第２回勉強会

経済編

コーヒーの流通

２０２０年２月９日

於　JICA 地球ひろば

森のコーヒー勉強会報告書

アフリカ理解プロジェクト

JICA 森林コーヒープロジェクト

森のコーヒー勉強会２０２０

今、世界中で愛飲されているコーヒーは、エチオピアの森がふるさとです。オロミア州から南部諸民族州にかけて、原種コーヒーノキの自生する森が広がっています。この森や原種コーヒーノキは、私たちと無縁ではありません。「環境」「生物多様性」「文化」をキーワードにエチオピア、森林、コーヒー、そして私たちが考えるべき課題について勉強してみましょう。

アフリカ理解プロジェクトは JICA がエチオピアで実施している「森林コーヒープロジェクト」との共催で、森のコーヒー勉強会を４回シリーズで開催します。

第１回：導入編　１月 12 日　駐日エチオピア大使館
第２回：経済編　２月９日　　JICA 地球ひろば
第３回：環境編　~~3 月 8 日~~　　５月 17 日に延期 JICA 地球ひろば
※新型コロナウィルス感染拡大防止対策を受けて（2020/2/26 現在）
第４回：行動編　４月 19 日　JICA 地球ひろば

◆第２回勉強会

第２回勉強会は、「経済編：コーヒーの流通」をテーマに、コーヒーの流通と認証制度の仕組みから、気候変動や経済の変化と私たちの消費の関係を考えてみました。

開催日時：2020 年２月９日（日）14:00-16:00
開催場所：JICA 地球ひろば
参加者数：60 名

プログラム
１． 勉強会の概要説明
２． 認証制度の森林保全効果と消費者の購買行動：高橋遼（早稲田大学）
３． 零細コーヒー輸入業者の苦労と幸運、そして役割：牛尼恭史（アフリカンスクエアー）
４． 質疑応答
モデレーター：白鳥清志（アフリカ理解プロジェクト）

◆開会のあいさつ（白鳥清志：アフリカ理解プロジェクト）

4 回シリーズの第 1 回勉強会は 1 月 12 日に導入編として実施した。次の 3 つのプレゼンテーションがあり、野生のコーヒーが自生する森、そこに住む人々、森林資源を活用しながら森林保全を進める事業、森林コーヒーの魅力についての話とそれらに続く活発な議論が行われた。

・有用植物の多様性と人々の暮らし
・JICA 森林コーヒープロジェクト
・森林コーヒーの魅力と NGO ができること

遺伝的多様性を擁する森林の保全、そこに住む人々の生計、コーヒーの消費がそれぞれ深く関係していることと、それらをつなげる仕組みを模索することの重要性が話された。

第 2 回勉強会の今回は、コーヒーの流通に関する「認証制度と森林保全や消費者行動」、そして「森林コーヒーの輸入販売」に係る話をしていただく。具体的に言うと、森林とコーヒーと私たちを結ぶ仕組みの話だ。活発な議論をしていただきたい。

この後、3 月に環境編、4 月に行動編の勉強会を行う予定。
※ 3 月の環境編は、新型コロナウィルスの感染拡大防止対策として、5 月に延期されました。（2020/2/26 現在）

◆発表１

認証制度の森林保全効果と消費者の購買行動

高橋遼（早稲田大学）

早稲田大学政治経済学術院准教授（開発経済学、環境経済学）
開発途上国の経済発展や貧困削減を考える際、環境保全はトレードオフの関係として語られることが一般的でした。本当に経済と環境の両立は不可能なのでしょうか？
どのような制度・政策があれば、経済開発と環境保全を促進できるのか？どのような技術が現地の人に受け入れられ、貧困削減や環境保全に貢献できるのか？そして、先進国に住む我々はどのように関われるのか？

高橋研究室では、このような疑問に対して、ミクロ実証分析による研究を行い、エビデンス（科学的根拠）に基づく政策提言を提示することを目指しています。（講師ホームページ＜http://www.waseda.jp/prj-takahashi/＞より）

