

フェアトレードの現実

G10班

1. 序論

2015年に国連で採択されたSDGs。これは持続可能な社会を目指して作られた17の目標のことである。今日では、世界の8割を発展途上国が占めている。発展途上国の貧困問題解決のために「フェアトレード」という取り組みが行われている。フェアトレードとは、立場の弱い生産者と、立場の強い消費者の間で行われる公平な取引のことである。フェアトレードは、継続的な取引を行うという特徴があり、発展途上国の人の生活の改善に役立っているようだ。フェアトレードは私たちの身近にあり、誰でも様々なフェアトレード商品を買うことができる。そこで、私たちはSDGsの「貧困をなくそう」という目標を、フェアトレードの観点から、私たちにできることを見出そうと考えた。

まとめ・結論

①フェアトレードは、特別良いことではなく、当たり前！

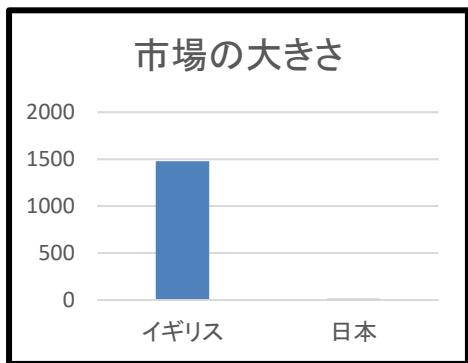
途上国の人々に対等な貿易ができるように手助けしているだけ。製品を購入して彼らに奉仕した、という考えを無くす必要がある。

②地域の問題への関心が、国際的な問題の解決につながる

地域とのつながりを強化することで国際的な問題の解決の糸口になるかもしれない。高校生として地域の発展に貢献する必要があると考える。

2. 材料と方法

イギリスのフェアトレード（以下FT）市場と日本のFT市場の比較



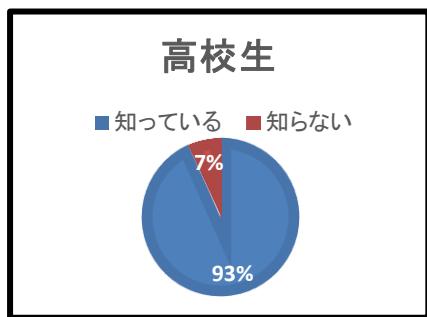
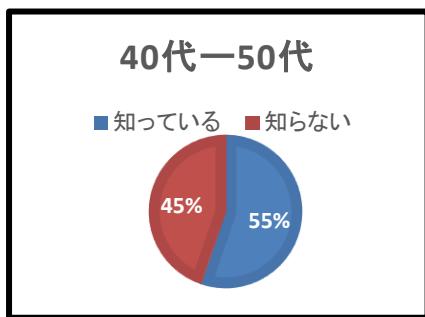
市場の大きさ

イギリス 1478億

日本 16億

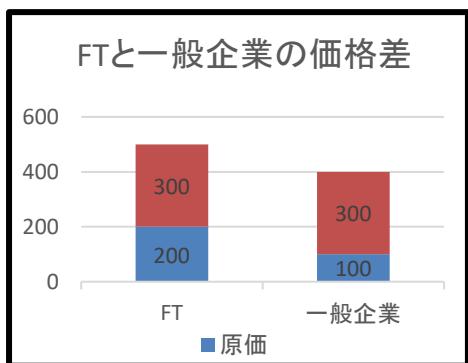
イギリスは日本の92倍

日本におけるFTの認知度



知ったきっかけ⇒英語の授業、教科書、ニュース

FTと一般企業との価格差



FTと一般企業の価格差 = 一般企業が生産者から搾取した価格

3. 結果・考察

日本でFT市場が拡大しない理由

①日本人の「奉仕」の考えによって継続的な支援につながらない：「奉仕」の考えから「当たり前」の考えに変えるべき

②生産者と消費者の関係が双方向的でない：消費者に正しい情報を届け、なおかつ身近に感じてもらう必要がある

《改善策》

フェアトレードマップの作製

目的

- ・社会問題をより身近に感じてもらう
- ・消費者を通じて地域の活性化をはかる

方法

- ・仙台市内のフェアトレードを扱っているお店と連携を取り、店舗の紹介、商品の原産国の社会問題と日本における貧困問題を記載。
- ・フェアトレードマップ作成後、様々な年代から意見や感想を聞き、それを分析することで、より効果的に社会問題を身近に感じてもらえる方法を模索する。



参考文献

- ・フェアトレードジャパン公式サイト <https://www.fairtrade-jp.org/>
- ・フェアトレードの拡大と深化—経済・社会・政治領域からの考察— 渡辺龍也
- ・なぜ日本人はフェアトレードに関心が低いのか？ NOC日本オーガニックコットン流通機構 理事長
- ・(12) つくる責任使う責任「フェアトレード」