



Doshisha University Academic Repository

同志社大学学術リポジトリ

ベトナム社会におけるオートバイの普及経緯と背景

著者	鍛冶 博之
雑誌名	社会科学
巻	48
号	1
ページ	121-146
発行年	2018-05-31
権利	同志社大学人文科学研究所
URL	http://doi.org/10.14988/pa.2018.0000000116

ベトナム社会におけるオートバイの普及経緯と背景

鍛 冶 博 之

ドイモイ政策以降の経済成長が著しいベトナムは、東南アジアを代表する発展途上国のひとつであり、商品に依存した消費生活が定着しつつある。交通面に注目すると、オートバイは不可欠な移動手段として多くの生活者に利用されるだけでなく、ベトナム社会に多面的な変容をもたらしている。本稿は、発展途上国を対象とする商品史研究の一例として、1990年代よりベトナムで急速に普及し、今日もなお生活者の不可欠な生活必需品として位置付けられるオートバイに注目し、オートバイが1990年代以降に急速に普及した経緯と背景を明らかにすることを目的とする。本稿1ではドイモイ政策以降のベトナムの人々の生活変容の一端に触れる。本稿2ではベトナム社会でオートバイが普及・定着するまでの史的経緯を明らかにし、本稿3ではその背景を探る。

はじめに

本稿では、発展途上国を対象とする商品史¹⁾研究の一例として²⁾、1990年代よりベトナム社会主義共和国（以下ベトナム）で急速に普及し、今日もなお生活者の不可欠な生活必需品として位置付けられるオートバイに注目する。特にオートバイが1990年代以降に急速に普及した経緯と背景を明らかにすることを目的とする。

まず簡単にベトナムを概観しておく³⁾。ベトナムはインドシナ半島の東に位置する南北約1,200kmの長細い国で、首都はハノイである。ベトナム統計総局によると2016年末時点で人口は9,270万人に達する。そのうち約86%の約7,970万人はキン族と呼ばれる部族であり、残り約1,300万人を50以上の少数民族が占めている。宗教は80%が仏教徒で、言語はベトナム語が中心であるが、主要観光地では英語の他に日本語で対応できる場所が数多く存在する。日本語での文章説明や日本語を話せる現地ガイドが随所で見られ、治安が良好なこともあり、日本人にとっては訪問しやすい外国という印象が強い。政治体制は社会主義であり、唯一の合法政党であるベトナム共産党が政権を担う。1986年には社会主義志向を維持しつつ市場経済システムを導入し、対外諸国への市場開放を目指し

たドイモイ政策が開始され、1990年代から2010年代に至る経済成長を支えている。なおベトナム統計総局によると、2016年の経済成長率は年平均で6.21%、物価上昇率は年平均で2.66%であり、2010年代もベトナム経済は継続的成長を遂げている。外交面ではアジア太平洋諸国、またアセアン諸国との連携強化を進めている。軍事面については、2015年時点での主要兵力は約48万2,000人である。なおベトナムでは徴兵制を採用し、18歳から25歳までの18ヶ月間を標準に徴兵義務がある。

筆者は2004年9月16日から24日にかけてベトナムを訪問した経験をもつ⁴⁾。初めての海外渡航がこのベトナムであったため、強いインパクトを受けたことを記憶している。なかでも筆者にとって印象深かったのが、ハノイ・ホイアン・ホーチミン市の道路上を間断なく走行する大量のオートバイであった。自動車を遥かに凌ぐ数のオートバイが昼夜を問わず街中を疾走している様子、あまりものオートバイの多さで歩行者が道路を渡れない実態、ホテル滞在時は朝のラッシュ時間帯にけたたましく鳴り響くエンジン音とクラクション音で叩き起こされる生活環境など、ベトナム滞在中はオートバイをめぐる驚かせられることばかりであった。このような感想は筆者だけでなく、本稿の最後に掲載する「参考文献」に列挙した著者のほとんどが、1990年代以降に指摘し続けてきたことでもある。最近では、ベトナムを訪問する観光客の多くが、都市部の道路を間断なく走行するオートバイの様子をカメラで撮影して、動画共有サイト「YOUTUBE」に数多く発表しているため、日本にいながらベトナムの交通事情をおおよそ理解できる。こうしたことから、ベトナムが今日もなお「オートバイ社会」（生活者の主要な交通手段としてオートバイが利用される社会）とも呼べる状況にあることは疑いようがないだろう。

