

調査研究叢書  
No.25

途上国支援のための基礎的情報整備事業  
農業・農村制度研究

# アフリカにおける一村一品運動 —エチオピアの課題と可能性—

**JAICAF** ジェイカフ  
Japan Association for  
International Collaboration of  
Agriculture and Forestry

2008年3月

社団法人 国際農林業協働協会

# アフリカにおける一村一品運動 —エチオピアの課題と可能性—

**JAICAF** ジェイカフ  
Japan Association for  
International Collaboration of  
Agriculture and Forestry

2008 年 3 月

社団法人 国際農林業協働協会



## は　じ　め　に

2005年12月のWTO香港閣僚会議において、小泉元首相は開発途上国の開発を促進させるため「開発イニシアチブ」を提唱した。LDC諸国への新たな支援の取り組みとして、農林水産省は農林水産分野における生産、流通面での人材育成を中心に貢献していくとし、その一環として「一村一品運動」のノウハウを伝えることも視野に入れている。特に、農林水産業のポテンシャルを有する国を対象として、南南協力などによる一村一品開発に向けた人材育成を支援しようとするものである。

大分県から産まれた一村一品運動には、地域産業振興の側面において、開発途上国の貧困削減のヒントとなり得る可能性を有している。既にいくつかの開発途上国においてもこの運動が取り上げられており、特にタイでは政府主導ながら一定の成果をあげている。その他、国家プロジェクトとして取り入れているマラウイの事例なども今後の成果を注視していく必要があるだろう。

農林水産省では、平成18年度より「途上国支援のための基礎的情報整備事業」として5年間の情報収集事業を立ち上げ、その中で、一村一品支援協力の効率的な実施を目的として、開発途上国における農業・農村の公的もしくは慣行的な制度といった農林水産業協力に密接に関連する情報を収集する「農業・農村制度研究」を一本の柱として実施することとした。本事業の実施にあたっては、アフリカにおける一村一品運動をテーマとして、平成18年度は一村一品運動の基本理念、開発途上国での各事例を確認し、更にウガンダとガーナの現地調査を通じて、アフリカにおける一村一品運動の課題と我が国の協力可能性について模索した。平成19年度においては、一村一品運動の理念・原則、また昨年度の調査結果を踏まえて、よりアフリカに焦点を絞ることとした。調査対象国には、農業に大きな可能性を有するエチオピアを選択し、当該国の特徴を重視しながらアフリカにおける一村一品運動の適用可能性について更に掘り下げた調査を進めることとした。調査の実施にあたっては、学識経験者、当該分野の専門家等からなる検討委員会を組織し、鋭意検討を行った。

本報告書作成にあたり、エチオピア現地で追加調査、資料収集、レポートの作成を行っていたいただいたDr. Mamo Hebo Wabe、並びにDr. Mamoが実施した調査にご協力いただいた、Ministry of Agriculture and Rural Development、Oromia Cooperative Development and Promotion Commission、Association of Ethiopian Microfinance Institutions (AEMFIs)、Central Statistical Authority of the Federal Democratic Republic of Ethiopia (FDRE)、Mr. Getaneh Mehariには厚く御礼申し上げる。また、本調査を通じてご指導いただいた検討委員会の児玉谷史朗座長をはじめとする委員各位、またエチオピア現地調査団にご協力いただいた外務省、日本国大使館、国際協力機構、派遣専門家の方々にも感謝の意を表したい。更に、農林水産省大臣官房国際部国際協力課か

らも多大にご指導をいただいたことに感謝申し上げる。

終わりに、本報告書は当協会の責任において作成したものであり、農林水産省あるいは日本政府の見解を代表するものではないことをおことわりしておく。

2008年3月

社団法人 国際農林業協働協会

会長 真木秀郎

## エチオピア現地調査



農業農村開発省での聞き取り調査



協同組合(Lume Adama)での聞き取り調査



農民研究グループ(FRG)への聞き取り調査

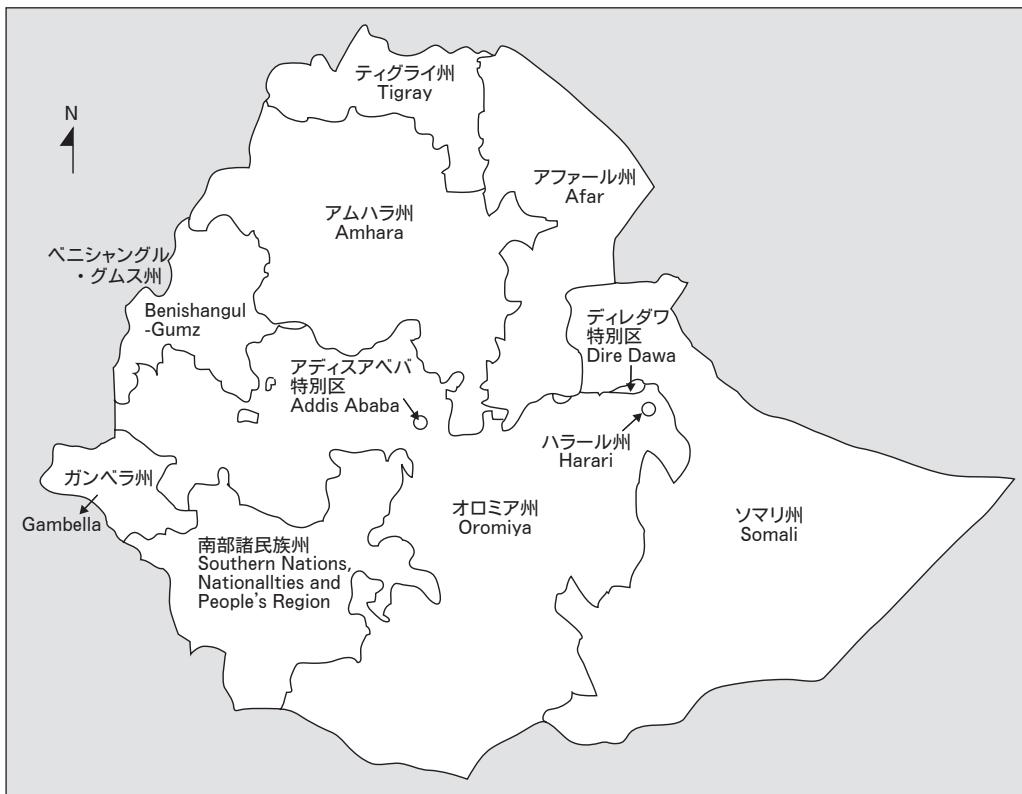


花卉（バラ）業者での聞き取り調査



アフリカ各国大使、書記官を集めて開催した「一村一品セミナー」（西川委員によるプレゼン）





エチオピア行政区分図

エチオピア連邦民主共和国基礎データ（外務省ホームページより抜粋、平成20年3月現在）

1. 面積 109.7万平方キロメートル（日本の約3倍）
2. 人口 7,000万人（2004年：世銀）  
人口増加率2.2%（1990～2004年：世銀）
3. 首都 アディスアベバ
4. 民族 アムハラ族、ティグライ族、オロモ族等約80の民族
5. 言語 アムハラ語、英語
6. 宗教 キリスト教、イスラム教他
7. 主要産業 農業（コーヒー、メイズ、テフ、ソルガム、大麦等）
8. 経済成長率 13.4%（2004年：世銀）
9. 貿易額 輸出 1,684百万米ドル／輸入 3,778百万米ドル
10. 貿易品目 輸出 コーヒー、チャット、オイル・シーズ  
輸入 穀物・穀類、燃料製品、自動車
11. GNI／一人当たりGNI 11,200百万ドル／160ドル（2005年：世銀）
12. 通貨／為替レート ブル／1ドル=8.64ブル（2004年：世銀）  
(1ブル=約12.5円 2008年2月の為替レートから)

# 目 次

## 序 論

1. 調査の背景と目的 -----	1
2. 調査内容と実施方法 -----	2
1) 調査の内容 -----	2
2) 調査実施方法 -----	2

## 第Ⅰ章 開発途上国における一村一品運動の展開

1. 一村一品運動の理念と開発途上国における一村一品運動の展開 -----	7
1) 一村一品運動の理念 -----	7
2) 一村一品運動の実態の幅-----	8
2. アフリカにおける一村一品運動の可能性 -----	10
1) 現在のアフリカにとっての一村一品運動の意義と可能性 -----	10
2) アフリカで一村一品運動を展開する上での留意点 -----	13
3. アフリカにおける一村一品運動に類似した事業の検討 -----	14
1) ミレニアム・ビレッジ・プロジェクト (Millennium Village Project) -----	14
2) ザンビア孤立地域参加型村落開発計画-----	18
4. アフリカにおける一村一品運動と日本の国際協力－マラウイの事例 -----	19
1) マラウイ政府の取り組み-----	19
2) 一村一品運動の普及 -----	21
3) 一村一品運動において留意すべき事項-----	24
補論：輸出促進の側面における販売支援と品質管理-----	26

## 第Ⅱ章 エチオピアの農業・農村制度

1. 背景 -----	35
1) エチオピアの行政機構 -----	35
2) 研究の目的-----	36
3) 用語の定義-----	37
2. 一村一品運動に関連するエチオピアの農業・農村開発政策・戦略 -----	37
1) ADLI から市場先導型農業へ -----	38
2) PASDEP-----	40
3. 一村一品運動をエチオピアに適用するための農産物 -----	41
4. 制度：小規模金融（Micro Finance）および協同組合 -----	45
1) 小規模金融機関（MFI） -----	46

2) 協同組合 -----	49
3) 貯蓄信用協同組合 -----	51
4) エチオピアにおける一村一品運動の適用（結論） -----	53
 コラム：住民組織が主導する地域開発（グラゲ道路建設協会の事例） -----	57

### 第Ⅲ章 エチオピアにおける一村一品運動の課題と我が国の協力可能性

1. エチオピアの一村一品運動の課題と今後の方向性 -----	60
2. エチオピアの一村一品運動に対する我が国の協力 -----	72
1) 我が国の国別援助計画との関係 -----	72
2) 既存の協力との関係整理-----	73
3) 他ドナーとの関係整理 -----	74
4) 協力全体のフレームワークと展望 -----	75
5) エチオピアにおける JICA 一村一品プロジェクト -----	75
6) 我が国からの一村一品運動支援 -----	76

### 附属資料

1. 一村一品運動に係るプレゼンテーション資料（西川委員） -----	73
於：「一村一品運動セミナー」 平成 19 年 8 月 30 日 アフリカ連合本部	
2. 我が国の村おこし事例と応用の考え方（愛知県新城市、豊根村の事例から）	
（二宮委員） -----	106
～内発的地域開発としての一村一品運動に関する本邦研修の可能性の検討～	
3. エチオピア現地調査日程、面会者 -----	132

# 序　　論

## 1. 調査の背景と目的

2005年12月に香港で開催されたWTO閣僚会議の場で小泉内閣総理大臣（当時）は開発イニシアチブを発表した。これを受け農林水産省も農林水産分野の開発イニシアチブを推進しているところである。平成18年度から5ヵ年計画で始まった「途上国支援のための基礎的情報整備事業」は、この開発イニシアチブの一環として位置づけられており、同事業の一つの柱として本「農業・農村制度研究」がある。

農業・農村制度研究の目的は、サハラ以南（サブサハラ）アフリカ（以下アフリカと略称）やアセアン後発国に対する効率的な協力の実施に資するため、農林業協力に密接に関連する農業・農村における公的な制度や慣行的制度についての基礎情報を収集するとともに、整理・分析を行うことである。昨年の平成18年度は、「アフリカにおける一村一品運動」をテーマに、一村一品運動の基本理念や開発途上国での広がりについて確認するとともに、既に当該運動を開始しているガーナと今後の発展可能性のあるウガンダを対象国として、それぞれの国・地域の情報および技術支援のニーズ等について調査研究した。平成19年度においても、引き続き一村一品運動を取り上げ、更にアフリカについて特化した内容で検討することを意図として調査研究を進めることとした。調査対象国には農業に大きなポテンシャルのあるエチオピアを選定した。

大分県で始められた一村一品運動は、その後日本国内のみならず、タイ、中国、マレーシア、フィリピン、モンゴル、マラウイなど各国で採用され、世界的な広がりを見せていく。経済発展の著しい東アジア、東南アジア各国に比べると、LDC諸国の集中するアフリカにおける一村一品運動は、まだ緒に就いたばかりで、本格的な実施はマラウイなど少数の国にとどまっており、概して情報が乏しい。しかし、アフリカ諸国においては近年経済自由化の推進、グローバル経済への統合、民主化と地方分権化政策の進展が見られ、貧困削減戦略書（PRSP）やミレニアム開発目標（Millennium Development Goals:MDGs）に基づく貧困削減努力と相まって、貧困削減のための農村開発、地域振興策、特産品（輸出用も含む）の開発に関心が高まりつつある。このような文脈において、今後アフリカにおいても一村一品運動の導入が進む可能性が大きくなっている、その際には我が国の支援が重要な役割を果たし得るであろう。以上の点から、本研究においてアフリカにおける一村一品運動の発展の可能性を探るとともに、その具体的支援方策について検討することの意義は大きいと考える。

本調査研究は、一村一品運動の基本的理念や教訓を確認するとともに、大分県を初めとする我が国における一村一品運動とタイなどアジア諸国における一村一品運動の経験を検証し、更にアフリカへの適用性を検討する。調査対象国であるエチオピアの農業・農村制

度について国内外で基礎的情報を収集・分析するとともに、日本国内だけでは収集困難な情報を聴取、収集するために、同国での現地調査を実施した。

## 2. 調査内容と実施方法

### 1) 調査の内容

本研究は、農林水産省補助事業「途上国支援のための基礎的情報整備事業」の一つの柱として位置付けられており、アフリカにおける「一村一品運動」をテーマとしている。今年度においては、昨年度の成果に基づきながらもよりアフリカに焦点を絞り、農業に大きな可能性を有するエチオピアを対象国に研究を行う。本調査研究を通じて、エチオピアにおける一村一品運動の発展可能性を探るとともに、我が国が支援可能な具体的な方策について検討を行うこととした。

### 2) 調査実施方法

#### (1) 検討委員会

本研究事業を効果的かつ効率的に推進するために一村一品運動、調査対象地域の産業振興政策に造詣の深い学識経験者や有識者ならびに国際協力関係者で構成する検討委員会（以下「委員会」と称する）を設置した。検討委員会委員は以下のとおりである。

#### 検討委員会委員およびオブザーバー

阿 部 裕 之*	独立行政法人国際協力機構 経済開発部 中小企業チーム長
黒 川 清 登	独立行政法人国際協力機構 客員専門員（開発政策）
○児玉谷 史 朗	一橋大学大学院 社会学研究科 教授
重 田 真 義	京都大学大学院 アジア・アフリカ地域研究研究科 准教授
神 公 明	独立行政法人国際協力機構アフリカ部 東部アフリカチーム長
西 川 芳 昭	名古屋大学大学院 国際開発研究科（農村・地域開発グループ）准教授
西 真 如	京都大学大学院 アジア・アフリカ地域研究研究科 特任助教
二 宮 雅 信	株式会社コーディネート総合研究所 主任研究員
村瀬 達哉*	独立行政法人国際協力機構 無償資金協力部 業務第二グループ 保健医療チーム長

（以上五十音順、○印は座長）

\*村瀬委員は平成19年12月まで、阿部委員は同年12月より委嘱。

委員会は次のとおり 4 回開催した。

#### 第 1 回委員会（高収益農業研究と合同開催）

日 時：平成 19 年 7 月 20 日（金）14:00～18:15

場 所：JICA 本部 10 階 D 会議室

課 題：①昨年度の研究成果および今年度の基本方針について  
②調査項目の整理について  
③現地調査計画について

#### 第 2 回委員会

日 時：平成 19 年 11 月 9 日（金）16:40～19:30

場 所：JAICAF 会議室

課 題：①エチオピア現地調査結果報告について  
②我が国における新しい村おこし事例について  
③報告書構成について

#### 第 3 回委員会

日 時：平成 19 年 12 月 3 日（金）10:30～12:40

場 所：JAICAF 会議室

課 題：①報告書構成と執筆分担について

#### 第 4 回委員会

日 時：平成 20 年 1 月 18 日（金）9:30～11:30

場 所：JAICAF 会議室

課 題：①報告書原稿の検討について

合計 4 回に渡る委員会では本事業の目的を達成するために、以下の課題に関する検討を行った。

- (1) 事業の基本事項（実施・運営方針および計画、調査検討実施計画、現地調査計画、報告書作成計画等）に関する検討
- (2) エチオピアの農業・農村制度の現状分析ならびに検討
- (3) エチオピア現地調査結果の検討
- (4) エチオピアに対する我が国からの具体的な支援の検討
- (5) 国内セミナー開催の検討
- (6) 報告書素案の検討と原稿の執筆

## (2) 海外現地調査

情報の収集と対象国における一村一品運動に関わる現状を把握するために、委員会委員および協会職員で構成する現地調査団がエチオピアに派遣された。

① 調査期間：平成 19 年 8 月 15 日～9 月 2 日（19 日間）

② 調査団員：西川 芳昭 名古屋大学大学院 国際開発研究科（農村・地域開発グループ）准教授

重田 真義 京都大学大学院 アジア・アフリカ地域研究研究科 准教授

小林 裕三 （社）国際農林業協働協会 業務第二部調査役

塩野谷 剛 （社）国際農林業協働協会 業務第二部

③ 調査内容：産業振興に関係する制度・政策調査、現在進行中の事業・プログラム等

## (3) 調査実施スケジュール

月	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
1.国内作業			① △				② △	③ △	④ △		
1) 委員会開催											
2) 国内情報収集			↔								
3) 現地調査項目検討			↔								
4) 分析・取りまとめ						↔					
5) 報告書作成									↔		
6) アンケート調査											○
2.海外現地調査				↔							

## (4) 執筆分担

本報告書は序論を除いて 3 章構成になっている。本報告書は、基本的に委員会の検討委員およびオブザーバーによる分担執筆により作成され、最終的に座長がとりまとめたものである。

第 I 章「一村一品運動の理念と開発途上国における一村一品運動の展開」では、本研究のテーマである「一村一品運動」に関する共通認識を得るために、昨年の研究成果をレビューするとともに、開発途上国における同運動に対する既存の協力経験から教訓を得ることとした。「1. 一村一品運動の理念と開発途上国における一村一品運動の展開」「2. アフリカにおける一村一品運動の可能性」については児玉谷座長が執筆し、「3. アフリカ

における一村一品運動に類似した事業の検討」は、「ミレニアム・ビレッジ・プロジェクト」「ザンビア孤立地域参加型村落開発計画」部分は西川委員による執筆、「4. アフリカにおける一村一品運動と日本の国際協力－マラウイの事例」部分は村瀬委員、阿部委員が執筆を担当し、「補論：輸出促進の側面における販売支援と品質管理」部分は黒川オブザーバーが担当した。

第Ⅱ章「エチオピアの農業・農村制度」は、調査対象国であるエチオピアの農業・農村制度について、一村一品運動の適用を意識しながら概観することとした。執筆は、Dr. Mamo Hebo Wabe が作成した現地調査報告書を参考に重田委員が最終的なとりまとめを行った。また、章の終わりには西委員が執筆したコラム（「住民組織が主導する地域開発」）を掲載している。

以上の結果を踏まえて、第Ⅲ章「エチオピアにおける一村一品運動の課題と我が国の協力可能性」においては、エチオピアに一村一品運動を展開する際の課題を抽出するとともに、我が国の協力可能性について出来るだけ具体的に提言した。「1. エチオピアの一村一品運動の課題と今後の方向性」は二宮委員が執筆している。「2. エチオピアの一村一品運動に対する我が国の協力」は分担して執筆しており、「我が国の国別援助計画との関係」「既存の協力との関係整理」「他ドナーとの関係整理」「協力全体のフレームワークと展望」部分を神委員、「エチオピアにおける JICA 一村一品プロジェクト」「我が国の一村一品運動支援」部分は西川委員が担当した。

なお、本報告書は、各執筆分担者の所属する団体・機関等の見解を代表するものではないことをお断りしておく。また、本報告書は、より多くの方に提供できるよう、当協会の Web サイト上に公開するとともに、「途上国支援のための基礎的情報整備事業」の一部として開催したアフリカ開発セミナー「アフリカの飢餓撲滅と農業・農村振興」（平成 20 年 3 月 4 日開催）においても本研究結果を発表し、情報共有を図った。

## 略語・用語一覧

- ADLI: Agricultural Development-Led Industrialization 農業開発先導型工業化（エチオピア）
- AEMFI: Association of Ethiopian Microfinance Institutions エチオピア・マイクロファイナンス（小口金融）機関協会
- Ethiopian Home Gardens Project 「エチオピア庭畠プロジェクト」。正式名称は、「エチオピアの庭畠：慣行と農産物の保護、生物多様性の *in-situ*（原位置での）保全プロジェクト」
- ETB: Ethiopian Birr ブル。エチオピアの通貨単位。1 ドル=8.6ETB
- FCA: Federal Cooperative Agency 連邦協同組合庁（エチオピア）
- FDRE: Federal Democratic Republic of Ethiopia エチオピア連邦民主共和国
- FFIs: Formal Financial Institutions 公式の（フォーマルな）金融機関。商業銀行など、法律に基づいて公式に設立され、運営されている金融機関。
- FRG: Farmer Research Group 農民研究グループ
- FTC: Farmers' Training Centers 農民訓練センター
- GI: Geographical Indications 地理的表示（エチオピア）
- MARD: Ministry of Agriculture and Rural Development 農業農村開発省（エチオピア）
- MFIs: Microfinance Institutions 小口金融機関（マイクロファイナンス機関）
- MK: Kwacha マラウイ・クワチャ。1 ドル=140MK（マラウイ）
- MLAD: Market-Led Agricultural Development 市場先導型農業開発（エチオピア）
- OTOP: One Tambon One Product 一村一品（タイ）
- OVOP: One Village One Product 一村一品
- PA: peasant association 農民組合。アムハラ語では *kebele*。最小の地方行政単位。（エチオピア）
- PASDEP : Plan for Accelerated and Sustained Development to End Poverty 「貧困撲滅のための加速的かつ持続的な開発計画」（エチオピア）
- QSAE: Quality and Standards Authority of Ethiopia エチオピア品質基準局
- SACCO: Saving and Credit Cooperative 賢蓄信用組合
- SNNPR: Southern Nations, Nationalities, and People's Region. 南部諸民族州（エチオピア）
- *Woreda* ワレダ。エチオピアの地方行政単位。郡（District）。

# 第Ⅰ章 一村一品運動の理念と開発途上国における 一村一品運動の展開

第Ⅰ章は次のような構成である。第1節で一村一品運動の理念と開発途上国における展開を説明し、第2節でアフリカにおける一村一品運動の意義と可能性を論じる。続いて、第3節ではアフリカすでに実施されている、一村一品運動に類似した事業を検討し、これによって一村一品運動の理念と意義の明確化を図る。第4節では、すでに一村一品運動が実際に実施されているアフリカで唯一の国であるマラウイを取り上げ、その内容と我が国の国際協力を紹介する。最後に、一村一品運動の輸出促進の側面における販売支援・品質管理について、関連する近年の動向や政策を説明する。

## 1. 一村一品運動の理念と開発途上国における一村一品運動の展開

### 1) 一村一品運動の理念

第一に、一村一品運動は地域づくり（地域振興）、村おこし・町おこしの一種であることを確認しておく。したがって、地域を主体としない、地域を特定しない、単なる中小企業振興、農村工業振興、輸出振興とは異なる。主体となるのは地域であって、たとえば輸出産品生産のために地域の特産品づくりを支援するというように、地域を手段と考えるのは一村一品運動としては本末転倒である。

第二に、一村一品運動は地域住民が主体の「運動」であって、中央政府や援助機関がトップダウンで、外から実施するプロジェクトや事業ではない。開発途上国で適用された現実の一村一品運動には運動よりも中央政府による事業に近いものも多い。しかし理念的には一村一品運動は地域住民が主体の運動で、中央政府はそのための環境を整備し、側面支援するファシリテーターである。一村一品運動の主体として狭い意味での地域住民と住民組織に限定するのか、地方政府や地域企業も含めるのかは議論が分かれるところであるが、いずれにしろ地域住民の主体的関与抜きの一村一品運動はあり得ない。

第三に、一村一品運動の三つの原則は、「自主自立・創意工夫、人づくり、ローカルにしてグローバル」であるといわれる。これは大分県の一村一品運動の原則であるだけでなく、タイのOTOPの三つの哲学でもある。自主自立は、地域が主体の運動であるという前提から導かれる。中央政府や援助機関からの上意下達の事業として実施されるのではなく、地域が主体の運動として地域住民が自主（あるいは自助）自立の精神で、自らの発想に基づいて主体的に行動するというのが一村一品運動の基本原則である。外から与えられる事業ではないので、地域による創意工夫が重要となる。地域の潜在的な資源（地域資源）を發

掘し、地域独自のものを創意工夫で築き上げることが重視される。

自主自立・創意工夫との関連で、一村一品運動の国際協力にあたっては、一村一品の精神を共有することが大事であって、特定の方式、やり方を押しつけるものではないという点を確認しておく必要がある。国際協力としては我が国やタイの一村一品事業をそのまま持ち込むのではなく、試行錯誤や経験から学んでもらうことが重要である。

「一村一品」という名称から、モノづくりの運動であるというイメージが強く、「一村一品」の「一品」に注意が行き過ぎる傾向がある。確かに、モノづくり、特産品開発は一村一品運動の不可欠の要素であると言ってよい。しかし一村一品運動は単なるモノづくりではなく、モノづくりを通じて人づくりを目指すものである。そこでは人と組織づくり、リーダーの養成が重要である。したがって一村一品運動によって、新しい特産品や産業の芽が創り出せるかだけでなく、人材活性化の契機を創り出せるかどうかが重要となる。一村一品運動は地域住民に新しい刺激を与え、意識改革を促し、地域社会自体の力づけを図る（井草 2006）。人づくりが大事な理由の一つは、スローガンや產品は変わっても、運動を推進した「人」は残るので、地域の発展に持続性が確保できるからである。

大分県の一村一品運動の前史として有名な大山村（町）の運動のスローガンは「ウメクリ植えてハワイに行こう」であり、若者たちは「世界を知ろう会」を立ち上げ、青年の視野を広げ海外から故郷を見直すという視点を重視していた。平松知事が説いた「グローバルに考え、ローカルに行動せよ」は一村一品運動の原則の一つであり、世界に通用するモノづくりを目指す中で、グローバルな視点を持つことの重要性が強調された。またグローバルな視野のもとで地域に根ざして新しい町づくりに取り組むことが重視された。

## 2) 一村一品運動の実態の幅

一村一品運動という名称はキャッチフレーズとしてわかりやすく、訴える力が強い。ただ、その名称と基本理念との間にずれがある（名称はモノづくりを連想させるが、基本理念は人づくりを重視している等）ことや名前は知られていても内容はあまり知られていないといった事情も手伝って、一村一品運動は誤解もされやすい。

一品という名称から生じる誤解として、一村一品運動は特定の產品に特化することだという誤解がある。「產品を一つに特化させてその生産規模を拡大させる戦略という誤解」をされやすいことは、インドネシア等の例を引いて松井和久が指摘している（松井 2006b）。

松井和久は、誤解の一つとして、一村一品運動を地域振興のための唯一の処方箋と位置づけ、全ての課題を一村一品運動で解決しようとする傾向も指摘している。大分県の平松県政は、一村一品運動と同時に県外からの民間企業誘致等、国の産業配置政策や過疎振興法も積極的に受け入れてきた（松井 2006a: 13; 松井 2006b: 148）。

次に、誤解というのではなく、現実に展開してきた一村一品運動の実態にはかなりの

幅があるため、一村一品運動をどのような意味で使っているのかについて明確化することの重要性の問題がある。一村一品運動の基本理念については先に紹介したが、実は現時点ではこれこそが唯一正しい一村一品運動であると断定することは次第に難しくなってきている。それは一村一品運動が世界的に広がってきたことの必然的な結果でもある。

第一に現実の一村一品運動と称されるものには地方自治体レベルのものと全国レベルのものが含まれている。一村一品運動発祥の地大分県の場合は、基盤となったのは町村レベルでの村おこし・町おこしであり、それを組織化したのは県であり、いずれにしろ地方自治体レベルであった。これに対して、タイやマラウイなどの一村一品運動は中央政府の事業として全国レベルで実施されている。

第二に、運動なのか事業なのかという点である。一村一品運動は国際協力により主に行政官から行政官へというルートで開発途上国に伝えられた。このため開発途上国での一村一品運動は、地域住民の運動としてよりも中央政府の事業やプロジェクトという性格が強まることになった（松井 2006b: 149）。もっとも発祥の地、大分県の場合でも県、知事のレベルで見れば、運動を支援するために県のさまざまな事業が展開されていた。したがって一村一品運動は運動なのか事業なのかという二者択一的な問題の建て方は、最初から実態に合わないとも言える。

三番目の点として、一村一品運動におけるモノづくりの比重、あるいは位置づけがある。これは、一村一品運動において、村落開発の側面を重視するのか、産業振興の側面を重視するのか、という問題もある。本来の一村一品運動の基本理念に挙げられているのは人づくりであり、モノづくりはいわばそのための手段、あるいは契機にすぎない。しかし現実の開発途上国における一村一品運動の多くはモノづくりとしての性格が強い。

四番目に、一村一品運動の、モノづくりとしての側面に注目した場合、輸出（世界市場）を目指すのか、国内市場向けに生産・販売するのかという問題がある。大分県の一村一品運動では世界に通用するモノづくりを目指していたが、その製品は主に国内市場向けてであった。タイの一村一品運動は輸出を視野に入れている。特に開発途上国にとっては、輸出市場と国内市場では求められる品質の水準や消費者との関係が異なるので、同じ特產品づくりといってもどちらを目指すのかで、必要となる能力や条件は異なってくる。

この他にも、一村一品運動はモノづくり、運動論、参加型開発等、多面的な視角から評価が可能である。

以上のように、現実に世界各国で展開されている一村一品運動の概念や実態には幅があることに鑑み、一村一品運動を開発協力として実施する際には、どのような一村一品運動を推進しようとするのかを明確にし、関係者間で共通理解を確保しておく必要がある。特に政府の政策・事業として全国で一村一品運動を展開する型の事業の場合は、地域によってあるいは中央と地方で一村一品運動についての理解に差異が生じないように留意すべきである。しかし他方で、一村一品運動を狭く理解してそれを押しつけるよりは、概念と実

態の幅をむしろ積極的に評価して実施する方が、各地域の多様性を活かせるとも言える。たとえば、都市市場や輸出市場へのアクセスが容易な地域では、産業振興的な施策を展開し、遠隔地では地産地消や村落開発を重視するといったことが考えられる。ただしこの場合も、中央政府や援助機関等が先にこのような分類を押しつけるべきではなく、あくまでも地域の自主性、主体性を尊重し、地域の創意工夫を基礎にすべきである。

最後に一村一品運動における主体あるいはアクターの問題に言及しておこう。一村一品運動は地域住民（住民組織を含む）が主体の運動であるが、地域住民だけが単独で、あるいは孤立して運動するということではもちろんなく、他のアクターとのパートナーシップの中で運動が展開する。地域経済開発は、マルチ・アクター、マルチ・セクターなものであり、地方政府、地域住民、市民団体、民間企業のパートナーシップによるものと規定する論者もいる（Helmsing 2003: 69, 74-5）。松井和久は、地域振興の主体として、地域住民、地域企業、農業協同組合、地方行政を挙げている（松井 2006a: 5）。

一村一品運動においては地方政府・地方行政を多くのアクターの一つと考えるか、中心的なアクターと見るかは議論が分かれるであろう。地方政府は住民組織と並んで地域経済開発の主体と考えられる場合もある。とりあえずここでは、一村一品運動においては地方政府・地方行政は、運動の支援者・組織者と主体という両面的な性格を持っているものとしておく。つまりそれぞれの国や地域の状況によりその比重の違いはあるものの、地方政府は両方の役割を果たし得ると考えたい<sup>1</sup>。

民間企業をどのように位置づけるかも議論があろう。ここでは、地域企業とそれ以外の企業に分けて位置づけたい。地域に根ざし、地域の特産品を生産する、地場産業の企業（多くの場合中小零細企業）は地域企業として一村一品運動の中心的な主体と位置づけ、それ以外の、外部から誘致された大企業や地域特産品を域外、海外に販売する商社等は、連携するアクターの一つとして考えるのである。大分県の場合は、地域企業は一村一品運動の一つの主体である（吉田健太郎 2006）。タイの場合は、OTOP事業の参加者は地域生産者と中小企業に分けられ、中小企業については、OTOPの趣旨にあった方法で製品を生産している地域に根ざした事業者であるとされている。

## 2. アフリカにおける一村一品運動の可能性

### 1) 現在のアフリカにとっての一村一品運動の意義と可能性

過去 15 年ほどの間にアフリカを取り巻く政治経済環境は大きく変わった。まずアフリカの経済自由化政策により、アフリカがグローバル経済と再び結びつく方向に転換し始めた

<sup>1</sup> 地方政府のレベルにもよるであろう。たとえば大分県の場合、県は支援者の性格が強く、町村は主体の側面が強い。

ことである。アフリカの輸出は植民地時代から相変わらず続く少數の農産物か鉱産物という一次產品で占められている。その上、その一次產品輸出の世界に占めるシェアさえ低下しているのである。その結果、アフリカ経済は世界経済の中で比重を低下させ、いわゆる周辺化あるいは周縁化（marginalization）が進んだのである。

1990年代以降構造調整と経済自由化政策が導入され、再びアフリカを世界経済に統合しようとする動きが定着してきた。2001年に採択された、アフリカ人によるアフリカの開発イニシアチブである、NEPAD（アフリカの開発のための新パートナーシップ）においても、グローバリゼーションへの統合志向が明確に打ち出されている（大林 2003）。これらの動きはアフリカ経済の周辺化を食い止め、逆転させるきっかけになるかもしれない。しかし現在までのところ、構造調整と経済自由化がアフリカに裾野の広い経済成長と輸出の拡大をもたらしているとは言い難い。それはグローバル化が機会であると共に脅威であるという二面性を持っているからである（Helmsing 2003: 69）。世界市場への輸出は新たな市場機会であり、先進国や成長する市場に参入できることで、外貨獲得向上を期待できる。しかし同時に、グローバル経済に統合されることは厳しい競争にさらされることもある。国内市場でも輸入品との競合が生じる。脅威から保護され、新たな機会を利用できればよいのだが、そのような都合のよい組み合わせが得られるとは限らない。アフリカは新たな輸出産業や輸入代替産業を作り出す必要に迫られている。一村一品運動は、農村開発や地域と結びつくことで、裾野の広い、pro-poorな（貧困層に裨益する）経済成長に貢献する可能性を秘めている。

グローバル経済への復帰が第一の侧面だとすると、第二の侧面は地域振興、地域経済開発の重要性の出現である。これまでアフリカ諸国では経済開発や輸出は国家あるいは国民経済の発展における文脈で重視され、地域の経済、地域振興との関連で語られることはほとんどなかった。アフリカ諸国では概して中央集権的性格が強く、中央政府によるトップダウンの政策や事業が中心であった。中央の問題が解決できない国が多く、地方の問題を取り上げられにくかったということもあろう（吉田栄一 2006:175）。このため地域振興や地域経済開発あるいは地域格差の解消という発想はきわめて弱かった。それが近年、地域の開発が新たな課題として浮上してきたのである。その理由は、中央政府の役割の変化と能力の低下、民主化と地方分権化の進展等である。

また援助政策においても、貧困削減や参加型開発の強調とも関連して、草の根、コミュニティの主体性や参加が重視されるようになってきている。このような状況変化の中で、アフリカ諸国においても、地域住民自身が自主的に地域開発に取り組もうとする事例が増えてきている。この意味では、現在のアフリカは、一村一品運動が受け入れられ、展開する好機とも言えよう。

以上の背景も踏まえ、現在のアフリカでは一村一品運動は次のような意義を持つと考える。

第一にアフリカ側の開発課題の優先事項である貧困削減に合致する。貧困削減がアフリカの多くの国で開発上の中心課題であることは間違いない。一村一品運動が最貧困層を直接のターゲットとし得るかどうかは議論があろうが、貧困層の所得向上等を通じて貧困削減に資することは確かであろう。貧困削減に関連して一村一品運動は、農村開発に資する。アフリカでは人口の多数は農村住民であり、都市よりも農村で貧困層の割合が高い。一村一品運動は農村部での所得向上、就業機会の拡大、人づくり、地域住民のエンパワーメントといった農村開発に必要な要素を含んでおり、農村部での貧困削減に大きな貢献をする期待できる。

第二に、地域を主体にした、あるいは地域に焦点を当てた運動の持つ意義である。上述したように、近年地方分権化の流れが定着し、ようやく地域振興の条件が整いつつある。一村一品運動は農村部の地域振興に焦点を当てることで、これまでアフリカでは弱い環であった部分を強化するきっかけとなる可能性がある。関連して、地方分権化と連動させれば、一村一品運動は、従来のような中央政府のトップダウンの事業に住民を動員する出先としての地方行政から、住民のニーズに応える地方行政への転換を後押しするであろう。

