

# カナダのエシカル動向

ーフェアトレードタウン・バンクーバーの一場面からー

Fairtrade Town Vancouver and Ethical Value

三輪 昭子 MIWA Shoko

## 概 要

世界的な規模でネットワーク化されて、フェアトレードは一つの運動として広がっている。その推進に大きく関わっている「フェアトレードタウン」という動きを通じ、日本でのフェアトレードタウンの今後を見据えて、すでにフェアトレードタウンとしての都市がいくつかあるカナダの様子を、校務で滞在したバンクーバー市を一例に考察を進めた。

世界的な動きの中で多様性を考慮した、各国別のフェアトレードタウンの基準がある。カナダの基準について事前に確認しないまま現地に出かけたが、確認を重ね、さまざまな情報を知ること、バンクーバー市を一例としたフェアトレードの推進の形を知ることができ、それが世界の開発課題、すなわち SDGs をも視野に入れ、考えられている戦略に感銘を受け、今後の射程とすべきことが理解できたように思われる。

## キーワード

フェアトレードタウン、エシカル、オーガニック サステナブル SDGs

## 目 次

- 1 はじめに
- 2 バンクーバーにおけるフェアトレード
  - 2.1 キャピラノ大学
  - 2.2 ショッピングセンター
  - 2.3 エシカルビーンコーヒー
  - 2.4 カナダ・フェアトレード賞
- 3 フェアトレードタウン運動
  - 3.1 認定プロセス
    - (1) イギリスの基準
    - (2) 統一的ガイドラインの策定
    - (3) カナダと日本の独自基準
    - (4) フェアトレードタウンの目標
  - 3.2 フェアトレードの概観
- 4 カナダのフェアトレード・ネットワーク
  - 4.1 フェアトレードの証明
  - 4.2 フェアトレード運動
  - 4.3 SDGs のローカル化
    - (1) SDGs とは
    - (2) パリ協定
- 5 フェアトレード法の存在～終わりに代えて

## 1 はじめに

本学、愛知学泉大学と提携関係にあり、交換留学生の派遣を行っているカナダの「キャピラノ大学 (Capilano University)」が筆者にとって身近な存在になった 2016 年 4 月、かねてより気になっていた「フェアトレードタウン」でバンクーバーを解説してみようと考えた。「かねてより」という言葉を用いたのは、筆者が「フェアトレードタウン」という用語、及びその運動について知って以来、それが愛知県のお膝元、名古屋市のフェアトレードタウン認定を目指した運動の端緒となっていた時期と重なっていたことに由来する。

すでに「フェアトレード」ということについて他の拙稿でも関連事項として記述してきたが、その当時の筆者は「フェアトレード」の概念や意図する願い、及び戦略について素人に近い状態のまま、その内容を深めることなく通過してきた。

2015 年 9 月、名古屋市がフェアトレードタウンに認定されたことをきっかけに、また筆者の「エシカル企業」あるいは「エシカル消費」への関心が「フェアトレード」の概念と近接した研究領域にあったことから、そこに敷かれた路を歩きながら、諸外国との比較を試みることにした。その諸外国のひとつが、カナダである。都市というレベルまで行けばバンクーバー市ということになる。フェアトレードタウンは国ではなく、タウンが単位となっている。

この論文は比較という形を採ったフェアトレード研究である。カナダ、バンクーバー市に出かける以前に出会った資料をはじめ、現地での見聞、及び収集することのできた資料にもとづいて本稿で論じていこうと思う。

## 2 バンクーバー市におけるフェアトレード

2016 年 8 月下旬から 9 月上旬にかけて筆者は校務でバンクーバー市に滞在し、提携校であるキャピラノ大学で交換研究員となった。

事前調査で、すでにバンクーバー市がフェアトレードタウンの認証を受けていることを確認していたので、フェアトレードタウンとしての具体的な展開を観察できる機会があるかと想像していた。以下、大学や近隣で展開しているスーパーマーケット、ドラッグストア等での様子を記述する。

