

OPINION

中部経済新聞

ルワンダは、世界の農産物輸出国の中で、確固たる地位を築いています。かつては美しい丘が名高い景観で知られていた国土が、高級な農産物の産地に変わりつつあります。今日では、国の特産物となったコーヒー、高級茶、高品質な生鮮農産品は、戦略的

「ナビゲーター」

投資、技術開発、高められた品質とブランドづくりを焦点とした取り組みにより、国際市場に届けられようとしています。

技術と戦略の両側面から、ルワンダの農産物輸出の再構築が期待されつつあります。私自身、最近の新しい学習と

日本への期待 世界各地から

其 170

千の丘のある国から世界へ

国際的な現場に直接触れたことは、わが国が世界に農産物輸出をどう提供すればよいか検討するのに、重要な機会となりました。対面での研修参加、市場への接触をとおして、農業従事者から輸出業者までのバリエーション全体の関係者は品質向上、物語性の提示、市場の位置づけに関する新しいアプローチに触れ、夢中になっています。

ルワンダの農産品(上)



底上げするものです。昨年、日本の国際協力機構(JICA)

が主催した知識共創研修に私が参加したことは、ルワンダの農産物を世界に向けて輸出する方法を再考する上で、とても重要なだったと考えます。10月から11月にかけてJICA中部で実施された研修で、市場志向のコミュニケーション、ブランドづくり、輸出振興戦略について学ぶことができました。

世界の都市に届くルワンダのコーヒーには優れた味わいがあります。日本でも有名なコーヒーチェーンでも多用されています。もしあなたが名古屋にいるなら、ルワンダコーヒーがスターバックスのよう

な世界中にチェーン展開するお店やショッピングモールで売られ、「1000の丘の国」からの味わいが届けられていることをご存知かもしれません。ルワンダは、コーヒー取扱い関係者を惹きつける産地です。精製加工施設の強固なネットワーク、小さな専業農家、高級品に焦点を合わせた生産により、わが国は一貫性ある品質とトレーサビリティを提供することに傾注しています。両者とも今日のコーヒー市場を生き抜く上で欠くことのできない要素です。

【ジョン・クロウデ・ニヨンサバ(国家農業輸出開発公社ANAEV)広報・広聴専門家、リーム中産連】