

地域戦略研究所紀要

第6号

フェアトレードタウンを目指すにあたっての北九州市の課題と展望

大平 剛 …… 25

北九州市立大学
地域戦略研究所
2021.3

フェアトレードタウンを目指すにあたっての北九州市の課題と展望

大平 剛

- I はじめに
- II 北九州市の現状と課題
- III フェアトレードタウン運動
 - 1 フェアトレードタウン認定基準
 - 2 フェアトレードタウン運動の効能
- IV フェアトレードに関する北九州市の現状把握
 - 1 フェアトレード認知度調査
 - 2 北九州フェアトレードマップ
- V おわりに

<要旨>

北九州市を再活性化させる手段の一つとしてフェアトレードタウン運動に着目する。フェアトレードタウン運動を展開することによって、さまざまな主体間での協働が生まれることが各地の事例から明らかになっており、そのような取り組みによって、ボトムアップ型で持続可能な都市形成が期待できる。しかし、認知度調査の結果からは、年齢層での認知度格差を是正したり、取扱店舗数を増やす必要があるなどの課題が示された。

ABSTRACT

We focus on the role of the fair trade towns movement to revitalize the Kitakyushu City. The collaborations among the different stakeholders took place in the process of making fair trade towns in Japan. We can expect to revitalize the city by the bottom-up style and to create a sustainable city through the movement. However, a perception survey about fair trade in Kitakyushu City has shown the issues such as the improvement of the perception gap about fair trade among the different age groups and the necessity to increase the number of shops dealing in fair trade products.

<キーワード>フェアトレードタウン、地域活性化、北九州市、フェアトレード認知度
Fair trade town, regional vitalization, Kitakyushu City, awareness rate of fair trade

I はじめに

2000年に英国イングランド北部ランカスターの南約16キロに位置する、人口が5千人

にも満たないガースタング (Garstang) という小さな町から始まったフェアトレードタウン運動は、瞬く間に世界中に広がり、20年の歳月を経た現在、その数は世界中で2000を超えるまでに成長している¹。日本でも2021年1月現在、6つの都市がフェアトレードタウンとして認定されている。認定された順に記載すると、熊本市(2011年)、名古屋市(2015年)、逗子市(2016年)、浜松市(2017年)、札幌市(2019年)、いなべ市(2019年)である。このように、このところ毎年のようにフェアトレードタウンが産声を上げる状況が日本では続いてきた。しかしながら、2019年の末から始まった新型コロナウイルスの感染拡大によって、フェアトレード産品を生み出す途上国の生産者が厳しい状況に置かれるとともに、先進国でも都市におけるロックダウンや緊急事態宣言による行動自粛がなされ、フェアトレード自体も大きな打撃を受けた。それでもなお、フェアトレードを推進する動きに衰える兆しはない。いや、かえって新自由主義下でのグローバリゼーションのもとで生み出されてきた格差問題が、コロナ禍によって炙り出され、フェアトレードの必要性和重要性が再認識されることになったのではないだろうか。

筆者は勤務先である北九州市立大学においてフェアトレード推進のための団体を立ち上げるとともに、2018年5月11日に「北九州エシカル推進ネットワーク—エシカル種まき隊—」という市民団体を有志とともに立ち上げた。それは後述するように、北九州市がフェアトレードタウン認定を得るためには、その第一段階として活動を推進する組織が欠かせないからである。ただ、その推進組織の名称をフェアトレードとはせずにエシカルとしたのには、それなりに意図があつたのだ。

フェアトレード (fair trade) は「公正な貿易」と訳されるが、それはとりもなおさず、現行の貿易システムが不公正であることを示しており、途上国の生産者が不当に搾取されている現状を改善しようとする目的で行われている。また、「買い物でできる身近な国際協力」とも称されることから、消費者一人ひとりが産品を購入することで、途上国の生産者の暮らし向きを助けることにつながっている。しかし、そのような対途上国生産者という視点が強調されすぎると、フェアトレードは途上国の生産者を助ける一方的な活動だと理解されてしまうのではないかと、また、環境、人権、貧困といった問題に対して日頃から関心を寄せている一部の人の活動だと思われてしまうのではないかと、という危惧を抱いた。そこで、フェアトレードという概念を包摂しつつも、自分事として物事を捉え、生活を見つめ直す実践的な言葉として「エシカル (ethical)」という用語を団体の名称に用いることとした。フェアトレードタウンの認定を目指しながらも、自分たちの暮らしをより倫理的なものにしていく「エシカル」という視点を強調することにしたのである。これは将来的にフェアトレードタウンに認定されたとしても、それが最終到達点ではないことを意味している。

しかし、フェアトレードタウンを目指すという時、「そもそもなぜフェアトレードタウンを目指すのか」という問いは必ず発せられるだろう。いくら掛け声ばかり大きくても、そこに説得力や魅力がなければ運動としての広がりには期待できない。そこで、本稿では先行

しているフェアトレードタウンの取り組みからいくつかの事例を取り上げ、フェアトレードタウンになることの意義について考察を行う。

次に、北九州市の現状はどうか把握しておく必要がある。筆者は 2019 年度に北九州市におけるフェアトレードの認知度調査を実施するとともに、フェアトレード産品取扱店舗の位置を示すフェアトレードマップを作製した。本稿ではその結果を紹介するとともに、北九州市の現状や特質を踏まえて、どのような取り組みを行っていく必要があるのかについて考察を行う。

II 北九州市の現状と課題

さて、北九州市でフェアトレードタウン運動を展開する意義を考察する前に、まずは北九州市という町の成り立ちやその特質を押さえておきたい。それぞれの町には歴史によって育まれてきた個性があったり、その町が誇りにできる特質があったりする。町を見つめ直すことで、フェアトレードタウン運動を展開していくにあたっての示唆が得られると思われる。

北九州市は福岡県の北東に位置し、関門海峡を挟んで本州と向き合う九州の玄関口にある。面積は 491.95 平方キロメートルで、東から順に門司区、小倉北区、小倉南区、戸畑区、八幡東区、八幡西区、若松区の 7 つの区によって構成される。人口は 93 万 9450 人（2020 年 1 月 1 日現在）であり、福岡県内では福岡市に次いで 2 番目に人口が多い。また、全国に 20 存在する政令指定都市の一つでもある。

北九州市の歴史はそれほど長くはない。実は、北九州市は門司市、小倉市、戸畑市、八幡市、若松市の 5 市が対等合併する形で 1963 年に発足した自治体であり、いわば人工的に作り出された町である。合併案は 1934 年、1943 年、1947 年にも提案されてきたが、話がまとまり、事が本格的に動き始めたのは 1960 年になってからである。5 市が合併すれば人口 100 万人の都市を生み出すことができるということが国勢調査で判明し、合併への機運が高まり実現することになったという[田村康代、2013：11-12]。