### 2.1 キャピラノ大学

キャピラノ大学は学部課程のみを持つカナダのブ

リティッシュコロンビア (British Columbia ; 以下 BC) 州に所在し、メインキャンパスはノースバンクーバー地区に位置している。キャピラノ大学の HP<sup>(1)</sup> を利用して調べてみると、キャピラノ大学とフェアトレードの関係は密接のように思われた。例えば、学内で提供されるコーヒーはフレイバー以外をフェアトレードのものとした (2009 年 6 月 30 日以降実施)。また、「国際ビジネス&マネジメント研究」の全授業を終えると、持続可能なビジネスやフェアトレード、グローバル化などをテーマにしたディベート大会があり、そこで学生たちは自らの意見を練り上げられる機会が提供されるという記述がみられた。そのキャピラノ大学が 2017 年 2 月 7 日、カナダで 21 番目のフェアトレードキャンパスとなった。

筆者がキャピラノ大学滞在期間に開催された、留学生たちを歓待する日、カフェテリアで提供されているコーヒーサーバーと紙コップを見て、フェアトレードとの距離の近さに驚きを隠せなかった。コーヒーサーバーにはフェアトレードとオーガニックのラベル、紙コップには「ethical bean coffee」と印刷されていた。

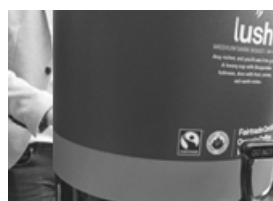


図1 コーヒーサーバーに見える フェアトレード・ラベル 図2 紙コップに印刷された エシカルビーンコーヒー

(2016 年 9 月 2 日、筆者撮影)

紙コップに印刷されていたロゴ「e」と「Ethical Bean Coffee (エシカルビーンコーヒー ; EB コーヒー、以下 EB コーヒー)」はカナダにおけるフェアトレードの位置づけから生まれた言葉であろうと、筆者は勘違いをしていたが、同名のフェアトレードの認証を得たコーヒー豆焙煎業者が、北米ベースで「ethical bean coffee」という商標と社名でコーヒー豆の販売を展開していることがわかった。キャピラノ大学のカフェテリアで発見したコーヒーサーバーや紙コップの印刷から知った同名の商品をロンドンドラッグ (London Drugs) のようなドラッグストアやスーパーで探すと、フェアトレードのラベルの入ったコーヒー豆の並んだ棚にいくつかの種類の商品が発見できた。



図3 ロンドンドラッグの店頭に並ぶ小売用のEBコーヒー  
(2016年9月5日、筆者撮影)

このEBコーヒーについて、その商標及び社名の文字に「エシカル」を冠としたのか、その理由が気になったので、その意図することを後述したい。命名には背景として、エシカルと認められる何かが価値として加えられていると推察したからである。

## 2.2 スーパーマーケット

筆者がキャピラノ大学で交換研究員としての滞在期間中にホームステイをさせていただいたのは、ノースバンクーバー地区のリンキャニオン（Lynn Canyon）という緑の豊富な土地であった。その地区の中心的地域で住民の日用品や食料品の調達先となっているスーパーマーケットは、セイブ・オン・フーズ（save on foods）である。筆者も何度か訪問し付設のフードコートで食事を楽しんだことがある。カナダ西部でチェーン展開し、BC州では91店舗を擁している<sup>(2)</sup>。価格帯では平均的で、安さを売りにしているスーパーではない。野菜、肉、パン、ケーキなど沢山のものを取り扱っている。オーガニック製品も置いてあったし、フェアトレード製品も少なからず店頭で陳列してあった。



図4 店内に並ぶフェアトレードチョコレート  
(2016年8月28日 筆者撮影)

## 2.3 エシカルビーンコーヒー（EBコーヒー）

EB コーヒーがコーヒー焙煎業としてバンクーバーの地でビジネスを始めた歴史は、そんなに長くはない。そのビジネスはちょっとした旅行から始まったという<sup>(3)</sup>。

