

# 発展途上国の問題解決にむけて

---

～フェアトレード～

滋賀大学経済学部 大川ゼミ

石黒響子 大橋小百合 児玉麻友 迫田成美  
澤田光平 福富誠 三池小夏 向井愛 吉原悠里衣

# 要旨

---

今日、急速にグローバル化が進む中で、世界には経済的に豊かな国が増えた。しかし、その一方で発展途上国の国々は、いまだ貧困から抜け出せないままであり、先進国と発展途上国との経済格差はさらに拡大している。

盛んに行われている開発援助の代表的なものとして、政府開発援助（ODA）が挙げられる。このように開発援助は、多額の資金をつぎ込んで行われているが、有効に機能していないこともしばしばあり、貧困国の数は減少していない。また、これらの援助は必ずしも直接的に発展途上国の人々の改善につながっているわけではない。

また、ODAのような一方的な資金援助は、援助する側の都合によって左右され、継続性に欠ける。さらに、日本のODA事業の評価は客観性に欠け、評価が不透明になるという問題点も指摘できる。

このような問題点のあるODAに代わって、発展途上国に安定した資金援助ができるシステムが必要である。そこで私たちは、発展途上国にとって有効に機能する開発援助として、フェアトレードに注目した。

近年欧米で拡大してきたフェアトレードは、生産者と消費者の直接的な結びつきである。直接的に発展途上国の生産者を援助することができ、生産者の収入を向上させることができる。また、フェアトレードが持つ、発展途上国の生産者と長期契約を結ぶという理念は、発展途上国の人々の自立的で持続的な発展を援助することに有効であると考えられる。また、フェアトレードは、評価が客観的に行われ、透明性が保たれる。また、私たち消費者も商品を購入するという、身近なところから発展途上国に対して開発援助を行えるのではないかと考えた。

日本でフェアトレードが広まらない理由の一つとして、フェアトレード団体のネットワーク不足が挙げられると分析した。この分析を踏まえて、フェアトレードタウンが、国内のフェアトレード団体同士だけでなく、発展途上国の生産者団体とのパイプ役にもなり、ネットワークの場を提供することで、有効に機能すると考える。

そこで、日本においてフェアトレード団体の活動の基盤づくりとして、フェアトレードタウンの構築を政策として提言し、フェアトレードのネットワークとして、フェアトレードタウンの活性化を考える。この政策提言を行うことで、フェアトレードタウンの活性化、さらには、地域社会の活性化にもつながると期待する。

# 目次

## 第1章 ODA からフェアトレードへ

- 第1節 (1.1) 現状
  - (1.1.1) ODA の課題
  - (1.1.2) 有効性
  - (1.1.3) 具体例
- 第2節 (1.2) 問題意識

## 第2章 先行研究

- 第1節 (2.1) フェアトレードとは
  - (2.1.1) フェアトレードの経過
  - (2.1.2) 従来 of 貿易とフェアトレードの仕組み
  - (2.1.3) フェアトレードコーヒー
  - (2.1.4) フェアトレードの特徴
- 第2節 (2.2) なぜフェアトレードなのか

## 第3章 分析

- 第1節 (3.1) 日本でフェアトレードが広まらない理由

## 第4章 政策提言

- 第1節 (4.1) 基盤作りとしてのフェアトレードタウン
- 第2節 (4.2) フェアトレードタウンとしての役割

# はじめに

今日、急速にグローバル化が進む中で、世界には日本のような経済的に豊かな国が増えた。しかし、その一方で発展途上国の国々は、いまだ貧困から抜け出せないままであり、先進国と発展途上国との経済格差はさらに拡大している。

このような発展途上国に対して、開発援助が盛んに行われている。開発援助には、さまざまなものがあるが、代表的なものとして、政府開発援助（ODA）が挙げられる。日本のODAは、これまでその規模を拡大してきたが、2001年から減少している。これは、日本の財政状況の悪化などが理由として挙げられる。その一方で、日本以外の主要な先進国は、援助額を増やし、開発援助政策を積極的に行っている。

このように開発援助は、多額の資金をつぎ込んで行われているが、有効に機能していないこともしばしばあり、貧困国の数は減少していない。ODAなどのような開発援助は、インフラ整備などに使われているが、政策立案・遂行能力や制度が発展途上国政府に備わっていないければ、援助を効率よく受けることはできない。また、これらの援助は必ずしも直接的に発展途上国の人々の改善につながっているわけではなく、発展途上国の最下層の人々には、実質的になかなか援助が届かないのも現実である。また、ODAのような一方的な資金援助は、援助する側の都合によって左右され、継続性に欠けるという課題も存在する。さらに、日本のODA事業の評価機関は政府機関であるため客観性に欠け、事業に対する評価法が確立していないため評価が不透明になるという問題が指摘できる。

このような問題点のあるODAに代わって、発展途上国に安定した資金援助ができるシステムが必要である。発展途上国の底辺で暮らす生産者の安定した生活は、安定した収入によって保証され、持続的な経済発展につながるのである。

そこで私たちは、これらの問題を補うことができ、発展途上国にとって有効に機能する開発援助として、フェアトレードに注目した。フェアトレードは、近年欧米で拡大してきた開発援助で、ODAに代わるものとして有効ではないかと考えた。

このフェアトレードは、民間を中心に行われており、市場の力を使った援助の仕組みである。これによって、発展途上国の市場での交渉力の弱さや情報の非対称性などを緩和することができると考えられる。また、このフェアトレードなら、私たち消費者も商品を購入するという、身近なところから発展途上国に対して開発援助を行えるのではないかと考えた。

フェアトレードは、生産者と消費者の直接的な結びつき、顔の見える関係であり、直接的に発展途上国の生産者を援助することができ、生産者の収入を向上させることができる。また、フェアトレードが持つ、発展途上国の生産者と長期契約を結ぶという理念は、発展途上国の人々の自立的で持続的な発展を援助することに有効であると考えられる。

また、フェアトレードには客観的な評価機関として国際フェアトレード認証機構(FLO)があ

る。これはフェアトレードに関する国際的基準の設定および認証機関であり、フェアトレードラベルの基準設定、生産者への支援を任務とする組織と、基準が遵守されているか調査・モニタリングすることを任務としている組織の二つがある。このように、フェアトレードは、評価が客観的に行われ、透明性が保たれる。

私たちは、このフェアトレードが ODA の抱える課題を改善できると期待する。そこで、以上のようなフェアトレードの特徴をより詳しく分析することで、発展途上国の開発援助の方法としてのフェアトレードの可能性を探り、政策提言を行っていきたい。

本稿の構成は、以下の通りである。第 1 章において、ODA を含む発展途上国に対する開発援助の現状や課題について述べ、これらの課題を解決する開発援助の方法としてフェアトレードの推進を提唱する。次に第 2 章では、第 1 章の開発援助の課題を受けて、フェアトレードの開発援助としての可能性を探る。フェアトレードとは何か、フェアトレードが発展途上国に与える実際の効果を述べる。次に第 3 章では、フェアトレードが日本で広まっていないことの課題について述べ、その課題を克服するための分析を行う。次に第 4 章では、第 3 章の分析を受けて、フェアトレード団体が活発に活動していける基盤作りとして、フェアトレードタウンを提案する。さらに、フェアトレードタウンをネットワークの構築に役立てることができるように、政策提言を行いたい。

# 第一章 ODA からフェアトレードへ

## 1.1 現状

### 1.1.1 ODA の課題

この章では、ODA を含めた日本の対外援助の現状と直面する課題について述べる。日本の ODA は、国際的な要請に応じて、その規模を拡大しており、1991 年から 2000 年にわたっては、世界第一位の援助規模であった。しかし日本の ODA 総額は、2001 年から減少しており、2007 年には世界第 5 位にまで落ちこんだ(図 1 参照)。

日本の ODA 政策が直面する最も大きな課題としては、G7 をはじめとする高所得国が ODA を増額している中で、日本がそれに乗り遅れているということである(図 2 参照)。先進諸国による発展途上国への経済開発援助は、2000 年 9 月に開催された国連ミレニアム・サミット後増加している。ここで、ミレニアム・サミットで制定されたミレニアム開発目標(MDGs<sup>1</sup>)とその後の先進諸国による経済援助の増加について詳しく述べる。

2000 年 9 月にニューヨークの国連本部で、147 カ国の国家元首と 189 カ国の加盟国が参加して国連ミレニアム・サミットが開催された。このサミットでは、国連および国連憲章のもとで、世界が平和で繁栄し、公正さを高めることを目指し、これを実現する集団的責任を負っていることが再確認された。そして、グローバル化によって、各国は大きな経済的機会を得ている。しかし問題は、その恩恵が各国間で均等に配分されていないことにある。発展途上国のニーズに配慮して、こうした問題に世界レベルで取り組む必要があると強調された。同サミットでは、ミレニアム宣言<sup>2</sup>が採択され、こうした基本的価値を行動に変えるために、開発・貧困撲滅、共有の環境保護、アフリカの特別なニーズなどの国連の強化を課題として掲げている。その後、国連諸機関、国際通貨基金(IMF)、世界銀行、経済

---

<sup>1</sup> 1.極度の貧困と飢餓の撲滅、2.初等教育の完全普及の達成、3.ジェンダーの平等の推進女性の地位向上、4.乳幼児死亡率の削減、5.妊産婦の健康の改善、6.HIV/エイズ等の蔓延防止、7.環境の持続可能性確保、8.開発のためのグローバルなパートナーシップの推進、といった人間として手当てされるべき最も基本的な事柄を主たる目標としており、基本的に 2015 年までに上記の目標を達成するとしている。(引用：外務省 ミレニアム開発目標「Millennium Development Goals」)

URL : <http://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/doukou/mdgs.html>

2010 年 11 月 15 日参照

<sup>2</sup> 8 つの章と 32 の主要目標からなり、サミットにおいて 189 カ国の首脳により、採択された。平和と安全の確保、開発への貢献と貧困の撲滅、環境の保護、人権の尊重とグッド・ガバナンスの推進、アフリカの特別なニーズへの対応などを課題として掲げ、21 世紀の国連の役割に関する明確な方向性を示した。

URL : [http://www.mofa.go.jp/mofaj/kaidan/kiroku/s\\_mori/arc\\_00/m\\_summit/sengen.html](http://www.mofa.go.jp/mofaj/kaidan/kiroku/s_mori/arc_00/m_summit/sengen.html)

2010 年 11 月 16 日参照

協力開発機構(OECD)との協議を経て、国連総会はミレニアム宣言を実践するためのロードマップとしてMDGsを打ち出した。MDGsは、国連ミレニアム宣言と1990年代に開催された主要な国際会議やサミットで採択された国際開発目標を統合し、1つの共通の枠組みとしてまとめられたものである。MDGsではすべての国が社会・経済的發展を持続させるには、積極的に人間開発を促進することが重要との考えに基づき、人的資本への投資を重視している。

貧困にあえぐ人々は自らの生活維持や、持続的で有効な方法で資源を利用することが困難な状況にある。このことが、社会的対立や政治的不安を高める一因となっている。以上のような問題は、発展途上国だけの問題ではなく、先進国や国際機関、民間企業などすべての人々が世界的に連携を深めて取り組んでいく必要がある。

また、2002年にはモンテレイで国連開発資金会議が開催された。この年の2002年から、ドイツ、イタリア、カナダ、英国は援助を増額させている。米国では2001年の同時多発テロ後のアフガニスタン侵攻を契機に、援助額を増やしている。こうして主要な先進国は援助額を増やし、援助政策を転換させて、開発援助政策を積極化させている。一方、日本のODA総額は、2000年から2003年にかけて34%減少している(図1参照)。2004年11月15日に外務省が開催した国際協力50周年記念シンポジウムにおいても、スリランカのアムヌガマ駐日大使は「日本はODAを通じ平和の建設者としての役割が期待されている。削減方針を転換すべきだ」と強調している。

