



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
Type	bulletin (article)
File Information	021-036-02Maeda.pdf



[Instructions for use](#)

フェアトレードタウンの 機能と構造に関する一考察

北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院 博士課程

前田 康雄

abstract

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

MAEDA Yasuo

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

1 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り組む「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、途上国の商品の移動 (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³⁾。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)⁶⁾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

- ▶1 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 ―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
- ▶4 「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://fairtrade-forum-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」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。
- ▶9 この商品は「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 この商品は「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）⁷を策定し、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⁹、2) FIラベル認証産品¹⁰、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。

2 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¹⁷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）¹⁸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未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²⁵。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られる。

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.fairtrade-jp.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-forum-japan.org/fairtradetown/about-fairtradetown/>〉（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製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

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、自国に適用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ばみになって『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「地域の生産者や店舗、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。

渡未 (2015) はFTタウンを「フェアトレードを通じたまちづくり²⁶」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。渡未は、「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未の研究は、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」と捉えたと、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、ということ問いとする。

3 分析枠組みの提示

3.1. 中間システム

この問いに答えるため、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。

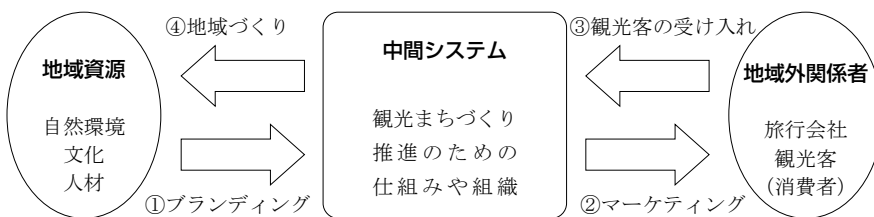
一方、社会システムは「成員個々人の欲求や行為には還元できない」必要諸条件（「機能的要件」）を持っている。この機能的要件は、社会システムが「環境から課せられるさまざまな制約に適応」しつつ「システムの存続を可能にするために充足されなければならない」ものであり、「さまざまな下位システムの活動の結果として充足」される。このような社会システムの働きを説明するための中心概念が「構造」(structure)と「機能」(function)である。(前掲書：116)

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、渡来（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。

図表1 観光の関係性モデルの基本パターン



(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 渡来はまちづくりを「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

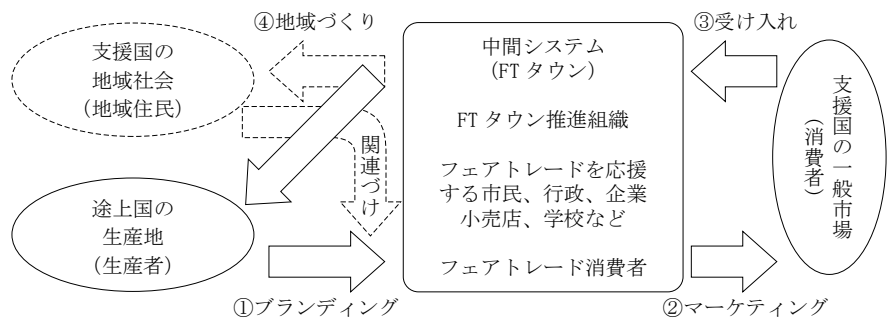
ジア諸国の手芸品などが多数売られており、那須高原の観光みやげ品として観光客に購入されている。

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られる。

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

▶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。

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）。

4 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。

▶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。

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。

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

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

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。

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

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」³⁷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。

▶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）

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がFTタウンの分析枠組みとして適用可能であるといえる。

5 名古屋の高校部活動の事例

- ▶ 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。

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、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項目列举し、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。

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。

5.3 調査の結果

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、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。

6 考 察

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。

7 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によって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

▶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)

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方々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
- 小島居伸介 (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—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和その構造分析」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リタ島の事例」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
- 栢植政志, 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) : 「リローカレーション（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」 『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
- 渡未絢 (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所』, Vol.19, No.6, pp.115-143
- Aghababaei, R. E. et al. (2012): The Impacts of Cultural-Social Tourism Management, 『Journal of American Science』, 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)

