

フェアトレード認証類におけるコーヒー産業従事者の意識調査

人文学部 4年 桑原千明

0 経緯

ペルー・カトリカ大学における一年間の留学経験から貿易に興味を持つようになった私は、倫理的貿易にも興味を抱くようになった。これらは俗に言うフェアトレードやオーガニック認証などにも通ずるものである。中南米の国々が国内消費ではなく、隣国や先進国への輸出向けに生産するコーヒーに対し、我々消費者はどのようなアプローチができるのか。世界のコモディティー市場に対し、その品質に対し対等な金額を払う貿易システムの拡大に向けての糸口を探すべく、既に数カ国に滞在経験のあった中南米のコーヒー産業に着目した。

1 概要

南米から中米にかけてのコーヒー生産国で、各国のコーヒー産業の現状と倫理的貿易ラベル（例：フェアトレード認証、オーガニック認証等）の有効性に関しケーススタディという形をとって現地調査を行なった。

実施期間：2017年10月26日～2018年1月9日

実施国：ブラジル、ペルー、エクアドル、コロンビア、コスタリカ

インタビュー対象：コーヒー生産者、現地中間業者、協同組合、加工業者、カフェ従事者、輸出業者

2 目的

日本を含む先進国で見られるフェアトレード認証付きの商品、コーヒーはその代表商品として挙げられることも多いが、その仕組みには疑念の声も多い。そのため、各生産国でコーヒー産業の現状を確かめると同時に、フェアトレードの有効性と生産者側の需要を調べることにした。

3 成果

当初、インタビュー対象者を見つけるという工程が一番難航するかと考えていたが、各国で案外すんなり見つかった。時間の制約があり、まわりきれないことも多くあったので残念ではあるが、コーヒー生産者の現状を知るという点では、まずまずの成果であった。結果として見えたのは、フェアトレードはエンドユーザーつまりスーパーやコーヒーショップでコーヒーを購入する私たちに対するマーケティングの要素が強いことが再確認された。コーヒーの生産者達は数ヘクタールの小規模農家から大規模農園まで、全て確認証におけるマーケティング要素に対して認識があった。しかしながら、その認証を取り入れない理由としては、経済状況や一個人的な理由まで多岐にわたる。また一方で、短期間での料金の支払いや、また買取価格が市場価格を上回りやすい等の理由から直接取引を望む声が多かった。

4 結論

コモディティーコーヒーに対しスペシャルティーコーヒーは、そのような生産者の作り出すものに対等な価値を払うというシステムから始まっていることを考慮しても、生産者に利を運ぶ有効性が高いのは直接取引きであると言える。しかし、この制度を推し進めれば、特段熱意のないコーヒー生産者や、コーヒーの品質改善に投資する財源がなく、かつ協同組合に所属しないまたは所属する協同組合が機能しない生産者に関しては、救いの術がない。ここでは割愛するが、コーヒーサプライチェーンの中で、問題点は生産者から最終消費者に至るまで多岐にわたる。そのため、大企業や有名コーヒー店がスペシャルティーコーヒー認知度を広めるような動きを作り出し、その他中規模、小規模なコーヒー関連企業がよりコーヒー農家に寄り添う形で技術支援を行なっていくなど、現在のコーヒー産業における形をより活発化させていかなければならないと行ったところが現状である。一般的に高品質のコーヒーは、その経済状況から多くが生産国外へ流れ出る。私達消費者は、現在自分達が口にするものがどういった過程をたどってきているのか、その製品の向こう側に少し目を向けて見なければならない。