

2. 事業の目的と概要	
(1) 上位目標	協同組合の発展を通じた女性のエンパワメント
(2) 事業の必要性(背景)	(ア) アジアの最貧国の一つとされるバングラデシュでは、未だ人口の 30%以上が貧困ライン以下の生活をしている。特に農村部では、電気などのインフラも整わず、多くの人びとが慢性的な貧困にあえいでいる。宗教的・文化的背景から、女性に関しては村での就労の場はさらに限定されており、女性の置かれている立場は経済的にも社会的にも低い。貧困と女性の地位の低さから女性に対しての教育も十分に提供されておらず、貧困の緩和に向けても女性のエンパワメントは焦眉の急となっている。 (イ) 本案件事業対象村 5 村においては住民の 6 割以上が農業や漁業に従事している一方、当該事業地はサイクロンなどの水害被害を受けやすく、自然災害発生時には住民の多くは漁船や家畜を流されるなど収入手段を失うため、農業や漁業以外の収入手段の確保が必要とされている。当団体は 2007 年のサイクロン「シドル」の緊急支援として、ピロジュープール県内 5 村において支援を開始し、2008 年より NGO 連携無償資金を得て、同 5 村において 3 年にわたり青少年の育成事業を行なってきた。当初は青少年の心理社会的ケアを中心に、非公式教育提供事業を行なってきたが、その後変遷する現地ニーズに合わせ、3 年目には非公式教育と並行して女性に対する職業訓練を実施、その卒業生により 3 村で協同組合を設立した。当該事業により、裨益女性たちは刺繍・縫製・機織りの技術を習得した他、協同組合の形成により組織的な運営・発展の基礎を形成するに至った。 その後、技術訓練、ビジネススキルを強化することにより組合独自の運営・発展を可能とさせることを目指し 2012 年より開始した昨年度事業においては、5 村のうち組合が立ち上げられていなかった 2 村において新たに組合を立ち上げ、5 村全村で協同組合を形成した。また、組合員の異なる技術レベルに合わせた技術訓練に加え、各村 2～3 名のリーダーを選出し、リーダーを中心に組織運営、原価計算、マーケティングなどの知識訓練も実施し、組合員は技術力向上と組合運営、生産管理・販売に必要な知識を習得、組織運営の基礎を強化した。 昨年度事業により、それまで家族以外の男性と話をしたこともなかった女性たちが自らマーケットに行き、自分たちで製作した製品のフィードバックを得たり、以前は家族から反対されていた女性が活動に戻ってくるなど、社会進出に向け大きな一歩を踏み出し、自信や積極性も身につけつつある。また、かつては女性たちに対し侮蔑的な言葉を投げることもあった村民からも、これまでの女性たちの実績や活躍を目にし、学校制服などのオーダー受注などに向けた協力の申し出などもいただいている。これまで女性たちが学んだ基礎的な知識・技術をより実践にいかし、さらなる収入向上を目指した販路開拓、また組合員が組合運営をより各村の状況に合わせ実践、仕組みを構築していくべく、本事業を実施し、女性たちのエンパワメント、また村民、家族からの協力体制を築いていく。

