

地域に「雇用」を生む仕組みを考える
—発展途上国における取り組みからの考察—

吉 川 翔 平

目次

はじめに

1. Ju-Ju とは
 - 1.1 サンボー・プレイ・クック遺跡とは
 - 1.2 Ju-Ju の活動理念/活動目的
 - 1.3 Ju-Ju 設立の経緯

2. サンボー村における Ju-Ju の取り組み
 - 2.1 小規模産業育成プロジェクトとは
 - 2.2 プロジェクト詳細
 - 2.2.1 SWA とのワークショップ
 - 2.2.2 遺跡の子供と SWH の看板作り
 - 2.3 プロジェクトを通して Ju-Ju が考えたこと/今後の課題
 - 2.3.1 人を育成すること
 - 2.3.2 組織を作ること
 - 2.3.3 販売活動の難しさ
 - 2.3.4 プロジェクトの小さな成果

3. 雇用創造の例—バングラディッシュのグラミン銀行—
 - 3.1 グラミンのソーシャル・ビジネス概要
 - 3.1.1 グラミン方式のソーシャル・ビジネス
 - 3.1.2 グラミン銀行
 - 3.1.3 グラミン銀行創設の経緯
 - 3.1.4 グラミン銀行の融資の仕組みと現状
 - 3.2 サンボー村の生活協同グループ
 - 3.2.1 サンボー村の集落グループ
 - 3.2.2 サンボー村の地域共同グループ
 - 3.3 グラミン銀行による携帯電話事業
 - 3.3.1 ヴィレッジ・フォン・レディ
 - 3.3.2 コミュニティ・インフォメーション・センター (CIS)
 - 3.4 サンボー村の SWA とヴィレッジ・フォン・レディ/サンボー村で GIK
 - 3.4.1 SWA⇄ヴィレッジ・フォン・レディ
 - 3.4.2 GIK⇄SWH

4. 観光開発の例ーフィリピン・イフガオの世界遺産「コルディリエラ棚田群」ー

4.1 フィリピン・イフガオとは

4.1.1 危機遺産「コルディリエラ棚田群」

4.2 棚田を守るには

4.2.1 現地大学生向けのスタディツアー

4.2.2 若者に民の知識を伝える

4.2.3 民の知識ツアー

4.2.4 コミュニティ・ラーニング・センター（もう一つの手法）

4.2.5 ラーニング・センターの現状と課題

4.2.6 行政とのコーディネート

4.2.7 ナイキの将来の展望

4.3 サンボー村で「民の知識ツアー」

4.3.1 ASCA ワークショップ実践例

5. 村人主体の観光開発

村人主体の観光開発が上質な「雇用」を生む

おわりに

参考文献

はじめに

きっかけは私が所属する学生団体でのボランティア活動である。カンボジアでボランティア活動を実施する際、私は現地のワールド・ビジョンの方にお世話になる。ワールド・ビジョンとは、人道支援や緊急援助、政策提言を世界中で行うNGO団体であるが、カンボジアでは主に、インフラ整備や就業支援に取り組んでいる。私はワールド・ビジョンと共に、カンボジアの「サンボー村」にて、村の女性を対象に就業支援活動に取り組んだ。（サンボー村に関しては本論の初めに詳しく述べる。）具体的には、観光地化が進むサンボー村のお土産産業を活性化させ、それを女性の働き口とするプロジェクトである。年に2回、2週間ずつ、という非常に短い期間ではあるが、協力させて頂いていた。

「村人による村のための産業活性化」これが、このプロジェクトの目標である。観光開発はしばしば外資の介入により進められていくものである。しかし、その観光開発を村人が主体的に進めることができれば、“村人のための”産業が活性化される。その結果、村に「雇用」が生まれるのだ。

カンボジアで深刻な問題とされる出稼ぎ問題。都市にはワーキングプアが溢れ返っている。これは、このワールド・ビジョンのように「地域雇用創造」に取り組み解決する他ない。様々な社会問題がそこには存在するため、地域での雇用政策は非常に難しいことではあるが、決して不可能なことではない。

本論文の構成について述べる。まず第1章で、私の所属団体である早稲田大学平山郁夫記念ボランティアセンター公認プロジェクト「Ju-Ju」での活動内容やJu-Juそのものについて説明する。続く第2章で、その活動から得た知識や考え、またそれを今後どのように生かすことができるのか述べる。第3章、4章では、「サンボー村の産業活性化/雇用政策」を多角的に検討するために、他の発展途上国での取り組みを例に挙げる。そして第5章で、サンボー村の「雇用」を守る仕組みを考察したい。

1. Ju-Ju とは

1.1 サンボー・プレイ・クック遺跡とは

早稲田大学平山郁夫記念ボランティアセンター公認プロジェクト「Ju-Ju」とは、2005年に設立された任意の学生団体である。主な活動地はカンボジアのコンポントム州に位置するサンボー・プレイ・クック遺跡周辺の村である。まずサンボー・プレイ・クック遺跡について説明する。

サンボー・プレイ・クック遺跡とは、19世紀末にその存在が発見され、7世紀に中国人によって真臘国と称されたカンボジアの首都イーシャナプラに比定される都市遺跡である。1998年に早稲田大学建築史研究室が調査に着手し、2001年より早稲田大学とカンボジア文

化芸術省との共同事業で、「サンボー・プレイ・クック保全事業」が開始された。¹遺跡のメンテナンス活動は進み、年々ここを訪れる観光客の数は増加している。

周辺に住む村人達は、農業を中心とした生活を毎日幸せそうに送っている。しかし、いまだ地下に埋もれている遺跡の範囲と村の範囲が重なってしまっていることから、将来的にどのように保全活動を行っていくべきか、問題視されている。つまり、今後村人たちが今までのように幸せな暮らしを送ることができるという保証は全くないのだ。

次に Ju-Ju がサンボー村で活動を行うにあたって、非常に重要なサンボー村の課題について述べる。主にサンボー・プレイ・クック遺跡の「観光開発」に伴うものである。サンボー・プレイ・クック遺跡の観光開発は近年急速に進んでいる。例えば、道路が舗装される、レストランやゲストハウス、駐車場の設計の準備がなされる、など。こうした観光産業により、サンボー村は豊かになりつつある。しかし、Ju-Ju は、単に経済的な利益を追求した「観光地」にサンボー村になってしまうことを大変危惧している。たとえ遺跡を資源として利益が生み出されたとしても、それは現地の人に還元されずに外資企業に搾取されてしまうかもしれない。また、観光客の増加によるゴミ問題や、物売りをする子供が増えて伝統的な生活様式が崩壊してしまうことにも注意の目を向けている。(現にサンボー・プレイ・クックでは、たくさんの子供たちがクロマーと呼ばれるカンボジアの伝統織物を観光客に販売している。)

サンボー村の理想形は、「現在の村の景観や生活を生かした地域発展」だと Ju-Ju は考えている。しかし、実際にサンボー・プレイ・クック遺跡周辺に住む村人に聞き取り調査をしてみると、「生活が苦しいので早く経済発展してお金を得たい」などといった切実な声をたくさん聞く。Ju-Ju の考える理想の観光地化は、結局、先進国の外国人から見た視点にすぎないのだろうか。サンボー村の活動を通して、村人にとっての「豊かさ」とは何なのか深く考えさせられてきた。

1.2 Ju-Ju の活動理念/活動目的

Ju-Ju は、「サンボー・プレイ・クック遺跡で村人主体の観光開発を実現すること」を最終目標として活動に取り組んでいる。これを達成するために、以下の4項目の実現を目指している。

