

SoFA インド訪問記

SoFA2005 年度会長 国武 匠

ソファ（SoFA：Sophia Fair Trade Action）とは下川ゼミのメンバーが、2003 年度の山田里紗さんのフェアトレードについて書かれた論文をきっかけとして設立したサークルである。この文書はソファと下川先生が 2005 年の 9 月にインドを訪れた際に経験し、考えたことをまとめたものである。

インド訪問の契機

2004 年度は主にコーヒーについて考えたり調べたりしていたが、自分達ができることに行き詰まりを感じていた。「紅茶やらへん？」という提案が下川先生からなされたのはそんな時である。コーヒーのフェアトレードは比較的世に知られている。しかし紅茶のフェアトレードはそれほど有名ではない。知られていない分、紅茶の状況の方がコーヒーよりも悪いのではないか。実際、インドにおける紅茶市場はイギリスの多国籍企業のユニリーバに支配されていて、紅茶の生産者は独占市場の中に置かれているのではないか。僕の知っているインドの団体でそんな状況を打破しようとヨーロッパに紅茶の輸出をしていたのがあって、日本の市場のことを昔聞かれたことがある。しばらく連絡とっていないけどもしその団体と連絡とれたらやってみる気はあるかい……。

ソファはそれまではフェアトレードについて考えること、調べるのが活動の中心であった。闇雲にフェアトレードと名のつくものに手をだすより、フェアとはなんなのかをまず考えることが重要であると思っていたからである。しかし学生を集めるには明確な活動があった方がよいし、何より良い機会があれば実際に活動することはソファという団体の意図するところである。いままでじっくりこなかったフェアトレードと違い、このインドの紅茶の話は多国籍企業と競合し、現状を変える可能性を秘めていることから、ソファはインドの紅茶へとその視線を移したのである。

インドにて

インドに気持ちを向けたソファにとって幸運だったのが、音信不通であった下川先生の知り合いのインドの団体と連絡がついたということである。EMA、というのがその団体の名称である。渡航前は EMA とは一体どのような団体なのか正直よくわからないままであっ

たのは事実である。少なくともインドの産品をヨーロッパに輸出している団体だという程度の理解であったと思う。そして EMA のメンバー一人の電話番号以外何も知らないまま、誰も予防接種を受けないままインド・カルカッタへと向かったのである。（行ってみると空港に向かえに来てくれていたので一安心だった。）

カルカッタではEMAが所有している施設に寝泊りした。そこにはスジョイという賢者がおり、インドの紅茶の歴史及びシステム、そしてEMAの紅茶がヨーロッパ市場に進出し追い出された経緯を説明してくれた。以下がスジョイが話してくれた内容である¹。

インドにおいて紅茶は重要な植民地産業だった。植民地時代の紅茶農園の労働者の状況は過酷を極めていた。1947年、植民地支配が終わり、徐々に紅茶農園はインド人の事業家を買われていった²。しかしながら、インド人のオーナーはもともとイギリス人オーナー寄りの人物が後を継いだので労働者の環境は改善されず、むしろイギリス人オーナーよりも労働者への対応はさらに悪かったと言う。英国人の経営者は労働者を搾取していたが、インド人の経営者はもっと悪く、労働者の搾取だけでなく、女性に対する特別な搾取も普通に行われるようになり、紅茶農園の経営者は王様ようになっていた。

<労働組合運動の闘い>

これに対して茶園労働者の抵抗運動・戦いが始まったが、状況は厳しかった。茶園経営者は大部分が緊密な繋がりを持っており、解雇された茶園労働者は他に行き場がない状態だった。そのような状況の中で、50年代、60年代労働組合運動として、この抵抗運動は大きくなっていった。60年代の終わりには、全国の茶園労働組合はかなり強くなり、労働条件はかなり改善された。一方で、労働組合は子供の教育を充実させてきた。これも経営者を恐れさせる一つの原因だった。

この労働組合運動を通して、経営者の取り分が減り、労働者の取り分が大きくなっていったが、この流れの中で、経営者側は将来を恐れ、労働組合にプレッシャーを与えてストをやれなくするため、またインド全体での供給量を減らし紅茶の値段を上げるために、生産性及び質が他より若干落ちる15の茶園を意図的に一時的に閉鎖した³。これにより、残った茶園の労働者は仕事を失うのを恐れて、ストを打てなくなった。

