

CONSUMER SURVEY REPORT

オスひよこ殺処分・ 卵内雌雄鑑別技術に関する 消費者意識調査

全国の消費者 1,144 人の回答から見る、認知・支持・購入意向・支払意思額



認定 NPO 法人アニマルライツセンター

2026 年 7 月

エグゼクティブサマリー

本調査では、採卵鶏産業で生じるオスひよこの殺処分と、その代替となる卵内雌雄鑑別技術について、消費者の認知、態度、購入意向、表示・法規制への支持、卵内雌雄鑑別技術を導入した卵への追加支払意思額を確認した。

80% オスひよこ殺処分を 知らなかった	74% 卵内雌雄鑑別技術を 活用すべき	74% 殺処分のない卵を 購入したい
70% 日本でも法規制を 進めるべき	70% 卵内雌雄鑑別の追加負担を 支払う余地がある	60% パッケージ表示を 支持

調査から見たこと

オスひよこ殺処分の問題と卵内雌雄鑑別技術の認知度はともに約 2 割にとどまる一方、事実を知った後には、卵内雌雄鑑別技術の活用、殺処分のない卵の購入、法規制、パッケージ表示のいずれにも過半数から約 7 割の支持が示された。これは、消費者の関心が低いというよりも、現状では判断に必要な情報に触れる機会が限られていることを示唆する。

- オスひよこの殺処分を「容認できる」とした回答は 34.4%で、「容認できない」側が 65.6%を占めた。
- 卵内雌雄鑑別技術を活用すべきとの回答は 74.0%、殺処分なく生産された卵を購入したいとの回答は 73.9%だった。
- 卵内雌雄鑑別卵がある場合、別のスーパーを利用したいとの回答も 60.8%あり、取扱いの有無が店舗選択に影響する可能性がある。
- 10 個入り 1 パックへの追加支払いは、70.2%が 10 円以上を許容し、中央値は 20 円だった。
- 購入時の重視度では「安全性」「価格」「鮮度」が上位だったが、「雄ひよこが殺処分されていないこと」は平飼い・放牧飼育と同程度の評価を得た。

1. 調査概要

調査名	卵の購入に関するアンケート
調査目的	オスひよこ殺処分および卵内雌雄鑑別技術に関する消費者の認知・態度・購入意向等を把握する。
調査方法	インターネット調査
回収数	1,200 件
有効回答数	1,144 件
有効率	95.3%
調査対象	日本国内の 15 歳以上 75 歳以下の消費者
調査期間	2026 年 7 月 1 日～7 月 3 日

有効回答の判定

回答品質を確認するため、

「スーパーマーケットで販売されている卵は通常、どの動物から生産されますか？」という確認設問を設けた。1200 件のうち「鶏」と回答した 1,144 件を有効回答として集計した。

1-1. 調査結果の読み方

- 割合は小数第 2 位以下を四捨五入しているため、合計が 100%にならない場合がある。
- 本報告書の「支持」「購入意向あり」等は、原則として 6 段階回答の上位 3 選択肢を合算して示す。
- 本調査は消費者意識の傾向を把握するものであり、実際の購買行動と完全に一致するとは限らない。

2. 調査背景と目的

採卵鶏産業では、卵を産まないオスのひよこが、孵化直後に殺処分されることが長年の課題となっている。これに対し、孵化前の卵の段階で雌雄を判別する「卵内雌雄鑑別」技術が開発・商用化され、海外では導入や法規制が進みつつある。

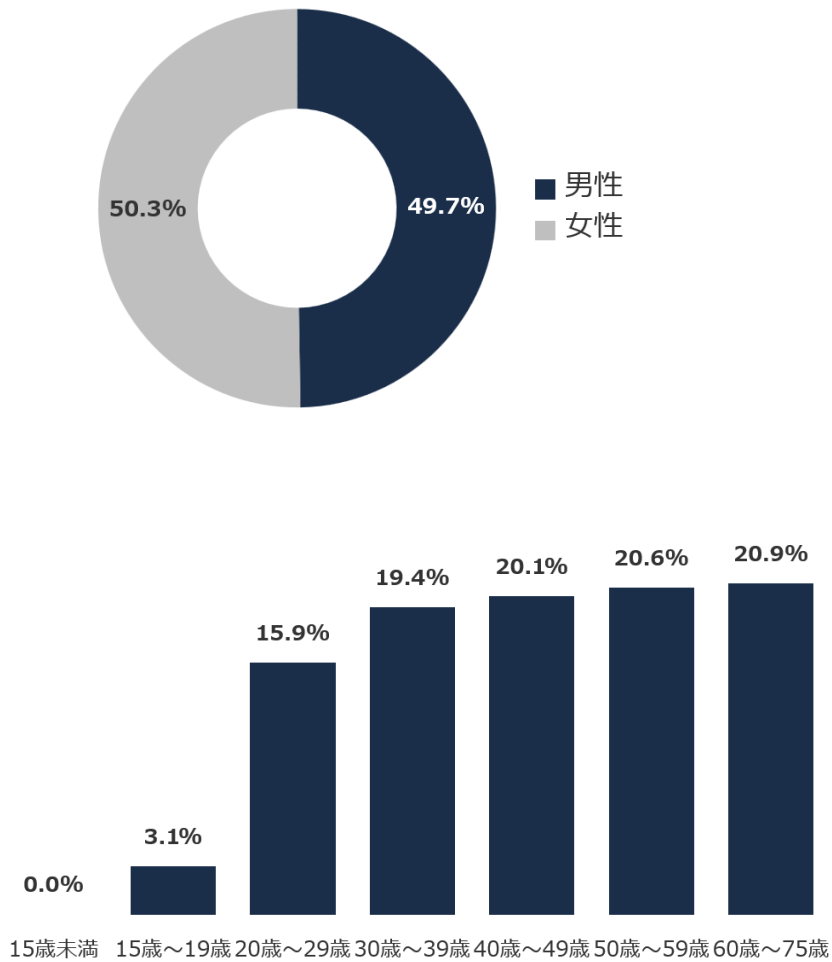
一方、日本では、この問題や技術に関する一般消費者の認知、導入への支持、価格負担の受容度などを示す公開データが限られている。本調査は、消費者が情報を得た上でどのように判断するのかを可視化し、孵化場、流通・小売、食品企業、行政による検討の基礎資料とすることを目的に実施した。

主な調査項目

- オスひよこ殺処分の認知
- 卵内雌雄鑑別技術の認知
- 技術・商品の受容性
- 支払意思額
- 表示・法規制への意識

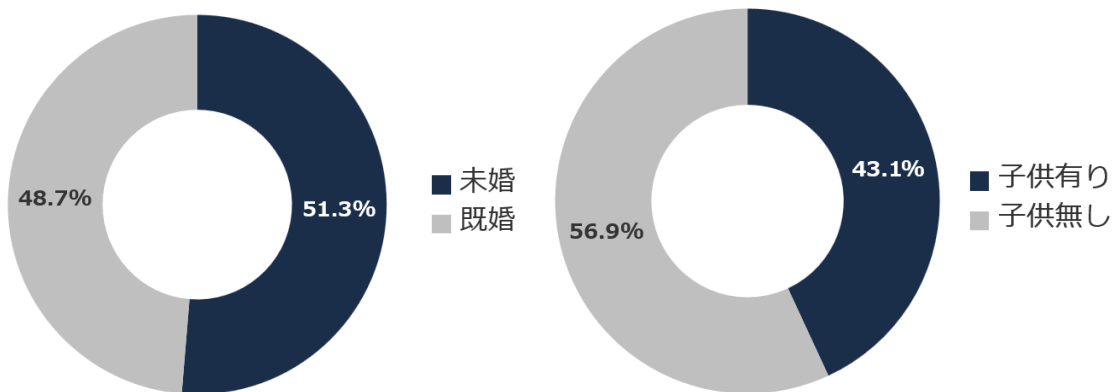
3. 回答者属性

3-1. 性別・年齢



回答者は男性 569 人（49.7%）、女性 575 人（50.3%）で、性別はほぼ均等だった。平均年齢は 45.4 歳、中央値は 46.0 歳で、15～19 歳が 3.1%、20 代が 15.9%、30 代が 19.4%、40 代が 20.1%、50 代が 20.6%、60 歳以上 75 歳以下が 20.9%だった。幅広い年代から回答を得た。

