

参考資料 1

団体正式名称	草の根援助運動 クサノネエンジョウندوق People to People Aid 略称 P2		
事務所	〒235-0036 横浜市磯子区中原 1-1-28 TEL 045-772-8363 FAX 045-774-8075		
組織形態	特定非営利活動法人	主務官公庁	なし
Eメール	p2aid@angel.ne.jp	ホームページ	http://www.angel.ne.jp/~p2aid/
代表者	武中秀允	事務局責任者	小野行雄
設立年月	1990年	年間総予算 (2002年度)	収入 2900万円 支出 2280万円
設立の目的	第3世界のNGO,住民組織への援助を通し、共存・共生を追及し、富の配分や不公平さや、権力者(北側も含む)による人権侵害・環境破壊をやめさせること。国や自治体に対する政策提言と市民への開発教育の実施。 ⁵⁶		
主な活動内容⁵⁷	海外活動 持続可能な地域総合開発プログラム援助(フィリピン) 山岳民族の社会開発プログラム援助(フィリピン) 都市貧困層女性・子どもの教育、保険、技術指導の援助(インドネシア) 国内活動 マニラ湾環境回復キャンペーン 政策提言活動(キャンペーン参加、共同声明) フェアトレード		
取扱商品	竹編みバッグ、インドネシア伝統のバティック製法で作られたバンダナ、手編みのカゴなど。		
インタビューした人	事務局次長・ショップ担当 古澤めいさん		
インタビュー日時	2003年10月22日(水)		
インタビュー方法	電話		
インタビュー時間	約30分		

⁵⁶特定非営利活動法人 国際協力NGOセンター編『国際協力NGOダイレクトリー2002：国際協力に携わる日本の市民組織要覧』2002年、特定非営利特定活動法人 国際協力NGOセンタ

インタビュー内容

Q1: フェアトレードの位置づけと目的は？

<フェアトレードの位置づけ>

フェアトレードは、団体のメインの活動ではない。だが、団体が教職員組合のサポートを多く受けていることから、そのネットワークを活かした日本国内での支援活動としてフェアトレードを行っている。主にインドネシアの手工芸品生産者によるクラフト品を取り扱っており、様々な学園祭に出展するという方法を通じて、生産者の支援の実現と団体の活動資金の獲得を図っている。

<目的>

生産者や消費者の構造的な問題を変えていくこと。それは、北が南の生産者に対して不当な扱いをするという形ではなく、北の人たちが南の人たちを経済的自立のために支援をするという姿になることである。

草の根援助運動では、北と南の消費者と生産者の関係を変えるためには、まずは日本での政策提言とフェアトレード運動を通じて、日本の消費者の意識を変えていくことが大切だと考える。

Q2: フェアトレードの中身

主にインドネシアにおける手工芸品グループの支援

<なぜ手工芸品なのか>

現地の伝統文化を守るサポートをしようと考えたから。

<どのように生産者グループとアクセスしたのか>

はじめから現地に手工芸品生産者及び生産者グループがあったわけではなく、団体が生産者にデザインや日本の消費者の求めるマーケティングに関する知識や技術支援を行い、生産者グループが構成された。

Q3: 価格設定について

<店頭販売商品の価格設定>

原材料費・賃金・商品の運賃・関税を考慮した金額が商品の日本販売価格となる。

フェアトレード以外の民芸品ショップよりは比較的安い。もともと製品を生産する原材料費が安価である。しかし、それはもちろん、生産者と交渉した上での適正賃金を支払った上での価格である。

—。

⁵⁷同上。主な活動内容を抜粋。

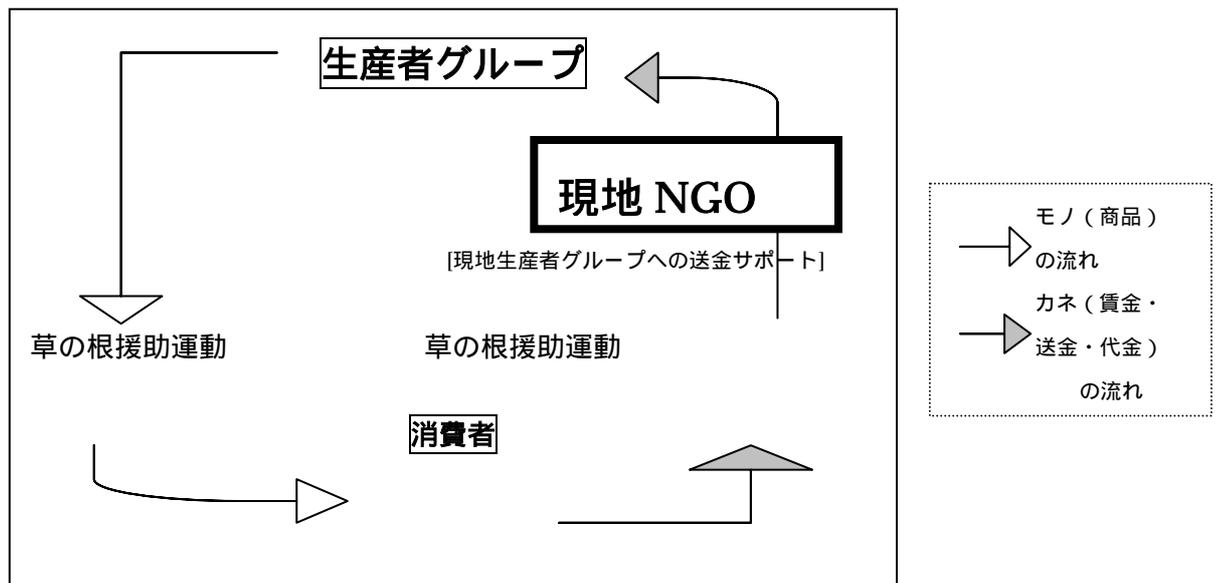
< 現地生産者に支払う賃金の価格設定 >

生産者に、原材料費と賃金を考慮し、自分達が生活していけるだけの金額を指定してもらおう。

賃金支払いについて

注文時：半額前払い
納入後：残り半額払い

Q4: 団体におけるフェアトレードシステムの流れ



Q5: 今後の展望は？

日本国内におけるフェアトレードの手応えも十分にあり、フェアトレード活動が団体の財政を支えていける体力は十分にあるので、今後拡大していく。

インタビューをした感想

フェアトレードは「顔の見える貿易」ということは様々な資料から知ってはいたが、古澤さんから話を聞いて、少しずつ実感として湧いてきた。そうすると、自分の目に留まるフェアトレード商品がただの商品ではなく、作った人のぬくもりさえもそのまま残っているような気がするようになった。

