

【優秀論文】

化粧品における動物実験減少の解決策の考察

～CSR による分析～

3年2組 28番 杉本 茉優

I はじめに

多くの人は自らの美しさのために、化粧品を使う。その化粧品の多くはドレイズテストという動物実験を行い人間の肌に異常が現れないか確かめられている。実験方法は白色ウサギの片目にその化粧品の試験物質を点眼するものである。実験中はウサギの身動きが取れないよう専用の拘束器に入れられており、角膜の変性、虹彩の損傷、結膜の炎症をみる。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。麻酔をかけられていないため、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といわれている。

世界では、毎年1億1530万頭以上の動物が実験に使用されていると言われる¹。使用といっても、たいていは残虐な実験方法や管理によって命を落としているのだ。そこで、どうすればこのような動物実験を減らすことができるのか考察していく。

本論文では、日本の化粧品に関する動物実験の現状と問題点について述べ(Ⅱ章)、EUで行われた全面禁止措置を見ていき(Ⅲ章)、CSRに基づいた取り組みについて考える(Ⅳ章)。そして双方の策から、日本における動物実験減少につながる方法を考察していく(Ⅴ章)。

Ⅱ 日本の化粧品に関する動物実験の現状

環境省において、実験動物の飼養及び保管並びに苦痛の軽減に関する基準が設けられている。

実験実施者は、実験等の目的の達成に必要な範囲で実験動物を適切に利用するよう努めること。また、実験等の目的の達成に支障を及ぼさない範囲で、麻酔薬、鎮痛薬等を投与すること、実験等に供する期間をできるだけ短くする等実験終了の時期に配慮すること等により、できる限り実験動物に苦痛を与えないようにするとともに、保温等適切な処置を採ること。²

実際、動物実験は各研究者に任されている状況である。海外には動物実験に関するライセンスや動物実験について申請を必要とする国がある一方、日本ではこの環境省告示しか

¹ Katy Taylor, Nicky Gordon, Gill Langley and Wendy Higgins, "Estimates for Worldwide Laboratory Animal Use in 2005", *Alternatives to Laboratory Animals*, 36(3), 327-342, July 2008

² 平成25年環境省告示第84号

ない。動物実験に関して情報公開を求めようにも、開示すべき文書の作成義務がないために日本では動物実験の実態を把握することすらできない。このような状況下において、異議を唱え活動する団体に JAVA³がある。1986年に設立されたボランティアによる市民団体で、世界100以上の動物保護団体と連携をとりながら、動物実験の廃止を中心に活動している。具体的にはさまざまな国内の化粧品会社に質問状を送りその返答をホームページに掲載するなどしている。

動物実験の全面禁止を行った EU と動物実験に異議を唱える JAVA の働きから、日本における有効な動物実験の減少のための方法を考察していく。

III EU にならった動物実験の全面禁止

(1) 化粧品業界の動き

EU では2013年3月11日から動物実験を用いて開発された化粧品の販売が全面禁止となった。それには、EU の動物実験に反対する多くの消費者や動物愛護団体の働きがあったといえる。しかし、それらの働きがあったにもかかわらず、全面禁止に至るまでには長い道のりがあった。

ヨーロッパでは1980年代に化粧品の動物実験反対運動が大きく発展した。その結果、欧州議会で1993年6月14日、「動物実験が行われた原料を配合する化粧品の EU 域内での販売を1998年1月1日以降禁止する」という化粧品指令第6次修正を採用する。⁴販売禁止にしたわけは、EU やその他の国の化粧品会社が、EU 域外で動物実験を行なった商品を販売できないようにするためである。しかし、1998年から実現される予定であった販売禁止は目前の1997年に2000年まで延期、次の期限直前の2000年には2002年まで延期というように延期が繰り返されていった。

