

経済社会研究フォーラム  
2021/11/26

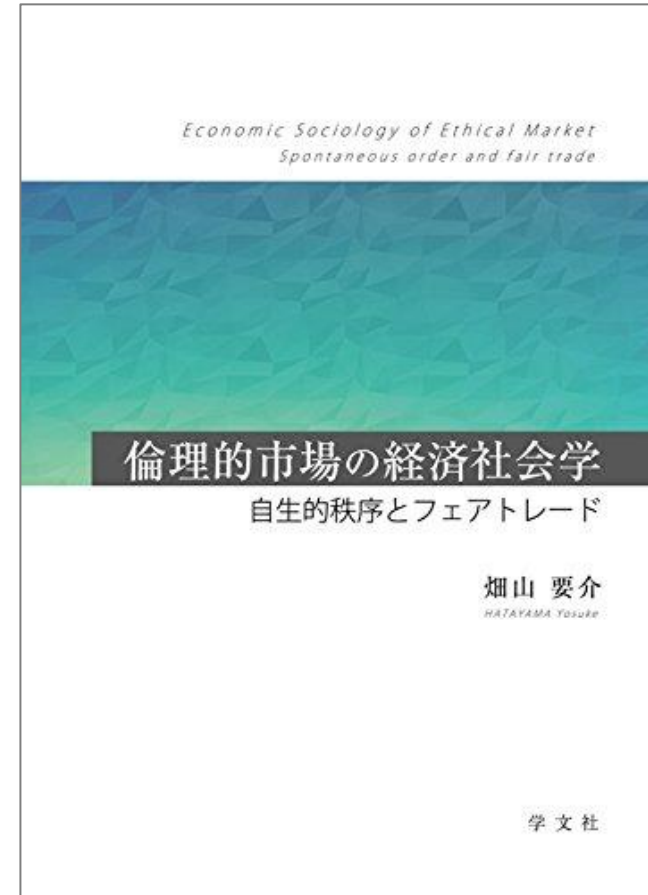
# フェアトレードの展開と倫理的市場の形成

社会・環境的配慮の市場化をめぐる社会学

畑山 要介  
(豊橋技術科学大学)

# 『倫理的市場の経済社会学』

- 2016年、博士論文を元に出版
- テーマ「自由と公正」
- フェアトレードの社会学的分析  
→社会・環境的配慮の「市場化」



# 内容

- 1 理論的視点
- 2 フェアトレードの市場化
- 3 倫理的市場への批判を考える

理論的視点

# 「個人と社会」の問題

- ・ グローバル市場の問題へ

南北問題：市場経済の負の側面としての途上国の貧困。

「公正」な取引はいかにして可能か→いかにして企業にルールを守らせることができるか？

- ・ 個人か社会か？

個人 < 社会 自由の制約、公共財

個人 > 社会 自由放任、市場万能主義

- ・ 「個人と社会の同時性」を問うてきた社会学

社会学は個人の自由・解放を維持しながらもいかにして不平等や解体を解決できるかを問う。

→ **自由な個人による公共的な社会の形成はいかにして可能か？**

20世紀後半の社会システム論の研究の探究テーマ

# 社会システム論の刷新

T.パーソンズ (Parsons 1937=1989, 1951=1974)

- ・ 価値共有モデル：期待の相補性と**規範的価値の共有**に基づく社会統合モデル  
ex.)ルールを守る人は社会規範に動機づけられている。
- ・ **開放システム**としての社会：インプット式のフィードバック制御
- ・ 「動機」と「規範」の混同？社会はひとつの組織（同質的な「私たち」）？

→価値を共有しえない「異質で多様」な人々どうしの結合は問えないモデル

N.ルーマン (Luhmann 1984=1993, 1988=1990)

