

博 士 学 位 論 文

カンボジア農村部零細事業のビジネス化による

所得向上の可能性について

-成功事例と農村調査の結果を中心に-

2017 年度

森 千恵

熊本学園大学大学院

要旨

開発途上国の大多数の人々は農村部に居住し、貧困層の多くを占めている。これまで、国際社会は様々なアプローチによってその開発を試みてきたが、都市部の経済成長が優先され、農村部は経済発展から取り残されてきた。しかし、大きな格差が生じることなく、国全体が健全に成長していくためには、人口の多くが居住する農村部の発展は不可欠である。

また、これまで開発途上国に対するアプローチは援助が中心であった。確かに援助は開発途上国の開発に貢献してきたが、開発途上国の人々が長期間にわたって貧困状態から抜け出し、発展していくには援助だけでは不十分である。近年、開発途上国の参加と、持続的な発展を促すアプローチとしてビジネスの役割が重要視されてきたのには、こうした背景がある。

開発途上国の農村部において中心的な事業の形態である零細事業を成長させることが、農村の居住者の所得が向上し、より良い生活を獲得する手段となり得る。研究の背景は、カンボジアの農村部でラタン手工芸品(Rattan Handicraft : 以下 RH)産業が女性たちの貴重な就業機会であることがわかったことである。しかし、それが零細事業であるがゆえに、効率が悪く十分な収入が得られないことが明らかになった。そして、開発途上国の農村では、小規模な農業や零細事業が中心であるが、農業が政府や組合の支援を受ける機会が多いのに対し、零細事業はその対象から外れがちである。また、農村部の発展として工業化や、インフラの整備によるものが考えられるが、農村の零細事業が所得機会として選択されてきた背景には、家事や育児を最優先であると捉えている農村の女性が自宅に留まりながら従事できることに加え、障がいをもつ人々にとっても貴重な所得機会であったからである。そこで、この RH 産業をビジネス化することによって、農村の生産者の所得向上に貢献できるのではないかと着目した。また、農村の人々が工業化や出稼ぎよりもそれまでの生活形態を崩すことなく続けることができる選択肢である。RH 産業のビジネス化による所得向上について検証するためには、ほかに農村の零細事業がビジネス化によって発展し生産者の所得向上に成功した事例を探し検証する必要があった。そして、なぜそのビジネスが成功し、人々の所得が改善したか要因を確認した。それらの要因をカンボジアの RH 産業に当てはめることによって、RH 産業のビジネス化による所得向上の可能性を検証した。

本論文では東南アジアの一国であるカンボジアをその研究対象とした。カンボジアは長期の国内情勢の混乱により、東南アジアで最も発展が遅れている国の一つであり、GDP、GNI 共に最低水準である。そして、これまで援助を中心とした国際社会やカンボジア政府の努力によって、経済成長を遂げ、貧困も緩和されてきた。しかし、未だ最も貧しい人々は農村に偏在している。東南アジアの中でも、特に農村部の居住者の割合が高いカンボジアにとって、農村部の開発が国全体の発展に大きく影響する。そのためには、カンボジア農村部で零細事業の発展を試みることは大変重大な課題である。上記の理由から、農村の零細事業のビジネス化の可能性を検討する対象としてカンボジアを選択した。

本論文の題目は「カンボジア農村部零細事業のビジネス化による所得向上の可能性について-成功事例と農村調査の結果を中心に-」である。その目的は、カンボジア、シェムリアップ州農村部における

RH 産業のビジネス化の現状を明らかにし、フィリピン、ベトナム、カンボジアの事例からビジネス化による所得向上の成功要因及び、対象地域における適用可能性を探り、将来性を検討することである。ここでは、もともとその地域で行われていた零細事業に対して主に外部者がその地域に不足しているものを満たしながら組織化を行い、収益性のある事業として成り立たせていくための過程を表すために「ビジネス化」という言葉を独自で用いた。前述したように農村の居住者は村外で所得獲得の機会を容易に持つことができない。したがって、居住者が生業として営む事業をより高い収益を獲得できるものにする必要がある。現状、こうした事業は日々の生活の傍に存在するもので、余剰が現金化されたり、再投資に資するものではない。ビジネス化によってそれらが実現できれば、経済発展の恩恵から取り残されてきた農村部において、人々の所得向上が達成される有効な手段になり得るのである。

そのため本論文では、これまで農村部で零細事業のビジネス化に成功した、フィリピンやベトナム、カンボジアの事例から、その要因を探った。それと照らし合わせながら、カンボジアの RH 産業が現状達成していることと、欠けていることを明らかにし、今後の零細事業のビジネス化による所得向上の可能性を検討する。

本論文は5章立てである。第1章ではまず、研究対象として選定したカンボジアの概要について述べた。まず、1-1 ではカンボジアの地理的概要と民族、歴史について説明した。続く 1-2 では経済及び教育、保健状況について述べた。カンボジアは都市部と比べて農村部の貧困状況や教育水準の低さが目立っている。そして、非就学の理由として経済的理由が半数を占めていることで、貧困と教育状況に密接な関わり合いがあることが明らかになった。1-3 はカンボジアにおける開発への取り組みについて説明した。カンボジアの開発において、貧困は中心的な課題であり、これまで政府の政策を中心とした取り組みによって、大きな改善が見られてきた。しかし、人口の大部分が居住する農村部では、未だ深刻な貧困状態にある。1-4 ではこの現状について明らかにしている。経済的理由が就学率に大きく影響していることから、世帯所得の向上が教育指標の改善に密接に関わりがあるといえるが、長年にわたって人々が貧困状態から抜け出し、再びそのリスクにさらされないようになるには所得向上のみでは、不十分である。カンボジアにおいて、都市部と比べ農村部の開発が未だ道半ばであり、所得の向上と、人々が貧困のリスクにさらされないようにするための社会指標の改善は重要な課題であると言えよう。これら二つを達成しうる手段として農村部における零細事業のビジネス化がある。

そのビジネス化の登場について述べたのが、続く第2章である。この章では、開発アプローチが多様化してきた歴史と開発途上国の農村部及びその零細事業について述べた。2-1 では、初期の経済成長を中心に据えた経済開発アプローチから、経済成長だけでは開発に至らないということから行われるようになった社会開発アプローチについて紹介した。続いて 2-2 では、本論文のテーマでもあるビジネスによる開発アプローチを説明した。これまでの経済社会開発アプローチは、政府や国際機関が主に援助を中心的なツールとして用いてきた。ビジネスによる開発アプローチは、こうした開発課題を主に企業的な手法を取り入れることで解決を試みるものである。同時にそれらは開発途上国の人々

自身が開発に参加し、ビジネスを行いながら経済成長や社会状況の改善を目指すことを意味する。そして、ここでは本論文におけるビジネス化の概念について説明を行った。また、2-3 では、本論文の対象となる開発途上国の農村部の状況と農村部居住者の多くが従事する零細事業の特徴についてとりあげた。一般的に開発途上国の農村部は知識や技術、資金が不足している状態にある。加えて多くの人々が従事する零細事業も知識や技術の発展が見られず、非効率的で資金が不足している。そして、その実態の把握の難しさから、融資や支援の対象ともなりにくい。しかし、農村居住者が多く、その大部分が従事する零細事業を発展させることは国全体の健全な発展には極めて重要である。企業的手法の取り入れによって零細事業の振興が行われれば、農村における所得向上と生活改善が可能になる。

第3章では、零細事業のビジネス化による所得向上の要因を探るために、事例研究を行った。まず、3-1 では農村の零細事業のビジネス化とは何か定義づけを行った。この定義の下に、3-2 以降で成功事例を挙げてその特徴を確認した。まず3-2 では、廃棄されていたココナツの皮に付加価値をつけ新たな市場を創出することで、貧困の深刻な地域を活性化させ、所得の向上をもたらしたフィリピンのココテクノロジー社(CTC)についてまとめた。CTC は所得向上のみならず、深刻な土砂災害の軽減や、環境問題への貢献、または政府の予算節約にも貢献している。3-3 ではベトナムのラタン産業におけるビジネス化を取り上げた。先行研究とインタビューにより、企業の参入だけでなく、政府の積極的な投資や組合の形成、観光業の振興などによってRH生産を行う地域の所得が向上したことが明らかになった。3-4 では、トレーニングを提供したり、農村に48もの製作所を置くことで、農村居住者や、障がいを持つ人々が農村に留まりながら仕事をするのできるシステムを構築したアーティザン・アンコール(ADA)についてまとめた。ADAは政府や国際機関による資金協力を得て設立されたものの、3年後は有限責任会社として完全に自立した。3つの地域における事例では、もともと地域にあった零細事業をビジネス化し、新たな市場を開拓したことで、持続的な運営と所得の向上が可能となったことが明らかになった。ここで導かれた特徴については、第5章で詳しく分析し、またシエムリアップ州のRH産業についても当てはめて検討する。

第4章ではその零細事業の中で、シエムリアップ州で多くの人々が従事するRH産業について取り上げた。農村の貧困率の高いカンボジアにおいて、副業として世帯収入を補助してきたものの一つがRH生産である。まず、4-1 では、カンボジアのラタン産業の現状を先行研究と貿易データ、仲介人へのインタビューをもとにまとめた。そして、他の東南アジアの国に比べて、加工したラタン製品よりも未加工のラタン材のまま輸出されている傾向があるために、取引額が低く、成長の余地があることが明らかになった。4-2 では、これまで手工芸品産業による所得向上と、RH生産者の経済社会状況に関するカンボジア及び他国の先行研究をまとめた。その結果、農村において手工芸品産業は貴重な所得機会であるが、シエムリアップ州では多くのRH生産者が1日あたり1ドル以下で生活していることがわかった。4-3 ではRH産業の現状をカーサン村におけるインタビュー調査をもとに明らかにした。結果、カーサン村におけるRH生産の生産性が低く、所得も不安定でありながらも所得の

機会が少ない為に続けられてきたことが明らかになった。また、回答者の多くが、教育機会や経済的理由、農村地域での職業選択機会の少なさから RH 生産を続けていることを指摘した。多くは現在の所得に満足していないが、経済的、時間的事情に応じて生産ペースを変化させ、所得を得ることができ RH 産業は、農村の人々にとって貴重な所得機会である。また、4-4 では外部からの支援によって RH 生産者の所得向上が見られるか検証するために、NGO の支援が行われていたアレクスヴァイ村においてインタビュー調査を行なった。アレクスヴァイ村では、農産物による所得は不十分であり、RH 生産による所得が大変貴重なものである。そのため、NGO は熟練の生産者を雇用し、未熟練の生産者により高い製品を生産するための技術トレーニングを提供した。その結果、支援期間中は一部の生産者に対して所得の向上が見られ、熟練職人も賃金を受け取っていた。しかし、その影響は未熟練の生産者に留まり、かつ、RH 生産による所得だけで満足な生活を送ることができる水準にまでは至っていない。さらに、熟練労働者が支援終了後も継続してより高い所得を得られるなどの産業全体への効果は見られなかった。加えて、アレクスヴァイ村への NGO による支援は持続的なものではなかった。こうした理由から、支援では RH 産業による収益の獲得を広範囲で安定的かつ持続的なものにする事ができないと結論づけた。

そして、第 5 章の目的は、カンボジアの RH 産業のビジネス化による所得向上の可能性について述べることである。そのために 5-1 では、第 3 章の農村部の所得向上に成功したビジネス化の事例研究をもとにビジネス化の成功要因を抽出した。その結果、内的要因として「潜在商品とその生産者」、「組織化を円滑にするための基礎」、「リーダー」、「自己資金」があることが明らかになった。そして、活用すべき外部の情報や要因として、「技術の有効活用と商品管理に対する外部支援」、「外部者を活用した市場開拓」、「外部者を活用した事業の持続性」、「外部資金アクセス」があり、これらを包括的に取り組んでいくことが成功要因になるとした。5-2 では第 4 章のシェムリアップ州で小規模零細に行われている RH 産業の現状と課題をもとに、所得向上に向けた零細事業のビジネス化による所得向上の可能性について検討した。その結果、ビジネス化によって成功する内的要因について課題はありながらもその要素を有していることを明らかにした。そして、実際にトレーニングの提供のみであっても、未熟練職人の所得が向上したという実績がある。つまり、活用すべき外部の情報や要因を加えることによって、RH 産業が抱える課題を解決させ、ビジネス化による持続的な運営によって長期間に亘る生産者の所得向上の可能性があるのである。さらに 5-3 では、より現実的に検証するために現在進行しているブラユース村におけるフランジパニラタンのプロジェクトをその要因に当てはめた。プロジェクトは開始されたばかりであり、その成否は述べる事ができない。現段階では、生産者に支払われた金額は、村の平均金額の 2 倍ほどになっており、日本での販売を継続的なものにできれば、長期的な生産者の所得の向上を見込むことができる。しかし、未だ活用すべき外部の情報や要因は満たしていないものが多く、日本での販売促進とそれに応える生産者の増加を早急な課題とし、取り組む必要があると結論づけた。今後生産者の組織化によって地元政府のサポートや、銀行への融資の申請、観光業との連携も可能になるだろう。また、シェムリアップ州で RH の買い取りを行なっている企業

や個人が協力して、全体のRH産業の組合や組織を立ち上げることも重要な選択肢である。それにより、原料確保の効率化、RH価格の向上と維持、そして助成金やNGOからのサポートも可能になる。それらが達成されれば、より広範で持続的な生産者の所得向上と生活の改善につながるであろう。

本論文の目的は、農村の産業従事者が所得向上を得て、より良い生活をするために、零細事業のビジネス化による所得向上の可能性を検討することであった。そのために、フィリピン(CTC)、ベトナム(GC)、カンボジア(ADA)について分析した結果、ビジネス化による所得向上が確認された。加えて、カンボジア農村部の調査結果でも、零細事業のビジネス化が所得向上に貢献する可能性も明らかになってきた。しかし、そのためには技術の有効活用と商品管理、市場開拓、持続性をもった事業の運営、外部資金へのアクセスなどを包括的なアプローチによって行っていくことが必要である。また、それを一部だけでなく地域全体で波及させるには、外部者同士が同じ目的や指針を持って事業を行い、協力していくことが重要である。そうすることでRH産業は農村部の人々の所得向上につながる産業に成長するのである。

これまでカンボジアの研究では、農村における所得機会としての零細事業の重要性について述べられたものがほとんどであった。しかし本論文では、事例研究と農村の調査結果から、農村部の所得向上が持続性を持つためには、ビジネス化に関する内的要因、外部の情報や要因及び生産者のインセンティブが重要であることを指摘している。さらに、カンボジアのRH産業を調査に留まらず、実際のプロジェクトとして実行、分析している点が本論文の独自性であると言えるだろう。

しかし、ビジネス化が真に農村の零細事業従事者の所得向上とよりよい生活をもたらす手段となりうるかについては、現状から予測される展望を述べたのみである。農村部のビジネス化による所得向上が有効な手段となりうる成否が述べられるまでの具体的な分析には至っていない。今後は、ビジネス化に成功した企業たちが実際にその過程で行なってきた課題に対するアプローチをさらに詳細に分析する必要がある。加えて実践的研究では、ここで述べてきた活用すべき外部の情報や要因を実際に実行し、その過程を積み重ねていくことで、より深部まで至ることができる確かな分析となるであろう。

目次

はじめに.....	1
第1章 カンボジア王国の概要	4
はじめに.....	4
1-1 地理的概要と民族、歴史	4
1-1-1 カンボジアの地理と気候.....	4
1-1-2 カンボジアの人口と民族構成.....	6
1-1-3 カンボジアの歴史.....	6
1-2 カンボジアの経済社会状況	8
1-2-1 経済状況.....	8
1-2-2 教育、保健状況.....	13
1-3 カンボジアにおける開発への取り組み	16
1-4 カンボジアの農村部	21
1-4-1 農村の貧困と教育、保健状況.....	21
1-4-2 カンボジア・シェムリアップ州の概要.....	27
まとめ.....	27
参考文献.....	29
第2章 開発アプローチの多様化と開発途上国の農村部零細事業	30
はじめに.....	30
2-1 経済社会開発アプローチ	30
2-2 開発とビジネス	32
2-2-1 開発アプローチとビジネス.....	32
2-2-2 本論文におけるビジネス化の概念と重要性.....	37
2-3 開発途上国農村部の零細事業	39
2-3-1 開発途上国農村部の経済、社会状況.....	39
2-3-2 開発途上国農村部の零細事業.....	40
まとめ.....	42
参考文献.....	43
第3章 農村部零細事業のビジネス化事例	45
はじめに.....	45
3-1 農村部零細事業のビジネス化	45
3-2 フィリピンにおけるココナツ産業の事例	46

3-3	ベトナムにおけるラタン手工芸品産業の事例	52
3-4	カンボジアにおける手工芸品産業の事例	55
	まとめ	58
	参考文献	60
第4章	カンボジアのラタン産業の現状と課題	61
	はじめに	61
4-1	カンボジアにおけるラタン産業の始まりと現状	61
4-2	先行研究	62
4-3	ラタン手工芸品生産村の現状と課題 -カーサン村の調査を例に-	64
4-3-1	カーサン村について	64
4-3-2	生産者世帯の経済状況	67
4-3-3	ラタン手工芸品の生産状況	70
4-4	ラタン手工芸品生産者への支援の実例から得られた現状と課題-アレクスヴァイ村を例に-	80
4-4-1	アレクスヴァイ村について	80
4-4-2	回答者の基本情報	81
4-4-3	支援内容について	82
4-4-4	生産スキルの状況	83
4-4-5	取引交渉について	84
4-4-6	原材料の調達	85
4-4-7	生産状況	85
4-4-8	回答者の生計状況	86
4-4-9	支援後の変化	87
4-4-10	アレクスヴァイ村における RH 産業の現状と課題	87
	まとめ	89
	参考文献	91
第5章	農村部所得向上におけるビジネス化の可能性	93
	はじめに	93
5-1	ビジネス化成功の要因	93
5-1-1	潜在商品と生産者 (内的要因)	95
5-1-2	組織化を円滑にするための基盤 (内的要因)	96
5-1-3	リーダー (内的要因)	98
5-1-4	自己資金 (内的要因)	99

5-1-5	技術の有効活用と商品管理に対する外部支援（活用すべき外部の情報や要因）	99
5-1-6	外部者を活用した市場開拓(活用すべき外部の情報や要因)	101
5-1-7	外部者を活用した事業の持続性（活用すべき外部の情報や要因）	103
5-1-8	外部資金アクセス（活用すべき外部の情報や要因）	103
5-1-9	包括的アプローチ	104
5-2	シェムリアップ州ラタン手工芸品産業のビジネス化による所得向上の可能性	105
5-2-1	潜在商品とその生産者(内的要因)	105
5-2-2	組織化を円滑にするための基盤(内的要因)	106
5-2-3	リーダー(内的要因)	107
5-2-4	自己資金(内的要因)	108
5-2-5	技術の有効活用と商品管理に対する外部支援（活用すべき外部の情報や要因）	108
5-2-6	外部者を活用した市場開拓(活用すべき外部の情報や要因)	108
5-2-7	外部者を活用した事業の持続性（活用すべき外部の情報や要因）	109
5-2-8	外部資金アクセス（活用すべき外部の情報や要因）	110
5-2-9	包括的アプローチ	110
5-2-10	ビジネス化による生産者へのインセンティブ	111
5-3	ブラユース村におけるプロジェクトの概要	112
5-3-1	潜在商品と生産者の存在(内的要因)	113
5-3-2	組織化を円滑にするための基盤の存在(内的要因)	113
5-3-3	リーダー(内的要因)	114
5-3-4	自己資金(内的要因)	114
5-3-5	技術の有効活用と商品管理に対する外部支援（活用すべき外部の情報や要因）	114
5-3-6	外部者を活用した市場開拓(活用すべき外部の情報や要因)	116
5-3-7	外部者を活用した事業の持続性（活用すべき外部の情報や要因）	117
5-3-8	外部資金アクセス（活用すべき外部の情報や要因）	117
5-3-9	包括的アプローチ	117
5-3-10	ビジネス化による生産者へのインセンティブ	119
	まとめ	120
	参考文献	122
	おわりに	124
	付録	128
	付録1 カーサン村調査アンケート表	128
	付録2 カーサン村調査集計表	132

付録3	アレクスヴァイ村アンケート表	137
付録4	アレクスヴァイ村調査結果一覧	143
付録5	シエムリアップ州ラタン手工芸品産業に関する写真資料	144
付録6	主な貧困指標の定義と算出方法	147

はじめに

東南アジアの一国であるカンボジアは、これまで国際社会やカンボジア政府による援助を中心とした努力によって、経済成長を遂げ、貧困削減も達成してきた。しかし、未だ他の東南アジア諸国と比較すると GDP、GNI ともに低水準であり、貧困率も最も高い。そして、その貧困層の大部分が農村に偏在している。東南アジアの中でも、特に農村部の居住者の割合が高いカンボジアにとって、農村部の開発が国全体の発展に大きく影響することは言うまでもない。

これまで国際社会は様々なアプローチによって開発途上国の開発を試み、その主な方法として用いられてきたのは援助であった。国際社会の膨大な努力によって、貧困問題をはじめとした開発問題は、確かに解決の方向へと改善されてきた。しかし、その援助によるアプローチでは、経済的アプローチにしても、社会開発アプローチにしても、開発途上国が受け身のままでは、持続的で自立した成長に繋がることがなかったことは国際社会の経験上明らかである。加えて開発途上国の状況は国によって異なり、全ての開発途上国に適用可能な開発アプローチを構築することは難しい。これらの経験を踏まえて、国際社会はより持続的で多面的なアプローチの重要性を認識している。そして、それを実現しようとする一つの手段がビジネスによるアプローチである。

本論文で研究の対象とするシェムリアップ州は、世界遺産アンコール遺跡群を内包する観光都市である。そのため、世界中から観光客が集まり発展してきたが、それは一部にしか過ぎない。人口の大多数が農村に居住し、その多くが貧困層である。これらの地域には観光業による恩恵は届かず、また工業化も進んでいない。人々の雇用の受け皿となる産業が育っていないのが現状である。そのため人々は昔ながらの農業や家庭内外での零細事業に従事してきた。特に広く見られるのがラタン手工芸品 (Rattan Handicraft: RH) 生産で、国内で生産される RH の約 8 割をシェムリアップ州が占めている。

本論文の題目は「カンボジア農村部零細事業のビジネス化による所得向上の可能性について—成功事例と農村調査の結果を中心に—」である。その目的は、カンボジア、シェムリアップ州農村部における RH 産業のビジネス化の現状を明らかにし、フィリピン、ベトナム、カンボジアの事例からビジネス化による所得向上の成功要因及び、対象地域における適用可能性を探り、将来性を検討することである。ビジネス化とは、商品価値を高める潜在性をもっている物を見だし、付加価値をつけること、それを効率的に生産、販売するための組織化を行うことによって、利益をあげ、企業とステークホルダーの発展を目指すことであると定義する。ここでは、もともとその地域で行われていた零細事業に対して主に外部者がその地域に不足しているものを満たしながら組織化を行い、収益性のある事業として成り立たせていくための過程を表すために「ビジネス化」という言葉を独自で用いた。本論文においては所得向上を目的としており、その目的を達成するための過程が「ビジネス化」を意味する。

また、近年では CSR¹やコーポレート・ガバナンス²が重要視され、企業は自らの利益だけでなく、

¹ Corporate Social Responsibility の略であり、「企業の社会的責任」を意味する。萩原 (2005) によれば、社会的存在としての企業の役割を強調する視点であり、企業が活動の基盤とする社会との関わりにおいて負う責任である。

そのステークホルダーの利益を確保しながら、環境や文化に十分に配慮し、長期的に企業の価値を高め、発展していくことが求められる。そのため、ここでいう「ビジネス化」も長期的に企業と地域の発展を目指すことを前提に想定した。取り扱った事例及び研究対象とした地域における検証は、その生産者をはじめとしたステークホルダーの利益に考慮し、発展を遂げたものである。ここで用いる「ビジネス化」は大規模な産業化を表すものでなく、農村の人々の利益や生活、文化にも目を向けつつ、共に企業と地域が発展していくことを指す。

上記の目的を明らかにするため、本論文は5章で構成する。まず、第1章では対象地域として選定したカンボジアについて概要を把握する。カンボジアが開発から取り残されてきた要因はその歴史や政治的理由に因るところが大きい。そのため、1-1ではカンボジアの地理的概要と民族、歴史について振り返り、政治的な混乱が長期に亘って存在したことを述べる。続く1-2では経済及び教育、保健の観点から最貧国であるカンボジアの開発状況の遅れについて説明する。さらに1-3ではカンボジアにおける開発への取り組みについて把握する。貧困削減を柱とした政府の開発政策はその対象を徐々に広げ包括的に人々の生活を改善させようとしている。同時に、開発段階に応じた国際機関の支援と援助、そしてNGOの取り組みは大きな意味を持っていた。しかし、こうした開発の影響は農村部にはわずかでしかない。その状況を明らかにするために、1-4ではカンボジアの農村部について、貧困や保健、教育の現状を把握する。また、対象地域であるシェムリアップ州の概要を紹介するのもこの節である。

続く第2章では、開発アプローチが多様化してきた歴史と開発途上国の農村部及びその零細事業について述べる。2-1では、初期の経済成長を中心に据えた経済開発アプローチから、経済成長だけでは開発に至らないということから行われるようになった社会開発アプローチについて述べる。続いて2-2では、本論文のテーマでもあるビジネスによる開発アプローチについて述べる。これまでの経済社会開発アプローチは、政府や国際機関が援助を中心的なツールとして用いてきた。ビジネスによる開発アプローチは、こうした開発課題を主に企業的な手法を取り入れることで解決を試みるものである。同時にそれらは開発途上国の人々自身が開発に参加し、ビジネスを行いながら経済成長や社会状況の改善を目指すことを意味する。また、2-3では、本論文の対象となる開発途上国の農村部の状況と農村部居住者の多くが従事する零細事業の特徴について説明する。零細事業とは個人や家族単位で行われている小規模で非効率的な事業を指す。企業的な手法の取り入れによって零細事業の振興が行われれば、農村における所得向上と生活改善が可能になる。

第3章では、零細事業のビジネス化による所得向上の要因を探る。そのため、農村において既存の零細事業をビジネス化し、雇用を生むことでコミュニティの活性化や人々の所得の向上に成功した事例の研究を行う。まず3-1で農村の零細事業のビジネス化について定義づけを行う。続く3-2ではフィリピンで廃棄されるココナッツの皮から土木工事などに使われるジオテキスタイルを主に生産する

² 企業統治と訳され、その定義は様々である。株主のための経営監視のための仕組みともしばしば捉えられるが、ここでは企業の不正行為の防止やステークホルダーに対する利害関係の調整などといった、相互に経営を監査する仕組みであるという意味合いで用いる。

ココテクノロジー社を取り扱う。さらに3-3では政府と企業、組合が協力し収入の向上に成功したベトナムのラタン産業における事業化を紹介する。最後に、3-4では手工芸品生産者を雇用し、高品質な絹や彫刻などを生産し、観光客向けに販売しているカンボジアのアーティザン・アンコールの事例を検証する。これらの事例から導き出された要因は第5章で詳しく分析する。

第4章では、カンボジアのシェムリアップ州で零細に行われているRH産業の現状を確認し、ビジネス化されていない農村の零細事業が抱える課題を明らかにする。農村の貧困率の高いカンボジアにおいて、副業として世帯収入を補助してきたものの一つがRH生産である。まず、4-1では、カンボジアのラタン産業の現状を先行研究と貿易データ、仲介人へのインタビューをもとにまとめる。カンボジアのRH産業は技術的な発展を遂げておらず、未加工のラタンの輸出が多くを占めるため、輸出量に対して輸出額が低い。そのため、技術的な発展によって成長の余地がある。4-2では、これまでのカンボジア及び他国の先行研究をもとに、手工芸品産業による所得向上の可能性とシェムリアップ州のRH生産者の経済社会状況を述べる。農村において手工芸品産業は貴重な所得機会であるが、シェムリアップ州では多くのRH生産者が1日あたり1ドル以下で生活をしている。4-3ではカンボジアの農村のRH産業の現状をカーサン村におけるインタビュー調査をもとに明らかにする。この調査は、2016年2月6日と2月7日の2日間で行われた。カーサン村が生産しているRHは先行研究の村々と似通っているため、この村を調査地とした。この調査では、主に生産の状況に着目し、生産における課題と十分な所得を得られないながらも続けられてきた背景について明らかにする。また、4-4では外部からの支援によってRH生産者の所得向上が見られるかをNGOの支援が行われていたアレクスヴァイ村においてインタビュー調査をもとに検証する。

それらを踏まえ、第5章では農村居住者の所得向上に向けた零細事業のビジネス化の可能性について述べる。まず5-1では、第3章の事例研究から明らかとなったビジネス化成功の要因を整理し、その重要性について述べる。続く5-2では、5-1と第4章のRH産業の調査研究に基づいて、そのビジネス化の可能性について検討する。最後の5-3では、RHを日本で販売するフランジパニラタン(Frangipani Rattans 以下FGR)を例に、より現実的なRH産業における所得向上の可能性について述べる。

第1章 カンボジア王国の概要

はじめに

カンボジアは東南アジアの一国であり、近年順調な経済発展を遂げている国である。しかし、東南アジア諸国の中では、経済、社会状況でも未だ低水準に留まっている。また、大多数が農村部に居住しており、その貧困率も深刻である。本論文では、農村部の零細事業における所得向上を検討する対象としてカンボジアを選択した。カンボジアは他の東南アジア諸国に比べても、農村人口の割合が高く、貧困率も高い。そのため、農村部で多くの人々が従事する零細事業の発展が、カンボジアの発展に大きく結びつく可能性が高いからである。そのため、本章においてはカンボジアの現状と課題を把握する。まず、1-1 ではカンボジアの地理的概要と民族、歴史について述べる。続く 1-2 では経済及び教育、保健状況について述べ、1-3 ではカンボジアにおける開発への取り組みについて把握する。そして、1-4 でカンボジア農村部について、その貧困状況、教育、保健状況を把握し、対象地域であるシェムリアップ州の概要について述べる。

1-1 地理的概要と民族、歴史

1-1-1 カンボジアの地理と気候

インドシナ半島に位置するカンボジアは、西はタイ、北はラオス、東はベトナムと全長 2,572km に渡って国境を接している。また、タイ湾に面して 440km にわたる海岸線を有す。国土面積は 18 万 1,035 平方キロメートルである。図 1-1-1 は東南アジア諸国の地図である。

図 1-1-1 東南アジア諸国の地図



出所：三角形、2017、「白地図専門店」ホームページ(<http://www.freemap.jp/>)より作成。

図 1-1-2 カンボジアの地図



出所：三角形、2017、「白地図専門店」ホームページ(<http://www.freemap.jp/>)より作成。

カンボジアの地形は国土の約 3 分の一が標高 25m より低い低地、平野部³だが、その中央平野部を南部以外は山岳地帯が取り囲んでおり、自然環境に基づいて 4 つに地域に分けられている。まず、首都プノンベンを含む平野地域がメコン川下流の中南部に位置し、その恩恵を受けた肥沃な土地では米作を中心とした農業が行われている。この地域は、カンボジアで最も人口と人口密度が高く、全人口の 49.2%⁴が集中している。次に、東南アジア最大の淡水湖であるトンレサップ湖を取り囲む、トンレサップ地域である。雨季と乾季では水位が大きく変化することから、乾季は周辺地が湿地となり、稲作、畑作が行われている。また、湖には豊富な漁業資源があり、多くの人々が漁業に従事している。2 番目に人口が多い地域で、全人口の 32.2%⁵が居住している。南西部の海岸地域は最も降雨量が多く、その気候条件から良質な胡椒、ドリアンなどの栽培がされている。さらに、近年では観光地として注目され、開発が進められている。近年人口は減少傾向にあり、国内で占める割合は約 7.0%⁶しかない。標高の高い高原山岳地域には、少数民族が多く居住している。人口密度、農業生産性が低く、カンボジアで最も貧困率の高い地域とである。人口比は全体の約 11.7%⁷である。カンボジアは北緯 11 度から 15 度にまたがる熱帯地域で、インドシナ半島に特徴的なモンスーン気候帯に位置し、モンスーンの影響を非常に強く受ける。5 月から 11 月の雨季は南西の季節風が大量の雨をもたらし、12 月から

³ 三井住友海上火災保険株式会社 (2014)。

⁴ National Institute of Statistics, Ministry of Planning (2014)。

⁵ 同上。

⁶ 同上。

⁷ 同上。

4月には乾いた北東風の吹く乾季となる。異なる4つの地域区分では、気候も異なるが首都プノンペンでは年間平均気温は27度前後である。稲作はごく一部の地域を除き、天水に依存した雨季作を基本としている。そのため年間降雨量の変動によって農業収穫量が大きく影響を受けている。

1-1-2 カンボジアの人口と民族構成

カンボジアは内戦と虐殺の影響により、1974年に756万人だった人口は1980年には約670万人にまで減少した。しかし、若年層を中心に回復し近年も都市人口が増加傾向にある。2015年の人口は、約1,560万人と当時より2倍以上に増加している。しかし、都市人口が全体の約21%であるのに対し、農村人口が約79%と、農村人口が圧倒的に多い。男女比は約94.3%で、女性人口の方が多い⁸。

民族構成は、クメール人が大部分を占め推計97.6%、次にチャム人(約1.2%)、中国人(約0.1%)、ベトナム人(約0.1%)と続き、その他が約0.9%(2013年推計)である⁹。使用言語もクメール語が約97.1%、少数民族言語が約2.3%、ベトナム語が約0.4%となっている¹⁰。宗教では国教である上座仏教が約98%を占め、イスラム教が約1.1%、キリスト教が約0.5%等である¹¹。古代インド文明が伝来し、ヒンドゥー教が受容されたカンボジアでは、現在もその影響を強く残しているが、13世紀に上座部仏教が伝来しミャンマー、タイ、ラオスとともにその文化圏を形成した。しかし、ポルポト時代に僧侶の殺害や寺院、仏像の破壊が行われた。人々はポルポト政権崩壊後寺院を立て直し、現在ではその数も回復している。

1-1-3 カンボジアの歴史

カンボジアの歴史は先史期、プレ・アンコール期、アンコール期(802年～1431年頃)、ポスト・アンコール期(1431年頃～1863年)、そしてフランス植民地期(1863年～1953年)という時代区分によって捉えることができる(上田、岡田、2006、152頁)。アンコール期には積極的に遠征や進出が行われ、12世紀から13世紀にかけては東南アジアに大きく領土を広げ、最盛期を迎えていた。この頃にスールヤバルマン2世(在位1113～1150頃)によって30数年かけて、ヒンドゥー教の思想に則って建立されたアンコールワットは、その強い権力の象徴でもある。その後のポスト・アンコール期では、ラオス、マレー、チャム、欧州、ベトナム、華人の介入を受け、また同時期に王室の内紛もあったため、その勢力は弱まっていた。そして、東からベトナム、西からタイの侵攻を受け、それぞれ支援を受けながら東西に分裂することとなった。19世紀は西部3州がタイ、東部はベトナム領となっていた。

それと時を同じくして、フランスは着々と海外進出を進めていた。1867年、カンボジアが従属関係にあったタイは、フランスを保護国として認め、フランスはその後さらに植民地政策を強化した。1887年には、アンナン、トンキン、コーチシナと統合し、フランス領インドシナ連邦の一部となり、カン

⁸ World Bank Group, World Bank Open Data (2017).

⁹ Central Intelligence Agency (2017).

¹⁰ 同上。

¹¹ 同上。

ボジアは自治権を失った。フランスの植民地期は1世紀近く続いたが、重税や賦役のため、王宮前集会や暗殺が起り、フランスの植民地支配は次第に不安定になっていった。1945年、日本の保護のもとフランスの武装解除が行われた。そして、王位に就いていたノロドム・シハヌークが、フランスの保護条約失効とカンボジアの独立を宣言した。しかし、同年日本が連合国に降伏したため、間もなく独立は取り消され、フランス支配が再開されてしまった。シハヌークは、フランス、アメリカ、タイを回って、世界世論に訴えかけ、1953年、ついに完全独立を果たした。

完全独立を達成したシハヌークは1955年に王位を父スラムリットに譲り、政治団体サンクム・リア・ニヨム（人民社会主義共同体）を結成した。1960年代前半はカンボジアにおいて最も安定し、シハヌークの農業開発、工業化の促進によって社会・経済発展を遂げた。しかし、その安定は実に短く、1960年代後半は、東西冷戦の影響で米軍の爆撃を受け、米国との関係が悪化する。次第にシハヌークの政策に陰りが見え始め、この頃地下活動を始めていたサロト・サル（のちのポル・ポト）は共産勢力の中心人物となっていた。この勢力が「クメール・ルージュ」である。シハヌークの政策に不満を持ち始めていた知識人たちはこの活動に参加していき、勢力を強めていった。そして、1970年3月、シハヌークの外遊中に、親米派のロン・ノル将軍が無血クーデターを起こし、シハヌークは追放された。これによって、王政が廃止されたカンボジアは共和制の「クメール共和国」となった。シハヌークは、北京で「カンプチア民族統一戦線」を結成し、クメール・ルージュとともにロン・ノル政権に対抗した。カンプチア民族戦線の中でクメール・ルージュは支配領域を広げ、1975年ロン・ノルは家族とアメリカに脱出、民主カンプチア政権が樹立された。

政権樹立後、ポル・ポトは極端な共産主義社会を目指し政策を進めていった。1975年、プノンペン
の住民は強制退去をさせられ、地方で農作業に従事させられた。また、その際多くの知識人、僧侶や教師などは、反乱を起こす可能性があるとして、虐殺の対象となった。しかし、虐殺に加えて飢餓や病気による百万人を超える人的資本の損失により次第に民主カンボジアは弱体化し、1979年、ベトナムの支援を受けたヘン・サムリン政権が新政権を樹立した。当時、幽閉されていたシハヌークは解放されたが、10年間北京に滞在し、ヘン・サムリン政権に対抗して民主カンボジア連合政府を結成した。その後、ヘン・サムリン政権との対立は1991年のパリ和平協定締結まで続くこととなった。

1989年、冷戦の終結によってベトナム軍は撤退しカンボジアは国名を「カンボジア国」とした。カンボジアは外国支援を受けながら、シハヌーク殿下とヘン・サムリン政権のフン・セン首相による会談が行われた。そして、1989年カンボジア和平のための国際会議（パリ会議）が開催され、1991年にカンボジア和平のための国際協定（パリ和平協定）が締結された。また、「国連カンボジア統治機構（UNTAC: United Nations Transitional Authority in Cambodia）」が設立され、総選挙までの具体的な準備がなされた。そして、1993年5月に行われた総選挙の結果、シハヌークは再び王位に就き、カンボジア王国が誕生した。そしてフンシンペック党のラナリット殿下と、人民党のフン・センによる連立内閣が成立した。その後両政権の武力衝突などにより、カンボジアは国際社会からの信用を得ることはできず、1999年ようやくASEANに加盟した。

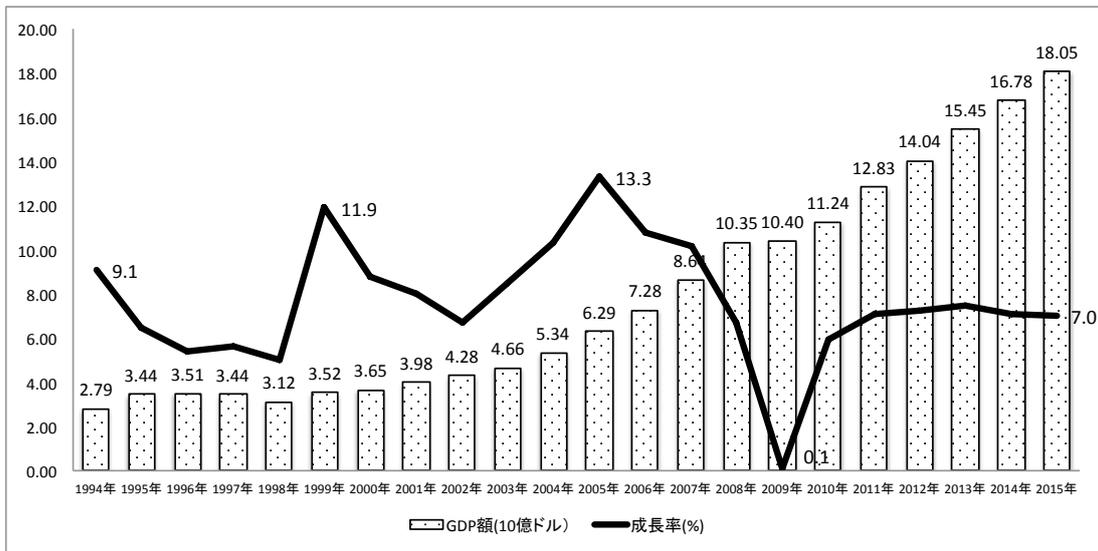
1-2 カンボジアの経済社会状況

1-2-1 経済状況

カンボジアは23の州 (provinces) と1つの特別市 (municipality)、197の郡(districts)、1,631の行政区 (communes)、14,119(villages)の村で構成されている¹²。

図1-2-1はカンボジアの実質GDP成長率の推移である。特にASEANに加盟した1999年と、世界貿易機関(World Trade Organization:WTO)加盟後の2004年から2007年までは、10%を超える成長率を記録した。その後、2009年に前年のリーマンショックによる影響のため、約0.1%にまで落ち込んだが、2010年には6.0%に回復し、2011年以降は、7.0%を超え推移している。2000年以降の経済成長については、繊維縫製業の輸出の大規模な拡大や世界遺産アンコールワットを中心とした観光業の拡大が貢献した。

図1-2-1 1994年～2015年カンボジア実質GDP総額と成長率の推移



出所：World Bank Group、National Accounts Data and OECD National Accounts Data(2016)より作成。

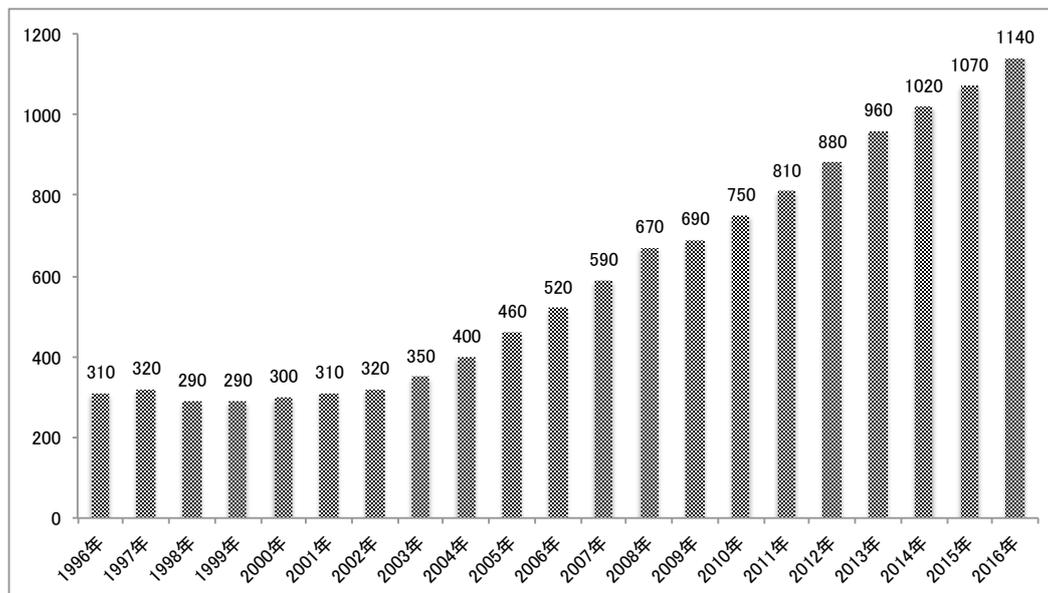
カンボジアは1990年代までは人口の約9割が第一次産業に従事する米作を中心とした農業国であった。しかし、1991年にパリ和平協定が締結すると、計画経済から市場経済への移行が進められ、大規模な構造変化が起こった。その転換以降カンボジアは、順調な経済成長を遂げてきている。この時期のカンボジアの経済成長要因として、廣畑(2016)は、1995年に主要生産品目である米の生産量が大幅に回復したことや、1994年以降の主に繊維縫製業への外国直接投資の増加による工業化の促進、多数の国際援助機関などによる援助活動が直接的、間接的に寄与したことなどを挙げている。

図1-2-2は一人当たり国民所得の推移である。1996年は310ドルであったが、2016年は1,140ドル

¹² National Institute of Statistics, Ministry of Planning(2015).

ルとなり、20年間で4倍近く増加している。世界銀行は、2015年にカンボジアを1,045ドル以下の「低所得国」から、1,046～12,745ドルまでとする「低・中所得国」への分類に見直したと発表した。

図 1-2-2 一人当たり GNI(米ドル)の推移(1996-2016)



出所：World Bank Group、National Accounts Data and OECD National Accounts Data (2016)より作成。

しかし、ASEAN 諸国の中でカンボジアの一人当たり国民所得は未だ最も低い。表 1-2-1 は ASEAN 諸国の GDP 値、1人あたり GNI 値をまとめたものである。一人当たり GNI において、続いて低いミャンマーは、2015年が1,280ドル、ラオスが1,730ドルとなっている。ASEAN 諸国の中ではシンガポールが圧倒的に高く、52,090ドルであり、カンボジアと比較するとおよそ50倍の差があり、カンボジアが現在も ASEAN 地域において、所得水準が低いままである¹³。

2016年におけるカンボジアの GDP 額は200億ドル、GNIが187億ドルと他の ASEAN 諸国平均と比較しても圧倒的に低く、1人あたり GNI 値に至っては ASEAN 諸国の中で最下位であり、平均値の9分の一程度でしかない。また、最も高いシンガポールは約45倍もの値となっており、同じ ASEAN 諸国でも大きな差が開いている。ASEAN 諸国の中で特に発展が遅れたとされる CLMV¹⁴諸国と比較しても、カンボジアが圧倒的に低く、ミャンマーの2016年のデータはまだないが、ラオスと比較して1,000ドルも差がある。カンボジアの所得レベルは他の ASEAN 諸国と比較しても低水準に取り残されてしまっていることが明らかである。

¹³ World Bank Group (2017).

¹⁴ ASEAN 諸国の中で主に政治的要因により経済成長が遅れてきたとされてきたカンボジア、ラオス、ベトナム、ミャンマーの4カ国の頭文字をとった総称(廣畑、2004)。

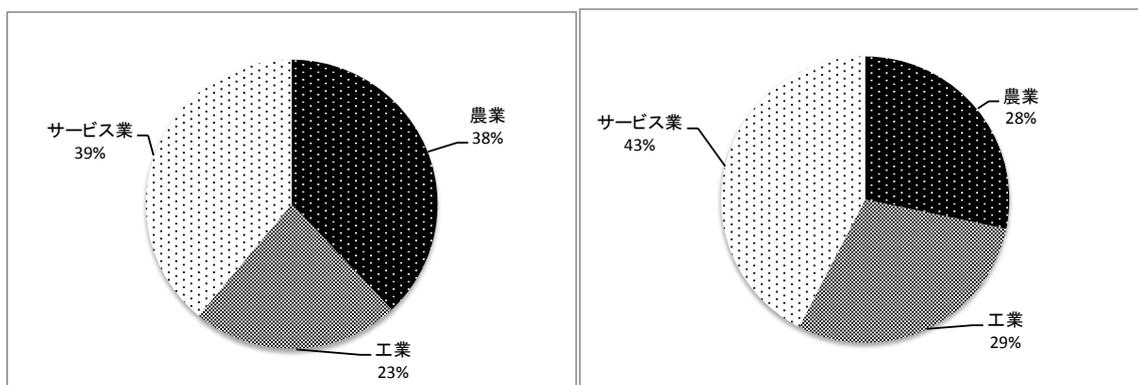
表 1-2-1 ASEAN 諸国の GDP と GNI

	GDP 億ドル 2016年	順位	一人当たりGDP ドル 2016年	順位	GNI 億ドル 2016年	順位	一人あたりGNI ドル 2016年	順位
ブルネイ	114	10	26,839	2	-	-	-	-
カンボジア	200	8	1,270	10	187	7	1,140	8
インドネシア	9,322	1	3,570	5	9,006	1	3,400	5
ラオス	159	9	2,353	7	152	8	2,150	6
マレーシア	2,964	5	9,503	3	2,880	4	9,850	2
ミャンマー	674	7	1,275	9	-	-	-	-
フィリピン	3,049	3	2,951	6	3,670	3	3,580	4
シンガポール	2,969	4	52,961	1	2,875	5	51,880	1
タイ	4,068	2	5,908	4	3,865	2	5,640	3
ベトナム	2,026	6	2,186	8	1,909	6	2,050	7
ASEAN諸国平均	2554.5		10881.6		3068		9,961	
CLMV諸国平均	765		1,771		749		1,780	

出所：World Bank Group、World Development Indicators 2017 Online Tables より作成。

図 1-2-3 は 2000 年と 2015 年のカンボジアの産業別 GDP 構成をそれぞれ示している。特に変化が大きいのは農林水産業の占める割合で、約 10%ポイントも減少している。1995 年には半数近い構成比であったカンボジアにおける農林水産業が占める割合の減少は顕著である。農林水産業に代わって成長したのが製造業を含む工業とサービス業で、それぞれ 6%ポイントと 4%ポイント成長している。成長する工業の中心となっているのが製造業(全体の 17%を占める)で、その中でも繊維産業は成長著しい。しかし、ASEAN 諸国と比較すると、GDP 構成比で農林水産業を占める割合が最も高いのはカンボジアである。ブルネイやシンガポールなど一人当たり GDP 水準の高い国では農業部門は 1%未満¹⁵で著しく低い。

図 1-2-3 カンボジア産業別 GDP 構成比(2000 年と 2015 年)



出所：World Bank Group、World Development Indicators 2017 Online Tables より作成。

¹⁵ World Bank Group (2017).

表 1-2-2 に産業別労働人口の推移をまとめた。2012 年の農業部門の労働人口は、1997 年に比べて 170 万人近く増加しているものの、その割合は 7.7%ポイント減少している。工業、サービス業は増加傾向にあり、それぞれ 6.2%ポイント、1.5%ポイント増加している。GDP 構成比の推移と同様に、農業の割合が減少し、工業、サービス業が増加傾向にある結果となった。

廣畑(2016)はカンボジアの産業構造の特徴として①伝統的な農業・家内制手工業とアンコール遺跡群を擁する観光業の存在、②近代的な工業としての繊維縫製業の継続的な成長、③国内の伝統産業と外資系近代産業の二重構造の形成、④国際援助機関等による支援と援助関係者の生活関連の需要が大きいこと、⑤投資・貿易・金融等の自由化と規制緩和が進められたことで経済の国際化が急速に進展しているとまとめている。特に伝統的な農業による収入の補填として家内制手工業がよく見られるのがカンボジア農村部において特徴的である。以前は、そうした家内制手工業で生産される製品はほとんどが日用品として利用されていたが、近年では観光客向けの土産物が目立ってきている。

表 1-2-2 カンボジアの産業別労働人口の推移

産業分類	1997年		2002年		2007年		2012年	
	労働人口 (千人)	割合 (%)						
農業	3491.9	78.8	4479.8	70.0	4927.8	72.3	5178	71.0541
工業	152.4	3.4	567.2	8.9	624.1	9.2	704	9.66051
サービス業その他	785.4	17.7	1352.8	21.1	1264.5	18.6	1405.3	19.284

出所：Asian Development Bank, Key indicators of Asia and Pacific より作成。

注：表中の農業には、農業、畜産、漁業、林業が含まれている。工業は、鉱業、製造、電気、ガス、水道、建設である。また、サービス業その他には、商社・貿易、ホテル・レストラン、運輸・通信、金融、公共機関、不動産、その他サービスが含まれる¹⁶。

図 1-2-4 にカンボジアの FDI 流入額及び対 GDP 比の推移をまとめた。1995 年の 1.5 億ドルから 2015 年には 17 億ドルにまで増加している。カンボジアでは、1994 年の投資法の施行を契機に積極的に投資誘致政策を実行してきた。2003 年には改正投資法を施行し、「適格投資プロジェクト」の認定を受けることにより、法人税の免除、輸入税の免除、輸出税の免除が受けられるよう整備された。そして、2005 年に経済特別区(Special Economic Zone :SEZ)制度が導入され、さらに直接投資額は増加した。更には、2010 年から 2015 年にかけて急増しており、2 倍以上の額となった。適格投資認可件数を分野別に見ると特に工業部門への投資が多く、2011 年の分野別投資件数は 82 件¹⁷であった。そのうち、62 件が繊維・縫製産業である、投資額では、2006 年から 2011 年までで最も多いのは観光業であり、約 50%を占めている¹⁸。国別で見ると、中国が 4 分の 1 を占め、その次に韓国、マレーシアと続いている。中国の投資対象の多くは、経済特区外であり、経済特区内の投資に関しては、日本が最も多い¹⁹。FDI 流入額の増加や外国企業による技術移転などによってカンボジアの好調な繊維産

¹⁶ Ministry of Economy and Finance (2016).

