

# 地域戦略研究所紀要

## 第9号

### 報告

「北九州市におけるフェアトレードの浸透度に関する調査研究」の結果報告

ならびに市が抱える課題に関する一考察

FT浸透度プロジェクトチーム（研究代表 大平 剛）…… 85

北九州市立大学  
地域戦略研究所  
2024.3

# 「北九州市におけるフェアトレードの浸透度に関する調査研究」<sup>1</sup>の 結果報告ならびに市が抱える課題に関する一考察

FT 浸透度プロジェクトチーム<sup>2</sup>

- I はじめに
- II 調査方法
- III 調査結果と考察
  - III-1 浸透度に関するアンケート調査の結果と考察
  - III-2 フェアトレード産品取扱店舗調査の結果と考察
- IV おわりに

## <要旨>

調査の結果、全国調査での数値と比べて、北九州市におけるフェアトレードの知名度がかなり低いことがわかった。また、年代、居住区、性別においてもはっきりとした差が見られ、区分ごとに異なる取り組みが必要であることが分かった。同時に実施したフェアトレード産品を取り扱う店舗数調査では、店舗数の増加が確認できたものの、個人商店の数が少なく、その点を改善する必要性が判明した。

## <キーワード>

フェアトレードタウン、北九州市、フェアトレード認知度  
fair-trade town, city of Kitakyushu, degree of recognition of fair trade

## I はじめに

本報告では、「北九州市でエシカル消費を推進するための基礎研究」(2019年度北九州市立大学特別研究推進費採択研究)<sup>3</sup>で明らかにした北九州市におけるフェアトレードの浸透度が、4年の歳月を経てどれほどの変化を遂げたのかを明らかにする。今回も前回と同様、街頭でのアンケートによるフェアトレードの認知度調査を実施するとともに、並行してフェアトレード産品取扱店舗を調べ、「北九州フェアトレードマップ」の改訂作業を行うこととした。

研究代表者である大平は、学内でフェアトレードの啓発活動を行うとともに、学外でも「北九州エシカル推進ネットワーク」という市民団体を立ち上げ、北九州市をフェアトレードシティとするべく様々な取り組みを行ってきた。今回の調査の目的は、北九州市がフェアトレードシティに認定されるためには何が必要なのかを考察することであり、北九州市の現在位置を知り、次のステップに移行するための取り組みを考えることにある。

さて、ここで本報告で使用する用語について説明を加えておきたい。本報告では「知名度」

「認知度」「浸透度」という3つの似たような言葉を使用する。「知名度」は「言葉としては知っている」という程度を表し、「認知度」は「単に言葉を知っているだけでなく、その内容についても知っている」状態を表す。「浸透度」は人々の意識レベルだけでなく、フェアトレードがどれだけ日常生活に溶け込んでいるのかを示す用語として用いられる。「知名度」と「認知度」については、街頭でのアンケート調査の結果から客観的な数値として提示できるが、「浸透度」はそれら2つの用語よりも広い概念として用いられ、市内におけるフェアトレード産品取扱店舗数の推移も含めて、どれだけフェアトレードが身近な存在になってきているのかを考えるための主観的評価として用いる。本研究のタイトルで使用しているように、主目的は浸透度を測ることにあり、フェアトレードが日常生活にどれほど浸透しているのかが、フェアトレードシティの認定を受けるのに重要なのではないかとの問題意識がそこにある。

フェアトレードシティの認定を行っているのは「一般社団法人日本フェアトレードフォーラム」であり、認定を受けるには以下に挙げる6つの基準を満たす必要がある<sup>4</sup>。

#### **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。

#### **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。

#### **基準5：地域の店等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）による国際フェアトレード認証ラベル産品と WFTO（世界フェアトレード連盟）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。

#### **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。

上記の基準 5 にはさらに、「2 品目以上のフェアトレード産品を提供する店等が、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」「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」という 2 つの指標が示されている。

