



現地の
最新トレンドを
ご紹介!

ガーナ

Africa Lifestyle Report



JETRO
Japan External Trade Organization

【免責条項】

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。ジェットロは出来るだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本調査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、ジェッ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。

はじめに

アフリカは若年層を中心とした人口増加が注目され、日本企業の新しい市場として期待されている。一方で、日本との地理的距離や文化的な違いから、日本からアフリカのリアルな B to C 市場やトレンド情報は見えづらい。

「アフリカライフスタイルレポート」は、「新しいアフリカ」を捉える上で、若者世代（10 代後半から 30 代前半）とポップカルチャーの観点から調査を行い、アフリカの調査対象国におけるライフスタイルや消費者動向、日本のポップカルチャーの浸透度を明らかにすることを目的に作成した。消費市場全体の規模・傾向からアニメ・マンガ、ゲーム、スポーツ、食などの幅広いテーマ別市場の動向、さらにインタビューを通じて浮き彫りとなった消費者の意識やトレンドなどの多くのトピックを盛り込んでいる。本調査はアフリカ主要国で横断的に実施し、各国の特徴を概観する。

本著が日本企業の当該市場での市場開拓の一助となれば幸甚である。

2025 年 12 月
日本貿易振興機構（ジェトロ）
アクラ事務所
海外展開支援部フロンティア開拓課

ガーナ基本情報

概要

ガーナは、西アフリカのギニア湾沿いに位置し、安定した政治、豊かな野生動物、豊富な天然資源、歴史的建造物である要塞、美しいビーチで知られている。

首都	アクラ
通貨	ガーナ・セディ (GHS)
公用語	英語
州	16 州
主要産業	農業 (カカオ、コーヒー) 鉱業 (ゴールド、ボーキサイト)、石油・ガス

歴史と文化

ガーナは、1957 年にイギリスから独立し、サハラ以南で最初に独立を果たした国として知られている。豊かな文化と歴史を持ち、アシャンティ王国などの伝統的な王国の影響を色濃く受けている。

人口統計

2024 年 1 月時点で、ガーナの人口は約 3,445 万人と推定され、2023 年初頭から 65 万人 (+1.9%) の増加を記録している。年間人口成長率は 2.2% と安定傾向にある。年齢の中央値は 21 歳と若年層が多い。男女比は女性が 50.1%、男性が 49.9% とほぼ均等である。

都市化が進んでおり、人口の 59.5% がアクラ、クマシ、タマレなどの主要都市に、40.5% が地方に居住している。また、ガーナには多くの民族があり、主な民族グループとしては、アカン、モレ・ダグボン、エウエ、ガ・ダンメなどが挙げられる。

経済概要

ガーナの経済

2024年のガーナ経済は、主要産業の成長を背景に顕著な発展を遂げ、GDPの大幅な拡大を記録した。

◆2024年第1四半期（GDP成長率：4.8%）

世界銀行によると、2024年上半期のGDPは5.9%増加し、2023年同期の2.8%から大幅な成長を達成した（以下、出所の明記がない場合統計の出所は世界銀行）。成長の主な要因は産業部門における8.1%の拡大で、中でも特に石油・ガス分野が牽引。農業部門は5.1%成長したものの、カカオ生産の減少が影響し低成長となっている。サービス部門は4.5%の成長を記録したが、2023年前半の6%と比較すると減速している。

◆2024年第2四半期（GDP成長率：7.0%）

ガーナ経済は前年同期と比べて6.9%の成長を達成し、過去5年間で最も高い成長率を記録した。

◆2024年第3四半期前半（GDP成長率：7.2%（過去5年間で最高水準））

実質GDP成長率は平均6.3%を記録し、2023年の2.6%を大幅に上回った。

◆ガーナの経済見通し（2024～2025年）

ガーナの2024～2025年の経済見通しは、産業、サービス、農業などの主要セクターの回復と成長に支えられ、引き続き堅調な発展が期待される。

GDP成長率

ガーナのGDPは、2024年に5.6%、2025年に5.8%の成長が見込まれ、過去数年間の低迷した経済からの回復が予測される。ガーナ・財務・経済計画省によると、オイル・ガス産業を中心とする産業部門は、2024年に7.5%、2025年に8.2%の成長が予想されている。

農業部門は、機械化投資の改善により、2024年に5.3%、2025年に5.5%の成長が見込まれる。また、サービス部門は、IMFによると2024年に4.9%、2025年に5.2%の安定した成長を維持すると予測される。

インフレの動向

近年、ガーナは高いインフレ率に苦しんでおり、物価上昇が大きな課題となっている。ガーナ統計局によると、2025年2月の消費者物価上昇率は23.1%と、1月の23.5%に続き2カ月連続で鈍化しており、食品および非食品の価格上昇の鈍化によるものと推測される。一方で、2月の年間インフレ率は過去10カ月間で3番目に高い水準となっており、依然としてガーナ中央銀行の目標範囲（6%～10%）を大きく上回っている。

なお、金融政策の引き締めにより、インフレ率は2024年に平均18.5%となり、2025年には12.0%まで徐々に低下すると予測されている（出所：ガーナ銀行）。ガーナ銀行は、2025年末までにインフレ率を中期目標の6%～10%の範囲内に抑えるため、政策金利を適切に維持する方針を出している。

外国直接投資（FDI）と貿易

投資優遇政策と安定したマクロ経済政策により、外国直接投資（FDI）は2024年に8%増加し、2025年には10%増加すると見込まれている（出所：ガーナ投資促進センター）。ガーナの貿易収支は、金・石油・カカオの主要輸出品の好調に支えられ、2024年には6.2%の輸出増加を記録し、2025年には7.1%の増加が予測されている（出所：ガーナ財務・経済計画省）。

インターネットとモバイルの普及

ガーナの携帯電話普及状況

2025年初頭時点で、ガーナの携帯電話接続数は3,830万件に到達した。携帯電話普及率は人口の110%に達しており、多くの人が個人用と仕事用で複数のSIMカードを利用している。2024年1月から2025年1月の間に、携帯電話接続数は250万件(+6.9%)増加した。ガーナの携帯電話接続の93.4%は、3G、4G、5Gなどのブロードバンドネットワークを利用している。ただし、一部のユーザーは音声通話やSMSのみのプランを使用しており、必ずしもモバイルインターネットを利用しているわけではない。

ガーナのインターネット利用状況

2025年1月時点で、ガーナのインターネット利用者数は2,430万人に達し、2024年から2025年にかけて、インターネット利用者は44万6,000人(+1.9%)増加した。インターネット普及率は69.9%に達しているものの、2025年初頭の時点で、依然として1,050万人(人口の30.1%)がインターネットにアクセスできない状況である。また、ガーナの固定インターネットのダウンロード速度の中央値は、2025年1月時点で、46.16Mbpsに達した。これは、前年と比較して12.56Mbps(+37.4%)の増加を示している。

