



## フェアトレードの課題

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

今回はフェアトレードの課題について、前回参照した2つの包括的な調査報告書を中心にお話ししたいと思います。

### フェアトレード市場の拡大

フェアトレードの市場は本連載の第7回でお示したように着実に成長しています。それでもフェアトレードの生産者は、作ったものすべてをフェアトレードの価格や条件で売られているわけではないことも見てきました。市場に限りがあるからです。フェアトレードの三大作物が世界の輸出量全体に占める割合で見ても、カカオは15%、コーヒーは10%、バナナに至っては0.04%に過ぎません(2019年)。

フェアトレードの生産者が貧困から確実に抜け出すには、そしてフェアトレードに参加できずにいる生産者が参加できるようにするには、フェアトレードの市場を拡大すること、言い換えるとフェアトレード製品を買う人をもっと増やすことが何にもまして重要な課題なのです。

### 認知層・購入層の拡大

筆者は2012年から数年おきにフェアトレードの動向を把握すべく全国調査を行って来ますが、その調査からはフェアトレードを認知している(正しく理解している)層、およびフェアトレード製品を購入している層に偏りがあることが明らかになっています。2022年に行った調査の結果は右表のとおりでした。

この表を見ると、所得が高いほど、

また学歴が高いほど、フェアトレードの認知率、フェアトレード製品の購入率とも高くなっていることが分かります。こうした傾向は日本に限らず他の先進国でも見られます。

数年前日本で初めてテレビのCMにフェアトレードが登場したとき、“意識高い系”の人が買うものとして描写されました。フェアトレードの市場をいっそう広げるには、あらゆる層の人がフェアトレードを身近に感じ、その製品を気軽に買えるようにする必要があります。

### 質の向上

購入者を増やすうえでフェアトレード製品の“質”の向上は避けて通れません。従来品よりも割高となる以上、質が伴わなければ買ってもらえなくなるからです。衣料品の分野では現地にデザイナーを派遣するなどして質やデザインを高めていることを以前ご紹介しました。

農産物の分野では質の向上が必ずしも優先事項ではないため、価格に質が伴っていないと批判されることがあります。報告書でも、最低価格を保証する代わりに質の向上に力を入れるレインフォレスト・アライアンス認証のコーヒーのほうが高値で取引されている事例が紹介されています。ただ、品評会でフェアトレードのコー

表 フェアトレード製品の属性別認知率と購入率

\*筆者作成

|        | 低所得層 | 中所得層 | 高所得層 | ～中学卒 | 高校・専修/<br>各種学校卒 | 高専・<br>短大卒～ |
|--------|------|------|------|------|-----------------|-------------|
| 認知率(%) | 32.7 | 37.9 | 41.9 | 22.5 | 31.9            | 45.0        |
| 購入率(%) | 7.1  | 10.3 | 15.1 | 2.5  | 7.6             | 15.6        |

※中所得層は年収200万円以上500万円未満で、低所得層はそれ未満、高所得層はそれ以上の年収層

ヒーが優勝した例も少なからずあるので、フェアトレード＝低品質というわけではありません。それはともかく、質の向上がフェアトレード市場の拡大に不可欠なことは確かです。

## 多様化

生産物がすべてフェアトレードの価格や条件で売れるに越したことはありません。が、そこには“落とし穴”もあります。

フェアトレードは先進国の景気や嗜好<sup>しこう</sup>、為替の変動等によって売れ行きや収入が落ち込むことがままあります。農産物の場合は天候不順や病害虫の脅威とも背中合わせで、大きな打撃を受けた例も数知れません。フェアトレードでたくさん売れるからといって1つの製品、産品ばかり作って“有事”に備えずにいると、いざというとき“路頭に迷い”かねないのです。

にもかかわらず有事への備えが不十分であると2つの報告書は警鐘を鳴らし、生産の「多様化」を強く推奨しています。主力の生産物が打撃を受けても生活を維持していけるよう、多品種ないし異種の作物の栽培、家畜の飼育、魚の養殖などを行うことで副次的な収入を得たり、換金作物だけでなく自家消費用の食料を生産したりしておくことを勧めているのです。

「地球沸騰化」とさえ表現されはじめた地球温暖化も“今そこにある有事”です。それが引き起こす大雨、干ばつ、洪水といった異常気象は各地で生産者に実害をもたらしています。

「2050年問題」と呼ばれる問題もあります。コーヒーやカカオの栽培に最適な赤道の南北20度～25度以内の1帯(コーヒーベルト、カカオベルトと呼ばれる)が、このままでは気温が上がり過ぎて2050年には栽培が困難になると言われているのです。これらの切迫した問題も生産の多様化を不可避なものとしています。

## 付加価値づけ

途上国と先進国の間では、途上国側が原材料

を輸出し、先進国側がそれを加工して製品にするという「国際分業」の仕組みが歴史的につくられてきました。この仕組みは、一般的に加工度が上がれば上がるほど多くの利益が得られるようにできているため、原材料のままで売る途上国の生産者は最終的な小売価格のほんのわずかしかなにすることができません(コーヒーであれば1～3%、カカオであれば5%程度)。

