

# 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—

小鳥居 伸 介

## The Development and the Significance of the Fair Trade Town Movement in Japan: Especially the Case of Kumamoto City

KOTORII Shinsuke

### Abstract

First, the definition of fair trade is explicated and the complementary nature of the two types of fair trade is explained. One is “Union” type, and the other is “Label” type. As these types are combined together, they are thought to contribute to the expansion of the fair trade market.

Second, the brief history of the fair trade town movement is described. Since the beginning of this movement in Garstang in England in April 2000, there are more than 1,400 fair trade towns all over the world in 2014. They are even now increasing in number.

Third, the goals and guidelines of fair trade towns are explicated. The fair trade town movement was born in England, so most of its goals and guidelines are based on English concepts, but some goals or guidelines are set individually by each country.

Fourth, the fair trade town movement in Japan and Kumamoto City is described in some detail. In Kumamoto City, the first fair trade town in Japan, a very active movement developed, and several towns in Japan, like Nagoya, Sapporo and Tokyo, are participating in this movement. Eventually, a network of fair trade towns was established in Japan.

Fifth, the achievements and the significance of the movement are evaluated from social and cultural viewpoints, based on the case of Japan and Kumamoto City. The fair trade town movement is put in relation to the “re-localization” movement in general. Its significance is that it is a movement for sustainable development in each community linked in a local and global context.

In conclusion, we give some implications extracted from this movement. We should keep in mind that the fair trade town movement is as much a social reform movement as it is an economic activity, and we should change our minds fundamentally to realize this movement’s goals.

キーワード：フェアトレード、フェアトレードタウン運動、リローカリゼーション

### 1. はじめに

近年、フェアトレードという言葉はマスメディアやインターネットで、また家庭、学校、職場などで、耳目に触れる機会が増えてきた。例えば、スーパーマーケットや一部のコンビニエンスストアで

もフェアトレード認証ラベルの付いた商品が販売されるようになってきており<sup>1</sup>、大学などの売店でもフェアトレード商品が扱われるようになってきている。かつては一部の関心の高い人のみのものだったフェアトレードの認知度が、「お買い物で国際協力」というキャッチフレーズとともに、日本でも少しずつ高まってきている。

本稿のテーマであるフェアトレードタウン運動も、フェアトレードの普及に大きな役割を果たすようになってきている。この運動の発祥地であるイギリスをはじめとするヨーロッパ各国やアメリカ、カナダなどのフェアトレード先進諸国は言うに及ばず、フェアトレードタウン運動はフェアトレードの持続的な推進のために今や欠かせないものであり、消費活動を通して地域と世界を結ぶ取り組みとなっていると言えよう。本稿では、日本で初のフェアトレードシティ（タウン）に認定された熊本市の事例を中心に<sup>2</sup>、日本におけるフェアトレードタウン運動の展開とその意義について考察する。

## 2. フェアトレードとは何か

本論を始めるにあたり、まず、フェアトレードとは何かを明らかにしておこう。2001年4月に四つの国際フェアトレード団体の連合体 FINE が行ったフェアトレードに関する定義に基づきまとめれば、以下の通りである<sup>3</sup>。

フェアトレード（Fair Trade）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である。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権利を保障し、彼らにより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のである。また、フェアトレード団体とは、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。

フェアトレードの戦略的意図は、(1)疎外された生産者・労働者が、脆弱な状態から安全が保障され経済的に自立した状態へと移行できるよう、意識的に彼らと共同すること、(2)生産者・労働者が、自らの組織において有意なステークホルダーとなれるよう、エンパワーすること、(3)より公正な国際貿易を実現するため、国際的な場でより広範な役割を積極的に果たすことである。

以上のように、フェアトレードは、不利な立場にある南の発展途上国の生産者や労働者と対等な立場で協働し、先進国の消費者の意識を高めつつ、より公正な国際貿易の実現を目指す国際的な運動であると言えよう。

また、フェアトレードには、大別して「連帯型」と「認証型」の二つのタイプがあることが知られている。2009年に FINE を構成する二大組織である世界フェアトレード機構（WFTO）と国際フェアトレード・ラベル機構（FLO）によって、上記の定義を踏襲して、「フェアトレードの原則に関する憲章」が定められたが、この憲章において、フェアトレードには、明確に異なりながらも相互補完的な次の二つのルートがあるとされた<sup>4</sup>。

### (1) 一体的な供給連鎖ルート

フェアトレードを自らの使命と活動の中核に位置づけ、不利な立場に置かれた生産者の発展の

支援や貧困削減の一手法としてフェアトレードを活用し、販売活動を意識向上とキャンペーンに結びつける団体によるフェアトレード。

## (2) 産品認証ルート

国際基準に定められた要件に従って産品が生産、取引、加工、包装されることで、その産品が国際基準を遵守していることを認証する形のフェアトレード。

上記の(1)は、WFTOに代表される、NGO的な、生産者と消費者との間に顔の見える関係を築こうとする「連帯型」フェアトレードである。また、(2)は、FLOに代表される、一般企業のフェアトレードへの参加を促す「認証型」フェアトレードである。

今日、フェアトレード・ラベルの導入による「認証型」の市場への普及によって、フェアトレードへの一般の認知度は格段に高まってきたのだが、その半面で、利潤追求の一般企業がフェアな装いでフェアトレードに参入することについて、従来から地道に活動を続けてきた「連帯型」からの「認証型」への反感が強まってきた。上述のように、WFTOとFLOは共同で憲章を定め、二つのタイプは対立するものではなく、相互に補完するものであることを謳っている。両者の対立は完全に解消されたわけではないが、この二つのルートがあることによって、フェアトレードは量的にも質的にも拡大・深化することが可能となったのである。そして、その発展に大きく貢献しているのが、次に述べるフェアトレードタウン運動なのである。

