

## リローカリゼーション（地域回帰）の時代へ（12） NGOのリローカル化運動（3）：フェアトレードタウンの展開（後編）

長坂 寿久 *NAGASAKA, Toshihisa*  
(一財)国際貿易投資研究所 客員研究員

### 要約

フェアトレードは開発途上国の人々の自立のために、公正な貿易を求める運動であるが、そもそも途上国の農家や零細生産者などのエンパワーメントと、そのコミュニティ開発を推進するビジネスモデルとなっている。2000年から始まり、世界に波及していつているフェアトレードタウン運動は、フェアトレード商品の販売向上のみならず、途上国のこうしたコミュニティ開発を促進すると共に、他方先進国のタウンの新しいコミュニティ構築運動となっている。途上国と先進国の地域（タウン）が結び合うことによって、一緒になってコミュニティの課題に取り組み、市民自治を促進する運動への発展である。フェアトレードタウン運動は、世界の課題と結び合った、世界に開かれた、相互扶助精神が復活した新しいコミュニティ形成運動へと向かっている。

### はじめに

前回（本稿前編）は、フェアトレードタウン運動の考え方、認定基準、いわゆるエシカル（倫理的）商品と

の関係、フェアトレードタウン運動における最近の動き（ビッグテント）などについて紹介した。

フェアトレードタウン運動は、開発途上国のためにフェアトレード商

品がひとつでも多く売ればよいという思いから発想されたかもしれない。しかし、発足してから15年近くを迎えた今、新しいフェアトレード運動の意義が誕生していると思われる。今回（後編）は、これからのフェアトレードタウン運動の考え方・意義について私見をまとめておきたい。1つは、途上国にとっての意味、もう1つは先進国の私たちにとっての意味について考える。

## Ⅱ. フェアトレードタウン運動の新しい展開

### 1. 開発途上国にとってのフェアトレードタウン

#### (1) “コミュニティ開発”としてのフェアトレード

フェアトレードタウン運動は、途上国のコミュニティにとってどのような意味があるのだろうか。第1に指摘したいのは、フェアトレードはそもそもコミュニティのエンパワーメントを目指す活動であるということである。そのことを再認識することによって、フェアトレードタウン

運動への新しい地平を確認することができるであろう。

「エンパワーメント」とは、開発途上国の個人やコミュニティが自らのことは自ら考え推進・統御できる力を獲得することで、目的は公平な社会の実現である。現在では開発協力の目的として捉えられているのみならず、市民社会の形成のために、市民の地域に対する関心や主体的関わりの構築を意味する言葉として使われている。

フェアトレードのビジネスモデルには、生産者たちが生活するコミュニティを、現地の人々のイニシアチブでより良く開発していく仕組みがビルトイン（組入れ）されているのである。フェアトレード基準の中で、コミュニティづくりに大きなインパクトを与えるものとしては、次のものが指摘できよう。

- ① コミュニティの環境改善に貢献する——農薬・除草剤の使用料最小化、危険度の高い殺虫剤の使用禁止、有機農業の推進など。
- ② 地元産の原材料・素材、伝統文化・工法の活用を促進する（麻/デザイン/織りなど）。

- ③ コミュニティの民主化を促進する——生産者団体は民主的に運営される。差別せず、男女平等で、児童労働や強制労働を排除し、労働者の権利を擁護する。
- ④ コミュニティへの投資を促す——フェアトレードプレミアム（ソーシャルプレミアム）の役割（後述）。
- ⑤ コミュニティ全体への技術移転をすすめる（後述）。
- ⑥ コミュニティの教育を促進する——児童労働の禁止、学校建設、奨学金などの教育投資を増やす。
- ⑦ コミュニティの衛生を向上する——診療所、井戸、道路の建設など。
- ⑧ 生産の多角化を促進する——モノカルチャーからの脱却、自給の促進など、生産品目の多角化を通して、コミュニティづくりを推進する（後述）。

上記のうち、④⑤⑧について説明を加えておこう。

### 【コミュニティへの投資促進】

「コミュニティへの投資を促進する」とは、フェアトレードは生産者

が自立しうるように「適正価格」で仕入れる。適正な価格とは自立できる生活コストを踏まえて決められる。そのため通常の取引より高い値段で購入することになる。それだけでなく、輸入団体は市場で販売した収益の中から、「フェアトレードプレミアム」（奨励金）を生産者団体に対して返す（支払う）。認証制度（FI-FLO）の仕組みでは、これは品目ごとに決まっており、仕入れ契約（条件）の1つとなっている。

