

モンゴルにおける食肉流通・市場構造の変化と現状

ウランバートル市フチト・ションホール食料市場を事例として

誌名	北海道大学農経論叢
ISSN	03855961
著者名	清水池,義治 飯澤,理一郎 Baljinnyam,M.
発行元	北海道大学農学部農業経済学教室
巻/号	62集
巻号補足	
掲載ページ	p. 89-97
発行年月	2006年3月

農林水産省 農林水産技術会議事務局筑波産学連携支援センター

Tsukuba Business-Academia Cooperation Support Center, Agriculture, Forestry and Fisheries Research Council
Secretariat



モンゴルにおける食肉流通・市場構造の変化と現状

——ウランバートル市フチト・ションホール食料市場を事例として——

バルジンニヤム マイツェツェグ・清水池 義 治・飯 澤 理一郎

Changes and the Actual State of Mongolian Meat Market and Distribution System —A Case Study of Ulaanbaatar City's “Khuchit Shonhor” Food Market—

Maytsetseg BALJINNYAM, Yoshiharu SHIMIZUIKE, Riichiro IIZAWA

Summary

With changes in the consumption pattern of meat, increases in urban population and underdeveloped distribution system after the collapse of the planned economy, there are meat supply and distribution problems in Mongolia, particularly in the capital city Ulaanbaatar. This paper examines the stages of meat distribution focusing on Khuchit Shonhor food market. Two types of informal wholesalers are identified; wholesalers who buy meat from nomads and transport it to the market in Ulaanbaatar and wholesalers in the market who buy this meat and sell it to retailers operating within the market. It is assumed that the latter has a stronger influence in price setting.

1. はじめに

遊牧が主要産業であるモンゴルでは食生活が季節によって異なり、冬・春・秋といった寒冷な季節には食肉を中心とした、夏には乳製品を中心とした食生活が伝統的であった。しかし、1921年から91年までの社会主義時代には国民の定住化が急速に進んだ結果、食生活が変わり、都市生活者は周年にわたって食肉を消費するようになった。社会主義時代、食肉供給は政府の食料調達制により調整されていたが、市場経済への移行による価格自由化以降、政府の市場介入は大幅に縮小してきた。また90年代以降人口はさらに都市へ集中し、2004年現在では人口253万人のうちおよそ60%が都市生活者である（註1）。近年モンゴルでは、食肉供給不足や価格暴騰等の問題が発生しており、その主な要因として、都市人口の増大や食肉消費の季節的延長による食肉需要増大、また国営食料調達システムの消失などがあげられる。

そこで本論文では、モンゴルの首都ウランバー

トル市の食肉市場・流通の現状を分析し、そこで起こっている諸問題とその要因を明らかにすることを課題とする。具体的にはウランバートル市における13の食料市場のうち、唯一「卸売市場」として機能しているフチト・ションホール食料市場を事例とする（註2）。

以下、第1に1980年代以降のモンゴルの食肉需要・供給の動向について、第2にウランバートル市に至る食肉流通の歴史的変遷と現状について概観する。第3にいわゆる「食肉卸売市場」であるフチト・ションホール食料市場の現状、市場内各業者の性格・経営特徴について明らかにする。そして最後に、以上の分析を総括してモンゴル食肉市場・流通における諸問題について考察する。

