

事業事前評価表

国際協力機構産業開発・公共政策部産業・貿易課

1. 案件名

国名：モザンビーク共和国

案件名：和名 観光関連機関間のリンク強化を通じたデスティネーションマーケティング・プロモーション能力強化プロジェクト

英名 Project for Enhancement of the Capacity of Destination Marketing and Promotion through Strengthening the Linkage among Tourism Related Organizations.

2. 事業の背景と必要性

(1) 当該国における観光セクターの現状と課題

モザンビーク国は、北部、中部、南部それぞれに歴史的価値のある建造物や、ビーチリゾート等の海洋性観光資源、サファリ等の自然生物観光資源、彫刻や踊り等の芸術観光資源を有している。モザンビーク政府はかかる豊富な観光資源を活かし、2020年までに年間400万人の国際観光客を受け入れることを目標に掲げており、近年南アフリカ共和国等近隣国からの観光客を中心に、観光客が増加傾向にある(2010年度国際観光客は184万人、うちアフリカ地域からの入込客79.8%)。実際、国際観光収入は国民総所得(GNI)の2%を占めており、2005年から2010年までの5年間で1.5倍(129.6→197.3、単位は百万USドル)となっている。州別にみると、首都マプトへの観光客が圧倒的多数を占めるが、それに続いて南部イニャンバネ州、北部カボデルガド州が続いている。

モザンビーク政府は、「モザンビーク国家5ヵ年計画(2010-2014)」及び「観光開発戦略計画(2004-2013)」において、観光を貧困削減のための最も重要なツールの一つとして位置づけており、観光開発によってコミュニティに対する直接的な経済効果及び間接的な経済活動を生み出すことを期待している。

一方で、例えばイニャンバネ州はマプトに次いで2番目に国際観光客が多く、観光産業が州の主産業の一つであるにもかかわらず、貧困率が57.9%とモザンビークの中でも貧困率の高い州の一つである。観光産業の地域経済や雇用への裨益が極めて限られているのが現状であり、今後この状況を改善していくためには、地域の視点に立って、地元裨益する観光開発を進めていくことが極めて重要となっている。またこのような地元裨益する観光開発の推進のためには、当該地域のみならず中央レベルの首都マプトの観光当局においても、この方針を念頭においた事業計画立案、マーケティング・プロモーションの推進が必要となる。

このような背景には、観光省、国家観光局、州観光局それぞれのレベルにおいて、観光マーケティング戦略策定能力の弱さ、効果的なプロモーション(インフォメーションセンターの運営含む)の実施能力の低さ、公的機関と民間観光関連団体との調整不足、観光投資を周辺コミュニティの便益にリンクするような戦略が無いこと等が原因となっている。これらの課題の中でも、観光産業の地域コミュニティへの直接的・間接的裨益を拡大するために、旅行者のニーズを満たし且つ地元裨益するような観光商品づくり、商品情報の的確な発信、販売体制構築などの「マーケティング戦略策定及び実施能力の向上」は、モザンビークが優先的に取り組むべき課題となっている。

(2) 当該国における観光セクターの開発政策と本事業の位置づけ

「モザンビーク国家 5 カ年計画(2010-2014)」の観光セクター分野、またモザンビークの観光政策である「モザンビーク観光開発戦略計画(2004-2013)」において、観光関連産業は貧困削減に資する重要なツールであり、さらに地方・中央における雇用創出や愛国心・自尊心醸成など、社会・経済開発に貢献するとして、その戦略的役割を明示している。

上記 5 カ年計画に基づいて、観光省によって策定された「観光セクター戦略計画(2010-2014)」における 7 つの戦略目標のうち、3 項目(観光関連商品やサービス供給改善、マーケティング改善、観光情報発信体制の改善及び観光産業に対する地元の意識改革)がマーケティング・プロモーション改善に関わるものであり、観光セクター分野におけるマーケティング・プロモーションに関する能力強化へのニーズは高い。本事業は、観光資源及び観光産業の地元への裨益促進のためのマーケティング・プロモーション強化を目標としており、観光省(MITUR)・国家観光局(INATUR)を中心とした中央における官民のネットワーキング、パイロット地域であるイニャンバネ州における州観光局(DPTURI)を中心とした官民のネットワーキング、及び中央と地方の間のリンケージ強化を通して、関係機関、職員の能力強化を行い、観光セクター戦略計画の実現に大きく貢献するものである。

