

<b>1. 案件の概要</b>	
事業名（対象国名）： 南部ラオスにおける地域モデルによる一村一品推進プロジェクト（ラオス）	
事業実施団体名： アイ・シー・ネット株式会社	分野： 商業経営
事業実施期間： 2012年4月23日～2015年12月31日	事業費総額： 52,258,929円
対象地域： ラオス南部5県：サバナケット県、サラワン県、 チャンパサック県、アタプー県、セコン県	ターゲットグループ： 手工芸品生産者および農産加工品生産者 500名程度お よび県職員など関係者 50名程度
所管国内機関：東京国際センター	カウンターパート機関： ・商工省・貿易経済研究所 (Economic Research Institute for Trade、以下 ERIT) ・各県の商工局 (Provincial Department of Industry and Commerce、以下 DIC)
<p>(1) 協力の背景と概要</p> <p>ラオス南部は近隣国経済の影響を強く受けている地域で、大量生産される加工食品や廉価な製品に押され、小規模で伝統的な手工芸品や農産加工品の多くが姿を消しつつある。このような状況の下、技術協力プロジェクト「サバナケット県及びサラワン県における一村一品プロジェクト」によりサバナケット県とサラワン県を対象に、地場産業の育成や貧しい農家等が副業とする手工芸、地場に密着した小規模な農産加工、特産物栽培などを支援する一村一品 (One District One Product, 以下 ODOP) 活動が行われてきた。</p> <p>同技術協力プロジェクトは、地方色豊かで特色のある商品を開発し市場に送り出すことで、地域住民の生計向上及び産業振興に貢献してきたが、本案件では、先行プロジェクトの2県にチャンパサック県、セコン県、アタプー県の3県を対象地域に加え、中小零細企業や少数民族を含む地域住民と協力して、核となる ODOP 活動の地域モデル確立、ODOP 活動を通じた地域住民の生計向上と、産業振興を目指すものである。</p> <p>(2) 協力内容</p> <p>ア. 上位目標</p> <p>ODOP 活動がラオス全土で認知され、全国的な活動になる</p> <p>イ. プロジェクト目標</p> <p>ODOP 活動が南部ラオス5県に拡大・浸透する</p> <p>ウ. アウトプット</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 新たな ODOP 産品が発掘、開拓される</li> <li>2) ODOP 産品の市場が拡大する</li> <li>3) ODOP 生産者の経営が改善する</li> </ol>	

4) ODOP フィールドマニュアルと ODOP 戦略ペーパーが改訂される

## エ. 活動

(ア) 新たな ODOP 産品が発掘、開拓される

- 1-1. 県別の産品インベントリー
- 1-2. 候補となる生産者とのミーティング
- 1-3. 取り上げる産品の決定
- 1-4. 試作品の作成と改良
- 1-5. 産品販売と市場からのフィードバック
- 1-6. これらを通じた商工局職員などへの OJT

(イ) ODOP 産品の市場が拡大する

- 2-1. 継続したイベントへの参加
- 2-2. 新規イベントへの参加
- 2-3. 取り扱い店舗の拡大の働き掛け
- 2-4. ODOP ウェブサイトの充実
- 2-5. これらを通じた商工局職員などへの OJT

(ウ) ODOP 生産者の経営が改善する

- 3-1. ベースライン調査
- 3-2. 卒業コンサルテーションの実施
- 3-3. これらを通じた商工局職員などへの OJT

(エ) ODOP フィールドマニュアルと ODOP 戦略ペーパーが改訂される

- 4-1. ODOP 地域モデルに関するレポート執筆
- 4-2. 全国的な場でモデルの発表と討議

## 2. 評価結果

**妥当性**：妥当性は非常に高い

先行技術協力プロジェクトの対象地域であった2県を中心に、生産品ではなく生産者の育成に視点をおいた活動を行い、南部5県に事業を拡大するというプロジェクト目標は、現地のニーズに合致していた。その理由として次の3点があげられる。

- ① ボラベン高原の多くの農民が一毛作（コーヒーあるいはキャベツ）（→主要産品の市価の上下が生計にダメージを与えるので、その回避のため農民の、産品の多様化の要望は大きい）。
- ② 2006年にサバナケットとムックダーハーン（タイ）を結ぶ友好橋が日本の円借款により建設され、東西経済回廊が完成（→ラオスだけでなく近隣諸国、日本政府からも、サバナケット中心とした南部地域での人・物の移動・交流による地域活性・経済発展への期待が大きい）。
- ③ ボラベン高原を有するチャンパサック県は、既に多数の外資企業が進出しているベトナムのダラット高原と類似の気候（→近年、第二のダラットとして内外から有望視されており、本事業によりダラットで需要の高いイチゴ・サツマイモ等を試作したところ、すぐに買い手が見つかり、追加の発注をうけるほどの需要の高さが確認できた）。

