

# フェアトレード活動を通じた 持続可能な未来への取り組み

2015年に採択された持続可能な開発目標(SDGs)とは、「2030年までに、貧困、不平等・格差、気候変動による影響など、世界のさまざまな問題を根本的に解決し、すべての人たちにとってより良い世界をつくるために設定された世界共通の17の目標」である。中でも、フェアトレードは、この17の目標のほぼ全てに関わること、先進国と発展途上国が協働できることを理由に、SDGsに貢献する実践として世界各地で広がりを見せている。

フェアトレード(Fair Trade: 公平貿易)とは、発展途上国でつくられた農作物や製品を適正な価格で継続的に取

## CONTENTS

### フェアトレードと大学

—その現在地とこれから—

渡辺 龍也

東京経済大学名誉教授、

一般社団法人日本フェアトレード・フォーラム

初代代表理事、認定委員

### フェアトレード大学認定に続く目標

—CUCエシカル学生クラブの活動から—

今井 重男

千葉商科大学副学長・サービス創造学部教授、

千葉学園理事

滝澤 淳浩

千葉商科大学サービス創造学部准教授



# Fair trade activit

引することによって、生産者の生活を支える貿易のありかたである。例えば、消費者が日常生活を通じてフェアトレードのコーヒーやバナナ、チョコレートなどの商品を購入することが、貧困課題の解決策のひとつとされている。

日本でもフェアトレードに取り組む団体や企業、商品が増加している。また、小・中学校の様々な教科でSDGsについて教科書に盛り込まれるようになり、授業でSDGsを学ぶ機会も増えている。若い世代は環境保護や社会貢献に強い関心を持っていると言われており、SDGsやフェアトレードをテーマにした活動や取り組みを積極的に推進している大学も出てきている。

本企画では、フェアトレード大学に認定された大学の事例をはじめとした、様々な団体における取り組み事例を通じて、フェアトレードに関する理解を深め、各大学における持続可能な未来に向けた取り組みについて考える機会としたい。



## 「フェアトレードタウン浜松」の推進

山田 真代子  
浜松市くらしのセンター  
消費者教育コーディネーター

## 大学ゼミを超えたフェアトレード企画

佐野 竜平  
法政大学現代福祉学部教授

## フェアトレードコーヒーの取り組み

「フェアトレード」という言葉が必要ない世界を創る――  
瀧村 尚也

麗澤中学・高等学校  
SDGs研究会顧問

## 知識を愛に変える

ピアサポート活動としてのSDGsへの取り組み

杜 純江  
白百合女子大学国際交流オフィス／  
プログラム支援センター

## フェアトレードと大学

### ―その現在地とこれから―

渡辺 龍也

東京経済大学名誉教授、  
一般社団法人日本フェアトレード・フォーラム  
初代代表理事、認定委員

#### 1 フェアトレードの興り ― 慈善貿易

発展途上国の零細な生産者が作った品々を公正な価格で取引することで彼らが貧困状態から脱し、人間らしい生活を送れるよう支援するフェアトレード（公正貿易）。今日のフェアトレードにあたる活動が萌芽したのは第二次世界大戦直後の1946年だった。同年アメリカの救済開発NGOでボランティアをしていた女性が、プエルトリコ（アメリカの自治領）の貧しい女性たちが織った刺繍産品を持ち帰り、バザー等で売り始めたのがその嚆矢とされる。

その後イギリスをはじめとする先進諸国のNGOもまた支援先の人々の貧困状況を緩和すべく、彼らが生産した品々

を買い入れて販売するようになった。ただこの頃は、生産物の取引を通して途上国の人々の生活を少しでも楽にしてあげようとする、チャリティ色の強い「慈善貿易」だった。

#### 2 開発貿易と連帯貿易

1960年代に入ると、それまでのアドホックな一時しのぎの取引ではなく、継続的に取引することで中長期的に途上国の人々が貧困を脱し、自立していけるようにする「開発貿易」へと移行し、それを専門とする団体が組織されるようになった。取引する生産物も、主に女性が副業として作る手工芸品や衣料品から、主に男性が本業として生産する農産物（コーヒー、紅茶、カカオ、バナナ等）へと重心が移っていった。

1960年代はまた、途上国産の安価な農産物から国内の農家を守ろうとする先進国の貿易政策に異議を唱えたり、民族解放や独立を求める途上国ないし植民地の運動を支援したりするために、それらの地域から生産物を購入する政治的な色彩を帯びた「連帯貿易」も行われるようになった。総じてこの頃は、通常の貿易とは違う貿易という意味で、「オルタナティブトレード」と呼ばれていた。

### 3 オルタナティブトレードからフェアトレードへ

それが「フェアトレード」へと呼称が変わるのは1980年代に入ってからだったが、それはオルタナティブトレードが行き詰まりを見せ始めたからだった。オルタナティブトレードは理念先行で品質やデザインを後回しにしたせいで、買い手は、意識の高い、市民に限られ、その意識高い系の市民すら無理な買い物をさせられていた。また、エスニックブームが起きて類似の産品が安く売られるようになったりしていたことも背景にあった。行き詰まりにより、倒産するオルタナティブトレード団体も出るほどだった。

そこで、今まで後回しにしていた品質やデザイン性を高め、意識高い系向けのニッチでオルタナティブな市場を脱して一般消費者が待つメインストリーム（主流）の市場に打って出る戦略を取るようになり、それに伴って自らをフェアトレードと呼ぶようになったのである。

そもそもフェアトレードは公正さ（フェア）とビジネス（トレード）を両立させる営みなのだが、オルタナティブトレードは公正さの追求に重きを置きすぎてビジネスを疎かにしたために行き詰まったのである。その両者のバランスを取った

のがフェアトレードということができる。別の視点から見ると、消費者よりも生産者の利益を重視していたのがオルタナティブトレードで、両者の利益に目配りするのがフェアトレードということもできる。

### 4 フェアトレードラベルの登場

そのように変容を図ったフェアトレードだったが、1980年代の終わりには更なる変貌が待っていた。フェアトレードラベルの登場である。それは一般企業にフェアトレードへの参入を促す仕組みである。フェアトレード団体がどれだけ品質やデザイン性を高めてメインストリームへの浸透を図ろうとしても、規模の経済に欠けるため扱う産品が割高（時に2倍以上）となり、一般の消費者には手が出せないものになってしまう。それに対して、もし企業がフェアトレードに参入すれば、規模の経済を生かして一般消費者の手にも届くものとなる。そうやってフェアトレード市場が拡大すればするほど、フェアトレードから受益できる生産者もまた増やすことができるのである。

ただそこでの課題は、フェアトレード団体による保証を

ベースに、信頼関係で成り立ってきた従来の仕組みが通用しないことになった。企業は、利潤の最大化を第一とするだけに、本当に公正な価格で買入れた製品かを消費者から尋ねられた時に「我々が保証しますから信頼してほしい」と言っても消費者の信頼、信用を得るのは難しい。

そこでフェアトレードが守るべき原則を基準化し、その基準が守られていることを第三者が確認して、確認できた製品に「認証」ラベルを貼ることを認める仕組みが考案されたのである。第三者による「認証」を示すラベルがあれば企業も自信をもって説明でき、消費者も納得するだろうというのがフェアトレードラベルの狙いなのである。

この仕組みができた1980年代末は、新自由主義に根ざしたグローバリゼーションが本格化した時期だった。規制の緩和、撤廃によって先進国の大企業は自由に活動できるようになり、途上国では先進国企業に生産地、調達先として選んでもらうべく生産・労働コストや環境コストを切り下げる「底辺への競争」が激化した。児童労働、強制労働、環境破壊などの問題が深刻化し、その元凶とされる企業への批判が強まり、社会的責任が厳しく問われる中で、企業としても責任ある姿勢を示す一手

段としてフェアトレードを選択するようになった。この頃は消費者もまた、自らの消費が社会や環境に与える影響を自覚した「倫理的消費」を行い始めていて、その一つとしてフェアトレード製品を選ぶようになった。

こうして企業の参入によって安価になったフェアトレード製品がスーパーをはじめ身近なところで買えるようになり、それを買い求める消費者が増えたことで1990年代からフェアトレード市場は飛躍的に拡大していった。

その一方で、フェアトレード認証を得るために生産者が認証料を払わねばならなくなったほか、買い叩きによって安くなった製品を売買する（＝フェアでない取引をする）ことで利益を得てきた企業がフェアトレードの実践を喧伝できる（フェアウォッシュと呼ばれる）ことなどを批判する声が出てきた。それは生産者―消費者間のバランスがより消費者寄りになったことへの批判ということもできる。

とは言え、フェアな価格でより多く販売できるようになった生産者がラベルの仕組みを評価し、フェアトレードラベルの仕組みを運営する国際組織「フェアトレード・インターナショナル（FI）」の意思決定機関も今や生産者代表が半数を占めていることが示すように、フェアトレード