<紅茶生産協同組合の誕生>

しかしながらこれに対して、実際に幾つかの閉鎖された茶園（少なくともトリプラとい

¹ このスジョイの話の部分は、下川先生が1998年に聞いた話も含めてまとめたものを引用している。

² インド人に茶園を渡さなかったイギリス資本も存在していたため、現在インドの茶園経営の形態にはイギリス資本、インド資本、協同組合の三種類がある。

³ 現在も状況はさほど変わってないが、その当時茶園はグッドリック等のイギリス人経営者や関連するインド人経営者はカルテル的行動をとっていた。

う地域の6つの農園)の労働者は、70年代にその経営者を追い出し、茶園を乗っ取り、自分たちで紅茶生産を始めようとした。そして80年、彼らが紅茶生産協同組合⁴として紅茶を生産することを政府が認めた。EMA (Equitable Market Access)はこの紅茶生産協同組合のサポート、特にマーケットアクセスに関するサポートに関して関心を持ち、関わった。EMAとは生産者と消費者を中間業者を仲介させないで結び、生産者が正当な対価を受け取れることを目的としたインドの協同組合の連合体の団体で、マーケットアクセスを確立する活動をしている。

その当時、茶園はインド全国で約180あり、大部分の紅茶は基本的にはオークションで取引された⁵。彼らは結託して、協同組合の生産するお茶をオークションから排除した。これに対して、EMAは新聞等のマスメディアを巻き込んだ大規模キャンペーンを行い、結果的に、協同組合生産のお茶もオークションに入れるようになった。しかしながら、協同組合の茶園に関するもう一つの問題は値段の問題だった。協同組合で生産される茶は、元々条件の悪い農園が多かった上に、閉鎖された茶園の再開だったために、その閉鎖期間の間に、質がかなり落ちてしまい、オークションではかなり低価格で取引されざるを得ず、協同組合茶園の人々の生活は苦しかった。

< EMA TEA のヨーロッパへのマーケットアクセスの挑戦 >

そこでこの状況に対して、EMAは協力者たちと相談した結果、次のような試み考えた。現状では、紅茶に関してのブランドはすべて英国関連の会社名(例えば、リプトン、トワイニング、ブルックボンド)で、インドブランドの紅茶は存在しない。そこで、キャノンカメラや鈴木・トヨタカーなど日本企業の成功例を模範に、インドブランドの紅茶を国際市場(当面はヨーロッパ市場)で売れないかと考えたのである。また、多国籍企業はインド国内のオークション価格が下がれば下がるほど(そのためのコントロールも行っている)大きな利潤を上げているということは、協同組合がインドブランドで直接国際市場にアクセスした場合は、協同組合員(すなわち茶園労働者)の収益も大幅にアップすると考えたのである⁶。そうやって誕生したのが“EMA TEA(エマ・ティー)”だった。ただしトリブラの協同組合のティーだけだと、少なくともヨーロッパの人々にとっては品質の悪い

⁴ この協同組合は労働組合を母体として設立されたが、労働組合とは異なるものである。協同組合の最大の特徴は、そこでの労働者は企業組織のように誰かに雇われているのではなく、労働者自身が資本を共同で保有し、経営の意思決定に主体的に参与し、労働と資本が分離しておらず、収益を参加者全員で分かち合う仕組みになっていることである。

⁵ リプトン、ブルックボンド、トワイニングなどの植民地時代からの歴史を持つ英国系多国籍企業の場合は、必ずしもオークションだけでなく、直接傘下の茶園からの調達も行っている。

⁶ EMAの計算では、もしEMAがオークションで買い付けて直接ヨーロッパ市場で売ることができれば、2トンの販売規模の場合、多国籍企業の紅茶と同じ品質の紅茶だとその約30%の価格で売ることが出来ると言う。EMAによればそれだけ多国籍企業が儲けているわけだから、その分を生産者に還元できると計算した。

お茶なので、ティブラの協同組合の紅茶とダージリン・ティーをプロのティー・テースターが混ぜることによって、ヨーロッパの人々の口に合う品質の高い紅茶を作り“EMA”ブランドで売ること考えた⁷。このEMA TEA販売は、紅茶が高品質であること。社会・政治的メッセージを持っていること（植民地支配の延長的紅茶産業からの独立）。健康に関するメッセージ（途中でやめたが最初は有機栽培紅茶、そして途中からは、低農薬紅茶を考えた）の3つを重要視した。いずれにしても成功のためには社会・政治的側面とビジネス的側面の両方が必要であると考えたのである。