1. 村人による自治組織の健全な運営の達成
2. 村の将来を担う人材の育成
3. 観光地化がもたらす利益取得手段の確立
4. 情報の集積と共有と発信²

Ju-Ju はこれら4項目を成し遂げるために、様々なプロジェクトを実施している。

¹ 『Ju-Ju 活動報告書・資料集』

² 『Ju-Ju 活動報告書・資料集』

1.3 Ju-Ju 設立の経緯

章の終りに、Ju-Ju 設立に至る流れを整理する。³

- ・1998 年 早稲田大学建築史研究室がサンボー・プレイ・クック遺跡群の調査を開始。
- ・2002 年 早稲田大学建築史研究室とカンボジア王国文化芸術省の共同プロジェクトとして「サンボー・プレイ・クック保全事業 (Sambor Prei Kuk Conservation Project)」発足。
- ・2003 年 早稲田大学平山郁夫記念ボランティアセンターオープン科目として「カンボジアの文化遺産の保全と村づくりへの国際協力実習」開始。
- ・2004 年 「カンボジアの文化遺産の保全と村づくりへの国際協力実習」の参加者が、サンボー・プレイ・クック遺跡群周辺にて活動を定期的に行いたいと考え、理工学部建築史研究室の中川教授に相談。当時設立 3 年目だったボランティアセンターの「公認プロジェクト制度」を勧められ、公認団体を設立するべく応募。
- ・2005 年 早稲田大学平山郁夫記念ボランティアセンター公認プロジェクト「Ju-Ju」、WAVOC の承認を受けて設立。団体設立後、初渡航が実施される。地元の高校を訪問し Ju-Ju と活動を共にする高校生有志団体の設立を提案。後の「ASCA」⁴である。渡航期間は年 2 回、どちらも 3 週間である

2. サンボー村における Ju-Ju の取り組み

1.2 で述べたように、Ju-Ju は「村人による自治組織の健全な運営の達成」「村の将来を担う人材の育成」「観光地化がもたらす利益取得手段の確立」「情報の集積と共有と発信」以上 4 項目の達成を目指した様々なプロジェクトをおこなっている。本章では、その内の 1 つである「雇用創造」に焦点をあてたプロジェクト「小規模産業育成プロジェクト」⁵について紹介したいと思う。

2.1 小規模産業育成プロジェクトとは

まず、本プロジェクトを実施するに至った背景を述べる。過去に Ju-Ju が実施したサンボー村での聞き取り調査により、①多くの村人は、今後より観光地化が進むならば、何か

³ 『Ju-Ju 活動報告書・資料集』

⁴ ASCA (アスカ) とは、地元高校生によるクラブである。サンボー・プレイ・クック遺跡の近くにある¥高校の有志の学生によって構成され、現地パートナーとして Ju-Ju と共に村人へのインタビューやワークショップ等の活動を行っている。ASCA の名称の由来は Association of Students for Communication and Advance の頭文字をとったものである。

⁵ はじめに、で述べたワールド・ビジョンとの合同プロジェクト

しらの商売をすることで観光地に関わっていきたいと考えていることが分かった。また、ワールド・ビジョンの活動内容を調査した際、②ワールド・ビジョンが村人にクロマー⁶の作り方を教えても、市場が近くにないため、クロマーを売ることができないという問題を抱えていることを知った。①②より、多くの村人が商売することで観光地に関わりたいと考えているにも関わらず、商売の経験を積むことは全くできないのでは、と考えた。これが「小規模産業育成プロジェクト」を実施した1つ目の理由である。

2つ目は、現在村で観光開発から利益を得ているのは極めて少数の人々だけである、という現実に対抗するためだ。多くの村人には村長などの地域リーダーから観光地化に関する展望を聞く機会がほとんどない。このままでは村人が観光開発とほとんど関われないまま、サンボー・プレイ・クック遺跡の観光地化ばかりが進んでしまう恐れがある。それはつまり、村人が商売という「雇用」を得ることができない、ということを意味する。⁷以上2つの理由がある。

次に、本プロジェクトの目的を述べる。目的は2つある。①地域の小規模産業を育成すること②地域住民が観光地から利益を得られるように組織化すること、である。①は小規模産業の担い手である「人」を対象にしており、②はその人たちの所属する「組織」を対象にしている。これらを同時に進めることで、「村人が観光産業に主体的に関わっていくこと」を目指した。

ここからはプロジェクトの詳細を述べていく。

Ju-Juが上記の2つの目的の達成を試みるにあたり、果たすことがマストである3つの課題をまずは箇条書きで記した。

1. スカーフ・ウィービング・ハウス (SWH⁸) とスカーフ・ウィービング・アソシエーション (SWA⁹) の改善策を提案すること
2. ワールド・ビジョンと新商品開発に関して戦略を立てること
3. 商品の品質向上に関して話し合うこと

2.2 プロジェクト詳細

⁶ カンボジアの伝統織物

⁷ この先ずっと農業を営むことができるという保証もないのは、サンボー・プレイ・クック遺跡の保全事業によって田畑が奪われてしまう可能性があるからである。

⁸ サンボー・プレイ・クック遺跡の敷地内にある建物である。ここではスカーフ・ウィービング・アソシエーション (SWA) のメンバーが作ったクロマーを販売している。店の営業はSWAのマーケティング担当者が交代で行っている。大きいクロマーを1枚 6000 リエル (1.5 米ドル相当) で、小さいクロマーを1枚 3500 リエル (0.8 米ドル相当) で販売している。

⁹ ワールド・ビジョンが若い女性の出稼ぎ問題を解決するために 2009 年に作った組織である。ワールド・ビジョンがクロマーの作り方を女性に教え、それを販売することで女性が収入を得て自立することを目的に作られた。メンバーは学校に行っていない (行けなかった) 女性や仕事を持っていない貧しい女性から選ばれている。

3つの課題について説明する。まず1、「カーフ・ウィービング・ハウス（SWH）の改善策を提案すること」に関して。クロマーが現地であり売れない原因は、市場が近くになりからだけではなく、SWH が効果的に機能していないからではないか、と考えた。SWH は、サンボー・プレイ・クック遺跡の敷地内実に目立たない場所にあり、看板もなく、売り子も常時いるわけではない。つまり、観光客にとっては何の建物なのかさっぱり分からない、という状況にあるのだ。「売れる仕組み」を作ることが今後の課題である、と考えているわけだ。

2. 「ワールド・ビジョンと新商品開発に関して戦略を立てること」に関して。新商品を開発する目的は、主に以下の2つである。①多様な商品の生産方法を SWA が知り、販売できる商品数を増やして利益を得るチャンスを広げる。②大量生産された陳腐な商品が出回り、サンボー地区の独自性が失われることを防ぐ。

3. 「商品の品質向上に関して話し合うこと」に関して。過去の調査で SWH のクロマーの品質は悪いものが多かったということが分かった。品質が悪くては商品が売れず、商品が売れなければ SWA メンバーの意欲も湧かない。この問題に関してワールド・ビジョンの方と対策を練る必要がある。

1～3 までの課題解決のため Ju-Ju は具体的にどのようなプロジェクトを、「人（村人）」や「組織（SWA、村全体）」を対象に、実行したのか。プロジェクトの目的と照らし合わせながら、実際に行われた2つのプロジェクトの詳細を述べる。

2.2.1 SWA とのワークショップ

本ワークショップの狙いは「①SWA メンバーの意識を高めるきっかけを作ること」と「②SWA 商品のロゴの提案すること」である。①に関して、前節でも述べたように、過去の調査で織傷が多い商品が多ということが分かった。このことから SWA メンバーの商品の生産意識は必ずしも高くはない、考えられる。今後観光地化が進んだとき、品質の良い商品を作れることが生活向上に繋がることを SWA メンバーに知って頂く。そんなワークショップを実施した。②に関して、SWA の独自のロゴを作ることの目的は、主に以下の2点である。

I. サンボー・プレイ・クック遺跡というサンボー地域の象徴的な存在をロゴにすることで、商品に付加価値をつける。II. 今後類似商品が溢れたときに、ロゴをつけることで SWA の商品の差別化を図る。

2.2.2 遺跡の子供と SWH の看板作り

SWH は、サンボー・プレイ・クック遺跡を初めて訪れた観光客にとって何の建物なのか分かりづらく、それが商品の売れない要因になっている。だから、少なくとも「SWH はクロマーを購入することができる店」ということが観光客に伝わるような看板が必要だと考え、遺跡の子供たちと共に看板を作成した。子供を看板作りに参加させた理由は、SWH を村人にとって親近感のある建物になってほしいと考えたからである。また、SWH で購入できるクロマーは SWA によって作られており、そのクロマーを買うことで、サンボー村の発展に繋がる、ということを観光客に伝える貼り紙・チラシを作製した。

調査以外に Ju-Ju がサンボー村で実施したプロジェクトは、大きく分けて以上2つであ

る。「村人が観光産業に主体的に関わっていくこと」を実現するためには、当然他にやるべきこと（特に利益を回す組織作りを目指すプロジェクト）がたくさんあるが、現状この2つに留まっている。「雇用創造」には到底至っていない。