### 1.1.2 有効性

しかし、これまで述べてきたように、世界全体で見ると、先進国がこれまで開発援助を積極に行っているにもかかわらず、世界の貧困は解決されていないのが現状である。世界には「重債務貧困国」と呼ばれる国が38カ国あり、そのうち32カ国はアフリカに位置する。白井(2005)によれば、一般的に、アフリカの援助比率は中南米、アジアと比べて高い。2000-2002年のアフリカは平均してGNIの15%の援助を受けている。中南米は3%、アジアは5%にすぎず、アフリカの比率をかなり下回っている。その他の期間においてもアフリカは10%以上の援助比率を維持しているが(1970~74年は例外で9%)、アフリカ以外の地域では6%以下の比率と低い。全体として、アフリカは経済規模に比べて多くのODAを長期にわたって供与されているにもかかわらず、今日でも世界でもっとも経済の停滞している地域である。このことから、個々のケースで違いはあるものの、全体としてみればアフリカでは援助効果は高いとは言えないと判断される。

Tarp(2000)によると、一般的に援助効果がみられない原因として、それは援助戦略の失敗に起因するもので、受益国の開発戦略が成功していないにも関わらず、援助が続けられてきた点にあるとされている。これまでの援助は受益国に必要な投資を支援する目的で供与されてきたわけではないので、必ずしも受益国の経済成長を促進しなかったとの指摘もある(Dollar and Easterly,1999)。サハラ砂漠以南アフリカの多くの諸国がこの問題に直面

していたと考えられる。

援助が受益国の経済成長のために有効に活用されていない原因には、受入国側と援助国側にそれぞれ問題点があると考えられる。最初に、受益国側の問題点を3つ挙げる。1つめに、援助は、受益国の援助依存度を高め、歳入を増やす努力を阻害するという点である。援助が供与されることで受益国政府が歳入を拡充する努力を怠る場合、政府貯蓄が減少する(白井,2005)。援助によって政府貯蓄が減少し、国内貯蓄が減少するのであれば、援助の役割は果たせなくなってしまう。発展途上国自身が自立しない限り、それは援助が成功したとは言えない。2つめに受益国の歳入が大きく変動し景気変動を拡大するという点。3つめに援助は受益国政府の歳入行動に変化をもたらすことがあるという点である。例えば、援助額が増えると受益国側の行政負担が重くなり、援助資金を効率的に処理できないという問題がある。これは受益国側の体制やガバナンスが機能していないにも関わらず、援助が続けられてきた点によるものである。この問題について以下詳しく説明する。

援助が増額されても援助国の経済成長を高め、貧困削減をもたらす効果が得られるとは限らない。また、受益国側の体制やガバナンスが機能していないにも関わらず、援助が続けられてきた場合、受益国の援助吸収能力は低いと考えられる。受益国の援助吸収能力が低ければ、援助が経済成長・貧困削減に及ぼす効果、すなわち援助効果は高まらない。

次に援助国側についての問題点を3つ挙げる。1つめに、援助する側の援助動機が必ずしも受益国の経済開発や、貧困削減にあるのではなく、戦略的、軍事的動機によるものが多いという点である。2つめに、不適切な技術移転や、十分な訓練を受けていない専門家による技術支援や、不適切なコンディショナリティが義務づけられることで、援助が行われても受益国の受ける経済的利益が損なわれるという点である。3つめに、受益国側の歳入は、援助する側の都合によって左右されるということである。例えば、ODAのような一方的な資金援助は、援助する側の都合によって左右され、継続性に欠けるという問題がある。

### 1.1.3 具体例

ここでは、日本のODAを例にとり、政府による開発援助が有効に活用されずに終わった例として2つのケースを挙げる。初めに、大規模開発が現地に深刻な環境破壊をもたらしたケースとして、インドネシアのコトパンジャンダム建設を例に挙げて論ずる。

1996年、日本からのODA(政府開発援助)約312億円で、日本企業によってインドネシア・コトパンジャンダムが建設された。コトパンジャンダムは、インドネシア・スマトラ島中部のほぼ赤道直下にある、高さ58m・堤長258mの水力発電ダムで、水没面積は、124平方Kmである。外務省はこのダムを「環境・人権に配慮したODAのモデルケース」と宣伝したが、完成後5年以上が経った段階で、発電量は当初計画の15%、フル稼働したのはたったの5日間である。その実態は、日本とインドネシアの政治家・官僚、ゼネコン・コンサルタント会社の利権のために、架空の電力需要見込みによって建設されたダムと言わざるを得ない。



さらに、このようなダム建設は現地に深刻な環境問題を引き起こしている。ダム建設の結果、現地では貯水池内の樹木が腐食して水質が悪化、魚が大量死するという問題がおきており、浅水域には、ボウフラが大量発生し、マラリアの大流行が懸念されている。水没地から追い出されたスマトラ象・スマトラ虎・バク・熊・猿などは餌が得られずにほとんどが餓死した。このことを受けて、2002年9月5日、被害者住民3861名は、日本政府・JBIC・JICA・東電設計を相手にダムの撤去-原状回復と損害賠償を求めて東京地裁に提訴した。さらに、2003年3月28日、被害者住民4535人が追加提訴を行い、原告合計は、被害者住民の成人の過半数8396人となった。また、スマトラ象・スマトラ虎・マレーバク各個体群を含む自然生態系（代表者WALHI [インドネシア環境フォーラム]）も原告に加わり、「自然の権利訴訟」という側面も加わった。約5000世帯、23000人の家や農地が奪われ、強制移住先は、水も手に入らないほどの不毛な土地であった。農業ができなくなり、住民たちは、十分な食事もできない、子どもたちは学校をやめざるをえない、などといった生活を強いられている。このように、有効に活用されないODAは住民のためになるどころか、逆に住民たちを苦しめるという結果をもたらすことがあるのである。

次に、現地の住民の意向を無視して多額の援助資金が投入されようとした例として、タイでの汚染処理場建設事業を取り上げてみる。

タイ中部のサムットプラカン県クロンダンで食堂を営むダワンさんが経験した日本政府の発展途上国への身勝手な政策についての出来事を紹介する。彼女が立ち向かっていたODA事業は、日本からの70億円の円借款と、日本が最大出資国であるアジア開発銀行（ADB）の融資によって建設が進められていた、東南アジア最大規模の汚水処理場だ。

ダワンさんが住むクロンダンは、海水と真水が交じり合った汽水域の自然環境に恵まれているため、貝の養殖など漁業で生活している人たちが多く、隣町を合わせると、6万人が加工業を含めた漁業に依存している。彼女たちは、県内の工場排水と生活排水を同時に処理するこの事業に対して、2つの大きな懸念をもっていた。ひとつは、汚水処理場が重金属を処理できない構造なので貝や魚が汚染される可能性があること、もうひとつは処理後の大量の真水によって汽水域の塩分濃度が変わり、魚や貝が生息する生態系が破壊されるのではないかという点である。

何よりダワンさんたちが不満だったのは、計画のプロセスだ。環境を改善するための汚水処理場だという理由で事前の環境アセスメントは行われず、住民への説明や合意形成のための協議も行われなかった。彼女たちは、円借款を担当する国際協力銀行（JBIC）に手紙を書いたが、返事はなく、住民の懸念に耳を傾けるために現地を訪問する日本政府関係者もいなかった。そこで、一度もタイを離れたことのない彼女が一大決心をして日本を訪問し、JBICや日本政府関係者、それに国会議員や市民にこの問題を訴えたのである。家族と離れて、言葉の通じない日本に生まれて初めて飛び込まざるを得なかった彼女の胸の内は、たいへん心苦しいものであったに違いない。近年、開発援助の世界では、NGOだけでな

く政府にとっても、援助計画の立案にあたって直接影響を受ける住民たちの意見を聞き、その結果を計画や事業に十分反映することは、常識のはずである。ところが、この事業では事前協議が行われなかつただけでなく、住民たちが懸念を叫び始めても、日本の援助機関であるJBICは住民の話を聞きに行くことはしなかつた。「タイの法律上は問題なかつた」「住民協議はタイ政府が行うべき」というのが日本政府の見解である。住民参加型の開発を標榜しながらも、懸念を訴える住民のところに話を聞きに行かないという姿勢では、問題の未然防止も事後解決もむずかしいといえる。

結局この事業は、95%が完成した段階で、住民の抗議や事業者の契約違反などから中断した。JBICは、審査をして援助を決めた自らの責任をまったく問わないまま、タイ政府に援助資金の全額返還を求め、この事業から撤退したのである。

## 1.2 問題意識

これまで述べてきたことから、ODAのような一方的な資金援助が有効に機能しない理由として次の2つの問題が考えられる。まず1つ目は、援助する側の動機が戦略的・軍事的なものであるがために、発展途上国の開発に必要な適切な技術が選択されないで援助してしまっているということ。次に、援助する側の都合によって資金の額が左右されるので継続性に欠けるという問題が挙げられる。

また、経済援助の質を改善していくためには、援助が発展途上国の人々の生活の改善に役立っているか常に評価していく必要があると考えられるが、日本のODA事業の評価機関は政府機関であるため客観性に欠けると言わざるを得ない。また、事業に対する評価法が確立していないため評価が不透明になるという問題がある。ODAは国民の税金が使われているので、政府はその実態を国民に知らせる義務がある。ODAの課題や国別の援助計画を明確にし、案件の選定から事業の実施、事後評価に至るまでのプロセスの透明性を高めなければならない。

これらの問題を解決させるためには、貧しい人々が本当に必要としている直接的な援助を受けられるシステム、そして発展途上国に安定した資金援助ができるシステムが必要である。そのためには、力のない貧しい生産者の求める支援をしなければならない。援助金の使い道の決定に貧しい人々も参加できるようにしなければならない。そうすることによって、底辺で暮らす生産者は安定した資金を得ることができるため、安定した生活が保証され、さらには援助金の使い方を有効に活用することによって持続的な経済発展をすることにつながると考えるのである。

また、支援の透明性を保持するためには客観的に評価をすることができる機関と、評価方法が必要だと考えるのである。資金の有効活用が客観的な視点でなされることで、さらなる支援を呼ぶことや、支援者の意見を求めることができるようになる。

これらの問題を補うことができる支援として、我々はフェアトレードに注目する。フェアトレードは、公正な取引を通じて世界各地で貧しい生産者と活動をともにし、流通の各

段階で貧しい生産者がより多くの権利を行使し利益を得ることができるよう働きかける支援形態である。

フェアトレード運動の目的は、フェアトレード制度にたずさわるすべての生産者が生計を立てるための「フェアな」賃金を受け取ることを保証することにある。公正な賃金は、国際フェアトレード認証機構(FLO)<sup>3</sup>が、FLO 制度<sup>4</sup>の下で取引された各製品に最低限の価格を定めることによって保障されている。国際フェアトレード連盟<sup>5</sup>では、適正価格として生産者がフェアであると認める価格という原則に基づいた一般的基準を設けている。さらに、フェアトレードの取引価格は生産者への公正な対価とプレミアム(奨励金)で構成されている。プレミアムは商品購入者が直接生産者に援助しているお金のことであり、開発事業に使われる。この追加的な収入は生産者個人には行かないで、彼らの属する組織に行き、集団的な社会的事業に使われる。

また、ODA では資金が有効に使われているかどうかという評価に関して客観的な視点を持つ機関が存在していなかったのに対し、フェアトレードには客観的評価機関として国際フェアトレード認証機構(FLO)がある。これはフェアトレードに関する国際的基準の設定および認証機関である。FLO は 2 つの組織から構成されている。1 つはフェアトレードラベルの基準設定・見直し、生産者への支援を任務としている。もう 1 つは、設定された基準が遵守されているかどうかの調査・モニタリングを任務としている。フェアトレードに関する調査は、その利点だけでなく、弱点や欠点も指摘している。調査で明らかにされた弱点や欠点を克服するため、フェアトレード団体は継続的にその活動を見直し、仕組みの改善を目指している。この機関のおかげで支援者(商品購入者)は消費活動を通して貧しい生産者を直接支援しているということをしかりと分かることができるのである。

このように、フェアトレードは ODA に比べて直接的に生産者に支援をして、彼ら自身による持続的な発展を助けることができるという利点があり、今後もっと拡大していくべき活動だと我々は考える。

そこで、以下の章でこのフェアトレードについて詳しく述べる。

---

<sup>3</sup> 国際フェアトレード認証機構(The Fairtrade Labelling Organizations International FLO)。この団体は、生産者組合が民主的な組織かどうか、会計に透明性があるか、適正な労働条件か、また社会や地域の開発目標への実績をあげているかなど、団体構成員がフェアトレード基準に則っていることを認証するための監査をおこなう。