現在、北九州市の人口はおよそ 92 万人である<sup>5</sup>ことから、認定を受けるには少なくとも 93 店舗（2 品目以上提供店の場合）が必要となる。北九州市の現在位置を知るためにも、2020 年 3 月に作製したマップを更新し、現在の店舗数を数え直す必要がある。店舗数が多ければ、それだけフェアトレード産品を目にする機会が増え、「知名度」が挙がるのではないかと、さらには「店舗数が多い地区では知名度が高いのではないかと」という仮説を検証するためにも、マップの更新作業は欠かせない。このような大がかりなプロジェクトであるため、学生の有志を募ってプロジェクトチームを編成し、1 年間をかけて取り組むこととした。

## II 調査方法

アンケート調査は一部をオンラインで行ったものの、ほとんどは対面形式を取り、主に 2023 年 8 月から 9 月にかけて大学の夏期休業期間中に行った。2 名から 4 名程度のグループで、市内各所（JR 主要駅周辺、商店街、ショッピング・モール）にてアンケート用紙を配付して実施した。

アンケート項目は全部で最大 10 項目（資料 1）。前回同様、一部を変更したものの、概ね全国フェアトレード調査（一般社団法人日本フェアトレードフォーラム）の質問項目に沿ったものとし、全国の傾向との比較ができるようにした。

（アンケートの内容）

Q1. あなたはどの年代に属していますか？

1. 10代 2. 20代 3. 30代 4. 40代 5. 50代 6. 60代以上

Q2. あなたの性別について教えてください。

1. 男性 2. 女性 3. 答えたくない

Q3. あなたのお住まいはどちらですか？

1. 門司区 2. 小倉北区 3. 小倉南区 4. 八幡東区 5. 八幡西区  
6. 戸畑区 7. 若松区

Q4. あなたは「フェアトレード」という言葉を見聞きしたことがありますか？

1. 知らない  
2. 見聞きしたことはあるが、内容までは知らない  
3. 見聞きしたことがあり、内容も多少は知っている  
4. 見聞きしたことがあり、内容もよく知っている

Q5. 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13の選択肢の中から一つ選んでお答えください。

1. 新聞
2. テレビ
3. ラジオ
4. 雑誌
5. Webサイト
6. SNS
7. 通販カタログ
8. 店頭
9. 書籍
10. 学校の授業（講義、教科書を含む）
11. イベント
12. 知人・家族との会話
13. その他（具体的に）

Q6. フェアトレード製品/製品の購入経験について、次の選択肢の中から当てはまるものを一つ選んでお答えください。

※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。

1. 見たことも、買ったこともない
2. 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）
3. 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
4. 1～3回程度、買ったことがある
5. フェアトレード製品/製品を意識して購入している

Q7. 買ったことのある場所はどこですか。次の選択肢の中から当てはまるものを全てお選びください。

1. フェアトレード専門ショップ
2. スーパー
3. コンビニ
4. デパート
5. 生活協同組合（生協）（店舗以外での購入も含む）
6. その他の商店
7. カフェ・レストラン等
8. イベント会場（学園祭・大学祭を含む）
9. インターネット通販
10. カatalog通販
11. その他（具体的に）

Q8. 購入したことのあるフェアトレード製品/製品は次のどれですか。次の選択肢の中から当てはまるものを全てお選びください。

1. コーヒー
2. 紅茶/ハーブティー
3. ジュース
4. ワイン
5. チョコレート
6. クッキー/菓子
7. バナナ
8. ドライフルーツ
9. カレー/香辛料
10. 衣類
11. 服飾雑貨/アクセサリ
12. 石鹸や化粧品
13. 手工芸品（バッグ、ロウソク、財布など）
14. その他（具体的に）

