



# アフリカ理解プロジェクト 第一回コーヒー勉強会報告書

講座名: 第一回コーヒー勉強会

開催日時: 2009年8月29日(日)10:00-13:00

開催場所: JICA 地球ひろば 2階 セミナールーム 202

参加者数: 41名

## プログラム

1. 勉強会の説明とアフリカ理解プロジェクトの紹介
2. コーヒーとフェアトレード: フェアトレード・ラベル・ジャパン、中島佳織氏
3. 休憩: コーヒー試飲
4. 森林コーヒーと住民組織: エチオピア参加型森林管理計画、西村勉氏
5. 全体討議

## 1. 勉強会の説明とアフリカ理解プロジェクトの紹介(白鳥清志)

勉強会の趣旨説明(白鳥清志):これまでコーヒー生産者からの取り組みと、消費者側からの取り組みを結ぶ企画は少なかった。今日の勉強会は両者を結び、コーヒーをめぐる課題全体を考えるきっかけとしたい。

アフリカ理解プロジェクトの活動紹介(白鳥清志):アフリカ理解プロジェクトは、(1)アフリカのネガティブな印象を拭い、(2)アフリカの魅力と多様性を知ることによって日本に元気を取り戻すために、(3)アフリカ理解を通じた地球市民育成を行っている。主な活動は、エチオピアでの教育支援、アフリカ理解のための書籍制作、アフリカグッズの企画・製作・販売等。

## 2. 講演『コーヒーとフェアトレード』 NPO 法人フェアトレード・ラベル・ジャパン(FLJ) 中島佳織氏

### 《講演概要》

- ・ FLJ 設立趣旨の柱は、フェアトレード・ラベル運動を通じた途上国の生産者の貧困削減。
  - ・ 世界のコーヒー取引量は一次産品としては石油に次ぐ第2位
  - ・ 日本のコーヒー輸入量は世界第3位で、
  - ・ 日本で複数の企業によりコーヒーがフェアトレード製品として扱われるようになった背景は、2001年に起こったコーヒー危機による価格暴落が生産者の貧困に拍車を掛け品質の低下に直結したから。生産コストを下回る買値により、品質悪化をもたらす結果となった。これが、質の良い豆を持続的に求める輸入業者がフェアトレードに関心を持つきっかけとなり、コーヒーにおけるフェアトレードが日本でも普及しはじめた。
  - ・ フェアトレードの定義は、貿易を通じたパートナーシップ、貿易の仕組みのひとつであり、援助ではない。
  - ・ フェアトレードの歴史は、1946年米テン・サウザンド・ビレッジが手掛けたプエルトリコの刺繍製品購入に始まる。1960年代に入り欧州を中心に普及。1970年代以降は日本でも開始されるが、現段階での普及率は極めて低い。
  - ・ FLJの役割は、国際フェアトレード・ラベル機構(FLO)が設定するフェアトレードの基準に基づき、取り組む企業・団体を監査し、基準を遵守した商品に認証ラベルを許可すること。基準に従って企業でもフェアトレードに取り組める仕組みを構築し、フェアトレードの市場を広げ貧困削減を目指すこと。
  - ・ 国際フェアトレード・ラベル機構(FLO)による国際フェアトレード基準は、(1)生産者が、持続可能な生産と生活ができるだけの最低価格の保証、(2)フェアトレード・プレミアム(奨励金)の保証
- \*これらの保証は、原料輸入業者により保証される。一次産品生産者が、フェアトレード認証を取得するだけでは最終製品にラベルは付けられず、生産者から輸出入業者、加工・製造業者、販売者に至るサプライチェーンすべてがフェアトレード基準を遵守し認証を取らなければいけない。
- \*詳しくは、HP 参照。 [http://www.fairtrade-jp.org/about\\_fairtrade/standard/](http://www.fairtrade-jp.org/about_fairtrade/standard/)



