

平成29年度 学生による地域活性化プログラム

# グラスルーツ・ グローバリゼーション

— 草の根・地域からの人類一体化の推進 —



**広田秀樹ゼミナール**  
活動報告書

**05**

平成29年度

## ごあいさつ



長岡大学 学長 村山 光博

長岡大学の「学生による地域活性化プログラム」は、平成19年度に文部科学省の現代的教育ニーズ取組支援プログラム(現代GP)に採択された「学生による地域活性化提案プログラム—政策対応型専門人材の育成—」に始まり、平成25年度からは文部科学省「地(知)の拠点整備事業」(大学COC事業)に採択された「長岡地域<創造人材>養成プログラム」の一環として、発展・継続して取り組んで参りました。現在では、本学の特徴的な教育プログラムとして周辺地域における認知度も高まってきていると実感しております。これまで11年の長きにわたりこの取り組みを続けて来られたのは、地域の皆様の暖かいご支援とご指導の賜物と、心より御礼申し上げます。この取り組みが十分に地域の活性化に貢献しているとは言えませんが、これまで本プログラムの運営に多大なご協力をいただいた地域連携アドバイザーの方々だけでなく、たくさんの地域の方々から個々の取り組みテーマに対するお問い合わせや称賛の声をいただいております。また、最近では取り組みの中心となる学生の活動に関して、新聞やテレビなどのマスメディアでも大きく取り上げていただくことが多くなりました。

長岡大学の建学の精神は、

- ・幅広い職業人としての人づくりと実学実践教育の推進
- ・地域社会に貢献し得る人材の育成

です。本プログラムは、まさにこの精神を実現するための本学の中核となる教育プログラムであると言えます。

「地域活性化とは何か」という問いに対する明確な答えは無いと思いますが、本プログラムでは、答えの無い課題に対して、どのように考え、どのように行動して行くのかを学生が自ら試行錯誤する中で体得していくことができます。大学を卒業して地域社会の一員となる学生たちが、将来、地域が抱える課題に日々取り組んでいくことになると考えると、彼らにとってこれらの体験は大変貴重なものとなることでしょう。

本プログラムでは、各ゼミナールでテーマを設定し、ゼミに所属する学生のグループが活動を進めて行くこととなりますが、時には一緒に活動する地域の大人たちとの意見の食い違いや、学生同士のちょっとしたすれ違い等が起きることもあります。このような体験も学生がさらに一歩成長するきっかけとなります。ゼミで決めたテーマをまとめ上げるために、どのように他者とかかわりながら取り組みを進めて行くべきなのか、この取り組みの中で自分の役割は何であるのか、などを考えながら活動を行っていくことで、チームで活動することの難しさだけでなく、チームで何かをやり遂げたことの充実感や達成感を味わうことができます。

長岡大学の「学生による地域活性化プログラム」では、学生が地域の皆様と一緒に汗をかき、考え、そして楽しむことで、目先の地域貢献活動だけでなく、将来にわたって地域の活性化を担っていける人材の育成を目指しております。

地域の皆様には、日頃より本プログラムへの多大なるご支援とご協力をいただき、誠にありがとうございます。

平成30年3月



長岡大学は、文部科学大臣の認証を受けた『公益財団法人日本高等教育評価機構』により、平成28年度大学機関別認証評価を受審し、平成29年3月7日、日本高等教育評価機構が定める大学評価基準を満たしているとして「認定」されました。

## はじめに

### グラスルーツグローバリゼーション — 草の根・地域からの人類一体化推進 —



長岡大学教授／ゼミ担当教員 広田 秀樹

広田ゼミナールでは長年に渡って、「グローバリゼーションと地域」をテーマに活動を進めてきました。この伝統的なゼミ活動の中で、歴代のゼミ生たちはグローバルな広い視野を身に付けてくれていると確信します。

1980年代末から1990年代初頭にかけての冷戦終結は、自由と民主の人類の拡大の契機となったフランス革命に匹敵するか、それ以上の歴史的快挙であったと考えます。冷戦終結はグローバル資本主義を現出させ、モノ・サービス・情報・技術・文化・人間など、あらゆるものが世界中を駆け巡る「グローバリゼーション（地球一体化）」という画期的ステージに、人類を飛躍させました。

近年、イギリスのEU離脱、アメリカにおける「米国第一主義」のように、自国の広範な地域の雇用・産業を保護しようというローカリズム的現象が現出しています。「グローバル」と「ローカル」の総合調整が必要になってきたと言えます。

今年度ゼミも当初は、歴代のゼミ活動の伝統として確立していた、グラスルーツグローバリゼーションの手法としての、「グローバリゼーションを幅広く学ぶ学習活動（Study）」、「外国人の方等をゼミに招待し交流する招待活動（Invite）」、「外国人の方等が活躍する場に向く訪問活動（Visit）」、「悠久祭でグローバル関連のお店を出店しその利益をユニセフに寄附する寄附活動（Donate）」や、それら活動の「刺激」を切っ掛けにして、深く関連知識を掘り下げ議論する探究活動（Learn by Stimulation of Globalization, LSG）に沿って進める方向でした。

ところが、ゼミ長の安達清志君から、「今年度はゼミ生全員で議論してみて、何か新しい手法で取り組んでみたい」という思いが語られ、思い切って「ゼロベース思考」で「新しい道」を探ってみることになりました。それは、幼少の頃から、地域の先輩方から本格的な訓練を受けてきた安達君の、地域リーダーを自覚する大きな使命感から生まれた思いからの転換であったと思います。

安達ゼミ長を中心に、毎回活発な議論を進める中で、フェアトレード、アフリカンフェスタという地域の国際交流活動など、地域と世界をつなぐものにコンタクトをとり学習する中で、「世界と地域を何か新しいユニークな方法でつなぐには？」という問題意識が芽生えていったようです。

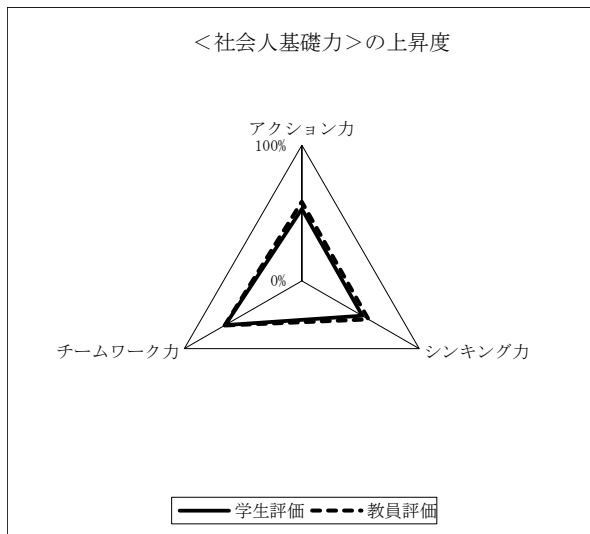
ゼミ生の問題意識がさらに活発に議論される中で、フェアトレードで扱われる世界中の「スパイス」と、地元長岡の「長岡野菜」を連結した「カレー」を悠久祭で販売するという活動への挑戦が始まりました。長岡中央青果株式会社に乗り込み、長岡野菜の現状とカレーに合った野菜をさぐり、スリランカのスパイスを選択し、「最高のグローバルテイストと地域野菜のベストミックス」を目標に、ゼミ生は何回も試食を繰り返し調理を工夫して行きました。悠久祭では、多くの人から「今までにない魅力的な味覚だ」という感想を頂くことができ、ゼミ生は大変喜んでいました。

安達ゼミ長を中心にした若者達が、地域活性化プログラムに取り組む中で、「グローバルとローカルの総合調整」に一石を投じたことに心から感銘し、いつの時代も、時代を拓くのは若者の熱と力であることを再認識しました。

平成30年3月

# 平成 29 年度 学生による地域活性化プログラム 社会人基礎力の上昇度

地域活性化プログラムにおける学生教育の目標は、社会人基礎力の向上、ビジネス展開能力の向上、専門的スキルの向上が目的である。平成 29 年度学生による地域活性化プログラムに参加した 8 取組の学生の「社会人基礎力」の伸び具合について、学生とゼミ担当教員にアンケートを実施した。アンケートは取組に参加した学生一人一人を対象に、社会人基礎力の変化を評価する形で実施した。学生は自己評価（有効回収 66）であり、教員は各ゼミ生についての評価である。



## ★「社会人基礎力」

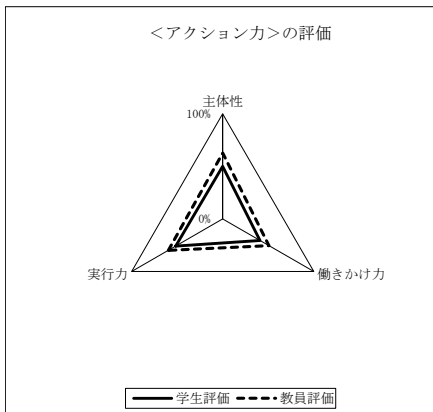
＝「アクション力」「シンキング力」「チームワーク力」が上昇

3 つの社会人基礎力の上昇度（取組前と取組後の比較）は、これまで学生の自己評価と教員評価の間に乖離があったが、今年度はその差が縮まり、チームワーク力は、ほぼ一致した。長年、活動を続けてきた成果ではないか。

今後の取組においては、全体的な上昇度を高めていくことが重要である。

## ＜社会人基礎力＞の上昇度

	学生評価	教員評価
アクション力	53.0%	58.2%
シンキング力	51.5%	56.7%
チームワーク	65.2%	65.7%

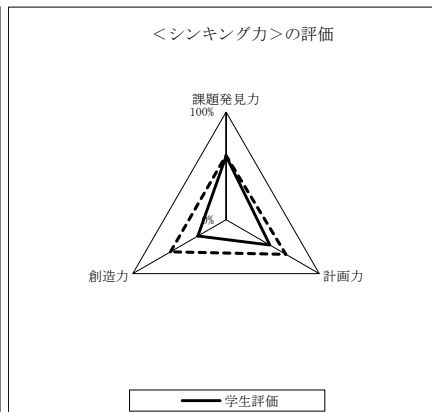


	学生評価	教員評価
主体性	50.0%	62.7%
働きかけ力	40.9%	50.7%
実行力	51.5%	59.7%

## ＜アクション力＞

アクション力の 3 つの指標を比較すると、すべての指標において教員評価が学生評価を 10 ポイント前後上回った。昨年度は全体的に学生評価の方が上回っていたが、今年度は逆の結果となった。

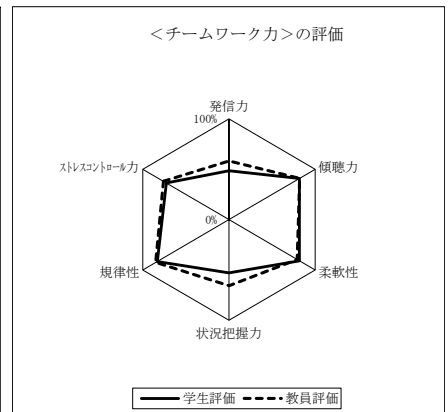
学生は活発に活動すればするほど自己評価が厳しくなり、このような結果になったのではないかと。今後は学生が成長をいかに実感できるというところまで追及した指導が必要となるのではないかと。



	学生評価	教員評価
課題発見力	59.1%	59.7%
計画力	47.0%	64.2%
創造力	30.3%	59.7%

## ＜シンキング力＞

学生の自己評価では、課題は見つけられたが、日々の活動の中で計画力や創造力という面で力不足を実感したのではないかと。しかし、それは学生にとってとてもよい経験になったはずである。教員評価は昨年度と比較すると 3 つの指標すべてで 20 ポイント前後上昇している。アクション力同様、日々の活動において、どのような点がよかったか、または悪かったなど、学生と教員とのコミュニケーションをさらに深めていく必要がある。



	学生評価	教員評価
発信力	48.5%	58.2%
傾聴力	81.8%	82.1%
柔軟性	81.8%	79.1%
状況把握力	53.0%	65.7%
規律性	83.3%	85.1%
ストレスコントロール力	72.7%	76.1%

