



その13

マルーラの商品化は住民の生活を変えたか

九州大学大学院比較社会文化研究院講師

藤岡悠一郎

日本のリカーショップを訪れると、「アマルーラ」というお酒(リキュール)を見かけることがある。ラベルをみると、原産地は南アフリカとある。後に説明するが、この酒はマルーラという樹木の果実を原材料としている。

樹木を伐採して用材を利用する木材林産物に対して、果実や種子、樹液など、木材以外の森林産物は、非木材林産物(NTFPs)とよばれる。非木材林産物は、毎年あるいは定期的に再生するため、持続的に利用可能な資源として注目されている。熱帯地域に暮らす人々の多くは、身近な非木材林産物を日々の食料源や嗜好品などとして利用しているが、非木材林産物やその加工品を商品化し、市場で販売することによって現金収入源とする動きも盛んである(Marshall et al. 2006)。そのような取り組みは、住民が主体的に始めたものもあるが、グローバル企業やNPOなどによって



ORタンボ国際空港(ヨハネスブルク)のアマルーラの看板

促進されることも多い。そのような形で非木材林産物の商品化は、住民に何をもたらしているのだろうか? 本稿では、南アフリカのマルーラの事例からこれらの点を考えてみたい。

南アフリカのマルーラ利用

南アフリカ共和国の北東部、ファラボルワという小さな町の周辺には、多数のマルーラの木が自生している。この地域では、1990年代まで続いた人種隔離政策(アパルトヘイト)により、きれいに整備された町の中心部とその縁辺に広がる人口密集地のタウンシップ、その外側に立地する村落に土地が区分けされている。住民は木を植えているわけではないが、昔からマルーラの果実を利用する過程で種子を意図的/非意図的に散布し、生えてきた木を伐らずに利用してきた結果、樹木の数が増加したという。

マルーラ(*Sclerocarya birrea*)は、アフリカ大陸やマダガスカルに自生するウルシ科の樹木である。直径5センチほどの大きさの黄色い果実を大量に結実する点に特徴がある。

その果実には、白色の爽やかな甘い果汁が豊富に含まれる。果汁は自然発酵して酒になるため、アフリカのいくつかの地域でマルーラ酒を飲む文化がみられる(藤岡2016)。果実をつけるのは年に一度である。雌株1個体が1回の結実期につける果実の個数は、南アフリカで実施された研究によると、村落に生育する樹木で1万7000個以上であり、果汁に換算すると約93・5キログラムに相当する(Nginiolwa et al. 2003)。

マルーラが実をつける2月から3月になると、いたるところで人々が実を拾い集める。この地域に暮らす、ソトやシャングーニという民族は、マルーラの木をチーフが管理する地域の共有資源として扱い、最初につくった酒はチーフに貢納する慣習がある。各世帯の女性たちは、この季節になると毎日のように果汁を搾り、数日して発酵したブカニとよばれるマルーラ酒(醸造酒)を友人や親族と共飲する。マルーラは、地域の文化や社会に根差した重要な樹木なのである。

マルーラ酒の商品化と人々の生活

1983年に、南アフリカ大手酒造メーカー

のデイステル社がファラボルワ近郊に工場を建設し、アマルーラを開発した。アマルーラは、果汁を2回蒸留し、オークの樽で2年間寝かせ、最後にクリームを混ぜてつくられる。アルコール度は17%程度であり、現地の人々が飲んでいる醸造酒とは、アルコールの強さも味も全く異なる。この製品をつくるためには大量の果実が必要となるが、驚くべきことに工場が所有する果樹園はない。現地の人々が拾い集めた果実を工場が定額で買い取って加工し、世界中で販売している。マルーラの木が大量に生育している本地域の特徴を活かした産業である。

マルーラの商品化によって、地域の人々の生活はどのように変化したのだろうか？ 最も大きな変化として、マルーラが世帯にとつて重要な現金収入源、とりわけ女性の収入源となったことが挙げられる。マルーラが実をつけるのは、1年のわずか2カ月程度であるが、多くの人々がその時期に果実を採集し、販売するようになった。その作業を担う大多数の人々は、他に職を持たない高齢の女性や寡婦である。男性は正規職や別の賃労働などに就いている場合が多く、期間限定で歩合もそれほどよくない重労働にあまり魅力を感じていない。また、従来の性別分業のなかで、マルーラ酒をつくるのは女性の労働とされてきたため、男性が参入することに抵抗があると述べる人もいた。他方、職に就いていない女性たちは、果実を拾ってこの時期に現金を稼ぐ。ファラボルワ町の一角には、タウン



マルーラの果汁を搾る女性たち

いたるところに生えているが、村や個人の敷地に生えているものは所有者が決まっており、誰でも自由に採集できるわけではない。一方、公園や道路沿いなどに生えている木は誰でも実を採集することが

シップや村から果実を拾いにやってきた女性たちのキャンプがこの時期にだけつくられる。50人ほどの女性たちが寝泊まりし、炊事などを当番で行い、仮眠をとって昼も夜も果実を拾い集める。このような労働で、多い人では週に日本円で1万円程度を稼ぐという。他に仕事をもたない女性にとつては大きな収入である。しかし、重労働のわりに買い取り価格が低いと不満を持つ人も多い。

単純に考えると、マルーラの果実を拾う人の数や採集量が増加すると、果実を巡る競争が激化することが想像される。現地的女性たちに話を聞くと、たしかにそのような側面があるとい

うが、深刻な争いなどは生じていない。その背景には、マルーラの資源量が豊富であるというこの地域の特徴と、様々な権利関係の木が存在するため採集者がアクセスできる木が少なからず存在するという点がある。マルーラの木は

可能である。採集者は作戦を練り、なるべく拾いやすい場所を狙って移動する。そうすると、多くの採集者が、ある程度の量の実を手にすることができる。

無秩序な採集が行われていない背景には、チーフに対する敬意もある。もともとマルーラはチーフが管理しており、その慣習は現在でも続いている。土地や資源の管理に関しては、チーフによる差配が現在でも機能し、その年の最初の試飲は、公にはチーフを含めた地域の有力者が儀礼的に行う。マルーラを採集して販売する女性たちは、チーフの存在やそのもつて活動を実施していることの重要性を強調する。

本地域でのマルーラの商品化は、第一に地域的女性たちに新たな収入源をもたらしたが、他方でその活動は経済構造の底辺にいる女性たちの労働力によって支えられているともいえる。住民のなかには、協同組合を立ち上げるなど、主体的に商品化を進めていく動きも生じている。販売先や活動主体が多様化することで、買い取り価格や労働環境の改善に繋がっていくことが期待されるが、そうした動きが地域の文化や社会と調和的に進んでいくことが成功の鍵となるだろう。

参考文献

- 藤岡悠一郎2016『サバンナ農地林の社会生態誌—ナミビア農村にみる社会娯楽と資源利用—』昭和堂。
Marshall E. Schreckenberg, K. Newton, A.C. (2006) Commercialization of non-timber forest products. UNEP World Conservation Monitoring Centre, UK
Nghihoiva, E., Hall, J.B. and Sinclair, F.L. (2003) Population status and gender imbalance of the marula tree, *Sclerocarya birrea* subsp. *caltra* in northern Namibia. *Agroforestry Systems* 59: 289-294.