

新潟のフェアトレード小売店

－ 経営者の価値観 －

子 島 進
石 附 さゆみ

1 はじめに

1-1 地域での実践から

筆者の子島は、主として群馬県館林市において、2005年から学生と一緒にフェアトレード活動を行ってきた。人口約78,000の館林のアットホームな雰囲気なかで、ショッピングセンターや地域のお祭りでの商品販売、地元の新聞やケーブルテレビといったメディアを通じての情報発信を続けてきた（子島他編『館林発フェアトレード』2010を参照）。この活動は、元々Think Globally, Act Locallyを実践するゼミの一環として始まったものだが、その後サークル「ハートバザール」設立へと展開した。所属する国際地域学部が、2009年度に群馬県板倉町から東京都文京区に移転してからも、館林での活動は続いている。地元の中学生や高校生、東洋大生命科学部（板倉キャンパス）のボランティア学生、関東周辺の大学のフェアトレード・サークルなどとの間にネットワークを築きながら、過去7年間の活動は、学生たちと一緒に「国内でできる国際協力」としてのフェアトレードの可能性を探求するものだった。

それと同時に、館林での体験は、フェアトレードが国際協力のみならず、実に多様な分野と結びつくことにも気づかせてくれた。学生たちと『ぶんぶく茶釜』（館林の茂林寺が登場）にひっかけた『ぶんぶく紅茶』を販売し、売り上げの一部を館林市の社会福祉協議会に寄付したことから、文化や福祉との接点が見えてきた。また、フィリピンのセブ島を訪れた際に買い付け

たジュースパックのリサイクル・バッグは、環境（都市スラムにおける住環境改善）の問題を考えるうえでの、一つの具体的な入り口を提示してくれた。

2011年度は、東日本大震災支援を考え続けての活動となった。「がんばろう日本」と名付けられたフェアトレードのコーヒー（ピースウィンズ・ジャパン）を仕入れるなどして、年間を通じて販売活動を続けた。館林のみならず、新たな地元である文京区、そして東洋大のキャンパスでと、大小さまざまなイベントで少しずつ売り上げを積み重ねていった。結果として、年間で90万円の売り上げとなり、捻出した利益20万円を被災地で支援活動するNGOに寄付することができた。

これらの経験から、子島は、とりわけ地方でのフェアトレードは「国際協力」としてのみならず、「より多様な分野や価値観と結びつきながら、さまざまな場で、少しずつ売っていくスタイルが定着していくのではないか」と考えるようになっていった。

もう一人の筆者である石附は子島ゼミの一員として、上記『館林発フェアトレード』の編集・執筆作業に携わった。そして、同書作成の経験を踏まえて、出身地新潟県におけるフェアトレードの現状についての調査を行った。具体的な調査対象は小売店経営者である。新潟県で常時フェアトレード商品を販売するお店の数は、2011年現在で10店を少し超えるくらいだと思われる（長坂（2009：36）によれば、2009年時点で11である）。2010年5月から

11月にかけて、石附は8店を訪問してインタビュー調査を行い、資料を収集した。その成果は、卒業論文として同年12月に提出された。この卒業論文をさらに精緻化すべく、2011年2月7日から11日にかけて、今度は子島がこのうちの7店を訪問した。

調査の結果、予想していた以上に、多様な価値観とフェアトレードの結びつきを確認することができた。本論では、小売店経営者の価値観の具体的な記述をもとに、その特徴を述べることにしたい。

なお、調査から本論文の刊行までに4年が経過し、個々の小売店の状況にも変化が生じている。しかし、本論文では、2010年から11年にかけての調査結果をもとに論考をまとめている。その後の変化については、新潟在住の石附の継続調査を反映させる形で、稿を改めて考えてみたい（石附・子島2015）参照。

1-2 先行研究の検討

本節では、これまでの先行研究について簡単に触れておきたい。ここ数年の間に、日本においても手軽に入手できるフェアトレードの書籍が数多く刊行された。ゼミでフェアトレードを取り上げた2005年の段階では、まだ手探り状態だったが、その2、3年後から急激に発行点数が増えていった。『フェアトレード@Life—お買い物でイイことしよう』（藤原2007）、『フェアトレードで買う50の理由』（リトヴィーノフ・メイドリー2007）、『フェアトレードの冒険』（ローツェン・ヴァン・デル・ホフ2007）、『フェア・トレードを探しに』（三浦2008）、『フェアトレードの時代』（長尾2008）、『日本のフェアトレード』（長坂編2008）、『これでわかるフェアトレードハンドブック』（FLO, NEWS!, IFAT, EFTA編2008）などが続々と刊行され、フェアトレードに関する基礎的な情報を得られるようになった。

しかしながら、日本の地方—人口数万程度の

町—でフェアトレード商品を扱い、同時に情報発信の担い手ともなっている小売店に関する基本情報や研究は、現在にいたるまでそれほど増えることはなかったように思われる。2000年に刊行された『行ってみようあのお店』（ネパリ・バザーロ2000）には、およそ50点のお店の自己紹介が掲載されている。これはフェアトレード団体であるネパリ・バザーロが独自に編集したものであり、1店に1ページが割り当てられている。文面からは、それぞれのお店の個性が感じられ、読んでいて楽しくなるガイドブックである。10年以上が経過した現在、当時の地方小売店に関する一次情報として貴重である。

