

# ベトナム地場産業支援における ODA の触媒機能

## ODA AS A CATALYST FOR PROMOTING RURAL INDUSTRY IN VIETNAM

谷口雅彦\*・音羽幸保\*・濱 周吾\*\*

Masahiko TANIGUCHI, Sachiho OTOWA and Syugo HAMA

The promotion of rural industry is a commonly-used approach for rural development and poverty alleviation in official development assistance (ODA) programs. The Japan International Cooperation Agency (JICA) has supported rural industries in north western Vietnam since December 2008 through a project titled “Technical Cooperation Project on Capacity Development on Artisan Craft Promotion for Socio-economic Development in Rural Areas in Vietnam.” The aim of the project is to establish development models for rural industry promotion in government initiative projects. To this end, eight pilot projects were implemented in close cooperation with the private sector. Based on lessons learnt from the pilot projects, this report discusses the functions of ODA projects to vitalize rural industries.

*Keywords* : Rural industry promotion for poverty alleviation, north western Vietnam, quality improvement, agro-processing, revitalization of traditional culture, handicrafts

### 1. はじめに

地場産業支援を通じた農業・農村開発が、近年 ODA で注目されている。地域資源の有効活用により、域内に利益をもたらす地場産業を発展させるために、とくに、大分県で始まった一村一品運動は、今や JICA による本邦研修や専門家派遣、技術協力プロジェクトの形で、アジア、アフリカ、中南米にその理念が伝えられ、実施体制が整備されつつある。

これら ODA による民間企業支援では、民間の活力を引き出し、民間同士の連携による持続的発展を促すための公的支援のあり方、すなわち ODA による触媒機能が重要なテーマとなる。本稿では、JICA 資金にて日本工営（株）が実施した「ベトナム農村社会における社会経済開発のための地場産業振興に係る能力向上プロジェクト」（以下、プロジェクト）におけるパイロット事業を取り上げ、その成果と、成果を上げた要因であるプロジェクトの果たした触媒機能について論述する。

なお本稿は、こうえいフォーラム No.19 での報告<sup>1)</sup>の続編であり、後述するパイロット事業についての選定経緯は、同論文を参照していただきたい。

### 2. プロジェクトの概要

#### (1) プロジェクトの背景と目的

2000 年以降、農村部に点在するベトナム工芸村<sup>2)</sup>を中心として大きな発展を遂げたベトナム工芸産業は、農村家庭の副収入として貧困削減に一定の効果を見せた。しかしその後、ベトナム雑貨（例えば、竹ラタン製品やシルク刺繍の小物など）に対する消費者の飽きに加えて、①ベトナムの低い人件費に支えられた低価格な雑貨生産・販売モデルが、中国の台頭により駆逐されつつあること、②ベトナム雑貨に対する消費者ニーズが高品質志向に切り替わったことへの対応不足などが原因となって、工芸産業の衰退を余儀なくされた。

この状況下、ベトナム政府は地場産業発展のための政策<sup>3)</sup>を打ち出し、工芸品に加えて農産加工品も含めた行政支援強化の姿勢を示した。これに並行して、JICA はベトナム国農業農村開発省（MARD）との合意に基づき、農村地域振興に関する開発調査を 2 件<sup>4,5)</sup>実施し、その結果を受けて、地場産業の発展を通じたベトナム農村部の貧困削減を目指す本プロジェクトが 2008 年 12 月から 3 年間の予定で開始した。

本プロジェクトの目的は、①地場産業発展モデルの形成と、②MARD および北西部 4 省の農業農村開発局（DARD）ほか地場産業発展に寄与すべき中央・地方の行政機関の能力向上である。なお、カウンターパート機関（C/P）は、MARD 内の農林水産加工製塩局（DPT）である。