**実績とプロセス**：効率性はやや低い、プロセス・マネジメントの適切性は高い

### (1) 投入

ラオス側の人員の投入は、中央プロジェクトダイレクター1名、中央 ODOP ファシリテーター1名、県プロジェクトマネジャー5名（各県1名）、ODOP 専属担当者9名（各県2名ずつ、セコン県のみ1名）を予定していたが、実際には県による温度差が大きかった。本事業を重視し、予算を確保して積極的に取り組む県とそうでない県とがあり、また中央省庁のラオス ODOP の方向転換（政府公認 ODOP ロゴ・シール利用の厳格化。現在 DIC は主業務を ODOP 認証と捉えており、産品開発、生産者の意欲促進に注力していない）もあり、5県すべての関係者からの積極的参加は得られなかった。また意欲が低かった県の行政や住民に対する対策も十分であったとは言えない。そのため、今後の活動継続は、現地行政機関が主体性を持って続けていくことは期待できず、引き続き民間企業、NGO などの支援に頼らざるを得ないと懸念する。

また、日本側の人員投入については、プロマネの変更、度重なる現地業務調整員の変更があり、効率性が高かったとはいえない。しかしながら、そのような状況下で活動の柔軟な追加・拡大が行われたことにより、本事業では下記に述べるとおり ODOP 産品開拓、販路拡大において大きな成果を残すことができおり、プロセス・マネジメントの適切性は高かったといえる。

### (2) 進捗

#### <成果達成状況>

#### ・成果1：新たな ODOP 産品が発掘、開拓される

目標値「50産品（1県10品ずつの開拓を5県で実現させる）」に対して、5県で46産品が開発された。その中で、28産品ほどが継続的に取り組まれている。これは、他地域での一村一品と比較して決して劣らない実績である。産品の内容については、次のとおりである。

#### 【ハンディクラフト産品】

多摩美術大学との連携により、新産品開発・生産技術向上・デザイン能力開発に、特に高い成果を上げることができた。

①テキスタイル関連産品は、事業開始時は布地の生産が殆どであったが、現在では、ランチヨンマット、コースター、ポーチ、バッグ、クッションカバー等、生産される産品が多様化した。

②竹細工関連産品は、ティプカオ（蒸したもち米を入れる伝統的な容器）しか作ってこなかった生産者が、ポーチ、財布、バッグ、果物入れなどを作る技術を磨いた。産品の種類が増えるだけでなく、デザインも洗練され、さらにそれまで人工的な染色技術しかもたなかった生産者に、天然染料の技術講習が繰り返されたことにより、多彩な色の産品が作り出されるようになった。

③陶器関連産品は、寺院の守り神「ナーガ」の置物のデザインが多摩美術大学チームによって提案されると、生産者はその技術を取り入れつつも、そのまま取り入れるのではなく、ラオス人視点を取り入れた独自のデザインに進化させ、生産を始めるようになった。

生産者が売り場に立ち、実際に商品の販売状況を体感することにより、「作ったもの、できたものを売る」というそれまでの意識が「売れるものを作る」に変化した。これによりバイヤーや消費者の動向をみて、生産者が産品の品揃えの多様化に励むようになった。

## 【農業産品】

本事業で導入されたトマト・イチゴが、既に周辺地域含め定着しつつあり、さらにバイヤーからの発注増に伴い、生産量も毎年増加している。トマト栽培に併せて導入された雨除けのビニルハウスについては、他ドナーからの資金、また農民の自己資金による設置により、現在ではトンセット村のみでも80棟近く、周辺農村含めれば100棟以上が並んでいる。雨除けビニルハウス導入により、トマトのみならず生産できる商品作物が多様化し、従来はコーヒーとキャベツに依存していた農民の収入源が拡大している。

また、サバナケットで始めた農民朝市の開催が定着したことにより、農民の有機栽培への熱意が高まった。これを受け、有機栽培技術者を招聘し肥料作りのワークショップを実施した。参加農民は、その後、学んだ有機肥料を自家生産し続けており、これまで栽培が難しかったガイラン菜の栽培が始められたほか、既に栽培していた葉レタスやネギなどの品質が改善（大型化）した。