本稿の執筆動機は、こうした筆者の直接的経験を通して、ベトナムにおけるオートバイを発展途上国における商品史研究の一端として取り上げる必要性を実感したことである。従来の商品史（特にランドマーク商品）研究では国際比較の重要性が指摘されながらも日本に重点を置いた研究が積み重ねられてきた一方、海外諸国を対象とした商品事例分析が十分に展開されていない⁵⁾。その意味で本稿は従来の商品史研究を補完する意味を持つ。また、ベトナムのオートバイをめぐる先行研究では、二輪産業の製造・流通・販売に関する産業論的ないしは企業論的研究⁶⁾や、ベトナム社会全体の様相を説明する一手段としてオートバイに言及したもの⁷⁾が数多く見られる一方で、ベトナム社会にオートバイが普及し得た社会的背景についての多面的考察を試みた研究が少ないことも、本稿執筆の背景として挙げられる。

ここで本稿の概要を記しておく。本稿1ではドイモイ政策によって見られたベトナムの生活者の日常生活の変容の一端を紹介する。本稿2ではオートバイが普及・定着するまでの史的展開についての交通史を、道路と自転車にも注目しながら明らかにする。本稿3ではベトナム社会でオートバイが普及し定着した背景を探る。

1 ドイモイ政策以降のベトナム社会の変容

本章ではドイモイ政策が展開された後のベトナム社会全体の変容について、経済面と生活面に着目して概観する。

1.1 経済の発展⁸⁾

ベトナムでは1975年のサイゴン陥落をもってようやく抗米戦争が終結した。ベトナム共産党は回復した旧南ベトナムの社会主義経済化を進めようとするもうまくいかず、逆にベトナム社会の経済停滞を加速させることになった。ベトナムは1978年にカンブチア⁹⁾へ侵攻したことによる第三次インドシナ戦争の勃発、1979年にはカンブチア人民共和国の樹立を支援した懲罰として中国によるベトナム侵攻によって中越戦争の勃発により、ベトナム国内の経済混乱をさらに加速させた。さらにカンブチア侵攻が国際的批判を浴び西側諸国との関係が断絶したことが、ベトナム経済の停滞を加速させ危機的状況へ追い込んだ。

こうした戦後経済の危機的状況を打開するための手段として、ベトナムでは抜本的な経済改革路線への転換を図った。それはベトナム共産党による一党独裁を維持した社会主義を根底に敷きつつ、経済成長を飛躍的に進めるために市場経済化による経済自由化を試み、資本主義国との関係改善、市場メカニズムの構築、外資の導入を積極的に行うというものであった。つまりそれは社会主義市場経済への転換であり、こうした諸改革はドイモイ（刷新）政策と呼ばれている。

ドイモイ政策の結果、政治・経済・社会・文化の多方面に渡って様々な変容がみられるようになった。特に経済面では1990年代に入ってその効果が顕著に見られた。

1980年代後半から現在までの経済の動向を概観すると、1986年に開始したドイモイ政策の効果は1990年代初めに徐々に表出し、1995年から1996年にかけては9%台の高成長率を記録した。背景には、中国との国交正常化（1991年）やASEAN加盟とアメリカとの国交正常化（1995年）により友好外交路線へと転換したことで海外諸国からの投資

