

공정무역 (Fair Trade) 운동과 국제개발협력

김 현 승 안 나 ¹⁾ / 전 옥스팜 인터내셔널 마케팅팀

I. 서론

유럽과 북아메리카 지역에서 60여년 전에 시작된 공정무역 운동(Fair Trade movement)의 규모와 영향력은 최근 10여년간에 걸쳐 급격한 성장세를 보이고 있다. 2007년 페어트레이드(Fairtrade)²⁾의 무역 규모는 전세계적으로 23억 유로(한화 약 4조 3천억원)³⁾에 달하였다. 이는 전년대비 47%, 10년 전과 비교하면 약 70배의 성장을 의미하는 것으로, 페어트레이드의 혜택은 전세계 약 750만 명의 농민과 노동자, 그 가족들에게 미치고 있는 것으로 추산된다 (FLO 2008).

공정무역의 성장과 함께 공정무역운동에 대한 학계, 기업, 언론 및 일반 대중의 관심도 뜨거워지고 있다.

특히, 유럽과 북아메리카를 시장으로 아시아, 아프리카 및 남아메리카를 생산지로 보던 전통적인 이분법에서 벗어나, 공정무역의 개념 및 그 시장이 전 세계적으로 확장되고 있는 점은 주목할 만하다. 공정무역 운동은 원조와 차관제공 위주였던 국제개발협력(international development cooperation) 논의에서도 공정한 무역의 중요성을 일깨우는 의미있는 계기로 자리 매김하고 있다.

그러나 한국을 비롯하여 상대적으로 짧은 공정무역운동의 역사를 가진 나라들의 경우, 최근의 관심과 여러 시민단체들의 노력에도 불구하고 공정무역에 대한 깊이 있는 이해와 논의는 아직 걸음마 단계에 있다고 하겠다. 부분적으로 '공정무역 (Fair Trade)' 과 '페어트

1) MPhil, University of Cambridge, 서울대학교 경영학과 및 영국캠브리지대학교 MBA 졸업. 전 (前) 옥스팜 인터내셔널(Oxfam International) 사무국 마케팅팀 (Marketing and Fundraising Office). 대표논문으로는 참고문헌에 명시된 David and Kim (2009). 이 글은 개인적인 견해에 기반하여 쓰여졌으며 옥스팜 인터내셔널의 공식적인 입장과 일치하지 않을 수 있습니다.

2) 공정무역 (Fair Trade)의 페어트레이드 (Fairtrade)의 차이점은 "II. 1. 용어정리"에서 보다 자세히 설명된다.

3) 이 글에서 사용된 환율은 다음과 같다. 한화 1원 = 1,474.00 미국달러; 한화 1원 = 1,869.47 유로; 한화 1원 = 2,107.08 영국파운드. 자료: 2009년 2월 20일 자 한국은행 경제통계시스템 <주요국 통화의 대원화 환율> 특별한 언급이 없는 한 이 글에서 통화를 이르는 '달러'는 미국달러를, '파운드'는 영국파운드를 의미한다.

레이드(Fairtrade)’를 비롯한 각종 용어들은 공정무역 운동을 이해하는데 혼란을 가중시키며, ‘원조가 아닌 무역(Trade Not Aid)’이라는 공정무역의 구호는 공정 무역운동을 전통적인 의미에서의 국제개발협력과 분리된 흐름처럼 느껴지게 한다. 무엇보다도, 60여 년간 전세계 곳곳에서 자생적으로 자라나 조금씩 다른 여러 가지 모습으로 발전해온 공정무역운동을 체계적으로 이해한다는 것은 쉽지 않은 과제임이 분명하다.

이 글의 목표는 첫째, 세계의 공정무역운동에 대한 보다 체계적인 이해를 돕고, 둘째, 2000년대 이후 아시아와 한국에서의 공정무역운동을 이해하는 바탕을 마련하며, 셋째, 공정무역운동을 국제개발협력의 맥락 속에서 바라보는 시각을 제공하는 데 있다. 각각의 목표는 본문의 세 단원을 통해 구체화되며, 마지막 결론 단원은 글을 요약하고 공정무역운동과 국제개발협력에 대한 간략한 제언을 담는다.

II. 공정무역운동의 개요

1. 용어정리

공정무역운동에 대한 오해와 혼란은 상당 부분 공정무역운동과 관련된 용어들에 대한 오해와 혼란에서 비롯된다. 이 글에서는 일반적인 의미에서의 공정한 무역

또는 공정한 거래(fair trade), 역사적으로 공정무역운동에 의해 정립되어 온 공정무역(Fair Trade) 그리고 공정무역의 한 가지 형태로 볼 수 있는 페어트레이드(Fairtrade)를 구분하여 사용함으로써 최대한 용어에 대한 혼란을 줄이고자 노력하였다⁴⁾. 공정한 무역, 또는 공정한 거래(fair trade)라는 표현은 공정무역운동(Fair Trade movement)의 범위를 넘어 다양한 맥락에서 다양한 의미로 사용될 수 있고 실제로 사용되어 온 표현이다. 예를 들어 한국공정거래위원회(Korea Fair Trade Commission)는 경쟁정책과 소비자정책을 담당하는 기관으로, 공정무역운동과는 물론 직접적인 관련이 없다. 오바마의 선거정책이었던 ‘공정한 무역을 위한 싸움(Fight for Fair Trade)’은 노동 및 환경기준을 강조한다는 점에서 공정무역운동의 지향점과 유사성을 공유하기도 하지만, 미국 기업과 노동자들의 이익을 우선시한다는 점에서 제3세계 농민과 노동자들의 이익을 우선적으로 대변해온 공정무역운동의 역사와는 거리가 있다⁵⁾. 다시 말해 ‘누구에게, 어떤 의미에서 공정한 무역 및 거래를 뜻하는지에 따라 공정한 무역 또는 공정한 거래(fair trade)는 수많은 의미로 사용될 수 있는 셈이다.

