

の町おこしから考える地域の活性化—

陳 敏：在日中国人女性の育児と生活—ライフヒストリー—の聞き取りから—

●2011年度

<主指導教員：石塚道子>

柴 美菜子：学校スポーツ文化におけるジェンダー分析—女性監督と女子マネージャーの比較—

宮澤 希：クィアにみるアニメーション分析—異性装における考察—

道添 姫：グローカリゼーションから見る薩摩—フランシスコ・ザビエルの渡来をめぐって—

結城愛子：アメリカ黒人女性の「名乗り」の変化—現代黒人女性の著作を通して—

薛 知英：自分が自分らしくいられる場所—アイデンティティと国籍—

<主指導教員：熊谷圭知>

遠く離れて「つながる」こと—コーヒーフェアトレードから考える日本と東ティモール—

新井 杏子

「フェアトレード」は、多様な概念と実践を内包し、近年の市場傾向に沿った「倫理的消費」の一形態と捉えられる。言葉の知名度が向上する一方、途上国生産者への影響を裏づける情報の不足から、消費者の「インフォームド・コンセント」の必要性が指摘されている。先進国市場で展開され、先進国消費者の存在を前提とするフェアトレードがつくりだす関係性において、生産者はどのように主体性を発揮していくのだろうか。

東ティモールは、2002年に独立を果たした「21世紀最初の独立国」であるが、植民地時代に導入されたコーヒーは長く同国唯一の外貨獲得源であり、現在も多くの国民が生活を全面的にコーヒーからの現金収入に依存している。コーヒーの買いつけに参入する諸アクターを比較すると、フェアトレードを行う日本のNGOの特徴として、品質意識の向上を通じたエンパ

ワメントの視点が挙げられる。

農民にとっての選択肢に目を向けると、NGOと他の業者の補完的利用をはじめとする複数のルートが見えてくる。この要因としては、収穫したチェリーの最大活用、現金収入の最大化、運搬の負担の軽減等が考えられる。農民によるこのようなフェアトレードの受容は、主体的生活戦略と解釈できる。「生活戦略」の視点から、生産者の生活の全体に迫ることがより深い理解につながる。

ローカルな地域が外部の多様な人びとや地域とのかかわりの中で眼差（まなざ）されることは、今や様々なスケールで存在している。内部者と外部者の協働による地域づくり、ないし地域おこしという概念は、現在進行形かつ身近な課題である。

フェアトレードは、新たな「つながり方」を模索する取り組みの一つであるという。倫理的消費は、国際協力や環境問題といった「大きな問題」を、個人にとって身近な「日々の選択」に引きつけて考える機会を提示する。日常生活のなかにあるつながりを意識化することが、すなわち「つながる」ことの第一歩である。「つながる」こととは、遠く離れた場所においても、「地域づくり」のプロセスに主体的に参加することだと考える。