

倫理的貿易とEUの通商政策

大西（神余）崇子*

城西国際大学

Ethical Trade and EU Trade Policy

Takako Ohnishi (Kanamaru)

Josai International University

2015年に発表されたEUの新貿易戦略「Trade for All」（全ての人のための貿易）では、理念に留まってはいるものの、今後持続可能な社会構築のためにEUが倫理的貿易を促進することを示した。本論文では、これまでの倫理的消費、倫理的貿易の概念整理を行い、消費行動を通じた倫理的貿易を求める運動とその中心となるフェアトレード運動の経緯を整理する。そして、倫理的消費、倫理的貿易の中心地であるヨーロッパにおいて、EUの政策における倫理的貿易の取り扱いと政策決定がどのように変化していったのかを示す。

Keywords: Ethical Trade, European Union, Trade Policy

キーワード：倫理的貿易，EU，通商政策

I はじめに

EU通商政策の方向性を示す新貿易戦略「Trade for All-Towards a more responsible trade and investment policy-（全ての人のための貿易ーより責任ある貿易・投資政策に向けて）」が2015年10月に発表された。そこには、生産者、消費者、富める国、貧しい国、大企業、中小企業、経営者、労働者、全ての人の利益につながる貿易を目指すとした、これからのEU通商政策理念が述べられている。2006年の貿易戦略である「Global Europe-competing in the world-」以降積極的になった地域間、国家間FTA交渉の内容が不透明であり、巨大多国籍企業の利益が優先されていないかという市民の懸念、また輸入品の生産地における社会、環境、人権問題において消費者側から懸念を示したことが、2015年新貿易戦略の背景にある。新貿易戦略では、貿易協定、経済のグローバル化や自由貿易を否定することなく、交渉の透明性を確保し、むしろ貿易を利用しつつ気候変動や環境にやさしい、そしてなにより人間の尊厳、自由、民主主義、平等、法の支配および少数派に属する者の権利を含めた人権の擁護といったEUの基本的価値観¹に基づいた持続可能な社会の構築のために倫理的貿易を促進することを明示している。

共通通商政策はEUの排他的権限が行使される政策の一つであり、貿易に関する立法や域外国との国際貿易協定に関しては、加盟国ではなくEUが制定、締結する。加盟国が独自に行うよりもEUレベルで行う方がEUの利益になるとされた分野であるが、一方でEUの権限拡張や濫用に対する市民の懸念に対して、EU諸機関は対応する必要がある。EU諸機関は、EUの正統性を示すためにも、EU市民がEUの政策決定に自ら参加していると感じるようなプロセスを踏む必要がある[Youngs, 2013]。

*筆者は匿名のレフリーに深甚なる感謝を申し上げます。レフリーから多くの有益なご助言と修正点のご指摘を頂いた。尚、残された謝りや脱漏は筆者のみの責任である。E-mail: kanamaru@jiu.ac.jp

これまで、フェアトレードに代表される倫理的貿易はあくまで民間の自発的行為として捉えられ、評価はするもののEUレベルでの積極的関与はなかったが、倫理的消費がEU市民の中で広がりを見せ、フェアトレード運動がEU諸機関に徐々に認知されるようになり、EUの通商政策に組み込まれた事は意義ある動きである。

本論文では、これまでの倫理的消費、倫理的貿易の概念整理を行い、主にヨーロッパ市場での倫理的消費の広がり、消費行動を通じた倫理的貿易を求める運動の経緯を整理する。そしてEUの政策における倫理的貿易の取り扱いがどのように変化していったのかを示す。

国際的なサプライチェーンが広がり複雑さを増す中、サプライチェーンの全体的管理は最終消費財を販売するグローバル企業側の責任として求められている。今後ますます倫理的貿易は企業の連続性や収益性の前提条件となるであろう。これら民間企業行動の広がり、結果として、倫理的市場が形成されるとしても、消費者の倫理観と企業の自発的行為のみに頼ってよいのだろうか。倫理的市場形成過程における公共機関(EU諸機関、国、地方自治体)の役割は大きいと考える。その認識をもってEU内の各フェアトレード団体はEUの政策に組み込むように訴えてきた。まだ理念レベルに留まり、具体的なアクションまでには至っていないが、新貿易戦略の策定はその一歩と言える。

II 倫理的消費、倫理的貿易とは

はじめに、倫理的消費、倫理的貿易とは何かを考えたい。倫理的消費という言葉の使用は、古くは1980年代後半からイギリスにおいて発祥したとされるが、後述するようにその概念はあまりにも幅広く、現段階においても明確に定義するというよりは、包括的な用語として扱われている。世界経済のグローバル化と並行するように、主に資本主義先進国において、消費者の日常の意思ある購買選択方法として広まった[Lewis&Potter, 2011]。

日本における倫理的消費の定義は2017年4月にまとめられた「倫理的消費」調査研究会²の報告書に「消費者それぞれが各自にとっての社会問題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援したりしながら、消費活動を行うことである」[消費者庁, 2017年]としている。しかし、その対象は社会貢献したいという内心から発動される寄付付き商品、チャリティ型商品の購入のような“支援”や“援助”から、環境問題、途上国の貧困問題、労働者の権利、持続可能な消費、リサイクル運動、動物保護、災害復興支援、地産地消、そして適正価格での調達と貿易(フェアトレード)、さらにはその廃棄方法まで考慮した消費と相当に幅広く複合的であり、一つの枠に定まるものではない³。

