

## 添付資料

添付資料1 第2次現地調査 セミナーアンケート調査結果（農業及び食料・食品分野）

目次

	ページ
はじめに .....	1
1. 参加者の職業分野 .....	1
2. ケニア市場における紹介製品の競合状態 .....	2
3. ケニアにおける紹介製品の市場 .....	7
3-1. 水分計 .....	7
3-2. 保冷箱 .....	8
3-3. 刈払機 .....	9
3-4. プラソイラ .....	9
3-5. 食物乾燥機 .....	10
3-6. フレークアイス製造機 .....	11
3-7. 魚三枚おろし機 .....	11
3-8. 魚肉練り製品製造機 .....	12
4. 紹介製品に対するセミナー参加者の今後に向けた興味 .....	13
5. 現時点での紹介製品のケニア市場獲得可能性 .....	14
資料1. 使用した質問票 .....	A-1
資料2. Presentation summary（非公開部分につき非表示） .....	A-5

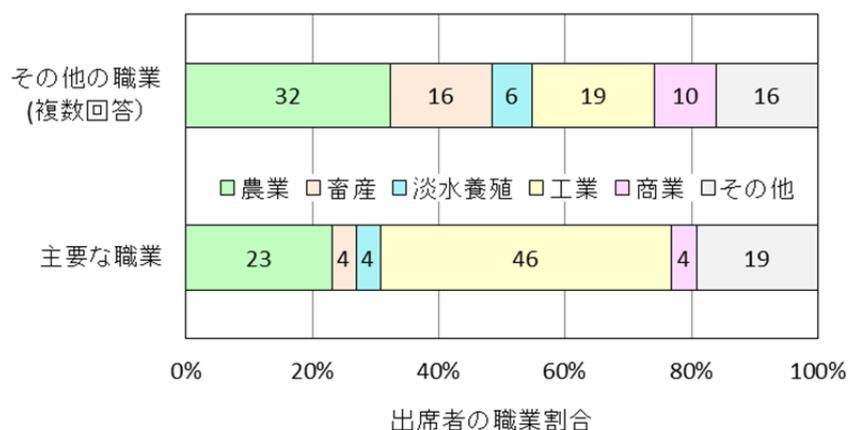
## はじめに

2014年11月21日、調査団は、「農業」分野及び「食料・食品」分野について我が国中小企業の8種類の製品・技術を紹介し、同地の人々の評価を聴き詳細なニーズや参入可能性の詳細を探るためのセミナーを開催した。同セミナーにて紹介された製品・技術は、第1次調査の結果と第2次調査のセミナー開催直前までの情報収集結果を元に、当初想定されていた製品・技術の中から、日本企業の進出ニーズ及び現地でのニーズがより高く、価格の実現性が比較的高いと考えられ、ケニア市場へのより高い参入可能性を有するとして選出されたものである。

さらに、これらについてこの時の議論に基づいた製品評価を確認するためにアンケート調査を行い（資料1）、日本側関係者（日本大使館員、JICAケニア事務所職員、調査団員）を除いた32名の参加者のうち、26名から回答を得た。以下に、その結果を報告する。

### 1. 参加者の職業分野

主要な職業分野として工業を挙げる者が半数近くあり（46%）、次いで農業従事者が1/4程度（23%）を占めた。畜産、淡水養殖、及び商業を挙げる者がそれぞれ1名（4%）であり、残りの1/5程度（19%）はその他であった（1図）。一方、その他の職業分野（複数回答）では農業が1/3程度（32%）と最も多く、ついで、工業（19%）、畜産（16%）、商業（10%）、淡水養殖（6%）の順であった。工業に従事しながら一次産業（農業、畜産、及び淡水養殖）を副業とする者が多いと思われた。さらに、主要な生産物あるいは活動を聞いたところ24名から回答を得たが、単独で1次産品（ミルク、及び穀類）を挙げた者は2名に過ぎず、加工食品（乾燥果物、ジャム、等）を中心とした2次産品の生産や農業資機材の販売を中心とした3次産業に従事する参加者が多かった（1表）。



1図：セミナー参加者の職業分野（集計者数26名）

1表：セミナー参加者が携わる主要な生産物あるいは活動

産業	主要な生産物/活動
一次産業	ミルク生産
	ソルガム生産およびオートミール用の穀類生産
二次産業	マンゴの加工（ドライマンゴ生産）
	マンゴの加工品（ジュース、粉）生産
	アロエベラの生産と商品化
	イチゴおよびその加工品（ジュース、ジャム、ワイン）の生産
	乾燥アロエおよび乾燥野菜生産
	家畜の餌（岩塩を含む）生産
	ヒマワリ油の生産
	化粧品生産
	建設資材生産
三次産業	食品加工および電器機器販売
	温室材料、灌漑、種子、農薬、および肥料の販売
	種子と獣医関連薬品販売
	農薬、肥料、種子、温室資機材、および灌漑資機材の販売
	農業資材調達、農業生産、農民訓練、製粉
	電動製粉機や電気製品の修理
	製造ライン管理
	商取引の助言
	持続的環境管理
	淡水養殖研究

## 2. ケニア市場における紹介製品の競合状態

第1回現地調査で得られたケニアにおけるニーズに基づき<sup>1</sup>、水分計、保冷箱、刈払機、プラソイラ、食物乾燥機、フレークアイス製造機、魚三枚おろし機、及び魚肉練り製品製造機の8品目を紹介した（2表）<sup>2</sup>。

2表：セミナーでの紹介製品とその機能

分野	製品	機能
農業	水分計	トウモロコシをはじめとする穀類など、収穫された種子の水分を測定する。
	刈払機	肩掛け式で、芝や雑草の刈取りを行う。
	プラソイラ	トラクター装備機器の一つで、土壌の転耕と深耕の2機能を備えもつ。
食料・食品	保冷箱	保冷材との組み合わせにより、一時保蔵や保冷搬送に利用できる。
	食物乾燥機	果実、野菜、肉、魚、等の乾燥に用いられる省エネ製品。
	フレークアイス製造機	フレーク状の氷を製造する。
	魚三枚おろし機	魚を三枚におろす。
	魚肉練り製品製造機	自動で魚の練り製品を製造する。

<sup>1</sup> ケニア「ニーズ調査」農業、食料・食品、職業訓練・産業育成第一次現地調査結果のポイント要約

<sup>2</sup> ケニア「ニーズ調査」第2次現地調査本文

各製品の選定理由について、調査報告書本文の参照すべき個所とともに3表に示した。

3表：紹介製品の選定理由

製品	選定理由	参照本文 章-節-項-見出
水分計	トウモロコシはケニアにおける主食作物（年間消費量；103 kg/人 <sup>3</sup> ）であるが、同国における主要な食品の中で廃棄率が最も高い（収量のおよそ30% <sup>4</sup> ）。この殆どがアフラトキシンを主としたカビ毒と虫害によるものである。さらに、近年広がりを見せるトウモロコシ致死性の壊死病により2014年の収量は南部、中部および東部の各地で通年作の6割に減少している <sup>5</sup> 。生産されたトウモロコシの完全利用は国の食糧安全保障に関わる問題である。したがって、カビの発生を防ぐためにトウモロコシの供給過程を通じてその水分含有率を適正に保つ必要がある。さらに、生産者や仲買人にとってもカビ等による品質低下で生産物の価格に20～25%の差がつくのみならず、既定の水分含有率（13.5%以下）に達していないものは倉庫業者や製粉業者に買い取りを拒否されるというリスクを負うことになる <sup>6</sup> 。こうした状況から、測定法が簡便で耐久性に優れた水分計の市場があると判断した。	2-1-1-(5)
刈払機	日々の飼料用草刈りを必要とする酪農業者、および公共環境整備を行う公的機関を潜在市場と見込んだ。本製品は中小農家でも入手可能な価格であること、肩掛け式で搬送が容易なこと、メンテナンスが容易であること、などからケニアの現状に適合し、農作業の効率化および若年層の雇用対策に資すると考えた。	2-1-1-(4)
プラソイラ	本製品は表土を乱すことが少ないにもかかわらず深耕により心土を破碎し、土壌の物理性および科学性の改善に貢献する。ケニアでは、気候変動による想定外の気象条件の発生に際しても作物生産をできる限り安定化させる環境保全型農業が求められており、その手法として最小耕起法が奨励されている。本製品はこうした目的に合致することから、需要を発掘できると考えた。	2-1-1-(3)
保冷箱	ケニアでは保冷輸送手段が十分に整備されておらず、生鮮食料品の品質低下や高い廃棄率に繋がっている。本製品は低投資で低温保蔵・搬送を可能にするため、中小事業者の参入を容易にして生鮮農・畜産物の市場を拡大し、大きな経済効果を生み出すことが可能となると考えた。	3-1-1-(2)
食物乾燥機	乾燥食品は工程が単純で保蔵や輸送が簡単なうえ、輸出においても病虫害の検疫問題を考える必要がないため様々な分野で取り組みが始まっている。紹介製品は高い省エネ技術により日本で数々の受賞を得ているのみならず、プログラミングによる自動温度調整により高品質乾燥食品を作り出すことができる。そこで、中小農の生計向上や雇用機会の創設のため、一次産品に付加価値をつける産業の育成が図られているケニアにおいて市場発掘の可能性があると考えた。	3-1-1-(1)
フレーク アイス製造機	フレーク状の氷は扱いが簡単なうえ、隙間にくまなく充填できることから生鮮食品を高品質に保つことができる。新たな保冷搬送手段の活用により、生産者の利潤向上および生鮮食品への付加価値添加を伴った市場拡大につながることを期待される。製造業者が廉価な小型製品を開発していることを機に、中小農民の副業や若年層の雇用機会の創出として実施されていることが多い淡水養殖における活用、あるいは小売店やスーパーマーケットでの利用を想定して紹介することとした。	3-1-1-(2)
魚三枚 おろし機	魚は切り身の方が付加価値が付き販路を拡大できる。現在のところ人手を介して淡水魚の処理を行っているため、小規模業者にとっては人件費の負担が規模拡大を妨げる。こうした業者からの興味が寄せられたことから紹介した。	3-1-1-(1)
魚肉練り製品 製造機	淡水魚に付加価値をつけるとともに、保蔵性を良くして販路を広げることにも興味をもつ水産業者からの要望があったために紹介した。	3-1-1-(1)