Q9. 北九州市内でフェアトレード製品/製品を置いている場所を知っていますか。

1. 知っている→Q10へ
2. 知らない

Q10. そのお店の名前を教えてください。

お店の名前：

### III 調査結果と考察

「はじめに」で述べたように、今回のプロジェクトでは、浸透度を測るためのアンケート調査を行うとともに、並行してフェアトレード取扱店舗についても調査を行った。III-1では前者のアンケートの集計結果とそれに基づく考察を行い、つづく III-2 ではフェアトレード取扱店舗数と分布状況について結果を提示する。

### III-1 浸透度に関するアンケート調査の結果と考察

11回に及ぶ街頭アンケートの結果、総数 649 名（うち 2 名は性別に関して非回答）からの回答を得た。前回の 2019 年での調査時が 137 名であったことと比べると、およそ 5 倍近くの方から回答を得たことになる。

表 1 区別・性別・年代別回答者数

	男性						女性						合計	
	10代	20代	30代	40代	50代	60代～	10代	20代	30代	40代	50代	60代～		
門司区	44						100						144	
	8	8	4	3	3	18	7	5	5	15	9	59		
小倉北区	49						54						103	+1 性別非回答
	8	6	11	9	3	12	6	10	9	12	5	12		
小倉南区	27						30						57	
	11	4	3	3	4	2	12	5	6	1	3	3		
戸畑区	22						28						50	
	3	2	3	1	4	9	1	2	2	4	3	16		
八幡東区	38						80						118	
	4	4	4	4	3	19	15	7	8	4	16	30		
八幡西区	39						85						124	+1 性別非回答
	6	4	10	7	2	10	7	7	11	18	19	23		
若松区	15						36						51	
	2	2	0	2	2	7	6	3	6	3	7	11		
合計	234						413						647	
	42	30	35	29	21	77	54	39	47	57	62	154	649	うち性別非回答2名を含む

大学の夏期休業期間中の 8 月から 9 月にかけて、主に商業地区でアンケート調査を実施したものの、年代別にみると 60 代以上の回答者が相対的に多くなってしまっている。このことは北九州市で急速に進む高齢化の影響を多少なりとも反映しているのではないかと考えられる。

る。また、前回の 2019 年度での調査と同様に男性の回答者数が少なく、全体の 36%でしかない。これらの偏りが認知度にある程度の歪みを生じさせ、正確な認知度を測定し得ていない可能性が高い。全国調査では、調査会社に依頼して、対象となる都市の人口比に応じて年代別に調査対象者数を割り出し、その数に合うようにアンケート調査を実施している<sup>6</sup>。しかしながら、予算的な制約もあって、そのような方法での実施は困難であった。そのため、街頭での対面による調査ではこのような歪みを是正することは難しく、今回の調査には自ずと限界があったと言わざるを得ない。

表2 Q4 の知名度に対する回答

	知らない	見聞きしたことはあるが、内容までは知らない	見聞きしたとがあり、内容も多少は知っている	見聞きしたとがあり、内容も良く知っている	合計
男性	152 (64.96%)	36 (15.38%)	29 (12.39%)	17 (7.26%)	234
女性	268 (64.89%)	51 (12.35%)	69 (16.70%)	25 (6.05%)	413
非回答		1	1		2
<b>合計</b>	<b>420 (64.71%)</b>	<b>88 (13.56%)</b>	<b>99 (15.25%)</b>	<b>42 (6.47%)</b>	<b>649</b>

次に北九州市におけるフェアトレードの知名度についてみていきたい。全国調査と同じく『フェアトレード』という言葉を見聞きしたことがあるか」という質問を Q4 で行い、それに対する回答を得た。その結果をまとめたのが表 2 である。全国調査では「知らない」を除く回答をもって知名度としており、それに従えば、今回の調査では知名度はおよそ **35.3%** (男性 35.0%、女性 35.1%) という結果となった。2020 年の全国調査の全国平均が 54.3% (男性 54.4%、女性 54.3%)、北九州市での前回調査時は知名度が 56.9% (男性 51.4%、女性 59%) であったことと比較すると、20 ポイント近く低い結果となった。

