

派遣国	フィリピン	派遣都市	ヌエバ・ビスカヤ
出国年月日	2019年8月6日	帰国年月日	2019年8月20日
法政大学との共催団体名（受入団体名）	GLMi		
主な活動内容	ルソン島北部の農民の収入向上を目指す事業でのインターンシップ		

(1) 課題設定【出発前】

フィリピンでの国際協力プロジェクトにおけるコミュニケーションを学ぶ

貧富の差が大きく、日本と環境がまったく異なるフィリピンの農村部において、どのような絆が人々を繋いでいるのかを知りたいと考えました。そこで、受け入れ団体である GLMi が以前に取り組まれた、山間部の農村の収入の向上を目的とした、有機野菜・果物のブランディングと販売を行う SHILFOR 事業に注目しました。この事業は日本人スタッフが引き上げた後、ビスカヤ・フレッシュとして現地スタッフのみで運営されており、現在どのように運営されているのか、またそこではどのような人の繋がりによってビジネスが行われているのかという事について調べたいと思います。

さらに、より具体的には事業における以下の点を調べようと思います。

1. ビスカヤ・フレッシュのスタッフ間でのコミュニケーション
2. スタッフと農民の間のコミュニケーション
3. 農民間のコミュニケーション

これらの違いを比較し、協力関係の特徴を捉えたいと考えます。

そして調査した内容を最終日に行う発表にまとめ、現地の方が気づかないような視点で彼らの協力関係を整理し、可能であれば新たな提案に繋げる事ができればよいと考えます。

(2) 事前調査活動内容【出発前】

- フィリピンの特徴
- ✓ 国土面積：299,404 平方キロメートル（日本の約 8 割）、7,109 の島々があります。
- ✓ 人口：約 1 億 98 万人（2015 年フィリピン国勢調査）
- ✓ 首都：マニラ（首都圏人口約 1,288 万人/2015 年フィリピン国勢調査）
- ✓ 民族：マレー系が主体。ほかに中国系、スペイン系及び混血、並びに少数民族がいます。
- ✓ 言語：国語はフィリピン語、公用語はフィリピン語及び英語。80 前後の言語があります。
- ✓ 宗教：ASEAN 唯一のキリスト教国。国民の 83% がカトリック、その他のキリスト教が 10%。イスラム教は 5%（ミンダナオではイスラム教徒が人口の 2 割以上）。
- ✓ 平均寿命：男性 65.0 歳、女性 71.9 歳（フィリピン国家統計局）
- ✓ 識字率：96.6%（世界銀行 2015 年）
- ✓ 内政：2016 年 6 月にドゥテルテ政権が発足。違法薬物・犯罪・汚職への対策、ミンダナオ和平を重要課題に掲げています。また、連邦制導入のための憲法改正を目指しています。
- ✓ 主要産業：農林水産業（全就業人口の 22% が従事）（2019 年 1 月）近年、コールセンター事業等ビジネス・プロセス・アウトソーシング（BPO）産業を含めたサービス業が大きく成長（全就業人口の約 58% が従事）（2019 年 1 月）
- ✓ 所得格差：フィリピン経済の特徴として長く指摘されるのが、貧困層の多さと所得格差です。1999 年から 2015 年の約 15 年間の貧困率の推移を他の東南アジア諸国と比べると、インドネシアは約 40% から約 5% に減少、ベトナムは約 40% から約 3% に減少し、大幅な貧困率の減少が見られる。対してフィリピンは約 15% から約 9% と貧困率の改善が遅いことがわかります。
- GLMi（受け入れ先の団体）のこれまで行ったプロジェクトとその成果

1. SILFOR(ヌエバ・ビスカヤ州における有機・減農薬農産物の生産を通じた貧困農民の生計向上支援プロジェクト)

(1) インフラ整備

本事業と政府農業省の協力によって、合計 50 戸の世帯にビニールハウスが設置されました。この際、長く大切に使用してもらいたいという願いからハウスの設置に関して建設方法を指導した後に、受益農民自身に設置をお願いしました。また、事業対象地である 4 町 4 村に灌漑施設が建設されました。これによる裨益者数は実に 240 世帯、灌漑総面積は計 245 ヘクタール(東京ドーム 52 個分)にのぼり、多くの農民が農業用水へのアクセスを得ました。このほかにも、64 世帯の先進農家に高付加価値野菜の種子や農機具等(有機肥料や有機農薬製造・噴霧のための機具や有機野菜専用の容器等)が配布され、有機農法の実施に役立てられました。