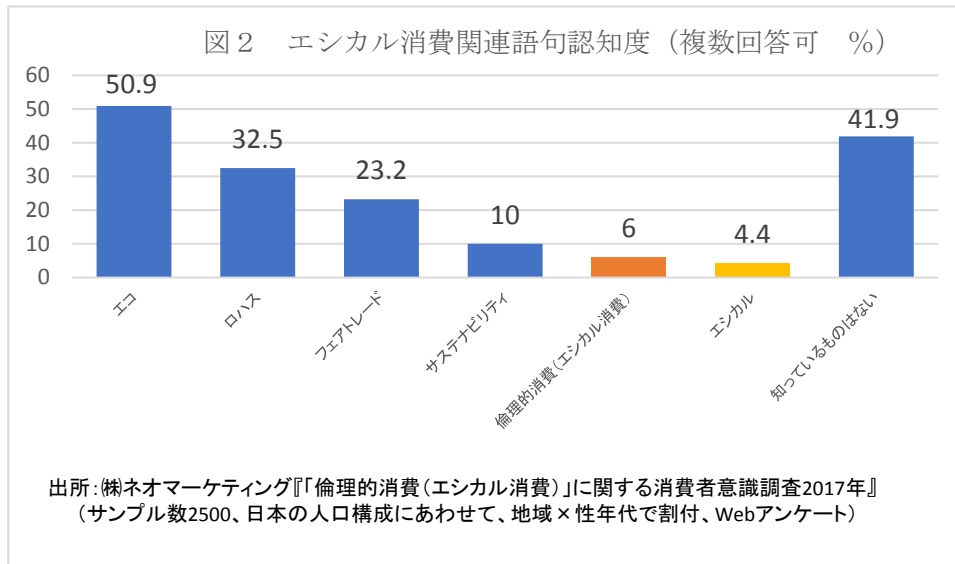
しかしながら、幅広い領域ではあるものの、それらの多くはその商品やサービスを提供している側の人や、労働環境、製造方法に関心を示し、自身の購買行動が誰にどう影響を与え、さらには自分自身にどう降りかかるのかという、先の社会を考えた上での消費行動という点は共通している。

以下の図1は[Lewis&Potter, 2011][西尾, 2015][馬場, 2015][消費者庁, 2017年]などの先行研究をもとに筆者が作成した倫理的消費のイメージマップである。消費者自身が日常の商品やサービスの販売価格に疑問を持つことを思考の出発点として作成した。「どうしたら、こんなに安い価格で商品やサービスが提供できるのであろうか」と疑問に思う消費者個人の疑問から、本当にその安さは適正価格なのかと、購入の際に考えることからすでに倫理的消費は始まっている。

図1 倫理的消費マインドマップ



しかし、日本での倫理的消費、もしくはエシカルといった言葉の認知度はまだ低い⁴。また下記の調査においては41.9%がこれらエシカル消費関連語句をひとつも認識していなかった⁵。



次に倫理的貿易であるが、倫理的貿易は、貿易もしくは国の通商政策に倫理性を取り込む行為の事を言う。倫理的消費は国内製品、輸入製品問わず、消費者の消費行動と社会問題を結びつける行為であるが、倫理的貿易は、貿易による原材料および最終財の調達行為、複数国での生産工程管理から、貿易協定における倫理的規制の導入といった、供給側の行動に倫理性を問うものである。

他国に比べ少ないながら日本でもフェアトレードは23.2%の認知度があるが、何をもってフェアとなすかによってその言葉の持つ印象はこれまで大きく異なってきた。

Ⅲ 何をもってフェアなのか

何をもってフェア（公正）な貿易なのかは、立場によって主張が異なる。[Maseland Vall, 2002]は、途上国開発における貿易の役割について、これまで自由貿易派と保護貿易派によってフェアの概念が異なっていたが、2000年以降3番目の概念がフェアトレード運動の中で登場したとしている。以下では、これら3つの概念について整理する。

まず、自由貿易派にとってのフェアの概念は、自由貿易こそが途上国に利益をもたらす、開発と世界市場への参入においては自由貿易が不可欠とする立場をとり、「自由であることこそがフェア」となる。極端に言えば、国家間の貿易取引に何らかの制約を設ける通商政策でさえフェアでないことになる。

一方、保護貿易派にとってのフェアとは、自由競争下の貿易取引は技術力、生産性、インフラ整備全てにおいて先進国とギャップがある途上国にとって有害になる可能性が大いにあり、先進国の対途上国貿易には保護と援助が必要とする立場をとり、「特惠を与えることがフェア」となる。

そして第三のフェアの概念は、「グローバル化と自由貿易は公正な方法で行う限りは途上国に利益をもたらす」という立場をとる。そして、適正な条件で生産された商品に対して、調達企業は適正な価格を支払う倫理的義務があるとの理念に立っている。自由貿易派の「自由であることこそがフェア」との考え方との違いを強調すれば、自由取引とはいえ、他にとれる選択肢がないような状況で、価格がコスト以下であっても売らなければならない状態、賃金が生活水準を維持できない程低くても、それを受け入れざるを得ない状態はフェアではないとする。

このようにフェアの概念は捉え方が異なるということを踏まえ、“フェアトレード”と呼称されていた活動のこれまでの歩みと変化を [渡辺, 2010] の分類を参考に以下に述べる。

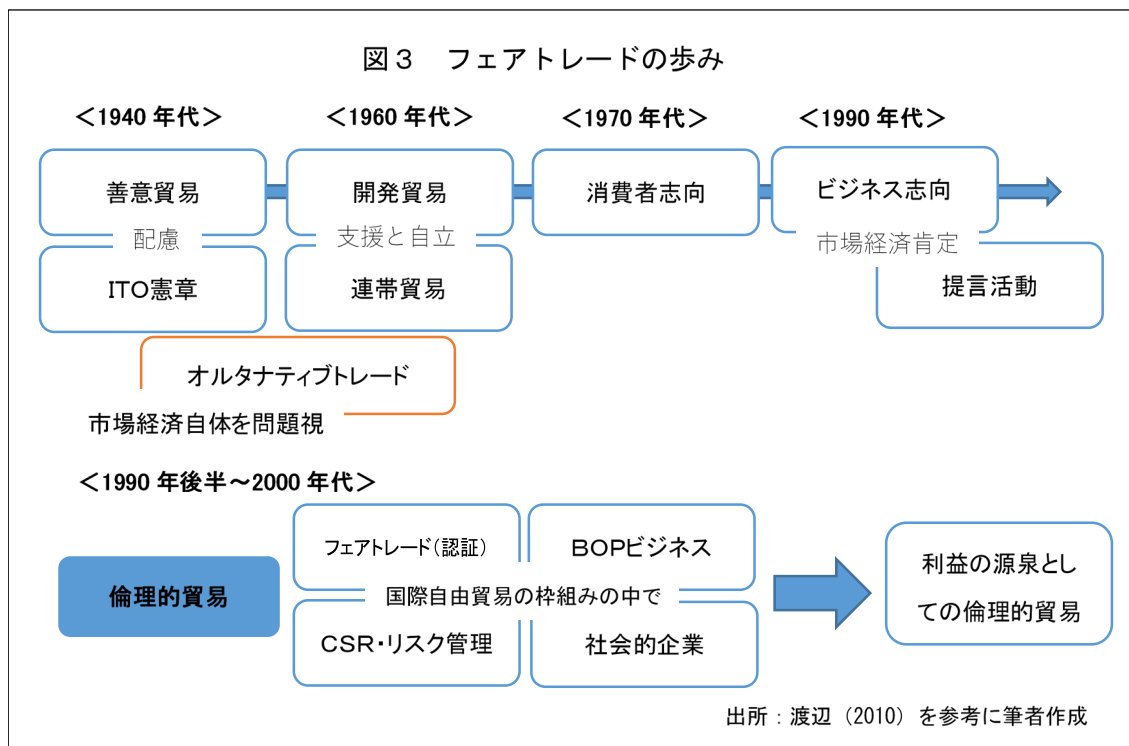
フェアトレードの始まりは諸説あるが、第二次世界大戦直後の1946年にアメリカのボランティア団体(Ten Thousand Villages)がプエルトリコの貧しい女性たちから刺繍製品を購入したことが始まりとされている。その後イギリスでは援助のために途上国で生産された商品を売る活動が起こるが、これらは慈善活動を主体とした善意貿易と言えるであろう。消費者の動機としては、少々質の悪い商品であったとしても寄付の感覚で途上国製品を購入していた。近年でもこのようなチャリティ活動としてのフェアトレードは散見されるが、質の悪い商品であれば一度の購入で終わり、その後は使われないケースも多い。このように途上国からただ粗悪品を輸入していても、それでは途上国生産者の自立、また途上国の経済発展には繋がらない。そういった懸念から、生産組合を立ち上げ、生産技術や経営ノウハウの強化に支援する、もしくは輸入価格にプレミアムをつけ、そのプレミアムは品質向上のあめの投資や地域の教育に利用するといった様々な取り組みによって途上国が長期的な自立を得るための「貿易による開発」が徐々に求められるようになる。