を呼び込み、ベトナムへの信用を世界的に向上させたことが挙げられる。しかし1997年には経済成長が鈍化したことに加え、アジア通貨危機の影響を受けて1999年には成長率が4.8%にまで低下した。2000年代前半期は全体的に経済の回復傾向が見られ、2005年には8.4%、2007年には8.7%にまで経済成長率は上昇した。こうした2000年代の全体的な経済成長の背景のひとつには、2000年に制定された会社法によって民間企業の設立手続きが簡素化されたことが挙げられる。これによりベトナム国内での会社設立が加速し、ベトナム経済を一気に成長させた。また対外関係では、2007年には150番目の加盟国として世界貿易機関（WTO）に加盟し、国際社会との結びつきを強化した。2008年と2009年には国内の高インフレ傾向が進行し、さらに世界経済危機の影響を受けたことでベトナム経済は一時低迷した。しかし政府による景気刺激政策、金融緩和政策、旺盛な民間消費、内国投資の活発化により、2009年には5.3%の成長率を達成した。窪田（2006）は2000年以降の加速度的な経済成長の背景として、先に挙げた新企業法の施行の他に、外国投資法の改正などによって各種FDI（外国直接投資）の誘致制度の整備が推進されたこと、近隣諸国の需要が拡大したこと、原油価格が高騰し輸出が増加したこと、国営企業改革が進行したことを挙げている¹⁰⁾。このようにベトナムでは、対外開放政策のもと工業国としての確立を急いでいる。しかし一方で急激な物価上昇や自国通貨の不安定などの課題も露見しつつあり、早急なマクロ経済対策が求められている。

1.2 生活の変容

ベトナムではサイゴン陥落により、海外企業が国内から撤退または進出計画の見直しなどを図ったため、カラーテレビや冷蔵庫などの家電製品・オートバイ・自動車などの国内生産が立ち遅れた¹¹⁾。しかしドイモイ政策が進展するにつれて、生活者の日常生活にも1980年代後半以降、明らかな変化が見られるようになった。以下では先行研究の指摘をもとに、ドイモイ政策以降のベトナム社会における日常生活の変容の一端を商品の観点から見ておく。

吉岡（1993）によると、1993年時点のベトナムでは都市部を中心に個人消費が活発に行われるようになり、家電製品やオートバイだけでなく携帯用テレビゲーム・カラオケ・エステティックサロンの利用などレジャー消費も旺盛に展開されていったという¹²⁾。

岩見（1996）によると、ドイモイ政策が進められた結果、1990年代初めには目に見えてベトナム社会にモノが豊富に出回るようになったという。そしてドイモイ政策が都市生活者に与えた影響として、自由な経済活動が可能になったこと、様々な商品が市場に

出回るようになり、資金さえあれば何でも買えるようになったこと、土地（利用権）の売買が可能になり家を新築できるようになったことを指摘する¹³⁾。

岩井（1999）によると、1990年以降にベトナムの市民生活は大きく変容したという。開放されたベトナムの市場には資本主義の製品が浸透するようになった。一般家庭でのドイモイ政策のシンボルは家電製品の普及であった。ドイモイ政策が行われる以前は、街角の電器屋やカフェにはテレビ番組を視聴する人々が溢れ返っていたが、1990年代末時点では都市生活のほとんどがカラーテレビ、ラジオカセット、ビデオデッキを所有し、街中にビデオ販売店も登場している。特にテレビはベトナムの家庭生活では不可欠な商品であり、ベトナム庶民の娯楽として定着した。テレビから流される大量の外国製品のCMは、ベトナム庶民の資本主義的生活への夢を膨らませた。例えばハノイの場合、自転車に代わってオートバイの普及が進み、一家で二台以上所有することも珍しくなくなった。朝の通勤ラッシュ時には道路はバイクの洪水となり、新車・中古車ともに日本製が圧倒的な人気を得ている。さらに企業のトップや高級官吏など富裕層の生活には、上記の他に冷蔵庫・洗濯機・ガスレンジが加えて購入されている。1993年頃からは個人電話を設置する人が増え、ハノイ市だけでも分厚い電話帳が発行されているという¹⁴⁾。

