



タンザニア

市場・商品調査【2】：食(加工食品)

■ 調査実施日：2016年11月30日～2017年1月14日

■ 調査場所：ダルエスサラーム(ミコチェニ、ムベジ、カウエ)、ザンジバル(ストーンタウン)

※本文中の人気商品の販売ブランド、価格、小売店情報などはすべて調査時点のものです。

■ タンザニア連合共和国 United Republic of Tanzania

— 基礎データ —

● 面積：94万 5,000平方 キロメートル[日本の約2.5倍] (IMF)

● 人口：約4,768万人 (2015年 IMF)

● 首都：ドドマ(法律上の首都。国会議事堂がある。)

政府官庁があり、事実上の首都機能と経済面での中心はダルエスサラーム。

[基礎的経済指標]

● GDP(名目)：456.34億ドル (2015年 IMF)

● 1人当たりGDP(名目)：1,612ドル (2015年 IMF)

● 経済成長率(実質)：7.0% (2015年 IMF)

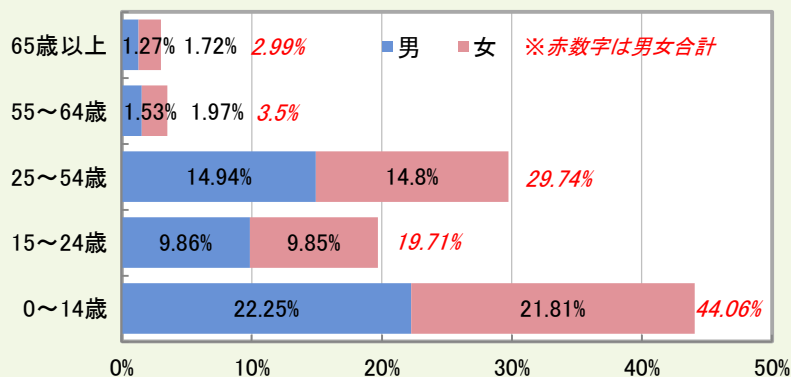
● 消費者物価上昇率：5.6% (2015年 IMF)

● 為替レート：1ドル≒ 1,991.4 タンザニア・シリング (2015年 期中平均 IMF)

出所：JETROホームページ 国・地域別に見る「アフリカ タンザニア概況(2017年1月更新)」

■ —消費市場動向(参考資料)—

● 年齢別人口比率(2016年)



出所：CIA The World Factbook (<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/tz.html>)



ダルエスサラーム

タンザニアにおける加工食品の概念

タンザニア全土で話されている公用語のスワヒリ語には、加工食品(Processed food)にぴったりと当てはまる言葉が存在しない。“Chakula cha kusindika”がそれに当たるという人もいるが、それは、穀物や木の実などを挽いたり、絞ったりした粉や、抽出した油などを指し、一般的な加工食品を示す言葉ではない。

新鮮な食材が入手しやすく、また保存場所の問題もあるため、食材は市場などで必要な分のみ購入し、その日のうちに自宅で調理し使いきる家庭が多い。いわゆる加工食品は、まだタンザニアの一般的な人々には、十分に浸透していないと思われる。

都市部のダルエスサラームにおいても、牛乳などは近所の牛を飼っている家から搾りたての牛乳を購入するという家庭も多い。ジュースも、マンゴーやパッションフルーツ、アボカドなどのフレッシュフルーツを使い、自宅のミキサーで作ったほうが安くて添加物もなく、安心でおいしいという意見もいくつか聞いた。

一方で、加工食品には一定の需要があり、今後徐々に増えていくことも予想される。

加工食品市場

タンザニアの加工食品輸入額(HSコード16~24の合計値)は、2015年で約2億2,906万USドルとなり、輸入全体に占める割合は約1.5%である。加工食品輸入額の相手国の1位はインド、2位は南アフリカ、3位はケニアとなっている。