2. モンゴルの食肉需要・供給の動向

他の旧社会主義各国と同様に、モンゴルの食料生産・消費構造は市場経済への移行に伴って著しく変化した。食肉の場合、生産者が「農牧業協同

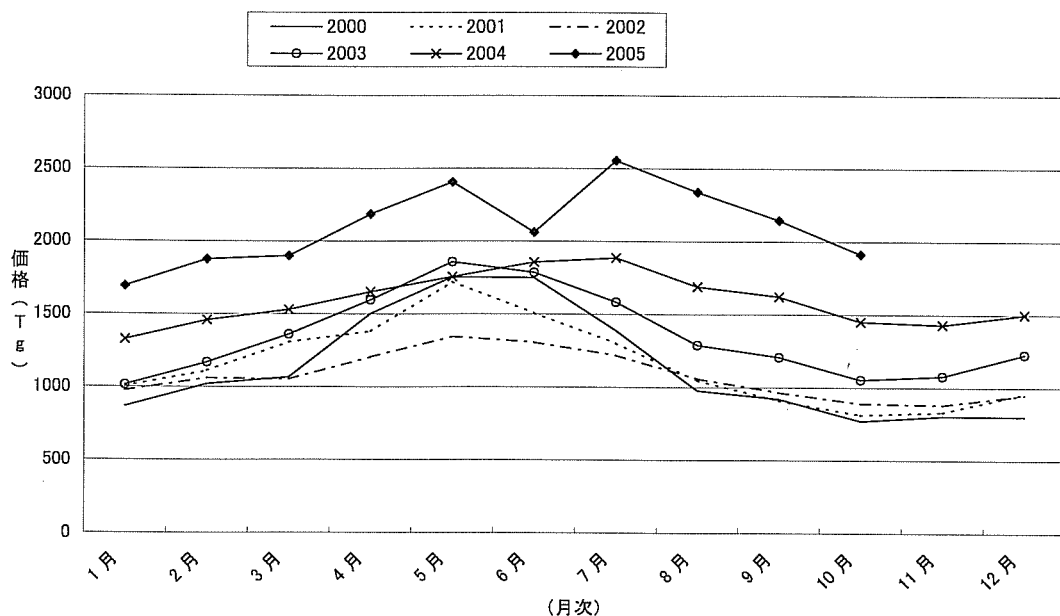


図1 ウランバートル市における月別羊肉価格の推移（2000～2005年）

資料：National Statistical Office, 「月別食料品価格表」から作成。

組合」（註3）から自営遊牧民に変わり、食肉生産は、国家計画にもとづいた計画的生産から、自営遊牧民の生活を維持するための個別的な生産に変わった。食肉消費は、国家価格委員会によって価格が一定に固定された「配給」に基づく消費から、遊牧民から仲買人・小売業者等の自営業者を媒介して市場で価格が形成される「自由」な消費に変わった。こうした中で、食肉需要と供給がいかに変化してきているのかを以下、具体的にみていくことにする。

1) 食肉需要の後退

モンゴル厚生省の「1人当たり農産物・植物食料品消費量標準」では、季節ごとの温度差や一日での昼夜温度差が大きいモンゴルの気候に応じて1人当たり食肉消費量は1日で230g、年間84kgが最適と決定されている（註4）。2004年現在、全国平均1人当たり年間食肉消費量は94.8kgと「標準」をはるかに上回っている。しかし、この数値を都市と地方に分けて見ると、都市生活者の平均年間食肉消費量が2002年に86.4kg、2003年に80.4kgと年々減少し2004年には74.4kgと「標準」より10kgも少なくなっている。食肉は依然

として主食でありその安定的な消費が求められるが、2000年以降の食肉生産量の低下や食肉価格の上昇の下で、一般消費者の食肉購入が経済的に困難になっているのである。

図1では最近の羊肉価格の動向を示したが、2000年10月の羊肉小売価格771TGに比べて2005年10月の価格が1,915TGと2.5倍に上昇したことが分かる。月別羊肉価格の動向について、2000年から2003年にかけて当年の年間平均価格より「高値」の期間が3月なかばあるいは4月から7月終りまで4ヶ月の期間であったが、2004年では4月から9月まで続き「高値」の期間が長くなっている。又、一年のうちの最高値と最安値を比較すると、2000年最高値5月の1,754TGと最安値の10月771TGとの格差983TGに比べて2004年のその格差は（7月の1,887TGと11月の1,430TG）457TGになり、最高値と最安値の差が少なくなっている様子が見られる。こうした平準化傾向には、先に指摘した消費の通年化が大きく影響していると思われる。

2) 食肉供給の不安定化

モンゴルの農牧業は2004年現在 GDP 総額中

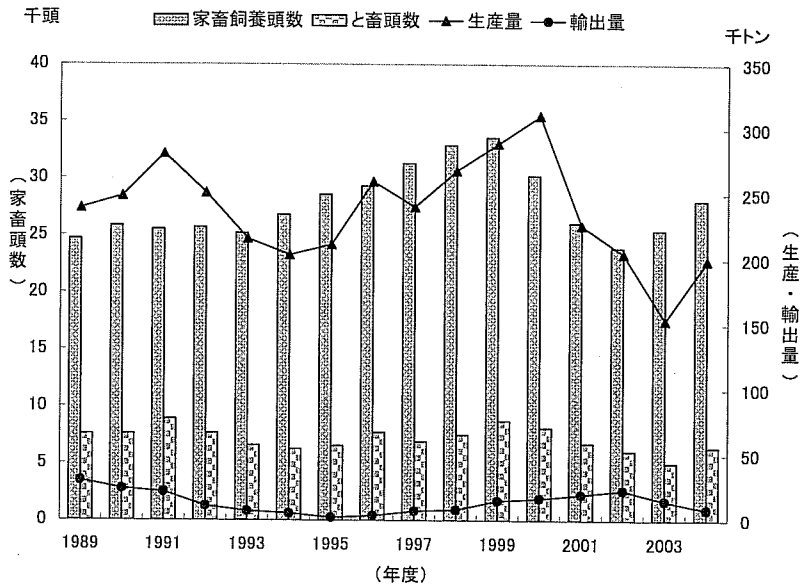


図2 食肉生産量・輸出量

資料：National Statistical Office of Mongolia, Mongolian Statistical Yearbook 1989-2004から作成。