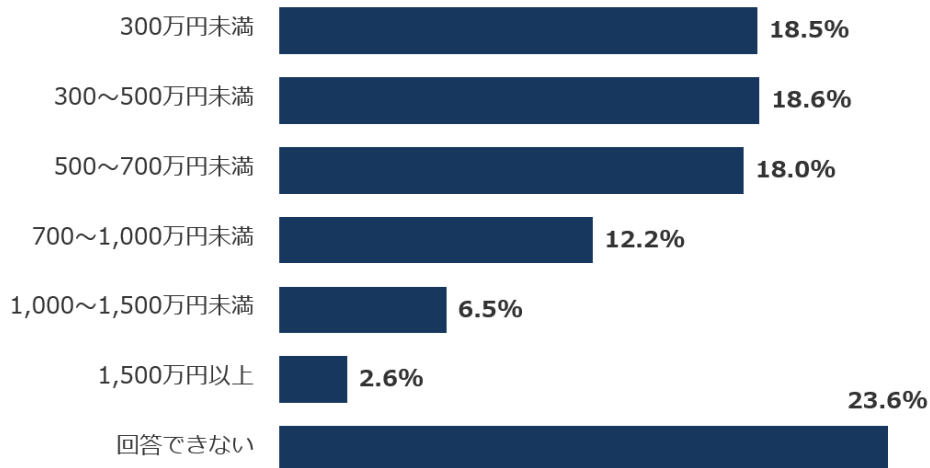
3-2. 地域・世帯状況



回答者は全国 47 都道府県から集まり、特定の地域に偏らない構成となった。未婚は 51.3%、既婚は 48.7%。子どもありは 43.1%、子どもなしは 56.9%だった。

3-3. 世帯年収

Q3-3. あなたの世帯年収（税引前）はどのくらいですか。年金なども含めてお答えください。

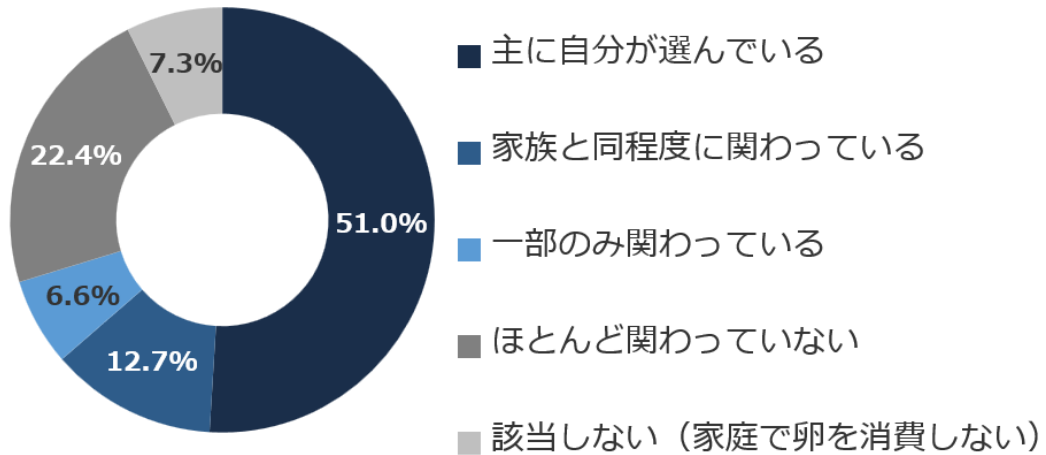


世帯年収は「300 万円未満」18.5%、「300～500 万円未満」18.6%、「500～700 万円未満」18.0%、「700～1,000 万円未満」12.2%、「1,000 万円以上」9.1%であった。「回答できない」は 23.6%だった。

3-4. 卵の購入への関与

Q3-4. あなたは、ご家庭で購入する卵を選ぶことに、どの程度関わっていますか。

主に自分で選択 51.0%



「主に自分が選んでいる」が51.0%と最も多く、「家族と同程度に関わっている」12.7%、「一部のみ関わっている」6.6%を合わせると、70.3%が家庭で購入する卵の選択に何らかの形で関与していた。

回答者構成のポイント

回答者の約7割が卵選びに関与しており、購入意向や支払意思額を検討する上で、実際の購買意思決定に近い回答が一定程度含まれている。

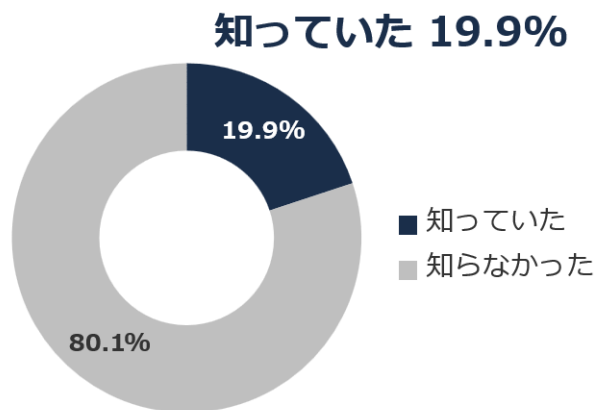
4. 調査結果

4-1. 問題と技術の認知度

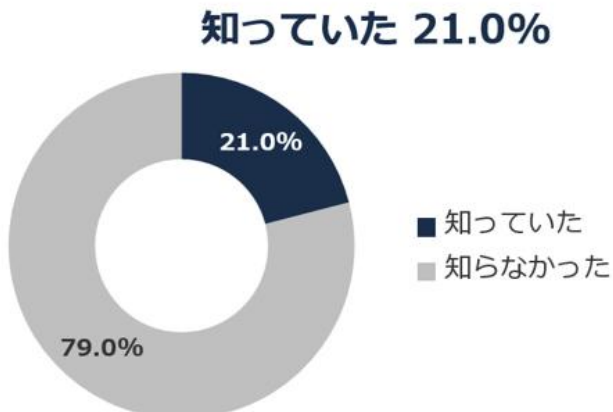
（設問前説明文）卵を産むためのメス鶏を育てる際には、生まれたひよこのオスとメスを判別し、メスのみが採卵鶏として育てられます。

次の内容について、あなたはこれまで知っていましたか。

Q4-1①. 卵を産むためのメス鶏を育てる際、日本では生まれたオスひよこの多くが殺処分されていること



Q4-1②. 卵の段階でオスとメスを判別できる「卵内雌雄鑑別」という技術があること



20% 殺処分を 知っていた	21% 技術を 知っていた	約 8 割 どちらも 認知が限定的
-----------------------------	----------------------------	--------------------------------

「卵を産むためのメス鶏を育てる際、日本では生まれたオスひよこの多くが殺処分されていること」を知っていた人は 19.9%、認知していなかった人は 80.1%だった。卵内雌雄鑑別技術についても、知っていた人は 21.0%、認知していなかった人は 79.0%であり、問題と解決技術の双方が広く知られていないことが確認された。

考察

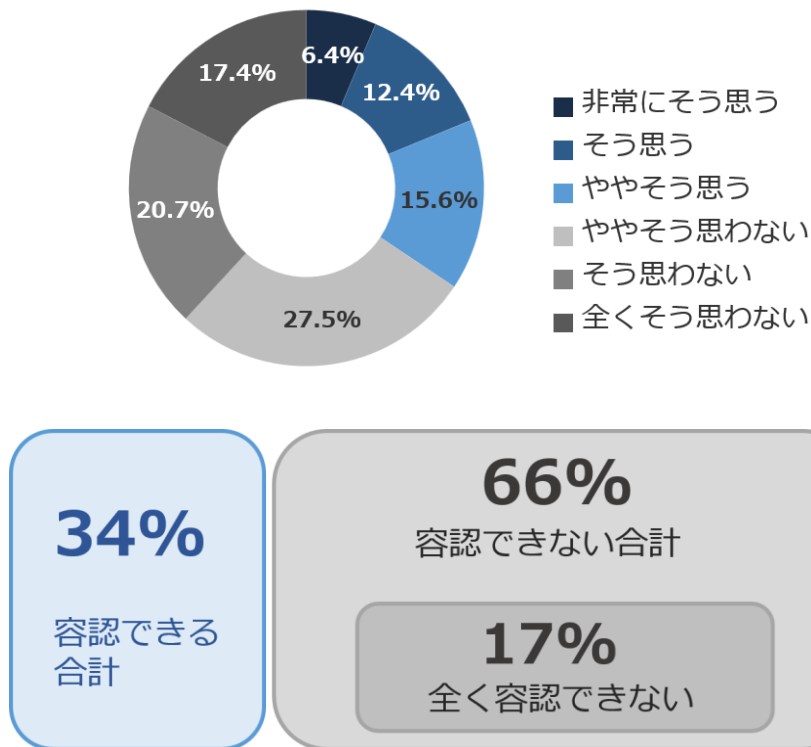
認知度の低さは、消費者が問題を重視していないことを直接意味しない。後続設問では、説明後に高い支持が示されているため、現在の課題は「関心の欠如」よりも「情報接触の不足」である可能性が高い。

