

令和2年度千代田学
研究成果報告書

持続可能なコーヒーを通じた
神保町の街づくりに向けて



島田 剛¹

橘 欣子²

¹ 明治大学情報コミュニケーション学部 専任准教授

² 研究協力者(フェアトレード専門家)

持続可能なコーヒーを通じた神保町の街づくりに向けて

はじめに

本の街として知られる神保町は、多様な魅力に富んだ街である。世界最大級の古書店街はもちろん、カレーや中華料理などの飲食店街、老舗喫茶店や個性豊かなカフェ、さらにはスポーツ店街、楽器店街が身近にある。これは、明治時代に神保町周辺に多くの大学や学校が生まれ、学生のニーズに合わせて街が発展してきたことに由来する。

しかし、近年、神保町も変化の時を迎えつつある。インターネットサイトによる書籍販売や電子書籍の普及による書店、出版業界の苦境、老朽化した建物の建て替えや後継者不足などによる老舗古書店や飲食店の閉店が相次ぎ、神保町らしさとは何かが改めて問われている。そこで、神保町では、様々な組織や団体が神保町の街づくりに取り組んでいるが、神保町の代名詞の一つであるコーヒーを軸にした取り組みはまだ少ない。

本稿では、コーヒー、特に持続可能なコーヒーを通じた神保町の街づくりについてその可能性を考察した。持続可能なコーヒーとは、地球環境や生産者の労働環境に配慮したトレーサビリティの高いコーヒーである。コーヒーには地球温暖化や生産者の貧困問題により、2050年にはその生産量が半減するという予想が出されており、持続可能な方法でコーヒーを生産していくことは、コーヒー産業にとって必要不可欠な取り組みになってきている。また、特に2015年の持続可能な開発目標（SDGs: Sustainable Development Goals）の採択以降、世界的にも持続可能性が大きなテーマとなっている。以前は持続可能性を追求した活動は、社会貢献のための慈善活動のように捉えられる節があったが、現在では、その活動自体が経済的・社会的利益を生むものとして浸透し、政府、自治体、企業、学校など多くのアクターが積極的に取り組んでいる。街づくりにおいても、持続可能な街を目指す動きが活発化している。

本稿は、持続可能性に着目し、コーヒー、特に持続可能なコーヒーを通じた神保町の街づくりについて、その可能性を考察することを目的として、第1章で神保町の魅力、歴史、課題及び神保町の街づくりの取り組み、第2章でコーヒーを街づくりの軸に据えた理由を概観し、第3章では持続可能性をテーマに、持続可能性とコーヒー、持続可能性と街づくりについて考察する。持続可能性をテーマにした街づくりの事例として、フェアトレードタウン運動、そしてアメリカオレゴン州ポートランドの街づくりを取り上げ、その効果を分析する。そして、第4章では、持続可能なコーヒーを通じた神保町の街づくりについて、具体的にどのような取り組みが考えられるか提示し、コロナ禍の中、今年度実施した活動を報告する。

第1章 神保町の魅力と課題、街づくり

1-1 神保町の魅力とその歴史

神保町の魅力はその多様性にある。神保町は世界最大級の古書店街を有し、出版社の集積も見られることから「本の街」として知られているが、カレーや中華、喫茶店やカフェをはじめとする様々な飲食店も多く軒を連ね、飲食店街としての顔も持つ。また、駿河台下交差点から神田小川町

エリアにはスポーツ店街が、お茶の水駅から駿河台下交差点エリアには楽器店街も存在する。これだけの要素が一つの街に集まっているのは非常にめずらしく、その多様性こそが神保町の魅力といえる。

多様性を備える神保町の原点は、学問の街としてスタートしたその歴史にある。江戸時代、神保町周辺は武家屋敷が多く立ち並ぶ武家町だったが、1856年に洋学を学ぶための藩所調所が設立されたのをきっかけに、周辺に蘭学や英学を学ぶ私塾も設立され、学問の街として発展することとなった(鹿島 2017、P.10)。明治時代になり、東京大学、学習院、法政大学、一橋大学、中央大学、専修大学、明治大学、東京理科大学、東京外国語大学、共立女子大学、日本大学などが神保町周辺に設立され、それに伴い書店や古書店、出版社もこの地に多く集まるようになり、本の街神保町の姿になっていったといえる。現在でも、神保町周辺には明治大学、日本大学、共立女子大学、専修大学、また、神田女学園、共立女子中高等学校もあり、学校の集まる街としての姿を残している。

明治期に大学が多数設立されると、周辺には下宿屋が作られ、学生が生活する街へと変化していき、その過程で飲食店街が増えていった。その様子の一部を、鹿島(2017、P.453)は、神田生まれの永井龍男が明治末から大正時代にかけての街の様子を記した『東京横丁』を引用して下記の通り記している。

「特徴としてはその頃から学生の数が多く、したがって種々の学校、書籍商、下宿屋が眼に立ち、書籍商の中でも古本屋の店続きは神田の名物として今日も有名である。さらにミルク・ホール、手軽なカツカツとライスカレーの洋食屋、しるこや、そばやのれんなど、その上夜は夜で古本屋の前に三銭五銭均一の露店の古本屋が店をひろげ、油臭い今川焼を古新聞にくるんで売る店が、柳並木の下にほの暗い灯をともしていたりした」

この記述からも、学生街として発展していく中で、飲食店が増えていったことがわかる。日清戦争後には、増えた中国人留学生をターゲットとした中華料理店も多く開店し、神保町周辺は飲食店街としても発展していった(鹿島 2017、P.293)。また、上述のミルク・ホールとは、明治30年代に流行った飲食店の一形態で、牛乳を飲みながら新聞や官報を読むところであったが、コーヒーや軽食を提供するものもあり、その後の喫茶店の普及により衰退、もしくは喫茶店へと変化していったもので、いわば喫茶店の原点とも考えられている(太田 2006)。このように、学生街として発展する中で、現在の神保町の代名詞ともなるカレーや喫茶店などの飲食店も神保町に増えていった。

また、昭和に入り、学生のニーズにこたえる形で、小川町周辺のスキー用品を中心としたスポーツ店街が、お茶の水では楽器店街が形成された。鹿島(2017、P.506-510)によると、明治時代から周辺の学生の需要に応じて、金澤運動具店や美津濃、南洋靴店などのスポーツ用品店が集積していたが、1970年代のスキーブームの際にスキー用品の中古販売店「ヴィクトリア」が小川町に進出したのをきっかけに、多くのスポーツ店が誕生した。一方、お茶の水の楽器街は、1935年に谷口楽器、1937年に下倉楽器、1938年に石橋楽器が続けて開店し、楽器店街を形成するきっかけとなった。このように神保町は、学生のニーズにこたえる形で書店や飲食店、スポーツや楽器店がたくさん集まる、多様性に富んだユニークな街となった。

1-2 神保町の課題

では、次に多様な魅力を持つ神保町の街づくりにおける課題をみてみたい。

1-2-1 老舗店の閉店による街の変化

近年、神保町では街を象徴する老舗店の閉店が相次いでいる。古書店では、奥野書店（2003年）、豊田書房（2008年）、巖松堂書店（2010年）、金子書店（2012年）、篠村書店（2016年）、高岡書店（2019年）、山陽堂書店（2019年）などが閉店し、飲食店では、2015年に洋菓子店の柏水堂、2018年には天井いもや、とんかついもやが、2020年に入り居酒屋酔の助、スキートポーツ、キッチン南海などが閉店している。

閉店の理由は様々であるが、建物の老朽化による建て替えと後継者不足が大きな原因としてあげられる。神保町は古い建物の多く残る街であるが、老朽化が進み、今後も建て替えが進むことが想定される。千代田学・神保町研究会（2018、P.7）が行った「神保町古書店街関係者意向調査」によると、調査に回答した古書店の51%が旧耐震基準以前（1981年以前）の建物で、築年数40年以上であり、今後、建て替えの必要性が高いとみられる。また、同調査で実施した後継者の有無に関する質問に対する回答のうち、後継者がいると答えたのは31%、居ないと答えたのは45%、わからないと答えたのは24%であった（千代田学・神保町研究会 2018、P.11）。今後、建て替えの時期に後継者がいない場合など、多くの店舗が閉店することが想定される。

老舗店の閉店は、街のシンボルの喪失とともに、その店をひいきにしていた人々が街から遠のく可能性を高める。また、閉店後の跡地の活用方法によっては街の雰囲気に影響を及ぼし、「神保町らしさ」を失う可能性も出てくる。



