



マーケティング 手法

JETRO



ガーナ

BOP層実態調査レポート

出張者が見たガーナ

マーケティング事例として、積極的な広告宣伝を行い成功しているインドネシア系のインドフード社(ブランド名: インドミー)を挙げる。ガーナでは壁面広告が多く見られるが、インドミーは至る所にある壁広告に加え、同社がCSR(企業の社会的責任)の一環として建てた学校の周囲の壁に広告を描くなどの広告手法を用いている。また、車の往来が多い道路沿いの樹木に広告板を掲示するなども行っている。

近年、漫画/アニメのキャラクターを用いた壁面広告も散見される。ネスレの飲料ミロの宣伝に漫画が描かれており、また、ミロのユニフォームを着たサッカー選手が活躍する漫画が売られ(1セディ 約41円)、銀行や携帯電話会社、ファストフード店の宣伝などが漫画の中に織り交ぜられている。



街中に見られる壁広告(洗剤)



漫画を用いた壁広告



インドフード社が建てた学校の周りの壁に描かれた広告



ミロの漫画



木につけられた広告



エネルギー飲料の広告。写真の4名はガーナで人気のあるサッカー選手。



家屋の壁面広告(携帯電話会社)



キオスクの壁面広告(コーラ)



インド系の携帯電話Airtelの広告看板。「毎月5,000セディが当たる」「毎日合計100万セディ分の通話時間をプレゼント」「イギリス旅行が当たる」「サムソンの携帯電話をプレゼント」「一等賞SUV自動車」「毎月自動車をプレゼント」などのキャンペーンが行われている。



地ビールの瓶の形にした広告



ヘアケア製品の看板

広告看板の他に携帯電話会社が利用者に各種宣伝のメールを送る手法などが使われている。ラジオCMもあるが、影響力としてはテレビの方が大きい印象である。低所得者層も中古テレビを所有していたり、地域のキオスクや小レストランに集まってサッカーの試合を見たりしており、テレビを見る機会が多い。

若者にはインターネットやSNSも有効である。インターネットの普及率は決して高くないが、インターネット・キオスクのような所で使用する若者は少なくない。

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、できるだけ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、ジェトロ及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。