ガーナのソーシャルメディアの状況

	YouTube	Facebook	Instagram	LinkedIn	Messenger	X (旧 Twitter)
ユーザー数	781万人	795万人	215万人	300万人	84万人	121万人
人口リーチ	22.5%	22.9%	6.2%	8.6%	2.4%	3.5%
インターネット利用者リーチ	32.2%	32.7%	8.9%	12.4%	3.5%	5.0%
性別割合	女性 46.8% 男性 53.2%	女性 41.1% 男性 58.9%	女性 41.7% 男性 58.3%	女性 35.7% 男性 64.3%	女性 38.4% 男性 61.6%	女性 20.9% 男性 79.1%
成長率 (2024年～2025年)	+13.7% (新規ユーザー 94万人)	+7.4% (新規ユーザー 55万人)	-2.3% (ユーザー数5万人減少)	+15.4% (新規ユーザー 40万人)	-23.3% (ユーザー数 25.6万人減少)	+3.3% (新規ユーザー 38,300人)

表1：ガーナにおける各SNSの状況 (レポート委託先の独自調査を基にジェトロ作成)

YouTube

YouTube はガーナにおいて依然として主要なプラットフォームであり、幅広いユーザー層と強力な広告リーチを持つ。広告の視聴者数が必ずしもアクティブユーザー数を正確に反映しているわけではないが、年々着実に成長を続けているプラットフォームである。

Facebook

Facebook は、ガーナで引き続き最も利用されているプラットフォームの一つである。Meta の広告リーチ測定方法の変更があったものの、緩やかな成長を続けており、デジタルマーケティングにおいても重要なツールとして重宝されている。

Instagram

ガーナにおける Instagram のユーザー数はわずかに減少しているが、これはプラットフォームの調整やアカウント削除が影響していると考えられる。しかし、四半期ごとのデータを見ると、わずかな回復傾向が見られる。

LinkedIn

LinkedIn は、ガーナにおいて依然としてビジネスマンや専門家、企業にとって重要なプラットフォームである。登録メンバー数は安定的に増加している一方で、アクティブユーザーのエンゲージメントについては不透明な部分もある。

Messenger

Messenger のユーザー数は大幅に減少している。ユーザーが他のメッセージングプラットフォームへ移行したことが要因と考えられる。

X (旧 Twitter)

X のユーザー数はガーナでは比較的小規模ながらも着実に増加しており、男女比では男性の利用率が 80%弱と、主に男性ユーザーが中心となっている。

消費者市場の概要

ガーナの消費者市場は、西アフリカで最も急速に発展している市場の一つであり、その成長を支えているのは都市化、拡大する中間層、急速なデジタル化である。また、人口の 57%以上が 25 歳未満という若年層の多さが、小売、電子商取引（E コマース）、ソーシャルメディアの利用傾向に強い影響を与えている。彼らのブランド嗜好、購買行動、デジタルリテラシーは、ガーナ市場の未来を形作る重要な要素となっている。

ガーナの若年層消費者に見られる主要トレンド

ガーナの人口は約 3,445 万人で、そのうち 57%以上が 25 歳未満と圧倒的な若年層比率を誇る。この層は強い購買力を持ち、市場トレンドに大きな影響を与えている。若者の多くはテクノロジーに精通しており、スマートフォンをショッピングやエンターテインメント、コミュニケーションツールとして活用している。ガーナの若年層消費者に見られる特徴的なトレンドは以下が挙げられる。

- ブランド志向 & 向上心 – 国際的およびローカルブランドに対する関心が強く、ソーシャルメディアや有名人の影響を受けやすい傾向がある。
- 利便性の追求 – 忙しい都市生活を送る若者は、宅配サービス、オンラインショッピング、ファストフードを好む傾向にある。
- 健康 & サステナビリティ意識の高まり – オーガニック食品、フィットネス、環境に優しいブランドへの関心が高まり、購買行動に影響を与えている。

小売業界分析：ローカルショップから E コマースブームへ

ガーナの小売市場は、伝統的な市場、近代的なショッピングモール、急成長する E コマースという三つの要素で構成されている。ローカルショップや伝統的な市場は、ガーナの主要都市の中心にあるマコラ市場（アクラ）やケジェティア市場（クマシ）などのオープンマーケットが、日々の商取引の中心となっている。また、プロビジョンストアと呼ばれる、小規模の売店（キオスク）や店舗が地域の需要を支えている。現金取引が主流だが、モバイルマネー決済の利用も増加傾向にある。

また、近年ガーナではショッピングモール文化が根付きつつあり、グローバルブランド、フードコート、エンターテインメントといった便利なショッピング体験を提供している。ガーナの主要ショッピングモールとしては、アクラモール（ナイキ、サムスン、ショップライトなどの有名ブランドが出店する、ガーナ初の大型ショッピングセンター）、ウェストヒルズモール（西アフリカ最大級のモールで、毎週

数千人の買い物客が訪れる)、クマシシティモール (ガーナ第二の都市クマシの商業拠点となっている) が挙げられる。

さらに、ガーナの E コマース市場も急成長しており、モバイルインターネットとデジタル決済の普及がその成長を後押ししている。市場規模は 2026 年までに 10 億ドルを超えると予測されている (レポート委託先の独自調査によりジェトロ調べ)。ガーナの E コマースをリードする主要プレイヤーとしては、Jumia Ghana (家電、ファッション、食料品などを販売する国内最大のオンラインマーケットプレイス)、Tonaton & OLX (中古品を取り扱う人気のオンラインマーケットプレイス)、Bolt Food (フードデリバリーなど、クイックコマース (即時配送) 市場で人気のサービス) が挙げられる。

ソーシャルメディアの影響：消費者行動 & 市場トレンド

ソーシャルメディアは、ガーナの消費者市場においてブランドと顧客の関係性を強化し、購買意思決定に影響を与える重要なツールである。2024 年におけるインターネット普及率は 68% と、2018 年の 45% から大幅に上昇しており、アクティブなソーシャルメディアユーザー数は、970 万人となっている。主要プラットフォームの利用率は以下のとおりである (出典：レポート委託会社の独自調査及び通信キャリアへのヒアリングを基にジェトロ作成)。

WhatsApp (90%)：ビジネス、カスタマーサービス、商品プロモーションに活用されている。

Instagram (65%)：インフルエンサーマーケティングと直接販売の主要チャンネルとなっている。

TikTok (60%)：若年層の利用者数が急上昇中、バイラルトレンドが売上に直結している。

Twitter/X (50%)：ブランドのエンゲージメントとカスタマーサポートに活用されている。

ソーシャルメディアにおける消費者行動トレンドは、以下のとおりである。

- インフルエンサーマーケティングの急成長 — 若者の 70% が、従来の広告よりもソーシャルメディアの情報を信頼している。
- ライブショッピング & エンゲージメント — Instagram や TikTok のライブ販売が新たな「バーチャルショッピングモール」となっている。
- ショート動画の影響 — TikTok や Instagram Reels を活用したプロモーションが急増している。

WhatsApp や Twitter/X などのソーシャルメディアが、即時対応型のカスタマーサービスチャンネルとして重要な役割を果たしている。

セクター別市場動向

ガーナの文化と経済の状況は、さまざまな分野でダイナミックな変化を遂げている。ここでは、アニメ・マンガ、音楽、ファッションと美容、スポーツの各分野における市場動向、人気コンテンツ、消費者行動、新たなビジネスチャンスについて紹介する。

