

第二回 JICA-JISNAS フォーラム「農業セクターにおける国際協力とマーケティングの重要性」

(2013/12/16 開催) アンケート結果

先般、標記フォーラムのご参加ならびにアンケートにご協力をいただきありがとうございました。

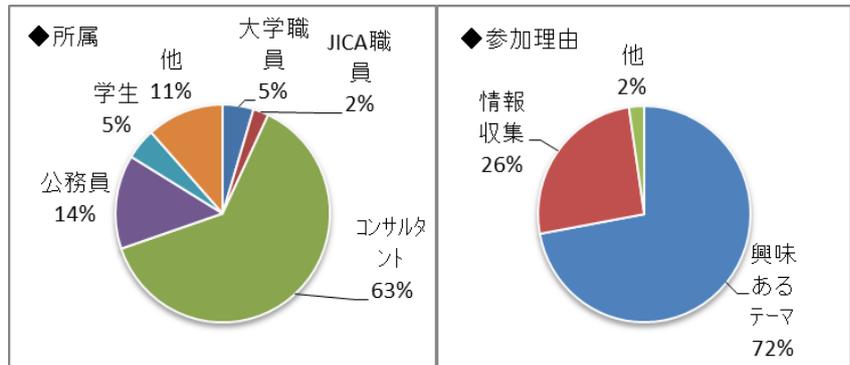
いただきましたご回答は、次回のフォーラムに向けての方向性、ならびに今後のよりよい活動、情報提供のための参考資料させていただきます。

アンケートの集計結果を一部ご紹介させていただきます。

1-2. 参加者の所属及び参加理由 (有効回答数 43)

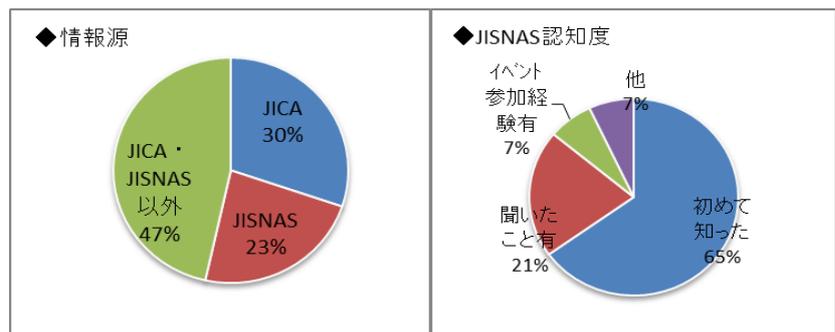
今回のフォーラムは特に開発コンサルタントの方々が大変多く、また、民間企業や公益法人の方にもご参加いただいた。

今後、農業分野での国際協力事業にマーケティングの視点を取り込む重要性について興味を示して頂いたと思われる。



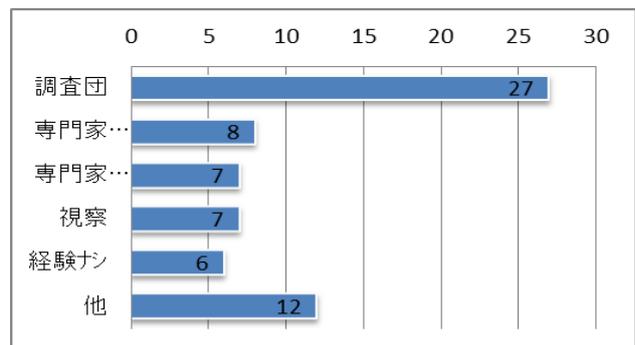
3-4. 開催情報の入手方法及び JISNAS の認知度 (有効回答数 43)

JISNAS について、今回初めて知っていただいた方が多かった。アンケート結果をふまえ、今後セミナーやフォーラムを通じてより知っていただく為に、ホームページ等活動を知っていただけるよう心掛けたい。



5. 農業分野の国際協力事業の関わり(複数回答可)

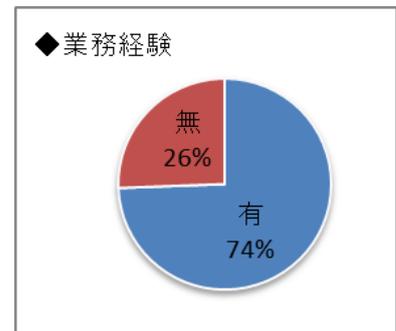
農業分野の国際協力事業に関わった経験を持っている参加者が多く、その他には大学での研究、青年海外協力隊、行政として、企業のプロジェクトの一環として等、農業分野において、多方面に渡り国際協力に携わっていることがわかる。



6. 農業分野の国際協力事業における現場(裨益国)の業務経験

アンケートいただいた参加者の 3/4 の方が現場の業務経験があり、具体的には右記の分野、特に農作物、そしてコミュニティに関わる協力事業に従事されている事がわかる。

その他には灌漑事業、マーケティング調査、中小企業振興に関わる事業等が上げられた。



7. 農業分野の国際協力事業においてマーケティングの視点の必要性・重要性

9割以上の参加者が、所得向上のためにはマーケティングの必要性・重要性を感じていると回答した。

<主な理由・意見>

(大学)

- ・食べる物から売れる物を生産しどのように売るかを考えなければ経済的発展は見込めない。

(コンサルタント)

