

# 第 4 回 コーヒー勉強会報告書

『フェアトレードはアフリカの農村発展に役立つ？』

—生産者の課題と消費者の役割—

開催日時：2009年12月19日（土）10:00-12:00

開催場所：東京しごとセンター5階セミナー室



## アフリカ理解プロジェクト

# 『フェアトレードはアフリカの農村発展に役立つ？』

## －生産者の課題と消費者の役割－』

講師：近畿大学農学部 池上甲一 教授

\* 以下は、当日の講演をアフリカ理解プロジェクトが取りまとめたもので、文責はアフリカ理解プロジェクトにあります。

私(池上)は 1989 年以降タンザニアをとおして、アフリカの問題や南北問題を見てきた。オルタナティブトレードという用語はフェアトレードに変わってきたが、やはり「もう1つの経済」の枠組みを提示したいと思っている。生産者、パイヤー(フェアトレード組織)、消費者、これらの緊密な連帯関係が必要だと考えている。今日の講義は3つの部分から構成されている。一番目は世界の貧困問題を指標からみる。二番目はキリマンジャロのコーヒーを生産する村々の様子。三番目に日仏の消費者の購買意欲に関する調査から、フェアトレードへの認識の違いを述べる。

### 世界の貧困問題とフェアトレードの登場

世銀による新しい貧困指標がある。これまでの1日1ドル以下という指標では、貧困は順調に減っているように見えるが、これには中国の発展の影響が大きい。新しい基準の1日1.25ドル以下でみるとほとんど減っていない事が分かる。東アジアは新しい基準に照らしても順調に減っているが、南アジアは横ばい、アフリカでは増えている(Shaohua Chen & Martin Ravallion, 2008)。サブサハラと南アジアの地域の今後を見ていかななくてはいけない。MDGsの第1目標である貧困の半減に関しては、世界全体では達成可能かもしれないが、貧困層の絶対数はなお多いうえ、サブサハラはこれまでと同様に貧困層が50%を占めているだけでなく、更なる悪化も予想される。アフリカの中でもナミビアや南ア、ガボンなど資源が取れる国は経済成長が見られる(The World Bank, 2009)。しかし格差の広がりを示すジニ係数はナミビア、南アなどで高くなっている。

栄養不足人口は減ってきているといわれていたが、2007年の穀物価格の高騰、2008年の経済危機で栄養不足人口は増えた。2009年の食糧安全保障サミットでは10億人に達していると指摘された。これは衝撃的な数字だと思う。貧困と飢餓、南北問題などの構造が固定化し、貧困国はいつまでも富裕国に追いつけない状況にある。このような背景からフェアトレードの考え方が発展してきた。

フェアトレードは「国際貿易における衝平、限界的生産者・労働者の交易条件改善と生存権の保障」の

ためにあるが、途上国生産者のエンパワーメント、貧困削減のツールとしてフェアトレードを使うという点が忘れられ、上手く機能していない現実があるのではないかと思う。市場価格への上乗せ(プレミアム)は、再生産を可能にするもの。個人ではなく、組合等の組織づくりが必要なのに社会プレミアムの前払いの制度も実際にはきちんと機能していないこともある。

2005年にオックスフォードで開かれたフェアトレード会議では、フェアトレードをメインストリームにするのだという雰囲気になり、フェアトレード商品をスーパーでたくさん売っていくという考えが支配していた。しかし2009年11月に同じくオックスフォードで開かれた会議では、話し合いのテーマはフェアトレードの正当性をどう保障するかが変わっていた。メインストリームだけではダメなのではないかとの考えがでてきていた。フェアトレードもどきのラベリングや、ネスレなどによる独自認証といった問題が生じ、フェアトレードについての危機意識が醸成されてきた。今後、フェアトレード・セクターとして、生産者、バイヤー、卸業、加工業の間に緊密な連携関係を作っていく必要がある。

FLOは個別の製品ごとに認証する制度で、生産者を交えて基準を時々変えている。WFTO(World Fair Trade Organization、旧IFAT)は組織を認証する制度で、10の原則を基準に、100%のフェアトレードを認証する制度だとしている。

#### タンザニア・キリマンジャロのフェアトレード

キリマンジャロのコーヒーは、モシでのオークションにかけられるが、価格はNYのコーヒー相場と連動して決まる。キリマンジャロのコーヒーの歴史は古い。コーヒーの木は、剪定して側芽を出すなどの管理が必要だが、90年代にコーヒー価格が暴落し、手入れしなくなってしまう生産者が多い。また2002年の大暴落でコーヒーの生産をやめてしまった人も多い。タンザニアにおけるキリマンジャロ産の割合が低下し、日本に輸入されるキリマンジャロ・コーヒーは実は他地域での生産のものが多い。

