



「新たな付加価値から切り開くフェアトレードの未来」

〔東京都〕

東京学芸大学附属国際中等教育学校 5年 中川 心之介

私のフェアトレードの思いは、ベトナム・ホーチミンに住んでいた頃に芽生えた。ホーチミンでの体験が、私のフェアトレードへの思いを芽生えさせた。コーヒー店で出会ったク木族の親子。言葉は通じずとも、その純朴な笑顔に心打たれた。しかし、彼らの暮らしは厳しく、特産のコーヒー豆も不当に安く買い叩かれていた。言語の壁や社会的立場の弱さゆえ、不平等な取引を強いられる現実。同年代の長男を見て、やるせない思いが募った。この経験が、公正な貿易の重要性を私に教えてくれた。彼らに会って以降、現地でフェアトレードを広める活動をしてきた。そして「日本ではフェアトレードはもっと広まっているのだろうか」と期待を馳せながら帰国すると、想像以上に広まっていなかったのだ。

私が貢献したいフェアトレードというものは、社会的価値に富んでいながら、利益が生まれにくいものだ。フェアトレードという大義によって値段が他より高い商品より、フェアトレードではないが安く、ある程度質の高い商品の方が購入される。では、なぜフェアトレード商品は高いのか。これは、大量生産にはない良さ・背景があるからである。しかし、その商品の質を感じられる機会がなければ、なぜ値段が高い所以を理解できないままだ。私は利益を生みにくいフェアトレードだからこそ、そこに利益を生み出すビジネスモデルを確立して、倫理的価値と経済との葛藤を解消しようと考えた。

少し話題が変わるが、近年、CSRやフィランソロピー、ESG投資などのワードが頻用されるようになった。これが示しているのは、企業がフェアトレードなどの社会問題の改善に携わることで新たな付加価値が生まれているということである。そこで、この新しい付加価値を利用したフェアトレードを日本に浸透させるためのビジネスアイデアを思いついた。

現在、私は「Fair Link」という事業を進めている。「Fair Link」は、フェア

トレードスナックの量り売り自販機を通じて、フェアトレードを日本に職場から浸透させるB2B2Cの事業である。通常の商品より高くフェアトレード商品は手に取りにくい現実。その中でFair Linkでは、フェアトレード商品の値段が高く、買いにくくなっている分を新しい付加価値「フィランソロピー代」で補う。B2Cでは値段が高くなる背景としてあったフェアトレードが、B2Cを経由することで企業のフィランソロピーの素材となるのだ。企業から頂いた「フィランソロピー代」が販売機内で売られる商品の代金を下げ、社員がフェアトレードを買い求めやすくなるというシステムである。なお、「フィランソロピー代」は財務レポートなどに掲載可能となる。これにより、サービスを取り入れた企業にとって、株主へのアピール、そしてESG投資の促進にも繋がる。また、フェアトレードスナックの「量り売り」販売機であることも大きな特徴であり、社員はその場で必要としている量・買える量に合わせて選ぶことができる。また、少量ずつ様々な食材を試すことができ、より多くのフェアトレードスナックを体感することもできる。環境面では、食品ロスや商品ごとの包装材を削減できる。都内の外資系の会社のオフィスで実演販売した際に、予想以上に社員の方や社長さんがフェアトレードの浸透とビジネスとしての利益を両立できていると褒めてくださった。その時初めて、何か世の中に少し貢献出来ているのかなと思えて、素直に嬉しかった。

私は、このビジネスを通じて、購買力の高い先進国の日本でフェアトレードを浸透させることで、フェアトレード商品の需要を安定化させ、SDGs目標10「人や国の不平等をなくそう」に貢献したいと考えている。「Fair Link」の自販機が職場にないと、その企業が時代に置いていかれている印象を持つような「フィランソロピー・CSRが当たり前の社会」の象徴となる存在へと作り上げていきたい。