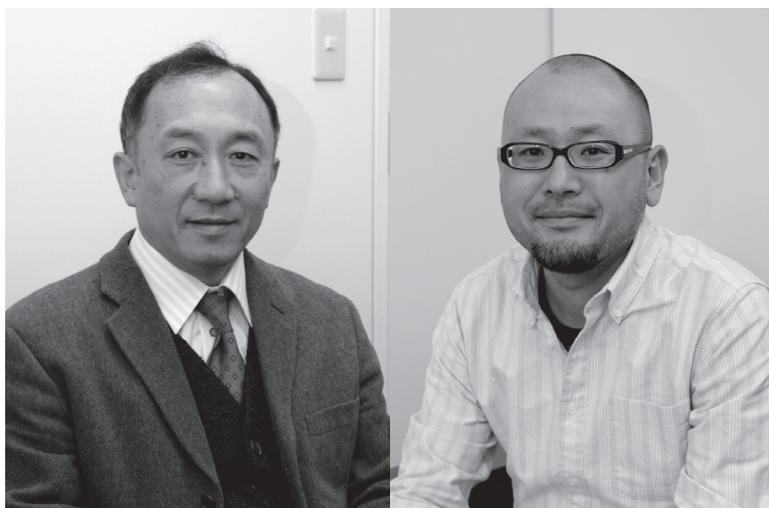


特 集

消費と倫理の現在



東京大学大学院
総合文化研究科 教授

松原 隆一郎

合同会社グリーンソース 代表/
フェアトレード・リソースセンター

北澤 肯

対談

消費と倫理の現在

フェアトレードとは

松原 国や文化によって、企業や消費が動くスピードは異なります。昼食をすごいスピードで済ます国があれば、女性が昼過ぎから玄米をゴザに撒いてその中の石を取り除き始め、歌を歌いながら夕食の準備をする途上国もあります。これをランチなのかディナーなのかと問うのは、先進国の分類をあてはめるにすぎません。

一方、日本はどうでしょう。TPP問題に揺れ、皆が「先進国に迫り着かなきゃ」みたいなことを言っている。常に最速で走らなければ資本主義から落ちこぼれるかのような恐怖心にさいなまれています。現場で用いられる定義とは違うのですが、私には資本主義の最速のスピードをめざさず、それぞれの国や文化のスピードを生かすように足並みを調整するのがフェアトレードではないかと思えます。例えば、投機的な価格変化に応じ次々に輸入先を変えていく先進国のコーヒーマーケットに合わせるよう、途上国のマーケットをつくり変えるのはフェアではありません。「時間感覚のずれ」的なものを一方的に埋めさせるのはアンフェアだと思います。

実際に現場でフェアトレードに関わっておられる北澤さんは、どのようにお考えですか。

北澤 日本でビジネスマンの方にフェアトレードの話をする、「うまくいかないだろう」とよく言われます。「倫理性を求めることは市場メカニズムに反する」「フェアトレードはチャリティーだ」「規模が小さい」「メジャーになれない」などの声も聞きます。これでは、フェアトレードは広がりようがないので、僕は「そうではないですよ」と話しています。

日本には昔から「三方よし」という言葉があります。近江商人の商道徳で、「売り手よし」「買い手よし」「世間よし」。これら3つがすべて成り立って初めてビジネスモデルが持続可能になるとの意味です。フェアトレードは国際貿易における「三方よし」です。フェアトレードをそう説明すると、フェアトレードに批判的な人も理解してくれることがあります。

経済学の本を読んでいると、「市場の失敗」という言葉を目にします。環境破壊や貧困ですね。市場に参加するプレーヤーで、コーヒーを例にとつて言えば、貧しい途上国のコーヒー農家と先進国の大手コーヒー焙煎業者が同じ市場で戦ったらどうなるでしょう。情報量、市場へのアクセス、資金力などが全く違うため、途上国の生産者はなすべがありません。

そんな立場の生産者に小さなレベルですが、情報、資金、あるいはトレーニングで技術を与えたりして、市場でもやっていけるようにする。そして市場に参加するプレーヤー間の非対称性を少しでも是正し、市場原理が機能する前提条件を整える。そしてこれが結果的に「市場の失敗」を補完する。それがフェアトレードだと考えています。このように説明すると、「なるほど、いいね」と良い印象を持ってくれるビジネスマンが結構います。フェアトレードは“お涙頂戴”的な説明では、なかなか理解されません。また何しろフェアトレード製品は消費者が自分の意志で選択して購入するのですから、市場メカニズムに則ったものです。

松原 市場経済へのアクセスは、国や地域によって相当に異なります。情報の得やすさや、教育、技術の差といった市場の外にある環境があまりにも大きいからです。個人の能力よりも、社会が持つ何らかの能力のほうが、アクセスする際に重要になります。

例えば日本の場合、江戸時代に寺子屋などの伝統があったので、明治時代に入るやいなや発展できたのだと思います。先進国のスピードに合わせることができたのですね。しかしそういったものがない国や地域で、いくら資金や技術を持ってきても、なかなか適応は難しい。

社会資本の質的なもの、最近ではソーシャル・キャピタルと呼んでいますが、人間関係の中に情報や技術を受け入れる“素地の厚さ”が重要です。日本では寺子屋によって培われた「読み・書き・そろばん」がそれにあたり、これを欠いているとうまくいきません。

そうしたソーシャル・キャピタルを、土地に合わせてNPOで補ってんしていくのが、北澤さんの

おっしゃるフェアトレードなのかなと思いました。
北澤 そうですね。日本のNGOが現地に行って学校をつくることはフェアトレードではないですね。もちろん教育も大事ですが。その土地の人々のビジネス、例えばコーヒーの取引を通して技術を教えたり、資金へのアクセスを紹介する。あるいはキャッシュフローを安定させられるようにしたり、ビジネスを通して教育プロジェクトを行うこともフェアトレードの重要な一部です。