【タンザニアで販売されている輸入食品(例)】

商品画像					
商品名	パックジュース	ロングライフ牛乳	ビーフソーセージ	ポテトチップス “Pringles”	マーガリン “Blue Band”
メーカー名	Ceres	Woodlands Daily	Farmer's Choice	Kellogg's	Unilever Kenya Ltd.
メーカー国	南アフリカ	南アフリカ	ケニア	アメリカ	ケニア
製造国	南アフリカ	南アフリカ	ケニア	— (記述なし)	ケニア
価格(シリング)	1L: 4,100	1L: 3,400	500mg: 6,000	5,500	250g: 2,250 500g: 4,400

商品画像					
商品名	トマトペースト	トマトケチャップ	粉末ミルク “NIDO”	コーンフレーク (シリアル)	かっぱえびせん “Prawn Crackers”
メーカー名	Crown Food Industries	American Garden	Nestle South Africa	Kellogg Marketing and Sales Company	カルビー
メーカー国	U.A.E.	アメリカ	南アフリカ	イギリス	日本
製造国	U.A.E.	U.A.E.	南アフリカ	— (記述なし)	タイ
価格(シリング)	70g: 500	340g: 2,400	250g: 6,800 400g: 10,800 900g: 27,500	360g: 15,500	70g: 3,400



出所: 商品はすべて、“Shoppers Supermarket Mikochehi”店調べ。

よく購入されている加工食品

〔よく購入されている加工食品：上位6品〕 (30人〔BOP層：10人／MOP層：20人〕への聞き取り調査)

回答人数(30人中) 〔BOP層／MOP層〕	商品名	商品画像	主な購入場所	購入理由等
1. 20人 〔BOP層6／MOP層14〕	ヨーグルト (フレッシュ ヨーグルト)		・スーパー マーケット ・近所の店	・田舎にいる時からなじみのある味 ・健康にいい ・お腹の調子よくなる ・体内がきれいになるので子供にもいい ・経済的に許せば、毎日でも購入したい ・ウガリ(トウモロコシ粉などを練って作った、 タンザニアでは一般的な主食)やご飯の おかずに、そのまま食べられる
<p><調査者所感等> タンザニアには牧畜民が多く、人々にとってヨーグルトはなじみのある味。理由にもあげられたように、主食とヨーグルトのみで食事になることもある。それに加えて、昨今の健康志向が作用しているのであろう。プラスチック袋入りのヨーグルトは500mlと飲み切りもできるようなサイズで、新鮮でおいしく、価格も高くなく、手に入れやすいというメリットが重なり、売れ筋商品となっていると思われる。他のタンザニアのメーカーからも同様の商品が販売されているが、メジャーなものは写真の2社である。</p>				
2. 18人 〔BOP層7／MOP層11〕	ダガー (煮干しのような 小魚の素干し)		・市場	・ムワンザ(ビクトリア湖)産のもので1kg: 5,000シリングとそれ程高くなく、おいしい のでまとめ買っている ・小さな頃から食べ慣れた味 ・週1回は食べている
<p><調査者所感等> 3～4cmほどの小魚を素干したものだ。海で取れるダガーもあるが、ビクトリア湖、タンガニーカ湖、ニヤサ湖など淡水のものがより好まれているようだ。素干したものが流通している。スーパーマーケットにも取り扱いがある。ムチュージ(タマネギ、トマトベースの煮込み)に入れておかずとして食べるのが一般的。</p>				
3. 18人 〔BOP層7／MOP層11〕	スパゲッティ		・近所の店	・たまには変わった主食が食べたい ・素早くできる主食なので時間のない時に便利 ・家族中で好き
<p><調査者所感等> スパゲティ(例:上記写真)は、ダルエスサラームの伝統的店舗でも購入できる。 〔調理の方法〕 ・茹でた麺とムチュージを別々に盛りつけてテーブルに出す ・茹でてから野菜や肉とともに炒める ・茹でて砂糖をまぶしたものを朝食として紅茶とともに食べる ・茹でて後茶色くなるまで炒めて砂糖を入れて子どものおやつにする 等 ムスリムの人々がラマダン(断食月)の時の、1日の断食明けの食事の際、麺類に砂糖をまぶしたものをとることがよくあり、その際、このスパゲティも使われる。また、ラマダンの時期には、右写真の細麺(1kg:2,000シリング)が多く出回る。ムスリムの人々の間ではこちらの細麺の方が断然好きという人も何人かいた。茹でて(炒めることもある)砂糖をまぶして食べる。</p>				
				
