

地研通信

発行人 岩田俊二
編集人 島内高太
発行所 三重短期大学
地域問題研究所

津市一身田中野157番地
〒514-0112 TEL(059)232-2341

題字 岡本祐次元学長

「地研通信」100号によせて

三重短期大学学長 上野 達彦

本学に地域問題総合調査研究室が創設されたのは、1984年4月1日であった。そのあとすぐに「地研通信」（1984年5月31日）が発刊された。その第1号に当時の岡本祐次学長の「創刊によせて」の記事のなかに、大学による地域貢献の重要性が以下のように述べられている。

「本学が、地域に密着し時代に即した本来の意味における『開かれた大学』として、課せられた任務を果たしその機能を遺憾なく発揮するためには、いま一つ地域社会・住民への研究成果の還元・情報提供サービスなどが是非とも必要であり、このことに対する学の内外における要請は、かねてより大変強いものであった。」

地域問題総合調査研究室（2008年4月1日地域問題研究所に改組）およびその機関誌「地研通信」は、すでに創設・発刊当時から地域との連携や地域貢献を意識したものであった。その後も、「地研通信」は精力的に刊行され、いまや記念すべき100号を迎えるにいたった。

このような経緯を経て、現在、本学は、学科構成の特性、人的資源を活かして、特色ある教育研究活動を展開し、学生や地域社会に対して教育・研究・地域貢献の成果をできるだけ具体的に示すことを通じて、社会から「個性的で魅力溢れる大学」として評価されるように努めている。また本学は創設から50年余の歴史を踏まえて、さらにそれを発展させ、「地域に存在感のあるキラリと光彩を放つ公立短期大学」として、確固たる地位を占めたいと思う。

こうした大学の発展において、「地研通信」は必要不可欠な媒体であり、大学の広告塔の役割も担っている。今後とも、「地研通信」のさらなる充実を期待したいと思う。

「地研通信」第100号を祝して

地域問題研究所長 岩田 俊二

この度「地研通信」第100号を発行いたし、誠にご同慶のいたりであります。累々の号の発行にたずさわられた先輩諸兄のご努力に深く思いをいたし、感謝するものであります。今後も絶やさず継続させることが私共の責任であり、先輩諸兄のご努力に報いる道であると思っています。

「地研通信」の発行は、昨年からはじめた地研セミナーとともに三重短期大学そして同地域問題研究所の地域貢献活動の一環でもあります。地研セミナーは地域問題研究所の研究員が研究成果をわかりやすく地域の人々にお伝えすることを目的としておりますが、開催の実際を見ますと積極的な意見交換が行われ、研究員に対する貴重な指導鞭撻の場にもなっていると思われます。

通信の「信」について、辞書をひもときますと、「①言ったことや約束したことをたがえない、②正しいことを思いこんで疑わない、③たより、てがみ」となっています。少し話が飛躍しますが、最近の岩波新書『『教行信証』を読む』（山折哲夫、2010.08）を読みますと、親鸞聖人（1173-1262）の『教行信証』の「信」は「浄土往生」と「闡提成仏（せんだいじょうぶつ）」（どんな極悪人でも成仏できる）がテーマであり、「証」は浄土往生への道

である「往相」を超え、折り返して世間に帰り一切衆生を安楽浄土に再生させる「還相」という悟りがテーマになっているそうです。この往相―還相の循環論は親鸞が仰ぎ見る先達の一人である中国の曇鸞（476-542）の発想であると言われていています。

そこで、私共の研究の地域貢献についてこれを敷衍すれば、まず地域とは究極的には人間のことと考えられます。私共は人間を幸福にするための方法を求めて研究していると言えます、そして幾ばくかの研究成果が出れば、それを皆が幸福になるための便宜として教え普及しなければ意味がありません。まさしく研究の地域貢献であり、親鸞の言う往相―還相論と同じで、近代科学も東洋哲学も深いところで一致していることに驚きを禁じ得ないのであります。

「地研通信」の永続的発行を期して、皆様的一段のご支援ご協力をお願い申し上げます。

「地研通信」第100号を記念して

元三重短期大学長 岡本 祐次

わたしが三重短期大学に赴任したのは、昭和43年4月であった。しかししてそもそもの方向性は、4年制大学への昇格要員の一人として、ということにあった。したがって、赴任当初から公私の如何にかかわらず、斯昇格の基盤整備のための情報収集、分析およびそれらの大学運営への反映に努めてきたことは、いうをまたない。三重法経学会の整備充実（とりわけ、機関誌の季刊誌化）、法経科のコース制（ためのカリキュラムの整備）、付属図書館の整備充実（とりわけ、学術雑誌・全国大学等諸学部学科機関誌の収集）等々。

