

第 165 回 Brown Bag Lunch Seminar 報告書

テーマ : アフリカにおける一村一品運動の取組

講師 : ルーズベルト・ラストン・ゴンドゥエ氏／駐日マラウイ共和国特命全権大使
山本 愛一郎 氏／JICA アフリカ部調査役

日 時 : 9 月 25 日 (火) 開場 12:00 講演 12:30-14:00

1. マラウイにおける一村一品運動(OVOP)の取組

ルーズベルト・ラストン・ゴンドゥエ駐日マラウイ共和国特命全権大使

マラウイは、アフリカに位置しており、118,484 平方キロメートルの国土に 1,290 万人の人口が居住している (2005 年)。経済は農業が中心で、全人口の 85 パーセントが農業に従事し、総輸出額の 90 パーセントを農産品が占める。主要な輸出産品は、タバコ、砂糖、茶、コーヒー、綿などであり、主要な輸入品は電化製品、石油製品、医薬品、日用品、機械、肥料、化学製品などである。マラウイ政府の経済政策は、成長を通じた貧困削減を目的としている。

大分県で始まった一村一品運動は、アジアやアフリカを含むその他の地域へと拡大していった。マラウイ政府より、ムルジ大統領 (当時) を含む使節団が 2003 年に大分県を訪問し、一村一品運動の概要について説明を受けた。その後、2003 年 11 月に、全国知事ワークショップが開催され、12 月には、農業灌漑省に一村一品運動の事務局が設置された (2005 年 6 月に、農業灌漑省から地方分権・地方開発省へ移管されている)。2005 年 10 月には、JICA が、事務局のキャパシティー開発のための技術協力プロジェクト (“institutional and Human Resources Development Project”) を開始した。

一村一品運動の特徴は、有効な交通手段や人材が得にくい農村地域では工業の誘致は難しいため、むしろ、コミュニティで入手可能な資源を最大限に利用して所得を増加させるというものである。経済産業省は、一村一品運動について、地域住民が開発すべき特産品を選出し、国内・国外市場で競争力のある製品にするための戦略的な運動であると述べている (経済産業省: ONE VILLAGE ONE PRODUCT CAMPAIGN, 2006)。また、マラウイにおける一村一品運動の事務局は、コミュニティで入手可能な資源に付加価値を与えて製品やサービスを開発すること、と捉えている。

マラウイにおける一村一品運動は、大統領が議長を務める国家一村一品運動委員会 (National OVOP Board) のもとに組織され、事務局は地方分権・地方開発省の管轄下にある。地方レベルでは、郡委員会 (District Committees) を通じて、プロジェクトが実施されるコミュニティへの支援を行っている。

一村一品運動の目的は、そのコンセプトを村落レベルで広く啓蒙すること、農業加工や品質管理、包装などの付加価値をつける技術を普及すること、小規模ビジネスの技術開発

を促進すること、製品やサービスと国内・輸出市場へのリンクを強めること、所得の増加を通じてコミュニティをエンパワーメントすることにある。

一村一品運動による生産を開始するための具体的なプロセスは、まず、コミュニティが一村一品運動のコンセプトやビジネス・スキル、農産品加工、包装、プロジェクト形成、評価などに関するトレーニングを受ける。プロジェクトのプロポーザルは、事務局と郡委員会によって審査され、選ばれたプロポーザルに対して視察を行う。最終的に、プロポーザルは、一村一品運動の国家委員会に承認され、生産を開始する。選考基準は、コミュニティ中心に 14 名以上のメンバーでグループを作ること、コミュニティが持続可能で競争力のある付加価値をつけられるような地域資源を特定化すること、コミュニティが経済的にエンパワーされるようなビジネスプランを作成すること、受益者自身がイニシアティブをとること、などである。一村一品運動の製品には、精米や食用油、生乳、バオバブジャム、ベーカリー、はちみつなどがある。

マラウイ政府は、一村一品運動に対して、マラウイの成長と開発戦略への統合、一村一品運動事務局への技術支援、プロジェクト評価、プロジェクト融資、トレーニングなどの支援を行っている。また、JICA からは、「生産、販売、購入 (“produce, sell and buy”）」イニシアティブのもとでの支援や、短期・長期専門家の派遣による技術支援、トレーニングコースの提供、ウェブデザイン、無償援助の供与、機材供与などの面から支援を受けている。さらに、これまで、生産促進のために、マラウイ国際貿易フェアや、東京で 2006 年に開催されたアフリカフェアに参加し、コンビニエンス・ストアや空港の免税店における販売促進活動、ウェブサイトでの広告などの支援を受けた。

今後の主要な課題は、市場の中心地までの輸送手段の確立や、製品供給の持続性向上、生産における品質管理、主要な都市への製品普及、プロポーザルの改善（1 部のプロポーザルは一村一品運動のコンセプトを欠いていたり、ビジネス経験がないにも関わらず多額のプロポーザルを提出したりする）、農産品加工技術の向上、ビジネス・スキル開発、融資の提供などである。

一村一品運動の近年の成果は、製品が地方の小売店で購入可能となったこと、マラウイ政府が品質管理の支援をしていること、JICA の市場専門家が参加していること、運動が他の製品にも拡大していること、日本とマラウイとの協力に貢献していること、ウェブサイトが公開された点などが挙げられる。

