

2. 事業の概要と成果	
(1) プロジェクト目標の達成度	(プロジェクト目標) バオバブ商品を農民が継続して製造販売できる。 ・ マラウイ製品安全基準 (MBS) の定める認証検査項目をすべて達成する。 ・ 各組合がバオバブ事業によって前年度よりも高い収益を獲得する。 ・ Madisi が組合活動を再開させ、20L のバオバブオイルを製造販売する。 ・ 対象者の 90% がバオバブ事業によって生活が向上したと実感できるようにする。 上記のプロジェクト目標について、これに沿って設定した成果と指標を全て達成し、MBS の全認証検査項目のクリアとプレ認証の取得、バオバブ事業における前年度以上の収益獲得、Madisi 組合の活動再開とバオバブオイルの製造開始を達成した。これにより、各組合がバオバブ事業における商品品質、市場開拓においてさらに基盤を固め、継続して事業を展開し、持続可能な安定した収益源を獲得できる様になった。その結果として、個人事業への投資ができる様になり、農業資材・家財の購入など、組合に加盟する農民たちの生活環境が改善された。
(2) 事業内容	1. バオバブ商品 (原材料含む) の品質向上 1-1. 原材料調達から出荷までの作業工程のロット管理 計画通りに実施。月 1 回ペースでの抜き打ち実施確認の結果において Maluso と Home Oils 共にきちんと製造品に対するロット管理がなされていることが確認された。また、技術補完のためのロット管理、MBS を含む衛生管理フォローアップ研修を各組合で実施した。 1-2. MBS を基準とした製造工程における衛生管理 計画通り、各組合への恒常的な指導を続け、月 1 回のペースで各組合に対して衛生管理の抜き打ち検査を実施した。最終的に以下の得点を獲得し、指標を達成した。 ・ Maluso Union : 78 点中 78 点 (100%達成 : 11 月 11 日実施) ・ Home Oils : 78 点中 78 点 (100%達成 : 11 月 18 日実施) ・ Wokha : 60 点中 58 点 (96.6%達成 : 10 月 28 日実施) ・ Zokoma : 62 点中 59 点 (95.1%達成 : 10 月 28 日実施) ・ Madisi : 78 点中 76 点 (97.4%達成 : 11 月 1 日実施) また、上記 1 の活動成果として、Maluso と Home Oils において、MBS 認証取得の第一段階であるプレ認証を取得した。 2. 都市部におけるバオバブ商品の市場開拓 2-1. フラッグシップ店舗の獲得と共同 PR の促進 本年次、カフェや美容室、スパなど、バオバブ商品のコア・ターゲットである外国人やマラウイ人富裕層が特に利用する店舗にアプローチをして交渉を重ね、最終的に以下 6 店舗でフラッグシップのパートナーシップを獲得し、店舗営業における商品の使用や、店舗内での商品販売が行われる様になった。 【リロングウェ : 3 店舗】 ①Café Rsa (韓国人経営) & ②Warm Heart Café (マラウイ人経営) どちらも在住外国人やマラウイ人富裕層が利用するカフェであり、店舗メニューにバオバブを使ったオリジナルドリンクが新たに追加され、販売が開始された。さらに、店内において、バオバブ商品 (オイル・パウダー) を含む、OVOP 商品の展示販売が開始された。 ③Afrocentric Life Style (マラウイ人経営) マッサージスパとギフト・雑貨ショップを併設した店舗で、現在、ビーガ