\* コンサルタント海外事業本部 環境事業部 地域整備部

\*\* コーエイ総合研究所 第 3 部

(2) プロジェクトの対象地域

図-1に示すとおり、プロジェクト対象地域は、ベトナム北西部の4省(ライチャウ、ディエンビエン、ソンラ、ホアビン)である。豊かな自然環境と全23の少数民族の伝統が残る地域であり、市場性のある潜在的な地域資源を有する一方、公共インフラ整備の遅れや、市場情報の不足、資金不足などにより、これらの地域資源が有効活用できていない状況にある。



図-1 プロジェクト対象地位置図

(3) プロジェクトの活動概要

プロジェクトは、以下の活動から構成されている。

1) パイロット事業

地場産業発展モデルの形成を目的として、DPT および北西部4省のDARDが選定した8生産団体(織物組合:4団体、製茶企業:3社、ワイン醸造会社:1社)を対象に、プロジェクトは製品の生産改善と新製品の開発を支援した。各パイロット事業の位置図は図-2に示すとおりである。



図-2 パイロット事業対象地位置図

また、パイロット事業による成果の有効性を示すためには、事業利益の増加を実証することが不可欠であることから、プロジェクトでは、生産者の展示会への参加支援やベトナム・日本での個別店舗訪問により、マーケティング調査と販路形成に挑戦し、生産者の収入増加に取り組んだ。

2) プロジェクトの普及 / 広報活動

プロジェクトでは、展示会での広報に加え、プロジェクト紹介ホームページを立ち上げ、パイロット事業の成果の普及、ならびに消費者・流通・販売業者に対するパイロット事業の製品紹介とプロジェクトの広報活動を展開した。

3) 行政機関の能力向上支援

プロジェクトの成果をベトナム全土に水平展開するため

に、パイロット事業のモニタリングを通じたOJT形式での行政機関に対する技術移転に加え、ワークショップやスタディツアーを企画し、地場産業発展を支える行政の在り方について考える機会をC/Pに提供し続けた。

また、プロジェクトを通じて得られた教訓を地場産業事例集(パイロット事業の実施例紹介)や地場産業支援マニュアル(パイロット事業を含む行政が実施すべき地場産業支援の在り方)に取りまとめ、成果普及ワークショップを通じて、プロジェクト対象地以外にも成果の普及を図った。

3. ODAの触媒機能が生み出したパイロット事業の成果

(1) ODAの触媒機能の必要性

C/P 機関であるDPTには、一部技術的アドバイスをする機能が与えられているが、実際の業務は、①国家開発計画や政策の立案、②計画に則ったプロジェクトベースでの開発資金投入、そして③プロジェクトモニタリングと成果・教訓の政策へのフィードバックに限定されている。

一方、パイロット事業で選定された生産団体の開発ニーズとC/P機関が持つリソースを比較した表-1を見た場合、C/P機関だけでは対応できない課題が多数存在することが分かる。また、C/P機関を支援すべきプロジェクトチームのリソースを含めても、3種類の地場産品を生産し、技術レベルや生産体制、開発ニーズの異なる様々な生産者に対応することは現実的に不可能である。

そこで、プロジェクトは外部団体のリソースの活用なしにはパイロット事業における事業利益の増加は達成できないと判断し、プロジェクトが外部団体と生産団体を連携させ、生産団体の開発速度を速める触媒として機能することを目指した。

表-1 パイロット事業で選定された生産団体の開発ニーズとC/P機関のリソースとのギャップ

生産段階	生産団体のニーズ	C/P機関の限界
(A) 製品コンセプト策定	何を作れば売れるのか、そのために何をすればよいか知りたい。	大局的な方向性は政策に示されているが、個別の技術課題に対する具体策は持っていない。
(B) 生産改善 / 生産能力強化	売れる製品を製造できる能力を身につけたい。	支援する資金(予算)はあるが、製品が売れるようにするための直接的な技術やノウハウは持っていない。
	売れるデザインに製品を変えたい。	
(C) 広報 / 販売	団体と製品の市場認知度を高め、販路を拡大し、販売量を増加させたい。	支援する資金(予算)はあるが、製品の販路はなく、販路作りのネットワークもない。

