



エチオピア

市場・商品調査【1】：衣（ファッション）

- 調査実施日 : 2016年 11月5日～12月20日
 - 調査場所〔アディスアベバ〕: ボレ地区、ハディツ古着市場（マスカル広場の裏）、ハヤフレット地区（ブティック街）
- ※本文中の人気商品の販売ブランド、価格、小売店情報などはすべて調査時点のものです。

■ エチオピア連邦民主共和国

Federal Democratic Republic of Ethiopia

— 基礎データ —

- 面積: 109.7万平方キロメートル〔日本の約3倍〕
- 人口: 9,410万人 (2013年 IMF)
- 首都: アディスアベバ

〔基礎的経済指標〕

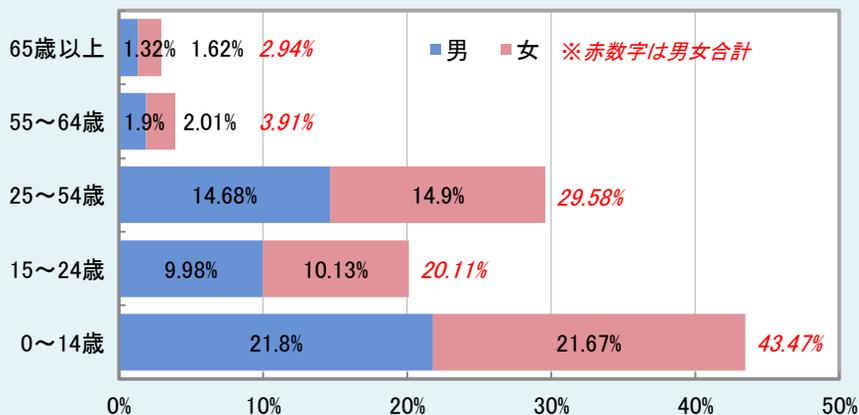
- GDP(名目): 547.98億ドル (2014年 世銀)
- 1人当たりGDP(名目): 568ドル (2014年 世銀)
- GDP成長率(実質): 9.9% (2014年 世銀)
- 消費者物価上昇率: 7.4% (2014年 世銀)
- 為替レート: 1ドル ≒ 22.47 エチオピア・ブル (2016年12月20日時点、本文中は「ブル」と表記)

出所: JETROホームページ 国・地域別に見る「アフリカ エチオピア概況(2015年8月更新)」



■ —消費市場動向(参考資料)—

- 年齢別人口比率 (2017年推定値)



出所: CIA The World Factbook (<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/et.html>)

アパレル製品輸入市場

エチオピアの繊維製品・衣類輸入額(2014年)は約7億5,900万ドルであった。これは輸入全体の約4.6%^{*1}にあたる。ただし、以前より税関の審査が厳しくなったとはいえ、いまだ多くの衣料品がハンドキャリアによる持ち込みや、ディレダワ等を経由してジブチ港やソマリランドの港から持ち込まれている可能性があり、貿易統計からは伺えない側面もある。

*1:この数字には輸出用アパレル製品の材料としての繊維製品が、少なくとも3分の1以上含まれる。

(http://atlas.media.mit.edu/en/visualize/tree_map/hs92/import/eth/all/show/2014/)

エチオピア国民のファッション観

エチオピア(特に都市部)では外見を重視する傾向もあり、所得レベルにかかわらず、ファッションを気にする層は少なくない。それぞれの所得レベルで可能な範囲でめいっぱい「おしゃれ」をする人が多い。例えば月収が1万円前後であってもその8割をファッションに費やし、毎週髪型を変え、毎月のように目新しいファッションを披露するといった女性も珍しくない。また、予算が限られていたとしても、できる限り自分が格好良いと思うスタイリッシュな服や靴を求めて歩き回ったり、素材の良さとデザインを重視するファッション重視層は確実に存在する。その一方、ファッション性より価格優先の購入層も同時に存在している。

衣料品を購入する店を選ぶ際は、口コミや店の評判が大きく影響する。例えば、「〇〇の店は、アメリカでオーナー自らクオリティの高い服や靴を買い付けてくるので、確かな品である」といった理由で常連客になるケースが多い。ハヤフレット(「22」をアムハラ語で発音した言葉)やボレ地区(ボレ国際空港に近い地区で、旧市街に対し新市街の位置づけ。東京でいう新宿や品川のような地区)にはブティックが多数集まっているが、他の地区に比べて店舗の家賃が高い(月額2~10万円)ためか、商品の販売価格も高めとなっている。