途上国経済への配慮が世界全体の繁栄に必要という理念は、設立にはいたらなかったものの、戦後の貿易秩序を構築しようと1948年に調印したI T O(International Trade Organization)憲章(通称ハバナ憲章)にも倫理的貿易の精神の一旦として明記されている。I T O憲章の目的は、第一条にある「均衡と発展との保障された世界的繁栄の達成」である。その目的達成のための1) 均衡待遇 2) 自由通商 3) 拡張的均衡の3つの原則が6項目で示されており、3番目の拡張的均衡原則として、2項目目に未成熟国の経済発展に対する援助の促進を謳っている。[大平, 1948]によれば、世界の多くの国が自由貿易に同調している時は、各国が自由に締結する個別の通商条約が、最恵国待遇の原則を通して世界に自由で均衡した貿易体制を構築するが、世界の趨勢が保護主義的志向に動いている時には、例外が多く設定された個別条約はむしろ自由貿易を阻害する。その中で世界大戦の遠因となる自給自足体制もしくは経済ブロック化の形成は必然となる。その反省から、憲章は、弱小国に対しては、政府の介入や保護を認めるべきとの途上国側の強い主張の上で出来上がったもので、各国の利害関係が錯綜する複雑なものになってはいるが、各国の通商政策の協調、および世界平

和を経済的裏付けから構築しようという試みであった。[赤松, 1948]は、途上国の経済を搾取し、途上国の経済的発展が阻害されるような事があれば、格差の広がりから低所得階層の消費は伸びず、その事が世界経済全体を恐慌に招くことになるとし、この拡張的均衡原則を、富める国と貧しい国の偏向した存在が、富める国までも恐慌に陥らせるという、世界恐慌で体験した試練と自覚から生まれた原則であると評価している。

1960年代から70年代にかけては、大国の経済支配や差別に苦しむ抑圧された人々と連帯したフェアトレード運動が欧米で起こる。途上国で起こっていた民族解放運動や、独立運動、また差別撤廃に向けた反政府運動を、それらの地域の商品を先進国消費者が購入することによって経済的支援をするといった運動である。先進国側の学生運動や反戦運動といった反体制運動が活発化した時期にあり、権力や体制に抗う若者を中心とした運動でもあった[渡辺, 2010]。これらの運動の中には社会主義建設を支援する運動もあり、市場経済自体を問題視し、新たな（オルタナティブ）貿易を追求する立場からのフェアトレードである。

しかし、70年代の世界経済の混乱、80年代後半の社会主義諸国の瓦解から、市場経済を否定するのではなく、市場を利用しつつ消費者にとっても生産者にとっても利益となる貿易を志向する動きが大きくなる。繰り返すが、品質の悪い商品では継続性に欠け、途上国の経済発展には十分に寄与しない。持続可能な事業として利益を上げられるように、フェアトレード商品には品質の向上と安全性が求められるようになった。そしてフェアトレード普及と消費者保護の立場からも、その商品が民主的な組織から生み出され、適正な労働環境であり、自然環境保護にも努力している生産者の製品に「認証ラベル」を貼り、先進国のスーパーなどで販売する仕組みづくりを各フェアトレード団体が担うようになる。



これらの団体におけるフェアの捉え方は[Maseland Vall, 2002]が言うところの第三の新しいフェアの概念、「グローバル化と自由貿易は公正な方法で行う限りは途上国に利益をもたらす」ものである。

2001年、国際的フェアトレード連合体のFINE⁶は、フェアトレードの定義を「フェアトレードとは対話、透明性、そして敬意を基本とする貿易パートナーシップの事であり、国際貿易におけるさらなる公平性を求めるものである。とりわけ南側諸国における社会に取り残された生産者や労働者により改善された貿易条件と人権の保護を与えることによって持続可能な成長に貢献するものである。」[WFTO, 2001]としている。

