

2022年のインフレ率は27.9%であり、食品価格への影響に今後も注意が必要である

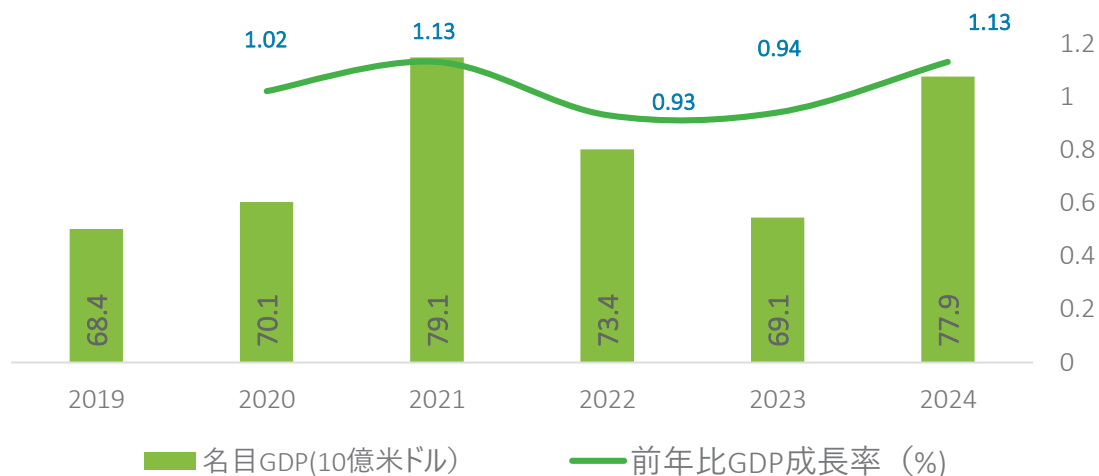
基礎情報、経済概況、人口動態統計や推計

ガーナ:人口動態統計

基準	値
人口	3,170万 (2021)
公用語	英語
実質GDP (USD)	775億9,000万米ドル (2021)
実質GDP成長率	3.6% (2022)、3.9% (2023予測)
1人当たりGDP (名目)	6,178米ドル (2021)
FDI流入額 (対GDP比)	3.6% (2022)、4.5% (2027予測)
CPI/インフレ率	27.9% (2022)、20.3% (2023予測)
失業率	4.7% (2021)
一日1.9ドル以下で生活する貧困層の人口	11.3% (2021)
財政赤字 (対GDP比)	9.3% (2021)、7.1% (2022)、6.0% (2023予測)
公的債務 (対GDP比)	83% (2022)

出典: World Data.info (<https://www.worlddata.info/africa/ghana/economy.php>)
 Trading Economics (<https://tradingeconomics.com/ghana/unemployment-rate>)
 Statista (<https://www.statista.com/statistics/1222084/international-poverty-rate-in-ghana/>)
 EIU One-Click-Report: Ghana, Five-year forecast : Ghana

ガーナ経済見通し

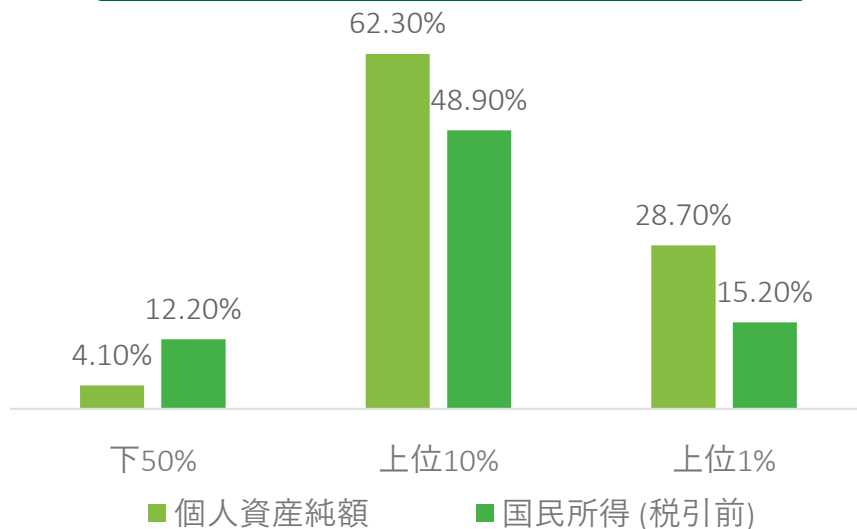


- **GDP:**ガーナのGDP成長率は2022年に急落したが、これは主に高水準の公的債務、現地通貨のバリュエーションの低下、インフレによるものである
 - 2022/23年の実質GDP成長率の拡大は、同国の製造業、漁業、教育サービス部門の成長に起因する
- **インフレ率:**2022年の平均インフレ率は27.9%前後であり、世界的な商品価格の下落と金利のさらなる上昇に伴い、2023年には20.3%に低下すると予想される
 - 2022年のインフレ率は、燃料と小麦の世界的な価格上昇、COVID-19関連のサプライチェーンの混乱、輸入制限、ウクライナとロシアの戦争の影響、および3月の通貨切り下げにより、高止まりする

ガーナはナイジェリアと同様に上位10%が国内の所得と資産の約48%以上を占めており、近年、所得層ごとの配分比率は変動が無く、継続して富裕層に富が集中している

所得レベルごとの人口分布

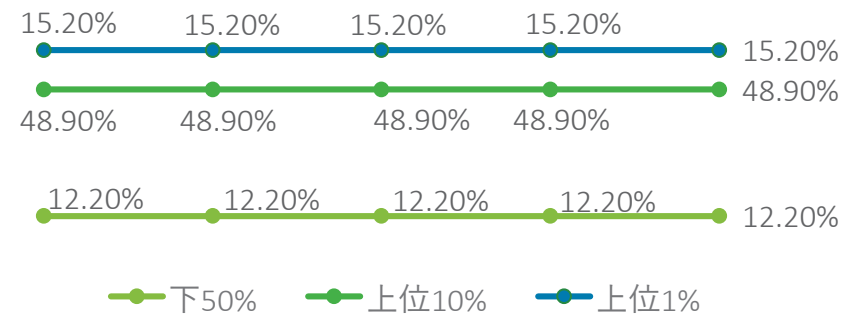
2021年ガーナの資産と所得の分布



- 上位10%が国民総所得の48.90%を、上位1%が15.20%を得ている
- 下位50%は国民総所得の12.20%を得ている
- 上位10%の人口は、国の総資産の62.30%を保有している。総国富の28.70%は上位1%の人口のみが保有しており、国の富の不平等の高さを示唆している
- ガーナでは、2020年の1日あたりの最低賃金は2.03米ドル (11.82 Ghanaian cedis) であった