<sup>3</sup> [http://www.fao.org/fileadmin/user\\_upload/emergencies/docs/MLND%20Snapshot\\_FINAL.pdf](http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/emergencies/docs/MLND%20Snapshot_FINAL.pdf)

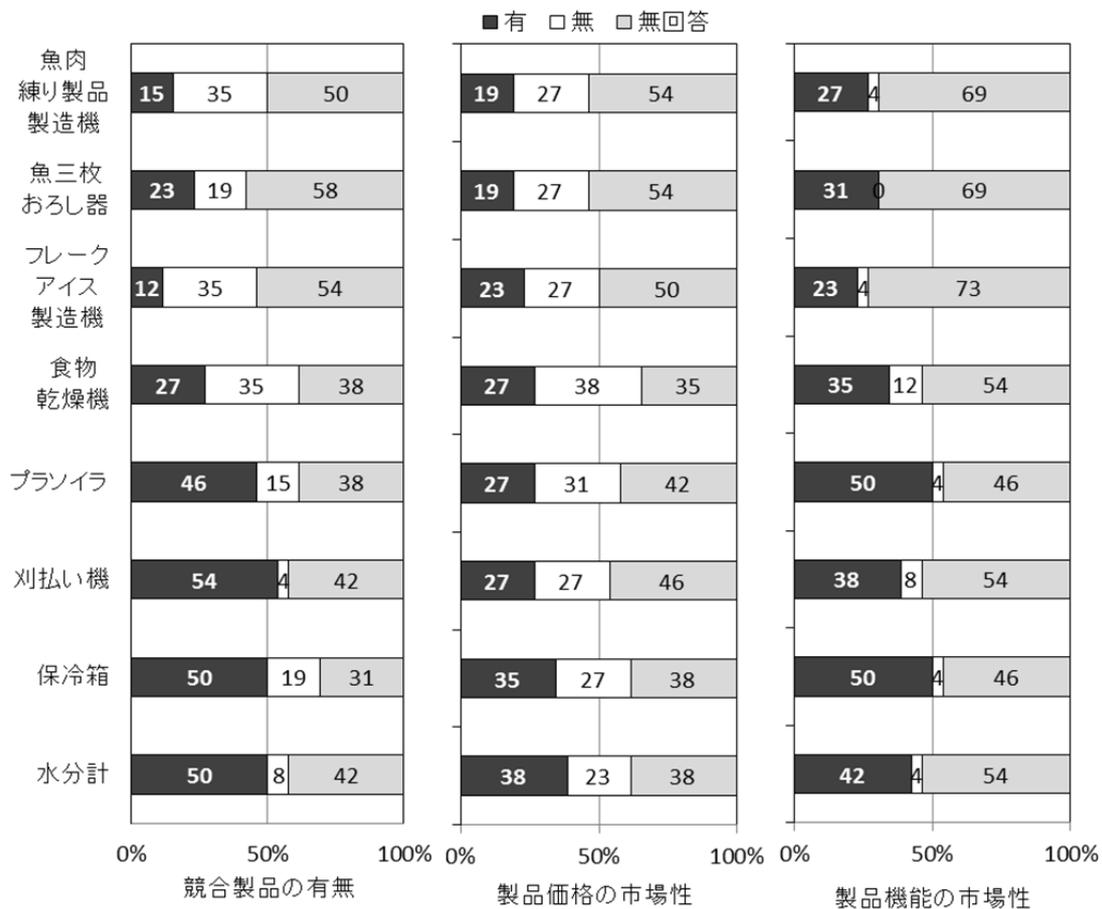
<sup>4</sup> Kenya National Bureau of Statistics 「Economic Survey 2014」

<sup>5</sup> <http://www.acted.org/en/kenya-maize-disease-threatens-food-security>

<sup>6</sup> Cereal Growers Association における聞き取り

3表以外で当初検討した播種機、遮光・マルチ資材、収穫作業機・運搬車、精米機、製粉機、加工機器（トウモロコシ皮むき機）、豆菓子・粉製品・ブランディング・パッケージング、及び一般機械工具については、2次調査を通して現在のケニア市場には適合しないとの感触を得たので省略した。

本セミナーにて紹介したそれぞれの製品につきケニア市場に競合品が存在するか否かを聞いたところ、水分計、保冷箱、刈払機、及びプラソイラについては半数近くが存在すると答え（46~54%）、存在しないとする者を大きく上回った（4~19%）（2図）。残りの食物乾燥機、フレークアイス製造機、魚三枚おろし機、及び魚肉練り製品製造機については競合製品があると答えた者は全体の3割以下（12~27%）で、魚三枚おろし機を除いて無いと答えた者が明らかに上回った（19~35%）。魚三枚おろし機では両者が拮抗する傾向にあったが、競合品の存在を肯定するものが否定する者よりも多かった。調査団はフレークアイス製造機を除いては目的を同じくする機器の存在を確認しており、その他の製品について競合品が無いとした回答者は、日本製品の機能を考慮しての判断と思われる。



2図：紹介製品のケニアにおける市場性

日本における販売価格を示し、現地価格は日本価格の1.7倍程度になるとの予測を説明しながら製品価格の市場性について聞いた。水分計及び保冷箱については4割弱（35~38%）の参加者が市場性を有すると答えたが、刈払機、プラソイラ、食物乾燥機、及びフレークアイス製造機では1/4程度（23~27%）、魚三枚おろし機、及び魚肉練り製品製造機においては1/5程度（19%）が市場性を認めたにすぎなかった（2図）。ただし、回答者自身の職業分野に直接関連しない製品について無回答であるケースが多く見られたため、いずれの製品においても4割~5割強（35~54%）が無回答となっているが、肯定あるいは否定した者が製品を認識していたとすると、肯定者が否定者を上回った製品は水分計及び保冷箱のみであり、刈払機、プラソイラ、及びフレークアイス製氷機では両者が拮抗し、食物乾燥機、魚三枚おろし器、魚肉練り製品製造機では価格面から市場性が“ない”とする者が“ある”とする者を明らかに上回った。

4表 紹介製品のケニアにおける競合製品の有無と消費者の価格を含めた評価

製品	競合品			購入上限価格		紹介製品 日本価格 (KES)	購入時の判断基準	
	生産国	価格(KES)	回答者数	価格 (KES)	回答者数		項目 (価格以外、複数回答)	回答者数
水分計	中国あるいは米国	140,000	1	10,000-30,000	1	82,000	価格が高いことが再三指摘された（3名）が、該当する回答は得られなかった。	
	イギリス	150,000	1					
	不明	10,000 - 30,000	1					
	不明	80,000	1					
保冷箱	中国あるいは米国	30,000	1	30,000	1	41,400 (一般的な物。 仕様により変動)	人体に有害ではないこと（保冷剤）。	
刈払機	中国	25,000	2	20,000	1	35,000	牧草刈のためには機能デザインを再考すべき、との意見があった（1名）他は、該当する回答が寄せられなかった。	
	ケニア	5,000 - 50,000	1	25,000	2			
	スイス	26,000	1	50,000	1			
	不明	5,000-30,000	1					
プラソイラ	中国	140,000	3	2,500	1	144,000 - 747,000	購入者への支援 (内容不明)	2
	インド	140,000	2	30,000	1		商品の周知と使用訓練	3
				50,000	1		交換部品と アフターサービス	3
	ケニア	10,000	1	70,000	1		現行商品に対する優位性 の実証（作物収量増大）	1
食物乾燥機	ケニア	30,000	1	250,000	1	655,000 - 1,227,000	トラクターと部品の セット販売	1
	不明	300,000	1	300,000	1		ランニングコスト（電気代） が負担とならない	6
フレークアイス製造機	米国	-	1	150,000	1	441,000 (小型)	電源がケニア仕様である* 複数	
魚三枚おろし機	中国	-	1	200,000	1	4,050,000 (プラント)		
魚肉練り製品製造機	-	500,000 以下	-	-	-	4,090,000	価格が高いことが再三指摘され、該当する回答は得られなかった。	
				1,800,000	1	8,182,000		

