Osaka University Knowledge Archive

Title	東南アジアでの貧困農村地域における生活安定及び向上への取り組みの探求とそこから見える日本の支援の在り方
Author(s)	中野, 裕介
Citation	平成28年度学部学生による自主研究奨励事業研究成果報告書. 2017
Version Type	VoR
URL	https://hdl.handle.net/11094/60345
rights	
Note	

Osaka University Knowledge Archive : OUKA

https://ir.library.osaka-u.ac.jp/

Osaka University

申請先学部　法学部
採択番号　　No. 4

平成２８年度学部学生による自主研究奨励事業研究成果報告書

ふりがな 氏　　名	なかの　ゆうすけ 中野　裕介	学部 学科	法学部 国際公共政策学科	学年	１年
ふりがな 共　同 研究者名	よねかわ　ふみお 米川　　文緒	学部 学科	法学部 国際公共政策学科	学年	１年
					年
アドバイザー教員 氏名	大槻　恒裕	所属	国際公共政策科		
研究課題名	東南アジアでの貧困農村地域における生活安定及び向上への取り組みの探求とそこから見える日本の支援の在り方				
研究成果の概要	研究目的、研究計画、研究方法、研究経過、研究成果等について記述すること。必要に応じて用紙を追加してもよい。				

１．はじめに

現在、この国際社会では南北問題や南南問題に代表されるように国家間で格差が拡大しているだけでなく、先進国や発展途上国国内の人々の間でも格差は拡大している。その格差による貧困問題は、世界中で大問題となっており、それは日本にとっても同じで決して対岸の火事ではない。というのも、2014 年度の厚生労働省の発表によると子供の貧困率は 16.3%に上り、6 人に 1 人の約 325 万人が「貧困」に該当するからだ。こうした問題に対して、国連の一機関である国連開発計画（United Nation Development Programme ;UNDP）や国連児童基金（United Nations Children`s Fund ;UNICEF)、そして国際非政府組織（Non Governmental Organization ; NGO）などの国際機関および日本を含めた先進国がこの貧困撲滅へ向けて日々努力をしている。しかし、その支援の中には、援助する側の都合に左右される一方的な国際協力、資金援助が行われていることがたびたび起きている。このままであると、世界中から貧困にあえぐ人々がいなくなる日は永遠にこないであろう。そこで、発展途上国の貧困層を対象にその自立を促し、かつ我々消費者にとって身近で関わりやすいフェアトレード（公正貿易）を研究しようとの考えに至った。フェアトレードに関する研究は、世界中で進められておりその利点や欠点が多く報告されている。そこで、当研究で我々が調査したのは東南アジアの貧困地域での被支援側におけるフェアトレードと日本での支援する側におけるフェアトレードに関してである。その理由は以下の通りである。現在、域内の人口が 6 億 2000 万人を超え人口増加率も高く、経済成長率が 5%を超える東南アジア諸国連合(Association of Southeast Asian Nations;ASEAN)は、ますます世界、特に日本にとって重要な位置を占めることは疑いない。我が国日本は、政府開発援助（Official Development Assistance; ODA）などの支援を通じて ASEAN 各国のインフラ整備、都市の拡大を進めるなどその発展に寄与してきた。統計によると、日本国内におけるフェアトレード認証製品推定市場規模推移は以下の図のように拡大しているので、今後東南アジアの貧困層が自立していけるフェアトレードもその日本の支援の一環として進んでいくであろうと我々は考えている。

2013 年　フェアトレードラベルジャパン（Fairtrade Label Japan ;FLJ）事業報告書より

そのため、さらなるフェアトレードの拡大のためには、フェアトレードにおける支援する側の日本と支援される側の東南アジアが抱える課題を調査する必要性がある。

当研究では、フェアトレードの一般的な利点や課題を書籍や論文等で確認したうえで、東南アジアの被支援側と日本の支援側に立つ人双方に直接話を伺いに行き情報を集め、その情報をもとにどのように今後日本はフェアトレードを通して東南アジアを支援するべきかを考察した。

２．調査計画

平成 28 年度の学部学生による自主研究奨励事業において、当研究に与えられた研究期間は 7 月 1 日～11 月 30 日で、研究成果報告書提出日は 12 月 14 日、そして研究費は 99,000 円であった。以上を考慮した上で、研究計画を下記の通りに行った。

・7 月 1 日～8 月 31 日

書籍を通して、一般的に知られているフェアトレードの定義やその利点、欠点に関する調査を重点的に行い、フェアトレードに対する知識を深める。また、書籍・インターネットを通じて、タイの政治経済事情を調査し 9 月に実施するタイ・チェンライ訪問への準備を進める。

≪参考書類≫

若松勇・助川成也編著『タイ経済の基礎知識』2015 年　ジェトロ-日本貿易振興機構

コナー・ウッドマン（松本裕訳）『フェアトレードのおかしな真実』英治出版

松井範惇・池本幸生編著『アジアの開発と貧困可能力、女性のエンパワーメントと QOL』第 12 章　明石書店

渡辺龍也『フェアトレード学：私たちが創る新経済学』2010 年　新評論

・9 月 1 日～9 月 16 日

一般的なフェアトレードに関する情報を踏まえ、タイ・チェンライでの現地調査に向けての質問事項や着眼点をまとめる。

・9 月 17 日～9 月 24 日

タイ・チェンライへの訪問

現地で活動する NGO 団体ミラー財団日本部門担当者伊能さくらさんと案内人のラフ族の Yakha さんへのフェアトレードに関する聞き込み調査及び、ラフ族のヤフー村、アカ族のアパー村でのホームステイを通して山岳民族の文化や生活の調査を行う。

・9 月 25 日～10 月 3 1 日

タイ・チェンライでの現地調査をまとめ、当地域での被支援側のフェアトレードの実態を詳らかにする。また、フェアトレードに取り組む支援側の日本の企業やサークル、非営利団体（Nonprofit Organization ;NPO）などを調査し、聞き込み調査に伺う団体を選別する。また、その団体ごとに質問事項をとりまとめる。