第三に、一村一品運動が地域のモノづくりや経済開発を促進する意義である。アフリカにおいてはごく最近まで貧困削減の取り組みや農村開発の中心が教育、保健、水等の社会開発であったため、経済開発的側面はどちらかというと後回しにされる傾向があった（もちろん社会開発の重要性は軽視すべきでないが）。一村一品運動におけるモノづくりはあくまでも人づくりのための契機であるが、アフリカでは逆にこのモノづくりの要素が入っていること、あるいはモノづくりと人づくりが結びつけられていることの意義が大きいと考えられる。モノづくりを推進することで、農村経済の多様化、収入向上、農村工業や中小零細企業の振興にもつながることが期待される。

第四に、一村一品運動は輸出の拡大と多角化に貢献する可能性がある。国内市場に比べて海外市場は高い収益を期待でき、農村部の収入向上、経済成長につながる。ただし、すでに述べたように、グローバリゼーションのアフリカ農村部への影響には正負両面があることには注意しなければならない。また輸出の成長はあくまでも一村一品運動の結果もたらされる可能性があるものであって、一村一品運動を輸出振興の手段としてのみ位置づけるべきではない。

第五に、一村一品運動はジェンダー格差の解消にも貢献し得る。ジェンダーへの配慮はアフリカの開発においても不可欠の、分野横断的な配慮事項である。アフリカの農村部での女性のエンパワーメント、地位向上はそれ自体重要な課題であるとともに、食料安全保障、農業生産、人口問題、教育等、多面にわたってよい影響をもたらすと考えられている。一村一品運動を通じて女性の収入向上、能力向上、組織化が進むことの意義は大きい。

第六に農村の青年の問題への対応である。大分県の一村一品運動においては、地域に根ざして新しい村（町）づくりに取り組む若者の育成が重視された。現在のアフリカでは、

ピラミッド型の人口構成を反映して、若者が人口の多数を占める。しかし特に農村部では若者が働く就業機会、所得機会が十分にない。農村部に活気をもたらすには、若者がいきいきと働く場を作り出すことが必要である。地域経済の振興や人づくりを通じて、一村一品運動は地方の青年に就業機会、所得機会、知識や技術を与えるであろう。

## 2) アフリカで一村一品運動を展開する上の留意点

前項では、一村一品運動がアフリカにとって持つ意義を潜在的可能という観点からまとめた。したがって前項の諸点は一村一品運動を導入すれば、必ず発現するというわけではない。実際には一般的な、そしてアフリカに固有の条件により、一村一品運動で期待される効果が発現しないことはあり得る。

まず前提として、すでに述べたように一村一品運動は地域開発や農村開発の万能薬ではない。ましてや輸出拡大の魔法の杖ではない。それぞれの成果を挙げるには、他の政策や事業との上手な組み合わせによるしかない。

これまで一村一品運動は、タイ、マレーシア、フィリピン、モンゴル等アジア諸国を中心を開発途上国に紹介、導入されてきた。大分県など日本はもちろんのこと、東南アジア諸国とアフリカでは同じ開発途上国とはいってもかなり条件に違いがある。この点を考慮し、アフリカさらには各国の事情を十分考慮に入れて一村一品運動の協力を行う必要がある。モンゴルの一村一品運動を論じた論考において井草邦雄は、一村一品運動は密度の高い集落構造をもつ我が国の農村を前提として成立したモデルで、そのままではモンゴルのような社会に適用できず、単純な受容は困難であると書いている（井草 2006）。一村一品運動のアフリカへの適用を考える際には、アジアの中でもむしろモンゴルのような国の経験が参考になるかもしれない。

第一の留意点として、アフリカは、我が国の過去や現在の東南アジア諸国と比べて貧困の広がりや程度が深刻であり、産業の発達度も低いことがある。ミレニアム開発目標(MDGs)等の指標でも明らかのようにアフリカは貧困が最も深刻な地域である。農村経済の多様化、農村工業の発達、特産品の開発等も限られている。低い就学率、短い平均余命、HIV/AIDS や感染症の感染率の高さ等、経済発展の前提条件が十分に整っていないとも言える状況である。

第二に、アフリカでは従来地域振興はほとんど行われてこなかったか、実施されても成功例があまりないという状況である。近年になって地方分権化が進んでいるとはいえ、多くの場合地方政府・地方行政は依然として弱体で、能力が低い。地方、地域が主体となって地域振興を行うということはほとんどなかったため、地域住民にも地方行政官にもこの面での能力や経験が乏しい。地域振興的な事業が行われた場合でも、その多くはケニアのハランベー運動などのように学校・診療所建設などの、社会セクターのインフラ（箱物）

建設が多かった。特産品の商品開発・市場化や生産、販売のための継続的な運営や関与といった経験は乏しい。

第三に、アフリカでは全般的に運輸・交通インフラを初めとして経済インフラが未整備である。これが国内市場向けであれ、輸出市場向けであれ、市場向け生産の制約となる。特に農村部では、市場へのアクセスの問題が起きる。アフリカでは内陸国も多い。内陸国では陸上輸送の経路が長くなるため、輸送コストや輸送時間が大きくなる。このように生産地から消費市場までの距離が隔絶していることにインフラの未整備が加わり、競争力を持った特産品の開発は容易ではないことを覚悟しておくべきである。

以上三点の制約から、アフリカ諸国では一村一品運動が導入されても、短期間で成果が出るというわけではないことを理解すべきである。したがって一村一品運動への国際協力にあたっては長期的な観点から取り組む必要がある。

最後に、協力との関連で言えば、アフリカ諸国の多くでは、世銀、IMFの影響の強い「貧困削減戦略書」(PRSP) やヨーロッパのドナーの影響の強いセクター毎の計画が策定され、援助協調が進んでいる。このような国際機関や欧米のドナーの影響が強く働くもとで策定された開発や援助の枠組みが存在しているところに、一村一品運動のように我が国やアジアの経験に基づいた独自の発想や仕組みを援助として持ち込む場合には、当該国の開発計画や援助枠組みにうまく位置づける必要があることを留意しなければならない。また中央政府の事業として実施する場合、公共部門改革が進められ、財政事情の厳しいアフリカ諸国の場合、政府部内に一村一品運動関連の新たな組織を設置し、人員を配置することは困難が多いことにも留意しておくべきである。持続性の観点からも既存の組織との連携や有効活用が重要である。

世銀や欧米ドナーの影響力が強いアフリカにおいては、一村一品運動に対する誤解を払拭することも重要である。補助金付きで投入財配布事業等と誤解されることがないように注意しなければならない。基本は人づくりであり、モノの支援ではないことを説明すべきである。

### 3. アフリカにおける一村一品運動に類似した事業の検討

#### 1) ミレニアム・ビレッジ・プロジェクト (Millennium Village Project)<sup>2</sup>

##### (1) ミレニアム・ビレッジ・プロジェクトとは

アフリカ諸国の貧困状況を改善するため、国際機関等が実施し、注目を集めている事業にミレニアム・ビレッジ・プロジェクト (Millennium Village Project : MVP) がある。

<sup>2</sup>本稿は、木村聖・軸丸優子・西川芳昭(2007) 「アフリカの農村開発—ミレニアム・ビレッジ・プロジェクトの功罪と我が国による協力の可能性—」『国際農林業協力』、Vol.30.No.3 から抜粋・編集したものである。

我が国も、プロジェクト実施に財政的貢献を行うとともに、日本企業が資材の提供も行って積極的に参画している。一方で同プロジェクトに対しては、従来からのギャップアプローチの延長であり、人間開発や地方分権化という開発政策の枠組みの中での広範な適用可能性に対する疑問を提起されている。

MVP は、保健衛生、食糧生産、教育、清浄な水へのアクセス、基本的なインフラストラクチャの整備への投資を通じて、2015 年までに、貧しい村落における極度の貧困を解消し、自立的に発展する能力を備えた村落を形成することを目標として、アフリカの各地で実施されているプロジェクトである。また、最終目標としては、同プロジェクトの実施によるミレニアム開発目標の達成を掲げており、それを達成するために、以下の 8 つの活動を行うとしている。

- (1) 食糧生産の増加、栄養価の高い食糧の普及によって村落における飢餓と栄養失調を解消する。特に、妊娠・授乳期の女性と 2 歳未満の幼児の栄養状態を改善する。
- (2) 住民の生活改善、農業およびその他の活動を通じた所得向上により極度の貧困から脱却する。
- (3) 男女児童の初等学校への完全就学率を実現し、さらに学校における男女間格差を縮小する。
- (4) 女性の健康改善と児童・妊産婦の死亡率の抜本的な低下を重視した医療サービスへのアクセスを改善する。
- (5) HIV／エイズ、マラリア、結核ならびにその他の主要疾病の感染率を低下させ、抗レトロウイルス剤等の基幹薬品の入手を改善する。
- (6) 環境資源の活用のために「持続可能な開発」の原則を村落開発プログラムに導入する。
- (7) 家庭、学校、医療機関における清浄な水および衛生サービスへのアクセスを改善する。
- (8) インターネットや携帯電話へのアクセス等の通信技術の導入によりデジタルデバイドを解消する。

MVP は 2004 年ケニアの Sauri 村において始められ、2006 年までにアフリカ 9 カ国 10 村でパイロット事業が展開された。将来的には、2009 年までに 1,000 村、最終的に 5 千村以上の村で実施される予定である。

MVP の主なアクターは、コミュニティ、UN Millennium Project（国連ミレニアム・プロジェクト）、コロンビア大学の The Earth Institute（アース・インスティテュート）、UNDP、Millennium Promise（ミレニアム・プロミス）であり、コミュニティは、これら関係諸機関の連携による金銭的、技術的な援助のもとで主体的に活動している。

資金調達においては、ドナー、地方・中央政府、NGO などの関係組織、村民の協力に

よって行われる。1村当たりのプロジェクト年間総費用は60万ドルで、うち25万ドルをドナーが提供し、30万ドルを地方・中央政府が50%、NGOなどの関係組織が33%、村民が17%の割合で負担している。

ドナーとしては、日本政府が、2005年から2006年にかけて、人間の安全保障基金を通じて約900万ドルの支援を行った。また、資材の支援としては、2006年に住友化学が8つの村に対してマラリア防止用の蚊帳を寄付している。

成功例として紹介されているケニアのSauri村では、2005年時点で、前年に比べ食糧の生産量が3.5倍に増加し、マラリアの感染率が低下し、全ての子供に対する給食の配給が実現されつつある状態にまで至ったと報告されている。

このような成果を受け、現在、MVPは、ミレニアム開発目標の達成に向けて、アフリカ各国へと拡大されようとしており、そのために4つの目標を掲げている。第1に、District(郡)全土に渡って、または、その中でも特に重要な地域において、MV1での教訓を生かし包括的な村落レベルでの活動を行うこと、第2に、Districtレベルで、ミレニアム開発目標を達成するための活動をどのように調整、実施し、資金を調達するか、また、それらの活動を支援するためにどのような国家体系が必要であるかを理解し明確にすること、第3に、Districtレベルで、必要とされる活動、また、活動の結果として発生する規模の経済からの利益がどのようなものかを理解すること、第4に、実践的で結果重視の、監視・観測される活動によってドナーを引き付けることである。

## (2) MVPに対する評価と一村一品運動との関係

一村一品運動をアフリカで展開する際には、このような国際的に注目されている事業と一村一品運動とが、その内容や開発介入に対する思想がどのように異なり、なぜ一村一品運動に関する協力を我が国が推進しようとするのかを整理することが望ましい。

まず、MVPのような外部からのインプットを中心とした開発のあり方は、資金面での持続性を議論する以前に、MVP自身が標榜するボトムアップ・アプローチに矛盾するものであり、その持続可能性に疑問を持たざるを得ない。たとえば、Overseas Development Institute(ODI)は、まずMVPは、貧困層の大半が位置する農村部への投入が不足しているということに注目を集めている点においては有益であるとしているが、詳細な計画に支えられているにもかかわらずボトムアップであることを標榜しているように、理論としての多くの矛盾点を抱えていることを指摘している。計画を実施する際の「キャンペーン」アプローチ<sup>3</sup>に関しても、パイロット・スケールでは容易に機能する

<sup>3</sup>ここでいうキャンペーンとは、特定の目的を達成するために特定の地域で行われる（周到に用意された）一連の活動（投入）の全体を指している。この場合、必ずしもキャンペーンの相手方の受容能力や参加は問われない。また、このようなアプローチはあくまでも、特定の目的、地域に限定して適用されるものであることから、MVPに対して批判的意味でキャンペーンアプローチであるとの評価報告では説明されていると考えられる。したがって、我が国の一村一品運動を英文で紹介するときにキャンペーンという言葉を使うことは差し控えるべきであろう。

ものの、より長期的かつ大規模なものになればなるほど、市場、経済・社会・環境などに関する様々な政策に対する優先順位付け、そして集中投下的な援助と連動する必要が大きくなるとしている。ここでいうキャンペーンとは、特定の目的を達成するために特定の地域で行われる（周到に用意された）一連の活動（投入）の全体を指している。この場合、当然のこととして、キャンペーンの相手方の受容能力や参加は問われない。また、このようなアプローチはあくまでも、特定の目的、地域に限定して適用されるものであり、普遍性は乏しい。

またどのような規模であろうと、一括実施を基本とした「ビッグ・プッシュ」戦略は、地域間の相互補完性を活かし、地方行政の対処しうる範囲内で入念に整理された戦略へと置き換えられなければならないとしている。過去の多くの農村開発戦略が明らかにしてきたように、新たなものを広範かつ持続的に導入する際には、農業技術のように地域特性に適応した形での導入が望ましく、「ビッグ・プッシュ」戦略は不適当であるとしている。

上記のような批判的見解を踏まえた上で、一村一品運動の考え方と比較してみよう。一村一品運動は、もともとは行政や政策とはまったく別の次元で動いていた住民たちの運動に、政治家を目指した官僚が気づいたことに原点があると考えられる。その上で、地域の特性や資源を十分に活用しながら、工夫を凝らして、それぞれの地域の顔となる特色ある商品や文化を国内はもとより世界に通用するものとして育て上げる運動である。何でもいいから世界に売れる商品を作り出すことだけが目的ではないし、たった1つの特定の商品に地域が依存することでもなかった〔国際農林業協働協会 2007〕。

このような特徴をもつ一村一品運動を通じて我が国が協力する可能性の1つとしては、MVPにおける批判の対象となった「キャンペーン」アプローチに対して、一村一品運動の特徴である、「自慢できる価値ある地域資源を見つけ、加工・販売・マーケティングなどを通じてその価値を高めていくプロセス」〔松井 2006:10〕を重視し、直接的な外部投入によってではなく、「初めに地域の人々自らの発想と自助努力があり、それを行政が支援する」〔松井 2006:10〕ことによって、より持続的かつ広範囲にわたるものへとスケールアップすることが考えられる。この地域からの発想を重視する姿勢は MVP 自身も有しているが、そこに大分県の一村一品運動がもっていた地域住民と行政との連携のメカニズムを具体例を通じて紹介することによって、上に挙げられた「キャンペーン」アプローチの問題点を克服する可能性があろう。

## 2) ザンビア孤立地域参加型村落開発計画

ザンビアにおいて独立行政法人国際協力機構(以下、JICA という)が 2002 年 6 月～2007 年 5 月(第一フェーズ)、2007 年 6 月～2009 年 5 月(第二フェーズ)の間実施している技術協力プロジェクト「孤立地域参加型村落開発計画」(Project for Participatory Village Development in Isolated Areas (PaViDIA)) は、市場から遠く離れた農村地域住民の能力向上とそれを支える組織の強化を目的とし、住民参加による村落開発(個々の村落内のマイクロプロジェクトの実施等)と持続的農業の普及にかかる活動を行い、それらを連携させたモデルを確立しザンビアに定着させることを目標とした村落振興プロジェクトであり、一村一品運動のアプローチを明示的に採用しているわけではないが、その内容は一村一品運動と共有する部分も多いと考えられる。

特に、その目標の中の「普及員がマイクロプロジェクトのファシリテーションを通じて、農家の問題把握と優良な普及情報の発掘、伝達能力が向上すること、農民がマイクロプロジェクトを自ら企画・実施し、その効果を体感することによって、その後のコミュニティ活動を活性化させる能力が備わること」は、一村一品運動における住民と行政関係者双方の人材育成と共通している。

第一フェーズの評価においても、参加型持続的村落開発の実施を通じて農民の活動が活性化し、その効果は農業分野にとどまらず、村落自体の自立的発展が見込まれる。また、女性世帯主は全体の 2 割を占めること、通常の農家世帯でも女性が農作業の多くを担うことから、女性に配慮した研修プログラムやマイクロプロジェクトの実施を通じて、彼女らの視点を取り入れた生活環境の向上が期待され、そのインパクトが指摘されている。さらに、第二フェーズで意識されている、

- ・ 村民の自主性喚起の代替案を考察し、自主自立を最善の方法で達成する。
- ・ 農村開発および持続的農業分野の統合を図り、二分野の相乗効果を高める。
- ・ 高度なインフラ建設は、必要な技術獲得の可能性をワークショップで十分討議する。
- ・ 経済成長と透明性確保のため、村落開発委員会会計役の会計簿記の能力を向上させる。

などは、大分県が人づくり塾などの人材育成で強調してきた手法と行政の援助手段との共通性があると考えられる。

なお、現チーフアドバイザーの三好は、プロジェクトの特徴を、

- ・ 村に住む村人が計画し、実行する開発行為であり、政府や JICA も参加者の一部である。
- ・ インフラおよび研修も含めた多様な活動は、村の村としての機能を維持することに寄与する社会経済的な活性化を求める活動であり、村の中のより脆弱な人々を助けるような機能の回復が期待されている。

- ・ 経済活動が金銭的な収入創出だけを目的としているのではなく、村という社会単位が豊かになることを目指している。

と、とまとめており、輸出振興を意識して產品に特化する傾向の強いマラウイの一村一品運動のように明示的に一村一品運動を名乗っていないが、大分の一村一品運動により近い形態であると指摘し、アフリカにおける一村一品運動の適用に貢献しうる試みであると述べている。

#### 4. アフリカにおける一村一品運動と日本の国際協力ーマラウイの事例

マラウイと大分の一村一品運動を通じた交流は 1990 年代から始まっていた。1998 年にアレケ・バンダ農業大臣が来日の際に大分県を訪問し、一村一品運動の現場を視察し、マラウイでの導入を見据え、1999 年から大分県の一村一品運動の概念の理解を目的とした、「アセアン向けの地域振興」研修にマラウイ政府行政官を毎年参加させることになった。その後、2003 年に「アフリカ開発のための東京国際会議」第 3 回会合（TICAD-Ⅲ）に出席するため訪日していたバキリ・ムルジ大統領（当時）が大分を訪問し、一村一品運動の同国への導入を決め、直ちに政策担当者に指示したことにより、2003 年には農業灌漑食料保障省内に一村一品事務局を設置、全国一村一品セミナーを開催し、同セミナーにおいて政府のトップとしてその導入を表明した。バキリ・ムルジ前大統領の後を継いだビング・ワ・ムタリカ現大統領は経済開発を重視する中、一村一品運動についてもより一層の推進を指示し、担当省庁を地方自治・地域開発省に移すとともに、体制の更なる整備・強化を図ることとした。

これらマラウイ政府の一村一品運動に対する動きを支援する形で、JICA は 2005 年 10 月から技術協力プロジェクト「マラウイ一村一品運動のための制度構築と人材育成プロジェクト」を開始し、これまでに長期専門家 2 名、短期専門家 1 名（2 回）、関連分野での青年海外協力隊員、シニア海外ボランティアを派遣するとともに、我が国への複数名のマラウイ人研修員受け入れを行ってきた。

今回、これらの協力を踏まえたマラウイにおける一村一品運動の現段階までの各活動実績を整理するとともに、マラウイにおける一村一品運動の広がり、これら活動の中で得た導入に際する留意点等について記載することとする。

##### 1) マラウイ政府の取り組み

###### (1) 予算および事務局体制の整備

一村一品事務局の予算は当初から比較的恵まれた予算が計上されており、2007～2008 年

度予算についても経常予算 1700 万 MK<sup>4</sup> (12.1 万ドル)、開発予算 2100 万 MK (15 万ドル) が割り当てられている。しかし、今年度予算については議会の混乱もあり、その予算配賦については制限を受けている状況にある。

事務局スタッフについては、国家調整官（National Coordinator）をはじめとし、以下の職員が配置されている。

- Principal Business Officer
- Principal Rural Development Officer (marketing)
- Principal Rural Development Officer (sales)
- Principal Rural Development Officer (market information)
- 5 Programme Officers
- Accountant
- 2 Secretaries

2 年前、JICA が協力を開始した時点における配員は国家調整官以下、学生インターン数名であったが、現在では 10 名を超える組織まで成長したこととなり、運動の母体として一定程度の組織は作られつつあると評価できよう。

## (2) 関連機関との連携

一村一品事務局は一村一品運動の推進のための国家レベルでの機関であり、個々の活動に対しては外部機関の活用が期待されている。ファイナンスについては半官半民のマラウイ地方開発基金（Malawi Rural Development Fund）との協議を開始しており、お互いの役割分担が整理でき、契約を締結することができれば、政府からの一村一品予算の融資は同基金で扱われることとなる。

技術支援については、ブンダ大学によりきのこ菌糸の供給がすでに始まっているが、今後はブンダ大学の特性にあった食品加工に係る協力が期待されている。ブンダ大学としては一村一品運動に参画することにより、各種研修実施に際して一定程度の収入が見込めるとともに、きのこ菌糸販売のように、大学経営の持続性につながる可能性も広がることを期待している。

このブンダ大学に対して、日本の協力として、食品加工については九州大学の大賀祥治教授の協力により、きのこ栽培のレベルアップを図るとともに、帯広畜産大学の小疇浩教授、ケニアのジョモケニアッタ農工大学の協力のもと、2007 年度には農産品加工研修プログラムの立ち上げを行った。

---

<sup>4</sup> MK：マラウイ kwacha、1 ドル ≈ 140MK

### (3) 地方政府との連携

一村一品運動は地方の各普及員が日々の活動の中で推進していくことが期待されている。これら普及員に対する研修を2006年11月から2007年11月まで継続的に計13回実施してきた。研修内容としては、

- ・ 一村一品のコンセプトの理解
- ・ 付加価値創造の実践的技術の紹介（ジャム、ジュース作り）
- ・ マーケティング、販売促進技術（パッケージデザイン等）
- ・ 参加型ビジネス研修
- ・ 一村一品プロポーザル作成
- ・ 一村一品プロポーザル評価

であり、2007年12月の時点でマラウイ全県（28県）の普及員（14省庁から377名）から受講者を得た（表1参照）。

今後、これらの普及員が地方のコミュニティでの活動に際し、地域住民への一村一品運動の普及、プロポーザル作成支援およびフォローを行うこととなる。

## 2) 一村一品運動の普及

### (1) 一村一品グループの人材育成

一村一品グループへの研修としては、プロジェクト開始時より、食品加工への技術研修を主体に行っていたが、2007年から新たな研修としてビジネスコンサルテーション・トレーニングを立ち上げ、現在までに2回開催（2007年9月、11月）されている。研修内容としては、利益/損失分析のほか、適切なグループ形成、会計手法等を主体としている。

表 1 : 一村一品インテンシブコース受講者

所属省庁他	参加者数
Community Development (コミュニティ開発)	86
Agriculture (農業)	102
Forestry (林業)	53
District Assembly (地方議会)	40
Fisheries (水産)	23
Labour (労働)	9
Social Welfare (社会福祉)	8
Gender (ジェンダー)	3
Health (保健)	2
Tourism & Information (観光、情報)	16
Lands (土地)	6
Prison (刑務所)	1
Wild life (野生生物)	5
Trade (貿易)	3
NGO representative (NGO 代表)	14
Youth (青年)	2
Water (水)	4
TOTAL(合計)	377

(出典：2007.11 一村一品事務局作成)

## (2) 認定グループの推移

2003 年から一村一品運動としてグループの認定を行い、支援をしてきた中、現在までに 39 グループが認定されるとともに、今年度（マラワイ会計年度：2007 年 7 月～2008 年 6 月）においても 7 グループの認定が計画されている。

表 2 : 新規認定グループおよび支援額の推移

会計年度 (7 月～6 月)	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08	合計
新規認定グループ数	14	4	14	7	7	46
支援額 (1000MK)	9,891	1,176	14,259	14,993	計画中	40,319

(出典：2007.11 一村一品事務局作成)

認定グループの多くは、精米機の導入や、簡易な食品加工がベースであり、それまで玄米のまま買い取られていたものが自分たちで脱穀することや、日持ちのする状態に加工することで、今までより多少、販売先が広がる程度のものが多い。

### (3) 販路の拡大

販路の拡大については、各種展示会への出展および高級スーパー（FOOD WORTH, FOOD ZONE, SEVEN ELEVEN 等）への売り込み等の活動を行い、一定程度の成果を得た。シニア海外ボランティアの支援もあり、販売先として首都リロングウェおよびカムズ国際空港（FLEMONGO）において主に外国人を含む富裕層を対象とした商品の取り扱いが始まっている。

品目としては、コメ、キャッサバ粉、バオバブジャム、石鹼、カード、バナナワインであり、2007年6月から10月の売り上げは以下のとおり。

表3：リロングウェ近郊における売り上げ（一村一品事務局取り扱い）

（単位：MK）

販売先	6月	7月	8月	9月	10月	合計
FOOD WORTH	12,700	18,050				30,750
FOOD ZONE	26,900	91,400	20,400		50,750	189,450
SEVEN ELEVEN	63,000	94,500	35,000	28,000	63,000	283,500
FLEMINGO	25,300	6,140	12,900			44,340
BOWERS			3,000			3,000
PACE SUPERMARKET				50,960		50,960
TUTLA'S					112,500	112,500
合計	127,900	210,090	71,300	78,960	226,250	714,500

（出典：2007.11 一村一品事務局資料を基に作成）

また、2006年、ダポ合資会社の小島美佐代表がJETRO専門家としてマラウイを訪問し、サンプルとしてバオバブジャムを我が国に持ち帰った。経済産業省、JETRO 主催のアフリカフェアに出品した後、輸入許可を取るとともに、福岡空港の一村一品ショップ等での販売を行い、実際の輸入量は少量ではあるが、マラウイ製品の我が国への輸出実績を作った。

しかし、これらの販路拡大に際しては、現時点では一村一品事務局に依存している部分、また、日本人専門家、青年海外協力隊員、シニア海外ボランティア等に依存している部分が大きいため、今後はこれらつながりつつある販売先と生産者がいかに継続的な関係を確

自に結ぶかが課題となっている。

### 3) 一村一品運動において留意すべき事項

以下は 2003 年 5 月から JICA マラウイ事務所に勤務し、本プロジェクトの立ち上げに従事していた経験およびその後 2005 年 7 月から JICA 経済開発部で本プロジェクトの担当をしてきた立場でかかわってきた者として体験的に感じた留意すべき事項を取りまとめたものである。

#### (1) 運動の推進役の必要性

マラウイの一村一品運動の立ち上げに際し、当初は選挙前ということもあり、政治的に取り扱われてきた側面もあり、実際の融資に際しては、政治的な配慮が見られる側面もあったが、この運動の広報の観点から前大統領の役割は非常に大きいものがあった。ラジオ、テレビ、新聞等において前大統領のメッセージは国の隅々まで広がり、国民に対して“なにかいいこと”を感じさせその言葉の認知度を高めた役割は特筆すべきことと思われる。一村一品運動はその“運動”という概念においてこういったリーダーがいることによってその広がりに大きな違いが出てくる点に留意すべきと思われる。

#### (2) 努力した人が報われる仕組みづくり

アフリカにおける援助の流れは長年社会政策的な側面が重視されてきていたが、近年においては「経済成長を通じた貧困削減」に注目が集まっている。産業が育っていないサブサハラアフリカにおいて経済開発分野の協力を例は資源、インフラ分野を除いてあまり見られない状況にあった。その中、マラウイでの試みは制度づくりに焦点を当て、分かりやすく仕組みを作ることに重点を置いている。また、一村一品のグループの認定に当たっては、従来から活動を自主的に行っているもの、一定の資本（お金）を自前で用意していること等の基準を作り、やる気のある人・グループを選抜する仕組みを採用することにより、その後の持続性の向上を図っている。

併せて、マラウイの一村一品運動に対する JICA の協力においても、特定地域、特定產品を事前に選定することはせずに、一村一品事務局とともに自主的なグループに対して支援することにより、ドナー主体の活動になることのないよう工夫をしている。

#### (3) 既存機関の活用

アフリカでの産業開発を考える際に、新たな機関を作るのではなく、既存の機関の有効活用が持続性の観点から重要である。マラウイを例にとっても、すでに多くのマイクロファイナンス機関、技術支援機関等が存在しており、あえて一村一品運動の推進に際してこ

これらの機関とは別に新たな機関を設立する必要性は低い。一村一品事務局は運動の推進者であり、ファシリテーターであるところ、既存の機関を活性化することに注力すべきとのコンセプトをベースにおいている。

現段階ではその関係既存機関は決して多いものではないが、このプラットフォーム的な一村一品事務局の活用により、政府関係機関を始めとする多くの機関が産業振興に関し、本来果たすべき役割を担う状況が形成されることが期待される。

表4：一村一品グループ一覧（一村一品事務局提供）

	グループ名	活動状況	開始予算年度	所在地	活動内容	メンバー数	支援元	支援額(MK)
1	Chiyambi Chanzeru Dry Fish Group	活動停滞	2003-04	Salima	Fish Drying & Processing	28	JICA	700,000.00
2	Chalera Mushroom Group	活動中	2003-04	Lilongwe	Mushroom products	29	JICA	600,000.00
3	Chikunkhiro Vegetable Project	活動中	2003-04	Lilongwe	Vegetable	40	JICA	400,000.00
4	Bvumbwe Milk Coop.	活動中	2003-04	Thyolo	Milk Processing	570	JICA	1,600,000.00
5	Mbadzi Dairy Club	活動停滞	2003-04	Lilongwe	Dairy	10	GoM	300,000.00
6	Ipongwa Cotton Production & Ginning	活動停止	2003-04	Karonga	Cotton Production & Ginning	500	GoM	3,000,000.00
7	Kunthembe Nsinjiro Processing	活動中	2003-04	Blantyre	Groundnut flower	20	GoM	200,000.00
8	BCA Carpentry Group	活動中	2003-04	Blantyre	Furniture making	17	GoM	300,000.00
9	BCA Concrete Block Makers	活動停止	2003-04	Blantyre	Brick Making	28	GoM	300,000.00
10	Mwaiwathu Poultry Club	活動停止	2003-04	Chiladzulu	Poultry		GoM	800,000.00
11	Chinangwa Growing Club	活動停滞	2003-04	Zomba	Cassava Growing	10	GoM	130,000.00
12	Mwai Dairy Farmers	活動停止	2003-04	Zomba	Dairy	6	GoM	485,000.00
13	Chimwamwe Dairy Club	活動中	2003-04	Blantyre	Dairy	5	GoM	476,000.00
14	Musaononge Rice Club	活動停止	2003-04	Zomba	Rice Milling	10	GoM	600,000.00
15	Hara Water Users Association	活動中	2004-05	Karonga	Polished and Packed Rice	631	JICA	500,000.00
16	Bvumbwe Vegetable Growers Association	活動中	2004-05	Thyolo	Vegetable Processing	350	JICA	30,000.00
17	Khumbo Oil Refinery	活動中	2004-05	Blantyre	Oil Extraction from Seeds	2,100	JICA	606,000.00
18	Mloza Bee Keeping	活動停滞	2004-05	Mulanje	Honey Processing	70	JICA	40,000.00
19	Bwanje Valley Rice Group	活動中	2005-06	Dedza	Polished and Packed Rice	2,063	GoM	1,576,031.00
20	Mitundu Agro-Business Processing Business Clubs	活動中	2005-06	Lilongwe	Various processed products	488	JICA	300,000.00
21	Benga Rice Producers and Marketing CooperativeMill	活動停滞	2005-06	Nkhotakota	Polished and Packed Rice	20	GoM	2,852,657.00
22	Kasitu Rice Milling Group	活動中	2005-06	Nkhotakota	Polished and Packed Rice	136	GoM	603,580.00
23	Nankhaka Cassava Group	活動中	2005-06	Lilongwe	Cassava Flour	30	JICA	60,000.00
24	Wowwe Water Users Association	活動中	2005-06	Karonga	Polished and Packed Rice	1,500	GoM	474,241.00
25	Lufilya Rice Group	活動停滞	2005-06	Karonga	Polished and Packed Rice	1,046	GoM	640,851.00
26	Kaporø Oil Palm Farmers Association	活動停滞	2005-06	Karonga	Palm oil Extraction	100	JICA	200,000.00

27	Limphasa Rice Scheme	活動中	2005-06	Nkhata-bay	Polished and Packed Rice	586	GoM	603,580.00
28	Rumphi Cassava Producers and Marketing Association	活動中	2005-06	Rumphi	Cassava Flour	225	JICA	60,000.00
29	Muona Rice Milling	活動停滞	2005-06	Nsanje	Polished and Packed Rice	11	GoM	603,580.00
30	Mmbuazi Rice Mill	活動停滞	2005-06	Nsanje	Polished and Packed Rice	10	GoM	1,578,403.00
31	Likangala Rice Mill	活動停滞	2005-06	Zomba	Polished and Packed Rice	1,300	GoM	1,853,580.00
32	Zumulu WUA Rice Mill	活動停滞	2005-06	Machinga	Polished and Packed Rice	270	GoM	2,852,657.00
33	Katengeza Cane Furniture Group	活動中	2006-07	Dowa	Furniture making	15	JICA	200,000.00
-	Village Factory (same as No.4)	活動中	2006-07	Lilongwe	Various processed products	-	JICA	500,000.00
34	Tikoleraneko Paper Works	活動中	2006-07	Mzimba	Postcards from Cow Dung	10	-	-
35	Mkondezi Wine Making Project	活動中	2006-07	Nkhatabay	Wine making	10	JICA	200,000.00
36	Zipatso Orange Juice Group	活動中	2006-07	Mwanza	Juice making	418	JICA	200,000.00
37	Birwiri Potato Chips Making	設置中	2006-07	Nchue	Potato Chips	12	GOM	5,530,820.00
38	Tiwirizane Bee Keeping	設置中	2006-07	Mulanje	honey & Wax	20	GOM	4,238,760.00
39	Malabada Concrete Block Making	設置中	2006-07	Blantyre	Concrete Block Macking	20	GOM	4,123,588.00
40	Talandila Women's Group	計画中	2007-08	Salima	Mango Juice Making	15	GOM	2,333,691.00
41	Kamwendo Cooking Oil	計画中	2007-08	Mchinji	GroudNuts Cooking Oil	50	GOM	2,233,691.00
42	Gemstone Cutting Mating	計画中	2007-08	Mzimba	Gem Stone Cutting & Polishing	16	GOM	2,300,000.00
43	Chitheche Cassava	計画中	2007-08	Nkhatabay	Starch Product	20	GOM	2,733,691.00
44	Chilonbo Macadamia	計画中	2007-08	Neno	Roasted Nuts	128	GOM	3,633,691.00
45	Thyolo Tomato Processing	計画中	2007-08	Thyolo	tomato products	-	GOM	2,833,691.00
46	Mloza Oil Refinery	計画中	2007-08	Lilongwe	Groundnut oil	-	GoM	2,233,691.00
	合計					12,943		58,621,474.00

### 補論：輸出促進の側面における販売支援と品質管理

開発途上国における「開発政策としての一村一品運動」では、地域経済の活性化、雇用機会の創出などに加え、輸出振興がその重要な政策目的の一つとなっている。ここでは、その動きを加速している技術的な側面と社会的な側面について概観し、今後の一村一品運動における販売支援、品質管理などへの支援の可能性を論じたい。

#### (1) 技術的な変化 —ICT<sup>5</sup>の普及と輸送コストの低下—

途上国の指導者の中には、この輸出振興を村落レベルでより技術的にも可能にしたのがインターネットの普及と考えている指導者も多い。特にSOHO<sup>6</sup>企業等の小規模・零細企業

<sup>5</sup> Information and Communications Technology

<sup>6</sup> Small Office/Home Office

による外国への販売は、村落レベルでの貿易の可能性を示唆するところとなった。かつては、専門商社といわれる小規模の商社が特定国の特定産品の輸出を手がけていたが、恒常的な貿易として成立するには相応の取引量が確保されることが必要であり、多くの途上国で発展は見込めなかった。しかし、SOHO の登場により零細規模でも輸出の取次ぎが可能となり、多品種少量販売への道を開いた。また、これらを利用して、NGO も簡単に貿易を手がけることが可能となり、販売協力がボランティア活動の一部になるなどの変化が起きている。

