

人とバナナの関係の現代的展開に関する研究

Development of relationships between people and bananas in the modern world

佐藤 靖明 (SATO Yasuaki)

バナナの栽培は、自給・ローカルマーケットとつながる多品種の小規模農業と、グローバルな流通を支える単一品種の大規模プランテーション農業にこれまで大別されてきた。しかし近年では、温帯・亜熱帯における生産量の増加、小規模経営地域でのマーケットの地理的拡大、大規模プランテーション農業の多品種化など、様々な変化がみられる。本研究ではこれらの状況を踏まえて、バナナを主作物とするウガンダ、および近年生産地を拡大している日本における調査をもとに、人とバナナの現代的な諸関係を人類と植物の関係史の中に位置づけていくことを目的として研究をおこなった。

ウガンダでは、主に北部地域において農村調査をおこなった。ウガンダでは従来、地域によって主食の作物がことなり、バナナはもっぱら南部での主食とされてきた。しかし現地調査を通じて、北部はバナナの産地ではないにも関わらず、主食用バナナの栽培が拡大している状況がみてとれた。生産量が増加している現状と背景について、農村において聞き取りと観察をおこなった。その結果、都市部において消費者の需要が高まっており、農家は販売用に栽培していること、そして生産量の拡大は各世帯での小規模栽培の増加が寄与していることがうかがえた。また、北部は乾季が比較的長い期間に及ぶため、本来はバナナの生育に適さないのだが、天水に依存するだけでなく、水の散布もおこなっていることが分かった。つまり、都市の状況変化に対して、地域内の農家が敏感に対応し、農業を変化させていることが考えられる。今後、この動きが大きくなる傾向や、北部一帯の食文化への影響が注目される。

日本では、沖縄および九州・本州のバナナ生産者への聞き取り調査や報道資料の収集をおこなった。沖縄では、高価な品種と低価格の品種に大きく分けられている状況が確認された。また、近年、病虫害が広がっていることも分かった。九州・本州では、近年バナナが生産量が拡大しつつあるが、その傾向が続いていることが分かった。また、都市部において国産バナナを素材とするジュースの専門店の開店が盛んになってきていることもうかがえた。ジュースの専門店は加工コストが低くおさえられ、しかも高い価格で販売できる利点がある。しかし、ビジネスとしての成功モデルはまだ確立したのではなく、各地で模索中であるともいえる。

以上のように、ウガンダと日本では、バナナの生産と消費をめぐる背景が全くことなっているものの、都市部での需要と、地域内での栽培が結び付いているという共通点がみられた。つまりこれは、自給かグローバルか、といった二極では表せない現象の一つとして位置づけられる。そして今後は、高価なバナナを購入する層の台頭、という点についても考察が必要になってくると思われる。