

## グループ B

# フェアトレードと人権保護

グループ B : 近藤 菜海

田中 実乃梨

寺本 真子

吉田 江梨花

## 目次

### はじめに

#### (1)人権侵害に関する労働問題事例

##### ①N I K Eのスウェットショップ問題

##### ②A s i c sのサプライヤー工場崩落事故

#### (2)人権とは

### 2 フェアトレードとは

#### (1)フェアトレードの定義

#### (2)フェアトレードの仕組み

#### (3)フェアトレードの種類

### 3 フェアトレードの価格形成

### 4 プレミアム

### 5 フェアトレード市場

### 6 フェアトレードの事例

#### (1)ペルーのコーヒー農家

#### (2)ユニリーバのフェアトレード

#### (3)ACEのフェアトレード

#### (4)考察

### 7 フェアトレードの課題

### 8 おわりに

## 1. はじめに

私たちが気づかないうちに手にしている商品の裏側では、ただ同然で働き、貧困にあえぐ途上国の生産者たちがいる。生産者は貧しさの中、生き延びるために子供たちまでも働かせ、子供たちは教育を受ける機会を奪われている。そこで、私たちはそのような子供たちや途上国の生産者の権利を保護するためにはフェアトレードが必要なのではないかと考えた。では劣悪な労働条件のもとで起こった人権侵害にかかわる労働問題とは何があるだろうか。

### (1)人権侵害にかかわる労働問題事例

#### 事例① N I K E のスウェットショップ問題

1990年代半ば、ナイキのインドネシアやベトナム、東南アジア等生産委託先工場における、強制労働、児童労働、低賃金労働、長時間労働、セクシャルハラスメントの問題が露呈した事例である。ナイキの関連工場において労働者が虐待を受け、搾取されているという訴えが広がった。このことに対し、消費者はナイキの製品に対する不買運動を行い、ナイキが企業として社会的な信頼を回復させるためには多くの時間が必要となった。<sup>i</sup>

#### 事例② A s i c s のサプライヤー工場崩落事故<sup>ii</sup>

2013年4月、バングラディッシュにあるA s i c s の生産委託先工場であるビルが崩落し、死者1100名を出す大惨事が起こった事故である。これはビルを違法に5階以上を建て増しし、資材の重さに耐えきれず崩落したとみられており、劣悪な労働環境が見て取れる。また、同時に低い生産コストの影で劣悪な労働条件や搾取の実態を指摘される事態にもなった。この工場で働いていた生産者は危険な労働やきわめて低い賃金で働かされているということを述べており、政府がこれまで一度も会社の検査を行っていないということも明らかになった。

これらの事例から企業はサプライチェーンの労働者の働く労働環境の権利の保護にも責任を果たさなければならないと言える。労働者の人権を守るためにはフェアトレードを有効的に取り入れるべきであるのではないだろうか。

## (2)人権とは

人権とは、人間が人間であるということに基づいて当然に権利を有するという考え方のことである。先進国の人々も、途上国の人々も同じように人権を有しており、そのどちらともを誰もが侵害することはできない。先に述べた人権侵害に関する労働問題の事例からは、委託先工場で働いている人々の人権を侵害していると言うことができる。ここでは人権を「誰もが同じようにフェアな状況で当たり前の生活を送る権利」と定義づける。よって、子供が労働することや、安い賃金で働かされることなどは人権を侵害されていると言える。子供はしっかりと教育を受ける権利を持っており、また労働に見合わない賃金で働くことはフェアな状況ではないのである。

## 2. フェアトレードとは

### (1)フェアトレードの定義

開発途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に購入することにより、立場の弱い開発途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指す「貿易のしくみ」のことである。「フェアトレード」、直訳すれば「公平な貿易」。現在のグローバルな国際貿易の仕組みは、経済的にも社会的にも弱い立場の開発途上国の人々にとって、時に「アンフェア」で貧困を拡大させるものだという問題意識から、南北の経済格差を解消する「オルタナティブトレード：もう一つの貿易の形」としてフェアトレード運動が始まった。<sup>iii</sup>