当時のわが国景況は、ニクソンショックやオイルショックの試練を受けて高度成長期から安定成長期へ。軌を一にして、わたしは、学科・大学の要職をつうじて、大学の最重責を担うこととなる。大学昇格への方向性が王道であることに変わりはない。しかるに、それへの道筋や如何との試行錯誤が続く。そのようななかで、公立短期大学協会の一翼を担い、大学審議会の末席を汚すにいたる。そして、そこに同短期大学のあり方私試案が、必然、一まともをみる。地研構想は、実はその支柱をなしていたのである。

わたしが学長に就任して、まず、想いを巡らしたのは、及ばずながらもその任を果たすためになにをなすべきか、という課題にこたえる道筋についてであった。

出発点は、大学（2年制、4年制を問わず）とはそもそも如何なる存在なのか自問することであった。自答は明瞭、人類の根本的な知識欲が集約されて実現した制度である、ということに相違ない。となれば、知識の伝達、獲得ないし発展、応用と関連せしめてその機能をみるとすると、どのようなこととなるのか。それは、一般的に教育、研究及び社会サービスの3支柱からなっていることには相違ない。これを大きく教育と研究ないし社会サービスに2分することも可能であろう。

では、公立短期大学のそれは、2分法をとればどうなるのか。教育目標については、こうだ。広い教養と深い専門知識を持ち備え、論理的で自主的な判断力、批判力を有し、地域の諸要請に適切にこたえうる人材の育成が1点。同時に、市民生活をとおして、民主的で文化的な社会国家の構築に主体的に参加しうる地域住民・市民の養成、輩出がいま1点。この2点こそがひとり斯大学の第1の目標、使命である。

他方、斯大学が地方自治ないし市民生活のなかで、有機的に根づき、正当に位置づけられるためには、学術、文化に対する地域住民・市民の意識の高揚が必須要件となる。ここに斯大学の第2の使命たる研究ないし社会サービスの機能に係る目標が浮上する。

第2の目標、使命に焦点を当てると、斯大学は、あらゆる分野にわたる地域独特の諸問題と積極的に取り組み、特徴ある研究を発展させることにより学術研究の水準を高めうる。そして、研究の成果を地域に公開、反映せしめ、地域住民・市民と正しく結合するとともに、地方自治体等と正しく接触して、地域の学術、文化、産業などの振興に努めるべきであるつまり、斯大学は、その他の高等教育機関では十分に対処しえない仕事、地域の政治、経済、文化などに係る社会的諸問題を研究面で十二分に取り入れることを旨(メネ)として、それ的に

確にこたえるべく努めねばならない、といいえよう。

ところで、こういった目標を合理的、積極的に追求するためには、不可欠の要件がある。斯大学の制度面、財政面における根本的制約下においても、それぞれの使命を果たすべく最善をつくさねばならない、ということである。

たとえば、教育目標の達成にあつては、中央集権的、画一的趨勢を離れ、地方分権的、個性的趨勢の時代、地域住民・市民、地方自治体などの多種多様な教育需要にこたえるべく、学科再編、カリキュラムの改定などをなし、他の各種高等教育機関との人的・物的交流を、みずからの門戸開放をもって可となして、いわば知的啓発センターの役割を演じうる、ということであろう。

また、研究目標等の達成にあつては、同じ時代の同じ地域の同じ要請にこたえるべく、学術文化研究の情報センターないしは地域問題総合調査研究センターのごときを設置し、「知識管理機能」「創造機能」の強化をはからねばなるまい。そして斯大学ゆえの諸制約による、専門的、総合的研究集団形成の不可能を可能とすべく、地域内いな広域の教育研究諸機関との機能的連携をつうじて、各方面から専門家を集め、地域の諸問題に対処しうるシンクタンクの役割を演ずる、ということになるのであろう。

こうみてくると、なにゆえ、わたしが地研の設置に強く入れ込んでいたのか、容易に察していただけるであろう。また、三重短期大学ないし地研のいまの有り様をみて、わたしがどれほど大きな満足感に浸っているかは、もはやいわずもがなであろう。