## ＜チームワーク力＞

チームワーク力は、「アクション力」や「シンキング力」よりも学生評価と教員評価の類似性が高い。

学生の自己評価も同様であるが、教員の評価が発信力と状況把握力が低い点は、今後指導を強めていく必要がある。昨年に引き続き課題となった。

平成29年度 学生による地域活性化プログラム

広田秀樹  
ゼミナール

# グラスルーツグローバルゼーション

## ～草の根・地域からの人類一体化推進～



### 【参加学生】

王吉・川村拓也・土井健太・安達清志・王世銘・児玉拓実  
孫雪・辰口朋日炉・趙博文・陳楠萍・和田充史・渡邊周三  
王艶・Khulan Temuulen

### 【アドバイザー】

コミュニティ・リーダーズ・ネットワーク代表 大出恭子氏  
フェアトレードショップら・なぶうオーナー 若井由佳子氏

### 取り組みの目的

「グローバルゼーションと地域活性化の両立」という課題に対し多様なアクションで挑戦する！

### 活動目標

悠久祭でフェアトレード（公正貿易）商品と長岡の地域資源を取り入れた創作カレーを提供し、長岡市民に双方の価値を認知してもらう。

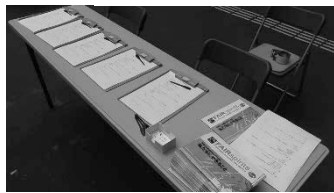
### 取り組みの意義

世界（グローバル）と地域（ローカル）のベストミックスによる地域発展の可能性を探る。

### 活動の概要

- ①フェアトレードに対する知識学習
- ②フェアトレードへの対外的なアプローチ活動
- ③ヒアリングを通じた長岡野菜に対する学習
- ④悠久祭での創作カレー販売

アフリカンフェスタで  
フェアトレードに触れる活動



フェアトレード  
認知度調査



長岡中央青果（株）への  
ヒアリングで長岡野菜について  
学ぶ



悠久祭での創作カレーの販売

フェアトレード

||  
世界からの資源



長岡野菜ブランド

||  
長岡の地域資源



**グラスルーツ・グローバルゼーション**  
**－草の根・地域からの人類一体化の推進－**

広田秀樹ゼミナール

参加学生：14K015 王吉，14K024 川村拓也，14K058 土井健太，15K003 安達清志，  
15K015 王世銘，15K040 児玉拓実，15K066 孫雪，15K071 辰口朋日炉，  
15K074 趙博文，15K075 陳楠萍，15K108 和田充史，15K111 渡邊周三，  
15K301 王艶，15K094 ホラン＝テムーレン

## 目 次

1. はじめに	1
2. 活動概要	1
3. 今年度の活動目標	1
4. フェアトレードの知識に関する調査	2
4.1 フェアトレードとは	2
4.1.1 フェアトレードの普及と国際ラベルの認証の開始	2
4.1.2 拡大する国際フェアトレード市場	3
4.1.3 日本におけるフェアトレードの現状	4
4.1.4 日本での取り組み	5
4.2 地域によるフェアトレード商品の具体例	6
4.3 「カレーの壺」について	7
5. 「アフリカンフェスタ！ 2017 in ながおか」への参加	8
5.1 「アフリカンフェスタ！」とは	9
5.2 本イベントにおける活動	10
5.2.1 活動のフロー	10
5.2.2 本イベント開催日	10
5.2.3 本イベントに参加してみての学び	11
6. アンケート調査の実施と結果	12
7. フェアトレードタウン運動の調査	16
7.1 フェアトレードタウンの認定基準	16
7.2 フェアトレードタウン運動の活動：熊本市の事例	17
7.3 フェアトレードタウン運動の活動：名古屋市の事例	18
7.4 フェアトレードタウン運動の活動：逗子市の事例	19
7.5 フェアトレードタウン運動の活動：海外都市の事例	21
8. 長岡野菜の学習活動	22
8.1 長岡野菜に関する調査	22
8.2 長岡中央青果株式会社へのヒアリング	22
8.2.1 ヒアリングの趣旨	23
8.2.2 長岡中央青果(株)と長岡野菜ブランド協会	23
8.2.3 長岡野菜の現状	23
8.2.4 カレー作りへのアドバイス	24
8.2.5 カレーに適する長岡野菜	25
8.2.6 ヒアリングを終えての所感	25
9. 悠久祭でのカレー販売	25
9.1 カレーの試作	26
9.2 悠久祭当日の販売活動を受けて	27
10. 活動を終えて	28
—謝辞—	28



# グラスルーツ・グローバリゼーション

## －草の根・地域からの人類一体化の推進－

### 1. はじめに

例年当ゼミナールでは、国際的事案に関連したテーマに沿って様々な活動が行われてきた。国際的な運動を実施しているあらゆる職歴を所有している方々をゼミに招待しその人生経験からの学習、それに加えて前年度には今年度のメインテーマの基本となったフェアトレードの研修といった、世界に目を向けた知識習得活動が展開されてきた。今年度もその伝統を継承して、人や資源の国際的な流動と長岡大学の属する長岡の地域活性化とを結びつけて考えることができないか、ということを経ミナールとしての活動テーマとした。活動開始前からゼミナール内で予想されていたことでもあるが、国際的な動き、すなわち貿易や人のグローバルな移動などを自身らの地域活性化に結び付けることは容易ではない。そのような不安の中、長岡の地域特性、具体的には既存の地域資源や市民の国際的問題に対する意識などを考慮しつつ、国際的な運動や文化と長岡の地域活性化を連携させるにはどうしたらよいかを模索した。

### 2. 活動概要

前年の平成 28 年度広田ゼミナールでは、長岡大学の学園祭「悠久祭」でフェアトレードによって輸入された商品を販売するとともに来場者にフェアトレードを認知させる、といった活動が国際意識を高揚させる一環として行われた。その活動の中で習得し蓄積した知識や経験を活かし、平成 29 年度当ゼミナールもまた国際的な経済資源の流動に関する働きとしてフェアトレードを取り上げた。このフェアトレードという言葉の説明については後述する。簡潔にフェアトレードとは、発展途上国を中心とした商品の生産者と買い手の格差を是正するために、生産者から適正な対価での取引を推進する取り組みである。地域活性化プログラム(以下、当ゼミナール報告書末尾まで本プログラムという)の名のもと、広田ゼミナールではこのフェアトレードを、長岡の地域活性化のツールの一つとして活用できないかと考え、その手法と地域住民への拡散・伝播の方法を探ってきた。

### 3. 今年度の活動目標

本プログラムにおいてどのような目標を設定するかを考えたときに、重要項目として挙げたのが前述した長岡の地域住民への拡散と伝播についてである。今年度の広田ゼミナールでは、模擬店の運営をキーワードとした目標を掲げ活動を進めていくと定めた。模擬店を運営し地域住民を意識した財を提供し、それによってその財の魅力を発信していき、さらにその認知度向上を図っていこうといった、あまり明確でない目標が誕生した。活動を通して当ゼミナール学生自身の内のフェアトレードに対する関心を上げていく中で、長岡大学の学園祭「悠久祭」を視野に入れて考えるようになった。悠久祭で、フェアトレード商品であるカレーペースト「カレーの壺」と、地元の野菜ブランド「長岡野菜」を使用

したカレーを創作し販売する模擬店を運営する。それによって長岡地域という範囲の外からのフェアトレードを地域に根付かせ、それによって伝統的な地域資源である長岡野菜の認知度向上を図るのが今年度の活動目標であった。

## 4. フェアトレードの知識に関する調査

ゼミナールは知識の習得からフェアトレードに対する活動を開始した。前年度より行われていたフェアトレードの学習活動をも踏まえ、ゼミナール内での個人調査と情報交換会を実施した。

### 4. 1. フェアトレードとは

フェアトレードとは公平貿易の意味を持ち、発展途上国で作られた作物や製品を適正な価格で継続的に取引することによって、生産者の持続的な生活向上を支える仕組みである。従来の一方向的な国際協力・資金援助は、援助する側の都合によって左右され、持続性に欠けるという問題があった。それに対してフェアトレードは、消費者が自分の気に入った商品を選択し購入することで発展途上国の生産者支援ができる、身近な国際協力の形の一つである。

#### 4. 1. 1. フェアトレードの普及と国際ラベルの認証の開始

フェアトレードはヨーロッパを中心に 1960 年代から広まり、世界へと広がる運動となった。現在では数千もの「第三世界」ショップが世界中に開かれ、近年は日本でも、フェアトレードに取り組む団体や企業、フェアトレード商品を扱うお店が年々増加している。フェアトレードが始まったヨーロッパや北米では、フェアトレード＝国際フェアトレードラベル認定商品と、認識されるまで普及しているが、残念ながら日本では、フェアトレードの基準が曖昧なまま、言葉が独り歩きしている傾向にある。中には、第三者機関による認証や監査もされていないフェアトレードも多くみられる状況である。発展途上国で作られた作物や製品を、その価値や労働の対価に見合った適正な価格で、かつ、透明性と対話に基づく対等な条件下で、継続的に取引することにより、生産者の生活を改善し、地位の向上と自立を目指すフェアトレードは、ヨーロッパを中心に 1960 年代から広まったが、それは元々、理解のある限られた市民による消費者活動であって、一般のマーケットとの接点はなく、貿易額も限られていた。そこで、一定の基準に基づき、フェアな値段で国際市場の取引に参入するため、考え出されたものが「フェアトレードラベル運動」である。

フェアトレードラベル運動は、1988 年にオランダ（組織名：マックスハベラー）から始まり、その後、1992 年にドイツ（組織名：トランスフェア）を中心に、ヨーロッパに広がっていった。そして、1997 年には、世界各国にできたフェアトレードラベル運動組織が 1 つにまとまり、国際ネットワーク組織 FLO（Fairtrade Labelling Organizations International：国際フェアトレードラベル機構）が設立され、世界的に統一した基準を作った。そしてその基準をクリアした商品にのみ、フェアトレードラベルが付けられるようになった、というのがフェアトレードラベル発祥の経緯である。

FLO は、フェアトレードの国際基準を設定し、それを守って取引された商品にラベルを

与えることで、それまで一般のマーケットに広げにくかった、フェアトレード商品のマーケットシェア拡大を可能にした。

現在 FLO には、ヨーロッパのほぼ全域、アメリカ、カナダ、日本の計 32 もの国が加盟している。国際フェアトレード認証を取得している生産者組織は、74 カ国 1226 組織、160 万人以上もの人々が国際フェアトレード運動に参加している（2015 年現在）。また、その広がりには年々増加し続けている。フェアトレードに関連した製品は、世界 125 カ国以上で販売されている。

FLO のブランドマーク



フェアトレード認証ラベル



図 1：フェアトレードラベル

出所：[http://www.wakachiai.com/fairtrade/about\\_fairtrade](http://www.wakachiai.com/fairtrade/about_fairtrade) (2017 年 12 月 25 日閲覧)

#### 4. 1. 2. 拡大する国際フェアトレード市場

メーカーなどの一般企業でも、国際フェアトレード認証のルールに賛同し、フェアトレードに参加することができるようになり、スーパーにもラベル商品が並ぶようになった。基準を守って輸入された商品には、フェアトレード商品であることを表すラベルを貼ることが許され、消費者はそのことを理解して、ラベル付き商品を選んで購入し、発展途上国の生産者を支援することができる。この運動の中心的役割を果たしてきたオランダでは、消費者の 90% がラベルの意味を知っているほどに普及しているのである。

フェアトレード認証製品の市場規模はここ数年、10～30% の割合で拡大を続けている。2015 年の世界全体のフェアトレード認証製品推定市場規模は、約 73 億ユーロ（約 9812 億円）である。

すでにフェアトレードが普及しているヨーロッパ各国でも、ドイツ（18% 増）、フランス（13% 増）、アメリカ（33% 増）、スイス（9% 増）、スウェーデン（26% 増）と大きく拡大を続けている。