## 3. フェアトレードタウン運動の発展

フェアトレードタウン運動は、イギリス北部の町ガースタングで、この町在住の獣医ブルース・クラウザーが始めた運動に端を発する<sup>5</sup>。1992年にガースタングに移住してきたクラウザーはフェアトレード団体オックスファムの地元組織を立ち上げ、商店、レストランのみならず、町の教会や学校も巻き込んで地域ぐるみでフェアトレードの推進をはかった。運動への理解と地域の振興を図るため、フェアトレード産品のみならず、地元産品も積極的に消費・販売することを推進した。

こうした努力が実って、2000年4月ガースタングは町民集会で世界初の「フェアトレードタウン」を宣言した。イギリスのラベル認証団体であるフェアトレード財団はこれを全国的な運動へ発展させるために、2001年にフェアトレードタウンになるための基準を策定して普及への取組を始めた。

この運動はイギリス各地に広がり、2001年から2006年の間でフェアトレードタウンの認証を受けた町および地域は209に上った。その後もフェアトレードタウンはイギリス国内のみならず、ヨーロッパ各国やアメリカ、カナダ、オーストラリアへと広がっていった。2011年6月には、後述する熊本市がアジアで初めて、世界で1,000番目のフェアトレードタウンと認定された。日本では熊本市の他、名古屋市、札幌市、逗子市、宇都宮市、一宮市などでフェアトレードタウンを目指す運動が続けられている。2014年2月時点で世界の24カ国1,413か所でフェアトレードタウン宣言が行われている。

このように、2000年のガースタングからわずか14年で1,400を超えるフェアトレードタウンが成立した。1年毎の平均で、100ものフェアトレードタウンが誕生している計算になる。今後もこの勢いは続きそうであるが、どうしてこれほど急速にフェアトレードタウンは増えているのだろうか。次節以降では、フェアトレードタウンの基準の検証と共にその要因を分析したい。

#### 4. フェアトレードタウンの基準

イギリスのフェアトレード財団は、フェアトレードタウンについて以下の五つの基準を定めている<sup>6</sup>。

- (1) 地元自治体がフェアトレードを支持する決議を行うとともに、自治体内（事務所や食堂、会議など）でフェアトレード商品を提供することに合意する。
- (2) 各種のフェアトレード産品が、地元の小売店（商店、スーパーなど）で容易に購入でき、飲食店（カフェ、レストランなど）で提供される。

注）2品目以上のフェアトレード産品を販売、提供する小売店・飲食店は、人口に応じて次の数以上を必要とする。

人口	小売店	飲食店
2500人以下	1	1
2501人～5000人	2	1
5001人～7500人	3	2
7501人～2万人	4	2
2万人～2万5千人	5	3
2万5千人～3万人	6	3
3万人～10万人	5千人増えるごとに+1	1万人増えるごとに+1
10万人以上	1万人増えるごとに+1	2万人増えるごとに+1

- (3) 地元の職場や団体（宗教施設、学校など）がフェアトレードを支持し、フェアトレード産品を利用できる時は必ず利用する。
- (4) メディアへの露出やイベントの開催によって、地域全体でフェアトレードへの意識と理解が高まる。
- (5) フェアトレード推進委員会を設けて、フェアトレードタウン運動が発展を続け、新たな支持が得られるようにする。

以上の五つの基準は、地域の政治、経済、社会の各セクターが一緒になってフェアトレードを推進、普及に努めることがフェアトレードタウンには期待されていることを示している。また、フェアトレードの普及にはマスメディアやイベントによる啓発活動が欠かせないこと、そして、持続的な運動のために常設の推進委員会が必要であることを明らかにしている。

以上の5基準を満たし、フェアトレードタウンの認証を受けると、その後は2年おきに認証の更新を受ける必要がある（初回は1年後に更新）。更新について明確な基準はないが、フェアトレードの普及について、どれだけ成果があったかを報告しなければならない<sup>7</sup>。

前節でも述べた通り、今日ではフェアトレードタウン運動はイギリス、ヨーロッパ各国、アメリカ、カナダ、そして日本、アジアへと、世界各地に広がってきている。こうした運動の広がりを受けて、2006年11月から始まり、その後年1回のペースで開催されている、フェアトレードタウン国際会議では、上述のイギリスで定められた5基準を他国でも踏襲すべきかどうかの議論が行われるようになった。そして、2009年には、以下のように統一的な国際的ガイドラインが定められた<sup>8</sup>。

## 基本ガイドライン（各国が遵守すべき事項）

- (1) 新たに運動を始める国では、イギリスで定められた5基準に基づいて運動することを強く奨励するが、義務付けはしない。各国の運動は、5基準にとどまらず、自国に適すると思われる基準を自由に追加することができる。
- (2) 運動は、ラベル産品を含めるとともに、客観的な第三者（WFTOなど）によって認知された産品があれば、それも含めるべきである。
- (3) フェアトレードタウンの地位を付与する不偏不党の組織がなければならず、その国にラベル団体が存在する場合には、その組織に含めるべきである。
- (4) フェアトレードに継続してコミットしていくことを確保するために、更新プロセスがなければならない。

## 柔軟性を持ったガイドライン（各国が独自に定めることができる事項）

- (1) フェアトレードタウン運動の名前。
- (2) 運動のロゴ。イギリスで製作され、他の数カ国でも採用しているロゴの使用は他国にも認める。ただし、運動がラベル産品の普及を主眼とし、フェアトレードタウンの認証をFLO傘下のラベル団体が行っている場合に限って、このロゴを使うことができる。
- (3) 5基準の順序。
- (4) 各基準（ゴール）に、独自の目標（ターゲット）や基準を設けることができる。
- (5) パートナー団体を持つことができる。
- (6) 6番目、7番目など、基準を追加することはできるが、5基準のどれか一つでも割愛することは推奨しない。
- (7) フェアトレードタウンと関連した他の運動（フェアトレード学校／協会／地域）を行うことができる。

以上のガイドラインからわかることは、①イギリスの基準を尊重することが強く求められていること、②ラベル産品に一定の優位性が与えられているように見えること（イギリスの運動を牽引したフェアトレード財団は、FLO傘下のラベル団体である）、③イギリスの基準を重視しつつも、独自の基準を認めることで、各国の独自性も尊重していることである。

