

消費者が商品を選択する基準は多様である。

最近では、人や社会、環境への配慮など社会的（ソーシャル）貢献や、倫理的（エシカル）な問題の解決につながるということが、購入の際の重要な要素となりつつある。商品の製法や流通を一定の基準によって定めた認証制度はその選択の手助けとなる。

マックス・ハーフェラー

一八六〇年にオランダのダウエス・デッケルが書いた小説『マックス・ハーフェラー』は、インドネシア研究者なら知っているに違いない。オランダ東インド植民地（現在のインドネシア）における非人道的で過酷な統治の実態と、虐待、搾取、そして貧困、飢餓の実態を現地滞在経験に基づき描き、一九世紀最大の問題作として国際的に知られてきた小説である。世界のアンフェアな、あきない（貿易）の実態を告発したこの本は、オランダ人にとっては、「良心の書」として読み継がれ、開発協力への原点となってきた。

一九八八年一月一五日、この英雄の名を冠したマックス・ハーフェラー（以下MH）財団は、フェアトレード・コーヒーの認証制度をスタートさせ、同財団のシール（図1）のついたコーヒーをオランダ全国の多くのスーパーマーケットの棚に置くことに成功した。

筆者がユトレヒトに本部のあるこの財団を最初

トリア、デンマーク、イタリアなど。その後オーストラリア、カナダ、アメリカ、日本へと広がっていった。なおベルギーとフランスなどでは、オランダ同様MH財団と名乗っている。

オランダからスタートしたこの認証方式は、各国で独自の発展をしていくが、九七年に国際ネットワーク組織としてFLO（現在の国際フェアトレードラベル機構、Fairtrade International、以下FI）を設立し、次第に制度の調整と統一を図っていくことになった。そして、ロゴ（ラベル）も〇二年までに現在のもの（図2）に統一することになった。

フェアトレードは、先進国のフェアトレード団体と途上国の生産者団体とが直接提携して取り組む形（いわゆる提携型）が基本となってきた。提携型の国際団体として八九年にIFAT（オルタナティブトレード国際連盟）が設立され、現在ではWFTO（世界フェアトレード機関）へと発展している。同機関の加盟団体はフェアトレード専門団体として独自のマーク（図3）の使用が認められる。団体認証のWFTOと商品認証のFIとの両立によって、フェアトレードは新しい興隆を迎えることになった。

エシカルとフェアトレード

とくにオランダのマックス・ハーフェラー財団から始まり、国際認証制度FIへの発展は、企業がこのシステムを使うようになり、フェアトレード市場は認証品を中心に大きく伸び、二一世紀に入ると世界でもっとも高い伸び率を示す小売市場のひとつとなった。認証制度によって、企業は自ら生産者とかかわることなく、フェアトレード商品を扱

に訪問したのはそれから五年後の九四年初めだったが、全国スーパーの九〇パーセント以上に置かれ、今年中にバナナの認証制度をスタートさせるのだ、ついにわたしたちの夢がかなったのだと興奮気味に話してくれたのを印象的に覚えている。

ふたつのフェアトレードラベルの発展

開発途上国の提携先から仕入れた商品を自分たちが運営する専門店（ワールドショップ）で販売するだけでは、人びとはフェアトレード商品を買いたくてもそれと出合う機会が限定され、大きな販売の増加も望みにくい。そこで彼らが夢見たのは、全国のスーパーの棚にフェアトレード商品が並ぶということであった。そのためにはどうすればよいか。フェアトレードの国際認証制度は、こうしたフェアトレード活動家たちの夢から生まれてきたのだ。

オランダのMH財団方式は数年の内に欧州各国へ波及していった。まず九一年にベルギーと英国、九二年にフランス、九三年にドイツ、そしてオース

うことができるようになったからである。もちろんこの背景には、CSR（企業の社会的責任）などへの関心の高まりもある。

しかし、その故にもうひとつの動きとして、企業がより取り組みやすいように、ウッツ（図4）、レインフォレスト・アライアンス（図5）など、独自の基準を設定した認証制度が登場するようになった。そしてさらに社会貢献や倫理的であることをアピールする「ソーシャル」「エシカル」商品への関心が国際的に高まるとともに、多くの認証制度が登場するに至っている。

ちなみに、英エシカル・スーパーストア・ドット・コム（のホームベースをみると、エコから人権、動物保護からベジタリアンまで、多くの認証制度とロゴがあふれている。英国ではエシカル商品とは、認証制度がしっかりあり、その認証をとっていることを前提としていることがわかる。

日本でもエシカル商品のブームが訪れつつある感があるが、その定義、意味づけはじつは依然としてあいまいであることが問題となるだろう。そしてこのふたつのフェアトレードラベルは多くのエシカル認証制度のなかでもっとも包括的で厳しいものとなっていることが、エシカルの過剰な多様化を通して、再び意味をもつ時代となるだろう。

マックス・ハーフェラー財団が導入した認証制度は、グローバル市場に向けてフェアトレードを本格的に登場させる契機となったというだけでなく、多文化を超えたグローバルなソーシャル市場形成をもたらす手段ともなってきたのである。



認証されたコーヒーを出す
アメリカのレストラン（撮影・鈴木紀）



図5 レインフォレスト・アライアンスのロゴ



図4 ウッツ
（グッドインサイド）のロゴ



図3 WFTO（世界フェアトレード
機関）の団体認証ロゴ



図2 FI（国際フェアトレード
認証ラベル）の商品認証ロゴ



図1 オランダ・マックス・
ハーフェラー財団の
認証ロゴ



ダウエス・デッケル



さまざまな認証ロゴが並ぶ
アメリカのチョコレート（撮影・鈴木紀）