ラベルが生産者の利益となっていることは間違いない。

生産者寄りの姿勢を取るフェアトレード団体は、FIIが設立される前の1989年に途上国の生産者組織とともに「世界フェアトレード連盟(WFTO)」を結成していた。WFTOはフェアトレードの原則を定め、世界フェアトレードを設けて啓発活動を繰り返し広げるなど、フェアトレードの推進に努めてきた。WFTOはまたフェアトレードの原則に100%コミットした団体を認証する仕組みを作り、そうした団体がWFTOラベルを取り扱い産品に貼るのを認め、その普及を図ってきた(フェアトレードラベルが産品単位の認証であるのに対してWFTOラベルは団体全体の認証という違いがある)。FIIとWFTOの間には緊張が走った時期もあるが、共同で「フェアトレード憲章」を定めるなどして今日では協力して相互補完的にフェアトレードを推進する関係にある。

フェアトレードに対する一般市民や企業の関心は一時下降した時期もあったが、2015年に「持続可能な開発目標(SDGs)」が国連の場で採択されて以降、SDGs達成へのフェアトレードの貢献が意識されるに従い、フェアトレードへの関心は再び高まってきている。

## 5 日本におけるフェアトレードの軌跡

以上が世界レベルでのフェアトレード活動の足跡であるが、日本のフェアトレードが産声を上げたのは四半世紀遅れの1974年だった。同年バングラデシュで活動するNGO「シャプナール」が戦争未亡人が作ったバッグなどのジュート産品を日本に持ち帰って売り始めたのである。他のNGOも支援先の人々が作った産品の輸入販売を始め、1980年代に入るとフェアトレードを専門とする団体も誕生した。

日本でも欧米と同様に開発貿易、連帯貿易が始まったのだが、その中で特筆されるのが日本の生活協同組合(生協)と途上国の生産者組合とを結ぶフェアトレードである。生協は国内で生産者と消費者を結ぶ「産直運動」を行ってきたが、それをフェアトレード団体の「オルター・トレード・ジャパン」が仲立ちして海外に展開する「国際産直」の仕組みを作ったのである。それは「日本ならではのフェアトレード」と言うことができる。

1990年代に入ると日本でも品質やデザインを重視した市場志向、消費者志向のフェアトレードが始まった。その代表が日本在住の英国人女性が立ち上げた「ピープ

ルツリー」である。同社は途上国の生産現地にデザイナーを派遣するなどして品質やデザインにうるさい日本人の嗜好にあった衣服を開発し、世界に先駆けてフェアトレード・ファッションという新境地を切り拓いた。

この時期フェアトレードラベルも日本に上陸した。ただ時期尚早なこともあり、それが広く普及するには10年の時を要した。2003年にその先鞭をつけたのが「イオン」グループだった。同社がフェアトレードに参入したきっかけは顧客から社長に宛てた一通の投書だったという。ラベルを使わずにフェアトレードに乗り出したのが「ゼンショー」グループで、独自のルートでフェアトレードコーヒーを調達し、同社の各種外食チェーン店で幅広く提供している。

## 6 フェアトレードタウン運動

フェアトレードを社会に広く普及する上で大きな役割を果たしたのがフェアトレードタウン運動である。2000年にイギリスで始まったこの運動は実はブラストレーションから生まれたものだった。それは、フェアトレード推進イベントを開催すると一時的には盛り上がるもの

のイベントが終わったら熱が冷めるといふ繰り返し、というフラストレーションである。そこで一計を案じたのが運動の創始者ブルース・クラウザー氏だった。氏はフェアトレード朝食会を開いて町長や教員、牧師、商店主などを招き、会費をもらう代わりに日常的にフェアトレード産品を買ったり売ったりすることを誓約してもらった。それがきっかけとなり翌月開催された町民集会で同氏が提案した「フェアトレードタウン」宣言が採択されたのである。

それを知ったイギリスのフェアトレードラベル団体は基準を制定し、その基準を満たした自治体をフェアトレードタウンとして認証し始めた。基準は5つあるが、要は自治体内の行政、議会、商店・飲食店、職場、社会組織（学校や教会）がこぞってフェアトレードにコミットし、まちぐるみでフェアトレードの輪を広げるといふものである。この画期的な運動は世界に広がり、今日では世界37か国に2200を超えるフェアトレードタウンが生まれている。

日本では、筆者が2010年に開催したフェアトレード・シンポジウムにクラウザー氏と日本各地のフェアトレード関係者を招いて議論したのを機に基準作り、認定組織作りを進めた結果、翌2011年に熊本市を日本初のフェアトレー

## Fair trade activit

ドタウンに認定することができた。それに名古屋市、札幌市、逗子市、浜松市、三重県いなべ市が続き、これまでに6つのフェアトレードタウンが誕生している。そのほかにも30年後の市区町村でフェアトレードタウンを目指す動きがある。日本の運動の特徴は、「地産地消やまちづくり、環境活動、障害者支援等のコミュニティ活動と連携している」ことを6つ目の基準として設け、途上国だけでなく地元においてもフェアな社会や経済の実現を目指していることにある。

## 7 フェアトレード大学運動

フェアトレードを大学というコミュニティにおいて広げようというのがフェアトレード大学運動である。この運動を立ち上げたのはイギリスの学生NGOだった。その呼びかけに応じて2003年「オックスフォード・ブルックス大学」がフェアトレード大学を宣言したのを皮切りに、運動は全国そして海外へと広がっていった。今日では世界17カ国に302のフェアトレード大学が誕生している。最も多いのはアメリカの102で、次いでイギリスの50、ドイツの44、カナダの42などとなっている。

フェアトレード大学についてもイギリスのフェアトレードラベル団体が認定基準を策定した。要は大学と学生が協働して普及イベントを実施し、学内でのフェアトレード製品の販売や消費を増やそうとするものである。日本ではイギリスの基準をベースとしつつ独自性をもった

基準を2014年に策定した「表1」。

日本の独自性は、フェアトレード製品の販売、消費に限定せずフェアトレードに関する研究や教育活動の実施を加えたこと、および学内に限定せず学外での普及活動を加えたこと、の2点にある。この基準を最初に満たしたのが静岡文化芸術大学で、2018年に日本初のフェアトレード大学に認定された。その後、北星学園大学・北星学園大学短期大学

基準 1	フェアトレードの普及を図る学生団体が存在する。
基準 2	フェアトレードの普及活動、並びにフェアトレードに関する研究・教育活動がキャンパス内外で行われている。
基準 3	大学当局がフェアトレード製品を購入し使用している。
基準 4	複数のフェアトレード製品がキャンパス内で購入可能となっている。
基準 5	フェアトレードの理念を支持し、その普及をうたったフェアトレード大学憲章を策定し、フェアトレード普及学生団体、学生自治会(ないし学友会などそれに準ずる組織)、大学当局の三者が同憲章に賛同している。

[表1] フェアトレード大学認定基準 (日本)

部、札幌学院大学、青山学院大学、千葉商科大学も認定され、これまでに計5つのフェアトレード大学が誕生している。

その後イギリスをはじめ他国でも学外の活動を含めたり、研究・教育活動を加えたり、倫理的消費全般の普及を含めたりと、基準は進化し続けている。イギリスやカナダは最低基準に加えて発展的基準を設け、フェアトレード大学を3つのカテゴリーないしレベルに分けた。最低基準をクリアできれば一つ星(英)ないし基本(加)、発展的基準をある程度達成できれば二つ星(英)ないしシルバー(加)、大半ないし全て達成できれば三つ星(英)ないしゴールド(加)という具合である。最低基準しかない場合、一度基準をクリアすると更なる高みを目指そうという意欲が失われがちなため、発展的基準を設けることでより高いレベルへと誘導しようというわけである。

一例を挙げると、カナダのフェアトレードゴールド大学の場合、大学の物品サービス調達条件にフェアトレードを入れられていることや、14品目以上のフェアトレード産品が利用／提供されていること、フェアトレードのコースを設けているか複数の授業を提供していること、フェアトレードに関する意識行動調査をキャンパス上で毎年実施していることなどが

求められており、相当ハイレベルな基準となっている。

日本では現在、最低基準しかないものの、それを超える活動や政策を実施している大学がある。例えば静岡文化芸術大学と北星学園大学はフェアトレードを一つの科目として開講している。札幌学院大学では学生のフェアトレードサークルが地元企業とコラボして北海道産およびフェアトレード認証の食材をミックスしたオリジナルの菓子を開発し販売している。静岡文化芸術大学もまた地元企業とコラボして地産地消とフェアトレードをかけ合わせたチョコレートや、通常は破棄されるコーヒー豆の果皮を活用したカスカラティーを開発し販売している。札幌学院大学はフェアトレード推進のための経費を経常予算化することでフェアトレードの推進にコミットしている。

### 8 フェアトレード大学の意義・課題・これから

フェアトレード大学の認定を受けた大学への聞き取り調査では、認定を受けたことで大学が一つのアイデンティティを獲得し、他大学との差別化が図れるようになったという声が聞かれる。また、フェアトレード大学となったことで在学生

が大学に誇りをもてるようになったり、受験する生徒が増えたという大学もある。さらに、学外でのフェアトレード普及活動を通じて地域社会との繋がりや連携が生まれ、強化されることも多くのフェアトレード大学が経験している。

大学は地方自治体、特に地方の小さな自治体になればなるほど地域の中核的存在となっていて、その大学がフェアトレード大学というアイデンティティを獲得し、キャンパス内外で学生の活動が活発になることは地域社会の活性化に少なからず貢献するものと言えよう。フェアトレード大学認定を目指す静岡文化芸術大学の活動が地元浜松市のフェアトレードタウン認定に大きな役割を果たしたのは、その一例である。