\* 意見交換の場での発言

水分計では中国、米国、あるいはイギリスの商品が市場にあるとの参加者の認識であったが、その価格は30,000 KES~150,000 KESであり、紹介製品価格（82,000 KES）はこの範囲内であった。また、参加者が考える購入上限価格の範囲（10,000KES~80,000 KES）とも近かった（4表）。しかしながら、輸入によって日本価格のおよそ1.7倍（139,400 KES）になると想定すると市場製品の最高額に匹敵するため、市場を広げるためには製品機能に対する理解を広めたり、ケニア仕様の製

品を用意したりするなどの販売戦略が必要となろう。保冷箱については、参加者はケニア市場で見られる中国あるいは米国製の一般的なクーラーボックス（30,000 KES）を念頭に置いて考えたと思われるが、当該製品（41,400 KES x 1.7 = 70,380 KES）が広げる事業の可能性が価格面からの一定の支持者を獲得したものと思われる（4表、2図）。本製品については現地生産により価格を下げてほしいとの声が寄せられた。なお、他所と同様に<sup>7</sup>、保冷材の中身について人体に有害な成分が含まれないか、との質問があった。これについての明確な説明を用意する必要がある。

刈払機については、現地価格を考えても（35,000 KES x 1.7 = 59,500 KES）市場に出回っているとされた中国、ケニア、スイス製品のうちのあるものに近く、さらに購入限度額（20,000 KES～50,000 KES）から大きく離れていなかったが、芝刈には良いが牧草刈には不向き（刈られた草が手前に倒れてくるため作業が困難）との経験者の声が挙がったため、評価が厳しくなった（4表、2図）。ケニアで市場が大きいのは芝刈りよりも牧草刈であるため、そのような場合の機能を確認する必要がある。

プラソイラ（144,000～747,000 KES x 1.7 = 244,800～1,269,900 KES）については、競合品（中国、インド、ケニア製；10,000 KES～140,000 KES）の価格や購入限度額（2,500 KES～150,000 KES）に比べてかなり高く、価格面から市場参入は困難と思われた（4表、2図）。しかし、セミナーの後に、「価格は問わない。とにかく良い物が欲しい。特に、日本の小型農機に興味がある。」と、アプローチしてくる生産者もおり<sup>8</sup>、販売戦略の立て方によっては市場を獲得できる可能性もある。大規模生産者を対象としたナイロビ市内の農機販売店では、こうした顧客を100軒ほど抱えているということであった<sup>9</sup>。機器そのものに対する関心は高く、購入時の判断基準についてもアフターサービスを中心に具体的な項目がいくつか挙げられた（4表）。機器の優位性が作物収量に結びつくか実証試験で示すべきとの声もあった。

食物乾燥機については、無回答者の割合が最も低いことに示されるように（2図）、関心は高いものの値段が高すぎる、との反応であった。日本における小型機の販売価格（655,000 KES）でさえもケニア市場の製品や購入限度額の2倍以上であり（4表）、乾燥製品（果物、アロエ、等）で活路を見出そうとする小企業家には高嶺の花と映っていた。稼働経費を心配する声も多く、太陽電池をはじめとした太陽熱の効率的利用による乾燥機の実現を望む声が多く挙がった。さらに、意見交換の場では電源がケニア仕様になっているかという現実的な質問も寄せられ、ケニア進出を考える場合は電源をケニア仕様とすべきであると同調する複数の声が続いた<sup>10</sup>。

フレークアイス製造機、魚三枚下ろし機、及び魚練り製品製造機についてはいずれも価格が非現実的との反応で（4表）、無回答者も半数以上を占めた（2図）。

日本製品に対するイメージと相まって、それぞれの製品の機能に対する信頼は高く、機能の面から市場性を否定する声は肯定する者に比べてごく僅かであった（2図）。

<sup>7</sup> Horticultural Crops and Development Authority; HCDA, Gatund South Fish Cooling Plant, Eastern and Southern African Dairy Association へのインタビュー。

<sup>8</sup> Amiran, Mr. Kariv Kedar (Deputy managing Director)

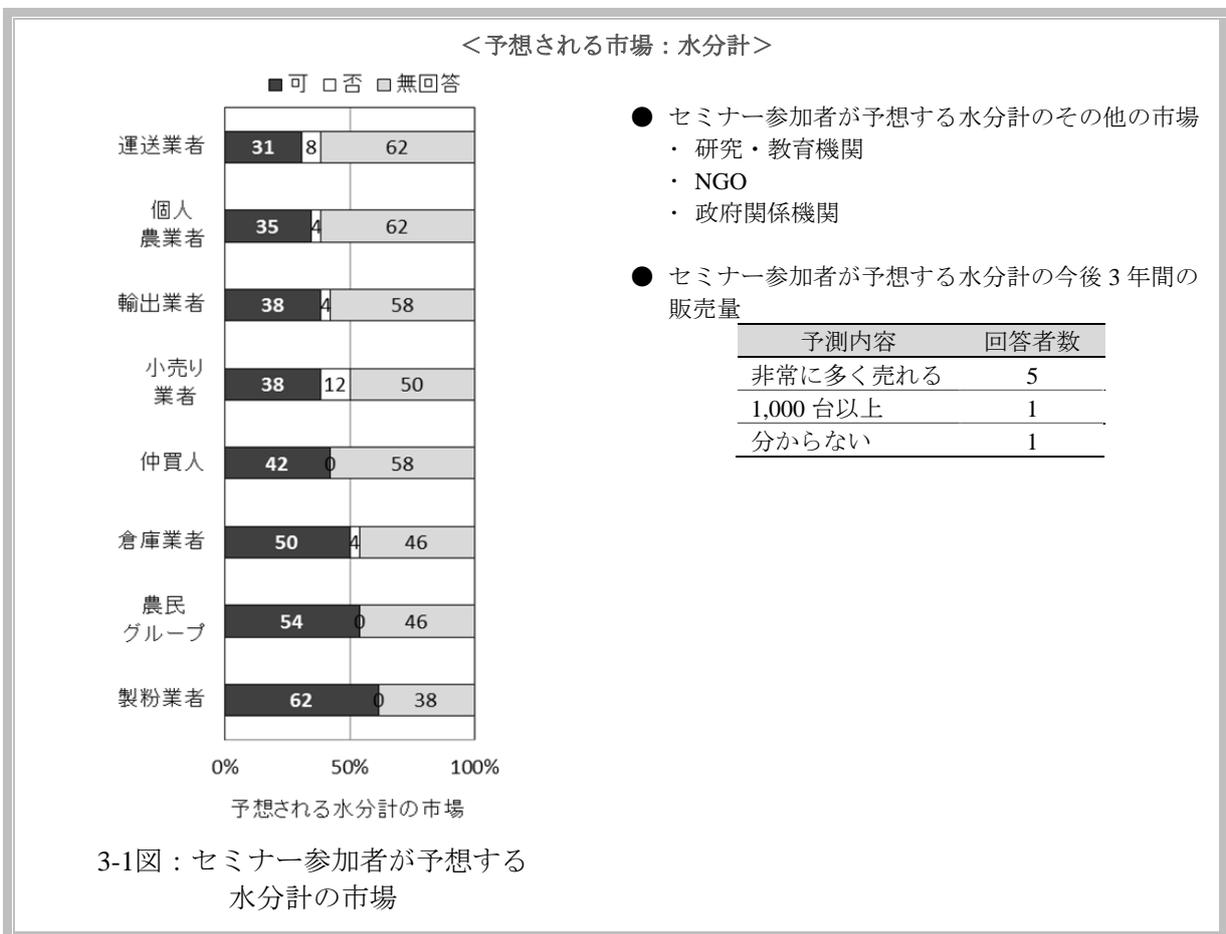
<sup>9</sup> Rhino Agrimac & Equipment へのインタビュー。

<sup>10</sup> Kenya Fruits Solution の Director も、日本の乾燥機を購入したが変圧器の購入が予想外の出費であった、と苦情を述べられた。

### 3. ケニアにおける紹介製品の市場

#### 3-1. 水分計

セミナー参加者の全体的な意思として、ケニアにおける水分計の市場は大きく（『予想される市場：水分計』枠内参照）、製粉業者、農民グループ、及び倉庫業者を中心にトウモロコシのバリューチェーンに関わる全ての人々が市場となり得る、とみなされていた（3-1図）。これは、現在のケニアにおけるトウモロコシ危機（病害における収量低下）に加え、保蔵中に発生するアフラトキシンをはじめとしたカビ毒が健康に及ぼす害などが周知され、政府が中心となってトウモロコシの保蔵環境改善を呼びかけていることに起因すると思われる。紹介製品の水分測定法は非破壊（粉砕不要）によるもので簡便であり、なおかつ誤差範囲が±0.5%と極めて少ないことが衆目を集めた。現在市場に出回っている非破壊測定器は1,600ドル前後と高価であったり、700ドル前後の普及品が多くの場合±2%程度の誤差範囲であったりすることと比較して、日本製品の有為性が理解されたようであった。



