



ケニア

企業訪問調査レポート[9]：KickStart - KENYA

～ NPO（灌漑用揚水ポンプなど農業用機械の企画・設計・販売）～

■ ケニア共和国 — 基礎データ —

- 面積：591,958平方キロメートル〔日本の約1.5倍〕
- 人口：約4,180万人（2013年 推計値 ケニア国家統計局）
- 首都：ナイロビ／人口約314万人（2009年 ケニア国家統計局）
- 名目GDP総額：552億 4,100万ドル（2013年）
- 1人あたりのGDP(名目)：1,016ドル（2013年）
- 実質GDP成長率：5.7%（2013年）
- 為替レート：1ドル≒ 86.12 ケニア シリング（2013年 平均値）



出所：JETROホームページ 国・地域別情報(J-FILE)「ケニア概況(2015年1月更新)」

■ 調査実施日：2015年 1月20日

■ 分野：NPO（灌漑用揚水ポンプなど農業用機械の企画・設計・販売）

■ 特徴：ケニアをはじめアフリカの23カ国においてBOP層を含む農民向けに、使いやすく安価な農業用機械を開発・販売し、域内の貧困削減を目指す国際NPOのケニア拠点。

電源へのアクセスが困難な農村部の実情を踏まえ、自前で設計を行う他、民間の販売代理店やNGOを卸先とする販売網を国内外に形成し、農業用機械の提供を通じて約16万7千件の新規ビジネスの創出を支援してきた。

主力製品は、河川や湖、浅井戸 から農業用水をくみ上げる手動灌漑用揚水ポンプである“MoneyMaker”。MoneyMakerの利用により、生産性が5倍程度上昇*したケースもある。

*: KickStart調べ

団体概要

- 社名：KickStart - KENYA
- 所在地：Crescent Road / Kalson Towers 6th Floor,
Parklands Road, Nairobi, Kenya
P. O. Box 64142 - 00620
- URL：www.kickstart.org
- 主要拠点：米国サンフランシスコ(本部)、ニューヨーク、
ケニア、タンザニア、ガーナ※、ザンビア※
※ガーナ、ザンビアは拠点は無いが、地元のNGOと提携し
事業を実施。
- 設立年：1991年
- スタッフへの：国の社会保険及び健康保険に加入。社内年金
福利厚生 制度があり、生命保険にも団体加入している。
- 活動対象となる社会課題：貧困の撲滅
- 活動目標：数百万の人々を速やかに、コストをかけることなく、恒久的に貧困から救い出し、これらを通じて
世界の貧困削減への取り組み方に影響を与え、変革をおこす。

KickStart



写真出所：“MoneyMaker”製品パンフレットより
(http://www.kickstart.org/news/KickStart_B2B_BrochureJan09.pdf)

事業の概要 ①

事業の目的

KickStartの事業目的は、インフラ未整備の農村部に暮らす農民でも使用できる農業用機械を設計・製造・販売し、アフリカにおける貧困を解消することである。

例えばケニアの農村部では、河川や湖、水位の低い井戸から灌漑用水をくみ上げられる揚水ポンプの使用により農作業を効率化させ、ひいては農業に多くの人口が従事するBOP層の経済状態を改善するうえで効果的となる。しかし農村部では送電網が整備されておらず、電動のポンプが使用できない。KickStartはこの点に着目し、電気に頼らない人力による揚水ポンプなど農業用機械を開発し、BOP層の農民を中心に提供している。

製品開発

被益者となる農民の生活を踏まえ、収入獲得・向上につながりそうな農業用機械を考案し、ナイロビにある技術開発センター(Technology Development Centre)で、技術者らによる設計・開発を行う。

試作品のテスト時には、機械の性能、耐久性、利便性の確認に加え、農村部における文化的受容性についても検討している。試作品が完成した後、地元メーカーに発注し、製造される。