地理的に東西に長く、江戸時代の藩で言えば西は筑前国、東は豊前国に属し、それぞれが独自の気質や文化を育んできた歴史を持つが、それは現在にまで影響している。人工的にでき上がった町であるためにまとまりに欠けていたり、それぞれにプライドがあってライバル意識が残っていたりするという指摘もある[田村、同上書；葉月けめこ、2017：88]。たとえば、九州の鉄道の起点として発展してきた門司港周辺には明治期の建物が残され、「門司港レトロ」の名称で観光地化しているが、小倉などの他区との結びつきよりは、初期の合併話の際にも下関市を加えるという案が門司市から出されるなど、関門海峡を挟んで対岸に位置する下関市との関係性を重視する傾向にあると言われる。また、戸畑区は戸畑鋳物（現在の日立金属）、旭硝子、八幡製鐵所をはじめ、名だたる企業の企業城下町として十分に栄えていたことから、合併には乗り気ではなかったという[田村、同上書：11-12]。

戦前から北九州市一帯は日本の 4 大工業地帯の一つとして栄えてきたが、オイルショッ

ク後のいわゆる「鉄冷え」によって、産業の転換を迫られるようになった。また、工業化に伴う公害問題は深刻を極め、戸畑区と若松区の境にある洞海湾は「死の海」と形容されるほど、魚が棲めないほど汚染されていた。また、工場の煙突からは七色の煙が立ち昇っていたと言われ、大気汚染もひどく、喘息などの罹患率も高かった。このような状況に対して声を上げたのは戸畑区婦人会を中心とした市民であり、「青空がほしい」をスローガンに、企業や行政に改善を要求していった。その甲斐あって、北九州市と市内企業は公害対策に乗り出し、今や公害問題克服の先駆的事例として国内外に知られる存在となっている。

このように成果を上げた市民運動という実績、そして公害を克服した経験を前面に打ち出せることは、北九州市が持つ財産であり大きな特質である。市も環境問題克服の実績を前面に打ち出し、「環境首都」を目指す取り組みを数多く行っている。自治体による国際協力事業として、友好都市である中国大連市に大気汚染防止のための技術移転を行ったり、インドネシアのスラバヤ市では廃棄物処理として「生ごみのコンポスト化協力事業」を行うなどしている。そのような環境改善の実績が国際的にも評価され、1990年には国連環境計画（UNEP）の「グローバル 500 賞」を受賞するとともに、2011年には経済協力開発機構（OECD）からグリーン成長都市に認定されている。また、2018年には OECD から「SDGs 推進に向けた世界のモデル都市」に選ばれるとともに、同年には国からも「SDGs 未来都市」及び「自治体 SDGs モデル事業」に選ばれている。

環境分野で最先端を行く北九州市では、若松区響灘に「北九州市エコタウンセンター」が設けられてリサイクル事業に精力的に取り組むとともに、近年では、次世代エネルギーの開発にも取り組んでいる。この最先端事業を研究面で支えているのが、同じく若松区ひびきにある北九州学術研究都市である。また、環境やエコロジーに対する市民への啓発を目的として、毎年、秋には「エコライフステージ」という西日本最大級の環境イベントが開催されている。

環境問題の克服という最先端の取り組みを行っている一方で、重化学工業からの産業転換に乗り遅れたことによる問題も北九州市は抱えている。雇用機会の減少とそれに伴う労働人口の流出によって生じた高い高齢化率は、解決しなければならない喫緊の課題であると言える。2020年度の統計では、20の政令指定都市の中で北九州市の高齢化率は30.6%でトップであり、後期高齢者人口の割合も16.0%でトップである。国勢調査の結果を見る限り、この状況は1995年以来続いており、改善の兆しが見えない。とりわけ門司区と八幡東区での高齢化率が高く、市内で格差が生じている²。また、人口増減に関しても、2015年の数値と2020年10月時点での数値を比較した際、北九州市はマイナス2.78%で政令指定都市の中で人口流出度が一番高くなっている³。2018年時点での空き店舗率も、市内の主要商店街で16.2%を記録しており、福岡市における2.6%とは対照的な数字となっている。ここでも市内格差が認められ、小倉北区では8.8%にとどまっているものの、若松区では実に46.7%とおおよそ2軒に1軒が店を閉じてしまっている状況にある⁴。

このような現状ではあるものの、北九州市は「シニア世代が住みたい田舎」ランキング

で日本一であったり、保育園の待機児童がゼロであることから「子育てしやすい街」を市の魅力としてアピールしている。ただし、シニア世代に人気があっても、それが町の活性化につながるとは、残念ながら言えないだろう。移住に関しては、2019 年末からの新型コロナウイルスによる世界的パンデミックによって、新しい生活様式、とりわけ仕事のテレワーク化が進むとともに、人口密集地から地方へと居住地を移す人々が増えてきた。北九州市も東京事務所を通じたり、オンラインでの相談窓口を設置したりするなど、これまで以上に移住・定住支援、U ターン・I ターン支援に取り組んでいる。しかし、一時的に注目を集めた地方移住も、テレワークの広がりが限定的であったり、子どもの教育問題があったりと、結局は進んでいないことが指摘されている⁵。首都圏や大阪、名古屋といった大都市から移住して来たいと思われるようになるには、各種施設といったインフラが整っているだけでなく、住民に活力があり、町全体に躍動感が必要なのではないだろうか。そこで次節以降では、町の活性化にフェアトレードがどのように関わっていけるのかを探っていく。

Ⅲ フェアトレードタウン運動

1. フェアトレードタウン認定基準

上述したように、世界で最初のフェアトレードタウンが誕生したのは、英国北部の片田舎の町であった。獣医師であったブルース・クラウザー氏は、英国の老舗 NGO である Oxfam (オックスファム) の会員で、移り住んだガースタングでフェアトレードを広める運動を始め、2000 年には町をフェアトレードタウンであると宣言するに至った。その後、英国国内はもとより、世界中にこの運動が広がりを見せ、今では世界 32 か国にフェアトレードタウンが存在している。

英国で産声を上げたフェアトレードタウンだが、その認定基準については、2001 年になって英国フェアトレード財団が 5 つの基準を策定した。それを示したのが表 3-1 である。

表 3-1 英国フェアトレード財団が策定した認定基準

(基準 1)	地元の自治体がフェアトレードを支持する決議を行うとともに、(たとえば会議、事務所、食堂において) フェアトレード産品を提供することに同意する。
(基準 2)	一定範囲 (少なくとも 2 つ以上) のフェアトレード産品がその地域の小売店 (商店、スーパー、新聞販売店、ガソリンスタンド) で容易に入手でき、地元の飲食店 (カフェ、レストラン、パブ) で提供されている。
(基準 3)	地元の職場と地域の組織 (宗教施設、学校、大学、カレッジや他の地域組織) がフェアトレードを支持し、フェアトレード産品を利用できる場合にはいつでも利用する。10 万人以上の町では旗印となる職場 (*) を必要とする。

(基準4)	メディアによる報道やイベントによって、地域全体でフェアトレードへの関心と理解が高まっている。
(基準5)	フェアトレードタウンキャンペーンが発展し続け、さらなる支持を得られるよう、地元のフェアトレード推進グループが会合を持っている。