課題として挙げられるのは第一に、継続性である。学生のサークル活動、部活動には波があり、熱心な学生が卒業したあと活動が停滞してしまう例は枚挙にいとまがない。学生と同様ないし時としてそれ以上に重要な役割を果たす顧問ないし指導教員が他大学に異動したり、定年退職したりした場合も同様である。学生の入れ替わりや教員の異動に左右されることなくフェアトレード大学のステータスを維持発展させるためには、大学当局による揺るぎないコミットメントが必要とされるのである。

とは言え、一大学でモチベーションを維持し続けるのは容易ではない。モチベーションの維持・強化にはフェアトレード大学間のネットワークの構築(国内だけでなく海外も含め)が効果的であると思われる。経験、教訓、ベストプラクティス等を共有することは相互の学び合い、高め合いに繋がり、協同してフェアトレード普及活動(キャンペーンやイベントを含む)や研究・教育活動を行っていくことは、フェアトレードの普及のみならず、広くはSDGsの推進、達成にも寄与することが期待されるのである。



[写真1] コロンビアのコーヒー生産者  
 撮影：Juan Nicolás Becerra Manrique  
 提供：認定 NPO 法人フェアトレード・ラベル・ジャパン



[写真2] 日本初のフェアトレード大学「静岡文化芸術大学」  
 同大学HPより (<https://www.suac.ac.jp/about/community/fairtrade/>)

## フェアトレード大学認定に 続く目標

### ―CUCエシカル学生クラブの活動から―

今井 重男

千葉商科大学副学長・サービス創造学部教授、

千葉学園理事

滝澤 淳浩

千葉商科大学サービス創造学部准教授

#### 1 エシカル消費と建学の精神・理念

2023年10月開催の大学の公開講座で報告したCUCエシカル学生クラブ(以下、学生クラブと略す)の長尾代表は次のように発言した。

私たちは、認定をいただくことがゴールだとは考えていません。個人としても、大学としても、フェアトレード製品を積極的に購入することは勿論ですが、

より広く、多くの人に「フェアトレード」というものを知ってもらうためには、学内だけの啓発では十分であるとは言えません。そこで私たちは…

本稿は、2023年4月に日本で5番目のフェアトレード大学認定を受けた千葉商科大学で活動する学生クラブが、これまでどのような活動をしてきたのか、そしてこれから新たにどのような目標を掲げ活動するのか、活動に伴走する立場から論じてみたい\*1。

我々はフェアトレードをエシカル消費(Ethical Consumer)\*\*2の1つとして捉え、単純化して学生へ説明するように努めている。こうした解釈には異論があるかもしれないが、はじめになぜそのように考えるか少々説明する。エシカル\*\*の直訳は「倫理的な」という意味で、これに「消費」がつくと、「多くの消費者が正しいと感ずること、本来人間が具備する良心・良識から発生した消費」行動となる。すなわちエシカル消費は、消費者個々が社会や環境、社会的弱者等とのつながりの中で社会的課題の解決を考慮し、こうした課題に取り組む事業者を応援しながら消費行動することである。それは例えば、社会への

配慮〃としてのフェアトレード商品や寄付付きの商品等の消費であり、〃環境への配慮〃としてはエコ商品、リサイクル製品、資源保護等に関する認証がある商品等の消費であり、〃人への配慮〃では障がい者支援につながる商品等の消費となる。また、〃地域への配慮〃としての地産地消や被災地産品の消費、〃動物への配慮〃(アニマル・ウエルフェア)〃の動物に対して与える痛みやストレスの抑制や(例えば毛皮のような)動物由来素材の使用を最小に抑えること、さらには〃労働への配慮〃の農薬や工場排水などによる環境汚染や児童労働等の問題を排除するためのオーガニックコットンやリサイクル素材等の利用などもエシカル消費の範疇となる。つまりエシカル消費は、〃エシカル〃という母屋に、〃フェアトレード〃、〃寄付付き商品〃、〃環境配慮製品〃、〃障がい者支援品〃、〃地産地消〃、…などが軒を連ねる消費ということとなる。我々はこのように考え、前述の単純化した捉え方を採用するのである。

続いて、エシカル消費を大学教育で実施する意味について、建学の精神・理念と将来の消費者という2点から考えてみたい。我々が所属する千葉商科大学は、創設者・遠藤隆吉が当時の日本社会における商業道德の退廃を憂い、高

い倫理観の根源を武士的精神(武士道精神)に求め、実社会に役立つ学問である「実学」教育を修得する学舎として1928年に開かれた。武士は正しいこと「義」を貫くために、何が正しいかを判断する素養が必要で、本学は開学以来今日までそうした正しい判断をくだせる人材「治道家」の育成を目指してきた。そして、このような商業倫理観を涵養する本学の教育と本稿が取りあげるエシカル消費やフェアトレードは親和性が高いと考える。換言すると、経済活動が制約条件の下での選択であること、市場価格・価値の決定や資源配分の理解、消費生活が環境に与える影響、消費や環境に配慮したライフスタイルの確立、などの学びとフェアトレードの親和性である。したがって、これらのことを学ぶ授業で消費者市民社会の形成と参画を考察する際に、具体的な事例としてエシカル消費やフェアトレードが取り扱えるのである。例えば、消費者が商品・サービスを通して受け取る「安さ」、「便利さ」、「快適さ」等のために費消する社会的費用の存在を考えると、消費者は、消費する段階までの生産や消費した後の廃棄の過程は良く分からないこともあり、これらのことを考えずに値段などの限定情報で商品・サービスを選択してしまうことが多い。

しかしそれらの商品・サービスが、不当に低い賃金や児童労働による生産であること、または不法投棄して処分費用を負わずに低価格を実現したことを知ることとなっても、それでも消費者はその商品やサービスを選ぶのだろうか、という類の消費行動の例である。そして我々は、このようにエシカル消費の側面から考察することが「治道家」育成に有用であると考えているのである。

エシカル消費の普及には、消費行動の主体としての消費活動意識とともに、事業者の取り組みも高める必要がある。特に後者の推進のためには、消費者が事業者の行動をチェックできるようになることが重要であり、そのためには消費者のエシカル消費意識の向上が不可欠となる。消費者は、エシカル消費の概念や意義を知り、商品・サービスを知り、その上で購入する。このように行動する消費者の育成は、エシカル消費に対する感度や受容性の高い層を教育するのが効果的である。我々は、その主要なターゲットとなるのが若年層、とりわけ大学生だと考えた。大学でエシカル消費について学び、自主的に自分たちに何ができるか考え、実践するというものである。大学には、被災地支援やボランティア活動、環境保全活動などを自主的に

活動する例も多く見られるなど、利他への関心も高い。

## 2 CUCエシカル学生クラブ

千葉商科大学は2023年4月25日、我が国5番目のフェアトレード大学として認定を受ける。認定は5種の基準<sup>※3</sup>を基に行われるが、その申請にあたり主体的に取り組んだのが2020年7月に設立された「表1」の学生クラブである。この学生クラブは、2017年に原科幸彦学長が「持続可能な社会づくりを目指す」ために設置した4つの学長プロジェクトの「2：CSR研究と普及啓発」内のサブプロジェクト「エシカル消費の教育と啓発活動」の研究グループの学生下部組織として発足した<sup>※4</sup>。活動の目的は、「私たちが普段使っているものやサービスの中には、生産者や周りの環境に悪い影響を与えているものが多く存在する。そのため、消費者一人ひとりの意識が大切で、常に誰が、どこで、どうやって作られた製品なのかを意識し行動することで多くの生命が守られる。そこで当クラブのイベント活動等を通じて、学生や教職員、地域住民に世界の現状や解決策を伝え、エシカル消費、特にフェアト

## Fair trade activities

名称	CUC エシカル学生クラブ
設立	2020年7月16日大学認定（活動は2017年4月から）
メンバーと組織	30名。代表、副代表、企画部、広報部、会計部、商品開発部
活動	①エシカル消費やフェアトレードの研究。 ②フェアトレード商品の購入やマイバッグ・マイボトルの使用などエシカル消費行動を率先して行う。 ③学内のエシカル消費について改善点を抽出し、大学側に改善提案を行う。 ④学内外で啓発セミナーや啓発イベントを実施する。 ⑤他大学などの団体や協会などと積極的に交流し、意見交換や情報交換を行う。
顧問	今井重男(副学長・教授)、滝澤淳浩(准教授)

