

コーヒー ～フェアトレードと貧困～

2013/05/27

瀧川ゼミ

楓 陶山 野田 (五十音順)

I. コーヒーとは

コーヒー(coffee)とは、コーヒー豆を焙煎して粉末状にしたものから、水を加えて成分を抽出した飲料。世界中で愛飲されている、とってもおいしい黒い飲み物。人によっては、ミルクや砂糖など、甘味料を加えて飲むらしい。そのままのブラックは苦い。

→「グローバルな貧困」とどのような関係が？

→コーヒー豆を取り囲む様々な要因

II. コーヒー豆の量と労働者

1. 主要生産国 (資料 図1)

豆の種類によって異なるが、主にブラジル、ベトナム、インドネシア等の発展途上国である。

2012年の生産量は過去最高水準であり、これによりコーヒー豆の供給過多が懸念される。

2. 国別在庫量 (資料 図2)

在庫量とは、各国にある、取引に用いられるコーヒーの量。

現在、総生産量の約**18%**が在庫となっている。

EU諸国のコーヒー在庫量が一番大きい。

生産国であるブラジルの在庫量が少ないのは、消費国である欧米に輸出しているため。

＝コーヒー豆の相場により在庫量も変化する

3. 生産量・在庫・価格の推移 (資料 図3)

2010年は、価格が一気に上昇している

背景に、ブラジルにおける需給逼迫傾向(需要があるのに供給できない状況)による価格高騰が挙げられる。

約270円/kgで取引されるコーヒー

→どのように生産されているか

4. 生産と労働者

a) 生産プロセス

大規模農園の場合

ブラジルにおいては、2000年代初頭から、銀行や国家の経済的支援を受けた企業が、国際市場相場価格の推移を計算して大規模な投資を行った。そのため、1980年代を通じて南部のプランテーションに発生した寒波による生産量減少の影響を減らすため、北部に移転した。コーヒーのプランテーションは大規模な農園で行われるため、**大型の機械**を利用した**効率的な収穫・洗豆**等が行われている。

小規模農園の場合

タンザニアのチャガ人が住むルカニ村は、1戸あたり0.5～1haの畑に平均300本程度のコーヒーの木を所有している。これらは当然個人の畑なので、**生産や収穫・洗豆等の手間は個人で行われる**。コーヒーの収穫は、8月から12月にかけての小雨季の期間中に行われる。

b)労働者(=生産者)の諸経費

ここでは、タンザニアにおける小規模農園の場合を説明する。なお、参照した資料によると、生産高を記録している家は一つもないらしいので、以下の数値は概算である。

収穫の際は、自身の**家族や親類を集めて行われる**が、豊作時は近隣の村から仕事を求めてやってくるという。しかし、剪定には専門的な技術が必要とされるため、ある家族は年5日、2名を日給2000 Tshs(タンザニアシリング、1円=7.3Tshs)で雇うという。その他、草取りや農薬散布の労働にかけられる雇用労働力の経費として、多い家庭では年間13万Tshs(≒17800円)、少ない家庭では9500Tshs(≒1300円)をかけるという。

→生産コストの**約46%**が雇用コスト

(ちなみに、小学校教師の月給は17000Tshs≒2330円)

c)小規模農園におけるコーヒー生産の実情

チャガ人の土地は家長から息子たちへと相続されるが、現在キリマンジャロ山の山間部に空いている土地は皆無であり、限られた土地を複数の息子たちへと相続してきた結果、**コーヒー畑は細分化**されている。

チャガ人は伝統的に教育熱心であり、新たな事業に積極的であるため、若者は**村を出て農業以外の仕事に就く傾向**がある。こうした若者は、相続した土地にクリスマス休暇を過ごすための家を建てるなど、コーヒー栽培を放棄することが少なくない。こうした結果、北部高地のコーヒー畑の平均面積は0.81haと主要コーヒー産地の中で最も規模が小さく、半数の世帯は1ha未満しか土地を所有していない。さらに、彼らの住むルカニ村では、村の医療・教育等の資金の大部分がこのコーヒーによる収入で回っているらしいが、**コーヒーの生産量はこの国の生産水準(およそ150kg/ha)を下回っている**。

また、若者が村を出ることで、**コーヒー生産者の高齢化が深刻**になっている。高齢者は一日の内に収穫と一次加工の両方をおこなうことが難しく、収穫から加工までに時間がかかり品質の低下につながっている。

d)就労状況

大規模農園の例であるブラジルにおいては、**現在およそ350万人がコーヒー農園で就業**しており、関連業種も含めると700万人近くの雇用を創出している。

小規模農園の例であるタンザニアにおいては、**大卒者の80%が就職困難**である状況も然ることながら、先述した後継者問題、生産者高齢化等から、コーヒー産業は芳しくない。

Ⅲ. 価格決定のプロセス

1. 歴史的沿革

コーヒーは1700年～1800年、華やかなヨーロッパ上流社会の社交の飲み物として愛飲され、一般にも広がっていった。大もうけするコーヒー商人の影にはアフリカから連れてこられた黒人奴隷、それから移民労働者がいた。コーヒーは「ニグロの血と汗」と囁かれていた。そして現代、奴隷制度こそなくなったが、コーヒー生産者の状況は変わっていない。

2002年にコーヒーの各区の世界的な大暴動が起こり、ここ10年ほどコーヒーの生産価格は安値に歯止めがきかなくなっている。

2002年当時の価格は、1kgあたりわずか約50円～60円であった。しかし、日本で私たち消費者が買う際のコーヒーの価格はほぼ変わらない。これはどういうことなのか。差額はいったいどこへ消えているのか。

