

第8章

モンゴルの地方開発と一村一品運動

草原の国のあらたな挑戦

井草邦雄

はじめに

モンゴル社会は、1990年代ソ連邦傘下の社会主義経済から市場経済体制へと転換し、今日、大きな時代変化のなかで急速にその表情を変えつつある。この10年をみると経済の自由化が進みさまざまな経済活動が拡大している一方、地方経済の劣化と都市への人口集中、環境管理の弱体化と自然災害の頻発、伝統的な遊牧社会の流動化など多くの問題も顕在化しつつある。モンゴル社会の基本的社会構造、生活基盤は大きく揺らいでいるとあってよい。とくに、遊牧を主体とする地方社会が徐々に定住化へ向かいつつあるなか、自然条件悪化や砂漠化の進行、雇用機会の減少によって地方の生活の不安定さは従来になく高まっている。モンゴルは、こうした状況下で他の国にもまして都市と農村の格差を埋める必要があり、地方経済のポテンシャルをあげ、地方住民の生活を安定させることが現在緊急な政策課題となっている。

こうしたなかで、モンゴルの一地方であるバヤンホンゴル（Bayankhongor）県で日本の一村一品運動をモデルにした地域産業おこしの試みが始まった。もとより、一村一品運動は、密度の高い集落構造をもつ日本の農村を前提として成立したモデルであり、そのままでは、定着性が低く人口が過少なモンゴルのような社会に適用できるとは思えない。しか

し、そこに盛られた「地方の潜在的な経済資源を発掘し、地方独自のものを創意工夫で築き上げる」といった「運動」の方向は、モンゴル社会にも一定の適応性をもつものとして導入された。バヤンホンゴル県がこの運動を始めて4年が経過したが、数は少ないが新しい産業の芽や人材活性化の契機が生まれつつある。その導入のプロセスは、大分県の経験を基に、モンゴルの地方行政がイニシアティブをとって住民を組織し、独自製品の開発やプロモーションを行うことであり、ともすれば分散的流動的な遊牧社会の変革を図る政策的努力であった。これが今後どのように進展するかは未知数だが、首都圏から遠く離れ、インフラも社会基盤も乏しい地方にあって人々に新しい刺激と経済基盤創成への意識改革を与えていることは確かである。

これらの経験をふまえ、中央政府は2005年夏、このバヤンホンゴルの例を奇貨として、タイのOne Tambon One Product (OTOP) プロジェクトをも参考にしながら一村一品運動を全国規模で開始することを決定した。首相自らが主導権をとって「行動計画」を策定し準備を進めている。また、国連開発計画 (United Nations Development Program: UNDP) など国際機関も独自の方法で運動の支援を開始している。

本章では、これらモンゴル版の一村一品運動を素材にモンゴルにおける地方経済開発の課題を探ってみる⁽¹⁾。

第1節 モンゴルという国とその経済

モンゴルの国土は156万4100平方キロメートルと日本の約4倍だが、人口はわずか270万人でその3分の1は首都ウランバートル (Ulanbaatar) に集中する。地理的には北はシベリアに接し、南は乾燥地帯のゴビ砂漠で全体的に乾燥した草原地帯をなしている。温暖湿潤な東アジアのモンスーン地帯とは全く異なる地形と自然条件で、気温も夏は25度前後だが冬はマイナス30度にも達する。こういったなかで、これまで住民の多くは広い国土を移動しながら放牧による半自給自足的生活を営んでいた。なかには数百

頭の牛，馬，羊などを養う富裕な牧畜家族もみられるが，多くは厳しい自然条件下で蓄積も乏しい牧民であり，国際統計によれば人口の36%が貧困線以下とされる⁽²⁾。さらに牧畜地帯を断続的に襲う「ゾド」という雪害が住民を苦しめ，とき



ウランバートル郊外の牧草地とゲル（筆者撮影）

に多くの家畜を死滅させ，牧民の生活を不安に陥れるといった過酷な条件下にある。1人当たりGDPは477ドル，幼児死亡率も高く，平均寿命は60歳前後，医療や教育施設もまだ整っていない。電力，交通，通信などのインフラ整備も緒についたばかりである。

モンゴルの抱える経済社会問題のうち，とくに深刻なのは地域格差の拡大である。地方経済の落ち込みから生活困窮者が，都市，とくに首都ウランバートルへ大量に流入し，スラムの形成，社会問題の発生，環境破壊などが無視できない事態となってきた。一方，地方では過疎化が進み，過剰放牧による草原破壊，雇用や収入機会を失った貧困層の拡大などの問題が深刻化している。2000年に発足のエンフバイル(Enkhbayar)政権は，これらの問題を強く意識し，4年間の政府活動計画の最重要項目に「地域格差，生活水準格差の解消」をあげた(鯉淵[2005: 110])。しかし，この問題解決のためには，国全体のマクロな経済開発だけでなく，地方レベルでの開発を強化して，地域産業育成など地域社会自体が経済的に力をつけ吸引力を高めることが必須となっている。

国際機関や主要援助国である日本も問題の深刻さに着目し，地方開発を今後の対モンゴル経済協力の柱のひとつに掲げている。こうした背景を受け，モンゴル政府は，大分県の過疎対策・地域おこしによる地域活性化の

表1 モンゴルの経済概要

国土面積	156万4100平方キロメートル	輸出品目	鉱物(銅,モリブデン,蛍石)牧産品(皮革,羊毛,カシミア)など
人口	250万人	主要輸出国	中国,アメリカ,ロシア,シンガポールほか
首都	ウランバートル	経済概況	1990年代初めは,市場経済移行にともなう混乱から経済成長はマイナスだったが,1994年には鈍化,構造改革,各国からの支援で1995年にはプラスに転じ,2000年以降5%以上の成長基調を保ってきている。
地方行政単位	県(Imag 22)郡・市町 (Somu340)村(1662Bag)	為替レート	1ドル=1169トグリグ
GDP	1兆3625億トグリグ(11.9億ドル)		
1人当たりGDP	477ドル		
主要産業	鉱業,牧畜業,軽工業		
貿易額	輸出6.2億ドル 輸入7.9億ドル		

(出所)日本外務省ウェブサイト(<http://www.mofa.go.jp/mofaj/area/mongolia/data.html>)

試みとして始まった「一村一品運動」を,ひとつの政策モデルとして,モンゴルの貧困削減,地域振興に活用する運動を開始しているのである。

第2節 なぜ地方開発と一村一品運動か

モンゴルの地方開発の取り組み

1. ウランバートルへの人口集中

モンゴルは,表2のように地理的条件と行政区画から五つの地域に分かれる。人口分布をみると,首都ウランバートルに30%,西部地区が18%,バンガイ地区が23%,中部が19%,8%が東部に居住する。南部,東部は比較的人口密度が低く,中部,西部は密度が高い。国土面積0.3%の首都ウランバートルに100万人近くの人口が集中している。

