

スリランカにおける小規模コーヒー農家の持続可能性 — 流通面からの検討

小倉 亜紗美
広島大学平和センター

Sustainability of the Small Coffee Farmers in Sri Lanka: A Study from the Viewpoint of Distribution Structure

Asami OGURA
The Center for Peace, Hiroshima University

Abstract

To investigate the sustainability of small coffee farmers in a developing country, the interview survey for small coffee farmers in Sri Lanka and the non-governmental organization (NGO) “Japan Fair Trade Committee (JFTC),” which imports and sells Sri Lankan coffee in Japan, were studied. Accordingly, it was elucidated that JFTC is involved in building the total distribution structure of Sri Lankan coffee, from buying coffee beans from farmers to selling it in Japan by setting up some affiliated companies in Sri Lanka and Japan. Moreover, they endeavor to develop the coffee market not only in Japan but also in Sri Lanka. This new distribution channels and jobs, and enhances the sustainability of small coffee farms in Sri Lanka. It also promotes women’s role and economic empowerment in a developing economy. Therefore, increasing fair trade this way enhances sustainability of small farmers in developing countries. To facilitate this, consumers need to buy products imported via fair trade, which will increase the number of NGOs and companies conducting fair trade.

1. はじめに

世界人口が増加する中で、食糧の確保は人類の持続可能性を高めるために非常に重要な課題である (Foley et al. 2005; IAASTD, 2009)。将来的な食糧確保のためには食糧生産の場である農園を持続的に利用することが不可欠であり (Tilman et al., 2002)、アグロフォレストリーや不耕起農法、輪作を行うなどその利用法にも注目が集まってきている (Hobbs et al., 2008; 金子ら 2017)。農園には、大規模プランテーション型の農園と、家族単位で運営している小規模農園がある。生産量の多さから大規模プランテーションに注目が集まることが多いが、小規模農園は農産物の生産という役割のみでなく、開発途上国における農民の食糧生産、現金収入の手段、そして女性が収入を得ることによるエンパワーメントといった農産物の生産以外の基本的人権の維持・向上などの、開発途上国の農民生活の持続可能性という観点からも非常に重要である (Vandana, 1997)。そして、熱帯地域の大規模農園で化学肥料や農薬の使用により土壌劣化が生じ、食糧生産量や食品の栄養量の低下が指摘される中で (Lal, 2010; FAO, 2011)、地域に密着した小規模農園が持続的に利用されてきていることは、今後の食糧生産のあり方を考える上で注目すべき点である。このような農園の持続的な運営は、現地の社会や政治、文化等様々な影響を強く受ける。その中でも、生産された農産物の流通が経済的に持続可能であるかという「流通面」からの検証は非常に重要である。

日本フェアトレード委員会 (2015 年より「一般社団法人」。以下、JFTC) は、日本にフェアトレードを広めようという思いを持つ有志が 2002 年に立ち上げた団体で、2007 年 9 月～2010 年 3 月 (2 年 6 カ月) に JICA・草の根技術協力事業「コットマレー地域の小農民によるアラビカ・フェアトレード・コーヒー栽培のコミュニティ開発」を行い、事業終了後もスリランカの小規模コーヒー栽培農家で生産したコーヒー豆を継続的に買取り、輸入・販売している。そのコーヒーを国際フェアトレード認証は取得していないが、独自の基準を元にフェアトレードコーヒーとして販売している。

そこで、開発途上国における小規模農園の流通面からの持続可能性を検証するため、スリランカの小規模コーヒー栽培農家とそのコーヒーを輸入販売している JFTC を対象にコーヒーの生産・流通体制についてのインタビュー調査を行った。その結果を元に、開発途上国の小規模農園の持続可能性について論じ、筆者なりの試論を述べたい。

2. スリランカにおけるコーヒー栽培農家の調査

コーヒーは世界中で飲用されている飲み物で、様々な健康効果が認められている (Gallus et al., 2002; 立花ら 2004; Bravi et al., 2007)。コーヒーはコーヒーノキ (アカネ科コフィア属) の実の種子 (コーヒー豆) を炒って粉にし、お湯などで抽出したものである。コーヒーノキは、赤道付近のアフリカが原産で、赤道を挟む北緯 25 度から南緯 25 度の「コーヒーベルト」と呼ばれる地域で主に栽培されている。コフィア属に属する植物の中でコーヒー豆として飲用に利用されているのは、アラビカ種 (*Coffea arabica* L.)、カネフォラ種 (*C. canephora* PIERR.ex FROEH.)、リベリカ種 (*C. liberica*

BULL ex HIERN) で、このうちリベリカ種はほとんど流通しておらず、主に流通しているのは、アラビカ種とカネフォラ種の亜種であるロブスタ種 (*C. canephora var. robusta*) である (丸山 2014)。世界のコーヒー豆生産量の 70 ~ 80% を占めるアラビカ種は、エチオピア原産で標高 500 ~ 2,000 m 以上の高地に適している。良質な酸味を持ち香味に優れているが、高温多湿、低温少雨の両方に弱く、虫などにも弱いのが特徴で、栽培が難しい品種である (丸山 2014)。ロブスタ種は、標高 500 m 以下の低高度で育成することができ、病害虫に強く 1 本からの収量が多いが、酸味がほとんどなく、苦味が高い (丸山 2014)。

スリランカは、現在紅茶の栽培が盛んな地域であるが、1658 年より商業用コーヒーの生産を開始し、1800 年代には約 5,000 t のコーヒーを輸出していた。その後世界中でさび病が蔓延した際に、コーヒー農園から紅茶農園へと転換が進み、1980 年代のコーヒー価格の低迷によりコーヒーからの転作がさらに進んだ。スリランカ政府農業輸出局は、2009 ~ 2012 年に 184 万本のコーヒーの苗を農民に配布し、コーヒー生産量の増加を試みているところである (スリランカ政府農業輸出局のデータより)。

