

セミナーライヴ

「チョコとコーヒーから学ぶフェアトレード」 NGOフェアトレード・サマサマ事務局長 小吹 岳志 氏

3月29日(月)、第6回中央委員会終了後にNGOフェアトレード・サマサマ事務局長の小吹岳志氏をお迎えし、「チョコとコーヒーから考えるフェアトレード」として学習会を実施しました。小吹氏からはグローバル化がすすむ中、先進国と途上国とのアンフェアな取引の現状とフェアトレードの果たす意味、消費者と生協に期待することなどについてお話いただきました。



小吹岳志(こぶきたかし)氏 紹介

フェアトレード・サマサマ事務局長、オイコクレジット・ジャパン事務局長。

1980年に同志社大学経済学部卒業後、英系商社に就職を経て、関西国際交流団体協議会、(社)アジア協会アジア友の会などのNGO団体にて企画・広報を担当。1999年から(有)トモカンパニーでアジアの生産者団体から手工芸品を輸入、貧困層の経済的自立支援を応援する運動、「フェアトレード」推進のため、企画、広報、営業等を行なう。

NGOフェアトレード・サマサマ 紹介

主に「フェアトレード情報」の発信、「フェアトレード運動」の普及、「フェアトレード製品」の普及活動を行なう。

仲買人や中間業者に回り、小規模コーヒー生産者には販売総額の0.53%のわずかな14セントしか残らないという調査で分かった。特にコーヒー豆の価格は、ニューヨークとロンドンの先物相場が決められ、世界の60%が生産されるブラジルの出荷量によって左右される。最近ではファンドマネーの投資対象になることもあり、為替や株のちよつとした動きでコーヒー豆の価格が乱高下します。時には生産コストすらまかなえない価格で売らざるを得ないこともあります。そのような「アンフェア」な取引が生産者の貧困に拍車をかけています。

公正な取引＝フェアトレード

「フェアトレード」は持続可能な社会を目指す

「フェアトレード」は、このような途上国で作られた作物や製品を適正な価格で継続的に取引し、ビジネスを通して途上国の経済的自立を支援する方法です。「フェアトレード」ではより多くの利益が生産者に渡るよう中間業者を減らし、必要な代金の前払いを行ったりしながら、公正な取引をします。また生産地の労働環境や自然環境を守って生産されたものであることや、児童労働で作られた製品ではないことを基準として取引を行ないます。

「フェアトレード」のはじまりと変遷

フェアトレードは1940年代にアメリカでオールトナティブ・トレード(もう一つの形の貿易)組織として、NGO活動の中から始まったと言われています。1960年代になるとイギリスのNGOオクスファムが、第2次世界大戦後

「アンフェア」な取引の現状

グローバル化による格差の拡大

20世紀の最後の10年間、冷戦が終焉するとともに、自由市場経済を軸としたグローバル化が本格的に進展しました。しかし、グローバル化によってもたらされる恩恵は、必ずしも全ての国や人々によって等しく共有されたわけではありません。先進国の企業が安いものを大量に求める結果、途上国の生産者たちは搾取され、グローバル化の恩恵を享受できる国と十分に享受できない多くの途上国との間で格差が拡大する事態が生じるようになりました。現在では、世界の上位10%の富裕層が世界の総消費の約6割を消費し、下位の

10%の貧困層は総消費の約0.5%しか消費していないというように、経済的格差が広がっています。現在世界の飢餓人口は約8億人、安全な水を手でくまない人は約12億人に上ります。また、世界の成人非識字人口は約9億人で、教育や医療を満足に受けない人々は世界人口の8割以上を占めています。絶対的貧困といわれる1日1ドル以下で生活している人が13億人、1日2ドル以下で生活している人は約30億人で、これは世界人口の2人に1人の割合です。このような貧困問題をはじめとした途上国の開発問題は、国際社会が一致して取り組むべき中心的な課題の一つになっています。なぜ

なら開発途上国の安定と発展が、国際社会全体の平和と安定に重要だからです。先進国である日本の途上国への援助は国際社会の一員として果たすべき重要な責務なのです。日本は、1954年コロンボ・プラン(開発途上国援助のための国際機関のひとつ)への加盟を閣議決定し、これを機に開発途上国への経済協力に取り組むことになりました。今日、日本のODA(政府開発援助)協力は150以上の国や地域に広がり、NGO(非政府団体)との連携による援助を含めて様々な形態で行なわれています。

