

ウランバートル考現学：1999

— モンゴル人気質と市場経済化 —

岩田龍子

1. 関空発ウランバートル行き

1999年8月4日から8月18日までの2週間、ウランバートルを中心に、モンゴルを訪問した。73歳の女性老教授が、驚異的なエネルギーで引っ張っている、モンゴル研究グループに参加させてもらったのである。

最近、日本と中国の経営比較から始めて、中国社会に関心を持つようになったことから、比較の意味で、モンゴルの社会関係を中心に、モンゴルの産業・組織・市場意識・企業家精神などモンゴル経済の市場化について観察するつもりであった。

ある外国への最初の訪問は、その国を肌で感じ取る上で格別重要であるというのが私の年来の持論である。この第1回の訪問時に、人はその国の様々な問題を新鮮に感じ、これを鋭く受け止める傾向を持つ。このため、第1回の訪問は、第2回目、第3回目の訪問にまさって、重要であると考えている。

外国研究者たちは、普通、何度となくその国に足を運び、その国の事情について詳しく調べる。そしてその調べが進むにつれて、その理解も間口と奥行きを増して行く。

しかし、こうした傾向とは逆に、最初に強く感じた印象は、(とんだ思い違いもなくはないが)しばしば彼の学問を方向付ける程の意味を持ったりもする。そんな期待もあって、今回のモンゴル訪問は、そのスタートから、大変興味をもって臨んだ。

さて、関空を発ってウランバートルに着くまでの飛行中、2つの小さな事柄が妙に気になった。その一つは、3名いたスチュワーデスが、そろって終始生真面目な表情を崩さず、飛行中一度も笑顔をみせなかったことである。ウランバートル空港に到着して機を降りるときに、「さよなら」という日本語とともに、最後にただ一度、私は彼女たちの微笑をみた。

もう一つ気になったのは、日本人が乗客の70～80%を占めると考えられるにもかかわらず、

日本語による機内放送が一切無かったことである。この点では、行きも帰りも同様であった。機内テレビに写し出されたアメリカ製ドラマにつけられた日本語の字幕スーパーが、最後に聞いた「さよなら」とともに、この機上で出会った数少ない日本語サービスであった。

〈付記〉このパーセンテージは、正確に調べたものではなく当て推量であるが、どう控え目に見積もっても、日本人が50%を下ることはあり得ないと思われる。最近日本でもモンゴル熱が静かに高まっていて、観光客も増えており、チャーター便まで飛んでいるという状況に照らしても、日本人乗客が少数であるとは思えない。現にこの研究に参加したN教授と3名の学生たちは、定期便のチケットがとれず、チャーター便を使って、午前1時という不便な時間にウランバートルに到着している。当初は日本人が乗客の90%以上を占めるのではないかと推察したが、帰国便で、モンゴル人乗客も意外に多いことが分かり、70ないし80%と修正したわけである。いずれにしても、多数の日本人客なしにこの関空発（あるいは関空行き）定期便とチャーター便が、ほぼ満杯での運行になるとは考えられない。

〈付記2〉私より1週間早い便で帰国した友人によると、この便には日本語を話すチュワードスが一人いたということである。つまり、日本語を話すチュワードスは一人しかいないということらしい。

こうした2つの事柄は、モンゴルが市場経済化に踏み切って10年、市場というものについての感覚や客へのサービスの感覚が、まだ十分には形成されていないのではないかという疑問、言い換えれば、市場経済化政策に踏み切ったにもかかわらず、指導者たちの意識も、庶民の感覚も、まだこの新しい事態に適応し得ていないのではないかという疑問をまず抱かせた。

さらに、ウランバートル空港に到着し、通貨の交換をしようと交換レートを見て驚いた。アメリカドル1ドルにつき9800トゥグルク(TG)であるのに対して、円は、1円につき6TGであるというのである。1ドル120円として、1円は8TG以上になる筈であった。円しかもってこなかった友人の一人は、その不当さに愕然とし、「日本がこれだけODAその他で援助・協力し両国の交流が活発化しているのに、この不当な無神経さはどうだ」と嘆いた。ちなみに、ウランバートル市内で、もっとも交換レートが有利なあるホテルでは、これが、1ドル1030TG、1円は7TGとやはり低くおさえられていた。

2. 「微笑」の考現学

ウランバートルについて、1週間経ち、様々な局面でモンゴル人と接触する中で、モンゴル人があまり笑わないという印象はますます強まった。女性に限らず、むしろ男性のほうがさらに、いつも生真面目な表情を崩さず、滅多に笑顔を見せないことが、いよいよ圧倒的な印象となった。今回初めて参加した仲間内で、それが何故だろうかということが問題になり、諸説が現れた。

1) 「シャイなモンゴル人」説：

その一つに、「シャイなモンゴル人」というのがある。モンゴル人はシャイな人が多く、親しくない人に向かって微笑む事はしないのではないかと言うのである。現に、親しくなるととくに女性は微笑むと言うのである。

2) モンゴル文化説：

モンゴルでは、とくに男性が微笑むのはごく希で、彼等はいつも生真面目な表情を崩さない。微笑んだ場合も、微笑んでいるのかいないのか判定に戸惑うくらいの微かな笑みを浮かべるに過ぎない。ことに声をあげて笑うことはまずない。2週間の滞在中、モンゴル人の高笑いは一度しか耳にしていない。

〈付記〉唯一耳にしたのは、モンゴル側の責任者D氏が調査旅行から帰って雑談していた時に漏らした高笑いであった。

この第2の説は、かつて日本にも「男はヘラヘラ笑うものではない」といった「文化」があったように、モンゴルには、女性も含めて、笑いをあまり良しとしない文化があるのではないか、というものである。