黄色い建物の高岡書店跡地（ホットドック店）



柏水堂跡地

1-2-2 休憩場所が少ない

神保町周辺を散策すると、公園や緑地などの休憩場所が少ないことに気が付く。現在ある休憩場所としては、岩波ホール前、三省堂の広場、神保町三井ビル前の広場、テラススクエアなど数えるほどである。この点は1989年に千代田区が策定した都市計画マスタープラン(千代田区 1989、P.69)でも「緑と憩いの場の確保」が神保町地域の重要課題の一つとして挙げられている。現在、策定作業が進められる都市計画マスタープランの改訂版(千代田区 2020、P.151)においても、「緑の空間や多様な人がクリエイティブに活動していくオープンスペース」の充実を地域別の街づくりの方針の一つとして掲げている。このようなことから、街歩きの途中で、気軽に休憩できるようなくつろげるスペースをいかにつくっていくかが神保町の課題の一つとしてあげられる。

1-2-3 昼間人口の取り込み

神保町は他の東京都心部と同様に、人口動向の特徴として、昼夜間人口比率の高さがあげられる。昼夜間人口比率とは、常住人口100人当たりの昼間人口(従業地・通学地による人口)の割合で、100を超えているときは通勤・通学者人口の多さを表している(総務省統計局)。神保町の昼間人口は、10万人を超え、昼夜間人口比率は2018年で1574%とされ、1996年の昼夜間人口比率は2792%と比較すると改善されているが、依然として高い数値である(千代田区 2020、P.143)。つまり、神保町にかかわる人の多くがそこに住む人ではなく、通勤や通学などにより神保町を利用する人であることが言える。これらの人々をいかに街づくりに取り込むかも一つの課題としてあげられる。

1-2-4 新型コロナの影響

RESAS(地域経済分析システム)で提供されているNTTドコモの携帯電話位置情報による混雑統計データより神保町駅における流動人口の推移を分析した。その結果、神保町でも4・5月には通常の半分の人出となっていたことが分かった。また、9月ごろには2/3まで回復していたことも分かった(現在、公開されているデータが9月まで)。

今後、経済への影響については他のデータも含め継続的に分析する予定ですが、今月に再び緊急事態宣言が出されたこともあり街への影響が大きくなる可能性がある。街の店がどのような影響を受けているのかさらに詳しくみていく必要がある。



(出典:RESAS で提供されている NTT ドコモの携帯電話位置情報による混雑統計データより作成)

1-3 神保町の街づくりの動き

では、次に、既存の神保町の街づくりの取り組みについてみてみたい。神保町では、様々な組織が活発に取り組んでいる。

1-3-1 本の街神保町を元気にする会（事務局長：八木 壯一氏 株式会社八木書店ホールディングス 代表取締役社長）

古書店、新刊書店、出版社などが集い、2006年12月に設立された団体で、フリーペーパー「神保町が好きだ」の発行や、イベントの開催などを通じて神保町をより活気のある街にするための活動を行っている。コロナ禍においては、「神保町からあなたを応援します」と題し、神保町の魅力をウェブサイトで紹介するとともに、集英社の漫画の人気キャラクターを使った大きな垂れ幕を三省堂書店に掲げた。現在も、同様のポスターが神保町の様々な店舗に掲示されている。



1-3-2 NPO 法人神田学会（理事長：西村 幸夫教授 國學院大學）

1987 年にオフィス人口の増加など急激に変化する神田を住みよい街にするための勉強会として発足、2001 年から NPO 法人として活動を行い、勉強会の開催、タウン誌「KANDA ルネッサンス」の発行やイベントを実施している。

1-3-3 神田古書店連盟（会長：矢口 哲也氏 矢口書店 店主）

神田・神保町地区の古書店 157 店が加盟する団体で、毎年 10 月に実施される神田古書まつりを主催している。本の街神田神保町の公式サイト「Booktown じんぼう」の制作に全面的に協力している。

1-3-4 神田すずらん通り商店街（代表理事：大橋 信夫氏 株式会社東京堂 代表取締役会長）

すずらん通りに店を構える 70 店以上が加盟する商店街で、毎年 5 月にすずらん祭りを開催している。

1-3-5 千代田区（区長：樋口 高顕氏）

現在、千代田区が進める都市計画マスタープランの改定素案では、神保町地域の街づくりを「熟成された界隈の文化にひかれた多くの人が創造的活動を広げるまちづくり」をテーマに掲げようとしている（千代田区 2020、P.141）。

1-4 神保町の情報発信

次に、神保町に関する情報発信の取り組みを見てみたい。街に関する情報発信も様々な媒体で行われており、最近では増加する海外からの観光客向けに英語による情報発信も行われている。

1-4-1 本と街の案内所

2007年10月にオープンした神保町の総合的なインフォメーションセンターで、現在はすずらん通りの小学館ギャラリー1階にある。

1-4-2 Book town じんぼう 「本の街」神田神保町オフィシャルサイト <http://jimbou.info/>

神田古書店連盟の協力を得て、国立情報学研究所が構築し、NPO法人連想出版が運営する「インターネット上の総合書籍案内所」で、神保町にある書店リストや古書や新刊書籍のデータベースを公開している。

1-4-3 ナビブラ神保町 <http://www.navi-bura.com/jimbocho/>

神保町にある株式会社風讃社が企画・運営する神保町のタウンサイトで、グルメ、書店、エンターテインメント情報など多岐にわたる分野をカバーしている。

1-4-4 おさんぼ神保町 <http://osanpo-jimbo.com/place>

2006年3月に創刊されたフリーペーパーで、神保町の魅力やお店を紹介する冊子。神保町のファンの人たちが集まり記事を書いている。年二回（春号と秋号）を発行し、地域の書店や大学などに設置されている。

1-4-5 神保町が好きだ

本の街神保町を元気にする会が発行するフリーペーパー。

1-5 神保町を盛り上げるイベント

次に、神保町を盛り上げるイベントについて見てみたい。毎年、定期的に行われる神保町を盛り上げるイベントが多数あり、多くの観光客が訪れている。

1-5-1 神田古本祭り（主催：神田古書店連盟）

2019年に60回を迎えた神田古本祭りは、毎年10月下旬から11月上旬に開催され、外国からの観光客も訪れる一大イベント

1-5-2 神保町ブックフェスティバル（主催：神保町ブックフェスティバル実行委員会）

2019年に29回目を迎えた神保町ブックフェスティバルは、毎年150社以上の出版社が参加する日本最大の本のお祭りで、神保町の飲食店も出店する2日間のイベント。古本祭りとの同時開催で地域全体の活性化に貢献している。

1-5-3 神田カレーグランプリ（主催：神田カレー街活性化委員会）

2011年に神田スポーツ祭の特別イベントとして、神田近辺の地元カレー店20店が参加し、カレーでグランプリを競ったことから始まり、近年では単独開催を行い、2019年には4万人以上が参加する大規模イベントになっている。今年はコロナの影響で従来のグランプリではなく、「神田カレー街スパイス探しウォークラリー&カレー店ファン投票」を実施した。

1-5-4 神田スポーツ祭り（主催：神田スポーツ店連絡協議会）

毎年10月に小川町広場で開催されるスポーツ店主催の祭り、スキー用品をはじめ、多くのスポーツグッズが販売される。2020年に26回目を迎えた。

1-5-5 お茶の水 Jazz 祭（主催：お茶の水 Jazz 祭実行委員会）

2007年より開催されている音楽イベントで、明治大学出身の宇崎竜童氏と阿木燿子氏が中心となり、運営には明治大学街づくり道場がかかわっている。

1-5-6 お茶の水熱烈楽器祭（主催：ちよだ音楽連合会）

千代田音楽連合が主催し、「音楽で街を元気に」をテーマに2013年から行われる。

このように神保町では、様々なアクターがフリーペーパーの発行やインターネットによる情報発信、イベントなどを通じ、街を盛り上げる活動を行っている。

第2章 コーヒーを通じた魅力的な神保町の街づくり

神保町は多様な魅力を持ち、街を盛り上げるための様々な取り組みが行われているが、今回、コーヒーを通じた街づくりの可能性について考察したい。コーヒーに注目した理由は大きく分けて2つある。1つ目は、神保町には老舗喫茶店やカフェなどのコーヒー文化が、街づくりに生かせる地域資源としてすでに存在している点、2つ目は、コーヒーを提供する場としての喫茶店・カフェが持つ社会的機能が果たす神保町の街づくりへの貢献があげられる。