出典: World Inequality Database (<https://wid.world/country/ghana/>)
EIU Economic Indicator

5年間2017-2021年ガーナの所得分配



- 2017年から2021年の間、所得層ごとの配分比率は変化していない

ガーナの一人当たりGDP (米ドル)

2020	2021	2022 e	2023 f	2024 f
5,750	6,181	6,669	7,042	7,279

- 一人当たりのGDPは2020年以降増加しており、2020年から2024年の間に4.83%の成長率が見込まれている

1人当たりGDP前年比成長率



ガーナではイモ類、米などを主食とし魚を食べる習慣があり、宗教上口にしない人もいるが、お酒も消費されている

食品に関する文化的・宗教的な慣習と注意点

- ・ ガーナには、アカン、エウエ、ガー、アダソメ、ゴンジャ、ダゴンバなどのコミュニティがあり、民族的な多様性がある
- ・ 全国の総人口の40%はアカンのコミュニティで構成されている



主食

- ・ ガーナの主食は、シチューやスープと一緒に食べるヤムイモ、キャッサバ、プランテン（料理用バナナ）、とうもろこし、米などである。
- ・ 南部では、プランテン、キャッサバ、ココヤム、トロピカルヤムなどの森林作物が、北部では主に、雑穀が食べられている
- ・ よく食べられている料理には、フフ（イモ類練ったもの）がある
- ・ 動物性タンパク質として、魚も食べられている



食事とレストランにおける欧米の影響

- ・ 西洋の影響を受け、朝食の一部としてパンも食べられている
- ・ ヨーロッパスタイルのビール、ウィスキーなども催しで振舞われる
- ・ 都市のビジネス街ではレストランがあり、郊外では「チョップバー」という郷土料理を提供する料理店がある
- ・ 街角の行商人が売りに出した商品もよく食べられている



食習慣

- ・ 冠婚葬祭（洗礼式、結婚式、伝統的な祭りなど）では、ニワトリやヤギが食べられている
- ・ アカン族のコミュニティでは、先住民の主要な祝祭の間に、地元のコミュニティの首長にヤムイモを贈る収穫の儀式がある
- ・ 人気のある飲み物には、ヤシ酒やアブラヤシから作られた発酵樹液、自家醸造のミレットビールなどがある



宗教的影響

- ・ 国内には民族的な多様性が高く、公式な宗教は存在しないが、ガーナにはペンテコステ派、カトリック、プロテスタントからなる人口70%以上のキリスト教徒が存在する。
- ・ 国内で2番目に信仰されている宗教はイスラム教で、人口の19.9%が信仰している

ガーナにおける食品の輸出入に関する主な所掌機関はFood and Drugs Authority (FDA)であり、Food Divisionが、食品に関する承認や市場の監視を担当している

食品の輸入・販売に関する規制

ガーナ食品医薬品局

- 食品医薬品局 (FDA)は、食品、医薬品、栄養補助食品、ハーブ、医薬品、およびタバコなどの規制を管理する規制機関である
- 食品課 (Food Division) は、食品及び飼料の製品登録、施設登録及び承認後の市場監視を担当する
- ガーナ市場における安全で高品質な食品の利用可能性を確保する2012年公衆衛生法 (851年法律第7部) の法的義務の監督、規制、管理に責任を負う

関連する食品安全法

- ガーナの食品規制を管理する主な法律は、2012年公衆衛生法 (2012年法律第851号)であり、ガーナで製造、販売、輸入または輸出されることを意図した食品の登録に関するガイドラインを提供すると同時に、国内の食品基準を定義している
- 食品の評価および登録に関連する本規則の主要なセクションには、以下が含まれる。
 - 第82条：食品当局の機能を規定
 - 第97条：食品の登録に関するガイドラインを規定
 - 第98条：登録の取り消し/停止に関するガイドラインを規定
 - 第107条：食物強化の義務化に関するガイドラインを規定

輸入要件、税関手続及び書類

- ガーナの食品輸入規制は食品評価登録省によって管理されている
- 輸入食品評価部門は、国内の輸入食品の評価を担当する
- 食品市場監視部は、輸入輸出管理部に拘束された不確認製品の検査を担当するもう一つの主要部門である
- 輸入されたすべての包装済み食品はFDAに登録されなければならない、この登録の有効期間は3年間である
- すべての輸入業者は、ブランド名/商標の登録証明書と、完全な連絡先と住所を記載した倉庫/工場の検査の許可を与える招待状を提出しなければならない
- 様式FDA Form 05 IM/02は輸入食品情報を規定しており、輸入業者が提出する必要がある

出典: Food and Drugs Authority (<https://fdaghana.gov.gh/>)
Foreign Agricultural Service (<https://www.fas.usda.gov/>)
International Trade Administration (<https://www.trade.gov/country-commercial-guides/ghana-import-requirements-and-documentation>)

Webアンケート集計結果（ガーナ）

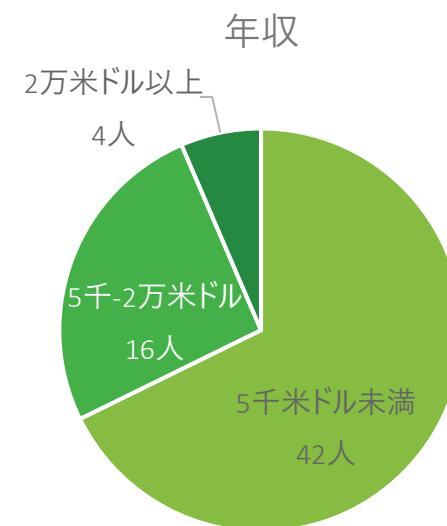
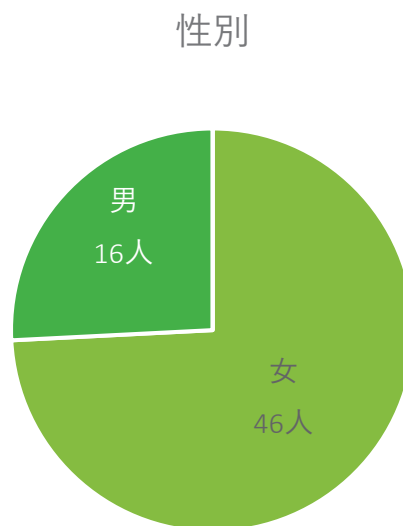
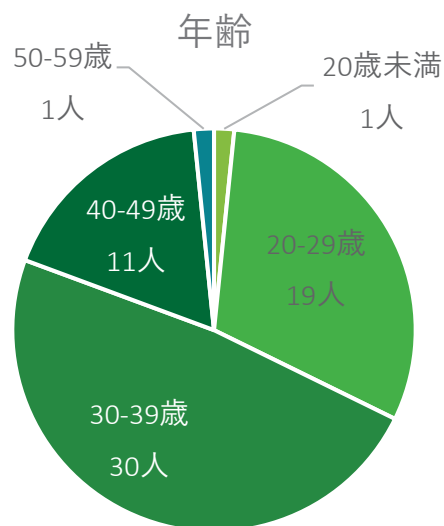