ボレやハヤフレット地区のブティックオーナー複数名へのヒアリングによると、自分が気に入ったデザインで素材も良ければ、価格が多少高くても購入にいたる客が多い。多少予算オーバーであっても、後の買い物の頻度や回数で調整するので、ファッションに関心の高い客層は、価格よりデザインと素材の質を重視する傾向にあるようだ。洋服の輸入・販売は、客が何を求めているかを見極めて海外から買い付けてくる目利きさえあれば確実に儲かる商売だという声も聞かれた。海外に詳しい客層の中にはブランドを気にする人もいるが、一般的にはブランドやメーカーよりも、デザインと素材の質を重視する人が多いのが特徴である。



幹線道路沿いに平屋のブティックが立ち並ぶ
ハヤフレット地区

人気のある海外ブランド

衣料品で人気があるのはZARA、H&M、MANGO、CK等。化粧品ではM・A・C、Victoria Secretが女性の間で知名度が高い。靴は、スニーカーはNIKE(ナイキ)、adidas(アディダス)、PUMA(プーマ)が、婦人靴はALDOが人気。とはいえ、正規品は国内での販売価格が欧米よりも高いため、海外にいる親戚や友人に買ってきてもらう、もしくはギフトとしてもらう人が多い。国内でこれらのブランド品を購入できる層はごく一部と思われる。

ファッションに敏感でブランドこだわる層は確実に存在するものの、一般的なエチオピア人は海外の人気ブランドをあまり知らないことが多く、BOP層(低所得層)やMOP層(中所得層)の一部については特に、ブランドやメーカーで品物を選ぶ人は限られているといつてよい。

エチオピア国内に進出している海外メーカー・ブランド

海外メーカー・ブランドのうち正規の直営店が進出しているのは、スポーツ用品で有名なadidas(アディダス)で、目抜き通りであるボレ道路沿いとボレ国際空港に出店している。

概況

衣料品の購入傾向

都市部では伝統的衣装の着用は祝日や結婚式等の式典、教会に行く際等に限られており、通常は洋服の着用が大多数となっている。洋服は既製品を購入するケースが多いが、紳士用スーツ、伝統衣装、結婚式付き添い用の衣装等については、採寸し生地を購入して仕立てるのが一般的である。市場やブティック街にある小売店で販売されている洋服の多くが中国製である。TOP層などの富裕層向けのブティックでは、オーナーが自ら米国や欧州、タイ、ドバイなどに買い付けにしている。

一方、海外に渡航する機会がある消費者は国内では洋服を購入せず、海外で購入している。エチオピア政府は古着の輸入を認めていないが、BOP層の多くが露天で販売されている古着を購入している。国内で販売されている古着の多くが、ディレダワ等の陸路経由でジブチやソマリランドから流入するとのことである。

服装の傾向

〔男性〕

若年層であれば普段着はカジュアルなスタイルでジーンズにTシャツが一般的。中高年やビジネスオフィスに勤務している男性はカッターシャツにスラックス、加えてジャケットを着用する人も多い。

〔女性〕

スカート、パンツスタイル共に人気があるが、概して体形を強調するタイトなスタイル(タイトスカート、ミニスカート、ボディコン系のワンピース、スリムパンツ等)に人気がある。モノトーンやブラウンをベースとしたシックなスタイルも人気があるが、より派手な色彩も受け入れられている傾向にある。

所得層別のファッションアイテムの購入傾向

MOP層

新品を購入するのが一般的であるが、MOP層であっても古着を利用することがある。また、古着を利用せずに節約する場合は、マルカート、ピアッサ、ケラ等で買い物することが多い。

上位中所得層以上の富裕層では、ハヤフレット地区やピアッサ地区のブティックで買い物する人が多い。ブティック街では洋服を扱うショップが大多数であるが、一部、エチオピアの伝統衣装や子供服専門店も軒を連ねる。ショップオーナーが自ら海外から買い付けてくるケースもあるが、マルカート等の洋服卸市場から仕入れている店も多い。

〔標準的な「ブティック」で販売されている各ファッションアイテムの販売価格帯〕

品名	販売価格(円)	品名	販売価格(円)
カーディガン	約1,800～	紳士用Tシャツ	約1,200～
スカート	約2,000～	紳士用カッターシャツ	約1,600～
ワンピース	約2,000～	ジーンズ	約2,000～
婦人用春物コート	約2,000～		

婦人用の春物コートで2万円以上の値が付いているアイテムもある。地元市民の所得事情を考えると非常に高いが、購入可能な客層も確実に存在している。

BOP層

水曜日、土曜日、日曜日等、毎週決まった曜日に決まった場所で開催されている古着市を利用する人が多い。流入する古着の多くが欧米諸国等先進国からの物であることから、中国からエチオピア国内販売用に輸入されてくる新品より質がよいと考えられている。市内各地で古着市が開催されるが、有名な場所はコルフェ・ケラニオ、ハディツ(マスカル広場裏)、マルカート市場内等。