牛山（2004b）によると、テレビ・ビデオ・ステレオ・オートバイといった商品群は1990年になってベトナムの街中の商店に溢れ出すようになり、資金的余裕のある生活者はそれらを購入できるようになった。テレビは1993年には4軒に1台から、1998年には5軒に3台の割合で普及するに至った。2000年代には商品に対するブランド志向が高まり、特に品質に優れる日本製品への関心が高まった。一方で2000年代に入ると、中国からの安価な商品もベトナムへ輸入され、品質を保証した低価格商品の競争が進みつつあるという¹⁵⁾。一方、牛山は富裕層の出現についても言及し、ベトナムの市場経済化がベトナム経済全体を底上げすると同時に、都市部を中心に富裕層を生み出した。彼等の中には日本の家庭と比較しても遜色のない、もしくはそれ以上の生活を享受する者もいる。また彼等はモノだけでなくサービス消費も旺盛であり、海外旅行への参加、保険商品の購入、さらには子供の教育のために家庭教師を雇う者もいる。富裕層はベトナム共産党および政府の関係者、外資系企業のスタッフ、民間企業幹部に多く、月間所得が1000ドルを超えるケースもある。こうした富裕層は増加傾向にあるものの、ベトナム社会全体で見ればごく一部に過ぎず、大半の生活者は無駄な消費を抑制しつつ必要不可欠な商品の購入には出費を惜しまないという消費スタイルを維持しているという¹⁶⁾。

このようにベトナムでは、特に2000年代には低所得者でも高額商品を購入する傾向が

見られ消費ブームを加速させた。その背景を『朝日新聞』（2004年12月3日号）は、ベトナム戦争とその後の混乱期に出稼ぎ等を理由に海外に渡った「越僑」が親族に送金し、また彼等が帰国時に外貨を持ち込むようになったことが背景にあると分析する。また上昇する土地所有権を投機的に売買して巨額の利益を得る者も出現したという¹⁷⁾。

2000年代後半の都市生活の動向について、中西編（2010）は2008年時点のホーチミン市の一世帯当たりの耐久消費財の普及率に関して「Class A」（一世帯当たりの月収が780ドル以上）、「Class B」（一世帯当たりの月収が390～779ドル）、「全クラスの平均」の三つの観点から言及している。これによると、「乗用車」は：Class A 6%、Class B：0%、全Classの平均：1%、「冷蔵庫」はClass A：99%、Class B：98%、全Classの平均：79%、「洗濯機」はClass A：89%、Class B：76%、全Classの平均：48%、「エアコン」はClass A：86%、Class B：39%、全Classの平均：20%、「CD/VCD/DVD プレイヤー」はClass A：99%、Class B：98%、全Classの平均：92%、「バイク」はClass A：100%、Class B：100%、全Classの平均：97%、「パソコン」はClass A：91%、Class B：70%、全Classの平均：45%であり¹⁸⁾、ホーチミン市における富裕層による家電製品の普及率の高さを窺える。また本稿との関連で注目したいのは、自動車はほとんど普及していない一方で、バイクの普及がほぼ100%に達している点であり、ベトナムにおける主要交通手段が自動車ではなくオートバイであることがこの数値から明確に読み取れる。

高山（2010）は携帯電話について言及し、2010年時点のベトナムでは携帯電話は必須アイテムであり、約8600万人の人口が存在するベトナム国内で携帯電話が約8000万台～1億台が市場に出回っており、中には1人で2～3台を所有する場合もあるという¹⁹⁾。

一方で、ドイモイ政策による短期間での急激な経済成長は、生活者全体の生活水準を引き上げたわけではなく、生活者間の貧富差や都市部と農村部に代表される地域格差を促進した。また都市部の中でも、急激な人口の拡大、失業者の増加、富裕層と貧困層の格差拡大、汚職の蔓延、公害の発生、医療や教育等の社会サービス不足など、各種の社会問題を惹き起こしている。健康面に関しては、上記のような生活の質的向上が生活者の食生活を量・質ともに充実させたが、千葉（2004）によると食生活の充実により都市部の富裕層を中心に肥満体質になる生活者が増え、心臓疾患・高血圧・糖尿病などの疾患を抱える者を増加させている。ソフトドリンクやスナック菓子の普及、さらにはテレビの普及も影響し運動不足になる子供が増加しており、都市部を中心に肥満体質の子供が増加傾向にある。また学業・仕事・家庭生活がストレスとなり体調不良を訴える大人や子供も増加している。子供の精神疾患の場合、激しい受験戦争に晒されることや市場