<sup>4</sup> フェアトレード製品に対して基準を満たしているかどうか監査を保証する認証制度のこと。

<sup>5</sup> 国際フェアトレード連盟(The International Fair Trade Association)。この団体は 3 つの目標を掲げている。1 つ目に、IFAT は会員団体とフェアトレード市場の発展にとって好ましい環境を作るために協力し、会員団体を、他の人的資源、情報、支援ネットワークと結びつける。2 つ目に、会員組織に対して、その組織のフェアトレードに信頼を与える監査システムを設定する。最後に、現在の貿易と開発の論争における独自の見解を発展させ、またそれを世界中に発信する。

## 第二章 先行研究

### 2.1.1 フェアトレードとは

「フェアトレード」という言葉を日本でも最近になってようやく耳にするようになった。フェアトレードを簡単にまとめると発展途上国の農民や零細生産者の自立を目的として活動する NGO 活動とビジネスが統合した市民活動である。より具体的な定義として、国際的フェアトレード・ネットワーク FINE (Note1) より引用する。<sup>6</sup>

『フェアトレードは、対話、透明性、敬意を基盤とし、より公平な条件下で国際貿易を行うことを目指す貿易パートナーシップである。特に「南」の弱い立場にある生産者や労働者に対し、より良い貿易条件を提供し、かつ彼らの権利を守ることにより、フェアトレードは持続可能な発展に貢献する。フェアトレード団体は（消費者に支持されることによって）、生産者の支援、啓発活動、および従来の国際貿易のルールと慣行を変える運動に積極的に取り組む事を約束する。』

「フェアトレード」を直訳すれば「公正取引」である。現在のグローバル化時代では、経済的、社会的に弱い立場の開発途上国の人々にとっては不利で諸外国、特に先進国とは対等なパートナーシップを築けないという観点から、南北の経済格差を解消するオルタナティブ・トレード（新しいもう一つの貿易の形）として始まった運動である。収益だけを目的とした従来の貿易とは異なり、生産、流通、消費に関わる全ての人に「人間らしさ」をもたらし、地球環境と生態系を慈しみ守る視点に立ったものである。つまりフェアトレードとは、発展途上国で作られた作物や製品を「適正（フェア）な価格」で継続的に取引することによって、生産者の持続的な生活向上を支える仕組みである。

### 2.1.2 フェアトレードの経過

フェアトレードの動きは、1940年代にアメリカでオルタナティブ・トレード（もう一つの形の貿易）組織として、NGO 活動から始まったとも言われている。また、1960年代をフェアトレードの始まりを起源とする場合もある。この頃から1967年までを、「はじまりの時代」と呼び、生産国の所得の安定と雇用の拡大を考慮した開発援助活動を行ってきた時代であった。1964年に国際貿易開発会議が始まると、コーヒーを含めた砂糖、ココア、バナナ、綿花、木材、ボーキサイト、銅、錫といった9品目の一次産品においても国際価格の水準維持を求める声が生産国側から上がり、開発援助活動が活発化する兆しが見えたのである。第三世界から物品を購入し、販売する活動が既にあったが、自立には経済的問題の解決も必要となったのは後に説明するコーヒー危機の後である。

---

<sup>6</sup> URL : [http://www.fairtrade-jp.org/about\\_fairtrade/fairtrade/](http://www.fairtrade-jp.org/about_fairtrade/fairtrade/)

“特定非営利活動法人 フェアトレード・ラベル・ジャパン” 参照日時 10年 11月 12日

その後 1974 年から 1985 年は、NGO 団体が生産者の状況や情報まで把握し、消費者の理解を広げる時代である。その結果、社会の構造的変革の基礎がでてくるようになる。つまり、環境、女性、貿易のネットワーク化、第三世界の自らの改善の動きなどである。その後一般市場へ広げるために、1989 年前にフェアトレード認証ラベル<sup>7</sup>がオランダで生まれる。フェアトレード認証ラベルの目的は、フェアトレード製品がラベルによって保障され、フェアトレードショップだけでなく、スーパーマーケットなどでも売られることによりフェアトレード市場を拡大させることである。同年には国際フェアトレード連盟 (IFAT) が設立され、世界 61 カ国で 270 のフェアトレード団体が加盟した。その後 1994 年から、ヨーロッパ・ワールドショップ・ネットワーク (NEWS!) やフェアトレード連盟 (FTF) がワシントン DC で設立され、97 年には各国に展開されていた日本を含む 14 のラベル認証機関を束ねる傘下組織として国際フェアトレードラベル機構 (FLO) が設立された。2002 年には、個別に存在していたラベルデザインを共通化するため、現在の国際フェアトレード認証ラベル<sup>8</sup>が完成し、各国で順次新ラベルへと切り替えられた。

現在では、欧州ほぼ全域に加えて、北米、オーストラリア、ニュージーランドおよび日本など 26 カ国で 21 ラベル認証機関が、FLO の構成メンバーとしてラベル運動の普及に注力している。また 2007 年には、中南米・アフリカ・アジアの各生産者ネットワーク組織も FLO の構成メンバーに加わった。その結果、中南米、アフリカ、アジアの 60 カ国で約 120 万人の生産者および労働者が、さらにその家族を含めると推定約 750 万人がフェアトレードによる利益を得ている。次に、従来の貿易とフェアトレードの仕組みの違いを比較する。

### 2.1.3 従来の貿易とフェアトレードの仕組み

一次産品の貿易では、発展途上国は歴史的に非常に弱い立場に立たされてきた。ここでは、従来の貿易で発展途上国がいかに弱い立場に立たされていたのかについての歴史を述べていく。

---

<sup>7</sup> オランダで「マックスハベラー」ラベルが開始される。1 年間で、ラベル付きコーヒーの市場シェアが約 3% に到達した。類似のラベル運動がドイツ (トランスフェア)、イギリス (フェアトレード財団)、アメリカなどに広まる。2004 年から 2005 年の間に、世界のフェアトレード・ラベル製品の販売は 37% 伸びた。



<sup>8</sup> 国際フェアトレード認証ラベル

URL : [http://www.fairtrade-jp.org/about\\_fairtrade/fairtrade/](http://www.fairtrade-jp.org/about_fairtrade/fairtrade/)

“特定非営利活動法人 フェアトレード・ラベル・ジャパン” 参照日時 10 年 11 月 16 日

1930年代に世界恐慌で一次産品価格が暴落したことをきっかけに、一次産品生産者を救済するための国家協定である「国際商品協定<sup>9)</sup>」が結ばれた。しかし、国際収支の改善に向けた輸出促進が一次産品の価格を下落させることにつながり、発展途上国はますます貧困から抜け出せない状態となった。<sup>10)</sup>また、従来の貿易では中間業者が多数存在するため、途上国の生産者は生活コストを配慮した価格が得られない。なぜなら、次の節で述べるように、市場へのアクセスの欠如、価格情報の欠如、先物為替の欠如、技術支援の欠如があるからだ。このような構造的な市場の欠陥があったために、途上国は利益を上げることができなかった。先進国は発展途上国のニーズを考えずに政治的思惑によって途上国を左右していた。また、貿易で得られた利益を取引に関わる参加者に分配する際の不平等も、貧困を生んでいる。たった1つの商品に対しても、多くの仲介業者がその取引に関わっている。途上国には生産物を加工・仕分けなどの生産物に付加価値を付けることができないので、それを先進国である仲介業者が行うのである。そのため、発展途上国が輸出品として扱っている1次産品の多くは、加工工程が行われていないまま先進国へと輸出されている。商品の加工工程によって発生する付加価値は、仲介業者でもある先進国によって付けられるため、生産国が得る利益は数パーセントしか見込めない。

これに対し、フェアトレードには、商品を生産する生産者団体および生産者、商品を購入する消費者、フェアトレード活動全体をまとめる役割を担うフェアトレード団体(NGO)の3つのアクターが存在する。その中でNGOの役割は大きく、主に卸売業者の役割を担っている。NGOは生産者に商品の発注をかけ、完成した商品を仕入れる。そして仕入れた商品を消費者に直接販売し商品代金を消費者から受け取る。つまり、フェアトレードは従来の貿易とは違い、産品が生産者から消費者に届くまでの介在者を出来るだけ減らし、中間搾取を最小限にし、生産者の取り分を多くするとともに、生産者と消費者の間に緊密な関係、「顔の見える」関係を築くことを前提としている。例えば、1989年以前から、「オルタナティブ貿易組織連合」(ATOs)は各種チャリティー・ショップなどによる中売人を排除した「直売」ネットワークという、従来とは異なる小売りシステムを構築した。このシステムによって、途上国の生産者はより多くの利益を得ることが可能となる。また、ATOsは、零細な生産者の生産コストをカバーするために最低保障価格<sup>11)</sup>を作り上げた。それに加え

---

<sup>9)</sup>各一次産品の過度な価格変動の防止と需給調整、構造調整などを目的として生産国、消費国双方が協力し合う商品別の国際協定。国連貿易開発会議(UNCTAD)の一次産品総合計画では、バナナ、ボーキサイト、銅、綿花・綿糸、硬質繊維、鉄鉱石、などを含む18品目について国際商品協定の締結を支援しているが、これまでにコーヒー、ココア、天然ゴム、砂糖、ジュート、熱帯木材、オリーブ油、錫(すず)の8品目の国際協定が結ばれた。

<sup>10)</sup>労働や環境面の規制がより緩やかで条件の良い国や地域を選ぼうとする先進国企業は、途上国間で労働・環境規制の切り下げ競争、いわゆる「底辺の競争」が起こるようになった。

<sup>11)</sup>コーヒー国際協定によって設定された範囲を最低額として固定されたもの。

フェアトレード最低保障価格は、後に有機栽培へのプレミアムも含めて、地域ごとに価格が異なるように改良された。また地域の開発プロジェクトに使うためのソーシャルプレミアムが規定された。

そして、フェアトレード団体による活動は、第三世界の生産者の製品を売るということだけにとどまらず、現在の国際市場を中心とした貿易システムの持つ不平等性と不確実性という問題のアピールにまで広がった。しかし、これらの団体が扱う商品は、自らの「直売」ネットワークの範疇を超えることはなく、スーパーマーケットの棚にフェアトレード商品が並び、数多くの購買層に届くまでに流通経路が拡大するということにまでには到達できていなかった。この「直売」ネットワークに頼る販売方法では、消費者へのアクセスは限られたものになってしまう。また、従来のスタイルとは大きく異なっているが、フェアトレードを慈善事業ではなく、一つの経済活動であると捉え、フェアトレードに関わる人々全てがそれぞれの利益の中で重要な役割を果たし、長期的な関係を結んでいくことを模索する動きも、この時期から見られるようになった。

フェアトレード商品が、スーパーマーケットなどの大規模店舗でも扱われることを目的とし、1989年オランダで初めて認証ラベルが採用された。FLOが設定した一定のフェアトレード条件が達成されていた場合、フェアトレード商品であることを認証するラベルをその商品に貼って販売することを許可するようになった。

このようなフェアトレードの仕組みは法律で定められ、保護されているものではない。そのため、フェアトレード団体がその基準を明確にし、それを遵守して経営することが必須である。そして、基準に従って運営していることを消費者と生産者に情報公開していくことで、実効性を保つことができる。各団体（NGO）は発展途上国の生産者との関係の在り方を重視することを原点に置きつつ、独自の思いと方法で活動に取り組んでいる。表1に、FLOが設けている国際フェアトレード基準を紹介する。

表1 FLO 国際フェアトレード基準概要<sup>12</sup>

経済的基準	社会的基準	環境的基準
<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;フェアトレード最終価格の保証</li> <li>&gt;フェアトレード・プレミアムの支払</li> <li>&gt;長期的な安定した取引</li> <li>&gt;前払い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;安全な労働環境</li> <li>&gt;民主的な運営</li> <li>&gt;労働者の人権</li> <li>&gt;地域の社会発展プロジェクト</li> <li>&gt;児童労働・強制労働の禁止</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;農薬・製品の使用に関する規定</li> <li>&gt;土壌・水源の管理</li> <li>&gt;環境に優しい農業</li> <li>&gt;有機栽培の奨励</li> <li>&gt;遺伝子組み換え品(GMO)の禁止</li> </ul>

このフェアトレード商品の具体例としてコーヒー業界を見ていくことにする。

<sup>12</sup> URL : [http://www.fairtrade-jp.org/about\\_fairtrade/standard/](http://www.fairtrade-jp.org/about_fairtrade/standard/)