フェアトレード貿易量に応じて各生産者組織に直接支払われるフェアトレード・プレミアムは、これまでの総額で 1 億 3800 万ユーロ（約 185 億円）に上り、地域社会や生産者組織の持続的な発展のために確実に役立てられているのである。

例えば、フェアトレードが盛んな国としてイギリスが挙がる。英国では、2012 年にフェ

アトレード製品の売上高は 15 億ポンド（約 2580 億円）に達し、前年比 18%の増加だった。また、消費者の 78%がフェアトレードマークを知っていることや、英国で販売されているバナナの 3本に 1本がフェアトレードであること、袋詰めの砂糖の 44%や、英国内で焙煎して挽いたコーヒーの全ての小売の 25%が認定フェアトレードであることから、イギリスでフェアトレードが盛んであることがわかる。

#### 4. 1. 3. 日本におけるフェアトレードの現状

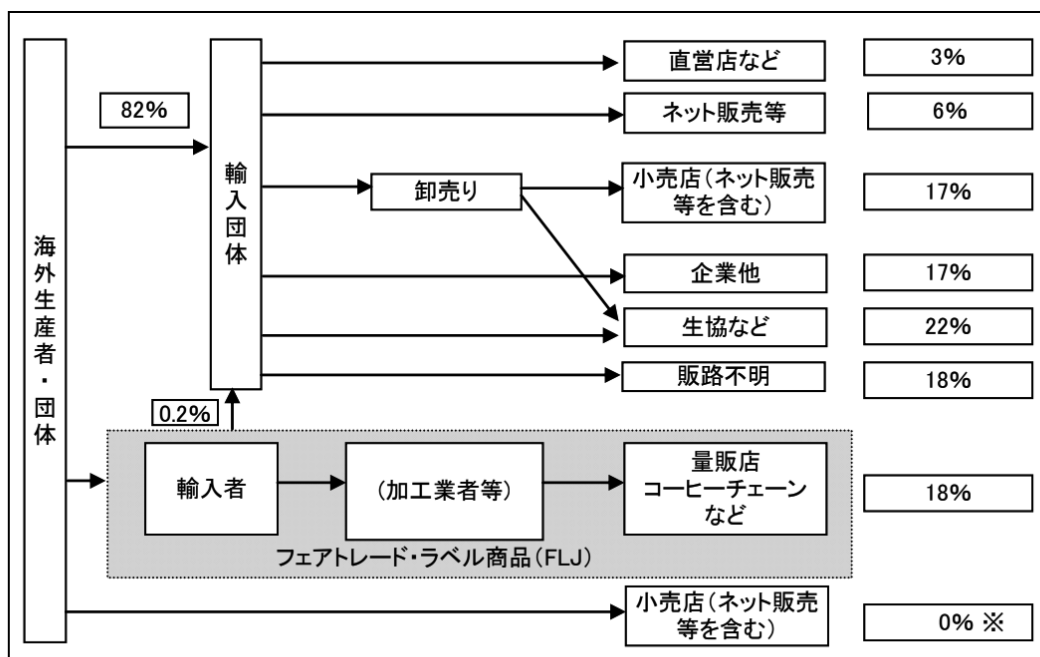
日本においてフェアトレードの取り組みが開始されたのは、1970年代といわれている。1980年代後半以降、フェアトレードの NGO や団体の設立が本格化しているが、欧米の認証ラベル制度型ではなく、独自の理念に基づく多様な形の「フェアトレード」を行ってきた団体が多い。日本の消費者は品質に対するこだわりも強いため、これまで、日本のフェアトレード団体は、生産者と共に様々な品質改善を行ってきた。また、1993年には、後に FLO の日本における構成メンバーとなるフェアトレードラベル・ジャパン（以下、FLJ）の前身であるトランスフェアジャパンも発足した。

2000年代に入ると、一部の大手スーパーやコーヒーチェーンが、コーヒーなどについて FLJ が認証するラベル製品を取り扱い始めた。また、各地の大学でフェアトレードを推進するサークル活動が行われるようになり、大学の生協にフェアトレード商品が導入されるなど、日本においてもフェアトレードへの取り組みが広まってきている。最近では、一部のコンビニエンスストアや百貨店などで、ドライフルーツやチョコレート、衣料品などの取り扱いを行うところも現れた。スーパーなどでは、FLJ 認証のラベル製品を PB（プライベートブランド）商品として販売するところも増えてきている。

財団法人国際貿易投資研究所によると、2008年の日本のフェアトレード小売販売額は、約 81 億円（前年比 10.7%増）と推計され、そのうち食品が 79.2%、衣料品が 10.7%となっている。日本において特徴的なことは、衣料品におけるフェアトレードの取り組みが健闘していることである。

また、日本での流通販路とその割合の推計を図 2 に示す。現状、FLJ ラベル認証以外の製品の割合が 82%で、そのうち生協を通じた販売が 22%を占める。欧米では大半がラベル認証製品であることに比べ、FLJ ラベル認証製品の割合は 18%と低いことがわかる。ただ、FLJ によると FLJ ラベル認証製品のライセンスを保有する企業の数と売上高は、2003年以降順調に増加しており、今後、日本におけるフェアトレード商品の売上高を押し上げるとともに、流通販路に占める割合も高まることが予想される。

このように、ここ数年、フェアトレードは日本でも広まり始めている。しかし、まだ日常利用する多くのスーパーなどで広く商品が取り扱われるには至っておらず、日本でのフェアトレードの認知度は約 14.7%と低い。ある調べによると、欧米各国の認知度は 50～80%を超えており、それと比べてまだかなり低い水準である。



(注) 販路別割合 (%) は概数

※ 小売店が直接海外の生産者・団体から輸入して販売している場合もあるが、きわめて少ないとみられている。

(資料) 財団法人 国際貿易投資研究所「日本のフェアトレード市場の調査報告」より確認のうえ一部修正して作成

図 2：フェアトレード商品の流通経路

出所：[http://www.smtb.jp/others/report/economy/cmtb/pdf/repo0909\\_4.pdf](http://www.smtb.jp/others/report/economy/cmtb/pdf/repo0909_4.pdf)

(2017年12月25日閲覧)

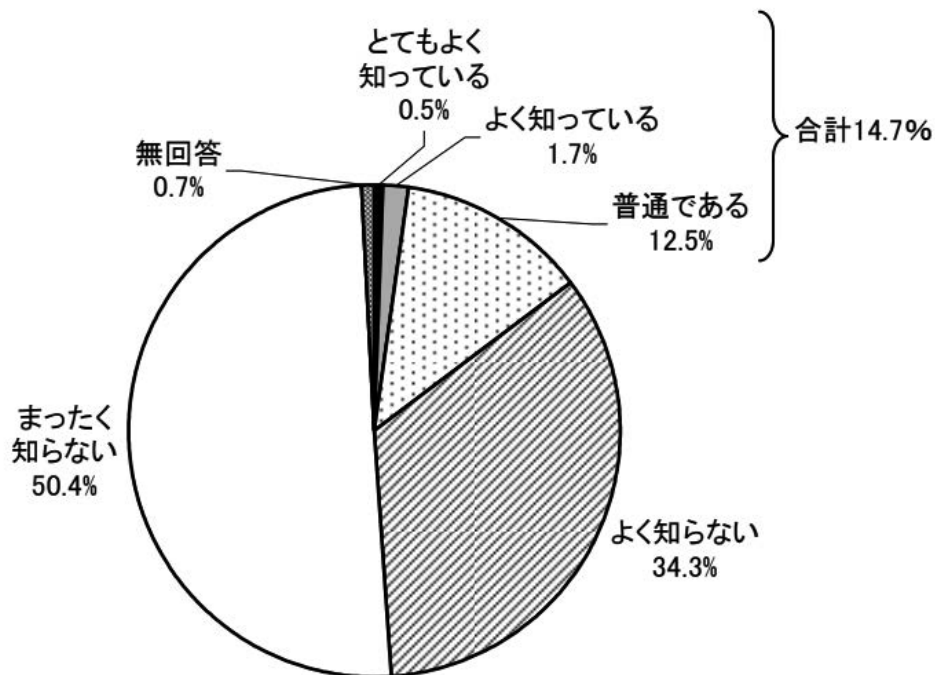
#### 4. 1. 4 日本での取り組み

日本におけるフェアトレードの関心度は他の先進国と比べて大きく下回ることは事実であるが、近年フェアトレードを推進する運動が支持を得るようになってきているのも確かである。

例えば生協などが出資団体となって設立された株式会社オルター・トレード・ジャパン (ALTER TRADE JAPAN, Inc.) は、約 20 年間の取り組みを行ってきた実績がある。同社は、1980 年代に、砂糖の国際価格暴落で飢餓状態となったフィリピン・ネグロス島の人々への支援活動が基盤となり、生協の他、有機農産物の販売グループや市民団体の出資により 1989 年に設立された。そして、ネグロス島で伝統的製法により生産された砂糖を、生産者が自立した生活を送ることができる価格で買い取り、独自の流通システムで日本に輸入する取り組みを開始した。取扱品目や対象国は徐々に増え、現在では、バナナやえび、コーヒー、塩、オリーブオイルなどが、食品の安全性、生産者の生活、生産地の環境などに配慮して取り扱われている。これらの商品は、FLJ などの第三者の認証によることなく、各取り組みの内容やその背景などの説明ラベル等が添えられ、消費者もその取り組みを理解することができるようになっている。

このように、日本では欧米とはやや異なり、多様なフェアトレードがそれぞれ行われてきた。そして現在、インターネットの普及、海外旅行や留学の経験者の増加などで受発信するグローバル化が進み、消費者が発展途上国や社会的弱者の問題を考えたり、それに取り組む欧米の事例に触れたりする機会が増えた。今のところフェアトレードという言葉に

対する認知度は低いですが、消費者自身が商品にも途上国の生産者への配慮といった社会的な意義を見出すようになってきている。



(資料)内閣府「国民生活選好度調査」  
 回答者:全国の15歳以上80歳未満の男女4,164人  
 調査期間:2008年2月から3月

図3：日本におけるフェアトレードの認知度

出所：藤井佳奈（中央三井トラスト・ホールディングス）  
 調査報告「日本におけるフェアトレードの現状」31頁 /  
[http://www.smtb.jp/others/report/economy/cmtb/pdf/repo0909\\_4.pdf](http://www.smtb.jp/others/report/economy/cmtb/pdf/repo0909_4.pdf) (2017年12月25日閲覧)

#### 4.2 地域によるフェアトレード商品の具体例

現在 FLJ には 1376 の生産者団体が、商品ごとに認証されている。その認証された生産者から原料を輸入して、フェアトレードの複合製品のルールに従い、日本国内の製造加工業者の協力をいただき、オリジナル製品を製作している。

これらの生産者団体にどれだけのフェアトレード商品が提供されているのか、またその地域やその団体での取り組みにどのような特色があるのかを紹介する。コーヒー、紅茶、カカオ製品、砂糖、はちみつ、果物、加工果物、ナッツ、ワイン、オイルシード・ハーブ、穀類、スポーツボール、切花、コットン製品、金属、複合製品、化粧品等実に様々な商品がフェアトレードによって生産されている。

FIECH（メキシコ）とは標高 1200m を越える中米山岳地帯、チアパス州のコーヒー生産組合である。1993年にたった数名の農家により結成されてから、今では 3,250 の小規模農家が加盟する団体になった。チアパスは、傾斜のきつい山岳地帯だが、コーヒーを栽培するには最適な気候である。ここで暮らす人々の多くは収入をコーヒー豆の生産に依存

しており、FIECH 結成以前はとても貧しい生活を送っていた。しかし、徐々に成長していき現在はコーヒー関連業者 16 社と取引し、良質なコーヒーをアメリカはじめ、世界中へ輸出している。1996 年にフェアトレード認証を受けてからは、農家の人々が高い収入を得て安定した生活を送ることができるようになってきた。フェアトレードに取り組むことにより、生産効率の高い農業ができるようになり、好循環が生まれたのである。チアパス州は、メキシコをはじめ南アメリカの有機コーヒー生産の中心となり、耕地技術の専門家や発明者をリードしてゆく存在として、世界中から認められるまで発展していった。長い農業の歴史を経て土地に対する愛情と、有機栽培に取り組む熱意をもとに、新しい文化を生み出していった。

