.2
12	12.6%	初期段階にあり、実施率は40%未満である	C.1 and C.2
22	23.2%	アジア地域別報告を行わず、グローバル報告のみを行っている	D.1
19	20.0%	全く報告していない	E.1

これらの[72]社のうち、8社(8.4%)は既にケージフリー調達を100%達成(レベルA.1)しており、6社(6.3%)は2025年末までに移行を完了することを表明しています(レベルA.2)。また、進捗が部分的な企業群も見られ、レベルB.1の2社は70~98.9%の実施率を報告しており、レベルB.2の3社は40~69.9%の実施率を報告しています。さらに12社は導入初期段階(レベルC.1~C.2)にあり、実施率は40%未満に留まっています。22社はグローバルレベルでの進捗のみを開示しており、19社は公開された進捗情報を提供していません。

全体として、ケージフリー調達に向けた進展は見られるものの、約3分の2の企業では依然として地域別のデータや測定可能な進捗が不足していることから、アジアの食品業界全体で透明性と説明責任の強化が必要であることが浮き彫りとなっています。

トラッカーによる全評価企業の総合分類:

- | | | |
|---|---|--|
| 1. Accor (C1) | 37. IMU Hotel Kyoto (E) | 72. Radisson Hotel Group (C1) |
| 2. Aman Resorts (A1) | 38. Inspire Brands (D1) | 73. Raya Collection (D1) |
| 3. Archipelago International (E) | 39. Ismaya Group (E) | 74. Restaurant Brands |
| 4. Au Bon Pain (E) | 40. ISS World (E) | International (RBI) (B2) |
| 5. Autogrill HMSHost (C2) | 41. JDE Peet's Coffee (B1) | 75. Retail Food Group (E) |
| 6. Bali Buda (A2) | 42. Kempinski (D1) | 76. REWE (D1) |
| 7. Bayan Tree Holdings (D1) | 43. Kraft Heinz (D1) | 77. Rimping Supermarket (E) |
| 8. Best Western (B2) | 44. Krispy Kreme (D1) | 78. Royal Caribbean (D1) |
| 9. Bloomin' Brands (D1) | 45. Langham Hospitality Group (C1) | 79. SaladStop! (E) |
| 10. Blue Steps Villa and Resto (E) | 46. Le Pain Quotidien (E) | 80. Shake Shack (A1) |
| 11. Capella Hotel Group (A1) | 47. Lotus PLC (Tesco) (D1) | 81. Sodexo (D1) |
| 12. Central Food Retail (Central Retail) (C2) | 48. Lotus Bakeries (A1) | 82. Spur Corporation (D1) |
| 13. ChatriumHotels & Residences (E) | 49. Lotus's Supermarket (formerly Tesco | 83. SSP Group (D1) |
| 14. Club Med (D1) | Lotus) - CP Extra Public Co (C2) | 84. Starbucks (A1) |
| 15. Compass Group (E) | 50. Louvre Hotels (C2) | 85. Subway (C1) |
| 16. Costa Coffee (D1) | 51. Mandarin Oriental (D1) | 86. Sukishi Interngroup (E) |
| 17. Dough Lab (E) | 52. Marriot (D1) | 87. The Cheesecake Factory (A1) |
| 18. Ellior Group (C2) | 53. McCain Foods (D1) | 88. The Peninsula Hotels (C1) |
| 19. Food Passion (E) | 54. McCormick (E) | 89. Toridoll Holdings Corporation (D1) |
| 20. Four Seasons Hotels & Resorts (E) | 55. Meliá Hotels International (D1) | 90. Travel + Leisure Co (E) |
| 21. Gategroup (C2) | 56. Metro AG (D1) | 91. Unilever (D1) |
| 22. General Mills (D1) | 57. MGM Resorts International (D1) | 92. Viavia Restaurant (A2) |
| 23. Go To Foods (formerly Focus Brands) (E) | 58. Millenium & Copthorne Hotels (E) | 93. Wyndham (D1) |
| 24. Group Le Duff (D1) | 59. Minor Foods (D1) | 94. YUM! Brands (D1) |
| 25. Groupe Holder (A2) | 60. Minor Hotels (D1) | 95. Zen Group (ZEN Corporation |
| 26. Groupe Savencia (A2) | 61. Mondelez (D1) | Group) (B1) |
| 27. Grupo Bimbo (C1) | 62. Nando's (B2) | |
| 28. Hayashi Natural (E) | 63. Nestlé (D1) | |
| 29. Hilton (B2) | 64. Norwegian Cruise Line (D1) | |
| 30. Hokkaido Baby (B1) | 65. Meliá Hotels International (D1) | |
| 31. Hotel Matsumotoro (E) | 66. Metro AG (D1) | |
| 32. Hyatt Hotels (E) | 67. MGM Resorts International (D1) | |
| 33. IHG (C2) | 68. Millenium & Copthorne Hotels (E) | |
| 34. IKEA (A2) | 69. Pizza Marzano (A1) | |
| 35. Illy - Caffe (A1) | 70. PlayOn (E) | |
| 36. Impiana Hotels/ Magma Group Berhad (E) | 71. Puratos (D1) | |