### (2)フェアトレードの仕組み

フェアトレードは主に4つの団体によって形成される貿易である。フェアトレードの仕組みは以下の図によって表すことができる。

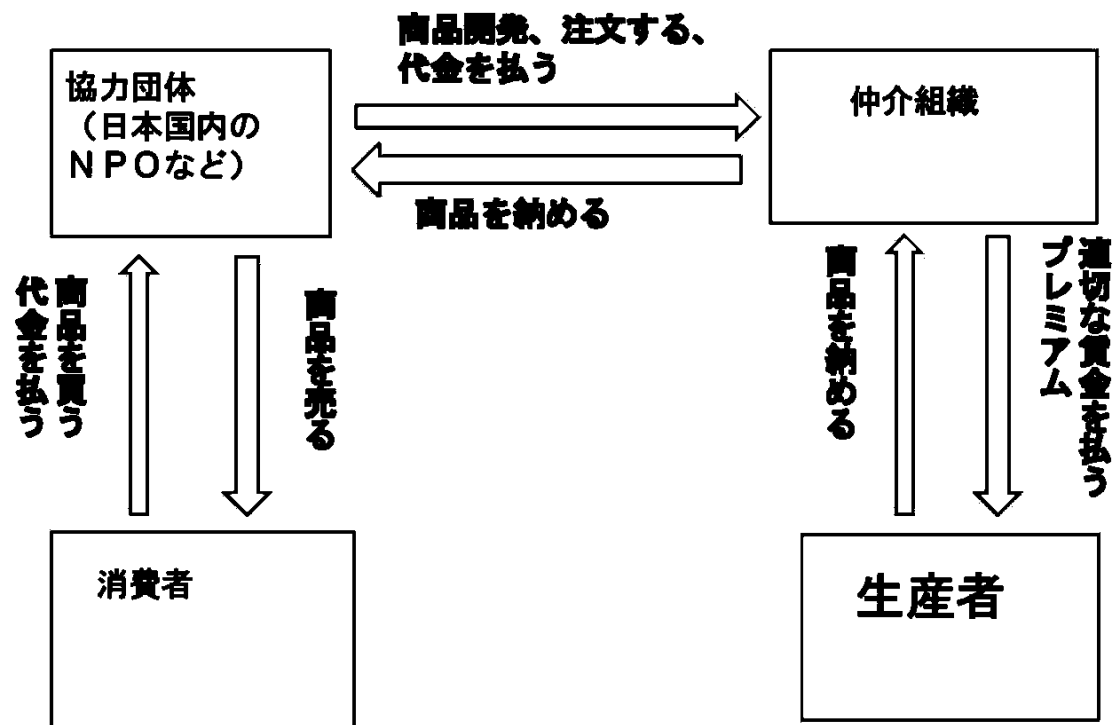


図1：フェアトレードの仕組み

### (3)フェアトレードの種類

フェアトレードには3種類存在する。<sup>iv</sup>

#### ①国際フェアトレード認証ラベル

- ・製品に対するフェアトレード認証…製品が国際フェアトレード基準を順守していることを表明するものである。
- ・第三者機関による定期監査を実施する。

#### ②フェアトレード団体マーク

- ・団体に対するフェアトレード認定
- ・団体広報物へのマーク掲載が認められているが製品へのラベル掲載には別途認証の取得が必要である。

### ③その他のフェアトレード

- ・各企業や団体が独自に基準を設定しているものであり、日本では多く見られる。
- ・生産者と直接的に取引することが多い。

## 3. フェアトレードの価格形成

フェアトレード認証基準は食品だとバナナ・カカオ・コーヒーなどまた、非食品については綿・スポーツボールなどに備えられており、基準を満たせば世界共通の「フェアトレードラベル」を利用できる。価格形成の基準としては2つ存在する。1つめは最低価格が定められているという点である。最低価格の保証国際価格が降下しても生産者はそれに翻弄されずに、セーフティーネットを得ることができる。2つめはフェアトレード・プレミアムの支払いである。これはプレミアムとは奨励金とも呼ばれており輸入組織により品物の代金とは別に支払われるプレミアムは、組合や地域の経済的・社会的・環境的開発のために使われる資金のことである。<sup>v</sup>

## 4. プレミアム

プレミアムの使途は、生産者組合によって民主的に決定される。小規模生産者は、主に機器の購入、品質や収穫高を向上させるためのトレーニング、組合運営に必要な設備の整備などに使用されている。一方で、工場や農場で働く労働者は、公民館等のコミュニティー発展のための設備の充実、学校の整備、奨学金制度等の教育に使われる事が多いのが特徴である。また、フェアトレードの取引量が多い地域ではプレミアムの受取額は高くなるため、地域によってその金額には差が生じる。ではそのプレミアムはどのように使い道を決め、実際にどのようなことに使用されているのだろうか。

### ①プレミアムの使用用途の意思決定

プレミアムは個人ではなく、その生産者組合に与えられるものであるため、その使い道は民主的に決定される。ある一部の人々が権利を行使して個人の利益を追求するのではなく、その生産者組合全体への利益や、組合の発展のために、いわば「みんなのため」ということに重点を置いて使用用途の意思決定を行う。