4-2. オスひよこ殺処分の容認度

（設問前説明文）オスひよこの殺処分について、日本では、放置・窒息・圧死・粉砕など、苦痛を伴う方法が用いられていることが報告されています。卵内雌雄鑑別を用いると、オスひよこが生まれてから殺処分される必要がなくなります。

Q4-2. このようにメス鶏のみを育てるために、オスひよこが孵化直後に殺処分されることを容認できると思いますか？

容認できない合計 65.6%



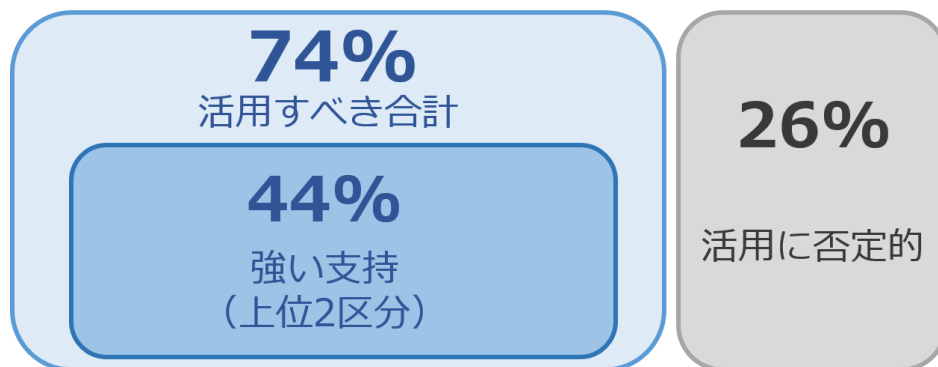
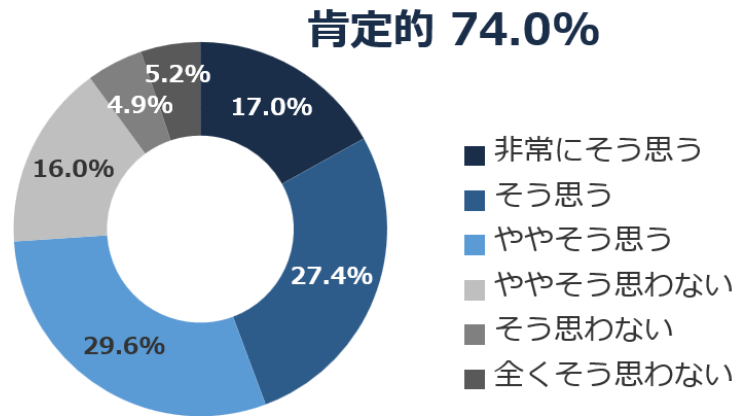
「非常にそう思う」「そう思う」「ややそう思う」を合わせた容認側は 34.4% だった。一方、「ややそう思わない」「そう思わない」「全くそう思わない」を合わせた非容認側は 65.6% で、約 3 人に 2 人が殺処분을容認しづらいと回答した。

考察

採卵鶏産業で長年行われてきた慣行であっても、その実態を知った消費者の約 3 人に 2 人が容認できない側を選んだ。この結果は、オスひよこ殺処分が消費者から広く受け入れられているとはいえないことを示している。

4-3. 卵内雌雄鑑別技術の活用への支持

Q4-3. オスひよこを孵化後に殺処分する代わりに、卵内雌雄鑑別技術を活用すべきだと思いますか？



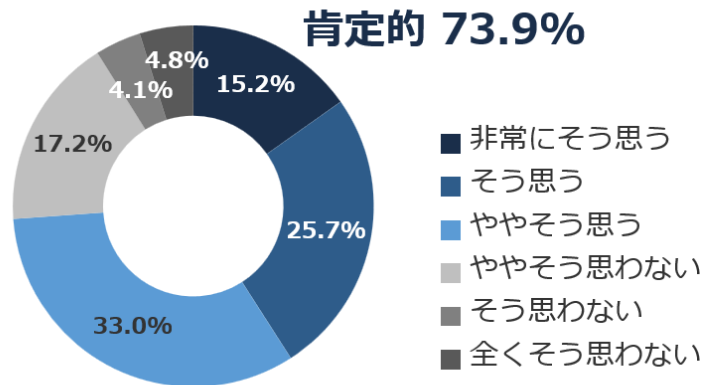
卵内雌雄鑑別技術を活用すべきとする回答は 74.0%に達した。内訳は「非常にそう思う」17.0%、「そう思う」27.4%、「ややそう思う」29.6%だった。否定的な回答は 26.0%にとどまった。

考察

卵内雌雄鑑別技術の事前認知は約 2 割だったが、設問前説明文により技術について知った後には、約 4 分の 3 が導入を支持した。技術導入の社会的受容を高めるには、専門的な仕組みだけでなく、「孵化後の殺処分を避ける技術」であることを分かりやすく伝えることが重要である。

4-4. 殺処分のない卵の購入意向

Q4-4. オスひよこを殺処分することなく生産された卵が、あなたの利用するスーパーで販売されていた場合、購入したいと思いますか？



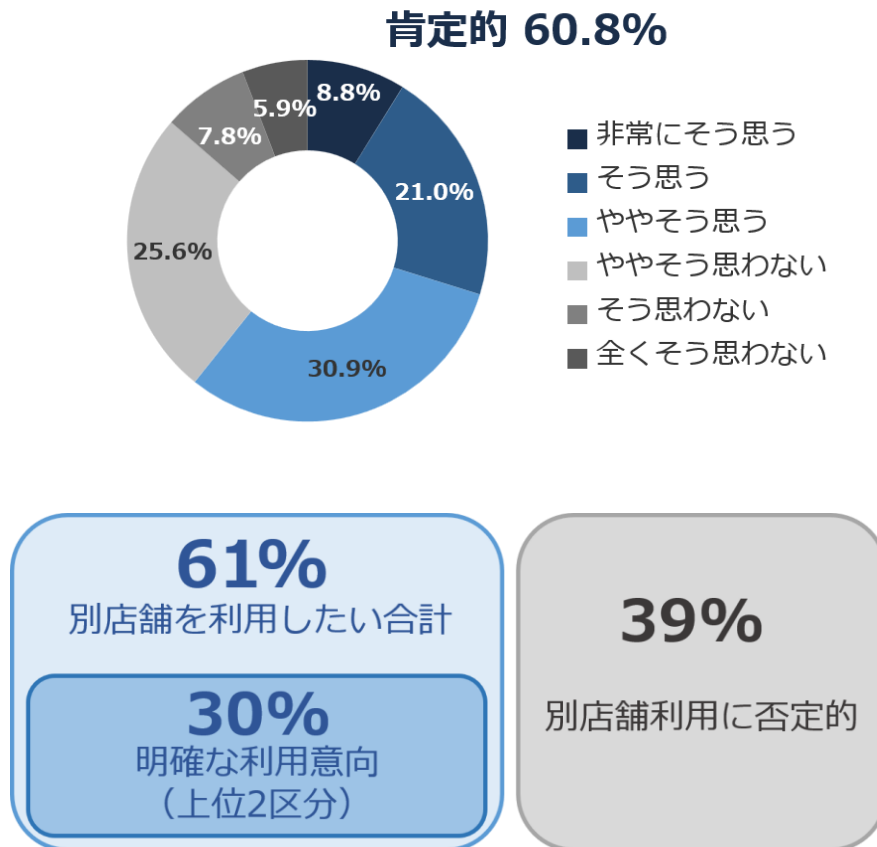
利用するスーパーで販売されていた場合に購入したいとする回答は73.9%だった。「非常にそう思う」15.2%、「そう思う」25.7%、「ややそう思う」33.0%で、商品選択肢が提供された場合の潜在需要が確認された。

