

|           |
|-----------|
| 技プロ・附帯プロ用 |
|-----------|

## 事業事前評価表

## 国際協力機構ウズベキスタン事務所

|        |
|--------|
| 1. 案件名 |
|--------|

国名： アルメニア共和国

案件名： 和名 地方産品と地方ブランド開発プロジェクトフェーズ2

英名 Project for Development of Local Production and Promotion of Local Brands Phase2

|              |
|--------------|
| 2. 事業の背景と必要性 |
|--------------|

## (1) 当該国における中小企業セクターの開発実績（現状）と課題

アルメニア共和国（以下、「アルメニア」）政府は、2000年に制定した中小企業支援戦略を基に10年以上にわたり中小企業支援に取り組んでおり、また上述の支援戦略に基づき、中小企業支援プログラムを毎年定め、これを実施してきた。しかし、これまでは特に地方の中小企業に焦点を当てた政策がとられてきていなかったこともあり、首都圏以外では産業が育たず、多くの人々がロシア国等へ出稼ぎに出ざるを得ない状況となっている。また、地域間格差を是正するため、地産地消の商品レベルから、地域の市場・首都の市場・近隣国の市場へ参入することができる品質と物量を有するレベルの商品を開発・生産し、雇用の創出・住民の生活改善につなげていくことが喫緊の課題となっている。

このような現状から、アルメニア政府は新しい中小企業振興策を取りまとめ、その中の一つの柱として地方における中小企業人材の育成と中小企業振興を掲げ、2012年にアルメニア政府としてもこれを決定した。

技術協力プロジェクト「地方産品と地方ブランドの開発プロジェクト（2013年3月～2016年2月）」では一村一品運動の普及をはじめマーケティングプラットフォームを通じて収集された情報を活かした商品開発、事業者連携による地方ブランドの強化等の成果をあげた。一方でプロジェクトサイトにアルメニア全土が含まれていなかったことや、近隣国の市場へ参入可能な地方企業の育成までは達成できなかったため、地方産品と地方ブランドの開発プロジェクトフェーズ2ではアルメニア全土において一村一品運動を促進し、さらなる地方中小企業の競争力向上に取り組むこととなった。

## (2) 当該国における中小企業セクターの開発政策と本事業の位置づけ

本事業はアルメニア政府が掲げる、持続的な中小企業振興という優先課題に合致しており、国家中小企業支援法に基づき2002年から国家年次中小企業支援プログラムも策定されている。特に、2012年にまとめられた新中小企業支援策で強調されている地域の中小企業の人材育成と振興は、本事業が取り組む主要課題でもある。

## (3) 中小企業セクターに対する我が国及びJICAの援助方針と実績

我が国の対アルメニア国別援助方針（2012年12月）の重点分野の一つである「経済発展のための制度・インフラの整備と地域開発」に含まれる。また、対アルメニア共和国事業展開計画（2016年4月現在）の優先課題である「中小企業振興と地域資源を活用した持続的な地域開発」にも合致している。

#### （4）他の援助機関の対応

EUは民間セクターの発展により雇用の機会を創出すべく2015年から2019年にかけてアルメニアの中小企業を対象に技術協力を実施しているほか、German Federal Ministry for Economic Cooperation and Development (BMZ)は持続的な成長のための輸出振興に係る技術協力を2013年から2016年にかけて実施した。なお、本事業との重複はない。

### 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、アルメニア全土において、中小企業開発センター（SMEDNC）の専門家<sup>1</sup>と開発サービスプロバイダーの技術能力強化、地方中小企業と起業家の技術能力強化、アルメニア地方産品の国際市場への輸出促進を行うことにより、地方中小企業及び起業家の国内並びに国外での競争力向上を図り、もってアルメニア地方経済の発展に寄与するものである。

#### （2）プロジェクトサイト/対象地域名：アルメニア全土

#### （3）本事業の受益者（ターゲットグループ）

直接受益者：中小企業開発センター（SMEDNC）職員

最終受益者：地方企業

#### （4）事業スケジュール（協力期間）：

2016年7月～2019年6月を予定（計36ヶ月）

#### （5）総事業費（日本側）：2.6億円

#### （6）相手国側実施機関

中小企業開発センター

(Small and Medium Entrepreneurship Development National Center of Armenia: SMEDNC)

