

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と 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」が共催する、森のコーヒー勉強会 4回シリーズです。

第1回導入編:私たちにとって大切な森の原種コーヒー 1月12日 駐日エチオピア大使館

第2回経済編: コーヒーの流通 2月9日 JICA 地球ひろば

第3回環境編:気候変動、生物多様性、環境保全 6月21日 JICA 地球ひろば/オンライン

第4回行動編:環境・生産者・消費者をつなぐ仕組み 9月20日 オンライン

◆第4回勉強会「行動編:環境・生産者・消費者をつなぐ仕組み」

開催日時: 2020年9月20日(日) 14:00-16:30

開催場所:オンライン(Zoom)

参加者数:87名



プログラム

4:00 あいさつ、趣旨説明

14:15 第1回から第3回勉強会の振り返り 吉倉利英 (JICA 森林コーヒープロジェクト)

14:30 フェアトレードと小農の自立:南アのルイボス茶から考える 池上甲一(研究者/近畿大学名誉教授)

15:00 休憩

15:15 人と想いがつなぐサステナブルなコーヒー 若林 茜 (スターバックスコーヒージャパン)

15:45 パネルディスカッション・質疑応答

16:25 まとめ (アンケート、連絡など)

16:30 終了

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)

アフリカ理解プロジェクト*は、世界の平和や環境を維持するうえで可能性を持ちながらも課題を抱えるアフリカへの理解を通じ、グローバルな視点を持つ地球市民の育成を行っている NGO です。元ケニア青年海外協力隊員たちが中心となり社会貢献活動として、2003 年から活動を続けています。2009 年に、エチオピアコーヒーが農薬問題で輸入禁止となった時にも、コーヒー勉強会を実施しました。その後も、継続してコーヒーを通じて住民の暮らしや環境・経済に関心を持ち、書籍の出版(2009 年『原木のある森コーヒーのはじまりの物語/エチオピアコーヒー伝説』、2018 年『教材コーヒーモノガタリ』)やワークショップなどの活動を行っています。エチオピアの森に自生する森林コーヒーは、完全有機で森とコーヒーの多様な遺伝子を守り、住民に恵みを提供する存在です。しかしながら遺伝資源としての森林コーヒーの価値は、当事者や関係者、また日本でコーヒーを楽しむ私たちも十分理解しておらず、森の消滅と共にその存在が危ぶまれています。



本日はスタッフを含めると、総勢 100 名の参加があり、多くの人がこのテーマに関心を寄せていることが伺えます。参加者の内訳は(1)アフリカ渡航歴あり:66%、(2)お仕事:コーヒー業界関係者 16%、国際協力関係者 40%、学生 8%(3)森のコーヒー勉強会への参加状況:初参加 61%、2 回目 19%、3 回目 8%、4 回目 11%です。本勉強会が、「行動するためのヒント」となれば幸いです。

*http://africa-rikai.net https://www.facebook.com/AfricaRikaiProject

◆第1回から第3回の振り返り(吉倉利英: JICA 森林コーヒープロジェクト)

アラビカコーヒー発祥の地と言われるエチオピアには、野生コーヒーの自生する森林があり、生物多様性が守られてきた。JICA の森林コーヒープロジェクト (*) は、認証制度を導入して森林保全と住民の生計向上を試みてきた。その森が、経済環境の変化や気候変動により、危うい状況になっている。本講座は、「森林コーヒー」「そこに暮らす人たち」「コーヒー消費を持続させるより良い仕組み」を考えることを目的とした勉強会であり、本日はその第4回である。



* JICA 森林プロジェクト資料: https://drive.google.com/file/d/1Sw7-pBmxMpgYLvr0hW2Mr9HgVIkza-B3/view

JICA による「参加型森林保全プロジェクト」は、エチオピア南部のジンマから約二時間のところにあるベレテゲラ森林(約 17 万へクタール)を対象に、2003 年に開始され、2006 年からの第 2 フェーズでは森林コーヒーの国際認証(レインフォレスト・アライアンス)を取得、2013 年からの第 3 フェーズでは認証プログラムの普及を通じ、森林保全と住民の生計向上する事業を実施してきた。現行フェーズは今年 2020 年 11 月に終了する。住民はもともと、森に自生するコーヒーを採取して、販売や自家消費をしてきた。プロジェクトにより認証取得のためのしくみつくり、組合設立、品質向上、日本企業向けの販路開拓(年間約 39 トン)を行った。近年は水洗式施設の建設が増え、農民がコーヒーを現金化しやすくなっている。2016 年にはエチオピアコーヒー庁が設立されて、外貨獲得を目的とした増産がより重視されるようになった。コーヒー栽培がさかんになれば森林が、さらに切り開かれる可能性が高まっている。また、気候変動による 2050 年問題と呼ばれる、コーヒーの生産地域が半減すると言われる問題があり、持続性が重要な課題になっている。この森

林コーヒーが抱える課題は、持続可能な開発目標(SDGs)の1と2(生産者の暮らし)、13と15(森林保全、気候変動)、17 (パートナーシップ)をどう実現していくかに関わるが、本日の行動編では、特に12の「つくる責任、使う責任」にも関係する。

これまでの勉強会では、第1回(1月12日(日)導入編:私たちにとって大切な森の原種コーヒー)で、京都大学の重田教授から「有用植物の多様性と人々の暮らし」と題する基調講演と、吉倉による「JICA 森林コーヒープロジェクトの紹介」、アフリカ理解プロジェクトの白鳥より「森林コーヒーの魅力と NGO ができること」という二つの発表を行った。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活発な議論が行われた。

第2回勉強会(2月9日(日)経済編:コーヒーの流通)は、早稲田大学の高橋准教授から「認証制度の森林保全効果と消費者の購買行動」、有限会社アフリカンスクエアーの牛尼代表から「零細コーヒー輸入業者の苦労と幸運、そして役割」という発表があり、森林とコーヒーと私たちを結ぶ仕組みの話をしていただいた。

第3回勉強会(5月17日(日)環境編:森の多様性と人びとの暮らし(オンライン開催))は、国際協力専門員の阪口氏から「地球規模の課題に向けた取り組み」、エチオピアのプロジェクトに従事したこともある地球環境戦略研究機関の高橋氏から、プロジェクトでのご自身の経験も含めた「森と人々を守る」、そして元エチオピア青年海外協力隊員の鈴川氏から、現地の州政府観光局で働いた経験「コーヒーツーリズムの可能性」をお話しいただいた。森や住民の暮らしを守るための現地の状況を学ぶことができた。(第1回から3回勉強会の報告書:http://blog.livedoor.jp/chekereni-africarikai/archives/52061398.html)

最後となる第 4 回勉強会は行動編として、気候変動とコーヒー生産をめぐる生産者や企業の取り組みについて学び、消費者として何が重要かを考えたい。



◆発表1

フェアトレードと小農の自立:南アのルイボス茶から考える

池上甲一(研究者/近畿大学名誉教授)

京都大学、近畿大学で教育・研究に従事。現在、近畿大学農学部名誉教授。農業社会経済学の構築を目指し、農業・食料、水・環境、フェアトレード、大規模農業投資などについて研究しながら、日本、アフリカ、タイの村を歩き回ってきた。著書に『食と農のいま』(編著、ナカニシヤ出版、2011年)、『農の福祉力』(単著、農山漁村文化協会、2013年)、『ポストTPP農政』(共著、農山漁村文化協会、2014年)、『食と農のアフリカ史』(分担、昭和堂、2016年)など。現在、国際農村社会学会会長