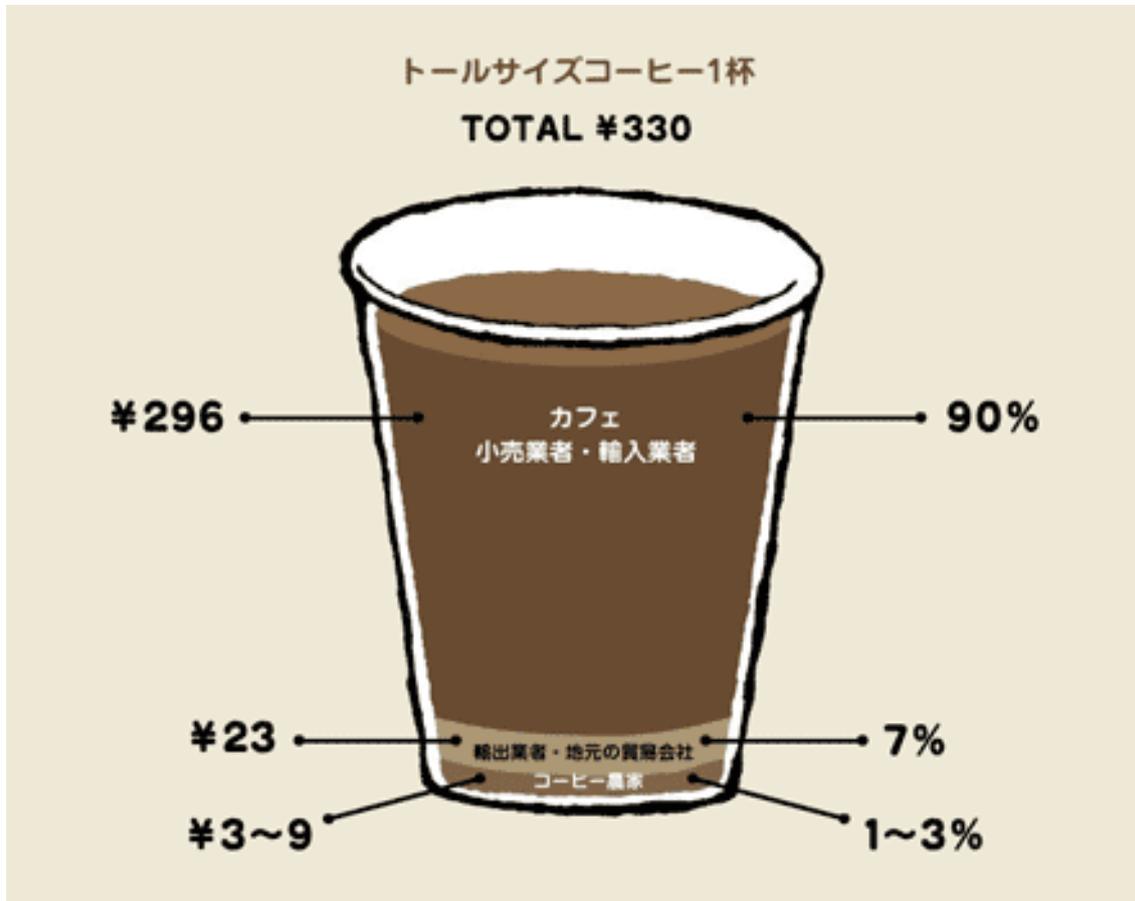
2. 構造上の問題

中間にいる、**コーヒー流通の業者、生豆を買う企業側に儲けが渡っている**のである。現在、コーヒー業界には4つの巨大企業がある。K社、N社、P社、S社の4社で世界的な巨大なコーヒー市場の4割を握っている。いわば、コーヒー農園と生産者、労働者の生殺与奪権を握っているようなものだ。なかでも世界の最大手K社は、年間80万トンものコーヒー生豆を取り扱っている。…世界のコーヒーの取引の14%を閉めるこれだけの量を1社で取引しているとは驚きである。…こうした超巨大企業は、**コーヒー豆を買うときに、一番安い国の豆をコンピューターのマウスをクリックして決める。**一つの農家の生産者、労働者が生活できる価格などに思いを寄せることはない。自分自身が巨大すぎるあまりに小さな農園で働くひとりの人間のこと、1日の収入が1ドルにも満たない人のことを考えることなど不可能なのかもしれない、…「N社のインスタントコーヒーは全世界で毎秒3900杯が飲まれている。天国のような信じがたい利益を得ている。何百万人の人が黄金の豆の生産をしているように見えながら。本当は深刻な貧困に直面している」とある。

『コーヒーの危機』のレポートによれば、インスタントコーヒーは1kgあたり、生産者価格の、なんと1.54ドルが、小売りでは26.40ドルと計算している。**生産者価格の17.1倍である。**焙煎、インスタント加工、流通マージンを含んではいるが、それを差し引いていたとしても凄まじい儲けである。…しかし、南の国の生産者たちは、コーヒーがおいしい飲み物だということを知らない。自分たちが作ったコーヒーを飲んだこともない。焙煎して飲むという、その飲み方さえ知らない。朝早くから夜遅くまで、汚れた作業着でコーヒーを作るための労働しかしない。**その労働も、1日1ドルにも満たない。**

(引用：清田和之(2010)『コーヒーを通して見たフェアトレード スリランカ山岳地帯に行く』, 書肆侃侃房)

- 過去20年間で、生産国が受け取る輸出収益は30%から10%に低下。
- 現在コーヒー生産農家の取り分は、コーヒーショップで売られている1杯のコーヒーの値段の1%またはそれに以下にすぎない。スーパーや食品小売りで売られているコーヒー1パックに対してはおおよそ6%である。