松原 なるほど。“オン・ザ・ジョブ”でやっているわけですね。

北澤 それこそがフェアトレードの一番の面白みであり、強みだと思います。

「フェア」の意味を考える

松原 フェアトレードの対象は、途上国だけではありません。京都では1990年代前半に、大変なスピードで町屋が壊れていきました。町屋に住みたい人は結構いましたが、修復の方法がわからず、維持にお金がかかるといふ先入観から手を出しかねていたのです。それがうまくいくようになった理由の一つに、NPOがほぼ無償で情報提供をしたことが挙げられるでしょう。そこに飛びついたのは東京の人々で、町屋は住居だけでなくレストラン、カフェ、ブティックなどに生まれ変わりました。

それまでのまちづくりにはお金を流すことを良しとしない風潮があり、資本主義と切り離して古いものを残そうと試みられたりしました。しかし、京都の町屋のケースは不足していたノウハウをある程度与えたことでビジネスが成立し、結果的にお金が流れて古い建物を修復・維持して残すことができました。こうした例は、他の先進国でもみられます。

イタリアでは、1970年代に郊外化が進み、市街地が寂れて何百年もの歴史を持つ建物が修復されないまま老朽化しました。ところが市街地の歴史的建築物に著名ブティックを誘致すると、建物を保存しつつお金がうまく流れるようになりました。イタリアの都心では、小さな間口でも大

きなテナントが入っていたりして、お金の流れとボリュームの使い方が本当にうまく思います。一方、日本ではそこが野放図になっていますし、ビジネス界もどう使えばいいのかよくわかっていません。既存の建物や街並みを壊してはビルを建てるばかりです。

先進国でも途上国でも、うまくいっていないビジネスにノウハウを注入するサポートが大切で、それ自体がビジネスなのでしょう。

北澤 本質はそんな感じですね。

今フェアトレードは、世界的に面白い流れになってきています。世界のフェアトレードのマーケットは毎年20～30%と、ほかのビジネスモデルではなかなか考えられないほどの広がりを見せています。従来のフェアトレードは、教会のバザーやチャリティーショップなどといった非常にニッチ（隙間）なものでした。しかし、1990年代にフェアトレードの認証制度がつくられ、取引や生産の現場を監査し、条件に合致すればフェアトレードマークをつけてスーパーマーケットなどの一般の売り場でも売れるようになりました。

スーパーマーケットやカフェチェーンなど、まさに資本主義な大企業がフェアトレードに参入してから、フェアトレードという言葉自体もフェアトレード製品の売り上げもすごく広がり、参入する生産者も増えました。ところが、それによって伝統的なフェアトレード団体が大事にしていた部分が疎外され始めました。拡大主義のフェアトレードが広がったことを、伝統的な団体はかなり批判しています。

これについて僕の立場は、非常にニュートラルです。フェアトレードと出会ったのはカンボジアでした。そこでは、普通のNGO的な医療関係の活動をしていました。

カンボジアには圧倒的な貧困など、いろいろな問題があります。いまだ無数に埋まっている地雷は完全に利権になっていて、政府しか触れることができません。政府にとって地雷は、世界中からお金を集めるためのもので、それを独占しています。カンボジアには国の税収ほとんどがなく、収入のほとんどは外国からの援助です。そして

ODAのトップドナーは日本です。ODAで橋や道ができるのはカンボジアの人たちにとってはいいことですが、カンボジア政府を支えているのは日本人、日本の税金なんです。そう考えていくと、途上国にもいろいろ問題がありますが、先進国の影響が大きく、日本が変わらなければいけないなと思いました。

フェアトレードには、消費者側、先進国側が大きく変わるためのものがあり、これがフェアトレードに関心を持つようになったきっかけです。

従来どおり教会のバザーなどでニッチにやっても、あまり大きくは変わりません。だからフェアトレードがスーパーマーケットに貧困問題を持ち込んだのはすごく面白く、エポックメイキングなことだと感じました。

フェアトレード認証制度がもたらしたダイナミズムは、非常に大きいと思います。それによっていろいろな人が南北問題や貧困問題、自分が飲んでいるコーヒーの生産者について関心を持ち始めます。だからスーパーマーケットなどが広めるフェアトレードも意味があると思います。でも、これまでずっとフェアトレードを小規模に、大事にやってきた人たちの気持ちもわかります。だから「企業はフェアトレードをおためごかし的に使っている」という批判も理解できます。その間にいる僕には、ジレンマみたいなものもありますが、それゆえフェアトレードは非常に面白いと感じています。

松原 経済学に「フェア」という言葉を持ち込むのは、なかなか難しいですね。貧困や格差の問題は、経済学的には単に「合意してなされた経済取引の結果」にすぎません。経済学の発想では、「フェアさ」とはそうした「結果のゆがみ」を投票や政治でいかに再分配するかの問題にすぎません。

けれども、フェアの発想を入れるべきなのは何かを交換する局面においてではないでしょうか。例えば、貧しい家庭に生まれ、あまり教育を受けられず、いい学校にも行けなかった。これは当人の努力不足の結果に見えるかもしれませんが、誰かが読書の魅力を教えてくれればその子の人生は変わったかもしれない。また、生まれた町がどんどん変化したり、津波で一瞬にして消えたりする

のも、個人にとっては理不尽です。各人が努力できるような環境づくりに助力する必要があるのではないのでしょうか。

人間のフェアの感覚は、交換の結果として生じた貧困を政治的に解決すれば済むものではありません。先進国であっても、途上国であっても、各人が努力できる環境を整えることが重要です。

格差は悪いと決めつける風潮がありますが、「経済の自然な結果だ」「それでも現に経済は動いているではないか」との理屈もあります。「格差とは、平等なルールで始めたスポーツの結果みたいなもので、皆それを受け入れているではないか」と。これに反論するのはなかなか難しいんですね。

交換や売買が、一見ただけでは平等なルールで行われているように見えても、フェアとは何なのか考えることでそこに不平等さが潜んでいることが分かるのではないかと思います。先ほどお聞きしたカンボジアの地雷の例など、世界で起きていることを「やっばりおかしい」と考えることも大事でしょう。さらに、我々の日常を、フェアの視点で見直すのもいいでしょう。一見すると合理的に見える取引の中にも、アンフェアがあるかもしれません。