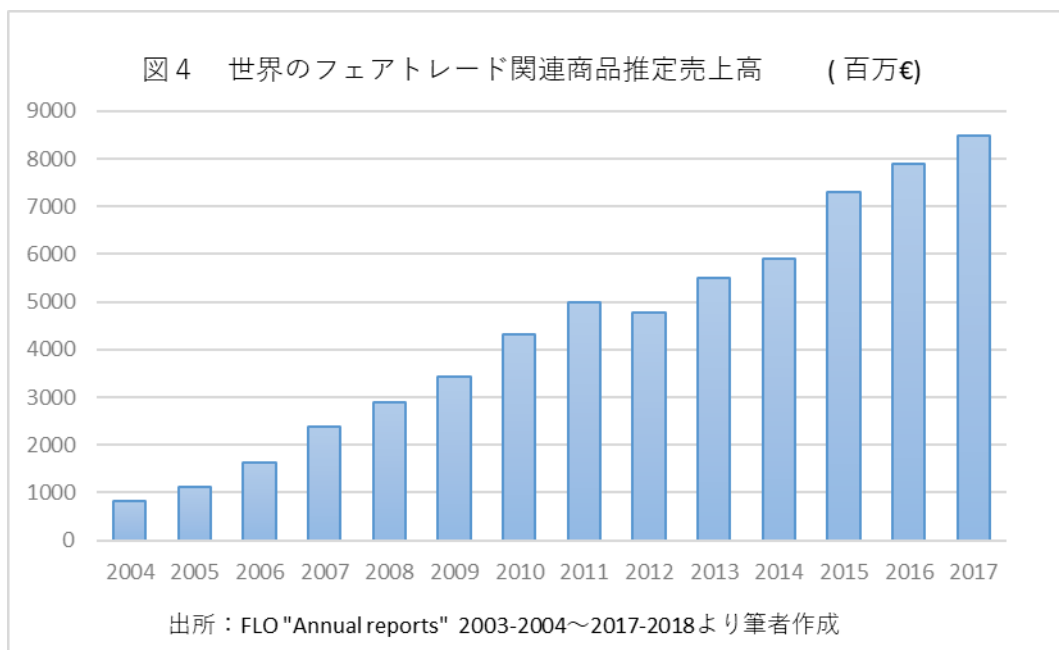
現在フェアトレードと呼ばれるものは倫理的貿易の一つであり、特に途上国の貧困な農民、労働者に対してフェアな対価を支払うことによって、貿易を通じた生活水準の向上を目指すものである[佐藤, 2012]。

このように、これまでは様々な理念の上に、様々な方法で取り組まれてきたものをフェアトレードと呼んでいたために、現在でも多くの誤解がある。WFTO は、「フェアトレードは途上国の労働者に先進国の労働者と同水準の賃金を支払うことを目的としているのか」「先進国の雇用を奪うものなのか」「通常よりも高い低品質商品を消費者に売りつけることなのか」といった誤解に対して、決してそうではなく、公正な賃金といった場合には多くの決定要因があり、時間、能力、生産地域の生活コストを考慮したものであると回答している⁷。生活水準を維持できる公正な対価を支払うことによって自由貿易から得られる利益を最大限活用し、労働環境、社会、環境へのマイナス効果をできるだけ少なくする持続可能な発展への取り組みがフェアトレードであり、倫理的貿易である。

IV フェアトレードの現状

国際的フェアトレードシステムの中でも最も有名なFLO (Fair trade Labeling Organizations International、国際フェアトレードラベル機構)⁸のアンニュアルレポート⁹によると、FLO 正会員である各国のラベル認証機関が存在する国・地域、および FLO が直接フェアトレードとして認証しラベルを提供している国・地域における世界のフェアトレード関連商品の売上高は 2017 年 84 億 9000 万€と推定され、2016 年の 78 億 8000 万€から 7.7%上昇している¹⁰。2004 年と比較すれば約 10 倍増加したことになる。(図 4 参照) 特に、バナナやココア、コーヒーといった伝統的なフェアトレード商品は毎年 10~20%の伸びがある。

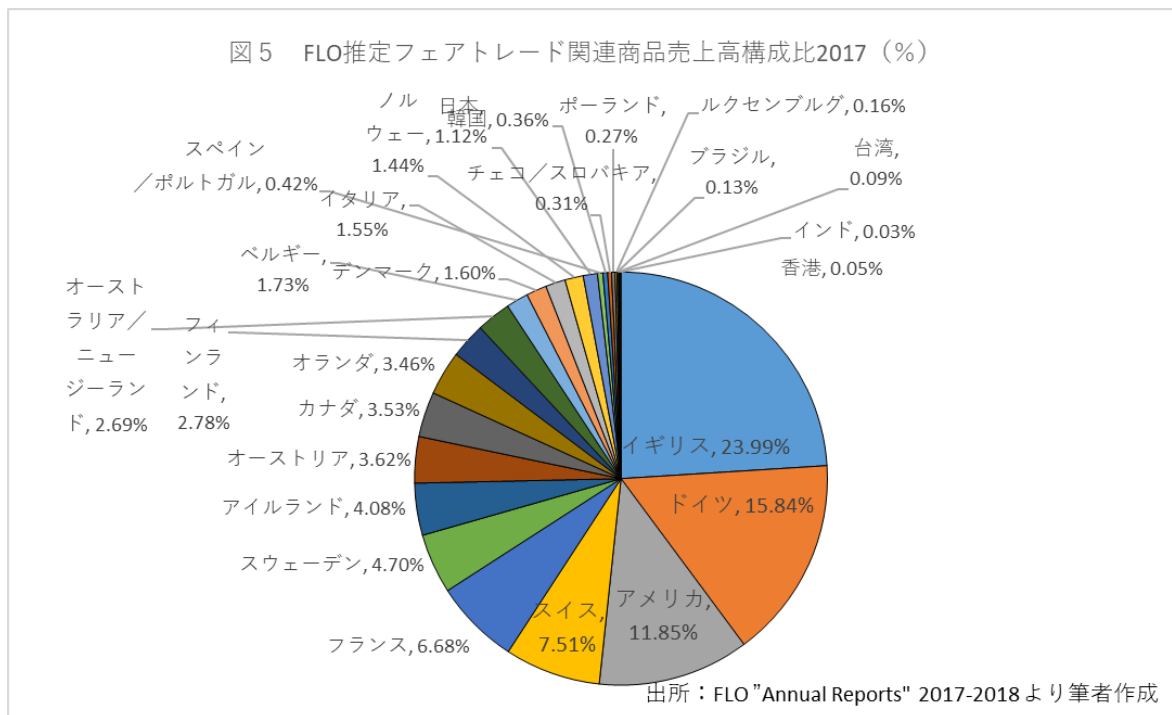
FLO に新たに各国のラベル認証機関が加わることによって、フェアトレード認証商品数は増加し、それらを扱う小売業者が増加することによってフェアトレード関連商品の売上高は増加する。これらは供給側、需要側双方にフェアトレードの価値観や商品の品質が評価されたことを示していると、FLO は述べている¹¹。