表 3 は知名度を区ごとにカウントしたものである。北九州市は東西に長く、7 つの区から成り立っている。元々は 5 つの市 (門司市、小倉市、戸畑市、八幡市、若松市) に分かれていたが、1963 年に他に例を見ない 5 市による対等合併が行われ、小倉と八幡がそれぞれ 2 区に分かれることで、7 区編成となって今日に至っている。各区には歴史的に育んできた独自文化があるとともに、東西に長いこともあって、なかなか市としての一体感に欠ける一面がある<sup>7</sup>。さらに、商業の中心が「小倉」(小倉北区)と「黒崎」(八幡西区)に集中してきたこと、鉄鋼業で栄えてきたものの、いわゆる「鉄冷え」によって産業が衰退し、人口流出が続いていることから、区の間での格差も目立つ。後述するように、フェアトレード取扱店の数

がフェアトレードの浸透度に関係してくると考えられることから、このような区と区の違いに見られる格差を比較するためにも、区ごとに統計を取る必要がある。また、それは単に比較に留まらず、こういった対策を練る必要があるのかを考える上でも必要であると考えられる。

表3 Q4に対する回答の区ごとの実数（上段）と割合（下段）（%、斜字体）

	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
	144	104	57	50	118	125	51	649
知らない	101 <i>70.1</i>	54 <i>51.9</i>	34 <i>59.6</i>	35 <i>70.0</i>	92 <i>78.0</i>	75 <i>60.0</i>	29 <i>56.9</i>	420
男性	30	30	15	16	29	23	9	152
女性	71	24	19	19	63	52	20	268
見聞きした、 知らない	12 <i>8.3</i>	22 <i>21.2</i>	10 <i>17.5</i>	5 <i>10.0</i>	12 <i>10.1</i>	23 <i>18.4</i>	4 <i>7.8</i>	88
男性	6	10	7	1	4	7	1	36
女性	6	11	3	4	8	16	3	51
答えたくない		1						1
見聞きした、 多少知っている	18 <i>12.5</i>	23 <i>22.1</i>	9 <i>15.3</i>	8 <i>16.0</i>	10 <i>8.5</i>	18 <i>14.4</i>	13 <i>25.5</i>	99
男性	4	5	4	4	2	7	3	29
女性	14	18	5	4	8	10	10	69
答えたくない						1		1
見聞きした、 よく知っている	13 <i>9.0</i>	5 <i>4.8</i>	4 <i>7.0</i>	2 <i>4.0</i>	4 <i>3.4</i>	9 <i>7.2</i>	5 <i>9.8</i>	42
男性	4	4	1	1	3	2	2	17
女性	9	1	3	1	1	7	3	25

区ごとの回答を示す表3からは、小倉北区での知名度が一番高い（48.1%）ことがわかる。次に若松区（43.1%）、小倉南区（40.4%）と続くが、いずれも知名度は4割台である。上述の通り、小倉北区での数値が高いのは、商業中心地である小倉があることが大きな要因であろう。III-2で見ると、小倉北区にはフェアトレード産品を置いている店舗数が一番多く、人々が目にする機会が多いという理由が考えられる。

ただし、アンケートの実施方法で偏りが生じたことも考慮しておく必要がある。表1の数値を見てわかる通り、たとえば門司区における60代以上の男女の回答者数は門司区全体で



の回答者数の 53.5%を占めている。同様に戸畑区では 50.0%、八幡東区でも 41.5%を占めており、これら 3 区では軒並み知名度が 2 割台と低くなっている。一般的に 10 代や 20 代は授業中にフェアトレードについて学ぶ機会が増えており、そのような若者がアンケート調査に占める割合が高いほど、知名度が高くなると考えられる。実際に、60 代以上の回答者の割合が低く、10 代と 20 代を足した割合が高かった小倉北区（足した割合は 29.1%）と小倉南区（足した割合は 56.1%）では知名度が高くなっている。