- ・ フェアトレード対象製品の主体は、一次産品。工芸品等は種類が多くあり、基準作りが難しいため、今のところは含まれない。唯一農産品以外で認証対象とされているのは、サッカーボール、バレーボールなどボール類。
- ・ 認証生産者は、現在、世界 59 カ国、746 組合。
- ・ エチオピアには、3 つのフェアトレード認証生産者団体がある(オロミアコーヒー生産者組合連合他)。
- ・ 消費国ではフェアトレード市場は拡大傾向にある。(1) スイスのスーパーでは、売り場のバナナの 53% がフェアトレード認証商品、(2) イギリスのスーパーでは、売り場のレギュラーコーヒーの 20% がフェアトレード認証商品。イギリスでは、1 日にどれだけフェアトレード・バナナを消費できるか? というキャンペーンを打ち、多数の市民が興味を持って参加している。(3) 日本のフェアトレード認証製品の 8 割近くがコーヒー。世界規模で拡大傾向のフェアトレード市場において、日本の一人当たりのフェアトレード認証製品購入量は最下位。



《質疑応答》

質問: 日本でのフェアトレード製品消費量は少ないと聞いたが、国内の認証商品数が少ないのか、それともフェアトレードそのものの認知度が低いのか?

回答(中島): 認証商品点数の少なさ、フェアトレードの認知度の両方に起因する。両者を拡大するためには、企業の参画が不可欠だが、検討はしても利益に直結する裏づけがないと検討レベルに終わる。言い換えれば、消費者が求めなければ、企業は変わらないということ。消費者の声が企業に届いた例として、イオンで取り扱っているトップバリューコーヒーがある。これは、お客様の声から誕生したフェアトレード認証商品。

質問: フェアトレード商品は、買う消費者を増やさないと意味がない。消費者に対しどのようなアプローチをしているのか? 啓発活動などは行っているのか?

回答(中島): FLJ の収入源の大部分は、ラベル・ライセンス使用料のみなので、普及のためにアプローチも限られるが、本日配布のパンフレットの作成や、今年 5 月には、フェアトレードの月間キャンペーンを実施し、24 の企業から協賛・参加を得て、FLJ 主催のイベントを行った。キャンペーンでは、ライセ

ンシー企業が主催した、フェアトレードボールを使ったサッカー大会なども行われた。

質問:フェアトレード製品には興味があるが、買いたくても値段が高すぎて日常的には手を出し難い。将来的に流通量が増えれば、価格は安くなるのか?

回答(中島):よく受ける質問。フェアトレードは、最低価格が保証されているので、市場価格が下がると高く感じられる。消費者として価格の高低が気になるのは当然だが、視点を変え、安い価格が適正な価格と言えるのか、安い価格が生産者にどのような影響を与えるのか…ということも考えてみてほしい。大企業がフェアトレードに取り組めば、大量仕入れにより中間コストを押さえることができるが、小規模で流通している場合、中間コストを削ることは困難であり、企業努力により価格を抑えることは困難。

質問:自分は永年に渡り、国際協力の現場で働いてきたが、昨年の TICAD4 において、MDGs の 8 つ目標で、初めてフェアトレードを知った。15 年前から国際協力に取り組みながら、フェアトレードという貿易のあり方を知らなかったことは驚き。米国では、オバマ大統領が、米国のアフリカ支援を食糧援助からアフリカ自身の生産能力を向上させる支援に転換するという声明を発表している。日本でも同様の方策を打てば、すぐにフェアトレードに大きく影響するのではないか。日本では、政府関係者がフェアトレードをオフィシャルに認めていないと感じる。EU 連盟議員はフェアトレードをマニフェストに掲げている。日本の政府機関にも働きかけるべきではないか。

回答(中島):今回の選挙(8/30)の立候補者に、大学関係者がフェアトレードに関する意識調査(352名の議員に送付)を実施した。回答者は、87名。民主・共産の回答率が高かった。まずまずの回答率であり、今後は、影響力のある形で働きかけたい。