### ・成果2：ODOP産品の市場が拡大する

目標値①「タイ以外の外国でのイベントに恒常的に出品」

事業実施期間中、日本でラオスフェスティバル・グローバルフェスタ・水かけ祭りに参加している。ここでは広報・商品販売だけでなく、技術支援者や商品代行販売者が獲得されている（有機農法の専門家もイベント参加による出会いがきっかけで派遣）。「イベント定期出品」にとどまらない成果をあげているといえる。

目標値②「ODOP販売店舗が5県6か所以上、その他地域含め15か所以上」

ビエンチャンとパクセで開店したODOPショップの他、幹線道路沿い、ホテルなど全体で30店、そのうち南部5県で25店に達している。

目標値③「ネット問い合わせ3倍以上」

事業開始当初サイトへの問い合わせがなかったため“3倍”の数値がはかれない。

ただ、現状として、ODOPサイトへの問い合わせは年数件程度、ODOP商品販売サイトには年50件程度の商品発注がある。商品発注者の9割が個人、1割が店舗・団体によるもの。後者については定期的な買い取りがあり、それぞれイベントや実店舗で商品を販売している。

### ・成果3：ODOP生産者の経営が改善する

目標値「帳簿をつけていなかった生産者の半分の帳簿習慣」は未達成である。その要因は生産者の読み書き・算数の基礎能力の低さにあり、団体は限られた投入の中で優先順位を住民の「収支管理」より「生産・販売」能力の向上に主眼をおき活動に取り組んだ。

しかし、財・サービスの生産・販売だけでは、「売上増」が達成できても、その結果としての「利益増（による生計向上）」につながるとは限らない。当事業の目標に「生計向上」は設定されていないが、それなくして事業の持続性は危うい（参考情報：首都ビエンチャンにて職業訓練をとりくむ草の根技術事業では、訓練生の自立のためにと帳簿習慣に取り組み続け、「OJT店舗でその日の売上（レジに入ってきたお金の計上）、支出（レシート入手・保管）」の習慣づけにまで到達している。\*限定されたターゲット（訓練校に通う生徒）と、能力も様々な広範なターゲット（5県にまたがる農家・手工芸生産者）では、その難易度も異なるので、ODOP事業でもできたはずだとは言及はできないが参考まで）。

・成果4：ODOP フィールドマニュアルと ODOP 戦略ペーパーが改訂される

目標値「マニュアル・戦略ペーパーを改訂し、全国的な場で発表」に対し、12月に開催された終了セミナーにて ODOP 戦略への提言が発表された。本セミナーへの参加者は、5 県の DIC 局担当者、サワナ県農業研究センター所長、各産品生産者代表、JICA ラオス・東京であり、「全国的な場」とは言い難い。また、発表された提言は、ペーパーが公的に認められたフェーズ 1 とは異なった位置づけである。事業計画時は、本 ODOP 事業をラオス政策に関与させていく見通しであったが、そのために必要な ERIT/DIC 側からの協力・関与という前提条件が満たされていないため、全国的な展開が見込まれない。

**効果**：有効性・インパクト共に高い

＜農業関連＞

・トンセット村において、本事業で 6 棟設置した雨除けハウスは、他ドナーの支援・自己資金含め 78 棟にまで増え、年間通じての野菜栽培・収穫が可能となった。

・ボラベン高原において、雨季でも複数種類の作物栽培が実践されるようになったことで、業者からの直接の売買交渉・要請がもちかけられるようになった。

・サバナケットでの朝市（有機野菜販売）が、生産者主導で拡大・継続開催されるようになった。

＜ハンディクラフト関連＞

・少数民族・カトゥー族が暮らすホアイフン・タイ村では、バナナ繊維を利用した新しいテキスタイルの定着、天然染色技術の復活、巧緻なデザイン織物の習得による商品の多様化・高品質化に成功した。この取り組みに端を発し、他ドナーからも支援が入り、“織物生産の村”が“観光村”へと発展し、村全体での生計向上が実現した。

・日本の技術を一方的に押し付けるのではなく、双方で共に働きかけ合い、創り出していく技術移転の方法や、そのようにして生み出された商品が実際に売れていくことを実感することはハンディクラフト生産者である女性達にとって、自尊感情を高める成功体験の積み重ねだったといえる。活動当初は一口を開かなかったという女性達が、意見交換・発表ができるようになり、DIC 関係者・JICA 関係者などが集う当事業終了セミナーでは、自分たちの活動のプレゼンテーションや、事業に対する主張を堂々で行えるほどまでに成長していた。