このプレミアムは生産者団体に支払われ、貯められていき、数年して貯まったプレミアムの用途については会員皆で民主的に話し合っ決めて。一番多いのが奨学金や学校建設などの教育支援のようである。コミュニティの道路建設や井戸、公民館、図書館、診療所の建設を行うことも多い。有機農業への取り組みや現地での加工工場の建設などの事業整備のための設備投資、輸送車の購入などに回すこともある。

エチオピアのコーヒー生産者のオロミア州コーヒー農協連合会のフェアトレードへの取り組みを描いたドキュメンタリー映画『おいしいコー

ヒーの真実』(マーク&ニック・フランシス監督、2006、英米)では、最後の方で組合員が皆集まり話し合っているシーンが登場する。貯まったプレミアムをどう使うか、学校を作ろう、学校を作るには少し資金が足りないが、足りない分は自分たちで出し合おうと決まっていくシーンである。この部分が、フェアトレードはそこに住む人々が自らコミュニティをより良くしていくことをビルトインしたビジネスモデルであることを示す、究極のフェアトレード的シーンである。

### 【コミュニティ全体への技術移転】

「コミュニティ全体への技術移転」とは、世界の大企業のために生産している中国やバングラデシュなどの縫製業者と、フェアトレードの取り組みとの違いである。前者の工場の工員はラインの中での特定の極めて限定的な工程のみを担当し、過酷な労働条件の中で深夜まで働かされ、賃金もきわめて低く、まさに工業化と自由市場経済の中で搾取の対象となっている。昨年（2013年）4月、バ

ングラデシュ・ダッカで多くの縫製工場が入居するビルが崩落し、死者1230人、負傷2400人という惨憺たる事故が起こった。死者・負傷者のほとんどが極端な低賃金で働く若い縫製工場の工員たちであった。彼らはそんな劣悪な労働環境の中で働かされていることが多い。

他方フェアトレードは、縫製品の原料となるオーガニックコットンの生産、つまり農業支援から始まり、綿花を収穫して糸に紡ぎ、反物にし、染色し、衣服をデザインし、カッティングし、縫製し、それを販売する。衣料は原料から完成品、さらに販売（マーケティング）まで実に長い工程において関わる。その長い工程に沿って多くの人々が関わり、農業技術、工業技術、商品開発技術、販売技術までの多くの技術移転が行われることになる。技術移転は、コミュニティ全体に対して行なわれるのである。

世界の大企業向けの縫製品の特定工程のみを毎日縫い続け、搾取され続ける工員に対し、フェアトレードはまさにコミュニティ全体に技術移転が行われる仕組みを目指している

のである。

### 〔生産の多角化とコミュニティづくり〕

途上国の農産品は多くがモノカルチャー（単品作物）農業になっている。市場経済の要請という理由で、干ばつの中でも自給作物を手にいれることができ飢餓をしのいできた周囲の自然環境を破壊し、国際商品である輸出作物の生産に特化させてきた。これに対して、フェアトレードは国際市場で競争できる品質の高い作物（例えばコーヒー）の生産へ技術指導し、先進国市場での販売努力を行なうのみならず、各農家に対して自給作物の生産促進から始め、農業の多角化にも取り組む。

その多角化努力は、女性の自立支援を中心に、コミュニティの形成へと向かうことになる。日本のフェアトレード団体の1つであるパルシック（PARCIC）の東ティモールでの取り組み事例を紹介しよう<sup>1)</sup>。

パルシックは東ティモールの独立前に生活支援として現地に拠点を置いて支援を行っていた。2002年の独立にともない、以後は経済的支援

策の一環としてアイナロ県ウマベシ郡のコーヒー生産者協同組合コカマウと協働でフェアトレード・コーヒーの開発に取り組んできた。コーヒーの木から摘み取った実をそのまま売っていた農民たちに、機材を提供し加工技術を伝えることを通じて質の高いコーヒー生産を開始した。パルシックはこのコーヒーを「カフェ・ティモール」のブランドで、フェアトレード・コーヒーとして日本で販売している。農薬や化学肥料を使わず、日本のJAS有機認証も取得している。

コミュニティの開発、形成には女性の役割が大きい。パルシックはコーヒーに次いで、協同組合の女性メンバーの生計向上に向けて、さまざまな女性グループづくりに取り組んできた。とくに食品加工商品の生産に取組み、その第1号として2008年からそら豆のフライドビーンズ（ソラマメチップス）の開発に成功し、首都ディリのスーパーマーケットで販売を開始した。

2010年からは、はちみつ、ジャム、野菜栽培、ハーブ作りを取組み、2011年にはハーブティ商品を3種開発、

日本でも販売（アロマ・ティモール）すると共に、東ティモール国内でも販売を開始した。こうした女性たちのグループ作りをすすめ、女性たちに収入ができるにともない、家計管理の研修も行なっている。