3) 「ビジネススマイル未発達」説：

第3に、市場経済化への転換が行われて10年、意識のほうは政策に追いつかず、市場意識・顧客意識がまだ十分発達していないのを背景に、ビジネススマイルがまだ発達していないのではないかというのである。この説の弱点は、他の社会で見ると魅力的な微笑みのすべてがビジネススマイルではないという点である。

しかし、このような解釈に対しては、古参でモンゴルに心情的に入れ込んでいるS教授から、「そんな事はない。モンゴル人の微笑は実に魅力的だ。ビジネススマイルなどかえって鬱陶しい」という反発が返ってきた。これには特有の背景があるように思われる。それは、S教授と親しく、S教授をモンゴルのしかるべき方面に結び付けるのに預かって力があり、いつも通訳その他でS教授ほかこの研究グループの世話をしてくれているHさん、長年日本に留学中の美人のHさんが、実に魅力的な微笑をふんだんに振りまいてくれるのである。

しかし、冷静に観察すると、ほかにSさんのような人物も滅多に見当たらない。やはりモンゴル人には笑いが少なく、生真面目な表情を崩さない人が多いことは、間違いのない事実のようである。もちろん、慣れて親しくなってくると、モンゴル人も微笑むことがある。滞在が長引くにつれて、ホテルの従業員たちも、顔を見合わせたとき微笑んでくれたりするようになった。

しかし、一般に彼等の微笑みは、ごく短い。一瞬顔を横切っていくような微笑みである。

周知のように笑にもいろいろな種類がある。burst into laughter, laugh, smile, grin, mock など様々である。わずか2週間の乏しい観察ではあるが、意識的な観察によっても、grin や mock,あるいは声を立てての大笑い、明るい馬鹿笑いなども、聞いたことがない。生真面目な表情をすばやくよぎる短い smile を時たま目にするくらいのものである。モンゴル社会には、確かに笑いが少ない。

〈付記〉大変に興味深いのは、数年間モンゴルに滞在している人達に、こうした印象を投げ掛けてみても彼等はそうした事実をほとんど意識していないことである。恐らくは、始め新鮮かつ興味ぶかく印象に残った事も、よほどの衝撃がないかぎり、「面白いな」で済ますうちに、すっかり忘れ去られ、反面、事態への慣れから、数年後にはもはや意識することもなくなるのではないかと思われる。長年の接触で理解が深まる部分（これが理解の中心部分と言っていいが）と、逆に、始め新鮮に感じて、やがて意識から脱落して行く部分とがあるようである。

先の3つの解釈は、2つの異なる視点を含んでいる。まず、「シャイなモンゴル人」説と「モンゴル文化」説とは、モンゴル人の気質にその視点を据えている。これに対して、「ビジネスマイル未発達」説は、モンゴル経済市場化の発展段階に視点をおいている。この2つの要因、すなわちモンゴル人の気質と市場経済化の発展段階がそれぞれの程度モンゴルの現状とかかわっているのかは、大変興味ある問題である。それによって、モンゴル経済の将来は、大きく変わってくると考えられるからである。このため、この二つの視点は、モンゴルの現状を考察するとき、いつもわれわれに問題を投げかけた。

3. 日本語探索 in ウランバートル

機内のアナウンスメントに日本語のアナウンスが一切なかったことから、その背景と、ウランバートルにおける日本語表示の実態が気になり始めた。

韓国の経済が大発展を始める以前のこと、IATA に加入していなかった大韓航空の運賃が安く、米国へ行くときなど、よくこれを利用した。カムチャッカ沖のあの不幸な墜落事件で、日本人を含めて多くの人々が不帰の客となったのはか以前のことである。

この頃、大韓航空機では、書いたものを読み上げるたどたどしい日本語のアナウンスメントを度々聞いた。多くの日本人乗客に対する、コストが安くたどたどしいが精一杯のサービスに「微笑んだ」ことを記憶している。もしその気になるならば、ちょうど日本の新幹線で、録音テープを使った英語のアナウンスメントがごく自然な形で行われているように、ほとんどコストをかけることもなく、重要な乗客サービスを行う事もできる筈である。

したがって、モンゴル航空のこのサービスの悪さは、コストの問題ではなく、サービス精神という精神構造の問題であると言わざるを得ないであろう。発着空港の一つが日本の空港であり、

乗客の大多数が日本人であるのに、機内のアナウンスメントがモンゴル語と英語だけで、日本語を全く使わないというサービス精神は一体何だろうと誰しも思うはずである。これは、市場つまり顧客の便宜を全く考えていない態度といわれても仕方あるまい。今日の日本では、バスでさえも、テープを使って乗客にサービスしている。モンゴル航空の現状は、顧客サービスの未熟さ（市場意識の弱さ）と工夫の乏しさ（テープの不使用など）の両面を示している。これは、市場経済化の未熟な段階を示唆しているのであろう。

こうしたモンゴル航空の未熟さに対しては、「国営の独占路線だから」という解釈が仲間内から提出された。確かに外国機例えば JAL か ANA が、関空-ウランバートル線に乗り入れて競争が始まり、日本人客が続々と競争相手に奪われて、MIAT（モンゴル航空）の機内がガラガラという事態になれば、MIAT も乗客サービスについて考え直さざるを得ないだろう。つまり MIAT はいまだに、その精神構造からして、社会主義国営企業であるというわけである。もし MIAT が、市場経済の精神を十分に理解しているならば、その行動形態は自ずから違ったものになったと考えられる。確かに、現状では、週一回の定期便がいつも満杯で、不足分をチャーター便に頼っている現状は、ある意味で無駄のない効率的な運用であると言えるかも知れない。しかし、にもかかわらず、サービスをもっと良くし、週 2 便・週 3 便をもってゆこうとするか、場合によっては、それ程コストのかからない乗客サービスなどを加えることによって、乗客の満足度を高め、将来に備えるなどといった考え方が、市場経済的な考え方であろう。