（長坂編2008）はフェアトレードの入門書として編纂されたものである。その第III部において、日本各地にある8店の自己紹介が掲載されている。1店につき4ページが当てられており、それぞれのお店の軌跡を具体的にたどることができる。ただし、書評（子島2009）においても指摘したが、これらの小売店について、何らかの分析や検討を行ってほしかったところである。第II部のフェアトレード団体についても同様だが、分析がないために、同書においては、第I部の研究論文的なスタイルと後半部分との間にギャップが生じている。当時の状況からすれば、読者にフェアトレードを知ってもらうための自己紹介にも社会的な意義があったことは確かである。しかしながら、当事者自身による紹介を羅列するだけの方式は、フェアトレードの中長期的な発展という観点から決して好ましいものではないと考える。

（長坂編2009）は、その第I部において、フェアトレード市場に関する統計的分析を行っており、小売店についても多くのページを割いている（第1章後半部35～45ページ、第3章84～111ページ）。第1章において、日本全国に分布する小売店の業態、スタッフ数、販売額等に関する貴重なデータが提供されている。第3章では、小売店から集めたアンケートの自由記

述分をもとに、理念や活動に対する思いを紹介している。フェアトレードと多様な価値観との連関が提示されており、本論文の調査ならびに執筆を行う上で、大いに参考となった。ただし、個々に集めた自由記述を「小売店の思い・声」として一括してしまっているため、一つ一つの思いや声は、それぞれの地域の状況からは脱文脈化されてしまっている（読者は、原資料に当たることはできない）。

以上、簡単にではあるが、フェアトレードに関わる地方の小売店をめぐる研究状況を整理してみた。次の作業として、地方の文脈に即した研究が求められていることが理解できるだろう。本論文の目的は、多様な理念や思いを、それを生みだすにいたった経営者のライフストーリーや、社会的・文化的な文脈と関連付けて考察することにある。

2 調査地の概要

2-1 新潟県の社会・経済的な状況

本題に入る前に、新潟県の概要を簡単に記しておきたい（この項に関しては、新潟県のホームページを参照している）。新潟県は日本海沿岸のほぼ中央部に位置する。山々に囲まれているが、その中央を信濃川が流れ、流域には広大な越後平野が広がっている。平成の大合併により、2000年に112あった市町村は、30市町村となった。合併により、県庁所在地である新潟市の人口は70万人を超え、2007年に日本海側初の政令指定都市となった。この新潟市を中心に、同県は古くから海陸交通の要衝として栄えてきた。現在も、高速道路、空路、海路、そして新幹線の整備が進められている。新潟空港では、国内8路線（2011年、名古屋・福岡が加わった）、韓国やグアムなど海外6路線が発着している。新潟港や直江津港は、定期航路によって中国や韓国と結ばれている。さらに、北陸新幹線が2014年に開業予定となっている。

人口は約237万人（全国14位）であるが、1995年の249万人をピークに減少を続けている。2010年現在、年少人口12.8%、生産年齢人口61%、老年人口26.3%（全国平均23.9%）となっており、少子高齢化が進行している。上京率は全国トップで、若者の進学や就職による県外への流出が顕著である。県は若者のUターン就職の推進に力を入れ、セミナーやイベントを頻繁に開催している。

産業面では、米の生産高が日本一のため農業のイメージが強いが、実際に県内の経済を支えているのは商業（生産額7兆2千億円）と工業（4兆3千億円）である。農業は2,583億円、就業者の高齢化に歯止めがかからない状況である。県内総生産は全国14位であるが、一人当たりの県民所得にすると27位にとどまる。その一方で、災害・犯罪・交通事故の安全安心、情報通信環境の充実では、県民の満足度が高いことがわかっている（県が実施した「県民満足度調査」より）。

2-2 フェアトレード店と所在地

以下に見るように、フェアトレードの小売店は、県内の各地に散在している。立地条件を理解するための一助として、所在する市の人口と1平方キロあたりの人口密度も併記したが、比較のために例の一つ挙げておきたい。子島は、国立民族学博物館においてフェアトレードの共同研究に参加した。同博物館のある大阪府吹田市の人口は約36万人であり、新潟市の半分以下となる。しかし、人口密度はおよそ1万人であり、新潟市の9倍の密度で人口が集住していることがわかる。

新発田市（人口10万、人口密度190人/平方キロ）：からころ屋、ギャラリー菓。

新潟市（81万、1120人）：ナルニア、RERUN、Reia - 麗愛 -。

三条市（10万、236人）：ノアハウス（2012年2月閉店）、みずすまし。

長岡市 (28 万, 317 人) : ら・なぶう
以下のお店については、その所在は確認しているが、実際に足を運んではない (一部、電話でインタビューを行った)。

魚沼市 (4 万, 42.5 人) : フェアトレード Ami。

十日町市 (5.8 万, 99.7 人) : わらべ村。

上越市 (20 万, 209 人) : Café わんこ亭, サバーイ。

3 店の特徴と経営者

本章では、インタビュー調査を行った小売店について、経営者の経歴、店の特徴、活動の観点から記述していく。

3-1 みずすまし

エコロジーショップ。新潟県下におけるフェアトレードの草分け的存在であることが、インタビュー中に他のほとんどのお店で名前が挙がったことから確認できる。三条市では、環境、福祉、防災、国際協力と多方面で地域NPOのハブ的な役割を果たしている。