コメント(白鳥清志):日本は大きな食糧輸入国なので、フェアトレードに対しても大きな可能性を持っている。政府が食料調達のための支援を始めようとしているが、日本企業によるフェアトレード食品調達を政府が支援すれば、この可能性が現実のものになる。フェアトレード製品の市場価値を高めることが重要で、企業がブランドイメージを高めるためにフェアトレードを使うことも方向性のひとつ。半面、生産者がフェアトレード認証を取得するためのハードルが高いという状況もある。日本でも規格外農産物は売れないが、実際は味や栄養には差は無いなど、消費者側の理解が深まり、商品に対する意識が変わらなければならない点は、フェアトレードとも共通するのではないか。

質問者:フェアトレードに関しては素人だが、話を聞いて考えが変わった。市場価値を高めることが大事と聞いたが、少し前までは誰も気にならなかった環境配慮型製品が、今は当たり前になっている。エコポイントなど、政府が奨励するような仕組みを取り入れられないのか。フェアトレード先進国には、どういう仕掛けがあるのか?政府が企業に奨励金を支払うような仕組みなど事例があれば知りたい。

回答(中島)グリーン調達並みに、フェアトレード調達に取り組んでいる事例はある。行政が絡まなくても、フェアトレード調達を自分たちにとってのメリットと捉えるほど市民の意識が高い国はある。

質問:ライセンス料は、どうやって決められるのか。

回答(中島): 産品によって多少料金規定が違うがおよそ小売価格の 1%。それでも企業には、文句を言われるのが実態。

質問: 質問: 日本では統一したフェアトレード基準はあるのか。

回答(中島): まだはっきりとは存在しない。

質問: 企業がイメージアップのためにほんの一部だけフェアトレード商品を扱う場合もあって、消費者としては気をつけなければいけないと思うが、フェアトレードに本気で取り組んでいる企業・公共機関・学校等の例があれば知りたい。

回答(中島): 英国でネスレがフェアトレード認証のインスタントコーヒーを販売している。人道的な理由から世界的にボイコットも起こったことのある大企業が全製品の一部だけにフェアトレード・ラベルを貼り、売り出すことは売名行為だとバッシングを受けたが、取扱量の高い大企業が動くインパクトは大きい。また、スターバックスがフェアトレード認証コーヒーの購買量を前年比の 2 倍にする宣言なども行っている。世界で大きく広がっているフェアトレード・タウン運動だが、日本でも市民が行政に働きかけ、フェアトレード・タウン構想が持ち上がっている例もあるが(神奈川、熊本、札幌など)、日本におけるフェアトレード・タウンの基準がまだはっきりしていないこともあり、まだ実現できていない。大学内の学生組織でフェアトレード団体を作り、生協へのフェアトレード製品の普及に取り組んでいる例もある。

### 3. コーヒーブレイク

白鳥くるみより、コーヒー(エチオピア・ハラール産コーヒー)・茶菓子の紹介

### 3. 講演『森林コーヒーと住民組織』 エチオピア国ベレテ・ゲラ参加型森林管理計画チーフアドバイザー 西村勉氏

#### ≪講演概要≫

- ・ エチオピア、オロミア州にあるベレテ森林・ゲラ森林は、政府指定の保護区のような場所。エチオピア国内の森林は国土の 10%、天然の森林は国土の 3%にしか満たない(別添配布資料参照)。
- ・ エチオピア国ベレテ・ゲラ参加型森林管理計画の目標は『住民と行政で、森を守りながら活用すること』
- ・ 伝統的な森の利用方法を継承できるようルール化して、行政の承認を受けることから着手した。
- ・ 目指すところは、森林管理と住民の生活向上の両立。森林を伐採し、畑にしなくても、自分たちの暮す森林に価値があることを実感させることが大事。しかし、森には売り物がないケースが多い。その点、ベレテ・ゲラ森林には、自