ガーナにおけるアンケートでは62名から回答を得られた

ガーナにおけるアンケート結果①

① 回答者の属性

- 1月23日から31日まで、ガーナにおける食文化及び日本食に関するアンケートを実施し、Facebook上の広告を通じ回答を募った（※）
- 以下のとおり62名から回答があった。年齢は20歳から49歳が大部分であり、年収レベルは低中収入層が主であった



※アクラ在住の25～55歳の大卒以上で、食産業または日本食に興味がある方を対象に、5種類の日本食イメージ画像とともにアンケートへの回答を呼び掛けた

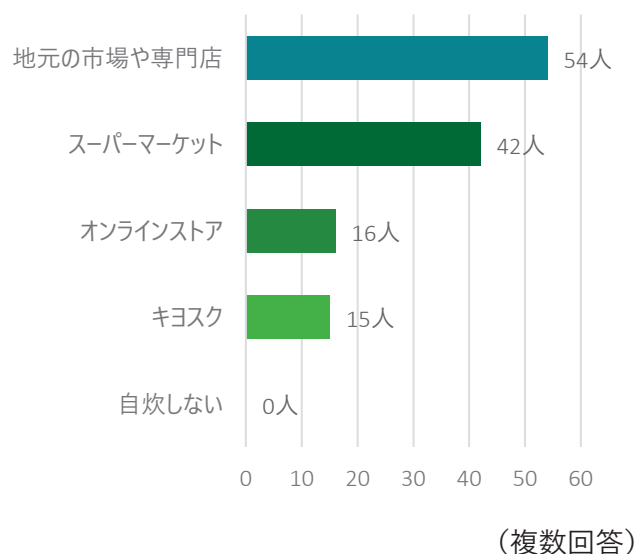
食材の購入場所としては市場・専門店やスーパーマーケットが多く、安全性や価格が重視されている

ガーナにおけるアンケート結果②

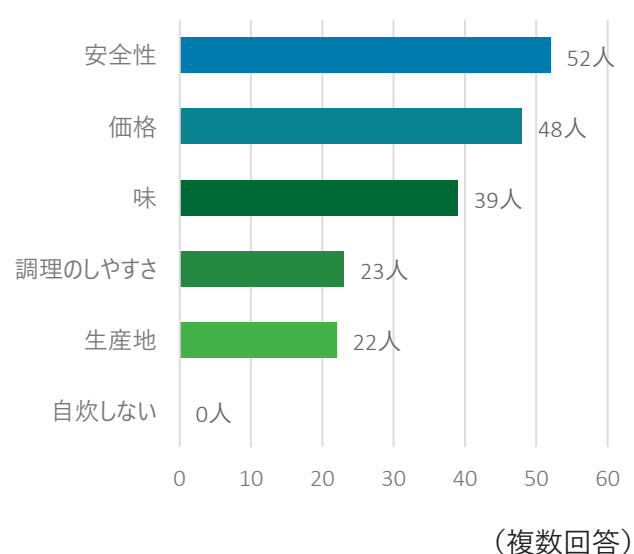
② 食材調達及びCOVID-19の影響

- 自炊時の食材調達先としては、ナイジェリアと同様に地元の市場や専門店との回答が最も多く、スーパーマーケットが続いた（自炊をしないとの回答はゼロだった）
- 食材購入時に考慮することとしてはナイジェリアと同様に安全性が最も多く、価格、味が続いた
- COVID-19による食生活上の変化について複数選択で質問したところ、自炊やデリバリーでの食材購入が増えたとの回答があった