コンピュータービジネスで名の知れたロイド・バーンハート（Lloyd Bernhardt）とグラフィックデザイナーとして一目置かれるような立場にあったキム・シャッテ（Kim Schachte）とが、養子縁組で娘を迎えるため初めてのグアテマラ旅行に出かけたことに端を発する。グアテマラでは、コーヒー生産農家たちの生活や暮らしを支える仕組みをもたず、貧困のままの状態におかれたコーヒー産業が行われていた。彼らは、その様子を知って、今後の仕事とすべきものを発見したような状態になったのだろう。おそらくそれは、コーヒー生産農家たちのコミュニティを守るシステムをつくり、生活を自立できるようなダイレクトコーヒー、あるいはフェアトレードであったと思われる。

ロイドとキムは帰国するとすぐに、小規模ながらEB コーヒーを立ち上げた。そして、二人は創業者として、コーヒーづくりに「just（本物の）」と「better（よりよい）」をモットーにコーヒービジネスに関わっている<sup>(4)</sup>。

EB コーヒーはフェアトレード認証を受けているだけでなく、認定オーガニックのコーヒー豆だけを扱うことを社是としている。

図3でも確認できるが、下記の図5を見てほしい。左から、フェアトレード認証、カナダのオーガニック認証、アメリカ合衆国のオーガニック認証と、3種類のラベルがパッケージの表側に付けられている。



図5 EBコーヒーのパッケージ  
(2016年9月5日 筆者撮影)

バンクーバーで食品店を覗くと、必ず「Organic オーガニック」という言葉に出会う。それだけ有機栽培がなされた食品に対する要望が高く、また

サステナビリティを重視しているだけでなく、生産農家とのパートナーシップ構築を強くしながら継続的な対話を維持しようとしている。それがコーヒービジネスに統合されてきた。

EB 社はコミュニティ支援にも活動の枠を広げて開始しており、それは同社の核となる価値観を中心に置いた活動となっている。例えば子ども、教育、アートに焦点化し、それらは地元の地域にもグローバルにも展開されている。

同社が獲得した収益は毎年、ふたつの NPO、チャイルド・エイド (Child Aid) とプロジェクトサモス (Project Somos) へと贈られている。どちらも子どもを対象にした支援活動で、前者には 64000 ドルの拠出だけでなく、その関係性が 10 年以上も継続している。グアテマラの子どもへの奨学金も創設された。一方、後者はコミュニティづくりとなっていて、ロイドは理事の一人として、環境に配慮したコミュニティとなるよう支援している。孤児、未亡人、シングルマザーたちで、生きにくさと闘っている人たちをサポートするプログラムを含んでもいる。これらの支援には 56000 ドル以上の資金が拠出されている。

さらに、以下では、コーヒー豆の品質以外の項目でサステナビリティに関わる視点で、EB コーヒー社が大切にしている考え方を挙げておく。

#### (1) Transparency=透明性

第三者評価、及び認証を通じて、企業の透明性を確保している。iphone のアプリで QR コードをスキャンすれば、生産地の情報等を得られることができるようになっている。

#### (2) Carbon neutral=二酸化炭素を排出しない

2007 年から 2010 年にかけて気候変動型対応の方法で、二酸化炭素の排出量を計測できるようにしてきた。その結果、コーヒー焙煎に使用するロースターによって排出される二酸化炭素の量を減少させることができた。加えて、風力を用いるプロジェクトをニカラグアで実施し、環境負荷を抑えようと努力している。

#### (3) Green building=環境配慮型建物

バンクーバーの社屋、及びカフェとなっている建物は、省エネと環境に配慮した建物の評価・認証システムとして世界的に広まっている、LEED 認証を得るだけでなく、FSC 認証を受けた木材、自然光を取り入れた設計で

建設されている。

#### (4) Bullfrog Power=環境に配慮したガスの使用

カナダのグリーンエネルギーをリードするエネルギー供給業によって、100%のグリーンエネルギーガスを選択することが可能となり、業務に利用している。

#### (5) Haccp Certification=食品の安全性の認証

Haccp は食品製造や製菓の分野でよく知られている危険度を分析することで、カナダ産の食品だけでなく、米国での農産物の食品検査を使うこと、食品の安全性の認証を受けることで、安全性を確保している。