### ②プレミアムの具体的な使い道

プレミアムの出資カテゴリーは以下の通り<sup>vi</sup>である。

1. コミュニティ・・・地域開発プロジェクト；コミュニティのインフラ（エネルギー・水の供給、道路の建設、公共建設）；コミュニティ貸付金制度；コミュニティの災害救済；コミュニティの設備への投資と慈善基金；社会的弱者への支援；コミュニティの行事や祭りに対する支援金。
2. 教育・・・学校設備；教材・奨学金；授業料の支払い；教員の養成；大人の教育
3. 環境・・・有機認証の取得；環境と廃棄物の管理；環境開発事業
4. 衛生・・・クリニック；健康保険；医薬用品；公衆衛生
5. 男女平等・・・女性の所得創出プロジェクト；女性のための教育研修；女性の健康
6. ビジネス／組織の発展・生産性・加工への投資・・・こちらのカテゴリーは生産者組合がビジネスの発展を加速するために投資しているさまざまな方法を含んでいる。生産者組合の場合農民団体の発展と強化をはかる投資（例 組織のメンバーとマネジメントの訓練）；内部統制組織と品質管理の開発；組織のインフラ整備と備品の購入（例 再処理施設、商品保管所、貯蔵設備、品質管理所など）；組織の費用、輸送、経営；認証費用の支払い個人農家の場合生産量増加・品質向上・業務多様化・安全確保・有害生物管理などのための投資、工具・器具の購入、能力構築とビジネス面での労働者/農家への教育
7. メンバーへの現金支払い・・・生産者組合を構成する農民メンバーへ現金支払いやボーナスの支払い。以上のカテゴリーに含まれていない、その他の直接的な財政支援
8. その他・・・財政投資と生産者組合の資本家；以上のカテゴリーに含まれていない、そのほかの用途

## 5. フェアトレード市場

フェアトレード認証製品の市場規模はここ数年 10～30 パーセントの割合で増加していると言われている。以下の二つのグラフはフェアトレード市場の世界の推移と、日本の推移の変化を示したものである。