(2) パイロット事業の成果

表-2および表-3にパイロット事業の概要と外部団体から得た支援により得られた成果を示す。

表－ 2 手工芸パイロット事業の概要と外部団体から得た支援

<p><b>手工芸パイロット事業の背景</b></p> <p>織物生産はベトナム北西部の代表的な地場産業である。パイロット事業では少数民族の伝統的織物を生産する 4 織物生産組合が選定された。これらの組合は、これまで伝統的な織機を使った反物生産に従事しており、消費者も近隣の少数民族に限られていたが、中国から安価な生地が大量に輸入され始めたため、既存の販路も先細りすることが確実であった。この状況下で生産者の所得向上を達成するためには、都市部住民や観光客など富裕層への販路形成が不可欠であり、高付加価値製品の生産による中国産品との差別化が求められていた。</p>	<p><b>パイロット事業開始前の主な製品</b></p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>時間を要する複雑な織り柄を広範囲に使ったスカーフと巻きスカート(ラオ族)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>化学染料と化学繊維を使用した少数民族色の強いスカーフと壁掛け(タイ族)</p> </div> </div>	
<p><b>主な活動内容</b></p> <p>①製品コンセプトの決定：天然原料を使った伝統手織り 100% の製品</p> <p>②生産技術の向上トレーニング：縫製、刺繍、染色</p> <p>③新製品デザインの開発</p> <p>④生産管理・品質管理に関する OJT</p> <p>⑤スタディツアーを通じての先進的織物組合との意見交換</p> <p>⑥展示会・個別店舗訪問を通じた製品紹介</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>縫製トレーニング</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>新製品の開発と生産</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>展示会での製品紹介</p> </div> </div>	
<p><b>成果</b></p> <p>近隣住民向けに極めて限定的な販売(平均約 400 円/人月)に終始していた生産者達は、消費者に受け入れられるスカーフや天然染めのバッグ、小物入れなど、様々な商品を作れるようになった。これによって、例えば、北西部の観光工芸村マイチャウにある織物組合のショップでは、100,000 円/月以上の売り上げを記録しており、その織物組合の収入は一人当たり約 2,000 円/月を超える収入を得るに至った。生産者は農業の副業として織物を生産しているが、上記の収入は本業約 4,000 円/月の 50% に相当する。</p> <p>パイロット事業開始間もない 2010 年 4 月に開催されたホーチミンの国際展示会 Lifestyle Exhibition では消費者から見向きもされなかったが、1 年後の同展示会では多くの来場者の関心を集め、4 日間で 20 万円弱の売り上げを記録するとともに、ベトナム、日本、ヨーロッパのトレーダーから製品に関する問い合わせを多数受けることとなった。</p>	<p><b>パイロット事業後の主な製品</b></p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>複雑な伝統柄を限定利用したティッシュボックスカバー(タイ族)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>パターンを単純化したスカーフ(ラオ族)</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> </div> <p>天然素材を使ったバッグ(タイ族)</p> <p>左：野蚕とコットンを原料に使用。 中央・右：藍染めのコットンバッグ</p>	
<p><b>主な外部団体から得た支援内容</b></p>		
<p>主な支援団体</p>	<p>支援内容*</p>	<p>支援による効果</p>
<p>ベトナム国内で少数民族の手工芸支援を続ける NPO</p>	<p>(A): 縫製/刺繍トレーニング計画の立案 (B): 縫製/刺繍トレーニングの実施 (B): 組合能力強化ワークショップ(コスト計算、製品単価の設定など)の開催協力</p>	<p>生産者の生活リズムにあわせ、また根気よく何度も教えることによって、生産者は途中で投げ出すことなく、生産技術の改善と生産管理の方法を学ぶことができました。</p>
<p>ベトナム国内外の先進的な織物組合</p>	<p>(B): 天然染めトレーニングの実施 (B): スタディツアーへの協力(織物技術の移転、先進的織物製品の紹介など)</p>	<p>パイロット事業の織物組合と同じ悩みを抱え、それを克服した経験を共有してもらったことで、生産者のやる気を高め、品質向上や創意工夫の重要性を生産者に植え付けた。</p>
<p>展示会でブースを訪れた消費者、取引業者</p>	<p>(B): 製品デザインに対するアドバイス (C): 消費者ニーズの伝達</p>	<p>普段、市場の声が届きにくい織物組合に対して、消費者や取引業者から温かいアドバイスを受けたことで、製品開発の方向性に自信を深めていった。</p>
<p>ベトナム国内外の販売協力店</p>	<p>(B): 新製品のデザイン提供 (C): 製品販売への協力 (C): 消費者ニーズの伝達</p>	<p>上記に加え、新しいデザインを提供してもらい、生産者の技術の幅が広がった。また経済的にも大きな助けとなった。</p>