	ン料理を専門に提供するカフェの開業準備も進んでいる。今回、スパでの営業用マッサージオイルとしてバオバブオイルが起用され、ギフトショップではバオバブ商品を含む、ハチミツなどの OVOP 商品が店舗で展示販売されている。また、ビーガンカフェのメニュー開発においてバオバブパウダーを使用したメニューの開発が進められており、OVOP 商品の 1 つである豆乳とのコラボメニューなどが検討されている。 【ブランタイヤ：3 店舗】 ①Kwaharaba（パキスタン系マラウイ人経営） 主に外国人をメイン顧客とするカフェで、元々すでに数種類のオリジナルドリンク（フレッシュジュース系）を販売していたが、そこに新たにバオバブとビーツを使ったオリジナルドリンクを開発してもらい、販売を開始した。また、同店内はもともと雑貨類や絵画などが展示販売されており、バオバブオイルも新たに販売されることとなった。 ②Africana Beauty Paulour（マラウイ人経営） 美容室としての通常営業と、スキン・ヘアケア系のビジネス開業を目指す人向けに、髪の編み込みやヘアトリートメント、マッサージなどの講習を実施しており、定期的に生徒が通っている。今回、同店舗内においてバオバブオイルとバオバブ石鹸の販売を開始し、さらに講習に参加する生徒に対してもバオバブオイルの紹介がなされるようになった。実際の成果として、講習修了後にマッサージ業を開業した生徒が営業用にバオバブオイルを使用しているなどの成果が出ており、今後も、新たに起業する生徒たちがさらに各新店舗においてバオバブ商品を活用するようになることが期待できる。 ③Executive Barber Shop（マラウイ人経営） 男性向けの理容室で、店舗営業用に（髭剃り後のアフターシェーブ・ローションとして）バオバブオイルが使用されるようになった。また、同店舗内においてバオバブオイルの販売も開始された。 2-2. 商業イベントを通じた、商品 PR・販売スキルの所得 都市部ショッピングセンターでのブース出展については、ブランタイヤで 2 回（7 月と 8 月）、リロングウェで 2 回（9 月と 10 月）実施された。 また、マラウイ国際商業フェア（8 月）とマラウイ全国農業フェア（9 月）にも計画通り参加し、Maluso と Home Oils がバオバブ商品含む OVOP 商品の展示販売を行った。 活動成果として、バオバブ商品の新たな消費者の獲得や販売店舗の周知、中国人経営の中華料理レストランにおいて OVOP の米が起用されるようになるなど、個人消費者の獲得だけでなく、大口の事業取引にも繋がる成果を上げた。 2-3. バオバブオイル・パウダーを活用した新商品開発 計画通りに実施。Maluso においては、バオバブパウダーを製造する際にでる副産物の活用として、バオバブジャムの製造方法を指導し、市場への販売を開始した。現状、月平均で約 80 個を売り上げる市場へと成長している。また、リップバームについては、日本において専門家指導の基で作成したレシピを現地において反映させ、バオバブオイルの配合量などを調整した新たなリップバームの製造販売を開始した。未だ市場における認知度は低いものの、今年次、販売開始後から約 120 個を販売した。 Home Oils では、商品品質のムラが課題となっていたバオバブ石鹸に対して製造研修を実施し、ロットごとにムラのない商品製造が可能となった。正式に市場にて販売を開始したところ、顧客からの反応が非常に良く、リピーターの続出や大口注文の取得など、年間で約 2,300 個を売り上げる人気商品へと一気に成長した。また、香料入りバオバブオイルもレシピを開発の上で、
--	---

	6 月より販売を開始して以来、徐々に売上を伸ばし始め、既存のピュアオイルなども含むボトル詰めオイルの総売上の内、約 15%を占めるまでになった。 3. ビジネスプランのモニタリング 計画通り、4 半期に 1 度、Business Review Meeting 各組合において実施し、商品の製造量、売上などが報告され、収益目標達成に向けた具体的な計画などが練られた。 Madisi の組合活動再開に向けた活動については、産業貿易観光省と連携し、同省主催でガバナンス研修が実施され、同研修によって組合における定款の確認と、実行役員の再選出などが実施された。また、現地 NGO の投資団体との業務提携により、事業資金（2,000,000K）の投資を受けて、ヒマワリ油製造販売事業が再開された。併せて、同投資団体とマラウイ大学の農学部と連携して、Madisi の MBS 取得に向けた支援を実施。現在、ヒマワリ油の MBS 認証を取得するための申請を済ませ、承認プロセスが進行中である。
(3) 達成された成果	<u>成果①：衛生・安全に配慮された質の高いバオバブ製品が製造できる。</u> 指標: Maluso と Home Oils の製造環境・作業がマラウイ製品安全基準(MBS)の定める認証検査項目を全てクリアする。 指標である検査項目の達成度については、上記の(2)事業内容で示した通り、Maluso、Home Oils 共に 100%を達成した。さらに、バオバブオイルに対する MBS の取得について、Maluso と Home Oils 共に、MBS の「スキンケア商品」のプレ認証を取得した。これにより、本認証への承認プロセスが未だ続いている状態ではあるが、安全性が保証された商品として、大型のスーパーマーケットなど MBS の認証商品以外を取り扱わない店舗に対する販売が可能となった。加えて、上記以外の組合においても、ほぼ満点に近い達成度となった。 <u>成果②：各組合の 2019 年度のパオバブ事業による収益が拡大する。</u> 指標：各組合のパオバブ商品における年間目標収益額 Maluso：6,140,000K（931,622 円） Home Oils：4,135,000K（627,403 円） Wokha：350,000K（53,105 円） Zokoma：1,523,000K（231,084 円） Madisi：20L のバオバブオイルを製造する。 2019 年 1 月から 10 月までの 10 ヶ月間で以下の収益¹を獲得し、全組合において指標を達成した。 Maluso：10,870,830K（1,649,431 円：達成率 177%） Home Oils：5,138,450K（779,657 円：達成率 124%） Wokha：1,316,540K（199,758 円：達成率 376%） Zokoma：1,924,048K（291,935 円：達成率 126%） Madisi：バオバブオイル 20L を製造し、13L を Maluso へ販売済み。 指標：4 種類の新商品が販売され、Maluso、Home Oils における 2019 年度バオバブ事業収益の 8%を占める。 現時点で販売されている新商品は、Maluso のバオバブジャムとリップバー

