

東アフリカ・ケニアの 農業ビジネス探訪

(連載全6回)

1

アフリカ農業の現状と モリンガ・ビジネス

広

大な土地と人口を擁するアフリカでは人口の60〜70パーセントが農村に暮らしている。農業がGDPの20パーセント以上を占めている国の数も30カ国にのぼる。まさに農業の大陸といつてよいアフリカは、爆発する世界人口を支えるために、今後、世界の食糧庫として位置づけられていくであろうことはまちがいない。だが、その現状は決して楽観できるものではない。

アフリカの農業は大きく二つに分

けられる。ひとつはトウモロコシ、キャッサバ、コメ、ミレット、ソルガムなどの主要穀物の生産。もう一つはコーヒー、紅茶、ココア、花などの換金作物の生産と輸出である。しかし、主要穀物の生産は停滞傾向にあり、換金作物も一部を除いて価格の下落傾向がつづき、安定したビジネスとして成立しにくい。生活が楽にならないことから農村を出て、仕事を求めて都会へ行く者も多いが、都会にも十分な仕事があるわけ

ではないため、失業者がスラムの住民となって治安が悪化する、という負のスパイラルが引き起こされている。

豊かな可能性をもちながらも、アフリカでなかなか農業が伸びない原因は技術的な問題の他に、政府が成果が出るまでに時間のかかる農業を軽視しがちであることや、インフラが貧弱であること、情報が少ないこと、そして農産物の価格が安すぎるため生産意欲がわかないといったこ



ケニアの高地の斜面にはバナナやお茶の畑が広がる。その片隅にモリンガが植えられていることが多い。

作家・翻訳家

田中 真知 タナカ マチ

1960年東京生まれ。作家・翻訳家。1990年より1997年までエジプト在住。著書に『アフリカ旅物語』（北東部編・中南部編、凱風社）、『ある夜、ピラミッドで』（旅行人）、『孤独な鳥はやさしくうたう』（旅行人）、『美しいをさがす旅にしよう』（白水社）など。



モリンガの木を手にする農民。



オーナーのムボゴは自らショップで商品説明を行う。

などが考えられる。

東アフリカのケニアも、そんな困難を抱えてきた国だが、それでも近年は紅茶と園芸産業を中心に農業分野の伸びが年6パーセント以上に達している。とくに切り花の輸出は年成長率30パーセント以上といういちじるしい伸びを見せている。(ケニア大使館ホームページより)ただ、その多くは多額の外国資本を投入した外資系大企業によるものである。しかし、近年になって、規模は小さいがケニア人自身の手になるベンチャー的な農業関係事業も現れてきた。首都ナイロビで「ボタニック・トレジャーズ」という会社を立ち上げたエリザベス・ムボゴも、そんなベンチャー起業家の一人である。

ムボゴが扱っているのはモリンガという植物だ。俗に「奇跡の木」とも呼ばれ、民間薬として古くから知られていた。葉は食用や薬に、種はオイルを取るのに使われてきた。原産はアジアだが、東南アジアからアフリカに広く分布している。

96種類もの栄養素を含み、高血圧や糖尿病をはじめとする多くの慢性疾患に効果があるとして、インドでは伝統医学のアユルヴェーダで長年用いられてきた。

現在、この植物はアフリカの多くの国々で重要な換金作物として注目

されており、その需要もケニアだけで年600トンに達している。日本でも最近では健康食品として知られていて、インターネットで検索するとおびただしい数のサイトがヒットする。

紅茶や花にくらべるとニッチな商品だが、ケニア滞在中、たまたまインターネット経由でムボゴの起業にいたる話を知り、そこにアフリカの新しい農業ビジネスの形を見る思いがして、ナイロビ下町のビルの中にあるオフィス兼店舗を訪れた。

メディアで働くキャリアウーマンだったムボゴが、モリンガと出会ったのは、いまから七年前、最初の子を生んでもまもない頃だった。母乳の出が悪かった彼女のために、乳の出をよくする効果がある植物があると聞いたムボゴの夫が粉末のモリンガを手に入れてきたのがきっかけだった。

「数日で乳が出るようになったんです。私はとても驚いて、この植物についてもっと知りたいと思い、調べ始めました」

そうやってわかったのは意外な事実だった。モリンガはケニアのいたるところに自生しているのだが、ほとんどそのまま放置されていて、ケニアの農民たちも無関心だった。ただ、ケニアに暮らすインド人たちは、

この植物のことを知っていた。彼らは自分たちで食べるために、この植物をもつてきたら買い上げるからと農家に伝えていた。そこで農家の中にはトウモロコシや豆の畑の片隅にモリンガを植えて、インド人に売る者もいた。しかし、その換金作物としての可能性に気をとめる者はいなかった。

モリンガがビジネスになる、と考えたのはムボゴが最初ではない。彼女がモリンガに出会ったときには、すでに粉末のモリンガが販売されていた。しかし、それはあくまで数ある健康食品のひとつでしかなく、マーケットへの訴求力も強くなかった。しかし、ムボゴは「モリンガには大きな潜在力がある」と確信し、2年にわたるリサーチの後、それまでの仕事をやめて会社を立ち上げた。

「ビジネス的な関心だけだったら、そこまでしなかったでしょう。それだけではなくモリンガには、農家の困窮や雇用の問題、食糧問題など、いまのケニアの貧困層が抱えている困難に立ち向かうための多くの可能性があると確信したんです」とムボゴは述べる。

それは、どのような可能性なのか(次号につづく)。