- ・ **閉鎖システム**としての社会 = **オートポイエーシス (AP)**  
環境はシステムの構成物。フィードバックとは自己準拠。社会は自己準拠的システム。
- ・ **構造的カップリング**としての結合  
自己準拠的システムは互いに構造的に条件づけあってそれぞれのAPに貢献している。  
→価値は共有していない。**異なるそれぞれの「固有の意味」**でそれぞれがAP。
- ・ 社会システムの挙動は特定の意識（個人）によっては制御できない。

→人々が「異質で多様」であるにもかかわらず人々が結合する社会のモデル

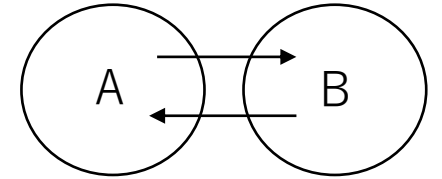


図1 開放システムのフィードバック=結合

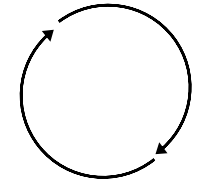


図2 閉鎖システムのフィードバック

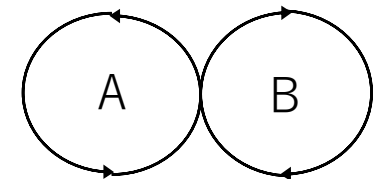


図3 構造的カップリングとしての結合

# フェアトレードを問い直す

- ・ 社会的経済の「再-同質化」の相対化：「私たち」のユートピアを超えて

K.ポランニー（Polanyi 1925=2012）：互惠と再分配を「内面的見通しの透明性」の問題に還元。

→本書では、同質な「私たち」を取り戻すのではなく、**異質な他者間の不透明性を架橋する**制度によって経済が「社会に埋め込まれる」あり方を捉える。

- ・ 異質で多様な人々の結合としての市場（Simmel 1908=1923）

視点の転換：不透明な他者との間において公正な取引はいかにして可能か？

J.ヒース（Heath 2009=2012）：批判すべきは市場ではなく市場の外部性である

→**市場の負の外部性の内部化**としてのフェアトレード

グローバル市場の問題：「非市場的な取引の拡大」から「市場取引の公正化」へ

→他方で非市場的取引へのニーズが増大。「顔」の関係の意味を再考。

フェアトレードの市場化



# フェアトレードの展開

発展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、立場の弱い生産者や労働者の生活改善と自立を目指す貿易

- ▶ 生産者への公正な対価の支払い
- ▶ 生産と取引の透明性の確保
- ▶ 労働環境の保護
- ▶ 農園・工場の民主的な運営
- ▶ 教育やインフラの整備支援