コーヒー豆は、世界の需要と供給によって国際市場価格が激しく変動する商品先物取引の品目の一つである。生産にかかるコストや、生産者の生活とはほとんど関係なく、ロンドンやニューヨークといった国際取引市場でその価格は決定される。市場の知識や情報にうとかったり、業者との交渉の手だてを持たなかったりする、立場の弱い生産者は、今日を食いつなぐため、仲買人のいいなりとなり生産コストを下回る価格で売らざるを得ず、さらに貧困に追い込まれる状況にある。多くのメキシコの農家は非常に厳しい状況に置かれていた。しかし国際フェアトレード認証を受けることによりバイヤーと対等な立場で長期的な取引をできるようになり安定した生活を送れるようになった。

スリランカのイダルガシナ茶園は、スリランカ南東部ウバ州ハプタレーに位置している。標高 1800m の高地で生産されるウバ茶は、ダージリン、キーマンと並び、世界の三大紅茶の一つに数えられる高級茶である。1987 年に世界で初めて有機認証を受け、オーガニック紅茶、緑茶、フレーバーティーなど、幅広い高品質のお茶を生産している。スリランカでは、16 世紀以降植民地化がすすめられてきた。スリランカの紅茶生産者の多くは、この植民地時代にイギリスが支配する南インドから連れてこられたタミル人の労働者であり、イギリスから独立した後も宗教や民族間の対立が続く中、茶園では長い間絶対的な主従関係の下、劣悪な生活環境が続いていた。そんな中、スリランカの大手商社スタッセンシャが、茶園の労働と環境に対する問題に取り組むため、80 年代中ごろから実験的に有機栽培とフェアトレードの取り組みを開始したのが、イダルガシナ茶園である。この茶園では環境を持続するための有機農法のほか、労働者が安全な環境で働き暮らすための衣食住を整え国際貿易によるビジネスとしての自立を目的に、コミュニティープログラムが実施された。フェアトレードの仕組みができる前から、地域と人々を守るために様々な取り組みが行われた場所であり、1987 年には、世界で始めて有機の認証を受けた。

フェアトレードにより得た収入は、地域の開発のための社会プログラムに使われる。この茶園では、人々が安全に使える衛生的なトイレの設置や、茶園労働者とその家族が暮らす住居の建築が行われている。また、茶園で働く女性たちが安心して子どもを育てられるよう、医療センターや幼稚園・保育園・託児所が開設され、運営されている。地域には小・中・高校や、専門性を身に付けるためコンピュータースクールも設置され、未来へつなぐ教育が行われている。

#### 4. 3 「カレーの壺」について

私たちはフェアトレード商品と地域資源の結びつけを行う一環で、悠久祭においてフェ

アトレード商品「カレーの壺」と「長岡野菜」を使用したカレーを提供した。この活動には、一つのフェアトレード商品である「カレーの壺」のPRを行うという狙いもあった。当ゼミナールにとって材料として扱う「カレーの壺」に関する基本的な学習が必須であった。そのために事前学習を行った。

「カレーの壺」は、スリランカで製造され、第3世界ショップを通して輸出販売されるカレーペースト製品である。スリランカはスパイスをベースに作るカレーの本場として知られている。「カレーの壺」の生産者はスリランカの農業法人RAPID(農村アグリビジネス&多年作物戦略開発株式会社) 創立者・マリオ氏である。同氏は、農業ビジネスを通じて地域の人々の生活向上に役立ちたいという理念があった。自身の社員の福利厚生の上やスパイス農家の自立的な成長の支援など、地域に対する貢献活動に積極的に取り組んでいた。ゼミナールで取り上げた「カレーの壺」もまた、そうした生活支援の思想から出でた産物である。

スリランカでは昔から、主婦達は市場で必要なスパイスを何十種類も買ってきて自身で調合をし、それを各家庭の秘伝の味として次代へと受け継がせてきた。日々、人々はスパイスの調合から食事を用意するので、相当な時間が必要であった。マリオ氏は日本に滞在していたとき、日本のごく一般的な「カレールウ」に触れ、その手軽に料理が作れるという利点に衝撃を受けた。なぜなら、スパイス文化が伝統であるスリランカには、カレールウのような製品は存在していなかったのである。そこで、マリオ氏はスパイス類をあらかじめセットにしたものを販売し、それを加工してカレーペーストにするという着想に至った。これがのちに「カレーの壺」の製造として形あるものとして誕生した。この製品は大幅な調理時間の短縮を実現させた。結果として、スリランカにおいて長時間の台所労働から女性たちを解放したとして、主婦たちから熱烈な支持を受けるようになった。やがてそれが国外の業者とも取引されるようになり、日本にも輸出されることとなった。この「カレーの壺」の開発経緯を辿ると、フェアトレードと地域貢献、ひいては地域活性化が結びついているようにも感じられる。



図・写真4：カレーの壺（フェアトレードショップ ら・なぶうにて撮影）

## 5. 「アフリカンフェスタ！2017 in ながおか」への参加

悠久祭でのカレー販売という見通しを立てたとき、私たちは自身らに欠如しているものは第一に経験であると考えた。テントの間取りや、販売を成立させるにはどうしたら良いか、という漠然としたイメージすらも危うい状態だった。そこで少しでもその経験を積むべく、その経験のある方にイベント出店を手伝わせてもらう、といった半ば強引な手段に行き着いた。そこで協力をお願いしたのが、例年「アフリカンフェスタ！」に出店してい



るフェアトレード商品専門店「フェアトレードショップ ら・なぶう」を運営されている若井由佳子氏である。もちろん、フェアトレード商品に直接触れ合うことで私たち自身のフェアトレードの関心及び知識を高めるという目的もあった。

ゼミナールとしてのフェアトレードに関する初めの対外的活動は、交流イベント「アフリカンフェスタ！2017 in ながおか」（以下、「本イベント」という。）へ参加したことである。具体的には、フェアトレード商品専門店「フェアトレードショップ ら・なぶう」を運営されている若井由佳子氏（当ゼミナールのアドバイザー）が本イベントで出店したフェアトレード商品店の運営に協力させてもらった。さらに若井氏の協力をすると同時に、来店者に対してフェアトレードの認知度に関するアンケートを実施した。本活動は、ゼミ学生のみでフェアトレードに関する何らかのイベント出店を行う際にどのような準備が必要であるのか、という問題を最重要課題として意識した上での進行となった。なおこの時点では悠久祭でのカレー販売の実施は明確な決定がなされてなかった。

本イベント中で当ゼミ学生は、多くの人とのコミュニケーションの中でフェアトレードについて多くの刺激を受ける非常に貴重な経験を得ることができた。

### 5. 1 「アフリカンフェスタ！」とは

「アフリカンフェスタ！」とは、貧困国の子どもの保護を行っている NGO モヨ・チルドレン・センター代表の松下照美氏が帰国をして開く活動報告会と共に、アフリカを中心とした文化を通しての交流イベントである。今回ゼミ学生が参加した本イベントには多数のアフリカン雑貨・飲食の模擬店、ダンスライブや映画上映などの企画が催された。私たちが販売に携わったフェアトレード商品店もこの模擬店の一つであった。

【開催日】 2017年7月17日 月曜日（祝日・海の日）

【会場】 アオーレ長岡（新潟県長岡市大手通1丁目4番地10）

主催：アフリカンフェスタ！ in ながおか実行委員会

共催：モヨ・チルドレン・センター・長岡，JICA 東京

協力：「小林茂の仕事」Oタスケ隊，お好み焼き花月，SunDay Jump!

後援：長岡市・長岡市教育委員会，長岡市国際交流センター「地球広場」

（公財）新潟県国際交流協会



図・写真5：本イベントの広告ビラ

出所：<https://africa-nagaoka.jimdo.com/>（2017年12月20日閲覧）

## 5. 2 本イベントにおける活動

### 5. 2. 1 活動のフロー

本イベントにおけるフェアトレード商品店の運営に参加するにあたって、以下の流れで活動を遂行した。

- ① 本店経営者の若井氏との、本イベントについての打ち合わせ。前日準備と当日のスケジュールの確認、時間による分担決めを行った。
- ② 前日準備。本イベントで販売するフェアトレード商品の搬出。
- ③ 本イベント開催日。確認したスケジュールに沿ってテント設営、営業、撤収作業を行った。
- ④ 若井氏を交えて本イベントの感想・意見交換。

### 5. 2. 2 本イベント開催日

日時：2017年7月17日（月祝） 8：00～17：30

場所：アオーレ長岡（ナカドマ）

当日は雑貨等と食品提供を合わせて20以上の店（アースマーケット）の出店が行われた。その中で私たちが参加したのは「フェアトレード雑貨 ら・なぷう」である。

事前の打ち合わせの際に当日のスケジュールをテント設営と店構えの整備（8：00～10：00）、営業（10：00～16：30）、撤収作業（16：30～17：00）の三つに分割した。これは自身らが参加できる時間帯にどのような仕事をするのかをイメージさせやすくした。こうしたことで、当ゼミ各学生が無理に都合を合わせなくても、各々の都合の良いときに参加

できるようになり、分担作業をスムーズにした。

8:00 に会場のアオーレ長岡に若井氏とゼミ学生二人が集合したのち、商品の販売を行う場所にテントの組み立てから開始した。こうしたテントの設営などと言った経験は日ごろ得られるものではないので、学生のみで模擬店の運営を考える場合大変有益なものである。次に前日準備で本店から運び出した商品や様々な備品をテントに搬入する作業に移った。今回のような何らかのイベントで出店する際には台車を借りられるか否かが重要であると感じた。そして組み立てた販売エリアに本イベント主催者より貸し出される長机と椅子を必要箇所に据え、長机の上に商品を陳列していった。これについても台車と同様、主催者側から確認を取っておく必要があると学んだ。作業をしている最中においても、後に活動を振り返ってみても、学生のみでの模擬店運営という課題を抱えている以上、その際に必要な準備についてのイメージを強められたため、この設営準備が最も重要な時間であると感じていた。

おおよそ 10:00 に営業を開始して、休憩を取りながら 16:30 までフェアトレード商品の販売、来店客への声掛け・コミュニケーションを続けた。フェアトレード商品に興味を示してくれた場合もあり、そういった来店客にはその商品について持ち合わせの知識での解説やフェアトレードという取り組み自体の説明を行った。例えば、手編みのバッグやエスニックなアクセサリならばその生産地や製造方法の丁寧さをアピールした。

16:30 頃から閉店及び撤収作業に移った。はじめの準備をした際の借りた備品（テント、長机や椅子）を戻す作業が中心であったので、比較的スムーズに行うことができた。しかしテントの解体などにおいては組み立てを経験した人が行わないと怪我の発生につながる可能性があると感じた。準備と撤収の両方を行う人を複数人設定したほうが望ましいというのが学びの一つであった。



図・写真6：フェアトレード雑貨 ら・なぶうの外観

### 5. 2. 3 本イベントに参加してみてもの学び

「フェアトレード雑貨 ら・なぶう」にはたくさんの来店があった。ブース運営の手伝いをしてみて、最も強く感じ、また各学生共通の認識であるのが私たち自身のフェアトレードに関する知識不足だった。来店客から商品の説明を求められても、うまく答えることができないことが多かった。また商品を購入してくれた人の多くは、フェアトレードやその他の国際問題に興味のある人が中心であった。そういった方との対話の中で様々な知識を受け入れることができたため、今回参加した学生の多くの学習意欲が向上したと考える。

そして、当初よりの狙いでもあった模擬店の出店に関わる経験を積むことができた。ブースの設営、販売、また後述するアンケート調査を実施した体験の中でのコミュニケーション

ョンを取ることができた。この経験により、学生のみで模擬店を運営する際にも事運びをスムーズにすることができる。実際に悠久祭での模擬店設営やカレー販売を効率よく実施できた。こうしてアフリカンフェスタでの活動を大変意義のあったものとして終えることができた。