表 4 Q4 に対する回答の年代別の実数（上段）と割合（下段）（%、斜字体）

		10代	20代	30代	40代	50代	60代 以上	合計
知らない	全体	45 <i>46.9</i>	32 <i>46.4</i>	61 <i>74.4</i>	43 <i>50.0</i>	53 <i>63.9</i>	186 <i>79.8</i>	420
	男性	19	14	28	16	15	60	152
	女性	26	18	33	27	38	126	268
聞きつけたこと はあるが、内容 までは知らない	全体	13 <i>13.5</i>	17 <i>24.6</i>	8 <i>9.8</i>	12 <i>14.0</i>	19 <i>22.9</i>	19 <i>8.2</i>	88
	男性	7	7	3	5	6	8	36
	女性	6	9	5	7	13	11	51
	答えたく ない		1					1
聞きつけたこと があり、内容も 多少は知っている	全体	29 <i>30.2</i>	14 <i>20.3</i>	7 <i>8.5</i>	20 <i>23.3</i>	7 <i>8.4</i>	22 <i>9.4</i>	99
	男性	13	4	2	2	0	8	29
	女性	15	10	5	18	7	14	69
	答えたく ない	1						1
聞きつけたこと があり、内容も よく知っている	全体	10 <i>10.4</i>	7 <i>10.1</i>	6 <i>7.3</i>	11 <i>12.8</i>	4 <i>4.8</i>	4 <i>1.7</i>	42
	男性	3	5	2	6	0	1	17
	女性	7	2	4	5	4	3	25
		<b>96</b>	<b>69</b>	<b>82</b>	<b>86</b>	<b>83</b>	<b>233</b>	<b>649</b>

次に年代別の知名度の割合をみておきたい。表 4 からは、すでに述べたように 10 代と 20 代での知名度がどちらも 5 割以上あり、他の年代と比べて相対的に高いことがわかる。一般的に年齢が高くなるにつれて知名度が低くなる傾向が見受けられるが、30 代における知名度

が 2 割台であることは不思議である。40 代でも知名度が 5 割であることを考えると説明がつかない。この点についてはさらなる調査が必要だろう。また、この表からは 40 代において、フェアトレードのことを「よく知っている」と回答した人が多いことがわかる (12.8%)。10 代や 20 代と比較して、実生活における買い物を通してフェアトレード産品を意識して購入する機会が増えることや、その年代向けの雑誌等のメディアでフェアトレードに接することが多くなることが要因であると考えられる。そのような傾向は次の表 5 からもうかがい知ることができる。

表 5 Q5 「フェアトレードを知ったきっかけ」に対する回答

	10 代	20 代	30 代	40 代	50 代	60 代以上	合計
授業	44	18	2	2			66
テレビ	4	9	6	7	7	17	50
インターネット	2	4	1	5	1	2	15
新聞		1		2		4	7
書籍			1	1		2	4
カタログ				1	1	1	3
店頭			3	8	11	1	23
イベント				2			2
知人・友人		1	3	2	3	1	10
家族							0
その他 (*)	2	1	5	8	4	5	25
無効		3		4	4	11	22

\* 「その他」の内訳は次の通り。無回答 (6)、WEB サイト (5)、ラジオ (3)、SNS (2)、仕事 (1)、生協 (1)、小学校 (1)、労働組合 (1)、通販カタログ (1)、雑誌 (1)、北九州市水環境館 (1)、実行している人から (1)、下宿先の隣のエスニック店 (1)

フェアトレードを知る最初のきっかけを尋ねた Q5 に対する回答結果が表 5 である。近年、フェアトレードについては、中学校や高等学校の社会や英語の教科書で紹介され<sup>8</sup>、学校教育の現場に浸透してきている。また、「総合的な学習の時間」「総合的な探求の時間」においても「フェアトレード」を取り上げる学校が増え、児童・生徒にとっては身近な存在になってきている。その証左として、10 代と 20 代では、最初のきっかけに「授業」を選ぶ割合が極めて高い。年齢が高くなるにつれて、今度はメディアの影響が強く、テレビを通して知ったという割合が高くなっている。