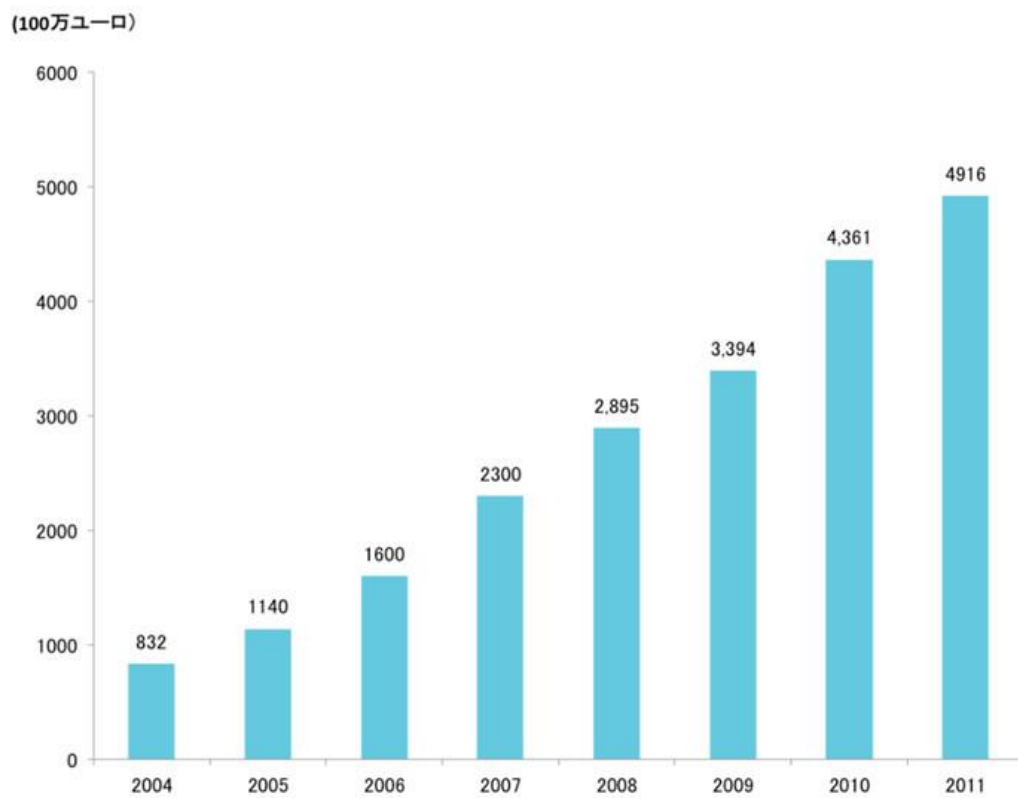


図2：世界フェアトレード認証製品市場の推移



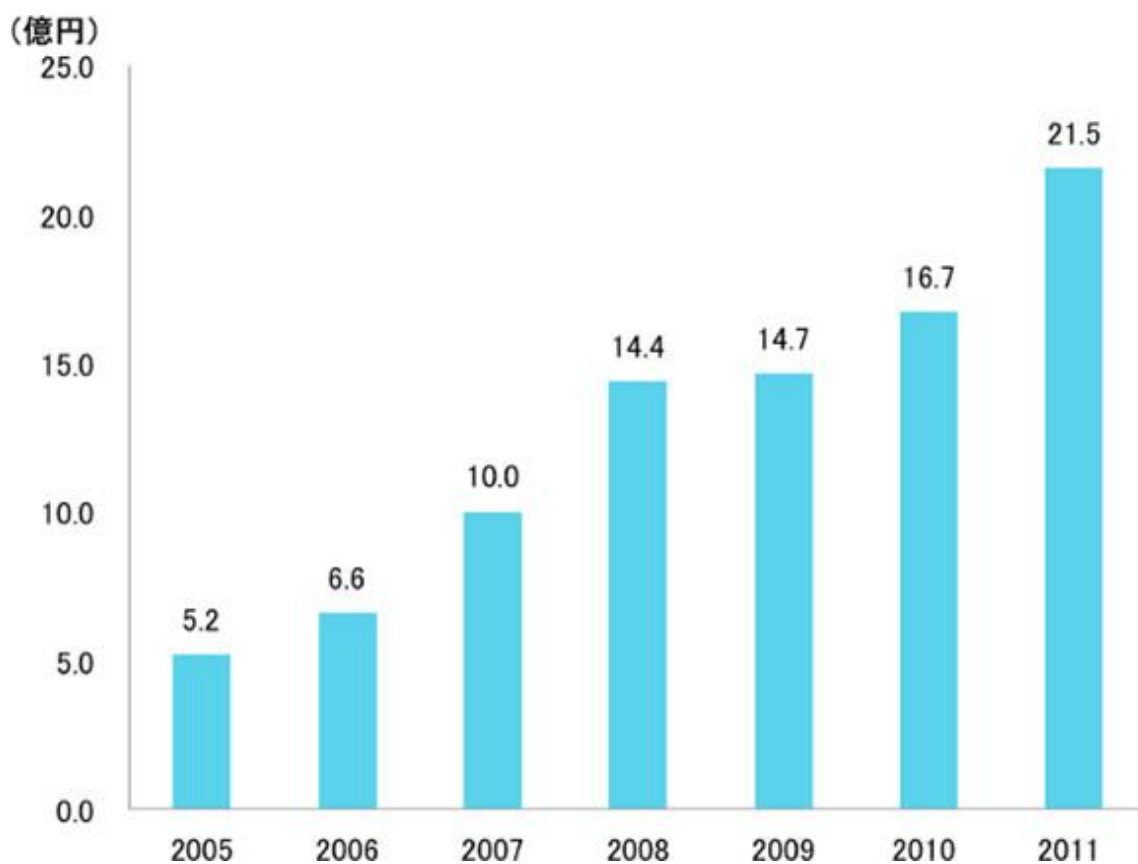


図3：日本国内におけるフェアトレード認証製品市場の推移

図2、図3からはどちらもフェアトレード市場は成長しており、今後ますます拡大されていく傾向があることが分かる。

## 6. フェアトレードの事例

### (1)ペルーのコーヒー農家

2011年にフェアトレード農家は非フェアトレード農家より高い収入を持った。フェアトレード農家は生産を増大させた。2011年には平均して、非フェアトレード農家は7.1袋、一方フェアトレード農家はより早く、7.25袋のコーヒーを生産した。その間、非フェアトレード農家は従来のコーヒーを生産し、フェアトレード農家は有機のコーヒーを生産できるようになった。普通、従来の農業の生産性は有機の農業の生産性より高いはずだが、ここでは、有機のコーヒーが上回っている。ただし、生産性の違いはコーヒー畑の大きさや、地理的要因に起因しているかもしれない。

また、同じ地域でフェアトレード農家に対してフェアトレードの影響について、インタビューが行われた。農夫たちは価格や総収入、確保収入が安定し、生産に投資することができた、などと述べており、フェアトレードの影響が大きいことがうかがえる。