3-1-1 経営者の経歴

Aさん：20年間農協に勤務した後、農薬や合成洗剤の健康や環境に与える悪影響を知り、有機栽培の食品や無添加の洗剤を販売したくて、1992年に店を始めた。その時、シャプラニール¹会員の友人からフェアトレードを紹介され、環境に負荷がかからないに仕組みに共感したという。これはジュートの手工芸品を指していると思われる。

95年、新潟県で初めてシャプラニールのキャラバンを受け入れ、県内でフェアトレード販売に関わる人々との交流を持つ。シャプラニールの新潟地域連絡会として、その後もキャラバン受け入れに取り組む。キャラバンはナルニア、ら・なぶうと順番に受け継がれている。

以下は、補足である。子島訪問時にAさんが

入院中であったため、代わりに店番をしていた息子さんから話をうかがった。お母さんであるAさんは、家庭でも無農薬の食べ物を使っていた。化学繊維も使わない。炭酸飲料は不可で、いつも100%のジュースを飲んでいてことを憶えているとのことであった。

このお店は自然食品をベースにしているが、地域のイベント、環境、障がい者、福祉に関する活動の集積場となっている。

3-1-2 店の特徴

1992年オープン。おそらく、新潟で最も古くからフェアトレード商品を販売している。店名には、文字通り「水を澄ますー合成洗剤や農薬で汚染された水を、きれいな水に」という願いがこめられている。商品は自然食品(ムソー、オーサワジャパン、創健社など)が主となっている。地元で栽培された野菜、国産大豆で作った豆腐、再生紙のティッシュやトイレットペーパー、石鹸、手作りの陶器なども置いている。フェアトレードは全体の1~2割で、オリーブオイルやコーヒー、紅茶のほか、鞆や小物などが置いてある(ネパリ・バザーロやシャプラニールなど)。店内の一面には、小さなテーブルといくつかの椅子があり、お茶を飲んだり情報交換の場となっている。また、「みずすまし文庫」には環境、福祉、地域関連の図書があり、以前は貸出もしていた。

3-1-3 活動

みずすましは、三条市を中心に活動する環境問題や福祉関係の市民団体の事務局にもなっている。お客さんとの話の流れで、「じゃあ、なににの会を作ろうとか、私代表やるからAさんは事務局やって、という具合にNPOができたり、自然に繋がりができていく」。フィリピンから児童劇団を招待した「風の会」、障がい者や福祉に関する講演会や映画上映をする「草の会」などと精力的に活動。毎月1回、『みずすまし通信』という手書きの冊子を1部50円

で販売。商品紹介、講演会や地域のイベント情報、エッセイ等を掲載してもいた。

3-2 からころ屋

自然食品店。味噌や醤油、楽天堂の豆などと一緒にフェアトレード商品が並んでいる。楽天堂は、京都にある豆とスパイスのお店である。世界の豆料理を紹介する会員制の「豆料理クラブ」も運営している。

3-2-1 経営者の経歴

Bさん：1961年、神戸市生まれ。実家は長田区の酒屋さんで、製造方法などを勉強していくうちに、いかに体に悪いかを知り愕然とした。「そんな商品を売る自分は何？」と考えるようになり、お酒以外の食品についても色々調べるようになった。1984年に結婚して子供ができたことが、自然食品に強く興味を持つ決定的な要因になった。お店は「無害・無添加・無着色」の商品を扱っているが、自然食品を好むと言っても、そればかり食べているわけではない。子供に「ポテトチップスは食べちゃだめ！」と言うようなストイックなものは続かないし、食が楽しくなくなる。周りの人にも、今の食生活に少しずついいものを取り入れていってほしいと考えている。

結婚後も、数年間は別居生活で、神戸の実家で働きながら、子育てをしていた。フェアトレードについて知ったのもまだ神戸にいた頃で、本を読んだのがきっかけとなった。1991年に、夫と旧黒川村（現在の胎内市）へ引っ越す。そこから車で20分くらいかけて新発田の自然食品店へ買い物に出かけていたが、2000年頃に閉店してしまった。非常にショックで、路頭に迷った気分だった。近くに店がないため、直接生産者のもとへ買いに行ったりもした。その後、閉店した店の経営者に会って話しているうちに、「自分の代わりに店をやってみれば」と言われ、2004年に後を継ぐような形でお店を始めることにした。その後、ギャラリー葉でフェ

アトレード商品を手軽に扱えることを知り、販売するようになった。

3-2-2 店の特徴

新発田市の商店街にある自然食品の店である。「からころ」とは体と心で、どちらにもいいものを提供していきたいという思いをこめている。コンセプトは「みんなの台所が楽しくなるために」であり、「みんな」には消費者だけでなく生産者も含まれている。フェアトレードの精神と、近江商人の家訓として知られる「売り手良し、買い手良し、世間良し」には通じるところがあると言う。

1階を店舗、2階を住居として使っているが、住み心地はとても良いそうである。家賃は63,000円だが、「3万円くらいにすれば、新しく店をやるといふ人も増えるのでは」と言う（新発田の商店街も空き店舗の増加に悩まされており、インタビュー中、フェアトレードの話はしばしば地域の活性化に向かった）。店内には、アイスクリーム、豆腐などの冷蔵食品、調味料やポテトチップスといったお菓子など、バラエティに富んだ商品が並んでいる。洗剤などの日用品もある。フェアトレード商品は、ネパリー・バザーロ、第3世界ショップ、ガイア、田原飲料（浜松市。フェアトレードのコーヒーを製造販売）などから仕入れている。品数も売り上げも全体の1割弱。月1回も仕入れない程度で、期限が切れてしまう場合は自分で食べている。