KNCU(キリマンジャロ原住民協同組合連合会)が政府の補助で農薬や化学肥料を配っていたが、政府からの援助がなくなり、農薬の配布がなくなった。コーヒーは虫が付きやすい、病気が多く、農民は農薬がないとコーヒーは育たない、と思っている。コーヒー生産を支えてきた組合は、財政難や協同組合制度の変化などにより二転三転してきた。価格が多少持ち直してきた現在は、農民の間にも対応差が出てきている。

キリマンジャロ山にはチャガ民族が、高度1000-1800mの山腹に住んでいる。水が多くマラリアも少なく、夜は寒く、多くの人々が暮らしている。山の斜面を巧みに使い、豆類、ヤムイモやコーヒー、バナナ、樹木を多層的に栽培している。このキハンバシステムは換金作物と食糧作物を融合した農業。家畜からの堆肥、コーヒーの皮なども畑に入れて有機物が循環するシステムとなっている。

90年代のコーヒー価格暴落のショックから立ち直り始めていたコーヒー生産は、2002年のコーヒー価格大暴落で生産農家が激減した。コーヒー生産をやめてしまった人の中にも、農地に余裕がある場合にはコーヒーの木に手を入れずに放置しておき、コーヒー価格が上がったらまた生産しようという人たちとコーヒーの木を切ってしまうほかの作物に転換してしまった人たちとの違いがある。最近になって生産農家の数はやや盛り返してきている。



#### ・キハバシステムの変容とコーヒーの地位の後退

貨幣システムの浸透でバナナが全国に流通するようになってきている。ケニアとの国境近くのロンボ地方(ムレレ)にはバナナの買付人が多数やってきて、ダルエス サラムの市場に持って行く。バナナはこれまで自家消費かポンベとよばれる地酒にするだけだったが、市場価値が上がり、チャガ民族の女性たちの経済的地位も上がってきている。バナナに特化した農家も出てきた。

IFADのプログラム(農業流通システム開発プログラム)の支援で、コーヒーの苗木生産と販売を行うグループが結成されたほか、(南ア人の農園や農民グループ、元普及員のボランティアなども苗木の生産と配布を始めている。

キリマンジャロのフェアトレードはKNCUを窓口として展開してきた。キリマンジャロで最初のフェアトレード会議を主催したのもKNCUである。KNCUの取引相手はイギリス、ドイツ、スイスのフェアトレード団体、ATJなどである。ところが、協同組合制度やコーヒーの買付や輸出に関する免許制度の変更によって、KNCUの独占的地位は大きく揺らぎ、コーヒー豆の買付量が激減している。この過程で、KNCUの運営に不満を持つようになったいくつかの単位農協は別の連合組合組織(G30)を結成し、独自にコーヒー豆の買付免許を取得している。

コーヒーの価格は、通常のコーヒーが1000kgあたり2080ドル、スペシャルティコーヒー(普通のフェアトレードコーヒー)が2250-2300ドル、オーガニックコーヒーが2300-3000ドル。スペシャルティコーヒー、オーガニック(オーガニックの認定はドイツが行っている)は、買い付けが増えているが、買付量全体に対する割合は低い。単価は高いが農民はそんなに魅力を感じていないからである。何よりも、オーガニックなので気候、病虫害の影響を受けやすいし、大量に買ってもらえるかどうかかわからないからだろう。KNCUは担当者を配置

して農民への説明をして回っているが、実際に農民に聞くとフェアトレードについて何も知らない者が多いのが実情だ。

フェアトレードの窓口である協同組合が分裂してしまっているのも問題である。KNCU、KNCU を飛び出した G30、そして、アルーシャの組合連合を通してフェアトレードを行う単位農協の 3 者がフェアトレードコーヒーを扱っている。生産者組織の現状は、地域の政治状況などによって一枚岩ではない。価格プレミアムがどこまで農民個人に還元されているかわからず、フェアトレード以外の売り方との違いもあまり見えていない。社会開発プログラムとしては奨学金、コーヒーの加工用機械を購入したと言っているが、実際にはどこに行ったかよくわからないケースもある。

