

## 一村一品運動支援の方針

山本 JETROはどのような方針で途上国の一村一品運動を支援しているのでしょうか？

村橋 JETROのミッションの一つは「貿易の振興」なので、一村一品運動の場合、途上国のさまざまな産品を、いかに日本市場に参入させるかということを一番の目的にしています。具体的には、輸出の可能性のある商品が出てきたとき、それが本当に日本で売れるのか、あるいは日本で売るにはどこにアプローチすればいいの

分らないというアフリカの企業に対して、日本での展示会に出展していただいたり、日本の企業を紹介したり、商談会を設定するという形で、日本企業とのマッチングの機会を提供しています。

また、日本市場の動向や、日本で受け入れられる品質やデザインになっているかなどを調査し、もう少し改良すれば輸出が期待できるものについては、短期の専門家を派遣して技術的な指導も行っています。つまり、ある程度、対日輸出の可能性を有する商品に対して、マーケティング面を中心にお手伝いするという方針です。

山本 2006年9月に東京で開催された「アフリカン・フェア」は、どんな経緯で行われたのですか？

村橋 05年12月、世界貿易機関(WTO)のドーハ・ラウンド交渉の成功に向けて、小泉首相(当時)が発表した「開発イニシアティブ」<sup>2</sup>に一村一品運動のコンセプトがあります。このコンセプトのもとに途上国の産品を日本の消費者へ紹介しようという中で、経済産業省とJETROとで「一村一品キャンペーン」を開始しました。アフリカン・フェアはキャンペーンを締めくくる大イベントとして開催し、在京ア



# オールジャパンでアフリカに一村一品運動を

今、アフリカ各地に広がりつつある「一村一品運動」。地域の特産品を発掘し、国内のみならず、世界の市場にも通用する競争力のある商品に仕上げることで、アフリカ経済を活性化させようとJICAとJETROの連携が進んでいる。

2008年の「第4回アフリカ開発会議(TICAD IV)」<sup>1</sup>を視野に、アフリカの「経済成長を通じた貧困削減」の達成に向けたオールジャパンの取り組みとしても期待が高まる中、両者の支援の方針や連携のあり方について語り合う。

photos by Asada Yuki



JICAアフリカ部調査役

山本 愛一郎

Yamamoto Aiichiro

フリカ大使館を中心に39カ国が参加しました。その場で502件の商談が行われ、10件が成約し、その後も98件の交渉が行われています。即売された商品の売上は約1575万円、入場者数も3日間で1万6000人と、JETROがアフリカを対象に行った展示会としては過去最大の規模になりました。また、成田、関西、中部、羽田、伊丹、福岡の各空港に、「一村一品マーケット」と名付けた店舗も設置しています。

山本 私もフェアに行きましたが、活気があって、これだけ多くの日本人、特に若い人がアフリカに関心を持っているんだと非常に感銘を受けましたね。

JICAでは今、一村一品運動を新たな視点で見直していく動きがあります。一つは、この運動を、特に女性を中心としたアフリカのコミュニティを支援する有効なツールとして見えています。アフリカは農業国が多いので、農作物に付加価値を付けて市場に出していくことが重要です。しかも、大企業ではなく、地元の小さな農民グループを支援することによって、コミュニティの活性化につなげようとしています。

もう一つの視点は、一村一品運動が持つ地産地消型のプロセス、つまり、地元の農民などが作った製品が地域のマーケットで売れて、地元民の所得が向上し、結果として地域の経済発展に寄与するというものです。これは、日本政府のアフリカ支援政策の一つである「経済成長を通じた貧困削減」に沿っています。

1980~90年代に外国投資を呼び込

み、国内の製造業を輸出指向にして経済成長を達成したのが東アジアの成功といわれますが、グローバル化が進んだ今、同じことをアフリカでするのは難しい。確かに2000年以降、アフリカの経済状況は全体的に向上にあり、紛争なども徐々に収まってきていますが、海外直接投資は石油や鉱物などの資源の豊かな国に偏っています。実は、そういう資源に恵まれた国は、アフリカ大陸の3分の1くらいしかない。残りの3分の2を見たとき、グローバル化の中で、貿易だけで経済成長を支えるというのはかなり難しいと思います。

