

フェアトレードタウン運動のまちづくり的要素についての考察  
— 逗子市を事例として —

16MD0190 森田 恵

1. 研究の目的と方法

本論文は、逗子市のフェアトレードタウン運動を事例として取り上げ、タウン推進組織の取り組みとまちづくりのプロセスとの共通要素について考察し、タウン運動の地域社会における貢献の可能性について明らかにすることを目的とした。

研究の背景として、グローバル化の進展により世界の貧富の格差が拡大を続け、特に途上国など社会・経済的に弱い立場にある生産者とその不利益を被っている状況を国連や国際社会など世界で取り組むべき課題として捉える。これに関連し消費や生産のあり方等を再考する取り組みの一つがフェアトレードである。このフェアトレードを、まちぐるみで支援しようというフェアトレードタウン運動が世界に拡大している。

国内においてもタウン運動への関心が広がる一方、地域社会における国際的な課題への取り組み活動の展開は浸透しにくい面もある。より多くの地域がフェアトレードタウン運動との協働を円滑に進めていくためには、タウン運動の地域社会に対する貢献、すなわち、タウン運動がまちづくりにどう関わり、どのような貢献の可能性があるのかについて整理しておく必要がある。

本研究におけるまちづくりの概念については、吉村輝彦の「場」づくりの理論を援用し、対話や交流のプロセスを通じたその「場」がもたらす相互作用、自省(反省性)、関係の変容可能性、主体性の育み、及びこれらを可能とする柔らかなマネジメントを「まちづくり的要素」と捉えた。これらがタウン運動と地域との関係にどんな影響を与えるのかについて、主にタウン運動をめぐる人的および組織的ネットワークの構築プロセスに焦点をあて考察した。

研究方法としては、文献調査および英国のフェアトレードタウン訪問などによる先行事例研究から英国におけるタウン運動の拡大要因を分析し、国内の運動に適用しうるかどうかを考察した。また英国のフェアトレード推進団体へのインタビュー、タウン国際会議出席などにより、フェアトレードおよびフェアトレードタウンの現況把握を行った。

事例として取り上げた逗子市のタウン運動の取り組みについては、自身が同市のタウン推進組織である逗子フェアトレードタウンの会のメンバーとして参与観察を行う傍ら、文献調査とともにメンバーおよび運動関係者への半構造化インタビューを中心に検討を行った。

## 2. 論文の構成

### 第1章 研究の概要

- 第1節 研究の背景
- 第2節 研究の目的
- 第3節 研究の視座とキー概念の定義
- 第4節 研究の方法
- 第5節 論文の構成

### 第2章 フェアトレードを取り巻く状況

- 第1節 フェアトレードの定義と役割
- 第2節 フェアトレード普及のためのしくみ ー認証制度
- 第3節 フェアトレードの市場及び認知度
- 第4節 日本のフェアトレード

### 第3章 フェアトレードタウン運動を取り巻く状況

- 第1節 タウン運動の概要
- 第2節 世界のタウン運動の動向
- 第3節 拡大の要因分析
- 第4節 国内のタウン運動の動向

### 第4章 逗子におけるフェアトレードタウン運動の取り組み

- 第1節 逗子市の概要と特性
- 第2節 逗子フェアトレードタウンの会の取り組み

### 第5章 タウン運動と地域との関係分析

- 第1節 ネットワーク形成の視点から
- 第2節 目指すまちの姿から

### 第6章 結論

- 第1節 タウン運動のフェアトレードの取り組みとしての評価と課題
- 第2節 結論
- 第3節 研究の意義と残された課題

### 3. 論文の概要

本論は、フェアトレードおよびフェアトレードタウン運動の現状を概観したうえで、タウン運動の地域社会への関わりに視点を置き、タウン運動および推進組織の組成とまちづくりの過程への貢献について考察したものである。

第2章では、フェアトレードの基準や認証制度のしくみおよび市況等を概観した。世界のフェアトレード市場を認証ラベル商品ベースで見ると、毎年拡大を続けており、2016年には1兆円弱となった。フェアトレードの先進国である英国では、5杯に1杯のコーヒーがフェアトレード(2005年)、3本に1本のバナナがフェアトレード(2015年)であり、市民の日常的な選択肢としてフェアトレード商品が存在している。日本においても市場は拡大を続け2015年には265億円以上にのぼった。このようにフェアトレード市場は国内外で拡大している一方で、世界の貿易量全体に対する割合は非常に小さいままである。また日本のフェアトレード市場は、小規模店やNGOなどの扱う非ラベル商品の地道な生産者支援活動に支えられてきたが、こうした小規模店は経営の継続が課題となっている。

第3章では、フェアトレードタウン運動について概観した。2000年英国で始まった運動は欧州から世界にひろがり、2018年、32か国で2040のタウンが誕生している。ビッグテント・アプローチと呼ばれるフェアトレードラベル商品以外のフェアトレード商品への運動対象の拡大や、ブラジル、インドなど生産国への運動の広がりなど、タウン運動は各地の自主性に基づき社会変化に柔軟に対応し、新たな展開を見せている。