2005年と2011年のペルーのコーヒー農家の収入

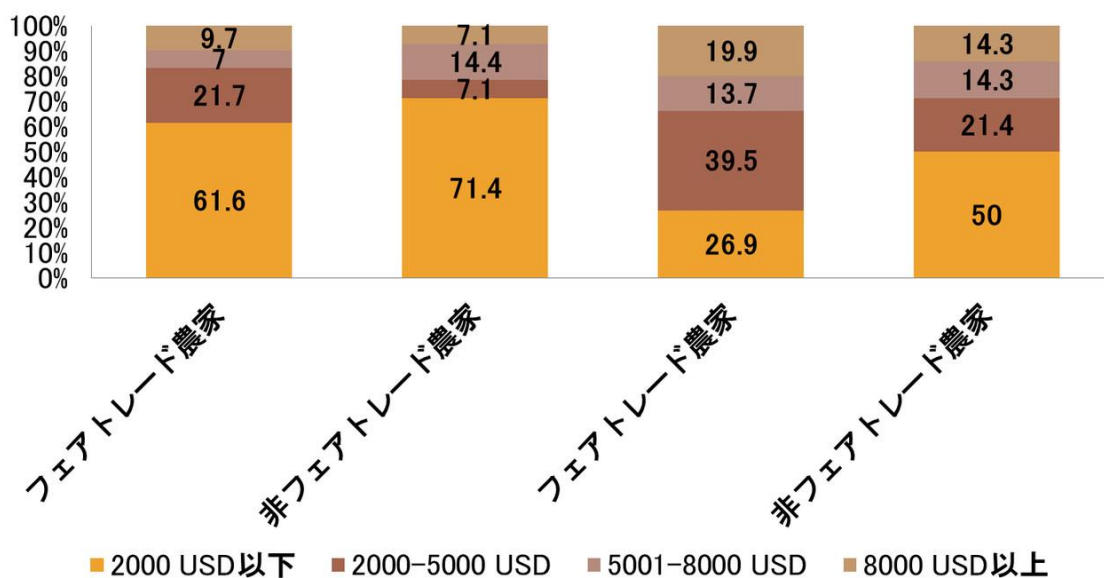


図4：コーヒー農家の収入の変化<sup>vii</sup>

## (2)ユニリーバのフェアトレード

2014年12月17日（水）に私たちはベンアンドジェリーズのフェアトレードについてインタビューをするために中目黒にあるユニリーバ本社へ伺った。ベンアンドジェリーズはアイスクリームを生産、販売する企業であり、カンントリーマネージャーの浜田宏子氏にインタビューをすることができた。1978年、ペンシルバニア州立大で受講料5ドルのアイスクリーム製造通信講座を学び、12,000ドルの投資をし、ベンとジェリーはアイスクリームスcoopショップの1号店を、バーモント州バーリントンにあるガソリンスタンド跡にオープンさせた。その後、店舗数を拡大しながらバーリントンの地で成長を遂げている。現在ではアメリカだけでなく日本にもスcoopショップを展開しており、表参道、吉祥寺、浦安、豊洲の4店舗を展開している。

## ①ベンアンドジェリーズのフェアトレードへの取り組み

ベンアンドジェリーズではすべてのアイスクリームの原料をフェアトレード認証を受けたものを使用し、製造している。これは2014年に実現したベンアンドジェリーズのミッションの1つであった。では、なぜベンアンドジェリーズはフェアトレード商品を扱っているのだろうか。そこにはベンアンドジェリーズの持つ「社会正義」という理念があるからである。ベンアンドジェリーズはビジネスにおける「公平性」に重きを置いており、その公平性を達成するためにフェアトレード商品を扱っている。また、企業が売り上げで得た利益をベンアンドジェリーズがコミュニティにきちんと還元することに重点を置いている。企業の売り上げをあげ、利益を謳歌することだけでは公平性に結び付かないと考えている。そのため、酪農家については、成長ホルモンを使わない、環境負荷を与えない、非遺伝子組化に切り替えるなど積極的にフェアトレード商品を扱うこととなった。具体的には、ココアはコートジボアールとガーナから、バニラはフェアトレード認証されたウガンダの農家から、バナナはエクアドルの協同組合から、それぞれ輸入している。<sup>viii</sup>

## ②ベンアンドジェリーズの企業理念

ベンアンドジェリーズの企業理念として、1、製品における使命2、経済的使命3、社会的使命の3つがある。この3つの企業理念はベンアンドジェリーズの意思決定の礎となっている。

製品における使命とはすべての人に最高品質のアイスクリームを提供し、原材料は安全・安心の天然素材を中心とし、地球環境にも配慮したビジネスモデルを推進しているものである。

次に、経済的使命とは企業体として安定した収益を創出し継続的な成長を実現することでステークホルダーのために企業価値を高めることである。

最後に、社会的使命とは企業が社会の一員として果たすべき役割をきちんと認識しながら革新的な方法で地域、国内、世界中の人々の生活を向上させるというものである。

フェアトレードのもたらす効果はベンアンドジェリーズのこの3つの企業理念と密接に関係しており、アンフェアな関係をなくし、公平性を主張するために行っていると考えられる。