그렇다면 공정무역운동은 ‘누구에게, 어떤 의미에서 공정한’ 무역을 추구하는가? 2001년 세계 공정무역운동의 주요 단체들이 합의한 공정무역(Fair Trade)의 정의에 의하면, 공정무역은 소외된 생산자들과 노동자

4) 물론 Fair Trade를 공정무역으로 번역하지 않고 그 발음을 한글로 표기하면 ‘페어 트레이드’가 되어, 여전히 혼란의 여지가 남는다. 많은 경우 공정무역(Fair Trade)과 페어트레이드(Fairtrade)가 엄격한 구분 없이 함께 사용되고 있는 것도 사실이다. 그러나 Redfern and Sneaker (2002)를 비롯한 많은 연구자들이 Fair Trade와 Fairtrade를 구별하여 사용하고 있으며, 필자는 이러한 구분이 보다 폭넓게 공정무역운동을 이해하는 데 도움을 준다는 입장을 가지고 있다.

5) 오바마의 공정한 무역(fair trade)에 대한 입장은 선거정책 홍보문서인 ‘Fighting for fair trade and good jobs for American workers’를 참고하였다. (http://obama3.cdn.net/0a855c4ab1a260b2d_15y3mva2.pdf 검색일: 2009년 2월 21일).

들의 권리를 보호하고 특히, 저개발국가의 농민과 노동자들에게 더 나은 무역조건을 보장함으로써 지속가능한 개발(sustainable development)에 기여하고자 한다(FINE 2001). 다시 말해 기존의 무역체계에서 소외되거나 불리한 위치에 놓여있던 생산자들에게 지속가능하고 공평한 기회를 보장하고자 하는 무역을 공정무역이라 부를 수 있다(Redfern and Snedker 2002). 이러한 무역 혹은 그 운동을 지칭하는데 1980년대 중반까지는 대안무역(Alternative Trade)이라는 용어가 널리 사용되었으나, 오늘날에는 기존 무역의 불공정성(unfairness)과 대비되는 대안적 무역의 공정성(fairness)을 강조하는 공정무역(Fair Trade)이라는 용어가 폭넓게 쓰이고 있다(Wills 2006).

1990년대 초까지만 하더라도 공정무역 상품의 주류는 수공업품이었고, 식품이나 농산물의 비중은 상대적으로 낮았다(Nicholls and Opal 2005). 아시아, 아프리카 및 남아메리카에서 소규모로 생산된 수공업품을 유럽이나 북아메리카로 들여와 NGO 또는 공정무역단체들이 운영하는 가게들을 통해 판매하는 것이 가장 흔한 공정무역의 형태였다. 그러나 1990년대 이후로 커피, 바나나, 초콜릿 등 식품류의 비중이 급격히 증가하였는데, 이는 상당 부분 1988년 네덜란드의 '막스 하벨라르(Max Havelaar)'를 시작으로 유럽과 북아메리카 각국에서 등장한 공정무역 상표(label)들에 힘입은 바 크다. 이는 1997년 FLO(Fairtrade Labelling Organizations International)⁶⁾의 설립으로 이어져, 식품류 및 농산물을 중심으로 일부 공정무역 상품들에

한해 국제적인 공정무역 표준 도입과 상표 부착이 가능하게 되었다.

이와 같이 FLO의 국제적인 공정무역 기준에 의해 공정무역 인증을 받은 상품들, 혹은 그러한 공정무역 시스템을 '페어트레이드(Fairtrade)⁷⁾'라 부른다. 지난 10여년간 페어트레이드가 급격히 성장하면서 공정무역 확대의 견인차 역할을 해 오고 있는 것은 분명한 사실이나, 페어트레이드는 공정무역의 다른 이름이 아니라 공정무역의 부분집합이라는 점에 주의할 필요가 있다. 공정무역 기준의 표준화가 어려운 수공업품을 비롯하여, 페어트레이드에 속하지 않으나 뚜렷한 공정무역의 원칙 아래 생산되고 판매되는 다양한 상품들이 존재한다. FLO의 인증을 받은 페어트레이드(Fairtrade)와 공정무역(Fair Trade) 전체를 동일시하거나, 페어트레이드 마크(Fairtrade Mark)가 부착된 공정무역 상품이 그렇지 않은 공정무역 상품보다 우월하다고 보는 것은 공정무역운동에 대한 커다란 오해라고 할 수 있다.