FLO では売上の一部がプレミアとして生産組織や労働者に還元されているが、2017 年には主要 7 品目 (バナナ、ココア、コーヒー、コットン、生花、砂糖、お茶) で推定 1.78 億€がプレミアとして職業訓練、教育、

医療といった持続可能な発展に必要なプロジェクトに利用されている。

図5および図6は2017年の各国のフェアトレード関連商品売上高に関する指標である。EU諸国（イギリス含む）は全体（その他の国は除外）の7割を占め、フェアトレード先進地域と言える。フェアトレード発祥のイギリスが最も多く全体の約24%を占め¹²、次にドイツ（約16%）フランス（6.7%）と続く。図6の表3列目以降には掲載国全体におけるGDP構成比、人口一人当たり売上高を比較のために列挙した。これらを見ると、GDP構成比で約9%を占める日本のフェアトレード市場は前年比4%増加してはいるが、約9368億€（約118億円）¹³と全体のわずか1.12%に過ぎない。アメリカは売上高では全体の3位に位置するが、人口一人当たりの売上高では3.1€とアイルランドの70.9€、スウェーデンの39€、オーストリアの34.5€と比較すると相当に見劣りがする。また2016年度比で見ると、（確認可能な国・地域において）オーストラリア／ニュージーランド以外は各国・地域の全体の輸入額増加率以上にフェアトレード関連商品売上高は増加していることがわかる。



近年ではEU以外の国・地域もFLOに参加しているが、EUの人口一人当たりのフェアトレード関連商品売上高は群を抜いていると言える。

V 倫理的貿易とEUの政策

次に、主にヨーロッパを中心として広がりを変化を見せた倫理的貿易がどのようにEUの政策、特に通商政策において取り扱われたのか、またEUの役割はどうあるべきなのかについて考察する。

1992年末市場統合が完成するまでは、加盟国各国の通商政策スタンスが異なり、関税同盟は達成したものの、小さな非関税障壁の存在は、それが消費者保護や安全の確保が主な目的だったとしても、域内市場の円滑化の大きな妨げとなっていた。さらに、1980年代は域外との交渉においてEUとしてまとまることが有効となり、対外交渉はEUとして行うようになった。90年代以降は、共通通商政策としてEUレベルで行われるようになった[久保, 2001]。そして2009年のリスボン条約では共通通商政策は、外交や安全保障とともに対外政策の一つとして重要な位置をしめている [小林, 2009]。共通通商政策はEUの排他的権限が行使される

図6 フェアトレード関連商品売上高および関連指標

	2017年 FT(€)	FT構成比 (%)	GDP構成 比(%)	FT対 GDP比 (%)	人口1人 当たり FT(€)	FT 前年比 (%)	輸入額 前年比 (%)
イギリス	2,013,662,284	23.99%	4.85%	0.086%	30.5	7	4.1
ドイツ	1,329,345,276	15.84%	6.82%	0.041%	16.1	15	6.0
アメリカ	994,122,992	11.85%	35.93%	0.006%	3.1	5	4.6
スイス	630,583,295	7.51%	1.25%	0.105%	74.9	12	-1.5
フランス	561,000,000	6.68%	4.77%	0.024%	8.7	5	5.5
スウェーデン	394,375,476	4.70%	0.99%	0.083%	39.0	6	4.0
アイルランド	342,000,000	4.08%	0.61%	0.116%	70.9	26	-5.5
オーストリア	304,000,000	3.62%	0.77%	0.082%	34.5	13	3.1
カナダ	296,557,255	3.53%	3.05%	0.020%	8.1	11	3.9
オランダ	290,383,920	3.46%	1.53%	0.039%	16.9	8	5.7
フィンランド	233,532,569	2.78%	0.47%	0.104%	42.4	23	4.9
オーストラリア/ ニュージーランド	226,040,305	2.69%	2.92%	0.016%	7.6	-6	7.7
ベルギー	145,000,000	1.73%	0.91%	0.033%	12.8	8	-0.8
デンマーク	134,317,800	1.60%	0.60%	0.047%	23.4	15	5.4
イタリア	130,032,000	1.55%	3.58%	0.008%	2.1	16	5.1
ノルウェー	120,795,621	1.44%	0.74%	0.034%	22.8	22	4.1
日本	93,687,248	1.12%	8.99%	0.002%	0.7	4	2.3
スペイン /ポルトガル	35,243,798	0.42%	2.83%	0.003%	0.6	12	6.5
韓国	30,478,322	0.36%	2.84%	0.002%	0.6	N/A	7.4
チェコ/スロバキア	25,659,253	0.31%	3.62%	0.001%	0.5	N/A	5.0
ポーランド	22,491,011	0.27%	0.97%	0.005%	0.6	N/A	8.8
ルクセンブルグ	13,500,000	0.16%	0.12%	0.024%	22.8	25	0.6
ブラジル	10,539,685	0.13%	3.79%	0.001%	0.1	N/A	4.3
台湾	7,377,960	0.09%	1.06%	0.001%	0.3	N/A	6.0
香港	4,563,458	0.05%	0.63%	0.002%	0.6	N/A	7.0
インド	2,764,715	0.03%	4.80%	0.0001%	0.0	N/A	10.3
フィリピン	212,789	0.003%	0.58%	0.0001%	0.0	N/A	20.0
その他の国	96,287,099						

出所：FLO“Annual Reports”2017-2018, IMF“World Economic Outlook Database”October 2018 より筆者作成

FT:フェアトレード関連商品売上高

政策の一つであり、貿易に関する立法や域外国との国際貿易協定に関しては、加盟国ではなく EU が制定、締結する。加盟国が個別の貿易戦略を策定するのではなく、統一 EU として行動することによって、国際市場における強力な立場を維持する¹⁴。EU が排他的権限を有する分野であるということは、EU として行動

した方が各国独自の行動よりも政策効果が高く、EUの利益になるとされた分野であるが、一方でEUの権限拡張への批判に対応をする必要がある。EU諸機関は、EUの正統性と存在意義を示すためにも、政策決定過程においてEU市民の意見と利益を取り入れなければならない。

フェアトレード各団体は、EUレベルでのフェアトレードに関する政策提言を積極的に行ってきた。その中でFLO、WFTO、およびWorld Fair Trade Organization-EuropeはEUの諸機関と継続的に対話し、フェアトレードの認知と普及をEUの政策に投入するための運動の促進を目的として2004年にFTAO(Fair Trade Advocacy Office)を立ち上げた。当初は非公式な提言活動のためのネットワークだったものが2010年には法的に独立した財団として活動している。