2.3 プロジェクトを通して Ju-Ju が考えたこと/今後の課題

最後に、再度プロジェクトの目的を確認しながら、プロジェクトを通して Ju-Ju が考えたこと、また今後の課題などを述べたいと思う。

再度本プロジェクトの目的を確認する。「①地域の小規模産業を育成すること」と「②地域住民が観光地から利益を得られるように組織化すること」である。①は小規模産業の担い手である「人」を対象にしており、②はその人たちの所属する「組織」を対象にしている。

「人を育成すること」、「組織を作ること」、「クロマー販売の難しさ」という3つのタイトルで考えたこと、今後の Ju-Ju の課題をそれぞれまとめた。

2.3.1 人を育成すること

「人」を育成するプロジェクトを実施するにあたり、2つの目標があった。①商品の生産技術の向上②商売テクニックの向上である。繰り返しになるが、SWA メンバーの商品の生産意欲や販売意欲はそれほど高くない。だから、第一に必要なことは、彼女たちに品質の良い商品を作る意識や積極的に商品を売り込む意識を醸成していくことなのである。

生産技術向上のために Ju-Ju ができることは、SWA の商品を日本で販売することでメンバーの「生産意欲の向上」「商品の品質向上」「新商品の開発」を図ることではないか、と考える。商品が日本でも売れることを SWA メンバーに示し、商品の販売が収入の増加になることを実感できれば意欲の向上に繋がる。また、日本での売り上げ状況から商品の長所と短所を分析し、分析結果をワールド・ビジョンと SWA メンバーに伝えることでアレンジ商品の開発や商品の品質改良を今後図っていくこともできれば、上出来ではないか。

さらに、日本で得た利益や助成金を活用して、SWA のメンバーに様々な機会を与えてみてはどうだろうか。例えば、観光地のイメージや新しい商品のアイデアを得るために、シェムリアップ¹⁰の市場を訪問する研修旅行を企画したり、新しい商品の作製方法を学んでもらうために、講師を呼んだりすることなど考えられる。そのような機会の提供を通して「生産者の意欲の向上」「製品の品質向上」「新製品の開発」を達成していくことも可能である。

「日本での販売活動」を継続的に行いながら「機会の提供活動」を時期に応じて効果的に組み合わせることができれば、今後本プロジェクトの成果が出てくるはずである。

2.3.2 組織を作ること

「組織を作る」とは言っても、半年に1度しか現地に行かない Ju-Ju が新しい組織を作り、その組織をしっかりと運営できる状態にすることは極めて困難である。従って、いかにワールド・ビジョンと協力して SWA の土台を固め、発展させられるかが重要である。その

¹⁰ カンボジアの観光都市

ためには組織の問題発見・提案・解決能力の向上が必要である。これらの能力が SWA に備わって初めて「組織が作られた」状態だと言えるだろう。

組織作りで Ju-Ju ができることは、SWA メンバーの①問題意識を高めること②問題提案力を高めること③問題解決力を高めることである。これらは主に 2.2.1 で述べたワークショップにより達成を試みたものである。

①に関して、「なぜ SWH ではあまり商品が売れないのか」「観光地で売れる商品を作るにはどうしたら良いか」といったこと主体的に考えてもらう機会を作ることによって実現が可能ではないか。その際にただ主体的に考えてもらうだけでなく、「SWA (内部) の視点」と「Ju-Ju (外部) の視点」をすり合わせることで多角的な視点を持つことができ、より高い問題意識が備わると考える。

②に関して、SWA で意見交換をする機会が必要である。そのような過程により、日頃からメンバー間で最良の答を模索する基礎ができる。

③に関して、SWA メンバーの提案を実行に移してもらい、実施内容が妥当であったか評価し、フィードバックする必要がある。特に③は長期間を要するので、ワールド・ビジョンによるチェックが不可欠である。

この①～③を Ju-Ju が渡航する半年ごとに繰り返すことで、組織力が徐々に高まっていくのではないかと考える。

2.3.3 販売活動の難しさ

今後はカンボジア国内での販売をメインに考えていかなければならないだろう。言うまでもなく、最終的なゴールは日本で商品が売れるようすることではなく、観光地化したサンボー村で商品が売れるようになることだ。加えて、あまりに日本での販売規模が大きくなり過ぎると、SWA の Ju-Ju に対する依存体制ができ上がる恐れがある、というのもカンボジア国内での売上げ向上を目指す理由である。あくまで「SWA メンバーの生産意欲を向上させる」という目的で、日本でのクロマー販売を実行しなくてはならない。

また、SWA メンバー自身が商品の売り込みを行う経験も必要である。Ju-Ju が仲介せず SWA メンバーが売り込みを行うことで、より直接的に自分たちの商品の長所や短所を知ることができるし、自分たち自身で生産から販売までの経路を確保することができる。

2.3.4 プロジェクトの小さな成果

章の終りに、本プロジェクト成果を紹介したい。一つはいままで2種類しかなかったクロマーが3種類になっていたこと。もう一つは SWA メンバーの1人がクロマーのアレンジ商品としてクロマー服を作ってくれたことである。これらは小さい成果かもしれないが、こういった SWA メンバーの意欲や技術を見つけ、展開させていくことが Ju-Ju にできる最も大きな貢献の1つではないだろうか。得るべき観光開発の利益を村人が得られる環境を作り出すために、そこから「雇用」を生み出すために、Ju-Ju が担える役割は決して小さなものではないのである。

3. 雇用創造の例—バングラディッシュのグラミン銀行—

3章と4章では、「サンボー村の雇用を守る仕組み」を考えるにあたって、参考にすべき発展途上国の開発例を挙げていく。

本章では、マイクロクレジットの祖であるバングラディッシュのグラミン銀行を例に挙げる。サンボー村のSWAを存続させ、女性たちの「雇用」を生みだすためのヒントがそこにはある。

3.1 グラミンのソーシャル・ビジネス概要

マイクロクレジットについて紹介する前にまずマイクロクレジットの大本である「ソーシャル・ビジネス」の概要を整理する必要がある。

ソーシャル・ビジネスとは、社会的な課題をビジネスの手法により解決に導く事業のことである。ソーシャル・ビジネスはあくまでビジネスの一つの手法と言えるが、その目的は「社会的な課題の解決」であり、利益の追求を最優先に設定することはない。そこでの社会的な課題とは、貧困削減は栄養状態の改善、保健医療、女性のエンパワメント、子育て、障害者、コミュニティ開発、エネルギー、水、環境など多岐にわたる。これらは政府や公的機関が税金を使い政策的に対策を講じてきた分野である。しかし、政府を通じた対策のみでは多様な社会ニーズを満たすことが難しく、また場合によっては政府の活動が著しく非効率で、対策のスピードが遅すぎる場合がある。政府の取り組みが不十分な分野では、NPOやNGOの出番となる。広義のNPOにはボランティア団体も含まれ、その活動は寄付金に頼って遂行される場合もある。しかし事業資金を寄付やチャリティーに頼っていては、社会的な課題への対応を自律的かつ継続的におこなうことができない。そこで、社会的課題の解決を目的としながらも、収益事業を展開することで継続的な活動をおこなうソーシャル・ビジネスが求められるのである。ソーシャル・ビジネスの定義は、「開発途上国の貧困層および社会や開発プロセスから除外されている状態にある人々が抱えるさまざまな課題に改善をもたらしうるビジネス」とされている。(大杉 2012)

3.1.1 グラミン方式のソーシャル・ビジネス

では、グラミン特有のソーシャル・ビジネスはどのような特徴をもつのか。グラミン方式のソーシャル・ビジネスの定義は次の7原則に示されている。

「ソーシャル・ビジネス7原則」¹¹

1. ソーシャル・ビジネスの経営目的は、利益の最大化ではなく、人々や社会を脅かす貧困教育、健康、情報アクセス、環境といった問題を解決することである。
2. 財務的・経済的な持続可能性を実現する。
3. 投資家は、投資額のみを回収できる。投資の元本を超える配当は行われない。
4. 資本額を返済して残る利益は、会社の拡大や改善のために留保される。