(3) 観光セクターに対する我が国及び JICA の援助方針と実績

日本のモザンビークに対する援助方針として①地域経済活性化、②環境・気候変動対策、③行政能力向上・制度整備を援助重点分野とし、観光は①の地域経済活性化の一環として位置づけている。また、観光分野への支援において、JICA は「貧困削減に資する観光(Pro-Poor Tourism)の実現」を基本目標とし、①地域住民に裨益する自律的観光の導入、②観光開発における官民連携促進、③観光開発にかかる負のインパクトを制御する協力を基本方針としている。本プロジェクトは同国における観光セクターでの初の取り組みであるが、官民連携を促し、地域経済及び地域住民に裨益する観光の実現を目指したものであり、日本国政府及び JICA の観光分野支援

の方針に沿うものである。

(4) 他の援助機関の対応

本プロジェクトのパイロット地域であるイニャンバネ州では、観光セクターで複数のドナーが支援を実施している。オランダ開発庁(SNV)は2007年から地元コミュニティへの裨益を目的としたPro-Poor ツーリズムを基本方針として活動しており、世界観光機関(UNWTO)の資金提供による観光セクターへの新規参入者の促進やEUの資金提供による職業訓練などを通して、モザンビーク観光セクター戦略計画における観光関連産業による雇用創出に資する支援を行っている。また世界銀行は Private Sector Competitiveness Project のコンポーネントとして、観光セクター支援プロジェクト(予算500万US\$)を始動した。主に観光セクターにおける行政サービス向上と観光関連民間セクターのサプライチェーン拡大を支援することで、雇用創出及び生計向上への貢献を目的としている。

3. 事業概要

(1) 事業目的(協力プログラムにおける位置づけを含む)

本事業は、マプト市およびイニャンバネ州において、観光省、国家観光局、イニャンバネ州観光局職員のデスティネーションマーケティング※・プロモーション能力強化、イニャンバネ州におけるデスティネーションマーケティング・プロモーション活動の促進、活動成果・教訓の他地域との共有を行うことにより、観光資源および観光産業が地元裨益する仕組みの構築、共有を図り、もってデスティネーションマーケティングのモザンビーク国内各地での実施による各対象地域経済への裨益に寄与するものである。

※デスティネーションマーケティングとは、旅行者を受け入れる地域の視点に立って、旅行者、観光関連事業者、コミュニティそれぞれの便益のバランスをとりつつ、当該地域の経済的文化的発展に資するよう、戦略的に旅行者のニーズに応える地域住民への裨益を目指したアプローチである。観光客の動向を把握した上で、対象地域にある観光資源を改めて見直し、ターゲットとなる客層を絞って地域にプラスになる(地元収入をもたらす、環境に多大な負荷をかけない)観光商品(旅行パッケージや観光物産品等)を作り、これをインフォメーションセンターなどを通じ、情報発信して売っていく一連のプロセスを指す。

(2) プロジェクトサイト/対象地域名

マプト市及びイニャンバネ州

(3) 本事業の受益者(ターゲットグループ)

観光省観光部職員:21名

国家観光局職員:40名

イニャンバネ州観光局職員:20名

その他観光関連事業者:280名

その他観光関連雇用者:850名

(4) 事業スケジュール(協力期間)

2012年3月～2015年3月を予定(計37ヶ月)

(5) 総事業費(日本側)

3.3億円

(6) 相手国側実施機関

観光省観光部(DINATUR)、国家観光局(INATUR)、イニャンバネ州観光局(DPTURI)

※本プロジェクトのカウンターパートは、国家レベルでのマーケティング・プロモーションの実務を担当する国家観光局(INATUR)と、パイロット州でのマーケティング・プロモーション実務を担当するイニャンバネ州観光局(DPTURI)、さらにこれらの活動を監督し、政策に反映させる観光省観光部(DINATUR)からなる。

(7) 投入(インプット)

1) 日本側

専門家派遣:チーフアドバイザー18.34MM、業務調整/地域開発 19.00M/M、マーケティング 16.66M/M、観光プロモーション 17.02M/M

本邦研修および/または第三国研修

機材供与:車両2台(4WD)、その他必要な資機材

プロジェクト活動経費

2) モザンビーク国側

カウンターパート配置(観光省、国家観光局、イニャンバネ州観光局)

プロジェクト事務所設置(国家観光局及び州観光局内)

プロジェクト活動経費

(8) 環境社会配慮・貧困削減・社会開発

1) 環境に対する影響/用地取得・住民移転

①カテゴリ分類(A,B,Cを記載) C

②カテゴリ分類の根拠

本事業は、「国際協力機構環境社会配慮ガイドライン」(2010年公布)に掲げる影響を及ぼしやすいセクター・特性および影響を受けやすい地域に該当せず、環境への望ましくない影響は最小限であると判断される。