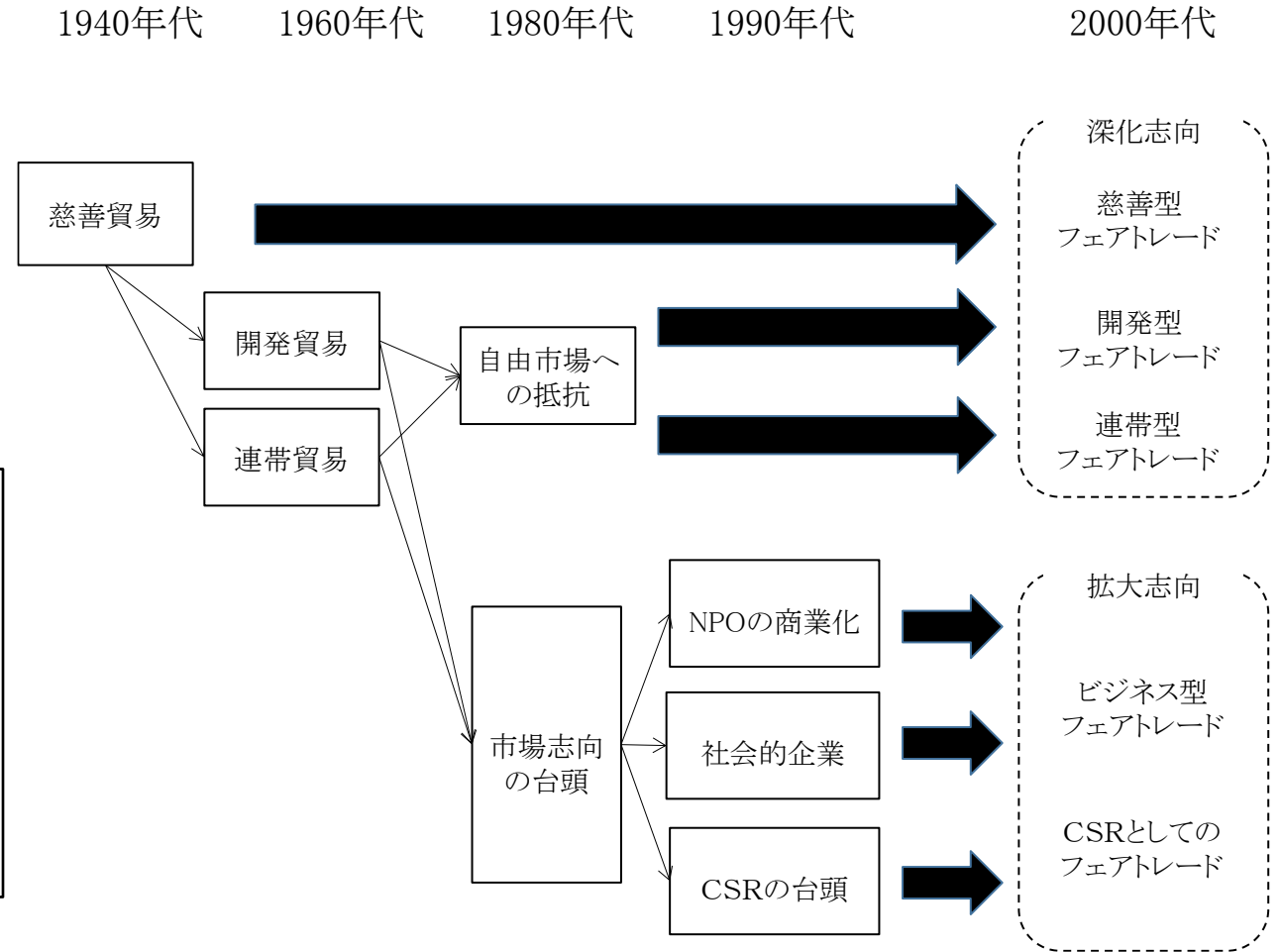


図4 フェアトレードの展開  
(渡辺 (2007) をもとに作成)

# 市場への抵抗としての「提携」

## 連帯型（提携型）フェアトレード 1960年代～

- ・ 南北問題、多国籍企業の独占への抵抗。対抗経済運動として非政府的・非市場的流通経路を模索し産地との「顔と顔の見える関係」の構築を図る。
- ・ ATO（Alternative Trade Organization）の発展。生産から消費の過程を統合した組織内取引（あるいは同質的な組織間の取引）として発達。