また、インタビューを通じて「ちょっと高い製品でも買うことがフェアトレードを通じた国際貢献」と思い込んでいた自分に気づいた。重要なのは、生産者にとって適正な価格での取引であるかということだと再認識させられた。

今後、現地の生産者グループに為替や製品の輸出入の手続きを知ってもらうことで、現地 NGO を省き、さらに生産者の自立した経済活動を促すことができるのではないかと思う。それによりさらなる「顔の見える生産者と消費者との関係」を築くことができるのではないかとも思う。また、現地 NGO を介さないことによるマージン分の余剰は、生産者

や消費者に何らかの形で還元されると良いと思う。

参考資料 2

団体正式名称	トランスフェア・ジャパン Transfair Japan		
事務所	〒 130-0022 東京都墨田区江東橋 5-3-1 聖パウロ教会内 TEL 03-3634-7872 FAX 03-3634-7808		
組織形態	非政府組織	主務官公庁	なし
Eメール	ko@transfair-jp.com	ホームページ	http://www.transfair-jp.com/
代表者	松木傑	事務局 スタッフ	北澤 肯
設立年月	1993 年	年間総予算 (2002 年度)	収入 1,338,751 円 (内ライセンス収入 489710 円) 支出 617,376 円
設立の目的	フェアトレードの国際認証団体である FLO (Fairtrade Labelling Organization) の活動を日本で行う組織として、日本国内におけるフェアトレードラベル製品の流通拡大及びラベリング運動の推進を行うこと。 ⁵⁸ FLO は、各国のラベル団体をネットワークする団体であり、各国の本部という位置づけではない。		
主な活動内容	日本国内での認証ラベルの推進活動 消費者の啓蒙活動 関連事業者による取引内容の FLO (本部) への報告 ⁵⁹ FLO、トレーダー、販売者への調整、仲介		
取扱商品	コーヒー、紅茶 (現在国内のライセンシーは左記 2 点のみ)		
インタビューした人	専従スタッフの北澤肯さん		
インタビュー日時	10 月 29 日 (水)		
インタビュー方法	対面インタビュー (トランスフェア・ジャパンの事務所にて)		
インタビュー時間	約 2 時間		

⁵⁸10 月 29 日 (水) の北澤さんとのインタビューより要点をまとめる。

⁵⁹同上。またインタビューの際にいただいた「フェアトレードとは？」の資料より抜粋。

インタビュー内容

<フェアトレードについて>

Q1:フェアトレードの位置づけと目的は？

<フェアトレードの位置づけ>

南北問題が孕む構造的な問題に対する一つの解決策としてフェアトレードがある。

しかし、そもそもフェアトレードは貿易構造の解決のために始まったのではないと思われる。フェアトレードの活動は、アジアなどの途上国での貧困者支援のために NGO などのグループが「継続的な発展のためには継続的な支援が必要」という問題発見をしたことから始まった。彼らは外部からの支援だけではなく、住民による主体的な継続した活動が何よりも重要だという問題意識を抱いた。それが、初期のフェアトレード活動にみる現地生産者による伝統工芸品の輸出入となった。これは次第に、途上国での多国籍企業による労働者への搾取の現実が南北問題の構造的な問題へ取り組む活動へと移行していき、現在のコーヒーや紅茶など食料品を取り扱うフェアトレードの活動になったのではないか。

<目的>

貿易システムに関して

メインストリームを変えるということよりも、メインストリームをラベリング運動やラベリングシステムに取り込むこと。

フェアトレードに関わる人に対して

- 生産者の所得の安定による生活の安定
 - = 社会の発展：組合に集まるお金を使って社会開発事業への取り組み（学校や小規模融資活動など）
- フェアトレードにおける経済活動や組合活動によるエンパワーメント（能力向上）
 - 消費者にフェアトレード商品のラベリング運動について啓発し、ラベリング商品の普及を拡大すること。

Q2:コーヒーや紅茶などの食料品を取り扱う理由は？

第3世界における取引割合が民芸品よりも食料品の方が圧倒的に多いから。また、コーヒーや紅茶においては多国籍企業による搾取（労働者に対する不公正な扱い＝劣悪な労働環境、低賃金、児童労働）が大きい分野であるため、南北問題の構造的な問題にアプローチするには、搾取の対象であるコーヒーや紅茶を取り扱うことが直接的な支援につながると考えるから。