(発表資料1参照)

フェアトレードの研究を 20 年ほど取り組んできたが、2010 年ころから南アのルイボスを研究するようになった。本日は、現地で行ってきた研究を基に、前半ではルイボス生産者の側からの話を、後半で、フェアトレードのしくみから、どのような方向性が考えられるのかをお話しする。ルイボス生産者の組合である Heiveld Coop(アイフェルト)の事例から、小農の自立、フェアトレードからの卒業、高齢女性の役割の重要性を指摘します。そして、フェアトレードのしくみと課題を踏まえて、今後の展望を考えてみたい。

ルイボス茶の生産と Heiveld Coop (アイフェルト) について

ルイボス (Aspalathus linearis)



ルイボスは、マメ科のかん木で、地域に住むコイサンの人たちが栽培し、この花から採れる種を薬用に使ってきた。一方、白人農場では商業用に大規模生産されている。ルイボスは、南アフリカのごく限られた地域(セダバーグ山脈とボカフェルト台地)でのみ穫れるが、この地域では5月から7月ころにかけて数十ミリから100ミリほどの雨しか降らないため、農産物がほぼ育たず、ルイボスか家畜の放牧しかできない。雨が降ると一斉に野生の花が大地に咲き誇る、有名なナマクアランドの端にあたり、その時期には世界中から観光客が来る。野生の花の咲く数か月で1年の収入を得ているといえるかもしれない。ルイボスを手で刈り取って、それを刻み、発酵させると赤いルイボス茶ができる。今回紹介する小農では、オランダの認証を取り、内部監査を行っている。機械はカッターしかなく、ほとんど手作業で、生態系を維持して

いることが特徴である。

Heiveld Coop は 2000 年に 14 人の発起人で設立された農業協同組合で、2010 年に有機農業認証とフェアトレード認証の両方を取得した。ルイボス茶製品を、独自デザインのパッケージもしくはバルクで販売しており、3 種類の等級と野生ルイボスがある。ルイボス茶はカフェイン含量がゼロで、抗酸化作用があり、健康食品として近年知られている。Heiveld Coop のミッションは、人種やジェンダーという点で不利な状況にある人々を組織化して雇用を創出し、持続的な経済活動(ルイボス茶の販売、生産コストの削減、クレジットへのアクセス、組合員の能力開発)による、コミュニティの社会経済的発展を促進することだ。

Heiveld Coop が行う加工は、手作業重視で、自然発酵・乾燥であることにある。滅菌処理は近隣の小農組合と共に作った Red Tea という会社で行う。観光用のパッキングは女性グループが行う。

小農の自立

次にフェアトレードのインパクトについて、特に小農の自立ということについて話したい。小農組合として、税引き後でも利益が出ている点をまず指摘したい。当初と比べて利益が減っているのは、一般市場での販路開拓に費用が掛かったため。収入のほとんどは販売が占めている。0.5Haという小規模農園の者から、60Haもの広大な面積を持つ農家もいるが、いずれにせよ収益がある状況である。しかし、ルイボスからの収益だけでは家計を支えることができない農家もあり、雇用労賃や年金あるいは子供からの送金など、他の収入にも頼っている。農家の半分はルイボス茶により家計のすべてまかなえている。組合ができたことによる大きな変化と言える。













組合加入の理由は、販売先がある、高価格で買い取りしてくれる、女性でも加入できることなど。高齢の女性も多く、NGO のワークショップに参加したり、栽培試験をしたりなど、積極的なかかわりが見られる。アフリカの多くの事例では、フェアトレードの組織に加入していてもフェアトレードが何かを理解していない農民が多いが、Heiveld Coopでは、フェアトレードについてかなりきちんと認識している。 Heiveld Coop加入の効果は、経済的な利益はもちろんのこと、組合の運営方法をはじめとする多くのことを学ぶことができるとし、市場アクセスに課題はあるが、概ね問題がないとして、メンバーは高い満足度を示している。組合員への調査で分かったことは、組合への高い満足度、フェアトレードへの理解、家計費が充足され白人農業での賃金労働が必要なくなった、高齢女性が活躍、低投入(サステナブル)な生産、少ない投入労力など。他方、都市部等に働きに出るために若者の参加が少ないことが課題となっている。組合の経営がうまくいかなくなった場合に、これらの効果がすべてなくなるという危うさはあるだろう。

組合のフェアトレードによる直接的な効果である組合員の生活水準の安定と向上については、組合員の高い満足度から判断すると達成されていると言える。一方で、就業機会の創出や貧困削減の面では、限定的である。間接的効果では、アパルトヘイト政策の「遺産」を清算できているといえる。アパルトヘイト下で「作られてきた」た依存傾向が縮小し、自立化志向が高まり、NGO等の支援ではなく、組合の運営も自分たちで運営できるようになってきた。アパルトヘイト下でできた、人々のまとまりが薄いコミュナルランド(黒人が集合的に住まわされたエリア)で、組合活動を通じて社会的なつながりが出てきた。

他の地域で活用できる経験としては、野生ルイボスという資源の活用を在来知識として維持してきたが、大学や国際的な組織と協力して、野生ルイボス茶の正当性を獲得したことがある。生物多様性条約の伝統知としてとらえることもできる。南アフリカから輸出されるルイボス紅茶の9割は白人農場で生産されており、ルイボス茶評議会を作って基準等を定めたり出荷先のコントロールをしたりしており、公正性に欠けている。黒人の小農がこうした体制への対抗手段として正当性を獲得する有効性ができたと言える。健康志向の高まりからルイボス茶への需要が増える傾向にあるが、それでも、生産物のすべてをまだ規模の小さなフェアトレード市場で販売することは困難である。その状況を打開するため、自らコストをかけて既存の市場を開拓して成功したことは、自立が進展している現れである。このように、「自立化への意識が生まれ」、NGO 依存からの脱却が必要とする意識の芽生えと言葉が発せられようになり、生存段階から

生産活動に移行してきている。また、品質の内部監査など、自らガバナンスできる水準に達したと自負・自信が出てきている。そして、 国際NGOの主導からパートナーへと移行している。

とはいえ、現状は次の課題を抱えている。ルイボス生産の大半を白人大農場が担っているが、フェアトレードのルイボスでも白人大農場が全体の 9 割を占めている。白人農場のフェアトレードは農場労働者を対象としているが、小農組合のフェアトレードは自分たちのためであり、お互いに競争関係にあり、連帯には至っていない。限られたフェアトレード市場規模と、生産量の少なさから、競争力をつけることが困難な状況が続いている。

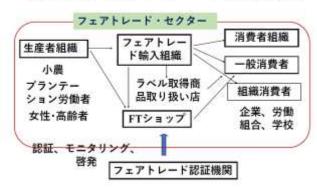
フェアトレードからの卒業

自立ということは、フェアトレードに全面的に依存しないことであり、いくつかの選択肢の一つとしてフェアトレードが位置づけられるのではないだろうか。したがって、フェアトレードからの「卒業」を目指すことが必要だろう。それは、フェアトレードへの批判に答えることにもなる。アパルトへイト政策下の依存から抜け出しても、フェアトレード団体に依存してしまうことは避けるべきだ。フェアトレード団体側でも、支援・関与できる生産団体数には限界があり、フェアトレードの恩恵を受けられない人の数を増やしてしまうことは避けなければならない。そのためにも、フェアトレード以外の道も探っていくことが大事だ。卒業要件に自立性は重要で、卒業出来るかどうかを判断する材料となるだろう。