2-1 地域資源としての神保町のコーヒー文化

本の街として有名な神保町は、喫茶店・カフェの街としても知られる。神保町周辺には50店舗近くの喫茶店・カフェがあり、本の街神保町を元気にする会（2020）のウェブサイトでも、神保町の見どころの一つとして「極上カフェの街」として紹介されている。なぜ神保町に喫茶店が多数あるのかの理由は定かではないが、イギリスのコーヒーハウスから新聞や雑誌が生まれたように、ヨーロッパではコーヒーと活字文化に深い関係があると考えられている（大内 2010）。実際に、神保町の本屋街と喫茶店の関係性を調査した大内（2010、P.29）は、一般の来街者に比べ、書籍・出版業者の喫茶店の利用頻度は高く、神保町には書籍・出版業者の自由な直接対面のコミュニケーション空間とし

て喫茶店が育ち、存続していると結論付けている。このように、本の街としての発展とともに、喫茶店文化が根付いた神保町では、今でも老舗の喫茶店が軒を連ねているが、近年では、新しいカフェの出店も相次いでいる。喫茶店・カフェにおいてもその多様性は神保町の魅力といえる。

神保町にある喫茶店・カフェは大きく分けて 4 つに分類できる。一つ目が老舗喫茶店と呼ばれるものである。二つ目がスペシャルティコーヒーのように豆へのこだわりや自家焙煎、「コーヒー×○○」のように独自のテーマを打ち出すカフェである。三つ目が本屋の中に作られたブックカフェ、そして最後がチェーン店系の喫茶店・カフェである。このようにすでに神保町には多様に富んだコーヒー文化が形成され、喫茶店・カフェの街として内外に認識されており、神保町のコーヒー文化は街づくりに生かせる地域資源といえる。



老舗喫茶店 さぼうる



福祉×コーヒーの Social Good Roasters 千代田
<https://sgroasters.jp/>



ブックカフェ 神保町ブックセンター



チェーン店ドールコーヒー

多くの喫茶店やカフェを有する神保町であるが、本やカレーのように、コーヒーをキーワードとした魅力的な街づくりの動きはまだ小さいといえる。2015 年から Coffee Collection around 神田錦町というイベントが 10 月に実施されているが、これは全国の豆にこだわりを持った店の中から選び抜かれた数店舗が集うイベントとして、神保町にお店を持つ Glich Coffee and Roasters が中心となって実施し

ている。2018年よりスペシャルイベントの中で神保町の喫茶店「ラドリオ」の店長によるトークイベントや「さぼろう」のマスターの写真展を開催するなど、神保町のコーヒー文化にも触れる機会が増えてきている。現在のところ、イベントの主目的が神保町のコーヒー文化の発信ではないが、今後、イベント内で神保町のコーヒー文化について触れる機会が増えれば、神保町のコーヒー文化を内外にアピールする重要なイベントになると考えられる。

神保町のコーヒーは書店やカレー店などと同様に神保町の大切な地域資源の一つとして位置づけられ、神保町の魅力の柱の一つとして取り上げる意義は大きいと考えられる。また、近年では喫茶店やカフェは、女性や若者からの関心も高く、古書やカレーといった他の分野で取り込みにくい層が、神保町に関心を持つきっかけづくりになると考えられる。既存の地域資源である喫茶店・カフェを活用しながら、新たに神保町を好きになる人々を増やせる可能性があると考えられる。

2-2 喫茶店・カフェの社会的機能

次に、喫茶店・カフェが持つ社会的機能についてみてみたい。近年、喫茶店やカフェが飲食を提供するだけの場ではなく、その社会的に果たす役割に注目が集まっている。フランスのカフェとそこに集まった著名人の研究を行った飯田(2011, p21)は「フランス革命はカフェから始まったといわれており、様々な芸術運動の中心地となっていたのもカフェである。また、世界中の歴史を見ても、イギリスの市民革命や保険会社、新聞の創刊とカフェは密接に結びついている。アメリカ独立運動にしても、それにかかわった者たちの多くがパリのカフェ・プロコップの常連である。」と記している。また、カフェの持つ社会的機能に注目した研究としては、アメリカの社会学者レイ・オルデンバーグのサードプレイス論がある。オルデンバーグ(2013, P.13)は、コミュニティの中核となる場をサードプレイスと名付け、その代表例としてカフェを挙げている。オルデンバーグ(2013, P.17)によると、サードプレイスとは、家庭(ファーストプレイス)と職場(セカンドプレイス)ではない、個人の定期的で自発的でインフォーマルなお楽しみの集いのための場を提供する公共の場所で、「インフォーマルな公共生活の中核的環境」であるとしている。さらに、オルデンバーグ(2013, P.17)は、サードプレイスの一番大切な機能はコミュニティを構築する機能であると述べている。つまり、サードプレイスは、利用者の個人的な楽しみの場としてだけでなく、コミュニティの核になる「とびきり居心地のよい場所」で、地域コミュニティにとっても重要な役割を果たす場としてとらえている(オルデンバーグ 2013)。

ではこのような役割を持つサードプレイスとはどのような場所か、その特徴を見てみたい。オルデンバーグ(2013, P. 64-97)は、サードプレイスの特徴として、中立、平等、会話、利便性、常連、目立たないこと、遊び心があることであるとしている。つまり、サードプレイスとは、社会的な身分や職業にかかわらず、だれもが中立かつ平等な立場で気軽に利用でき、そこには常連と呼ばれる人々がいて、それぞれが遊び心のある堅苦しくない雰囲気の中で会話を楽しむことで、豊かなコミュニティを形成する機会を提供する場である。そして喫茶店・カフェは、サードプレイスとなりうる場所として注目されている。

このようにコミュニティ形成機能をもつ喫茶店・カフェは、街に住む人だけでなく、通勤や通学で街に来る人もよく利用する場所の一つである。前述の通り、通勤・通学者の多い神保町では、この層を

いかに街づくりに取り込むかが課題となるが、喫茶店・カフェをとおして街に対して関心を持ってもらうことが可能ではないかと考える。また、くつろげる場所が少ない神保町において、喫茶店・カフェは気軽に休憩できる場所としても重要な役割を担うと考えられ、神保町の街づくりの課題の解決の一助となりうる。

第3章 コーヒーと街づくり 持続可能性の視点から

コーヒーを軸にした街づくりを検討する上で、本稿では特に持続可能性に配慮したコーヒーに注目している。持続可能性に注目する理由は、コーヒーと街づくりの両方にとって重要なテーマであると考えているからである。近年、「持続可能性」「サステナビリティ」という言葉に触れる機会が増えている。特に2015年に国連総会で「持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択され、持続可能な開発目標(SDGs: Sustainable Development Goals)が設定されて以降、日本でも自治体や企業など、様々なアクターがSDGs達成に資する活動を行っている。もともと、持続可能な開発(Sustainable Development)という概念は、1987年に国連のWorld Commission on Environment and Development(環境と開発に関する世界委員会)が発表した報告書“*Our Common Future*”の中で、「将来の世代の欲求を満たしつつ、現在の世代の欲求も満足させるような開発」と初めて公式に定義された(外務省2015)。この報告書が作成された背景には、当時、悪化する環境問題への危機感があったが、その後、1992年に開催された地球サミットにおいて、持続可能な開発の達成のために取り組むべき課題として、貧困削減、持続可能でない生産者や消費の削減、適切な人口政策の推進、女性や若者、先住民の参加促進など、環境問題だけでなく、社会・経済的な課題も持続可能性にかかわるものとして認識されるようになった(国連環境開発会議1992)。また、2012年の国連持続可能な開発会議(リオ+20)において、国連が作成した文書“*The Future We Want*”では、持続可能な開発の中心は人間であり、そのために公正で、公平で、包摂的な世界の構築を目指すことが確認された(United Nations Conference on Sustainable Development2012)。このような流れを受けて策定されたSDGsは、地球上の「誰一人取り残さない(No ones left behind)」をスローガンに掲げ、持続可能でよりよい社会の実現を目指す、国際社会の共通の目標で、環境、社会、経済的に課題に対し、17のゴールと169のターゲットが設定されている(外務省2020)。つまり、持続可能性とは、今後、よりよい社会を築いていくために欠かすことのできない国際社会共通のテーマである。



https://www.unic.or.jp/activities/economic_social_development/sustainable_development/2030agenda/sdgs_logo/