Q3:フェアトレードを利益追求重視のビジネスとして捉える難しさ、ボランティアとして行う限界はあるか？

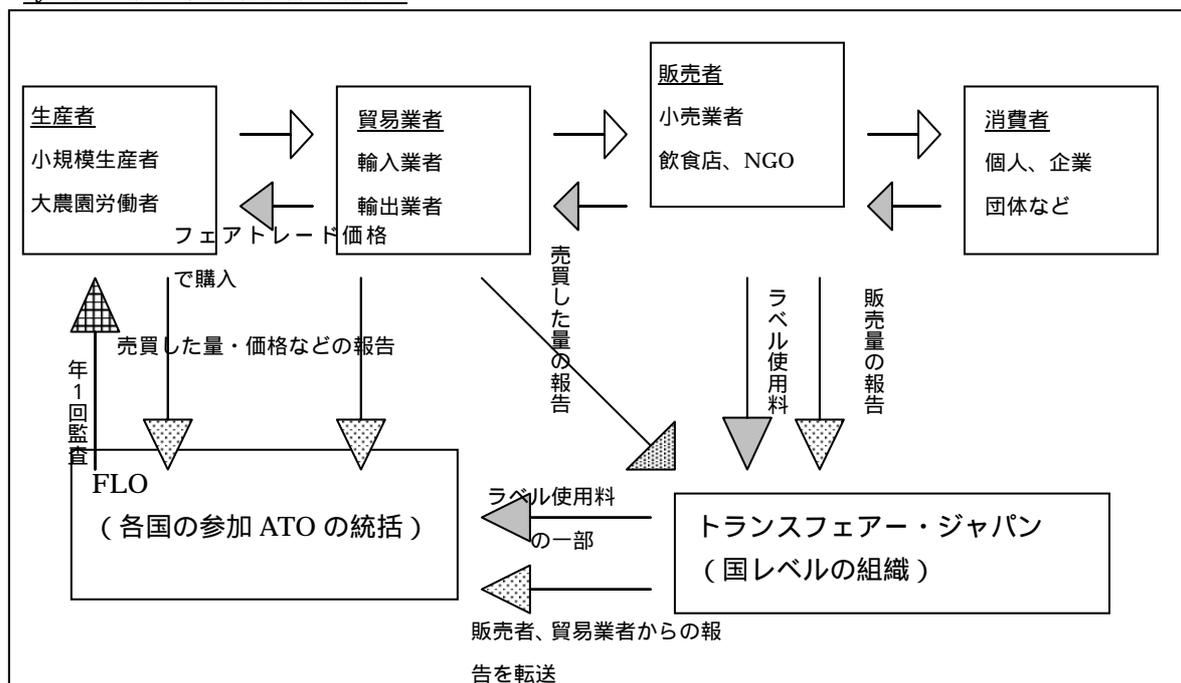
これはどちらとも言えない。トランスフェアール・ジャパンは、自己資本（会費、補助金（国からではない）ライセンス料）で運営しており、継続的な活動を進めるにはビジネスとして捉えることが大事なので、フェアトレード活動をボランティアとして取り組んでおらず、ビジネスとして取り組む意識でやっている。ただ、国や企業の援助対象やサービスの提供対象からもれた人たちを対象に活動をするというNGO精神は大切にしている。

<ラベリング運動について>

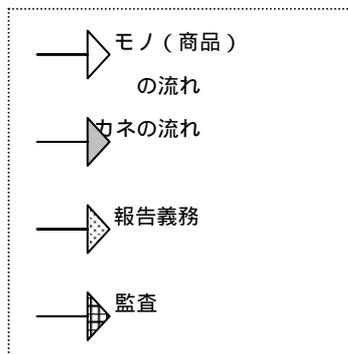
Q4:ラベリングの強みを活かして達成したい目的は？

1. 一般の貿易・流通システムを利用して、より多くのフェアトレード商品を市場に普及させること。それによって多くの生産者がフェアトレードに参加できる。
(詳しいフェアトレードのシステムは以下の図参照)
2. 消費者による生産者の信用度を世界共通の認証ラベル⁶⁰によって満たすこと。

Q5:ラベリングのシステムは？



⁶⁰ FLOと契約をしている生産者は、FLO基準（労働環境、賃金、児童労働、環境への配慮等）を満たした生産者が認定されているので、認証ラベルの信頼性を通じて生産者への信頼性を高める。



例えば、最近イオンで発売開始されたユニカフェが取り扱うコーヒー豆の取り組みについて。

コーヒー生産者はFLO基準を満たし認証された生産者である。そして、ユニカフェ(販売者・卸)とイオン(販売者・小売)はコーヒー豆 1kg 当たり約 30 円のライセンス(ラベル使用)料をトランスフェアー・ジャパンに支払う。

これにより、生産者は大手小売企業と契約することで、フェアトレード価格で(1ポンド126セント)継続的かつ安定的な収入を得ることができる。大手小売企業は、フェアトレードコーヒー豆を取り扱うことで社会的に意義を持つと同時に、既存の貿易・流通システムを利用できるメリットがある。また、消費者は認証ラベルが貼付された信頼性のあるコーヒー豆を全国のスーパーで購入することができる。

Q6:日本のフェアトレード団体(主にNGO)にこのシステムに参加をしてもらうことは?

望ましいが、実際は難しい。

1. 日本ではラベルの認知度が少ないので今のところメリットが認識されづらい
2. 基準を画一的に決めることの問題

以上のことが理由として考えられる。

Q7:日本におけるラベリング運動及びラベリングシステムの問題点(P)とその打開案(S)は?

<ラベリングシステムについて>

1 P: 服や民芸品へのFLO認定基準がまだないので、日本に民芸品を取り扱うフェアトレード団体は商品のラベリングができない。⁶¹

S: 今後は、食料品だけでなく民芸品も含めたより多くの商品の取り扱い基準を増やしていく必要がある。

2 P: 生産者のサーティフィケート(生産者をFLO基準に基づき支援対象とする)システムはあるが、デサーティフィケート(生産者が自立支援の対象でなくなる)のシステムがない。

⁶¹日本のフェアトレードに携わるの多くの団体は、食料品よりも民芸品を多く取り扱っている。

S: 生産者のこういった状況が自立なのか、自立支援対象でなくなる基準作りが必要。

<日本国内におけるラベルの普及について>

1P: ラベル商品の普及率が低い。全フェアトレード商品の1%未満という現状。

S: 消費者のフェアトレードに対する認知度の問題という観点から

より多くの消費者にフェアトレードについて知ってもらうと同時に、ラベリング運動の認知度を高めるためのキャンペーンをしていく。

インタビューをした感想

最後に北澤さんが、目指したいフェアトレードの姿は「fairer trade」だと言っていたのが印象的だった。私自身、フェアトレードが目指している「フェア」とはどのようなことなのか模索している段階だったので、北澤さんの言葉に光が見えたような気がした。

「搾取」という言葉は聞く人によってイメージする状態が違うのと同じように、「フェア」な状態というのも人によって違って良いと思う。そして、人は誰でもより快適な生活、より充実感の得られる仕事を得ようと願うものだと思うので、そのためのチャンスは公平に与えられるべきだと思う。しかし、目指す状態は自分がどのようなビジョンを描くか、そしてチャンスを自分でどのように活かすかに依るものなので、生産者、販売者、そして消費者一人一人が公平に与えられた「生産するチャンス」「販売するチャンス」、そして「購買するチャンス」を活かすことが「fairer trade」なのではないかと感じた。