この背景には、EU の内外の大手メーカーを中心にした化粧品業界が「動物実験をした化粧品が販売できなくなるのは貿易障害だ」「世界の自由貿易ルール(WTO)に違反する」と、EU 政府に圧力をかけたということがあった。化粧品業界としても、動物実験を行っているために EU という大きな市場を失うことは収益にかかわる。世界最大手のロレアルをはじめ巨大な化粧品産業を展開しているフランス政府が、化粧品業界を擁護するために、化粧品指令第7次修正を不服として、2003年8月、欧州裁判所に異議申し立てをしたということもあった。EU 当局は、これらのような化粧品会社の反発をうけながら、2013年にようやく指令をとりつけたのだった。EU での全面禁止が度重なる延期に見舞われた背景には日本の化粧品業界の姿もあり、当時の日本の化粧品工業連合会は「EU には（動物実験の義務付けがある）日本の基準を尊重する措置を期待したい」⁵と話している。

もし国内での全面禁止をはかれば、なおさら日本企業の反感を買うことは目に見えている。そのため、いきなり規制を設けることは現実味がなく日本では不可能だと言える。

³ JAVA NPO 法人 動物実験の廃止を求める会 (<http://www.java-animal.org/what-you-can-do/> 2015年11月9日取得)

⁴ NPO 法人 動物実験の廃止を求める会 JAVA 「ウサギを救え！化粧品の動物実験反対キャンペーン」 (<http://www.usagi-o-sukue.org/known4.html> 2015年8月21日取得)

⁵ 「化粧品に動物実験は必要？」2009年4月24日付朝日新聞朝刊

（２）動物実験代替法

EU に対して化粧品業界が反発した理由には、市場のほかにも問題があった。動物実験を減少させるためにはその動物実験に代わる代替法が必要なのである。

動物実験の多くは化学物質の毒性実験のために行われている。これはヘルシンキ宣言⁶に基づいており、動物実験を行うことによって新たな研究の安全性や危険性を確かめなければならない。その実験の種類は大きく分けて２つあり、動物実験にあたる *in vivo*(生体の)試験と、代替法にあたる *in vitro*(試験管内の)試験の２つがある。動物実験は、生きた動物を毒性実験に使用すること自体が倫理的に問題であるだけでなく、科学面、経済面からも以下のような点で JAVA により欠点が指摘されてきた。

実験動物の置かれている環境や拘束状態が試験結果に与える影響が極めて大きく、正確なデータ収集が困難であること。

動物実験による完全なデータベース作成のためには、一つの試験あたり 2 ～ 3 年の期間と約 1 億円の費用がかかるのが普通で、大部分の化学物質が完全に試験されないまま市場に出ていること。

ヒトと動物では「種差」があり、毒物に対する代謝が異なるため、動物モデルの毒性データはヒトへの適用に関してかなりの不確実性をもっていること。⁷

これに対し代替法は、動物の使用数を減らすことができることはもちろん、経費と時間の短縮、環境条件をそろえられること、長期間にわたる実験ができることなどの長所があげられる。

しかし、代替法はまだ研究中の課題なのである。新しい動物実験代替法が公定化するためには、単に研究・開発されるだけでなく、その試験法が妥当であるかどうかという評価（バリテーション）、第三者である専門家による査定・評価を経て、行政による受け入れという一連の手続きが必要である。ヨーロッパでは、代替法をより早く実用化するために 1991 年に ECVAM（欧州代替法検証センター）が、米国では 1997 年に ICCVAM（官公庁間代替法調整委員会）がそれぞれ設立された。日本では欧米に後れをとり、2005 年 10 月に、厚生労働省管轄の研究機関（国立医薬品食品衛生研究所）のなかに JaCVAM（日本代替法検証センター）が設立され、公的な予算のもと代替法の評価作業をすすめている⁸という。

EU でおこなわれた動物実験全面禁止には、多くの消費者や動物愛護団体のはたらきかけがあったものの、化粧品業界は、貿易上の理由や動物実験の代替法が公定化されていないことから、全面禁止に対し圧力をかけた。その背景には日本も加わっていたことが分かっている。さらに、日本は EU に比べ動物事件に関心をもつ消費者も少ない。そのため、

⁶ 21. 人間を対象とする医学研究は、科学的文献の十分な知識、その他関連する情報源および適切な研究室での実験ならびに必要な応じた動物実験に基づき、一般に認知された科学的諸原則に従わなければならない。研究に使用される動物の福祉は尊重されなければならない。

日本医師会 ヘルシンキ宣言 (<http://www.med.or.jp/wma/helsinki.html> 2015 年 11 月 15 日取得)