生するコーヒーという売り物があった。このコーヒーに『森林に自生する』という新たな付加価値を生み出す方針を立てた。

- ・ 伝統製法の尊重とは、WaBuB(森林利用者による生産者組合)メンバーによる『収穫後の下草刈り』『自発芽した苗の移植植林』など。
- ・ 森林コーヒーという付加価値を生み出すため『レインフォレスト・アライアンス』の認証を受けた。認証後、首都アジス・アベバの輸出業者に声を掛け、一括買い付けを実現した。これにより、これまで生産者が売りに出かける形態が、輸出業者に買い付ける形態に変わり、民間業者と農民の流通関係が成立した。
- ・ 今後の課題は、(1)スペシャルティ・コーヒーの日本での関心度を高める、(2)WaBuBu の組織力を強化、(3)継続的な買い手の確保、(4)品質の確保、など。



《質疑応答》

質問: 生協活動に関わっている。消費者が変われば企業が変わるといのは、よくわかる。アフリカは、近年中国との関係(特に貿易面)が強化されていると聞かすが、フェアトレード取引はあるのか。

回答(中島): 中国から日本へのフェアトレード製品の輸入という点では、大規模農園や工場生産の認証製品はなく、小規模生産者のみ。アフリカ諸国から中国へのフェアトレード製品の輸入という点では、中国の業者がフェアトレード製品を輸入しているという話は聞かない。(香港を除く。原料調達先がアフリカかどうかは要確認)

質問: 途上国で製品を作り、外国で売るという方式だと、買い手から作り手が見えない。生産者側から買い手のニーズが見えない。買い手のニーズをどうやって現場に反映させるのか?

回答(西村): 実際、生産者は買い手のニーズがわからない。取っ掛かりは、レインフォレスト・アライアンスの認証を得たことで自分たちの収入が上がったことを実感させること。これまでと同じ産品で収入が増えたことに疑問を持ってもらうこと。なぜ?という疑問を持った時に買い手のニーズを解説。

質問: プロジェクトが終わった後に、同じ取組みを継続させるためのアプローチは? 現在プロジェクトを支え

る日本人への甘えをどうやって排除するのか？

回答(西村): 今年から、設立された住民による森林管理組織(WaBuB)を協同組合として政府に登録し、同組合が主体となって森林コーヒーの買い付け・売却を行う、住民主体のプロジェクトにシフトしている。協同組合が銀行でお金を借りるなど、責任のある仕事を任せることで動機付けを促している。

質問: 生産者と輸出業者の関係がどう変わったか？ 行政は、どう関わったのか？

回答(西村): 日本人がバックについていることを魅力を感じる業者もあれば、良心的な業者もある。いずれもビジネスなので、住民側(生産者側)に知恵を付けていかなくては、フェアな関係は構築できない。行政が絡むと面倒が多い。森林管理とは言え、ビジネスなのでダイレクトに業者につなげる形態を選択した。ひとつのビジネスモデルとして完結させ、行政にはコーヒーの取引に必要な許認可等、必要なプロセスのみ絡めるに留めた。

質問: 以前、東ティモールのコーヒーについて NGO 団体とプログラムを組んだことがある。NGO 等の支援により、現地の産品から収入を得る仕組みを確立しても、得た収入をすぐに使ってしまうという問題に直面した。当時は、得た収入の使途に関する教育も必要という結論に至ったが、同様の問題が、エチオピアにも当てはまるのか？ どうしたら良いのか？ 教育面で協働の可能性はあるか？

回答(西村) 収入の計画的なマネジメントは、エチオピアでも大きな課題。コミュニティで話し合い、使途を決めてもらうことが一番の解決策。今の取組みを継続させるには、企業が価値を認め森林コーヒーの取引を継続していただくこと。これが、唯一、住民組織のマネジメント強化に結びつく道と考える。