これまで、持続可能性と経済的な利益の追求は両立が難しいと考えられる傾向にあったが、近年、SDGs への取り組み自体が、経済的な価値につながるということが指摘されている。2017 年に発表された世界経済フォーラムの試算によると、企業が SDGs を達成することで、2030 年までに少なくとも 12 兆ドルの経済価値が見込まれ、最大 3 億 8000 万人の雇用が創出される (Business and Sustainable Commission 2017 P.26)。その経済効果にも注目が集まり、経営戦略として積極的に SDGs に取り組む企業が増えている。このように持続可能性をテーマにした取り組みは、ボランティアや慈善事業としてではなく、社会的にも経済的にも有益な活動としてとらえられている。

そこで本章では、まず、持続可能性とコーヒー、持続可能性と街づくり、それぞれの関係性について分析し、次に持続可能性をテーマにした街づくりの事例として、フェアトレードを切り口にした街づくりであるフェアトレードタウン運動と、持続可能な街づくりで注目を集めるアメリカオレゴン州のポートランドの事例を取り上げ、その効果を分析する。

3-1 持続可能性とコーヒー

3-1-1 コーヒーの持続可能性にかかる課題

我々の日常生活に当たり前にあるコーヒーは、持続可能性と関係の深い産品である。コーヒー生産の背後には、生産者の貧困問題と地球温暖化という持続可能性にかかわる 2 つの大きな問題がある。現在、コーヒーは、世界の約 60 か国以上で生産されているが、その多くが北緯 25 度と南緯 25 度の間に位置するコーヒーベルトと呼ばれる地域に位置する発展途上国である。コーヒー貿易の大半を占めるコモディティコーヒーと呼ばれるコーヒーの場合、コーヒー豆の価格は、ニューヨークやロンドンの先物取引市場で決まり、投資家の動きに大きく左右され、力の弱い途上国の生産者は時に生産コストを下回る価格で販売することを余儀なくされる。そのため、生産者がコーヒー栽培からでは安定的に、生活に必要な対価を得られず、コーヒー農家が貧困から抜け出せないという問題が

ある。

また、コーヒーは、今後、地球温暖化による影響をうけ、生産量の低下が危惧されている。World Coffee Research (2015, P.34)は、地球温暖化の影響により、2050年までにコーヒー豆の主要品種であるアラビカ種の生産地が半減するとの予測を出している。

生産者の貧困問題や地球温暖化による生産量の減少が危惧される一方、世界的に見たコーヒーの需要は高まっている。コンサベーション・インターナショナル (Killeen and Harper 2016, P. 20)は、2050年までにコーヒーの需要は現在の2~3倍になると予想している。そのため、生産量の低下は安定的なコーヒーの供給に大きな影を落とすことになり、これはコーヒーの2050年問題と呼ばれている。このように、コーヒーは持続可能性にかかわる大きな課題を抱えている。

3-1-2 持続可能なコーヒー

そこで近年では、これらの問題に対して、生産者への正当な対価の支払いや環境問題に配慮した持続可能なコーヒーが注目されている。持続可能なコーヒーの定義を初めて示したのは、アメリカスペシャリティコーヒー協会 (Specialty Coffee Association of America: SCAA)と北米環境協力委員会 (North American Commission for Environment Cooperation: CEC)が2001年に出版した“Sustainable Coffee Survey of the North American Specialty Coffee Industry”である。アメリカスペシャリティコーヒー協会は、1982年に設立された団体で、前述の先物取引価格によるコモディティコーヒーとは異なり、コーヒーの風味や質を重視し、豆からカップまでを一貫した体制で管理し、現物取引を基本とするスペシャリティコーヒーを扱う団体である。アメリカはスペシャリティコーヒーの世界最大のマーケットであり、持続可能なコーヒーにとっても重要な役割を果たすことが期待されることから本調査が実施された。本調査では、持続可能なコーヒーとは、環境により配慮した方法で生産され、生産者にとってより経済的、社会的利益をもたらすコーヒーのことを指し、オーガニックコーヒー、フェアトレードコーヒー、シェードグロウンコーヒーの3つが例として挙げられた (Giovannucci 2001. P.7)。

オーガニックコーヒーとは、有機栽培でつくられたコーヒーで、国際有機農作物改良協会 (OCIA)や日本の場合 JAS が定める有機食品の規格に適合した生産が行われているコーヒー豆などを指す。オーガニック認証センターによると、オーガニックとは種まき・植え付けの前3年以上、禁止された農薬や化学肥料を使用しない、遺伝子組み換え技術を使用しないなど、環境への負荷をできる限り低減した方法で栽培されたものを指す。また、コーヒーのように焙煎などの加工を行う場合は、その加工工程においても合成食品添加物や薬剤を使わない等の基準が定められている。

フェアトレードコーヒーとは、開発途上国の立場の弱い生産者の持続可能な発展を目指す貿易であるフェアトレードの基準に沿って生産されたコーヒーを指す。国際フェアトレード憲章の定義によると、「フェアトレードとはより公正な国際貿易の実現を目指す、対話・透明性・敬意の精神に根ざした貿易パートナーシップのことを言う。フェアトレードは、とりわけ南(開発途上国)の弱い立場に置かれた生産者や労働者の人々の権利を守り、彼らにより良い取引条件を提供することによって持続的な発展に寄与するものである。」とされる (日本フェアトレード・フォーラム 2018a, P.7)。最も広く認知されるフェアトレードコーヒーに、国際フェアトレードラベル機構 (Fairtrade International) によるフ

フェアトレード認証コーヒーがある。国際フェアトレードラベル機構は、経済的、社会的、環境的基準を設け、基準を満たした商品には下記の国際フェアトレード認証マークを付与している。

経済的基準	社会的基準	環境的基準
<ul style="list-style-type: none"> ・フェアトレード最低価格の保証 ・フェアトレード・プレミアムの支払い ・長期的な取引の促進 ・必要に応じた前払いの保証など 	<ul style="list-style-type: none"> ・安全な労働環境 ・民主的な運営 ・差別の禁止 ・児童労働・強制労働の禁止など 	<ul style="list-style-type: none"> ・農薬・薬品の使用削減と適正使用 ・有機栽培の奨励 ・土壌・水源・生物多様性の保全 ・遺伝子組み換え品の禁止など

出典：フェアトレードラベルジャパン「国際フェアトレード基準」

https://www.fairtrade-jp.org/about_fairtrade/intl_standard.php



出典：国際フェアトレード認証ラベル

https://www.fairtrade-jp.org/about_fairtrade/intl_license.php

この基準の最大の特徴は、フェアトレード最低価格の保証とフェアトレードプレミアムの支払いである。フェアトレード最低価格の保証とは、生産コストを賄い、経済的、社会的、環境的に持続可能な生産と生産者の生活を支える仕組みで、それぞれの品目ごとに最低価格が設定され、市場価格が最低価格を下回る場合は、フェアトレード最低価格での取引を保証するものである。Fairtrade Internationalによると、現在、コーヒー豆のフェアトレード最低価格は、アラビカ種ナチュラルが1.35USD/pound、アラビカ種ウォッシュドが1.4USD/pound、ロブスタ種ナチュラルが1.01USD/pound、ロブスタ種ウォッシュドが1.05USD/poundである³。

一方、フェアトレードプレミアムとは、組合や地域の経済的・社会的・環境的開発のための資金で、取引価格に上乘せられ、生産者組合に支払われる。その用途は組合によって民主的に決められ、代表的な用途に、生産に必要な機器の購入、品質向上のためのトレーニング、地域の学校や病院の

³ ナチュラル、ウォッシュドとは、コーヒー豆の精製方法のこと。

整備などが挙げられる(フェアトレード・ラベル・ジャパン)。

持続可能なコーヒーの3つ目の例として挙げられるシェードグロウンコーヒーとは、他の木の日陰で栽培されたコーヒーで、スミソニアン渡り鳥センターが認証を行うバードフレンドリーコーヒーがある。バードフレンドリー認証の基準は、有機栽培であること、そしてシェードツリー(日陰を作るための木)が農園の40%を覆っており、11種類以上の樹種で構成され、その60%が12メートル以上の中木、20%が15メートル以上の大木、20%が小木であること、である(バードフレンドリーコーヒー)。