(3) 事業内容	本申請事業では、5 村（カマルカティ村、ジャラバリ村、ラクシュマンカティ村、アシュア村：縫製、シハンガル村：機織り）の協同組合員のさらなる技術力向上、能力強化に加え、組合員による組織運営（計画、販売、会計など）の実践を特に重視し、活動を行なっていく。収入獲得可能性の一つとしての都市部での販売やフェアトレードなどに関しては現地提携団体のサポートによって活動を継続していく体制構築を目指す。ローカルマーケットやショールームにおいては、より農村部での需要が高い女性服、男性服、ベビードレス、子ども服などを販売、都市部やフェアトレードにおいては、ポーチやバッグなどの布小物を販売する。なお、現地提携団体である Society for Underprivileged Family (SUF) は 本事業以外にもバングラデシュ国内他地域で収入創出活動や職業訓練を現在も実施しており、ショールーム運営やフェアトレード経験などを有している。 ●第 1 期 ア) 販路開拓・収入創出強化 【ローカルマーケットでの販路開拓・マーケティングの実践】 マーケティングオフィサーや男性アドバイザー同行のもと、組合員がローカルマーケットに訪問、製品の紹介を行い、販路を開拓し、特にイード祭などの需要が高い時期などに製品受注を受けることを目指す。組合員自らがマーケットに行くことで、価格・品質・デザイン・製品種類などのフィードバックを得られたり、市場でのニーズや動向を知るなどマーケティング知識の実践の場ともなる。更に価格交渉や売り込みなどに必要な交渉力、コミュニケーション力が培われることも期待される。組合の周知度を高めるため、組合や製品の紹介パンフレットを作成する。 【ショールームの運営】 協同組合の活動を促進・拡大させることを目的に、組合員が製作した製品を販売できるショールーム（弊団体ネサラバード事務所併設）を運営する。バングラデシュでは仕立てが一般的であること、またメジャーの方法や型紙製作などの技術を組合員が身につけたこともあり、よりニーズに対応するため、これまで実施していた既成品の販売に加え服の仕立ても積極的に実施、売上拡大を目指す。販売は組合員がシフト制で担当することで、顧客のフィードバックを受け、商品開発や店舗改善につなげる。また、後述のビジネススキル、スキルアップ研修で学んだ知識・技術を実践する機会を設け、組合員の経験と自信を形成する。 【村民からのオーダー拡大】 昨年度事業の啓発活動などを通し、村民や主に村長を中心とした有力者グループ（コミュニティ・ウォッチ・グループ：CWG）から、女性が働くこと、また協同組合活動への理解、協力を得ることができている。本事業第 1 期においては、CWG からの協力や紹介などを得、毎年受注が見込める学校の制服などの大口の受注への働き掛けも積極的に行っていく。また、組合員個人としての村民からのオーダー獲得・拡大も目指す。組合員の近隣住民や友人・親戚から仕立や衣服の修繕などを受注することで組合員は工賃を得ることができ、また村民へ女性が働くことへの理解を促していくことができる。個人
----------	--

としての受注の際にも組合センター共有ミシンの使用を許可し、ミシン使用料を支払うなどミシン使用の仕組みを構築することで共有ミシンのメンテナンス費用を賄い、持続的な組合活動の一助とする。

【ダッカでのフェア（見本市）等での出店】

組合の販路を増やすため、現地 NGO によって毎月ダッカで開催されるクラフトバザールや年に1回ダッカで開催されるフェア（見本市）等に積極的に出店、販売を行う。顧客からのフィードバックを反映し、都市部の顧客や外国人顧客向けの商品開発を行う。

5 村の組合員は毎月 1 回 5 村合同の定例会議を実施し、これらの活動を通じた収支報告、今後の運営計画などを議論・策定する。

イ) 協同組合員の能力強化

【他団体への宿泊研修の実施】

組織運営のノウハウ、経験をより実践的に学ぶことを目的に、他団体への宿泊研修を年 1 回実施する（2 泊 3 日）。訪問先は、現地 NGO から研修、オーダーを受け、フェアトレード製品を製作、グループ内で品質管理・納期管理などを担う農村部の女性グループを予定している。5 村のリーダー 10 名の組合員、インストラクター 5 名が参加し、事前準備・事後フォローアップ（各 1 日）において、他組合員とも共有、組合運営実践にいかしていく。同じような背景の女性たちの成功事例、失敗談、経験や教訓を共有することで、ノウハウの習得に加え、組合員の意識・モチベーション向上が期待される。

【ビジネス・組織運営スキル、生産管理システムの強化】

5 村の組合員 15 名、インストラクター 5 名に対し、ダッカから専門家を招聘し、ビジネス講座を年 2 回実施し（各 3 日）、事後フォローアップを行う。昨年度事業において、マーケティング、原価計算、在庫管理などに関する研修を実施しており、本事業においては、その実践（組織内の役割分担、予算・活動計画立案、オーダー管理等）を行う。また、上述の WS で学んだ知識を各村の状況に合わせ仕組みを構築すべく、各村での WS を年 4 回実施、資材管理、在庫管理、オーダー管理などの生産管理システムを構築、定着させる。

