

フェアトレードタウン基準

制定：2011年5月14日 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)
一部テキスト修正：2018年7月3日

日本においてフェアトレードタウンとなるための基準、および基準を達成したことを確認する指標を以下のように定める。

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。

<指標：フェアトレードタウンを目指すことを規約等で明示した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返し、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。

<指標：各種のイベント・キャンペーンが行われ、メディアに取り上げられている（複数あればよい）>

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。

*「地元の企業」には個人経営の事業体等も含まれ、「地元の団体」には学校・大学等の教育機関や、病院等の医療機関、町内会・商工会等の地縁組織、各種の協同組合、労働組合、寺院・教会等の宗教団体、福祉・環境・人権・まちづくり分野等の様々な非営利・非政府団体（NPO・NGO）が含まれる。

<指標：複数の企業、複数の団体が組織内でフェアトレード産品を利用し、組織内外への普及をしている>

基準 4：地域活性化への貢献

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。

<指標：種々のコミュニティ活動と連携・連帯した行動が取られている>

基準 5：地域の店（商業施設）によるフェアトレード産品の幅広い提供

多様なフェアトレード産品が地元の小売店や飲食店等で提供されている。フェアトレード産品にはFI（国際フェアトレードラベル機構/Fairtrade International）ラベル認証産品とWFTO（世界フェアトレード機関）加盟団体の産品、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*の産品が含まれる。

*「適切と認めるフェアトレード団体」とは、少なくとも以下の条件を満たしている団体のことをいう。

a) WFTOの10原則、ないしWFTOとFIが共同で定めた「フェアトレードの原則に関する憲章」が掲げる5原則に立って活動している（付属資料1、2参照）。

b) 事業の透明性が確保されている。

<指標：1) 2品目以上のフェアトレード産品を提供する店（商業施設）が、人口3万人未満は2店以上、3万人以上は1万人あたり1店以上ある。ただし、フェアトレードの推進・普及を主な目的とする店（売上ないし取扱品目の半分以上をフェアトレード産品が占める店）が1店以上あること。

2) 各店は2品目以上提供することを基本とするが、1品目だけの場合は0.5店として扱う（品目の数え方は付属資料3を参照）。

3) フェアトレード産品が年間6ヵ月以上提供されている>

基準6：自治体によるフェアトレードの支持と普及

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。

<指標：地元議会による決議と首長による意思表示が行われ、公共施設や職員・市民へのフェアトレードの普及が図られている>

付属資料1：WFTOの10基準

基準1. 経済的に不利な立場に置かれた生産者への機会の創出

フェアトレード団体の主要な目的は、貿易を通じた貧困削減にある。フェアトレード団体は、疎外された小規模生産者を支援して、貧困状態から自給自足かつ主体性のある状態に移れるようにし、貿易を地域の発展に資するものとするための行動計画を持つ。

基準2. 透明性とアカウンタビリティ

フェアトレード団体は、その運営と取引関係を透明にし、全利害関係者に対してアカウンタブルであるとともに、情報の取扱いに十分に配慮する。スタッフやメンバー、生産者などが意思決定プロセスに関与できるようにし、全ての取引相手に情報を提供する。サプライ・チェーンの全段階で、意思疎通のチャンネルを良好かつ開かれたものにする。

基準3. 取引慣行

フェアトレード団体は、疎外された小規模生産者の社会・経済・環境面の福祉に配慮して取引する。フェアトレード産品を供給する側は、求められた品質と仕様通りの産品を予定日時までに納品する。購入する側は、確実な支払いをするとともに、要請があれば契約額の50%以上を無利子で前払する。

購入側が注文をキャンセルする場合は、事前に供給側と話し合い、供給側に過失がないままキャンセルした場合は適切な補償をする。供給側の納品に問題があった場合は、購入側と話し合い、数量や品質が納品書と合致しない場合は補償する。

フェアトレード団体は、連帯・信頼・相互尊重に基づいた長期的な関係を維持するとともに、生産者の収入が向上するよう取引量を増やし、産品の価値・多様性を向上させる。また、他の団体と協働し、不公正な競争を行わず、他団体のデザインを許可なく真似たりしない。

基準4. 公正な価格の支払い

公正な価格とは、全当事者が参加と対話を通じて合意した価格であり、生産者への公正な支払いを可能とし、かつ市場でも維持可能な価格である。公正な支払いとは、生産者が公正と見なす社会的に受け入れ可能な報酬の支払い、および男女同一労働同一賃金の原則に立った支払いを意味する。フェアトレード産品のマーケティングや輸入を行う組織は、生産者が公正な価格を設定できるよう、必要に応じて生産者の能力強化を支援する。

基準5. 児童労働と強制労働

フェアトレード団体は、国連子どもの権利条約や子どもの雇用に関する国内法・地域の法令を遵守する。また、団体のスタッフ、メンバー、在宅労働者が労働を強制されることがないようにする。

フェアトレード産品を購入する団体は、生産にあたって強制労働がないことや、国連子どもの権利条約・関係国内法・地域の法令が守られていることを確保する。生産に児童が関わる場合は、その事実を開示・モニターし、児童の福祉、安全、教育的要請、遊びの必要に悪影響を与えないようにする。