1. アニメ・マンガ

かつてガーナでは、アニメとマンガはニッチな娯楽と見なされていたが、過去10年間でその人気は飛躍的に高まった。日本のポップカルチャーの影響は、ファッション、音楽、デジタルアートなど、ガーナの若者文化のさまざまな側面に浸透している。インターネットの普及とストリーミングプラットフォームへのアクセス向上により、これまで以上に多くのガーナ人がアニメやマンガを楽しむようになった。ここでは、ガーナにおけるアニメとマンガの市場動向、人気コンテンツ、消費者行動について紹介する。

【市場動向】

グローバル化、デジタルアクセス、コミュニティの活性化などにより、ガーナにおけるアニメとマンガの市場は拡大している。Netflix、Crunchyroll、Funimation、YouTubeなどのストリーミングサービスにより、アニメを簡単に視聴できるようになり、ファンは高品質な映像を合法的に楽しんでいる。さらに、VIZ Media、Manga Plus、Webtoonなどのデジタルマンガプラットフォームにより、日本や韓国のマンガ作品を手軽に読むことができるようになった。

TikTok、Instagram、Twitterなどのソーシャルメディアは、アニメ文化の拡散に重要な役割を果たしている。ガーナのアニメファンは積極的に交流会に参加し、考察や考えを共有している。また、アニメ風のコンテンツを制作し、コスプレイベントにも参加している。人気アニメやマンガに関連するハッシュタグやトレンドは頻繁に話題となり、アニメ文化が若者の主流エンターテインメントとして定着しつつある。ガーナの起業家や企業もこの流れを活用し、アニメをテーマにした衣服、ポスター、フィギュア、アクセサリなどの販売を行っている。一部の書店やコミックショップでは、マンガの取り扱いを開始し、読者層の拡大に対応している。さらに、地元のアーティストによるオリジナルマンガやアニメ風イラストの制作も活発化しており、ガーナ独自の解釈を取り入れた作品が増えている。

【人気コンテンツ】

ガーナのアニメ・マンガコミュニティは多様な嗜好性を持っているが、特に人気のある作品は以下のとおりである。

● 人気アニメ

「NARUTOーナルトー」、「ONE PIECE (ワンピース)」「進撃の巨人」、「ドラゴンボール Z」、「鬼滅の刃」、「呪術廻戦」などが広く視聴されている。これらの作品は、緻密なストーリー、迫力のあるアクションシーン、魅力的なキャラクターが評価されている。

● マンガとウェブトゥーン

「僕のヒーローアカデミア」、「東京卍リベンジャーズ」、「チェンソーマン」などの作品が支持を集めている。アニメが圧倒的に人気である一方、マンガの読者層も増加している。また、韓国のウェブトゥーンである「俺だけレベルアップな件」や「神之塔」も、デジタルプラットフォーム上でのアクセスのしやすさから人気が高まっている。

● ローカルコンテンツの影響

ガーナのクリエイターたちは、アニメ風のストーリーテリングを探求し始めており、文化的背景を活かしたオリジナルコミックやアニメーションを制作している。このような動きは、将来的にガーナ独自のアニメ産業の発展につながる可能性がある。

【消費者行動】

ガーナのアニメ・マンガファンは非常に熱心で、消費者行動にもいくつかの特徴がみられる。

● オンラインでの交流

ソーシャルメディアやアニメフォーラムは、ファン同士の交流に欠かせない場となっている。最新エピソードの感想やキャラクター分析、ストーリーの考察など、活発な議論が交わされている。

● グッズの消費

アニメ・マンガファンは、アニメをテーマにした衣服、アクセサリ、ポスター、フィギュアなどを購入する傾向があり、Jumia や Amazon などのオンラインプラットフォームを利用しているが、正規品が少ない点が引き続き課題といえる。

● ストリーミングと海賊版問題

合法的なストリーミングサービスが利用されている一方、サブスクリプション費用やデータ通信料を抑えるため、一部のファンは違法サイトを利用することもある。これは、コンテンツ配信者が収益化を図る上での課題となっている。

2. 音楽

ガーナの音楽業界は、伝統的なリズムと現代的な影響を融合させ、活気に満ちた多様な音楽シーンを形成してきた。デジタルプラットフォームの台頭、消費者習慣の変化、アフリカ音楽への国際的関心の高まりにより、ガーナのアーティストの世界的認知度は向上している。ここでは、ガーナの音楽消費パターン、業界のトレンド、そして主要プレイヤーについて詳しく掘り下げる。

【音楽の消費パターン】

近年、テクノロジーの進化とリスナーの嗜好の変化により、ガーナにおける音楽の消費パターンは劇的に変化している。以下の主要なパターンが見られる。

● デジタルストリーミング

Spotify、Apple Music、Boomplay、Audiomack などのプラットフォームが若年層を中心に主要な音楽消費手段となっている。低下傾向にあるモバイルデータの価格とスマートフォンの普及がこの傾向を後押ししている。

● ソーシャルメディアの影響

TikTok、Instagram、YouTube は音楽の発見やプロモーションにおいて重要な役割を果たしている。口コミで急激に拡散したダンスチャレンジや、ユーザー生成コンテンツがアーティストの知名度を向上させている。

ラジオやテレビといった従来のメディアも依然として影響力があり、特に年配層や地方コミュニティで重要な役割を果たしている。Joy FM、Hitz FM、Adom FM などのラジオ局は、今なお音楽プロモーションにおいて大きな影響を持っている。また、コンサート、フェスティバル、クラブでのパフォーマンスは、依然として音楽を楽しむ上で重要だ。Afrochella（現在の AfroFuture）、ガーナ・ミュージック・アワード、Dettu Rave などのイベントは、国内外の才能を紹介する場となっている。デジタルアクセスが主流となったことに伴い、CD の販売は減少しているが、一部のコレクターや DJ は依然として物理的な音楽メディアを愛用している。

3. ファッションと美容: 新たなスタイル、主要ブランド

ガーナのファッションと美容業界は、急速に発展している活気ある分野であり、伝統的な文化・ファッションの影響と現代的なグローバルトレンドの両方を反映している。中間層の拡大とデジタルマーケットの拡大により、地元のデザイナーや美容ブランドが国際的なブランドと並んで注目を集めている。ここでは、ガーナのファッションと美容業界における新しいスタイル、主要ブランド、価格帯について紹介する。

【新しいスタイル】

ガーナのファッションは文化に深く根ざしているが、最近のトレンドでは伝統文化と現代的な美学が融合している。

アフロセントリックデザイン	アンカラ、ケンテ、バタカリといった布が依然として主流だが、ジャンプスーツ、ブレザー、ストリートウェアといった現代的なシルエットも取り入れられている。
ミニマリスト&シックウェア	都市部の若者たちは、欧米のスタイルに影響を受け、すっきりとしたライン、無地、洗練された仕立てのミニマルなデザインを好むようになってきている。
サステナブル&エシカルファッション	世界的にサステナビリティへの関心が高まる中、地元ブランドもエコフレンドリーな素材の使用、布のアップサイクル、エシカルな生産プロセスを進めている。
ラグジュアリー&ハイファッション	レッドカーペットイベント、ウェディング、特別なイベントのために、高級なデザインが求められる機会も増え、高級ファッションの人気の高まっている。
カジュアル&アスレジャー	スポーツウェアを取り入れたカジュアルファッションが、世界的なアスレジャートrendの影響を受けて広がっている。