[表1] CUC エシカル学生クラブ概要

年	月	イベント名	場所	実施内容	対象者	参加人数
2021	7	オープンキャンパス2021 フェアトレード学生カフェ ※毎年継続中	千葉商科大学	7月18日開催の高校生及び保護者向けオープンキャンパスにて、フェアトレード学生カフェを開店。	高校生、 高校生の 保護者	約800名
2021	10	フェアトレード商品 認知度調査アンケート	千葉商科大学	10月14日から11月5日まで、学内イントラネット掲示板を活用して学生と教職員にフェアトレード商品認知アンケートを実施。景品にフェアトレード認定チョコレートを贈呈。	学生・ 教職員	1,821名
2021	11	マイナビ SDGs学生カンファレンス	オンライン (Zoom)	マイナビ主催。全国の本学を含め6大学のSDGs活動をしている団体の活動報告、意見交換会に参加。本学はフェアトレード啓発活動を発表。	全国の 学生	100名
2021	12	学食でのフェアトレード製品 販売のお願い	千葉商科大学	The University DINING(学食)でフェアトレードコーヒー、紅茶などの販売のお願い。その後、販売開始。	学生・ 教職員	—
2022	3	フェアトレードタウン・ フェアトレード大学視察勉強会	札幌市役所・ 札幌学院大学・ 北星学園大学	学生クラブの学生2名と教員2名でフェアトレードタウン札幌市、フェアトレード大学札幌学院大学・北星学園大学を視察。視察後、同クラブで報告会開催。	学生・ 教職員	4名
2022	3	フェアトレード認証スポーツ ボール追加の提言 ※2019年導入済みの拡大	千葉商科大学	フェアトレード認証スポーツボールを大学に追加購入するように提言。	体育課 教員	—
2022	5	学内フェアトレード映画観賞会	千葉商科大学 付属図書館	学内の学生と教職員向けフェアトレード啓発活動の一環として映画観賞会を実施。「フェアトレードとは」「トゥルーコスト」の二本立て。	学生・ 教職員	—
2022	5	学生生協で新商品販売のお願い ※2020年より販売開始	千葉商科大学 学生生協	ハンドクリーム、クッキー、ハンドタオルなど、フェアトレード認定商品の充実。	学生・ 教職員	—
2022	5	フェアトレードフェスタちば2022	千葉市 さばー広場	フェアトレードフェスタちば2022(主催フェアトレードちば)参加。フェアトレード製品の物販や活動報告。	一般人	約500名
2022	7	CUCエシカルデイズ2022 ※2020年から開催	千葉商科大学	主にフェアトレードの啓発活動。フェアトレードのパネルや認定商品の展示。映画上映会。	学生・ 教職員	約1,000名
2022	10	大学祭(瑞穂祭) ※2018年から参加	千葉商科大学	主にフェアトレードの啓発活動。フェアトレードのパネルや認定商品の展示。映画上映会。	学生・ 教職員・ 保護者	約200名
2022	11	バナナペーパー名刺導入の 提言	千葉商科大学	バナナペーパー製名刺の利用を提言。2023年1月より教職員が作成するバナナペーパー製名刺の大学補助開始。	教職員	—
2022	11	CUC公開講座(第8回) 「フェアトレード大学認定に 向けての本学の取り組み」 にて	千葉商科大学 サテライト キャンパス	日本フェアトレードフォーラム代表理事原田さとみ様、フェアトレード大学の北星学園大学経済学部教授 萱野智哉様の講演。本学学生クラブの学生から認定に向けての活動報告。	学生・ 教職員・ 一般人	約50名

[表2] CUC エシカル学生クラブの主な活動

2018年より参加する  
は「表2」の通りである。  
定申請時までの主な活動  
フェアトレード大学認  
いる。  
実践してもらおう」と掲げて  
リードの意義を理解させ、

瑞穂祭（大学祭）では、フェアトレード製品の展示、チョコレートやコーヒーの試食を通じた理解促進に取り組んでいる。また、2020年に始まったCUCエシカルデイズでは、さまざまな学部の正課・正課外授業のプロジェクトやゼミナールなどが、キャンパス各所でエシカル消費やフェアトレードに関する発表を行うが、その運営の中心は学生クラブが担っている。毎年催される映画上映会やフェアトレード製品展示即売のほか、回数を重ねるたびに充実・高度化しているように感ぜられる。

さて、このように活発な活動を展開する学生クラブであるが、彼らによればフェアトレード大学認定と各種事業の継続で決して満足するものではないという。2023年10月27日に開催した「CUC公開講座2023【第6回】」に登壇した学生クラブの長尾代表は、今後の活動として次のように報告した。

私たちは、認定をいただくことがゴールだとは考えていません。個人としても、大学としても、フェアトレード製品を積極的に購入することは勿論ですが、より広く、多くの人に「フェアトレード」というものを

知ってもらうためには、学内だけでの啓発では十分であるとは言えません。そこで私たちはこれから、フェアトレードタウン認定都市を目指し、近隣の町に大学生からはたらきかけ、一緒に活動をしていきたいと考えています。

そのために、学外での啓発活動の開催やイベントへの出店、こどもたちへのグローバルシズンシップ教育を兼ねたフェアトレードチョコバナナ教室、そしてフェアトレードマップの作成を進めていきたいと思えます。具体的には、

- (1) 地域の小中学校など学外でのフェアトレード啓発イベントの開催や出展
- (2) 幼稚園児・保育園児向けフェアトレードチョコバナナ作り教室開催
- (3) フェアトレードマップの作成↓フェアトレード商品の扱う店舗の実態調査の活動を始めます。

学生クラブは、現在フェアトレードタウン認定へ向けて活動する千葉市と連携を密にしながら、本学が所在する市

川市にも同タウン認定推進を働きかけるべく取り組むとしている。日本各地のフェアトレードタウンは、市民が推進協議会を結成しそれが組織的に行政へ働きかけ認定申請に至るケースが多い。我々は行政への働きかけとそれによる行政の行動開始が決して簡単ではないことを理解する。しかし、我が国にわずから大学しかないフェアトレード大学として認定を受けた本学が、否その認定に主体的に関与した学生クラブが地元の市役所に対してエシカル消費やフェアトレードを啓蒙することは大変意義のあることだと考える。それはすなわちこの街に住み・働く市民として、地域が豊かに、幸せになることへ尽力する重要性はもちろん、大学生としての教育活動、あるいは広く地域・社会参加の面からも大切である。学生クラブの思いを受け、伴走する我々教員としてもその実現へ向けてともに努力する覚悟である。

※1 CUCエシカル学生クラブが、建学の理念に合目的な「千葉商科大学フェアトレード憲章」の草案を作成した。憲章は本学WEBサイトに掲出している。

千葉商科大学フェアトレード憲章

[https://www.cuc.ac.jp/about\\_cuc/activity/fairtrade/index.html](https://www.cuc.ac.jp/about_cuc/activity/fairtrade/index.html)



※2

エシカル消費の普及は、1987年にイギリスで非営利団体のエシカル・コンシューマー・リサーチ・アソシエーション(Ethical Consumer Research Association: ECR A)の設立に始まる。ECR Aは、「Ethical Consumer // エシカル消費」を標榜する世界で初めての団体である。80年代末エシカル消費に関連した企業製品を積極的に選択する購買運動(Guycof: boycof)の反意造語)が広がる中、ECR Aは消費情報誌「エシカル・コンシューマー」を発刊する。同誌は、「グローバル企業に対する消費者運動を通じて、(生産・消費活動が)より持続的なものにする」ことを使命として、環境尊重と適切な人権保護、あるいは動物虐待や残酷な搾取を否定する社会を目指すべきだ、と主張した。

※3

「基準1 フェアトレードの普及を図る学生団体が存在する」「基準3 大学当局がフェアトレード産品を購入し使用している」など。詳細は一般社団法人日本フェアトレード・フォーラムWEBサイト内の「日本のフェアトレード大学基準」参照。

日本のフェアトレード大学基準

<https://fairtrade-forum-japan.org/fairtradeuniversity/domestic-standard>



※4

CUCエシカル学生クラブは2017年4月に学生の任意団体として活動を開始し、2020年7月に大学認定の学生団体として申請・登録を受けた。

# 「フェアトレードタウン浜松」の推進

山田 真代子

浜松市くらしのセンター  
消費者教育コーディネーター

## 1 フェアトレード浜松宣言

浜松市は、2017年11月に日本で4番目にフェアトレードタウンに認定された。その後、3年ごとに更新を続けているところである。

取り組みのきっかけは、次の通りである。

- 消費者教育推進法(2012)を受けて開催された「消費者教育あり方検討会」(2013)において、消費者市民社会の一員となる消費者の育成が重要であることが確認された。その際、フェアトレードの理念が、本市の目指す消費者教育につながるものであることが支持された。

- 本市には、約3.4%を占める外国人が居住している。フェアトレードの理念は外国人にも理解が得られやすい上、国際社会の一員として世界と共に発展していくことを目指す本市の目標にも合致していた。

- 本市には、2015年フェアトレード商品を販売する団体やフェアトレードに関心のある市民が集まって設立した「はままつフェアトレードタウン・ネットワーク」があり、フェアトレードにかかわるイベントや学びの場づくりを行っていた。つまり基盤となる土壌ができていた。

当時の浜松市はフェアトレードに対する認知度が低く、フェアトレードの理念に基づいて、まちづくりや環境活動を



[写真1] フェアトレード 啓発パンフレット

推進することには大きな意味があるとして、市長や浜松市議会が理解を示した。そして、「フェアトレードの理念を支持し、その普及を通じ、世界に貢献する都市づくりを推進するため、市民や事業者とともに、フェアトレードタウンを目指す」というフェアトレード浜松宣言につながったのである。

