Title	フェアトレードタウンの機能と構造に関する一考察
Author(s)	前田, 康雄
Citation	国際広報メディア・観光学ジャーナル, 28, 21-36
Issue Date	2019-05-08
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/74387
Туре	bulletin (article)
File Information	021-036-02Maeda.pdf



# imcts

# フェアトレードタウンの 機能と構造に関する一考察

博士課程 北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院 田浦 康雄

# Consideration on function and structure of Fair Trade Town as an intermediate system

#### **MAEDA Yasuo**

abstract

This research considered the function and structure of Fair Trade Town through focusing on cases in Japan. For that consideration, this research proposed an analytical framework to which applied a relationship model for community development through tourism. As a result, it can be concluded that Fair Trade Town as an intermediate system is useful for considering sustainable development of producers or producing areas in developing countries and communities of supporters in developed countries.

**%Fair Trade Town through focusing on cases in Japan** 

## はじめに

日本では各地域で地方創生の取組みが行われてきた。しかし、東京圏への 人口移動が止まらず、多くの地域で地域力の低下が懸念され、問題となって いる。2016年6月には「ニッポン一億総活躍プラン」が閣議決定され、地域 住民が地域づくりに主体的に取組む「地域共生社会」を実現することが謳わ れた。しかし、多様な背景を持った人たちの「価値や権利が衝突し、差別や 排除が起こる」¹のも地域であるため、人びとが連携できる具体的な仕組みが 求められている。

本研究では、地域2の人たちが主体的に発起し、地域全体で取り組むこと で「公正で持続可能な共生社会づくり」を目指すフェアトレードタウン(Fair Trade Town:以下、「FTタウン」とする)を取り上げる。そして、途上国の生 産地(生産者)と支援国の一般市場(消費者)をつなぐ中間システムとして FTタウンを捉え、その機能と構造を考察することが、支援国の地域づくりに も貢献し、将来的な発展・存続に有用となることを示すことを目的とする。 そのための分析枠組みを「持続可能な観光地域づくり」の先行モデルに求め る。観光は、人の移動を前提とし、場所(観光地)に埋め込まれた有形・無 形の資源を消費する点で、途上国の産品の移動(貿易)に関わるフェアトレー ドとは異なる。しかし、例えば観光みやげ品の開発や販売は観光地域づくり の対象となる。また、持続可能な観光開発を利用した「まちづくり」によっ て持続可能な地域社会が構築された事例も研究されている<sup>3</sup>。そこで、FTタ ウンの概念を観光地域づくりに結び付け、FTタウン研究に新たな視点を持ち 込むこととした。

本論考では最初にFTタウンの課題を示し、それが先行研究でいかに議論さ れてきたのかをレビューし、中間システムとしてのFTタウンの分析枠組みを 提示する。そのうえで、現在国内にある4つのFTタウンの事例を通して、分 析枠組みの適応可能性を確認する。また、名古屋の高校生がフィリピンの生 産者と製作した手芸品の事例を通して、分析枠組みの有効性を調査する。最 後に中間システムの有用性について考察する。

本論に入る前にフェアトレードの定義をしておきたい。フェアトレードは 「公正貿易」と訳されることが多い。一般的には「途上国の貧困や労働環境 の改善のため、適正な価格で取引を行う仕組み」4を意味している。しかし、 それに取り組む団体や人によって重視する公正さは異なり、一義的ではない⁵。 そこで、本論考では「共通定義として世界的に定着している」(渡辺、2010: 3-4) といわれている、2004年にFINE (現、FTAO) が定めた以下の定義に 従う。「フェアトレードとは、より公正な国際貿易の実現を目指す、対話・透 明性・敬意の精神に根ざした貿易パートナーシップのことを言う。フェアト レードは、とりわけ南の疎外された生産者や労働者の人々の権利を保障し、 彼らにより良い交易条件を提供することによって持続的な発展に寄与するも

- 厚生労働省、地域における住民 主体の課題解決力強化・相談支 援体制の在り方に関する検討会 (地域力強化検討会):「地域力 強化検討会最終とりまとめ 一 地域共生社会の実現に向けた新 しいステージへ―|(平成29年9 月12日)
- ▶2 地域とは「区画された土地の区 域。一定の範囲の土地」をいう。 本論考では、FTタウンの認定対 象となる行政区(議会のある市 町村などの自治体)を指す。
- ▶3 安村 (2010):103
- 「現代用語の基礎知識」(2018): 199
- ▶5 渡辺(2010:2-3)は、①「自由 かつ公正 (free and fair)」、②「公 正かつ正義(fair and just)」、③「公 正かつオルタナティブ(fair and alternative) | の3つの立場を紹介 している。しかし、山本(2014: 385) によると、最初にフェア トレードという言葉が使われた のは1880年代であり、「英国に 自由に輸入される外国からの安 価な商品に反対する英国生産者 の運動」を意味していた。なお、 米国のトランプ政権も、「自由 貿易に対抗し、自国産業の保護 政策を正当化する概念として 使っている」(「現代用語の基礎 知識」(2018):199)。
- ▶6 FINEはフェアトレードの4つの国 際組織が設立したアドボカシー・ オフィスである。現在は「Fair Trade Advocacy Office」という。



- ▶7 『国際フェアトレード憲章』和 訳版(2018年10月17日)、FTFJ: ホームページ:〈http://fairtradeforum-japan.org/about/resource> (2019年1月2日閲覧)
- ▶8 SDGsは「持続可能な開発目標: Sustainable Development Goals J のこと。2015年9月の国連サ ミットで採択された「持続可能 な開発のための2030アジェン ダ」に記載された、2016年から 2030年までの国際目標。持続可 能な世界を実現するための17の ゴール・169のターゲットから 構成され、地球上の誰一人とし て取り残さない (leave no one behind) ことを誓っている。
- この産品は「提携型」と言われ ている。先進国のフェアトレー ド団体と途上国の生産者団体と が直接提携するものである。 WFTOに加盟している団体は、 日本ではPeople Treeの商品ブラ ンドを持つフェアトレード・カ ンパニー株式会社1社しかない。 その理由の一つとして、「日本 のフェアトレードの市場規模が 小さく、国際団体に加盟できる ほどの収益(会費や対応コスト) をあげ得ていない」(長坂、 2018:32) ことを挙げられる。
- ▶10 この産品は「認証型」と言われ ている。産品(原材料)毎にフェ アトレードであることの認証が なされ、それを使用した最終製 品がフェアトレード商品として 認められ、商品に直接フェアト レード認証ラベルを貼ることが できる。自ら生産者と関わるこ とのない企業であっても、フェ アトレード認証がなされた産品 を利用することでフェアトレード に参加できるため、一般市場に おけるフェアトレード商品の取 扱高が大きく伸び、「21世紀入る と世界で最も高い伸び率を示す 小売商品の一つ」(長坂、2018: 40) となっている。
- ▶11 基準では、a) WFTOの10原則、 またはWFTOとFIが共同で定め た「フェアトレードの原則に関 する憲章」が掲げる5原則に立っ て活動し、かつ、b)事業の透 明性が確保されているフェアト レード団体、と定められている。