参考資料3

団体正式名称	シャプラニール=市民による海外協力の会 シャプラニール=シミンニヨルカイガイキョウリョクノカイ Citizen's Committee in Japan for Overseas Support		
事務所	〒169-8611 東京都新宿区西早稲田2-3-1 早稲田奉仕園内 TEL 03-3202-7863 FAX03-3202-4593		
組織形態	特定非営利活動法人	主務官公庁	なし
Eメール	info@shaplaneer.org	ホームページ	http://www.shaplaneer.org/
代表者	[代表理事]大橋正明	事務局責任者	[事務局長]坂口 和隆
設立年月	1972年9月	年間総予算 (2002年度)	総収入 186,310,910円 (内手工芸品 32%) 総支出 196,936,005円
設立の目的	市民の自発的参加と責任に基づき、南北問題に象徴される現代社会の様々な問題の解決のために必要な海外協力等の諸活動を行い、すべての人が持つ豊かな可能性が開花する社会の実現をめざす。 ⁶²		
主な活動内容 ⁶³	海外活動 Bangladesh と Nepal の貧困層を対象とした生活向上のための活動 Bangladesh におけるストリートチルドレン支援活動 国内活動 講演会、会報を通じて南北問題を提起 Bangladesh ・ Nepal へのスタディツアー Bangladesh ・ Nepal の手工芸品販売活動		
取扱商品	ノクシタカ(ベンガル地方の伝統的な刺繍)、ジュートサンダル、アクセサリ、手すきカード等。		
インタビューした人	クラフトリンク担当 チーフ 森田 恵さん		
インタビュー日時	10月31日(金)		
インタビュー方法	対面インタビュー (シャプラニール事務所にて)		
インタビュー時間	約1.5時間		

⁶² シャプラニール=市民による海外協力の会のホームページ、定款より抜粋。

⁶³ 特定非営利活動法人 国際協力NGOセンター編『国際協力NGOダイレクトリー2002：国際協力に携わる日本の市民組織要覧』2002年、特定非営利特定活動法人 国際協力NGOセンター。

基本的なシャプラニールの活動現場における行動方針⁶⁴

「ピリリと辛いやさしさを」がテーマ。

方法上の原則：当事者主体の原則、問題の構造や原因を重視、住民の問題解決能力を重視
国際NGOとしての役割：現地NGOや住民組織を側面支援する「パートナーシップ」の重視、現地のNGOや住民組織が取り組む活動を側面支援する「促進者」としての役割、他地域で類似の活動を行う人々との経験交流や連帯を促す「媒介者」としての役割。

シャプラニールでは、南の生産者との民芸品を通じた直接取引をフェアトレードではなく「クラフトリンク」と称している。

インタビュー内容

Q1:フェアトレードの位置づけと目的は？

<位置づけ>

クラフトリンクを通じて、生産者の人達が「ありたい自分になるためのサポート」を行う。

企業や NGO、そして市民は、それぞれ役割があるので、その役割を把握して活動をするのが大切。シャプラニールは、市民団体の役割としてバングラデシュやネパールの人をサポートしており、「クラフトリンク」活動をしている。

<目的>

- 消費者である日本人に気づきを与える（南と北の人が、人と人として付き合える関係を築き、市民としてできることを考えてもらうきっかけを与える）
- 主に貧困層の女性である生産者のサポート（生産者の仕事作りと自分たちができることに気づく環境作り）
- シャプラニールの存続（クラフトリンクは財源の一つ）

「南」と「北」の「共生」を目指している。それは、「南」の人が自分たちで何かを創り上げるといふことと、「北」の人が自分たちに自分たちの消費行動を振り返ってもらうといふこと。そして、「北」の人が「彼らのために何かをしよう」というのではなく「彼らがありたい自分になるためのサポート」をしようと思うようになることが望ましい。

クラフトリンクは南北問題の解決としての一つ的手段にすぎないが、南の人たちの選択肢を増やすことができると思う。シャプラニールの活動に農村開発や、マイクロクレジット、手工芸品がある。その中でも手工芸品は日本にアクセスしやすいものだと考えている。

Q2:なぜ取扱商品が食品ではなくクラフト品なのか？

⁶⁴シャプラニール=市民による海外協力の会のホームページ、海外活動に関する行動指針を参考。

シャプラニールは最もニーズのあるところと取引をしている。現在、貧困の中にいる女性をサポートすることがメインなので、女性にも作れる伝統的なクラフト品を取扱っている。現時点では、今後農産物を取扱う予定はない。

もともと、女性が現地の民芸品を作っていたのを、農村開発の一つとして直接シャプラニールが支援するようになった。いわゆるクラフトリンクの原型のようなものである。女性がお金を手にすることで生計向上や家庭内での地位向上が図られると期待をしていたが、実際に女性がお金を稼ぐということに男性や家族の理解を得るのが難しかった。そこで、シャプラニールが直接、女性に働きかけをするのではなく、当事者が主体で関わることのできる生産者組合を通じて間接的に生産者と取引をするしくみにして現在のようになった。