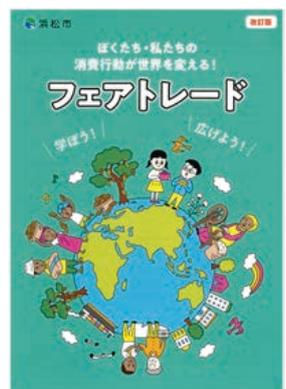
## 2 学校における取り組み

現在まで、フェアトレードタウン・ネットワークの皆さんと連携・協働して、フェアトレードイベントの実施やちらしの配布を通して、市民への啓発を行ってきた。また最近では、児童生徒を対象とした消費者教育教材の作成や出前講座の実施、学校におけるフェアトレード給食等、子供向けのフェアトレードの啓発にも力を入れている。児童労働の実態やフェアトレードの意味、フェアトレードマークを初めて知った子供も多く、「自分たちの買い物や社会や環境に大きな影響を与えていることが分かった」「これからはマークを意識して買い物したい」等の感想をもらっている。

学校教育でフェアトレードを扱うことは、国際関係や環境など、さまざまな分野を学ぶきっかけをつくる。また、フェ

アトレードを含むエシカル消費の推進は、SDGsの目標達成にもつながっていることを知ることで、自らの消費行動を振り返り、持続可能な社会の実現に貢献するよい機会となる。このような理由から、教育機関と連携を図った取り組みは大変重要であり、フェアトレード等を扱う機会を意図的に設定することで、自立した消費者の育成につながっていくことは意義深いと考える。

今後も、市民や市民団体、事業者、フェアトレード認定大学である静岡文化芸術大学や教育委員会等と連携・協働し、まちぐるみでフェアトレードタウンとしての活動を推進し、消費者教育の充実と地域活性化に向けて取り組んでいきたい。



[写真2]左：出前講座／右：消費者教育教材(中学校)

## 大学ゼミを超えた フェアトレード企画

佐野 竜平

法政大学現代福祉学部教授

### 1 コロナ禍で始まった学生主体の取り組み

新型コロナウイルス感染症の影響で学びの形が大きく変わった2020年中頃、フェアトレード商品の企画・生産・販売を行う株式会社スバストラジャパンの浅井康治代表取締役と偶然縁のあった3つの大学・ゼミの教員が集った。明治大学商学部の小林尚朗教授、駒澤大学経済学部の山中達也准教授および筆者である。同社はインドにSuvasstra India社という協力会社を持っており、縫製・衣料などインドで生産した商品を日本に紹介している。

今日、日本では年間200億円近くフェアトレード商品が消費されている。理解推進に向け牽引役を担っているフェアトレード・ラベル・ジャパンによると、フェアトレード

とは「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」とされる。同団体から知識と経験を併せ持った中島佳織さんも加わり、フェアトレードに関連して「何か」をやろうと準備が加速していった。新型コロナウイルス禍の制約からもどかしさを抱える学生を目の前にして、どこをどう工夫すれば実践的なゼミ活動ができるのか知恵を集約していった。

その結果、教育、研究とビジネスの視点からのアプローチを通じて、フェアトレードの認知度向上とビジネス成長を促進する合同企画を大学ゼミを超えて進めることになり、一致した。主な骨子は以下の3点である。

(1) 異なる大学の学生が参画した上で、フェアトレード推進に協力するプラットフォームを構築。学生目線とビジネス目線を統合させ、学生とビジネスが持つユニークな視点を共有する仕組みづくり。

(2) 学生が具体的な役割を担い、実践的な知識と経験を習得するプロセス。フェアトレード認証コットン製品に関する立案、企画、販売促進、カスタマーケア等を通じて、学生がビジネスの実際のフローを体験。商品とその背

## Fair trade activit

後にある価値観を社会に伝える仕掛けを確立。

(3) Z世代の学生がCSR活動には留まらない企業活動に参画。Z世代の学生とのコラボレーションに魅力を感じるさまざまな業界・企業との協力活動を実現し、フェアトレードおよびその周辺事業に関わる意義および価値が向上。学生同士および学生と企業が刺激し合いつつ、持続可能な開発目標(SDGs)について理念のみならず具体的な実践活動を実施。

## 2 STEPPING STONEの概要

このように手探りの中でゼロベースから始まった本企画は、学生間で話し合われた結果「STEPPING STONE」と名付けられることとなった。2023年度で第3期目を迎えており、2年生から4年生まで延べ200人近くの学生が参加してきた。これまで参加した大学・ゼミは「表1」とおりとなっている。

関わる学生、教員、企業・団体のすべてが試行錯誤を続けており、強みは活かしつつ反省点を次期に反映する形を取っている。現在行っている第3期の活動スケジュールとそ

時期	参加大学・ゼミ
第1期 2021年	明治大学商学部小林ゼミ 法政大学現代福祉学部佐野ゼミ 駒澤大学経済学部山中ゼミ
第2期 2022年	明治大学商学部小林ゼミ 法政大学現代福祉学部佐野ゼミ 駒澤大学経済学部山中ゼミ 関西大学商学部深澤ゼミ 順天堂大学国際教養学部佐々木ゼミ / 学生
第3期 2023年	明治大学商学部小林ゼミ 法政大学現代福祉学部佐野ゼミ 駒澤大学経済学部山中ゼミ 関西大学商学部深澤ゼミ 東洋大学経済学部吉田ゼミ 名古屋外国語大学世界共生学部宮川ゼミ

[表1] 第1期～第3期の参加大学・ゼミ

のポイントは、「表2」とおりである。

新年度が始まった直後、まずはフェアトレードに関する最新情報を学ぶための学習会およびSTEPPING STONEの活動について説明するオリエンテーションを実施した。このオリエンテーションでは、全体の流れを理解するだけでなく、他大学のゼミ生と意見交換を行う機会も提供した。大学ゼミを超えた取り組みに参画することで、どの学生も日頃のゼミとは違った熱量や雰囲気を感じる

ことができたであろう。その後、ゼミ毎にアイデアを出し合いながら、スバストラジャパン社や連携企業と協力しつつ企画原案を洗練させていった。年度の後半には中間発表と最終発表を行ったが、ここは連携企業側が購入・販売する商品を選定する、いわゆるビジネスらしい厳しい視点を学ぶ機会となった「写真1」。

このように、全体が「フェアトレードの深まりとビジネス成長の融合」および「持続可能な社会へ貢献する具体的な手立ての実践」につながったかどうか検証するプロセスとなっている。まさに学生が考案した名前が示唆しているSTEPPING STONE(飛び石、足がかり)と言えるだろう。

2023年度	主な活動内容
4月～5月	フェアトレード学習会およびオリエンテーション(@法政大学)
6月～7月	ゼミ毎に具体的な商品企画を立案
8月～9月	スバストラジャパン社および連携企業との商品企画打ち合わせ
10月	中間発表(@関西大学)を通じてサンプル作成する商品を選定
11月	Suvastra India社でサンプル作成
12月	最終発表(@明治大学)を通じて商品化を決定
1月～3月	連携企業の方針に沿って協力しつつフォローアップ

[表2] 第3期の活動スケジュール



[写真1] 考案してきた商品企画を発表する筆者ゼミの学生ら

## 3 深まる企業との連携

第3期から大きく変わった点の1つが、企業との連携体制の確立手法である。これまでは、サプライチェーン全体というよりも学生側の意向が反映しやすい商品開発を特に重視していた。フェアトレード商品ができてから、顧客を探すというB to C的なアプローチである。一方、第3期では、STEPPING STONEの趣旨から「具体的に連携する可能性のある企業を早い段階で見出すこと」で全関係者の一致を見た。これまでアイデア段階から連携企業と意見交換することがなく、より深みのある活動につながっていないことを反省点としていたためである。いわゆるB to Bに近い形で全体を描くことで、連携企業のニーズや方針に照らしてフェアトレード商品を開発しなければならなくなった。なお、スバストラジャパン社および教員のつながりで、「表3」が第3期の連携企業

大学	連携企業
明治大学・名古屋外国語大学	NTT コミュニケーションズ
法政大学・関西大学	鳥取珈琲館
駒澤大学・東洋大学	ホテルJAL シティ羽田東京

[表3] 第3期の連携企業

となっている。

この仕組みを導入した長所は主に3点ある。1点目は、アイデアを具体化して商品を実際に作る際、顧客のニーズを捉える難しさを体験できるようになった点である。商品やサービスが売れる仕組みを作るマーケティングについては、実践を伴わないとなかなか実力が身につかない。目の前に可能性のある顧客がいることで、机上の空論ではやはり通用しないことを学生は味わっているだろう。2点目は、プレゼンの仕方において社会人レベルが要求される点である。ビジネスのプレゼンらしく端的かつ理解しやすくしなければならず、アピールポイントを絞って初めて検討してもらえらることを学生は体験している。また、企業関係者を前にして他大学の学生が趣向を凝らして発表している内容を聞くことは、日々の学業の積み重ねという点でも新鮮な刺激になっていると受け止めている。3点目は、チーム内外のコミュニケーションである。どのゼミであっても、内部の役割分担からして苦勞している点があると見受けられる。その上でさらに連携企業の関係者が加わることで、事前・事中・事後における具体的でタイムリーなコミュニケーションが一層求められるようになった。「コンフォート

