

研究タイトル 都市と草原をつなぐ乳文化——モンゴル国オブス県の市街地における乳利用に関する人類学的研究
研究者名（所属先） 寺尾 萌（東京都立大学大学院 人文科学研究科 専門研究員）

【目的】

本研究の目的は、モンゴル国地方部の市街地における乳製品の商品化とその流通、消費について調査し、都市的な乳利用の実態と乳文化の所在を明らかにすることである。

【方法】

2018年8月～9月にモンゴル国オブス県ウランゴム市において、約1か月間の人類学的フィールドワークを実施した。フィールドワークでは、ウランゴム市中央市場の乳製品売り場を拠点とし、①乳や乳製品を卸す牧畜民や零細酪農家、②牧畜民や酪農家から乳製品を仕入れ、販売する仲買人、③近隣住民による乳製品の購入や乳利用、という3点について調査した。

【結果】

市場に乳や乳製品を卸すのは、牧民や酪農家、そして家畜を所有する個人であった。仲買人ごとに2、3の契約先があり、定期的に乳や乳製品を仕入れるほか、飛び込みの買取も受け入れる。仕入れる乳の量や質は一定ではなく、仕入れ先の都合が優先される場合が多い。ウランゴム市中央市場の乳製品売り場では、市場のオーナーにブース使用料を支払って店を構える11名の仲買人が買い取りと販売をおこなっていた。仕入れ値や仕入れる製品に差はなく競合していない。年金受給者か、副業がある者が多く、利益重視の経営戦略をとらず、趣味的な動機もみられた。乳製品販売の仕事は、草原の乳文化と同様に「清廉 tsewer」で「素敵 goyo」なことであるという意識がみられた。ウランゴム市民たちの乳利用においては、都市部で工場生産される乳製品よりも、草原や酪農家がつくる乳製品の方が価値があると評価されていた。乳や乳製品を大量に購入して二次加工する実践は、家族・親族的なイベントと連関し、都市生活者にとって「母の味」や「草原の記憶」を喚起していた。

【結論】

ウランゴム市において、乳や乳製品は牧畜という生業や草原の生活文化との連続性をもちながら取引され、利用されていた。都市的な生活者にとっても、乳は〈牧畜民アイデンティティ〉を喚起するものとして希求され、そこでは都市的な乳文化が形成されていたと結論することができる。