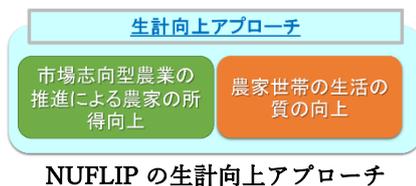


農業技術普及に社会的アプローチが与えた影響<その1>

はじめに

途上国の農業技術普及プロジェクトにおいて、ジェンダーや栄養改善など社会的アプローチが組み入れられることがある。貧困削減や持続的な開発という視点から取り入れられることもあるし、農村住民の生活の向上という視点からも、社会的な側面に取り組む意義はあると考えられる。

国際耕種が 2015～2021 年にかかわった北部ウガンダ生計向上支援プロジェクト (NUFLIP) では「市場志向型農業」と「生活の質の向上」を「生計向上アプローチ」の 2 本柱と定義して、活動に取り組んだ。



「生活の質の向上」分野の活動は、「市場志向型農業」で得られた収入をよりよく家族のために使うために取り組んだ活動であった（下表参照）。「家族の幸せのために」というスローガンを掲げ、コロナ禍中でも活動を止めることなく、70 か月にわたって活動を実施し、北部ウガンダの 8 県で 2,300 人超の農家に研修し、野菜生産面積は約 135acre (54ha) 増、生産量は 527.4 トン増、農家の家計収入は 75% 向上した。研修 2 年後に実施したエンドラインサーベイでは、63% の農家がプロジェクトで学んだ活動を継続しているという結果を得た。

国際耕種は当プロジェクトにおいて、市場志向型の野菜栽培技術の確立と普及に従事し、「生活の質の向上」分野はプロジェクトの主幹会社である株式会社 JIN のメンバーが取り組んだ。一緒に活動を進めているうちに「生活の質の向上」という社会的側面に取り組むことによって、野菜栽培技術の定着と普及に対しても正の効果があると実

感する場面が多くあった。そこで本シリーズでは、農業技術普及に取り組むにあたり、社会的アプローチが与えた影響を NUFLIP の事例をもとに考察していく。この視点は、プロジェクトの本来活動の目的とはなっていなかったことから、これらを評価するようなデータは収集していない。したがって定量的なデータ分析は困難であるが、プロジェクトに従事した国際耕種の社員の経験と現場での実例を紹介しながら、できる限り客観的に定性的な情報を分析したいと思う。

NUFLIP で取り組んだ市場志向型農業は野菜栽培が対象であった。対象地域は、1986～2006 年まで内戦状態が続き、その間は、思うように農作業ができなかったことから、対象農家のほとんどは、かろうじて食糧作物を自給することができて、販売を目的とした野菜栽培に取り組んだことがある農家は少なかった。そのため普及技術のベースとなる現地の慣行農法もなかった。

こういった状況下で市場志向型の野菜栽培技術を確立・普及・定着させるには、①適正技術の確立、②推奨技術の実践、③マーケティングの実践、④作付体系の確立、⑤栽培資金の確保、⑥モチベーションの維持、⑦農家間普及、といった課題があった。国際耕種は、当分野の担当として、これらの課題に技術的な側面からアプローチしたが、同時に社会的アプローチがこれらの課題解決に如何に影響を与えたか、次稿より詳しく説明していく。

NUFLIP 農家研修 (45.0 時間/15 回) の主な内容

市場志向型野菜栽培分野	生活の質の向上分野	オリエンテーションなど
市場調査	ジェンダー・弱者配慮	イントロダクション
野菜栽培技術概論	作物生産のための営農計画	研修実施にかかる注意事項
播種実習・定植実習	家族の目標設定	アクションプラン作成
土壌肥料・生育診断	栄養改善	農家間普及
病虫害防除	食料備蓄管理	アクションプランの見直し
野菜マーケティング概論	現金管理	フィールドデー
野菜栽培のための営農計画	食事と衛生	
計：18 時間	計：13 時間	計：14 時間