(*) 原文では **flagship employer** となっており、大勢が雇用されている工場であったり、サッカースタジアムなどを指す言葉として使われていることから、「旗印となる職場」と訳した。

(出所) 英国フェアトレード財団

(<https://www.fairtrade.org.uk/wp-content/uploads/legacy/Fairtrade-Towns-Action-Guide.pdf>)の情報をもとに筆者作成。

その後、フェアトレードタウン運動が世界的に広がっていくなかで、上述したように、日本でも熊本市が世界で 1000 番目、アジアでは初となるフェアトレードタウンとして 2011 年に認定されている。その認定主体は、一般社団法人フェアトレードタウン・ジャパン（現、一般社団法人日本フェアトレード・フォーラム（FTFJ））であり、表 3-2 に示されている通り、日本が独自に定めた以下の 6 つの基準のもとで認定が行われた。日本の基準は、達成されなければならない基準が時系列的に並べられている。最初に推進組織が設立され、そこから運動を徐々に広め、市民に理解してもらい、輪を広げていく。最終的には市民にフェアトレードの意義が十分に認識されたと言える時点で、議会によってフェアトレードの推進が決議され、首長によってフェアトレードタウンになるという宣言がなされなければならない。これら 6 つの基準を満たして認定を受けたとしても、それで終わりではない。認定の有効期間は 2 年間で、更新が必要である。つまり、運動には持続可能性が求められているのである。

表 3-2 日本のフェアトレードタウン認定基準

(基準1)	推進組織の設立と支持層の拡大 フェアトレードタウン運動が持続的に発展し、支持層が広がるよう、地域内のさまざまなセクターや分野の人々からなる推進組織が設立されている。
(基準2)	運動の展開と市民の啓発 地域社会の中でフェアトレードへの関心と理解が高まるよう、さまざまなイベントやキャンペーンを繰り広げ、フェアトレード運動が新聞・テレビ・ラジオなどのメディアに取り上げられる。
(基準3)	地域社会への浸透 地元の企業や団体（学校や市民組織）がフェアトレードに賛同し、組織の中でフェアトレード産品を積極的に利用するとともに、組織内外へのフェアトレードの普及に努めている。

<p>(基準4) 地域活性化への貢献</p> <p>地場の生産者や店舗、産業の活性化を含め、地域の経済や社会の活力が増し、絆(きずな)が強まるよう、地産地消やまちづくり、環境活動、障がい者支援等のコミュニティ活動と連携している。</p>
<p>(基準5) 地域の店によるフェアトレード製品の幅広い提供</p> <p>多様なフェアトレード製品が地元の小売店や飲食店等で提供されている。フェアトレード製品には FI (国際フェアトレードラベル機構/Fairtrade International) ラベル認証製品と WFTO (世界フェアトレード連盟) 加盟団体の製品、それに地域の推進組織が適切と認めるフェアトレード団体の製品が含まれる。</p>
<p>(基準6) 自治体によるフェアトレードの支持と普及</p> <p>地元議会がフェアトレードを支持する旨の決議を行うとともに、自治体の首長がフェアトレードを支持する旨を公式に表明し、自治体内へのフェアトレードの普及を図っている。</p>

(出所) 一般社団法人日本フェアトレード・フォーラム

(<https://fairtrade-forum-japan.org/fairtradetown/standard>) を参照。

この6つの基準の中で特筆すべきは基準4で、これは日本独自の基準である。熊本市の認定後になるが、フェアトレードタウンが世界的に広がりを見せるなか、フェアトレードタウン国際推進委員会が設立され、2013年になって国際的なガイドラインが策定されている。そのガイドラインによれば、各国は発祥地である英国の5つの基準は残しながらも独自の基準を設けてよいこと、また、基準を満たしているかを判断する指標は各国の実情に合わせてよいことなどが決定されている[渡辺龍也、2018:27]。

ここで基準4の意義に触れておきたい。少子高齢化問題は、日本社会全体における大きな課題の一つである。また、東京への一極集中が進む一方で、地方ではいわゆる「シャッター商店街」が増えているという現状がある。いかにして地域を活性化させるかにどの自治体も頭を悩ませている。そのような日本社会の状況を反映して、地産地消をはじめ地場産業の活性化に貢献するという基準が盛り込まれている。なぜフェアトレードが地域の活性化と結びつくのか。これは多くの人が抱く疑問ではないだろうか。しかし、後述するように、フェアトレードタウン運動が繰り広げられるなかで、各地でさまざまな協働(コラボレーション)が生まれており、町に活気を取り戻すきっかけ作りが進んでいる。次節では、日本の地方社会の閉塞感を打破しようと、各地で取り組まれている具体的な事例をとおして、フェアトレードが果たす役割について考察する。

2. フェアトレードタウン運動の効能

フェアトレードタウン運動には、どのような意義があるのだろうか。長坂寿久(2018)

によれば、世界ではリローカリゼーション（地域回帰）という動きが活性化し、住民自身がボトムアップの形で、自分たちが住みたいと思うまちづくりをする時代になっており、フェアトレードもその手段のうちの一つであるという[長坂寿久、2018：81]。また、渡未絢（2015）は、様々な課題が複雑・多様化した現代社会にあって、行政だけでは課題の解決が難しく、「新しい公共」である市民活動団体や NGO/NPO、それに民間企業が互いに連携し合うことが必要であるという。その際、フェアトレードタウン運動においては、推進組織が様々な協働を生み出す中間支援組織になることで、持続可能な都市形成に貢献しようと述べる[渡未絢、2015]。

前節で述べたように、フェアトレードタウン運動を展開して町全体に広げていく過程では、基準 2 から基準 5 を満たしていかなければならない。実際にこれらの基準を満たしていくには、フェアトレードに関心のある一部の人たちだけが頑張れば事足りるはずはなく、多くの人たちの参画が必要となる。その結果、ここに様々な繋がりや協働が生まれるのである。異分野の人たちが出会ったり、異なる年代層の人たちが協力し合ったりと、これまでは無かった組み合わせが生まれてくるのだが、そのことが町に活気を生み出すことになる。名古屋市でフェアトレードタウン運動をけん引してきた中心人物の一人である土井ゆきこ氏は「巻き込む」ことの重要性を強調する⁶。そして彼女自身、教育現場を訪れて高校生たちを触発するような講義を行ったり、数多くのワークショップを開催したりしてきた。推進組織が中心となりつつも、徐々に協力の輪を広げてすそ野を広くしていくことが、運動が成功する鍵を握っていると言える。ここでは、そういった事例をいくつか紹介していきたい。

（1）若い人たちを巻き込む

高校生たちの積極的な取り組みとして、名古屋市における取り組みは注目に値する。名古屋市ではいくつもの高校が盛んにフェアトレードに関する活動に取り組んでいるなか、とりわけ愛知県立南陽高等学校の Nanyo Company と愛知県立愛知商業高等学校のユネスコクラブによる取り組みは、学生の主体的な活動が地域産業と結びついている点で興味深い。