21.3%を占め、その8割を牧畜業が産出している（註5）。社会主義時代を通じて、家畜頭数は2,300万頭前後で伸び悩んでいた。しかし91年に家畜私有化（註6）が施行されると徐々に増加し始め、特に90年代後半には全家畜頭数が増加し、99年には3,357万頭になった。その後2000年の大雪害（ゾド）で家畜頭数大幅に減少し、2004年現在2,803万頭と99年の家畜頭数より554万頭減少し、99年の83.5%水準にすぎない（図2参照）。最近の食肉供給力は大幅に低下しているのである。そればかりではなく、この間ヤギ飼育頭数がむしろ増大し1999年の1,103万頭から2004年には1,223万頭となりカシミア生産のためのヤギの飼養が家畜私有化以降急速に増大してきたことを指摘しなければならない。国家計画に基づく生産から個別遊牧民の生活維持のための生産への移行の一つの否定的側面と言える。

3. ウランバートル市の食肉流通の歴史の変遷と現状

1) 「民営化」と分業の進展——90年代の食肉流通——

社会主義時代、流通を担っていたのは主として国営商業機関であった。しかし91年の「民営化」開始以降、これら国営商業機関は解体され食肉を

はじめとする流通全般は一時期かなりの混乱に陥った。国が流通機関（卸・小売など）を設定したが、実際には全く機能せず、その混乱の中から自然発生的に地方と都市を結ぶ零細な「担ぎ屋」的商人たちが流通の担い手になった。以降「市場経済化」の進展につれて、遊牧民から食肉を買い上げて都市の食料市場まで輸送してくる仲買人、市場で食肉を売買する商人、一般消費者へ食肉を販売する小売業者など役割分担がすすみ、社会的分業化が進行してきた。

2) 食肉流通の現状

ウランバートル市に至る食肉流通の現状を示したのが図3である。首都ウランバートル市の人口は2004年に93万人で、モンゴル全人口のうち36.7%が集中している。市の食肉需要量は年間6.5万トン、生産量は2,500トン程度に過ぎず、大半は地方から供給されている。現在、食肉流通には主として2つの流通形態がある。いわゆる「食肉卸売市場」経由の流通と、食肉加工工場経由の流通である。