①については、イギリスの5基準をほぼすべての国が採用している。したがって、フェアトレードタウンについては、これが国際基準となっていると言ってよいだろう。また、②については、やはり発祥地であるイギリスのラベル認証の優位性が、フェアトレードタウン運動の基調となっていると見受けられる。③については、フェアトレードタウン運動がイギリス以外の国々に広がっていく中で、それぞれの国の特徴を取り入れることで多様性を生み出すことを認めるものである。

こうして、フェアトレードタウン運動は普遍性（国際基準）と多様性（各国の独自性）を兼ね備えることにより、世界規模での発展を可能にしてきたのである。では、日本においてフェアトレードタウン運動はどのように発展してきたのだろうか。次節では、熊本市の事例を中心に、日本のフェアトレード運動の足跡を追ってみよう。

## 5. 熊本市におけるフェアトレードタウン運動の展開

日本でフェアトレードタウン運動が始まったのは、熊本市においてである<sup>9</sup>。1993年にフェアトレードショップ「らぶらんどエンジェル」を開店し、1999年にNGO「フェアトレードくまもと」を立ち上げた明石祥子が、東京で環境・フェアトレード活動を行うNGO「グローバル・ヴィレッジ」の代表、サフィア・ミニーからフェアトレードタウン運動の話聞いたのがきっかけだった。

明石は2003年以降、市当局や議会への働き掛けを本格化し、2004年には熊本市長にフェアトレードのファッションショーに出演してもらったり、市議に熊本市をフェアトレードシティにする事について議会で質問してもらったりした。その後も一般市民にフェアトレードを良く知ってもらおうと途上国から生産者を招いてセミナーを開いたり、学校への出前授業を行うなど、フェアトレードの普及のための様々な取り組みを行った。そして2009年には「フェアトレードシティ推進委員会」を立ち上げ、1万人を目標とする署名活動を開始した。その努力が実り、2010年12月の熊本市議会で「フェアトレードの理念周知」の決議がなされ、2011年6月には、同年4月に創設された日本のフェアトレードタウン認定組織である「一般社団法人フェアトレードタウン・ジャパン」(略称FTTJ)によって、熊本市は日本・アジアで初、世界で1,000番目のフェアトレードシティ(タウン)と認定された。その後、2014年3月には、日本・アジア発のフェアトレードタウン国際会議(第8回)が、熊本市国際交流会館で開催された。この会議は実行委員長を明石が務め、国内外から予定を大幅に超える参加者を集め、大変な盛況であった。

以上に見たように、日本のフェアトレードタウン運動を論じるにあたっては、まずは明石の貢献と熊本市の取り組みを評価しなければならない。そこで、本節では明石及び熊本市のフェアトレードタウン運動に関わった関係者への聞き取りに基づき、その成功の要因と課題を探りたい。

以下は、2014年9月2日に筆者が明石から直接聞き取った、熊本市のフェアトレードシティ認定および国際会議開催の経緯についての談話をまとめたものである。

### 熊本市のフェアトレードシティ認定までの経緯

フェアトレードのことについては、昔は全く知られていなかった。とにかく、続けることが大事であると思い、がんばってきた。若い人たちと離れないことが大事だと思う。フェアトレードの良い点は、若い人も年寄りも一緒にやれることである。ショップの経営を成り立たせるために努力した。後発である韓国と比べると、日本のフェアトレードの推進は遅い。それでも熊本市において、議会を説得し、お金を獲得していった。フェアトレードタウン国際会議熊本宣言において示されている通り、赤十字やユニセフ、そして多くのボランティアの支援を受けている。学生たちとのコラボとして、東京及び全国の学生たちが参加するFTSN(フェアトレード学生ネットワーク)にも関わっている。

熊本市では20年前から国際交流会館がオープンし、フェアトレードを含む国際交流事業に取り組んできた。熊本市のシティプロモーション課には予算40万円があり、国際交流会館1階フロアでは、今年(2014年)8月31日からオーガニック、フェアトレード産品を中心に扱う「リンクカフェ」として運営されている。かつては同じ場所で、(明石らが)運営する「カフェはちどり」が運営されていたが、国際会議の後で閉店した。同時に上通りアーケードの方でやっていたリサイクルショップも取り壊しのため、閉店した。どちらも15年ほど前からやってきた。今は「らぶらんど」だけになり、ゆっくりにできている。

フェアトレードシティ認定の前は、フェアトレードショップあるいはフェアトレード品を扱う店は17しかなかったのが、現在は900までになった。国際交流を学びながら、地道にやってきた。

「カフェはちどり」は2005年から学生（留学生）中心のフェアトレードカフェとしてやっていたが、ほとんど売れなかった。熊本市議会では「はちどり」への補助については「公平性」の観点から反対の声があった。現在のリンクカフェは（熊本市国際交流事業団による）独立採算で運営されている。

フェアトレードシティについては、一部反対意見もあったものの、2010年に満場一致で採択された。

#### フェアトレードタウン国際会議（2014年3月28日～30日）について

予算ゼロでスタートした。必ずできると思って皆に声をかけた。参考のために、さまざまな国際会議にも出て、素晴らしいと思った。オスロの国際会議に行った時は、1億5000万の予算があり、すでに整っているのを見てきた。熊本市ではゼロからのスタートで、まず資金調達で日本全国を回った。大学の先生たち（京都大学、慶応大学、横浜国大など）からも支援をいただいた。

2014年1月まで国際会議への参加申し込み者数はゼロだった。締め切り間際に申し込みがどっと来て220名の定員に320名の申し込みがあり、全員受け付けた。

予算は800万以上になった。運営の要である事務局長ほか、主要なスタッフ4名が全員病気になった。それでも会議直前の2～3月を乗り切れたのは、明石が皆を引っ張ってボランティアたちの力を引き出したことが大きい。今回の会議は準備から当日まで、学生を中心とするボランティアの貢献が大きかった。

4月1日、会議の後、ボランティアがいなくなり、事後の処理が課題となっている。事後まで含め、トータルでどれだけやれるかという点で、ボランティアによる運営の功罪があったと考えている。フェアトレードのボランティアと一般のボランティアでは、維持費のことなど、考え方に違いがあることもわかった。