開店当初、買い物に来るのは前の店の顧客が中心で高齢者が多かった。どうなることやらと思っていたが、やがてアトピーに悩まされる20-30代の女性買い手が来るようになった。アトピーや脱ステロイドがもとで、自然食品に目を向ける人は多いそうである。

3-2-3 活動

Bさんの関心の中心は食である。今でも、他県、場合によっては関西まで、醤油の蔵元を訪

ねていくこともある。直接生産者のもとに行くことで、技術や伝統のすごさを知った。手間はかかっても伝統的な製法を知る職人にしか作れない「いいもの」がある。そういう伝統や職人たちを大切に作る社会でなくてはいけないと考えている。しかし実際には、大量生産に押されて「絶滅危惧種」と自分たちで呼ぶほど、蔵元はたいへんな状況である。たとえば、醤油作りに欠かせない良質な杉樽が手に入らなくて困っている。「買うことによって、社会を作っている。買うことで、その作り手に頑張ってくださいって言える」。

食を通して関心は健康、環境、平和などにも広がっている。生産者の問題も国内だけでなく、海外に広がりフェアトレードにつながる。開店当初、近くの新発田農業高校の先生がたまたまジュースを買いに来てくれた。それがきっかけで、近所の喫茶店で勉強会を開いていた。この活動はその先生が転勤するまで続いた。

4年前から、敬和学園大学が中心になって復活させた「十二斎市」に出店している。十二斎市は、かつて新発田で行われていた定期市である。月に12回も開かれていたことから、この呼び名がある。「間口の狭い商店街のお店には、なかなか入りづらい。露店はオープンだから、お客さんも気軽にのぞいてくれる」とのことで、5月と10月に開催されるこの地域活性化イベントは、お店のことを知ってもらいたいきっかけとなっている。

3-3 ノアハウス

音楽を中心に芸術活動の企画・開催をする「ミュージズの会」の事務局兼自然食品・フェアトレードのお店である（2012年2月閉店）。

3-3-1 経営者の経歴

Cさん：音楽が大好きで、趣味でピアノを演奏する。芸術活動の企画・開催をする「ミュージズの会」の事務局代表である。この事務局は、2004年の豪雨の影響で廃業したスーパーの店

舗を借りている。三条市に本社を置くコロナの「コロナホール」を会場とするコンサートの企画、広報、チケットの販売まで精力的に活動している。元がスーパーだけにスペースに十分余裕があり、最初はアートを展示したりマクロビオティック教室を開催したりしていた。しかし、せっかくだから何か販売しようと、2006年からフェアトレード商品を置きはじめた。フェアトレードは近所にある「みずすまし」のAさんを通じて知り、その10年以上前から消費者として関わっていた。途上国の生産者の手助けになるし、販売を通して平和について伝えていけたらと思ったそうだ。

HPには「環境、健康、福祉活動の支援につながる商品を皆様楽しくお買い物していただけたら幸い」という思いに加え、「そのスペースを利用して芸術や文化の分野で活躍する人たちの作品を展示したり、発表するお手伝いをさせていただいています」と掲載されている。音楽とフェアトレードの共通点としてCさんが挙げるのが「つなぐ役割」である。音楽は、演奏者と聴衆をつなぎ、フェアトレード商品は、生産者と消費者、地域の人をつないでいる。また、自らの活動は、フェアトレードと地域の問題の間の往復運動でもあると表現した。

3-3-2 店の特徴

2006年開店。ミュージズの会事務局でもあることから、店内に机といすがあり、自由に話したり、お茶を飲んだりできるようになっている。音楽に関するチラシや広告、CDなども置いてある。

店名のノアハウスは、ノアの箱舟に由来する。2004年7月の豪雨により三条市では堤防が決壊し、広範囲で浸水の被害に見舞われた。そのときにCさんも被害にあったが、残った木製の「ノアの箱舟」の置物が、店内に飾られている。また、店名にはより広い普遍的な意味も込められている。「今は混沌としている世の中で、人間が欲をだして環境や自然を破壊しているし、

平和を望んでいるのにうまくいかない。そんな世界も、ノアの箱舟の話だと浄化できるようになっている。ノアハウスも、ノアの箱舟のように地球を救う店になっていきたい」「人類はみんな繋がっていて、日本の豊かな生活も資源を他国からもらってのこと。確かに日本も今苦しいけど、戦争とか貧困とかもっと深刻な問題もある。そういう部分にも目を向けてほしい」

ノアハウスでは、国産にこだわった調味料、福祉作業所で作ったお菓子、人や環境にやさしい洗剤、地元で作られた野菜や味噌、天然酵母パン、笹団子などの自然食品を販売している。フェアトレード商品としては、第3世界ショップのクッキー、ATJのマスコバド糖、ネパリ・バザーロの服などが置かれている。開店時はネパリ・バザーロの商品のみだったが、2007年からピープル・ツリー、ガイア、アリサン、ムソー、ゾッター（オーストリアのフェアトレードチョコレート）、そして2010年から第3世界ショップの商品を置いている。自然食品を増やしたのは、フェアトレードだけではなかなか売り上げが伸びないこともあるが、もともとCさんには音楽とフェアトレードに加えて、食への関心もあった。