JFTC は、2003 年よりブラジルのコーヒーの輸入販売を開始し、その後 2004 年よりスリランカ紅茶の輸入販売を開始している。その後、2007 年 9 月 ~ 2010 年 3 月 (2 年 6 カ月) に JICA・草の根技術協力事業「コットマレー地域の小農民によるアラビカ・フェアトレード・コーヒー栽培のコミュニティ開発」を実施し、2012 年よりスリランカコーヒーの輸入販売を行っている。2014 年 12 月には現地法人の Kafoga (Kandy Forest Garden) Products を設立し、現地スタッフを雇い 5 つの村の生産者から生豆を買い取り (村まで買い取りに行っている)、日本の株式会社ナチュラルコーヒーに輸出している他、ロースト (焙煎) し、粉にしてパック詰めし、スリランカ国内で販売している。

JFTC の現地法人である Kafoga Products がコーヒーを買い取っている 5 つの村のうち、主に取引をしている Rojersongama 村と Rawanagoda 村の 2 つの村を訪問し (図 1、図 2)、生産者のリーダーと村人に対し、2015 年 8 月 23 日に質問票に沿って、通訳を介してシンハラ語にてインタビューを行った¹。同時に Kafoga Products のスリランカ人と、日本人のスタッフにもインタビューを行った。インタビューは質問票を用いないインタビューの回答を主体とする簡易調査手法である SSI (Semi Structured Interview) (Barriball and While, 1994) を用い

¹ 質問者：清田朋子 (JFTC スリランカ駐在、Kafoga Products コーディネーター)、松生由紀子 (JFTC 事務局)、小倉亜紗美 (広島大学平和センター助教)、通訳 (英語—シンハラ語)：Ms.Sithari Suiakkhana (Kafoga Products スタッフ)

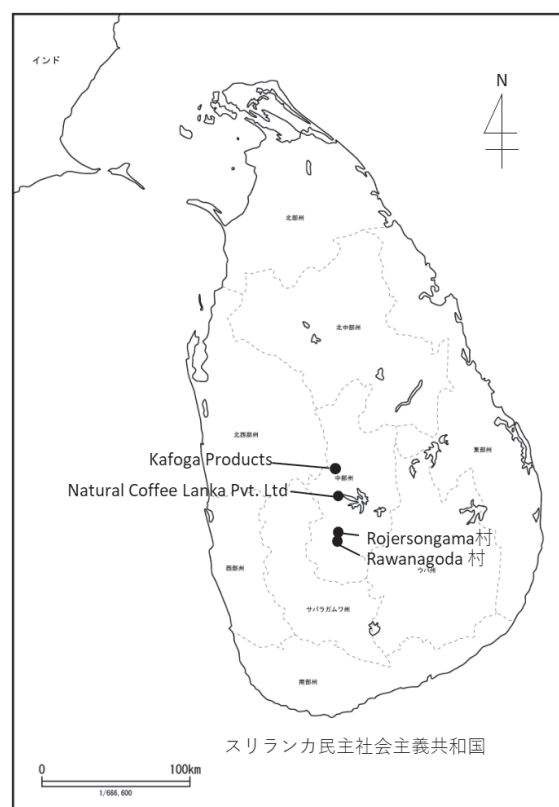


図 1 調査地の地図

て行った。インタビューでは、生産者に対し生産者の属性、家族構成、役割分担、農産物の生産量、収入の変化、出荷量、栽培についての問題点や仕事に対する認識、農薬や肥料使用の使用量などを確認した。



図2 インタビューを行った a) Rojersongama 村のリーダー R.P.Aruna Shantha 夫妻と b) その畑、c) Rawanagoda 村のリーダー Sarath Rathnayake, Mahagala 氏と d) その畑、そして e) インタビューの様子、f) JFTC の現地法人 Kafoga (Kandy Forest Garden) Products のオフィス (撮影日：2016年8月23日)

その結果は、それぞれ次の通りであった。

【Rojersongama 村でのインタビュー】

実施日：2015 年 8 月 23 日

実施場所：村のリーダーの自宅

(Rojersongama Colony, Nuwara Eliya Dist, Kothmale, Sri Lanka) (図 1)

対象者：村のリーダー夫妻

<回答者の属性>

- ・村の農家のグループのリーダー。本人、奥さん、両親の 4 人家族。
- ・食糧はほぼ自給自足をしている。塩やチリなど足りないものをマーケットで買う。

<コーヒーの生産方法>

- ・村人 (250 名) は全員コーヒー生産者で、各農家が収穫した完熟したコーヒーチェリーを、リーダー宅に運び、パルパーマシンでチェリーの実と豆を分離する。その後、家の前で天日干しにし、売る。アラビカ豆の苗を挿し木で、育てている。
- ・ずっと落ち葉で作った堆肥しか使っておらず、農薬は使っていない。
- ・雨期が 9～1 月で、コーヒー豆の収穫期が 9～12 月 (10 日間の天日干しが必要) なので、乾燥が出来ない。

<仕事の分担>

収穫：男女の仕事

パルパー (チェリーと豆を分ける作業)：男の仕事

乾燥：ワーカーの仕事

<コーヒーの売上>

- ・2012 年は 9,000～12,000 kg / 村のコーヒーの収穫があったが、雨のせいで乾燥できず全て捨てた。コーヒー豆を売ることが出来ず、全く収入にならなかったため乾燥機が欲しい。
- ・2014 年の収入は約 15 万円であった。
- ・2015 年は 8,000 kg / 村程度収穫できる予定
- ・コーヒーシーズン以外は紅茶の木を植えているので、その売り上げや蜂蜜、ガジャリ (植物の樹液を煮詰めて砂糖のようにして食べるもの) の収入がある。紅茶はパートの人 (ワーカー) が収穫している。

<コーヒーの栽培についての印象>

- ・2000 年に日本フェアトレード委員会が来てアラビカ豆の栽培を始めた。
- ・2009～2012 年に JICA のプロジェクトで支援があり、新しいことに挑戦し、経験を積むことが出来た。コーヒー生産でたくさん収入を得たいが、スリランカは紅茶産業が大きく、コーヒーの市場がないため、栽培してもあまり売上に繋がらない。