Q3:生産者は、クラフト品のみを生産しているのか？

女性の多くは農業との兼業をしていて、副業として自由時間にクラフト品を作る人が多い。クラフト品のみを作る人は少ない。

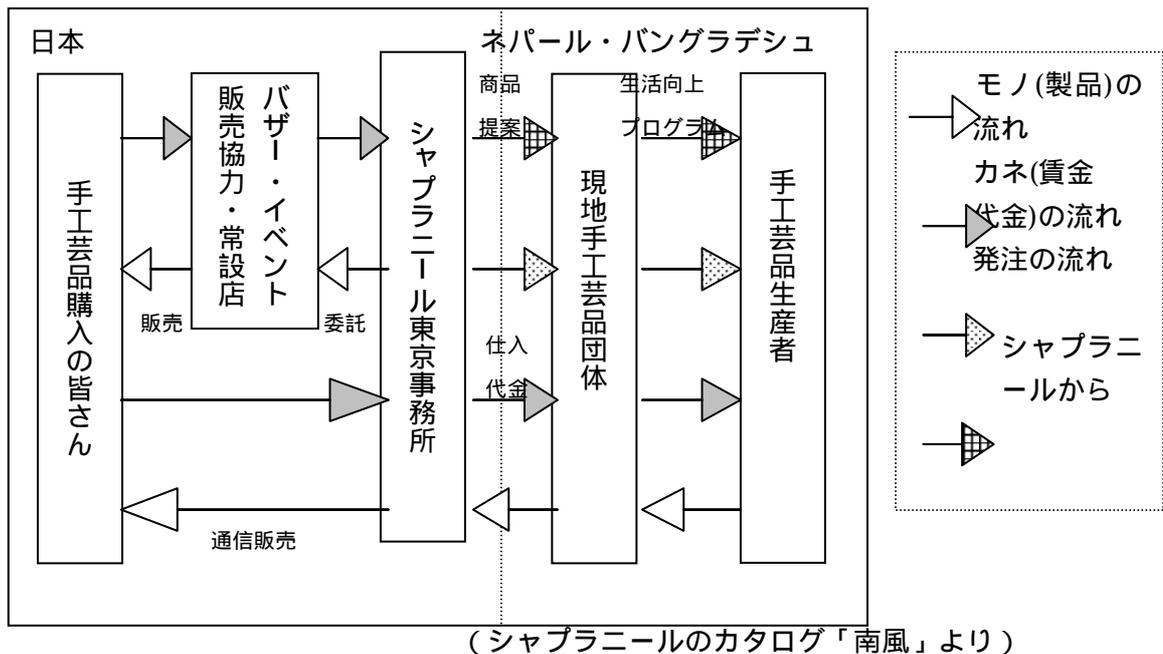
Q4:価格設定について

<店頭販売商品の価格設定>

製品によって価格設定は違うが、例えば輸送費や販売費、関税などを含め団体から提示された価格の3.5倍の価格で販売しているクラフト品がある。

<現地生産者に支払う賃金の価格設定>

何を以って「フェア」とするかは、議論の余地があるが、基本的には各生産者組合との交渉によって決定される。生産者の出来高や月給を考慮して、生産者組合から価格を提示するというシステム。生産者に適切な待遇が与えられているかどうかを調査などを通じて検証している。



Q5:現状を踏まえての展望や課題は？

- 手工芸品団体のビジネスベースにおける自立がまだまだ少ない。
 この場合、自立は個人ではなく団体のことを言う。
 クラフト品市場の中でやっていくだけのマーケティング力や海外で販売するためのノウハウが手工芸品団体に不足していることが考えられる。まだ自立できる段階ではないが、今後自分たちでやっていけるだけの力をつけていく為の支援を続ける。
- クラフトリンクが本当に生産者の生活向上になっているのかという不安
 シャプラニールは現地の生産者グループを介して生産者と取引をしており、直接アプローチをしているわけではないので、実際にクラフトリンクの活動がどれだけ生産者の生活向上という面において効果があるのかわからない。だから、今後はもっとシャプラニール自身が生産者の状況を把握できるような形を取りたいと思う。
- 消費者に継続的に参加をしてもらう大切さ
 消費者にクラフトリンクに参加してもらうという際に、クラフト品市場に限界があると考えるのではなく、むしろ国際協力に興味のある人の市場規模は大きくあるのでそれに参加してもらうという方向でいきたい。ただ、製品を安く提供するというのはクラフトリンクの考え方ではなく、本当に良いものと長く付き合っていくという質と継続性についてメッセージを消費者に伝えるということを積極的に行っていきたいと考えている。

インタビューをした感想

森田さんがインタビューの中で何度も言っていた「ありたい自分になるために、サポートをするのです」という言葉がとても印象的だった。この言葉は、生産者がありたい自分になるために市民がサポートをする、という意味と、消費者がしたい自分になるためにシャプラニールがフェアトレード(クラフトリンク)を通じてサポートをする、という意味に捉えられるような気がする。

この時の私は、フェアトレードが買い物を通じて国際協力をするというアイディアに納得してはいたものの、結局は北の人が「南の人に何かをしてあげる」という域から出ていないような気がしていたのだ。しかし、森田さんの話を聞いて、フェアトレードは、「使い捨て」が当たり前の生活になっている私達に投げかけられた問題提起なのではと思った。自分たちの生活を振り返ることが買い物を通じてできるのではないか。その意味で、フェアトレードの「フェア」は、適正な価格での直接取引という意味のみならず、南と北の人が助け合うという意味で本当に対等な関係を築くことのできる可能性を感じた。

ただ、今後、生産者組合に対する監査をしっかりと行う必要があると思った。現在、生産者組合はいわば労働組合のようなもので、生産者の意見を反映することができているが、今後仲介業者のようになってしまう可能性は否めない。生産者のニーズを把握することと同様に、生産者組合の透明性も把握することも重要になってくると思う。

参考資料 4

団体正式名称	特定非営利活動法人 ジャパンウェイ トクテイヒエイリカツドウハウジン ジャパンウェイ NPO JAPAN WAY		
事務所	〒600-8585 京都府京都市下京区烏丸通松原下る五條烏丸町 398 TEL 075-344-4331 FAX 075-352-8310		
組織形態	NPO 登録法人	主務官公庁	内閣府
Eメール	japanway@charity.ne.jp	ホームページ	http://www.japanway.or.jp/ http://www.charity.ne.jp/
代表者	[理事長] 大久保 昇	事務局責任者	森口 行雄
設立年月	1999年4月	年間総予算	
設立の目的 ⁶⁵	<ul style="list-style-type: none"> - 日本に在住する外国人に対する日本語教育の推進。 - 地球環境を守るための環境教育の推進。 - 日本におけるマッチングギフトの普及。 - インターネットを活用した NPO 支援のための「チャリティネット」の企画。 		
主な活動内容 ⁶⁶	チャリティネットの企画・運営、「チャリティの日」開催、「チャリティの歌」の普及を通じて、他のNPOを支援。		
インタビューした人	大久保 昇理事長 森口 行雄さん		
インタビュー日時	2003年11月4日(火)		
インタビュー方法	対面インタビュー (ジャパンウェイ京都事務所にて)		
インタビュー時間	約2時間		

基本情報

チャリティネットは、ショッピングやオークションを通してチャリティ（寄付）を促進しNPOを支援することを目的に、誰もが「楽しく」「気軽に」「まじめに」参加できる場を提供している。社会貢献意識の高い企業の参加のもとに、NPO、市民、企業が三位一体となったリレーション（社会的連携）を創造し、社会に深く根をおろすNPO支援の芽を育成⁶⁷していくことを目的としている。

