

「深化を伴う拡大」を求めて

— 北星学園大学経済学部「フェアトレード実習 ／フェアトレード」の実践と学びから

萱野智篤

要約：

本稿は、2019年に札幌市のフェアトレードタウン認定に続いて、札幌学院大学とともにフェアトレード大学に認定された北星学園大学で2008年度から現在まで開講されている「フェアトレード実習／フェアトレード」の札幌市内フェアトレード産品常置店舗調査の結果を分析し、日本のフェアトレード市場で「深化を伴わない拡大」が生じていることを指摘する。さらに、この「深化を伴わない拡大」を「深化を伴う拡大」に転換するためには、具体的なフェアトレード産品を区別する知識と判断力の養成が必要なことを論じ、「深化を伴う拡大」に大学教育が持ちうる意義とその課題を検討する。

はじめに — 拡大するフェアトレード市場と知名度／認知率

もし、後世のフェアトレード研究者が、21世紀の日本のフェアトレードを振り返る時が来たら、その最初の20年余りは「拡大の20年」と呼ばれるかもしれない。

2015年の日本のフェアトレード市場規模を調査した増田〔増田2022：347-354〕によれば、フェアトレードの小売市場規模は265億円でこれは2009年の約73億円と比べると6年で約3.6倍の拡大となる。このうち、FI認証製品の売り上げは100億円で、2007年の9.84億円と比べると8年でなんと10倍以上の拡大となり、さらに2022年には196億円となりコロナ禍を含んだ7年でも1.96倍の伸びとなっている。2015年の総売上額265億円の中には、FI認証製

品の他にも WFTO の認証製品約 15 億円が含まれており、市場全体に占める FI、WFTO 認証製品を合わせた認証製品比率は 44.7% となっている。

フェアトレードという言葉を知ったことがある人の割合を知名度、また、その言葉の意味を正しく理解している人の割合を認知率とするならば、どちらの指標もこの 20 年余りで大きく向上している。

2012 年から 2022 年までに断続的に行われた「フェアトレードと倫理的消費に関する全国調査」の結果を分析した渡辺 [渡辺 2023: 286-340] によれば、フェアトレードの知名度は 2012 年から 2022 年までの間に 50.3% から 53.9% に上昇しており、2007 年に行われたチョコレボの調査の結果から推測される 42% [渡辺 2010: 110] を考慮に入れると長期的な上昇傾向が見て取れる。

認知率についても、渡辺 [渡辺 2023: 295] は、2012 年の 25.7% から 2022 年の 39.3% への上昇を指摘しており、前述 2007 年のチョコレボの調査結果 17.6% を考慮に入れるとフェアトレードの意味を正しく理解する消費者の割合は、15 年間で 2 倍以上伸びたことになる。

以上のようなフェアトレード市場の拡大、知名度・認知率の拡大の背景には、この 20 年間のフェアトレードに関わる国際的ネットワークの動き¹⁾、認証型フェアトレードの拡大と企業の変化等、様々な要因が考えられるが、中でも世界と日本の草の根の市民レベルで起こった新しい動きをここに指摘しておきたい。

まちぐるみでフェアトレードを推進するフェアトレードタウン運動がイギリスの小さな町ガースタングで産声を上げたのは 2000 年だった。それが世界に広がるのに時間はあまりかからなかった。2011 年には世界で 1000 番目のフェアトレードタウンが誕生し、2023 年 10 月時点では、世界 5 大陸 37 カ国に 2,238 のフェアトレードタウンが存在している²⁾。日本でも 2003 年には熊本市でフェアトレードタウン実現を目指す市民の自発的な動きが始まり、名古屋、札幌といった地域がそれに続いた。このように市民の動きが先行する中で 2011 年に、日

1) 世界の主要フェアトレードネットワークは、2009 年にフェアトレード憲章を公表 (2017 年に改訂) し、いわゆる認証型と連帯型のフェアトレードはともに共通の原則とビジョンに基づくものであることを鮮明にし、両者の共通のアプローチを明らかにした。

2) Fair Trade Towns International の HP。https://www.fairtradetowns.org/ (2023 年 10 月 25 日参照)

本でフェアトレードタウンを認定するための組織と基準が設立、確定され、2011年熊本市、2015年名古屋、2016年逗子市、2017年浜松市、2019年札幌市、いなべ市がフェアトレードタウンとしての認定を受ける。フェアトレードタウンと並んで大学ぐるみでフェアトレードを推進するフェアトレード大学の基準も2014年に作られ、2018年に静岡文化芸術大学、2019年に、札幌学院大学、北星学園大学・北星学園大学短期大学部、2021年に青山学院大学、そして2023年には千葉商科大学がフェアトレード大学に認定されている³⁾。

小論では、上記のような背景の中から生まれたフェアトレード大学の一つ、北星学園大学・北星学園大学短期大学部で2008年度から継続して開講されている「フェアトレード実習／フェアトレード」のフェアトレード産品常置店舗調査の試みを紹介し、その調査から明らかになってきた、「深化を伴わない拡大」⁴⁾を日本におけるフェアトレードの一つの課題として論ずる。そして、この課題を克服して「深化を伴う拡大」を実現するうえで大学教育が持つ可能性を北星学園大学におけるフェアトレード教育活動を一つの例として考えていきたい。

I. フェアトレード産品常置店舗調査とは

北星学園大学・北星学園大学短期大学部は、北海道札幌市厚別区にキャンパスを持ち、文学部、経済学部、社会福祉学部、短期大学部を擁する文系総合大学である。学生数は3,915名（2023年5月現在）で、「人間性・社会性・国際性」の涵養を掲げるキリスト教主義教育を展開している。

北星学園大学経済学部の科目「フェアトレード実習／フェアトレード」（通年4単位）は、2007年の経済学部カリキュラム改革で、アジア、ヨーロッパ等の地域への海外実習を含むプロジェクト実習科目群の一つとして開設された⁵⁾。経