FTAOは現状のEUの政策におけるフェアトレードの扱いについて、「EUレベルではいまだフェアトレードに特化した法制はなく、いくつかの異なるEU政策で言及をみることはあっても、まだ28か国全てに共通の政策枠組みには至っておらず、これらの政策は国もしくは地域レベルのままである」との見解を示している¹⁵。

EUがフェアトレードに関して初めて公式見解を述べたのは1999年11月29日の欧州委員会報告である[European Commission, 1999]。そこでは、EC設立条約177条に謳われている開発途上国における持続可能な経済社会の発展に貢献できるものとしてフェアトレードの意義に言及している。フェアトレードは途上国と先進国のギャップを埋め、途上国が世界経済に融合し、貿易を通じた成長するための一例であるとしている。どのように共同体レベルでの政策にフェアトレードを取り込んでいくのかは今後考えるとしている。この段階では「消費者が購入することによって消費者自身が開発援助に貢献できる仕組み」として、フェアトレードをEUが認知し、EUとしての方向性を模索することを決めたままで、まだどの分野でどのように具体的関与すべきか模索し始めたに過ぎなかった。

次に大きなアクションとなったのが2006年に欧州議会で採択された「フェアトレードと開発」決議であった[European Parliament, 2006]。フェアトレードのコンセプトがEU政策における主流となるために、EU全体としての支援を欧州議会が求めたものである。報告書の中で、フェアトレードはEUの開発政策の軸である持続的開発と貧困撲滅に大いに貢献するものとして再確認し、2000年に調印(2002年発効)のコトナー協定においてもEUはフェアトレードの促進を含む貿易による開発にコミットするとしながら、いまだ限定的として、EUのアクションを委員会に求めている。各加盟国が独自にフェアトレードに関連する立法を行うことは、域内におけるフェアトレード商品の自由な移動の妨げになる可能性を残してしまう懸念から、EU全体としての取組みの必要性を説いている。フェアトレード基準の乱立乱用によるリスクや、間違ったコンセプトでのフェアトレードからEU市民を守る必要もあるとし、過剰規制には留意しつつ、EUレベルでの指針を求めている。しかしながら、これらの要求に、欧州委員会はほとんど応えることはなかった。その代わりに2009年に欧州委員会はEUの諸機関(経済社会委員会を含む)に向けて、「持続可能な発展への貢献」と題してEUのフェアトレード支援を公表している[European Commission, 2009]。自由貿易を否定せず、フェアトレードが持続可能な発展のためのツールとして有効であるとして財政支援にも言及している。

この2009年の報告書以降、通商政策、貿易戦略等にいくつかの進展がみられるようになる。2012年の報告書「貿易、成長と発展」[European Commission, 2012]においては、フェアトレードは途上国の包括的成長を促進する効果的な手段として認識している。90年代中頃からの自由主義志向には変わりはなく、貿易の開放、世界市場への融合が成長と発展の成功要因とするスタンスはそのままに、貿易は発展のための必要条件であるが、十分ではなく、人権保護の欠如、透明性の欠如、環境破壊などは、自由貿易の成功を阻害する要因としており、EUは貿易パートナーに対しても、フェアで倫理的な貿易の促進を促すとしている。また政府調達や公共機関による倫理的消費選択を行うことによってフェアトレードを促進するとした。

しかしながら、2012年の報告書で示された通商政策は、フェアトレードの価値は認めているにも関わらず、

どのように促進するのか、市民、企業、公共団体にどのようにフェアトレードを認知されるかの具体的なアクションを取ることができていないと、フェアトレード運動団体からは多くの批判が出た。さらに、EUの通商政策は大企業が利益を得るような市場を開放の道具として機能し、金融危機後はそれがエスカレートしたとの不満も出るようになる。例えば、FTAを結ぶ相手国に対して政府調達における中小企業優遇措置の撤廃を求めることは、途上国が自らの持続可能な発展目標達成のために、自国の公共政策をどう使うかといった意思決定に影響を与えると懸念の声があがった [FTAO]。

そして、新貿易戦略「Trade for All-Towards a more responsible trade and investment policy- (全ての人のための貿易一より責任ある貿易・投資政策に向けて)」が2015年10月に発表された。そこには、生産者、消費者、富める国、貧しい国、大企業、中小企業、経営者、労働者、全ての人々の利益につながる貿易を目指すとしたこれからのEU通商政策理念が述べられている。2006年の貿易戦略「Global Europe-competing in the world-」以降の積極的な地域間、国家間FTA交渉が不透明であり、巨大多国籍企業の利益が優先されていないかという疑念、また輸入品の生産地における社会、環境、人権問題において消費者側から懸念を示したことが、新貿易戦略の背景にあった。新貿易戦略では、「公平で倫理的な貿易制度の促進」と称して、貿易協定やグローバル化を否定することなく、交渉の透明性を確保し、むしろ貿易を利用しつつ気候変動や環境にやさしい、そしてなによりEUの価値観に基づいた持続可能な社会の構築のために倫理的貿易を促進することを明示している。現状として、途上国の生産者にとってもEUの消費者にとっても、フェアトレードに関する情報が不足しており、需要側、供給側ともに認知度を上げ、結びつけることがEUの役割であるとした。具体的には既存のFTAの枠組みを利用した方法、国際的なフェアトレード組織への支援、そして、すでに先進的な取り組みをしている地方自治体に賞を与えるなどして、認知度をあげる取り組みを行うとした¹⁶。

元来EUの通商政策は途上国開発政策と結びついている。開発途上国に対しては一般特惠関税制度(GSP: Generalized System of Preferences)の枠組みで関税を減免してきた。旧植民地や海外の領土への開発支援、貿易を通じた開発は旧宗主国としての義務と考えられてきた。Trade for Allと銘打った新貿易戦略では、自由貿易は否定せず人権、持続的成長、公正で倫理的な貿易というEUの価値観に沿った通商政策でなければならぬと確認している。そして通商政策決定や他国との条約交渉においてもその交渉文書を公開し、市民の目にふれさせる取り組みがなされている。

