

## 第18回 南アフリカ：「虹の国」の国民食、ブライ

著者	牧野 久美子
権利	Copyrights 日本貿易振興機構（ジェトロ）アジア経済研究所 / Institute of Developing Economies, Japan External Trade Organization (IDE-JETRO) <a href="http://www.ide.go.jp">http://www.ide.go.jp</a>
雑誌名	IDE スクエア -- コラム 続・世界珍食紀行
ページ	1-4
発行年	2019-11
出版者	日本貿易振興機構アジア経済研究所
URL	<a href="http://doi.org/10.20561/00051505">http://doi.org/10.20561/00051505</a>

続  
世界珍食紀行



第18回 南アフリカ——「虹の国」の国民食、ブラーイ

牧野久美子

2019年11月

(2,461字)

\*写真は文末に掲載しています

人種的、民族的、文化的な多様性に富んだ南アフリカは、「虹の国」としても知られている。アフリカ、ヨーロッパ、アジアにルーツをもつ人びとが隣り合って——もちろん、かつてはアパルトヘイト政策により生活空間が強制的に隔離されていたわけだが——暮らす南アフリカには、それぞれの歴史や文化に根差し、あるいはそれらが融合した、さまざまな料理がある。たとえばケープタウンなら、カラードのムスリム文化のなかで育まれた、ほんのり甘めのスパイスが特徴の「ケープ・マレー料理」。インド系人口が集中するダーバンなら、「バニー・チョウ」（食パンをくり抜いたところにカレーを詰めた料理）などである。

その反面、これぞ南アフリカの国民食といえるようなもの——南アフリカ人なら誰もが食べて、かつ南アフリカ以外ではあまり食べられないもの——は意外と多くはない。広くアフリカ系の人たちが主食としているのは、トウモロコシの粉をお湯で練ってマッシュポテト状にした「パップ」だが、パップは固さや味が少しずつ違うものの、ザンビアやマラウィで「シマ」、ジンバブウェで「サザ」、ケニアやタンザニアで「ウガリ」と呼ばれているものと、基本的には同じものだ。つまり、南アフリカというよりは、東南部アフリカに共通する食文化なのである（本連載第14回、[粒良麻知子「タンザニア——ウガリを味わう」](#)参照）。それに南アフリカのなかでも、アフリカ系以外の人たちはあまりパップを食べない。

南アフリカ発祥、かつ人種・民族問わず人気が高いという点では、歴史は浅いが「ナンドース」が候補になるかもしれない。ナンドースは、ジョハネスバーグで1987年に第一号店が開店し、現在は南アフリカだけでなくイギリスやオーストラリアなどへの海外進出も果たしているチキン専門店チェーンである。ある程度大きなショッピング・モールにはだいたいテナントとして入っていて、お昼どきにはピリ辛の「ペリペリソース」で味付けしたグリル

ドチキンを求めて、多くの人びとで賑わう。ただ、都市部を少し離れるとナンドースの店舗は激減する。同じファストフードのチキンでも、米国発祥の某フライドチキン店のほうがよほど地方にまで浸透しているのである。なお、どちらのチェーン店も、サイドディッシュとしてフライドポテトのかわりにパップも選べるのは南アフリカらしいところではある。

そんななか、文句なしに南アフリカの国民食と言えるのが「ブラーイ」である。野外で好みの食材を炭火で焼いて食べる南アフリカ式のバーベキューであるブラーイは、週末の家族団らんやホームパーティの定番である。食材は肉が中心だが、魚介類や野菜でももちろんよい。南アフリカにはベジタリアンやヴィーガンの人たちも結構いるが、バターナッツ（カボチャの一種）やナスなどを使った「ベジタリアン・ブラーイ」レシピもいろいろ考案されている。とはいえやはりメインは肉で、ビーフ、チキン、マトンなど。また「ブルヴォス」と呼ばれる、とぐろを巻いた巨大ソーセージがブラーイにはつきものである。大きめに切ったボリューム感たっぷりの食材を、日本的な感覚からすればちょっと焦げすぎでは、と思うくらいまで、じっくりと焼く。