¹¹ 『ソーシャル・ビジネス革命』 ムハマド・ユヌス

5. 環境に配慮する。
6. 雇用者に市場賃金と標準以上の労働条件を提供する。
7. 楽しむ！

経営目的は、一般のソーシャル・ビジネスと同じく社会的な課題の解決であり、利益の最大化ではない。一般のソーシャル・ビジネスや社会的企業の中には、社会的課題の解決を目的としているが、それを唯一の目標としない場合がある。社会的課題の解決をあくまで収益事業の手段としてとらえ、その手段を用いて利益の最大化を目指す企業もある。一方、グラミン方式のソーシャル・ビジネスは、社会的な課題解決を最大限におこなうことこそが目的である。グラミン方式のソーシャル・ビジネスが一般的なソーシャル・ビジネスや広義の社会的企業の概念に含まれるとしながらも、同時にグラミン方式はそれらの概念とは明確に異なるとする一つの理由はこれである。また、収益事業のみで組織を持続的に運用できるビジネス・モデルが確立できていない場合、その組織はグラミン方式のソーシャル・ビジネスとは異なるものである。

社会的な課題の解決を唯一の目的としている理由をユヌス氏は3つ述べている。①貧しい人々を相手に利益最大化の金儲けをすることは非道徳的であること。②利益追求を明確に除外できなければ、必ず利益が他の目標よりも優先されること。③新しい考え方を養うには、ソーシャル・ビジネスを営利企業や慈善の世界とは明確に異なる選択肢として定義する必要があること。¹²である。しかし、貧しい人々が経済的に成長し、その豊かになった人々を対象に企業が利益最大化の事業をおこなうことは例外である。同時に、そのような将来の戦略を持ちながらソーシャル・ビジネスを開始することをユヌス氏は否定していない。ユヌス氏のソーシャル・ビジネスでは、世界各国で問題視され続けている「収益が低下した工場を安易に閉鎖し従業員を解雇して撤退してしまう」などといった非道徳的なことが起こり得ないのである。(大杉 2012)

3.1.2 グラミン銀行

本節からは、グラミン方式のソーシャル・ビジネスの起源として生まれた「グラミン銀行」からの事例の紹介を始める。マイクロクレジットの祖である。

グラミン銀行は1983年にムハマド・ユヌス氏が創設した民間の銀行である。グラミンとはベンガル語で「農村」を意味する。この銀行が始めた業務は、バングラディッシュや世界の他の国々に存在する銀行のそれと大きく異なるものであった。グラミン銀行は貧しい人々を対象に無担保で小口融資を行う銀行、つまりマイクロクレジットをおこなう銀行である。その借り手の97%が女性である。

マイクロクレジットはすでに世界の多くの国に導入されている。開発途上国だけではなく、先進国でもその効果を発揮している。しかし注意しておかなければならないのは、グラミン銀行がおこなうマイクロクレジットは、あくまでグラミン方式のマイクロクレジットである。世界のマイクロクレジットは、グラミン銀行をモデルに学んだものであることはたしかであるが、グラミン銀行とは目的を大きく異にする場合が少なくないことには注意が必要だ。(大杉 2012)

¹² 『ソーシャル・ビジネス革命』 ムハマド・ユヌス

3.1.3 グラミン銀行創設の経緯

ムハマド・ユヌス氏は、1974年にバングラディッシュで大洪水が起きた際、人々が貧しさにあえぐ姿を見て、経済学の教科書には記載されていないような貧困の原因に興味を持つようになった。そこで大学を出て農村の村々を歩き、ジョブラ村で竹細工の椅子を作る女性に出会った。そこでユヌス氏は、彼女が丸一日の作業をしても1タカの利益を得ることもできないことを知るのである。バングラディッシュの通貨1タカは、当時の2円程度である。利益を得られない理由は、竹を仕入れるためにわずか5タカの借金をしていたことだ。このわずかな借金が原因で、女性は作った竹細工をすべて金貸しに納めることになっていた。その貧困と搾取の悪循環が原因で、彼女の手元にはまったく利益が残らない状態であった。その後の調査で42名が借金していることが分かった。その総額は856タカであった。そして、42名に856タカを無利子で貸したところ、この全額が返済されてきた。その後もユヌス氏は規模を拡大させながら、貧しい人々への融資の実験を繰り返した。

グラミン銀行の融資の基本的な仕組みは、この実験の頃の経験をもとにしたものが多い。グラミン銀行の借り手が女性であることも、この実験の成果の一つである。バングラディッシュの女性たちは極度に弱い立場に置かれていた。そこで女性を優先し、最低でも50%は女性に貸し出す考えであったのだが、実際には女性たちへの貸し出しのほうが、男性への貸し出しよりも圧倒的に効果が高いことが分かった。

グラミン銀行が独立した銀行となった段階では、グラミン銀行の株式の60%を政府が出資していたが、できれば「100%、借り手による所有」としたいと考えていた。つまり、貧しい人たちがグラミン銀行に預けたお金のみで経営できる銀行である。そうすれば、グラミン銀行の経営に対しての政府からの無用な介入を避けることができるからである。1986年になって政府の資本比率を25%へ下げることに成功した。その後さらに政府の資本比率を5%にまで減らしたが、ゼロにすることはできておらず、グラミン銀行の理事会のも政府からのメンバーが残っている。(大杉 2012)

3.1.4 グラミン銀行の融資の仕組みと現状

グラミン銀行の本店は首都ダッカにある。2011年には、バングラディッシュの全国に2565の支店が存在し、8万1397の村にサービスを届けている。2万2124名のスタッフが雇用されており、村での雇用を生み出している。借り手の数は835万人、その97%は女性である。融資の貸し出し総額は6840億タカにも及ぶ。返済率は97%以上を保持している。

現在、グラミン銀行が貸し出しに用いる資金はその100%がメンバーの預金を原資としている。つまりグラミン銀行は貧しい人々のための銀行であると同時に、貧しい人々によるお金、つまり預金を事業の原資とする銀行なのである。もちろんグラミン銀行に預けた預金には利子が付き、利子率は8.5%から12%程度である。現在のバングラディッシュでは、どこの村に行ってもグラミン銀行をはじめマイクロクレジットをおこなう銀行が存在しており、村人にも馴染みの存在となっている。

グラミン銀行で少額融資を受けるには、まずグラミン銀行のメンバーとなる。5人でグ

グループを作り少額融資を受ける。担保は必要ない融資を受ける目的は、なんらかの小規模な事業のためであることが求められる。たとえば、かつてのジョブラ村に見るような竹細工の原料となる竹を買うためであるとか、牛を買い牛乳を売るためなどである。グループのうち1名が返済できない経済状態に追い込まれそうになると、他の4名が助ける。グループ内部で相互に見守り、助け合い、連帯していく仕組みである。この5名は連帯責任を負うものではない。あくまで返済の責任は個人が単独で負うものであり、他の4名が支払うことは責任とされない。

5人のグループが8つ集まると集会所ができる。毎週、メンバーによる集会が開かれる。ここに銀行員が参加し、返済がおこなわれる。女性たちはグラミン銀行の支店に出かけていく必要はない。グラミン銀行の支店のスタッフが集会所まで足を運ぶのである。またこの集会は、グラミン哲学にもとづいた生活指針と言える「16カ条の決意」をメンバーが読み上げ、貧困から脱出し生活を向上させるための場となっている。

少額融資をおこない、毎週の集会で回収するという方法は非常に手間がかかる。しかし、その手間がバングラディッシュの国中にグラミン銀行のスタッフの雇用を生み出している。借り手であるメンバーが支払う利子は、この雇用の原資にもなっている。グラミン銀行の利子は資産家が外部へ持ち出してしまうのではなく、グラミン銀行のおこなう事業の中に留まり続けるのだ。尚、グラミン銀行の少額融資の仕組みは現在でも継続されており、世界的なマイクロクレジットの事業モデルとして参照されている。(大杉 2012)

3.2 サンボー村の生活協同グループ

世界的なマイクロクレジットの事業モデルであるグラミン銀行の仕組みは、実はサンボー村でも生かされている。サンボー村では「生活協同グループ (LG)」と呼ばれている。