主な課題

アジア地域における調査では、各企業の進捗状況に関する定量データを収集するとともに、ケージフリー卵調達への完全移行を阻む主な障壁についても把握を図りました。同地域で特定された課題は、主に4つの分野に分類できます。



経済環境とコスト

アジア市場は非常に多様性に満ちていますが、その多くは価格に対する強い感度を有しています。ケージ飼育卵とケージフリー卵のコスト差は未だに最大の障壁の一つであり、特に消費者購買力が低下し、近年食料インフレが持続している南アジアおよび東南アジア地域においてその傾向が顕著です²⁴。企業の多くにとって、コスト上昇分を消費者に転嫁すれば競争力が損なわれるリスクがあり、一方で内部吸収は長期的には持続不可能です。こうした状況が導入を遅らせ、ケージフリー卵の普及をプレミアム市場や都市部市場を超えて拡大することを困難にしています²⁵。



生産およびサプライチェーンの制約

アジアにおけるケージフリー卵の供給量は拡大している一方で、依然として不均一な状況が続いている。生産は東京、バンコク、ジャカルタなどの主要都市圏に集中しているのに対し、地方や二次市場では入手が限られています²⁶。また、液卵や粉末卵などの加工品は特に不足しており、企業は高コストでの輸入を余儀なくされています²⁷。さらに、国によってトレーサビリティシステムが大きく異なり、大半の地域では生産者に生産方法の開示を義務付ける規制が存在しません²⁸。この不一致により、企業は進捗状況の確認や、地域サプライチェーンを自社の取り組みに沿わせることに困難をきたしています。



情報および説明責任の欠如

多くの企業が、サプライヤーから信頼性の高い正確なデータを取得する困難を報告しています。複数の仲介業者や広範な下請けが存在する複雑なサプライチェーンにより、特にホスピタリティ、食品サービス、製造業において、卵の原産地を追溯することが困難です²⁹。拘束力のある透明性要件の欠如がこの問題をさらに悪化させ、企業にはコンプライアンスを強制する手段が限られています。その結果、企業の説明責任が弱まり、監視と検証のギャップによって取り組みが損なわれるリスクが生じています³⁰。



文化的および規制上の差異

アジアでは他の地域と異なり、動物福祉基準の統一された枠組みが存在しないため、動物福祉に対する文化的認識は国によって大きく異なります³¹。一部の市場においては、特に若年層や都市部に住む人々³²を中心にケージフリー製品への消費者需要が高まっているのに対し、他の市場では認知度が依然として限られています。こうした不均一な文化的背景と、強力な規制圧力の欠如が相まって、多くの企業は取り組みを加速させるインセンティブをほとんど持ち合わせていません³³。一貫した基準と執行メカニズムが欠如しているため、変化のペースは主に自主的な行動に依存しており、これが地域全体で実施状況の格差を生んでいます。