ガーナ国内外で評価されているデザイナーやブランドは以下のとおり：

- ・ Christie Brown：アフリカの伝統と現代的な高級ファッションを融合させた有名ブランド
- ・ Duaba Serwa：大胆なプリント、構築的なシルエット、エレガントな女性服で知られるブランド
- ・ Pistis Ghana：オーダーメイドのクチュールやウェディングドレスを専門とする高級ブランド
- ・ Atto Tetteh：ガーナ文化とモダンな美学を融合させた高級メンズウェアブランド
- ・ Kiki Clothing：鮮やかなプリントとアフリカンスタイルの既製服を提供するブランド
- ・ Woodin：スタイリッシュで手頃な価格のアフリカンプリント衣類を生産する人気ブランド
- ・ Selina Beb：アフリカのデザインを取り入れたハンドメイドのバッグ、靴、アクセサリーを展開する

【美容業界のトレンドと主要ブランド】

ガーナの美容業界は急成長しており、地元ブランドと国際ブランドの両方が市場シェアを拡大している。

スキンケアブーム	オーガニックで地元調達されたスキンケア製品の需要が増加しており、Eya Naturals や Nokware Skincare が市場を牽引している。
メイクアップ革命	ガーナの美容インフルエンサーやメイクアップアーティストの影響で、SO Aesthetics や Colorbox Cosmetics などのブランドが急成長している。
ヘア&ウィッグ	ナチュラルヘアケアやプロテクティブ・スタイリングが流行しており、R&R Luxury や Ohemaa Hair が高品質のヘアケア製品やエクステを提供している。
フレグランス&身だしなみ用品	アフリカ市場向けの香水や身だしなみ用品の需要が増加し、ニッチブランドが独自の香りを開発している。

【価格帯】

ガーナのファッション・美容製品は、さまざまな所得層に対応している。(ガーナ・セディ (GHS)、1GHS=約 14 円、2025 年 12 月時点)

ファッション	
高級ファッション	Christie Brown や Pistis Ghana などの高級ブランドは、2,000～10,000+ GHS の価格帯
ミドルレンジファッション	Kiki Clothing や Woodin は、300～1,500GHS の範囲でスタイリッシュな衣類を提供している。
ファストファッション&ストリートウェア	ローカルストリートウェアブランドやファストファッション小売業者では、100～500GHS の手頃な価格でトレンドアイテムを販売している。
ビューティー製品	
スキンケア	ローカルのオーガニック製品は、ブランドや処方によって 50～500GHS の価格帯です。
メイクアップ	プレミアムガーナブランドや国際ブランドの価格は 100～800 GHS
ヘアエクステ&ウィッグ	合成繊維のウィッグは 150GHS から、高品質の人毛ウィッグは 5,000GHS 以上するものも有

4. スポーツ

スポーツ、特にサッカーはガーナ文化に深く根付いており、社会的交流、エンターテインメント、そして国民の誇りを形成する重要な要素となっている。最近の調査では、ガーナのスポーツファンの嗜好、支出傾向、参加レベルが明らかになり、スポーツへの関心がどのように進化しているかを示している。スポーツは単なる娯楽にとどまらず、国家のアイデンティティの象徴であり、青少年の育成や経済成長の推進力ともなっている。サッカーが圧倒的な人気を誇る一方で、ボクシング、陸上競技、バスケットボールといった他の競技も着実に支持を広げている。

● サッカー「ブラックスターズ」

ガーナのナショナルサッカーチーム「ブラックスターズ」は、国民の心に深く根付いた存在だ。FIFA ワールドカップでの躍進をはじめ、国際舞台での活躍を通じて、国を一つにする象徴的な存在となっている。ブラックスターズの試合は、ガーナ国内で最も視聴されるスポーツイベントの一つであり、試合の日には全国的な盛り上がりを見せている。その成功は、国内のサッカー発展に大きな影響を与え、次世代の若き才能たちがプロを目指すきっかけとなっている。

ガーナのスポーツ文化を象徴する主要なリーグや大会は以下のとおり

- ・ガーナプレミアリーグ (GPL)：アサンテ・コトコ、アクラ・ハーツ・オブ・オークといった名門クラブが参加する国内トップリーグ。
- ・FA カップ：国内の強豪チームが競い合うガーナ最大のノックアウトトーナメント。
- ・女子プレミアリーグ：女性アスリートの活躍の場を広げ、スポーツ界のジェンダー平等を推進する成長中のリーグ。

● ボクシング

ガーナは長年にわたり世界的なボクシング王者を輩出してきた。アズマー・ネルソンやアイザック・ドグボエなどがその代表例だ。アクラのブコム・ボクシングアリーナは、若いボクサーを育成する重要な拠点として知られている。

● 陸上競技

ガーナ陸上競技協会 (GAA) が全国大会を運営し、オリンピックやコモンウェルスゲームズなどの国際大会で活躍する選手たちを輩出している。近年、ガーナのスプリンターたちの成功が、陸上競技の人気を再び高めている。

● バスケットボール

アクラ・バスケットボールリーグ（ABL）は、大学リーグや地域リーグとともに人気を集めている。バスケットボールのファン層は拡大しており、インフラ整備や選手育成プログラムの強化が進んでいる。

【ガーナのスポーツ市場におけるビジネスチャンス】

ガーナのスポーツ業界には、多くのビジネス機会が存在する。

● スポンサーシップ&広告

MTN、Betway、Guinness などの企業が、チームやリーグ、イベントのスポンサーとなり、スポーツのファン・視聴者に対してブランド認知度を高めようとしている。

● 放送&デジタルメディア

スポーツのライブ配信、実況解説、専門チャンネルの需要が高まり、メディア企業やデジタルコンテンツ配信者にとって新たな市場が生まれている。

● スポーツベッティング産業

法律で認められたスポーツベッティング市場が拡大し、大きな収益を生み出すと同時に、雇用創出にも貢献している。

● インフラ開発

近代的なスタジアム、トレーニング施設、スポーツアカデミーへの投資は、ガーナの競争力向上につながる。

● 選手マネジメント&マーチャンダイジング

選手の育成やスポンサー契約、グッズ販売を専門とする代理人は、ガーナの豊富なスポーツ人材を活用したビジネスの可能性を広げている。

インタビュー

① ファッションデザイナー、ウィズダム・オベング・ニャーコ氏

どのような商品を扱っていますか？

ファッション系のグッズを扱っています。T シャツ、トートバッグ、タンブラーなどを販売しており、「希望」と「レジリエンス（困難を乗り越える力）」のメッセージを伝えるデザインを取り入れています。