主な取り扱い製品

■ 灌漑用揚水ポンプ“MoneyMaker”シリーズ

家族を幸せな生活に導くための収入獲得を約束するという意を込めて“MoneyMaker”と名付けられた。

MoneyMakerの普及により、農作物の収穫高が向上した他、これまで難しかった乾季の作付け、付加価値の高い果実や野菜の栽培が可能となった。

● MoneyMaker Max :12,890シリング

旧式の改良版でベストセラーの足踏み式散水ポンプ。

人間工学に基づいて設計されており、足で操作する2つのシリンダーを備え、7mの深さから水を吸い上げることができる。

灌漑能力は1日に8,000m²で、200m離れた場所まで送水し、同時に5つのスプリンクラーで散水ができる。販売台数は3万台以上。

● MoneyMaker Hip Pump :6,090シリング

MoneyMakerシリーズの中で最も価格が安く、最も軽量な手動揚水ポンプの最新製品。

吸い上げ能力は7mで、灌漑能力は1日に5,000m²。200m先で3つのスプリンクラーから散水ができる。販売台数は4万台以上。

■ その他の商品

● Stabilized Soil Block Press :105,500シリング

農村で家の建材として用いられる土とセメントでできたブロックを製造する手動の機械。

● Mafuta Mali Oil Press :82,800シリング

ヒマワリの種やゴマから、調理用オイルを製造する手動の油絞り機。

● Hay Baler Machine :138,000~142,000シリング

家畜用の干草を束ねる農機具。



MoneyMaker Max



MoneyMaker Hip Pump

事業の概要 ②

販売

ケニア国内での販売は、主に全国にある民間の販売代理店を通じて行う。これらの代理店では、購入後に機械のメンテナンスをする際に必要となる部品の販売も行っている。

製品の売上げは、新製品の開発資金などに使われる。またKickstartは、支援者からの資金援助も受けており、これらの資金は新製品の開発の他、農民へのトレーニングやKickstartの事業評価などにも使用されている。

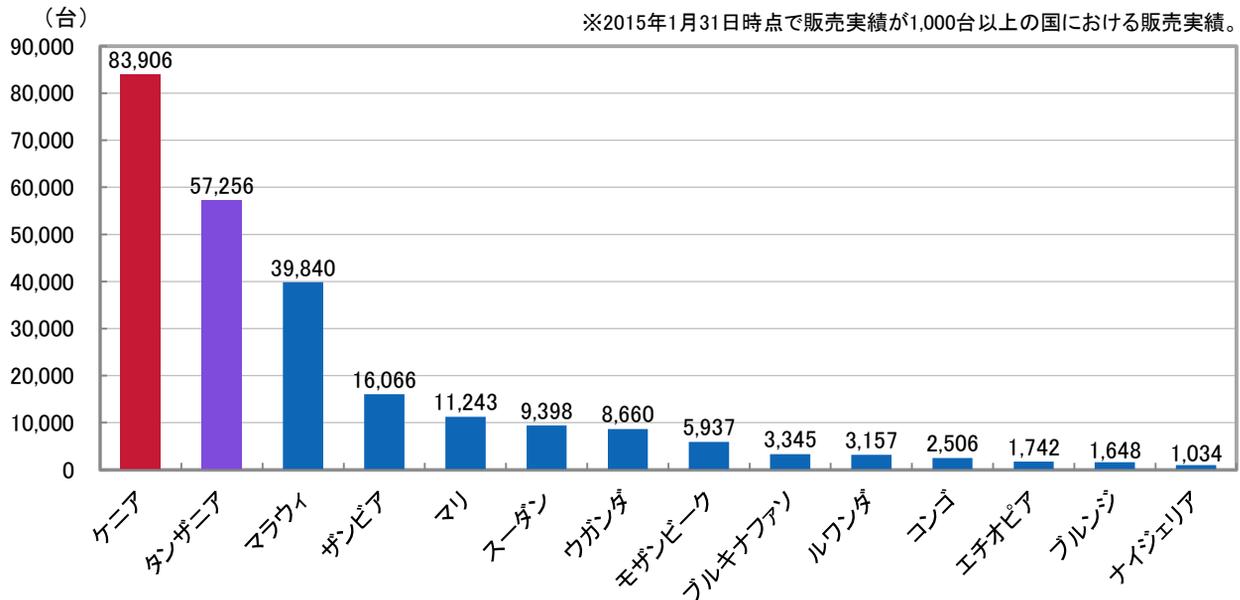
流通経路および活動の関係事業パートナー

委託先のポンプ製造メーカーや販売代理店はすべて一般の営利企業である。ケニアをはじめ14カ国に400を超える販売代理店があり、ケニア、タンザニアでは全国規模で展開している。これらの販売代理店に製品を卸すとともに、最終消費者に直接小売りをしている。