(2) 販売ルートの確保とブランド化

イベントでの販売は計 27 回を数え、この指針を達成しました。また、2 年次 3 月からはヌエバ・ビスカヤ州内で週 6 回にのぼる販売を開始。加えて州外にも販路を見出しました。さらに、戸別に行う宅配は半年近く実施しましたが、手間とコストがかかる割に、大量に農産物を掃くことができないことが明らかになったため、都市部での販売に専念することとしました。こうして、ヌエバ・ビスカヤ州産の有機栽培野菜の販売を行うビジネス“ビスカヤ・フレッシュ”が産声をあげ、仲介業者に安く買いたたかれることなく、有機栽培された野菜の価値を生産者に継続的に還元することが可能となりました。

(3) 確かな増収

2012 年の事業開始から継続して本事業に参加しデータを提供していた 24 名の農家では、事業開始前後において、農業純収入が 1.8 倍に、また平米あたりの収入が約 2 倍に増加しました。これを達成することができた原因としては、綿密な市場調査により、有機野菜に興味をもつ富裕層への農産物の販売が可能になったことが考えられます。

(4) 制度化・継続性

ビスカヤ・フレッシュの成功のもう一つのカギとして、有機野菜の独自の認証制度を確立したということがあげられます。この認証制度は、州政府農業課などの関連機関と良好な関係が保たれていることによって、正しく機能するようになっていました。また、対象の 4 つの町それぞれにおいては、有機農業振興に必要な研修費用と活動が年間活動計画に組み込まれ、予算化されているため、研修やイベントにおける協力、連携はスムーズに行われるようになりました。

(5) プロジェクト目標達成度

2015 年 3 月時点で、事業は当初の事業目的を達成しました。事業の対象地域と裨益者数は、当初目標の 4 町 8 村の 100 名を大きく超えて 11 村 149 名に達し、農民は有機農法技術や農業省の有機認証基準についての知識・技術を習得し、農産物の生産量と品質を向上させました。また、有機・減農薬農業技術研修を受けた同 149 名のうち 78 名は、有機・減農薬農法に切り替え、内 59 名は有機認証を取得し、地域においてリーダー的な存在となりました。今後も有機野菜という採算性と収益性の高い商品の販売が、その生産の当事者によって運営されることにより、継続的に農家に利益が還元される仕組みが続いていくと考えられます。

2. ARMLLED プロジェクト(ヌエバ・ビスカヤ州における小規模稲作農家のための農機レンタル事業のプロジェクト)

(1) 農機の普及

6 年間の事業においてのべ 342 名、農耕地にして 255 ヘクタール分の小規模農民が四輪トラクターへのアクセスを得ました。これにより、長引く水不足によって荒れ果て、有効活用できていなかった農地の田起こしが可能となりました。この他にも、129 名(87 ヘクタール)の農民が耕運機の利用が可能になり、212 名(174 ヘクタール)の農民がコンバイン・ハーベスターへのアクセスが可能になりました。結果として、かつては水牛による耕作や手狩りによる収穫を行っていた農民の時間的、経済的な負担が軽減されました。

(2) 使い続けるための取り組み

延べ 40 名のオペレーターが、2 回の農機操作・保守管理研修、1 回のコミュニケーションチームワーク研修に参加しました。農機操作の研修では、誤操作による重大な事故が発生する恐れのある大型で馬力の大きな機械の操作における、安全に対する意識と知識を高める内容を含んでいます。また、従来よりも複雑

になった昨今の農耕機械のメンテナンス方法も丁寧にフォローアップすることにより、安全で効率のよい農耕機レンタルサービスの質を保っています。また 29 名のオペレーターは、本事業により雇用されており、周辺の最低賃金の 114% 程度の給与で追加的な収入を得ることが可能となりました。

(3) 借金からの開放

本事業の対象地域の小規模農民は、本事業の開始前には最大で月利 15% の高い利子で農業に必要なお金を借りていました。これに対して、本事業においては、月利 2% の回収手数料で低利ローンを提供したため、小規模農民はローン返済にかかる費用を従来の 47~8% と、大幅に削減することができました。本事業 6 年次において、延べ 132 名にこの低利ローンが提供されており、合計で約 1110 万円が貸付けられました。回収率は 90% で、12 件の農家は収穫量が少なかったために期日までに支払いを済ませることができないという事例も発生しました。これらの農家には、マーケティング担当が毎週の栽培状況のモニタリングに向かい、回収に取り組みました。

(4) 関係機関との連携

本事業パヨンボン町の認定 NGO となりました。これにより、町の農業課が実施する既存プログラムとの連携や、農民支援に対する取り組みの提案等、町役場と綿密なコミュニケーションを取り行う活動が可能となりました。また、予算編成において、稲作農民への技術研修を予算および活動計画に盛り込むことを提言しました。