結論:フェアトレードの展望

フェアトレードには 10 項の構成要素があるが、もっとも大事なのは経済的に不利な立場の人たちに機会を提供することで、そのためには、公正価格(最低価格)の支払いをすることと、社会開発のためのプレミアム支払をすることが大事である。フェアトレードの目的は、生産者と消費者を結びつけてパートナーシップを形成して、もう一つの経済システムを求めていく。これは、自由市場の失敗を埋める方法だと言える。アダム・スミスが「道徳情操論」の中で述べている徳の経済(Virtue of Economy)が当たり前の世界を目指すための動きとして位置づけたい。

認証型フェアトレードの関係者



フェアトレードの関係者には、生産者組織(作りて)と消費者組織(買い手)と、それらを介在するフェアトレード組織がある。そこに 認証機関が入ることで認証型フェアトレードになり、認証がなければ提携型フェアトレードと呼ばれる。これらをフェアトレードセクターと呼び、フェアトレードセクターとして何を目指していくのかを考えることが次の課題だろう。

フェアトレードの課題

フェアトレードには様々な認証がある。多国籍企業は独自の認証システムを持つようになっており、認証の真正性を問う議論がある。南南フェアトレードは、今までの南の国々が生産したモノを北の国々が買っていたが、南アフリカやケニアあるいはブラジルなどの南の国々でもフェアトレード市場が育ってきており、南南諸国同士で行うフェアトレードが拡大しつつある。市場の小ささがフェアトレードの課題だが、フェアトレード卒業以前に、フェアトレードにも関われていない最貧層へのアプローチも大きな問題である。また、市場を広げるには、ラベルの伝え方、情報発信の内容や方法にも課題がある。

今後の消費を支えていく若者世代にフェアトレードが広まるか否かが課題である。若者の間でフェアトレードは認知されているが、「クール」「意識高い系」という位置づけで留まってしまっている面もあるだろう。コミュニケーション方法が重要(情報の内容と伝え方、メディア選択)

まとめ

一つ目は、小農と農村の自立促進に、「自己組織化」「能力開発」を向上させる仕組みとして、フェアトレードの可能性は高いということである。紹介した Heiveld Coopでは、北の諸国での健康志向、そして南アフリカの一部の地域でしか生育しない自然条件や、コイサンの人々が守ってきた伝統知という、ルイボスの持つ特性をうまく活用した事例と言えるだろう。

二つ目は、ラベルによる情報の伝え方と認証の意義が後退しており、新しい伝え方を考えていかなければならない。認証システムの多様化、脱プラスチックで情報量減少など、認証ラベルでは限界がある。生産する上流と消費する下流を結ぶ双方向の ICT に可能性はないだろうか。そこで、フェアトレードセクターが機能すれば、社会的な影響力を持てるのではないか。

三つ目に、想像力やスタディツアーだけでは限界があるので、生産者と消費者のパートナーシップとして共同出資で利害を共通化することができないだろうか。 Devine Choco、Cafe/Tea Direct、Progreso などはそうした数少ない事例だ。 このように、生産者と消費者が出資してビジネスを展開する「産消共同システム」を作っていくことにも可能性があるだろう。

◆発表 2

人と想いがつなぐサステナブルなコーヒー

若林茜(スターバックス コーヒー ジャパン 株式会社)

(商品本部 リテイル&ビジネスディベロップメント部 コーヒーリーダーシップチームコーヒースペシャリスト)

2009 年に入社。都内店舗にてストアマネージャーとしての経験を経て、2017 年より現職。 パートナー(従業員)のコーヒーに関する知識向上のための教育プログラムに携わり、パートナーからお客様へ分かりやすくコーヒーの魅力を紹介するしくみを考え、伝達している。 また、コーヒーの生産地を実際に訪れた経験を活かして、同社の取り組みを社内外に伝えている。



(発表資料2参照)

スターバックスコーヒージャパンでコーヒーの啓発活動を行う「コーヒースペシャリスト」をしている。スターバックスには「美味しいコーヒーを届けたい」と思うパートナー(従業員)が沢山いる。これからもおいしいコーヒーを届け続けるためにどんな取り組みをしているかを紹介させていただく。今日の話を聞いて、次にスターバックスを訪れた時に、コーヒーの味が少し違うなと感じてもらえたらうれしい。11 年前に入社し、3 年前からコーヒースペシャリストをしている。コーヒースペシャリストは、従業員へのエシカルやテイスティングなどの指導を行う。最近、アフリカを訪問したが、その経験をニュースレターにしたりしている。もともとコーヒーが好きで本職を続けるうえで、生産者のことをよく理解したうえ、コーヒーを消費者に届けることが大事だと思っている。12 月にはエチオピアを訪問した。

スターバックスのコーヒーへの取り組みについて

- ・スターバックスは日本に上陸して25周年。1週間で約500万人の顧客が利用。
- ・スターバックスでは、以下のミッション&バリュー「-人々の心を豊かで活力あるものにするために-ひとりのお客様、一杯のコーヒー、そしてひとつのコミュニティから」にのっとり、コーヒーを提供している。

<エシカルクイズ>

- ・1 本のコーヒーから 250 g のコーヒー豆は 2 袋分しか取れない。
- ・コーヒーチェリーが採れるようになるまで、3年~5年かかる

想いをつなぐコーヒー:調達について

スターバックスは全世界に約2万8千店舗ある。約60か国から年間約25万トンのコーヒーを購買している。スイスにいるバイヤーが買い付けた後、シアトルのサポートセンターで品質チェック、そして世界中の焙煎工場(日本は中目黒)に送られ、その後、店舗で顧客に届けられ、対価が生産者に還元するというサプライチェーンとなっている。

生産者のみなさんが美味しいコーヒーを作っているから、美味しいコーヒーを届け続けたいという思いから、「生産者への支払いをしっかりすること」「生産者の生活を守ること、豊かにしていくこと」「環境を維持すること(土が痩せては美味しいコーヒーはできない)」に責任をもって豆を買うために、スターバックスのガイドライン(C.A.F.E.プラクティス)を作っている。



C.A.F.E. (Coffee and Farmer Equal)プラクティスは、環境 NGO の Conservation International と共同で開発したガイドラインで、4つの 要素と 200 以上の項目からなるチェックリストです。第三者機関がチェック リストを使って農園や加工場を訪れて検査を行い、結果をフィードバックする、継続的な改善プログラム。4つの要素とは、(1)品質基準:美味しい コーヒーを届けるために、(2)経済的な透明性:確実な支払い、(3)社会 的責任:福利厚生、児童労働など(ほかにもいくつかの要素が入ってい

る)、(4)環境面でのリーダーシップ:環境を守る(農薬の制限、森林伐採の禁止など)。

C.A.F.E.プラクティスが一つの購買ガイドラインとなっているが、それ以外の認証コーヒーも購買しており、これらの購買全てを含めてエシカルのコーヒーと呼び、2004年に14.5%だったものが、2016年に99%を達成した。残りの1%は新しい生産者とのつながりを意味している。

スターバックスでは継続的なフォローができるよう、「ファーマーサポートセンター」を全世界に9か所設置しており、農業技術者(栽培専門家)を配置している。アフリカでは「エチオピア」「タンザニア」「ルワンダ」にサポートセンターがあり、その他は「南米」「中国」等の主なコーヒー生産地にある。