〈그림 1〉 페어트레이드마크(Fairtrade Mark)가 부착된 공정무역 바나나



※ 출처: FLO 2008

6) FLO를 간혹 세계공정무역인증기구 혹은 국제공정무역상표기구 등으로 번역하기도 하나, 이 글에서는 단체명을 고유명사로 간주하여 FLO라는 이름을 사용하였다. 이는 공정무역(Fair Trade)과 페어트레이드(Fairtrade)를 구별하여 사용하고자 하는 글의 취지에도 부합한다.

7) 이 글에서 고유명사인 'Fairtrade'의 뜻을 풀지 않고 한글로 '페어트레이드'라 표기하는 것은 'Oracle'이나 'Apple'과 같은 회사명 또는 브랜드를 '신탁'이나 '사과'라 번역하기보다는 '오라클', '애플'이라 부르는 것에 비유할 수 있다.

2. 유럽과 북아메리카에서 공정무역의 발전

공정무역 시장의 변화에 초점을 놓고 볼 때, 유럽과 북아메리카에서의 공정무역 발전사는 크게 4단계로 나누어 볼 수 있다 (Nicholls and Opal 2005). 첫 번째 단계는 2차 세계대전 이후 유럽의 옥스팜(Oxfam)이나 미국의 텐 사우전드 빌리지(Ten Thousands Villages) 등이 처음으로 수공업품 등을 소규모로 판매하기 시작했던 시기이다. 두 번째는 영국의 트레이드크라프트(Traidcraft)나 독일의 게파(Gepa)와 같은 전문적인 내안무역 단체(Alternative Trading Organisations: ATOs)들이 사회적 기업(social enterprises)의 형태로 출현하기 시작했던 시기로, 이 단계에서 상품판매는 주로 카탈로그나 월드샵(world shops)을 통해 이루어졌다. 세 번째 단계는 일부 소매기업들이 공정무역의 판매를 시작한 시기로, 영국의 코옵(Co-operative Group)과 미국의 와일드 오츠(Wild Oats Markets)가 대표적인 사례이다. 이 시기는 카페다이렉트(Cafédirect)나 디바인 초콜렛(Divine Chocolate)과 같은 성공적인 공정무역 브랜드들이 등장한 때이기도 하다. 마지막으로 네 번째 단계 즉 현재는 공정무역의 주류시장 진입이라는 말로 요약될 수 있다. 공정무역이 전차 소비자들로부터 호응을 얻어감에 따라, 테스코(Tesco)나 세인즈버리(Sainsbury's)와 같은 대형 슈퍼마켓을 비롯하여 스타벅스(Starbucks)와 네슬레(Nestlé) 등의 대기업들이 앞다투어 공정무역, 특히 패어트레이드 상품 판매에 나서고 있다.

이러한 대기업들의 공정무역 시장 진입에 대해서는 여러 가지 논란이 존재한다. 공정무역이 본래의 의미를 잃고 대기업의 마케팅 수단으로 전락할 위험에 대한 우려의 목소리도 높다. 그러나 한편에서는 공정무역의 기준이 지켜지는 한, 주류 기업들의 참여는 공정무역의 시장규모를 확대함으로써 저개발 국가의 농민과 노동자들에게 보다 많은 기회를 제공한다는 점에서 긍정적으로 해석하기도 한다. NGO와 사회적 기업이 중심이던 공정무역 시장에 대형 슈퍼마켓과 대기업들의 진입이 활발해지면서, 엄격한 공정무역 기준의 적용과 실행은 더욱 중요한 과제로 대두할 것으로 보인다.

3. 공정무역운동의 효과와 영향

공정무역이 목표한 바와 같이 기존의 무역체제에서 소외되었던 농민과 노동자들에게 긍정적인 효과를 가져오고 있는가에 대해서는 다양한 사례연구가 진행되어 왔다⁸⁾. 공정무역이 경제, 사회 및 환경에 미치는 여러 가지 효과를 계량화한다는 것은 대체로 쉽지 않으나, 계량적 방법론과 질적연구를 결합한 기존의 연구들은 공정무역이 저개발국의 생산자들에게 미치는 효과들을 풍부한 사례를 통해 보여주고 있다. 또한 시장경제와 자유무역질서에 대한 근본적인 성찰을 제기한다는 점에서, 공정무역운동의 영향은 생산자들에게 미치는 직접적 효과 이상이라고 볼 수도 있다. 다음은 몇 가지로 공정무역운동의 주된 효과 및 영향을 정리한 것이다.

8) 예를 들어, 루벤 (Ruud Ruben)의 편저로 2008년 네덜란드에서 출판된 "The Impact of Fair Trade"는 공정무역의 효과에 대한 다양하고 폭넓은 사례연구 집이다. Nicholls and Opal (2005)의 9장 "Measuring the impact" 역시 다양한 사례연구의 결과들을 잘 요약해 준다.