## 6. アンケート調査の実施と結果

本イベントにおける若井氏の「フェアトレード雑貨 ら・なぷう」の運営の協力をすると同時に、来店客、特に商品を購入された方にフェアトレードの認知度に関するアンケート調査を実施し、実際には39人の方に回答してもらうことができた。

アンケートを実施した目的は長岡に住んでいる方の認知度を調査すると共に、人々のフェアトレード商品を購入する習慣について把握することを目的としてアンケートを実施した。認知度と購入習慣を通して、フェアトレードが地域住民の意識にどれだけ根付いているかを調査したいという狙いがあった。

しかしながらアンケートを実施した会場および「フェアトレードショップ ら・なぷう」には、国際意識が高い人が相対的に多かったと見られ、広く一般住民のフェアトレードに対する意識を調査するまでに至らなかった。そのため、ここではアンケートの質問内容と集計結果、簡単な考察のみを簡潔に記す。また、日本フェアトレード・フォーラム「FT 全国調査 2015 報告書」中のフェアトレードの認知度に関する調査を参考にし、私たちのアンケート結果との比較を行う。

なお、アンケートの回答者の無回答の場合フェアトレードに対して最もネガティブな回答に加算している。

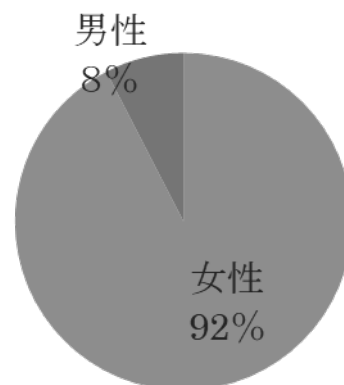
例) Q2を回答しなかった場合→「4」に加算。

Q1, あなたの性別を教えてください。

男性・・・3人 (7.6%)

女性・・・36人 (92.3%)

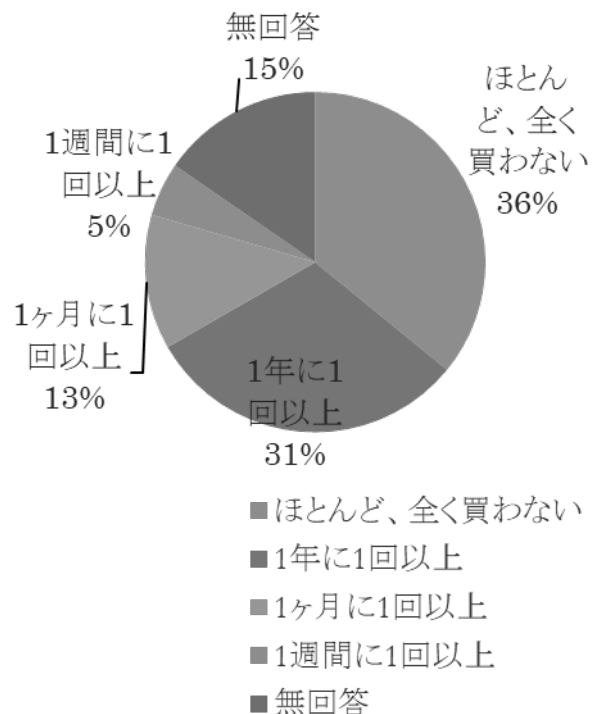
○陳列商品は雑貨がメインだったので、やはり女性が多い。男性もいないわけではなかったが、家族連れやカップルの来店がメインだった。



■女性 ■男性

Q 2, フェアトレードの商品を買う習慣はあるか？

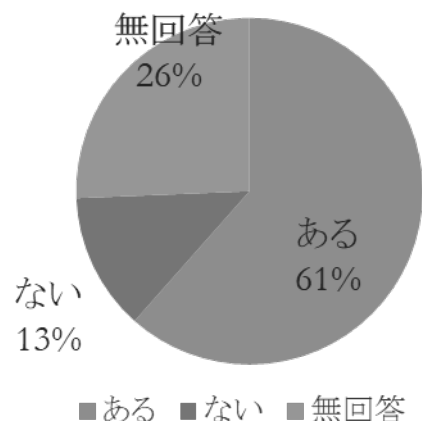
- 1週間に1回以上・・・2人(5.1%)
- 1ヶ月に1回以上・・・5人(12.8%)
- 1年に1回以上・・・12人(30.8%)
- ほとんど、全く買わない  
・・・・・・・・・・14人(35.9%)
- 無回答・・・・・・・・・・6人(15.4%)



○「1週間に1回以上」「1ヶ月に1回以上」を合わせても7人(17.9%)。そして、フェアトレード商品を日頃より購入する習慣のある人は2割にも満たない。総じてフェアトレード商品を購入する習慣が根付いていない。

Q 3, フェアトレードという言葉を目にしたことはありますか？

- ある・・・・・・・・24人(61.5%)
- ない・・・・・・・・6人(15.4%)
- 無回答・・・・・・・・9人(23.1%)



○フェアトレード商品を買う人(Q2で「1」～「3」と回答した人)を含め、が来店者の大半を占め24人(61.5%)で、全く知らない人は6人(15.8%)だった。

※日本フェアトレード・フォーラムによる調査を見ると、2015年時点の認知度の全国平均は54.2%である。フェアトレード商品の流通が推進されていることで有名な熊本市は65.0%、次いで逗子市が62.1%であった。それに比べ、長岡市は40.8%であったという統計が出ている。長岡市より運動が盛んな新潟市は47.6%であった。本イベントで私たちが調査を行った場所を長岡市であると考え、今回実施のアンケートが遥かにこの統計を上回っている。

Q 4, どこでフェアトレード商品を購入していますか？

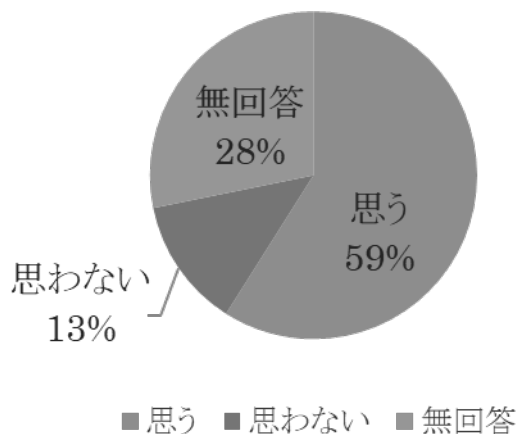
- 一般的なスーパーマーケット・・・4人(21.1%)
- 通信販売・・・・・・・・・・2人(10.5%)
- 個人的な取引・・・・・・・・・・1人(5.2%)
- その他・・・・・・・・・・5人(12.8%)
- 無回答・・・・・・・・・・27人(69.2%)

Q 5, フェアトレード商品を進んで買おうと思いますか?その理由を教えてください。

思う・・・23人 (59.0%)

一理由

- ・途上国に貢献したい
- ・同じ商品なら少しでも誰かの役に立ちたい
- ・地球全体の経済を考えると、少しでもいい買い物があると良いから
- ・手作りでぬくもりを感じる作品が良かったため
- ・人が人として尊敬されるべきだと思うから
- ・デザインがよい
- ・おいしいため
- ・適正な価格での購入が最終的に自分の生活を守ることにもなるため
- ・一般の商品の製造・輸入方法に疑問を感じる



思わない・・・5人 (12.8%)

一理由

- ・近くにない
- ・なじみがない, どこで買えるか分からない

○来店客の中にはフェアトレードに対して好意的な感情を持っている人が多い一方で、フェアトレード商品を扱っている店の情報がないことで、否定的に捉えている人もいる。

Q 6, フェアトレードに関して知っていることを教えてください。

- ・国際的な動きである
- ・貧困支援に繋がる
- ・らなぶう, たつまき堂といったお店がある
- ・(繊維商品に関して) 民族的な材質など
- ・社会貢献になる
- ・品質が良いものが多い



図・写真7：調査に使用したアンケート用紙

フェアトレードに関するアンケート

長岡大学 広田ゼミナール

Q1 あなたの性別を教えてください。

- 1 男
- 2 女

Q2 フェアトレードの商品を買う習慣はありますか？

- 1 「1週間に1回以上」
- 2 「1か月に1回以上」
- 3 「1年に1回以上」
- 4 「ほとんど買わない、または全く買わない」

Q3 Q2で「4」と答えた方に質問です。フェアトレードという言葉を目にしたことはありますか？

- 1 ある
- 2 ない

Q4 Q2で「1」～「3」と答えた方に質問です。どこでフェアトレードの品物を購入していますか？

- 1 フェアトレード商品専門店
- 2 一般的なスーパーマーケット等
- 3 通信販売
- 4 個人的な取引
- 5 その他（                    ）

Q5 フェアトレードの商品を進んで買おうと思いますか？その理由を教えてください。

- 1 思う
- 2 思わない

Q6 フェアトレードに関して知っていることを教えてください。

ご協力ありがとうございました。

<本イベントにて来店客に配布したアンケート>

## 7. フェアトレードタウン運動の調査

世界には、その地域全体でフェアトレードに対する崇高な意識を持ちまちの気運を高めている地域・都市が数多く存在する。こういった地域の事例を調査するきっかけとなったのが本プログラムにおける広田ゼミナールのアドバイザー大出恭子氏と若井由佳子氏のアドバイスであったという経緯がある。ゼミナールでも調査に当たったところ、地域活性化のヒントになりうる活動事例があることが分かった。欧米都市だけではなく、日本国内でもフェアトレードに対する意識を地域ぐるみで変えていこうとする複数の自治体が存在する。それに該当する都市を「フェアトレードタウン」という。

### 7. 1 フェアトレードタウンの認定基準

フェアトレードタウン運動は、その地域の行政機関、企業・商店、市民団体などが一体となってフェアトレードの取り組みを認知させ広げること、世界中の不利な立場、弱い立場に置かれた途上国の生産者たちの自立や環境の保護保全に貢献しようとする運動である。フェアトレードタウンは、この運動に取り組み基準を満たす都市として認定される称号である。この運動は 2000 年にイギリスで始まって以来、現在では約 30 カ国に広がり、フェアトレードタウンの数も 1200 以上に達している。やはり一番多いのはイギリスで、初認定を受けたガースタンをはじめ 631 もの地域がフェアトレードタウンとして活動している。

発祥地イギリスでの以下の認定基準は、その後各国における認定基準のベースとなっている。世界各国におけるフェアトレードタウンの基準は、独自の観念を加えることでその国で基準が上書きされて運動が拡大してきた。

- 基準 1：地元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、自治体内の事務所や食堂、会議などでフェアトレード産品を提供する。
- 基準 2：各種のフェアトレード産品が、地元の小売店で容易に購入でき、飲食店で提供される。
- 基準 3：地元の職場や団体（宗教施設、学校、大学など）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時は必ず利用する。
- 基準 4：メディアへの露出やイベントの開催によって、地域全体でフェアトレードへの意識と理解が高まっている。
- 基準 5：フェアトレード推進委員会（steering committee）を設けて、フェアトレードタウン運動が発展を続け新たな支持を得られるようにしている。

日本では 2011 年に初めて熊本市がフェアトレードタウンとして認定された。その後、名古屋市と逗子市が認定を受け、札幌市、宇都宮市、一宮市などでフェアトレードタウンを目指す市民活動が展開されている。新潟においても、にいがたフェアトレード推進委員会を中心に教育組織と連動した普及活動が行われており、認定されている都市以外にも全国的に運動の広がりがみられる。

日本フェアトレード・フォーラム（基準作成当初は FTTJ）は 2011 年 5 月 14 日の会員総会で、日本におけるフェアトレードタウンの基準を以下のようにまとめた。



- 基準 1 : 推進組織の設立と支持層の拡大
- 基準 2 : 運動の展開と市民の啓発
- 基準 3 : 地域社会への浸透
- 基準 4 : 地域活性化への貢献
- 基準 5 : 地域の店（商業施設）によるフェアトレード製品の幅広い提供
- 基準 6 : 自治体によるフェアトレードの支持と普及