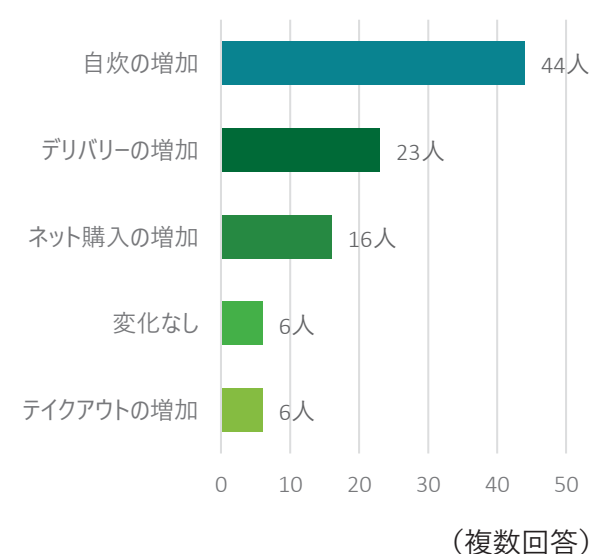
食材を良く購入する場所



食材を購入する際に考慮すること



コロナ禍による食生活の変化

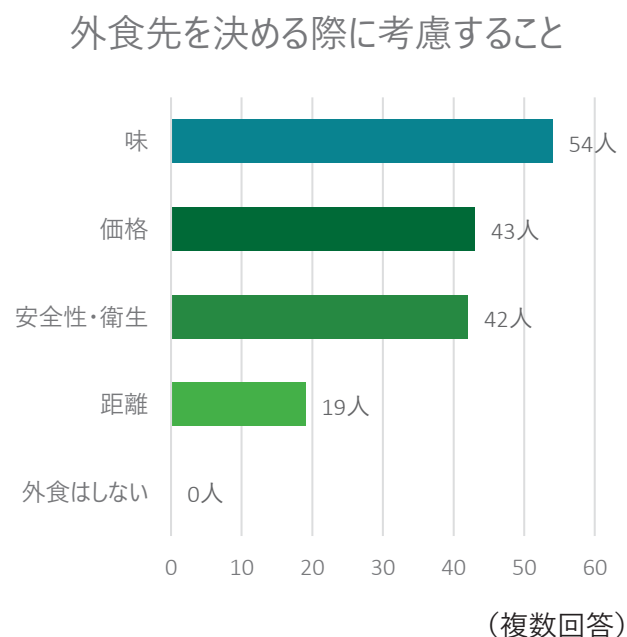
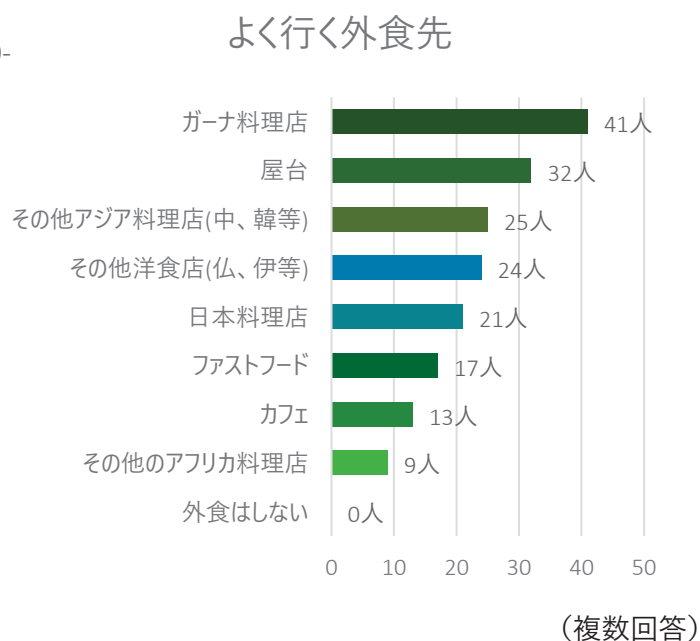
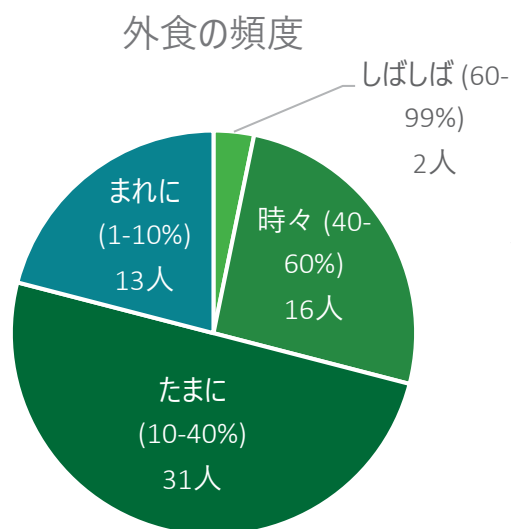


外食の頻度はナイジェリアと同様に「たまに」という回答が最も多く、ガーナ料理店が利用されることが多い

ガーナにおけるアンケート結果③

③ 外食

- 外食の頻度は下図のとおりで、「時々」、または「たまに」、という回答が多く、ナイジェリアよりも外食頻度が高いことが窺えた
- よく行く外食先としてはガーナ料理が最多で、屋台、日本食以外のアジア料理店と続いたが、日本料理店にも21名がよく行くと回答した。これは、Facebookの広告のターゲットとして日本料理に興味がある層を含めたことが影響していると考えられる
- 外食先を検討する際に考慮する点としては、「味」が最も多く、次に「価格」と「安全性・衛生」が続いた



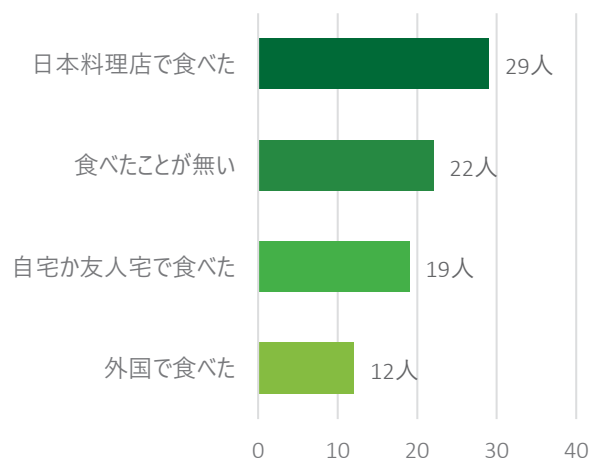
アンケート回答者の半数以上が日本食を食べた経験があり、「おいしい」や「バランスが良い」という印象を持っている

ガーナにおけるアンケート結果④

④ 日本食の経験

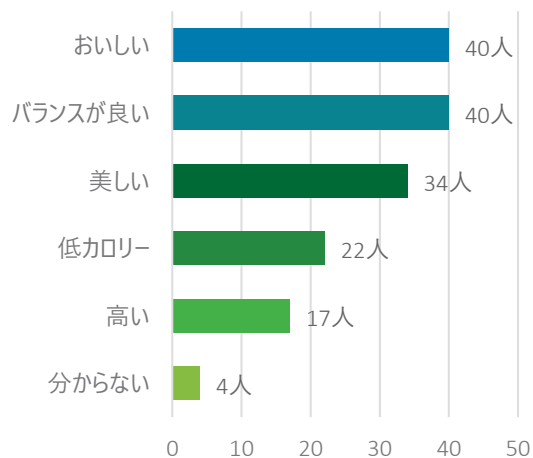
- 62人中40名が日本食を食べたことがあり、内訳はガーナの日本食レストランが29名、自宅または友人宅が19名、海外のレストランが12名であった（複数回答）
- ナイジェリアと同様、日本食のイメージとしてはおいしいという回答とバランスが良いという回答と美しいという回答が多く、高額という回答は比較的少なかった（17名）
- 日本食を敬遠しう理由としては、日本食店が無いという回答が最多で、次が食材が無いという回答であったため、アクセスが向上すれば利用される可能性が示唆された。これらについてもナイジェリアと同様の結果となった