가. 공정가격과 경제적 효과

공정무역의 가장 중요한 요소 중 하나는 무엇보다도 공정가격(fair price)을 지불한다는 점이다. 예를 들어 페어트레이드 커피의 경우, 품종과 유기농 재배 여부, 세척 여부 등에 따라 1파운드당 1.01달러에서 1.45달러(1kg 당 2.23달러에서 3.20달러)⁹⁾의 최소가격을 보장한다. 이러한 하한매입가격은 페어트레이드 바나나, 코코아, 차(tea), 면화(cotton), 과일, 쌀, 향신료 등에 세분화되어 적용된다. FLO 인증을 받지 않은 공정무역 제품들에도 조금씩 그 기준은 다르지만 공정가격 지불 원칙이 적용되는데, 예를 들어 한국의 아름다운 가게에서 판매하는 아름다운커피의 경우 페어트레이드 커피의 기준보다도 높은 1kg당 4.51 달러의 하한매입가격을 보장한다(아름다운가게 2008).

농산물시장의 급격한 가격변동에 무방비 상태로 노출되어 있는 농민들에게 최소가격 보장은 단지 '높은 가격' 이상의 의미를 지닌다. 커피가격 등락에 관계없이 최소가격을 보장받음에 따라, 농민들은 보다 안정적으로 미래를 계획할 수 있게 된다. 물론 공정무역의 최소가격은 문자 그대로 하한선일 뿐이며, 실제 지불되는 공정가격은 이보다 높을 때가 많다. 특히 시장가격이 오를 때는 공정무역의 가격도 함께 오르지만, 시장가격이 내려갈 때 공정무역 가격은 기준선 이하로 내려가지 않는다.

공정무역에 대한 실증적 사례 연구 역시 가계수입 증가를 비롯하여 경제적인 면에서 공정무역이 생산자들에게 미치는 긍정적인 효과들을 보여준다. 주목할 만한 점으로 상당수의 농민들이 공정무역에 참여하면서 재배방식을 유기농으로 바꾸었는데, 이는 더 나은 가격을 보장해줄 뿐 아니라 생산량과 효율성의 증가로 이어져 더 큰 경제적 효익을 가져오는 경우가 많다(Ruben 2008).

나. 사회적 효과

공정무역의 효과는 개별 생산자들과 그 가족에게 돌아가는 직접적인 경제적 효과에서 끝나지 않는다. 공정무역의 사회적 효과는 종종 공정무역에 직접적으로 참여하지 않는 주민들을 포함한 지역공동체 전체에 파급되는데, 대표적인 사례가 사회적 프리미엄(social premium) 지급을 통한 개발사업에 대한 투자이다. 공정가격에 덧붙여 지급되는 사회적 프리미엄은 협동조합 내에서의 민주적 논의과정을 거쳐 다양한 사업에 쓰여지는데, 마을에 학교를 짓거나 공동우물을 마련하는 등 그 혜택이 공정무역 참여 여부에 관계없이 공동체 전체에 돌아가는 경우가 많다는 점에서 그 의의가 크다(Nicholls and Opal 2005).

페어트레이드 커피의 경우, 앞서 설명한 공정가격에 덧붙여 커피콩 1파운드당 0.1달러(1kg 당 0.22달러)의 페어트레이드 프리미엄을 지급하며, FLO는 커피 외에도 대다수 페어트레이드 품목들에 대

9) 예를 들어 로부스타 종의 일반커피로 세척 과정을 거치지 않은 경우 1파운드당 1.01달러, 아라비카 종의 유기농커피로 세척 과정을 거친 경우 1파운드당 1.45달러가 페어트레이드 하한매입가격으로 보장된다. Kg당 가격은 1kg = 2,046 파운드로 계산하였다. (자료: FLO 2009)

해 프리미엄 기준을 마련하여 인증의 중요 척도 중 하나로 활용하고 있다 (FLO 2009). 사회적 프리미엄의 개념 역시 FLO 인증 여부와 무관하게 공정무역 전반에 걸쳐 폭넓게 존재하는데, 앞서 언급한 아름다운 커피의 경우 매출액의 10%를 지원기금으로 적립하여 공동체 개발사업에 지원하고 있다 (아름다운가게 2008).

식품 및 농산물과 더불어 공정무역의 또다른 축을 이루는 수공업품의 경우, 전통문화의 보존과 여성의 권리 신장이라는 측면에서 사회적 효익이 더욱 부각된다. 방글라데시를 비롯한 여러 나라에서 공정무역 수공업품 생산은 전통적인 문화와 기술을 보존하는 노력으로 여겨지고 있으며, 이는 종종 가내수공업 형태로 이루어져 가사와 육아의 부담으로 다른 경제활동 참여가 어려운 빈곤층 여성들에게 중요한 수입원으로 기능하고 있다 (David and Kim 2009). 이는 가정 내에서 혹은 지역공동체에서 여성의 사회적, 정치적 권리 신장으로 이어지기도 한다. 한국의 ‘페어트레이드 코리아’는 네팔, 인도, 라오스 등 아시아 여성 생산자들과의 연대를 통해 공정무역을 통한 여성의 개발 및 권리 신장을 적극적으로 모색하고 있는 사례이다 (이미영 2008).