2000年までのウランバートル市の過去10年間の人口増加率は,全国平均(1.4%)の約2.6倍(4.2%)である。自然増加率はさほど高くなく,ほとんどは人口流入による社会増である。この傾向は2000年以降急速に高まり,加速している。とくに,2001年,2002年のゾドの発生以来,首都への人口

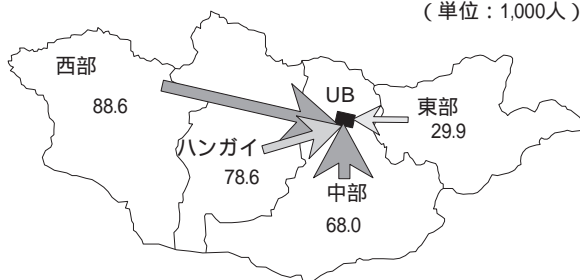
表2 モンゴルの地域別人口構成 (2004年)

地域区分 (構成するアイマグ)	国土面積 (km ²)	人口数 (1,000人)	人口密度 (人/km ²)	市部人口 (%)	農村人口 (%)
西部地区 (Bayan-Olii, Govi-Altai, Zavkhan, Uvs.Khovd)	415(26.6%)	412(16.2%)	0.99	29.4	70.6
カンガイ地区 (Alkhangi, Bayankhongor, Bulgan, Orkhon, Ovorkhangai, Khovsgol)	384(24.6%)	553(21.8%)	1.44	34.6	65.4
中部地区 (Govisumber, Darkhan- Uul, Domogovi, Dundgovi, Omnogovi, Selenge, Tov)	474(30.3%)	439(17.3%)	0.93	40.5	59.5
東部地区 (Domod, Sukhbaatar, Khentli)	286(18.3%)	202(8.0%)	0.70	39.5	60.5
ウランバートル(Ulanbaatar)	5(0.3%)	929(36.7%)	196.63	100.0	0.0
合計・平均	1,564(100%)	2,533(100%)	1.62		

(出所) *Mongolian Statistical Yearbook 2004*.

図1 ウランバートル市への人口の流れ(地域別)

(単位: 1,000人)



(出所) モンゴル日本センター [2003c : 86]

流入は急増し、市の沿外部にスラム状のゲル(モンゴルの移動式テント住居)集落群が急増、市街部にも不法住宅やホームレスの姿がたくさん目につく

ようになった。図1をみると、いかに多くの人口が、地方から首都に流れ込んでいるかがわかる⁽³⁾。

このため、地方部での農牧業従事者の減少と地方経済の劣化が起これると同時に、首都ウラン



モンゴルにおける地方の牧民家族（筆者撮影）

バートルでの生活環境の悪化、水質汚染、公共サービスの低下、犯罪件数の増加などが深刻化している。また、都市部における失業者の増加も顕著である。

2．首都圏大都市への大量人口移動と地方経済の劣化

地方から大都市への人口移動の原因を究明し、これを緩和しないかぎり、首都ウランバートルの都市問題はいよいよ深刻となる一方である。また、地方と大都市との格差も同様にますます広がる傾向に歯止めがかからない。こうした状況をふまえ、首都への人口集中問題や地方開発に対する政策セミナーが日本とモンゴルの協力で2003年から相次いで開催された。このなかで、人口問題研究所のソロンゴ（A. Solongo）博士は、地方居住者が発展の恩恵をより均等に受ける条件、政府の地方開発のための統括的な政策の必要、このため地方の特徴を考慮した経済効率の高い仕組みの整備、地方における雇用創出の重要性を指摘している⁽⁴⁾。また、地方開発セミナーでは、地方開発のコンセプトの明確化、地域ごとの特徴の把握、先導されるべき分野の選択を強調している。また、牧畜業の現状把握と遊牧・放牧から集約的農牧業（夏は放牧、冬は定住化など）への移行、地方住民による共同作業環境の整備と雇用の確保、地方の独自製品の生産システムを整える

必要が唱えられている。バヤンホンゴル県の「一村一品運動」も紹介され、この運動がモンゴルの地方開発において一定の普遍性をもつことも指摘された⁽⁵⁾。

振り返ると、1970年代の大分県でも、過疎化する農村と人口集中の都市との経済格差に悩んでおり、そうした課題に取り組むため、一村一品運動のような地域振興政策がとられたのであった。タイのOTOPプロジェクトもそうした状況を背景としている。

モンゴルにおいても、貧困削減や人口流出の防止、地方における雇用確保、社会の近代化推進のためにも、このような形の運動が振興される素地は存在していたといえよう。

しかし、前述のように、流動的で分散的な社会経済状況の卓越するモンゴルで、定住・集産的なシステムのもとで成立した社会モデルが定着するのかどうかは、非常に興味ある命題であり実験でもあるだろう。典型的なモンゴル地方社会であるバヤンホンゴル県において、この一村一品運動が経済活性化のためにどのように展開したかをみることで、このことを検討してみよう。

第3節 バヤンホンゴル県の一村一品運動

1. バヤンホンゴルの自然社会条件

国土が广大で人口希薄なモンゴルにあって、全国に先がけて一村一品運動を始めたのは、同国西南部にあるバヤンホンゴル県である。大分県がそうであったように、同県は、首都ウランバートルからも遠く、これといった産業基盤の乏しい地域であった。

バヤンホンゴル県の面積は約12万平方キロメートル、人口は約8万人である。九州の全面積が3万7000平方キロメートルであるから、九州の3.2倍の面積の土地に人口10万人にも満たない住民が各所に点在しながら住んでいることになる。県北部は比較的高い山と浅い森林、南部はゴビ砂漠に接

図2 モンゴル全土とバヤンホンゴル県の位置



し、中部は雨量の少ない疎林と草原である。

気候的には、夏の気温は25度前後と過ごしやすいが、冬はマイナス30度にもなる厳しい気候である。住民のほとんどは草原を放牧する遊牧民で都市部はバヤンホンゴル市のみ、わずかな商業、鉱業、製造業が存在するのみである。行政的には20のソム（郡・市にあたる）と99のバグ（村にあたる）から成るモンゴルの平均的な規模をもつ地方の県である。

2. 一村一品運動はどのようにして始まったか

このバヤンホンゴル県が、大分県の「一村一品」のひそみに倣って“Neg Bag Neg Shideg Buteegdehuun”（NBNSB。文字どおり「一村一品運動」）という名の地域活性化のプロジェクトを開始したのは4年前の2002年である（表3）。当時、モンゴルは例年になく冷害雪害（ゾド）に襲われ、全国で数百万頭の家畜が凍死、牧畜業は大打撃を受けた。このため国全体の経済、とくに地方経済は困窮を極めた。バヤンホンゴルでも被害は甚大で、地方の生活・経済基盤を回復し地域の安定を図ることは緊急の課題となっていた。2002年1月、地域活性化で成果を上げている大分県の評価を聞き同県をバヤンホンゴル県知事らが視察した。帰国後、これにヒントを得て県の有力者の主導で開始されたのが、このモンゴル版一村一品運動NBNSBのはじめである。その後、日本のODAはじめ大分県の支援もあり活発に動き出した⁶⁾。