今回の会議は、これまでの国際会議では初めて、途上国の生産者を招いた事が大きい。この取り組みは今後のモデルになると高く評価された。さまざまな課題はあったが、会議自体は成功であった。

国際会議参加者の中で、東京からの参加者と熊本の参加者では、フェアトレードへの向きあい方に違いがみられた。東京は認知度が50%（49.5%）に対して、熊本は32%であり、市民全体ではまだほとんど知られていない。従ってフェアトレードの基準について東京の方がより厳密にとらえる傾向があった。インターネットの社会イノベーター公志園では、批判的な声が出ていた。FTTJからはFTラベルを使うなという声があった。全体にフェアトレードについては、品質の良くないものもあり、「フェアトレード」と言わない進め方もある。市民運動としてどう続けるかに課題がある。

以上のように、熊本市のフェアトレードシティ（タウン）認定、およびフェアトレードタウン国際会議の招致と成功については、まずその中心人物である明石の功績を評価しなければならない。思うようにフェアトレードの認知も広がらず、また運動のノウハウもわからない中で、明石はフェアトレードへの信念と周りの人々との信頼関係で事業を進めてきた。そのポジティブな姿勢と明るい人柄が、行政や学者、フェアトレード関係者のみならず、ボランティアと一般の人々も巻き込んで大きな力となったと筆者は考える。熊本市がフェアトレードタウンとなれたのは、そうした明石を中心とする人々の努力のたまものであり、決して偶然のことではない。

以上述べたように、フェアトレードタウン認定および国際会議の実施にあたっては、明石とそれを支えるボランティアたちの貢献が大きかったと言えるが、それをバックアップした熊本市の国際交流振興事業団や熊本市観光文化交流局の貢献も見逃すことはできない。そこで以下では、これらの機関の責任者への聞き取りを基に、フェアトレードタウン運動や国際会議実施の経緯について、まとめてみよう。

まず、今回の国際会議の舞台となった熊本市国際交流会館の責任者で、明石を中心とするフェアトレードタウン運動の取組を支援してきた、熊本市国際交流振興事業団事務局長の八木浩光の談話(2014年9月3日、筆者による聞き取り)から、国際交流会館の役割やフェアトレードとのかかわりについてまとめてみよう。

#### 熊本市国際交流会館について

国際交流会館は直接フェアトレードには関わらない。フェアトレードシティの理念(ものを買う、消費する際に、フェアトレード、地元、社会的弱者の視点)を市民に知ってもらうことが役目である。

FTTJが行った熊本におけるフェアトレード認知度の調査(独自の調査、動物園で市民にアンケート)では、32%と、ほとんど知られていない。購入は2~3%にすぎない。消費者の視点は国産品、値段に向けられがちである。

国際交流会館ではフェアトレードをあまり強調せず、前面にあまり出さず、カフェを利用してもらうことで、少しずつ浸透させたい。カフェの名称LINKは、“We like International Kumamoto”の略字である。

会館の2階ではコミュニティイベント、日本語の学習会、3階ではスクール形式でグローバルカレッジを実施している。

#### フェアトレード関係の活動

フェアトレードショップの勉強会や学習会をやっている。

毎年8月に高校生、大学生のワークショップがあり、今年はフェアトレードで商品開発を行った。11月には発表会があり、ガースタングとビデオ交流会がある。

カフェは市の補助はなく、カフェ自体の利益で運営される。フェアトレード、地産地消、障がい者の産品を、できる限り使用するが、100%ではない。市内のパティシエにコンセプトを伝え、メニューにフェアトレード商品(ブラウニー、チョコレートケーキ)を入れてもらった。フェアトレードへの認知度は、少しずつ広がりを見せている。材料を厳選しつつ、値段をできるだけ下げる努力をしている。

#### フェアトレードシティ(2011年)以降

明石氏に対するインタビューを中心に、国内各地からの視察が来るようになった。北海道から九州、大学、FTSN、韓国や台湾からも来る。フェアトレードをキーワードにした交流が進んでいる。

#### 高校生・大学生のワークキャンプについて

今年は高校が9回目、150人くらいの参加。大学が2回目で今年のテーマがフェアトレード。来年



は代々木国際フォーラム（全国学生ボランティアフォーラム今年3回目、青少年教育支援事業）で長崎国際大学の学生が参加する。こうしたフォーラムへの参加をきっかけに留学する学生が多い。

#### 留学生と日本人ボランティア（会館）

日本語のコミュニケーションで、それぞれの母語を伝え合う。中国、フィリピン、スリランカ、中東などの留学生、外国人がいる。日本語の教材は場面シラバス（病院、緊急場面、学校など）からなる。ホームページに掲載している。留学生の人たちはアフリカ、南米、ヨーロッパなどから来ている。情報をホームページにアップしている。カナダや南米の人たちは移民が多い。地域の外国人との共生については、長崎県立大の李節子先生に医療通訳の制度をお願いしている。

#### 八木自身のこと

八木は元商社の専門機関（日商エレクトロニクス）勤務で、コンピュータのマーケティングをしていた。18年前からこちらに来た。別の団体でバングラデシュ、ラオスを支援している。バングラデシュ（八木個人）ではインドとの境にある北の方で学校の支援をしている。各学年2名ずつ、計20名ほどの奨学金を授与してリーダー育成をしている。留学生との交流がきっかけで始まった。ラオス（交流事業団）では、熊本商業高校のデパートプロジェクトで織布等の販売の支援をしている。これは熊本在住の元ラオス大使の熊本ラオス協会との連携による活動である。JICA 協力隊員が、現地の女性の自立支援を目的に、現地の素材を活用したバナナ繊維を使い商品開発したバッグ等を紹介した実績がある。

以上で見たように、熊本市国際交流会館では多方面にわたる国際交流事業が実施されており、八木は事務局長としてその中心的な役割を果たしている。八木個人も国際協力活動に携わっており、フェアトレードやフェアトレードタウン運動の推進に大きな貢献をしてきたことが分かる。熊本市がフェアトレードシティとなれたのは、国際交流会館と八木の存在もまた大きなものであったと筆者は考える。