Nanyo Company では高校生が商品開発に乗り出し、地元の和菓子店にフェアトレードの黒糖を使用して和菓子製作をしてもらったり、洋菓子店ではフェアトレードのカカオニブを使ってもらって商品開発を行っている[柘植政志・三田千英子、2018：130-136]。次に、愛知商業高等学校ユネスコクラブでは、校舎屋上で育てているミツバチによる蜂蜜を使い、ガーナ産のフェアトレードカカオと組み合わせて、アイスクリームの商品化を行っている[梶原英彦、2018：137-143]。当然、そこにはフェアトレード産品を扱う業者であったり、アイスクリームづくりのプロが関わるなど、様々な協働が生まれている。

若い人を巻き込むという点では、逗子市も積極的である。逗子市では、一般に「まちチョコ」⁷と呼ばれるフェアトレードチョコレートの逗子版である「逗子チョコ」を作る際、

市内小学生が夏休みの宿題として描いた「逗子の未来図」がパッケージに用いられたという⁸。逗子市におけるフェアトレードタウン運動は、他の認定タウンと比べて開発教育の側面が強く、そのことも「逗子チョコ」作成に現れていると言えるだろう⁹。

地域を活性化させるには、若い人たちが自分の出身地であるその町に愛着を持つ必要があるだろう。町に愛着を感じられなければ、いつかは町を出て行ってしまうかもしれず、町の活気は徐々に失われていく。また、押しつけられた地元愛は持続性が低いだろう。長坂が述べるように、ボトムアップで、しかも若い人たちも参画するような取り組みであることによって、彼らの町への愛着が育まれるといえる。その点、地元出身の中学生や高校生をフェアトレードタウン運動に巻き込んでいくことの意義は大きい。現に名古屋市では、高校生たちがフェアトレードイベントに積極的にかかわる様子を見て、市議会議員たちは、フェアトレードという運動が町の活性化に及ぼす影響を実感したという¹⁰。名古屋市や逗子市による取り組みは、フェアトレードタウンの持続性を考える点で参考になる。

(2) 地場産業や行政との協働

フェアトレードを通じた様々な協働は、渡未絢（2015）が指摘するように、推進組織が仲介の役割を果たすことによっても広がりを見せる。たとえば、新しい材料としてフェアトレード産品を紹介し、従来品とは異なる商品開発が各地で行われている。たとえば、浜松市では、名物の「うなぎパイ」を製造販売する春華堂と協働しての商品開発が行われている¹¹。また、札幌市でも札幌学院大学¹²の学生たちが市内企業と協働して「さっぽろ夢結晶」という名のスイーツを開発している。この商品には、フェアトレードの有機シナモンパウダー（スリランカ産）、はちみつ（アルゼンチン産）、ココアパウダー（ガーナ産）が使用されているだけでなく、北海道産の黒米やもちきびが使用されているという。しかも砂糖未使用、添加物不使用、グルテンフリーであることから、アレルギーにも配慮されている¹³。他にも、三重県いなべ市では、フェアトレードチョコを使用した和サブレがあったり、フェアトレードの塩を使用した煎餅も作られている¹⁴。逗子市においても、障がい者授産施設作製クッキーであったり、地元の牛乳製造業者がネグロス島のフェアトレード砂糖を使用してアイスクリームを商品化するなどしている¹⁵。

協働事例には現代的な商品の開発だけでなく、伝統産業に貢献している事例もある。名古屋市緑区有松は「有松絞り」で有名だが、フェアトレードの布を使用した商品開発が行われ、「フェアトレードなごやみやげ」に一役買っているという¹⁶。

行政との協働事例としては、名古屋市における学校給食におけるフェアトレード認証胡麻の使用がある。学校給食に出される「ちりめんじゃこの佃煮」でこの胡麻が使用されたという。この給食での使用は反響が大きく、胡麻について説明を受けた子どもたちが、自宅に帰って保護者にフェアトレード胡麻の話をし、話を聞いて関心をもった保護者がスーパーに問い合わせるという動きに繋がったという。食育という観点からも良い取り組みであるが、地元のスーパーがフェアトレード産品に関心をもつきっかけを作ったという点も、

運動の広がりをもたらすという点で大いに効果があったと言える¹⁷。

地元愛を育んだり、様々な協働を生み出したりするのに一役買っているフェアトレードだが、産品そのものが持つ物質面での役割以外に、私たちの精神性にも影響を与えると長坂（2018）は述べる。途上国の人々となつながら、彼らの伝統文化に触れることによって、私たちが失ってきたものを再確認するといった「リバーズ・インパクト」がフェアトレードにはあるというのだ[長坂、2018：82-83]。また、小鳥居伸介（2014）は、フェアトレードタウン運動のなかに「環境や経済の公平性に立脚した地球規模での社会・文化的な変革運動とそれを支える思想・価値観のパラダイム転換」[小鳥居、2014：82]を見出している。

とりわけ自然とのかかわり方など、途上国の人々から学び直すことがある、と筆者自身も経験上感じてきた。たとえば、ラオスには竹製のストローがある。プラスチックごみによる環境汚染が問題となり、使い捨てのプラスチック製ストローが廃止される動きが高まるなか、自然由来の素材を生かした製品に注目が集まるようになったが、竹ストローはその点からは「最先端」を行く製品であると言えるだろう。また、伝統工芸に触れて手作りの価値を再発見するなど、途上国となつがることで見えてくるものも多い。大量生産、大量消費、大量廃棄が行われている現代社会にあっては、モノの持つストーリー性、すなわちそのモノがどこで、誰によって、どんな状況で作られたのかが見えなくなっている。フェアトレード産品との出会いは、そのような状況を見つめ直すきっかけを与え、モノを大切に長く使うといったエシカル消費に繋がるのである。

IV フェアトレードに関する北九州市の現状把握

前章では、フェアトレードタウン運動によって、さまざまな協働が生まれていることを確認した。では、町の活性化を必要とする北九州市でフェアトレードを広めていくためには、どのようにすれば良いだろうか。まずは、北九州市においてフェアトレードがどれほど認知されているのか、また、そもそもフェアトレード産品に出会う機会がどれほどあるのかを調べるために、筆者は2019年度に「北九州市におけるフェアトレード認知度調査」を実施するとともに、フェアトレード産品取扱店舗を掲載した「北九州フェアトレードマップ」を作成した。この章では、それぞれの結果をもとに考察を行い、北九州市におけるフェアトレードの現状を把握するとともに、今後取り組まなければならない課題について述べる。

1. フェアトレード認知度調査

この認知度調査は2019年10月から2020年2月にかけて、北九州市内の主要駅近辺において街頭でのアンケートという形式で行った。調査項目を10項目だけに絞り、全国との比較を可能にするために、一部は一般社団法人日本フェアトレードフォーラム（FTFJ）が実施している内容とほぼ同じ内容とさせていただいた（巻末の調査用紙参照）。それでは、