ガーナにおける現在のビジネストレンドをどのように説明しますか？

人々は新しいアイデアや高級志向の商品に対してよりオープンになっています。特に、自分の価値観と共鳴するブランドの商品に対する需要が高まっています。

顧客が好む価格帯はどのくらいですか？

グッズ（T シャツ・トートバッグ・タンブラー）は 300～500GHS、食品関連商品は 200～500GHS です。

顧客は価格・品質・ブランド名・トレンドのどれを重視して購入しますか？

ブランドの価値、トレンド、そして商品が提供する体験を重視して購入する傾向があります。



ウィズダム・オベング・ニャーコ氏
(同氏提供)



同氏がデザインする T シャツ
(同氏提供)



同氏がデザインする T シャツ
(同氏提供)

主な顧客層と、そのターゲット戦略について教えてください。

主に富裕層と中間層をターゲットにしています。この層は購買力があり、高品質でメッセージ性のあるファッションに価値を見出す傾向があります。

オンラインプラットフォームの重要性と、オンライン・実店舗の売上比率について教えてください。

オンライン販売はビジネスにおいて非常に重要です。売上の約 80% がオンラインによるもので、残りの 20% が店舗での直接販売や紹介によるものです。

この業界での参入障壁や課題は何ですか？

資金調達の高難しさ、急速に変化するファッショントレンド、そして熟練した人材の確保が主な課題です。

今後5年から10年で、ビジネスや業界はどのように発展すると考えますか？

さらなるブランドの認知度向上を図り、より強い市場基盤を築き、資本投資を増やしてビジネスを拡大していきたいと考えています。

② インフルエンサー、アウラ・アクア・アイシ氏 (Sugar on ice)

ファッションや美容に関するコンテンツを作成する際に、何からインスピレーションを受けますか？

私はもともとファッションが好きで、美術の教育を受けたことも影響しています。

ファッションや美容製品の宣伝の際、どのように視聴者と関わりますか？

Instagram のリールを活用します。拡散が早いため、より多くの視聴者に情報が届きます。



アウラ・アクア・アイシ氏
(同氏提供)



アウラ・アクア・アイシ氏と同氏の友人 (同氏提供)

ブランドとのコラボレーション経験はありますか？

「House of Asa」とコラボしました。

ガーナの若者の間で流行しているファッションや美容のトレンドは何ですか？

ヘアスタイル、衣服、スキンケア製品です。

ファッションや美容のトレンドに最も影響を与えるプラットフォームは何ですか？

ソーシャルメディアです。

ローカルブランドは国際ブランドとどのように競争していると思いますか？

品質とブランドの価値が重要な要素です。

ガーナではローカルブランドと国際ブランド、どちらにより多くのチャンスがあると思いますか？

どちらにもチャンスがあります。

ガーナのファッション・美容インフルエンサーが直面する課題は何ですか？

なりすまし（偽アカウントの存在）です。

③ アニメ・マンガに関するインタビュー

質問項目
① 日本のアニメやマンガを知っていますか？
② アニメやマンガを知ったきっかけは？
③ どのくらいの頻度でアニメを観たり、マンガを読んだりしますか？
④ どのジャンルのアニメやマンガが一番好きですか？
⑤ アニメとかマンガのグッズって買ったりしますか？
⑥ アニメとかマンガは、ガーナの文化に影響を与えていると思いますか？
⑦ ガーナでアニメとかマンガのイベントに行った事ありますか？
⑧ ガーナの他の人にアニメやマンガを勧めますか？

パトリック氏	29 歳、学生アルバイト
--------	--------------



アニメやマンガを見るのが大好きで、一番のお気に入りには「ONE PIECE (ワンピース)」です。

パトリック氏
(同氏提供)

①	日本のアニメとマンガをよく知っています。
②	ソーシャルメディアです。
③	毎日オンラインで無料でみています。
④	アクション系のアニメやマンガ、特に「ONE PIECE (ワンピース)」が大好きです。
⑤	あんまり買わないけれど、もらったワンピースのポスターは持っています。
⑥	はい、特に若い世代には影響していると思います。アニメの T シャツを着ている 10 代の若者がたくさんいます。
⑦	いいえ、参加したことはありません。
⑧	はい、友人や家族に勧めたいと思います。

マイケル氏

25 歳、クレーン運転士



アクションや冒険ものが好きです。ストーリー展開がしっかりしていて、キャラクターの成長や迫力あるバトルシーンが楽しめる作品が特に好きです。お気に入り「進撃の巨人」「ONE PIECE (ワンピース)」「僕のヒーローアカデミア」などです

マイケル氏 (同氏提供)

①	はい、日本のアニメとマンガにはかなり詳しいです。
②	子供の頃にテレビでアニメを初めて知りました。その後、友達や SNS を通じてマンガにも出会いました。
③	アニメはほぼ毎日、特に仕事が終わった夕方以降によく見ています。マンガはあまり頻繁には読みませんが、時間がある時に週に 1~2 回読むことがあります。
④	アクションや冒険ものが好きです。ストーリー展開がしっかりしていて、キャラクターの成長や迫力あるバトルシーンが楽しめる作品が特に好きです。お気に入り「進撃の巨人」「ONE PIECE (ワンピース)」「僕のヒーローアカデミア」などです。
⑤	はい、Instagram でいくつかのガーナのアニメコミュニティもフォローしています。
⑥	インターネットのデータ料金がとても高いことと、近くにアニメショップがないことが悩みです。
⑦	もっとテレビでアニメが放送されたり、アニメ関連のイベントがもっと増えたらうれしいです。
⑧	もちろんです！

リチャード・ニャコ氏

20 歳、学生



アニメやマンガを見るのも作るのも大好きで一番好きなのは「ドラゴンボール」です。

リチャード氏 (同氏提供)

①	アニメやマンガに詳しいだけでなく、自分でもアニメーションを作るのが大好きです。
②	最初にアニメやマンガを知ったのは、家族や友人からの紹介でした。

③	主に毎日アニメやマンガを見ており、たいていはインターネットで無料でストリーミングしています。
④	アクション満載のアニメやマンガが大好きで、中でも「ドラゴンボール」が特に気に入っています。
⑤	はい、Kofi Anim や Afromation などのガーナ人のアニメ・マンガ制作者をフォローしています。
⑥	私が直面している課題の一つは、ガーナ国内でアニメやマンガのコンテンツの入手が限られていることです。公式または高品質なバージョンを見つけるのが難しく、選択肢があまり豊富でないストリーミングプラットフォームに頼らざるを得ないことが多いです。
⑦	高品質なコンテンツへのアクセスが改善されることに加え、地元でのイベントやファンコミュニティ、クリエイターの存在が増えることで、ガーナでのアニメやマンガの人気は高まると思います。また、ガーナのアーティストと国際的なアニメ・マンガプロジェクトとのコラボレーションも関心を高める助けになるでしょう。
⑧	はい、友人や家族に勧めたいと思います。