国際交流会館の他に、熊本市の観光文化交流局（シティプロモーション課）もフェアトレードシティの取り組みおよび国際会議の実施に重要な貢献を果たしている。以下に同課の担当者（大塚一徳、中村清香）の談話（2014年9月3日、筆者聞き取り）から、まとめてみよう。

#### フェアトレードシティの取り組みについて

フェアトレードシティの取り組みは民間団体では平成15年（2003年）から始まり、市議会では平成22年（2010年）12月に「フェアトレード理念周知」の決議がなされ、2011年、熊本市はフェアトレードシティとして認定された。市長や議会は賛成した。（一部異議もあったと聞く。）

平成25年（2013年）の2,000人市民対象アンケートでは、フェアトレードについて「知っている」は30%程度で、もっと啓発が必要であるということで、さまざまなPRのための予算40万円（平成26年度）が組まれた。理念の周知等のため、「ふれあい出前講座」などが行われている。平成25年度は公民館（高齢者による自治問題研究会）でフェアトレードの講座を開いた。今年度は来年1月に女性グループ対象の講座が予定されている。（以上、大塚一徳からの聞き取りによる）

### フェアトレードタウン国際会議について

シティプロモーション課は国際会議の市役所側の窓口となった。明石氏とFTTJが主催で、市は共催（おもてなし担当）となっていた。いわば外側からの支援であった。開会あいさつの市長や室長のあいさつ文の校正、宣言文の修正（最初の主催者側の文章には偏りがあったので修正が必要だった）、フェアトレードかるたの募集（募集はしたが、実現はしなかった）、商店街への協力依頼（商売敵という意味で、反対はあったが、国際協力ということで理解してもらった）、など、さまざまな裏方の仕事を行った。国際会議で残念だったことは、会議の中身を見られなかったことである。ボランティアの皆さんは大変協力的だった。（以上、中村清香からの聞き取りによる）

上述のように、熊本市のフェアトレードシティへの取り組みには、当然ながら行政の協力は必要であり、市長、議会とともに、行政担当者の貢献も熊本市のフェアトレードシティ（タウン）認定を支える重要な役割を果たしていた。国際会議の実施にあたっては行政担当者の裏方からの貢献があって初めて成功したのであると筆者は考える。

以上、ここまで熊本市の動きを見てきたが、ここからは日本各地のフェアトレードタウン運動の展開を見てみよう。熊本市以外に、フェアトレードタウンの運動が活発な地域がいくつかある。次節ではそれらの例を上げてみよう<sup>10</sup>。

## 6. 日本各地のフェアトレードタウン運動とネットワークの形成

名古屋市では、1996年からフェアトレードショップ「風's（ふうず）」を運営してきた土井ゆき子が、熊本の活動に触発され、2009年に推進母体として「名古屋をフェアトレード・タウンにしよう会」を設立した。また、同じ年に、地元タレントの原田さとみや大学生、若い社会人が中心となって、「フェアトレードタウンなごや推進委員会」が発足した。2013年にはこの2団体を含む4つのフェアトレード推進団体が中心となり、フェアトレードタウンの実現を目標の一つとする「フェアトレード名古屋ネットワーク」（略称FTNN）が発足した。この動きは、名古屋のフェアトレード運動が盛んであることを印象付けている。

札幌市では、2003年からフェアトレードショップ関係者が中心となり、「フェアトレードフェスタ」が毎年開催されてきた。その後、フェアトレードフェスタ実行委員会を拡大する形で、2009年にはフェアトレードタウンの実現を目的の一つとする「フェアトレード北海道」が発足した。

逗子市では、2011年5月の「世界フェアトレードデー」のイベント「フェアトレードのある暮らし」をきっかけに、逗子をフェアトレードタウンにという思いを共有する人々によって、「逗子フェアトレードタウンの会」が発足した。

東京では、2009年に、フェアトレード団体やフェアトレード支援組織、学識経験者などからなる「フェアトレード推進会議」が結成され、その中に「フェアトレードタウン推進部会」が置かれた。

他にも、宇都宮市、一宮市などでフェアトレードタウンの推進・実現を目指す団体が発足している。

このように、日本各地でフェアトレードタウンの実現を目指す運動が叢生している。

こうしたフェアトレードタウン運動の各団体がネットワーク化する動きも見られる。2010年2月には、フェアトレードタウン推進部会のメンバーである渡辺龍也が、東京経済大学において「国際シンポジウム：フェアトレードの拡大と深化」を開催した<sup>11</sup>。この会議において、イギリスの5基準を基

本としつつ、日本独自の基準を作っていくこと、ラベル産品や WFTO 団体取り扱い産品以外の多様なフェアトレードを尊重すること、運動はトップダウンではなく、草の根主体のボトムアップで行くことを合意し、引き続き意見交換会を行っていくこととした。

上記のシンポジウムに続いて開催された2010年5月の意見交換会では、日本は上述したラベル産品の普及率が低く、WFTO 加盟団体も3団体しかないという事情から、それ以外のいわゆる「第3のカテゴリー」について議論が集中した。定義づけとしては、WFTO が定める10原則にコミットし、透明性を持ったフェアトレード団体が扱う産品を「第3のカテゴリー」とすることに決まった<sup>12</sup>。

また、今後の継続的な活動のため、「フェアトレードタウン・ネットワーク準備委員会」が2010年7月に発足した。

### 日本のフェアトレードタウン基準

フェアトレードタウン・ネットワーク準備委員会は、その後も2010年10月、2011年1月の会合において、議論を進め、以下に掲げるような「日本のフェアトレードタウン基準」を策定した<sup>13</sup>。