質問: 森林コーヒーの定義とは何か？ 苗木を他の場所に移植しても価値があるのではないか？

回答(西村) 森林コーヒーとは、改良なしの自生している天然種と定義している。移植という点に関しては、森に自生する生態系を崩したくないので、現在の森の状況(林相・生態系)を保全することを基本としている。一方、「森林(フォレスト)コーヒー」と銘打ったコーヒーも多く販売されているが、これらのほとんどは、天然林の中に自生しているコーヒーではなく、植林された二次林や日陰樹の下に植えられたコーヒーとなっている。また、コーヒーの生産を目的に管理された二次林の下で栽培されているコーヒーを「セミフォレストコーヒー」と呼ぶこともある。ベレテ・ゲラのコーヒーは、自然(天然)林の下に自生している原種のコーヒーということからも、真の「森林コーヒー」というところに付加価値を見出すことを目指している。

質問: 森林資源を守る＝伝統的な森の守り方とは何か？ そのメリットや、自立発展に向けての課題は？

回答(西村): プロジェクトの本質は、住民の自立支援ではなく森を守ること。森の中のコーヒーの所有権は個人にある。まずは、これを WaBuBu が組織的に管理できるようシフトする。個人所有エリアは WaBuBu にシフトするにして、コモンエリアをどう守るかが今後の課題。



#### 4. 全体討議(白鳥清志)

コメント(白鳥清志)生産者のマーケットに対する意識が低いままに、グローバル化の波にさらされているという状況がある。消費者側の意識改革と同時に、生産者側の意識と能力の向上も不可欠で、それをどのような形で伸ばしていくかが課題だろう。コーヒー関係の認証機関としては、FLJ やレインフォレスト・アライアンスのほかにも、「グッドインサイド」、「コンサベーション・インターナショナル」、「スミソニアン渡り鳥センターのバードフレンドリーR」などがある(添付資料参照)。

質問:官・民・NGO/NPO をどうやって一体化するか。日本の遅れをどう取り戻すか。今後は、JICA でも今まで出来なかった資金協力ができるようになる。タイムリーだ。今が千載一遇のチャンス。この勉強会の成果を広めることが重要。

回答(白鳥):勉強会の報告書は作成し、公開する。今後とも、このような勉強会を続けることが重要だろう。

質問:今日の課題について、長期的に取り組んでいる NGO と、短期的に取り組んでいる JICA プロジェクトから、それぞれ、長期的、短期的にサポートするメリットとデメリットを教えて欲しい。

回答(西村):JICA の場合、短期プロジェクト。ベレテ・ゲラ森林管理計画では計7年(第一フェーズ:2003-2006、第二フェーズ:2006-2010)。最初から短期のプロジェクトとわかっているため、短期間で何ができるかという戦略を立て、修正を加えながらPDMを回している。

回答(中島):フェアトレードの場合、日本ではドナーがなく自己資金で回さざるを得ないが、海外では、4つのドナーが用途も含めてFLOに任せる方向まで打ち出している。フェアトレード認証制度では、途上国の生産者組織であっても認証費用を年間およそ30-40万円払わなければならないことや、フェアトレード基準に則した民主的な組合運営や生産活動も生産者にとっては簡単ではないことも多く、自力でフェアトレード認証の維持が困難な団体に対し、現地スタッフやコンサルタントを使って支援している。ドナーからの資金用途を任せられることでFLOは、特定の生産者組織への迅速な支援といった短期的なニーズと同時に、グローバルに運動を拡大していく長期的で大きな視点、



双方において活動の展開が可能になり、フェアトレード運動の拡大が期待される。

質問: 森林プロジェクトは、エチオピア政府からの要請か? 日本からの提案か?

回答(西村): エチオピア政府からの要請

質問: 森林プロジェクトはなぜレインフォレスト・アライアンスを選択したのか? 世界遺産という選択肢はなかったのか。

回答(西村): 議論した。エコツーリズムも含めてポテンシャルがある。但し、世界遺産となると国家プロジェクトとなり、関係機関との調整を含め、技プロの中で完結することは難しいことが予想された。更に、ヒトが立ち入ることにより森が荒廃することも配慮した結果、プロジェクト期間内に実施可能な最も相応しいプログラムとして、森林コーヒーに注目した生計向上支援(レインフォレスト・アライアンスの認証取得)を選択するという結論に至った。

質問: フェアトレードの概念が、日本で今もって実務的に広がらない理由は?