不定住を原則とし人口希薄で蓄積の少ない生活パターンを長く維持して

表3 バヤンホンゴル県の一村一品運動の経過

2002年1月	モンゴル駐日大使、バヤンホンゴル県知事ら大分県視察、平松知事と面談し「一村一品運動」についての説明を受ける
2002年8月	平松大分県知事モンゴル訪問、「一村一品」セミナー開催、首相ほか政府要人との会談
2002年8月	大分県とバヤンホンゴル県の友好協定締結
2002年12月	第1回バヤンホンゴル一村一品展示会開催
2003年3月	バヤンホンゴル県議会「一村一品」運動行動計画承認
2003年7月	JICAモンゴル事務所長バヤンホンゴル県視察・JICA事業支援の具体化(2003年9月～16年9月)
2003年12月	大分県国際交流センター代表モンゴル訪問、バヤンホンゴル一村一品展示会参加、「平松賞」の授与
2004年10月	エルベルドルジュ首相就任にあたり、内閣行動計画・地方開発計画において、「一村一品運動」を全国展開することを表明
2005年5月	モンゴル首相タイ訪問、タクシン首相がタイのOTOPについて説明
2005年11月	モンゴルでの「一村一品」運動推進計画決定(「一ソム一品」OSOP計画)
2006年1月	モンゴル各県での促進「一村一品」リストの指定

(出所)「モンゴル国の一村一品運動経緯」大分県国際交流センター提供資料。

きた遊牧社会が、人口のある程度集中した定住集落を前提として展開されてきたモデルがどう適応しうるのか大いなる実験でもあったが、一村一品運動の提唱者である平松守彦前大分県知事が運動の理念として唱えた「自主自立」、「創意工夫」、「人づくり」による地域活性化は、当時の指導者の胸に響き、運動促進の契機になったものと思われる。

その後、平松知事がモンゴルを訪問、政府との間で交流協定締結、バヤンホンゴル県を一村一品運動の先行モデルとして実施することに協力することを約束して運動は本格的にスタートした。2002年12月には、各地の産品を集めた展示会第1回目の「バヤンホンゴル一村一品展」が開催され、各村・町の特産品づくりを促進する目的で優秀作品には賞が与えられた。モンゴルには「ザハ」と呼ばれる恒常的な市場があり、そこでさまざまな商品が取引されるが、各地の特産品を一堂に集めたこのような試みは地元では珍しく、今まで商品として出したことのない品物まで展示され盛況だったといわれる。以降毎年の開催を決めて今日にいたっている。2003年

表4 バヤンホンゴル県「一村一品運動」展示会の表彰品リスト（2003年12月）

	製品名	種類	生産市町村	生産団体
1	「ドルニイ・ギギ」特殊焼酎	飲料	バヤンホンゴル市	会社
2	技術印刷	印刷物	バヤンホンゴル市	会社
3	石将棋	手芸品	ボグド村	個人
4	ヤク柔毛の加工品	手芸品	エルデネットソグト村	個人
5	「シャルガルシュート」焼酎	飲料	バヤンホンゴル市	会社
6	焼きパン・菓子	食品	バヤンホンゴル市	協同組合
7	「シロ山羊」の内臓加工品	食品	バヤンホンゴル市	会社
8	羊毛加工機械	機械	バヤンチグ村	個人
9	子供用食品	食品	バヤンホンゴル市	協同組合
10	フェルト加工品	日用品	ジンスト村	個人
11	乳製品ケーキ	食品	ジャッルガラント村	個人
	その他（椎茸、革製品、フェルト製品、靴、彫刻品、馬頭琴、煉瓦、乳製品など）			

（出所）バヤンホンゴル県一村一品運動センター提供資料。

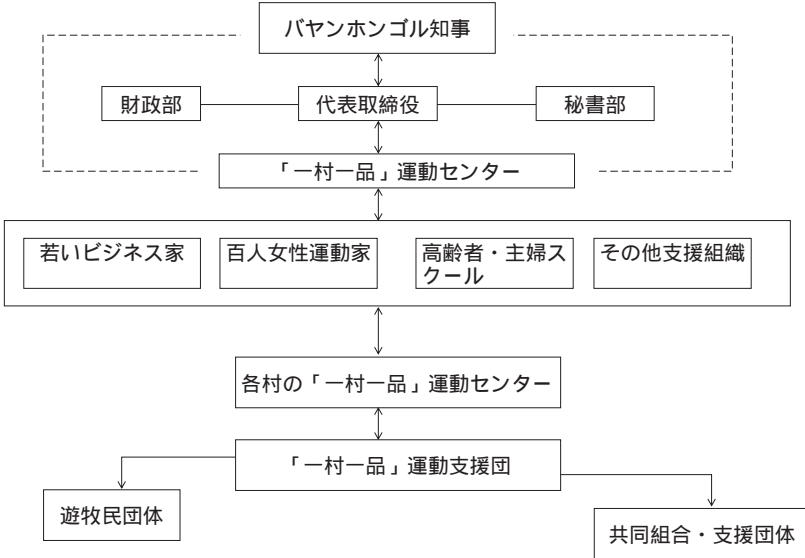
には県議会により一村一品運動促進の決議がなされ、行動計画が作成されて運動が本格化した。

また、2003年12月には、大分県の代表が来訪して展示会に参加し、全1300点のうち優秀作品30点が表彰され、特別賞として「平松賞」も与えられるなど運動の高揚が図られた（表4）。筆者も第4回となる2005年の展示会を見聞した。展示品の大半は家庭や家族で生産・消費されるもので、商品価値としては満足のいくものは多くはなかったが、いくつかの出品品は独自の工夫があり、新しい特産品として市場に出せるとされるものも散見された。一村一品運動に触発されて展示会に参加することで、新しい市場情報と商品知識や包装・加工の情報がお互いに伝わり、限界はあるが刺激と競争のなかで新しい産品が生み出されていく過程が見いだされた。

3. 一村一品運動のための新たな組織づくり

2002年に始まった運動も、県行政の主導的な組織づくりと支援がなければ運動として定着しない。バヤンホンゴル県では、県庁に新たな機構を設

図3 バヤンホンゴルにおける一村一品運動推進組織図



(出所) バヤンホンゴル県「一村一品」運動センター提供。

けて全県的な運動の中心となる組織づくりを2003年早々に始めている(図3)。

すなわち、県知事のもとに一村一品運動センターを設け、元県議会議員、若手事業家、女性グループ、支援組織が動員されている。また、各市町村(ソムやバグ)にもセンターの支部が作られ、各地方の協同組合、遊牧民団体などが協力して産品発掘と支援、市場開発などに当たる組織体となっている。センターの主な事業は、展示会運営・開催、各支部への情報伝達、広報、対外広報などである。また、大分県の事例紹介や各地方の特産品リストアップなども行い、ホームページも立ち上げる準備をしている。