3-3-3 活動

上記のように、Cさんは精力的にコンサートを企画している。音楽とフェアトレードが具体的につながった活動として、歌手ミネハハのコンサートを挙げるができる。MINEHAHAの名は、ネイティブアメリカンに由来し、MINEは水、HAHAは微笑みを意味する。この歌手のコンサートをこれまで3回開催しているが、彼女はインドの学校建設を支援している。そして、そこで作られているタンクリーナー（tongue cleaner. 舌の汚れをとる道具）をお店でも販売している。

3-4 ナルニア

CDショップとフェアトレード商品が半分ず

つのスペースを占める店。

3-4-1 経営者の経歴

Dさん：1964年、新潟市生まれ。短大で美術を学び、東京都台東区の下町風俗資料館で学芸員として働く。暮らしの中の造形に興味を持っており、生活のシーンを織り込んだノクシカタ（バングラデシュの刺繍布）が好きだそうである。1990年から1年間、イギリスのブライトンに留学。このとき、Oxfamの直営店に行つてフェアトレードを知る（当時はオルタナティブ・トレードと言っていたはずとのこと）。中古の衣類に混じり、インド綿のエプロンなどが置かれていたことを憶えている。『行つてみようあのお店 フェアトレードの本 全国版』（ネパリ・バザーロ2000：35）では次のように述べている。「民族紛争の難民だったニカラグア人女性と友人になり彼女と一緒に、難民救済を旗印にするフェアトレードショップを訪れた際、今まで何も知らなかった紛争の現状を聞かされた体験が元になっています。身近な場所で一人でも多くの人から、第三世界について考えてもらえるきっかけの店になればと思っています」

帰国後は再就職したが、自分の町にもあんな店があつたらいいのという思いがあつた。仕事の合間に東京へ行つて、シャプラニール、SVA、グラスルーツ（池袋）を回る。1998年、実家のCDショップの仕事をするようになった。当時は父親が経営者だったが、ちょうどレコードからCDへの転換期で、スペースに余裕が出ていた。そこで店の半分33平方メートルにフェアトレード商品を置くこととした。

3-4-2 店の特徴

店名は、『ナルニア国ものがたり』より。元々のCDショップの経営も演歌を中心につづいている。フェアトレードと演歌を中心とするCD・カセットの間にしきりはなく、客から見れば同じ一つの店である。「演歌の隣にフェアトレー

ドの商品があるのは、日本でもここだけでしょね」とDさん自身も笑って言う。

商品は手工芸品が中心だが、「心をこめて作る」という点で、第三世界の商品とも通じ合う」という思いから、地元の福祉作業所で作られた小物やクッキー、染色家の友人の布製品なども置かれている。

商品の仕入れ先は、ピープル・ツリー、ネパリ・バザーロ、シャプラニール、パレスチナ・オリーブ（代表者の皆川さんが新潟出身で、ときどき会っている）、そしてDawnである。DawnとはDevelopment Action for Women Networkの略称であり、マニラに本拠を置くNGOである。日本でエンターテイナーとして働いていたフィリピン女性、そして彼女たちと日本人男性の間に生まれながら父親とはなれて暮らす子供たち（JFC）を支援する（<http://www.dawnphil.org/index.htm>）。Dawnは、Sikhay（シクハイ）というブランド名で手縫いペンケースやバティックのシャツといった商品を販売している。Sikap-Buhayというタガログ語の省略形であり、そのHPによれば、striving for a better lifeもしくはself-empowermentという意味である。「苦しくてもがんばる」という意味だとDさんは説明してくれた。

3-4-3 活動

子供（2才）が生まれる前は、店のお客さん4、5人と、ネパール、タイ、フィリピンなど生産地を訪ねるスタディーツアーをしていた。「ら・なぶう」のEさんや「みずすまし」のAさんと一緒にイベントをしたこともある。

Dさんは「にいがたNGOネットワーク」に2002年の設立時から所属している。ナルニアは3年ほど前までその事務局だった。にいがたNGOネットワークは県内に拠点を置く国際協力NGOとサポーターの集まりで、イベント開催に際して助け合ったり、情報交換をおこなったりする。毎年夏には、新潟ふるさと村で、国

際フェスティバルを開催してきた（現在は県の予算がつかなくなり中止）。NGOを作りたいという相談や、学校からの講演依頼にも対応。村上中等教育学校、新潟工業高校、阿賀野高校、新発田高校、新潟国際情報大などがナルニアの商品を学園祭で販売したりしている。情報大はDawnのミュージカルの受け入れ先となってくれたこともある。

店は、新潟駅から徒歩20分の沼垂商店街にある。この地区は人口減少と残された住民の高齢化が進み、人通りがほとんどない。Dさんも他の店主と一緒に地域活性化のためのイベントに取り組んでいる。店の売り上げやお客の数はオープン時から横ばいで、ラジオや雑誌などメディアに出た直後だけ増えるが一時的だという。「フェアトレードの普及が必ずしもハッピーとは言いきれない。そんなのは難しいけれど、ほどほどの受注があって、生産者の生活を壊さず仕事を続けられたらいいんだと思う。企業のペースにのってしまおうと、フェアトレード本来の良さがなくなってしまうと思うんです」ともDさんは話してくれた。