ワールド・ビジョンは村落開発を進めるとき、村人から構成される「生活協同グループ (LG)」というものを作る。LG は 15~20 人で構成される。LG を作るためにワールド・ビジョンはまず村内で小さな会議を開き、グループ活動に興味のある人を募る。LG を作る主な目的の1つは最貧困家庭の自立なので、主な対象は最貧困家庭となる。しかしLGの形成には富裕層を含め誰もが参加できる。LGの活動に興味を持った人が揃うと、LGリーダーになりたい人の立候補を募る。そして投票によりLGリーダーが決定する。こうしてLGが形成されると、まずは各LGに10羽の鶏(100,000リエル相当)が貸与され、鶏グループが形成される。鶏を成長させて売るなどして資本が増えると、3~6カ月を目安に貸付金を返済させる。しかし、返済させるとはいつても、ワールド・ビジョンに返済するのではなくて増えた資本をそのままLGで貯めておくことができる。鶏グループの形成に成功すると、次に米銀行、牛銀行、野菜グループ、スイカグループ、豚グループといったグループがLG内に形成されていく。LGリーダーはメンバーと話し合いながらLGを運営していく責任がある。LG内にお金を借りたい人がいたらLGリーダーが担保を取って借金の許可を出し、どこからいくら資金を借りるか最終決定をする。井戸などの村内の設備もどこに作るかグループ内で相談してLGリーダーが決めており、ワールド・ビジョンは井戸の料金などの詳細は基本的に知らない。また、NGO(主にワールド・ビジョン)や農村開発局などの政府組織と連絡を取り合うこともLGリーダーの役割である。資金は村内に5つあるMFI(Micro Finance Institution)と呼ばれる小口融資機関から借りられる。これらの機関から年率3

～4%の利子でお金が借りられる。もし MFI から借金して返済できなかった場合、借金額と同じ価格相当の土地などが担保として取られてしまう。現在サンボー村には 6LG 存在する。(『Ju-Ju 活動報告書・資料集』)

3.2.1 サンボー村の村落協同グループ

村内にいくつかの LG が形成されると、村落協同グループ (CG) を作り始める。CG を作るために、まずは村内の LG リーダーやメンバーが集まって話し合いが行われる。そして投票により CG リーダーと副リーダーと財務係が決められる CG を作る目的は、LG が解決できない問題を村全体で解決できるようにするためである。このときに村長が相談役となり、CG リーダーと話し合いながら問題を解決していく。ここで注意しなければならないのは、村長はあくまで「相談役」であり CG を統治する存在ではないということである。CG が作られると資金規模が大きくなり、村内で多様な事業を実施していけるようになる。強い CG や LG が作られると MFI からお金を借りる必要がなくなり、自分たちのグループ内で年率 2% の利子でお金を借りることができる。更にその利子により資金が増え、より多様な事業に取り組めるようになる。現在サンボー地区付近には 7 つの CG が存在し、15 の村で LG が作られている。(『Ju-Ju 活動報告書・資料集』)

3.2.2 サンボー村の地域協同グループ

地域内にいくつかの CG が形成されると、地域共同体 (CB0) を作り始める。CB0 は CG と同様の手順で作られていく。CB0 を作る目的は、CG でも解決できない問題を地域全体で解決できるようにするためである。CB0 には CDC (Community Development Center) が建てられる。これは CB0 を運営するための建物であり、会議などが行われる。また、CDC は CB0 の運営以外に、政府組織の会議や洪水時の地域住民の避難場所としても使われる。

ワールド・ビジョンはサンボー村の CDC に本を 50 冊ほど置いて簡易図書館を作った。これは主に地域の農家の知識や技術を向上させるために、農薬や殺虫剤に関する本を揃えている。

以上 3 つの共同体が存在するが、「村人が農作業に忙しくてグループ活動に時間を割けないこと」「村人の教育水準が低くて組織運営できるだけの読み書きの能力がないこと」「借りたお金を約束通りに返さないこと」など、問題点が挙げられる。

やはりグラミン銀行のように、①「支店スタッフが集会まで足を運ぶ」など徹底された貸し借りの仕組み②地域共同グループ内の信頼関係を構築する仕組み、を持つ万全な組織体制を敷く必要があるのだろうか。これには多くの時間と外部協力者 (NGO など) が必要である。とにかく、サンボー村の生活協同グループには課題がたくさんあるようだ。

3.3 グラミン銀行による携帯電話事業

話はバングラディッシュに戻る。本節では、直接的に「雇用」を生む効果があるとされるグラミンフォンによる「ヴィレッジ・フォン・プログラム」について述べる。

グラミンフォンというバングラディッシュ最大の携帯電話事業者の存在は、グラミン・グループの中でもグラミン銀行に次いで知られている。グラミンフォンは日本でいうところの NTT docomo のような民間の携帯電話事業者である。グラミンフォンと同時に設立さ

れた非営利組織のグラミン・テレコムが「ヴィレッジ・フォン・プログラム」という農村部に携帯電話を普及させるプログラムを実施した。バングラディッシュでは他国では考えられないような新しいアイデアであるヴィレッジ・フォン・プログラムに基づき、農村部の貧しい人々にも携帯電話のサービスが拡大していった。

ここでヴィレッジ・フォン・プログラムの仕組みを説明する。まず、グラミン銀行でこれまでに小口融資を完済した経験のある女性が、新しくグラミン銀行から融資を受けて携帯電話の端末やSIMカード¹³など一式を購入する。この携帯電話は、ヴィレッジ・フォン・プログラムを実施するグラミン・テレコムから購入する。当然ながら、この携帯電話の事業者はグラミンフォンである。バングラディッシュなど多くの国では日本と異なり、携帯電話の料金はプリペイドで先払いである。グラミン・テレコムは、グラミンフォンから通話料金となるプリペイドのポイントを大口一括で購入する。その際、通話料金は大幅に値引きされ、半額に設定されている。グラミン・テレコムは、その通話料金をヴィレッジ・フォン・レディへと販売する。ヴィレッジ・フォン・レディは、自分の住む村で人々に携帯電話を貸し出し、利益を得るのである。

ヴィレッジ・フォン・プログラムは、これまで携帯電話が普及するわけがないと考えられてきたバングラディッシュの農村に、携帯電話のサービスを届けることに成功した。ヴィレッジ・フォン・レディという新たな雇用を創出し、彼女たちの経済的な自立を促すことにもつながった。また携帯電話というサービスを利用できるようになった村人は、彼らのビジネスや家族との連絡のために携帯電話を使うのではなく、保険医療、教育、農業などあらゆる種類の情報へのアクセスができるようになったため、生活水準の向上をもたらすことにもつながった。

グラミン銀行は農村部の女性に小口融資をおこない、女性は牛を購入する。そして牛を育てて牛乳を売ることによって収入を得ることにより、女性はグラミン銀行に融資の返済を行う。この一般的な融資から返済への流れに目をつけ、牛の存在を携帯電話に置き換えた。キャッチフレーズは、「牛の代わりに携帯電話」である。(大杉 2012)

3.3.1 ヴィレッジ・フォン・レディ

ヴィレッジ・フォン・レディは1997年に28人の女性から始まった。その後、順調に人数は増え続け、2011年では累計で46万3741名である。携帯電話の通話料金やSMS¹⁴の料金が非常に安いと、携帯電話のサービスは生活になくてはならないツールとしてバングラディッシュの全国に根付いた。

2000年には1カ月の通話料金の支払い額が7559タカだという高額であったのに対して、2011年では400タカを下回っている。つまりヴィレッジ・フォン・レディにとっては収入が減っている。そのため2005年頃からはヴィレッジ・フォン・レディになろうとする女性は減っている。これは農村部にまで携帯電話が普及したことが原因である。

¹³ 電話番号などの情報が記録されたICカード

¹⁴ テキストのショート・メッセージ

1997年の携帯電話の端末価格に比べると、現在の端末価格は値下がりしており、日本円にして2000円を下回る中国製の端末もある。個人では端末を購入できなくても家族などの単位で1台を所有し、シェアする利用方法もある。そのため、ヴィレッジ・フォン・レディは、かつての携帯電話を貸し出すサービスだけを行うのではなく、自ら新しいビジネスを起業して携帯電話を利用したり、人々が個人的に所有している携帯電話に通話時間のポイントを再販するビジネスを行っている。(大杉 2012)

3.3.2 コミュニティ・インフォメーション・センター (C I S)