（発表資料1参照）

自己紹介

- 開発経済学、環境経済学を専門としている。開発経済学は、開発途上国の経済成長と貧困軽減に関する社会提言を行う。また、環境経済学は、途上国だけでなく、環境をベースに経済を考える分野。
- 10 年前からエチオピアの森林保全を調査してきた。森林保全がそもそもの関心事だった。大学では「コーヒーの人」と見られているが、コーヒーバリスタではない。

森林コーヒーって何？

- コーヒーと森の関係はあまり知られていない。コーヒーノキは陰樹と呼ばれ、森の陰で育つのがコーヒー。シェード農法と呼ばれる。コーヒーに陰を提供する森があり、森があることでコーヒーが育つのが、伝統的な農法であった。

伝統農法と近代農法

- 近年、品種改良により陰を必要としないコーヒーノキがひろまり、コーヒー生産が変わりつつある。森を必要としない改良品種が広がり、森林の劣化を招いた。改良品種は約 3 倍の収穫量を可能にし、経済性が重視されるようになったからである。
- 環境的には伝統的な品種による農法の方が良く、特に近代的な国家はそのような考え方をとるが、現地農家にとっては、収益の高い、改良品種を使う近代的な農法が採用される傾向がある。

- 近代農法のコーヒーノキは 1.5 メートルほどの高さで剪定されは、収量が高いが環境への負荷が増加する。伝統農法のコーヒーノキは木が細くて低収量だが、環境と融合・調和しており、森林保全効果がある。

認証制度

- 経済性と環境面の壁を小さくするための試みとして、認証制度がある。Rainforest Alliance や Migratory Bird Center など。森を守る農法がとられていることを国際的に認証することで、プレミアム価格がつく可能性を生み出している。

- ただし、価格は市場の需要と供給で決まるので、必ずプレミアム価格がつくわけではない。なぜなら、認証制度は市場の需要と供給を重要視しているためである。したがって、プレミアムが全くつかないこともある。こうした制度には賛否両論があるが、説明はまた別の機会に。

認証制度のインパクト・JICA プロジェクト

- 2013 年からエチオピアの南部のベレテゲラ地域で調査を行った。

- ベレテゲラの森は琵琶湖（または東京 23 区）の約 2 倍の広さで、コーヒーの生産地として知られている地域。同地域は、貴重な資源の残る森だが、近年は急激に森林が減少している。1985 年と 2009 年の森の状況を比べると約 40%の減少が見られる。森林減少の理由はいくつかあるが、道路建設の影響が大きく、道路に沿って森林が減少しているのが衛星写真でわかる。

- エチオピア政府からの要請で、2003 年から JICA が森林保全のプロジェクトを実施している。JICA の保全事業がどのくらい所得と森林保全に効果があったかを調査した。

- JICA プロジェクトが支援する 58 の村の約 3000 世帯が Rainforest Alliance の認証を 2007 年に取得した。通常価格/認証価格は 2007 年で 1.0 ドル/1.2 ドル、2010 年で 2.8 ドル/6.2 ドルであった。

- 認証制度に森林保全効果があったかどうかの調査では、分析の結果、認証制度のある地域が認証制度を導入していない地域に比べて、1.7 ポイント森林減少が緩和されていた。数年後、認証制度を導入しなかった地域では森がなくなっていた。

認証コーヒーはどのように消費されているのか

- 先進国ではプレミアムを払ってコーヒーが消費されているのだろうか？欧米では認証は身近な制度になっている。日本では認知度が低い。認証制度を導入している企業にはサブウェー、ローソン、イタリアントマト、ガスト、カルディなどがあることはあまり知られていない。