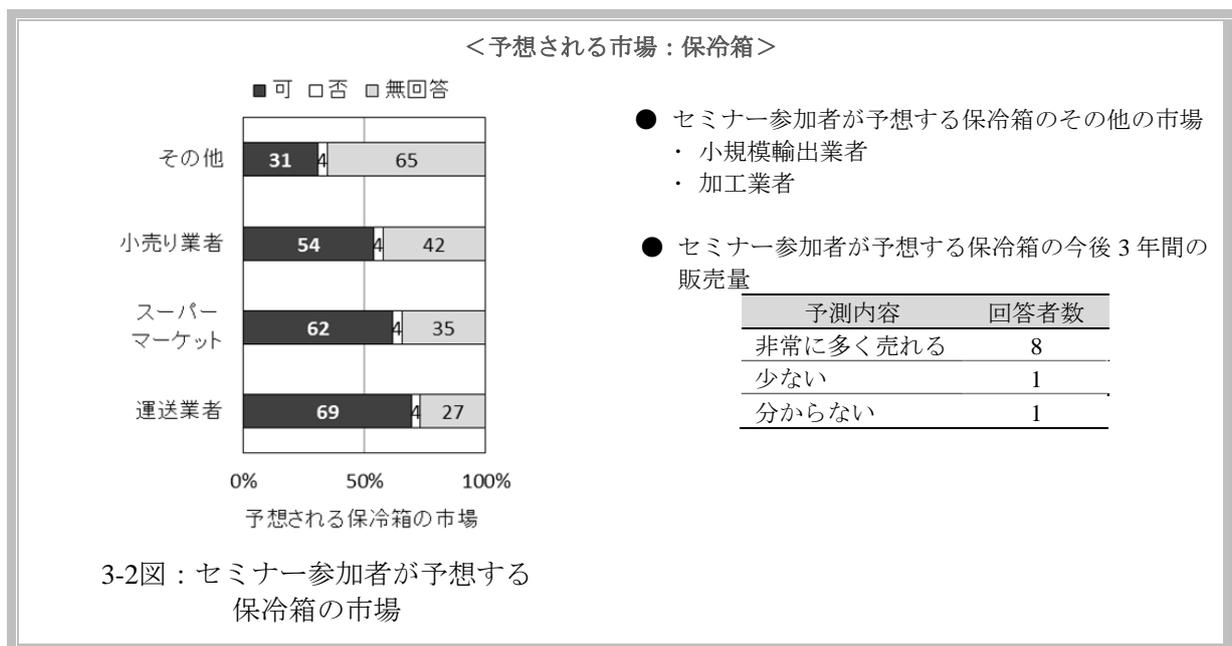
水分計市場の第1に挙げられた製粉業者の多くは既にこれを保持していると言われていたが、より良い機器ができれば買い代えるであろうとのことであった。さらに、これまでトウモロコシの販売については受け身一方とされていた農民グループが、市場として2番目に多くの賛同者を得たのは意外であった。自ら水分計を保持して収穫物の状態を把握し、水分状態を理由に仲買にむやみに買いたたかれるのを防ごうとする意志が広範に醸成されていると思われる。同様に、人数や

状況について正確な把握は困難な中小の仲買人が4番目に有力な市場として挙げられたことも、アフラトキシン撲滅運動の勢いを示していると理解された。農民グループや中小仲買人は数が多いことから重要な市場となるので、迅速かつ適切なアプローチが必要であろう。

トウモロコシの水分含有率は13.5%以下とすることが求められ、大手の製粉業者や倉庫業者はこれを満足しない製品を受け入れないとされている。しかしながら、水分含有率を15%まで下げるのは容易であるが、それ以下にするのは時間を要し、かなり困難とのことであった<sup>11</sup>。製粉業者や倉庫業者が乾燥機を有している場合は問題ないとしても、天日干しに依存するほとんどの生産者にとっては13.5%以下にまで下げることはかなり困難であろう。バリューチェーンのそれぞれの段階で安全で現実的な水分含有率の周知を図ることが必要と思われる。水分計販売者がこのような宣伝活動とともに市場参入できれば、消費者の支持と信頼を集めることができると思われる。

### 3-2. 保冷箱

低投入で保冷搬送や短期の低温保蔵に道を開くものとして、大いに興味を集めた。運送業者やスーパーマーケット、小売り業者などについては、いずれも半数以上が市場となると答え(3-2図)、大きな市場の存在が予想された(『予想される市場：保冷箱』枠内参照)。淡水養殖業者のように大都市市場までの搬送を自ら行い、価格決定に参加したいとの希望を示すものもいた<sup>12</sup>。本製品が周知されれば、予想外の多様な利用が始まるであろうとのことであった。



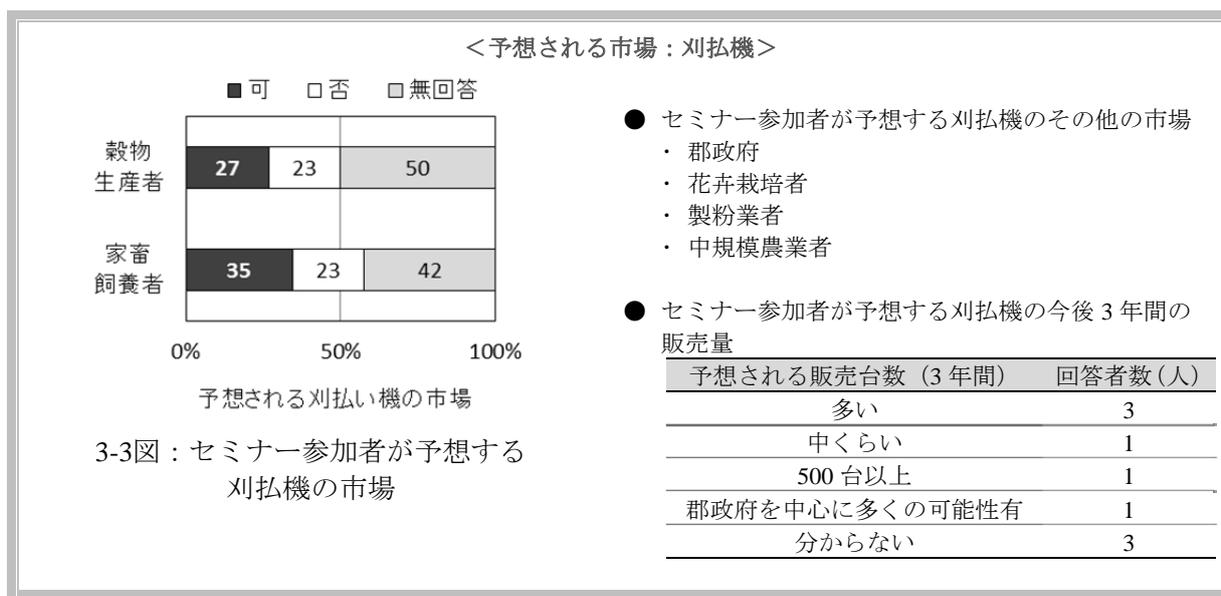
しかしながら、実際の使用例において期待された効果が得られるのか、野菜などの利幅が薄い産物においても採算が合うのかといったことを確認するためのフィージビリティスタディが必要との声が聞かれた。

<sup>11</sup> Kenya Association of Manufacturers (KAM)の Catherine Minayo Mukoko 氏 (Executive Officer Manufacturing Academy) からの聞き取り情報。

<sup>12</sup> 淡水養殖場 (Kauunga Aqua Farm) へのインタビュー及び Gatund South Fish Cooling Plant へのインタビュー。