今、JICAがマラウイで支援している一村一品運動は、地元にある資源を利用して特産品を育て、地域産業・経済を活性化させようとしています。われわれとしてはこのように、まずは内なる成功を取めた後に、国際市場に出て行くという観点から、この運動に注目しています。

## オールジャパンで一村一品運動を後押し

村橋 JICAとJETROの連携による成功例として、ガーナのシアバターがあります。これは、青年海外協力隊が女性を中心とした現地コミュニティとシアバターの製品化に取り組んでいたところに、日本市場で売れるアフリカのモノを探していたJETROが、シアバターなら日本に輸出できるのではないかと考え、日本の企業につなぎました。そして、現地で作ったせつ

けんを日本で売ることが目標に、その日本企業と協力し、せつけんの商品化やマーケティング支援をした結果、日本市場参入に成功した好事例だと思います。

アフリカの場合、確かに地域コミュニティの底上げは大事ですが、経済成長のためには、やはり外貨を稼がなければなりません。しかし、資源のない国が外貨を稼ぐには、輸出が不可欠です。国内で生産したものにいかに付加価値を付けて国際市場に出すか。この、JETROが強みとする部分を生かしてJICAと連携し、成功事例をつくって、それをほかの国にも広げていくことができたいと思いますね。

山本 2000年9月にミレニアム開発目標(MDGs)が合意されて以来、対アフリカ援助の潮流は、教育や保健などの社会セクターへの支援によって貧困削減を達成しようというものです。しかも人と人との交流を通じて支援ではなく、途上国の国庫に援助資金を直接振り込む財政支援が主に欧州の援助国の考え方です。もちろんこのような援助の意義を否定しませんが、アフリカの人々からは、これではいつまでたっても援助依存体質から抜け出すことができないという自己批判の声もあります。このような国際援助の流れに対して日本独自の視点で新しい息吹を吹き込んでいるのが、一村一品運動だと思います。

一村一品と聞くと「ものづくり」のように思いますが、実はこの運動の目的は、「ものづくり」ではなく、「人づくり」。マラウイでも運動の過程の中で各地に優秀なリ



日本貿易振興機構(JETRO)企画部事業推進主幹(中東アフリカ)兼海外調査部中東アフリカ課長

村橋 靖之

Murahashi Yasuyuki

て分かったのは、アフリカの「いいモノ」を探している人が結構いるということ。単にモノを買っただけでなく、コミュニティ支援という視点を持ちつつ、ビジネスを考えている人や企業も数多くいます。これまでJETROは、現地政府に何を日本に売りたいか要望を聞いて、それを日本の市場に合うように指導するというアプローチでしたが、今後はアフリカのモノを求める日本企業のニーズに基づいた商品開発やコミュニティ支援、いわゆるデマンド・サイド重視のアプローチをしていくことが必要なのだと思います。

08年のTICAD IVでは貿易・投資の促進を通じた経済成長が話し合われる予定です。私たちだけでは難しい部分も多いので、そこはJICAと協力しながらより戦略的に取り組んでいきたいですね。

山本 TICAD IVに向けて、一村一品運動を加速させるため、JETRO、JICAを含むオールジャパンのワーキング・グループを近く立ち上げる構想もあります。これからもよろしくお願いします。

1 日本政府が、国連、アフリカのためのグローバル連合(GCA)、世界銀行(2001年の閣僚レベル会合以降)との共催で開催するアフリカ開発をテーマとする国際会議。1993年に第1回が開催され、以降5年ごとに開かれている。

2 WTOの下で進められているドーハ・ラウンド交渉および自由貿易体制の利益を途上国が十分に享受できるよう、途上国の経済成長・開発を支援する方策を取りまとめたもの。途上国の産品が輸出されるまでの過程を「生産」「販売」「流通」「購入」の3つに分け、各側面で多様な措置を組み合わせて支援することで相乗効果を目指す。