東ティモールではエネルギーの90%を薪に依存している。そのため山間部でもすでに森林が少ない状況が起きている。パルシクは2012年から、森林保全型農業の推進を開始し、薪使用料削減計画に取り組んだ。具体的には、ロケットストーブや各種改良かまど作り、さらにバイオガスの導入をすすめてきた。家畜の糞を原料にしてメタンガスを得る。バイオマス燃料のために豚の酪農を指導し、家畜と糞の増産を図ってきた。とくに一世帯向けの小規模なものを開発した。これだと材料はプラスチックのため安価でできる。1日の原料投入量は牛糞だと牛1頭分で4人家族が1日生活するのに必要なガスを得ることができるという。地域の農家の人々の理解を得るため、見学会やワークショップを根気よく行なってきた。薪を絶やさず獲得し運ぶ仕事や雨で薪が濡れるのを心配

するのは女性の過酷な仕事のひとつであった。その必要がなくなる。また、植樹・植林（果樹、コーヒーの木、日陰樹など）を行い、森林を拓げていく活動も行なっている。

マウベシ郡のコーヒー生産者の女性グループの活動の成功事例をベースに、2013年からは、その範囲を拡大し、他地域での女性の起業支援事業を開始した。さまざまな女性グループを組織化し、地域で生産する特産品を決め、マイクロクレジットを提供し、着実な現金収入への道を拓くようにする。具体的には、養蜂や養豚で、養豚では放し飼いではなく、近代的豚舎作りを指導し、子豚を肥育し販売して現金収入を得るようにする。豚舎での飼育方法、給餌方法、病気対策、販売の情報提供をおこなっている。養蜂は、日本の養蜂家を招いて生態調査やハチミツの元となる蜜源植物の調査を行い、また木材を使った巣箱（重箱式巣箱）を作成し、集落内に設置、また丸太を使った分蜂群捕獲用待ち箱（ブンコ）の作成・設置を行なっている。

パルシクのフェアトレード・コーヒー（カフェ・ティモール）やハ

ープティ（アロマ・ティモール）の背景には、コーヒーの生産技術や協同組合の運営向上への手助けのみならず、こうした地域の女性グループの形成を通じたコミュニティ開発、コミュニティづくりへの道筋があるのである。

もちろん、すべてのフェアトレード団体や商品開発において、このような奥行きある取組みが行なわれているわけではないが、フェアトレードのビジネスモデルには、こうしたコミュニティ開発志向が基盤としてあるのである。後述の東日本大震災へのフェアトレード団体の取組みからもお分かりいただけよう。

## (2) “国際産直運動”としてのフェアトレード

フェアトレードは、人と人、地域と地域を結ぶ「国際産直」運動である。生産者と輸入団体が協働・連携して商品を開発し、直接購入し消費者に渡す取引である。そのことを再認識することが重要である。日本でも（世界でも）、地産地消、産直、提携（TEIKEI/CSA）などの優れた「ローカルフード」運動が活発に行われ

ている。

日本が生み出した有機農業の「提携」方式は、そのまま「TEIKEI」という言葉で世界に普及しているが、これはCSA（コミュニティにサポートされた農業＝Community Supported Agriculture）と説明されている。こうしたローカルフード運動はコミュニティ活動なのである。フェアトレードはこれら国内の農業運動とコンセプト（精神）を一にするものである。

開発途上国では多くの人びとが農村に住んでおり、そのためフェアトレード商品の主たる素材は農産物である。フェアトレード商品として知られるコーヒー、紅茶、バナナなど、そしてチョコレート（その原料であるカカオ）、さらに衣料品やクラフト類（コットンや麻など）の素材は、これら熱帯地域を中心として生産されている農産物である。

その点で、これらフェアトレードの対象となる熱帯農産物は、日本の農家の農産品とは基本的にはバッティング（競合）しない。国内産直と国際産直としてのフェアトレードは補完し合うことができる。日本の農

家を大切にすることと、フェアトレードが対象とする開発途上国の農家を大切にすることとは共通の理念と一緒に協働できる運動である。

### （3）大災害からの救援・復興と フェアトレード・アプローチ

前述のように、フェアトレードはコミュニティ創出活動でもある。そのことは、今回の東日本大震災へのフェアトレード団体の取り組みを通して証明されたといえるであろう。フェアトレード的アプローチがこうした大震災における救援・復興への道において実に有効性をもつことを示したのである。

東日本大震災支援では、海外の開発途上国支援に取り組む多くの日本の NGO が、いち早く東日本に拠点を構え、本格的に救援に取り組んだことが特筆すべきことの1つであった。当初、これらの NGO による被災地支援は、物品提供から始まり、同時に炊き出し、泥出し、保健、医療、子どもへの対応など、専門性に応じた多様なテーマごとに、本格的な支援活動に取り組み、定着させていった。