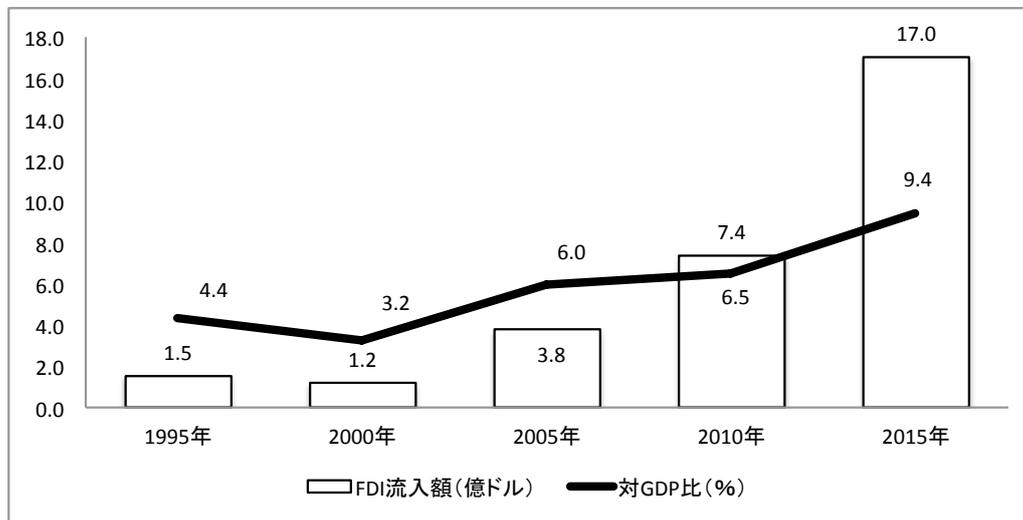
¹⁷ カンボジア開発評議会(2017)。

¹⁸ 同上。

¹⁹ カンボジア開発評議会(2017)。

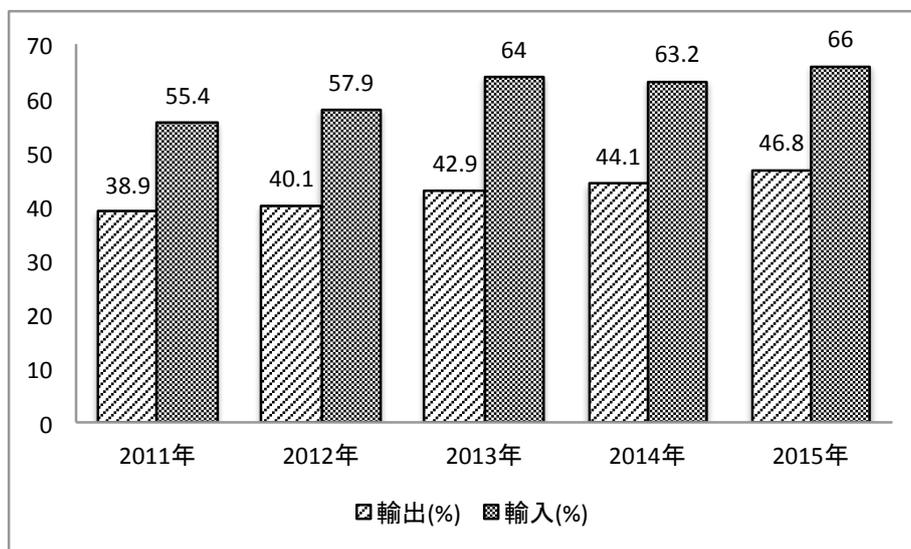
業の成長が支えられている。

図 1-2-4 FDI 流入額及び対 GDP 比推移



出所：World Bank Group、World Development Indicators 2017 Online Tables より作成。

図 1-2-5 貿易額の対 GDP 比の推移(2011 年～2015 年)



出所：Ministry of Economy and Finance, Cambodia Macroeconomic monitor Mid-Year Assessment 2016 より作成。

図 1-2-5 はカンボジアの貿易額の対 GDP 比の推移をまとめたものである。カンボジアの貿易総額は大幅に拡大しており、GDP に占める割合は 5 年間で輸出が 7.9%ポイント、輸入が 10.6%ポイント増加している。輸出総額は 2011 年には約 67 億ドルであったが、2015 年には 85 億ドルとなっている

20. そして、輸入総額は2011年に約61億ドルであったが、2015年には107億ドルにまで増加している²¹。カンボジアにおいて工業部門は成長してきているも未だ未熟であり、多くの品目を輸入に頼っており、慢性的な貿易赤字となっている。しかしながら、現在発展段階にあるカンボジアにおいて、燃料などインフラ整備や工業化に関する輸入は避けられないものであり、繊維産業の原材料となる織物などの輸入も約半数を占めている。

表1-2-3は輸出額合計と主要品目の成長率をまとめたものである。カンボジアの輸出額は増加傾向にあり、2012年の51.3億ドルから5年間で86.5億ドルに増加した。工業製品の輸出品目の中で最も大きなシェアを占める繊維・衣類は2012年からは縮小傾向にあるが、それでもカンボジアの輸出品目の中で大部分を占めており、主要産業として重要な役割を担っている。そして、カンボジアの輸出製品は他の製品へと多様化してきている。その他の製品には、電化製品やバイクなどが含まれるが2012年の8.2%から2016年には24.5%へと成長した。

表1-2-3 主要輸出品目の構成比と輸出額合計の推移

	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
繊維・衣類 (%)	88	80.3	78.1	74.7	73.5
ゴム (%)	3.2	2.8	2.1	2.1	1.9
木材 (%)	0.6	1.2	1.7	0.4	0.1
その他 (%)	8.2	15.7	18.1	22.8	24.5
輸出額合計 (億ドル)	51.3	61.5	68.1	78.7	86.5

出所：日本貿易振興機構、2017、日本貿易振興機構ホームページ、「世界貿易投資報告、カンボジア」、(<https://www.jetro.go.jp/world/asia/kh/gtir.html>)より作成。

1-2-2 教育、保健状況

表1-2-4にカンボジアの若年層及び成人の識字状況、表1-2-5にASEAN加盟国の識字率の比較をまとめた。カンボジアの教育制度は1970年代のポル・ポトによる独裁政権により崩壊し、学校、教員や、教科書の不足といった問題を抱えていた。そのため、1998年の15才以上の成人識字率は67.3%しかなく、改善はされたが2015年でも78.3%に留まっている²²。

15才以上成人識字率は75%で、15才～24才若年層識字率は87%である。また、ジェンダー別で15才以上成人識字率を見ると、男性が83%、女性が66%と、大きな差があるのに対して、若年層ではその差が2%となり、男女間の識字率の差は少なくなっている。1998年には76.3%であった若年層識字率は2015年には91.5%にまで改善されている²³。しかし、2015年の若年層の非識字者数は約27万人であるとされており、15才以上に関して言えば約230万人にもあたる人々が識字能力を持って

²⁰ World Bank Group(2017).

²¹ 同上。

²² 同上。

²³ 同上。

いないとされている。若年層識字率に関しては、ラオスの次に低いものの90%を超えており、他国と大差ない水準にまで達している。

表 1-2-4 識字率

	若年層識字率 (15-24才) 2005-14	成人識字率 (15才以上) 2005-14	非識字者数 (15-24才) 2015	非識字者数 (15才以上) 2015
女性	86.0%	66.0%	126,024	1,541,103
男性	88.0%	83.0%	145,682	766,122
計	87.0%	75.0%	271,706	2,307,225

出所：World Bank Group、World Development Indicators 2017 Online Tables(2017)より作成。

表 1-2-5 ASEAN 加盟国の識字率の比較(2015 年)

	若年層識字率(15-24才) (%)	成人識字率 (15才以上) (%)
ブルネイ	100	97
カンボジア	92	78
インドネシア	100	95
ラオス	90	80
マレーシア	98	95
ミャンマー	96	93
フィリピン	98	97
シンガポール	100	97
タイ	99	94
ベトナム	98	95
ASEAN諸国平均	97	92
CLMV諸国平均	94	87

出所：World Bank Group、2017、World Development Indicators 2017 Online Tables より作成。

表 1-2-6 は就学率及び修了率についてまとめたものである。初等教育に関して、就学率は男女ともに90%を超えているが、その修了率は半数にも届いていない。特に女子が54.6%であるのに対し、男子は40.8%のみである。識字率や就学率においては男女間の格差は解消され、初等教育の就学率、修了率においては男子より高い。しかし、高等教育の就学率は再び男子が女子を上回っている。中等教育の就学率は38.2%、高等教育の就学率は13.1%と学年が進むにつれてその数は減少している。2015年で、非就学児童の数は約21万人もいるとされ、彼らが教育を受けることのできる環境づくりや、被就学者の経済的な課題の解消、貧困削減を行う必要がある。

表 1-2-6 就学率、修了率及び非就学児童数

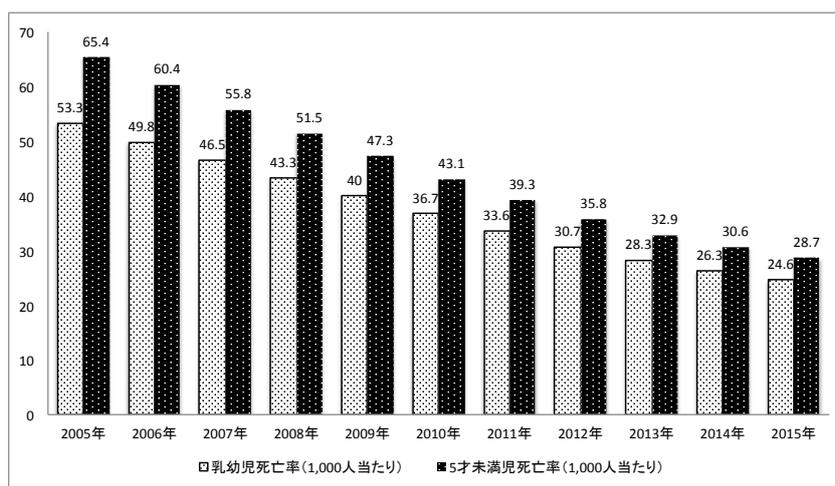
	初等教育純就学率 2015	初等教育修了率 2015	中等教育純就学率 2008	高等教育純就学率 2015	非就学児童の数 2015
男子	93.7%	40.8%	39.8%	14.3%	110,693人
女子	96.2%	54.6%	36.5%	11.8%	102,789人
計	94.9%	46.9%	38.2%	13.1%	213,482人

出所：World Bank Group、World Development Indicators 2017 Online Tables より作成。

注：データのない中等教育純就学率2008年のデータを用いているが、その他は2015年のデータである。

図 1-2-6 は 2005 年から 2015 年までのカンボジアの乳児及び 5 才未満児死亡率の推移である。2005 年には乳児死亡率は 53.3 人/千人であったが、2015 年には 24.6 人に減少した。また、5 才未満児死亡率についても、2005 年 65.4 人/千人であったが、2015 年には 28.7 人/千人と半数以下になっている。

図 1-2-6 カンボジアの乳児及び 5 才未満児死亡率推移(2005-2015)



出所：World Bank Group、World Development Indicators 2017 Online Tables より作成。

表 1-2-7 に ASEAN 加盟国の主な保健指標をまとめた。乳児死亡率は 1990 年時点ではカンボジアはラオスに次いで多く 85 人/千人であったが、2015 年には 25 人/千人にまで減少しており、他国と比較しても大きな改善が見られた。また、5 才未満児死亡率においても、約 3 分の 1 に減少しており、未だどちらも加盟国内では低水準ではあるけれども、平均に近い数値にまで改善していると言えるだろう。

出生時平均余命は 69 才であり加盟国内で 4 番目に短い数値であるが、CLMV 諸国では平均とほぼ変わらず、ASEAN 加盟国の平均と比較してもあまり大きな差はない。しかし、最も長いシンガポールや 2 番目のブルネイと比較すると 10 才程の開きがある。妊産婦死亡率はラオス、ミャンマー次い

で高く、10万人当たり161人である。カンボジアが含まれる低所得国平均は251人²⁴であるため、それよりは低い数値であるが、ASEAN 諸国や CLMV 諸国の平均よりも高く、今後も改善が必要である。

表 1-2-7 ASEAN 加盟国の保健状況比較

	乳児死亡率		5才未満児死亡率		出生時平均余命(年)	妊産婦死亡率
	1990年	2015年	1990年	2015年	2015年	2015年
ブルネイ	9	9	12	10	79	23
カンボジア	85	25	117	29	69	161
インドネシア	62	23	85	27	69	126
ラオス	111	51	162	67	67	197
マレーシア	14	6	17	7	75	40
ミャンマー	78	40	110	50	66	178
フィリピン	41	22	58	28	68	114
シンガポール	6	2	8	3	83	10
タイ	30	11	37	12	75	20
ベトナム	37	17	51	22	76	54
ASEAN諸国平均	47.3	20.6	65.7	25.5	72.7	92.3
CLMV諸国平均	77.75	33.25	110	42	69.5	147.5

出所：World Bank Group、World Development Indicators 2017 Online Tables より作成。

注：乳児死亡率と5歳未満児死亡率は（人/千人当たり）、妊産婦死亡率は（人/出産数10万当たり）の数値をそれぞれ表している。

1-3 カンボジアにおける開発への取り組み

カンボジアは、長期的な国内情勢の混乱後、多くの国際機関及び諸外国からの国際援助、また NGO の活動により復興してきた。また、カンボジア政府は様々な国際機関の支援を受けながら、国家復興開発プログラムや、社会経済開発計画等を作成し、貧困削減を中心とした経済政策に取り組んできた。2000年には、貧困削減戦略文書が作成され、①長期的・持続的な経済成長②経済成長の果実の公平な分配③持続的な環境と自然資源の管理という目標を中心とした。2002年には、「国家貧困削減文書（NPRS: National Poverty Reduction Strategy Paper）を作成し、2003年から2005年の3年間を計画期間とした。貧困削減戦略の内容は①マクロ経済の安定の維持（行政改革、財政改革、銀行改革、投資環境の改善）、②農村居住環境の改善（土地、水、道路の改善、農林水産業の改善）、③雇用機会の拡大（民間セクター振興、輸出振興、観光振興）、④能力開発（教育問題、医療問題）、⑤制度能力の強化とガバナンスの向上、（法制度整備、地方分権、汚職撲滅、動員解除、自然資源の管理）⑥脆弱性や社会的阻害の緩和（自然災害対策、地雷除去、食糧問題、社会的弱者の救済）、⑦男女平等（女性の権利強化）、⑧人口問題（啓蒙活動の推進）である。また、この貧困削減戦略において、カンボジアの貧困の特徴として①機会の欠如、②脆弱性③能力開発の低さ、④社会的疎外が挙げられている。

²⁴ World Bank Group(2017).

廣畑(2015)によると、上述した4つの特徴に対して、まず①機会の促進については、土地制度改革、マクロ経済の安定、貿易、民間セクターの振興、農村道整備、地雷除去などを行うとされたとしている。②脆弱性の改善については、セーフティネットの構築、法制度整備、女性の権利強化などによる保障の創出がされたとしている。③能力開発の強化に対しては、教育の充実、医療サービスの提供などに注力することとされている。また、④権利の拡大については最貧困層、女性、少数民族を登用することとされていた。国家貧困削減文書以降は、2005年に国家戦略開発計画(2006年～2010年)、2010年に改訂版(2009年～2013年)、2014年に新しい国家戦略開発計画(2014年～2018年)が作成されている。国家戦略開発計画は貧困の削減を最大の目標としており、2015年を期限としたミレニアム開発目標の達成に重点を置いてきた。カンボジアにおけるミレニアム開発目標の内容とその達成状況については表1-3-1に示した。

表 1-3-1 カンボジアミレニアム開発目標の達成状況

	初年度の実績値	近年の実績値
目標1:極度の貧困及び飢餓の撲滅		
極度の貧困を半減させる	1日1.25ドル(購買力平価)未満で生活する人口の割合	44.5%(1994) 10.1%(2011)
飢餓に苦しむ人を半減させる	カロリー消費が必要最低限のレベル未満の人口の割合	32.1%(1991) 14.2%(2015)
目標2:普遍的基礎教育の達成		
初等教育の完全普及	初等教育の純就学率	82.7%(1997) 98.4%(2012)
目標3:男女平等及び女性の地位強化の推進		
初等教育における女子の入学率の向上	初等教育における男子生徒に対する女子の比率	0.8%(1993) 0.9%(2013)
有給雇用における女性のシェアの向上	非農業部門における女性有給労働者の割合	41.1%(2000) 40.9%(2012)
女性の国会への参加の向上	女性国会議員の割合	5.8%(1997) 20.3%(2015)
目標4:幼児死亡率の削減		
5才未満児死亡率を3分の1にする	5歳未満児死亡率(1000人当たり)	117.5人(1990) 37.9人(2013)
目標5:妊産婦の健康の改善		
妊産婦死亡率を4分の1にする	妊産婦死亡率(10万人当たり)	1,200人(1990) 170人
リプロダクティブ・ヘルスの普遍的アクセスの実現	避妊具普及率	12.6%(1995) 56.3%(2014)
	家族計画の必要性が満たされていない場合	33.0%(2000) 12.5%(2014)
目標6:HIV、マラリア、その他の疾病の蔓延防止		
HIV/エイズの蔓延を食い止め、減少させる	15～49才までのHIV感染率	0.08%(2001) 0.01%(2013)
結核の感染を食い止め、減少させる	結核感染率(10万人当たり)	584人(1990) 400人(2013)
	結核死亡率(10万人当たり)	207人(1990) 66人(2013)
目標7:環境の持続可能性の確保		
森林の破壊を食い止める	森林面積の割合	73.3%(1990) 57.2%(2010)
安全な飲料水にアクセスできない人の割合を半減させる	改良された飲料水にアクセスできる人の割合	23.4%(1990) 75.5%(2015)
衛生施設にアクセスできない人の割合を半減させる	改良された衛生施設にアクセスできる人の割合	2.9%(1990) 42.4%(2015)
スラム居住者の生活を改善する	スラムに居住する都市人口の割合	78.9%(2005) 55.1%(2014)
目標8:開発のためのグローバルパートナーシップ構築		
インターネットユーザー	100人当たりのインターネットユーザー数	0.0人(1990) 9.0人(2014)

出所: United Nations Development Programme、MDG country progress snap shot2015 より作成。

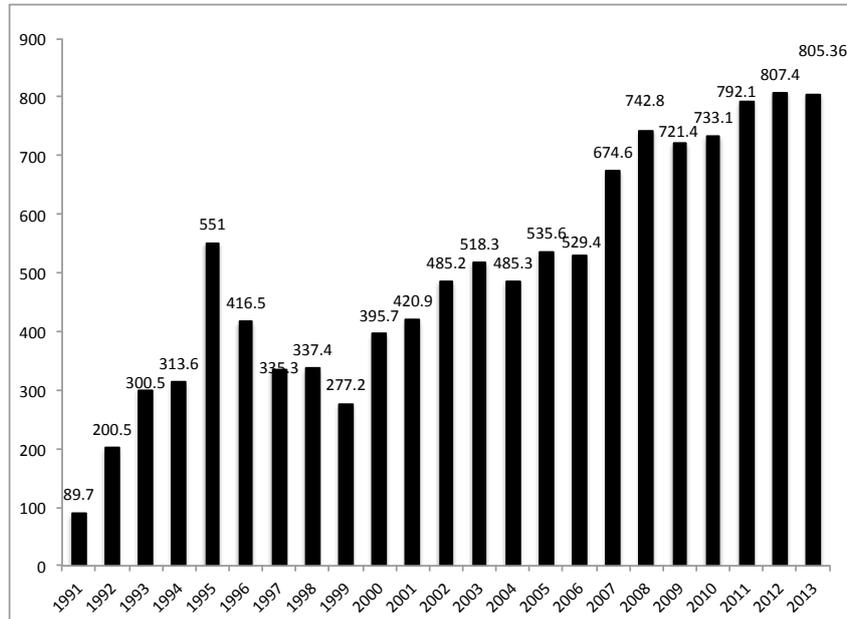
最優先課題となっている目標1:極度の貧困及び飢餓の撲滅を見てみると、初年度の値に比べて1日1.25ドル未満で生活する人口の割合は、44.5%から10.1%へと改善された。また、カロリー消費が必

要最低限レベルの未満の人口の割合も 32.1%から 14.2%へと改善されている。さらに、初等教育の普及に関しては 98.4%と 100%には届かなかったものの、82.7%から大きく改善された。保健指標に関してはどの項目においても大幅な改善が見られた。しかし、大多数の項目において大きな改善がされたが、完全な達成には至らなかった。2015 年に期限を迎えたミレニアム開発目標に代わり、今後は地域格差の是正も含まれる「持続可能な開発の為のアジェンダ」への取り組みが求められる。

上記のように、カンボジア政府は貧困削減を国家開発において最優先課題として捉えてきた。それに加えて、カンボジアは国内の政府のみならず多くの国際協力機関や NGO が戦後の復興開発に関わってきた。国際協力機構(Japan International Cooperation Agency:以下 JICA)は、1991 年のパリ和平協定以降から 2006 年までのカンボジアを復興開発支援の観点から①緊急人道支援と復旧復興支援が重なる時期である第 1 期(1991-1993 年)、②復旧・復興期である第 2 期(1993-1997 年)、③調整期とされる第 3 期、④持続的開発期の第 4 期(1999-2006 年)の 4 期に区分している。第 1 期における援助のニーズは周辺国に避難していた難民及び国境沿いの安全地帯に移っていた避難民の帰還と国内再定住、国家統治機能の再構築、国民の生活基盤の復旧、武装解除支援、地雷の撤去作業といった緊急課題であった。続く第 2 期にはインフラの復旧や、生活基盤の回復、農村開発などが本格化され、農業、初等教育の普及などといった社会インフラの整備、貧困対策などが重要視された。第 3 期は、国内政治の武力衝突により復興が停滞していた時期であり、調整期とされたが、引き続き第 2 期の社会基盤の復旧が重要視されていた。そしてカンボジアが ASEAN 加盟を果たした後の第 4 期は、それまでの復興から通常の開発政策に移行した時期である。グッド・ガバナンス、経済成長、インフラ整備、教育・人的資源開発、農産物・食糧増産、保健サービスの充実などが主要なニーズとなっている。このようにカンボジアの発展段階によって、開発のニーズは変化してきているが、カンボジアにおけるこれらの開発を支えてきたものが国際援助である。図 1-3-1 はカンボジアの ODA 受入額の推移である。戦後の緊急人道支援と復旧復興期からその額は伸び続け、2013 年には約 10 倍の 8 億ドルを受け入れている。カンボジアに対する ODA はこれまでのカンボジアの復興から開発のプロセスを支えてきたと言える。分野別では圧倒的に多いのが社会インフラの整備であり、2015 年は約 2 億 9 千万ドルであった。それに次いで多いのがマルチセクターの約 9 千万ドル、経済インフラの約 4 千万ドルであった。²⁵しかし、カンボジアでは、税収拡大による歳入の増加を課題とする状況にあり、国家予算において外国支援に依存している状況は度々問題視されてもいる。

²⁵ OECD(2016).

図 1-3-1 カンボジアの ODA 受入額推移(百万米ドル)



出所：OECD、2016、OECD-Aid statics より作成。

また、カンボジアではこれまで様々な NGO が積極的に支援を行ってきた国でもある。図 1-3-2 はカンボジアで登録されている NGO の数の推移である。上田、岡田(2006)によるとカンボジアにおける NGO の活動は 1979 年に開始された。当時は国境付近での難民支援が中心に行われていた。イギリスの NGO である OXFAM や欧州やアメリカのキリスト教系 NGO などが、復興支援活動や教育保健分野などで支援を行ってきた。復興を遂げた今でも、様々なニーズに対して多くの NGO が活動しており、国民一人に対する NGO の数はルワンダに次いで世界で 2 番目に多い²⁶。1992 年にわずか 12 であった国内 NGO は 2002 年までに 407 団体にまで増加している²⁷。国際 NGO も 10 年間で 4 倍に増加している。国際 NGO と国内 NGO をあわせると、1992 年は 68 団体であったものが、2002 年は 607 団体であり約 9 倍に増加している²⁸。それ以降のデータは見ることができないが、2013 年には、3,500 の NGO が登記されているが、実際に活動しているのはその約半数であると言われている²⁹。

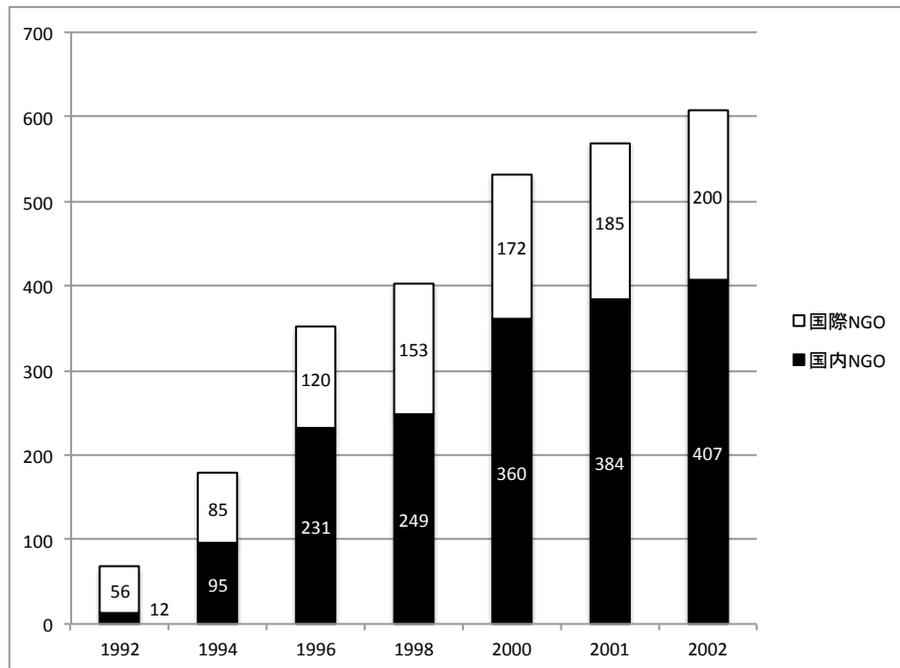
²⁶ Cooperation Committee for Cambodia (2016).

²⁷ Cooperation Committee for Cambodia (2016).

²⁸ 同上。

²⁹ 同上。

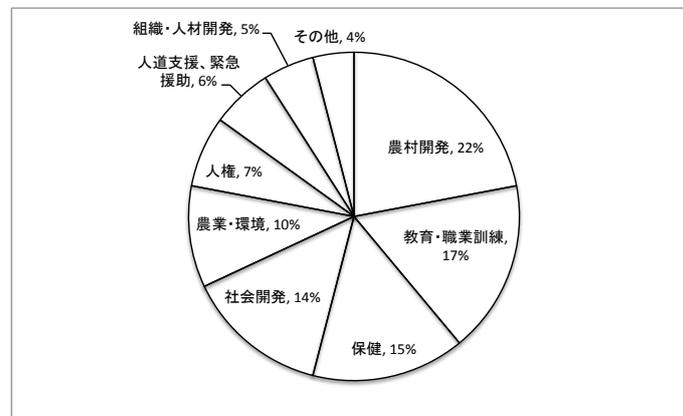
図 1-3-2 カンボジアで活動する NGO の推移



出所：Cooperation Committee for Cambodia(2016)より作成。

図 1-3-3 はカンボジアで活動する NGO の分野別の割合を示したものである。最も多いものが農村開発であり、次に教育、トレーニング、保健分野と続く。ADB(2008)によれば、2006年に、NGOが創出した雇用は2万5千人であり、特に遠隔地や農村のコミュニティにおいて、社会サービスをNGOが提供する代替モデルをもたらしているとしている。しかしながら、開発援助や国際支援、NGO活動はドナー主導で行われているため、長期的にカンボジア政府の国づくりや開発において、カンボジア人が主導した取り組みが今後は必要とされるだろう。

図 1-3-3 NGO の活動分野別割合(2002)



出所：Cooperation Committee for Cambodia (2016)より作成。

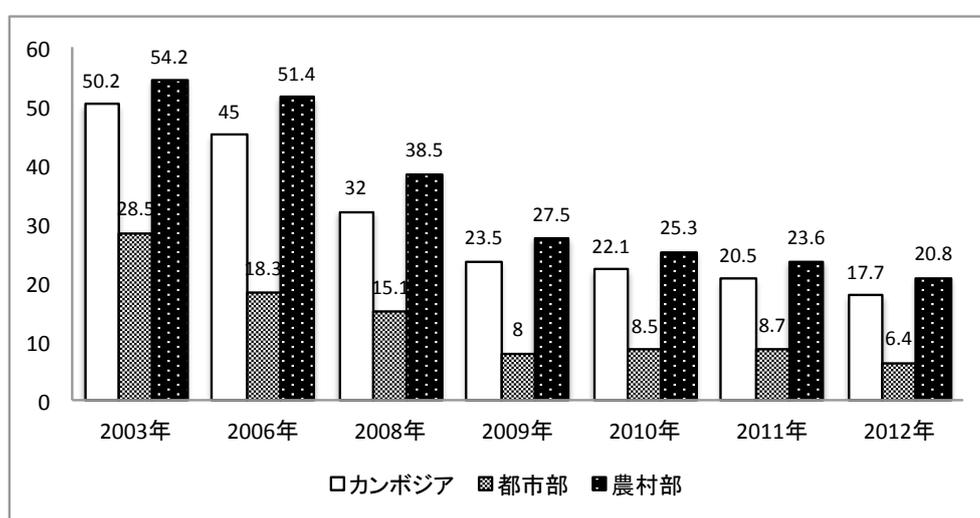
カンボジアにおいて開発の取り組みは国内政策としても、外国支援の対象としても貧困削減が優先的な課題として位置づけられてきた。その甲斐あって、貧困率や教育、保健指標は大幅に改善されてきたが、現在でも農村部における貧困や開発格差などの課題も残している。高原山岳地域を始めた農村部は現在でも貧困率は高く、それにより多くの人口が就学機会を得られない状況にある。貧困の連鎖を解消するためには多方面からのアプローチが必要となり、政府の政策のみならず、民間企業や NGO との連携も必要とされる。

1-4 カンボジアの農村部

1-4-1 農村の貧困と教育、保健状況

図 1-4-1 にカンボジアの貧困率の変化をまとめている。2003 年のカンボジアの貧困率は 50.2%であり、都市部は 28.5%であったが、農村部は 54.2%もの人口が貧困層とされた。その後、年々貧困率は減少し、特に都市部の貧困率は 6.4%と大きく改善されている。農村部においても大幅に改善されたが、2012 年現在で人口の約 20.8%が貧困状態とされている。カンボジアの農村人口は 2015 年時点で全人口の 79.3%³⁰であり、人口の大部分は農村居住者である。農村においては貧困削減がされてきたが、都市に比べて元々の貧困人口の多かった農村部には未だ多数の貧困層が取り残されていることがわかる。

図 1-4-1 2003 年-2012 年カンボジア貧困率推移(%)



出所：World Bank Group、National Accounts Data and OECD National Accounts Data (2016)より作成。

注：表中の貧困率は国内貧困ラインをもとに算出されたものであり、カンボジア政府による国内貧困ラインはカンボジア 0.93 ドル、都市部 1.05 ドル、農村部 0.84 ドルである (ADB、2014)。

³⁰ World Bank Group(2017).

表1-4-1はASEAN加盟国の貧困率を比較したものである。この表からは、フィリピン、ラオスに続き、カンボジアの貧困率が3番目に高いことや、貧困ギャップについても同様の傾向にあることがわかる。また、都市部の貧困率に対する農村部の貧困率の割合が、マレーシア、ベトナムに次いで高くなっている。

表1-4-1 ASEAN加盟国の貧困率、貧困ギャップ

国名	参照年	貧困率(%)			貧困ギャップ
		農村部	都市部	全国	全国
カンボジア	2012年	20.8	6.4	17.7	3.1
インドネシア	2014年	14.2	8.3	11.3	1.8
ラオス	2012年	28.6	10	23.2	5.5
マレーシア	2014年	1.6	0.3	0.6	-
フィリピン	2012年	-	13	25.2	5.1
タイ	2013年	13.9	7.7	10.9	-
ベトナム	2014年	18.6	3.8	13.5	-

出所：World Bank Group、World Development Indicators 2017 Online Tables より作成。

注：各国のデータの存在するもので、最も新しいものをそれぞれ参照している。

ブルネイ、シンガポール、ミャンマーは該当するデータがないため省略している。

注：表中の貧困率は各国の国内貧困ラインをもとに算出されたものであり、カンボジア政府による国内貧困ラインはカンボジア0.93ドル、都市部1.05ドル、農村部0.84ドルである（ADB、2014）。

注：貧困ギャップは貧困層の所得、消費が貧困線から不足している比率を示し、貧困の深刻さを見るための指標である。

表1-4-2にASEAN加盟国の国際貧困線を基準とした貧困率の比較をまとめた。カンボジアの1日当たり1.9ドル未満で生活する人口の割合は2.2%と他の加盟国と比較しても低く、貧困ギャップも0.3%である。しかし、3.1ドル未満を基準とすると21.6%、貧困ギャップも4.1%となる。

表1-4-2 国際貧困線に基づくASEAN加盟国の貧困率比較

国名	調査年	1日1.9ドル未満で生活する人口(%)	1日1.9ドル未満の貧困ギャップ(%)	1日3.1ドル未満で生活する人口(%)	1日3.1ドル未満の貧困ギャップ(%)
カンボジア	2012年	2.2	0.3	21.6	4.1
インドネシア	2014年	8.3	1.3	36.4	9.6
ラオス	2012年	16.7	3.6	46.9	14.7
マレーシア	2009年	0.3	0	2.7	0.5
フィリピン	2012年	13.1	2.7	37.6	11.7
タイ	2013年	0	0	0.9	0.1
ベトナム	2014年	3.1	0.6	12	3.1

出所：World Bank Group、World Development Indicators 2017 Online Tables より作成。

注：ブルネイ、シンガポール、ミャンマーは該当するデータがないため省略している。

表 1-4-3 は ASEAN 加盟国のジニ係数及び階層別所得または消費の割合を比較したものである。カンボジアのジニ係数は 30.8 と加盟国の中で最も低い。また、各階層別の割合を見ると最下層 10%が占める割合が加盟国内で最も大きく、最下層 20%では 9.1%となっている。ジニ係数の高いマレーシアやフィリピンと比べて、カンボジアの不平等度は低いといえる。しかし、それはカンボジアの発展度合いが他国に比べて低く、十分な経済成長がされていないために、不平等度が低く抑えられているということも考えられる。経済発展が進むにつれて、経済格差が拡大することは多くの国で見られる現象であり、他の ASEAN 加盟国も同様の傾向にある。しかし、カンボジアの 2007 年のジニ係数が 41.1 であることから、この傾向には当てはまらない。ASEAN 諸国の中では最も顕著に低下しているが、今後の経済発展によりカンボジアも不平等度が高まる可能性もある。

表 1-4-3 ASEAN 加盟国のジニ係数及び階層別所得または消費の割合比較

国名	調査年	ジニ係数	各階層の所得または消費割合 (%)						
			最下層10%	最下層20%	第2層20%	第3層20%	第4層20%	最上層20%	最上層10%
カンボジア	2012年	30.8	3.9	9.1	12.7	16.3	21.8	40.2	25.2
インドネシア	2013年	39.5	3.1	7.2	10.4	14.3	20.7	47.4	31.9
ラオス	2012年	37.9	3.0	7.3	11.1	15.0	20.8	45.9	30.8
マレーシア	2009年	46.3	1.8	4.6	8.6	13.7	21.8	51.4	34.6
フィリピン	2012年	43.0	2.5	5.9	9.5	13.8	21.2	49.6	33.4
タイ	2013年	37.9	2.9	6.9	10.8	15.1	22.1	45.1	29.2
ベトナム	2012年	38.7	2.6	6.5	10.8	15.3	21.8	45.7	30.1

出所：World Bank Group、World Development Indicators 2017 Online Tables より作成。

注：ブルネイ、シンガポール、ミャンマーは該当するデータがないため省略している。

表 1-4-4 は ASEAN 加盟国の HDI³¹及び MPI³²関連指標の比較である。カンボジアの HDI は加盟国内でミャンマーの次に低く、0.563 である。MPI は 0.150 と、入手可能なデータの中ではラオスの次に高い。多次元貧困状態にある人口を見ると 33.8%、518 万人が該当している。剥奪強度は 44.3%で、ラオス、フィリピンよりも低い。多次元貧困の危険性のある人口の割合は 11.4%で、こちらもラオスに次いで高い状況となっている。そもそもの人口の多さからインドネシアは多次元貧困状態にある人口も多い結果となったが、それ以外を見ればラオスに次いで 2 番目に深刻な状況にあるのがカンボジアであるといえる。

³¹ Human Development Index、人間開発指数は、保健、教育、所得という人間開発の 3 つの側面に関して、ある国における平均達成度を測るための簡便な指標である。(国連開発計画、2011)

³² Multidimensional Poverty Index、多次元貧困指数とは、社会で最も恵まれない人々がさまざまな種類の貧困に苦しめられている実態を浮き彫りにするために導入された新しい指標である。MPI は、人が同時にいくつの種類の貧困に直面しているかを明らかにすることにより、多次元貧困の発生率とその強度の両方を映し出す。(国連開発計画、2011)

表 1-4-4 ASEAN 加盟国の HDI 及び MPI 関連指標比較

	HDI 2014	ランク	MPI 2014	多次元貧困状態に ある人口 (%)	多次元貧困状態に ある人口(千人)	剥夺強度 (%)	多次元貧困の危険 性のある人口 (%)
ブルネイ	0.865	30	-	-	-	-	-
カンボジア	0.563	143	0.150	33.8	5180	44.3	11.4
インドネシア	0.689	113	0.024	5.9	14644	41.3	1.1
ラオス	0.586	138	0.186	36.8	2383	50.5	18.8
マレーシア	0.789	59	-	-	-	-	-
ミャンマー	0.556	145	-	-	-	-	-
フィリピン	0.682	116	0.033	6.3	6169	51.9	4.2
シンガポール	0.925	5	-	-	-	-	-
タイ	0.740	87	0.004	1.0	667	38.8	0.1
ベトナム	0.683	115	0.016	3.9	3649	39.9	0.6

出所：World Bank Group、World Development Indicators 2017 Online Tables より作成。

カンボジアの農村人口は2016年で約1246万人と、都市の人口330万人に比べて圧倒的に多い³³。そして、農村部の貧困率が都市部の貧困率に比べて特に高い。表1-4-5にカンボジアにおける州別の貧困率をまとめた。この表からはラタナキリ、プレアヴィヒア、モンドウルキリ、ストウントレンなどの北東部の高原山岳地域がとくに貧困率が高い状況となっている。この地域は、少数民族が多く居住し、インフラ整備が最も遅れている。また、人口密度が低く、農業生産量が少ないことも貧困状況が深刻な要因であると考えられる。

次に貧困率が高いのがシェムリアップ、プルサト、コンボントムなどのトンレサップ湖を取り囲むトンレサップ地域である。この地域には全人口の約3割が居住しており、トンレサップ湖では漁業を、周辺の湿地帯では稲作や畑作を行っている。また、シェムリアップ州は世界遺産のアンコールワットを擁し、カンボジア観光の中心となっている。しかしながら、2012年の貧困率をみても未だ2番目に貧困率の高いままである。

プノンペンを中心とした、平野部は最も人口密度が高く米作を中心とした農業が盛んである。また、カンダル州などのプノンペン周辺部は工業開発が進んでおり、周辺の貧困率は国内で最も低い。プノンペン特別市の2012年の貧困率はわずか0.1%である。しかし、もともと貧困率が農村部に比べ低かった都市部よりも、農村部における貧困削減が中心であり、数値も大きく改善されている。アジア開発銀行(Asian Development Bank:ADB, 2014)によると、農村部における貧困削減の理由として、①コメの価格の上昇、②コメの生産量の増加、③農業における賃金の向上、④非農業部門での自己雇用からの賃金の向上の4つを挙げている。国際労働機関(International Labour Organization:ILO,2015)によると、賃金雇用の農業従事者の賃金はここ数年上昇傾向に有り、雇用主にとってはコストが上昇しているが、労働者にとっては所得の向上につながっている。

³³ World Bank Group(2017).

表 1-4-5 州別貧困率

		人口密度(人/km ²) 2008年	貧困率(%) 2004年	地域別平均(%) 2004年	貧困率(%) 2012年	地域別平均(%) 2012年
平野地域	ブノンベン特別市	261	6.8	27.5	0.1	15.7
	カンダル州		27.6		14.6	
	コンボンチャム州		33.1		20.4	
	スヴァイリエン州		32.5		17.4	
	ブレイヴェン州		33.2		21.9	
	タケオ州		31.6		19.9	
トンレサップ地域	シエムリアップ州	64	42.2	41.0	28.8	27.7
	バタンバン州		37.8		24.8	
	カンボントム州		41.1		29.1	
	カンボンチュナン州		37.9		27.7	
	ブルサト州		40.7		27.8	
	バンテアイミンチエイ州		39.9		25.5	
	オダールミンチエイ州		46.6		34.3	
	パイリン州		41.7		23.9	
海岸地域	ケップ州	56	33.6	31.7	16.5	18.2
	コッコ州		34.8		20.3	
	カンボット州		26.6		20.4	
	ブレアシハヌーク州		31.6		15.6	
山岳地域	モンドゥルキリ州	22	47	46.6	32.9	33.9
	ラタナキリ州		50.7		36.2	
	ストゥントレン州		46.1		36.8	
	クラティエ州		43.9		32.6	
	ブレアビビア州		50.2		37	
	コンボンスプー州		41.4		27.7	

出所：Asian Development Bank, Cambodia Poverty Analysis(2014)、
National Institute of Statics of Cambodia(2008)より作成。

注：表中の貧困率は国内貧困ラインをもとに算出されたものであり、カンボジア政府による国内貧困ラインはカンボジア 0.93 ドル、都市部 1.05 ドル、農村部 0.84 ドルである (ADB、2014)。

また、表 1-4-6 は農村部と都市部の未熟練労働者の平均賃金の推移である。やや都市部が上回ってはいるものの、大きな差がなく都市部での賃金の低さもカンボジアで都市部への人口流入と工業化への転換が緩やかである要因の一つと考えられる。農村の貧困削減は確かに進められてきたが、元々農村人口の多いカンボジアでは、それでも農村における貧困率が圧倒的に高い。

表 1-4-6 未熟練労働者の月別平均賃金推移 (リエル)

	2014年						2015年			平均
	6月	7月	8月	9月	11月	12月	3月	4月	5月	
農村部	18,725	19,650	19,611	19,350	20,125	19,864	20,208	20,358	20,700	19,843
都市部	19,093	19,225	19,833	20,111	21,278	20,375	20450	20,850	20,708	20,214

出所：World Food Programme,2015,Cambodia Food Price and Bulletin 及び World Food Programme,2014,Cambodia Food Price and Bulletin より作成。

注1：100 リエル=2.76 円 (2017/06/28)

注2：2014年10月、2015年1月及び2月はデータがないため省略している。

表 1-4-7 に MPI によるカンボジアの州別貧困状況をまとめた。多次元貧困状態にある人口の割合が最も高いのはプレアヴィヒア及びストゥントレン州で 62.2% が多次元貧困状態にある。また、極度の貧困状態にある人口の割合もモンドゥルキリ及びラタナキリ州の 25.4% について高く 24.5% である。国内貧困線による州別貧困率と同様に高原山岳地域が最も深刻な貧困状態であるといえる。

表 1-4-7 カンボジアの多次元貧困指数(MPI)による州別貧困状況(2014)

地域	人口の割合 (%)	MPI	貧困率 (%) k=33.3%	貧困の平均強度 (%)	貧困の危険性のある人口 (%) 20%~33.3%	深刻な貧困状態にある人口 (%) k=50%	極度の貧困状態にある人口 (%)
カンボジア	100	0.146	33	44.3	21.6	10.6	9.8
都市部	16.3	0.028	7.1	39.4	14.3	0.8	-
農村部	83.7	0.169	38.1	44.5	23	12.5	-
プノンペン特別市	9.7	0.026	7	38	11.4	0.8	0.9
プレアシハヌーク及びカオコン州	2.2	0.090	19.8	45.8	25.3	6.5	5.5
コックン州	2.2	0.091	19.8	45.8	25.3	6.5	5.5
バンテアイミンチエイ	4.1	0.097	22.6	42.7	23.2	8	5.2
スヴァイリエン	3.8	0.100	24.8	40.2	21.6	5.4	3.8
バタンバン及びバイリン州	7.6	0.104	22.8	45.4	24.2	7.6	5.1
タケオ州	6.1	0.106	25.8	41.2	25.5	6.1	7.7
プレイヴェン州	6.7	0.12	28.1	42.7	23	8.3	7.8
カンダール州	7.8	0.121	29.3	41.3	22.2	5.7	5.5
カンボット及びケップ州	4.2	0.155	35.1	44.2	24.4	10.3	11.1
カンボンチャム州	12.8	0.16	37.4	42.9	22.2	10.3	10.7
カンボンズプー州	6.6	0.182	42.5	42.7	25.6	11.5	14.1
カンボントム州	5.1	0.183	41	44.5	21.1	12.5	12.5
カンボンチュナン州	3.5	0.193	44.6	43.3	22.3	13.8	12.9
オダールミンチエイ州	1.6	0.196	45.7	43	24.9	14	10.4
シェムリアップ州	6.6	0.204	43.3	47.1	21	17.6	13.6
ブルサト州	3.9	0.221	47.2	46.7	21.9	18.8	18.2
クラティエ州	3	0.274	55.6	49.3	19.2	25.7	20.6
モンドゥルキリ及びラタナキリ州	2.1	0.28	54.4	51.5	16.3	30.3	25.4
プレアヴィヒア及びストゥントレン州	2.5	0.304	62.2	48.8	18.6	28.4	24.5

出所：Oxford Poverty and Human Development Initiative, MPI Country Brief より作成。

注：表中の k は多次元貧困指数における剥夺強度を示している。この指標においては少なくとも 33.3% 以上であることを深刻な貧困状態にあるという。この表では、その値を基準としそれ以下に該当する人口の割合から貧困率を算出している。

そして特に農村の貧困によって、大きく影響を受けているのが教育状況である。表 1-4-8 は地域別識字率と就学率を比較したものである。特に女子の成人識字率に関してはプノンペンとその他農村部の間に大きな差が見られた。また、未就学人口においてもプノンペンと農村部で大きな差が見られた。ここでの未就学人口はこれまで一度も、就学経験のない人口の割合を表している。プノンペンが 5.3% であるのに対し、農村部では 16.1% である。就学しない理由では、世帯収入に貢献しなければならなかったためが 38.4% で圧倒的に多く、その他は若すぎる(14.0%)、いきたくない(13.8%)、貧しすぎる(12.1%) となっている³⁴。経済的理由のために就学できないという理由が 5 割を超える結果となっている。

³⁴ National Institute of Statics, Ministry of Planning(2015).