経済化の影響で親の労働時間が増加し親子の触れ合いが希薄になったことなどが背景にあるという²⁰⁾。

以上のように、ドイモイ政策によって市場経済化と経済自由化が進行して著しい経済成長を実現した結果、1990年代から2010年代に至るまで、ベトナムの生活者は身近な日常生活においても明確な変化を実感しその恩恵を受けることになった。生活者は市場に投入されるさまざまな商品を購入して利用し、自らの日常生活の質的向上を図りつつある。その一方で、豊かな生活を享受するゆえのマイナス面も露呈しつつある。

ベトナム社会において日常生活での商品依存が進行していることは間違いなく、その動向を長期的に観察することは、ベトナム社会の商品史的研究を深化させるうえで不可欠である。

2 道路網の整備と自転車の普及

本章では、ベトナム社会でオートバイが登場し普及するに至る史的展開を明らかにする。なおベトナムには交通手段として鉄道・自動車・路線バス・船舶・航空機なども存在するが、本章では道路と自転車に注目する。

2.1 道路網の整備

交通手段を円滑に機能させるためには交通インフラを整備する必要がある。交通インフラの中で最も重要なのが道路である。まずはベトナム社会における道路の整備状況を見ておきたい。

ベトナムでは南北分断によって北緯17度線以南に敷設された約1万1,600kmに及ぶ道路の復旧が遅れたが、ベトナム政府は諸外国からの援助を得て、1957年には一部の橋を除いて道路網の大部分を再建した。こうして道路建設を進めた結果、1958年末には道路全長は1万3,900kmにまで達し、そのうち9,600kmを舗装道路として整備した²¹⁾。坪井(1994)によると、1964年から開始された北ベトナムへの集中爆撃(北爆)では生産施設や発電所のほか、交通ルートへの集中砲撃が加えられることになった。特に交通に関しては、主要幹線国道、ホーチミンルート、中国からの救援物資を輸送する鉄道とその道筋に当たる道路、ハイフォン港および関連施設など、主要交通網や交通関連施設への集中的な攻撃が加えられた。終戦後も諸外国との対立や経済低迷も影響して交通インフラの復興が進まず、1994年時点でも道路・橋・港湾施設の被害はまだ残されたままになっ

ていた²²⁾。

1990年代末時点でのベトナム国内の道路の整備状況について、松江(1999)は、約1万1,000kmの国道を含む道路総延長10万7,000kmのうち、アスファルト舗装されているのは1万3,000kmで全体の約12%に過ぎなかった。特に農村経済の市場化に不可欠な村道はほとんど舗装されず、雨季には使用不可となる道路も存在した。また約8,000本の橋梁のうち五割は仮橋で耐用年数を過ぎているものが多く、三割以上が重量車両の通行が不可能で、補強ないしは架け替えが必要となっていると指摘した²³⁾。

ベトナムの道路整備は終戦後も十分に進められたわけではなく、現在でも未整備のまま残され悪路となっている道路も少なくない。今日でこそインフラ整備がかなり進みつつあるが、決して十分ではない。ましてや1980年代の整備状況は惨憺たるものであったことが十分想像される。そうした道路事情の中でもスムーズに走行できる交通手段として、1980年代前半から普及したのが自転車であり、また1980年代後半から普及し始めたのがオートバイであった。

2.2 自転車の普及

ドイモイ政策が本格化する1986年以前のベトナムでは、「自転車社会」(生活者の主要な交通手段として自転車が利用される社会)と称されるほどに、自転車が日常生活に不可欠な交通手段であった。

1980年代前半の状況について矢田部(1984)によると、この時期の自転車は公共交通機関が十分に発達していないベトナムでは生活必需品であり貴重品であった。当時の自転車一台の価格は給料の半年分に相当する高価な商品であった。それでも自転車の利便性と快適性を求めて、生活者は自転車を購入した。

