



フェアトレードの歩み (日本)

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

今回は欧米諸国でのフェアトレードの歩みをご紹介しましたが、今回は日本における歩みについてお話ししたいと思います。

フェアトレードの芽吹き

今日のフェアトレードに当たる活動が日本で芽吹いたのは、欧米からおよそ四半世紀遅れの1974年でした。日本の国際協力NGO「シャプラニール」は、インドの東に位置するバングラデシュが戦いの末に独立を勝ち取った翌年の1972年から同国への復興支援活動を始めていました。その中で力を入れたのが戦争未亡人によるジュート(和名を黄麻^{こうま}という麻の一種)を使った手工芸品作りでした(写真1)。

そうして作られたバッグなどのジュート製品を持ち帰り、国内の支援者を通して販売し始めたのが1974年だったのです。翌年以降も手工芸品の展示販売会を各地で開催するなどして継続的に販売していくようになりました。他の国際協力NGOも支援先の人々が作った製品を国内で売って自立を後押しし始めました。ただ、当時はフェアトレードという言葉や概念がなく、国際協力の一環という位置づけでした。

欧米で開発志向のフェアトレードが本格化するにつれてフェアトレードを専門とする団体が誕生したように、日本でも1980年代に入るとフェアトレード専門団体が現われ始めました。その代表格が1986年誕生の「第三世界ショップ」(第三世界は発展途上地域を指す言葉)です。創始者が欧州を旅した際に、当時盛んになっていたフェアトレードと出会い、触発されたのがきっかけ

でした。同じ年には、懇意のイギリス人からフェアトレード活動を紹介された女性グループが、フェアトレードを専門とする「インターナショナル・リビングクラフト・アソシエーション」を立ち上げました。

写真1 ジュート(黄麻)を使用したシーカ(網かご)をつくる女性たち



*写真提供：シャプラニール

連帯貿易

途上国の生産者や労働者の人たちとの連帯を重視するフェアトレードも1980年代末に始まりました。大阪の市民グループが1987年に結成した「草の根貿易の会」は、強制的に立ち退かされたフィリピンのスラム住民の支援活動を始めていました。しかし、同情を誘うようなかたちで(=チャリティー的に)スラム住民の手工芸品を売ってきたことへの反省から、「援助ではなく連帯を!」をスローガンに、スラム住民と対等

な立場に立って共生する社会の実現をめざすようになりました。

この会の名前にある「草の根貿易」は、途上国の零細な生産者の人たちの自立を草の根の市民が貿易を通して支えることを意味していて、1990年代の中頃までは今日のフェアトレードを表す言葉として最もよく使われていました。

1989年には、砂糖価格の暴落で飢餓状態に陥ったフィリピン・ネグロス島の人々への緊急救援を行っていた日本のNGOが、一時しのぎの支援ではなく人々の経済的な自立を後押ししていこうと、島民が作った砂糖を輸入販売する「オルター・トレード・ジャパン(ATJ)」を設立しました。

ATJの設立には生活クラブ生協をはじめとする先進的な生協がかかわっていました。生協は国内で生産者と顔の見える関係を築き、生産者から直接買い入れて支える「産直運動」を行ってきました。フェアトレードはそれを海外の生産者との間で行うものであることから「国際産直運動」と呼ばれることがあります。

ATJ自身は自らの活動を「民衆交易」と呼んでいて、そこには日本と途上国の民衆間の連帯を重視する姿勢を見て取ることができます。

フェアトレードの活発化

1990年代に入るとフェアトレード団体(市民グループや会社を含む)やフェアトレード製品を扱う店(専門店に限らずオーガニック製品店や健康食品店も含む)が増え、いよいよ日本でもフェアトレードが活気を帯び始めました。

1992年にはネパールの山間地の人々から手工芸品やスパイスを買い入れて自立を支援する「ネパリ・バザー口」が設立されました。契機となったのは、「恵んでくれなくていい、トレードをしてほしい」(援助でなく貿易を!)という現地の人々の言葉だったといえます。

1995年には「フェアトレード・カンパニー(通

称は同社のブランド名「ピープルツリー」)が誕生します。日本在住のイギリス人女性が日本でもフェアトレードを広めたいとの思いから創設した会社でした。同社は、やぼったいイメージのあったフェアトレードの衣服や小物、アクセサリーにおしゃれなデザインを取り入れました(写真2)。世界に先駆けて切り拓いたこの「フェアトレード・ファッション」は、フェアトレード先進国の欧米にも広がっていきました。