前者から説明すると、仲買人は遊牧民から家畜を生体で買い上げウランバートル市近郊のと畜場で料金を払ってと畜した後に、と体を食料市場へ

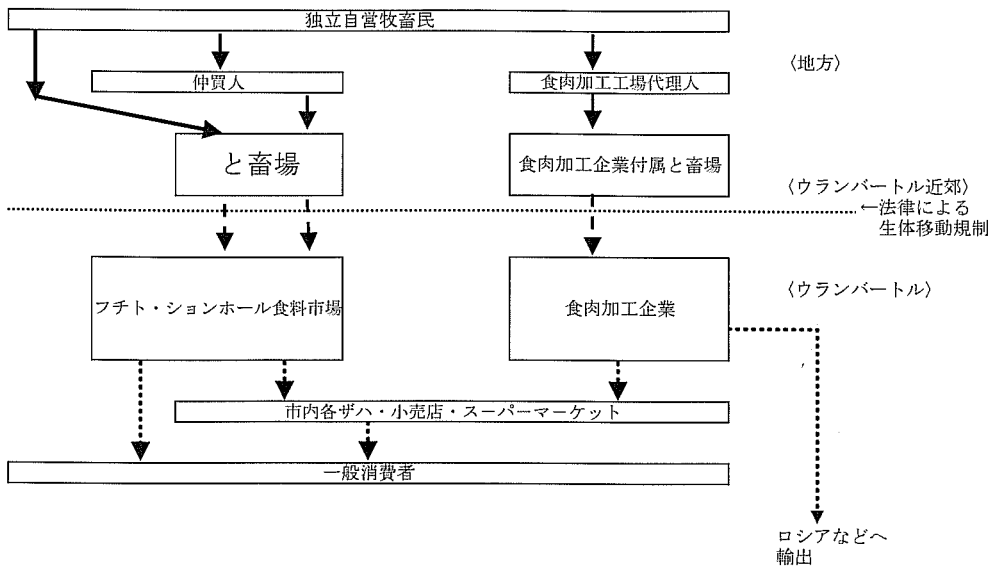


図3 現在の食肉流通（ウランバートル中心）

資料：聞き取り調査より作成。

註：生体の移動 ← と体または部分肉の移動 ←

と持ち込む（註7）。90年代にはと畜場はウランバートル市内の食料市場に併設されていたが、2003年に市条例で市内への生体家畜の持ち込みが禁止されると、市内のと畜場は撤去された。このことによって、仲買人の負担する費用が以前と比べて高くなった。以前は、家畜を生体のままで消費地市場までつれてきていたから輸送コストはかからなかったが、現在は最低でもと畜場から食料市場までトラック輸送しなければならなくなり、ガソリン代や車レンタル代がかかるようになったからである。現在では、ウランバートル市近郊の西部ではナライハ町、東部ではエメルト町にと畜場が集中して立地している。これらのと畜場で解体された食肉のほとんどがフチト・ションホール食料市場へと出荷されている。

フチト・ションホール食料市場は、以前は市内に複数存在するザハのひとつにすぎなかったが、と畜場移転の頃からこのザハに食肉仲買人が集まるようになり現在では「卸売市場」的な機能（註8）を果たしていると考えられる。フチト・ションホール食料市場から市内の小売業者や他の食料市場の商人たちが食肉を仕入れている。市の食料品小売段階を概観すると、2004年に13の食料市場、74の食品センター、1,507の小売店（うち24時間

営業の小売店は196店）から構成されている。

次にもうひとつの流通形態である食肉加工工場経由の流通であるが、2004年現在旧国営工場を含む28社の食肉加工会社があり、そのうち25社が「モンゴル食肉協会」へ加盟している。加工会社から委託を受けた「代理人」が遊牧民から家畜を収集して、加工会社の所有すると畜場で家畜を会社へ引き渡す。加工会社は食肉加工食品を市内のザハや小売店へ出荷したり、ロシアなど外国へ食肉輸出をおこなっている。

それぞれの流通経路を通過する食肉量の割合は、市内全需要量のうちフチト・ションホール食料市場経由が50%程度、加工会社経由が残り50%である（註9）。

4. 食肉卸売市場経由の流通

1) フチト・ションホール市場の現状

フチト・ションホール食料市場は、1981年に開業された公営食料市場が前身で、92年に民営化され、現在はフチト・ションホール株式会社により運営されている。敷地が630平方メートルで、取引場所の提供、ザハ内の取引の監視、食肉衛生管理の保証を主な業務としている。フチト・ションホール株式会社は民間投資会社であるため、市場

表1 フチト・ションホール食料市場の構成主体

	役 割	登録の有無	人 数	備 考
フチトションホール株式会社 (Khuchit Shonhor Co.Ltd)	取引場所の提供, 取引過程 全体の監視, 衛生管理		職員40	1992年設立
仲買人 (+遊牧民) うち市場内仲 買人20-30名	食肉の搬入および販売	警察へ登録	250 - 300 (1日には90名 程度)	毎回入場料として1,000~ 2,000Tg, 獣医検査料とし て12Tg/kg 支払う
市場内食肉販売者	市場内での食肉の購入, お よび加工・販売	市場会社へ登録	360人	スタンド使用料として月間 63,100Tg 支払う
カート運搬人	市場内での食肉運搬	市場会社へ登録	20-30	食肉販売者より運搬料を受 け取る (1回1,000Tg)
小売業者・外食業者	食肉の購入	なし		入場料毎回200Tg と駐車料 負担
一般消費者	食肉の購入			
警察	法律にもとづく取締り		5 - 6	市場内に派出所設置