3-5 ら・なぶう

手作り小物とフェアトレードのお店。「楽しい、平和、元気」をモットーにフェアトレードに取り組む。

3-5-1 経営者の経歴

Eさん：1960年、岩手県出身。1985年、結婚を機に長岡へ。1990年頃、生協のバナナやコーヒーの購入を通してAlternative Tradeを知る。当時はアレルギーにも悩まされていて、環境の勉強をしていた。それが入り口になっていろいろなことに気付いた。みずすましのAさんやナルニアのDさんとも知り合うことになる。

店を始めるきっかけは、2001年の9.11テロだとEさんは言う。大きな衝撃を受け、その原因を調べていく中で、世の中のアンフェア

に気付き、胸が痛んだ。様々な講演会に参加し、平和について勉強していく中で、フェアトレードに出会い感動する。貧困、人権、環境の全部に繋がっているフェアトレードは、どん底にあらわれた「星の王子様」のように思えたという。最初は一消費者であったが、フェアトレードをもっと広めたいと強く思い、自分にできることは身近なところから広めていくしかない、開店を決意する。開店準備や資金計画などあまり深く考えることなく、「気がついたら」2004年にチャレンジ・ショップ（商店街の店舗貸し出しシステム）として販売を始めていた。2005年7月、正式にオープンした。

2010年の訪問時、Eさんがはまっていたのは「マイケル・ジャクソンへのダンス・トリビュート」であった。映画 This is it を10回見て、長岡でダンス・トリビュートをやりたいと考え、80人の仲間と実行した (<http://www.youtube.com/watch?v=QUlvWLXVWtg>)。ダンスもフェアトレードも目指すところは「楽しい、平和、元気」である。

3-5-2 店の特徴

長岡駅からすぐの商店街にある。店名は「楽しい南風」を意味する「ら(楽)な(南)ぶう(風)」である。2005年7月にオープンした後、お客からの駐車場がほしいという声や、家賃が安いことから2011年5月末に2軒隣に移転。フェアトレード商品と、テナントのオーナーが販売する地元の人の手作りの小物を置いている。店内の半分のスペースにある小物の店番もすることで、家賃を安くしてもらっている。

商品は、ピープル・ツリーやネパリ・バザーロなどの主要輸入団体に加えて、個人的なつながりから以下の団体からも仕入れている。

1) 佐渡教会：バン格拉デシュ滞在歴3年の牧師さんに、バン格拉デシュから買い付けてきてもらっている。この牧師さんは聴覚障碍児教育が専門で、バン格拉デシュの聾学校には引き続き半年に一度、指導に出かけている。商品

は新潟の教会のネットワークで販売しているとのことである。

2) 新潟パプアニューギニア協会：2001年、新潟在住のALTが創設した。コーヒー、民芸品、ビーム（バッグ）などがある。

3) 新潟アピの会：1996年創設。スリランカで農村開発への資金援助や津波孤児の支援を行っている。紅茶を仕入れている。

この他にも、マニラでフェアトレード製品の生産に携わっている女性や、長岡市在住のネパール人が時々商品を持って来る。勉強会やいがたNGOネットワークなどを通して知り合った方たちである。既成の団体の商品にはない目新しさ、新鮮さがある。

売り上げは少しずつ伸びているものの、経営はそれほどうまくいっているわけではない。商店街はシャッター通りになってしまい、冬は1日で3、4組しかお客さんが来ない時もある。そんな日はストーブにあたりながら、外の雪と商品を見て過ごす。商品を見ていると癒されるそう。

3-5-3 活動

Eさんはフェアトレードを広めるためにはイベントが重要だと考え、カレー作り、お茶の飲み比べ、ハンプでのアクセサリ作りなどを行っている。その他、県内のフェアトレードショップを訪ねたり、想いが同じ人たちと積極的に交流を持っている。一人でできることは限られているので、フェアトレードを推進するNPOを作り、みんなでイベントをしたいとEさんは考えている。

3-6 Rerun (リラン)

フェアトレードファッションを中心とするアパレル店。

3-6-1 経営者の経歴と店の特徴

Fさん：1968年、新潟市出身。新潟市内のデパートの洋服売り場、続いて小さな洋服店で

働いた後、1995年に独立。新潟市内で2回移転し、2003年から西堀通でRerunを運営している。内装はシンプルだが、木を曲げた商品棚（店名を表すRの形になっている）など細部に凝っている。ストリート系のファッションを中心に販売してきたが、市内には男性服の専門店が多く、客の取り合いになっていると感じていた。そんなとき、テレビ番組を見て、フェアトレードのコンセプトに関心を持ったことがきっかけとなり、ピープル・ツリーの女性服を中心に置くこととする。もともと環境問題に関心があり、オーガニック・コットンの品質の良さに着目した。ピープル・ツリーは、ネットで検索して知った。そして展示会に参加して、商品を仕入れるようになった（アパレル専門店のRerunが、顧客にアピールするものとしてフェアトレードを採用している点に注目したい。これが可能になったのは、農村開発系ではないピープル・ツリーの力が大である。地方のお店のみならず、フェアトレード商品を卸す会社・団体もまた多様な個性を有している）。

以前は20 - 30才代の男性客が多かったが、フェアトレードの服に切り替えてから、30代の女性を中心に、10 - 70才の幅広い層にアピールするようになった。商品構成としては、ピープル・ツリーの服や雑貨が9割を占めているが、koroの商品「結びやの塩石けん」なども置いている（koroは福祉作業所で作られた商品を紹介することを目的に、2010年から新潟市で活動を開始している）。