こうした中で、フェアトレード団体によるフェアトレード的アプローチがとくにいち早く始まり、その有効性を発揮した。フェアトレード団体による支援・復興への取り組みは、被災者の方々にまずは生活必需物資を届ける活動から始まった。その必要物資やサービスも時間の推移と共に変わっていく。次いで、避難生活から仮設住宅への移転が始まると、新しいコミュニティづくりの運動へと展開していった。被災者の方々に生きがいを感じてもらうための活動として、人々が出会い、話し合う場（サロンなど）をつくっていった。

さらに人々が集まるようになると、人々が話しながら手仕事を行い、その手仕事の作品の販売を手伝うことを通して、被災者の方々がお小遣い程度を手にすることができるような作品の製作活動を始めていった。そしてその手仕事を本格化させ、それを自らの小売ルートを通して販売、雇用の場を作り出す段階へと進めていった。

こうしたプロセスの移行が可能であったのも、いち早い被災者の方々のニーズの聞き込みや救援物資の配



達作業を通じて、被災者の方々との人間関係を作っていたことによる。こうしたアプローチとプロセスは、フェアトレードが開発途上国での活動の経験の蓄積によるのである。代表的な事例としてネパリ・バザールを紹介しておこう。

ネパリ・バザールはネパールを中心にフェアトレードに取り組んでいる団体で、カレーやコーヒーから衣料品、クラフト類等と多岐にわたる。災害発生直後に東日本に入り、当初より釜石、石巻、東松島、陸前高田を中心に活発に支援活動を進めていた。物資支援（食品、生活基本セット、文具、電気毛布等々）、炊き出し支援、温泉招待企画、学校支援、日本人と結婚した方の一時帰国支援、老人介護 NPO 法人の再開支援、健康推進プロジェクト支援等々、ニーズの変化に対応して多角的な支援を行った。

その中でも、コミュニティ対策となっているものとしては、陸前高田の障害者施設「すずらんとかたつむり」との協働事業がある。樺の北限である気仙沼の食用樺油の復興と製品化である。津波で海岸近くの樺油

工場が壊滅したため、ネパリは生産機械設備の提供と共に、製品化にもなう必要経費を提供し、商品開発を行い、その販売をネパリのフェアトレード商品の販売経路を通じて販売するというものである。

「すずらんとかたつむり」は、陸前高田にある岩手県高齢者福祉生活協同組合「すずらん」と障がい者家族の会「かたつむり」が合体して設立された障がい者福祉サービス団体である。そして「Kune（クーネ）」というブランドの樺油を主体とした一連のトイレタリー商品を開発し、販売するに至っている。

その他いくつかのフェアトレード団体も同様の展開をみせているが、ここで紹介するスペースがないが、第3世界ショップの「市民復興トラスト」と「リサイクルニットプロジェクト」、パルシックの石巻でのコミュニティカフェ「街の駅おちやっこ」の設立や南三陸荒砥漁村でのワカメや昆布の生産・販売支援、福市の手編みブローチの生産「イーストループ」プロジェクト、シャプラニール＝市民による海外協力の会のいわき市での東電原発事故による避難者の

方々の交流スペース「ぶらっと」の運営、等々、フェアトレード団体の取組みは大きな成果を挙げてきた。

## 2. 先進国にとってのフェアトレードタウン運動の意味

### (1) リローカリゼーション時代とフェアトレードタウン

#### 【新しい“おらが村”～他者と結びついた村～】

フェアトレードを通して、途上国の人々やコミュニティとつながりを持つことが、先進国の私たちにとってどのような意味があるのだろうか。その回答は、私たちが、これからのリローカリゼーションの時代において、どのようなコミュニティに住みたいのかということを考えることにある。フェアトレードに関心を持ち、フェアトレード商品を購入する人の多いまち、企業や行政もフェアトレードを推進しようとするまちとはどんなまちだろうか。

私たちは20世紀に、相互扶助をベースとする「コミュニティ」を置き忘れてきてしまった。これをどのように再生し、さらに新しい21世紀の

コミュニティにつくり変えていったらいいのか。これからの新しいコミュニティの形成は、少なくとも次の2つの要素は必要であろう。1つは自分の村だけがよければいいという「おらが村」ではなく、世界の「他者」と結びついた「新しいおらが村」の創出である。もう1つは、地域と地球の再生を「市民社会力」のイニシアチブによって果たそうとする市民民主権のコミュニティづくりである。