世界の物流コストの低下も大きな技術的な変化である。特に航空輸送、船舶輸送ともに大型化し、世界の物流の幹線は従来のような距離に比例した料金体系が崩壊し、距離にかかわらず大幅に物流コストが低下している。これらの成果は、我が国の途上国に対する港湾整備、飛行場建設などのインフラプロジェクト推進の大きな成果でもある。このことは途上国からみた先進国市場がより身近になったことでもあり、Doha Declaration にも途上国の期待が集まっている。しかし、このような技術的なグローバリゼーションの変化があるにもかかわらず、先進国側の市場開放は、WTO においても途上国の期待通りには進んでいない (Joseph E. Stiglitz 2006)。ここにも途上国側から、我が国の一村一品運動への期待が高まる素地があるとも考えられる。

## (2) 社会的な変化 —環境意識の高揚と企業の社会的な責任の増大—

欧米の NGO の間では、フェアトレードによる社会・環境規範を考慮した適性価格の普及による公正な貿易が進められている。ここでは、「収奪の農業から再生可能な農業への転換」が意識され、そのためのキャパシティ・ビルディングとして村民のトレーニングも行われている。

これらの動きに連動し、産地の農民や消費者である市民レベルからは、ネッスルなどの多国籍巨大企業への目も厳しくなっており、CSR (Corporate Social Responsibility) が強く求められ「収奪農業から持続可能な農業へ」の流れが企業行動にも求められるようになってきている。また、政府の積極的介入や市民社会からの圧力なしには、企業が環境保護などに取り組むインセンティブは無いとも言える (Joseph E. Stiglitz 2006)。

また、民族紛争の世界的な発生による脆弱国家などの途上国への先進国の支援は、その有効性を巡り Postmodern Imperialismとの批判も高まっている (William Easterly 2006)。これらも、官僚主導の開発の限界と市民社会の動きの重要性を認知させることとなり、我が国の一村一品運動に対する支援への期待の高まりに通じているとも考えられる。

## (3) 欧米ドナーのアプローチと OVOP の輸出促進の側面における相違

発展途上国においては、One-Village One-Product (OVOP) の輸出振興としての役割も期待される。欧米のドナーでは、特に NGO を中心にフェアトレードによる輸出が OVOP

に近い関係にあると考えられる。フェアトレードの動きは、消費者、産地の村民をも巻き込んだ多国籍企業の独占支配への対抗の動きでもある。このような多国籍企業、コカコーラ、ネッスルなどの企業行動倫理に対する規制を強化する市民、NGO の動きは、コーポレートガバナンスの改革を通じ、地元住民がステークホルダーとして認知されはじめている。多国籍企業が地域のブランドを活用している事例は、たとえばブルガリアヨーグルト、ガーナチョコレートなどにも見ることができる。CSR は我が国でもその動きが始まったばかりではあるが、今後 OVOP との連携なども考えられる。この三者の関係は、競合関係でもあるが、今後相互に連携していくメリットも十分期待できる（図 1）。また、OVOP の特徴を欧米のドナーに簡潔に理解してもらうには、発祥の地とされる大分県大山町のケースを持ち出すよりも、既存の欧米のアプローチとの類似性を強調することも必要であろう。なお、Millennium Villages も地域経済の活性化を狙う意味では、一村一品運動等と類似の地域ベースの援助手法であるが、教育、保健医療、ICT の普及も含む包括的なアプローチであることが特徴となっており、こちらとの連携も今後視野に入れていく必要がある。

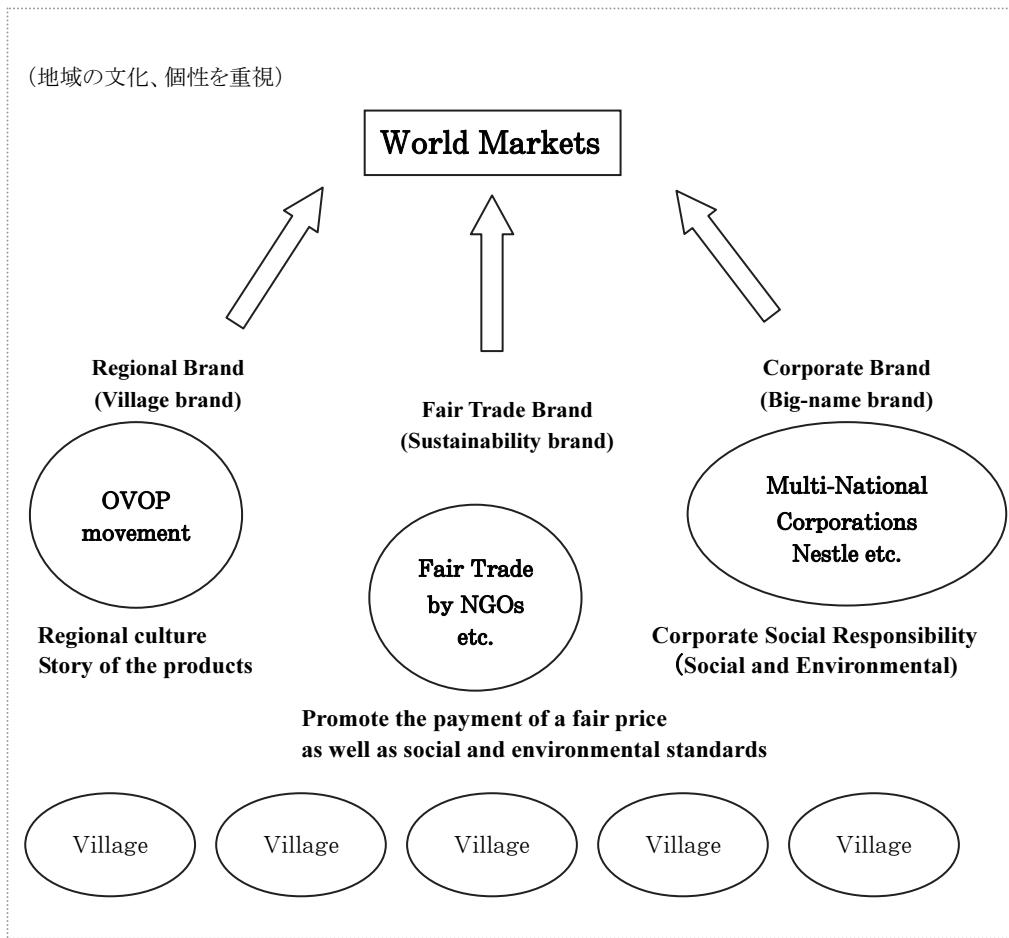


図1：欧米のアプローチとOVOPの相違

(補足説明：ここでは輸出振興の視点でのみ三者の相違を取り上げたので、Millennium Villagesは比較の対象から除外している。)

#### (4) 一村一品運動に関連する輸出の販売支援策

輸出振興には、これまで一般的に行われてきたものとしては、①補助金や税制上の優遇措置による輸出の促進、②輸出加工区やクラスターの形成による競争力強化による輸出の促進、③トレードフェア開催、④貿易投資ミッションの受け入れなどがある。また、比較的新しい取組みとしては、⑤共通のウェブサイトによる販売促進・通信販売、⑥政府関係機関による「認定」による販売支援、⑦地方政府関連団体による販売支援、⑧大学、研究機関による販売支援、⑨NGOなど慈善団体による販売支援などがある。

#### (5) 一村一品運動として「輸出」を担い得る組織

地方経済において輸出を担い得る組織としては、以下のものを考えることができる。まず、外資のものとしては、①途上国の旅行等から起業した個人企業、②NGOなどの活動

から SOHO に発展したもの、③専門商社、④流通業者（大手スーパーマーケット、総合商社など）、⑤大企業からの分社、⑥大学発ベンチャーなど。また、ローカルな組織としては、①農業協同組合、②商工会議所、③卸売業者、④大学発ベンチャーなどである。

これらは今後一村一品運動を担い得る組織と考えられる。たとえば、タイでは、タイを旅行した日本人が偶然見つけ出したものから、企業化に結びついているケースなども出ている。グアテマラでは、「マヨリスタ」といわれる大規模卸売り商人が地方市場から産物を大量に買い付け、都市などの消費地で小売等に売り捌いている。彼らはファイナンスへのアクセスが十分でない中、同族経営による規模の拡大を図ってきた。

一村一品運動では、新規にそのための組織を作るのはなく、既存の活用し得る組織を見つけ出し、それを活用することが重要とされており、欧米のアプローチでは、金融制度の構築から入るのと比べ、対照的な特徴と言うことができる。

#### (6) 一村一品運動における「品質管理」支援の可能性

これまでの品質を保証する仕組みでは、①行政レベルによる検査（指定検査機関による検査）、②ISO9001 などの国際基準による品質管理、などがある。

企業レベルの自発的な品質管理では、①5 s、カイゼンなどの QC 活動の普及による従業員個々人の「品質管理能力」の強化、②社内監査・社内モニタリング制度の確立による組織的な管理能力の強化がある。

一方、Value Chain Analysis (VCA) による品質管理および輸出支援は、欧米のドナーによって盛んに行われている。特に近年は CSR の普及と一体となった VCA を通じて、品質管理の重要性が改めて注目を集めており、協同組合 (cooperative) などの組織への支援を通じて、途上国とのビジネスを活性化する取り組みが行われている。CSR を考慮した付加価値分析においては、情報公開、Quality Control、顧客ニーズへの対応なども分析の対象となっている。

特に欧州では、アフリカからの農業產品の輸入が増加するにつれ、VCA は Global Value Chain Analysis (Global VCA) として、分析対象が拡張されている。Global VCA の視点に立つと、アフリカなどの物流のチェーンに入れない零細企業を、品質基準を含め包括的に指導することによって、物流チェーンに入れるように支援することは、大きな効果が期待できるとされる。我が国は品質管理においては、5 s やカイゼンなどで既に世界的に相当のノウハウと実績を有しており、多くの言語に翻訳されたテキストなどの教材も充実している。一方、Global VCA では、労使問題、知的財産権、環境問題、社会配慮事項、コーポレートガバナンスなども含めて分析を行う包括的な取り組みである（表 5 参照）。

英国では、貿易と投資を通じた経済成長への協力が新たな課題として大きく取り上げら

れており、今後、この Global VCA と一村一品運動の連携を考えることは、我が国の得意な部分と補完しあうことになり、双方にとって大きなメリットがあると思われる。

表 5 : Global VCA の取り組み

Economic	Environment	Social	Corporate Governance
1. Employment and human resource development 2. Procurement and Supply Chain Management 3. Technology transfer and intellectual property rights etc.	1. Environmentally safe production, products and services. 2. Resource and energy efficiency etc.	1. Labour standards and working conditions. 2. Corruption and bribery. 3. Human rights. 4. Social impact assessment and management. 5. Social reporting and management systems etc.	1. Governance policies and business principles. 2. Information disclosure and reporting etc.

(出典 : Trading initiative Base Code (SA8000) から抜粋)

一方、直接的な品質管理ではないが、最近は「ブランド農業」と言われる農産品の「高付加価値化」による地域振興が急速に広まっている。これは、品質管理を単に衛生管理や工程管理といった狭い範囲に限定せず、原材料の产地やその特徴・地域性・個性そのものの管理まで広げた概念である。ブランド農業については、空間経済学からの分析による地域特化のパターンを分析する試みも注目を集めている。幸い、英国 DFID のチーフエコノミストである A.J.Venables は、我が国前アジア経済研究所所長の藤田昌久氏とならんで、この空間経済学の権威でもある。一村一品運動は、品質管理の徹底によるブランド農業の推進というアプローチによって、欧米社会へその重要性を理論的に説明できる可能性がある。

我が国では、2006 年 4 月に施行された、いわゆる「改正商標法」により、地域名と商品名からなる商標を、団体商標として、より早い段階で登録を受けることが可能となったことから、ブランド農業が急速に意識され始めた。さらに 2007 年には、国内で食品の偽装を巡る不祥事が多発したことからも、今後我が国においても、今まで以上に Stiglitz が指摘しているような「政府の役割と市民の監視の強化」を通じて、農産品の品質管理のより一層の向上が期待される。

一村一品運動は、消費者と生産者を繋げる「運動」としてブランド農業を支援していくには、絶好の仕組みであり、その運動の理念のひとつである「既存の資源の活用」の精神で、フェアトレード、Millennium Villages、さらには欧米巨大企業の CSR などとの連携をも視野に入れた、途上国で応用可能な開発政策としての新たな仕組みづくりが求められていくと思われる。

## 参考文献

- (1) Binns, T. & Nel, E. 1999 'Beyond the Development Impasse: The Role of Local Economic Development and Community Self-reliance in Rural South Africa', *The Journal of Modern African Studies*, 37 (3), 389-408.
- (2) Cabral, L., Farrington, J. and Ludi, E. (2006) The Millennium Villages Project – a new approach to ending rural poverty in Africa? , Natural Resource Perspectives, 101, ODI, London.
- (3) Helmsing, A.H.J. 2003 'Local Economic Development: New Generations of Actors, Policies and Instruments for Africa', *Public Administration and Development*, 23 (1), 67-76
- (4) Nel, E. 2001 'Local Economic Development: A Review and Assessment of its Current Status in South Africa', *Urban Studies*, 38 (7), 1003-1024.
- (5) Nel, E. Illgner, P. Hill, T. & Gowela, J.P., 'Cultivating Success in Malawi: Community-based Mushroom Growing as an Alternative Livelihood Strategy', *Africa Insight*, 35 (4), 105-111.
- (6) UN Millennium Project, UN Millennium Project Press Releases.  
[http://mirror.undp.org/unmillenniumproject/press/gov\\_japan.htm](http://mirror.undp.org/unmillenniumproject/press/gov_japan.htm) (2007年8月22日アクセス)
- (7) World Bank 2000, *Can Africa Claim the 21<sup>st</sup> Century?* World Bank, Washington DC.
- (8) 井草邦雄 2006 「モンゴルの地方開発と一村一品運動——草原の国新たな挑戦——」松井・山神編 2006 所収
- (9) 大林稔編 2003 『アフリカの挑戦——NEPAD』昭和堂
- (10) 国際協力事業団（JICA）、国際協力総合研修所 2002 「開発課題に対する効果的アプローチ——農村開発」
- (11) 国際農林業協力・交流協会（JAICAF）(2007) 『アフリカにおける一村一品運動』調査研究叢書 No.23.
- (12) JICA-2004 年度中間評価要約表 ザンビア 孤立地域参加型村落開発計画  
[http://www.jica.go.jp/evaluation/middle/2004/zam\\_01.html](http://www.jica.go.jp/evaluation/middle/2004/zam_01.html) (2008年1月5日アクセス) PaViDIA Weekly Bulletin No.23 2007/11/05
- (13) 西川芳昭 2006 「地域づくりにおける地域資源の活用」松井・山神編 2006 所収
- (14) 松井和久 2006a 「日本の地域振興の展開と一村一品運動」松井・山神編 2006 所収
- (15) 松井和久 2006b 「一村一品運動はどのように伝えられたか」松井・山神編 2006 所収
- (16) 松井和久・山神進編 2006 『一村一品運動と開発途上国 —— 日本の地域振興はどう伝えられたか ——』アジア経済研究所
- (17) 木村聖・軸丸優子・西川芳昭 (2007) 「アフリカの農村開発—ミレニアム・ビレッジ・プロジェクト」

ジェクトの功罪と我が国による協力の可能性—』 『国際農林業協力』 Vol.30.No.3

- (18) 吉田栄一 2006 「マラウイにおける一村一品運動と地域振興をめぐる政治」 松井・山神編 2006 所収
- (19) UNDP 東京事務所「日本政府による対 UNDP 抱出額の動向—アフリカにおける UNDP プロジェクトへの抱出額が急増」.
- (20) <http://www.undp.or.jp/undpandjapan/20060428.shtml> (2007年8月22日アクセス)
- (21) 吉田健太郎 2006 「焼酎産業の発展過程と地域イノベーション」 松井・山神編 2006 所収
- (22) Stiglitz, Joseph E. 2006 *Making Globalization Work*. W.W. Norton, New York
- (23) Stiglitz, Joseph E. 2005 *Fair Trade for All: How Trade Can Promote Development*. Oxford University Press, Oxford. (高遠裕子訳『フェアトレード格差を生まない経済システム』日本経済新聞出版社 2007年)
- (24) 平松守彦 2007 『地域格差を解消するため出でよグローカル企業家：世界に広がる一村一品スピリットに学べ』 企業家ネットワーク
- (25) Easterly, William 2006 *The White Man's Burden*. Penguin Group, New York.
- (26) 藤田昌久、武藤めぐみ 2007 「ブランド農業により多様性豊かな途上国開発を—空間経済学の視点から—」 開発金融研究所報 第33号 2007年2月
- (27) A Corporate Social Responsibility Diagnosis Module for Application in Value Chain Analysis. FIAS (Foreign Investment Advisory Service) April 2006

参考 Web サイト

(欧米の一村一品運動に類似したプロジェクト)

- 1) Millennium Villages プロジェクト  
<http://www.millenniumvillages.org/>
- 2) 英国 DFID による企業化支援プログラム Research into Use  
<http://www.researchintouse.com>

(ICT を活用した一村一品運動（タイ）)

- 3) ThaiTambon Dot Com  
<http://www.thaitambon.com/English/AboutTTB.htm>

(タイの產品認定制度)

- 4) OTOP 5 star (Summary of 5-star OTOP items)  
<http://www.otop5star.com/index-en.php>

(小規模な一村一品運動が個人経営の外資等と結びついているケース)

- 5) OTOP ダイレクト（ピーケイオートップダイレクト株式会社）  
<http://www.otopdirect.com/index.html>
- 6) リラクゼーションルームかのん（タイの「OTOP ハーブボール」）

<http://www.kanom.co.jp/shop.htm>

7) タイジュエリー＆アジア雑貨の専門店 TAI THAI

<http://shop.yumetenpo.jp/goods/d/taithai.info/g/VD-SET001/index.shtml>

(ブランド戦略)

8) 倉敷ブランド

倉敷ブランド認定審議会（商工会議所、青年会議所、JETRO ほか）の認定制度。

[http://www.city.kurashiki.okayama.jp/pub\\_adm/koukai/kaigi/pdf/brandH180628.pdf](http://www.city.kurashiki.okayama.jp/pub_adm/koukai/kaigi/pdf/brandH180628.pdf)

9) ザ・広島ブランド

「ザ・広島ブランド」は 2007 年 9 月いっぱいの募集後、「味わいの一品」と「匠の銘品」で広島らしさや品質、デザイン、独自性、希少性などを基準に認定審査される。認定されれば「ザ・広島ブランド」のロゴマークを付け、市が行うイベントなどに出店する優先権が得られ、融資の斡旋もされるほか全国へ発信される。また、今後は年 1 回、期間を定めて募集し、新商品開発に当たる。「ザ・広島ブランド」の選定、発売に当たっては、新商品に相応しいイメージの広島出身の売り込み応援団「広島ブランド大使」（タレント・経済人・作家など著名人）を一般市民の投票で公募してお願いする事も検討。

[http://hiroshima.moe-nifty.com/blog/2007/10/post\\_7f61.html](http://hiroshima.moe-nifty.com/blog/2007/10/post_7f61.html)

(参考情報)

ブランド戦略 7 つの黄金律

ステップ 1 ミッション（使命）・理念・USP（独自性・優位性）策定

ステップ 2 目標達成のためのブランド創造【ブランド化】戦略策定&現状 SOM 分析

ステップ 3 戦略から具体的な戦術～意識改革から組織改革・スケジューリング

ステップ 4 攻めの経営・費用対効策定果マーケティング

ステップ 5 守りの経営・経費削減と助成金活用

ステップ 6 戦術のチェック&軌道修正

ステップ 7 人材育成・流通改革による目標達成そして事業の発展へ

<http://www.brand-j.com/>

(欧米のドナーの支援による品質管理も含めた支援)

10) The Ethical Trading Initiative (ETI)

<http://www.ethicaltrade.org>

11) SA8000

<http://www.sa-intl.org/>

## 第Ⅱ章 エチオピアの農業・農村制度

### 1. 背 景

エチオピア連邦民主共和国（FDRE）における「一村一品運動」の諸条件を検討するにあたって、農業政策や開発戦略の広範な検討を行うため、農産物の生産、加工、マーケティングに関する情報を入手した。第Ⅱ章では、主として農業農村開発省から得られたエチオピアの農業・農村開発政策を広く概観する。また、調査にあたっては「エチオピアマイクロファイナンス（小口金融）機関協会」、およびオロミア州の協同組合開発振興委員会にも訪問して聞き取りおよび文書による情報収集を行った。

#### 1) エチオピアの行政機構

エチオピアにおいて一村一品運動を実施しようとする場合、関連する政策・戦略、制度・組織の検討を行う前に、まずエチオピアの地方行政単位について手短に説明しておく必要があるだろう。その理由として3点が指摘できる。まず、①行政単位の様々なレベルでどのようにして政策が案出され、実施されるか把握すること、②一村一品運動に関連して本章で扱う農産物は、多様な農生態系地帯に属する様々なレベルの行政単位において生産・集荷されていること、③小口金融（マイクロファイナンス）や協同組合のような制度は、それぞれの行政単位でも機能していることである。

エチオピアは、1991年 の政治体制の変革によって連邦制政府となった。現在は九つの州（ティグライ、アムハラ、アファール、オロミア、ソマリ、ガンベラ、ハラール、ベニシャングル・グムス、南部諸民族州（SNNPR））と、二つの特別区（連邦政府およびオロミア州の行政首都所在地のアディスアベバ、国の東部に位置するディレダワ）がエチオピア連邦民主共和国（FDRE）を構成している。SNNPR を例外として州は民族言語を基準に形成されている。

これらの州はさらに、行政的に県（zone）、郡（district、アムハラ語で *woreda*）の単位に下位区分されている（図2参照）。行政区画の最小単位は *kebele* で、農民組合（peasant association: PA）とも呼ばれている。少なくとも建前としては、かなりの程度の地方分権が行われているが、州およびその下の行政単位は、連邦政府が用意する政策や戦略に大きく依存している。

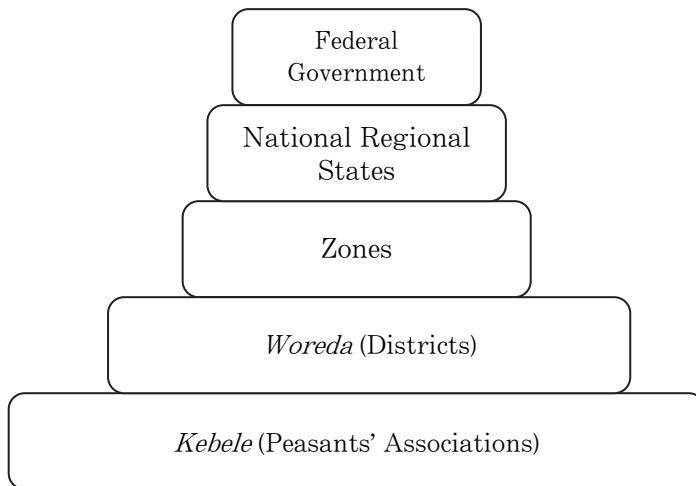


図 2：エチオピアの行政区分

連邦政府は、各省庁を通じて全体的な政策と戦略を展開している。連邦政府のいろいろな省庁の中で、農村開発の主役を担っているのは、農業農村開発省（MARD）であり、農村開発政策・戦略の立案と実施の鍵を握っている。

州政府において、連邦政府の「省（Ministry）」に対応する組織は「局（Bureau）」と呼ばれている。たとえば、州には、連邦政府の農業農村開発省に対応する組織として、農業・農村開発局がある。各州の局は、州レベルで、連邦政府の省庁が立案する政策・戦略を実施する。州の局およびその出先の *woreda* の事務所等が独自の政策・戦略を立案し、限定された短期間実施する場合もあるが、これら末端機関は、連邦政府の策定した政策を実施するのが基本的な実態である。

## 2) 本章の目的

本章は、全部で 5 節からなる。この節では、エチオピアの行政機構の概要を述べ、研究の目的を検討し、研究で用いている主要な概念を定義する。第 2 節では、FDRE の農業開発政策を検討する。エチオピアにおける 1991 年以降の農業開発政策の推移の概略を述べるが、主要な議論は、最近進行中の政策（「貧困撲滅のための加速的かつ持続的な開発計画」（PASDEP））に焦点を置いている。第 3 節は一村一品運動のエチオピアにおける適用に関係する農産物が検討対象である。第 4 節では農産物の生産とマーケティングの改善に関する農村における金融機関と協同組合について検討し、第 5 節では結論を提示する。

本章の目的は、エチオピアの人々、特にエチオピアの小規模自作農農民の生活を改善するための、エチオピアにおける一村一品運動適用に関連する農業開発政策・戦略を検討することである。具体的には以下の四点である。

- エチオピアにおいて一村一品運動を適用する場合に関連する政策・戦略を明らかにすること
- 現行の国レベルの農業開発政策・戦略がどのように州レベルで実施され、関係しているかを明らかにすること
- 一村一品運動をエチオピアにおいて適用する場合に関連する農産物／農業副産物を識別すること
- 農産物の生産、加工およびマーケティングに関する諸制度（金融機関と協同組合）について明らかにし、これらがエチオピアにおける一村一品運動の適用においてどのように役に立つかを解明すること

### 3) 本章における用語の定義

- 農産物：国内および国際的に商品価値のある動植物製品とその副産物すべて。
- 農業関連政策：農村（農業）開発、農業生産および農業貿易（農産物の輸出・輸入）に関して、その現状と将来を判断したり予想したりするためにエチオピア政府がとる措置。
- 制度（Institutions）：地域に根ざした社会、金融組織。地元の人々や政府によって始められ、人々によって発展、活用される。農産物の生産、加工、マーケティングにおいて、地元の人々に財政的あるいは組織的支援を提供する仕組みである。
- 協同組合（Cooperative）：共通の経済的必要を満たすために協同して経営する事業によって自発的に結びついた人々の集まり。そのような企業は、農産物を生産し、加工し、組合員から集荷し、組合員に代わってそれを競争力のある価格で販売し、組合員と銀行との間の仲介をして貸付金を確保する等の役目を果たすことができる。
- 小口模金融（Micro Finance）：主として、担保がないために融資を受けられないような人々に提供されるさまざまな金融サービス（貸付、預金）。

## 2. 一村一品運動に関連するエチオピアの農業・農村開発政策・戦略

農業はエチオピア経済にとって基幹となる部門であり、GDP の 50%、全輸出量の 65%、全雇用の 80~85%を占めている。また農業は、エチオピア人口の 80%以上を占める農村住民にとって、その生活を支える手段でもある。現在の政府が農業に基本的な注意をしているのは、この部門の基幹的な役割がその理由である。政府は、農業開発の促進に重点を置いた政策・戦略を策定している。本節では、まず現政府が推進している農業開発政策・戦略（「農業開発先導型工業化（ADLI）」および「市場先導型農業開発（MLAD）」を含む）の概略を示す。しかし本節の焦点は、最新の政策「貧困撲滅のための加速的かつ持続的な

開発計画（PASDEP：Plan for Accelerated and Sustained Development to End Poverty）」にある。

### 1) ADLI から市場先導型農業開発へ

現在のエチオピア政府は、社会主義を旗印にして国を支配していた以前の軍事政権（1974～1991）を倒して1991年に政権を奪取した。新政府は政権の座について間もなく「農業開発先導型工業化（ADLI）」の名前で知られている農業・農村開発政策を創始した。ADLI政策は大型経済開発戦略であった。その目標は農業と工業の両部門の開発であり、農業を工業発展の基礎として役立たせることであった。ADLIは野心的な開発政策で、十数年に及んだ計画経済と、国が常に直面してきた慢性的食料不足からエチオピアを脱出させようとするものであった。ADLIの具体的な目標は、政府報告によれば、「小規模農民の生産性を向上させ、農村および都市地域における食料安全保障を改善する」ことであった（政府広報担当者 1998）。

ADLIは、食料安全保障を目的に生産を向上するという目標を達成するため、農業農村開発省によって計画され「小規模農家を支援し、研究が創出した情報と技術の普及を通じて、彼らの生産性を高めること」に焦点を絞った普及事業によって支援されていた（政府広報担当者 1998）。

順調な気候と相まって、この政策は1992年から2001、2002年の間、特に穀物の生産が増加するという結果を生み出した。しかし、生産の増加は意図しない結果も伴っていた。農産物、特に普及事業で奨励されていた穀物の価格が地方の市場で著しく低下した。たとえば、トウモロコシの価格は、100kg当たり通常時価格50ETB<sup>7</sup>以上から、20ETB以下に低下した（WIC 2001/11/13）。穀物価格の低下は、多くの結果を生じ、主要な国家的関心事となつた。

優良種子の供給会社である Ethiopian Seed Enterprise は「優良種子に対する需要の低下」を報告し、「一般的な傾向として需要の低下」を予測した（WIC 2002/3）。同様に、農業投入財公社（National Agricultural Inputs Authority）は、「2002年の肥料の総売り上げは2001年の総売り上げに比較して約17%低下した」と報告した（WIC 2002/10）。同公社はさらに「2002年用として輸入された肥料の約49%は、現在繰越し在庫として貯留」されているとした。また、肥料需要低下の原因を穀物価格の下落に帰し、この悲観的な状況が2003年も継続すると予測した。同じ時期にエチオピア国立銀行は金利を50%切り下げて、この厳しい状況から農民を救済するものであると主張した。この措置がどの程度草の根レベルで農民を救済したかについては不明であるが、そのような措置がとられたこと自

<sup>7</sup> ETB:エチオピアブル、1ドル≈8.64ETB（2004年世銀）

体が問題の深刻さを反映していた。

これらのすべての出来事は、農業生産の増加にのみ注意を注ぐのではなく、市場との均衡も真剣に考慮すべきであるという教訓を政府に与えることになったと考えられる。「市場先導型農業開発（MLAD）」に重きを置く最近の政策は、いろいろな他の要因の中で、特にこの文脈において理解する必要がある。農産物の商品化の課題は、速やかな持続的開発の達成を目指す農業・農村開発政策の中で今や中心部分を占めている。

速やかな持続的発展を達成するためには、農民は自家消費に必要な量以上に生産しなければならない。農民の生活水準を改善するには、食料の自給能力のみでなく、農民自身では生産できない他の消費財やサービスを購入できる資金力も必要である。農民はまた、農業生産性を向上させるため、現金で購入しなければならない農業投入財も必要としている。このような事情があるので、農民の関心を、消費を充足するための生産から、市場において需要がある農産物の生産へと切り替えることが必要となっている。政府の農業政策・戦略文書では、国内と国際市場の両方を対象にして、価格競争力があり、品質の保証された農産物の生産に大きな関心が払われている。全体としては、まず特定の農産物について国際市場での需要を見きわめた上で、次に価格競争力があり、かつ良質な農産物の生産を振興するという戦略がとられている（MoI 2001）。

農民は、農産物を国内市場と国際市場のどちらにも販売できるが、国際市場への関心をより強調すべきであろう。というのは、国内市場は、農産物の余剰生産を吸収する可能性が限定されているからである。これは、エチオピア国内の農村相互間の交易が非常に限定されており、都市人口も総人口の20%以下であることに原因を求めることができる。このような事情があるので、国外の市場は、広範な市場と外貨を供給するという点において、基軸的な役割を果たすことになる（MoI 2001:83-84）。

したがって、MLADが成功するためには以下の条件が満たされる必要があるだろう。

- ・徹底的な市場分析を行い、世界市場において需要の大きい商品を特定する。
- ・小規模自作農を支援し、生産費を押さえ、高い市場価格を得ることにより、競争力のある農産物に集中するよう奨励する。
- ・市場価格情報が提供され、高価格の農産物を生産するように奨励する。

その上で、農産物の品質表示システムを確立し、市場情報の伝達を促進し、協同組合組織を拡大強化することによる農産物のマーケティングシステムの改善に注意が注がれなければならない（MoI 2001: 85-86）。

現在の政府は、協同組合や他の農村金融制度がなければ、急速な農業開発や農産物のマーケティングの改善は達成できないことを認めている。これらの制度の開発・振興は、農業生産を高め、農産物のマーケティングを促進するための主要な戦略として取り上げられてきた。小規模金融および協同組合の実際の数や機能についての詳細な検討は第4節に提示した。

以上、現在のエチオピア政府の農村・農業開発政策の推移について概観したが、次の節では、最新で、より精緻化された開発政策である「貧困撲滅のための加速的かつ持続的な開発計画（PASDEP：Plan for Accelerated and Sustained Development to End Poverty）」について述べる。

## 2) PASDEP

PASDEP は、農業農村開発省（MARD）によって 2006 年に発表された、細部までよく検討された政策・戦略文書である。これには貧困を根絶するために加速化された持続的開発に焦点を絞った明確な計画と戦略が含まれている。PASDEP は、農業部門における 5 カ年（2006 年～2010 年）の開発計画を想定している。

PASDEP の主要な目標は、小規模自作農による農業を、自給農業から市場指向農業に変化させることにある。この変化は、生産性を高め、市場で売れる農産物を最大化し、自作農農民を支援することによって達成することができると考えられている。PASDEP 計画の構成要素はいろいろあるが、①訓練による能力向上、②改良技術の採用と普及、③農業の多様化の促進、④付加価値の高い農産物の生産増加、⑤農業の商業化促進といった事項が含まれている（MARD 2006:2）。この政策文書は、政府の関心が市場指向の農業振興であることを明確に宣言している。

また、本文書は、エチオピアの多様な農生態系を基礎とした農業生産における地域特化を促進することを強調している。この目的のため「資源上の潜在力や高価格產品を生産する比較優位に基づいた地域特化に関する初動戦略」が立案された。この観点にたってエチオピアは三つの農生態系地域に区分されている。

- ・ 雨量が十分ある地域
- ・ 水分ストレス地域
- ・ 牧畜地域

エチオピア政府はこれらの農生態系地域において実施すべきそれぞれの対応策を計画した。雨量が十分ある地域での対応策では、主として輸出市場向け高価格を特に重視した作物の生産増に焦点を絞っている。そのような地域においてはまた、自然資源保全の対策、アグロフォレストリおよび畜産開発計画等に対して大きな配慮がなされている。一方、水分ストレス地域における対応策では、食料安全保障の確保と農外収入の機会促進に重きが置かれている。エチオピア政府の政策はまた、水分ストレス地域の住人が、より生産性の高い地域へ自主的に移住する計画の実施を考慮している。牧畜地域における主要な関心は、畜産への特化とマーケティングの強化である（MARD 2006: 3-4）。

PASDEP が市場先導型農業開発の促進を重視している点は際立っている。同計画は、市場が要求する產品を生産するのに、それぞれに潜在的能力のある地域を特定しようとして

いる。そのために商品化と多様化をさらに強化し、速やかな開発を実現する「成長回廊(*growth corridors*)」とよばれる地域が設けられる。「成長回廊はエチオピアの資源の潜在能力と農生態系の実態を考慮することによって特定される」(MARD 2006:4)。

同政策文書は、市場指向の農業発展を加速するためにさらに実行されるべき課題の概要を、①国際市場の評価、②運送手段利用の確保、③小規模信用方式を通じた融資事業の促進、④貯蓄の奨励、⑤協同組合の支援と示している。また、輸出用畜殺設施、野菜用冷蔵施設、天然ゴム貯蔵施設などの基本的な条件を整えることの必要性、ならびに市場調査、販売促進活動の必要性を適切に強調している(MARD 2006:56)。

PASDEP は、輸出貿易に対し高い潜在力を有する農産物を特定している。エチオピアの外貨収入の 50%をもたらすコーヒーは、依然として重要な輸出品目であり、次いで油料種子、肉、綿花および豆類が続いている。野菜、果物、生きた家畜、穀物および香辛料作物は同計画の実施期間中に輸出されるその他の農産物の中に含まれている(PASDEP 2006: 57)。市場向けの対象となる農産物の種類は、次項において検討される。

### 3. 一村一品運動をエチオピアに適用するための農産物

これまで述べてきたように、エチオピア政府の農業政策・戦略は、市場指向型の農業開発を促進することを目標に編成されている。農産物の商品化を促進するための課題には、市場で売れる農産物の特定および輸出の促進が組み込まれていた。特定された数多くの市場で売れる農産物には穀類、豆類、油料作物、動物および畜産製品、香辛料、果物および野菜が含まれる(MARD 2006: 5)。輸出目標としては、5カ年計画の最終年次(2010 年)において、エチオピアは97万3000頭の家畜、ならびにコーヒー、油料種子、穀類、茶、香辛料を含む500万トンの農畜農産物を輸出することにより、57億米ドル以上の外貨を稼ぐことが表明されている(MARD 2006: 57)。表6は、輸出農産物の種類と、計画の最終年次の2009、2010年度に輸出が計画されている農産物の合計量を示している。

PASDEP では、マンゴー、アボカド、バナナ、パインアップル、リンゴなどの果物と野菜を重要な輸出品目として特定した(MARD 2006:6)。しかし、輸出品目としての主要な関心は、コーヒー、茶、香辛料に向けられている。これらの農産物には、自給農業から市場指向の農業への変化を加速する上で、非常に大きな潜在力がある。香辛料作物の中では、ショウガとコショウが注目されている(MARD 2006:9-10)。絹の生産もまた注目されている(MARD 2006: 15)。