⁷ NPO 法人 動物実験の廃止を求める会 JAVA「ウサギを救え！化粧品の動物実験反対キャンペーン」(<http://www.usagi-o-sukue.org/known3.html> 2015 年 11 月 15 日取得)

⁸ NPO 法人 動物実験の廃止を求める会 JAVA「ウサギを救え！化粧品の動物実験反対キャンペーン」前掲ページ

日本の代替法を研究する機関の公的予算はまだ十分とは言えない。このような状況下で EU にならった全面禁止を日本で行うことは現実的でないといえる。では、どのような方法が日本に有効であるのだろうか。

IV CSR に基づく解決策

(1) JAVA の働きかけ

II 章で紹介した JAVA (NPO 法人動物実験の廃止を求める会) は EU の化粧品指令発表を目前に「資生堂には日本を代表する化粧品メーカーとして動物実験廃止という決断を出してほしい」と期待を込め、「化粧品の動物実験に関する公開質問状」を送付した。質問と回答は以下の通りである。

(JAVA の質問)

2009 年 3 月の EU 域内での動物実験禁止 (1、域内における化粧品原料の動物実験禁止 2、域外で動物実験がなされた化粧品の完成品及び原料の販売禁止) に向けて貴社並びに系列会社は EU 市場向け製品を含む全商品 (未完成品及び原料) の動物実験を全面廃止する予定はありますか。

(資生堂の回答)

当社は日本を含む世界各国で定められた化粧品法規を遵守しつつ、より安全で、より有用な製品をお客様に提供することが大きな使命であると考えています。また同時に当社は動物愛護の精神を尊重しています。現在当社では上記使命を全うするため法規制上必要な場合、代替法⁹が確立されていない場合等、不可欠と判断される場合以外は動物実験を実施していません。¹⁰

これに対し JAVA の見解は、すでに化粧品の動物実験をしていない国や、メーカーがあるのにもかかわらず動物実験をやめないことや、化粧品の動物実験に法的な義務はないため、化粧品メーカーはすぐにでも動物実験をやめることができるのにもかかわらず、それをしないことから、資生堂に動物実験を廃止する意思は見受けられないとした。そこで JAVA は翌年に 2 度目の公開質問状、渋谷でのデモ行進、朝日新聞での広告掲載、ビラ配りなど、多岐にわたり実験廃止を訴える活動をおこなった。結果集めた約 4 万 6 千の署名を資生堂に提出している。

これらのはたらきを CSR¹¹という観点でみていきたい。CSR とは「企業の社会的責任」と訳される。「CSR の根本は、『持続可能な社会をつくるために企業が果たすべき責任』であり、企業から見れば『社会の要請・期待に応じて長期的に事業を継続させる方法』と」¹²されている。資生堂が CSR を遵守できていないわけではない。以下は、資生堂のホーム

⁹ I、II 章で説明 動物実験をしないための他の方法 in vitro 研究、人体実験など

¹⁰ NPO 法人 動物実験の廃止を求める会 JAVA 「ウサギを救え！化粧品の動物実験反対キャンペーン」前掲ページ

¹¹ Corporate Social Responsibility の略。今日の CSR を概括すれば「環境＋社会貢献＋法令遵守」といわれている。藤井敏彦『日本の CSR とヨーロッパの CSR』(日科技連 2005 年 p 48)

¹² 海野みづえ『企業の社会的責任[CSR]の基本がよくわかる本』(中経出版 2009 年 p 14)

ページに掲載されている、顧客向けに掲げた自社の CSR である。

1.私たちは、常にお客さまの視点に立ち、真に満足していただける安全で優れた商品とサービスの研究、開発、製造、販売に努めます。

(1)私たちは、品質と安全性をなにもものにも優先し、お客さまに安心していただけるように努めます。

また、法令はもとより独自の厳しい基準を遵守し、安全性評価システムを実行していきます。¹³

資生堂は自社の CSR に基づき活動していることで評価されている。問題であるのは、資生堂がこの自社の CSR に基づいて、顧客の安全を守るために動物実験を行ってきた一方、顧客側がその動物実験をおこなうことに対して反対し、CSR に矛盾が生じてしまっていることにある。ただし企業とステークホルダーは、企業と社会の発展のために協調していく関係にあること、そして企業の存続に欠かせない存在である¹⁴。そのため、資生堂はこれをうけて解決策を講じていくこととなる。

