



フェアトレードの広がり(3)

渡辺 龍也 Watanabe Tatsuya 東京経済大学 名誉教授

日本放送協会(NHK)、国際機関、国際協力NGO等を経て、2000年より東京経済大学教員。主な著書に「フェアトレード学」(新評論、2010年)、「フェアトレードタウン」(新評論、2018年)がある

弱い立場に置かれた人々が直面する課題の解決に役立つ取り組みとしてフェアトレードが注目を集め、評価されるにしたがって、新たなフェアトレードやそれに類似したさまざまな仕組みが生まれ、広がってきました。「フェアトレードの広がり」パート3の今回は、そうした仕組みの数々をご紹介します。

オーガニックから
フェアトレードへ

2000年代に入ってフェアトレード市場が急拡大を始めると、オーガニック(有機)認証を行ってきた団体が続々とフェアトレードに参入してきました。スイスを拠点にオーガニック認証を行ってきた市場エコロジー研究所は、2006年に同国のビオ財団とともに「フェア・フォー・ライフ」という名のフェアトレード認証を始めました。翌2007年にはフランスのオーガニック認証団体であるエコサートが「エコサート・フェアトレード」という認証制度をスタートさせました。ドイツではオーガニック認証団体のナトゥアラントが2005年に社会基準を追加し、2010年から「ナトゥアラント・フェア」という名のフェアトレード認証を始めました。

このようにオーガニック認証団体が次々とフェアトレードに参入したのには大きく2つの理由がありました。1つは年率20~40%の勢いで急成長するフェアトレード市場に“ビジネスチャンス”を見いだしたことです。もう1つは1980年代後半からオーガニックブームに入っていた欧州では既に市場が飽和状態にな

り、有機農産物の価格が下がって苦境に陥った生産者に公正な価格や取引を保証する必要性が出てきたことです。ちょうどこの頃フェアトレードの側も環境への配慮を強化するためにオーガニック認証を得よう推奨し始めていて、これ以降フェアトレードとオーガニックの“ダブル認証”を取得する生産者が増えていきました。

途上国発のフェアトレード

2006年にSPP(Small Producers' Symbol : 小規模生産者のシンボル)という名のフェアトレード認証システムが登場しました。この仕組みを作ったのは中南米の小規模フェアトレード生産者連合組織CLACでした。コーヒーやバナナ、蜂蜜などを生産する独立心の強い生産者たちは欧米主導のフェアトレードに不満を持っていました。欧米の価値観に立って厳格さを追求した基準が複雑・煩雑だったり、中南米の社会や文化にそぐわない部分があったり、基準作りや組織運営に参画できなかつたり、認証料が小規模生産者には高すぎたりしていたからです。

そこでCLACは、地域の小規模生産者の実情に即した基準と認証の仕組みを作り、独自のSPPラベルを考案して認証産品を先進諸国に売り込み始めたのです。CLACは国際フェアトレードラベル機構(FI)の構成メンバーで、FI内には新たな仕組み・ラベルを作ることに反対の声もありました。しかし、フェアトレードラベルは小規模生産者のためにこそあるべきだと考えるCLACは企業の参入を積極的に推し進めるFIに批判的で、小規模生産者主導、途上国主導の

フェアトレードの仕組みを作ったのです。

フェアトレードに準ずる 仕組みの誕生

先のSPPのような小規模生産者に寄り添った仕組みができる一方で、企業寄りの仕組みも現れました。1997年創設の「ウツ」がその1つで、創設を主導したのはフェアトレードラベルの立ち上げに中心的な役割を果たしたオランダのNGOでした。新たな仕組みを作った理由は、最低価格以上での買い取りなどを求めるフェアトレードラベルは企業にとって敷居が高く、ラベルの普及が進まないというものでした。そこで、最低価格の支払いや前払い、長期的な取引を求めないなど基準を緩やかにして、企業が受け入れやすい仕組みを作ったのです。

アメリカの環境NGO「レインフォレスト・アライアンス」は、1990年に環境保護を重視した持続可能な農産物の認証を始めていましたが、2005年から生産者や労働者に対する基準を強化してフェアトレード的な認証システムへと発展させました。このシステムも最低価格を設けず、認証料の支払いも求めないなど、企業にとって“魅力的”な仕組みとなっています。

性格が似通ったウツとレインフォレスト・アライアンスは2018年に合併しました。“高品質な商品を効率的に生産できれば収入を増やせる”という発想に立つ両者は、小規模な生産者よりも大規模な農園への技術支援に力を入れています。そうした企業寄りの仕組みは「フェアトレード・ライト(Lite)」と呼ばれています。Liteは低カロリーや低アルコール濃度の飲食物品であることを示す言葉で、フェアトレードとしては低基準という意味でそう呼ばれているのです。それらは次に説明するエシカルトレードに近いと言えるでしょう。

エシカルトレード(倫理的貿易)

フェアトレードほど厳格な基準を設けずに生

産者、労働者、地域社会などに配慮した貿易を推進するのがエシカルトレードです。その代表的ないし先進的な例が1998年にイギリスで創設された「エシカル・トレーディング・イニシアチブ(ETI)」です。ETIは、利潤の追求を最優先する企業への批判が高まるなか、社会や環境に配慮した貿易の実践、推進に前向きな企業と市民社会組織(労働組合、NGO、フェアトレード団体)が協働して立ち上げた仕組みで、イギリス政府も資金面から後押ししています。

