

# 日本におけるサステイナブルコーヒー普及への取り組み

萩野 麻美

キーワード： 持続可能な消費、消費者の責任、サステイナブルコーヒー、普及活動

## 1. 研究の背景と目的

コーヒーは現在約 60 か国の熱帯・亜熱帯諸国で生産されており、国際貿易において世界で最も取引額が大きい農産物の一つであると言われている。また、栽培面積は合計約 1200 万ヘクタールに上り、イングランドとほぼ同じ面積に相当する。さらに、世界で約 2500 万人もの小規模農家が生産に従事しており、コーヒーの生産が社会経済・環境に与える影響は大きい。貧困問題、不公正な経済の是正や地球環境保護の観点からも、世界経済や環境に大きな影響を与えているコーヒーの生産・流通を持続可能なものにシフトさせていくことは急務である。

既にコーヒーに関しては生産者や自然環境に配慮した形で生産された「サステイナブルコーヒー」と呼ばれる通常のコーヒーとは差別化された形で流通するコーヒーがある。しかし、日本ではサステイナブルコーヒーの認知度は低く、普及が進んでいないという現状がある。そこで本稿では、普及活動実践の記録を取りまとめ、日本におけるサステイナブルコーヒーの普及の現状と、普及に向けた問題点と可能性を抽出することを目的とする。

## 2. 方法

まず、文献調査と生産地での情報収集を通してサステイナブルコーヒーの価値や普及の意義について確認する。つぎに、1) 生産地におけるエコツーリズムの実践、2) 講演会の実施、3) 試飲・展示ブースの出展の3つの普及活動を実際に行い、普及の現状と可能性について、これらの実践の記録を基に考察を加える。また、各普及活動において行った聞き取りやアンケートの結果についても示し、日本の消費者のサステイナブルコーヒーに対する認知や意識の現状について考察する。

## 3. 結果と考察

まず、サステイナブルコーヒーの付加価値とされる「環境・社会貢献志向の価値」について、調査の結果、生産地では日陰栽培や汚染水の浄化、コンポストの導入、労働環境の整備など、持続可能なコーヒー生産のために様々な取り組みを行っていることが明らかになった。更に、その価値を消費者に伝える方法として、生産国ではエコツーリズムが効果的な方法として実施されていることが分かった。

講演会の企画・実践を通して、現在、日本でサステイナブルコーヒーが手に入る場所は増えてきているにもかかわらず、多くの参加者が日本では普及が進んでいないと感じているという事実が浮き彫りになり、今後サステイナブルコーヒーの供給側が広報活動に注力すべきであることが明らかになった。また、試飲・展示ブースの出展では、アンケートを通して、多くの消費者がサステイナブルコーヒーに価値を見出し、購入したいという意思を示すという結果になった。さらに、イベント参加者とのインタラクティブなコミュニケーションを通して情報収集を行った結果、企業、NGO、教育機関など様々なステークホルダーと連携し、サステイナブルコーヒー運動を盛り上げることができる可能性が示唆された。