このように持続可能なコーヒーは環境や生産者への配慮に重点を置いているのが特徴といえる。近年、これら3つのコーヒー以外にも、企業が独自に持続可能性に配慮した調達基準を定めるなど、持続可能なコーヒーへの取り組みは多様化している。例えば、スターバックスコーヒーは、持続可能性への取り組みとして、2004年より国際NGOであるコンサベーション・インターナショナルとともに独自の調達基準であるCAFÉ プラクティスを作成し、品質基準、経済的な透明性、社会的責任、環境面でのリーダーシップの4つの柱を掲げ、コーヒー豆の倫理的な調達に取り組んでいる。また、コーヒーの風味や質に重点を置くスペシャルティコーヒー業界も、高い品質のコーヒー豆の生産には持続可能性に配慮することが不可欠であることから、持続可能性を重視している(日本スペシャルティコーヒー協会)。

このように持続可能なコーヒーへの取り組みが多様化するなかで、コンサベーション・インターナショナルとスターバックスは、コーヒー産業全体を持続可能なものにすることを目的として、2015年に「サステナブル・コーヒー・チャレンジ(SCC: Sustainable Coffee Challenge)」というイニシアティブを立ち上げた。現在までに、SCCには、コーヒーのサプライチェーンに携わる生産者、小売業者、焙煎業者、貿易業者、認証機関、政府、NGOなど37か国、162の機関が参加している。SCCは、持続可能なコーヒーを追求する上で、活動の指針となる4つの点として、1.生産者の生計の向上、2.環境保全、3.供給量の保持、4.需要の強化を挙げ、特に生産者の長期的な利益を持続可能性の中心に据えるとともに、コーヒーの持続的な生産に必要な森林や水、土壌などの環境の保全を支援していくことを目指している(Sustainable Coffee Challenge and Global Coffee)。そこで、本論文では認証の取得有無にかかわらず、生産者の労働環境や生計向上に配慮し、地球環境の保全に取り組みながら生産、流通される透明性のあるコーヒーを持続可能なコーヒーとして考えたい。

3-2 持続可能性と街づくり

次に、本稿のもう一つのテーマである街づくりについても、持続可能性という観点からみてみたい。近年、街づくりにおいても持続可能性が大きなテーマの一つになっている。東京をはじめ世界の1750以上の都市が参加する持続可能な都市と地域を目指す自治体のネットワークであるICLEI Local Government for Sustainabilityが設立され、自治体レベルでの持続可能性への取り組みが活発化している。また、SDGsのゴール11は日本語では「住み続けられる街づくり」となっているが、原文では「Sustainable cities and communities」と表記され、特に人口が集中する都市における持続可能性への取り組みを求めるものとなっている。一方、持続可能性を戦略的に街づくりに取り込み、街の特色や

魅力として持続可能性を打ち出す事例も出てきている。例えば、日本ではパナソニックが神奈川県藤沢市の工場跡地に、再生可能エネルギーの導入などによって環境に配慮し、コミュニティの形成にも配慮した「Fujisawa サステナブル・スマートタウン」を建設している。

このように持続可能な街づくりの動きが活発化する中で、本稿では、持続可能な街づくりの事例として、フェアトレードを活用した街づくりである「フェアトレードタウン運動」と、持続可能な街として知られ、独特のコーヒー文化が根付くアメリカオレゴン州ポートランドの持続可能な街づくりの事例を基に、持続可能性を街づくりに取り入れる意義や効果を分析する。この 2 つの取り組みを取り上げる理由は、どちらもコーヒーと深いかわりがあり、コーヒーを通じた神保町の街づくりという点では参考になると考えたからである。

3-2-1 フェアトレードタウン運動

フェアトレードタウン運動は、まちぐるみでフェアトレードを応援し、広めていく活動として 2000 年にイギリスのガースタングという街で生まれた運動である(渡辺 2018)。その始まりは、ガースタングに住む獣医ブルース・クラウザー氏が中心となり、フェアトレード商品を広めることを目的に、フェアトレードコーヒーの試飲会、学校等での啓発活動、飲食店へのフェアトレード商品利用の促進、フェアトレード商品と地元産品のみを使った食事会の開催などを行い、最終的に、町内すべての学校や教会、レストランや商店の 95%からフェアトレード産品や地元産品を日常的に利用する旨の誓約を取り付け、町民集会で「フェアトレードタウン」宣言を行ったことにある(渡辺 2018, P.9-10)。これをきっかけに、イギリスでフェアトレード商品の認証を行うフェアトレード財団が 5 つの基準を定め、フェアトレードタウンの認定・更新を行っている。この運動は世界各国に広まり、イギリスの認定基準を基に、各国の状況に合わせた独自の基準が定められ、フェアトレードタウンの認定が行われている。2021 年 3 月現在、フェアトレードタウンは、世界 30 か国以上に広がり、ロンドン、パリ、ローマ、サンフランシスコなどの大都市を含む 2,080 の街がフェアトレードタウンに認定されている(Fairtrade Towns International)。

フェアトレードタウン運動の世界的な広がりを受けて、日本でもフェアトレードタウン運動への関心が高まっている。2011 年に熊本市が初めてフェアトレードタウンに認定され、その後、名古屋市、逗子市、浜松市、札幌市、いなべ市の 6 都市が認定され、東京都では世田谷区や武蔵野市がフェアトレードタウン認定を目指し、活発な活動を行っている。日本におけるフェアトレードタウンの認定は、一般社団法人日本フェアトレード・フォーラム(2018b)が定める下記の 6 つの認定基準に基づき行われている。

基準1: 推進組織の設立と支持層の拡大

基準2: 運動の展開と市民の啓発

基準3: 地域社会への浸透

基準4: 地域活性化への貢献

基準5: 地域の店(商業施設)によるフェアトレード産品の幅広い提供

基準6: 自治体によるフェアトレードの支持と普及

日本の基準の大きな特徴の一つは、基準4として、「地域活性化への貢献」が追加されている点である。基準4の詳しい説明には、「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(きずな)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。」と記されている(日本フェアトレード・フォーラム 2018b)。長坂(2013、P.23)は、これを「コミュニティ活動基準」と呼び、フェアトレードタウン運動はフェアトレード商品が売ればよいというだけの運動ではなく、開発途上国の人々と、先進国の人々が一緒に自分たちのコミュニティをより良くしていこうとする運動であるとの見解を示している。つまり、フェアトレードタウン運動は、フェアトレードの普及を通じて、その取り組みを行う街の活性化、街づくりにも貢献する活動として位置づけられ、持続可能な街づくりの一つの形として注目されている。

もう一つの特徴は、基準5で定める「フェアトレード商品」の定義がフェアトレードラベル認証商品に限定されていない点である。欧米に比べフェアトレードラベルの認知度が低く、独自の基準によるフェアトレード商品が扱う団体が多い日本では、フェアトレード商品に、地域の推進組織が適切と認める団体の商品を含めている。適切と認めるための条件として、1.World Fair Trade Organizationの10原則⁴に立って活動している、2.事業の透明性が確保されている、の2点を定めている(日本フェアトレード・フォーラム 2018b)。つまり、認証取得の有無にかかわらず、生産国や地球環境に配慮し、事業の透明性が確保される団体の商品は、フェアトレード商品として認められている。

では、次に、フェアトレードタウン運動がもたらす街づくりへの効果について見てみたい。フェアトレードタウン運動は、フェアトレード商品の普及のための運動であったが、街づくりという視点からみた効果は大きく分けて3つある。1点目は若者の街づくりへの参加、2点目は多様なアクターの参加と連携強化、そして3点目は市民力の向上である。まず、若者の街づくりへの参加について、フェアトレードタウンとなった熊本市と逗子市の例を見てみたい。2016年に「せかいとつながる平和都市」を掲げ、フェアトレードタウンになった逗子市の平井竜一市長は、フェアトレードタウンになった一番の効果として、これまで高齢者が中心となっていた街づくりに若者が参加するようになった点を挙げている(逗子フェアトレードタウンの会 2017)。さらに、逗子市では、将来へ向け、「せかいとつながる市民」の人材育成のため、フェアトレードをテーマに掲げ、毎年、高校、大学生向けのプログラム実施している。この活動について、逗子市のタウン運動をけん引した磯野(2018、P.168)は、「高齢化率の高い逗子で、今後のまちづくりの主体となる若者に、フェアトレードの視点から地域活動を行ってほしいという目標のもと、約半年間のアクション・ラーニング・プログラムを実施しています。」と述べている。つまり、フェアトレードを切り口に、将来の街づくりを担う人材の育成を行っているといえる。一方、日本で初めてフェアトレードタウンとなった熊本市でタウン運動を率いた明石(2018、P.56)も、その活