表 6 : 2009 年 10 月に向けた農産物輸出計画（量ベース）

No.	生産物・輸出品	単位	量
1	家畜 (Live animals)	1000 頭	213
2	食肉 (Meat)	1000 トン	62
3	鶏卵 (Egg)	〃	0.2
4	ハチミツ (Honey)	〃	0.1
5	蜜ろう (Wax)	〃	0.5
6	ジャコウネコ香 (Civet)	〃	0.71
7	穀物 (Cereals)	〃	62.21
8	豆類 (Pulses)	〃	294.5
9	油料種子 (Oilseeds)	〃	325.6
10	天然ゴム (Natural gums)	〃	6.6
11	コーヒー (Coffee)	〃	323
12	紅茶 (Tea)	〃	5.6
13	香辛 (Spices)	〃	20.3
14	綿花 (Cotton)	〃	1.6
15	果物および野菜 (Fruits & vegetables)	〃	135.9
	合 計		1,451.82

(出典 : MARD 2006: 60)

前述したようにエチオピア政府は、市場指向型の農業開発を促進するために、高価値で市場が要求する農産物を特定した。現地産の農産物の生産とマーケティングを振興しようとする努力は、政府の関心のみに限定されていない。NGO や実業界もまたエチオピアにおける市場指向型農業の開発促進に参加している。

エチオピア庭畠計画 (*Ethiopian Home Gardens Project*) は、このような開発を進めるにあたってふさわしい事例であろう。エチオピア庭畠計画は、エチオピアにおける在来農業の特産作物や農産物を特定する 5 ヶ年研究プロジェクト (2006 年～2010 年) として開始された。プロジェクトの正式名称は、「エチオピアの庭畠：慣行と農産物の保護、生物多様性の *in-situ* (原位置での) 保全プロジェクト」である。同プロジェクトは、フランス地球環境基金の財政的支援の下に実行されている。プロジェクトの目的は、「地理的表示 (Geographical Indications (GI))」と呼ばれる手法を確立するために、制度的、法的な振興の仕組みを確立することにある。なお GI は次のように定義されている。

「地理的表示は、契約を伴う法的な裏付けのある仕様であり、農産物が地域固有の環境・栽培要因 (特定の慣行と知識) のもとでつくられる、その地域の純正性と特殊性を拠り所として農産物を選出するために考案された。地理的表示には、特定の地理的領域内において農産物が栽培され、収穫され、加工調製される方法が記述されている。これらの特殊要

素は、全ての利害関係者に共通する定義が与えられ、国において公式に登録され、農産物の販売においては原産地名を使用する権利も制限されている。特定の仕様を順守する生産者は、その名称を使用する排他的な権利を保有し、以後その権利は国の段階において、乱用に対して保護を受ける。農産物がその原産国において一旦保護を受けた場合、外国における同様な保護を申請することが可能となる」(Home Garden 2007:3)。

表7：エチオピア庭畠プロジェクトで特定された地域固有の農産物品目数

No.	農産物種別	地域固有の農産物		
		第1段階	第2段階	第3段階
1	ハチミツ	10	9	3
2	生肉	6	6	1
3	乳製品	3	3	1
4	油料種子	7	3	1
5	香辛料および芳香植物	35	30	11
6	薬味用植物	13	2	-
7	穀物および豆類	6	4	-
8	コーヒー	6	6	3
9	酒造	5	3	-
10	果実	4	4	3
11	樹脂	6	0	-
	Total	101	71	23

(出典： Home Gardens of Ethiopia, 2007)

同プロジェクトでは徹底的な調査が3段階にわたりて行われた。第1段階では、市場調査と地域特産物に関して収集された情報に基づいて、地域産物の特定に重点が置かれた。作成された101種類の地域農産物リストには、35種類の香辛料と芳香物、10種類のハチミツ、6種類の穀類と豆類、6種類のコーヒーおよび地域限定的な農産物が含まれていた（表7）。

この調査によって選ばれた農産物は、それが生産された特定の地理的領域にちなんで命名されている。たとえば、調査の第1段階で選ばれたハチミツには、*Ye-Masha nech mar*（マーシャ白ハチミツ）、*Ye- Gojam bicha mar*（ゴッジャム黄ハチミツ）および*Ye Rira-Delo Mena mar*（リラデロメナハチミツ）等がある。*Masha*、*Gojam* および *Rira-Delo Mena* は、上記のハチミツが生産される地域の名称である。*Mareko Long Chilli*（マレコ長実唐辛子）、*Amaro Short Chilli*（アマロ短実唐辛子）、*Dawro Ginger*（ダウ

口生姜)、*Limu Coffee* (リム・コーヒー) および *Asosa Mango* (アソサ・マンゴー) は、それらが栽培される地域の名称にちなんで付けられた名前である。

第2段階では現地調査が行われ、第1段階で選別された農産物の分析に力点がおかれた。この調査では、地域経済における農産物の意義を明らかにすることに焦点が絞られ、農産物の販売条件を評価し、類似の農産物と比較した場合の特性が分析された。また、生産地の記述、生物多様性および生態学的配慮、人類学的ならびに農業的課題が取扱われた。人類学的調査では、生産システムとそこに含まれるノウハウや知識の記述ならびに作業の社会的な仕組みの特定、生産および販売における女性の役割の評価等に重点がおかれた。

調査の第2段階の終わりで選別された現地農産物の数は 71 に絞られた。第3段階では、評価ツールを利用し、特定された農産物の数をさらに 23 に絞った。最後に、利害関係者の寄り合いで集約された意見をもとに、農産物の数が 10 にまで減らされた。

以上の解説からも分かるように、「エチオピア庭畠プロジェクト」は有益な情報を含んでいるものの、市場指向型の農業を奨励する際には、改めて追試する必要があるだろう。市場競争力のある農産物を特定することは重要な課題であり、その農産物の国内および国際市場における適性を評価する際に、前提条件として考慮する必要がある。農産物の生産を奨励し、支援する事業は、当該重要農産物の持続的で信頼できる市場の存在が特定された後に初めて行われるべきものである。

表8：エチオピア庭畠プロジェクトで特定された地域固有の農産物

Agricultural Product Name	Types of the product	Amharic Name	Region/Zone
ハチミツ	Gojjam Yellow Honey	Ye-Gojam Bicha Mar	Amhara/Gojjam
	Tigray White Honey	Ye-Tigray Nech Mar	Tigray/Eastern
	Masha White Honey	Ye-Masha Nech Mar	SNNPRS/Masha
生肉	Harar Beef	Ye Harar Sanga	Oromia/East & West Harerge
乳製品	Kucha Butter	Ye-Kucha Qibe	SNNPR/Wolayta
香辛料ならびに芳香植物	Mareko Long Chilli	Ye-Mareko Berbere	SNNPR/Gurage
	Amaro Short Chilli	Ye-Amaro Mitmitta	SNNPR/Amaro
	Basketo Malaguetta	Ye-Basketo Korerima	SNNPR/Basketo
	Bonga Long Black Pepper	Ye-Bonga Timiz Berbere	SNNPR/Kefa
	Dawaro Ginger	Ye-Dawro Ginger	SNNPR/Dawro
	Gurage Basil	Ye-Gurage Besobila	SNNPR/Gurage
	Gidole Shallots	Ye-Gidole Qey Shinkurt	SNNPR/Gidole
	Dendi Garlic	Ye-Dandi Nech Shinkurt	Oromia (West Shewa)
	Gurage Lippia	Ye-Gurage Koseret	SNNPR/Gurage
	Wello Myrtle	Ye-Wello Ades	Amhara/Shouth Wello
	Tegulet Gesho	Ye-Tegulet Gesho	Amhara/North Shewa
コーヒー	Harar Amber Coffee	Ye-Harar Bicha Buna	Oromia/ East and West Harerge
	Limu Coffee	Ye-Limu Buna	Oromia/Jimma
	Amaro Coffee	Ye- Amaro Buna	SNNPR/Gedeo
果実	Makoy Citron	Ye-Mekoy Tiringo	Amhara/North Shewa
	Assossa Mango	Ye-Assossa Mango	Benishangu- Gumuz
	Kembata Banana	Ye-Kembata Muz	SNNPR/ Kambata-Timbaro

(出典: Home Gardens of Ethiopia, 2007: 17-18)

#### 4. 制度：小口金融（Micro Finance）および協同組合

エチオピア政府の開発戦略は、農業部門の急速な開発に焦点を絞っている。中でも農村小口金融（マイクロファイナンス）サービスと協同組合の振興は、国家開発戦略の主要な構成要素と考えられている。なぜなら、フォーマルな金融は、農村貧困層への金融サービス提供においては非常に限られた範囲しか機能していないからである。政府は、これを主要な理由として農村小口金融サービスの振興に焦点を絞ってきた。現在、この問題に対処するため、小口金融機関（MFI）および貯蓄信用協同組合（SACCO）が大きく注目され

ている。多目的型協同組合や新しいタイプの協同組合が設立され、農産物の生産とマーケティングに便宜を図ることが促進されている。次の節では、エチオピア全国に存在するこれらの小口金融機関と種々の協同組合について扱う。

### 1) 小口金融機関 (MFI)

農村小口金融機関は、政府によって市場指向の農業開発を促進する主要な手段と考えられてきた。農村の貧困層が、たとえばほとんど都市部にしかない商業銀行などの公式の(フォーマルな)金融機関を利用する手段を全く持たないのは明らかである。公式の金融機関(FFI)が小規模農業生産者の必要性に対応する仕組みに欠けていることについては次のような理由が存在する。FFIは担保を必要としており、農村部のほとんどの小規模自作農民は、この要件を満たすことができない。さらにまた、FFIは、農村部の小規模農業生産者への貸付を費用効率の高い業務だとは考えていない。この隙間を埋めるためには、農村部の小口金融機関の発展を促進するしかないと考えられる(Assefa et al 2005:25)。

エチオピアの国家開発戦略では、小口金融サービスを農村地帯に普及し、小規模農民が肥料、改良種子、農機具などの投入財入手可能になるよう大きな注意が払われている。従って、エチオピアにおける小口金融機関のほとんどは農村地帯と小規模自作農経営世帯に焦点を絞っている(Tsegaye 2007:7)。エチオピアにおける小口金融機関には、「貯蓄の流動化、信用供与、カウンセリング業務の提供、経営、農産物のマーケティング、技術的、行政的問題への助言、小口金融事業のための資金運用」などの面で指導的な役割を担うことが期待されている(Assefa et. al 2005: 13)。

エチオピアにおける小口金融機関の発展は最近の現象である。政府は、小口金融機関の発展のための法的枠組みを1996年に発令した。しかし、当部門は急速に成長している。2001年には小口金融部門には461,326の融資を受けた顧客がいたが、2003年には755,073に増加し、2005年には1,277,939になった。同様な成長は貸付金総額にも見られ、2001年には3億858万ETBであったが、2005年には16億2210万ETBに増加した(Tsegaye 2007:7)。全体として、顧客数、貸付金および預金総額は、2001年から2005年の間に、それぞれ263%、479%および206%増加した(Wolday 2006:18)。

現在エチオピア国内で営業中の小口金融機関のうち、「Amhara 信用貯蓄機構(ASCI)」、「Dedebit 信用貯蓄機構(DCSI)」および「Oromia 信用貯蓄機構(OCSI)」の3つが、984,169人の顧客を持ち(国内の顧客の77%)、1,282,332,240ETBの資本金(小口金融機関の総資本金の79%)を保有する(Tsegaye 2007:8)。

表 9：2005 年 12 月現在 AEMFI メンバーの広がり

Association of Ethiopian Microfinance Institutions (AEMFI) Basic Data for Second quarter June 30 2007						
名称	顧客数	融資残高	顧客の貯蓄額	総資産	負債総額	資本金
ACSI*	528,227	743,691,000	387,481,000	934,083,000	686,762,000	247,321,000
ADCSI	92,515	166,037,000	50,045,000	238,188,000	80,005,000	158,183,000
Aggar	1,936	3,194,796	1,720,362	5,659,908	2,562,720	3,097,188
Asser	1,303	311,436	245,153	651,513	285,234	366,279
AVFS*	8,008	7,950,793	2,474,185	12,170,315	7,473,381	4,696,934
Benshangul*	20,428	3,571,350	15,799,704	25,073,246	168,327	24,904,919
Bussa Gonofoa*	20,468	13,271,223	2,535,772	18,478,784	8,230,334	10,248,450
DECSI	427,490	853,259,581	261,329,597	1,134,615,295	899,775,097	234,840,198
Dire	4,609	4,671,977	1,277,861	15,869,993	5,222,956	10,647,037
Digafe	621	583,410	778,580	1,078,140	859,380	218,760
Eshet	27,144	33,004,565	3,554,473	36,662,492	25,215,588	11,446,904
Gasha	9,168	13,448,207	5,128,240	18,645,028	14,087,138	4,557,890
Ghion	233	348,113	308,186	555,258	312,361	242,897
Harbu	6,012	3,849,005	1,611,669	4,383,538	3,183,255	1,200,283
Letta	309	464,207	57,544	815,073	61,048	754,025
Meket	3,465	2,335,021	312,796	2,935,645	866,298	2,069,347
Meklit	8,840	14,181,863	4,948,007	16,219,429	9,429,069	6,790,360
Metemamen	9,143	4,766,260	820,140	6,847,060	843,130	6,003,930
Ocssco	256,801	412,013,493	70,175,908	274,861,728	152,013,770	122,847,958
Omo	120,277	135,418,534	35,757,852	178,958,567	157,703,600	21,254,967
PEACE	19,809	30,024,854	7,091,247	32,002,644	22,619,873	9,382,771
SFPI	22,221	24,602,831	10,691,055	30,322,952	18,334,629	11,988,323
Shashimene	2,033	2,581,165	612,741	3,784,587	638,456	3,146,131
Sidama	26,567	17,932,215	4,852,850	25,208,115	12,610,624	12,597,491
Wasasa	29,256	29,809,767	6,487,677	32,603,063	22,646,480	9,956,583
Wisdom	45,915	57,193,980	14,374,032	69,277,613	46,545,059	22,732,554
Harar	267	1,728,497	372,204	5,897,043	403,824	5,493,219
Total	1,693,065	2,580,245,143	890,843,835	3,119,950,986	2,178,454,806	946,989,399

(出典：AEMFIs 2007)

#### (1) エチオピアにおける小口金融機関への出資者の割合

1970 年代以降の農村地帯における小口金融サービスの創設と拡大には、NGO、エチオピア政府およびドナーが貢献してきた (Wolday 2005:1)。また、NGO や州政府は、エチオピア国内の大半の小口金融機関において重要な出資者である。表 10 は、エチオピアにおける現在の小口金融機関について、NGO、州政府、個人の出資割合を示したものである。

表 10：エチオピアにおける小口金融機関の設立年および所有者構造

小口金融機関	設立年	州政府	N G O 等	個人	合計
Amhara Credit & Savings Institution S.C	1995	25	75	-	100
Dedebit Credit & Savings Institution S.C	1994	25	75	-	100
Oromia Credit & Savinqs Institution S.C	1997	25	70	5	100
Omo Microfinance Institution S.C	1997	80	19.5	0.5	100
Specialized Financial & Promotional Institution S.C	1997	-	80	20	100
Gasha Micro-Financing S.C	1998	-	61.9	38.1	100
Wisdom Micro-Financing Institution S.C	1998	-	-	100	100
Sidama Micro-Financing Institutions S.C	1994	-	70	30	100
Asser Micro-Financing S.C	1998	-	97	3	100
Africa Village Financial Services S.C	1998	-	-	100	100
Buussa Gonofa Microfinance S.C	1999	-	19.6	80A	100
Mekket Microfinance Institution S.C	1999	-	-	100	100
PEACE Microfinance Institution S.C	2000	-	16	84	100
Addis Credit and Savings Institution S.C	2000	96.7	3.3	-	100
Meklit Microfinance Institution S.C	2000	-	91	9	100
Eshet Microfinance Institution S.C	2000	-	20	80	100
Wassasa MFI	2000	0	20	80	100
Dire MFI	2000	97	2.5	0.5	100
Metemamen MFI	2001	0	0	100	100
Benishangul MFI	2001	40	60	0	100
Shasehemene MFI	2001	0	0	100	100
Mekedela MFI	2002	-	-	100;	100
Agar MFI	2004	0	0.2	99.8	100

(出典：AEMFIs, 2007:10)

地方政府は、小口金融機関の設立にあたり重要な役割を演じてきた。表 10 に示すように、エチオピアで機能している 23 の小口金融機関のうちの 4 機関について、2005 年まで地方政府は、かなりな程度の財政貢献を行い、それらの金融機関の総株式の 40%～97%を保有していた。

NGO もエチオピアにおける小口金融サービスの普及と小口金融機構の拡大に対して顕著な貢献をしてきた。NGO は、現行のほとんどの小口金融機関において、主要な株主である。表 10 に示すように、23 の小口金融機関のうち 17 機関に出資している。これらの小口金融機関における NGO の出資割合は総資本の 2.5%から 75%まで幅があった。17 の小口金融機関のうち 9 つについて、NGO の出資割合は 60%以上あった。NGO の出資割合は、ACSI、OCSI および DCSI (政府系列の三大小口金融機関) においてそれぞれ 75%、70%、75%であった。

個人は、エチオピアにおける小口金融機関の株主である。表 10 に含まれる 23 の小口金融機関のうち 19 機関に出資している。個人の出資割合は、19 の小口金融機関の総資本の 0.5% から 100% まで幅があった。小口金融機関の株式保有者の構造をみると、個人の役割が近年着実に増大していることがわかる。1998 年から 2004 年にかけて設立された 18 の小口金融のうち、11 において個人の出資割合が 80% から 100% を占めた。

## (2) 小口金融サービスの限界

エチオピアの小口金融(マイクロファイナンス)機関に著しい成長が見られたとはいえ、その対応可能な範囲は、サービスへの需要の大きさから比べると非常に限定されたものである。農村部の貧困層の大部分は、商業銀行、小口金融機関、協同組合などの公的資金源を利用できる条件を備えていない。公的資金源の他には、個人金貸し、商人、友人、親戚などを含む非公的な資金源がある。小規模信用サービスにおける非公的資金源の占める割合は非常に大きく、借り手数において 69%、貸付金額において 61% を占めた(Wolday 2006: 24)。

エチオピアには数百万の小規模自作農世帯があるので、同国における小規模信用への潜在的な需要には大きなものがある。一方、農村地帯の小規模自作農世帯に対する小規模信用の供与能力は非常に限定されている。農村小口金融事業は、農村人口の非常に小さな割合にしか対応していない。たとえば、Mekonnen ら (2007: 2) は、エチオピアの 33% 以上の世帯が、最寄りの小口金融に到達するためには、20 キロメートル以上離れた場所まで移動しなければならない条件にあると報告した。報告によれば、1,000ETB から 5,000ETB の貸付金額は利潤を上げる事業を実施するには不十分であった (Kajela 2006)。

## 2) 協同組合

エチオピアにおける協同組合の歴史は 1960 年代に遡る。協同組合組織発展のための最初の法的な枠組みは、1960 年に発令された農業労働者協同組合政令第 44 号である。この協同組合法は廃止され、1966 年に協同組合宣言に置き換えられた。1973 年までに 83 の登録された協同組合ができ、そのうち 56 が農民協同組合であった (Mekonnen 2007:9-10)。帝政時代の協同組合は、全体として非常にわずかなものであった。

それに比べて、軍政時代 (1975 年～1991 年) には急速に発展した。生産者協同組合、サービス協同組合、貯蓄信用協同組合、住宅協同組合の 4 種類の協同組合が存在した。軍事政権が終了した時点 (1991 年) では、総計 3,723 の生産者協同組合および 4,052 のサービス協同組合があり、約 1000 万人の組合員がいた。しかしほんどの協同組合は、軍事政権が終わると崩壊してしまった。これは軍政時代につくられた協同組合が、人々の自由意志と合意に基づくものではなかったことをよく示している。

現在のエチオピア政府は、協同組合の発展を非常に重視している。1994年には、協同組合法 No.85/1994 が発令され、4年後には協同組合法 No.147/1998 によって置き換えられた。2002年には、政府は連邦協同組合委員会（現在は改称して連邦協同組合庁 Federal Cooperative Agency : FCA）を農業農村開発省の管轄下に設立した。州レベルでこれに対応するのは協同組合振興発展委員会（Commission for the Promotion and Development of Cooperatives）である。また、行政組織の中では *woreda* レベルまで、協同組合振興発展局が設けられている。これらの庁、委員会、局は、すべて協同組合の発展を促進するために努力している。

このような考え方の中心には、農村部の小規模農民に金融サービスを提供し、投入と農産物の販売に便宜を図る上で協同組合が重要な役割を果たして行くという発想がある。組合員の自由意志と合意に基づいて設立された協同組合は多くの役割を担っている。協同組合は、農産物を組合員から集荷し、競争力のある価格で国内および国際市場で販売する。組合は銀行から貸付金を受取り、組合員にそれを提供する。組合はまた、貯蓄を銀行に預金し、農業投入財を購入し組合員に配布する。このようにして協同組合は、農村部の経済的発展に寄与し、農民がより公正な価格で農産物を売ることができるよう、きわめて重要な役割を果たしている。

エチオピアには様々な種類の協同組合がある。2003年5月現在で合計7,366の協同組合があり、そのうち3,771(51%)は農業協同組合である。住宅協同組合は都市部に集中しているが、全体の37%を構成し、次いで貯蓄信用協同組合(9.29%)、手工芸協同組合(1.62%)、鉱産協同組合(0.80%)、消費者協同組合がある(Dagnew 2004:29)。協同組合の種類は地域によって異なる。ティグライ地域には16種類の協同組合がある。それらの幾つかは、多目的協同組合、灌漑開発協同組合、畜産品協同組合、漁業者協同組合、乳製品、貯蓄信用、ハチミツ製品、および家畜肥育などの協同組合である(MoI 2007)。

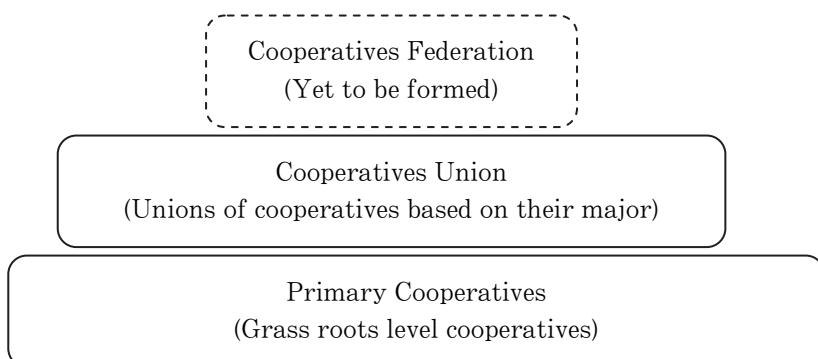


図3：エチオピアにおける協同組合の階層

協同組合の拡大における急速な発展が認められる。2006年半ば時点で、エチオピアには19,147の一次協同組合があり、464万人の組合員があり、出資金総額は41億7500万ETBであった。これらの協同組合には、住宅協同組合5,869(28.8%)、貯蓄信用協同組合5,437(26.6%)、多目的協同組合5,104(25%)が含まれている(Mekonnen 2007:16)。さらにまた、2,303の一次協同組合から構成される112の組合連合(Union)があり、出資金総額は1億5423万ETBであった。連合の事業の中には、作物、コーヒーおよび果物・野菜の栽培、貯蓄信用、家禽肉牛の飼育などへの参加が含まれている。連合は基本的に、国内および国際取引を事業としている(MoI 2007:3)。表11は、2006年にエチオピアで活動していた協同組合の種類を示している。

表11：エチオピアにおける協同組合数と種類(2005/2006)

協同組合のタイプ	主な活動	協同組合の数
多目的農民組合	農業投入財供給、農産物出荷、金融	5,104
貯蓄信用	貯蓄信用サービス	4,178
家畜出荷	出荷販売	149
酪農(牛乳、乳製品)	乳製品加工、出荷	112
職人組合	生産、出荷	1,514
住宅	住宅建設、開発	5,864
消費者組合	消費財販売	81
建設	建設	204
鉱産組合	生産、販売	355
水利組合	灌漑開発	442
その他	様々な活動	1,139
合 計		19,142

(出典：Ministry of Information 2007: 7)

政府は協同組合の発展について野心的な目標を立てており、5ヵ年計画(2006年～2010年)の最終年には、国内人口の70%の人々に協同組合サービスの利用ができるようすることを目指している。計画では、2010年までに、一次協同組合の数を24,677、農村協同組合連合会を646に増加することを目標にしている(MARD 2006:63)。さらに政府は、多数の訓練された協同組合従業員を農村部に配置することも計画している。PASDEPにおける5ヵ年計画では、2010年までに、全国一律に、3つの農民組合(PA)当たり1名の、資格をもった協同組合従業員を配置する目標を掲げている(MARD 2006:41)。

### 3) 貯蓄信用協同組合(SACCO)

貯蓄信用協同組合(SACCO)は、エチオピアにおいて盛んになっている協同組合のひとつである。表11に示したように、SACCOは、エチオピアにおいて活動している協同組

合の約 22%を占めている。エチオピアにおける SACCO の発展は有望である。過去 30 年間 SACCO は着実に成長してきた。1974 年には、組合員 8,332 人が 35 の SACCO を構成していた。1995 年には、116,619 人の組合員からなる 522 の SACCO に増加した。2004 年には、155,120 人の組合員が構成する 2,146 の SACCO があり、この値は 2006 年にはほぼ 2 倍になり、組合員数は 381,212 人、SACCO の数は 5,437 となった。預金額の伸びもまた大きかった。エチオピアにおける 1974 年の SACCO の預金と寄付の額はおよそ 200 万 ETB であったが、1996 年には 1 億 2440 万 ETB に増加し、2006 年半ばには、9 億 9440 万 ETB に達した (Mekonnen 2007:23)。

都市部に基盤を置く SACCO に比べ、農村部の数は少ない。たとえば、2003 年には SACCO の 72%はアディスアベバに存在した。その理由のひとつは、農村部の単一目的での SACCO の出現は、比較的最近の現象だからである (Dangew, 2004: 29-30)。2004 年 6 月には、2,146 あったが、その 86% (1,854) は都市部を中心としており、14%のみが農村部であった (Wolday 2006:24-25)。

SACCO の数は急速な割合で増加を続け、1994 年から 2006 年の間に 10 倍になった。組合員総数の増加も 3 倍になった。協同組合総数に対する農村部 SACCO の割合もまた増加を続け、2003 年の 9%から、2004 年には 14%になり (Wolday 2006:24-25)、2006 年には 20%以上になった (Mekonnen et al 2007:iii)。

#### (1) 農村部 SACCO の機能:

##### ① 融資事業

農村部 SACCO は様々なサービスを農村部の小規模農民に提供しており、組合員に肥料、改良種子、農機具などの農業投入財を購入するための資金や、家畜の飼育、肥育のための資金を貸し付けている。アムハラ、ティグライ、オロミア、南部諸民族などの諸州にある協同組合連合会は、2004/05 年度に組合員に総額 598,697,222ETB の融資を行った (MoI 2007:5)。2 年後には、協同組合の融資能力は 100%以上向上した。2005/06 年度には、2,617 の協同組合が、組合員農家の農業投入財の購入のために、12 億 7400 万 ETB の資金を供給した (MoI 2007:7)。

##### ② マーケティング事業

協同組合はまた、その組合員に裨益する目的で、マーケティング事業において重要な役割を果たしている。協同組合は、国内および国際取引事業に関与し、利益の一部を配当する。たとえば、南部諸民族州およびオロミア州の一次協同組合と連合は、2004/05 年度には市場に 17,516 トンのコーヒーを供給することにより、8062 万 ETB の利益を上げた。1996 年には、アムハラ州、オロミア州、南部諸民族州およびティグライ州の協同組合は、2685 万 ETB 以上の純利益を上げ、組合員に 1424 万 ETB の配当を行った。上述の州の協同組合連合会は、市場に著しく大量の農産物を供給している。2004/05 年度の供給量は、食用

作物 377,780 キンタル<sup>8</sup>、綿製品 1,950 キンタル、蜂蜜製品 807 キンタル、水産製品 3,558 キンタル以上に達した (MoI 2007:5)。協同組合連合会は、9,983.245 トンのコーヒーを輸出し、132,530,800ETB の利益を上げることに成功した (MoI 2007:7)。

### ③ 投入財の供給事業

協同組合は、農業投入財の供給において重要な役割を果たしている。たとえば過去 2 年間に、協同組合は、エチオピアの農家の 60%以上に 554 万キンタル以上の農業投入財を供給した (MoI 2007:63)。2006 年には、協同組合は 10 万トンの肥料を輸入したが、それは同年次の輸入肥料総量の 22%を占めた (MoI 2007:7)。

## (2) 農村部の SACCO に関する問題

農村開発における SACCO の果たしている役割は大きいが、その寄与がいくつかの点によって阻まれている。それは、①組合員や指導者に求められる技量の欠如、②組合員や指導者の間での無教育の広がり、③教育訓練機会の不足、④事務所のような基本的施設の不足（アムハラ、オロミアおよびティグライ州にある SACCO の約 38%は、事務所を持っていなかった）(Mokonnen 2007:43)、⑤組合員の借り入れ能力の不足および融資のための十分な資金の不足といった阻害要因である。さらにまた、SACCO のサービス提供範囲は非常に貧弱である。2004 年における SACCO の進出率は 0.48%に過ぎず、アフリカ大陸全体から見てもきわめて低い水準にある (Mekonnen 2007:43)。

## 5. エチオピアにおける一村一品運動の適用（結論）

現行の農業・農村開発政策・戦略および制度は、市場指向型の農業生産に有利な状況にある。諸政策は、小規模農民を対象とし、彼らが高価値でかつ市場が要求する農産物を生産するように奨励し、支援することを目標としている。したがって、政策の枠組みは、国内並びに国際市場において需要が大きい農産物を生産することを奨励している。

既存の政策枠組みの中で、たとえば「エチオピア庭畑計画」によって明らかにされたような、地域の特産品を選定しようとするアプローチは有望である。しかし、国内ならびに国際市場で商品価値を持つ地域特産品を、より多く選定することが求められる。この作業に続き、選別された特産品のための市場を定め、評価することが必要である。そのようにして選ばれた特産品を、要求される品質で必要量生産することができる農民を育成する作業は、そのような特産品の安定的な市場が確保された後に初めて取り組むべき事項である。このような手順により、生産者はより高い収益を上げられるようになり、それがまた生産を量的にも質的にも最大化するような動機を農民に与えるのである。

<sup>8</sup> 1 キンタルは 100kg

訓練により農民の能力を構築する作業は、すでに農村部に設置された農民訓練センター（FTC）によって実施可能である。政府は、2010年までに、全国のすべてのPAにFTCを設置することを計画した。このようにして、これらのFTCを通じて農村部の小規模農民に接近することができる。このことは、人的資源の開発の促進と現地の知識と自立を奨励するのに好都合な状況を作り出すことになると考えられる。

選定され、国内や国際市場に投入された農産物の生産に小規模農民を結集し、より高い価格を提供する新しい市場を開拓するための道筋として、協同組合は重要な選択肢のひとつである。これまで農業協同組合は、市場への接近方法を改善することにより、小規模農民の農産物販売を支援してきた。協同組合は、販売のためのインフラをもたない個人農民にとって、少量の農産物を大きな需要のある場所に持ち込んで販売するには有効な仕組みである。

オロミア州協同組合開発振興委員会の役員が示唆したことであるが、同地域には商品価値を持つ潜在的な可能性を持つ農産物が数多くある。また協同組合には、それらの產品を輸出したり（たとえばオロミア・コーヒー農家協同組合連合会によるコーヒー）、国内市場に送り出したり（*Fiche-Selale* 協同組合連合会による、酪農製品の場合）することによってすでに大きな成功を収めている例がある。特に技術的な側面でこのような協同組合の能力を高め、それぞれの「特化した」領域において成功できるように支援することは、一村一品運動をエチオピアに導入する上で、可能性の高い方法であると考えられる。しかし、このような目的のために選び出される一次協同組合や協同組合連合会については、さらに詳細な検討が必要である。

農村部のSACCOの経営は、その指導者や組合員の能力が低いために脆弱であったと報告された。一村一品運動の適用においては、SACCOの指導者や組合員の能力を向上し、彼らがその能力や収益力を持続的に維持できるようにすることを考慮してもよいだろう。これは、連邦協同組合庁や、県あるいは*woreda* レベルにおいて、既存の地域の協同組合委員会、協同組合事務局との協力により実施することが可能である。一村一品運動は、エチオピアにおける農業開発を促進し、かつ市場機会を増やし、協同組合組織と日本や他のアジア諸国との間の市場的な結びつきを創出することによって、小規模農民を支援することができるであろう。

小口金融機関を振興すること、特に個人出資を促進することは、農産物の生産と販売を促進するためのひとつの方策であると考えられる。そのような金融機関に対する個人出資は、金融機関の所有者意識や持続性に対する関心および自立精神を出資者に植えつけるために促進されなければならない。

国内市場、特に大都市における市場は、多くの農産物について伸びていると報告されている。しかし、農産物の加工又は半加工技術はこれまで不十分であり、農民がその農産物から受益できるはずの可能性を制限してきているので、今後は効果的かつ成功裏に開発さ

れなければならない。現在の一次協同組合や協同組合連合会の枠組み内で、果物、野菜、酪農製品の効率的な包装システム、貯蔵や保存技術の確立、ならびに農産物を生産地から目的地に運搬するための適切な手段を確立することは、エチオピアにおける一村一品運動を促進し、適用するための一つの方法であると考えられる。農産物のマーケティングにおける技術的側面の改善の重要性はエチオピア連邦民主共和国の政策文書にも示されているが、国内市场においては実際の目に見える改善は依然として今後の課題である。

## 参考文献

- (1) Association of Ethiopian Microfinance Institutions. 2007. Activity Report. Addis Ababa: Ethiopia
- (2) Central Statistical Authority. 2004. External Merchandise Trade Statistics, Statistical Bulletin 301. Addis Ababa
- (3) Dagnew Gessese. 2004. "Saving and Credit Cooperatives in Ethiopia" in Microfinance Development Review. Vol. III. No. 2. PP. 27-34.
- (4) Home Gardens of Ethiopia. 2007. Pre-Selection of Ethiopian Localized Home Garden Products.
- (5) Kajela Gemtessa. 2006. Assessment of Macro Finance Intervention in Oromia. Biannual Conference of the Association of Ethiopian Microfinance Institutions (AEMFI) Hosted by Dedebit Credit and Saving Institution (DECSI) .
- (6) MARD. 2006. Agricultural Policies, Programs and Targets for a Plan for Accelerated and Sustained Development to end Poverty (PASDEP) –2005/06 – 2009/10
- (7) Ministry of Information. 2006/07. Cooperative Societies in Ethiopia. Addis Ababa-Ethiopia. [Published in Amharic]
- (8) Ministry of Information. 2001. The Government of Federal Democratic Republic of Ethiopia, Rural Development Policies, Strategies and Instruments (Draft Translation) . Addis Ababa
- (9) Mekonnen Kassa et al. 2007. Development in Saving and Credit Cooperatives in Ethiopia: Evolution, Performances, Challenges and Interventions. Occasional Paper No. 19. Addis Ababa, Ethiopia.
- (10) Tsegaye Anebo. 2007. Ethiopian Microfinance Institutions Performance Analysis Report. Bulletin 3. Addis Ababa, Ethiopia.
- (11) Wolday Amha. 2006. "Managing Growth of Microfinance Institutions: Balancing Sustainability and Reaching Large Number of Clients in Ethiopia' in Proceedings of the Bi-Annual Conference on Microfinance Development In Ethiopia, Mekelle,

Tigray- Edited by Assefa Admassie.

- (12) Wolday Amha. 2005. Prudential Regulation of the Microfinance Industry: Lesson from Ethiopia. Occasional Paper No. 15. Addis Ababa: AEMFI.

#### 参考 Web サイト

- (1) WaltaInformationCenter. 2002. Seed Enterprise Concerned Over Falling Demand In News Online.  
<http://www.waltainfo.com/EnNews/2002/Mar/13Mar02/Mar13e7.htm>  
(Accessed March 14, 2002) .
- (2) Office of the Government Spokesperson 1998. Ethiopian Agriculture: The Base for Overall Development Online  
<http://www.ethiospokes.net/Background/b0209981.htm> (Accessed September27, 2002) .
- (3) 1998. Work of Agriculture Ministry, Key to Ethiopia's Development. Online.  
<http://www.ethiospokes.net/Background/b0209981.htm> (Accessed September 27, 2002) .
- (4) Walta Information Center 2002. The EPDRF's Rural Development Vision: An Overview. Online.  
<http://www.waltainfo.com/Conflict/Articles/May/article1.htm> (Accessed September 30, 2002)
- (5) 2002. Fertilizers Sales Drops by 17 per cent in 2002. News Online.  
<http://www.waltainfo.com/EnNews/2002/Oct/28Oct02/Oct28e3.htm> (Accessed October 29, 2002) .
- (6) 2001. Prices reduction threatens maize production: Expert. News Online.  
<http://www.waltainfo.com/EnNews/2001//nov/13Nov01/Nov13e3.htm>  
(Accessed February12, 2002) .