「買い物をして社会貢献」をコンセプトとしてインターネット上で買い物をすると、買

⁶⁵特定非営利活動法人ジャパンウェイ定款を参考。

⁶⁶同上。

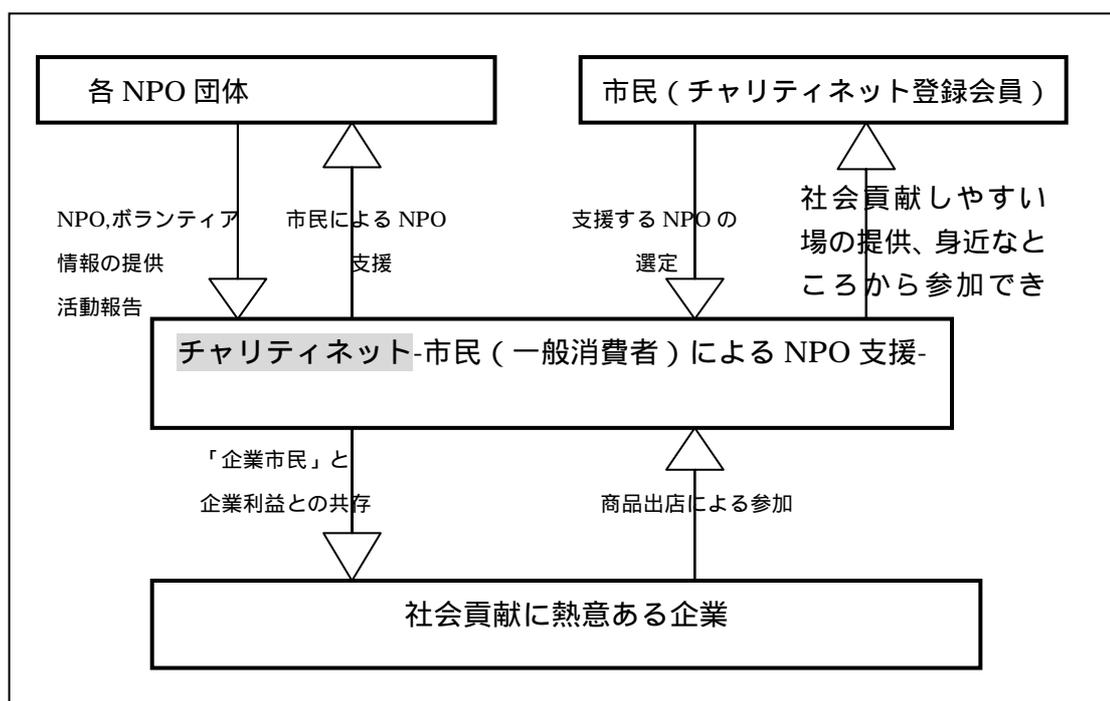
⁶⁷チャリティネットのホームページ、「チャリティネットとは」を参考。

い物代金の中に含まれているチャリティ（寄付）を自分が指定するNPOの活動支援のために贈ることができるというシステム。指定できるNPOは現在、35 団体で（2003 年 11 月 1 日現在）、その中から選ぶことができる。寄付は買い物代金の 5%程度である。⁶⁸

今回のインタビューでは、主にチャリティネットで取り扱っているフェアトレード商品について伺った。

インタビュー内容

Q1: チャリティネットのしくみは？



Q2: チャリティネットの位置づけは？

NPO(民間の公益性の高い非営利組織)を支援するための NPO。いわゆる、中間支援組織（仲介者、intermediary）。

Q3: フェアトレードをどのように捉えている？

援助には物質的にも、精神的にも限界があるので、発展途上国の生活困窮者の自立に向けたサポートとしての位置づけ。

ただ、彼らと貿易をすれば良いだけではなく、彼らが自立をするためにどういった貿易

⁶⁸ インタビューの時にいただいたプリント「チャリティネット」と「寄付先に指定できるNPO 団体」を参考。

のあるべき姿を求めるか、ということを考えることがフェアトレードにおいて重要だと考えている。チャリティネットでは、直接フェアトレードをしているわけではないが、フェアトレードをしている NPO や企業の商品を取扱ったり、NPO を支援することで間接的に関わっている。

Q4: どのような基準でNPOを選定している？

1. 団体の使命 (mission) がチャリティネットの理念と合致していること。
2. 団体の情報を開示していること。
3. 団体が社会的に合意のある活動をしていること。

例えば、チャリティネットの理念は「買い物をして社会貢献」であり、出店あるいは寄付先となっている、フェアトレード団体の基本的な考え方は「貿易を通じて国際貢献」なので、両者は貿易や買い物を通じて社会に対する何らかの貢献をしようという理念が一致するということ。

現在、シャプラニール=市民による海外協力の会やピースウィンズ・ジャパンがフェアトレードに携わる団体として寄付先に登録されている。フェアトレード商品を出店しているのは、シャプラニール=市民による海外協力の会と People Tree である (2003 年 11 月 4 日現在)。

Q5: 商品の価格設定、寄付率設定は？

商品を出店する企業は販売商品の 3~10%の寄付率を明示してチャリティネットに出品する。その場合、寄付の分だけ商品の価格が高くなることはない。

例えば、ある企業が 1000 円の商品を寄付率 5%で出品したとする。この場合、商品そのものは企業が通常売り出している価格と変わりはないので、商品の購入者は通常価格で購入し支援先 NPO を指定することができる。50 円の寄付相当額は出店企業が社会貢献意識と流通コストの削減などにより実際の販売価格を下げることになる。消費者は通常価格の 1000 円で、50 円の寄付を自分が指定する NPO に贈ることができるのだ。寄付率は、出店企業が決める。

Q6: チャリティネットでフェアトレード商品を取り扱うメリットは？

- 特産品という強み

食品や地域の特産品 (フェアトレードの場合海外の民芸品) は、直接消費者が買いに行くことのできないものなので、ネットだからこそ売れる商品として考えられる。

- コスト削減

出店する NPO はネットでの販売となるので流通コストや店舗運営及び店舗における人件費を省くことができるというメリットがある。5%の寄付金があっても、コスト削減と