(2) 資生堂の動き

2010 年 3 月に、資生堂は化粧品動物実験の廃止を段階的に目指すことを公表し、実験廃止に向け、「化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議」をひらいた。

資生堂は自社のホームページで今後の CSR 視点での目標を提示しており、そこでは、「ステークホルダー¹⁵との対話により得られた、ステークホルダー・社会からの当社への期待やニーズ」に対して「社会の課題と期待への対応」をすることが重要テーマとされている。これは CSR の基本であり、この会議のステークホルダーは JAVA の理事やその他有識者であった。この円卓会議は 6 回にわたり行われ、第 1 回の会議は資生堂が「2011 年 3 月までに自社での動物実験施設の閉鎖」「2013 年 3 月までに化粧品の動物実験廃止を目指す」という方針を打ち出したことがきっかけだった。続く 2010 年 11 月の第 2 会議で、「代替法の開発と実用化の推進」「他社への働きかけ」「行政への働きかけ」「消費者への働きかけ」という 4 つの課題を明確化し、その後も、資生堂の取り組みの進捗状況や社会状況、さらなる課題などについて、情報共有や意見交換が行われた¹⁶。

CSR は、企業が現在、社会の期待に応えているかといった基礎的な考え方から、積極的に利害関係者の満足度を高めていこうとする戦略的な考えまで¹⁷。後者の活動を戦略的 CSR という。その例として、ステークホルダー・エンゲージメント¹⁸があり、資生堂

¹³ 資生堂グループ企業情報サイト (<http://www.shiseidogroup.jp/company/principle/way.html> 2015 年 8 月 28 日取得)

¹⁴ 三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング CSR 研究プロジェクト「わかる CSR」(同文館出版 2006 年 p 9)

¹⁵ 企業運営から影響を受ける、あるいは企業運営に影響を与える集団や組織。「利害関係者」と訳されることも多い。顧客、従業員、株主、取引先、競争企業、業界団体、金融機関、政府、NPO、地域社会・地域環境などが含まれる。原田勝広・塚本一郎編 『ボーダレス化する CSR』(同文館出版 2006 年 p 61)

¹⁶ 資生堂グループ企業情報サイト (<http://www.shiseidogroup.jp/csr/communication/conference/> 2015 年 7 月 29 日取得)

¹⁷ 三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング CSR 研究プロジェクト 前掲書 p 90

¹⁸ 「ステークホルダー・エンゲージメントとは、利害関係者の要求を聞くだけではなく、利害関係者との相互的対話

の円卓会議がそれにあたる。円卓会議を開き、ステークホルダーの声や世間のニーズを聞いて、自社の事業に関連した特徴ある要素のうちから、まだ開拓されていないような事柄について研究し、製品を事業化していくのである。実際に資生堂はh-CLATの事業化をすすめている。資生堂は独自で感作性試験の代替法開発にとりくんでいたが、同様の研究を進めていた花王株式会社との共同研究を始め、皮膚感作性試験代替法 h-CLAT (human Cell Line Activation Test) を開発した。

戦略的 CSR は新たな市場を機会とするものであるため、リスクを伴うことが多い。この場合、前に述べたように代替法は未だ確立されていないため、研究には多くの費用が掛かり、国からの十分な援助は望めないことにある。しかし、そこで戦略的にふみこむことで、資生堂は他社より一歩先に事業展開の基盤を手に入れることができる。長期的にみれば、多額の費用も戦略的な投資としてとらえることができるのだ。さらに資生堂は代替法に関する特許を無償化するなどして、代替法の公定化に向け積極的に活動している。企業が情報の公開を適切に行うことは重要であり、「企業価値」と直接係わ¹⁹ってくる。

動物実験廃止を目指す円卓会議であったが、そのためにはh-CLATなどの代替法をこれからも推し進める必要がある。現在、代替法は動物実験代替法に関する会議が開かれたことにより少しずつ広まっており、具体的に、JaCVAM (日本動物実験代替法評価センター) や EURLE CVAM (欧州代替法検証センター) が中心となって開発を進めてきた。資生堂はこのような公的機関に参加し積極的に働きかけることによって、動物を全く使用しない動物実験代替法が各国・地域の法制度において公定化されるよう活動している。h-CLATにおいては、普及に向けて、特許実施の無償化(12月1日より)を決定²⁰している。