エチオピアでの取り組み

エチオピアのファーマーサポートセンターでは、フィールドデーを通して、C.A.F.E.プラクティスについて伝える機会をもっており、効率の良い苗の植え方やマルチング(根覆い)の方法などコーヒー栽培を学ぶ活動を行っているエチオピアのセンターにはベハイルさんという農業技術者がフィールドデーなどを通じて、栽培方法や気候変動などの指導を行っている。「エチオピアの人がエチオピアの人に教える」という現地主義が重要だと考える。ルワンダのジュリアンさんという技術者が日本でセミナーをやってくれたことがあった。その時「アフリカの生産者のた





めにできることは何か」という質問をしたところ、ジュリアンさんは「コーヒーを売ってください」という返答だった。コーヒーを販売することが大事なのだと改めて感じ、また、その時に生産者の様子を伝えることが重要だと考えた。

お客様に想いをつなぐ

エシカルな調達 99%を達成した時、99 プログラムを始めた。毎年 9 月 9 日に、特別なプログラムを実施している。今年は、コロンビアのファーマーサポートセンターと日本の一部の店舗をつないでコーヒーセッションを行った。農業技術者の仕事の内容や生産者からよくある質問のことを聞いたりした。また、イベントを通じてもらった情報を商品ガイドとして、店舗で顧客に紹介したりした。また、毎月 20 日に、エシカルなコーヒーの提供や#パートナーの力をお客様に伝えることで、よりコーヒーを楽しんでもらえることが大事だと考えている。コーヒーマスタープログラムがあり、エシカルなことやコーヒーの味のことを学ぶ。さらに、コスタリカにある自社農園にはビジターセンターがあり、世界中から集まる顧客に、農園を案内している。これまで、C.A.F.E.プラクティスには、約 100 万人の生産者が参加した。

これからも、スタバの想いと顧客の想いをつなぎ、サステナブルな環境で続けていきたい。

◆パネルディスカッション

O:ルイボスの栽培技術や管理技術に関して生産者に対する支援が行われているのか?

A (池上) : 栽培地域が限られているので、国全体での技術支援はない。西ケープ州政府には、技術的な支援がある。また、販売に対する努力やフェアトレードも推進している。ルイボスの栽培に関する普及員がいるとすれば、小農のところには来ず、白人農場のところに行くのが現実ではないか。有料のサービスもあるが、政府の普及サービスは、数の多いところで、ルイボスのような少数の生産者には人員は割かれていないのではないか。タンザニアのコーヒーの場合はコーヒー研究所があり、ウイルスフリーの苗を生産や配布などの支援をやっている。



Q:大規模農場では、生産技術改善や品質管理などを自らやっているのではないか?

A (池上): ルイボスの栽培そのものは簡単。組合に入っている小農も野生だけでは足りないので、栽培もしている。ただ、小農の場合は大規模生産ではなく、岩場の間のような限られた土地での栽培となり面積も限られている。加工の技術向上が重要で、発酵技術などの研修指導をしている。白人農場は、生産工場に直接納品しているケースが多い。南アフリカでは、ルイボス社とコイサン社が輸出の大半を占めているが、これらの会社が扱うルイボスは、白人農場が主体になって作ったルイボス茶評議会が基準を定めており、小農はそのような環境下で競争を強いられている。小農も自らのパッキング会社を作ったり、テイスティングの仕組みも導入したりしており、一定の基準満たしていると考える。また、ルイボスは好き嫌いの好みが分かれる味のため、一般受けする味にすることも重要だろう。ルイボスはお茶だけでなく化粧品や歯磨きなどにも使われているが、小農ではそこまでは出来ていない。

Q:生産技術だけでなく、自立に向けた努力として、組織化、経営、ビジネスセンス等、市場に向けた商品開発が必要になってくると思うが、スターバックスのファーマーサポートセンターではそのような支援もしているのか?

A (若林): 栽培技術以外では、サポートセンターごとで役割が少しずつ異なっている。ルワンダでは多くの女性がコーヒーに携わっており、女性への自立支援を技術者がいる。コーヒーの収穫期以外でも手工芸品などで資金を得るサポートをしているケースがある。



Q: C.A.F.E.プラクティスを通じてスターバックスがかかわっている人々がどのくらい暮らしが向上したかというデーターはあるのか。 A(若林): CIと共に経年調査を実施している。2015年のデーターでは生産者の収入が4割増え、また、時間外労働減少、森林伐採が減少した等の情報を得ている。

O:対象地域の状況により、恩恵の度合いが異なると思う。全員を救うのは難しいと思うが、何か取組方針はあるのか。

A (若林):全ての地域で 4 割の収入増を達成しているわけではないのは確かだ。アフリカは生産量を増やしていく余力が大きい地域なにで、現在はファーマーサポートセンターを通じて C.A.F.E.プラクティスを導入していく活動がメイン。現地の生産者へのサポートを強化していく。

Q:小農生産者へのアプローチが要であると考えるが、付加価値の大部分が生まれる消費国での利益を還元するために、生産者も 出資者となる会社を協同で経営するような考えはスターバックスにはないか?

A(若林):今のところ、生産者と共に会社を作る取り組みは耳に入ってきていない。C.A.F.E.プラクティスでは、チェックリストで生産者ごとに点数がつき、高点数に達した農家に対しては、プレミアムが付くという制度が現状。

Q:フェアトレードで色々な認証がつく。大規模・小規模の別は消費者からは分別がつかないが、分別がつけられないか。フェアトレードの認証を得るための費用はどれくらいで、どこが払っているのか。フェアトレードのメリットとデメリットを知りたい。

A(池上): 認証型については、目的が違っている。白人大規模農場の労働者に対するモノ、小規模生産者が取得する認証は目的が異なるが、見た目ではラベルが同じである。他にもラベルがあるため、区別するのはとても難しい。生産者が自らどんな情報を出していくかにかかっているのだろう。フェアトレードの最低価格については、生産者向けなので、小農にもまた白人農場主に支払われる。白人農場の雇用労働者には、社会プレミアムがあり、これをどう使うかを労働者グループと経営者の間で話し合って決める。雇用労働者は常勤だけではなく、季節労働者もいるため、季節労働者に対する雇用環境を改善するのか、あるいは常勤者との利害対立など課題はある。FLO の場合、品目や地域で違うが、生産者側の経費は 2018 年・メンバー50 人以下で、3 年に一度程度で認証費用は、1400 ユーロ、年間登録料が 1200 ユーロあるので、毎年 20~30 万円くらいかかかる。最初の申請料が 500 ユーロ程度。売る方はラベルを付けて売るのでライセンス料があり、そのためにフェアトレード商品は割高になっている。

メリットとしては、公正さを売りに厳しい状況にある生産者の生活を保障し、学校や村にクリニックができ、奨学金、職業訓練、能力開発などにも使われている。デメリットは、フェアトレード団体の力量が限られているため、本当に支援を必要としている人に届かない。また、支援すれば改善の見込みのある生産者が対象になっていて、そこから抜け落ちている人たちがいる。HV のケースでも、加入条件は相当緩いが、加入者のいる地域が限られたりしていて、なにか社会的なバリアがあるかもしれない。

A (若林): C.A.F.E.プラクティスの中の「経済的な透明性」では、すべてのレシートを残してトレーサビリティが取れるようにしている。 米国では、コーヒーパッケージのバーコードを読み取ると、生産地と焙煎工場の情報を得られるアプリが導入され、消費者自身がトレーサビリティを確認できる取り組みが始まった。

