

専 門 家： 朝来壮一

所 属： 大分県OB

派 遣 先： フィリピン共和国・ヌエバビスカヤ州

派遣期間： 令和5年1月25日～2月3日

指導分野： 商業：産業振興プロジェクト「一村一品事業」への助言・指導

フィリピン・ヌエバビスカヤ州の OTOP 運動とブランド戦略



写真.1 州政府 OTOP 推進担当の皆さんと（ワークショップ）



図.1 ニエバビスカヤ州

■ **派遣地**：ヌエバ・ビスカヤ州（Province of Nueva Vizcaya）は、ルソン島中部カガヤンバレーに位置し、州都はバヨンボン（Bayongbon）。バレーというように山々に囲まれ、平地の大部分には水田が広がり水牛がのどかにたたずんでいる。まさに昭和の日本農村風景である。平地と標高差のある山間部では、柑橘や野菜、最近では施設園芸の花卉類も栽培されている。まさに農業の州で、大分県との共通点は多い。

第二次大戦前、ルソン島には商業や農業を中心に多くの日本人が住んでおり、知事ご夫妻のお話によると州内には神社や墓地など日本人の足跡が残っているという。NHK ドキュメンタリー「マンゴーの樹の下で」に詳しいが、州境のバレテ峠などは激戦地であり多くの方々が亡くなるなど、ヌエバ・ビスカヤの歴史にも悲しい記憶を残している。

私が滞在した州都バヨンボン市は、青森県五戸町と姉妹都市になっている。五戸町の町長が戦時中バヨンボンにいた縁で交流が続いている。オイスカによる植林プロジェクトや JICA の有機農業プロジェクトなども続けられており、日本との友好関係は深い。



写真.2 カシブ地方の棚田

■ **派遣先と指導内容**：州政府生協・企業開発局起業課、日本で言えば産業振興局ブランド

推進課といったところだろうか。私のミッションは、州政府が進める **OTOP 運動** (One Town One Product : 一村一品運動) の製品開発とブランド戦略策定を支援することである。OTOP 製品の評価、ブランド戦略、認証制度やロゴマークについての提案など幅広く、難しいテーマであった。

具体的な活動は、ブランド構築のために開催される関係者のワークショップ講師、ブランド戦略策定のアドバイザーとして州政府に具体的な提案をしなければならない。また、生産組織毎に必要な技術を含むアドバイスをすることも期待されていた。ブランド政策に関する提案から技術指導に到るまで対応分野は広がった。



写真.3 カルロス州知事への表敬訪問（左より4人

州政府はカルロス・パディリア知事を筆頭に、OTOP に直接関係する人選をし、提案や指導が実行に向けて効率よく動くよう配慮してくださった。その意味では実効性と即効性のある提案を強く求めていたということであろう。

■ ワークショップ

ワークショップは4つのテーマのセッションに総合討論を加えた形で開催された。参加者は政府の担当者を含めた OTOP 運動の推進役となっている実務者である。

- ① 大分県のブランド戦略の歩み（一村一品運動から現在の The. おおいたブランドへ）
- ② ブランドとして作り上げていく上で必要な公平性について
- ③ マーケティングとブランディングの進め方について
- ④ ブランドと認証制度について
- ⑤ 講評と提案、として大分県で実施してきたことを一つのアイデアとして提案した。

これらのセッションでは、州政府や関係者の熱い思いによる質問が予定時間を過ぎるほどで、大変有意義なワークショップであった。特にブランド戦略の基本となるコンセプトについては「消費者起点のものづくり」を紹介し、成長し続けるためには必ず「良いモノ」を作らなければならないし、「消費者」の視点が大切だということを強調した。

■ 現地視察

現地は農業生産と直結した農産加工組織が中心であったが、少し進んで企業的な運営をしている組織もコーヒー、香辛料やバナナチップスで見られた。最後に地方卸売市場を視察させてもらい、地域の青果物流通の課題もつぶさに知ることができた。

各生産組織の一部はネット販売などを行っているが、多くは直接販売にとどまっている。また、政府の支援で比較的最新の食品加工機械が導入されているが基本技術が不足している。

■ 全体を通して見えた課題

① 普及活動の不足



写真.4 ウコン粉生産組織



写真.5 一村一品館



写真.6 一村一品館の製品

「政府は肝心なことは何もしてくれない。視察など同じことを繰り返すだけ。お金をくれたほうがいい」と。よくあることだが、概して不平不満の多少に品質が反比例する。その不満にも理由があって何をしたらよいか八方塞がりということ。

