

草の根技術協力事業 事業評価報告書

作成日：2025 年 4 月 30 日

1. 案件の概要	
業務名称	地域ブランドの創出による産業振興政策支援プロジェクト (名護市・クラビ市連携事業)(地域活性化特別枠)
対象国・地域	タイ国・クラビ市
受託者名	提案自治体 名護市 受託者 特定非営利活動法人レキオウィングス
カウンターパート	クラビ市役所
全体事業期間	2022 年 5 月 ～ 2025 年 4 月
2. 事業の背景と概要	
クラビ市は、バンコクから南に 783km、アンダマン海に面し、国際空港があつて国内外から観光客が訪れており、観光が主要産業である。観光はクラビ市の経済を牽引しているが、市外のビーチリゾートに大きく依存しているため、結果として市内は素通りとなっており、市内の観光開発が課題となっている。クラビ市においては「アートと文化・歴史の観光都市」の実現にむけ、地域資源を活用した観光に高いニーズがある。そこで本プロジェクトでは、地域の持つ魅力を活かした「地域ブランディング」の策定ノウハウを伝え、ブランドイメージを踏まえた観光の PR や観光調査等を行う。名護市は国際協力を通して技術協力を行うだけでなく、名護市としてもクラビ市の良い部分を吸収し、産業振興や地域活性化へ繋げる取り組みを実現したいことから本事業を実施することとなった。	
3. 事業評価報告	
(1) 妥当性	
タイで地方自治体が 5 年毎に作成する地方戦略開発計画 (LSDP, Local Strategic Development Plan) でクラビ市は、環境と観光業を軸とした経済のバランスを取ることを目標としている。これを実現するためクラビ市では、「住みやすい街 (Livable City)」を目指して、「住みやすい街、素敵な人々、サービスの中心、歴史・アート・文化による豊かな観光」をビジョンとしている。 観光はクラビ市の主要産業であるとともに、経済も牽引している。しかし、市内の観光資源を統合するようなプログラムはほとんど実施されていなかった。また、観光客や観光客の行動に関する各統計データも不足しており、計画立案の根幹となる基礎データを収集していくことも必要とされていた。 他方で名護市は 2020 年に市制 50 周年を迎え、同年「第 5 次名護市総合計画 (2020～2030 年度)」を策定した。本計画の基本構想においては、求められる名護市の役割として、『新しい時代の小さな世界都市 ～「世界」を結び、新しい時代のニーズに応える～』を掲げている。まちづくりの基本方針のうち、政策 3：楽しみのあるまちづくり【文化・交流】として「交流の推進」を施策しており、文化・交流活動を拡大推進していくことで産業振興にも繋げていく方針である。名護市は、市制 50 周年を迎え、2020 年の第 5 次総合計画における今後 10 年の輝く名護市の将来像を描くため、新しいまちづくりへの一つの可能性として、国際協力事業の展開に市内外のパートナーとともに取り組むこととした。 本プロジェクトでは、すそ野の広い観光分野におけるクラビ市の抱える課題に対し、名護市の経験を伝えながら、取り組みを進めていった。具体的には、地域のブランディングとブランドイメージを反映した観光マップの作製とマップの配布後のデータ収集・分析、評価・改善の取り組みの PDCA を市職員に技術移転することができた。	

実施チームの再編や選挙期間中の活動の制約など、事業実施期間中に状況の変化が生じた際にも、適切な調整を行った後、具体的な活動内容の決定によって、クラビ市は主体的に関わるようになるなど、常に妥当性を確保し続けた。

以上のことから、本プロジェクト実施の妥当性は高いといえる。

（２）整合性

SDGs17の目標「11. 住み続けられるまちづくりを」、ターゲット 11-3「2030 年までに、包摂的かつ持続可能な都市化を促進し、すべての国々の参加型、包摂的かつ持続可能な人間居住計画・管理の能力を強化する」に関し、クラビ市の地域のブランドイメージを向上に取り組む本プロジェクトは、持続可能なまちづくりに寄与しているといえる。