それはそうなのだが、この時、それ（市場経済化の遅れ）だけとは言い切れない例えば日本人や中国人、あるいは韓国人とは異なるモンゴル人の国民性のようなものも、そこに感じられた。この点については、後に、モンゴル人の気質についての観察、及び、中国の発展段階との比較の所で詳しく論ずることにしよう。

こんな事を考えながら、ウランバートルの市街にどの程度の日本語表示があるかに興味もった。ウランバートルの市街の主な部分を取り囲んでいる東西南北 4 つの大通りは、ゆっくり写真を取りながら歩いても 5 時間程度で一周できる。その外は、ゲルハウス（包）の集落や遊牧民の冬用の住宅が並ぶ地域であり、あるいはあまり住宅や商店のない地域で、市場経済との接点は多くない。また、ウランバートルの中心街は小一日あればくまなく歩くことができる。

さて、ウランバートルの街を歩きながら、日本語の表示がどの程度あるかに付いて、注意して見た。しかし、日本語表示は皆無に近い。中心街の真ん中近くに「タケちゃんラーメン」というウランバートル市内では最もケバケバしいと思われる看板がある。赤地に黄色で「タケちゃんラーメン」とあり、その下に白い文字で *japanese restaurant* とある。このレストランは始め日本人が経営していたが、今では日本語の分かるモンゴル人が経営しているという。日本人の残した爪跡といった感じである。この「タケちゃんラーメン」のすぐ脇に、白地に赤く「モンゴル旅行案内センター」という日本語の看板がある。このほか、ここより少し北になるが、「モンゴルうどん」と下手な字で書かれた看板がある。入ってみると、これは標準以上の明るくてござっぱりとした小レストランであったが、日本語・英語を話せる人が一人もおらず、その由来は不明である。

この店には、うどん・味噌汁など、12〜3種類の日本料理があり、日本語のメニューもあった。現地の料理に比べて、その値段は格別にならなっている。

もう一つ見つけた日本語は、チョイジンラマ寺院の本殿両脇にある土産物店のうち、本殿に向かって左側の小物を売る店の壁に、大きく「いらっしゃいませ」と書いてあった。

最後に、我々が泊まったホテルの裏に小さなマーケットがあり、その一角に小さな日本料理店があり、その日本風の玄関口に、品よく「石庭」と書かれていた。このマーケットから道路を隔てた向かい側に、日本人の経営になるというホテルがあり、日本人客も多いのであろう。

面白いのは、「佐川急便」と書いたトラックが、街の中を勢いよく走り回っていることである。当初は、佐川急便がモンゴルで運送業を始めたのかと思ったが、どうもそれらしい雰囲気が無い。しかし、ある日、市の東北地域を歩いていると、トラックが30台程集結している場所があり、その中に「佐川急便」のトラックが6台、出たり入ったりしており、宅急便の車が1台止まっていた。トラック集結地の雰囲気から見ると、やはり何らかの形の配送に使っているものようである。後に明らかになったところでは、これらは古い車を払い下げたものだというのであった。日本語を表示したまま使っているというのが面白い。

そのほか、トロリーバスの胴体にかかれた、fuji film や Sharp の広告、車関係の商店に日本車のローマ字名が書かれたりしていたが、漢字名による看板は、以上が、公称60万人、実質100万人といわれる、ウランバートルの市街を歩き回って得た私の収穫(?)であった。

以上によって見る限り、最近増えてきた日本人客を惹きつけて、稼ぎの足しにしようという気持ちは、ほとんどないようである。同行者の一人が、こんな説を出した。つまり、モンゴルの人口240万人に対して、家畜が3200万頭。経済水準は高くはないが、彼らはかつて飢えたことがないのではないかと。中国人が、歴史上悲惨な経験を繰り返してきたのに比べると、その「おっとり」した国民性もうなずけるような気がする。歴史上、中国人との取引には、常にうまくしてやられ、今日なお「中国人は好きになれない」と公言する人は少なくない。われわれがインタビューしたある大学の学長も、「仲良く経済協力をするには、双方の文化を理解することが大切だ。日本の中小企業のなかには、中国での活動がうまくゆかず、撤退しているものも多い」という発言に対して、「それは重要な指摘だ」と述べた後、「われわれも中国人は、好きではない」とつい本音が飛び出した。

〈付記〉ウランバートルでは、「住民登録」の費用が非常に高く、登録をしないままで住み続けているものが約40万人、登録人口60万人と併せて、実質人口は、約100万人といわれている。

最近の日本では7〜8ヶ国語を併記することも多くなったが、戦後間もない頃には、日本語と併記された英語に植地的な匂いをかぎ取ったものである。こうした感覚からすると、日本語をほとんど見掛けないのも、一つの見識かとも思われる。駐在員のE氏によると、広告・看板はモ

ンゴル語でなければならないという決まりがある由であるが、ロシア語も残っているし、HOTEL など英語の表示も見られる。E氏は、「決まりはあるが、必ずしも守られていない。どういうことなのでしょうね」と首をかしげていた。

それに付けても、ロシア語の表記が多数残っていることや、「佐川急便」がそのまま街を走り回っている事などを見ると、案外それが「カッコイイ」と思われているのかも知れない。