<JFTC の現地法人 Kafoga Products の印象>

- ・これのおかげで収入が増えた。

<将来についての希望・課題>

- ・コーヒーが紅茶のような産業になってくれればいい。
- ・乾燥機が欲しい。

【Rawanagoda 村でのインタビュー】

実施日：2015年8月23日（日）

実施場所：村のリーダーの自宅（Rawanagoda Villegge, Kothmale, Sri Lanka）（図1）

対象者：村のリーダー、ワーカー3名

<回答者（リーダー）の属性>

- ・3人家族（本人、両親）。1971年生まれ、独身。
- ・ほぼ自給自足だが、野菜を少し買う。

<コーヒーの生産方法>

- ・村人（450名）は全員コーヒー生産者。15家族はコーヒーのみを栽培し、収穫した豆をうちに運んでくるので、その後パルパーマシンにかけ、乾燥させて Kafoga Products に売っている。
- ・初めに植えたコーヒーノキから落ちた実から苗が生えてくるので、収穫をするだけ。今何本コーヒーノキがあるのかは不明。
- ・農薬は使っていない。森の中だから落ち葉が自然と堆肥になる。
- ・収穫期は、9月に収穫を始め、10～11月は繁忙期、12月に収穫が終わる。3月にも少し収穫する。4～7月は雨期。

<コーヒーの売上>

- ・変動するので、うまく言えない。
- ・コーヒー（40%）、紅茶、ショウガ、クローブを栽培している。
- ・コーヒーのみで Rs.20,000～30,000（≒12,400～18,600円）/year/family² の収入
- ・2014年は、乾燥した豆の状態ですら1,500kgを Kafoga Products に買い取ってもらった。
- ・2015年は、乾燥した豆の状態ですら4,000kg程度収穫できそう。

<コーヒーの栽培についての印象>

- ・1981年に農業輸出局（DEA）が12本のコーヒーの木をくれた。
- ・2008年にコーヒー工場ができ、コーヒーマーケットが出来た。
- ・コーヒー栽培を始める前は、コーヒーマーケットがなかったが、コーヒー栽培を開始後、コーヒーを作った分だけ買ってもらえるようになり、10%程度収入が増えた。
- ・コーヒーは紅茶（新芽を毎日摘み取るのが大変）と違って何もしなくても自然に育つから楽。

< Kafoga Products の印象>

- ・海外（日本）に輸出してくれるので、とても満足している。
- ・Kafoga Products にコーヒーを販売し始めてから、収入が多くなった。

² Rs.1（スリランカルピー）＝0.62円（2019年3月3日のレート）で計算。以後同じレートで計算。

<将来についての希望・課題>

- ・豆を乾燥させる場所がない。
(家の前のスペースで行っている)
- ・豆を運ぶ方法がない。
- ・全て手作業なので、パルパーマシン、乾燥機が欲しい。

<ワーカー3名の仕事への印象(図3)>

- ・良い値段で売れるのでとても満足している。
- ・コーヒーを育てるのが好き。
- ・(主婦なので)この仕事を始めるまで収入源がなかったので嬉しい。初めての仕事。



図3 Rawanagoda村のワーカー3名(窓際の椅子に着席)へのインタビューの様子

コーヒー生産者へのインタビューの結果、収入については変動も大きく、単一栽培ではないため、コーヒー生産・出荷の前後での正確な収入の変化は分からなかった。しかし、生産者の実感としてはコーヒーという新しい農産物を生産したことで、その経験を積むことが出来た、またコーヒーを収穫しただけ収入が増えるので10%程度収入が増加したような気がするという実感のほか、海外に輸出することが出来て嬉しいといった、収入の変化だけでなくやりがいの面でも効果が上がっていることがうかがえた。さらに、リーダー宅にて働いている女性たちは、「主婦なのでこれが初めての仕事で、この仕事を始めるまで収入源がなかったので仕事をして給料をもらうことが嬉しいし、コーヒーを育てる仕事に満足している」と話しており、現金収入の確実な増加に加え、エンパワーメントに繋がっていることがうかがえた。

この他に、農民はコーヒー単一栽培ではなく、混植をしており、農薬は一切使用せず、有機堆肥のみを使用しているということが明らかになった。しかし、Rojersongama村では、コーヒー豆の収穫期と雨期が重なっているため、コーヒー豆を乾燥させることが出来ず(10日間の天日干しが必要)、収穫したコーヒー豆が出荷できていないことがあるという問題が発生していることが明らかになった³(表1)。

表1 Rojersongama村とRawanagoda村のコーヒーの収穫期と雨期

月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
コーヒーの収穫期			少し収穫						収穫開始	繁忙期		収穫終了
Rojersongama村の雨期	■	■										
Rawanagoda村の雨期				■	■	■	■	■	■	■	■	■

※収穫後、10日間の天日干しが必要。コーヒー収穫期以外の時期は紅茶摘みを行っている。

³ 2019年2月にJFTCに確認を行ったところ、乾燥機の導入に向けて具体的に検討が進められていた。

3. JFTC を通じたコーヒーの販売

次に、JFTC を通じたコーヒーの流通体制を明らかにするため、コーヒーの輸入を行っている JFTC と現地会社 Kafoga Products のコーディネーター、マーケティング担当スタッフ、JFTC のコーヒーを買取り日本で販売している株式会社ナチュラルコーヒー（熊本県熊本市）、現地でコーヒーショップを運営している Natural Coffee Lanka Pvt. Ltd（スリランカ）にインタビューを行った。

【JFTC へのインタビュー】

日時：2016 年 8 月 29 日

場所：熊本県熊本市

対象者：JFTC 事務局スタッフ

＜スリランカコーヒーの買取り、販売について現状と課題＞

- ・紅茶の栽培にはたくさん窒素肥料を投入する必要がある。有機栽培なので、肥料は、有機肥料堆肥を使っている（牛糞など。牛乳は子供たちに飲ませている）
- ・アラビカコーヒーは、個体差はあるがコーヒーノキ 1 本から、コーヒーチェリー約 7 kg、コーヒー豆 1 kg 収穫出来る。
- ・コーヒー豆は市場で買い取られるレベルがあり、いい豆があれば売れる。
- ・コーヒーノキは植えてから 3 年は収穫できない。この間の収入を保証してあげる必要がある。
- ・主に豆を買っている村は、ラバダゴナ、ロジャーソンガマ。そのほかにハンタナ、カンポーラ、ハプタレからも買い始めた。500 ～ 700 kg / 月。豆の収穫は 11 月。
- ・消費者はコーヒー 1 杯の価格を知りたがるが、農家はチェリーで評価されている。