A (池上):認証のいいところとして、トレーサビリティが確認できるのはメリットの一つである。生産者と消費者が直接結び付く提携型・連帯型フェアトレードでは、消費者が生産者に寄り添う仕組みで、どう作るか、売れるようにするにはどうするかに一緒に取り組む地道だが生産向上につながるフェアトレードもある。その場合、認証はなくてもよい。小農にとっての課題は記録を取ることが難しく機会費用として大きくなるので、それを代替できる行政サポートなどがあるとよい。消費者にとってのメリットは、オーガニックなどでは実感しやすい。しかし、公正は実感しにくいので、それが日本でフェアトレードが広がらない要因になっている。トレーサビリティ情報にどんな人が、どんな生活水準で働いているのかというような情報があれば、心地よい消費を実現できるのではないか。そんなことを感じられる情報の仕組み、内容を考えていく工夫の余地があると思う。

A (白鳥): フェアトレードに関する情報の見せ方も、大企業の方がうまいように感じる。認証制度やトレーサビリティの取り組みで、小農生産者の経営や農場労働者の環境改善に取り組まれるようになっているが、実際に生産者が手にする所得の向上はわずかで、とくに経営面積が小さな小農では、フェアトレードのメリットをなかなか感じられないのが現状ではないだろうか。

Q:スターバックスでは色々な認証制度があると思うが、フェアトレードの基準があるにも関わらず、なぜスターバックス独自の取り組み制度なのか。

A(若林): スターバックスは年間 25 万トンもの取引をしているため、大規模農場も含めて多様な生産者と取引している。そのため、フェアトレード認証だけではすべてをカバーできないので、包括的に対応できる、認証制度とは違う改善プログラムである C.A.F.E.プログラムを導入した。

Q: 高校生のような若い世代を対象に、どのようにエシカルプログラムを紹介していけばよいか。

A(若林): スターバックスがエシカルな取り組みをしているということを知ってもらう、というのが大切だ。99%バッチや20日の取り組み、インスタグラムで情報公開する等、日々の中で考えてもらうきっかけを作ることが大切と考え、それがスターバックスの役割だと思っている。

A (池上) : ルイボスだと「綺麗になる」「頭が冴える」という効果があるが、それはフェアトレードでなくても同じ効果がある。フェアトレードが高校等の授業で取り上げられるようになり、名前は知られているが、どのように購買につなげるかが難しい。まだ安いことが消費者行動の基準になっている。ただし、フェアトレードはカッコイイ商品として、バレンタインのような時には良く売れる。日本のフェアトレード市場は、一人当たり 100 円程度で、世界で 3 位グループか 4 位グループの位置。なぜ世界でフェアトレードが広がっているのかを知ってもらっことが重要なので、その点を積極的に発信していくことが必要だろう。

以下、時間がなく勉強会中に対応できなかった質問に、後日発表者から回答を得たものです。

Q: JICA プロジェクトではコーヒー生産のみならずハチミッ生産にも取り組んだのか。コーヒーとハチミッには相乗効果があるのか。蜂が病気にかかった場合はコーヒー生産に悪影響があると思うが。

A (吉倉): ベレテゲラを含むエチオピアでのハチミツは、アフリカンスクエアーのHPで詳しい紹介に加えて、販売もされています。 https://www.african-sq.co.jp/detail/gurume/honey.html

プロジェクトサイトでは、HP内の写真にあるような伝統的な手法による養蜂が行われており、木の皮や竹で出来た筒状の巣箱を木の枝に吊るして、自然にハチが入るのを待つ。かつては蜂群や自然資源に見合った数だったようだが、近年は激増しており、森林資源への圧力になっている。この巣箱には在来の天然木の皮が使われており、丸ごと樹皮を削がれた木は枯れてしまう。また、採蜜の際に煙を使うために匂いがつき、毎年、巣箱を換えなければならない。加えて、採蜜は夜間に行われるため木からの墜落事故、火の不始末による森林火災も問題になっていた。こうしたことから、プロジェクトとしては、日本でもあるような近代養蜂箱や、ケニア式とも呼ばれる移行型巣箱による養蜂の導入・普及を図った。

アフリカンスクエアーが取引をしている農家は、同じサイト内におり、先進農家として既に近代養蜂箱による養蜂を行っており、アフリカンスクエアーのスタッフが独自に品質向上の指導やチェックをしてき。相乗効果とまではいかないが、こうした先進的な農家がいることは、プロジェクト活動の下で技術習得を始めている養蜂家にとっての手本になっている。

この地域でのハチミツは、いわば百花蜜で、森林内の色々な木や花からの蜜で出来ており、コーヒー生産に影響があるということはないように見ている。ただ、コーヒー生産のために農薬を使うようなことがあると、蜂や他の生物にも影響が出るため、レインフォレスト認証でも厳しい制限(原則は使用禁止)が設けられている。

Q: 気候変動によって、コーヒーを生産できる地域が減るという話だったが、コーヒーが生産出来なくなる→コーヒー農家が他の作物を育てるために森林伐採が進むというようなリスク/シナリオがあるのか? 1990 年代後半-2000 年初期にコーヒー価格が下がったときにコーヒー農家が生活のためにコーヒー農園から森林伐採を伴う作物の栽培に転換したケースがあったと思う。

A (吉倉): 気候変動による影響は国や地域によって様々かと思われるが、世界的には「コーヒーの 2050 年問題」として、アラビカ種の栽培地域が半減すると言われている。https://www.keycoffee.co.jp/sustainable/2050.html

エチオピアの場合、スライドでも紹介した文献(下記参照)にて、気候変動の影響によるコーヒー栽培地域の変化(21 世紀末時点)が予測されている。ご紹介したようにエチオピア東部は栽培適地でなくなると予測されているが、南西部は引き続き栽培が可能で、場所によっては適地が拡大するとされている。ただそれは、現在農地になっている標高の高いエリアを森林(シェードツリー)にするという条件付きである。ベレテゲラと同じく、現在も残っている森林の多くが国有地(国立公園やコンセッション)である一方、農地の多く

は既に各農家の利用権(一応、農地も国有ではあります)が確立されているため、これを森林にすることは政府が強制的に農地を没収しない限り(もちろん人権的にはあり得ません)、まず現実的ではない

https://www.kew.org/sites/default/files/2019-

01/Coffee%20Farming%20and%20Climate%20Change%20in%20Ethiopia.pdf

コーヒーを栽培によって収入を得られなくなった農家が、他の収入源を求めるのは当然とも言え、短期的に現金を得られる木材がまずその手段となるのは、よく聞きかれる。エチオピアの森林コーヒーの場合、適切に保全されている森林の下での栽培・採集であれば気候変動による影響は微気候の調整機能等により小さいが、下刈りなど過剰な管理がされてプランテーションのような状態になった森林・農園では影響が大きく(より良い栽培地を求めて森林を伐開する等)、実際にそのような兆候がベレテゲラ周辺でも見受けられる。

Q: エチオピア、または世界でどれだけのコーヒーが小規模生産者グループと大規模なプランテーションから生産されているのか、そのような情報はあるか?

