



地球ひろば時代の職員さん。国内の関係者と連携するのも大切な役目だ

### 現場の目線を忘れずに連携を後押ししたい

環境問題への興味から開発協力の道に足を踏み入れた職員白日さん。JICAで主に取り組んできた分野は、意外にも国内での連携事業だ。国内・海外のさまざまな関係者をつなぐJICAの活動を「ジャパンブランド」という事業モデルに整理して、発信に取り組んでいる。

#### 国際社会の中で人や地域をつなぐ役割

私は大学時代、環境経済を学んでいました。当時は京都議定書の採択などもあって環境問題への関心が高まっており、今後は自分たちの日々の生活においても、また企業や行政など多くのアクターにとっても環境問題は連携して取り組むグローバルな課題として重要と考えたのが、環境分野を学ぶようになったきっかけです。

当初はJICAはもちろん、開発協力もよく知りませんが、途上国の環境問題に関心を持ち、地元のJICA事務所で開かれた開発協力関連のイベントに参加しました。この時にNGOやJICAなどの関係者から話を聞き、途上国と日本各地の関係者をつないで開発協力に取り組む仕事に興味を抱きました。その後、大学院で環境分野や国際協力での多彩なアクターの協力を魅力を感じ、JICAでのインターン経験などを経て、2002年に入構しました。

#### 現地のニーズを反映した協力の大切さ

最初の配属先はJICA中部で、地域の関係者をつなぐ現場を経験しました。その後、メキシコ事務所や中南米部、地球ひろばの担当などを経て、企画部に着任しました。企画部はJICA事業全体の戦略策定や制

度設計支援などを行う部署です。JICA全体の事業計画や戦略を、各部署や外務省などと調整、協力して組み立てていきます。

企画部で手掛けている「ジャパンブランド」は、開発協力の現場で培われた日本発のユニークなノウハウ・経験・技術などを事業モデルとしてまとめたものです。現在はJICAを挙げた取り組みとなっており、協力現場で活用するとともに、「日本の強み」として国内外への発信を目指しています。

メキシコ事務所時代、現地の人たちと話し合っていると、日本のこの知見を共有してほしいと相手側が現地から具体的に求めてくるものがよくありました。メキシコは中進国で、技術面でも多くの分野で高いレベルに達しています。彼らは自分たちの状況を把握していて、自分たちには経験が足りないが、日本が得意な分野で協力してほしいと考えていたのです。その期待に応えるには、私たちが一方的に協力のパッケージを作って押し付けるのではなく、協力相手とのコミュニケーションを通して現地に合った協力の形を組み立てていくことが必要です。

#### 日本の強みを分かりやすく世界と対話しながら発信

柔軟性は、日本の開発協力の強みの一つでもあります。ジャパンブランドは60年間のODAの経験で培ってきた知識を生かして、分野やテーマごとに協力の形を分かりやすく



企画部 総合企画課

職員 白日

ISOGAI Shirohi

大学卒業後、2002年にJICAに就職。JICA中部、メキシコ事務所、中南米部、地球ひろばなどを経て2014年1月より現職。



メキシコ事務所時代。人々へのヒアリングで、地元のニーズを把握

整理し、それを基に各国の状況に合った協力を推進していくためのものです。そして、実際の事業モデルを進化させていくのは、JICA事業部はもちろん、開発コンサルタントなど国内の民間企業、省庁・自治体・大学の専門家、協力先の現地の関係者など、現場で協力に取り組んでいる方々です。一方的に支援の在り方を発信するだけでなく、お互いに打ち合わせて、現場や地方からの声を生かした開発協力モデルを構築していくことが、日本ならではの強みを生かすことになると思うのです。

今回の特集で取り上げた保健分野やカイゼン運動だけでなく、インフラや防災などの技術、法整備や理数科教育支援などのソフトの分野でも、日本の支援は高く評価されています。これからも、多方面から知恵を借りながら、現場の人たちが活用できる事業モデルやコミュニケーションツールを作っていきたいと思っています。