その調査結果をもとに考察を始めることとしたい。

まず、回答者の人数、性別、居住区、年代についてみてみよう。表 4-1 にある通り、回答者の総数は 137 名。そのうち男性が 37 名、女性が 100 名であった。街頭でのアンケート実施時間が日中であったことが影響し、少しバランスの悪い結果となっている。居住区では、7 つの区のすべてから回答を得ることができたが、若松区だけが一桁の回答にとどまっており、統計としては信頼性に欠ける結果となっている。年代別では 10 代が 23 人、20 代が 17 人、30 代が 23 人、40 代が 28 人、50 代が 17 人、60 代以上が 29 人となっており、ある程度バランスの取れた結果となった。

表 4-1 区ごとの男女別・年代別回答数（人）

	男性						女性						合計
	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上	
門司区	8						14						22
	2	3	1	1	0	1	2	0	2	0	3	7	
小倉北区	12						29						41
	3	4	1	1	1	2	6	4	7	7	2	3	
小倉南区	5						16						21
	2	0	1	0	1	1	4	3	2	3	1	3	
戸畑区	6						12						18
	1	2	0	1	2	0	1	0	2	4	1	4	
八幡東区	2						14						16
	0	0	0	1	1	0	0	0	3	5	2	4	
八幡西区	2						11						13
	0	0	0	1	0	1	1	0	3	3	2	2	
若松区	2						4						6
	0	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	
合計	37						100						137
	8	10	3	5	6	5	15	7	20	23	11	24	

さて、フェアトレードの知名度はどれほどだろうか。質問 4 は FTFJ が全国数か所で行っている項目と同じ問い方をした。FTFJ では、フェアトレードについて「知らない」と答えた人の割合を全体から引いた率を知名度としているが、2020 年の調査では全国平均は 54.3%（男性 54.4%、女性 54.3%）という結果であった[渡辺、2021]¹⁸。表 4-2 に示されている通り、北九州市で行った調査からは 56.9%と全国平均よりも 2.6 ポイント高い数

値が示された。男女における知名度では、男性では51.4%であるのに対して、女性では59%であり、これはFTFJによる調査結果とは大きく異なる結果となっている。FTFJの全国調査では、知名度に関して男女間で差がほとんどないが、北九州市では男性のおよそ半数しかフェアトレードの存在を知らない一方で、およそ6割の女性にはフェアトレードという言葉が浸透していることがわかる。いかにして男性に浸透していない状況を改善するかが、課題として浮かび上がった。

表 4-2 質問 4（認知度）に対する回答

	知らない	見聞きしたことはあるが、内容までは知らない	見聞きしたことがあり、内容も多少は知っている	見聞きしたことがあり、内容も良く知っている	合計
男性	18 (48.6%)	8 (21.6%)	8 (21.6%)	3 (8.1%)	37
女性	41 (41.0%)	10 (10.0%)	29 (29.0%)	20 (20.0%)	100
合計	59 (43.1%)	18 (13.1%)	37 (27.0%)	23 (16.8%)	137

次に区ごとの割合を示したのが表 4-3 である。八幡東区での知名度は75%、八幡西区では実に84.6%という高い知名度が示された。しかも八幡西区においては、「多少は知っている」ないしは「よく知っている」と回答した割合がおおよそ7割を占めている。一方、門司区と小倉北区では知名度が高くなく、全国平均値の54.2%を下回っている。以上のことから、同じ北九州市にあっても、区によってばらつきがあることが確認された。このことは、今後フェアトレードタウン運動を展開していくにあたって、「場所」という要素を加味し、知名度の低い場所でのイベントなどを企画していく必要性を示していると言える。

表 4-3 質問 4 に対する回答の区ごとの割合 (%) (男性、女性欄は人数)

	門司区	小倉北区	小倉南区	戸畑区	八幡東区	八幡西区	若松区
知らない	54.5	48.8	33.3	50.0	25.0	15.4	83.3
男性	4	6	1	4	0	1	2
女性	8	14	6	5	4	1	3
見聞きした、知らない	22.7	7.3	23.8	0.0	18.8	15.4	0.0
男性	2	2	3	0	0	1	0
女性	3	1	2	0	3	1	0
見聞きした、知っている	18.2	34.1	23.8	16.7	25.0	46.2	16.7
男性	2	4	0	0	1	0	0
女性	2	10	5	2	3	6	1

良く知っている	4.5	9.8	19.0	33.3	31.3	23.1	0.0
男性	0	0	1	1	1	0	0
女性	1	4	3	5	4	3	0

次に、表 4-4 が示す年代別の知名度を見てみよう¹⁹。まず、10 代における知名度は 69.6% で、全国調査の 63.4% を上回る数字となった。この高い知名度は表 4-5 の結果からわかる通り、学校の授業でフェアトレードについて学んだからであると言える。全国調査でも同じ結果が出ており、教育現場にフェアトレードがかなり浸透していることがわかる。次に、60 代以上の認知度は 38.0% とかなり低い値となっているが、これは 70 代以上も含めていることが影響しているかもしれない。全国調査の結果でも、60 代での知名度は 51.7% であったが、70 代になると 43.0% と低下している。しかし、それらの数値と比べても北九州市の数字は低く、高齢者が多い町であることを考えると、この年代層に向けての活動も今後重要である。意外であったのは 20 代、40 代、50 代での知名度である。20 代での知名度は 35.3% と全年代で最も低く、全国調査とはおよそ 25 ポイントもの開きがある。20 代でなぜこれほどまでに低い結果が出たのかは、今後考察する必要がある。40 代と 50 代に関しては、知名度はそれぞれ 75.0% と 70.6% であり、極めて高い結果となった。全国調査結果と比べても、それぞれ 19.2 ポイント、17.6 ポイント高い数値である。この年代層には随分とフェアトレードが浸透していることがうかがえる。なお、残る 30 代に関しては 52.2% であったが、全国の結果からは 3.6 ポイント高いだけであり、ほぼ全国平均と同じであった²⁰。

表 4-4 質問 4 に対する回答の年代別割合 (%) (男性、女性は人数)

		10代	20代	30代	40代	50代	60代以上
知らない	全体	30.4	64.7	47.8	25.0	29.4	62.0
	男性	2	8	1	2	2	3
	女性	5	3	10	5	3	15
見聞きしたことはあるが、内容までは知らない	全体	8.7	17.6	17.4	14.3	5.9	13.8
	男性	2	2	0	2	0	2
	女性	0	1	4	2	1	2
見聞きしたことがあり、内容も多少は知っている	全体	60.9	11.8	30.4	21.4	35.2	10.3
	男性	4	0	2	0	2	0
	女性	10	2	5	6	4	3

見聞きしたこ とがあり、内 容も良く知っ ている	全体	0	5.9	4.3	39.3	29.4	13.8
	男性	0	0	0	1	2	0
	女性	0	1	1	10	3	4
	男性	8	10	3	5	6	5
	女性	15	7	20	23	11	24
	知名度	69.6	35.3	52.2	75.0	70.6	38.0

では、フェアトレードをどこで知ったのかについて、表 4-5 をもとに年代別にきっかけを見てみよう。上述したように、10 代では圧倒的に学校での授業がきっかけとなっている。20 代や 30 代ではテレビ、40 代以上ではインターネット、店頭、イベント、知人・友人という回答が多いことがわかる。