(5) プロジェクト目標達成度

最終年次である 6 年次は、新たに四輪トラクター 1 台を購入し、レンタル事業を拡大、対象 17 村・延べ人数 802 名の農民にサービスを提供しました。その他には、農機オペレーターや ARMLED スタッフの能力強化研修に注力し、プロジェクト終了後も持続的に自立して運営できる組織体制を整えました。本事業で実施した農機レンタル及びその他サービスは、対象地域における小規模稲作農民の生産コスト削減並びに小規模農民の収入向上に一定程度貢献したと考えられます。

<参考文献>

経済産業省 HP 『医療国際展開カントリーレポート/フィリピン編』

https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/healthcare/iryou/downloadfiles/pdf/countryreport_Philippines.pdf

外務省 HP 『フィリピン共和国 Republic of the Philippines』

<https://www.mofa.go.jp/mofaj/area/philippines/index.html>

外務省 HP 『国際協力/政府開発援助 ODA ホームページ/年度別交換公文データ』

https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/data/zyoukyou/ngo_m/e_asia/philippines/140207.html

GLM institute HP 『フィリピンプロジェクト/ARMLED/2018 年終了』

<https://www.glminstitute.org/about/overseas/philippines-armled/>

(3) 現地における活動内容 【活動中】

✓ ビスカヤ・フレッシュでのインターンシップ

活動内容は予め内容が明確に決められていたわけではなく、スタッフと話し合いながら自分のできる仕事を見つけ、自発的に行動しました。例を上げると、自分の Photoshop による画像編集スキルを活かして、販売する野菜・果物の値札および道路沿いに新たに設置する看板のデザインの作成をしました。また、事務所の裏に新たに試験農園を立ち上げることになり、耕作、植え付け作業を行いました。



試験農園の立ち上げ

✓ **野菜の調達および小規模耕作農民へのインタビュー**

ビスカヤ・フレッシュのスタッフと一緒にトラックで農家を訪れ、販売する野菜の調達（プロキュアメント）を行いました。

✓ **野菜のパッキング作業、朝市での販売**

調達した野菜を事務所に併設されたガレージで検品・袋詰を行いました。その後、車で8時間離れたマニラの朝市の会場へ野菜を運び、実際に販売しました。

✓ **稲作農民へのインタビュー、農機の運転体験**

農機レンタルを行っている ARMLLED 事業のスタッフ、及び利用者の農民へのインタビューを行いました。また、貸し出されている農機の運転の体験を行いました。

マニラでの朝市の様子



✓ **パヤタス地区の見学およびその周辺の住人へのインタビュー**

マニラのパヤタス地区にある廃棄物の集積場を訪れ、その周辺でゴミから金銭に交換できるものを拾って暮らす人々のお宅に伺い、意見を伺いました。

パヤタスにそびえるゴミ山



✓ **ODA で作られた施設の見学、小学校への訪問**

受け入れ団体である GLMi が以前に手掛けた、ヌエバ・ビスカヤ地区の橋の整備事業の跡地、および灌漑施設を視察しました。また、近くのパイタン村の小学校へおもむき、現地の小学生との交流を行いました。



パイタン小学校での交流

✓ **在フィリピン日本大使館への訪問と政府の方への質疑応答**

マニラにある在フィリピン大使館で駐在している大使館員の方にお会いしました。フィリピンと日本との二国間の関係性について、大使館員としての立場からご意見をいただきました。

(4) 振り返りおよび事後研究【帰国後】

フィリピンで実際に活動している現地のソーシャルビジネスに参加し、設定した「現地でのコミュニケーションを学ぶ」というテーマを実施している現場で身を持って体験することができました。特にインターンシップとして参加させていただいた、ビスカヤ・フレッシュについて1スタッフ間、2スタッフと農民の間、3農民同士という3つの切り口から、コミュニケーションに関して考察しました。

1. スタッフ同士のコミュニケーション

フィリピン人スタッフの特性として、日本人と同じく初対面ではシャイな方が多かったです。対して時間がたって距離が縮まると大いに世間話をし、時に突然歌いだすなど陽気な人が多い印象をうけました。しかし、仕事に関しては自分の希望や他人に対しての要求を積極的に行う方が少ない気がしました。スタッフの間で週の目標のみがミーティングで共有されており、その目標達成各自で動くといった様子でした。

そのため、私も始めは「なにか仕事がありますか?」といった質問をして仕事をもらっていましたが、彼らの流儀に合わせ、自分で仕事を見つけ、少しやってみてから「これでどうですか?」成果の確認をする自発的な行動を心掛けました。例をあげるとある日、待ち合わせにボスが遅れており空き時間ができたので、その間に折れていたホワイトボードの足の修理作業を行いました。すると、ボスは到着してから大いに喜び、かつその後のミーティングで利用にホワイトボードを円滑に利用することができ、感謝の言葉をいただきました。メンバーの間で仕事に関しては多くは語らぬ根底に、信頼と共有意識があったように感じました。

