

# 村人が野菜摂取に至る要因は何か

— 野菜日常アクセスを可能にするロジスティクスの構築へ —

JOCV 23-2 セネガル  
村落開発普及員 チャメヌ村  
澤田霞  
2013.07

# アウトライン

---

- 自己紹介
- 調査結果
  - 調査概要
  - 現状：独占野菜販売
  - 分析：現状打破のヒントを探る—個人にフォーカス—
    - ① 給水塔ビジネスは儲かる
    - ② 「利便性 > 価格」という購買行動
  - 提案：給水塔を拠点にした新ロジスティクスで野菜の日常アクセスを可能に
- 市場調査の隊員活動へのメリット

# 自己紹介



- ・澤田霞
  - ・JOCV 23年度2次隊 セネガル派遣
  - ・村落開発普及員
- ← 北セネガル内陸部チャメヌ村

- ・活動：野菜栽培・養鶏の普及
- ・活動目標：野菜・肉の摂取量アップ
- ・調査では、野菜摂取の要因を探り

野菜摂取量アップには何が有効かを考えてみました



# ※ 地域食事情について

村人は豆ご飯を食べ、野菜を全く摂取しない日も多い

- ・もっとも豪華な昼食は、チェブジェンか豆ご飯かのほぼ2択



チェブ・ジェン

(野菜・魚が入ったセネガル料理)



チェブ・ニエツベ

(野菜・魚なし豆ご飯)