日本の場合、地域全体で以てフェアトレードの活動に取り組むことが強く求められている。基準 4 にもあるように、フェアトレードを推進する取り組みが地域社会の発展につながっている都市がフェアトレードタウンとして認定を受ける。私たちはそのヒントとなるものを、フェアトレードタウンと認定されている地域の活動事例の中に探した。

日本でもフェアトレードの認知が広まってきたとは言っても現段階では 3 都市と、世界の先進国に比べ少ない方である。まだまだ国際的に厚い壁があると言える。

フェアトレードタウンの基準について、地域における運動の中で十分に満たされない傾向がある項目も存在する。主に、基準 2, 5, 6 が満たされていない。まず 2 に関しては、フェアトレードのキャンペーンを行っていてもその宣伝があまり実施されていなく、結果的にフェアトレードの認知度の効率的な向上につながっていない。テレビ紙媒体等のメディアを見ても、キャンペーンの宣伝が不足していることによりフェアトレードの言葉も聞かないことすら多くなってしまう。5 は、大型ショッピングモールでフェアトレード商品を見かけることがあるものの、それを進んで買う習慣のある人が依然少ない。6 は、フェアトレードが普及している自治体もあるが、そうでない自治体の方が圧倒的に多い。自治体職員など市政の中核に立つ人でも知らない場合がある。そのために、メディアを利用してフェアトレードを宣伝していく必要がある。

## 7. 2 フェアトレードタウン運動の活動：熊本市の事例

日本で最初にフェアトレードの普及活動が、地域の連携によって活発に行われ、フェアトレードタウンとして認定されたのが熊本県熊本市である。同市では「フェアトレード・シティ」と呼んでいる。市内の「フェアトレード・シティ推進委員会」代表を務める明石祥子氏を中心に、2003 年から推進運動が始まりました。明石氏は 1 万人の市民から署名を集めるなど早くから活発な活動を展開した。この取り組みも働き、市内に約 90 のフェアトレード商品を取り扱う雑貨店や食品店が設けられた。明石氏本人も、フェアトレード雑貨店「らぶらんどエンジェル」の経営に着手している。また行政面でも運動に積極性が見られる。2010 年 12 月には、市議会は全会一致で「フェアトレードの理念周知」を求める決議を可決した。

明石氏によれば、フェアトレードタウン認定を受けることは国内外から大きな反響を得ることにつながる。フェアトレードタウンになることで、日本国内のみならず国境を超えた積極的な活動に取り組む都市としての印象を与えることができる。それがその市の世界からの注目度を上げることにもなり、地域活性化にも貢献できるのではないか。フェアトレードに対する取り組みによって、より発展的な普及や地域市民の社会参画意識の高まり

が期待できるほか、グローバルに地域を PR することができる。

### 7. 3 フェアトレードタウン運動の活動：名古屋市の事例

愛知県名古屋市は日本で2番目のフェアトレードタウンである。1996年から市民団体によりフェアトレードに関する講演会や映画上映などのイベントが活発に行われており、2009年に「名古屋をフェアトレード・タウンにしよう会」が発足した。その上で2011年11月、「名古屋にフェアトレードを広めるための会議」が開催され、愛知県や名古屋市の環境課などの行政職員・名古屋市議会議員・教育関係者・民間企業・NPOやNGO団体が集う場として確立した。この会議は参加型ワークショップ形式で行なわれ、このような形式の経験がない議員や企業の方々には刺激があったと思われる。また参加型であったため、会議の中でも十分な交流が可能であった。この会議を隔月に一度、約1年間かけて開催した。さらに、愛知県や名古屋市がこれまでに招聘した2005年の「愛・地球博」、2010年の「生物多様性条約第10回締約国会議(COP10)」はフェアトレード活動を後押ししてきた。そして、2013年1月11日に、名古屋でフェアトレード活動をしている「名古屋をフェアトレード・タウンにしよう会」が「フェアトレードタウンなごや推進委員会」「中部フェアトレード振興協会」「ICAN」3つの団体によびかけ、「フェアトレード名古屋ネットワーク(FTNN)」が創立された。ネットワークには、他に愛知県国際交流協会、名古屋市国際センター、ESDユネスコ世界会議あいち・なごや支援実行委員会などが参加している。

愛知県の大村秀章知事は市の取り組みに関して、「愛知県の名古屋市以外の都市にもフェアトレードを広げていきたい」と話した。フェアトレードタウンの認定に向けて活動したFTNN代表の原田さとみさんは「みんなの意識が自分のことに向いてきた。今後はフェアトレードの給食など考えてみたい。生活の中で選択肢の一つとしてフェアトレードがあり、選ぶときに、良いものであり、美味しいものであり、おしゃれなものであるよう、努力していきたい」と語った。

毎年5月第2土曜日には世界中で同時開催される「世界フェアトレード・デー」のイベントを名古屋でも「世界フェアトレード・デー・なごや」として毎年盛大に開催している。名古屋でフェアトレードショップの勉強会や学習会をやっている。また毎年8月に高校生、大学生のワークショップがあり、今年はフェアトレードで商品開発を行った。11月には発表会があり、世界で初めてフェアトレードタウンに登録されたイギリスのガースタンとビデオ交流会がある。カフェは市の補助はなく、カフェ自体の利益で運営されている。

フェアトレードへの運動が発展途上国への国際支援活動と同時に、自分たちの足元を見つめ直すきっかけとなり、地域市民の国際意識の向上にもつながっている。それが地元の環境保全や地縁的なコミュニケーションの場の創造など、課題解決にもつながっている。

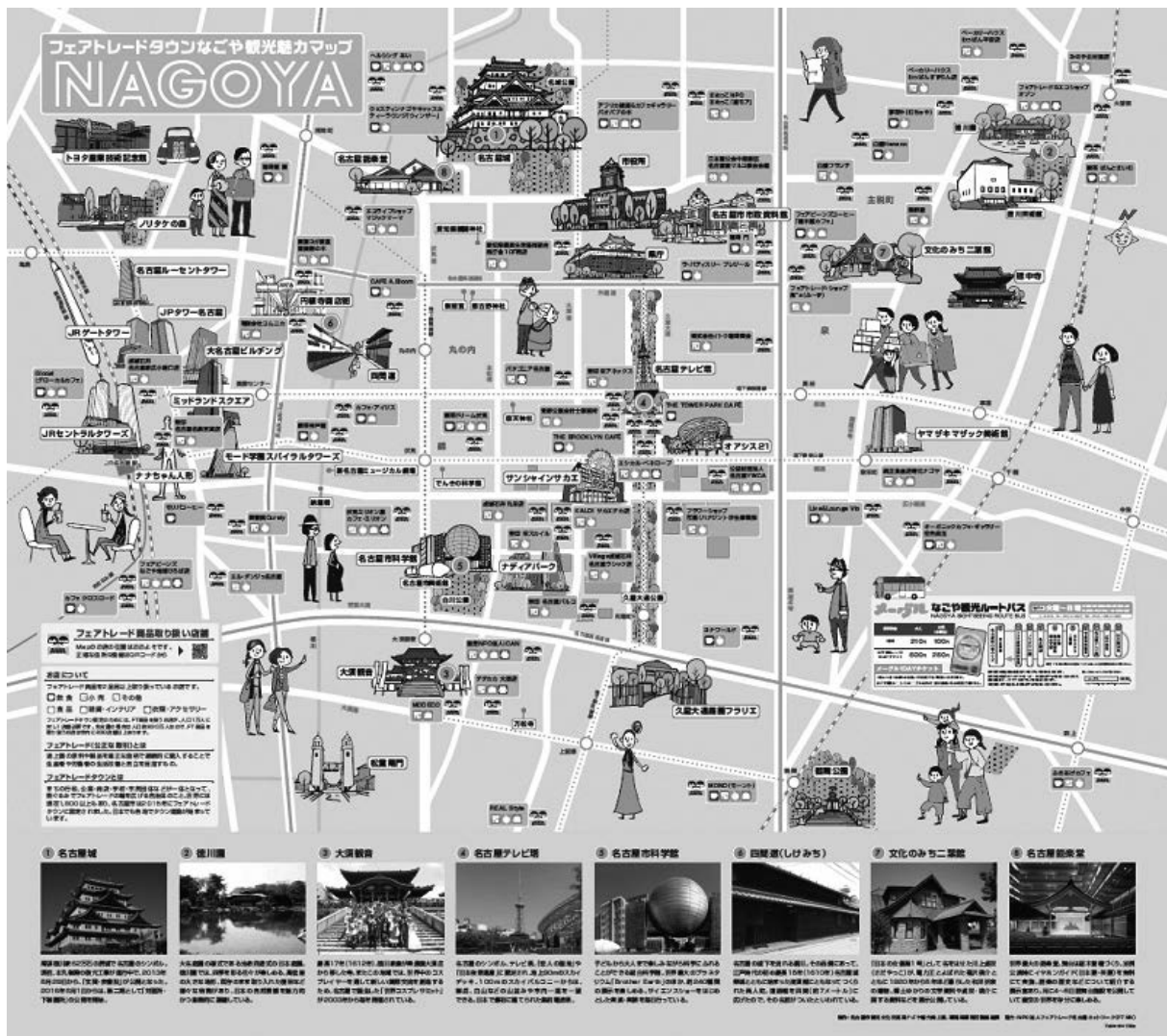


図 8：名古屋시가作成したフェアトレード商品取扱店を紹介するマップ  
 出所：<http://www.city.nagoya.jp/kankyo/page/0000067374.html>

(2017年11月20日閲覧)

#### 7. 4 フェアトレードタウン運動の活動：逗子市の事例

神奈川県逗子市は日本国内3番目のフェアトレードタウンとして認定された。2016年、逗子市長によって、逗子市は、都市宣言である「青い海とみどり豊かな平和都市」という、いつまでも変わることのない理想像に基づいて、まちづくりを進めている。平成27年度から24年間のまちづくりの指針を示した逗子市総合計画では、政策の柱の一つである「新しい地域の姿を示す市民主権のまち」において、地域社会、さらには世界の一員として主体的に行動する市民主権のまちをつくることを謳っている。

フェアトレードを市内に認知させるため、逗子フェアトレードタウンの会が中心となって勉強会やイベント、連続講座などがこれまで行われてきた。また、平成26年度・27年度は市と共催で「国際文化フォーラム in 逗子」を実施した。

平成28年度には協業事業提案制度によるフェアトレード啓発事業を行い、高校生等の体験学習など各種イベントやPRによりフェアトレードを広める活動を行ってきた。そして、その中で、「世界とつながり、平和に貢献するまち」を掲げ、「逗子から世界に向けて、

世界の恒久平和や調和ある発展についてメッセージを発し、貢献するまちをめざします」と表明している。

図5に示すように、現在逗子市内にはフェアトレード商品の取り扱い店が16軒ある。さらに、その中で14軒はコーヒーを主な商品として経営している。コーヒーとフェアトレードには緊密な繋がりがあることが分かる。