日本語の探索は、このように不発に終わったが、その過程で、ウランバートルにおける看板や広告が、きわめて抑制的であることが、強く感じられた。

4. 地味な看板と広告

モンゴル訪問の後半は、天気の悪い日を除き、よく市街を歩き回った。そこで、強く印象に残ったことは、市内各ビルの看板やまだ多くない広告が、驚く程地味なことである。

ソ連の影響下で作られたと思われる外観のそこそこ立派なビル群（10階程度のもので古い時代に作られたものが多い）と20階ないしそれ以上の立派な高層ビル（最近ここここで稼働しているクレーンで建てられたもの）は、その多くが住宅として使用されるアパート群で、その1階は、ここここで小さな商店に改造されている。これらの商店のうち数も多く特に目を惹いたのは、「KAFE」と称する小食堂である。

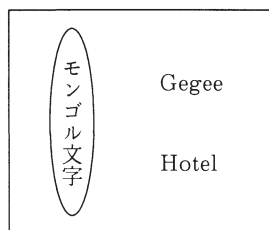
〈付記〉開放経済とともに、まず小食堂が増えたのは、中国の場合も同様である。ついで93年頃から目立ったのは、中国ではタクシーであった。1990年頃の中国でははタクシーを見つけるのに苦労をした。ホテルから電話をして予約しても、いつまで待っても現れないことがよくあったが、しかし、1993年頃には、町中がタクシーで溢れかえっていた。このころタクシーは小資本でもっとも利益の上がるビジネスだったのである。モンゴルではそれに当たるのが、白ハイ、白タクである。白ハイは、われわれもずいぶん重宝をしたが、現地の価格水準からすると、もっとも「儲かる」商売だし、町では、よく右手をだらりと下げて合図しているものを多く見かけた。そんなとき、格別忙しくない車の所有者が拾うのか、職業化した白タク業者が拾うのか、タクシーではない車が、このような合図をする人たちを拾っていく姿を、しばしば見かけた。2週間の滞在中、正規のタクシーを見かけたのは10台を越えない。

この様なアパートビルに混じって、少数のホテルや官庁ビル、銀行などが建っている。これらのホテルや銀行の前面には、もちろんそれが何のビルであるかという表示が見られるが、その色は、薄い空色や灰色に近い色で、人目を強く惹くこともなく、ひっそりと周囲の風景に溶け込んでいる。また、ビル1階の小商店も、ひっそりと小さな看板を掲げているだけで、町にケバケバシサが、ほとんど感じられない。広告もその気になってみないと、意識しないままに見過ぎてしまいがちである。

表示のほとんどは、キリル文字で、ロシア文字なのかモンゴル文字なのか、言葉を知らないものには見分けがつかない。聞けば、ロシア語の表示もかなり残っているという事である。他の途上国に比べれば、ロシア人の訪問者をちょくちょく見かけるが、ロシア語表示が他に勝って必要であるとは考えにくい。結局こうしたロシア語表示は、ロシアとの「蜜月時代」?の残存物といったほうが近いのであろう。

こうしたキリル文字の表示の中に混じって、ホテルや銀行を中心に、英語の表示が少々混じっている。これは市場経済化が始まって以降の傾向と見られるが、キリル文字の場合と同様に、極めて地味な表示となっている。

我々の調査グループが泊まった安ホテルは、住宅用のアパートを半分ほど買い取り建物の一部を改造して始めた、いわばベンチャービジネスであるが、その看板も、至極簡素で、縦40センチ横50センチ角のくすんだエンジ色の薄い鉄板に、次のように書かれている。



〈付記〉このホテルで私の泊まった部屋は、大小の寝室2室、サービスルーム、バス、トイレからなっている。1泊15ドル。友人の泊まった20ドルの部屋は、同じ大きさながら、冷蔵庫にソファーと飾り棚が付いていて、カーテンなども幾らか立派である。場所は街のやや東の外れになるが、最近出来たといわれる一流ホテル、チンギスハーンホテルのすぐ向かい側にある。約30室で、オーナーは一人、従業員は20名とのことであった。ベッドメイクが2日に1回(もっとも1週間放置されたこともあるが)、タオルの交換は月曜日と決まっておき、従業員20名は一寸多すぎるのではないかと思われる。しかし、15ドルといえば、土地の経済水準からいけば抜群の稼ぎであり、なかなかの企業アイデアだと思われる。モンゴルではまだ盛り上がり続けているとは言えないアントルプルヌールシップ発揮のささやかな例と言えよう。

このように、モンゴルの看板や広告は、内容をさりげなく伝えようとするものがほとんどで、ことさらに人目を惹こうとするようなタイプのものは希である。なかでも少数ながら目立つ派手な看板は、日本人や韓国人など、外国人の手になるものがほとんどである。

ついでながら、韓国系のレストランやディスコなどの場合にも、広告は、モンゴルの雰囲気の中では、比較的派手に見える。しかし、長年市場競争に鍛えられた国々からの企業も、落ち着いたウランバートルの雰囲気の中で、その看板や広告は、抑制気味である。「タケちゃんラーメン」を除いては、

5. 市場（いちば）の考現学

1) 市場の風景

宿泊したホテルのすぐ裏手に小さなマーケットがあり、飲み物やスナックを売る小さなブースが、30 近く並んでいる。その一角にはゲルをかたどった少し大きめの小屋が2つ、カラフルな縞のテントで果物を売っている店が5つ、広場の反対側には、日本料理店（石庭）と韓国料理店が1店ずつと、小商店が集まったビルと、スーパー形式の店が入ったビルが一つずつ、それに小さな郵便局、クリーニング店、ディスコ、土産物店などが並んでいる。広場の一角には、ベンチが置かれた、ちょっとした憩いの場所がある。