\* 冒頭の記号は支援を受けた生産段階(表－ 1 参照)を示す。(A) 製品コンセプト策定、(B) 生産改善/生産能力強化、(C) 広報/販売

表 3 農産加工パイロット事業の概要と外部団体から得た支援

<p><b>製茶パイロット事業の背景</b></p> <p>ベトナム北西部は茶の原産地であり、原種に近いと言われるシャン茶（山茶）が生産されている。ライチャウ省の製茶会社の製品は、これまでベトナム最低価格帯で取引されており、経営状況は芳しくなかった。</p> <p>また、北西部の山岳地には、樹齢 100 年、高さ 10m を超える茶の巨木が自生しており、この巨木茶はモン族に代表される少数民族により採取され、古くから薬用として親しまれていた。この巨木茶を商品化する地元企業がディエンビエン省、ホアビン省にあるが、赤字経営を余儀なくされていた。</p>	 <p>モン族が採取する巨木茶</p>	<p><b>野りんごワインパイロット事業の背景</b></p> <p>北西部の天然林に自生する野りんごは、地元では薬用として親しまれる果実であり、ソンラ省の民間企業は、野りんご果汁を醸造アルコールに添加した果実酒を製造・販売していた。企業としての経営状態は悪くなかったが、野りんご 100% の果実酒を作りたいと願っており、将来、野りんごワインの収益を野りんご収穫農家に還元できる企業を目指していた。</p>	 <p>野りんごワイン</p>
<p><b>主な活動内容</b></p> <p>①製品コンセプトの決定：安全・安心な希少性の高い茶</p> <p>②生産技術の向上：無農薬無化学肥料栽培、製茶技術改善など</p> <p>③パッケージデザインの改訂</p> <p>④マーケティング機会の提供</p> <p>⑤スタディツアーを通じての先進企業との意見交換</p>	<p><b>主な活動内容</b></p> <p>①製品コンセプトの決定：野りんご 100% の果実酒</p> <p>②生産技術の向上：醸造技術の導入</p> <p>③ワインラベルとパッケージデザインの改訂</p> <p>④マーケティング機会の提供</p> <p>⑤スタディツアーを通じての先進企業との意見交換</p>		
<p><b>成果</b></p> <p>ライチャウ省製茶パイロット事業の茶は、販売価格が 160 円 /kg から 400 円 /kg に向上し、試験区で働く茶摘み労働者の収入も 4 円 /kg から 8 円 /kg（ともに生葉換算）に上昇した。また、ライチャウ省 DARD は同試験区を用いて周辺農家への有機農業の研修に活用することを検討している。その最初の試みとして、製茶会社職員による周辺農家への有機茶ワークショップが 2010 年 9 月に開催された。</p> <p>巨木茶パイロット事業では、品質改善した茶を大規模に販売できる段階にまで至っていないが、海外との取引経験豊から業者の評価では、これまでの 2 倍以上の価格で販売できる可能性が示唆されており、今後の市場開拓に大きな期待が持てる結果となった。</p> <p>加えて、新パッケージは消費者からの評判も良く、売上増加に大きく寄与すると同時に、製茶企業が誇りを持てる商品になった。</p>		<p><b>成果</b></p> <p>展示会などの機会を通じて消費者に紹介され、味や香りが良いとの評価を得ている。野りんご 100% の果実酒に対して、消費者は好印象を抱いており、販売価格は 180 円 /本（720ml）から 240 円 /本に上昇したにも関わらず、販売量が 2009 年の 39,000 本から 2010 年には 60,000 本に増加している。また、これまでソンラ省内での販売がほとんどであったが、2011 年には販路を拡大し、ハノイからも数百本単位のオーダーを取り付けるに至っている。</p> <p>また、野りんごの買い取り量が増加したことにより、野りんご収穫農家の収入が向上した。</p>	