⁴ WFTOが定める10原則は下記の通り。1:経済的弱者である生産者に機会を与える、2:透明性と説明責任、3:フェアトレードの実行、4:公正価格、5:こどもの労働、強制労働のない社会、6:差別のないこと、男女平等、女性の経済的・社会的地位の向上、そして結社の自由への誓約、7:適切な職場環境の確保、8:キャパシティー・ビルディング(能力強化)の提供、9:フェアトレードの推進、10:環境への配慮。

動の特徴として、たくさんの若者がフェアトレードに関心を持って参加した点を挙げている。

このように、フェアトレードタウン運動を通じて若者が街づくりへ参加する背景には、若年層のフェアトレードへの関心の高さが挙げられる。2019年に実施されたフェアトレードに関する意識・行動調査(大野 2019, P.23)において、フェアトレードという言葉を知っているという人(知名度)は全体で53.8%だったが、10代では78.4%と高く、また、フェアトレードが貧困削減や環境保全などに関連していると、その意味を認知している割合(認知率)は全体で32.8%、10代では45.9%と全体平均よりも高かった。近年、中学校や高校、大学でフェアトレードを取り上げる学校が増え、買い物という自分の生活の中から始められる国際協力として、その取り組みやすさが、若年層の関心の高さにつながっているのではないかと考えられる。実際に、神保町周辺の大学の多くで、ゼミやサークルを通じてフェアトレードに関連する活動を行っており、フェアトレードを街づくりの一つの要素として取り入れることで、これらの層が街づくりに積極的に参加することが期待できる。

次に、フェアトレードタウン運動の2番目の効果である様々なアクターの参加と連携強化についてみてみたい。フェアトレードは主に発展途上国の生産者が抱える問題に焦点を当てているが、それをきっかけに地域の課題にも目が向けられ、地域の様々なアクターが参加し、連携が強化されるという利点がある。特に、日本においてはフェアトレードタウンの認定基準として「地域活性化への貢献」が設けられており、この点を重視している。例えば、逗子市では、福祉とフェアトレードを掛け合わせ、ウェルフェア・トレードとして、ガーナ産のフェアトレードチョコレートを使用した「ずしチョコ」を、フェアトレードタウンの会と障害者の就労支援を目的とした横浜のチョコレート工房が共同で開発し、地域の障害者団体と連携している(逗子市 2021)。そのほかにも、逗子市や浜松市では学校でのフェアトレード食材を使った給食の提供、名古屋市ではフェアトレードコットンを使ったごみ収集作業用帽子や作業服の制作など、多様なアクターとの連携がみられる。このように、多くのアクターがフェアトレードというキーワードで自然とつながり、地域の活性化のために連携が強化されていくのもフェアトレードタウンの大きな効果としてあげられる。

フェアトレードタウン運動の3つ目の効果は市民力の向上である。フェアトレードタウン運動の基準を満たすためには、社会全体への働きかけが必要になり、その過程において市民力が向上するという効果が挙げられる。欧米のフェアトレードタウン推進組織に対して、フェアトレードタウン運動の効果についてアンケート調査を実施した谷内田(2015, P.78)によると、回答した8組織のうち、5組織が市民力の向上をフェアトレードタウンの効果としてあげている。例えば、ベルギーでは、「市民が積極的に運動にかかわり、市民力を向上させている」、アメリカでは、「地域社会での市民力、地域リーダーシップの向上」との回答が得られた(谷内田 2015, P.79)。市民力の向上や地域リーダーシップの向上は、地域の課題発見・解決において重要な要素であり、フェアトレード運動を通じて市民力や地域リーダーシップが培われることで、その地域にある別の課題を解決できるようになるという効果も期待される。

このようにフェアトレードタウン運動は、フェアトレードの推進を目的としたものであるが、実際にはそのプロセスを通じて、これまで街づくりに関心を示さなかった若者の参加や、多様なアクター間の連携を促し、自分たちの街をより良い街にするために活動する市民を増やしていくことにつながって

いる。

フェアトレードタウン運動は、自治体を基本単位としているため、神保町がフェアトレードタウンに認定されることはない。しかし、フェアトレードタウン認定基準を参考に、神保町が独自に取り組みを行うことは可能である。神保町の街のテーマの一つとして、「フェアトレード」を掲げることで、フェアトレードタウン運動で見られる効果が神保町の街づくりにも得られることが期待される。

3-2-2 持続可能な街 ポートランドの例

次に、持続可能性をテーマにした街づくりの事例として、アメリカオレゴン州北西部の街ポートランドを見てみたい。ポートランドは、近年、全米の持続可能な街でも上位にランキングされ、その持続可能性をテーマにした街づくりに注目が集まっている (Sustainable Development Solutions Networks 2019)。

まずは、ポートランドの街がどのように現在のような持続可能な街になっていったのか、その成り立ちを見てみたい。農業と林業を中心とする街として1851年に誕生したポートランド市は、1930年以降、製鉄所や造船所が建てられ、工業都市として発展するが、大気汚染や自然破壊などの環境問題に直面し、1970年代にはいと川の浄化などの環境保全に力を入れ始め、徐々に重工業から第三産業へとシフトしていった (山崎 2016、P.76-82)。1993年には地球温暖化に対する政策として、公共交通機関の充実、省エネ、再生可能エネルギーの利用、リサイクル、植樹、車両燃費基準の向上などを全米で初めて打ち出し、現在では、自家用車ではなく、徒歩や自転車、バスやライトレールと呼ばれる公共交通機関を使って、20分圏内で生活に必要なものがそろうコミュニティを作り上げている (山崎 2016、P.36)。

また、ポートランドが持続可能な街と呼ばれるのは、環境に配慮した街のインフラだけが理由ではなく、市民のライフスタイルによるところも大きい。ポートランドの人々は、自然を愛し、環境にやさしい生活をするためには、買い物は少し高くてもなるべく地元でとれた野菜や果物、地域の企業が作った製品を買う傾向にあるといわれている (山崎 2016、P.33)。実際、ポートランドには、ファーマーズマーケットによる地産地消の推進や、ローカルクラフトビール、地元のオーガニック食材を使った飲食店、地元の皮革を使ったクラフト製品が多数あり、持続可能性に配慮した消費文化が根付いていると考えられる (間々田、野尻、寺島 2017、P.25)。特に、本稿のテーマの一つであるコーヒーに関して、ポートランドはサードウェーブコーヒー⁵の聖地としても知られ、持続可能性に配慮したコーヒー文化が根付いている。サードウェーブコーヒーの代表的な店として知られる Stumptown Coffee Roastersも、生産者との直接取引を行い、市場価格ではなく、コーヒー豆の質に対して正当な対価を支払い、トレーサビリティのある取引を売りにしている。また、Stumptown Coffee Roasters以外にも、ポートランド市内には50を超えるマイクロ・ロスターが点在しており、それぞれが豆の産地や焙煎方法、環境

⁵ Skeie (2003) がコーヒー文化の潮流を表したもので、ファーストウェーブが缶コーヒーやインスタントコーヒーなどの大量消費のコーヒー、セカンドウェーブがスターバックスに代表されるコーヒーの質に重点を置いたコーヒー、サードウェーブが大衆化したセカンドウェーブコーヒーへの反動として登場したコーヒー文化で、コーヒー豆の産地や焙煎方法によりこだわったコーヒー。

配慮など独自のポリシーを持っている(間々田、野尻、寺島 2017, P.34)。このように、ポートランドでは持続可能なライフスタイルが定着し、市民もこのような地元文化を誇りに思い、それが街の魅力の一つになっている(山崎 2016, P.33)。

地元文化に誇りをもつ市民が積極的に街づくりに参加しているのも、ポートランドの持続可能な街づくりを成功に導いている理由の一つである。街づくりへの住民参加の歴史は、1970年代に連邦政府が主導した高速道路建設計画への住民の反対運動までさかのぼることができる。この高速道路建設計画は、当時の市長選挙の争点となり、結果、建設反対派の市長が当選し、道路建設が中止された(山崎 2016, P.80)。同時期には、ネバーフットアソシエーションという市に認められた近隣活動組織がつくられ、市の政策策定に積極的に参加するようになった(山崎 2016, P.131)。現在では、ネバーフットアソシエーションは市制の仕組みの一部となり、市内のコミュニティづくりの基盤となっている(山崎 2016, P.122)