ゾーン」と呼ばれる安全地帯に留まっただけでは広がらないビジネス感覚を現段階で蓄積することにつながり、学生の将来に大きな追い風になるだろう。

#### 4 マニュアルのない、斬新なプロセスを楽しむ

6 大学の6ゼミにまで増えた第3期において、筆者のゼミ生がさらに2つの点で踏み込んでいることをここで特筆したい。1つは、筆者のゼミと関西大学深澤ゼミの学生有志が合同チームを結成し、創意工夫している点である。確かにSTEPPING STONE全体としては大学を超えた取り組みとなっているが、具体的に個別の大学ゼミを超えて取り組んでいるのは同チームだけである。両大学ゼミの有志が一緒になってここまで進めてきた背景には、持続可能な開発目標(SDGs)に関連した「KANDAI×HOSEI SDGsアクションプランコンテスト2023」への参加がある。積み上げてきたアイデアをベースに両大学ゼミ合同チームがエントリーした結果、2023年12月に行われた本選において最優秀賞を得ることができた「写真2」。受賞したゼミ学生有志は「特に若者の間でフェアトレードがもつ



[写真3]日本およびインドの障害者就労関係者と共にゼミ学生が現地の生産工場を訪問



[写真2]最優秀賞や複数の企業賞を受賞した法政大学佐野ゼミ・関西大学深澤ゼミの学生有志

と認知されるようにしたい」と話す。フェアトレードの現状や課題と向き合いつつ、斬新な企画を考案し実践してきた両ゼミの学生有志に敬意を表したい。

もう1つは、筆者のゼミ学生の一部有志が現地の取り組みを実際に学ぼうとインドを訪問していることである「写真3」。確かにフェアトレードの意義に「開発途上国との格差解消」があるものの、学生によるフェアトレード活動への関与は日本国内に留まっていることが多い。フェアトレード商品を生産しているSuvastira India社の工場を見学しながら事業を体感し、成長著しいインドのビジネス感覚を一連の商品企画プロセスに活かそうという行動力には驚かされる。

## 5 今後の見通し

上述してきたように、まさに「手探りだらけ」といった形の取り組みではある。しかし、学生による大学時代の学びの広さと深さという点で、非常に興味深い展開を見せているのもまた事実である。筆者の研究テーマに沿ってゼミで進めている「アジアの障害インクルーシブな国際協力」の

活動について、ゼミ学生が懸命に実践しようとしているのは大変心強い。同時に教員としての学びが多いのは言うまでもなく、関わってきたすべてのゼミ学生に感謝している。

本取り組みは次年度以降も続く見通しである。大学間を超えた各ゼミ学生・教員、関係企業・団体とのさらなる連携が不可欠となっている。フェアトレードおよびその関連活動は、さまざまな社会課題への解決に具体的に貢献してこそ理解促進につながるものである。現在、インドでは記録的な干ばつが発生しており、綿花などの農産品の価格に上昇圧力がかかっている。世界一の人口数を抱えたグローバルサウスの盟主として経済成長が著しいとはいえ、インド内の格差もさらに拡大している。筆者としては、特にインドと日本における障害者に関する社会課題の解決に少しでも寄与できればと考えている。

スバストラジャパン社をはじめ各大学・企業関係者の理解と尽力があつてここまで進展してきた取り組みである。1つのゼミでは成し得ない達成感をすべての関係者と今後も共有していけるよう、引き続きゼミや大学の枠を超えたアプローチを共に模索していきたい。

## フェアトレードコーヒーの

## 取り組み

「フェアトレード」という言葉が  
必要ない世界を創る――

瀧村尚也

麗澤中学・高等学校  
SDGs研究会顧問

### はじめに

麗澤中学・高等学校は1935年、創立者の廣池千九郎（法学博士）が「道徳科学専攻塾」を現在のキャンパス（千葉県柏市光ヶ丘）に開塾したことから始まる。2015年には中高一貫コースの「叡智コース」を新設。グローバル社会の中で、冷静かつ客観的に物事の本質を見抜き、複雑な諸問題を解決していく総合的な人間力である「叡智」を備えた真のリーダーを育成するため、開校以来の実績を踏まえ、さらに麗澤らしい教育活動を展開

している。その中でも、これからの予測不可能なVUCAの時代を生きていくために必要なスキルを身に付けるべく、探究学習に力を入れている。今回紹介するのは、探究学習の一つとしてアントレプレナーシップ教育を行っているSDGs研究会「EARTH」という部活動だ。

### 1 活動のきっかけ

SDGs研究会「EARTH」の活動のきっかけは、一冊の英語の教科書である。当時中学三年生だった1人の生徒が、英語の教科書に載っていた小児がんを患ったアメリカの少女アレックスが、レモネードスタンドで活動する内容に衝撃を受け、2018年に実際に学校でもレモネードスタンドを始める。レモネードスタンドとは、小児がんの患者を支援するために寄付した人にレモネードを渡す活動である。1人から始まったこの活動は、仲間を増やし、徐々に活動を広げていく。しかし、活動を始めた生徒が口に出した言葉は意外なものであった。

『どうして、募金していただいたお金が全額寄付ができないのだろうか』

## Fair trade activit

活動を行う場合、レモネードの原価や装飾費用がどうしてもかかってしまい、募金していただいたお金から差し引いて寄付を行っていた。どうかこの想いを実現できないだろうかと生徒たちで会議を始める。この生徒の発想がフェアトレードコーヒーの活動を始めるきっかけとなり、チーム名「EARTH」として、全額募金と持続可能な活動を実現させた。このチーム名は、E(equal)、A(action)、R(Reitaku)、T(team)、H(home)のそれぞれの頭文字を取った名前であり、それぞれの単語には生徒の活動に対する想いや指針となるものが充てられている。「写真1」。

世界には生産者から利益を搾取する「アンフェアな取引」が横行している。フェアトレードとは発展途上国の原料や製品



〔写真1〕発起人の登壇写真

を適正な価格で継続的に購入することにより、立場の弱い発展途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指す「貿易の仕組み」のことである。このフェアトレードを推進するために消費者の意識を変えていく必要があると考えたのだ。数多くのアンフェアで取引されている生産品の中でコーヒーを選んだのは、筆者が、元々コーヒーを淹れるバリスタという職業であったことが関係している。この部活動の顧問でもある筆者が、バリスタという経験からコーヒーに関する専門的な知識を有しており、この不思議な巡り合わせからフェアトレードコーヒーの活動がスタートする。そして、活動の最終目標は「フェアトレード」という言葉が必要ない世界を創ることであった。

ゼロから始まった活動は、生徒たちの「やってみよう」という想いで一歩ずつ前進し、2020年4月、正式に部活動の組織として認定され、今まで使用していた「EARTH」というチーム名はそのまま残り、SDGsという持続可能でより良い世界を目指す国際目標を部活動名に採用して、SDGs研究会「EARTH」が発足。現在は中高合わせて70名が所属している「写真2・3」。



[写真3]フェアトレードコーヒーの出店活動2



[写真2]フェアトレードコーヒーの出店活動1

## 2 SDG S研究会「EARTH」の特徴

この活動の最も特徴的なことは、学校から資金援助を受けず、自分たちで活動資金を生み出して、持続可能なビジネスモデルで運用をしていることである。実社会と同じく実際に現金で仕入れをし、商品サービス等を販売するという一連の事業活動を体験することで「起業家精神（アントレプレナーシップ）」の涵養を図ることが可能となっている。アントレプレナーシップ教育とは、起業に限らず、新事業創出や社会課題解決等、新たな価値を生み出す姿勢や発想・能力等を身に付けるための教育を意味し、実際にお金を扱うことで、お金の「稼ぎ方」だけでなく、お金の「使い方」や「価値」を学ぶことができる。

また、会社のように経理部やシステム開発部等の部署を設置し、役割を明確化することで、すべて生徒主体の活動になっている。活動は生徒たちが企画を立案し、その内容に賛同した生徒とプロジェクトを実行している。具体的には、フェアトレードコーヒー企画をはじめ、レモネードスタンド企画、SDGs啓発企画等9個の企画が同時に進行している。部活動のため、横のつながりだけでなく、縦のつながりも生ま

れ、活動の経験やノウハウだけでなく、想いも継承されていくため、活動を継続的に行うことが可能となっている。

### 3 無限の可能性を感じた支援国…東ティモール

活動では、東ティモールという国のコーヒー豆を使用している。東ティモールは2000年以降に独立したアジアでも新しい国で、日本と時差がなく、四国とおよそ同じ面積の国土に百万人強の国民が生活をしている。世界の中で最貧国と言われるほど経済水準が低く、4人に1人はコーヒー産業で生計を立てているのが現状だ。つまり、私たちの今後の支援次第で、持続可能な発展が十分に見込まれる国であるということが、支援国として採用する決め手となった。

本研究会は東ティモールとの関わりを大切にしており、2020年には、現地にコーヒー生産工程に必要な「水分測定器」を寄贈し、2021年には、洪水被害復興の支援としてオンラインサロンを開催した。そしてこれらの活動が東ティモールの在日大使に伝わり、大使の来校が実現している。大使からの貴重な講演に加え、本研究会のメンバーが大使に向けて、今までの活動をまとめたプレゼンテーションを英語で