“特定非営利活動法人 フェアトレード・ラベル・ジャパン” 参照日時 10年 11月 16日

#### 2.1.4 フェアトレード・コーヒー

次に、フェアトレード商品の具体例としてコーヒーに関するフェアトレードについて紹介する。先ほど述べたように、1930年代に世界恐慌で一次産品価格が暴落し、一次産品生産者を救済するための国家協定である「国際商品協定」が結ばれた。第二次世界大戦後には、GATT・IMF体制とともに、新しく国際商品協定は貿易自由化原則を共存しうるものとみなされ、一次産品の市況の短期的な価格変動を緩和し、生産国と消費国間の利害の調整を図るものとして「国際コーヒー協定（ICA）」<sup>13</sup>が結ばれた。しかし、この協定は1989年アメリカが脱退したのを契機に崩壊した。その結果、コーヒーは完全に自由市場の中にさらされることになり、コーヒー価格の暴落を生み、広大なコーヒー農園を所有する発展途上国で多くの貧困を生むことになったのである（コーヒー危機）。この問題を解決させる手段として、フェアトレード・コーヒーが注目を浴びるようになった。最初に述べたように、フェアトレードは1940年代ごろから行われていたが、コーヒー危機を経験してより成長した。

フェアトレード・コーヒーの運動は、生産者へ適正な価格を保証したい、生産者に欠如している市場情報へのアクセスを確保したいという、先進国側のコーヒー消費者の欲求によって拡大した。コーヒーを扱うATOは、小規模な生産者の孤立をどうにかするために、生産者自身による組合から直接輸入することを始めた。生産者組合の役割として豆の加工処理を完全に、もしくは部分的にでも生産者自身で管理するように求められている。輸入業者は、その生産者組合から精製済みコーヒーを輸出し、フェアトレード最低保証価格<sup>14</sup>に地域の開発プロジェクトに使うためのソーシャルプレミアムを合わせた価格を支払う。例えば、中央アメリカのアラビカ種（レギュラーコーヒーに使われる高品質の豆の種類）の最低価格は、1ポンドあたり1.21ドル＋ソーシャルプレミアム0.05ドルであり、市場価格が1.21ドル以上になった時は、1ポンドにつき0.05ドルが、その市場価格に上乗せされるということである。そのような取引の後、輸入業者から焙煎業者を経由して小売業者に渡る仕組みである。（図3参照）

---

<sup>13</sup>国際市場におけるコーヒーの需給調整と価格の安定を図るための国際商品協定。1962年に輸出国、輸入国双方の参加による「62年協定」が成立した。この協定は、加盟輸出国に対する輸出割当てを中心とするものであるが、加盟輸入国も非加盟国からの輸入を一定量以下に制限し、生産と消費との長期的均衡を維持して取引の安定化を図ろうとするものである。（1ドル〔約454g〕あたり1,2ドル〔約112円〕から1,4ドルの範囲内といった比較的高値で安定させる。

<sup>14</sup>組合との直接取引が当初のフェアトレードモデルに不可欠な要素であったが、フェアトレード・コーヒーの輸入業者は、零細な生産者の生産コストをカバーするために最低保証価格を作り上げた。この価格は、コーヒー国際協定によって設定された範囲を最低額として固定した。



### 2.1.5 フェアトレードの特徴

ここでは、フェアトレードの特徴について述べていきたい。長坂寿久著『日本のフェアトレード 世界を変える希望の貿易』（2008年）によれば、フェアトレードの特徴には、3つの側面がある。1つ目は、オルタナティブ・トレードとしての側面、2つ目は、開発協力としての側面、3つ目は、消費者運動としての側面である。

#### I. オルタナティブ・トレードとしての側面

先に述べたように、フェアトレードはオルタナティブ・トレードとして提唱されている。オルタナティブ・トレードとは、既存の貿易に取って代わるもうひとつの貿易のことである。

現在の世界における先進国と発展途上国との間の一次産品の貿易の仕組みには、先進国にとって有利で、発展途上国の人々にとっては、非常に不利に働いているという、アンフェアな側面がある。具体的には、発展途上国の生産者が世界市場において、先進国側と対等な関係で契約を結べないことや、生産や契約、価格に関する情報が不足しているため、発展途上国の生産者は不利な立場に置かれていることなのである。このため、発展途上国の生産者が、自分たちの作った作物によって正当な利益配分を受けておらず、生活水準が低くなるため、先進国側の言いなりになるしか方法がない状態である。もし、発展途上国の生産者が、先進国側の提示した取引契約の内容に異論を唱えれば、取引契約を結んでもらえなくなり、生活していくための収入を確保できなくなる。そのため、発展途上国の生産者は、先進国側に不利な条件を提示されても、受け入れるしかないのである。

このような貿易構造を改革し、新しい仕組みを作る必要がある。この貿易構造の改革は、現地の国の社会構造の改革にもつながることになる。この社会構造とは、政治的権力を持つ者と持たざる者の差、土地を持つ者と持たざる者の差として現れてくる権力構造、差別構造、格差構造のことである。フェアトレードによって貿易構造の改革が行われることで、現地の人々にエンパワーメントが行うことができれば、その国の社会構造も変わっていくと考えられる。

#### II. 開発協力としての側面

次に2つ目の、開発協力としての側面とは、発展途上国の零細生産者や小規模生産者、貧しい労働者の自立を支援するということである。

まず、フェアトレードでは、発展途上国の生産者が安定した収入を得ることができるように、発展途上国で生産された製品を適正価格で購入することが重要であると考えられている。この適正価格とは、市場価格に、ある一定の決められた金額の上乗せであるソーシャルプレミアムを付け加えた価格のことであり、現地の人々が持続的に生活できる日常のコストを前提として設定されている。現在のアンフェアな貿易では、製品の価格競争が激しく、発展途上国の生産者は、買い叩きや搾取をされてしまうため、フェアトレードによ

って適正価格が保障されることは、発展途上国の生産者が正当な利潤配分を受けることができ、継続的な製品の生産や日常の生活水準向上につながると考えられる。

またフェアトレードは、適正価格としてソーシャルプレミアムという割増金を協同組合に支払うことに加え、発展途上国の生産者が高利貸しから借金をすることがないように、前払い金を提供する。これらの資金は、発展途上国において地域の社会発展のために使われ、医療の充実や奨学金などの教育促進、人材育成など、コミュニティ全体の向上につなげることができる。フェアトレードによって得られたソーシャルプレミアムを、発展途上国の協同組合は、自分たちの意志に基づいて、民主的な方法で、投資するプロジェクトを決めることができるのである。

以上のような適正価格の保障に加え、取引の際の中間業者を排除することも重要である。これは、フェアトレードが、生産者と消費者を直結する国際的な産直運動であるからである。中間業者を排除することで、先進国側からの援助が発展途上国の生産者へ直接届き、ある一定額の援助が持続的に生産者へ届くと考えられる。また、現在の発展途上国に不利な貿易構造を改善することができ、発展途上国の生産者へ正当な利益が配分されると考えられる。

さらに、フェアトレード団体は、発展途上国の生産者と長期的な取引関係を構築し、安定的で持続的な関係を保たなければならないとしている。いくらフェアトレード製品を購入するという契約を持ちかけられても、この契約が単発のものであれば、フェアトレードが目指す安定的で持続的な取引とはならない。このように、長期的で安定した取引契約を結ぶことにより、ODAと違って、先進国側の都合や開発計画に左右されることなく、発展途上国の生産者の生活水準がある一定水準以上に保たれることになる。

以上のように、まずフェアトレードでは、適正な価格の保障の下で、長期的に安定した取引関係を保つことが重要である。このように、ある一定水準以上の生活が安定的に保障されることで、発展途上国の生産者の自立への道が開けるのである。

また、フェアトレードは、発展途上国の生産者の収入を向上させることのみを目的としているのではなく、発展途上国のコミュニティ全体の向上をも目的とする長期的な将来を見据えての発展途上国の生産者の組織化を図っている。

そのために、発展途上国の生産者に協同組合を作ってもらい、その組織を民主的な方法で運営してもらおうというエンパワーメントを重要視している。このことによって、生産者が事業や地域の開発に従事することが保証される。これまでのODAに代表される援助では、発展途上国の生産者の人々が自らの意志に基づいて、プロジェクトについて決定を下すことができなかった。しかし、フェアトレードでは、組織化された生産者の協同組合が民主的な方法で運営されることによって、生産者が自分たちの意見を集団で訴えることを可能にし、政府レベルにおける生産者の発言力の向上につながっていくのである。

このように生産者の団体が組織化されることで、中間業者を介することなく、市場と直接的にやり取りを行うことができる。このことは、発展途上国において、生産者の相互信

頼と団結をもたらし、生産者を力づけることができる。また、発展途上国の経済成長の阻害要因となっている、政策や制度面のソフト面を補うこともできる。これは、援助は量より効率性を高め、いかに少額の援助で、その援助効果を最大限にできるかが重要であると考えられるからである。

また、発展途上国が持続的に発展していくためには、多角化の追求も必要である。これは、あるひとつの生産物への依存を減らし、収入源の多角化を図ることである。現地の協同組合では、ソーシャルプレミアムをさまざまな収入向上プロジェクトに投資することで、ある一定の生産物への依存を減らしている。このように、モノカルチャーになることを避け、経済的な多様化を行うことで、製品市場の様子を見ながら、生産パターンを随時変化させることができるのである。

また、環境への対応を行うことも重要なことである。協同組合は、ソーシャルプレミアムで得た資金を、有機栽培の費用へ投資したり、堆肥施設の建設へ投資したりすることで、環境への対応を行う。また、環境に対応した有機栽培の製品を生産することは、製品の品質向上につながり、製品の価格競争力を高めることにもなる。

このほかに、現地の生産者に向けての技術指導や、児童労働や女性の強制労働の禁止といった人権対応、現地の資源や技術や文化の尊重なども、今後ますます重要になってくる。

以上のような貿易におけるさまざまな取り組みが、フェアトレードの基本的なメカニズムとなっており、生産から消費までのサプライチェーン全体を通して総合的なメカニズムとして捉えることができる。このような生産・取引システムの構築によって、対等な契約を結ぶことができれば、発展途上国の持続的な自立支援につながると考えられる。

### Ⅲ.消費者運動としての側面

3つ目は、先進国における消費者運動としての側面である。フェアトレードは、私たち消費者が日常生活において、買い物を通して参加できる最も身近な開発協力である。私たち消費者は、買い物を通して貿易システムの構築に貢献できる。

現在、私たちが消費者として、発展途上国で生産された製品を何気なく購入することは、無意識のうちに発展途上国の人々を苦しめることになっているかもしれない。これは、先にも述べたように、世界の貿易構造が問題である。先進国の輸入業者がコストを抑え、低価格で販売することを目的としているために、発展途上国の生産者が生産した製品は、買い叩かれてしまい、生産者はほとんど利益を得ることができなくなるのである。

私たちが商品を買う際に、発展途上国の人々のことを意識することで、消費者は、選択者となることができる。このように、私たち消費者が、フェアトレード製品を好んで購入し、選択者となることは、発展途上国の生産者の自立を支援することにつながると考えられる。また、このような消費者運動がフェアトレード的購入構造をもたらし、消費者の力を顕在化させることで、地域社会の活性化にもつながっていくと考えられる。

## 2.2 なぜフェアトレードなのか

なぜ、発展途上国の持続的発展の促進にフェアトレードが有効なのかということを、具体例やデータを用いてここで詳しく説明していきたい。

社会的効果を測定するのに信頼しうる数的指標がまだ開発途中だということはあるが、フェアトレードの直接的な影響がたくさんの生産者の生活を変貌させていることもまた明らかである。そこで、はじめにフェアトレード活動が発展途上国の生産者に与える経済効果について説明していきたい。

第一に、フェアトレードによる現地生産者の収入向上が挙げられる。欧米諸国ではフェアトレードが日本よりもはるかに盛んに行われている。例えば、トランスフェア USA<sup>15</sup>の5年間のフェアトレードの活動によって、従来の貿易で受け取っていた額を上回る3000万ドル以上が発展途上国のコーヒー生産者へ還元されたと推測されている。このように、フェアトレードは適正な価格を設定し、ある一定の額が確実に生産者に届くことが保証されることによって、発展途上国の生産者は、現地の仲買人に売るよりも高い収入が得られるのである。