英国で運動が拡大した要因として、①明確な目標設定、②フェアトレードという概念のわかりやすさと普遍性、③運動の競争性、④地域の草の根リーダーの存在、⑤多様な団体との協働、⑥中間支援組織との連携の6点を抽出した。タウン運動は、フェアトレードにおける市民の初歩的アクションと位置付けられ、地域の中で意識はあるがアクションを起こすには躊躇する周辺層の取り込みを可能にしている。

しかし英国においてタウン運動は、必ずしも全地域において活発に活動が継続されているとは言えない。これは、フェアトレードにおける取り組みの深化のしくみが、認定を基軸とするタウン運動のスタートキットとしては含まれておらず、各地域に委ねられていることを示唆している。今後のフェアトレードタウン運動は、先行事例追従ではなく、独自の目標設定と深化の道筋をつけていく必要がある。この点について日本では認定基準に「地域活性化への貢献」の認定項目が追加されており、国内外と様々な関係を結びながら生活を営む「つながり方」や「関係性のあり方」を問いかけるといふフェアトレードの根底にある精神が地域においてもあてはまる可能性を示した。

第4章では、まず逗子においてタウン認定が達成された背景として市民自治の精神が受け継がれている市民運動の歴史を振り返った。特に池子の米軍住宅建設反対運動の分析から、①価値観の普遍性、②単一争点、③個人主義をベースにした運動および、逗子市という地理的なコンパクトさ等が、運動がより多くの市民を巻き込んだ要因として挙げられ、まちぐるみのタウン運動の展開への示唆を与えている。

タウン運動の推進組織である逗子フェアトレードタウンの会の結成及び運動展開においては、行政における市民協働コーディネーターの設置や「まちなかアカデミー」「クリエイターズナイト」など市民団体の「場」づくり的な機能が、組織の初動に必要とされる人的ネットワークの構築に寄与

している。さらに「豆子チョコ」や「豆子珈琲」など商品開発プロジェクトは、他団体との協働を生み出し、まちづくりの過程を共有している。タウン運動は、目標を持った運動であると同時に、市民に広く働きかけ相互作用を促進するネットワーカーの要素をもつ。つまり、問題解決志向の運動要素とゆるやかなまちづくりの取り組みの2面性が存在し、両者の折り合いをつけていくことが推進組織のマネジメントに求められている。

第5章では、豆子、名古屋、熊本の3市におけるタウン運動の活動展開を俯瞰し、ネットワーク形成の視点から、地域における協働の様子を観察した。他団体との関係について、運動のなかに関係変容や主体性の育み、自省と相互作用およびこれらを受容するゆるやかなマネジメントなどのまちづくりの要素が各市の取り組みに見られることを確認した。タウン運動のこうした要素は、運動の競争性、地域の草の根リーダーの存在、多様な団体との協働などのタウン運動の推進要件とともにタウン運動を支えていたことがわかる。

豆子における市民が目指すまちの姿を三つの型に分類した。すなわち、対外的な魅力を発信するシティプロモーションとしての「売り出すまち」と市民間の対話や交流を深める「つながるまち」と「安心安全なまち」の3つである。タウン運動の取り組みの貢献度が高いのはフェアトレード商品開発などの「売り出すまち」と世代や分野を越えたネットワーク形成の強みをいかした「つながるまち」の部分であった。主に地縁組織が担っている地域のセーフティネット構築としての「安心なまち」に対するタウン運動の取り組み事例は多くはないが、今後地域団体の一員として向き合っていくことで地域におけるタウン運動の継続性を確保することにもつながると思われる。

第6章では、フェアトレードタウン運動はフェアトレードを推進する運動体であると同時に、「まちづくり的要素」を内在させた地域社会の持続的発展に貢献する潜在力を持っており、とくにシティプロモーションと分野・世代を超えた地域内ネットワークの強化がまちづくりへの貢献ということができる、と結論づけた。

具体的には、まず対外的な広報や地元オリジナル商品開発による認知度向上という即効的なシティプロモーションの役割を挙げた。しかしフェアトレードがまちづくりと共有している市民社会としての価値観自体を、相互交流のなかで市民ひとりひとりのシビックプライドに結び付けていくことが、むしろタウン運動のシティプロモーションの本質である。二つ目は、地域内ネットワークの構築である。フェアトレードの概念は、生産、流通、消費、環境、など多様な切り口を持ち、幅広い層が関わることでできる市民運動のテーマのひとつである。タウン運動は、分野や世代が分断されがちな市民団体を地域内で横断的にネットワークングできる可能性がある。三つめは、開かれたローカリズムの提案である。フェアトレードを通じて生産者の状況を自分ごととして捉えようとする主体性の育みは、まちの外へと市民の視野を広げ、開かれたローカリズムを提案すると同時にフェアトレードの普遍的価値を具現化し深化させる役割も担う。

しかし、現時点においてタウン運動の地域貢献は限定的である。これを具現化させるために、「まちづくり」を意識した活動展開、地域の課題への取り組み姿勢、タウン運動の地域における2面性を共存させる推進組織のゆるやかなマネジメントが必要であることを提言としてまとめた。

このように、海外協力分野における貧困削減の手法のひとつであるフェアトレードタウン運動の視点を転換し、運動が展開される地域における影響を考察することで、タウン運動が営まれる地域社会においても潜在的に有意義であることを示した。これによりタウン運動の付加価値を高め、運動の広がりを推進する社会的啓発効果を期待するものである。