つぎに、行政と市民が一体となり持続可能な街づくりを進めるポートランドにおいて、その効果を見てみたい。ポートランドの街づくりの効果の1点目は、その経済成長である。ポートランドには、周辺の自然環境に魅力を感じ、スポーツ用品やアウトドア用品などのブランドの集積がみられ、スポーツ、観光、サービス産業、グリーンエネルギーとグリーンテクノロジー産業が栄え、近年、主要産業となったソフトウェア産業のシリコンフォレストの急成長に合わせ、経済成長を遂げている(間々田、野尻、寺島 2017, P.24)。Portland Business Alliance(2020)が発表したレポートによると、ポートランド経済は、2009年6月以降、126か月にわたり成長を続け、平均世帯収入の成長率も全米で最も高い26%であった。ポートランド市で街づくりに関わる山崎(2016, P.83)によると2013年には、二酸化炭素の排出量は、1990年と比較して14%削減したが、同期間のGDPは300%以上成長した。このようにポートランドでは、持続可能な街づくりと経済成長の両立を果たしている。

2点目の効果は、観光客や視察団体の増加とそれにとまなう雇用の創出である。Travel Portland(2019)が発表にした報告書によると、ポートランドを訪れる観光客は、2009年から9年間伸び続け、それに伴う雇用の増加も8年間続いている。また、近年では、持続可能な街づくりのノウハウの輸出を「We build Green Cities」の名のもとで行い、世界各国からの視察を積極的に受け入れている(山崎 2016, P.200-206)。特にポートランド市で街づくりに関わる山崎やポートランド州立大学の西芝雅美教授の存在により、日本に対しても積極的にポートランドの街づくりのノウハウを輸出し、多くの地方自治体からの視察を受け入れている。

街づくりの効果の3点目は、ポートランドの持続可能なライフスタイルに魅力を感じた優秀な人材の移住である。ポートランド都市圏には毎週約300-400人が移住しており、その中で最も多いのは25-35歳の若年層で、その約3割が大学卒以上の学歴を持っている(山崎 2016, P.166)。これらの優秀な人材は企業誘致にも有効に働いている。例えば、ドイツの自動車会社ダイムラーの商用部門のダイムラートラックの北米新本社がポートランドにあるが、ポートランドに本社を決めた理由は、モノづくりにおけるイノベーションの必要性を感じていた同社が、グローバルな視野を持つ知的な人材を求めており、ポートランドにはそのような人材が多いと判断したからである(山崎 2016, P.194)。

フェアトレードタウン運動やポートランドの事例が示すように、持続可能な街づくりには様々な正の

効果がみられる。特に、ポートランドの事例は、持続可能性の追求が経済成長の犠牲の上に成り立つのではなく、経済成長を促進させる可能性があることを示している。千代田区(2020、P.141)では、神保町の街づくりについて「熟成された界隈の文化にひかれた多くの人が創造的活動を広げるまち」を掲げており、持続可能性という新たなテーマが加わることで、より多くの人が神保町に関心を持ち、街の活性化につながる可能性を秘めているといえる。

第4章 持続可能なコーヒーを用いた神保町の街づくりに向けて

では、次に神保町で持続可能なコーヒーを用いた街づくりを進める具体的な取り組みについて考えてみたい。特にここでは島田ゼミの学生を主体として現在の新型コロナの現状の中で実施できたことについて述べたい。

今年、本来は「神保町の喫茶店・カフェと一緒に持続可能なコーヒーイベントの開催」、「地域のイベント(古本まつり、御茶ノ水 JAZZ 祭等)との連携した企画の実施」、「神保町周辺の企業、学校内での持続可能なコーヒーの提供の促進」などの取り組みを通じ、「持続可能なコーヒーの街、神保町」という新たなイメージを発信し、街の活性化につなげていくことを計画していた。同時に、これらの活動を通じて、持続可能性というテーマに新たに関心を持つ層を増やし、他分野においても、持続可能性にかかる取り組みを行うことを推奨し、将来的には「持続可能な街、神保町」というメッセージの発信につなげられるとよいのではないかと考えていた。例えば、書店が販売するエコバックをオーガニックやフェアトレードコットンに切り替える、飲食店で使用する砂糖や調味料をフェアトレードに切り替えるなどを具体的には考えていた。

しかし、新型コロナによる2度にわたる緊急事態宣言で対面での授業や調査にかなりの期間制限がかかり、また、学生の校外でのフィールド調査もごく限られた期間のみ実施することができたにとどまった。

特に夏休みまではオンラインのみで、先が見えない状況であったため学生たちがオンラインで活動できることをと考え、話し合い、以下のような活動を実施してきた。なお、実際に作成してきたHPや記事については別添を参照いただきたい。

なお、今後、新型コロナ対策を十分に取りながら神保町関係者との意見交換や連携を模索していく予定である。

1. 神保町コーヒープロジェクトのHP 立ち上げ(<https://jimbocho-coffee.com>) (別添I参照) (HPの一部は明治大学予算により作成)
2. 「神保町コーヒー」のロゴの作成(本報告書の表紙にあるもの)
3. 神保町コーヒープロジェクトのツイッターおよびフェイスブックの立ち上げと運用
4. オンラインによる関係者へのインタビュー(上記HPにインタビューを記事として掲載)

5. 神保町に本社を持つ株式会社ミカフェート(Mi Cafeto)とタイアップをし、神保町発の「明治大学 SDGs コーヒー」として、明治大学オフィシャルグッズのネットストアでオンライン販売を開始。(別添2および3参照)(この項目は明治大学の予算により実施)

6. 神保町コーヒーマップの作成(別添4参照)

以上のような活動を行ってきたが、今後さらに活動を続けていき、内容を充実させていきたい

また、神保町からのコーヒー情報の発信という意味で各種メディアに取り上げていただいた。

1. グローバル化、デジタル化する世界と神保町コーヒー(明治大学広報誌「明治」Vol. 87)(別添5)
2. 島田ゼミ企画「明治大学 SDGs コーヒー」が販売開始(明治大学広報 2021年2月号)(別添6)
3. 「明治大学 SDGs コーヒー」の挑戦: 神保町の街づくりと途上国支援(国際開発ジャーナル 2021年2月号)(別添7)

第5章 まとめ

本稿では、持続可能なコーヒーを通じた神保町の街づくりについて考察した。神保町は多様性が魅力の街であり、様々な街づくりの取り組みがなされている。その中で、今回は、コーヒー、特に持続可能なコーヒーを通じた街づくりの可能性を取り上げた。その理由は、喫茶店・カフェが軒を連ねる神保町では、コーヒーは既存の地域資源として位置づけられ、街づくりに活用できる余地があるからである。また、喫茶店やカフェは、単にコーヒーを提供するだけでなく、コミュニティ形成の機会を提供することも街づくりに生かせるからである。一方、コーヒーは地球温暖化や生産者の貧困問題など地球規模の課題と密接にかかわっており、持続可能なコーヒーへの関心が高まっている。そこで環境や生産者の経済・社会的安定に配慮した、トレーサビリティのある持続可能なコーヒーを通じた神保町の街づくりについて考察した。特に、近年、持続可能性は街づくりにおいても重要なテーマであり、道義的な理由のみならず、社会・経済的にも正の効果をもたらすことが、フェアトレードタウン運動やポートランドの事例からも明らかである。そこで本稿では、既存の地域資源であるコーヒーを生かし、持続可能なコーヒーを通じた街づくりを行うことで、持続可能性という新たな付加価値を神保町の街づくりに取り入れることを検討した。

参考文献

明石祥子、2018「人つなぐフェアトレード 日本初のフェアトレードタウン熊本」渡辺龍也編『フェアトレードタウン “誰も置き去りにしない公正と共生のまちづくり”』新評論 34-73。

飯田美樹、2011、『Café から時代は創られる』いなほ書房。

磯野昌子、2018「世界とつながる平和なまちづくり 逗子のフェアトレードタウン運動」、渡辺龍也編『フェアトレードタウン “誰も置き去りにしない公正と共生のまちづくり”』新評論、144-170。

大内田鶴子、2010 「神田神保町と喫茶店一書籍・出版産業従事者と喫茶店の関係」江戸川大学編『情報と社会』20号 P.23-35。

太田幸治、2006、「ミルクホールの変容過程に関するマーケティング的一考察」、経営総合科学 (87), 1-25, 2006-09、愛知大学経営総合科学研究所。

大野敦、2019、「認知度調査から見る日本のフェアトレード運動に対する一考察」、『立命館経済学 第68巻第4号』355-375。

オルデンバーグ・レイ著(忠平美幸訳)、2013、『サードプレイスーコミュニティの核になる「とびきり居心地の良い場所」』、みすず書房。

外務省、2020、「持続可能な開発目標(SDGs)達成に向けて日本が果たす役割」。
https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/sdgs/pdf/sdgs_gaiyou_202009.pdf
(最終閲覧日:2021年3月9日)

