



エチオピア

売れ筋商品調査【3】

食③：ファーストフード

- 調査実施日 : 2015年 12月29日
- 調査場所 : アディスアベバ市内〔マガナニャ地区〕
- 調査対象品目 : 食品(ファーストフード)
- 調査方法 :
 - 飲食店(ファーストフード)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(メニュー)、価格など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12月平均値、文中では「ブル」と表記)

売れ筋商品調査①

近代的店舗

■ 店舗名: チキン・ハット(Chicken Hut) アディスアベバ市内 ボレ地区 エドナモール内



エドナモール外観



店内の様子



キッチンの様子



メニュー

■ 売れ筋商品(近代的店舗)：ファーストフード

近代的店舗:チキンハット

商品写真	チキンハットの人気No.1メニュー “Chicken Schinitzel”	
商品名	Chicken Schinitzel	
スペック	チキンバーガーサンドイッチ、フライドポテト、ドリンクのセット	
価格	104ブル(約603円) [内訳] 商品86.99ブル+5%サービスチャージ+15%付加価値税(Value Added Tax)	
人気の要因	ハンバーガーであれば似たような商品が売られているが、長めのパンズにチキンを挟んだこの商品はチキンハットならではの商品。メニューの最初に掲載してあることも影響しているかもしれない。	

売れ筋商品調査 ②

売れ筋商品 (近代的店舗) : ファーストフード 一つづき

■ 消費者インタビュー: チキン・ハット(Chicken Hut)

● 20代女性 3人組(仕事帰り):

親戚同士で仕事帰りに待ち合わせをしてお茶をしている。夜になっても人通りが多く、華やかな地区にあるおしゃれなモールの中にあるので気に入っている。いつもはチキンを使ったメニューを注文するが、本日は断食中のため野菜ピザを注文した。価格はやや高めだが、清潔で格好よい店舗の雰囲気が気に入っている。

● 家族連れ7人組(2家族合同、50代の男性から10歳未満の子どもまで):

遠方からお客さんが遊びに来てくれたので、そのお子さん達を喜ばそうと地上階のゲームセンターに連れてきた。しばらく遊んでお腹が空いてきたので、流行っている様子のこの店に入ってみた。普段はあまり利用しない。連れの中では「Chicken Schinitzel(人気メニューのチキンサンドイッチ)」を注文した人が多かった。このメニューについては、写真を見ればどのような商品なのかわかりやすく、また、店員からも勧められた。パンに肉がはさんである商品だったので注文してみた。「チキンナゲット」というものもメニューに掲載されていたが、写真を見ても、それがどのような食べ物なのかよくわからなかった。見たことがない、食べたこともないものを注文するのは不安に感じる。今回購入した商品は、ややジューシーさに欠けていたが味付けが良く、ボリュームも十分にあったので、次回もこれにしようと思う。

伝統的店舗

■ サンプサ※(サモサ) & フライドポテトの露店 アディスアベバ市内 キルコス地区

露店店主は、日中工事現場の労働者として働いている。4人の子供がおり、日雇い労働だけでは生活が苦しいので、夕方と夜間はサンプサとフライドポテトを路上で揚げ売りにして生活の足しにしている。

※現地で食べられているサモサ。野菜、豆などの具材を、小麦粉の薄い生地で包んで揚げたもの。



(右写真)

店主がサンプサ & フライドポテト(現地では「チップス」と呼ぶ)を揚げている様子。



(上写真)別のフライドポテトの露店。女性が経営するケースも多い。

売れ筋商品 (伝統的店舗) : 露店

伝統的店舗: 露店

		伝統的店舗: 露店	
商品写真			
商品名	サンプサ(サモサ)	フライドポテト	
スペック	中身は、ひら豆、野菜、スパイス、唐辛子が入っているサモサ。	大(左写真)と小(右写真)のサイズがある。	
価格	3ブル(約17円)	大: 10ブル(約58円) 小: 3ブル(約17円)	
人気の要因	手ごろな値段で食べることができる。 小腹がすいたときにちょうどよい。	予算とお腹の空き具合によってサイズを選べることができ、塩をふっただけのシンプルな味付けが、子供から大人まで幅広く愛される味。エチオピアではカリカリなほど良しとされており、家で揚げるよりもカリカリに揚げてあることが多いのが人気の要因と思われる。	

売れ筋商品（伝統的店舗）：露店 一つづき

■ 消費者インタビュー

< サンプサ (サモサ) >

● 10代男性:

近所に住んでいる。店主の顔なじみであり、よく買いにきている。おやつとして購入している。スパイシーなところが好き。

● 20代男性:

近所の携帯電話ショップで働いている。小腹がすいたので買いにきた。この店のサンプサ(サモサ)は、中身がぎっしりと詰まっているので食べ応えがあり、気に入っている。

< フライドポテト >

● 20代男性:

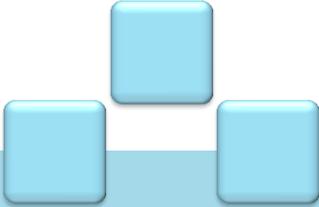
[上記のサンプサ(サモサ)を購入していた20代男性に、なぜフライドポテトではなくサンプサを選んだのか訪ねたところ]ポテトは、味は好きだが、あまりお腹にたまらない。サンプサであれば3ブル分購入すれば結構お腹にたまる、とのことであった。

● 20代女性:

ポテトを食べたいが、家で調理しようとするとう食用油を大量に使う必要があるのでお金がかかる。油はとても高いので、家で揚げるよりも安く食べることができるこの露店から買っている。

● 30代女性:

仕事帰りについて露店で買ってしまいが、ここで使っている油の質に関してはやや懸念がある。自宅で調理すればきれいな油を使うのでお腹を壊すことはないが、露店で買って食べると、たまに油が古かったりして、お腹の調子が悪くなることもある。しかし通りがかると香ばしいにおいの誘惑に負けて、つい購入してしまう。



【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。