2)ジェンダー・平等推進/平和構築・貧困削減

特になし

3)その他

特になし

(9)関連する援助活動

1)我が国の援助活動

イニャンバネ州には青年海外協力隊員が9名派遣されており、本プロジェクトの中で地域資源の発掘を行うに当たり、情報提供や発掘された資源を観光商品化するに当たっての外部者の目での助言等が期待できる。また個別専門家を派遣中の「一村一品運動」の対象地域が南部3州(マプト州、ガザ州、イニャンバネ州)であり、イニャンバネ州産品のマーケティング・プロモーション分野での連携の可能性がある。

2)他ドナー等の援助活動

SNVは現在はEUが資金提供しているHITT(High Impact Tourism Training)プログラムを運営し、職業訓練に重きを置いた支援を展開しているが、過去観光分野での支援実績があり、イニャンバネ州における観光フォーラムにもこれまで深く関与していることから、州レベルの連携体制構築において協力が期待できる。また世界銀行は州観光局へのアドバイザー派遣とともに、土地利用や許認可制度、統計、税金や雇用問題と観光の行政的側面の改善をサポートしており、マーケティングに必要なデータの収集を本プロジェクトで行うことから、世銀で行う継続的な統計の整備へのフィードバックを行う予定としている。

4. 協力の枠組み

(1)協力概要

1)上位目標:

DESTINATIONマーケティングがモザンビーク国内各地で実施されることにより、各地域経済に裨益する。

指標:

- イニャンバネ州およびモザンビークへの観光客数が〇%増加する。
- 観光関連事業者(モザンビーク旅行事業者協会に加盟するホテルや旅行エージェント等)の売上が〇%増加する。
- 観光商品の新規造成の対象となったイニャンバネ州の地域コミュニティの数が増加する。
- 観光商品の新規造成の対象となったイニャンバネ州の地域住民の収入が増加する。

2)プロジェクト目標:

観光資源及び観光産業が地元裨益するデスティネーションマーケティングの仕組みが構築、共有される。

指標:

- イニャンバネ州における観光関連事業者の満足度が向上する。
- イニャンバネ州において観光商品造成により新たに収入の増えた事業者が増加する。
- イニャンバネ州およびモザンビークにおける外国人観光客一人当たりの観光支出(宿泊費を除く)が増加する。

3)成果及び活動

成果1:観光省、国家観光局およびイニャンバネ州観光局のデスティネーションマーケティング・プロモーション能力が強化される。

指標:

- 本省レベルで観光関連ネットワーク会合が定期的開催される。
- 州観光局から観光省本省に対し定期的に情報がフィードバックされる。
- 国内における観光キャンペーンに参加する自治体の数が増加する。
- インフォメーションセンターで入手できる情報の量、種類が増加する。
- プロジェクト終了時にXX種類以上のパンフレットが作成される。
- 国家観光局ウェブサイトへのアクセス数がXX人以上となる。
- 海外からモザンビークに向けた観光商品の数が増加する。

活動:

1-1. モザンビーク国全体の観光関連組織体制および観光開発の現状調査を実施する。

1-2. 本省レベルの観光関連組織間[※]のネットワークを強化する。

※観光省、国家観光局に加え、文化省、輸出振興庁、中小企業庁、旅行業協会、南部モザンビークホテル協会、等。

1-3. 観光省、国家観光局と地方の観光関連組織の連携を強化するための仕組み

を構築する。

1-4. デスティネーションマーケティング・プロモーションに関する研修を実施する。

1-5. モザンビークブランド※強化を念頭に国内における観光キャンペーンなどを計画・実施する。

※他国との差別化において、付加価値として意識されるモザンビークの国家イメージ

1-6. インフォメーションセンターの管理改善のための活動を実施する。

1-7. e-marketing やパンフレットの多言語化など効果的なプロモーションツールを作成する。

成果2: イニャンバネ州においてデスティネーションマーケティング・プロモーション活動が促進される。

指標:

- イニャンバネ州において観光省を含む州観光フォーラム※が定期的開催される。
※官民の観光関連組織(州観光局、州商工局、ホテル観光協会、州 NGO フォーラム等)で構成される。
- イニャンバネ州の観光関連事業者の〇%が州観光フォーラムに参加する。
- イニャンバネ州内の観光商品が多様化する。

活動:

2-1. イニャンバネ州における観光関連組織体制および観光開発の現状調査を実施する。

2-2. 教育機関や NGO、観光業者、他ドナー、行政機関、コミュニティなどの観光開発に関連する機関のネットワークを強化する。

2-3. イニャンバネ州におけるインフォメーションセンターの管理改善のための活動を実施する。

2-4. 地域住民に対して観光の地域経済への裨益等について啓発活動を計画・実施する。

2-5. イニャンバネ州における包括的な観光情報を定期的に観光省、国家観光局にインプットするための仕組みを構築する。

成果3: 観光省、国家観光局とイニャンバネ州観光局の協働によるデスティネーションマーケティング・プロモーション活動の成果・教訓が他地域と共有される。

指標:

- 情報共有のためのマニュアルが作成される。
- 情報共有のためのセミナーに他州の行政官、観光関連事業者、コミュニティの代表が出席する。

活動:

3-1. イニャンバネ州におけるパイロット活動を観光省を中心にモニター・評価し、成果・教訓を分析し、他州と共有する。

3-2. 教訓を他州と共有するためのセミナーを開催する。

4)プロジェクト実施上の留意点

- 指標の具体的な数値目標は、開始後6か月以内に設定する予定である。
- 中央およびパイロット州において、ベースラインとその後のモニタリング・評価でデータ収集を行い、最終的にデータに基づく分析をとおしてアプローチ、方法論に関する教訓・成果が得られるよう留意する。
- イニャンバネ州では国際金融公社(IFC)や世界銀行等の支援により、大型投資促進のための施策も進められているが、これらを念頭において、本件で試行される地元経済への裨益のための取り組みを検討することによって、全体として整合性をもった観光開発となることにも留意する。

(2)その他インパクト

- 本件を受け、将来的にモザンビーク政府の観光戦略にデスティネーションマーケティングの考え方が反映されることが期待される。
- 地域住民への裨益を目指したデスティネーションマーケティングが実施されることにより、地域資源の価値が見直され、地元コミュニティのその地域に生活することへの自信や自尊心醸成など、経済面だけに留まらないインパクトが見込まれる。
- 本プロジェクトの受益対象となる民間観光関連事業者及び雇用者は、観光商品開発やサービスの質向上、観光セクターへの参入などを可能にする経済的・社会的な生活水準を有することが想定されている。しかしながら、裾野が広く労働集約型産業である観光関連産業の発展は、地域資源の活用や雇用創出など間接的に貧困層へ裨益することが期待される。
- また一般的に観光産業は女性や若年層の雇用機会が多く、経済活動への参入・社会進出を促進するとされている。女性や若年層の経済・社会活動への参画が比較的限定的な開発途上国や地域社会において、雇用機会の増加につながることを期待される。

5. 前提条件・外部条件 (リスク・コントロール)

(1)事業実施のための前提

- 国家観光省におけるマーケティング・プロモーション活動のための人員・予算が確保される。

(2) 成果達成のための外部条件

- 民間観光事業者、観光関連組織、地元住民の協力が得られる
- 対象地域が深刻な不況に見舞われない。
- 対象地域の治安が維持されている。

(3) プロジェクト目標達成のための外部条件

- 観光関連事業への新規参入が可能である。
- 観光関連公的機関と観光事業者の関係が極端に悪化しない。
- 自然災害や治安の悪化等によりプロジェクト活動が大きな影響を受けない。
- プロジェクト期間中、訓練・経験を積んだ関連職員の大幅な配置転換・離任がない。

(4) 上位目標達成のための外部条件

- モザンビーク国家5カ年計画(2010-2014)の方針が維持されている。

6. 評価結果

本事業は、モザンビーク国の開発政策、開発ニーズ、日本の援助政策と十分に合致しており、また計画の適切性が認められることから、実施の意義は高い。

7. 過去の類似案件の教訓と本事業への活用

官民連携による観光振興プロジェクトの一例である「ガーナ国観光振興支援プロジェクト」では、官民パートナーシップ・フォーラム(PPPフォーラム)を立ち上げた。プロジェクト初期段階から民間事業者や他ドナーと協力しプロジェクト活動を実施したことが成功の主な要因の一つであった。ただし、ガーナの場合このような協力関係が中央レベルに留まっていたことから、本案件ではパイロット州内でも同様の協力関係を築くことができるよう、プロジェクト当初より働きかけを行う。

また、「ラオス東西回廊における実践的な観光開発プロジェクト」では、同時期に行われていた「一村一品プロジェクト」との連携の可能性が模索されなかったことが反省点として挙げられている。モザンビークでも一村一品分野の専門家が派遣されていることから、パイロット州において一村一品産品を観光商品の付加価値につなげられるよう、開始当初から連携方針を立てることとする。

8. 今後の評価計画

(1) 今後の評価に用いる主な指標

4. (1)のとおり。

(2) 今後の評価計画

事業開始 6 ヶ月以内	ベースライン調査
事業中間時点	中間レビュー
事業終了 6 ヶ月前	終了時評価
事業終了 3 年後	事後評価

以 上