コーヒー 1 杯を 350 ～ 400 円で提供（約 10 g のコーヒー豆を使用）

コーヒー豆は 200 ～ 300 円 / 100 g 程度なので、豆代は 20 ～ 30 円程度

＜フェアトレードについて＞

- ・現地の人からフェアトレードのものを売りたいと言われる。JFTC の基準を作り、ラベルを作ったらいい。
- ・リスクを減らすために、フェアトレード製品の割合を高くし過ぎないようにし、農民がコーヒー以外のものを育てる文化を守る
- ・コミュニティの成長、対等なビジネス、生産者の誇りを大事にしたい
- ・単一化したものを多様化していきたい
- ・地域コミュニティへの影響なども含めてフェアトレードを再定義したい。

【Kafoga Products コーディネーター、運搬・製造・販売スタッフへのインタビュー】

日時：2015 年 8 月 22 日

場所：Kafoga (Kandy Forest Garden) Products (Matale Town, Sri Lanka) (図 1)

対象：Kafoga のコーディネーター、運搬・製造・販売スタッフ

< Kafoga について >

- ・ 2014 年 12 月に Kafoga (Kandy Forest Garden) Products を作った
- ・ Kafoga は、5 つの村の生産者から生豆を買い取り (村までスタッフが買い取りに行く⁴⁾)、ローストして、粉にしてパックにして、日本の株式会社ナチュラルコーヒーに輸出している他、スリランカ国内で販売している
- ・ 買取額は、生豆で生産者には Rs.400 (≒ 248 円) / kg (輸送費込み)⁵
- ・ Kafoga Products に届いてから、3 回目の豆のソーティング (選別) を行う (合計 3 回)
- ・ Matale (Kafoga Products がある地域) 周辺に住む女性達の労賃 Rs.35 / kg (≒ 21.7 円)

< スリランカで販売しているコーヒー >

パウダー 100g Rs.450 (≒ 279 円)

ドリップ 8g Rs.80 (≒ 50 円)

ドリップ 8g×10 個セット Rs.800 (≒ 496 円)

【Kafoga Products マーケティング担当者へのインタビュー】

日時：2015 年 8 月 22 日

場所：移動中の車の中 (スリランカ)

対象者：Kafoga Products マーケティング担当者

< Kafoga Products とコーヒー販売への考え >

- ・ 道路建設、マーケティング、生命保険会社で働いた後、2014 年 7 月より Kafoga Products のマーケティング担当 (1 名) として勤務している
- ・ スリランカでは、朝、10:00、15:00 に紅茶を飲むので、このどこかをコーヒーにしたい
- ・ スリランカにコーヒー文化を根付かせるのが夢 (コーヒーは主にスパイスを入れて、病気の際の薬として飲まれている。お店ではスパイスなしのコーヒーはほとんど売られていない)
- ・ まだマーケティングシステムが確立していないが、3 年後に有名にしたい
- ・ スリランカの多くの人には紅茶を飲むのと、Kafoga Products のコーヒーは美味しいけど、地元の人には高いので、コーヒーを売るのは難しいが、Kandy Dancing Place やホテルなどで、観光客向けにローストしたてのコーヒーを売っている

【Natural Coffee Lanka Pvt. Ltd (スリランカ) へのインタビュー】

日時：2015 年 8 月 22 日

場所：Natural Coffee Lanka Pvt. Ltd (No. 86 Colombo St, Kandy 20000)

対象者：Natural Coffee Lanka Pvt. Ltd 店長

⁴ 村から農産物をマーケットまで運ぶための車がないため、農家からコーヒー豆を確実に買い取る為にはスタッフが買い取りに行くことが重要である。

⁵ 村までスタッフが買い取りに行き、それを Kafoga Products まで運ぶ費用を含めた価格。

<仕入れているコーヒーについて>

- ・2007年から建設会社の仕事でスリランカに来てダム建設を5年半くらいした。2009年にJICAの草の根プロジェクトを知り、コーヒーショップを始めた
- ・村から生豆を買っているRs.800(≒496円)/kg
- ・そのあたりの市場で買うと青い豆が多く(Rs.200(≒124円)/kg)、選別すると1/4くらいの量になるので、コスト的にはあまり変わらない
- ・でも外国人がRs.500(≒310円)/杯で飲んでいるのを見ると嬉しい。
- ・外国人に収穫体験からロースト(焙煎)まで経験してもらい、村人には外国人がコーヒーを飲んでいるのを見てもらうことで、品質向上への意欲を掻き立てる取り組みをしている。

【株式会社ナチュラルコーヒー(熊本)へのインタビュー】

日時:2016年8月29日

場所:株式会社ナチュラルコーヒー(熊本県熊本市)

対象者:株式会社ナチュラルコーヒースタッフ

<コーヒーの輸入について>

- ・2014年まではJFTCで買い取った分全てが送られてきて、すごい量になったが、2015年からは現地(スリランカ)で販売できるようになった。2015年からは発注という形式。2016年からは大手が買い付けをしている。
- ・対等な立場で輸入している(パートナー企業)ので、サポートしているという認識ではない。

<株式会社ナチュラルコーヒーの仕事の流れ>

- ・輸入⇒焙煎⇒(粉にする)パック詰め⇒梱包⇒販売
(店舗での提供、販売、インターネット販売)
- ・スリランカコーヒーは1,050円/200g(25パック買うと850円/200g)
- ・生豆1kgから出荷できる量0.8kg

<スリランカコーヒーの仕入れ量>

2012年 750kg

2013年 1,765kg

2014年 2,700kg

以上のインタビューの結果、JFTCはスリランカにおいて、2014年にコーヒーの買取り・輸出を行う会社Kafoga(Kandy Forest Garden)Productを設立し、日本の株式会社ナチュラルコーヒーに出荷するというコーヒー流通体制を構築しているだけでなく、スリランカ国内においてもコーヒーショップNatural Coffee Lanka Pvt. Ltdに出荷しているほか、マーケティング担当の現地スタッフを雇用し新たな市場の開拓を行っていた(図4)。これにより、生産から販売まで別会社ではあるものの関係会社で一貫して行い、スリランカでのマーケティングシステムは構築途上ではあるものの、日本での販売も含め、複数の販売経路を持つことで、持続性を高めていることがうかがえた。さらにそれに伴い、農家の