この新貿易戦略について、[Orbie & Mrtens, 2016]はヨーロッパ的な価値の上にEUは途上国との貿易の自由化を続けながら、貿易における倫理的価値も追求しようとするものであり、それらは相互に関連しており不可能なことではないとしている。倫理的貿易に関連する問題は、幅広く考えなければならず、規制を課し過ぎてもマイナスの影響がでる可能性もある。自由化促進の方向性の中で倫理的価値観の強弱の付け方が今後の課題としている。

VI 倫理的市場の形成における企業の自発的行為と公共機関の役割

ようやく、EUの新貿易戦略では貿易を通じた倫理的価値の向上が強調して示された。しかし、これまで述べてきたように、倫理的消費、および倫理的貿易の範囲は幅広く、目指す目的も様々であり、どうしても包括的に扱わざるを得ない。加えて法的拘束力がないままでは、その効果も限定されてしまうとの批判もある。それでも市民の要請に応えた戦略を理念として提示する行為は、EUの求心力とするためにも必要である。EUからの発信によって、消費者の購入選択がいかにか他国の人々の生活や環境に影響を与えているかについて各自が気づくことは、全ての人々の生活水準を向上させ、格差を是正し、持続的成長と平和につながる事をEUは絶えず示すことがフェアトレード推進のために必要となる。

貿易や政策、そしてビジネスに倫理性を組み込む取り組みはフェアトレード以外にも多くある。ここでは紙

面の都合上詳細に述べることはできないが、資本主義の力で 40 億人の最貧困層 BOP (Base/Bottom of Pyramid¹⁷⁾) にアプローチする BOP ビジネスもその一つである [Prahald, 2004]。先進国と同じ商品を、小分けして販売する、教育をした上で衛生商品を販売する、地域の女性のネットワークを利用した流通網を構築することによって、貧困層の生活改善に繋げようとするものである。企業の利益追求、自由貿易を否定しない方法での貧困撲滅活動である。また個人事業家が途上国でハイブランドにも負けない高品質商品を環境に配慮した手段で生産し、先進国で販売することによって、途上国の人々の自立と健康を確保することに貢献している企業事例もある。これらビジネスにおける倫理的貿易は善意だけの行為ではなく、利益を生むことを目的とし、またその利益から途上国の発展に寄与しようとするものである。

また、今後はグローバルに活動する多国籍企業や大企業は、フェアトレードで認証された商品の調達、もしくは自らがサプライチェーンにおける倫理性を判断する事が求められる [佐藤, 2014]。これまでは、倫理性を欠いた貿易が明るみになった時のボイコット運動対およびブランドイメージの喪失にならないようにというサプライチェーンのリスク管理として捉えられるか、もしくは、企業の途上国に配慮した行動や援助活動は企業の社会的責任 (CSR) として、広報活動の一環という意味合いが強かった。しかし、地球環境への配慮や、原材料調達、生産工程地での人権や労働条件への配慮は、単に企業イメージの維持といった要因からくるものではもはやなくなり、むしろ、調達の持続性や途上国の成長、倫理的商品としての差別化が将来の企業利益を生み出すものとして必要不可欠と考えられるようになってきた [ローツェン, 2016]。近年日本においても販売が始まった ESG 投信も倫理的配慮に尽力している企業の収益性が高いことに注目した商品である。

国際的なサプライチェーンが広がり複雑さを増す中、サプライチェーンの全体的管理は最終消費財を販売するグローバル企業側の責任として求められる。倫理的貿易は企業の連続性や収益性の前提条件となるであろう。しかしながら、これらの広がり結果として、倫理的市場が形成されるとしても、消費者の倫理観と企業の自発的行為のみに頼ってよいのだろうか。市場形成過程における公共機関の役割は大きいと考える。その認識をもってフェアトレードの各団体は EU の政策に盛り込むように訴えてきた。新貿易戦略はその一歩である。

引用・参考文献

引用文献

- 赤松要. (1948). 「世界経済の新秩序とその矛盾—国際貿易憲章の解剖—」『世界経済評論』(9) 総合アメリカ研究所, pp 1-7.
- 大平善悟. (1948). 「国際貿易機関の構造」東京商科大学国際関係研究会著, 『国際貿易憲章の研究』日本外政学会, pp 3-53.
- 久保広正. (2001). 「EU の通商政策」『神戸大学経済学研究年報』, pp25-48.
- 小林勝. (2009). 『リスボン条約』御茶ノ水書房.
- 佐藤寛. (2012). 「倫理的消費と倫理的貿易—フェアトレードの先にあるもの—」『家計経済研究』(95) 家計経済研究所.
- 佐藤寛. (2014). 「倫理的貿易における消費者と企業の役割」『アジア研ワールド・トレンド』(No.223) アジア経済研究所.
- 消費者庁. (2017年). 「倫理的消費～あなたの消費が世界の未来を変える～」『調査研究会取りまとめ』.
- 西尾チヅル. (2015). 「エシカル消費・行動の源泉」『流通情報』(No.516) 流通経済研究所.

- 渡辺龍也.(2010).『フェアトレード学』.新評論.
- 馬場新一.(2015).「消費者と企業の社会的責任」『Business Insight』(第 24 巻第 3 号).
- ローツェンニコ.(2016).「国際商品の持続可能な生産と流通のためのソリダリダードの取組み」『アジア研ワールド・トレンド』(No.250)アジア経済研究所.
- European Commission. (1999). “Communication from the Commission to the Council”, COM (1999) 619final. Brussels.
- European Commission. (2009). “Contributing to Sustainable Development: The role of Fair Trade and non-governmental trade-related sustainability assurance schemes”, COM (2009) 215 final. Brussels.
- European Commission. (2012). “Trade, growth and development-Tailoring trade and investment policy for those countries most in need”, COM (2012)22final. Brussels.
- European Commission. (2015). *Trade for all -Towards a more responsible trade and investment policy*.
- European Parliament. (2006). “Report on Fair Trade and Development”. *Committee on Development*.
- FTAO. (日付不明). “Analysis of current EU policies on Fair Trade and Trade Justice”.
- LewisTania, & Potter Emily. (2011). *Ethical Consumption A critical introduction*. Routledge.
- Maseland, Robert & de Vaal, Albert. (2002). “How Fair is Fair Trade” *De Economist* 150, No.3.
- Orbie, Jan, & Martens, Deborah. (2016). “EU Trade Policy and Developing Countries: Towards a More Ethical Agenda?” edit by Garcia-Duran, Patricia & Montserrat, Millet, *Different glances at EU policy*. Barcelona centre for international affairs.
- Prahalad, C.K. (2004). *The Fortune at the Bottom of the Pyramid (eradicating poverty through profit)*. Wharton School Publishing.
- WFTO. (2001 年 1 月).参照先: <https://wfto.com/fair-trade/definition-fair-trade>
- Youngs, Richard “The EU beyond the crisis, The Unavoidable Challenge of Legitimacy”, Carnegie Europe, October 2013.
- 鈴木 清己 (2006)「インターリージョナリズム(Inter regionalism)と EU の通商政策—EU の対地中海政策 (バルセロナ・プロセス)」『修道商学』(第 47 巻第 1 号)。
- 畑山 要介 (2016)『倫理的市場の経済社会学—自生的秩序とフェアトレード—』学文社

