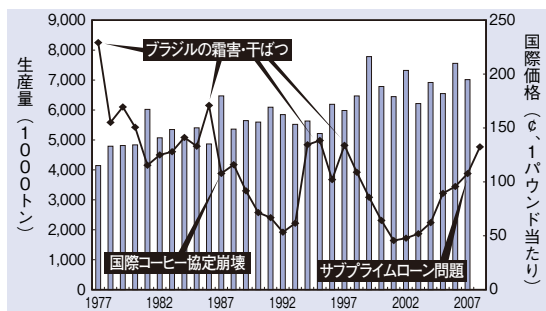


図1 コーヒーの国際価格と世界総生産量の推移



(出所) ICOホームページ (http://www.ico.org/coffee_prices.asp)、参考文献①より筆者作成。

特集

コーヒーとフェアトレード——エチオピアの協同組合の事例から

児玉由佳

●世界経済とコーヒー

コーヒーの生産地は、コーヒー・ベルトと呼ばれる赤道をはさんだ南緯・北緯二五度の地帯にあり、該当する国々の多くは発展途上国である。一方、主な消費国は先進国であり、流通経路は国境を越えて形成されている。また、コーヒーの国際価格は、ニューヨーク等の国際商品取引所で決定されるため、投機家の思惑に左右されがちである。したがってコーヒーは、すぐれてグローバルな一次産品であるといえよう。

特に国際価格はコーヒーだけでなくさまざまな要因によって変動するために、コーヒー生産者や生産国が単独で価格に影響を及ぼすことは難しい。価格高騰は、世界第一位の生産国であるブラジルでの不作やサブプライムローン問題などによって投機資金が流入して生じる場合が多く、そのほとんどが短期的なものである。また、生産や焙煎の技術が向上している一方で、飲用習慣の多様化などで供給過剰な状態が慢性化しているため、長期的にはコーヒーの価格は低落傾向にある(図1)。

このような状況に対して、生産者側の有効な対抗策として考えられるのが、高付加価値市場への参入であり、そのうちのひとつとして試みられてきたのがフェアトレードである。

●エチオピアの経済とコーヒー

本稿では、コーヒーの原産地の一つであり、世界第九位のコーヒー輸出国でもあるエチオピアにおけるフェアトレード・コーヒーの状況について報告する。

エチオピアにとって、コーヒーは輸出額の三割から四割を常に占める重要な輸出品である。コーヒーの国際価格の変動は、生産者だけでなく、エチオピアの経済全体にも大きな影響を与えることになる。

一九九〇年代から政府は大幅な経済自由化を進めており、コーヒー生産者は、国際価格の大きな変動にさらされることとなった。特に二〇〇〇年前後の国際価格の低迷は、生産者に深刻な影響をもたらした。したがって、コーヒーの国際価格の変動に対する防波堤として、エチオピアでもフェアトレードは重要な意味をもつのである。

●フェアトレードとは

フェアトレードは、消費者と生産者を直接結びつけることで、生産者に従来の国際貿易よりも「適正な」利益をもたらすことを目的としており、そこに価値をおく。したがって、フェアトレード・コーヒーは、新たな意味での高付加価値商品といえる。現在、フェアトレード・コーヒーは世界のコーヒー生産量の1%を占めるにすぎないが、その販売量は年々拡大しつづけており、二〇〇七年には五年前と比較して四倍近くまで販売量を伸ばしている(参考文献①)。

この市場拡大に大きく貢献しているのが、フェアトレード・ラベル機構(FLO)による認証制度である。認証制度は、一九八八年にオランダで導入されたが、一九九七年に世界各国の認証組織を統合する形でFLOが設立されたことで、規模が大きく拡大した。認証制度の目的は、スーパーマーケットなどメインストリームへの販路を獲得し、市場を拡大することにある。この認証制度では、FLOが設定した一定の基準を満たした生産者組織、卸組織、



アフリカ開発の現在

小売り組織にフェアトレード認証を与える。卸売り組織に対する認証条件の一つに、生産者への最低価格保証がある。これによって、国際価格の低迷時にも、生産者は一定の収入を確保することができる。また、生産者の認証取得条件としては、生産者の組織化がある。これは、フェアトレードによる利益を適切に分配し、利益の一部を社会開発に使用するためにも必須である。生産者組織が認証を取得するためには、会計の透明性や民主的な意志決定システムの確立などが問われる。したがって、発展途上国の生産者組織が認証を獲得するためのハードルはかなり高いといえよう。

● コーヒー協同組合とフェアトレード

エチオピアにおいて、フェアトレード・コーヒーの活動の中心となっているのは、協同組合とその上部組織である協同組合連合である（エチオピアにおけるフェアトレード・コーヒーのほとんどが、FLOの認証制度を利用したものである）。現在六つの協同組合連合が活動しているが、そのうちの一つであるY協同組合連合の例をとりあげて、フェアトレードの生産者への影響を検討したい。

同組合連合は、エチオピアで三番目のコーヒー協同組合連合として二〇〇二年に設立された。この組合連合の傘下には、二二の協同組合があり、そのうちフェア

トレードの認証を取得している協同組合は二〇〇六年の段階で五つであった。

Y協同組合連合のコーヒーの輸出実績を見てみると、フェアトレード・コーヒーを中心に順調に増加しており、二〇〇二/〇三年から二〇〇四/〇五年の二年で輸出量は二・四倍に伸びている。しかし、組合連合のコーヒー買い付け量は、フェアトレードの認証を持つ協同組合が生産者から購入したコーヒーの三割にすぎない。残りの七割は、協同組合が通常の流通経路を通して販売している。したがって、フェアトレードが生産者にもたらす効果は限定的といえる。その原因としては、資金不足のために購入量が限られているということ、フェアトレード・コーヒーの国際市場を十分に獲得できていないことが挙げられる。先行している二つの協同組合連合では、問題点として、FLOが組合に認証を出さないために、国際市場で需要があるにもかかわらず、それに応えられないことを挙げていたことを考え合わせると、Y協同組合連合は、フェアトレード市場の獲得競争で遅れをとっているともいえる。フェアトレードにも競争原理が働いているのである。

その一方で、通常の流通経路とは異なる販路を持つアクターの市場参入は、新たな競争をもたらすことで、生産者価格全般の上昇に貢献している。これまで収穫直後の生豆の価格は長期保存に耐えられる乾燥豆よりも安かったが、組合が前者を主に買

付けるため、価格が逆転して生豆の方が高値をつけるようになった。フェアトレードという従来とは異なる価格体系が、価格形成に大きな影響を与えたのである。

● おわりに

エチオピアのコーヒー生産者にとって、フェアトレードの効果は、いまだ限定的なものにすぎない。しかし、既存の流通経路とは異なるルートを提供することによって、生産者価格を上昇させるという変化をもたらした。このような変化は副次的なものであり、国際価格の変動から免れられるものではないが、所与と考えられていた枠組みに影響を与えることができたのである。

拡大しつつあるとはいえず、現在のフェアトレードの市場はニッチな存在にすぎない。しかし、その存在自体が、既存の経済構造に対する異議申し立てとして機能しているのではないだろうか。

（こだま ゆか／アジア経済研究所
域研究センター）

《参考文献》

- ① FLO ホームページ
(<http://www.fairtrade.net/coffee.html>)
- ② 児玉由佳「エチオピアのコーヒー生産者とフェアトレード・コーヒー協同組合の事例から」重富真一編『グローバル化と途上国の小農』アジア経済研究所、二〇〇七年。