自宅の庭先でのんびりやるのがブラーイの本来の(?)姿だが、「ブラック・ダイヤモンド」とも呼ばれる新興の黒人ミドルクラスの急成長を背景に近年人気を博しているのが、「シサ・ニヤマ」の専門店である。シサ・ニヤマはブラーイのズールー語での呼び方で、シサは「熱い」、ニヤマは「肉」の意である（ちなみにブラーイはもともとアフリカーンス語で「(肉を) ローストする」という意味)。店ではさまざまなセットメニューが提供されるほか、ショーケース内の量り売りの肉を選んで、あとは店のスタッフに任せて焼いてもらう「バイ・アンド・ブラーイ」方式の注文ができる。肉が焼きあがるには30分くらいはかかるので、その間は飲み物を片手におしゃべりしながら、あるいはDJが繰り出す音楽に身を委ねながら、待つ仕組みである。シサ・ニヤマの店にはどういふわけか洗車場が併設されていることも多い。しゃれた服に身を包んで自家用車で乗り付け、ぴかぴかに車を磨いてもらいながら飲んで食べて、会話に花を咲かせるところまでがワンセット。そのような社交の場を提供するシサ・ニヤマ専門店は、消費意欲旺盛な新興ミドルクラスのライフスタイルに合致しているということなのだろう。

南アフリカの文化遺産の多様性を祝うために民主化後に制定された「ヘリテージ・デイ」(9月24日)の祝日は、非公式には「ナショナル・ブラーイ・デー」とも呼ばれている。火を囲んでの共食が、人と人との距離を縮めることは、誰もが経験的に知るところだろう。背景の違いを越えて共有されるブラーイ文化は、ともすれば遠心力が勝りがちなこの国で、人びとをつなぎ合わせる力があるといえるかもしれない。■

## 写真の出典

写真1~3 筆者撮影

## 著者プロフィール

牧野久美子（まきのくみこ） アジア経済研究所地域研究センターアフリカ研究グループ研究員。2019年8月まで1年間、南アフリカ・ジョハネスバーグに海外調査員として滞在。専門は南アフリカ地域研究、国際関係論。主な著作に『南アフリカの経済社会変容』（共編著、アジア経済研究所、2013年）、『新興諸国の現金給付政策——アイディア・言説の視点から——』（共編著、アジア経済研究所、2015年）など。



写真1 バニー・チョウ

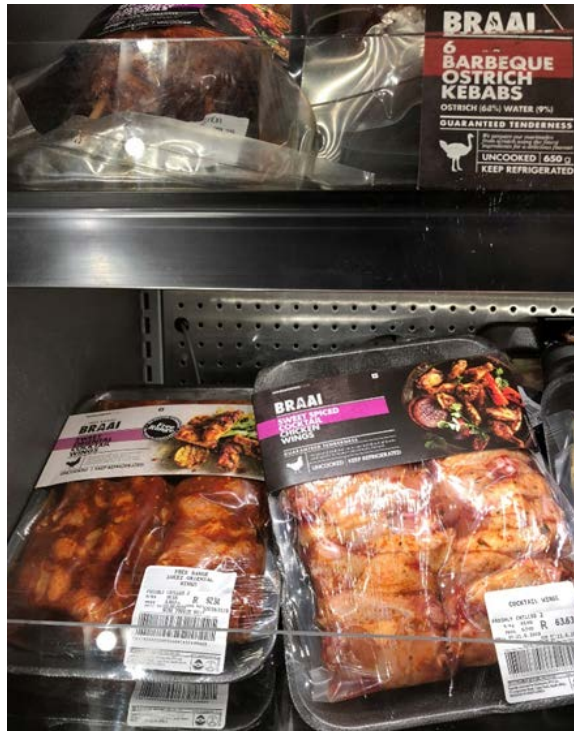


写真2 ブライ用に予め味付けされた肉は、スーパーでも簡単に手に入る



写真3 たっぷりのパップに、ビーフシチューをかけ、ほうれん草のクリーム煮、トマト・玉ねぎ・キュウリのサラダを添えたランチタイムのセットメニュー。ジョハネスバーグのダウンタウン再開発地区の人気シサ・ニャマ店でテイクアウェイしたが、夕食までかかっても食べきれない量だった