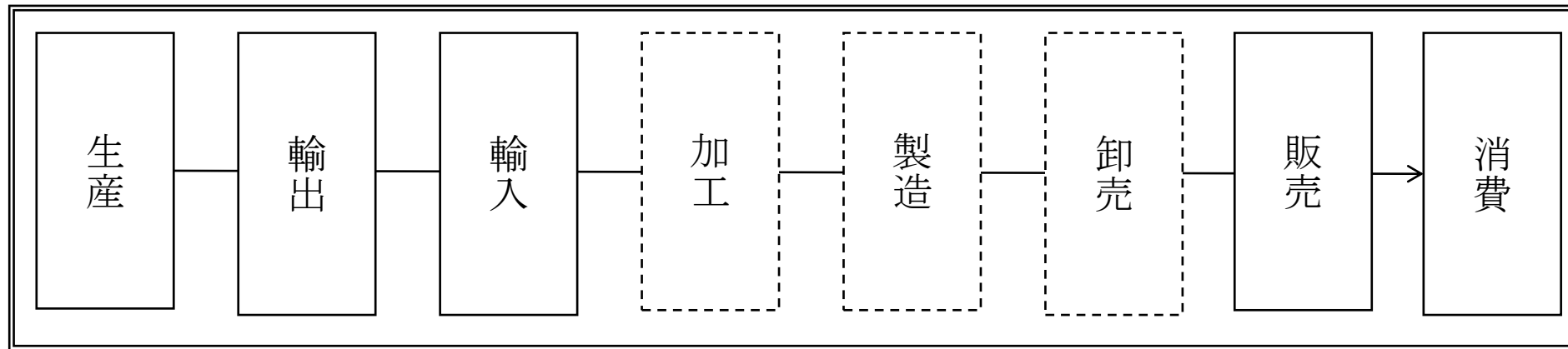


図5 組織内取引としての提携型

# 日本の事例：ATJ & 生活クラブの民衆交易

民衆交易（1984～）：非営利事業として途上国の農産物を輸出入

## ATJ（生産・流通組織）

・フィリピンのネグロス島のバランゴンバナナの輸出。生産地の住民と協働で採取・運搬・出荷  
利他の精神＝「自分を捨てても他者に尽くす」（堀田 2005）



## 生活クラブ生協（消費団体）

・生活クラブを通じたバランゴンバナナ販売、組合員（≠市場における消費者）による購入  
善意＝「真っ黒に腐ったバナナでも買うよ」



図6 バランゴンバナナ

意味を共有した「我々」のアソシエーション（佐藤 1988）

→しかし組合員の個人化が進み、2000年代に大きな転換を迫られる。

# メインストリーム化

- ・ 市場志向の台頭（1980年代後半）
  - ・ 1980年代における開発貿易・連帯貿易の不振
    - 劣悪な品質、一部の人への訴え、狭い販路（Zadek and Tiffen 1996）
    - 1990年代には消費者ニーズへの適応。スーパーでの販売、品質やデザイン性、マーケティングの重視
  - ・ 非ATO組織（社会的企業）の登場
    - カフェダイレクト（1991~）やデイ・チョコレート（1992~）による取引。
    - 原材料の倫理的調達として途上国の生産者団体とのフェアトレード。販路は多様な一般市場の小売店。フェアトレード商品のブランド化する。
  - ・ CSRとしての普及：テスコ（英）やイオン（日本）の参入

## 外部性の市場内部化

- 1) 認証ラベルの普及
- 2) ビジネス化
- 3) ファッション化
- 4) エシカル消費

# FLO認証とフェアトレード市場の形成

## FLO認証

生産と取引の基準を定め、基準をクリアした生産者や取引従事者に認証を付与する仕組み。

- ・ 誰でもフェアトレードに携わることが容易に → 市場流通が可能に
- ・ 「顔」の機能的等価物 → 知らない他者だが基準が守られている追跡可能な原材料
- ・ 企業評価の明確化 → リスクマネジメント 「商品」としての認証