題字「地研通信」について、ひとこと。ある日突然、故正田先生が学長室にやってきて、斯題字を書いて欲しい、といわれる。早速、室にあり合わせのぼさぼさ筆をとり、4、5枚認めた。わたしの意に反し、「気に入った」と選ばれたのが現題字であった。なぜ、それであったのか、尋ねる由無いことが実に残念である。

地研通信100号を記念して

元地域問題総合調査研究室長 尾崎 正利*

地研通信が100号に達したとのこと、過去にその編集に幾分関係した者として、現編集者ともども大いに喜びたいと思います。

研究所の役割は、「地域問題研究所」（私のいた頃はまだ「総合調査研究室」でしたが）と云う名称を示すように、私自身、その活動状況を地域に広く公開すると共に、地域の抱える問題及びその解決を共有する所にあると考えておりました。この原稿を書くにあたり、これまでの各号を創刊号から懐かしく思いながら眺めれば、この目的は最近になるに連れて、ますます充実してきたように思われます。それはひとえに現編集者の能力と努力の賜物であるといっても過言ではないでしょう。また研究員の増加とその多様性は、地域の問題解決へのより幅広い需要に応えられる能力も示していると理解でき、今後の更なる発展も大いに期待されます。

私事ですが、私は現在勤めている大学で研究所の年報等の編集を引受けています。三重短期大学における研究歩の経験が十分に活かせることが出来るよう努めていますが、今年から新しく「NEWS Letter」を出すよう準備を進めています。これも地研通信が私の頭にあったことが一つの大きな動機です。

最後になりましたが、地研通信の体裁について、一つ提案があります。年寄りになったせいか、最近活字を読むのが億劫になりました。それと目の動く範囲が少し狭くなったようにも思います。すでに突入している高齢化社会にあわせて、活字の間隔を少し広げ、二段組にする、年寄りに優しい紙面づくりはいかがでしょうか？100号達成を機に紙面を刷新することは、現編集者の新しい感覚の地研通信を実現させることにもつながると思いますか？

三重短期大学地域問題研究所のますますのご発展を祈念して、ご挨拶に代えさせていただきます。

(※現在、青森中央学院大学 経営法学部教授)

フェアトレードの挑戦

石原 洋介

はじめに

2000年の国連ミレニアム・サミットで合意されたミレニアム開発目標MDGs: Millennium Development Goalsは、「1日1ドル未満で生活する人を1990年比で半減させる」や「初等教育の完全普及の達成」など、2015年までに達成すべき8つの目標を掲げ、国際社会が貧困撲滅に力を注ぐよう促した。とりわけ、深刻な貧困と紛争が続く「アフリカの特別なニーズ」に注意を喚起し、アフリカを世界経済の主潮流に統合していく必要性が、ミレニアム宣言の中でも強調されている。

しかし、目標年への3分の2が経過した現在、各目標の地域別進展度合いを表すMDGsプログレスチャート2010を見ると、東アジアでこそ多くの項目で目標達成ないし達成見込みになっているものの、その他の地域では「このままでは達成不可能」や「進展なし、または悪化」の項目が目立つ。ミレニアム宣言でわざわざ名指しで注意喚起したアフリカ、とりわけサブ・サハラにおいては全ての項目で目標達成不可能が見込まれるなど、依然として世界的な貧困問題は深刻な状況にある。国連では近年、1日1.25ドル以下を貧困ラインとする場合がよく見られるが、2009年のユニセフの『世界子供白書』によれば、世界の26%、すなわち4人に1人がこれに該当するとしている。その多くはアフリカやアジアのより開発の遅れた途上国（後発開発途上国）に存在し、とりわけサブ・サハラでは全人口の53%が貧困ライン以下で生活しているとされている。

こうしたなか、貧困削減に有効な取り組みとして注目されているのがフェアトレードfair-trade、すなわち「公正な貿易」である。実は、フェアトレードには万国共通の明確な概念規定がなく、それぞれのフェアトレード団体を名のる組織が独自に定義をして多面的な活動を展開してきた。フェアトレードという呼び方が定着してきたのも最近であり、以前はオルタナティブ・トレードと呼ぶ方が一般的だったし、今日でも自分たちの取引手法をコミュニティ・トレードやサステイナブル・トレードと自己規定している団体もある。しかし、欧米を中心として様々なフェアトレードの取組みが歴史を重ね、普及していく中で、団体間の交流も盛んになり、次第にフェアトレードの定義づけについても収斂する方向にある。