結論と今後の取り組み

ケージフリートラッカー**2026**に向けた準備として、アジア地域における戦略では、既にサプライヤーからのデータを開示している企業との継続的なコミュニケーションを維持する一方で、当該情報の品質、正確性、そして一貫性の向上に努めます。完全実施の期限が**2025年**またはそれ以前に設定されている企業に注力し、当初合意された期限を超えてプロセスが継続する場合であっても、企業が取り組みを確実に履行するよう働きかけます。この取り組みの中核となるのは、数年前に表明した取り組みを確実に実行する企業の真摯な意思を反映したロードマップ（詳細な行動計画）の作成と公表です。これと並行して、アジア全域のケージフリー卵供給業者データベースの更新と共有を引き続き推進し、企業が地域レベルで信頼性が高く最新の供給源にアクセスできるような体制を整えます。

一方で、ケージフリー移行の報告プロセスについて十分に理解・対応できていない企業に対し、支援を提供します。これらの企業には、進捗状況の追跡方法からベストプラクティスの導入、成果の効果的な開示に至るまで、明確かつ実践的なガイダンスを提供します。特に多国籍企業に対しては、説明責任の向上、比較可能性の確保、ステークホルダーの信頼強化を図るために、地域別や卵の種類別にデータを分類した透明性の高いレポートを自社ウェブサイトで公開するよう促すことに重点を置きます。これにより、多国籍企業と国際パートナー組織との連携は引き続き優先事項となり、当社の共同の取り組みが強化され、グローバルな基準に沿ったものとなることを保証します。

アジアの食品産業は現在、大きな転換点を迎えています。移行の実現可能性を既に実証した企業と連携するNGOの尽力により、大幅な進展が見られましたが、業界の大半が透明性を欠いていることが、完全な変革達成の大きな障壁となっています。「ケージフリートラッカーアジア」は、その成果を称賛するとともに、この取り組みを遅延させたり優先順位を下げ続けている企業への明確な行動要請を発信しています。アジア全域の企業は、消費者、市民社会、投資家からの期待が高まる中、約束を加速させ、卵生産におけるケージの廃止を地域の実態とするよう、緊急の責任を負っています。



ケージフリートラッカ —2025用語集

ケージフリー調達

殻付き卵、液卵、粉末卵、または加工製品の原料として、ケージフリーシステムで飼育された鶏からのみ卵を調達する事業慣行を指します。

動物保護

動物の身体的健康と本来の行動を確保するための一連の条件を指します。これには動物の移動の自由、基本的な資源へのアクセス、回避可能な苦痛の排除が含まれます。

サプライチェーン

企業による卵および卵を含む製品の生産、流通、販売に関わる関係者、プロセス、供給業者の集合体を指します。

ケージフリートラッカーアジア

Sinergia Animalが毎年発行するモニタリング追跡ツールで、アジア地域の企業がケージ飼育による卵の使用廃止に向けた取り組みの進捗状況と透明性を測定すること目的としています。

ケージフリーへの取り組み

企業による公的な宣言であり、自社製品、事業活動、販売市場においてケージフリー卵のみを調達する期限と計画を定めることを指します。

実施期限

企業がすべての事業活動において100%ケージフリー卵調達を達成することを公約する年を指します。例：レストラン、ホテル、ベーカリー、ケータリングまたは食品サービス提供者は2025年、スーパーマーケットは2028年。

ヒューマンウォッシング

実際に動物保護を支援する行動を取らず、またその行動が検証可能でないにもかかわらず、動物保護に対する責任を装う行為を指します。

バタリーケージ

集約的な生産システムにおいて、産卵鶏は通常、A4用紙よりも狭いスペースの小さなケージに閉じ込められ、その自然な行動が著しく制限されます。

アジア

本レポートに含まれるインド、インドネシア、日本、マレーシア、タイのアジア諸国、および同地域内のその他の市場における多国籍事業から構成される地理的・文化的地域を指します。

実施レベル（レベル別順位付け）

ケージフリー・トラッカーにおいて、企業のケージフリー取り組みの進捗状況に基づきランク付けするために使用される分類：

レベルA:

完全実施（100%）または2025年までに達成すると宣言している企業。

レベルB:

著しい進捗（40%～98.99%）が見られる企業。

レベルC:

部分的な進捗（1%～39.99%）が見られる企業。

レベルD:

グローバルでのみ報告している企業、またはアジア地域での実施率が0%の企業。

レベルE:

進捗を報告していない企業。

企業実施レポート

ウェブサイト、サステナビリティレポート、年次レポート、その他の公開チャネルにおいて、企業がケージフリーへの取り組みの進捗状況を報告する文書、出版物、または公式声明を指します。