### ③ 生産者との関係について

通常、フェアトレード商品を扱う企業はフェアトレードラベルジャパンの定める国際基準に沿って選ばれている。ベンアンドジェリーズの輸入元である生産者はその国際基準に加え、ユニリーバ独自の項目とベンアンドジェリーズ独自の基準を設けており、農家の売り上げをいかに地域に還元してけるか、という点やある一定の生産者の利益があがることだけではなく、その売上金でコミュニティの質を向上させていくことができるかどうかなどがその例である。また、ベンアンドジェリーズは可能な限り農家（生産者）の人々に直接売上金を支払っている。

実際の生産者のプレミアムの使い道については教育のための学校をつくること、農家だけでなく違うビジネスを立ち上げ、そこからさらに新たな雇用を創出するなどをしており、基本的に現地の人々の生活水準は上がっていると言える。

### ④フェアトレードを普及させるための取り組み

浜田氏はフェアトレードにおける課題は認知度のあると考えており、またフェアトレードは日本国内でも行うべきであるとも話している。ベンアンドジェリーズがフェアトレードの認知度を高めるために行っているイベントもあるという。それはアイスクリームを無料で配布する代わりに、アイスクリームをもらいに来てくれた人に対してフェアトレードの仕組みやメリットなどを説明するといったイベントである。「知らない状況を知るために、まじめなことを真面目に言ってもつまらない、伝わらない」という考えから、参加型でのイベントを企画した。浜田氏はフェアトレードの認知度を上げるためには地道な活動を続けていくしかないと考えている。

### ⑤今後のフェアトレードの発展について

フェアトレードが今後日本で発展していくためには何が必要だと考えるかと聞いたところ、浜田氏は同じ理念を持った仲間を作り、コミュニケーションをとる中でひとりひとりが責任のある行動を意識することが必要と答えた。実際に、ベンアンドジェリーズでは「集まれよよよい仲間たち」というビジネスコンペティションを企画し、他企業やNGO、NPO、市民団体などとのコラボレーションを実現している。社会的な企業家とつながることで、より大きな社会に浸透させていくことが狙いである。

### (3) ACEのフェアトレード

ACEとは…特定非営利活動法人 ACE は子どもの権利が守られ、世界中のすべての子どもが安心して希望を持って暮らせる社会を目指し、現地の市民と共に行動し、児童労働の撤廃と予防に取り組む国際協力 NGO である。<sup>ix</sup>

#### ①取り組みの概要

ACE は 2011 年から、森永製菓株式会社やプラン・ジャパンと協働し、国際フェアトレード認証ラベル付きの森永チョコレート<1 チョコ for 1 スマイル>を販売している。(写真 1 参照)これは、ACE が支援してきたガーナの村で収穫されたフェアトレードカカオ由来のカカオマス を 100%使用したチョコレートである。1 個買うと、エクアドル共和国とガーナ共和国の教育支援に 1 円寄付される仕組みであり、2014 年 1 月 14 日～2 月 14 日の 1 か月で 18,409,371 円集まった。

写真 1 森永チョコレート<1 チョコ for 1 スマイル>

チョコっということ 1 チョコ for 1 スマイル(<http://www.morinaga.co.jp/1choco-1smile/index.html> 2015/01/07 アクセス)

2011 年 6 月に、アシャンティ州の 3 つの村とその周辺の集落においてプロジェクトを開始した。対象となる子供の人数は約 1000 人である。この時点では、小学校・中学校の数が少なく、教室や備品、教員の数不足していた。また、就学年齢の子どもたちの約 3 割が、定期的に学校に通うことができおらず、就学している子どもたちの中にも、遠くの学校に長時間歩いて通う子が多くいる。アナンス村では、小学校 1・2 年生が使っていた校舎が、災害のために倒壊してしまった。(写真 2 参照)

写真 2 崩壊した校舎

チョコっということ 1 チョコ for 1 スマイル([http://www.morinaga.co.jp/1choco-1smile/archives/gh\\_smile02.html](http://www.morinaga.co.jp/1choco-1smile/archives/gh_smile02.html) 2015/01/05 アクセス)

## ② 取り組み状況

支援を行なう中で、カカオ農家の人たちから参加者を募って、相互扶助グループを作った。貯蓄をしているメンバーを対象とする小規模融資制度を設け、子どもの学用品購入や高校進学資金などに役立てている。

教室が足りず屋外で授業を行っていた小学校に対しては PTA とミーティングを行い、自分たちで追加の教室を作ることにした。遠くから学校へ来る教員のための住宅も完成し、小学校の校舎も拡充された。村人たちが力を合わせて木材で教室の枠組みを作るなど、村人も活動に協力的であった。