調査項目の選択肢を分類化すると、テレビからカタログまではすべて「メディア」と一括りにすることができるだろう。一方、店頭から家族までの選択肢は「対人・対面経験」としてまとめることができる。10 代の「授業」は別枠として考えると、年代が高くなるにしたがって「メディア」とともに「対人・対面経験」がきっかけになっていくことがわかる。つまり、若い人たちには「メディア」を、年齢が高い人にはイベントをきっかけにフェアトレードを知ってもらうのが効果的な方法だと言えるだろう。

表 4-5 質問 5 に対する回答の年代別人数

	10 代	20 代	30 代	40 代	50 代	60 代以 上	合計
授業	12	1	1	1	0	0	15
テレビ	1	3	3	1	1	0	9
インターネット	1	0	1	3	3	1	9
新聞	0	0	2	1	0	4	7
書籍	0	0	0	2	0	1	3
カタログ	0	0	1	1	0	0	2
店頭	1	1	2	3	1	0	8
イベント	1	0	1	2	3	1	8
知人・友人	0	1	0	4	2	3	10
家族	0	1	0	0	0	0	1

次に質問 4 でフェアトレードのことを「見聞きしたことがあり、内容も良く知っている」と答えた 23 名が、何をきっかけとしてフェアトレードのことを知るようになったのかを抽出したのが表 4-6 である。ここで興味深いことを 2 点指摘しておきたい。まず、「授業」

でフェアトレードのことを知ったという 15 名のうち、「よく知っている」と回答したのはたった 2 名だけだったことである。しかも、この 2 名は 30 代の女性と 40 代の女性であり、10 代ではない。つまり、10 代の回答者は「授業」を通してフェアトレードという言葉に接したものの、その内容までは十分に理解していなかったものと考えられる。自分のお小遣いで購入するにはフェアトレード製品の値が少し高価なことは確かだが、購入経験が少ないことで、フェアトレードに対する理解が深まらないといった可能性があるだろう。この年齢層に対しては、高大連携の出張講義などを通じて、実物を手に取ってもらうとともに、フェアトレード製品の背景にある途上国の現状を伝え、理解を深めてもらう必要があると言える。

もう一点は、受動的な活動よりも能動的な活動の方が、理解度を深めるという点である。たとえば、「テレビ」や「インターネット」をきっかけと回答した人のなかでは、それぞれ 1 割、3 割の人しか理解は深まっていない。また、「授業」についても、受け身の姿勢であったがために理解が深まらなかったと言えるだろう。中学校や高等学校では、「総合的な学習の時間」を使って能動的な取り組みとしてフェアトレードを学べば、この数値はかなり変化するだろう。「イベント」に関して、たまたま立ち寄ったのか、それとも意識的に出かけたのかによって結果は異なってくる。また、フェアトレード商品を広める側も、イベントでフェアトレード商品を販売する場合、積極的にフェアトレードについて会話をしたり、フェアトレードに関する冊子を配布するなどの工夫が必要だろう。数字の高く出た「新聞」「書籍」「カタログ」「店頭」「知人・友人との会話」は、いずれも能動的な活動であると言える。「イベント」と違い、「店頭」では店員との会話の機会も多く、商品の背景にあるストーリーも知ることができ、理解がより深まると考えられる。

表 4-6 質問 4 で「よく知っている」と回答した人が情報を得たきっかけ

授業	テレビ	インター ネット	新聞	書籍	カタ ログ	店頭	イベ ント	知人・ 友人	その 他*	家族
2	1	3	3	2	1	4	1	4	2	0
16.7 %	11.1 %	33.3 %	42.9 %	66.7 %	50.0 %	50.0 %	12.5 %	40.0 %		

*勉強会への参加、宿泊先で知ったという回答。

2. 北九州フェアトレードマップ

マップの作成にあたっては、市内で展開しているスーパーマーケット、生活協同組合、小売店、飲食店にメールで問い合わせた他、本部事務所が市内にある会社に対しては、本社を訪問して担当者の方から情報を得た。また、フェアトレード商品を取り扱っている個人商店に関しては、卸から仕入れた小売店が仲卸として関わっている商店をカウントした。その結果は、以下の表 4-7 の通りである。

表 4-7 北九州市内フェアトレード産品取扱店舗（2020年3月時点）

		門司区	小倉北区	小倉南区	戸畑区	八幡東区	八幡西区	若松区	合計
イオン 系列	イオン				1	1		1	3
	マックスバリュ	1	1				2		4
カルディ			2	1		1			4
ハローデイ		1	3	4			3		11
サンリブ			2	2			2	1	7
エフコープ		1	1	2	1		2		7
グリーンコープ		1	2	2			1		6
ゼンシ ョーホ ールデ ィング ス	すき家	1	3			1	2	1	8
	はま寿 司		1				1	1	3
	ジョリ ーパス タ	1	1	2			2		6
	ココス		1						1
	ビッグ ボーイ				1				1
A-プライス			1	1			1		3
個人商店 (うち専門店)		2	3 (1)	1 (1)	1		2		9
合計		8	21	15	4	3	18	4	73

まず、表に示されている会社等について説明をしておこう。イオン、ゼンショーホールディングスは、全国展開しているそれぞれ大手流通グループと大手外食チェーンである。カルディと A-プライスはどちらも、全国展開している食品を扱う小売チェーン店であり、前者は株式会社キャメル珈琲が、後者は神戸市に本社を置く株式会社トーヨーキャッシュアンドキャリアが運営している。エフコープは福岡県内の生活協同組合であり、グリーンコープは九州・中国・関西地方で展開している 15 の生活協同組合の連合会で、環境や福祉にとりわけ力を入れている組合である。残るハローデイとサンリブは、どちらも小倉南区に本社がある地元スーパーマーケットである。個人商店のうち、小倉北区の専門店は「一生もん shop 緑々（あおあお）」、小倉南区のものは北九州市立大学フェアトレードショッ

プ Etica である。なお、市内の個人商店のうち、6 軒は「一生もん shop 緑々」が産品を下ろしている商店である。この結果からわかるように、個人商店は全体の 12%ほどしか占めておらず、残りの 88%ほどはスーパーマーケットであったり、全国展開する外食チェーン店であった。

次に、取扱店舗数について確認しておこう。マップ作製過程で確認できた店舗数は全部で 73 店舗であった。この数字はフェアトレードタウンの認定に向けて多いのか少ないのか。実は、前述の FTFJ によるフェアトレードタウン認定基準の基準 5 にはさらに細かな指標があり、フェアトレード産品を 2 品目以上置いている店舗を 1 店舗としてカウントすることになっている。ただし、1 品目しか置いていない場合には 0.5 店としてカウントできる。また、人口が 3 万人以上の自治体であれば、人口 1 万人につき 1 店舗が必要とされ、フェアトレードの推進と普及を目的とした店舗が少なくとも 1 店舗必要であると定められている。