資料：聞き取り調査より作成。

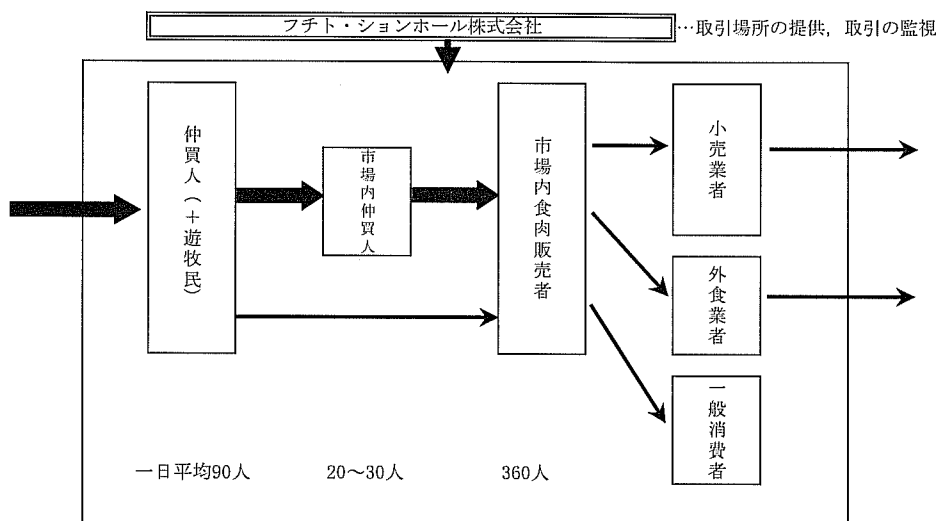


図4 フチト・ションホール食料市場の構成実体と食肉の流れ

資料：聞き取り調査をもとに作成。

経営によるテナント料の利益を目的とする。従って、食肉の取引価格が適正であるかどうかは直接に市場会社の問題意識にのぼらないため卸売市場の公共性は期待できないのが現状である。2003年まで市場内にと畜場が併設されていたため当市場が食肉専門市場になることにつながったと思われる。

食肉取引参加者は、表1に示したように、仲買人250~300人（1日平均90人）、市場内食肉販売者360人、そして市場外から買いに来る小売業者

・外食業者・一般消費者から構成される。仲買人の中でも30人程度の商人が市場内だけで取引を行っているため、彼らを本論文では「市場内仲買人」と名づける。市場に枝肉を持ち込んでいる仲買人はおおむね市場内仲買人に食肉を販売して（一部直接市場内食肉販売者に売られる場合もある）、市場内仲買人は市場内にスタンド（表1参照）を持っている市場内食肉販売者に食肉を販売する。市場内食肉販売者は購入した枝肉を自分のスタンドで部分肉に加工して、市場に来場する小

売業者や外食業者に食肉を販売するのである。参考までに本市場での食肉取引の流れについては図4に示めた。

2) 仲買人の性格と特徴

食肉の仲買人が「市場経済化」に伴う混乱の中から、90年代に従来の国営商業機関に代わって新たな流通の担い手として登場してきた。聞き取り調査によると近年仲買人として参入する者も依然として多いと思われる(図5参照)。この食肉市場では約300人の仲買人が登録され、これら仲買人は取引形態により2つにタイプ分けできる(今回の調査回答者24人は、図6に示すように、調査当日に初めて市場へ来たと答えた遊牧民2人、毎日市場へ来ると答えた市場内仲買人11人、月に2～15日市場へ来ると答えた仲買人9人、無回答2人からである)。

一つは地方からの仲買人であり、このタイプの仲買人は遊牧民から家畜を買って、ウランバートル市の周辺のと畜場まで輸送しと畜場で解体料を

払い、枝肉を当食肉市場へ輸送し市場内仲買人に販売する。フチト・ションホール市場では、地方からの仲買人がおよそ220～280人ほどいて、月に平均2～7回食肉出荷する。地方から家畜を移送してくるため後で述べるように市場内仲買人と比較すると輸送コストが高く、解体料や衛生許可料などの出費が多い。仲買人はモンゴルの東部、中央部から来ることが多く、出荷量は一回あたり羊10～30頭ぐらいて零細である。市場取引における特徴としては、一度に出荷したすべての食肉を売って早く地方へ戻りたいという意思が強く働いているので、一度に大量の食肉を買い上げてくれる市場内仲買人との取引を好む傾向にある。

二つは、食肉市場で地方からの仲買人の仕入れた食肉を買って、その場で販売する「市場内仲買人」である。その人数は約20～30人で非常に少数であるが、その1人あたり取引量は一般の仲買人と比べて多い。表2では仲買人と市場内仲買人6人ずつの一日の羊肉だけの販売量を枝肉数で表したが、市場内仲買人は仲買人より取扱量が多いことがわかる。仲買人6人の一日販売量が枝肉133本であり、羊枝肉1本あたりの平均重量を20kgとして試算すると、およそ2.6トンである。市場内仲買人6人の販売量は、合計すると羊枝肉410本で8.2トンである。このような試算から、1人の市場内仲買人は仲買人3人分の食肉を販売していると予想できる。表2をみると、仲買人N11の枝肉販売量が30本であるのに対して市場内仲買人S3の枝肉販売量が15本であるが、これは仲買人N11が市場内仲買人S3より2倍の経営規模で