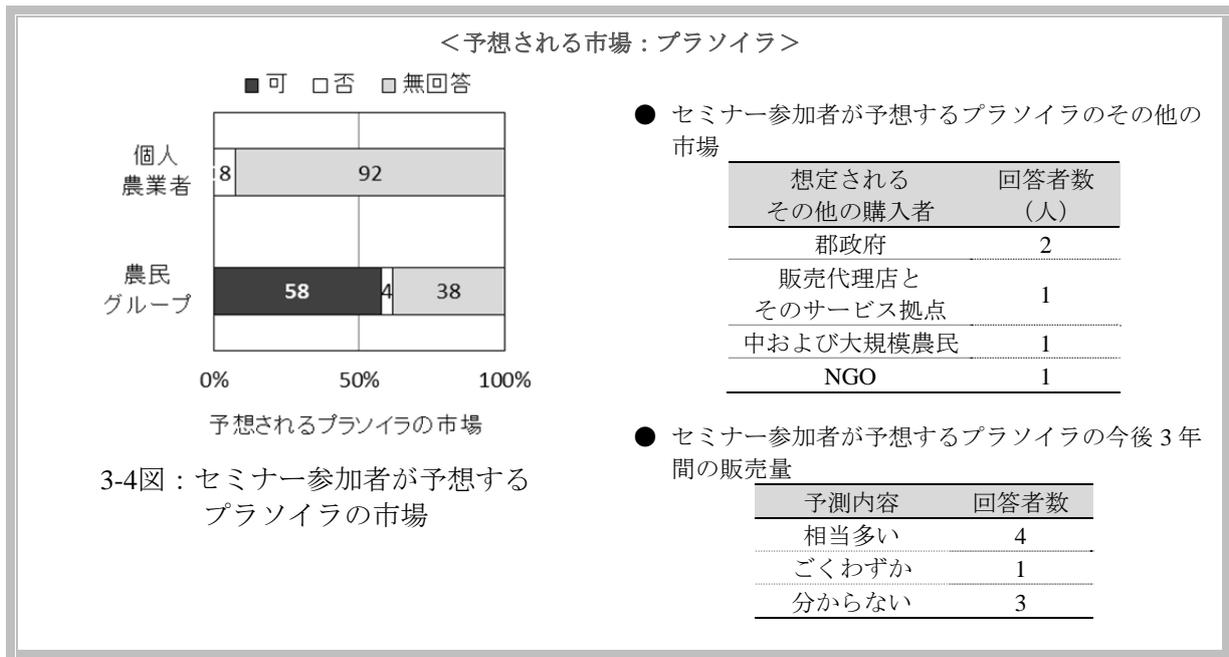
### 3-3. 刈払機

小規模家畜飼養者の利用（日々の飼料用草刈り）を想定して紹介したが、芝刈りには適しても草刈りには不向きとの利用経験者の声が挙がり、家畜飼養者及び穀物生産者のいずれに対しても市場となり得ると考えるのは30%前後と、予想したほどの賛同は得られなかった（3-3図）。これらの人々は手刈りで充分なのかもしれない。それを裏付けるように、その他の市場としては、政府関係機関、花卉栽培業者、製粉業者、中規模農家といった、経済的にゆとりのある事業者や機関が挙げられた（『予想される市場：保冷箱』枠内参照）。こうした層は環境整備に投資するかもしれないが、小規模農業者/事業者は草刈りに投資しようとは考えないようであった。



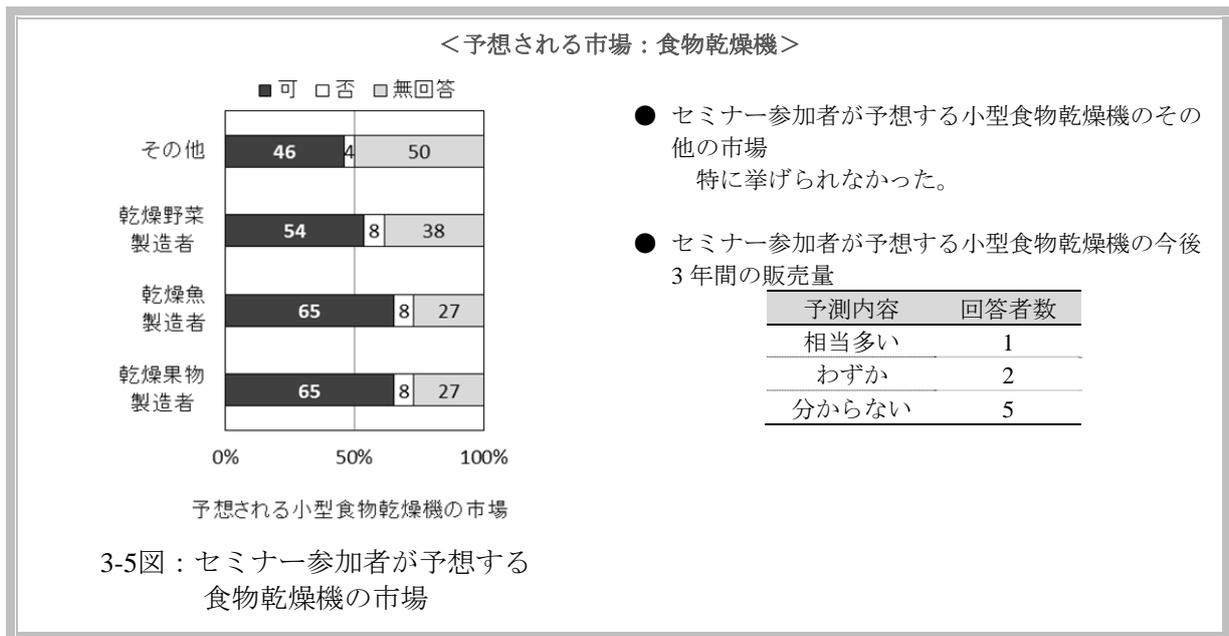
### 3-4. プラソイラ

個人では買えないが、グループでは可能と答える者が参加者の6割を占めた（3-4図）。殊に、その性能（圃場脇の耕起し残しが少ない）を支持する者は保冷箱と並んで紹介製品の中で最も多かった（2図）。中・大規模農民や政府機関などを含め、相当数売れるであろうと予測する者もいた（『予想される市場：プラソイラ』枠内参照）。現在ケニアでは様々な方法で農業機械化を進めようとしているが、ことに気候変動への対処策として表土をできるだけ乱さない最小耕起法が奨励されている。深耕可能だが表土攪拌の少ないプラソイラはこれに合致するとともに、性能の高い日本製品への期待が後押ししているとみた。地形や土壌といった当該農業環境への適応性の確認及びアフターサービス体制の確立ができれば、市場の一角を占めることができるかもしれない。



### 3-5. 食物乾燥機

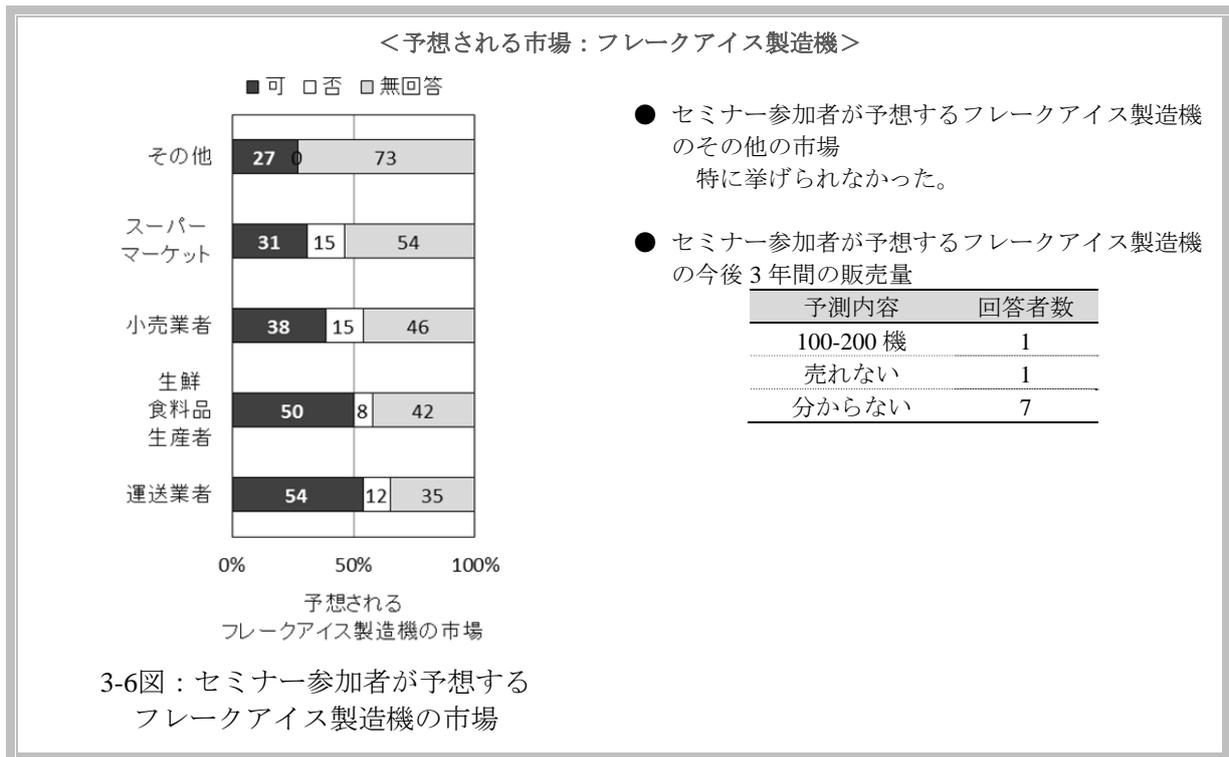
乾燥食品の製造に従事するセミナー参加者が多く（1表）、乾燥機に寄せる関心は高かったが、価格面から支持を得られなかった（2図）。ケニア政府は一貫して一次産品に付加価値をつける産業を奨励しており<sup>13</sup>、作業工程の手軽さから乾燥食物製造に取り掛かる人々は多い。果物、魚、野菜、などの乾燥業者は紹介製品のような機器を必要としているが（3-5図）、いずれも小規模の起業家で資金力に乏しく、投資に見合った商品価格をつけられるような市場も存在していない。そのために、コストのかからない天日干しが主流であり、本製品が市場を獲得するは未だ困難と見られた（『予想される市場：食物乾燥機』枠内参照）。



