



エチオピア

売れ筋商品調査【1】

食①：スナック菓子、ペットボトル飲料、缶飲料

- 調査実施日 : 2015年 11月9日
- 調査場所 : アディスアベバ市内〔マガナニヤ地区〕
- 調査対象品目 : 食品(スナック菓子、ペットボトル飲料、びん飲料、缶飲料)
- 調査方法 : ● 小売店に対する聞き取り調査
→各店舗のフロアマネージャー、店員等にインタビュー。各店の売れ筋商品、価格、輸入者などへの聞き取り結果をまとめたもの。
● 消費者に対する聞き取り調査
→高所得層、上位中所得層、下位中所得層、低所得層の4分類に分け、各分類ごとにインタビュー。
- 為替レート : 1エチオピア・ブル ≒ 5.8円 (2015年11月平均値、文中では「ブル」と表記)

国内の主要な小売店（食品関連）

	主要な近代的小売店	主要な青空市場
店舗名(店舗数)	<ul style="list-style-type: none"> ● Shoa(6店舗) ● Novis(4店舗) ● Fantu(3店舗) ● Bambis(1店舗) ● Friendship(1店舗) 	<ul style="list-style-type: none"> ● ATKILT TERA (ピアッサ地区、野菜・フルーツで有名) ● Kera(ケラ) ● Shora(ショラ) ● markato(マルカート)

売れ筋商品調査 ①

売れ筋商品：スナック菓子

	近代的店舗	伝統的店舗
商品写真		
商品名	Peppy Snack(ペピースナック)	Saint(セイント)
メーカー名	7D Food Factory PLC.	Mo-Ya Food Complex PLC
製造国	エチオピア	エチオピア
スペック	30g(BBQ味、トマト味)	48g(クッキー6枚入り)
価格	5ブル(約29円)	6ブル(約35円)

売れ筋商品調査 ②

売れ筋商品：スナック菓子 一つづきー

	近代的店舗	伝統的店舗
商品写真		
商品名	Peppy Snack(ペピースナック)	Saint(セイント)
人気の要因	従来はビニール袋に入ったポテトチップスが人気であったが、パッケージングが非常に簡易であり、賞味期限の記載も無いため、Peppyのようなパッケージングのスナックが、中・高所得層中心に好まれるようになってきている。 高所得層および外国人の客層には、欧米でもおなじみの輸入品の「プリングルス」や「ドリトス」が人気だが、調査店舗での取り扱いはなかった。	最近新しく登場したクッキー商品で、パッケージもシンプルかつ美味しそうな写真で、目を引くものがある。 味もシンプルで癖がなく、牛乳、卵、バター等を使用していないため、エチオピア正教の断食(動物性食物は一切禁止)の日にも食することができるように工夫されている。
調査店舗	アデシアベバ市内 ショア・ハイパーマーケット(マガナニヤ地区)	アデシアベバ市内 マガナニヤ地区ショアのスク(小規模路面店)
その他の売れ筋商品	—	 伝統的スナックであるダボコロ(小麦粉で作ったクッキーのようなおやつ)もいまだに人気は高いが、パッケージングは非常に簡易で製造年月日や材料等の記載がないものが多い。「ダボコロ」の価格は12ブル(約70円)とセイントクッキーの倍の値段だが、容量は200gと「Saint」の4倍以上であり、家族や友人と分け合って食べるには最適なものといえる。

■ 消費者インタビュー

<近代的店舗>

- **20代女性：OL** [エチオピアで伝統的に売られているビニール袋入りのポテトチップスをかごに入れた。]
Q:なぜペピースナックではなく、こちらのポテトチップスを購入したのか?
A:ペピースナックのような工場で製造されたような袋菓子よりも、子供の頃から食べ慣れた味の方がどちらかというと安心感がある。袋菓子であればTasty(テイスティ)と言う商品のスナックは食べたことがあり味も気に入ったが、ここには販売していなかったため、従来の安心感があるポテトチップスを購入することにした。
- **30代女性：主婦** [ペピースナックを購入。]
Q:なぜペピースナックを購入したのか?
A:以前も購入して食べてみたところ、とても美味しかったので。値段も悪くない。

■ 消費特性

ポテトチップスの種類は豊富。日本ブランドはまだ売られていないが、味が好みかつスタイリッシュなイメージがあれば外国ブランドも頻繁に購入されている。

<伝統的店舗>

- **10代女性：学生** [ダボコロではなくSaintを購入。]
Q:なぜSaintを購入したのか?
A:見た目が良い。
- **30代女性：主婦** [Saintではなくダボコロを購入。]
Q:なぜSaintを購入しなかったのか?
A:子供が3名いるので、Saintでは量が十分ではない。