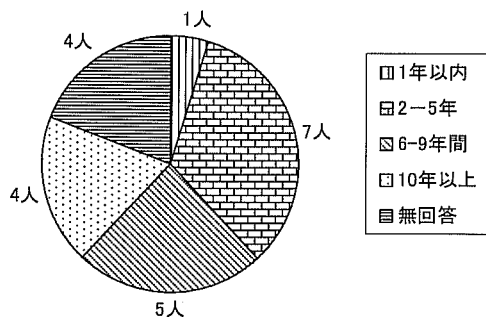


図5 仲買人としての期間

資料：聞き取り調査より作成

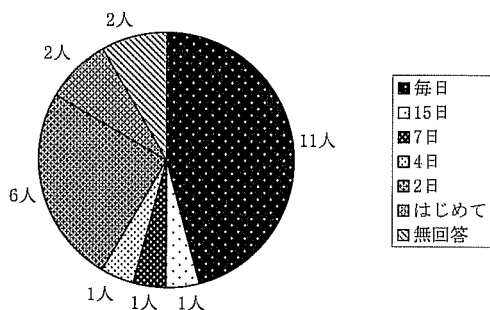


図6 仲買人の販売頻度（月間）

資料：聞き取り調査をもとに作成。

表2 仲買人の一日販売量（羊枝肉）

単位：枝肉数（本）

仲買人		市場内仲買人	
N 1	25	S 1	80
N 2	17	S 2	20
N 4	30	S 3	15
N 5	11	S 9	65
N10	20	S10	200
N11	30	S11	30
合計	133	合計	410

資料：聞き取り調査より作成。

註：聞き取り調査を行った日の販売量であり、仲買人の場合市場内仲買人と違って市場へ来る頻度が少ない。

表3 市場流通各段階における食肉販売価格

単位：Tg/kg

	仲買人	市場内商人	食肉販売者
羊肉	1,300-2,200	1,550-2,200	2,200-2,500
牛肉	1,600-2,000	1,400-2,200	2,000-2,400
馬肉	500-1,000	700-1,000	1,100-1,300
ヤギ肉	1,100-1,600	1,400-1,700	1,800-2,000
らくだ肉	1,100-1,200	1,200-1,450	1,750-2,000

資料：聞き取り調査より作成。

あることを意味していない。N11は月に2回しか市場へ出荷していないが、S3は毎日販売している。月間枝肉販売量で見ると、N11は60本でありS3は450本である。聞き取り調査によると、市場内仲買人は仲買人から買い取った価格に1kgあたり20-150TG（註10）程度プラスして販売しているとのことである。この20-150TGという数値が、市場内仲買人が羊肉1kgを販売して得る収入である。最低値である20TGだとしても、一日に販売する羊肉15枝肉は平均300kgなので一日の収入は6,000TGとなり、月に直すと18万TGもの収入（註11）となる。市場での各段階の食肉販売価格を表3に示したが、仲買人から市場内仲買人の間に価格差があり、上述したように食肉価格が段階的に形成され、仲買人から市場内仲買人、市場内仲買人から市場内販売者へと食肉取引には三つの段階があると言える（図4参照）。表3では、最も価格差があるのは市場内仲買人と食肉販売者の間である。しかし、後述するように一日あたり取扱量は食肉販売者の最高羊10頭に比べ、市場内仲買人は表2に示したように最低でも羊15頭で格差が認められ、価格をリードしているのは市場内仲買人であると想定できる。

今回の聞き取り調査では実際にかかっている費用が不明瞭で明確に指摘することはできないが、少なくとも市場内仲買人は食肉仕入額を除く費用（輸送コスト）は仲買人より明らかに少ない。零細な仲買人が多数存在している一方で、豊富な資金を有する市場内仲買人が存在していることから、これら市場内仲買人が収益性の面で仲買人より優位にあると想像される。

3）市場内食肉販売者の性格と特徴

食肉市場では仲買人以外に360人の仲卸販売者＝市場内食肉販売者が登録されている（以下食肉販売者と言う）。食肉販売者は全員個人経営であり、食肉販売業に入る前の職歴についてはさまざままで様ではない。食肉販売者の経歴としては10年以上の者もいれば、今年始めたばかりの者もいる。彼らは市場からスタンドを借りて、月に6.3万TGのテナント料を払う。食肉の仕入れ先のほとんどが当食肉市場の市場内仲買人・仲買人からであり、地方からの直接仕入れは非常に少ない。契約あるいは特定の仲買人から仕入れることはほとんどなく、食肉を購入する相手はいつも異なっているようである。一日の販売量は大家畜なら1頭、小家畜であれば5-10頭程度である。食肉販売者の販売価格は、同時間であればほとんど皆同じ価格である。