県財政の資金力が乏しいため、事業運営には、2003年から始まったJICAの支援が不可欠となっていることも否めない。この支援のもとで、県内の資源・文化などの調査、一村一品運動指導員の育成(大分県への研修生派遣)、生産・加工の技術支援、大分県との経験交流、技術専門家の派遣、地熱利

用の農作物ハウス栽培指導などが行われてきている⁽⁷⁾。

しかし、九州の2.5倍の面積にわずか8万人という人口構造、遊牧で定着性をもたない社会の性格、交通や通信インフラの乏しい環境、冬場の厳しい気候条件のなかでは組織的な取り組みにも限界があり、当初の計画どおりにはいかない現実も垣間見える。それに加えて社会主義時代の官僚制の残滓や組織的硬直さ、技術や教育を身につけた人材の不足など課題も山積しており、タイのOTOPプロジェクトのようには到底進みえない点も否めない。

その一方で、過去15年の市場経済化の流れを受け、女性活動家や若手事業家などが県内で着実に育っており、地方活性化につながる事業の芽を一村一品運動のなかに見だしつつある。モンゴル中央政府がこれらバヤンホンゴル県の「実験」を契機として、2005年から全国規模で一村一品運動を展開しようとしているのも大いに理解できる。

これら運動のなかで始まったバヤンホンゴル県での「商品づくり」の事例をいくつかあげてみよう。

4. バヤンホンゴル県での一村一品運動の具体的事例⁽⁸⁾

(1) エルデネゾグド・ソムの乳製品

エルデネゾグド・ソム (Erdenetsogt somu) は、バヤンホンゴル市より南に60キロメートルにある遊牧民の村である。戸数は百数十戸にすぎないが、村の中心に協同組合と集会場があり、近隣牧民の集産所ともなっている。ここでは遊牧民が自家用に生産しているヤクのバターや乳製品を加工して特産品として販売する計画をもつ。筆者の訪問時には、近くでとれた産品や加工品を並べて展示していた。牛や羊、ヤクなどの乳製品を加工したバターやチーズ、乳製品で作った菓子、革製品、フェルト靴、薬草などもあった。乳製品以外はさほど工夫した産品がみられなかったが、乳製品の味は良く特産品として市場性はありそうである。綺麗な形に仕上げたチーズ菓子はローカルながら商品価値があると見受けられた。ただし商品として乳製品に市場性をもたせるには包装の工夫と衛生管理、保蔵と運送手段が問

題である。

エルデネゾグドのソム代表によると、2004年に大分県国際交流センターの代表団が訪れた際、ヤクのバターほか乳製品を年間2トン程度出荷していると説明した⁽⁹⁾。



展示会に出展された乳製品（筆者撮影）

(2) バヤンオボ・ソムの木工品

バヤンオボ・ソム（Boyanobo somu）はバヤンホンゴル市に隣接し、人口は約2700人、一部地域に金鉱があり、遊牧と農業、鉱業、木工などを主産業とするソムである。2001年前後のゾド（雪害）により10万頭近くいた家畜が4万頭まで激減したという。現在は6万頭強まで回復したが、まだ打撃は大きく、バヤンホンゴル市への人口流出がとまらない。

一村一品運動の展示品としては、木工加工品、ゲルの梁、手芸品としてのチェス駒、馬頭琴の模型などがあった。このソムは木工品で2003年の一村一品展に入賞した。しかし、流通に乗せるだけの数量はなく、家庭内職の程度にとどまる。この地域にある程度の工作機械の設置と木工材料の提供があれば、生産規模は拡大する可能性があり、ローカルながら商品としての価値が生まれる可能性もあるとみられる⁽¹⁰⁾。

(3) ガルート・ソムの乳製品

ガルート・ソム（Galuuu somu）は県内で一番広い面積をもつソムで人口5000人、山峡、寺院、露天の金山や塩湖などは観光資源でもある。他地域と同様、牛、ヤク、山羊などの放牧を生業とした経済である。

このソムでの一村一品の候補はやはりヤクの乳製品で、その加工品であるバターやチーズが中心である。年間2トン程度ウランバートルのザハ（市場）へ出荷している。生産は現在、五つの事業グループで行われており、

行政主導で相互に技術交換する機会を定期的に設けている。これらのグループでは、ウランバートルに乳製品の販売専門店の設置，包装技術研修，ヤク乳の消臭技術取得，ソム内での乳製品工場の設置などを要望している⁽¹¹⁾。

(4) バヤンホンゴル市のアルヒ焼酎，フェルト製品，ほか

バヤンホンゴル市は，県の首都都市で約3万人の人口を抱え，バヤンホンゴル県の経済・行政の中心である。県内には七つのバグがあり，県内の市場を束ねるザハ1カ所，産業を担う企業・組合約200団体が登録されている。中心都市でもあり，一村一品運動には最も熱心に参画している。県主催の展示会への出品数のうち約半数がバヤンホンゴル市からの出品で，2002年の第1回の展示会には218点が出品された。それ以外にも，秋に農産物産展示会，夏に乳製品展示会なども開催する。最近注目を浴びた産品としては，女性経営者が起業した「ドルニンギギ社」の特殊焼酎（県南部でとれる甘草というハーブを小麦の蒸留酒アルヒに混ぜ，飲みやすくアルコール度を調節して瓶詰めした焼酎），協同組合「ホンゴール・ゾル」が作るフェルト製品，市内の中小企業「スルテン・テンガー」工場のシロ羊の内臓加工品，子供用食品などがある。また，筆者が瞥見した展示会のなかでは，モンゴル衣装，手芸装飾品，絵画や工芸品，果実のジュースやジャム，生鮮野菜の加工品など多彩な産品がみられ，工夫次第では市場に出しうるものがありそうである。

このうちドルニンギギ社のアルヒ焼酎は，最も事業意



一村一品優秀賞を受けたアルヒ焼酎（筆者撮影）

欲が高く市場への参入に熱心である。これは大分県の麦焼酎メーカーの成功にヒントを得たとみられる。すでに事業化に成功し日本への輸出も検討している。香りや口当たりもよいことから市場拡大



協同組合によるフェルトと製品製作現場（筆者撮影）

の可能性があるとみられ、2003年には展示会で特別賞の「平松賞」も受賞した。ただし、生産技術と生産規模はまだ不十分で、容器の漏れが発見されたりして輸出にはまだまだ課題が多い。

