

神原ゼミ生によるフェアトレード商品のプロモーション



神原ゼミナール × PARCIC

実践の経緯

イベントに出店

- ・ 2019年3月 ファーマーズマーケット @川崎
- ・ 2019年5月 フェアトレードデーイベント @聖心女子大学
- ・ 2019年5月 東ティモールフェスタ @上智大学
- ・ 2019年9月 グローバルフェスタ @お台場
- ・ 2019年11月 鳳祭 @専修大学



フェアトレードの認知度を高めるには・・・

- ① フェアトレード実態調査
- ② SNSの運用
 - ・ Instagram
 - ・ Ameba blog
- ③ 委託販売

フェアトレードの実態調査

経緯

どのようなアプローチが効果的か、私たちにできる取り組みは何か
→フェアトレードの実態を調査

ヒアリング

都内23区の
フェアトレード
商品取扱店

フェアトレードタウン
6市比較

ヒアリング

主にオーガニック食品や衣類、有機野菜を販売している「GAIA」を調査

目的 実際にフェアトレード商品を販売しているお店の現状を知るため

どのようなプロモーションを行なっているのか学ぶため

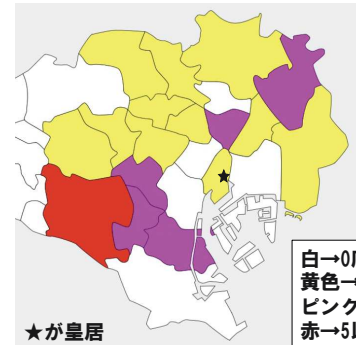


- ・ フェアトレード商品は他の商品と比べ価格が高い
→なかなか手に取ってもらえない
- ・ 「フェアトレード」より「オーガニック」や「無農薬」「安心・安全」といった商品特性に惹かれて顧客は購入する

都内23区のフェアトレード商品取扱店

目的

フェアトレード商品を扱う店舗がどのくらいあるのか、どのような場所に店舗があるのか



比較的高所得地域に店舗が多い

フェアトレード商品が高価格であるが故に、所得層と比例するのではない

提出した資料の訂正
間違い× 西側よりも東側の方が店舗数が多い
正しい□ 東側よりも西側の方が店舗数が多い

フェアトレードタウン6市の比較

熊本、逗子など6市の取り組み状況と、街の人々のフェアトレードへの親近感（心理的距離）を調査

フェアトレードタウン6市の比較表

	行政	企業	お店
熊本市	<ul style="list-style-type: none"> ・フェアトレードinくまとの開催とポスター作製 ・ポスター掲示、2000人市民アンケート実施 ・フェアトレードタウン国際会議開催 	<ul style="list-style-type: none"> ・YMCAフィランソビー協会によるフェアトレード商品の購入 ・フェアトレードコットンを使ったポロシャツを企画・販売 ・オリジナルクッキー製造 	<ul style="list-style-type: none"> ・フェアトレードマルシェくまもとを年に1度開催
名古屋市	<ul style="list-style-type: none"> ・名古屋市グリーン購入ガイドラインにおけるフェアトレードに関する記述 ・フェアトレード100万アクションキャンペーンの参加 ・市内食堂のフェアトレードコーヒーの提供 ・フェアトレードコットンを使用した作業服の導入 ・市内の小学校給食にフェアトレード認証製品を使用 	<ul style="list-style-type: none"> ・名古屋環境大学がフェアトレードショップマップ作成 ・フェアトレード名古屋ネットワーク (FTNN) の結成 ・東山動物園でフェアトレードのフェルトぬいぐるみの販売 	<ul style="list-style-type: none"> ・フェアトレードマルシェ開催 ・NPO法人フェアトレード名古屋ネットワークフェアトレードマップの作製
逗子市	<ul style="list-style-type: none"> ・フェアトレード食材を給食に使用 ・逗子フェアトレードタウンの会がイベント開催 ・逗子フェアトレードタウンの会と逗子市がフェアトレード啓発事業を行う 	<ul style="list-style-type: none"> ・フェアトレード伊豆ネットワーク (FITZ) の活動 	<ul style="list-style-type: none"> ・食べて応援！フェアトレード×ローカルランチキャンペーンの実施 ・スタッフプラリーの実施 ・市内フェアトレード商品取扱店舗MAPへの協力
浜松市	<ul style="list-style-type: none"> ・フェアトレード食材を給食に使用 ・セミナーの開催 ・夏休み親子消費者教室の開催 ・全国フェアトレードフォーラムinはままつの開催 	<ul style="list-style-type: none"> ・はままつフェアトレードタウンネットワークの活動 ・静岡文化芸術大学と「いもねこ工房」と日本フェアトレード・フォーラムでフェアトレード商品を開発 	<ul style="list-style-type: none"> ・浜松市役所のフェアトレード商品取扱一覧、フェアトレードマップへの協力
札幌市	<ul style="list-style-type: none"> ・札幌市国際部での来賓へのお茶菓子としてのフェアトレードチョコレートの提供 ・フェアトレード支援の市議会決議 	<ul style="list-style-type: none"> ・フェアトレードタウンさっぽろ戦略会議の活動 ・札幌学院大、エンカル・タイムによる北海道発フェアトレード認証ラベル商品の開発・販売 ・市民団体フェアトレード北海道の活動 	<ul style="list-style-type: none"> ・フェアトレードフェスタ2007~2013、2017~2019
いなべ市	<ul style="list-style-type: none"> ・懸垂幕の設置 ・フェアトレードタウン宣言 ・市民団体への支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・桑名信用金庫阿下善支店でフェアトレードコーヒーの利用 ・百五銀行阿下善支店のフェアトレード商品のディスプレイ ・デパソールグループはあとふる基金助成による「いなべフェアトレードタウンマップ」作製 ・市民団体いなべフェアトレードタウンの活動 	<ul style="list-style-type: none"> ・「エコバッグでスタンプラリー」の参加 ・フェアトレードコインが利用できる店舗が多数