与えることがフェアトレードではない

松原 例えば、インドにはものすごい格差がありますね。我々が多少寄付したところで、どうにもなりません。これほどの貧困を解決するのは難しい。

そんな現実には、フェアトレードが太刀打ちできるのでしょうか。さまざまな途上国を見てこられた北澤さんは、どのように感じていますか。

北澤 ビジネスモデルとしてのフェアトレードの対象には、ほんの数人の小さなグループがあれば、組合員が何万人もいるコーヒー生産団体もいたりします。でも、その人たちが全てフェアトレードマーケットに売れるほど、フェアトレードは広がっていません。メキシコの場合、フェアトレードマーケットに売って恩恵を得られるのは、組合にもよりますが3～4割。残りは一般マーケットに売ら

ざるを得ない状況です。

フェアトレードのビジネスの中には、生産者への教育や資金的サポートなどもあり、それによって現地の人々は力をつけることができます。また子どもたちに教育機会を提供するなど、少しずつ、エンパワーもしています。

フェアトレードとは、先進国の人々が与え、途上国の人々が受け取るものではありません。互いにビジネスとして、対等な立場で行い、そこに大きなソリダリティー（連帯）が生まれるもの。それが面白いところだと思います。

モノを具体的に返さないソリダリティーは、なかなか長続きしません。しかしフェアトレードの場合、コーヒー、チョコレート、バナナなど、日常的に飲食する具体的なものが媒体になります。これが「貧困」「児童労働」などの問題だと、それが悪いことだと実感はできますが、その考えを持ち続け、行動に結びつけるのは非常に困難です。それに比べ、フェアトレードのコーヒーやバナナを普段から買うことは、非常にリアルであり、毎日続けられることです。コミットメント（責任、関与）が持続するということですね。その意味でもフェアトレードには、現実的に変える力があると思います。

松原 「施し」的に欲しくもないコーヒーやバナナを買うのであれば、対等とは言えません。また、ビジネスとしてうまくいかないでしょうし、そもそも連帯にならない気がします。

相手のいいところを見つけエンパワーし、環境条件において対等になって相互に潤うことが、ビジネスにおける連帯だと思います。その“種”を、互いに得をしながらかう育てるかが問題でしょう。

先ほどお話しした町屋の再利用については、古い建物を残せる上にお客さんも呼べるわけですから、これはフェアだと思います。貧しい国に対しても、単にお金を届けるだけのチャリティーでは駄目で、そこにどのようなビジネスチャンスを見出すかが醍醐味であり、難しいところであり、フェアの“種”である気がします。

対等かつ互いにメリットがあるビジネスを見出すには、マーケットを見る目、ビジネスマンとし

ての才覚が不可欠と思いますが、その点についてはいかがですか。

北澤 貧しい国の生産者たちが、本当に質の高いものをつくり、売り先を選べるほどの力をつけることが最終的な目標だと思います。そんなステージまで上がっていくと、我々も商品を買うメリットがあるわけです。単なるチャリティーでは長続きしません。

とはいえ、資金や市場など、実際には普通のビジネス以上に難しいビジネスです。でも市場では、この新しい世界観と経済モデルを応援し、選んでくれる人が増えているので、取り組むメリットは大きいと思います。

「変わっていくこと」に正当な評価を

松原 一昔前なら、大手のショッピングセンターが貧しい人々からモノを買っていたら、貧困・格差を助長していると批判されました。でも今は、フェアトレードに尽くしていると見られます。大手も、企業にとってのメリットになるから参入するのでしょうか。フェアトレードの観点からみて、大企業はよくなったと言えるのでしょうか。それとも、変わっていないのでしょうか。

北澤 欧米では少し前に「グリーンウォッシュ」という言葉が流行しました。大企業が少だけエコに取り組み、ほかの悪事を洗い流そうとすることを指します。これに倣い、大企業がフェアトレードに取り組むことを「フェアウォッシュ」と揶揄する人もします。でも、結局は見方の問題だと思います。

これまでエシカル系（人権や環境に配慮した倫理的な商品やサービス）のコーヒーの中では、フェアトレードのコーヒーが売り上げトップでした。しかし、最近はレインフォレスト・アライアンスという、「エコ」面と「人権」面を基準に認証をしている団体がすごく伸びていて、フェアトレードの脅威になっています。かつては、その団体の認証制度の基準は、エコだけでした。エコ面さえ守ってつくってれば認証していましたが、フェアトレードが市場で伸びてきたのを受け、人権面の基

準も入れてきたのです。

これについて批判する人もいますが、僕はフェアトレードがあったから、レインフォレスト・アライアンスなどがボトムアップされたと思っています。フェアトレードが存在することで、ほかの認証モデルも少しずつ良くなっているわけです。大企業も、色々とそういった商品やサービスを増やしています。それがCSRなのか、マーケティングなのかはわかりませんが、そのように変わっていくこと自体を良いことと考え、評価しています。

松原 企業が変わったことを途上国の視点から評価し、利用したほうが良いとお考えですね。

北澤 また大企業の内部は、必ずしも一枚岩ではありません。会社にはいろいろな部署があり、たくさんの方がいます。その中で「フェアトレードを進めたい」と考えている人は、本当に熱心です。でも、大企業の中でフェアトレードを進めるのは、フリーあるいは小さなNGOで進めるより大変かもしれません。進めたくても周りは敵だらけで、まず現場レベル、店長レベルから反対されます。「そんなもの売れない」「よくわからないものを持ってくるな」と。それでも本当に頑張って説得し、中から切り崩してフェアトレードを進めてくれる担当者もいます。

大企業がフェアトレードに参加するのはインパクトも非常に大きいので、僕は担当者を応援したいと思っています。

松原 ビジネスチャンスは、そもそも壁を切り崩すところにありますが、大企業に属する方が途上国とのフェアトレードにビジネスの種を見つけても、周りは敵だらけで、身内から切り崩していかないといけな。フェアトレードに興味がある人や特殊な技能を持っている人同士がつながり、ネットワークを広げていきたいものですね。