#### (6) Up cycling=新たな付加価値のある再利用

従来の 3 R (reduce, reuse, recycle) で示される形の再利用ではなく、新たな価値を加えた形式での再利用、例えば捨てるしかできないとされた廃棄物を使用する工夫をしている。コーヒー豆を販売する際使用されているパッケージ用の袋を何度か使ってもらえるような詰め替え用にしている。

以上のような EB コーヒー社の姿勢を概観していくと<sup>(5)</sup>、生産者の権利を守るだけでなく、品質や道德規範がしっかりしたコーヒー会社に対する熱意が感じられる。それだけでなく、コーヒー生産農家に対し、適正な価格で購入するというフェアトレードの精神はもちろん、環境配慮からオーガニックのコーヒー豆にこだわり、製造や販売においてもエネルギー消費量や温室効果ガスの削減に努めている。また、子ども、教育、アートに焦点を当てて収益の一部を NPO に寄付するなどエシカルという言葉に冠するにふさわしい企業となるべく努力をしていると考えられる。

### 2.4 カナダ・フェアトレード賞

フェアトレードカナダのサイトを閲覧<sup>(6)</sup>すると、フェアトレードに関する顕彰活動を積極的にしていることがわかる。同サイトによると、2016 年の各賞についてはまだ応募期間内にあった。それで以前のさまざまな賞を確認した。

2014 年には、認可を受けた者と消費者教育において秀でているとのこと (「Licensee of the Year & Excellence in Consumer Education」) で、EB コーヒー社に授与されている。

別の賞を調べてみると、全 12 の賞が用意されて

おり、それらはいわゆるフェアトレードのステークホルダーを意識したものになっているように考えられる。<sup>(7)</sup>「(Fairtrade All-star) フェアトレード・オールスター」「(Campus of the Year) キャンパス・オブ・ザ・イヤー」「(Event of the Year) イベント・オブ・ザ・イヤー」「(School of the Year) スクール・オブ・ザ・イヤー」等という年間を通して優秀だったと判断されたところに賞が与えられる。

### 3 フェアトレードタウン

2000 年 4 月に産声を上げた最初のフェアトレードタウンとなったガースタングは、それまでのプロセスがフェアトレードタウン運動として認知され、注目を浴びることとなった。フェアトレード財団によって大規模な運動へと発展する動きの中で、私たちは学ばねばならないことだと気づいたことが、ある。それを以下に述べる。

イギリス北部の人口 5000 人規模の市町村であったガースタング、その地でのフェアトレードタウン運動の牽引者となったのは、1992 年に同町に移住したクラウザー氏であった。

同氏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ための広報活動を行うようなこともしてきたという。同時に、フェアトレード産品と並行して、地元産品の消費・販売、すなわち「地産地消」を推進することも行っていた。

町の周囲が農村地帯であったがために、その地の生産物がフェアトレード産品と競合することがないにしても、途上国産品の消費を呼びかけるだけでは地元の農家と共存することができないと考えられたためである。ガースタングの農産物も途上国の生産者と同様にスーパーなどからの買ったたきがあって、途上国の生産者と同じように苦しんでいた。ガースタングにとっては、地元の生産農家と途上国の生産者と共通の課題を持っていたのである<sup>(8)</sup>。それが、フェアトレードタウン運動の推進へと進めることができただけでなく、成果も得られることとなった。

#### 3.1 認定プロセス

フェアトレードタウンになるための、フェアトレードタウン基準が策定された。その規準は当初イギリス全土をフェアトレードタウン運動に巻き込み、世界へと波及させるためには、それぞれの段階に相応の基準が必要とされていた。

現実的に考えて、イギリスから始まった運動であるから、イギリスでの基準ができ、統一的なガイドラインにまとめられていく。以下では、そのプロセスに沿って基準を記述することにする。