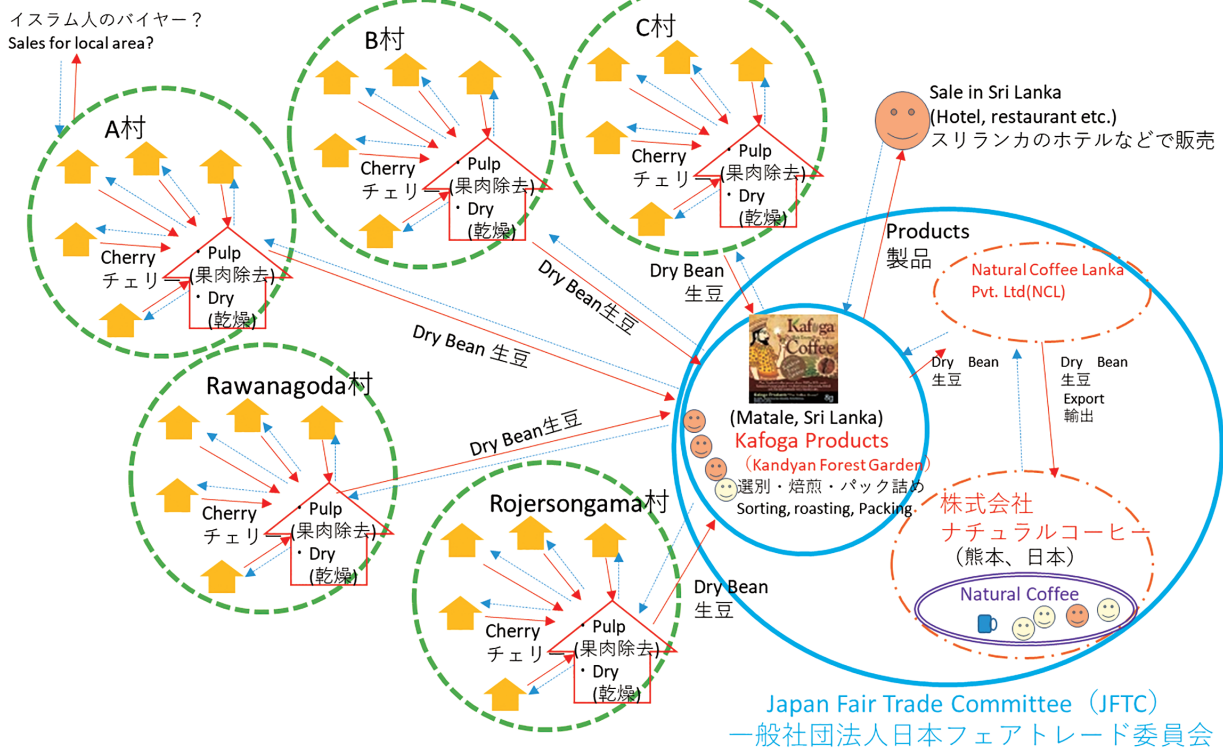


図4 一般社団法人日本フェアトレード委員会 (JFTC) コーヒー流通体制図 (2014年以降)

現金収入の増加と、現地スタッフの雇用創出を生み出していた。

また、2. のインタビューにおいて農家は収入の増加を金額的には認識できていなかったが、JFTCと株式会社ナチュラルコーヒーへのインタビューより、2012～2014年の間、Rojersongama村とRawanagoda村を主とした5つの村からコーヒー豆を買取り、スリランカから日本に輸入していることが明らかになった。その買取り量は、2012～2014年の3年間で750 kgから2,700 kgの3.6倍に増加しており、コーヒー豆販売による農家の収入もそれに伴い確実に増加していると考えられた。これについて、Kafoga Productsへのインタビューより、コーヒー豆は生豆でRs.400 (≒ 248円)/kg (輸送費込み)で生産者から買取りをしているので、上記の5つの村にはJFTCからの買取りだけで2012年にはRs.1,080,000 (≒ 669,600円)、2014年にはRs.1,080,000 (≒ 669,600円)の収入があったということが分かる。これは、Rawanagoda村のリーダーがインタビューで「2014年は、乾燥した豆の状態1,500 kgをKafoga Productsに買い取ってもらった。コーヒーのみでRs.20,000～30,000 (≒ 12,400～18,600円)/year/familyの収入がある(15家族はコーヒーのみを栽培)」と答えていたことから、2014年にKafoga Productsが買い取ったコーヒー豆のうち約55%がRawanagoda村からのもので、その買取り額Rs.600,000 (≒ 372,000円)をコーヒーのみを栽培している15家族で割るとRs.40,000 (≒ 24,800円)/year/familyとなり、ほぼリーダーの認識していた金額と一致する。

2012～2014年の間、Kafoga Products が各村から同じ割合でコーヒー豆を購入していたとすると、Rawanagoda 村の各家族の収入は Rs.11,000～39,600（≒ 6,820～24,552 円）／年程度増加していたことになる（表2）。

表2 Kafoga Products が5つの村から購入したコーヒー豆の量、購入価格、Rawanagoda 村の各家族のコーヒー販売による収入の2012～2014年の変化

	Kafoga Productsが 5つの村から購入した コーヒー豆の量（生豆）	Kafoga Productsの 生豆1kgあたりの 農家からの購入価格		Kafoga Productsが5つの 村から購入したコーヒー 豆全量の購入額		Rawanagoda村のコーヒー 栽培農家1家族のコーヒー 販売による収入 [※]	
	kg	Rs	円	Rs	円	Rs	円
2012年	750	400	248	300,000	186,000	11,000	6,820
2013年	1,765	400	248	706,000	437,720	25,887	16,050
2014年	2,700	400	248	1,080,000	669,600	39,600	24,552

