

ODA（政府開発援助）

2011年5月20日

水口貴恵

1. はじめに
2. ODAとは
3. 中国とODA
4. 民間企業とODA
5. おわりに

1. はじめに

現在、世界から東北地震への様々な援助物資が届き、救助隊が訪れ、多くの東北の人々が、それらに支えられて生きている。これほど被害が大きいことから当然という見方もあるかもしれないが、やはり、現在まで日本が各国に対し行動を起こしてきたからこそ、このような緊急時に助けてくれる人がいるのではなかろうか。

支援の形は様々だが、その中の1つとしてODAという大きな支援がある。本稿では、日本のODAに対する理解を深めてもらうと同時に、経済発展著しい中国に対するODA支援と、新しい潮流であるBoPビジネスに焦点を当て、今後の日本の途上国支援について検討していく。

2. ODAとは

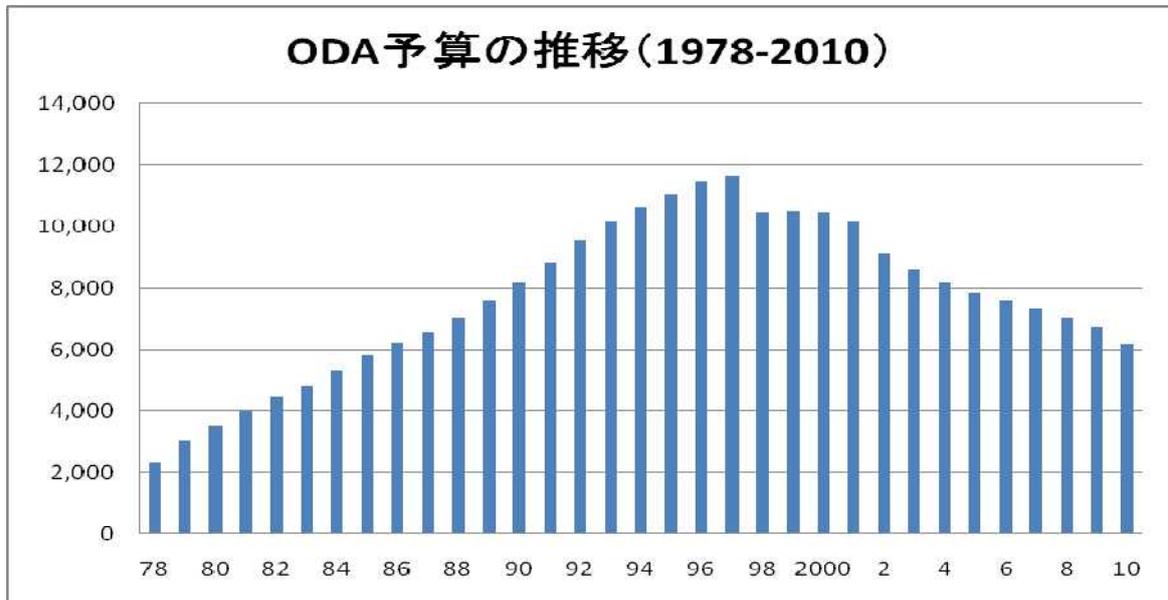
ODAの定義：政府または政府の実施機関によって開発途上国または国際機関に供与されるもので、開発途上国の経済・社会の発展や福祉の向上に役立つために行う資金・技術提供による協力のこと。

日本のODAの特徴

- ・贈与比率の低さ
- ・経済インフラなどハード支援比率の高さ（現在は変化している）
- ・アジア中心（現在は変化している）
- ・「要請主義」と「自助努力」支援

日本の ODA の現状

(左軸の金額単位: 億円)