北澤 そういう人たちがつながっていくことは重要だと思います。

持続できるビジネスを生み出すには

松原 フェアトレードが長期的に持続されているビジネスには、どんなものがありますか。

北澤 伝統的なフェアトレードを続けている小さな団体は、手工芸品などを扱うことが多いです。お母さん10人くらいでつくっているところもあります。フェアトレードとは基本的に、南北問題の解決策ですから、途上国でつくられ、先進国で消費されるものであれば、原理的に何でも可能です。最近はカテゴリーもどんどん広がっています。例えば、食品は、これまでは一次産品が主流でしたが、最近は加工度も増えています。フェアトレードのナッツや砂糖を使ったクッキーやケーキなんかもあります。また、コットンは南北問題の象徴です。我々消費者は綿ではなく、最終的に服として買うのですから、アパレルの縫製過程などもフェアトレードで監査します。こういった工業製品のフェアトレードも増えてきています。

意外なところでは、金やダイヤモンドのフェアトレードもあります。採掘現場での人権問題、環境破壊の問題がありますから、それをフェアトレードで取引しています。こうした例からも、かなり広がりがあると言えます。

何がうまくいき、うまくいかないのか。それを定義するのは困難です。かつてフェアトレードの国際認証機関がイギリスで行ったマーケティング調査によると、フェアトレード商品への関心が高いのは30代、40代の教育水準が高いシングルの女性たちでした。ですから、彼女たちがスーパーで買うワインや海産物などに適用するのが最も有効だと考えられて製品開発が進みました。

伝統的なフェアトレード団体がつくる雑貨などは、リピート購入することがあまりありません。例えば、タペストリーなどは何十年も長持ちしますから。やはり生産者のことを考えると、食品や嗜好品など、毎日消費するものに適用するのがよいと思います。

松原 フェアトレード商品が先進国、たとえば東京に住む人々にとって魅力的かどうかポイントだと思います。

ネパール人の友人は、僕のところにいろいろな雑貨を持ってきます。しかし、「そう何度も買う品物ではない」と伝えても彼らはなかなか理解できず、一度売れると日本人が喜ぶと思って何度も

持ってきます。また、中国に行けば、絨毯などをすすめられますが、何枚も必要ありません。そのあたりが気づきにくいようです。

ですから、そこを見極めて結びつける人が必要になります。日本のマーケットで売るのなら、日本人に訴えるために何らかの「変換」をしなければ持続が難しい。見る目のある人がうまく「変換」することで、初めてお金が流れます。

つまり日本なら日本側にも何らかの組織が必要だと思うのですが、その点はどうでしょうか。

北澤 例えば、日本企業がネパールで商売をする場合、現地の生活などをしっかりマーケティング調査します。

日本におけるフェアトレードのイメージを変えたのは、フェアトレードカンパニーのピープル・ツリーというおしゃれなアパレルブランドです。最先端のジャンルであるファッションのフェアトレードです。決して大手のように資金が豊かなわけではなく、フェアトレードへの関心の高いデザイナーが無償で協力したり、セレブの宣伝協力があつたため、日本でも通用する服を現地で作ることに成功しているようです。

社会起業家の山口絵理子さんがデザインする、バングラデシュのジュート（麻）を使ったカバンも有名です。途上国からブランドをつくらうとしているわけです。

今、お話ししたような例が、フェアトレードのあるべき姿かなと思っています。

消費者に合わせた「変換」が重要

松原 先日、インターネットで観た番組によると、奄美大島は観光客も減り、経済的には不振の状態にあります。経済が回らなくなった理由の一つに、大島紬つむぎが売れなくなったことがあります。そこで番組の企画として奄美出身の女性タレントが銀座や新橋のおしゃれなカフェなどに大島紬を持っていき、売れるかどうかを試していました。

友人に、似たことを試みている女性がいます。彼女は高価すぎる大島紬では持続的には売れないと考え、かつて奄美大島でつくられていた庶民的

な芭蕉布を東京で売ろうとしています。

そういったさまざまな試みをして、消費者が振り向くような「変換」をしないと、国内でも地域間のフェアトレードは困難です。まちおこしも同様で、魅力をアピールするにしても、都会の人々が消費しやすいものでないと難しい。その技術をうまく移植するには、どうすればいいのでしょうか。日本国内のフェアトレードやまちおこしについては、いかがお考えですか。

北澤 趣味の自転車の関係で、何度かまちおこしプロジェクトにかかわったことがあります。

中でも印象に残っているのは、三宅島のプロジェクトでした。2000年に噴火があり全島民が避難し、2005年に住民が島に戻りましたが、その後もまだガスが出て立ち入り禁止区域があつたりで、もともと主産業であった観光業がうまくいきませんでした。行政主導によるオートバイのレースもありましたが、僕らは自転車で三宅島の観光のアピールをしようと思ったのです。こうして開催した自転車エコツアー「三宅島エコライド」は、おしゃれで楽しいイベントになりました。

一見、三宅島は遠そうですが、実は東京湾の芝浦からフェリーで5～6時間で行けます。5年間も人が住まなかったためか、岸からウミガメや、運が良ければジンベエザメが見えるほど自然が豊かです。溶岩は、住民にとっては災厄の象徴ですが、観光客にとっては魅力的な観光資源で、溶岩ハイキングなどを企画しました。また、浜には高さ5mくらいの垂直な磯がずっと続いていて、ボルダリング（ロープなどの道具を使わないロッククライミング）もできます。ヨガやビーチクリーニングなど、僕らはそういった流行りのカルチャーも取り入れ、地元の資源をうまく使い、初回で約200人を集めました。一回のイベントでこんなに集まったことはなかったと聞きまし、自転車イベントにしては珍しく、参加者の4割が女性だったんです。その後も自転車で走りにくる人が増えたそうです。

結局、地元のをそのままアピールするだけでは、うまくいかないんですね。ターゲットに合わせて変えていくことが必要で、大切なのは発想だ

と思います。フェアトレードにおいても、重要なのは、センスや見せ方だと思います。

松原 ボルダリングは、大してお金や道具を使わずにやれるスポーツです。それにリゾート開発と違って、ほとんど何も壊しません。そういうものが定着するといいですね。

ちなみに奄美大島でも、目の前をウミガメが泳いでいます。海が澄んでいて、水深30mくらいまで見えます。そんな魅力をうまく利用するといいですよね。

日本は海洋資源を獲りすぎではないですか。必要なぶんしか取らない、そんな自然との付き合い方なども、フェアトレードのフェアに含まれるのではないのでしょうか。いわば、“自然とのフェアトレード”ですね。