のである。フェアトレード団体は、消費者の支持のもとに、生産者への支援、 人々の意識の向上、そして従来からの国際貿易のルールや慣行を変革する キャンペーンを積極的に推し進める団体である。」

2018年9月、FINEを構成するWFTO(世界フェアトレード連盟)とFI(フェ アトレード・インターナショナル) は新たに「国際フェアトレード憲章」(The International Fair Trade Charter:以下、「新FT憲章」とする)で策定し、フェ アトレードの価値観や活動の内容を解説した。そこでは、「経済的な利益より も人と環境を優先する」こと、「SDGs8が掲げる諸課題に長年取り組んできた」 ことが謳われた。また、フェアトレードは、1) 生産者と消費者をより透明性 のあるサプライチェーン (供給網) で結ぶものであり、2) 幅広い市民の参 加を得て「貿易ルールの書き換え」を目指すパートナーシップ(生産者-消 費者間の対等な協働事業)である、と説明している。

なお、フェアトレード商品とは、一般的には「フェアトレードの国際的な 基準に従って生産・取引・販売されている商品のこと」(長坂、2018:28) を指す。国際的な基準には、「WFTOのフェアトレード10原則」やWFTOとFI (旧、FLO) が共同で定めた「フェアトレードの原則に関する憲章」がある(前 掲書:22-28)。日本のFTタウン認定基準ではフェアトレード産品を、1) WFTO加盟団体の産品<sup>9</sup>、2) FIラベル認証産品<sup>10</sup>、3) 地域の推進組織が適切 と認めるフェアトレード団体11の産品(以下、「第三カテゴリー」12という)と 定めている。

# 問題の所在

### 2.1. FTタウンの課題

FTタウンとは「市民、行政、企業、小売店、学校など街全体でフェアトレー ドを応援する市町村、郡、県などの自治体」であり、そこでは「地域のみん なが一体となり、フェアトレード製品を積極的に購入・販売し、啓発イベン トを開催するなどして、フェアトレードを広める活動を積極的に行う」こと が期待されている13。一般社団法人日本フェアトレード・フォーラム(日本 のFTタウン推進全国組織。以下、「FTFJ」とする)14はそれを「運動」と捉え て、「『まちぐるみ』、つまり、まちの行政、企業・商店、市民団体などが一体 となってフェアトレードの輪を広げることで、不利な立場、弱い立場に置か れた途上国の生産者の人たちの自立や環境の保護保全に貢献しようとする運 動」15と定義している。

世界最初のFTタウンはイギリス北部ランカシャー州のガースタング (Garstang:人口約5000人の市場町)で、町民集会で住民自身が「FTタウン であること」を宣言し、2000年に誕生した16。この「草の根のイニシアチブ」 が注目され、翌年には「フェアトレード財団」が中心となってFTタウンの認 定基準ロが策定され、欧州諸国を中心に運動が広がった。その後アメリカ、

オーストラリア、日本などにも広がり、現在では途上国を含む2167自治体(33 カ国)<sup>18</sup>がFTタウンに認定されている。日本国内では、2011年に熊本市、 2015年に名古屋市、2016年に逗子市、2017年に浜松市が認定され、札幌市、 いなべ市(三重県)、垂井町(岐阜県)、宇都宮市、岡山市でも運動が進んで いる19。

自治体がFTタウンになるには、その国のFTタウン推進全国組織が定める FTタウン基準を全て満たし、同組織によって審査・認定される必要がある。 FTタウンとして認定された自治体は、FTタウン運動のネットワーク組織であ るフェアトレードタウン・インターナショナルのホームページに登録され、「FT タウンであること」を広くアピールできる。一方、認定後も定期的(日本は3 年毎)に更新審査が義務付けられているため、FTタウンに認定された自治体 はこの運動を継続・発展させていくことが必要となる20。

特に日本のFTタウン認定基準は、「『フェアトレードはコミュニティ活動』 であることを明確に表明する」(長坂、2018:65) ため、イギリスで策定さ れた基準に日本独自基準「地域活性化への貢献」21が加えられている。地域 活性化(以下、「地域づくり」とする22)には経済活動の活性化と社会活動の 活性化が含まれている。そのため、途上国支援を目的とするフェアトレード と支援国の地域づくりをいかに関連づけ、「市民、行政、企業、小売店、学 校など街全体」の賛同を得ていくかが課題となる。

#### 2.2. FTタウンの先行研究

この課題に対して日本の先行研究では、2011年に熊本市が認定されてから 間がないこと、また、フェアトレードは途上国支援に主眼が置かれているこ とから、支援国の地域づくりという観点からの研究は少ない23。その内容も、 熊本市や名古屋市等の認定に関する事例紹介24に留まっていることが多い。 そこで、フェアトレードと支援国の地域づくりとの関連づけに絞って、日本 の代表的なFTタウン推進者、研究者である渡辺龍也と長坂寿久、社会・文化 的な次元からFTタウン運動にアプローチした小鳥居伸介、FTタウン推進活動 団体などに中間支援組織の機能を見出した渡耒絢の先行研究を取り上げる。

渡辺と長坂は、日本のFTタウン認定基準の策定にも関わった立場から、新 自由主義とそれに根差したグローバリゼーションへの対抗運動としてFTタウ ンを捉えて、フェアトレードと支援国の地域づくりとを関連づけている<sup>25</sup>。し かし、地域の人びとの中には、グローバリゼーションによって恩恵を受けて いる人もいるため、それを対立軸(争点)とした運動を街全体に広めていく には限界があると考える。