援助による途上国支援の限界

しかしそうした援助は途上国政府や国連に対して出資や拠出を行なうことを通

じて援助をする、あるいは青年海外協力隊の派遣や、研修生の受け入れなどの技術協力ですが、結果として底辺の人達に援助が行き届かない、援助が途上国の自立につながるなどという問題も明らかになっています。そんな中、途上国支援の効果的な一つの方法として「フェアトレード」が注目されています。「フェアトレード」とは直訳すると「公正な貿易」です。現在のグローバルな国際貿易の仕組みは、経済的にも社会的にも弱い立場の開発途上国の人々にとって、特に「アンフェア」で、貧困を増大させるものだという問題認識がなされているからです。例えばコーヒー豆を例に挙げてみます。コーヒーが主に生産されるのは、熱帯・亜熱帯地域で生産国は多くは発展途上国に属し、

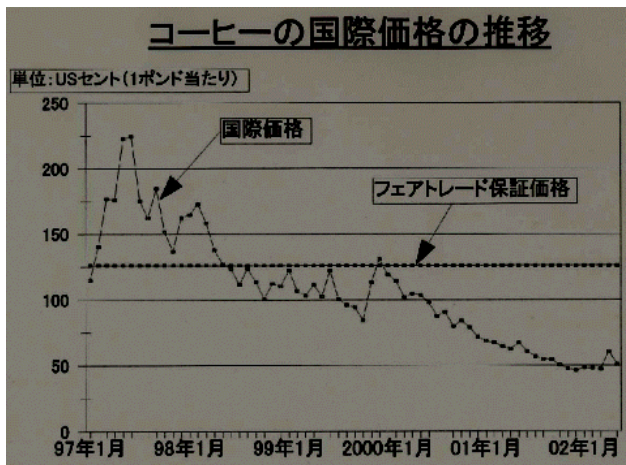
アンフェアな取引が引き起こすもの

労働環境の悪化と環境破壊

このような事情のもと途上国ではより安い労働力である子供が働かされています。途上国で児童労働として働く5歳から17歳までの子供の数は2億1800万人で、7人に1人の子供が児童労働をしている計算になります。児童労働は、子供の心身の健全な発達を妨げる、あるいは学校に行かざるを得ず、十分な教育を受けられないまま大人になることで、貧困の連鎖

また、途上国の労働環境は過酷で、コーヒー農園や綿花の農園ではコストを抑えるために大量の農薬や薬品を散布します。除草剤を使用することによって土壌の質が悪化し、害虫に対する抵抗力の低くなった作物はさらに農薬に頼った栽培しかできなくなりました。またチョコレート原料になるカカオ豆の農園では、カカオ豆の殻から実を取り出す作業効率を上げる

ために殺虫剤を使用します。農薬や薬品に関する十分な知識がないまま、防護服を着ずに素手で農薬を散布することもあります。毎年100〜500万人の人に農薬中毒があると見られており、幼児や子供の健康にも強く影響を及ぼします。



▲コーヒーの国際価格に関わらずフェアトレード保証価格で取引される。最低価格を上回ったときは連動してフェアトレードの買い入れ価格も上がる

FLOの国際フェアトレード基準

1. 生産者へのフェアトレード価格を保障
2. 生産者の社会的な発展を保証
 - ・生産者組合が透明性のある、民主的な活動をしている。
 - ・フェアトレードで得た利益の一部が生産者組合の社会発展の事業のために使われる
3. 生産者の経済的な発展を保証
 - ・生産物が輸出品質基準を満たしている
 - ・フェアトレードによる利益の一部が経済発展の活動に運用される。
4. 生産者の労働環境と労働条件を保証
 - ・ILOに準拠した安全な労働環境
 - ・強制労働と児童労働の禁止
 - ・労働者が団体交渉権を持つ
5. 生産地の環境保全を保証
 - ・薬品の使用、水質保全、森林保全、土壌保全、廃棄物の扱いに関して国際規約を遵守



▲国際フェアトレード認証ラベル

フェアトレード認証を受けるためには、「経済的基準」「社会的基準」「環境的基準」を満たさなければならぬ。

「国際フェアトレード基準」の定めるもの

「国際フェアトレード基準」はFLO(国際フェアトレードラベル機構)によって設定されるフェアトレード全般に関する基準であり、消費者はラベルを見ることで基準を守って輸入された商品であることを知り、選んで購入することができます。この運動の中心的役割を果たしてきたオランダでは消費者の90%がラベルの意味を知っているほどに普及しています。*