北澤 僕は昔、フェアトレードの国際認証機関に勤務し、そこでフェアトレードの監査業務をしていました。5～6年前、そのマークを「ツアーにも付けよう」と提案があったのですが、当初は理解できませんでした。実は途上国への観光旅行というものは、ものすごくアンフェアな面があります。先進国の業者がお膳立てしてつくり、儲けるわけですから。

ツアーは、飛行機に乗っても、ホテルに泊まってもお金の多くは先進国側に入ります。リソースは途上国なのですが、現地にお金は落ちません。しかも、さまざまな形で、コミュニティを破壊することもあります。だから、そうではないエシカルなツアーパッケージにフェアトレードマークを付けようという動きが出てきたのです。フェアトレードのマークをツアーパッケージに付けるという、それ自体は立ち消えましたが、同様の動きは世界中で広がっています。エシカルトラベル、サステイナブルツアー、エコツアー……コミュニティの発展につながるような、よりフェアなツアーが、世界中に広がっています。

例えば、南アフリカでは、HIVに感染した若い人々に職を提供する試みがされています。料理やツアーガイドの教育をして、彼らとそのツアーパッケージから、きちんと利益を得られるようにしています。その意味では、観光とフェアトレードが

つながっているとと言えます。

松原 経済の循環を持続可能にすることが重要ですね。さらに突き詰めれば、皆がちゃんと生活を維持できるかどうかの話になります。

公平性がもたらすアンフェア

北澤 東日本大震災の後、倫理的な消費や投資の動きがすごく広がりました。その一つに、ミュージックセキュリティーズがあります。

もともと、この会社は、デビューしてないミュージシャンのCD制作を支援するファンドを運用していました。しかし震災後は、被災地の缶詰工場などを支援する、さまざまなファンドを運用し、中小企業の復興に一役買いました。お金を持っている人は、できれば何か良いことに投資したいと思っています。そのリターンは海産物やお酒など現物だったりするようですが。いずれにせよ、この動きは大変画期的でしたし、しかもうまくいっているようです。

フェアトレード団体も、途上国で培ったノウハウを使い、東北に雇用を生み出すための新しいプロジェクトを立ち上げています。例えば、崩壊した漁港の漁網をミサンガの材料として再利用するのも、考え方はフェアトレードと同じだと思います。

松原 大震災では、お金を持っている人は被災地に投資をします。しかし、普通の人は義援金を日本赤十字社へ寄付しました。

義援金を出した人の中には、やる気があって実績もあるのに目先の資金に恵まれない企業をぜひ支援したいと思う人が多くいました。ところが日本赤十字社があまりに公平に扱すぎたため、お金がなかなか現地に向かわなかった。行政に落ち度はありません、完全に公平に扱っただけですから。でも公平に扱うほど、お金が流れない矛盾が起きてしまいました。

法の公平性があるからこそ、逆に公平性が破られることもあります。たとえ不公平に見えても、銀座の中華料理屋が復活を待っているフカヒレ工場のような一カ所に、集中的にお金を流したほう

が復興は早いはずです。危機状態であることを論拠として、そうすべきだったと思います。僕としては、可能性が高いところから優先的にお金を流す運動が、もっと発生すればよかったのと思っています。

「政府は公平であるべき」との考えが、足かせになりました。政府の公平さはむしろ、非常事態においてはフェアになりません。

北澤 それは途上国の援助などにも共通していると思います。僕はヨーロッパを調査して、政府がNGOや民間を非常にうまく活用することに感心しました。政府がやると不公平だと批判される部分を、うまくNGOや民間に託します。そのほうが楽だし、結果も出ます。一方、日本のNPOは、単なる行政の安い下請けみたいになっている例を多く見てきました。この点は、欧米を見習うべきだと思います。

とはいえ国内にも、注目したい動きはあります。例えば、義援金にしてもネットで募金できるサイトが増えました。しかもどの団体に募金を託すか、選ぶこともできます。そこには市場原理みたいなものが働き、パフォーマンスがいいNPOにはお金が集まり、それを使って迅速にサポートができる。東日本大震災は、日本に新しい募金の文化を生んだと思います。

松原 日本赤十字社などの機能不全により、お金の流れがそちらに変わったのでしょうか。

ピンポイントでやらないと、現実にはお金は流れません。政治家がやると「コネだ」と批判されますが、NPOや個人なら早く動けますね。その意味で政治は今、機能不全を起こしています。「透明性」などと言い過ぎたせいかもしれません。公平性を欠いてでも実行する人が必要でしょう。たとえ不公平でも、危機においてはお金が流れれば構わないと思うのですが。

それを政府が行うのは、今の日本では難しい。だからこそNPOなどは、マーケットを獲得しやすくなっているのかもしれませんがね。NPOなどへの献金は、大きな動きになっているのですか。

北澤 そうですね。あともう一つのポイントは献金の「控除」ではないでしょうか。

昨年、企業がNPOに寄付するときの控除の基準が大きく変わり、援助を得やすくなりました。日本の社会は、まだまだ欧米を追いかけている段階ですが、インフラは非常に変わってきています。今回の震災がかなり後押ししているのではないかと思います。

フェアトレードと金融

松原 東日本大震災により日本のボランティアに、一種のツーリズムが生まれたと思います。これまでは、被災地に行ってボランティア活動をしたらすぐに帰ってくる人がほとんどでした。しかし今回は、ボランティア活動をした後、「どうせならお金を落とそう」と、おいしいものを食べたり、温泉に入ったりしているようです。つまりボランティア活動と観光がセットになっているのですね。これは、以前にはなかった考え方です。

高円寺のまちおこしイベントにかかわっていて、恒例の大道芸イベントをやろうとしたら、商店街の多くの高齢者から反対されました。高齢者にとっては、「この時期にお祭りなんて不謹慎だ」という感覚だったんですね。結局は東北への義援金活動を兼ねた大道芸ということで若い世代が理解してくれ、実現しました。楽しいイベントで積極的に訴えてお金を流すのは、僕は良いことだと思います。