こうした部分の手当は重要で、継続的な普及啓蒙活動が必要。高度な機械をいきなり買って与える現物支給ではなく人的支援である。継続すれば最大の効果をもたらす。

対策：ヌエバビスカヤには、幸い教育研究機関が大学という形で2つもあり、試作開発も可能。州政府も加わって現行の大学を利用した訓練制度に普及機能を加える。

② 開発商品が市場流通に乗らない問題

- ①包装外観と、②実際の包装性能、③内容品質にギャップがあることが原因。リピートしたい商品が少ないということ。インターネット情報が豊富で、印刷技術も発達している。そのためか包装は綺麗でオシャレだが、内容が伴わなければ次はない。
- 原因は市場流通に耐えうる食品製造に必要な技術・製造知識・衛生知識の不足。ポイントを絞って、国の法律（衛生基準、表示基準等）基準の製造技術の確保が必要だ。

対策① 包装法と包装技術の習得・・・大学・ワークショップ活用

対策② 国の基準による殺菌・保存技術・・・大学・ワークショップ活用

③ 販促・マーケティングの方法が制度などと整合性が取れていない

- OTOP 商品として認定するための条件整備（認定条件の設定）ができていない
- 商品外観に重点をおいたマーケティングになっている。
- 市場評価の機会が少ない。

対策① OTOP 商品としての認証条件を策定し、認証制度をつくる。

最も大切なことは「消費者を大切にする」ブランド戦略である。客が求める商品が最高の商品である。このことを最も大切なコンセプトにしてほしい。

対策② 展示会等でバイヤー等流通販売業者の商品評価を受ける（求評会開催）

対策③ 消費者による味、外観等に対する意見を含む評価を受ける（展示会等の開催）

④ブランディング制度が整備されておらず、統一のイメージがない

- ▶ スエバ・ビスカヤの統一ブランドマークができていないが、コンテストを開催中。
- ▶ 同様にブランドコンセプト（フィロソフィー）ができていないので用意すること。
- ▶ スエバビスカヤといえばコレという代表するイメージを絞り込むこと。認証条件にはぜひ国の基準に基づく安全性基準を入れてもらいたいと思う。

対策① ブランディング制度の整備（コンセプト、認証条件、ロゴ、インセンティブ等）

対策② 大学と政府のOTOP 関連部門（DTI 等）で推進体制を作り、消費者代表や流通関係者からの情報・意見を入れつつブランド戦略を進めるチームを作る。

■ 揃っているブランド化機能

- ▶ **熱意**：生産者と関係者の一村一品運動に対する熱意が大変高いこと（これはとても大切なこと。何故なら、これが「継続は力である」OTOP 運動の基本）
- ▶ **製品**：形がある程度できており、市場流通にのる産品が複数あり、顧客が求める商品になる準備ができているものもある。
- ▶ **OTOP ハブ（道の駅）**：山々に囲まれ耕地が限られる一方、気候や景観が変化に富んでおり、農産物も様々なものがある。地域ごとに特産物もある。工芸品・加工品だけでなく、JICA 支援で普及しつつある有機農産物の販売などを Hub を利用して積極的に進める。
- ▶ **大学**：商品開発支援に必要な大学など研究機関や DTI など行政の支援機能が揃っており、今後それらを連携させ、能力を発揮させることで OTOP が前進する。
- ▶ **相談機能**：付加してほしいのは相談機能である。政府機関と大学など関係機関で連携して相談機能を構築すると現在ある組織が有効に機能すると考える。コーディネータの配置を望むところである。

支援活動を終えて

ワークショップで「50年の歩み」と言うと、一様に「我々は50年も待てない。すぐに何とかしたい」という意見を頂いた。これに対して「これは続ける覚悟のことです。永く難しいけれど継続することが大切。」と言い続けてきた。実際、公務員としての仕事の大半を、県産品ブランド化のための研究開発や技術支援と行政部門で過ごしてきた。在職中のこうした経験が、今東南アジアの国々で役立つと思えば、やはり苦い経験も含めた全てが無駄にはならなかったし、失敗や困難にも大きな意味があることを伝えたい。

スエバ・ビスカヤには様々な良いものがあるが、とりわけ素晴らしいのは彼らの丁寧さや誠実さだ。自分の気持ちを懸命に伝えようとする。カルロス・パディリア知事も細やかな心づかいの方で、日本のブランド政策の要点を知りたい、それを地元を活かしたいという強い思いが伝わってきた。トップの気持ちが下に伝わる時、さらに大きな力を持つものである。

ワークショップのセッションでは、鋭いが本質的な質問がたくさん飛び出し、自分の失敗した経験にもとづいてお応えすることが多かった。失敗が参考になれば幸いである。

また私の拙い英語や日本語のサポートをしていただいた現地通訳のロメオ氏やクレアシンガポールの仲谷さん、児玉さん、Tingshan さんも苦勞されたことだろう。紙面をお借りしてあらためて御礼申し上げたい。（終）