行った。後で紹介をするオリジナルドリップバッグの表紙のデザインにも、現地の子どものイラストが採用されている。

### 4 コロナ禍での発想の転換 —今、私たちにできること—

部活動として発足した直後、誰も予想しなかった出来事が起こる。新型コロナウイルス感染症の流行だ。オンライン上で何度も会議を重ねていく中で生徒が出した答えは、このピンチをチャンスに変えるということであった。ただ諦めるのではなく、「今、私たちにできること」をスローガンとして掲げ、自分たちでドリップバッグのパッケージをデザインして商品化し、オンラインショップを開設した。このドリップバッグは社会的評価を受け、一般社団法人ソーシャルプロダクツ普及推進協会が主催する「ソーシャルプロダクツ・アワード2022」において、学校法人として初のソーシャルプロダクツ賞を受賞した。この受賞を受け、アメリカのニューヨーク・ブルックリンでの展示会にも展示された。今では第五弾のシリーズまで展開することができ、累計5000個以上のドリップバッグを販売することができている「写真4」。

## 5 ウェルフェアトレードの取り組み — 誰一人取り残さない社会の実現へ —

2022年度から、新しく福祉の視点を導入したウェルフェアトレードを始めた。きっかけは、「障がいのある人への偏見をなくし、すべての人が平等に職につける世の中を実現したい」という企画リーダーの一言であった。具体的には、今まで大手企業に委託をしていたドリップバッグの袋



[写真4]フェアトレードコーヒードリップバッグ

詰作業を障がい者の方に依頼し、新しい雇用を生み出すための就労支援を開始した。さらには、ドリップバッグの売り上げから10円ずつ、医療的ケア児の方のための施設である「すくすくハウス」の建設費用になるような仕組みを採用した。2023年7月、実際にすくすくハウスが完成した際には、施設の見学、そして障がい者の方との交流を行った。この対面が大きなアクションにつながり、SDGsでも掲げられている「誰一人取り残さない」社会の実現への第一歩として、出店の際にコミュニケーション手段として手話の導入を実現させた。

## 6 社会に新たな価値を創出 — 産学連携 —

本研究会では、さらに活動を発展させるために、産学連携を積極的に取り入れている。企業の強みである豊富な経験や実績、そして専門的知識と、学校の強みである柔軟な発想力や強い想いというそれぞれの強みを生かすことで、社会に新しい価値を生み出すことが可能となる。

ここでは実践例を二つ紹介する。①本研究会、株式会社ライトオン、ららぽーと柏の葉の2社1校で産学連携

した取り組みとして、不要になったジーンズを使って本研究会が出店時に使用するエプロン制作を行った。その後、生徒が講師となり、ハギレを再利用したオリジナルトートバッグを作成するワークショップを連携して実施した。②イオンモール柏のご協力を得て、スターバックスコピーイオンモール柏店と連携し、本研究会の生徒がガイド役となり、同店にて使用したコーヒー豆の豆かすを再利用した「消臭剤」作りのワークショップを開催した。

活動を続けていく中で、生徒たちには越えられない壁があった。それはコーヒーが飲めない方へのフェアトレードの啓発である。そこで、コーヒーは苦くて飲めない方や子どもにもフェアトレードを知って触れてほしいという思いから、地元企業に協力をしていただき、ネパール産のフェアトレード紅茶とフェアトレードジェラートの商品化も実現している。

### 7 活動を全国へやってみたいを叶えるために

2023年からは、本研究会が行ってきた活動のビジネスモデルを外部の学校に無償提供し、フランチャイズ化して、日本全国にチェンジメーカー（活動家）を増やす活動を

行っている。他校にビジネスモデルを拡大するにあたって、企画書や、普段出店する際に準備するもの等をマニュアル化し、知識や経験がなくても始めることができるように工夫を行い、各自の学校のニーズに合わせて対応できる体制を構築した。実際にすでに複数の高校と連携体制がとれており、文化祭での販売が実現している。

### 8 全国大会でも優秀賞を受賞

今まで行ってきた活動はプレゼンテーションや資料にまとめて発表を行い、さまざまな大会で賞を受賞することができている。オリジナル商品の開発と販売、福祉の視点からウエルフェアトレードの活動を展開しており、活動での収益が持続可能な社会づくりにつながっている点等が大きく評価され、受賞につながった「写真5」。特に「エシカル甲子園（主催：徳島県教育委員会徳島県）」では、2021年・2022年の2年連続で優秀賞を受賞し、2023年も関東ブロック予選を1位で通過して全国大会への出場が決まっている。

行ってきた活動を中高だけに留めることなく、大学とも連携することは、高校だけでは学ぶことができない深い学問の世界の一端に触れさせ、生徒に学びの連続性を提供できる教育の充実という観点や、進路の選択の観点からメリットは大きい。実際に麗澤大学との高大連携も実

### 9 学びの連続性の実現に向けてー高大連携の推進ー



[写真5] エシカル甲子園 2022 授賞式

現しており、麗澤大学が主催する「SDGsフォーラム」には3年連続参加し、中高生と大学生が互いに活動内容について発表を行い、フィードバックをもらっている。今後も、高大連携には力を入れていき、さまざまな大学と高大連携を推進していく所存である。

### 10 活動の教育的意義

本研究会の教育的意義は大きく分けて三つある。

- ① 自分の身をもって経験すること。学校という環境は、最も安全に失敗できる場所であると筆者は考える。失敗を恐れず挑戦し、答えのない問いを考える上で、机上の知識だけでなく、実際に体験することで生きる力を育んでいる。

- ② すべて正しいことだと鵜呑みにしないこと。世間一般で良いとされていることでも、全て正しいとは限らない。それは正しいのか、そして本当にそうなのか。しっかりと自分で見極める分析力や洞察力を育んでいる。

- ③ 大義を成すためには仲間が必要だということ。小さいことは、一人の方が早くできてしまうことがある。しか

# Fair trade activit

し、それでは大きなことを成し遂げることは難しい。時には衝突して苦勞しながらも仲間との協働を通じて、問題解決能力を育んでいる。

## 11 今後の展望

気付けば、活動を始めてから6年という月日が経とうとしている。部活動だからこそ、想いや伝統が継承され、年を重ねるごとに活動がさらに深いものになっている。そして、今まで行ってきた活動をさらに深化させるだけでなく、高大連携や、産学連携をさらに推進し、活動の幅を広げていく必要がある。また、フランチャイズ化の規模をさらに広げ、日本全国の学校へ拡大する。人や場所やお金がなくとも「やってみよう」という想いがあれば、誰でもできるということを証明し、継続的に活動を行うことができる体制を創る。

SDGs研究会「EARTH」は「やってみよう」と思ったことに、失敗を恐れず、挑戦を続け、これからも「今、私たちにできること」をスローガンに活動を行っていく「写真6」。



[写真6] SDGs研究会「EARTH」集合写真

## 知識を愛に変える

### ピアサポート活動としての

### SDGsへの取り組み

杜純江

白百合女子大学国際交流オフィス／  
プログラム支援センター

#### はじめに

ピアサポート団体の一つである国際交流活動団体コスモポリットが学園祭(白百合祭)でフェアトレード商品を販売し始めたのは、2012年からである。「何かのために、誰かのために」という自然な心の動きに素直に反応し一歩踏み出した1人の学生の想いから始まり、教員でも職員でもない「学生が学生に伝える」という仕組みで、10年以上続く取り組みとなった。本学の初代学長、シャルトル聖パウロ修道女会のスール・クララ三島初江学長の言葉に、次のものがある。「愛に変わり得ない知識はむなし。大学において修得

した知識は愛に変えなければなりません。それは将来、家庭や社会において周囲に喜びと慰めを与えることによって愛となります。この大学で学ぶ女性たちは修得した知識を愛に変えて社会に貢献してくれることと信じております」本学におけるフェアトレードをはじめとするSDGsへの取り組みは、知識を愛に変えようとする学生たちの愛の実践の一つであると言ってよい。世界の課題に触れて自分が感じたことや心の変化を仲間と分かち合うことで、1人の学生の心の中に灯された小さな光が仲間へと広がっていく。本学のSDGsへの取り組みが、新入生たちに脈々と受け継がれるには、このような個々人の体験や一過性の活動に留まらず、一人一人の学生の分かち合いによって起こる、心のともし火の連鎖からなのかもしれない。本稿では、本学におけるフェアトレード等SDGsへの取り組みの位置づけや事例についてご紹介したい。

#### 1 背景と位置づけ①

2012年、当時の学長と司祭には、「建学の精神を現代社会でも変わらず、より一層輝かせ続けることのできる

「学びの場づくり」を推進していく」という考えがあった。それを具現化するための一つの施策として、教務部国際交流オフィス(当時の教務部国際交流室)において、正課外の海外ボランティアや体験学習への学生派遣の促進、国際交流や国際協力の分野における学生の興味や想いを行動につなげるサポートが緩やかに始まった。

## 2 背景と位置づけ② ピアサポート団体(コスモポリット)

本学では、「他者を思いやる」ところとその実践」を目的として、大学と協働して活動する学生のことを「ピアサポーター」と呼んでいる。ピア(仲間)として、かけがえのないわたしが、かけがえのない仲間(ピア)をサポートする。“You are special for others!”というポリシーのもと、複数のピアサポート団体が活動している。その一つとして国際交流活動団体コスモポリットは、「国際交流や異文化理解を活性化させること。留学生と学生個人、また日本文化とその他の文化が双方につながり紹介し合えるきっかけを作り、学内における国際交流や異文化理解の促進