ホンゴール・ゾルの活動も注目すべきものである。2001年の大規模なゾドの影響で失業も増え経済的に危機に陥ったのを機に、10人くらいの域内女性グループが共同で手芸品を作りはじめたことが起源である。中心になったのは50歳代の女性で、ソ連時代からの農業生産組合の経理を担当していた。この組合はフェルト加工品を製作し、椅子用マット、スリッパ、人形などを生産販売していた。デザインも比較的よく、北欧などに少量であるが輸出を開始している。組合は労働参画と営業報酬を基本に経営を行っており、業績もよく組合員数も増加している。「平松賞」も受賞した。しかし、特産品としての差別化、安定供給に難があり、事業拡大と市場開発には課題が多い。ただし、一村一品運動を契機として、こういった自主的な生産活動が開始された意味は大きい。

(5) 女性100人会の活動

県の一村一品運動の推進体のひとつとして「女性100人会」が結成されたが、これは、大分県の人づくり活動であった「豊の国づくり塾」を基盤として成立した「女にまかせろ100人会」をモデルとして始められた活動であ

る。バヤンホンゴル市の女性若手経営者、ザハ経営者、医師、教育関係者などからなる。モンゴル社会では女性の社会的活動が活発で、教育水準も相対的に高い。とくに、地方都市では女性の経済活動がきわめて活発である。小さな商店、レストランや食品店、手芸や家内工業・中小企業の経営などにかかわる者も少なくない。こうした状況を一村一品運動に活用し、女性の社会的地位を高めると同時に、地方経済の活性化につなげようという女性グループ自身の試みが「女性100人会」結成につながった。この会は市内に独自の集会場ももち、情報交換会や勉強会、商品交換会などを催すなど活動はきわめて活発である。前述のアルヒ焼酎の経営者や協同組合経営者なども加わっている。こういった活動のなかで、これまで経済活動にかかわってこなかった幾人かの若手女性が、新しく喫茶店経営や菓子製造販売、手芸品製作などを始めるケースもみられている。会長によれば、「男性は牧畜や畜産に従事する関係で中小のサービス業は女性が担うケースが多い」と、女性のポテンシャル発掘に期待を寄せている。地方社会・経済の活性化を一村一品運動の主目的とすれば、地方に根づく女性の社会的パワーをどう生かしていくかが重要である。この点で、「100人会」のような組織をどう活発にしていくか、全国的規模での一村一品運動の展開にこの経験をどう生かすか、は重要な課題である。

5. バヤンホンゴル県の一村一品運動の課題

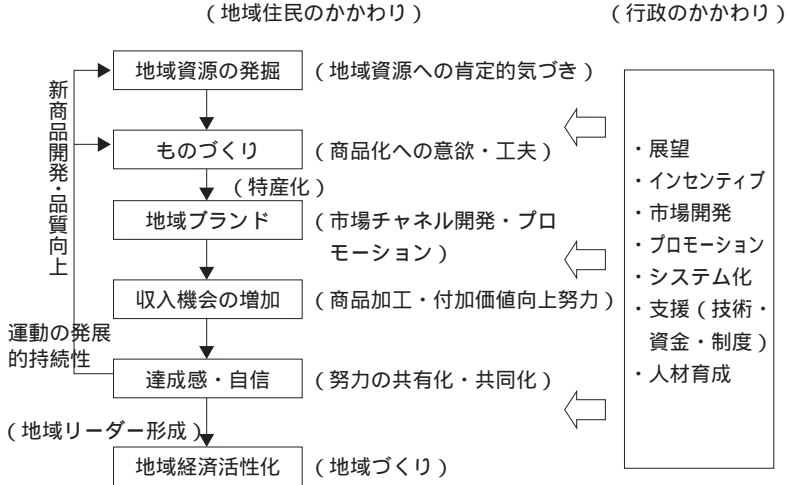
次にバヤンホンゴル県で追求された一村一品運動が、そのプロトタイプとされた大分県の事例とどのような相違と類似点があるのか考察することを通じてモンゴルの事例を確認してみよう。

(1) 大分県の事例からみる一村一品運動のパターン

まず、大分県の事例を確認してみよう。地域住民が主体となり行政がサポートする仕組みで始められた一村一品運動は図4にみるような展開を示したとみることができる⁽¹²⁾。

大分県では行政からの刺激も受けながら住民自身による潜在資源への

図4 大分県の一村一品運動の概念図



(出所) 筆者作成。

「肯定的気づき」を促すことから始められた⁽¹³⁾。「一村一品」の代表格となったカボスや椎茸は、気象条件や地理的環境から地方農家で有利な栽培種として小規模で生産されていたものである。しかし、九州の片田舎のこれら産品が東京や大阪で高く売れる商品になるとは、地元では誰も信じるものはなく商品化などはあきらめられていた。それが市場性確保に結びつく「モノづくり」の工夫や出荷システム、市場チャネルの開発で高い付加価値をもつ「地域ブランド」となって販売力をもてるようになる。大分の「一村一品」である「関サバ」や「関アジ」はその典型である。これにより「収入機会」は増え、さらにコミュニティとしての「達成感」や「自信」につながり、さらなる「努力の共有化」が新しい地域づくりの核となっていくという構図である。

しかし、運動の始まった大分県とモンゴルでは、大きく条件が異なる。コミュニティ集約度、商品開発や市場化の蓄積経験、可能な経済活動、得られる資源、そして、交通・通信など経済インフラの相違などである。単純な受容はもとより困難である。

(2) バヤンホンゴルにみるモンゴルでの一村一品運動受け入れの困難点

まず、非常に過酷な気候条件下にあるモンゴルは、地域資源の活用という点では、温暖で肥沃な東アジア農村と根本的に異なる条件にある。たとえば、バヤンホンゴル県では、秋から冬場にかけて気温は零下で野菜果実はじめあらゆる作物は栽培不可能であり、草地の減耗で家畜や酪農も大きな制約を受けるほか人間の生産活動も限界がある。また、極端な人口過疎と住民の移動・点在のため集約的に生産活動を行えるのは都市の一部に限られる。

商品化への意欲という点でも同様で、遊牧生活は季節移動を原則としており、「余分」なものをもたないのを生活の原則としている。したがって、都市型消費財への生産意欲も蓄積も弱く、技術も未熟なままで商品化への性向は弱い。それに加えて重要なのは、地域間、主要市場との絶対的な「距離」の問題である。バヤンホンゴルから首都ウランバートルまでは600キロメートル、途中の道路は悪路であり車で一昼夜かかる。主力製品が酪農加工品とすれば、途上の品質の劣化はさげられず、加えて膨大な輸送コストがかかる。また、生産農家は20キロメートル単位に点在していて、製品の集荷や輸送、保管に費用が多くかかることから、自然に放置しておいては商品化へのインセンティブが非常に弱い。