<p>ラマダンの時期に売られる細麺</p>				
4. 18人 〔BOP層8／MOP層10〕	トマトソース		・近所の店	・チップス(フライドポテト)にかける ・ムチュージに入れてもいい ・子供たちがチップスが大好きなので トマトソースは必需品 ・子供がご飯にかけたりもする
<p><調査者所感等> タンザニア人はフライドポテトを好む人が多い。特に子供に好まれている。家でフライドポテトを作る時、トマトソースは必需品になるようだ。概してタンザニア製のトマトソースは、価格は手頃だが、色がきつく、味は薄いことが多い。MOP層の中には、価格は高めだが、よりおいしい輸入もの(ケニア製)のトマトソースをスーパーマーケットで購入しているという人もいた。</p>				

〔よく購入されている加工食品：上位6品〕 (30人〔BOP層：10人／MOP層：20人〕への聞き取り調査)

回答人数(30人中) 〔BOP層／MOP層〕	商品名	商品画像	主な購入場所	購入理由等
5. 17人 〔BOP層5／MOP層12〕	揚げ魚 (写真はponoと呼ばれる魚。長さ12cmほど。この量で2,500シリング。揚げ魚の種類は色々ある。)		・市場	<ul style="list-style-type: none"> ・働いているので、調理時間短縮のために ・家で揚げると油がたくさん必要になるので ・市場などで手に入れやすい ・ムチュージに入れるとおいしい
<p><調査者所感等> 市場の女性たちが自分で揚げた魚を市場などで売っている。魚の種類は様々だが、価格は高め。頭付きで15～20cmほどの揚げ魚が1,000シリング以上するものもある。価格は高めにもかかわらず、想定よりも利用者が多かった。ただ、揚げ油に不安がある(古いものを使っているなど)ので、生魚を購入し、自宅で揚げるといった人もMOP層を中心に5人いた。家庭では、ムチュージに入れて煮込んで食べるのが一般的。</p>				
6. 17人 〔BOP層7／MOP層10〕	ウブユ (バオバブの実を加工したもの)		<ul style="list-style-type: none"> ・市場 ・近所の店 	<ul style="list-style-type: none"> ・大人も子供も大好き ・子供たちが大好き ・小さな頃から親しんだ味 ・香辛料が付いているところがいい
<p><調査者所感等> バオバブの実を乾燥させたものに砂糖やカルダモンなどの香辛料をまぶし、着色した菓子。甘く、ほんのり酸っぱい味ができる。中に種がある。伝統的店舗で小さなビニール袋に入れて売られていることも多く、市場では量り売りもある。赤色だけでなく、緑や黄色に着色されたものもある。予想以上に大人にも人気があるようだ。</p>				

〔ストーンタウン(ザンジバル島)でよく購入されている加工食品〕 (3人への聞き取り調査)

商品画像		
商品名	トマトペースト	キャッサバ・チップス
メーカー名	Bestmaker food Suqian	—
メーカー国	中国	タンザニア
製造国	中国	タンザニア
価格(シリング)	70g: 500(伝統的店舗) 70gを3つで1000(市場)	500 (唐辛子入りのものが人気)
<p><調査者所感等> ダルエスサラームでの聞き取り調査では、トマトペーストは、トマトが手に入らない、もしくは価格が高騰した時しか、使わないという人が9割だったが、ストーンタウン(ザンジバル島)では、需要がかなり高いようだ。 ストーンタウンでは朝から夜まで食べ物の屋台が出るなど、BOP層やMOP層にとっても、ダルエスサラームに比べ、外食の機会が多いようだ。タンザニアの都市でも地域によって売れる商品は少しずつ違っている。</p>		



