

## ミニシリーズ 遊牧社会の小窓から ～モンゴル遊牧民と市場経済 (2)

AAI News 第 47 号につづいてモンゴルの遊牧民(以下、牧民)の乳製品出荷支援活動について経過報告をする。前回ゴビ砂漠に存在するブルデネ腎臓病療養所における製品の出荷拠点の開発をひとつの事例として紹介した。ここでの課題は低利用・未利用地となっている草原の有効的活用であった。今回とりあげる第二の事例は、まとまった集乳システムがなくなった市場経済下の現在において、牧民が自力で都市部へと出荷・販売する取り組みである。既存のインフラである鉄道をうまく利用し、「チェンジ」と呼ばれる卸業者の手を介さず直接販売する。したがって流通マージンをとられずに牧民側の利益を最大にすることが大きな目標となる。またカシミア生産、肉販売という現在おこなわれている現金獲得のための手段が内包している問題点、たとえば収入源の季節的かたよりの問題やヤギ生産偏重による草原植生への負荷のたかまりという環境問題を解決していく糸口として第三の現金収入源創出としての乳製品出荷を提示することも重要な視点である。

他方、モンゴル国の首都であるウランバートルや地方都市のマーケットで売られている乳・乳製品はほとんどが外国からの輸入品である。人口約 280 万人に対し家畜頭数が 3000 頭前後で、地方の草原にでかければゲル(家庭)内で豊富な乳・乳製品が生産・消費されているというお国柄であるにもかかわらず、である。これはひとえに社会インフラの未整備、未発達から国産ミルクの集荷、貯蔵、流通がうまくおこなわれないからであろう。空輸や鉄道輸送によりもたらされる諸外国からの輸入品のほうが長距離輸送に耐ええるということだ。しかし、わたしはゲルで生産される「ツァガン・イデー」すなわち白い食べ物と称される伝統的な乳・乳製品は、一定の衛生管理や品質管理にさえ気をくれば、都市部において確実な需要が見込まれ市場で通用すると踏んでいる。たとえ大量輸送はむずかしくても、お世辞にもおいしいとは言えない輸入品よりモンゴル人の都市部消費者がお袋の味として記憶にとどめている伝統食品の味を市場の隙間をつくかたちで都市へと届けることは十分に可能だと考えている。伝統食品そのものが稀少価値をもつことから市場で付加価値がつくとおもわれるが、ゴビのラクダ乳であればますます珍重され、さらに高い値段で取引されることが期待される。問題は、牧民世帯内の少ない労働力でしかも少量ずつ(1~2liter/day)しか搾乳されないラクダ乳をいかに経済効率よくかつ安全に輸送できるかにかかっている。



エルデネ郡で生産されたラクダ発酵加工乳 (エルデネ郡役場撮影)



毎年1月ドルノゴビ県でおこなわれるラクダ祭 (エルデネ郡役場撮影)

さいわい JICA の開発調査での活動を機縁に知り合ったドルノゴビ県エルデネ郡の牧民のなかには自分たちの力でなんとかラクダ乳ほか乳製品を出荷・販売することに大いなる意欲をもった人たちがいる。また郡役場の人たちは1郡(ソム)1産品運動としてラクダ乳のブランド化を推進していこうと意気込んでいる。これらモンゴルの仲間たちのやる気にこたえて、乳・乳製品の生産と流通上の困難な課題をいっしょに解決するため今後も草の根レベルでのゴビ通いをつづけていきたいと考えている。