ケージに代わる飼育システム

鳥小屋や放し飼いシステムなどの生産モデルで、鶏がより広い空間を確保しケージから解放され、屋外への出入りの有無にかかわらず、環境エンリッチメントにより動物の苦痛を軽減します。

移行

企業がケージ飼育鶏の卵の使用から、ケージフリー卵のみを調達するよう徐々に変更するプロセスを指します。

人獣共通感染症

集約的な畜産システムにおいてリスクが高まる鳥インフルエンザなど、動物から人間に感染する可能性のある感染症を指します。

脚注

- ¹ FAO. Egg production trends / statistical overview (2024). Retrieved from: <https://www.fao.org/statistics>
- ² AviNews Asia. Expanding horizons: the global poultry industry in 2024. Retrieved from: <https://avineWS.com>
- ³ FoodBev Media. Sweden goes cage-free in historic animal welfare move. Retrieved from: <https://www.foodbev.com/news/sweden-goes-cage-free-in-historic-animal-welfare-mov>
- ⁴ Appleby, M. C. (2003). The EU ban on battery cages: History and prospects. In D. J. Salem & A. N. Rowan (Eds.), *The State of the Animals II: 2003* (pp. 159–174). Washington, DC: Humane Society Press. Available at: https://www.wellbeingintstudiesrepository.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1008&context=sota_2003
- ⁵ Rokade, J., Champati, A., Sonale, N., Wadajkar, P., Madheshwaran, M., Bhaisare, D., & Tiwari, A. K. (2024). The cage-free egg sector: Perspectives of Indian poultry producers. *Frontiers in Veterinary Science*, 11, 1442580. <https://doi.org/10.3389/fvets.2024.1442580>
- ⁶ de Luna, M. C. T., Yang, Q., Agus, A., Ito, S., Idrus, Z., Iman, R. H. S., Jattuchai, J., Lane, E., Nuggehalli, J., Hartcher, K., & Sinclair, M. (2022). Cage egg producers' perspectives on the adoption of cage-free systems in China, Japan, Indonesia, Malaysia, Philippines, and Thailand. *Frontiers in Veterinary Science*, 9, 1038362. <https://doi.org/10.3389/fvets.2022.1038362>
- ⁷ Hartcher, K., Nuggehalli, J., Yang, Q., de Luna, M. C. T., Agus, A., Ito, S., Idrus, Z., Rahayu, I. H. S., Jattuchai, J., Descovich, K., Lane, E., & Sinclair, M. (2023). Improving hen welfare on cage-free egg farms in Asia: Egg producers' perspectives. *Animal Welfare Journal*, 32, e64. <https://doi.org/10.1017/awf.2023.85>
- ⁸ FAO (2024). World Food and Agriculture – Statistical Yearbook 2024. Rome: FAO. p. 191, Table 24 "Production of hen eggs (thousand tonnes)" and p. 18, Figure 29 "World production of hen eggs (2022)". Retrieved from <https://openknowledge.fao.org/handle/20.500.14283/cd2971en>
- ⁹ Hartcher, K., & Sinclair, M. (2023). Improving hen welfare on cage-free egg farms in Asia: Egg producers' perspectives (p. 2). University of Edinburgh. Retrieved from <https://www.research.ed.ac.uk/files/420153029/improving-hen-welfare-on-cage-free-egg-farms-in-asia-egg-producers-perspectives.pdf>
- ¹⁰ Global Coalition for Animal Welfare (GCAW). (2023, December). Cage-free eggs: A global landscape review – Executive summary (pp. 3–4). Retrieved from <https://www.gc-animalwelfare.org/wp-content/uploads/2024/02/GCAW-Knowledge-Share-Cage-Free-Eggs-Global-Landscape-Review-Executive-Summary.pdf>
- ¹¹ Global Coalition for Animal Welfare (GCAW). (2024). Cage-free eggs: A global landscape review – Infographics (p. 2). Retrieved from <https://www.gc-animalwelfare.org/wp-content/uploads/2024/02/GCAW-Knowledge-Share-Cage-Free-Eggs-Global-Landscape-Review-Infographics.pdf>
- ¹² United Egg Producers (UEP). (2024). Facts & stats. Retrieved from <https://unitedegg.com/facts-stats/> — "At the end of 2024, 38.7% of all hens were in cage-free production."