#### 基準1 推進組織の設立と支持層の拡大

指標：フェアトレードタウンを目指すことを規約等で明示した推進組織が設立されている。

#### 基準2 運動の展開と市民の啓発

指標：各種のイベント・キャンペーンを繰り返し、フェアトレード運動が新聞・テレビ・ラジオなどのメディアに取り上げられる。

#### 基準3 地域社会への浸透

指標：複数の企業、複数の団体が組織内でフェアトレード産品を利用し、組織内外への普及をしている。

#### 基準4 地域活性化への貢献

指標：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。

#### 基準5 地域の店（商業施設）によるフェアトレード産品の幅広い提供

指標1：2品目以上のフェアトレード産品を提供する店（商業施設）が、人口3万人未満は2店以上、3万人以上は1万人あたり1店以上ある。ただし、フェアトレードの推進・普及を主な目的とする店（売上ないし取扱品目の半分以上をフェアトレード産品が占める店）が1店以上あること。

指標2：各店は2品目以上提供することを基本とするが、1品目だけの場合は0.5店として扱う。

指標3：フェアトレード産品が年間6ヶ月以上提供されている。

#### 基準6 自治体によるフェアトレードの支持と普及

指標：地元議会による決議と首長による意思表示が行われ、公共施設や職員・市民へのフェアトレードの普及が図られている。

上記の基準において、基準4は日本独自の基準である。日本では今、地域の過疎化やシャッター街化、活力の喪失が問題となっている。そのため、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、地域の経済や社会の活性化に寄与することを付加的な基準として定

めることとしたのである<sup>14</sup>。

基準5のフェアトレードの製品には、先述したWFTOの10原則に従い、「第3のカテゴリー」を含めて良いとしたが、さらにWFTOとFLOが共同で定めた「フェアトレードの原則に関する憲章」の5原則にコミットしていることでも良いとした。また、「店（商業施設）」については、「事業の透明性が確保されていること」を条件とした。店（商業施設）の数については、日本ではまだ十分に普及していない現状を鑑みて、他の先進諸国よりも緩やかな基準にした。ただ、それだけでは持続性・継続性に懸念があるため、「推進・普及を主な目的とする店が1店以上」という条件を付加した<sup>15</sup>。

基準6については、日本の場合、イギリスのように地方議会と行政が一体化しておらず、議員と首長がそれぞれ選挙によって選ばれる2元代表制なので、「議会の決議」と「首長の意思表示」の双方を必要とすることとした<sup>16</sup>。

基準の並べ方については、各国に任されていることから、フェアトレードタウン運動がたどるであろう道筋に従って順番を変えた<sup>17</sup>。

### 認定組織

このようにして日本のフェアトレードタウン基準が定められ、次には、フェアトレードタウンの認定組織が設立されることとなった。2011年4月に、前述のフェアトレードタウン・ネットワーク準備委員会が、法人格を持つ日本におけるフェアトレードタウンの認定組織、「フェアトレードタウン・ジャパン」(FTTJ)となった<sup>18</sup>。

FTTJの目的は、以下の通りである。

フェアトレードの理念に基づいて、フェアトレード活動を地域コミュニティに根づかせるフェアトレードタウン等の運動を推進することによって、発展途上地域の零細な生産者・労働者の生活の向上および公正な貿易・経済活動の実現に寄与し、ひいては国内の地域社会・経済の健全な発展にも資することを目的とする。

また、事業としては以下の五つがある。

- (1) フェアトレードタウンおよび類似イニシアチブの推進に関する事業
- (2) フェアトレードタウンおよび類似イニシアチブの基準等の策定ならびに認定に関する事業
- (3) フェアトレードの普及および啓発に関する事業
- (4) 地産地消およびまちづくりの運動等と連携した事業
- (5) その他、この法人の目的を達成するために必要な事業

上記FTTJの定めた目的と事業は、日本のフェアトレードタウン運動の持つ性格、すなわちフェアトレードによる発展途上国の生産者・労働者への裨益のみならず、地域社会・経済の健全な発展に資することが明確に示されている。また、「類似イニシアチブ」への言及は、今後日本でも、大学、学校、教会、職場といった、さまざまな単位で運動が広がることを見越しての規定である。

以上、ここまで熊本市のフェアトレードタウン運動と、それに前後する日本における運動の展開を

追ってきた。以下では、これまでの運動の経緯を俯瞰して、そこに見られた意義と課題を主に社会・文化の視点から考察してみたい。

## 7. フェアトレードタウン運動の社会・文化的意義

日本のフェアトレード運動の推進者であり、代表的な研究者でもある渡辺龍也は、フェアトレードタウン運動の意義について、以下のように述べている。

フェアトレードタウン運動は、市民ないし消費者一般にフェアトレード製品の購入を訴えかけるだけでなく、地域の社会組織、企業、それに行政からフェアトレードへのコミットメントを引き出し、まちぐるみでの普及を推進することで、フェアトレードに根づき（＝持続性）と発展性をもたらす。（中略）フェアトレードタウン運動は、社会を起点にあらゆる領域においてフェアトレードの拡大と深化を促す枢要なエンジンといえることができる<sup>19</sup>。

渡辺が言う様に、フェアトレードタウン運動の意義は、まさに「フェアトレードの拡大と深化に欠かせない「エンジン」となっているという点にあるだろう。また渡辺は、フェアトレード自体について、次の様に述べている。

（前略）（フェアトレードは：筆者補足）「持続的な発展の実現」と「国際貿易の公正化・変革」のための手段である。それを一言で「フェアな社会の実現」と言い表すならば、その達成には、政治・経済・社会のすべての領域においてフェアトレードの理念が浸透し、現在のようにフェアトレードが例外的な存在ではなく、基本原則として定着する必要がある<sup>20</sup>。

フェアな社会の実現のために、フェアトレードタウン運動は必須の存在であると言ってもよいと思う。さらに渡辺は、「フェアな社会の実現」とは、南の途上国の零細な生産者・労働者のみではなく、日本など先進国の貧困や格差、地域経済の疲弊や過疎化といった問題にも向き合うべきことを意味していると述べている<sup>21</sup>。先述した日本のフェアトレードタウンの基準4（地域活性化への貢献）は、これを意図しているものである。

また渡辺は、フェアトレードタウン運動には、「リローカリゼーション」や「地域の自律的発展」の意義が見出せるとしている<sup>22</sup>。渡辺と並ぶ日本の中心的なフェアトレード推進者、研究者である長坂寿久は「リローカリゼーション」について、次のように述べている。