¹ リスボン条約第 I 編第二条には「連合が拠って立つ価値は、人間の尊厳の尊重、自由、民主主義、平等、法の支配および少数派に属する者の権利を含めた人権の擁護である。これらの価値は、多元主義、非差別、寛容、公正、連帯および男女平等を特徴とする社会であるすべての加盟国に共通する」とある。またこれらの価値観でもって平和と市民の幸福を追求することが EU の目標である。(同第三条 (1)) 二つの大戦後の荒廃したヨーロッパに平和を構築されるために設立された経緯、またその後の政治経済的な試行錯誤の歩みの中で、時に市民を守るはずの国家が市民生活を脅かす存在となり得るとの市民の懸念から、常に社会で最も弱い立場にある人々の視点から国家を監視する必要があるといった認識の上に EU の価値観は語られてきた。それらの価値観の共有が国家間、世代間、地域間、階層間で脅かされていることは現在の EU の大きな課題であるが、本論文では前述のリスボン条約に明記された価値観を「EU の価値観」として取り扱う。

² 2015 年 3 月に閣議決定された「消費者基本計画」において倫理的消費等に関する調査研究を実施するとされたものを受け、5 月以降開催された研究会。施策名「持続可能な開発のための教育推進」基本計画における倫理的消費の定義は「地域の活性化や雇用なども含む、人や社会、環境に配慮した消費行動」とある。

³ 調査研究会においては、倫理的消費を一言で言い換えることについては意見の一致を見ず、むしろ人、社会、環境、地域に配慮した様々な消費活動の総称として、エコやリサイクルといった既に広く普及している多くの概念を含むものとしてまとめている。

⁴ (株) ネオマーケティング『倫理的消費（エシカル消費）に関する消費者意識調査 2017 年』参考。

⁵ しかし語句は知らなくとも、2015 年の内閣府世論調査「消費者行政の推進に関する世論調査」によれば、日々の消費が社会的課題につながることを意識して、商品やサービスを選択しようと思うかどうかについて「思っている」(23.4%)「どちらかといえば思っている」(40.9%)と 64.3%の人は自身の消費行動が社会に与える影響を認識している。

⁶ F: Fair trade Labeling Organizations International (FLO) , I:International Fair Trade Association/2008 年より World Fair Trade Organization (WFTO) , N:Network of European World shops, E:European Fair Trade Association (EFTA) の頭文字を取り FINE と呼ばれる。

⁷ World Fair Trade Organization, <https://wfto.com/fair-trade/fair-trade-myths> 参照。

⁸ FLO は 1997 年に設立されたドイツに本拠地をもつ登記済み社団（一般社団法人）である。Fairtrade International と明記する場合もあるが、略称である。世界各国のフェアトレードラベル認証機関の統括団体であり、フェアトレード国際基準を策定している。

⁹ FLO annual Report <https://www.fairtrade.net/about-fairtrade/annual-reports.html> (2019 年 1 月 4 日閲覧)

¹⁰ これらの数値は販売店、スーパーマーケット、カフェやレストランなどで販売、提供されているフェアトレードと認証されラベルが貼られた商品の推定売上高である。対象国・地域は FLO 正会員である各国のフェアトレードラベル認証機関 (NFO: National Fairtrade Organization) が存在する国・地域、および NFO は存在しないが FLO が直接ラベルを認証している国・地域である。FLO に参加する団体は流動的であり、参加と脱退によってその年の売上高に影響を及ぼすことには留意が必要である。また、FLO 以外のフェアトレードのシステムも存在するため、この数値だけで世界全体のフェアトレード関連商品売上高を示しているわけではない。

¹¹ FLO annual Report 2016 <https://www.fairtrade.net/about-fairtrade/annual-reports.html>

¹² イギリスの EU 離脱に関しては、FLO はどちらの立場を支持するかは表明していない。離脱決定後は、英国の EU 離脱に伴う貿易ルールの変更が途上国の生産者にマイナスの影響が及ぶことを懸念している。しかしながら、英国が EU 離脱によるリスクを管理し、むしろ本当のフェアトレードを構築する機会とするなら、Brexit は英国のみならず世界の途上国に繁栄をもたらすと見解を示している。

¹³ 2017 年年間平均レート 1€=126.64 円換算

¹⁴ European Council <https://www.consilium.europa.eu/en/policies/trade-policy/> (2019 年 1 月 10 日閲覧)

¹⁵ FTAO の HP <http://www.fairtrade-advocacy.org/> (2018 年 5 月 6 日閲覧)

¹⁶ EU レベルで行われるフェアトレード促進活動として第一回「EU Cities for Fair and Ethical Trade Award」が 2017 年 12 月にスタート。2018 年 6 月 27 日にブリュッセルで発表される。すでに EU 域内には多くのフェアトレード団体、また 2000 以上のフェアトレードタウンが存在し、地方都市が持続可能商品や生産モデル促進し貢献することへのインセンティブとすることがねらいである。

¹⁷ BOP ビジネスの概念を広く世に知らしめた C.K.Prahalad(1941-2010)による著書 *The Fortune at the Bottom of the Pyramid (eradicating poverty through profit)* 2004. では BOP の B は Bottom となっているが、近年では Base とするケースが多い。2010 年に経済産業省が設立した BOP ビジネス支援センター (<https://www.bop.go.jp/>) における BOP ビジネスの解説においては、国際金融公社 (IFC: International Finance Corporation) に従い、「途上国における BOP 層 (Base of the Economic Pyramid 層) を対象とした持続可能なビジネス」としている。

【受領日 2018 年 9 月 25 日 受理日 2019 年 1 月 21 日】