공정무역운동이 전세계에 다양한 모습으로 존재하고 있는 만큼 여러 가지 직·간접적 사회적 효과들을 전체 공정무역에 일반화하기는 어렵다. 그럼에도 불구하고 공정가격을 비롯하여 사회적 프리미엄, 공동체 개발사업 지원, 민주적 협동조합 건설, 여성의 권리 신장, 친환경적 기준 도입, ILO 노동기준 준수 등은 공정

무역운동의 기본 원칙으로 자리매김하여 많은 공정무역 사례들에서 긍정적인 사회적 효과들로 드러나고 있다 (Nicholls and Opal 2005; Wills 2006).

다. 시장경제에 대한 성찰과 무역정의 (Trade Justice) 운동

공정무역운동의 또 한 가지 중요한 측면은 시장경제와 자유무역질서에 대한 근본적인 문제제기와 성찰의 기회를 제공한다는 점이다. 경제학 교과서의 수요와 공급곡선 그래프에 따르면 모든 경제주체는 합리적 판단에 따라 각자의 효용을 극대화할 수 있을 것처럼 보이지만, 페루의 한 마을에서 수십년간 커피 농사를 지어온 커피 농부가 과연 제한된 정보와 지식, 경험의 범위 안에서 시장가격의 등락에 따라 생산량을 조절하고 사업을 다각화하여 위험을 분산할 수 있을까? 시장경제의 보이지 않는 손은 스타벅스와 에티오피아의 커피 플랜테이션에서 일하는 농업노동자, 유니레버와 인도의 차 농장(tea plantation)에서 일하는 농업노동자들에게 모두 ‘공정하게’ 작용하고 있을까?

시장경제와 자유무역질서가 특정 경제주체들에게 불공정(unfair)하게 작용할 수 있으며, 이를 개선하기 위한 노력이 필요하다는 문제제기는 공정무역운동의 의의가 직접적인 공정무역 생산자들에게 미치는 효과를 넘어선다는 것을 보여준다. 옥스팜 인터내셔널(Oxfam International)의 ‘무역을 공정하게!(Make Trade Fair)’ 캠페인은 공정무역운동이 어떻게 무역정의운동(Trade Justice movement) 속에 위치할 수 있는가를 보여주는 좋은 사례이다.

이 캠페인에서 옥스팜 인터내셔널은 넓은 의미의 무역정의(Trade Justice)를 요구하며 WTO(World Trade Organization: 세계무역기구) 체제하의 국제무역질서가 저개발국가의 발전에 어떤 영향을 미치고 있는지 문제를 제기하면서, 개개인이 일상 속에서 실천할 수 있는 구체적이고 적극적인 실행으로 공정무역운동을 제시하여 세계 여러 나라에서 큰 호응을 이끌어냈다.

III. 아시아와 한국의 공정무역운동

1. 아시아의 공정무역운동

아시아를 공정무역상품 생산지로 바라본다면 아시아에서 공정무역운동의 역사는 세계 공정무역운동의 역사와 그 궤를 같이한다. 아시아 여러 나라의 생산자 단체들은 오랫동안 유럽 및 북아메리카의 공정무역 단체들과 관계 맺고 상품을 수출해 왔다. 상대적으로 아시아에서 공정무역 시장 개척의 역사는 훨씬 짧으나, 2000년대 이후로 여러 나라에서 활발한 움직임이 일어나고 있다.

아시아의 공정무역 시장은 편의상 크게 3가지 형태로 나누어 볼 수 있다. 첫째, 아시아에서 새롭게 등장하고 있는 공정무역의 소비국가들에 존재하는 시장으로, 90년대 초반부터 공정무역운동이 본격화된 일본의 사례와 2000년대에 들어 활발한 움직임을 보이고 있는

홍콩, 싱가포르, 한국 등의 경우이다. 둘째, 방글라데시, 인도, 필리핀, 베트남 등에서 생산된 공정무역 상품을 자국 내 소비자들에게 판매하는 국내공정무역(domestic fair trade)¹⁰⁾의 사례이다 (David and Kim 2009; FLO 2008). 마지막으로 아직까지 소규모이기는 하지만 공정무역 생산국들 사이에 상품을 수출입하는 경우가 있는데, 예를 들면 인도와 스리랑카, 또는 방글라데시와 네팔 단체들 사이의 공정무역이 이러한 경우에 속한다. 두번째와 세번째 형태, 특히 세번째 형태의 경우 전통적으로 지정학적 남반구 국가로 분류되는 나라들 사이 혹은 그러한 나라들 안에서의 공정무역이라는 점에서 '남남 공정무역(South South Fair Trade)'이라 불리우기도 한다.

수공예품을 중심으로 한 아시아 여러 나라들에서 국내 공정무역 시장의 성장, 특히 방글라데시의 사례는 눈여겨 볼 만하다. 방글라데시의 NGO인 브락(BRAC: Bangladesh Rural Advancement Committee)에서 운영하는 공정무역기업인 아롱(Aarong)은 연간매출액이 2006년 2,470만 달러(한화 약 364억원), 2007년 2,870만 달러(한화 약 423억원)에 이르는데 그 중 90% 이상이 국내시장 매출로부터 나온다 (BRAC 2006; BRAC 2007; ECOTA 2006). 아시아 신흥경제국들의 성장, 여러 나라에서 중산층의 성장 그리고 소비자-생산자 간 직거래를 통해 소비자에게는 양질의 상품을 저렴하게 공급하고 생산자에게는 공정가격을 보장하고자 하는 이 지역 공정무역 단체들의 노력이 공정무역 시장으로서 아시아의 잠재력을 현실화할 수

10) 영어의 'trade'와 달리 우리말의 '무역'은 일차적으로 국제무역을 연상시키기 때문에 domestic fair trade를 '국내공정무역'으로 번역하는 것이 어색하게 느껴질 수 있다. 그러나 우리말의 '무역'도 경우에 따라 같은 나라 내에서의 교역을 이르는 데 쓰일 수 있다는 점과, 이 글을 비롯하여 Far Trade의 번역으로 널리 쓰이는 용어 '공정무역'과의 일관성을 감안하여 '국내공정무역'이라는 표현을 사용하였다.