「(リ) ローカリゼーション」とは、「グローバリゼーション」と対峙する言葉である。（中略）私たちは、持続可能でかつ平等なすべての人に人権が認められる“私たちが生きたい社会”を作り上げるために、再び新しい「共同体」（コミュニティ）を取り戻す必要がある。（中略）リローカリゼーションには2つの方向があると考えられる。1つは、「地域」の再生である。経済のグローバリゼーションによって破壊されてしまった「共同体／コミュニティ／農村」の新しい作り直しである。（中略）もう1つは、地球の再生に向かう方向である。リローカリゼーションによってグローバリゼーションの弊害を抑制し、ローカルのネットワーク（提携）、つまりローカル・ツー・ローカルの国

際的な（国内間でも）結びつきによって、地球を、環境と人間性（人権）を新しく作り直していく運動としてのリローカリゼーションの方向である<sup>23</sup>。

長坂によれば、フェアトレードおよびフェアトレードタウン運動は、こうしたリローカリゼーションの運動に連なる一つの重要な市民社会運動であると位置づけられる。また、再び渡辺によれば、こうしたリローカリゼーションの精神に連なるフェアトレードタウン運動は、「地域の自律的發展」すなわち、自己完結的な「自立」ではなく、他地域とのフェアで互恵的な関係を取り結びつつ自己決定力を強める「自律」であるとしている<sup>24</sup>。

以上のように、フェアトレードタウン運動は、単に国際貿易の公正化、南の貧しい生産者・労働者への裨益（これだけでも十分に重要な意義があるが）ということだけではなく、グローバリゼーションが進行する現代世界の根本的な仕組みや発想を変えようという、経済・政治・社会の全領域に関わる、根源的な変革運動の一つである。

こうした渡辺、長坂の議論に対して、筆者が考えるフェアトレードタウン運動の意義とは、彼らの意見を基本的に踏まえたものではあるが、主に社会・文化的な側面に関するものである。筆者はこれまで東南アジア諸国を中心とする NGO 等による開発援助の社会・文化的側面に関心を持ち、研究を続けてきた<sup>25</sup>。その中で、南の途上国への援助は、単に経済の発展に関わるものではなく、広く社会・文化のあり方にも影響を与えるものであることを見てきた。具体的には、モノや金銭の援助によって、途上国の地域住民に援助依存の体質を作ってしまうことや、グローバリゼーションと相まって、経済至上主義的な文化や価値観を地域コミュニティに押し付けてしまうことなどがあげられる。

長坂や渡辺が言うように、世界のグローバル化の動きに対して、今求められているのは、たしかに長坂の言う「リローカリゼーション」であり、渡辺の言う「地域の自律的發展」であろうと思う。そのためには、経済中心のグローバリズムを克服する思想や価値観の転換が求められよう。それを筆者の言葉で言うならば、環境や経済の公平性に立脚した地球規模での社会・文化的な変革運動とそれを支える思想・価値観のパラダイム転換ということになる。ここで筆者が言う「社会・文化」の次元とは、慣習的・無意識的次元から思想的・意識的な次元までに及ぶ、個人・人間関係・集団関係のあり方、そしてそれを支える行動様式・思考様式のことである。

これまで見てきたように、フェアトレードタウン運動は南の途上国と先進国のすべての人びとに関われた、グローバルかつローカルな市民社会運動である。そこには、一部の先端的な知識人が提唱する思想・言説の限界を超えて、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があると筆者は考える。その身近な証左が、本論文で取り上げた熊本市の事例である。

熊本市のフェアトレードタウン運動の推進者、明石祥子が実践してきたことから確認できたように、熊本市においては、一部のフェアトレード関係者のサークルを超えて、自治体と幅広い市民の各層にフェアトレードの目的や意義が浸透し始めている。これは明石個人の功績も大きいですが、それだけではなく、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訴える力、いわば人々の生き方や考え方そのものを変えていくような社会・文化的な次元での変革可能性への潜在力を、フェアトレードタウン運動が持っているからではないだろうか。熊本市を皮切りとして、今後も日本におけるフェアトレードタウン運動はますます盛んになっていく

だろう。フェアトレードタウン運動以外のさまざまな「リローカリゼーション」運動との連携も取りながら、世界と日本が連動して変わっていく時代を私たちは生きているのかもしれない。

## 8. おわりに

スローライフやGNH（国民総幸福）論の提唱者として知られる文化人類学者の辻信一は、江戸学者田中優子との対談集の序文で、東日本大震災（3・11）以後の世界における社会変革の今日的課題の根本について、次のように述べている。

シフトとはまず何よりもマインドシフトを、つまり、社会意識の内なる変化や価値観の転換を意味しなければならない。それは経済や科学技術が社会に君臨するような、これまでのシステムのマインドセットから降りて、もう一度、経済や科学技術が人々の福祉のために奉仕するような社会を創造していくことにちがいない<sup>26</sup>。

辻の言う「マインドシフト」とは、筆者の理解では、現代社会を支配する根本的な価値観・思想の枠組みから、われわれは意識的に変わらなければならないということである。これまでの経済成長一辺倒の価値観ではなく、持続性と幸福論（GNH）の思想・生き方に根ざした新しい世界への転換が求められている。本論で取り上げてきたフェアトレードタウン運動は、こうしたマインドシフトの明確な表現であると筆者は考えている。

本稿では、フェアトレードタウン運動を題材として、その展開と意義を考察し、今日の世界のあり方を変革する大きな動きの一つとして位置づけることができた。今後は、熊本市を含む日本各地のフェアトレードタウン運動の実態調査および各推進団体が直面している問題についての調査が必要となるであろう。これらについては、今後の課題とすることとして、ひとまず本稿を閉じることとする。