そこで生産者が少しでも加工できるようになれば(例えばコットンなら綿花のままではなく糸にしたり、布にしたりして付加価値をつけて売れば)収入を大きく増やすことができます。ウガンダのコーヒー農家は、収穫したコーヒーの実から果肉等を取り除いて乾燥させることで、実の状態で売り渡していたときに比べて収入が2倍になったと報告されています。

原材料を活用した製品作りも付加価値をつける1つの方法です。コーヒーの実から取り除いた果肉や皮は、捨てずに乾燥させると「カスカラティー」にすることができます(ダイエットやアンチエイジングの効果があるとして昨今注目されています)。農産物からはお菓子等のさまざまな加工食品を作ることもできます。

## 最貧層への対応

フェアトレードの中でも「認証型」、つまりフェアトレードラベルを使ったフェアトレードに対しては、最貧層の人々が“排除”されているとの批判が向けられることがあります。認証型のフェアトレードに参加するには、基準を満たしていることを証明してもらうために生産者が認証料を払う必要があります。それが障害となって、認証料を払う余裕などない最貧層が実質的に“排除”されているというわけです。

実際には、前回ご紹介した少数民族を積極的に受け入れているフェアトレード認証の生産者組合があったり、市民団体による「連帯型」のフェアトレードは多くが最貧層を含む弱い立場の人々を主な対象にしたりしています。

ただ、「質の向上」が求められれば求められるほど、そうした要請に応える力のない人々が取り残されがちなこと事実は事実です。そうした点にフォーカスすれば“排除”という批判も必ずしも的外れとは言えないでしょう。

こうした議論ではフェアトレードに何を求めるかを問う必要があります。貧困を撲滅する「万能薬」の役割を求めるとしたら最貧層の“排除”は許されないことでしょう。しかし、フェアトレードは決して万能薬ではないのです。

チャリティーではなく、ビジネスとして成り立つ必要があるフェアトレードは、「質」や「効率」も考慮せざるをえません。さまざまな力に乏しい最貧層に対しては公的な支援や援助も必要です。ある程度力をつければ最貧層もフェアトレードへの参加が可能になりますし、そうしたほうが双方にとって持続可能となるでしょう。

### 小規模生産者に雇用される労働者

フェアトレードは、基本的には小規模で家族労働によって支えられる生産者を主な対象としています。ですが、農繁期をはじめ家族労働だけでは足りずに労働者を雇う生産者も少なくありません(次項の老齢化も影響しています)。

2つの報告書は、そうした労働者(主に季節労働者ないし臨時雇いの労働者)がフェアトレードの“盲点”になっていて、小規模生産者以上に厳しい状況に置かれている点を課題として指摘しています。

最低賃金は支払われていてもそれ以上の保障はなく、困窮した不安定な生活を送っている労働者たち——そう言うと、フェアトレードの生産者がより立場の弱い労働者をアンフェアに扱っているように聞こえるかもしれません。

ですが、小規模生産者自身が貧困ライン以下、ないしラインすれすれの生活をしている場合、労働者を“手厚く”扱いたくても扱えないという現実があります。また、雇用の機会、現金収入を得る機会がなくて困窮している人たちにそ

うした機会を提供するだけでも評価に値するという意見もあります。この問題もフェアトレードだけでは解決困難な問題と言えるでしょう。

### 老齢化

あまり知られていない課題としてフェアトレード生産者の「老齢化」があります。2021年に調査が行われた三大作物の産地すべてで老齢化問題は深刻化していました。筆者が20年程前に訪れた、比較的的成功しているコーヒー生産者組合でも既にその問題は顕在化していました。

問題の背景には、生産者の子どもたちがより高度な教育(高校、大学等)やよりよい仕事を求めて都会に出ていってしまい、「後継ぎ」がいなくなっていることがあります。そのために労働者を雇わざるをえず、本来なら必要のない出費が増えて生産者を苦しめてもいるのです。

フェアトレードによって生産者の人たちの生活がよくなっていることは事実です。しかし、収入が何倍にも増えて、生活が見違えるようによくなったといったケースは少なく、若い人たちが後を継ぎたいと思える程には至っていないのです。彼らが明るい未来を思い描けるよう、先に触れた付加価値づけなど、“夢”のある魅力的な取り組みが早急に必要とされています。

以上のように、フェアトレードには成果だけでなく課題も少なからずあります。その中には生産者自身で取り組めるものもありますが、大半は質の向上、生産の多様化、地球沸騰化対策、付加価値づけなど、新たな知識・情報、技術、資金等を必要とする課題が占めています。

フェアトレード団体もそうしたニーズに応えようとしていますが、とてもフェアトレード団体だけの手に負えるものではありません。課題解決のためには国際協力NGO、政府、企業などさまざまなステークホルダーからの支援が必要とされているのです。