小鳥居(2014:82)は「一部の先端的な知識人が提唱する思想・言説の 限界」を指摘し、社会・文化的な次元からFTタウン運動にアプローチし、国 内の各地域のリーダーを中心に広範な聞き取り調査を行っている。そして、「現 代の消費中心の文化や経済、格差が広がる社会の仕組みに漠然とした違和感 を抱いていた広範な人々」に対して「高邁な精神を保ちながらも、平易な語 り口と取り組みで、すべての人々を巻き込んでいく潜在力」をFTタウン運動 に見出した。しかし、その具体的な仕掛け (mechanism) までは提示できて

- ▶12 第三カテゴリーが設けられた理 由は、日本では欧米諸国に比べ て1) や2) の商品が十分に普及 しておらず、さまざまな団体が フェアトレードによる商品を 扱っているためである。なお、 この中には、事業者自身が生産 者から消費者にいたるまでフェ アな取引であることを確認し、 保証している「独自ルート商品」 も含まれる(長坂、2018:29)。
  - ▶13 特定非営利活動法人フェアト レード・ラベル・ジャパン(通称: フェアトレード ジャパン)ホー ムページ、「フェアトレードタウ ンとは」: 〈https://www.fairtradejp.org/get\_involved/fairtrade.php> (2019年1月2日閲覧)
  - ▶14 日本でFTタウンを認定する組 織。旧、フェアトレードタウン・ ジャパン。
  - ▶15 FTFJのホームページ「FTタウン とは」: 〈http://fairtrade-forumjapan.org/fairtradetown/aboutfairtradetown》(2018年10月29日 閲覧)
  - ▶16 ガースタング町におけるFTタウ ン運動は、1992年に同町に移住 した男性がフェアトレード団体 オックスファムの地元グループ を立ち上げ、フェアトレードを 広める活動を行ったことから始 まる。2000年になり、途上国の フェアトレード産品の普及を目 指すだけでなく、途上国の生産 者と同様苦しんでいた地元の生 産者の産品も一緒に消費・販売 する運動に転換した。その結果、 町長、商店やレストラン、学校 や教会、地元農家などの町全体 の賛同を得ることに成功し、町 民集会で世界初の「フェアト レードタウン」宣言につながっ た (渡辺、2010:86-87)
  - ▶17 イギリスの「フェアトレード財 団」が中心となり、次の5項目 の基準を設定した。1. 地域の 政治セクタ(地方自治体)がフェ アトレードを支持しているこ と。2. 地域の経済セクタ(企業・ 商業施設)がフェアトレード産 品を提供していること。3. 地 域の社会セクタ(職場・各種団 体)がフェアトレード産品を利 用していること。4. 地域イベ ントの開催やマスコミを通して 市民・住民を啓発していること。 5. 運動を持続・発展させるた



めの中核となる組織=推進委員 会(steering committee)を設け ていること。なお、各国のフェ アトレード基準はこの基準に基 づくことが求められているが、 自国に適すると思われる基準を 自由に追加することもできる (渡辺、2010:87-91)

- ▶18 フェアトレードタウン・インター ナショナルのホームページ: \http://www.fairtradetowns.org/> (2019年1月2日閲覧)
- ▶19 札幌市は2018年11月28日に認 定基準の全てを満たし、FTタウ ンの認定を待っている。いなべ 市も2018年12月21日に満たし、 認定申請の準備をしている。
- ▶20 イギリスでは、「基準を満たし てFTタウンに認定されたことで 満足し、そのあと運動が尻すぼ みになって『名ばかり』のFTタ ウンに劣化する例」(渡辺、 2012:114) がある。
- ▶21 基準ではその指標として「地場 の生産者や店舗、産業の活性化 を含め、地域の経済や社会の活 力が増し、絆(きずな)が強ま るよう、地産地消やまちづくり、 環境活動、障がい者支援等のコ ミュニティ活動と連携してい る」ことが明示されている。
- ▶22 本論考では「地域活性化」「地 域振興」「地域おこし」「地域づ くり」、さらには「まちづくり」 など類似する概念を総称し、「地 域づくり」とする。
- ▶23 例えば、CiNii (NII学術情報ナ ビゲータ)で「フェアトレード を検索すると402件該当する が、「地域」というキーワード を加えると48件に減る。さらに、 「地域」が途上国の地域を指す もの、地域活性化とは直接関わ らないもの、重複しているもの 等を除くと20件以下となる。 「フェアトレードタウン」で検 索しても19件しか該当しない。 その内容も、歴史や制度の紹介、 熊本市や名古屋市等の認定に関 する事例紹介に留まっているこ とが多い(2019年1月7日調べ)
- ▶24 例えば、明石(2013、2018)、 八木(2011)、土井(2013、 2018)、原田(2018)など
- ▶25 例えば、渡辺(2012:115-116)は、 国内の地域の過疎化やシャッ ター街化、活力の低下等の「地

いないため、結果として運動のリーダーたちの特異な能力に着目したものと 考える。FTタウンは更新審査を経ることで将来的にも存続することが期待さ れているため、運動を継続・発展させていくには、後継者の育成を含む組織 的な対応が必要ではないだろうか。

渡耒(2015)はFTタウンを「フェアトレードを通じたまちづくり<sup>26</sup>」と捉 えたうえで、FTタウン推進活動団体やフェアトレード活動団体(以下、総称 して「FTタウン推進組織等」という)に中間支援組織に類似する機能を見出 した。中間支援組織とは「さまざまなステークホルダー同士を連携させる役 割を担いつつ、さまざまなステークホルダーに対して直接的にサービス支援 を行うなど多面的な役割を担っている」ものをいう。渡耒は、「さまざまなス テークホルダーを参画させるためには、参画することによってそれぞれがメ リットを感じられる、つまり実施する側のまち全体の成長にも大きく貢献す ることが求められている」とし、各地域のFTタウン推進組織等へヒアリング 調査を行った。その結果、FTタウン形成に有効な中間支援組織の要素として、 「1. 情報や知見の把握・共有」「2. さまざまなステークホルダーとのネットワー ク形成」「3. リーダー的性格」の3つを挙げ、それらに類似するFTタウン推 進組織等の機能を整理した。