있을지 주목되고 있다.

2. 한국의 공정무역운동

우리 나라에서 도시-농촌간 농산물 직거래를 통해 농민에게 보다 나은 가격을, 소비자에게는 양질의 상품을 합리적인 가격에 보장하고자 하는 운동은 오랫동안 존재해 왔다. 어떻게 보면 공정무역운동의 가장 기본적인 개념은 우리에게 그리 낯선 것이 아닌 셈이다. 그러나 국경을 넘어 저개발국가 빈곤층과의 연대를 도모하고, 세계 공정무역운동의 흐름에서 영향을 받은 한국의 공정무역운동은 2000년대 초반부터 여러 단체들에 의해 모색되기 시작되었다.

앞서 이 글에 언급된 아름다운 가게와 페어트레이드코리아를 비롯하여, 두레생협, 한국 YMCA, 예코생협, 아이쿱(iCOOP)생협연합회 등에서 공정무역 제품을 판매하고 있다(김현지 2008). 공정무역, 대인무역, 희망무역, 페어트레이드, 민중교역 등 다양한 용어가 사용되고 있지만, 용어와 활동형태의 다양성에도 불구하고 공정무역의 가치와 원칙, 한국에서 공정무역을 활성화하고자 하는 목표를 공유하는 여러 단체들이 존재한다는 사실이 보다 중요하다고 하겠다.

다른 여러 나라에서도 비슷한 사례들이 존재하지만, 특히 한국의 공정무역운동 과정에서 자주 언급되는 점은 저개발국가의 생산자들과 더불어 우리 나라의 소외된 농민과 노동자들에게도 관심을 기울여야 한다는 문

제의식이다¹¹⁾. 이러한 관점에서 우리농산물과 더불어, 우리나라의 기후에서 재배할 수 없는 농산물의 경우 공정무역 농산물을 함께 홍보하고 판매하는 생협단체들의 존재는 고무적이라고 하겠다. 100% 우리밀과 네판의 공정무역커피로 만들어진 아름다운 가게의 커피쿠키는 또다른 긍정적인 사례로, 이 쿠키는 지적장애인 직업재활시설인 사회복지법인 위캔센터에서 생산되어 더욱 그 의미를 더한다.

국제개발협력 및 구호단체이자 공정무역의 역사에서 중요한 역할을 담당하였던 영국의 NGO 옥스팜(Oxfam GB)의 경우, 전세계 70여개국에서 개발 및 긴급구호사업을 진행함과 동시에 영국 내에서 꾸준히 국내빈곤프로그램(domestic poverty programme)을 운영하고 있다. 이는 빈곤과 불평등의 문제는 선진국을 포함하여 전세계 어디에나 존재하며, 국제개발을 위한 노력은 국내의 모순에 대한 문제제기 및 행동과 병행될 때 보다 의미있다는 생각에 바탕을 둔 것으로, 한국에서 공정무역 및 국제개발협력을 고민하는 여러 단체들에게도 시사점을 준다.

IV. 공정무역운동과 국제개발협력

공정무역운동의 목표인 지속가능한 개발(sustainable development), 그리고 그 경제적·사회적 효과와 영향을 생각해 볼 때 공정무역운동과 국제개발협력(international development cooperation)의 관련성은

11) 일례로 2007년 4월 4일자 『한겨레』, 시설인 '대인무역 확산에 거는 기대'는 공정무역이 "... 똑같은 가치를 추구하는 국내 친환경 농산물 직거래 운동 등에도 함께 힘을 모아야 할" 필요가 있다고 강조한다. (<http://www.han.co.kr/arti/opinion/editorial/200611.htm>, 검색일: 2009년 2월 22일)

한편 명백해 보인다. 그러나 '원조가 아닌 무역(Trade Not Aid)'이라는 공정무역의 구호, 사회적 기업의 출현에 이은 대기업들의 공정무역 참여 등을 보면 공정무역운동이 전통적인 의미에서 국제개발협력, 특히 공적개발원조(ODA: Official Development Assistance) 전담기구의 역할과는 상당한 거리가 있는 것처럼 느껴지기도 한다.