3.利益の行方

Cf.BLACK GOLD MOVIE～おいしいコーヒーの真実～

エチオピアでの小さな農村でのお話。

エチオピアはコーヒー最大生産国のひとつであり、国の**67%**の輸出をコーヒーがまかっているが、コーヒーの市場価格はここ**30年**下がり続けている。

エチオピアを含め、アフリカだけが、**20年以上**まったく変わらぬ貧困国であり、未だかつてなく国際からの支援に頼っている。現在、アフリカの貿易収益は**1%**下がっているが、これは**700億**ドルに相当し、これは現在受けている支援の**5倍以上**の値である。この映画では、**74000**の農村からなる**Oromia Coffee Union**という組織がエチオピアのコーヒーを今より良い価格で売ろうと奮闘している映画である。大手企業らは、エチオピアのコーヒーを**1**キロあたり**0.23**ドルで買い取っている。たとえもし、**1**キロあたりのコーヒー(**80**杯のコーヒーを作ることが可能)の値段が**0.57**ドルに上がったのなら、エチオピアの人々の生活は大きく改善されていくであろう。このような安価で売らなければならない状況が生まれてしまうのには、情報不足という問題点もある。というのも、エチオピアの人々は、先進国で、自分たちの作ったコーヒーがどのような価格で消費者に届けられるのかも知らないからである。コーヒーを嗜好する先進国の我々はコーヒーは高い飲料であるということは認識しているであろう。しかし、その消費者である我々は、その値段がどのようなプロセスによって算出されているのか、知らない。コーヒーの値段が決められる場所である**The New York coffee market**は大企業によって操作された最悪な市場である。そんな市場に、アフリカ自身が参入することは不可能である。コーヒーの市場価格は**1990年**以降、**300億**ドルから**800億**ドルにまで上ったが、コーヒーを生産するものにその恩恵は与えられないのである。エチオピアを含め、多くの貧困国は国際援助を欲しているのではなく、自分たちの生産するものが正規な価格で売れ、自分たちで生計をたてていくことを望んでいるのである。

4.価格決定

コーヒー豆の店頭価格には焙煎、粉碎、袋詰め、配送などの費用

① ニューヨーク定期市場 (CSCE) ②ロンドン定期市場 (LIFFE)

	ICO 複合価格	コロンビ アン・マ イルド	その他 マイルド	ブラジリ アン・ナ チュラル	ロブスタ	ニュー ヨーク 先物	ロンド ン先物
(年平均)							
2008	124.25	144.32	139.78	126.59	105.28	136.46	97.17
2009	115.67	177.43	143.84	115.33	74.58	128.40	67.69
2010	147.24	225.46	195.96	153.68	78.74	165.20	71.98
2011	210.39	283.84	271.07	247.61	109.21	256.36	101.23
2012	156.34	202.08	186.47	174.97	102.82	179.22	91.87
2013.1	135.38	169.19	157.29	145.17	99.69	154.28	88.85
2013.2	131.51	161.70	149.46	136.63	104.03	144.89	94.41

出所：ICO 統計 (2013年2月)

(注) 1. 先物価格は第2限月と第3限月の平均価格

2. ICO指標価格は、米国、ドイツ、フランスの3大市場の現物の成約価格を収集し、ICOの定める方法で4品種ごとの加重平均算出したもの。

3. コロンビア・マイルド・アラビカ及びアザーマイルド・アラビカの成約価格はニューヨーク市場、ブレーメン・ハンブルク市場。ブラジルその他のナチュラルの成約価格はニューヨーク市場、ブレーメン・ハンブルク市場。ロブスタの成約価格はニューヨーク市場、ルアーブル・マルセイユ市場。

4. ニューヨーク先物はアラビカ、ロンドン先物はロブスタである。

5. 1ポンドは約453グラム。

IV.フェアトレード

1.フェアトレードの定義

フェアトレードとは、開発途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に購入することにより、立場の弱い開発途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指す貿易のしくみをいいます。

FLO、WFTO、EFTA の3つの団体からなるネットワークでは、「フェアトレード」を以下のように定めています。

Fair Trade is a trading partnership, based on dialogue, transparency and respect, that seeks greater equity in international trade. It contributes to sustainable development by offering better trading conditions to, and securing their rights of, disadvantaged producers and workers - especially in the South. Fair Trade organizations (backed by consumers) are actively engaged in supporting producers, in awareness raising and in campaigning for changes in the rules and practices of conventional international trade.

フェアトレードは、対話、透明性、敬意を基盤とし、より公平な条件下で国際貿易を行うことを目指す貿易パートナーシップである。特に「南」の弱い立場にある生産者や労働者に対し、より良い貿易条件を提供し、かつ彼らの権利を守ることにより、フェアトレードは持続可能な発展に貢献する。フェアトレード団体は（消費者に支持されることによって）、生産者の支援、啓発活動、および従来の国際貿易のルールと慣行を変える運動に積極的に取り組む事を約束する。

右のラベルが貼ってある商品は
フェアトレード認証されたもの。



2.フェアトレード認証プロセス

資料レジュメ 図4参照

3.フェアトレード認証の5つのポイント

a) 認証（登録）・ライセンスの取得

輸入、製造、卸組織は認証（登録）、ブランドオーナーはライセンスの取得が必要です。

b)国際フェアトレード基準の遵守

国際フェアトレード基準を遵守した売買を行う必要があります。

c) 製品の認証

ライセンス取得組織は製品ごとに申請が必要です。

d)監査

すべての登録（認証）組織、ライセンス取得組織に対し定期的を実施されます。

e)報告

四半期毎に販売量などの報告をして頂きます。

4.国際フェアトレード基準

国際フェアトレード基準は、FLOによって設定されるフェアトレード全般に関する基準です。これらの基準は、FLO基準委員会（FLO Standards Committee）と全てのステークホルダー（フェアトレードに参加する生産者や貿易業者など）によって、定期的に見直されています。

基準は、「生産者の対象地域」、「生産者」と「トレーダー（輸入・卸・製造組織）」のそれぞれが守るべき包括的基準と、対象製品毎に定められた「製品基準」で構成されています。生産者とトレーダーは、包括的基準と製品基準の両方を守り生産や取引を行う必要があります。

生産者とトレーダーが守るべき主な項目は、下記表1の「経済的基準」、「社会的基準」および「環境的基準」に大きく分ける事ができます。

表1 FLO国際フェアトレード基準概要

経済的基準	社会的基準	環境的基準
▶フェアトレード最低価格の保証	▶安全な労働環境	▶農薬・薬品の使用に関する規定
▶フェアトレード・プレミアムの支払い	▶民主的な運営	▶土壌・水源の管理
▶長期的な安定した取引	▶労働者の人権	▶環境に優しい農業
▶前払い	▶地域の社会発展プロジェクト	▶有機栽培の奨励
	▶児童労働・強制労働の禁止	▶遺伝子組み換え（GMO）の禁止