- ・野菜生産は盛んではなく、沿岸部の産地から市場に流通される
- ・内陸部のため、魚は流通しない日も多い

# 調査概要

市場から離れた村落部の住民が野菜摂取する要因を探る



・調査地域

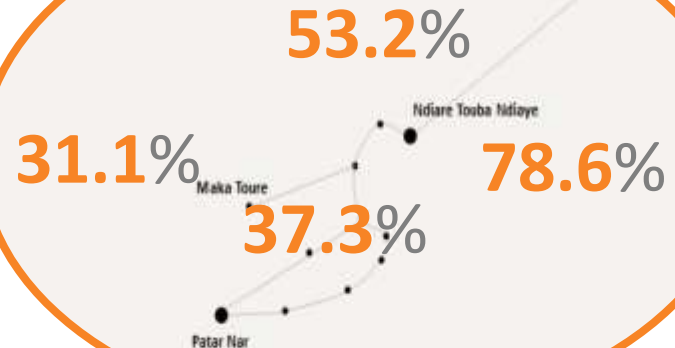
野菜販売市場から

5-14km離れた村落一帯

野菜摂取率平均

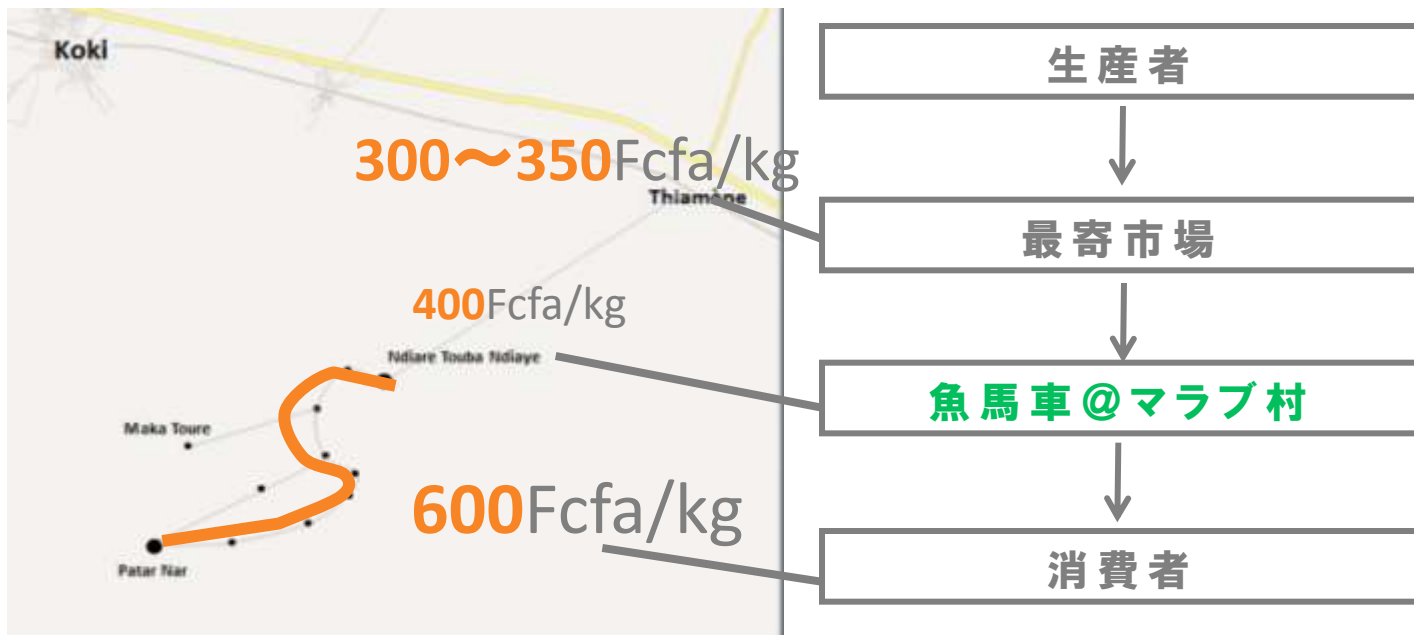
**56.0 %**

(食事内容聞き取り調査より)



# 現状：野菜流通

全国的に有名な**宗教指導者(マラブ)**の住む**金持ち村**を拠点に、魚行商人が馬車で、野菜を巡回販売(**独占**)



- ・市場で買い溜めされた野菜が**市場価格の2倍**で販売
- ・**週に3-5回**、魚の流通がある日のみ巡回

# 現状の課題

野菜摂取を妨げる2つの推定要因

高価格

市場の2倍の値段



不安定流通

週3-5回



- なぜ村人は市場で安価な野菜を買い溜めしない？
- なぜ他に野菜販売者がおらず、独占状態が成り立っているのか？

# なぜ課題は課題のまま？

野菜買いだめをしない理由は？

- ・村人の食料品購買行動