- 認証情報を与えたら購入するかどうかを調べる社会実験を 2016 年に自動販売機を使って全国各地で行った。アベックスのブラジルコーヒー（Rainforest Alliance のコーヒーを 30%使用）の自動販売機に、「地球にやさしい」というステッカーを貼り、貼ってない自動販売機とで、消費者の選択を比べた。

- 駅やサービスエリアなど、パブリック・エリアでは効果は見られなかった。しかし、企業内のプライベート・エリアでは認証のステッカーが、ステッカーを貼っていない場合に比べて 7%消費増加の効果をもたらした。

- なぜ、プライベート・エリアでは効果があったのか？環境にやさしい人という他人からの評価「緑の評判効果」ではないかと推察される。自動車のプリウスが売れているのも同じ効果。寄付を募る際に目の写真を掲示したことで、（寄付額）が 30%増えたという事例もある。

- いろいろな推計を試した結果、「評判効果の可能性」が高いことが示唆された。一般的に広く情報を伝えることは非効率的なので、「評判効果を意識した販売戦略が重要」と考える。しかし、人々の環境意識が高まらなければ評判効果は生まれない。

- 人々の行動を一気に変えるための万能薬は無い。一つの選択肢としては、認証製品を買いましょう！ではなく、「認証制度があることを知らせる」ことが重要だろう。

◆発表２

零細コーヒー輸入業者の苦労と幸運、そして役割

牛尼恭史（アフリカンスクエアー）

有限会社アフリカンスクエアー代表取締役/社会事業家

1992 年に「アフリカのよさを日本に紹介したい」と、アフリカ産品（繊維製品、インテリア製品、雑貨、ビーズ、アクセサリー、民族楽器、音楽CD及び書籍、美術品、衣料品、食品）の輸入販売の会社を設立。アフリカには、日本のデザイナーが思いもつかないような発想のものがたくさんある。そんな「アフリカの力」ともいうべきインパクトを、商品に最大限に表現し日本に紹介することが私たちの役割。

（発表資料2参照）

生産地から消費地まで

- 生産地から消費地までを通して、私が知っている話をしたい。また、小さな会社でコーヒーを扱うことの難しさやエチオピアでビジネスをすることの難しさをお話ししたい。エチオピアには 3 回渡航し、エチオピア産品を日本に輸入している。輸入や販売では苦労が多い。エチオピアの森が、2011 年くらいから変わってきていると感じている。

- 会社を作った目的は、アフリカの優れた商品を生産地から直輸入して日本に紹介すること。コーヒー業界としては、超零細。エチオピアからは、はちみつも輸入しており、よかったら試食していただきたい。はちみつも森を守る産品だ。アフリカの産品は有機のものや無農薬が多い。素材を感じる産品を輸入している。

森林コーヒー取り扱いのいきさつ

- もともとケニアの無農薬紅茶を 20 年以上輸入していた。コーヒーへの興味が高まり、いつか取り扱ってみたいと思っていた。生産地の様子を伝えるコーヒーを探していたところ、2011 年アジスアベバを訪問した際に、アフリカ理解プロジェクトが行っていた商品開発プロジェクト（CEHP）のサンプルルームで、エチオピアの森林コーヒーに出会った。森林コーヒーの販売に困難があると聞き、取り扱いをスタートした。特長のあるコーヒーに出逢うことができ、取り扱おうと決めた。

- 一般的にコーヒーの輸入は海上コンテナで行われ、20 フィートコンテナが満杯になる一袋 60 キロのコーヒー300 袋、18 トン単位で輸入される。弊社の場合、毎回 50 袋 3 トンがせいぜい。コーヒーの輸入は薄利で零細企業が参入することはむずかしい。知り合いに、1 コンテナで 50 万円くらいの利益しかなくてやめてしまった人もいる。
- 取引を通じていつも思うのは、コーヒーで利益が出るのは生産者ではなく、消費地の喫茶店。生産者には利益還元ができていないということ。この思いもまた、森林コーヒーの取り扱いにつながった。