人間は自分の村（共同体・地域・国）を大切に、より良い村にしたいと誰も願っている。しかし、これまでは自分の村さえ良ければいいという「おらが村」的発想が強いくらいがあったのではないか。だからナショナリズムに悪用されるし、戦争も起きるし、他地域の人々のことには無関心でいることができたかもしれない。

しかし、これからの「新しいおらが村」は、自分の村だけがよければいいというのではなく、世界の「他者」と結びついた村でなければならない。その他者との結びつきをビルトインしたコミュニティづくりの手段の1つとして、フェアトレードは

その役割を果たしうるであろう。フェアトレードは世界の「他者」への入り口である。フェアトレードを通じて、世界の「他者」とのつながりを体験できる。自分と世界との関わりをフェアトレードを通じて感じることができるからである。

## (2) 先進国のコミュニティの課題とフェアトレードタウン 〔リバーズインパクト〕

先進国の私たちのコミュニティにも多くの問題がある。医療、環境、高齢化、孤独死、買物難民、農業の後継者問題・・・等々。その多くは、かつてあった相互扶助精神の破壊・喪失から生じている。私たちが失ってしまったそうした精神をフェアトレードに取り組む開発途上国のコミュニティでは依然多く残している。自然と共に、農業を中心とする土地の中で生活する途上国の人々が住むコミュニティとの相互交流を通して、私たちが忘れ去った多くの価値あることを気付かせてくれ、取り戻させてくれるに違いない。

「リバーズ・イノベーション」というビジネス用語が登場している。

従来のイノベーションの流れは、先進国/富裕国で先進国の顧客向けへの対応から起こったイノベーションを、開発途上国の所得が著しく低い市場向けに機能を落としたり、低価格に対応させたりなど修正し、そのイノベーションを途上国へも流していくというパターンであった。それが現在では、途上国で開発されたイノベーションが先進国へ逆流していくパターンが起きており、先進国企業に大きな衝撃を与えている<sup>2)</sup>。

フェアトレードタウンの場合は、「リバーズインパクト」という言葉の方がしっくりくるに違いない。かつては先進国文化が途上国と出合うことによって、途上国文化が衝撃的な影響を受け（『運命の衝撃』/Fatal Impact）、途上国文化の消滅へと導くことがあった<sup>3)</sup>。それが今では途上国の文化が先進国の文化の回復に影響を与える「リバーズインパクト」現象が起こっている。

本連載のテーマである、「リローカリゼーション」の動きは、途上国の人々が持続させてきた伝統文化や自然との関係性や生き方の叡知が、それらを消滅させてきた先進国にとっ

て今や大きな意味があることを語りかけている、すなわち「リバースインパクト」が起こっているのである。それがリローカリゼーション（地域回帰）の意味である。

ちなみに、NGOに関わる人なら知っていなければならないPRA（参加型農村評価法）などの評価手法は、開発途上国のどんな村の人々も、自分たちの村の問題を知っており、解決方法も知っている。自分の意見をもたないと思われていた彼らにこそ叡知があることを私たちが自覚するようになったことによって開発されてきた手法である<sup>4)</sup>。

### （3）フェアトレード姉妹タウン に向けて

フェアトレードタウン第1号の英ガースタングで、フェアトレードタウン運動の創設者のブルース・クロウザー氏は、2011年にカフェ形態の「FIG Tree フェアトレード国際ジビターセンター」を開設した。このセンターのFIG Tree（無花果の樹）は「Fairtrade In Garstang」からとっている。

ガースタングは、かつて奴隷貿易

港であったが、奴隷貿易のトライアングルとなったガーナのニューコフォデュア市（アフリカ最初のフェアトレードタウン）と米国のメディア（ペンシルベニア州、米国最初のフェアトレードタウン）とで、トライアングルの姉妹都市関係を結んでいる。こうしたフェアトレードで姉妹関係を結ぶ取り組みも21世紀のコミュニティ活動としてのフェアトレードタウン運動の方向性を示すものだといえよう。

フェアトレードは「買物を通して支援する」だけでなく、途上国の村の人々（コミュニティ）とつながる関係へレベルアップすべき時代となっている。モノの交流から人の交流へのレベルアップだけでなく、途上国と先進国のコミュニティ間交流へのレベルアップである。

フェアトレードを通して、人と人、コミュニティとコミュニティが結び合うことへの、フェアトレードの進化である。こうしたフェアトレードタウン運動によるシスタータウン関係の構築は、「他者」（開発途上国・貧困・人権など）を、先進国のコミュニティの中に内部化した新しいコ

コミュニティづくりの方向へとつながるであろう。

フェアトレードは近年は途上国から先進国への取引のみならず、途上国の国内市場や他の途上国との取引も起こり始め、増えてきている。フェアトレードタウンによる南北間の姉妹タウン関係のみならず、南南間の姉妹タウン関係も当然登場してくることになるろう。