<p><b>主な外部団体から得た支援内容</b></p>			
<p>主な支援団体</p>	<p>支援内容 *</p>	<p>支援による効果</p>	
<p>経験豊富な茶匠</p>	<p>(B): 製茶技術指導</p>	<p>タングエン省で海外向けの高級茶葉を生産していた茶匠からの指導であり、生産者は希少なチャンスを活かそうと、熱心に取り組むことにつながった。</p>	
<p>ハノイの美術系大学、ベトナム内外の民間企業・NPO</p>	<p>(B, C): 茶パッケージデザインコンペへの協力（パッケージデザインの提供、コンペの協賛、テレビでの放映）</p>	<p>製茶企業が誇りに思えるパッケージデザインを安価に入手できたことに加えて、マーケティング面で有利になるような付加価値が得られた。</p>	
<p>食品工業研究所（FIRI）</p>	<p>(B): 野りんごワイン醸造技術の指導 (B): 高品質野りんごワインの試験生産</p>	<p>JICA の技術支援「食品工業研究所強化計画プロジェクト」を受け、日本で醸造技術の研修も受けた FIRI の醸造技術により、100% 野りんごワインが完成した。</p>	
<p>ベトナムの先進的農産加工企業</p>	<p>(B): スタディツアーへの協力（加工技術や販売方法の紹介と意見交換）</p>	<p>生産者の品質管理に対する意識が高まったことに加え、品質の違いや製品の独自性を前面に出したマーケティングによって、販売価格の向上につながった。</p>	
<p>ベトナムで実績のある茶取引業者</p>	<p>(C): トレーニング後の茶の評価（改善すべき点や取引可能価格を含む）</p>	<p>普段、市場の声が届きにくい北西部の企業に対して、消費者や取引業者から温かいアドバイスを受けたことで、製品開発の方向性に自信を深めていった。</p>	
<p>展示会でブースを訪れた消費者、取引業者</p>	<p>(C): 製品の味に関するアドバイス (C): 消費者ニーズの伝達</p>		
<p>ベトナム国内外の販売協力店</p>	<p>(C): 製品販売への協力 (C): 消費者ニーズの伝達</p>		

\* 冒頭の記号は支援を受けた生産段階（表 1 参照）を示す。(A) 製品コンセプト策定、(B) 生産改善 / 生産能力強化、(C) 広報 / 販売

#### 4. ODA の触媒機能を生み出した要因

プロジェクトからの支援の投入によって、これまで交流のなかった外部団体との連携が生み出され、生産者の技術向上と品質改善が実現した。これが契機となって、さらに多くの連携が生まれ、生産者は自立的発展に向けた一歩を踏み出すことになった。以下では、このような連携を作り出した要因について考察する。

##### (1) 外部団体による支援理由の類型化

すべての外部団体が支援を決めた理由には、少数民族支援・貧困削減への協力が挙げられるが、それ以外にも、各団体にとって 3 つの支援理由があった。

###### (a) プロジェクトから報酬を得る

主として、品質改善活動および一部の広報活動で見られた支援理由である。

###### (b) プロジェクト製品の販売により協力団体の売上増加を狙う

販売に協力した民間団体がこれに該当する。新デザインをプロジェクトに無償で提供し、生産者はそのデザイン実現のために技術トレーニングに励む等、民間同士の連携が生産者の自立的発展につながった。

