



マーク
あれこれ

第24回



「公正な貿易」で途上国を支援 国際フェアトレード 認証ラベル



知っておきたい
身の回りのマークのいろいろ

近年、大手スーパーや生協、大手コーヒーチェーン店などで多く見かけるようになってきた、フェアトレードの製品。今回は、製品に付されるラベルと、その制度のしくみについて紹介します。

重光 純 Shigemitsu Jun ライター・エディター
省庁発行の広報誌の編集に長年携わる。



コーヒーや紅茶、カカオ製品、コットン製品、バナナなど、私たちが日々購入している商品には、貧困や児童労働などの問題を抱える途上国が原産のものもあります。フェアトレードとは、直訳すると「公正な貿易」。かつて途上国の多くが植民地であったことから、先進国と途上国の間には不平等な貿易システムが歴史的に存在していました。それがもとで生じたとされる先進国と途上国の経済格差を、消費国側の輸入業者が適正な価格*1で継続的に購入していくことで是正していこうとする貿易のしくみで、1940

年代に欧米で誕生しました。また、立場の弱い途上国の生産者や労働者の「エンパワメント(自立、増収、生活環境の改善のための力や知識を身に着けること)」と、社会全体の「サステナビリティ(持続可能性)」の向上についても、このフェアトレードでは大きな使命としています。

フェアトレードは、最初は市民運動として、教会組織などで草の根的に行われていましたが、徐々に広がりを見せ、やがて世界各国で多くの活動団体が誕生していきました。1988年には、消費者への認知度アップといっそうのマーケット拡大を目的に、国際フェアトレード基準(後述)の導入と、それに基づいたラベル表示制度がオランダでスタート。その後、1997年に国際フェアトレードラベル機構(Fairtrade International)*2が設立され、この機構に加入している団体の統一ラベルとして2002年に採用されたのが、国際フェアトレード認証ラベル(図)です。



図 国際フェアトレード
認証ラベル

人が手を挙げていた姿をデザイン。途上国で日々、前向きに取り組む生産者たちの決意と、フェアトレードを求める世界中の消費者の熱望とがつながり、前進していくというポジティブな姿を表したもの。未来への可能性を空に例えて青色、成長と広がりを樹木に例えて緑色で表現。

*1 「適正な価格」とは、生産者・労働者の生活において、生産活動のランニングコストと生活費とのバランスを取るために必要とされる金額の基準を国際フェアトレードラベル機構で定めたもの。通常2年ごとに為替と消費者物価指数(CPI)を反映して見直され、さらに、8年ごとにはそれら2要素に加えて生産者からのアンケート調査の結果も加味されたうえで、価格改定が行われる。

*2 設立当時の参加ラベル認証機関は14団体。現在は26の認証ラベル推進組織と、アフリカ、アジア、中南米の3大陸の生産者ネットワーク組織が参加している。なお、あくまで国際フェアトレードラベル機構は1組織であり、加盟していない団体も存在する。それらの団体には別デザインのラベルを用いていたり、ラベル表示のない製品もある。

ラベルの意味と プレミアムのしくみ

この認証ラベルは、生産者から消費国へ輸出された農産物や原材料が、製品となり販売されるまでの全過程において、前述の国際フェアトレード基準（以下、国際基準）に従い認証を受けていることを保証するものです。表のとおり、国際基準では「経済」「社会」「環境」の3分野について細かな原則事項が定められ、それぞれに監査・認証が行われています。

また、品物の代金とは別に、取引量に応じて輸入業者から生産者側に支払われる**プレミアム**と呼ばれる資金も設定され*3、品質向上のための技術研修や設備購入、教育や保健医療の充実など、生産者・労働者の生活向上や地域の社会開発のために使用することが義務づけられています。プレミアムをどう使うかは経営者の独断ではなく、必ず労働組合などで決定するよう定められていて、このような民主的な運営についても、この国際基準では監査対象となっています。

2012年のデータによると、国際フェアトレードラベル機構加入の認証生産者組織は世界70カ国で1,139組織、生産者・労働者数は130万

表 国際フェアトレード基準の原則(抜粋)

経 済	最低価格の保証、長期的な安定した取引、前払いの保証、プレミアムの民主的な運用により生活向上および地域全体の社会・環境の発展に取り組むことなど
社 会	安全な労働環境、民主的運営、労働者の人権保護、児童労働や強制労働の禁止、ILO条約(国際労働条約)の遵守など
環 境	農薬・薬品使用の削減と使用量などの適正管理、土壌・水源の保全、廃棄物の適正管理、生物多様性の保全、有機栽培の奨励、遺伝子組み換え作物(GMO)の禁止など

* 3 プレミアムは生産物によっても設定が異なる。例えばコーヒー豆のアラビカ(ウォッシュド)の場合、フェアトレード最低価格1ポンド当たり140USセント(有機認証の場合は上乗せ30USセント)に加えて、20USセントのプレミアムが加算される。

人以上です。また、認証を受けた製品は消費国125カ国以上において3万製品以上、国際フェアトレードラベル機構ではその市場規模を48億ユーロ(約5336億円)と推定しています。

日々の消費活動が社会貢献に

現在、国際フェアトレードラベル機構には、日本からは特定非営利活動法人(NPO)のフェアトレード・ラベル・ジャパン*4が参加しています。日本国内では、海外で認証を受けた製品も含めると約500点のフェアトレード認証製品が流通し、その推定市場規模は約90億円です(2013年データ)。とはいえ、日本における普及は欧米などに比べるとまだまだといえます。国民1人当たりのフェアトレード認証製品の年間購入額でみると、最も多いスイスの3,992円、イギリスの3,086円などに対し、日本では57円に過ぎません(2012年データ)。しかしながら近年、消費者教育の一環として、フェアトレードの話題は小・中学校の教科書、高校の授業といった教育現場でも取り上げられ、特に若年層における認知度は高まってきています。「一過性のブームとしてではなく、ゆっくりでも着実に、社会に定着していけばと願っています」(フェアトレード・ラベル・ジャパン広報)

フェアトレードは、最終的には私たち消費者の行動が鍵となります。買い物という身近な行動を通して、私たちのできる社会貢献について考えてみてはいかがでしょうか。

●取材協力・画像提供●
特定非営利活動法人
フェアトレード・ラベル・ジャパン

* 4 日本国内における国際フェアトレード認証ラベルのライセンス事業、製品認証事業、フェアトレードの教育啓発活動を主に行っている。