3) 世界のフェアトレード大学は、2021年10月時点で286大学。

4) 渡辺龍也「フェアトレードの拡大と深化：経済・社会・政治領域からの考察」2009年『現代法学』は、フェアトレードの主流化の「拡大」と「深化」2つの側面を、経済・社会・政治の三つの領域から考察し、この枠組みを用いてイギリスと日本の2国についての定量分析・比較を行っている。

5) 原島正衛、萱野智篤、野本啓介、浦野真理子、平井廣一、2008、「プロジェクト実習

济学科と経営情報学科の2年次以上の学生が対象で、2008年度から2013年度までは「フェアトレード実習」として受講者数を25名に制限して開講した。2014年度からは人数制限を撤廃し、科目名を「フェアトレード」として現在まで開講している。2014年度以降の受講者の人数は年による変動はあるが約30名～約60名である。他の実習科目が、海外で現地の企業・NGO・大学関係者との交流から学ぶアクティブラーニングとしての特徴を備えているように、フェアトレード実習は教室での座学にとどまらず、フェアトレードイベントを企画運営し、身の回りのフェアトレードについての調査を進め、そこで得た学びを発信してフェアトレードを推進していくことを目指している。

この科目では、2011年、2013年、2015年、そして2017年からは毎年、夏休みの課外実習として、受講者が札幌市内フェアトレード産品常置店舗の調査を行っている。この課外実習の目的は、第1に授業を通じてフェアトレードの基本的知識を身につけ、日本で流通している主なフェアトレード産品について学びそれを見つけ出す判断力を養い、その知識と判断力を生かして、自分の周囲にあるフェアトレード産品を見つけ出し、取り扱っている小売店のオーナーにインタビューを行い、フェアトレード産品に寄せる思いや、産品の背景について学ぶことである。第2には、この実践課題を通じて、インタビューのアポ取りや、インタビューを円滑に行うための技術やコツを身につける一言って見れば卒業してから実社会で求められる社会人基礎力を身につけること。そして、第3に、こうして自分たちが紡ぎ出したデータを、多くの札幌市民に発信しフェアトレードタウンさっぽろの実現、発展に生かしていくことである。この最後の目的は、2018年、2020年、2022年にフェアトレードタウンさっぽろ戦略会議が監修し、札幌市国際部が発行したさっぽろフェアトレードパンフレットの中のさっぽろフェアトレードマップ⁶⁾として結実している。この成果は、学生たちにとって、自分たちが足で調べたデータがマップに反映され、札幌市民が身近にあるフェアトレード産品に触れる機会を作り出しているという点で大きなやりがいになっている。

科目群」の実施に関する共同研究（研究ノート）」『北星論集（経済学部）』：127-147。

6) さっぽろフェアトレードマップの最新版は、札幌市役所HP <https://www.city.sapporo.jp/kokusai/cooperation/fairtrade.html> からダウンロードできる。

「深化を伴う拡大」を求めて

調査実習は、2011年から、学生たちとともに試行錯誤しつつ、さまざまな改良を加えて行ってきたが、現在は、主に次の3つのステップを踏んで行っている。

第1ステップは、夏休みまでの前期の授業を通じて、フェアトレードの主体・構造・ネットワークについての理解を進め、フェアトレード製品の定義を学び、札幌市内で見かけられるフェアトレード製品の实物に触れ、フェアトレード製品と一般の商品を見分ける基本的な知識を身につける。この段階では、学生たちが調査の現場でフェアトレード製品を見つけられる力を養うことを目指す。

第2ステップは、学生たちが各自で札幌市内の非チェーン店／個人経営店舗と連絡を取り、訪問インタビューを行いフェアトレード製品の取り扱いを確認する。2020年の調査からは札幌市内に200以上あるセブンイレブンの店舗でのフェアトレード製品の取り扱いの調査もこれに加わった。

第3ステップは、夏休み明けの後期開始後の2～3回の講義で、各自の調査結果を報告・共有してデータを統合し、調査結果の持つ意味を考え成果を味わう段階である。

上記3つのステップの中でも第2ステップの現地調査実施前には、調査対象店を絞り込むための準備作業を行っている。まず、札幌市内に店舗を持ち、フェアトレード製品（主にFI認証製品）を取り扱っている大規模チェーンを確定し、それぞれの本社に調査への協力と取り扱っているフェアトレード製品と店舗のデータ提供を依頼する。2023年の段階では、イオン北海道（イオンモール、マックスバリュ、まいばすけっと）、コープさっぽろ、アークス（ラルズ、東光ストア）からはこの方式でデータを提供いただいている。飲食系のチェーン店（スターバックスコーヒー、ゼンショー系列店）については、それぞれのチェーン店のHPから取扱品目と取扱店を特定する。その他の、個人経営店舗が学生による調査の対象になる。

対象店はそれまでの調査で積み上げられたデータと、市民有志から寄せられた新規フェアトレード製品を取り扱う店舗の情報を基に、札幌市内10区の調査店舗のリストを作り、学生たちで1人2～3店舗を担当して調査する。店舗数が多数に上るチェーン店の中にセブンイレブン（札幌市内200店以上）があるが、フランチャイズ方式で各店舗の取り扱い状況を確認できるようなデータセンター

が見当たらないため、こちらは学生たちが1軒1軒を訪問して商品棚を確認している。

II. 2011年～2023年店舗調査結果を読み解く

2011年から2023年までの調査結果を表1とそれをグラフ化した図1に示す。(2023年は調査継続中のため暫定値)

表1の市内のセルに記載した数字は、上段が実店舗数、中段が2品目以上の取り扱い店を1店舗、1品目のみの取り扱い店を0.5店舗と数えるFTFJ方式の店舗数（以下FTFJポイントと記載）を示している。なお、札幌市（197万人：