	近代的店舗	伝統的店舗
商品写真		
商品名	Coca-Cola(コカ・コーラ)	Mirinda(ミリンダ)
メーカー名	Coca-Cola Company	Moha soft drink industry S.C. (Under the authority of Pepsico Inc)
製造国	エチオピア	エチオピア
スペック	500ml ※良く知られている赤いラベルだが、大きくアムハラ語で「コカ・コーラ」と記載されている。	500ml ※ソフトドリンク
価格	11.45ブル(約66円)	13ブル(約75円)
人気の要因	国内でも国外でも良く知られているブランドであり、味にも価値にも定評がある。日本のものと比べるとやや甘さが強い感じも受けるため、甘党が多いエチオピア人の好みにあわせてあると思われる。小規模の伝統的店舗(スーク)では価格が2~3ブル高めに設定してあるが、こちらのスーパーチェーンでは、大量に入荷・販売することで規模の経済が働くことと同時に、「客寄せ」という意味で、この手の国産ペットボトル商品は市内最安値で販売している。	昔ながらに飲まれており、名前もよく知られている。親しみのある味。甘党が多いエチオピアにはやや甘めの味付けがあっている。色も日本人の感覚からすると着色が濃い(鮮やかな濃いオレンジ)気もするが、エチオピア人にはなじみやすいようだ。体力が落ちているとき、食欲が無いとき、食事をとることができなかった時の栄養補給にはミリンダがうってつけ、と思っているエチオピア人が多いようである。(ただし、実際は砂糖と着色料が主な成分のため、栄養補給というよりカロリー補給といったところかと思われる。)また、コカ・コーラがまだ早いと思われるような幼児や小学校低学年の子供にも、ミリンダであれば飲みやすいという感覚があるようで、どこかに「ミリンダ=体によい」といった概念があるようだ。
調査店舗	アディスアベバ市内 ショア・ハイパーマーケット(マガナニャ地区)	アディスアベバ市内 マガナニャ地区ショラのスーク(小規模路面店)

■消費者インタビュー

<近代的店舗>

●10代男性:学生

Q:なぜコカ・コーラを購入したのか?

A:親しみがある為。

良く知られているブランドなので信用がある。

●20代女性:会社員

Q:なぜコカ・コーラを購入したのか?

A:衛星放送のCMでも魅力的な宣伝がなされており、国際的かつトレンドなイメージがあるから。

味も気に入っている。

<伝統的店舗>

●10代男性:学生

Q:なぜミリンダを購入したのか?

A:味が好きだから。

●20代女性:主婦

Q:なぜミリンダを購入したのか?

A:娘用に購入した。朝からあまり食欲がないと言っているの、元気をだしてほしいと考えて購入した。

売れ筋商品調査 ④

売れ筋商品：缶飲料

	近代的店舗	伝統的店舗
商品写真		※缶飲料は国産のものはまだ出回っておらず、輸入品は高価であるため、調査対象の伝統的店舗では取り扱いがなかった。他の伝統的店舗でも、多くの場合、缶飲料は販売されていない。
商品名	Red Bull (レッドブル)	—
メーカー名	Red Bull GmbH(オーストリア)	—
製造国	オーストリア ※輸入業者の記載なし。	—
スペック	250ml ※エナジードリンク。アムハラ語での記載は無く、英語のみ記載。	—
価格	52.8ブル(約306円)	—
人気の要因	エチオピア国内ではエナジードリンクの類はまだ生産されておらず、試験中の学生や夜通し元気に過ごしたい若者等を中心に人気である。Redbull以外にも、Power Horseというオーストリアの別メーカーの商品もエチオピアのスーパーでは発売されているが、Red Bullの方が国内外での知名度も高く、よく売れているようだ。ただし、輸入コストにかかる費用が上乗せされているため他の飲料商品よりかなり高額となっており、購入できるのは一部の層に限られていると思われる。	—
調査店舗	アディスアベバ市内 ショア・ハイパーマーケット(マガナニヤ地区)	—

■ 消費者インタビュー

<近代的店舗>

● 20代男性：家業手伝い

Q:なぜRed Bullを購入したのか？

A:昨日は遅くまで友達と外出していた。今日は昼から仕事だが、眠いのでレッドブルで気合を入れようと思った。

● 20代女性：オフィス勤務

Q:なぜRed Bullを購入したのか？

A:今週は疲れがたまっていて元気を出したかったから。

レッドブル以外のエナジードリンクを知らないので無難にこのブランドにした。

<伝統的店舗>

※調査対象の伝統的店舗では、缶飲料の取り扱いがなかった。

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。