・11 月 1 日～11 月 30 日

聞き込み調査に伺う諸団体にアポイントメントをとるため連絡を送り、訪問、聞き込み調査を行う。

その後、入手した情報をとりまとめ、研究報告書を作成する。

今回話を伺ったのは、以下の三団体である。

① 立命館フェアトレードサークル Beleaf（11 月 10 日）

② シサム工房　森ノ宮キューズモール店長の小林　唯さん（11 月 18 日）

③ Love&sense 代表の高津玉枝さん（11 月 26 日）

・12 月 01 日～12 月 14 日

作成した報告書をアドバイザー教員にフィードバックしていただき、再度報告書を作成しなおす。その後、法学部に提出する。

３．調査結果

調査結果を以下のように第一章～第三章に分けて提示する。

第一章　フェアトレードの基本情報

　第一節　フェアトレードとは

　第二節　フェアトレードの利点

　第三節　フェアトレードの欠点

第二章　タイ・チェンライでの現地調査

　第一節　山岳民族の文化

　第二節　山岳民族の貧困

　第三節　ミラー財団の支援活動

　第四節　タイ・チェンライでのフェアトレード

第三章　日本におけるフェアトレード

　●立命館フェアトレードサークル Beleaf

　●シサム工房　森ノ宮キューズモール店　店長　小林　唯さん

　●Love＆sense 代表　高津　玉枝さん

第１章　フェアトレードの基本情報

はじめに

グローバル社会が進行し、世界の諸問題が昔よりもずっと身近にテレビや新聞などで取り上げられるようになったが、その中でもよく扱われるのが世界の貧困である。NPO や NGO などさまざまなボランティア活動が行われているが、そういった活動は本当に貧困を改善しているのだろうか。本当に現地に住む人の役に立っているのだろうか。「ボランティア活動」とは一線を画する形で存在するのが「フェアトレード」である。「フェアトレード」という単語を聞いたことがないという人はほとんど存在しないと思われるが、実際、普通の貿易とどう違うのか、どんなことをしているのかを知っている人は少ない。そこで、フェアトレードとはどんなものなのかを説明しながら、利点欠点を述べていくことにする。

第一節　フェアトレードとは

フェアトレードには大きく分けて３種類の定義が存在する。①「自由かつ公正」な貿易、②「公正かつ正義」な貿易、③「公正かつオルタナティブ」な貿易である。１つめは、先進国政府やネオリベラリズムの学者が提唱する考え方で、関税や輸入割当などの「貿易障壁」を取り除くことでフェアにしようとする。２つめは、多くの途上国政府や市場万能主義に懐疑的な経済学者が提唱する考え方で、途上国には「特別かつ差異のある待遇」を認めることがフェアで、正義であるという立場をとる。３つめは NGO などが主導する考え方で、途上国の零細な生産者や労働者が人間らしい生活を送れるような従来とは根本的に違う貿易を実現しようとする立場である。ここでは、市場原理主義に基づく①ではなく、②③を中心に考えるフェアトレードについて説明していきたいと思う。

フェアトレードはほぼ原則として生産者労働組合を結成させて、その組合と取引を行う。零細な生産者は貿易において不利になるうえ、搾取の対象になりやすい。そういったことを改善するためでもあり、大企業や先進国の影響を受けずに自分たちが協力することで生産の規模を拡大し、利益を増やすことができる。ほかにも生産者の中で仲間意識を持たせ、「自分たちが貿易をしている」と自覚させる働きを持つ。

また、フェアトレードが目指す目標として、国際貿易から疎外された生産者や労働者を支援し生活の質を向上させるというミクロ目標と、国際貿易の在り方を根本的に改善していこうとするマクロ目標が存在する。そのどちらも実現させるのがフェアトレードの目指す理想であり目標となる。

その目標を実現させるためにフェアトレード団体が存在するが、フェアトレード団体にはフェアトレード商品であることを認証するラベル団体と、実際に商品を販売するフェアトレード・ショップ、そしてフェアトレードを関心のある人だけでなく一般市場にも広げていこうとする啓蒙団体が存在する。

まずラベル団体には、国際フェアトレードラベル機構（Fairtrade Labelling Organizations International ;FLO）と呼ばれる大きな組織が存在する。FLO では、零細な生産者を対象に扱う品目、基準を定め、認証されたものには、ラベルを貼ることを許可し、商品に「フェアトレード商品である」という付加価値をつける役割を担っている。またラベルを付けることで、フェアトレードに詳しくなくてもお店で取り扱いやすくなり、市場の開拓にも役立っている。

そしてフェアトレード・ショップでは、名前の通りフェアトレードで作られた商品を実際に販売する。ここでは一定の固定客が狙えるだけでなく、大きな店になってくると自社のブランドを確立させて顧客を増やそうとしている。

最後は、フェアトレードの啓蒙団体である。「啓蒙」は批判的にとらえられることも多いが、フェアトレ

ードでは重要なことである。そもそもフェアトレードを正確に理解している人が少ないので、認知度を上げてフェアトレードに対して、親しみを持ってもらうことがフェアトレード産業の発展に大きな影響を持つのである。

また、先ほど書いたフェアトレードの目標を団体別に分類すると、フェアトレード・ショップがミクロ目標、啓蒙団体がマクロ目標、ラベル団体はどちらの目標も達成しようとしていると分類することができるのである。

第二節　フェアトレードの利点

フェアトレードの大きな利点として、やはり生産者の生活の質の向上があげられる。先ほども述べた通り、これはフェアトレードのミクロ目標であり、フェアトレードに参加する人たちは十分にその目標の恩恵を受けているということができる。貧困で困っている人たちにとって、1番ほしいのはやはり生活の安定である。確かに、教育なども将来的に考えると生活の向上につながるが、今生活に困っている人たちにその支援だけをすることはあまり好まれないのである。また、日本のODAのようにお金の支援をするボランティアも存在するが、それは、途上国の人たちが先進国に対して甘えが出る原因となってしまい、彼らが自立することを阻んでしまうし、途上国と先進国の上下関係がぬぐえないままになるのである。しかし、フェアトレードではあくまで「フェア」であるがゆえに、金銭を与えることをせず、生産者にどうすればお客に買ってもらえるような質の高いものを作られるのかを支援するのである。よって彼らの能力向上にもつながるのである。

また、フェアトレードの恩恵は非参加者へも波及している。あるコーヒー栽培の生産者組合では、その隣のフェアトレードに参加していない生産者たちが、同じものを作っているにもかかわらず自分たちの給料が少ないことを抗議して、実際に給料が改善されたという報告がある。このようにフェアトレードの影響はその外部にも及んでいてマクロ目標の実現も少しずつ進んでいるのである。

