



エチオピア

各分野の詳細およびその他のポップカルチャー分野については、
右QRコードをよりレポート本編をCHECK! ▶



1億3,550万人と世界で10番目に多い人口を有するエチオピア。インフレが継続的な課題である一方、急速に拡大する人口と若年層の多さにより、消費者市場に成長ポテンシャルが見込まれる。アディスアベバの若年層消費者は、多岐にわたる分野においてブランド志向が強い一方で、価格を重視した購買行動をとる傾向が強い。また、近年では、オンラインショッピングやフードデリバリーの利用など、利便性を重視した消費へのシフトもみられるようになっている。

Anime & Manga

アニメ・マンガは依然としてニッチな分野ではあるものの、アニメ関連情報が現地語（アムハラ語）でTikTok上に投稿されるなど、若者を中心にファン層の広がりを予感させる動きが見られる。アディスアベバでは、アニメキャラクターをモチーフにした商品を現地のアーティストが作成したり、K-Popショップでアニメグッズが販売されている。正規品が少ない点が引き続き課題ではあるがアニメグッズへの需要は高い。



(左) スマホ上のアニメキャラクター
(右) エチオピアコミック作家の作品

アラビア語吹き替えの衛星チャンネルを通じてアニメを知った。エチオピアには、アニメグッズを販売する店舗がほとんどない。ファンは、上映会、コスプレイベント、公式グッズを求めている。
(アニメファン、20代女性)

(レポート作成者提供)



Food

アディスアベバの若者は、Tik TokやInstagramなどのSNSを通してグルメ情報を入手する。味だけでなく、SNS映えする見た目も、店舗選びに欠かせない。伝統料理も日常的に楽しまれているが、若者の間では、ファストフードが人気を集めている。また、都市部では日本料理レストランも存在し、多様な食文化が根付きつつある。

ソーシャルメディアは、食のトレンドを大きく変えた。若者はSNSで情報収集し、価格と見た目重視で店舗を選ぶ。物価上昇で娯楽の選択肢が限られる中、食は最も身近な楽しみになっている。
(フードインフルエンサー)



(上) カフェの様子
(右) 伝統料理インジェラ
(レポート作成者提供)





日本貿易振興機構(ジェトロ)

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



03-3582-5170



bdebiz@jetro.go.jp



〒107-6006

東京都港区赤坂1-12-32 アーク森ビル6階

【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。

禁無断転載