#### (4) トランジションタウン運動との連携

前々号（本誌 No.95 号）で紹介したトランジションタウン（以下 TT とする）とフェアトレードタウン（以下 FTT とする）はコインの裏表のように一体的に補完できる運動であると筆者は考えている。FTT と TT との連携を意識することは、先進国側の私たちにとってはリローカリゼーションの理念と目的を一層明確にするためにも意味があると思われる。

TT 運動は、自分自身の生活を変えることを通して、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である。しかし、トランジションの課題は、途上国間

（貧困、人権など）がミッシングリンクになっている。他方、FTT は消費者として目覚めた市民となることを目指す運動であるが、生活・暮らし方全体の「変化」を直接的に訴える運動ではない。その点で、この2つのタウン運動はコインの裏表のように相互補完的であり、協働するともっと効果を発揮するのではないかと筆者は考え続けてきた。

昨年（2013 年）夏、TT 発祥地トットネスと、FTT の発祥地ガースタングを（筆者は）訪問したのは（共に英国）、この2つの運動の連携の可能性について議論してみたいと思ったからである。この議論には多くの関係者が強い関心をもってけると同時に議論に応じてくれた。さらに、それはいいことだと頷いてくれた。その議論のいくつかを紹介しよう。

世界の FTT 第1号のガースタングでも TT 運動が盛んであり、世界最初の TT トットネスも FTT に認証されている。両方の運動に関わっている人にも出会った。

(a) 消費抑制と促進——TT は消費抑制をすすめる運動であるが、FTT

は途上国商品の消費を勧める運動である。その点が矛盾しないかという点が提起された。この点については、例えば、チョコレートを例に考えると、通常のチョコレートの消費を抑制しようという TT 運動と、しかしチョコレートを買うなら、だからなおさらフェアトレードチョコレートを買おうという運動とは矛盾しない、むしろ相乗効果を産むだろうという点で合意できた。

- (b) 購入優先順位——食べものについて、トランジションにとっての優先順位は、第 1 に自分のガーデン（菜園）で栽培されたもの、第 2 に地域で栽培されたもの（ローカルフード=地産地消）で、その中でもパーマカルチャー、バイオダイナミック、オーガニック（有機）で栽培されたものが優先される。そのためフェアトレードの優先性はこれに次ぐ 3 番目になることになるが、それでいいのかわ（フェアトレード側はそれを了解できるか）という問いかけである。これはトットネスの TT 活動家であり、同時にフェアトレード

ショップの経営者が指摘してくれた。

前述のように、フェアトレードは国際産直運動であり、その農産物は熱帯産品であるために、基本的には先進国（日本）農業とは競合しないことはすでに述べた。つまり、地元農家を大切にすること、すなわち地産地消や産直運動とフェアトレードを支援することとは、その精神・理念は共通する。従って、トランジションの調達優先順位とフェアトレードは矛盾しないし、フェアトレードの優先性は 3 番目で一向にかまわないと筆者も考えている。

なお、地産地消などローカルフードを定義する場合、その「ローカル（地域）」の範囲（距離）はどのくらいなのかが話題となった。「地域」の定義は基本的には行政区画が重要な前提となるが、トランジションでは周囲 30 マイル（約 50 キロ）を一応の範囲としているということだった。オーストラリアのバイロンベイでは、行政区画内あるいは朝収穫してファーマーズマーケットに持つ

ていき、夕方までに家に戻れる範囲と定義していた<sup>5)</sup>。また、前号で紹介した英 *ethical super store.com* では、「ローカル」を英国内で価額の 50%以上が付価されているものとしている。

(c) 運動のやり方と範囲の違い

運動のやり方が違うから問題という指摘があった。トランジションは前述のように、コミュニティの人びとが話し合い、関心のあるものについて自らグループが形成され、自ら取り組んでいく、完全なボトムアップ方式である。そのため取り組む内容は各タウンによって実に多様である。それに対して FTT は取り組む目標が具体的に設定されている。同時に活動の範囲も TT はコミュニティのことなら何でも対象となりうるという範囲の広さをもっており、FTT とはそこが大きく異なり、問題ではないかという指摘である。

活動のやり方については、両方も市民による市民社会活動としてとらえると、お互い違和感はないだろうということになった。

活動への取り組みのプロセスや取り組み方は、国際的に共有する「NGO 手法」で、皆で話し合い合意をえながら、合意をえたものについて取り組んでいくという手法をとっている点では共通するからである。むしろこの2つの国際タウン運動が連携・協働することで相乗効果が期待でき、力強いものになるのではないかということでは合意ができた。