フェアトレードの前払いもきちんとされておらず、農民には通常販売(モシ市場に持ち込まれる)との差が見えにくい。一方で、フェアトレードのバイヤーにとっては生産量が少ない上に、変動も大きいので安定した調達先として考えにくい。生産地のフェアトレード団体が一つの理念のもとに生産者を引き付けることができるように運営と財政両方の能力を強化し、また社会開発プレミアムの使い方にも透明性が求められる。認証に伴う費用も課題だが、農民にフェアトレードの考えを浸透させていくことが重要だ。

## 消費者の購買方式

2006 年に行った調査では、福岡、高松、鳥取、大阪、東京などで約 1000 人にアンケートを配布した。2006 年の段階ではフェアトレードは日本の消費者にはあまり知られておらず、フランスと比べて雲泥の差であった。2008 年のチョコレボ<sup>1</sup>によるネット調査<sup>2</sup>ではフェアトレードの認識率は 17.6%だったが、現在ではもう少し浸透してきているのかもしれない。去年はセンター試験の英語にフェアトレードのことが出たりしているので若者にはもっと知られた存在になってきているが、主力の購買層にはまだ広まっているとは言えない。日本では野菜を購入する際に価格志向が強いといわれていたが、アンケート結果はそうでもなかった。日本では鮮度や安全が重要視される。外観や安さは思ったほど多くなかった。コーヒー・紅茶では、フランスの消費者は産地や生産者を重要視するが、日本ではそうでもない。日本ではスーパーでの購入が多いがフランスでは朝市や直売、専門小売店が多い。

フェアトレードの目的は、購買行動で企業などの経済行為に影響を及ぼすこと。フランスでは、ある商品の購入をボイコットすることもあり消費者がスーパーなどの小売店に影響を与えることができると考える人が多い。それに対して日本ではあまりそういう経験もなく、消費者の力を過小評価する傾向が強い。さらに、消費者の社会的責任というアイデアは日本ではまだまだ支持されていない。

<sup>1</sup> <http://www.choco-revo.net/>

<sup>2</sup> 2008 年の調査 [http://www.choco-revo.net/pdf/pr\\_chocorevo\\_08ftreport\\_081211.pdf](http://www.choco-revo.net/pdf/pr_chocorevo_08ftreport_081211.pdf)、2007 年の調査 [http://www.choco-revo.net/pdf/ftreport\\_chocorevo.pdf](http://www.choco-revo.net/pdf/ftreport_chocorevo.pdf) 調査の詳細な結果は、チョコレボ事務局より購入することが可能。

## まとめ

理論的な面で、フェアトレードはかなりの可能性も持っているが、生産者側の組織の運営、組合員の自治への参加、生産量の安定、品質を高める自己組織化などが課題となっている。アフリカでは協同組合自体が過去にあった不正などにより、農民から不信感を持たれている。農村の自立はまだまだ初期段階である。組織への支援をし、安心して提携、売れる関係を作ることが必要だ。そのためには、落下傘型でも地域に張りつく形のフェアトレード団体が重要だろう。フェアトレードの認証にも問題がある。農民は作業記録をきちんと取ることが要求されるが、小規模で貧しい農民や寡婦世帯ではそうした余裕がない。このため、認証型フェアトレードは結果的に中流以上の農民しか相手にできない仕組みになっている。底辺の小農民では文字が書けないことも、記録を付ける紙さえ買えないことも多い。これではフェアトレードが本来対象とすべき限界的な農民を排除してしまいかねない。

日本の消費者の力を醸成していくことも大事である。イギリスやヨーロッパの消費者は公正性の価値観を健康への安全性よりも高く位置づけている。日本は自分自身に直結するような健康、安全、環境には関心が高く、公正という考えは低い。このような効用についての調査を計画している。モデルを使った計量分析も行い、日本の消費者の特徴を明らかにしていきたい。消費者の力を高めていくためには連帯や振り返りにより、アフリカに対する想像力を膨らませていくことが大事だ。みんながみんなアフリカに行けるわけではない。だから、フェアトレードの商品に FLO ラベル以外の情報をどのような形で盛り込むのかとくに大切になる。さらに消費者・生産者の共同出資会社のようなビジネスモデルを考えていくことも大事だ。生産者と共同出資をして立ち上げたディバインチョコレート<sup>3</sup>やプログレツソ<sup>4</sup>などの事例がすでにある。日本人も同様の対応ができる消費者になってほしい。