回答(中島): 答えはひとつではない。もっとも大きなポイントは、欧米と違い、日本は教育の現場で知らしめられていないというのがある。

質問: 現地の生産組合が、いつもフェアで民主的とは限らない。企業に対し、フェアトレード認証を授与するという視点はないのか。

回答(中島): フェアトレードでは、基本的に小規模生産者組織を対象としているが、紅茶など伝統的にプランテーションで多く生産されているいくつかの産品の場合は、労働者を雇用して生産している企業体も対象。。また、生産組合であっても問題があり、一定期間で改善されない場合には認証取消ということもある。

まとめ(白鳥清志): 今日の中島さんより、フェアトレード・ラベルという消費者側からの取組み、西村さんからエチオピアの森での生産者とそれを支援する JICA の生産者側への取組みについてお話いただいた。お二人の講演および参加者との質疑応答から、生産者の生計を保証することは、食料や環境の観点からも、我々の未来への投資であることを学んだ。同時に、お二人の取組みは、ビジネスを基本にしていることを忘れてはいけない。認証が取れても、生産者による品質や組織的な取組みが維持されなければならないし、輸入側の生産者支援も含めたコミットメントが無ければ、それが長期的に持続する保証はない。さまざまな支援制度の活用、いろいろな機関による事業の連携、行政や政治への効果的な働きかけ、長期的な支援などが重要であろう。フェアトレードの必要性や、生産者支援への理解をひろく市民に広げるには、よりわかりやすく、効果的なアプローチを考えていくことが肝心だ。

以上

## 添付資料

### 関連ウェブサイト

1. アフリカ理解プロジェクト <http://africa-rikai.net>
2. フェアトレード・ラベル・ジャパン(FLJ) <http://www.fairtrade-jp.org/>
3. JICA エチオピアレテ・ゲラ住民参加型森林管理計画  
<http://www.jica.go.jp/project/ethiopia/0604584/>

### 日本のコーヒー関連団体

1. 全日本コーヒー協会 <http://coffee.ajca.or.jp/index.html>
2. 日本サステイナブルコーヒー協会 <http://www.suscaj.org/>
3. 日本スペシャルティ・コーヒー協会 <http://www.scaj.org/>
4. 全日本コーヒー商工組合 <http://www.ncraj.org/>
5. 日本インスタントコーヒー協会 <http://coffee.ajca.or.jp/instant/>

### コーヒー認証団体

1. グッドインサイド認証コーヒー:グッドインサイド(UTZ CERTIFIED 'Good Inside')  
<http://www.goodinside.jp/>、<http://www.utzcertified.org/>
2. コンサベーションコーヒー:コンサベーション・インターナショナル(Conservation International)  
<http://www.conservation.or.jp/>、<http://www.conservation.org/>
3. バードフレンドリーR:スミソニアン渡り鳥センター(Smithsonian Migratory Bird Center)  
<http://www.si.edu/smbc>
4. フェアトレード認証コーヒー:国際フェアトレード・ラベル機構(Fairtrade Labeling Organizations International) <http://www.fairtrade-jp.org/>、<http://www.fairtrade.net/>  
<http://www.flo-cert.net/flo-cert/index.php> (認証機関 FLO-CERT)
5. レインフォレスト・アライアンス認証コーヒー:レインフォレスト・アライアンス(Rainforest Alliance)  
<http://sustainablefarmcert.com/>

### 参考となるその他のウェブサイト・書籍

1. (株)ユニカフェのコーヒーミュージアムのページ  
<http://www.unicafe.com/CoffeeLife/museum/index.html>
2. グローバル化と途上国の小農 重富 真一 編、2007年発行、ISBN978-4-258-04560-0、日本貿易振興会 第1章が児玉由佳さんによる「エチオピアのコーヒー生産者とフェアトレード・コーヒー協同組合の事例から」です。
3. フェアトレード学生ネットワーク(FTSN)  
<http://www.ftsnjapan.org/>
4. 長坂寿久 編著、2008年発行、『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