企業への示唆

購入意向は73.9%に達し、卵内雌雄鑑別技術を用いて生産された卵には一定の潜在需要があることが示された。小売企業や食品企業は、試験販売などを通じて実際の購買行動や価格受容性を検証しながら、市場導入を進めることが期待される。

4-5. 取扱店舗への利用意向

Q4-5. 卵内雌雄鑑別卵が普段利用しているスーパーでは販売されておらず、別のスーパーで販売されていた場合、そのスーパーを利用したいと思いますか？



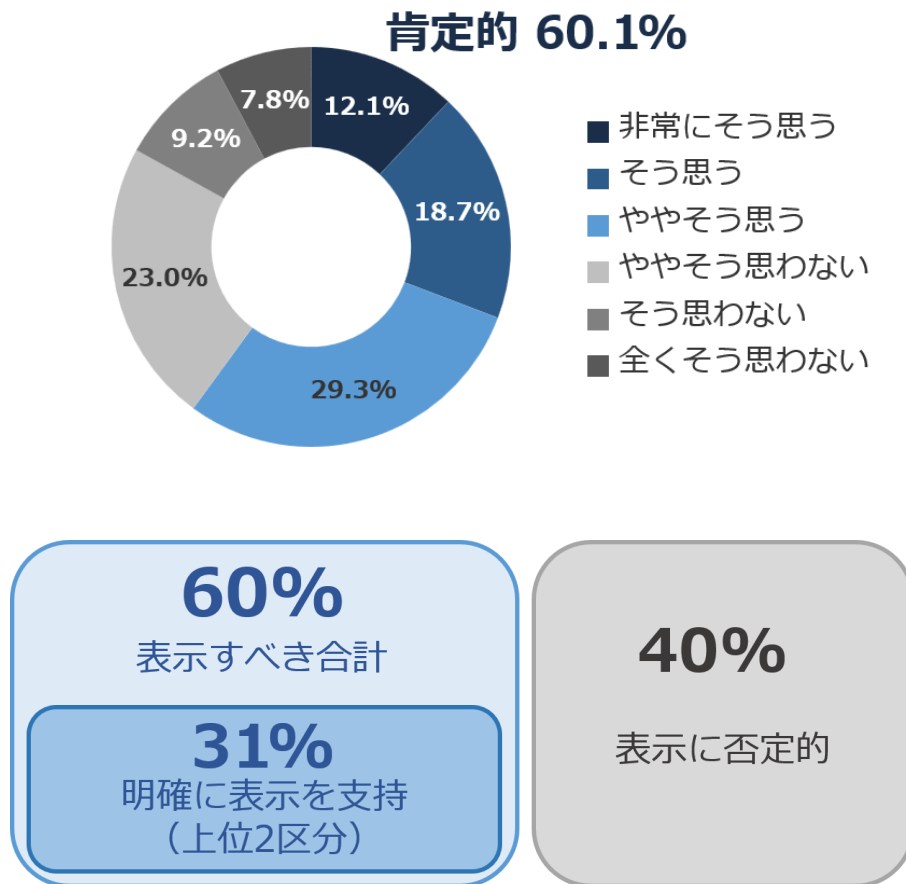
普段利用するスーパーでは販売されず、別のスーパーで販売されていた場合、その店舗を利用したいとする回答は60.8%だった。商品の取扱いが、卵の選択だけでなく店舗選択にも影響する可能性が示された。

小売企業への示唆

卵内雌雄鑑別卵の取扱いは、商品の選択だけでなく、店舗の利用意向にも影響する可能性がある。一方、強い利用意向は約3割であるため、実際の販売を通じて店舗利用への影響を検証する必要がある。

4-6. パッケージ表示への支持

Q4-6. 卵には産地や飼育方法が表示されることがあります。同様に、「オスひよこが殺処分されていないこと」についても、卵のパッケージに表示すべきだと思いますか。



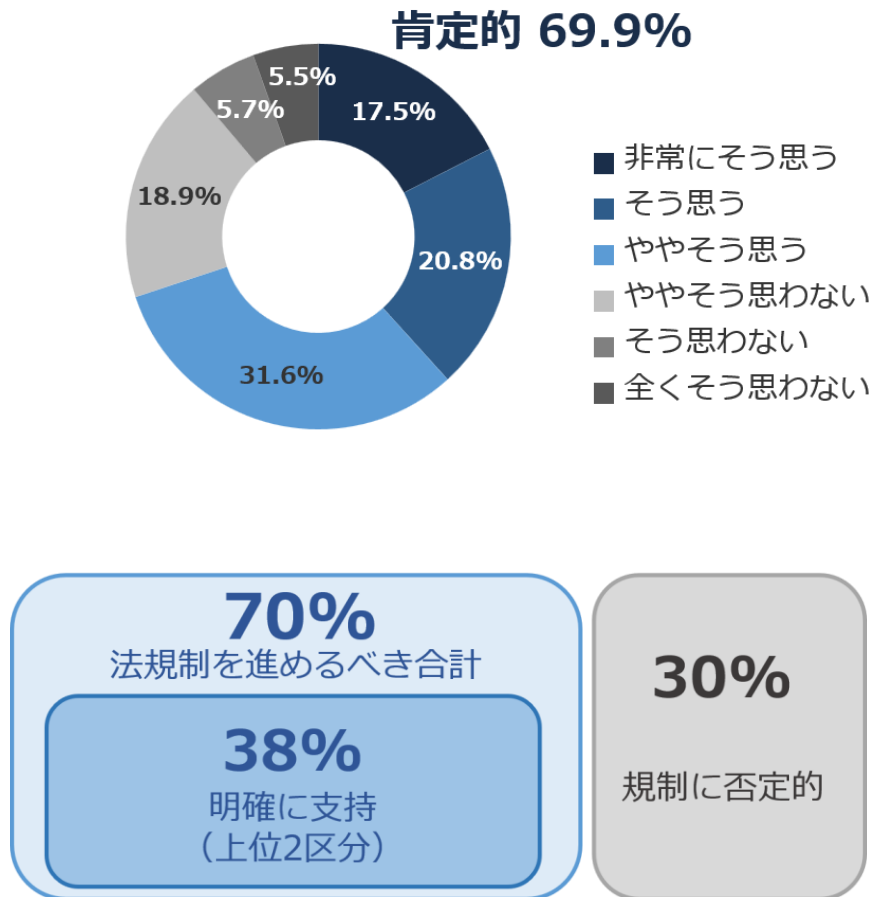
「オスひよこが殺処分されていないこと」を卵のパッケージに表示すべきとの回答は 60.1%だった。

表示制度への示唆

表示は、導入企業の取組を消費者の選択につなげる基盤となる。表示への支持が6割を占めたことから、消費者が殺処分のない卵を識別し、選択できるようにするための分かりやすい表示が求められる。