FLOフェアトレード基準の最大の特徴は、生産コストをまかない、かつ経済的・社会的・環境的に持続可能な生産と生活を支える「フェアトレード最低価格」と生産地域の社会発展のための資金「フェアトレード・プレミアム（奨励金）」を生産者に保証している点です。

フェアトレード最低価格とプレミアムは、生産地域の物価・経済状況等と、買い手側の意見を考慮し綿密な調査と総合的な判断により、製品ごと、生産地域ごとに明確に設定されています。

5.トレーダー（輸入組織、製造組織、卸組織）が守るべきフェアトレード基準
トレーダーが守るべき主な国際フェアトレード基準には以下があります。

■認証

－フェアトレード製品の売買に関わる組織は全て監査を受け認証を得ていること

■トレーサビリティの確保

－フェアトレード製品は通常品と混ぜることなく区別して管理していること

■契約

－生産者と取引業者はフェアトレード基準に則り双方が合意して透明性のある契約を結ぶ

■持続的な取引の促進

－生産者が安定した生活を営み、品質向上や環境に配慮した生産に取り組めるようにすること

■前払いの保証

－生産者が債務のわなに陥ることがないように、必要があれば代金の前払いを保証すること

■価格の保証

－不安定な市場価格に対して、フェアトレードでは持続可能な生産と生活に必要な価格を保証すること

生産者と直接取引をする輸入組織は、市場がどんなに下落していても取引する生産者組合、農園・工場に最低価格を保証しなければフェアトレード認証を受けることができません。例えばコーヒーの場合、ウォッシュドアラビカのフェアトレード最低価格は1ポンド（約454g）当たり1.40米ドル、有機認証のコーヒーであればさらに0.30米ドルの上乗せが保証されています。（図4参照）

さらに輸入組織は、品物の代金とは別に、組合や地域の経済的・社会的・環境的開発のために使われるプレミアムを生産者組合に支払います。（例：コーヒーの場合 20 USセント/ポンド）

（参照：資料レジュメ 図5）

経済的基盤の弱い途上国の生産者にとって、変動の激しい国際市場の価格は時に生産コストを大幅に下回り、貧困に拍車をかけ、生産を継続できない状況へと追いやってしまいます。フェアトレード最低価格とプレミアムを保証することで、国際価格が下落しても生産者は正当な代金を得て、自らの力で持続可能な生産と社会開発を実現することができるのです。

6.フェアトレードラベルの功罪 フェアトレードは貧困削減に結び付くのか？

a) 「フェアトレードラベル」の生い立ち

フェアトレードラベルは、オランダのフランチ神父と、ニコ・ローツェン氏によって生まれた。彼らがラベルを立ち上げる前から、ボランティア団体が農民グループからコーヒーなどを直接買い取り、社会問題に関心のある消費者に、専門のチャリティショップで売るような活動はあったが、その取扱量は少量にすぎなかったという。よって、二人は「良心的な製品」を、誰でも手に取れる一般の流通ルートに乗せることこそが、成功のカギになると思い、認証制度を立ち上げた。その後、欧州、北米、日本に広がり、1997年に統一機構のFLO（国際フェアトレード認証機構）が組織されるにいたった。

b) 「フェアトレードラベルの功罪」の功

- ・フェアトレード製品を一般の流通ルートに乗せることで消費者のアクセスを向上させ、市場を拡大させたこと。
- ・市場の拡大によって、より多くの生産者に、より多くの利益をもたらしたこと。
 - 現在、中南米・アフリカ・アジアの58カ国で140万人の生産者、家族を含めれば700万人が、フェアトレードの恩恵を受けている。
 - 世界的な認証制度に認証されたことによって、生産者グループが地元銀行や国際的な金融機関から融資を得やすくなった
 - 認証を得ることによって、生産者グループや生産者自信が自信を持ち、自己肯定感を持つようになったというような心理面での効果もある。
- ・アドボカシーツールとしての機能
 - 英国のカフェダイレクト等のフェアトレードを使命として取り組む志高いフェアトレード会社から、多国籍企業、自治体、スーパーマーケット、学校、生産者、活動家、協会までもが、「ゆるやかなネットワーク」を構成し、あのマークを掲げて統一したメッセージを社会と政治家にアピールし、大きなアドボカシー効果を上げている。

c) 「フェアトレードラベルの功罪」の罪

- ・大企業を「仲間」にしたこと
 - 元々フェアトレードは、大企業を「敵」として、大企業に対してノーを唱えて始まった。ラベル認証制にしたことで、大企業も「仲間」にしてしまったため、フェアトレード運動内に大きな不協和音が生じてしまった。
- ・大企業への免罪符を与えたことにより、消費者の目が逸らされ、大企業や貿易システムが根本的に変革することを逆に妨げてしまう、逃げ道を与えてしまったこと
 - ⇨しかし、ラベルがなかったとしたら、大企業が根本的な変革を行う要素があるかという、それも疑問。認証制度によって、大企業がフェアトレードに関与するようになり、身近なお店で商品を手にして初めて、フェアトレードやその背景の問題を知る消費者も多い。（実際、フェアトレードの目的の一つ）
- ・生産者の間の格差を拡大させる
 - フェアトレードには、認証費用をまかなえる、申請書を書く能力のある生産者だけが認証されて市場に参加することができ、「もっとも小さな、もっとも弱い生産者」が置いていかれる、疎外されるという批判もある。
 - フェアトレードとは「大いなるえこひいき」という人も。格差を広げるから、全体が一斉に底上げされるのでなければ、やるべきではないと言ったら、何もできなくなる。やれるところしかやるしかないという主張も。しかしながら、格差は嫉妬を生み、連帯を阻害することも事実。