新品を購入する場合は、比較的価格帯が安い市場(例:マルカート、ケラ、ショラ、サリス等)を利用する人が多い。

ファッション販売事例

● ショッピングセンター

名称:	Berhane Adere Africa Mall and Guest house	 <p>(右写真) ビルオーナーのBerhane Adere。陸上競技の1万メートルとハーフマラソンで世界一に輝いた。(2002年、2003年)</p>
所在地:	空港から2km圏内、ボレ・マダニヤーレム教会近くの繁華街	
客層:	地元の若年層、富裕層、外国人	
店舗規模:	テナント店舗数:約20店舗 1日当たりの来客数:200人前後	
特徴・備考:	<p>エチオピアのコーヒーショップ「KALDI's COFFEE」や、紳士服(スーツ)で最も有名な大企業「Ambassador」のショップが地上階に入っているため、この地域で存在感がある商業施設。 なお、当ビルのオーナーはBerhane Adereという元陸上長距離選手で、国内で著名な人物。当モールにはゲストハウスもある。</p>	



Berhane Adere Africa Mall and Guest house 外観



同モールの脇道側の入口。PUMA、ミズノ、アシックス、adidas等のスポーツブランドを扱うスポーツ用品店が地上階にある。

● ショッピングセンター“Berhane Adere Africa Mall and Guest house”のテナント例

店名:	YO.B. Shop
客層:	エチオピア人富裕層(35~80歳の会社経営者が多い)
来客数:	10人前後(立ち寄りで購入する人はほぼ皆無)
特徴:	年に2度ほど、オーナー自ら渡米して洋服を買い付け、仕入れてくる。約30年以上前に創業した当初からオーナーのセンスで商品を買付けており、常連客が50人以上存在する。高品質でスタイリッシュな紳士用ジャケットを扱うショップとして知られている。アディスアベバ市内に2店舗あるが、立ち寄りの客が購入していくことはごく稀で、常連客からの売り上げで成り立っている。

品名	販売価格
紳士用Tシャツ	750~1,000ブル (約3,750~5,000円)
紳士用ポロシャツ	950ブル (約4,750円)
紳士用ジャケット	1,800~3,000ブル (約9,000~15,000円)
紳士用ズボン	900~1,500ブル (約4,500~7,500円)
ワンピース(婦人服)	1,800~4,000ブル (約9,000~20,000円)



Berhane Adere Africa Mall の3階にYO.B. Shop 2号店を構える

ファッション販売事例

● ショッピングセンター“Berhane Adere Africa Mall and Guest house”のテナント例

店名:	YO.B. Shop ーつづきー		
取り扱い商品例、店舗の様子など:			
			
	紳士用ジャケット各種。米国からの直輸入なので品質も確か。様々なスタイルと色のジャケットが並ぶ。	紳士用ポロシャツ Tシャツより少し価格が高い。	婦人服のワンピース。ハンガーに掛けられている黒いドレスが店内最高額の商品。 紳士用Tシャツ各種。店内で最も安価な商品。

■ 市場・露天

名称:	ハディツ市場(マーケット)
所在地:	マスカル広場裏
客層:	貧困層、一部のMOP層(上級職員・幹部を除く公務員、会社員)
規模:	テナント店舗数:200以上のショップが立ち並ぶ。(正確に把握するのは難しい) 1日当たりの来客数:1,000人近くの出入りがあるものと推測
特徴・備考:	主な販売品は、ソマリランドやジブチから流入してくる古着。女性用の洋服、靴、バッグが多いが、紳士服や寝具(ベッドシーツ、カバー、掛け布団等)を販売するショップも目に付く。 当市場は毎週水曜日と土曜日に市が開催されることで知られている。



ハディツ市場内の店舗。古着のズボンの販売価格は170ブル前後。



ハディツ市場内の店舗。女性用トップス(古着)の販売価格は150ブル前後。



ハディツ市場内の店舗。女性用カーディガンやワンピース(古着)の販売価格は250ブル～。

ファッション販売事例

● ハディツ市場の店舗例

店名:	(店名無し)		 <p>女性用スカート。この店ではミニスカートより、より保守的な女性のためのロングスカートを各種取り揃えている。</p>
特徴:	約15年間この商売を営んでいる。月に2度ほど古着卸市場から仕入れており、一度に30アイテム程度買い付ける。		
取り扱い商品例、店舗の様子など:	品名	販売価格	
	女性用カーディガン	250～350ブル(約1,250～1,750円)	
	スカート	250ブル(約1,250円)	 <p>女性用カーディガン。生産国等は不明。</p>