## ●コラム

### 住民組織が主導する地域開発（グラゲ道路建設協会の事例）

アディスアベバから南西方向に延びる国道をおよそ150キロメートル行くと、ウォルキテという人口3万人ほどの町がある。この町は南部諸民族州グラゲ県の県庁所在地である。グラゲ県の人口はおよそ220万人で、住民の多くはエンセーテの栽培を中心とした農耕を営んでいる。

南部諸民族州には14の県があるが、その中でシダマ県やゲデオ県は、1920年代からコーヒーの栽培が盛んである。また国道が整備されてからは、アディスアベバに出荷する果物（パパイヤ、マンゴー、パイナップルなど）の栽培でも知られるようになった。これに対してグラゲ県は、少なくとも1960年代までは、これと言った商品作物を持たなかった。

グラゲと言えば、エチオピアではエンセーテの栽培で知られており、エンセーテから採取されるデンプンを精製した「コチョ」は、農産品として国内市場に提供される。ただしエンセーテ加工品の市場はあまり大きくない上に、アディスアベバで「味や香りがよい」とされるのはシダマ産やチャボ（オロミア州南西シェワ県）産のコチョであり、グラゲ産のコチョは必ずしも好まれない。

シダマとゲデオの両県がコーヒー産地として知られるようになったのは、いくつかの理由がある。1920年代に両県とその周辺（当時のシダモ州）を治めていた貴族のデジャズマチ・バルチャは、コーヒーがエチオピアの主要な輸出作物になることを予見して、領内でコーヒー栽培の普及に努めた。当時のシダマ県は人口密度が低く、コーヒー栽培に適した森林が多く残っていた。さらにイタリア軍によるエチオピア占領期（1936-41年）には、両県とアディスアベバとを結ぶ幹線道路が整備された。これらの要因が重なって、シダマとゲデオは、エチオピアにおける代表的な商品作物の産地としての地位を築くことができたのである。

これに対して国道の建設ルートから外れたグラゲ県の農村は、商品作物の産地としては非常に不利であった。アディスアベバから延びる国道は、ウォルキテの手前でグラゲ県に入る。しかしグラゲ県の大部分は、国道のすぐ南を流れるワビ川に隔てられて、物流の上では「孤立」状態のままであった。当時ワビ川にかかる橋はなく、地元の青年たちがエンセーテの葉と茎で筏を作り、人や家畜、あるいは農作物をのせて川を渡した。川が増水する雨期の往来は特に危険を伴い、筏が転覆して家畜が死ぬこともしばしばで、時には人命が奪われることもあったという。



写真1：アディスアベバの青果市場。南部諸民族州から運ばれてきた果物が倉庫に積み上げられている

この状況に大きな変化をもたらしたのが、グラゲ道路建設協会と呼ばれる住民組織の活動である。この協会は、グラゲ県からアディスアベバに移り住んだ人びとが、故郷の村に道路や学校を建設する目的で結成したものだ。グラゲ県の農村は現金稼得の手段が乏しいため、多くの若者がアディスアベバをはじめとする都市に移り住み、商業に従事したり政府職員となって生計を立てていた。彼らはそれぞれ、村に残してきた家族・親族に送金していたが、それだけでは飽き足らず、互いに金を出し合って道路を作ることを思いついたのである。グラゲ道路建設協会は1962年に結成され、1969年までにはワビ川に架かる鉄橋を完成させて、グラゲ県を縦断する136キロメートルの道路を完成させた。1970年代に入ると、県内の農村で生産されたユーカリの木材やチャットが、この道路を通じてアディスアベバをはじめエチオピアの各地に送り出されるようになった。これらの產品は、県内の農家にとって貴重な現金収入をもたらしただけではなく、チャットや木材の流通に関わる商人として生計を立てる者も増えた。

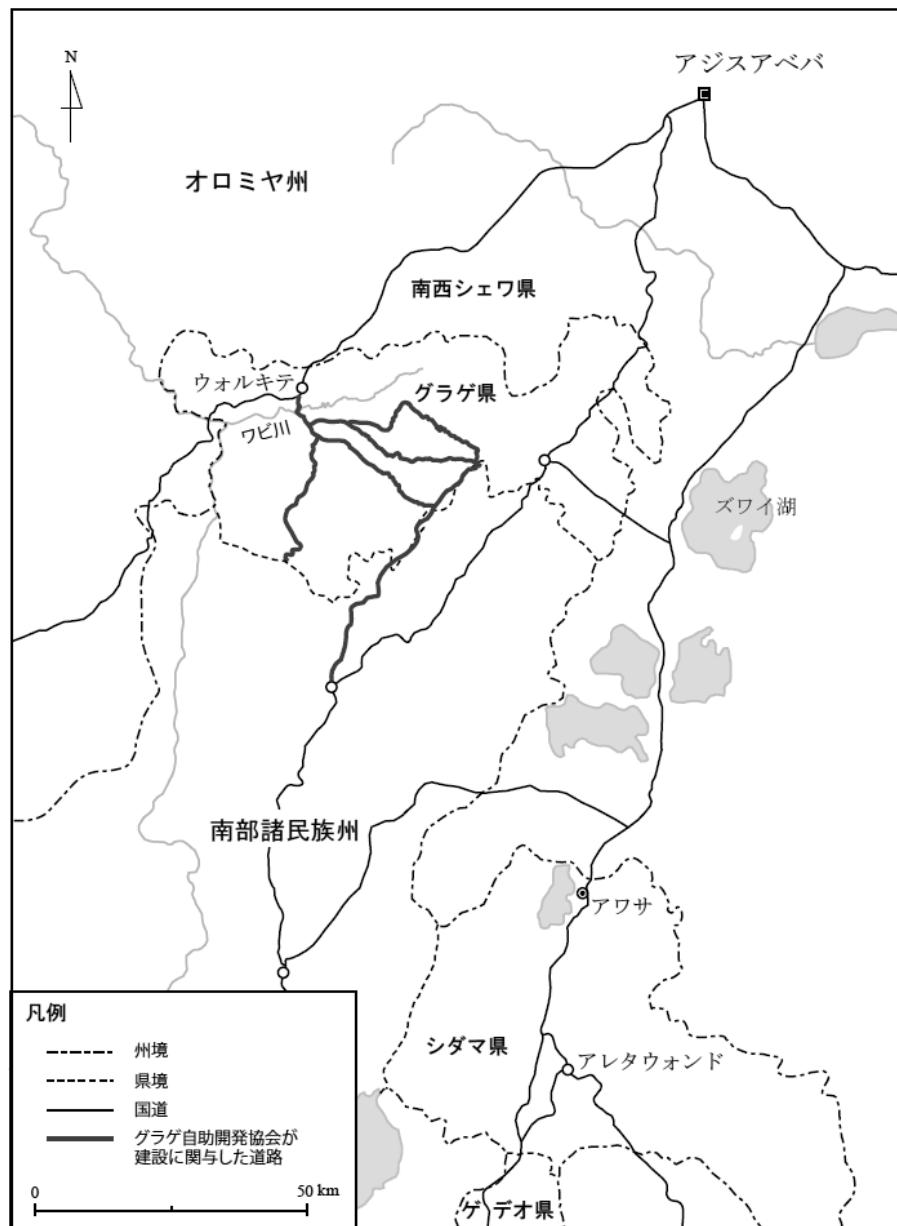


写真2：ワビ川に架かる鉄橋

1980年ごろまでに、グラゲ道路建設協会はグラゲ県内の農村を結ぶ450キロメートル以上の道路網を完成させた。ただし、これだけの事業を住民の力だけで実現したわけではない。同協会は、エチオピアの政府組織である国道庁と交渉して、技術や機材の面で手厚い支援を引き出すことにも成功したのである。同協会が国道庁から得ることができた支援は、総建設費の35-40%に相当すると見られている。

グラゲ道路建設協会は、1988年にグラゲ自助開発協会と改称し、現在も活動を続けている。最近では道路の建設をおこなわず、教育やHIV/AIDS対策、農業振興といった分野に力を入れている。農業振興の分野で同協会の関係者が有望視しているのは、既存の道路網を生かした果樹栽培である。果樹栽培では長らくシダマ県の後塵を拝してきたグラゲ県だが、最近ではリンゴの生産が、徐々に軌道に乗ってきたように思われる。

グラゲ道路建設協会（グラゲ自助開発協会）の事例は、エチオピアで最も成功した住民組織活動だと言えるが、将来に向けて課題がないわけではない。たとえば道路建設に伴って拡大したユーカリの植林であるが、外来樹であるユーカリは土壌を疲弊させ、長期的には土地の生産性を著しく低下させるという見解もある。かといって、ユーカリの生産を制限すれば地域経済には大きな打撃となるだろう。ユーカリの植林を続けながら、同時に土壌の保全も行うやり方、つまり持続的な林業の方法を確立してゆく必要があるだろう。



グラゲ県とその周辺

## 第三章 エチオピアにおける一村一品運動の課題と 我が国の協力可能性

### 1. エチオピアの一村一品運動の課題と今後の方向性

エチオピアにおいて一村一品運動を展開するにあたり、主に政府という公的な支援活動を通じて展開することに焦点を当てた場合、どのような課題が考えられるのかについて本節で考察する。ただし、民間資本の積極的動員あるいはNGOなどによる市民連携などによる展開については言及されていないことは予めご理解いただきたい。

課題1：「一村一品運動」の目的と理念の共有化を図る「協議の場」を創設する

「一村一品運動」の言葉の響きには強烈なインパクトがある。しかもそのインパクトには為政者に注目され易い内容が内在している。それは用語の語呂のよさも手伝っているが、「一村に一特産物」という目標値が盛り込まれているため開発にかかわる政治のキャッチフレーズになり易い。地域社会（コミュニティ）開発をすすめ、既存の産物資源を活用して村の活性化に寄与した事例もある一方、発展途上国のいくつかの事例では意図したこととは別の理解にいたる事例も散見されるとの報告がある。たとえば、「ひとつの村がひとつのものを作ればよい」ことだけが一義的な目的となり、地域の特産品づくりに留まってしまい地域の活性化には直接結びついていない事例、本来は地域住民や地方行政の主導性を高めるはずが、中央政府や開発支援組織に過度に依存する傾向を生み出したり、運動として継続する力量を欠いていたりする事例があるとの指摘もされている。

特に、エチオピアでは皇帝政権の統治、ならびに軍事社会主義政権の統治が長らく続いたことも影響し、文化的・歴史的な背景から「上位下達」的な権威的意思決定構造が社会全般に行き渡っているのが特長である。その社会的構造の下で、特に地域住民や地方行政の固有の特徴を生かし、それらを主体にした主導的な開発を展開してゆく上には、「一村一品運動」の目的と理念を充分に共有し、定期的に検討・検証できる「協議の場」を設けることが第1の課題である。

以下に国際OVOP政策学会（通称、一村一品学会）で発表された論文に現れた主だった課題を掲載する。

平松守彦国際 OVOP 政策学会名誉会長（元大分県知事）による一村一品運動  
一村一品運動の目的

- 1) 所得の向上（地域間の所得格差が広がる中で、地域の所得向上を図る）
- 2) 地域住民が地域に誇りをもつ（地域開発の究極の目標）

一村一品運動の理念

- 1) ローカルにしてグローバル

地域の特色を生かした產品、文化などに高付加価値をつけてグローバルに通用するものに仕上げる

- 2) 自主自立・創意工夫

地域住民や民間主導の運動で、先駆的大分の事例では補助金行政依存を変革した

- 3) 人材育成

地域を活性化させるための、イノベイティブな人材を発掘し育成させる

一村一品運動の成功の鍵（評価視点）

- 1) 住民の意識改革
- 2) 地域の宝を知る
- 3) 繼続は力
- 4) 高付加価値の產品づくり
- 5) 販路の確保
- 6) 人材

以上の基本目的と理念はおおむね抽象論では理解されうるが、開発援助でドナー間の協調が急速に展開し、直接財政支援などの財政支援型援助が実施段階にあるエチオピアでは、政府間援助を実施する国際協力機構が事業を展開する場合、以下の点<sup>9</sup>を留意する必要がある。

① 一村一品運動は「市場経済優先型」の運動か「政府支援型」の運動か？

欧米の援助は市場経済優先型で小さい政府構想が基調となっている。一村一品運動は本来地域住民や民間の主導するものであり、必ずしも政府の補助金に依拠するものではない。しかし、エチオピアのように首都アディスアベバ以外に充分な国内市場が形成されておらず、輸出市場も限られている国、すなわち、市場機能が未成熟な社会構造にあっては、いきおい市場経済導入型で内発的に特產品を形成したり、その生産消費構造を維持してゆくことには限界があると考えられる。そこで、一村一品運動への政府支援を展開すれば、政

<sup>9</sup>国際協力機構国際協力総合研究所の黒川清登客員専門員（本研究オブザーバー）の指摘によるものであるが、エチオピアにおいてもドナー協調が進む中で注視すべき課題として考えられる。

府支援型の援助事業として映りやすい。したがって、エチオピア型の一村一品運動を展開する場合には、政府と地域住民、民間との役割分担を明確化するような議論が、実施運営上必要となる。

## ② 政府支援の度合いと「自主自立・創意工夫」の理念の整合性

一村一品運動を事業化した場合に、

- ・政府による積極的な販売活動、マーケティングの支援（輸出支援も含む）
- ・政府による認定商品の選別（タイの5スター制度）
- ・認定商品育成のためのさまざまな技術指導、研修の機会
- ・一村一品運動の拡大のための政府による交流機会、見本市の提供
- ・少額（小口）資金の提供（マイクロファイナンス）

など、政府ならびに援助機関からの支援は多く、実施する国々の期待感が募る場合が多い。エチオピアにおいては、政府間援助の場合、特に諸外国への中長期の研修機会に対する期待感が高いのが現状であるため、「自主自立・創意工夫」の理念や精神が共有されることが困難であることが予想される。そのためには、我が国の地方行政の機能と役割・地域開発事例などを充分学べる本邦研修の提供により、一村一品運動の理念を体得しながらエチオピアで運用できる実質的提案ができるよう政策決定者の育成が課題となる。

## ③ 特產品の認定の位置づけ

欧米のドナーの関心事のひとつに、特產品の認定の課題がある。欧米では、品質を保証し產品の優良化を進めることにより、また、その認定基準を制度化することにより、国民生活の向上と産業の発展に寄与するものとして、特產物の認定は積極的に行われる。一方、一村一品運動の実施事例では、特產品の認定基準があまり明確でない事例もあるとの指摘がある。一村一品運動を展開する上で、品質の保全と向上は肝要な課題であるので、こうした重要性を認識されるようにすることが課題である。

しかしながら、エチオピアでは品質保証と認証制度が一般的に脆弱であるし、品質管理という概念が一般消費者の関心にも希薄なところが見受けられる。そのため、品質管理の意識を同運動の中で向上させることを目標にすることが課題であるといえる。

## ④ マイクロファイナンスとの関係

欧米のドナーの関心はマイクロファイナンス（小口金融）の扱いにもある。マラウイでは政府の実施する一村一品運動は一部で「低金利で融資が受けられる仕組み」として理解されているようであるが、マイクロファイナンスはすでにエチオピアでも実績が生み出されているので、重要な要素として位置づけることが課題である。

##### ⑤ 既存の開発事例の一村一品運動化

一村一品運動で資金供与を得ることが想定される場合、既存の実績を借り受け根拠にするのが通常である。すると既存の優秀事例があたかも一村一品運動によって成果が上がったかのように評価される場合があるが、運動がなくとも相当の成果を収めていることも考えられるとの指摘がある。一村一品運動のもつ目的と成果指標などが明確にされる必要がある。

以上のような議論を踏まえながら、エチオピアにおいて一村一品運動を展開する際に、運動の目的と理念を柔軟に協議し、あるいは、検証できる気風を共有できる「協議メカニズム」を構築することが肝要である。

エチオピアは国内総生産の50%を農業生産で占め、人口の約85%が農村に居住する農業国家である。そのような土壤で、一村一品運動を展開する場合、エチオピア農業農村開発省や州農業農村開発局が実質的に運動を展開してゆくことが想定される。我が国の農村発展の経験も踏まえ、あるいは韓国や中国の1960年代のセマウル運動に共通にみられるように、一村一品運動も「自立村の育成」のための運動、特に、内発的な発展に焦点を当てた運動に位置づけられることが重要である。言い換えると、農業農村開発省に、農村の発展段階を分類できる指標や基準を設ける作業が重要であると考えられる。この場合の農村は行政村を想定するが、エチオピアの場合、行政村は Peasant Association を指す。また、具体的な指標は協議の場の関係者間の積極的な議論で形成されるものであるが、たとえば、エチオピアの農村あるいは行政村を以下の三つの農村に類型化することも考えられよう。

- ① 自立発展型農村 (self-reliance oriented developed peasant association)
- ② 発展途上段階にある農村 (developing peasant association)
- ③ 後発段階にある農村 (underdeveloped and food-insecurity peasant association)

この三つの農村に分類した上で、一村一品運動を「自立村育成」運動ととらえて推進することが期待される。

すでに多くの一村一品運動の論文で言及されているが、産地形成を母体に特産品を形成する過程で、行政機関も地域住民も「品質管理と維持」に関する技術的・組織的・制度的な能力が要請される。また、一村一品運動の議論の中で特筆すべきことは、地域住民が自らを組織化させながら、これらの能力を主体的に形成しているという点である。これが一村一品運動を内発的発展と言わしめている議論であろうが、地域住民が行政サービスへのアクセス、市場へのアクセスを主体的に獲得し、品質管理と維持にかかる技術的・組織的・制度的能力を内在化させている。それらの能力は以下のようなものが含まれる。

- (1) 地域特産の産物であると特定する力
  - (2) 品種などを一定に維持する（特定品種の種子の再生産の維持）
  - (3) 地域の生産管理を実施し維持する力（例、○○産△△と言った場合、△△は必ず○○地域で生産されたという保証が伴う）
  - (4) 安定供給する生産力
  - (5) 市場動向を認識し販路開拓する力
  - (6) 商品加工・付加価値向上する組織力と技術力
- など

自立村が形成される過程は多様である。それらの過程の地域性なり特徴にかかる見識を、行政機関や研究機関、市場関係者、ならびに、地域組織の間で蓄積させることが、一村一品運動を通じて、エチオピアが国全体として獲得する知的財産である。

こちらの過程は、②に分類された村が①の村に発展してゆく過程であるし、③に分類された村が②から①の村に発展してゆく過程である。方法論的にはいくつかの方法や戦略が考案されるが、①型農村の既存の優秀先駆事例を特定しながら、②や③型の農村に波及効果が出来るような方法が考えられる。特に、③の農村は食糧安全保障の確立を急務とする農村地域であり、特産物を形成する以前の社会的インフラ、特に、灌漑施設やため池などの農業用水を安定的に確保するインフラ、農道などのアクセスを向上させるインフラの整備が前提となる場合が多いと想定されるので、それらの基盤整備が一村一品運動にどのように関係するのかを、エチオピアの固有の状況を踏まえながら見識を深めることが、国全体のキャパシティ・デベロップメントとして必要なことと考えられる。

以上を念頭にしながら、農業農村開発省を座長にして、首相府などの後援を受け、農業試験場、アディスアベバ大学などの大学研究機関、金融機関、市場関係者と協議する場を創設することが検討されよう。

## 課題 2：既存の産地形成の動向を考察し作物別地域別情報の全体像を把握する

1991年に社会主義軍事政権が崩壊してから、エチオピアの民主化に向けた国造りが始まり、開発計画の策定の方法にも変化が生じた。それまでの中央政府による計画経済の考え方に基づく中央集権的開発計画策定から、市場経済を基礎にした自由主義経済の考え方に基づいた地方分権を基調にした開発計画策定の仕組みに変更された。

市場経済を基礎とは言うものの、エチオピア国内では伝統的な物々交換も存在する定期市は国内全域に発達しているが、一方、地域の特産品を扱える市場は首都アディスアベバの市場、あるいは、州都の市場以外には市場が形成しているとは言いがたい状況がある。

開発計画を策定していく場合、特に、農業開発の分野においては、作物別計画と地域別

計画を策定していくのが伝統的な方法とも言われるが、それに参考にしながら、現在の産地形成を以下に分類を試みる。

### 1) 既存の産地形成の制度的把握

市場：	アディスアベバ市場 / 州都市場
生産圏：	定期市のネットワークに集積する
生産目的：	国内需要
生産の主な担い手：	個別生産農家
主な品質管理の担い手：	市場関係者の経験的知見

現在エチオピアでは、地域固有の農産物の作付けの地域特性の実態を把握する動きがあり、一村一品運動を導入する上で重要な情報を提供している。これは、前章でも触れられている「エチオピアの庭畠：慣行と農産物の保護、生物多様性の *in-situ*（原位置での）保全プロジェクト（通称、Ethiopian Home Gardens Project）（P42 参照）」と名付けられた、エチオピアにおける現地固有の農業特産作物、產品を特定する 5 カ年研究プロジェクト（2006-2010）であり、フランス地球環境基金の財政的支援を受けたものである。地理的表示（Geographical Indications (GI)<sup>10</sup>）の開発と普及で、これまで市場関係者の経験的知見に拠っていた品質の管理を一般化したものを表示し、地域固有特產品を定義する制度的、法的振興構造の確立である。すなわち、地域固有農産物の品質保全と維持には、消費者に対する説明責任が必要となるが、GI はその説明責任を果たすための情報マネジメントツールとして捉えられる。詳しくは、第Ⅱ章の 3 を参照願いたい。プロジェクトの過程で、地域固有の農産物の特定を 3 段階にわたって実施している（第Ⅱ章表 7 参照）。

地域固有の農産物ならびに市場志向の特性のある農産物を特定する試みは一村一品運動を展開する上でも参照される事例といえる。競争力のある農産物を特定することは国内及び国際市場への適性を評価する際に必要な前提条件として考えられる。また、農産物の生産を振興する事業は、当該重要農産物の販路としての市場が特定されることが前提である。

農業農村開発省の農業產品マーケティング促進局では、輸出を意識して 20 から 21 作目を特定している。主なものは、ハリコットビーン、ヒヨコマメ、レンズマメ、ゴマ、ニガー、リント、コーヒー、ワタ、チャ、ジンジャー、クミン、ペッパーなどがある。

さらに、カナダ国際開発庁（CIDA）や世界銀行も同種の調査を進めており、テフ、コムギ、ハリコットビーン、コーヒー（アワサ）、トウモロコシ（ウォラガ・ボラ）、ゴマ（スマラ）の 6 主要產品を対象に、価格の透明性確保、品質の確保、取引の仲介機構の確立などを目的として調査を進めている。

<sup>10</sup> 「地理的表示」は 42 ページに記載されているとおり。

## 2) アディスアベバ市場誘導型産地形成

市場：	アディスアベバ市場
生産圏：	アディスアベバ市場に1日で輸送できる
生産目的：	国内需要
生産の主な担い手：	青果市場関係者、灌漑水利組合およびグループ
主な品質管理の担い手：	青果市場関係者

アディスアベバ市場圏を中心とした産地化に向けた市場誘導型事例は、外資に基づかない事例も存在する。JICAによる「メキ地域灌漑・農村開発計画調査」ならびに「オロミア州中央地域灌漑開発人材育成計画調査」が実施されたメキ地域では、アディスアベバ市場でのトマトの需要の増加に対して、元々はアディスアベバの青果市場が灌漑用の小型ポンプを直接農民グループに投資する形で産地が形成された経緯がある。しかしながら、灌漑に必要な水資源管理の観点から、また、生産農家保護の観点からも、行政がそれらの機能を果たしながら灌漑組織を育成する仕組みを必要としていた。JICAの支援はこの行政システムの構築に向けられたわけであるが、国際市場向けのトマトの需要も顕在化した段階で、安定的な生産量の確保と搬出を図るために、国内の輸出業者が *woreda* で組織された「ドゥグダ・ボラ協同組合連合会」に働きかけた事例もある。花卉園芸のように外国資本が関与しなくとも、輸出向けの産地を形成する可能性があることを示唆するが、その場合は品質管理や行動倫理の徹底化など協同組合が果たす役割が重要であると考えられる。

## 3) 国際市場誘導型産地形成

市場：	国際市場
生産圏：	ボレ国際空港に速やかに入庫できる地点
生産目的：	輸出志向
生産の主な担い手：	外資系企業ならびにエチオピア人企業家
主な品質管理の担い手：	国際市場の品質基準と行動倫理に遵守した経営主

地域の特産品の形成を考える場合に市場との関係は密接不可分であるが、近年のエチオピアで顕著な事例として取り上げられる花卉園芸の分野を事例考察してみる。この事例は国際市場が率先して誘導する形で、作物生産が育成されている事例であり、市場イニシアチブによる開発事例といえる。また、市場圏から考えると、アディスアベバの市場圏に関わる動向である。開発参加者の関連で言うと、個人経営農家と市場が中心的な役割を担っており、政府行政はそれらを支援する補完的な役割を担っている事例である。

地域の特産品形成に関わる一村一品運動の展開に関わる課題を示唆する内容を含んでるので以下に概括し、課題の枠組みを整理してみる。

花卉園芸にかかる実態分析は、JICA エチオピア事務所が実施した「エチオピアにおける農産物輸出品振興における品質管理および認証システムの構築にかかる調査報告

書」(2005年8月)の花卉園芸分野を参考にした。エチオピアの花卉園芸の最近の動向は次のページの囲み記事に要約したとおりである。

エチオピアが国際市場向けに国際的需要を満たす上で、生産と供給を担うわけであるが、市場環境の規範から考察すると以下のような開発課題が考察されうる。

#### 一村一品運動を考える場合の積極的側面：

- 1) 国際的市場の需要は増加している傾向があり、エチオピアが国際的需要に対応できる担い手になりうると考察される。
- 2) ボレ国際空港(アディスアベバ所在)がアクセスポイントであり、このポイントを起点に生産圏が形成されると考察される。
- 3) オロミア州政府が立地条件を生かして、新しい市場環境に対処する柔軟な行政の対応をとっている。行政の役割を検討する経験的知見が蓄積される傾向にある。
- 4) 今後の維持発展を考える場合の課題も明確となってきている。

#### 一村一品運動の導入および実施に關係しうる課題点：

花卉園芸は、オランダの経営母体や技術士など、現在のところ経営が企業的な場合が多い。また初期投資が零細個別農家ではまかないきれない上、国際市場で要求される品質管理など、零細個別農家では対処できないのが実態である。従って、生産と流通を結ぶ中間に、農業協同組合などの中間組織が介在する事例も今のところ稀有であり、専ら外資や国内の資産家など国際市場とアクセスのある経営主となっている事例である。

なお、外資系の企業が関与せず、既存の産品が国際市場に結びつく例は散在しており、バレ地方で大麦をローストした加工品を農村女性が作っているのが地域の名産となり旅行者が買ってゆく事例もある。地域で失業している若者がこの販売に携わり雇用の創出にもなった。さらには、アディスアベバで販売していた女性が、加工品を販売し、現在ではアメリカなどに移住したエチオピア人向けに販売しているような発展事例もある。

欧米に移住したエチオピア人は、「離散したエチオピア人」と言われるほど大勢いるといわれ、ワシントンDCの一角はエチオピア人で賑わっている都市もある。そこでは、エチオピアの主食であるテフの市場が形成され、エチオピア国営航空が直行便を配備させたことを契機に、それまで輸出用としては考えられなかった黒テフが突然輸出品目に数えられるようになった事例もある。

国際市場と連結することで、生産手段には変更がないものでも、付加価値のかかる例があるので、それらの事例から産地形成に結びつけ、品質管理や特産品として認定することも可能である。

## エチオピア花卉園芸にみる生産・取引概況

### エチオピアをめぐる花卉園芸国際市場動向

- 切花の需要は過去数十年間増加傾向にあり、生産および流通量も年々増加している
- 主な花卉項目：バラが国際市場の取引高の筆頭品目である

表：オランダ花卉オークション：トップ5の取引高（2003年時点）

No	花卉品目	取引高（百万ユーロ）
1	バラ	681
2	除虫菊	299
3	チューリップ	186
4	ユリ	160
5	ヒナギク	66

原典：VBN (Federation of Dutch Flower Auctions) 2004

- 主な切花供給国：オランダ（50%以上のシェア）、コロンビア（10%）、イタリア（6%）、イスラエル（4%）、スペイン（2%）、ケニア（1%）
- 主な切花輸入国：オランダ（約30%）、ドイツ（26%）、フランス（14%）、英国（11%）
- 主な切花消費国：EU各国、日本、アメリカ、中央および東ヨーロッパ諸国、中東諸国
- 切花の国際価格値付け国：オランダ（オランダ花卉オークション）

### エチオピアにおける生産概況

- 2001年以降3年間連続で生産・流通の拡大が進む（2005年報告時点）

表：エチオピアにおける花卉園芸における個人経営の輸出動向（1999-2005）

年 度	茎出荷量	ユーロ建輸出高
1999/00	858,780	25,629
2000/01	4,019,230	777,392
2001/02	6,617,977	1,223,860
2002/03	16,089,463	2,706,003
2003/04	22,703,230	2,892,584

原典：EHPEA(Ethiopian Horticulture Producers and Exporters Association)

- 主な作目：高原のバラ
- 政府の対処領域：免税措置、投資返済救済措置、外国人投資家保護、関税免除措置、外国送金の自由化、土地の誘致促進、国内貸付優遇措置
- アディスアベバ市場・インフラを生かしたオロミア州政府の誘致政策（2005年時点）：概況：51邦人会社（作付面積：211ha）、44外資系会社（作付面積：279ha）  
例：コカ流域（キクの切花など）、メルティ（キクの切花）
- 花卉設備投資供給事情の改善：温室、灌漑などの資材供給会社の増加
- 市場開拓機会の創設：花卉取引フェアの開催（2005年アディスアベバ）

### 国際的な品質管理と行動倫理

- EU 約款 316/68 「Quality Standards for Fresh Cut Flowers and Fresh Ornamental Foliage」（品目特性の規定・規格・質・包装規定・食物検疫規定など）
- オランダ花卉オークション（品質規範）
- 環境配慮・社会配慮行動倫理（オランダ MPS、ドイツ FLP など：残留農薬規定、適正労働規定、知的財産権保護、月産品質管理記録の義務付けなど）

### エチオピアの品質管理および行動倫理にかかる現況

- 品質管理
- 行動倫理規定が存在していない

### エチオピアでの花卉園芸産業にかかる課題

生産システムにかかる人材の不足（民間・行政・投資銀行・研究機関の全てに亘って）、品種選定など基本的技術体系が未確立、コールドチェーンシステムの未整備（流通問題）、設備・資材投資の未成熟、品質管理基準ならびに行動倫理規定の未整備、投資不足（1ha 当り 30万から 50万 ETB）、品種管理（種子生産体制の未整備）、輸出適正梱包の未整備、行政制度の未整備、市場情報の不足、など

### 課題 3：一村一品運動を展開する上で課題の特定を図り運動体系の概念を共有化する

課題 2 で、地域固有の農産物の特定、アディスアベバ市場圏を中心とした産地形成の動向、さらには国際市場誘導型産地形成の動向を概括したが、一村一品運動を展開する上で示唆する課題を考える上で提起された課題を表 12 に取りまとめてみた。

表 12：一村一品運動を展開する上で課題

	分 野	主な課題	想定される主な担い手
1	全般	<ul style="list-style-type: none"> <li>・開発計画の策定（品目の特定化と生産目標 / 生産地域の特定など）</li> <li>・品質管理指針の策定</li> <li>・行動倫理基準の策定</li> <li>・社会経済環境インパクトの指針策定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・MARD</li> <li>・QSAE</li> <li>・MARD+AAU</li> </ul>
2	生産管理に関わる課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・行政制度システムの構築と能力向上</li> <li>・特産品認定制度の確立</li> <li>・融資</li> <li>・資材供給</li> <li>・品種選定・維持管理</li> <li>・栽培管理</li> <li>・経営管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・MARD</li> <li>・MARD / 経営主 / 普及員</li> <li>・開発銀行 / MFI / SSC</li> <li>・民間業者</li> <li>・MARD / 経営主 / 農試</li> <li>・MARD / 経営主 / 農試 / 普及員</li> <li>・経営主 / 農協 / 普及員</li> </ul>
3	流通販路に関わる課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・出荷管理（認定に従った出荷体制）</li> <li>・保冷/保存（空港）</li> <li>・保冷/保存（内陸）</li> <li>・梱包/包装</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・農協 / 普及員 / 小売市場関係者</li> <li>・エチオピア国営航空</li> </ul>
4	リスク管理に関する課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市場動向</li> <li>・市場情報提供</li> <li>・負債救済措置</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・MARD / 銀行</li> <li>・MARD / 銀行 / SSC</li> </ul>

### 課題 4：一村一品運動を展開する上で体系的に担い手を組織する

一村一品運動は、体系的な枠組みを内包している。そのため、実施する場合にも、運動の体系を関係者間で理解をし、一体的に進めることが求められる。

- 1) 第 1 の課題は、一村一品運動の体系的な理解を促進する人材育成が課題となる。  
農業農村開発行政を司る中央・州・woreda の行政官はもとより、品質に携わる専門官、

さらには、それらを踏まえて出荷管理をすすめる農業協同組合関係者、固有品種の特定および再生産を維持してゆく上で重要な役割を担う農業試験場や普及員、個別零細農家が栽培を進めるまでの融資制度に携わる金融関係者などが一体となって、生産者の意欲を喚起するようにアプローチをすることが求められる。

しかしながら、エチオピアにはそうした横の機関連携は希薄であるのが現状である。エチオピア側の負の特質を考えれば、本邦研修を企画する際に、異なった機関からの代表者あるいは責任者を同時に招聘し、我が国の経験事例に直接触れることは有意義であると考えられる。言い換えると、一村一品運動を支える諸機関が運動体系を認識する研修の場を創設することが課題である。

## 2) 第2の課題は、エチオピア国内の協議メカニズムの構築である。

既述したように、農業農村開発の枠組みで一村一品運動を展開することが現実的であるため、農業農村開発省を座長に、首相府の後援も得ながら、農業試験場、アディスアベバ大学など大学研究機関、金融機関、市場関係者と協議する場を創設することが検討されよう。

なお、協議メカニズム自体が継続される必要がある。各州の農業農村開発局は、*woreda* 農業農村開発事務所の職員を四半期に一度招集し、政策レビューを実施している。こうした定期的な内務会合の議題に、一村一品運動のモニタリングを課題に盛り込んでもらうことは協議メカニズムを下からも組織する場合助けとなる。

## 3) 第3の課題は、品質管理という概念を徹底させる扱い手を組織することである。

具体的には、優良の産品の認定制度を構築することであるが、実施には生産から流通を管理する道具として機能するため、複数の扱い手が体系的に機能することが求められる。

品種の特定と再生産を保障するには、農業試験場の果たす社会的役割は大きい。この点メルカサ農業試験場が、希望する農民グループに推奨品種を普及する取り組みを行なっているが、FRG<sup>11</sup>のアプローチが品質管理を徹底させるのに有効利用できると考えられる。同時に、優良品種の種子を再生産するには、生産農家の協力が不可欠であり、また、生産された種子の買いつけを保障する仕組みが必要となる。そのためには、農業協同組合の果たす役割がある。

一方、地域固有の優良品種は地域の顔であり誇りを持たせる努力も必要である。そのためには、地域において規格、形状、農産物であれば味覚などの特性など、類似品種との比較優位性をわかる指標づくりが必要となる。これらには、*woreda* の行政官のみならず、生産農家、農業改良普及員、農業協同組合あるいは集荷業者や販売業者などと合議で指標

<sup>11</sup> Farmer Research Group（農民研究グループ）

を策定してゆくことが求められる。

品質管理としては、残留農薬も課題である。エチオピアではゴマを中国向けに輸出し生産拡大を志向していたが、中国の残留農薬の問題から中国製ゴマ加工产品が売れず、輸出量が減少した。これらに対処するには、農業改良普及員が栽培指導に当たる必要があるし、農業試験場の果たす役割も大きい。定期的な検査体制を構築することも検討されよう。

- 4) 第4の課題は、生産や販路形成を保障する上で、既存の金融貸付制度をいかに積極的に取り込むかという課題である。

現状では零細農家への貸付は、最寄りの小口金融機関に到達するのに 20 キロ離れている農家が全体の 38% を占めるとの報告があり困難な側面もある。アクセスの課題を抱えながら、ローカル NGO として 1999 年に設立された Association of Ethiopia Microfainance Institutions (エチオピア小口金融機関協会) は現在 27 のメンバー金融機関が加盟している。個々の小口金融機関の地域での展開は、woreda レベルに支店を置き、支店長・ローン担当・会計からなる事務所を構えているのが現状である。貸付はほとんどの場合グループ方式を採用しており、メンバー間の相互連帶責任を刺激するかたちで返済率を上げている。返済期間は農業活動の場合で 1 年から返済が始まる。貸付は、ビジネス志向のある者を対象に、零細農家を対象に貸付を行っている。貸付額は個人の場合、500ETB から 30,000ETB で、利率は地域や内容によって異なり 9% から 24% となっている。