4-7. 法規制への支持

Q4-7. オスひよこの殺処分が法律で禁止されている国（フランス、ドイツ、イタリアなど）もあります。日本でも法規制を進めるべきだと思いますか？



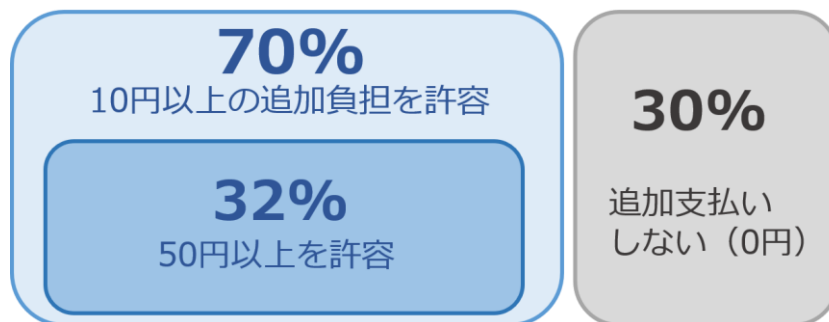
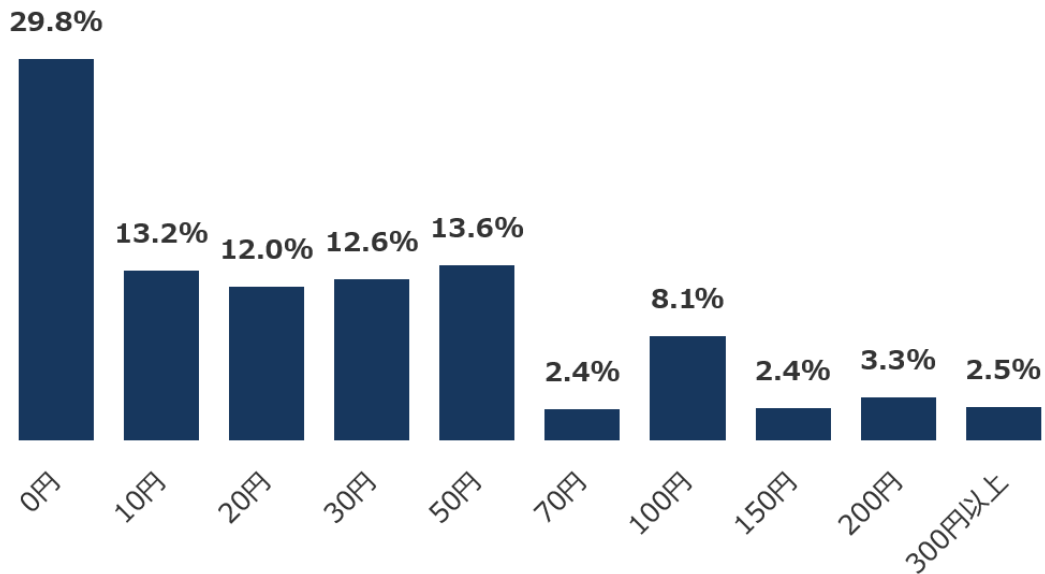
日本でも法規制を進めるべきとする回答は 69.9%だった。「非常にそう思う」17.5%、「そう思う」20.8%、「ややそう思う」31.6%で、約 7 割が規制の方向性を支持した。

政策への示唆

法規制への支持は技術導入への支持と同程度に高く、約 7 割の回答者が賛成した。この結果は、オスひよこ殺処分をなくすために、日本でも法規制を進めることに対して、一定の社会的支持があることを示している。今後は、導入目標や移行期間、設備投資支援、表示制度、技術基準などを組み合わせた段階的な政策のあり方について検討を進めることが期待される。

4-8. 追加支払意思額

Q4-8. 卵内雌雄鑑別技術によって雄ひよこが殺処分されない場合、10 個入り卵 1 パックに対して、現在より最大でいくら上乗せして支払う意思がありますか？（現在購入している卵と同等の品質・サイズであると仮定してください。）



追加支払いを「0 円」とした人は 29.8%だった。したがって、それ以外の 70.2%は何らかの追加負担を受け入れると回答した。追加支払意思額の中央値は 20 円、平均値は 42.0 円であった。（300 円以上は 300 円として算出した。）平均値が中央値を上回ったことから、一部の回答者は 100 円以上の追加負担も受け入れる意向を示しており、価格受容性には幅があることがうかがえる。

価格設計への示唆

市場導入時には、消費者全体が大幅な価格上昇を受け入れるとは限らない。一方、70.2%が 10 円以上、32.4%が 50 円以上の追加負担を許容しており、一定の価格受容性が確認された。導入コストの負担方法や価格設定を工夫することで、より幅広い消費者への普及につながる可能性がある。

4-9. 卵購入時の重視項目

Q4-9. 卵を購入する際、以下の項目をどの程度重視しますか。各項目について、あなたのお考えに最も近い点数をお選びください。（5点＝非常に重要、1点＝全く重要ではない）

項目	平均点（5点満点）	4・5点の割合
安全性	4.04	69.1%
価格	4.03	69.8%
鮮度	3.92	65.3%
栄養価	3.51	47.7%
産地	3.21	33.5%
雄ひよこが殺処分されていないこと	3.13	29.8%
平飼い・放牧飼育	3.09	29.2%

安全性、価格、鮮度が最も重視されていた。「雄ひよこが殺処分されていないこと」の平均点は3.13で、「平飼い・放牧飼育」の3.09とほぼ同水準だった。現時点では価格や安全性ほど優先度は高くないが、アニマルウェルフェアに関する既存の選択軸と同程度の関心がある。

考察

消費者は価格のみで商品を選択しているわけではなく、安全性や鮮度などの品質に加え、アニマルウェルフェアの価値も購入判断の一要素として考慮していることが示唆された。そのため、卵内雌雄鑑別技術を導入した商品では、品質を維持した上で、その付加価値を適切に伝えることが重要である。