わが国の対タイ王国事業展開計画では、重点分野 1（中目標）「持続的な経済の発展と成熟する社会への対応」の【現状と課題】として、「産業の高付加価値化、生産性の向上が課題となっている。タイの成長が日本の成長にも資することに留意する必要がある」と記されている。本プロジェクトでは、クラビ市の主要産業である観光をプロモーションするための地域のブランディングと地域資源を統合するマップづくりを行い、観光計画立案の基礎となるデータ収集・分析、評価・改善のサイクルをクラビ市に伝え、主要産業の観光の高付加価値化に取り組んだ。また、プロジェクト終了後も両市が連携した特産品開発などが計画されており、両市の成長にもつながる取り組みも図られている。

また、JICA タイ国未来型都市持続性推進プロジェクト等、本プロジェクトの分野とも重なる事業実施されている等、国際的な枠組みや日本政府・JICA の開発協力方針との整合性は高いといえる。

（３）有効性

アウトプット 1 においては、プロジェクト活動や副市長の辞任などクラビ市の実情に応じた実施チームの再編成が何度かあったが、日本側からプロジェクト目標の達成に向け事業を引き継ぐに相応しい部署の担当が重要である旨繰り返し説明し、タイ側双方で協議・合意した結果、政策予算部が中心となったことで、よりクラビ市の主体的な取り組みと活動の円滑な実施が加速した。結果として、プロジェクト終了後の継続的な活動も可能となった。

アウトプット 2 においては、クラビ市は、ブランディング策定ノウハウを専門家から習得し、アートと文化・歴史の構成要素を整理して観光マップに反映していった。これらのプロジェクトの投入を通じてクラビ市を象るものを観光客に紹介できるようになっており、クラビ市のブランドイメージを獲得できた。

アウトプット 3 においては、観光統計データの収集・分析、マップデザインの具体化、情報収集と整理、フィールド調査、マップ設置場所の検討、アンケート調査の準備と実施を行った。これらを通じ、クラビ市は観光調査・観光 PR のノウハウを習得し、クラビ市の文化、自然、アートを発信できる職員的能力向上に貢献できた。

以上のことから、アウトプットは「クラビ市における地域ブランディングによる産業振興の活動が継続する」というプロジェクト目標の達成への有効性が高いといえる。

（４）インパクト

プロジェクト終了後を見据え、両市の民間事業者間の連携による特産品開発が進められている。開発された特産品が成功事例となり、地域経済活性化にも寄与することが期待できる。また名護市では、交

流事業として教育分野（学校のオンライン交流）における交流事業の準備を進めている。クラビ市の職業訓練的な授業やタイ・スター（優秀な生徒を育てる制度）、コミュニティの様々な職業に従事する人を専門家として招き専門職を教えるなどの教育分野の取り組みは、名護市でも参考になる取り組みと確認している。外国ルーツの子どもが増加する名護市における多文化共生の取り組みとともに、今後の交流の重要な土台になるといえる。こうした取り組みは、プロジェクトの間接的成果の発現であるとともに「クラビ市がアートと文化・歴史の観光都市になる」、「名護市が新しい時代の小さな世界都市の役割を果たす」という上位目標に寄与しているといえ、インパクトが確認できる。

（５）効率性

事業の投入として、延べ 9 回 51 名の専門家派遣、3 回 26 名の本邦研修、その間にプロジェクトを運営するためのクラビ市とのオンライン会議やワークショップを 23 回実施した。オンライン会議やワークショップは、クラビ市の要請・提案によるものである。プロジェクト目標達成の活動に合意して以降、プロジェクトの具体的活動内容が決定し、クラビ市がより主体的に関わるようになった。お互いの話し合いの上、短期・中期目標を立てスケジュールを決め着実に実施していった。特に重要なマップのデザインや調査の手法導入、及び専門家派遣、本邦研修の前後には会議も頻繁になり月に 2～3 回程度、継続的に実施された。すべての投入に名護市とクラビ市のプロジェクト関係者が過不足なく参加し、効率性は高いといえる。

（６）持続性

政策面：本事業の上位目標は「アートと文化の観光都市」というクラビ市の実現目標と合致している。上位目標に寄与するプロジェクト目標は、「クラビ市において地域ブランディングによる産業振興の活動が継続する」としており、市の方針や政策に本プロジェクトが貢献することで、政策面での取り組み継続を確保してきた。