(上写真2点とも)伝統的店舗の加工食品の商品棚(ストーンタウン)

加工食品販売事例

■ スーパーマーケット

名称:	Shoppers Supermarket			
所在地:	ミコチェニ (Mikocheni) 地区:ダルエスサラーム街中から7kmほどの住宅地 他にマサキ (Masaki) 地区とムベジ (Mbezi) 地区に支店がある。			
客層:	MOP層とTOP層、タンザニア人と在留外国人が半々くらい			
来客数:	日～水曜日:約150～200人/日、木～土曜:約300人以上/日			
取扱商品 と 価格帯:		品目	商品	価格帯(シリング)
	食品		ビスケット	500～
			エクストラ・バージン・オリーブオイル(3L)	116,700
	飲料		ミネラルウォーター(350ml)	200
			ミネラルウォーター(20L)	～18,000
	アルコール類		国産缶ビール(330ml)	1,700
			ブランデー	～432,500
	台所用品 (食器、鍋、ポットなど)		スプーン/れんげ(1本)	1,900
			鍋セット	～545,000
	生活消費財(洗剤、トイレトペーパー、 生理用品、シャンプー、化粧品など)		トイレトペーパー(1ロール)	500
			メイクアップキット	～95,000
	日用品 (バケツ、電球、ろうそく、アイロン台など)		電球	1,200
			充電式LEDフラッシュライト	～203,000
	文房具、雑誌、書籍		ノート(1冊)	1,000
		新学期用文具セット	～85,000	
衣料品 (紳士服、婦人服、子供服、下着、靴など)		アイロン	27,000	
		冷蔵庫	～3,060,000	
ペット用品		キャットフード(85g)	1,500	
		ペットキャリー	～145,000	
玩具		トランプ	4,500	
		男児用人形と戦車のセット	～177,000	

店舗の
様子:

Shoppers Supermarket 外観

ショッピングセンターになっており、1階部分にスーパーマーケットがある。



店舗の入口



店内①



店内②



レジ付近

■ スーパーマーケット: Shoppers Supermarket

〔売れ筋の加工食品〕

※セールスマネージャーに対する聞き取り調査

商品画像				
商品名	牛乳 “Tanga Fresh Maziwa”	ヨーグルト “Asas Dairies Mtindi”	マーガリン “Blue Band”	スパゲッティ “SANTA LUCIA”
メーカー名	Tanga Fresh	Asas Dairies	Unilever Kenya Ltd.	Pastificio L. Garofalo S.p.A
メーカー国	タンザニア	タンザニア	ケニア	イタリア
製造国	タンザニア	タンザニア	ケニア	タンザニア
価格(シリング)	500ml: 1,150	500ml: 1,300	250g: 2,250	450g: 1,300

商品画像	
商品名	ポテトチップス(塩味) “SMOOTH ‘N’ EASY”
メーカー名	SWAGAT
メーカー国	タンザニア
製造国	タンザニア
価格(シリング)	150g: 2,500
備考	Hand chopped(手作り)と書かれている。 同じメーカーでキャッサバとバナナのチップスがあり、そちらも売れ行きがいい。

■ 伝統的店舗

名称:	Green Belt Shop			
所在地:	ムベジ・ムウシヨ (Mbezi Mwisho) : ダルエスサラーム郊外 (街中から約20km)			
客層:	BOP層とMOP層が半々くらいと、幹線道路: Morogoro Roadに近いため車で買い物に来る客もいる。			
来客数:	約40人/日			
取扱商品と価格帯:		品目	商品	価格帯(シリング)
	食品		キャンディー(1個)	50~
			粉末ミルク("LATO": 2kg)	50,000
	飲料		国産ドリンク	200~
			セレスジュース(1L)	4,000
		台所用品(食器、鍋、ポットなど)	—	500~50,000
		生活消費財(洗剤、トイレトペーパー、生理用品など)	—	500~4,000
		化粧品(クリーム、ローションなど)	—	500~10,000
	衣料品(布、下着、靴など)	—	1,000~25,000	