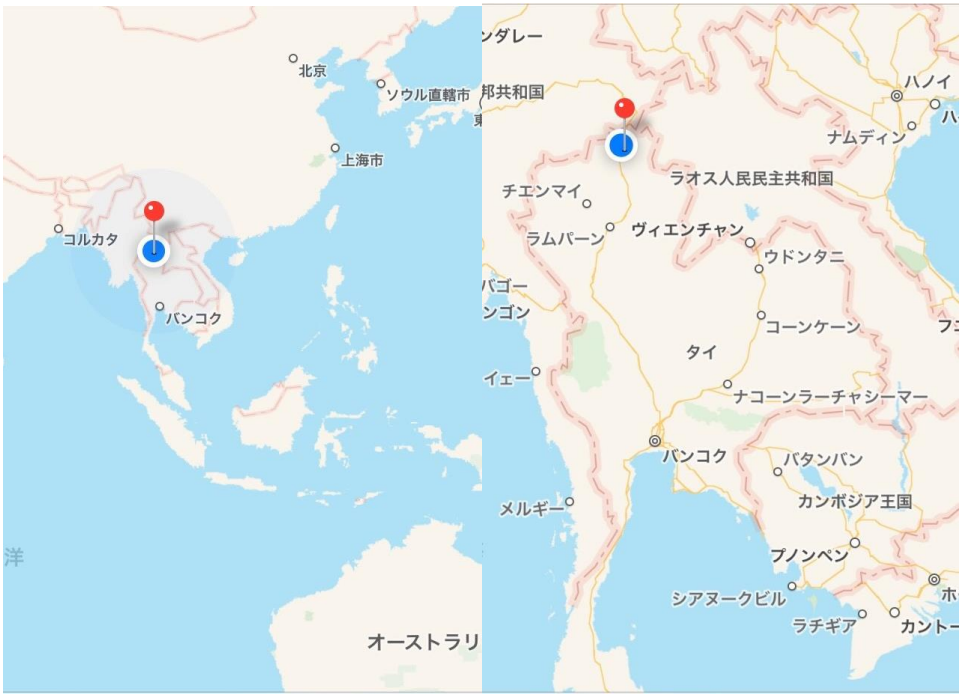
第三節　フェアトレードの問題点

しかしフェアトレードにも様々な問題点が存在する。ボランティアではないことは確かに利点も存在するが売り上げを出さなければならないという問題点も存在する。実際に売り上げが出なくなってフェアトレード商品を扱わなくなった企業は多数存在するし、そういった途上国の商品は市場のニーズに合っていないということがよくある。また、フェアトレードの商品は「フェア」であるがゆえに市場に出回っている商品よりも値段が高くなってしまい、一部のフェアトレードに関心のある人しか買ってもらえないという現状が存在する。

また、そもそもフェアトレードという貿易体制そのものに疑問を持つ人もいる。フランス国営キャスターだったジョン＝ピエール・ボリスは「フェアトレードは物事の本質を見えなくする」と批判している。そもそも今のような貿易体制（モノカルチャー経済、加工品にはより高い関税がかかるなどの不平等貿易）の発端となったのは、国際通貨基金（International Monetary Fund ;IMF）の「構造調整政策」であり先進国の新自由主義である。そういったものを批判の対象とせず、フェアトレードを推し進めようとする姿勢は一見良く見えてしまう分問題の本質を隠してしまっているとボアズは指摘している。マクロ目標を実現させることは新自由主義の訂正を変えるということだが、それは先進国の利益を減少させることと同義なので、実現は実質困難になってしまい、フェアトレードは一時の解決方法にしかなり得ないのである。

第二章　　タイ・チェンライでの現地調査

当研究におけるフェアトレードの被支援側として調査したのは、タイ北部にあるチェンライである。



チェンライの位置

山岳民族を支援する NGO 団体ミラー財団のチェンライ事務所を訪問し、そこで 5 日間にわたってミラー財団における山岳民族の文化とフェアトレード支援等について調査した。その調査結果を以下に第一節～第四節にわたって記す。

第一節　山岳民族の文化

東南アジアには、山岳民族と呼ばれる、半遊牧をしながら山岳地帯で生活している人々が多くそんざいしている。山岳民族は、中国（特に雲南省）、ミャンマー（ビルマ）、タイ、ラオス、ベトナムの国境を越えて広がっており、言葉と文化によって唯一つながっている。タイのチェンライにあるメエヤオ郡は、およそ 274 平方 km の広さがあり、チェンライ市から約 12km のところからミャンマーとの国境近くまで広がっている。メエヤオ郡の人口は約 21300 人（2002 年）であり、その 80%がアカ、カレン、ミエン族の山岳民族である。

今回の研究で調査対象となったタイ王国チェンライの山岳民族のアカ族とラフ族の文化に関して下記に記述する。

●アカ族

アカ族は、元々チベットにある山の上側で、水があまりない地域に住んでいたといわれる民族で、非常に個性的な風習、文化、習慣を踏襲している。現在、約 200 万人～300 万人のアカ族がラオス、ミャンマー、中国、ベトナム、そしてタイに広がって居住している。タイにおいては、アカ族の人口は近隣国からアカ族が移住しにくるため年々増加している。

アカ族（ミラー財団　HP より）

他の民族と同様に、アカ族はその身に着けている衣装や話す方言によって多くのサブグループに分類できる。以下に、タイに住むアカ族を女性が身に着ける頭飾りの違いで分類した 3 つのグループを記す。

① **U Lo**－女性の身に着ける頭飾りは、長い竹筒をベースに作られている。竹筒には、銀やビーズが巻き付けられ、沢山のコイン、色付けされた鳥の羽で覆われている。

② **Lo Mi**—LoMi 族の名前は、Loi Moi(シャン語で Bear　Mountain)というミャンマーのシャン州にある有名な山に由来している。LoMi 族の女性は、銀の玉と銀の皿のついた頭飾りを身に着けている。また、現在では古いコインを手に入れることが難しいため、多くの U Lo 族の女性は Lo Mi 族の頭飾りを身に着けている。