生産者の収入が増えることによって、組合が収入を積み立て、保健医療や教育、地域プロジェクトへの投資を行える。これによって、生産者に限らず、彼らの生活している地域単位で生活水準の向上が期待できる。ロンキ<sup>16</sup>の研究によれば、コスタリカのフェアトレードに参加している組合は、一人当たり105ドルの奨学金を574人に、大学対象の奨学金250ドルを96人に出し、教育への助成を行った。その額は、合わせて8万4270ドルにもなる。この奨学金が出ていた期間、フェアトレードによる輸出量が52%、輸出額が67%を占めていた。もし、フェアトレードが行われていなければ、コカフェ<sup>17</sup>の総収入は31%失われ、奨学金というものが存在しなかったかもしれない。

また、収入の使い道は、組合の基金の創設や負債の返済へも充てることができる。フェアトレードを行っていることによって、組合組織の改善や評判が上がるとともに、信頼性も生まれ、開発資金や救援活動を得やすくなるというメリットがある。具体例として、テイラーの調査したラテンアメリカの7つの組合のうち3つの組合が、フェアトレードを行っていることによる信頼性とフェアトレードによる組織への外部調査によって、銀行から融資を受けやすくなったと答えている。

他にも生産者の収入が増えることによって、それらを有機栽培への転換や品質向上のための技術指導などの事業開発活動にも使うことができる。事業開発が行われれば、フェアトレードのような他からの支援がなくても、生産者が自立できる希望が見えてくる。

いくつかのフェアトレード製品の買い手は、生産者と期間を限定して契約し、生産者がフェアトレードの買い手に頼らず自立することを望んでいる。特に手工芸品の場合に多い

---

<sup>15</sup> アメリカでフェアトレードの認証を管理する組織

<sup>16</sup> 世界銀行職員

<sup>17</sup> コスタリカのコーヒー輸出組合

が、生産者が生産技術を発展させ、フェアトレード制度外でも高価格で収入が得られるほどの高品質の製品を作ることができる力を習得するまで、フェアトレードがセーフティネットの役割を果たすということである。

所得向上以外の場面でも、フェアトレードによる途上国の生産者の組織化、そして組織化によるエンパワーメントの構築が期待できる。前の節でも述べたように、FLOから零細生産者は輸出や販売などいずれかの組合を組織することが要求されているため、生産者たちが政府に対して団体交渉を行うことを可能にし、政府レベルにおける生産者の発言力の向上につながる。国にもよるが、土地を持っているエリートだけが唯一農村から政府レベルに意見を言えるような国では、特に注目されるべき利点である。実際、エンパワーメントが構築されたことによって、フェアトレードプレミアムの使い方を自分たちで決めている組合も存在している。

さらに、フェアトレードの外部的利益について『フェアトレード 倫理的な消費が経済を変える』から引用する。<sup>18</sup>『フェアトレードの利益の多くが自由市場の機能改善にかかわるものであるが、それ以外にも外部的、開発的な利益がある。フェアトレードの行われているコミュニティに住んでいるがフェアトレードに参加していない農民は、ソーシャルプレミアムによる地域プロジェクトで作られた道路や診療所や学校だけでなく、フェアトレード生産者の収入増加によるさまざまな影響からも利益を得る。フェアトレード生産者の長期的、直接的な取引関係を通して得られた情報により、フェアトレード以外の取引でも、製品にさらに高値をつけることができる。もうひとつの重要な利益は、フェアトレード基準によって彼らが組織化し、市場と直接的にやり取りすることで、零細農家と低賃金労働者を力づけることである。』

このように、フェアトレードが途上国の生産者の自立に貢献している具体的な例として、メキシコ、ウガンダ、コスタリカのケースを紹介したい。はじめに、テイラー(社会学者)がフェアトレードによって際立った変化をもたらされたと述べているメキシコの例を挙げる。メキシコのコーヒー生産者組合マホムットでは、有機栽培コーヒーの販売額が中間業者に販売しているときは年間550ドルだったものが、フェアトレードで平均1700ドルとなり、組合員の収入が平均で100%~200%増えたというデータがある。フェアトレードコーヒー組合の組合員の収入は、非組合員の収入と比べて平均39%多く、地域の地元の間業者に売るよりも25%~60%も収入が多いということも分かっている。

また、メキシコのオアハカ州にある三つの小さなコーヒー生産者組合によって所有されているコーヒー輸出組合ラ・トリニダドについて、先ほど述べたエンパワーメントの例と

---

<sup>18</sup> 『フェアトレード 倫理的な消費が経済を変える』  
アレックス・ニコルズ／シャーロット・オパール編著  
北澤肯訳（2009年、岩波書店）第2章 61ページ

合わせて紹介したい。この組合は、市場への依存を減らすために、収入源の多角化の必要性を強く認識している。そのため、彼らは全面的にコーヒーに依存することをせず、フェアトレードプレミアムを多方面の収入向上プロジェクトに投資することを行っている。いくつかの収入源と基本的な必要を満たす十分な収入があることで、ラ・トリニダドは、生産の質を向上させるだけでなく、市場の様子に適宜対応し、生産パターンもそれに合わせて随時変更することができる。それによって、250人の組合員が現地の仲買人に売るよりも3倍も多く収入を得ている。ラ・トリニダドは生産したコーヒーのすべてをフェアトレードで販売している。

次に極度の貧困地域と言われているウガンダの例を挙げる。このような地域では先進国の水準では小さいと思われる所得の増加でも、彼らにとっては非常に大きな経済効果をもたらす。図4では、各地域でのフェアトレードプレミアムの使い道についてのデータを挙げてある。データを見てもわかるように、フェアトレードプレミアムは事業開発やコミュニティ面に多く費やされている。ウガンダでは、ドライフルーツをフェアトレード市場で売り出すことによって、彼らの平均収入236ドルが約2倍の225ドル増しとなる。

最後にコスタリカではこんな例が挙げられている。ロンキは、コカフェが10年間のフェアトレードで得た収入による利益を測定しており、これには、有機堆肥施設の建設へ2万5200ドルの投資や、有機栽培への転換と有機認証を含む環境改善へ350万ドルの投資がある。このように、フェアトレードで得た収入を発展途上国の生産者がそれぞれ使い道を選び、多方面に活用していけるのである。

一方で、収入は上がっているとはいえもののフェアトレード製品の最終価格のうちで生産者へ還元される割合が、実際はとても少ないという点を指摘される。一般的に、フェアトレードのチョコレートの最終価格のうち、約4%しか生産者へ還元されていないことは事実である。しかし、それでも従来のフェアトレードでない場合の2倍にもなるのである。フェアトレードコーヒーの生産者の受け取る1ポンド(約454グラム)あたり126セント(約120円)という価格が、通常市場価格で受け取る価格の2倍であるということを理解しておくことが重要である。このような例が挙げられる。ロンキによるクアパココ(ガーナのカカオ生産者組合)への影響評価によると、収入への影響はわずかだが、8年間のすべてを合わせれば約100万ドルになり、24万5000人のための小学校の年間の運営費に匹敵するという。長い目で見るとこれだけ大きな資金を得られ、また多くの人々が教育を受けられる機会を得られるのである。

第1章で述べられているように、ODAは受取国の開発計画に参画するという「開発」にかかわる側面と、受取国および国際社会にメッセージを発信するという「外交」にかかわる側面がある。そのため、バランスを考慮して総合的に供与先や金額を判断せざるをえないため、援助される金額が不安定である。一方フェアトレードでは、ある一定の額がきちんと生産者に届くことが保証されている。また、ODAを要するプロジェクトに取り掛

かる際、受取国政府はもちろん日本政府内で幾度となく審査が繰り返され、発掘から受注までに10年を要するものもある。このようなODAのシステムに比べて、フェアトレードによるお金は、わたしたち消費者のポケットから貧しい発展途上国の生産者のポケットまで、驚くほど少ない人の手を介してとどけられるのである。よって、発展途上国への支援効果はODAと比べるとより直接的であると言える。近年ODAの高い借款比率が問題となっており、ODAを融資することによって、発展途上国にさらに負担をかけているという現状がある。借金を毎年返済していてもODAを融資されることによってさらに積み上がっていく借款で、発展途上国に負の連鎖が起こっている。それだけでなく、ODAは発展途上国の援助依存度を高め、現地の人々の歳入を増やす努力を阻害している恐れもある。ODAは支援する側からの傲慢な援助になりかねない<sup>19</sup>。もしくは、途上国政府を通すことによって本当に必要なところに届かず、場合によっては不正に利用される可能性も少なくない。第1章タイの例にもあるように、現地の現状をしっかりと把握せずにプロジェクトを進めてしまうということも実際に起こっているため、現地の人々のODAに対する信頼感も薄れているのではないだろうか。それに比べてフェアトレードは、直接生産者に資金提供ができるため、資金の使い道を現地の生産者たちが自由に選択でき、本当に必要な部分に使うことができる。以上のことから、ODAよりもフェアトレードのほうが発展途上国の経済発展に、より効果的であると考えられる。

最後に、私たち消費者もフェアトレードという活動を通して、開発援助をより身近な場面で行うことができる。ODAは国民の税金から、私たちの意思とは関係なく支出されているものであり、私たちの意思に基づいて支出先が決定されない。それに比べてフェアトレードは、自らの意思で開発援助に貢献でき、また、FLOによる客観的な審査を通して本当に支援を必要としている現地の生産者に届けられるのである。

---

<sup>19</sup> 第1章インドネシアの例参照

## 第三章 分析

### 3.1 日本でフェアトレードが広まらない理由

現在日本ではフェアトレードが広まっているとは言い難い。その現状として、長坂寿久（2009）では以下の4点を挙げている。まず1点目は日本のフェアトレード市場規模は世界市場の1.7%を占めるに過ぎないことである。日本のフェアトレード市場の規模は、2007年が73億円、08年が81億円である。2008年11月に発表されたDAWS/FINE報告書によると、世界のフェアトレード市場（先進33カ国）の2007年の小売販売額は、約4270億円と推計されている。日本のフェアトレード市場の世界シェアは、他の先進消費国に比べると、その経済力に対してあまりにも小さい。2点目は、フェアトレード商品を販売している小売店は年商500万円以下の小規模店が圧倒的に多いことである。年商1000万円を超える小売店は、輸入団体直営ショップを入れても20店にも満たない。日本では売上額から仕入れ経費が60～70%を占め、残り30～40%が家賃や人件費になっているとみられているため、どのショップも経営は非常に厳しい状況に置かれている。3点目は、企業の関心も国際的に見るとまだ低いことである。フェアトレードへの参入はまだ特定企業に限定されている。商品認証団体（FLJ）のライセンス企業も45社程である。欧米では、スターバックスやマクドナルドなどの大手のコーヒー、レストランチェーンの多くがすでにフェアトレード商品を1品目、あるいは数品目扱っている。ネスレなどのコーヒーメーカーも参入し、国際的に大手のスーパーマーケットチェーンも取り扱うようになっている。英国では、フェアトレード市場への参入競争さえ起きているのではないかと思われる状況にある。4点目は消費者の認知率が低いことである。欧米ではほとんどが80%以上である。しかし日本では17%（2008年、チョコレボ実行委員会によるインターネット調査によるもの）とまだ低い。

なぜ日本ではフェアトレードが広まらないのであろうか。いくつかの理由があると考えられる。

フェアトレード団体同士のネットワークがないことが、フェアトレードが広まらない大きな一因であると考えられる。日本には「ネパリバザーロ」や「ピープルツリー」をはじめとするフェアトレードを推進するNGOの団体が多くある。しかしそのフェアトレード団体同士の協力や連携がなく、それらをまとめるネットワークがないのが現状である。FTSNのアンケートによると、フェアトレード団体約20団体の半数以上が何らかのネットワークの必要性を感じているにもかかわらず、国内のネットワーキングについての優先順位が低いことが分かった。これは資金や人材不足などの課題があり、現地との関係強化・援助などが最優先課題であるためである<sup>20</sup>。それぞれに考え方が異なり、協力して活動することも

<sup>20</sup> [FSTN]フェアトレード学生ネットワーク <http://www.ftsnjapan.org/history1.html>



ないので、社会に対して統一したメッセージを送ることができない。そして、政府や企業に対して団結して影響力を与えることもできないのである。それぞれの団体だけだと、現在活動している人たちは尽力するであろうが、その先はどうなるかわからない。ネットワークのないフェアトレード団体は将来性があり、持続的に活動できる環境であるとは言えないのである。