このように彼我の差が大きいなかで、一村一品運動のような活動をモンゴルが優先して導入しようとしたのは、モンゴル全体にとって地方開発の課題がいかに重要であったかという証明でもあるが、受容にあたっては他と異なった工夫や展開が必要となる。

そのひとつは、分散点在する住民を一定の経済的インセンティブのもとで結合させ力を発揮させる仕組みである。社会主義下にあった農業協同組合を再編させた生産出荷組合や生産販売センターのような組織も考えられる（事例にみるような旧農協役員による手芸品工房のような例もある）。また、モンゴルの地理的広がりを見ると、「村」（バグ）という狭い地理的単位でなく、県（アイマグ）や郡（ソム）といったやや広域的な物産開発や地域特産物を開発することも必要となると思われる。

表5 モンゴル遊牧農村における一村一品運動の困難な課題

課題	モンゴルにおける一村一品運動導入の困難さ
地域資源の発掘	(1) 乾燥寒冷気候により農産物などの栽培が極端に困難, (2) 鉱物資源はあるが投入可能な労働力が不足し, かつ加工技術が未熟のため潜在資源を生かしきれない, (3) 過酷な気候条件により人間関与により得られる資源が相対的に乏しい, (4) 地理的に人口過疎にならざるをえず, 生産・サービス活動に必要なインフラが極端に不足し, かつ整備のためには膨大なコストがかかる
商品化への意欲・工夫	(1) 多くの産品が遊牧・移動に必要な自家消費財で, 商品化への意識が乏しい(乳製品, 革製品など)(2)ハンドクラフトなどの開発可能性は高いが, デザイン・技術が未熟
市場チャネル開発	(1) 大きな消費市場から生産地までの距離が隔絶している(輸送コストが膨大にかかる)(2)遊牧社会の必需品と都市消費者との商品需要の形が異なる, (3) 都市ならびに他地方の消費市場の情報が不足せざるをえない, (4) 人口が少ないため生産にかかわる人的投入総量に限界があり, 小ロットのものしか産出できない
特産化	(1) 遊牧社会は比較的単一的な生活パターンが支配的で, 生み出されうる開発可能な製品のバラエティーが少ない
収入機会	(1) 収入即消費が遊牧社会の原則的思考であり「蓄積」の意識が少ない(余分なものは移動に不便)(2)商品売って収入を得るといった意識とインセンティブが少ない
努力の共有化	(1) 遊牧社会のため活動主体は家族・個人で, 集団による経験の交流がきわめて少ない, (2) 家族以外に富の共有化への意欲
行政支援	(1) 地縁を主体とした組織共同体の経験が薄く, 住民の組織化には困難がともなう, (2) ソ連時代の官僚的体質が住民の意欲を引き出す意識に乏しい(不評な社会主義下の協同組合経験), (3) 行政的能力, 財政的基盤の弱体
人材育成	(1) 遊牧に携わる若者は学校の集団教育になじむ機会が少ない(学校は地理的に都市部に限定される)

(出所) 筆者作成。

また、政府の強力な指導とサポートも必須である。現状では、この点ではやや弱い側面も見受けられる。さらに、国際的な支援や国際機関との連携追求もモンゴルのように経済的行政的余力が少ないところでは考慮しなければならないだろう。

(3) バヤンホンゴルにみる一村一品運動適用の課題

このような動きは端的ではあるが、いくつかみられる。たとえば、バヤンホンゴル市内で始まった女性グループによるフェルト加工の手芸品工房は、少量ではあるが輸出に結びつく製品作りに着手している。これは従来からあった農協を基盤に近隣の農家女性が始めた事業で、地域資源の発掘から自主的な「モノづくり」、「収入機会」を促した好例であり、地域ブランドまでには育っていないものの参加住民の達成感や自信につながり、グループ作りを通じた地域活性化を促すきっかけ作りとなっている。同じような動きは、域内女性起業家による「焼酎飲料」の開発、羊の内臓加工品生産、パン・菓子製造事業の展開過程などにもみられる。そして、これら活動を通じた地域リーダーの形成とグループ作りが、事業展開への情報交換、市場開発への大きな刺激となっている。

また、市部から離れた郡（ソム）でも、地域単位の農民・牧民が集団で乳製品の出荷・加工を行う動きもあり、まだまだ総量は少ないが「地域ブランド」を形成しようという試みもみられる（ちなみに、ウランバートル市場ではバヤンホンゴルの乳製品、とくにチーズなどは人気のある商品となっている）。さらに数は少ないが限られた資源を活用してソム単位で家畜の皮や木工品などの潜在商品の開発努力もされている。

行政は、これに即応して商品展示会の開催、広報、グループ作りの支援などを積極的に行っている。こういった動きは、いずれも一村一品運動の導入以来加速している。

国際協力という点では、大分県と定期的に交流し、技術支援や研修も頻繁に行われるようになってきている。モンゴル特有の自然的社会的制約から日本やタイの事例のように密度は高くないが、地方政府が一村一品運動を地域経済活性化の手法として活用している姿が見受けられる。運動の導入を

決めてからわずか3年という短期間に、各地で展示会を活発に催し(2005年には首都ウランバートルでバヤンホンゴル県の展示会を開催)、いくつかの地域産品を生みだし、若い事業家グループが現れるなど、曲がりなりにも運動を定着させて注目すべき成果を上げており、地域社会に大きな刺激を与えている点は評価できる。

第4節 全国に広がった一村一品運動による地方経済活性化政策

1. 一村一品運動の全国展開

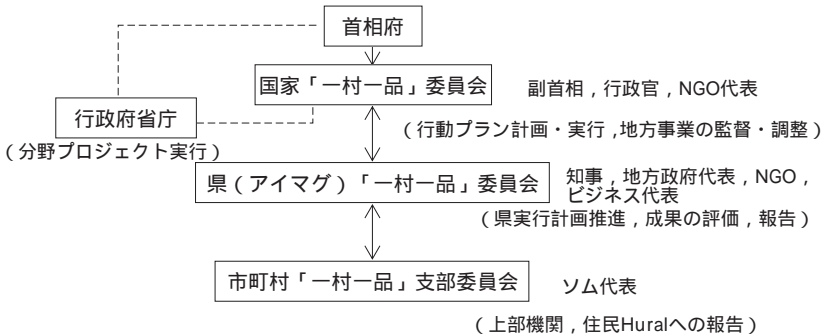
大分県との交流のなかで生まれたバヤンホンゴル県の一村一品運動は、当初からモンゴル全体の運動導入へのモデル地区と想定され推進されてきたが、2005年6月には、エルベグドルジ(Elbegdorj)首相主導のもとで、同運動を全国規模で展開させることが正式決定された。これに先立って、同首相の2004年10月首相就任の直後、政府は「内閣行動計画・地方開発計画」に「一村一品運動の導入」を含めることを発表した。12月には日本側関係者からの「日本の経験」の詳しい紹介が首相になされ、2005年5月には、同首相がタイを訪問、一村一品運動導入についてタクシン(Thaksin Shinawatra)首相との意見交換も行っている。