### ● 質疑応答

【Q1】貧困を解消しようとしている対象者が、フェアトレードと言うツールを理解していないのは、そのツールがニーズにはあわないモノなのではないか。フェアトレードのような開発のアイデアが、常に援助する側から出てくるが、それが本当に途上国の人たちが必要とされているものなのだろうか。

【A1】(フェアトレードの)そもそもの出発点は欧米のチャリティーの考え方から。それがオランダの反自由貿易運動と UNCTAD の「援助でなく貿易を」という主張と合体していく。しかしながら欧米由来なので慈善主義的な要素も否めない。貧困削減のために使えるか、というのはやり方次第。タイのある北部山岳地域ではフェアトレードが農民にとっての選択肢の一つとなり、より高い収益を得られるように普通のパイヤーか、フェアトレードかを選択できるようになった。しかし多くの地域ではまだまだうまくいっ

<sup>3</sup> <http://www.divinechocolate.com/>、 <http://www.fttc-jp.org/link/divine/index.html>

<sup>4</sup> <http://www.progreso.org.uk/index.html>

ていないのが実情だ。今の認証型の仕組みでは、相手にできているのが中クラス以上の生産者で、限界的な貧困層が参加しにくいこの限界を乗り越えるためには、認証型のフェアトレードまでの助走期間を支え、品質向上やマーケット交渉力の向上などに共同して取り組むような段階的なフェアトレードの仕組みができるといいのではないか。ファイナンスについては連帯税のような動きとの連動可能性を探ることも考えられてよいと思う。

【Q2】まとめのスライド1の農村の自立、とはどういうことか。他の部分でお話しされた一緒に入り込んでいく、というのと矛盾する気がする。フェアトレードに関してどこがサポートするべきか、FLOが機能していない気がするがどうしたら良いのか。

また、チョコレボのフェアトレード意識調査は2008年11月に行っていて17.6%の認知度だった。どうやって伝えればいいのか、どこに住む、何歳代の、性別でどの言葉に反応するかもまとめて一冊の本として販売しているのでご参考頂きたい。

【A2】農村の自立は目的であって、そこに至るまでの基盤の確立や能力向上のために現地に入り込んでしばらくプロジェクトをやっていく方法が考えられる。自立とはそれなりにマーケットに出て行って交渉できるようにすること。なかなかうまくいっている例がないが、フィリピンのネグロスやネパールでの例がある。購買でどの言葉に消費者が引き付けられるかなどは、フェアトレードのマーケティング方法にもよるだろう。日常業務で手いっぱいフェアトレード団体が一緒にお金を出してフェアトレード推進啓発事業をやっていくことはなかなか難しいだろう、さしあたり、実際に動いている研究者の勉強会を母体としてプラットフォームを作っていくことは可能だと思う。FLOの貧困層支援については、モニタリングの旅費や滞在費の補助ぐらいしかできていないのが現状。

【Q3】コーヒーの販売のグラフ。90年代の初めに販売が減り、価格が下がっていたので、最低価格保証してくれるフェアトレードが目立っていたのではないか。その当時の様子を知りたい。価格が全体的に上がってきている今は難しいのではないか。むしろ、味などへの認証が高まると生産者の意識も上がると考えられるがどうか。価格が持ち直してきているのに組合のほうではKNCUによるコーヒー購入量の推移が変わっていないのはどうしてか。

【A3】90年代はようやくEFTA(欧州自由貿易連合)が出来た頃で、フェアトレードが広がってくるのは2002年のコーヒー価格の暴落がきっかけになっている。70、80年代もそういった考えはあったが、資金繰りができずたくさんフェアトレード団体が潰れてしまった。その立て直しが90年代の特徴。2000年代に入ってOxfamが貿易の公正を訴えるキャンペーンをし、フェアトレードが広がった。中南米では、コーヒー価格の暴落にもかかわらず、小売価格が変化しない理由を中間業者の搾取に求めて、その排除をねらう動きが拡大した。その頃からスーパーやスイス・マクドナルドなどでフェアトレードコーヒーを販売・利用し始めたことでフェアトレードが日常的なものになってきた。キリマンジャロでも2001年の初めにフェアトレード会議が開かれた。しかし生産者側の参加者は組合の役員レベルで、普通の組合