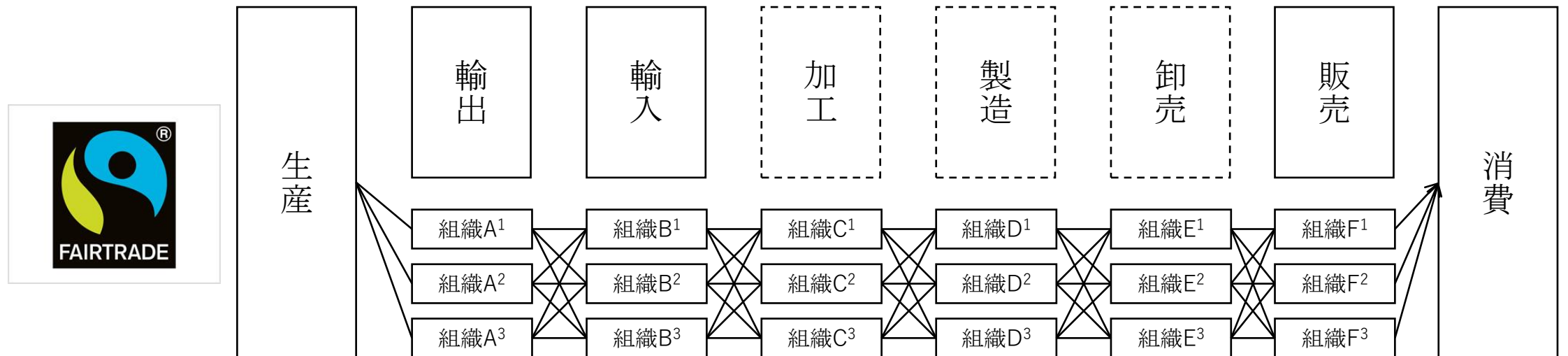


図7 組織間取引としての認証型

# FLO認証基準

流通規模：150カ国以上、30,000製品以上



図8 認証商品の販売額推移

出典：わかちあいプロジェクトHP

表1 生産過程における基準[小規模生産者基準] (FLO 2011)

大項目	項目	必須要件	派生要件	主な基準内容
1. 全般	1.1 認証	2	0	会計報告書の提出
	1.2 小規模生産者の構成員	2	0	団体の構成員の半分以上が小規模生産者
2. 取引	2.1 追跡可能性	8	0	フェアトレード商品の区別/記録の提出
	2.2 資源	1	0	フェアトレード基準で生産される1年以上前のものの取り扱い
	2.3 契約	3	0	規則に違反した際の認証取り消し/基準の順守
	2.4 マークの使用	1	0	フェアトレード・ラベルを使用する際のFLOへの許可申請
3. 生産	3.1 生産の管理	2	2	責任者による生産者・生産組織の管理/説明責任・報告責任
	3.2 環境保護			
	環境管理	1	0	環境に配慮した生産
	農業管理	11	7	使用可能・不可能な農業の区別/使用可能な量と期間
	土と水	0	9	農作における土と水の条件
	廃棄物	1	2	廃棄物の処理と環境負荷の低減
	遺伝子組み換え	1	0	遺伝子組み換え農産物の禁止/原材料における使用の禁止
	生物多様性	2	4	生物多様性を破壊するような生産方法・生産物の禁止
	エネルギーと地球温暖化	0	2	消費エネルギーの記録/CO2排出の削減
	3.3 労働条件			
差別からの自由	4	0	ILO基準の遵守/性別・人種による待遇差別の禁止	
労働の自由	2	0	強制労働の禁止	
児童労働と児童保護	4	1	15歳以下の労働禁止/児童の手伝いの条件	
結社の自由と集団交渉	3	2	構成員による団体交渉権の保証	
雇用条件	3	6	最低賃金の保証/産休の保証/ILOへの準拠	
職業上の健康と安全	8	2	労働環境における衛生管理の条件/安全性の向上	
4. 開発	4.1 開発能力	6	4	開発の計画と報告の提出/会計システムの構築
	4.2 民主主義、参加、透明性	10	1	総会の実施/民主的な理事会の設立
	4.3 非差別	2	2	性別・年齢・障害・人種等に関する差別の禁止
合計		77	44	

表2 取引過程における基準 (FLO 2011)