■ ブティック街:ハヤフレット(Hayahulet)地区

所在地: Haile Gebre Silase通り～Equatorial Guinea通り沿線周辺。
 特徴・備考: 立ち並ぶブティックと共に飲食店街としても知られている。



道路沿いに平屋のブティックが立ち並ぶハヤフレット地区



ハヤフレット地区に軒を連ねるブティックの中には、オーナーが自らドバイなど海外に買い付けに行く店もある。このような店は、店頭の販売価格がやや高めとなっている。例えばこちらの店の商品は、自らの買い付け品に加え、知り合いが米国から仕入れた商品を卸しており、販売価格はおおかた700ブル以上である。また、こちらのオーナーによると、エチオピア人は、デザインと素材が良ければ、価格にこだわらず購入にいたる傾向にあるとのこと。所得が限られ、価格が少々高くても、気に入ったものがあれば、その後の買い物頻度を調整してまで購入に踏み切る人が多いという。



仕入れ元はマルカートと思われ、商品の価格帯は他の店より低めだが、品質はあまりよくない印象を受けた。

● ブティック街: ハヤフレット地区のテナントビル

特徴:

ハヤフレット地区は平屋のブティックが通り沿いに軒を連ねていたが、近年では右写真のようなテナントビルの建設が相次いでいる。テナント料は、地上階で1万ブル～、2階以上であれば月額6,000ブル～となっている。



〔テナント店舗例〕店名: HL Berry

オーナーは長年ギリシャに住んでいたエチオピア女性。エチオピアに帰国後、自分のファッションセンスを活かそうと約半年前に開店した。ヨーロッパ・テイストを基調とし、カラフルでポップな内装に仕上げた。

エチオピア人は、収入が限られていても気に入ったものを購入する傾向があるため、このビジネスで確実に収益を得られると考えている。このブティックが成功したら、次はインテリア・コーディネートの仕事も手がけたいと考えている。



オーナーお勧めのサンダル(1,500ブル)



オーナーお勧めのハイヒール(1,500ブル)



店内で最も高価な商品は、オーナーが最も気に入っているブランドのコート。(4,500ブル: 約2万3千円)

所得層別の人々のファッション例

ファッション販売事例

※「中古」「古着」等、記載がないものは新品

BOP層

●【女性:18歳:学生(夜学8年生)・家事手伝い(親戚の家で)】

全身	各アイテムのポイント[購入価格]	収入/支出/備考	
	トップス カットソー: ドバイから親戚が買ってきたものを譲ってもらった(ギフト)。	月収	学生兼家事手伝いのため、決まった収入は特に無いが、お小遣いとして月500ブル程度受け取っている。
	ボトムス スカート: 約1年前にハディツ市場で古着を購入。 [100ブル]	衣料品支出	1カ月で200ブル前後。
	靴・履きもの サンダル: 約半年前にハディツ市場で購入。 [70ブル]	備考	ハディツ市場で買い物中だった若い女性。周辺のショップオーナーによると、頻繁に来店するファッションに熱心な女性とのこと。
	バッグ カットソー: 約3カ月前にハディツ市場で購入。 [100ブル]		

BOP層

●【女性:24歳:政府系機関のエンジニア】

全身	各アイテムのポイント[購入価格]	収入/支出/備考	
	トップス カーディガン: 約半年前にケラ地区の市場で購入。 [350ブル]	月収	1,500ブル
	ボトムス スキニーパンツ: 約1年前にピアッサ地区で購入。 [370ブル]	衣料品支出	衣料品は半年に1度購入。1年間で2~3千ブルの支出。
	靴・履きもの エンジニアブーツ: ハヤフレット地区のブティックで購入。 [800ブル]	備考	仕事帰りにハディツ市場に立ち寄ったエンジニア(新卒)の女性。お洒落な服装をしており、ファッションに対する意識が高い雰囲気が漂う。 ＜本人コメント＞:ファッションへの興味関心は高い。長年努力して工学部を卒業し、エンジニアとしての仕事を開始したが、まだ給料が限られており、ファッションに費やすことができるお金は少ない。 このような市場であれば、安価で掘り出し物があるかもしれないと考え、同僚と一緒に仕事帰りに立ち寄ってみた。
	バッグ、アクセサリ バッグと腕時計: ボーイフレンドからのプレゼント。		