員には特段の説明はなかったし、今もそれは変わっていない。高い値段でもどこが買ってくれるのかもわからないし、高い価格を本当に払ってくれるのか不安に思うことも多い。通常のオークション販売の仕組みでは、たとえば価格が 1200 シリングだとすると、まず初めに 800 シリングが払われ、市場の様子を見て 200 シリング、そしてそのあとに 200 シリングと分けて支払われる。この追加払い(ボーナス)を楽しみにする農民も多い。一括支払いだとボーナスがないので、民間業者は嫌だという声もある。免許制度が変わってフェアトレード団体も直接輸出できるようになっているが、世界のフェアトレード市場にどう結び付けていくのかが課題となる。

また KNCU のコーヒー買付量が減少したまま横ばい状態であることに関しては、何よりも農民が KNCU を信用していないからである。その背後には様々な歴史的な積み重ねがある。KNCU 以外の協同組合、つまり G30 がどれくらい購入しているのかはまだ調査できていない。モシのグラフはキリマンジャロだけではなくタンザニアのあちこちから集まってきているコーヒーの合計になっている。

【Q4】味とかの認証はどうなのか。まずいフェアトレードを作るのはよくない。消費者はおいしい、ということでレポートしてくれるのでは。

【A4】おいしい品質を生産者側で保っていくことで買い続けてもらえる。まずい、高いでは買ってくれない。品質向上に自覚的に取り組むような仕組みが必要だ。タンザニアで品質向上のコンテストをやったユニカフェさんはその好例だろう<sup>5</sup>。現地に行って品質向上をやっているのも新しいタイプのフェアトレードへの取り組みではないかと思う。

【Q5】コーヒー・紅茶の選択基準。味はグラフのどこにあるのか。コーヒーではクラスがあり価格に反映、クラスをあげることへの指導、農協が指導できないのなら農協を立て直すべきではないのか。

またフェアトレードは、なぜチェリー 1kg 20 円がカップになると 4-5 ドルになる、生産者が搾取されてという点から始まったのではないか。フェアトレードを生業とすると経費がかかる。Oxfam などの訪問経費を生産者が払っているのでは良くないのではないか。やっぱり白人が入ってきて勝手に何かやっているとした映っていないのではないか。現状は、フェア



<sup>5</sup> <http://www.unicafe.com/CoffeeLife/hangup/01beans.html>

トレード制度が生産者からも消費者からも搾取しているのではないか。

自由貿易化の教育が大切なのではないか。リカバリ:生産性、20g のチェリーが 1/7 になってしまう、何グラムのコーヒーになるのか、そういった教育も必要なのではないか。流通のコストが仕入れ価格の 6 倍などとも言われている。認証団体が頑張るほど矛盾にはまってしまうのではないか。

【A5】認証ビジネスに関しては実は反対だ。フェアトレードに限らず、認証という仕組みには根本的な問題があると考えているからだ。もちろん、認証料、ライセンス使用料で成り立つビジネスは、生産者も消費者も縛ってしまいかねない。認証とラベルに代わって、情報、公正性を伝え、認知させる方法を考えていかなければならない。

味のクラシフィケーションは、オークションでも AA のようなグレードとして採用されている。しかし高い評価を得ても、そのことが生産者への支払いには直接反映されない。各生産者ごとの分別ができていないためだ。オーガニックのスペシャルティコーヒー（取り扱い量は1-2%ほどしかない）は直接輸出なのできちんと分別できているが、扱い量が少ないので全体の収入にはあまり影響しない。つまり、品質向上のインセンティブが乏しいのである。また付加価値部分については、焙煎業界、加工業界、水洗の作業など、それぞれの工程にどれぐらい配分するかという問題もある。KNCU は職員が一時期 3000 人ぐらいいたのが今では 5、60 人にまで減った。生産者を指導するフィールドオフィサーの数は不足しているし、テイस्टینگ出来るようなスタッフもない。それはむしろタンザニア・コーヒーボードの役割になるだろう。

初期のフェアトレードは中間業者を排除して生産者に高く、消費者に安くの方針でやっていたが、今はその認識は減ってきている。フェアトレードの経済学的な意味はリスク負担の移転にある。とくに熱帯産品の場合には、価格低下などのリスクが生産者側に押しつけられている。フェアトレードはその仕組みを変えて、フェアトレード団体と消費者がリスクを負担しようとしている。この意味で、生産者も含むフェアトレード・セクターの形成が今後の重要な課題だと考えている。

- 主催者

遅々としてはいるが、フェアトレードは存在感を増しつつある。日本の消費者が世界で何が起きているか知り、マーケットに影響を及ぼしていく存在となるべきなのではないかと思う。今後ともアフリカ理解プロジェクトではそのためのきっかけを作っていきたい。

以上