  - ・毎日家長が女性にその日必要な金額を渡す
- 野菜購入の有無はその日ごとに決められる

**毎日流通**させることが重要

他の村人が野菜販売を行わない理由は？

- ・初期投資
- ・運搬費用
- ・保存
- ・在庫リスク…etc

野菜販売開始には**必要な費用の確保**がネック

これらをクリアする新たな野菜流通形態の開始は可能か？

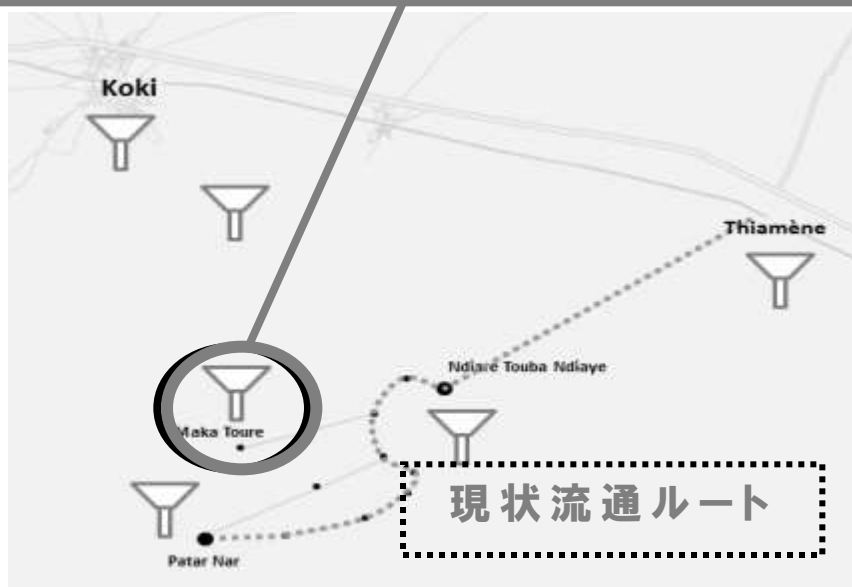


# 分析 - ある個人にフォーカス -

野菜を買い溜めしていたある家庭にフォーカス

現状の流通ルートから外れた村  
に住むとある家庭

(家長：給水塔管理者・ブティック経営者)



・自ら市場に赴き  
野菜を買い溜めしていた

・なぜ可能か？



・健康意識に加え、  
給水塔ブティック経営  
による安定した収入

給水塔でのビジネス  
は儲かる

# 給水塔とは

北部セネガル各地に点在する給水施設、人々の集まる場所



- ・北部セネガルにおいて、  
**幹線道路から離れた地域にも点在**
- ・必ず**電気**が通っている
- ・共同水栓(生活用水、家畜)で、  
**プル族が多く滞在している**