認定された優良特産物を生産・再生産する上で小口金融機関 (MFI) を組織化することは重要である。同時に、貯蓄信用農業協同組合が組織されてきている現状でもあるので、そちらの融資も一村一品運動の中で積極的に活用することが推奨される。

貸付額の相違もあるが、MFI の貸付額は小さく個々の農家の借り入れには適しているが、組合の必要な資金を供給できない。また、一般の銀行は 100% の担保を要求するが、エチオピアでは土地は国有であるので担保としては取り扱われないので銀行の融資は適していない。そのことを踏まえた上で、貯蓄信用農業協同組合は貸付を行なっている。

- 5) 第5の課題は、品質管理に関わる市場向け出荷管理の組織化である。

エチオピアの消費者市場は、日本の消費者市場とは比べることが出きないほど、品質に関する意識は希薄であり、また規格によって価格の変動も大幅にあるわけではない。しかし、ないわけではない。たとえば、主穀物のテフに関しては、「マンニヤ」と言われる一等テフの取り扱いがある。すでに、アダ・テフ (デブラゼイト近隣) とかバッチャ・テフ (バッチャ平原)、カラコレ・テフなど、同じテフでも油ののり方が異なり味にも影響する。これらの味覚に関わる品質は圧倒的に女性の意識によっている。したがって、品質を向上させる時に女性の参画は大変重要になる。

市場における品質が国外から問題にされるのは、国際市場と接点をもった時である。エ

チオピアの農産物が国際市場に接点をさらに多く持つと、規格を揃えたり、形状を揃えたりなど出荷管理が必要となる。この場合は、国際市場関係者やそれらに詳しい行政関係者が積極的担い手になり、地域住民に啓蒙普及させてゆくことが重要であろう。

生産側面だけではなく、流通の段階でも多くの課題がある。農業試験場（例えばメルカサ農業試験場など）の食品加工部門では実験的にジャム・漬物・チップス・ドライケール・ソルガムクッキーなどを試作しているが、パッケージングが問題で商品化に課題がある。コンテナにする瓶やそれに合う金属製の蓋が国内で生産していないことが課題であるとの報告もある。出荷管理の体制を組織的につくる上で、これらの課題は重要である。

- 6) 第6の課題は、生産や出荷の現状と所得向上の現状を確認できる場を組織することである。

市場が十分に発達していない制約がある中で、優良農産品を作っても市場の需要に適していなければ売り上げには至らない。また、優良農産品の認定制度を策定しても広く認知されなければ、地域の特産品の知名度はない。

エチオピアには、すでに我が国の秋田県の事例を参考に農業祭を実施している実績がある。農業祭は展示とイベントの2本立てで行なわれ、展示では各地の試験場、協同組合、農業関連企業など100以上の団体が出展し、研究成果、物産紹介、商品展示のPRを行った。こうした品評会は、優良農産物の品質管理の維持と向上の促進となるので、定期的に組織されることが望ましい。

さらに、品評会自体を地域住民が積極的に参加できるような「参加型」で行なえるように組織することができれば、地域住民の潜在意識を醸成する機会となる。また、品評会が定期的に開催されるような能力のある地域においては、道路整備などの社会的インフラ整備事業と連動して、わが国の「道の駅」の経験を紹介することも検討されよう。

あるいは、地域のビジョンを形成する議論を活性化するなかで、社会的分業を形成する過程として位置づけ、地域全体が特産品にかかわる「テーマ・パーク」となるような構想も検討することも考案されよう。そのためには、農産物加工や観光開発などを積極的に連動させることになろう。

## 2. エチオピアの一村一品運動に対する我が国の協力

### 1) 我が国の国別援助計画との関係

一村一品運動に係る支援が、外務省が作成する我が国の国別援助計画と整合していることは、協力を進める上で重要な点である。現在作成中の対エチオピア国別援助計画（案）においては、食糧安全保障の確立を大きな目標として掲げ、農業・農村開発、生活用水の

管理、教育、保健、社会経済インフラの5分野を重点セクターとして設定している。一村一品運動の推進は、これらの重点セクターの中で「農業・農村開発」に位置づけられる。

まず、確認すべき点は重点が「農業」ではなく「農業・農村開発」であることである。ここで言う農村開発とは、農業に加えてさまざまな生計向上策を含めた包括的な取り組みを含むもので、食品加工や農産物流通制度の強化、マイクロクレジット等を活用した起業家支援等も含まれる。エチオピアでは半数以上の農家が1ヘクタール以下の耕作面積しか持たない状況であり、農業だけで貧困状態から脱却できる収入源を確保するのは困難であるが、他方、農村部では農業以外の生計手段がほとんどないことも事実である。このため、食糧安全保障の実現のためにも、農村部における収入源の多様化や一次産品以外の付加価値の創出、產品の流通の促進によるマーケットアクセスの改善といった視点が重要であるというのが、国別援助計画の趣旨であり、一村一品運動もこのような文脈で位置づけられるものである。

もう一つの視点は、援助の重点分野の変遷を考えることである。我が国の援助計画は、エチオピアにおいて2005年から2010年までの5年間を対象に策定された第2次貧困削減計画である「貧困撲滅のための加速的かつ持続的な開発計画(Plan for Accelerated and Sustained Development to End Poverty (PASDEP))」(第II章参照)に沿って策定されている。PASDEPは、第1次貧困削減計画として農業開発によって産業化を牽引する政策(「農業先導型工業開発」ADLI)を掲げた Sustainable Development and Poverty Reduction Program (SDPRP)よりも、より民間部門開発や輸出振興、観光開発を通じた経済成長による貧困削減に焦点を当てている。またTICADIVにおいて“経済成長の加速化”がテーマの一つとなっていることにも現れているとおり、近年アフリカ全体においても経済成長を志向する流れが加速しつつある。今後、エチオピア国内では2010年以降の第3次貧困削減計画の策定に向けて準備が開始されることになろうが、エチオピアの政治体制や経済状況が現在の傾向のまま推移すれば、成長を通じた貧困削減を志向する傾向がさらに強まることが予想され、一村一品運動の重要性は高まると思われる。

## 2) 既存の協力との関係整理

現在JICAが進めている農業・農村開発分野の協力は、農業祭の実施に加えて、オロミア州を中心に農業技術の開発と普及を研究機関と農民が協働して行うFRGを支援する農民支援体制強化プロジェクトや灌漑技術の普及を目指した灌漑農業改善プロジェクト、住民参加による森林保全と生計向上を図るベレテ・ゲラ参加型森林管理プロジェクトがある。また、アムハラ州では流域管理による生計向上プロジェクトが開始されている。他方、我が国のODA予算が過去5年間で約20%削減され、JICA予算も8%以上削減される状況下で、新たに大規模な投入をするのではなく既存の協力プロジェクトと戦略的な連携関係

を構築していくことが、運動が効果を生む上で重要である。また、村落レベルでの活動には、村落開発や農業技術分野に限らず、地方で活動する JOCV 隊員との連携も重要な要素となる。このため、JOCV 隊員にも一村一品運動の精神を紹介しつつ、活動のアイデアを出してもらうことが望ましい。

### 3) 他ドナーとの関係整理

エチオピア国を支援している二国間支援ドナーや国際機関は Donor Assistant Group (DAG) という援助全体を調整するドナーグループおよび分野ごとの Technical Working Group (TWG) を組織し、協調して援助を行っている。また、各セクターにおける援助は、Sector-wide approaches (SWAPs) を形成し促進するようにエチオピア政府とドナーグループの間で調整が進められている。農村開発分野に関しては Rural Economic Development and Food Security (RED & FS) という TWG が組織されており、この中に更に天然資源管理、牧畜・遊牧民、灌漑、流通、食糧安全保障の 5 つのサブセクターグループがある。一村一品運動がこれらのサブグループのどこに当てはまるかはグループ内での協議を要するが、協力の推進においては RED&FS において情報共有を行い、他ドナーからのコメントを得ておくことが肝要である。また DGA には民間セクター支援や零細企業振興分野をカバーする Private Sector Development and Trade (PSD&T) という TWG もあり、マイクロクレジットやマッチングファンド、品質管理・認証にかかる協力については、こちらのグループにおいて情報共有されることが多い。このため、一村一品運動の推進にあたっては、他ドナーからも認知を受け他ドナーによる支援との相乗効果を発揮するために、両方のグループと情報共有することが必要である。RED&FS と PSD&T の間でも相互の情報交換は必ずしも活発ではないが、両グループの場において議論を巻き起こす必要がある。

我が国の援助はプロジェクト型が中心であるが、英国を中心とする欧州ドナーは SWAPs への転換を主導しつつ財政支援型援助を拡大してきており、エチオピアにおいては州政府・郡政府への交付金を目的とした Protection of Basic Services (PBS) という財政支援が顕著な伸びを見せてている。また、これまで我が国のアフリカ支援の ODA 予算の伸びと比べると、欧米ドナーは援助量を急速に伸ばしている。このような状況の中で、我が国の援助プロジェクトが他ドナーの援助と協調して実施されることが、そのインパクトを最大化することにつながると言える。また、プロジェクト型援助を実施する場合に相手国政府が負担するリカレントコストは、他ドナーの財政支援によって賄われることになるため、彼らの理解が重要である。更に、プロジェクト型の技術協力は、その規模からパイロット的なモデルを形成することに主眼が置かれており、スケールアップには相手国政府と他ドナーの資金が不可欠である。このため、他ドナーとの協調を図りつつ、地方における

る予算執行メカニズムとの整合性をとっていくことが重要となる。

パリ宣言に代表される OECD (DAC) の場で行われている援助協調の議論の一つに、調査報告およびモニタリング・評価手法の統一があり、中でも調査報告書の共有は、もっとも容易な取り組みの一つである。本報告書も他ドナーと共有されることにより、国際社会における一村一品運動への理解が広がり、我が国の支援もより望ましい方向につながるといえる。

#### 4) 協力全体のフレームワークと展望

上記のように、我が国の援助政策や既存の協力との整合性をとり、他ドナーの支援と協調して運動を実施することと併せて、中長期的にはエチオピア政府の政策・制度の中に一村一品運動の精神と機能を構築していくことが重要である。

プロジェクト型の活動は、一定期間で結果を出して完結する事業には適しているが、長期間継続することが求められている制度を設計する場合には、プロジェクト期間を超えた全体のグランドデザインが必要となる。特に、プロジェクトの中で立ち上げた事業が、プロジェクト終了後も継続されるためには、予算の手当て、事業体制の持続性、目的の永続性が必要となり、これらを実現するための戦略を事前にデザインすることが望ましい。具体的には、一村一品運動が TICADIV のための一過性のキャンペーンで終わることなく、ボトムアップの生計向上策がエチオピア政府の政策と農村の活性化に長期的に役立つために、エチオピア側で調達しうる資金や人材の持続性や我が国の援助の投入額を想定した上で運動を立ち上げることと、トップダウンと短期的なキャンペーンアプローチによる急速なスケールアップに陥ることなく、具体的な産品の成功事例といった成果と制度構築を着実に積み上げていくことのできる事業展望を示すことである。特に、短期的には成果が期待できない地道な活動の場合には、政治的なコミットメントも重要な要素となる。

他方、プロジェクトのデザインにはこれまで指摘されてきたような留意点が数多くあるが、プロジェクトが複雑になりすぎると、担当者が代わった際にその思想が継承されにくくなり持続性や汎用性を低下させるため、プロジェクトが凝りすぎたデザインにならないことも重要である。この点が、プロジェクトの難しい点でもある。

#### 5) エチオピアにおける JICA 一村一品プロジェクト<sup>12</sup>

エチオピアにおける「一村一品運動」の動きとして、2006 年 11 月にアベラ農業副大臣を含む農業農村開発省関係者がタイでの OTOP の視察を行った。これによって主に農業農

<sup>12</sup> 本項の内容は、現地調査およびその後の八木正広 JICA 専門家とのやり取りに基づいている。

村開発省内では「一村一品運動」の名前の認知度は高い。ただし、内容の理解についてはばらつきがあり、產品開発と品質管理に傾斜している傾向がある。

先にも紹介されているように、昨年度より、農業農村開発省の八木正広 JICA 専門家が、秋田県の事例を参考に農業祭を実施している。農業祭は展示とイベントの二本立てで行われ、展示では各地の試験場、協同組合、農業関連企業など 100 以上の団体が出展し、研究成果、物産紹介、商品展示の PR を行った。農業祭のコンセプトは、2003 年に政府の基本方針として掲げられた「農業開発先導型工業化（ADLI）」の成果を国民に示し、優良農家の更なる努力を促すことにある。この農業祭の実施も「一村一品運動」の推進手段として考えられている。昨年度は専門家が中心となり、JICA 主導で実施されたが、今年度からは専門家の指導のもと農業農村開発省に引き継がれ、予定よりも実施が遅れたものの 1 月に開催された（予定）。

「一村一品運動」に係る JICA 技術協力プロジェクトは 2007 年 8 月に要請が提出され、2008 年度の新規プロジェクトとして始まる見通しとなっている。イメージとしては、資金提供と技術支援（パッケージングの技術等）を行うもので、開始から 3 年間で全国 30 カ所のプロジェクトサイトを形成したいと考えられている。現在のところ農業農村開発省の中に一村一品プロジェクト事務局を設立するという方向で進むと思われる。また、アイデアは下から上がってきたものではなく、中央政府にある事務局が引っ張り上げたものだけになってしまうことになることが懸念され、パイロット的にでも地域の資源を発見できる仕組みや人づくりの試みを入れることが必要と考えられる。現在の政府機構では、プロジェクトに申請できること自体、ほとんどのエチオピアの農村住民が知らないという状況が多分に想定される。

農業農村開発省をはじめとして、エチオピア政府側が期待していることは、「一村一品運動」を通じて農産品の付加価値が高められ、農民所得の底上げにつながっていくことであるが、我が国が農村地域開発の観点を含めてプロジェクトを実施する場合は、最終的に農村のエンパワーメントとなっていくことが期待される。

制度的には、エチオピアは地方分権が発達しており、地方政府の自由度が高い。地方政府へのキャパシティも十分に可能なことから、こうした現状が優位に働くかも知れないが、これは各地域によって状況が異なり実際のプロジェクト実施を通じて検討が必要である。

## 6) 我が国からの一村一品運動支援

### (1) 本邦における一村一品運動研修のありかたについて試案

一村一品運動には多様な理解があることはこれまで多く指摘されており、また本報告書でもそのような理解に基づいて分析がされている。地域振興のための望ましい制度はそれぞれの地域の状況（自然・社会・経済・文化など）によって異なるため、一義的にはそ

それぞれの地域で検討されるべきである。しかしながら、我が国の一村一品運動をひとつの参照とした地域振興の協力を展開する場合には、この運動が我が国の地域という特殊な状況の中でどのように展開されたかをその場において紹介することの意義は大きい。そこで問題となるのは、どのように我が国の経験を伝えるかということである。

一般に行政官、特に中央政府の行政官は、国の事業としてトップダウンで画一的な事業を推し進めてしまう傾向が強い。官僚の力の強いエチオピアでもその傾向は見られる。本邦研修は行政官が住民と同じ目線にたって、ともに試行錯誤をしながら作り上げた一村一品運動の経験をそれぞれの国における人づくりの参考にしてもらうという点で意義が大きいと考えられる。エチオピアに限らず、一村一品運動に関係する本邦研修のニーズは今後とも高いことが予想される。したがって、一村一品運動の協力を日本発の農村開発の特徴あるものとするためには、大分を中心とした本邦の地域で研修が実施される場合のコースのあり方について以下の点に留意することが望ましい。

大分県が、県の政策として一村一品運動を行っていた時は研修はともすれば、政策の宣伝の色彩をおびる危険があった。しかし、2003年以降はもはや県としては政策として推進していないため、ある程度客観的に地域振興の一手段、または歴史としての一村一品運動を教材として紹介するという視点を大分県の受託団体であるNPO法人自身が持つるものとなっている。また、大分県外の事例も含めた形で研修を行なうことによって一村一品を多少なりとも客観視して途上国に移転することについても、平松氏自身が非公式ながら発言されており、可能性は高まっている。

そこで、ここでは、特に研修の対象者によって、一村一品の事例を題材としてどのように異なって扱うかについて考察したい。

まず、中央政府の役人が中心の研修であれば、事例の視察部分をメインとした研修内容で十分であると考えられる。若干の開発学に関する講義と、教室内でのワークショップ等を取り入れれば、地域振興の制度を学ぶコースとして充分に成り立つ。

一方で、九州における一村一品運動を中心とした内発的発展の事例から学び、開発途上地域のそれぞれの問題に取り組む中堅行政官を育てることを目標とするのであれば、大分県の視察は幾つかに厳選して絞り込み、水俣や小国など他県の内発的発展の実現している地域の視察もプログラムに加えることが望ましい。この点では、本報告書の添付資料に紹介されている愛知県新城市・豊根村の事例も、誰がイニシアチブをとり、行政や協同組合などフォーマルな組織がどのように関わったかを示すことができ、教材として活用できる可能性が大きい。なお、JICAプロジェクトのカウンターパートが参加する場合は特にプロジェクトマネジメント（PCM等）および評価に関する講義を入れることが有効であると考える。

したがって、今後の本邦で一村一品運動関係のコースを実施する場合、以下の選択肢が考えられる。

- 1) 大分県の視察を中心に、我が国の地域開発の歴史と参加型手法に関する講義を加える = 町長や政治家、中央政府の高官が対象
- 2) 大分の事例を含めた全国各地で展開している地域振興の事例をケーススタディーに加え、PCM や PRA の実習を加える = 中央および地方の中堅行政官対象
- 3) ミクロの開発を中心にして、大分県または九州内の特定の地域での滞在型研修を行い、その中にプロジェクト管理手法・参加型手法を取り入れる。(天ヶ瀬・蒲江・新城などが候補地となる) = プロジェクト担当者対象
- 4) 「開発とは何か」という根本問題の議論を中心に参加者の互いの経験を交換し、我が国具体的な地域に対するインプットを通じた実践的研修。具体的には、地域振興行政について、外部者である行政がどのような視点で関与することが必要かということについて考える材料を提供する = その他一般対象(NGO を含む)

繰り返しになるが、研修員には、政府側がマクロの政策で決まった產品、決まったやり方を地域の関係者に押しつけるのではなく、それぞれの地域に合ったやり方で考えてもらえるよう、これまでの我が国での試行錯誤や経験から学んでもらうことが基本となる。そのためにも、帰国後どのように各国の政策なり開発計画の中で使ってもらえるかを意識して多様な事例を提示することが期待される。同時に、地域振興というプロセスを技術移転していくのであれば、我が国での失敗事例も併せて行政官に伝えていく必要があると考えられる。

同時に、JICA 在外機関等でも一村一品運動には多様な側面があり、途上国政府の要望からみると輸出振興や產品開発の側面は重点分野になることは了解しつつも、プロトタイプとしては内発的地域振興の運動であり人材育成と行政のキャパシティ・ビルディングの側面があることを情報として共有されることが期待される。このような知見は、単純に技術移転できる性格のものではなく、関係者のマインドセットの問題が根本にあることを理解してコース要望を作成することも重要である。

さらには、欧米のドナーが取り組んでいる手法との相違点を関係者に説明できる体制も必要である。

## (2) 日本の何を伝えるのか

我が国の技術協力の中でも地域振興に関する協力が多く行われており、その中では我が国の地域開発の経験を途上国に生かそうという試みがなされている。しかし、ここで考えなければならないのは、果たして我が国で行われてきた地域開発、特に中央政府や地方政府が主たるアクターとなって実施してきた地域開発は農山漁村を豊かにしてきたのであるか、という疑問に答えることである。

1960 年代以来数次にわたる全国総合開発計画においては、繰り返し都市と農村との格差の是正が訴えられ、国土の均衡ある発展が模索されてきた。しかしながら、多くの場合農

村部は開発の拠点とはなり得なかった。農村の振興策として、農林業を含めた地場産業の振興と他地域からの企業誘致が行なわれてきた。しかし、これらの政策によって地域との活性化が実現し人口の増加をみたような農村部は非常に少ない。たしかに多くの地方において、住民の所得は増大し、雇用の場も一時的には確保された例も多々ある。しかしながら、長期的に見たときに、都市の消費者を前提とした地場産業の振興や企業誘致を中心とした外来型開発では、本来的に地域とそこに暮らす住民の生活を向上させない欠点を持っていたともいえる。

守友（1991：52-62）は、成功事例としてしばしば紹介される大山町における一村一品運動を分析することによって、運動の地域における視点からの評価を試みている。それによると、まず、一村一品運動において農業の地域に対する効果に対して過大な期待が見られたことが指摘されている。すなわち、農家の所得追及を基礎とした NPC 運動（梅栗植えてハワイへ行こう、の頭文字をとったもの）であるが、この時期の大山町の農家所得（農業所得ではない）は全国的に見てごく平均的であり特筆には価しなかった。第二は、階層間格差の拡大の問題である。リーダーの矢幡町長自身が、「従来果物だけで経営していた組合員と、新しくキノコを入れた組合員との間に所得の格差が年々広がっていった。それにつれてなんなく組合員の中の平等感が薄れてくる。団結心に若干ヒビが入ってくる」と述べた（矢幡 1988：守友 1991：61 に引用）。第三は、農産加工の考え方の問題であり、中国との合弁事業の設立による材料の調達が行われていることを、国際交流の視点から積極的に評価するか、内発的地域おこしからのプレと見るかをきっちりと押さえる必要があるという指摘である。

現在、大山町は日田市に合併したが、その直前に水利権の一部を取り戻し、「ひびきあゆ」という大山川の地域資源を有効にかつ自律的に活かせる可能性のある一村一品後の開発を模索している。このような地域の環境資源の持続的な利用に地域住民がどれだけ主体的にかかわれるかという視点が一村一品を地域振興として伝える際に要求される。

大山町の例にもあてはまるが、一村一品運動の原点にあるものは、その当時の日本全体の経済状況や消費者のニーズを把握しつつ、しかし、必ずしも中央の政策と歩調を揃える開発を実施してこなかったことにある。リゾートブームに沸く時代にあって由布院は、温泉がそのもっとも大きな地域資源であることを自覚しながらも、隣接する別府温泉とは異なり、地域のためにどう利用するかの工夫を行ってきた。そして、別府とは異なる地域資源として、由布岳を象徴とした田園風景を利用しようとしたのである。

湯布院町は近隣の町と合併したが、合併にともなって、まちづくりの対象範囲が広域化するのではなく、行政が遠くなったことによって、住民にとっての地域の概念がより小さくなとも言われる（小林華弥子[2005]）。いま由布院のまちづくりをする人たちは、その住所として大分県由布院盆地という言葉を好んで用いている。自然や社会環境に根ざした地域づくりへの回帰が行われていると評価できる。このような、地域の内発的な活動の

変遷こそが、今後一村一品運動と称した運動や政策を導入しようとする人々に伝えられる必要がある。

地域の側の一村一品運動が本来地域の自立を目指す内発的運動であるのに対し、都市の側の要求は運動ではなく一村一品の一品に関心を置いており、異なった関心がたまたま結びついているため、持続性が担保されないことも指摘されている（東北電力 1988：守友 1991 に引用）。これを克服するためには、地域づくりの運動が持つ精神面を重視し、地域の生活・文化を見直し、都市部をも巻き込む生活・文化運動に進めていくことを強調できるが、アセアン諸国に対してはこのようなアプローチも可能であろうが、アフリカの現実との整合性を考慮すると最適のカリキュラムを構築することは簡単ではない。

### (3) 政府の役割

地方分権が進む中で、地域振興推進のためには、地方分権の実質的な進展に必要な地方政府の強化が期待される。地方分権は多くの途上国において積極的に推進されている。具体的には、地方財政の強化や、政策実施における権限委譲などが行われている。しかしながら、制度的な地方分権の進展に、地方行政の側の能力構築が追いついていない現状が見られる。

地域の開発においては、あくまでも地域住民の自助努力が基本である。しかしながら、そのためには行政の介入・援助が必要なことも現実である。一村一品運動において地方政府は、地域の人々の自助努力に対する支援を行い、財政や技術面での支援を行うとともに、地域振興を担う人々のネットワーク形成を支援し、結果的に地域の自治能力を高めた側面がある。エチオピアをはじめとするアフリカにおいて、一村一品運動を開拓することを通じて、地域の自律と地域内外のアクターの連携を可能にする政治・社会体制が模索される可能性があるが、そのためには積極的な政府の介入が重要となり、その事例を研修を通じて示していくことが大切である。その意味で、従来からの我が国の開発援助のカウンターパートである、開発途上国の行政機関職員のキャパシティ・ビルディングを今後とも継続することは、我が国らしい援助の展開につながると考えられる。一村一品運動は、そのままの移転は困難であっても一つのモデルとして紹介することは可能であろう。

### (4) 通常の技術協力の中にみられる品質管理に関する我が国の支援の成功例

JICA は長年にわたって、ことさら一村一品運動の協力と謳わなくても実質的に村落振興を支える技術協力を実施してきた。その多くは東南アジアに見られる。その中でも特にタイにおいては、村落振興において政府が果たす役割としての品質管理の技術向上に関して輸出市場を意識した協力が行われている。すなわち、タイでは水産物は国民の重要な食料源であるとともに、1990 年代には輸出産品としても急速に成長してきた。しかしながら、水産物や加工品の添加物や残留している薬品等の有害物質が消費者の健康や輸出上の觀点

から問題となっており、水産物・水産加工品の品質管理技術および残留有害物質の検査技術の向上が求められた。このため、その品質管理技術とシステムの改善を図るために、水産技術開発部（FTDD）と水産物検査品質管理部（FIQD）に対するプロジェクト方式の技術協力を我が国に要請した。プロジェクトの終了時評価によると、このプロジェクトの中で、タイ政府がすすめる「一村一品運動」と連携して、FTDDは45県で65の水産物生産グループを支援し、品質管理や商品開発のアドバイスを行っており、特に品質管理では本プロジェクトで供与した機材と導入した検査技術が役立てられていたとされている。このように、タイ政府が地域振興の一環として一村一品運動を提唱し、農村における水産加工品の開発ニーズが高まったため、FTDDの製品開発と品質管理技術が農村の産業育成に活かされる状況が生まれたことが、プロジェクトのインパクトに影響している。従来からの技術協力プロジェクトとOVOP関連プロジェクトの有機的な組み合わせが有効であることを示唆しているといえよう。

タイにおいてはOTOP推進の一つの手法として、OTOP Product Championship (OPC) Selectionが2003年に導入された。これは、OTOPプロジェクトに参加している生産者が、その製品の品質改善を目指したい場合に応募することができ、OTOP製品の認定をさらに厳密化したものと考えられる。具体的には、輸出可能性、生産の継続性と安定性、規格の明確さ・品質・顧客満足度、生産の背景にある物語性の4点を意識して、生産・流通・組織力・製品開発力・物語性および各製品分野に設定された品質基準によって採点される。100点満点の90点以上が高品質であり輸出可能と認定され、80点以上が国内市場で充分に認知され今後輸出の可能性がある製品と認定される。この制度の導入によって、品質の向上に貢献したことは間違いないが、物語性に対する配点が低く地域との連携が充分配慮されないこと、5スターの生産者が必ずしも地域住民の参加を得ているわけではないことなどの問題点も指摘されており、アフリカに導入する際には、どのような形で導入するか充分な検討が必要である。（Kusuma 2006）

## 参考文献

- (1) 大分県一村一品21推進協議会[2001]『一村一品運動20年の記録』
- (2) 小林華弥子[2005]「ゆふいんとまちづくり」(西川芳昭・伊佐淳・松尾匡編『市民参加のまちづくり』創成社) : 94-110
- (3) 三井情報開発株式会社総合研究所[2003]『いちから見直そう！地域資源—資源の付加価値を高める地域づくり』ぎょうせい
- (4) 宮本憲一[1990]「地域経済学の課題と構成」(宮本憲一・横田茂・中村剛治郎編『地域経済学』有斐閣) : 1-27
- (5) 守友裕一[1991]『内発的発展の道』農山漁村文化協会

- (6) タイ水産物品質管理研究計画終了時評価
- (7) [http://www.jica.go.jp/evaluation/after/files/14\\_4\\_20.html](http://www.jica.go.jp/evaluation/after/files/14_4_20.html) (平成 20 年 1 月 14 日アクセス)
- (8) Kusuma, Panyee 2006 Impact of the One Village One product Project in a Rural Area in Thailand, Master Thesis submitted to GSID, Nagoya University

一村一品運動に係るプレゼンテーション（西川芳昭委員）

One Village One Product Movement  
and  
Rural Development

30-08- 2007 at AU , Addis Ababa  
for JAICAF/JICA/Japanese Embassy OVOP seminar

Yoshiaki Nishikawa  
(Graduate School of International Development, Nagoya University )

Introductory Questions

- ✿ What do you know about One Village One Product movement?
  
- ✿ Do you have One Village One Product Movement or similar initiatives in your country?

## OVOP in original movement

---

- There was no intention to produce one product in each village!! Rather, it was a movement to produce confidence and pride in every village through human resources development.
- Movement started from village people and (local) government strongly supported the movement as government strategy to vitalize rural community in sustainable manner.

## Objectives of Presentation

---

- To introduce the history and concepts of One Village One Product Movement
- To explain the difference/relations between industry promotion and local/regional development
- To consider possible role of government to promote the movement

## Contents of Presentation

---

- 1. History of One Village One Product Movement in Oita, Japan
- 2. Application and Interpretation of OVOP in Developing Countries
- 3. Possibility of Further Application in African Context

5

## History of One Village One Product Movement (Pre-history)

---

- There were many less favoured areas where expansion / intensification of farming was not possible.
- Migration of young people to urban areas and ageing of population happened in many rural areas.
- Oldest son of a family and his wife need to stay in villages = no choice
- 1960- Many self study groups were formed in various part of rural Japan

## History of One Village One Product Movement (community discussions)

- All night discussions (Yonabe-Dangi) and formation of human networks started. Local officials were invited to the meetings.
- Members were young farmers, young generation of local merchants, wives of farmers and fishermen = those who could not escape from rural areas.
- Main topic was if our place is not worth staying or possible to make living out of our environment. = recognition of crisis

### Origin of OVOP

#### Oyama Town NPC movement 1

- NPC (New Plums and Chestnuts) Movement. Started in 1961.
- Background: mountain areas with small farm lands with poverty  
(170,000 yen/year cf:  
400,000 yen needed for culturally fulfilled life)  
=Not possible to follow national policy of large scale agriculture and rice based farming.  
=Decrease in consumption of basic foods such as rice and wheat



#### Origin of OVOP

## Oyama Town NPC movement 2

---

- Strategy: Highly differentiated agriculture  
small amount, high quality products with  
rarity value, processing and marketing
- Examples:
  - Fruits growing = seasonal = can take  
vacation
  - Mushroom and herbs = regular harvest =  
monthly income
  - Watercress and herbs = short growing  
period = good for side business
  - Herbs, blossoms and mushrooms = small  
and light = women participation

9



#### Origin of OVOP

## Oyama Town NPC movement 3

---

- NPC(Neo Personality Combination)  
Movement. From 1965
- Slogan: Let's plant plums and chestnuts  
and go to Hawaii!!
- By leaving hometown and staying in a  
different environment enables people to  
see hometown from outsiders' perspective  
and get new ideas and inspirations for  
town's development.
- 1967-1996 951 people visited Hawaii out  
of 4,226  
Other destinations were Israel, USA and  
Germany

10

## Prototype of OVOP Movement by Oyama Village in Oita

- 第一次NPC運動 ("New Plum and Chestnuts Movement")
  - Innovative conversion from traditional paddy growing to development of commercial agricultural product using geographical features and local initiative movement (1961--)
- 第二次NPC運動 ("Neo Personality Combination Movement")
  - Innovative community revitalization movement by promotion of HRD and social activities with promotion of industries (1965 --)
- 第三次NPC運動 ("New Paradise Community Movement")
  - Innovative activities of cultural promotion and improvement of community life with economic empowerment (1969 --) *(slide made by Igusa, APU)*

11

## The Origins of One Village One Product Movement

- Ex-Governor Hiramatsu of Oita Prefecture advocated the movement in 1979 based on his face-to-face communication with local (bottom-up) leaders during his vice-governorship from 1975 to 1979.
- OVOP was not a policy but a movement  
=Movement started in many local communities in Oita independent of (or even against) government policy and the Governor integrated these initiatives into his development policy.

12



## Three Key Concepts of One Village One Product Movement

---

- 1. Think Globally, Act Locally  
Starting from local activities, using local resources with distinct local flavors and cultures, products were created and marketed.
- 2. Independence and Creativity  
Local people / enterprises are key actors and governments are supporters.
- 3. Human Resource Development  
Through communications, leaders were facilitated and networks were created with challenging spirits.

13



## OVOP movement as a kind of local development movement

---

- Different from small & medium enterprises (SMEs) development, rural industry development and export promotion in which certain local areas are not involved or specified.
- Local areas as a subject of movement, and it is not appropriate to use local areas as a means to produce export products by supporting local unique product in the process of OVOP movement.

14



## OVOP movement as a movement whose subject is local people

---

- OVOP movement is not a top-down project that is carried out by donors or central government from outside, but a movement whose subject is local people.
- In OVOP movement, local people are the subject of movement, and government is a facilitator to support or build that environment. The subject of OVOP movement can be local people, community-based organizations, local government and local enterprises.

15

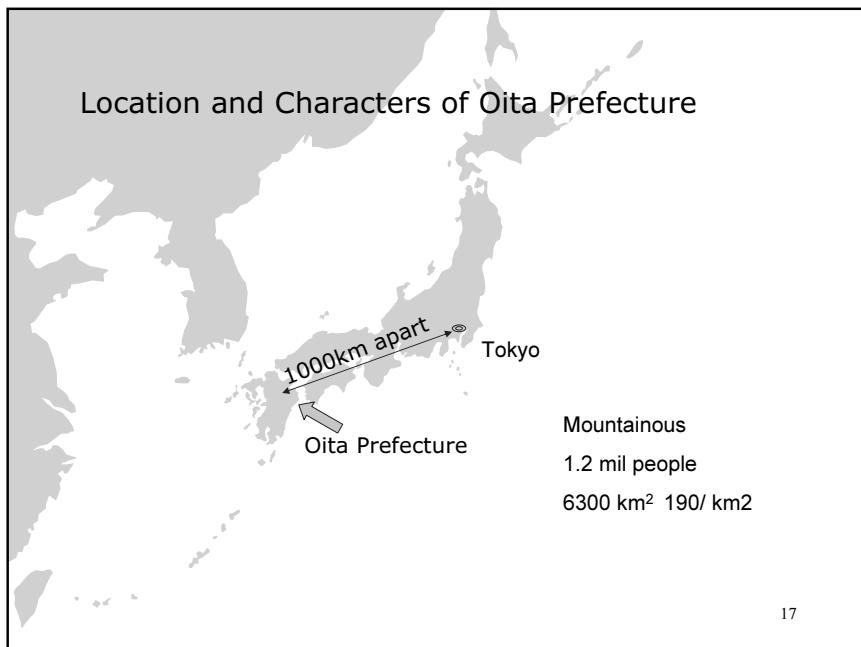


## OVOP is not the movement for merely producing goods “*mono zukuri*”

---

- Developing unique product (“*mono zukuri*”) is an essential factor in OVOP movement.
- However, OVOP movement should not be considered simply as production of goods (“*mono zukuri*”).
- The movement aims at human resources development (“*hito zukuri*”) through “*mono-zukuri*”. OVOP movement stimulates local people, helps them improve their awareness and attempts to empower local community.

16



- ## Examples of outputs related to OVOP
- 
- Human Resources development groups and festivals to understand and revitalize local resources
  - Facilities parks, training facilities, information centers in big cities, information networks etc.
  - Environment natural forests, traditional landscapes, historical buildings etc.
  - Culture festivals, traditional products including local recipes
  - Products agriculture, fisheries, processed foods, flowers, NTFPs (imported wine with local label)
- 18

### List of Regional Principal Products

年度	昭和 55年 度	昭和 60年 度	平成 2年 度	平成 7年 度	平成 9年 度	平成 10年 度	平成 11年 度	平成 12年 度
販売額(億円)	359	734	1,177	1,294	1,373	1,363	1,398	1,402
対昭和55年伸び率(%)	100	204	328	360	382	388	389	391
品目数	1億円未満	74	148	136	156	170	173	187
	1~3億円	34	53	68	76	66	79	70
	3~5億円	16	14	21	15	30	24	28
	5~10億円	15	17	27	27	21	18	15
	10億円以上	4	15	20	15	17	18	19
	計	143	247	272	289	306	312	329



焼酎 Barley Distilled Spirits



カボス Kabosu Limes



轟牛 "Bungo" Cattle



しいたけ Shiitake Mushrooms

*Slide made by Igusa, APU*

19

## Reconfirmation of the Concepts

- Production of specific products was not the objective.
- Connection between the products and the locality was emphasized.
- Technical assistance from outsiders including local government was a clue for success.
- Information attached to the products was a key factor of success in products.
  