フェアトレードは発展途上国で生産されている一次産品を中心にさまざまな物を取り扱っているが、中でも多く扱っているのがコーヒーである。コーヒーは多くが赤道近辺の発展途上国で栽培されて、先進国に輸出される代表的な貿易産品であり、一次産品の取引規模では原油に次ぐ量を誇る。したがって、ここではコーヒーを例にとって、フェアトレードについて紹介してみたい。

1. 「コーヒー危機」の背景

コーヒーは、南北の緯度が25度以内にあるコーヒーベルトと呼ばれる地域でしか栽培できないため、先進国ではほとんど生産することができない（先進国で生産しているのは米国のハワイくらいである）。途上国で生産され、その多くを先進国の人々が輸入して消費する商品の代表といえる。しかし、グローバル化の時代を迎え、コーヒーの小売り段階での価格競争は非常に激しくなっている。そして、少しでも安く仕入れるためのしわ寄せが立場の弱い生産者に回された結果1990年代以降のコーヒー価格暴落が生産者の生活を直撃することになった。

90年代以降のコーヒー価格の暴落は人災としての性格が非常に強く、コーヒー生産者はまさにその被害者と言える。もともとコーヒーの国際価格は、生産国と消費国が加盟している国際組織である国際コーヒー協会（ICO）の管理下にあり、80年代末まではコーヒー生産国に輸出割当を行うことで（国際コーヒー協定）、かろうじて1ポンド当たり約120セント（1.2米ドル）という価格を維持してきていた。これは奇跡的と言って良いほどの難事で、現実には協定の編み目をこっそりくぐり抜けて取引を拡大しようと試みる企業や仲買人は後を絶たず、またコーヒー貿易量を話し合う交渉はいつも各国の利害が衝突して激しい言い争いになるという中で、なんとか維持してきたのである。

しかし、80年代半ば以降になると、主要生産国であるブラジルの天候不順で価格が高騰したり、内戦に突入したコロンビアで政府が軍費調達のため、コーヒー輸出枠規制撤廃を提案したりしたことから、生産量を調整することが困難になりはじめた。

また、コーヒーの消費国の方でも、国際コーヒー協定の維持に難色を示す国が現れた。最大のコ

ーヒー輸入国アメリカである。当時はまだ冷戦時代だったため、国際コーヒー協定に参加しているのは基本的に西側諸国だけであり、東側諸国は協定に参加していなかった。コーヒーの高価格維持は途上国の農民を「自由主義」陣営に引き留めるという政治的意味もあったのである。しかし、東側諸国で生産されたコーヒーが闇ルートで先進国に流れ込んで販売され、東側諸国の資金源になっていることが発覚し、アメリカは協定の継続に疑問を感じ始めたのである。加えて80年代に登場した米国のレーガン大統領や英国のサッチャー首相は市場原理主義の立場に立つ政治家なので、コーヒーについても市場管理には反対という立場に立つようになった。

こうしたいくつかの要因が重なって1989年に、もうすでにずいぶんと緩和されていたコーヒーの輸出枠制度ではあったが、それですら廃止を決定してしまったのである。ベルリンの壁が崩壊し、冷戦が終結したのはその直後であった。

輸出枠規制が無くなるとブラジルやインドネシアといった主要コーヒー生産国は、ただちにコーヒー在庫の処分を開始した。コーヒー価格は当然暴落することになるが、この両国は経済発展により産業が多角化し、コーヒー生産に過度に依存する必要が無くなっていたので、むしろ在庫費用がかさむことを嫌ったのである。しかし、これはコーヒー生産に強く依存していた他の生産国の経済に多大な損害を与えることになった。

その後90年代に入るとブラジルで94年に寒波の被害が、97年に日照り被害があり、生産量が大きく減少してコーヒー価格が一時的に急騰した。しかし、この頃、世界銀行から融資を受けて、ある国がコーヒー生産を急増させ、安い価格を武器に輸出攻勢をかけたことで、たちまちコーヒーは過剰供給の状態に陥ってしまうことになった。そのコーヒー生産を急増させた国というのがベトナムである。1990年には生産量では16位、全体の1.5%しか生産していなかったベトナムは、10年で生産量を10倍近くに伸ばし、世界でブラジルに次ぐ生産国になったのである。こうしてコーヒーの供給過剰は慢性化するようになった。かつてはブラジルで天候被害があると品薄になって価格が高騰していたコーヒー市場は、いまやブラジルで天候被害がないとコーヒーがだぶつき価格が暴落してしまうようになった。こうして2000年前後には、かつて1ポンド当たり120セント前後だったコーヒー価格が40-50セントという歴史的な低水準にまで押し下げられてしまったのである。