表 1-4-8 地域別成人識字率と就学率の比較(2015 年)

	識字率 (%)	女性 (%)	男性 (%)	就学率 (%)	女性 (%)	男性 (%)	未就学人口 (%)	女性 (%)	男性 (%)
カンボジア	80.5	75	86.5	56.1	55.5	56.6	13.8	17.6	9.8
プノンペン	93.8	90.7	97.3	58.5	57.2	59.7	5.3	7.6	2.9
その他都市部	87.9	83	93.4	63.2	64.1	62.4	8.8	12.3	5
その他農村部	76.8	70.7	83.4	54.7	54.9	55.3	16.1	20.3	11.7

出所：National Institute of Statics, Ministry of Planning, Cambodia Socio-Economic Survey 2015 より作成。

カンボジアの貧困は貧困状態に加え、教育状況においても農村と都市との格差が表れる結果となった。経済的理由が未就学の理由の大半を占めることや、未就学人口の割合が特に農村部において高いことから、農村部における所得向上と貧困削減の重要性は高い。

1-4-2 カンボジア・シェムリアップ州の概要

本論文の対象地域であるシェムリアップ州は首都プノンペンから北西約300キロメートルに位置し、面積は1万299平方キロメートル、12の郡と100の行政区、924の村を有する。推定人口は99万9,703人(2011)である。アジア開発銀行(Asian Development Bank: ADB、2014)によれば、毎年12月に行政区単位で集計される社会経済的データベースをもとにした2004年のシェムリアップ州の貧困率は42.2%(ADB、2014)である。しかし、世界的に有名な世界遺産アンコールワットがあることから、観光関連産業が発展しつつあり、徐々に貧困改善もなされてきた。事実、2012年には貧困率は28.8%まで減少した。けれども、いまだカンボジア24州中7番目に貧困率が高く、比較的貧しい地域であることに変わりはない。同年の最も低いプノンペンの貧困率が0.1%であることから、大きな差があることは明らかであろう。シェムリアップ州は人口の約8割が農村部に居住しており、中心部における観光産業の発展の影響も少ないことが推察される。数値から貧困削減を読み取ることはできるものの、未だ農村部を中心に深刻な状況にあるといえる。

まとめ

本章では本研究の対象国であるカンボジアの概要について述べた。カンボジアは長期の国内情勢の混乱により、ASEAN諸国内で最も発展が遅れている国の一つである。近年繊維産業や観光部門への積極的な投資により、安定した経済成長を遂げているものの、GDPはASEAN諸国内において最低水準であり、また所得も最低である。識字や保健状況について、近年大きな改善が見られているものの低水準に留まっている。特に、都市部と比べて農村部の貧困状況や教育水準の低さが目立っている。カンボジアはポルポト時代の教育制度の崩壊により、教育水準は他のASEAN諸国に比べて最も低い。そして、非就学の理由として経済的理由が半数を占めていることで、貧困と教育状況に密接な関わり合いがあることが明らかになった。貧困状態にある人口の割合のみならず、その深刻度も高く農村部への所得向上への取り組みは緊急性が高い。これまで政府の政策を中心とした取り組みによって、カ

ンボジアが抱える課題に対して 100%には満たなくとも大きな改善が見られてきた。特に都市部において顕著な改善がされており、首都プノンペンの貧困率は最も低く 1%以下である。しかし、人口の大部分が居住する農村部における開発が今後も重要な課題である。経済的理由が就学率に大きく影響していることから、農村部における、世帯の所得が向上することによって、教育指標の改善にもつながることが期待される。今後も更なる改善に向けた政策が重要であり、政府のみならず様々な国際機関やNGO などの民間組織が貧困削減に取り組んできたカンボジアではその連携も重要な課題となる。

参考文献

1. 上田広美、岡田知子編著 (2006)、『カンボジアを知るための60章』、明石書店。
2. 国際協力機構 (2010)、『カンボジア王国貧困プロフィール調査(アジア)最終報告書』、独立行政法人国際協力機構。
3. 国連開発計画(2011)、『人間開発報告書2011-持続可能性と公平性-よりよい未来をすべての人に』、CCCメディアハウス。
4. 萩原愛一 (2005)、「企業の社会的責任 (CSR) -背景と取り組み-」、『調査と情報第476号』、国立国会図書館。
5. 廣畑伸雄 (2004)、『カンボジア経済入門-市場経済化と貧困削減-』、日本評論社。
6. 廣畑伸雄 (2015)、『新・カンボジア経済入門-高度経済成長とグローバル化-』、日本評論社。
7. 道法清隆、林憲忠編著 (2016)、『カンボジア経済の基礎知識』、日本貿易振興機構 (ジェトロ)。
8. 山川貴裕 (2015)、『カンボジア、シェムリアップ州農村部における貧困研究』、熊本学園大学博士論文。
9. Asian Development Bank (2014) , *Cambodia Poverty Analysis 2014*. Printed in The Philippines.
10. Ministry of Economy and Finance (2016) , *Cambodia Macroeconomic Monitor Mid-Year Assessment 2016*. Phnom Penh, Cambodia.
11. National Institute of Statistics, Ministry of Planning (2014) , Cambodia Inter-Censal Economic Survey 2013, *Analysis of CIPS Results Report 2. Spatial Distribution and Growth of Population*, Phnom Penh, Cambodia.
12. National Institute of Statics, Ministry of Planning (2015) , *Cambodia Socio-Economic Survey 2015*, Phnom Penh, Cambodia.
13. 外務省、国-地域基礎データ、カンボジア王国、
<http://www.mofa.go.jp/mofaj/area/cambodia/>(2016年8月21日)
14. 日本貿易振興機構、世界貿易投資報告、カンボジア、
<https://www.jetro.go.jp/world/asia/kh/gtir.html>(2017年12月10日)
15. Cambodia, Cooperation Committee for Cambodia,
<http://www.ccc-cambodia.org> (April.21.2016)
16. Oxford Poverty and Human Development Initiative, MPI Country Brief,
http://www.dataforall.org/dashboard/ophi/index.php/mpicountry_briefings(June.4.2017)
17. United Nations Development Programme, Human Development Report,
<http://hdr.undp.org/en/countries/>(June.4.2017)
18. United Nations Development Programme, MDG Country Progress Snap Shot 2015,
<https://mdgs.un.org/unsd/mdg/Resources/Static/Products/Progress2015/Snapshots/>(June.4.2017)
19. World Bank, World Development Indicators, Online Table,
<http://wdi.worldbank.org/table>(June.4.2017)

第2章 開発アプローチの多様化と開発途上国の農村部零細事業

はじめに

これまで国際社会は様々なアプローチによって開発途上国の開発を試み、その主な方法として用いられてきたのは援助であった。国際社会の膨大な努力によって、貧困問題をはじめとした開発問題は、確かに解決の方向へ改善されてきた。しかし、その援助によるアプローチでは、経済的アプローチにしても、社会開発アプローチにしても、開発途上国が受け身のままでは、持続的で自立した成長に繋がることがなかったことは国際社会の経験上明らかである。加えて開発途上国の状況は国によって異なり、全ての開発途上国に適用可能な開発アプローチを構築することは難しい。これらの経験を踏まえて、国際社会はより持続的で多面的なアプローチの重要性を認識している。そして、それを実現しようとする一つの手段がビジネスによるアプローチである。

開発途上国の状況を見ると、都市部の開発が優先され、農村部は経済発展から取り残されてきた。しかし、開発途上国においては大多数の人々は農村部に居住し、開発途上国の課題はその根源を農村部の課題の中に見いだすことができる。そのため、開発途上国の成長は農村部の成長なくしては達成されないのである。しかし、その農村部において、中心的な事業の形態は小規模な農業や零細事業にすぎない。その農村部における零細事業を成長させる手段として、農村部の零細事業のビジネス化が必要なのである。

本章では、これまで行われてきた経済開発アプローチと社会開発アプローチ、そして多面的な開発アプローチの手段としてのビジネスについて述べていく。そして、その対象とすべき地域として、開発途上国の農村部と、その中心的な生産手段となる零細事業について述べる。

2-1 経済社会開発アプローチ

第2次世界大戦後多くのアジアやアフリカの国々が独立を始め、多くの旧植民地諸国の開発問題が、国内問題から国際問題として取り上げられるようになった。そのきっかけとなったのは、1959年、英国ロイド銀行会長オリバー・フランクスが、「先進工業諸国と低開発地域との関係は、南北問題として東西対立とともに現代の世界が直面する二大問題の一つである」と述べたことからであった。

国家開発の重要な要素として、経済発展が必要であることに対して異論を唱える者はほとんどいないだろう。戦後から1960年代まで、北の豊かな国々は、南の貧しい国々を発展させるために、工業化による経済発展を促すことが重要であると考えられた。そして、「途上国は、順次自立経済成長へ離陸するために、発展の一連のルールに従えばよいだけである」とされた（トダロ、2004）。一方、ヌルクセ（1955）によると、途上国が貧しいのは、資金と技術が不足しているためであり、その理由は、「貧しい」故に貯蓄が不足し、投資が不足していること、また、途上国では人びとの財やサービスの購買力が低く、市場が発達していないためであるとされた。開発途上国を発展させるために、開発に必要な資金と技術を、先進国が供給することによって、実現しようとするものであった。そして、経

济規模が拡大し、その利益が国全体にトリクル・ダウンし、貧困層にも成長の恩恵を行き渡らせることができると考えたのである。

1960年代には、米国ケネディ大統領の提唱による「国連開発の10年」が決議され、開発途上国に対する開発目標を定め、開発途上国への援助が行われた。第1次国連開発の10年の具体的目標として、途上国全体のGNP成長率を5%以上とするという経済指標による目標が掲げられた。本目標については、成長率6%を達成し、引き続き第2次目標(1970年代)では成長6%、第3次(1980年代)では7%という目標を掲げていたことから、当時の開発問題は経済開発を念頭に置いた問題意識が強調されていたことが明らかであった。しかし、第4次(1990年代)以降の開発目標は、持続可能な開発や人間中心の開発を重視する貧困緩和や地球環境保全といった、従前の目標とは明らかに異なった意識が強調されてきた。

次に、1980年代になると、世界銀行や国際通貨基金(International Monetary Fund: IMF)を中心に、途上国の債務危機の原因は、途上国政府の経済政策の失敗と制度欠陥であり、過剰な政府介入の排除と規制撤廃、国営企業の民営化と市場経済メカニズムにまかせた経済活動によって効率的な経済構造に変化するべきとの主張がなされた。ここでも、経済開発を強く意識した開発アプローチが採用されており、しかも従前の開発アプローチでは、先進国から開発途上国に対する援助という手法が用いられていたが、加えて開発途上国自身の自助的アプローチに言及されるようになったといえるだろう。しかし、これに対しては、社会的弱者への影響が大きく、生活必需品の価格高騰や、国営企業の効率化に伴う失業者増加、緊縮政策による経済停滞など、弱者への影響が大きいとの批判が起きた。また、途上国では市場が十分発達していないため、市場原理や価格機能が適切に機能するかどうかについても疑問が提起された。1990年代後半には、援助の条件として開発途上国に対して、貧困削減戦略文書の作成とその実施を付し、当事国の自助努力を促すと言ったアプローチも採用された。

開発途上国には、経済発展が重要であるとの考えから、工業化や市場メカニズムによるアプローチが採用されてきた。しかし、現在に至っても、低い生活水準のなかで生活している人びとは多く存在しており、貧困撲滅は達成できていない。これまでの経済発展による開発だけでは不十分であり、人的資本やインフラへの持続的な投資、制度能力の改善といった多面的な視点からの開発アプローチも必要であると考えられるようになった。

工業化による貧困削減政策が試みられる一方で、経済成長の影響が貧しい人びとに届いていないという批判も誕生した。ここから誕生したのが、1970年代のベーシック・ヒューマン・ニーズのアプローチ(Basic Human Needs: 以下BHN)である。BHNアプローチは、人間として最低限必要な食料や栄養、基本的な社会サービスを貧困層に効果的に届くような方法で供与しようとする。こうして初めて、開発援助に社会的な視点が入り入れられた。

先進国による援助疲れが表面化したのも、この時期である。60年代の独立から続く支援や1970年代の2度にわたる石油危機によって先進国の歳出がかさみ、人々の間で援助に対する不信感が続出した。環境問題への着目は、1980年代の大きなトレンドといえるであろう。工業化による所得向上を目

指していた途上国で、森林伐採や水質汚染などの問題が提起され、各地で反対運動などが起きた。

1990年に始まったUNDPによる人間開発報告書(Human Development Report: HDR)は、「人間開発」という新たな概念を生み出した。人間開発では、開発の中心に人間的な発展を据え、そのために教育や健康などの充足が欠かせないと考える。それを測定するために考えられた人間開発指標は、国民所得、識字率と就学率、平均余命を基に算出された。しかし時間が経つにつれ、この3つだけでは不足であるとの批判も生じている。そのためUNDPは2010年からMPIを用いるようになった。人間開発指標が取り扱う項目についても拡大され、格差問題、ジェンダー問題、資源の分配問題、環境問題、人間の安全保障問題、雇用問題など幅広い項目が網羅されている³⁵。

こうした流れを踏まえて登場したのが、2000年の「ミレニアム開発目標³⁶」(Millennium Development Goals: 以下MDGs)である。MDGsでは貧困撲滅を念頭に、包括的な目標を定め、それぞれに子細な指標を設定した。2015年に登場したのは、17の目標を掲げた持続可能な開発目標(SDGs)である³⁷。SDGsはこれまでのミレニアム開発目標をさらに包括的かつ細分化している。

経済的アプローチも、社会開発によって多面的なアプローチがされるようになって、開発途上国が受け身となったままでは、開発途上国の自立的な成長へはつながらず、根本的な開発にはならなかった。そのため開発途上国が、自立的な成長をしていくためには開発途上国が自ら参加して持続的な発展を遂げるようなアプローチが必要であり、その手段としてビジネスによるアプローチが重要視されるようになった。

2-2 開発とビジネス

2-2-1 開発アプローチとビジネス

これまで国際援助は、主に国家間、または、国際機関といった公的機関による援助が議論の中心であった。しかし、90年代以降東西冷戦の終結とともに米国やヨーロッパ等の先進諸国による途上国援助は縮小の方向へと向かった。たしかに、国際援助は開発途上国の開発に貢献してきた。しかし、従来の開発援助はその特質上、援助側の都合によって左右される。イースタリー(2009)は、援助は貧しい人々が必要とするものを供給できるし、新しい機会を与えることができるとしながらも、援助が途上国の最も貧しい人々へのニーズには目を向けられず、届いてこなかったことが問題であるとする。これまでの援助側の都合による援助は、その成果が重視されてこなかったという指摘である。また、援助が受入国の自立を阻み、市場の成長機会を奪うものであるとも主張する。イースタリーによれば、

³⁵ UNDP(2014)。

³⁶ 「目標1:極度の貧困及び飢餓の撲滅、目標2:初等教育の完全普及、目標3:男女平等及び女性の地位強化の推進、目標4:乳幼児死亡率の削減、目標5:妊産婦の健康の改善、目標6:HIV/エイズ、マラリアなどの疾病の蔓延防止、目標7:持続可能な環境作り、目標8:グローバルな開発パートナーシップの構築を指す。

³⁷ 目標1:貧困をなくそう、目標2:飢餓をゼロに、目標3:全ての人に健康と福祉を、目標4:質の高い教育をみんなに、目標5:ジェンダー平等を実現しよう、目標6:安全な水とトイレをみんなに、目標7:エネルギーをみんなにそしてクリーンに、目標8:働きがいも経済成長も、目標9:産業と技術革新の基盤をつくろう、目標10:人や国の不平等をなくそう、目標11:住み続けられるまちづくりを、目標12:つくる責任つかう責任、目標13:気候変動に具体的な対策を、目標14:海の豊かさを守ろう、目標15:陸の豊かさを守ろう、目標16:平和と公正をすべての人に、目標17:パートナーシップで目標を達成しよう

これまで経済発展に成功してきた開発途上国の国々は、経済規模と比較した援助受入額が少ない方から4分の1に入る国であることを指摘した。援助の役割として最も重要なのは、極貧の人々にすぐに役立つものを届けることであって、長期的に貧困から抜け出し、その国の発展に繋がる役割を持つには援助は限界がある。モヨ(2010)は、これまでの援助は開発途上国の政府の腐敗を助長させ、経済成長へは貢献することなく、人々をますます貧困に陥れてきたと主張している。そして、実際には援助受入国は貧しいままで、援助では開発途上国は発展しないと切り切っている。

これまでの開発アプローチは、市場を発展させ所得を向上させることが中心となった経済開発アプローチと、所得の向上だけでは不足であるとする社会開発アプローチが行われてきた。しかし、社会開発アプローチにおいても、開発途上国が受け身のままであっては真の解決にはならない。例えば、イースタリー(2009)はアフリカに蚊帳を普及させた「マラウィモデル」について紹介している。マラウィモデルは、アメリカのNPO、PSI³⁸によって誕生した。PSIは当初、殺虫成分をしみこませた繊維で作った蚊帳を、公的援助資金を元に配布していた。しかし、農村の診療所で最もマラリアの危険性がある妊産婦と幼児に配布するため、妊産婦検診時に50セントで販売、そして蚊帳を販売する看護師に9セントの手数料が支払われるようにした。そのため、手数料が受け取れる看護師は、診療所の蚊帳の在庫管理を適切に行い、いつでも販売できるような状態にあった。また、貧困層へ安価で売るための資金は、富裕層へ販売した利益でまかなわれた。そして、マラウィでは急速に蚊帳が普及し、その後購入したほぼ全員が蚊帳を使い続けていた。すなわち、妊産婦には蚊帳の使用に対して自分が資金を用いて購入したという心理的な理由があり、看護師には蚊帳販売に対して明確な動機付けがなされていたといえよう。一方で、蚊帳が無料配布されたザンビアでは、その7割が蚊帳を使っていない³⁹。一方的な援助が、本当のニーズへ到達せず、成果を上げていないことを具体的に示した事例である。この事例は、普及から末端での使用における過程において、動機付けと自立的な参加が重要であることを示している。

山形(2007)は、貧困層が貧困から抜け出していくプロセスにおいて、一時的には政府やNGOからの移転所得は重要な場合であるが、働くことのできる人は、長期的には、自ら所得を稼ぐことが求められると主張した。すなわち、貧困層に雇用と所得獲得機会を提供する企業の順調な成長が、開発途上国における貧困削減プロセスの自立性と継続性を保つ上で重要であるという指摘である。企業の投資はその国に産業を興し、雇用を生み出し、所得の創出または向上をもたらす。また、その国の経済を進展させ、社会の発展に貢献するのである。

一方で、近年のグローバリゼーションによる人、物、金のフローは、これまで以上に活発化し、企業のグローバル戦略も多様化させてきた。また、成長を遂げてきたかつては開発途上国であった国々は、援助ではなく市場によって発展してきたといえる。これまで企業にとっての顧客は、先進諸国の

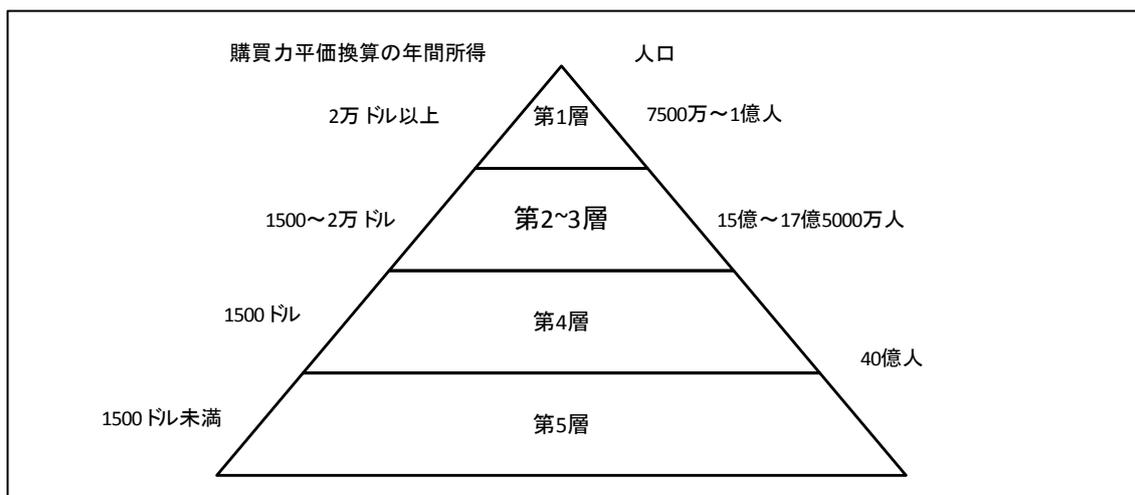
³⁸ Population International Service(PSI)は1970年に設立された保健衛生を中心とした支援を商業的なマーケティング戦略をもって行なうアメリカのNPOである。現在活動地域は50カ国を超えている。

³⁹ イースタリー(2009)。

消費者とイコールであったが、新興国の発展はマーケットの拡大をもたらした。もともと開発途上国であった新興国の発展は、他の発展途上にある国々が将来の顧客たりえる可能性を誕生させたのである。

C.K.プラハラードは、「経済ピラミッドの底辺（BOP: Bottom of Pyramid⁴⁰）にいる1日2ドル未満で生活している40億人のための解決策を共同で創りあげたらどうなるか？」という命題を出発点とした。大企業や多国籍企業が対象としてきた購買層は、プラハラードのいう経済ピラミッドの上部の富裕層（図1の第1層にあたる）であった。また、エコノミスト誌が新興中流階級として分類する1日あたり2~13ドル（図1の第2~3層にあたる）で生活している人々であり、それらの人々は可処分所得があり、教育や医療、エネルギー、交通、衛生、保健などに支出している層である。しかし、それよりも低い所得、つまり1日2ドル以下（図1の第4~5層にあたる）で生活している人々については消費者として無視されてきたというのがプラハラードの主張であった。1日2ドル以下で生活している人々を消費の対象とするビジネス、それがBOPビジネスである。

図2-1-1 世界の経済ピラミッド



出所：C.K.Prahalad and Stuart Hart, 2002 "The Fortune at the Bottom of the Pyramid", strategy+business, Issue 26, 2002 Reprinted with permission from strategy+business, the award-winning management quarterly published by Booz Allen Hamilton. www.strategy-business.com

これまで、企業にとっては援助の対象ではあっても、ビジネスの対象ではなかった「貧困層」を「顧客」に変えることで、企業と貧困層双方に利益が生まれる関係を築くことができる。表2-1-1に、企業、貧困層の利益についてまとめた。

⁴⁰ Base of Pyramid と呼ばれる場合もある。

表 2-1-1 BOP ビジネスがもたらす利益

企業側の利益	新しい市場の開拓
	新しい製品・サービスの開発
貧困層側の利益	インフラ整備の向上
	消費者選択規模の拡大
	雇用の増加とそれに伴う収入の増加
双方共通の利益	市場の活性化

出所：ブラハラード(2005)より筆者作成。

BOP 層を対象にすることで、企業は 50 億人規模の新しい市場を開拓できるばかりでなく、貧困層に合わせた自社製品・サービスの開発も進めることができる。また、BOP ビジネスを継続することで、貧困層だった顧客の所得が中間層レベルに変化し、将来的により高い価格で製品を購入することができる顧客へと変化することが期待できる。また、企業側がビジネスを行うために進めるインフラ整備によって、貧困層の生活水準の向上ももたらされるだろう。消費者にとっては所得に合った製品・サービスが増加することで消費の選択機会が増加する。ひいては、BOP 市場の活性化と、それに伴う雇用機会の増加及び所得の向上も起こり得る。BOP ビジネスは、社会貢献目的のみならず、企業にとって新しい市場として大きな潜在性があるため、ビジネスとしての魅力が極めて高い。今後、多くの企業が参入していくことが期待される。

また、ビジネスは人間開発の側面からも有益である。国連開発計画（2015）は人間開発の過程において、極めて重要なのが仕事であるとしている。なぜなら仕事は、公平な経済成長、貧困の削減、ジェンダー平等、人々の社会参加、尊厳と価値の意識、公共の利益、社会の強化（物質的な福祉を高め、広範な知識の蓄積をもたらす）を人々に提供する一つの手段だからである。この場合の「仕事」とは広範な意味を持っており、一般的に仕事を創出するものとしてビジネスの役割は大きい。人々は、仕事を通して知識、技術を高め、貧困のリスクにさらされない力をつけることができる。そのため、開発途上国の人々にとって、自立的な成長をもたらすビジネスが大変重要である。

ビジネスを通じて開発途上国の開発に寄与した例として、バングラデシュのグラミン銀行がある。グラミン銀行が貧困削減に貢献した理由の一つとして、貧困削減を明確な目的とした組織化を挙げることができる。表 2-1-2 はグラミン銀行の 16 カ条の決意である。この 16 カ条の決意は、貧困から長期にわたって抜け出すには所得向上だけでなくその他の多面的な要素が重要であること、そして、ビジネスがその過程において重要な役割を担っていることを示している。

表 2-1-2 グラミン銀行の 16 カ条の決意

1	私たちは、グラミン銀行の4つの原則である、規律、団結、勇気、勤勉に従い、どんな人生を歩むことになっても、それを実現することを誓います。
2	私たちは家族に繁栄をもたらします。
3	私たちは壊れかけた家には住みません。私たちは、家を直し、できるだけ早く新しい家を建てられるように働きます。
4	私たちは一年中野菜を育てます。私たちはその野菜をたくさん食べ、残りがあれば売りに出します。
5	種まきの時期には、私たちはできるだけ多くの種をまきます。
6	私たちは、家族の人数をなるべく増やさないように家族計画を行います。出費を少なくします。健康に留意します。
7	私たちは子供に教育を受けさせます。教育を受けさせられるような収入を得られるようにします。
8	私たちはいつでも子供たちや、周囲の環境を清潔にしておきます。
9	私たちは簡易トイレをこしらえ、それを使います。
10	私たちは、飲む前に水を沸騰させるか、ミョウバンを使います。私たちは、砒素を取り除くためにピッチャーのフィルターを使います。
11	私たちは、息子が結婚するときには持参金を要求せず、娘が結婚するときには持参金を渡しません。私たちは持参金の呪いにセンターを巻き込まないようにします。私たちは幼い子供同士の結婚を勧めません。
12	私たちは誰かに不正を押しつけず、誰かが私たちに不正を押しつけることも許しません。
13	私たちはより高い収入を得るために、みんなで集まってより大きな投資を始めます。
14	私たちはいつもお互いに助け合います。もし誰かが困難に陥ったら、その人を助けます。
15	どこかのセンターで規則違反があったときには、私たちはそこへ出かけて行って、規則を回復するのを助けます。
16	私たちはあらゆる社会活動にそろって参加します。

出所：ユヌス(2008)、112-113 頁より抜粋。

ユヌスはグラミン銀行のようにビジネスの過程において、貧困などの課題を解決していく事業をソーシャルビジネス(Social Business:以下 SB)と呼び、その定義を次のように述べている。

『ソーシャルビジネスは企業として設計され、経営されるものである。製品やサービス、顧客、市場、費用、そして利益を伴っている。しかし、企業の利益最大化の原理は、社会的利益の原則に置き換えられている。投資家を喜ばせるために最大限の財務上の利益を集めようとするのではなく、ソーシャルビジネスは社会的な目標を達成しようとしているのである(ユヌス、2008、58 頁。)]

SB が特徴的であるのは事業運営のための資金を寄付金や基金からの補助に依存するのではなく、ビジネスの中で持続的に必要なコスト回収を行うことである。SB に関する様々な定義で共通しているのは、営利だけを目的とせず、社会的課題の解決を目的として事業を運営している点である。同時に通常の営利企業と同じように、事業の中ですべてのコストを回収し、それを基にした持続的な運営を前提としている開発においても、その経済的な側面だけでなく、人々の生活をより良くするための様々な側面からみてビジネスが果たす役割は大きい。

ユヌスの主張する SB は、経済的な利益が社会的利益の原則に置き換えられているものであり、株主への配当についても厳しく制限されている。SB の急速な広まりによって、企業は社会的な要素をより重視するようになってきたことは確かである。SB だけでなく、それ以前から行われてきたフェアトレード運動⁴¹や CSR などといった、「企業は社会全体に貢献すべきであり、企業の経済的な利益だけを最優先するべきではない」という気運の高まりは、企業が目指すべき姿勢を変化させてきたと

⁴¹より公正な国際貿易の実現を目指す、対話・透明性・敬意の精神に根ざした貿易パートナーシップのこと (渡辺龍也、2010)。

言えよう。社会的利益が最優先であるとする SB は確かにその社会的貢献度は高く、グラミン銀行のように成長を果たした代表例も存在する。しかし企業全体が社会的利益の追求を優先させ、経済的利益は考慮しないということになれば、企業としての成長は有り得ない。企業が成長しなければ、より広域で持続的に社会に貢献することは困難である。企業は社会的な利益と経済的な利益のどちらかを優先するのではなく、利益を確保しながら社会的な貢献を行っていく道を模索すべきだろう。

これまでの経済開発アプローチによる経済成長と、社会開発の為の努力が開発途上国の生活向上に貢献してきたのは確かである。しかし、各国が本当に必要としているニーズへの成果がもたらされてきたとは言い切れない。そして、持続的に発展していくには援助だけでなくビジネスによってもたらされる市場や資金、その過程によってもたらされる技術をはじめとした人間開発への影響は大きい。

2-2-2 本論文におけるビジネス化の概念と重要性

経済発展をし、豊かで平和な生活をするためには様々な種類と規模をもつ産業の発展が必要であり、それには企業の成長が不可欠である。まず、一般的なビジネスが指すものは、仕事、事業、商売であり、利益をあげるための手段としての仕事であるとされてきた。一般的なビジネスでは競争や連携といった様々な他者との関係の中で最大限の利益を上げることを目指す。そして、企業で得た利益は、事業拡大などさらに利益を上げるために投資される。しかし、経済的利益を追求するだけでは、広く豊かな社会を実現することはできない。

主にビジネスを遂行する企業に求められるものは、時代とともに変化してきた。環境や雇用など社会的課題の解決を目的として展開されていたビジネスは存在していたが、それを SB と呼び、新たなビジネスモデルとして位置づけたのは、THE BODY SHOP(以下 BS)創業者のアニータ・ロディックとゴードン・ロディックである。

BS は 1976 年、ココヤシ油やアボカドのような天然原料をベースとした化粧品を製造・販売する会社としてアニータ・ロディックとゴードン・ロディックによって設立された。ロディックは企業として、収益を上げながらもロディック自身の倫理的価値観に基づき、それまで多くの化粧品会社が行ってきた動物実験に反対し、環境に配慮した運営を続けた。このように BS は創業以来、明確に企業理念を打ち出し、それに基づいた経営を続けている。

BS は「Trade not Aid(援助でなく取引を)」というスローガンを掲げ、援助ではなく事業の中で地域社会に貢献していくという姿勢をとっている。このような企業指針を打ち出した BS の姿勢に多くの消費者が賛同し、BS は急激に店舗数を増加させた。そして、ビジネスを通して社会と環境を変えることができるという企業指針をもった BS は多くの企業のロールモデルになったといえる。

BS 主宰であったゴードン・ロディックは 1991 年、ホームレスの社会復帰を目指した情報誌の発行・販売を行うビッグイシュー(Big Issue:以下 BI)を設立した。設立の際には BS が初期費用として 3 万ポンド、その後 3 年間で 50 万ポンドを投資している。経営者であるアニータ・ロディックとゴードン・ロディックは「Big Issue のような、社会的課題をより直接的に解決するための事業を『ソー

シャルビジネス』と呼び、社会志向型企業のBSが支援していく、新しい事業モデルとして位置づけた(土肥、2004)。」世界各国で、BSやBIのような社会貢献を重視した事業はそれまでも登場していたが、そのような事業モデルを「ソーシャルビジネス」とし、社会的課題を直接的に解決していく事業モデルとして、位置づけたのはこのときである。SBの定義は様々な研究者や地域で試みられているが、未だ統一された明確な定義は存在しない。また、社会的な課題をビジネスで解決しようとする手法は以前にも様々な呼称を持って存在していた。SBは特に日本やアメリカではその事業性よりも社会性に重点を置いて見られがちである。SBは社会的利益を目的として考案され、同時に持続的な事業運営を可能にする経済性を併せ持った商品・サービスを提供する企業、ビジネスモデルであるが、2-2-1で述べたユヌスの主張のように、利益配分を行うべきではないという主張も存在する。SBは、特にユヌスの主張において経済的な利益が社会的利益の原則に置き換えられているものであり、株主への配当についても厳しく制限されている。そうなれば企業の成長には限界がある。SBの急速な広まりによって、企業は社会的な要素をより重視するようになってきたことは確かである。SBだけでなく、それ以前から行われてきたフェアトレード運動⁴²やCSRなどといった、「企業は社会全体に貢献すべきであり、企業の経済的な利益だけを最優先するべきではない」という気運の高まりは、企業が目指すべき姿勢を変化させてきたと言えよう。社会的利益が最優先であるとするSBは確かにその社会的貢献度は高く、グラミン銀行のように成長を果たした代表例も存在する。しかし、SBをはじめとした社会的利益を最優先であるとする企業は、ビジネスであるとされながらも、非営利性を持つものや、経済的利益とのバランスを取れていないものも多く見られる。しかし企業全体が社会的利益の追求を優先させ、経済的利益は考慮しないということになれば、企業としての成長は有り得ない。企業が成長しなければ、より広域で持続的に社会に貢献することは困難である。企業は社会的な利益と経済的な利益のどちらかを優先するのではなく、利益を確保しながら社会的な貢献を行っていく道を模索すべきだろう。

一方で、これまで経済的利益を優先してきたと考えられてきた営利企業に対する人々の期待も変化して変化してきている。百田(2006、2頁)は「現代では企業にも『企業市民』であること、社会との共生が求められている。」と述べており、さらに「現代企業は社会の発展と人々の豊かな生活を担う組織であり、自由な競争社会であっても守るべきルールがあり、その多くは法律で制定されている」と述べている。

ビジネスとは広義で言えば、財やサービスを提供し、利益を生み出す経済活動のことをさすが、本論文においては所得向上と地域発展を目的とした事業をビジネスとして取り扱う。

本論文におけるビジネス化とは、商品価値を高める潜在性をもっている物を見だし、付加価値をつけること、それを効率的に生産、販売するための組織化を行うことによって、利益をあげ、企業とステークホルダーの発展を目指すことであると定義する。ここでは、もともとその地域で行われてい

⁴²より公正な国際貿易の実現を目指す、対話・透明性・敬意の精神に根ざした貿易パートナーシップのこと(渡辺龍也、2010)。

た零細事業に対して主に外部者がその地域に不足しているものを満たしながら組織化を行い、収益性のある事業として成り立たせていくための過程を表すために「ビジネス化」という言葉を独自で用いた。本論文においては所得向上と地域発展を目的としており、その目的を達成するための過程が「ビジネス化」を意味し、ビジネス化は目的達成のための手段である。

また、近年では CSR⁴³やコーポレート・ガバナンス⁴⁴が重要視され、企業は自らの利益だけでなく、そのステークホルダーの利益を確保しながら、環境や文化に十分に配慮し、長期的に企業の価値を高め、発展していくことが求められる。そのため、ここでいう「ビジネス化」も長期的に企業と地域の発展を目指すことを前提に想定した。取り扱った事例及び研究対象とした地域における検証は、その生産者をはじめとしたステークホルダーの利益に考慮し、発展を遂げたものである。ここで用いる「ビジネス化」は大規模な産業化を表すものでなく、農村の人々の利益や生活、文化にも目を向けつつ、共に企業と地域が発展していくことを指す。

2-3 開発途上国農村部の零細事業

2-3-1 開発途上国農村部の経済、社会状況

開発途上国は、多様な経済的社会的特徴を持っており、明確な定義を持たせることは難しい。しかし、概ね低い所得を共通としているため、その分類に多く用いられるのは一人当たり GNI である。世界銀行は、一人当たり GNI による分類の基準額を、低所得国が 1,025 ドル以下、低中所得国が 1,026 ドル以上 3,956 ドル以下、高中所得国が 3,957 ドル以上 12,235 ドル以下、高所得国が 12,236 ドル以上であるとしている。この GNI 基準額を用いた場合、31 ヶ国が低所得国に、53 ヶ国が低中所得国に、56 ヶ国が高中所得国に、78 ヶ国が高所得国に分類される⁴⁵。しかし、所得だけが共通の特徴ではない。トダロは、開発途上国を一般化するのは危険であるとしながらも、大まかに似通った特徴は持つとして、その共通する経済的、社会的状況の特質を「低所得、不平等、不健康および不十分な教育を特徴とする低い生活水準、低い生産性、高い人口増加率と従属人口負荷、農業生産と第一次産品への大きな依存、不完全な市場と不十分な情報、国際関係における支配、従属及び脆弱性（トダロ、2010、58 頁）」の6点にまとめている。

開発途上国では、一般に所得、教育、保健などの要素において大多数の人々が低い生活水準での生活を強いられている。これらの生活水準の低さが、開発途上国における貧困を中心とした問題をさらに深刻化させている。また、一般的に貧しい地域が貧しいままなのはその地域には市場が機能する条件が整っていないためである。すなわち①市場情報の不足、②規制環境の不備、③物的インフラの未整備、④知識とスキルの不足、⑤金融サービスの不足である⁴⁶。貧困地域の開発には、これらの制約

⁴³ Corporate Social Responsibility の略であり、「企業の社会的責任」を意味する。萩原（2005）によれば、社会的存在としての企業の役割を強調する視点であり、企業が活動の基盤とする社会との関わりにおいて負う責任である。

⁴⁴ 企業統治と訳され、その定義は様々である。株主のための経営監視のための仕組みともしばしば捉えられるが、ここでは企業の不正行為の防止やステークホルダーに対する利害関係の調整などといった、相互に経営を監査する仕組みであるという意味合いで用いる。

⁴⁵ World Bank Group(2017).

⁴⁶ 国連開発計画(2010)。

要因を克服することが大変重要である。

また、多くの開発途上国に当てはまる特徴であるのが、大多数の人々が農業生産と第一次産品へ大きく依存していることである。開発途上国において人と生産が農業やその他の第1次産品の生産活動に集中している理由として、トダロ(2004)は、低い所得水準では第一優先順位は食物、衣類、及び住居であるからだとしている。すなわち農業は、生産性の多寡に関わらず、生活をしていく上で最も優先すべき食物を確保する手段として直結している。しかし、開発途上国の農業生産性は低い。農業従事者が労働人口の過半数を占めているにも関わらず、農業技術は未発達で、資金も十分でなく、組織化されておらず、効率的であるとは言えない。加えて、開発途上国の農業は多くが現金獲得を目的とした商業的農業ではなく、個人的な食料消費を提供するだけに過ぎない。速水(2004)は、「農村において最も一般的な生産組織は、労働を主として家族員に依存する比較的小規模な農家である(頁)」と述べている。それを現金獲得手段にまで発展させるには、現金作物の生産を目的とした種子や肥料を購入する必要がある。そのためには資金が必要であるものの、一般的に自己資金が不足している農村の農業従事者にはそれは難しい。

一般的に、開発途上国では都市部の成長が優先され、農村の経済成長から取り残されてきた。しかし、農業人口は労働人口の過半数を占め、貧困層の4分の3⁴⁷は農村に居住しているとされている。そのため、農村部の経済成長と活性化が不可欠である。開発途上国の大部分の占める人々が貧困を抜け出し、生活をよりよくするためには、農村部に有益となるような発展をしていく必要があるだろう。その手段の一つとして、農村部で一般的な零細な農家や農村部に見られる零細事業の発展と、それによる所得や技術の向上が存在するのである。

2-3-2 開発途上国農村部の零細事業

開発途上国の農村部では、一般に農産品の加工技術や市場知識に乏しく、加工過程まで行う資金も持ち合わせていない。そのため、未加工の生産物しか取引をすることができず、農産品による所得を向上させることができないのである。そのような開発途上国の農村部では、零細企業、つまりインフォーマルセクター⁴⁸とされる、個人や家族で経営される企業の割合が多くを占めている。国際協力機構(2007)は、小規模な零細企業の定義を国によって基準は異なっているが、おおよそ雇用数が5人以内、あるいは10名以下の企業、そしてその中には家族以外の成員を含まない自営業や、行政府に登録されていないインフォーマルセクターの範疇に入る事が多いとしている。また、黒崎、山形は零細事業者を「主に自らの労働を用いて、自営経済活動を行う小規模生産者(2003、34頁。)」であると捉えている。そのため、これらの企業の数、売り上げ等、情報が把握しにくく、徴税が困難で有り公的な信用を持っていない。政府がこれに対して助成や支援をすることはほとんど見られない。そして、

⁴⁷ トダロ(2010)。

⁴⁸ ILO(2017)によると、インフォーマルセクターは、英国の経済学者キース・ハートによって、公的機関の認知、記録、保護、規制を受けていない貧しい労働者の経済活動を表す言葉として用いられた。近年では、インフォーマル経済とも呼ばれ、未登記で法人化されていない、零細事業の事業主とそこで働く労働者、雇用契約のない就業者で構成されているとしている。

一般的な銀行の融資なども困難である。そして、一般的にはこれらの企業は生産性が低く、非効率的な運営がされている。モリッシュ(2000)は、農村部の零細企業が都市部のそれよりさらに、深刻な状況であると指摘している。それらは経営者が零細規模に満足し、技術的にも向上する意欲に欠けるきらいがあると捉えている。しかし、同時に雇用機会の乏しい農村部において、零細事業は農閑期の貴重な現金収入となり、都市人口への流入を防ぐ重要な役割を担っているとしている。ただし、農村の零細企業経営者が技術的に向上する意欲に欠けるとは言い切れない。それには、資金の不足、情報の不足によって、技術向上によるインセンティブを見いだせていない可能性があるからである。収入を向上させるために、生産性を上げる技術や工夫が必要であると認識していても、日々の生活をする為の食物や収入を得ることが最優先であるからである。そして、国際協力機構によると、これらの零細企業は商業的零細企業と、生計維持的零細企業があるとしているが、開発途上国の農村で多く見られるのは、生計維持的零細企業である。これに分類される零細企業の経営者の目的は、企業を成長させることではなく、現金収入によって家族の食物を確保することや教育を受けさせること、必要ときに医療を受けさせることであり、そのため、その事業をさらに発展するためのリスクは負わないとされている。

このような農村部の状況では、農村部に居住している人々-大部分が貧困層である人々は、日々の生活をしていくための自らの事業を発展させていく余力を持ち合わせていない。そのため、チェンバース(1995)は、農村開発においては、アウトサイダー、すなわち外部の人間が行動を起こすべきであると主張している。

停滞する農村の零細事業者に外部からの行動によって、変化がもたらされた例がバングラデシュのグラミン銀行である。創業者のムハマト・ユヌスは、農村の竹かご職人の女性たちが貧しいのは原材料を確保するための資金の不足であることに気づき、生産者に持っていた 27 ドルを融資した。それがマイクロファイナンスの始まりとなった。その後、グラミン銀行は貧困削減を明確な目的とした組織化を行った。生産者は、技術は有していたが、わずかな資金と生産者を守る規制が村には存在していなかった。生産者は原材料を仕入れるために高利貸しに資金を借りていたのである。生産者が高利貸しに返済した後、生産者の手元に残る利益はわずかであった。

通常、生活の為に労働をしている農村の生産者は決して怠惰ではなく、そこで生き抜くための知恵や技術を有している。それらに、外部からの知識や情報、資金が流入し、応用されたことでグラミン銀行は発展したのである。そして、そのモデルは他の農村の零細事業へも適用された。このように、農村における零細事業を発展させるためには、外部からの働きかけは不可欠である。その地域に、不足している市場情報や、規制、インフラ、知識とスキル、金融サービスや資金など、何が必要か検証した上で外部からそれを満たす働きかけを行うことで克服できるのである。

まとめ

開発アプローチは、経済開発を中心としたものから、社会開発を中心としたもの、そしてより多面的に開発を行っていく手段としてのビジネスを用いた開発アプローチの必要性へと多様化してきた。人々がより良い生活をしていくためには、経済的な側面の改善のみでは不十分であり、より多面的なアプローチによって、開発における課題の根本的な原因の改善を行うアプローチが不可欠であるということが、これまでの開発政策の経験から認識されるようになってきたのである。そして、その解決のためには、開発において長く中心となってきた援助では、解決されず、ビジネスによって多面的なアプローチがされること、開発から取り残されてきた人々が仕事を通じて、能力を高め、よりよい生活を長期にわたって手に入れることが重要なのである。

そして、その開発の対象として重要であると考えるのが、開発途上国の農村部である。開発途上国の貧困層の大部分が居住しているにもかかわらず、大部分の開発途上国において農村部への開発は優先されることはなかった。しかし、貧困や不平等など多くの開発途上国が抱える課題は、農村地域が抱える深刻な課題の中心である。そのため、開発途上国の開発には、農村地域における開発が大変重要なのである。

本章では、開発アプローチの変遷とビジネス、そして本論文でその開発対象として重要であると捉えている開発途上国の農村の経済、社会状況およびその農村において多くの人々が従事する零細事業についてまとめた。第3章では、その零細事業を発展させていくため、農村部における零細事業のビジネス化を説明し、その成功事例について検証する。

参考文献

1. イースタリー・ウィリアム、小浜裕久、織井啓介、富田陽子訳（2009）、『傲慢な援助』、東洋経済新報社。
2. 稲田十一、下村恭民、辻一人、深川由起子（2009）、『新版国際協力 その新しい潮流』、有斐閣選書。
3. 「動く→動かす」編（2012）、『ミレニアム開発目標 世界から貧しさをなくす8つの方法』、合同出版。
4. 北野収（2011）、『国際協力の誕生-開発の脱政治家を超えて』、創成社。
5. 黒崎卓、山形辰史（2003）、『開発経済学 貧困削減へのアプローチ』、日本評論社。
6. 佐藤寛監修、国際開発学会編（2014）、『国際協力用語集第4版』、国際開発ジャーナル社。
7. 国連開発計画（2015）、『国連ミレニアム開発目標2015、MDGsに対する最終評価』
8. 国連開発計画（2003）、『人間開発報告書2003』、国際協力出版会。
9. 国連開発計画（2015）、『人間開発報告書2015 概要版』、国連開発計画駐日代表事務所。
10. 国連開発計画編、吉田秀美訳（2010）、『世界とつながるビジネス BOP市場を開拓する5つの方法』、英治出版。
11. 国連貿易開発会議、外務省訳（1964）、『プレビッシュ報告 新しい貿易政策をもとめて』、国際日本協会。
12. 下村恭民、辻一人、西垣昭（2009）、『開発援助の経済学 「共生の世界」と日本のODA 第4版』、有斐閣。
13. 高岡伸行、水村典弘（2013）、「国連ミレニアム開発目標達成に果たすビジネスの役割と課題」、『経済理論374』、37-59頁、和歌山大学。
14. 高橋和志、山形辰史（2010）、『国際協力ってなんだろう 現場に生きる開発経済学』、岩波ジュニア新書。
15. 高柳彰夫（2011）、『めざすは貧困なき世界 政府と市民の国際開発協力』、フェリス女学院大学。
16. チェンバース・ロバート、穂積智夫、甲斐田万智子訳（1995）、『第三世界の農村開発 貧困の解決-私たちにできること』、明石書店。
17. トダロ・マイケル、ステファンC・スミス、岡田靖夫監訳（1997）、『開発経済学 第8版』、国際協力出版界。
18. 西川潤（1979）、『南北問題 世界経済を動かすもの』、NHKブックス。
19. 永田実（1990）、『マーシャル・プラン 自由世界の命綱』、中公新書。
20. ヌルクセ・ラグナー、土屋六郎訳（1955）、『後進諸国の資本形成』、巖松堂書店。
21. ヌルクセ・ラグナー、河村鑑男、松永嘉夫、大畑彌七、渡辺行郎訳（1967）、『世界経済の均衡と成長』、ダイヤモンド社。

22. 速水佑次郎 (2004)、『新版 開発経済学 諸国民の貧困と富』、創文社。
23. 百田義治 (2006)、『経営学基礎』、中央経済社。
24. モヨ・ダンピサ、小浜裕久訳 (2010)、『援助じゃアフリカは発展しない』、東洋経済新報社。
25. モリッシュ・マイケル、保科秀明訳 (2000)、『増補改訂版 第三世界の開発問題』、古今書院。
26. ユヌス・ムハマド、猪熊弘子訳 (2008)、『貧困のない世界を創る ソーシャル・ビジネスと新しい資本主義』、早川書房。
27. 渡辺利夫 (1996)、『開発経済学-経済学と現代アジア 第2版』、日本評論社。
28. 渡辺利夫 (2010)、『開発経済学入門第3版』、東洋経済新報社。
29. Dasgupta, Partha (2001) , “Humand Well-Being and the Natural Environment”, Oxford
30. Nurkse, Ragnar (1958) ,”Problems of Capital Formation in Underdeveloped Countries”, Oxford
31. Todaro, P, Michael, Smith, C. Stephen (2011) , “Economic Development”, Addison Wesley
32. United Nations Development Programme (1990) , “Human Development Report 1990, 2003”, Oxford University Press.
33. United Nations (1987) ”Report of the World Commission on Environment and Development, 1987 Our Common Future, United Nations
34. 国際労働期間、「インフォーマル経済」、
[http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-tokyo/documents/article/wcms_249685.pdf#search=%27 インフォーマルセクター+定義%27](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-tokyo/documents/article/wcms_249685.pdf#search=%27%20インフォーマルセクター+定義%27)(2017年9月28日)
35. PSI, “About Us”,
<http://www.psi.org>. (October 3, 2017)
3. World Bank, World Development Indicators, Online Table,
<http://wdi.worldbank.org> (June 4, 2017)

第3章 農村部零細事業のビジネス化事例

はじめに

農村におけるビジネス化はあらゆる地域で行われている。本章では、零細事業のビジネス化が農村の開発につながる可能性について、先行事例を用いて確認を行う。これらは全て、農村において既存の零細事業のビジネス化を行い、雇用を生むことでコミュニティの収益の向上や人々の所得の向上に成功した例である。ここで行う事例研究をもとに第5章で成功要因の検証を行い、カンボジアの零細事業にあてはめて検証するため、条件が比較的近いと考えられる東南アジア諸国の例で、フィリピン、ベトナム、カンボジアの事例を選出した。まず、3-1 では、農村のビジネス化について定義づけを試みる。次に、3-2 ではフィリピンで廃棄されるココナッツの皮から土木工事などに使われるジオテキスタイルを主に生産するココテクノロジー社を取り扱う。続く3-3 では政府と企業、組合が協力し生産者の所得向上に成功したベトナムのラタン産業における事業化について述べる。最後の3-4 では、農村の手工芸品生産者を雇用し、高品質なシルクや彫刻などを生産し、観光客向けに販売しているカンボジアのアーティザン・アンコールの事例を検証する。

3-1 農村部零細事業のビジネス化

外部者の働きかけによって、農村の市場に不足しているモノを満たすための手段として、零細事業のビジネス化が有用であると考えられる。ビジネス化とは、商品価値として高い潜在性をもった物を見出し、それに付加価値をつけ、効率的な生産・供給を目的に生産者を組織化し、持続的な利益の獲得を目指すことである。この中で最も優先順位が高いのは組織化である。組織とは、広義においては『おのおの独立した諸部分が、それぞれ特定の機能・行動・部署をもち、かつ全体の有機的な関係を保持しながら、当該部分を整備ないし、構成した状態もしくは様態』（安部、1963）であるとされている。それを産業に適用すると「組織は企業の各成員が遂行されると期待される役割を規定し、そしてこれらの成員たちの相互関係を規定し、彼らの共同的努力が、企業の目的に最も効果的であるようにすることである。」（安部、1963）つまり、生産者の組織化とは、個々を一つにとりまとめることで、製品の市場への供給量や価格を調整し、品質管理を改善させ、仲介人との交渉を可能にし、事業活動を継続性のあるものにするものである。そうすることによって個人が最も効果的に役割を果たし、組織を後ろ盾とした高い信頼性をもって、資金調達や価格交渉の面で有利な状態に立つことができるのである。組織化は、農村部の零細事業に不足している要素を補い、その産業に従事する人々の能力が有効に活用される有効な手段であると言えよう。

ビジネスを成立させるためには、その事業を持続的に収益性のあるものにしなければならない。収益確保の大前提として不可欠であるのが顧客で、その顧客の創造と、市場の開拓及び拡大のためには商品開発や市場の調査、広告宣伝活動を行っていく必要がある。本論文においては、農村の零細事業を組織化し、マーケティングの要素を補填することによって収益のあがる事業化を行うことをビジネ

ス化であるとする。

貧困人口の大多数は農村部に居住している。彼らは貧しい地域が貧しいままである理由と共通するように、社会的チャンス資源を使いこなす為の能力、知識や技術、それらを得るための教育の機会、健康、健康に過ごす機会（セン、2002）の不足によって貧しいままなのである。農村のビジネス化によって、それに関わる農村の人々は新たな知識、より高い技術、資金、もしくはより高い所得、そしてインフラの整備や、保健衛生の知識、管理、そして彼らの子供への教育に影響を受けるだろう。農村のビジネス化とは、農村における貧困を根本的な原因から脱却させる可能性がある、多面的なアプローチができる手段として重要なのである。

3-2 フィリピンにおけるココナツ産業の事例

フィリピンのビコール地方を中心に事業を行うココテクノロジー社（Coco Technology Corporation: 以下 CTC）は1994年に、ビコール大学の農学部長であったジャスティノ・アルボレダによって創設されたジュボーケン社（Juboken Enterprise）を前身とする会社である。CTCは廃棄されるココナツの皮を使って、ジオテキスタイル⁴⁹という排水シートを中心に生産、販売している。

CTCの設立のきっかけとなったのは、1990年代はじめにアルボレダがビコール地域で開始したココナツ農家に関する調査であった。カブレド(2009)によれば、その背景は、フィリピンの農地の67%をココナツ農園が占めるほどココナツ生産が盛んでありながらも、従事者の多くが貧しい状況にあったこと、そして同じくココナツ生産の盛んなビコール地域⁵⁰がアルボレダの出身地であったことによる。

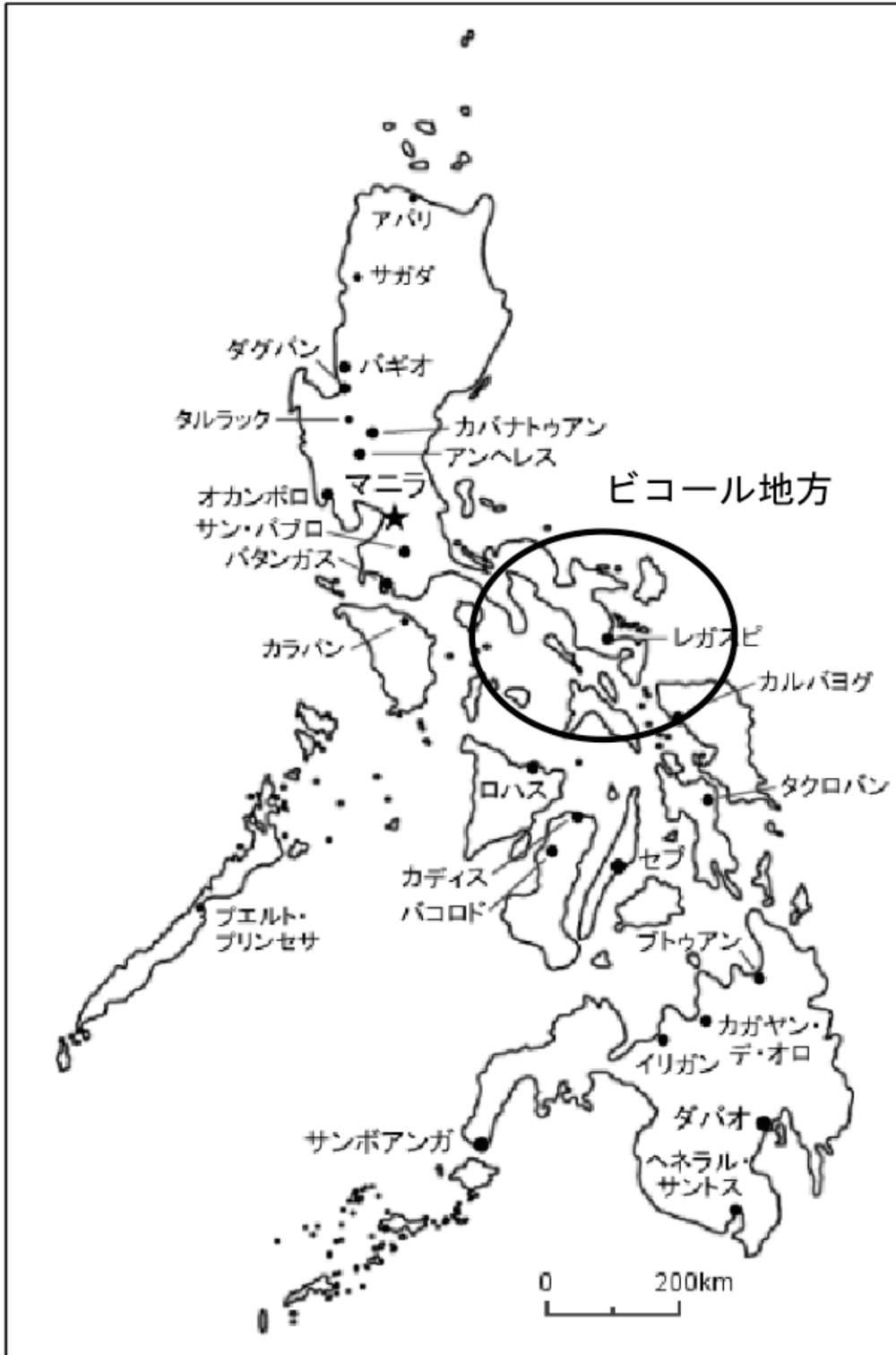
ビコール地方はルソン島南部のビコール半島とその周辺の島々で構成されており、人口は約580万人(2015年)の地域である⁵¹。ビコール地方は国内10の地域のうちで3番目に貧しい地域であり、2000年には、全世帯中46%、人口の53.1%が貧困層であるとされた(カブレド、2009)。また、特に農村部での貧困率が高く、79.6%の世帯、全人口の79.9%が貧困層とされる。中でもとくに貧しいのがココナツ農家であった(カブレド、2009) カブレド(2009)によると、フィリピンのココナツ農家約350万軒が国内の貧困層の約2割を占める。

⁴⁹ ジオテキスタイルは、道路や土地の埋め立ての際に使用する物である。主に、ジオグリッド、ジオネット、織布、不織布などの免状補強材であり、土壁や盛り土の補強に用いられる。それを用いた工法をジオテキスタイル工と呼び、そこには補強土壁工法、補強盛土工法などがある。急勾配の土地で土嚢等とともに補強材として敷き詰められたり、一般道路では、盛り土の中に敷き詰められ、盛り土全体を強化したりするために用いられる。(国土交通省、2017)。

⁵⁰ ビコール地方のココナツ生産量は国内10地域中4番目に生産量が多く、フィリピンココナツ局(Philippine Coconuts Authority)によると2009年のココナツ生産従事者数は29万人であった。

⁵¹ Philippine Statics Authority(2017)。

図 2-2-1 フィリピン、ビコール地域の地図



出所：旅のもと Zen Tech、2017、フィリピン白地図。
http://www2m.biglobe.ne.jp/ZenTech/world/map/philippine/Philippines_Outline_Map.htm
(2017年8月5日)

アルボレダの調査の結果、ココナッツ生産農家の貧困の一因として、ココナッツ生産に関する政府の支援や研究が行われてこなかったことがある。政府による投資は主に米やトウモロコシに対してのもので、ココナッツ農家は乏しい農業技術やノウハウしか得ることができず、台風による地滑りや洪水被害などで深刻な被害を受けることも多かった。また、目先の収入を確保するためにココナッツの木を木材として売り、その後の収入源を確保できずに慢性的な貧困に陥る場合もあった。

そこで CTC が目をつけたのはココナッツの皮である。果肉やオイルと違い、従来ココナッツの皮はそのまま廃棄されるか、焼却処分されていた。その量は年間約 60 億キロにも上り(カブレド、2009)、国内の産業廃棄物の中で、最も大きな割合を占めていたのである。また、焼却の過程で排出される二酸化炭素も、環境汚染の一因であった。

アルボレダは貧困率の高いココナッツ農家で、環境問題も引き起こすココナッツの皮を生産的に使うための調査研究を行うために、政府の主要な調査、開発機関である国際調査開発センター(International Development and Research Center : IDRC) ⁵²に提案し、承認された。

その結果明らかになったのは、ココナッツの皮の 35%が繊維、残りの 65%がピート⁵³であることである。この繊維は、フィリピンで伝統的に行われてきた編み物の技術を利用して、より糸やロープにすることができ、また、それを網状に加工することができる。加えてココナッツ繊維は微生物によって完全に自然に分解され、植物が土壌に堅く根付く速度を促進する性質がある。その上、水分吸収に優れ、水分保持の許容量も大きく、それが浸食の原因となる急激な水の侵行を防ぐこと、自然に発根するホルモンを持っていることも明らかになった。すなわち、ココナッツの皮は侵食を防ぐジオテキスタイルの生産の原材料に極めて適した素材だったのである。また、ココナッツの皮を原料としたジオテキスタイルは、輸入されている既存のジオテキスタイルよりも安い。公共事業や工事では一般に合成物で作られた物を用いてきたが、環境面においてもココナッツの皮を原料としたジオテキスタイルの方が優れていることが確認された。

ココナッツ繊維の用途の研究によって、ココナッツの皮が収入向上に寄与する可能性が見出され、CTC は農家グループや農業協同組合に対して、本事業への参加を呼びかけた。しかし、未だ収入向上に寄与するという実証のなかった事業に賛同する農家や農業協同組合はほとんどなく、アルボレダは自己資金や友人の協力からおおよそ 7000 ドルを調達し、会社を設立した。

アルボレダはビコール地域の 10 の生産者世帯を迎えてスタートしたが⁵⁴、同時に全ての工程において、コミュニティ全体を巻き込む事業をデザインした。(Ganchero and Manapol, 2007)によると、その仕組みは次のようにまとめられる。

1. ココナッツ農家から 1 つの皮につき、0.03 ドルで買い取りをする。
2. 皮むき機を使って繊維とピートに分ける。

⁵² カブレド (2009) による。現在、同名の機関は確認できない。

⁵³ ピートとはココナッツの皮を粉砕する過程で、ココナッツ繊維と分離され粉末状の繊維であり、園芸資材に用いられることが多い。(国際緑化推進センター、2016)。

⁵⁴ 拠点をビコール地域に絞ったため、後に地元の銀行から 2000 ドルの融資を受けている。

皮むき機のオペレーターは1日当たり3~5ドルの収入を得ることができる。

3. 梱包して、コミュニティに繊維をくばる。

梱包者及びドライバーは1日当たり3ドルの収入を得ることができ、配達に使う乗り物は会社から提供される。

4. 繊維をより合わせる。

この作業は家族単位で行われる。1日当たりの収入は一人当たり5ドルであるため、家族内で従事する人数が多ければ多いほど収入も高くなる。彼らの収入は一月あたり30ドル前後であったため、一月あたり100ドルへの増加は大きな変化である。(一月あたりの収入は月の労働日数を20日で換算。実際には日曜以外はこの作業を行っている生産者が多いため一月あたりの所得は100ドルを超えていると予想される。)

5. より糸を用いてネットを編む。

編み手は1日当たり2ドルの収入を得ることができる。

同時にアルボレダは、フィリピンの政府や自治体に対して、CTCのジオテキスタイルが国内の深刻な浸食問題に効果的な技術であること、従来の輸入品よりも安価で予算を大幅に節約できる点も強調した。また、ジオテキスタイルを国内生産することで、雇用創出と所得が向上し、国内市場の刺激によってココナツ産業が活性化すると提案した。

CTCの生産の担い手は、主に女性や学校を中途退学した若い男性、長期間失業中の男性、そして身体障害者などであった。原材料のココナツの皮むきは体力的にハードであるため男性の労働者が、繊維をより合わせる作業は女性や失業中の男性、また身体障がい者が主に担うことになった。より糸からネットを編む工程は、この地方の女性たちが伝統的な織物技術を有していたことから、主に女性が担った。但し、より糸機は自己負担とされた⁵⁵。生産は、午前5時から夕方5時の間に行われているが、女性のより糸やネットへの加工は自宅で行われているため、時間は決められていない。

CTCはコミュニティの人々全てを最も重要なビジネスパートナーとみなし、2006年時点でココナツ繊維産業への参加は国内で8,000世帯⁵⁶を超えた。また、創業後13年間でCTCはココナツの皮の取引における仲介人を完全に排除し、農家と直接取引を行うシステムを構築した。そして、運営責任をコミュニティと分かち合うことで、コミュニティ全体の責任を持たせ、自立を促した。CTCは生産物の質と量を維持するためのトレーニングを実施するとともに、原材料及びより糸を作業者に適切に届けるための仕組みを整えた。この作業に対して責任を負うのはコミュニティである。関係者は自らが責任を負うことで、作業や事業運営上の課題に気づきやすくなり、同時にそれらの課題解決を効率的にフィードバックさせるための仕組みも構築された。それによって、事業運営はますます効率化が進んだ。

こうした効率的な事業運営体制の構築は、国内外で同様の問題を抱える事業体にも活用されるよう

⁵⁵ より糸機は1台30ドルから40ドルで購入できた。

⁵⁶ Gancho and Manapol (2007).