(d) 開発途上国のタウンとのつながり

現代の世界の課題は環境と貧困の2つに集約できよう。フェアトレードは貧困や自立支援への取り組みをベースとしており、トランジションは石油依存社会や環境をベースとしている。フェアトレードは貧困と自立支援の問題と直接つながり、環境問題も含まれてはいる。トランジションもいうまでもなく世界とつながっており、世界のアイデアや実験や体験を共有しうることができている。しかし、開発途上国の課題、貧困の問題がミッシングリンクになっているのが問題のよう

に思われる。

FTT 運動は、開発途上国のコミュニティや生産者団体と直接つながり、お互い一緒（協働）になって、途上国のコミュニティと共に、先進国の自らのコミュニティをもより良くしていこうとする運動である。しかし、トランジションは問題意識では途上国ともつながっているものの、前述のように途上国の人々とのつながりは志向されていない。自分（先進国）のコミュニティの改革が主たる活動となっている。この点で TT も FTT 同様、途上国のコミュニティと姉妹提携をすすめる活動を入れていけばいいという意見もあった。つまり、この2つの運動はお互い協働することによって、補完しより力強くなっていくだろうということと一致した。

#### (e) タウン基準と行政との関係

FTT の基準の 1 つに議会の決議と首長の支持を必要としているという点で、FTT 運動は、行政との緊密な協働と認知を条件としている。TT も、もちろん行政への働きかけや協働が重要であ

ることは『トランジション・ハンドブック』<sup>6)</sup>でもそのことが強調されているが、FTT ではそれは必須条件である。

議会・行政による認知と協働を前提としている点で、議会・行政との関係のとり方は FTT にとってはとくに重要なものとなる。ここに市民社会運動としての FTT の可能性と限界の恐れをみることもできる。しかし、TT と FTT の連携性という観点では、2つのタウン運動の連携によって、タウン宣言のモメンタムと継続性が一層保証され、相乗効果の発揮となるであろうという点で合意した。

また、議会・行政を巻き込む運動であるということは、公共調達における「フェアトレード調達」の推進も重要な側面となる。フェアトレード調達は、EU で推進されてきているが、国レベルでもスペインなどすでに導入している国もある。多くの国ですでにグリーン調達、持続可能調達、社会的責任調達などの仕組みが導入されているが、フェアトレードもこ



これらの調達の中に含まれるようになってきつつある。

なお、TT のタウン登録について少しふれておこう。英国では4～5人（最低4人）（日本では3人以上としている）の人が集まってスタートを宣言すれば、登録可能となる。このTTの立ち上げの簡単さと、FTTの認証の厳しさの差は大きい。TT運動の国際的ネットワークである「トランジション・ネットワーク」のHPによると、TTとしての登録には、「オフィシャル」と「熟成中（準備中）」の2つがある。

前号でのべたTT登録の1,130カ所中、「オフィシャル登録」は462カ所、「熟成中」は668カ所となっている。熟成中は立ち上げたばかりか本格化へ移行中という位置づけであろう。オフィシャルへの移行は、国際本部に登録の担当者がいて登録内容のチェックは受けるものの、内容は登録側の自主判断が中心となっており、FTT基準のように行政・議会の決議やショップ数などの細かい具体的な数字目標と審査があるわけ

ではなく、やり方ややっていることの報告が中心のようである。そのため、TTとして活動を立ち上げて、国際ネットワークに登録するかどうかは別問題（登録しない場合も多い）で、登録されていないTT活動もすでに相当あると思われる。

### ■まとめにかえて～～フェアトレードをコミュニティの中へ

フェアトレードタウン運動は、今や新しい役割をもつに至っていると思われる。開発途上国のコミュニティの人々と、先進国のコミュニティの人々が結び合い（あるいは途上国のタウン間で結び合い）、一緒になってお互いのコミュニティを、そして国を、地球を、お互いより良くしていこうとする運動へと向かおうとしていると思われる。

フェアトレードは先進国の私たちにとっては何を意味するのだろうか。それは消費者としての「私」の生き方に関わることを意味する。選挙に行っても、自分の一票が社会を変えるほどのものであるとは思えず、棄

権する人が多くいる。しかし、投票することは私たちにとって社会参加の最低限の義務であろう。買物もそれと同様であるはずだ。自分の買物の仕方、どの商品を選択するかが、社会をよくも悪くもする。モノを消し去り破壊する「消費者」ではなく、世界を変えるために何を買って買わないか決める「選択者」になるという生き方を選ぶことである。