アンディ氏	36歳、外国為替トレーダー
--------------	----------------------



アニメ関連のイベントがもっと増えたり、手頃なデータプランが提供されたりすると、さらに人気が出ると思います。

アンディ氏（同氏提供）

①	とてもよく知っています！子供の頃からアニメを見て育ちました
②	カートゥーンネットワークで初めて知り、その後はオンラインストリーミングで見えるようになりました。
③	週に3~4回は必ず見えています。
④	アクションとコメディが大好きです
⑤	はい、Twitter（現在のX）でアニメ風のイラストを描いている地元アーティストをフォローしています。名前は覚えていませんが、とても素晴らしい作品です。
⑥	インターネットが遅いことと、データ通信費が高いことが大きな課題です。
⑦	アニメ関連のイベントがもっと増えたり、手頃なデータプランが提供されたりすると、さらに人気が出ると思います。
⑧	もちろんです！

アナベル氏

22 歳、学生



アナベル氏（同氏提供）

ファンタジーやサイコロジカルスリラーが好きです。中でも「デスノート」が一番のお気に入りです。

①	とてもよく知っています！自分でもアニメキャラクターのイラストを描いています。
②	オンラインプラットフォームや YouTube で知りました。
③	ほぼ毎日観ています。
④	ファンタジーやサイコロジカルスリラーが好きです。中でも「デスノート」が一番のお気に入りです。
⑤	はい、Instagram や TikTok で数人のアーティストをフォローしています。
⑥	マンガを買うのがとても難しいです。ほとんどはオンラインの PDF で読んでいます。
⑦	学校や大学にアニメクラブができれば、もっと人気が出ると思います。
⑧	もちろんです！絶対にお勧めします。

ソロモン・アダイ氏

33 歳 / 実業家



ソロモン氏（同氏提供）

サイコロジカルやミステリー系のアニメが好きです。特に「モンスター」が好きです。

①	はい、特に昔の名作アニメには詳しいです。
②	子供の頃に地元のテレビ局で観たのが最初です。その後、DVD やダウンロードでさらに色々な作品を知りました。
③	最近はあまり見ていませんが、休暇のときなどに観ることがあります。
④	サイコロジカルやミステリー系のアニメが好きです。特に『モンスター』が好きです。

⑤	はい、アニメ風のイラストを投稿しているガーナ人のイラストレーターを何人か知っています。
⑥	マンガ専門の書店がないことと、信頼できるオンラインマンガアプリが少ないことが課題です。
⑦	学校の美術や創作系の授業にアニメやマンガを取り入れると、もっと人気が出ると思います。
⑧	もちろんです。特に若いクリエイターに勧めたいと思います。

クワベナ・ダルコ氏	37歳 / ブランド店舗経営者
-----------	-----------------



スーパーナチュラル系が好きです。「鋼の錬金術師」や「HUNTER×HUNTER」が特にお気に入りです。

クワベナ氏（同氏提供）

①	はい、何年も前からアニメファンです。
②	高校生の時に、いとこたちから教えてもらいました。彼らがアニメのDVDを持っていました。
③	週に1~2回、主に週末に観ています。
④	スーパーナチュラル系が好きです。「鋼の錬金術師」や「HUNTER×HUNTER」が特にお気に入りです。
⑤	はい、Instagramで地元のアニメーターを1人フォローしています。
⑥	ガーナのテレビでアニメの番組が少ないことと、ストリーミングサービスの料金が高いことです。
⑦	学校やソーシャルメディア、文化交流プログラムを通じて、もっと多くの人に知ってもらうことが大事だと思います。
⑧	もちろんです！エンターテインメントとしても、クリエイティブな刺激としても素晴らしいと思います。

④ スポーツに関するインタビュー

質問項目
① スポーツにどのくらい興味がありますか？
② スポーツに参加する動機は何ですか？
③ どのサッカーリーグやチームを応援していますか？
④ ガーナで一番好きなサッカークラブはどこですか？
⑤ サッカーをはじめとしたスポーツ関連の活動には通常どのくらいの金額を使いますか？
⑥ 普段どのようにサッカーの試合を観戦していますか？
⑦ SNS でスポーツインフルエンサーやクリエイターをフォローしていますか？もしフォローしている場合、お気に入りのスポーツインフルエンサーやクリエイターは誰ですか？

アイザック・ソワ氏	28 歳、学生
------------------	----------------



娯楽、健康、そしてフィットネスのために、特にサッカーを中心にスポーツの観戦と参加の両方を楽しんでいます。

アイザック氏（同氏提供）

①	サッカーを観戦するだけでなく、自分でも時々プレーしています。
②	娯楽だけでなく、健康やフィットネスのための効果を得るためにもスポーツをしています。
③	イングランド・プレミアリーグを観戦するのが好きで、チェルシーFC を応援しています。
④	アクラ・ハーツ・オブ・オークを応援しています。
⑤	毎月スポーツ関連の活動に特定の予算を設けているわけではありませんが、50～200GHS の範囲であれば無理なく支出できます。
⑥	主に毎週サッカーの試合を観戦しています。
⑦	ソーシャルメディアがスポーツに与える影響は非常に大きいと思います。お気に入りのチームや選手に関するニュースや最新情報を、ソーシャルメディアのプラットフォームで多くフォローしています。

セトフィア氏

25歳 / 学生



多くのガーナ人がサッカーの大ファンであるのとは異なり、私は主にフィットネス効果や怪我のリスクが比較的少ないことから、バレーボールの方が好きです。また、ガーナのインタースクールスポーツ大会のファンでもあります。

セトフィア氏（同氏提供）

①	サッカーもフォローしていますが、個人的にはバレーボールに興味があり、時々プレーもしています。
②	主にフィットネス効果を得るためにスポーツに取り組んでいます。さらに、バレーボールは他のスポーツに比べて安全で、怪我のリスクが少ないと感じています。
③	イングランド・プレミアリーグを観戦するのが好きです。
④	個人的にはあまり関心がありません。というのも、十分なプロモーションや広報活動が行われていないと感じているからです。ただし、国内のスポーツについては、高校や大学の対抗試合などの大会をとて楽しく観ています。
⑤	スポーツ関連の活動に使う予算は、50～200GHSの範囲です。
⑥	時々サッカー観戦しますが、特にヨーロッパの強豪チーム同士の試合は興味を持って観ます。
⑦	私のスポーツの好みに対して、ソーシャルメディアの影響はあまりありません。というのも、バレーボールは国内外を問わずあまり広く取り上げられていないからです。

エマニュエル・クワシ氏

21歳、学生



個人的にはスポーツ愛好家ではありませんが、時間があるときにサッカー、特にガーナ代表（ブラックスターズ）の試合を楽しみます。

エマニュエル氏（同氏提供）

①	個人的にはスポーツ愛好家ではありませんが、機会があればサッカーを楽しみます。
②	主に楽しみやレクリエーションのためにスポーツに参加しています。

③	サッカーを楽しみたいときは、イングランド・プレミアリーグを観て、アーセナルを応援しています。
④	アクラ・ハーツ・オブ・オークを応援しています。
⑤	スポーツ関連の活動には 100GHS 以上使っても構いません。
⑥	基本的に隔週でサッカーの試合を観戦しています。
⑦	SNS はスポーツに対する見方に影響しません。スポーツ関連の著名人はほとんどフォローしていません。