フェアトレードタウン6市の比較

熊本、逗子など6市の取り組み状況と、街の人々のフェアトレードへの親近感（心理的距離）を調査

- ・参加型のイベントやフェアトレードのセミナーなど幅広い取り組みが行われている
- ・行政・地域の企業・お店がそれぞれ連携してイベントの開催や支援を行なっている



- ★安全性や自然派志向を訴求するプロモーション
- ★フェアトレードを身近に感じてもらう活動

Instagram

投稿内容

- ・SDGsの目標について
- ・パルシックさんとの勉強会
- ・フィールドリサーチ
- ・料理対決



1.貧困を無くそうとは
地球上のあらゆる貧困を無くそうということ



具体的な取り組み
・クラウドクレジット
世界中の本当にお金を必要とする人とお金を結びつけることで世界に貢献する投資を目指す

今年からの取り組み

自己紹介



表紙を手書きにして統一



料理対決

フェアトレード商品を使用したレシピを考案

→Instagramで投票を行う



Ameba blog開設

開設の経緯

今年4月のまではInstagramを主として活動。

よりフェアトレードについて知ってもらうためには、他の層にもアプローチを掛ける必要がある。

→Ameba blogでの投稿開始へ

ブログの内容

企業研究の
結果

海外との
比較

企業研究

フェアトレード商品を扱う国内にある企業6社を調査

企業名	フェアトレード商品の特徴
Starbucks	C. A. F. Eプラクティスという独自のフェアトレード活動を行い、99%のコーヒーがこの活動から生産されたコーヒー豆を使用している
すき家	すべてのコーヒーがフェアトレードによって生産され、生産地の東ティモールへ支援を行う
LAWSON	フェアトレードコーヒーは、レインフォレスト・アライアンス認証農園産のコーヒー豆のみを使用購入により、持続可能な生計の機会を普及させる働きを掛ける
コストコ	フェアトレードプレミアムを補償し、より生産者の生活のサポートを行う
AEON	国際フェアトレード認証ラベル・国際フェアトレード原料調達ラベルを使用
カルディ	女性の社会的地位向上を目指した活動を行うウーマンズハンドコーヒーを使用する

6社すべてがフェアトレード商品としてコーヒーを主に取り扱っている



コーヒーからフェアトレードの周知を始めることが販売促進に効果的

海外との比較 イギリス・オランダ・アメリカとの比較

国名	市場規模 (2018年)	特徴
イギリス	約2,550億円	フェアトレード市場規模第1位。国際協力団体OXFAMによるフェアトレード直営店の存在や、フェアトレードの認知率も高い。社会貢献を意識するのではなく、「当たり前」という認知。
オランダ	約1,680億円	コーヒー・チョコレート以外にもバナナやお米、ワインの販売があり、スーパーでも大量の陳列がある。また、紙幣の素材にもフェアトレードコットンを使用。国民が身近に感じるように。
アメリカ	約1,300億円	フェアトレードUSAは漁業事業者も対象とした認証取得を推奨。農家だけでなく視野を広げた活動へ。2020年ウォルマートによるフェアトレード認証基準の認証を開始。
日本	約124億円	他の先進国に比べ、圧倒的に劣る市場規模。また、フェアトレードという言葉の認知度も低い。

身近な商品にフェアトレード商品を取り入れ、触れる機会を増やす
→市場規模拡大、認知度向上につながる

委託販売

パルシックの商品はインターネット販売しかやっていた
→より多くの人に目で見えて手に取ってもらいたい



日本橋、御茶ノ水エリアで協力店を探す

2店舗で対面販売決定



ワークショップ

ワークショップの様子



商品評価

