

2. 事業の概要と成果	
(1) 上位目標	スバイリエン州農産物組合(SAC)の持続的な経営体制の確立を通じ、貧困農民の生計が向上する。
(2) 事業内容	事業終了後に SAC が当団体の支援なしでも継続していけるよう、財政面で一定の収益を出すシステムの浸透を徹底させた。 1. <u>組合の野菜の生産を強化し、市場ニーズに基づいた生産を促進する。</u> 1.1 各出荷ゾーンに設置してある情報掲示板では SAC メンバー全員に情報が行き渡らないという理由から、試験的にメンバー向けニュースレターを 2 回発行し、買い取り値段や組合の運営するグリーンショップの移転先の情報を掲載した。また不足予測分を割り出して各ゾーンの生産計画を立てるフォーマットを作成し、組合マネジャーが使いこなせるよう指導を開始した。 1.2 10 名のモデル農家が選ばれ、デモファームとして水分や害虫が管理しやすい高設栽培棚を一部費用を自己負担で建設し、葉物の栽培が開始された。 1.3 栽培技術の指導、生産調整計画の伝達、有機認定の管理と申請を持続的に実施していくために、運営委員の中から 3 名が SAC 農業指導員として選ばれ、研修が開始された。 1.4 試験農場では 5 月から赴任した試験農場マネジャーを中心に土壌の準備や畑のデザインをし、初めて電気を引いて、水やりのための給水塔を建設した。 2. <u>SAC の商品の付加価値を高め、バリューチェーン(価値連鎖)を改善する。</u> 2.1 無電化村における野菜保冷のための簡易保冷库を各出荷ゾーンに構築し、ゾーンリーダーが集荷した野菜を新鮮な状態で保管するために使用された。 2.2 有機・無農薬グループの野菜・米グループの認定更新の準備を開始した。 2.3 野菜出荷の品質管理マニュアルをビデオ教材化のための撮影台本を作成した。 2.4 先進地視察(タイ)はスタッフのスケジュールが詰まっているため 11 月に延期。 2.5 去年栽培した有機米を初めて SAC のブランドとして包装して首都の小売店に販売を開始した。 2.6 コンサル会社 IDEALINK のマーケティング専門家が SAC ゾーンリーダー(19 名)とマネジャー対象に農業ビジネス起業の実例(キノコ栽培)のレクチャーを行った。 2.7 SAC の有機野菜の三輪タクシー用ポスターを制作し、また有機認

	定システムの認知度向上のためのラジオ番組放送の準備を始めた。 3. <u>組合が自律的、持続的な事業運営が行える体制づくりを構築する。</u> 3.1. 組合の運営委員 7 名を対象にコミュニケーションと権限の範囲を決める二回のマネージメント研修を実施した。また個別、及び運営委員全体に対して悩みや問題を聞き取るためのコーチングを計 3 回実施した。 3.2. 組合の基本理念の理解促進のためのワークショップをするためのファシリテーター研修を運営委員に対して実施した。運営委員が主体として各ゾーンでワークショップを実施し、合計 267 名の SAC メンバーが参加した。 3.3. 組合の会計スタッフと新しいショップスタッフに対して会計指導を行った。また IDEALINK のもと第一、第二四半期の財務諸報の分析が行われ、改善点について IVY スタッフ、運営委員に指導が行われた。 3.4. 事業計画作成、年次報告作成を支援する。(1 月予定) 3.5. IVY から組合への業務委譲を計画に基づいて行った。SAC 農業指導員が選ばれ、販売価格計算などの業務がマネジャーに引き渡された。また SAC がマーケットスタッフを新たに雇用することを決定した。 3.6. 組合の次世代リーダー育成を行う。(11 月予定)
(3) 達成された効果	【直接裨益者数】: SAC 組合員約 300 名、 【間接裨益者数】: 他組合員の家族、特に次世代農家、消費者、大学生、カンボジア有機農業協会の会員等。 1. <生産強化>デモファームが 10 か所で開設された。市場ニーズと生産調整に関するニュースレターを四半期ごとに 2 度発行し、組合員に配布された。(ニュースレターの発行は負担が大きいと、頻度は取り急ぎ四半期ごととした。) 2. <マーケティング>SAC の首都への野菜販売は去年の同時期(3~8 月)と比較して、115%増加した。一因として唯一 SAC のブランドで包装して出荷しているイオンからの注文が増加したことが大きい。有機キュウリの SAC の組合員からの買取値段は非認定のキュウリより 18%のプレミアがついた。現在はイオン内部の問題で、7 月中旬より有機野菜の注文は全サプライヤーに対して停止されている。 3. <事業運営>店舗運営、会計はほぼ 10 割、サプライマネージメント、組合員へのサービスは 6 割組合事務局が担える状態となっている。人事はまだ IVY の支援が必要。マーケティングは今後初めて SAC がスタッフを雇用。クレジットプログラムは資金、認知不足から本格的な開始に至っていない。組合の 2015 年の純益は第一四半期は収益の 18%、

	第二四半期は収益の 12%となり、目標としていたプラス 1%を現在のところ大きく越えている。
（４）今後の見通し	- 前事業の試験農場マネジャーが辞任し新規スタッフの赴任が遅れたため、試験農場では前期は設備整理に集中したが、後期は研修等を本格化させる。 - 有機認定野菜の注文再開については、現在イオンで日本本部の返事待ちとのこと。 - 収益はマネジャーに引き継いだ販売価格設定にミスがあり一時期落ち込んだが、今後は回復する見込み。 - 今後現在の農業スタッフの業務は SAC 農業指導員へ、マーケティングスタッフの業務は新規雇用予定の SAC マーケティングスタッフへと引き継いでもらう。 - 危機に陥ったときに IVY が助けるというパターンが続いているため、組合自ら問題解決のため行動することを推進していく。