#### (1) イギリスの基準

フェアトレード財団が定めた 5 基準は、以下のとおりである。

- 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）でフェアトレード産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、新聞販売店、ガソリンスタンドなど）で容易に購入でき、飲食店（カフェ、レストラン、パブなど）で提供される。
- ③ 地元の職場や団体（宗教施設、学校、大学など）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ときは必ず利用する。
- 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、新たな支持を得られるようにする。

#### (2) 統一的ガイドラインの策定

フェアトレードタウン運動が EU 諸国へと広がるにつれて、イギリスで定められた 5 基準を踏襲すべきかどうか議論されるようになった。

それを受けて、主要国がフェアトレード運動の在り方を検討する必要性が出てきた。その結果、2009 年になって統一的な国際的なガイドラインがまとめられるに至った。以下が、その基本ガイドラインである。

- 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。フェアトレードタウンの強みはセクター横断的に参加できるところにある。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 フェアトレードタウン運動は、ラベル産品を含めるとともに、客観的な第三者によって認知された産品がある場合は、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、ラベル団体をその組織に含めるべきである。

④ フェアトレードに継続的に関わっていけるようにするため、更新プロセスがなければならない。

この4つのガイドラインに加えて、柔軟性を持ったガイドラインが存在している。各国が独自に決めることができる事項がある。こちらについても、以下に、そのガイドラインを示す。

- ① フェアトレードタウン運動の名称。
- ② フェアトレードタウン運動のロゴ。イギリスで製作されたものをアレンジすることができる。
- ③ 5基準の順序。
- ④ 各基準に独自の目標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 さらなる基準を追加することはできるが、5基準を割愛することはできない。
- ⑦ フェアトレードタウンと関連した他の運動を行うことができる。

### (3) カナダと日本の独自基準<sup>9)</sup>

イギリスで策定された5基準に加え、カナダでのフェアトレードタウン基準に設けられた独自基準は、「地域内で他の形態の持続的消費や倫理的購入を推進するイニシアチブを取る」ことを第6の基準として定めている。それには、消費そのものを減らしたり、有機産品、搾取労働のない産品、省エネ産品、地元産品を推奨したりするイベントや計画が含まれている。

日本の第6の基準は、「地域活性化への貢献」である。この基準の内容には、史上初のフェアトレードタウンとなったガースタングが、周囲の農村社会と途上国の課題が同様のものと考え、フェアトレード産品だけでなく、地産地消を推進していたことを想起させる。

「地域活性化への貢献」は、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することで、地域経済や社会の活性化に寄与することができるだろうと考えられた結果である。

### (4) フェアトレードタウンの目標 (goals)

カナダのオンタリオ州オタワに、「トランス・フェア・カナダ (TransFair Canada)」という組織があ

り、ここに「フェアトレードタウン・アクションキット (Fair Trade Towns Action Kit)」と呼ばれる手引書がある。その中に示されているチェックリストが具体的で、カナダのフェアトレードタウンがあるべき姿を示している。それは、原文では6つのゴール (6 goals) という表現で述べられている。

それらの6つの目標をより深めるためのターゲットが示され、フェアトレードタウン認定に向けての作業の、事前と事後それぞれに活用できるものとされている。まず、それぞれの目標をあげる。その上で、その目標を深める内容について記述する方式を採る。

#### ① 地方自治体のサポート

- ・ 地方市議会がフェアトレードをサポートするという決議を通過させている。
- ・ 地方行政府は、フェアトレードの認証を受けた紅茶、コーヒー、砂糖、他のフェアトレード産品を、ミーティングやイベントの場で購入することに合意している。
- ・ 地方市議会はフェアトレードタウン認定の状態を維持してもらうために、フェアトレードタウンの関係者と責任分担をする。

② フェアトレード産品が店舗やカフェで購入できる。

- ・ 人口比にしたがって、店やスーパーマーケットのような小売店で少なくとも二品目のフェアトレード産品を扱う。
- ・ 人口比にしたがって、レストランやカフェで少なくとも二品目以上のフェアトレード産品を影響できるようにする。