になり、コンサルティング事業も行うことで、利益を確保し、他の会社によって国内外にココナッツ繊維産業が拡大していくようになった。表 2-2-1 に示すように、プロジェクト数の増加とともに、CTC の売上高も増加している。

表 3-2-1 CTC のプロジェクト数と売上高

年度	プロジェクト数	プロジェクトの価値(フィリピンペソ)
1996	1	750,000
1997	3	8,246,000
1998	2	8,265,000
1999	4	2,073,000
2000	4	6,361,000
2001	6	7,503,866
2002	6	66,740,000
2003	9	25,000,000
2004	8	15,200,000
2005	7	13,600,000
2006	18	16,499,983
計	68	170,238,849

出所：Ganchero and Manapol(2007) より引用。

注：1 フィリピンペソ=約 2.19 円(2017/07/20)

CTC はジオテキスタイルの生産以外にも、実行可能性のあるプロジェクトの研究、バイオエンジニアリングシステムのデザイン、取り付けサービス、バイオエンジニアリングのためのココナッツ繊維ネットの供給など事業の拡大を図った。また、雇用の維持、拡大の為に国内外の市場にも力を入れた。国内では、大統領署名による公共事業における製品供給の確約を得ることによって、需要の確保を図った。2002 年 9 月のアロヨ元大統領のこの署名により、フィリピン国内のすべてのインフラ事業にココナッツ繊維製品が使用されることが決定した。また、欧州や米国、日本、アジアなどで多くのプロジェクトへの製品供給ルートを確保した。

大統領の決定によって国内の需要が高まる一方で、CTC の最大の顧客である、政府の公共事業と高速道路部門がその支払いに問題を抱え、CTC への収入の流れと、従業員への支払い能力に悪影響を及ぼしていた。ほとんどの従業員は CTC の毎日の支払いに頼っていたため、タイムリーな給料の支払いがされなければ、従業員の士気に大きな影響を及ぼす。そのため、CTC はバイオエンジニアリングとコンサルティング事業、特に、海外における大規模な土壌の浸食コントロールを専門化することにした。こうして、会社の業績は伸び、2006 年の売り上げ予測は 50 万ドルとなった。

カブレド (2009) は、CTC の事業の特徴を 4 つにまとめている。

1. CTC とコミュニティのビジネスパートナーとしての関係構築

ココナッツ農家の参加がなければビジネスが成立しないという認識のもと、雇用創出と所得向上に焦点を当てていたことが、農家の事業参加が可能になり、かつコミュニティを中心とする運営を可能にした。ココナッツ農家の協同組合とのパートナーシップによって、廃棄するココナッツの皮の持続的な供給を確保、次にコミュニティの多くの人々の参加による企業のサプライチェーンを確実にすることができた。そして、コミュニティとの関わりについては、地元の政府団体も大きな役割を果たした。例えば、コミュニティのリーダーが、従業員間や従業員と会社間でおきた争いごとや不満の調整をした。そして、トレーニングプログラム、ワークショップを実施する際にコミュニティリーダーが協力したことなどである。

2. コミュニティへの直接的影響

もともと、1日1ドル程度の賃金で働いていたココナッツ農家の収入が1日当たり5ドルに増加した。その結果、CTCの事業が地域全体の経済成長を刺激する可能性があるという報告がされた。そして、家族から地元の企業にまで様々な影響があることを示した。

3. 雇用について

CTCの従業員の85%は女性で、彼女たちが生産過程において重要な役割を担っていた。ココナッツ繊維ネットを編む作業は、自宅ですることができるもので、子供の世話をしながら働くことができた。女性の経済的自立の道が開いたことで、女性がローンを組むことが可能になり、組合に参加することができるようになった。そして、家計に女性が収入源をもたらすことができるようになった事で誇りや自尊心が芽生えたことも重要な変化である。

また、CTCの活動は、18才以下の中途退学をして、就職することのできなかつた若者への雇用にも貢献した。

4. 地元政府への貢献

ココナッツ関連産業は、地域の経済活性化にも重要な影響を与えた。生産者賃金の上昇は、地域の消費額を押し上げ、税収も増加することとなった。加えて、資金不足のため、運営が困難な状況に陥っていた農業組合の維持が可能となった。

加えて、国立大学との協力関係が築かれ、技術や能楽の研究にも貢献した。さらに、大学生の雇用がCTCから提供されるといった面でも貢献があった。

このようにCTCは、事業にコミュニティを巻き込み、多くの世帯に雇用と収入向上をもたらした。ココナッツという一つの農産物をあらゆる角度から調査し、事業化を行い、生産からコンサルティングなどの多様なサービスを提供し、生産ニーズに合わせた多角的な市場開拓を行ったことが、事業を継続的に成長させ、地域の発展に貢献した。CTCの事例は農村にもともと存在していた資源に付加価値を加えること、その事業化にコミュニティと貧困層を巻き込むことによって、広範囲に影響をもたらすことのできた事例である。

3-3 ベトナムにおけるラタン手工芸品産業の事例

ベトナムでは古くからラタンが農村の貴重な所得源とされてきた。村単位で工芸品の生産が活発に行われ、現在では観光資源としても活用されている。政府の手工芸品生産への政策や企業の参加による輸出用ラタン手工芸品(Rattan Handicraft:以下 RH)の生産も行われており、積極的な投資により生産者及び地域の所得は改善した。個人の零細事業への適切な投資や組織化を行うことによって所得の向上に役立つ可能性がある。

他の東南アジア諸国と同様に RH 生産が盛んなベトナムでは、RH 生産は 400 年の歴史があり、主に農業に従事するベト族の人々が兼業し貴重な所得源であった。Wong and Berkel(2012)はベトナムには 35 万人の労働者が、その収穫や加工、製品の生産においてラタン及び竹から所得を得ているとしている。また、WWF(2010)によると、ラタン及び竹の手工芸品生産はベトナム北中央海岸地域だけで 4 千人の雇用を創出し、年間約 1.6 百万米ドルの利益をもたらした。また、RH 生産から得られる所得は農業から得られる所得よりも、75%高い⁵⁷。そして、ベトナム国内では 5 千人が輸出用のラタン製もしくは竹製の手工芸品生産に携わっていると推計される⁵⁸。輸入国のデータに基づいた輸入総額は 2008 年で 68.6 百万米ドル、うち 65%が家具、バスケット製品が 34%であった⁵⁹。国際的なラタンバスケットの貿易状況を見ると、ベトナムは全体の 98%を占める上位 10 位の国と地域⁶⁰内の一つであり、第 3 位である。また、マット及びプレートの輸出総額は世界 4 位となっている。ベトナムの手工芸品の総輸出量の半分の輸出先はドイツ、フランス、スウェーデンを中心としたヨーロッパの国々であるが、輸出額で最も高いのは日本である。

ベトナム国内には 30 種のラタンが生育し、そのラタン林の面積は約 382ha⁶¹である。そのうち手工芸品産業に用いられる経済的価値があるのは 10 種類であり、年間に収穫可能な量は約 3 万 7 千トンであると推計されている。WWF(2010)によると、ベトナムに対する実際のラタン製品の需要は 7 万トンであるため、そのうちの 3 万 3 千トンは他国から、ラタン材の輸入をしていることとなる。主なラタン材の輸入先はラオスであるが、それに続くのはカンボジアである。2006 年と 2007 年に 1,950 トン、840 トン、それぞれ輸出された記録があるが、その他の記録はなく非公式に輸出されている可能性が高い。

本論文では、ベトナム、ハノイ市郊外のプーニアコミュニティにおける RH 産業についてまとめている⁶²。プーニアコミュニティは、RH 産業が活発に行われる地域の一つであり、企業と政府によりビジネス化が行われたことで所得や地域の収入の向上に貢献したことから事例として取り上げた。

プーニアコミュニティはベトナムの首都であるハノイ市中心部から東に約 27km に位置する。以前は

⁵⁷ WWF(2010).

⁵⁸ 同上。

⁵⁹ 同上。

⁶⁰ 中国、インドネシア、ベトナム、フィリピン、オランダ、ドイツ、ミャンマー、タイ、香港、ベルギーの 10 の国と地域。(WWF、2011)

⁶¹ WWF(2010).

⁶² 本論文におけるプーニアコミュニティ及び、プービン村に関する記述は、<http://www.asiaseed.org/>に掲載されている、2006 年にまとめられた報告書を中心にまとめたものであり、数値は全て報告書に掲載されているものである。また、インタビューや他の論文から引用したものについては、文章内に注記している。

ハタイ省、チュオンマイ県のコミューンであったが、2008年にハノイ市に合併された。面積は811haで、そのうち476haを農地面積、54.3haが産業用地である。また、文化振興用に使用されている土地は6haであるとされている。プーニアコミューンの総世帯数は2008年時点で2,028世帯、人口が9,251人で、そのうち労働人口は4,935人であった。

プーニアコミューンラタン組合の副会長であるホアン・ハン氏によると、プーニアコミューンにおいてRH及び竹製品の工芸品生産を積極的に行う伝統工芸品村は300年以上前に誕生した。ベトナムでは村ごとに一つの工芸品を作るという特色があり、樋口(2014)によると、①共通した工芸品を作っている割合が、村の35%以上を占めていて、②工芸品生産による所得が村の総所得の大きな割合を占めている村々を「工芸村」、その生産活動が50年以上続く村を「伝統工芸村」と呼ぶ。

1960年代、RHはプーニアコミューンを中心に活発に生産が行われ、主にそれらの製品はハノイの路上で販売されていた。1970年代に手工芸品協同組合が設立されると、プーニアコミューンで生産されたすべてのRHは米国によって買い取られていたが、1986年には、組合は解散された。その後、RH生産は家族単位で続けられていた。しかし、プーニアコミューンの中でも最も活発に生産が行われているプービン村は、2000年にハタイ省によって「手工芸品取引村」に認定された。そして、2001年にはハタイ省の人民委員会と観光部門がプーニアコミューンを主な観光開発コミューンとして選定した。これによって、観光開発のための投資が行われることになった。それらの投資は主に村までの道路の舗装、RH製品を観光客が購入するための展示場の建設に利用されている⁶³。その後ガイド付きのツアー等が増加し、観光客数は4年間で2,300人から4,200人へほぼ倍増した。プーニアコミューンの総所得は2001年の239万ドルから2004年には366万ドルに、また、年間の一人当たり所得も284ドルから391ドルに上昇した。

特に最も多くの生産者をもつプービン村が、観光においても中心地である。2004年時点でプービン村の総世帯数605世帯のうち、99%にあたる599世帯においてRH生産が行われていた。また、プービン村内には25の企業がラタンに関する事業を展開しており、そのほとんどはベトナム人が所有している。カンボジアのように、自宅で生産する場合も見られるが、会社所有の製作所が作業の場であることが多い。また、正確な人数は明らかではないが、生産者の男女別割合は男性と女性がほぼ半数ずつであり、ここでは女性を中心とした職業という訳ではない。また、多くの生産者が農業と兼業しているが、現在では一般に農業所得よりもRH生産による所得が高い。それも、男性の生産者の割合がカンボジアに比べて高い要因である。現在、プービン村では、500種以上のRHが生産されていると推計される。そのほとんどは、企業の注文すなわち、輸入国の需要にあわせたデザインによるものである。Wong and Barkel(2012)も、90%のベトナムの手工芸品は、海外の顧客の仕様、設計書により生産されていて、国内での独自の商品開発やイノベーションはない、と述べている。また、道路や展示場への設備面への投資とは別に、政府や企業が熟練した職人を講師とし講習会を開いたことも所

⁶³ 道路舗装は国道6A線からは1,274メートル、一つの展示場につき1億5千万ベトナムドン(約72万5千円、2017年3月10日換算)が投資された。

得を向上させた要因であると考えられる。2004年に行われた講習会の前後では生産者の平均月収が60万ドン（約26ドル）から100万ドン（約44ドル）に増加した。

プーニアコミュニティでは25の企業がRHの取引を行っているが、その企業の一つがGreen Craft（以下：GC）である。GCは2006年、プーニアコミュニティ出身であり、米国の大学でITを専攻したホアン・イエン・ビンによって設立された。プーニアコミュニティ内の企業の多くは公正な取引や環境保全といった指針を掲げているが、GCはその基準として、世界フェアトレード機関の10の指針⁶⁴を採用した。また、ベトナムの少数民族と貧困層の雇用を積極的に行った結果、職人の8割が貧困状態にあった女性と12の少数民族グループで構成されている。GCの方針は、「環境に優しい製品の生産を通して、貧困層と少数民族がより良い生活をできるように支援をする手工芸品会社となり、SBの責任を通じた持続的な開発に向けた長期のパートナーシップを築く」ことである。デザインの開発はフランスとスウェーデン、ベトナム人のデザイナーによって行われ、また、環境保護機関や国内外の大学との協力の下、環境に優しい製品の開発が試みられている。職人以外に所長、副所長、デザイン開発の専門家、3名の品質管理スタッフによって運営されている。

GCの活動はインターネットを通じた製品販売から始まった。多くの生産者はインターネットや販売に関する知識が乏しく、その分野を補う必要性があったからである。また、より広範な所得向上のため、2009年には、複数のNGOの協力のもと未熟練労働者を対象にした熟練労働者によるトレーニングプログラムも開始した。このプログラムでは、終了後に進路選択の自由があったため、GCに留まらず自身で事業を行う職人も見られた。現在は、国際的な貿易フェアやギフトショーの参加によって更に販路を拡大させている。GCはプーニアコミュニティにおける企業事例の一つに過ぎないが、多くはGCのようにトレーニングプログラムや生産者の所得向上を掲げている。

プーニアコミュニティとプービン村においてRH生産者の所得及び村の所得の向上に成功した要因を以下にまとめた。

- (1) 政府がインフラ投資を通して積極的に事業の支援を行ったこと。企業だけでは、道路の舗装や展示場の建設への投資までは困難である。政府がインフラ投資を行ったことにより、一企業の利益だけでなく、村全体の利益の向上に繋がった。
- (2) 政府の政策により村内での工芸品生産に従来から統率が取られていたこと。
ベトナムでは政府の政策のため、一つの村で共通して同じ工芸品を作るという特色が強い。そのため、従来から組織化に向けた基盤がある程度できていたことがよりプーニアコミュニティでの組合の形成や企業の参加を円滑にしたと考えられる。
- (3) GCのように村内にRH産業にイノベーションをもたらす起業家が存在したこと。

GC設立者であるホアン・イエン・ビンはプービン村の出身で、その家族もまた伝統工芸品の生産

⁶⁴ 1：経済的に不利な立場にある生産者の為の機会を創出する。2：透明性と説明責任3：フェアトレードの実践4：公正な価格での報酬5：確実に児童労働と強制労働を行っていないこと6：無差別、ジェンダー、女性の経済的エンパワーメント、組合の自由を約束すること7：良い労働環境を確保すること8：能力構築の提供9：フェアトレードの推進10：環境への配慮

者であった為、村と手工芸品産業の事情に精通していた。そして、英国の大学でITを専攻し、村の手工芸品の販売ルートの拡大にインターネットを活用できないかと考えていた。

GC設立当時(2006年)におけるベトナムのインターネット普及率は約17.3%⁶⁵であり、本来農村部においては外部から支援がない限り、インターネットを利用した販売ルートの拡大は困難だったはずである。村外で教育を受け、その知識を村の伝統工芸品産業と結びつけたことが販路拡大の大きな要因となった。1960年代は国内、1970年代は米国、その後は家族単位でしか生産されていなかった状況を見れば、インターネット販売の導入による販路の拡大という貢献は大きい。

(4)プーニアコミュニティが工芸村の形成に長い歴史を持っていたこと。

組合の形成や解散、政府による工芸村の選定、投資、企業の参加を経て現在の状況に至っている。長期の計画や支援によって、プーニアコミュニティにおける現状が形成されたとと言える。

(5)産業を観光化したことによる、地域収入の増加と投資拡大。

RHの売り上げのみならず、観光収入も得ることができた。また、観光化のためのインフラ投資によって整備された道路や展示場を有効に活用でき、生産者だけでなく村全体でその利益を享受することに繋がった。

(6)プーニアコミュニティ内においてもともと生産者が多かったこと。

25もの企業が輸出事業を行う需要に対応することができた。そして、多くの生産者の所得や生活の改善が見込めるため、投資の対象にもなり得る。

(7)顧客のデザインの注文に柔軟に応え、輸出用のデザインを発展させたこと。

世帯単位の生産では市場知識は得られず、輸出用のニーズに合うものは作られなかった。オーダーを受けることで、伝統的なデザインの商品を作るのではなく、輸出先の顧客のニーズにあったデザインに変化した。

(8)熟練職人の講習によって、未熟練職人の所得の底上げに成功したこと。

RHはほとんどがベト族によって生産されており、少数民族はその生産技術を持っていなかった。また、世帯単位で生産では、技術を持っていた生産者もその技術を家族以外の未熟練職人へ教えることはなく、技術の普及や向上にならない。組織化によって、家族以外への技術の普及が進み、全体の所得向上につながった。

ここでは政府及び企業の総合的で長期的な取り組みが、所得向上の大きな要因である。伝統的に受け継がれてきた技術に、インターネットや市場知識が加わったこと、インフラ整備が進んだことによってプーニアコミュニティのRH産業は所得向上に成功した。

3-4 カンボジアにおける手工芸品産業の事例

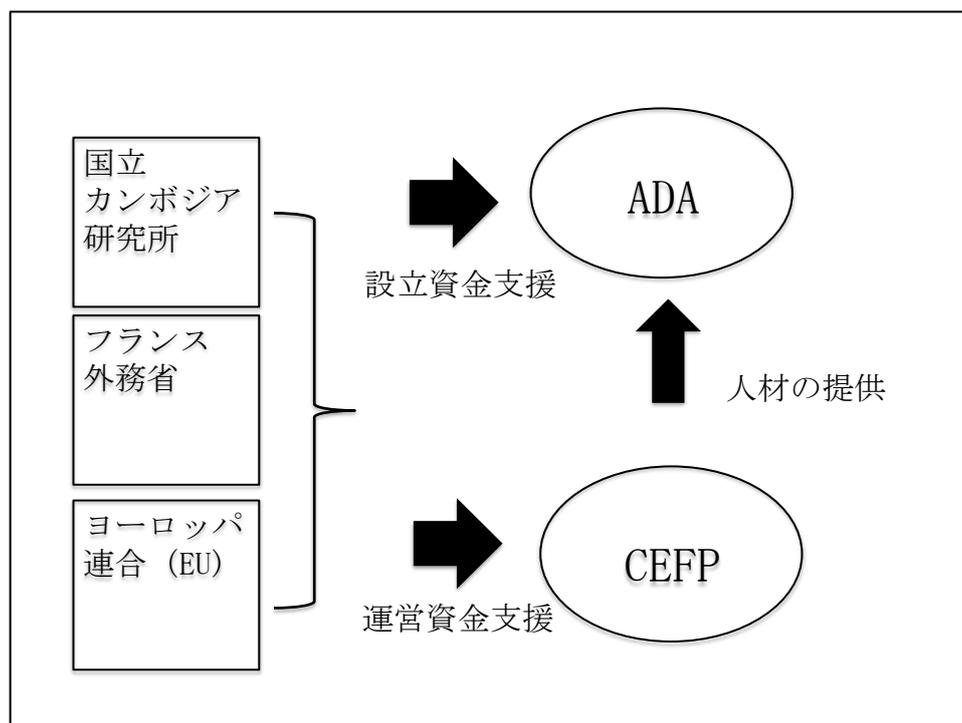
カンボジア、シェムリアップ州にも設立当初は外部からの支援を受けながら、独立した企業運営を可能にし、もともと個人で行われていた工芸品産業のビジネス化に成功した事例がある。

最も成功した事例の一つとしてシェムリアップ州に拠点を置く、アーティザン・アンコール

⁶⁵ International Telecommunication Union(2017).

(Artisans D'Angkor:ADA) が挙げられる。ADA は当初、エコールド・シャンティエ職業訓練所 (Chantiers-Ecoles de Formation Professionnelle:以下 CEFP)の受け入れ先として、2001年に設立された。CEFPは、農村に生産所を作り、近隣に住む18歳から25歳までの見習いの職人たちを、意欲やスキルのテストを通して採用し、2ヶ月から6ヶ月の訓練を受けさせている。訓練は完全に無料であり、訓練の間は生活費手当てや、衣服・道具も提供される。訓練が終了すれば、彼らはADAの一員となり、商品の製作を依頼される。2011年8月時点で、800人の職人を含め全体で1,160人の雇用を創出し、その雇用者数はシェムリアップ州で最大である。図3-4-1、図3-4-2はADAの独立までとその後の資金調達をあらわしたものである。ADAの設立は1992年に設立されたCEFPの卒業生の受け入れ先として、国立カンボジア研究所、フランス外務省、ヨーロッパ連合(European Union:以下EU)の支援によるものである。設立当時、その資本金は50万ドルであったが、経済的に自立して継続的な事業運営を行うという戦略の下2003年には、有限責任会社となった。独立以降は完全に自己資金による経営を続けている。このようなADAの事例は、設立当初資金援助を受けながら、数年後には完全に独立したビジネスモデルの代表的事例であり、自立した経営が手工芸品生産者の所得を長期的に支えている。

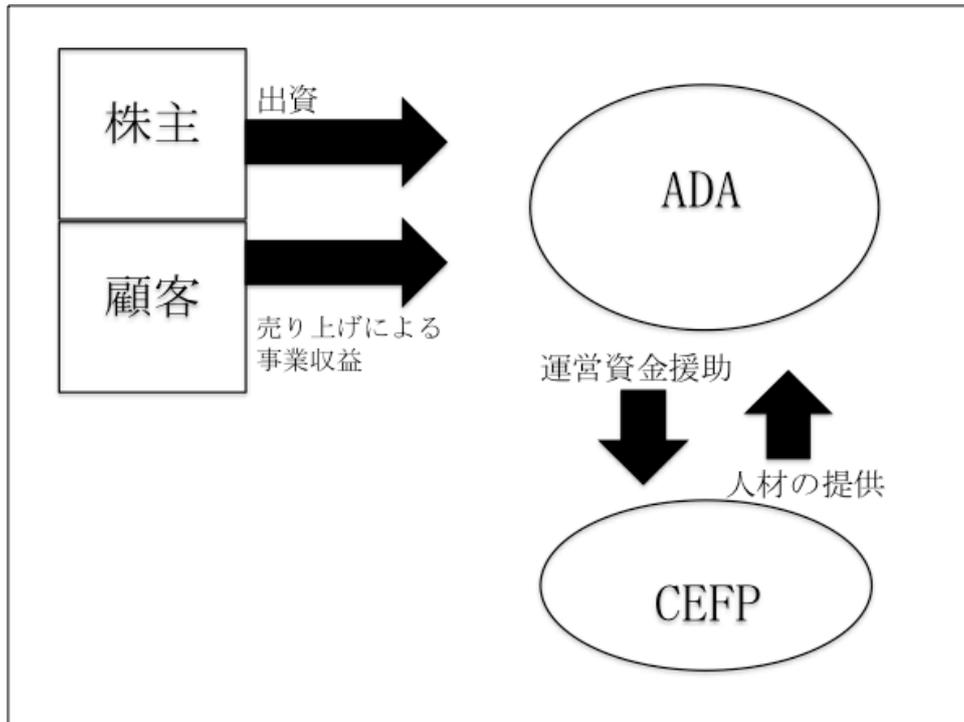
図3-4-1 ADAの独立までの資金調達



出所：筆者作成。

注：2003年のADA事業収益により設立時の資金を全額返済、完全独立となる。

図 3-4-2 独立した ADA の資金調達



出所：筆者作成。

注：事業収益は ADA への再投資と CEFP の運営資金として拠出される。

ADA はカンボジアの労働法を厳守し、賃金においては通常の工房職人の 2 倍ほどを支払っている。2011 年の職人の 1 ヶ月の所得は、生産数によって異なるが 60 米ドルから 70 米ドルである。また労働者の立場を守るため、職人たちは Artisanat Khmer という組合を形成し、会社の株の 20% を所有している。このことが職人たちに、権利を保障している。

この組合はまた、職人たちの緊急時を支える役割もしており、病気になったり家族を亡くした職人に対して見舞金が支払われる場合もある。加えて ADA は、児童労働や奴隷労働、労働者の酷使を禁止するカンボジアの労働法に従い、全ての職人と雇用契約をかわしている。十分な賃金を保障することで、職人たちを長い期間雇用し、技能、経験、スキルを発展させるように努めている。

製作所は農村部に 48 箇所あるが、農村部に生産所をおく理由は人口減少を防ぎ、農村地域に利益が還元されるようにするためである。また、職人たちが、市街地まで製作や販売にくるのが困難なためでもある。最も遠い工房は中心地から 40km 離れており、移動手段の少ない農村においては中心地まで働きに行くのは難しい。

シルク工芸では女性の職人が多く勤務しているため、大規模な生産所には託児所が設けられている。ADA は、職人の満足度を高める努力を行うことで、技術を持つ職人を確保し、高品質かつ比較的高価格な商品を生産しているのである。このことが約 2 倍もの賃金を払いながら、継続した自立運営を続けることができる要因となっていると考えられる。

ADA はまた、障がい者雇用に対しても積極的に取り組んでいる。カンボジアの NGO である、Krousar Thmey で読み書き、手話等を学んだ障がい者が希望すれば、職業訓練後 ADA に雇用される。

雇用後も、Krousar Thmey が彼らの労働を様々な形でサポートし続けている。ADA が雇用している職人の 5% は身体障がい者であり、ADA は物理的な制限を最小限にできるように身体障がいをもつ職人の労働環境と、彼らのスキルトレーニングを提供している。

遠隔地出身者や障がい者の雇用、職業訓練、所得の向上など、ADA が担ってきた役割は大きい。カンボジアでは、長期にわたった政治的混乱により、現在でも農村部の貧困や、教育の不足、地雷被害による障がい者への支援など課題は多岐にわたっている。そのため、農村の雇用では、その労働者の持つ様々な事情に配慮した労働環境を提供することが求められる。そのため、ADA のように農村の生産者の事情に配慮しながら企業として国内経済に貢献するモデルを持つことは極めて重要である。

そして、ADA の資金調達の変化は、当初援助を受けていた事業が、独立し持続的な運営ができるようになる事ができた例である。ADA が設立 3 年で、独立した企業へと成長することができたのは当初から企業として成立する戦略を持っていた為であると言えよう。しかし、ADA のように大規模に成長した企業の成功事例は少ない。設立当初及び、ヨーロッパ市場への進出の際の大規模な援助がその成長を助けたと考えられる。

ADA の事例は企業として設計され、自立した経営が行われている。しかし、政府の機関や NGO と必要に応じてパートナーシップを結んでいることで、市場の開拓や従業員及び、職人のニーズに応えながらの運営を可能にしている。カンボジアにおいては、比較的教育機会の少ない農村出身者や障がい者の雇用を主な課題として解決に導くビジネスモデルを持つ点で大変重要である。このように、事業として利益を上げながら社会的課題の解決を行うモデルは上記のような例に限らず多様化するニーズに対応ができると考えられる。

まとめ

本章ではまず、農村の零細事業のビジネス化とは何か 3-1 で説明した後、成功事例をあげてその要因を確認した。3-2 で取り上げたフィリピンの CTC は、もともと廃棄されたココナッツの皮に付加価値をつけ新たな市場を創出することで、貧困の深刻な地域を活性化させ、所得の向上をもたらした。それだけでなく、深刻な土砂災害の軽減や、環境問題への貢献、または政府の予算節約にも貢献している。3-3 では政府と企業、組合が協力し収入の向上に成功したベトナムのラタン産業における事業化を取り上げた。先行研究とインタビューによれば、企業の参入だけでなく、政府の積極的な投資や組合の形成、観光の招致などによって RH 生産を行う地域の所得が向上している。3-4 では、農村の手工芸品生産者を雇用し、高品質な絹や彫刻などを観光客向けに販売しているカンボジアの ADA について検証した。ADA はトレーニングを提供したり、農村に 48 もの製作所を置くことで、農村居住者や、障がいを持つ人々が農村に留まりながら仕事をすることができるシステムを構築した。当初、ADA は政府や国際機関による資金協力を得て設立されたものの、3 年後は完全に返済をし、自立した企業となった。しかし、様々な機関や NGO とのパートナーシップにより、市場の開拓や従業員のニーズに応えることを可能にしている。

本章では農村のビジネス化の説明と 3 つの地域における事例の検証を行った。共通しているのはどの事業も、もともと行われていた産業をビジネス化し、新たな市場を開拓したことで、それらによっ

て持続的かつ広範囲にインパクトのある組織化が行われている点である。ここで確認した特徴をさらに5章で詳しく分析する。そして、それをカンボジアのRH産業にも当てはめる。次章では、本論文の研究対象となるカンボジアの概要についてまとめる。

参考文献

- 1.樋口博美 (2014)、「ベトナムの手工芸品をめぐる生活とその支援：ベトナム手工芸品見聞録から」、『専修大学社会科学研究所月報 606・607』、148-156 頁。
- 2.Ganchero, G, E and Manapol, P (2006) , Coco Technologies: “Providing livelihood Opportunities for Poor Coconut Farmers Through Value Adding”, *Growing Inclusive Market*, United Nations Development Programme.
- 3.Wong, C and Berkel, R,V (2012) , “Weaving wealth: Resource Efficient and Cleaner Production and Supply Chain Integration for More Sustainable Rattan and Bamboo Craft in Vietnam”, ProsPER.Net Joint Research Project.
- 5.Hill, M (2015) , “The Artisanal Craft Industry and its Role in Poverty Alleviation for Artisans, Communities and the Young Emerging Workforce in Cambodia.” *Master Paper of School of Oriental and African Studies*, University of London.
- 6.Hirschberger, P (2011) , *Global Rattan Trade: Pressure on Forest Resources Analysis and Challenges*, WWF Austria.
- 7.Cambodia, Ministry of Tourism (2015) , *Tourism Statics Report*. Phnom Penh, Cambodia.
- 8.Hourt, K, E (2008) , *A Field Guide of the Rattans of Cambodia*, WWF Greater Mekong-Cambodia Country Programme.
- 9.WWF (2010) , “Establishing a Sustainable Production System of Rattan Products in Cambodia, Laos and Vietnam-research and case studies.” *WWF Report*.
- 10.Artisans d’Angkor,
<https://www.artisansdangkor.com> (2017.April.8)
- 11.Asia seed, “Phu Nghiha Commune”,
<http://www.asiaseed.org>(2017.April.8)
- 12.Coco technologies,
<http://cocotechcorp.com>(2017.July.8)
- 13.Google Map,
<https://www.google.co.jp/maps> (2017.April.8)
- 14.Green Craft,
<http://www.greencraft.vn> (2017.April.8)
- 16.Philippine Statics Authority,
<https://psa.gov.ph> (2017.October.05)

第4章 カンボジアのラタン産業の現状と課題

はじめに

本章では、カンボジアにおけるRH産業の現状と課題について取り上げた。カンボジア農村部において、副業として世帯収入を補助してきたものの一つがRH生産である。カンボジアでラタンは古くから食用や伝統的な薬、家屋の一部など様々な用途や取引の為に利用され、大きな役割を担ってきた。特に、家事や育児を優先とする農村の女性が自宅に留まりながら収入を得られる機会として、重要な役割を持っている。しかし、交渉力の低い個人が取引をすることや、市場知識に乏しいためにRHの価格は低く、多くの生産者は貧しいままである。また、ほとんど効率化されておらず、得られる利益はわずかである。今後RH産業を振興し、農村の生産者の所得向上とよりよい生活の為に現状のRH生産にはどのような課題があるか、カンボジアにおけるRH産業の現状と課題について考察する。

まず4-1では、カンボジアのラタン関連産業の現状を先行研究と貿易データ、仲介人へのインタビューをもとにまとめる。4-2は手工芸品産業とシェムリアップ州のRH産業に関する先行研究である。4-3ではRH産業の現状をカーサン村におけるインタビュー調査をもとに明らかにする。また、4-4では外部からの支援によってRH生産者の所得向上が見られるかを、NGOの支援が行われていたアレクスヴァイ村におけるインタビュー調査をもとに検証する。

4-1 カンボジアにおけるラタン産業の始まりと現状

本論文の対象地域であるシェムリアップ州では、1950年代に政府によってRH生産が奨励され、積極的な生産活動が開始された。現在では、RHは国内市場とタイへの輸出用のものが中心で、シェムリアップ州ではカンボジアにおけるラタンバスケットの80%を生産している⁶⁶。RH生産は約60年もの間、シェムリアップ州の村々において受け継がれてきた産業である。しかし、世界自然保護基金（World Wildlife Fund:以下WWF、2010）によれば、他の東南アジア諸国と比較するとカンボジアのラタン関連取引額は少なく、2008年は22万6千米ドルに留まっている。主にヨーロッパの国々にラタン製品を輸出している企業である、United Holdings及び、Basket of Cambodiaの報告による年間の家具生産の総売上高は推計約100万ドル、バスケット製品の総売上高は約50万ドルであったとの記述がなされている。また、Hourt(2008)によればカンボジアのラタン関連輸出総量の95%を未加工のラタン材が占めているが、輸出総額では56%にしかない。その他には家具類が34%、バスケット類が10%となっていた。マットやプレート類も生産されているが、輸出履歴は報告されておらず、データに含まれていない。Hourtは、カンボジア国内には18種のラタンが生育しているとしている。カンボジア国内では米作地に生育するルピア(Lpheak)以外は、主にプダオ(Phdao)と呼ばれ、その種類によって呼び方が異なる。また、種類によって様々な特徴を持つため、その用途や取引状況も異なっている。この18種のうち、家具に利用されているものが8種、RHに利用されるものが3種、どちらにも利用するものが3種である。その他、日用品として利用されたり、商業的な取引の

⁶⁶ シェムリアップ州ではバスケットの他にペン立てやティッシュケースなど多様なRHの生産が見られるが、現在輸出の記録があるものはバスケットのみであり、カンボジアにおけるラタン製品の分類も家具とバスケットに分けられている。

なかつたりする種は4種である。18種のうち7種が輸出されている種であり、そのほとんどが国内外問わず、家具の生産に利用される。カンボジアにおいて、ラタン関連輸出におけるバスケットの割合は1割程度でしかない。国際的なラタンバスケットの貿易状況を見ると、全体の98%を上位10カ国⁶⁷が占めており、カンボジアのバスケット輸出は国際的に見るとわずかである。また、最大のラタン原材料輸出国(2008)であるインドネシアはラタン原材料輸出全体の80%を占めている(WWF、2011)。カンボジアは世界6位であるが、原材料に関してもカンボジアが国際的に占める割合は限られている。上述したようにラタン関連輸出量の95%を原材料が占めていることを考慮すれば、家具やバスケットとして加工され輸出される割合は低いというのがカンボジアのラタン産業の現状であるといえる。それに加え、原材料の取引価格は安く、総取引額で見ればインドネシアやシンガポールといった他の輸出国に引き離されており、取引されるラタンの種類、質、加工技術、価格交渉等、他国との競争において何らかの課題があることも推測される。

WWF(2010)によるとカンボジアにおけるラタン原材料の主な生産地はコンポントム州、もしくはトンレサップ湖周辺の州である。カンボジア国内で原材料から加工、生産され、輸出されるラタン製品は全体の輸出額の44%であるが、それらは主に家具とバスケットに分類され、そのうち70%が家具、30%がバスケットとされている。ラタンバスケットの大部分はシェムリアップ州で生産されており、カンボジア全体の80%を占めている。現在、バスケットの輸出はタイのみに行われており、ラタンバスケットによる全体の売上高の50%を占めている。バスケットなどのRH生産の多くは小規模な零細事業であるが、家具及びバスケットの生産者の所得を合わせれば年間150万ドル(WWF、2010)が家計に加わっていることとなり、経済的な貢献は明らかである。本論文ではバスケット類をはじめとしたRH生産者を研究対象とし、カンボジアにおけるRH生産の80%を生産するシェムリアップ州を研究対象として、選定した。

近年、製品価格の低さから他の仕事に転職する生産者が増え、生産者の数は減少してきている。それでもなお、RH生産は農村に留まりながら所得を得るための貴重な機会である。未だ開発が遅れる農村部の中には、市街地へのアクセスの困難さや育児との両立の問題によってRH生産以外の選択肢を選ぶことが難しい人々も存在する。経済成長や社会文化の変化によって、RH産業の衰退は避けられないが、RH生産以外に選択肢を持たない人々にとってRH産業の存続と、それに関わる諸問題の改善は極めて重要な課題である。以上の問題意識に基づいて、今後RH産業が持続的な村の産業として存続し、村内の生産者が安定した雇用と所得機会を獲得し、発展させていくためにはどうすればよいか、検討する必要があると考える。

4-2 先行研究

農村における手工芸品生産者の経済社会状況やその支援と開発に関する研究はあらゆる地域で行われている。牛久(2012)はガーナ北東部で生産されるボルガ・バスケット⁶⁸の生産、売買の仕組みを明

⁶⁷中国、インドネシア、ベトナム、フィリピン、オランダ、ドイツ、ミャンマー、タイ、香港、ベルギーの10の国と地域。(WWF、2011)

⁶⁸牛久(2012)によれば、ガーナ北東部ボルガタンガ周辺でイネ科草本を用いて手作りされるバスケットの総称である。2009年の輸出量は約160万米ドル、輸出量は約300トンであり、主に米国、ドイツ、日本、フランスに輸出されている。

らかにし、農村で生産された多様な製品を先進国市場で流通させる上での地元の仲介者と国内外の民間企業の貢献を強調した。ボルガ・バスケットの生産者もまたほとんどは農業を主な生計手段とし、経済的、時間的事情に応じた生産を行っている。調査地域では生産者の事情に配慮された生産ペースを守りながら、品質やデザイン、数量の確保と納期の厳守を可能にした仕組みを形成している。牛久は、生産者の生活状況と先進国の流通事情を理解する仲介者の調整により、生産者のバスケット生産が他の経済活動と併存でき、重要な役割を果たすとしている。また、樋口(2014)は、ベトナムの多様な手工芸品生産にまつわる生活とその支援について「①村単位で今日まで続けられてきた手工芸は今、観光資源としての可能性が期待され、規模によっては産業振興政策の対象となるということ、また、②これらの手工芸品生産に人々が『従事すること』は、手工芸品産業の持つ労働集約的性格からも、村における雇用創出、社会的弱者の生活支援となり、人々の生活にとってその存在と役割は現実的な意味合いを含む民間主体的な生活支援である(樋口、2014、155頁)」と観光及び経済的な観点からの貢献を述べている。加えて、インドネシア⁶⁹ やバングラデシュ⁷⁰ など、世界のあらゆる地域でRHを含む手工芸品産業は、農村の生産者の生活を支える重要な経済活動の一つとして捉えられてきた。

カンボジア及びシエムリアップ州の手工芸品産業に関する研究については Hill(2015)が実証的研究に基づき、カンボジアでは手工芸品産業が貧困の削減、所得の向上、経済成長に貢献する潜在性を秘めていると結論づけた。特に、外国語でコミュニケーションをとることのできるスキルを持ち、国内市場と輸出市場の両方にアクセスすることのできる生産者や、新しい技術を学ぶ機会を持った生産者は、以前よりも経済的な改善がされていることを、インタビュー調査をもとに明らかにしている。Hillは、また手工芸品産業は市場の需要に合わせた新しい技術を紹介し、若者の雇用を生んでいると主張した。さらに、市場とのつながりが脆弱な生産者ほど原材料の減少、価格の高騰により貧困に陥るリスクが高いとしており、バスケットやマット、サトウキビとヤシの葉の雑貨の編み手は特にその傾向が強いとしている。

このように様々な地域で手工芸品産業に対する支援組織や企業の取り組みによる効果も研究されており、シエムリアップ州のRH産業も将来的に支援組織や企業の支援が必要であると考えられる。しかし、シエムリアップ州のRH産業において支援組織や企業による原材料の調達や技術トレーニングなど、何らかの取り組みが確認される村はわずかであり、その効果に関する研究は見られない。だがシエムリアップ州のRH生産者の社会経済状況に関しては、これまでも調査研究が行われてきた。

Lwin(2011)はブラユース村のRH生産世帯が平均して、一日当たり0.97ドル以下で生活していることを明らかにしている。生産者は平均生産年数23.5年という長い経験があるが、技術にはバラツキがあり生産できる商品の価格に差が生じている。そして、RH生産による1日当たりの所得は1.16ドルである。しかし、約8割の生産者が写真をみれば新しいデザインを生産できると回答しており、基礎的な技術を備えていることが確認された。

⁶⁹長澤(2014)は、インドネシア、ジョグジャカルタ市における小規模なフェアトレード組織が手工芸品生産者に対して果たす役割を明らかにした。

⁷⁰Rahman·Most, Fardusi, Roy, Kamal, Uddin, Khan(2011)は、バングラデシュ北東部における家具、手工芸品、などのラタン関連企業が、貧困層の雇用を通して、バングラデシュにおける経済的な貢献が大きいとした。また、より高い価格設定にすることができるマーケティング環境を整える更なる支援があれば、よりラタン関連企業の潜在性は高まると主張している。

また、Lwin、山川(2014)がポピセ村の世帯貧困状況、村内の不平等状況、世帯当たり消費状況、資産保有状況、耐久消費財所有状況等の分析を行っている。それをもとに、ポピセ村のRH生産に関する経験と技術、生産と価格の決定要因、原材料採集地への距離と採集費用、原材料保有量、RHの価格、需要と供給のポテンシャルを分析した。その結果、ポピセ村では多くがRH生産に従事しているため、RH産業の開発は村の開発に大きく寄与するとしている。また、他の産業に転職した方がより高い所得を得られることは明らかであるが、村内に住むことができる産業としてRH産業の存続は重要であるとし、RH産業の開発の必要性を述べている。

そして、Aye(2015)は、トーテー村の社会経済調査を行い、78%のRH生産者が貧困状態にあるとしている。それは主に、需要の不足、市場とビジネス知識の不足によるものであるとしている。しかし、トーテー村の生産者たちは平均して26年もの長い生産経験があるが、RH生産をビジネスとしてはとらえていない。RH生産を自分の生産ペースによって生産したいと考えている生産者がほとんどで、コストの計算や収益についても認識していない。

上記をはじめとしたシェムリアップ州のRH産業に関する研究では、生産者の経済社会状況を中心として、貧困削減の可能性、今後の開発の必要性が述べられている。しかし、生産者がRH生産をビジネスとして捉える意識は低いことを明らかにするに留まっており、実際にビジネス化の実現可能性については触れられていない。本論文においては、RH産業の将来的なビジネス化を最終的な目標として質問を設定した。それらは、経験や生産スキル、生産状況、価格交渉やコスト管理をはじめとしたRH産業の実態、さらにこれまで行われてきたRH産業による所得向上がなぜ長期的な成功に結びつかなかったのかについて重きをおいたものである。本章では、これらの調査を通じ、今後のRH産業のビジネス化における課題を明らかにする。

4-3 ラタン手工芸品生産村の現状と課題 -カーサン村の調査を例に-

4-3-1 カーサン村について

現在、調査によりシェムリアップ州でRH生産を行っている村は10村確認されている。現時点で把握できているRH生産が行われている村を表4-3-1にまとめた。調査を行う村の選定はシェムリアップ州のアンコール大学経済開発研究所(Angkor University Research Center for Economic Development :AURCED)に事前調査を依頼し、総人口、総世帯数、村の位置、RH生産従事世帯数を把握し、決定した。カーサン村は先行研究の対象となっている村やすでに調査を終えているブラユース村⁷¹、コックドン村⁷²と生産しているRHの種類が似ており、中心部からの距離など地理的条件が似ている点を考慮し調査対象として選定した。経済、社会状況を中心としたこれまでの調査に対し、本調査では、RH生産の状況に重きをおいて調査を行った。主な調査項目は1.生産者の基本情報(年齢、性別、婚姻状況、教育)、2.家計(世帯所得、支出、貯蓄、ローン状況)、3.居住環境(家屋、衛生環境、耐久消費財の所有、電気、水道、トイレの使用状況)、4.経験と生産スキル、5.販売スキル、6.生産状況(労働時間、労働場所)、7.原材料の調達、8.販売価格とコスト管理、9.需要と供給、可能

⁷¹ Lwin, Yun, Mori (2010).

⁷² 森(2011).