韓国人の経営といわれるスーパーは、なぜか魅力がなく、私は小商店が集まったビルのほうによく買い物に出かけた。1店1店のスペースが狭いので、商品を上へ上へと積み上げている。ガラガラとくずれたら大変と気になったが、それらは、空き箱をセロテープで繋いだもので、本当の商品は、中にあることが分かった。あまり市場志向的とも思われぬモンゴルとしては、なかなかの工夫であると思われる。

こうした店のそこそこに、女性たちが、キマジメな表情でニコリともせず立ったり腰掛けたりしている。初め彼女たちは店員かと思ったが、それぞれが小商店主で、1m~2mの狭い幅で、それぞれの店を営んでいることが分かった。通り掛かった客に声をかけることはまずなく、店の前に立つとスッと寄ってきて、黙って待機している。押し付けがましい所は全く無い。

この市場（いちば）に限らず、ウランバートルの市街を片っ端から歩きながら、小商店や市場（いちば）には、できるだけ首を突っ込んでみた。そこには、一般的な傾向として、きわめて大きな特徴があり、これが強く印象に残った。その特徴を挙げると、

(1) 「呼び込み」は一切ない

まず、商店ないし店員側からの「呼び込み」が一切なかったことである。わたしの数え切れぬほどの「ヒヤカシ」に対して、声をかけられたことが一度もなかった。これは市場経済に慣れた我々から見ると、驚くべきことと言わなければならない。隣の店の客を自分の方に取り込もうとするような素振りは全く無い。「客は向こうからやってくるもの」という物不足経済の名残かとも思われるが、市場経済の小商店主の行動形態としては、やはり非常に印象に残る。反面、次の幾つかの事実を合わせて考えると、これはモンゴル人の国民性とも深く関わっているのではないか思われてくる。

(2) 機能的なサービス

呼び込みはないが、客が店の前に立つと、スッと立上がり、言葉には出さないが、動作で“*What can I do for you*”と言った素振りを見せる。そして、客の注文に応じ、客の望みを素

早く読み取って、実に機能的に要求を満たしてくれる。それぞれに電卓を1台ずつ持っていて、言葉が通じないと見ると、サッと値段を電卓に打ち込んで客に示す。その動作は、非常に機能的で、近代的な感じさえる。

(3) 控え目な好意

面白いことに、生真面目な表情を崩さず客に呼び掛けることをしなかった売り子（と言ってもそのほとんどは売り場を借りて商いをしている小商店主である）が、釣りを出すときになってニコリし、“Thank you”と言ったりする。2度3度と同じ店で買ったりすると、もう夕方なのに、“Good morning”などと、なけなしの英語で精一杯の好意を示そうとする。こちらが相手の顔を見て、微妙なタイミングでニンマリすると、相手も釣り込まれてニコリする間柄になったりする。やはりモンゴル人はシャイなのかも知れない。この感覚は、ホテルの女性幹部の場合も同様であった。

(4) ごまかしのないモンゴル人

非常に強く印象に残ったのは、メインストリート沿いの商店でも、小商店がゴチャゴチャと集まっているマーケットでも、計算は素早く計算上のミスやごまかし、それにボラレルことはまずないということである。たいていの発展途上国では、ごまかしは付きもので、一部先進国でも結構ごまかしの多い国もある。この点モンゴル人の正直さ正確さは特異な印象を与える。

余談になるが、2週間の滞在を切り上げ、いよいよ明日（8月18日）早朝に出発するという17日、それまでホテルのオーナーかと考えていた貫禄のある老女（本人はナンバー2だと言う）をつかまえて、2週間分のホテル代を支払いたいと告げた。14日×15ドルで、しめて210ドルである。

そこで札を渡した後、相手を指差し、札を数える真似をして、「確かめて下さい」という意思表示をした。もちろん、私自身彼女の前で一度数えて渡したのであるから、間違いはないはずである。しかし、彼女は、この札をぼんと脇に置き、「ジャパンOK」と言って、微笑んだ。それまで、モンゴル人の正直さに強い印象を受けていた私も、すかさず「モンゴルOK」とお返しした。この時、めったに笑わない、いかつい顔の老女が大きく微笑んで、笑いながらの握手となった。以来この老女は、私と擦れ違う度に微笑むようになった。

政府間の膨大な援助もさる事ながら、お互いに騙したり騙されたりしない信頼感が、どれ程強く2つの国民を結び付けるかということを感じさせられた。今のところ、モンゴルを訪ねる日本人は、まだ少数で、研究者や少数の団体客、モンゴル好き人間の再訪・3訪が主体だが、交流がさらに広がったとき、モンゴル人の信頼を失いたくないものだと痛感した。また、1票欲しさのODAが、為政者を喜ばすような援助となりがちなのに対して、庶民の福利につながっていくであろう草の根の協力が非常に少ないのも、気になる所ではある。この研究グループのリーダーであるS老教授の希望は、草の根の開発に知的に関わることであるようだ。

〈付記〉駐在員の方々によると、昨年（1998年）までは、スリヤストリートチルドレンが多数いたが、今年は格段によくなっているという。マーケットでは、まだ物乞いをする子供を2・3見かけたが、幸か不幸（？）か、スリには合わなかった。ここ数年調査に加わっていた人々は、これまでの印象が強いのか、かなり警戒的であったが、われわれの印象としては、大きく改善されている。唯一経験したいかがわしい例は、5人の怪しげな若者たちがつるんで、強引な靴磨き屋をしているのを、目撃したことである。友人の一人がこれを試したが、ずさんな靴磨きに対して、10ドルを請求されている。