<p>① 陸奥洞 〒249-0006 逗子市逗子6-2-5 ☎046-873-7137 【取扱商品】 チョコレート、バナナ、ナッツ、 フライスルー、コーヒー、紅茶、 砂糖、ハーブ、スパイス、 バスケット（不定期）、カーフ（不定期）</p>		<p>⑤ CINEMA AMIGO 〒249-0007 逗子市新堀1-5-14 ☎046-873-5643 【取扱商品】 東ティモール産のコーヒー、 チョコレート</p>		<p>⑬ 逗子文化プラザ 市民交流センター 屋内温水プール 〒249-0006 逗子市逗子4-2-11 ☎046-872-3004 【取扱商品】 ビーチバッグ</p>	
<p>② スズキヤ 逗子駅前店 〒249-0006 逗子市逗子1-4-1 ☎046-871-3315 【取扱商品】 コーヒー、紅茶、ペーパー</p>		<p>⑦ AMIGO MARKET 〒249-0007 逗子市新堀1-5-14 ☎046-876-8588 【取扱商品】 チョコレート、紅茶、ハーブ茶 コーヒー （フレッシュローストのみ（2用2立））</p>		<p>⑬ Blue Moon Zushi 〒259-0006 逗子市逗子5-1-13 ☎046-873-9915 【取扱商品】 ペーパー、 紅茶（不定期）、コーヒー（不定期）</p>	
<p>③ a day. Zushi 〒249-0006 逗子市逗子1-2-11 ☎046-871-8171 【取扱商品】 オーストラリア産のチョコレート</p>		<p>⑧ ティーサロン パバゲノ 〒249-0008 逗子市小坪4-22-3 ☎0467-22-1356 【取扱商品】 コーヒー（豆子珈琲）</p>		<p>⑭ 自遊人塾 〒249-0008 逗子市小坪3-3-20 ☎046-724-7557 【取扱商品】 コーヒー</p>	
<p>④ FAIR TRADE &amp; ORGANICS @MARE（アマール） 〒249-0007 逗子市新堀1-4-30 ☎046-872-6277 【取扱商品】 コーヒー（逗子珈琲など）、 紅茶、ハーブ茶、ワイン、ナッツ類、 オリーブオイル、チョコレート、菓子類、 自然素材の食品、石鹸、洗剤、 ビーサンダル、バッグ、アロマゼリー、 カード、絵本、など</p>		<p>⑨ ユーコープ 桜山店 〒249-0005 逗子市桜山3-6-21 ☎046-873-6952 【取扱商品】 カンパニア共和国 ワンタムラタ産のバナナ（不定期）、 コーヒー</p>		<p>⑮ 7 DAYS COFFEE 〒249-0001 逗子市久木8-13-13 S E I Y Uハイソング店・入口前 ☎050-1446-9178 【取扱商品】 東ティモール産のコーヒー</p>	
<p>⑤ Beach Muffin 〒249-0005 逗子市桜山8-3-22 ☎046-872-5204 【取扱商品】 ペルー産キアパン産地のコーヒー</p>		<p>⑩ 逗子市観光協会 （逗子市役所2階） 〒249-0006 逗子市逗子5-2-16 ☎046-873-1111 【取扱商品】 コーヒー（豆子珈琲）</p>		<p>⑯ スターバックス 逗子駅前店 〒249-0006 逗子市逗子1-4-1 菊地ビル1F ☎046-870-6890 【取扱商品】 ペルー産のコーヒー</p>	
		<p>⑪ ともしびショップ 舞い鳥（逗子市役所1階） 〒249-0006 逗子市逗子5-2-16 ☎046-873-1111 【取扱商品】 コーヒー（豆子珈琲）</p>			

※取扱商品は、入荷状況などで変わる場合がありますので、  
お問い合わせください。

図9：逗子市のフェアトレード関連店のパンフレット

出所：[http://fttzushievent.wixsite.com/fttzushi/about\\_us](http://fttzushievent.wixsite.com/fttzushi/about_us)

（2017年12月31日閲覧）



図 10：逗子市のフェアトレード関連店のマップ

出所：[http://fttzushievent.wixsite.com/fttzushi/about\\_us](http://fttzushievent.wixsite.com/fttzushi/about_us)

(2017年12月31日閲覧)

### 7. 5. フェアトレードタウン運動の活動：海外都市の事例

2001年、フェアトレードタウン運動が発足したイギリスにある都市ガースタンは、世界で初めてフェアトレードタウンに認定された。これを推進したのは発展途上国の貧困やあらゆる不正問題の解決を支援するオックスファムグループと、ガースタンのオックスファムサポーターであった。

問題意識を持った市民は街の商品をフェアトレード商品に替えるように互いに懸命な働きかけを行った。より発展的な取り組みとしては西アフリカのカカオ農場と独自に結んだ適正な価格での取引契約がある。市民を中心とした活動によって、街のフェアトレード商品が70%を超えるまでになった。これが評判となり、世界にこうした町を増やすための、フェアトレードタウンの基準の作成、活動ガイドラインの整備といった国際的な運動に広まっていった。

各国におけるフェアトレードタウンの認定基準は、イギリスのものに則りながら独自の視点で作成がなされている。まずオランダでは、「推進組織が地元企業のCSR（企業の社会的責任）行動を促す長期的なイニシアチブを取る」ことを第6の基準として掲げている。そこでいうCSR行動には、フェアトレードに限らず、環境保全など幅広い分野の行動が含まれている。次いでベルギーでは、第6の基準に「地元における持続可能な食べ物の生産と消費」、いわゆる地産地消をフェアトレードタウンの条件として掲げている。カナダでは、

「地域内で他の形態の持続的消費や倫理的購入を推進するイニシアチブを取る」ことを第6の基準として定めている。現地では、消費そのものを減らしたり、有機栽培、不当労働のない生産品、省エネ産品、地元産品を推奨したりするイベントや計画が行われる。アイルランドでは、「多数の学校がフェアトレードスクールになり、そのうち中等学校では公民・社会・政治の授業の中で、小学校では Alive-08 という授業の中でフェアトレード教育を行う」ことを第6の基準としている。ノルウェーは2つの独自基準を設けている。第6の基準として、「地元のすべての学校が授業にフェアトレードを取り入れるよう奨励する」ことを掲げ、第7の基準として、「毎年行われるフェアトレード週間に向けて推進組織が2つの目標を定め、地方自治体はラベル産品の消費を毎年増やす」ことを求めている。なお、目標を設定するにあたってはラベル団体であるフェアトレード・ノルウェーの承認を必要としている。このようにしてその国で様々な視点から捉えられながら、フェアトレードの推進活動が展開されてきた。

## 8. 長岡野菜の学習活動

悠久祭でのカレー販売を行うにあたり、創作するカレーに長岡野菜を使用する。しかしこの方針が決まった時点では、私たちは普段長岡で過ごしているながら長岡野菜についての知識が著しく欠如していた。長岡野菜を使用したカレーを提供することとは、すなわち長岡野菜の PR をすることにも繋がると考え、その知識の習得が必須であるというのがゼミナール共通の認識であった。

### 8. 1 長岡野菜に関する調査

私たちは後述のヒアリングを行う際に、インターネットや書籍のみでできるだけ事前に長岡野菜について調査しておくのが望ましいと考えた。

長岡野菜は、長岡地域独特の気候風土の中で育った伝統野菜である。豪雪、年間を通じた湿度の高さ、夏季の高温多湿、信濃川が作った肥沃な土壌といった特徴を十分に受けて長岡野菜は独特な食感・風味を持っているブランド野菜である。

長岡野菜ブランド協会によって下記の三つが認定基準として定められており、これらを満たしたものが長岡野菜として登録される。

1. 古くからあって、長岡でしかとれないもの
2. どこにでもあるけど長岡で作るとおいしいもの
3. 新しい野菜だけど、長岡で独特な食べられ方をしているもの

そして現在は 16 種類の野菜が長岡野菜として認定されている。

### 8. 2 長岡中央青果株式会社へのヒアリング

長岡野菜について、ウェブサイトからの情報のみではなく、この会社でのヒアリングにより新しく得られる情報や、長岡野菜を使ったカレー作りに関して必要な情報、アドバイスをもらう。その上でカレーに盛り込む長岡野菜を決定する。まず、カレー作りにおける最初の準備として、材料にある長岡野菜とはどのような野菜なのかを知ることが不可欠であると考えた。

日時：平成 29 年 10 月 3 日（火）13：30～15：00

場所：長岡中央青果株式会社（長岡市新産 1－1－15）

### 8. 2. 1 ヒアリングの趣旨

はじめに私たちは長岡野菜の出荷や PR 活動を行っている長岡中央青果株式会社のウェブサイトで情報を集めていた。だが実際のところ、そのウェブサイトを見ると 16 の長岡野菜の説明はされているものの、イベント案内や購買情報は得ることができなく、長岡野菜の情報が表面的にしか分からないように伺えた。しかしながらそのウェブサイトにより私たちは、長岡野菜ブランド協会という長岡野菜のみを専門に取り扱う団体があることを知り、その団体の方からお話を聞くことにより、ウェブサイトには掲載されていない長岡野菜についての深い情報を得られるだろうと考えた。さらに、どのような野菜がカレーの具材として適しているかなどといった、カレーを作る際の日頃より野菜を扱っている方目線ならではのアドバイスを事前に聞き、その上でカレーに盛り込む野菜を決定させたいという意識がゼミナールにはあった。そういった経緯があり、中央青果社へのヒアリング活動を計画した。今回は代表取締役社長の高橋堅二さんと専務取締役の佐藤直吉さんに貴重な時間を割いてもらいお話を伺った。

### 8. 2. 2 長岡中央青果（株）と長岡野菜ブランド協会

長岡中央青果は新潟県長岡市の新産業センターという工業団地に属し、事業所が事務所及び卸売市場になっている。長岡野菜を含む長岡市で収穫された野菜・果実・加工品・花の卸売や、卸売市場を会場とした催し物の開催を行う。そして、「長岡野菜ブランド協会」を設立し、同時に長岡野菜の普及活動も同時に行っている。



図・写真 11：長岡中央青果（株）

出所：<http://nagaokachuoseika.co.jp/>

（2018 年 1 月 2 日閲覧）

長岡野菜ブランド協会は長岡野菜の保存や生産・消費の拡大を目的とした活動を行っている。これは長岡市内の生産者・農業団体・流通業者・消費者により設立された団体である。当協会の設立以前は、長岡野菜の認定や料理教室開催などを行ってきた「長岡野菜研究会」が母体として存在し、生産者・農業団体・消費者・流通業者などを構成員として活動を続けてきた。長岡市もアドバイザーとして活動に関与している。

### 8. 2. 3 長岡野菜の現状

長岡野菜の普及活動が行われている一方で、長岡野菜の生産・消費量の減少による長岡野菜の伝統栽培・ブランドの消滅への危険視がされている。

まず、米農家を始め、農業が抱える後継者不足という社会問題は、長岡野菜の生産において直結する問題である。そして、長岡野菜自体にも生産に関しての問題がある。それは長

岡野菜を栽培する農家はその品目も少ないことである。さらに、売上は全体の1～2%であるという。

先に述べたように長岡野菜ブランド協会は長岡野菜の保存や生産・消費の拡大を目的とした活動を行っているが、特定の地域野菜を農協ではなく、市場が推進しているような活動は稀である。これは全国で農協が推進することを地域の市場ですることによって差別化している。また、「長岡野菜」という野菜の呼び名も、長岡野菜の認定を行うための3つの定義付けも、長岡市でしか栽培できない歴史のある伝統野菜を長く生産・消費できるように作られたのであるという。

このように、長岡野菜は、長岡で古くから伝えられてきた野菜作りの伝統を継承させていきたいという願いから誕生した野菜なのだとわかった。



図・写真 12：ヒアリングの様子  
(左奥：高橋社長，中央：佐藤専務)

#### 8. 2. 4 カレー作りへのアドバイス

悠久祭でカレーを創作するにあたって、社長と専務のお二方に野菜をメインに使ったカレー調理に関するアドバイスを伺った。まず、世界で作られるカレーの種類が地域によって複数種ある。説明の中で代表例として挙げられた地域がインド・スリランカ・インドネシア、そして北海道である。インドのカレーは最初、野菜がたくさん入った野菜ベースから始まった。スリランカは水分の少ないドライカレーを手で持って食べる。インドネシアはグリーンカレーを食べる。そして北海道ではスープカレーが名物になっている。野菜を沢山入れるのだが、野菜本来の形がわかるように切ってカレーにしている。これらのようなカレーの種類を抽象的かつ限定的に教わった。

今になって考えてみれば、ヒアリングでのお二方は世界のカレーについての知識を私たちに教えたかっただけではないように感じられるのである。お二方が世界で作られるカレーの種類を私たちに紹介されたのはおそらく、カレー作りについて研究するのであれば、世界のカレーの種類を同時に知っておくことで、世界にも視野を広げてもらいたい、または、世界にも視野を広げることが、これからも重要な情報収集であるということを伝えたかっただけだと感じている。カレーを作る時にどのような種類に近いカレーを作るのかを考えておく必要があるということであった。先述したようにカレーの種類は国や地域によって多種多様でありたくさんの選択肢があるはずである。そして、カレーに合う野菜を探したいのなら、長岡野菜に限らないが、合いそうな野菜を色々入れて試してみても良いのではないかとアドバイスをもらった。ただし、後述する食用菊のようなカレーに入れると合わなそうなものなど、限定して選ぶべきである。