所得層別の人々のファッション例

ファッション販売事例

※「中古」「古着」等、記載がないものは新品

BOP層

●【女性:25歳:政府系機関のエンジニア】

全身	各アイテムのポイント[購入価格]	収入／支出／備考		
	トップス カットソー: 約2年前にケラ地区の市場で購入。 [150ブル]	月収	1,500ブル	
	ボトムス スキニーパンツ: 約1年前にケラ地区の市場で購入。 [360ブル]	衣料品支出	1年のうち、クリスマス、エチオピア新年やイースター前等といった特別な時期に、3回程度洋服等を新調する。 1回の購入で800~1,000ブル使うことが多いので、年間に2,400~3,000ブル費やしていることになる。	
	靴・履きもの スニーカー: 約1年前にケラ地区の市場で購入。 [800ブル]	備考	パンツスタイルで実用的な服装の女性。 パンツはスリムなものが人気。	
	バッグ、アクセサリ ショルダーバッグ: 約1年前にケラ地区の市場で購入。 [90ブル]			

MOP層

●【女性:28歳:会計士】

全身	各アイテムのポイント[購入価格]	収入／支出／備考		
	トップス カーディガン: タイ製品。友人のついで、約9か月前にバンコクで洋服等を買付けてきた人から購入。 [350ブル]	月収	2万円	
	ワンピース タグが無いため製品国等は不明。約1年前にピアッサ地区のブティックで購入。地元のブティックは通常あまりセンスが良くないと考えているが、このワンピースを購入したブティックは好みのデザインがよくなるので、たまに立ち寄る。[500ブル]	衣料品支出	1年間のファッション予算は、1万5千ブル(約7万5千円)。	
	靴・履きもの サンダル: 友人のついで、約1か月前にドバイで買付けてきた人から購入。 [450ブル]	備考	この女性はファッションを愛しており、常におしゃれを楽しんでいる。見た目も、周囲の同性からも憧れられるような、華やかなスタイルをしている。 都市部在住の人々は、知人のネットワークを通じてショッピングをよくする。この女性の場合は、知り合いに複数名の個人バイヤーが存在し、海外から買付けてくる度に声がかかるという。各バイヤーは1年に3~4回、海外に買い付けに行くとのこと。	
	バッグ、アクセサリ ハンドバッグ: 友人のついで、約3か月前に中国で買付けてきた人から購入。 [500ブル]			

所得層別の人々のファッション例

ファッション販売事例

※「中古」「古着」等、記載がないものは新品

MOP層

●【女性:28歳:会計士】—つづき—

商品画像	各アイテムのポイント[購入価格]	備考
	化粧品 リップカラー(上)、ネイルカラー(下): 約1か月前にドバイで買い付けてきた人から購入。 通常、国内で販売されているノンブランド品は数十プルで購入できるが、品質が定かではないため避けている。こちらは「SEPHORA」というブランド品で品質が確かであるため、非常に高価ではあるが購入した。	備考 <本人コメント>: 両親と暮らしており、家賃や食費の心配があまり無いこともあり、自分の稼ぎはファッションにつき込んでいる。概して地元のブティックはあまりセンスが良くないと感じている。このため、友人のつてなどのネットワークを駆使して、バンコク、ドバイ、中国から買い付けてくる個人の女性バイヤーから購入することが多い。 このような購入方法の場合、「つけ」で購入できるため、給料日前であっても気に入ったアイテムがあればすぐ入手することができ、非常に助かっている。ただし、「つけ」で購入できる分、時折買いすぎてしまうこともあり、気をつけるようにしている。
		

MOP層

●【男性:34歳:会社員(ロジスティック、雑務担当)】

全身	各アイテムのポイント[購入価格]	収入/支出/備考
	トップス Tシャツ: ブランド品のTシャツ。 約1か月前に、タイで友人が買い付けてきたものを購入。 [450プル]	月収 3,500プル 昨年、マイクロファイナンス制度を利用して中古の小型トラックを購入したものの、購入した車がよく故障するため、ローンの返済にひと苦労している。
	ボトムス パンツ: ZARAのパンツ。インドから帰ってきた友人からギフトとしてもらった。	衣料品支出 1年間で、多くても5,000プル。 車のローン返済に奮闘中のため、洋服等には極力お金をかけないように気をつけているが、ブランド品が好きで海外在住の友人から譲ってもらうことが多い。
	靴・履きもの スニーカー: ブランドは不明。ドバイから帰国した親戚からギフトとしてもらった。	備考 <本人コメント>: 「ブランドファッションが好きだがローンの返済があるので、ギフトアイテムに頼っている」と、照れくさそうに説明。
	アクセサリ サングラス: Ray Banのサングラス。英国から一時帰国した友人からギフトとしてもらった	

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。