日本食の経験



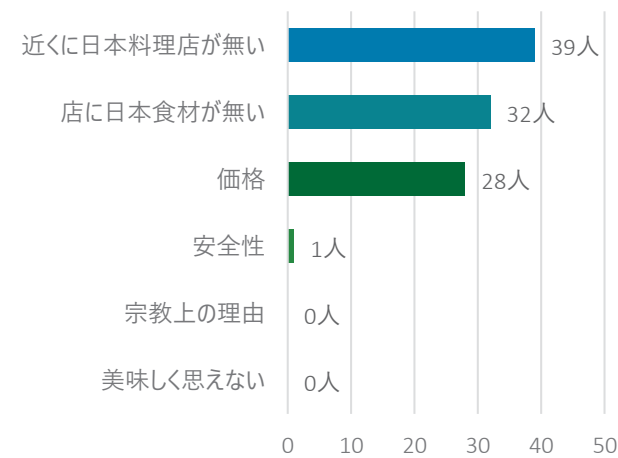
（複数回答）

日本食の印象



（複数回答）

日本食を敬遠しう理由



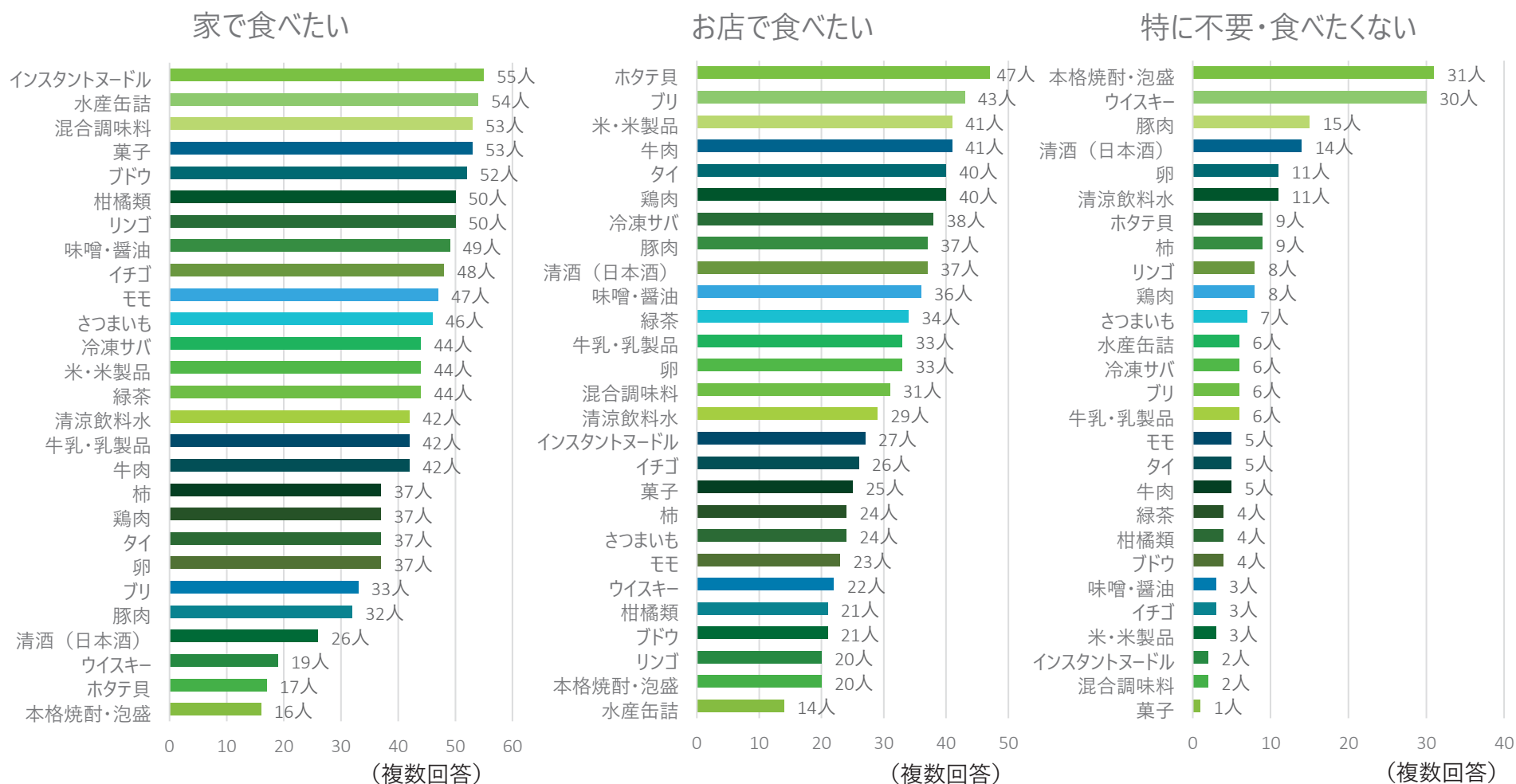
（複数回答）

（自由回答、複数回答）

ガーナにおけるアンケート結果⑤

⑤ 各食材の感想

- ・ カタログに掲載している27食材についてレストランで食べたいか、家で食べたいか、食べたくないか聴取したところ（複数回答）、回答は以下のとおり
- ・ レストランで食べたいものとしては、ホタテ貝、米、魚類、肉類、酒類などが選ばれた。逆に家で食べたいものとしてはインスタントヌードル、水産缶詰、調味料、菓子、果物の回答が多かった
- ・ 試したくないものとしては、焼酎・泡盛、ウイスキー、日本酒などのアルコール飲料と豚肉が上位を占め、卵、清涼飲料水、ホタテと続いた

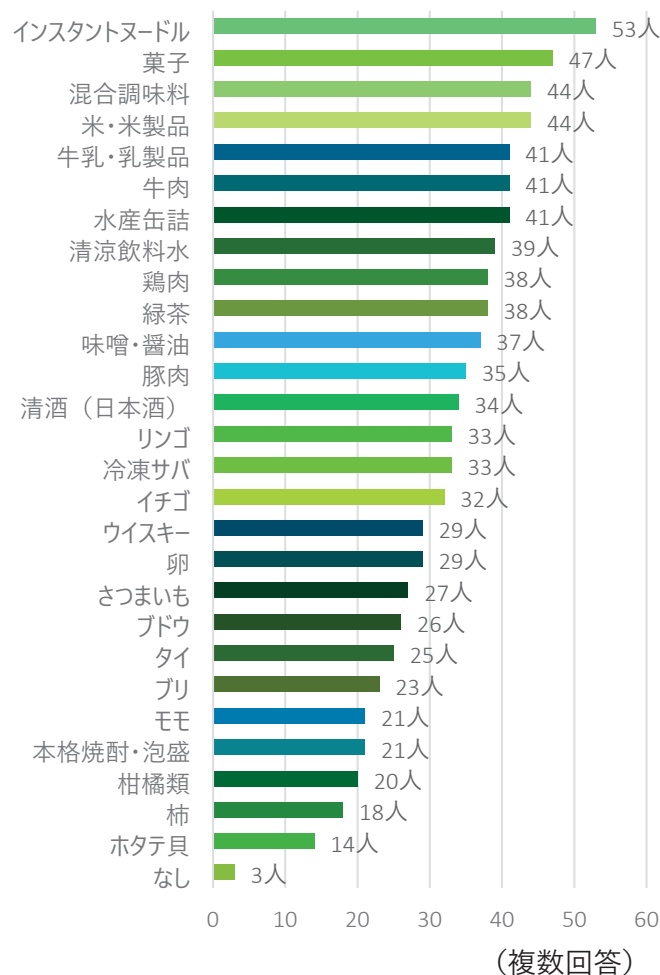


ガーナにおけるアンケート結果⑥

⑥ ガーナで成功すると思う食材

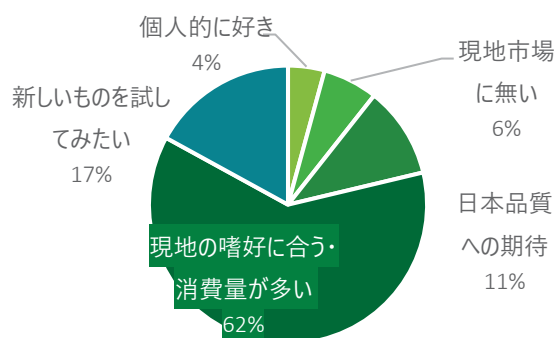
- ・ ガーナで特に成功すると思う食材を訊いたところ、下図のと通りの回答となった