このように資生堂はCSRの基本に基づき、ステークホルダーとの意見交換を通して社会のニーズを確認し、さらに戦略的CSRを展開していった。リスクを克服して機会にする考え方にきりかえることにより、資生堂は消費者に認知され新たな事業展開の基盤を得ることができるのだ。代替法の特許無償化は関連会社、取引先といったさまざまな利害関係者への教育連鎖を²¹生み出すだろう。このCSRに基づく活動を行うことにより動物実験を減少させることができるのである。またそれだけではなく、研究等にかかる費用やリスクはこれからの資生堂が得る利益の投資となるのだ。

V EUの全面禁止とCSRに基づく資生堂の活動の比較

動物実験を減少させる方法について考察してきたが、EUにならった全面禁止を行うには、EUと日本の状況が異なっていた。EUが全面禁止に至ったのは、動物実験に対して関心をもつ消費者が多かったことが大きい。3章でも述べたが、代替法の確立が未だされていない状況で、独自の代替法を研究し公定化にむけ宣伝していくことには、多大な費用とリスクを伴う。研究に国家予算が充てられるようになったとはいえ、まだ十分とはいえないのだ。しかし、この逆境の中であえて先んじた手を打つことで、資生堂はステークホ

及び協働のなかで、企業が実現可能な価値を形づくっていくことを示しています。」矢野晶彦 三菱UFJリサーチ&コンサルティング CSR研究プロジェクト 前掲ページ

¹⁹ 三菱UFJリサーチ&コンサルティング CSR研究プロジェクト 前掲書 p91

²⁰ 皮膚感作性試験代替法 h-CLAT の公定化に向けて 資生堂グループ企業情報サイト (<http://www.shiseidogroup.jp/rd/safety/test/hclat.html> 2015年11月15日取得)

²¹ 三菱UFJリサーチ&コンサルティング CSR研究プロジェクト 前掲書

ルダーからブランドの認知、そして長期的な基盤²²を得ることができる。それはなにより代替法の普及につながるのだ。

資生堂が戦略的 CSR に乗り出した背景には JAVA の存在があった。資生堂はステークホルダーの意見を聞いて自社の CSR の捉え直しを迫られたのである。資生堂はこれを機に戦略的 CSR にふみこむこととなった。これが動物実験減少につながるきっかけとなり、実際に功を奏して代替法実現へと結びついたのである。

(7404 文字 原稿用紙 18.5 枚相当)

【参考文献リスト及び関連 URL】

- ◆伊吹英子「経営戦略としての CSR」原田勝広・塚本一郎編 『ボーダレス化する CSR』(同文館出版 2006 年)
- ◆海野みづえ『企業の社会的責任[CSR]の基本がよくわかる本』(中経出版 2009 年)
- ◆原田勝広・塚本一郎編 『ボーダレス化する CSR』(同文館出版 2006 年)
- ◆藤井敏彦『日本の CSR とヨーロッパの CSR』(日科技連 2005 年)
- ◆三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング CSR 研究プロジェクト「わかる CSR」(同文館出版 2006 年)
- ◆Katy Taylor, Nicky Gordon, Gill Langley and Wendy Higgins, "Estimates for Worldwide Laboratory Animal Use in 2005", *Alternatives to Laboratory Animals*, 36(3), 327-342, July 2008
- ◆環境省平成 25 年環境省告示第 84 号
(https://www.env.go.jp/nature/dobutsu/aigo/2_data/laws/nt_h25_84.pdf)
- ◆資生堂グループ企業情報サイト (<http://www.shiseidogroup.jp/csr/communication/conference/>)
- ◆NPO 法人 動物実験の廃止を求める会 JAVA「ウサギを救え！化粧品動物実験反対キャンペーン」(<http://www.usagi-o-sukue.org/known3.html>)
- ◆日本医師会 ヘルシンキ宣言 (<http://www.med.or.jp/wma/helsinki.html>)

²² 海野前掲書 p 88-89