7. 日本におけるフェアトレードの現状（内閣府国民生活白書より抜粋）

a) 少ないフェアトレード商品の購入状況

次に近年、注目を集めているフェアトレード商品について、諸外国と我が国を比較しながら見てみる。そもそもフェアトレードとは、「国際貿易における一層の平等性を追求する、対話や透明性や尊敬に基づく取引パートナーシップであり、特に南半球の社会から取り残された生産者や労働者へのより良い取引条件の提供や権利の保護によって持続的な発展に貢献する」ものとされ、生産者に前払いで必要な費用を渡したり、長期契約を結んだ

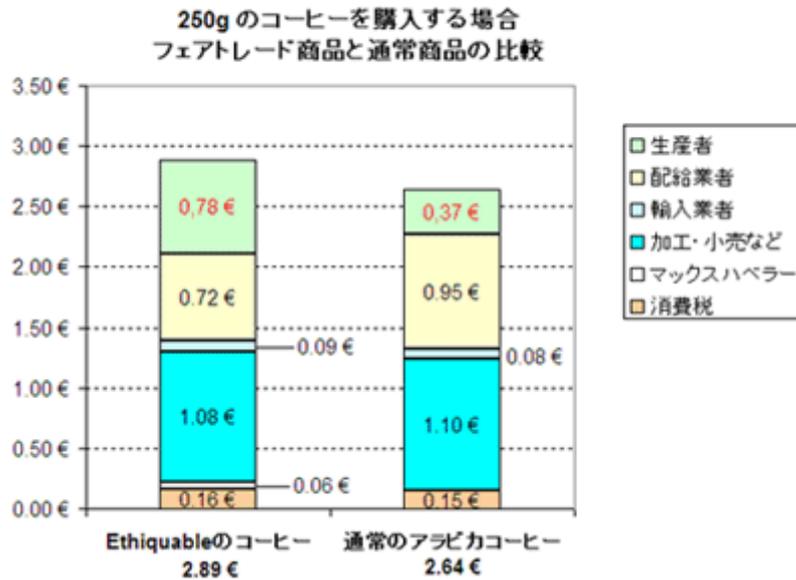
上、市場価格よりも一定程度、高い価格を維持して仕入れるため、販売価格も割高なものと言える。欧米ではフェアトレード市場が急激に伸びており、欧州 25 か国での 2004 年度のフェアトレード製品の小売売上高は 6 億 6 千万ユーロ（約 887 億円）に上り、5 年前の 2 億 6 千万ユーロ（約 316 億円）から 2 倍以上になっている。また、フェアトレード表示が付された製品についてのみの統計であるが、2007 年にはアメリカが前年比 46% 増の約 7 億 3 千万ユーロ（約 1,178 億円）、英国が前年比 72% 増の約 7 億ユーロ（約 1,136 億円）、フランスが前年比 27% 増の約 2 億 1 千万ユーロ（約 339 億円）と引き続き高成長を続けている。特定の商品市場で見ると、コーヒーでは英国で 20%、スイスで 6%、バナナではスイスで 47% をフェアトレードラベル商品が占めているなど、市場シェアも高まっている。一方、日本では 2006 年度のフェアトレード製品の売上高は 45 億円ほどと推定され、フェアトレード表示が付された商品に限定すれば、売上高は 2007 年で約 10 億円とアメリカ、英国の 100 分の 1 以下に過ぎない。これは我が国では計算上、一世帯当たり年間 19.3 円をフェアトレード表示製品に当てただけということになる。

b) 低いフェアトレードの認知度

2008 年に行った調査において、フェアトレード製品の購入についての考えを尋ねたところ、「同品質なら少々高くてもほかの製品よりもフェアトレード製品を購入する」と回答した人は 6.1% に過ぎず、「同品質で同価格ならほかの製品よりもフェアトレード製品を購入する」と回答した人が 15.4%、「低価格なら購入する」と回答した人が 16.7% いるなど、市場価格よりも高い値段で買うことで生産者などの生活・労働条件を保護しようというフェアトレードの概念を理解していない回答が残念ながら目立った。また、そもそも「フェアトレード製品を知らないため、わからない」と回答した人が 57.1% もおり、日本ではフェアトレード製品の認知度自体が未だ低いことも浮き彫りになっている。こうした状況は例えば、フランスでは 74% の人がフェアトレードとは何かを理解し、50% の人がフェアトレードのマークを認知しているのと差がある。日本でのフェアトレード製品の認知度が低いことには、欧米に比べフェアトレード表示が付された商品数がまだまだ限られていることや小売店など消費者の目につきやすいところで販売されていないことが関係していると思われる。

c) どれだけ生産者に還元されているのか（フランスの例）

フェアトレードの製品は物にもよるが、一般的に通常の製品よりも 8% 前後、割高になっていることが多い。フェアトレード・ラベルとして有名なマックスハベラーを扱う会社、Ethiquable のコーヒーと、通常のアラビカコーヒー、それぞれを購入した場合、支払ったお金がどこに流れていくのか見てみる。



上記の例では、フェアトレードのコーヒーが通常のコーヒーよりも 25 サンチームだけ割高だが、生産者に還元される額は 41 サンチームも多い。生産者にとっては通常のコーヒーよりも 2 倍以上の金額が手に入る。フェアトレード・ラベルであるマックスハベラーに支払うラベル料として 6 サンチームかかってしまうが、フェアトレードでは配給業者が手数料を少なめに抑える事が多いため、十分、通常の商品に対抗できる料金を設定する事が可能。
(引用:フランスのフェアトレード市場 <http://www.paris-fp.com/column250907.html>)