ガーナ市場で成功すると思う食材

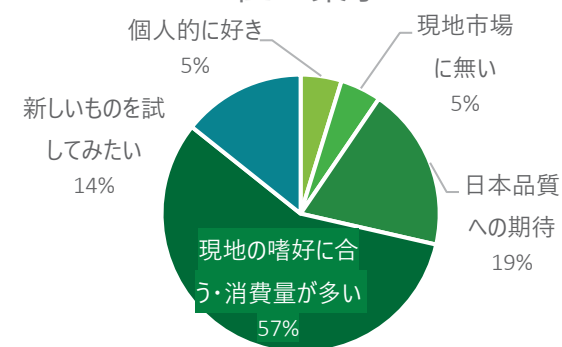


成功しそうと感じる理由（一部）

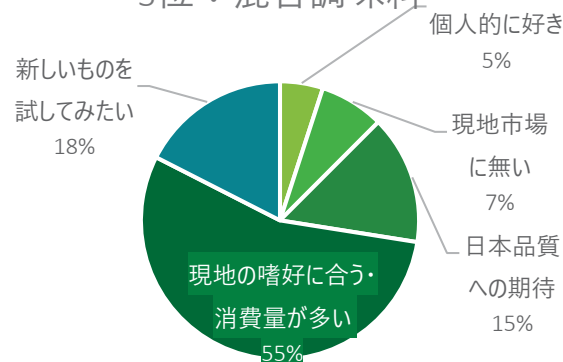
1位：インスタントヌードル



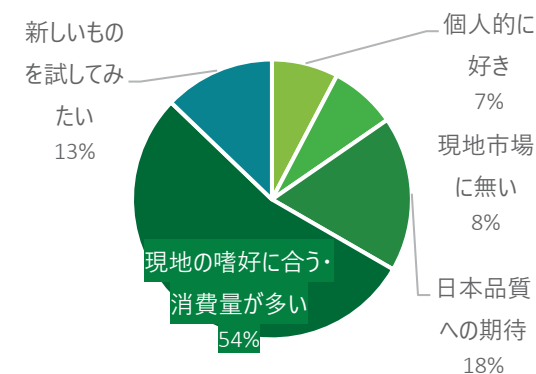
2位：菓子



3位：混合調味料



4位：米・米製品

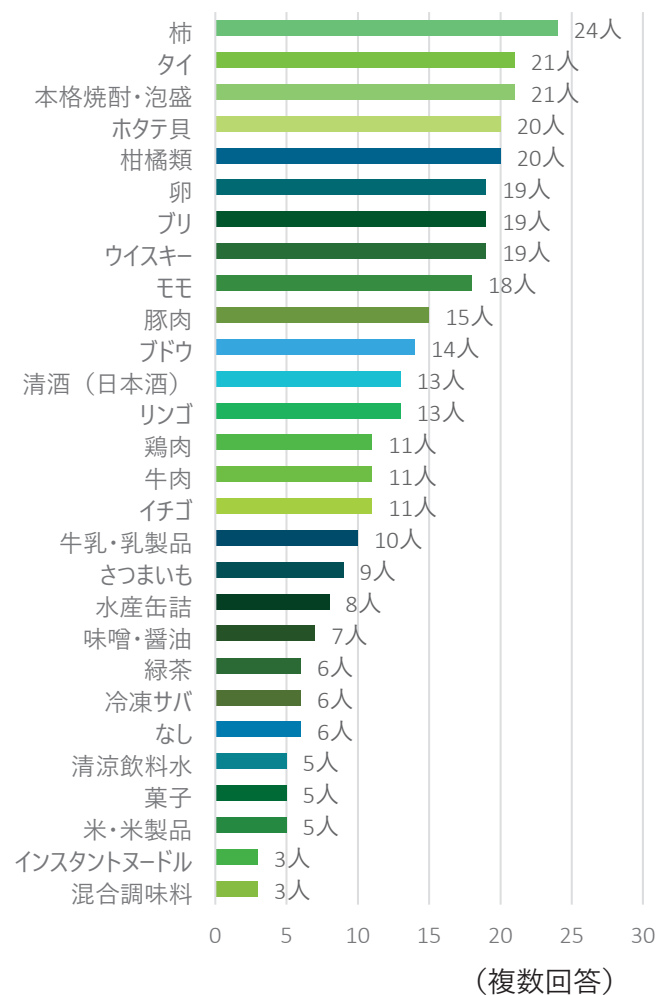


ガーナにおけるアンケート結果⑦

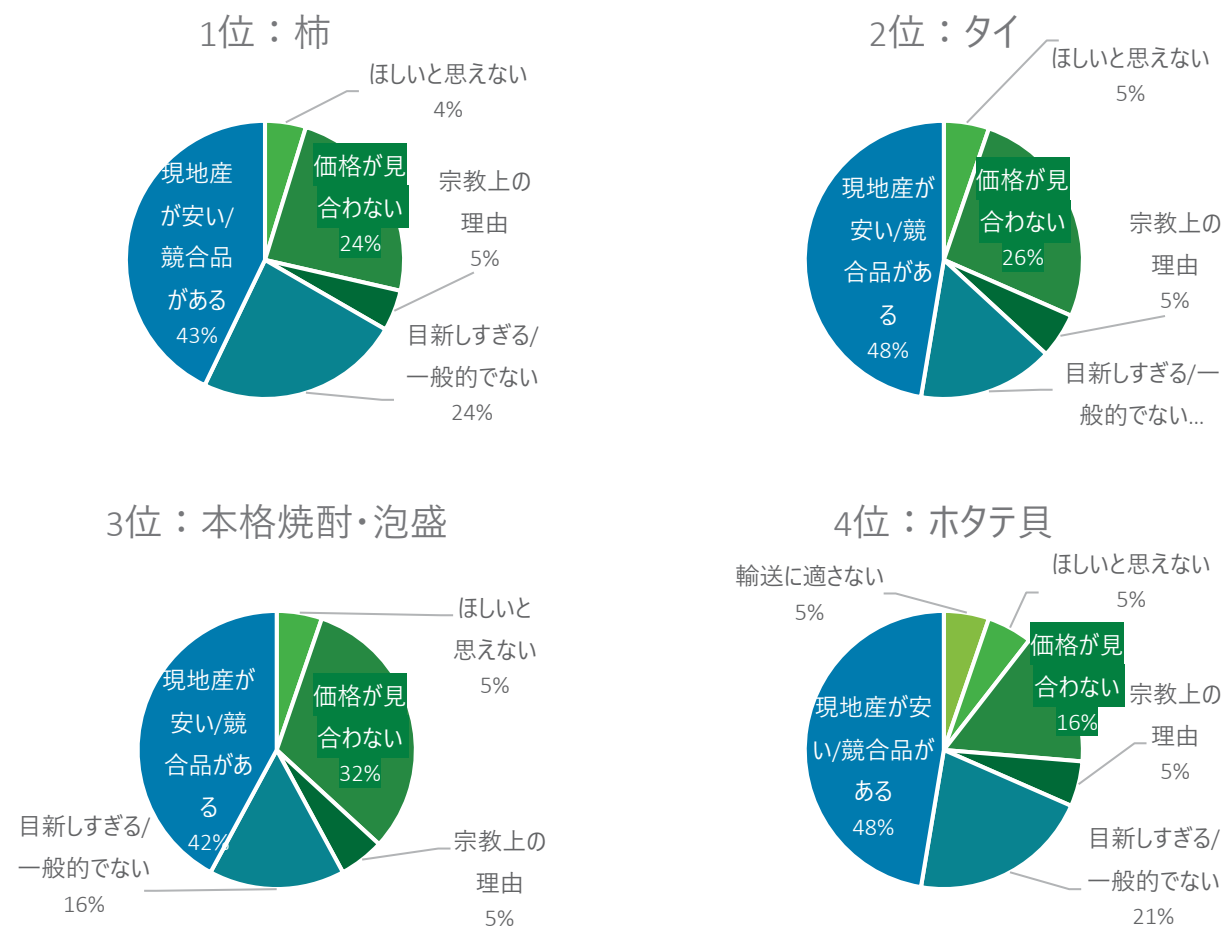
⑦ ガーナで成功しないと思う食材

- ・ ガーナで特に成功しないと思う食材を訊いたところ、下図のと通りの回答となった

ガーナ市場で成功しないと思う食材



成功しなそうと感じる理由



自由コメントでは日本食材が持つ健康的なイメージや、日本文化と組み合わせたブランドイメージについて意見があげられた

ガーナにおけるアンケート結果⑧

⑧ 自由コメント

- Webアンケートでの自由コメントから、ガーナでの日本食材マーケティングの参考情報として活用できる観点をまとめた

商品・品質

- 品質・ローカライズ
 - 日本食材は健康的で栄養バランスが良いイメージがある
 - ガーナ人は保守的であるが、新しい食べ物を試す気持ちもある
 - 最近のガーナ人は健康意識が高いため健康的な食材を取り入れたいと考えている
 - ガーナはナイジェリアと似た食文化であるため、ナイジェリアと同じように日本食材に対して好意的である

価格

- - (価格に関するコメントはなし)

流通

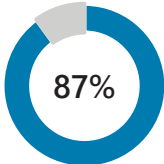
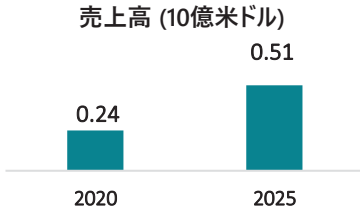