店舗の様子:



Green Belt Shopの外観と入口



Green Belt Shopの店頭



Green Belt Shopの店内



調味料等加工食品の商品棚



生活消費財の商品棚



靴・サンダル



台所用品(鍋、プラスチックの食器等)のコーナー

加工食品販売事例 一つづきー

■ 伝統的店舗: Green Belt Shop

〔売れ筋の加工食品〕

※店主に対する聞き取り調査

商品画像				
商品名	ロングライフ牛乳 “Azam Milk”	ヨーグルト “Tanga Fresh Mtindi”	ヨーグルト “Asas Dairies Mtindi”	パックジュース “Ceres Juice”
メーカー名	Azam Dairy Product	Tanga Fresh	Asas Dairies	Ceres
メーカー国	タンザニア	タンザニア	タンザニア	南アフリカ
製造国	タンザニア	タンザニア	タンザニア	南アフリカ
価格(シリング)	1L: 3,000	500ml: 1,300	500ml: 1,300	1L: 4,000
店主のコメント	近隣諸国やヨーロッパからの輸入品のロングライフ牛乳に比べ、価格が安い。未開封であれば、常温で置いておけるので便利。250ml入りのDaily Fresh(1,000シリング)は飲み切りサイズのため、購入したその場で飲む人たちも見受けられる。	ヨーグルトは供給が需要に追いつかず、品切れになることも多い。仕入先に対し50個注文しても5個しか入荷しないこともある。2016年には3か月間品切れしたこともあった。消費者は、主に中高年層が多い。		糖分が少なめで健康に良さそうと思われており、主にMOP層以上に人気がある。

商品画像				
商品名	果汁入り飲料 “Azam Juice”	果汁入り飲料 “Azam Juice”	トマトソース “RED GOLD Tomato Sauce”	スパゲッティ “SANTA LUCIA”
メーカー名	Bakhresa Food Product	Bakhresa Food Product	M/s Darsh Industries	Pastificio L. Garofalo S.p.A
メーカー国	タンザニア	タンザニア	タンザニア	イタリア
製造国	タンザニア	タンザニア	タンザニア	タンザニア
価格(シリング)	1L: 3,000	200ml: 200	900ml: 1,500	450g: 1,300
店主のコメント	果汁100%のジュースではないが、濃厚な果物の味がして、他の輸入物のパック入りジュースよりも価格が安いので人気がある。マンゴー、アップル、オレンジ、グアバ、ライチ、トロピカルミックスなどの種類がある。	2016年に発売されたばかりだが、回転がとても早くなってきている。ストロー付きの飲み切りサイズで、価格も手頃なため、子供に買い与える親が多い。	やや味が薄目とを感じるが、他のメーカーに比べ価格が安いので、チップス(フライドポテト)にかけるために買う人が多い。	普段はそれほどでもないが、イスラム教のラマダン(断食月)の時に、断食明けの食事に使われることが多く、よく売れる。

加工食品市場 一つづきー

加工食品販売事例 一つづきー

加工食品を取り扱う卸売企業・商社

企業・商社名	所在地	取り扱い品目
Goba Trading	Mbezi(Boa Bank 向かい)	食品、生活消費財、台所用品
Shirima Shop	Mbezi Mwisho	食品、生活消費財
Ndoika Shop	Mbezi Mwisho	食品、飲料
Holy Live	Mbezi Mwisho (Konoike通り)	飲料、生活消費財、化粧品