#### 2.3. 本研究の問い

FTタウン推進組織等に中間支援組織に類似する機能を見出した渡耒の研 究は、FTタウンの将来的な発展・存続という観点から有用と考える。しかし、 FTタウンを「市民、行政、企業、小売店、学校など街全体でフェアトレード を応援する自治体」と捉えると、例えば人口約6万人の逗子市と人口約230万 人の名古屋市とでは、求められる中間支援組織の機能は異なるのではないか。 また、FTタウン推進組織等に直接参加する人たちは限られているため27、FT タウン推進組織等だけにこの機能を期待することには限界があろう。そこで 本研究では、FTタウン運動に参加する人たち28のさまざまな主体的活動の過 程または結果(総体)にこの機能を求める。そして、それをいかに捉えれば 将来的な発展・存続に有用な仕掛けを見出せるのか、ということを問いとする。

# 分析枠組みの提示

#### 3.1. 中間システム

この問いに応えるため、本研究ではFTタウンを中間システムとして捉える 視点を提示する。システムとは「相互依存しあい機能的に関連しあっている 諸要素の集合体が、環境に対して境界内の恒常性を維持しているもの」をい い、「構成諸要素が個々人の行為であるようなシステム」を社会システムと いう (富永、1995:106-110)。 社会システムの成員である個々人は自らの「欲 求充足上の必要」から社会システムを構成し、さまざまな相互行為を行う。

一方、社会システムは「成員個々人の欲求や行為には還元できない」必要諸 条件(「機能的要件」)を持っている。この機能的要件は、社会システムが「環 境から課せられるさまざまな制約に適応」しつつ「システムの存続を可能に するために充足されなければならない」ものであり、「さまざまな下位システ ムの活動の結果として充足」される。このような社会システムの働きを説明 するための中心概念が「構造」(structure)と「機能」(function)である。(前 掲書:116)

本論考では中間システムの構造を、成員個々人の相互行為の過程および結 果から類推できる恒常的な関係(社会ネットワーク)と捉える。なお、中間 システムは次節以降で論じるが、ここでは、渡耒(2015)がいう中間支援組 織の役割29を持った社会システムとしておく。

#### 3.2. 観光の関係性モデルの基本パターン

中間システムとしてのFTタウンの機能と構造を明らかにするため、敷田ら (2012:30) の「観光の関係性モデルの基本パターン」[図表1] を先行モデ ルとして援用する。敷田らは、地域主導による持続可能な観光地域づくりを 目的とした中間システムを「地域資源と地域外のアクターを結びつけて価値 を創造し、そこから地域資源を含む地域に還元するしくみ」と定義した。そ して、地域資源(観光地域内)の側に位置する中間システムが、1)地域資 源をブランディングし、2)それを地域外関係者にマーケティング(PR・販売) し、その結果、3) 観光客の受け入れ(来訪)につながり、4)地域づくりに 貢献することを示した。また、敷田・青木(2013:1-10)はこのモデルを、(独) 国際協力機構(JICA)の支援によってドミニカ共和国プエルトプラタ県で行 われた、観光地域づくりに向けた手芸品の商品化プロジェクトにも適用した。

#### 観光の関係性モデルの基本パターン 図表1



(敷田ら(2009:42)から引用)

観光の定義は、観光政策審議会の答申(答申第39号、平成7年6月2日)や WTO (World Tourism Organization) 30により、行動空間として職場や自宅か ら離れた非日常生活圏、行動時間としておおよそ1年以内、行動目的として 休息、学び等、とされている。観光は人の移動を前提とし、場所(観光地) に埋め込まれた有形・無形の資源を消費する点で、途上国の産品の移動(貿易) に関わるフェアトレードとは異なる。しかし、例えば観光みやげ品は生産・ 販売(購入)と消費(贈与)の場所が異なるし、歴史的経緯や必然的な結び つきが存在しない日本の観光地で東南アジアの手芸品(アジアン雑貨)が観

- 域の問題もその多くは途上国の 生産者地域と同様、新自由主義 とそれに根ざしたグローバリ ゼーションがもたらしたものだ という認識、『問題の根っこは 一緒だ」という認識 | を「共有・ 共感できるような説明や訴えか け」をFTタウン運動に期待した。 また、長坂寿久も、「世界の貿 易システムは依然不公正であ り、大企業・グローバル企業有 利の仕組みが導入されている」 (2018:19) とし、「グローバリゼー ションによって相互扶助や自然 との交わりが剥奪され(た)」 (2014:83) 地域社会の回復に 向けて、トランジションタウン 運動(脱石油依存や環境改善、 地域のレジリエンス (復元力) の向上を目指す運動)との連携 を提案している。
- ▶26 渡耒はまちづくりを「住民や市 民が主体となるコミュニティ・草 の根レベルの地域づくりや地域 振興、地域活性化」と捉えている。
- ▶27 例えば、名古屋市のFTタウン推 進活動団体(特定非営利活動法 人フェアトレード名古屋ネット ワーク)の場合、会員数(賛助 会員含む) は26団体、43個人し かいない(2018年12月31日現 在)。また、スタッフはすべて ボランティアであり、その数も 限られるため、自治体内で十分 な中間支援機能を発揮できてい るとはいえない。
- ▶28 ここにはフェアトレード商品の 消費者も含む。SNSなどの普及 を背景に、購入者などからの投 稿(口コミ)が一般の消費者の 購買行動に影響を与えるように なった。よって、フェアトレー ド商品の消費者もFTタウン推進 の重要なアクターとなる。
- ▶29 中間支援組織は「さまざまなス テークホルダー同士を連携させ る役割を担いつつ、さまざまな ステークホルダーに対して直接 的にサービス支援を行うなど多 面的な役割を担っている」。
- ▶30 Aghababaei, R. E. et al.: The Impacts of Cultural-Social Tourism Management, [Journal of American Science, , 8(4), pp. 782-785. (2012)
- ▶31 例えば、那須高原にあるアジア ンオールドバザールでは、那須 高原とはまったく関係のないア