【スキルアップトレーニングの実施】

さらなる技術力向上を目指し、縫製の 4 村の組合員 50 名に対し年 2 回（各 25 名、各 3 日）、機織りの 1 村の組合員 10 名に対し年 1 回（3 日）、縫製インストラクター 4 名に対し年 1 回（3 日）の計 4 回、ダッカから専門家を招聘し、技術訓練を行う。縫製の組合員には、村民からのオーダー、ショールームで販売が見込まれる衣服の異なるデザインを中心にトレーニングを行う。機織りの組合員に対しては、デザイン機器を使った付加価値の高い製品（ショールなど）のトレーニングを実施する。インストラクターには、組合員への指導を目的とした品質管理に関するトレーニングを実施する。

また、縫製の 4 村の組合員のうち上級者 10 名に対し年 1 回、機織りの 1 村の組合員 10 名に対し年 1 回、日本から専門家を招聘し、スキルアップトレーニングを実施する（各 7 日）。縫製においては、現在も弊団体を通して販売している小物の新たな製品製作を指導する。機織りにおいては、織りのバリエーション増加、デザイン向上など

の研修を実施する。

ウ) 啓発活動

バングラデシュ農村部において、村の男性や家族から女性が外に出て仕事をする事への理解と協力を得ることは、女性たちの組合活動継続にとって重要である。本事業においては、組合員の家族、村民なども対象とし、年2回ダッカから専門家を招聘、女性のエンパワメント、権利などについてワークショップを行い、組合活動、女性の収入創出活動について理解を得る（約30名、各2日）。

●第2期

第1期の成果・課題を踏まえ、調整・修正をしていく予定である。

エ) 販路開拓・収入創出強化

【ローカルマーケットでの販売・マーケティングの実践】

第1期において、ローカルマーケットの店舗との関係構築、繁忙期の受注獲得を目指し、第2期においては定期的な受注につながる委託契約などを目指す。

【ショールームの運営】

第1期で得たノウハウや経験を元に、事業対象各村の組合センターにおける簡易ショールームを設立し、センター周辺に住む村民への販売、仕立て受注を行う。

【村民からのオーダー拡大】

学校制服などの大口受注継続の他、第1期までの活動により、周囲の村民からの認知度・信頼性の向上も期待され、組合員個々の活動も後押しできると考える。組合員と協議のもと、これまでの組合事業で貯蓄した組合の貯蓄金から希望者に対し資材費・PRなどに使うことができる少額の無利子貸付制度なども含めたテイラーショップの開業支援を検討し、村民からのオーダー獲得・拡大を促す。

オ) 協同組合・現地提携団体の能力強化

【現地提携団体スタッフへの研修実施】

現地提携団体のSUFは本事業の他に収入創出活動を実施しており、本事業終了後も事業地において組合をサポートしていく予定のため、同団体の能力強化研修を年2回実施する。SUFの事業スタッフに加え、SUFが他地域（ダッカ、マイメンシン）で実施する他2事業のスタッフ計約20名をダッカに招聘し、経験・知識共有の他、専門家による商品開発・マーケティング・企業ネットワーキングの研修を実施する。研修を踏まえ、SUFスタッフが中心となりダッカのフェアトレード団体やハンディクラフトショップとネットワーキングを行っていく。

【ビジネススキル・組織運営スキルの強化】

5村の組合員20名に対し、ダッカから専門家を招聘し、組織運営、意思決定などのビジネス講座を年2回実施する（各3日）。第1期までに習得した知識をもとに、組合員が年間の事業・予算を計画・立案し、半年ごとに組合事業の振り返り、収支総括、事業の見直し・修正を図る。また翌年度の計画立案を行う。