- ¹³ Faunalytics (2024). Consumer Attitudes Toward Animal Welfare and Food Transparency in Asia. Retrieved from <https://faunalytics.org> — Data on consumer awareness and purchasing behaviour.
- ¹⁴ EFSA Panel on Animal Health and Welfare. Welfare of laying hens in conventional cages (Scientific Opinion). EFSA Journal (2023).
- ¹⁵ Compassion in World Farming. Cage-Free Farming Systems Overview. Retrieved from: <https://www.ciwf.org>
- ¹⁶ Hanh, H. Q., Phuong, N. T., Tien, N. D., Nhung, D. T., Lebailly, P., & Ton, V. D. (2021). Effects of stocking density in group cages on egg production, profitability, and aggressive pecking of hens. *Journal of Applied Animal Welfare Science*, 26(3), 374–385. <https://doi.org/10.10888705.2021.1983723>
- ¹⁷ The Humane League. (n.d.). Factory farms stuff up to 12 hens in a tiny cage. <https://thehumaneleague.org/article/dunkin-billboard>
- ¹⁸ Sinergia Animal. (n.d.). Eggs. <https://www.sinergiaanimalinternational.org/eggs>
- ¹⁹ Ritchie, H., & Roser, M. (2021). Do better cages or cage-free environments really improve the lives of hens? Our World in Data <https://ourworldindata.org/do-better-cages-or-cage-free-environments-really-improve-the-lives-of-hens>
- ²⁰ Notably, 87.5% of the Salmonella-positive eggs were resistant to oxytetracycline, an antibiotic used to treat conditions such as malaria, respiratory infections, and acne. Marhaeni, A., Utami, P. A., Kurniawan, D., Nugraha, R. A., & Pratiwi, R. (2024). Detection and antibiotic resistance of *Salmonella* spp. isolated from supermarket eggs in Yogyakarta, Indonesia. *Indonesian Journal of Veterinary Sciences*, 38(1), pp. 3–5. <https://journal.ugm.ac.id/ijvs/article/view/82745>
- ²¹ Murray, C. J. L., Ikuta, K. S., Sharara, F., Swetschinski, L., Robles Aguilar, G., Gray, A., et al. (2022). Global burden of bacterial antimicrobial resistance in 2019: A systematic analysis. *The Lancet*, 399(10325), pp. 629–655 (esp. p. 629 & 650). <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35065702/>
- ²² EFSA & ECDC. European Union One Health 2021 Zoonoses Report. EFSA Journal 2022;20(12):7666. <https://doi.org/10.2903/j.efsa.2022.7666>
- ²³ Open Wing Alliance. Corporate Cage-Free Commitments in Asia (2024). Retrieved from: <https://openwingalliance.org>
- ²⁴ FAO, Food Outlook: Global Food Markets (2023)
- ²⁵ Rabobank, Global Animal Protein Outlook (2024)
- ²⁶ CIWF, EggTrack Asia Report (2022)
- ²⁷ USDA Foreign Agricultural Service – Global Agricultural Trade System
- ²⁸ OIE (WOAH), Animal Welfare Standards: Laying Hens (2021)
- ²⁹ World Bank, Agrifood Supply Chains in Asia (2020)
- ³⁰ BSR, Cage-Free Eggs in Asia: Supply and Demand Dynamics (2021)
- ³¹ UNEP, Sustainable Food Systems in Asia (2022)
- ³² Euromonitor International, Consumer Trends in Asia: Ethical Consumption (2023)
- ³³ Asia Food Regulation Information Service (AFRIS), Food Safety & Animal Welfare Standards in Asia (2023)



概要

Sinergia Animalは、グローバルサウス諸国において、飼育動物の苦しみを軽減し、より思いやりのある食の選択を促進することを目的に活動する国際的な動物保護団体です。

当団体は、Animal Charity Evaluators (ACE) により、世界で最も効果的な動物保護NGOの一つとして認められています。



www.sinergiaanimalinternational.org