#### （7）投入（インプット）

##### 1) 日本側

① 専門家派遣：専門家5名（合計14.83人月）（道の駅、中小企業、国際マーケティング、ツーリズム、食品包装・基準）

② 研修員受入：本邦研修、第三国研修（地方開発、輸出促進等）

③ 機材供与：研修用生産資機材、事務資機材

##### 2) アルメニア国側

<sup>1</sup> 職員には「専門家」が含まれる。

- カウンターパート (C/P) : SMEDNC 総裁、副総裁、国際協力部長、関係部署職員
  - 執務スペース
- (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 : 本プロジェクトは、「国際協力機構環境社会配慮ガイドライン (2010 年 4 月)」に掲げる影響を及ぼしやすいセクター・特性及び影響を受けやすい地域に該当せず、環境や社会への望ましくない影響が最小限であると判断されるため。
  - 2) ジェンダー平等推進・平和構築・貧困削減
 

女性が開業しやすい業種 (民宿等) を本事業の支援対象に含めることで、女性のエンパワメントを図る。
  - 3) その他 : 該当なし
- (9) 関連する援助活動
- 1) 我が国の援助活動
 

「民間セクター振興・経済構造の基礎固めプログラム」では技術協力プロジェクト「地方産品と地方ブランドの開発プロジェクト (2013 年 3 月～2016 年 2 月)」のほか、「地域資源を活用した商品ブランディング・マーケティング」等の課題別研修を実施している。
  - 2) 他ドナー等の援助活動
 

特になし

#### 4. 協力の枠組み

##### (1) 協力概要

###### 1) 上位目標と指標

上位目標 : SMEDNC によって促進される一村一品運動がアルメニア地方経済の発展に寄与する。

指標 : 1. アルメニア一村一品運動に参加する中小企業が約 400 社に増加する<sup>2</sup>。

2. アルメニア一村一品運動に参加する中小企業に原材料を調達する事業者が約 2,000 増加する。

3. 地方中小企業の売上が 3 年間で約 30%増加する。

###### 2) プロジェクト目標と指標

プロジェクト目標 : アルメニア一村一品運動が地方中小企業及び起業家の国内並びに国外での競争力向上に貢献する。

<sup>2</sup> 現在は約 120 社

- 指標：1. アルメニア全 10 地方において、各地方最低一つの産品ブランドが開発される。
2. アルメニアー村一品運動参加企業 50 社以上において、経営改善効果（顧客増、従業員数増、新市場進出等）が観察される。
3. SMEDNC がアルメニア全 10 地方において、発展型アルメニアー村一品手法<sup>3</sup>を活用した一村一品運動の支援を行われる（セミナーや研修を含む）。

### 3) 成果

1. SMEDNC の専門家及びビジネス開発サービスプロバイダーの技術能力が発展型アルメニアー村一品手法によって強化される。
2. 地方中小企業及び起業家の技術能力が強化される。
3. アルメニア地方産品の日本やヨーロッパ市場を含む国際市場への輸出が促進される。
4. 一村一品運動が実施された地域において国内及び日本を含む国外の旅行客が増加する。
5. 道の駅を含むマーケティングプラットフォームが地方企業の発展のために機能する。
6. アルメニアー村一品運動からの教訓が地方中小企業の発展のために活用される。

## 5. 前提条件・外部条件（リスク・コントロール）

- (1) 前提条件：なし
- (2) 外部条件（リスクコントロール）：アルメニア共和国における政治経済状況に大きな変化がない。

## 6. 評価結果

本事業は、アルメニアの開発政策、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

### (1) 類似案件の評価結果

ラオス人民民主共和国「サバナケット県及びサラワン県における一村一品プロジェクト（2008年-2012年）」の終了時評価ではプロジェクトの後半に県主導でのパイロットプロジェクトの立ち上げ、マーケティング強化に関する取り組みが進められ、当初の懸念であったラオス側のイニシアティブの弱さは大きく改善されたとのことであった。

### (2) 本事業への教訓（活用）

<sup>3</sup>発展型アルメニアー村一品手法とは(i) 道の駅を含むマーケティングプラットフォーム、(ii) 食品 包装及び品質基準を含むアルメニア商品に対する他国市場での需要についての知識、(iii) プロジェクトフェーズ1にて実施されたブランド化、商品化、改善を含む一村一品手法に観光促進手法を加えたもの。

アルメニアは実施機関である中小企業開発センター（SMEDNC）のイニシアティブが強い反面、自治体（市町村）に経済開発政策を行う義務がないため、フェーズ 1 の活動では自治体の自主性に欠ける部分が見られ、一部のパイロット活動ではその後自治体において持続的な活動に制限があった事例もあった。フェーズ 2 では自治体に積極的な役割を持たせることで実施機関である中小企業開発センター（SMEDNC）だけでなく、自治体のイニシアティブを高め、アルメニア全土における一村一品運動のイニシアティブを高めていくことが重要である。

## 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

事業終了 3 年後      事後評価

以 上