若い世代は、「東北がピンチなら観光しよう、温泉に行こう」と抵抗なく受け止めます。これも僕は、倫理的な消費の一種だと思います。例えば、東北のお酒は、この1年間ですごく売れたそうです。これもフェアトレードの一種なのでしょうか。
北澤 そうですね。「自分の選択によって、どういう効能が得られるか」に「他者」を含めた考え方ですから。

松原 地元の信金など、個別に長く取引している金融機関の審査能力も、一種の社会資本ではあります。バングラデシュのグラミン銀行も、非常にマイクロなところで会社の能力を審査し、細かく融資しています。

日本において信金などは、社会資本としてあま

り重視されてきませんでした。銀行はどんどん大きくなるべきと考えられ、それが、構造改革以降の一つの流れになってしまった。今はむしろ、生かされるべきはそういった社会資本ではないですか。先に述べたフカヒレ業者などから融資する順番を早く決めないと、小さな周辺企業もなかなか復興しません。

北澤 欧米でフェアトレードが急激に広がった背景にはフェアトレード事業に融資するエシカルな金融機関があります。ソーシャルバンクですね。これを僕は、「フェアトレードインフラ」と呼んでいます。

フェアトレードは、生産者に前払いするわけで、資金繰り的にはすごく難しいビジネスモデルです。キャッシュフローが非常に厳しい上、高く払うわけですから。しかもマーケットは、当時はあまりありませんでした。そんな難しいビジネスを支えたものとして、例えば教会があります。日本のキリスト教会は小さいですが、ヨーロッパの教会は規模が大きく、かなり資金を持っており、フェアトレード団体に何億円も出資しています。また教会が出資してフェアトレードの会社を立ち上げた例もあります。

そしてソーシャルバンクでも、何百億円レベルでお金を回しているところがたくさんあります。しかも、低金利で融資を受けられる。そのようなインフラがあって初めて、フェアトレードの会社が成り立つのです。

一方、それらが無い日本では、フェアトレードの事業は非常に難しいですね。最近ではソーシャルバンクが出現し始めていますが、せいぜい数億円と小規模です。社会に還元したい資産家は多いのに、実現につながらないのは損失といえます。非常にもったいないですね。

若い世代が求める「緩やかなつながり」

松原 かつての日本は集団主義が強かったですが、戦後は自由で、個性を伸ばす教育に重きが置かれました。その結果、人づきあいをわずらわしく感じる人が増えました。職場でも、地域でも、

人間関係は解体されていきました。家族づきあいすら面倒がられて核家族が増え、さらに子どもは家から出ていく。夫婦2人世帯、あるいは結婚しない人は、最終的に孤独死を迎えます。これが日本の戦後個人主義が行き着いた先です。

アメリカも個人主義と言われていますが、大きな違いがあります。それは、強烈なキリスト教が残っていること。つまりチャリティーの文化が、個人の倫理観の根っこに残っているのです。

日本の場合、その意味での宗教意識は薄いため、個人主義を広げていったら、行き着く先は孤独死だった。一概に悪いとは言いませんが、どうも寂しい気がします。

その点、若い世代は、個人主義でありつつも、緩やかにつながりたい気持ちを持っている気がします。だから、ボランティアをしつつお金を使って皆で楽しむ感覚を持っているのでしょうか。

日本人と外国人のフェアトレードとの付き合い方に違いを感じますか。

北澤 僕がアメリカに住んでいたのはずいぶん昔なので、比較するのは簡単ではありません。ただ、フェアトレードで知り合う大学生などを見ると、日本の若者のコミュニティに対するつながりたい気持ち、帰属したい気持ちは強いと思います。ネットの世界においても同様で、フェアトレードのソリダリティーに似ているかもしれません。時空を超えたつながりですので。

松原 ヨーロッパのソリダリティーには、キリスト教的な背景がありますか。

北澤 色々な社会運動を見ていると、ソーシャルイズムと教会の名残が見えますね。初期のフェアトレード団体の多くがキリスト教系ですし。

松原 日本でフェアトレードは、宗教や社会主義では根づかないんじゃないでしょうか。日本では宗教の影響力は弱まり、例えば神事である相撲にも宗教観はありません。また、日本の若者は、つながりの必要性を感じつつも、強いつながりが嫌で結婚しない人も多い。でも完全に別れるわけではなく、緩やかにつながっています。

最近ではシェアハウスが流行っていますが、10部屋の個室があれば、うち7を個室に、3を共有部屋

にして、緩やかに付き合います。完全に家族になるのは嫌なのでしょう。これも日本の若者のフェア意識だと思いますが、うまく生かせばフェアトレードビジネスを盛り上げる受け皿になり得ます。

また、昔は強かった部活のつながりも、サークルのように緩やかになっている。出入り自由で、自分の空間・時間もあるけど、共有する部分もある。そういうものでないと、日本では受け皿になれないと思いますが、いかがでしょう。

北澤 若者のフェアトレードへの関心は高まっていて、最近では多くの大学にフェアトレードサークルがあります。全国規模のFTSN（フェアトレード学生ネットワーク）もあります。

学生団体の場合、年によって、活動の活発な年、そうでない年など、活動の継続が難しいのですが、ここ10年くらいずっと続いています。学祭でフェアトレードカフェ、フェアトレードファッションショーなどのイベントをしたり、全国から集まってフェアトレードサミットも開催されています。彼らからすれば、国際協力のNGOに行つてハガキを書くよりも、もっとリアルに貧困問題にかかわれるのです。大学側に要請し、購買部や生協にフェアトレードコーナーを設けて、フェアトレード製品を学内で買えるように働きかけたり、卒業論文でフェアトレードを扱う人も増えています。

いまやフェアトレードが、国際協力に関心のある学生コミュニティのコアになっています。かつてのコミュニティは地域で区切られていましたが、それをインターネットがいい意味で壊したため、自分の関心に任せて時空を超えてつながることが可能になりました。フェアトレードに限らず、そうしてできたコミュニティが今、若い世代をつないでいると思います。