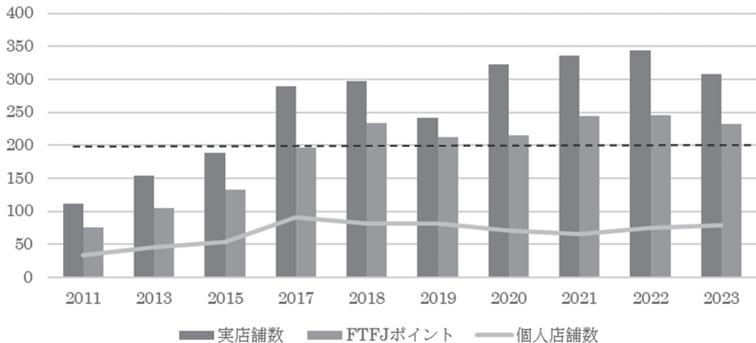
表1 2011年～2023年フェアトレード実習／フェアトレード調査実習結果

	2011	2013	2015	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023 (暫定値)
市内	112	154	188	289	297	242	323	336	344	314
	76	105	133	196	223	212	224	244.5	245.5	235
	34	46	53	91	82	82	71	66	75	79

*市内各年セルの数字は上段が実店舗数、中段がFTFJポイント、下段が個人店舗数。

図1

2011年～2023年店舗数推移



*点線は札幌市（人口197万人）のフェアトレードタウン認定店舗数基準を示す。

2023年10月時点)がフェアトレードタウンと認められるための店舗数は197FTFJポイントで、図1の点線にあたる。最下段には各年の個人店舗数を示している。

・実店舗数とFTFJポイント数の推移

表1と図1をもとに、2011年から2023年にかけての札幌市内のフェアトレード商品常置店舗の推移を読み解いてみたい。

実店舗数を見ると、2011年、2013年、2015年、2017年の2年ごとにそれぞれ実店舗数が42店舗(38%)、34店舗(22%)、101店舗(53%)増加している。この要因としては、個人店舗で新たに確認された店舗の貢献もあるが、この時期、チェーン店において新たなフェアトレード商品の取り扱いが始まったことが大きく影響している。チェーン店におけるフェアトレード商品の本格的な取り扱いは、2011年にイオンモールに加えイオン系列店(マックスバリュ)でPB商品のフェアトレードチョコレート取扱を開始したのが始まりだが、2013年には、日本生活協同組合連合会がPB商品としてフェアトレードコーヒーを開発し、コープさっぽろでも取扱を開始した。また、2015年にはコープさっぽろがフェアトレード商品ラインアップをコーヒー・紅茶・バナナに拡大した。さらに、2017年には、イオン系コンビニ店舗まいばすけっと全店とスーパーマーケットマックスバリュの一部店舗で、従来のフェアトレード商品に加え、FI認証ベン&ジェリーズアイスクリームの取扱いを始めた。また、この年、他の2つの全国チェーン店でのFI認証コーヒー、ワイン、ジャムの取り扱いが確認された。

以上のような実店舗数の増加に伴い、FTTJポイント数も76(2011年)から、105(2013年)、133(2015年)と着実に増加した。2017年の調査の際には、このペースでいけば札幌のフェアトレードタウン認定店舗数基準197に届くかもしれないと学生たちの調査にも力が入り新規個人店舗の確認数も増えたが、10月段階では、196にとどまり、惜しくもあと1ポイント足りなかった。しかし、この年末、市民有志がまだ見つかっていなかった個人店舗での取り扱いを確認し、2017年末に札幌市はフェアトレードタウン認定基準の第5基準まで満たすことになった。

実店舗数とFTTJポイント数の推移を見ると、2018年までは、順調に増加し、長期的傾向としても増加割合に違いはあっても右肩上がりの傾向が見える。しかし、2019年には、調査を始めてから初めて減少を記録する。この背景には、それまで認証コーヒー、ワイン、ジャムの取り扱いを確認していた2つの全国チェーン店が取り扱いを中止したことや、既存チェーン店の取扱品目変更によって店舗数が減少したことがある。その後、2020年には実店舗数は242から323と飛躍的に増加する。この増加に大きく貢献したのは、コンビニチェーン、セブンイレブンでのFI認証チョコレートのお取り扱い開始だった。しかし、同年3月に2017年以来イオン系列店で取り扱われていたFI認証ベン&ジェリーズアイスクリームが日本総代理店の決定により日本から撤退して店頭から姿を消したため、FTTJポイントの増加は小さなものにとどまった。

2020年以降、実店舗数は再び着実な上昇に転じる。これは、アークスグループ（ラルズ、東光ストア）で、フェアトレードスパイス、コーヒーのお取り扱いを開始し、後にバナナもラインアップに加わったことが貢献している。

・個人店舗数の推移

次に、個人店舗数の推移を見ると、2017年以降チェーン店以外の個人店舗の数は、2017年の91をピークに2021年の66まで横ばいか減少した。特にコロナ禍の影響を受けた2020年～2021年は2年連続で減少し66店舗にまで減少した。2019年の札幌市のフェアトレードタウン認定の頃にフェアトレードをコンセプトにして新たに開店した新規カフェが緊急事態宣言の直撃を受け閉店し、既存店舗でも取り扱いを止める店舗が続出したのは非常に残念だった。2022年からは再び緩やかに増加している。

III. 学生の発見・学び・直面した課題 ——「深化を伴わない拡大」

・学生による発見

調査活動の中では、学生によるさまざまな発見があり、それらはいくつかのパターンに分けられる。①行きつけの店で、FT製品（主にチョコレート、紅茶等）

を発見して、新規取り扱い店舗が増加する例。②すでに、フェアトレード商品の取り扱いが確認されている店舗で、新たな取扱品目を発見する例、さらに、③従来の取扱形態とは異なる新規取扱形態を発見する例がある。

①では、2019年にセブンイレブンを訪れた学生が、FI認証のキュービックチョコを発見し、翌2020年からは、調査開始当初からセブンイレブンを調査対象に含めて調査を実施した。また、これまでフェアトレード商品の取り扱いが確認できていなかったスーパーマーケットチェーンの商品棚にFI認証のコーヒーやスパイスを発見するケースがある。アークスグループでのFI認証コーヒー、スパイスの発見がこのケースで、商品のJANコードを確認したうえで本社に問い合わせ、これ以降、毎年系列店ででの取り扱い状況をデータとして提供いただく関係性を構築するきっかけともなった。