- Final goal was to create people who can recognize this process and implement for themselves.

20



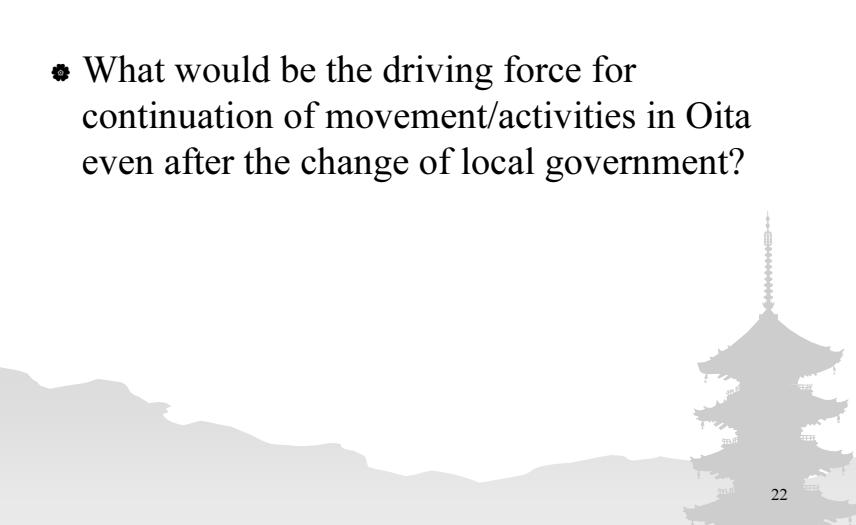
## One Village One Product Movement Revisited

- Many prefectures tried to adopt the idea of OVOP in their policies but failed.
- In 2003, One Village One Product Movement was officially dropped from prefectural strategy in Oita. Now, prefectural government promote Local Production and Local Consumption Movement.
- Still activities bearing the spirits of movements continued.

21

## Interim Questions

- ✿ What would be the driving force for continuation of movement/activities in Oita even after the change of local government?



22

## Local Resources as Driving Force

---

- What are Local Resources?
- Existing in the region.
- Utilized primarily by people of the region.
- Not transferable thus being treated as scarcity .
- Examples
- Natural resources including landscapes
- Cultural and historical resources including festivals
- Traditional foods including their recipes
- ++Human resources

23

## Local Resources in OVOP

---

- It is not possible to produce large quantity of commodity under Oita environment. (by Hiramatsu)
- Producing something is different from promoting the production through assistance from local government.  
→ Government needs to promote the regions which attract people from outside like magnetic fields. (by Hiramastu)

24

## Perception on Local Resources

- Start from what we have : starting from what we are lacking will promote further dependence from outside (e.g. subsidies)
- People decide what to be utilized and produced: making products by people and supporting such initiatives by governments are different stages
- Stick to locality is important : without specific information on localities associated with localities, products need to overcome international competitiveness (e.g. motor cars or computers)

25

### Example of OVOP

#### Sanwa-Shurui (A Shochu Company)

- Facts
- Brewing Company whose main products are Shochu (Japanese liquor)
- Company started in 1958 with merger of three small companies under the situation of decrease in sales of traditional rice wine.
- In 1979, they started to produce the most selling product called 'Iichiko'

26

Example of OVOP

## How Sanwa-Shurui used Local Resources

- Local resources utilized:  
Water and Air. (Barley was 100 imported.) Local resources utilized was an comfortable environment for the alcohol.  
→ This perception is the critical point of local resource utilization!!
- Marketing Tactics employed:  
Information carried with the alcohol = Scenery of home / country-side

27

## Impact of Shochu Companies to region

- Implication of Iichiko to the region:  
Success of production and marketing enabled to produce 100 % local resource alcohol product called Nishino-hoshi in which all barley materials are produced by nearby farmers.  
→ This feedback to the area is clearly different from SME development approach.

28



Example of OVOP

## Yufuin Town Movement 1

---

- Hot spring village back of Beppu  
(the most abundant hot spring in Japan)
- Background:  
No big hotels with entertainment, but beautiful rural landscapes and farming
- Strategy:  
Use local resources of agriculture and environment : Village development for community residents and tourists

29



Example of OVOP

## Yufuin Town Movement 2

---

- KURORT project = whole town to be the recreational hot spring town  
Idea came from Germany based on overseas study visit by hotel owners
- Examples: Utilization of geothermal resources for farming : Small scale and multi-items farming  
'Ordinance on Comfortable Town Development'  
(Incoherency with Central Government Policy / Regulation)
- Results: Four million people a year visit the town of 12,000 residents.

30

## Contents of Presentation

---

- 1. History of One Village One Product Movement in Oita, Japan
- 2. Application and Interpretation of OVOP in Developing Countries
- 3. Possibility of Further Application in African Context

31

## Transfer of OVOP to Developing Countries

---

- Thailand, Cambodia and many Asian countries, Malawi and some countries in Africa and Jamaica in Central America introduced OVOP ideas either directly from Oita Prefecture or through JICA and JETRO.
- Human Resources Development as overall goal is shared by all cases.
- In practice, most cases emphasized the products development to be marketed world-wide, utilizing local resources and/or local initiatives.

32

## Assessment of OVOP Idea Transfer to Developing Countries

- The name of 'One Village One Product Movement' is very famous.
  - The concepts and detail history are not transferred.
  - In Oita, One Village One Product Movement developed the capacity of people who are able to contribute to the promotion of their regions.
- This aspect is compatible with the concept of technical cooperation. BUT HOW??

33

## Problems encountered in OPOV movement in Developing Countries

- Most cases concentrate only making specific products (especially mainly for export) without much emphasis on regional vitalization.
- Initiatives by central governments are much strong compared with local initiatives.
- Shortage of capable leaders, institutional capacities and coordination among concerned government organizations.
- Movements are sometimes remained as means of political campaign.

34

## What were the Problems in transfer?

---

- The concept of OVOP has been transferred from politicians to politicians and from government officials to government officials, both of them were not main actors of the movement in Oita.
- When applied as policy or projects, short term (economic) outcome is necessary, which is not compatible with core value of OVOP movement since it is a continuous process of development.

35

## What are possible solutions, then ?

---

- Recognizing the importance of transition of primary actors of the movement from government to private sectors and residents is critical. (Rather OVOP movement in Oita started solely from private sector!!)
- In other words, governments are not the actors but the providers of 'Mechanisms' or 'Places' for other stakeholders to meet and act. (How to find early stages of movement and facilitate them is important.)

36

## Contents of Presentation

---

- 1. History of One Village One Product Movement in Oita, Japan
- 2. Application and Interpretation of OVOP in Developing Countries
- 3. Possibility of Further Application in African Context

37

### Opportunities and Challenges Key Role of Local Government

---

- Regional development has rarely been conducted in Africa, and when done, there have been few successes. The power of central government is strong, while local government is given little authority and local finance is weak.
- Generally speaking, “villages” in Africa, unit of “mura”(village)-“okoshi”(development), have seldom been working as administrative unit, so that it may well be expected that organization of local people would involve some difficulties.

38



## Opportunities and Challenges Harmony with PRSP and CAADP

- In regard to cooperation, many countries in Africa make PRSP on which World Bank and IMF have considerable influence.
- Consequently, in introducing such a movement as OVOP movement based on Japanese experience, it is vital to place OVOP movement appropriately in accordance with a development framework of the country concerned such as PRSP and also CAADP as a region.

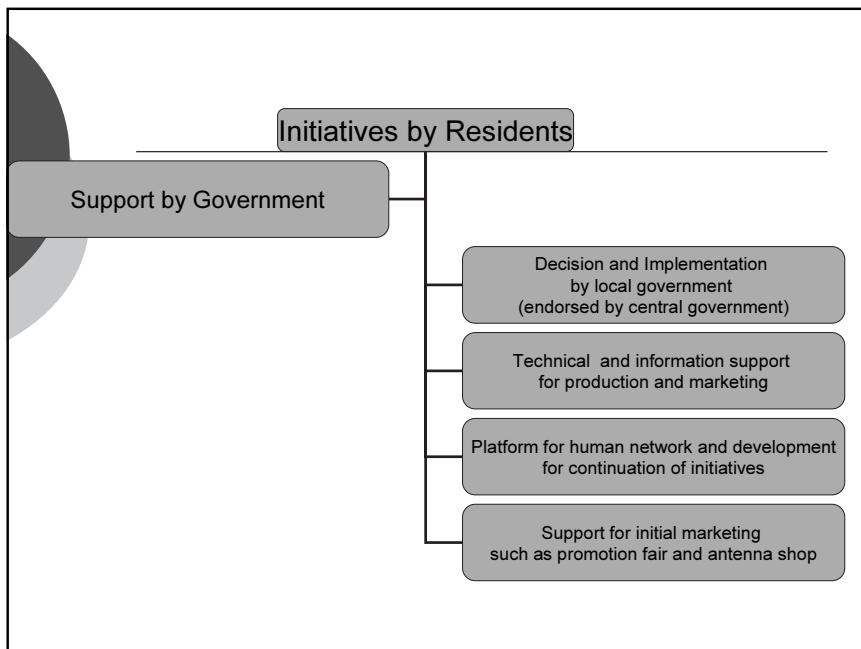
39



## Opportunities and Challenges Dual Approach for Implementation

- If OVOP movement is promoted as a nation-wide project of central government, the role of prefectural government in the case of OVOP movement in Oita can be played by central government in African countries.
- On the other hand, Africa can utilize OVOP movement by allocating some responsibilities to local government in its implementation, in order to enhance the capabilities of local government through practical involvement.

40



## Some Questions for Next step forward

- Objectives of OVOP: SMEs, Products or Regions ?
- Emphasis in Application : Promotion of Market Economy, Poverty Reduction or Sustainability?
- Responsible Organization : Central Government, Local Governments or Networks ?
- Target Market: Local, National or Global ?
- Evaluation Criteria : Process (Participation) or Products (Outputs) ?



## What can OVOP do for African rural development?

---

- OVOP can be a driving force for sustainable rural community development, different from donor driven projects or SMEs.
- Cooperation to OVOP initiatives will certainly contribute to sustainable community development and local government capacity building through the products improvement and marketing innovation.



## Importance of government roles for introduction of the OVOP initiatives

---

- Central government need to allow local governments to carry out appropriate support activities to local communities depending on different situations even if each activities are slightly different from the policy of Central government.=true capacity building of local governments
- Products making and marketing are not responsibility of the government, but networking of activities and information sharing including market information are the role of governments.=Balance between self-reliance and government intervention

## Final Questions

- How were your ideas about One Village One Product Movement changed after listening to this lecture?
- Do you think you can apply the concept of One Village One Product movement in your country, and if so, how do you recommend to your government the introduction of the initiatives in the context of your country?

45

Thank you very much for your attention.

Special Thanks are to APO and Professor Igusa of APU for allowing me to use their slides.

46

## 我が国の村おこし事例と応用の考え方(愛知県新城市、豊根村の事例から)

～内発的地域開発としての一村一品運動に関する本邦研修の可能性の検討～

### 1. 本附属資料の背景と目的

発展途上国の開発計画担当官や政策意思決定者、特にアフリカ諸国の関係者が、本邦研修の機会を通じて来日され、日本の社会構造、開発政策、開発実績などを実際に見聞されると一樣に以下の反応を示される。

- 「日本は西欧社会と同じ近代化社会と思っていたが、伝統的な社会を維持しながら近代化を実現してきている。西欧開発理論では考えられない。むしろ、アフリカ社会には必要な国造りの経験である」
- 「日本の開発行政と地域づくりは模範である。中央省庁の政策意思決定者や計画担当責任者、地方開発行政の行政官、農業協同組合や学校などの中間機関の関係者、そして生産者であり消費者である地域住民が共通の理解をもって開発計画や事業にあたっている。アフリカの現状ではなかなか考えられることである」

これらの声は一端の反応であるが象徴的な反応である。

アフリカ諸国が外部の開発理論や知見を取り込みながら独自の発展を遂げる上で、アフリカ諸国開発行政の関係者が日本の地域社会開発の研修に来る意義は、無形の知的財産を形成する上で大きいと考えられる。アフリカ独立の年といわれた1960年以降、期待された近代国家としての国造り、すなわち国民国家としての社会統合がなかなか進まない現状の中にあって、西欧の論理以外に発展の道筋を証明している日本の事例は閃光を放っている。

日本の経験事例である「一村一品運動」はアフリカ諸国も大変関心がある。もっとも、「一村一品運動」という呼称自体がインパクトが強いために、政治的にも開発のキャッチフレーズとして扱われやすい。そのため、地域住民のイニシアチブが母体になった地域の能力育成の側面が、中央省庁からのトップダウン的なアプローチに変わり、地域の内発的開発という一村一品運動の核心的な内容が軽視されることもおきやすい。

以上のことを鑑み、「平成19年度途上国支援のための基礎的情報整備事業：農業・農村制度研究（エチオピア国事例研究）」の研究事業の中で、概略ではあるが我が国の事例についても以下の三つの目的を掲げて、基礎事例調査を行なうこととなった。

- 1) 我が国の産地形成、地域振興、一村一品に関わる農業・農村制度の理解を深める
- 2) 我が国の事例として調査内容を英語に要約し、エチオピア（アフリカ）の行政官・意思決定者・有識者との意見交換に活用する
- 3) エチオピア（アフリカ）の行政官を対象にした「一村一品運動・村の再活性化事業にかかわる農村システムの研修（仮案）」の研修受け入れ地域としての妥当性ならびに実施可能性を検討する

本調査の結果は検討委員会でも報告され、その検討を踏まえた概要を要約したのが本資料である。

## 2. 事例の先行と調査の方法

エチオピアに該当するような日本の農村地域の有無を基本的な対象地域の選考基準にしたところ、次のような結果が得られた。

- ・ 愛知万博の開催時期に、「一市町村一国フレンドシップ事業」が実施され、新城市（旧鳳来町）がエチオピアを担当した。
- ・ 愛知県は「国際交流大都市圏構想」を発表しており、その中で4つの重点推進プロジェクトを特定している。そのうち、重点③プロジェクトの中で「愛知万博継承・発展プロジェクトの立ち上げ」に関係した取り組みとして「一市町村一国フレンドシップ事業の成果と活用」を提唱している。
- ・ 2007年5月、駐日エチオピア大使が新城市を表敬され、互いの友好関係・国際協力の継続が確認された。
- ・ 新城市および近隣の豊根村では特産品の育成を意識した村の活性化事業が存在し、農村を支援する行政制度、市場環境などに関する見識を得ることは充分可能と考えられた。

以上から二つの事例を本研究の目的に適するものとして取り上げた。

- 新城市的八名（やな）地区で伝統的に栽培されたサトイモの品種である「八名丸（やなまる）」の特産品の形成の経験事例
- 地域にとっては新規の品種となるブルーベリーの栽培を開始した豊根村の経験事例

二つの事例にわたる踏査を2007年7月から9月にかけて行った。踏査は簡易の質問票を作成し、役場の関係者、農業協同組合の関係者、生産農家を直接訪問し聞き取りを行なう形で調査を進めた。また、写真などの視覚資料は本資料に添付したスライド形式の発表資

料として活用した。

### 3. 調査結果所見

#### 3-1. 地域開発計画の中での位置づける事例

エチオピア水資源省が発表している「水資源開発政策」の中に、水資源の開発の視点から、国は河川の流域が基本的な開発の単位として位置づけている。一方、新城市と豊根村が位置する地域は、愛知県の中で「穂の国」とも呼ばれる「東三河地域」として豊川流域を中心とした開発流域に位置している。そのため共同の認識を持ちやすいと考えられる。

一方、農村農業開発は、地理的条件などの自然的条件、物財の生産や流通に関わる経済的条件、伝統などの文化的条件など地域の特性を生かすことが重要である。その上に立って、作物などの「モノづくり」と、一体それらのモノを何処で育成することが望まれるかといった「地域の視点」から、流域開発の単位も分類されうる。

愛知県は「東三河地方拠点都市地域：基本計画-生活の都・東三河-」と題する地域開発計画を策定している。計画書によると「地域の多様性や特性を踏まえ、内陸平坦地域、臨海地域、中山間地域の3つの地域」に分類し、「それぞれの特色を活かした整備を進めるとともに、『東三河一時間交通圏』の確立を基本とした密接な連携によって地域の一体性を高め、都市と海と山の魅力を地域全体の人々が相互に享受できる地域づくりを目指す」との計画ビジョンを提示している。

愛知県の地域開発の計画枠組みの存在は、地方分権化を推進しているエチオピアのような国にとっては有意義な経験を提示する一方、既存の産地形成を特定化させようと試みを始めているので、作物別地域別計画を策定・実施する上で貴重な情報と経験を提供することが有意義な点である。

#### 3-2. 一村一品に関する行政の役割を検討できる事例

「一村一品運動」をエチオピアの行政官や計画立案担当官と意見交換をしていると、ある地域のある産物を特定化するのに、行政にはどんな役割があり、あるいは、どんな方法で特定化することができるのかという問い合わせよくなされる。体系的に特定化させるには、個別の事業を行政が組み立てることで可能となるとも考えられ、現在エチオピアでもそうした試みがなされている。

特に例示する新市の「八名丸」とよばれるサトイモの品種は、もともとその栽培の活性化は地元農民や地域のイニシアチブであった。一方、愛知県は平成14年度に県単事業として「愛知県ふるさと伝統野菜振興事業」と題する調査活動を実施し21品目31品種（その後2品種が追加され現在21品目33品種）の野菜を選定し新市の「八名丸」も特定した。さらに平成15年度には「愛知伝統野菜振興事業」を県は実施する中で行政支援を行い、

地域のブランド化を促した。地域の独自の取り組みが、行政の支援枠組みに位置づけられるよい事例を提示している。

### 3-3. 異なったイニシアチブを提示できる事例

新城市の「八名丸」栽培の事例も豊根村の「ブルーベリー」栽培の事例も、地域の活性化を念頭に、地域住民がイニシアチブをとって始められた事例としては共通している。しかしながら二つの事例は、地元生産者のイニシアチブを基礎にそれを支援し促進させる担い手の役割、すなわち農業協同組合の果たす役割と村役場（行政）の果たす役割の観点から、地域活性化の発展過程で異なった特徴が提示されることは、エチオピアの行政官だけでなく興味深い内容を内包している。

新城市的「八名丸」の活性化には農業協同組合の果たしている役割は重要である。「八名丸」サトイモの作付け拡大、品種の管理、栽培管理をはじめ、販路形成、地域ブランド化を進める組織の形成維持など、個別栽培農家はもとより、農場試験場、愛知県や新城市行政との密接な関係を構築する中で、農業協同組合は中心的な役割を果たしている。これは農業協同組合主導型の地域活性化の事例のひとつとして考えられる。

一方、豊根村の「ブルーベリー」栽培の事例では、農業協同組合も農産物加工では重要であるが、並行して村が独自の補助金制度を創出し栽培農家の育成拡大を図ったり、栽培パンフレットや広報宣伝資料を作成したりと、村役場の果たす役割が顕著である。これは行政主導型の地域活性化の事例のひとつとして考えられる。

とはいっても、二つの事例とも関係者が協議を図り、促進させるために地域組織を形成している点では共通しており、これらの知見はエチオピアの行政官や農業協同組合連合の関係者、小口金融の関係者にとっても貴重な経験的知見を提供できる。

### 3-4. 開発とは連綿と継続する過程であることを例示できる事例

エチオピアの農村の現況は、給水施設や農道、灌漑施設、通信施設、電気などの社会基盤が脆弱な上、初等教育の純入学率も50%を下回るなど低く、国際連合の発表する人間開発指数（2005年）では170番目と著しく低い到達段階を示している。各分野の課題が交叉しており地域づくりや地域の活性化に関わる社会問題は深刻である。

一方、新城市や豊根村はエチオピアの脆弱な農村とは比較はできないものの、過疎化に加えて、農業従事者の平均年齢も70歳前後と極めて高く急速な高齢化により生産社会基盤は実に深刻であり、地域開発のビジョンを建てるにも建てにくい状況がある。

それぞれに異なる特質の社会問題はあるが、それらの問題を解決する上で地域開発の取り組みは継続した過程であるが、新城市や豊根村を聴取した範囲では、地域住民や地域組織の発案で様々な取り組みが考案実施されている。その現在進行形の過程にエチオピアの行政官が直接触れることは、実際の日本の農村社会の活力と構造に触れることにな

り有益であると考えられる。

### 3-5. 既存の研修事業を活用できる事例

東三河地域は名古屋の都市圏に隣接している。名古屋には名古屋大学国際開発大学院や日本福祉大学国際地域開発大学院などが所在し、一村一品運動も視座に入れた内発的開発に携わっている研究機関がある。同時に、日本の地域開発経験を発展途上国の計画担当官に技術移転する上で、国際連合地域開発センターが所在しており、内発的開発の立場から地域開発の研究・研修事業を展開している実績がある。具体的な諸機関の連携は今後の課題ではあるが、発展途上国の計画担当行政官を招聘して研修してきた経験を大いに活用することは効果的と考えられる。

以上のような所見から、大分県での一村一品運動に加えて、新城市や豊根村の経験を含む東三河地域や中部地域での本邦研修の機会を加え、エチオピアをはじめアフリカ諸国に我が国の「一村一品運動」の経験を共有し、伝授できるように期待される。

#### 4. 調查內容概要

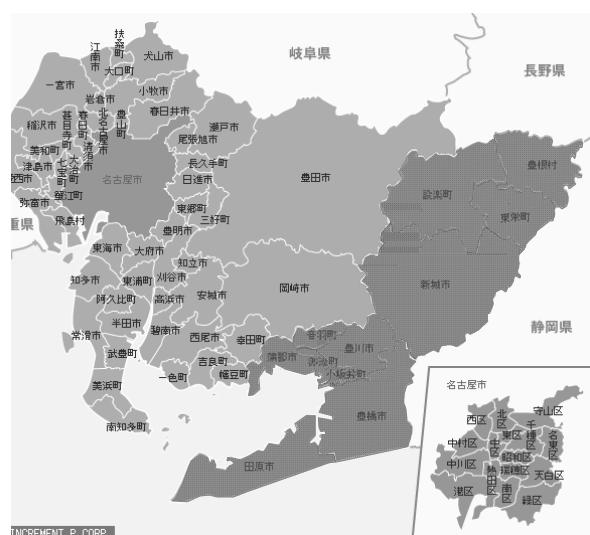
#### 4-1. 東三河地方拠点都市地域：基本計画概要

東三河地方拠点都市地域整備推進協議会が平成18年10月に現した「東三河地方拠点都市地域：基本計画（改定版）」を参照しながら、以下紙面の都合から主な内容を抜粋する形で概要を説明する。

東三河地域

東三河地域は、愛知県の東部に位置し、豊川水系の流域であり遠州灘に面する地域である。本地域の北部は、設楽山地・三河山地などの山間地域で、豊川、天竜川、矢作川の上流地域として森林資源の宝庫となっている。また、豊川下流域には平坦な豊橋平野が広がり、その先に弓張山系の延長である渥美半島が横たわっている。

平成12年国勢調査によると本地域の人口は、756,104人であり、県全体の約10.7%を占めている。人口の推



移は、平成 2 年から平成 12 年までの 10 年間で 4.1% の増加となり、昭和 55 年から平成 2 年の 7.0% 増に比べ、やや増加傾向にかけりがある。地域的にみると、平野部の市町においてはほぼ増加傾向を示しているが、新城市以北の山間部の市町村においては全市町村で減少傾向を示している。

本地域の面積は、約 1,719km<sup>2</sup> であり、県土の 33.32% を占めている。主な土地利用の状況は、宅地 135 km<sup>2</sup> (7.9%)、農用地 229 km<sup>2</sup> (13.3%)、森林原野 1,097 km<sup>2</sup> (63.8%) となっており、本計画策定時（平成 6 年 2 月）と比較してみると、宅地利用率が若干伸びているが、依然、森林の占める割合が高いことが本地域の特徴となっている。

古来より水陸交通の要衝であった本地域は、名古屋市から比較的独立した産業発展を遂げてきており、生産性の高い農業や輸送関連産業、食料品産業など様々な産業活動が展開されている。本地域の就業者数は、411,262 人（平成 12 年国勢調査）となっており、産業別の構成割合は、第一次産業が約 10.1%、第二次産業が約 38.2%、第三次産業が約 51.1%（県平均：第一次 3.0%、第二次 36.9%、第三次 59.5%）となっている。平成 2 年国勢調査の就業者数と比較すると第一次、第二次産業が減少し、第三次産業が増加している状況にある。県全体と比較すると第一次産業のウェイトが高く、第二次産業及び第三次産業は低くなっているが、比較的農工商のバランスがとれた産業構造である。

農業は、豊橋田原地区を中心に全国有数の農業産出額を誇り、約 1,674 億円、県全体の 51% を占めている（平成 16 年農林水産統計年報）。一方、林業においては、本地域の山間部の森林面積が愛知県内の 4 割強を占めているが、採算性の悪化や高齢化の進展等に伴い林業従事者が減少している状況にある。同様に、漁業においても三河湾の港湾整備事業の実施などにより漁業人口が減っている状況にある。

工業は、製造品出荷額等が、約 4 兆 6,428 億円で県全体の約 12.6% を占めている（平成 16 年工業統計調査）。

商業は、卸売業年間販売額が約 1 兆 909 億円で県全体の 3.3%、小売業年間販売額が約 7,936 億円で県全体の約 10.0% となっている（平成 16 年商業統計調査）。

サービス業については、事業所数が 6,017 事業所で、県全体の 10.1% となっている（平成 16 年事業所・企業統計調査）。

地域内では、進行する少子高齢化や過疎化を背景とした都市部と山間部の格差問題や水資源開発等を背景とした豊川上下流問題、三河湾や山間部の環境保全問題などの広域的課題も多く、平成 6 年 2 月に本計画策定後、地域が一体となってこれらの課題解決に積極的に取り組んできた。

## 東三河地方拠点都市地域：基本計画（改訂版）の概要

### (1) 基本構想・計画目標・計画実施期間

概ね 10 年間を計画期間とする見直しを行い、東三河 11 市町村が一体となり、「職・住・

遊・学」の機能が総合的に備わった魅力ある生活空間を創造し、21世紀における新しいライフスタイルをリードしていくような「生活の都」づくりの実現を目指すものである。

本計画の計画期間は、平成18年度から概ね10年間とし、計画目標人口として地域内定住人口77万人以上を目指している。

## (2) 基本整備課題

計画書には三つの地域開発の基本整備課題が特定されている。

第1の整備課題は、「職・住・遊・学」の機能をさらに充実させた定住・交流環境の整備である。住宅の一世帯当たりの延べ面積を指標に国や県の平均よりも比較的良好な状態、さらには、大学や短大の増加による高等教育の増加傾向を踏まえながら、しかし、一人当たりの分配所得や娯楽集積率が全国平均より低いという現状から、地域内外の人々にとって魅力ある都市機能を充実させることにより、「職・住・遊・学」の機能をバランスよく装備し、質の高い総合的な定住・交流環境を整備することが課題となる。

第2の課題は地域一体化の推進という整備課題を掲げている。都市・海・山にわたる広範囲な11市町村で構成されるため、他地域にはない多様な特性を有する。本地域が真に自立した定住圏として発展していくためには、相互理解のもとでのハード・ソフト両面にわたる地域の一体化を進めることが課題となる。そこで、地域全体を一つの日常的な生活圏として移動が可能となるような共通基盤が必要となる。

第3の課題は山間部の活性化という整備課題である。本地域の山間部は、全市町村が過疎地域であり、平成2年から平成12年までに人口は4.5%減少し、さらに、高齢化率は26.1%（平成12年）と地域全体の16.8%、県全体の14.5%を大きく上回っている。本地域が目指す「生活の都」の中で都会にない豊かさや安らぎを確保するためには、山間部の自然や風土、そこに住む人々の生活文化等はかけがえのない貴重な財産であるとともに、「生活の都」における水源のかん養の観点からも、地域一体となって山間部の維持・活性化を図ることが大切な課題であるとしている。

## (3) 主な計画内容

以上の整備課題を特定した上で、計画は次のように構成されている。

### 成果1) 「生活の都」を実現するための総合的な機能の充実

- コンポーネント1-1) 多様なニーズに対応した高次都市機能の充実
- コンポーネント1-2) 高速交通機能や港湾機能、研究開発機能等を活かした特色ある産業の振興
- コンポーネント1-3) 觀光・レクリエーション・文化・民俗芸能を活用した地域交流活動の推進
- コンポーネント1-4) 豊かさとゆとりを実感できる居住環境の整備

## 成果2) 「東三河一時間交通圏」の確立を中心とする交通体系の整備

- コンポーネント2-1) 高規格幹線道路等による交通体系の整備
- コンポーネント2-2) 東三河縦貫軸による交通体系の整備
- コンポーネント2-3) その他の地域幹線道路網の整備

### (4) 地域分類

戦略的に開発計画を実施し、成果を生み出す上で、東三河地域を次の三つの地域に分類している。

#### 内陸平坦地域



#### 市町村

豊橋市・豊川市・音羽町・小坂井町・御津町

#### 特徴

- ・都市集積や産業集積の最も高い地域であり、今後とも、都市機能を中心とした多様な機能の充実を図り、地域の牽引的な役割を果たしていく地域である。
- ・このため、地域全体の中心都市である豊橋市や内陸平坦地域の副次的中心となっている豊川市では、高次都市機能の集積や住宅環境の向上を図る。
- ・周辺部における農業と調和した適切な土地利用による快適な生活空間整備や就業の場の確保に努めるとともに、歴史・文化や自然を活かしたスポーツ・レクリエーション機能の整備を図る。
- ・これらの機能間の連携を図るために環状道路を中心とした道路網の整備を一層進める必要がある。

#### 臨海地域



#### 市町村

豊橋市・蒲郡市・田原市・御津町

#### 特徴

- ・蒲郡市から渥美半島にかけての臨海地域は、重要港湾三河港を擁し、国内外の主要自動車関連企業が集積し、2003年5月には「国際自動車特区」、2004年6月には「国際自動車産業交流都市計画（地域再生）」の認定を受けるなど、国際的な物流拠点として整備を進めている地域である。
- ・さらに、農業・漁業の振興・海洋性の観光・レクリエーション機能の充実を図るとともに、地域環境問題に対する取り組みなどを進め、快適な居住環境整備や就業の場の確保に努める。
- ・これらの機能間の連携や内陸平坦地域との連携を図るため、臨海部の道路網や半島内幹線道路網の整備を進める必要がある。

## 中山間地域



### 市町村

新城市・設楽町・東栄町・豊根村

### 特徴

- ・過疎化や高齢化の進行している地域であるが、自然や伝統芸能などの宝庫として今後とも大切に守りぬいていかなければならない地域であると同時に内陸平坦地域や臨海地域の重要な水源地域であり、上下流一体となった森林保全、環境保全、地域振興が必要な地域である。
- ・このため、まず、安全で快適に暮らすことができるような居住環境の整備や豊かで特色のある歴史・文化・観光資源の活用、ネットワーク化を進めるとともに、内陸平坦地域や臨海地域と結ぶ幹線道路網の整備を図り、観光・レクリエーションエリアの拡大や通勤・通学圏の拡大による定住人口の確保と交流人口の増加に努める。
- ・特に、第二東名高速道路、三遠南信自動車道のインターチェンジ建設が進められている新城市、東栄町においては、中山間地域の活性化を牽引するための都市機能や産業機能の集積を図る。

東三河地方拠点都市地域基本計画を以上に概括したが、以下事例に取り上げる新城市と豊根村は、いずれも中山間地域に位置する地域である。

## 4-2. 新城市「八名丸」栽培の事例素描

### 新城市的位置

現在の新城市は、旧新城市、旧鳳来町、旧作手村が合併し平成17年10月1日に新たに誕生した。愛知県の東部の東三河の中央に位置し、東は静岡県に接している。

東西約29.5km、南北約27.3kmで、県内2番目の広さとなる499km<sup>2</sup>の域面積をたたえ、約5万2000人の人口を抱える。市域の84%は、三河山間部を形成する豊かな緑に覆われ、東三河一帯の水源の役割を果たしている。

桜や紅葉が美しく、「三河の嵐山」とも呼ばれる桜淵公園や、コノハズクの棲む山として全国的に知られ、国の名勝に指定されている鳳来寺山など、市域に広がる国定公園・県立公園の指定区域には、特徴ある地形や豊かな植生、美しい景観が点在して訪れる人を魅了している。

### 新城市サトイモ「八名丸」栽培の経緯

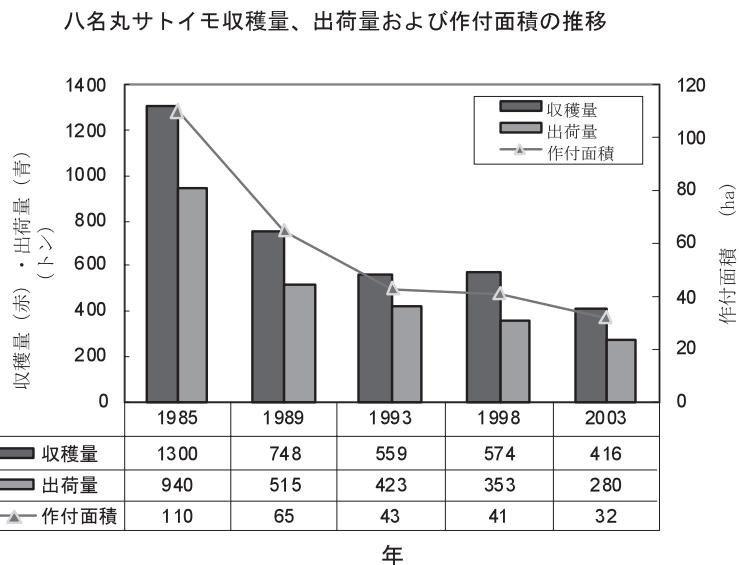
野菜園芸として長い歴史のある愛知県には、県内各地で選抜されてきた固有の野菜品種が栽培されてきた。新城市で伝統的に栽培されてきた八名丸（やなまる）と呼ばれる固有品種のサトイモもそのひとつである。

八名丸サトイモは、昭和20年代に愛知県新城市一鍬田地内（旧八名郡八名村）の農家が

栽培してきたサトイモの中から丸い形状を求めて選抜を繰り返してきたサトイモである。その地名をとて「八名丸」と名づけられ、その後一鍬田地内を中心とした有志グループにより栽培が引き継がれ現在に至っている。八名丸サトイモは域外に販売されているだけでなく、地元の人々にも親しまれ域内消費も活発な地産地消の形態を既にとっていた品種であった。

1975年から1984年（昭和50年代）にかけて、水田の転作作物として奨励されたことも影響し、作付面積は現在の3倍まで広まっていた。しかし、サトイモは特徴である「ぬめり」や皮をむく時にはシュウ酸の作用により手が痒くなることが疎遠に働くことの原因にもなり、用途が比較的制限される傾向にあった。また輸入サトイモの増加等により販売価格は低迷を続け生産意欲を減退させる一方、生産者の高齢化に伴い栽培面積は年々減少してきた。1985年に110haあった作付面積は、1993年には43haにまで減少した。比例して、1985年に1,300トンあった収穫量も1993年には559トンにまで落ち込み、同時に出荷量も940トンあったものが423トンに減少した。1993年にJA農業協同組合が品種固定化事業に取り組み、生産復興やブランド化の取り組みが始まり、1993年以前の減少の度合いは幾分横ばいになりつつあるが減少傾向は続いた。2003年の作付面積は32ha、収穫量は416トン、出荷量は280トンになっている。

新城市における八名丸作付け面積と収穫量、出荷量を次のグラフに示した。



上記したが減少傾向は1993年以降それまでの度合いではなくなった。それは1993年に八名丸サトイモ発祥の地として「何としても“八名丸サトイモ・ブランド”を確立したい」という願いは、生産農家をはじめ農業協同組合の間で活性化し取り組みが始まったからで

ある。

一言で地域特産品を形成したいといつても特産品たる品種が特定されることが前提である。1993年以前には様々な要素が関係し、「八名丸サトイモ」の品種を維持する種芋は既に域外に流出しており、また、別の産地の品種も流入していた。

これに対して、生産農家の有志グループと農業協同組合が品種の固定化事業に着手した。「八名丸サトイモ」を定義することから始まるが、タテ・ヨコの比率が1:2で比較的「丸い」という形状特性をもち、「柔らかく、ぬめりが強い」という品種特性があるとされた。当時の農業協同組合では、集荷品の内でこれらの特性が薄れてきたことを認識し、結果、当時の八名丸は5~7の系統が存在していたことが判明した。1993年（平成5年）に種芋栽培農家の中から選抜したサトイモを農業総合試験場に持ち込み茎頂培養を行なった。その結果3系統に絞り込み、さらに、持ち帰ったサトイモの種芋を更に3年掛けて圃場で育種選抜し1系統に絞り込みを行った。なお、1996年以降は、固定化した種芋の形質が分散しないように、管内の3農家に農業協同組合が生産を委託し全量を買い上げる方式で遺伝形質の保持に努めた。もっとも、作付け拡大から種芋の供給を拡大し、また連作障害を避けて供給を安定化させる必要が生じたため、2004年以降は農業協同組合が市内の花卉生産農家に芽出し作業を委託することにより、種芋の品種の固定と生産の確保という課題に取り組んでいる。