※Kafoga Productsが購入したコーヒー豆全量のうち55%がRawanagoda村から購入したものと仮定し、さらに、Rawanagoda村のコーヒーのみを栽培する15家族でコーヒーの売上を均等に付けていると仮定して計算。

次に、インタビューの結果を元に、JFTC が日本で販売するスリランカコーヒーの豆1袋とドリップコーヒー1杯当たりの価格の内訳を求めたところ、コーヒー豆1袋（200g）1,050 円のうち、約 50 円（4.7%）が、ドリップコーヒー1杯（コーヒー豆 10 g）400 円のうち 2.5 円（0.6%）がスリランカのコーヒー農家の収入となっていた（表3）。辻村（2004）によると、1998～1999年に喫茶店（東京）のコーヒー1杯の平均価格が419円（総務庁統計局の調査）の時に、タンザニア産（「キリマンジャロ」）コーヒーの生産者価格から焙煎豆価格を調査したデータから算出したドリップコーヒー1杯の価格に占めるコーヒー農家収入の割合は、0.4%（1.7円）であった。さらに、コーヒー危機⁶の2002～2003年には0.1%まで下落したという報告がある（辻村2008）。コーヒーの国際価格は変動が激しく、また生産国、品質・銘柄、消費国、喫茶店やコーヒーの種類によって、価格は大きく異なるが、JFTC が日本で販売するドリップコーヒー1杯400円のうちスリランカのコーヒー農家の収入の割合0.6%（2.5円）というのは、辻村（2004、2008）の報告に比べ、1.5～6倍とかなり高いということが分かる。

表3 JFTC が日本で販売するスリランカコーヒーの豆1袋とドリップコーヒー1杯当たりの価格の内訳

	コーヒー豆1袋 (200g) 1,050円の内訳		ドリップコーヒー1杯 (10g) 400円の内訳	
	円	—	円	—
日本のコーヒーショップ（株式会社ナチュラルコーヒー）での提供	—	—	345.0	86.3%
JFTC（輸出・輸入・選別・焙煎・販売）	1000.4	95.3%	52.5	13.1%
スリランカのコーヒー農家	49.6	4.7%	2.5	0.6%

同様に、Kafoga Products がスリランカで販売するスリランカコーヒーの豆（パウダー）1袋とドリップコーヒーパック1袋当たりの価格の内訳を求めたところ、コーヒー豆（パウダー）1袋（100g）Rs.450のうち24.8円（5.8%）、ドリップコーヒーパック1袋（8g）Rs.80のうち2円（2.5%）がスリランカのコーヒー農家の収入となっていた（表4）。このことから、スリランカ国内で販売したほうがス

⁶ 2002年に国際コーヒー価格が過去100年で最低を記録した、国際コーヒー価格の大暴落のこと（第一次：1989～1992年、第二次1990年代末～2005年）。「コーヒー危機」については妹尾（2009）が詳しい。

リランカのコーヒー農家の収入となる部分が多いことが分かるが、スリランカでの販売網がまだ確立していないので、引き続き日本に輸出することが、スリランカのコーヒー農家の収入増加につながると考えられる。

表4 Kafoga Products がスリランカで販売するスリランカコーヒーの豆（パウダー）1袋とドリップコーヒーパック1袋当たりの価格の内訳

	コーヒー豆（パウダー）1袋 （100g）Rs.450の内訳		ドリップコーヒーパック1袋 （8g）Rs.80の内訳	
	Rs.	—	Rs.	—
Kafoga Products （買取り・選別・焙煎・販売）	425.2	94.2%	78.0	97.5%
スリランカのコーヒー農家	24.8	5.8%	2.0	2.5%

4. 今後の小規模農園の持続可能性

このように、JFTC は関係会社で買取りから販売までを行う体制を構築し、国際フェアトレード認証は取得していないものの、フェアトレードコーヒーとして、コーヒーを販売している。このような、国際フェアトレード認証を取得してはいないが、フェアトレード製品として販売されている製品はたくさんある。これはフェアトレードが始まった経緯と深い関係があるので、まずはその経緯を振り返ってみたい。

フェアトレードとは、1946年ごろから始まった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」である（FLO など 2008）。このフェアトレード運動を広げるため、国際フェアトレード基準を設定し、基準を遵守した製品にわかりやすく共通のラベルを貼付することでそれを消費者に知らせるフェアトレード・ラベルのしくみが考案された。国際フェアトレード認証ラベルが付けられた商品には、製品の原料が生産され、輸出入、加工、製造されるまでの間に、国際フェアトレードラベル機構が定めた基準が守られていることを示している。このフェアトレードラベルの仕組みは、1988年に始まり、1997年に当時各国に展開されていた14のラベル推進機関を束ねる組織として国際フェアトレードラベル機構（Fairtrade International）が設立され、2002年にそれまで各国ばらばらだったラベルデザインを共通にするため、現在の国際フェアトレード認証ラベルに統一された⁷。しかし、国際フェアトレード認証ラベルが統一された後も、それまでフェアトレード製品として販売してきた製品すべてに国際フェアトレード認証ラベルが付けられているわけではない。

実際に、「3. JFTC を通じたコーヒーの販売」で紹介した JFTC へのインタビューの中で、JFTC の理事長が国際フェアトレード認証ラベルについて考えが一致しない部分があるため、国際フェアトレード認証ラベルをつけておらず、「地域コミュニティへの影響なども含めてフェアトレードを再定義した

⁷ 特定非営利活動法人フェアトレード・ラベル・ジャパンのウェブサイト より（https://www.fairtrade-jp.org/about_us/media.p ウェブサイト） 2019年3月7日閲覧。

い。」と述べている。また JFTC のウェブサイトには「私達、日本フェアトレード委員会が目指すものは、地球に暮らすすべての人々が手を取り合って、温かいパートナーシップで協力しあう「顔の見える貿易」の事です。誰かが損をしたり、誰かだけが不利益にならないようにするための「公正な貿易」を推進しています。」という説明がある⁸。