（5）小商店間の協調

狭いビルの1室に、1～2m幅でひしめいている小商店、少しずつ商品が異なっているが、多くの部分は共通している小商店。この商店街でおもしろい経験をした。2度ほど買い物をした店で、1200TG（トゥグルク）のチーズを買った後、すぐ脇のケースにあるソーセージを買おうとしたら、「それは隣の店だ」と言う。別の女性がヒョイと顔を出した。この彼女がソーセージをちぎってくれたのだが、先の女性が電卓を使って1560という数字を示した。普通360TG程度の商品である。不審に思いながら、まずチーズの代金1200TGを渡した。すると彼女は、急いで電卓に360という数字を示した。何の事はない。先の1560というのは、2つの店から買った商品の価格の合計だったのである。2人は後で正確に分けるつもりだったのであろう。日本ではちょっと考えられないこうした些細な出来事も、2つの店の良好な関係を示唆しているように思われる。これはたまたま仲良しの二人の関係であったのかも知れないが、それぞれの店が、あわよくば隣の店の客まで自分の方にとろうと構えている状況のもとでは、決して育たない関係であろう。ここで思い出すのは、次の叙述に見られるような遊牧民の間の協力関係である。

彼ら遊牧民は、通常は単独の家族では生活しない。3家族くらいが連なって生活しているのが普通である。このブロックをホットアイルという。ホットアイルを組む相手は親族の場合もあれば、そうでない場合もあるし、移動ごとに相手異なる場合が多い。彼らがホットアイルを組む理由は、性質も習性も異なる5畜を保有し管理するためには、馬群と羊・山羊群など群ごとの遊動を管理し、また雄家畜・雌家畜群、親家畜・仔家畜群に分けて生殖、哺乳・搾乳管理を行うためには、時には子どもを含む複数の家族で分業する必要があるからである。ホットアイルではこうした協働を基礎にして、家族生活の共同は子育ての共同など広範囲に及ぶ。彼らにとって狭い「わが家」意識など縁がない。（島崎・長沢編『モンゴルの家族とコミュニティ開発』日本経済評論社1999年、15ページ）

私の目撃した協力の例はささやかだが、こうした協力の伝統が、今日、都市の生活においても、何らかの程度に生き残っているのだろうか。しばしば異口同音に指摘されるように、今日でも多くのモンゴル人たちは、遊牧の生活を心の拠り所とし、そこに生活の理想を描いているという。

たとえ現実には都市に出て住みつくものが多く、生活の利便から遊牧生活に帰りたいがらないものが増え、遊牧民の人口が減少傾向を示しているとはいえ、彼等の精神の故郷は遊牧生活にあり、夏休みには、祖父母や両親の下に帰り、ゲルでの生活を楽しむのを理想としている。彼等にとって遊牧は、単に生活に困った時に頼りにできる故郷であるに止まらず、そこには深い精神的な絆と、現実の都会生活選好とは矛盾するあこがれさえも見られる。

この様に見ると、遊牧民の間の独特の協力関係の理念が、形を変えて現代の都会生活にも生き残っているのではないかと考える事は、あながち荒唐無稽な空想とは言えまい。隣の客を取らない、呼び込みをしないという、市場経済にあっては特異と思われるモンゴル人の心性も、こうした伝統文化に根差しているとするならば、市場経済化の年数がさらに経過しても、他の多くの市場経済、なかんづく中国のような市場経済化とは異なった歩み方を、モンゴル経済はとるのではないかと推察される。

それがどの様な発展過程を辿るかはなお明らかではないが、駐在員の一部に見られる挫折感は、規制緩和によって企業家精神が吹き出してきた中国などの場合とは異なり、物静かで、激しい企業家精神の高まりが見られない、このモンゴル独特の事情と無関係ではないように思われる。

6. 市場化の発展段階：中国との対照

私は、1990年に3回、1993年に1回、それに1996年に1回、中国を訪れた。とくにこの1990年と1993年間の変化は、目を見張るものがあった。モンゴル市場の状況とこの時期の中国の市場の状況とを比べると大変に興味ぶかい事実に気付く。

改革・開放政策が1979年末（人によっては1980年と見る）に始まって約10年経った1990年の中国では、まだ市場経済化が加速されておらず、1993年頃に至って、それは急速に進展し始めた。

1990年頃の中国では、商店で見られる売り子の多くは、まだ国営商店の店員で、一人一人が店主であるモンゴルの状況とは事情がかなり異なっていた。店員の態度ははなはだ悪く、目の前にある商品を「無い」と言ったり、注文した商品を客の目の前に「ボン」と投げてよこしたりしたものである。この商品を投げて寄越すといった行動については多くの証言がある。

開放政策10年弱というモンゴルは、時間的には中国のこの時期にほぼ当たると考えられる。しかし、モンゴルの小商店では、こうした怠けや不作法は全くといっていいほど無い。ニコリともしないが、必要な事はきばきと素早くやってくれる。店員と店主の違いであろうか。それとも中国人とモンゴル人との気質の違いであろうか。

これに比べて、1993年頃の中国は、1990年頃とは様変わりしていて、商品は格段に豊富になり、愛想もよく、上海などでは、デパートさえ、商品の不足分を至急に取り寄せ、ホテルまで持って来てくれるという程のサービス振りとなっていた。

1990年の事である。天安門広場を挟んで反対側にある前門（チェンメン）近くのビルの一角

にあるレストランに入った。入り口近くで店員が2人、ペチャクチャお喋りをしていた。席を取った後、店員が何時まで経っても来ないので、店員に向かって「お願いします」とばかりに手を挙げた。この時、店員の一人が顎をしゃくって「こっちへ来い」という態度を示したのには、度肝をぬかれ、隣のテーブルに座った中国人家族と顔を見合わせて苦笑し合ったものである。注文したチャーハンは、これ以上まずく料理することは不可能と思われるような代物であった。確信を持って言うが、私のつくるチャーハンは、このときに食べたチャーハンより何倍も旨い。