これに対して欧州では、代表的なネットワークで NEWS! (Network of European Worldshops) という組織がある。これは 15 (イタリアとスイスには全国組織は二つあるため) の各国の全国組織が国際ネットワーク組織を 1994 年に設立したものである。これには 13 カ国、2400 店のワールドショップが加盟している。ウェブサイトやワークショップを行ったり、二年に一度の欧州ワールドショップ会議を開催したり、欧州全域のキャンペーンを実施したりしている<sup>21</sup>。また、欧州 9 カ国の 11 輸入団体が加盟している EFTA(European Fair Trade Association)という組織もある。EFTA は、1987 年に設立され、会員間の情報交換や交流、協働を図るために結成されたものである。ベルギーに事務所を置き、EU からの支援 (マッチング) を得て、キャンペーン・プログラムを実施している。このようにネットワークがあることによって、共同のキャンペーンをしているという認識を持ち、調整し、共に推進していくことはとても重要なことであると考えられる。

清水正 (2008) によると、ヨーロッパでは広まるが日本では広まらない理由は、宗教的理由、歴史的理由、制度の違いがあるからだとしている。宗教的理由というのは、フェアトレードが普及している国 (例えばスイスやイギリスといったヨーロッパ) の人々はキリスト教信者が多い。市民に関わりの深い教会が積極的にフェアトレードを推進するということが、普及を促す一つの理由であろう。また、歴史的理由としては戦争の責任を償おうとする姿勢の違いが挙げられる。普及している国 (例えばヨーロッパ) は、大抵が戦争時代に植民地を多数持った経験がある。その国の人々は元植民地である貧しい国への施しを義務として考えるものが多いため、フェアトレードへの意識が高いのではないかと考えられている。

制度としては、ヨーロッパではスーパーで気軽にフェアトレード商品を買うことができるということがある。日本では、最近イオンや無印良品がフェアトレード商品を扱っているとはいえ、どこでも気軽にフェアトレード商品を買うことができる環境ではない。フランスでは、国内で最も大きいスーパー「カルフル」をはじめ、ほとんどの大型スーパーでフェアトレード商品を扱っている。カルフルはただ置くだけでなく、社会的責任として商品開発も行っている。スイスではミグロとコープ (この二社でスイス流通関連売り上げの 2/3 を占める大手スーパー) が積極的にフェアトレード商品を扱っている。この二社はスイス全国、田舎の小さな町や村でも店舗展開をしているため、大都市に限らず、地方

---

参照日時 2010/11/16

<sup>21</sup> 『欧州のフェアトレード 2005 年』報告書 <http://www.iti.or.jp/kikan64/64nagasaka2.pdf>  
参照日時 2010/11/17

でもフェアトレード商品を簡単に手に入れることができる。そのほかにもスターバックスがヨーロッパ、中東、アフリカでエスプレッソベースの飲み物に使われるコーヒーをすべてフェアトレード認証に切り替えて販売を開始している<sup>22</sup>。

また、普及が進んでいる国は、「フェアトレード週間」や国際見本市が開催されている。フランスにはフェアトレード週間というものがある。消費者にフェアトレードを広めようという目的でアフリカから来た生産者たちを率いて、全国主要都市をまわるイベントが行われた。

そのほかにも値段、商品とサービスの質、信頼性が問題であるとも考えられている<sup>23</sup>。フェアトレード雑貨は一般のアジア雑貨に比べて値段が高い傾向にある。理論上は中間業者を排除することによって、割高感を解消できることになっている。しかし実際輸入を手掛けるフェアトレード団体は、一般商社に比べて資金力に乏しく、商品の性質上からも大量輸入ができないため、輸入コストが割高になっている。また、国内のフェアトレード団体は、欧米諸国のフェアトレード団体のように政府や企業から潤沢な資金を支援してもらえない。よって活動資金を確保するためにも少くない利益幅を設定して、小売店に卸しているのである。こうして小売店に入荷した時点ですでに一般のアジア雑貨に比べてかなり高い値段になってしまうのが現状である。

信頼性については、根本的なことではあるが、「フェアトレード製品」として売られているものが本当に現地の NGO や非営利生産者団体から輸入されているものなのか証拠がない。原産地表示詐欺や有機表示詐欺と同じことが発生する可能性があるのだ。

---

<sup>22</sup> フェアトレードラベルジャパン [http://www.fairtrade-jp.org/whats\\_new/000122.html](http://www.fairtrade-jp.org/whats_new/000122.html)  
参照日時 2010/11/14

<sup>23</sup> フェアトレード格安販売店 ONEASIA <http://oneasia.info/fairtradeproblem.aspx>  
参照日時 2010/11/14

## 第4章 政策提言

### 4.1 基盤づくりとしてのフェアトレードタウン

これまでの分析から、私たちは、日本でフェアトレード団体が持続的に活動できる環境作りが必要であると考えます。分析の章で述べているように、日本にもいくつかのフェアトレード団体が存在しているが、それらがうまく連携できていないことが原因で、日本でフェアトレードが広まらない。よって、私たちはフェアトレード団体の活動の基盤づくりとして、「フェアトレードタウンの構築」を提案したい。

「フェアトレードタウン運動」とは、町ぐるみでフェアトレードを推進しようという運動である。2000年にイギリスのガースタングという町を発祥としてこの運動は広がった。イギリス発祥のこの動きは、今世界各国で広がりを見せている。2010年9月までに世界19カ国で、843のフェアトレードタウンが存在している（Fair Trade Foundation<sup>24</sup>より）。フェアトレードタウンについては、イギリスがまず独自に宣言基準を設定しており、各国はこのイギリスの基準をベースに国ごとに認定機関を設立している。ここで言う宣言基準とは「5つのゴール」<sup>25</sup>と呼ばれるものであり、これらを満たすことがフェアトレードタウンとなる。例えば、フェアトレードタウンでは、ショップ数とカフェ・ケータリングなどのサービス店数において人口当たりの目標となる数が定められている。人口1万人以下の場合であれば、人口2500人当たり1ショップ、5000人当たり1サービス店が必要となっている。しかしながら、いまだにこれらの条件を満たし、タウン宣言を行っているところがアジアでは1つも誕生していないのが現状である。

日本では現在、熊本市をはじめとする、札幌市、兵庫県、神奈川県がフェアトレードタウン宣言をすべく注力している。熊本市では、世界初のフェアトレードタウンとして10周

---

<sup>24</sup> Fair Trade Foundation :

[http://www.fairtrade.org.uk/press\\_office/press\\_releases\\_and\\_statements/october\\_2010/alan\\_duncan\\_reaffirms\\_government\\_support\\_for\\_fairtrade.aspx](http://www.fairtrade.org.uk/press_office/press_releases_and_statements/october_2010/alan_duncan_reaffirms_government_support_for_fairtrade.aspx)

参照日 2010年11月15日

<sup>25</sup> 1.自治体議会がフェアトレードを促進するための議決案を可決し、議会、職場、地方庁舎などでフェアトレード認証製品（コーヒー・紅茶等）を使用する。2.様々なフェアトレード認証製品が地域のショップ（スーパー、コンビニ、雑貨店等）や飲食店で購入できる。3.地域の企業や商店、教会や学校といった地域組織へフェアトレード認証製品を浸透させる。4.メディアの報道やイベントを通して、フェアトレードに対する地域住民の理解を広めサポートを獲得する。5.議員や企業、学校や教会、地域住民などから委員を選出してフェアトレード推進運営委員会を設置し、フェアトレード推進活動を継続して行う。（引用：特定非営利活動法人フェアトレードラベルジャパン「フェアトレードタウン・キャンペーン概要」）

年を迎えたガースタングから正式な招待を受け、市民の参加を募って、今年の4月に現地へのインターンを行った。そこでフェアトレードを通じた町づくりを学び、アジア初のフェアトレードタウン宣言を目指している。また札幌市では、フェアトレードフェスタを開催しており、ここではフェアトレードをより深く理解するためのワークショップや講演などの企画を実施している。このフェスタ開催のために「フェアトレードフェスタ in さっぽろ実行委員会」を設置しており、これが実質的に札幌周辺のフェアトレード関係団体のネットワーク組織の役割を果たしている。

フェアトレードタウン設立のメリットはいくつか考えられる。行政面からは多くの人を集めることができるという点から、観光効果や地域活性化、そしてフェアトレード生産国との関係強化が挙げられる。また企業面からは、フェアトレード商品を扱うことによる市場規模拡大、CSRの効果向上が期待できる。市民側からは、タウンづくりにおける市民間のつながりや、身近に国際貢献活動に携われるという利点が考えられる。教育面では、フェアトレードという活きた教育資料という存在と、食育、国際理解教育へとつながることが言える。さらに社会全体から考えれば、国際・社会問題への理解が深まるということが考えられる。これらのことから、フェアトレードタウンを通じて国全体にフェアトレードの認知とともに、フェアトレード商品が広まっていくことが期待できる。実際にイギリスでは、フェアトレードタウン宣言をした2000年以降、フェアトレード製品の売り上げは急激な伸びを記録しているのである（図5参照）。タウン宣言の前後の年の売り上げを比較すると、2180万ユーロから5050万ユーロへと2倍以上の伸び率である。

では次に、分析の章で述べている問題点をフェアトレードタウンの構築にあてはめて考えてみる。フェアトレードが広まらない理由として挙げられていた項目の中で、まず、フェアトレード団体同士のネットワーク不足という点においては、それを解決するための手段として、フェアトレードタウンがネットワークを作る橋渡しの存在になれると考える。今まで個々では規模が小さいためにつながることが難しかった国内のフェアトレード団体や、外国の生産者団体とのパイプ役になり、またそのネットワークの場の提供としてフェアトレードタウンが活躍できると考える。また、宗教的理由、歴史的理由においては、解決しがたい点ではあるが、フェアトレードタウンを通じて、消費者の意識改革は行えると考えられる。値段の部分ではフェアトレードタウンで市場規模が拡大することにより、フェアトレード団体の資金不足を補うことができ、輸入コストの削減とともに、値段も抑えられると考える。信頼の部分では、消費者に直に商品に触れたり見たりしてもらうことによって、商品の良さを分かってもらえるということと、自治体が関わっているということから、安心して購入できることが信頼へつながると考える。これらのことから、分析の章で挙げられているいくつかの問題点はフェアトレードタウンによって改善していける。このことから私たちは、フェアトレードタウンの構築と、それに関わるフェアトレード団体が持続的に活動していける基盤づくりを考え、それを政策提言としたい。

## 4.2 フェアトレードタウンの役割

これまで、フェアトレードタウンにおける欧米諸国と日本の現状や問題点を見てきた。そして現在、フェアトレードによる途上国援助を推し進めていく第一歩として、日本の自治体はフェアトレードタウン宣言をする必要があるという結論に辿り着いた。では、今後日本がフェアトレードタウン宣言を行ったとして、その自治体はどのような実効力を持つのだろうか。また、フェアトレードの普及において最大の課題であるフェアトレード団体間のネットワーク不足を解決するために、どうすべきなのか。以下では、フェアトレードタウンの持つ可能性と、今後、日本の自治体がどうあるべきかについて述べたい。

フェアトレードタウン発祥の地であるイギリスに存在するフェアトレードタウンの活動を見てみると、「フェアトレードウォーク」<sup>26</sup> や「フェアトレードフェスタ」、また教育の観点からフェアトレードを推奨していく「フェアトレードスクール」<sup>27</sup>の実施など、多岐にわたったイベントを企画している。これらは、地域住民に密着した市民主体の活動であり、フェアトレードに対する意識を高める上では、非常に効力のあるものと窺える。実際、フェアトレードタウンの誕生後フェアトレード商品の売り上げが急激に伸び、市場の拡大に繋がったことは前章でも述べた。

しかし、ここで注意しておきたいのが、日本の経済基盤は、イギリスとは異なるうえに、世界初のフェアトレードタウンの誕生から10年の歳月を経ていることである。また、世界経済の流れや時代背景の違い、また国民性や宗教の異なることに留意すると、イギリスと同様の活動を進めていくだけでは、あまりに脆弱な政策と言える。つまり、フェアトレードタウンとなった日本の自治体は、フェアトレード先進国であるイギリスを筆頭とする欧米諸国とは異なる、さらに踏み込んだ活動をしていく必要があると考える。