性である。

表 4-3-1 シェムリアップ州で現在確認できている RH 生産の村

	村名	行政区	総人口	総世帯数	生産世帯数	調査年
1	バラユッス村	トックウィル行政区	599	116	88	2010
2	コックドン村	クラベイリエル行政区	676	140	139	2011
3	タットレイ村	ブレアダック行政区	733	139	21(推定)	2012
4	ボビセ村	クラベイリエル行政区	441	97	58	2013
5	プロマー村	クラベイリエル行政区	810	160	29	2015
6	トーテー村	クラベイリエル行政区	460	97	58	2015
7	カーサン村	クラベイリエル行政区	555	120	55	2016
8	コックチャン村	オンブル行政区	863	185	130(推定)	2016
9	アレアクスヴァイ村	ノルコルトム行政区	661	133	120(推定)	2016
10	タナオチュルム村	ドンカウ行政区	1218	1187	248	2016

出所：Lwin(2011)、Lwin、山川(2015)、Aye(2015)、及び筆者調査データより作成。

カーサン村は RH 生産従事世帯数が 55 世帯と少数であるため、全数調査を採用した。また、クラベイリエル行政区内には村で生産されたラタン製品をタイ国境付近で取引する 5 名の仲介人がおり、カーサン村村長と仲介人 2 名に調査協力を依頼した。その 3 名に対しては通訳を介して直接ヒアリング調査を行った。またアンコール大学及びアンコール大学経済開発研究所(Angkor University Research Center for Economic Development: AURCED)に協力を依頼し、英語能力の高いアンコール大学の学生を 10 名選抜してもらった。学生は英語で作成した調査表を使用し、生産者へはすべてクメール語で調査を行った。回答はすべて生産者の記憶に頼っており、また、RH 生産は農業や育児の合間に行っている場合が多く、月々の生産量や所得、消費などにばらつきがあり、回答者自身も把握しにくい。そのため、回答の正確性は十分とは言いが、回収時に調査員と確認を行い、できるだけ正確なデータの収集に努めた。なお、調査期間は 2016 年 2 月 6 日と 2 月 7 日の 2 日間である。また、所得と支出に関する回答はすべてカンボジアの通貨である 4,000 リエルを 1 米ドル⁷³として換算している。

カーサン村は、シェムリアップ州のクラベイリエル地区にあり、シェムリアップ州中心部より南東に約 10km に位置している。図 4-3-1 はカーサン村の位置である。村の総面積は 75ha、そのうち農地面積は 45ha である。北から西にかけてトーテー村、東にプレイポー村、南にスラーン行政区に囲まれており、このうちトーテー村でも RH 生産が行われている。

⁷³ カンボジアでは米ドルとリエルの双方を日常的に使用している。その際用いられるレートは全国的に 1 米ドル=4,000 リエルで、これは通貨レートが変わろうとも固定されている。

図 4-3-1 カーサン村の位置



出所：Google マップより筆者加筆作成。

表 4-3-2 にカーサン村の基礎データをまとめた。総世帯数は 120 世帯、総人口は 555 人で、男性が 265 人、女性が 290 人である。120 世帯のうち RH 生産者のいる世帯は 55 世帯である。これら 55 世帯のほとんどが農業、畜産を主な生計手段とし、副業的に RH 生産を行っている。また、RH 生産を主な生計手段としていると回答した 6 世帯も、RH 生産の他に、農業や漁業、畜産を営んでいる。一方、RH 生産のみで生計を立てているのは 1 世帯のみである。村には小学校があるが中学校、高校はない。また、村内に病院はないが、クラベリエル行政区内にヘルスセンターがあり、行政区内の 10 の村は共同で利用している。行政区内に 1 カ所警察署もあり、村長の話によると治安がよく犯罪がおこることはほとんどない。村人が居住している土地はすべて、内戦終了後に政府から分配された土地である。村人のほとんどは生活用水として、ポンプ式、もしくは汲取式の井戸を利用している。

表 4-3-2 カーサン村の基礎データ

シェムリアップ市街地からの距離	約10km
総世帯数	120世帯
RH生産世帯数	55世帯
総人口	555人
男性人口	265人
女性人口	290人
世帯平均人数	4.6人
村内の主な経済活動	農業
村内の主な農産物	米、トウモロコシ
小学校の有無	有
中学校の有無	無
高校の有無	無
診療所の有無	無(行政区内に1カ所)
市場の有無	有

出所：筆者調査データより作成。

カーサン村における RH の取引は、主に生産者個人と仲介人によって行われている。生産者のほとんどは女性であり、家事や育児、農作業の合間に生産を行っている。仲介人は生産者から商品を買取り、タイ国境付近で仕入れた商品を仕入れた価格の約 2 倍の価格で取引をする。仲介人の話によるとタイに輸出後は国境付近で取引された価格の更に 2 倍の価格で取引される。主な商品のバスケットは果物入れとして利用されることが多く、特にタイで祭りのある季節には需要が高い。

4-3-2 生産者世帯の経済状況

RH の生産状況を見ていく前に、4-2-2 では、回答者の世帯所得と支出、居住環境にわけて生産者世帯の経済状況について検証する。

(1) 世帯所得と支出

表 4-3-3 は、1 ヶ月当りの世帯所得を整理したものである。1 世帯あたりの 1 ヶ月の平均所得は 304 ドル、最も所得の低い世帯で 30 ドル、最も所得の高い世帯は 3,845 ドルであった。中央値は 200 ドルと平均に比べて 100 ドル低く、最も所得の高い世帯の値が突出して高いため平均値をつり上げている可能性が高い。この世帯は、世帯構成人数が 6 名と平均より約 2 名多く、そのうち 4 名が農業に従事し、その収入が世帯所得のほとんどを占めている。世帯所得を分類すると「100 ドル以上 200 ドル未満」の世帯が 18 世帯、「200 ドル以上 300 ドル未満」の世帯が 18 世帯であった。所得額が「100 ドル以上 300 ドル未満」の世帯が計 36 世帯で全体の 66.6%を占めている。

表 4-3-3 世帯所得 (月)

世帯所得	世帯数	割合	平均	最小値	最大値	中央値	最頻値
100ドル未満	3世帯	5.6%	304ドル	30ドル	3845ドル	200ドル	300ドル
100ドル以上200ドル未満	18世帯	33.3%					
200ドル以上300ドル未満	18世帯	33.3%					
300ドル以上400ドル未満	10世帯	18.5%					
400ドル以上	4世帯	7.4%					
不明	1世帯	1.9%					

出所：筆者調査データより作成。

これらの世帯の RH 生産以外の所得源としては 40 世帯で農業、7 世帯が畜産業と回答した。また、建設業または大工が 3 世帯、ドライバー 2 世帯、教師 1 世帯との回答であった(表 4-3-4)。ところで、これらの所得を 1 日 1 人当りの所得に換算したものを表 4-3-5 にまとめた。世帯の所得から、カンボジア政府が 2013 年に変更した貧困ライン(カンボジア:0.97 ドル、農村部:0.88 ドル)に当てはめて貧困率を求めると、カンボジア全体の貧困ラインに満たない世帯が 13 世帯、農村の貧困ラインに満たない世帯は 11 世帯であり、それぞれ貧困率は 25.5%、21.6%となる。世帯人数により回答者世帯の貧困率を求めた場合、0.97 ドルに満たないのが 69 人で貧困率は 30%、0.88 ドルに満たないのは 55 人で 23.9%である。この貧困ラインでのカンボジア全体の貧困率率は 22.8%であり、農村が 24.6%であるため、大きな開きはないもののカンボジア全体の貧困率よりも回答者の貧困率の方が若干高く、また農村部と比較すれば回答者の貧困率が若干低いという結果になった。

表 4-3-4 RH 生産以外の所得源 (複数回答可)

RH生産以外の主な所得源	人数
農業	40人
畜産業	7人
建設業、大工	3人
ドライバー	2人
教師	1人
不明	3人

出所：筆者調査データより作成。

表 4-3-5 一人当たりの所得

1人当り所得(日)	回答者数	割合
1ドル未満	15人	27.7%
1ドル以上2ドル未満	19人	35.2%
2ドル以上3ドル未満	12人	22.2%
3ドル以上	5人	9.3%
不明	3人	5.6%

出所：筆者調査データより作成。

ほとんどの生産者は主に農業によって生計を建てているが、農繁期にはRH生産をほとんど行わない世帯もある。Lwin(2011)はブラユース村の調査において、RH生産による月別の収入、生産数に需要、供給の差によって違いが出ていることを明らかにしている。カーサン村において生産者は月別の正確な生産数を把握しておらず、仲介人も把握していないことから、正確な数字を把握することは難しいため、生産者の主観によるものでRH生産のみの所得が安定しているかどうか判断してもらった。RH生産のみの所得に関しては、「安定している」と回答したのは12名のみで、8割近くが「安定していない」と回答している。世帯所得に関しては、「安定している」と回答した者は7名のみで、こちらも8割以上が「安定していない」と回答した。7名のうち農業が4名、畜産業が1名、建設業が1名、不明が1名である。所得状況に関してはRH生産による所得と世帯全体の所得のどちらも「安定していない」と考える回答者が多いことが明らかになった。また、RH生産による所得は世帯全体の所得の約2割に留まっているが、世帯所得からRH生産による所得を差し引いた月収から貧困率を求めれば、農村部貧困ラインでは回答者の40.7%、全体の貧困ラインでは回答者の42.6%が貧困層に当てはまり、全体の所得の約2割であっても、重要であることが推察される。

表 4-3-6 は 1 週間当りの支出状況を表している。食費は平均で 19.5 ドル、最も少ない世帯で 1.75 ドル、最も多い世帯で 87.5 ドルである。農業や畜産業に従事している世帯では現金所得のためのみならず、自家消費用の野菜栽培や養鶏をしている世帯が多いため家計の支出に占める食費の割合は 40% に留まっている。また、その他の支出の平均は 29.2 ドルである。最小世帯は 1 ドルのみで、最大世帯は 885.5 ドルであり大きな差がある。最も支出の多い世帯は先述した最も高所得の世帯と同一の世帯であり、世帯構成人数が 6 名と平均より多く収入も最も多いことから、支出額も突出していることが予想される。表 4-3-7 は調査世帯の貯蓄とローンの有無を表している。貯蓄に関しては 17 名の回答者が貯蓄をしていると答えた。その目的は保健、医療の為に最も多く、次いで農業、教育、食費などの生活費と続いた。ローンを利用しているのは半数を超え 32 世帯であった。その多くは農業のために土地や家畜を購入するためであり、いずれもマイクロファイナンスや NGO 等による農業支援組織を利用している。農業の他にはバイクの購入や住宅、車の修理の為にローンが利用されていることが明らかになった。

表 4-3-6 世帯支出(週)

	平均	最小	最大
食費	19.5ドル	1.75ドル	87.5ドル
その他支出	29.2ドル	1ドル	885.5ドル

出所：筆者調査データより作成。

表 4-3-7 貯蓄及びローンの有無

貯蓄の有無		ローンの有無	
有	17 (31.5%)	有	32 (59.3%)
無	37 (68.5%)	無	22 (40.7%)

出所：筆者調査データより作成。

(2)居住環境

回答者の居住環境に関しては表 4-3-8 にまとめた。家屋の築年数は半数近くが 10 年以内に建てられた家屋である。最も古い家屋は築 50 年で、内戦前に建てられた家屋に居住している回答者も複数存在した。カーサン村内の家屋の多くは、カンボジアの他の村と同様に伝統的な造りの高床式であり、2階に寝室、1階に調理等を行う土間や、壁のない居間がある。家屋は木材を基礎としてラタンなど草葺で造られている。生産は 1 階部分の居間で行われている光景がしばしば見られる。自宅にトイレがあるのは回答者の 72.2% である。生活用水に関しては汲取式、ポンプ式、もしくはモーターを利用して井戸から生活用水を確保しており、すべての世帯が生活用水へアクセスできている。またすべての世帯が、政府が提供している電力もしくは企業が提供している電力を利用している状況である。

表 4-3-9 は耐久消費財の所有状況である。約 9 割の世帯がテレビを所有している一方で、冷蔵庫、エアコン、電子レンジの普及率はゼロである。また、車の所有者は 3 名のみであるが、バイクを所有

している回答者は約6割と半数を超えている。バイクは中心部へのアクセスのために、農村部居住者にとっては必需品であるため、所有している回答者が半数を超えていると考えられる。カーサン村においては電気や生活水の確保はされているものの、全ての世帯にトイレ設備があるわけではないことから、衛生面での問題が懸念される状況である。

表 4-3-8 回答者世帯の居住環境

家屋の築年数		トイレの有無		生活用水	
10年未満	26 (48.1%)	有	39 (72.2%)	井戸	48 (88.9%)
10年以上20年未満	12 (22.2%)	無	15 (27.7%)	その他	6 (11.1%)
20年以上	16 (29.6%)				

出所：筆者調査データより作成。

表 4-3-9 耐久消費財の所有状況

耐久消費財の所有状況					
テレビ	冷蔵庫	エアコン	電子レンジ	車	バイク
49世帯	0世帯	0世帯	0世帯	3世帯	35世帯
90.7%	0.0%	0.0%	0.0%	5.6%	64.8%

出所：筆者調査データより作成。

4-3-3 ラタン手工芸品の生産状況

村長によれば、カーサン村における RH 生産は 1960 年代に開始された。1960 年代のカーサン村には原材料のラタンが豊富にとれていた。また、米作を行わない時には村民は所得機会を全く持てなかったため、カンボジア政府の指示によってタケオ州から講師のグループが派遣されたのが始まりである。50 年以上も代々受け継がれてきた産業であるが、生産した RH の価格の低さから生産世帯は減少してきたという。また、仲介人へのヒアリング調査から、調査地域であるカーサン村を含むクラベリリエル行政区内で生産される RH はタイのマーケットの需要が高く、需要に関しては国内の消費もあり高く保たれている。取引価格に関して上昇はしてきているが、それでも低い水準のままであり、生産者が価格に不満を持っている。村長によれば、これまでも RH の価格について何度も村内の会議が開かれてきたが改善はされていない。カーサン村内には農業の改善のための NGO が活動しているが、RH 産業に関しての試みはされていないのが現況である。4-3-3 ではカーサン村の RH 生産者の生産状況を、回答者の基礎データをはじめとして、原材料の調達、生産状況、経験と生産スキル、販売スキル、需要と供給、価格の変化の観点からみていく。

(1) 回答者の基礎データ

本調査では、回答者は世帯主ではなく世帯の中で主に RH 生産を行っている人を 1 人選んでもらい回答してもらった。RH 生産は自宅で行われており、世帯内で 1 人または複数の生産者が携わっている場合が多い。一つの製品を複数の生産者で完成させる場合も考えられることや複数の生産者で生産

した製品を世帯単位で仲介人が買い取ることも有りうることから、RH 生産の所得は個人の所得ではなく世帯の所得として回答してもらった。後述するスキルや経験年数、生産状況などは個人の回答となる。また、村長によるとカーサン村における RH 生産世帯は 55 世帯であるが、1 世帯は調査時不在だったため 54 世帯を調査対象として、調査を行った。

表 4-3-10 に回答者の基礎データをまとめている。回答者のうち 52 名が女性で、全体の 96.3%である。男性 2 名はいずれも 61 歳、72 歳と高齢である。回答者の平均年齢は 41.2 歳、最年少は 18 歳で最高齢は 72 歳である。筆者がこれまでに行った調査対象村の平均年齢は、38.9 歳(ブラユース村)、37.6 歳(コックドン村)、43.9 歳(プロマー村)であり、いずれも 30 代後半から 40 代前半であり大きな差はないが、15 歳以下の子どもが RH 生産を手伝っているという回答も少数ではあるがあったため、実際の生産者の年齢の幅はより広いことが考えられる。31 歳から 40 歳までが最も多く 19 名である。また、18 歳以上から 40 歳まで範囲を広げると、31 名で半数以上となる。婚姻状況に関しては、回答者の約 8 割が既婚であり、32 世帯が 15 歳以下の子どもと居住している。年齢構成と婚姻状況、子どもの年齢から育児や家事をしながらの RH 生産をしていることが推測できる。

表 4-3-10 回答者の基礎データ

			回答者数	割合
1	性別	男性	2人	3.7%
		女性	52人	96.3%
2	年齢構成	18歳以上30歳未満	12人	24.0%
		30歳以上40歳未満	19人	35.2%
		40歳以上50歳未満	5人	9.3%
		50歳以上60歳未満	10人	18.5%
		60歳以上	8人	14.8%
3	婚姻状況	未婚	4人	7.4%
		既婚	45人	83.3%
		離婚	4人	7.4%
		寡婦	1人	1.9%

出所：筆者調査データより作成。

表 4-3-11 は回答者の就学状況である。就学経験のない回答者が最も多く 28 人で、半数以上である。次いで小学校卒業が 16 名である。識字率に関しては、非識字者が 18 名で 33.3%、村内の識字率は 66.7%となり、カンボジアの成人識字率の 74%(2009)と比較すると生産者の識字率の方が若干低い。カンボジア全体の女性の識字率(2009)は 66%(World Bank、2016)であるので女性の識字率と比較すればほとんど変わりはないことが明らかになった。

表 4-3-11 回答者の就学状況

就学状況	回答者数	割合
就学歴なし	28人	51.8%
小学校卒	16人	29.6%
中学校卒	4人	7.4%
高校卒	6人	11.1%
大学卒	0人	0.0%

出所：筆者調査データより作成。

(2)原材料の調達

表 4-3-12 に原材料の調達についてまとめた。まず、原材料の仕入れ方法については仲介人やラタン畑のオーナーを通して、または市場で購入している人が 15 名で全体の 27.8%である。また、自分でラタン畑に採りにいくと回答した生産者の方が多く、30 名であった。その場合、輸送や人件費にコストがかかることがあるが仕入れる原材料に対してコストがかかることはほとんどない。また、購入する場合も、採りにいく場合もあると回答したのは 9 名であった。自宅近くで原材料を仕入れることができるかと回答した生産者は 18 名と全体のおよそ 3 割程度である。また、個人でラタン畑を所有しているのは 7 名のみである。そのため、多くの生産者は原材料の仕入れのために遠方まで出かける必要がある。

表 4-3-12 原材料の調達方法

1	原材料の仕入れ方法	
	購入	15人(27.8%)
	自分でとりにいく	30人(55.6%)
	両方	9人(16.7%)
2	ラタン畑までの距離	
	平均	64.6km
	最短	0km
	最長	250km
3	原材料の調達にかかる時間	
	平均	7.7時間
	最短	0時間
	最長	12時間
4	自前の藤畑を所有しているか	
	所有している	7人(12.9%)
	所有していない	44人(81.5%)
	不明	3人(5.6%)
5	自宅近くで原材料を仕入れることができるか	
	できる	18人(33.3%)
	できない	36人(66.7%)

出所：筆者調査データより作成。

自宅からラタン畑までの距離の平均は 64.6km で、最も遠いのは 250km も離れたところで原材料の仕入れを行っている。また、半数以上がラタンを切って運ぶためには2名必要であると答えた。生産者の中には一日かけてラタンを切って運ぶが、一度で運べる原材料の量は限られており、1 度で生産できるのは 25 ドル分にしかならないと話す者もいた。原材料の調達にかかる時間の平均は 7.7 時間であり、近隣で仕入れることができるかと答えた回答者もいたにも関わらず、平均しておよそ 1 日費やさなければならぬことが明らかになった。

表 4-3-13 は原材料の調達コスト及び必要な人員についてまとめたものである。ラタン畑の所有者への支払いは 53 名の回答者が必要ないと答えたが、ラタン畑の所有者から購入している生産者は一月当たり 50 ドルの支払いをしていると回答した。購入している生産者のコストは一束当りの平均が 1.9 ドルである。原材料仕入れにかかるコストは平均して 1.35 ドルである、車に相乗りをして仕入れに向かう生産者が多いためその内訳の多くは車である。また、2人以上で向かう場合は人件費がかかる場合もあった。

表 4-3-13 原材料調達のコスト及び人員

1	籐畑の所有者に代金を支払っているか	
	支払っている	1人 (1.9%)
	支払っていない	53人 (98.1%)
2	生産までにかかるコストの計算をしているか	
	している	20人 (37.0%)
	していない	32人 (59.3%)
	不明	2人 (3.7%)
3	一束当りの原材料の価格	
	平均	1.9ドル
4	原材料を採って運ぶのに必要な人員(該当者39人)	
	1人	13人 (33.3%)
	2人	19人 (48.7%)
	不明	7人 (18.0%)
5	原材料の伐採、輸送コスト	
	平均	1.35ドル

出所：筆者調査データより作成。

(3)生産状況

表 4-3-14 は一日の労働時間を表している。生産者は時間を決めず家事の合間や農作業の合間に行っていることが多いため、本項目においては正確な数字を把握するのが極めて難しい。また、一日中生産していると答えた生産者は 21 名だったが、すべて 8 時間として計算した。家事労働時間は 8 時間未満の回答者が 6 割を超えたが、RH 生産の時間の方が家事時間よりも長く 8 時間以上生産している

と答えたのが 63%であった。

表 4-3-14 労働時間

	家事労働時間	RH労働時間
8 時間未満	36 (66.7%)	20 (37.0%)
8 時間以上	18 (33.3%)	34 (63.0%)
平均	6.0時間	8.8時間
最短	1 時間	2時間
最長	16時間	12時間

出所：筆者調査データより作成。

労働日数の平均は週 5.4 日間である。労働時間と日数の項目からは、生産者の労働時間にはばらつきがあり、オーダー数や他の仕事の影響で大きな差があることが明らかになった。また、生産する場所に関しては 53 名が自宅で生産すると回答し、残りの 1 名も近所で生産していると答え、製作所などで生産する回答者は 1 名もいなかった。企業や機関から雇用をされている生産者は 11 名いたが、その生産者も半数以上は自宅で生産し製品ごとの買い取りによって所得を得ている。

(4) 経験と生産スキル

表 4-3-15 は回答者を含めた 1 世帯当りの RH 生産者数を表している。世帯人数平均は 4.7 人であり、1 世帯当りの生産者平均人数は約 1.7 人である。

表 4-3-15 世帯当り RH 生産者数

世帯内RH従事者数	回答者数	割合
1 人	31 世帯	57.4%
2 人	13 世帯	24.1%
3 人	5 世帯	9.3%
4 人	2 世帯	3.7%
5人以上	2 世帯	3.7%
不明	1 世帯	1.9%

出所：筆者調査データより作成。

1 世帯当り 1 人が生産している場合が最も多く 31 世帯である。次に多いのが 2 人であり、1 世帯当り 1 から 2 名の少数で生産している場合が全体の 81.5% である。不明の世帯も 1 人以上は従事していることができ、それをもとに算出した村内の RH 生産者数は少なくとも 91 人となることが明らかになった。これは村の人口の 16.4% である。

表 4-3-16 は回答者が RH を生産し始めた年齢である。多くは子どもの時から家族の手伝いの為に、家族によってスキルを学び生産をし始めている。そのため生産開始年齢は 18 歳未満とした回答者が最も多く、平均年齢は 16.6 歳、最年少は 7 歳であった。実際に初めて生産した製品を販売した年齢の

平均は 18.4 歳であるため、開始した当時は手伝いとして始めていることがわかる。また、最高齢の 56 歳で RH 生産を開始した回答者も世帯の家計を助けるために RH 生産を開始したと回答している。

表 4-3-16 RH 生産を始めた年齢

18歳未満	37人 (68.5%)
18歳以上30歳以下	15人 (27.8%)
31歳以上	2人 (3.7%)
平均	16.6歳
最年少	7歳
最高齢	56歳

出所：筆者調査データより作成。

表 4-3-17 にまとめた RH 生産を始めた理由で最も多かったのが「家族の手伝いのため」であったが、その他の理由では「お金のため」、また「時間があつたため」といった理由が続いた。回答者の年齢と RH 生産を開始した年齢から平均 24.6 年と RH 生産の経験年数は長い。生産できる RH の種類の平均は 2.7 種類と少なく、主にバスケット、トレー、ペン立てなどを作っている生産者が多い。また、クラベリエル行政区内で取引を行う仲介人によれば、行政区ごとにラタン製品の特色があり、クラベリエル行政区内の商品は比較的小物雑貨が多いという。そのため、回答者が生産できる製品も比較的サイズの小さなバスケットなどが目立った。回答者が実際に生産しているものの平均は 2.7 個であるが、デザインをみれば生産することができるかと回答した生産者は 54 名中 41 名であり、実際には注文があれば、その製品を作ることができるスキルを有している生産者が 8 割近くいることが明らかになった。

表 4-3-17 RH 生産を始めた理由

回答項目	回答者数	割合
家族の手伝いのため	26人	48.1%
お金のため	10人	18.5%
時間があつたから	8人	14.8%
興味、デザインが好きだから	5人	9.3%
他に仕事がないから	3人	5.6%
RH生産スキルを持っているから	1人	1.8%
就学歴がないから	1人	1.8%

出所：筆者調査データより作成。

表 4-3-18 は誰に RH 生産のスキルを習って技術の修得をしたかという質問の回答である。生産スキルは家族によって受け継がれてきたもので家族によって学んだとした回答が 8 割近く、最も多かった。

表 4-3-18 RH の技術の修得

	回答者数	割合
独学	6人	11.1%
家族	42人	77.8%
教師	5人	9.3%
その他	1人	1.9%

出所：筆者調査データより作成。

表 4-3-19 に生産者が製作することのできる最も価格の低い商品と最も価格の高い商品の取引価格と生産時間についてそれぞれまとめた。製作することのできる RH の種類は生産者によってそれぞれであり、ここでは最も価格の高い商品と最も価格の低い商品がそれぞれ同一の種類のものであるとは限らない。そのため、生産者によって価格に大きく差が出ている。最も価格の低い商品の平均は約 1 ドルであり、作成にかかる時間の平均は 5.3 時間である。つまりは半日以上作成に時間がかかっても約 1 ドルでしか販売できないということである。そして最も価格が低かったものは 0.125 ドルである。その作成にかかる時間は 1 時間で、8 時間生産し、ようやく 1 ドル分を作ることができる。最も価格の低い製品を時給に換算すれば平均、0.19 ドル、最小値が 0.13 ドル、最大値が 0.83 ドルとなる。最も高い商品の平均は 3.5 ドルであり、平均して作成に 9.9 時間を要する。最も高い製品は 25 ドルであったが、作成に 60 時間かかるため、一日に 8 時間作成したとしても 1 週間以上かかる。最も価格の高い製品を時給換算すると平均が 0.35 ドル、最小値が 0.375 ドル、最大値が 0.42 ドルとなる。すべての製品に関してあてはまる訳ではないが、平均すると価格の高い製品の方が時給換算にして 1.8 倍高く売ることができる。最も価格の低い製品においては時給換算をすれば 4.4 倍の差があり、価格の高い製品を作ることができる生産者ほど製作時間に対して創出できる所得も高いということは明確である。最も価格の低い製品の平均を時給に換算し、RH 生産を法令の定める週最大 48 時間(ジェットロブノンペン事務所、2016)として 4 週分を換算すれば月額平均 36.5 ドルにしかならない。

RH 生産は農作業や家事の合間に行われるため労働時間の割に生産できる製品の量は少なく、作業効率の低さが所得の低さの要因のひとつであることは明らかである。また、これらの生産時間は原材料の仕入れなどの時間は含まないため実際にはこれ以上に時間をかけて RH は作られるのである。その上、カーサン村においては 10 ドル以上の製品を生産できる生産者は 54 名中 4 名のみであり、高価格製品を作ることができる生産者も限りあることが明らかになった。高価格の商品を製作した方がより高い収入を得ることができるということは明らかであり、RH 生産者のスキルと生産できる RH の価格の低さから、カーサン村における RH 産業は効率的であるとは言えず、取引価格も低水準に留まっていることが明らかになった。

表 4-3-19 取引価格と生産時間

		最低価格商品	最高価格商品
価格	平均	1.03ドル	3.5ドル
	最低価格	0.125ドル	0.375ドル
	最高価格	10ドル	25ドル
時間	平均	5.3時間	9.9時間
	最短時間	1時間	1時間
	最長時間	12時間	60時間

出所：筆者調査データより作成。

表 4-3-20 は RH 生産による 1 ヶ月あたりの所得状況を表している。最も少ない額は 6 ドル、最も多い額は 225 ドルであり大きな差がある。20 ドルから 50 ドル未満と答えた回答者と 100 ドル以上との回答が最も多く、それぞれ 18 世帯である。また、RH 生産による所得は世帯全体の所得の約 2 割に留まっていることが明らかになった。

表 4-3-20 RH 生産による所得状況(月)

世帯所得	世帯数	割合	平均	最小値	最大値	中央値	最頻値
20ドル未満	6 世帯	11.1%	60.1ドル	6ドル	225ドル	50ドル	100ドル
20ドル以上50ドル未満	18世帯	33.3%					
50ドル以上100ドル未満	12世帯	22.2%					
100ドル以上	18世帯	33.3%					

出所：筆者調査データより作成。

(5)販売スキル

「主にどの市場に向けた製品を生産しているか」の問いに対しては 48 名が地元向けの商品であり、観光客向け、輸出向けと回答したのはそれぞれ 2 名ずつ、その他 2 世帯が不明であった。しかし、仲介人への調査によるとクラベリエル行政区内で買い取られた商品はタイ国境付近のポイペトへ運ばれ、タイへ輸出されるため、生産者は仲介人に販売しているので地元向けと回答したと予測される。また、そうならば生産者は製品がどこで売られているのか把握していない場合が多いことも考えられる。それにより、市場の需要に対するデザインや品質、価格交渉の際に必要な情報など品質向上や価格の向上に不可欠な情報が生産者に欠如していることが考えられる。RH の市場での販売価格を知っているかの問いに対しては 50 名(92.5%)が知らないと答えた。生産者のほとんどが直接地元の人や観光客に売ることはなく、仲介人を通して RH を販売している。観光客に直接販売する機会がある回答者は 2 名のみで、今までに 1 度も観光客に販売したことがない回答者は 37 名、ほとんど販売したことがないと答えた回答者は 13 名であった。仲介人と取引をする際、価格交渉を行っているのは 35 名

で、19名は交渉を行わないと答えた。仲介人によれば、国境付近ではカーサン村での取引価格の2倍で取引され、輸出されたRHはそのまた2倍の価格で販売される。村内での取引価格は、国境付近での取引価格によって決定されるため、仲介人自身による値上げは容易ではない。

どのようにRHの価格の決定をするかという質問への回答は表4-3-21にまとめた。価格の交渉をしている生産者たちは主にコストと時間をもとに価格の決定を行っている。また、仲介人との交渉内容は、多くは価格についてであるが、オーダーの量や納品までの時間を交渉するという回答もあった。価格交渉を行っている生産者は約65%と半数以上であるが、仲介人のインタビューから交渉の余地は少ないことが明らかになった。また、残りは交渉もせず仲介人の言い値に従っていた。村長のインタビューでも低い取引価格のために、何度も会合が開かれていたが、改善が見られていないことが明らかになり、現状のまま取引交渉を行っても今後、価格の大幅な改善は難しいと考えられる。

表 4-3-21 価格の決定要因及び交渉内容

販売価格の決定要因（複数回答可）		仲介人との交渉内容（複数回答可）	
コスト	29人	価格	30人
時間	28人	量	14人
デザイン	10人	時間	4人
品質	8人		

出所：筆者調査データより作成。

注：仲介人との交渉内容は交渉すると回答した35名を対象に複数回答可にし、回答してもらった。

カーサン村において取引価格を上げ生産者の収入を向上させるには、まず、品質の向上に取り組む新しい市場を探す必要がある。前述したように、現在取引される製品のまま同じ市場で交渉によって価格上げることは容易ではない。

(6)需要と供給、価格の変化

表4-3-22にRHの需要と価格の変化についてまとめている。最も需要が多い月の注文数平均は42個である。最も需要が少ない月の注文数平均は21個である。また、RHの注文数は安定しているかの問いについてはおよそ6割が「安定していない」と回答した。仲介人のインタビューによれば、カンボジアとタイの正月には果物用のバスケットの需要が高まるため、一年で最も需要が高まるのは4月である。価格の変化に関しては5年前に比べて上昇していると答えた生産者が最も多く全体の55.6%であった。下降していると答えたのは4名のみであったが、変わらないと答えたのは19名であった。ここでは、価格が上昇していると答える生産者は多く、上昇はしてきているが依然価格は低水準に留まっていることが明らかになった。表4-3-23には今後のRHの生産能力についてまとめた。本調査で明らかになったことはあくまで生産者の主観による供給能力であるが、RH生産を今後続けていくための十分な能力はあるかという問いに対しては26名が「はい」と回答し、28名は「いいえ」と回答した。能力があると答えた回答者は約70%~80%が時間、原材料、労働力が十分にあると回答した。また、供給能力がないと答えた回答者はその理由を時間がないとした者が最も多く全体の8割近くで

ある。今後も RH 生産を続けるかという項目では64.2%の生産者が続けると回答し、供給能力があると回答した生産者の割合を上回った。今後も続ける理由は所得のため、他に仕事がないためなどである。供給する能力があるかないかに関わらず、選択肢がないという生産者が多いということが明らかになった。

表 4-3-22 需要と価格の変化

1	最も需要が多い月	
	注文数平均(月)	42個
2	最も需要が少ない月	
	注文数平均(月)	21個
3	RHの注文数は安定しているか？	
	安定している	21(38.9%)
	安定していない	33(61.1%)
4	RHの価格は5年前と比べて変化しているか？	
	上昇している	30人(55.6%)
	下降している	4人(7.4%)
	あまり変わらない	19人(35.2%)
	わからない	1人(1.8%)

出所：筆者調査データより作成。

表 4-3-23 生産能力

1	RH生産を続けるための十分な能力はあるか	
	はい	26(48.1%)
	いいえ	28(51.9%)
(1)はい	時間が十分にあるか	
	はい	18(69.2%)
	いいえ	8(30.8%)
	原材料は十分にあるか	
	はい	21(80.8%)
	いいえ	5(19.2%)
	労働力は十分にあるか	
	はい	21(80.8%)
	いいえ	5(19.2%)
(1)いいえ	その理由	
	時間がない	22(78.6%)
	原材料がない	4(14.3%)
	労働力がない	2(7.1%)
2	今後もRH生産を続けるか？	
	はい	34(64.2%)
	いいえ	19(35.8%)

出所：筆者調査データより作成。

(7)カーサン村の調査から明らかになった現状と問題点

RH 生産が総じて生産性が低く、所得も不安定であり、村内会議が開かれる程価格の低さに対して不満を持つ背景があるにも関わらず、カーサン村において RH 生産は続けられてきた。これは、RH

生産がカーサン村の生産者にとって数少ない職業選択の一つであることを表している。回答者の多くは教育機会や経済的理由、農村地域での職業選択機会の少なさから RH 生産を選択している。また、ほとんどの生産者世帯の経済状況は RH の注文数や農産物の採れ高によって左右され、生産者自身でコントロールすることは困難である。それでも尚、家事や育児の合間に自宅で行うことが可能な RH 生産はカーサン村の人々にとって貴重な所得の獲得手段である。季節的な経済活動である農業を主な生計手段としながら、経済的、時間的事情に応じて生産ペースを変化させ、所得を得ることができるのである。だからこそ、現状では様々な問題点があったとしても、存続させ課題を解決し収入向上に繋げる必要性は高い。現状では、価格や流通、コストなどを生産者自身が把握する努力をしているとは言い難く、村内における RH 産業は経済的にも技術的にも発展を遂げていない。今後の発展のためには、生産者及び、仲介人もしくは支援者組織などの第 3 者の努力が必要である。回答者の RH 生産選択に経済的理由が多かった点から、今後 RH 産業の存続において鍵となることは生産者の「所得」の向上であるということは明らかである。生産者の平均年齢が 30 代であることから、今後カーサン村において RH 生産は継続されると考えられ、現状の課題の解決は重要である。

4-4 ラタン手工芸品生産者への支援の実例から得られた現状と課題—アレクスヴァイ村を例に—

4-4-1 アレクスヴァイ村について

アレクスヴァイ村では、NGO が RH 生産者の支援を行っていたことから、調査対象として選定した。アレクスヴァイ村は、2013 年から 2015 年まで支援を受けていたが、資金不足のためその支援はすでに終了している。アレクスヴァイ村の状況を見ることで、支援による所得向上の可能性とその RH 生産及び限定的な支援の問題点を探る。アレクスヴァイ村では 2013 年から、カンボジアの NGO、アダー⁷⁴により、資金面とスキルトレーニングの支援が開始された。シェムリアップ州には他にも支援を受けていた村はあるものの、支援の中心であったのは製作所が建設されたアレクスヴァイ村である。しかし、その支援は 2015 年に終了し、現在は行われていない。調査期間は 2016 年 12 月 21 日と 22 日の 2 日間である。事前に村長に行なったインタビューでは、アダーの支援状況が把握しきれなかったこと、筆者が直接生産者から話を聞くことに重点を置いたこと、また時間的な制約もあり、アダーに雇用されていた生産者、支援を受けていた生産者、関わりのなかった生産者を数名ずつ村長に選んでもらい、9 世帯 10 名を対象にインタビュー調査を行った。アレクスヴァイ村では全世帯が RH 生産の技術を有しているが、生産者の数は減り続けており、現在は 30 世帯のみである。RH 生産以外で主な所得源である農業は乾季には深刻な水不足になるため、雨季のみ行われている。そのため、RH 産業の存続と、それに関わる諸問題の改善はアレクスヴァイ村の人々にとっては特に重要である。アダーはトレーニングシステムの構築や道具、ラタン材提供の支援を行っていたが、その支援期間と従来の各世帯による生産状況や、支援を受けた世帯と受けていない世帯の生産状況にどのような差異が生じたのか。こうした疑問に答えるため、アレクスヴァイ村の RH 生産者の調査を決定した。

アレクスヴァイ村はシェムリアップ中心部からアンコールワット方面へ 11km に位置している。

⁷⁴すでに撤退しているため団体に直接の確認ができないが、村長及び講師へのインタビューより、アダーは農業関連の技術支援を行う NGO である。

国道6号線から村の方角へ入る道路は未だ舗装されておらず、雨季には車でのアクセスが困難になる場合もある。アレクスヴァイ村はノーコルトム行政区を構成する6つの村⁷⁵の中心に位置している(図4-4-1)。

1980年からアレクスヴァイ村の村長を務めるチア・ヒア氏の話によると、村の総面積は約500ha、そのうち約230haが農地であり、その他ほとんどを森林が占めている。行政区内では最も広い面積を持つ。総人口は662人、女性人口が343人で、男性人口が319人(2016年7月)で、若干ではあるが女性人口の方が多い。総世帯数は138世帯である。村では米の生産が古くから開始され、世代から世代へ受け継がれてきた。現在でも、農薬を使用しない伝統的な有機農法での生産が続けられている。しかし、村では米の生産が行われるのは雨季のみであり、その他の農産物の生産がほとんど行われていないため、村人たちは年間を通じた農業所得を得ることができない。村長の話によると、数年前の洪水のあと、政府がシェムリアップ中心部での洪水被害を防ぐ為に行った工事により、村の水不足が深刻化し、大幅に米の収穫高が減少した。そのため、今回調査を行った生産者は収穫量が少なく、農業による現金所得を得ている生産者は一人もいなかった。

図4-4-1 アレクスヴァイ村の位置



出所：Google Map より筆者加筆作成。

4-4-2 回答者の基本情報

表4-4-1に回答者の基本情報をまとめた。アレクスヴァイ村でアダーによりRH生産技術の講師として雇用されていた人数は2名、その技術トレーニングを受けていた生産者の人数は約40名である。しかし、RH生産者数は固定的ではないため、村長も講師も正確な数を把握しておらず、RH生産を行いつつも支援を受けなかった生産者の数は不明である。本調査では村内の当時の生産世帯30世帯のうち、9世帯10名を対象に調査を行なった。回答者は全て女性で、村内の生産者のほとんどは女性である。回答者のS7とNS8は同一世帯であるが、支援を受けていた状況は別々であった為、2名に

⁷⁵北東にオンチャン村、北西にポットム村、南にスラスラン村、南東にクラヴァン村、南西にボエム村に囲まれている。

対して調査を行なった。回答者の平均年齢は 50.3 歳、最年少が 30 歳、最高齢が 75 歳であった。回答者の世帯で RH 生産を行っているのが回答者自身のみの場合が 8 名である。平均年齢が高いためか、半数が既婚であるが半数は夫と死別し、子どもや孫と生活をしている。回答者の 4 名は識字能力があるが、6 名はない。そのうち、就学経験があるのは 2 名のみであり、いずれも小学校までしか通っていない。世帯人数の平均は 4.5 人であり、最少が 2 人、最多が 9 人である。9 人の世帯は高齢の女性 2 名とその孫、ひ孫にあたる 7 名で構成されているが、子どもたちの両親は交通事故により他界したため、その女性 2 名の所得のみで生活している状況にある。何れの回答者も教育機会や、家族構成により職業選択の機会がほとんどないという状況にあるということが明らかになった。

表 4-4-1 回答者の基本情報

ID	性別	年齢	婚姻状況	世帯人数	識字能力	就学経験
T1	女性	61歳	死別	3人	有	無
T2	女性	56歳	既婚	4人	無	無
S3	女性	55歳	死別	2人	有	無
S4	女性	30歳	既婚	4人	無	無
S5	女性	42歳	既婚	4人	無	無
S6	女性	35歳	既婚	5人	有	小学校
S7	女性	48歳	死別	9人	有	小学校
NS8	女性	75歳	死別	9人	無	無
NS9	女性	53歳	死別	4人	無	無
NS10	女性	48歳	既婚	5人	無	無

出所：筆者調査データより作成（2016）。

注1：回答者 S7 と NS8 は同一世帯である。

注2：表中の ID は全て、T=講師として雇用されていた生産者、S=アダーや企業から支援を受けた生産者、NS=支援を受けなかった生産者を表している。

4-4-3 支援内容について

表 4-4-2 にアダーの支援内容に関してまとめた。回答者のうち 2 名は、支援開始以前からスキルが高く、アダーによるトレーニング提供のために講師として雇われていた。期間中は 2 名のうち 1 名は村内において雇用されており、もう 1 名は州外に派遣されることもあり、日給もしくは月給により所得を得ていた。また、州外に派遣されていた回答者は、食事、宿泊先、道具、原材料すべてアダーにより提供されていたと回答した。約 2 年間、講師として雇用されたがアダーが撤収した現在、講師としての所得はなく、RH 生産による所得のみである。また、3 名の回答者が先述した 2 名の回答者によりスキルトレーニングを受けていた。回答者はいずれもトレーニング期間を正確に覚えてはいなかったが、トレーニングには約 2 ヶ月から 3 ヶ月間通っていたと回答した。トレーニングは午前 7 時から午後 5 時まで休憩の 2 時間をはさみ、週に 6 日間、村の中心にアダーによって建てられた製作所で開かれていた。また、他の 2 名の回答者はアダーではなく、米国の企業によってスキルトレーニングを受けた経験がある。その企業は現在も取引を行っており、RH 製品の品質に関するガイドラインを提供している。その他の 3 名の回答者は高齢であることや、家事や育児で製作所に通うことができない

いことが理由でトレーニングを受けていない。

表 4-4-2 支援内容について

ID	支援の有無	支援機関	支援内容	支援期間
T1	有(講師)	アダー	資材、道具の供給	2012-15年
T2	有(講師)	アダー	資材、道具の供給	2013-14年
S3	有	アダー	トレーニング、資材、道具の提供	不明
S4	有	アダー	トレーニング、資材、道具の提供	不明
S5	有	アダー	トレーニング、資材、道具の提供	不明
S6	(有)	米国の企業	トレーニングの提供	不明
S7	(有)	米国の企業	トレーニングの提供	不明
NS8	無			
NS9	無			
NS10	無			

出所：筆者調査データより作成（2016）。

4-4-4 生産スキルの状況

生産者のスキルを調査によって図ることは困難であるが、ここでは生産者が生産可能な種類の数と、価格の変化についてアダーの支援前と支援後を比較した（表 4-4-3）。

表 4-4-3 生産スキル

ID	生産可能な種類数		最も安い製品の価格(USD)		最も高い製品の価格(USD)	
	サポート前	サポート後	サポート前	サポート後	サポート前	サポート後
T1	オーダーによる	オーダーによる	5	5	50	50
T2	オーダーによる	オーダーによる	5	5	46	46
S3	2	オーダーによる	0.25	5	0.25	30
S4	1	オーダーによる	0.5	1.25	1	5
S5	1	5	0.25	1.25	1.25	6
S6	1	3	2.5	無※	1	無※
S7	オーダーによる	オーダーによる	不明	1.125	不明	5
NS8	4	4	1	1	1	1
NS9	オーダーによる	オーダーによる	5	5	30	30
NS10	オーダーによる	オーダーによる	1	1	35	35

出所：筆者調査データより作成（2016）。

注：現在は加工作業のみを行っているため、どちらも現在の取引価格は無い。

高齢であるため正確な年齢を覚えていない生産者もいたが、ほとんどの回答者が10代から生産を開始していた。アダーや企業との取引以前に生産することができていた種類については3名が1種のみであり、1名が2種のみであった。その4名はいずれも支援や取引によって生産できる種類が増加したことが明らかになった。また、取引価格についてもその4名には上昇が見られた。S3の回答者は、トレーニング以前は0.25ドルのRHしか生産することができなかったが、トレーニング後は30ドルの商品を生産できるようになっている。その他の生産者についても5ドル程の取引価格の上昇が

見られた。講師であった2名にスキルの変化はないため価格についてはどちらも変化していないと回答した。現在生産可能なRHの種類については、サンプルがあればすべてのデザインを注文通りに制作できると回答したのが7名である。回答者のうち1名は3種類のみ生産するスキルがあるが、現在はRH生産前の原材料のラタンをナイフで加工する段階のみ注文を請け負っていて、RHの生産は行っていない。表中NS8の4種と回答した生産者は、数種類のバスケットを生産しているが取引価格はすべて1ドルであった。これはNS8の生産者のスキルが低いことが理由であると言うよりも、仲買人との価格交渉が困難な状態にあるためでもある。仲買人に買い取り料を前借りするために、買い取り価格が低くても取引に応じなければならない状況にあったと回答している。講師として雇用されていた2名はスキルが高いため、同一の商品であっても他の回答者と取引価格に10ドル以上の差があり、価格が最も高い商品はそれぞれ50ドルと46ドルであった。価格が最も高い商品の種類では5つのサイズのセットになって取引されるバスケットとフードカバーがあるが、トレーニング提供以前に生産していたのは講師の2名と支援を受けていない2名のみであった。しかしアダーのトレーニングを受けた3名と、企業と取引をする1名も生産できるようになっている。価格の高いRHはサイズも大きく、作成時間も長い傾向が見られる。また、トレーニング内容は生産スピードを向上させるためではなく、新しいデザインを習うことが中心であったためすべての回答者が生産スピードには変化がないと回答している。

4-4-5 取引交渉について

表4-4-4にRHの取引交渉についてまとめている。現在アレクスヴァイ村で取引を行っているのはタイに輸出する仲買人と米国の企業のみである。どちらの取引に関しても回答者は生産した商品が市場や店舗で、いくらで販売されているのかを知らず、価格の決定権は常に仲買人にある状態である。特に、タイへの輸出向けに買い取りを行っている仲買人に関しては、経済状況が厳しい状態にある生産者ほど事前に買い取り料を支払うことで価格を低くするケースや、価格交渉をしようとすれば買い取ることさえも取りやめてしまうというケースがあり、価格交渉は不可能な状況である。

表4-4-4 取引交渉について

ID	市場の価格を知っているか	取引相手	価格の決定権	価格交渉はするか
T1	知らない	仲買人、米国の企業	仲買人	しない
T2	知らない	仲買人、米国の企業	仲買人	しない
S3	知らない	仲買人、米国の企業	仲買人	しない
S4	知らない	仲買人	仲買人	しない
S5	知らない	仲買人	仲買人	しない
S6	知らない	仲買人、米国の企業	仲買人	しない
S7	知らない	仲買人、米国の企業	仲買人	しない
NS8	知らない	仲買人	仲買人	しない
NS9	知らない	仲買人	仲買人	しない
NS10	知らない	仲買人	仲買人	しない

出所：筆者調査データより作成（2016）。

4-4-6 原材料の調達

原材料の調達に関しては6名の回答者はコンボントム州で調達をしている(表4-4-5)。回答者の一人によれば、近所でも調達は可能であるが、シエムリアップ州のラタンはコンボントムのラタンに比べて短いため、遠方のコンボントム州に調達しに行く場合が多いという。また、高齢であることや家事や育児のため近所で調達することしかできないという回答もあった。コンボントム州で原材料を調達する場合は一人当たり3ドルを支払い、複数の生産者が車を乗り合わせて、調達地に向かう。通常、車は午前2時に村を出発し、帰村は午後8時頃である。1回当たり18時間を要するが、1度に調達できる原材料の量も限られているため週に1回~2回行く生産者が3名であった。また、原材料がなくなる度に調達すると回答した生産者は3名であったが、そのうち2名は自宅近くで調達している。

表4-4-5 原材料の調達

ID	誰が原材料を調達するか	調達場所	調達頻度	調達費用 (USD)	調達時間
T1	子	コンボントム州	不定期	3	18時間
T2	生産者	コンボントム州	雨季の前に4日間	3	18時間
S3	生産者	コンボントム州	週に1~2回	3	18時間
S4	生産者	コンボントム州、村内	不定期	3	18時間
S5	生産者	村内	毎日	0	0
S6	米国の企業が提供	不明		0	0
S7	生産者	村内	不定期	0	0
NS8	子	村内	不定期	0	0
NS9	生産者	コンボントム州	週に1回	3	18時間
NS10	生産者	コンボントム州	週に1回	3	18時間

出所：筆者調査データより作成 (2016)。

4-4-7 生産状況

表4-4-6に生産状況についてまとめている。8名の生産者が一日の生産時間は変化すると回答した。多くの生産者は、家事や育児、農作業の合間に生産を行っている。また、アダーが支援を行っていた期間は製作所で生産していた。建設された製作所は現在も使用できる状況にあり、商品の保管や製作に使われている場合もある。しかし、現在はすべての生産者が育児や家事との両立のため自宅で生産を行っている。生産ペースに関しては8名の回答者が自分のペースでは生産できないと回答した。1名は育児を優先するためであるが、その他の回答はオーダー数により生産ペースが左右されると回答した。また、8月から10月にかけては米作のため、農作業が優先されるとした回答が多かった。

表 4-4-6 生産状況

ID	労働時間	どこで生産しているか	生産ペースは自分で決定できるか	RH生産月	農業の月
T1	変化しない	自宅	できる	1-7、11、12	8-10
T2	変化する	自宅	できる	1-7	8-12
S3	変化する	自宅	できない	すべて	8-10
S4	変化する	自宅	できない	すべて	8-10
S5	変化しない	自宅	できない	すべて	3月以外
S6	変化する	自宅	できない	すべて	8-10
S7	変化する	自宅	できない	1-7、11、12	8-10
NS8	変化する	自宅	できない	すべて	なし
NS9	変化する	自宅	できない	すべて	8-10
NS10	変化する	自宅	できない（育児）	1-7、11、12	8-10

出所：筆者調査データより作成（2016）。

4-4-8 回答者の生計状況

表 4-4-7 は回答者の生計状況についてまとめたものである。一月当りの世帯所得の平均は 170 ドルで、最も高い世帯が 330 ドル、最も低い世帯は 40 ドルであった。また、世帯所得を世帯人数で割ると、一人当たりの平均は約 43 ドル、最も高い世帯は 82.5 ドル、最も低い世帯は 4.4 ドルである。最も所得の低い世帯が、最も世帯人数が多いため一人当たりの所得が他に比べて大幅に低い。当該世帯は米作も行ってはいるが、自家消費用の米も 1 年で 3 ヶ月分程は不足している。また、どの世帯も農業や家畜からの現金所得はなく、すべて自家消費のみである。そのため、他に職を持たない 4 名の世帯が現金所得を得る手段は RH 生産のみであり、RH の所得が世帯の生計状況を大きく左右する状態にある。

表 4-4-7 回答者の生計状況

ID	世帯所得平均 (USD)	RH以外の所得源	世帯人数	世帯所得平均/世帯人数 (USD)	農業収入	家畜の有無	世帯所得に満足しているか	RH所得に満足しているか
T1	150	無	3人	50	無	有（自家消費）	していない	していない
T2	270	建設業、病院	4人	67.5	無	有（農作業用）	していない	していない
S3	100	無	2人	50	無	有（自家消費）	していない	していない
S4	150	清掃業	4人	37.5	無	無	していない	していない
S5	190	車の修理	4人	47.5	無	無	していない	していない
S6	230	建設業	5人	46	無	有（自家消費）	していない	していない
S7	40	無	9人	4.4	無	無	していない	していない
NS8	40	無	9人	4.4	無	無	していない	していない
NS9	330	運転手、地域保護	4人	82.5	無	無	していない	していない
NS10	200	建設業	5人	40	無	有（自家消費）	している	している

出所：筆者調査データより作成（2016）。

世帯所得及び RH 生産による所得に満足していると回答した生産者は 1 名のみであり、残りの 9 名の生産者は世帯所得にも RH 生産による所得にも満足していないと回答した。また、現在の RH 生産の所得を含めた世帯現金所得では十分に生活ができる状態ではないと回答した世帯も複数あり、うち

1世帯はNGOから400ドルを借りている状態にあった。また、今以上に生産時間を増やし、生産量を増やすことができないため、価格の向上以外にはRH生産による所得を増やす手段がないと回答する生産者もいた。

4-4-9 支援後の変化

表4-4-8に支援後の変化についてまとめた。現在、アダーからの支援やトレーニングの提供は行われていない。現在の取引価格についてはアダーの支援を受けた生産者や企業と取引を行った生産者も満足していないと回答した。しかし、アダーや企業のトレーニングによって、スキルや所得に変化があったと4名の生産者が回答している。前述したようにほとんどの世帯で現在の所得には満足していない。それでも、トレーニングを受ける以前はたくさんの種類を生産するスキルを持っていなかった生産者にとっては、生産できるRHの価格が向上したため支援後の方が生活状況はよくなったと回答している。しかし、講師としてアダーに雇用されていた2名の回答者は支援期間中、月に250ドル〜400ドルの所得を得ていたため、支援期間の生活状況は改善されたが、その後は支援期間に比べて所得が下がり生活状況は悪化したと回答した。アダーの支援に関わりのなかった3名のうち2名は、アダーが村内で活動したことによって良い影響も悪い影響も受けなかったと回答している。また、最も世帯所得が低かった世帯の回答者2名は同一世帯の為、同じ影響を受けている。

表4-4-8 支援後の変化

ID	現在取引価格に満足しているか	サポート後の変化	支援は生活状況をよりよくしたか	支援は労働環境をよりよくしたか
T1	していない	有	サポート期間のみ	サポート期間のみ
T2	していない	有	はい	はい
S3	していない	無	いいえ	いいえ
S4	していない	有	はい	はい
S5	していない	有	はい	はい
S6	していない	有	はい	はい
S7	していない	有	サポート期間のみ	サポート期間のみ
NS8			サポート期間のみ	サポート期間のみ
NS9			影響なし	影響なし
NS10			影響なし	影響なし

出所：筆者調査データより作成（2016）。

4-4-10 アレクスヴァイ村におけるRH産業の現状と課題

本調査により明らかになったアレクスヴァイ村RH産業の状況は以下の通りである。

- (1)回答者のほとんどの世帯において、RH生産をしているのは回答者自身のみである。
- (2)回答者の平均年齢は50.3歳と高く、半数が夫と死別している。
- (3)回答者のうち6名が非識字者、就学経験があるのは2名のみであり、職業選択機会は非常に少ない。
- (4)生産者自身が高齢である、または、子どもが小さいという家族構成である回答者がほとんどである。

ことから回答者の職業選択機会が限定的である。

- (5)アレクスヴァイ村におけるアダーの支援は、新しいデザインを習得する為のトレーニングと必要な材料、道具の提供のみであり、販売ルートを提供や価格交渉についての支援はされていない。
- (6)育児や高齢であるといった、本来最も支援の必要があると考えられる生産者に関して特別な措置はなかった。
- (7)アレクスヴァイ村における生産者のスキルの差が大きく、取引価格及び所得に大きく影響している。
- (8)支援によってもともとスキルのなかった生産者に支援後のスキルと取引価格における改善が見られた。
- (9)支援によって現在でも良い変化が起きたと考えているのは、元々スキルがなくトレーニングにより新しいスキルを身につけることができた回答者のみである。
- (10)もともとスキルのあった生産者は支援期間のみ、所得に関する改善がみられた。
- (11)アダーの支援に関わっていない生産者には、村内でアダーが活動することによる影響は見られなかった。
- (12)取引交渉においてはどのような支援もなかったため、現在でもアレクスヴァイ村の生産者たちは価格交渉の余地のない状況にある。
- (13)生産スキルのトレーニングしか受けていないため、生産者の交渉スキルは低いままである。
- (14)現在ほとんどの生産者は自分で原材料を調達しており、コンポントム州で調達する6名の生産者は調達に18時間要している。また、一度に持ち帰ることのできる量が限られているため、調達頻度は高く、大きな負担になっている。
- (15)ほとんどの生産者が原材料の調達から製作までの全行程を自分で行っている為、作業効率が悪い。
- (16)現在も製作所は使用できる状況にあるが、育児や家事、年齢などによる事情からすべての回答者が自宅で生産を行っている。
- (17)すべての回答者が農業及び家畜による現金所得がなく自家消費のみであり、その他の家族による所得を除けば、RH生産が唯一の現金所得の獲得手段である。
- (18)取引交渉の際、経済的に苦しい世帯ほど不利となるケースが見られた。
- (19)9名の回答者は世帯所得にも、RHによる所得にも満足していないと回答した。

