

フェアトレードを通して見えるもの

責任ある消費者として自分を見つめるとき、社会を見つめるとき

外国語学部英語学科 4 年

A0051336 山田 里紗

洋服を買いに街に出かけ、お気に入りの服を見つけたとき、どれくらいの人が「この服は誰が作ったのだろう」「この安さの裏には何があるのだろう」と問いかけるだろうか。ほとんどの人は「Made in China だから安いね」と思うのではないか。

最近、テレビや新聞記事で少しずつ耳にする機会が増えた「フェアトレード」という言葉をどれだけの人知っているだろうか。また、どれだけの人フェアトレードにまつわる様々な話を知っているだろうか。三省堂デイリー新語辞典によるとフェアトレードとは「公正貿易のこと。特に第三世界を対象とする貿易について、自由競争の観点、正当な利益や貿易に伴う環境への負荷などの観点からいう。」とあるのだが、実際には、自分の身の回りに起きている出来事なのにも関わらず意外と知らない人が多いと思う。

そこで本論では、欧米のフェアトレードの実情を整理するとともに、日本のフェアトレードに携わる団体へのインタビューを通じて、彼らが捉えるフェアトレードの姿や今後の可能性、そして筆者が研究を通じて感じたフェアトレードの姿を捉えることを目的とする。筆者の根底にある、フェアな関係とは双方が主体となり、お互いに影響を与え合うことのできることだという思いを基盤としてフェアトレードを捉えていきたい。

フェアトレードは、1940年代にアメリカで始まり60年代にはヨーロッパで、大規模な市民運動として南の生産者を助ける動きとなった。その後、欧米では順調にフェアトレードが市民権を得ていくこととなる。当初は民芸品を主に扱っていたフェアトレードも、現在では、フェアトレードの認証ラベルがスーパーマーケットや大手企業に導入されるようになり様々な場所で食料品などのフェアトレード商品を目にするようになった。また、90年代以降は国際的なフェアトレードのネットワーク組織が次々と誕生している。その傍らで日本には、90年代から少しずつフェアトレードあるいは民衆交易という形で人々の生活の中に入ってきた。インタビューを通じて、日本のフェアトレードは生産者とゼロからの関係を継続的に築いていくことに重点が置かれていることがわかった。同時に、日本の消費者のフェアトレードへの認知度の低さと、未だ北の消費者が南の生産者の生活を支援するために商品を買うという意識があり、生産者の自立が達成されるにはまだ多くの課題が残されているということもわかった。また、生産者の「自立」も、フェアトレードの制度からの自立と、生産者が自分で道を切り開いていくという2つの意味があることがわかった。最終的には、フェアトレードとは南の生産者、北の消費者、そしてフェアトレード組織や企業にとって、新しい発見や新たな価値に気づくことのできるチャンスを与えるものなのではないかというインサイトを結論とする。

本論は、第1章でフェアトレードの流れを確認し、第2章でフェアトレードに携わる様々な組織を分類し、第3章で国際的な広がりを見せるネットワークであるIFATとFLOについて詳しくみている。そして、第4章では1)ヨーロッパにおけるフェアトレードの現状と事例、2)イギリスにおける現状と事例、2)アメリカにおける現状と市民運動の流れ、そして4)欧米のフェアトレード組織が抱える課題を確認する。本論の焦点は第5章以降である。第5章では、筆者が日本のフェアトレード組織へのインタビューを通じての考察を整理すると同時に、第6章では、筆者が考える日本のフェアトレードの現状と課題、そして可能性を考察して終わりとする。

る。

主要参考文献

- アジア太平洋資料センター『月刊オルタ1月号』2002年。
社団法人 日本外交協会編『国際協力・交流 全国NGO・NPO名鑑 2002年』社団法人
日本外交協会、2002年。
生活クラブ事業連合生活共同組合連合会『これからの民衆交易 その意義と未来を探る』生活
クラブ事業連合生活共同組合連合会、1992年。
特定非営利活動法人 国際協力NGOセンター(JANIC)編『国際協力NGOダイアリー2002:国際
協力を携わる日本の市民組織要覧』特定非営利活動法人 国際協力NGOセンター(JANIC)、
2002年。
マイケル・ブラウン著、青山薫訳『フェアトレード 公正なる貿易を求めて』新評論、
1998年。
Epik Pransari. "People Need to Know More About the Relevance of Fair Trade". *Jakarta Post*. 2003.
p.25-26.
European Fair Trade Association. "Fair Trade in Europe 2001". 2001. p.1-85.
Jane Simms. "Fair Chance for Fairtrade". *Marketing*. 2003. p.22-25.
Margaret Levi, April Linton. "Fair Trade: A Cup at a Time?". *Politics & Society*. Vol 31. 2003. p.407-432.
Tim Hardford. "Fair Trade Coffee has a commercial blend: Developing World: Big Business poses a
challenge to its values". *Financial Times*. London Edition 1. 2003.p. 15-16.
Rory Van Loo. "Coming to the grocery shelf: Fair-trade Food". *Christian Science Monitor*. 2003. p.
13-14.
Business Editors. "Advocacy Groups and Shareholders Persuade Procter & Gamble to Offer Fair Trade
Coffee". *Business Wire*. 2003.