3-6-2 活動

Natural Life Festiveal（新潟テルサ）、万代アースフェスタ（万代シティ）、yasutacafe（三条商工会議所）といったイベントに参加し、チョコ、雑貨、服を展覧している。今後は、お店でお客さんと食べ物を持ち寄って、楽しくおしゃべりする集いなども開催したいと考えている。

3-7 Reia - 麗愛 -

3-7-1 経営者の経歴

Gさん：燕市生まれ。新潟市内の美容室、続いてデパートのアパレル売り場で働く。この時に「サンダース・ペリー」との出会いがあった。30種類以上の植物を原料とするこの自然化粧品を、Gさんは愛用するようになる。当時は、ブランドものの化粧品の全盛期だったが、植物100%の化粧品の香りや使い心地に深い感銘を受けたという。1990年頃のことである。その後、Gさんは研修を受けて、自らサンダース・ペリーの販売員となる。2000年には、ついに新潟駅万代口近くに自分のお店を開店するにいたった。

「肌をきれいにするには、体の中から変えていくことが大切」というGさんは、栄養学、マクロビオティック、そしてヨガを勉強するようになる。そして、ヨガのウェアとして選んだのが、ピープル・ツリーの商品だったことから、フェアトレードに関心を持つようになった。2008年頃、日経に掲載されたピープル・ツリーの記事が目にとまった。「おしゃれで、オーガニック、世の中に役立つ」商品に印象づけられたとのことである。2009年7月、フェアトレードの商品を前面に打ち出して、Gさんは新たに麗愛をオープンさせた。

3-7-2 店の特徴

コンセプトは「毎日がやさしい気持ちになれる店」。新潟駅に繋がる交通量が多い弁天橋通り沿い、スターバックスの向かいにある。黄色い壁のおしゃれな外装で、店内にはイベントスペースとなるテーブルも置いてある。商品のおよそ8割がフェアトレードで、その売り上げは伸びている。チョコレートは2009年のシーズンには1,000枚以上売れたそうである。しかし、それだけで経営を成り立たせるのは少し難しいと感じている。売上の主力は化粧品であり、環境に優しい洗剤、また、布ナプキンなども販売している。

3-7-3 活動

NVC（新潟国際ボランティアセンター）の「愛のかけ橋バザー」や、「秋の生協まつり」といったイベントに参加している。また、新潟日報の情報冊子 assh に記事広告を出したり、インターン生を受け入れるなどしている。

3-8 ギャラリー葉

自然公園の中の木に囲まれた、静かな場所に位置する陶芸ギャラリーである。オーナーのHさん夫婦は二人揃って陶芸家である。ギャラリーでは、フェアトレードコーヒーをセルフサービスで提供している。お客は自分で棚から好きなマグカップを選び、デッキでゆっくりとコーヒーを飲むことができる。コーヒー代の代わりに、ユニセフの募金箱にお金をもらう仕組みである。コーヒーの粉がほしいという人には販売もしている。

ボランティアに関心のあったHさん夫妻は、工房にしながら社会貢献できる方法を考えていた。そこで思いついたのがこの仕組みで、最初は生協で安く買ったコーヒーを使用していたが、フェアトレードにすればもっと貢献できると考え、途中で切り替えた。

フェアトレードとの出会いは、ギャラリーを始めた頃か、その少し前の1990年代半ばである。自作の展覧会が行われた群馬の美術館で、ピープル・ツリーのカタログ（当時は冊子という程度）を目にし、それがきっかけで購入するようになった。その後ギャラリー用にも商品を仕入れるようになる。常連向けに「あの人はこんな買うかなーと、お客様を思い出しながら商品を選んでいましたが、なかなか売れなかった」そうである。売れ残りは結局自分で買っていたが、取引条件である年間仕入れ額（約30～50万円）に達しなかった。ピープル・ツリーとは取引できなくなったが、個人的な買い物として継続している。その後、ネパリ・バザールから仕入れるようになった（シャプラニールやネパリ・バザールといった国際協力における「地

域密着型」の団体が、地方の小さな、しかし息の長い活動と連携していることの重要性を、確認しておきたい。

現在は、生協にグループで注文するような形態となっている。ギャラリーにはネパリ・バザールとピープル・ツリーのカタログが置いてあり、常連さんたちが折りにつけ注文票に記入していく。それをHさんがまとめて発注することで、他の人は送料無料で購入できる。注文額は年間約17,8万円程度である。「強制するものじゃないし、これだけ情報が溢れている今の世の中で気付かないのは、もうしょうがないこと。ただ、自分の活動がいいきっかけになればいいと思う。お客様とフェアトレードをつなぐ役になればいい」。

4 経営者の価値観とフェアトレードの関係

以上、新潟県下のいくつかのフェアトレード店について、経営者の経歴、店の特徴や活動内容に焦点を当てる形で述べてきた。今回、インタビューした経営者のほとんどが女性であったが、彼女たちはそれぞれの価値観を、生活や店のスタイルで具体的な形にしていく模索の途中で、フェアトレードに出会っている。さらに、生活者の目線での地域活動においても、フェアトレードは無理なく位置づけることができる。