フランク氏

37 歳、営業担当



地元リーグのサッカーには興味がありませんが、スペインのプレミアリーグ（ラ・リーガ）を観るのは好きで、レアル・マドリードを応援しています。

フランク氏（同氏提供）

①	特に海外のサッカーリーグの試合には興味があり、サッカーファンです。
②	フィットネスの目標を達成するためにスポーツを活用することが、サッカーに参加する動機です。
③	スペインのラ・リーガを観戦しており、レアル・マドリードを応援しています。
④	地元リーグにはあまり興味がなく、現在応援しているチームはありません。
⑤	お気に入りのチームの試合を見るために、スポーツバーで約 500GHS 使っています。
⑥	主にスポーツバーのテレビでサッカーの試合を観戦しています。
⑦	クリスティアーノ・ロナウドのような著名なスポーツ選手をフォローしています。SNS は私のスポーツ関連のニュース源として影響力があります。

トーマス氏		22 歳/学生
		<p>チームスポーツから得られるモチベーションが、私をサッカーに参加させる原動力です。</p> <p>トーマス氏（同氏提供）</p>
①	スポーツには非常に興味があり、特にサッカーを最も楽しんでいます。	
②	チームスポーツから得られるモチベーションが、私をサッカーに参加させる原動力です。	
③	イングランド・プレミアリーグの競争の激しさが好きで観戦していますが、特定のチームは応援していません。	
④	クマシ・アサンテ・コトコを応援しています。	
⑤	スポーツ関連の活動には 500GHS まで快く使います。	
⑥	主にオンラインでストリーミングして試合を観戦しています。	
⑦	ムバッペ氏が好きです。また、SNS は私のスポーツ関連活動に影響を与えています。	

ベンジャミン氏		40 歳、エンジニア
		<p>イングランド・プレミアリーグは、私が最も好むリーグであり、スポーツは私にとってストレスや緊張を解消する手段です。</p> <p>ベンジャミン氏（同氏提供）</p>
①	サッカーが大好きで、全般的にスポーツにも強い関心があります。	
②	私にとってスポーツは、日々のストレスや緊張を解きほぐす手段として役立っています。	
③	一番好きなリーグはイングランド・プレミアリーグです。試合のレベルが高く、観ていて非常に面白いです	

④	クマシ・アサンテ・コトコを応援しています。
⑤	スポーツに関連する活動には、50GHS から 200GHS くらいを目安に支出しています。
⑥	試合は主にインターネットでストリーミング視聴しています。
⑦	サッカー好きとして、クリスティアーノ・ロナウドが一番のお気に入りです。SNS を通じてスポーツ関連の情報をチェックすることが多く、日常的に影響を受けています。

⑤ ファッション・美容に関するインタビュー

質問項目
① どのくらいの頻度で新しい服やアクセサリを購入しますか？
② 普段最もよく着る服のタイプは何ですか？
③ 普段、服はどこで買うことが多いですか？
④ 毎月服にどのくらいお金を使いますか？
⑤ スキンケア、メイク、ヘアケアなどの美容製品は、どのくらいの頻度で使いますか？
⑥ 地元のブランドと海外のブランド、どちらの美容製品を好みますか？
⑦ ファッションや美容のインフルエンサーをソーシャルメディアでフォローしていますか？
⑧ あなたのお気に入りのガーナのファッションデザイナーやビューティーブランドは誰ですか？

パーリン・イウル・ブド氏

38歳、管理職



メイクアップ製品では、FENTYのような海外ブランドを好みます。スキンケア製品では、Nayaのような国内ブランドを好んで使っています。

パーリン・イウル・ブド氏
(同氏提供)

①	めったに服を買いませんが、およそ2か月に一度新しい服を購入します。
②	普段着には、伝統的な服と西洋風のアイテムを組み合わせたスタイルを好みます。
③	オンラインで注文するよりも、直接お店やショッピングモールに行って試着してから購入することが多いです。
④	毎月服を買うわけではないですが、1,000~1,500GHSの範囲であれば無理なく支出できます。
⑤	美容製品について言えば、ボディクリームなどのスキンケア製品を使用しています。
⑥	メイクアップ製品では、FENTYのような海外ブランドを好みます。スキンケア製品では、Nayaのような国内ブランドを好んで使っています。
⑦	ソーシャルメディアでファッションやビューティーのインフルエンサーをフォローしていません。

オッポン・アジェマン氏	36歳、土木エンジニア
-------------	-------------



私は伝統的なスタイルと西洋のスタイルをミックスしたファッションが好きで、ソーシャルメディアから多くのインスピレーションを得ています。スキンケア製品に関しては、海外ブランドを好んで使用しています。

オッポン・アジェマン氏
(同氏提供)

①	毎月、衣類やアクセサリを購入しています。
②	普段着には、伝統的な服と西洋風のアイテムを組み合わせたスタイルを好みます。
③	Jumia や Instagram などのオンラインプラットフォームを使ってアイテムを探すのを好みます。
④	衣類やアクセサリには、月に 500~1,000GHS の範囲であれば無理なく支出できます。
⑤	美容製品に関しては、ボディクリームなどのスキンケア製品を使用しています。
⑥	スキンケア製品は、国内ブランドよりも海外ブランドを好んで使用しています。
⑦	はい、インスタグラムからファッションのインスピレーションを得ています。
⑧	現在のお気に入りのガーナのデザイナーは、チョコレートとアギャベンです。

アンジェラ氏	22歳、学生
--------	--------



自分のスタイルに似ていると思うファッションインフルエンサーをフォローしています。

アンジェラ氏
(同氏提供)

①	買い物のスケジュールは特に決まっていますが、必要なものがあって予算に合えば購入します。
②	普段のファッションは、伝統的なスタイルと洋風のスタイルをミックスするのが好きです。
③	服を買うときは、サイズ感を確認したいので、実際にお店に行って試着するのが好きです。

④	アイテムによりますが、1点あたり約450GHSまでは出せます。
⑤	スキンケアでは、主にボディクリームを使っています。
⑥	スキンケア製品は、主に海外ブランドを使っています。
⑦	自分のスタイルに近いと感じるインフルエンサーをフォローしています。

ドウ氏	34歳、店主
-----	--------



私はメイド・イン・ガーナ製品の普及に努めているため、国産品を優先的に使用しています。

ドウ氏（同氏提供）

①	毎月、洋服や美容製品にお金を使っています。
②	伝統的な服、特にカフタンを好んで着ており、ときどきTシャツと組み合わせることもあります。
③	普段は地元の市場で買い物をし、仕立屋に洋服を作ってもらうことも多いです。
④	洋服や美容製品には、月におよそ1,000 GHSを使っています。
⑤	スキンケアでは、オイル、スクラブ、クレンザーなどのボディ用製品をよく使います。
⑥	メイド・イン・ガーナ製品の普及に取り組んでいるため、地元で作られた製品を選ぶことが多いです。
⑦	気に入ったスタイルの画像を見ると、それを仕立屋に頼んで再現してもらうことがあります。
⑧	今は、いつもの仕立屋さんをお願いしています。