¹ 今回、当団体が実施したマラウイでの別事業（サイクロンによる災害被災者への食糧配布支援事業）において、被災者の栄養不足改善のためにバオバブパウダー、バオバブジャムを配布物品に組み込んでおり、Maluso と Wokha からバオバブジャムを 1,300 個（Maluso：300 個、480,000K+Wokha：1,000 個、1,000,000K）、Maluso と Home Oils からバオバブパウダー各 1,000 個（1,000,000K）が販売されており、その収益が上記の報告金額に含まれている。

	ム、Home Oils の香料入りバオバブオイルとバオバブ石鹸の 4 品で、上記の 2 組合のバオバブ商品の総収益（1 月～10 月分）16,009,280K の内、新商品 4 品が占める収益は 5,140,000K であり、総収益の 32%を達成している。 <u>成果③：バオバブ事業によって対象者の生活が向上する。</u> 指標：アンケート調査対象者の 90%がバオバブ事業によって自身、及び家族の生活が向上したと回答する。 直接裨益者の中から 325 名²を抽出して、事業成果調査を実施。その内 234 名（72%）が組合活動によって得た収益を個人事業（販売用野菜（米含む）の栽培、販売用家畜の飼育、パン類などの製造販売、キヨスクの運営など）に投資しており、また 325 名中 301 名（93%）が組合活動、またはその収益を活用しての自己投資事業によって、自身及び家族の生活が向上したと回答した。収入の活用方法（個人事業への投資を除く）については、子供の学費の支払い、種や肥料など農業資材の購入、マットレスなど家財の購入が上位を占めた。調査結果の詳細については、別添の「事業成果調査結果」を参照したい。
（４）持続発展性	MBS の本認証取得に関する支援については、事業終了時に実施されたステークホルダー（産業貿易観光省の担当部長と課長、在マラウイ日本大使館の大使と担当者、JICA マラウイ事務所の担当者、SPJ）会合において産業貿易観光省が引き続き支援を行っていく方針で合意され、農業組合の MBS 取得については、同省が掲げる事業目標とも重なっているため、本プロジェクト終了後も適切な支援が継続されることが期待できる。 また、本プロジェクトで実施した研修では、同省の実務担当者と共に研修内容の企画・準備、実施を行ってきたため、作成した研修教材やプログラム作成におけるノウハウは既に共有されており、本プロジェクトの直接対象組合以外にも、同省が支援するその他の OVOP 加盟組合への研修指導においても活用されることが期待できる。 本プロジェクトから供与された機材等については、これまでの製造研修や機材メンテナンス研修によって適切に使用されており、かつ機材の故障等が発生した際には、組合の自己資金にて修理などの対応が適切になされていることが既に確認されているため、今後も供与した機材が持続的に使用されていくことが大いに期待できる。 今後のバオバブ事業の継続と拡大については、マラウイ国内におけるバオバブ商品の認知度と市場が年々広がりを見せているという結果が既に出ており、また市場の拡大や製造技術の向上は自らの収益に直接反映することを各組合がその実績と共に理解しているため、支援が終了した後も自立したビジネスを展開できる環境がすでに確立されている。 また、原材料供給担当組合と製造販売担当組合のネットワークについても、購入者と提供者というビジネスによる健全な関係が築かれているため、商品の品質や衛生管理についても、提供者は購入者がお金を出してでも購入したいと考える条件をクリアし続ける必要があり、そのビジネスとしての健全さが商品品質の低下、また本プロジェクトによって指導してきたビジネス・ノウハウの消滅を防ぐセーフティーネットとなるため、今後も持続可能な自立したバオバブ事業が継続していくことが期待できる。

² 当初の計画では、調査に必要なデータ数は 398 名分であったが、本年次、Maluso Union の総組合員数が当初の 1,021 名から 737 名に減少したため、それに沿って Maluso Union からの調査対象者数を同比率で 270 名から 194 名に減らしているため、必要データ数は 322 名となった。