組織・体制面：クラビ市の実施体制は、副市長による強いリーダーシップとネットワークにより進められていたが、副市長退任後、事業の企画、予算申請、統計データの分析等を担う政策予算部が実施チームとなった。予算も含めたプロジェクト目標の達成に必要なノウハウが蓄積できる部署である政策予算部が主管となり、スムーズな技術移転が可能となったことで、本プロジェクトの成果がクラビ市役所に根付き、効果が継続していくことが担保できた。

技術面、財務面：クラビ市では、習得した調査・分析・評価の手法を観光以外の環境や他分野への適用を予算も含めて計画しており、プロジェクト終了後も継続的な活動が可能となっている。例えば、福祉や環境に関する分析を担当部署でおこない、政策予算部に企画を提案してもらい予算申請の手続きもスムーズになるなど、予算措置も含めた提案がなされている。さらに、タイ中央政府に本プロジェクトを優良事業として申請しており、国から認定されると与えられる賞金を次回のマップ更新費用にあてたいと考えているなど、財務面の効果持続のための取り組みも進められていることから、持続性は高い。

（７）市民参加の観点での評価

本邦研修の際の記事が、県内新聞社 2 社（琉球新報、沖縄タイムス。共に約 16 万部発行）に延べ 3 回掲載された。

名護市の計らいにより、名護市民とクラビ市研修員との交流の場として、本邦研修中に「NAGO NIGHT

MARKET 名護夜市」に参加した。第1回目の本邦研修ではクラビ市の特産品（バティック布・製品、廃材を利用した車の模型、アンダマンビーズのアクセサリ、ローストココナッツ、ドライ・チリ調味料、マッサージ用ハーブボール等）を紹介し、クラビ市の伝統舞踊の披露、タイ伝統マッサージのデモンストレーションやクラビ市の紹介をした。2回目の本邦研修でも、クラビ市の特産品などを紹介し、多くの市民、名護市在住の外国人、高専に留学中のタイ人学生と交流する機会に恵まれた。3回目の本邦研修では、名護市民講座の料理教室で南部タイ料理を紹介する企画に参加した。前日の材料調達から、当日受講した名護市民の参加者との料理と食を通じた交流は、クラビ市からの参加者に強い印象を与えた。飲食関係者ではなく、一般の市民が熱心にレシピや作り方をメモし、子どもから年配の方まで新しい食文化にチャレンジする様子に驚いた様子であった。プロジェクト関係者だけでなく、一般市民との間に相互理解、コミュニケーションが深まる機会を得たことで、今後の継続的な交流も可能になると考える。

4. 今後に活かすためのグッドプラクティス・教訓・提言等

① 事業実施の意義を具体的に伝えられるエピソード

<名護市とクラビ市の双方向のプロジェクトの創出>

クラビ市の観光マップ作成と観光調査・分析が具体的な活動として決定後、名護市専門家やアドバイザーから技術移転を受けるチームが設置され観光アンケート調査の分析方法やデータ収集・解析の技術を習得し、観光マップ作成に必要なノウハウを学んだ。調査においては、クラビ市からの提案により、クラビ市の提案で市内の高校生が調査チームに加わり、若い世代が地元の魅力を再発見する機会を得た。マップに掲載された寺院は、「寺院を巡るツアー」はないのかと観光客から問い合わせがあるなど、ちょっとしたブームを起こしている。「癒し」を求める観光客のニーズにマッチしたと言える。また、マップに掲載した市内の中心部にある交差点の原始人（市内で発掘された）のモニュメントに、季節毎にクリスマスにはサンタクロースや旧正月には中華服を着せていることが全国テレビで放映され、思いがけない反響を起こしている。このような反響や時代のムーブメントも踏まえ、クラビ市ではプロジェクト終了後も観光マップの情報のアップデートと修正を行い、2年後に更新版を発行する予定である。またクラビ市は、名護市の知見から習得した中でも、職員の能力向上（アンケート調査質問項目の設定、分析法等）を今後は様々に応用して（社会福祉、環境保全、文化等）、クラビ市のまちづくりやコミュニティの発展に活用していきたい意向である。さらに、名護市の提案により教育分野での交流事業と商品開発・販売交流事業の企画が進められており、クラビ市の学校関係機関やホテル協会や飲食店協会にも協力が呼び掛けられている。これにより、クラビ市と名護市の協力・交流関係が強化され、地域活性化につながることを期待できる。