こうやってヨーロッパ市場（まずはドイツ市場）への進出に挑戦したのであるが、そこで直面したのは多国籍企業群の厚い障壁であった。EMAは、当初はこのインドブランドの紅茶のマーケティングをチャリティー的意味を含む“フェアトレード運動”としては位置づけておらず、純粹にマーケットアクセスへの挑戦と位置づけていた。そこで、最初からスーパーマーケット等の量販店にアクセスを試みた。これは一瞬成功しそうになったが、そのとき圧力をかけてきたのがユニリーバという多国籍企業である。ユニリーバという多国籍企業は植民地時代にアジアの各地の植民地産品をヨーロッパに持ってくることによって巨額の富を築き、今も現存している有名な企業で、紅茶のみならず、食料品、洗剤等、様々な生活必需品を大規模に取り扱っている。実は日本でも有名なリプトンやブルックボンドというブランド名はユニリーバのつけたブランドである⁸。このユニリーバが、ヨーロッパの主なスーパーマーケットに対して、EMA TEAを導入したら、ユニリーバが提供している、すべての生活必需品を引き上げるので導入しないようにとの圧力をかけてきたらしい⁹。これによって、いったんヨーロッパ市場へのアクセスは失敗に終わった。

次に、EMAが次に注目したのは“フェアトレード運動”“フェアトレード・ショップ”である。元々はチャリティーではなくビジネスとしてのマーケットアクセスを目指したものであるが、それが潰えた以上、紅茶協同組合の存続・発展のためには“フェアトレード・ショップ”に目を向けざるを得なかった。ヨーロッパの“フェアトレード・ショップ”の普及度は日本とは格段に違い、ヨーロッパ全体で2700以上の組織があると言う。そこに注目したわけである。そして、それは成功を収め、ドイツを中心に初年度（1998年）は合計2トン、2年目（1999年）は合計5トンのEMA TEAが約800店舗で販売された¹⁰。

⁷ 実は紅茶多国籍企業も同じことをやっている。例えば全世界にダージリン・ティーとして売られている紅茶の総量は、実際にダージリン・ティー地域から出荷されている紅茶の総量の約10倍だそうである。つまり平均して1割のダージリン・ティーに対し、9割のケニアやスリランカ、またはインドの他の地域（主にアッサムやトリブラ）の低価格なお茶をブレンドした上で、“ダージリン・ティー”として売っているのである。

⁸ ユニリーバは日本では、日本（Nippon）リーバという子会社で活動をしている。

⁹ これはSujoyの発言によるもので、本来だったらドイツなりヨーロッパ各国の独占禁止法に引っかかりそうに私には思えるが、その辺は詳しくは調べられていない。

¹⁰ 1998年に下川先生が訪問したときは、ちょうどこの頃である。そして、このとき、「EMA TEAはフェアトレード・ショップ以外では、多国籍企業によってヨーロッパ市場から排除されたが、日本の市場で、一般の市場アクセスへの挑戦は可能か」と尋ねられた。ただ、