毎朝6-8時の間に市場内仲買人から食肉を買って、一日中スタンドで販売している。販売の特徴としては、午前中は市内の他食料市場・小売店・外食店の販売者向けが主であり、午前のうちにこの日に買った食肉の大部分を小売・外食業者に販売しようと行動している。小売業者・外食業者の購入量は1回につき少なくとも10kg以上である。食肉販売者としての経歴が長い者の中には、小売店・他の食料市場・外食店・ホテルなどの予約を前日に受けて、朝の購入量がある程度調整して計画的に販売を行うようすが見られる。少ないケースだが、その日に買った食肉全部を小売業者に販売したのち、さらに市場内仲買人から買って販売する場合もある。一方午後は小口の一般消費者向けが多く、午後7時までに食肉を販売し終わるために徐々に価格を下げて販売する。食肉販売者は一日で売り切れなかった食肉を食肉市場周辺の食堂・小売店に安く売ること処分している。

販売食肉種類については、聞き取り調査によると半分が牛肉で、残り30%は羊肉（少量はヤギ肉）で、ラクダ肉は11%、馬肉は9%である。食肉販売者はある程度特定の食肉種の販売に特化しており、牛肉・羊肉・ヤギ肉など多種類の食肉を同時に販売するケースは少ない。調査に答えた食肉販売者が指摘した当市場の問題点としては、スタンドが狭いことや冷凍庫がないこと、特に一日

で売れきれなかった場合の調整の難しさ、フチト・ションホール市場の管理が衛生面で不十分であることをあげていた。

4) フチト・ションホール食料市場における取引の特質

もともと、売り手である地方からの仲買人が売りたい量（最低でも枝肉10本）と、買い手である市場内食肉販売者が買いたい量（最高でも枝肉10本）が一致せず取引成立に困難をきたしていたため、両者を介する中間商人の存在が求められこの中間商人から現在の市場内仲買人が派生してきたと考えられる。現在この市場では、一般の仲買人は、豊富な資金を有し一度に大量の食肉を買い上げてくれる市場内仲買人に依存し、食肉販売者は少量の食肉でも販売してくれる市場内仲買人に依存しているという取引主体間関係が形成されている。多数の地方からの仲買人と多数の食肉販売者を結ぶ線の間接点に位置している市場内仲買人のところで流通の幅がせばまっており（一日平均仲買人90人—市場内仲買人30人—食肉販売者360人）（図4参照）、市場内仲買人が市場の食肉価格形成の上で相対的に優位な地位を占めていると考えられるのである。

5. 考察

以上、モンゴルの食肉流通・市場構造の変化と現状について述べてきた。すでにみたように社会主義下の国家により統制された食肉流通は、91年の「民営化法」にもとづく市場メカニズムの全面導入によってドラスティックな変化をとげた。これまで流通を担ってきた国営商業機関が突如“消滅”し「担ぎ屋」的商人の勃興から再スタートした食料流通は、遊牧民から食肉を調達して市場まで運搬する仲買人、市場内で取引をおこなう商人、そして一般消費者に食肉を販売する小売業者へと徐々にではあるが社会的分業が進行してきた。そして近年では、多数の仲買人と小売業者が集中する、いわば“卸売市場”的機能を果たす消費地市場（事例のフチト・ションホール食料市場）が出現するに至ったのである。

それでは最後に、卸売市場を経由する流通を中心にいくつかの問題点を指摘していく。第1

に、事例でとりあげたフチト・ションホール食料市場を便宜的に「卸売市場的機能を果たしている」と表現したが、それは日本の卸売市場のように各取引主体が比較的「対等」な関係にあることを意味するものではなく、事例で見たように実際には多数の仲買人と多数の市場内食肉販売者の間を介する市場内仲買人が大きな影響力を有しているということである。彼ら市場内仲買人は豊富な資金をもとに大量の食肉を扱うことによって、ブライスリーダーの地位を占めている。市場内仲買人の取引行動はその特権的な地位からして投機的性格を帯びていると思われ、そのことで一般の仲買人や市場販売者、そして遊牧民の生活維持と直接は関係しない形で価格形成がおこなわれていると考えられるのである。仲買人や市場内食肉販売者は依然として零細で出入が多く、またその価格のツケを負わされる形となっている遊牧民の脱落が進行しているという事態からも、このことが推察できよう。仲買人や遊牧民は、ある取引では損をするがそれを別の取引で得をすることで穴埋めするという綱渡り的な経営が常態化していると思われる。損をして次に得をするまでもてばよいが、経営体力がなければ次々と淘汰されることになる。現在それでも遊牧民が食肉供給ができるのは、主食となる食肉を自給できている点が大きいと思われるが、地方への貨幣経済の浸透に伴って現金支出の増大（教育費など）が迫られると決して楽観視はできない。