北九州市の場合、73 店舗のうち、2 品目以上を置いているのは 61 店舗で 12 店舗は 1 品目しか置いていない。そのため、合計は 67 になる。北九州市の人口はおよそ 94 万人であることから、認定には少なくとも 94 店舗が必要だが、まだ 27 店舗不足している。もちろん、今回の調査は完全なものではなく、確認できていない店舗があると思われるが、2 品目で 1 店舗とカウントされることを考えるとかなり厳しい数字である。全国的なチェーン店や市内スーパーマーケットの棚にフェアトレード産品を置いてもらうことは現実的に難しく、個人商店でフェアトレードの賛同者を増やしたり、食品や工芸品とは無縁な業種であっても、産品を置いてくれる事業所を増やす必要がある。熊本市の場合、市内でガソリンスタンドを運営する会社が理解を示し、系列店にフェアトレード産品を置いてくれたという[明石祥子、2018 : 48]。また、名古屋市でも書店や映画館が賛同してくれて、輪が広がったという[土井ゆきこ、2018 : 90]。つまりは、協力の輪を広げることが大事であり、基準 2 から基準 5 を満たしていくための活動を通して多くの人とまじりあい、賛同の輪を広げていければ、おのずと数字はついてくるといことであろう。

V おわりに

北九州市は重化学工業で栄えた歴史を持つが、その後の産業転換が遅れ、現在では高齢化率が政令指定都市の中で一番高い状況に陥ってしまっている。町の活性化のために行政もさまざまな施策を行っているが、十分な成果を上げられずに人口流出が止まらない。トップダウンでの町の活性化には限界があり、市民協働によるボトムアップ型の再活性化も必要である。

北九州市には、公害克服の歴史とその過程で見られた市民活動団体による成功体験がある。「環境」に関する市民の意識は、他の自治体に比べて高いと言えるだろう。そのような土地柄のもとでフェアトレードタウン運動を展開していくにあたっては、フェアトレード産品が生み出される現場の状況を伝えていくことが鍵となろう。たとえば、綿花栽培では

相当量の農薬が使用され、土地が汚染される。綿花栽培地での子どもの癌罹患率が高いという報告もある。同じように、バナナの生産地ではセスナ機による農薬散布行われ、地域住民に健康被害が認められる。フェアトレードでは、有機栽培が奨励されていることから、従来品と比べて製品の価格は高いものの、栽培地住民の健康を守るとともに地球環境に優しいのである。また食品であればなおさらのこと、消費者にとっても有機栽培は安心をもたらす。産品が生まれる背景を知ることによって、フェアトレードに対する共感が高まるはずである。

フェアトレードタウン運動は、タウンとしての認定を得ることが目的となつてはならないと考える。運動を展開し、さまざまな協働が市民の間に生じることがより重要であり、そこに意義があると言える。タウン認定はあくまでも結果に過ぎない。

北九州市でも再活性化につながる動きがみられ始めている。障がい者就労支援を行っている「NPO 法人わくわーく」では、株式会社ウインドファームの扱うメキシコ産カカオニブを使用したクッキーや、カフェインレスコーヒーを生地に練りこんだビスコッティを製造している。基準4に合致した取り組みが北九州でも始まっているのだ。また、「北九州クリエイティブ座談会」と称する会合を持つなどして、若いクリエイターたちによる市のリブランディングが始まっている。このような動きと連動していくことが今後さらに必要になっていくことだろう。北九州市でのフェアトレードタウン運動は始まったばかりだ。市民が参画して、自分たちが住みたいと思えるまちづくりを自分たちで行っていく。フェアトレードタウン運動がその一つのきっかけとなり、賛同の輪を広げていければ、町は徐々に変わっていくことだろう。

<資料>

北九州市におけるフェアトレード認知度調査

- 質問1 あなたはどの年代に属していますか？（必須）
10代 20代 30代 40代 50代 60代以上
- 質問2 あなたの性別について教えてください。（必須）
男性 女性 答えたくない
- 質問3 あなたのお住まいはどちらですか？（必須）
門司区 小倉北区 小倉南区 八幡東区 八幡西区 戸畑区 若松区 その他
- 質問4 あなたは「フェアトレード」という言葉を聞いたことがありますか？（必須）
「知らない」 「見聞きしたことはあるが、内容までは知らない」 「見聞きしたことがあります、内容も多少は知っている」 「見聞きしたことがあります、内容も良く知っている」
- 質問5 どのようにして「フェアトレード」という言葉を知りましたか？ 【一番はじめのきっかけ】を以下の14の選択肢の中から一つ選んでお答えください。（必須）
新聞 テレビ ラジオ 雑誌 インターネット SNS 通販カタログ 店頭書籍 学校の授業（講義、教科書を含む） イベント 知人・友人との会話 家族との会話 その他
- 質問6 フェアトレード製品／商品の購入経験について、次の6つの選択肢の中から当てはまるものを一つお選びください。※ここでの購入にはカフェやレストラン等での飲食も含まれます。（必須）
「見たことも、買ったこともない」 「見たことはあるが、買ったことはない（もらったこともない）」 「見たことはあるが、買ったことはない。ただし、もらったことはある」 「1回から2～3回程度、買ったことがある」 「5～10回程度、買ったことがある」 「10回以上、買ったことがある」
- 質問7 買ったことのある場所はどこですか。次の15の選択肢の中から当てはまるものすべてをお選びください。（必須）
フェアトレード専門ショップ 有機（オーガニック）食品／製品店 自然食品／製品店 エスニック・ショップ スーパー コンビニ デパート 生活協同組合（生協）（店舗以外での購入も含む） その他の商店 カフェ・レストランなど イベント会場（学園祭・大学祭を含む） インターネット通販 カatalog通販 その他
- 質問8 買ったことのあるフェアトレード商品／商品は次のどれですか。次の14の選択肢の中から当てはまるものをすべてお答えください。（必須）
コーヒー 紅茶／ハーブティー ジュース ワイン チョコレート クッキー／菓子 バナナ ドライフルーツ カレー／香辛料 衣類 服飾雑貨／アクセ

サリー 石鹸や化粧品 手工芸品（バッグ、ロウソク、財布など） その他
質問 9 あなたの居住地の近くにフェアトレード産品／製品を置いている場所がありますか。

ある ない わからない

質問 10 その名前を教えてください。

付記

本論文は 2019 年度北九州市立大学特別研究推進費研究（「北九州市でエシカル消費を推進するための基礎研究」）の成果であるとともに、2017 年度北九州市立大学特別研究推進費研究（「北九州市をフェアトレードタウンにするための方法論研究」）の成果の一部を用いている。

謝辞

2017 年度北九州市立大学特別研究推進費研究を遂行するにあたり、インタビューに応じてくださった明石祥子氏、土井ゆきこ氏、原田さとみ氏、杉本皓子氏、磯野昌子氏にまずは感謝申し上げます。また、2019 年度北九州市立大学特別研究推進費研究を遂行するにあたり、以下の学生たちが街頭アンケートによって貴重なデータを収集してくれた。記して感謝したい。藤間奈々江氏（地域創生学群）、大石真理子氏（政策科学科）、樋口晴香氏（法律学科）、蓮岡桃子氏（国際関係学科）、青山純堇氏（法律学科）、勝田有希氏（法律学科）、石原桜来氏（中国学科）、小山真歩氏（中国学科）。最後に、2020 年全国フェアトレード調査の結果について、その結果の一部使用を快諾してくださった東京経済大学の渡辺龍也教授に感謝申し上げます。