< EMA Tea 完全撤退した理由：フェアートレード・ラベリング運動 >

しかしながら、EMA TEAの成功と同時に、次なる問題が生じていたのである。EMAは最終的にはこれによって、ヨーロッパ市場からほぼ完全に撤退するのである。その原因は、“フェアートレード運動”の一つである“ラベリング運動”である。この運動の始まりはコーヒーのフェアートレード運動である。オランダのマックス・ハーバラー(Max Havelaar) 財団が、コーヒー労働者に対して公正な賃金を払っているコーヒー農園に証明書を出し、その農園からのコーヒーの輸入をフェアートレードとして周知させる運動を始めたのである。この運動は、まずオランダからドイツに伝わり、1992年にトランスファー・インターナショナルという有名なフェアートレード・ラベリング運動組織が設立された。これを機に、またこの運動が消費者にわかりやすく消費者の理解を得やすかったので、一挙に世界各国に伝わり、最終的に全コーヒーの取引量の約2%を占めるまで成功した。そしてこの成功を見て、ヨーロッパのフェアートレード運動の多くは、コーヒーのみならず、紅茶、ココア、果物など様々な品目に対してこのやり方を採用するようになった¹¹。現在これはFLO(Fairtrade Labelling Organizations International) 認証として全世界にかなり広がっている。これは確かにコーヒー農園においては意味のある運動であったろうが、少なくともインドの紅茶農園労働者にとっては意味のないものであった。つまりインドでは労働組合運動のこれまでの戦いの成果として、法律で定める茶園労働者の労働条件が、農園がフェアートレードの証明を取得するレベル以上になっていたのである。よって多国籍企業を含めてどの企業も、インドの茶園を相手にする限り、そしてその茶園が合法的であるならば、自動的にフェアートレードのラベルを貼ることができるのである。しかしながら、これはインドの茶園労働者たちの生活がさほど悪くないということを意味しているのではない。実際に今回一行がナムリンというダージリン地方の企業農園を訪問した際に聞いた話では、例えばナムリン農園には全部で約1万人が住んでおり、そのうちの労働者は約1400人である。そして農園と外界とはほぼ完璧に遮断されており、出入りは難しく、まるで一つの王国のようになっている。農園内の仕事は紅茶関連の仕事しかなく、つまり1400人の収入で1万人が暮らさなければならないのである。実際に、一つの家族で1人しか働けないという決まりが存在しており、例えば大人になった息子を農園で働かせるためには、その親は引退しなければならず、逆に引退するためには、血縁者の誰かを提供しないと引退できないような仕組みになっていた。つまり、たとえ一人の労働者に対して支払われる賃金がフェアートレード・ラベルを貼るための条件をクリアしていたとしても、この計算だと、平均6-8人の家族が、一人の労働者の収入でやっていかなければならず、例えば祖父母がいるような家族では、一日に一食程度しか食べられないような世帯も実際に存在した。一方、こ

そのときは先生の方にそれに挑戦する余裕と覚悟がなかったもので、そのままお蔵入りになっていた。

¹¹ 紅茶のラベリング商品が急速に広まりだしたのは1998年からである。

のフェアトレード・ラベリング運動（FLO）が広がることによって、ヨーロッパのフェアトレード・ショップの多くは、上記インドの協同組合で作られるEMA TEAとの取引をやめ、リプトン、トワイニング、ブルックボンド等の多国籍企業のお茶の取引を開始し、EMA TEAの販売量は激減した。結局、3年目（2000年）に販売量が500Kg以下になったので採算が合わなくなり¹²、再びEMA TEAは多国籍企業群によってヨーロッパ市場から排除されたのである。

<EMA Tea プロジェクト撤退後に、EMA がトリブラ紅茶協同組合のためにやった実践>

最終的には、この事態に対して EMA は以下のように対応した。まず、オークションでしか卸せなかった状況を、全国的なキャンペーンで世論に訴え、変えることに成功しオークションを通さなくても卸せるようにした。そして協同組合茶園とインド国内の紅茶専門店を直接つなぐことで協同組合の紅茶のマーケットアクセスを確立したのである。そのため現在も協同組合は運営できている。

以上がスジョイの話であった。ところで、このインド訪問で一行は大きな勘違いをした。それはインド訪問前から対象をダージリン産であると思い込んでいたことである。そのためダージリンの茶園を視察するためにダージリン目指して旅に出た。ダージリン地方で作られた紅茶は質がよく国際競争力もあるため、一行が訪れた茶園はとてもよい環境のものだった。設備も申し分ないものであった。しかし茶園のマネージャー、工場長、村人と話をしていくと、ラベリング運動の部分で述べたように、実際はそこで生活している人の暮らしは見た目ほど良いものではないということがわかった。今回のインド訪問自体そうであるが、このダージリン訪問は特に、旅ではなく RPG の冒険のようであった。それは次に何をすべきかというミッションが一つ何かをクリアする度に与えられるようなものであったからだ。その詳細についてはここでは割愛するが、とにかくこのダージリン訪問で一行が考えたことは、取引すべきはこのような茶園ではないということだった。それは、企業茶園と取引をしてもそれは企業の利益になるだけで、生産者（茶園労働者）の環境改善にはつながらないからだ。実際に働いている人に届く活動をしたいならば、スジョイの話にあったような協同組合の茶園とつきあっていくべきではないかということになった。（スジョイはもともとそのつもりであったようだが、当初からの思い込みにより無理矢理ダージリンに行くことを要求した形になってしまった。）

ダージリンから帰ってきた一行はその夜、日本から持参した紅茶の国際価格の資料を見ながら話しをしていた。そして国際的な紅茶市場の状況がインド国内の茶園を脅かしているということに気づいた。というのは紅茶の国際価格は年々下落していて、原産国別で見るとその下落幅はケニア、スリランカ、インドの順で大きい。つまり国際市場では相対的にインドの紅茶の価格は高くなってきている。また、インドは紅茶輸出国であると同時に、