この時期のコーヒー価格の低下の特徴は、主に

生産者にツケが回され、貿易業者や焙煎業者、小売店はコーヒー危機の中でもコーヒー販売で利益をあげ続けた点にあると言えよう。イギリスのNGOであり人道支援団体オックスファムが、この時期のウガンダのコーヒー豆の流通過程を調査しているが、それによると、最終的に26.40ドルの小売価格で消費者に販売されるコーヒーのうち、生産農家が手にするのはわずか14セントで、途上国内の流通業者などを含めても、売り上げのうち途上国の取り分は45セントにすぎなかった。残りは流通を担う貿易業者や焙煎業者、小売店など先進国の取り分だったのである。

日本でも1998～99年に当時の総務庁統計局の調査をもとに、辻村氏が『コーヒーと南北問題』（日本経済評論社、2004年）という本で紹介している数値がある。それによると東京の喫茶店のコーヒー1杯の平均価格が419.2円の時に、タンザニア産「キリマンジャロ」コーヒーの価格の構成はおおむね次のようになっていた。

・タンザニアのコーヒー農家の取り分	1.7円(0.4%)
・タンザニアの流通業者・輸出業者	2.1円(0.5%)
・日本の輸入業者・焙煎業者・小売業者	34.4円(8.2%)
・日本の喫茶店	381円(90.9%)
	計419.2円

なお辻村氏によれば、コーヒー危機がピークに達した2002～03年、タンザニアのコーヒー農家の取り分はさらに低下し、コーヒー価格全体の0.1%になったそうである。コーヒー流通を牛耳る多国籍企業が、零細なコーヒー農家との価格交渉力の違いを生かし、単価切下げを強引に迫った結果である。このように、途上国が一次産品をいくら輸出しても、ほとんどの儲けは先進国に落ちるようになっているのであり、こうした貿易が一般化していること現状は、とてもフェアとは言えないと多くの人々が考えるようになったのは当然のことと言えよう。

2. コーヒー農家の悲劇

安くコーヒーを売らざるを得ないとき、弱い立場の農民たちはどうすればいいのだろうか？

単価が安いなら、農地を拡大できる農民は、生産量を増やすことで収入の減少を補おうと、畑を拡張するため森林を乱伐し、生産性を高めようと化学肥料や農薬を多用するだろう。しかしその結果、今度は環境破壊や残留農薬による食の安全性の問題、噴霧した農薬を浴びる健康被害も懸念される事態も起こることになる。それに経済的に考えても大勢の農民が生産量を増やせば、供給過多に拍車がかかり、ますます価格が下落してしまう

だろう。

一方プランテーションなどで雇用されている農民や、農地を拡張できない農民は、収入が伸ばせないで家計を切り詰めたり、家族の中の稼ぎ手を増やしたりしてコーヒー価格の下落に対応しようとする。このとき真っ先に節約されるのは医療費や教育費で、病気でも我慢するとか、子供を学校に通わせないようにするのである。特に、どうせお嫁に行くのだからという理由で女の子が最初に学校に行かせてもらえなくなり、生活費を抑えるため口減らしのために若くして結婚させられるようになる。そのため途上国では若年での妊娠・出産が多く、人口増加の原因になっている。また教育を受けていない子供は将来所得の高い職業に就くことが困難であり、貧困は世代を超えて継承されてしまう。男性の働き手が長期にわたり出稼ぎに出て、家庭崩壊を招くケースも少なくない。

別の形で苦しい生活をしのごうとする者もいる。コーヒー価格はいずれ上昇すると期待して、当座の生活費を補填するため、コーヒーの仲買人などから借金をするのである。しかし、仲買人はまともな金融機関ではなく（そもそもまともな金融機関そのものが存在しない）、前近代的な高利貸しに過ぎない。法外な金利を要求され、よほどコーヒー価格が上昇する幸運に恵まれなければ、借金の形に土地を取られるか、取り立てから逃れるため土地を捨てて浮浪者になるか、悲惨な場合には自殺する以外に道が無くなってしまう。