②では、アウトドア用品店で、フェアトレード認証を受けたアウトドアウェア以外に、携帯に便利でお湯を注いでおくと抽出されたコーヒーが楽しめるコーヒーパッケージ（FI認証）が見つかったり、セブンイレブンホールディングスのイトーヨーカドーで、PB商品としてFI認証を受けた速乾タオルやコーヒーが見つまっている。

③の例としては、フェアトレード商品が入った自動販売機が見つかった例がある。これは外食チェーンのゼンショーグループが、店舗の外に、自動販売機を設置し自社開発のフェアトレードコーヒーとミルクティーを並べ、フェアトレード品であることを明示して販売しているものである。これは2023年の新しい発見であるが、店員とのコミュニケーションの可能性が無い自動販売機を店舗に含めるかは議論の余地があり、実店舗数及びFTTJポイントには反映していない。

その他にも、FI認証以外のフェアトレード認証製品では、エコサート認証を受けたクレンジングパウダー、ヘアカラーを置いている美容院や、同じくエコサートとWFTOダブル認証のカンボジア産塩漬けコショウを置いている食品店が見つまっている。

夏休みの調査実習明けの授業は、これらの学生の発見の報告・共有の回となり学生たちの視野が一気に広がる。学生の感想をいくつか紹介する

札幌にこんなにも色々なフェアトレードの商品が置いてあるのだと初めて知

った。(2023 年)

他の学生の発表を通じて、様々なフェアトレード商品の存在について知ることが出来た。また、調査を通じてフェアトレードがどのようにして置いてあるのかなどを学ぶことが出来た。(2023 年下線筆者)

この調査結果発表・共有の回で学生たちは、自分が調べた店舗・フェアトレード商品の他にも、多様なフェアトレード商品が市内の様々な店舗・飲食店に置かれていることを知る。また、下線部の「フェアトレードがどのように置いてあるのか」というのは、商品棚のチェックの過程で、フェアトレードラベルが商品(紅茶)のパッケージの表面下端に印刷されているため、ラベルが商品棚の縁やPOPに隠れてしまい、一見するとフェアトレード商品だとは分からないのだが、手に取って持ち上げてみてラベル認証商品であることが分かったというケースである。これらの発見は次回の調査において注意すべきコツとしても共有される。また、このフェアトレード商品がどのようにして置かれているかやPOPが伝えるメッセージなども、それぞれの店舗が、フェアトレードをどの程度意識しているかを知る目安となる。

・学生の学び

学生たちは、それまでは教室で学んだ知識でしかなかった個別具体的なフェアトレード商品や、まだ知らなかったフェアトレード商品と調査で出会い、またそれを取り扱う人たちとのインタビューを通して、現代世界の様々な問題に向かい合う一人一人の市民と出会う。その中には、環境保護に力を入れる店舗で、商品ラインアップの一つの選択肢としてフェアトレード商品を扱っているオーナーとのインタビューから学生の地球環境保護への意識が高まったケースや、生産者と直接交流しているオーナーにインタビューして、フェアトレード商品の生産者との関係を具体的に知る機会を得たという例もあった。店舗調査は、学生たちが、具体的なフェアトレード商品とそれを扱う人を通して世界や地球の抱える問題と出会う窓ともなる。

また、学生たちの中には、このような出会いを通じて、フェアトレードと持続

「深化を伴う拡大」を求めて

可能な開発との接点を考えるきっかけを得た学生たちもいた。身近な日常にあるフェアトレード製品とそれを扱う人々との触れ合いは、持続可能な世界に向かう変化を生み出すきっかけともなる。

各地域で様々な方法でフェアトレード活動をしているのを知れてよかった。フェアトレードは生産者にとって良いことだけでなく、持続可能な世界にしていく一つの活動であることをもっと知っていくべきだと思った。(2022年下線筆者)

フェアトレードが生産者の顔が見えるというのは購買意欲の促進には足りないと感じたが、持続的な経済の循環や環境の面を考えるとプラスに働く面が多いのだと改めて思った。(2022年下線筆者)

これらの感想に見る通り、学生たちは調査を通じて、フェアトレードを持続可能な世界を作り出す活動として捉え、その意義をより広い文脈の中で考えるようになっていく。

・学生が直面した課題—フェアトレードの「深化を伴わない拡大」

実際に店舗に足を運び、そこでフェアトレード製品を扱っている人に話を聞く中で、学生たちは日本のフェアトレードが直面する課題にも遭遇する。

フェアトレードには、フェアトレードの文化があり、しかしまだ、多くの人には根付いていないのも課題であると感じました。活動をしている人たちがいる中で、自分の店の商品にフェアトレード商品があることを知らない店員がいる現状があったりするのだと夏休みの調査を通して感じました。フェアトレードの文化の発展がこれからどのようにされていくのか、どのように発展させていけるのか、考えさせられました。(2022年下線筆者)

上記のようなケースは、特に大型のスーパーマーケットチェーンでフェアトレード製品を置いている店舗で多く経験する。

2020年に札幌市内のフェアトレード産品取扱店（個人店舗37店、チェーン店本部6系列）にアンケート調査を実施した仙名〔仙名2022：70〕によれば、フェアトレード産品を他の商品と区別して販売しているかとの問いに「区別していない」と回答したのは、個人店舗で56.8%、チェーン店では100%だった。これらの店舗では、フェアトレード産品がその他の一般の商品に交じって陳列され、POPなどでフェアトレード産品であることの説明がされていなければ消費者はそれをフェアトレード産品として認識することは難しいだろう。同じ調査では「消費者からフェアトレード製品の問い合わせがあった場合、社員・パート従業員・アルバイト従業員、いずれかが対応して答えられるか」という問いもあるが、その答えは個人店舗では67.6%が答えられると回答したのに対し、チェーン店では16.7%にとどまっている。

