

タイ全県に広がる分散体験型見本市アプローチ

—コミュニティ起業家振興プロジェクト JICA専門家・尾崎嘉洋—

国際協力機構（JICA）は、タイ王国内務省コミュニティ開発局（CDD）との連携により、76県での「分散体験型見本市（[D-HOPE](#)：Decentralized Hands-On Program Exhibition）」アプローチ導入を通じて、コミュニティ起業家育成を図り草の根経済の活性化に寄与すべく、[技術協力プロジェクト](#)を2017年11月より4年間実施している。本アプローチは2年次よりCDD政策として導入され、3年次より首都を除く全県での実施を実現している。本稿ではこれらの取り組みや現場の声を紹介する。



尾崎 嘉洋（おざき よしひろ）

2000年国学院大学経済学部卒。国内外で地域資源を活用した農山漁村体験コンテンツ作成、農村起業家育成、都市農村交流、職業的自立支援、震災復興、多文化共生推進等に携わり、17年11月より本プロジェクト長期専門家（コミュニティ起業家育成/業務調整）。

◇D-HOPEアプローチの全国展開

D-HOPEアプローチは、日本の地域振興事例（別府温泉博覧会、総社みちくさ小道など）を基に、本プロジェクトの短期専門家である立命館アジア太平洋大学の三好皓一名誉教授（チーフアドバイザー）、岡部有美子氏らを中心に、世界の地域コミュニティ開発に適用可能な手法として構築されてきた。

本アプローチは、戦略的ワークショップでの少人数によるグループ討議を通じて、コミュニティの人々が主体性を持って開発を議論し、参加者同士のネットワーク構築を図ることから始まる。また、ワークショップを通じて形成された地域資源活用による体験プログラムを提供し起業家精神や自信を養うことで、自らが継続的に挑戦していけるようになるため、まずは自身が楽しみながら開発に取り組み、潜在的なチャンピオン（コミュニティ起業家）を発掘し、埋もれた多様な資源を[体験プログラムカタログ](#)として見える形にするよう奨励している。



本邦研修で体験プログラムの知見を深め合う

タイでの本プロジェクトでは、タイ政府が01年より日本の一村一品運動をモデルに実施してきたOTOPプロジェクト（One Tambon One Product＝一区一品）を補完しながら、初年度9県での本アプローチ導入より、地域資源の活用と見える化による観光コンテンツの多様化を図る支援を行ってきた。また、全国展開に向けた政策導入、日本の知見を踏まえた実施体制を確保するため日本研修を3回実施。CDD政策決定者・施策責任者ら49人が参加した。研修を通じて、体験プログラムのデザイン、カタログなどの促進活動の重要性への理解を深め、

新型コロナウイルス禍においてもタイ側を中心に本アプローチの全国展開ができる体制を実現し、国家20年戦略および第12次国家経済社会開発計画に基づくコミュニティ・ベースド・ツーリズム政策「[OTOP Nawatwhiti](#)」へ導入されている。

◇コミュニティ起業家に出会う旅

本プロジェクトでは、3年間で6772人のコミュニティ起業家を創出している。パンガー県ターチュード村で、農業の傍らマングローブ原生林でカヌークルーズ体験を提供するコミュニティ起業家チェサダー氏は、「地元の旅行会社を通じて、欧米人を中心としたツアー観光客受け入れを行ってきたが、D-HOPEカタログに掲載され、タイ人観光客も少しずつ来るようになった。カヌー体験を通じて月4000バーツ（約1万4000円）の収

入を得ている」と語る。コロナ禍でコミュニティー起業家となったサムットプラカン県ピカ村のポーンピモン氏は、上智大学（Sophia GED）、CDD、JICAの連携により21年2月に実現したオンライン実地研修で、コロナ禍で現地訪問できない日本の大学生15人に向け、オンラインによるパッタイ（タイ焼きそば）づくり体験の提供に初挑戦した。当日は学生たちの好評を博し、2000バーツ（約7000円）の体験収入を上げた。同氏は「D-HOPEへの参加は、改めて地域コミュニティーの団結を生み出した。漁師であろうが、農民であろうが、自分が得意なことを生かして、チャンピオンになることができる」と話す。体験プログラムへ参加した観光客からは「コミュニティー独自のO T O P製品を購入するだけでなく、地元の素材を使った草木染めなどの体験ができ、地元の文化を学べるのはうれしい。体験後、自ら作った製品への愛着がさらに湧いてくる」といった感想も聞かれた。



オンライン体験プログラムを提供するコミュニティー企業家

全国展開に当たり、伝道師として活躍する49人の帰国研修員の存在を忘れてはならない。CDDでは「帰国研修員向けナレッジマネジメントセミナー」を実施。研修員らの実践を共に振り返り、本アプローチを施策として実施する際の教訓や工夫について知見を深め、施策マニュアルへ反映した。9県で始まった試みは、関係者間の共通認識を積み重ね、本アプローチのタイ方式を構築し、タイの担い手たちのオーナーシップを熟成しつつ、ウィズコロナ社会におけるタイ版サステナブルツーリズムを推進する希望を担っている。



ファシリテーターとして活躍する帰国研修員

日本でもウィズコロナ社会の新たな観光モデル「マイクロツーリズム」が注目され、地域資源を活用した地域分散型の経済活動としての地域内観光、また環境やコミュニティーに対するインパクトへの意識が高まり、サステナブルな観光市場が急速に拡大している。タイでは、本アプローチ活用によるコミュニティー・ベースド・ツーリズムを通じた観光市場を在タイ日系旅行会社らと連携しながら開拓する動きも始まった。21年4月には、日系旅行会社などを対象としたモニターツアーをチョンブリー県の漁村サレイ村で実施し、郷土料理づくりなどの体験プ

ログラムにJTB、H.I.S.の各バンコク支店など5団体が参加した。こうした取り組みは、国際的な潮流となっているサステナブルツーリズムを推進し、多様な農山漁村コミュニティーを次世代へ継承していくため、コミュニティーを土台とした同ツーリズムの日本とタイの連携をさらに強化していこう。

◇コロナ禍、日系企業による有機肥料100トン寄贈

タイでは、コロナ禍により観光産業などが大打撃を受ける中、収入減や移動制限により地方部での食料調達不安が生じた。食料危機を危惧したCDDは、前国王が提唱された「足るを知る経済哲学」に基づき食料安全保障のため、20年4月1日より90日間、76県全1297万7039世帯の90%以上において自家野菜の植え付けを目指す国民運動を展開した。本プロジェクトではJICAタイ事務所と共に国民運動の目標達成をサポートするため、関東農産（栃木県那須町）やアイエム（福岡県前原市）といった日本企業と連携し、野菜の自家栽培に必要な物資支援（有機肥料100トン寄贈）を緊急実施。寄贈先16県の全世帯数中、実際に植え付けを行い、食料供給の安定へ寄与したのは約223万世帯に及んだ。国民運動の参加者からは「コロナ禍で収入は激減し、ロックダウンでストレスがたまっていたが、自ら野菜を育てることで心が落ち着き、自然に寄り添う暮らしを改めて学びなおす機会となった。食べきれない野菜を近所で販売し、月6000バーツ（約2万円）ほどの収入も得られるようになった」（パトムターニー県ラムヤイ氏）との声も上がっている。