を図ること」などをミッションとして誕生した。現在では、当初のミッションの枠を超えて、NPO/NGO団体と連携して難民支援やフェアトレード、児童労働撲滅など世界規模課題にも取り組んでいる。「Cosmopolite(コスモポリット)」は、フランス語で「国際人」を意味し初代メンバーによって名付けられ、その後代々の学生に親しまれている。

## 3 背景と位置づけ③ ふりかえりと分かち合いを大切にしたい体験学習

本学はシャルトル聖パウロ修道女会というカトリックの国際修道会が設立母体であり、世界中の困窮している地域で同修道女会のシスターが活動している。そのようなカトリックのネットワークを生かし、これまで、フィリピンボランティア研修や、タイの少数民族コミュニティに滞在するアジア体験学習「アジアの風」、韓国・台湾・日本のカトリック大学で行っている「フランシスコボランティアキャンプ」、ASEACU(東南東アジアカトリック大学連盟)国際学生会議およびフィールドワーク、「YMCA地球市民育成プロジェクト

ト」、「カンボジアスタディツアー」（一般社団法人JLMM 企画）、「日韓青年平和フォーラム」（日韓和解と平和プラットフォーム主催）などの国内外への研修を学生に紹介し、興味を持つ学生を積極的に派遣している。

国際交流オフィスで紹介しているこれらの研修はすべて単位には含まれないものの、学内外で行う事前・事後指導に力を入れており、特に派遣後に行う報告会は大切にしている。10年前に「学生生活動報告会」として始まり、その実施形態や内容を少しずつ変化させて、現在では、出席者全員がグループに分かれて行う分ち合いを取り入れながら実施している。このような報告会は、1人で行うふりかえりでは気付かなかった（感じなかった）新たな自己への気付きや変化となり、また集った学生一人一人の心にも変化をもたらすきっかけとなる。「何をしたか」ではなく、「何を感じ、変化したか」を共にふりかえり分かち合えるような場づくりを心掛けている。

#### 4 背景と位置づけ④ 学生の「やりたい」を形にする NPO／NGOとのつながりや仲間との出会い

「何かしたいが、どうすればよいか分からない」、「国際協

力には興味があるが何から始めればいいのか分からない」という学生が多くいる。学外団体が行っている具体的な取り組みは、学生から持ち込まれる曖昧な段階のアイデアを形にする助けとなり、世界規模課題への取り組みをもっと身近に感じ、はじめの一步を踏み出す大きな役割を担っている。これまで、多くの学外団体の方々と出会い、学生や大学とつながりご協力いただいた。一般社団法人JLMM、公益財団法人プラン・インターナショナルジャパン、認定NPO法人フリー・ザ・チルドレン・ジャパン（以下、FTCJ）や認定NPO法人ACE、認定NPO法人難民支援協会や、NPO法人アルペなんみんセンターなど枚挙に暇がない。学外団体とのつながりは学生たちの視野や発想を広げ、本学オリジナルの新たな取り組みや企画へと発展している。国際交流オフィスは、学生同士の出会いや学外団体とのつながりを育む一つのプラットフォームとして機能している。

#### 5 フェアトレードの事例① フェアトレード商品「まちチョコ」販売

2012年、学生の発案で特定非営利活動法人シヤプラ

ニール市市民による海外協力の会のフェアトレード商品の委託販売を行うこととなった。活動を始めるに際し、その主たる目的は「多くの人たちにフェアトレードについて知らせる」ことであつて、商品販売はその手段の一つであることを互いに確認し、販売個数など副次的なことにとらわれなように留意した。発案学生は、コスモポリットの活動を続けながら、翌年春に本学で紹介していたタイの少数民族コミュニティに滞在する海外研修に参加。帰国後程なく、新たに「まちチョコ」を

〃八中×白百合オリジナルブランド：はちゆりチョコ〃として白百合祭にて販売することを企画し、これが本学オリジナルのフェアトレード商品販売の始まりとなった「写真1」。



〔写真1〕白百合祭にてフェアトレードチョコ販売

ボレーションにおいては、発案した学生が、以前からボランティアで放課後の指導サポートを行っていた第八中学校に、「できるだけ多くの人たちにフェアトレードについて知らせたい」という想いを伝えたところから始まった。〃八中×白百合オリジナルブランド：はちゆりチョコ〃は発案者の途上国への親しみと、本学が大切にしている「思いやり」の心をフェアトレードチョコレートとして実現させた。

2014年には「まちチョコ」販売に加えて、フェアトレードと密接に関連した課題である児童労働撲滅のキャンペーンとして、NPO法人ACE設立15周年記念ドキュメンタリー映画『バレンタイン一揆』の上映会や、学生食堂協力のもと、1食あたり20円ずつの寄付になる「Kids Can Menu」(FICJへ寄付)の販売を行うなど、フェアトレードを軸とした周辺テーマについても目を向けるようになっていった。その後も世界情勢や学生の関心に合わせて少しずつ変化し、フェアトレード、児童労働、難民などを主なテーマとしてSDGsへの取り組みを展開している。

2020-2021年のオンライン授業となった期間、ピアサポート団体としてより一層使命感を持って学生た

ちは活動していた。新入生に対するオンライン交流会を実施するかたわら、アイデアを出し合い打ち合わせを重ねた結果、同年12月には「Palette cafe(パレットカフェ)」という新しいオンライン企画が立ち上がった。企画名である「Palette cafe」は、「十人十色」という言葉があるように、世界にはさまざまな「色」があることに由来している。このカフェを通じて、今まで自分が関心を持っていなかったかもしれない身近な社会問題に触れて、自分の考えや感じ方を味わい、カフェに集った人たちと考えを分かち合い、その違いを認め合い、重なり合う。そのような「パレット」を作り合いたいという思いから生まれた(計6回開催し対面での活動再開にともない終了)。2021年6月に開催した第3回のイベントでは、「SDGs—未来の自分のために踏み出すはじめの一步」をテーマに選び、その中でフェアトレードとサステナビリティの関係を学び、仲間との分かち合いを通して、白百合祭で毎年販売しているフェアトレード商品「まちチョコ」の活動が、SDGs達成のために私たちができることのひとつであると再認識した。その流れの中で、同じ年にオンラインで開催された白百合祭でも、「まちチョコ」は途切れることなく販売された。

## 6 フェアトレードの事例② NGO団体とコラボレーションしたオリジナルフェアトレード商品の開発

2023年は、国際的就業力を養うためのグローバルビジネスプログラム(GBP)の授業の一つである「ビジネス・マーケティング」において商品開発のプロセスを学んだ学生を中心に、白百合祭に向けて新たな商品を開発した。一般社団法人JLM事務局長の漆原比呂志氏の協力を得て、NGO団体のラチャナ・ハンディクラフト・バタンバン(以下RHB)とのコラボレーションによる商品となった。これまでの既成品を一部アレンジするのは異なり、商品を一から手掛けることで直接生産者となつがる新たな一歩となった。RHBは、カンボジアの北西部の街バタンバンで、カンボジア人女性たちによる女性の自立を目指す活動を展開するローカルNGO団体で、長い内戦で働き手を失った女性たちが現金収入を得ること、そして女性の尊厳回復を目的に1996年に発足した。学生たちは、「作り手である女性たちの想いも商品に乗せたい」と考え、5月より商品開発を進めるかたわら、カンボジアの歴史や文化、日本や他のアジア諸国との比較など自主的な勉強会を重ねてきた。6月には漆原氏より講義を受

## Fair trade activit



[写真2]商品開発の打ち合わせ風景



[写真3]商品開発の打ち合わせ資料

け、商品開発の打ち合わせを実施し、8月にはRHBとオンラインでの打ち合わせを通して、より具体的な商品制作のための確認を行った「写真2・3」。同月下旬には漆原氏経由でサンプル品としていくつかの商品を受け取り順調に進んでいるように見えていた矢先、白百合祭を目前に控えた10月上旬に「期日までの商品発送が難しい」という連絡を受けた。理由は、①他大学の学園祭や教会のバザーなどの発注が重なったこと、②オリジナル商品の製法が工場の針子さんたちにきちんと伝わっていなかったことなどが説明された。学生たちは話し合いの結果、「自分たちのオリジナル商品が白百合祭に間に合わないのは残念だが、目的はフェアトレードを

広めることだから、到着済みのサンプル品とRHBの委託販売に切り替える」と速やかに決定し、当日は、例年通りのまちチョコと新たに取り入れたRHBの商品を販売した。今回の企画を通して、ローカルNGOの現状把握や情報伝達の重要性やその難しさを痛感したと同時に、現地の方々との正直なやりとりによる清々しさや、何が起るかわからない面白さも感じられる、学生たちにとって得難い経験となった。

## 7 今後の展望

本学のフェアトレードをはじめとするSDGsの取り組みは、学生たちの思いから生まれ学生から学生へと広がり深まっている。今後もこれまで通り大学が一方的に何かを提供するのではなく、彼女(彼)たちのみなぎる知的好奇心と探求心、豊かな感性と熱い想いを肌で感じ、話に耳を傾けながら、その心の中に生まれるともし火に寄り添い伴走し続けたい。また、多様化する社会や世界と今まで以上につながり開かれた大学として、学生活動のサポートはどうあるべきか、初代学長から脈々と受け継がれてきた愛の実践と照らし合わせ識別しながら歩んでいきたい。