흥미롭게도 공정무역운동의 실질적인 역사를 보면 여러 나라의 공적개발원조(ODA)전담기구들이 공정무역운동을 적극 지원했음을 볼 수 있다. 대표적인 사례로 영국의 DFID(Department for International Development)는 1999년부터 2007년까지 190만 파운드(한화 약 40억원)를 Fairtrade Foundation을 통하여 공정무역 운동에 지원하였으며, 2008년에는 120만 파운드(한화 약 25억원)의 추가 지원을 약속하였다(DFID 2008; Fairtrade Foundation 2008). DFID는 특히 영국 내에서 공정무역에 대한 인식을 높이기 위한 캠페인 활동을 적극적으로 지원하였는데, 이는 당장의 구체적인 개발사업이 아니었음에도 공정무역시장의 확대가 지속가능한 개발에 미칠 수 있는 영향과 효과를 고려하여 지원하였다는 점에서 장기적인 안목의 중요성을 보여준다.

또다른 사례로 벨기에의 개발협력기구(development cooperation agency)인 BTC(Belgian Technical Cooperation)는 '공정무역을 위한 원조(Aid for Fair Trade)'라는 가치를 내걸고 공정무역센터(Fair Trade Centre)를 설립하여 아시아, 아프리카 및 남아메리카의 생산자들과 공정무역 단체의 사업들을 직접적으로

지원하는 한편, 연간행사인 '공정무역주간(Fair Trade Week)'을 주도하는 등 벨기에 내에서의 공정무역 캠페인에 적극적으로 나서고 있다(Fair Trade Centre 2007). 이러한 개발협력기구들의 지원은 해당 국가에서 공정무역의 성장을 돕고 생산국과 소비국 모두에서 공정무역단체들의 자활력을 키우는 중요한 역할을 하였다.

최근 '무역을 위한 원조(Aid for Trade)'라는 흐름에서 볼 수 있는 바와 같이, 여러 공여국의 개발협력기구들은 국제개발협력에 있어 무역의 중요성을 인식하고 무역을 통해 지속가능한 개발의 목표들을 성취하고자 노력해 오고 있다. 개발협력기구들의 공정무역운동 지원은 이러한 문제의식의 연장선상에 있는 것으로, 무역 관련 원조 논의가 시작 단계에 있는 한국에도 많은 시사점을 준다.

덧붙여, 공정무역운동과 국제개발협력의 관련성을 인식하는 것은 공정무역운동 단체들에게도 중요한 일이다. 생산자들에게 돌아가는 경제적, 사회적 효익, 공동체 전체에 미치는 효과, 환경에 미치는 영향, 여성의 권리 신장 등 공정무역이 추구하는 다양한 목표들을 조화시킨다는 것은 그리 쉬운 과제가 아니다. 경제적, 사회적, 환경적으로 지속가능한 개발(economically, socially and environmentally sustainable development)이라는 본래의 목표를 지속적으로 환기하지 않는 한, 공정무역운동은 당장에 시장 규모를 키우려는 근시안적인 함정에 빠질 수 있는 위험을 안고 있다. 시장경제의 문제점을 시장시스템에 기초하여 개선하고자 하는 공정무역운동(Nicholls and Opal

2005)에는 항상 긴장(tension)이 존재하며, 지속가능한 개발 그리고 국제개발협력의 맥락 속에서 공정무역 운동을 위치시키려는 노력이 반드시 요구된다.

V. 결론

첫머리에 밝힌 바와 같이, 이 글은 세 가지 목표를 가지고 쓰여졌다. 첫째, 세계의 공정무역운동에 대한 체계적인 이해를 돕기 위하여 주요 용어들을 정리하고, 유럽과 북아메리카를 중심으로 한 공정무역의 발전을 간략히 서술하였으며, 공정무역의 효과와 영향에 대해 알아보았다. 특히 공정무역의 경제적, 사회적 효과와 무역정의운동과의 관련성, 그리고 지속가능한 개발에 기여하려는 공정무역운동의 목표에 초점을 맞추어 살펴보았다. 둘째, 2000년대 이후 아시아와 한국에서의 공정무역운동을 이해하는 바탕으로서 간략하게나마 아시아의 공정무역 시장 개척 움직임, 그리고 한국의 공정무역운동에 대한 내용을 담았다. 지면상 다양한 사례들을 풍부하게 소개하지는 못하였으나, 아시아에서의 공정무역을 집중적으로 다룬 필자의 다른 논저(David and Kim 2009)가 이 부분을 보완할 수 있으면 하는 바람이다. 마지막으로 공정무역운동을 국제개발협력의 맥락 속에서 바라보는 시각의 중요성을 강조하고, 관련된 외국의 사례들을 소개하였다.

공정무역운동이 세계 여러 나라에서 큰 호응을 얻을

수 있었던 중요한 이유 중 하나는 일회성 원조를 넘어, 무역을 통해 농민과 노동자들 스스로 자립하고 빈곤에서 벗어날 수 있는 방법을 제시했기 때문이다. '자조(自助) 또는 스스로 도움(self-help)', '무역이 아닌 원조(Trade Not Aid)'와 같은 구호들이 등장하게 된 것도 같은 맥락이다. 그러나 60년이 넘는 공정무역운동의 역사는 이들이 아무런 외부의 지원 없이 하루 아침에 스스로를 돕게 될 수는 없으며, 생산자 조직 및 협동조합과 공정무역 단체, 사회적 기업, NGO와 시민단체, 각국의 공적개발원조(ODA)전담기구를 비롯한 개발협력기구, 그리고 무엇보다도 소비자로서, 때로는 자원봉사자나 기부자, 캠페인 활동가로 활약해온 일반 대중의 상호 협력 속에서 공정무역이 오늘날의 모습으로 성장할 수 있었다는 것을 보여준다.

