

対象国の条件：

研修コース番号：(A) 201984671-J002/(B) 201984672-J002/(C) 201984939-J002

案件番号：(A) 201984671/(B) 201984672/(C) 201984939

主分野課題：農業開発/流通・加工・輸出振興

副分野課題：民間セクター開発/その他民間セクター開発

使用言語：(A) 英語/(B) 英語/(C) 露語

案件概要

地域資源を活かした商品を通じて地域経済開発を図る案件において、市場ニーズよりも「作れるモノ」等生産者視点の強い商品となったり、地域全体に好循環を生む地域ブランド形成に繋がらない場合がある。

本研修は、地域経済や地場産業の振興に従事する者が、地域資源の重要性と可能性を認識しつつも、市場調査や分析を通じ顧客を意識した商品開発が不可欠であること、また、当該取組は継続的かつ効果的に行われる必要があること等を理解し、実践的知識を習得・整理したうえで、各国・各地域の実情に応じて講じ得る対応策・改善策を検討することを目的に実施する。

なお、商品単体の市場調査・分析に基づく商品開発及びブランド化の次のステップとして、地域商品群を通じて商品単体及び地域全体に好循環を生む「地域ブランド形成」の具体的なアプローチ、留意点も取り上げる。

目標/成果	対象組織/人材
<p>【案件目標】 地域資源を活用した商品及び地域のブランディングやマーケティングに係る実践的知識を習得・整理し、各国・各地域の実情に応じて講じ得る対応策・改善策を検討する。</p> <p>【成果】 1. 研修員の自国における地域資源を活用した商品・サービスの現状と課題を纏められる。 2. 日本の行政（中央及び地方）や産業振興機関による地域ブランド化等、地域の特徴を活かした産業振興の経験や手法を理解し、研修員の自国地域と比較分析できる。 3. 地域産業振興のための商品及び地域ブランディング・マーケティングに必要な知識・手法を理解し、自国での問題解決に最も活用し得る知識・手法を選択できる。 4. 研修で得た知識・経験から、地域産品を通じた自国の地域の産業振興策及び商品化の支援・指導手法について強化・改善すべき点を整理し、提案書を作成できる。</p>	<p>【対象組織】 特定の地域経済及び地場産業振興のために特産品のマーケティングを担当もしくは支援している組織。</p> <p>※地域特産品群をブランド化し、独自の価値化・差別化を図ることで固有な販路確保に取組む組織が望ましい。</p> <p>【対象人材】 ・地域産品の開発や販路開拓に係る中小企業（小規模事業者、生産者含む）への支援実施、施策立案、地域ブランドの形成・活用・管理の担当・支援業務に携わっている者。 ・関連実務経験が5年以上の者。</p>

内 容	本邦研修期間	
<p>研修参加者が、常に市場を意識した地域発の商品・サービス開発が不可欠であること、当該取組は継続的に行われる必要があること、また日本におけるその実践例を理解し学ぶ。</p> <p>1. 日本の地域産品開発や地域ブランド化等の取り組みによる地域振興事例・制度 2. 地域振興の関係者（生産者/組合、卸・小売業者、消費者、行政など）の活動・支援等役割分析 3. 地域資源の特長と活用、地域資源・特徴を生かした商品・サービスの発掘・商品開発・多様化 4. マーケティング戦略・手法（STP、マーケティングミックス、サプライチェーンマネジメント等） 5. 市場調査・分析と地域発の商品・サービス開発、アンテナショップの機能 6. 商品及び地域ブランディング手法・取組 7. ブランド構築・活用・維持管理に関する成功事例と失敗事例</p>		(A) 2019/4/3～2019/4/27 (B) 2019/7/10～2019/8/10 (C) 2019/11/13～2019/12/7
	担当課題部	農村開発部
	所管国内機関	(A) JICA中部 (B) JICA沖縄（研修業務） (C) JICA中部
	関係省庁	
	実施年度	2017～2019

主要協力機関	(A) (有) 人の森/(B) ランドブレイン株式会社/(C) 一般財団法人日本国際協力センター（JICE）
---------------	--

特記事項及びホームページ	本件の想定するターゲット顧客は、国内もしくは近隣諸国に存在・潜在する市場を想定しており、複雑かつ高度な知識及び情報が必要な長距離及び先進国等の国外市場（輸出）は主な焦点ではない。
---------------------	---