

その5

ショッピングモールにおけるフェアトレード商品販売会と地域活性
～群馬県館林市の事例から～

国際学部 国際社会学科 3年田中えり

1. フェアトレードと「地域活性」

フェアトレードというグローバルな視点と地域活性というローカルな視点。この視点がうまく交わり、相乗効果ともいえる影響をもたらしている事例として、本レポートでは、自然豊かな地方都市にあるショッピングモールを舞台として行なわれている、学生主体のフェアトレード販売会の事例を紹介する。その上で、それが地域活性にどう関連しているのか、そしてそこから考えられる地域活性の形について考察を深めていく。

2. フェアトレードとはなにか

「フェアトレード」直訳すれば、公正な貿易。現在、グローバル化が進み、安くモノを手に入れることが容易にできるようになり、私たちの周りにはたくさんの商品があふれている。それら商品のひとつひとつの作られた背景を考えると、途上国で安い賃金によって、生産された商品がいくつもあることが、想像できるだろう。安い賃金で働かされた場合、生産者はいくら働いても、経済的に貧しい悪循環から抜け出せない。そこで、生産者に直接正当な賃金を支払い、彼らが自立し、望ましい生活が送れるよう手助けすることが、公正な貿易（フェアトレード）の目指すところである。支援や援助という形と異なり、途上国の生産者と買い手である人々は対等な関係を築くことができるとも考えられる。

貿易を通じて貧困を削減させようとするフェアトレードに対して、批判の声がないわけではない¹。しかし、「フェアトレード・ラベル運動²」をはじめ、買い物という日常的な行為を通じて、国際協力ができるというこの身近な取り組みは、欧米をはじめ日本でも、すでに市民権を得つつあることは確かだ。

3. 事例紹介～群馬県館林市における大学生によるフェアトレード販売会～

群馬県館林市にある「つつじの里ショッピングセンター」で、2006年から毎年夏休みに行なわれているのが、「フェアトレード販売会」である。館林市にキャンパスを構える東洋大学国際地域学部³の子島ゼミが中心となって企画運営し、毎年 50 万円前後を売り上げる

¹生産者が高い価格が得られるために、ほかの作物への転換したほうが良い際もそれが難しくなっている点、大企業の CSR 等に利用されてしまう点、生産に加われないような底辺の貧困層への恩恵につながっていない点などが挙げられる

² ある商品がフェアトレード商品だと一目で分かるように、その商品に共通のラベルを貼り、フェアトレードを広めようという運動が広まっている。これは、国際フェアトレード機構（FLO）が定めた国際フェアトレード基準に基づいている。（フェアトレード・ラベル・ジャパン <http://www.fairtrade-jp.org/> 最終閲覧日：2013/01/28）

³ 2009年4月に、国際地域学部は東京都文京区の東洋大学白山第二キャンパスへ移転した。だがその後も館林でのフェアトレード販売会は継続している。

地域社会の現在

第二部「地域とショッピングセンター」

夏の恒例行事となっているという⁴。2009年には、その活動が定着してきたことを受けて「ハートバザール」という学生サークルが立ち上がった。その活動内容は、このフェアトレード販売会をはじめ、大学祭への出店、講演会、ファッションショーの開催などの多岐にわたる⁵。

ではまず、子島ゼミでフェアトレードが扱われるようになった経緯について述べることにする。子島が所属する東洋大学国際地域学部国際地域学科は「国際協力と地域の活性化」をミッションとしている。その実践のために子島が注目したのが、フェアトレードだった。コーヒー、紅茶、衣類、石鹸等、様々な日常生活の中に定着している品物を扱うフェアトレードであれば、「より積極的に地域でできる国際協力の形を作り出」⁶すことができるのではないかと考えたのだ。

また、そうして始まったこの販売会は、売上額から見ると大学生によるフェアトレードのイベントとしては国内有数の規模であるという⁷。しかし、子島によれば「学生による情報発信」に力を入れている点こそ、この活動の特徴だという。具体的には①毎年、販売の前に館林市役所で記者会見を開いていること②上毛新聞には毎年学生が書いた「私のおすすめ商品」を販売時期に合わせて連載していること③館林ケーブルテレビでCMを放映したこと（2009年）などが挙げられる。

加えて、回を重ねるごとに商品を提供するフェアトレード団体や学生団体が増え、また、市役所の市民協働課や地元の中学高校との連携も深めていこうとしている。

2011年8月24日から28日の5日間行なわれたこのフェアトレード販売会では、宇都宮大学の国際協力団体 Resource Network⁸も参加し、商品の販売を行なった。その経験から得られた、この販売会の実際の様子についても紹介していく。

群馬県にあるJR館林駅から、1時間に2本あるかないかのバスに揺られること約15分、緑豊かな風景の中に、その「つつじの里ショッピングセンター」（通称アピタ）はある。1階にはスーパーとレストラン、2階には婦人服や雑貨の売り場がある。主婦や子供連れ、お年寄り等、地元の人々が主な客層で、わざわざ外からここに来るといふ人はいないように感じられる。ショッピングセンターというよりも、スーパーと説明したほうが、言葉としては合っているかもしれない。

販売会は、店内1階にあるエスカレーター近くの空きスペースで行なわれた。食品が売

⁴子島進・五十嵐理奈・小早川裕子編 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-地域から 発信する国際協力-』上毛新聞社事業部出版部 p.15

⁵ HEART BAZAAR とは？東洋大学 HEART BAZAAR HP より

<http://heartbazaar.jimdo.com/heart-bazaar-とは/> （最終閲覧日：2013/01/06）

⁶子島進・五十嵐理奈・小早川裕子編 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-地域から 発信する国際協力-』上毛新聞社事業部出版部 p.12