2. 農民とスタッフの繋がり

次に農民とスタッフの間に起こるコミュニケーションですが、この説明のためにはまず、ビスカヤ・フレッシュの作物の調達の仕事組を大まかに説明する必要があります。ビスカヤ・フレッシュのビジネスにおいては、山間部の農民に対して各々に3種類の有機野菜・果物の栽培を奨励し、市場の需要に合わせて彼らに必要な収穫量のオーダーを電話で伝え、それを買い取りに行くという調達方法をとっていました。このビジネスモデルは対象農民と同じく山間部の農家出身であるボスの状況把握と、野菜の品質と有機栽培の方法に関して農家に対するフィードバックによって支えられていると感じました。

では、どのように各農家の3種類の担当野菜を決めているのでしょうか。これは、大学で農業を専攻されていたスタッフの方々の栽培適正の判断に基づいているということでした。たとえば、標高の高いところでは、ニンジン、キャベツ、ブロッコリーなどの野菜の栽培が適しており、低地ではよく育つナス、オクラなどの有機栽培を推奨しているそうです。また、1種類の作物に関しても、畑の標高が野菜・果物の品質に影響するようです。例としてビスカヤ州で作られるサツマ（緑色のミカン）の味は標高が高くなると酸味が増し、低くなると甘くなる傾向があるということです。そしてこのような植物の特性をスタッフが細かく把握し、その情報を農民に対してビジネスという枠を越えて教えていると事がわかりました。



視察に訪れた高地の有機農園



同行した野菜の調達の様子

また、調達の際、スタッフの時に厳しい判断と適切なフィードバックもビジネスを成り立たせるために重要な点であると考えます。例をあげると、マニラの朝市向けの調達に同行した際、ビスカヤ・フレッシュのスタッフはサツマ（緑色のミカン）の買取りを断りました。なぜなら、農家の運び入れたサツマの味の品質がマニラの高い要求レベルを満たしていないと判断したからです。もし、その低品質のサツマをマニラまでは運ばば、輸送費などが無駄になるだけでなく、仕入れのコストがそのまま事業の損失となってしまいます。このように農民の利益に主眼を置いたソーシャルビジネスではありますが、時に厳しい判断を下すことで、事業が利益を生み出す力を保ち続けていると私は考えました。

また、農民とスタッフの関係を示す印象的な事業がインタビューの際にありました。パンガワンと呼ばれる山間部でインタビューをした際に私は、「rely on」という言葉を使ってビスカヤ・フレッシュを頼りにしているかを農民に質問しました。すると多くの農民は YES と答えたのに対して、数名の農民が以外にも NO と答えました。これについて詳しく話を聴いてみるとスタッフと農民の関係が浮き彫りになってきました。彼らがたとえばP10(フィリピン・ペソ)で販売した野菜がマーケットでP20で販売されていたとしても、それは輸送コストなどに加えて事業を保つために必要な資金であることを納得していると言いました。しかし、そのコストを農民の野菜の販売から捻出するということはビスカヤ・フレッシュの事業も農民を rely on している、つまり一方的に農民が事業を頼っているわけではなく GIVE AND TAKE の関係でなければならないと話していました。

また、農民の多くは有機栽培の開始によって、劇的に収入が改善したわけではないことを打ち明けてくれました。そのうえで顧客や自分の子供、そして自然に優しい、化学肥料を使わない安全な野菜を作っていることにプライドを持っていると話してくれました。このような強い思いは、ビスカヤ・フレッシュのスタッフが献身的にかつ、農民と共に事業をつくりあげてきた結果であると思います。

3. 農民同士のつながり

私達が調達に行った山間部で、農耕を行っている方々の間には「バヤニハン」と呼ばれる無償の協力の形態が根強く残っているということでした。このような風習がかつては低地に住んでいる人々の間にもありましたが、今では多くの地域でこの風習は廃れてしまっているようでした。対して山間部の生活においては、特に冠婚葬祭や台風などに災害がもたらされたときに、意識的に他者に対価を求めずに動くことがあるとのことでした。この意識的にお互いを手伝うという感覚が、先程の GIVE AND TAKE という言葉につながり、影でビスカヤ・フレッシュのビジネスを支えていると感じました。



農民へのインタビューの様子



インターンの終了証書を受け取る参加者

4. まとめ

最後に、インタビュー時間に余裕があった際に、私は農民に対して「逆に私に質問はありませんか」と尋ねてみました。すると多くの方が「どうしたら私は日本にいける？」と聞いてきました。この間に対して、すぐに彼らの収入を大幅に改善する方法を見つけることは困難なことであります。しかし、今回の2週間の経験で、ソーシャルビジネスがこの格差問題を緩やかに解消していく、重要な役割を担っているという事が分かりました。そして自分自身、今後どのような形で世界の社会問題の解決に貢献できるか、考え続けたいと思います。