日本フェアトレードフォーラムの「フェアトレードと倫理的消費に関する全国意識調査2015」では、フェアトレード未購入者にフェアトレード製品を買ったことが無い理由を尋ねているが、2012年、2015年いずれの年も「どれがフェアトレード製品／産品なのかが分からない」「どこでフェアトレード製品／産品を売っているのか分からない」が30%を超え、1位と2位を占めた⁷⁾。

以上のような調査結果を踏まえて、店舗で学生が直面した課題を振り返ると、「どれがフェアトレード製品／産品なのかが分からず」、「どこでフェアトレード製品／産品を売っているのか分からない」のは、消費者だけではなく、最終的に消費者にフェアトレード産品を届ける店舗スタッフの抱える課題でもあり、チェーン店の場合はこの課題が特に大きいといえるだろう。

この事から次のような状況が推測できる。日本のフェアトレード産品の最終小売段階で、特に大型チェーン店の場合には、販売する側も購入する側も、フェアトレード産品かどうかの区別がつかず、それがどこにあるのかも分からないまま、一般商品の中に紛れて、それがフェアトレード産品と意識されることなく購入が行われているケースが数多くある。これは、「深化」と「拡大」の二つの側面を示す指標からフェアトレードの主流化を示す、渡辺〔渡辺2009：89-124〕の枠組みを借りればフェアトレードの「深化を伴わない拡大」の一つのパターンと

7) 日本フェアトレードフォーラム「フェアトレードと倫理的消費に関する全国意識調査2015」p. 18

考えることもできるだろう。

学生の調査の中からは、別の「深化を伴わない拡大」と考えられるパターンも浮き彫りになった。これは、アパレル製品を扱うセレクトショップを訪ねてインタビューした学生のケースだが、フェアトレード製品を取り扱っており、フェアトレードの意義も理解しているオーナーが、店頭ではその製品をあえてフェアトレードのものとして区別して扱わず、純粋に品質の良さから取り扱っているという例である。これは、フェアトレード製品のデザインや品質の優秀さが認められ、市場の他のブランド製品に引けを取らないものとして小売事業者が認め、消費者に届けられているという点では、喜ぶべきことだろう。しかし、販売の過程でフェアトレードについて触れられなければ、フェアトレード製品が持つ重要な価値は消費者に伝わらず、消費者の意識改革にはつながらない。

渡辺 [渡辺 2010 : 283] によれば、「フェアトレードが、既存のグローバルな貿易・経済秩序を根底から変えるために重要なのは、拡大と深化のそれぞれの強みを生かし、弱みを補強し合う、バランスの取れたシナジーの関係を築くこと」にあるとされる。筆者もこの問題意識を共有する。この 10 年間におけるフェアトレードの認知度・認知率の拡大と市場規模の拡大は、この変革に向けての拡大の側面の進展を表すものと言えよう。

学生による調査実習は、この拡大の持つ意味に新たな疑問を投げかけている。すなわち、フェアトレード製品の最終販売者と購入者が、その製品がフェアトレードのものであることを意識することなく販売・購入している実態があることを調査が明らかにしている。これは、結果としてフェアトレードの市場拡大に結び付くが、フェアトレードの認知がそれに伴っていない「深化を伴わない拡大」だといえるだろう。他方では、フェアトレードの意義を知る認知者も市場に並ぶどの商品がフェアトレード製品かということを判別できなければ、フェアトレード製品の積極的購入という行動に結びつくとは考えにくい。フェアトレード製品の区別とその判断力は、フェアトレードの「深化を伴う拡大」を実現するうえで、

8) 2022 年のフェアトレード製品の購入体験者の割合について、渡辺 [渡辺 2023 : 300-301] は、次のように記述している。

購入したことがある人が調査対象者全体 (1,039 人) に占める割合は 11.8% だった。ただし、「フェアトレードという言葉を見聞きしたことがない」と答えた人の

極めて基本的なものでありながら、これまでは、あまり注目されることの無かった、いわばミッシングリンクといえるものではないだろうか⁸⁾。フェアトレード製品の区別と判断力は、フェアトレードに関する基本的な知識の上に養われる。そして、その学びこそ、一人一人の学生、そして市民が持続可能な世界への変化の主体となる第一歩となるのではないだろうか。

IV. 「深化を伴う拡大」と大学教育を考える

以上のような、2011年から2023年にわたる調査実習の結果を踏まえたうえで、フェアトレードと大学教育の関わりを改めて振り返って、フェアトレードの「深化を伴う拡大」と大学教育の関係を考えてみたい。

2008年にフェアトレード実習が開設された当時は、日本の大学の中で、国際協力、国際農業開発、国際地域学といった講義・演習の中でフェアトレードがその一部のテーマとして取り上げられているケースは散見されたが、まだ「フェアトレード」をテーマに掲げた科目は開設されていなかった⁹⁾。現在は、日本初のフェアトレード大学、静岡文化芸術大学で「フェアトレード論」(1学期2単位)と本学の「フェアトレード」がフェアトレードをメインテーマとする科目として大学のカリキュラムの中で展開している。

中にも買ったことのある人が14人いて(試し買いが3人、年1回が4人、年2~3回が4人、年4~6回が1人、月1回が1人、週1回以上が1人)、その人たちも含めると13.2%になる。

「フェアトレードを見聞きしたことがない」のに、フェアトレード製品をお試しであるいはある程度の頻度で購入しているというのは、一見すると不可思議な現象のようにも思えるが、本文で指摘した通り、日本のフェアトレード市場でフェアトレード製品の最終販売者と購入者が、その商品がフェアトレード製品であることを意識することなく販売・購入している実態があることを考えると、これもあり得ることと考えられる。これらの購入者は、購入してから調査回答時までのある時点で購入した商品が「フェアトレード」と呼ばれるカテゴリに入ることを知ったのではないだろうか。さらに、実際にはフェアトレード製品を購入していながら、ついにそれが「フェアトレード」であることを気づかない購入者もかなりの数存在することが推測される。この場合には購入経験者の数字には表れないが、市場における売上高にはカウントされることとなる。