<sup>13</sup> Agricultural Sector Development Strategy (ASDS), (2010-2020) 等

### 3-6. フレークアイス製造機

フレークアイス製造機は運送業者や生鮮食料品生産者をはじめとして必要とされる業種はあるものの、価格面で受け入れられなかった（2図、及び3-6図、『予想される市場：フレークアイス製造機』枠内参照）。特に淡水養殖業者はその有効性を理解したが、価格を比較してひとまず保冷箱の使用から試したいとの意向であった。ケニアにおいては、フレークアイスを活用した高品質の食材が付加価値を認められて市場の一角を占めるまでには至っていないというのが現状であろう。

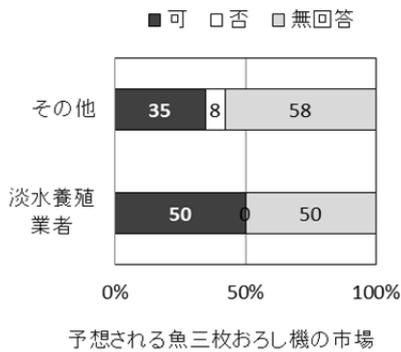


### 3-7. 魚三枚おろし機

出席者の興味を引いたが、参加の中小企業者にとっては価格が高すぎるとともに（2図）、現在のところは機械が必要なほどの魚の生産量をあげているわけでもなかった<sup>14</sup>。しかし、将来の起業目標として知っておきたいとの発言があった。さらに、淡水養殖が盛んなビクトリア湖畔や漁獲量が多いモンバサ港近辺（いずれも今回調査の範囲外）での市場調査を勧める声もあった（3-7図、『予想される市場：魚三枚おろし機』枠内参照）。

<sup>14</sup> 淡水養殖場、Gatund South Fish Cooling Plant へのインタビュー。

<予想される市場：魚三枚おろし機>



- セミナー参加者が予想する魚三枚おろし機のその他の購入者
  - ・ 仲買人（集荷業者）
- セミナー参加者が予想する魚三枚おろし機の今後3年間の販売量

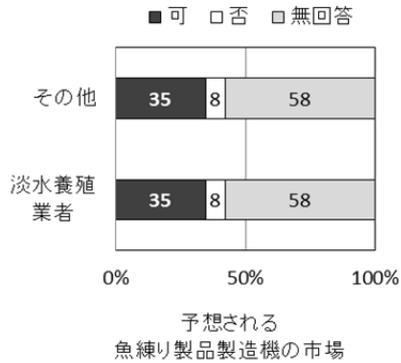
予測内容	回答者数
多く売れる	2
ほとんど売れない	3
分からない	2

3-7図：セミナー参加者が予想する魚三枚おろし機の購入者

3-8. 魚肉練り製品製造機

魚三枚おろし器と同様に、水産養殖を始めたばかりの中小企業参加者の資本力をはるかに上回る価格であった（2図）。魚の練り製品は新たな市場であり、将来的な目標ではあっても今のところは現実性に乏しいとの評価であった（3-8図、『予想される市場：魚肉練り製品製造機』枠内参照）。

<予想される市場：魚肉練り製品製造機>



- セミナー参加者が予想する魚肉練り製品製造機のその他の購入者
  - ・ モン巴萨港周辺の企業家
  - ・ ビクトリア湖周辺の企業家
- セミナー参加者が予想する魚肉練り製品製造機の今後3年間の販売量

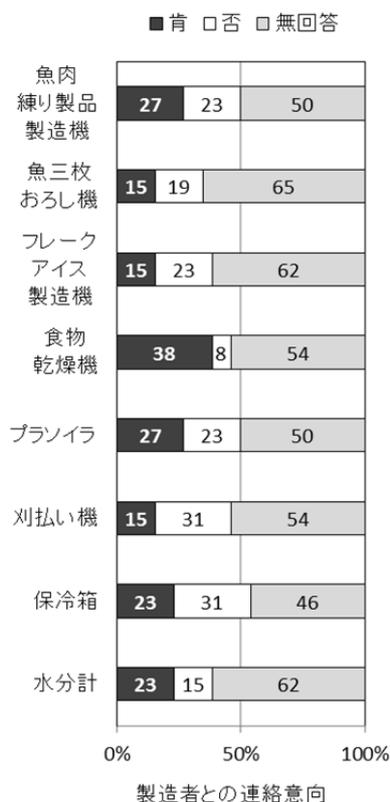
予測内容	回答者数
モン巴萨港近辺で売れる	1
ほとんど売れない	1
分からない	3

3-8図：セミナー参加者が予想する魚肉練り製品製造機の購入者

#### 4. 紹介製品に対するセミナー参加者の今後に向けた興味

価格面で課題を持つ日本製品であったが、必要性が広く認識されている水分計や低投資で新たな企業活動の可能性が広がる保冷箱についてはフィージビリティスタディを望む声が挙がった(5表、4図)。さらに、保冷箱のように比較的構造が簡単とみられる製品については現地生産により雇用機会の提供と低価格化による製品活用の拡大を望む声が挙がった。刈払機に関しては特になかったが、プラソイラに関しては中規模農家の機械化の機運と日本製品に対する期待とがあいまって更なる働きかけを求められた。食物乾燥機や魚肉練り製品製造機については、肉類への使用可能性を知りたいとの声があり、多目的使用によって事業機会を増やすことにつなげたいという中小企業者の要望をくみ取ることができた。今のところ価格面で現実味が乏しい魚三枚おろし機やフレークアイス製氷機も、将来的に興味があると好意的に受け取られた。中産階級の拡大に伴う市場の成熟により、今後に新たな日本製品の参入可能性が広がるものと期待できた。

製品製造者へ連絡を取りたいかという問いに対し、「取る必要はない」と回答した者の中には、将来的な導入への関心はあるものの自身の現時点でのビジネスにおける購入の可否を考慮して回答したと思われるものもあった。十分な市場調査の実施や、価格の再検討、現地での支援団体とのパートナーシップを前提に、ケニアにおける市場の可能性はあるとのコメントが複数見られたことから、製品自体に対する参加者の反応は概ね前向きであったと考えられる。



4図：製造者との連絡を取ることを希望するセミナー参加者の割合

5表：セミナー参加者が製造者と連絡を取りたい理由

項目	回答者数	連絡希望の動機
魚肉練り製品製造機	1	一台の機器で魚肉のみならず、畜産品、特に豚肉の加工もできる仕様を望む。
	1	牛肉や鶏肉を扱う類似の加工機器を知りたい。
魚三枚おろし機	3	将来の導入を考えている。
	1	様々なモデルを知りたい。
フレークアイス製造機	1	将来的に興味がある。
食物乾燥機	2	さらに詳細を知りたい。
	1	赤身肉の乾燥にも使えるか知りたい。
プラソイラ	1	さらに詳細を知りたい。
	1	将来的に興味がある。
	1	走行距離を短くして燃料費を節約できるか知りたい。
	1	購入に際して政府支援を取り付けてもらいたい。
刈払機	1	機器の使用訓練と周知を徹底させ、市場獲得を目指すことができる。
	1	特になし。
保冷箱	1	フィージビリティスタディをするべきである。
	1	魚の搬送に適している。
	1	アフターサービスについて知りたい。
	1	価格を再考してもらいたい。
水分計	1	フィージビリティスタディをするべきである。
	1	機器の有効性を周知すれば、市場を獲得できる。

## 5. 現時点での紹介製品のケニア市場獲得可能性

アンケートの結果から、紹介製品のケニア市場獲得の可能性を下記に述べる基準に基づき評価した。そして、それぞれの基準について市場参入のために必要と考えられる度合いを点数付けた：

基準a)、b)、c)、及びd)については、製品への認識と興味をもつ対象者にしぼり、アンケートで肯定または否定を明確に示した者に限定して評価した。基準e)については、一般的な認識を示すものとして、全参加者を対象とした：

- a) 競合製品が無い (1点)：『無い』と答えた者の数が『有る』と答えた者を上回った (2図)、
- b) 価格の市場性 (5点)：『有る』と答えた者が『無い』と答えた者を上回った (2図)、
- c) 製品機能の市場性 (1点)：『有る』と答えた者が『無い』と答えた者を上回った (2図)、
- d) 機器を必要とする層の広がり (2点)：全参加者の50%以上が購買者層として『有望視される』と認識した集団が存在する (3-1、-2、-3、-4、-5、-6、-7、及び-8図)、
- e) 製品への興味 (1点)：製品製造者へ連絡を『取りたい』とする者が、『取る必要はない』とする者を上回った。

全製品を通じて最も多く聞かれたのは、製品の価格に対する懸念の声であった。高品質でハイスペックな製品であることに比例して価格が高くなることは概ね理解されているものの、対象者が購入可能な価格帯を上回るものがほとんどであったため、

「まずは価格の問題を解決する必要がある。」

との声が多く聞かれた。同様の意見は、セミナー以外の面談においても多く寄せられたため、事業展開を検討する上でもっとも重視すべき課題と判断し、上記「b」価格の市場性」を高配点 (5点) とした。次いで、日本市場を念頭に開発された製品がケニアの環境においても必要とされるか否かが市場の存否を示すため、上記「d」「機器を必要とする層の広がり」に3点を配した。残りの「a」「競合製品がない」、「c」「製品機能の市場性」、および「e」「製品への興味」は、市場獲得の基本要因として、各々1点とした。