松原 僕が住む阿佐谷に、若者が1日70～80人集まる居酒屋があります。特徴的なのは、その店を友達30人くらいで運営している点です。オーナーは2人、正式に働いているのは2～3人で、それ以外は無給でサポートする友達。彼らがメニューをつくったり、内装を変えたりしています。また、月に1度街の美化運動をして、それに参加すればこの店でビール1杯が無料で飲める。

かつて、この店にはお通しはありませんでした。しかし、震災後に300円で出すようになり、その集まった50万～60万円を寄付したそうです。お客さんも、寄付の対価になるならと、ほとんどの人がお通しを注文します。

周囲の住民からすればいつも騒がしい居酒屋ですが、人のためになることを楽しくやりたい気持ちは皆持っているし、それに誰だって寂しいから、人が集まるのでしょうか。このお店や、サークル、ネットもそうですが、人々がどうつながるかが今後の課題だと思います。

人と人をつなげる役割の人がいるのでしょうか。それとも、サークル同士のイベントなどがきっかけになるのでしょうか。

北澤 今は、自然とつながることが多いようです。ネットですぐですからね。

松原 どこで知り合ったらつながっていくのですか。

北澤 これは受け売りですが、若い世代はネットをリアルにつながるために使っているそうです。よく「ネットはバーチャルだ」と言われますが、そうではありません。

松原 ネットをバーチャルだけで使うことは、実際には少ないですね。

北澤 ネットでの出会いから、さまざまな可能性が出てくるケースも多いです。

松原 そういった「気づき」が、ネットにはあります。そしてフェアへの動きや、新たな可能性も生まれるのでしょうか。

人と人をつなげるネットワーク技術

北澤 フェアトレードが広がったのは、インターネットの力が非常に大きかったと思います。生産者ともすぐつながれますし、いろいろな情報のやりとりもできます。

松原 僕は阪神・淡路大震災で被災しましたが、当時はインターネットも携帯電話もさほど普及していなかったのを覚えています。でも、その後、ネットの掲示板が爆発的に増えました。それまではただテレビを観て情報を受け取るのみでしたが、掲示板では自分から情報をやり取りができ、それが

衝撃でした。「神戸市〇区×町何丁目の松原の家がどうなっているのでしょうか」と質問すると、足を運んで「全壊です」とか答える方が現れるのですから。マスメディアはマクロな情報しか扱いませんが、掲示板ではミクロな情報をすくえます。それは趣味の領域だけでなく、緊急時にも役立ち、まさに融通無碍ですね。

ネットが日本で爆発的に広がったきっかけは、阪神・淡路大震災だと思っています。それまであった“後ろめたさ”が一気に“前向き”に変わった印象があります。あれから17年が経ち、ますます心の壁を越えてつながっている感じです。

北澤 僕は昨年11月から3カ月間、セネガルにいました。大統領選で混乱する可能性があったので帰国しましたが、その顛末は現地に残ったスタッフからのメールで逐一知りました。僕は、どこのマスコミの特派員よりも早く、大統領選の結果を知ったのです。さらに、それをツイッターで流すと、何百人、何千人にリツイートされました。ほんの数分のうちに、セネガルの大統領選の結果が、日本の個人レベルのネットワークで広がったのです。これはすごいことだと思います。

松原 ツイッターは完全に個人と個人を結ぶネットワークですね。

北澤 「ツイッターはすごい」と2年くらい前から言われていたような気がしますが、僕は東日本大震災後に始めましたが、やはり本当にすごいなど。

地震があったら、まずツイッターを見ます。「揺れた」「揺れきた」「ここでは震度2」「あそこは震度3」と、一瞬で情報が集まります。ビジネスでは絶対に真似できません。

松原 膨大な情報が流れを取捨選択できるのがすごいところですね。こうしたメディアが現れては、都合の悪いことを隠し通すのも難しいです。

エネルギーのフェアトレード

松原 僕は、東北が今後どうなるか、なかなか見えないなど感じています。国をあげての東北復興を昨年1年間集中してやっていけば、いろいろなことがもっと早く解決したはず。足を引っ張った

のは、ずばり政治かと思います。第3次補正予算が成立したのが11月21日なんて信じられません。6月くらいに出すべきでしょう。

北澤 やはり原発事故は非常にデリケートな問題で、復興に深刻な影を落としていると感じています。それさえなければ「東北産食品を食べて応援」も、やりやすかったはず。実際、食品の安全性の不安を、完全にぬぐい去ることは困難です。

松原 「風評被害」と言われていますが、「実害」の可能性もないとは断言できない。フェアトレードの立場としても、なかなか福島産食品を扱えないのでは。

北澤 昨年開かれたイベントのステージトークで、あるフェアトレード関係者が、「学校給食に東北産食品を」と言いました。すると聴衆の中に、「安全かどうかわからないものを子どもに食べさせることがフェアトレードなのか」と怒り出した人がいました。このあたりは、フェアトレードの観点でも本当に多様な考え方があり、なかなか難しいと思います。

松原 原発事故さえなければ皆、東北産食品を買って応援したいと思っていますからね。

河出書房新社から2月に刊行された『低線量被曝のモラル』（一ノ瀬正樹編）は、なかなか興味深い内容の本です。東京大学の緊急討論会を発端に出版された単行本なんですね。例えば、年間100ミリシーベルトを超える地域に住むことは、誰もが「身体に悪いに決まっている」と言います。ところが、20ミリシーベルトのレベルだと、意見が分かれます。だめだと言う人もいれば、大丈夫だと言う人もいます。例えば大丈夫だと考える放射線学者にとっては、「福島産食品はどんどん食べるべき」と言うことがモラルになります。一方で、絶対にだめだと考える人もいます。

そして、年間20ミリシーベルトがだめなのであれば、正直、福島は救いがありません。

北澤 僕の知り合いに人権問題など、ソーシャルな活動をしている女性があります。彼女は震災前から、福島の有機農家を支援していました。原発事故は、どの農家にとっても深刻ですが、環境や安全こそが命の有機農家にとっては特に大きな問題