2005年6月の政府決定は、一村一品運動の「行動計画」(政府決定第138号)と題するもので、同運動の全国展開のための目標と組織体制、実施原則、実施計画の細目と期間、財政問題などに詳しくふれている。以下でその内容をみてみよう。

2. モンゴル版一村一品運動の目標と組織づくり

まず、同運動プロジェクト導入の目標を「各地方のローカル・コミュニティを経済的に創生し、自律的な地域づくりを促進、競争的な品質をもつ

図5 モンゴルの一村一品運動推進組織図



(出所)「モンゴル政府決定2005年第138号」資料より筆者作成。

た製品で地域が誇りをもって、国内・国外に市場をもてるように努力すること」と定めた。一村一品運動の重要性の国民への広報，住民のイニシアティブ発掘や協力促進を図る目的である。プロジェクトの推進を2段階に分け，第1段階を2005～2008年，第2段階を2009～2012年とし，前者を基盤づくりとしての広報，ガイドライン設定，展示会などによる経験交流や優秀作品の選定・顕彰，後者を本格的展開のための生産拡大，投資振興，輸出やマーケティング振興にあてるとしている。

推進組織としては，副首相を責任者とするナショナル・カウンシル(委員会)を創設，閣僚，各省庁行政官，NGOなどの代表が委員となって行動計画の具体化を図る体制を整えた(図5)。また，地方では各県に地方委員会を設立，知事が首班となって県・郡・市の年次行動計画を総括する。中央レベルの委員会は，全国の運動の調整と総括，地方委員会はソム・村レベルでの物産・サービスの具体的振興や評価，広報，発掘を行う。これらは，いずれもタイによるOTOPプロジェクトを一定のモデルとして定式化されたものとみられる。

3. 一村一品運動の行動計画の内容

行動計画の具体的実施項目は，第1段階では運動の広報・普及が中心で，

表6 第1段階(2005～2008年)におけるモンゴル政府の一村一品運動事業予算
(単位:100万トグリグ)

	2005年	2006年	2007年	2008年	合計
モンゴル・ラジオ番組放送	1.80	3.60	3.60	3.60	12.60
新聞コラム	1.35	2.70	2.70	2.70	9.45
TV広告	4.80	9.60	9.60	9.60	33.60
地域の研修・セミナー開催	8.00	8.00	8.00	8.00	32.00
県優秀産品展示会開催	-	10.00	12.00	15.00	37.00
表彰状など顕彰	3.00	-	3.00	-	6.00
優秀作品への賞金	-	10.00	10.00	10.00	30.00
国家委員会運営費	2.50	5.00	5.00	5.00	17.50
地方委員会運営費	10.50	21.00	21.00	21.00	73.50
モデル産品・サービスの奨励	30.00	90.00	150.00	75.00	345.00
その他	8.05	15.10	15.10	15.10	53.35
合計	70.00	175.00	240.00	165.00	650.00

(出所)「モンゴル政府政府決定2005年138号」添付文書。

マスメディアを使ったプログラムの紹介や解説、物産展開催による経験交流、優秀産品・サービスへの顕彰が主な活動領域である。一村一品運動にとって重要な住民自身のイニシアティブ発揮を促すため、住民による地方産品の開発や再生、販売網拡大などを支援し、税負担の軽減やローンの提供も講じられるなど一定の配慮がなされている。注目すべき点は、プロジェクトでの支援の対象とする製品やサービスについて、明確な一定の基準を設けていることである。この基準となるのは、(1)地域の原料資源であるか、(2)他と比べた独自性・優位性があるか、(3)品質証明が可能か、(4)広域で販売可能であるか、(5)雇用は増えるか、(6)地方の財政に貢献するか、(7)環境にフレンドリーであるか、である。これら基準を満足する製品やサービスがどのくらい新しく生まれるかで成果が測られ検証されることとなる。

一村一品運動に関する事業展開の可能性を開くため、政府は、第1段階2008年までの間に総額で6億5000万トグルクの予算計画を定めた。この額は決して多くはないが、実施の裏づけとなる財政措置を明らかにした意味は大きい。具体的な支出項目は、各県レベルの製品開発・振興(約50%)、国および地方の委員会運営、展示会開催、マスメディアによる広報などの費

用である。

第 5 節 モンゴル版一村一品運動の課題と地方経済活性化への含意

「政府決定」による一連の事業計画では細部まで施策内容を明らかにしているが、なお実施上多くの課題を残している。ひとつは財政面、ひとつは組織面である。

財政面では、第 1 に、広大な地域で通信や交通のインフラ、住民の経済的条件が整っていないなかで、全国規模で本格的に運動を展開するには予算額があまりに少ない点、第 2 には、政府予算のほかにビジネス団体や個人の参加を呼びかけているが、具体的な内容が明らかになっていない点である。また、計画が本格的に進むとなれば、外国援助や国際機関との連携が必要と思われるが、これらについても具体的な内容が明らかになっていない。

一村一品運動といった地域活性化の住民運動は、本質的に政府より住民が主体となるべきものであり、政府が過剰な関与や補助を行って住民の自助努力を削いでしまうことは、運動の趣旨にも沿わないし長続きしない。しかし、モンゴルのような基礎的基盤を欠いたところでは、地方開発が深刻な政策課題である点からも政府による本格的な政策関与が求められる。タイでは、社会的基盤も財政力もモンゴルとは大きく異なるが、財政を含めた政策的イニシアティブがもう少し明確である。大分県でも、表面的には県の財政支出はそれほど多くないが、県研究機関による研究開発、農業協同組合の積極的関与、人材育成に関する支援など組織的・財政的支援が多くあった点も考える必要がある。

組織面では、形のうえで組織体制は整っているものの実際の活動面では具体性のある指針は弱く、官僚的で形だけの事業計画処理に追われてしまう危険があるように見受けられる。政府組織だけでなく、並行的に住民自らの組織づくりや住民団体との連携が明示的に打ち出されることも必要で

ある。旧時代からあった農業協同組合の再組織化や人材の活用なども考えられる。

しかしながら、首都ウランバートルへの過剰集中と地方経済の落ち込みといった深刻な事態を受けて、地方経済活性化によって問題解決を図ろうと、一村一品運動という形をとりながらモンゴル政府自身が実践プログラムを作成し、全国規模で展開させている意義は大きい。この経験は他の開発途上国にも貴重な示唆を与えるものと考えられる。