③ 地元の職場、信仰グループ、学校でのサポート

- ・ 地元の職場では、フェアトレード産品を提供し、推進する。
- ・ 地元の宗教関係のグループでは、フェアトレード産品を提供し、推進する。
- ・ 地元の学校や大学でフェアトレード産品を扱い、教育プログラムや啓発的な活動を通じてフェアトレードを推進する。

#### ④ メディアと公共

- ・ フェアトレード運動のためのメディア報道と公共のサポートがあること。イベントにはフェアトレ

ードについての知識を広範囲に伝えるだけでなく、キャンペーンを祝い、それには企業や非営利団体に関わってもらう。また、フェアトレードタウンのイベントを盛り上げるために新聞記事、ラジオやテレビ放送などを活用して、それらのイベントが推進されている。

⑤ 勢いを維持できるよう協働する。

・ フェアトレードのかじ取りをする地元のグループがフェアトレードタウンの認定を維持できるように関わり続けるようにする。このグループには地元を代表するメンバーを含んでいなければならないし、市議会代表、キャンペーン担当者、それぞれの学校、教会、企業を代表する人々を含むべきである。

⑥ エシカルでサステナブルな消費

・ コミュニティ内でサステナブルな消費とエシカルな購入についての知識を高め、推進していくように他のイニシアチブが取られること、それらによって全体的な消費を減らし、オーガニックなもの、過重労働から解放され、エネルギー効率の高いもの、地元産の商品等の消費を推進する。

### 3.2 フェアトレードの概観

「フェアトレード」とは、より公正な国際貿易をめざし、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、そうした人々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の」として、実践されている。

「フェアトレード」というからには、フェア(fair)、すなわち「公正」なことが何であるのか、を明確にしなければならない。用語としての「フェアトレード」というものがあるということは、そうではない貿易の在り方もあるわけである。「フェアトレード」が浮上したということは、貿易そのものがフェアではないことを強く示している。

そもそも、「フェアトレード」とは、何を意味しているのか。国際的なフェアトレードの4団体が連合体となって協議を行った結果、合意に達したものが、共通の定義として出されることになった。2001年のことである。

その定義は以下のとおりである。「フェアトレードとは、より公正な国際貿易の実現をめざす、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のである。」<sup>(10)</sup>

さらに、フェアトレードの戦略的意図を整理すると、次の3つがあるという。

- 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移行できるよう、意識的に彼らと協働すること。
- ② 生産者と労働者が自らの組織において有為なステークホルダーとなるよう、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。

以上から、フェアトレードの目指しているものを整理すると、ふたつのことを示すことができる。

- 1) 疎外された生産者・労働者の権利保障・自立・エンパワーメント、および
- 2) より公正な国際貿易の実現、ないし国際貿易のルール・慣行の変革

## 4 カナダ・フェアトレード・ネットワーク

カナダでは、具体的にフェアトレードを、どのように位置づけ、推進しているのだろうか。カナダの事情を知るために、カナダでの活動団体を調べる必要があると考え、探索してみると、ひとつの組織に出会うことができた。それが、カナダ・フェアトレード・ネットワーク（The Canadian Fair Trade Network ; CFTN、以下 CFTN）であった。

カナダでのフェアトレードに関する取り組みを知るために、この組織の概要を記述する。

### 4.1 CFTN の概要

CFTN は国家レベルで活動している NGO で、カナダ人に利益ある活動を行っている。その最終的な目標は、「公正で、サステナブルな世界づくり」である。グローバル社会を意識しつつ、カナダ国内で、世界にインパクトを与えられるような活動を、環境的にサステナブルな方法で実施することを目指している。

それを実行するための4つの柱を持っている。組織の活動の指針を知ることが必要である。それらはフェアトレードをどのように推進していくかに深く関わっている。具体的に何をするのかを知る手立てにもなる内容であるので、以下に記述する。