第2に、以上の点から指摘できるのは、現在のモンゴルでは食肉取引の際に“客観的”な基準となる指標価格がない、あるいは各取引主体間で共有されていないことである。この点に関しては、モンゴル食肉協会が食肉公設セリ市場の設置（註12）を政府に要望しており、近い将来実現される可能性がある。食肉協会がそうした要望をしている目的は、会員である加工会社の原料食肉調達をおこなっている「代理人」が、市場流通をおこなっている仲買人と競合して原料調達に困難を来しているからであり、遊牧民と買い手を集合させることによって価格の適正化と必要量の原料を確保するためである。食肉協会が提案しているのは産地市場のみであるが、フチト・ションホール市場などの消費地市場においても公的規制を伴う市

場取引原則を設定する必要があるのではないだろうか。

食肉供給を安定化させるためには、以上のような民間レベルでの流通・取引形態の適正化とともにそれを補完するものとして、国家による食肉保管の実施も必要であると考えられる。これから先モンゴルの食肉をふくむ食料品流通が、日本のような公的卸売市場制度を軸とした流通構造へ向かうのか、ヨーロッパのような多数の卸売業者が主軸となる流通構造へ向かうのかはまだ予想するのは難しいが、現在のように市場原理を優先する政策を続けるとそのどちらも困難であることを最後に指摘しておきたい。

註

- (註1) 都市生活人口は県庁所在地の市町人口を示す。
 (註2) 本論文の事例調査は2005年7～8月に2週間ウランバートル市を中心に実施した。
 (註3) 「農牧業協同組合」(モンゴル語でネゲデル)は、社会主義時代の集団農業を担っていた組織であり、多数の遊牧民から構成されていた。基本的な生産単位として国家への農畜産物の供出義務を負っていた。
 (註4) D.Moyobuu, A.Bakei "Hodoo aj alhuig buschlen hogjuuleh asuudal", HAAIS-iin erdem shin-jilgeenii buteel, p. 165.
 (註5) ちなみに、2004年のGDP総額は18兆トグリク(USドルで152億ドル)である。トグリク(TG)はモンゴルの貨幣単位、為替レートは2005年12月1日、1円=10.27TG
 (註6) 1989年に全家畜の27%が私的に所有されていたが、93年に90%が、2004年に98%が私的所有となった。
 (註7) 冬の食肉調達については、気温が低く天然の冷凍庫となるため食肉が腐らないので地方でと畜することが多くなる。
 (註8) 日本のように法的に卸売市場として位置づけられているわけではないが、その機能をみれば実質卸売市場であると言える
 (註9) フチト・ションホール食料市場の管理者とモンゴル食肉協会会長の聞き取り調査による。
 (註10) 仲買人の中で売渡価格は統一されていない。聞き取りによると、同時期に20TGから150TGもの格差があった。
 (註11) 2004年のウランバートル市の平均月収は8.2万TGである。Monthly Bulletin of Statistics Oct 2005

参照。

(註12) 「モンゴル食肉協会」が地方での公設セリ市場の設置が必要と提案している。遊牧民から仲買人段階での家畜・食肉卸売市場構想であり、遊牧民・仲買人の集まる場所を提供し、5月～10月の間2～3回セリが行われることを進めている。

参考文献・資料

- [1] Badarch, S. "Mongol ulsyn mahny marketingiin ij burdel", HAAIS-iin shinjleh uhaan medeeliintov, 2002.
 [2] Damdinsuren, L. and Lhagvaa L. "Mongol ulsyn hunsnii bodlogyn tulguur asuudluud", "Monhiin useg" HHK, 2003.
 [3] 青木信治編『変革下のモンゴル国経済』, アジア経済研究所, 1993年。
 [4] 早川治「畜産物の市場構造」臼井晋・宮崎宏編著『現代の農業市場』, ミネルヴァ書房, 1990年。
 [5] 関満博・西澤正樹編『モンゴル／市場経済下の企業改革』, 新評論, 2002年。
 [6] 小長谷由紀『遊牧がモンゴル経済を変える日』, 出版文化社, 2002年。
 [7] 新山陽子『牛肉のフードシステム』, 日本経済評論社, 2001年。
 [8] 佐々木悟「食肉の市場・流通・価格」滝澤昭義編『食料・農産物の流通と市場』, 筑波書房, 2003年。
 [9] 安田靖『モンゴル経済入門』, 日本評論社, 1996年。
 [10] 独立行政法人・国際協力機構農村開発部, 財団法人・食品産業センター『モンゴル国食肉加工食品製造技術基礎調査報告書』, 2005。