本論の最初に述べたように、子島は群馬県館林市での経験から、「フェアトレードは、国際協力にとどまらず、福祉や環境など多様な分野や価値観と共存することができる」と漠然と考えていた。本調査を通して、フェアトレードがシームレスに多様な価値観とつながっているさまを、さまざまな社会的関心と地続きであることを、具体的に確認することができた。

からころ屋のBさんは、食への関心からオーガニックなフェアトレード商品に関心を広げていった。ノアハウスのCさんは、人と人をつなぐ音楽から、人と人をつなぐフェアトレードへ。ナルニアのDさんは、暮らしの中の造形か

らノクシカタ（バングラデシュの刺繍布）へと関心を広げ、さらに1990年のイギリス留学でOxfamの直営店を知ることとなった。

このように、自分たちが大事にしているものの延長線上にフェアトレードは位置づけられている。店内の商品構成もこのことを如実に反映している。ほとんどの場合、種々さまざまな商品と、フェアトレード商品は違和感なく一緒に並んでいる。そこからもう一度、フェアトレードの敷居の低さ、あるいはさまざまな分野との親和性を確認することができる。とりわけ、フェアトレードとマクロビオティックの親和性に関しては、これまでほとんど議論されてこなかったように思う。小売店の経営者の視点からうかがえる、その近さに注意を向けてみる必要があるだろう。

最初から「フェアトレード本来の」と想定される国際協力や世界平和が、前面に出てくる場合ももちろんある。しかし、その場合でも、そこからさらに多角的に地域の活性化へと関わっていく様子うかがわれる。すなわち、小売店の経営者たちはお互いにつながりあって、多様な分野で展開されるNPO活動のハブ的な役割を果たしている。あるいはその一角を担おうとしている姿勢を明確に見て取ることができる。彼ら彼女たちのネットワークが、必ずしもフェアトレードだけを唯一のキーワードとして形成されているわけではないことを確認しておきたい。

最後に、以上の議論から導かれる、地方でフェアトレードを広げていくための要件を一点に絞って述べることにしたい。本論に関する調査では、売上金額に関して、ほとんど聞き取りをしていない。しかしながら、「専門店を作って、売り上げをどんどん伸ばしていく」というモデルの現実味のなさは、インタビューのはしばしから理解できるところである。フェアトレード商品の売り上げが伸びていくならば、商品構成に占める割合を増やしていく。そして、それが専門店化につながっていく。もし、売り上げが

伸びないならば無理をせず、と言ってフェアトレードを完全に止めるのでもなく、店舗の片隅にいわばアクセントとしてフェアトレード商品を置く。それも情報発信の一つの形として認められるだろう。いろいろな種類の小売店が、少しずつフェアトレード商品を置き、息長く販売していく。その中から、売り上げを伸ばして専門店になるものがあれば素晴らしいことだし、それほど売れなければ個人や友人間の楽しみとして続けていけばいい。このような伸縮自在のスタイルを、自分の価値観を大切しながら続けていく。地方の小売店の方々へのインタビューから見てきたこの融通無碍なスタイルの重要性を、卸団体（NGO）や支援する消費者たちも一緒に共有することが、今後のフェアトレードの展望を開いていく一つの鍵となるように思われる。

<注>

¹ シャプラニールは、南アジアの都市や農村でさまざまな活動を展開する国際NGOである。フェアトレード活動の歴史も長く、文献も多い。主たるものとして、岡山他2000、小松2011、シャプラニール2006の第6章「もうひとつの海外協力のかたち - 1987年～2003年のクラフトリンク活動」、中森2005を参照のこと。

<引用文献>

- 石附さゆみ・子島進, 2015「新潟の多様な小売店」『月刊みんぱく』2月号, 16-17ページ。
- 岡山典靖・國行敬子・藤崎文字, 2000『暮らしをよくする手工芸品～いちばん身近な海外協力』シャプラニール=市民による海外協力の会。
- 小松豊明, 2011「社会開発NGOにとってのフェアトレード」佐藤寛編著『フェアトレードを学ぶ人のために』世界思想社。
- シャプラニール=市民による海外協力の会編 2006『進化する国際協力NPO - アジア・市民・エンパワーメント』明石書店。
- 長尾弥生, 2008『フェアトレードの時代』コープ出版。
- 長坂寿久編著, 2008『日本のフェアトレード - 世界を変える希望の貿易』明石書店。

- 長坂寿久編著，2009『世界と日本のフェアトレード市場』明石書店。
- 中森あゆみ，2005『シャプラニールのフェアトレード～クラフトリンク活動で得た笑顔』シャプラニール＝市民による海外協力の会。
- 子島進，2009「フェアトレード関連文献書評」『国際地域学研究』第12号，201-205ページ。
- 子島進他編，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。
- ネパリ・バザーロ，2000『行ってみようあのお店 フェアトレードの本 全国版』ネパリ・バザーロ。
- 藤原千尋，2007『フェアトレード@Life—お買い物でイイことしよう』春秋社。
- M. リトヴィーノフ・メイドリー，J.（市橋秀夫訳），2007『フェアトレードで買う50の理由』青土社。
- N. ローツェン・ホフ，V.，2007『フェアトレードの冒険』日経BP。
- 三浦史子，2008『フェア・トレードを探しに』スリーエーネットワーク。
- FLO, NEWS!, IFAT, EFTA 編，2008『これでわかるフェアトレードハンドブック』合同出版。
- 新潟県 HP <http://www.pref.niigata.lg.jp/>

石附さゆみ（株式会社ハーモニック）