鹿島茂、2017、『神田神保町書肆街考 世界遺産的“本の街”の誕生から現在まで』、筑摩書房。

国連環境開発会議 1992、「環境と開発に関するリオ宣言」。
https://www.env.go.jp/council/21kankyo-k/y210-02/ref_05_1.pdf
(最終閲覧日:2021年3月9日)

逗子フェアトレードタウンの会、2017、「世界とつながる街づくりフェアトレードタウン逗子 NEWS LETTER 第2号」。

https://12f94756-22f1-1450-e43e-619d621b1aa1.filesusr.com/ugd/f84199_7468c7273d7a47c99f3650463d7e7038.pdf
(最終閲覧日:2021年3月9日)

世界フェアトレード機関、2013、「フェアトレードにおける10原則」。

[https://wfto.com/sites/default/files/10%20FAIR%20TRADE%20PRINCIPLES%202013%20\(Rio%20%20EGM%202013%20approved%20modifications\)_Japanese.pdf](https://wfto.com/sites/default/files/10%20FAIR%20TRADE%20PRINCIPLES%202013%20(Rio%20%20EGM%202013%20approved%20modifications)_Japanese.pdf)
[https://wfto.com/sites/default/files/10%20FAIR%20TRADE%20PRINCIPLES%202013%20\(Rio%20%20EGM%202013%20approved%20modifications\)_Japanese.pdf](https://wfto.com/sites/default/files/10%20FAIR%20TRADE%20PRINCIPLES%202013%20(Rio%20%20EGM%202013%20approved%20modifications)_Japanese.pdf)
(最終閲覧日:2021年3月9日)

千代田学・神保町研究会、2018、『神保町古書店街関係者意向調査調査分析報告書』。

https://www.city.chiyoda.lg.jp/koho/kurashi/volunteer/documents/meiji29_1-3.pdf
(最終閲覧日:2021年3月16日)

千代田区、1989、都市計画マスタープラン。

<https://www.city.chiyoda.lg.jp/documents/4678/masterplan.pdf>
(最終閲覧日:2021年3月16日)

千代田区、2020、『千代田区都市計画マスタープラン改定素案』

<https://www.city.chiyoda.lg.jp/documents/26819/04kaiteisoan-4sho.pdf>
(最終閲覧日:2021年3月16日)

長坂寿久、2013、「コミュニティ活動としてのフェアトレード」、「開発教育」編集委員会『開発教育60号公正な地球社会のための教育』、特定非営利活動法人開発教育協会、20-28。

日本フェアトレード・フォーラム、2018a、国際フェアトレード憲章和訳版。

<http://fairtrade-forum-japan.org/wp-content/uploads/2018/10/16e3316f820ec614f453e7492ec49e94.pdf>
<http://fairtrade-forum-japan.org/wp-content/uploads/2018/10/16e3316f820ec614f453e7492ec49e94.pdf>
(最終閲覧日:2021年3月9日)

間々田孝夫、野尻洋平、寺島拓幸、2017「オレゴン州ポートランドにおける持続可能な消費文化」、『応用社会学研究 2017 No59』、立教大学社会学部研究紀要。

谷内田絢子、2015、フェアトレードタウン運動にみる「公平さ」と地域社会の関係—イギリスと日本のフェアトレード・タウン運動を事例として— 東京工業大学大学院情報理工学研究科情報環境学博士論文。

山崎満広、2016、『ポートランドー世界で一番住みたい街をつくる』、学芸出版社。

渡辺龍也編、2018、『フェアトレードタウン “誰も置き去りにしない公正と共生のまちづくり”』新評論。

Business and Sustainable Development Commission, 2017, Better Business Better World: The Report of the Business and Sustainable Development Commission.

<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/2399BetterBusinessBetterWorld.pdf>

(最終閲覧日:2021年3月9日)

Giovannucci Daniel, 2001. Sustainable Coffee Survey of the North American Specialty Coffee Industry, <http://www3.cec.org/islandora/en/item/1700-sustainable-coffee-survey-north-american-specialty-coffee-industry-en.pdf>

(最終閲覧日:2021年3月9日)

Killeen J. Timothy and Harper Grady. 2016. Coffee in the 21st Century Will Climate Change and Increased Demand Lead to New Deforestation?

<https://www.conservation.org/docs/default-source/publication-pdfs/ci-coffee-report.pdf>

(最終閲覧日:2021年3月9日)

Portland Business Alliance. 2020. Value of Jobs State of Economy 2020

<https://portlandalliance.com/assets/pdfs/economic-reports/2020-VOJ-State-of-Economy-WEB.pdf>

(最終閲覧日:2021年3月9日)

Skeie R Trish. 2003. "Norway and Coffee". Newsletter of the Roasters Guild The Flame keeper

https://web.archive.org/web/20031011091223/http://roastersguild.org/052003_norway.shtml

(最終閲覧日:2021年3月16日)

Sustainable Coffee Challenge and Global Coffee Platform, 'What If... All Coffee Was Sustainable'

https://www.sustaincoffee.org/assets/resources/SCC-SustainabilityFramework_Brochure_FINAL.pdf

(最終閲覧日:2021年3月9日)

Sustainable Development Solutions Network 2019, 'The 2019 US Cities Sustainable Development Report'
<https://s3.amazonaws.com/sustainabledevelopment.report/2019/2019USCitiesReport.pdf>
(最終閲覧日:2021年3月9日)

Travel Portland 2019 " Portland Region Travel Impacts 2018"
<https://www.travelportland.com/wp-content/uploads/2019/09/DeanRunyan2018-TravelPortland.pdf>
(最終閲覧日:2021年3月9日)

United Nations Conference on Sustainable Development. 1992. Agenda 21
<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf>
(最終閲覧日:2021年3月9日)

United Nations Conference on Sustainable Development. 2012. The Future We Want
<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/733FutureWeWant.pdf>
(最終閲覧日:2021年3月9日)

World Coffee Research. 2015. Annual Report 2015,
https://worldcoffeeresearch.org/media/documents/Annual_Report_2016.pdf
(最終閲覧日:2021年3月9日)

参考 URL

オーガニック認証センター、「有機（オーガニック）認証とは」、

http://organic-cert.or.jp/about_JAS.html

（最終閲覧日：2021年3月16日）

外務省、2015、「持続可能な開発」

<https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/kankyo/sogo/kaihatsu.html>

（最終閲覧日：2021年3月16日）

逗子市 2021 '福祉×フェアトレード ずしチョコの販売'

<https://www.city.zushi.kanagawa.jp/syokan/simin/kokusai/zushichoco.html>

（最終閲覧日：2021年3月16日）

スターバックス、Ethical Sourcing エシカルな調達

<https://www.starbucks.co.jp/socialimpact/glocallyresponsible/ethicalsourcing/>

（最終閲覧日：2021年3月16日）

総務省統計局、「用語の解説（従業地・通学地集計 その1）」

<https://www.stat.go.jp/data/kokusei/2005/jutsu1/yougo.html>

（最終閲覧日：2021年3月16日）

日本スペシャルティコーヒー協会 'スペシャルティコーヒーの定義'

<http://scaj.org/about/specialty-coffee>

（最終閲覧日：2021年3月16日）

日本フェアトレード・フォーラム、2018b、フェアトレードタウン基準

<https://fairtrade-forum-japan.org/fairtradetown/standard>

（最終閲覧日：2021年3月16日）

バードフレンドリーコーヒープログラム

<https://bird-friendly-coffee.jp/concept/>

（最終閲覧日：2021年3月9日）

フェアトレード・ラベル・ジャパン '国際フェアトレード基準'

https://www.fairtrade-jp.org/about_fairtrade/intl_standard.php

（最終閲覧日：2021年3月16日）

本の街神保町を元気にする会、2020 “神保町からあなたを応援しています”

<https://www.books-sanseido.co.jp/jimbocho/#Introduction>

(最終閲覧日:2021年3月16日)

Fairtrade International, “Fairtrade Minimum Price and Premium Information”

<https://www.fairtrade.net/standard/minimum-price-info>

(最終閲覧日:2020年3月16日)

Fairtrade Towns International

<http://www.fairtradetowns.org/>

(最終閲覧日:2021年3月16日)

Stumptown Coffee Roasters, Our Story

<https://www.stumptowncoffee.com/our-story#sourcing>

(最終閲覧日:2020年3月16日)