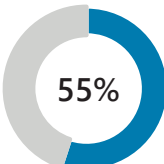
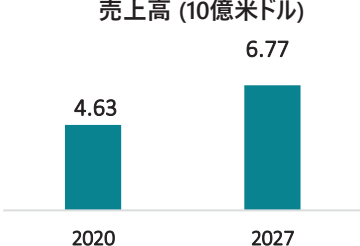
- 販売場所
 - 地元の小売店など入手しやすい場所で提供してほしい

販売促進

- ブランド化・情報発信
 - 日本食材を紹介するイベントが有効だろう
 - 映画をつかった商品プロモーションも試すことができる
 - 見慣れない商品を消費者が試すためには、販売前に商品のプロモーションとして無料の試食会を行うことが良いだろう
 - ガーナではアニメで出てくる食材を食べてみたいと思っている

日本からの輸出可能性があると考えられる食品の
市場と嗜好（ガーナ）

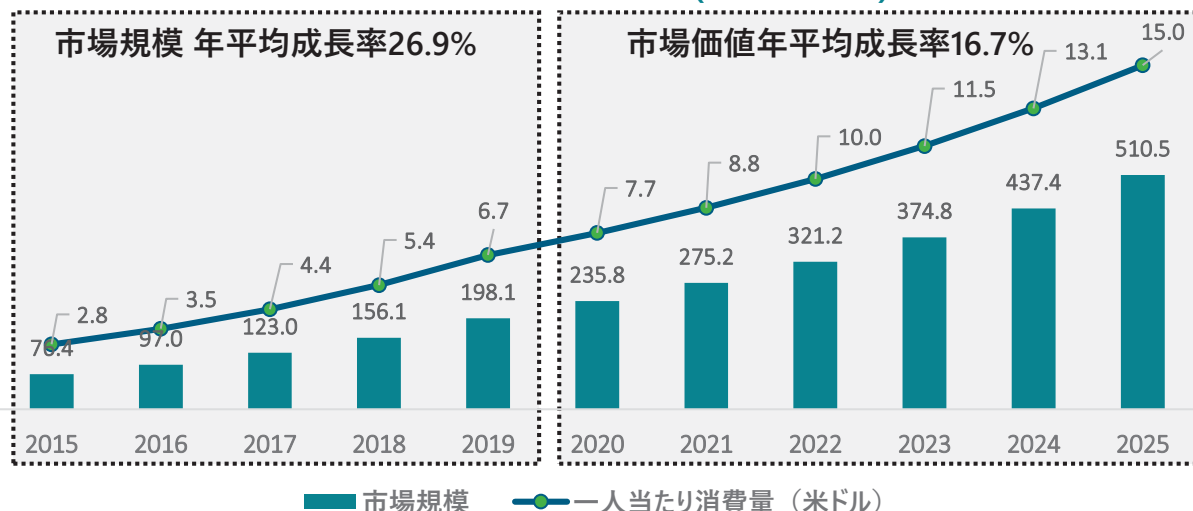
一部の輸出検討対象品目における市場概況

品目	主力商品	市場規模	消費傾向
 お茶市場	 ガーナの茶輸入品のうち87%が紅茶 「スパイスティー」または「ペッパーティー」といった、紅茶、スパイス、およびシナモン、ショウガ、カルダモンなどのハーブを混合したガーナの伝統的なお茶が主流	売上高 (10億米ドル)  市場予測では、業界の小売価格が2020年から2025年まで年平均成長率16.66%で成長し、2025年までに5億1048万米ドルに達すると予想されている	 消費者行動の変化  プレミアム化  ティーペアリング※メニューの登場 ※料理とお茶を合わせた楽しみ方
 菓子市場	 2022年の市場では焼き菓子、クッキーなどの保存菓子とケーキが半数以上を占める 2022年から2027年にかけてはインフレにより、安定した供給に対して収益が増加する見込み	売上高 (10億米ドル)  菓子市場は2023年、53億米ドルの収益を上げ、2022年から2027年にかけて年平均成長率6.21%の安定成長が見込まれている	 健康商品の需要  体験追求行動  経済と人口のシフト