いう強みはある。

Q7: フェアトレードとチャリティネットの今後の課題は？

- 品質表示

どのような素材で、どういった生産者が作ったのかということを明記したものを消費者に伝える必要がある。同時に、生産者や販売者は、PL 法にもとづいた品質表示により安全性を保障することも大事である。

- 情報公開

さらなる NPO や生産者に関する情報を公開して、消費者に啓発していきたい。

- チャリティという概念の普及

未だ日本では「チャリティ」というと一方的な援助というイメージが強いが、チャリティネットは援助というスタンスではなく、日常的な買い物を通じて関係者がそれぞれの立場で社会貢献や国際貢献をするというもの。その概念が普及することでチャリティネットが支援しているフェアトレードに携わっている NPO の支援にもつながると考えている。

- より多くの出店企業、NPO の登録

現在、順調に登録団体が増えているが、より多くの人にチャリティネットについて知ってもらうことができ、より市民の寄付先の選択肢が増えるので、より多くの団体の登録を目指す。

インタビューした感想

何よりもおもしろい社会貢献のシステムだと思った。アメリカでは困っている人を助けることやボランティア活動に参加することは特別なことではなく当たり前のこととして市民に受け入れられ実践されている。しかしながら、日本では心で何かをしたいと感じていても実際に行動に移す難しさや恥ずかしさがどこかしらあるような気がする。フェアトレードに参加することとチャリティに参加することは違うかもしれないが、どちらにも共通していることは、自分ができることによって相手が幸せになるのであれば何かをしたい、という素朴な動機だと思う。その気持ちを応援しようという動きがチャリティネットなのだとしたら、積極的に活用するべきだと思う。

チャリティネットを運営する側としては、支援先（寄付先）の NPO を選ぶのはとても難しい上、フェアトレードに誠意と透明性を持って取り組んでいるかどうかの見極めは容易ではないと思う。今後、チャリティネットが活発化して拡大化していくのに伴い、具体的な支援先の選定基準や支援先認定後の監査、そしてその情報公開が登録 NPO 同様チャリティネットにも問われると思った。

参考資料 5

団体正式名称	特定非営利活動法人 2050 トクテイヒエイリカツドウホウジン 2050 NPO 2050		
事務所	〒106-0047 東京都港区南麻布 3-5 仙台坂ハイツ 101 TEL 03-5420-1425 FAX 03-3443-9319		
組織形態	NPO 登録法人	主務官公庁	都道府県
Eメール	mail@npo2050.org	ホームページ	http://www.npo2050.org
代表者	[理事長]北谷 勝秀	事務局責任者	[事務局長]櫻井 久美子
設立年月	1994年5月	年間総予算 (2000年度)	382,315,000円 内自己資本金 32%
設立の目的⁶⁹	日本及び世界の人々に対して、人口や環境、貧困などの地球規模問題及び女性の地位向上に関する教育・啓発活動、調査研究、国際協力等の事業を行うこと によって、美しい地球を後世に引継ぐことで公益に寄与すること。		
主な活動内容⁷⁰	国内講演会、海外研修旅行、植林ツアー、海外環境シンポジウム、国際会議主催（リプロダクティブヘルス）、海外貧困女児奨学金給付、エリ蚕飼育による海外貧困女性地位向上。		
取扱商品	シルクのショール、タオル、靴下、		
インタビューした人	理事長の北谷勝秀さん		
インタビュー日時	11月13日(木)と11月30日(日)		
インタビュー方法	メール (筆者が質問項目を送り、それに北谷さんが答えるという形式)		

2050におけるフェアトレードの目的⁷¹

人口問題や環境問題といった地球規模の問題解決の鍵は女性にあると考える。女性を開発の中心に据え、貧困解消を図ることが目的。

女性の社会的地位と収入の向上は、子どもの教育支援につながる。また、循環型農業・産業として環境保全を行いながら、現地の状況に即した事業展開を行う。こうした活動は、発展途上国における貧困の解消と教育の機会増加、そして地球環境保全といった一連の連鎖を生み出すと考えている。フェアトレードとしてのエリシルクプロジェクト(野蚕事業)

⁶⁹特定非営利活動法人 国際協力NGOセンター編『国際協力NGOダイレクトリー2002：国際協力を携わる日本の市民組織要覧』2002年、特定非営利特定活動法人 国際協力NGOセンターを参考。

⁷⁰同上。

⁷¹ 2050のホームページを参考。

は、そのための試みである。

<循環型農業普及支援プロジェクトとは⁷²>

コスモ石油と提携し、環境破壊の進むフィリピン農村部で、エリ蚕の養蚕を核とした持続可能な農業の推進を支援している。キャッサバの葉を活用した養蚕を行うことによって、循環型の社会をめざすプロジェクトである。

インタビュー内容

<生産者と消費者について>

Q1:フェアトレードの「フェア」とは？

フェアというのはあくまでも公正であるということ。搾取がなく、生産者に最大の報酬がもたらされることである。

Q2:生産者の自立とはどういう状態？

生産者が生活でき、買い手と対等に話し合える状態。施しでも駄目で、オーナーシップのない状態でも駄目だと思う。

Q3:エリ蚕生産地であるフィリピンのパラワン島で搾取されていたということは？

詳しいことは分からないが、フィリピンの場合はパラワン島に限らず、日本や中国の資本が入っていき、産物を買叩き、日本の消費者の熱が冷めると、撤退するため育ってきた産業が潰れる場合が多いようである。ナタデココはその例として挙げられる。ナタデココのこともあり、私たちがエリ蚕によるフェアトレードを提案した際もそれに対する警戒感が強いように感じられた。今後、実績と誠意を示すしか道はないのかもしれない。

Q4:シルク生産者と日本の消費者の関係は？

シルク生産者は、応分の労賃と生產品の原価が確保でき、更に、消費地における売り上げのうちの利潤の大部分が返還されること。そして、日本の消費者は中間マージンを避ける事によって、質の良い製品を廉価で入手できること。生産者と消費者の間で2050は良いものを安く売ること。このように、世界でたった一つしかない製品を生産し購入することで、生産者と消費者の間に直接の連帯感が生まれる。