もう少しまともな対策としては、より高く売れる換金作物に転作するという方法もある。しかし、新たな作物を栽培し販売するには、技術の習得、設備の調達、販路の確保などの多くの問題があり、またアフリカや中南米などでは土地の特性から、コーヒー以外ですぐに栽培可能な換金作物は麻薬しかないという場合も少なくない。

このようにコーヒー価格の下落に端を発する貧困問題は、環境問題、人権問題、食の安全や麻薬の蔓延など多くの解決を急がなければならない問題へと深く関係していくことになる。そして、その背景には、多国籍企業の市場支配の下、コーヒー価格に強い下落圧力がかかりつづけ、生産過剰を調整することもできない「市場の失敗」と、利益の分け前が生産者にほとんど届かず、途上国の貧困を固定化するようになっている貿易構造の問題が横たわっている。これは非常に不公正なことではないのか、フェアトレードが一般の貿易と区別して自分たちの「公正さ」を強調するのも、こうした現状認識から出発しているからなのである。

3. フェアトレードとはいかなる貿易か

では、フェアトレードは、どのような貿易を実施することで公正さを実現しようとしているのだろうか？

世界には多くのフェアトレード団体があるが、ここでは世界フェアトレード機構WFTO (World Fair Trade Organization) という国際的なフェアトレード団体の連合体の主な認証基準を紹介することで、この疑問に答えたい。WFTOは様々なフェアトレード団体がまともなフェアトレード活動をしているかどうかを審査・認証する組織で、現在70ヶ国の350もの団体が参加している最も有名なフェアトレードの連合体である。WFTOはフェアトレードを実践している団体・企業からの申請を受けて審査を行い、10の認証基準を満たした団体をWFTO公認のフェアトレード団体と認定し、認定の証としてその団体にWFTO公認の専用のロゴマークの利用を認めている。

まず、フェアトレードの取引相手としているのは「経済的に恵まれない生産者」である。フェアトレードは、寄付や資金援助のような施し型の支援ではなく、途上国の貧しい生産者を貿易や取引のパートナーとして扱い、彼らに仕事の機会を提供することで貧困問題の解決を目指している。これは貧困者を尊厳のある人間として扱うことにも通じ、彼らが支援に頼ることなく自立できる道とともに模索することを意味している。このとき、優先的にパートナーとすべきは経済的な立場がより弱い生産者である。例えば、大都市や主要な交通網から離れて暮らす人々や、多国籍企業が相手としないような零細農民や、差別を受けて暮らしている先住民、災害や紛争の影響で困窮している地域の人々などであり、そういう生産者と優先的に取引相手とするようにしている。

そして重要なのは、そのような生産者との取引で「公正な対価の支払い」をすることであり、これはフェアトレードの核心と言える部分である。「公正」という言葉は曖昧で論争を呼ぶ概念であるが、フェアトレードにおいては、①最低価格の設定、②一部は前払いも認める、③プレミアム制度、の3つを「公正な対価」の要素としている。

最低価格から説明しよう。フェアトレード団体が生産者からコーヒーなどを買い取る際には、通常の国際市場価格ではなく、生産者と直接契約して設定した独自の価格で購入するようにしている。その価格は、生産者自身が望ましいと考える水準の生活を維持できる価格であり、児童労働や環境破壊的な農法をとることなく生産を維持できる価格でもある。その価格が、フェアトレード団

体がコーヒーを購入する最低価格となる。例えば、アラビカ種のコーヒーの国際市場価格は通常ニューヨーク先物市場で決定されるのだが、需給関係や、投機資金が大きく相場を動かし、その価格はしばしば生産コストを割り込む水準にまで低下してしまう。これに対してフェアトレード団体がコーヒーを買い取る場合は、どんなにコーヒーの国際市場価格が下落しても最低価格での買い取りを保証し、そればかりか、国際市場価格がフェアトレードの最低価格を上回ったときには、フェアトレードでもその国際市場価格と同額でコーヒーを取引するようにしている。不安定な価格変動、とりわけ価格の暴落から生産者の生活を守る仕組みになっているのである。実際、コーヒー協定崩壊以降、ブラジルで天候被害があった時期を除いて、一貫して国際市場価格はフェアトレードが定めた最低価格を大きく下回っている。フェアトレードで生産農家がどれだけ所得面で恩恵を被っているか容易に想像できよう。なお、フェアトレードでは、コーヒーが有機栽培のものならば、通常の公正価格にさらに20セントの上乗せを行い、環境や健康に優しい生産方法を奨励している。しかし他方で、最低価格の設定は、消費者側からみればコーヒーの小売価格上昇の主因となることは避けられない。フェアトレード団体もできるだけ流通を簡略にして経費削減に努めているので目玉が飛び出るほど高いわけではないものの、一般的なコーヒーより何割かは高いのが実情である。

