

## マーケティング分野:2018-2019 年乾季作における活動成果



セーサラロン地区農家による野菜マーケット(直売所)

マーケティング分野では、「とにかく作る」から、「市場で売れるもの、投入に見合った収益が見込めるものを作る」にシフトするよう市場動向の把握、収支計算・栽培計画の作成を支援しています。また、農家と民間組織とのネットワーク強化を通じた販路拡大の活動や、市場に出回っていない品種や顧客のニーズに合う野菜の栽培技術の向上も行っています。

今回は、マーケティング分野における 2018-2019 年乾季作(2018 年 12 月~2019 年 3 月)の活動内容や成果について報告します。

### 1) 主な活動内容

#### ① 売るためのもの作り

- ・農家による市場ニーズの把握
- ・農家自らが試算し、投入に見合う作物を選定するための支援
- ・栽培技術支援

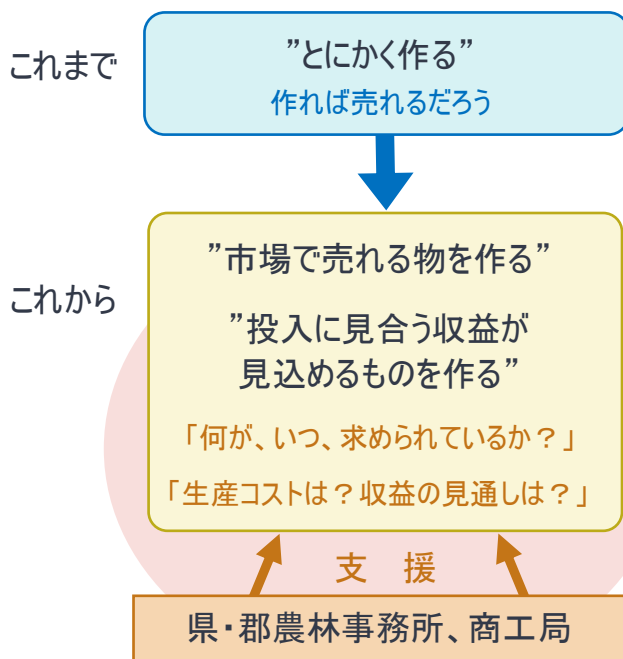
#### ② 付加価値のある野菜の栽培

- ・安全、安心な野菜(無農薬栽培)
- ・市場に出回っていない品種
- ・栽培技術支援(天然素材を利用した忌避剤の普及など)

#### ③ 販路拡大

- ・民間セクターによる作物取引の仲介
- ・レストラン等への訪問による取引先開拓
- ・Facebook の開設、TVCM 放映
- ・野菜マーケット(直売所)

「作って売る」から「売るために作る」へ



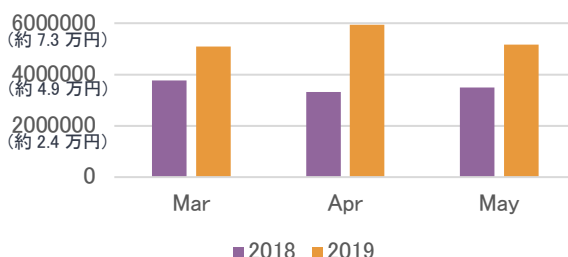
### 2) 成果

#### ① ポンシム農家グループ

- ・新品種(日本キュウリ、ダイコン、ズッキーニ、オクラ、赤カブなど)の導入、販路拡大により売り上げが約 1.5 倍に増加。また、個人や大口購買者、レストランなどの新規の顧客も増加。
- ・新たな農家が加わり、栽培面積も拡大している。

< 売上げ比較(農家一戸あたり) > 単位:キープ/農家

Vegetable Sales



## ②その他の地区(野菜導入農家 30 軒)

- ・野菜栽培技術の習得:  
ダイコン、ズッキーニ、青梗菜、オクラ、ピーチリ、ニンジン  
(これらの中には、試験栽培を終え、実際に販売を始めたものもある)
- ・キノコ栽培: トライアルとして栽培しながら近隣に販売中
- ・収穫物の販売促進: レストランへの販売、注文のあった業者への販売など
- ・販売連携: ポンシム農家グループを通じた販売の委託を開始



ピーチリ栽培農家の視察

### 栽培方法を習得している新たな野菜たち



ダイコン



ズッキーニ



チンゲン菜



オクラ



ピーチリ

(トウガラシの品種の1つ)



ニンジン

### 農家から一言① ポンシム農家グループ長 セーンサワンさん

以前は、ダイコンやニンジンなど栽培が難しい野菜があったのですが、今では、様々な種類の質の高い野菜を作ることができるようになった、と自信をもって言うことができます。市場での売り上げも上々です。

最近では、私達農家グループが生産する野菜を買ってくれる固定客も増え、販売量も増えてきました。そのため、プロジェクトの他の対象地区の農家グループが生産した野菜の販売委託を受けることもしています。こうすることで彼らへの販売のお手伝いにもなりますし、拡大している顧客ニーズへの対応にも役立っています。



### 農家から一言② セーサラロン農家副グループ長 キポーさん

これまで私の地区では稲作が中心でしたが、プロジェクトの活動によって野菜栽培をビジネスとして取り組む機会に恵まれました。スタディツアーなどで野菜栽培の先輩農家の姿を見るにつれ、自分たちも野菜栽培のプロになりたいという思いが強まりました。地元で直売所を立ち上げてからは、現金収入も得られ、家計で必要な支出もそこそこ賄えるようになってきました。

今後は野菜をもっと出荷できるよう、栽培面積を拡げるなどしていきたいと思っています。



## <次回(8月中旬頃)予告: 灌漑分野 >

灌漑の水管理や施設管理は、水利組織の重要な活動です。この活動を円滑に行うためには予算が必要です。次号は、各水利組織の財政改善の取り組みを紹介します。