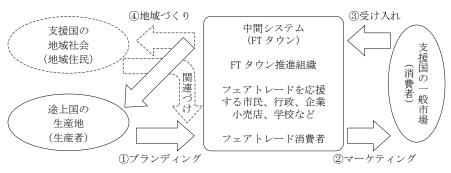
ジア諸国の手芸品などが多数売 られており、那須高原の観光み やげ品として観光客に購入され ている。

光みやげ品として販売されている事例31もある(鈴木、2010)。また、東京や 大阪などの大都市には多くの自治体のアンテナショップが開設され、観光み やげ品が販売されている。一方、フェアトレードの原初形態は、支援国の NGOが支援先から手芸品を持ち帰り、友人や隣人に売って生産者の生計を助 けるものであり(渡辺、2007:7)、このNGOを中間システムに位置づけるこ とで、図表1をフェアトレードの文脈で捉えることは可能であると考える。

#### 3.3. FTタウンの機能・構造モデルの提案

「新FT憲章」で見たとおりフェアトレードは、1) 生産者と消費者をより透 明性のあるサプライチェーンで結ぶものであり、2)幅広い市民の参加を得 て「貿易ルールの書き換え」を目指すパートナーシップである。また、日本 のFTタウンは支援国の地域づくりにも貢献することが期待されている。そこ で本論考では、中間システムとしてのFTタウンを「途上国の生産地(生産者) と支援国の地域社会(地域住民)を支援国の一般市場(消費者)に結びつけ て価値を創造し、そこから生産者を含む地域に還元するしくみ」と定義する。 そのうえで、本研究の分析枠組みとして、図表1を応用して「FTタウンの機能・ 構造モデル」[図表2]を提案する。

#### 図表2 FTタウンの機能・構造モデル



(敷田ら(2009:42)を応用して著者が作成)

▶32 ここではフェアトレード商品の 愛好者(リピーター)をいう。

> 図表2では、中間システムは、価値を創造し、将来的にも発展・存続する ため、「1) ブランディング機能」、「2) マーケティング機能」、「3) 受け入れ 機能」、「4)地域づくり機能」という4つの機能を発揮する。この機能と、そ こで期待される相互行為、想定される成員(主体)を整理した[図表3]。想 定される成員とは、FTタウン推進組織等のメンバー、フェアトレードを応援 する地域住民、行政、議会、企業、小売店、学校、NGO/NPOなどの関係者、 FT商品の消費者32など、フェアトレードを応援する総ての人たちである。

#### ■図表3 中間システムの機能・成員

機能	期待される相互行為	想定される成員(主体)
1) ブランディ ング機能	途上国の生産者を取り巻く状況や商品の製作過程をフェアトレードのストーリー(物語)に編集する33	生産者の状況に詳しいNGO/ NPOなどの関係者、他
2) マーケティ ング機能	フェアトレードショップやバ ザーなどでフェアトレードの 理念やストーリー (物語) を 消費者に訴求する	マーケティング力のある企 業、小売店、NGO/NPOなど の関係者、フェアトレード商 品の消費者、他
3) 受け入れ機能	フェアトレードの理念に共感 した消費者をリピーターや FTタウン運動のボランティ アとして受け入れる	フェアトレード商品の小売 店、地域イベントに出店する NGO/NPOの関係者、学校(部 活動)、他
4) 地域づくり機能	新たに創造した価値を途上国 の生産者、支援国の地域社会 に還元する	途上国の生産者を支援する NGO/NPOの関係者、他 支援国の地域づくりに関わる 行政、議会、NPO、学校(部 活動)、地域住民、他

また、中間システムの構造は、FTタウンに参加する成員個々人の相互行為 の過程および結果から類推できる恒常的な関係をいうため、本論考では上記 の定義を踏まえて「価値創造の関係」とする。価値創造の関係とは、1)、2) の機能から類推できる「意味情報の伝播」の側面と、3)、4)の機能から類 推できる「資本(人材・物財・資金など)の移転」の側面の連携として捉え ることができる。これにより「貿易ルールの書き換え」が進み、「価値創造」 の仕掛けが可能となると考えられる。

ここで、図表2で明示した「関連づけ」について説明する。中間システム の「4)地域づくり機能」には、途上国の生産者支援に関わる成員と、支援 国の地域づくりに関わる成員が関係する。成員個々人の欲求や行為は前者と 後者で異なるが、中間システムが将来的に発展・存続する仕掛けとして、支 援国の地域社会(地域住民)を途上国の生産地(生産者)に結びつけて価値 を創造する「関連づけ」の機能が有用となる、と考えられる。

関連づけの機能で期待される相互行為には、「支援国の地域社会をフェア トレードのストーリーに盛り込み、再編集する」などを挙げられる。例えば、 名古屋のA高等学校の部活動では、自家養蜂のはちみつとフェアトレードの カカオを使ったアイスクリームを商品開発し、地域のイベントなどで販売す ることで、フェアトレードが環境にも配慮している活動であることをアピー ルしている (梶原、2018:140-141)。

• ▶33 佐藤(2018:142-143)によると、 「物語付き販売」(Cause Related Marketing) の手法では、通常 の「価格」や「品質」に加えて 「理由=物語」が商品に付加さ れ、差別化し、購買意欲を高め るが、「いちいち『物語』の真 偽を消費者が確認するのは面 倒」であり、「フェアトレード ラベル」はそれを代替している。



# 国内のFTタウンの事例

#### 4.1. 事例調査の目的と方法

FTタウンの分析枠組み [図表2] で示した「関連づけ」の適用可能性を確 認するため、現在国内にある4つのFTタウンの認定過程においてなされた地 元議会の決議(「フェアトレードを支持する旨の決議」)を取り上げて、フェ アトレードと支援国の地域づくりとの関係を整理する。

地元議会はFTタウンの成員の一つに過ぎないが、地域住民の多様な人た ちの「声」を代弁し、その利害(関心)を調整する場であり、主要な成員と して見なすことができる。また、決議は全会一致を原則としているため、FT タウンに関わる人たちが決議を得ていることを公言することがPR効果につな がる。さらに決議文では、フェアトレードと支援国の地域づくりとの関係が 明確に確認できるため、本論考で取り上げる。

なお、日本の認定基準の中には「地域活性化への貢献」も盛り込まれている。 しかし、その指標は「種々のコミュニティ活動と連携・連帯した行動が取ら れている」という一般的なものであり、各地域の状況もFTタウン推進組織が 把握する関連団体のイベントなど雑多であり(長坂、2018:170)、今回は取 り上げない。