次にフェアトレードでは、生産者が必要とする場合は、代金の一部（最大60%）の前払いを認めている。それは生産者に環境に優しい農法の導入や、生活の安定化と環境的配慮から生産物の多角化を図ることを支援するためである。また、前年が不作だったり自然災害に遭ったりしたときに、翌年の作付けに影響が出ないようにするためもある。もし、フェアトレードと取引していなければ、生産者たちは地元の仲買人から高利で借金をする意外に道はない。フェアトレードでは前払いを認めることで、仲買人の下で借金奴隷となることを防止するのである。

もうひとつ、フェアトレードの大きな特徴としてプレミアム（割増金）の提供がある。これはコーヒーの取引価格に加えて、地域の社会発展のために取引量に応じて割増金が支払われる仕組みである。現在1ポンド（約453g）当たり10セントが支払われている。フェアトレードでは、基本的に一定の地域の生産者に民主的な生産者団体の設立を求め、その団体と取引することになっているが、プレミアムはその生産者団体に支払われるのが特

徴である。生産者団体は貯まったお金の用途を構成員である各生産者で民主的に話し合い決定することができ、例えば、学校や診療所の建設、道路や井戸の整備、奨学金制度の導入、より高い付加価値をもたらす有機農業への投資や生産物の加工所を作るなどの使途に充てることが出来る。こうして、フェアトレードでの取引を継続することで個々の生産者の自立を目指すだけでなく、コミュニティの改善を実現できるのもフェアトレードの大きな魅力である。

ところでフェアトレードでは、貧困な生産者となら誰とでも取引するわけではない。生産者団体と取引するときにはいくつかの要求項目の遵守を迫り、こうした条件を満たさない生産者団体とは取引をしないことにしている。それら条件には、女性差別をはじめとするあらゆる差別的な待遇の禁止、ILOや生産地の法律で定められた安全で健康的な労働条件が守られること、児童労働・強制労働の禁止などがある。児童労働の禁止に関しては、子供がお手伝い程度の仕事をするまで禁止しているわけではなく、あくまで健全な成長や教育を受ける機会を妨げないことが求められ、同時に「子供の権利条約」の遵守が求められる。さらに環境に配慮して持続可能な生産をすることも要求される。その内容としては有機栽培の奨励、それが気候条件等により有機栽培が無理な場合はできるだけ化学肥料や農薬の使用を最小限に抑える努力をすること、さらには輸送や包装にも環境負荷の低い素材や手段を用いることなどが含まれている。こうして、フェアトレードは貧困問題だけでなく、開発途上国で深刻化している人権侵害や環境破壊などの問題の改善にも取り組んでいる。これらの条件を満たす限りにおいて、フェアトレードは同じ生産者と長期的な取引関係をする心をかけ、個々の生産者を過度の競争にさらすことなく、安心して生産活動に専念できる環境を作り出している。

このようにフェアトレードは従来の市場至上主義的な取引とは一線を画し、グローバル競争の激化が引き起こした「市場の失敗」（生産者への価格切り下げ圧力や、人権や環境を無視したコスト切り下げ競争の弊害など）を是正し、公正な貿易とは何か、公正な市場社会とは何かを問いかける運動であると言えるだろう。

4. 多様なフェアトレード運動の発展のために

WFTOが認証するフェアトレード団体以外にも多くのフェアトレードの潮流は存在する。とりわけ重要なのは国際フェアトレードラベル機構FLO（Fa

ir-trade Labeling Organization International)が中心になって行っているラベル運動である。FLOもWFTOのようにフェアトレードの基準を定め、審査・認証を行う国際機関だが、WFTOとの違いは貿易品目毎にフェアトレード商品となる基準を定め、個別の商品ブランドを審査している点である。分かりやすく言うと、ある会社を取り扱う商品のうち、特定のブランドが基準をクリアしていれば、それ以外の商品がフェアトレードでも何でもない一般的な商品であっても構わず、審査をクリアしたブランドにのみFLO認証ラベルの使用が認められるのである。FLOの基準は、おおまかな部分ではWFTOの基準と同じ内容になっているので、FLO認証商品でも前節で述べたような効果が十分期待できる。