・ 2012 年にエチオピアの森林コーヒーの取り扱いを開始。当初、点数的にはスペシャリティ・コーヒーの水準に達していなかったが、味の良さと個性をアピールする方向で考えた。2020 年現在ではスペシャリティ・コーヒー基準を満たすところが出てきている。

ベレテゲラ森林コーヒーの特長

レインフォレストアライアンス認証（以下、RA 認証）

・ 実際のところ弊社では、認証の有無で売り上げにそれほど影響はなかった。

具体的なストーリーがある

・ 弊社の経験では、RA 認証よりも、そのコーヒーにまつわる「具体的なストーリー」の方が売り上げにつながった。
・ 森林コーヒーの場合は、「プレミアム価格で買い取ることで森林を保護する」というストーリーが、消費者の動機付けを促し販売につながっている。

商品そのものの魅力

・ 商品の販売戦略はいろいろあるが、弊社ではベレテゲラ森林コーヒーは、スペシャリティ・コーヒーの販売戦略とは異なるアプローチをした。スペシャリティ・コーヒーは、評価を点数などで表す客観評価を行うが、点数よりも味の特長をアピールした。
・ 最も大事なのはおいしさ。ベレテゲラの森林コーヒーを飲んでみて大変おいしく感じた。試してもらった社員も同じ評価だった。取引先からは、「さわやか、えぐみのない、やわらかい甘みがあり飲みやすかった」「植物の癒しが感じられる」「ほかのコーヒーは飲めないが、このコーヒーは飲みやすい」など多くのポジティブな評価を受けている。

森林コーヒーの種類

フォレストコーヒー：ほとんど手を入れない。年 1 回の収穫　50-150 kg/ha 遠隔地　生産性が低い
セミフォレストコーヒー：年に数回の下草払いなど。100-200 kg/ha　村周辺
ガーデンコーヒー：苗の移植/日陰樹が少ない。400-500kg/ha　栽培管理

課題

・ 森林コーヒーの品質や評判が上がるほど、農民が森林を切り開いてガーデンコーヒーに移っていくリスクがある。ガーデンコーヒーが森林コーヒーとして売られていく可能性がある。

森林コーヒーの仕入れ方法

・ 2012 年のベレテゲラ森林コーヒーの取り扱いから、現在まで、以下のように仕入れ方法が変わっている。

2012 年～2016 年：コーヒー輸入をしている商社から生豆を仕入れ、独自焙煎、独自パッケージで販売。輸入元はオロミア森林公社

2017 年：オロミアコーヒー農家協同組合（OCFCU）より直輸入

2018 年：オロミア森林公社より直輸入

2019 年：JICA プロジェクトが連携を始めた Kata Muduga 農家協同組合連合より直輸入

- 取り扱いを始めた 2012 年は、商社経由で生豆を購入し、独自の焙煎とパッケージで販売した。いろいろな理由で商社経由では輸入できなくなり、オロミアコーヒー農家組合連合と契約したが約束をすっぽかされ、在庫がなくなりそうになった。その後、森林公社から輸入するようになった。JICA プロジェクトに相談し、現在のコーヒー農家組合連合から輸入するようになった。

- 2012 年当初、認証コーヒーを、やがて認証コーヒーは輸入できなくなり、認証なしのコーヒーを今は扱っているが、認証の有無は販売に大きく影響はしていない。

- 農家が販売代金を受け取るのはおよそ一年後。お金のない農家には苦しい。森林公社の確定利益の 70%が組合にプレミアムとして支払われる。今後は、農家組合連合の利益の 90%が組合に支払われる予定。

コーヒーの零細業者にとっての幸運

- 商品を見つけるところから始まり、取引先との値段交渉、契約、運搬手配、保険、支払いの保証、倉庫管理など、一般にアフリカ諸国との商取引は容易ではない。2012 年に取引を始められたのは、いくつかの「幸運」があったからといえる。