## 4.2. 熊本市と決議内容

熊本市(人口73.6万人(当時))は、2011年6月、日本初、アジア初、世界 1000番目のFTタウン34として認定された。市の所管部局は観光文化交流局観 光交流部シティプロモーション課国際室(現、総合政策部国際課)である。 市議会の決議は2010年12月17日、「フェアトレード理念周知に関する決議」(渡 辺、2012:128) としてなされた。決議文では、「フェアトレードの団体・企業・ 個人の商行為等を支援するものではなく、あくまで経済大国の日本国民とし ての立場で、国際貢献や人権尊重の精神、さらには人道的見地から、フェア トレードの理念周知に努める」ことを執行部に対して切望している。

## 4.3. 名古屋市と決議内容

名古屋市(人口229.5万人(当時))は、2015年9月19日に認定された。市 の所管部局は環境局環境企画部環境活動推進課である。市会の決議は2015 年3月10日、「フェアトレードの理念の支持に関する決議」35としてなされた。 決議文には、副次的な効果として「フェアトレードの普及活動を通じて、交 流の促進やにぎわいの創出にもつながるといった側面もある」ことが明記さ れた。

なお、決議文には、行政の所管部局が所掌する「環境」の文字はない。そ こで、FTタウン推進組織はFTタウンの認定状授与式で市長と「国際フェアト レードタウンなごや宣言」を行い、フェアトレードの理念が環境等の地球規

▶34 熊本市は、FTタウンではなく、 フェアトレードシティを名乗っ ている。しかし、本論考では他 のFTタウンに倣い、FTタウンと 表記する。

►35 http://www.city.nagoya.jp/shikai/ cmsfiles/contents/0000068/68556/ trade.pdf (2018年10月29日閲覧)

模の課題解決に貢献することを確認した。

### 4.4. 逗子市と決議内容

逗子市(人口5.7万人(当時))は2016年7月に認定された。市の所管部局 は市民協働部市民協働課である。市議会の決議は2016年3月22日、「フェア トレードの理念に関する決議」36としてなされた。決議文では、最初に逗子 市が目指す地域づくりのビジョンが示され、それが「世界とつながる平和を 目指す」ものであることが謳われた。また、フェアトレードの理念が「国際 貢献や人権の尊重に資する平和活動でもある」とされた。

#### 4.5. 浜松市と決議内容

浜松市(人口80.7万人(当時))は、2017年11月19日に認定された。市の 所管部局は市民部市民生活課くらしのセンターである。市議会の決議は2017 年6月14日、「フェアトレードの理念に関する決議」<sup>37</sup>としてなされた。決議 文では、最初に浜松市の歴史と目指すべき方向性が示され、それが「国際社 会(グローバル社会)の一員として世界とともに発展する」との意思が謳わ れた。また、フェアトレードの理念が公平で住みやすいグローバル社会づく りに資するものであり、「行く行くは浜松市の発展にも寄与する」ものである とされた。

#### 4.6. 小括

現在国内にある4つのFTタウンの認定過程でなされた地元議会の決議の内 容を整理した結果、フェアトレードと支援国の地域づくりとの関係が、地域 によって異なることが分かった。2010年の熊本市議会の決議では、フェアト レードと支援国の地域づくりとの関係は示されなかった。しかし、2015年の 名古屋市会では、フェアトレードの普及活動が「交流の促進やにぎわい」に つながるという、観光要素が副次的に示された。さらに、2016年の逗子市議 会では、同市が目指すビジョンである「平和を目指すまちづくり」との関係 が明確に示され、2017年の浜松市議会では、「グローバル社会と同市の文化 や産業の発展との関係」が積極的に示された。

逗子市議会や浜松市議会の決議で見られた変化の背景には、例えば2015 年に国連で制定されたSDGsが国内で普及し、行政や議会でもフェアトレード に対する理解が進んだことを挙げることができる。今後SDGsは企業など経済 セクターにも浸透していくことを考慮すると、フェアトレードに地域づくり を関連づける傾向は強まるものと考えられる。これらのことから、図表2かFT タウンの分析枠組みとして適用可能であるといえる。

►36 http://www.city.zushi.kanagawa.jp/ global-image/units/115438/1-20160322120204.pdf、参照(2018 年10月29日閲覧)

▶37 はままつ市議会だより、Vol.171: https://www.city.hamamatsu.shizuoka.jp/gikai/tayori/documents/ gikaitayori290805.pdf/(2018年10 月29日閲覧)



# 名古屋の高校部活動の事例

FTタウンの分析枠組み [図表2] で示した「関連づけ」の有効性について 確認するため、質問票調査を行う。そのために、名古屋のN高等学校の部活 動「Nカンパニー部」38がフィリピン国セブ州の女性生産者グループと製作 した手芸品の事例を取り上げる。本調査では、手芸品が作られた過程など商 品の背後にあるストーリーを知ることで、商品に対する経済的な価値(価格) がいかに変化するのかを確認する。

#### 5.1. 事例の背景

N高等学校がある名古屋市港区にはラムサール条約39に登録された日本有 数の渡り鳥の休息地「藤前干潟」があり、フィリピン国セブ州のオランゴ環 礁との間を渡り鳥が行き来している。渡り鳥の飛来は藤前干潟の生態系を維 持するうえで重要な役割を果たしている。このことを知ったNカンパニー部 では、藤前干潟の生態系の保全を訴求するため、渡り鳥をモチーフとしたキー ホルダーをデザインし、セブ州の女性生産者グループに製作を依頼した。キー ホルダーはセブ島のココナツの殻を素材としており、利益の一部がオランゴ 環礁のマングローブ林の保全に寄付される仕組みを組み合わせた。部員たち は、地元の商店街などで市場調査を行い、発注数や販売価格を検討し、計 500個を制作した(2016年3月に完成)。また、パッケージングも自分たちで 行い、地元のイベントなどで出店・販売してきた。なお、本事例における仕 掛けとは、セブ州の女性生産者グループの支援と名古屋市の藤前干潟の生態 系の保全とを関連づけるため、渡り鳥、ココナツのキーホルダー、オランゴ 環礁の再生などを素材として組み合わせたことである。