9) 原島正衛、萱野智篤、野本啓介、浦野真理子、平井廣一、2008、「プロジェクト実習科目群」の実施に関する共同研究(研究ノート)』『北星論集(経済学部)』:130。

「深化を伴う拡大」を求めて

大学内ではまた、フェアトレードが学生の自主的なサークル活動として、あるいは教員が関わる形で生産者と連携して行われてきた。2008年当時にも、すでにフィリピンのドライマンゴー生産者と連携した神戸大学太田和宏教授のぺぱっぷ（PEPUP）や、慶應義塾大学山本純一ゼミのメキシコ、マヤビニックコーヒー生産者協同組合とのフェアトレードプロジェクトが行われていた。

現在、大学におけるフェアトレード活動は、企業と連携した商品開発や大学のオリジナルグッズの制作など多様な形を見せている。2014年から始まった日本フェアトレードフォーラムのフェアトレード大学認定制度がこれらの活動を促進している。これらの活動は、フェアトレードの理念を生かした具体的なモノづくりとその紹介・販売を通して、フェアトレードの「深化を伴う拡大」を実現する好例といえよう。本学について見れば、小論で紹介した「フェアトレード実習／フェアトレード」の開講以前の2005年から、学生と教員でつくるフェアトレード団体としての北星フェアトレードが、バングラデシュ、タイ、ベトナム等の生産者との連携を進めてきた。

大学のカリキュラムの中にフェアトレードを取りこむことは、これらの学生の自主的な活動の教育的意義を大学として公式に認めるものであり、調査実習活動の学生たちの個人店舗インタビューに見たように社会に窓を開き、持続可能な世界をつくることに取り組んでいる人々と触れ合う学生による社会連携の機会を作ることにもなる。

最後に、本学における、「フェアトレード実習／フェアトレード」科目の中で調査実習以外の活動を紹介して、大学でのフェアトレード教育、フェアトレード大学とフェアトレードタウンの関係を検討したい。

2023年度の「フェアトレード実習／フェアトレード」のシラバスは下記の通りである。

フェアトレード（通年4単位）

授業の目的および概要：フェアトレードの理論と実践

途上国の生産者と先進国の消費者を、公正な価格を設定した商品で結び、両者の間に公正な関係を作り出すことを目指すフェアトレードは、近年世界で、また日本で大きな広がりを見せている。また、フェアトレードはSDGs

のメッセンジャーとも呼ばれ、国連の持続可能な開発目標（SDGs2015～2030）を実現し、持続可能な地球・地域社会を創り出す¹⁰⁾。2019年6月には札幌市が国内5番目のフェアトレードタウンに、10月には本学が札幌学院大学と並んで国内2番目のフェアトレード大学に同時認定され、2022年には、現地調査を経てタウンと両大学の認定が更新された。

この講義では、フェアトレードを様々な角度から多角的に学ぶ講義と、実際にフェアトレードの活動・調査に参加して学ぶ課外実習活動を通して、フェアトレードの理論と実践への理解を深める。

課外実習では、6月には、市内で開催されるフェアトレードイベントに参加し、また、夏休みには札幌市内・道内のフェアトレード産品常置店を調査する実習に取り組む。

上記の講義と課外実習を通じて、フェアトレードの意義とその活動の実際についての理解を深める。

授業方法：講義／実習

講義と課外実習を組み合わせる授業を進める。講義では、ほぼ毎回課題を出し、1週間をかけて、課題に取り組みその成果を授業内で発表する、また、6月のフェアトレードフェスタへの参加と夏休み中のフェアトレード産品販売店調査実習は必修となる。

アクティブラーニングの手法・内容：実習、フィールドワーク

到達目標：

参考文献と講義を通じてフェアトレードを理論的に理解し、課題を見出すことを目標とする。課外実習でフェアトレード活動に実際にかかわり、また

10) フェアトレードとSDGsの関係については、2017年の国際フェアトレード憲章改訂版をはじめ、様々な検討、議論が行われているが、小鳥居 [小鳥居：2021] は、17の目標の下に置かれた169のターゲットレベルにおける両者の関連についての諸論考を検討したうえで、各地のフェアトレードタウンで行われている活動との関連を明かにしている。

関わる人々から話を聞くことによりフェアトレードの実践に触れることで、学生自身が自ら参画する力を身に付ける。

授業計画：

- 第1回 インTRODクシヨンーフェアトレードとは何か？
- 第2回 フェアトレードタウンとは何か
- 第3回 フェアトレード大学とは何か
- 第4回 札幌・北海道のフェアトレードの歩みとその展望
- 第5回 フェアトレードの主体と構造
- 第6回 認証制度とその仕組み
- 第7回 世界のフェアトレードネットワークの現在
- 第8回 社会開発 NGO とフェアトレード
- 第9回 ファストファッションから考えるフェアトレード
- 第10回 倫理的消費とフェアトレード
- 第11回 実習オリエンテーション① フェアトレード製品の区別方法
- 第12回 実習オリエンテーション② フェアトレードフェスタ・オリエンテーション
- 第13回 フェアトレードフェスタ振り返り
- 第14回 夏休み実習オリエンテーション① 調査担当分担
- 第15回 夏休み実習オリエンテーション② 情報共有と注意事項
- 第16回 後期オリエンテーション
- 第17回 夏休み課題発表①札幌市内のフェアトレード製品常置店
- 第18回 夏休み課題発表②北海道内のフェアトレード製品常置店
- 第19回 フェアトレード商品の生産者とフェアトレード団体①ータンザニア・ルカニ村とフェアトレード
- 第20回 フェアトレード商品の生産者とフェアトレード団体②ー市場的秩序から市民的秩序へ
- 第21回 フェアトレード商品の生産者とフェアトレード団体③ーバングラデシュのノクシカタ
- 第22回 フェアトレード商品の生産者とフェアトレード団体④ー村の女性