日本でフェアトレードが広まりだしたのが 1990 年代からであり<sup>9</sup>、国際フェアトレード認証ラベルが世界的に統一されて日本に導入されたのが 2002 年、さらにその認証を扱うフェ

アトレード・ラベル・ジャパンがNPO法人化されたのが2004年であることから<sup>10</sup>、フェアトレードの存在をラベルを通して知るようになってまだ20年ほどしか経過していない。そのことから、現在の40代と50代の人たちは、社会人になって以降、実生活での買い物を通してフェアトレードの存在を知ることになった可能性が高いと推測できる。

表6 「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	家族	その他	無効	合計
18	5	1	3	2	0	4	1	2	0	3	3	42
42.9%	11.9%	2.3%	7.1%	4.8%		9.5%	2.3%	4.8%		7.1%	7.1%	

本研究では「認知度」と「知名度」とを区別して用いているが、「知名度」が単に言葉を聞いたことがある程度の状態を指すのに対し、「認知度」は内容までを理解している状態を指している。表6にある通り、回答者のうち42名（全体の約6.5%）はフェアトレードの内容までをよく理解していると回答している。それらの人たちが内容をよく理解したきっかけをみると、「授業」と回答した人が4割近くおり、教科書や学校での取り組みが大きく影響していることがわかる。前回調査時（2019年）に「授業」と回答した人が22名中2名（16.7%）であったことと比べると、大きな変化である。教育現場でかなり詳しく、内容にまで踏み込む形でフェアトレードについて学習したのではないだろうか。「総合的な学習の時間」「総合的な探究の時間」でフェアトレードについて取り上げた場合、児童・生徒が主体的に取り組むことから、十分に内容まで理解することに繋がるのだと考えられ、授業中に教科書を通して言葉を知る以上に理解が深まるはずである。今後は「授業」という選択肢を細分化して、「授業で使用した教科書」「総合的な学習の時間」「総合的な探究の時間」という選択肢を加えて問うことも一計ではないかと考える。

### III-2 フェアトレード取扱店舗調査の結果と考察

次に、フェアトレード産品取扱店舗調査の結果を見ていきたい。

表7 北九州市内フェアトレード産品取扱店舗（2023年11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	3	3		1	4		12
	ザ・ビッグ		2(2)				1		3
カルディ			2	1		1			4
スターバックス		1(1)	4(4)	1(1)		2(2)	3(3)	1(1)	12

ハローデイ		2(1)	3	4			4(1)		13
ブ サ ン リ 系 列	サンリブ		4(4)	3(3)			5(5)	2(2)	14
	マルシヨク	1(1)	2(2)	2(2)	2(2)	1(1)		1(1)	9
エフコープ		1		2	1(1)		1		5
グリーンコープ		1	2	2			2	1	8
グ ゼ ン シ ョ ー ホ ー ル デ イ ン	すき家	1(1)	3(2)			1(1)	2(1)	1(1)	8
	はま寿司		1(1)				1(1)	1(1)	3
	ジョリーパスタ	1	1	2			2		6
	COCO'S		1						1
	ビッグボーイ				1				1
	かつ庵			1					1
トーホーキャッシュアンド リリース			1(1)	1(1)			1(1)		3
個人商店(小規模チェーン店 を含む)		2	8(2)	4		2	2		18
<b>合計</b>		<b>11</b>	<b>37</b>	<b>26</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>28</b>	<b>8</b>	<b>124</b>

(注) ( ) 内の数字は1品目しか取り扱いの無い店舗の数。

前回の2019年時点の調査では、全体で73店舗しか取扱店を確認ができなかった。そのうち2品目以上を置いている店舗が61店舗、残り12店舗は1品目のみ置いている店舗だった。そのため、日本フェアトレードフォーラムの認定基準に照らし合わせると、カウントできる数字は67で、認定基準を満たすには2品目以上を取り扱う店舗があと30近く必要であった。