ETIは、労働者の権利を擁護する国際労働機関(ILO)条約をベースに企業が守るべき規範を定め、参加企業にその順守を求めています。参加企業は順守状況を毎年報告し、その内容を市民社会組織がチェックします(時には供給元の途上国の現地を調査)。市民社会組織の役割は規範を守らなかった企業を批判することよりも、改善に向けた助言、提案を企業に対して行うことにあります。

貿易をエシカルなものにするためにさまざまなステークホルダー(利害関係者：企業、市民社会組織、政府)が協働するマルチステークホルダー方式の取り組みは北欧諸国(ノルウェー、デンマーク、スウェーデン)にも広がっています。

特定分野のフェアトレード

フェアトレードが十分ないしまったく対応できていなかった分野でもフェアトレード的な仕組みが生まれました。その1つが後にノーベル平和賞を受賞するカイラシュ・サティヤルティ氏が1994年に創設した「グッドウィーブ(Good Weave 旧名ラグマーク)」です。南アジアの国々では絨毯が子どもたちの手で作られていました。学校にも通えず、暗い部屋に閉じ込められて一日中奴隷のように働かされている子どもたち。そうした児童労働や強制労働なしで作られた絨毯を認証して消費者に提供するのがグッドウィーブです。今日では絨毯だけでなく、レンガや衣料品、装飾品なども対象にしています。

私たちが使う携帯電話には、タングステンや tantalum といった「紛争鉱物」が使われています。紛争鉱物とは、アフリカなどの紛争地で武装勢力が武器調達などのための資金源として児童労働や強制労働を使って採掘している希少鉱物のことを言います。そうした人権問題や環境破壊問題を引き起こしている紛争鉱物を使わない携帯電話が、2013年にオランダで生まれた「フェアフォン(Fairphone)」です。フェアフォンはリサイクル素材を多く使うとともに、使用者自身で部品が交換できるサステナブルな製品でもあります。

日本では、違法ないし非持続的な伐採で森林が減少している問題を解決しようと、環境NGOが持続的な方法で伐採、生産された木材の利用を企業や政府に呼びかける「フェアウッドキャンペーン」を2003年に始めました。

国内フェアトレード

本連載の第1回で、フェアトレードは究極的には世界中の周縁化された人々を対象としていて、既に先進国内でもフェアトレードが始まっているとお伝えしました。先進国では小売業や製造業で寡占化が進んで買い手市場となり、国内の農家、酪農家、漁師といった生産者や労働者が“^{たた}買い叩き”にあって厳しい状況に追い込まれています。

アメリカでは老舗のフェアトレード団体が農家、農場労働者、企業などと「国内フェアトレード協会(DFTA)」を設立し、公正な価格、直接的・長期的な取引、労働者や先住民族の権利尊重など16の原則を順守して取引するよう企業に働きかけています。オーガニック団体や労働組合が立ち上げた「農業正義プロジェクト」は、DFTAの原則を参考に、搾取されてきた農場労働者の団結権・団体交渉権の保障や生活賃金の支払い、有機農業の実践などを求める「食料正義認証」という名の認証システムとラベルを創設しました。

フランスでは、国内農家への最低価格や割増

金の支払いを求める「バイオパルティネール・フィアーブル」や「アグリ・エティーク」といった認証・ラベルシステムが生まれています。

イタリアでは世界有数のフェアトレード団体CTMが、国内の困窮する零細農家やマフィアと闘う生産者を支援する「ソリダレ・イタリアーノ」という名の国内フェアトレードを実践しています。

日本にはフェアトレードと銘打った仕組みはありませんが、生協が行ってきた「産直運動」が国内フェアトレードに当たるとも言えます。

国内フェアトレードは新興途上国でも始まっています。メキシコでは、小規模生産者やNGOが「コメルシオ・フスト・メヒコ」を組織して独自の認証とラベルをスタートさせました。国内フェアトレード推進のための流通小売会社も設立されて、認証コーヒーを販売したり、カフェチェーンを展開したりしています。

インドでは、欧州連合とイギリスのフェアトレード団体の後押しを得て小規模および少数民族の生産者や職人を支援する団体が生まれ、「ショップ・フォー・チェンジ」という名の国内フェアトレードを推進しています。

南北間のフェアトレードは先進国の景気や為替レートの変動などの影響を受けやすいため、途上国内にフェアトレード市場を広げることは零細な生産者や労働者の生活を安定的に向上させるうえで重要な意味を持っています。

以上のように、1990年代後半から新たなフェアトレードやフェアトレードに準じた仕組みが雨後の筍のように誕生し、広がりを見せています。さらに近年は、生産者や労働者に配慮したエシカルビジネスないし社会的企業も花盛りで、その中にはフェアトレードに近いものも見受けられます。このように社会や環境に配慮した貿易、取引が先進国、途上国を問わず拡大していることにフェアトレードは相当の貢献をしてきたといっただよいでしょう。