1) フェアトレードを動かす草の根運動となる頑強な運動を明確化する。主にマネジメントに関わる課題に対応するもの。

2) フェアトレードを統合的に拡大することを明確にする。主に規模の拡大を目指す戦略と方向性を創造するもの。

3) カナダにおけるフェアトレードのビジネス分野を繁栄できるようにする手段があることを明確にする。主にフードビジネスの手法を考案するもの。

## 4.2 フェアトレード運動

ここでは、CFTN がフェアトレードを進めていく上で基本中の基本となっている確認事項について記述する。

それには、どの商品がフェアトレードであるかを知る方法について啓発的な内容を示している。商品のパッケージ等にラベルがあり、それを見つけることを勧めている。ラベルには4種類あることを教えてくれている。

国際フェアトレード (Fairtrade International)、小規模生産者シンボル (The Small Producers' Symbol)、世界フェアトレード機構 (the World Fair Trade Organization)、フェアトレード連合 (the Fair Trade Federation) である。図7で提示したラベルは、左から上記の順のものとなっている。

図7 カナダで見つけられるフェアトレードのラベルの種類



## 4.3 SDGs のローカル化

CFTN はグローバルに展開する試みとして、「持続可能な開発目標 (Sustainable Development Goals; SDGs、以下SDGs)」に注目している。以下ではCFTNでの戦略を意識しての課題化について触れていく。

### (1) SDGs とは

SDGs とは、2015 年末に期限を迎えた「ミレニアム開発目標 (MDGs)」に代わって、2015 年 9 月 25 日に採択された国連が定めた新たな目標のことである。これは、社会・経済・環境面における「持続可能な開発」を目指す、先進国も途上国も含めた国際

社会共通の目標である。

この SDGs には 17 の目標が決められていて、それぞれの目標には、より具体的な「169 のターゲット」がある。

CFTN がフェアトレードと関連強いとしているのが 9 つの目標となっている。具体化のために以下に列挙する。

- ・SDGs1 (貧困をなくそう)
- ・SDGs2 (飢餓をゼロに)
- ・SDGs5 (ジェンダー平等を実現しよう)
- ・SDGs8 (働き甲斐も経済成長も)
- ・SDGs10 (人や国の不平等をなくそう)
- ・SDGs12 (つくる責任 使う責任)
- ・SDGs13 (気候変動に具体的な対策を)
- ・SDGs16 (平和で公正をすべての人に)
- ・SDGs17 (パートナーシップで目標を達成しよう)

### (2) パリ協定(The Paris Climate Agreement)

2015 年 11 月 30 日から、フランス・パリで開催されていた COP21(国連気候変動枠組条約第 21 回英締約国会議)が 2020 年以降の温暖化対策の国際的枠組み「パリ協定」として、2015 年 12 月 12 日に正式に採択された。

そこで合意された内容は、「世界の平均気温上昇を 2 度未満に抑える」ことに向けて、世界全体で今世紀後半には、人間活動による温室効果ガス排出量を実質的にゼロにしていく方向を打ち出したことである。

CFTN はフェアトレードとの関連性で、持続可能な農業、土壌、環境上の健康、すなわち自然との結びつきが強いことを示すことで、グローバルに活動していく必要性を意識している。

## 5 フェアトレード法～終わりに代えて

ブラジルではフェアトレードを推進する法律が、2011 年 1 月、施行された<sup>(11)</sup>。フェアトレード・連帯貿易制度を定め、これを推進する国家管理委員会を設置。フェアトレード基準や認証制度の整備、フェアな賃金や労働水準などの普及を進める。ブラジルでは、現地 NGO が共同でフェアトレード推進プラットフォームを作り、2002 年以降、政府や社会に積極的に働きかけており、今回の法律施行は大きな一歩と考えられる。

ブラジルは、世界最大のコーヒー産地であり、フ



フェアトレード・コーヒーも多く生産されていることは、周知の事実。しかし一方で、例えば 14 歳未満の児童労働は 220 万人も存在するとされていて、その 6 割がコーヒー農園をはじめとする農業に従事している。この法律により、ブラジルの様々な産業で、フェアトレードが普及することが期待される。

政府がフェアトレードを推進する法律を制定した例は世界初で、すでに政策にフェアトレードを組み込んでいる EU 議会では法律化には至っていない。今後は、他国でも同様の動きが出てくるかもしれない。