です。

その有機農家が放射線汚染で“どん底”に落とされると、彼女は農作物を東京に持ってきて売る活動の支援を始めました。聡明で尊敬する彼女がそのような活動を始め、正直戸惑いました。でも彼女にしてみれば、一緒に活動していた福島有機農家の窮状にいてもたってもいられなくなり、始めざるを得なかったのでしょう。

また、フェイスブックで見かけた、福島有機農家の人の発言も印象的でした。「土とずっと一緒に活動してきた有機農家には根性があり、(放射能と)闘える。だけど都会の消費者には、根性がない」。この発言を肯定的に取り上げた記事でしたが、僕は賛同が難しいと思いました。もともと有機農家は、環境や安全を重視している消費者と同じ意識を持っていたはずですが、今は分断が生じています。それがとても悲しいですね。

松原 僕も知り合いに、自然農法を支援している人がいて、「放射線よりも肥料のほうが怖い」とまじめに言っていました。本気で支援しているからこそ、肩を持たずにはいられないのでしょう。

とはいえ除染をしないことには、消費者は安心して農作物を買えない。それは責められないですね。

北澤 あの膨大な面積の山林を見ると、除染がどこまで効果的かは、わからないですね。そこに何兆円も投じるのなら、違うことに使うほうがよい気がします。でも、そこに長年住んできた人、働いてきた人の気持ちを考えると難しいですね。

松原 福島をフェアトレードによって復興するのは難しいのでしょうか。

北澤 今の福島の実状を見ると、やはり原発は、非倫理的なものだと思います。今回ドイツがすべての原発の廃止を決めました。決定したのは科学者ではなく、倫理委員会です。「エネルギー」と「倫理」は、つながっているということだと思います。

松原 20ミリシーベルトが人体にどんな影響を及ぼすのか、おそらく僕らが生きているうちには結論が出ません。ならば社会的な合意で線を引くしかない。それが「倫理」ではないでしょうか。科学が決めることではないし、科学者同士が言い争いをしても仕方がない。社会で合意して決めるし

かありません。

北澤 エネルギーも商品ですから、どういうエネルギーを選ぶのかの選択も、倫理的な消費と言えるでしょう。

松原 「エネルギーのフェアトレード」が、次の課題なのでしょうね。たしかにある程度ビジネスにできれば乗る人はいるはず。うまく当たれば、利益に結びつくでしょうから。

北澤 日本は今、石油や天然ガスなど年間20兆円以上のエネルギーを海外から買っています。しかし、国内で地熱発電などが成立すれば、国内でお金が回りますし、雇用にもつながります。

松原 マクロ的には、国内の供給に国内の需要が付くのがよいでしょう。

北澤 地理条件が異なりますが、スペインでは約20%が風力発電で、エネルギー供給のトップです。

旧来のエネルギー供給に多大なお金をかけてきましたが、それを自然エネルギーにあてればより育っていくはず。その間は、効率的なガスタービン等でつないで。日本の地熱発電の技術は世界一と称賛され、地熱利用が最も多いアイスランドでの技術は全て日本のものだそうです。日本は可能性を持っていますし、それが新しいビジネス、雇用を生みます。そのような技術で世界に打って出るべきだと思います。

倫理的消費の意義

北澤 市場社会において、購買とは一つの自己表現です。どんな世界を選び、他者からどう見られたいかの表現ではないでしょうか。

フェアトレードの世界では、そこにかかわる人たちが皆、より対等に扱われます。フェアトレードは単なる施しではなく、相手に尊厳を与えるもの。

松原 することがないのが、人間の尊厳にとって最もつらいことです。何らかの形で仕事が発生しないといけない。漁師なら、漁に出るとか。必ずしもお金儲け、労働に限りません。たとえ売れなくても、人間的な、前向きな活動でないと。

「花をつくってあげる相手がいなくなったので、もう死にたい」と、テレビでおばあさんが言って

いました。お金を取るわけでもないのに花をつくり、人にあげることが彼女の生きがだったのでしょう。そんな人と人のつながりが今、崩壊しています。

地域の人間関係も、一つの社会資本だと思えます。阪神・淡路大震災で、崩壊した地域の人間関係を元に戻せなかったのが神戸市長田区の失敗です。大きなビルは建てましたが、人も商店も戻ってこなかった。東北も、二の舞になりかねない。いくらお金を回しても、結局は人の活動が重要です。お金に関係あろうがなかろうが、前向きに活動することが、人間の尊厳にかかわります。そこに僕はフェアを感じます。

北澤 フェアトレードにおいても、復興においても、大切なのは「生き金」、つまり人を生かすお金です。生活費のためだけに、一方的に義援金を送っているだけではだめだと思います。東電の補償金にも当てはまりますが。

松原 日本の悪しき社会主義には、そう働いてしまった。でも本来は、「いかに生き金をつくり出すか」が社会主義です。

家族や長屋でべったり拘束しあうのではなく、緩やかに空間や時間を共有することが人にとって重要です。この当たり前のことが再認識され

ば、シェアにつながり、フェアにつながる。それが人間の根源的な活動ではないでしょうか。これを絶たれたから生きている意味がないと、花をつくる相手がなくなったおばあさんは真顔でおっしゃっていました。

長田区では、仮設住宅への振り分けに公平性を重視して抽選制にしたら、地域のコミュニティがばらばらになりました。それで家に閉じこもった人もいます。やはり、「公平」と「公正」をうまく組み合わせることが大切ですね。

※この対談は、2012年3月29日に行われたものです。

まつばら・りゅういちろう 東京大学大学院総合文化研究科 教授。主な著作に『ケインズとハイエク』（講談社、2011）。社会経済学専攻。

きたざわ・こう 合同会社グリーンソース 代表／フェアトレード・リソースセンター。児童労働ネットワーク運営委員、アジア経済研究所児童労働研究会委員。主な訳書に『フェアトレード——倫理的な消費が経済を変える』（岩波書店、2009）。フェアトレード、倫理的消費に関する研究、活動、JICA 専門家、シングルスピード・マウンテンバイク日本選手権主催、エコツアー主催など。(alt.bikes@gmail.com)