基準6. 非差別、公正な男女関係、および結社の自由

フェアトレード団体は、雇用、報酬、研修機会の提供、昇進、解雇・退職に関していかなる差別も行わな

い。男女にスキルを磨く機会を提供し、空きポストや組織内の指導的地位への女性の応募を促す。妊娠した女性や母乳で育児をする母親特有の健康・安全面のニーズに配慮し、便益の利用に関する決定に女性が全面的に参加できるようにする。全スタッフの労働組合加盟権、団結権、団体交渉権を尊重し、その代表が職場で差別されないようにする。

生産者と直接関わる団体は、女性が男性と同じ報酬を受けられるようにするとともに、女性がその能力に応じた仕事につけるようにする。

基準7. 労働条件

フェアトレード団体は、安全かつ健康な労働環境を提供し、安全性・健康・労働時間・労働条件に関するILO条約や国内法、地域の法令を遵守する。購入先の生産者組織の健康や安全の状況を把握するとともに、生産者組織内で健康や安全への意識や健康・安全面の慣行が改善されるよう継続的に努力する。

基準8. 能力強化

フェアトレード団体は、疎外された小規模生産者の発展への好影響が増すよう務め、スタッフやメンバーの能力とスキルを発展させる。小規模生産者と直接関わる団体は、生産者の管理運営スキルや生産能力、市場へのアクセス力を向上させる特別の支援を行う。フェアトレード仲介組織から購入する団体は、疎外された生産者に対する支援能力を仲介組織が高められるよう協力する。

基準9. フェアトレードの推進

フェアトレード団体は、フェアトレードへの人々の関心、および世界貿易をより正義に叶ったものにする必要性への人々の関心を高め、フェアトレードの目的や活動を社会に唱導する。顧客に対しては、自らの組織や取り扱い産品、生産者団体とそのメンバーについての情報を提供し、常に誠実な宣伝方法・マーケティング方法を用いる。

基準10. 環境

生産者団体は、持続的な供給源からの原材料を最大限利用し、可能な限り地元から調達し、エネルギー消費量の少ない生産技術を用い、温室効果ガスの発生を最小限に抑えた再生可能なエネルギー技術を可能な限り用いる。廃棄物が環境に与える影響を最小化するよう務め、可能な限りオーガニックないし低農薬の生産方法を用いることで、環境への影響を最小化する。

購入ないし輸入側は、持続的な供給源からの原材料を使って生産された、環境への影響が総体として最も少ない産品を優先的に購入する。全フェアトレード団体は、可能な限り再利用可能ないし生物分解性の高い材料を使って包装し、可能な限り海上輸送を使って発送する。

付属資料2：フェアトレードの原則に関する憲章

核心をなす原則

1. 疎外された生産者への市場アクセスの提供

通常であれば市場から締め出されてしまうであろう生産者と購入者が取引することを可能にし、取引の連鎖を短くすることで、最終小売価格のうちより多くの分け前を生産者が獲得できるよう手助けする。

2. 持続的かつ公正な取引関係

生産者と労働者が持続的な生計を維持すること--経済・社会・環境を日々良好に保つというニーズを満たすだけでなく、それらを将来に向けて改善すること--を可能にする。情報の共有や計画作りを通して生産者と消費者が協力し合えるような長期的なパートナーシップにコミットする。

3. 能力強化とエンパワメント

生産者組織が市場の状況や動向をより良く理解するとともに、自らの生活をコントロールし、変えていくために必要な知識や技能、資源を開拓していくことを支援する。

4. 消費者の意識向上とアドボカシー

社会正義の必要性や変革の機会があることを消費者に知らせるための礎を提供し、国際貿易のルールを幅広く改革するためのアドボカシー活動やキャンペーンを繰り広げる。

5. 「社会契約」としてのフェアトレード

フェアトレードは、公正な価格の支払、前払、能力強化への支援等に消費者が同意するという暗黙の「社会契約」の中で行われる。それに対して生産者側は、フェアトレードからの果実を社会・経済的状況の改善、とりわけ組織の中で最も不利な立場に置かれた生産者の状況の改善に活用する。

フェアトレード商品カテゴリー表

衣料品・雑貨

カテゴリーNo

衣料品	女性用衣料品	1
	男性用衣料品	2
	子ども用衣料品	3
	ベビー用衣料品	4
服飾雑貨	スカーフ・ショール・マフラー	5
	帽子・ベルト・手袋・ソックス	6
	バッグ・ポーチ・財布	7
	アクセサリ	8
雑貨	収納・バスケット	9
	インテリア小物	10
	キッチン用品	11
	バス用品(浴用)	12
	アロマ・キャンドル	13
	化粧品	14
	寝具	15
	玩具	16
	楽器	17
	はがき・カード・レターセット	18

食品

カカオ(チョコレート)	30
コーヒー	31
紅茶	32
バナナ	33
果物(バナナ以外)	34
ドライフルーツ	35
果汁	36
野菜	37
砂糖	38
ナッツ・オイルシード(オリーブオイルを含む)	39
はちみつ	40
米・その他雑穀	41
大豆・豆類(とその製品)	42
ハーブ・スパイス類	43
ワイン・ビール	44
海産物	45
その他の食品	46

非食品

花・観葉植物	60
木製品	70
スポーツ用ボール(サッカーボール等)	71
その他	72