국제개발협력의 역사 속에서 한국은 수원국(recipient country)에서 공여국(donor country)으로 전환한 보기 드문 사례이다. 공여국으로서의 역사가 짧은 만큼 경험과 자원, 풍부한 논의가 부족한 것도 사실이지만, 다른 신흥국가들에게 긍정적인 사례가 될 수 있는 잠재력도 가지고 있다. 공정무역운동은 국제개발협력의 방향과 그 속에서 한국이 기여할 수 있는 길을 모색하고, 특히 지속가능한 개발을 위한 공정한 무역의 역할을 고민하는 이들에게 많은 시사점을 준다. 이 글이 국제개발협력과 공정무역운동에 관심을 가지고 있는 많은 단체와 개인들에게 논의의 단초를 제공할 수 있으면 하는 바람이다.

[참고 문헌]

1. 국내문헌

김현지, ““제3국 생산자 돕자” 이 땅에도 ‘착한 소비’ 훈풍”. 『동아일보』, 2008년 5월 7일
<http://www.donga.com/bin/output?n=200805070090> [accessed: 1 March 2009]

아름다운가게 『모두를 위한 대안무역 국제 대안무역 회의 2008 (한국어판)』. (서울: 아름다운가게, 2008.)

이미영, “한국의 희망무역운동과 아시아 여성개발.” In: 아름다운 가게 『모두를 위한 대안무역 국제 대안무역 회의 2008 (한국어판)』. (서울: 아름다운가게, 2008.)

2. 외국문헌

BRAC, 2007. BRAC Annual Report 2006. Dhaka: BRAC Public Affairs & Communications.
http://www.brac.net/downloads_files/BRAC_Annual_Report_2006.pdf [accessed: 22 January 2009].

BRAC, 2008. BRAC Annual Report 2007. Dhaka: BRAC Public Affairs & Communications.
http://www.brac.net/downloads_files/BRAC_Annual_Report_2007.pdf [accessed: 22 January 2009].

David, C. and Kim, H.S.A., 2009. Developing Markets, Building Networks Promoting Fair Trade in Asia. In: Macdonald, K and Marshall, S. (editors), Fair Trade, Corporate Accountability and Beyond: Experiments in Global Justice Governance Mechanisms. London: Ashgate (forthcoming).

DFID: Department for International Development, 2008. UK Government doubles Fairtrade funding, Press Release 26 February 2008.
<http://www.dfid.gov.uk/news/files/pressreleases/fairtrade-funding-08.asp> [accessed: 20 February 2009]

ECOTA: Effort for Craft Organizations Trading Advancement, 2006. ECOTA Members Organizations' Portfolio. Dhaka: ECOTA Fair Trade Forum.

Fair Trade Centre, 2007. Aid for Fair Trade. Brussels: Belgian Technical Cooperation.
http://www.btctb.org/doc/UPL_200705291010012105.pdf [accessed: 22 February 2009]

Fairtrade Foundation, 2008. DfID announces 1.2m for Fairtrade. Press Release 26 February 2008.

http://www.fairtrade.org.uk/press_office/press_releases_and_statements/feb_2008/dfid_announces_12_m_for_fairtrade.aspx [accessed: 20 February 2009]

FINE: FLO (Fairtrade Labelling Organizations International), IFAT (International Fair Trade Association), NEWS! (Network of European World Shops) and EFTA (European Fair Trade Association), 2001. Fair Trade Definition and Principles: as agreed by FINE in December 2001.

<http://www.fairtrade-advocacy.org/documents/>

FARTRADEDEFINITIONnewlayout2.pdf [accessed: 21 February 2009]

FLO: Fairtrade Labelling Organizations International, 2008. An Inspiration for Change: Fairtrade Labelling Organizations International Annual Report 2007. Bonn: FLO International e. V.

http://www.fairtrade.net/uploads/media/FLO_AR2008.pdf [accessed: 21 February 2009]

FLO, 2009. Fairtrade minimum price and Fairtrade premium table, 16.02.2009. Bonn: FLO International e. V.

http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/Feb09_Fairtrade_Minimum_Price_and_Premium_table_EN.pdf [accessed: 22 February 2009]

Nicholls, A. and Opal, C., 2005. Fair Trade: Market-Driven Ethical Consumption. London: SAGE Publications.

Redfern, A. and Snedker, P., 2002. Creating Market Opportunities for Small Enterprises: Experiences of the Fair Trade Movement. SEED Working Paper No. 30, Geneva: International Labour Organisation.

Ruben, R., 2008. The development impact of Fair Trade. In: Ruben, R. (editor), The Impact of Fair Trade. Wageningen: Wageningen Academic Publishers.

Wills, C., 2006. Fair Trade: what's it all about? In: Osterhaus, A. (ed.) 2006. Business Unusual: Successes and Challenges of Fair Trade. Brussels: Fair Trade Advocacy Office.