同様に筆者が 2015 年に国際フェアトレード認証ラベルを付けた製品の製造・販売を行っている企業の担当者にインタビューを行った際にも、「国際フェアトレード認証ラベルを付けておけば、製品や製造会社にネームバリューがなくても手に取ってもらい易くなるというメリットがある一方で、国際フェアトレード認証ラベルは基準を守っていて、ライセンス料を払ってれば、すぐに取得可能（現地農家または法人、輸入会社双方ともに）である。べらぼうに高いわけでもないが、本当に援助が必要な貧しい人達は、そこがクリアできない。何のための認証か分からなくなる時がある。」という意見があった（データ未公表）⁹。

また、家具、衣料品、雑貨、食品などの販売を行っている「無印良品」でも「国際フェアトレード認証ラベル」のついた製品が販売されていたが、2014 年以降、ラベル付きの製品が姿を消している。これについて、無印良品の商品を販売している良品計画に 2017 年 7 月 12 日に問い合わせたところ、「2014 年で「国際フェアトレード認証ラベル」のついた商品の販売を取りやめたが、パッケージに「生産者応援の取り組み」と表示したフェアトレード認証はついていないものの、商品担当みずから各生産者のもとへむかい、ものづくりの現場を確認し、完全にトレーサビリティを確保した製品の販売を行っている。」との回答を得た。

このように、JFTC のような国際フェアトレード認証ラベルを取得していない団体だけでなく、国際フェアトレード認証ラベルを取得していても、不満を抱えていたり、取得をやめてしまう企業も現れ始めている。コナー・ウッドマン（2013）は、フェアトレードのあり方について疑問を呈し、認証を取得していても倫理的な取引を行っている企業等取材し紹介している本の中で「フェアトレード財団のような活動団体はコーヒーやチョコレートなどのサプライチェーンにおける不均衡に積極的に取り組んできたが、その主な成果は、本当に絶大な影響を及ぼすよりは意識を高めることに終始している。」と指摘している。しかし、「国際フェアトレード認証ラベル」が世界で統一された 2002 年から 2017 年の 15 年間で国際フェアトレード認証製品の世界市場規模は 5.8 億ユーロ（Fairtrade Labelling Organizations International, 2004）から 84.0 億ユーロ（Fairtrade International, 2018）へと 14 倍に増加しており、ラベルを基準にフェアトレード製品を購入する消費者が確実に増加し、経済面での効果も確実に上がっていると言える。

これについて、近年コーヒー豆の生産農園から消費者の元に届くまでのトレーサビリティを明らかにし、農園ごとの豆味の違いを楽しむ「スペシャルティーコーヒー¹⁰」や農園ごとのカカオ豆の味の違いを

⁸ <http://www.fairtrade-japan.org/>, 2019 年 3 月 14 日閲覧。

⁹ 企業としての意見ではないので、会社名等はここでは公開しない。

¹⁰ 2003 年に設立された一般社団法人日本スペシャルティーコーヒー協会では、スペシャルティーコーヒーを「生産国における栽培管理、収穫、生産処理、選別そして品質管理が適正になされ、欠点豆の混入が極めて少ない生豆であること。そして、適切な輸送と保管により、劣化のない状態で焙煎されて、欠点豆の混入が見られない焙煎豆であること。さらに、適切な抽出がなされ、カップに生産地の特徴的な素晴らしい風味特性が表現されることが求められる。」と定義している。また、「カップの中の風味が素晴らしい美味しさであるためには、

楽しむ「Bean to Bar¹¹」チョコレートに注目が集まるようになってきていることに注目したい。これらは一般に販売されているコーヒーやチョコレートよりも高価であるが、高品質のコーヒー豆やカカオ豆の農園ごとの違いをワインのように楽しむという新たな価値を提供している。このように販売者が製品の作られた過程を示すことで、それに共感した消費者が国際フェアトレード認証ラベルのようなものがなくても、その情報を元に判断し製品を購入するようになってきていることが見て取れる。つまり、コナー・ウッドマン（2013）が指摘したように、国際フェアトレード認証ラベルはすでに生産者にフェアな対価を払っている倫理的な製品を消費者が選ぶことの重要性を伝えるという一定の役割を果たし、国際化と情報化社会の進展に伴い製品情報を得やすくなった消費者が、ラベルがなくとも生産者の顔が見える製品を購入するようになってきたという社会の変化が、上記のような国際フェアトレード認証ラベルを取得していても、不満を抱えていたり、取得をやめてしまう企業の発生と関係しているのではないだろうか。これは、小倉（2016）が指摘した近年フェアトレードは倫理的で社会貢献につながる消費活動の一つとして「エシカル（ethical, 倫理的, 道徳上）消費¹²」や「ソーシャルビジネス¹³」などに包含されて伝えられるようになってきたという社会の変化とも一致している。

このような社会の変化は、本稿で紹介したスリランカのコーヒー農家のような開発途上国の小規模農園にとって、生産した農産物を高く買い取ってもらい、収入を向上させるチャンスが増加しているということの意味する。そして、それは小規模農家の持続可能性の向上にも貢献する可能性を秘めている。

5. まとめ

はじめに述べた通り開発途上国の小規模農園の持続可能性は、農産物の生産という観点のみでなく、開発途上国の農民生活の持続可能性という観点からも非常に重要である（Vandana 1997）。これはまさに、2016年から2030年までの国際目標であるSDGs（Sustainable Development Goals, 持続可能な開発目標）の12番目の「持続可能な消費と生産」にあげられているものであり¹⁴、持続可能な社会を構築する上で達成しなければいけない課題の一つである。

本稿で紹介したスリランカの小規模農園はJFTCというNGOがコーヒー豆の買取りから販売までを関係会社を作り、そこで一貫して行う流通体制を構築することで、継続的な取引を実現していた。さら

コーヒーの豆（Seed）からカップ（Cup）までの総ての段階において一貫した体制・工程・品質管理が徹底していることが必須である。」という「From Seed to Cup」の概念も紹介されている。一般社団法人日本スペシャルティコーヒー協会のウェブサイト（<http://scaj.org/>, 2019年3月13日閲覧）より。

¹¹ カカオ豆（Bean）からチョコレートバー（Bar）になるまで一貫して製造を行うこと。2000年代後半にアメリカで生まれ、2014年ごろから日本でも徐々に広がり始めた。Dandelion Chocolate Japan 株式会社のウェブサイト（<https://dandelionchocolate.jp/index.php>, 2019年3月13日閲覧）より。