フェアトレードの種類と基準

製品を認定する「フェアトレードラベル」

ありますが、ここでは前者について説明します。

「もう一つの貿易の形」として始まったフェアトレード運動は、途上国の製品を売るだけでなく、既存のアンフェアな貿易システム

の飢饉救済のための募金活動のチャリティとして、途上国の民芸品などをイギリス国内の店舗で販売し、生産者を助けるという活動をスタートさせフェアトレードへと転換していききました。

1968年、UNCTAD(国際連合貿易開発会議)では、国際的に取引をされる途上国の農産物価格があまりに低いことを受けて、農業生産者や労働者の生活が保証される価格や給与の実現を論議し、公正で連帯を実現する商取引、「NOT AIRD BUT TRADE」(援助ではなく、貿易を)の考え方が採択されました。これを受けて、途上国から公正な価格の商品がヨーロッパに輸出される取り組みがスタートしました。

その後ヨーロッパ各国で「国際フェアトレード基準」を設定し、基準を遵守した製品にラベルを貼ることで、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でも売られることになり、フェアトレード市場が拡大することになりました。

WFTOのフェアトレード基準

1. 小規模生産者に仕事の機会を提供する
2. 事業の透明性と説明責任
3. 能力の向上、継続性の推進
4. フェアトレードの推進 (情報提供・広報活動)
5. 生産者に公平な対価を支払う
6. 性別に関わりなく平等な機会を提供する
7. 定められた労働条件を遵守する
8. 子供の権利を守る
9. 環境に配慮する



▲WFTOマーク

企業・団体を認証する「WFTO」の認証にはもう一つの種類があります。WFTO(国際フェアトレード機関)に加

盟し生産者の労働条件、賃金、児童労働、環境などに

の調査では日本でのフェアトレード認知度はわずか5%です。逆に最も認知度が高いのはイギリスで82%、続くスイスが69%、オランダが55%となっています。

欧米でのフェアトレード商品の普及率が高いのは、国や地方自治体などの公的機関の積極的な取り組みの結果だといえます。自治体や企業がフェアトレードラベル運動に参加し、多くのスーパーマーケットでフェアトレード商品が購入できるようになってきました。

また生協の取り組みも大きく、イギリスの生協では生協ブランドのチョコレイトとコーヒーを全て、スイスの生協ではバナナを全てフェアトレードに切り替えました。イギリスの生協で取り扱う全商品の25%がフェアトレード商品であり、売上の20%に当たります。イギリスの生協では、1995年に決定した「責任ある小売政策」に基づき、消費者の知る権利、環境への配慮、倫理的取引、フェアトレード、バリアフリー、動物愛護などの新機軸の1環として行なわれたもので、組合員からの高い評価を得ています。

世界で広がる「フェアトレード」

比較にならない日本のフェアトレードの市場

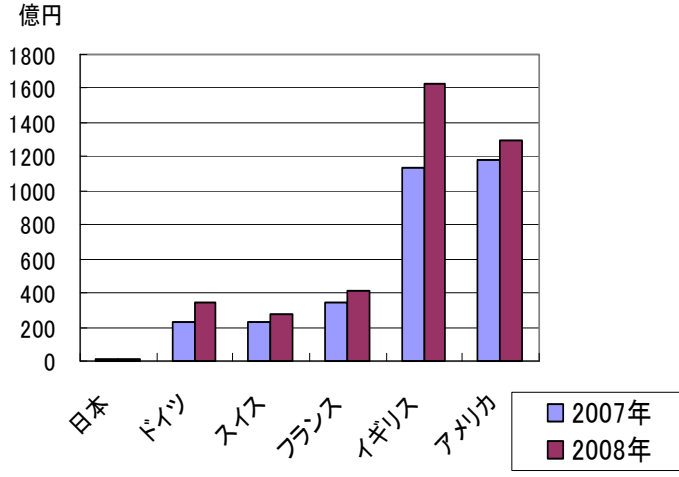
2008年度の日本のフェアトレード認証製品の推定市場規模は14億円程度

と、海外とは比べられないくらい小さい状況です。アメリカやイギリスのフェアトレード市場規模と比較すると実に百分の一です。認知度も低く、2007年

日本での普及の可能性

日本のフェアトレード市場全体の金額は少ないですが、メディアがフェアトレードに関する報道を増やし、学生など若い世代での関心の広がりが見られること、またフェアトレードの

各国のフェアトレード認証製品市場の推移(推定)



▲フェアトレード認証製品市場の推移

日本は他の先進国と比べると比較にならないほど小さい市場

消費者としてできること

食糧の60%を輸入に頼る日本に住む私たちにできることは、「安さ」だけを求めず、環境にも生産者にも私たち消費者にも持続可能な社会へとつながっているのです。コープこうべの今後の活躍にも期待しています。