フェアトレードの基準には、労働者に適正な賃金が支払われることや、労働環境の改善、自然環境への配慮、地域の社会・福祉への貢献などが含まれ、「子どもの権利の保護」および「児童労働の撤廃」も盛り込まれている。

生産農家の中には十分に生活することができない賃金で働き、貧困に苦しむ途上国の生産者たちが存在するだけでなく、児童労働者として働き、教育を受ける機会を奪われている子どもが多くいると言われている。

そもそも途上国と先進国、あるいは企業間の取引がフェアでないから、そのようなことが起きるのではないか。フェアな取引をして、互いに支え合っていくのが、フェアトレードの重要な精神であると考えられる。

努力目標とか、互いの支え合いという、人としてあるべき倫理観だけに頼らず、法律的な力が必要ではないだろうか。認証という行為そのものが法律的だと考えられる側面はあるが、地球の課題とも密接にかかわる仕組みと言える。

カナダのバンクーバーで出会って考えたことは、すべてのところにつながっている。

## 注

- (1) 「キャピラノ大学 公式 HP」参照。  
<https://www.capilanou.ca/>（閲覧日：2016 年 9 月 23 日）
- (2) 「セイブオンフード HP」参照。  
<https://www.saveonfoods.com/>（閲覧日：2016 年 9 月 25 日）
- (3) エシカルビーンコーヒー社の HP を参照にした。  
<http://www.ethicalbean.com>（閲覧日：2016 年 9 月 12 日）
- (4) これは、ストーリーテリングの手法であり、近年よく使われている。例えば、「ストーリーは、知識、とりわけ社会

的知識を移転する方法の一つである。」と、述べられている。  
ジョン・シーレイ・ブラウン著、高橋正泰・高井俊次訳『ストーリーテリングが経営を変える - 組織変革の新しい鍵』同文館出版、2007 年、pp72～73。

- (5) このように、社として行っていることを物語化することは、「組織内ストーリーテリングとは組織の壁の中に存在する存在する物語を認識し、それらの物語を組織としての目標追求のために活かしていくこと」と、述べられている。  
ダニエル・ピンク著、大前研一訳『ハイ・コンセプト「新しいこと」を考えだす人の時代』三笠書房、2007 年。
- (6) フェアトレード・アワードについては、フェアトレード・カナダ（fairtrade canada）のサイトを参考。  
<http://fairtrade.ca/en-ca/get-involved/promotions/canadian-fairtrade-awards>（閲覧日：2016 年 9 月 12 日）
- (7) 渡辺龍也『フェアトレード学～私たちが創る新経済秩序～』新評論、2010 年、p 61 には「フェアトレードのステークホルダー・マップ」が示されていて、それが多岐にわたっていることに気づかされる。同時に、フェアトレードカナダでは、そういった部分までの目配りがあることが、わかる。
- (8) 渡辺龍也「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』東京経済大学、2012 年、pp86 - 87。
- (9) 渡辺龍也、前掲書、p94、及び p100 参照。
- (10) 渡辺龍也『フェアトレード学～私たちが創る新経済秩序～』新評論、2010 年、pp3～4 参照。
- (11) 宮原桃子「ブラジルでフェアトレード推進法がスタート 日本も続け！」『Think Daily』2011 年 1 月 31 日（閲覧日：2016 年 9 月 11 日）参照。  
<http://www.thinktheearth.net/jp/thinkdaily/news/politics/857brazil-fairtrade-law.html>

## 引用文献

渡辺龍也「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』東京経済大学、2012 年。  
渡辺龍也『フェアトレード学～私たちが創る新経済秩序～』新評論、2010 年。  
ダニエル・ピンク著、大前研一訳『ハイ・コンセプト「新しいこと」を考えだす人の時代』三笠書房、2007 年。  
ジョン・シーレイ・ブラウン著、高橋正泰・高井俊次訳『ストーリーテリングが経営を変える - 組織変革の新しい鍵』同文館出版、2007 年。