グラミンフォンでは、ヴィレッジ・フォン・プログラムの支援の他に、「コミュニティ・インフォメーション・センター (C I S)」というプログラムに取り組んでいる。これは農村部でテレセンターを運用する内容で、要するに「村のインターネット・カフェ」事業である。グラミンフォンの携帯電話ネットワークを使ったインターネット接続の普及促進を狙った事業である。またグラミン・テレコムも、グラミン・コミュニケーションズと合同で同様の事業を行っている。こちらは「グラミン・インフォメーション・キオスク (G I K)」という名称である。テレセンターにはインターネットに接続されたパソコンと周辺機器が置いてあり、オペレーターが操作を教えてくれたり代行してくれる。情報の検索やドキュメントの作成と印刷、電子メールの送受信、デジタルカメラの撮影とプリントアウト、また遠方に出稼ぎに行っている家族とインターネット・テレビ電話で会話を楽しむことなどが可能である。もちろんテレセンターにも携帯電話があり、借りて通話することもできる。(大杉 2012)

3.4 サンボー村の SWA とヴィレッジ・フォン・レディ/サンボー村で GIK

章の終わりに、バングラディッシュのグラミン銀行の仕組みをサンボー村に導入することができると、検証する。3.2.2 で述べたように、サンボー村の生活共同体は、「村人が農作業に忙しくてグループ活動に時間を割けないこと」「村人の教育水準が低くて組織運営でできるだけの読み書きの能力がないこと」「借りたお金を約束通りに返さないこと」という3つの問題があるように、グラミン銀行ようにうまく機能していない。一体どうすればグラミン銀行が持つような、①「支店スタッフが集会まで足を運ぶ」など徹底された貸し借りの仕組み ②地域共同グループ内の信頼関係を構築する仕組み を作るができるだろうか。

3.4.1 SWA≡ヴィレッジ・フォン・レディ

SWA とヴィレッジ・フォン・レディには共通点がある。まず、女性であること。3.1.3 で述べたが、女性は男性よりも借金返済率が高い。2つ目は、SWA にはワールド・ビジョン、ヴィレッジ・フォン・レディにはグラミン銀行という番人がいること。教養や経験が決して豊富だとはいえないこの二者が事業を行うには、絶対にフォロワーが必要である。3つ目は、借りたお金で「将来性の高い事業」を展開していること。SWA はカンボジア土産の代表である「クロマー」、ヴィレッジ・フォン・レディは、農村に普及されることが急務である「携帯電話」である。

以下の流れでグラミン銀行のように万全な組織を作ることにはできないだろうか。①サンボー村の観光地化が進み、SWA のクロマーの需要が増える。→②SWA に資金力が付き、その結果、組織力も強くなる。→③SWA が他の生活共同体の手本になることができる。(ワールド・ビジョンが生活共同体、もしくは村長など村の中心人物に組織作りの指導を行う。)これで、①徹底された貸し借りの仕組み、はもちろんのこと、②地域共同グループ内の信頼関係を構築する仕組み、をも作ることができるだろう。この完璧すぎるプランを実現するには、当然 2.3.2 で述べた SWA 自体の組織作りを遂行することが最優先である。

3.4.2 GIK⇄SWH

「村のインターネットカフェ」でパソコン指導をしている「グラミン・インフォメーション・キオスク (G I K)」のような仕組みをサンボー村の「スカーフ・ウィービング・ハウス (SWH)」に応用することはできないだろうか。SWH で行う指導は、もちろん「クロマー作り」である。狙いは、クロマー職人を育成し、SWA メンバーを増やすことである。メンバーが増えることで、SWA の組織力はどんどん強くなっていくだろうし、なによりサンボー村に「雇用」が生まれる。それに、クロマー職人が SWH でクロマーを作る姿は良い観光名所になるだろう。これを実行するには、2.3.1 で述べた SWA での人材育成を果たすことが必須である。

4. 観光開発の例—フィリピン・イフガオの世界遺産「コルディリエラ棚田群」—

4 章では、カンボジア同様発展途上国で、かつ「観光開発」というサンボー村との共通点を持つフィリピンのイフガオからヒントを頂く。観光開発、学校教育、人材育成の観点でサンボーと比較していきたい。

4.1 フィリピン・イフガオとは

イフガオのコルディリエラ棚田群とはどのような世界遺産なのか。ユネスコの世界遺産センターの世界遺産リストによると、「イフガオの高地の田は 2000 年もの間、山々の等高線を刻んでいった。知識の所産は一つの世代から次の世代へと受け継がれ、聖なる伝統の表現と微妙な社会的均衡が、人類と環境の調和を示す見事な景観の美しさを形成してきた」との説明がある。「2000 年もの間」とあるが、いつできたのかについては、研究者の間で諸々の意見があるようだ。ユネスコ世界遺産ではそのリスト化の要件として「真実性」をあげているため、いつできたのかということについていろいろ見解の相違があることは、その真実性の点でひっかからないのか、その点が少し不安要素として残ったようだが、無事世界遺産登録に至ったのである。

コルディリエラ棚田群のもう一つ注目すべき特徴は、「フィリピンで唯一植民地文化に全く影響をうけていない文化財である」点である。フィリピンにはスペインの植民地という歴史がある。しかし、アクセスの悪さが幸いしコルディリエラの諸部族は外国の支配に抵

抗し続けることができたのである。つまり、コルディリエラ棚田群は本物の部族の文化なのだ。(関口 2012)

4.1.1 危機遺産「コルディリエラ棚田群」

フィリピン・コルディリエラの棚田群が、危機遺産としてリストに入れられたのは、2001年12月のことである。委員会が指摘したのは棚田群の次のような状況である。

1. バナウェ棚田タスクフォースとイフガオ棚田委員会（両者ともフィリピン政府によってイフガオの棚田を保全するため設置された機関）が物件を保全しようと努力しているにも関わらず、タスクフォースには政府からの支援が欠けていて、より多くのリソースとより大きな独自性、耐久性が必要とされる。
2. 約25～30%の棚田が放棄されていて、棚田の土手の崩壊につながっている。これで人々が地域を離れてしまい、灌漑システムが放置されているからである。
3. 不法な開発が発生していて遺産の景観を損なっている。
4. 国際的な支援が提供されていない。
5. 観光への必要性にあまり応えられていない。マニラから現地に行くまでのインフラが貧弱である。
6. これらの結果、世界遺産の価値は、現在の潮流が転換されない限り、10年以内に失われるだろう。

3に関して詳しく見ていく。これは乱開発とも呼ばれている。イフガオ州が2004年に編集した「イフガオ棚田マスタープラン 2003－2012」では、「土地利用の変更」というタイトルで、次のように述べられている。

「棚田の中で、規制を無視した開発が、部外者のみならずイフガオの人たちの手によっても起きていることが見られ、世界遺産の景観を損ねる脅威となっている。多目的に転用される棚田が多くなってきている。棚田が野菜のみ、あるいは野菜と稲作が輪作で栽培されているのが散見される。棚田の一部のみがそのような使われ方をしているケースもあるが、すでに永続的な状態となっているケースもある。この傾向はキアングとラガウェで顕著である。」

「バナウェでは、都市化が進んでおり、棚田の下部は居住地区や商業地区に転用されている。」(関口 2012)

4.2 棚田を守るには

もし、前節までに述べた課題が解決したとして、棚田は無事保全されるだろうか。実はイフガオの先住民の伝統的な知識が、現在のイフガオにはなくなりつつあるため、棚田をこれまでのように守ることが難しくなっている。

この状況に対応するために、イフガオの人たちは保全案を取りまとめた。イフガオ棚田マスタープラン2003－2012では、3つのアプローチが棚田保全の方策として位置づけられている。

まず1つ目の柱は、生物・物理学的な分野である。保全・修復・充実のために棚田の管理のやり方を定め、保全する区域を確定することが求められる。

次の柱は、社会・文化的な分野である。これは結構広い領域にわたる。まず唱えられて

いることは、人々が独自の文化について誇りを強く持つようにすることである。これまで築いてきた文化が徐々に省みられなくなっている今、人々が自分たちの持っているものを自分たちで評価していくことは、棚田を守っていくための見えないインフラである。伝統的な先住民の知恵やそれに基づく慣行を再活性すること、そして現在の世代、将来の世代に伝えていくことが重要である。