さて、1993年、日本人の友人4名を案内して中級程度のレストランに入った。ふと気がつくると、われわれ6名の回りには3名のウエイトレスが待っていて、湯のみのお茶が少なくなるとすぐにお茶を注いでくれる程のサービスぶりである。外国人を大切にせよという業務命令が出回っているという噂を聞いた頃である。これは、その2年程前に香港の高級レストランで経験したサービスとひどく似通っていた。面白いことに、隣のテーブルを囲んでいた5名程の中国人のテーブルには、ウエイトレスが一人もついてはいなかった。

モンゴル人の場合、怠けや無礼は全く見られず、黙々としかも機能的にサービスを果たしてくれる。あと数年して市場経済化が軌道に乗ったとして、ビジネススマイルがすっかり板に付いてニコニコしながら大サービスをしてくれるかどうか、大変に興味あるところである。

市場経済化の経過年数の違い、国有商店の店員と小店主の違いはあるが、この大きな違いは、やはり、かなりの部分、その国民性に根差しているのではないかというのが、私の得た強い印象である。

中国の場合、市場経済化が中国人の国民性を一変したかのように見える。しかし、これは、5000年来「商の民」といわれる中国人の国民性が、社会主義の強力な装置の下で、これまで押さえ込まれてきたのに対して、改革開放政策の始まりとともに、次第にその本来の力を発揮し始め、ことに1993年以後、それが向銭看の形を取って一気に吹き出したと見るほうが、その実態に近いのではないかと思われる。中国官僚のコスツ辛さも中国庶民のバイタリティーも、こうした中国人気質の一表現と考えられよう。

この点、中国の北部人と南部人とは、気質が大きく異なっており、北部人は南部人に比べてよほど純朴であるといわれている。中国人の中にも、南部人とく浙江省の人は「賢い」という考えが強く存在しており、「浙江省の人は親切に見えるが、何時の間にか得をされている」といった警戒心が強い。

〈付記〉それは大学人などのような有識者の場合も例外ではない。大学間の協定についての話し合いに派遣された日本人二人が、親切な申出にホテルを予約してもらったところ、間に入った教授に、2倍のホテル代を請求されたという話が、私の身近にも起こっている。（この件については、宿泊したホテルに電話して、2倍の請求がなされたことを確認済みである。）また、もう少し古い話しになるが、私の友人は、頼みもしないのに、現地側の教授が、勝手に友人のホテル代を人民元で支払い、その金額の兌換券を請求されたという。兌換券が闇の市場で人民

元の数倍の価格で取引されていた頃の話である。

さて、先に触れたように、愛想はよくないがテキパキと機能的にサービスしてくれるモンゴルの商店では、呼び込みなどによって相手の気を惹き少しでも多く買わせようとか、隣の店で買うかもしれない客を自分の方に引き寄せようという素振りは全くみせない。モンゴルの商店では、他国でよくみられるような「小うるささ」は、全く感じられない。

これは主としてモンゴル人の国民性に根差しているのか、あるいは長年の社会主義的思考様式から抜け出していないからなのか、なお不明であるが、そのいずれが主であるのかによって、今後モンゴルの市場経済化は大きく変わって来るものと思われる。

〈付記〉私個人としては、他の多くの発展途上国や一部先進国にさえ見られるような猥雑で小うるさい市場経済化ではなく、モンゴルらしい落ち着いたバランスの取れた経済発展をして欲しいと思っている。しかし、それが可能であるか否かまだ明らかではない。駐在員の中には、240万という人口の少なさ、市場の狭さとともに、逆のようなアントゥルプルヌールシップが見られないことに、フト挫折感を漏らす人も少なくない。

7. モンゴル人気質

以上述べてきたような様々な印象が、次第に統合されてくると、モンゴル人気質が少し見えてきたような気になった。

「モンゴル人は誇り高い」とモンゴル通はいう。他方、モンゴルの国家予算の約30%は外国援助であるという。モンゴル人の誇りとこのような事態とはどう繋がるのだろうか。

ほとんどの商品が、輸入品であるにも拘らず、モンゴル人は余りこれを気にしていない模様である。「モンゴルが輸出できるのは、銅とカシミヤくらいのものだ」とモンゴル人は平然として言う。たまたま、退屈な時間を凌ぐためにモンゴルに持っていった3冊の小説のうちに、城山三郎の『男たちの好日』があった。森轟昶をモデルにしたと思われる主人公牧の苦闘、重要な製品の多くを輸入に頼っている日本の現状を憂え、圧倒的な技術力の差をはねのけて、国産化を実現して行く牧のひたむきな姿を読むうちに、モンゴルの現状との大きなギャップを感じざるを得なかった。

他方、モンゴルの商店でみる、呼び込まない、隣の客をとらない、客を騙さない、時に隣の店と協力すると言った特徴的な行動の背後にあるモンゴル人の気質を探ってみると、次のような推察が可能であるように思われる。

まずモンゴル人は教育水準が高く、素朴という言葉は適さない。純朴というのが幾らか適合するように見える。

外聞をはばかり表面を取り繕ったりしない飾り気のない心性、外面と内面との乖離の少ない

生真面目な性格、無愛想だがけれんみも嫌味もなく、下心の無い「裸の心」の持ち主。

他方、他人に対する警戒心は結構強く、スーパーなどでは、客が入ってくると、店員の一人が、死角ができないよう客の動作が見える位置に立って監視するなど、警戒心を隠そうともしない。これらをひっくるめて表現するには、「自然体」というのが相応しいように思われる。