## 注

- 1 日本ではスターバックスが2002年にラベルコーヒーを扱い始めたのが始まりで、その後、イオン・グループ、西友などが、フェアトレード・コーヒーを中心としたフェアトレード商品を売り出し始めている [渡辺2010: 53]。
- 2 筆者は2014年3月28日～3月30日に熊本市国際交流会館で開催された、第8回フェアトレードタウン国際会議に参加した。また、2014年9月2日～3日には後述する熊本市のフェアトレード関係者への聞き取りを行った。
- 3 以下の定義に関する記述は、[渡辺2010: 3-4]、[渡辺2012: 84]、[古屋2011: 29]を参考にした。
- 4 [渡辺2012: 85] 参照。他に [長坂（編著）2008: 43-53] も参照した。
- 5 本節の記述は、[渡辺2012: 86-87] を参考にした。他に [古屋2011: 45-47] も参照した。
- 6 以下の基準の記述にあたっては、[渡辺2012: 87-88]、[長坂2014: 163-164] を参考にした。
- 7 [渡辺2012: 89] 参照。
- 8 以下のガイドラインの記述にあたっては、[渡辺2012: 91-92] を参考にした。
- 9 以下の熊本市のフェアトレード関係者（明石祥子、八木浩光、大塚一徳、中村清香）への聞き取りは、2014年9月2日に明石（明石の店である「らぶらんど」にて実施）、2014年9月3日に八木（熊本市国際交流会館リンクカフェにて実施）、大塚・中村（熊本市役所にて実施）、インタビュー形式で行った。明石の取り組みについては、[明石2008: 269-272] も参照した。また、明石の取り組みについては、以下のウェブサイトも参照。  
「社会イノベーター公志園 明石祥子」 <http://koshien-online.jp/akashi/>
- 10 日本各地のフェアトレードタウン運動については、[渡辺2012: 95-96] の他、以下のウェブサイトも参照した。  
「名古屋フェアトレード・タウンにしよう会」 <http://www.nagoya-fairtrade.net/>  
「フェアトレードタウンなごや推進委員会」 <http://fairtrade-nagoya.com>  
「フェアトレード名古屋ネットワーク」 <http://www.ftnn.net/>  
「フェアトレード北海道」 <http://fairkita.greenwebs.net/>  
「逗子フェアトレードタウン勉強会」 <http://ftzushievent.wix.com/ftzushi>

- 「シャプラニールとちぎ架け橋の会」 [http://www.geocities.jp/tochigi\\_kakehashinokai/](http://www.geocities.jp/tochigi_kakehashinokai/)  
「まちなか・せかいネット」 <http://e-tochigi.org/~machinaka/index.html>  
「38フェアトレード会」 <http://yume.genki365.net/gnki/mypage/index.php?gid=G0000564>  
「フェアトレードタウン推進部会」 <http://ameblo.jp/fairtradetown/>
- 11 このシンポジウムについては、[渡辺2012: 97] の他、以下のウェブサイト参照した。  
「国際シンポジウム：フェアトレードの拡大と深化」 <http://noahsft.tumblr.com/post/409356107>
  - 12 [渡辺2012: 98] 参照。なお、WFTO の10原則については、[渡辺2012: 122-125] を参照されたい。
  - 13 この基準の記述にあたっては、[渡辺2012: 101-103] を参考にした。他に [長坂2014: 170-172] も参照した。
  - 14 [渡辺2012: 100] 参照。他に [長坂2014: 171-172] も参照した。
  - 15 [渡辺2012: 100] 参照。他に [長坂2014: 171-172] も参照した。なお、フェアトレードの原則に関する憲章については、[渡辺2012: 125-126] を参照されたい。
  - 16 [渡辺2012: 99] 参照。他に [長坂2014: 172] も参照した。
  - 17 [渡辺2012: 100] 参照。
  - 18 以下のフェアトレードタウン・ジャパンについての記述は、[渡辺2012: 103-104] を参考にした。また、以下のウェブサイト参照した。  
「フェアトレードタウン・ジャパン」 <http://www.fairtrade-town-japan.com/>
  - 19 [渡辺2012: 108-109]。
  - 20 [渡辺2012: 109]。
  - 21 [渡辺2012: 111]。
  - 22 [渡辺2012: 111]。
  - 23 [長坂2011: 139-141]。リローカリゼーションの視点から見たフェアトレードタウン運動の意義については、[長坂2014] を参照されたい。
  - 24 [渡辺2012: 111-112]。
  - 25 筆者のこれまでの取り組みについては、[小島居2010] を参照されたい。
  - 26 [田中・辻2012: 7]。

## 【参考文献】

明石祥子

- 2008 「フェアトレード・アイランド・ジャパンを夢見て」長坂寿久(編著)『日本のフェアトレード 世界を変える希望の貿易』明石書店、pp. 269-272

FLO ほか

- 2008 『これでわかる フェアトレードハンドブック 世界を幸せにするしくみ』合同出版

古屋欣子

- 2011 「フェアトレードの歴史と展開」佐藤寛(編)『フェアトレードを学ぶ人のために』世界思想社、pp. 28-55

小島居伸介

- 2010 「フェアトレード試論—開発援助との比較の視点から」『長崎外大論叢』第14号

長坂寿久(編著)

- 2008 『日本のフェアトレード 世界を変える希望の貿易』明石書店

長坂寿久

- 2011 「リローカリゼーション(地域回帰)の時代へ(その1) — 3・11後の日本と世界のビジョンに向けて—」『季刊 国際貿易と投資 Summer 2011/No.84』pp. 135-153 (以下のウェブサイトに掲載)

<http://www.iti.or.jp/>

- 2014 「リローカリゼーション(地域回帰)の時代へ(11) NGOのリローカル化運動(2): フェアトレードタウンの展開(前編)」『季刊 国際貿易と投資 Summer 2014/No.96』pp. 154-



174 (以下のウェブサイトに掲載)

<http://www.iti.or.jp/>

佐藤寛 (編)

2011 『フェアトレードを学ぶ人のために』 世界思想社

田中優子・辻信一

2012 『降りる思想 江戸・ブータンに学ぶ』 大月書店

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

2012 「フェアトレードタウン運動—その意義と課題—」『現代法学 第21号』 pp. 83-130 (以下のウェブサイトに掲載)

<http://repository.tku.ac.jp/dspace/bitstream/11150/430/1/genhou21-06.pdf>