- ・生産のみでは十分ではなく、作った物売ること初めて所得につながるの、マーケティングは農業生産を所得向上に結びつける重要な要素である。

- ・今までの支援はハードの提供が多くサプライサイドの視点での支援であったが、マーケティングの視点を取り込む事で本当に裨益を受けるべき層に利益が与えられると考える。

- ・マーケティングを意識する必要はあるが、一方複雑な分野であり難局度は上がっていくと思われる。

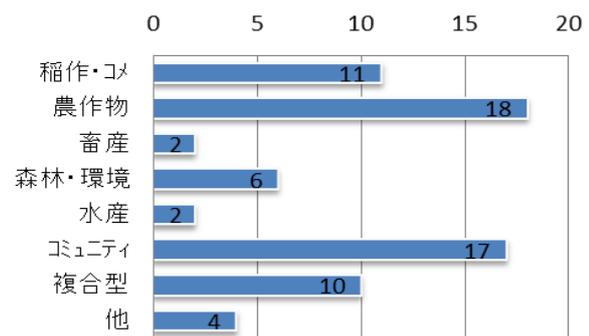
(公務員)

- ・生産支援、生産性向上だけでは、所得につながらず、目標を達成できない。

(その他)

- ・現場の経験から、収穫後処理、流通販売市場の重要性は栽培・生産と同時、またはそれ以上だと考える。

◆ 具体的分野(複数回答可)



8. マーケティングの視点を含めた事業増での懸念・困難な事項

7割近くの参加者がマーケティングの視点を含めた事業が増える事により懸念・困難が予想されると感じていると回答した。

<有の場合、主な理由・意見>

(大学)

- ・高度な情報や技術に対する農家の欲求に答えるだけの日本側の能力に限界があると思われる。

(コンサルタント)

- ・市場状況の把握は高度な手法なので、その取得方法があまり確立されていない。

- ・急なマーケティング志向型農業の導入による富の不平等な配分による格差。

- ・フォーラムでも話題になったように取組むべき課題は複合的にあり、1つのプロジェクトで解決しきれない事もある。

(公務員)

- ・市場原理の導入により、競争、効率主義に重きが置かれると、小規模農民、条件不利地が切り捨てられる。

- ・民間や多数の農家の参画の求め方、選定の仕方が難しい。

(その他)

- ・国や地域によって大きく差があり、個々の事例に対応する必要がある。

- ・売れる作物だけ栽培され食糧生産がないがしろにされ、伝統野菜が消える可能性もある。

9. マーケティングの視点を含めていくに際し議論の必要性

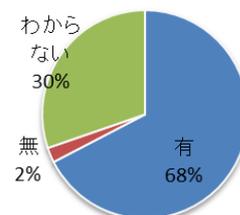
7割の参加者より、マーケティング事業が増えていくに際し、より議論を必要としていると回答した。

<有の場合、主な理由・意見>

(大学職員)

- ・農業の教育レベルの向上や組織化。

◆ マーケティング事業増での懸念・困難



◆ 議論の必要性



(コンサルタント)

- ・どのような条件の時にどのようなアプローチが有効かという目安。
- ・どのように農家を市場志向型にしていくのか、SHEP の例も含めてアプローチについて議論は必要。
- ・民間との連携をどのようにはかっていくか。
- ・農業マーケティングのビジネスモデルを、対象地域の社会、経済、慣習に合ったものを作成する事が重要である。

(公務員)

- ・対象地域の現状についての弾力的対応、情報共有。
- ・公的セクターの関与や官民連携のあり方。

(その他)

- ・生産物の市場をさまざまな角度(距離・鮮度・価格・需要/供給・競争相手等)から検討し、柔軟に対応する事が必要。

10. JICA・JISNAS へ質問・要望等

<要望>

- ・農村開発・農業マーケティング分野における民間連携案件の事例を紹介してほしい。(コンサルタント)
- ・今後マーケティングやバリューチェーンといった商業の重要性を組み込んだ事業の拡大を期待する。(コンサルタント)
- ・研究と国際協力を同じテーブルで講演できる場を増やしてほしい。(コンサルタント)
- ・農産だけでなく、酪農、食品加工、流通、検査、市場等多くのエリアを含んだフォーラムを開催してほしい。(コンサルタント)
- ・JICA の外国人研修員が日本の研修で学んだ事を自国でどう活かしているのか知りたい。フォーラムの議題としてもこのような内容で行うのであれば関心がある。

<その他>

- ・成功例の話だけでなく、「難しかった案件」についても話も伺いたかった。(コンサルタント)
- ・「課題」ばかりでなく「期待」についても意見聴取すべきと感じた。(公務員)

11. 次回 JICA-JISNAS フォーラムの議題に対する要望

- ・途上国における農業の多面的機能性(コンサルタント)
- ・アフリカ農業と国際貿易(コンサルタント)
- ・各専門家から、さまざまな国の例を成功例だけでなく、問題点と対応例についてケーススタディ的なフォーラムを開催してほしい。(コンサルタント)
- ・市場全体、国をまたいだ協力に関する話を聞きたい。(コンサルタント)
- ・民間企業の方からプレゼンをいただくようなテーマ。(公務員)
- ・外国人の研修員の皆さんが JICA 研修で学んだ事を自国でどのように活かし活動しているのか。(学生)
- ・TICAD V に関わる視点でのセミナー。(学生)
- ・実際に海外で農産物生産・販売を行っている企業家の話を聞きたい。(その他)