そこで、フェアトレード後進国である日本の自治体は、国内のフェアトレード団体やフェアトレード商品を扱う小売業者などが、持続的かつ安定的な取引ができるようなアプローチをする必要があると考える。

---

<sup>26</sup> 「フェアトレードウォーク」とは、一般市民参加者がフェアトレード商品を持ち寄ってウォーキングを実施し、フェアトレード関係者だけでなく、今まで関心のなかった人までフェアトレード運動に巻き込もうとするイベントである。

<sup>27</sup> 「フェアトレードスクール」となるには、以下の基準が必要となる。

- ①フェアトレード推進クラブを設立すること
- ②フェアトレードポリシーを確立すること（以下必要項目）
  - ・ フェアトレード商品を保護者会や教員ミーティングで使うこと
  - ・ 学校の将来計画にフェアトレードスクールの展開を含むこと
  - ・ 校内の売店や販売機でフェアトレード商品を売ること
- ③学校全体にフェアトレードを啓発すること
- ④学校全体にフェアトレードに向けてアクションを起こすように勧めること

第一に、生産地へのアプローチである。例えば、生産地との姉妹都市契約のような目に見える提携を持つことが重要である。<sup>28</sup> ある特定の生産地を姉妹都市にすることで、その土地の学生を日本に誘致することが可能になる。そこで生産地の学生に知識を与え情報を共有することで、生産国と消費国の対等な立場が現実的なものとなるだろう。また、自治体の力で、前もって生産地と友好的な関係を築くことは、フェアトレード団体が生産地へ進出しやすい環境を作り出すことにも繋がる。

第二に、欧米諸国に点在するフェアトレード団体へのアプローチである。目的は、海外のフェアトレード団体と日本のフェアトレード団体間の繋がりを強化することにある。現在においても団体間の交流は存在するが、あくまで個別の団体同士の交流にすぎない。持続的かつ安定的な活動を目指すためには、より確かなパイプとしてフェアトレードタウンのような公的な場が必要だと考える。フェアトレードタウンが相互の交流の場として確立することで、既存のフェアトレード団体の活性化に繋がり、新たな形の関係が構築されるだろう。

第三に、日本国内の消費者およびフェアトレード団体に対するアプローチである。フェアトレード商品に対する消費者の認知度が低いことは、先にも述べた。消費者の意欲を促進させるためにも、消費者の正しい知識の構築や情報提供は必須である。そのためには、正しい知識を持つフェアトレード団体と消費者をつなぐ要として、フェアトレードタウンを利用したい。フェアトレードタウンによって、フェアトレードタウンの市民がフェアトレード団体と関わりやすい環境が整えば、市民はフェアトレードに対する確かな情報を得ることができ、購買意欲も促されるだろう。そのことは、結果として消費者と生産者をつなぐことにも直結する。フェアトレードの正しい理解は、生産者の正しい理解、つまり途上国の現状理解となる。

以上フェアトレードタウンによる3つのアプローチが達成されれば、フェアトレード先進国である欧米諸国にも勝るフェアトレードの市場拡大に繋がると確信する。日本に今必要なことは、欧米諸国の模倣だけで留まらず、オリジナリティを持った政策を進めることだと提言する。

---

<sup>28</sup> 日本では、

- 1.両首長による提携書があること
  - 2.交流分野が特定のものに限られないこと
  - 3.交流するに当たって、何らかの予算措置が必要になるものと考えられることから、議会の承認を得ていること
- の3要件をすべて満たすものを「姉妹（友好）自治体」として扱っている。ただし、姉妹都市（友好都市）を規定する国内法や国際的な統一基準があるわけではない。（財団法人自治体国際化協会より引用）

## おわりに

私たちは、これまでの ODA をはじめとする開発援助には、問題点があることを分析してきた。そして、より有効な開発援助として、新しい貿易の形を特徴としたフェアトレードに注目してきた。第2章では、フェアトレードは、ODA の問題点を補うことができ、発展途上国に自立的で持続的な発展をもたらすと考えられると主張した。また、第3章では、欧米諸国と日本の違いを分析し、日本におけるフェアトレードの普及率が低い原因の一つとして、フェアトレード団体のネットワーク不足を挙げた。そこで、第4章では、日本におけるフェアトレード団体活動の基盤づくりとして、フェアトレードタウンの構築を政策提言とし、ネットワークの構築によるフェアトレードタウンの活性化を提案した。

つまり、私たちは、フェアトレードタウンが、ネットワーク構築の橋渡しの存在になることを期待するのである。また、それらが、国内のフェアトレード団体同士に留まらず、発展途上国の生産者団体に対しても、パイプ役として有効に機能すると考える。欧米諸国では、「フェアトレードウォーク」や「フェアトレードフェスタ」、「フェアトレードスクール」の実施など、地域住民に密着した市民主体の活動が活発だと述べた。しかし、日本は、欧米の模倣だけでなく、独自の働きかけによってフェアトレードタウンを活性化させるべきだと主張した。フェアトレードタウンの活性化によって、フェアトレードにかかわるすべての人々にネットワークが提供されると考える。

一方で、この政策提言では、今後の課題を見据える必要がある。フェアトレードタウンが自治体全体の活動の中で、どれほどの割合を占めるかということである。これは、既存の自治体活動との兼ね合いが必要であり、自治体議会の意思や民意に合わせた柔軟な対応が求められるため、政策実現に向けて十分に検討する必要がある。

また、フェアトレードタウン宣言をした後の長期的な視点も必要である。フェアトレードタウン宣言を一時期のブームで終わらせないよう、いかに持続的な活動へと繋げていくかを考慮していくことが重要である。

フェアトレードの普及によって、さらに多くの発展途上国の生産者の援助、自立的で持続的な発展を期待したい。

## 【参考文献】

### 《参考文献》

- ・長坂寿久/2008年/日本のフェアトレード 『世界を変える希望の貿易』
- ・渡辺利夫、三浦有史/2003年/ODA(政府開発援助)―日本に何ができるか/中公新書[新書]
- ・白井早由里/2005年/マクロ開発経済学/有斐閣
- ・ジョセフ・スティグリッツ、アンドリュー・チャールトン/2007年/『フェアトレード 格差を生まない経済システム』
- ・アレックス・ニコルズ/シャーロット・オパール/北澤肯訳/2009年/『フェアトレード 倫理的な消費が経済を変える』/岩波書店
- ・渡辺龍也/2010年/『フェアトレード学-私たちが創る新経済秩序-』
- ・ジョセフ・スティグリッツ/2007年/『フェアトレード-格差を生まない経済システム-』/日本経済新聞出版社
- ・アレックス・ニコルズ、シャーロット・オパール、北澤肯/2009年/『フェアトレード-倫理的な消費が経済を変える-』
- ・FLO、IFAT、NEWS!、EFTA(編集)、フェアトレード・リソースセンター(訳)、北澤肯(監訳)/2008年/『これでわかるフェアトレードハンドブック-世界を幸せにするしくみ-』
- ・

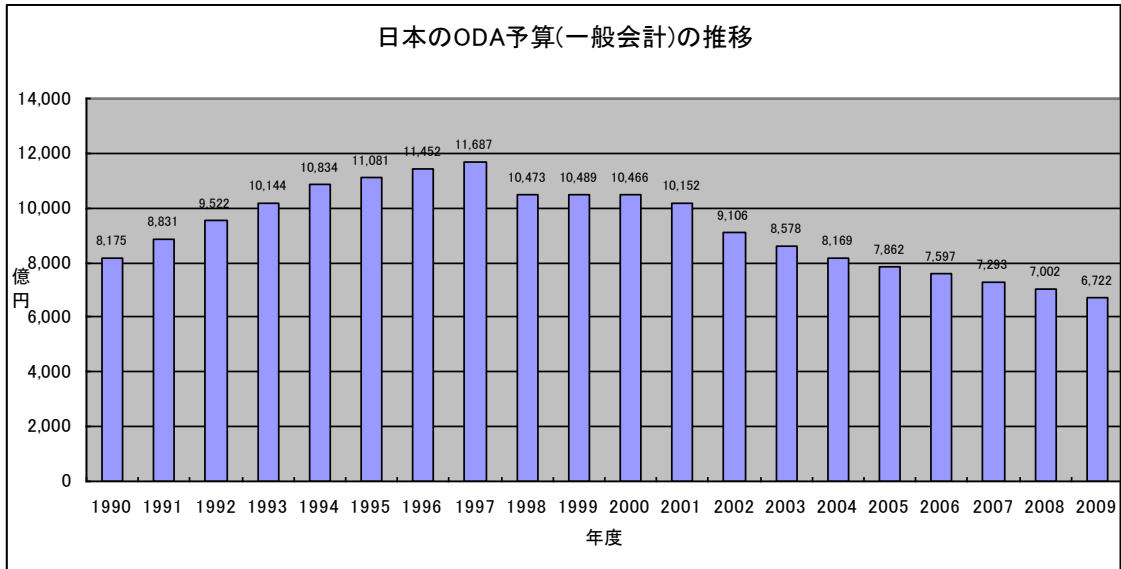
### 《データ出典》

- ・『自治体におけるフェアトレードの取り組みの可能性と展望』  
<http://www.pref.kanagawa.jp/osirase/kokusai/seisaku/salad15bassui.pdf>  
参照日時：2010年11月19日
- ・開発援助（ODA）のもたらすマクロ経済問題/白井早由里/2005年1月  
<http://coe21-policy.sfc.keio.ac.jp/ja/wp/WP57.pdf>
- ・我が国 ODA の課題-アジア及びアフリカに対する援助を中心として-/高山丈二/2008年12月/[http://www.ndl.go.jp/jp/data/publication/refer/200812\\_695/069502.pdf](http://www.ndl.go.jp/jp/data/publication/refer/200812_695/069502.pdf)
- ・日本の ODA 政策の現状と課題/山下道子/2003年2月  
<http://www.esri.go.jp/jp/archive/tyou/tyou010/tyou003a.pdf>
- ・開発ファイナンスの新展開：借款と贈与を巡る議論/生島靖久/2004年9月  
[http://www.devforum.jp/bbl/pdf/20040930\\_01.pdf](http://www.devforum.jp/bbl/pdf/20040930_01.pdf)
- ・フェアトレードの形成と展開-国際貿易システムへの挑戦-/渡辺龍也/  
<http://www.tku.ac.jp/~koho/kiyou/contents/law/14/watanabe.pdf>
- ・グローバル化と環境問題-労働・環境配慮型「フェアトレード」の可能性と課題-/根本志保子/2007年  
<http://www.eco.nihon-u.ac.jp/center/economic/publication/journal/pdf/37nemoto.pdf>



# 【図表】

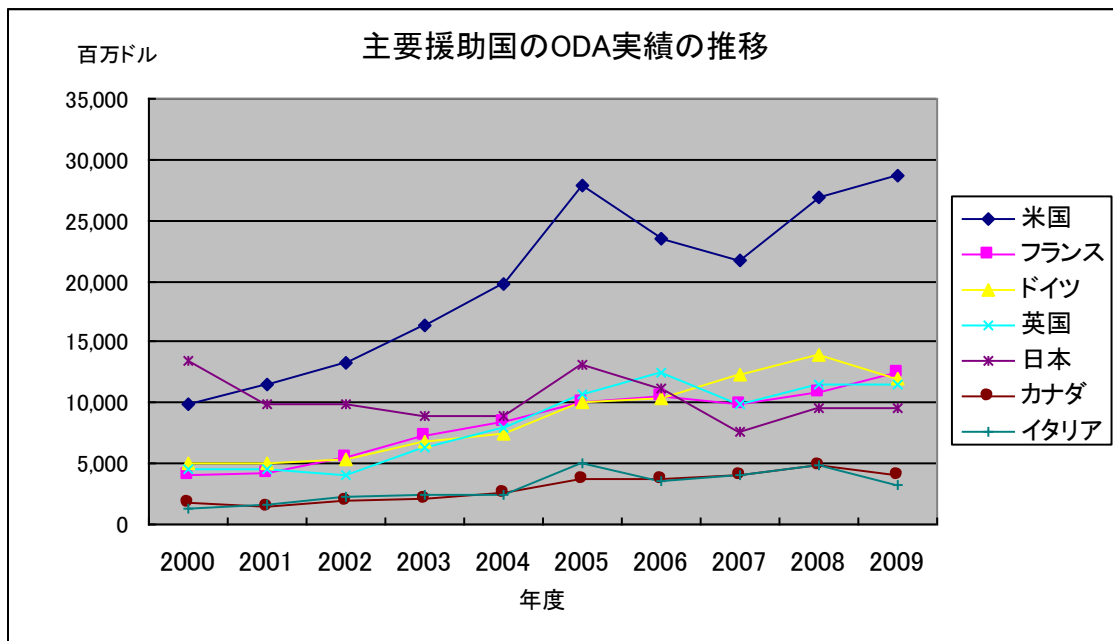
図 1



(出典)外務省「ODA 白書」

<http://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/shiryo/hakusyo.html>