論点

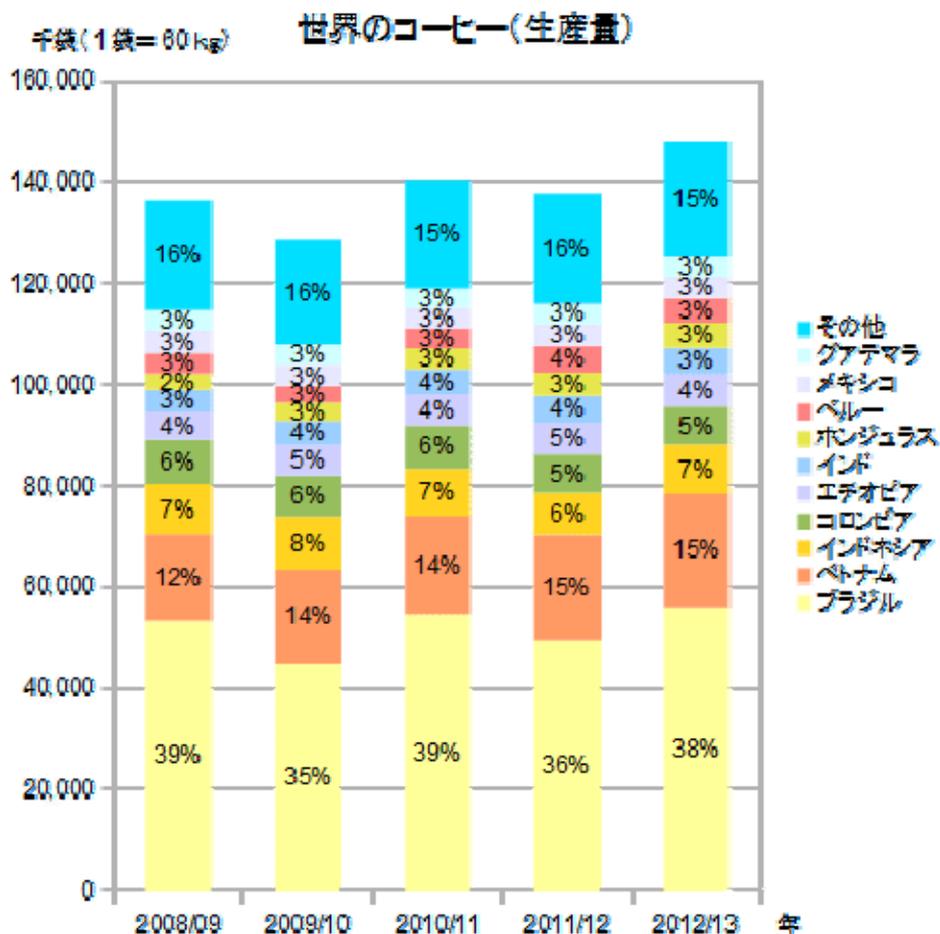
所謂「第三国」では主要の一次産品であるコーヒー豆は、かねてからたくさんの中間業者を経て先進国へ輸出し、さらに価格も先進国が決定している。これに対し、先進国もフェアトレードを実施し、「適正な価格」で販売しようと試みている。しかし現在、コーヒー豆そのものが市場に出回りすぎてしまい、コーヒー豆そのものの価格が低くなっている。

こうした状況の中、先進国の消費者である我々は、第三国の労働者を保護するため、コーヒーを「適正な価格」で購入するか？

- A)購入する
- B)購入しない

コーヒー ～フェアトレードと貧困～
資料レジュメ

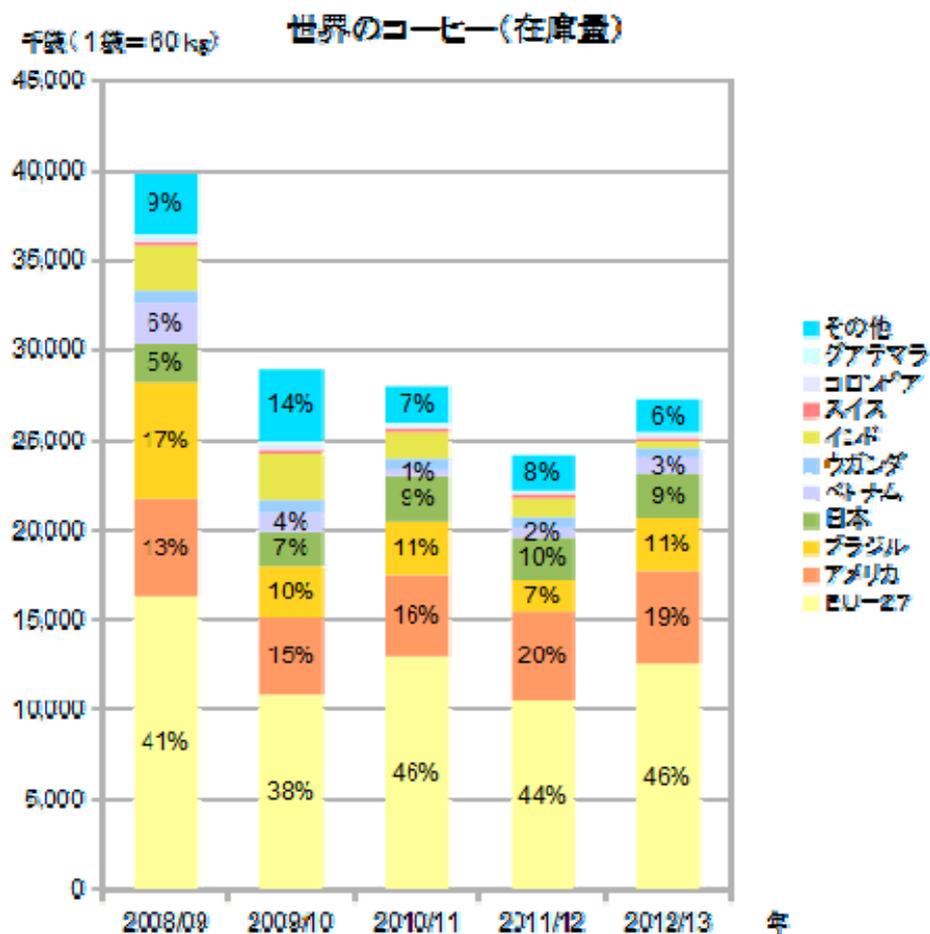
図 1



(単位…千袋)	2008/09年	2009/10年	2010/11年	2011/12年	2012/13年
ブラジル	53,300	44,800	54,500	49,200	55,900
ベトナム	16,980	18,500	19,467	21,000	22,400
インドネシア	10,000	10,500	9,325	8,300	9,700
コロンビア	8,664	8,100	8,525	7,500	7,500
エチオピア	5,500	6,000	6,125	6,300	6,500
インド	4,375	4,825	5,035	5,335	5,100
ホンジュラス	3,225	3,550	3,975	4,600	5,000
ペルー	4,000	3,300	4,100	5,200	4,800
メキシコ	4,550	4,150	4,000	4,500	4,300
グアテマラ	3,980	4,010	3,810	3,860	3,850
その他	21,665	20,770	21,475	21,788	22,875
合計	136,239	128,505	140,337	137,583	147,925