子どもの教育や生活の改善には、経済状況の向上も必要だ。そこでカカオ農家の人たちに、農業技術を向上させるトレーニングを実施している。肥料に関する知識や、疫病の対処法などのスキルを身につけ、自分の農園で実践するとともに、近所の農家の人たちにも学んだ技術を伝えることで、地域全体の技術レベル向上を目指している。

ACE の支援によって親は児童労働は危険だと理解し、子どもを学校に通わせることを優先するようになった。子どもたち自身も子どもの問題について話し合い、大人や村の長老会、学校運営委員会などに提言する「子ども権利クラブ」を作って活動するなど、子どもたちの意識にも変化を与えた。

### <現地の声>

・「学用品のサポートを受ける前は、週に 5 日、カカオ畑で働いていました。私が学校に行くようになって、家族も勉強が大切だと考えるようになりました。」とバルキス・イサ君(11)。

・以前は父親のために学校を休んで、カカオ畑で働いていたエバンス君(12)が、現在は制服を着て、毎日元気に学校に通っている。父親も「子どもの教育の大切さを知り、貯金をするようになった」と述べた。

## ③ 国内での取り組み

ACE は、より多くの日本人にフェアトレードへの支持を広げようと「バレンタイン一揆」という映画を作成することや、国内の学生団体と協力し、フェアトレードチョコレートを買うことを呼びかけるなど、国内のみの活動も行なっている。その結果 2014 年の活動では新聞やラジオ、SNS を通して約 3 万人以上にフェアトレードを伝えることができた。

また、映画の上映会では、子どもから大人まで幅広い人が参加できるように企画し、105人が参加した。映画上映後にチョコパーティーを開催し、参加者は児童労働と自分のつながりに気付き、自分にできることを考えるきっかけとなった。

#### (4) 考察

以上の3つの事例により、フェアトレードは人々の生活水準を向上させ、教育を受ける権利や安定した収入を得るといった権利の保護に役立つということが分かった。では今後のフェアトレードの担う未来において、フェアトレードが抱える課題とは何があるのだろうか。