A (吉倉): 勉強会の中で、世界的にはコーヒー生産従事者の7割が小規模農家とのことだったが、エチオピアでも同様、もしくはそれ以上(8割程度)とされているものの、詳しい統計は見つけられない。南米のようなプランテーションはエチオピアには余りないと見ているが、ベレテゲラ周辺でも、小規模農家が使っていた森林コーヒー農園を、地方政府が企業・資本家に勝手に売り渡して問題になるケース(下記参照)もある。今後、小規模農家グループが自立・適応(気候変動への影響やビジネス環境の変化など)できないと、コーヒー市場が活発化する中で競争・生き残っていくのは、相当に厳しいかもしれない。

http://www.thisisplace.org/i/?id=3279f295-16ab-4c5d-a7bc-fdcff2c8f2bc

Q:既存市場開拓(スーパーマーケットへのアプローチ)は、HV メンバーからのアイデアだったのか?それとも NGO 等からのアイデアだったのか? HV メンバーはどうやって自立化志向を持つことができたのか?

A(池上): アイデア自身は HV からですが、どのように働きかけていくのかについては、HV を直接支援してきた 2 つの国際 NGO の協力とともに、南ア国内のフェアトレード組織の支援も受けている。自立化志向は報告でもふれたように、組合の運営を NGO から学びながら、自分たちで運営し、ワークショップに参加して学習し、国際的なイベントで発表したりする過程の中でだんだんと自己決定の重要さを認識する人たちが増えていった結果だと考えている。外部からのエンパワーメントを内面化できたといってもよいだろう。もちろん、経済的な成果による確信と自信が基盤になったことは言うまでもない。

Q: 小農家のルイボスの木は自生しているのか?植え付けているのか?

A (池上) : 野生と栽培の両方あるが、栽培といっても写真で示した白人農場のようにどこまでもルイボスが延々と続くわけではなく、 小さくて不整形な土地 (栽培しているから農地になる) に自分たちで野生のルイボスから集めた種を蒔いている小農が大半だ。これで も栽培なのかという印象を持つほど。とはいえ、面積と収量の面では栽培の方が多い。

Q: 南アフリカ政府から小規模ビジネス支援の助成や研修などあるのか?

A(池上): 南アフリカには黒人経済強化政策(Black Economy Empowerment Policy)があるので、一般的な農業技術支援や職業訓練はかなり積極的に行われている。しかし、ルイボスに限定した研修はないと思。調査地では聞いたことがない。小規模ビジネスについては中央政府、地方政府、国際協力プロジェクトがらみの研修や融資がある。

Q:組合員数は?またその数の推移は増加傾向か、減少傾向か?

A (池上) : 設立メンバーは 17 人で、その後だんだんと増加し、2012 年段階で 70 人ほどになっていた。その後はおそらく横ばいが続いたが、農地の買い増しをしたのでこの段階で増えた可能性はある。最近、調査できていないので、正確には確認が必要。

Q:組合員は耕種作物としてはどのような作物を栽培しているのか。販売作物としてのルイボス以外に、食糧作物も栽培しているのか?

A (池上) : 耕種作物が育つような自然条件ではない。調査農民のうちでは、組合事務所から一番遠くて(道路の一番奥)、農地改革で農地を入手した農民だけが水源があるために若干の野菜とコムギを栽培している。

Q: 反収のバラッキについて。組合員によって、経営規模も様々であるようだが、反収の差が非常に大きいのはどのような原因があるのか?

A (池上) : あくまでも推測 (観察の結果) ですが、農地 (土地?) の条件が大きいと思う。大きな石が点在しているようなところは、他よりも乾燥しているので水不足で枯れてしまうこともある。また家族員数の多寡が世話の程度に影響しているようにも見受けられた。

Q: HV 組合のルイボス茶の販売先について。ルイボス茶の主な販売先は日本か?認証型 FT 市場は日本では大きくないこともあり、認証型 FT ラベルの効果についてどのように感じているか?

A(池上):基本は FT 団体系列の流通業者を通じて、ヨーロッパ市場に販売されている。HV からの日本向け輸出はまだ。日本の FT ルイボスは大手企業のコイサン社製が大半ではないかと推測する。日本では、認証ラベルの存在自身がまだ十分認識されているわけではないので、FT 認証は限定的な効果しか与えていないと判断している。むしろ、ライセンス料を払っている企業にとってのサプライチェーンにおけるリスク管理の効果の方が大きいのではないだろうか。一般的にいって、これだけ各種の認証ラベルがあふれている=認証ビジネスが儲けている現状を見ると、認証に依存するビジネスモデルにはさまざまの課題があるように思う。

Q:FTの意義と効果について。FTの大きな効果の1つに最低価格保証があるが、ルイボスの場合、最低価格保証はどのような意義があるか?やはり生産者価格の変動などが激しいというようなことがあるのか?

A (池上): ルイボスはコーヒーや紅茶、カカオのように国際的な価格形成市場があるわけではないので国際価格の変動に翻弄されることはあまりない。地域限定製品の強みだろう。ただ大規模な白人農場、工場が価格を決める主要因なので、スケールメリットの分だけ小農生産よりも安くなることは確実だ。なので、最低価格保証は資源略奪型大規模生産に抗してサステナブルな生産をする小農の再生産を担保し、結果として脆弱な環境・生態系を守っているということも可能だ。

Q:白人農園のFTについて。FTの基準の1つに「民主的運営」というものがあると思う。生産者が民主的に生産組合(生産団

体)を運営していることが重要であると考えられていると思うが、白人農園の場合、その基準は満たされているのか?

A (池上): 白人農場の FT は、雇用されている農場労働者の労働条件や生活向上を目的にしている。ですから、民主的運営は、社会プレミアムの利用法と労働条件の改善が評価の焦点になる。労働者はトラストという組織を作り、経営側(白人農場主)と交渉し、この時の組織運営や意思決定方法などが判断の基準になる。民主的運営かどうかについての判断は個別のケースで異なるので一概には言えない。調査に協力的なところはおおむね民主的で、労働者の権限も広く、モデルとしてトラストメンバーが海外に招待されることもある。非協力的なところは労働者への単独インタビューを嫌がるので、問題が多いのだろうなとは感じている。

Q: 東南アジアから F T のコーヒー豆を輸入している団体の試飲会に参加したことがある。その団体では生産者の利益還元を重視してあえて認証を取らないと言っていた。ケースバイケースだろうが、そのようなやり方良いのではないかと思うが。

Q:あえて認証をとらなくても、しっかりと相手側に寄り添い、その希望を実現する「連帯型」の FT は、市場経済にはまだ距離が遠い 人たちにとって有効な方法だと考える。一方で、他の地域でも同様な取り組みができるかどうかは支援団体の大きさ、能力によるので広がりにくいという難点もある。この点では認証型の方が市場の力を使うことができるという利点がある。状況に応じて、柔軟に対応することが大事だと思うが、買う側(消費者)がラベルなしでも公正さを確認できることが必要になるだろう。

Q: 既存市場へのアプローチの方法としては、具体的にはどのような方法でアプローチしたのか?

A (池上): 具体的なアプローチ方法は調査できていない。売り込むときに、フェアではなくて、有機農産物だということを前面に出して、いくつかの南ア資本のスーパーマーケット・チェーンに働きかけたということ。いきなり、本社に働きかけるのではなく、支社ないし支店レベルの責任者から交渉していったようだ。

Q: この小規模農場のルイボスティーは生産品のグレイディングは行っているのか?また品質によって価格を変えているか?ルイボスティーは日本にもかなり入ってきているが、味がかなり違う。おいしいものまずいものがある。おいしさの向上に向けた努力がフェアトレードにおいても最も重要なことではないかと思うが?

