

# Kalahari Honey



## 企業概要

会社名	Kalahari Honey
設立	2015
事業分野	養蜂を通じたゾウ害対策
本社	セミトウエ (ボツワナ)
社員数	15



## 事例のポイント

農家のゾウ被害という深刻な課題に対して、経済的にメリットのある活動を農家に広めることで解消しようとするモデルである。ポイントとして、①自然(ゾウの習性)を利用した対策(養蜂)を用いていること、②農家が養蜂を行うことを支援する仕組みづくり、③女性の雇用創出と地位向上による家庭内暴力の減少、が挙げられる。

## 企業プロフィール

同社はアフリカ南部の内陸国、ボツワナにおいて蜂蜜の製造を行っている。創業者メイビス・デュチュワ氏は離村の農家に生まれ、村がゾウ害に苦しんでいることを間近に感じながら育った。自然環境の保護にも関心が高かったデュチュワ氏は、銃器に頼らないゾウ対策として養蜂を利用することを思い立ち、2015年に同社を設立した。現在は年間50トンの蜂蜜を生産し、ボツワナ国内への販売に加え、隣国ナミビア、レソトにも蜂蜜を輸出している。

## 背景にある社会課題

ボツワナはアフリカ最大のゾウの生息地として知られている。国土の7割は砂漠であり、国民は残りの緑地を使って細々と農業を営んで生計を立てている。

限られた緑地の中で生計を立てるため、農民の多くが、村の中心部から離れた土地で農業を営んでおり、野生動物の生息域と重ならざるを得ない。そのため農家と野生動物の間には常に緊張関係があり、獣害をどのように防ぐかは、農民にとって死活問題となっている。

中でも最大の危険がゾウである。ゾウは群れをなして農場を襲い、農家は破壊され、毎年のように犠牲者が出ている。その被害は大きく、ゾウが一頭襲来するだけで、家族の一年分の蓄えが食べ尽くされてしまうほどである。

農家側は銃で自衛し、応戦しているが、食害は減っておらず、抜本的なアプローチが求められている。

## ビジネスモデルと製品の特徴

ゾウには蜜蜂を避ける習性がある(鼻腔に入るのがことさらに厄介なためと目されている)。同社はゾウの習性を利用し、農家に養蜂を普及させることで、ゾウが農地に近づかないよう、緩衝地帯を作りながら、農家の収入を増やしている。

農村においてトレーニングを行い、ゾウ害について話し合った上で、対策例としての養蜂を紹介する。そして興味を示した農家には、具体的な技術のトレーニング、養蜂器具の貸与・販売を行い、農家がゾウ避けとしての養蜂をスムーズに立ち上げることを支援している。

採取された蜂蜜は同社が買い取り、最終製品化して小売店や飲食店に卸したり、直販するスキー

ムである。具体的にゾウ避けの効果が確認されていることに加え、第二の収入源ともなることから導入した農家の評判は良く、事業は着実に拡大している。

## SDG ビジネスへのアプローチ

### ① 自然との共生を可能にする問題解決

ゾウ害に対しては銃を持って応戦するよりないというのがそれまでの常識であったところ、自然の習性を利用し、それぞれが傷つかない形で問題を解決している。

ボツワナの地域コミュニティでは、環境保護に対する意識が希薄なことが多いことが、ゾウ対策の障害であったため、デュチュワ氏は、技術面のトレーニングだけでなく、意識を醸成するための村落全体へのトレーニングの重要性を強調している。

### ② 経済的に持続可能な仕組み作り

ゾウ害に対処するために銃器に頼ることは効果が薄い上にコストがかかり、また蜜蜂の生育を公共のプロジェクトのみで広げようとするならば、持続可能性が担保されにくい。

そのため、デュチュワ氏は、あくまで事業として養蜂を広げることがを重視し、関与者それぞれが経済的なメリットを感じられるよう仕組みづくりを行っている。

地域コミュニティに対するトレーニングを提供して自然保護や養蜂の効果への理解を深め、その後は養蜂に取り組む農家がハードルを感じないよう、知識や器具を提供することで導入コストを下げている。養蜂が定着すれば農家にとっては収入になるとともに、同社も利益を得て、さらに活動の規模を広げることができるというスキームになっている。

### ③ 高品質で魅力的な製品の開発

いかに良い事業スキームを組もうとも、出口である製品に市場競争力がなければ全体のサイクルが回らない。そのため、同社は品質を高いレベルで維持するとともに、新しい商品を開発することにも力を入れており、例えば、2020年には商品ラインナップを広げ、同国初となるハニー・ワインの製造を開始している。

## ④ 農家における女性の雇用創出と立場向上

「女性の雇用を創出することの意味は、単に収入が増えるというだけではありません」とデュチュワ氏は言う。「私たちは女性を中心に養蜂業のトレーニングを行い、農家の収入を多様化しました。その結果、女性の立場が向上し、家庭内暴力が目に見えて減ったのです。」

農家にアプローチするに際して、同社は女性を主なターゲットとしてきた。結果として労働面で女性が働く機会を増やすとともに、立場の向上を通じて境遇が改善されることにつながっている。

## SDGs へのインパクト

- 同社の支援により養蜂を行っている農家の数は増え続けているが、2020年時点では「800農家」となっており、農家同士が分散している同国の状況では広い面積をカバーしている。これらの農家はゾウを銃で撃つ必要がなくなっている。
- 養蜂を導入した農家の中で、実際に蜜蜂の管理を行っているのはほとんどが女性であり、部落内での立場が向上するとともに、家庭内暴力の目に見えた削減につながっている(同社による聞き取り調査結果)。

## 国際機関・ドナーとの連携

- これまで連携の経験はないが、養蜂によるゾウ対策のモデルを他国にも広げるため、将来的に検討したいと考えている。

### SDG ビジネス 起業家の言葉

私は農村に生まれ、生活の中で、あらゆる問題を解決する術を学ばなければならなかった。

その経験は、私たちが新しいやり方でゾウ害を解決することに役立った。もう彼らはゾウを撃たなくていいのだ。

やがてはこのモデルを近隣国にも広げていきたい。

メイビス・デュチュワ  
Kalahari Honey 創業者