【スキルアップトレーニングの実施】

	市場・販路拡大に合わせた技術力向上を目指し、縫製の 4 村の組合員 50 名に対し年 2 回（各 25 名）、機織りの 1 村の組合員 10 名に対し年 1 回、縫製インストラクター 4 名に対し年 1 回の計 4 回、ダッカから専門家を招聘し、技術訓練を行う。 また、縫製の 4 村の組合員のうち上級者 10 名に対し年 1 回、機織りの 1 村の組合員 10 名に対し年 1 回、日本から専門家を招聘し、スキルアップトレーニングを実施する。 カ) <u>啓発活動</u> 組合員の家族、CWG、村民、地元政府など 30 名に対し、年 2 回ダッカから専門家を招聘し、女性のエンパワメント、権利などについてワークショップを行い、組合活動、女性の収入創出活動について理解を得る。
(4) 持続発展性	本事業では、各村の組合リーダーを中心とした協同組合員に、技術研修のみならず、組合を運営していくために必要なビジネス知識、スキルを提供し、女性たち自身による組合運営の実践をサポートする。さらにその実践の中で、生産管理の仕組みを定着させ、組合の組織体制を整備することで、本事業終了後も女性たち自身が活動を継続していくことを可能にする。また、農村部外（都市部や海外）での販路開拓、他団体やインターネットを通じての製品販売には、本事業終了後も事業地において活動を継続予定である現地提携団体の SUF が連携を続ける。供与する機材等については組合の売上の中から組合員が維持管理を担うことを目指す。
(5) 期待される成果と成果を測る指標	直接裨益者：5 村の協同組合員約 120 人、5 村の村民・CWG メンバー 30 人 間接裨益者：5 村の協同組合員の家族約 600 人を含む村民約 20,000 人 (ア) <u>協同組合員の継続的な収入の増加</u> 組合員に対するスキルアップトレーニング、組織運営・ビジネススキルなどの研修を実施することで、ローカルマーケット、ショールームでの販売や村民からの受注などを可能とし、協同組合員が自然災害の影響を受けやすい農業・漁業以外の継続的な現金収入の機会を得られる。また、現地提携団体の能力強化を行うことで都市部やフェアトレードなど農村部外での販売も可能となる。この結果、組合員は農村部における村民やローカルマーケットでの個人受注や組合受注、また農村部外（都市部や海外）と複数の収入手段を得ることができ、継続的に収入を得られることが期待される。 (イ) <u>女性のエンパワメント</u> 5 村の組合員が、組織運営および個人的技術という両側面において能力強化される。上述の通り組合員が現金収入の機会を得られることで家庭内での女性の発言力・影響力が増加する。また、他地域の女性グループの実例を学ぶことで組合員自身の自信・意識向上が期待され、組合運営のノウハウ獲得も期待できる。村民やローカルマーケットに対しても広く販売活動を行うことで、家族や村民から女

	性の社会進出への理解を得ることができる。 【指標（第 1 期、第 2 期）】 ●ローカルマーケットでのマーケティング調査・販売実績：（第 1 期）調査実績 20 件、委託販売 5 件、（第 2 期）調査実績 20 件、委託販売 10 件 ●ショールームの売り上げ：毎年前年度比 50% 向上（直近 1 年半の売上計約 120,000 タカ） ●村民からの受注：組合員の 8 割が村民からの受注を受け、収入が毎年前年度比 40% 向上 ●ダッカでのフェア出店：（第 1 期）出店実績年 7 回、商品開発 5 点 ●現地提携団体によるダッカもしくは海外への組合員の製品販売：（第 2 期）5～10 件 ●組合員の平均月収：（第 1 期）全ての活動を通し、750 タカ以上。（第 2 期）全ての活動を通し、1,500 タカ以上。 （※村の農業・漁業による男性の月収は約 3,000～5,000 タカ。子ども一人を初等教育に通学させるためには月約 250 タカ～1,000 タカ必要。） ●生産管理の新たな仕組み（オーダー/納期/資材管理表など）：（第 1 期）各村 3 つ以上 ●組織運営能力向上：（第 1 期、第 2 期）各組合で事業計画・予算立て、事業・会計報告を行うことができる ●組織体制：組合員の中で組合活動に対する主体的意識が醸成され、組合組織（会計、生産、品質・納期管理部など）が形成され、運営される。 ●組合員の技術レベル向上：（第 1 期、第 2 期）トレーニングに参加した組合員が全員トレーニングで学んだ製品を製作できるようになり、その製品による収入を得る ●村民、家族の女性のエンパワメントに関しての理解が深まる：（第 1 期、第 2 期）WS 参加者の 8 割 ●女性たちの意識、立場の変化：組合員の 8 割に意識、立場の変化がある（家庭内での発言力や決定権が増えた、自信が持てたなど）
--	---