¹² 環境保全や社会貢献などを促進することにつながる消費のことで、フェアトレードも含まれている。

¹³ 地域社会の課題解決に向けて、住民、NPO、企業など、様々な主体が協力しながらビジネスの手法を活用して取り組む新しいビジネスのことで、フェアトレードのような途上国の支援も範疇として含まれている。

¹⁴ 2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」にて記載された2016年から2030年までの国際目標のことで、17のゴール・169のターゲットから構成され、地球上の誰一人として取り残さない（leave no one behind）ことを誓っている。外務省ウェブサイト（https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/sdgs/about/index.html#about_sdgs, 2019年3月13日閲覧）より。

に、日本への輸出だけでなくスリランカ国内での市場の開拓を進めることで、販売経路を増やし持続性を高めると同時に、現地での雇用の創出を行っていた。その中で現地の女性たちに現金収入をもたらし、それがエンパワーメントにもなっていた。

このように、フェアで継続的な取引が増加することは、開発途上国の持続可能性を高めることは明らかであり、このような取引が増加することがSDGs達成のためにも必要だと考えられる。そのためには、国際フェアトレード認証ラベルの有無にかかわらず、JFTCのように生産者と顔の見える取引をするNGOや企業が増加することが重要で、消費者もそのような製品を選択していくことが重要であろう。

備考

本報告の一部は、一般社団法人日本フェアトレード委員会（2016）「実践フェアトレードと草の根交流の10年間『共笑（ともえ）』」にて報告済みである。

謝辞

本研究の遂行にあたり、一般社団法人日本フェアトレード委員会、Kafoga Productsの皆さんには、インタビューに答えて頂いただけでなく、現地調査の実施においても様々なサポートをして頂いた。また株式会社ナチュラルコーヒー、Natural Coffee Lanka Pvt. Ltdの皆さん、コーヒー農家の皆さんにはインタビューにご協力頂いた。ここに記して、心から感謝の意を表す。

引用文献

- Barriball KL, While A (1994) Collecting data using a semi-structured interview: a discussion paper. *Journal of Advanced Nursing*, vol.19, pp328–335.
- Bravi F, Bosetti C, Tavani A, Bagnardi V, Gallus S, Negri E, Franceschi S and Vecchia CL (2007) Coffee drinking and hepatocellular carcinoma risk: a meta-analysis. *Hepatology*, vol.46(2), pp430-435.
- Fairtrade Labelling Organizations International (2004) Fairtrade International Annual Report03-04 “Shopping for a better world”.
- Fairtrade International (2018) Fairtrade International Annual Report17-18 “Working Together For Fair and Sustainable Trade”.
- FAO (2011) Food and Agriculture Organization of the United Nations. (<http://faostat.fao.org/default.aspx>, 2019年3月14日閲覧)
- FLO, NEWS!, IFAT, EFTA, 北澤肯, フェアトレードリソースセンター (2008) 『これでわかるフェアトレードハンドブック—世界を幸せにするしくみ』 合同出版.
- Foley JA, Defries R, Asner GP, Barford C, Bonan G, Carpenter SR, Chapin FS, Coe MT, Daily GC,

- Gibbs HK, Helkowski JH, Holloway T, Howard EA, Kucharik CJ, Monfreda C, Patz JA, Prentice IC, Ramankutty N, Snyder PK (2005) Global Consequences of Land Use. *Science*, vol. 309, 570-574.
- Gallus S, Tavani A, Negri E, and Vecchia CL (2002) Does Coffee Protect Against Liver Cirrhosis? *Ann Epidemiol*, vol.12, pp202-205.
- Hobbs PR, Sayre K, Gupta R (2008) The role of conservation agriculture in sustainable agriculture. *Philos Trans Roy Soc Biol Sci*, vol.363, pp543-555.
- IAASTD (2009) Agriculture at a Crossroads. International Assessment of Agricultural Knowledge, Science and Technology for Development, Sub-Saharan Africa (SSA) Report.
- 一般社団法人日本フェアトレード委員会編 (2016) 実践フェアトレードと草の根交流の10年間『共笑(ともえ)』、一般社団法人日本フェアトレード委員会。
- 金子信博、三浦季子、南谷幸雄、荒井見和、藤江幸一 (2017) 一次生産の持続可能性のための土壌管理—熱帯プランテーションにおける保土管理の効果、環境科学会誌 30 (2)、pp82-87。
- コナー・ウッドマン著、松本裕訳 (2013) 『フェアトレードのおかしな真実—僕は本当に良いビジネスを探す旅に出た』、英治出版株式会社。
- Lal R (2010) Managing Soils and Ecosystems for Mitigating Anthropogenic Carbon Emissions and Advancing Global Food Security. *BioScience*, vol. 60(9), pp708-721.
- 丸山健太郎 (2014) 『コーヒー完全バイブル』、株式会社ナツメ社 (東京)。
- 立石絵美、韓立坤、奥田拓道 (2004) ラットにおける食後の血糖値に及ぼすコーヒー豆の熱水抽出物の影響、栄養学雑誌、vol.62、pp323-327.
- Tilman D, Cassman KG, Matson PA, Naylor R, Polasky S (2002) Agricultural sustainability and intensive production practices. *Nature*, 8:418(6898), pp671-677.
- 辻村英之 (2004) 『コーヒーと南北問題』、日本経済評論社。
- 辻村英之 (2008) コーヒーのグローバル・フードシステムと価格変動—生産国タンザニアと消費国日本を事例として—、季刊 at、11号、pp6-16。
- 妹尾裕彦 (2009) コーヒー危機の原因とコーヒー収入の安定・向上策をめぐる神話と現実—国際コーヒー協定 (ICA) とフェア・トレードを中心に、千葉大学教育学部研究紀要、第57巻、pp 203-228。
- 小倉亜紗美 (2016) 日本におけるフェアトレード～出版物発行数と新聞記事数の変遷～、人間と環境、42巻1号、pp28-44。
- Vandana Shiva (1991) The violence of the Green Revolution: Third World agriculture, ecology, and politics, Zed Books.