政府間援助の大きさや、輸入品の氾濫に対しても平然としているモンゴル人、市場での無理のない反応や、警戒心を平然と示す態度なども、すべて二心のない「自然体」の然らしむる結果であるように思われる。

それは、ただ単に市場経済にまだ適応できていないというだけでは説明し切れない。確かに「商の民」と言われる中国人の場合でさえ、1979年の開放政策の始まりから、急速に市場マインドが進展し始めた1993年頃までに15年近い年月を要している。8~9年しか経過していないモンゴルでは、まだ、経済の市場化に庶民の意識がついていっていないということは、大いにありうることである。

もしそうだとすると、モンゴル人も近い将来人並みに騙したり、人の客を取ったり、人を出し抜いたりするようになるのだろうか。

私はむしろ、それが、モンゴル人の中に深く根をはった国民性に大きく影響を受けているように思えてならない。もちろんそれは、経済の市場化につれてある程度は修正をうけるであろう。しかし、動物たちを相手にしてきたモンゴル人、というよりはむしろ、動物たちと一緒に暮らしてきたモンゴル人たちは、子牛や子羊たちが成長して役に立つようになるまで、必要な世話をしながら、じっとその時期を待つしかない。動物たち相手の駆け引きなど全く無意味である。こうして、

駆け引きをしない正直さ
じっと客を待つ姿勢
人を出し抜いて客を取らない
隣と必要な協力をする

といった心性が養われたのではなかろうか。そして、ビジネススマイルは言うに及ばず、たとえ人間関係を良くするためにでも、意図的な作り笑いをすることが彼等は苦手なのではなかろうか。

最後に一つ考えさせられるハプニングについて紹介しておくことは、無駄ではないだろう。われわれの調査グループが、遊牧地に出かけある遊牧地を訪ねたとき（私自身は、ウランバートルに止まっていたが）、関係者におみやげを配ったところ、このおみやげのなかに乾燥剤の袋が入っていた。これを知らずにかじった遊牧民が、「食えない」ものを土産によこしたと言って怒りだしたという。そこで、モンゴル側の責任者が日本側に対して苦情を言い現れ、数百ドル分の土産の追加を要求したという。封を切ったものを贈るのは失礼だという日本人の感覚が、見事に裏目に出たケースと言えようか。ちなみに、モンゴル人に対しては、封を切ったものを贈るのは一向に不法では無いとのことである。一寸した文化摩擦の例であろうか。このとき関係を大切にする日本人ご一行様は、言われるままに陳謝のうえ、十分な追加のおみやげをさし上げて、

一件落着をはかったという。

しかし、考えてみると、これは、モンゴル側責任者の失敗である。彼は、そのあたりの事情を十分に知っていて、事情に疎い日本人グループが失敗しないように注意すべきであった。このような事態の起こるのをあらかじめ警告するのも、モンゴル側責任者である彼の務めである筈である。また、たまたま不幸にして問題が起こったとき、共同研究の現地責任者として、彼が十分に事情を説明し、問題の解決をはかるべきである。先に検討したようなモンゴル人の純朴な気質からして、彼らがそうした説明に納得せず怒り続けるとは考えにくい。双方の事情を知りつつ、チャンスとばかり日本側を責め、もっと土産を出せと主張するのは、何とも解せないところである。この件に関しては、多額のお土産を主張するモンゴル側責任者と日本側との間で、事前に土産の多寡を巡って一寸した意見の食い違いがあったことも気になるところである。

また、モンゴルの発展に知的に関わろうとする善意の日本側と共同のプロジェクトを組みながら、予算が少し余ると見るや、多額（現地感覚で言うと）のコーディネーター料を請求するというモンゴル側責任者の行動は、正直で律儀なモンゴル庶民の印象とは大きくかけ離れている。

世界の事情が分かっている有識者の場合、物取り根性が旺盛で、他者依存の傾向が強いという指摘もある。齒に衣着せぬある日本人駐在員は、モンゴルの政府当局者の依存根性を、痛烈に皮肉っていたのを思い出す。

さて、国家がいかに強力で、豊かであろうと、国民が不正直で、騙しに長け、世界中から警戒されるだけで、全く尊敬されないような国家は、偉大な国家とは言い得まい。私は「ジャパンOK、モンゴルOK」の関係が、今後も維持されていくことを強く願っている。

終わりに

以上は、20世紀末、1999年のウランバートルについての私の考現学である。モンゴルの現状が、市場経済化の発展過程により深く関わっているのか、モンゴル人の気質・心性により深く根差しているのかは、大変に興味ぶかい問題である。今日の事態は当然この両者と関わっているが、そのどちらがより強力な規定要因であるかは、将来のウランバートルを見てもないと定かではない。しかし、そのいずれがより強力な規定要因であるかによって、モンゴルの将来は大きく変わってくるように思われる。

将来、モンゴル人たちは、もっと軽快に微笑み合っているだろうか。ウランバートルの街には派手な看板・広告が氾濫し、日本語をはじめ外国語のアナウンスメントが数多く見られるであろうか。マーケットでは、客を呼び込む声がかまびすしく響き、活発な売買が行われているであろうか。そのころには猥雑な感じの首都ウランバートル（現在は非常に落ち着いた感じのいい都市であると私は考えている）で、人々は騙したり、騙されたり、ポツたりボラレたり、互いに警戒し合いながらも、見事なアントゥルプルヌールシップを発揮し、市場経済は盛り上がっているのだろうか。

5年後のウランバートル，ひいてはモンゴルの状況を，本稿と対比しながら観察し，私のウランバートル考現学を完結させたいと願っている。