(1)から(19)までを整理すると、現在アレクスヴァイ村の生産者たちは現在の所得に満足していない状況にあるが、RH生産以外の所得機会を見つけるのは困難な状況にある。そして、短期の支援によってもたらされたのは限定的なスキルの変化とそれによる取引価格の変化のみであり、支援が終わった今も回答者は所得に満足していない状況にある。特に、所得に関する重要な問題は仲買人と生産者の価格交渉の際、余裕がなくすぐに所得機会がほしい生産者ほど、交渉の立場が弱くなるケースが見られることである。アダーの支援はもともとスキルを持たなかった生産者にスキル面や所得面での改善をもたらし、もともとスキルのあった生産者も講師としての所得により支援期間のみは所得の変化が見られたが、この短期の限定的な支援のみでは現在のアレクスヴァイ村の状況をより良くする程の影響は生じなかったといえよう。以下にアレクスヴァイ村の支援が短期で終了し、現在大きな改善が見られない状況である要因をまとめた。

- (1)支援の期間及び内容が限定的であった。
- (2)アダーは助成金のみを頼りにし、助成が終了すると即座に撤退してしまった。
- (3)支援制度が持続可能なシステムに設計されていなかった。(新規の販路や顧客の開拓を行わなかった、生産者に市場の情報や交渉力をトレーニングする機会を与えなかった)

アダーの支援は限定的であり、長期的な戦略を持って設計されていなかった。アダーは自力での資金確保を行い、長期的に支援する体制を整えるべきであった。また、RHの取引価格の低さは、そもそも生産スキルの低さだけが要因ではない。したがってアダーは、生産スキルの向上だけではなく、市場の情報提供や、交渉に関してもトレーニングをする必要があった。しかし、支援によって程度の差はあれ、アダーの支援に関わった生産者には所得の向上が見られたのは事実である。短期の限定的な支援ではなく、より持続的で取引交渉や販売ルートにまで広げた多面的支援があれば、長期的に生産者の所得を改善することが可能になると考える。

アレクスヴァイ村の持続的な支援による生産者の所得の向上のためには、生産スキルよりも村内で得ることが難しいと考えられる技術や資金をどのように調達するかが課題となる。現状では、家族単位で行われているアレクスヴァイ村のRH生産が所得向上に成功することは難しい。しかしアレクスヴァイ村において、アダーの支援による限定的であっても所得が向上したという影響を見れば、今後の長期的な支援によっては生産者の所得が向上する可能性はあり得る。そして、資金や知識の不足しているアレクスヴァイ村には、長期的な戦略を持った政府の支援やNGO、企業の参入が重要になる。

まとめ

本章では、シエムリアップ州の農村の零細事業の中で多くの人々が従事するRH産業について取り上げた。まず、4-1では、カンボジアのラタン産業の現状を先行研究と貿易データ、仲介人へのインタビューをもとにまとめた。そして、他の東南アジアの国に比べて、加工したラタン製品よりも未加工のラタン材のまま輸出されている傾向があるために、取引額が低く、成長の余地があることが明らかになった。4-2 手工芸品産業とRH産業に関する先行研究をまとめた。4-3ではRH産業の現状をカーサン村におけるインタビュー調査をもとに明らかにした。結果、カーサン村におけるRH生産の生産性が低く、所得も不安定でありながらも所得の機会が少ない為に続けられてきたことが明らかになった。回答者の多くが、教育機会や経済的理由、農村地域での職業選択機会の少なさからRH生産を続けていることを指摘した。多くは現在の所得に満足していないが、経済的、時間的事情に応じて生産ペースを変化させ、所得を得ることができるRH産業は、農村の人々にとって貴重な所得機会である。また、4-3では外部からの支援によってRH生産者の所得向上が見られるか検証するために、NGOの支援が行われていたアレクスヴァイ村においてインタビュー調査を行なった。アレクスヴァイ村では、農産物による所得は不十分であり、RH生産による所得が大変貴重なものである。そのため、NGOは熟練の生産者を雇用し、未熟練の生産者により高い製品を生産するための技術トレーニングを提供した。その結果、支援期間中は一部の生産者に対して所得の向上が見られ、熟練職人も賃金を受け取っていた。しかし、その影響は未熟練の生産者に留まり、かつ、RH生産による所得だけで満足な生活を送ることができる水準にまでは至っていない。さらに、熟練労働者が支援終了後も継

続してより高い所得を得られるなどの産業全体への効果は見られなかった。加えて、アレクスヴァイ村への NGO による支援は持続的なものではなかった。それは NGO の支援が限りある助成金のみによって支えられた、期限付きのものであったためである。アレクスヴァイ村はシムリアップ州の中心部から遠く、仲介人の存在がありながらも、市場まで容易にアクセスし得ない。しかしこの問題は、村人が解決するには難しい。アレクスヴァイ村にとって真に必要であった支援は、技術トレーニングだけでなく、こうした、村人にはできない問題に対処するための知識や手段の提供であったのではないだろうか。しかし、前述したように NGO は助成金を受けたプロジェクトを実行していた。元から期限の定まった支援では、根本的な改善にまでは手が届かない。こうした理由から、支援では RH 産業による収益の獲得を広範囲で安定的かつ持続的なものにするためことができないと結論づけた。

第5章では、この調査研究をもとにシムリアップ州の RH 産業のビジネス化による生産者の所得向上のカンボジア、シムリアップ州農村部におけるラタン手工芸品(Rattan Handicraft 以下 RH)産業のビジネス化の現状を明らかにし、フィリピン、ベトナム、カンボジアの事例からビジネス化による所得向上の成功要因及び、対象地域における適用可能性を探り、将来性を検討することを検討する。

参考文献

- 1.上田広美、岡田知子編著 (2006)、『カンボジアを知るための60章』、明石書店。
- 2.国際協力機構 (2010)、『カンボジア王国貧困プロファイル調査(アジア)最終報告書』、独立行政法人国際協力機構。
- 3.樋口博美 (2014)、「ベトナムの手工芸品をめぐる生活とその支援：ベトナム手工芸品見聞録から」、『専修大学社会科学研究所月報 606・607』、148-156 頁。
- 4.廣畑伸雄 (2004)、『カンボジア経済入門-市場経済化と貧困削減-』、日本評論社。
- 5.マング・マング・ルウィン、山川貴裕 (2014)、「カンボジア農村部における家内産業の可能性-シェムリアップ州ポピセ村におけるラタン手工芸品産業について-」、『海外事情研究』、第 42 巻第 1 号、1-23 頁。
- 6.山川貴裕 (2014)、「カンボジアの農村における社会経済状況-シェムリアップ州タットレイ村の事例-」、『熊本学園大学経済論集』、第 20 巻第 1-4 合併号、59-101 頁。
- 7.山川貴裕 (2015)、『カンボジア、シェムリアップ州農村部における貧困研究』、熊本学園大学博士論文。
- 8.Asian Development Bank (2014) , *Cambodia Poverty Analysis 2014*. Printed in The Philippines.
- 9.Wong, C, and Berkel, R,V (2012) , *Weaving wealth: Resource Efficient and Cleaner Production and Supply Chain Integration for More Sustainable Rattan and Bamboo Craft in Vietnam*, ProsPER.Net Joint Research Project.
- 10.Hill, M (2015) , “The Artisanal Craft Industry and its Role in Poverty Alleviation for Artisans, Communities and the Young Emerging Workforce in Cambodia.” *Master Paper of School of Oriental and African Studies*, University of London.
- 11.Hirschberger, P (2011) , *Global Rattan Trade: Pressure on Forest Resources Analysis and Challenges*, WWF Austria.
- 12.Lwin, M, M (2011) , “Investigating Village Socio-Economic Condition and Possibility of Poverty Reduction Through Sample Survey (The Case of Rattan Handicraft Village of Siem Reap, Cambodia)”, *Studies in Foreign Affairs*, Vol39, No1.
- 13.Lwin, M, M, and Mori, C (2009) , “Possibility of Establishing Social Business in Cambodia.” Unpublished Research Paper, Presented at AURCED International Conference on Development Alternatives, Angkor University, Siem Reap, Cambodia.
- 14.Lwin, M.M., Linne, Y and Mori, C (2010) , “Possibility of Generating Better Employment and Income Opportunities in Rattan Handicraft Village of Siem Reap, Cambodia.” Unpublished Research Paper, Presented at the 2nd AURCED International Conference on Development Alternatives, Angkor University, Siem Reap, Cambodia.
- 15.Cambodia, Ministry of Tourism, (2015) , *Tourism Statics Report*. Phnom Penh, Cambodia.
- 16.Pwint, A,C (2015) , “Investigating Village Socio-economic Conditions in Cambodia. (The Case of Rattan Handicraft Village of Tor Tea, Siem Reap)”, *Journal of Economics*, Kumamoto Gakuen

- University. Vol.22(No.1-2)、 pp.145-166。
- 17.Hourt, K, E (2008) , *A Field Guide of the Rattans of Cambodia*, WWF Greater Mekong-Cambodia Country Programme.
- 18.WWF (2010) , “Establishing a Sustainable Production System of Rattan Products in Cambodia, Laos and Vietnam-research and case studies.” *WWF Report*.
- 19.日本、外務省、カンボジア王国、
<http://www.mofa.go.jp/mofaj/area/cambodia/>(2017年3月20日)
- 20.総務省統計局、Economic Census of Cambodia、
http://www.stat.go.jp/info/meetings/cambodia/pdf/ec_pr17.pdf(2017年4月7日)
- 21.Artisans d'Angkor,
<https://www.artisansdangkor.com> (2017.April.8)
- 22.Asia seed, “Phu Ngiha Commune”,
<http://www.asiaseed.org> (2017.April.8)
- 23.Google Map,
<https://www.google.co.jp/maps> (2017.April.8)
- 24.Green Craft,
<http://www.greencraft.vn> (2017.April.8)

第5章 農村部所得向上におけるビジネス化の可能性

はじめに

貧困層が広く農村地域に偏在するカンボジアにおいて、その所得向上は大きな課題である。農村居住者の多くが従事する零細事業により所得向上を目指すことで、解決の糸口を見つけ出すことはできないだろうか。

本論文の目的である農村部の零細事業のビジネス化による所得向上の可能性を考察するにあたり、第3章では、農村部の所得向上に成功したビジネス化の事例を基に、その成功要因について考察した。第4章では、シェムリアップ州で小規模零細に行われているRH産業の現状を確認し、ビジネス化されていない農村の零細事業が抱える課題を明らかにした。それらを踏まえ、本章では農村居住者の所得向上に向けた零細事業のビジネス化の可能性について述べる。まず5-1では、第3章の事例研究から明らかとなったビジネス化成功の要因を整理し、その重要性について述べる。続く5-2では、5-1と第4章のRH産業の調査研究に基づいて、そのビジネス化の可能性について検討する。最後の5-3では、RHを日本で販売するFGRを例に、より具体的にRH産業における所得向上の可能性について述べる。

5-1 ビジネス化成功の要因

既に述べたように、本論文におけるビジネス化の定義は「商品価値を高める潜在性のあるモノを見だし、それに付加価値をつけ、効率的に生産・供給するための組織を作り、利益最大化を目指す事業を興すこと」である。第2章ではビジネス化の成功例として、ココナッツ農家を対象にしたフィリピンのCTC、RH生産者を対象にしたベトナムのプーニアコミュニティ、シルクや彫刻といった農村の工芸品生産者を対象にしたカンボジアのADAを取り上げた。これらは、もともと個人や家族によって運営されていた零細事業で生産されていた製品に付加価値をつけ、事業を組織化し、収益を向上させたことで、生産者の所得向上に成功した事例である。

表5-1-1 内的要因と活用すべき外部の情報や要因

内的要因	活用すべき外部の情報や要因
潜在商品と生産者	技術の有効活用と商品管理に対する外部支援
組織化を円滑にするための基礎	外部者を活用した市場開拓
リーダー	外部者を活用した事業の持続性
自己資金	外部資金アクセス

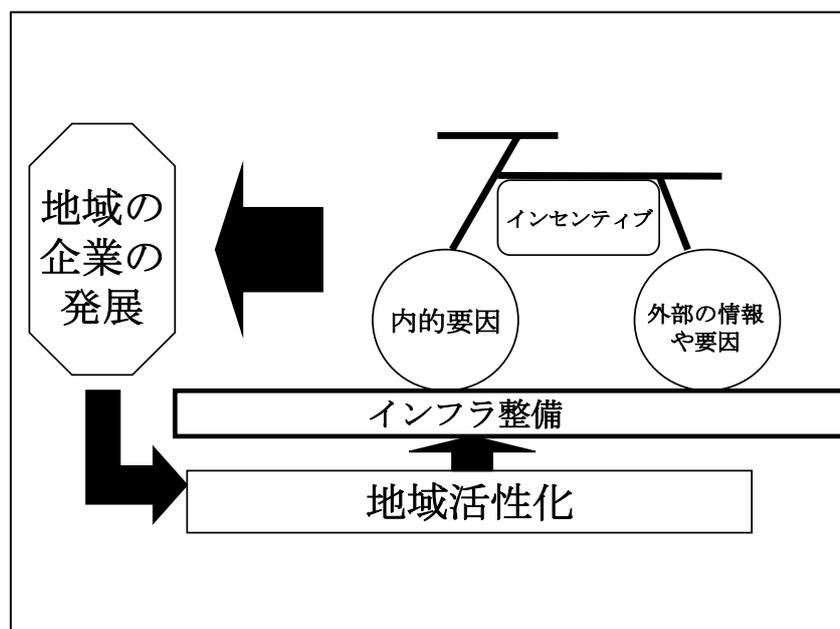
出所：筆者作成。

表5-1-1に、これら3つの事例から導かれる成功要因について内的要因と活用すべき外部の情報や要因の二つに分けて示した。内的要因とは、ビジネス化を成功させるために必要な要因のうち、その地域に内在している強みや長所を意味する。ここに含まれるのは「潜在商品と生産者」、「組織化を円滑にするための基礎」、「リーダー」、「自己資金」である。これらは、対象となる地域やコミュニティ

が従来から有していた内部的な資質であり、組織化を成功させる上で重要な条件である。事例として挙げた3つの全てにおいてこれらを確認できることから、ビジネス化の前提となる要素であるといえよう。

一方、活用すべき外部による支援は、もともと農村には不足しているもので、外部者の支援によって持ち込まれ、かつそれらの実施によってビジネス化を成功に導くものである。活用すべき外部の情報や要因には、「技術の有効活用と商品管理に対する外部支援」、「外部者を活用した市場開拓」、「外部者を活用した事業の持続性」、「外部資金アクセス」、が挙げられる。開発途上国の農村が一つとして同じ地域はなく特徴が捉えにくいと同様に、地域によって欠けている要素も様々である。しかし、求められる外部の情報や要因はこうした差異によって変わるものではない。なぜなら、基本的に事業を成立させる上で、対象の地域に関わらず最低限必要な要素であるためである。例えば、技術やノウハウは十分に有していながら、資金だけが不足している地域が存在することもありうる。もしくは、生産面では問題はないが、販売する市場が限定的であるために収益が低いような地域もあるだろう。これらの項目の中で、何が不足しているか、外部から満たし発展させることができる要素は何かを見極めた上で、ビジネス化を行なっていくことが重要なのである。これらの要因は、生産過程において、品質の向上と供給の安定の為に必要な要素であり、外部の企業や支援団体によって導入された技術や情報、アイデアによって向上させることができる。また、マーケティングと利益を創出する組織マネジメントにとって重要な要素である。加えて、生産者が積極的に事業に参加し、事業が持続可能なものであるためには、参加者にとってのメリットが欠かせない。これを実現するのが、多面的な、「すなわち包括的アプローチに基づく取り組み」である。これらのことを継続的に行なっていくことで、地域はそれぞれに効果を生み出し発展していくことができる。

図 5-1-1 ビジネス化とその効果のイメージ



出所：筆者作成。

図 5-1-1 はビジネス化とその効果のイメージである。所得向上や技術・知識の習得をエンジンに、内的要因と活用すべき外部の情報と要因がバランスを保ちながら機能することで、地域の企業が発展する。企業の発展は、地域の税収の増加にも繋がる。例えば、カンボジアでは小規模、零細業者は税金が免除されている。政府は、事業者や組合が約 62,500 米ドル以上の年間売り上げを挙げなければ、税を徴収できない。組織化し、企業が一定の利益を上げればそれに応じて税金を徴収することが可能になり、それが水、電力やインフラ整備などによって、生産者又は、地域社会にも還元されるのである。このように、すべての要件がバランスよく保たれることで、持続的に発展していくと考えることができる。

5-1-1 潜在商品と生産者（内的要因）

農村のビジネス化の要因として、前提となるのが潜在商品とその生産者の存在である。潜在商品とは、ビジネス化によって商品価値を高められる可能性を持っているものを指す。農村には価値が低い、または、価値がないと考えられていたモノやサービス、技術が存在する場合が多い。そこに、新しい商品の開発や品質の向上と管理、マーケティングによって付加価値をつけ、価値の高い商品を創り出すことで、農村における所得向上の糸口となり得るのである。

第 2 章のすべての事例において共通し、前提となっているのは、ビジネス化による所得向上やコミュニティ開発から恩恵を受ける人々が多数存在したということである。まず、CTC の事例ではフィリピンで従事者が約 29 万人存在するとされるココナッツ農家が対象であった。特に、CTC が始まったビコールではココナッツ生産が主要産業であったものの、反面ココナッツ生産者の貧困率も深刻であった。CTC の設立当初、生産に関わっていたのはわずか 10 世帯のみである。しかし、8000 世帯を超えた 2006 年頃には、ビジネス化によって所得向上という恩恵を受ける対象者が増え、貧困削減が達成されると期待された。地元銀行からの投資を得ることができたのも、この期待に寄るところが大きい。大統領の決定によって国内のインフラ事業に同社の製品が採用されたことから、CTC がいかに多くの労働者の所得向上を可能にすると考えられたか、想像が容易であろう。

次に、ベトナム、プーニアコミュニティの事例である。ベトナムでは 35 万人の労働者がラタン及び竹産業に従事し、所得を得ている(Wong and Barkel, 2011)。手工芸品生産のみに着目すると、北中央海岸地域だけで 4 千人の雇用創出と、年間 160 万ドルの利益をもたらしてきた(WWF, 2010)。本事例ではもともと関連生産者が多く、輸出用の手工芸品生産の需要に応えることが可能で、プーニアコミュニティでは 25 社もの企業が RH 関連産業に携わっている。また、RH 生産が最も盛んな地域であったプービン村では全 605 世帯のうち 99%の 599 世帯がラタン手工芸品生産に携わっていたことから、それら世帯所得の向上が、コミュニティ全体の所得向上に直結していた。加えて、活発な生産活動から、ハタイ省の観光開発の対象として選定され、手工芸品生産と観光とを関連づけた開発が行われ、インフラ整備も行われた。

ADA の事例でも、農村の手工芸品職人を対象としている。ほとんどがシルク、木彫刻、石彫刻などの職人たちで、2011 年時点には 800 人の職人を含む 1,160 人の雇用が創出された。彼らの多くが農村出身者で占められている。

これらの事例から、事業運営において生産者の多さがもたらす利点として3点を挙げる事ができるだろう。まず資金援助のたやすさである。事業を行う上で、その母体が大きければ大きいほどその活動は目立ちやすく、多方面からの支援を得ることができた。次の利点は、大規模需要を満たす生産が可能となることである。大口の生産受注を請け負った場合に、安定した生産供給ができなければ事業自体の維持は難しい。また、取引先からの信頼を失い、ビジネスを継続するという前提条件が崩れてしまう。最後の利点は、ビジネス化による利益の享受者の多さによって、地域の消費を刺激し地域経済の活性化にも繋がる、すなわちより広範囲な効果をもたらすことができる点にある。以上のことから、事業に関わる人が多いということは、ビジネス化を行う上で、重要なポイントとなる事が明らかである。

5-1-2 組織化を円滑にするための基盤（内的要因）

組織化は、第2章で述べたように、個々を一つにとりまとめることで、製品の市場への供給量や価格を調整し、品質管理を改善させ、仲介人との交渉を可能にし、事業活動を継続性のあるものにする事である。組織化を円滑に行うには、地域にもともと存在していた仕組みを基盤とし、応用することが近道となりうる。その基盤とは、生産者が仕入れ、生産、販売などの過程のために協力しあい、生産の仕組みを支える動きを有している事である。

CTCでは、各世帯で糸の生産が行われたため、その世帯の女性生産者を中心に個人の生産を世帯ごとにとりまとめを行っている。コミュニティに対しては、品質管理や、原材料の配布、生産した物の運搬のトレーニングを行い、その後はコミュニティとその運営責任を分かち合った。その際、大きな役割を担ったのがビジネス化する以前から形成されていた、ココナッツ農家の協同組合と、コミュニティ機能の存在である。まず、協同組合がCTCと協力関係を結ぶことによって、原材料の安定した供給を得ることができた。そして、コミュニティのリーダーたちは、従業員間や従業員と企業の間で起きた紛争や不満の調整という役割を担った。もともとのリーダーとしての役割がそのまま活かされ、外部のみのリーダーシップではなく運営されたことが組織化をより円滑にしたのである。

ベトナムの事例では、企業や政府が参入する前から一つの村で共通して同じ工芸品生産を行うという特色が強く、それが企業の参入や政府の明確なターゲットへの投資を円滑にした。手工芸品生産組合は1970年代に一旦登場し、米国向けの輸出などを行ったものの、1986年には、その理由は不明だが解散された。しかし、その後もRH生産は多くの世帯で続けられ、2000年にはハタイ省によって「手工芸品取引村」に認定されている。現在では、ラタン手工芸品組合も復活し、政府からの投資や開発支援は企業ではなく村、もしくはコミュニオン単位で行われており、コミュニティ全体の収入向上となる礎となっている。

カンボジアでは村ごとに手工芸品生産を行っている場合があるが、それがADAにそのまま活かされたというわけではない。ADAは、もともと職業訓練校で学んだ職人を雇用するために設立された。ビジネス化をしたあとに48の製作拠点が設けられたが、もともと存在していたものがビジネス化を円滑にした事を考えると、職業訓練校であるCEFPやNGOの役割は大きい。そこで、生産技術や読み書き、障がいをもつ生産者は手話などを学んだことで、卒業後円滑にADAのビジネスに参加するこ

とができた。

いずれの事例においても、企業が参入するよりも前から、協同組合や村単位での工芸品生産といった、コミュニティ内での人間関係を土台とする組織の様なものが存在している。これは、内部の情報を多くもたない外部からの流入者にとって、生産者情報の獲得や初期からの信頼関係の構築と言ったコストを省くものである。また、生産者に対しても組織に所属する上での責任感や関係者が顔見知りであることの安心感を与えることは言うまでもないだろう。地域に元から存在していたこうした人間同士の結びつきの利用は、単に商品の生産・管理だけでなく、労働をする上での容易さにも繋がったのではないだろうか。

CTC では、コミュニティ全体を巻き込む事業デザインが創られた。そして、原材料の買い取り価格を統一し、また取引交渉における仲介人の排除がなされた。このことによって、生産農家の収入はより安定的となった。また、CTC で働く人々の特徴や状況によって適切な生産過程に配置され、スムーズな分業化がされた。雇用される人々は、男性、女性、障がいの有無などとともに、労働時間の制約などが配慮されているため、それぞれにできる仕事に配置されている。そのため、個人では最終的な目的に到達することが不可能であっても、個人にそれぞれの機能を持たせることによって、それが可能になっている。また、多くの農家が参加したことで大規模な生産が可能になり、収益の向上や供給の安定をしたため、事業も安定化した。

事業運営におけるトレーニングの実施後は世帯単位やコミュニティが生産ラインの運営責任を持ち、品質管理やとりまとめを行った。そのことは、組織化後の運営における課題の速やかな発見や、タイムリーなフィードバック、改善を可能にし、効率化につながった。

CTC のこのような組織化の成功モデルは、そのまま別のコミュニティにも適用され、速やかなビジネス化を可能にしている。個人のココナツ農家による生産では品質管理、コスト管理、供給量の安定的な確保を行うことは不可能であるが、組織化によって実現可能となった。

組織化によって得られる重要な要素の一つに情報や知識、技術の共有がある。ベトナムでは、ラタン手工芸品生産は 1986 年の組合解散以後は家族単位で生産されていた。そのため、販売できる場所も限られ、デザインも主に国内向けのものだった。家族内で技術が受け継がれるため、未熟練者の技術が改善されることや、デザインの発展なども起こりにくかった。しかし、「工芸品取引村」に認定後は、政府や企業が熟練した職人を講師とし講習会を開いたことで、技術の低い未熟練生産者や RH 生産の技術を持っていなかった少数民族へも技術の普及が進んだ。また、GC ではフランス、スウェーデン、ベトナム人のデザイナーが輸出向け製品のデザインを開発しているように、外部から新しいデザインが持ち込まれ、それが普及された事によってより需要のあるデザインを開発できるようになった。加えて、GC には 3 名が品質管理スタッフとして働いており、品質管理を組織的に行うことで、個々の生産ではばらつきのでやすい品質を安定させることができている。また、各世帯で生産されるだけでなく企業が製作所を設け、そこで生産されることにより、原材料の運搬や保管、品質管理や生産された商品の管理がまとめられ、効率化できる。

遠隔地出身者や、女性、障がい者の雇用が多くを占める ADA では、それぞれに配慮して組織化が行われたことで、長期の熟練した職人の確保を可能にした。まず、農村に 48 の製作所を設置し、居住

地から遠く離れることなく生産できる仕組みを作っている。さらに、製作所に託児所を設けていることで、もともと子育ての為に自宅で生産していた職人が制作に集中できるようになっている。

また、障がい者には手話などのトレーニングも提供され、物理的制約を最小限にできるような職場環境を提供している。このように、それぞれの状況に即した組織化が行われたことで、それぞれの職場で最大限の能力を発揮できるようになった。同時にその環境のため、熟練した職人を長期確保できるようになっている。

このように3つの事例では、組織化が行われたことで安定した仕入れ、供給や、人材の確保、デザインの発展、品質管理などが可能になった。そして、何よりも組織化によって元々は個人もしくは小規模で生産を行っていた人々の能力が、あらゆるところで最大限に発揮されている。

5-1-3 リーダー（内的要因）

ビジネス化の成功のためには、外部からの知識、技術、情報をもとに人々をまとめていくリーダーシップを持った人が必要である。そして、それらを応用していくには内部の事情に精通している必要がある。2つの事例において、組織化し、村に不足していた知識や技術を持ち込み、ビジネス化を成功に導くまでに、リーダーシップをとれる人物が存在していたことも大きな要因の一つであると言える。村内や地域内にリーダーシップをとれる人物が存在していたのは、CTC とベトナムの事例で取り上げたGCである。また、ADAのように外部の知識を有していなくても、地域の生産者をとりまとめ外部者と調整を行うことのできる村長や、熟練職人によるリーダーシップも考えられる。まず、CTCではアルボレダが貧困に苦しむココナッツ農家の所得向上という明確な目標を定め、廃棄されるココナッツの皮からの新製品の開発、資金の調達、農家に所得が流入する生産システムの構築、生産された製品を売り込む市場の開拓までリーダーシップをとった。生産者の所得向上の貢献という目標が一貫してぶれることなく掲げられ、ビジネスが成功するまで様々な試みを行い、失敗と成功を繰り返すことができたのは、アルボレダの強力なリーダーシップがあったからである。

ベトナムの事例で取り上げたGCは、大学でITを専攻したホアン・イエン・ビンによってリーダーシップがとられた。ホアン・イエン・ビンはプービン村の出身であり、家族も手工芸品の生産者であったことから、生産状況や技術、村の事情に精通していた。そして、大学で学んだIT技術をGCのビジネスに結びつけることで、市場を拡大した。GCのウェブサイトでは、製品をインターネット販売し、海外から注文ができるシステムになっている。ビジネス化される以前はハノイ市内のみで販売されており、インターネットの普及率も低かった農村部においてその貢献は大きい。もともと、村内では得られなかった革新が、村外でテクノロジーを学んだホアンによってもたらされたのである。

ADAはもともとコミュニティ内にリーダーが存在していたわけではないが、外部からビジネスを成功に導くまでの、入念な戦略策定と実行が企業と関連する政府、機関によって行われた。

リーダーは、人々を先導する役割を担っている。ビジネスがどのような局面にあるときも、目的を見失うことなく最適な決断を下し、意識的に様々な事案を調整しなければならない。その過程において様々な技術や知識、情報、技術がもたらされ、ビジネスが成功へと導かれるのである。

しかし、現実ではCTCとGCのように、その地域の出身者やコミュニティ内にリーダーが存在す

る事は稀である。その場合は、ADAのように組織や外部者によってその役割は果たされるだろう。その際は、明確な目標と外部者とコミュニティをつなげる役割をもつコミュニティ内の人物の存在が重要となる。

5-1-4 自己資金（内的要因）

ビジネスを開始するためには、資金が必要である。その資金は、事業者自身の持つ資金（自己資金）の場合もあれば、金融機関からの融資の場合もある。しかし、一般的に開発途上国の農村の人々は、どちらの獲得も困難である。零細事業では、生産者個人の資金を元に、原材料の仕入れなどを行い、生産が続けられてきた。零細事業を成立させる上で、わずかでも自己資金を有していることが必須の要素である。しかし、そもそも農村ではわずかな自己資金でさえ不足している場合も多い。そのため、仲買人や高利貸しからその資金を調達していることもしばしば見られる。

例えば、バングラデシュのグラミン銀行は、創設者のムハマド・ユヌスが農村の人々がわずかな資金の不足によって、貧困状態にあることに気付き、自身が所持していた約27ドルを42人の竹細工職人の女性たちに貸したことが始まりである。CTCの場合は、設立者のアルボレダが自身の貯蓄から資金を調達した。それが、初期の段階の商品やシステムの開発に使われた。ビジネス化ではさらに資金が必要になるが、生産者に自己資金の負担を求めるのは困難である。ADAの場合は、初期の段階から外部の資金援助によって設立されている。もともと農村の生産者は現金収入がわずかであるので、ビジネス化には外部からの資金が必要になる。

5-1-5 技術の有効活用と商品管理に対する外部支援（活用すべき外部の情報や要因）

もともと農村の生産者は技術を有している。しかし、それを有効活用し、商品の生産と品質の管理を行う方法を知らず、またそれが必要であるという意識も有していない。もともと有していた技術を有効活用し、商品と品質の管理を行なっていくには外部からの支援が必要である。3つの事例とも、対象地域の既存の技術を有効活用したことでスムーズなビジネス化に成功している。CTCでは、対象となったビコール地域の主要農産物はココナッツであり、豊富に廃棄されるココナッツの皮を有していた。そのためこれらを原料とした新しい商品の開発や確保、生産に至るまでがそのコミュニティ内で行われたのである。もともとある資源の利用は、安定的な原材料の確保や運搬にかかるコストを削減するだけでなく、原材料の生産者にも利益がもたらすなど、コミュニティ全体の所得の向上につながる。商品生産のプロセスの中では、新しい機械や技術も持ち込まれたが、各世帯でより糸にする工程は伝統的な方法が用いられた。ビコール地域の女性は、伝統的な織物の技術を有していたため、より糸から編み物にする工程を請け負うのに適していた。既存の技術の利用は、トレーニングや品質管理にかかる時間やコストの節約を可能にする。

ベトナムではRH生産は400年の歴史があるとされている。プーニアコミュニティのいくつかの村では、竹及びラタンの手工芸品生産は300年以上前に開始された。最もさかんなプービン村においては99%の世帯においてその技術を有していた。そのため、製品の質にばらつきはあっても基本となる技術が土台となった。また、熟練した職人による、未熟練な生産者への技術の普及も行われた。ここで

も、もともとあった技術を新しいデザインや情報と組み合わせることで、ビジネス化をよりスムーズに進行させることができたと考えられる。

ADA も採用の中心となったのはもともと見習いの職人であった若者たちである。既にある程度の技術を持っていた彼らに、ADA はより高品質な商品を提供できるように有給のトレーニングを提供した。また、ADA では観光客が主な顧客となるため、新しいデザインが積極的に採用されてはいるものの、すべての商品がカンボジアの農村で作られてきた伝統的な技術をベースにしたものである。

このように、3 つの事例からもともとある技術を土台にすることは、より高い品質の製品の生産において効率的な選択であることが明らかである。

3 つの事例とも、もともとあった技術を有効活用しているが、商品を需要に合わせて発展させたことが市場の拡大に大きく貢献している。

まず、CTC は廃棄するココナツの皮を原料にジオテキスタイルを生産する技術を開発した。CTC が開発したジオテキスタイルは既存の物よりも安価で、環境面でも優れている。加えて、頻繁な台風によって土砂災害や洪水の被害を受けやすかった、フィリピンのココナツ農家の需要に適した物でもあった。所得のみならず、製品の性質上もココナツ農家に貢献できる商品の開発が行われた。

ベトナムでは、国内販売向けの物から輸出むけのデザインにシフトされた。伝統的なデザインから発展して作られた物よりも、海外からの注文によってデザインが決められている。ハノイ中心部で売られるよりも、輸出市場を開拓した以降の方が市場規模は圧倒的に大きい。そのため、プービン村では 500 種類以上のデザインが生産されていると推計されるが、そのほとんどは輸出向けのデザインを企業が生産者に提供した物である。また、Wong、Berkel (2011) もベトナムの手工芸品に関しては 9 割が海外の顧客の仕様、設計書に基づいて生産されていると述べている。また、観光客が製作所の見学をするため、観光客の要望によって製品を手直ししたり、要望にあった別の商品を提案したりといった様子が見られた。そして、家族単位で生産されていたものが製作所で複数の生産者が集まって生産し、企業によって管理されることで品質の管理が行われるようになった。企業は品質管理のためのガイドラインを有し、生産と保管が製作所で行われるための、生産した製品の質のばらつきなどが解消されている。

ADA の商品が販売されるのは、主に観光地であるシェムリアップ州の中心部の店舗、及び空港、免税店の店舗などである。そのため、カンボジアの伝統的な技術を用いながら、観光客の好みに合わせた洗練されたデザインが意識されている。そして、ADA では製作所での生産が行われている。生産された商品は、品質管理スタッフによって点検されたものだけが、ADA のタグをつけ、高品質な製品として販売されている。品質管理によって、ADA がブランドとして確立された事で、顧客は商品を信頼し購入する。

GC 及び、ADA は顧客に合わせたデザインのため外国人のデザイナーを採用したり、留学しデザインを学ばせたりするなどして、海外市場向けのデザインを開発している。もともと資源や技術を発展させ、新たな市場向けに開発したことで、市場の開拓に成功し、より多くの顧客を獲得した。

次に、安定した製品の供給を行い、売り上げを伸ばすには品質管理が不可欠である。CTC は、より糸の生産を家族単位でとりまとめを行うことや、生産の質と量を維持するためのトレーニングを実施

すること、作業に対してコミュニティが責任を負うことで8000世帯以上が参加しながらも、安定した品質の製品を生産、供給できるようなシステムが作られた。

品質管理の為に最も重要で、最も初期に始められるのが、生産トレーニングである。トレーニングでは、品質の管理のため、色、形、大きさなど製品として求められる完成形と同じ物を、常に生産することができるようにならなければならない。もともと零細で生産が行われていた頃には、個人がもつ技術にばらつきがあり、品質が保たれた商品の供給や、生産スピードなどによる個人の収入の不安定さにも影響を与えていた。

トレーニングのシステムを作ることで全体的な技術レベルの向上をさせたほか、その後の就業先を確保した企業もあった。まず、CTCでは、生産する機械の運用のためのトレーニング、生産システム運用のトレーニングが行われ、コミュニティでその責任を適切に果たせるように仕組みが整えられた。初期の段階におけるトレーニングシステム構築によって、生産段階の品質や量の管理、運搬などを生産者に任せられるようになり、効率化が進んだのである。

ベトナムでは、政府と企業によって講習会が開かれた。もともとは、ベトナムでは家族単位での生産が長く続けられていたため、家族により製品の質にばらつきがあった。また、ベトナム族が主な生産の担い手であり、少数民族はその生産技術を持っていなかった。講習会によって、もともと技術の低かった、あるいは生産技術そのものさえ有していなかった人々にも技術が浸透し、所得が向上した。

3つの事例の中でも、ADAは特にトレーニングに重点を置いている。まず、スキルテストを受けて合格した職人に有給のトレーニングを提供している。期間中は衣服や道具が提供され、生活が安定するように配慮されている。訓練修了後はADAの商品を請け負う。

このように3つの事例とも、初期の段階でトレーニングシステムの構築に重点を置き、その結果、生産の効率化や品質管理、所得の向上に成功している。結果として商品の質を維持し、顧客の信頼を得ることで、市場を拡大し、売り上げを伸ばしてきた。利益を安定させるためには、品質管理は不可欠であり、3つの事例ともに品質管理を徹底して行ってきたことが、成長の一因であると言える。

5-1-6 外部者を活用した市場開拓(活用すべき外部の情報や要因)

市場の開拓とアクセスにはに関する情報や知識は農村の生産者にとって最も不足している要因であるといえよう。零細事業の段階では、生産者の多くは外部の市場の情報に乏しく、生産したものがどれほどの価格で売られているのかさえ知らないのは、第4章の2つの村の調査結果に顕著に表れている。生産した商品が実際に市場で売られている価格を、ほとんどの生産者が知らないまま取引を行っていることがカーサン村とアレクスヴァイ村の両方の調査結果から明らかになっている。だからこそ、外部から情報をもたらされることが大変重要なのである。市場の開拓とは、新たな販売先を獲得することであり、そのためにはどのような販売先があるのか、そこではどんな商品が販売されているのか、そしてその商品がいくらかで販売されているのかといった市場の情報を得る必要がある。加えて、その市場に合わせた商品の開発もなされなくてはならない。零細事業者にとって、より高く、より多く、より継続的に商品を販売することは収入を向上させるために重要なことであり、こうした情報を外部者が満たすことで、より広範囲に、より良い条件で販売できるようになる。外部から情報をもたらさ

れ、生産者自身が販売の実態を知ることによって、村の生産者の自立を促すことに繋がるだろう。

市場へのアクセスとは、例えば市街地の店舗や市場に実際に商品を運ぶという物流という意味でのアクセスが考えられる。他にも、有望な市場が発見されても、そこで実際に販売するためのスキルや、知識、ツールなどを持っておらずその市場へ到達できないといった意味も含まれる。

CTC では、市場の開拓のために様々なアプローチが行われ、国内外で最適な市場の開拓が進められてきた。CTC のジオテキスタイルは本来、台風や洪水被害を受けやすいココナツ農家を対象としていた。そこからさらに市場を拡大するために、海外市場に目を向けて他の企業と共同でジオテキスタイル以外の製品の開発が行われ、新たな市場の開拓につながった。加えて、利益を向上させるために、国内市場を拡大する必要があった為、国内のインフラ事業すべてに製品を提供した。創立当初の市場だけでなく、雇用の拡大や維持のために様々な試みがとられてきたのが特徴的である。

ベトナムの事例では、国内市場から輸出向けの市場に拡大されたことが大きな転換点となっている。現在では、ほとんどの商品が輸出向けに生産されている。その際に活用されたのがインターネットである。オンライン注文を可能にしたことにより、海外の顧客が直接注文することができるようになった。現在では、GC などの企業はハノイギフトショーやライフスタイルベトナムといった海外の顧客向けの展示会等にも参加することで、取扱店や顧客を獲得している。また、政府によって観光開発が行われたことにより、海外からの観光客に直接販売する事も可能になった。

ADA も外国人観光客むけの市場を獲得している。併設された工房の見学ツアーなどによって、観光客は ADA を訪れることになり、お土産品として購入されている。また、空港や、免税店に店舗を出店している。

3 つの事例では、需要のある新しい市場の開拓や、それに合わせた商品の開発研究が行われた。そして、よりコストがかからず、高収益がのぞめる市場が検討された。

零細に生産が行われていた頃には、製品の運搬、販売に大きな問題を抱えていた。その解消のため、インターネットの利用や観光客の誘致、製品の回収と販売、コストの比較的かからない市場へのアクセス経路の検討などが行われた。

CTC では、その生産過程において参加した生産者に所得が流入するようにデザインされている。そして、その生産過程や製品の梱包と運搬もトレーニングされ、配達に使用する乗り物が提供されている。また、よりコストをかけずに運搬するため、航路の見直しをし、輸出市場から国内市場へ移行させた。組織化をしたことで、運搬用の乗り物の提供を行い、一括して生産者から市場へアクセスできる機会を拡大させた。

ベトナムでは、製作所での生産、製品管理が行われ、企業が輸出業務を担っている。個人では、海外市場にアクセスする機会が得られなかったであろうと予想できるが、企業によって一括して管理し、取引交渉が行われることになったことで可能となった。また、その際の価格交渉なども、市場知識が乏しく語学にも課題がある個人では弱い立場になりがちであるが、団体での取引によってその課題も解消されている。

ADA は、48 の製作所を農村部に設置している。農村の生産者の多くは自動車を所有していないため、個人では生産した製品を売るために市街地までに移動するのは困難であるからである。中心部の

スタッフが生産された製品を回収し、店舗に運搬、販売される仕組みを整えている。

一般的に農村の零細事業者は、ここで述べてきたような市場の開拓とアクセスに関する知識や情報、スキルなどが不足しており、外部者によってそれらのことが満たされる必要があり、故に外部要因であると考えられる。

5-1-7 外部者を活用した事業の持続性（活用すべき外部の情報や要因）

一般的に農村の零細事業者は、長期的な利益よりも当座の生活費を強く必要としている。そのため、より継続的により多くの収入を得ていくための長期的な計画を立てることへの意識が薄い。しかし、事業の発展には、長期の収益と、安定した持続性が不可欠であり、その仕組みを形成するには外部者によるノウハウが必要となる。

まず、3つの事例は、すべて設立後10年以上継続して事業が行われている。長期にわたる取り組みと適切な事業計画が作られ、収益を確保し、持続性を持つことができた。3つの事例ともに、その従業員の雇用の維持を行うため、商品の開発と市場の拡大、コストの軽減による収益の確保が継続的に行われてきた。

持続性をもつということは、環境・社会・経済面などが、将来にわたって、適切に維持、保全され、発展できることをいう。本論文の事例において、持続性をもっているということは、継続的に収益を確保していること、そのために原料の確保、人材の確保もができること、環境が適切に保全されていることを意味する。

3つの事例では、継続的に事業の収益を確保するために様々な取り組みが行われてきた。CTCは設立から23年をかけて、多くの新しい市場や製品を開発している。環境面では、もともと廃棄されていたものを原料として用いていること、製品が事業に使用される場合も自然の原料のため環境破壊が起こらないことで、持続性をもつと言えよう。

また、ベトナムでも1990年代にインフラ投資や観光客の誘致、企業の参入が行われてきたが、ラタン生産への取り組みや組合の形成はそれ以前から開始されていた。企業内だけでなくコミュニティ内でトレーニングを重点的に行った時期や市場の開拓を重視した時期もあり、継続的な取り組みによってラタン産業が形成されてきたと考えられる。GCは国内外の大学や研究機関とともに、環境に配慮した生産を行う研究を行っている。

ADAも、2001年から継続的な事業戦略の下で運営されてきた。創業時は、EUやフランス外務省などから資金援助を受け、そのビジネスシステムの構築や生産者のトレーニングが重点的に行われた。資金援助を受けるようになった時期からは、収益を上げ、完全に自立した運営が可能になるまで移行してきたのである。初期段階の投資は、長期に亘る収益の見込みがなければ実現されなかったであろう。また、シルクの原料の多くは自社農園で栽培を行い、トレーニングの提供や働きやすい環境を整備することで、原材料や職人の持続的な確保を行っている。

5-1-8 外部資金アクセス（活用すべき外部の情報や要因）

ビジネスのスタート時には自己資金で始めるのが一般的であるが、さらに事業を拡大するためには

外部からの資金が必要である。基本的に農村の人々は自己資金を持っていないため外部資金調達が必要である。

CTCは、アルボレダ自身の資金でビジネスをスタートさせた後、ビコールの友人たちから資金を集めたほか、銀行は地元産業振興を名目に無担保での融資を決定した。ベトナムのプービン村のケースでは、ハタイ省が同村を「工芸品取引村」に指定し、観光産業拡大のため補助金拠出をした。ADAは設立時に、カンボジア研究所、フランス外務省、EUから総額50万ドルの資金援助を受けた。

一般の銀行から借り入れの難しい農村生産者にとって、資金調達の1つの手段はマイクロファイナンスである。しかし、ごく少額を貸し付けるこの金融サービスではビジネス化をするほどの融資は得られない。3つの事例はすべて組織化後、もしくは団体となったときに資金援助を受ける対象となっている。資金援助の観点からみても、組織化を行うことは大変重要であると言えよう。

5-1-9 包括的アプローチ

農村の生産者の所得向上と生活環境改善のためには、多面的な働きかけが欠かせない。本論文においては、生産者の所得を向上させ、生活をよりよくしていくことを最終的な目標に据え、それに向けて多面的に取り組んでいくことを包括的アプローチとする。ここで挙げた内的要因及び活用すべき外部の情報や要因は、それらが満たされるだけでは、この目標を達成し得ない。例えば、資金だけを提供したり、トレーニングだけを提供したりといった一部だけ支援を行なっても継続的に地域が発展することはできないだろう。ビジネス化は利益を確保しつつ、被雇用者およびその周囲の総合的な生活環境改善の実現を可能にする。そこには、より高い知識や技術の取得、資金、教育や保健衛生の知識、管理、インフラ整備、子供への教育が内在し、これらを満たしていこうと試みることが包括的アプローチである。

農村の職人たちある一定の生産活動の技術を有しているが、その技術力はばらつきがある。そのため、一定の品質や生産量を維持するための技術的トレーニングが必要となるだろう。こうして初めて生産者達は、広範なビジネスとして自らの生産活動を維持し、より高い所得とより改善された生活を手にすることができるのである。

そして多面的な働きかけが必要とされるのは、貧困の悪循環からの脱却が同時に多数の課題解決を求めためである。農村の生産者は、所得の低さから学校に行くことができず基礎的な学力や知識を身につけることが難しい。そのため、給与の高い職業に就くことができず、貧困状態から抜け出すことができないのである。どれか一つだけ要因を断ち切っても根本的な解決にはならず、その要因を全体的に埋める必要がある。

包括的アプローチの例として、グラミン銀行の10の指標⁷⁶がある。これらの基準には、居住環境・

⁷⁶ 1.メンバーとその家族がトタン葺きの家か、少なくとも約370ドル相当の家に住んでいること。家族たちが床ではなく、簡易ベッドか寝台に寝ていること。2.メンバーとその家族は掘り抜き井戸、沸騰させた水、あるいはミョウバンや浄化タブレット、ピッチャーのフィルターを使って浄化した、砒素を含まない水を飲んでいること。3.身体的、精神的に適格な6才以上の、メンバーのすべての子供たちが、小学校に通っているか、卒業していること。4.メンバーの最小の毎週のローン分割返済額がおおよそ3ドルであること。5.すべての家族が、衛生的で清潔なトイレを使用すること。6.すべての家族が、冬服、毛布、及び蚊帳地を含む、生活上の必要性にふさわしい衣服を持っていること。7.家族には、もし困ったときに頼るための菜園か、果樹など、収入の追加源があること。8.メンバーが貯金口座におおよそ75ドルの預金残高を維持していること。9.メンバーに、年間を通じて一日3度の十分な食事を家族に食べさせる能力があること。10.全てのメン

保健衛生・教育・家計などの項目が含まれており、全てを満たさなければ貧困から脱却したとは見なされない。最終的には、健康な生活を送ることや教育を受けることといった機会が不足することによりよりよい生活を営むための収入の機会を逃すことがないように多面的に取り組むことが重要である。すべての事例において、継続的に経済、環境面において適切なビジネスモデルが形成されるように取り組まれてきた、そしてそれが企業の持続性と生産者の雇用と収入の安定を生んでいるのである。

また、その運営のノウハウとして PDCA サイクルを取り入れるのも有効であろう。川原 (2014) によると、PDCA とは、「Plan」「Do」「Check」「Action」の頭文字をとったもので、目標を設定し、計画を策定、実行し、そしてその結果を振り返り、より効率的で効果的な方法を実行することであるとしている。これまで述べてきた事例では PDCA のサイクルが常に行われたことで、その地域のその事業に適したビジネスが形成されたと言えるだろう。

CTC のケースでは、意図的なものであるかどうかは明らかではないが、市場開拓においてそれを見ることができる。まず、CTC はジオテキスタイルの生産だけでなく、ココナツ繊維を原料とした様々な商品の開発や、それを利用したプロジェクトの研究を行った。また、製品の生産以外にも取り付けサービスやコンサルティング事業などのサービス拡大も行う中で、企業が効率的に収益を上げられる事業に焦点を絞っていった。例えば、市場拡大の為にヨーロッパへの輸出事業を行っていたが、コストがかかり、他国の方が同様の商品を安く生産していたため、即座に撤退した。その代わりに大統領署名による国内のインフラ事業への製品供給を確約したのである。このように、生産者の所得向上という目的にむけて、様々な計画と実行が行われ、それが正しく機能し、成果を残しているか検証、そしてより効果的な方向への修正が CTC では繰り返されてきた。結果、効率的な方法が CTC のビジネスとして残り、企業の発展に繋がったといえる。

GC の場合、創業時は RH 産業において市場開拓が最も優先すべき事項であると捉えていた。そのため、トレーニングを重要視はしていなかった。しかし事業運営が進むにつれ、より広範囲に生産者の所得を上げるためには、技術の普及が不可欠であることに気づき、技術を持たない人々へのトレーニング運営を本格的に開始したのである。

5-2 シェムリアップ州ラタン手工芸品産業のビジネス化による所得向上の可能性

本節では、5-1 で述べた項目について、カンボジアの RH 産業に適用し、現状を当てはめながら、将来 RH 生産者の所得向上の可能性はあるか、そしてこれらの項目をどのように実行していくことで、RH 生産者が所得を向上させていくことができるか検討していく。

5-2-1 潜在商品とその生産者(内的要因)

原材料となるラタンはシェムリアップ州では不足状態にあり、近隣で確保する生産者は少数である。多くは、100km ほど離れたカンポントム州で原材料を調達し、おのこの村に戻って加工、生産している。しかし、原材料の確保に困難はあっても、バスケットやトレイといった RH 生産の基本的な技術こそが潜在商品となると考えられる。

バーの家族が、自分たちの健康について意識をしており、病気の場合には適切な治療のために即座に行動を起こすことができ、医療費を支払うことができること。

現在 RH はフランスやアメリカ、日本のバイヤーが小規模に個人で買い取りを行っているものの、統計上は 50%が国内、残りが隣国タイへ輸出されており、仲介人によって低価格で取引されている。ベトナムでは、90%が海外の顧客向けのデザインで生産されており、顧客はインターネットで注文や直接企業に買い付けを行っている。この場合、取引価格はカンボジア国内よりも高い。広く販路を開拓するためには、製品の細部、色、サイズなど規定された物を生産できるようにならなくてはならない。また、ADA が高品質な製品の生産と販売戦略によって、高価格での販売を可能にしたように、RH も品質を高めるとともにその特徴を基にしたブランド戦略を行うことで、価格を引き上げる潜在性は十分にある。

シェムリアップ州における RH の生産世帯数は現在、6 つの行政区の 10 村において 941 世帯である。これは、全世帯数 1,435 世帯の約 66%にあたる数値である。また、そのなかでも生産世帯の多い村がいくつか存在し、ドンカウ区タナオチュルム村は全世帯の 248 世帯、クラベイリエル区コックドン村は、140 世帯中 139 世帯が生産を行っている。シェムリアップ州全体の生産世帯数は明らかになっていないが、調査対象村以外にも RH 生産が行われている村は見られる。ベトナムの事例では、プービン村だけでも 599 世帯あることから、それには及ばないことが予想されるが、ベトナムの人口約 9,270 万人⁴ とカンボジアの人口の約 1,580 万人⁵ と比較して、6 倍近くあることを考慮すれば、カンボジアの生産者の数は少ないとは言えない。また、コックドン村の面積 45ha に対して、7 つの村を擁するプーニアコミューンの面積は約 811ha である。また、アレクスヴァイ村では NGO によって行われた新しいデザインを学ぶトレーニング後、生産者には所得の向上がみられており、トレーニングによってより高価値の製品を作ることが可能であることを示している。

多くの企業にとって、ビジネスの始まりは零細・小規模なものである。CTC の場合は従業員数 5 名、参加世帯数は 10 世帯のみであった。しかし、その後企業が成長し、事業によって利益を得ることができる生産者が増加することを考えれば、企業の投資や政府の資金援助の対象になりやすいと考えられる。そのような理由から、スタート時のビジネスに関わっている人数よりも、成長後に所得向上が見込める人数という意味では、RH 産業は少なくとも 941 世帯存在しており、対象としては十分であると考えられる。

上記のことから原料となるラタンの確保がシェムリアップ州内で困難である事以外ではシェムリアップ州の RH 産業において潜在商品と生産者の存在という要素は十分にあると考えられる。商品価値の向上や外部資金アクセスなどを外部の組織や個人がリードすることができれば、シェムリアップ州においてもビジネス化は可能なのではないだろうか。

5-2-2 組織化を円滑にするための基盤(内的要因)

カンボジアにはラタン協会は存在しているが、主に家具生産を行う企業が参加しているものであり、シェムリアップ州の RH 産業では協会や組合などの確認はできていない。しかし、村によって差はあるが、複数の村長によって RH の価格を向上させるために会合が開かれるなど、RH 産業の課題解決にむけての動きはわずかだが存在している。村長は村の事情に精通しており、外部者によって組織化が行われる場合、村内の生産者情報の取得や信頼関係の構築に大きな役割をもつと考えられる。実際