③ **Pa Mi**－Pa Mi 族の名前は、チェンライにある Pa Mi 村に由来している。Pa Mi 族は、中国のアカ族と同じ起源を持ち、似たような方言を話す。Pa Mi 族の頭飾りは耳あてと銀が散りばめられ丸みを帯びている点が特徴である。

タイで話されている多くのアカ族の方言はアカ族同士においてはそのほとんどを理解することができるが、タイに住むアカ族がラオスや中国に住むアカ族の方言をすべて理解することはできない。

〇アカ族の食生活

他の東南アジアの人々と同様に、米がアカ族の主食となっている。アカ族は、山に多くの種類の米を植えるが、その多くはタイ米のような独特な香りはない。山には、灌漑設備がなく、アカ族は一年に一回、10 種類近くの陸稲を雨季の時期に植える。山岳民族の中でもアカ族の食生活はとても富んでおり、材料にも調理法にも工夫が凝らされている。アカ族の家族と食事をとる際、全員が食べる副食の皿と、それぞれ個人にご飯の皿とがある。副食は、箸またはスプーンでひとすくいして食べるのが普通で、その皿を自分のところに持ってきてはいけない。副食をひとすくいずつ食べることは、全員が公平に副食を食べることができることや、食べ物を無駄にしないことにも結び付いている。

〇アカ族の住居

アカ族の居住地域は、日較差が大きい海抜 1200m以上の標高の高い山に存している。アカ族の家々は、竹から作られた比較的低い高床式が特徴である。釘を一切使用せず、ナイフと竹、茅草のみで家を作る。家を包みこむように作られた庇の深い茅草の屋根は、雨と山の強い日差しを防ぐ役目を果たす。

（アカ族　アパー村）

〇アカ族の職業

アカ族は、遊牧農耕民族であり、中国からタイにかけての山の斜面を耕し、何世代にもわたって暮らしている。主食作物として米を栽培しているほか、換金作物として唐辛子、カボチャ、生姜、とうもろこし、瓜、そしてバナナも栽培している。かつて栽培していたアヘンは、重要な換金作物であったが、現在タイでは栽培されていない。また、農地の規制や低地のタイ経済の影響によって多くのアカ族が都市で仕事を探さなければならない状況にある。そのほとんどが日雇い労働者であり、しばしばタイ政府の定める最低賃金の一日 135 バーツをもらうことができない場合が多々ある。アカ族はまた、機織や刺繍、竹細工などの手工芸品を売って生計を立てている。

●ラフ族

ラフ族は元々チベットに住んでいた民族で、現在約 80 万人のラフ族がラオス、ミャンマー、中国、ベトナム、タイに広がっている。人数分布としては、全体の約半数が中国に在住しており、ミャンマーには 25 万人、タイには 10 万人、ラオスには 2 万人、そしてベトナムにも散在している。また、アメリカには 1960～1970 年代に、ラオスに侵入してきたベトナム人共産主義者と戦った人々が形成しているラフ族の難民コミュニティがいくつか存在する。ラフ族は衣装や話す方言により多くのグループに分類される複雑な民族集団で、タイだけでもブラック、レッド、シェレー、イエロー、ラバ、バンラン、ホワイトラフが生活している。ラフ族は、他人に対して警戒心が強く外部の人々との接触を嫌い、他のグループとの距離を保つために高地で生活することを好む。また、ラフ族は狩猟にたけている。

ラフ族（ミラー財団　HP　より）

○ラフ族の食生活

他の東南アジアの人々と同様に、米がラフ族の主食になっている。山には、灌漑設備がないためラフ族は一年の一回、雨季の時期のみ米を植える。典型的な食事は、野菜や豆のカレーと二種類以上のチリペーストで通常肉は食べないが特別な行事の際には、肉も料理に出される。アカ族の家族と食事をとる際、全員が食べる副食の皿と、それぞれ個人にご飯の皿とがある。副食は、箸またはスプーンでひとすくいして食べるのが普通で、その皿を自分のところに持ってきてはいけない。副食をひとすくいずつ食べることは、全員が公平に副食を食べることができることや、食べ物を無駄にしないことにも結び付いている。

ラフ族の食事（左：卵焼き、豚肉、白米、スープ　右：ロッドゥワ）

○ラフ族の住居

ラフ族は、幾つかの支族に分かれており、支族ごとに家を建築する。ラフ族の家の基本的な型は、硬い木を支柱とし、屋根は草茸きでありそれ以外の部分にはすべて竹を用いる。

（ラフ族　ヤフー村）

〇ラフ族の職業

ラフ族は農耕民であり、何世代もの間中国からタイにかけて山の斜面を耕し暮らしている。主要作物は米であるが、他にもトウガラシ、カボチャ、ショウガ、トウモロコシ、ヒョウタン、バナナなどを栽培して生計をたてている。かつてはアヘンも栽培していたが、現在は行っていない。また、農地の規制や低地のタイ経済の影響によって多くのラフ族が都市で仕事を探さなければならない状況にある。そのほとんどが日雇い労働者であり、しばしばタイ政府の定める最低賃金の一日 135 バーツをもらうことができない場合が多々ある。幸運にも農地を得られた村人もまた、焼き畑農業を禁止されため過去何百年もの間続けられていたラフ族の農作業法を変え、シャン族の段々畑を取り入れざるを得なくなった。そして、ラフ族はタケノコや竹に住む虫、そして他の森の恵みを販売して生計を立てている。

ラフ族　トウモロコシ畑

第二節　山岳民族の貧困

タイの山岳民族は、現在貧困問題という大きな問題に直面しており NGO 団体ミラー財団はフェアトレード等を通してその解決にむけて取り組んでいる。そこで、なぜタイの山岳民族がそのような困窮状態へ陥っ

たのか大きく二つに分けてその理由を以下に記す。

１．タイ政府の開発による環境の変化

①山岳国境地帯でのケシ栽培とアヘン製造

かつてタイ北部の山岳地域では、小規模農園で薬草や民族衣装のビーズなどが栽培されていた。ビーズは、貝殻のために交換されその一部はシルクロードを通してヨーロッパへももたらされた。しかし、イギリスやフランスが東南アジアに進出し各国で植民地化が進み始めると、タイ政府は外貨獲得のため山岳民族によるケシの栽培を奨励するようになり、大規模農園でのケシの生産が拡大する。第二次世界大戦以降になるとタイ国内でもミャンマー側でビルマ共産党や中国国民党の残党がシャン州などでアヘンを生産し、依然としてアヘン栽培が盛んな地域ゴールデントライアングルの一国を占めるタイ王国がアヘン供給国家として国際的な非難を受けようになる。その後、タイ政府はアヘンやケシ栽培の取り締まりを強化し、生産者である山岳民族は弾圧を受け、職を失うものもでてくるようになる。