#### 5.2 調査の方法

調査は2018年7月11日に、NG大学の世界教養応用プログラムの授業 「NPO NGOとボランティア」を受講した72名に実施した。最初に商品を示し、 「この商品はフィリピンの女性生産者との間でフェアな取引によって作られて いる」ことだけを伝え、いくらであれば購入するのかを質問した。

その後授業の中で、この商品はフィリピンの女性生産者グループが手作り していること、名古屋の藤前干潟とセブ州のオランゴ環礁との間を渡り鳥が 行き来していること、この商品の購入が地球環境の保全にも役立つことなど を説明し、改めて商品の購入価格を質問した。

また、消費者の側で価格差が生じる理由として「地球自然環境」に対する 価値観が影響するか否かを調査するため、WFTOが定めるフェアトレードの 10原則を参考にして質問表を作成した。質問表では、「フェアトレード商品 に求められる要素」を15項目列挙し、その中の1項目を「この商品の生産現 場では、地球自然環境への配慮がなされている」とした。

- ▶38 2010年に生徒が「地域に根ざし た取り組みを継続的に進めて地 域活性化に貢献しよう」と設立 した部活動(柘植、三田 (2018))。筆者は2012年に同部 の顧問と知り合い、女性生産者 グループを紹介し、この活動を 支援した。
- ▶39 ラムサール条約(Ramsar Convention)とは、水鳥を食物連鎖の頂 点とする湿地の生態系を守る目 的で制定された国際条約。本事 例の事例地である藤前干潟とオ ランゴ環礁はともにラムサール 条約に登録されている。

回答は、15項目の全てに対して、その項目を「重視する」「どちらかという と重視する」「どちらかというと重視しない」「重視しない」の4件法で答えて もらった。

#### 調査の結果 5.3

調査の結果、質問の前後で平均価格が328円から483円になった。平均価 格の差が統計的に有意か確かめるために、有意水準5%で両側検定のt検定を 行ったところ、t (71) =10.58、p<.01であり、質問の前後の平均価格の差 が有意であることが分かった。また、価格差が「高くなった」人が59名(82%) いた。この中で「地球自然環境への配慮」を「重視する」学生(26名)と「ど ちらかと言えば重視する」学生(32名)を比較したところ、前者の学生の方 が後者に比べて価格差が大きかった [図表4]。

#### ■図表4 調査結果(平均価格)

	説明前	説明後	価格差
重視する (n=26)	296円	501円	+206円
どちらかというと重視する(n=32)	336円	510円	+174円

調査結果からは、商品が作られた過程などその商品の背後にあるストー リーを伝えることで価格が高くなることが確認された。また、本事例の手芸 品の場合には、フェアトレードに必要な要素として「地球自然環境への配慮」 を重視する人たちが、より価格を高める傾向があることが分かった。

近年消費者の価値観が大きく変化し、価格(の安さ)を重視するのではな くて、自分のライフスタイルに合ったものや、自分が気に入った付加価値に は対価を払うなど「共感できる商品・サービス」を求める消費者が増えてき た (経済産業省、2017)。また、共感する対象のひとつには、商品が作られ た過程などその商品の背後にあるストーリーがあり、フェアトレード商品、 エコ商品、地域や伝統に根ざした商品を求めるなど、「社会や環境へ配慮す る消費意識が高まっている」(前掲書)。

このことは、図表2で示した「関連づけ」が「3)受け入れ機能」の強化に つながることを意味している。また、中間システムの構造として示した「意 味情報の伝播」の側面と「資本(人材・物財・資金など)の移転」の側面が 連携することが、新たに価値を創造することを示している。これらのことから、 図表2がFTタウンの分析枠組みとして有効であるといえる。

前2章の結果を踏まえて、中間システムの有用性について考察する。本研 究では、敷田らの先行モデル [図表1] を応用し、FTタウンを一般化する分



析枠組み [図表2] を提案し、その適用可能性と有効性を明らかにした。し かし、図表2で示した中間システムが実際に機能し続ける(有用となる)た めには、継続的な価値創造の仕掛けが必要となる。本論考では、中間システ ムの「意味情報の伝播」の側面と「資本(人材・物財・資金など)の移転」 の側面が連携し、「貿易ルールの書き換え」が進むことで、「価値創造」が可 能となる視点を示した。また、それは「幅広い市民の参加」(「新FT憲章」) を得ることを想定している。

図表2では、中間システムの仕掛けとして、支援国の地域社会と途上国の 生産地の関連づけを示した。この際、途上国の生産地や生産者の状況を正し く認識(学習)できないと、公平な貿易ルールの書き換えができなくなり、 中間システムとしてのFTタウンも存続できなくなる。

近年、社会教育活動の成果を地域づくりへ活かす「「学び」を通じた地域 づくり」40の活動が各地域で期待されるようになった。その担い手には、一 般市場からFTタウンに参加するフェアトレード商品の消費者を挙げることが できる。彼らに途上国の生産地や生産者の状況を正しく伝えることが、彼ら の学習能力を高め、公平な貿易ルールの書き換えにつながると考える。その ためには、グローバル教育や消費者教育の仕掛けが有用となろう。

このことは、図表2の「2)マーケティング機能」と「3)受け入れ機能」 に関わるものであり、支援国の地域社会と途上国の生産地との関係に加えて、 支援国の一般市場との関係も重要となることを示唆している。

▶40 文部科学省「学びを通じた地域 づくりの推進に関する調査研究 協力者会議」: http://www.mext. go.jp/b\_menu/shingi/chousa/shougai/035/gaiyou/1384046.htm (2018年10月29日閲覧)