(出典) USDA 「World Markets and Trade」

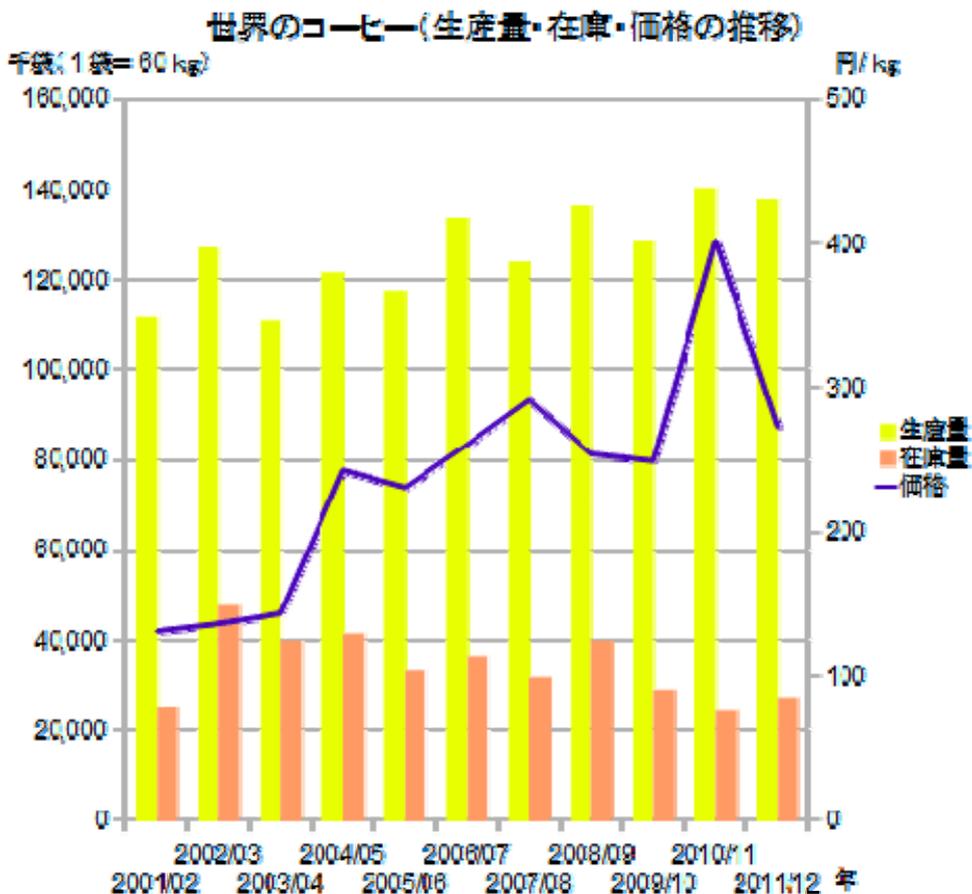
図 2



(単位・・・千袋)	2008/09年	2009/10年	2010/11年	2011/12年	2012/13年
EU (27か国)	16,325	10,850	12,900	10,500	12,500
アメリカ	5,333	4,250	4,580	4,900	5,200
ブラジル	6,576	2,836	2,946	1,786	2,926
日本	2,050	1,950	2,550	2,400	2,500
ベトナム	2,307	1,012	334	514	864
ウガンダ	641	701	613	593	493
インド	2,523	2,578	1,533	1,000	425
スイス	200	200	200	200	200
コロンビア	209	284	99	139	179
グアテマラ	229	239	199	184	159
その他	3,419	4,009	2,060	1,885	1,755
合計	39,812	28,909	28,014	24,101	27,201

(出典) USDA 「World Markets and Trade」

図 3



年	生産量(千袋)	在庫量(千袋)	価格(Cents per Pound)	為替(円 / US\$)	価格(円 / kg)
2001/02 年	111,625	25,237	47.30	125.39	131
2002/03 年	126,968	47,628	53.19	115.93	136
2003/04 年	110,896	39,780	59.91	108.19	143
2004/05 年	121,591	41,429	99.78	110.22	242
2005/06 年	117,599	33,036	90.00	116.18	231
2006/07 年	133,618	36,082	100.09	117.99	260
2007/08 年	123,948	31,680	126.76	104.23	291
2008/09 年	136,239	39,812	123.05	93.52	254
2009/10 年	128,505	28,909	128.10	88.09	249
2010/11 年	140,337	24,101	227.97	79.97	402
2011/12 年	137,583	27,201	157.68	78.27	272

USDA「World Markets and Trade」、財務省貿易統計。

※2011/12年の為替は9/30～10/6までの平均値。

Record Brazil Coffee Crop Cuts Costs for Starbucks: Commodities

By Marvin G. Perez & Patricia Laya - Dec 5, 2012 8:07 AM GMT+0900

引用：ブルームバーグ

(<http://www.bloomberg.com/news/2012-12-04/record-brazil-coffee-crop-cuts-costs-for-starbucks-commodities.html>)

Brazilian farmers will reap 50.8 million bags in 2013, a record for a so-called low-crop season, according to the median of nine analyst estimates compiled by Bloomberg. **The harvest reached 55.9 million 60-kilogram (132-pound) bags in 2012, an all-time high for a peak year.** Output usually drops in alternate years because of growing cycles. Prices may fall 12 percent to \$1.311 a pound by June 30, the average of 14 predictions shows.