6表：紹介製品のケニア市場獲得の可能性

市場獲得の可能性：○有望、△限定的、×困難

紹介製品	評価基準と点数					総合点	市場獲得の可能性
	競合製品が無い	価格の市場性有	製品機能の市場性有	機器を必要とする層の広がり	製品への興味		
	1	5	1	2	1		
水分計	×	○	○	○	○	9	○
保冷箱	×	○	○	○	×	8	○
刈払機	×	○	○	×	×	6	△
プラソイラ	×	×	○	○	○	4	×
食物乾燥機	○	×	○	○	○	5	△
フレークアイス製造機	○	×	○	○	×	4	×
魚三枚おろし機	○	×	○	○	×	4	×
魚肉練り製品製造機	○	×	○	×	○	3	×

既述の判断基準に当てはまる場合を『○』、当てはまらない場合を『×』として記載し、その結果をまとめて6表に示した。該当する基準の総合点（最高10点）を集計し、市場獲得の可能性を下記のように評価した：

- 0点～4点：『困難』、あるいは購買対象を絞った市場調査を再考すべき、
- 5点～7点：『限定的』ではあるが市場獲得の可能性を有する、
- 8点～10点：市場獲得の可能性が『有望』。

この結果、市場獲得が『有望』視されるものは、水分計及び保冷箱であり、『限定的』とみられるものは、刈払機及び食物乾燥機、当面は『困難』と見られるものは、プラソイラ、フレークアイス製造機、魚三枚おろし機、及び魚肉練り製品製造機であった（6表）。

『有望』とされた水分計に関しては、トウモロコシ供給の全ての段階での活用を促す声もあり、農民の意識が向上しつつある現状とも考え併せて、拡大する市場への参入可能性が高いと考えられる。同様に、保冷箱については、生鮮食料品のコールドチェーンを確立する手段であることが認識され、製品の活用法に関する問題意識（保冷ジェルの安全性、保冷時間、等）や活用法の提案（生鮮食料品の短期低温保持、ミルク・魚の運搬、等）など、現実的な興味を示されるとともに、有効性の実証試験が求められるなどのことから、より実現性が高いと受け止められていることが分かった。

『限定的』とされた刈払機については、当初の想定と一部利用経験者の声に相違が見られたものの、市場として別の切り口からの可能性があると言える。食物乾燥機に関しては、価格面で折り合いがつきにくいという結果になったものの、ニーズは依然として高いと考えられるため、将来的に市場獲得の可能性はあると考えられる。

『困難』とされたいずれの製品も参加者の関心を集めており活用可能性についての期待も高いと見受けられたものの、現時点での市場は限定されており、速やかな事業化には至らないと判断した。

上記の結果は参加者の職業分野、経営規模、資本力、等に影響されてはいるが、日本企業の事業展開に際してケニア市場の現状を反映するものとして大いに参考に出来る。

資料1. 使用した質問票

**Questionnaire for "Needs Survey" for Utilization  
of technologies and products of Japanese Small and Medium size enterprises**

May we ask your opinion/suggestion about Japanese SMEs products? Your participation will be highly appreciated:

<b>0.10</b>	Name											
0.11	Tel./Mobile No.											
0.12	E-mail address											
<b>0.20</b>	Affiliated organization:											
0.21	Position in charge in the organization											
0.22	Address of the organization											
<b>0.30</b>	Primary business area (pls. chose only one)											
0.31	Agriculture	<input type="checkbox"/>	Livestock	<input type="checkbox"/>	Fishery	<input type="checkbox"/>	Manufacturing	<input type="checkbox"/>	Commerce	<input type="checkbox"/>	Others	<input type="checkbox"/>
<b>0.40</b>	The other business area(s) (pls. chose all those applicable)											
0.41	Agriculture	<input type="checkbox"/>	Livestock	<input type="checkbox"/>	Fishery	<input type="checkbox"/>	Manufacturing	<input type="checkbox"/>	Commerce	<input type="checkbox"/>	Others	<input type="checkbox"/>
<b>0.50</b>	Major product/service											
0.51												

Please answer the following questions with the progress of the beginning presentation from now on:

**1.00 Plowsoiler**

**1.10 Are there any competitive products with the introduced Plowsoiler in the Kenyan market?**

1.11 Yes  No  Fabricated in  Price  KShs

**1.20 Do the introduced plowsoilers match the Kenyan market from the below points of view?**

1.21 Price: Yes  No  Maximum amount acceptable  KShs

1.22 Specification: Yes  No  Comment

1.23 The other conditions: Comment

**1.30 Who will purchase the Plowsoilers?**

1.31 Individual farmers: Yes  No

1.32 Farmers groups: Yes  No

1.33 Others: Comment

**1.40 How large is the market of the Plowsoilers?**

1.41 How many numbers of the tool will be purchased in the next three years?

**1.50 Do you want to get in contact with the supplier?**

1.51 Yes  No  Comment

**2.00 Grass Cutter**

**2.10 Are there any competitive products with the introduced Grass Cutters in the Kenyan market?**

2.11 Yes  No  Fabricated in  Price  KShs

**2.20 Do the introduced Grass Cutters match the Kenyan market from the below points of view?**

2.21 Price: Yes  No  Maximum amount acceptable  KShs

2.22 Specification: Yes  No  Comment

2.23 The other conditions: Comment

**2.30 Who will purchase the Grass Cutters?**

2.31	Farmers feeding daily cows/domestic animals:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
2.32	Grain growers:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
2.33	Others:	Comment	<input type="text"/>		

**2.40 How large is the market of the Grass Cutters?**

2.41	How many numbers of the machine will be purchased in the next three years	<input type="text"/>
------	---	----------------------

**2.50 Do you want to get in contact with the supplier?**

2.51	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Comment	<input type="text"/>
------	-----	--------------------------	----	--------------------------	---------	----------------------

**3.00 Moisture Meter**

**3.10 Are there any competitive products with the introduced Moisture Meters in the Kenyan market?**

3.11	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Fabricated in	<input type="text"/>	Price	<input type="text"/>	KShs
------	-----	--------------------------	----	--------------------------	---------------	----------------------	-------	----------------------	------

**3.20 Do the model PM-450 match the Kenyan market from the below points of view?**

3.21	Price:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Maximum amount acceptable	<input type="text"/>	KShs
3.22	Specification:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Comment	<input type="text"/>	
3.23	The other conditions:	Comment	<input type="text"/>					

**3.30 Who will purchase the Plowsoilers?**

3.31	Individual farmers:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
3.32	Group farmers:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
3.33	Traders:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
3.34	Transport agents of grain:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
3.35	Warehouse owners:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
3.36	Processors:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
3.37	Retailers:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
3.38	Grain exporters:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
3.39	Others	Comment	<input type="text"/>		

**3.40 How large is the market of the Grain Moisture Meter?**

3.41	How many numbers of the tool will be purchased in the next three years?	<input type="text"/>
------	---	----------------------

**3.50 Do you want to get in contact with the supplier?**

3.51	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Comment	<input type="text"/>
------	-----	--------------------------	----	--------------------------	---------	----------------------

**4.00 Cooling Box**

**4.10 Are there any competitive products with the introduced Cooling Boxes in the Kenyan market?**

4.11	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Fabricated in	<input type="text"/>	Price	<input type="text"/>	KShs
------	-----	--------------------------	----	--------------------------	---------------	----------------------	-------	----------------------	------

**4.20 Do the introduced Cooling Boxes match the Kenyan market from the below points of view?**

4.21	Price:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Maximum amount acceptable	<input type="text"/>	KShs
4.22	Specification:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Comment	<input type="text"/>	
4.23	The other conditions:	Comment	<input type="text"/>					

**4.30 Who will purchase the Cooling Boxes?**

4.31	Transport agents of delicate food products (milk, meat, fruits, vegetables, fish, etc.):				
4.32	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	
4.33	Fresh products exporters:				
4.34	Supermarket owners:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
4.35	Retailers:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
4.36	Others:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>

**4.40 How large is the market of the equipment?**

4.41	How many numbers of the machine will be purchased in the next three years?	<input type="text"/>
------	--	----------------------

**4.50 Do you want to get in contact with the supplier?**

4.51	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Comment	<input type="text"/>
------	-----	--------------------------	----	--------------------------	---------	----------------------

**5.00 Flake Ice Making Machine**

**5.10 Are there any competitive products with the introduced Flake Ice Making Machines in the Kenyan market?**

5.11	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Fabricated in	<input type="text"/>	Price	<input type="text"/>	KShs
------	-----	--------------------------	----	--------------------------	---------------	----------------------	-------	----------------------	------

**5.20 Do any of the introduced Flake Ice Making Machines match the Kenyan market from the below points of view?**

5.21	Price:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Maximum amount acceptable	<input type="text"/>	KShs
5.22	Specification:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Comment	<input type="text"/>	
5.23	The other conditions:	Comment	<input type="text"/>					

**5.30 Who will purchase the Flake Ice Machines?**

5.31	Transport agents of delicate food products (milk, meat, fresh fruits, vegetables, fish products)?				
5.32	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	
5.33	Fresh products exporters:				
5.34	Supermarket owners:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
5.35	Retailers:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
5.36	Others:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>