大項目	項目	要件	主な基準内容
1. 全般	1.1 認証	5	会計の透明性/認証料の支払い
	1.2 マークの使用	3	最終商品のみへの付与
2. 取引	2.1 追跡可能性	13	取引記録の提出/物理的な区別(商品保管方法)/認められた商品以外は非フェアトレード商品の混合禁止/購入した商品と販売する商品の量的・質的な同一性の保持
	2.2 製品複合	4	複合製品は最低でも20%の含有率/含有率の明示/例外規定
	2.3 契約	7	取引契約の法的拘束力/買い手の権力行使禁止/契約の透明性
3. 生産		-	生産過程における準ずる
4. 開発	4.1 持続的取引	3	契約の継続性/買い手による購入計画の提示
	4.2 前払い	7	最大60%まで前払い可能/売り手に決定権
	4.3 価格設定	7	最低価格とプレミアム支払いの義務/売り手と買い手の同意した支払方法/30日以内の支払い
合計		49	

# ビジネス化

- 新たな需要への応答
  - ニーズとしての社会・環境配慮。新規市場の開拓。
  - 差異化、ブランディング戦略
- CSR「商品」としてのフェアトレード
  - サプライチェーン・マネジメントとしての認証  
→ 評判リスク（主にメーカー）
  - 企業価値の向上 → SDGs、SRI および ESG 投資
- 社会的企業の台頭  
 サフィア・ミニャー（2008）  
 「ボランティアではなくビジネスで」



図9 ビジネス化の象徴としてのSDGs

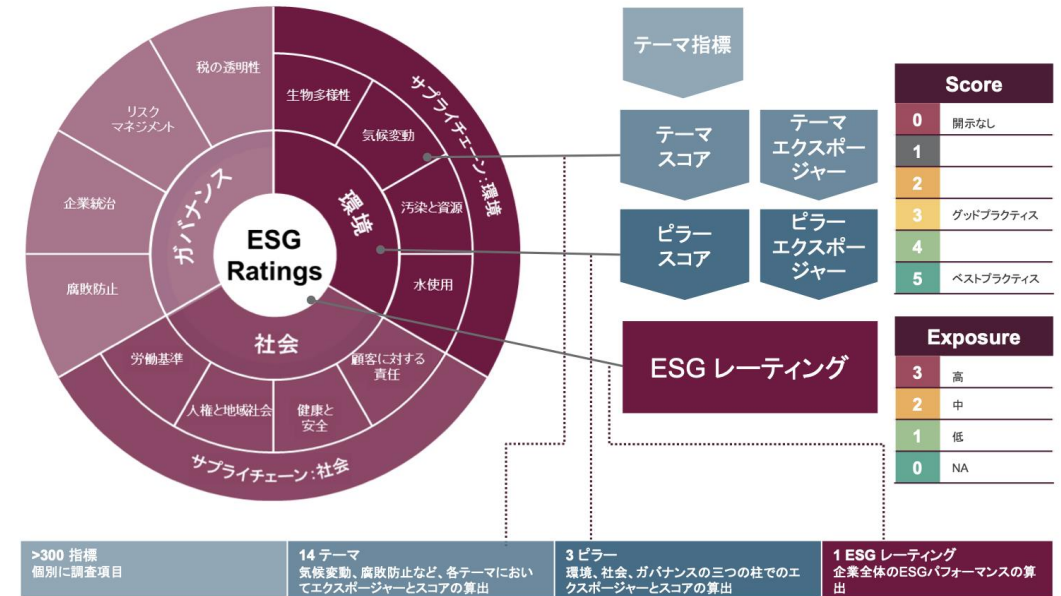


図10 ESG Ratings の評価モデル (FTSE Russell 2017)

# ファッション化

- ・商品の多様化

市場化によってフェアトレードの原材料（砂糖、カカオ、スパイスetc）を用いた様々な加工製品の開発が可能に。

→品質向上、大衆消費文化への流入、手に取りやすいものへ

- ・エシカル・ファッション

途上国の労働問題→アパレル産業における需要の高まり

Oxfamのブティック化

People Tree: おしゃれとしてのエシカル

→ファッションショーの開催など



図11 フェアトレードの砂糖を使ったコーラ



図12 Oxfamの店舗



# 倫理的消費（エシカル消費）

- ・ 消費者のニーズとしての社会・環境的配慮

自らの欲求を我慢・節制するというよりも、大量生産大量消費では満たされない欲求の充足に向けられた行為（Soper 2007）

→画一化された商品提供を「つまらない」「楽しくない」、環境汚染や労働搾取を招く商品を「美味しくない」「気持ち悪い」と感じる感覚

★2000年代は倫理的消費を「消費者の理性化」として捉える議論（Micheletti 2003）が主流だったが、2010年代以降は「消費者の感性の変化」として捉える議論が主流になりつつある。