②治安維持と安全保障

第二次世界大戦後、タイ王国周辺では中国やベトナム、ラオスなどで共産化が進み東南アジア情勢が不安定化した。例えば、ミャンマーのイギリス連邦からの独立を契機としてカレン族とシャン族は内戦を始め、ラオスでもラオス内戦が勃発、ミャンマーでは、軍事力強化のため少数民族が麻薬の生産を開始し、ベトナムでもベトナム戦争が勃発し 1975 年まで続くこととなる。タイ国内でもまた、中華民国の残党がチェンライで中国人村を形成、また学生を中心とした民主化運動も巻き起こる。そのような不安定な状況の中でタイ人ではない山岳民族がタイの安定を乱すとして弾圧をうけるようになる。

④　森林資源の保護

19 世紀末外貨獲得を目的にタイ政府の協力のもと、チークやローズウッドの商業的伐採を行い、その結果、タイ王国の森林面積は二分の一へ減少する。1975 年に、山林利用を厳しく規制するようになる。残り少ない森林面積は、山岳民族による伝統的な焼き畑農業の中で減少し、自然や山岳民族の生活環境は悪化した。また、山岳民族はタイ語が理解できないため森林保護を進めるタイ政府に他国のゲリラ活動家と誤認されるケースもあった。

以上 3 つの問題を解決するため、タイ政府は山岳民族を低地に移住させタイ社会への同化を図った。しかし、低地には耕すための土地がないため食料は減少し、病害虫に強い伝統作物を失ったため天災や病害虫の発生から借金を背負う山岳民族も出てくる。その中で都市で出稼ぎにいくも最低賃金を切る安い賃金で雇われ、さらに差別や人身売買の被害にもあうこともよくあった。

２．タイを含む世界の近代化のグローバル化

第二次世界大戦後の世界での資本主義化等の近代化やグローバル化は、タイでも例外なく巻き起こった。それはタイ人はもちろんのこと同じタイに住む山岳民族にも大きな影響を与えた。例えば、これまでの山岳民族の伝統的な物々交換経済は、貨幣経済へと移行した。その変化の中で、山岳民族は売春や麻薬製造等を通じて金銭を求めるようになる。その結果、山岳民族の麻薬中毒者は増え、これまでの循環型農法は崩れ、さらに効率化の追及から相互援助の伝統文化も廃れ、生物多様性失われるモノカルチャー経済へと移行した。ただし、近代化による生活の向上も数多く見られた。例えば、病院や学校が整備されその結果、死産の減少などが挙げられる。

第三節　ミラー財団の支援活動

ミラー財団は、タイに住む山岳少数民族（山地民）の生活向上と文化・伝統の継承をサポートする NGO 団体である。1996 年 9 月からタイ山岳姻族への支援を開始し、その支援活動は多岐に渡って行われている。

ミラー財団チェンライ事務所

その活動内容を継続している活動とすでに終了している活動の二つに分類して以下で説明する。

・現在進行中のプロジェクト

① タイ国籍取得運動プロジェクト

山岳民族の出生情報を集めデータ化し、タイで安全に暮らすためのＩＤカードの獲得を進めかつ、政府に対し法律改正のための働きかけやアドボカシー(権利擁護)も行っている。

② Filme for Change(旧バンノークチャンネルプロジェクト)

一般の人々に対し、山地民の正しい情報やタイの中で虐げられた人々の問題を広める手段にメディアを利用し、また急速に失われつつある伝統儀式等を編集、それらを保存する活動も行っている。

③ ICT 社会開発プロジェクト

Information Comunication technology の略であるこの活動は、ミラーすべての活動の中心にあり、日々社会の必要性を説くためにインターネットの新たな活用方法を探求している。また NGO、政府、警察など様々な組織のネットワークを強化する一方で、コンピューターの効率的な使用方法を広めています

④ 街と村の文化交流プロジェクト

タイ全土から集まったボランティアたちが、村に滞在しながら山地民の子どもたちのために自分の持っている知識（タイ語、算数、社会等）を教え、その代わりに村人から彼らの生活や知恵を学ぶ。その活動は、タイの中にある様々な異文化をお互いに学ぶことに繋がる。

⑤ フェアトレードプロジェクト

女性によって作られた手工芸品を買い取り、インターネット上とショップで販売している。また、ミラーにあるショップは、裁縫のための小さな職業訓練所になっている。

⑥ 若者育成プロジェクト

インターンシップやボランティアとしてミラーの活動を一緒に盛り上げてくれる人々を積極的に受け入れ、将来の平和な社会への実現を目指し努力している。ミラーでは年間を通じ 50 人以上の大学生を送り出している。

⑦ 子ども基金プロジェクト

学びたいと強い意志を持ち家庭が貧しい子どもに奨学金を与えたり、学校外での学ぶ場も提供している。

⑧ エコツアープロジェクト

村のエンパワーメントを促すため、村の文化･伝統を守るため、村内で現金収入を得るために、村内でのホ

ームステイが可能なエコツアーを取り入れている。
⑨　外国人ボランティアとインターンシップ
短期～長期で外国人ボランティアを受け入れ、彼ら彼女らのマンパワーを提供してもらう代わりに、学びの機会を提供している。
⑩　人身売買と不法取引撲滅プロジェクト
村の女性や子どもが人身売買に巻き込まれないよう、各村々、警察、学校、その他の組織へネットワークを広げたり、人身売買撲滅のための教育提供を広く行っている。
⑪　自然災害防止と復興支援プロジェクト
チェンライ県の洪水、土砂崩れ等を防止するための活動と被災地の復興支援をしている。
⑫　フリースクールプロジェクト
ミャンマーとの国境付近に新しく移住してきた山岳民族を対象に、タイの学校に進学できるようにするための準備をするための学校を作っている。