訳

ブルームバーグがアナリスト9人を対象に実施した調査の中央値では、ブラジルの2013年の収穫高は5080万袋（1袋は60キログラム）と、いわゆる裏作シーズンとしては過去最高水準に達すると予想されている。今年の収穫高は5590万袋と、表作シーズンとしては過去最高水準に達した。収穫高は通常、生育サイクルに基づいて隔年で減少する。アナリスト14人の予想の平均では、コーヒー生豆価格は来年6月30日までに13%下落し、1ポンド当たり1.311ドルになるとみられている。

図 4

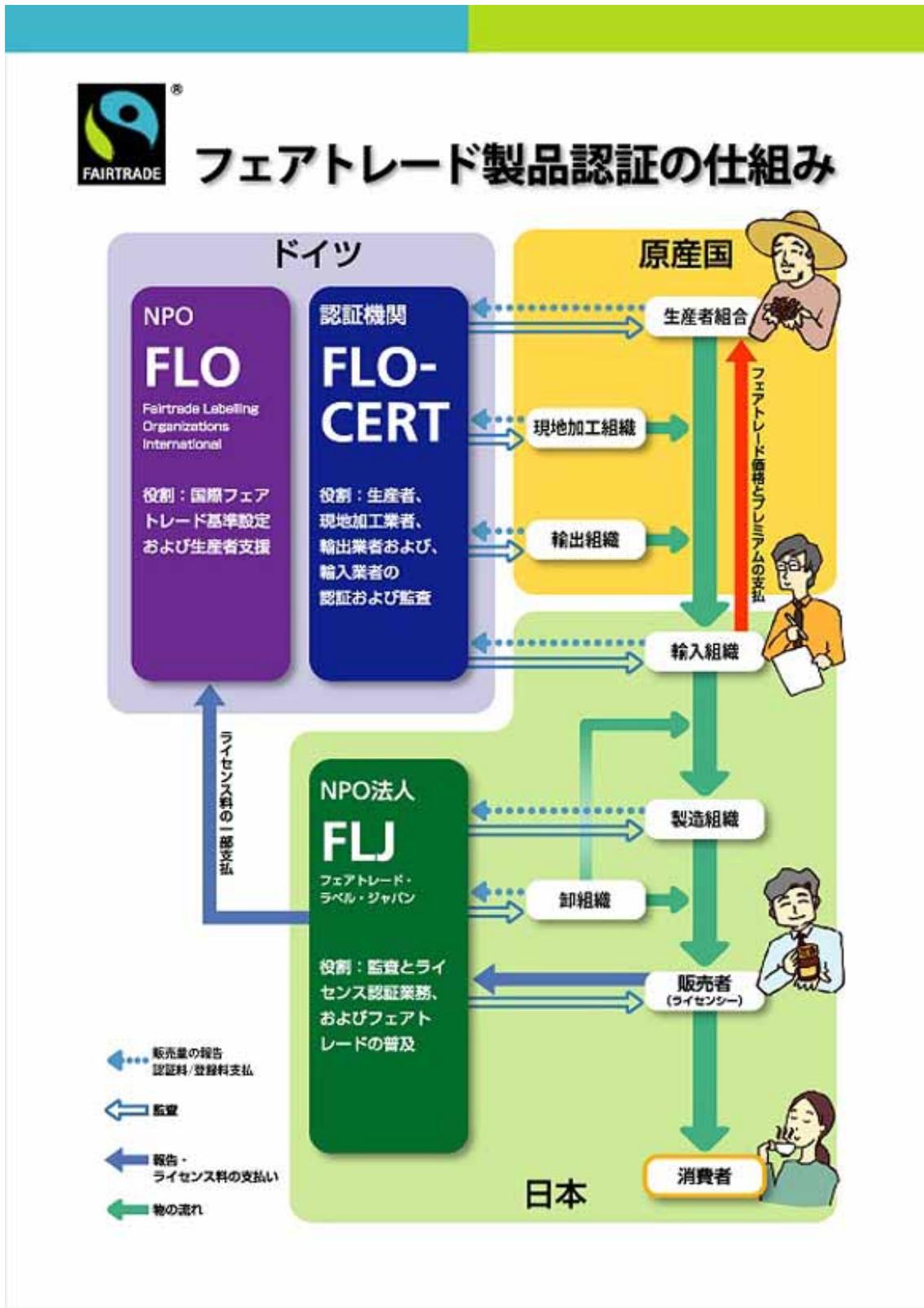


図5 アラビカコーヒーの国際市場価格の推移



引用：Fairtrade International

※国際市場価格がフェアトレード最低価格を上回ったときは、それに連動してフェアトレードの買入価格も上がる。

参考文献

- ・辻村英之(2012)『増補版 おいしいコーヒーの経済学』,太田出版
- ・R.M.Souza(2009) Plant-Parasitic Nematodes of Coffee, Springer
- ・ジャン=ピエール・ボリス(2005)『コーヒー、カカオ、綿花、コショウの暗黒物語—
—生産者を死に追いやるグローバル経済』,作品社
- ・高根務 編(2003)『アフリカとアジアの農作物流通』,アジア経済研究所
- ・Fairtrade Label Japan HP
<http://www.fairtrade-jp.org/>
- ・アジ研ワールド・トレンド 2009年4月号 (No.163) 特集：フェアトレードと貧困
削減「フェアトレードラベルの功罪を考える」(804KB)/北澤肯
(http://d-arch.ide.go.jp/idedp/ZWT/ZWT200904_005.pdf)
- ・プロマーコンサルティング
「高収益農業研究 アフリカのコーヒー産業と日本の貿易・援助—タンザニアとエチ
オピアのコーヒー産業及び輸出促進に対する支援策等—」平成23年3月
- ・清田和之(2010)『コーヒーを通して見たフェアトレード—スリランカ山岳地帯に行く』,
書肆侃侃房
- ・オックスファム・インターナショナル(2003)『コーヒーの危機—作られる貧困』,筑摩書
房

http://www.promarconsulting.com/site/wp-content/uploads/files/Coffee_Final.pdf