**5.40 How large is the market of the Flake Ice Machines?**

5.41	How many numbers of the machine will be purchased in the next three years?	<input type="text"/>
------	--	----------------------

**5.50 Do you want to get in contact with the supplier?**

5.51	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Comment	<input type="text"/>
------	-----	--------------------------	----	--------------------------	---------	----------------------

**6.00 Compact Food Dryer**

**6.10 Are there any competitive products with the introduced Compact Food Dryers in the Kenyan market?**

6.11	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Fabricated in	<input type="text"/>	Price	<input type="text"/>	KShs
------	-----	--------------------------	----	--------------------------	---------------	----------------------	-------	----------------------	------

**6.20 Do the introduced Compact Food Dryers match the Kenyan market from the below points of view?**

6.21	Price:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Maximum amount acceptable	<input type="text"/>	KShs
6.22	Specification:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Comment	<input type="text"/>	
6.23	The other conditions:	Comment	<input type="text"/>					

**6.30 Who will purchase the Compact Food Dryers?**

6.31	Dried fruit production:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
6.32	Dried vegetable production:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
6.33	Dried fish production:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
6.34	Others:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>

**6.40 How large is the market of the Compact Food Dryers?**

6.41	How many numbers of the machine will be purchased in the next three years?	<input type="text"/>
------	--	----------------------

**6.50 Do you want to get in contact with the supplier?**

6.51	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Comment	<input type="text"/>
------	-----	--------------------------	----	--------------------------	---------	----------------------

**7.00 Fish Cutter**

**7.10 Are there any competitive products with the introduced Fish Cutters in the Kenyan market?**

7.11	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Fabricated in	<input type="text"/>	Price	<input type="text"/>	KShs
------	-----	--------------------------	----	--------------------------	---------------	----------------------	-------	----------------------	------

**7.20 Do the introduced Fish Cutters match the Kenyan market from the below points of view?**

7.21	Price:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Maximum amount acceptable	<input type="text"/>	KShs	
7.22	Specification:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Comment	<input type="text"/>		
7.23	The other conditions:	Comment	<input type="text"/>						

**7.30 Who will purchase the Fish Cutter?**

7.31	Aquaculture products processors:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
7.32	Others:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>

**7.40 How large is the market of the Fish Cutters?**

7.41	How many numbers of the machine will be purchased in the next three years?	<input type="text"/>
------	--	----------------------

**7.50 Do you want to get in contact with the supplier?**

7.51	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Comment	<input type="text"/>
------	-----	--------------------------	----	--------------------------	---------	----------------------

**8.00 Fish Sausage Plant**

**8.10 Are there any competitive products with the introduced Fish Sausage Plant in the Kenyan market?**

8.11	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Fabricated in	<input type="text"/>	Price	<input type="text"/>	KShs
------	-----	--------------------------	----	--------------------------	---------------	----------------------	-------	----------------------	------

**8.20 Does the introduced Fish Sausage Plant match the Kenyan market from the below points of view?**

8.21	Price:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Maximum amount acceptable	<input type="text"/>	KShs	
8.22	Specification:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Comment	<input type="text"/>		
8.23	The other conditions:	Comment	<input type="text"/>						

**8.30 Who will purchase the Fish Sausage Plant?**

8.31	Aquaculture products processors:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
8.32	Others:	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>

**8.40 How large is the market of the Compact Food Dryers?**

8.41	How many numbers of the plant will be purchased in the next three years?	<input type="text"/>
------	--	----------------------

**8.50 Do you want to get in contact with the supplier?**

8.51	Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Comment	<input type="text"/>
------	-----	--------------------------	----	--------------------------	---------	----------------------

*Thank you very much for your participation!!  
=== The "Need Survey" Team ===*

資料2. Presentation summary（非公開部分につき非表示）

添付資料2 議事録（非公開部分につき非表示）

添付資料3 写真



1. FEIL社のショールーム



2. CAMCO社のショールーム



3. Amiran社の倉庫



4. Amiran社の倉庫内部



5. RM Patel社のチゼル・プラウ



6. ハイビスカスの乾燥作業 (Meru Hearbs)



7. ジャムのラベル貼り作業 (Meru Herbs)



8. FMD Nairobi社ショールーム



9. RVISTの実習用農業機械



10. RVISTのコンピュータールーム



11. ジョモケニヤッタ農工大学実習室



12. ジョモケニヤッタ農工大学の实習用機械



13. Kaiboi Technical Instituteの実習用農業機械



14. County Government of Uasin Gishu



15. Ministry of Agriculture Livestock and Fisheries  
面談



16. KARLO Katumaniにおける農業ショー



17. Mikivo Self Help Groupにおけるヒアリング



18. 農村部で一般的なメイズ貯蔵庫 (Machakos)



19. 日本企業製品紹介セミナーの様子



20. 日本企業製品紹介セミナーにて



21. 小型穀物水分計のデモンストレーション



22. HCDA野菜集荷場



23. Mwea地域の水田地帯



24. スーパーで販売されている米



25. 現地で流通している乾燥野菜



26. 紅茶のパッケージは販売先がデザインしたものを使用 (Meru Herbs)



27. ナイロビ魚市場



28. 淡水魚養殖場 (Betilexa Aqua & Integrated Farm)



29. メイズの乾燥



30. メイズの集荷場 (Nafics)

添付資料4 収集資料リスト

No.	著者名・団体著者名	出版年	資料・書籍名、備考
行政関連			
1	Agricultural Machinery Services – Eldoret	2014	AMS Station Brief Report
2	Agricultural Machinery Services – Ruiru	2014	AMS Station Brief Report
3	Kabete Technical Training Institute	2014	Kabete Technical Training Institute (コース案内パンフレット)
4	Kenya Investment Authority (KIA)	-	事業案内パンフレット
5	Micro and Small Enterprises Authority (MSEA)	2013	Strategic Plan 2013-2017
企業・団体関連			
6	Amiran	-	Amiran Foundation Kit (パンフレット)
7	Amiran	-	Tomato: Amiran Growing Guide for Greenhouse Tomatoes (顧客向け農業マニュアルブックレット)
8	Amiran	-	Cabbage & Kale: Amiran Growing Guide for Foundation Kit 90 m <sup>2</sup>
9	Amiran	-	Chemicals & Fertilizers Catalogue
10	Brazagro	-	会社案内パンフレット
11	Brazagro	-	The Druminski Grain Moisture Meter Instruction Manual
12	CAMCO	-	会社案内パンフレット
13	Cereal Growers Association (CGA)	2014	SACCO パンフレット/団体案内パンフレット/MLND パンフレット/ フィールドデイフライヤー
14	Cereal Growers Association (CGA)	2014	The Sower Magazine, Vol. 1, Issue 14
15	Cimbria	-	会社案内パンフレット
16	Cimbria	2014	Superpoint Moisture Analyzer (製品案内パンフレット)
17	Cimbria	-	事業案内プレゼンテーション
18	East African Grain Council (EAGC)	2014	RATIN 案内パンフレット
19	Kenya Association of Manufacturers (KAM)	2012	Manufacturing Survey 2012: A Survey of Kenya's Manufacturing Sector
20	Kenya Association of Manufacturers (KAM)	2014	Kenya Manufacturers & Exporters Directory
21	Kenya Association of Manufacturers (KAM)	2014	KAM Manufacturing Academy (研修事業のカリキュラムパンフレット)
22	Kenya Association of Manufacturers (KAM)	2014	National Business Membership Organisations (BMO's) Guide for Engaging the Developed Government (ブックレット)
23	Kenya Association of Manufacturers (KAM)	2014	County Business Agenda (Kiambu, Uasin Gishu, Nakuru, Mombasa, Kisumu) (ブックレット各1冊)
24	Kenya National Farmers' Federation	-	紹介パンフレット/Farmers Voice (July-September 2014)
25	Meru Herbs	-	製品案内パンフレット
26	M-Farm	-	サービス案内パンフレット
27	Nafics	2014	団体案内パンフレット

No.	著者名・団体著者名	出版年	資料・書籍名、備考
28	Rhino Agrimac	-	製品案内パンフレット
29	Toyota Kenya Limited	2014	Toyota Kenya Academy (TKA) 概要
その他			
30	FAO	-	Improved Community Drought Response and Resilience (ICDRR) Radio Based Training Approach
31	FAO	2014	County Programming Framework for Kenya 2014-2017
32	JETRO ナイロビ事務所	2014	アフリカ・ニュース (ケニア・2014年6月)
33	JETRO ナイロビ事務所	2014	ケニア共和国 経済概況とビジネス環境
34	JICA	2014	モンバサ経済特区開発マスタープランプロジェクト (概要)
35	JICA	-	SHEP UP プレゼンテーション
36	Jomo Kenyatta University of Agriculture and Technology	2014	AFRICA-ai-JAPAN (JKUAT)プロジェクトプレゼンテーション資料
37	Spedag Interfreight Kenya Ltd	最新版	Process of Import Clearance in Kenya
38	University of Nairobi	-	Successful African Firms and Institutional Change Project (SAFIC) (パンフレット)
39	USAID-KAVES	2014	Fact Sheet, Monthly Update (Agriculture for Wealth Creation)

(以上)