※ **プル族**：大量の家畜を飼育し生計を立てている牧畜民  
家畜の売買は巨額の金が動くため、多民族より現金を多く持つ傾向

# 給水塔ビジネスは儲かる

水栓がない周辺村民が  
毎日生活用水を汲みに来る

プル族が家畜の給水で  
毎日長時間滞在

人々が集まる給水塔での商店経営

周辺村民・遊牧民が  
馬車・ロバ車で通う

金持ちプル族の交流場

無電化村民が  
携帯電話を充電にしに来る

- ・給水塔での野菜販売ビジネスで儲かるポテンシャル
- ・初期投資も確保できる可能性

# 分析 - 個人の行動変化 -

調査中に魚商人野菜の流通が開始。買い溜めをやめた

Before  
流通なし

週一度市場で野菜を買い溜め

After  
村に行商人がくる

買い溜めをやめた  
村に売りに来る魚行商人から**市場の2倍の価格**で野菜を購入

村人が野菜購入に至る要因

生活圏で購入可  
という  
利便性



低価格

- ・生活圏で野菜販売が行われていれば、少々高くても村人はそこで購入する

# 分析から：2つのヒント

---

## 1. 給水塔ビジネスは儲かる

- 初期投資の確保手段として
- 野菜販売が繁盛する可能性

## 2. 野菜が生活圏で購入可能なら、少々高くても

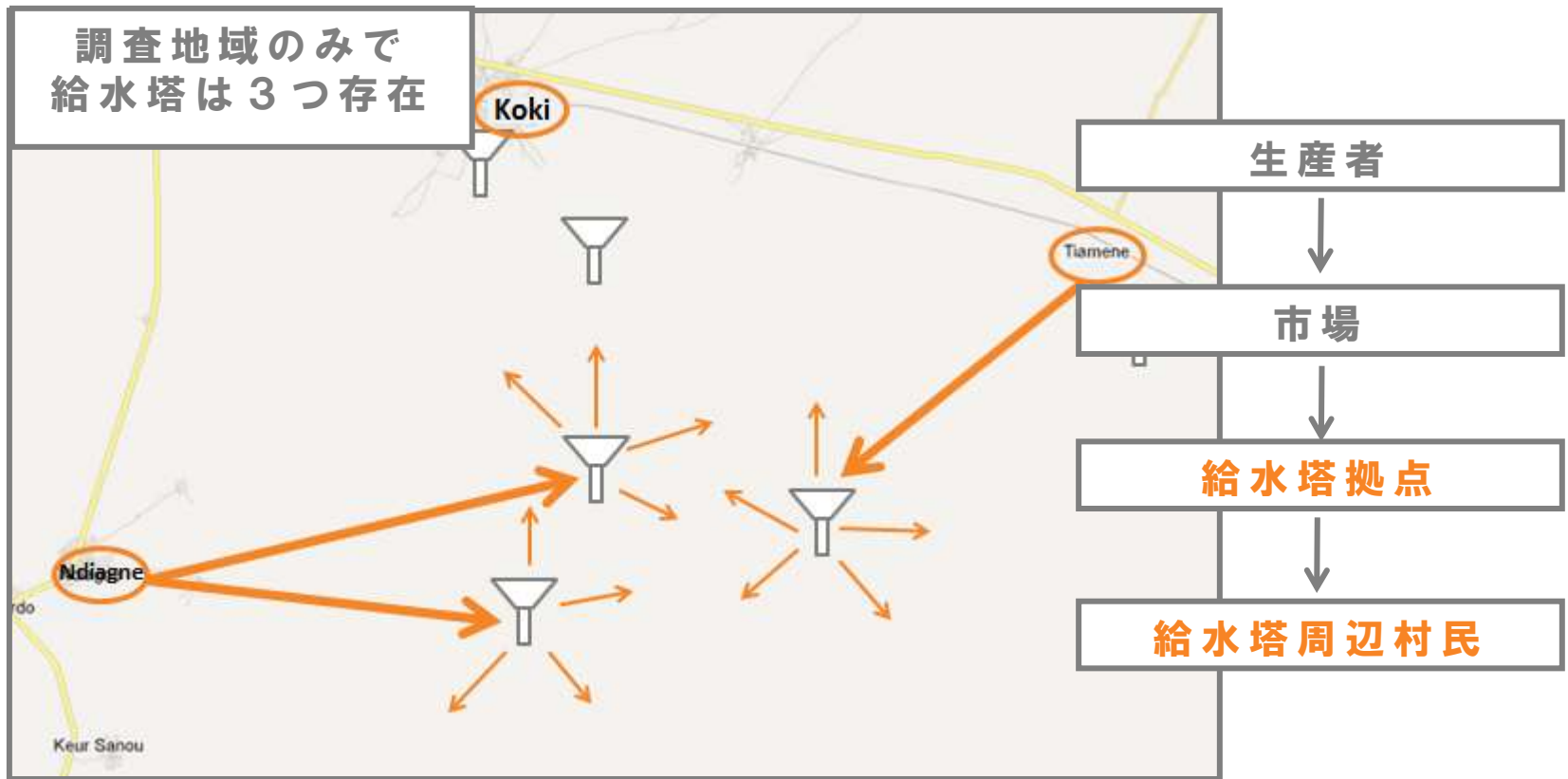
村人はそこで野菜購入する

- 価格のアプローチは置いておき、流通がある状態をつくることが重要

**給水塔を拠点にし、野菜を村人の生活圏で  
購入可能にする代替流通経路はどうか？**

# 新ロジスティクスの提案

## 給水塔を拠点にした新しい野菜販売ロジスティクス



# 給水塔拠点ロジスティクスとは

---

- ・ 給水塔ビジネスで**初期投資の確保**
- ・ 市場で買い溜めした野菜を**給水塔各地拠点で日常販売する**
- ・ 給水塔に**日常的に通う周辺村民が野菜を自分の村・近隣村で転売**



**多くの村人が生活圏で日常的に野菜を購入可能な状況を実現させる**

# 具体的方策

初期投資  
運搬費用  
確保

- ・給水塔ビジネスで確保
- ・給水塔ビジネスは確実に儲かるというポテンシャルから投資を呼ぶ

給水塔での  
野菜販売

- ・実施者：給水塔ポンプ操縦者、家畜給水料金徴収者  
(午前中はほぼ毎日給水塔にいる)
- ・方法：野菜を市場で買い溜めし、馬車で運搬したものを給水塔で毎日販売  
水がめや保管庫を利用して保存、質維持。  
→給水塔に通う(=給水塔を生活圏とする)周辺村民はここで野菜を購入する  
水汲みに来る遊牧プル族もここで野菜を購入する

