



水野 泰平

Taihei Mizuno

有限会社シサム工房
代表取締役

1969年東京生まれ。同志社大学商学部卒、立命館大学国際関係研究科修士課程修了。大学時代に南アフリカのアパルトヘイト問題と出会い衝撃を受け、途上国の人権、貧困問題に関心を持つ。エスニック雑貨店を経営する会社でバイヤーを経験した後、1999年京都の百万遍にフェアトレードショップ「シサム工房」を創業。現在、全国の小売店約350店舗への卸販売と、直営のフェアトレードショップ（京都2店舗、大阪3店舗、兵庫2店舗、東京1店舗）、オンラインストアの運営をしている。



◀京都生協とシサム工房がコラボした「エシカルトート」。オーガニックコットンとシサム工房の洋服作りで出た端切れを使用し、インドのスラムに暮らす女性が自立を目指して縫っています。

宅配ではeフレズ1月2回、3回で企画しています（一部コープのお店でも供給中）。

※シサム工房のお店では販売しておりませんのでご注意ください。

畑 忠男

Tadao Hata

京都生活協同組合理事長
1985年入協。
2015年より理事長に就任

▶京都生協では2020年10月から1年を通じてノーネクタイ勤務がOKに。時代に合わせた、働きやすさを意識した制度を取り入れています。理事長も今日はエシカルファッションのコーディネーターです



畑 今は、温暖化など地球規模でのさまざまな問題を解決していくために、世界中の人々と協力・連携することが大事だと思います。

「シサム工房」の考え方に「五方よし」がありますね。近江商人の「売り手よし」「買い手よし」「世間よし」の「三方よし」に加えて、「つくり手よし」「地球環境よし」で「五方よし」。この考えを通じて、貧困や児童労働、環境問題など、あらゆる社会問題の解決を目指しておられます。シサム工房では支援対象者が技術を身につけ、職を持つところまでサポートする「自立支援」を行っておられますが、生産者として自立するまでの様子を聞かせていただけますか。

水野 例えば、今回の「エシカルトート」を縫製した「クリエイティブ・ハンディクラフト」というNGOは、ムンバイのスラムに暮らす手に職を持たない女性たちに4~6カ月間、縫製技術を教えて、習得した人がグループに入る。グループリーダーをしている勤続13年目のシャブナムさんという女性は、18歳と17歳の息子と夫との4人家族。それまでは近所のお手伝いさんをしていたのですが、クリエイティブ・ハンディクラフトと出会い、技術を覚え、真面目に働くことで収入が得られるようになり、子どもたちを学校に行かせることができた。一番大切なのは、子どもたちに教育を与え、次の世代につなげていくことです。

畑 貧困の連鎖を断ち切る素晴らしい取り組みですね。

生産者、消費者、仲介者… それぞれの立場から考える 「みんなの幸せ」

畑 京都生協は1964年の創立以来、組合員、生産者、京都生協の3者が対等な立場で取り引きするために協力してきました。最近では、エシカル消費^{*2}やフェアトレードも「誰

かの笑顔につながるお買い物」という表現をしています。買い手だけでなく、みんなが幸せになるための架け橋である私たちの役割や、担う使命についてどのようにお考えですか。

水野 フェアトレードは購入して初めて成立します。購入しなければ次の注文にはつながらず、循環しない。サプライヤーである私たちは、買い手が欲しいと思ったものを提供できるように、さまざまな商品を揃えることが大事だと思います。

畑 京都生協はみんなの暮らしの役に立ちたい。価格を抑えた品質の良いものから、少しグレードの高いものまで、一人ひとりが選べることを大事にしている、それはいろいろな人を認める多様性でもあると考えています。

水野 私たちが商品開発で気をつけていることが2つあって、1つは「生産者を知る」こと。スラムに暮らす女性たちとつながるためには、この人たちは何ができるのか、どのような素材を手配できるか、どのような環境で物を作っているか、引き継いだ伝統があるかなどを知った上で、日本のマーケットに合った開発に転嫁させてものづくりをすることが必要です。