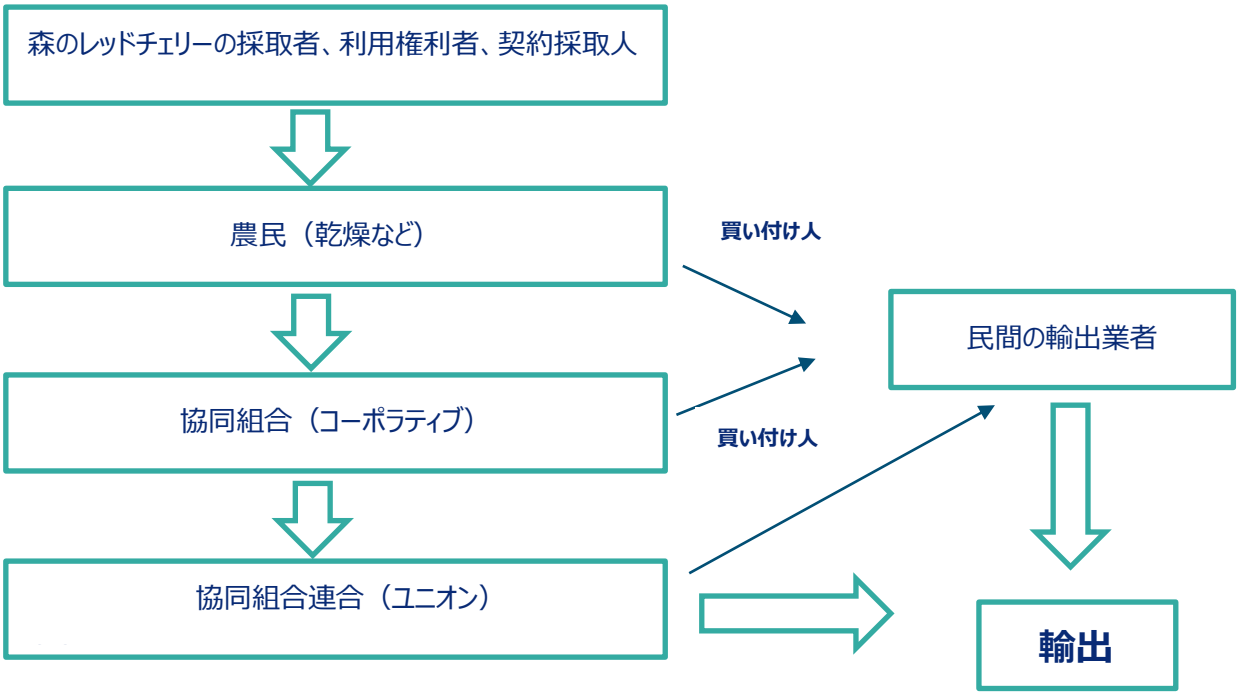
- 仕入れ時は JICA のプロジェクト関係者やプロジェクトにかかわる同業者からの情報などを活用できた。販売時は小規模コーヒー店が興味を示したので、１小口納品　２焙煎によって自分の味を作る、をセールスポイントに販路をつくることができた。

コーヒーの零細業者にとっての苦労

１）ベレテゲラ森林コーヒーの輸出されるまで

- 2008 年「エチオピアの商品取引所（ECX）」が発足。これにより民間の輸出業者は、ECX を通しての購入が義務付けられていたが、現在は ECX で格付けを行い、直接輸出が可能になった。農家協同組合連合経由の輸出も EXC で格付けを行う。

・ 輸出されるまでのプロセスは、以下の通り。



2）コーヒー豆の買い付け

・ ローカル価格＋ 2 ～ 4 birr で農民から買い付け。
・ コスト、利益などを計算し輸出価格を決定。
・ 輸出後、純利益が決定した後、森林公社と農家協同組合連合が利益を配分。