とノクシカタ

- 第 23 回 フェアトレード商品の生産者とフェアトレード団体⑤—メキシコ・マヤビニックコーヒーの場合
- 第 24 回 フェアトレード商品の生産者とフェアトレード団体⑥—南の国内フェアトレード
- 第 25 回 フェアトレードの深化と拡大①—フェアトレードの普及を計るフレームワーク
- 第 26 回 フェアトレードの深化と拡大②—イギリスのケース
- 第 27 回 フェアトレードの深化と拡大③—フィンランドのケース
- 第 28 回 フェアトレードの深化と拡大④—日本のケース
- 第 29 回 フェアトレードと野生生物保全
- 第 30 回 グローバルな課題とフェアトレード～フェアトレードと SDGs

成績評価方法：

毎回の講義・演習への積極的参加及び課題への取り組み（60%）、および課外実習への取り組み（40%）により評価する。課外実習への参加は、単位取得の必須要件。

課題に対するフィードバック：

毎回の課題の取り組みのいくつかを講義で紹介し理解を深める。夏休みの調査実習中は、常に連絡を取り合い作業を進める。

事前・事後学習・必要時間：

ほぼ毎回、次の授業の準備となる課題を出す。各回の課題には、参考文献・論文、その他の資料で取り組んで、期日までに結果を提出し、授業で発表・報告し共有する。課外実習は、第 1 回目が 6 月 24・25 日（予定）のフェアトレードフェスタ 2023in さっぽろへの参加。参加要領は事前に指示する。第 2 回目は、夏休み期間中のフェアトレード産品常置店調査。補足調査も後期に引き続き行う。（事前学習 2 時間、事後学習 2 時間）

「深化を伴う拡大」を求めて

教科書・参考書：

教科書：使用しない

参考書：渡辺龍也『フェアトレード学』（新評論 ¥3,200+税）

注意事項：

毎回出される課題には必ず真剣に取り組んで、翌週の授業での発表を準備しておくこと。課外実習は教室ではできない実際のフェアトレードが行われている現場に足を運んで取り組む。特に夏休みの調査実習は、クラス全体の協働が実習活動の成否にかかわる。お互いに助け合い、学びあい、力を合わせて取り組もう。

参照リンク：

一般社団法人日本フェアトレードフォーラム <http://fairtrade-forum-japan.org/>

前期第12回第13回のフェアトレードフェスタとは、2002年以来、フェアトレードに関心を持つ市民、団体、店舗が中心となって札幌で継続して毎年開催されているフェアトレードフェスタ in さっぽろに参加して、フェアトレード団体と消費者との関係を現場から学ぶものである。2008年から2013年までは、フェアトレード実習が出展者や活動報告者として参加していたが、コロナ禍を経て行われた今年のフェスタでは、学生たちがミニ・インターンとして、出展者の補助に入り、販売されている製品のストーリーを出展者から学んだうえで紹介・販売体験をする場となった。

生産者との対話は30回の講義の中に是非盛り込みたいが、現在まではコロナ禍以前の授業で2回、それぞれネパールとバングラデシュの関係者が開発協力NGOの国内キャラバンで来札した機会に実現できた。将来的には、北星フェアトレードの活動を含め、大学の国際教育センターとも連携して、学生の代表として世界各地のフェアトレード生産者を訪ね、学んだことを学内外で報告するフェアトレードアンバサダーのようなプログラムも考えていきたい。

本学は、2019年にフェアトレード大学の認定を受けた。そこに至るまでは

2005年からの長年にわたる学生と教員のフェアトレード団体北星フェアトレードの地道な活動が大きかったことは間違いない。それに加え、正課のカリキュラムとして小論で紹介した「フェアトレード実習／フェアトレード」の学生たちの授業での取り組みが与かって力があった。特に、2011年からのフェアトレード産品常設店舗調査実習は、それに取り組む一人一人の学生のフェアトレードの理解とコミットメントを高めただけでなく、2008年からフェアトレードタウン札幌の実現を目指して苦闘を続けていた市民活動の助け舟ともなった。関わった学生自身にとっても、先輩から引き継がれてきたデータ・情報をさらに広げ、深めて確実なものにすることが、札幌市民の間にフェアトレードを普及する力となり、大きなやりがいにつながった。札幌市の人口197万人、個人店舗数約60～90という都市のサイズがこのような調査にちょうど良いものであったことも幸運だった。

現在日本にあるフェアトレード大学5校のうち3校はフェアトレードタウンにキャンパスを持つ（静岡文化芸術大学：浜松市、札幌学院大学、北星学園大学・北星学園大学短期大学部：札幌市）これら3校がフェアトレード大学を目指したのは、それぞれ浜松市、札幌市がフェアトレードタウンとして認定を目指す運動が進展するのを目の当たりにして、刺激を受けた学生たちが、大学認定を目指したという経緯がある。しかし、小論で述べたように大学におけるフェアトレードを取り入れた教育が、学生に持続可能な世界への窓を開きフェアトレードの「深化を伴う拡大」を進めるものであることを考えると、フェアトレード大学が率先してフェアトレードタウン実現を進める市民運動を推進する可能性も十分にあると考えられる。

これまで認定された日本のフェアトレードタウン6都市が、それぞれ豊かな個性と特徴を持つものであると同様、フェアトレード大学もそれぞれの建学の精神に支えられた豊かな個性と強みを持っている。これらのフェアトレード大学が一層の発展を遂げることを心から望む。またフェアトレード大学認定とは関わらず、長年にわたってフェアトレードに取り組んできた大学教員、学生諸氏に心からのエールを送りたい。

