



ラオス・クリーン農業開発プロジェクト

クリーン農業ニュースレター

第 25 (最終) 号 2022 年 10 月発行



このプロジェクトは5年間(2017-2022)のJICAによる技術協力プロジェクトで、首都ビエンチャン、ルアンパバーン県、サイヤプリ県及びシェンクワン県の4つのパイロット県を対象としています。プロジェクトは、パイロット県における市場ニーズに基づくクリーン農業(有機農業及びGAP)の推進を目的として活動しています。

プロジェクト終了の挨拶

チーフアドバイザー 佐久間 弘行

ご存知のように、「クリーン農業開発プロジェクト」は2022年11月8日をもち終了となります。私がチーフアドバイザーとして赴任したのは2019年11月で、早や3年近くが経ちました。赴任当初はプロジェクトの進捗状況の確認を行い、2020年からの活動方針と基本計画を取り纏めた矢先、新型コロナ感染拡大によりJICA専門家3名は4月上旬から9月中旬まで、避難一時帰国を余儀なくされました。このような状況の中、2020年に計画していた雨よけ栽培用のビニールハウス導入プログラムは、クリーン農業基準センター(CASC)、PAFO(県農林局)とDAFO(郡農林事務所)による協力と技術指導によって、計56棟のビニールハウスが完成しました。これは、前年に実施していたプログラムの経験が活かされた成果といえます。勿論、全ての経験が直ちに成果に結びつくとは限らず、苦い経験や失敗を伴うこともあります。コロナ禍において試行錯誤を重ねながらも、完走を遂げプロジェクトは終了しますが、プロジェクトで培った経験が様々な活動において活かされてゆくことを願っています。そして、どのような花を咲かせ、実を結ぶのか楽しみにしています。

最後になりますが、皆様方の益々のご健勝とご活



(写真) 執務室にて

躍を祈
念して
🙏🙏

コブチ
ヤイ・
ライ
イ

活動総括

成果1(市場ニーズに対応した有機農産物の生産が可能となるよう、対象県の農家/農家グループが強化される)

成果1の活動としては、生産技術の改良・普及、そして農家グループの組織構造とマネジメントの改善について取り組みました。プロジェクト終了にあたり、概要について述べたいと思います。

活動を始めるにあたりプロジェクト対象地域(首都ビエンチャン・サイヤプリ県・ルアンパバーン県・シェンクワン県)を訪問する中で、次の状況が見えてきました。

一つ目はラオスの生産農家は農業技術を学ぶ際、スマートフォンを用いて隣国タイのYouTubeチャンネルを視聴しており、ラオス人によるラオス人の為のラオス語を用いた栽培技術マニュアルの視聴が困難な状況でした。

二つ目は District Agricultural Forestry Office (DAFO) 職員は各生産農家の圃場を訪問し技術普及を図る役目を有しますが、配属先における予算不足の影響を受け満足いく訪問には至っていない状況でした。

(写真) ドンカム
ムサーン農業専門
学校へ学習教材
として簡易農業
簿記帳を100
冊贈呈



上記の状況を踏まえ、栽培技術の改良・普及、及び農家グループの組織構造とマネジメントの改善に向けた取り組みが必要であったことから、現代ならではのYouTubeを用いた動画マニュアル'Organic

Agriculture (OA) Technical Manual”を作成しました。“いつでもどこでも好きな時に誰もが学べる教材”をコンセプトに置き、視聴のみならず各マニュアルのラオス語版と英語版資料をYouTube上でダウンロード・印刷できるようにしました。また、インターネットにアクセス可能な地域であれば視聴が可能となることから、ラオス全土及びその他農業関係機関等でも活用して頂けるような形で作成しました。

OA 農家グループやカウンターパート機関の協力の基、これまでに有機農業に関する栽培技術や農家経営、Internal Control System(ICS)等について24個のマニュアルを作成することが出来ました。しかし、これらの知識・技術が直ちに技術移転に繋がることは考えておりません。なぜなら、これらの知識・技術は有機農業を実践する上で、一つの“型”に過ぎないからです。

これらの“型”を生産農家の方々に実践して頂き、



(写真) 営農指導担当 廣中進司専門家

更に良い“型”へと自身で作って頂くよう今後の活躍に期待したいと思います。

い期間もありましたが、OA 農家グループと流通業者 (Organic House) やアイスクリーム製造会社 (Ban Ban Ice Cream) との間で取引が行われるようになりました。

現在の取扱量は多くありませんが、販路の多様化と拡大に向けた可能性を示すことができたと思います。

次に、OA 市場の強化では、今のところ目に見えるような成果は出ていません。但し、2019年8月から2021年9月までに実施した3回の ITECC OA 市場調査から、有機農産物 (野菜・果物) に対する消費者の認識・評価の高まりを確認できました。また、この調査を通じ、OA 農家は OA 市場の駐車場の管理、販売する品種の多様化、SNS 等による PR の重要性を実際に学んだことは大きな収穫であったと思います。

表：OA市場を利用する理由 (複数回答ベスト3)

| | 2021/9 | 2021/2 | 2018/8-10 |
|------|--------|--------|-----------|
| 有機生産 | 87% | 71% | 65% |
| 安全性 | 61% | 34% | 設問なし |
| 新鮮さ | 61% | 64% | 7% |

OA 産物の需要の喚起では、COVID-19 の影響を受けて規模の大きなイベントをアレンジすることが出来ませんでした。その分、OA 農家のインタビューを取りまとめたものを中心とした PR 動画を作成し SNS (Facebook) を通じて発信しました。また、決して規模は大きくありませんが、公開残留農薬テストや動画視聴会といったイベントを、OA マーケットを中心に実施しました。

(写真) ITECC OA マーケットでのイベントの様子 (2022年5月)



成果2 (対象県においてクリーン農産物の販売が促進される)

成果2の活動として、販路の多様化と拡大、OA 市場の強化、OA 産物の需要の喚起に取り組みました。プロジェクト終了にあたり、概要について述べたいと思います。

まず、販路の多様化と拡大では、OA 農家の販路は OA 市場が9割以上を占めていますが、この他の販路として小売業者・流通業者・加工業者等を対象に、ビジネス・マッチングを通じたバリューチェーン整備に取り組みました。コロナ禍で活動の実施が難し

発行元：JICA クリーン農業開発プロジェクト

Clean Agriculture Development Project (CADP)

Email; cadp.lao.info2@gmail.com

Tel : +856-21 417 681



<https://www.facebook.com/jicaCADP/>

Homepage <https://www.jica.go.jp/project/laos/026/index.html>