農業協同組合が中心となった品種固定化と生産管理体制は整いつつあった。しかし、計画的かつ組織的な販売体制は未整備であった。そこで、1999年（平成11年）、各農家の出荷管理作業の軽減を図りながら、規格選別の一元的管理を進めるために県単補助事業により2,000kg/日の処理能力を有する1,500万円する機械選別機を導入した。また、2000年（平成12年）から2年間、生産農家に1キロ当たり30円の直接補助を市が助成し販売体制の整備を継続支援した。これらの背景には、サトイモの規格が販売価格に大いに作用する特質があったからである。表1には月別規格別等級別の価格を示したが、規格と等級により極めて価格に開きがあることが明瞭である。

表1 月別規格別等級別価格

	秀品		優品	
9月	2L	425	2L	225
	L	350	L	200
	M	250	M	175
	S	150		
10月	2L	350	2L	200
	L	300	L	175
	M	225	M	150
	S	150		
	2S	100		
11月以降	2L	325	2L	175
	L	275	L	150
	M	200	M	125
	S	150		
	2S	100		

(出典：JA 愛知東)

品種の固定化作業が進む一方、消費者と芋掘り体験や芋煮会などの交流の中で、消費者から「八名丸はとても美味しいので他のサトイモとは別商品として販売して欲しい」「生産者の顔が見える商品を販売して欲しい」などの市場の意向があることを生産農民ならびに農業協同組合は認識するところになった。そこで行政と一体となった取り組みを進め、平成13年に八名丸サトイモ・ブランド化推進協議会を立ち上げ、八名丸サトイモの抱え込みをしようと商標登録の申請を行うなど振興を図る動きが始まった。2003年（平成15年）1月には申請中の商標「八名丸くん」が登録された。

時期を同じくして2002年（平成14年）、愛知県は「愛知県ふるさと伝統野菜振興事業」を実施した。伝統野菜を特定するのに四つの基準が設けられた。

- ① 今から50年前には栽培されていたもの
- ② 地名、人名がついているものなど愛知県に由来しているもの
- ③ 今でも種や苗があるもの
- ④ 種や生産物が手に入るもの

以上の四つの定義を満たした「あいちの伝統野菜」21品目31品種（その後2品種が追加され現在21品目33品種）が選定された。その中に八名丸サトイモが含まれた。翌2003年（平成15年）には「愛知伝統野菜振興事業」を実施し、生産に関係者や流通加工販売関係者に県外の取り組みを視察し生産流通を促進させ、2004年（平成16年）には、インターネット上に伝統野菜を紹介するウェブサイトを立ち上げ、選定した伝統野菜の普及に努

めている。また、2005年（平成17年）には、存続している伝統野菜の生産体制の脆弱性を見直すため、技術指導、技術の普及と販売促進のための支援事業など、愛知県は行政として継続的に伝統野菜の生産販売の持続化に取り組んでいる。新城市「八名丸サトイモ」が全ての事業に含まれた。

しかし、作付け拡大を図るために二つの大きな課題があった。一つは販売価格を如何に引き上げるかである。農家の手取りを上げ、生産意欲を高めなければ作付けの拡大は到底困難だ。市場と交渉しても今まで以上の価格は望めない。そのため市場販売を全て断ち切り市場外販売への道を模索しなければならなかった。時期を同じくして、他の産物で交渉を進めていたある大手量販店へ販売の話を持ちかけた結果、全量販売の道が開けた。2003年（平成15年）9月には申請していた量販店の特産品の認証に採用された。農業協同組合は2003年（平成15年）より等階級毎に予め買取り価格を設定し販売価格を保証する買取り制度を打ち出した。販売価格の設定は従前の約1.5倍である。当然農家の手取りも1.5倍に向上した。農業協同組合の資料から農家の手取りの比較を表2に示した。

表2 10アール当たりの農家手取の比較

項目	2002年		2003年		比較
収量(kg)		2,000		2,000	0
単価/kg		147		220	73
販売額(円)		294,400		440,000	146,000
市場手数料	8.0(%)	23,520		0	-23,520
県連手数料	0.8(%)	2,164		0	-2,164
JA手数料	1.5(%)	4,025	10.0(%)	44,000	39,975
選別料/kg	20	40,000		40,000	0
運賃/kg	5.8	11,600		11,600	0
経費控除計		91,309		95,600	14,291
肥料		15,490		15,490	0
農薬		6,285		6,285	0
生産資材費		21,775		21,775	0
種芋150kg	400	60,000		60,000	0
農家手取り		130,916		262,625	131,709

（出典：JA愛知東）

販売を維持するにあたっては、毎日の出荷量を調整しなくてはならない。サトイモは貯蔵方法が確立されていないため、計画的な出荷をして頂かなければならない。農家が思いのままに出荷されたのでは到底計画的な販売に繋がらないからである。この取組みを生産者に理解してもらうため、農業協同組合の職員は毎夜集落に出向き、説明会を実施した。

出席した生産者からは「こんなことをやってくれるならもっと作付けをすればよかった」とか「来年は作付けをもう少し増やしてみるか」などの意見などが出された。その結果、農協への集荷が2002年（平成14年）は55トンであったものが、取り組み初年度の2003年（平成15年）には75トン、2004年（平成16年）は100トンと集荷率は確実に向上した。

集荷率の向上は図れたものの果たして本当に作付けの拡大に繋がっているのかの課題が残った。作付け拡大のために必要な種芋の確保が必要であった。先述したように、2004年（平成16年）に分割芽だし種芋の10万個供給計画を企て、種芋による作付面積を前年の倍増供給を実施した。更により多くの種芋の生産を行うため、八名丸サトイモ種芋研究会を立ち上げた。従来の種芋生産農家も高齢化により減少する中で、新たな組織により再構築を図ったのである。また種芋においても本年7月に商標登録が認証されたことで、当農業協同組合から出荷されるサトイモ以外には八名丸という名称を付して販売ができないようにしたのである。

新城市の「八名丸サトイモ」の特産品の地域の取り組みを以上に概説してきた。これは、地元の生産農民の「八名丸サトイモ」生産の活性化の意向を基礎に、愛知県の県行政が提供した政策・技術支援を連携させながら、農業協同組合が牽引となった農業協同組合主導型の取り組み事例である。それぞれの開発のアクターの果たしている役割については、別添した資料を参照願いたい。

しかし、これは完了した事例ではない。「八名丸サトイモ」生産と販売を維持発展させるにはまだ多くの課題がある。地域組織として成立してきた「八名丸」というブランド化推進協議会の関係者が共有しているが、第1に生産農家の高齢化に伴う人材不足、第2にそれに伴う生産力低下である。生産農家が消滅すれば全ては消滅する。農業協同組合は、「八名丸サトイモ」生産が継続できるように、生産組織の再編成を懸案中である。こうした連続とした開発過程はエチオピアやアフリカの開発関係者には重要な内容を示唆すると考えられる。

#### 4-3. 豊根村「ブルーベリー」栽培の事例素描

##### 豊根村の位置

愛知県の東北部に位置し、長野県・静岡県に境を接する豊根村は、県庁より車で約2時間の場所に位置する。東西は16.6km、南北は15.6kmで、総面積155.91km<sup>2</sup>を有し、その約93%は山林で占められている。年間平均気温は約13℃、年間降水量は約2,400mmで冷涼多雨な気候といえる。地勢は、愛知県最高峰の茶臼山、日本ヶ塚山、離山、人嶽山など1,000m級の名山が連なり、標高は264mから1,415mと標高差のある峡谷型地形である。また天竜川をはじめ、大入川・漆島川等々の大小河川が渓谷美を織りなしつつ、佐久間、新豊根の大きな二つのダムに流れ込んでいる。

## 豊根村のブルーベリー栽培の経緯

### 人口の動向と特徴-過疎化と高齢化

1889年（明治22年）に豊根村が誕生し120余年の歴史の中、大きな四つの節目があった。

一つ目は戦後の食料難を打開するために1945年以降（昭和20年代）の「緊急開拓事業」で豊橋市の旧軍用地開拓への集団入植し、約200世帯が移住した。

二つ目は1953年（昭和28年）から1956年（昭和31年）に「東三河総合開発計画」による佐久間ダムの建設で2つの集落が水没し、36世帯143人が離村した。また、山上に残された集落の生活困難地域となり、10世帯60人が村を離れることとなった。

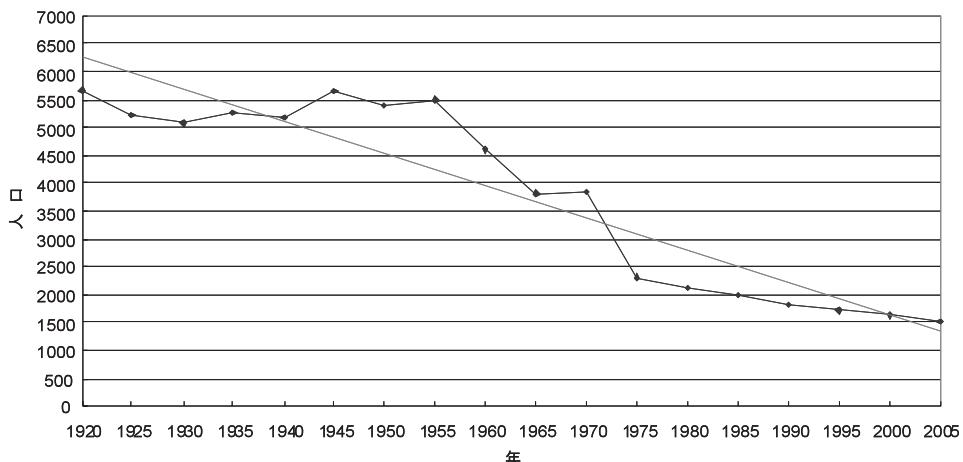
三つ目は経済成長を続ける日本経済の電力需要に応える為、1968年（昭和43年）から1973年（昭和48年）にかけて、佐久間ダムを結んだ国内最大級の揚水式発電ダム「新豊根ダム」の建設事業が実施された。これにより85世帯が水没し、高度成長期の世相から殆どが離村した。

四つ目は市町村合併である。2005年（平成17年）に隣接する富山村を編入し合併した。

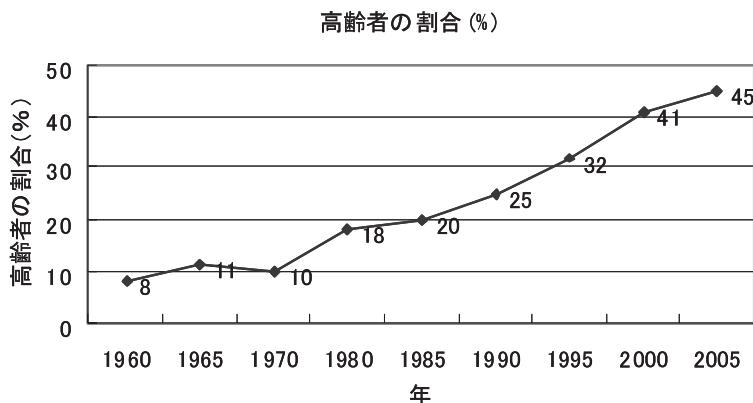
豊根村はこう言った歴史の中で1945年（昭和20年）の5,699人をピークに、開拓移住・佐久間ダムの建設が一段落した1965年（昭和40年）には3,822人、新豊根ダム建設が終わった1975年（昭和50年）には2,308人。1985年（昭和60年）には1,933人と減少の一途を辿り2005年（平成17年）富山村と合併しても1,600人台と愛知県で最低となっている。

1920年から2005年までの豊根村の人口の推移を以下のグラフに示した。

豊根村の人口の推移(1920年-2005年)



過疎化は日本の農山村の抱える共通の課題であるが豊根村も例外でないことをみた。一方、人口に占める高齢者の割合を次のグラフで示したが、高齢者の割合は年々増加し、2005年には村の人口の45%を数えるまでに至り、急激な高齢化社会が進んでいることを示している。



#### 「ブルーベリー」栽培前の生業の劣化

土地利用の統計から概括してみる。表3では豊根村における林地利用実態を示し、また表4では豊根村における農用地の利用区分を示した。

二つの表を比較すると、豊根村の土地利用は基本的に林地である。特に、林地の内で個人所有林の占める割合が高いことから、産業形態も林業が主体で農業は自給自足的経営であることが描写される。

表3 豊根村における林地利用実態

(単位 : ha)

年	合計	国有	公有	公共林の内訳		個人
				県有	村有	
1989	14,503	28	401	211	190	13,973
1993	14,494	30	413	190	223	13,948
1998	14,491	30	433	191	242	13,929
2003	14,489	30	440	192	248	13,950
2005	14,487	30	439	191	248	13,948

(出典：毎年3月31日に実施される愛知県林業統計年鑑)

表4 豊根村における農用地の利用区分

(単位:ha)

年	合計	水田	畠	果樹
1960	263	113	115	35
1965	242	108	99	36
1970	203	104	58	40
1975	140	67	40	33
1980	115	59	33	23
1985	95	52	27	16
1990	72	41	21	10
2000	61	35	18	8
2005	34	16	13	5

(出典:農業センサス(毎年2月1日))

1975年から1984年ぐらいまで(昭和50年代まで)は林業の村として素材生産や椎茸栽培が中心であった。その産業の中核であった林業が低迷した。原因は材価の下落である。表5に材価の下落を示した。

表5 材価の推移

	1980年(昭和55年)	2005年(平成17年)
スギ材	38,700円	12,400円
ヒノキ材	76,200円	25,500円

注) ①材の規定:径14~22cm ②単位:m<sup>3</sup>当たりの価格

以上のような状況から、村としては村を活性化させる上で、「観光立村」を目指して開発に取組んだ。茶臼山高原を一体とした開発、特に通年雇用体制をめざしスキー場開発・温泉開発も実施した。

#### 「ブルーベリー」栽培の開始

豊根村は、降雪量は少ないが寒さは厳しい。また雨量が多い事から果樹栽培に向いてない地域で自家用の「梅」や「渋柿」が存在していた。1986年、一部の若者の集まりの話の中で「果樹」のある里が出来ないかとの意見交換・検討が始まった。その中に農協の指導員もいて寒さにも強く雨の影響がない、またあまり投資や手間もかからない产品の中から「ブルーベリー」が候補に挙がった。そこで「ブルーベリー」を既に生産していた長野県に実際に視察し、苗木の検討・購入などを手がけ4戸の農家から「ブルーベリー」の作付け栽培が始まった。

ブルーベリーの栽培と収穫が行なわれ、まずは生産農家を主体に自家消費がされていった。その過程の中で、加工品としてジャムづくりが生産農家ならびに地元の一部の農家の中に起こった。栽培を始めて数年は販売の悪い状態が続いたが、この時期に、自家消費されたジャムの経験に刺激され、農業協同組合がジャムの加工に着手しジャム製造が始まった。1994年には農業協同組合の製造したジャムがはじめて販売された。

1995年にブルーベリーを巡って外的な環境に変化が生じた。それはテレビ番組で成分の「アントシアニン」が目に良いとの報道によりブルーベリーが脚光を浴びるようになったからである。この報道がブルーベリー栽培を刺激した。また、豊根村の立地条件である「高原」と「ブルーベリー」の響きが市場とのアクセスを可能にするものとして期待感が地元では高まった。

地元の期待感を背景に、豊根村と農業協同組合は1998年にブルーベリーの作付け拡大を目的に、作付け支援を農家に実施した。挿し木でブルーベリーは栽培を開始できるが、1年生の苗木を各農家世帯に5本ずつ配布した村ぐるみの活動を展開した。

この時期に、豊根村役場はブルーベリー栽培を全村運動として位置づけた。その一環として、豊根村の呼称に「ブルーベリーの里」を標語に掲げた。「ブルーベリーの里」づくりを全村普及に努める取り組みの開始である。さらに、村が生産意欲のある農家を支援する助成制度を確立した。ブルーベリーは潤沢な土壌水分を必要とする。そのため、水ゴケであるピートモスを植え込む方法を採用している。そこで100本以上の植栽を希望する農家を対象に、苗木購入費およびピートモス調達に必要な生産費の半額を村が補助する制度を組織した。

2000年には愛知県の「農業普及センター」の技術指導を受けながら、村に試験圃場を設置し適合品種の研究を進めている。2003年には生産農家と村役場および農業協同組合の関係者が集まり「ブルーベリー研究会」が発足した。農業協同組合が事務局となり、出荷基準・品質管理等指導を行っている。また、研究会では先進地の視察研修（年1回程度）を開催しそれぞれ栽培技術向上にも取組む動きが始まった。

ブルーベリーの摘み取りは、他の果樹にも共通するが一時期に集中する。7月から始まって8月中旬までの期間である。この時期に摘み取りのための労働力が集中的に必要とするが、過疎化・高齢化が進んでいる豊根村では、摘み取りの労働力を確保することは課題となる。そこで村役場が「ブルーベリーの里」を域外に広報しながら、生産農家がブルーベリーの摘み取りを一般に開放する動きを展開した。健康食品の入手は、今や都市の消費者にとって重要な課題である。その消費動向にアクセスするかたちで、豊根村の「ブルーベリーの里」を求めて名古屋など近隣の都市から摘み取りにくるようになった。摘み取りや直販にも価格工夫があり、入園料として大人1,000円、小人500円で農園を開放し、しかも、市場価格では400円から500円もする1パックもサービスとして提供している。また、摘み取ったブルーベリーを販売しており、平均1キロあたり1,500円、1パック350

円で販売している。さらに、摘み取りはしないが直販を求める市場ニーズにも合わせて平均1キロ2,000円で販売することも始まっている。

ブルーベリーの流通や加工は農業協同組合が担ってきているが、2005年にブルーベリーのジャム加工が通年生産できる生産体制が確立した。更に、地元の酒造会社の参加が得られ、ブルーベリー・ワインの製造も2006年から開始された。豊根村ブルーベリーのブランド化の試みは、豊根村の純正ブルーベリーを保障するための出荷管理体制が地域全体に位置付いてきたといえる。

全村としての「ブルーベリーの里」構想が定着する中で、村はさらに生産助成を整備し実施した。豊根村は山村なので、鹿やイノシシを含め鳥獣の害が地域の悩みでもある。ブルーベリーは野鳥にとっては格好のえさとなる。そこで2007年には鳥獣害対策事業として、防鳥ネットの購入費および関連設備費の内、県から半額補助さらに村が4分の1を補助する助成制度を展開している。

当初4軒の農家から始まったブルーベリーの栽培は、2007年時点で栽培農家は18軒を数えるに至っている。豊根村のブルーベリー栽培の概況を表6に示した。

表6 豊根村ブルーベリー栽培・販売概況

総世帯数	591戸	農家世帯数	166戸	非農業世帯数	425戸
		ブルーベリー栽培農家世帯数	18戸		
総人口	1,501人	男性人口	734人	女性人口	767人
ブルーベリー栽培人口	49人	男性	24人	女性	25人
ブルーベリーの生産		作付面積	2.4ha	生産高	3.2トン
ブルーベリーの主な加工品		ジャム・ワイン・アイスクリーム・ジュース			
1) 域外出荷加工品		生食用・ジャム・ワイン			
2) 域内消費加工品		生食用・ジャム・ワイン・アイスクリーム・ジュース(自家用)			

(出典: 豊根村(2007年7月))

豊根村のブルーベリー栽培は、4軒の個別農家の発案に始まり、農業協同組合の積極的な参加協力を得ながら、豊根村行政が牽引となって展開されていると理解できる。つまり、行政主導型の事例と考えられる。

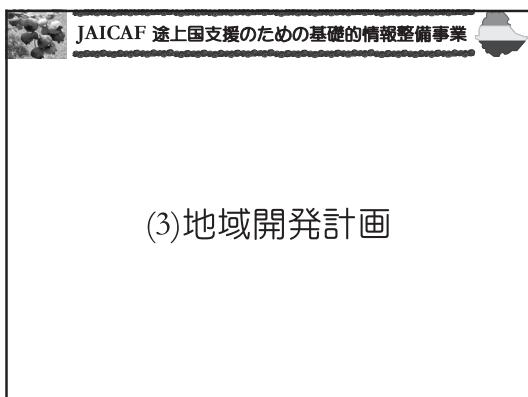
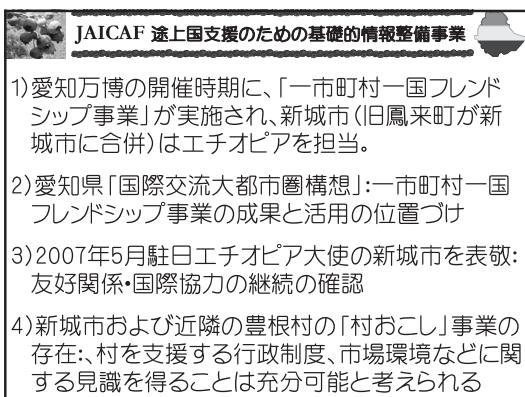
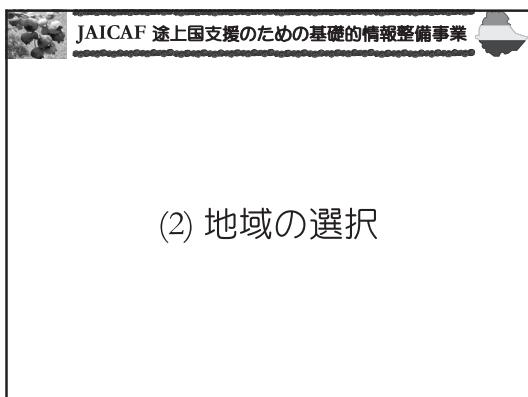
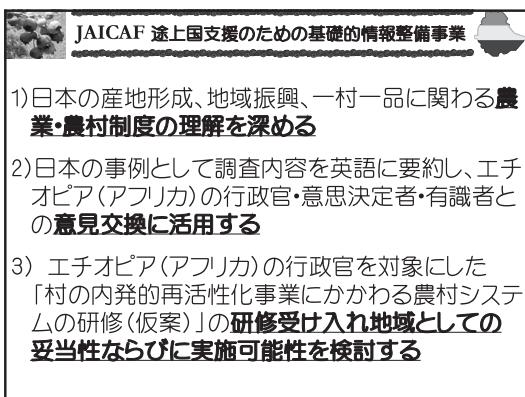
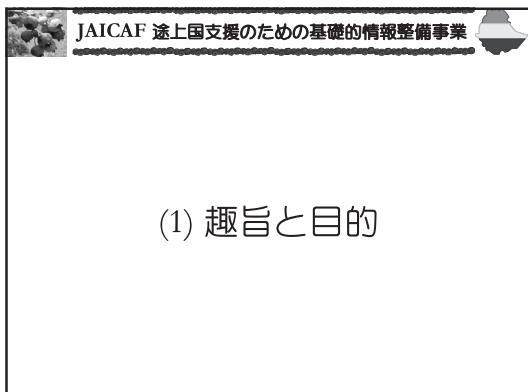
## 5. 研修内容に関する所見

伝統的野菜である「八名丸サトイモ」による新城市的地域の活性化の事例ならびに新品种導入でブルーベリーによる豊根村の活性化の事例を見てきた。エチオピアならびにアフリカの開発関係者が一村一品運動を考える場合に、比較検討することによって得られる知

見は有益であると思われる。

名古屋では日本の開発経験を発展途上国に共有するための研究・研修事業を実施する国際連合地域開発センターが設立され、その機能を果たしている。このセンターは国際協力機構中部研修センターと連携して「内発的地域開発」の研修タイトルのもとで研修を実施している実績がある。この研修の中で、一村一品運動を「内発的地域開発」と捉え、大分県大山町の一村一品運動の事例や中部地方の事例も含めて日本の内発的地域開発の経験を研修の中で取り上げて研修に当たっている。

国際連合地域開発センター/国際協力機構の研修実績を動員し、その中で、本資料で取り上げた新城市や豊根村の事例も含めて、地方分権化政策が急速に実施されている中で、地域開発の計画策定や実施および監理方法に関する研修ニーズが高いエチオピアやアフリカ諸国に対して、発展的に研修を実施することは有意義と考えられる。大分県大山町の事例研究も交えながら、いかに内発的地域開発としての一村一品運動を策定したらよいか、愛知県の開発行政、新城市や豊根村の事例から大いに学べる本邦研修が企画されることは有意義であり、比較的容易であろうと考察する。



**JAICAF 途上国支援のための基礎的情報整備事業**

東三河地域圏構想  
「21世紀のライフスタイルをリードする地域の都」  
(2006-2010年)

1) 「職・住・遊・学」の機能をさらに充実させた定住・環境の整備  
・人口一人当たりの分配所得(94.9:全国100)  
・娯楽施設集積状況(0.19ヶ所:県平均0.73ヶ所)

**JAICAF 途上国支援のための基礎的情報整備事業**

2) 地域一体化の推進  
・11市町村で構成される東三河地域圏(豊川水系) — 参考「エチオピア水資源開発政策」

3) 山間部の活性化(過疎対策)  
・4.5%人口減少(平成2年から12年)  
・高齢化率26.1%(県平均 14.5%)

出典: 「第2章 地方拠点都市地域の整備の基本方針」

**JAICAF 途上国支援のための基礎的情報整備事業**

地域別の整備方針

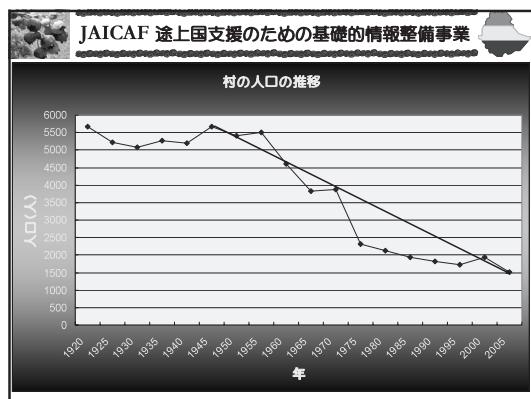
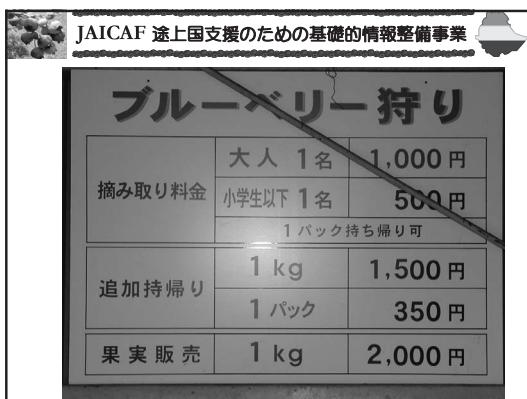
1) **内陸平坦地域** (豊橋市・豊川市・音羽町・小坂井町・御津町)  
2) **臨海地域** (豊橋市・蒲郡市・田原市・御津町)  
3) **中山間地域** (新城市・設楽町・東栄町・豊根村)

出典: 「第2章 地方拠点都市地域の整備の基本方針」

**JAICAF 途上国支援のための基礎的情報整備事業**

(3) 豊根村のブルーベリー栽培





**JAICAF 途上国支援のための基礎的情報整備事業**

明治22年 豊根村誕生

四つの節目

- 昭和20年代(1945-1954) 戦後の食糧難 「緊急開拓事業」豊橋市に約200世帯が集団入植
- 昭和28年から31年(1953-1956) 佐久間ダムの建設で2つの集落が水没(36世帯 143名離村)
- 昭和43年から48年(1968-1973) 新豊根ダムの建設で85世帯が水没
- 平成17年(2005) 旧富山村を編入合併

**JAICAF 途上国支援のための基礎的情報整備事業**

昭和50年代(1975-1984)まで

林業の村 (村の面積の93%が森林)

木材の販売と椎茸栽培が主な産業  
自給自足の農業

	1975年	2005年
すぎ材	38,700円	12,400円
ひのき材	76,200円	25,500円

**JAICAF 途上国支援のための基礎的情報整備事業**

村を救いたい!

どんな村にしようか !

少ない後継者で開始できる  
後継者を育てられる  
老人でも出来る  
比較的少ない初期投資

**JAICAF 途上国支援のための基礎的情報整備事業**

果樹のある里

4人の青年 ブルーベリー栽培始める  
(1986年)

18農家が中心に、村をあげて  
ブルーベリーの里  
ジャム・アイスクリーム・ジュースなど

**JAICAF 途上国支援のための基礎的情報整備事業**

豊根村 ブルーベリー栽培の現況

総世帯	591戸	農家世帯数	166戸	農業外世帯数	425戸
ブルーベリー栽培農家世帯数	18戸				
人口	1,501	男性	734	女性	767
栽培農家	49	男性	24	女性	25
ブルーベリー生産	栽培面積	2.4 ha	生産量	3.2 ton	
主な加工品	ジャム・お酒・アイスクリーム・ジュース				
1)村外出荷	生食用・ジャム・お酒				
2)村内消費	ジャム・お酒・アイスクリーム・ジュース(自家用)				

**JAICAF 途上国支援のための基礎的情報整備事業**

豊根村 ブルーベリー栽培の経緯(1/2)

1986-1993	4軒の農家主体で自主研究・栽培開始 栽培は順調・販売できない(販路・市場認識なし) 農協に相談しジャム加工を始める
1994	ブルーベリージャムの販売開始
1995-1997	テレビ番組 ブルーベリーが脚光を浴びる
1998	ブルーベリーの産地化に向けた役場・農協事業 挿し木用の苗を全戸配布(1年生苗各戸5本) ブルーベリー新規栽培奨励(100本以上の植栽で、苗とピートモスの半額補助)

JAICAF 途上国支援のための基礎的情報整備事業	
豊根村 ブルーベリー栽培の経緯(2/2)	
2000	展示ほ場の設置、調査研究に取り組む
2003	ブルーベリー研究会設立
2004	村内各地に摘み取り開始
2005	ブルーベリーパンフレット・旗など作成 ブルーベリーの里としてのPR活動開始 ブルーベリージャム加工が通年継続生産(それまでは、供給不足があった)
2006	ブルーベリーアイス・ブルーベリーのお酒商品化 (地元酒造元との契約 ローカルブランド化=混入なし)

JAICAF 途上国支援のための基礎的情報整備事業	
豊根村のブルーベリー栽培	
農家の自主性が村行政に移管した村おこし事例	
豊根村の抱える課題:	
1) 作付面積は増加しているが放任されているほ 場もある 2) 生産者の更なる高齢化 (将来性) 3) 産地競合化 (市場と収入)	

JAICAF 途上国支援のための基礎的情報整備事業	
(4) 新城市的サトイモ栽培	

JAICAF 途上国支援のための基礎的情報整備事業	
農業協同組合主導型村おこし事例として扱う	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• サトイモ</li> <li>• 愛知県園芸課「愛知伝統野菜」ブランド化事業 2002年「愛知県ふるさと伝統野菜振興事業」            ①今から50年前には栽培されていたもの            ②地名、人名がつき愛知県に由来している            ③今でも種や苗のあるもの            ④種や生産物が手に入るもの         </li></ul>	

JAICAF 途上国支援のための基礎的情報整備事業	
→ 21品目31品種の選定(その後2品種が追 加し現在33品種)	
2003	愛知伝統野菜振興事業の実施 ① 推進会議の設立 ② 観察 ③ 栽培講座、消費者理解促進
2004	インターネット上にWebsite 新城市「八名丸さといも」もデジタル情 報化推進5品種のひとつとして紹介

JAICAF 途上国支援のための基礎的情報整備事業	
所見	
新城市・豊根村	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 発展途上国の苦悩と共通性がある (課題も背景も全く異なるが)</li> <li>• 発展性という点では、新城市・豊根村も課題がある 高齢化と後継者(生産面での後継者と村としての後継者)</li> <li>• 大分県の事例との比較が見識を深める(事例ア プローチによる比較研究の意義)</li> </ul>	

(5) 研修企画

JICA・国際連合地域開発センターの研修実績の有効活用

*Training Course in Endogenous  
Regional Development*

- ・ 大分県大山町
- ・ 岐阜県明宝町

ありがとうございました

## 付属資料3

### 農業・農村制度研究 エチオピア現地調査日程

調査団構成：西川芳昭（名古屋大学国際開発研究科（農村・地域開発グループ）准教授）（団長）

重田真義（京都大学大学院アジア・アフリカ地域研究研究科准教授）

小林裕三（（社）国際農林業協働協会業務第二部調査役）

塩野谷剛（（社）国際農林業協働協会業務第二部）

日順	日付	曜日	行程	宿泊先
1	8月20日	月		機中泊
2	8月21日	火	調査団エチオピア到着 午後：JICA事務所	アディスアベバ
3	8月22日	水	現地コンサルタントとの打合せ	アディスアベバ
4	8月23日	木	午前：アディスアベバ大学（Medecinal Plants Research Unit） 午後：生物多様性保全研究所、Essencial Oil and Medical Research Center	アディスアベバ
5	8月24日	金	アディスアベバ近郊市場調査 Natural Gum Processing and Marketing Enterprises、Gum Trading House	アディスアベバ
6	8月25日	土	アディスアベバ近郊市場調査	アディスアベバ
7	8月26日	日	資料整理	アディスアベバ
8	8月27日	月	メルカッサ中央農業試験場	アディスアベバ
9	8月28日	火	午前：農業省（八木JICA専門家） 午後：Federal Office of Farmers Cooperative Promotion, Association of Ethipia Microfinance Institutions	アディスアベバ
10	8月29日	水	午前：在エチオピア日本大使館 午後：農業省（Agricultural Extension and TVET Department）	アディスアベバ
11	8月30日	木	午前：African Union（一村一品セミナー開催） 午後：笙川アフリカ協会（SAA）、Selam Vocational Training College	アディスアベバ
12	8月31日	金	午前：農業省（Agricultural Products Market Promotion A/Department） 午後：Fruit & Vegetables Marketing Enterprise、Ethiopian Horticulture Producer Exporters Association	アディスアベバ
13	9月1日	土	Lume Adama Farmers Cooperative Union	アディスアベバ
14	9月2日	日	午前：Et Highland Flower 午後：Limen Marlet	アディスアベバ
15	9月3日	月	SAA・JAICAF共催「農村開発セミナー」（JICA事務所会議室）	アディスアベバ
16	9月4日	火	Biofarm 伝統治療院	アディスアベバ
17	9月5日	水	在エチオピア日本大使館 調査団エチオピア出発	アディスアベバ

## **エチオピア現地調査 訪問先および面会者一覧**

### **在エチオピア日本大使館**

駒野欽一特命全権大使  
竹中和之二等書記官

### **JICAエチオピア事務所**

佐々木克宏所長  
安藤直樹次長  
中村貴弘所員

### **○省庁**

#### **Ministry of Agriculture & Rural Development (MARD)**

八木正広 JICA 専門家（農業開発アドバイザー）  
Mr. Ibrahim Mohamed (Head of Agricultural Extension and Technical Vocation Education Training Department)  
Mr. Assefa Mullugeta (Head of Agricultural Products Market Promotion A/Department)

### **○政府関係機関**

#### **Federal Office of Farmers Cooperative Promotion**

Mr. Getachew Alemu (Senior Expert)

#### **Fruit & Vegetables Marketing Enterprise**

Mr. Sisay Kimret (Foreign Trade Division Head)

### **○国際機関**

#### **AU（一村一品セミナー）**

駐エチオピア・ブルキナファソ、トーゴ、マラウイ、ナミビア、ルワンダ大使を含む大使館関係者 32 名出席

○試験研究機関

Melkassa Agricultural Research Center

白鳥清志 JICA 専門家

Mr. Bedru Beshir (Head Researcher, Extension Division)

○協同組合

Lume Adama Farmers Cooperative Union

Mr. Demere Demissie (General Manager)

○マイクロファイナンス機関

Association of Ethiopia Microfinance Institutions

Ms. Tigist Tesfaye (Program Officer)

○民間団体

Ethiopian Horticulture Producer Exporters Association

Mr. Tsegaya Abebe (Chairman)

Et Highland Flower

Ms. Gmebet Tesfaye (Contact Person)

○その他

Selam Vocational Training College

間遠登志郎氏（笹川アフリカ協会プログラムオフィサー）

Mr. Getachew W. Gebreal (Admin.& Fin. Division Manager)

調査研究叢書No.25 アフリカにおける一村一品運動  
—エチオピアの課題と可能性—

---

2008年3月発行

編集発行 社団法人 国際農林業協働協会  
〒107-0052 東京都港区赤坂8-10-39 赤坂KSAビル  
TEL (03) 5772-7880(代)  
FAX (03) 5772-7680

印刷所 (有)曙光印刷

---

平成19年度 途上国支援のための基礎的情報整備事業  
農業・農村制度研究