加工食品に対する意識調査



BOP層

	年齢	35歳
	性別	女性
	職業	路上商人(揚げパンやチャイなどの販売)
	月収	約260,000シリング
	食費/月 (内訳と外食状況)	約100,000シリング (生鮮食品:70,000シリング、加工食品:30,000シリング、外食はしない)
よく購入する加工食品と 購入理由	<ul style="list-style-type: none"> ・牛乳(500mlのプラスチックバック入りTanga Freshなど) ・ヨーグルト(500mlのプラスチックバック入りTanga Freshなど) 健康にいいと思い、時々飲んでいる。 ・スパゲッティ タマネギやトマトと一緒に炒めるとおいしいので。時には肉も入れたりする。 ・ダガー(煮干しに似た干し魚) キゴマ(タンガニーカ湖)産のダガーが好み。市場で購入。 ムチュージ(タンザニアではポピュラーなトマト・タマネギベースの煮込み)に入れて使う。 ・揚げ魚 自分で揚げなくて済むのでたまに使う。 	
最も頻繁に加工食品を購入する場所	家の近くの伝統的店舗や市場	
加工食品の購入に関して最も参考にする媒体	ラジオ、医者	
加工食品を購入する際、最も気にするポイント	値段、品質	

加工食品に対する意識調査


BOP層


	年齢(歳)	33歳
	性別	男性
	職業	会社員
	月収	約350,000～400,000シリング
	食費/月 (内訳と外食状況)	約170,000シリング (生鮮食品:80,000シリング、加工食品:60,000シリング、外食:30,000シリング)
よく購入する加工食品と 購入理由	 <p>粉末ミルク “Lato Milk”</p>	・牛乳とヨーグルト(Tanga Fresh) 価格も程よくおいしいので。
		・粉末ミルク(Lato Milk) 常温で長く保存できて、少量でも使いやすいので。
		・スパゲッティ 茹でたもの(炒めない)を主食として、ムチュージとともに食べる。 子供も好きなので、週に1度は食べる。
		・ビーフソーセージ おいしいのでたまに購入している。
最も頻繁に加工食品を購入する場所	家の近くの伝統的店舗	
加工食品の購入に関して最も参考にする媒体	インターネット(インスタグラムなど)	
加工食品を購入する際、最も気にするポイント	品質、使いやすさ	

	年齢(歳)	65歳
	性別	男性
	職業	庭師
	月収	約400,000シリング
	食費/月 (内訳と外食状況)	約150,000シリング (生鮮食品:120,000シリング、加工食品:30,000シリング、外食はしない)
よく購入する加工食品と 購入理由	 <p>牛乳 “Azam Long Life milk”</p>	・牛乳(200ml入り紙パック・ストロー付きAzam Long Life milk:650シリング) 体にいいというこの商品の宣伝をラジオなどで聴き、ときどき購入。
		・ジュース(Azam:330ml入り紙パック、950シリング) 小学生の子供がマンゴージュースが好きなので、1週間に1回程度購入。
		・スパゲッティ 主食を変えたい時に。月1回程度。
		・ダガー(煮干しに似た干し魚) ムワンザ(ビクトリア湖)産のものや海から採れたものなど。 トマトソースベースのおかず(ムチュージ)に入れてよく使う。
最も頻繁に加工食品を購入する場所	家の近くの伝統的店舗、市場	
加工食品の購入に関して最も参考にする媒体	テレビ、ラジオ、店や路上などで配るチラシ	
加工食品を購入する際、最も気にするポイント	値段、品質	

加工食品に対する意識調査

MOP層

	年齢(歳)	52歳
	性別	女性
	職業	洋服などの販売
	月収	約600,000シリング
	食費/月 (内訳と外食状況)	約300,000シリング (生鮮食品:225,000シリング、加工食品:75,000シリング、外食はしない)
よく購入する加工食品と 購入理由	<ul style="list-style-type: none"> ・牛乳(Tanga Freshなど) 手に入れやすく、おいしいので。 ・ヨーグルト(Tanga Fresh) 体にいいので。 ・ジュース(Azamなど) たまに買う。家で自分で作ることも多い。 ・ダガー ムチュージに入れる。ニヤサ湖産のものは肉厚でおいしい。 ・揚げ魚や干魚 市場などで手に入れやすく、料理に使いやすい。 	
最も頻繁に加工食品を購入する場所	市場、家の近くの伝統的店舗、スーパーマーケット	
加工食品の購入に関して最も参考にする媒体	テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、店舗での宣伝	
加工食品を購入する際、最も気にするポイント	品質	