名護市は責任をもって粘り強くこのプロジェクトを実施し、これにクラビ市が自分たちの意見も採り入れながら進められていった。このように、名護市の知見をクラビ市に適用し、さらにはクラビ市のアイデアも入れながら、よりよい選択でプロジェクト活動が創出されており、共に創るプロジェクトであったといえる。

② 他団体等に共有したいグッドプラクティス、教訓

<コミュニケーションと目標設定の重要性>

プロジェクト関係者間の信頼関係を築くためには十分なコミュニケーションが必要である。日頃のコミュニケーションからプロジェクト実施上の問題が発覚することも多々あり、異なる言語、文化、習慣に起因する問題も含めて、コミュニケーションによる解決・予防が最も有効である。同時に、明確な

目標、活動計画が設定されることも重要である。目標とともにアウトプット、活動、スケジュールをしっかりと協議し、合意の上でプロジェクトをスタートすることでより安心感と展望を持って取り組める。プロジェクト開始当初はコロナ禍であり、名護市、クラビ市の行き来が難しい中、プロジェクト目標を達成するためのアウトプット・活動内容を協議し、合意するまでに時間を要した。アウトプットを曖昧にしたままプロジェクトを進めたことで、クラビ市の不安もあった。重なる協議で合意した PDM 改定後は目標となすべきことがお互いに明確になり、スムーズなプロジェクト進行が実現した。

<ブランディングによる地域活性化>

プロジェクトの活動を通じ、クラビ市の文化、伝統、宗教、食文化など多くの情報が集められ、クラビ市の文化、アート、宗教などのクラビ市の特色が明確になった。この特色を考察したことで、クラビ市を特徴付ける地域ブランディングが強化された。今では、クラビ市のブランドとして、訪問する外国人や観光客に情報を発信できるようになり、観光客がコミュニティを訪問することで地域の活性化にも貢献できるとともに、かかわる職員のクラビ市への理解も深めることができた。このことは、本プロジェクトが、クラビ市の地域活性化やブランドイメージの確立に重要な役割を果たしたことを示している。

<名護市とクラビ市の総合的自立発展性>

持続性でもふれたように、クラビ市は、タイ中央政府に本プロジェクトを優良事業として申請し、賞金を獲得できたら次回のマップ更新費用に充てたいと考えている。また、本プロジェクトのアンケート分析の成果を持続させ、クラビ市役所の福祉や環境などの各部署で行えるようになることが望ましいと考えている。

名護市も、クラビ市と連携した付加価値を加えた特産品の開発を考えている。現在、企画の準備が進んでいる Mr. Tart と道の駅許田の商品開発は良い事例になる。また、交流事業として教育分野（学校のオンライン交流）における交流事業の準備を進めている。

このようにプロジェクト終了後の両市の連携においても、総合的自立発展性が高いプロジェクトであった。

③ 今後に向けた提言（当該事業の今後の展開、類似プロジェクトへの反映、草の根技術協力事業の制度の改善、受託者の独自事業への反映、JICA／現地関係機関／国内関係者とのパートナーシップ改善等）

<地域ブランディングの形成と産業振興政策>

クラビ市において地域の観光資源、文化などをイメージにまとめるツールとしてマップが完成した。今後への提言としては、このイメージを促進する広報、イベント、その他活動を行うことで、ブランドイメージを形成していくことが重要となる。また、ブランドイメージに沿って特産品・観光を開発・広報を拡大することにより、ブランドと産業の成長の好循環を生みだすことができる。同時に、取り組みの持続性を確保する必要がある。このため、クラビ市には、ブランドイメージを踏まえた特産品・観光の開発、広報・イベントの実施を政策に位置付けることを提案したい。この政策に対しては、多様なアイデアを取り入れる体制や政策を PDCA サイクルで実施・評価・フィードバックし発展させる体制が必要となる。

また、評価においては、市民の声や観光客によるレビューを情報源とすることで、政策をよりニーズ

に応じることができるとともに市民サービスや訪問客の体験をより良いものにすることができる。

以 上