### 7. フェアトレードの課題

フェアトレードの抱える一番の課題は認知度の低さである。図5は2010年「gooリサーチ」登録モニターの2350名に対して行われたアンケートの結果である。

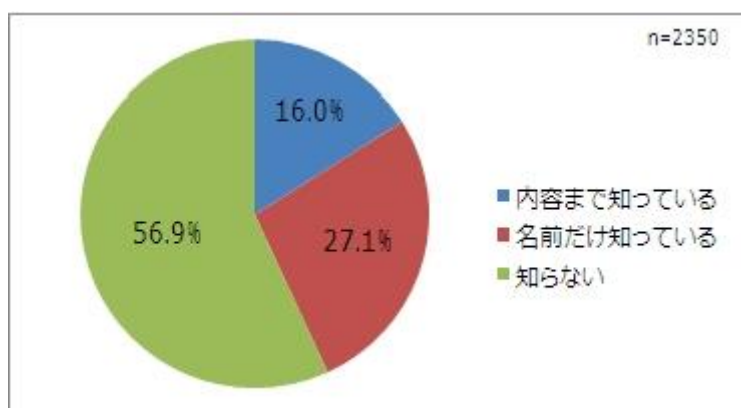


図5：日本における認知度

この図から日本におけるフェアトレードの認知度は43.1%である。また性別問わず、年齢が若いほど認知度が高いという結果となった。<sup>x</sup>

また、図6は世界のフェアトレード市場の商品売り上げの順位を表した図である。

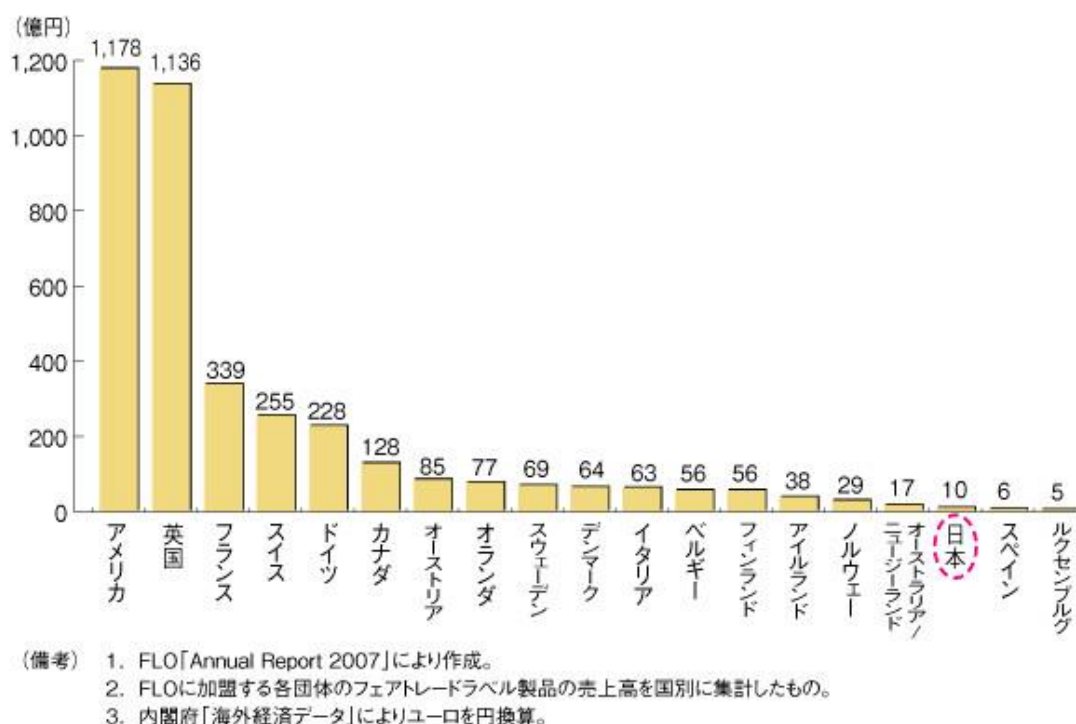


図6：各国のフェアトレードラベル製品の売上高

以上の図からは他国と比べ、非常に低いということが分かる。このことからフェアトレードの認知度をあげるということがフェアトレードの発展につながると考える。そこで、フェアトレードをより発展させていくためにはフェアトレード商品が高品質であることを浸透させるためのブランド戦略と社会的に認知度の高いメーカー企業やアパレルブランドとコラボして市場に出回すといった広告マーケティングが求められると考える。先に述べたガーナの1チョコ for 1スマイルの事例のように、大手企業とコラボレーション商品を製造し、ブランド化させるブランド戦略と、その商品を消費者が手に取りやすい環境を設備する販売者側の広告マーケティングの工夫が重要である。

## 8. おわりに

これまで述べてきたことより、フェアトレードが「誰もが同じようにフェアな状況で当たり前の生活を送る権利」といった人権を保護することに繋がるということが分かった。また、フェアトレードを行うことは生産者だけでなく、企業や消費者の意識そのものを変化させることができる。今後、フェアトレードが持続可能な発展をするためにはブランド



戦略と広告マーケティングに工夫を施す必要があるだろう。そしてすべての国のすべての立場の人々がフェアに生活できる世界を作っていくべきである。

#### 参考文献

長坂寿久編著『日本のフェアトレード - 世界を変える希望の貿易』2008年5月12日発行

アレックス・ニコルズ/シャーロット・オパール編著『フェアトレード 倫理的な消費が経済を変える』2009年12月22日発行

渡辺龍也著『フェアトレード学 私たちが創る新経済秩序』2010年5月15日発行

辻村英之著『農業を買い支える仕組み フェアトレードと産消提携』2013年6月10日発行

FAIR TRADE JAPAN 公式 HP

<http://www.fairtrade-jp.org/material/> (2014/11/22 アクセス)

FAIR TRADE IMPACT

[http://www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/2009/resources/2012\\_Fairtrade\\_Impact\\_Study.pdf](http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2012_Fairtrade_Impact_Study.pdf) (2014/12/02 アクセス)

cirad

<http://www.commercequitable.org/images/pdf/impact/what%20do%20we%20really%20know%20about%20ft%20impacts.pdf> (2014/12/02 アクセス)

- 
- i <http://www.rui.jp/ruinet.html?i=200&c=400&m=165801> 参照
- ii [http://www.nhk.or.jp/gendai/kiroku/detail02\\_3460\\_all.html](http://www.nhk.or.jp/gendai/kiroku/detail02_3460_all.html) 参照
- iii <http://www.fairtrade-jp.org/> (フェアトレードラベルジャパン公式ホームページ)
- iv <http://acejapan.org/childlabour/report/fairtrade/> (ACE公式ホームページより)
- v <http://www.fairtrade-jp.org/> (フェアトレードラベルジャパン公式ホームページ)
- vi <http://www.fairtrade-jp.org/producers/000021.html>
- vii  
[http://www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/2009/resources/2012\\_Fairtrade\\_Impact\\_Study.pdf](http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2012_Fairtrade_Impact_Study.pdf)
- viii <http://www.benjerry.jp/values/issues-we-care-about/fairtrade#4timeline>
- ix <http://acejapan.org/childlabour/report/fairtrade/> (ACE公式ホームページより)
- x <http://research.nttcoms.com/database/data/001237/>