今回の調査では、全体の店舗数は124と前回調査時よりも51店舗増え、2品目以上置いている店舗数が70、1品目のみの店舗が54であった。その結果、認定基準に従って数え直すと数字は97となった。最低でも93が必要であったことから、認定条件を一応満たしていることがわかった。

前回調査の結果と大きく異なるのは、個人商店(小規模チェーン店)の数が倍増したことである。ただし、個人商店の数は増えたものの、フェアトレードタウン認定を受けている他の街と比べると、その数は圧倒的に少ないと言わざるを得ない。たとえば、2019年にフェアトレードタウン認定を受けた札幌市では、全国チェーン店以外に個人商店や小売店が77店舗もある。もう少し詳しく内訳を見ていくと、コーヒーや紅茶を中心とする商品を置いている小売店が45、飲食もできる小売店が13、飲食のみのお店が7、美容室やオフィスなど、本来は飲食とは無関係の場所が7となっている。そのうち2品目以上のフェアトレード産品を置いている店舗が44店舗もある。

チェーン店の場合、本社の方針が変更になった場合には、各店舗での品揃えが一斉に変更になるという可能性がある。そういった点からも、持続的にフェアトレードが身近な存在であるためには、チェーン店に依存しない個人商店中心のフェアトレード製品の広がりが必要であると言える。

もう1点、今回の調査で指摘しておきたいのは、表7に示されているとおり、店舗の所在地に大きな偏りがある点である。これは前回調査時にもみられたことであったが、区と区の間での店舗数の差が広がっている点が問題である。前回調査では小倉北区が21店舗と最多で、最少の八幡東区が3店舗であった。今回は最多の小倉北区が37店舗であったのに対して、最少は戸畑区の5店舗であった。商業の中心地かそうでないかによって店舗の偏在が生じるのは致し方ない部分もあるが、数が少ない区では、そこで営業しているカフェや小売店に直接出向いてフェアトレードの製品を置いてもらうなど、重点的取り組みを行うことも必要となるだろう。また、その地区でのお祭りやイベントを活用して、知名度を高めていくことも考えていかなければならないだろう。

最後に、今回の調査でもまだ見落とししている飲食店や小売店があると思われる。どうやってそれらのお店を探し出すのが今後の課題として残されている。

## おわりに

調査の結果、全国調査と比べるとかなり低い知名度が測定された。考えられる要因については本文で述べたとおりである。次に、「フェアトレード」は若い人たちの間では学校教育を通して浸透してきているということ、しかも内容まで理解している割合が高いということが結果として得られた。「総合的な学習の時間」「総合的な探究の時間」を通して、主体的に取り組む機会が増えたことが影響している可能性がある。今後もこのような傾向は続き、割合が増えていくことを期待したい。そして、それが実際の購買行動につながるということが重要であると考えている。

フェアトレード産品取扱店舗については、フェアトレードタウン認定の基準を満たしていることが判明した。このことは大きな進展であるといえる。市民にとってフェアトレードが身近な存在となり、購買しやすい状況となるためにも、取扱店を今以上に増やしていく活動を行っていく必要があるだろう。ただし、現在はチェーン店による販売の割合が高いことから、持続可能性という点ではリスクを抱えているといえる。個人商店での取り扱いが増えるような仕掛けや働きかけが必要だといえるだろう。

北九州市におけるフェアトレードの存在は、扱い店舗数の増加にみられるように、徐々に身近なものになりつつあるが、浸透度という点ではまだまだ低いと言わざるを得ない。毎年5月の第2土曜日に開催される「世界フェアトレード・デイ」や5月の「フェアトレード月間」に合わせて、既存の取り扱い店舗を巻き込んでの一斉イベントなど、市民に訴求する運動を展開していく必要があると言える。