以上のように、大分の経験はマラウイのコミュニティ・エンパワーメントに貢献している。今後の目標は、持続可能なエンパワーメントを実現するために、市場競争力のある製品を生産していくことである。

2. メイド イン アフリカ ～ 自立のための一村一品運動

山本愛一郎 JICA アフリカ部調査役

地域開発の手法には、外発型の地域開発と、内発型の地域開発の地域開発とがある。外発型の地域開発とは、他の地域や国から企業を誘致し、新しい企業を興し、政府の公共事業を通じた供給主導の地域開発理論のことであり、これらの投資による利益が、貧しい人々にもトリクル・ダウンしていく（滴り落ちる）ことを想定している。しかし、実際には、アフリカに対する投資の上位5カ国は、石油資源国に集中するなど、貧しい人々へのトリクル・ダウンが上手く行かないという問題点がある。

もう一つの地域開発の手法である、内発型の地域開発は、地域にある資源・文化・技術を活用して地域経済を活性化する手法であり、生産物の販売先は地域の市場が中心である。また、セクター横断的で総合的な開発であり、生産から消費までの全ての段階で付加価値がつき地元経済に裨益するという特徴がある。さらに、地域、コミュニティの自立、参加、オーナーシップに基づく開発であるため、地方の活性化、地方分権化を促進するという側面もある。一村一品運動は、内発型の地域開発に基づく運動であるといえる。JICA は、アフリカの一村一品運動を、村の自立と女性のエンパワーメント、貧困撲滅対策、人間の安全保障という、3つの視点から進めている。このような視点は、TICAD IVの政策目標とも合致している。

一村一品運動の起源である、大分の一村一品運動は、高齢化の進む農村部において、若者のリーダーシップを育成することを目的として開始された。一村一品運動は、精神的な運動であり、コミュニティの元気を育てていく運動である。その本質は、物作りとしての「プロジェクト」ではなく「運動」であり、内容をわかりやすくアピールするために、「一村一品運動」と名づけた。例えば、大分のあるかりんとう工房では、農業をしていた主婦のグループが、ビジネスを始めるために工房を開始した。これにより、主婦グループは自分達で自由に使える所得を得て、女性の自立につながったといえる。大分の一村一品運動の例としては、乾しいたけ、焼酎（いいちこ）、ハウスミカンなどがあるが、いずれも、100グラム当たりの単価が自動車よりも高い。これは、必ずしも比較できるものではないが、工業製品だけでなく、農産品でも高い付加価値をつけることができることを示しているといえる。

マラウイでの一村一品運動の例として、ミトゥンドゥという村でのパン屋では、約10人の主婦グループが、キャッサバを原料とするパンを売っている。そこでは、融資を受けて設置した棚に商品を陳列するなど、販売方法を工夫している。さらに、村人の知恵により、パン焼きの職人としてエイズ孤児に参加してもらうなど、エイズ対策にもなっている。また、同じ村で、マッシュルーム栽培を行っており、近くのホテルや商店などで売ろうとしている。ブンブエの牛乳工場では、従来地元で小規模に売られていた牛乳を、滅菌機とパッキングの機械を導入することにより、近くのホテルや商店への販売を実現している。最大のグループでは400人が雇用されるなど、一つの企業として成長している例もある。

他の例では、キャベツを乾燥して、刑務所向けに販売するなど、地域固有のマーケティングを成功につなげた事例もある。ブワンジェの精米プロジェクトでは、精米により販売価格を高くし、利益をあげている。

このように、大分の例とマラウイの例を見比べると、女性のエンパワーメントを促進するという点と、農産物に付加価値をつけるという点で共通している。この点において、マラウイは大分に学ぶことができたといえる。

一村一品運動は、2005年に、WTO開発イニシアティブにおいて、途上国の生産・流通・販売面におけるアクセスの改善や、人材育成の一環として、日本政府によって打ち出されが、その後、アフリカ各国の実情に合わせて拡大している。マラウイの場合は、コミュニティの活性化を目的として始められ、最近ではさらに進展して、地方分権化の促進に貢献している。また、エチオピアでは、食糧安全保障の観点から、食糧生産の多様化に寄与するため、農業省のイニシアティブのもと一村一品運動が進められている。セネガルでは、ダカール周辺の貧しい零細手工業者を支援する活動の一環として、一村一品運動を開始している。ナイジェリア、モザンビーク、ケニアでは、日本政府の意図と合致する形で、輸出振興を目的とした運動が展開されている。最後に、南アフリカでは、輸出振興は全く目的としておらず、白人と黒人の経済格差是正（BEE）のために、黒人のコミュニティのエンパワーメントを目的とした一村一品運動を進めている。

このように、日本政府が貿易振興を意図して打ち出したイニシアティブが、それぞれの国における課題のために展開されている。これはドナー主導ではなく、アフリカ主導の運動だといえる。今後、日本は、トップダウンではないコミュニティ主体の開発をサポートするという立場で、アフリカ主導の内発的な開発を促進し、経済成長を通じた貧困削減に向けて支援する必要がある。

他のドナーの反応についてみると、世銀は当初モノカルチャーではないかと懸念していたが、近年は、一村一品運動が生産物の多様化に貢献するイニシアティブであり、市場原理に基づくビジネスであることに理解を示している。UNDPやUNIDOなどの国際機関は、日本と連携してアフリカでのプロジェクト・プロポーザルを出し始めている。アフリカ連合（AU）は、一村一品運動をアフリカ全土の運動として認知している。

以上