###### (c) 団体の認知度を高める

茶パッケージデザインコンペに参加した大学・企業・団体で見られた支援理由である。デザイン更新により、潜在的な販売業者が製品に目をとめることになり、販路の拡大につながった。

また、スタディツアーに協力した団体は、ベトナム政府や国民に対して、自社の品質の高さを示したい希望があり、同様にこのケースに該当する。スタディツアーを契機に、パイロット事業の生産者は自発的な品質改善に目覚め、これが販路拡大の推進力となった。

上記 (b) や (c) による民間からの支援は、プロジェクトの資金を必要としない。すなわち、プロジェクト終了後も民間の努力でプロジェクトの成果が持続・発展する可能性が高く、ODA として理想的な支援の形と言える。

##### (2) 外部からの支援を引き出した要因

本プロジェクトで自立発展を促すような民間同士の連携を作り出した要因は、以下の 5 点である。

###### 1) 地場産業支援というテーマ

本プロジェクトが物づくり支援という、品質改善、デザイン、広報、販売など多くの団体に関与する余地があるテーマであったことは連携を生み出す上で極めて有利であった。

外部団体からの支援なしにはパイロット事業の成功はないため、プロジェクトも積極的に外部団体との連携を模索した。連携実現には至らなかったが、日本の教育機関の受

け入れや工芸品販売に関心を示すトレーダーとの協議を繰り返した結果が、現在の実績につながっている。

##### 2) 連携する民間団体の負担軽減

これまで販売実績のなかった手工芸パイロット事業の生産者が市場に参入することは極めて困難なチャレンジであり、販売協力する団体にとっても、経験のない生産者を最初から信頼することは難しい。そこでプロジェクトでは、生産者の状況に理解のある団体に絞って販売協力の交渉を進めた。さらに協力を表明した団体に対して、製品を売り掛けで販売するなど、できる限り民間団体の負担とリスクを減らした。

これによって、民間団体は極めて低いリスクで販売への協力が可能になり、この実績の積み重ねが、生産者と販売に協力する団体との信頼醸成につながった。

##### 3) 連携する民間団体への便益の還元

プロジェクトでは、支援を表明した団体を後述のホームページで紹介するとともに、支援団体がプロジェクトを通じて何らかの便益が得られるよう配慮した。特に茶パッケージデザインコンペは、この考え方が成果(図-3)につながった。本コンペ関係団体の背景とそれぞれがコンペを通じて得た便益は表-4のとおりである。



図-3 新しい茶のパッケージ

表-4 茶パッケージデザインコンペにおける関係者のニーズと得られた便益

関係者 (シーズ)	ニーズ	得られた便益
製茶会社 (デザイン素材の提供)	安く新パッケージのデザインが欲しい。	安価にパッケージの新デザインを入手した。
	できれば製品と会社を広報し、将来の販売促進につなげたい。	テレビで報道された。美術系大学とのコラボ製品という付加価値があった。
美術系大学 (デザイン)	デザインを学ぶ学生に実務経験を積む機会を提供したい。	製茶会社と共同で新デザインを開発した。
	工業デザインの大学として知名度を上げたい。	テレビで報道され、一部の大学の学生は取材を受けた。
スポンサー (賞金)	ベトナムの発展を支援する団体としてベトナムで認知させたい。	スポンサー各社とそのロゴがテレビで紹介された。
報道機関 (テレビ放映)	ニュースになる面白い記事・企画が欲しい。	ニュース番組で放映できた。

##### 4) 情報発信の重要性

プロジェクトではホームページを立ち上げ(図-4)、SEO (Search Engine Optimization) を徹底するなど、多くの方々にプロジェクトを知ってもらうための工夫をした。また、プロジェクトの最新の情報を高い頻度で発信するよ