そうした「選択者」へ自分を目覚めさせてくれるものの1つがフェアトレードである。フェアトレードに関わるということは、上記のような途上国の生産者やコミュニティ開発を支援することを通して、先進国側の「私」が変わるだけでなく、目覚めた「私」はどうするのかを問いかけている。フェアトレードを知り、「私」が変わったとき、日本でフェアトレードがもっと普及するように全国的キャンペーンに参加していくのもいい。しかし、私たちの生活の基盤である自分が住むコミュニティの人々へ語りかけていく活動も重要になっている。

また、企業との関係においても、中央の大企業本社がフェアトレード

を扱うための運動も重要だが、コミュニティ（地域）の商工会・商店街あるいは美容院やカフェなどへ働きかけていくことも同様に重要であろう。そうした働きかけは、フェアトレードタウン基準の1つとなっている。

### 【消費者教育推進法とフェアトレード】

2012年に日本では「消費者教育推進法」が導入された。「消費者市民社会」をつくるための法律である。「自らの消費行動が現在および将来の世代にわたって内外の社会経済情勢および地球環境に影響を及ぼし得るものであることを消費者が自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会」が消費者市民社会の定義である<sup>7)</sup>。

フェアトレードは一人一人の消費者（私）が、目覚めた「市民」（選択者）になるだけではなく、その「消費者市民」がコミュニティの中により多くなっていくための、コミュニティ活動へと展開されるようになっている。より多くの消費者が目覚めて選択者となっていくよう、まずは

自分が生活するコミュニティ全体へ広げていこうとする活動、それがフェアトレードタウン運動である。

このことは、フェアトレードをコミュニティ活動としてとらえることが、フェアトレードを開発協力としてのみならず、市民社会教育（開発教育）としてとらえることにつながっていることを示している。

先進国側の私たちにとっても、現在のコミュニティには多くの問題があり、コミュニティの回復運動を必要としている。フェアトレードを通して消費者から「選択者」へ、市民として目覚めた「私」は、自分たちの住むコミュニティを、相互扶助のある、市民主権のまちづくりへ参加していく。途上国の人々と直接つながることを通して、私たちはそうした生き方へより明確に目覚めさせてくれるに違いない。それがフェアトレードタウン運動である。

### 〔日本のフェアトレードタウンへの動き〕

日本にもフェアトレードタウンに認定される都市が登場した。熊本市は日本で第1号、アジアでも第1号、

そして世界の1000番目のタウン（シティ）である。これに続くまちがいつ登場するだろうか。そして全国的に波及していくだろうか。

現在日本でフェアトレードタウン運動が市民によって推進されている自治体としては、熊本市以外には名古屋市と札幌市が推進委員会を設置して認定へ向けて名乗りを上げている。それ以外では、逗子市（神奈川県）が活発に活動しており、宇都宮市（栃木県）、一宮市（愛知県）、垂井町（岐阜県不破郡）、新潟市、さらに世田谷区（東京都）など活動を始めるところが出てきている。筆者は逗子市のフェアトレードタウン活動に参加している。日本の各地でフェアトレードタウン運動を始める方々の登場を期待している<sup>8)</sup>。

注：

- (1) パルシックの東ティモールの事例は、ホームページおよび井上礼子代表理事の逗子フェアトレードタウン映画祭2014でのトークによる。
- (2) ビジヤイ・ゴビンダラジャン／クリス・トリンブル『リパース・イノベーション—新興国の名もない企業が世

- 界市場を支配するとき』（渡部典子訳、ダイヤモンド社、2012年）
- （3）アラン・ムーアヘッド『運命の衝撃』（Fatal Impact）（村上啓夫訳、ハヤカワ文庫、1967）
- （4）PRA については、ロバート・チェンバース『参加型開発と国際協力が変わるのはわたしたち』野田・白鳥監訳（明石書店、2000）、など。
- （5）オーストラリアのパイロンベイでの「地域（ローカル）」の範囲は、本連載第4回「食のリローカル化：ファーマーズマーケット」、『季刊 国際貿易と投資』2012年春号（No.87）、p.129参照。
- （6）ロブ・ホプキンス『トランジション・ハンドブック』（城川桂子訳、第三書館、2013）
- （7）消費者教育推進法の導入にともない、同法普及のために作成されたガイドブック『先生のための消費者市民教育ガイド』（消費者教育支援センター）には、フェアトレードに多くのページを割いている。
- （8）日本各地のフェアトレードタウン運動のHPへは、FTTJのHPのリンクから入ることができる。逗子フェアトレードタウンの会（ZFTT）のHPとフェイスブックのアドレスは：  
[http://ftzushievent.wix.com/ftzushi#!about\\_us/csgz](http://ftzushievent.wix.com/ftzushi#!about_us/csgz)  
<https://www.facebook.com/FTTZushi>