・活動が終了したプロジェクト
①　若者ネットワークプロジェクト→2003 年で終了
敏感で最も影響を受けやすく、危険にさらされる可能性の高い若い世代のネットワークを強化するのと同時に、未来の山地民リーダーを育成している。
②　子ども自習センタープロジェクト→2003 年で終了
いわゆる小学校に行くにはまだ満たない歳の子どもたちが通う保育所です。ここでは、競争のための教育ではなく自由な発想を育てる教育を行っている。
③　古着販売プロジェクト
古着や毛布を格安で販売し、その収益は体の不自由な者や身寄りのない老人へと寄付される。
④　森林保護の土の家プロジェクト→2003 年で終了
森林伐採を防ぐため、木材を使用しない土を材料にした新しい形の家を考案している。
⑤　麻薬撲滅ネットワークプロジェクト→2002 年で終了
村や家族の協力のもと、麻薬中毒者のリハビリテーションのためのキャンプを行っている。
⑥　山岳の歌プロジェクト
伝統音楽の記録やアカ族が歌う CD を作ることによって、伝統音楽を保護し促進している。

第四節　タイ・チェンライでのフェアトレード
　第三節で述べたように、NGO 団体ミラー財団では山岳民族への支援の一環としてフェアトレードを行っている。下記に、そのフェアトレード商品やその課題などを下記に記していく。
●フェアトレードの支援対象とその生産方法
ミラー財団チェンライ事務所周辺のアカ族、ラフ族、カレン族、ミエン族の子供を持つ母親
工場では商品を生産せず、子育てと農作業の合間の時間で生産する。
●フェアトレード商品（価格はミラー財団チェンライ事務所のフェアトレード店での価格）
鳥の笛　　約 150 バーツ（約４５０円）
山岳民族は粘土でこねて作った笛を用いて鳥をおびきよせ捕まえる。それをアイデアの一つに作られた鳥の形をしたネックレスや置物

（ミラー財団　フェアトレードショップ　鳥の笛）

ミサンガ　10 バーツ（約 30 円）

（ミラー財団　フェアトレードショップ　ミサンガ）

衣服

伝統衣装そのままでは需要が少なく買ってもらえないため、伝統衣装の織り方などアイデアを取り入れた衣装を製造。

例　ラフ族　機で織った服

（ミラー財団　フェアトレードショップ　衣服）

●販売場所
〇ミラー財団　チェンライ事務所のフェアトレード店
→顧客はミラー財団のツアー客や職員
　10 バーツで仕入れたミサンガは 10 バーツで販売（マイナス利益）
　服やカバンの販売で利益を出す
〇ミラー財団のゲストハウス
〇バンコクのハンドメイドショップ
〇チェンライ　ナイトバザール（過去）
※テナント料が高すぎたため中止
〇キリスト教青年会（Young Men’s Christian Association ;YMCA）（過去）
〇立命館フェアトレードサークル Beleaf
シサム工房へ転売し、日本で販売

●フェアトレードの利点と課題
　販売の課題としては、市場の開拓が挙げられる。フェアトレード商品の販売する場がない結果、さらなる生産の余裕はあるものの在庫を抱えるため抑えている。その解決策としてフェアトレードマークを商品につける案がある。というのも、そのネットワークを使えば販路拡大に期待を持てるからである。ただし、そのマークの手続きに手間がかかるのが難点として存在する。
　また、物価上昇と購買意欲の高まりに伴い山岳民族の生活事態はあまり改善していない。ただし、ミシンの使い方を教えて自立につなげるほか、商品生産の中で山岳民族の女性同士集まる機会を設けることでコミュニティの形成につなげている。

第三章　日本におけるフェアトレード

この章では、フェアトレード商品を取り扱う企業や組織で活動する人々に話を伺い、その内容を以下に記す。

●立命館フェアトレードサークル Beleaf

ミラー財団での聞き込み調査の中で、ミラー財団のフェアトレード商品の市場の開拓の一助となり、鳥の笛を販売している団体として立命館大学 Beleaf の名が挙がった。そこで、どのような経緯から鳥の笛を販売するに至ったのか、またその団体の活動内容を伺った。その調査結果は、以下の通りである。

立命館フェアトレードサークル Beleaf　2005 年設立

〇活動内容

・フェアトレードコーヒー試飲会
・麻のミサンガ販売（学園祭）
・中学校での訪問授業（平安女学院）
・地域行事に出店（神社のお祭り等）

〇ミラー財団との交流

１．つながるきっかけ

Beleaf 初代の代表が NGO ミラー財団でインターンをし、その時鳥の笛に出会う。
その鳥の笛に魅かれて日本での販売につながった。

２．鳥の笛の転売

Beleaf は、ミラー財団から鳥の笛の完成品及び色を付ける前の未完成品を仕入れ在庫管理している。Beleaf の女性卒業生から声がかかりその鳥の笛をシサム工房で委託販売するほか、出張販売を行っている。出張販売で、色なしの鳥の笛を親子連れの方に販売し色付けをしてもらっている。Beleaf には利益が出ており活動維持費にあてている。2016 年は、色付きと色なしの鳥の笛総計 3～400 個を注文し、一個あたり 500 円を支払っている。鳥の笛のストックは、十分にあるわけではないので、注文してから一か月ほどで日本に商品が届くことを踏まえて定期的に購入している。金銭の授受は基本バーツでの振り込みか現地への訪問時直接渡している。

３．現在のミラー財団との交流

13000 バーツで 2～4 回生を中心に毎年、夏・春に希望者をつのる。毎回、同じプログラムというわけではなく、タイ人の日本語学科の人との交流などフェアトレード以外のプログラムも行っている。

４．ミラー財団とシサム工房を仲介する中で困難なこと

双方との連絡が取りにくいことが挙げられる。

５．鳥の笛以外で扱う商品
ミサンガ、キーホルダー
コーヒーショップから仕入れたフェアトレードコーヒーやチョコレートを立命館衣笠キャンパスの生協で販売。

６．他大学との交流
新入生歓迎などで同志社大学のフェアトレードサークル Ticarette と交流

●シサム工房　森ノ宮キューズモール店　店長　小林　唯さん
　フェアトレードの支援側の課題を調査するため、京都・大阪・神戸に実店舗を 7 店舗展開する関西でも有数のフェアトレードショップであるシサム工房に聞きとり調査を行った。以下にその調査結果を記す。