プリシラ氏	34 歳
-------	------



仕事の関係でオフィス向けの服を購入することが多いですが、勤務時間外は屋外イベントなどに適したカジュアルな服を着ることが多いです。

プリシラ氏（同氏提供）

①	衣類は毎月購入しており、アクセサリは必要に応じて購入しています。
②	仕事の関係でオフィス向けの服を購入することが多いですが、勤務時間外は屋外イベントなどに適したカジュアルな服を着ることが多いです。
③	オンラインショップと実店舗の両方で買い物をしています。
④	現在、月に最大で 2,000 GHS ほど使っています。
⑤	これらの製品は日常的に使用しています。
⑥	ローカルブランドと海外ブランドの両方を、必要に応じて使い分けています。
⑦	ファッションインフルエンサーはフォローしていません。自分のスタイルを大切にしています。
⑧	ガーナのビューティーブランドでは、KAEME の製品を使用しています。

⑥ 音楽に関するインタビュー

質問項目
① 最もよく聴く音楽のジャンルは何ですか？
② どのくらいの頻度で音楽を聴きますか？
③ 普段、どこで音楽を聴いていますか？
④ 音楽のストリーミングやダウンロードに最もよく使っているプラットフォームは何ですか？
⑤ あなたのお気に入りのガーナ人アーティストは誰ですか？
⑥ 今のガーナで最も人気のある音楽トレンドは何だと思えますか？
⑦ 音楽に毎月どのくらいお金を使っていますか？
⑧ 音楽はあなたの日常生活にどのような影響を与えていますか？

デイビッド氏

34 歳、監査人



ハイレイフが私の好きな音楽ジャンルです。音楽は私の日常生活の一部であり、毎日のルーティンを乗り切るための励みやインスピレーションになっています。

デイビッド氏（同氏提供）

①	ハイレイフ音楽（ガーナ、ナイジェリアなど英語圏西アフリカで広がった音楽）の大ファンです。
②	音楽は私にとって日々の習慣であり、日常の活動をしながらよくバックグラウンドで流しています。
③	私は主に車の中で音楽を聴いています。
④	音楽を聴く際に好んで使っているプラットフォームは Boomplay です。
⑤	オヘネバ・キッシ、ギャセブレ・ギャメナ、そしてダディ・ルンバが私のお気に入りです。彼らの歌詞、ライブパフォーマンス、そして全体的な音楽制作が好きな理由です。
⑥	ハイレイフが好きではありますが、現在のガーナではアフロビートが最も人気のある音楽ジャンルだと思います。
⑦	イベントチケットの費用を除けば、音楽を聴くために定期的に 20~50GHS をデータ通信料に使っています。

- ⑧ 音楽は私にとって大きなインスピレーションの源です。ハイライフの歌詞はとても現実的で、私を励ましてくれます。

クワチ・アダイ氏

27歳、アーティスト



私が好む音楽のジャンルはアフロビートとラップで、音楽は私にとって主な娯楽の一つです。

クワチ・アダイ氏
(同氏提供)

- ① 私はアフロビートとラップの音楽を聴くのが好きです。
- ② 私は毎日音楽を聴いています。
- ③ 日常の活動をしながら、よく音楽をバックグラウンドで流しています。
- ④ Apple Music、Boomplay、Spotify など、さまざまなソーシャルメディアプラットフォームを利用しています。
- ⑤ 私のお気に入りのアフロビートアーティストは、サーコディエ、マニフェスト、そしてケルヴィン・ビーツです。
- ⑥ 最近では、アフロビートがガーナでもっとも人気のある音楽ジャンルだと思います。

※⑦及び⑧については、回答無し。

ローレンス氏

19歳



ブラック・シェリフは私のお気に入りのガーナ人アーティストです。彼の音楽は、私にとって娯楽であると同時にモチベーションにもなります。

ローレンス氏
(同氏提供)

- ① 主にガーナ音楽を聴いており、特にアフロポップやアフロビーツが好みです。

②	私は毎日音楽を聴いています。
③	一日を過ごしている間は、たいていイヤホンを耳にしています。
④	私は主にテレビの音楽チャンネルやラジオで音楽を聴いています。
⑤	ブラック・シェリフが大好きです。彼の歌詞に共感できます。
⑥	現在、私はアフロビートがガーナだけでなく、世界的にも最も人気のあるトレンドだと考えています。
⑦	主にラジオやテレビで音楽を聴いているので、あまりお金はかけていません。
⑧	音楽は私の毎日の生活に欠かせない存在になっています。エンターテインメントとして楽しむだけでなく、歌詞からやる気やインスピレーションをもらうこともあります。

ブライト氏 22歳 店員



私はアフリカダンスホールミュージックが大好きで、お気に入りのアーティストのライブを見るためなら、たくさんお金を使うことも気になりません。

ブライト氏 (同氏提供)

①	私はアフリカダンスホールミュージックを好んで聴きます。
②	私は毎日音楽を聴いています。
③	他の作業で集中しなければならない時以外は、どこにいても音楽を聴いています。
④	Spotify で毎日ストリーミングしています。
⑤	お気に入りのガーナ人アーティストはシャッタ・ワレです。
⑥	個人的には、今はアフロビートが最も人気があると思います。
⑦	私は Spotify の学生プラン (1 か月あたり 11 GHS) に加入しています
⑧	楽曲の歌詞は、私にとって日々のモチベーション源となっています。

アクア・アンパー氏 34歳、キャリアコーチ



私はアフロビーツ、ローファイ、ゴスペルなど、さまざまなジャンルの音楽を楽しんでいます。

アクア・アンパー氏（同氏提供）

- | | |
|---|---|
| ① | 私はアフロビートとゴスペルミュージックを好んで聴きます。 |
| ② | 音楽は毎日欠かさず聴いています。 |
| ③ | 自宅や車で運転中によく音楽を聴きます。 |
| ④ | 主に Apple Music と YouTube を利用しています。 |
| ⑤ | サーコディエ、コフィ・キナータ、ジョー・メトルなど、好きなガーナ人アーティストが何人かいます。 |
| ⑥ | 現在、アフロビートが最も人気のある音楽ジャンルだと思います。 |
| ⑦ | 音楽に関連する活動には、月に 200～300 GHS ほど使うこともあります。 |
| ⑧ | 音楽は私にとってインスピレーションとリラクゼーションの源です。 |

アマンダ氏 28歳、会計士



音楽は私の日常生活に欠かせない存在であり、自宅でも職場でも聴いています。

アマンダ氏（同氏提供）

①	私はすべての音楽ジャンルが好きですが、特にアフロビートとゴスペルが一番のお気に入りです。
②	音楽を聴くことは私の日課になっています。
③	自宅や職場でよく音楽を聴いています。
④	主に Audiomack や YouTube などのプラットフォームでストリーミングして楽しんでいます。
⑤	ストーンボーイ、ダイアナ・ハミルトン、キディが好きなアーティストです。
⑥	現在、アフロビートが最も人気のある音楽ジャンルだと思います。
⑦	音楽関連には、だいたい 50GHS 以下でお金を使うことが多いです。
⑧	音楽は私にとってリラックスの源です。

本レポートに関するお問い合わせ先：
日本貿易振興機構（ジェトロ）
海外展開支援部 フロンティア開拓課

〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32

TEL：03-3582-5170

E-mail：bdebiz@jetro.go.jp