課題

・ 輸出者であるオロミア森林公社からのプレミアムの支払いの時期が、納入後半年～1 年と間が空くので、ほかの業者へ豆を売ってしまう原因となっている。

3）ベレテゲラの森の現状

・ エチオピアは伝統的に乾燥式（天日干し）が一般的であったが、水資源を必要とする水洗式の施設が、ここ 1－2 年で急増した（5 年前は 5 か所程度だったが、現状では約 40 か所）。主な理由は 2017 年の規制緩和。森林コーヒーの需要の高まりとともに（バイヤーのニーズに合わせて）水洗式が増加したと思われる。
・ 水洗式コーヒー需要の高まり、レッドチェリーの価格が 2 倍になった。
・ エチオピア政府農業省はガーデンコーヒーの増産を奨励。森林保護をめざす森林公社や環境省と矛盾した政策を進めている。

遺伝子の多様性をはぐくむ「森を守るための私たちの役割」

ゾーニングと規制の提案

- どこまで森を守るか？ゾーニングによって手つかずの森を確保しつつ、ほかは間伐や藪払いが行われる森でもいいのではないか（日本の白神山地と里山の事例）。

販売方法の提案

- 先に挙げたエチオピアの森林コーヒーを取り巻く課題の解決とともに、森林保全が適切に行われることが、私たちの願いであり、販売を行う目的でもある。零細輸入業者には苦労も多いが、世界的な課題に向けその解決の一翼を担っているという自負もある。

質疑応答

伝統農法と近代農法

Q:伝統農法から近代農法に代わってきている年代は？

高橋:ゆるやかな転換を見せていたが、90 年代以降急激に変化した。

認証制度

Q:農法が変化したために、認証制度が生まれたのか？又は、農法変化と認証制度の関連は特にないのか。

高橋:認証制度も、同時期の 90 年代以降に活発化しており、急な農法転換を抑えるかのような時期と被る。

白鳥：プレミアムがついて、よりお金がとれる方向にながれていく現状があり、国としても利益を確保したいため、利益が高い方向（近代農法）に流れていく傾向はある。

シェード農法

Q:シェード農法について。カカオの場合だと、換金植物を一緒に植えてと聞いているが、コーヒーについても一緒に植えているのか？そして、森林コーヒーの認証豆以外にも、他の作物からの収益も可能なのか。比較オプションがあるか。

高橋：エチオピア伝統農法では、換金作物は育てていない。自生の木はあるが、材木レベル。ハーブも自生しており、現地の食用程度である。

牛尼：森林コーヒー：藪を刈らない。年 1 回程度。セミフォレストコーヒー：年に 4 回程度は藪や（下草）を刈っている。ガーデンコーヒー：木を切って、コーヒーを植える。日陰にしている程度の木は残っている。レインフォレストアライアンスでは、南米のコーヒーをターゲットにしており、比較的甘い基準のように感じられる。ガーデンコーヒーレベルでも取得が可能である。

白鳥：自生している野生のコーヒーが本来の「森のコーヒー」であるが、他国産でも「森林コーヒー」という名称が使われており、言葉の定義があいまいとなっている。エチオピアの森林コーヒーは栽培ではなく自生である点が、ほかの森林コーヒーとは大きく異なる。

認証制度と生産者の所得

Q:森のコーヒーと認証されることで、環境が守れるというイメージでいたが、偽造とまで言わなくともエチオピアコーヒーが売れればよいというイメージも受けたが、本当のところはどうか？コントロールしているのはどこか。現地の人は生活が苦しいから仕方ないのか。

高橋：6 週間現地にいた。農業省は、品種改良した種を、外貨獲得のためにタダ同然で配っていた。一番大切なのはお金というのが現地の声。経済学者としては、それも正解だと考える。大切なのは、森林保全により、経済も確保することが