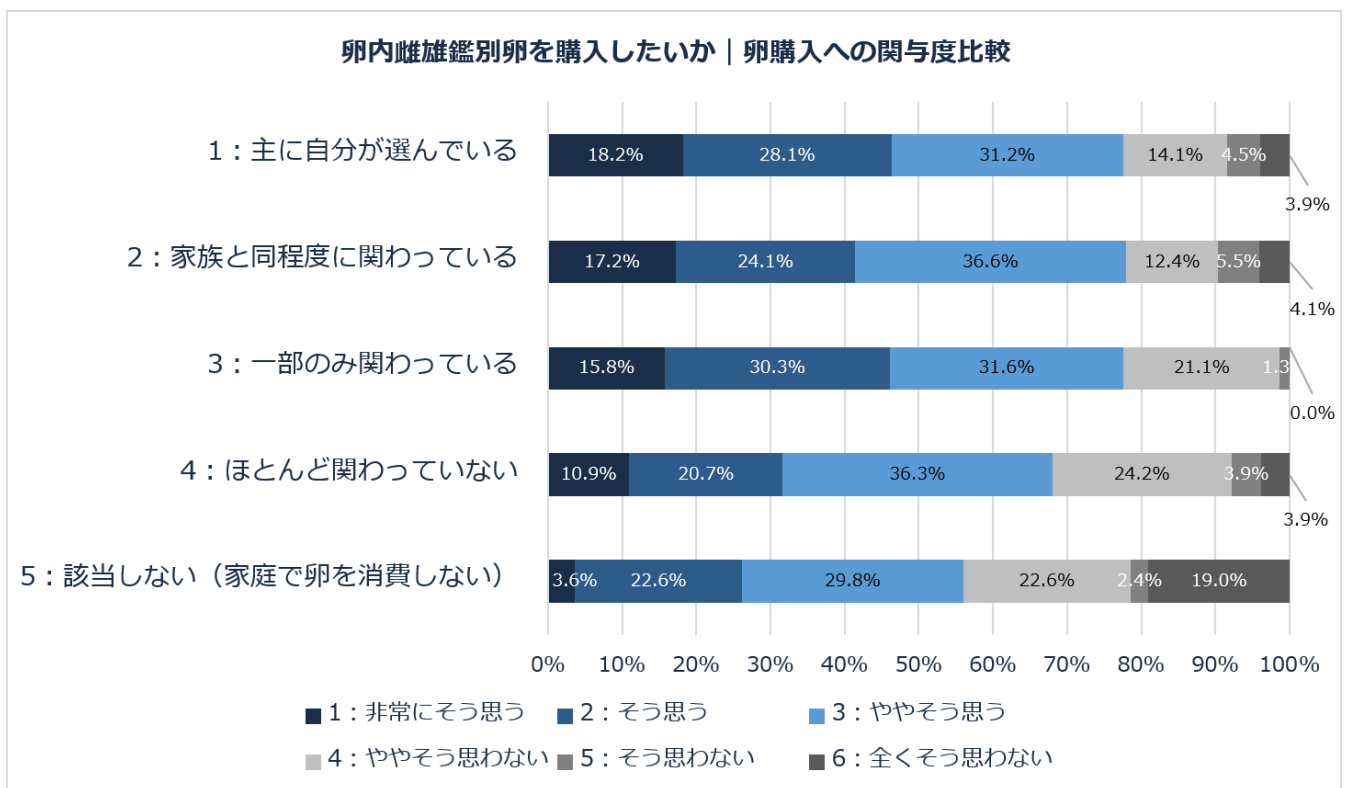
5. クロス集計結果

主要な設問間の関係について、クロス集計により確認した。

5-1. 購入意向に関連する傾向

「殺処分のない卵を購入したい」という回答が、日常の卵選びへの関与度や、オスひよこ殺処分・卵内雌雄鑑別技術の事前認知とどのように関連しているかを確認した。

購入意向と卵購入への関与度の関係



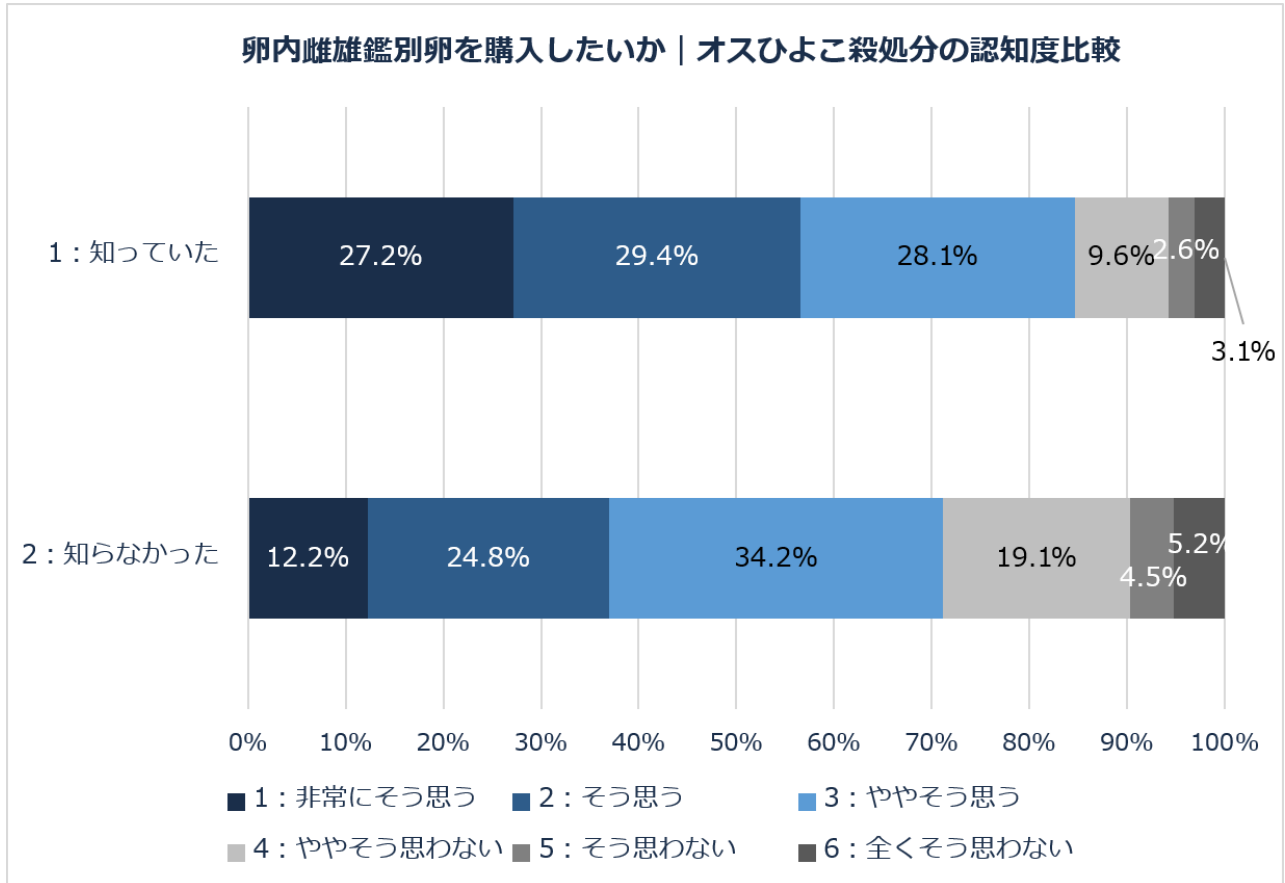
比較項目	n	肯定側（1～3）	否定側（4～6）
1：主に自分が選んでいる	583	77.5%	22.5%
2：家族と同程度に関わっている	145	77.9%	22.1%
3：一部のみ関わっている	76	77.6%	22.4%
4：ほとんど関わっていない	256	68.0%	32.0%
5：該当しない（家庭で卵を消費しない）	84	56.0%	44.0%

卵の購入への関与がある層において、殺処分のない卵を購入したいという回答が多い傾向がみられた。

購入意向あり（上位3区分）の割合は、「主に自分が選んでいる」「家族と同程度に関わっている」

「一部のみ関わっている」でいずれも約 78%だったのに対し、「ほとんど関わっていない」では 68%、「該当しない（家庭で卵を消費しない）」では 56%だった。

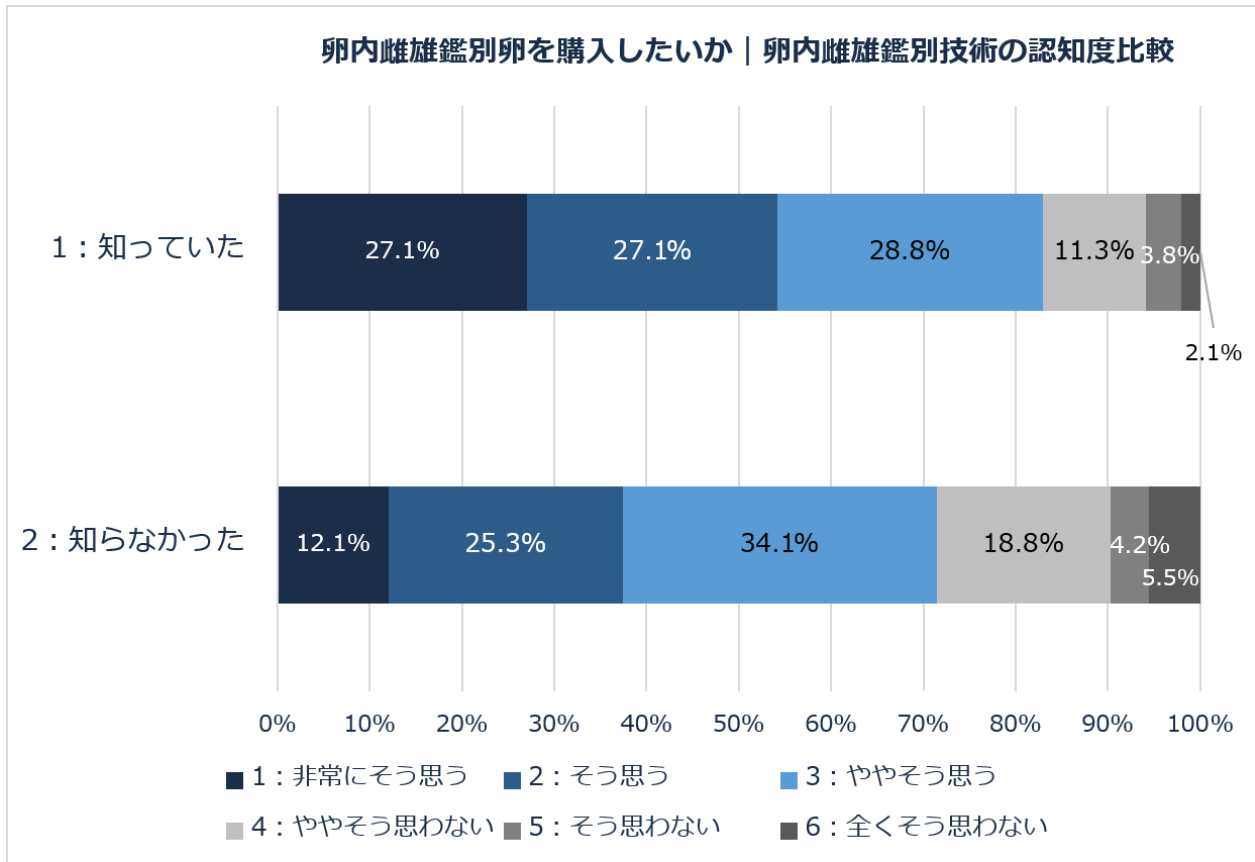
購入意向とオスひよこ殺処分認知の関係



比較項目	n	肯定側（1～3）	否定側（4～6）
1 : 知っていた	228	84.6%	15.4%
2 : 知らなかった	916	71.2%	28.8%

オスひよこ殺処分を認知していた人では購入意向が 84.6%で、認知していなかった人の 71.2%を 13.4 ポイント上回った。特に「非常にそう思う」「そう思う」の合計は、認知していた人では 56.6%であり、認知していなかった人の約 37%より約 20%高かった。