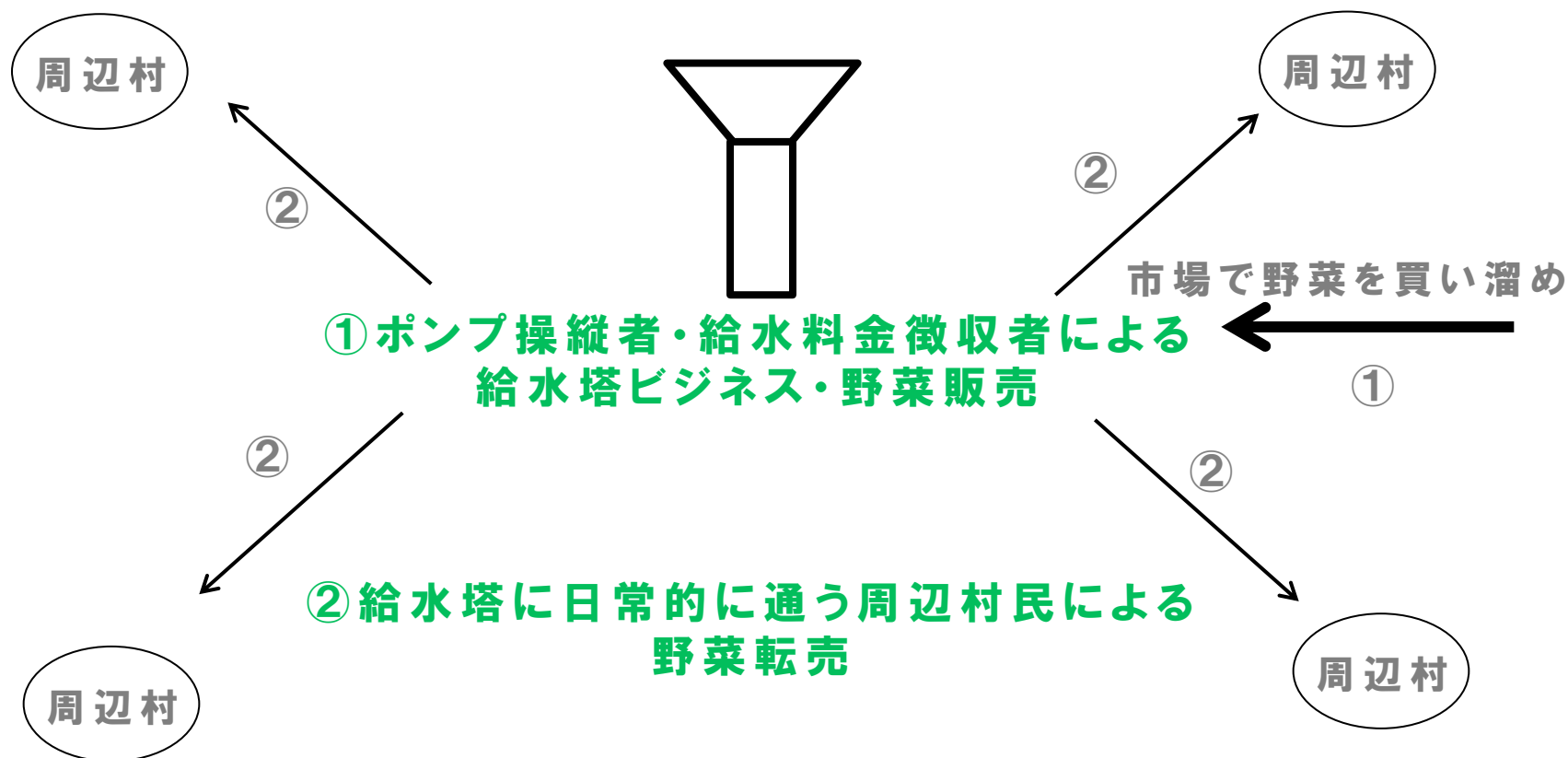
周辺村民の  
野菜転売

- ・実施者：給水塔に日常的に通う周辺村民
- ・方法：給水塔で販売される野菜をまとめ買いし、馬車・ロバ車で自分の村・近隣村にて販売する。  
→給水塔に通わない周辺村民・その近隣村民は村内で野菜を購入する



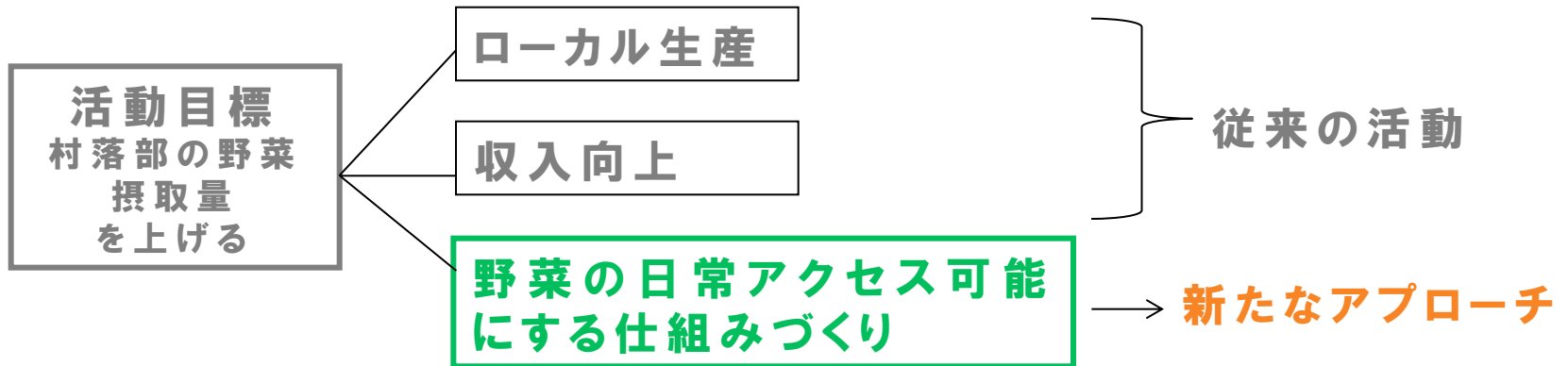
# 野菜の日常アクセスを可能に

多くの村人が生活圏内で日常的に野菜を購入することが可能に  
**給水塔ロジスティクスで地域住民の野菜摂取量を増やす**



# 市場調査のメリット

## 1. マーケティング分析による、新たな活動アプローチの示唆



## 2. マーケティング理論を通して「村人を知る」

マーケティングは顧客の立場になって考えなければいけない

## 3. 収入向上 = 村人にビジネスをやってもらうこと

隊員自身がビジネス思考を身につけることは必須



ご清聴ありがとうございました