# おわりに

本研究では、地域の人たちが主体的に発起し、地域全体で取り組むことで、 「公正で持続可能な共生社会づくり」を目指すFTタウンを取り上げた。そして、 FTタウンを途上国の生産地(生産者)と支援国の一般市場(消費者)をつな ぐ中間システムと捉え、その機能と構造を考察することが、FTタウンの将来 的な発展・存続に有用となることを明らかにした。そのために、持続可能な 観光地域づくりの先行モデルを応用し、本研究の分析枠組みを提案した。そ のうえで、現在国内にある4つのFTタウンの認定過程を整理した結果、近年 フェアトレードを支援国の地域づくりに積極的に活用しようとするように なったことを確認でき、分析枠組みの適用可能性を示した。また、フェアトレー ドと支援国の地域づくりとを関連づける名古屋の高校生の事例を取り上げて、 名古屋の大学生に質問票で調査した結果、フェアトレード商品が作られた過 程など商品の背後にあるストーリーを知ることで商品に対する経済的な価値 (価格) が高まることを確認でき、分析枠組みの有効性を示した。さらに、こ れらの結果を踏まえて、中間システムの有用性について考察し、支援国の地 域社会と途上国の生産地との関係に加えて、支援国の一般市場との関係も重 要となることを述べた。しかし、本論考では、限られたFTタウンの事例研究

と商品の調査しかできておらず、その適用可能性や有効性のさらなる検証が 求められる。また、支援国の一般市場との関係も検討が必要となる。これら のことは今後の課題としたい。

本論考を執筆するにあたり、名古屋外国語大学の宮川公平先生には調査の 機会をいただき、貴重なご意見もいただいた。ここに記して感謝の意を表し たい。また執筆者は、名古屋のFTタウン推進組織に監事として関わっており、 日頃の活動を通して役員の皆さまから貴重なご示唆をいただいている。重ね て感謝の意を表したい。

#### 参考文献

- 明石祥子(2013):「フェアトレードタウンの世界的広がり」『月刊みんぱく』Vol.37、 No.11, pp.16-17
- 明石祥子(2018):「人つなぐフェアトレード」渡辺龍也編著『フェアトレードタウン: "誰 も置き去りにしない"構成と共生のまちづくり』新評論, pp.34-73
- 梶原英彦(2018):「世界に羽ばたくミツバチプロジェクト」渡辺龍也編著『フェアトレー ドタウン: "誰も置き去りにしない"公正と共生のまちづくり』新評論, pp.137-143
- 小鳥居伸介 (2014):「日本におけるフェアトレードタウン運動の展開と意義:熊本市の 事例を中心に」『長崎外大論叢』, Vol.18, pp.69-86
- 経済産業省 (2017):『「消費者理解に基づく消費経済市場の活性化」研究会(消費インテ リジェンス研究会)報告書』
- 佐藤寛 (2018):「SDGs時代のフェアトレードと倫理的貿易」長坂寿久編著『フェアトレー ドビジネスモデルの新たな展開:SDGs時代に向けて』明石書店,pp.130-149
- 敷田麻実,内田純一,森重昌之(2009):『観光の地域ブランディング一交流によるまち づくりのしくみ』学芸出版社
- 敷田麻実, 森重昌之, 中村壯一郎(2012):「中間システムの役割を持つ地域プラットフォー ムの必要性とその構造分析」北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院『国際広 報メディア・観光学ジャーナル』No.14、pp.23-42
- 敷田麻実,青木孝(2013):「観光地域づくりによる地域再生の評価に関する研究:ドミ ニカ共和国プエルトプラタ県の事例」日本地域政策研究, No.11, pp.1-10
- 鈴木涼太郎 (2010):「日本の観光地における「アジアン雑貨」考:モノの移動と消費か らみる観光」遠藤英樹、堀野正人編著『観光社会学のアクチュアリティ』 晃洋書房、 pp.162-181
- 柘植政志,三田千英子 (2018):「世界と地域をつなぐ高校生」渡辺龍也編著『フェアトレー ドタウン: "誰も置き去りにしない"構成と共生のまちづくり』新評論, pp.130-136
- 土井ゆきこ (2013): 「実践編 名古屋をフェアトレード・タウンに! (特集 学びとし てのフェアトレード)」, 開発教育 (60), pp.48-53
- 土井ゆきこ (2018):「できないと思い込み、閉じ込めていた思いの蓋が開いた…」渡辺 龍也編著『フェアトレードタウン: "誰も置き去りにしない" 構成と共生のまちづくり』 新評論, pp.74-106
- 富永健一(1995):『社会学講義』中央公論新社
- 長坂寿久 (2014):「リローカリゼーション (地域回帰) の時代へ (10):NGOのリローカ ル化運動 (1):トランジションタウンの展開」『季刊 国際貿易と投資』Vol.25, No.4, pp.75-95
- 長坂寿久(2018):「フェアトレード運動の展開について」『フェアトレードビジネスモデ ルの新たな展開—SDGs時代に向けて』明石書店, pp.17-61
- 原田さとみ (2018):「みんなでやろみゃー!フェアトレード」 渡辺龍也編著 『フェアトレー ドタウン: "誰も置き去りにしない"構成と共生のまちづくり』新評論, pp.107-129



- 安村克己 (2010):「観光社会学における実践の可能性:持続可能な観光と観光まちづく りの研究を事例として」遠藤英樹、堀野正人編著『観光社会学のアクチュアリティ』 晃洋書房, pp.102-122
- 八木浩光 (2011):「フェアトレードシティへ向けた多様なセクターの連携 (熊本)」『自 治体国際化フォーラム』Vol.261, pp.13-15
- 山本純一(2014):「フェアトレードの歴史と「公正」概念の変容:「報復的正義」から「互 酬」, そして「分配的正義」から「交換的正義」へ一」『立命館経済学』, Vol.62, No.5 · 6, pp.3-16
- 渡辺龍也 (2007):「フェアトレードの形成と展開:国際貿易システムへの挑戦」東京経 済大学現代法学会誌『現代法学』, Vol.14, pp.3-72
- 渡辺龍也(2010):「フェアトレード学―私たちが創る新経済秩序」新評論
- 渡辺龍也(2012):「フェアトレードタウン運動―その意義と課題―」東京経済大学現代 法学会誌『現代法学』, Vol.21, pp.83-130
- 渡辺龍也 (2018): 『フェアトレードタウン: "誰も置き去りにしない" 構成と共生のまち づくり』新評論
- 渡耒絢(2015):「フェアトレードタウンと中間支援組織:持続可能な都市形成に向けて」『横 浜国際社会科学研究』, Vol.19, No.6, pp.115-143
- Aghababaei, R. E. et al. (2012): The Impacts of Cultural-Social Tourism Management, Journal of American Science  $\mathbb{J}$ , 8(4), pp. 782-785.

(平成30年10月29日受理、平成31年2月22日採択)