購入意向と卵内雌雄鑑別技術認知の関係



比較項目	n	肯定側 (1~3)	否定側 (4~6)
1: 知っていた	240	82.9%	17.1%
2: 知らなかった	904	71.5%	28.5%

卵内雌雄鑑別技術を認知していた人では購入意向が 82.9%となり、認知していなかった人の 71.5%を 11.4 ポイント上回った。

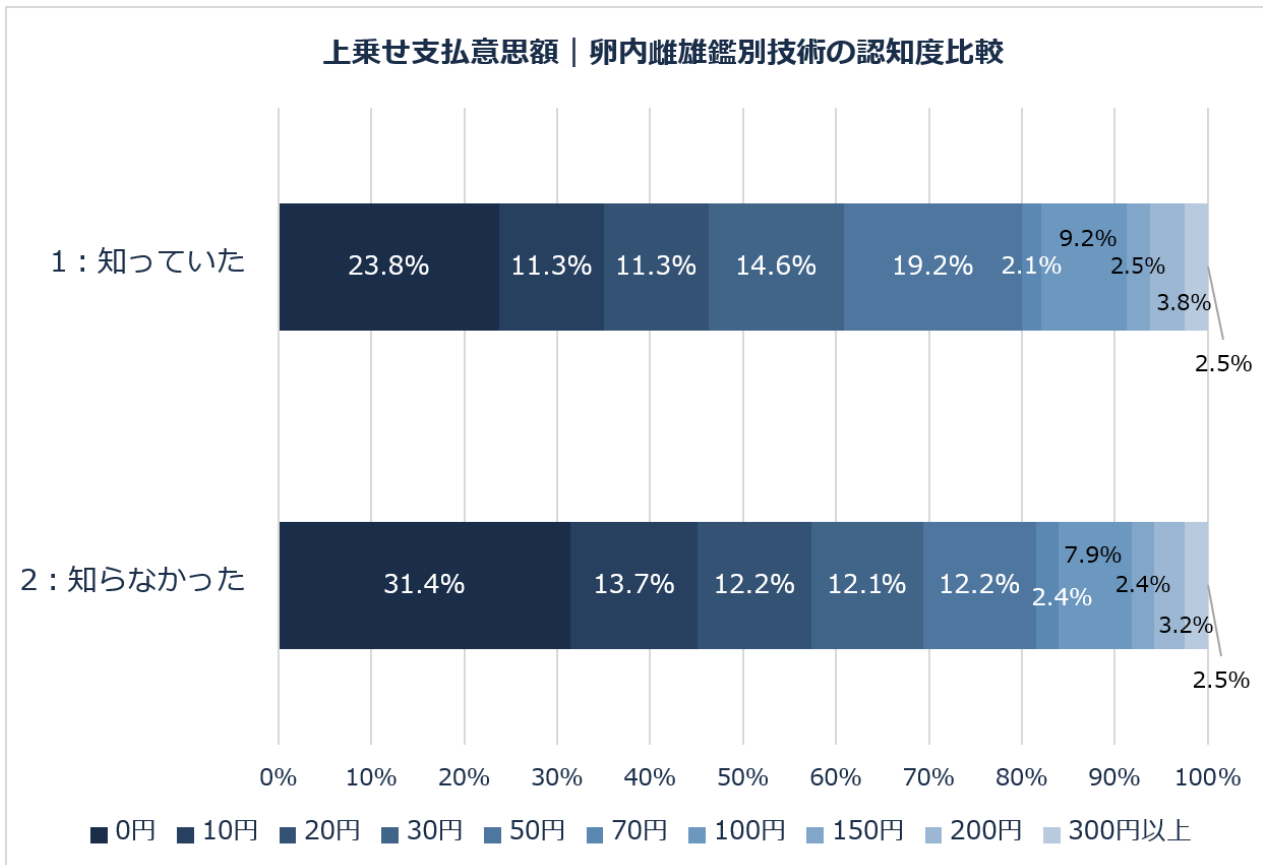
考察

これらの結果から、特に卵選びへの関与がある層で卵内雌雄鑑別を用いて生産した卵の購入意向が高かったことから、一定の潜在需要が示された。また、問題・技術を認知している層においても、購入意向が高い傾向がみられた。一方、認知していなかった回答者でも、説明後には 7 割以上が購入意向を示した。このことから、問題と技術について情報を提供することは、幅広い消費者が購入について判断する上で重要であると考えられる。

5-2. 技術認知と追加支払意思額

卵内雌雄鑑別技術を事前に認知していた人と認知していなかった人で、卵内雌雄鑑別を用いて生産された卵への追加支払意思額の分布にどのような違いがあるかを比較した。

技術認知と追加支払意思額の関係



比較項目	n
1 : 知っていた	240
2 : 知らなかった	904

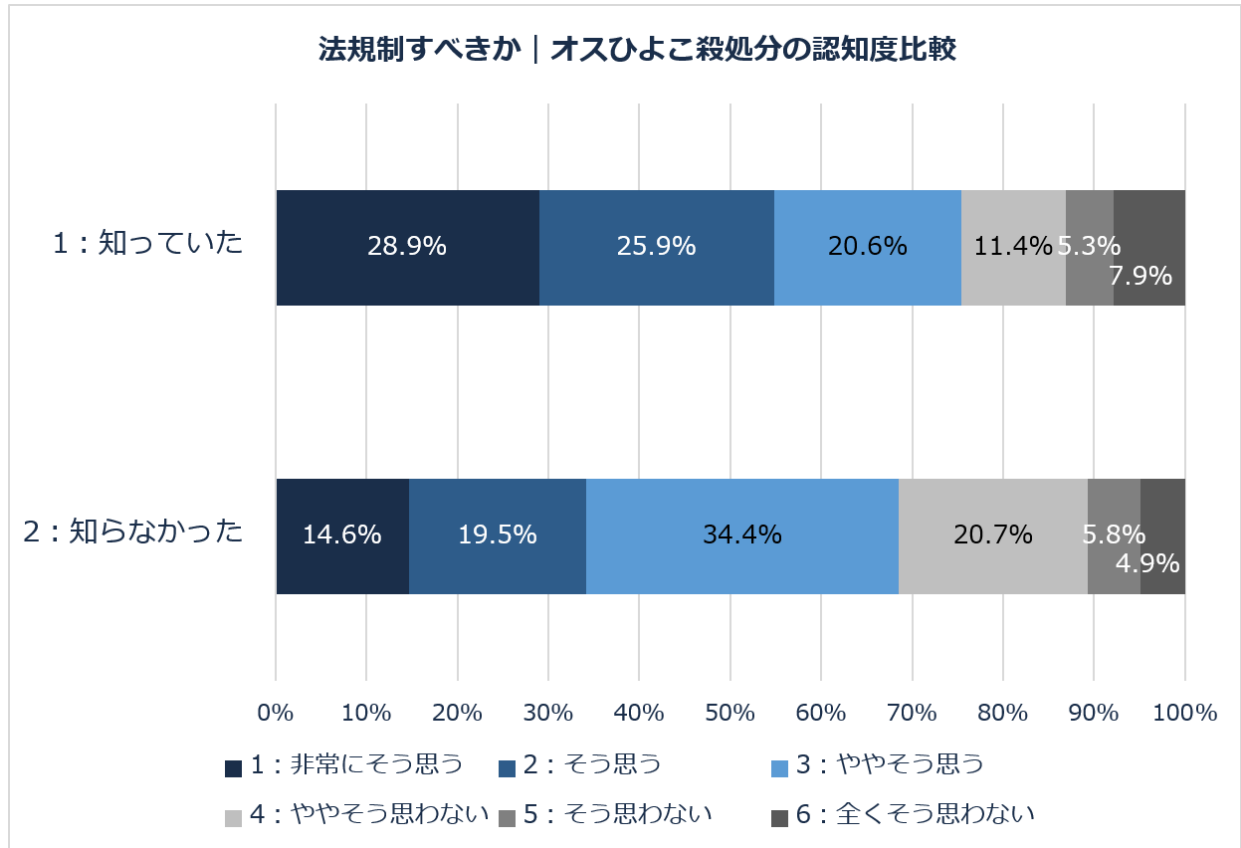
卵内雌雄鑑別技術を認知していた人では、追加支払いを0円とした割合が23.8%で、認知していなかった人の31.4%より7.6ポイント低く、追加支払いを受け入れる割合が高かった。さらに、50円以上の追加支払いを許容する割合は、技術を認知していた人で39.3%、認知していなかった人で30.6%となり、認知している人の方が高かった。