¹² 当時EMAは、ビジネスとして成立する最低ラインを2トンと計算していた。

消費も多いため紅茶を輸入もしている。これらの結果、国際競争のためにインドの紅茶価格も下げざるを得ず、それと同時に、安い他国産の紅茶がインドに入ってくれば国内市場向けに紅茶を生産している茶園も価格競争の結果立ち行かなくなる可能性が高い。そんな時、国外にアクセスできる市場があれば、インドの協同組合茶園にとって大いに助けとなるだろう。そこで多国籍企業以外の取り引き相手の選択肢としてソファが存在することに意味がでてくる。

さらに、問題はインドに留まらない。スリランカやケニアの方が安く買い叩かれているのだ。これらの国の紅茶茶園労働者を取り巻く環境はインドのそれよりもひどいことが十分予想される。そのような状況にいる人達を視野に入れないといけないうだろう。また、インドの茶園だけマーケットアクセスを確立しても、国際価格が益々下がってしまえば結局は競争力を失ってしまうだろう。

この問題への本質的な解決策としては二つの方向性がある。ひとつは紅茶産業が構造的に変わり多国籍企業の支配から抜けて安く買い叩かれなくなるようになることで、そのためにはインド以外の地域の茶園の状況も改善されることが必要だ¹³。もうひとつは茶園労働者が受ける紅茶の国際価格からの影響を抑えるために、紅茶のモノカルチャー生産から自給自足的な生産活動へとシフトすることだ。このような植民地時代に開始された嗜好品生産やモノカルチャー生産をし続けなければならないという仕組みが、途上国の貿易を考える際に常に横たわっている問題のように感じられる。

さて、多国籍企業が現在ケニアやスリランカにおいて激しい搾取を行っているのならば、その構造を変えるためにはその地において労働組合運動を強めて労働環境を改善していくことが必要である。更に言うならば、ソファは協同組合に可能性を感じている。協同組合とは前述のとおり誰か経営者が存在しているのではなく、全員が意思決定に参加でき、全員が労働の対価を受け取ることができる組織のことだ。もし茶園がそのような組織として運営されれば、そこで働く人達は誰かに搾取されることなく自分達の力で歩んでいけるのではないだろうか。そこでソファはインド以外の地域の茶園の状況を改善するためには、つまり上記の二つのうちひとつめの方向性で考えるならば、そのような地域で労働組合運動を強めることと、協同組合茶園を増やすことが求められると考えた。

そうはいつでも、もちろんそんな力をソファは持っていない。今のソファが出来る可能性があるのは、インド協同組合茶園の日本におけるマーケットアクセスを確立することである。紅茶の国際価格が下がりインド国内市場もその影響を受けうる状況下で、協同組合茶園が日本で市場を獲得することには意味があるし、同時にこれはソファの活動の意義でもある。ただインドの紅茶をフェアトレード紅茶としてフェアトレード・ショップで売っては、それは既にアンテナをはっている人しか対象にできない。ソファが目指すものは紅茶市場を実質支配している多国籍企業を介した紅茶と競争すること、つまり一般店にお

¹³ 多国籍企業のインドの紅茶産業における独占構造については、鈴木沙波さんの論文(p.21あたり)参照。

いてフェアトレード紅茶としてではなく販売することである。日本のフェアトレードという小さなパイの中では、多国籍企業が作り、維持している構造を変えることはできないからである。もちろん最初はインターネットや手売りから始めて、生協、一般小売店まで視野に入れて販売していきたいと考えた。そうして活動を続けていくことができたなら、将来的にはケニアやスリランカの茶園の労働環境改善のための活動を始めることも考えていきたいと話合った。

以上がソファがインドで体験し考えたことのレポートである。以下多少の注釈をつけた。まず時系列で書いたつもりだが前後している所があるかもしれない。スジョイの話と、日本に帰国後に文献等で調べたインドの状況は食い違う部分があるため検討する必要がある。そして、インドで話し合われたことは結論ではなく、この後に日本で他のソファメンバーを交えた話し合いによって進展したり修正を加えられたりし変化していつている。

インド訪問を終えての課題

これはもちろん協同組合茶園の実体を見ることである。取引相手のことを知らないでは何も始められないからだ。今回うっかりダージリンへ行ってしまったが、それも比較という意味では今後意味がでてくるかもしれない。とにかく、協同組合茶園訪問がソファにとって急務であることは間違いない。