ガーナで消費される紅茶は、健康飲料として認識されており、商品の手頃さ、入手しやすさなどの要因により人気が高い

一部の輸出検討対象品目における市場概況（お茶）

ガーナの茶市場規模 (百万米ドル)

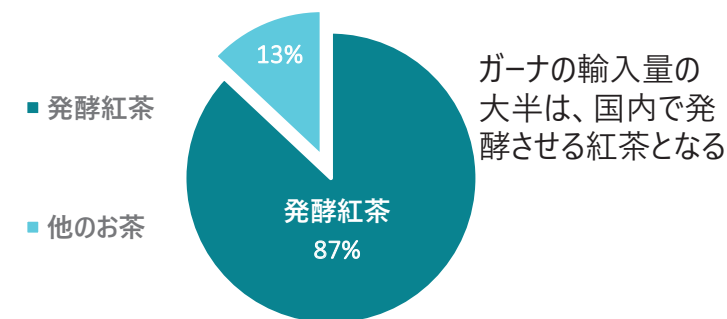


- ・ガーナの茶市場は2015年の小売価格で7640万米ドルと評価された
- ・最近の予測によると、2025年までに小売価格で5億1048万米ドルに達すると予測されており、2020年から2025年までの年平均成長率は16.66%である
- ・成長率は2015年から2019年の成長率26.90%から減少する見込みである

ガーナ茶市場の動向



ガーナ紅茶市場嗜好



出典: Statista (<https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/beverages/hot-drinks/ghana#sales-channels>)

TradeEconomy (<https://trendeconomy.com/data/h2/Ghana/0902>)

Tea in Ghana (<https://oec.world/en/profile/bilateral-product/tea/reporter/gha>)

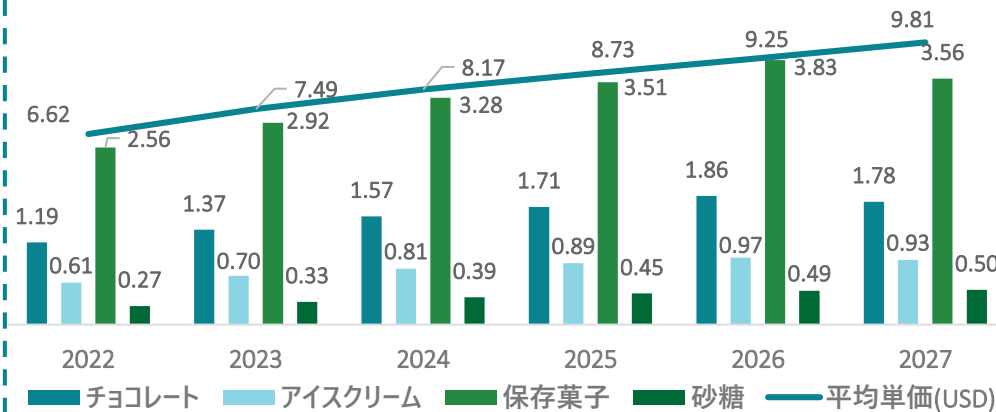
World Integrated Trade Solution (<https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/GHA/year/2018/tradeflow/Imports/partner/ALL/product/090220>)

Market Research.com (<https://www.marketresearch.com/Williams-Marshall-Strategy-v4196/Ghana-Tea-Impact-COVID-Medium-13621747/>)

消費者の所得向上により健康志向や高級品への需要が増加しており、市場では保存菓子やケーキが最も消費量の多い菓子製品となっている

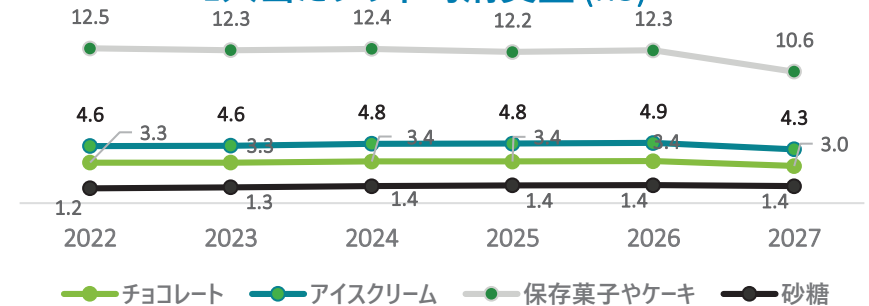
一部の輸出検討対象品目における市場概況（菓子）

ガーナ菓子市場規模 (10億米ドル)



- 2023年、ガーナの菓子市場は53億米ドルの収益を上げ、2023年から2027年までの年平均成長率は6.21%と予想されている
- ガーナの菓子の1ユニットあたりの平均価格は、年7%のペースで上昇すると予想される
- 収益の増加は、2022年から2027年にかけてのインフレ率の上昇に起因する可能性があり、これは2023年第一四半期には48%になると予想されている

1人当たりの平均消費量 (KG)



- 売上は増加しているものの、消費量は同水準を維持すると予想されており、これは**利益率の改善**を意味している。

ガーナ菓子のトレンド

体験追求行動



優れた原料品質を
求める消費者

パーソナライズされた製
品に対する需要の増加

若い顧客向けのパッ
ケージングとブランディ
ングに注力

経済と人口のシフト



51%の人口が都市部
に居住

お金はあっても時間がな
い中産階級の拡大

即席食品の需要増加

健康商品の需要



健康知識の増加

健康的なライフス
タイルの採用

出典: Health knowledge and care seeking behaviour in resource-limited settings amidst the COVID-19 pandemic: A qualitative study in Ghana

(https://www.researchgate.net/publication/351351453_Health_knowledge_and_care_seeking_behaviour_in_resource-limited_settings_amidst_the_COVID-19_pandemic_A_qualitative_study_in_Ghana)

AgriTech West Africa 2023 (<https://www.agritechwestafrica.com/FoodBeverage>)