- ・ 高級市場から大衆市場へ（2010年代）

- ・ エシカル・ファッションが高価格帯市場から低価格帯市場へ
- ・ 食品もグルメ市場から徐々に日常へ



図13 cancamでのエシカル特集（2020）

# 倫理的市場の形成

目的や価値を共有しない異質で多様なステークホルダーによる構造的カップリングの形成。  
→各々の固有のオートポイエーシスの促進。経済システムの自己制御としての倫理的市場

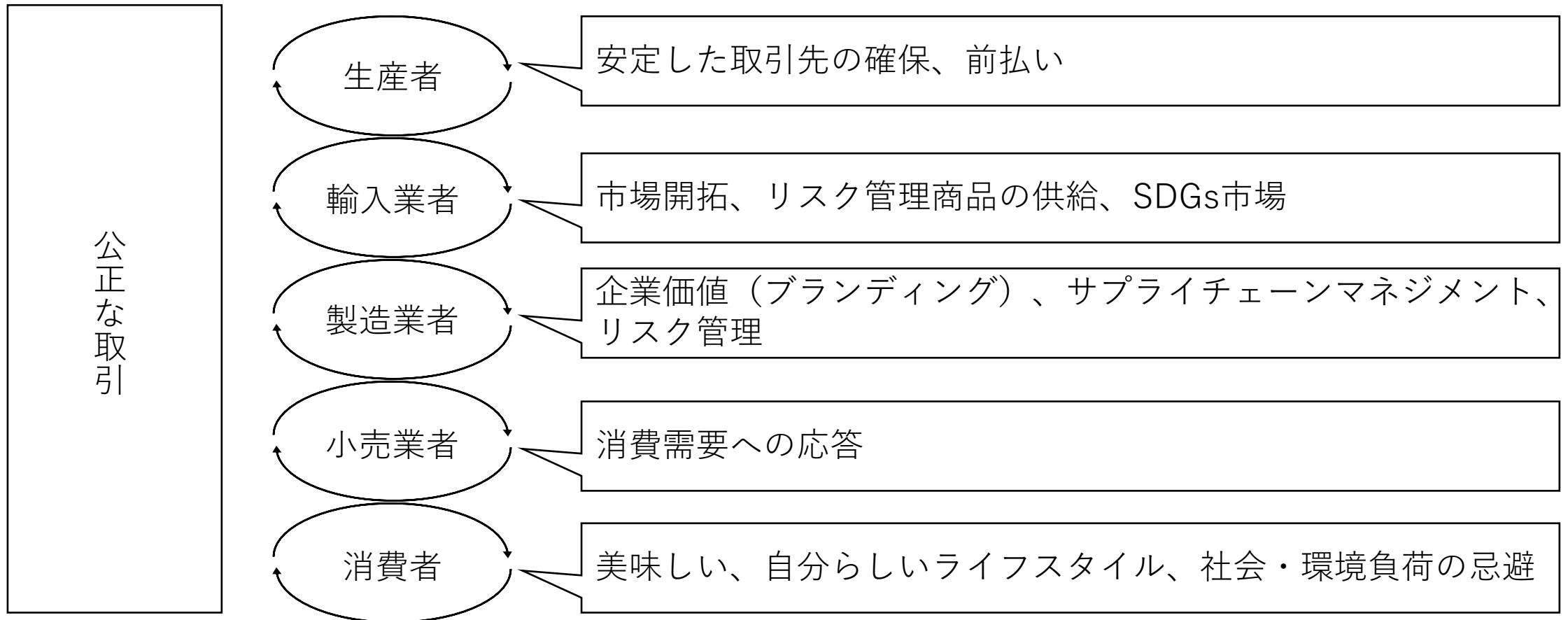


図14 構造的カップリングとしての倫理的市場

倫理的市場への批判を考える

# 倫理的市場批判

## 提携型による認証批判

- ・ 認証取得コストの負担大 (Sams and Fairley 2009)
  - 監査費用、環境保護や水、土、農薬の制約のため小規模生産者の負担大
  - フェアトレードの利益がコストと相殺。認証をやめる農家も。
- ・ グローバル市場の維持への加担 (Boris 2005=2005)
  - 大企業を潤している他方で、認証制度による途上国への効果は限定的。
  - 「補正」ではなく利益構造 (取り分) 自体が変わらなければいけない。

## ・ 倫理的市場の欺瞞？

『人新世の資本論』 (斎藤 2020)

- ・ SDGsによるグリーンニューディール、脱炭素市場はグローバル市場のマッチポンプ
- ・ 先進国の消費者のエゴイズムとしての倫理的消費
  - 利益追求をベースとする社会・環境配慮の限界

# 批判についての見解

- ・ 社会学にとっての異質な他者としての営利企業

- ・ 自らのシステムとは異なる合理性のもとで作動している別のシステムのオートポイエーシスを理解（≠共感）することもまた社会学。自己の外部（思い通りには動かしえないもの）としての他者。

★ R.K.マートン：社会秩序を破壊しているように見える人々の秩序を理解する。

- ・ グローバル市場の制御

→目的・価値を共有できないが、それぞれの目的にしたがって結合。単一の中心によって制御できないし、その全体を見渡すこともできない。

→外的制御（規制）のためには、経済システムの内的な合理性の理解が不可欠なのではないか。

- ・ 多中心性、多文脈性