#### 8. 2. 5 カレーに適する長岡野菜

ヒアリングでの話を聞く中から、カレー作りに時期的な問題があることが新たにわかった。



長岡野菜が最も収穫される時期をちょうど過ぎた10月にヒアリングを行ったこともあり、カレーの具材として適している長岡野菜は少ないことがヒアリングを通してわかった。悠久祭の日は10月28日・29日である。一方で、これらの2日間に盛り込める長岡野菜は、だるまれんこん・里芋のたった3種類しかなかったのである。ほかにも10月下旬に収穫される長岡野菜に長岡巾着なすと食用菊「おもいのほか」の2つがある。ところが、長岡巾着なすは今年の平成29年、天候不良により数多く収穫されなかったため、この時期になすをカレーに盛り込めない。また、「おもいのほか」は食用菊なので、カレーの具材としては適さない。むしろカレーを皿に盛り、その上に乗せる漬物として適するだろう。これらのことから、私たちが作るカレーに適する長岡野菜はだるまれんこんと里芋だということが新しくわかった。つまり、悠久祭で提供するカレーの具材は一部が長岡野菜になるということである。当然のことながら、もし開催日の10月下旬以外のタイミングでカレーを作ることになれば全く異なる野菜が使用されることになる。加えて今回のヒアリングの中でカレーには大抵の野菜を材料として活用できるのではないかという見込みが強まった。つまり、長岡野菜の特性によって四季折々の具材を使用するカレーの創作が可能であることに結び付く。

#### 8. 2. 6 ヒアリングを終えての所感

私たちはこの長岡中央青果という一企業に電話しヒアリングの承諾を得てこのような活動ができたわけだが、ヒアリングの前半はヒアリングの目的や、私たちがゼミナール単位で行おうとしている活動内容、活動の方針等を問い詰めるような雰囲気でも質問された。しかし、学生たちでわざわざ市場までやって来てコンタクトをとることもないのかもしれない。ましてや長岡野菜が消滅の危険性があることに関心を傾ける学生はなかなか現れないだろう。

市場で出会ったお二方は、長岡野菜という名前とその伝統が消滅してしまう、との危機感を抱かれていた。しかし、地元の野菜に関心を持ってくれる学生数名が市場を訪れてくれたことに喜んでくれるように私たちからは映った。私たちがヒアリングの最中に受け取ったパンフレットの中には長岡造形大学の学生が作成した物もあった。

長岡野菜に深く携わっている社会人2人を通じてこれらの現状について知ることができ、私たちの意識中における長岡野菜の価値が高められたと感じられるヒアリングであった。

#### 9. 悠久祭でのカレー販売

これまでゼミナールはフェアトレードと長岡野菜の結合による力の可能性を問い続けてきた。かねてより本プログラムにおけるゼミナールとしては、自分たちゼミ学生だけではなく他の人々も巻き込んでその可能性を探る機会が必要であった。特に地域内においてフェアトレードと長岡野菜の認知度を高めていきたいという目的から、長岡の地元住民を取り込んでゼミナールでの活動がどれほど地域活性化に繋がるのかを模索したかったのである。そこで長岡大学の悠久祭において、アフリカンフェスタでのブース運営にまつわる経験を活かして、フェアトレードで輸入されたカレースパイス「カレーの壺」と、地元の特産品である「長岡野菜」を使ってカレーを創作し提供す

ることで、フェアトレードと長岡野菜の認知度向上を図るとともに、地域資源としてのそれらの価値を探ることにした。

悠久祭は、10月28日（土）、29日（日）に長岡大学最大規模の定例イベント。30もの団体によって、飲食や展示、参加型企画など、多種多様なブースが設営された。当日は推定1,600人もの来場者で賑わった。

当日販売したカレーの材料

カレーライス（一杯350円で販売。）

- ・カレーの壺
- ・だるまれんこん（長岡野菜）
- ・里芋（長岡野菜）
- ・玉ねぎ
- ・トマト
- ・かぼちゃ
- ・なす
- ・にんにく
- ・しょうが
- ・鶏肉
- ・米



図・写真13：当日に販売したカレー

## 9. 1 カレーの試作

カレーを作って販売することが決定した時点では、私たちには料理の経験があまりにも欠如していた。当初のままでは提供することができる水準のカレーを作ることは難しいと考え、カレーの試作を実施し料理技術の向上を図った。実施日数は計3日間であった。1日目はイベントブースで自家製のカレーを販売した経験を持つ若井夫妻からの基本的なレシピの教授、2・3日目はゼミ学生のみでより実践的で悠久祭当日に作ることを想定した料理演習を行った。

試作1日目は8月22日に山通コミュニティセンターにて、調理室を借りて行った。かねてよりアフリカンフェスタのようなブースイベントでカレーの創作・販売を行っていた若井氏のご主人と、若井氏からカレーの基本的な調理方法を教わった。前日21日に調理室の利用予約と軽い打ち合わせを終え、翌朝に材料の調達をし次第調理を行った。この試作を終えたのちに、悠久祭で作るカレーベースとなる「カレーの壺」を材料に取り入れる方針が固まったため、当時はまだそれを使うことが活動計画の内にはなかった。そのため試作にはクミンやコリアンダーなど数種類のスパイスを使用した。最後に参加者全員でカレーの試食をし、若井夫妻を交えて感想を言い合い、片づけを済ませ日程は終了した。2・3日目は悠久祭開催の約2週間前である10月15・16日に、栖吉コミュニティセンターの調理室にて行った。悠久祭に近い日を選択したのは、長岡野菜に旬があることが理由として挙げられる。もちろん悠久祭のシーズンに収穫できる野菜は限られており、中央青果(株)へのヒアリングでもあったが、全16品目中だるまれんこんと里芋のわずか2品目のみである。悠久祭で作る予定のカレーと同じ材料を入れての試作が行いやすくなると思った。

実際に試作に使用した長岡野菜はその2品目のみである。1日目の試作経験を活かして味を向上させるための技術を取り入れて試作に取り組んだ。材料のベースに「カレーの壺」を使っの最初の調理である。調理室内のスペースをあえて十分に使わずに、使用テーブル・コンロの数を少なくするなどして、悠久祭でのカレー調理の段階をイメージしながら試作を行うことを心掛けた。

試作活動を通して、私たちは悠久祭で提供するカレーのレシピのイメージを強くすることができた。調理の大まかな手順、初めに処理しておくべき材料などと言ったより具体的な作業の内容を把握できたことがこの試作の一番の成果であったと言える。また、試作の実施は悠久祭当日の事前準備としてのみならず、学外の様々な方とのコミュニケーションの場としても位置付けられると感じている。コミュニティセンターで調理室を利用する手続きを踏むのみでも、そこには職員の方々を中心に多くのコミュニケーションを取る機会がある。時には職員方にもカレーの試食をお願いすることもあった。そうした地元の公共団体との協力・連携を図っていくことこそ、地域活性化における重要な活動の一つであると考えられる。

## 9. 2 悠久祭当日の販売活動を受けて

販売活動を通しての第一の狙いは、「カレーの壺」と長岡野菜のコンビネーションによる付加的価値・可能性を探ることであった。それを自身らゼミ学生のみならず、来店客をも巻きこんでどういった評価を受けるのか、といった課題に対して学生自身の体感によって経験することが、この悠久祭における活動の大きな意義であるように感じられる。

悠久祭は28日と29日の2日間において行われた。営業時間を含めた午前は調理を中心に、午後からは販売と調理の同時進行に取り組んだ。販売成果は、1日目に61食、2日目に66食を売り上げた。営業中に5組以上の列ができることもあったほどで、私たちのカレーは大好評を博した。学内の教職員の方や学外の来店客などを含め、カレーを買って下さった方に「おいしかった」と声をかけられることも多かった。販売活動中に、折を見てフェアトレード商品の活用や長岡野菜の使用について紹介すると驚かれた感があり、そこにコンビネーションの新しい価値が見いだされたのかもしれない、という不確定だが大きな手ごたえがあった。同時に、わずかながら地域外からの運動であるフェアトレードと、地域資源の長岡野菜の認知度の向上に貢献することができたと感じている。しかし、購入客よりカレーの評価を効率的かつ確実に受け取る手段が具体的に考えられていなかったことが課題として残った。実際に調理や会計、装いとった作業に時間的余裕を奪われ、



図・写真 14：悠久祭当日のカレー販売風景



図・写真 15：カウンター脇に据えたPOP

他のことを気にかけることに不足感を覚えた。この点が改善されれば、より多くの購入者からフィードバックを集めることができ、地域資源の価値の追求にも高いレベルの効率化が図れるのではないかと感じている。

## 10. 活動を終えて

本プログラムにおける広田ゼミナールの活動目的は、フェアトレードを地域活性化の流れに取り込むにはどうしたら良いか、ということであった。活動を終えたことを踏まえて、地域活性化への道筋が示されたのかというと、はっきりとはそう言うことができないのが正直な所感である。悠久祭で、フェアトレード産品と長岡野菜をつなぎ合わせた商品には、当ゼミながら大変大きな魅力を感じる。だが「フェアトレード」というなじみのない言葉を「カレー」という商品に加工して提供したとしても、それによるフェアトレードの認知度向上といった成果についての調査が、私たちの活動には時間的縛りにより致命的に欠落してしまっていた。しかし、私たちは1年をかけてカレーという手段を用いてフェアトレードによる地域活性化活動を実践してきた。その中で見出してきた様々な資源の可能性は、次代に活かされることを大いに期待しうることであると感じている。

### —謝辞—

今年度の活動において、各対外的活動から本プログラム成果発表会までを通して、当ゼミナールのアドバイザーで、フェアトレードショップ「ら・なぶうオーナー・若井由佳子氏とコミュニティ・リーダーズ・ネットワーク代表・大出恭子氏には、大変お世話になりました。フェアトレードの情報提供、国際的な視点あるいは地位活性化の視点からのアドバイスは大いに勉強になりました。本当にありがとうございました。

また貴重なお時間を割いてヒアリングに対応して下さった長岡中央青果株式会社社長・高橋堅二氏、専務取締役・佐藤直吉氏、カレー試作でお世話になった山通コミュニティセンターと栖吉コミュニティセンターの職員の方々に心より御礼申し上げたいと思います。

# 長岡大学 学生による地域活性化プログラム 各プロジェクト報告書

1. 十分杯で長岡を盛り上げよう！  
—羽ばたけ長岡の宝 十分杯！—  
権 五景（樂九）ゼミナール（1）
2. 長岡の隠れた地域資源を若人に広めよう！  
栗井英大ゼミナール
3. 「まちの駅」をフィールドとした活動等による地域活性化への貢献  
鯉江康正ゼミナール（1）
4. 企業ホームページの改善提案とデモサイトの制作  
村山光博ゼミナール
5. グラスルーツグローバリゼーション ～草の根・地域からの人類一体化の推進～  
広田秀樹ゼミナール
6. 酒粕で長岡を盛り上げよう！  
—酒粕商品化、権ゼミの試練—  
権 五景（樂九）ゼミナール（2）
7. 地元企業の働き方を知る  
鈴木章浩ゼミナール
8. 「まちの駅」から越路地域の魅力を発信  
鯉江康正 ゼミナール（2）

## 平成29年度 学生による地域活性化プログラム 広田秀樹ゼミナール活動報告書

【発行日】 平成30年3月19日  
【発行人】 村山 光博  
【発行】 長岡大学 地域活性化プログラム推進室  
〒940-0828 新潟県長岡市御山町80-8  
TEL 0258-39-1600（代）  
FAX 0258-39-9566  
<http://www.nagaokauniv.ac.jp/>