うに努めた。その結果、2011年7月現在で、100を超える国と地域から平均50人/日のアクセスを記録するに至った。また、プロジェクト製品に対する問い合わせやパイロット事業の視察に関するメールが約100件届き、うち幾つかは実際にプロジェクトへの販売協力につながった。

上記に加え、プロジェクトでは以下の広報機会を設け、これが更なる連携の拡大に寄与した(図-4)。

- (a) 日本国内展示会での活動紹介
- (b) 一村一品国際セミナーの開催協力と出展(2010年12月にハノイで開催)
- (c) 広報媒体の作成と配布(ベトナム一村一品マップやベトナムの優良生産者を紹介する「10 Stories ~ベトナムからの贈り物~」、製品カタログとパンフレット)
- (d) ベトナムの日本人向けフリーペーパーにおける商品と生産者紹介



プロジェクトホームページ



一村一品国際セミナーの展示ブース



10 Stories ~ベトナムからの贈り物~

図-4 普及・広報活動での外部団体からの協力

### 5) JICA 支援の意義

プロジェクトで数多くの連携を生み出した最大の要因は、JICA 技術協力プロジェクトであったことによる。

ベトナムにおける JICA の認知度は高く、経済発展と貧困削減に協力する JICA と連携することで、企業の社会的責任(CSR)を果たせないか模索している民間企業は多数存在している。また、JICA の理念やこれまでの実績に対して、純粋に協力したいという企業や団体も多い。これはベトナムの日系企業や日本の民間企業・NPO に顕著だが、ベトナム企業であっても、スタディツアーなどの負担が比較的小さな分野でなら積極的に協力する姿勢が見られた。

### 5. 終わりに

本プロジェクトでは外部団体との連携の在り方を模索し続けた結果、実際に成果を上げるに至った。上述のとおり、多くの民間企業・団体が CSR 事業の一環として JICA との連携を考えている。プロジェクトと民間企業・団体の双方が便益を享受できるような連携を生み出し、想定よりも大きな成果を残すことは可能である。ここで紹介した実例が、今後の効果的な ODA 事業を考える上での一助となれば幸いである。

なお、手工芸パイロット事業については、今後も織物組合への外部団体からの支援が必要な状況である。織物組合は、民間団体からの販売協力を得て成長を続けているが、今後はいかに製品の品質を維持・改善し続けるかということが課題となる。実際に販路が定着し、市場での認知度が高まるまでには、少なくともさらに2年程度の販売実績が必要だろう。

**謝辞:** 本稿は独立行政法人国際協力機構(JICA)が実施した「ベトナム農村社会における社会経済開発のための地場産業振興に係る能力向上プロジェクト」の業務成果の一部を紹介したものである。本稿の掲載および情報の使用についてご許可いただいた同機構関係者各位に深甚の謝意を表明するとともに、執筆にあたりご指導いただいた関係各位、とくに、本プロジェクトのチームリーダーである海外事業本部 神山雅之氏にお礼申し上げる。

### 参考文献

- 1) 谷口雅彦、音羽幸保: ODA によるベトナム地場産業支援のプロセス形成、こうえいフォーラム、No.19、pp.39-44、2011
- 2) MARD: Draft Circular on the Guidance of the Procedures for Approval and Acknowledgement of Traditional Artisan Craft, Craft Village and Traditional Craft Village、2002  
工芸村とは、農村部に位置する居住単位であり、①手工業が主な生活の収入源、②30%以上の世帯又は労働者が工芸活動に従事、③地元政府による監督の条件を満たす農村集落を指す。
- 3) 2006年7月に「地場産業に係る政令66号」を發布。同年9月には、「新農村開発プログラムにかかる農業農村開発省令」を発令した。
- 4) 国際協力機構: ベトナム国地域振興のための地場産業振興計画調査最終報告書、2004
- 5) 国際協力機構: ベトナム国 北西部山岳地域農村生活環境改善マスタープラン策定調査ファイナルレポート、2008