（本学 外国語学部 教授）

[注]

- 1) 2020 年 10 月末時点でフェアトレードタウンの数は 2064 である（Fair Trade International の発表による。最終閲覧日：2021 年 1 月 11 日
<<http://www.fairtradetowns.org/>>）。
- 2) 以上の数値は北九州市公表のデータによる。最終閲覧日 2021 年 1 月 15 日
<<https://www.city.kitakyushu.lg.jp/files/000898006.pdf>>。
- 3) 以下のサイトを参照。最終閲覧日：2021 年 1 月 20 日<https://uub.jp/rnk/sei_n.html>。
- 4) 米村勇飛「新規出店 市が『伴走』 空き店舗解消へ補助制度 北九州市 1 年半で 16

- 店』『西日本新聞』（北九州版オンライン）、2019年9月16日。最終閲覧日：2021年1月14日<<https://www.nishinippon.co.jp/item/n/543486/>>。
- 5) 47 News「コロナで地方移住、結局進まない理由 テレワークに悲鳴 都心マンションへ回帰」最終閲覧日：2021年1月22日
<<https://news.yahoo.co.jp/articles/b72e5fbf9e9ea8ef63ca623247118553f2c659de>>。
 - 6) 土井ゆきこ氏へのインタビューによる（2017年11月30日、名古屋市）。
 - 7) 一橋大学のフェアトレード推進サークルが、フェアトレードによる国際協力と、大学が位置する国立市の活性化を目的に始めた取り組み
(<https://machichoco.jimdofree.com/>、最終閲覧日：2021年1月20日)。
 - 8) 長坂、前掲書、170-171頁ならびに筆者による磯野昌子氏へのインタビュー（2017年9月27日、逗子市）。
 - 9) 高校生と大学生を対象とした教育プログラムである「フェアトレード・ユース・プログラム（FTYP）」も逗子市によって行われている（磯野氏のインタビューから）。
 - 10) 原田さとみ氏へのインタビューから（2017年12月1日、名古屋市）。
 - 11) 2020年11月29日に開催されたFTFJによる第3回オンラインミーティングから得た情報。
 - 12) 本稿では触れないが、2021年1月現在、日本に3つあるフェアトレード大学のうちのひとつ。他は浜松市にある静岡文化芸術大学と札幌市にある北星学園大学である。
 - 13) 詳しくは、リアルエコノミーのサイト参照
(<https://hre-net.com/syakai/kyoiku/48524/>、最終閲覧日：2021年1月20日)。
 - 14) 2020年11月29日に開催されたFTFJによる第3回オンラインミーティングから得た情報。
 - 15) 磯野昌子氏へのインタビュー（2017年9月27日、逗子市）。
 - 16) 原田さとみ氏へのインタビュー（2017年12月1日、名古屋市）。
 - 17) フェアトレード胡麻に関しては、原田氏へのインタビューから（2017年12月1日、名古屋市）。
 - 18) なお、2020年の調査では、対象を70代にまで広げており、従来とは調査対象の年齢幅が異なっている。ここでは、70代を含めない従来と同じ60代までの結果をもとに補正された数字を引用させていただいている。
 - 19) FTFJが行った2015年の調査では、全国の知名度は10代で61.5%、20代で55.2%、30代で56.5%、40代で60.0%、50代で50.5%、60代で46.6%であった（FTFJ、2015）。また、渡辺（2021）によると、2020年の調査では、全国の知名度は10代で63.4%、20代で59.9%、30代で48.6%、40代で55.8%、50代で53.0%、60代で51.7%であった。
 - 20) ここで比較した全国調査の数字に関しては、すべて渡辺（2021）を利用している。

〔参考文献〕

- 明石祥子「人つなぐフェアトレード」渡辺龍也編著『フェアトレードタウン “誰も置き去りにしない”公正と共生のまちづくり』明石書店、2018年、34-73頁。
- 梶原英彦「世界に羽ばたくミツバチプロジェクト」渡辺龍也編著『フェアトレードタウン “誰も置き去りにしない”公正と共生のまちづくり』明石書店、2018年、137-143頁。
- 小鳥居伸介「日本におけるフェアトレードタウン運動の展開と意義—熊本市の事例を中心に—」『長崎外大論叢』第18号、2014年、69-86頁。
- 田村康代『これでいいのか福岡県北九州市』マイクロマガジン社、2013年。
- 柘植政志・三田千英子「世界と地域をつなぐ高校生」渡辺龍也編著『フェアトレードタウン “誰も置き去りにしない”公正と共生のまちづくり』明石書店、2018年、130-136頁。
- 土井ゆきこ「できないと思い込み、閉じ込めていた想いの蓋があいた・・・」渡辺龍也編著『フェアトレードタウン “誰も置き去りにしない”公正と共生のまちづくり』明石書店、2018年、74-106頁。
- 長坂寿久編著『フェアトレードビジネスモデルの新たな展開 SDGs 時代に向けて』明石書店、2018年。
- 葉月けめこ『北九州市の逆襲』言視舎、2017年。
- 渡辺龍也「フェアトレードと倫理的消費（Ⅱ）～全国調査が明らかにするその動向～」『現代法学』第40号、2021年3月（刊行予定）。
- 渡辺龍也編著『フェアトレードタウン “誰も置き去りにしない”公正と共生のまちづくり』新評論、2018年。
- 渡未絢「フェアトレードタウンと中間支援組織—持続可能な都市形成に向けて—」『横浜国際社会科学研究所』第19巻第6号、2015年、115-143頁。
- 北九州市、2021年1月15日参照
< <https://www.city.kitakyushu.lg.jp/files/000898006.pdf> >
- 都道府県市区町村—データと雑学で学ぼう遊ぼう、2021年1月20日参照
< https://uub.jp/rnk/sei_n.html >
- まちチョコネットワーク、2021年1月20日参照< <https://machichoco.jimdofree.com/> >
リアルエコノミー、2021年1月20日参照
< <https://hre-net.com/syakai/kyoiku/48524/> >
- 米村勇飛『西日本新聞』2019年9月16日、2021年1月14日参照
< <https://www.nishinippon.co.jp/item/n/543486/> >
- Fair Trade International、2021年1月11日参照< <http://www.fairtradetowns.org/> >
47 News、2021年1月22日参照
< <https://news.yahoo.co.jp/articles/b72e5fbf9e9ea8ef63ca623247118553f2c659de> >

STUDIES
OF
INSTITUTE FOR
REGIONAL STRATEGY
CONTENTS

Challenges and Prospects of Kitakyushu City to Become a Fair Trade Town

Tsuyoshi OHIRA 25

No. 6
March 2021
INSTITUTE FOR REGIONAL STRATEGY
THE UNIVERSITY OF KITAKYUSHU
KITAKYUSHU CITY, JAPAN