3つ目の柱は、伝統的な先住民の知恵を農業に使い続けたり、あるいはツーリズムの振興に活用したり、という戦略である。文化の基盤を強くしていくために、いろいろな教育の方策を考えることも加えて必要である。例えば、政府組織やN G Oが連携を取ったり、情報の発信を行うという周辺部を固めることも戦略として取り上げられている。学校教育も先住民の知恵を守る絶好の機会である。

民の知識を守るプロセスとは、ごく単純に言ってしまうと、①まず知識人を探す②知識人に学ぶ③次世代に知識を発信する である。これらを達成するために様々な機関（N G Oなど）がワークショップを開催するなど懸命に努めている。棚田の保全のプロフェッショナルはもちろんのこと、稲作の技術、イフガオ酒の醸造法（観光産業）まで幅広いワークショップが行われている。（関口 2012）

4.2.1 現地大学生向けのスタディツアー

民の知識人たちの住む場所を訪ねるスタディツアーも現地大学生を対象に実施されている。少し感想をピックアップした。

「4カ月というのはすべてを習得するにはあまりにも短いと思います。小学校やハイスクールでも、このクラスで教わった文化を学ぶ機会があるべきだと思いました。」

「もっと若い世代は自分たちについて関心を持たずに育つべきではないと思うので、私は彼らとの橋渡し役に喜んでなりたいと思います。」

「若い人たちが民の知識を普通の生活の場で身につけるということがなくなっている中、学校で知識を教えるという意味は理解できます。でもこのような試みは、生きている伝統をちょっと切り取って見せているだけで、本当の知識にはなりません。イフガオの知識がずっと伝えられるようにするには、もっと地に足のついた方法が必要でしょう。」

（関口 2012）

前向きな意見もあれば、批判的な意見もある。本当の知識とはどのように身に付くのか。地に足のついた方法とはどのようなものか。

4.2.2 若者に民の知識を伝える

民の知識を守るプロセスをここでもう一度確認する。①まず知識人を探す②知識人に学ぶ③次世代に知識を発信する である。本節では③に関して詳しく述べる。若者に知識を伝えるということは前節のスタディツアーの例があるように決して簡単なことではない。

「マカバヤン」と呼ばれるフィリピンの社会科の授業に「民の知識を伝える授業」を取り入れるよう要求したが、教育省に権限外だと断られた、という歴史もあるくらいプロセス③は困難なものである。それでも学校教育への導入の動きは積極的に続いているが、サンボーへの応用が効きそうな「学校教育以外での知識伝達」に関して見ていきたいと思う。

「学校教育以外での知識伝達」に取り組むに際、3つの課題に直面する。①若者が外に

出て行ってしまっていて伝えられない。②生活スタイルが昔と違ってきて、若者が興味を示さない。③貨幣経済が日常生活の中で大きくなる中、伝える側の経済状況・生活状況が苦しい。以上3点である。

この課題に対してナイキというNGO団体¹⁵は、「民の知識を使ったツーリズムを公民館での活動を通じて活用する」というアイデアを考え出した。

ナイキは初めからインフラが非常に脆弱なイフガオで「民の所得を増やす」という戦略を取らなかった。その代わりに目をつけたのが「観光業」である。「イフガオは行きにくい」という点がある種の観光客層をひきつける傾向があるようで、トレッキングが好きな人などを対象に「体験型ツーリズム」や「ニューツーリズム」と呼ばれるツアーが行われている。(関口 2012)

カンボジアの話に戻るが、サンボーでも外資系観光会社やNGOの協力を得て「エコ・ツーリズム」という名で体験ツーリズムが行われている。ホームステイや牛車ツアーやカンボジアの伝統料理クッキングなど、村の暮らしを体験できる様々なアクティビティがある。今後更なる拡大が見込まれている。サンボー村で英語が喋れる「エコ・ツーリズム」ガイドが育成されているように、「民の知識を観光客にガイドできる人材」の育成がイフガオで進んでいる。雇用の機会が若者の地元離れを防ぐのである。では、体験型ツーリズムである「民の知識ツアー」とはどのようなものなのか。

4.2.3 民の知識ツアー

当ツアーでは、農業体験ツアーをメインに展開されている。日本の農業や他分野のNGOと交流をはかったり、フィリピンの農学をリードしているフィリピン大学ロスバニョス校の研究者が農業の民の知識保有者と意見交換をする、といった活動が当ツアーを支えており、この「第三者」がツアーに関与することで、イフガオの人だけでは難しい知識の伝承が可能となり、また「第三者」の影響でお金も入ってくる、そんな仕組みとなっているのが「民の知識ツアー」である。

当ツアーの特徴は、まず現金収入が得られるということであり、若者の流出を防ぐ効果があるとされている。次に当ツアーは、観光の専門業者になるわけではないので、ガイドは自分達のライフスタイルをそれほど変えなくて済む。(イフガオの伝統が農業中心に回っている場合、世帯の働き手の就業構造があまり観光に特化しすぎると、民の知識の保全にはかえってマイナスになってしまうようだ。)最後の特徴は、当ツアーを進めるために、若者が民の知識を学ばなくてはならないという状況が作れることである。力仕事が多い当ツアーは若者の力が当然必要であり、またその若者に「民の知識」を指導する長老格も必要とする。まさに老若男女誰にも雇用の機会を作ることができるのである。(関口 2012)

4.2.4 コミュニティ・ラーニング・センター (もう一つの手法)

民の知識の継承の場として、「コミュニティ・ラーニング・センター」というものがある。これは日本でいう「公民館」のようなものである。公民館同様、ノンフォーマルな学びの

¹⁵ 正確には、NGO と村のリーダー、州政府、教育省や少数民族委員会という国の機関の出先、大学などで民の知識を守り伝えていく思いを持った人たちの集まり

場として活用されている。

イフガオのコミュニティ・ラーニング・センター¹⁶の活動として挙げられるのは、次の4点である。

1. 民の知識を村で若い世代に伝える。
2. 村における民の知識に関する文化の情報センター、あるいは文化活動実施の場とする。
3. 個人・政府・NGO・地域で様々な知識を持つ人たち、それに研究者のネットワークを作っていく。
4. 村が経済的に発展し自立していくための活動の場とする。具体的には、民の知識を外部の人に教えることをモットーとしたツアーを展開していく。

具体的には、民の知識ツアーでの文化の披露や体験、宿泊、村での若者たちへのトレーニング、実生活で行う文化的な行事の実施場所として利用されている。(関口 2012)

4.2.5 ラーニング・センターの現況と課題

学校での取り組みに比べて、残念ながらラーニング・センターでの活動は、まだまだシステムが整っているわけではない。NGOの介入なしには活動がしりすぼみになってしまう可能性が高く、民の知識ツーリズムも普通の観光と比べて目立ったものではない。また、ラーニング・センターは、地域の人々が地域を作っていこうという意味と、連帯していこうという協調性に負うところが非常にある。蓄積された「村の問題解決の民の知識」を応用して、ラーニング・センターの活動が活発になるとさらに良くなるだろう。(関口 2012)

4.2.6 行政とのコーディネート

イフガオの人たち全体で知識を継承していくには、町や州の行政の協力を得て事業を具体化させる必要がある。ナイキは、州と町それぞれと接触して、学校教育の中に「民の知識」に関する授業を組み込むことを、施策として定めてもらうことを考えた。しかし、前節で述べたように、これはそう簡単なことではない。残念ながらナイキのプロジェクトで、行政とコーディネートするという部分は、もっとも進展していない分野である。自治体行政の第一の関心事は、まず町や州の経済を発展させること、それに必要なインフラを整備することに向けられていて、文化とか民の知識などは後回しになってしまうのだ。

自治体でのナイキの働きかけが思うようにいかないのとは反対に、国レベルでは、ナイキの存在感は大きい。なぜならば、前節でも述べたように、ナイキのメンバーには大統領府の直轄の機関である「少数民族委員会」が含まれているからである。そのため、民の知識の保全を含む少数民族の文化の保全に努めるナイキは国レベルの評価は高い。(関口 2012)

