

対象国の条件：

研修コース番号：(A) 201984648-J002/(B) 201984649-J002/(C) 201984650-J002/(D) 201984651-J002/(E) 201984875-J002

案件番号：(A) 201984648/(B) 201984649/(C) 201984650/(D) 201984651/(E) 201984875

主分野課題：民間セクター開発/貿易・投資促進

副分野課題：

使用言語：(A) 英語/(B) 英語/(C) 英語/(D) 英語/(E) 西語

案件概要

本研修では、国際的なバリューチェーンや自国産業の強みを俯瞰しながら、具体的に商品開発・ブランディング、効果的なプロモーション、市場調査・分析等マーケティング戦略を学習する。その上で、先進国市場のニーズをくみとり「売れるものをつくる」視点（マーケットイン）と「売るノウハウ」から、自国の文化や歴史背景を反映させたユニークかつ高品質な商品を発掘し、輸出振興につなげることを検討する。

目標／成果

対象組織／人材

【案件目標】

途上国の輸出振興に関わる研修員が、自国の地場産業を活かした商品のブランド開発・商品開発に必要なノウハウとマーケティング戦略を学習し、関係機関と連携した実践的な輸出振興アプローチを習得する。

【成果】

1. 国内産業育成のための輸出振興の位置づけを理解し、自国産業の強みや特徴を踏まえた輸出振興戦略を説明できる。
2. 自国の商品の魅力を把握したうえで、海外の消費者にその価値を伝えるためのブランド開発や商品開発を行うことができる。
3. 効果的なプロモーション活動の実施のコツを理解し、目的・対象に合わせて利用することができる。
4. 展示会、アンケート、テストマーケティングなどを通して市場調査を行い、適切な価格や流通経路を含む自国商品および戦略の評価（アクションプランの作成）を行うことができる。

【対象組織】

1か国から官民それぞれ1名ずつの参加とする。
官：輸出振興機関などの輸出振興を担当する官公庁もしくは公的機関より1名、
民：生産者団体・業界団体・商工会議所などの組織から1名。

【対象人材】

輸出振興業務に3年間以上従事した経験を有する者。
輸出振興に関するプロジェクトを実施している地域、もしくはJV, SV, 専門家などが活動を行っている地域であればなお望ましい。

内 容

<事前活動>
事前レポートの提出

<本邦研修>

—講義：輸出振興のためのマーケティング戦略、ブランディング、成功事例の紹介

—視察：日本企業のマーケティング事例（伝統産業の海外ニッチ市場への展開事例など）
海外展開支援機関
海外商品を取り扱う商社（バイヤー）などへの訪問

—実習：展示会の視察訪問、模擬商談会、など

—討論・発表：研修員間のディスカッション、アクションプランの作成、及び発表

本邦研修期間

- (A) 2019/11～2019/12
- (B) 2020/1～2020/2
- (C) 2019/7～2019/8
- (D) 2019/10～2019/11
- (E) 2019/9～2019/10

担当課題部

産業開発・公共政策部

所管国内機関

- (A) JICA関西（業務二）
- (B) JICA九州
- (C) JICA九州
- (D) JICA中部
- (E) JICA九州

関係省庁

実施年度

2018～2020

主要協力機関

(A)（公財）太平洋人材交流センター/(B)（公財）北九州国際技術協力協会/(C)（公財）北九州国際技術協力協会/(D)（有）人の森/(E)（公財）北九州国際技術協力協会

特記事項
及び
ホームページ