出典) 外務省 ODA 白書

国内での主な ODA に対する見方

- ・国会議員『ODA 予算は、これ以上増やすべきではない』
有権者の支持を得られないから

- ・メディア『ODA には、こんな問題点があります!』
主要機能が、権力チェック、政府批判だから

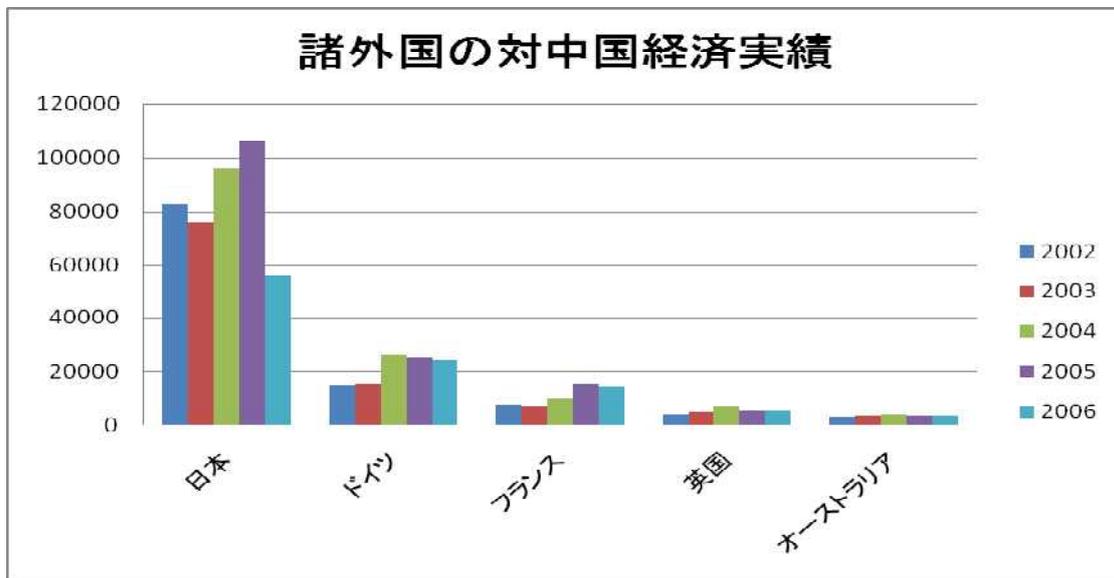
内容に誇張や事実誤認があっても、海外の事例であるため明らかにされにくい

基本的に「よい」ニュースは報道しない傾向がある

3. 中国と ODA

日本の対中国 ODA 援助額

(支出純額ベース、単位:100 万ドル)



出典)OECD/DAC

中国の途上国援助

援助額等の具体的な実態は不明だが、いずれの途上国（アフリカ諸国が中心）でも中国の存在感が増しているのは事実であり、道路、サッカー・スタジアムや競技場、国会議事堂、外務省舎の建設等の目立つハコモノが多いのが特徴。

・「援助額等の具体的な実態は不明」の理由

中国は OECD（経済開発協力機構）未加盟であり、DAC（開発援助委員会）のメンバーでもないため、援助に関する諸データの報告義務を負っていないから。

4. 民間企業と ODA

主要先進国政府・国際機関と民間企業の接点

	従来の動き	新しい動き
政府・国際機関	自らの設定した目的を達成するための委託・調達において、企業と接点を持ってきた。	委託先、調達先ではなく、パートナーとして目標の設定から事業遂行、評価まで一貫して活動するようになってきた。
民間企業	ODA との接点が高いインフラ関連企業が、途上国の道路や橋などのインフラ開発において、積極的に政府機関との関係を強化してきた。	インフラ企業だけではなく、消費財メーカーやエレクトロニクスメーカー等、多種多様な企業が新興国・途上国進出にあたって、政府機関や国際機関との連携を模索しはじめている。

『ミレニアム開発目標』の 8 つの目標

- Goal 1 極度の貧困と飢餓の撲滅
- Goal 2 普遍的初等教育の達成
- Goal 3 ジェンダーの平等の推進と女性の地位向上
- Goal 4 乳幼児死亡率の提言
- Goal 5 妊産婦の健康の改善
- Goal 6 HIV/エイズ、マラリア、その他の疫病のまん延防止
- Goal 7 環境の持続可能性の確保
- Goal 8 開発のためのグローバル・パートナーシップの推進

新しい動き「BoP ビジネス」

BoP とは、「Base of the Economic Pyramid」の略。BoP ビジネスは、市場規模が約 5 兆ドル（=約 400 兆円）にも上ると言われる世界で最も収入が低い所得層をターゲットとしたビジネスのこと。日本の経済産業省は、BoP 層を「世界人口の約 72%に相当する約 40 億人で年間所得 3000 ドル（2002 年購買力平価）そのままの収入で生活している人々」と定義している。

事例

世界銀行・IFC（国際金融公社）¹が展開する「ライティングアフリカ」

目的：アフリカのサハラ以南の無電化地域に光を提供する

協賛企業：エレクトロニクスメーカー「フィリップス」（オランダ）

事業内容：アフリカの無電化地域にLED ランタンを販売

官民連携ポイント

フィリップスが保有しているマーケティングデータに加えて、ライティングアフリカが所有している無電化地域のマーケティングデータを活用して、より有効なマーケティング戦略を構築。

5. おわりに

日本の ODA の現状、対中国支援、そして BoP ビジネスについて述べた。人間の人権、文化等、客観的数値では測り難いものが多く関連する途上国支援は、一概には言えないものが多く、調べるなかで日々現場の人間が試行錯誤している様子が伺えた。

たとえば児童買春を例に挙げた場合、必死に撲滅を目指し活動する先進国の人間がいる一方で、積極的に児童買春をする先進国の人間がいるのだ。このような矛盾した状況を常に途上国支援は抱えている。日本の ODA は、国債の問題や、BoP ビジネスが他国に比べ遅れをとっている点など課題も多いが、現在の支援をされる側の立場にいる時にこそ、改めて ODA の存在意義を見直し、今後の日本の立場を明確にすべきではなからうか。

参考文献

- 草野厚 『日本はなぜ地球の裏側まで援助するのか』朝日新書 2007 年
草野厚 『ODA の現場で考えたこと 日本外交の現在と未来』NHK 出版 2010 年
草野厚 『ODA の正しい見方』ちくま新書 1997 年
佐藤寛 『アフリカ BOP ビジネス 市場の実態を見る』ジェトロ 2010 年
野村総合研究所 『BoP ビジネス戦略』東洋経済新報社 2010 年

参考 URL

外務省ホームページ <http://www.mofa.go.jp/mofaj/>

¹ 世界銀行グループの一機関。貧困現象と生活改善を目的に発展途上国における民間セクターに対する投資支援や技術支援などを行う。