4.2.7 ナイキの将来の展望

「地域社会が丸ごと民の知識について学習していけるようにすること」これこそナイキが目指すイフガオの姿である。以下に記した7点からアプローチする展望があるようだ。

¹⁶運営はNPOや企業が行っている。コミュニティ・ラーニング・センター専用の建物はない。イフガオのラーニング・センターは大変フレキシブルである。

1. 学習・教育で課題を包囲
2. 学校教育、高等教育、生涯学習・地域学習の連携
3. 生涯・地域学習と収入向上の連携
4. 地元の人の再発見から開始
5. 不断のコーディネート
6. 民の知識の継承のシナリオ

「学校での民の知識の学習」「大学でのコース設置」「自治公民館でのツーリズムの試み」

7. 棚田の保全・遺産の保全という観点から

(関口 2012)

4.3 サンボー村で「民の知識ツアー」

章の終りに、フィリピン・イフガオの「民の知識ツアー」をカンボジアのサンボー村に応用できるかどうか、検討したい。

民の知識ツアーが持つメリットは大きく2つある。まず、「村の景観や生活を生かした観光開発により、村人の生活や伝統、遺跡そのものが守られる」こと。民の知識ツアーは、まさに Ju-Ju が目標としていることを現実にな近付ける方法なのだ。2つ目は、「村に次々と雇用が生まれる」こと。村から知識人を探し、知識人から次世代の若者が学び、次々と雇用が生まれる。ツアーを実行すれば、当然収益が入り、村が豊かになる。さらに、村の生活や伝統を伝えるこのツアーには、村人の生活や伝統、遺跡そのものを守ることまで含まれているのだ。

はたしてサンボー村で実現できるのか。これを実現するためのキーパーソンは、1.3 で紹介した「ASCA」である。ASCA とは、Ju-Ju と共に村人へのインタビューやワークショップ等の活動を行っている高校のクラブである。Ju-Ju は ASCA に「サンボー村の将来を担う人材」への成長を期待し、彼らに向けて様々なワークショップを実施している。ワークショップは、サンボー村の将来（観光開発を含む）について考えてもらうものが多い。

4.3.1 ASCA ワークショップの実践例

実は、ASCA に 4.2.2 で述べた「体験型ツーリズム」を提案してもらうワークショップを実施したことがある。サンボー村では、このようなツアーを「エコ・ツーリズム」¹⁷と呼んでいる。

本ワークショップでは、ASCA にサンボー村及びサンボー・プレイ・クック遺跡のエコ・ツーリズムを提案してもらった。サンボー村のご当地グルメである焼きバナナや、寺院、美しい景色などサンボー村の魅力を存分に紹介するツアーを企画してくれた。

ASCA のほとんどは大学進学を希望しているが、将来的にはサンボー村に戻り、学校の先生やサンボー・プレイ・クック遺跡のガイドになりたいと思っている子もいる。彼らのように将来サンボー村に戻り、サンボー村のリーダーになる人材を増やすために行われたのが、本ワークショップである。

¹⁷ ドイツの旅行会社「GTZ」がサンボー村にこのツアーの導入を試みている。

5. 村人主体の観光開発

本章では、本論文の結論として、「サンボー村の雇用を守る仕組み」を考察したい。

サンボー村の雇用は、「村人主体の観光開発」を目指すことにより守られるが、前章で述べた「民の知識ツアー」こそ、Ju-Ju が目指す「村人主体の観光開発」への王道ではないかと考える。1.1 で述べたが Ju-Ju が「村人主体の観光開発」を目指す理由は、観光開発で生み出された利益が現地の人に還元されずに外資企業に搾取されてしまっているという現状を打破するためである。また、村人が観光地化に関する展望を聞く機会がほとんどないという現状も、村人にとって大変危険である。そのため Ju-Ju はすべての村人が観光開発に関わる仕組み作りを目指している。

ASCA がサンボー村の観光開発をリードする存在になれないだろうか。今現在 SCDC というローカルコミュニティが村のサンボー村の代表として観光開発に関わっているが、当然後継者が必要である。しかもより優秀な。ASCA はほとんど英語を話すことができるので、ワールド・ビジョンと協力したり、外資組織と協力または対抗することが可能である。(SCDC のメンバーはほとんど英語を話すことができない。) フィリピン・イフガオでいう「ナイキ」の役割を ASCA が果たすことはできないかと考えているのである。(もちろん、NGO 団体などのフォローは必要である。)

村人主体の観光開発が上質な「雇用」を生む

優秀な ASCA が、NGO (ワールド・ビジョンなど) や先人から知恵をインプットし、他の村人 (小学生や SWA を含む) にアウトプットする。このような「ASCA 主体の観光開発」は、次世代にまで「雇用」を生むことができる。知識のアウトプットはぜひサンボー・プレイ・クック遺跡内の「ラーニング・センター」で行っていただきたい。世界中から観光客が集まるサンボー・プレイ・クック遺跡のど真ん中で、そんなアクティビティが行われていたら、サンボー村の注目度がさらに高まるのではないかと少し期待しているからだ。

1.1 で「村の豊かさ」とは何か、少し考えたが、村人自身が望む将来ならば、どんな将来も明るいのでは、と私は思う。つまり、村人が望まないのであれば、村の観光開発が「現在の村の景観や生活を生かしたもの」でなくても、最悪村人の現在の生活が守られなくても良いということになる。ただし、「それは本当に村人自身が望んでいることなのか。」深く考えなくてはならないだろう。そのために Ju-Ju ができることは、「サンボー村の人たちと共に村の将来について真剣に考えること」これが、年に2回、2週間程度滞在する Ju-Ju ができる最大の支援である。

おわりに

今後の Ju-Ju あるいはサンボー村の発展の助けになればと思い本論文を作成したが、正直納得のいくものにはならなかった。それもそのはず、私は自身の活動に全く満足してい

ないのである。本論で述べたように、小さな成果はいくつかあったかもしれないが、「サンボー村の力になることができた」と心の底から思ったことは一瞬たりともない。年に2回しか渡航できない・資金ゼロの学生であるため、サンボー村の方々と楽しい時間を過ごすことは出来ても、また、村の現状を調査することは出来ても、結局サンボー村の力になることはできない。そう考えてずっと甘えていたせいで満足 of いく活動が出来なかったのだろうか。そんなことを思うと、胸が苦しくなる。

私のJu-Juに対する後悔は、本論文を仕上げたことでさらに大きくなった。小規模産業育成プロジェクトの改善点が次々と頭に浮かんだり、グラミン銀行やコルディリエラ棚田群の開発モデルをサンボー村に応用するためには、考えなくてはならないことが山ほどあることに気がついたりしたからである。小規模産業育成プロジェクトは意義深いものなのか、グラミン銀行やコルディリエラ棚田群に習うことは不適切ではないか、そもそも、サンボー村の方々がいないところで、サンボー村の開発について偉そうに考察して良いのだろうか。考えさせられたことは沢山ある。

悔しい思いを沢山してきたが、私はカンボジアに行って本当に良かったと思っている。この悔しさは将来へのモチベーションに変えることができるからだ。Ju-Juの活動を通して得た反省を生かして、これから地域社会のために奮闘していきたい。

こうして改めて活動を振り返えると、私が「得た」ものは、私が「与えた」ものより遥かに多かったことに気付く。ボランティア活動を目的にサンボー村を訪れたにも関わらず、活動成果は自身の成長。自己満足に終わってしまっているように思えて腹が立つが、今日は素直にサンボー村の方々に感謝したい。

参考文献

- 毛利和雄, 2011, 『世界遺産と地域再生』 新泉社
関口広隆, 2012, 『世界遺産を守る民の知識』 明石書店
UNESCO World Heritage Centre- World Heritage List <http://whc.unesco.org/en/list/>
新川加奈子, 2008, 『カンボジア 今』 熱焼社
玉沖仁美, 2012, 『地域をプロデュースする仕事』 英治出版
笥裕介, 2011, 『地域を変えるデザイン』 英治出版
北澤肯, 2008, 『これでわかる フェアトレードハンドブック』 合同出版
大杉卓三・アシルアハメッド, 2012, 『グラミンのソーシャル・ビジネス』 集広舎
ムハマド・ユヌス, 2011, 『ソーシャル・ビジネス革命』 早川書房
ケンジステファンスズキ, 2008, 『なぜ、デンマーク人は幸福な国をつくることに成功したのか』 合同出版
ジグミティンレイ, 2011, 『国民総幸福度 (GNH) による新しい世界へ』 芙蓉書房出版
『Ju-Ju 活動報告書・資料集』 2008~2012