図 2



(出典) OECD/DAC

<http://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oecd/>

図 3

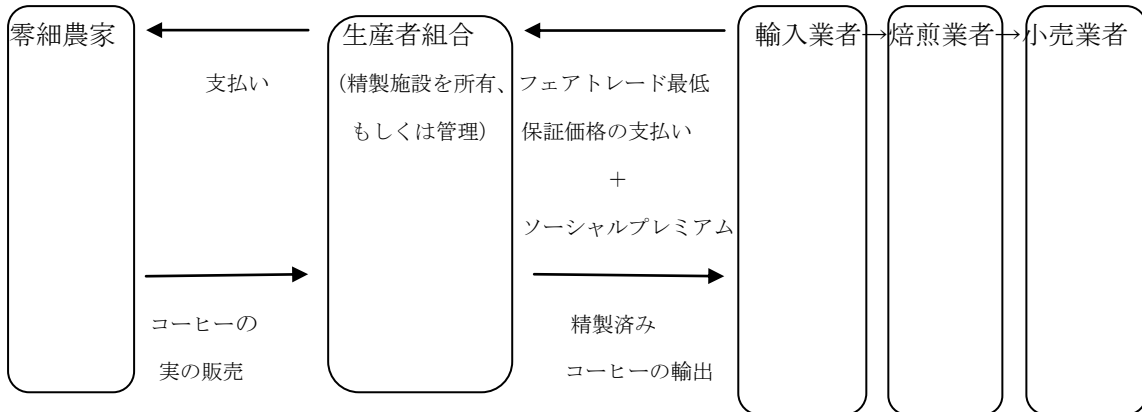
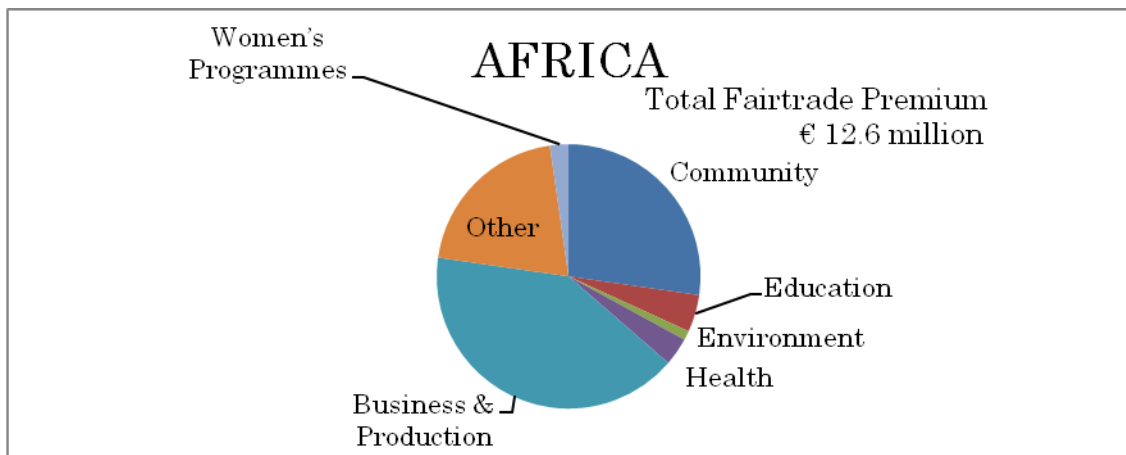


図 4

## AFRICA

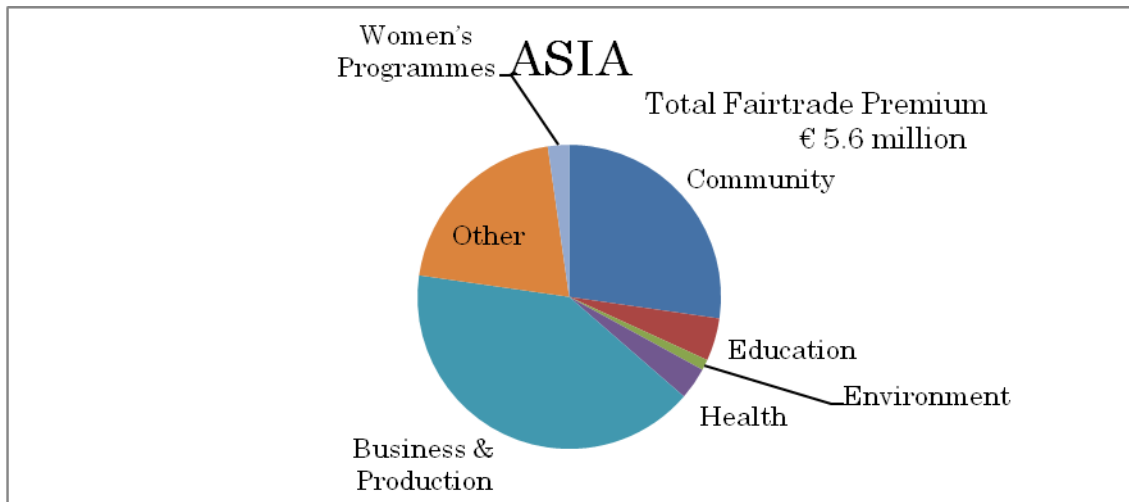
*Total Fairtrade Premium.....€ 12.6 million*

<i>Community.....</i>	<i>22%</i>
<i>Education.....</i>	<i>16%</i>
<i>Environment.....</i>	<i>0.2%</i>
<i>Health.....</i>	<i>6%</i>
<i>Business &amp; Production.....</i>	<i>46%</i>
<i>Women's Programmes.....</i>	<i>3%</i>
<i>Other / Not yet spent.....</i>	<i>3% / 4%</i>



## ASIA

Total Fairtrade Premium.....	€ 5.6 million
Community.....	25%
Education.....	12%
Environment.....	0%
Health.....	18%
Business & Production.....	20%
Women's Programmes.....	4%
Other / Not yet spent.....	14% / 7%

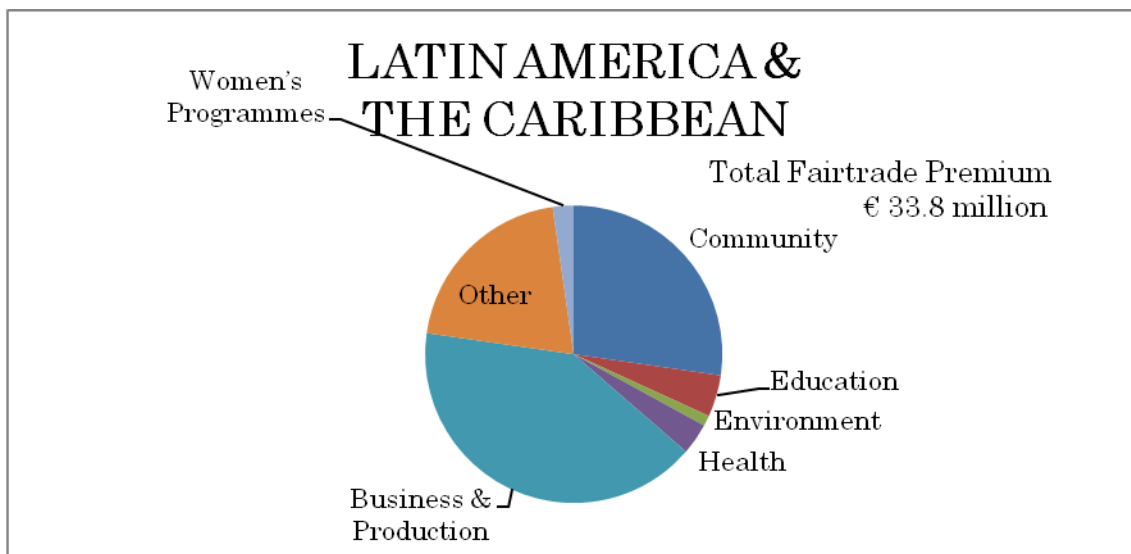


# WEST 論文研究発表会 2010

## LATIN AMERICA & THE CARIBBEAN

*Total Fairtrade Premium.....€ 33.8 million*

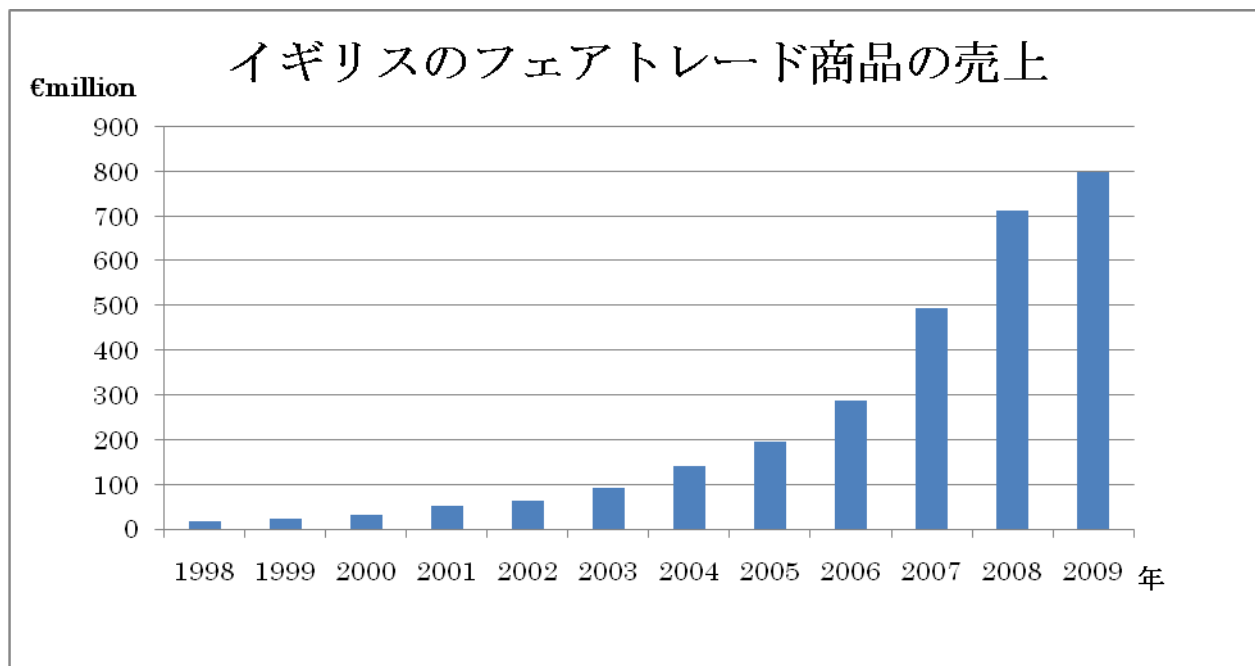
<i>Community.....</i>	<i>24%</i>
<i>Education.....</i>	<i>4%</i>
<i>Environment.....</i>	<i>1%</i>
<i>Health.....</i>	<i>3%</i>
<i>Business &amp; Production.....</i>	<i>36%</i>
<i>Women's Programmes.....</i>	<i>2%</i>
<i>Other / Not yet spent.....</i>	<i>18%/ 12%</i>



(出典)Fairtrade Labell Organizations International (FLO)

URL[http://www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/2009/resources/FLO\\_Annual-Report-2009\\_komplett\\_double\\_web.pdf](http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/FLO_Annual-Report-2009_komplett_double_web.pdf)

図 5



参照「Fair Trade Foundation」：[http://www.fairtrade.org.uk/what\\_is\\_f](http://www.fairtrade.org.uk/what_is_f)