⁷子島進・五十嵐理奈・小早川裕子編 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-地域から 発信する国際協力-』上毛新聞社事業部出版部 p.16

⁸ 宇都宮大学国際協力団体 Resource Network（団体 HP <http://resource-network.jimdo.com>）は、インド女性の自立支援を行なうことを目的とし、現地インドの女性によって生産された小物類の買い付けから販売まですべてを自分たちで行なっている。2011年に埼玉で行なわれたイベントに出店していた際に、来場していた子島先生より誘いを受け、この館林での販売会に参加することとなった。

地域社会の現在

第二部「地域とショッピングセンター」

られているスーパーと、いくつかあるレストランの間にあるスペースだ。「フェアトレード販売会」と書かれたのぼりが目印になっている。東洋大学の学生と、私たち宇都宮大学の学生の他にも、お茶の水女子大学、慶応大、群馬県立女子大の学生が参加していた。扱う商品は、シャプラニールという国際協力 NGO の、バングラディッシュやネパールの手工芸品、20 数カ国の商品を扱う第 3 世界ショップのもの、ネパリ・バザーロというフェアトレード会社のネパールを中心としたハンディクラフト商品等、とても幅広い種類の商品だ。また、この年は、東日本大震災を受けて、復興支援の商品も置かれていた。ちなみに、この販売会で得た売上金の一部は、被災地に送る予定だということだ。

「何売ってんの〜？」と興味を持って話かけてくれる買い物帰りの中年の女性、「前ここでね、あれ買ったんだよ〜」とこのイベントを覚えていてくれるおばあさん、「ママ〜、このバックほしい〜」と言っては聞かない小さな女の子など、このショッピングモール来た方が、足を止めて、商品をゆっくり見ていってくれた。「フェアトレードってなんですか？」という素直な質問にも、学生が丁寧に答え、お客さんと同じ時間を楽しむことができていたようだった。

この販売会では、ハートバザールの学生以外にも、地元の高校生（館林商工高校）も販売を手伝い、大学生と交流していた。高校生たちは、商品 POP などの販促物を作成したり、接客のトークを練習したりと、自ら進んでこのイベントに参加している印象を受けた。

4. 考察

フェアトレードという、グローバルな規模で捉えることができるこの活動は、それと対照的な位置にある地域、ローカルという視点からはどのように考えることができるのだろうか。事例として挙げた、館林市での学生によるフェアトレード販売会は、会を重ねるごとに、その地域での存在感を高めている。では、なぜこの販売会は、「国内有数の規模」と言われるほどにまで成長し成功することができたのだろうか。その答えを追っていくと、「地域活性化」という言葉にたどりつくのではないだろうか。

「国際協力」という言葉を聞くと、途上国と呼ばれる遠い国まで行って、なにか大変な作業をするというイメージがあるだろう。しかし、フェアトレードという仕組みでは、買い物という身近な行為を通して、国際協力を日常の中で行なうことができる。この魅力に着目し始められたフェアトレード販売会は、全国各地で行なわれていると考えられる。また、そこでは主に、フェアトレードを広めたい、国際問題に関心を持ってもらうきっかけづくりをしたい、などのように考える人々によって活動が行なわれていることだろう。

ここで、館林でのフェアトレード販売会の事例を見てみると、そこでは、前述したような、「世界」のことを考えただけでなく、実際に販売を行なう場所である「地域」のことも同様に考えていることが分かる。ここが、この館林での販売会の特徴であり、強みであろう。フェアトレード商品をたくさんの人に買ってもらう、という目的だけだったら、地域メディアでの広報に力を入れることはしたとしても、地元の高校生と交流などはする必要はないだろう。それを行なう理由はやはり、東洋大学の国際「地域」学部の者として、「地域」活性も視野に入れているからであると考えられる。さらに、館林市の市民協働課を通して、2008 年からは、地元中学生と国際交流まつりで販売を行なったり、CM を

地域社会の現在 第二部「地域とショッピングセンター」

一緒に作ったりしているという⁹。まさに、地域にも活動の輪が広がっている。

フェアトレードを扱ったイベントとなると、一般には、その商品を広めたい、たくさんの人に知ってほしいという、国際協力の視点、「世界」に目が向いた姿勢で行なわれがちだが、今回の事例では、それにプラスして、それら商品を買ひ、それとともに生活をしている「地域」の人々のことも考えた方法でイベントを行ない、それを継続させていっている。そのため、地域へもイベントやフェアトレードの概念が浸透していき、イベント自体も軌道に乗り、館林を元気にすることにつながっているのではないだろうか。

この事例は、はじめから地域活性化を狙っていたというわけではないだろう。フェアトレード商品の販売という別の目的が第一にあり、そのために行なわれていた行為のいくつものが重なって、学生や地域住民、行政の人々が協力しあった結果、地域活性につながっていったのであろう。

5. 目的としてでなく、結果としての「地域活性」へ

「地域活性」や「まちづくり」という言葉がよく聞かれるようになった今、それを達成させるためには何をすべきか、というテーマが議論の中心として話されていることだろう。しかし、今回挙げた事例のように、地域活性自体を目的としてなくても、他の行為を通じて、結果として、地域を活性化させることにつながっているという事例もあることがわかる。

「地域活性」という言葉でラベルを貼られた活動だけに縛られず、学生がしたいことをした結果が、そのまちが元気になることにつながるかもしれないのだ。はじめから「地域活性」という枠に縛られることなく、まずは、自分がそのまちでなにをしたいのかを自由に考えてみる。その上で、それは地域の人々をどう巻き込んでいくことができるのか、それらを考えるところから始めてみると、思いがけない結果へとつながっていくかもしれない。

⁹子島進・五十嵐理奈・小早川裕子編 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-地域から 発信する国際協力-』上毛新聞社事業部出版部