

# コーヒーの経済学

## — 認証コーヒーとその展望 —

国際学IIチュートリアル  
最終発表ポスター

202211237

筑波大学 社会・国際学群国際総合学類  
市川千尋

### 導入

"SDGs" や "サステナブル" などが重要視され市民のエコ意識が高まっている中、エコロジカルな商品をどのようにさせていくことができるのか、国際学IIの講義の中で扱ったコーヒーをケーススタディとして取り上げる。

### 先行研究

#### コーヒーの歴史

コーヒーはエチオピアが原産とされイスラム世界の流行に伴って普及し、16世紀以降国際貿易の主要商品として各地に広まっていった。18世紀になり欧米列強による

植民地支配の時代になるとコーヒーは黄金の豆とも呼ばれ白人支配者が先住民の古くからの共同体を壊し、いたるところに大規模コーヒー農場をつくった。19世紀、先住民たちは植民地支配から独立するものの白人による支配構造は変わらず20世紀のコーヒーの工業化によってさらに南北格差が拡大した。

#### コーヒーをめぐる経済構造

コーヒーの農家の代表者と大手商社、バイヤー、メーカーなどのごく一部の関係者によって価格などの取引が行われており、

少数の人々によって利益も独占されている。これはニューヨークの証券取引所でわれコーヒー農家は自分の生産した豆がどのように流通しているのか、どんな値段で売られているのかも知らない。そのため常に不当に搾取されてしまっている。

#### CSRとコーヒー

1994年にグアテマラのNPOが抗議活動を行なったことによりスターバックス社がコーヒー農業の労働者の待遇改善を約束しそのほかの大手バイヤーやメーカーも企業の持つ社会的責任(Corporate Social Responsibility)の観点よりそれに続いた。

### 認証コーヒーについて

サステナブル・コーヒーについて日本スペシャルティコーヒー協会 (Specialty Coffee Association of Japan : SCAJ) が組織するSCAJサステナビリティ・認証コーヒー委員会の定義では、

1. コーヒー生産国が抱えている経済問題・社会問題・環境問題の解決を図ることで「地球規模のサステナビリティに貢献するコーヒー」
2. コーヒー生産者から最終消費者まで (From Seed to Cup)、サプライチェーン全体で価値の共有を図ることで「コーヒー産業の持続可能性 (サステナビリティ) に寄与するコーヒー」

### 分析

海外の認証コーヒーにおいては、日本よりも順調に認知度を広げている。そもそも海外における認証コーヒーは、1960年代にヨーロッパやアメリカを中心に普及し始めた。その後、流通を少しずつ拡大していき、2002年にはレインフォレストアライアンス認証コーヒーが流通し始め、それ以外にもたくさんの認証が開発されている。認知度は日本に比べてかなり高く、ドイツでは30%、イギリスでは50%、オランダでは90%以上だと言われている。

しかし日本における認証コーヒーの市場規模は小さく、普及は限定的である。どうすれば日本の消費者の購買意欲を刺激することができるのだろうか。

### 分析

解決策の一つとして考えられるのが、評判効果である。最近の環境経済学の研究では、環境に配慮した行動をとることで、職場などのコミュニティのメンバーからの評価が高まると、人は積極的に環境に配慮した行動をとるようになることが示唆されています。この実験では、自分の購買行動が身近な人、同僚や友人に見られやすい場所でのみ、売上の大幅な増加が観察された。

さらにコミュニティが環境問題に関心を持っていなければ、メンバーが認証コーヒー購入などのエコアクションを行っても、関心がないためにエコアクションに価値を見いだせない可能性が高い。そのためメンバーがエコ・アクションを評価しなければ、評価効果もない。つまり、人々の環境に対する関心こそが、評価効果を生み出し、エコアクションを促す社会的な根拠となる。

### 結論

今回の国際学IIチュートリアルでは、経済学分野の内容を毎回異なる先生方に講義だけではなくディスカッションや対話をすることで学びを深めた。その中でも今回ポスターで扱ったような身近な物がどのように流通しているのか、またサステナビリティ商品をどのように普及させていくべきなのかということに興味を持った。

また、ティーチングアシスタントの方や授業のクラスメイトと進路や学びについて話している中で多くの刺激をもらい自分の将来について深く考えるきっかけとなった。

#### 参考文献

水尾順一. (2013). サステナブル・コーヒーによるBOPビジネスとCSV (共益の創造) に関する一考察—スターバックスとそのサプライチェーンにおけるCSR活動の事例に学ぶ—

Specialty Coffee Association of Japan : SCAJ . 日本スペシャルティコーヒー協会. 参照先: 定義: <https://scaj.org>  
遼高橋. (2019年12月3日). 環境とコーヒー : 認証コーヒーの環境保全効果と販売戦略. 参照先: WASEDA ONLINE  
: [https://www.waseda.jp/inst/weekly/waseda\\_academics/](https://www.waseda.jp/inst/weekly/waseda_academics/)  
国際学IIスライド.  
国際学II講義.