倫理的市場は、あくまで「経済の経済による経済のため」のものにすぎない。経済のみが社会を構成している文脈ではない。社会・環境的配慮の唯一のあり方ではない。

→成長と脱成長は独立した別の軸（同居可能）なのではないか？一方を絶対化することは異質な他者の排除につながるのではないか。

# 「顔と顔の関係」の行方

## ・「提携」の今日的意義

公正の真値があるのではなく、納得できるコミュニケーションを十分とれたかどうかで公正取引で来たかどうかの満足につながる。

→生産者と消費者の交流の象徴的な意義。美味しさ、快適さ、の象徴性再考

→同質化（透明化）ではなく、異質な他者間の構造的カップリングとしての「顔」（＝自己の内部の他者体験）。

## ・市場内部化できないニーズの充足

ニーズの充足の否定ではなく、市場内部化されない「顔」の関係こそが希少であり、それを得ることが人々の充足感を高めているのではないか。

→非-商品的なものの真正性を本質視するのではない。貨幣を媒介とした商品交換と「顔」はゼロサムではない。生産者と消費者をつなぐサービスとその大衆化の可能性。

# 参考文献

※本書の末尾に掲載のものは省略

FTSL Russell, 2017, “FTSE Russell ESG Ratings, FTSE 4Good Japan Index, FTSE 14 Blossom Japan Index. (<https://research.ftserussell.com/products/downloads/ftserussell-esg-presentation-for-jp.pdf>)

Heath, Joseph, 2009, *Filthy Lucre: Economics for People Who Hate Capitalism*, New York HarperCollins. (=2012, 栗原百代訳『資本主義が嫌いな人のための経済学』NTT出版)

斎藤幸平, 2020, 『人新世の資本論』集英社.

図 8 [https://wakachiai.jp/wps/fairtrade/about\\_fairtrade/world/](https://wakachiai.jp/wps/fairtrade/about_fairtrade/world/)