なお小売店としては、製品の詳細説明ができ、デモンストレーションビデオの視聴が可能な店舗もある農業用機材販売専門店が最も適切であり、主な卸し先となっている。

その他、販売代理店がない国を中心に、NGOやCBO (Community Based Organization) を現地パートナーとして、それら団体への販売を通じて農村部における製品の普及に取り組んでいる。例えばザンビアとガーナでは地元NGOとのパートナーシップのもと、特約販売店での販売を行っている。

主力製品“MoneyMaker”の国別販売実績*



マーケティング：広告・宣伝

- ATL*1 : ラジオ、新聞、雑誌を通じて広告展開。
- BTL*2 : 農業関連イベントや展示会への参加、販売代理店や実際の農地での実演。
- その他: パンフレット、チラシ、ステッカー、ロゴ入りTシャツ、ウェブサイトでのバナー広告など。

*1 ATL (Above the line) : 4大媒体 (新聞・雑誌・テレビ・ラジオ) といったマスメディアを利用した広告。

*2 BTL (Below the line) : ATL (4大媒体) 以外の媒体を使った広告。



写真出所: “MoneyMaker” 製品パンフレットより
(http://www.kickstart.org/news/KickStart_B2B_BrochureJan09.pdf)

競合他社

主に中国からの輸入品や安価なコピー製品。

製品およびKickStartの評価

ケニアの農村部において、貧困軽減の取り組みは歓迎されている。特にKickStartの製品は電気の通じていない所でも使用でき、その使用方法も簡便であるため購入後すぐに役立つ。さらに低所得層でも購入できる価格となっているため、売れ行きが好調である。

KickStartは、ケニアやその他アフリカ諸国の人々に最適な製品を提供するNPOであり、その取り組みや製品が、農業セクターにおける好事例として有力メディアにドキュメンタリー等で取り上げられており、露出度が高まっている。

KickStartのアプローチ

ケニアでは人口増加と経済成長に伴い、農産物増産の需要が高まっている。KickStartが活動展開している農村部でも簡単に使える灌漑用揚水ポンプの開発や、それに伴った天候に左右されにくい農業の実現のような具体的な解決策が求められている。

農村部では電力事情が良いとは言えず、インフラが未整備な地域においてはどのような優れた機器でも、実際に使えるか否かが問題となる。KickStartのアプローチは、現地の環境を把握し、電力へのアクセスが難しいという前提に立って解決策を立案し、実行に移すというものである。途上国、特にケニアのように農業振興と失業率の低減に重点を置いている国においては、こうした現地のニーズに合った農業用機械開発の需要は大きい。また、KickStartの製品がアフリカの多くの国で普及した要因として、現地に販売代理店を設置、現地NGOとのパートナーシップを構築し、商品の販売を広く行ったこと、機材を使用する農民への使用説明を積極的に行い、販売店舗に、製品の維持管理に必要な部品を取り揃えていることが挙げられる。また、M-PESA(携帯電話による送金・決済システム)を使用した機材購入の仕組みも導入されている。

またこれらの販売戦略に加えて、製品デザインの際に「安価、安全、全てマニュアルで動く、小さく軽く持ち運びが簡単、使い方が簡単、耐久性がある(1年の品質保証を付ける)、文化的受容性がある」といった点に留意して製品作りをしている。

課題

- 安価なコピー製品の流入。
- 輸入関税が無税なことから、安価な輸入品と競合。
- NGOが母体であるため、一般企業で行われているようなマーケティングの経験に乏しい。



イメージ

ケニアの農業関連業界参入にあたっての留意点

- 農業振興は、政府が注力している若者の失業問題解決においてカギとなっている。それを追い風に地元農家への仲介をしてもらうなど、公的機関の支援を引き出すことが成功につながる。
- 農業はケニア経済を支える柱であり、農業分野の改善に関わる事業は参入機会が豊富にある。
- 途上国にとってイノベーションは不可欠な要素であるが、同時に、現地で考え、現地で調達し、現地の問題を現地で解決する姿勢が求められている。



JETRO

【免責事項】本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるかぎり正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロおよび執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。