に、RH 生産者の調査をする際にも事前インタビューから村長は生産者の状況を詳しく把握している場合が多かった。また、ベトナムのように政府の政策によって村内の生産に統率がとれている場合は組織化を円滑にできる要素となり得る。シェムリアップ州も、もともとクラベリエル区を中心に政府の奨励によって RH 生産が始められた背景がある。特に、ほぼ全世帯で生産されているコックドン村では、熟練生産者の一人が仲介人の役割を担っており、村内で生産された RH の多くが村人によって仲介人の自宅へ持ち込まれ、保管されていた。また、全世帯が生産しているタナオチュルム村では、外部へのアクセスが困難になる雨期に入る前の 3 月から 4 月にかけて、一斉に原材料を調達し、それぞれの自宅または村長の自宅に保管していた。このように、生産世帯の多い村では、村長や仲介人を中心としたコミュニティのまとまりがみられ、組織化に向けての素地があると考えられる。

また、アレクスヴァイ村では、NGO が村内の熟練の職人 2 名に講師料を支払い、トレーニングを運営していた。生産者と見知った関係の 2 人がトレーニングをリードするのは、外部から講師を招くよりも受講者のスキルの把握や初期の信頼関係構築において有利であったと予想される。

このように、シェムリアップ州では組合の存在はないものの、生産者の割合の高い村においてすでに構築されている仕組みや、熟練の職人、村長などの役割が期待でき、組織化を円滑に行うための要素は十分に存在すると結論づけた。

生産者による組合の形成では、市場拡大や品質向上などには限界があると考えられる。企業が参入し、ビジネス化した上で、地域内でその取引基準を設けるような企業同士の組合の形成を行うことがより有効である。

5-2-3 リーダー(内的要因)

組織化し RH 生産者の所得向上をビジネス化によって実現させるためには、目的達成までにさまざまな取り組みを行い、成功を導く強力なリーダーシップが必要である。市場の開拓やアクセスに大きな課題のあるシェムリアップ州の RH 産業では特に、そのリーダーによって組織化や市場の知識、新たな技術を村にもたらすことも重要な要素となる。

シェムリアップ州の村々では CTC や GC の創設者たちのように、外部の情報をもったリーダーの存在は確認できていない。しかし外部者がリーダーとなる場合、村長やそれに代わる役割をもつ人との関わりは重要である。そのため、農村では村長や、熟練職人がリーダーとなる可能性がある。ADA の例では、村内にリーダーが存在していたわけではなく、外部の企業や投資した機関、職業訓練校から情報や知識がもたらされ、外部者の運営によってビジネスの成功が導かれている。また、職業訓練校には管理者や指導者がいたと考えられ、生産者と企業との連携によって組織化を進めていたはずである。

結論として、シェムリアップ州の RH 産業では現状、村長や熟練職人が中心となる可能性が考えられるが、それのみでは所得向上までに必要な、組織化や市場の知識、新しい技術の流入までは期待できない。ADA で見られたように、もともとは零細事業には関わっていなかった外部者との連携によって、組織化を行っていくことでこの課題を解決することができる。

5-2-4 自己資金(内的要因)

シエムリアップ州のRH産業では、生産者が自己資金で原材料調達コストをまかなっている場合と、仲介人に原材料を提供されたり、仲介人から原材料費を支払ってもらった後に生産する場合がある。後者二つでは取引価格が安く抑えられているケースが見られ、これは、前述したグラミン銀行のケースと同様、わずかな自己資金がないためにより貧しい状態に陥っていると推測される。

このように、シエムリアップ州のRH生産者は自身の生産のためのわずかな資金を持っているだけか、その資金もない状態がほとんどである。そのため、生産者にビジネス化のための自己資金を求めるのは困難である。しかし、まだ組織化されていない農村の零細事業のための投資を募ることも難しく、初期の段階では自己資金が必要になる。CTCのようにリーダーや外部者からの資金を基に収益を少しずつ上げながら投資を募る方法が考えられるだろう。

5-2-5 技術の有効活用と商品管理に対する外部支援(活用すべき外部の情報や要因)

シエムリアップ州では、州内で確保できる原材料の少なさに課題がある。しかし生産者に技術があれば、それを資源として活用できる。現状、スキルにばらつきはあるものの、もともとシエムリアップ州のRH生産者は技術を有している。また、多くの生産者はデザインをみれば、その製品を生産することができるという回答があった。技術トレーニングによって、もともと所得が低かった生産者の所得も改善しているため、この項目をクリアすることは可能であると言える。今後シエムリアップ州のRH生産者に必要なのはより高価値の製品の創出で、そのためには、素材の基準・加工技術・細部・サイズ・色・染色の有無などの決定とその生産・管理が行われなければならない。

ADAによってカンボジアのシルクは観光客向けに幅広く知られるようになった。シルクは元々価値のある製品として認識されており、ADAが商品の質とブランドへの信頼をそれに資するまで高めたことが成功の要因であった。

インドネシアやアメリカのナンタケット島などの一部地域のRHは高値で取引されている。シエムリアップ州のRHの商品価値を高めるには、その商品への信頼を高めることが必要である。現状では、新しい商品の開発や品質管理は行われていない。GCのように外部デザイナーの起用によってこの課題はクリアできる。また、商品の品質管理を村内の関係者が行う場合はガイドラインや品質管理の基準を細かく指定したトレーニングが必要となる。

5-2-6 外部者を活用した市場開拓(活用すべき外部の情報や要因)

シエムリアップ州のRHは主に50%が国内での販売、残りがタイへの輸出である(Hirschberger、2011)。国内及びタイからの需要に変化はないが、生産者は低価格での取引に不満を抱いている。より高価格で取引できる市場の開拓が必要である。

そのためにはまず市場調査が必要で、対象顧客により良い条件でRHを売るためには、それに合わせた商品の開発とその需要がある市場へのアクセスが必要となる。現状、市場への知識やアクセスの方法は村の生産者に最も不足している部分であり、CTCのような政府の支援や、ベトナムの企業進出によって取り組まれるのが望ましいが、現状では困難である。

ADA はもともと国際的には商品価値としては高くみられていなかったカンボジアシルクを観光客向けに販売している。商品への信頼と価値を高めるため、厳しい品質管理の下で生産した商品を ADA のブランドタグをつけて販売し、カンボジアの伝統的な技術とモダンなデザインの融合であることを強調する戦略をとった。もともと国際的には伝統的なシルクの価値への認識は高く、ラタンとは単純に比較ができない。しかし、ある国の伝統的な産業がそのマーケティング戦略によって、ブランド価値を高めた例は多くある。タイのシルクは王室の基金の設立や企業によりその価値を高めたが、RH においても、英国のエリザベス女王への献上からその価値を高めたアメリカのナンタケット島のみで生産されるバスケットなどがある。現在の需要のほかに、品質の向上と管理や商品の PR をしていくことで、より高価格帯の日本やヨーロッパ向けの輸出市場も開拓できる。しかし、その輸出市場に RH 産業のある村の生産者が直接アクセスすることは難しい。外部者がその市場へアクセスできるように開拓し、橋渡しをする支援が必要である。

また、シェムリアップ州は観光地であることから、ADA のような観光客向けの販売も考慮できるだろう。これは、輸出ではなくシェムリアップ州を訪れた観光客が購入することで、大幅に輸送のコストを抑えることができる。ベトナムの事例のように、製作所を見学できるようにし観光客に来てもらうことも手段の一つである。

また、物流面でも現状では課題がある。RH 生産が行われている村では自動車を保有している世帯はわずかである。その為、生産した物を村外へ運ぶことは難しい。この課題を解決するには、ADA の事業モデルが参考になるだろう。48 の製作所を設け、生産された製品を収集する仕組みである。これによって、生産者は村に留まりながら生産することができる。加えて、運搬を一括で行えばそれにかかるコストも節約できるのである。

5-2-7 外部者を活用した事業の持続性（活用すべき外部の情報や要因）

アレクスヴァイ村において、NGO の支援が行われたのは 2 年間である。そのとき実施されたのは新しいデザインを教えるトレーニングのみであり、その後資金不足により支援は打ちきられた。未熟練の生産者は収入が向上したものの、仲介人との価格交渉は現在もできないままであり、生産にかかるコストの計算さえもされていない。講師料が支払われていた熟練職人は、支援期間中よりも所得が減少してしまった。生産者が将来にわたって安定したより高い所得を得るためには、継続的な取り組みが行われることが重要である。NGO が撤退した理由が資金不足であることから、経済的な持続性をもつことが前提であり、それには RH 産業自体でコストを回収していかなければならない。つまりは、生産した商品によりあげられる収益を向上させることに他ならないのである。具体的には、品質管理や市場の開拓など活用すべき外部の情報や要因で述べたようなことを継続的に取り組む必要がある。

シェムリアップ州で原材料の確保が困難であることが RH 産業の持続性に関する一つの課題であるが、植林や生産者による栽培によって解決しうるだろう。ラタンは、森林保全をしながら換金もできるため、ベトナムやラオスなど貧困削減と環境保全両方の手段としてラタン植林が行われている地域もある。カンボジア国内では、環境保護とラタン原材料の安定的な確保のためにスウェーデンの家具

メーカーである IKEA が出資をし、ラタンの保護と植林活動が行われている。

シェムリアップ州の RH 産業において、大規模な植林は資金や土地の課題を抱える可能性があるが、計画的な植林と栽培を各世帯が受け持つことは可能である。ラタンは、その用途の多様さや、栽培にかかる労力の小ささ、植林後の発芽率の高さ、伐採までの期間が 1 年ほどであることから、貧困層が導入しやすい植物 6 である。ラタンの性質上、伐採してもまた生えてくるため森林保全をしながら換金することができる。生産した物が原料となり、最終的には収入に繋がる、もしくは村内で生産者以外もこの原料の栽培を行い、換金することができれば、農村の人々はオーナーシップをもってラタン栽培を行うようになることが予想される。

農村でのビジネス化は、最終的には所得を向上させ、人々の生活をよりよくするという長期的目標達成のために、短期的な目標の積み重ねを必要とする。このようなビジネスは、すぐに利益が出るかはわからない。そのため、最初の数年間赤字ならすぐにやめるという計画では達成することができない。中期、長期にわたって、修正しながら取り組んでいく計画が必要である。

5-2-8 外部資金アクセス（活用すべき外部の情報や要因）

シェムリアップ州の RH 産業をビジネス化するためには、外部からの資金援助が必要である。ADA の場合は設立時に政府からの支援があったが、ADA が設立される前に作られた職業訓練校も若者の育成支援のためカンボジア教育・青少年・スポーツ省が資金援助を行っている。RH 産業はまだ組織化されておらず、現状では資金援助を受けることは難しい。具体的なビジネス化の計画をし、組織化を行うことが重要である。収益化が見込める事業計画であれば、一般の銀行からの融資や、クラウドファンディングも可能になるだろう。

5-2-9 包括的アプローチ

農村の生産者が貧困状態に陥っている原因の一例として、仲買人による買い叩きと支配がある。個人で価格交渉をしている場合は、例えば生産者が市場へのアクセスの手段がないとか、市場の知識や情報に乏しい、または資金が不足しているといったことが原因で、仲買人との交渉において不利な立場にあるケースが見られる。シェムリアップ州の RH 生産者の状況を見ると、多くは読み書きができず、小学校を卒業していない。また、街の中心部に行く機会も少なく、市場の情報が得られない状態にある。加えて、自己資金の不足により交渉の際立場が弱い。コストの計算ができず、取引によって得られる収益はわずかである。よって、所得が減り、貧しい状態から抜け出せない状況にある。では、それを解消するためにはまず何を取り組めばよいのだろうか。農村の生産者は、高度な技術、商品や品質管理のノウハウ、市場についての知識や手段、事業運営のノウハウといったビジネス化の際にもたらされる活用すべき外部の情報や要因に加えて、識字、基礎的な計算、社会の仕組みや行政サービスの情報といった、社会生活を営む上で必要な情報から疎外されている状態にある。貧困層が貧困状態のままなのは、単に所得が低いからという理由だけではなく、どれか一つのアプローチによって解決することはできないのである。これらを多面的に解決していく仕組みが必要なのである。

アレクスヴァイ村では、生産スキルの高い生産者が講師となって、スキルの低い生産者に教える生

産技術トレーニングが行われていた。そのため、生産技術トレーニングの提供は比較的問題なく行うことができる。製品の品質にばらつきがあり、それによって収入の差もみられるシェムリアップ州のRH産業では、細部の処理やサイズの統一、原材料の色の統一などによって商品価値を高める必要がある。技術トレーニングに関しては、アレクスヴァイ村の講師となった生産者は村外で教えたことがあり、すぐにトレーニングを始められるだろう。しかし、技術トレーニングのみでは、長期的な所得の改善がされないことが調査によって明らかになっている。多くの生産者は教育機会が得られず、識字能力や簡単な計算もできない人もいる。それは、商品の生産、生産コストの計算、取引交渉を行っていく際に弱点となる要素である。また、生産技術以上に課題となるのが、市場知識の乏しさである。生産者たちはより高値で販売できる商品のデザインや品質の基準、需要のあるデザインについての知識を持っていない。GCが行った様に、輸出用のデザインに精通しているデザイナーを起用したり、品質や大きさの基準のガイドラインを作成したり、その基準を守れるようにすることまで含めてトレーニングをする必要がある。また、個人で生産し買い取りをするような場合はそのコストの管理や所得が向上した際のコストと収入管理もトレーニングをすることが望ましい。これらの技術的なトレーニング以外のトレーニングの提供とその修得は時間がかかることが予想される。また、健康的な生活を送れるようにするために、保健衛生の知識の提供や、家計管理のサポート、住宅ローンの提供などが考えられる。それらの支援は、今後生産者の子供たちの将来にも大きく影響するのである。そこに生産者が参加することは、大変重要である。

5-2-10 ビジネス化による生産者へのインセンティブ

シェムリアップ州のRH生産のビジネス化には生産者がビジネスパートナーとして協力することが大前提となる。そのためには、生産者が自ら事業に参加し、継続的かつ長期にわたってともに活動するため動機となる理由が必要である。シェムリアップ州のRH産業でそのインセンティブとなり得るのが、①所得の向上、②技術の修得、③知識の習得である。所得の向上においては、長期的な目標として所得が向上するよりも、短期間で所得の向上が見込めなければならない。なぜなら、生産者の多くは貯蓄がなくすぐに手に入る収入の方が、数年先の収入向上よりも重要であるからである。これは、CTCの目先の収入のために、収入源であるココナツの木を伐採して売ってしまった事例などからもわかる。たとえば、トレーニングによって数か月先の収入が増えるかもしれないと感じても、生産者はその日の収入のためのほかの仕事などを優先してしまうことが予想される。ADAはそのために、トレーニング期間中も生活費を保障し、期間終了後の仕事もADAで保証されていた。このように所得の向上に関しては数年先や数ヶ月先の所得向上よりも、すぐに結果が出るような仕組みでなければならないが、ADAのようなかたちで所得保障をすることが、農村部の零細な生産者にとって重要なインセンティブになり得る。

そして、技術・知識の習得であるが、これは技術や知識の習得によって今後どのようなメリットがあるかまで、生産者に説明をする必要があるだろう。技術の習得による所得向上や知識の習得によるRH生産以外の選択肢について期待を抱かせ、あるいは、日常生活のあらゆる面、家計や保健、衛生面でも有益であるという認識を生産者に持たせることが重要である。

5-3 ブラユース村におけるプロジェクトの概要

本項では、シェムリアップ州 RH 産業のビジネス化による所得向上の可能性をより現実的なものとして捉えるために、筆者が開始したブラユース村における RH 生産者のビジネス化による所得向上のための事業を例にし、その可能性について述べる。表 5-1 は事業の概要である。本事業は、筆者を含む 2 名の創業者によって運営されている。創業目的はシェムリアップ州の RH を日本で販売する事によって、新たな市場を開き、生産者の所得を向上させることである。そのため、シェムリアップで RH を生産・管理し、日本における販売を行っている。現状、FGR でより高収入に繋がる市場と、創業者が市場開拓を行える地域として日本を選択したが、これは、発展途上国で生産したものを、先進国市場で売った方が高利益を生み出せるからという理由ではない。国内市場、海外市場問わず、その事業にとって適切な市場を開拓すべきである。

本プロジェクトはスタートしたばかりであり、ビジネス化による所得向上の成否を述べることはまだできないが、今後ビジネス化による生産者の所得向上を目指し開始されたものである。現在検証できていることと、今後取り組んでいくべきことをそれぞれの要因に当てはめながら検証していく。

表 5-3-1 フランジパニラタン事業概要

事業者名	Frangipani Rattans(フランジパニ ラタン)
事業形態	個人事業
オンラインストアの開設	2017年7月
生産開始時期	2017年3月
事業概要	カンボジアにおけるラタン製品の企画、生産、品質指導および日本における販売。
経営理念	カンボジア農村部で代々受け継がれてきたラタン手工芸品の技術をもとに、リビングで長く使えるシンプルでありながら上質で日常を豊かにするラタン製品の生産を行う。職人の技術と真摯な商品づくりへの姿勢に敬意を持ち続け、支援ではなくともいえることを補い合いながら企業を共創する関係を構築する。
経営方法	現代的なデザインと、カンボジアの伝統的な技術やデザインをもとに商品を発展させ、生産・管理を行う。日本のオンラインショップを拠点とし、直接販売をするほか雑貨店への卸売を行い市場の開拓を行っていく。
目標	1. 熟練職人から未熟練職人への技術トレーニングと、生産管理ノウハウのトレーニングの普及により3年以内に品質管理において生産者が自ら責任を持つことができるようになる。 2. 3年以内に15名の生産者の所得を村のRH生産の平均所得の2倍に引き上げる。 3. カンボジアから直接、他のアジア諸国の都市部へ輸出することを3年以内に村人とカンボジア人の現地責任者の協力のもとできるようになる。

出所：フランジパニラタン、2017、フランジパニラタンホームページ (<https://frangipanirattans.com>) を参考に作成。

筆者は 2017 年 3 月、日本で販売するための新しいデザインの RH を生産するために、ブラユース村で商品開発を開始した。ブラユース村は、シェムリアップ州の中心部から南西に約 8km に位置しており、トックウィル行政区の一つである (図 5-3-1)。村長の話によると 1950 年代に、豊富なラタン資源があったことから RH 生産が開始された。Lwin(2011)によると、ブラユース村の総世帯数 116 世帯の 75.9%にあたる 88 世帯で RH 生産が行われている。また、ブラユース村における RH 生産の平均月収は 33.7 ドルであり、生産者の夫の収入平均 116.1 ドルと、世帯平均人数 5.2 名から、RH 生産世帯は平均して、一日あたり 1 ドル以下(約 0.96 ドル)で生活をしていることを明らかにしている。

次に、本章で述べてきたビジネス化の成功要因に、現状を当てはめて検討する。

図 5-3-1 ブラユース村の位置



出所：Google マップより筆者加筆作成。

5-3-1 潜在商品と生産者の存在(内的要因)

ブラユース村には1950年代から代々受け継がれてきたRH生産の技術を持つ生産者が88世帯存在している。その技術にはばらつきがあるが、基礎的な技術を有しているため、今後品質の向上をさせることは可能である。また、Lwin(2011)によると、ブラユース村の67世帯(83.8%)が、写真をみれば、新しいデザインを作ることができるかと回答している。高い技術を持つ現在の生産者は、数時間の商品改善を何度か繰り返しながら商品の生産を行い、基準内の商品が生産できるようになった。現在取引を行っている3名の生産者を今後、講師または品質管理のリーダーとして育成することで、より広範に熟練した技術の普及が進むことが考えられる。

5-3-2 組織化を円滑にするための基盤の存在(内的要因)

現在の生産者は3名のみであるが、組織化を円滑にする基盤はブラユース村とその周辺の村は有している。ブラユース村とその周辺の村の村長は、これまでに何度もRHの取引価格を向上させるために、会合を開いていることがインタビューにより明らかになっている。また、注文を受け入れる生産者を探す際に、生産者はどの生産者が高いスキルを有しているかを把握していることも明らかになった。そのため技術トレーニングを開始する際に講師となる生産者のスキルを受講者が認め、円滑に行えることが予想される。

また、原材料を別の州へ仕入れに行く際は、生産者は車を乗り合わせ、集団で原材料の確保を行っていたり、仲介人や村長の家に原材料などを保管しておいたりといった、生産に関して村内における一定のまとまりが見られた。組織化には、農村の生産者がお互いに協力する姿勢があることが重要であり、ブラユース村にはその要素が存在していると言える。

5-3-3 リーダー(内的要因)

生産から日本での販売までリーダーシップをとるのは、筆者を含む3名の創業者である。しかし3名とも外部からの人物であるため、生産者と信頼関係を結び、村の情報を獲得し、組織を円滑に運営する為には、村の中心人物の協力が不可欠である。現在組織化への取り組みは行っていないが今後は、村内でリーダーシップをとる人物として村長の協力が期待できる。村長は、これまでも他の村の村長と共に、所得向上に向けた会合を開いている。会合により解決はできなかったが、ブラユース村の村長を中心として、周辺の村の村長と共にリーダーシップをとることができると考えられる。また、今回注文を受ける世帯の推薦をしたことからわかるように、村長は生産者の技術やその生産者がどこに住んでいるのか把握しており、組織化の際に有益となる生産者の情報を提供してくれる。加えて、RH産業に関する調査や取引に前向きな姿勢をもっていることも重要な要素である。

現段階で受注しているスキルの高い3名は、品質向上のための基準や商品の開発に真剣に取り組み、注文した商品の基準を守った製品の生産をすでにできるようになっている。今後生産者が増え、技術トレーニングを行い、生産するようになる場合は、講師としての役割や品質管理においてリーダーシップをとれるようになることが期待されるだろう。

5-3-4 自己資金(内的要因)

3名の生産者はRH生産を行うために、もともと原材料を仕入れるための資金は有していたものの、日本で販売するには至らなかった。FGRでは、設立時に必要な資金を筆者と他2名の資金でまかない、デザインと型紙の作成、サンプルや商品の買い取り、日本への運搬費、オンラインショップ製作経費、備品の作成、梱包資材の購入などに使用した。

しかし、今後のビジネスを拡大するためには、生産トレーニングによる生産者の技術の向上やさらなるマーケティングが必要であり、そのためには追加の投資をする必要がある。

5-3-5 技術の有効活用と商品管理に対する外部支援 (活用すべき外部の情報や要因)

現状では、初期の段階に技術の低い生産者にトレーニングを提供し、所得向上を目指すのはよりコストも時間もかかり、会社が収益を上げるまでに時間がかかってしまう。そのため、生産しているのはスキルの高い3名のみである。今後その3名をベースにして、ほかの生産者に技術を教え、生産者を増やしていくことが重要である。

本ビジネスにおいて最初に着手したのが商品開発であった。当時シエムリアップ州で作られていたのは主にタイへの輸出か国内用のデザインであり、日本で販売をするためには日本の消費者が好むデザインを作る必要があった。そのため筆者は、商品のベースとなるデザインと生産者が対象となる日本のリビングをイメージできるようにインテリア写真を持参し、トックウィル区と隣接するクラベイリエル区の複数の村を訪れ、生産者を探した。まずは、トックウィル区ブラユース村と、クラベイリエル区コックドン村の村長に連絡をし、生産者を紹介してもらった。そして、紹介してもらった複数の生産世帯にデザイン画と写真を渡し、サイズを注文通りに作ることと細部の処理をきちんとするように要望した。しかし、用意した13のデザインのうち、作ることができないと回答したデザインも

あったため、生産者がより技術の高い生産者を紹介した。最終的に、多くの生産者が、技術が高いと紹介したブラユース村在住の3名を訪れ、その生産者にも同様のデザインを渡した。そして、1週間後注文した商品の仕上がりを確認するために、再度生産者を訪問した。はじめに訪れた複数の生産者によって作られた製品は、デザインとはサイズが大きく異なっていたり、編み目が緩かったりと日本で販売する基準としては改善に時間がかかることが予想された。3名の生産者に注文していたものは、サイズが数センチ違ったり角度が若干違ったりと改善すべき点は見られたものの、短期的に改善できると判断し、その3名の生産者とともに商品開発をしていくことを決めた。

筆者は、日本でRH製作の講習を受けたことはあったが、生産者ほどのRH生産の技術や知識は有していない。そのため、1度目にできあがった商品をチェックした際に、生産者に生産事情について聞き取りを行った。例えば、サイズをどのように測っているか、商品毎にどれくらいの時間を要しているか、どのような形や大きさが作りやすく、逆に作りづらいのどのような形か、製作途中で修正をすることができるか等である。それらを考慮して、さらにサイズや形をデザインし直した商品もある。また、もともとデザインされていなかったものの生産者が作成したサンプルには、伝統的な模様を取り入れたものもありそのデザインを新たに取り入れた商品もあった。その後、新たに検討し直した商品を作成する際、サイズの誤差を数ミリの程度に抑えるために、デザインに加えて型紙を作成しデザインと共に提供した。第1回目の聞き取りと品質改善の指導にかかった時間は約2時間である。それによって、第1回目のサンプル作成では、数センチ単位で誤差が生じていたものが2回目の作成では、数ミリ単位に留まるまでに改善された。また、型紙を作成したことによって、角度も注文通りに生産することができるようになった。しかし、2回目の買い取りでは、商品の模様を勝手に生産者が決めてしまい同一商品の注文でも、模様のある商品とない商品、模様の大きさが微妙に違うなどの課題が生じてしまった。そのため、オンラインストアでの販売方法を詳しく説明した。顧客は、写真を見て購入するかを決めるため、手作りで若干の違いはあっても同じように作らなければならないこと、商品の写真や説明と異なる商品が届いてしまったら、返品されてしまうことがあることなどを説明した。また、基準内の商品の写真と、基準に満たない商品の2種類を見せ、その違いについて説明し理解してもらった。また、作成したサンプルからオンラインストア用の写真に使用する基準となる商品の写真を渡し、その写真と作成する写真と見比べながら商品を作成するように要請した。

商品の引き取りと支払いは2週に一度の頻度で、ブラユース村にて行っている。支払い方法は生産者の希望と、買い取りできる個数などを考慮した上決定した。買い取りをした商品は、洗浄、乾燥し、日本に発送する一定の数になるまで保管されるが、その際カビや虫の発生を防ぐために空調を管理した部屋で保管している。一定の数に達したら日本へ向けて発送している。また、日本に到着後も検品作業を行い、製品の状態や素材の色、細部の処理などを生産者にフィードバックしている。

現在販売している9種の商品はそれぞれ、生産を担当する生産者と生産にかかる日数を把握しており、それにより注文期間で製作できる数を算出できるようにしている。また、それをもとに注文を受けた場合、その期間内に注文数を仕上げる事が可能であるかの基準になるようにしている。当初は、12種の製品をサンプル作成したが、品質管理の難しさや、生産日数が長いなどの課題があったものは商品化を保留した。

5-3-6 外部者を活用した市場開拓(活用すべき外部の情報や要因)

Lwin(2011)は、ブラユース村における RH 生産の需要と供給について、需要よりも供給可能な量の方が多く、生産者は需要があれば、より多く RH 生産をすることができると回答したことを明らかにしている。つまりは、本ビジネスにおいて、市場の開拓を行い、市場までのアクセス経路を切り開くことが最も重要であり、同時に困難なことである。現在、FGR が日本の市場へ売り込むために、オンラインストアの運営と SNS の活用による販売促進を行っている。これまで、主にタイ向けに生産していた生産者の RH を日本で販売開始をしたことで、すでにわずかながら売り上げもある状態である。しかし、SNS 利用者層をターゲットにし、製品の設計、価格設定、販売チャネルの選択・流通、販売活動の決定を行っているものの、未だ認知度は低く、オンラインショップと SNS の運営のみでは、十分な顧客を獲得できない。SNS ユーザー以外にも、顧客を拡大するには取り扱い雑貨店の開拓、フェアや展示会、百貨店の催事などへの参加が必要である。

日本では原材料のラタンは育たず、ラタン及びラタン家具や RH などの関連商品は全て輸入である。ラタン原材料の輸入量、輸入額でこそトップ 10 に入っていないものの、マットやプレートの輸入量が世界 3 位、バスケットの輸入が世界 4 位である。輸入額で言えばマット、プレートは 2 位以下を 100 万ドル以上引き離して圧倒的に高く 1 位で、バスケットも輸入量は 2,280 トンで世界 4 位、その額は 1,800 万ドルであり、輸入量が 2,027 トンでほとんど差のない韓国の輸入額約 600 万ドルと比較すると取引額に大きな差があることが明らかである。日本は 1 トン当たり約 8,000 ドル、韓国は 1 トン当たり約 3,000 ドルであるといえ、日本のラタン市場は他国に比べて、加工された高品質の市場であることを意味する。つまり、日本で販売を行う場合は、RH の品質を最も意識しなければならない。一方で、カンボジアの輸出額はその輸出量に比べて低く、ラオス、ミャンマーと共に、加工されていない状態のまま輸出されていることが多いため価格が低いことが指摘されている⁷⁷。日本での市場を開いていくには、商品の品質向上が必須なのである。

そして、日本での販売価格と買い取り価格の設定も重要になる。FGR の商品の販売価格は平均 3,588 円である。通常、生産者が取引をしている製品の価格はバスケットで 2 ドルから 5 ドル程度であり、商品価値を上げて日本の市場で販売した方がより高価格で取引ができる。FGR の商品毎の取引価格は業務運営上非公表であるが、生産者と交渉した上で通常の約 2 倍の価格で買い取りを行っている。また、ブラユース村では RH 生産で一日当たり得られる所得は平均で 1.16 ドルであった。最も低価格の商品が 0.25 ドル、最も高価格の商品が 20 ドルであるとされている。FGR では本格的に生産を開始した 4 月下旬から、8 月までに一人当たり 300 ドル以上を支払っている。

商品の買い取り価格は、3 名の生産者が製作時間一日につき 2.5 ドルを希望した。そのため商品の価格は、2.5 ドルと生産にかかる日数をかけたものである。サンプルの作成の際に、生産者がどれくらいの時間を要するかを計測し、それをもとに買い取り価格を決定している。また、製作当初は生産者が慣れないデザインの為生産に時間がかかるものもあったが、慣れてからは生産日数の短縮に成功し、生産者側から価格の割引を申し出た商品もある。その際は、商品の大きさなども考慮し、生産者

⁷⁷ WWF(2010)。

と話し合いながら最終的な買い取り価格を決定した。

日本における販売はオンラインショップを開設し、2017年7月に販売を開始した。支援ではなくビジネスとして生産者と協力関係を結び、共に発展していくことを方針としている。また、宣伝用として2種類のSNSのアカウントを開設した。インテリア商品に興味を持つユーザーを中心に、SNSによる拡散を行っている。

日本における市場の開拓は、村の生産者は行うことができない。外部の支援者がどこまで市場開拓を行うことができるか、そしてその市場に合わせた商品の開発や管理ができるかにかかっている。

5-3-7 外部者を活用した事業の持続性（活用すべき外部の情報や要因）

FGRは長期的に生産者の所得向上を目的としているため、収益を上げる仕組み作りが不可欠である。販売開始からわずかな期間であり、事業の持続性を持たせるために十分な利益を上げているとは言えない。今後販売先を拡大させ、生産者数を増やす事を視野に入れ、技術の高い生産者数3名で開始した。今後はその3名を中心として、技術の高い生産者を徐々に増やす予定である。また、事業が持続性をもつには原材料の長期的な確保も重要である。原材料ラタンは植林から1年ほどで収穫可能となる。植林をすることで、より低価格で短時間で生産者が原材料を確保できるようにする必要がある。

5-3-8 外部資金アクセス（活用すべき外部の情報や要因）

現状、生産者は自己資金によって原材料を調達している。FGRでは、商品の買い取り、運搬、販売における経費に使用している。しかし、事業の拡大には生産トレーニングによって、基準の商品を生産できる生産者を増やす必要がある。また、多数の顧客を獲得するためにはその販売促進費も拡充する必要があるだろう。資金調達は、政府の助成金や銀行も考えられるが現時点の規模では難しい。現在は、自己資金と売り上げにより、運営コストを補填しているが、運営を黒字化するにはさらに顧客の獲得が必要である。今後、必要となる資金は生産トレーニングのためのコーチ費用、オンラインストアの運営経費、宣伝費、商品の買い取り料、梱包、販売資材、運搬費用、フェアなどへの出店費用、ラタン植林費用などである。最も多くの費用がかかると考えられるのは、トレーニング費用である。アレクスヴァイ村で実際に月額250~400ドルの講師料が熟練職人1人に対して支払われている。それを基準に、生産者1名を講師として10名の未熟練職人を育成した場合、講師料として3ヶ月で750ドルから1200ドル、トレーニング中の生産者の生活費を月額50ドル補填するとすれば3ヶ月間で1,500ドル育成費用がかかる。しかし、トレーニング期間中も生産者はRHを生産することができる。アレクスヴァイ村で活動していたNGOアダーはEUからの資金援助を受けていたが、トレーニング費用に関してはこのような資金援助を受けることも選択肢として考えられる。また、組織化を行い、日本での販売によって収益を上げていけば、銀行の融資を受けることも可能になってくるだろう。徐々に投資を行い、収益を上げながら還付していくことが重要である。

5-3-9 包括的アプローチ

現段階でできていることは、商品開発や販路の拡大のみであり、包括的なアプローチとはいえない。

しかし、今後上記の要因を包括的に行っていくことを視野に入れており、現段階で優先して取り組むべきこととして、事業スタート時に必要な商品開発と販路の拡大を行った。今後、現在まだ取り組んでいない事項に関しても順次取り組んでいく必要がある。

現在 FGR では、商品開発も、様々な方法を試みながら生産者がよりシンプルな手順で生産ができるように、生産者にヒアリングをしたり、商品の仕上がりを確認したりして、より簡潔に、統一された高品質な商品の生産ができるようにした。製品をチェックし、生産者にヒアリングをしながらそこで生まれたフィードバックを生産プロセスに活かすサイクルは今後も行っていく。また、市場の拡大に関しては当初の計画はオンラインショップと SNS を中心にしたものであった。しかし、それだけでは不十分であり、雑貨店やフェア、展示会などで実際に商品を販売する機会が必要である。

表 5-3-2 に本事業における現状の評価をまとめた。この表から、FGR は内的要因をおおむね満たしており、活用すべき外部の情報や要因に課題を残していることがわかる。これまでにシエムリアップ州の RH 産業が発展してこなかったのは、RH 産業に対する外部からの働きかけが希薄だったためである。カンボジアのラタン関連輸出の量に反した金額の低さは、ラタンが未加工のまま輸出されていることを意味する。RH 生産者は、外部に働きかけるためのノウハウを有せず、技術、市場知識、資金の流入が重要である。しかし、これらの外部の情報や要因は今後の取り組みによってクリアしていける課題である。本事業が利益を上げ持続性を持つようになるまでには多くの時間を要することが予想できるが、この活用すべき外部の情報や要因を埋めていくことができれば、RH 産業による所得向上の可能性は十分にありうる。

表 5-3-2 事業についての現状評価

項目	現状評価	備考
内的要因		
①潜在商品と生産者	○	生産者・商品の確保は可能。原材料の確保は長期プランが必要。
②組織化を円滑にするための基礎	◎	村・コミュニティを基礎としての組織化は可能。生産者に対する適切なインセンティブの提示によって、組織化の外部指導者も受け入れられる。
③リーダー	◎	外部者と村長、熟練職人との連携によってリーダーシップをとることができる。
④自己資金	○	自己資金による事業開始がされ、初期投資と売り上げによって事業運営はできている状態。
活用すべき外部の情報や要因		
⑤技術の有効活用と商品管理に対する外部支援	◎	比較的高い技術を持つ職人の参加によって、円滑に商品開発が行われた。
⑥外部者を活用した市場開拓	△	日本での販売が開始されたが、さらなる市場開拓が必要。
⑦外部者を活用した事業の持続性	△	事業の持続性を持たせるには現在の売り上げでは不十分。収益の確保が早急な課題。
⑧外部資金アクセス	△	投資を受け入れる土台がまだ整っていない。
⑨包括的アプローチ	△	優先課題しか実行されていない。順次取り組む成果をその都度確認する必要がある。

出所：筆者作成。

注：◎は、現段階ですでにクリアしている項目、○は一部クリアしているが課題を残している項目、△は現段階ではクリアできず、解決策が必要な項目である。

それらを踏まえて、今後の RH 産業のビジネス化による所得向上と生産者がよりよい生活を得るようになるためには何を行なっていくべきか。まず、組織化が最優先であろう。より多くの生産者が参加できるように技術の普及を行わなければならない。現在 FGR の生産者は3名のみであり、2名の生産者の参加を検討している状態にある。今後、生産を続けながらのトレーニングを開始する。そし

て、最終的には行政区全体で組織化し、政府への働きかけや、例えばベトナムのプーニアコミュニケーションのように工芸品を特色とした観光産業の振興にまで発展させる。これらによって、行政区全体の所得向上と生活インフラの整備など人々の生活水準の改善につながる可能性がある。観光客に直接 RH を売ることが可能になるだけでも、生産者の所得は向上するはずである。組合を村長の協力の下立ち上げることも重要な選択肢である。これは、政府や他の企業との協力によって成し遂げられるだろう。シェムリアップ州の RH 産業では、他にも RH の買取りを行なっている日本やアメリカの企業、個人のバイヤーが存在している。これらの企業や個人が協力して、全体の RH 産業を組織化によって、地元の政府による支援が得られる可能性がある。これらが、投資や資金援助、観光の招致などに結びつくだろう。そして、NGO や NPO からの資金や技術の協力、また投資家による資金の流入の可能性もある。観光業への参入も、組織化による製作所の建設や、販売店の設置によって可能になる。また、フィリピンの CTC やベトナムの RH 産業については、仲介人は完全に排除された。シェムリアップでは、彼らも職人の一人であったり、貧しい状態であったりするため、そのまま排除をするのではなく他の役割を持つように移行するか、仲介人の協力によってこれまであったタイや国内の市場を確保し、収益が上がるように生産と流通を効率化すべきである。そして、組織化によってトレーニングの提供も可能になる。これらは、より広範な生産者の所得向上に貢献することができる。

5-3-10 ビジネス化による生産者へのインセンティブ

生産者にとって取引価格の向上による所得の向上がまずインセンティブとなりうる。FGR は現在村の取引額平均の約2倍の価格で取引額しているが、さらなる向上を目指す。しかし、生産者がより良い生活を得るためには急激な所得の向上よりも、ADA のような見舞金制度などの生活保障を優先すべきであろう。売り上げの一部を、生産者やその家族が病気になった時に一時金として支払われるように貯蓄をしたり、また、生産者の子供が継続して学校教育を受け生産者自身が安心して生産に取り組めるように、入学時に一時金を支払う制度を整えていく。所得の向上だけでなく、生産者が貧困に陥るリスクを組織化によって軽減させなければならない。

RH 生産者の多くはこれまで十分な教育機会を得られなかった。現在、シェムリアップ州の農村部では政府の取り組みにより初等教育への就学率は大幅に改善している。今後、すべきは生産者の子供達全員が、中等・高等教育を受けられるようにすることである。そのためにも、所得向上は大変重要である。

現在、FGR は生産者の雇用については契約を結んでおらず、今後も生産した商品の買取りという形態を変える予定はない。それは RH 生産が、主に農村の女性によって担われてきたものであり、家事や育児と両立できることが重要な動機となっているからである。しかし、多面的に貧困から抜け出すように取り組んでいくには、雇用契約を結ぶ必要はあると考える。今後、生産者の生活形態にできるだけ影響を与えずに、生産者がよりよい生活を得られるようにバランスを取りながら雇用していく必要がある。教育をはじめとした改善を行なっていくには、グラミン銀行のように、生産者のクリアすべき指針を提示することも重要である。教育、保健など様々な面において生活水準の向上をするように働きかける必要がある。

まとめ

本章では、農村部においてビジネス化により所得向上に成功した事例をもとに、RH 産業のビジネス化の可能性を検討することが目的である。

そのため 5-1 では第 2 章の農村部の所得向上に成功したビジネス化の事例研究をもとにその成功要因についてまとめた。その結果、内的要因として①潜在商品とその生産者、②組織化を円滑にするための基礎、③リーダー、④自己資金が必要であり、現在農村に不足している外部の情報や要因として⑤技術の有効活用と商品管理に対する外部支援、⑥外部者を活用した市場開拓、⑦外部者を活用した事業の持続性、⑧外部資金アクセス、そしてそれらを包括的にアプローチしていくことによって、ビジネス化を成功に導くことができると結論づけた。

5-2 では第 4 章のシェムリアップ州で零細に行われている RH 産業の現状と課題をもとに、所得向上に向けた零細事業のビジネス化の可能性について 5-1 で導き出した要因をもとに検討した。その結果、シェムリアップの RH 生産は様々な課題はあるが、ビジネス化によって成功する内的要因については有している。そして、実際にトレーニングの提供のみであっても、未熟練職人の所得が向上したという実績を有している。RH 生産に関して、不足しているのは外部の情報や要因である。つまりは、外部の情報や要因を満たしていくことで RH 産業が抱える課題を解決させ、持続的な運営によって長期間に亘る生産者の所得向上の可能性があることを意味している。しかし、NGO が行なった支援は多面的とは言えず、持続性も持っていなかったため、長期的な村の開発にはつながらなかった。それを実現させることができるのはビジネスであり、多面的なアプローチと持続的な運営によって実現できるのである。

さらに 5-3 では、RH 産業のビジネス化による所得向上の可能性について、より現実的に述べるために実際に進行しているブラユース村の FGR のプロジェクトをその要因に当てはめた。プロジェクトは現在開始されたばかりであり、その成否はまだ述べるできない。現段階では、生産者に支払われた買い取り金額は、確実に村の平均金額の 2 倍になっており、現段階でも一部の生産者の所得向上に貢献している。また、新しいデザインの商品の生産や、ガイドラインの提供と品質管理によって、生産者の生産技術も高められた。また、新しいデザインや品質の基準が持ち込まれたことによって、FGR 以外の生産者も、商品のアイデアや技術に関して議論に参加するなど、新しい情報に刺激を受けたことで意欲的になるなどの変化も見られた。これは、いずれ人々の品質向上への意欲や技術獲得など、ビジネスマインドに影響を与えるだろう。そうすれば、ビジネス化に参加していない生産者にも、ビジネス化によるプラスの影響は波及するだろう。日本での販売を継続的なものにできれば、長期的な生産者の所得の向上を見込むことができる。しかし、未だ外部要因は満たしていないものが多い。今後、日本での販売促進とそれに答える生産者の増加を早急な課題とし、取り組む必要がある。

今後は、上記のように外部要因を満たすことができれば、シェムリアップ州の RH 産業のビジネス化による所得向上は可能であると結論づけた。実現のためには村内だけでは不可能であり、外部支援によって現状抱えている課題を解決することが不可欠である。将来的に、RH 産業は村全体の発展を目指す必要があるだろう。そのためには、現在、生産者の所得向上を目的として活動を行なっている企業の繋がりが重要である。生産者だけでなく、地元の政府や企業、個人のバイヤーなど RH 生産に

関わっていく外部者の組織化も必要である。地域内でRH組合を形成し、生産者の取引価格の基準を儲けることや、取引の指針などを設け、参加する企業や個人が遵守していくように組織化を行うことによって、一企業だけでない地域内全体の発展に繋げることが重要である。

本章では零細事業のビジネス化による所得向上は可能であると結論づけたが、現状から予測される展望を述べるにとどまっており、より具体的な分析には踏み込めていない。先行事例でビジネス化に成功した企業たちは、実際にそのプロセスにおいて訪れた様々な課題をどのように乗り越えてきたか詳細な分析が必要である。そしてここで述べてきた要因について実際に実行して行き、その過程を積み重ねていくことにより、より深部まで到達することができるのではないだろうか。

参考文献

- 1.川原信也 (2014)、『PDCA が面白いほど理解できる本』、KADOKAWA。
- 2.久保田進彦、澁谷覚、須永努 (2013)、『はじめてのマーケティング』、有斐閣ストゥディア。
- 3.野中郁次郎、楠木建 (2013)、『はじめての経営学』、東洋経済新報社。
- 4.樋口博美 (2014)、「ベトナムの手工芸品をめぐる生活とその支援：ベトナム手工芸品見聞録から」、『専修大学社会科学研究所月報 606・607』、148-156 頁。
- 5.廣畑伸雄 (2004)、『カンボジア経済入門-市場経済化と貧困削減-』、日本評論社。
- 6.マング・マング・ルウィン、山川貴裕 (2014)、「カンボジア農村部における家内産業の可能性-シェムリアップ州ポピセ村におけるラタン手工芸品産業について-」、『海外事情研究』、第 42 巻第 1 号、1-23 頁。
- 7.山川貴裕 (2014)、「カンボジアの農村における社会経済状況-シェムリアップ州タットレイ村の事例-」、『熊本学園大学経済論集』、第 20 巻第 1-4 合併号、59-101 頁。
- 8.山川貴裕 (2015)、『カンボジア、シェムリアップ州農村部における貧困研究』、熊本学園大学博士論文。
- 9.Asian Development Bank (2014) ,*Cambodia Poverty Analysis 2014*. Printed in The Philippines.
- 10.Cambodia, Ministry of Tourism (2015) , *Tourism Statics Report*. Phnom Penh, Cambodia.
- 11.Ganchero,G.E and Manapol,P (2006) ,“Coco Technologies: Providing livelihood Opportunities for Poor Coconut Farmers Through Value Adding”, *Growing Inclusive Market*, United Nations Development Programme.
- 12.Hill, M (2015) ,“The Artisanal Craft Industry and its Role in Poverty Alleviation for Artisans, Communities and the Young Emerging Workforce in Cambodia”, *Master Paper of School of Oriental and African Studies*, University of London.
- 13.Hirschberger,P (2011) ,*Global Rattan Trade: Pressure on Forest Resources Analysis and Challenges*, WWF Austria.
- 14.Hourt, K, E (2008) , *A Field Guide of the Rattans of Cambodia*, WWF Greater Mekong-Cambodia Country Programme.
- 15.Lwin, M, M (2011) ,“Investigating Village Socio-Economic Condition and Possibility of Poverty Reduction Through Sample Survey (The Case of Rattan Handicraft Village of Siem Reap, Cambodia)”, *Studies in Foreign Affairs*, Vol39, No1.
- 16.Lwin, M,M, and Mori, C (2009) , “Possibility of Establishing Social Business in Cambodia.” Unpublished Research Paper, Presented at AURCED International Conference on Development Alternatives, Angkor University, Siem Reap, Cambodia.
- 17.Lwin, M,M, Linne, Y and Mori, C (2010) , “Possibility of Generating Better Employment and Income Opportunities in Rattan Handicraft Village of Siem Reap, Cambodia.” Unpublished Research Paper, Presented at the 2nd AURCED International Conference on Development Alternatives, Angkor University, Siem Reap, Cambodia.