A (池上): 加工マスターがルイボスの搬入時に品質チェックをし、加工後にもチェックをしている。厳密なテイスティングまでは行っていない。発酵の程度(色合い)を中心に3種類の等級があり、別々のパッケージになっている。価格には多少の差がある。これに、野生ルイボスというプレミアム・ブランドが加わる。味の差は何が原因なのか十分に承知していないが、加工、発酵、保管、輸送などに影響されるだろうから、栽培だけでなく、もう少い広い視野から分析する必要がある。もちろん、市場の力を活かす意味では味の向上は重要な条件だが、コーヒーや紅茶ほどの差は生まれにくいようにも感じる。いまではFT全体で、「FTだから味は知らないよ」とか「品質が悪くても我慢する」という理屈はほぼ消えているように思う。

Q: これから考えられるフェアトレードと新型コロナの影響はどのようなものがあるか?

A (池上): FT に対して、新型コロナがどのような影響を及ぼしているかと理解して答える。FT だから、特別にほかの商品と違う影響が出るとは思はない。所得が減って需要が消滅するとか、うまく流通網が機能しないとか、FT 商品を海外に輸出できないという事態はもちろん生じている。ほかの商品と違うところは、FT の生産者がたいへん脆弱なポジションにあるために、少しの収入減が信じられないほどの大きな影響を与えることだ。資金不足で生産を継続できないとか、生鮮品だと貯蔵できないので、次の再生産が厳しくなるといった事態が生じており、商品がなくても先に資金を提供する仕組み・取り組みが試みられている(先払い)。

Q: 生産者と販売者の共同出資による取組の可能性についてもっと知りたい。参考文献や参考事例などあればもう少し教えていただけないか?

A (池上): この点についての参考文献はあまり見たことがない。私が承知している参考事例は報告で話した例くらい。ただキリマンジャロには FT 組合直営のカフェがある。比較的大きな力を持っているカカオ生産組合も共同出資型の加工に手を出している可能性もある。今後、もっと調査してその結果を論文なり本なりで公表していく。

Q: スターバックスのコーヒーのほとんどは水洗式か?中には乾燥式もあるのか?また、コーヒー豆は生きているので保存方法もあるかと思うが、日にちが経過したものはどうしているのか?

A (若林): スターバックスでは水洗式の他にも、乾燥式や半水洗式といったその他の加工法のコーヒーも取り扱っている。過去には、 エチオピアの乾燥式のコーヒー豆も販売している。また、生産地から届いたコーヒー豆をできるだけ早くお客様に届けることができるように、 調達や輸送の管理を行っている。

O: 全世界から集められるコーヒー豆はどのような加工の段階でシアトルに届くのか?

A(若林): 生産地から焙煎工場にコーヒーの生豆が届いた後、サンプルが抽出され、シアトルで品質チェックが行われる。

Q: スターバックスのコーヒーのほとんどが調達基準に沿ったものになっているとのことだが、それを担保するための仕組みやシステム(例えばトレーサビリテ)について少し詳しく聞かせてほしい。

A(若林): C.A.F.E.プラクティスはコンサベーション・インターナショナルと協働で開発されたプログラムだが、第三者機関による評価を行っている。また、一度きりの認証システムではなく継続して評価を行う改善プログラムである。

Q: C.A.F.E.プラクティスの第三者によるチェックの結果、検出された生産者についての問題点はあるか?あるとすれば、どのような問題点か?それらの問題点についてスターバックスはどのように対応しているのか?

A(若林): C.A.F.E.プラクティスは継続的な改善プログラムなので、項目の内容を満たさない場合は改善を必要とする。日本語のものがなく恐縮だが、C.A.F.E.プラクティスの具体的な項目は以下の web サイトをご覧いただきたい。

https://www.scsglobalservices.com/services/starbucks-cafe-practices また改善に関しては、ファーマーサポートセンターのアグロノミストによるサポートを行っている。

Q: 現地で C.A.F.E.プラクティスはどのように伝えていったのか?理解度や、プラクティスに従ってどのように生産者の方と改善を行ったのか知りたい。

A (若林): セミナー内でお話しした「フィールドデー」という形での共有もあれば、生産者の組合や各生産地域のコーヒーをマネジメントする組織と協働して共有や改善を行うケースもある。

Q: C.A.F.E.プラクティスで、生産者の学校や医療機関へのアクセスなども評価基準に含まれているとのことだが、ここの評価が良くない生産者に対しては、スターバックスとしてどのような改善アプローチをとっているのか?

A (若林): 改善に関しては、コンサベーション・インターナショナルの協力のもと、ファーマーサポートセンターのアグロノミストによる継続的なサポートを行っている。

Q: エシカル調達率 99%ということは、スターバックスと契約している農家の方々は皆さん安定な生活を送れているということなのか?また C.A.F.E.プロジェクトは各農家に対して持続的に行われてるのか?

A(若林): セミナー内でのお答えと重なるが、C.A.F.E.プラクティスを導入した生産者の平均収入が4割増えた、という成果が出ている。引き続きより生活を豊かにすることができるようサポートを続けていく。また、C.A.F.E.プラクティスは継続した改善プログラムなで持続的に行われている。

Q:スターバックスでは、第三者機関の協力もあってのことだが、言わば独自の「C.A.F.E.プラクティス」という調達基準でエシカル消費をアピールしている。スターバックスなどの大きな企業がそうした取組をすることで消費者意識の改革にもつながると思うので、個人的には

悪くない取り組みだと思っている。しかし一方で、企業が独自の基準を作ることで、「企業イメージ向上のための PR」だと批判されること もあるかと思う。また、認証 FT ラベルが日本で普及しない原因の 1 つとして、様々な団体が各自の基準に従って「フェアトレード」を推 進することで消費者の認知が進まない、混乱するといったこともあるかと思う。その点で、認証 FT ラベルなどの既存の認証に対して C.A.F.E.プラクティスという基準を設ける意義と役割について気になった。

Q: 倫理的な調達として、フェアトレードやレインフォレストなどの国際認証を満たしたコーヒーだけでなく、新たに開発された独自認証で対応されたのはなぜか?

A(若林): スターバックスとフェアトレードの目的は同じだが、フェアトレードのコーヒーが協同組合や団体に属している小自作農生産者に焦点を当てている一方で、スターバックスはあらゆる規模のコーヒー生産者の組合、農園、供給チャンネルから調達しているためより包括的な改善プログラムとして C.A.F.E.プラクティスを導入した。スターバックスでは C.A.F.E.プラクティスを運用しながらも、2000 年4月以降、フェアトレード認証団体と持続的な関係を続けており、現在では世界の 24ヵ国において、国際フェアトレード認証ラベル推進組織と提携している。米スターバックス社は 2013 年度のコーヒー購買量を 3,340 万ポンド(1,500 万キロ)に増やし、世界最大の国際フェアトレード認証コーヒーの購買者になった。今後も国際フェアトレード認証ラベル推進組織と協力し、倫理的かつ持続可能なコーヒー購買への複数のアプローチをサポートしていく。

Q: エチオピアでは JICA による天候インデックス保険を通じた営農支援が行われていたと記憶している。スターバックスでも生産者を 守る上で自然災害等の被害を受けた生産農家支援や、今後同様の被害を防ぐための栽培技術の改善に向けた現地パートナーとの 取り組みなどがあるのか?

A(若林): これまでも、生産地のコミュニティ支援や社会開発プロジェクトを現地サプライヤーや融資団体と協働し行ってきた。 COVID-19 に際しては、国際人道支援 NGO や現地サプライヤーなどと協働し、各地のファーマーサポートセンターがリードをしながら 資金や物資の援助を行っている。

COVID-19 におけるスターバックスによる支援(英語)

https://stories.starbucks.com/press/2020/the-starbucks-foundation-supporting-community-response-and-resilience-during-covid-19/

Q: コーヒーは豆の原産地や種類により、焙煎の仕方とかドリップの仕方とかコッがあると思う。スターバックお勧めの美味しいエチオピアのコーヒーの入れ方とかあるか?