シサム工房
〇販売方法
①　小売店
②　他のフェアトレードショップへの卸売り
③　ノベルティ事業
例 ; オープンキャンパス等でのイベントで配布・利用するエコバッグやマグカップなどの記念品にフェアトレード商品を大量に仕入れてもらう。

〇客層
基本的に 30～40 代の女性
森ノ宮キューズモール店では、デパートに位置するためファミリー層のお母さん方や学生も対象

〇商品の販売における工夫
　商品の開発にあたり直接海外の現地に日本人が向かい、現地の技術を使い日本人に売れそうな商品を開発する。そして、その文化も伝えることができるよう努力する。
例：手編みを一部取り入れる
　手作りであるため、すべて画一した商品を作ることは困難で縫製もしばしばミスが存在する。しかし、シサム工房はそれも個性の一つとして重視している。フェアトレードは、ボランティア精神だけではなかなか続かないため、商品の質で勝負している。そのため、客の多くがフェアトレードだからではなく商品の良さで購入している。

〇フェアトレードマークについて
　シサム工房では、二種類のフェアトレードマークを利用している。
国際フェアトレードラベル機構（Fairtrade Labelling Organizations International ;FLO）の：認証マーク：原料の生産から認証ラベルが貼付された最終製品（完成品）となるまでに製品（原料）の売買行為を行う（所有権を保持する）組織が認証を必要とする
（例）コーヒー豆、スパイス、ハーブ、蜂蜜

世界フェアトレード機関（World Fair Trade Organization ;WFTO）のマーク：WFTO に加盟し生産者の労働条件、賃金、児童労働、環境などに関して基準を満たしていることを認められた団体が取得するマーク

これらのフェアトレードマークは、フェアトレードマークに関心を示す顧客に対してフェアトレードを説明する一つの方法として利用されている。また、マークを用いた場合、視覚的にフェアトレード商品であることが確認できるため、わかりやすく安心感をもつことができる。ただし、フェアトレードマークがあるからその商品を買ってくれるというわけではない。

フェアトレードが直接貧困層の生活改善につながらない場合もある。ただし、生活の向上以外でフェアトレードは効果を発揮している。

１．フェアトレード商品の工場が託児所としての役割を果たし、病院や学校へ通院通学を可能にする
２．男尊女卑により自身の経済力を奪われている女性への支援
３．支援地域の文化を日本へ伝える
４．商品の売れ行きの好調を生産者へ伝えることによる自信の獲得

また、被支援側に生活向上の意思がなく現状に満足している場合もあった。

●Love＆sense　代表　高津　玉枝さん

フェアトレードの最前線で商品開発や貧困解決に取り組む方の話を伺いたいとの考えから特定非営利活動法人　大学コンソーシアム大阪が主催するグローバル人材育成講座の国際協力コースに参加し、そこで講演して頂いた Love&sense の代表高津玉枝さんに聞き取り調査を行った。その講演内容及び聞き取り調査内容を以下に記述する。

WHTO によると、フェアトレードとは貧困のない公正な社会を作るための、対話と透明性、互いの敬意に基づく貿易のパートナーシップであり、フェアトレードは、特に「南」の立場の弱い生産者に、よりよい貿易の条件を提供しその権利を守ることによって、持続可能な発展を支援する。

「フェアトレード学」によると、フェアトレードが必要な要因は下記の通りである。

〇途上国内の要因
① 仲買人による買いたたきと支配
② 劣悪な労働環境
③ 政府の腐敗と後退
〇国際的な要因
① 一次産品価格の長期下落と乱高下
② 国際商品協定の崩壊
③ 北の不公正政策
④ 援助の限界・失敗
国際貿易から貧困層になる人々は、以下の二つに挙げられる。
① 貿易の仕組みに属しているが、搾取されている人々
　例：カカオやコーヒーを栽培している人々
② 貿易の仕組みに属していない人たち
　例：ベトナムのモン族
モン族は、伝統的に米を物々交換して生活していた。貨幣経済へ移行すると金銭を手にするため米を販売しようとするも輸送手段をもたないため、仲買人に安く買い上げられる。出稼ぎにいくも、言葉や文化の違いから職に就けず貧困に苦しんでいる。

〇高津さんの取り組み
2006 年当時のフェアトレードの市場
・顧客にフェアトレードの知識がない（当時のフェアトレードの認知度３％）
・NPO 関係の人のみが関心
・東南アジアの土産的商品
その状況を打開するため、
フェアトレード商品を素敵に仕上げ、フェアトレードを知らない顧客に届け、気軽に買える環境をつくる思いから Love&sense を設立する。期間限定で表参道ヒルズや新宿伊勢丹に展開した。フェアトレード商品を買わない数ある理由の中でも一番の理由が「近くに買える場がない」として挙げられていたため、顧客が気軽に行ける阪急百貨店に Love&sense 阪急うめだ本店をオープンする。
フェアトレードの成果は、以下の３つである。
１．貧困層に収入をもたらす
２．貧困層に技術をもたらす
３．貧困層がマーケットに参入できる力をつけることができる。

フェアトレードの課題は、以下の 5 つである。
１．フェアトレード商品が売れなければ貧困層へ恩恵を届けることができない
→フェアトレードは持続していかなければならない。
２．品質の低さ（品質の向上が困難なケースがある）
３．納期の不順守

４．コストの高さ
５．貧困層のフェアトレードへの依存

Love＆sense におけるフェアトレード商品の課題
1.　Foreign Object 異物混入
　例：ピン刺したまま→X 線による検品体制の確立、生産者への教育
2.　Damage　傷入り
　例：ポケットの破れ、色落ち、色移り
３．Cost　価格
　H&M や UNIQLO の服と比較すると、フェアトレードの服の価格は高い
以上の問題を乗り越えフェアトレード商品を売れるための方策
１．おしゃれにみせる
２．フェアトレード商品の生産過程を顧客に伝える。
　例：このネックレスは、ベトナムのハナム州のミトー村の住人たちが作りました。