では生活者はそのような高価な自転車をどのようにして購入したのか。それは自転車一台を一括で購入するのではなく、資金が貯まる度に自転車の部品をひとつひとつ購入し、時間をかけて組み立てて完成させていったのである。前出の矢田部によると、「月賦やローンのような資本主義的制度はないから、ヴェトナム人は、先月は前輪、今月は後輪、来月は車輪、その次はハンドルというふうに順々に買い足していく。何か月か経ると一台の自転車が完成するという仕組み」であるという。実際に当時、ハノイには自転車の部品を扱う店舗が多数存在した。そして現在とは異なり、ハノイの通りには自転車が溢れ「川の水のように滔々と流れて、川の水のように途絶えることはな」かったのであり、自動車は自転車の流れを押し分けて進まなければならなかったという²⁴⁾。

中野（1998）は、ドイモイ政策が本格化する直前に当たる1985年夏季のハノイ市内の様子を描写している。それによると、「道は見渡す限り自転車の海で、われわれの車はその波をかき分けるようにして進まなければならなかった。自動車の怖さを知らない人々は、車が近づいてもよけようともせず、われわれは自転車に追い抜かれながらノロノロと進むしかなかった」と、大量の自転車が道路上を通行する様子を描いている²⁵⁾。

1990年代に入るとベトナム社会では急速にオートバイが普及するが、それでも1990年代前半の時点では、自転車は主要な通勤手段として多く利用されていた。矢島・窪田（1994）によると、1990年代に入ると自転車関連工場の多くが自動車修理工場や自動車組み立て工場へと転換したが、それでも自転車製造はベトナムの戦略産業と位置づけられ、国営企業が経営する最重要産業のひとつであったという²⁶⁾。

一方で、主要道路を埋めるほどに走行する自転車は徐々に様々な問題も発生させるようになった。その最たるものが自転車のクラクションである。クラクションの問題はオートバイや自動車の普及により深刻化するが、既にそれ以前においてもクラクションによる騒音問題は注視されていた。なぜ自転車はクラクションを鳴らすのか。矢田部（1984）によると、ハノイを走行する自転車にはほとんどブレーキがなく、取り付けられているとしても故障しており、正常に取り付けられている場合でも使用されないことが多いからだという。その背景にはハノイには坂道がほとんどないことが影響しており、仮に急停車させる場合には地面に足をつけて停車する。また自動車への対抗手段として、けたたましくクラクションを鳴らし自動車を威嚇することで自転車側の「確固たる意志」を示し、自動車をひるませることで自転車に道を譲らせるため、とも主張する²⁷⁾。

1980年代に圧倒的な普及を誇った自転車は、1980年代後半から1990年代にかけてその台数を減少させた。ベトナムにおける自転車の生産台数の推移を見ると、1986年に26万台、1987年に30万台、1988年に29万台、1989年に12万台、1990年に11万台、1991年に9万台と推移し、1987年をピークに減少傾向に転じた²⁸⁾。その背景には、本稿1で指摘したようにドイモイ政策により生活者の日常生活が豊かになり、その結果のひとつとしてオートバイが購入されるようになったことが挙げられる。とはいえ、交通手段としての自転車がベトナム社会から淘汰されたわけではない。事実、ハノイやホーチミンなどの都市部では現在でも多くの自転車がバイクの隙間を縫って走行している。また市街地の歩道には自転車修理屋が数多く出店している様子を目撃でき、自転車が今日も生活者の手軽な移動手段として機能していることが窺える。

さて、少数民族が多数存在するベトナムでは、山岳地域の交通網の形成もインフラ整

備の上で重要になる。しかし実際には決してそれが十分に整備されているとは言えない。そのような状況下での手軽な交通手段として、自転車は重要な役割を果たしてきた。この点に関して菊池（1977）は、1970年代時点では少数民族が数多く生活する山地では、平地との交通が極めて不便であった。道路網については、植民地時代にはハイフォンからドンバンまで200kmの小道しかなく、人々は交通手段として馬を利用した。1970年代には陸路が完備されたうえ、日常生活に自転車が普及するようになったことで利便性は向上した。1970年代に入り山地に住む人々の多くが自転車を日常的に使用するようになった。こうした交通手段としての自転車と交通インフラとしての道路整備が進められたことで、山岳地域の産業・流通・商業の発展を促したという²⁹⁾。また澤（2012）によると、都市部でオートバイが広域的に普及した2012年時点でも地方都市や農村部での交通手段は圧倒的に自転車が多いが、そのことは同時に大都市と地方都市・農村地域との間の貧富の格差を象徴しているという³⁰⁾。