	年齢(歳)	54歳
	性別	男性
	職業	旅行会社マネージャー
	月収	約300,000シリング
	食費/月 (内訳と外食状況)	約150,000シリング (生鮮食品:200,000シリング、加工食品:100,000シリング、外食はしない)
よく購入する加工食品と 購入理由	<ul style="list-style-type: none"> ・ジュース(Azamなど) お酒を飲まないなので。子供にもいい。 ・スパゲッティ 時には普段と違った主食が食べてみたいので。 	
最も頻繁に加工食品を購入する場所	家の近くの伝統的店舗	
加工食品の購入に関して最も参考にする媒体	友人知人の口コミ	
加工食品を購入する際、最も気にするポイント	品質	

加工食品に対する意識調査

TOP層

	年齢(歳)	54歳
	性別	男性
	職業	会社経営
	月収	約2,000,000シリング
	食費/月 (内訳と外食状況)	約950,000シリング (生鮮食品: 600,000シリング、加工食品: 200,000シリング、外食: 150,000シリング)
よく購入する加工食品と 購入理由	 <p>ケニア製“PEPTANG” のチリソース (375ml: 2,000シリング)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・トマトソース(ケニア製のPEPTANGなど) 子供たちが食事の時に好んで使う。 ・牛乳(Azam) 体にいいし、料理などにも使える。 牛を飼っている人からフレッシュミルクを買うこともある。 ・ヨーグルト(Asas) 体にいいし、料理などにも使える。 ・麺 細麺。ラマダンの時によく使う。(茹でた後炒め、砂糖をまぶす。)
最も頻繁に加工食品を購入する場所	スーパーマーケット	
加工食品の購入に関して最も参考にする媒体	特にない。スーパーマーケットに自分で行った時に、目についたものを買ったりすることはある。	
加工食品を購入する際、最も気にするポイント	値段、品質	

加工食品に対する意識調査

TOP層

	年齢(歳)	57歳
	性別	女性
	職業	婦人服店オーナー
	月収	非公開
	食費/月 (内訳と外食状況)	約1,300,000シリング (生鮮食品:600,000シリング、加工食品:400,000シリング、外食:300,000シリング)
よく購入する加工食品と 購入理由		・ローファット・ロングライフ牛乳(First Choice) 脂肪分が少ないのがいい。このメーカーは昔から馴染みのある味。牛を飼っている人から購入するフレッシュミルクや、Tanga Freshなどよりも日持ちするので。
	ローファット・ ロングライフ牛乳 “First Choice”	・ヨーグルト(Tanga Fresh) 子供たちも大きい(5人家族)ので、サイズの大きなもの(4L入り)を購入している。バニラなどフレーバー入りのものも好き。
		・ジュース(Ceres) このメーカーの味に慣れている。Azamを購入することもあるが、子供が好まないし、Ceresの方が日持ちする。
		・シリアル(Neslte、Kellogg's) 時間がない時の食事に便利。子供が好き。
		・ソーセージ(Farmer's Choice) 朝食に食べることが多いが、ピザなどいろいろな料理にも使える。使い勝手が良いので、大きいサイズのものを購入。
最も頻繁に加工食品を購入する場所	スーパーマーケット	
加工食品の購入に関して最も参考にする媒体	テレビ、ラジオ、インターネット(インスタグラムやFacebookなど)、道路沿いの看板広告。	
加工食品を購入する際、最も気にするポイント	味、ブランド名	



ヨーグルト
“Tanga Fresh”



シリアル
(左)“Neslte”、(右)“Kellogg's”



ソーセージ
“Farmer's Choice”

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。