できないかという観点である。伝統農法が近代農法に代わるには初期コストが掛かる（例：肥料など）。近代農法についても合理的だし、問題ないとは考える。

牛尼：「約束したところから輸入できなかった。」という経験があり、おそらく経済性が関連しており、高く買ってくれるところがあったのだと思う。味も美味しい「森林コーヒー」ということであれば、みな購入すると思う。水洗式の施設数が数年で 8 倍になっており、投資として買い手が設置したと考える。森林コーヒーとして価値があるのであれば、森林をなくしては意味がないと考える。森林コーヒーではないものが、森林コーヒーとして売られている事実があることは問題である。ブランド化が難しい。

白鳥：人が大事か、森が大事かという課題でもあり、考えた通りには事が運ばない。また、森林コーヒーの定義等が曖昧な状況がある。

消費者行動

Q:販売効果をあげるための、「評判効果」が大事であり、その基盤が必要ということであった。プライベート・エリアとパブリック・エリアの結果の差から、カフェなどで効果を得るためのアドバイスがないか。

高橋：カフェは「パブリック」に部類されるが、調査事例は今のところない。ビーガンなどと似ているといわれており、発祥は肉食への反発。社会の階層として上の人が、ビーガンになっているので、真似をしている傾向がある。アメリカで募金を普通のポロシャツとラコステを着て呼びかけると、ラコステの方が回収率が高い。雰囲気をつくることは、きっかけの一つになる可能性はある。

白鳥：企業の取り組みについては、4 回目の勉強会（行動編）でスターバックス社から話を伺う。またフェアトレードや小農経済について、近畿大学の池上教授に基調講演をしていただく。

クロージング

限られた時間の中で、いくつかの重要なポイントに触れることができた。第 2 回目の勉強会ではコーヒーノキが自生する森林の保全、人々の暮らし、流通など、様々な視点での検討が必要であり、特に「消費者の行動が大きな影響を持っているいる」という点に触れることができた。

アフリカ理解プロジェクトがおすすめする参考資料

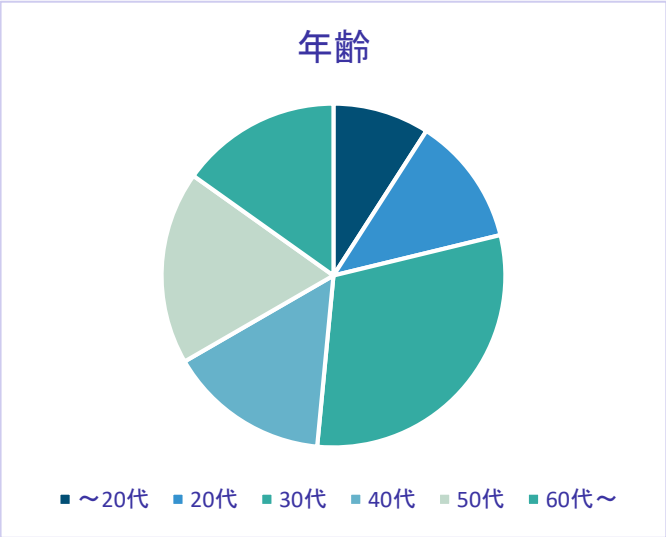
- 丹部幸博、コーヒーの世界史、2017 年、講談社現代新書
- 臼井隆一郎、コーヒーが廻り世界史が廻る、2008 年、中公新書
- 辻村英之、おいしいコーヒーの経済論、2009 年、太田出版
- 石脇智広、コーヒー「こつ」の科学、2008 年、柴田書店
- 松見靖子、森は消えてしまうのか？、2015 年、佐伯印刷出版事業部
- ペトリ・レッパネン＋ラリ・サロマー、世界からコーヒーがなくなるまえに、2019 年、青土社
- ロブ・ダン、世界からバナナがなくなるまえに、2017 年、青土社
- マイケル・ワイスマン、スペシャルティコーヒー物語、2018 年、楽工社
- プロマーコンサルティング、高収益農業研究：アフリカのコーヒー産業と日本の貿易・援助－タンザニアとエチオピアのコーヒー産業及び輸出促進に対する支援策等－
  http://www.promarconsulting.com/site/wp-content/uploads/files/Coffee_Final.pdf