<フェアトレードのしくみについて>

⁷² コスモ石油ホームページを参考。

Q5:生産者が受け取る利潤(賃金)は、現地のフェアトレードを行っていない生産者に比べてどれ位多いのか。また生産者は、生産したエリ蚕の全体の何%をフェアトレード価格として取引をしているのか？

これにはまだ十分に答えることができない。エリ蚕をしている生産者はごく一部で、現段階ではまだ私たちのトレーニングをうけて生産している状態なのである。ただ、生産者の女性たちには職業も副業もなく、エリ蚕が唯一稼ぐ手段となっている。現在は、トレーナーを養成するトレーニングと、農村部での繭生産と糸つむぎをしている段階である。

Q6:価格設定及び生産者との価格交渉の手段は？

最終的な価格交渉は生産者たちと2050との直接対話で取り決める。

生産者へ支払う金額設定

原価計算プラス工賃、及び日本での販売価格を考慮に入れた金額である。利潤は生産者または生産者共同組合(これから設立)に還元するということになっている。

国内での製品販売価格

運賃や関税、国内の作業(ラベル、袋入れ等)、そして、日本国内での同等の製品の価格を調べ 市場価格より1 - 2割安く設定した上で、2050で支払った実費を差し引いた金額である。

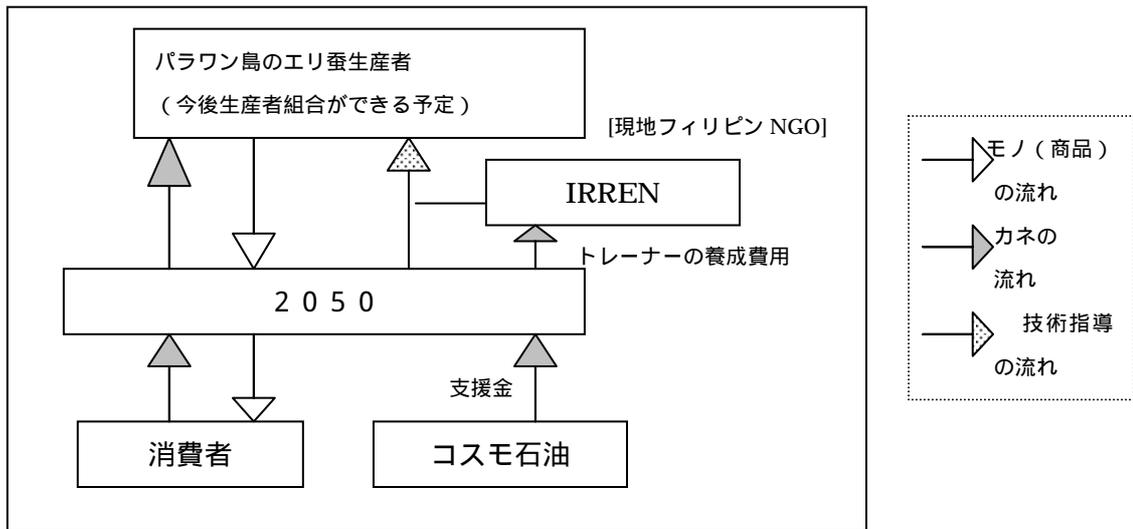
Q7:生産者への送金方法は？

2050が現地指導に行く際に支払ってきた。生産者への送金は年3~4回現地に行く際に支払われる。指導員養成に関しては銀行送金も行っている。

Q8:団体におけるフェアトレードのシステム(商品とお金の流れ)は？

コスモ石油はパラワン島の貧困女性自立のために支援してくれている。資金の使い方は2050に一任されている。今までは現地NGOのIRREN(国際資源回復再生財団)の指導員養成のために使われた。これからは、糸つむぎ機、糸繰り機、織機、などの購入と現地におけるこれら必要機器の生産に使われる予定。

IRRENは女性自立のために努力している。すでにイレんと2050との協力は3年間に及び、2050は、これからは地方町村を対象に直接エリ蚕生産をすすめていく。イレンは独立して同様の作業を行う。この際、現存または新規の生産者共同組合を通じて商品とお金の管理をしてもらうつもりである。



Q9: エリ蚕を始めてからの生産者はどのように変わった？

まだエリ蚕を始めたばかりなので、まだ何も変わっていない。しかし、変わったことがあるのだとしたら、エリ蚕生産者の女性達が女性たちが自信と希望が持てるようになったことだと思う。

Q10:今後の展望は？

当分は2050が生産者の市場開拓の面倒を見るつもりだ。

フェアトレードは市場アクセスの道と考えている。問題は世界から「貧困」を一刻も早く削減すること、貧困層にいわゆる人間としての尊厳を保てる「人間の安全保障」をすること、そのためには、先ず、貧困女性に教育と「収入の道」を確保することである。いろいろと方法はあるが、2050は、女性が収入を得る方法としてエリ蚕飼育を選んだ。しかし、物は作っても売れなくては仕方がない。また、普通の絹は中国製にはかなわない。そこで、隙間市場のあるのがエリ蚕を生産することにして、販売方法としては中間マージンを排除するためにフェアトレードを選び活動を始めた。まだ2050はフェアトレードを始めたばかりで、生産者たちもようやく市場で売れるものを作り始めた段階である。

インタビューをした感想

これまでの活動を振り返ってエリ蚕が生産者に与えた影響について伺った時、北谷さんから返ってきた「貴方の質問にはあと5年ほどたったらお答えできるでしょう。」という返事にあらためてフェアトレードに携わる責任の大きさと継続性の大切さを感じた。ゼロから始めたプロジェクトにすぐに成果や変化が現れるわけではない。5年後、10年後を見据えて、少しずつ少しずつ生産者と支援者（技術提供者）の距離が近づき、生産者は技術を身に付け、そして共に市場のニーズに応える形の製品作りをしていく、それも大切なフェアトレードの一環なのだと考えさせられた。

欧米のフェアトレードは生産者団体を組織するプロセスから、商品を広めるラベリング運動に移行していると言うが、世界にはまだまだスキルも経済力もなく貧困の中にいる人たちが大勢いるので、地道ながらも確実にそういった人たちが自立していけるプロセスをサポートできる組織をサポートする社会体制や消費者の支援が必要不可欠だと感じた。