写真2 ピープルツリー自由が丘店



*写真提供：ピープルツリー

同じく1995年には「ぐらする一つ」(英語で“草の根”の意味)が活動を始めました。同社は自らフェアトレード製品を販売するだけでなく、日本各地に生まれたフェアトレード製品取扱店に製品を卸す役割を果たすようになりました。

ビジネス・市場志向のフェアトレード

2000年代に入ると日本でもビジネス志向、市場志向が強まっていきました。「ピープルツリー」は著名なデザイナーや女優、モデルなどとコラボしてファッション誌の表紙を飾ったり、華やかなファッションショーを開いたりしたほか、東京の表参道や銀座といった高級ブランド店が立ち並ぶエリアに店を出し、最先端のファッション市場に打って出ました。

1999年に京都市で小さなフェアトレード・

ショップとして産声をあげた「シサム工房」は“シビアさとプロ意識”をキーワードに一般市場でも通用する商品開発と販売力強化を推し進め、規模を拡大してきました。今日では京都、大阪、神戸、東京のショッピングセンターや繁華街に9店舗を構えるまでになっています。

“老舗”の「シャプラニール」も、2007年に阪神タイガースとコラボして球団のロゴマークが入ったエコバッグを製作・販売したほか、2011年からは石^{せっけん}鯨会社の協力を得てフェアトレード石鯨を開発し、「She」というブランド名のもと通販サイトでも販売を始めています。

フェアトレードラベルの登場と企業の参入

オランダ生まれのフェアトレードラベルが日本に“上陸”したのは1993年でした。先進諸国の中では早いほうでしたが、やや“時期尚早”でした。というのも、フェアトレードという言葉が今日的な意味で初めて全国紙に登場したのは1994年で、新聞・テレビ等のマスコミが頻繁にフェアトレードを取り上げるようになったのが2000年代に入ってからだったためです。

また、他の欧米諸国ではフェアトレード団体や開発協力NGO、市民団体、消費者団体などが協働してフェアトレードラベルを立ち上げたのに対して、日本では意欲的な一団体の発意で慌ただしく導入したため“支持基盤”に欠けていました。日本の連帯型フェアトレード団体の間では、ラベルは非倫理的な企業に免罪符を与えるようなものだという忌避感が強かったことも事実です。

こうして、フェアトレードラベルを使おうとする企業や団体はなかなか現れず、10年近く“鳴かず飛ばず”の状態が続きました。

転機が訪れたのは2002年でした。この年、大手企業として初めて「スターバックス・コーヒー・ジャパン」がフェアトレードラベルを採用したのです。ただ、それはアメリカの本社の方針に

従ったことでした。

純然たる大手日本企業としてラベルを使い始めたのは2003年の「イオン」グループでした。そのイオンが翌年自社ブランドのフェアトレード認証コーヒーを売り出すと、その後を追うように2005年には「ナチュラル・ローソン」と「タリーズ・コーヒー・ジャパン」が、2006年には「無印良品」が、2007年には「西友」がフェアトレード認証コーヒーの販売を始めました。

この頃には、ラベルを使わずにフェアトレード製品を扱う企業も出てきました。その代表例が牛丼店やファミリーレストランなど外食チェーン店を手広く運営する「ゼンショー」グループで、2007年から傘下のチェーン店でフェアトレードコーヒーの提供を始めました。

コミュニティに根差したフェアトレード運動

2010年代以降は、市区町村や大学といったコミュニティにフェアトレードを普及する動きが広がっています。イギリス生まれの「フェアトレードタウン」「フェアトレード大学」と呼ばれる運動です。

それは、市区町村であれば行政、議会、地元企業・商店、市民などが“まちぐるみ”で、大学であれば大学側と学生団体、自治会などが“大学ぐるみ”でフェアトレードの輪を広げていこうとする運動です。それぞれ基準が設けられていて、これまでに熊本市など6市がフェアトレードタウンに、静岡文化芸術大学など5大学がフェアトレード大学に認定されています。

認定をめざす市区町村や大学は各地にあって、“草の根”からフェアトレードを盛り上げる動きが活発化しています。これについては次回、詳しく説明したいと思います。

以上のように、欧米に比べて“後発”だった日本でも、フェアトレードは着実な広がり、根付きを見せていると言ってよいでしょう。