補論：調査の限界と課題

大学生にとっての夏休みは、長いようで短い。就活を目前にした3年次学生や、2年次学生の中には、貴重な夏季休業期間を生かして短期海外留学やインターンシップ、そして部活やサークル活動に忙しく過ごす学生も多い。そんな学生たちにとっては、担当店舗が1~2店舗だったとしてもその1軒1軒とアポイントメントを取り日程を調整し、インタビューを行うのはかなりの負担になる。遺漏を防ぐために、様々な工夫を講じてはいるものの、毎年の調査で未調査店舗が数軒発生するのは避けられない。現時点では、遺漏をゼロにするよりは、調査中の学生たちとのコミュニケーションを、遠隔教育支援システム（本学の場合はMoodle）を使って、画像のチェックや、調査へのアドバイスを頻繁に行い、1軒1軒の調査の質を上げることを心掛けている。

また、市内200店舗を超えるセブンイレブンの店舗を学生たちでしらみつぶしに当たってFI認証製品の在庫を確認するには、大変な労力が必要である。現在は学生たちが自宅の近く、あるいはバイトや買い物等で立ち寄り範囲で調査を行っている。また、セブンイレブンの場合は、2020年から2023年まで、在庫ありの店舗の発見率が下がり続け調査のモチベーションを下げている¹¹⁾。このコンビニエンスストアにおけるフェアトレード製品の取り扱い（在庫）の割合の経時的な変化もその背景や原因などを含めて今後の検討課題である。

[献辞]

渡辺龍也先生の知遇を得たのは、2009年2月、自治体国際化協会のセミナーだった。その後、渡辺先生は日本にフェアトレードタウン認定組織を立ち上げるための準備会議を牽引され、2011年には一般社団法人フェアトレードタウンジャパン（FTTJ）を設立し代表理事として日本のフェアトレードタウン認定制度の基盤を確立された。筆者はフェアトレードタウン運動を札幌で進めるグループ

11) 2020年にセブンイレブンの調査を始めてからの各年の調査店舗数/在庫発見店舗数、発見率を示すと次のようになる。2020年75軒中56軒75%、2021年165軒中70軒42%、2022年129軒中46軒36%、2023年65軒中20軒31%。

のメンバーの一人として参加し、この歩みに伴走して渡辺先生の獅子奮迅の働きを間近にする機会を得た。FTFJが2014年日本フェアトレードフォーラムに改組発展した後も、先生は監事として、また認定委員としてフェアトレードタウン運動に関わり続けておられる。先生は、2010年に出版された『フェアトレード学』をはじめとする数多くのフェアトレードの研究・啓発書を公にされフェアトレードの理解を日本の社会に広められた。また、2012年以降、本格的な全国規模のフェアトレード認知率調査を継続されその成果は日本におけるフェアトレードの広がりを知るうえでの重要なベンチマークとなっている。筆者は、これらのフェアトレードに関する先生の研究から大きな刺激を受けてきた。この度、渡辺先生の東京経済大学退任を記念して発行される紀要への寄稿の招待をいただく光栄に恵まれ、筆者が札幌で取り組んできた大学でのフェアトレード教育、フェアトレード大学とフェアトレードタウンの関わりについての小論を寄稿させていただいた。これまでのご厚情とご指導に心からの感謝を表するとともに、今後の渡辺先生の益々のご健勝とご活躍を祈念申し上げたい。

参考文献：

- 大野敦、2013、「フェアトレードの教育効果—フェアトレード学習は“倫理的消費者”を生み出せるか」、『開発教育』60号：12-19)
- 萱野智篤、2012、「フェアトレードのローカルイニシアチブ—グローバル化へのローカルな挑戦」、『アイヌモシリと平和〈北海道〉を平和学する』（越田清和編著）：186-199
- 萱野智篤、2018、「フェアトレードタウン札幌を目指して」、『フェアトレードタウン “誰も置き去りにしない” 公正と共生のまちづくり』（渡辺龍也編著）：197-225
- 萱野智篤、2019、「フェアトレードと野生生物保全—フェアトレードタウン札幌への覚書—」、『北星論集（経済学部）』：1-15
- 小島居伸介、2021、「日本のフェアトレード運動におけるSDGsの推進に関する一考察—SDGsとフェアトレードタウン運動との連携を中心に」、『長崎大論叢第25号』：119-133
- 千徳あす香、2012、「フェアトレードショップから見えてくること」、『アイヌモシ

「深化を伴う拡大」を求めて

- りと平和〈北海道〉を平和学する』(越田清和編著)：200
- 仙名伸行、2022、「フェアトレード製品取扱店の販売行動と販売意識に関する研究：フェアトレードタウン札幌市のアンケート調査による現況分析を中心に」、『社会環境論究』：65-78
- 東洋大学国際地域学部子島ゼミ、2010、『館林発フェアトレードー地域から発信する国際協力』
- 日本フェアトレードフォーラム、2015、「フェアトレードと倫理的消費に関する全国意識調査 2015 <http://fairtrade-forum-japan.org/wp-content/uploads/2018/07/80bf2b232e257ceb6b4518aff2fb8c4c.pdf>
- 原島正衛、萱野智篤、野本啓介、浦野真理子、平井廣一、2008、「プロジェクト実習科目群」の実施に関する共同研究(研究ノート)』『北星論集(経済学部)』：127-147
- 渡辺龍也、2009、「フェアトレードの拡大と深化：経済・社会・政治領域からの考察」、『現代法学』：89-124
- 渡辺龍也、2010、『フェアトレード学—私たちが創る新経済秩序』
- 渡辺龍也、2018、『フェアトレードタウン “誰も置き去りにしない” 公正と共生のまちづくり』
- 渡辺龍也、2023、「フェアトレードと倫理的消費の10年—全国調査から明らかになったその動向」、『フェアトレードビジネスモデルの新たな展開—SDGs時代に向けて(第2版)』(長坂寿久編著)：286-340
- 国際フェアトレード憲章(邦訳)
<http://fairtrade-forum-japan.org/wp-content/uploads/2018/10/16e3316f820ec614f453e7492ec49e94.pdf>
- The International Fair Trade Charter(原文)
<https://www.fair-trade.website/the-charter-1>