**持続性**：生産者による活動継続は期待できるが、DIC による継続・普及活動は容易ではない

事業が成功している、すなわち生計向上に直結している村の生産者の事業継続意欲は高く、自己資金でのビニルハウスを設置や、朝市の開催数増加など、自主的な活動拡大につながっている。また、本事業終了による種苗供給終了をみこし、自家採取した種で苗作りを始めた農家や、近隣の別ドナー事業への種苗提供交渉を実現させている農家もあり、生産者の活動の持続は期待できる。

ただし、活動の発展については、次の 2 点で懸念が残る。①農産物生産者については細やかな手入れ（芽かき・株分けなど）や連作障害への対応についての能力、②手工芸生産者についてはトレンドの把握や旅行者の呼びこみ。これらについては、本事業に協力した各団体（多摩美術大学、GP 農法推進、コープおきなわなど）が独自の活動を続けていくことで、当面は補完される。

一方、カウンターパート機関の各県の DIC は、現在“ラオス政府の ODOP 活動”として、既存産品の認証活動に注力しており、産品の継続的な改良や新産品開発への取り組みは、ほとんど行われていない。そのため、本プロジェクトが実施した産品開発的な活動が、DIC のイニシアティブによって継続的に行われる可能性は高くはない。

### 3. 市民参加の観点からの実績

(技術協力プロジェクトに比べ) 予算が限られている中、本事業に取り組む工夫として、団体は日本で(無償で、あるいは実費のみで助力してくれる)協力者・協力団体を探し、また本事業に関心を寄せる個人・団体を積極的に巻き込み活動に取り組んだ。

その結果、事業終了後も多摩美術大学、GP 農法推進、コープおきなわが自己負担、あるいは草の根事業を通じ、ラオスでの活動に携わる計画がある。

その中でも多摩美術大学の活動は、学生が現場に行き、既存の伝統技術や素材を理解した上で新製品を開発し、生産者に提案しながら共に商品開発に取り組むというやり方で、技術向上に大きく貢献しただけでなく、学生にとっての教育効果の高いプログラムとして内外から高い評価を得ている。

また、立命館高校(京都)の生徒が修学旅行で ODOP を知り、購入した緑茶を自分たちで焙じ、焙じ茶を作り、文化祭で活動紹介・商品販売する、というような展開もみられた。

### 4. グッドプラクティス、教訓、提言等

#### 【潜在的能力が高い地域の掘り起こし

～対象地域で実施中・済の先行事業(他機関主導含む)を丁寧に評価した上での事業の取り組み～】

他機関含む先行事業の成果(特に農村地域における圃場設備、農民が過去教示されたことがある技術・知識)が何で、その中で継続されているもの、いないもの、何が不足しているか(何を補完すれば、彼らの知見は確実な形になるのか)を見極めたことで、有機農法や農作物の手入れに絞り込んで指導ができ、費用対効果の高い支援が実施できた。

(例1) ADB/IFAD 事業により住民(購入者)が無農薬・有機栽培のメリットを認識しているサバナケットでは、有機野菜を主力商品とした朝市が成功。現在では定期開催(週二回)。

(例2) ビニルハウスが既に設置されている農家に、誰による設置か、現在の関心事、問題等をヒアリングした上で活動を実施。一毛作(コーヒー)であった地域で、野菜栽培が実現。

#### 【対象者(生産者)の選択と集中

～意欲が顕在化している住民への働きかけ～】

意欲の有無を問わず、広く対象地住民に資する活動は重要であるが、ある程度意欲のある住民に絞込んだ活動も重要である。後者の場合の成功例が蓄積されていくことで、もともと意欲の低かった住民の意識変容も認められるからである。

本事業では、当初広く対象地住民全般に資する活動を、と取り組んできたが、意欲の低い住民(よって活動も滞りがち)の意欲喚起・継続をはかることより、意欲の高い住民に投入を注力することに方向を切り替えた。意欲の有無をはかるため、団体はまず住民とのファーストコンタクト時点で、住民が主語を誰として話しているかに注目した(「自分たちは何をしたいのか」なのか「このプロジェクトが私たちに何をしてくれるのか」なのか)。その後は、研修実施時の取り組み姿勢、研修後の活動状況を確認し、前向きに産品づくりに取り組み続ける生産者への活動を重視し、そうではない生産者へは活動停止した。この判断が、結果的に成功実績の確立、周辺生産者への意欲喚起による活動普及へとつながった。また技術指導・活動評価が意欲の高い生産者に注力されることにより、生産者からの自主的な改善試行が取り組まれ、プロジェクトと生産者のインタラクティブな関係が構築された。