A (若林): 弊社のエチオピアのコーヒーは柑橘類を思わせる甘みと酸味、ダークチョコレートや少しペッパーのようなスパイシーな風味など複雑な味わいを持っている。全ての要素をバランスよく楽しんでいただきたいので、コーヒープレスを使った抽出をおすすめする。アイスコーヒーとして抽出して、ミルクを注いでも華やかな味わいを楽しんでいただける。

エチオピア

https://product.starbucks.co.jp/beans/medium/4524785222205/?category=beans%2Fmedium スターバックスのおすすめするおいしいいれ方

https://www.starbucks.co.jp/howto/coffee/skill.html?nid=mm

Q: スターバックスは大好きだが、大好きになった理由の一つは「コーヒーセミナー」に 4 回参加してコーヒーのこと、楽しみ方を学べたから。コーヒーの美味しい楽しみ方だけでなく、今日お話し頂いたような「コーヒーの生産地のこと、生産者の顔」が見えるような内容ももっとセミナーに盛り込んでほしいと思う。

A(若林): 弊社のコーヒーセミナーにご参加いただき、また、貴重なご意見をいただき感謝する。 今後の参考とさせていただきたい。

総括(白鳥)

今日は、講師の方々のお話や質疑応答を聞かれて、知識を得たり、考えたりしていただけただろうか?これまでの勉強会と今日のお話をまとめると、生産者のマーケットに対する意識や能力が向上しないままに、グローバル化の波にさらされているという状況があるように思う。生産者側の意識と能力の向上を促しつつ、フェアトレードや企業への ESG を意識した働きかけと共に、消費者側の意識改革、消費者力の醸成が不可欠ではないだろうか。それをどのような形で伸ばしていくかが課題のように思う。今後とも、消費者として何を知り、どのような行動が必要かということに関心を持ち続けていただきたい。

(池上) 消費者の意識の問題について、あるアンケートで「消費者の社会的責任があるか?」「企業に影響を与えることができるか?」という2つの質問に対し、日本は共に「ない」との答えが圧倒的だった。フランスでは7割くらいが「ある」と回答。

消費者力を自覚していけるような取り組みが必要と考える。

◇16:20 閉会

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
- ・ 吉倉利英、2020年、コーヒー発祥の森は消えてしまうのか? -エチオピア森林コーヒーの保全と付加価値化-、海外の森林と林 業 No.107
- ・ 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、青十社
- ・ 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

- ・ルイボスティーについてのお話は初めてだったので、非常に興味深かった。スターバックスさんの取り組みについても知れたので、料金は少し高めと思っていましたが、生産者に還元されていると思ったら納得の価格なのかなと思った。消費者たちだけが得する仕組みでなく、生産者がハッピーになる取り組みをこれからも続けてほしいと思います!ありがとうございました。
- ・実務的観点から、検討が浅く、細部が符合しない点もあったように思う
- ・消費者にどういう形で気づかせるかということに興味があり、またフェアトレードの最近の動向についても知りたかったので、とても興味深く受講させてもらいました。ありがとうございます。
- ・フェアトレードにつなげて行くということも重要ですが、フェアトレードから卒業していく姿勢が言及されており、大変興味深かったです。フェアトレードをカッコ良いものとして認識するのではなく、よいものという倫理の問題として見ること・伝えることが大事だと考えました。ありがとうございました。
- ・FT とスターバックスの調達基準の比較が明確になって面白かったです。
- ・仕事上、類似的な業務に携わっており、非常に参考になりました。また、皆様のご質問とご回答も、事例や事実をもとにされており、具体的且つ FT の状況がよく理解でき、多くを学ばせていただきました。とてもよい機会でした。 有難うございます。
- ・大変参考になりました。とても良い会で、2時間半はあっという間でした。池上先生、若林さん、そして企画いただいた皆様に感謝いたします。
- ・国際 NGO が手を引いて、その後、地元の人々だけではうまく立ちいかなくなっている事例を見たことがあったので、南アのルイボスの 事例で、牛産者が自立的になっていっているという話に、希望を感じました。
- スターバックスでコーヒーも頂く機会がありますが、色々な取り組みをされていることを知れてよかったです。お店のポップや店員さんの バッジなど、次回お店を訪れた際は注目してみてみます。

本日はありがとうございました。

- ・私はルワンダ・タイの青年海外協力隊、元 OV で活動をしておりました。元スターバックス社員で、コーヒー隊員でした。日本に帰ってきて改めて、産地の現状を伝えることの難しさを感じてます。今回のワークショップ、非常に勉強になりました。フェアトレード認証という方法、またスターバックスの様な大企業の独自認証。多くの方法がありますが、やはりまだ小規模生産者へのアプローチは課題があると思います。生産国国内での格差、コーヒー農家内での格差も目の当たりにしたことも本日のセミナーを通して改めて思い出しました。
- ・ルイボスティーの元の姿さえ知らなかったし、現場の取り組みが見えて良かったです。CAFE プラクティスについてもネットで読むよりは見えてきた感じがしましたが、コンサベーション・インターナショナルという NGO だと生産者の情報がわかるのかな。サポートセンターの実態も気になりました。色々疑問が残りましたが、それ故に良いセミナーだったと思います。連続企画お疲れ様でした。
- ・普段の講演ではなかなか勇気がなくて質問ができないことが多いのですが、オンラインだとより気軽に質問ができました。高校生のフェアトレードの認識を高めるためにはどうすればいいのか、という気になっていた質問について池上先生と若林さんから直接聞けてとても嬉しかったです。 Q&A の時間が長かったことが良かったと思います。 充実した時間でした!
- ・スターバックスのような大企業が環境や貧困対策にコミットをもって事業を展開するのは素晴らしいと思うが、100パーセントの信頼は置けない。 負の側面をもっと知りたい。 "
- ・ルイボスティーへの知見が全くない状態で臨んだが、FT についての必要性と問題点についてとても丁寧な説明で理解できた。 スターバックス社の取り組みは CSR と切り離していただいた上で、その先のアフリカコーヒーの将来と問題点への関りをご教示いただきたかった。

- ・大変勉強になりました。ありがとうございます!生産地(者)と消費地(者)をつなぐことの意義、必要性と、とは言え実践することの難しさを再認識しました。しかしながら、いろいろな人が関係していること、いろいろな視点があること、いろいろな課題があることが、すべてつながっていることをまずは知るところから始まるのだなと再確認できました。ありがとうございました!
- ・今後、新型コロナの影響で、世界の国間の格差が広がるのか、国内での貧富の格差が広がるのか、どういうトレンドになるのでしょうか?
- ・今までは、国際的な南北問題としての格差の中で「フェアトレード」が位置していましたが、近年、日本国内での格差が広がり、国内格差の問題が気になっています。扱っている商材が「コーヒー」なので「生産者」の問題もとても大切ですし、その問題が議論されることが多かったのですが、「消費国」として、「しっかり消費できる消費国」を議論することも大切なのだと思っています。
- ・私のお店も含めて、提供する側のメーカー、会社、お店がもっと努力していかないといけないと感じています。今回は、ありがとうございました。

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

©アフリカ理解プロジェクト

発行日: 2020年10月23日