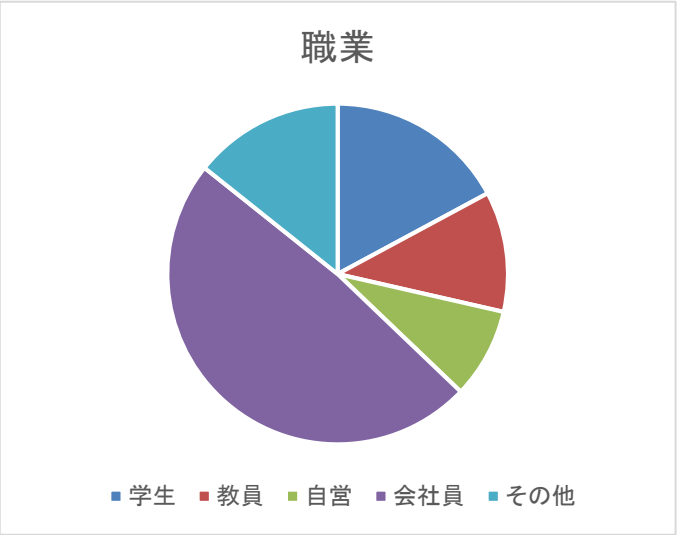
アフリカ理解プロジェクトの本

- 織田雪江、コーヒーモノガタリ（改訂増補版）、2019 年、アフリカ理解プロジェクト
- 白鳥くるみ、原木のある森・コーヒーのはじまりの物語、2009 年、アフリカ理解プロジェクト
- Africa Rikai Project、The Legend of Ethiopian Coffee、2012、Africa Rikai Project

参加者アンケートから

・参加者の構成





- コーヒーは飲むという視点でしか考えたことがなかったので、経済面や環境面から私たちが日頃飲むコーヒーを学べて面白かった。
- 様々な立場から見るコーヒーはそれぞれ違っているのでストーリーを感じられた。
- 認証マークを今一つ理解していなかった。
- 評判効果の話が興味深かった。
- 中小企業の方の具体的な話が興味深かった。
- エチオピアコーヒーの認証について、他国との比較があるとよかった。
- 現実の大変さがわかりました。何が良いか、人、地域によって変わるのだなと、考えさせられた。
- 認証が必ずしもプレミア価格に結びつかない点、認証が消費者の購買理由になりにくい点を考えさせられた。
- 認証が味を保障するものではない点が、購入に結びつきにくい理由かと思った。
- 経済と森林保全の難しさがあることが理解出来た。
- 厳しい生活環境が途上国にあるので、市場が途上国にやさしい方が良いと考える。
- 森林や環境を守るために、生産側と消費側の考えが同じではないので、協調してやっていくのが思っていた以上に難しいと感じた。
- 環境保全と経済合理性追求のバランスを如何に保つかの難しさを実感した。
- 環境問題と経済は深く結びついていることを知れてよかった。
- 海外の企業が森林を切っていると思っていたので、現地の人が所得のために近代農法に変えていることにおどろいた。
- 認証マークについて日常から気にかけてみます。また自分でも調べてみようと思った。
- 伝統農法をサポートできる経済活動ができないのかと思った。
- フェアトレード系の認証が乱立していて違いがよく分からなかったので、その点も今回学ぶことができ、よかった。
- プレミアム価格と森を守る意欲のつながりを初めて知り、大変興味深かった。

発行：アフリカ理解プロジェクト　www.africa-rikai.net
報告書文責：アフリカ理解プロジェクト

発行日：2020 年 3 月 8 日

Grar