もう1つは、「フェアトレードに甘えない」こと。値段の高さや不具合などに対して「フェアトレードだから」という言い訳は絶対にしません。プロ意識を持って、問題はきちんと改善していく。そうでないとこの事業はできません。

畑 シサム工房のロゴに「FAIR TRADE + design」とある通り、商品や店舗にもデザイン性を感じます。ブランド価値はもちろん、人を引き付けるためにはデザインの力が大きいように感じますが、いかがでしょうか。

水野 ブランディングは2006年、京都の繁華街に店を出すにあたって考えました。創業当時からたくさんの伝えたいものをいろいろな言葉で表現してきましたが、その中で「伝える」と「伝わる」は全く別物だと感じました。伝えたいことを伝わるようにする手法がデザインです。フェアトレー

ドを同情やチャリティーではなく「付加価値」として表現し、「フェアトレード=これからのライフスタイル、カッコいい生き方」といったポジティブなイメージで打ち出していきたいと思い、それから14年経ってもいまだに試行錯誤しています。

畑 京都生協も伝えたいことはたくさんあるけれど、まだ伝わっていないことは多いです。水野さんの考え方は勉強になります。

コロナ禍で見えた新しい暮らしと 自分たちの役割

畑 コロナ禍の中で見えた新たな社会的課題に対して、水野さんはどのようにお考えですか。

水野 気づいたことが2つあります。1つは、このような危機的な状況下で一番深刻な影響を受けるのは、社会的弱者です。途上国だけでなく、日本でも同じことが言えます。もう1つは、これまでの「当たり前」が失われたことで、暮らしを見直す人たちが増えてきました。今、SDGsやサステナブル、フェアトレードなどは受け入れられやすい状態です。今こそ、生協や私たちなど、事業を通して社会をより良くしようとする人たちが行動するチャンスです。

今、インドなどではコロナ感染者が1日に数万人規模で増えています。けれども、経済活動は始まっている。これ以上仕事をしなければ餓死してしまう、どうしようもない状況の中でみんな生きているのです。私たちにできることは、商品を買って、新たな注文を増やしていくこと。緊急時にサポートできるような存在になる必要があります。日本の社会だって、この先はどうなるか分かりません。それでも、一人ひとりが今できることをやっていくことが必要なのだろうと思います。

畑 コロナ禍が多くの人にとって、改めて日常のさまざまなことの意味を考えるきっかけになったのではと思います。

京都生協は「2030年のありたい姿」を策定し、「京都生協は新たな希望をつくる」というビジョンを掲げました。普段の暮らしを応援することを通じて希望ある世の中をつくりたい、これまでつくってきた食品の安全・安心を中心とした社会のスタンダードをさらに、安心して暮らせる地球環境という大きな貢献へと進化させたいと思っています。最後に、水野さんが今後の京都生協に期待されることがあれば、お聞かせ願えますか。

水野 消費者運動から生まれた生協だからこそ、SDGs、エシカル、フェアトレードが注目される時代の中で、ぜひリーダーになっていただきたいです。商品の背景にある生産地の課題を伝えることで、買い手に意識してもらえる機会を増やしたい。例えば、児童労働の写真を同じ年齢の子どもを持つ親が見たら、現地のことが想像できると思うのです。フェアトレード認証マークがついていなくても、きちんと仕組みのあるフェアトレードはいっぱいあります。生産者や産地など商品の背景まで知って「これは大丈夫だ」と生協が判断したフェアトレード、エシカルなものを、生協の力で伝えていただければうれしいです。

畑 生産者の暮らしや思いを伝えていけば、その意味が分かってくるということですね。今後も頑張りますので、よろしくお願いたします。

※1 フェアトレード
開発途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に購入することにより、立場の弱い開発途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指す「貿易の仕組み」。

※2 エシカル
英語で「倫理的」という意味。エシカル消費は「人や地球環境、社会、地域に配慮した消費行動」のことを指します。



◀エシカルメンズコレクション。2021年秋から本格デビュー予定

▶対談中はマスクを着用