18. Pwint, A.C (2015) , “Investigating Village Socio-economic Conditions in Cambodia. (The Case of Rattan Handicraft Village of Tor Tea, Siem Reap)”, *Journal of Economics*, Kumamoto Gakuen University, Vol.22(No.1-2), pp.145-166.
19. Wong, C, and Berkel, R.V (2012) , *Weaving wealth: Resource Efficient and Cleaner Production and Supply Chain Integration for More Sustainable Rattan and Bamboo Craft in Vietnam*, ProsPER, Net Joint Research Project.
20. WWF (2010) , “Establishing a Sustainable Production System of Rattan Products in Cambodia, Laos and Vietnam-research and case studies.” *WWF Report*.
21. 日本、外務省、カンボジア王国、
<http://www.mofa.go.jp/mofaj/area/cambodia/>(2017年3月20日)
22. 総務省統計局、Economic Census of Cambodia、
http://www.stat.go.jp/info/meetings/cambodia/pdf/ec_pr17.pdf(2017年4月7日)
23. Artisans d'Angkor,
<https://www.artisansdangkor.com> (2017.April.8)
24. Asia seed, “Phu Nghiha Commune”,
<http://www.asiaseed.org/apec2006sme/phuvinhinfo.pdf#search=%27asiaseed+Phu+Vinh%27>(2017.April.8)
25. Coco technologies,
<http://cocotechcorp.com>(2017.July.8)
26. Green Craft,
<http://www.greencraft.vn> (2017.April.8)

おわりに

本論文では、その研究対象としてカンボジア、シェムリアップ州農村部の RH 産業を選定した。RH 生産は一般的に家事や育児を優先する農村部の女性にとって、自宅にいながら生産することができる貴重な所得機会であるからである。開発アプローチは、経済開発を中心としたものから、社会開発を中心としたもの、そしてより多面的に開発を行っていく手段としてのビジネスを用いた開発アプローチの必要性へと多様化してきた。人々がより良い生活をしていくためには、経済的な側面の改善のみでは不十分であり、より多面的なアプローチによって、開発における課題の根本的な原因の改善を行うアプローチが不可欠であるということが、これまでの開発政策の経験から認識されるようになってきたのである。そして、その解決のためには、開発において長く中心となってきた援助では解決されず、ビジネスによって多面的なアプローチがされること、開発から取り残されてきた人々が仕事を通じて、能力を高め、よりよい生活を長期にわたって手に入れることが重要なのである。

そして、その開発の対象として重要であると考えるのが、開発途上国の農村部である。開発途上国の貧困層の大部分が居住しているにもかかわらず、大部分の開発途上国において農村部への開発は優先されることはなかった。しかし、貧困や不平等など多くの開発途上国が抱える課題は、農村地域が抱える深刻な課題の中心である。そのため、開発途上国の開発には、農村地域における開発が大変重要なのである。そして、その農村地域において所得機会として重要な役割を持っているのが個人や家族で行われる零細事業である。すなわち、農村部の発展のためには零細事業の発展が不可欠である。

本論文の目的は、カンボジア、シェムリアップ州農村部における RH 産業のビジネス化の現状を明らかにし、フィリピン、ベトナム、カンボジアの事例からビジネス化による所得向上の成功要因及び、対象地域における適用可能性を探り、将来性を検討することであった。

その検証を行うために、本論文を5章立てとし、第1章ではまず、対象地域とするカンボジアの概要について述べた。カンボジアは長期の国内情勢の混乱により、ASEAN 諸国内で最も発展が遅れている国の一つである。近年繊維産業や観光部門への積極的な投資により、安定した経済成長を遂げているものの、GDP、GNI 共に ASEAN 諸国内において最低水準である。また、識字や保健状況についても近年大きな改善が見られているものの低水準に留まっている。特に、都市部と比べて農村部の貧困状況や教育水準の低さが目立っている。カンボジアはポルポト時代に行われた、教育制度の崩壊により、教育水準は他のアセアン諸国に比べて最も低い。そして、非就学の理由として経済的理由が半数を占めていることで、貧困と教育状況に密接な関わり合いがあることが明らかになった。貧困状態にある人口の割合のみならず、その深刻度も高く農村部への貧困削減への取り組みは緊急性が高い。

これまで政府の政策を中心とした取り組みによって、カンボジアが抱える課題に対して大きな改善が見られてきた。都市部においては顕著な改善がされており、首都プノンペンの貧困率は最も低く1%以下である。しかし、人口の大部分が居住する農村部における開発は未だ道半ばである。特に、経済的理由が就学率に大きく影響していることから、世帯所得の向上が教育指標の改善に密接に関わりがあるといえる。そのカンボジア農村部において、所得向上をもたらす手段の一つとして農村部に多く見られる零細事業のビジネス化がある。

続く第2章では、これまで多様化してきた開発アプローチの歴史をたどり、開発におけるビジネス

の重要性について述べた。2-1 ではまず経済成長によって開発を試みた経済成長アプローチについてまとめた。そして、それだけでは開発に至らないということから行われるようになった社会開発アプローチについて述べた。そして、開発途上国の主体的で自立した成長へ繋がるのが期待されるビジネスによる開発アプローチについて 2-2 にまとめた。また、2-3 では、本論文でその開発対象として重要であると捉えている開発途上国の農村の経済、社会状況およびその農村における生産活動において中心的な役割を担っている零細事業についてまとめた。

そして、第3章では、その零細事業を発展させていくため、農村の零細事業のビジネス化とは何か 3-1 で説明した後、成功事例をあげてその特徴を確認した。3-2 で取り上げたフィリピンの CTC は、もともと廃棄されたココナツの皮に付加価値をつけ新たな市場を創出することで、貧困の深刻な地域を活性化させ、所得の向上をもたらした。それだけでなく、深刻な土砂災害の軽減や、環境問題への貢献、または政府の予算節約にも貢献している。3-3 では政府と企業、組合が協力し収入の向上に成功したベトナムのラタン産業における事業化を取り上げた。先行研究とインタビューによれば、企業の参入だけでなく、政府の積極的な投資や組合の形成、観光の招致などによって RH 生産を行う地域の所得が向上している。3-4 では、農村の手工芸品生産者を雇用し、高品質な絹や彫刻などを観光客向けに販売しているカンボジアの ADA について検証した。ADA はトレーニングを提供したり、農村に 48 もの製作所を置くことで、農村居住者や、障がいを持つ人々が農村に留まりながら仕事をすることができるシステムを構築した。当初、ADA は政府や国際機関による資金協力を得て設立されたものの、3年後は完全に返済をし、自立した企業となった。しかし、様々な機関や NGO とのパートナーシップにより、市場の開拓や従業員のニーズに応えることを可能にしていることが明らかになった。

3つの地域における事例に共通していたのは、もともに行われていた産業をビジネス化し、新たな市場を開拓したことで、それらによって持続的かつ広範囲にインパクトのある組織化が行われている点である。

第4章ではその零細事業の中で、シエムリアップ州で多くの人々が従事する RH 産業について取り上げた。カンボジア国内のラタン産業の現状を先行研究と貿易データ、仲介人へのインタビューをもとにその現状についてまとめた。そして、全体のラタン関連輸出に対して、RH が占める割合は少なく、今後成長の余地があることが明らかになった。また、カーサン村における RH 産業の現状に関しては、インタビュー調査をもとに明らかにした。結果、カーサン村における RH 生産の生産性が低く、所得も不安定でありながらも所得の機会が少ない為に続けられてきたことが明らかになった。回答者の多くが、教育機会や経済的理由、農村地域での職業選択機会の少なさから RH 生産を続けていることを指摘した。農産物の採れ高や、RH の注文数によって経済状況が左右されており、生産者自身でコントロールすることは困難な状況にある。それでも、経済的、時間的事情に応じて生産ペースを変化させ、所得を得ることができる RH 産業は、村の人々にとって貴重な機会であり、様々な課題を解決し所得向上に繋げる必要がある。今後の RH 産業の発展のためには、品質や、販売スキル、生産性の向上が不可欠であるという結論に達した。

また、今後の所得向上の可能性を検討するために、NGO の支援が行われていたアレクスヴァイ村

においてインタビュー調査を行なった。アレクスヴァイ村では、農産物による所得は不十分であり、RH 生産による所得が大変貴重なものである。アレクスヴァイ村への支援は約 2 年で、内容も生産技術のトレーニングと、原材料の提供という限られたものであったため持続的な支援ではなかった。しかし、その結果、支援期間中は全ての生産者に対してではないが、所得の向上が見られた。今後シェムリアップ州の RH 産業が存続し、村の人々にとって安定した雇用と所得機会を獲得する手段となるよう発展させていくため、経験と生産スキル、生産状況、価格交渉やコスト管理をはじめとしたとても測りにくい分野を調査し、RH 産業の実態を明らかにしている。

そして、第 5 章の 5-1 では、第 3 章の農村部の所得向上に成功したビジネス化の事例研究をもとにビジネス化の成功要因についてまとめた。5-2 では第 4 章のシェムリアップ州で小規模零細に行われている RH 産業の現状と課題をもとに、所得向上に向けた零細事業のビジネス化の可能性について検討した。シェムリアップの RH 生産は様々な課題はあるが、ビジネス化によって成功する内的要因である①潜在商品とその生産者、②組織化を円滑にするための基礎、③リーダー、について課題はありながらもその要素を有している。そして、実際にトレーニングの提供のみであっても、未熟練職人の所得が向上したという実績を有している。つまりは、外部の情報や要因を加えることによって、RH 産業が抱える課題を解決させ、持続的な運営によって長期間に亘る生産者の所得を向上の可能性があることを意味している。

さらに 5-3 では、より現実的に検証するために現在進行しているブラユース村における FGR のプロジェクトをその要因に当てはめた。プロジェクトは開始されたばかりであり、その成否は述べることができない。現段階では、生産者に支払われた買い取り金額は、村の平均金額の 2 倍ほどになっており、日本での販売を継続的なものにできれば、長期的な生産者の所得の向上を見込むことができる。しかし、未だ活用すべき外部の情報や要因は満たしていないものが多い。今後、日本での販売促進とそれに答える生産者の増加を早急な課題とし、取り組む必要がある。そして、最も優先的に取り組むべきなのは組織化である。それによって、地元政府のサポートや、銀行への融資の申請などが可能になる。そして、観光客に直接 RH を売ることが可能になるだけでも、生産者の所得は向上するはずである。組織化によって、観光業との連携も可能になるだろう。また、組合を村長の協力の下立ち上げることも重要な選択肢である。これによって、原料確保の効率化、RH 価格の向上と維持、そして助成金や NGO からのサポートも可能性が開ける。

上記の理由により、今後活用すべき外部の情報や要因を満たすことができれば、シェムリアップ州の RH 産業のビジネス化による所得向上は可能であると結論づけた。実現のためには村内だけでは不可能であり、外部からの支援によって現状抱えている課題を解決することが不可欠である。

上記で述べたように、本論文の目的は、カンボジア、シェムリアップ州農村部における RH 産業のビジネス化の現状を明らかにし、フィリピン、ベトナム、カンボジアの事例からビジネス化による所得向上の成功要因及び、対象地域における適用可能性を探り、将来性を検討することであった。そのために、フィリピン(CTC)、ベトナム(GC)、カンボジア(ADA)について分析した結果、ビジネス化による所得向上が確認された。加えて、カンボジア農村部の調査結果でも、零細事業のビジネス化が所得向上に貢献する可能性も明らかにできた。しかし、そのためには市場開拓とアクセス、外部者を活

用した事業の持続性、外部資金アクセスなどを包括的なアプローチによって行っていくことが必要である。また、それを一部だけでなく地域全体で波及させるには、外部者同士が同じ目的や指針を持って事業を行い、協力していくことが重要である。そうすることでRH産業は農村部の人々の所得向上につながる産業に成長するのである。

これまでカンボジアの研究では、農村における所得機会としての零細事業の重要性について述べられたものがほとんどであった。しかし本論文では、事例研究と農村の調査結果から、農村部の所得向上が持続性を持つためには、ビジネス化に関する内的要因・活用すべき外部の情報や要因及び生産者のインセンティブが重要であることを指摘している。さらに、カンボジアのRH産業を調査に留まらず、実際のプロジェクトとして実行、分析している点が本論文の独自性であると言えるだろう。

しかし、ビジネス化が真に農村の零細事業従事者の所得向上とよりよい生活をもたらす手段となりうるかについては、現状から予測される展望を述べたのみである。農村部のビジネス化による所得向上が有効な手段となりうる成否が述べられるまでの具体的な分析には至っていない。今後は、ビジネス化に成功した企業たちが実際にその過程で行なってきた課題に対するアプローチをさらに詳細に分析する必要がある。加えて実践的研究では、ここで述べてきた活用すべき外部の情報や要因を実際に実行し、その過程を積み重ねていくことで、より深部まで至ることができる確かな分析となるであろう。

付録

付録1 カーサン村調査アンケート表

The 4th Rattan Handicraft Village Survey in Siem Reap, Cambodia

6th and 7th, February 2016

Chie MORI

Survey area : Kar Sang Village, Siem Reap, Cambodia

Number: () Date(/ /) Interviewer() Interviewee()

I. General information of interviewee

- 1. Sex a. Male b. Female
- 2. Age ()
- 3. Marital status: a. Single. b. Married. c. Widowed d. Divorced
- 4. Number of family member (person)
- 5. Number of family member who engaging RH as their job (person)
- 6. Monthly total income except RH in your family (\$)
- 7. Level of Education of the interviewee:
 - a. Illiterate. b. Read & Write. c. Primary. d. Middle. e. High. f. University.
- 8. Do you have children? a. Yes b. No
- 9. If you answered yes...the number of children under 15 years old. (person)
- 10. Do they help with producing RH? a. Yes. b. No
- 11. Number of children over 15 years old (person)
- 12. Do they help with producing RH? a. Yes. b. No

II. Income and Expenditure:

A. Income

- 1. Average monthly income from RH job (\$)
- 2. Is your income from RH stable? a. Yes. b. No
- 3. Average total family income(\$)
- 4. Is your family income stable? a. Yes. b. No
- 5. What is your main family income come from? ()
- 6. How much does he/she earn in a month on average? (\$)
- 7. What is your another job? ()
- 8. Is your income from RH stable? a. Yes. b. No

B. Expenditure:

- 1. How much money do you spend for food for you and your family in a week? (\$)

2. How much money do you spend for other than food items in a week?(\$)
3. Do you have savings? a. Yes. b. No
4. If yes, what do you saving for?()
5. Do you have any loans? a. Yes. b. No
6. If yes, what do you borrow for?
a. Cell phone b. Motorbike c. House d. Education e. Car f. Farming f. Others()
7. Who do you borrow from? ()

III. Living environment

1. How old is your house?(years old)
2. What kind of durable goods do you have?
a. TV b. refrigerator c. Air Conditioner d. Microwave e. Car f. Motorbike g. Others
3. Do you use electricity? a. Yes. b. No
4. Do you have toilet in your house? a. Yes. b. No
5. How do you get your drinking water? ()

IV. Experience & Skill

1. When did you start to learn how to make RH? Age ()
2. Why did you start RH business?()
3. When was the first time you earned money with RH? Age()
4. Number of types of products you can make: ()
5. Types of RH that you can produce (i) (ii) (iii) (iv)
6. Who taught you how to make RH?
a. By myself b. By family member () c. By teachers d. By Others()
7. Minimum & Maximum value of RH products:
a. Cheapest price (\$) a1. How many hours do you spend for this item?(hours)
b. Most expensive price (\$) b1. How many hours do you spend for this item? (hours)
8. If we provide the sample of new rattan design, can you produce? a. Yes. b. No.
9. Is your product mainly designed for? (local people/Tourist)
10. Why?(For example: easy to make/ more demand) ()
11. Do you know how much are your products sold in the Market? a. Yes. b. No.
12. How much do you sell to middleman on monthly average? (\$)
13. How much do you directly sell to Tourists (monthly)?(\$)
14. How much do you directly sell to local people (monthly)?(\$)
15. How often do you directly sell RH to tourist?
a. Once a week b. Once a month c. Once a year d. More often e. Less often

16. How do you decide the price of your product? (Multiple answers allowed)

a. Time of making b. Cost of making c. Quality d. Design e. Others ()

17. Do you negotiate with middleman when you selling your products? a. Yes. b. No.

18. If your answer is yes, what do you negotiate for?()

V. Working Conditions

1. How many hours a day do you work for producing RH on average? (hours)

2. How many hours a day do you work for housework on average? (hours)

3. How many days a week do you work for producing RH on average? (days)

4. Does the working hour is changing everyday? a. Yes. b. No.

5. Do you employed by someone? a. Yes. b. No.

6. If yes, Do they pay the fee monthly? Or pay for items?(monthly/ each items)

7. Where do you making RH products? (at own house/ at workshop/ at others)

VI. Production decision

1. Production decision (select from above: multiple answers allowed)

a. producing at own pace. b. Amount of production based on order quantity c. Amount of production based on price d. Amount of production based on available raw rattan e. Amount of production based on weather
f. Amount of production based on other factors

VII. Raw material, required labor, cost and seasonal variation

1. How do you get raw materials? 1. buy 2. cut and carry 3. growing 4. others()

2. If you answered 1. buy, Who do you get raw materials from?

a. middleman / b. market / c. village head / d. farmer / e. Others()

3. How often do you get the raw materials?(times/month)(times/year)

4. How much do you spend each time for get them?(\$ /1time)

5. How much is the raw rattans? (\$ /bundle)

6. Required hours for cutting rattan and carrying rattan: ()

7. Required number of people for cutting and carrying rattan: ()

8. Estimated distance to rattan bush: (km)

9. Do you have your own rattan bush? a. yes b. no

10. Can you get raw rattan near your house? a. yes b. no

11. Do you calculate the cost for RH by yourself? a. Yes. b. No.

12. How much do you spend for making RH per month? (\$)

13. Raw rattan reserve a. Plenty b. Just enough c. Not enough d. Going to face rattan shortage soon

14. Do you buy raw rattan? a. Yes. b. No.

- 15.If yes, How much do you spend in your family for get raw rattan? monthly (\$ /)
- 16.Do you think it's expensive? a. Yes b. No
- 17.How much did you spend for carrying raw rattan to home? (\$)
- 18.What for? a. borrow car(\$) b. hire people(\$) c. other(\$)
- 19.How much did you pay to rattan bush owner? 1 (\$ / pieces) 2.No need to pay

VIII. Demand potential

1. Is the order for RH stable? a. Yes b. No
2. How many order do you get per month (highest)? ()
3. How many order do you get per month (lowest)? ()
- 4.The highest demand month()
- 5.The lowest demand month()

IX. Change in rattan handicraft price trend and price differential

1. Trend Change in Price (select the answer from bellow, compare to 5 years ago)
- a. Increasing b. Declining c. Not change too much

X. Supply potential:

- 1.Do you have enough capacity to response market demand? a. Yes b. No
- If yes, a1. Do you have time to produce more? a. Yes b. No
- a2. Do you have enough raw rattan to produce more? a. Yes b. No,
- a3. Do you have enough labor to produce more? a.Yes, b. No
- a4.If no, Why? a. Do not have time. b. Do not have enough raw rattan. c. Do not have enough labor.
- d. Other problems
- 2.Do you continue RH business for years to come? a. Yes b. No Why? ()
- 3.Is there any problem to continue RH business? a. Yes b. No
- If yes, what is the problem? ()

付録2 カーサン村調査集計表

A-2-1 回答者の基本情報と主な収入

ID	性別	年齢	未婚/既婚	家族人数	家族内 RH従事者数	教育レベル	RH以外の月収 (米ドル)	RHの月収 (米ドル)	収入の安定
A1	女性	54	既婚	4	1	小学校	25	25	いいえ
A2	女性	67	既婚	6	2	非識字	100	100	はい
A3	女性	30	既婚	6	2	小学校	137	113	はい
A4	男性	61	既婚	6	2	読み書き	11	111	いいえ
A5	女性	29	既婚	4	1	小学校	250	23	いいえ
A6	女性	59	既婚	4	2	非識字	100	100	いいえ
A7	女性	54	既婚	6	1	非識字	45	100	いいえ
A8	女性	37	既婚	3	1	読み書き	30	50	はい
A9	女性	22	未婚	7	2	高校	45	45	いいえ
A10	女性	26	既婚	4	2	高校	1500	225	はい
A11	女性	58	既婚	6	4	非識字	200	75	いいえ
A12	女性	64	既婚	7	1	小学校	0	10	いいえ
A13	女性	36	既婚	3	1	小学校	不明	100	いいえ
A14	女性	35	既婚	6	1	読み書き	25	25	いいえ
A15	女性	32	既婚	5	不明	小学校	100	100	はい
A16	女性	40	既婚	5	1	非識字	113	113	いいえ
A17	女性	28	既婚	5	1	非識字	75	25	いいえ
A18	女性	25	既婚	7	1	小学校	110	50	いいえ
A19	女性	22	既婚	不明	1	小学校	100	100	いいえ
A20	女性	51	死別	4	1	非識字	50	10	いいえ
A21	女性	37	既婚	4	1	非識字	100	100	いいえ
A22	女性	34	未婚	4	1	高校	25	25	いいえ
A23	女性	56	既婚	3	1	非識字	100	100	いいえ
A24	女性	28	既婚	5	1	小学校	78	100	いいえ
A25	女性	62	既婚	6	6	非識字	150	150	いいえ
A26	女性	34	既婚	5	3	非識字	250	50	いいえ
A27	女性	35	既婚	4	1	小学校	75	45	いいえ
A28	女性	45	既婚	7	2	小学校	50	50	いいえ
A29	女性	24	既婚	6	3	高校	10	15	いいえ
A30	女性	35	既婚	4	2	小学校	25	35	はい
A31	女性	35	既婚	7	1	小学校	50	25	いいえ
A32	女性	52	既婚	5	3	非識字	50	50	はい
A33	女性	64	離婚	2	1	中学校	160	100	いいえ
A34	女性	36	既婚	4	1	非識字	25	25	いいえ
A35	女性	54	既婚	5	3	非識字	25	25	いいえ
A36	女性	56	死別	3	2	非識字	100	100	いいえ
A37	女性	60	既婚	4	9	読み書き	100	100	はい
A38	女性	18	未婚	5	1	高校	50	6	いいえ
A39	男性	72	死別	2	1	小学校	60	60	はい
A40	女性	42	既婚	4	2	小学校	25	25	いいえ
A41	女性	47	既婚	5	2	読み書き	20	20	いいえ
A42	女性	64	死別	2	1	読み書き	25	25	いいえ
A43	女性	35	既婚	不明	4	読み書き	60	60	いいえ
A44	女性	47	既婚	6	1	非識字	20	20	いいえ
A45	女性	31	既婚	5	1	非識字	20	50	いいえ
A46	女性	34	既婚	6	2	読み書き	50	50	いいえ
A47	女性	53	未婚	4	2	非識字	38	38	はい
A48	女性	24	既婚	3	1	高校	225	13	いいえ
A49	女性	35	既婚	5	3	読み書き	50	50	いいえ
A50	女性	21	既婚	3	1	中学校	40	40	はい
A51	女性	36	既婚	4	1	小学校	25	25	いいえ
A52	女性	34	既婚	4	1	読み書き	65	100	いいえ
A53	女性	32	既婚	5	1	中学校	18	18	はい
A54	女性	22	既婚	3	1	中学校	200	50	いいえ

A-2-2 回答者の家計状況

ID	世帯月収平均 (米ドル)	世帯収入 の安定	主な収入源	RH以外 の仕事	RH以外の仕事の 月収(米ドル)	食費 (米ドル/週)	食費以外の支出 (米ドル/週)	貯蓄
A1	300	いいえ	農業	農業	250	13	7	無
A2	350	いいえ	営業	農業	38	35	10	無
A3	250	いいえ	農業	農業	137	26	9	有
A4	250	いいえ	写真家、営業	農業	200	4	4	無
A5	273	いいえ	農業	農業	250	3	10	有
A6	300	いいえ	金細工職人	農業	100	35	5	有
A7	183	はい	農業	農業	83	35	5	無
A8	230	はい	建設業	農業と畜産	180	11	5	無
A9	200	いいえ	農業	農業	75	12	1	有
A10	450	いいえ	ラタン	漁業	225	9	4	有
A11	275	いいえ	建設業	農業	50	23	5	無
A12	310	いいえ	畜産	畜産	300	40	20	有
A13	230	はい	農業	農業	0	20	3	無
A14	45	いいえ	農業とラタン	農業	20	11	5	無
A15	250	いいえ	不明	不明	150	10	3	無
A16	213	いいえ	農業	農業	100	20	50	無
A17	100	いいえ	ラタン	農業	100	21	5	無
A18	200	いいえ	農業	農業	100	70	5	有
A19	1600	いいえ	農業	農業	1500	20	300	有
A20	100	いいえ	農業	農業	20	20	1	無
A21	300	いいえ	建設業	農業	100	15	10	無
A22	不明	いいえ	農業	農業	30	15	6	無
A23	100	いいえ	ラタン	農業	0	10	4	無
A24	200	いいえ	農業	農業	100	25	5	無
A25	3845	不明	農業	農業	3695	20	886	有
A26	310	いいえ	大工	大工	0	15	5	無
A27	120	いいえ	建設業	農業	75	7	6	有
A28	250	いいえ	不明	農業と畜産	375	35	25	有
A29	150	いいえ	不明	農業	100	13	5	有
A30	155	はい	農業	農業	120	18	12	無
A31	100	いいえ	農業	建設業	50	20	10	無
A32	150	いいえ	農業	畜産	20	2	5	無
A33	300	いいえ	ラタン	教師	200	7	7	無
A34	250	いいえ	農業	農業	250	10	5	無
A35	100	いいえ	不明	農業	50	10	5	無
A36	300	いいえ	農業	農業	不明	4	4	無
A37	350	はい	農業と畜産	農業と畜産	250	88	5	有
A38	106	いいえ	農業	農業	100	15	10	無
A39	160	いいえ	ラタン	農業	100	14	2	無
A40	75	いいえ	農業	農業	0	10	5	無
A41	100	いいえ	農業	農業	0	8	2	有
A42	30	いいえ	ラタン栽培	ラタン栽培	0	5	2	無
A43	150	いいえ	農業	畜産	10	20	10	有
A44	150	いいえ	農業	農業	0	18	10	無
A45	200	いいえ	農業	不明	0	18	5	無
A46	200	いいえ	農業	ドライバー	50	35	10	無
A47	200	はい	不明	ドライバー	30	10	5	無
A48	238	いいえ	農業	農業	150	15	1	無
A49	300	いいえ	農業	畜産	100	30	10	有
A50	210	はい	不明	不明	不明	18	5	無
A51	150	いいえ	畜産	農業	75	28	不明	無
A52	400	いいえ	農業	農業	40	25	5	有
A53	181	いいえ	畜産	建設業	110	26	6	無
A54	175	いいえ	不明	農業	10	12	20	無

A-2-3 RH生産のスキル

ID	生産開始年齢	RHを始めた理由	初めて販売した年齢	生産可能な種類数	最も安い商品の価格(米ドル)	作成時間	最も高い商品の価格(米ドル)	作成時間	デザインを渡したら作成できる
A1	18	デザインが好き	20	3	0.5	10	2	10	はい
A2	15	家族の手伝い	15	2	0.37	3	7.5	16	はい
A3	20	興味があった	23	2	2.75	12	3.75	14	はい
A4	56	家族の手伝い	56	3	1.75	2	3	8	はい
A5	15	家族の手伝い	15	4	0.25	1	0.5	8	はい
A6	20	時間があつたから	20	3	2.5	4	5.6	7	はい
A7	15	お金のため	15	8	2.5	8	5	8	はい
A8	17	興味があった	18	2	0.38	6	2.5	9	はい
A9	10	時間があつたから	16	2	10	1	15	4	はい
A10	24	時間があつたから	24	全て	3.25	12	10	24	はい
A11	20	他に仕事がないから	40	5	0.3	9	1.25	12	はい
A12	18	家族の手伝い	19	3	0.25	2	2	4	はい
A13	15	家族の手伝い	15	4	4	8	25	8	はい
A14	15	時間がある、教育がない	18	3	不明	1	1.5	1.5	はい
A15	16	他に仕事がないから	16	2	0.375	8	0.375	8	はい
A16	12	家族の手伝い	12	1	3.75	8	3.75	8	いいえ
A17	13	家族の手伝い	13	2	0.17	1	3.75	8	はい
A18	13	家族の手伝い	13	3	0.25	12	2	11	いいえ
A19	14	お金のため	14	4	0.25	1	0.38	1.5	はい
A20	10	家族の手伝い	12	1	1	10	5	12	いいえ
A21	7	家族の手伝い	7	3	0.5	1	2	8	いいえ
A22	15	お金のため	3	3	0.5	10	3	11	はい
A23	17	家族の手伝い	17	1	0.2	2	1.25	8	いいえ
A24	20	家族の手伝い	20	4	0.25	2	2.5	14	はい
A25	15	家族から、時間がある	17	全て	1.25	3	2.5	5	はい
A26	15	家族の手伝い	20	2	0.5	12	1.5	12	はい
A27	10	家族の手伝い	15	全て	0.2	12	10	60	はい
A28	17	技術がある、時間がある	20	3	1	1	1.5	2	はい
A29	10	家族の手伝い	18	3	0.5	11	2	10	はい
A30	18	興味があった	不明	2	0.25	6	1.25	12	はい
A31	10	家族の手伝い	12	2	1	12	5	12	いいえ
A32	20	お金のため	20	2	0.5	2	2.5	14	いいえ
A33	10	家族の手伝い	10	4	0.25	1	2.5	16	はい
A34	15	家族の手伝い	20	3	1	8	5	10	はい
A35	15	家族の手伝い	18	3	0.5	10	1	11	いいえ
A36	20	家族の手伝い	20	2	0.37	1	3.5	8	はい
A37	10	家族の手伝い	13	2	0.38	6	2.5	10	はい
A38	14	家族の手伝い	17	3	0.25	12	0.5	12	はい
A39	25	家族の手伝い	25	2	0.5	4	2	8	はい
A40	13	時間があつたから	15	全て	0.5	1.5	1	4	はい
A41	44	お金のため	44	1	0.25	1	2.5	1	いいえ
A42	13	お金のため	13	3	0.25	2	2.5	14	はい
A43	12	お金のため	20	4	0.2	1	2.5	7	いいえ
A44	8	家族の手伝い	15	3	0.125	2	2.5	14	はい
A45	15	家族の手伝い	15	3	0.2	1	2.5	19	はい
A46	20	お金のため	20	2	1	2	5	4	はい
A47	15	他に仕事がないから	18	1	1.25	8	2.5	8	いいえ
A48	10	時間があつたから	12	3	0.25	1	0.5	2	はい
A49	20	お金のため	20	4	1	3	5	4	はい
A50	15	興味があった	15	1	1.25	8	2.5	10	いいえ
A51	20	時間があつたから	20	3	0.25	4	2.3	8	はい
A52	25	お金のため	25	2	2.5	4	5	4	はい
A53	10	家族の手伝い	17	3	0.2	3	0.87	5	いいえ
A54	16	時間があつたから	18	3	1	8	1.5	6	はい

A-2-4 市場、販売知識と労働

ID	市場の価格を知っているか	仲介人への販売月額（米ドル）	価格交渉の有無	RHの労働時間	家事労働時間	一週あたりRH労働日数	生産場所	仕入れ所要時間
A1	いいえ	25	有	8	4	5	自宅	8
A2	いいえ	100	有	8	8	7	自宅	8
A3	いいえ	100	有	6	6	7	自宅	0
A4	いいえ	不明	無	8	16	5	自宅	0
A5	いいえ	22.5	無	8	16	7	自宅	8
A6	いいえ	5.6	有	7	3	7	自宅	0
A7	はい	5	有	2	1	7	自宅	12
A8	いいえ	0.62	有	9	3	7	自宅	0
A9	いいえ	0	有	5	4	7	自宅	10
A10	いいえ	10	有	3	6	7	自宅	0
A11	いいえ	50	有	8	4	6	自宅	8
A12	いいえ	25	有	8	16	3	自宅	3
A13	いいえ	100	有	8	8	7	近所	0
A14	いいえ	10	無	10	2	5	自宅	8
A15	いいえ	100	有	8	8	7	自宅	8
A16	いいえ	100	無	8	6	1	自宅	0
A17	いいえ	75	無	8	8	5	自宅	0
A18	いいえ	1	無	12	12	4	自宅	10
A19	いいえ	0.25	無	8	16	5	自宅	0
A20	いいえ	不明	有	12	6	2	自宅	6
A21	いいえ	不明	無	8	16	1	自宅	0
A22	いいえ	25	無	10	6	5	自宅	2
A23	いいえ	100	無	6	8	7	自宅	8
A24	いいえ	50	有	3	5	7	自宅	8
A25	いいえ	40	有	4	3	4	自宅	2.5
A26	いいえ	50	有	12	6	3	自宅	12
A27	いいえ	2	有	12	5	4	自宅	12
A28	いいえ	0	無	8	3	4	自宅	8
A29	いいえ	15	有	10	10	5	自宅	8
A30	いいえ	35	有	8	4	7	自宅	0
A31	いいえ	5	有	10	6	2	自宅	10
A32	いいえ	50	有	7	2	7	自宅	10
A33	はい	100	無	8	8	7	自宅	0
A34	いいえ	25	有	10	8	5	自宅	8
A35	いいえ	25	有	12	8	4	自宅	1
A36	いいえ	100	無	8	8	7	自宅	0
A37	いいえ	100	有	10	2	7	自宅	0
A38	いいえ	5	有	12	8	3	自宅	0
A39	いいえ	60	無	8	4	7	自宅	8
A40	いいえ	0.5	無	3	4	4	自宅	12
A41	いいえ	0.25	有	6	2	7	自宅	5
A42	はい	2.5	有	7	1	7	自宅	0
A43	いいえ	50	有	3	4	2.5	自宅	8
A44	いいえ	50	有	3	4	3	自宅	10
A45	いいえ	25	有	6	3	7	自宅	9
A46	いいえ	40	有	7	3	7	自宅	0
A47	いいえ	不明	無	8	8	7	自宅	0
A48	いいえ	0.5	無	8	4	5	自宅	11
A49	いいえ	50	有	7	2	7	自宅	0
A50	いいえ	40	有	5	7	7	自宅	12
A51	はい	45	有	7	3	7	自宅	0
A52	いいえ	25	有	3	1	4	自宅	0
A53	いいえ	12	無	8	2	5	自宅	2
A54	いいえ	12	無	8	2	5	自宅	9

A-2-5 RH生産状況

ID	コストの計算 をしているか	注文は安定 しているか	RH価格の変化	今より多く 生産できるか	今後もRHを 続けるか	RH生産を続ける理由
A1	はい	はい	変化はない	いいえ	はい	簡単、好きだから
A2	はい	はい	減少している	いいえ	いいえ	病気のため
A3	いいえ	はい	上昇している	はい	はい	お金のため
A4	いいえ	いいえ	上昇している	いいえ	はい	不明
A5	はい	はい	上昇している	いいえ	いいえ	不明
A6	いいえ	はい	変化はない	はい	はい	お金のため
A7	いいえ	はい	上昇している	はい	はい	簡単だから
A8	いいえ	はい	上昇している	はい	はい	お金のため
A9	はい	いいえ	上昇している	はい	いいえ	農業があるから
A10	はい	はい	変化はない	はい	はい	お金のため
A11	いいえ	はい	変化はない	いいえ	はい	簡単だから
A12	はい	はい	上昇している	いいえ	いいえ	高齢のため
A13	不明	いいえ	変化はない	はい	はい	他に仕事がない
A14	いいえ	いいえ	減少している	いいえ	いいえ	お金にならない、時間がかかる
A15	はい	はい	変化はない	いいえ	はい	他に仕事がない
A16	いいえ	いいえ	上昇している	いいえ	いいえ	価格が低い
A17	いいえ	いいえ	上昇している	いいえ	いいえ	時間がかかるのに稼げない
A18	はい	いいえ	上昇している	いいえ	いいえ	時間がない
A19	いいえ	いいえ	上昇している	いいえ	いいえ	価格が低い
A20	はい	いいえ	上昇している	いいえ	いいえ	時間がない
A21	はい	いいえ	上昇している	いいえ	いいえ	価格が低い
A22	はい	いいえ	変化はない	いいえ	はい	お金のため
A23	いいえ	いいえ	上昇している	はい	はい	お金のため
A24	いいえ	はい	変化はない	はい	いいえ	原材料がない
A25	不明	いいえ	上昇している	はい	いいえ	高齢のため
A26	はい	はい	上昇している	いいえ	はい	お金のため
A27	はい	いいえ	変化はない	はい	はい	お金のため
A28	いいえ	いいえ	上昇している	はい	はい	技術があって、時間もあるから
A29	はい	いいえ	変化はない	いいえ	はい	不明
A30	いいえ	はい	上昇している	いいえ	不明	不明
A31	はい	いいえ	上昇している	いいえ	いいえ	時間がない
A32	いいえ	いいえ	変化はない	はい	はい	お金のため、時間がある
A33	はい	いいえ	減少している	はい	はい	他に仕事がない
A34	いいえ	いいえ	変化はない	いいえ	はい	簡単だから
A35	いいえ	いいえ	変化はない	いいえ	はい	簡単だから
A36	はい	いいえ	減少している	いいえ	いいえ	高齢のため、病気のため
A37	いいえ	はい	上昇している	はい	はい	お金のため
A38	はい	いいえ	変化はない	いいえ	いいえ	農業があるから
A39	いいえ	いいえ	上昇している	いいえ	いいえ	価格が低い
A40	いいえ	いいえ	上昇している	はい	はい	時間がある
A41	いいえ	はい	変化はない	はい	はい	お金のため
A42	いいえ	はい	変化はない	はい	はい	他に仕事がない
A43	いいえ	いいえ	変化はない	はい	はい	お金のため
A44	いいえ	いいえ	上昇している	はい	はい	時間がある
A45	いいえ	いいえ	変化はない	はい	はい	不明
A46	いいえ	いいえ	上昇している	はい	はい	不明
A47	はい	はい	不明	いいえ	はい	お金のため
A48	いいえ	いいえ	上昇している	いいえ	はい	時間がある時にできるから
A49	いいえ	いいえ	上昇している	はい	はい	お金のため
A50	いいえ	はい	上昇している	いいえ	はい	お金のため
A51	いいえ	いいえ	上昇している	はい	はい	お金のため
A52	いいえ	はい	変化はない	はい	はい	他に仕事がない
A53	はい	はい	上昇している	いいえ	いいえ	価格が低い
A54	いいえ	いいえ	上昇している	はい	いいえ	お金にならない

The 5th Rattan Handicraft Village Survey
in Siem Reap, Cambodia
17th and 18th, December, 2016

Chie MORI

Questionnaire

Survey area : Areak Svay village, Siem Reap, Cambodia

Questionnaire Number: ()

Date(/ /)

Interviewer()

Interviewee()

I. General information of interviewee

□1. Sex

a. Male b. Female

□2. Age ()

□3. Number of family member(person)

□4. Family member structure (Please check the box and write down the number of family member who are living together in your house)

Your husband Your wife Your son() Your daughter() Your brother()

Your sister() Your father Your Mother Your grand father

Your Grand mother Others(/who? /How many?)

5. Level of Education of the interviewee:

a. Illiterate. b. Read & Write. c. Primary. d. Middle. e. High. f. University.

II. NGO support

1. The name of the NGO you get support from()

2. What kind of support do you get from the NGO? (Multiple answers allowed)

a. Skill training b. Marketing lesson c. Design Lesson d. Donation e. Loan

f. Raw material g. Production tool h. Sales route i. Others()

3. When did you start to receive the support from NGO?

Since (/month) of(/year)

4. How long did you take skill training and design lesson from NGO(total)?

(hours a day) × (days a week) × (weeks)

5. How much do you get financial support from NGO? (Monthly Yearly)

(RielUSD/per month)× (Donation roan)

6. How long did you take marketing lesson from NGO?

(hours a day)×(days a week)×(weeks)

III. RH skills and experience

1. When did you start to produce and sell RH? Age()

2. Number of types of products you can make now()

3. What types of RH you can make?

a. Big basket b. Small basket c. Tissue case d. Coaster e. Basket with handle
f. Plate g. Tray h. Penholder i. Bag j. Others()

4. Number of types of products you could make before the support()

5. What types of RH you could make before the support?

a. Big basket b. Small basket c. Tissue case d. Coaster e. Basket with handle
f. Plate g. Tray h. Penholder i. Bag j. Others()

6. Minimum & Maximum value of RH products (Before Support):

a. Cheapest type of product()

a1. Price (\$)

a2. How many hours do you spend for this item?(hours)

b. Most expensive type of product()

b1. Price (\$)

b2. How many hours do you spend for this item? (hours)

7. Minimum & Maximum value of RH products(After Support):

a. Cheapest type of product()

a1. Price (\$)

a2. How many hours do you spend for this item?(hours)

b. Most expensive type of product()

b1. Price (\$)

b2. How many hours do you spend for this item? (hours)

8. Do your products get more expensive after you got the support?

a. Yes. b. No.

9. How many products do you produce a day?

Big basket() Small basket() Tissue case() Basket with handle()

Plate() Tray() Pen holder() Bag() Coaster()

Others ()

10. Can you make faster than before you get training?

a. Yes. b. No.

IV. Selling Skills and Market knowledge

1. Do you know how much are your products sold in the Market?
 - a. Yes. b. No.
2. Did you know how much are your products sold in the Market before the support?
 - a. Yes. b. No.
3. Who do you sell to your products? (multiple answers allowed)
 - a. Middleman b. Domestic company c. International company e. Tourist f. local people
 - b. Market of city center e. local market f. local NGO g. international NGO
 - h. Others()
 - ※Organization name()
4. Who decide the price of your product? (Multiple answers allowed)
 - a. Yourself b. Middleman c. Domestic company d. International company
 - e. Tourist f. local people g. Market of city center h. local market
 - i. Local NGO j. international NGO k. Others ()
5. If you answered a (yourself), how do you decide the price of products?
 - a. Time of making b. Cost of making c. Quality d. Design e. Size of Product
 - f. Others()
6. Do you negotiate when you selling your products?
 - a. Yes. b. No.
7. If your answer is yes, what do you negotiate for?
 - a. Quantity of the order b. Price of products c. Deadline of the order
 - e. Others()

V. Working Conditions

1. How long do you work for producing RH on average?
(hours a day) × (days a week)
2. Does the working hour is changing everyday?
 - a. Yes. b. No.
3. How long was the longest working hours for producing RH in last one month?
(hours a day)
4. How long was the shortest working hours for producing RH in last one month?
(hours a day)
5. Where do you mainly producing RH after NGO support?
 - a. Own house b. Workshop in the village c. Workshop outside the village
 - d. Others()

6. Where did you mainly producing RH before NGO support?
 a. Own house b. Workshop in the village c. Workshop outside the village
 d. Others()
- 7.Can you decide your own production pace?
 a. Yes. b. No.
- 8.Which months do you produce RH?
 (1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12)
9. Which month is the busiest for producing RH?
 (1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12)
- 10.Which months do you work for farming?
 (1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12)
11. Which month is the busiest for farming?
 (1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12)
12. Which months do you work for another job?
 Your occupation()
 (1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12)
13. Which month is the busiest for another job?
 (1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12)
14. How do you get the raw materials?
 a. Buy b. Cut and carry by myself c. Growing d. Others()
- 15.If you answered a.buy, Who do you get raw materials from?
 a. Middleman b. Market c. Village head d. Farmer e. NGO f. Others()
- 16.How often do you get the raw materials?
 (times/month)(times/year)
- 17.How much do you spend for get raw rattans? (\$ /month)
 *includes costs for purchase, cutting and transportation.
18. If you answered b, on Question 14,
 a. Required hours for cutting rattan and carrying rattan: ()
 b. Required number of people for cutting and carrying rattan: ()
 c. Estimated distance to rattan bush: (km)
 e. Place for cutting raw rattan
 (province, commune, village)
19. Is the cost for RH is changed after the support?
 a. Increased b. Decreased c. Not changed too much
24. Are you satisfied with order quantity now?
Order quantity is too many Order quantity is too little Order quantity is just enough

25. Were you satisfied with order quantity before the support?

- Order quantity was too many Order quantity was too little
 Order quantity was just enough

VI. Income and Expenditure

1. Family Income structure

	Who?	occupation1	Average Monthly Income	occupation2	Average Monthly Income
EX)	I(interviewee)	Farmer	(50) <input type="checkbox"/> Riel / <input type="checkbox"/> USD	Rattan	(40) <input type="checkbox"/> Riel / <input type="checkbox"/> USD
1			() <input type="checkbox"/> Riel / <input type="checkbox"/> USD		() <input type="checkbox"/> Riel / <input type="checkbox"/> USD
2			() <input type="checkbox"/> Riel / <input type="checkbox"/> USD		() <input type="checkbox"/> Riel / <input type="checkbox"/> USD
3			() <input type="checkbox"/> Riel / <input type="checkbox"/> USD		() <input type="checkbox"/> Riel / <input type="checkbox"/> USD
4			() <input type="checkbox"/> Riel / <input type="checkbox"/> USD		() <input type="checkbox"/> Riel / <input type="checkbox"/> USD
5			() <input type="checkbox"/> Riel / <input type="checkbox"/> USD		() <input type="checkbox"/> Riel / <input type="checkbox"/> USD
6			() <input type="checkbox"/> Riel / <input type="checkbox"/> USD		() <input type="checkbox"/> Riel / <input type="checkbox"/> USD
7			() <input type="checkbox"/> Riel / <input type="checkbox"/> USD		() <input type="checkbox"/> Riel / <input type="checkbox"/> USD
Total Family Income			() <input type="checkbox"/> Riel / <input type="checkbox"/> USD		

2. Do you own a land for cultivation?

Own land(m²)

Rental land(m²) rental fee(Riel USD / per year)

3. How much is the total income from the farming?

(Riel USD / per year)

4. Is your income from farming changed compare to before support?

a. Increased b. Decreased c. Not changed too much

4. How much is the yearly income from farming?

(Riel USD / per year)

6. How much is the yearly income from the livestock?

(Riel USD / per year)

4. Is your income from livestock changed compare to before support?

a. Increased b. Decreased c. Not changed too much

7. Total Income from RH production (Riel USD / monthly)

8. What amount of income from RH do you need in one month?

(Riel USD / monthly)

9. What amount of family income do you think is enough for you to make living?

(Riel USD / month)

10. Are you satisfied with your family income now?

a. Yes b. No

11. Were you satisfied with your family income before the support?

a. Yes. b. No

12. Are you satisfied with your RH income now?

a. Yes b. No

13. Were you satisfied with your RH income before the support?

a. Yes. b. No

VII changes of living after NGO support

1. Are you satisfied with the prices of products now?

a. Yes. b. No.

2. Were you satisfied with the prices of products before the support?

a. Yes. b. No.

3. What kind of changes in your daily life happened after you get the support from NGO?

a. Your food consumption is changed (better/ worse)

b. Your house is changed (better/ worse)

c. Your clothes consumption is changed (better/ worse)

d. Your children's education is changed (better/ worse)

e. Your health care opportunity is changed (better/ worse)

f. Your other consumption is changed (better/ worse)

Ex)(bought a new motor bike, bought a TV.....)

g. Others()

4. Do you think the NGO support changed your living situation better?

a. Yes. b. No

5. Do you think the NGO support changed your working condition of RH production better?

a. Yes. b. No

6. Do you have any problem for producing RH?

a. Yes. b. No

7. If you answered yes, What kind of problems do you have?

()

8. Would you like to continue to take the support from NGO from now on too?

a. Yes. b. No

Why()

付録4 アレクスヴァイ村調査結果一覧

回答者の基本情報								NGO支援			
ID	ID	性別	年齢	婚姻状況	世帯人数	識字能力	就学経験	支援の有無	支援機関	支援内容	支援期間
A7	T1	女性	61歳	死別	3人	有	無	有(講師)	アダー	資材、道具の供給	2012-15年
A6	T2	女性	56歳	既婚	4人	無	無	有(講師)	アダー	資材、道具の供給	2013-14年
A1	S3	女性	55歳	死別	2人	有	無	有	アダー	トレーニング、資材、道具の提供	不明
A10	S4	女性	30歳	既婚	4人	無	無	有	アダー	トレーニング、資材、道具の提供	不明
A3	S5	女性	42歳	既婚	4人	無	無	有	アダー	トレーニング、資材、道具の提供	不明
A5	S6	女性	35歳	既婚	5人	有	小学校	有	米国の企業	トレーニングの提供	不明
A9	S7	女性	48歳	死別	9人	有	小学校	有	米国の企業	トレーニングの提供	不明
A8	NS8	女性	75歳	死別	9人	無	無	無			
A2	NS9	女性	53歳	死別	4人	無	無	無			
A4	NS10	女性	48歳	既婚	5人	無	無	無			

スキルと経験								サポートによる変化						
ID	生産開始年齢	生産可能な種類数	最も安い商品の価格(米ドル)	その種類	作成時間	最も高い商品の価格(米ドル)	その種類	作成時間	サポート前生産可能な種類数	その種類	サポート前最安商品の価格(米ドル)	サポート前最高商品の価格(米ドル)	サポート後の価格変化	サポート後の生産スピード
T1	幼少時	すべて	5	トレー	1日	50	5連バスケット	2-3日	すべて	すべて	5	50	変わらない	変わらない
T2	12歳	すべて	5	3連かご	1日	46	5連バスケット	10日	すべて	すべて	5	46	変わらない	変わらない
S3	幼少時	すべて	5	バスケット	不明	30	5連バスケット	5日	2	バスケット	0.25	0.25	上昇した	変わらない
S4	幼少時	すべて	1.25	フードカバー小	半日	5	フードカバー	1日	1	バスケット	0.5	1	上昇した	変わらない
S5	18歳	5	1.25	洗濯かご	1日	6	フードカバー	1日	1	トレー	0.25-0.5	1.25ドル	上昇した	変わらない
S6	15歳	3	現在は原材料の加工のみ行い、一日600本加工。1000本が5ドルで買い取りされる。						1	バスケット	2.5		*現在は加工作業だけを請け負っている	
S7	12歳	すべて	1.125	フードカバー小	不明	5	フードカバー	半日	すべて	すべて	不明	不明	上昇した	変わらない
NS8	幼少時	4	1	バスケット	3日	1	バスケット	3日						
NS9	19歳	すべて	5	3連かご	1日	30	5連バスケット	1週間						
NS10	15歳	すべて	1	バスケット小	3個/1日	35	5連バスケット	1週間						

販売スキル				労働状況					
ID	市場の価格を知っているか	誰に売っているか	価格の決定権	価格交渉はするか	労働時間	どこで生産しているか	生産ベースは自分で決定できるか	RH生産月	農業の月
T1	知らない	仲介人、アメリカの企業	仲介人	しない	変化しない	自宅	できる	1-7、11、12	8-10
T2	知らない	仲介人、アメリカの企業	仲介人	しない	変化する	自宅	できる	1-7	8-12
S3	知らない	仲介人、アメリカの企業	仲介人	しない	変化する	自宅	できない	すべて	8-10
S4	知らない	仲介人	仲介人	しない	変化する	自宅	できない	すべて	8-10
S5	知らない	仲介人	仲介人	しない	変化しない	自宅	できない	すべて	3月以外
S6	知らない	仲介人、アメリカの企業	仲介人	しない	変化する	自宅	できない	すべて	8-10
S7	知らない	仲介人、アメリカの企業	仲介人	しない	変化する	自宅	できない	1-7、11、12	8-10
NS8	知らない	仲介人	仲介人	しない	変化する	自宅	できない	すべて	なし
NS9	知らない	仲介人	仲介人	しない	変化する	自宅	できない	すべて	8-10
NS10	知らない	仲介人	仲介人	しない	変化する	自宅	できない(育児)	1-7、11、12	8-10

生産状況							所得状況							
ID	原材料を調達する人	調達場所	調達頻度	調達費用(米ドル)	調達時間	注文数に満足しているか	以前注文数に満足していたか	世帯所得平均	RH以外の所得源	世帯人数	農業収入	家畜の有無	世帯所得に満足しているか	RH所得に満足しているか
T1	子	コンボントム州	不定期	3	18時間	満足している		150	無	3人	無	有(自家消費)	していない	していない
T2	生産者	コンボントム州	雨季の前に4回	3	18時間	満足している	していた	270	建設業、病院	4人	無	有(農作業用)	していない	していない
S3	生産者	コンボントム州	週に1-2回	3	18時間	満足している	していない	100	無	2人	無	有(自家消費)	していない	していない
S4	生産者	コンボントム州、村内	不定期	3	18時間	少ない	していない	150	清掃業	4人	無	無	していない	していない
S5	生産者	村内	毎日	0	0	満足している	していない	190	車の修理	4人	無	無	していない	していない
S6	企業が提供	不明		0	0	満足している		230	建設業	5人	無	有(自家消費)	していない	していない
S7	生産者	村内	不定期	0	0	少ない		40	無	9人	無	無	していない	していない
NS8	子	村内	不定期	0	0	少ない	していた	40	無	9人	無	無	していない	していない
NS9	生産者	コンボントム州	週に1回	3	18時間	少ない		330	運転手、地域保護	4人	無	無	していない	していない
NS10	生産者	コンボントム州	週に1回	3	18時間	満足している		200	建設業	5人	無	有(自家消費)	している	している

付録5 シェムリアップ州ラタン手工芸品産業に関する写真資料

写真1 製作風景



写真2 原材料ラタンの加工



写真3 原材料ラタンの保管



写真4 ラタン手工芸品の例



写真5 ブラユース村での商品開発風景



写真6 フランジパニラタン改良後の商品



付録6 主な貧困指標の定義と算出方法

1. 貧困ギャップの定義及び算出方法

貧困ギャップは貧困層の所得、消費が貧困線から不足している比率を示し、貧困の深刻さを見るための指標である。貧困ライン未満の人々の平均所得が、貧困ラインを何パーセント下回っているかを示し、極度の貧困状態にある人々への救済をするための政策に有用である。貧困ギャップ比率は以下のように計算される。

$$\frac{\sum(\text{貧困ライン} - \text{貧困層の消費額})}{\text{全人口数} \times \text{貧困ライン消費額}}$$

貧困ギャップ率では、貧困者の消費水準が低下すれば、貧困指標が増加するため、貧困層の生活水準の変化が貧困指標の増減によって現れる。

2. 多次元貧困指数(Multidimensional Poverty Index : MPI)の定義及び算出方法

多次元貧困指数とは、人間開発報告書 2010 以来、それまで採用されていた人間貧困指数(Human Poverty Index:HPDI)に代わるものとして、提示されてきた指標である。国連開発計画(2011)によると、『社会で最も恵まれない人々がさまざまな種類の貧困に苦しめられている実態を浮き彫りにするために導入された新しい指標である。MPI は、人が同時にいくつの種類の貧困に直面しているかを明らかにすることにより、多次元貧困の発生率とその強度の両方を映し出す。貧困状態で生きている人々の実態の全体像を描き出すために活用することができ、国家間や地域間、国内の民族間、都市・農村間、さらには、そのほかの主要な世帯やコミュニティの分類カテゴリー間の比較も行うことができる。MPI は、最近の理論とデータの進歩を土台に、この種のグローバルな指標としてはじめて考案されたものであり、所得をもつぱらの基準とする貧困の指標を補完する貴重な指標と言える。』MPI は保健、教育、所得という HDI の 3 つの要素を基礎とし、それがどの程度重なり合っているかを表すことで、世帯毎に多次元貧困状態にあるか否かを測定する。その算出によって、多次元貧困状態にある人の割合と多次元貧困状態にある世帯の剥奪強度、つまりは深刻さを表しているのである。MPI 値は、複数の貧困形態に関する情報を集約した値であり、貧困率と貧困の平均強度を掛け合わせた値である。算出方法は以下の通りである。

算出方法 (UNDP、2011、204 頁。) テクニカルノートより抜粋。

対象とする個人の各々について、その世帯の欠乏の状態を 10 の構成指標毎にスケール評価する。スケールは 100%を最大値とし、各々の次元は同等の重み付けをされる。(したがって各次元の最大値は 33.3%となる。) 教育と保健は、それぞれ 2 つの指標があるので、各指標の重みは 5/3(16.7%)となる。生活水準には 6 つの指標があり、各指標の重みは 5/9(5.6%)となる。

判別基準は以下の通り。

- ・教育：家族の中に、5 年の学校教育を終了したものがいないこと、学校に通っていない学齢児童(8 年生まで)が少なくとも 1 人いる。
- ・保健：少なくとも家族の一人が栄養失調で、1 人以上の子供が死んでいる。
- ・生活水準：電気がないこと、安全な飲み水へのアクセスがないこと、十分な衛生設備がないこと、「不潔」な炊事用燃料(家畜糞、薪、炭)を使っていること、土間の家に住んでいること、乗用車やトラックなどの自動車を持たず、かつ自転車、オートバイ、ラジオ、冷蔵庫、電話、テレビといった資産のうち 1 つしか所有していない。多次元貧困を見分けるために、各世帯の貧困指標の合計から世帯欠乏度 c が算出される。貧困と非貧困を識別する基準点は 33.3%、すなわち加重指標の 1/3 である。 c が 33.3%以上の世帯(その中のすべての人)が多重貧困となる。また、 c が 20%かそれ以上 33.3%以下にある世帯は、多次元貧困の危機に直面していることになる。さらに貧困指標が 50%以上ならば、それ

は厳しい多次元貧困の危機に直面していることになる。

MPI は 2 つの指標から導き出される。多次元貧困人口比率と貧困の強さ(あるいは範囲)である。多次元貧困人口比率 H は、多次元貧困にある人々が人口全体に占める割合である。

$$H = \frac{q}{n}$$

q は多次元貧困にある人々の数、 n は総人口である。

貧困の強度 A は、重み付けされた構成指標 d の割合、すなわち貧しい人々が直面している欠乏の平均値である。貧困世帯のみを対象に貧困指標の合計を算出し、それを指標の総数と貧困人口の総数で割る。

$$A = \frac{\sum_1^q C}{q}$$

c は貧しい人々が直面している貧困指標

仮想データを用いた事例

指数	世帯				加重
	1	2	3	4	
世帯規模	4	7	5	4	
教育					
誰も5年の就学を達成していない	0	1	0	1	5/3あるいは16.7%
少なくとも1人就学年齢に達した子供が学校に在籍していない	0	1	0	0	5/3あるいは16.7%
保健					
世帯の一人以上栄養失調である	0	0	1	0	5/3あるいは16.7%
1人以上の子供が死亡	1	1	0	1	5/3あるいは16.7%
生活水準					
電気がない	0	1	1	1	5/9あるいは5.6%
正常な飲料水がない	0	0	1	0	5/9あるいは5.6%
衛生設備が十分でない	0	1	1	0	5/9あるいは5.6%
床は土間	0	0	0	0	5/9あるいは5.6%
火事に「低質燃料」(糞、薪、木炭)	1	1	1	1	5/9あるいは5.6%
家庭には自動車はなく、多くとも1台の自転車、バイク、ラジオ、冷蔵庫、電話、テレビがある	0	1	0	1	5/9あるいは5.6%
結果					
世帯貧困スコアは c (各貧困の総計は加重値で割った)	22.2%	72.2%	38.9%	50.0%	
世帯は貧乏か ($c > 33.3\%$)	いいえ	はい	はい	はい	

世帯 1 における貧困の重みづけされた総数は

$$\left[1 \cdot \frac{5}{3}\right] + \left[1 \cdot \frac{5}{9}\right] = 2.22$$

これは、剥奪指数 $2.22/10=0.222$ あるいは、22.2%と同じである。

$$\text{人口比率}(H) = \left[\frac{7+5+4}{4+7+5+4} \right] = 0.800$$

(全体の80%の人々が貧困世帯に暮らしている)

$$\text{貧困の強度}(A) = \frac{(7.22/10 \cdot 7) + (3.89/10 \cdot 5) + (5.00/10 \cdot 4)}{(7+5+4)} = 0.5625$$

(平均的な貧困者は、加重指数の56%を奪われている)

$$\text{MPI} = H \cdot A = 0.450$$