JICA民間連携事業 ニーズ確認調査

カザフスタンでの挑戦と教訓

どのようにニーズを発掘し、公共調達に挑み、
JICA Bizを進めたのか

フラット合成㈱／大中物産㈱

2026年6月24日　JICAセミナー

調査期間
2025年5月～2026年5月

対象国
カザフスタン共和国

本日のお話

01 ニーズの発掘方法

5回の現地渡航で何を見て、何を聞いたか

02 公共調達への挑戦

現地パートナーを見つけ、政府調達案件を落札するまで

03 JICA Bizの進め方

JICAの仕組みをどう活用し、事業をどう設計したか

04 成功のためのノウハウと教訓

苦労した点、工夫した点、次に活かせること

0　事業を始めたきっかけ

背景：ロシア依存からの転換

- 長年ロシア向けに水産関連資材を輸出していた
- しかし 2022年のウクライナ戦争を機に貿易が停止
- 新たな市場を模索する中で、中央アジアに関心を持つようになった

中央アジアとの最初の接点、JICA事業への応募

- 2023年、JICA北海道・経産局主催のビジネススタディツアーに参加
- そこで出会った カザフスタンの水産研究所にふ化器をサンプルを輸出
- 実際に使用した研究者から 高い評価 を得た

↓

サンプル評価を受け、**「この国の水産業をもっと深く知りたい」 という思いが強まる**
そこで JICA民間連携事業（ニーズ確認調査）に応募
2025–2026年の1年間で本格的な現地調査を実施することになった

01　ニーズの発掘方法

現地で発見した課題

- 競合トルコ製ふ化器のふ化率の低さ
  作業効率が良くない
- 発眼卵を欧州（ポーランド等）に全面依存
  → 地政学リスク大
- 政府目標：2030年までに養殖生産量を27万t（現状の約14倍）に拡大
- 設備投資補助金制度あり（最大30%）、日本製品も対象

取ったアクション

渡航１回目

8社の養殖事業者・研究機関・物流会社を直接訪問し、現場の生の声をヒアリング

渡航２～３回目

カスピ海沿岸・北部地域にも範囲拡大。政府や商工会議所（Atameken）との接触

渡航４～５回目実証試験

K社(民間の養殖業者)にふ化器を試験設置。日本製とトルコ製を比較 → 生存率90%超を実証

ニーズ確定

「高性能ふ化器」と「種苗センター設立支援」の2軸でニーズを特定

02　現地商社との公共調達への挑戦

STEP 1
出会い

I社との初接触（渡航２回目）

政府向け商社I社と非公式に面談。「日本製品を輸入したい」という会社方針が一致。種苗センター向けの政府調達案件の存在を把握。

STEP 2
見積提出

ふ化器・魚卵選別機の見積提示（帰国後）

水産研究機関向けのふ化器24台・魚卵選別機6台の見積りを提出。「海外に類似品がない」製品のため競合少と判断。

STEP 3
落札

入札落札（渡航３回目）

I社が入札に参加し、無事落札。契約締結に向けた最終調整へ。

STEP 4
契約締結

3社間で売買契約締結（12月）

I社・大中物産・フラット合成の3社間で契約締結。ふ化器24台・魚卵選別機2台を苫小牧港から出荷。
カザフスタン政府の種苗センター設置計画向けの継続案件に発展。

03　JICA Bizの進め方

B to G（政府調達）

- I社との連携で政府入札案件に参加
- 「類似品が海外にない」製品で価格競争を回避
- 毎年30台規模の安定供給 → 事業の収益基盤
- 落札後も継続案件として発展

B to B（民間）

- K社で実証試験を実施（生存率90%超）
- データを活用して他事業者へ横展開
- カザフスタン養殖拡大に伴い右肩上がりの成長
- 民間利益の最大化で事業のスケールアップ

技術・人材連携

- 民間研究所との連携で技術指導体制を構築
- 現地専門家に現場サポートを依頼
- SDGs（目標8）への貢献を事業の柱に位置付け
- 2030年の国家目標に直結する提案で差別化

04　JICA Bizを上手に進めるための教訓

1　現地に足を運び、課題を「体感」せよ

報告書だけでは見えない現場の実態がある。実際に装置を触り、事業者の悩みを直接聞くことでニーズの核心に迫れる。

2　「競合のいない土俵」を選ぶ

価格競争になれば途上国では必ず負ける。「海外に類似品がない」技術・製品でB to G案件を狙うのが鉄則。

3　現地パートナーは早期に複数確保

B to B（K社）とB to G（I社）の両軸でパートナーを確保。片方が失敗しても事業を継続できる体制を作る。

4　「国策」に乗る形で提案する

政府の国家プログラム（2030年27万t目標）と自社製品の価値を直結させることで、担当者を動かしやすくなる。

5　成果データで信頼を積み上げる

実証試験の「生存率90%超」というデータが次の商談を開いた。定量的な証拠が現地での説得力を高める。

6　JICAの仕組みを最大限に活用

渡航費・調査費のサポートを使い、複数回の渡航を実現。報告会でのJICA担当者フィードバックも事業改善に直結した。

まとめ　ー途上国ビジネスの可能性と挑戦

「現地の課題」×「日本の技術」×「JICAの仕組み」= 途上国でのビジネスチャンス

ニーズは現地で掘り起こす

5回の渡航、数十社との面談で初めて見えてきた「本当の課題」がある。机上の調査だけでは限界がある。

公共調達は安定収益の柱になる

B to G案件は一度落札すれば継続案件に発展しやすい。「競合のいない製品」での参入が鍵。

JICAのサポートを戦略的に活用

渡航費・報告会・専門家ネットワークを最大限に使い、スピーディーに現地基盤を構築できる。

ご清聴ありがとうございました！

フラット合成㈱ ／ 大中物産㈱