ただしラベル運動は、同時にその功罪が問題されることも多い。功の部分には、なんとといっても既存の大企業が、新たに独自ブランドを立ち上げてフェアトレード市場に参入するのを容易にし、フェアトレード商品のバリエーションを飛躍的に増大させることに貢献したと同時に、スーパーやコンビニなど消費者に身近な店舗でそれらの商品を販売したためフェアトレードの普及と市場の拡大に大きく貢献した点であろう。他方で問題視されるのは、コーヒーの国際市場価格引き下げの主犯格と見なされるネスレ社のような大企業が、取り扱うほんの一部のコーヒーをフェアトレードに切り替え社会貢献をアピールするなど、売名行為なのかこれまでの行為の免罪符のつもりなのか分からない事例が数多く見受けられる点である。ラベル運動は、参入している企業の本気度を見極める必要がある。

さらに言えばラベル運動も多様で、比較的緩い基準で専用ラベル貼付を認める団体も存在する。このような緩い基準の運動はよくフェアトレード・ライト（お手軽フェアトレード）と呼ばれている。一例を示せば、日本でもRA（Rainforest Alliance）の認証ラベルを貼ったコーヒーを見かけることがある。このラベルには緑のカエルがデザインされている。カエルは熱帯雨林の象徴であり、このラベルの基準は、熱帯雨林の伐採を行わず、

木陰を活用して雑草が生えにくくして農薬散布を最小限にする手法で栽培されたコーヒーであるかどうかを認証するものであり、認証される生産者は大農園の経営者が多い。熱帯雨林の保護も世界的に重要な課題であり、こうした運動も意味の無いことではないのは当然だが、FLOやWFTOのような生産者の自立や人権などの基準を持たない非常に緩い基準で審査されている。したがって我々はラベルをよく知り、何を支援するのかを自覚することが重要である。

ところで、ラベルの重要性を述べた直後に言うのは矛盾するかのようと思われるかもしれないが、我々はラベルだけでフェアトレードを判断してはならないことも同時に知っておく必要がある。いずれの認証マークの場合も、認証審査を受けたり、認証を維持したりするには高額な審査料金がかかるため、小規模なフェアトレード団体のなかには十分基準をクリアした活動をしていながら認証を受けられないところや、経営規模が大きくなるまであえて認証を受けずに運営する方針でいるところが少なくない。ラベルはフェアトレード商品と判別する有力な手がかりではあるが、認証を受けていないフェアトレード商品は決して珍しくないのである。そういう団体の経営者は、フェアトレードを知って、自分も運動に参加してみたいと一念発起して店を立ち上げたような人が多く、ラベルを使用しない分、その店のパンフレットやホームページで自分たちのポリシーを開陳しているはずである。我々はそういう経営者の声に積極的に耳を傾け、日本のフェアトレードの運動の裾野を広げるために、こういう人たちをこそ応援していくことが重要なのではないだろうか。

最後になるがフェアトレード運動は、我々消費者にとってみれば日々の生活で消費するコーヒーや紅茶をフェアトレードに切り替えるだけで参加可能な肩肘の張らない、持続可能な運動でもある。毎日飲むコーヒーで世界を少しずつ良い方向に変えていける、そんな喜びを感じながら飲むコーヒーは格別の味がするのではないだろうか。

編集後記

おかげさまで、このたび地研通信第100号を発行することが出来ました。それを記念して関係者の皆様からご挨拶を頂きましたが、地域への研究発信の重要性が再確認されると同時に、研究発信方法の見直しも問題提起されました。編集人を中心に誌面構成など工夫を凝らしていきたいと思っております。さて、今号には石原研究員の論稿を掲載しました。フェアトレードを通して、肩肘張らずに世の中を良くしていこうとのメッセージが含まれています。地域に貢献し、社会を豊かにするために、具体的な研究成果やそこから引き出されるメッセージを、今後も地域にお届けします。(KS)