フェアトレードに取り組む上での注意点
①　フェアトレード商品の生産者を独占しない。
　すなわち、Love&sense の工場を作らないということ。生産者が成長することを重視しているため、生産者が Love＆sense 以外に輸出先を確保することはリスクヘッジとして大切。
②　フェアトレードは、相手との信頼関係の中で継続的にとり組む
　フェアトレードは一時的な取引ではその効果を表さない。継続的にパートナーと取引する必要があるため、最初のパートナーシップが最も大切で一度取引すると決めたなら腹をくくらなければならない。
③　コミュニティを大切にする
　フェアトレード商品の生産者には、その地域の平均的な給料＋α の賃金を支払う。仮にフェアトレードの工場だけ賃金を高くすると、物価が高くなり格差は拡大し、村のコミュニティの破壊につながってしまう。そのため、そのような賃金面では現地の信頼できるパートナーに任せる。
④　生産者が持つ資産や財産を考慮し、決して生産者に無理をさせない。
　かつてフェアトレードの服にファーやレースをつけようとした。その販売所は村から車で 3 時間の場所に位置していたため、買いに行くだけでも大変であった上、買ってきた商品が想像と違って買いなおす必要がある場合さらなる負担を生産者に背負わせることになった。この反省から生産者が持つ財産や資産を踏まえ、無理なお願いはしないようにしている。

４．考察

　以上の調査の結果、貧困層の生活の向上を目標とする理論上のフェアトレードとフェアトレードの現状は、大きく異なっていることが判明した。というのも、物価の上昇や被支援側の消費活動の活発化により実際フェアトレードはその生活を改善足らしめていないからである。また、フェアトレード商品生産者だけが、共同体をともにする他の生産者以上に賃金を獲得した場合物価上昇による格差拡大からその共同体が崩壊する可能性も否めない。これは、格差を是正するはずのフェアトレード理念にかなっていない。そのため、今後のフェアトレードでは支援対象を村人等の個人にするのではなく、その個人が属している共同体全体に

するべきであり、そのフェアトレード活動の開始時点で最初からすべての共同体を対象にするのは不可能だとしてもその対象を少しずつ拡大する計画を持つべきである。そうすれば、共同体内に格差が生じる可能性は下がるであろうし、共同体間の格差も大きくはならないであろう。そして、生活の向上をより確固たるものにするために、モノカルチャー経済から脱するため現在依存している作物や商品以外の生産物に対する技術指導や生産物の生産量・販売量拡大のためのビジネスのノウハウの教育など知識面での支援も不可欠である。ボランティアではなくビジネスであるフェアトレードは、「アンフェアトレード」で扱われた商品に価格で負けるためその対価に見合う商品の質やデザインで勝負する必要がある。だから、技術の向上やフェア（公正）を維持したたままでのコスト削減につながるその支援は長期的に見て支援側にも利益をもたらすであろう。また、そのような知識は支援側に依存することなく自立するためには不可欠である。その二点を主軸にフェアトレード事業を展開していけば、支援側の善意が確実に被支援側の生活向上につながり、日本と東南アジアはより良好な関係を築けるであろう。

５．結論

本研究では、貧困層の自立を促すフェアトレードを通した日本の東南アジアへの支援策を探求することを目的としてフェアトレードの書籍調査やタイ王国のチェンライでのフィールドワーク、日本のフェアトレードを取り扱う企業や組織への聞き取り調査を行った。その結果、フェアトレード商品の品質や価格、その販売そして、フェアトレードによる生活向上の困難さなどのフェアトレードの支援側と被支援側の課題が浮き彫りになった一方、フェアトレードにおいてコミュニティや自立のための技術指導の大切さも見えてきた。そこから、今後日本がフェアトレード事業を展開する際、個人ではなく共同体全体を支援対象にし、ただ公正な賃金を与えるのではなく技術指導やビジネスのノウハウ伝達もフェアトレードの一環として行う必要があるという知見を得た。この研究においては貧困層が生活の向上を望んでいるという前提で調査及び研究を行った。しかし、実際にチェンライでのフィールドワークの中でアカ族やラフ族の生活をホームステイを通して体感して感じたのは、その「生活の向上」を果たして本当に山岳民族たちは望んでいるのかという疑問である。というのも、確かに私が滞在したアカ族のアパー村やラフ族のヤフー村には電気は通っておらず、道路も不整備で、シャワーも温水が出なかったが、山岳民族の方々は皆優しく、日々の生活に充足しているように感じられたからだ。この個人主義や効率化が進んだ日本のような近代化社会にはない人と人とをつなぐ文化が未だ現存していたのだ。そのため、今後の課題としては、どの段階まで生活の向上を果たしてする必要があるのか、そのような文化を保全しながらどのようにして生活を向上させるのか考える必要がある。

参考文献

Learning Lahu Hilltribe Culture Book　The Mirror Foundation
http://www.themirrorfoundation.org/jp
Learning Akha Hilltribe Culture Book　The Mirror Foundation
http://www.themirrorfoundation.org/jp
若松勇・助川成也編著『タイ経済の基礎知識』2015 年　ジェトロ-日本貿易振興機構
コナー・ウッドマン（松本裕訳）『フェアトレードのおかしな真実』英治出版
松井範惇・池本幸生編著『アジアの開発と貧困可能力、女性のエンパワーメントと QOL』第 12 章　明石書店

渡辺龍也『フェアトレード学：私たちが創る新経済学』2010 年　新評論
フェアトレードラベルジャパン/Fair Trade Japan
http://www.fairtrade-jp.org/
国際フェアトレードラベル機構認証マーク画像
http://blogimg.goo.ne.jp/user_image/24/32/8508ec90716ce6e5a48ad4e2ff5b361a.jpg

WFTO-Official Site
http://wfto.com/

WFTO 認証マーク画像
https://www.google.co.jp/search?q=WFTO&client=safari&hl=ja-jp&prmd=ivn&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjuqtj1teLQAhUJwrwKHeC9BsIQ_AUIBygB&biw=320&bih=460#imgrc=POw7v9xWO6fhoM%3A

Fair＆Ecology　People Tree HP
http://www.peopletree.co.jp/about/certify.html

ミラー財団 HP 活動内容
http://www.themirrorfoundation.org/jp/activity/

ミラー財団 HP 山岳民族について　主な山岳民族の紹介 アカ族 ラフ族画像
http://www.themirrorfoundation.org/jp/hilltribe/maeyao/
http://www.themirrorfoundation.org/jp/wp-content/uploads/2014/11/aka.jpg
http://www.themirrorfoundation.org/jp/wp-content/uploads/2014/11/lahu.jpg