国際機関もモンゴルの動きに注目しており、国連開発計画（UNDP）はモンゴルにおける貧困救済と地域振興のため、一村一品運動をひとつの柱とする協力プログラムを構築しようとしている。これはローカルの起業家育成と結びつけて地方に雇用と収入機会をもたらそうというもので、すでに2005年から開始されている⁽¹⁴⁾。また、JICAの対モンゴル経済支援の柱として、(1)市場経済促進のための制度・人材育成、(2)環境保全、(3)経済インフラ整備、(4)地方開発支援が重視されており、そのなかで、開発拠点を中心とした特定モデル地域への支援、農牧畜再生のための支援をあげており、一村一品運動につらなる経済支援は強化されるのではないかと考えられる。

いずれにしても広大な国土と少ない人口、遊牧を基調とし、日本や東アジア地域とはかなり自然社会条件が異なるモンゴルのこの試みは多くの課題を背負っていることは確かであるが、一村一品運動が、彼我の違いを超えて一定の社会的インパクトと開発への刺激をもたらしていることは確かである。

〔注〕

- (1) 本章は、モンゴルでの現地調査（2005年8月）にもとづいて執筆したものである。現地調査にあたっては、NPO法人大分一村一品国際交流推進協会の安東専務理事、大分県日本モンゴル親善協会の岡相談役、モンゴル外務省アジア局長フレルバーテル氏から貴重なご意見と資料をいただくとともに、現地バヤンボンゴル県では県知事ならびに県関係者から多大な便宜を図っていただいた。現地調査でのインタビュー、資料収集はモンゴル出身の立命館アジア太平洋大学院生であるアン八君の協力なくしては実現しなかった。以上の方々に改めて感謝したい。
- (2) 月収2万4000トグルク以下は貧困層、9200トグルク以下は極貧困層として、世界

銀行と統計局の共同調査結果では、貧困層は国民の36%、うち極貧困層は20%である。また地方住民の現金収入は都市部に比べて50%あまり低く、100頭以下しか家畜をもたない零細牧畜民は全体の69%にのぼる。鯉淵 [2005: 110] 参照。

- (3) モンゴル日本センター [2003c] にこのウランバートルへの人口流入とその問題点は詳しい。
- (4) A・ソロンゴ「モンゴル国の国内人口移動の現状」およびBatmunkh「人口流入の動きとウランバートル市における負担、支障、解決すべき課題」(モンゴル日本センター [2003c: 79-91])。
- (5) B・チョイジルスレン「バヤンホンゴル・アイマグ 一村一品運動の取り組み」(モンゴル日本センター [2005: 72-74])。
- (6) 「モンゴル国の一村一品運動経緯」(大分県国際交流センター提供資料)および安東専務理事ほかの「バヤンホンゴル県訪問メモ(2004年8月)」などに詳しい経過が述べられている。
- (7) 大分モンゴル親善協会の岡相談役の「バヤンホンゴル県視察報告メモ」(2004年9月20日)に詳しい。
- (8) 以下の事例報告の多くは、モンゴルでの現地調査による。
- (9) 前掲「バヤンホンゴル県訪問メモ(2004年8月)」。
- (10) 同上。
- (11) 同上。
- (12) 日本政策投資銀行 [2005: 19-21] などを参考にして、「一村一品運動」の展開を筆者が再構築し、プレーヤーとしての地域住民とプロデューサーとしての行政の関与という視点で図式化してみたものである。同書は、九州における地域活性化の問題点をよく整理しており、開発途上国の地域づくりという点で示唆に富む。
- (13) 大分県一村一品21推進協議会 [2001] には、どのようにして各地で産品づくりの機運が生まれたかの数多くの事例が紹介されている。
- (14) Nishigori “One Soum One Product in Mongolia; common goals, challenges and future success” APO Seminar Dec. 2005.

〔参考文献〕

<日本語文献>

- エリデネットール、セリーテル [2004] 「モンゴルの人口と経済発展」(『麗澤経済研究』2004年3月号, 89~106ページ)。
- 大分県一村一品21推進協議会 [2001] 『一村一品運動20年の記録』。
- 小沢重男・鯉淵信一 [1992] 『モンゴルという国』読売新聞社。
- 海外職業訓練協会編 [2003] 『モンゴル』(『海外・人づくりハンドブック』)。
- 金岡秀郎 [2000] 『モンゴルを知るための60章』明石書店。
- 鯉淵信一 [各年] 「モンゴルの動き」(『アジア動向年報』アジア経済研究所)。

- 駿河輝和 [2002] 「日本のモンゴル国への開発援助について」(『大阪市立大学経済学研究』 2002年9月, 1~15ページ)。
- 成田喜一 [2003] 「モンゴルの遊牧民とゾド災害」(『世界の農林水産:資料と情報』 2003年4月号, 37~40ページ)。
- 日本政策投資銀行 [2005] 『実践から読み解く地域再生戦略 九州の11事例にみる地域経営のポイント』 日本政策投資銀行。
- 日本貿易振興会海外調査部 [2000] 『続・新生モンゴル 市場経済移行期の光と影』 日本貿易振興会。
- 人間博物館リトルワールド編 [2001] 「特集・モンゴル国家体制変革下の都市・地方・遊牧社会における社会・経済変動」(『リトルワールド研究報告』 2001年3月号)。
- 花田磨公 [2005] 「日本の対モンゴル援助と産業再生(北東アジア地域協力におけるモンゴルの役割 NIRAモンゴル・コロキアムにおける議論 フォーラム)」(『NIRA政策研究』 2005年2月号, 76~79ページ)。
- 湊邦生 [2003] 「モンゴル遊牧経済の『市場化』 民営化と経済主体の変化」(『モンゴル研究』 2003年12月号, 33~46ページ)。
- モンゴル日本センター [2003a] 「市場経済下の中の牧畜業における諸問題」(ミニフォーラム 講演および質疑応答) ウランバートル, 2003年1月。
- [2003b] 「市場経済化の中のモンゴル 畜産物流通のための組織化」(第2回フォーラム講演と質疑応答) ウランバートル, 2003年6月。
- [2003c] 「ウランバートル市への人口流入・集中の問題」(第3回フォーラム講演と質疑応答) ウランバートル, 2003年12月。
- [2005] 「モンゴルの地方開発 地方経済の活性化の観点から」(第4回フォーラム講演と質疑応答) ウランバートル, 2005年3月。
- 山本裕子 [2002] 「バヤンホンゴル県 パットツェンゲル家滞在記 2002年(日記)」(『モンゴル研究』 2002年12月号, 138~144ページ)。
- 横井弘海 [2000] 「遊牧民にも及ぶモンゴルの社会変化」(『世界週報』 2000年9月26日号, 18~21ページ)。
- 吉野悦雄 [2005] 「モンゴルにおける日本のODAの現状と課題」(『経済学研究』 <北海道大学> 2005年6月号, 73~93ページ)。

< 英語文献 >

- National Statistical Office of Mongolia [2005] *Mongolian Statistical Yearbook 2004*, Ulaanbaatar.
- Poverty Alleviation Programme Office [1996] *Report of Activities and Priority External Assistance Requirements*, National Poverty Alleviation Programme.