考察

この結果から、卵内雌雄鑑別技術の認知は、購入意向だけでなく価格受容性とも関連している可能性が示された。技術やその目的について適切に情報提供することは、導入に伴う価格差に対する消費者の理解を促す上でも重要であると考えられる。

5-3. 問題認知と法規制への支持

オスひよこ殺処分を事前に認知していた人と認知していなかった人で、日本における法規制への支持にどのような違いがあるかを比較した。



比較項目	n	肯定側 (1~3)	否定側 (4~6)
1: 知っていた	228	75.4%	24.6%
2: 知らなかった	916	68.6%	31.4%

オスひよこ殺処分を知っていた人では、法規制を進めるべきとする回答（上位 3 区分）が 75.4%で、認知していなかった人の 68.6%を 6.8 ポイント上回った。差は支持の強さでより明確であり、「非常にそう思う」「そう思う」の合計は、認知していた人で 54.8%、認知していなかった人で 34.1% だった。

考察

認知していなかった人でも約 7 割が法規制の方向性を支持した一方、問題を認知している人では、より強い支持を示す割合が高かった。この結果は、問題の認知と法規制への支持との間に関連がある可能性を示しており、オスひよこ殺処分の現状を広く伝えることが、法規制に対する社会的理解の醸成につながる可能性がある。

6. 総合考察

全体集計とクロス集計の結果を総合すると、卵内雌雄鑑別技術の社会実装に向けて、以下の4点が重要な示唆として得られた。

6-1. 認知の有無は購入意向や制度支持の強さと関連していた

オスひよこ殺処分および卵内雌雄鑑別技術の事前認知はいずれも約2割にとどまったが、説明後には技術導入への支持（74.0%）、購入意向（73.9%）、法規制への支持（69.9%）がいずれも約7割に達した。クロス集計では、問題や技術を認知していた人の方が購入意向や法規制への支持が高い傾向がみられた。一方、認知していなかった人でも説明後には約7割が購入意向や法規制を支持しており、問題と解決策について分かりやすく情報提供することは、幅広い消費者の理解や判断を支える上で重要であると考えられる。

6-2. 市場導入には一定の需要が期待されるが、価格への配慮も重要である

卵選びに関与している層では購入意向ありが約78%であったのに対し、ほとんど関与していない層では67.9%、家庭で卵を消費しない層では56.0%だった。この結果から、実際に購入を判断する消費者の間では、殺処分のない卵に対する一定の需要が期待される。このことは、卵内雌雄鑑別技術を導入した卵を市場に供給する意義を示すものと考えられる。価格面では、全体の70.2%が何らかの追加負担を受け入れ、技術を認知していた人では76.2%に達した。50円以上の追加支払意思も認知していた人の方が高かった。一方で全体の約3割は追加負担を望んでいないことから、価格差を抑える工夫や、消費者の受容性を確認しながら段階的に普及を進めることが重要である。

6-3. 法制度の導入を進めることが望ましい

全体では約7割が法規制の導入を支持した。この結果から、日本でもオスひよこの殺処分をなくすための法制度の導入を進めることが望ましいと考えられる。特に明確な支持（上位2区分）は、オスひよこ殺処분을認知していた人で54.8%、認知していなかった人で34.1%となり、問題認知と支持の強さに関連がみられた。今後問題の認知が広がることで、法制度の導入を求める社会的な支持もさらに高まる可能性が示唆される。

6-4. アニマルウェルフェアは購入判断における付加価値となり得る

卵を購入する際には、安全性、価格、鮮度といった基本的な品質が最も重視される一方、「オスひよこが殺処分されていないこと」は、「平飼い・放牧飼育であること」と同程度に評価された。クロス集計では、問題や技術を認知している人ほど、殺処分のない卵への購入意向や追加支払意思が高い傾向がみられた。これは、アニマルウェルフェアの価値が、品質と価格を前提としながらも、商品選択を後押しする付加価値になり得ることを示唆している。卵内雌雄鑑別技術を用いた卵を普及させるためには、品質や価格への信頼を確保しつつ、その倫理的な価値を消費者に分かりやすく伝えることが重要である。

7. 提言

孵化場・生産者

国内で利用可能な卵内雌雄鑑別技術について、処理能力、導入コスト、判別時期、精度などを比較し、実証導入を進めることが望まれる。導入後は、生産コストや孵化成績に加え、流通・小売と連携しながら消費者の受容性についても検証することが重要である。また、導入負担が大きい場合には、共同利用やサービス型契約など、多様な導入形態も検討されることが期待される。

小売・食品企業

調査では、実際に購入を判断する消費者の間で、殺処分のない卵に対する一定の需要が期待される結果が得られた。この結果を踏まえ、卵内雌雄鑑別技術を導入した卵の取扱いを検討するとともに、試験販売や販売実証を通じて、実際の購買行動や価格受容性を検証することが望まれる。また、「オスひよこの殺処分を避けた卵」など、技術の意義が直感的に伝わる表示や、店頭・ウェブでの分かりやすい情報提供を通じて、消費者の理解を促進することが期待される。

行政

オスひよこ殺処分の実態把握や卵内雌雄鑑別技術の評価を進めるとともに、オスひよこ殺処분을なくすための法制度の導入を進めることが望まれる。調査では、約7割が法規制を支持し、さらに問題を認知している人ほど法規制への支持が高い傾向がみられた。このことから、問題の実態や代替技術について分かりやすく情報提供を行い、社会的理解を深めることは、法制度導入に向けた合意形成を進める上でも重要である。また、制度導入に当たっては、設備投資支援など、事業者の円滑な移行を支える施策を併せて検討することが望まれる。

消費者・市民社会

オスひよこ殺処分や卵内雌雄鑑別技術に関する正確で分かりやすい情報を広め、消費者が生産方法を理解した上で選択できる環境づくりを進めることが重要である。また、企業や行政に対して選択枝の提供や情報開示を求めるとともに、価格だけでなく、アニマルウェルフェアや殺処分を避ける技術の意義について社会全体で理解を深めていくことが期待される。

8. 調査上の留意点

- 本調査はインターネット調査であり、日本の全人口構成を完全に代表するものではない。
- 回答は設問文で提示された情報に基づく意向であり、実際の店頭での購買行動とは異なる可能性がある。
- 支払意思額は仮想的な設問であり、実際の価格差、商品品質、ブランド、販売場所等によって変化する。
- 卵内雌雄鑑別技術には複数の方式があり、判別時期、侵襲性、精度、コスト等が異なる。本調査は個別技術への評価ではなく、概念全体への意識を把握したものである。
- クロス集計は、設問間の関連傾向を把握するための記述的分析であり、因果関係を示すものではない。また、回答者数の少ない区分は割合が変動しやすいため、解釈には留意が必要である。

オスひよこを殺さない卵を、 日本でも選べる社会へ。

認定 NPO 法人アニマルライツセンター

Web サイト

<https://arcj.org/>

お問い合わせ

<https://arcj.org/contact/>

本報告書では、全設問の集計結果を掲載しています。年代・性別・地域・世帯年収などとのクロス集計などの追加分析については、お気軽にお問い合わせください。

本報告書の内容を引用・紹介する際は、出典として「認定 NPO 法人アニマルライツセンター『オスひよこ殺処分・卵内雌雄鑑別技術に関する消費者意識調査（2026 年 7 月）』」をご記載ください。