2019年度に行った調査の第2弾として今回の調査を行い、5倍近い人数の人々にアンケー

ト調査に協力してもらうことができた。しかし、年代、居住区、性別において回答者数に偏りがあり、正確な知名度を測定することはできなかった。次回調査では、北九州市の各区の人口構成比と一致するように、必要な回答者数を事前に割り出した上でアンケート調査を実施しなければならない。

## 謝辞

街頭でのインタビュー調査など、プロジェクトメンバーの活躍無くしては、この研究は所定の目的を達成できなかった。ここに記して感謝申し上げる。とりわけ学生共同代表を務めてくれた池井氏と大川氏のリーダーシップが無ければ、この研究は頓挫していたことだろう。彼女たちの活躍に感謝する次第である。なお、アンケート調査時に手伝ってくれた國松萌枝（地域創生学類）、竹下永里子（地域創生学類）の両氏にも感謝申し上げます。

（本学 外国語学部 教授）

## [注]

<sup>1</sup> 本研究課題は、2019年度北九州市立大学特別研究推進費採択研究「北九州市でエンカル消費を推進するための基礎研究」の継続研究として、2023年度北九州市立大学特別研究推進費研究に採択され、大学からの研究助成を受けた。

<sup>2</sup> 研究代表者は大平剛（外国語学部）が務め、本稿の記述に関する責任の一切は大平にある。なお、プロジェクトの構成メンバーは以下に掲げるとおりである。

メンバーリスト：池井遥香（国際関係学科）、大川日奈子（国際関係学科）、宮川莉胡（国際関係学科）、井上優奈（国際関係学科）、馬場大輔（英米学科）、和田健志（英米学科）、竹森玄人（比較文化学科）、濱田岳良（政策科学科）、松本知里（地域創生学類）。

<sup>3</sup> 詳しい調査結果と考察については、大平剛（2021）「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」『地域戦略研究所紀要』第6号、25-46頁を参照されたい。

<sup>4</sup> 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>、最終閲覧日：2024年1月12日）。

<sup>5</sup> 2023年1月1日時点での推計人口は922,762人と発表されている（北九州市企画調整局、<https://www.city.kitakyushu.lg.jp/files/001018245.pdf>、最終閲覧日：2024年1月17日）。

<sup>6</sup> 全国調査ではGMOリサーチ社に委託し、全国を東北・北海道、関東、中部、近畿、中国・四国、九州・沖縄の6地域に分けてサンプリング調査している。なお、回答者の性別や年代別の構成は、実際の人口統計と一致するようにしているとのことである（渡辺龍也（2021）「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、95 頁)。

<sup>7</sup> 北九州市全域は、古くは「豊前」と「筑前」に分かれており、その境界線に沿って、独自の文化が育まれていった。対抗意識もその頃から続いていると言われる。

<sup>8</sup> 日本の老舗 NGO である「シャプラニール=市民による海外協力の会」のウェブサイトにはこれまでにフェアトレードについて紹介した教科書の一覧が掲載されている。

(<https://www.shaplaneer.org/about/outline/media/>、最終閲覧日：2024 年 1 月 16 日)。

<sup>9</sup> 日本でのフェアトレードの歴史は 1986 年に株式会社「プレス・オルターナティブ」が「第 3 世界ショップ」を設立したことが始まりとされ、その後、今に続く各種団体が 1990 年代に設立されている。

<sup>10</sup> フェアトレード・ジャパン公式 HP 参照 ([https://www.fairtrade-jp.org/about\\_us/overview.php](https://www.fairtrade-jp.org/about_us/overview.php)、最終閲覧日：2024 年 1 月 16 日)。

**STUDIES**  
OF  
INSTITUTE FOR  
REGIONAL STRATEGY  
CONTENTS

**Report**

A report on the survey to measure the degree of recognition of  
“fair trade” in the city of Kitakyushu

Project team for the survey (Tsuyoshi OHIRA, director) ..... 85

No. 9  
March 2024  
INSTITUTE FOR REGIONAL STRATEGY  
THE UNIVERSITY OF KITAKYUSHU  
KITAKYUSHU CITY, JAPAN