自転車をめぐる2010年代の動向について述べると、国内需要は都市部を中心にオートバイが主流となっていることもあり、自転車の製造輸出が活発に行われている。近年では台湾系企業がベトナムへ活発に進出し主に欧米へ輸出している。2008年にはガソリン価格の急騰と交通事故防止を目的に高校生のオートバイ通学が禁止され、一時的に中国製を中心とした電動自転車が流行したものの、全国的に浸透するには至らなかった³¹⁾。

3 オートバイの普及

本章ではオートバイの動向について見ておく。ここでは生産と消費の二つの観点から言及する。

3.1 生産

本稿2.2で指摘したように、1980年代にベトナムの生活者が使用した主要な交通手段は自転車であった。ドイモイ政策が開始される1986年まで、ベトナム国内でオートバイ生産が本格化することはなかった。しかしオートバイ自体は既に1960年代にはベトナム国内に出現している。契機はベトナム戦争中に西側諸国（特にアメリカ）によって南ベトナムに約200万台のオートバイが輸入されたことにある。ベトナム戦争が終結した後にこれらのオートバイは北ベトナムにも流通し始め、1980年代には東側諸国からもオートバイが輸入されるようになった³²⁾。

1990年代前半までは、オートバイの多くが日本から輸入された。当時のベトナム社会では、時には中国・タイ・シンガポールなどの周辺諸国から密輸されたオートバイも散見されたが、その密輸品も日本製のものがほとんどであった。オートバイはホンダ・スズキ・ヤマハ製の車両が大半を占めた。その中でも特にホンダ製のオートバイが圧倒的に多く普及していた。そのことから、ホンダという固有名詞はベトナムではオートバイを指す一般名詞として使用されている。ベトナム社会で使用される「スズキのホンダを所有する」「ヤマハのホンダを購入する」という表現は決して誤ってはいない。

ではなぜ、ベトナムではホンダ製のオートバイが高い占有率を獲得できたのか。それを考察する前に、日本製のオートバイがベトナムに輸出されるようになった背景を簡単に述べておく。太平洋戦争の終結直後の日本では、オートバイは一般の生活者にとっては高嶺の花であったが、1950年代にはオートバイが通勤通学や荷物運搬の手段として使用され、日本人の生活に定着するようになった。1960年代には日本製のオートバイが世界各地のグランプリレースに参加して次々に優勝して欧米製のオートバイを圧倒し、1960年代以降、知名度と高品質を備えた日本製のオートバイは東南アジアを始め欧米諸国へ輸出されるようになった³³⁾。

ホンダ製オートバイのベトナム進出について、本田技研工業がベトナムへのオートバイ輸出を開始したのは1964年のことである。しかし当時のベトナムでは、フランス製のモベットというオートバイが広く利用されていた。そこで本田は当時最先端の「スーパーカブ」を輸出しベトナム市場に進出した。現在のベトナムの風物詩であるオートバイの多人数乗車や荷物の過積載は既に1960年代に見られた光景だが、エンジン出力が高く女性でも容易に運転できるスーパーカブはヒット商品となり、1970年までに南ベトナムを中心に約70万台を販売してベトナム市場を席卷した。ベトナム戦争が日々激化するなか、本田は1972年にベトナムからの撤退を余儀なくされたが、戦中戦後を経てもベトナムでのスーパーカブへの支持は下がらず、ベトナムの生活者は本田製のオートバイを愛用し続けた。その結果、ホンダはベトナム社会において今日に至るまでの長期にわたる高い占有率を維持できている³⁴⁾。その背景として澤(2012)は、①ホンダ製の「スーパーカブ」や「ドリム」が、1970年代以降のベトナムでビジネスバイクを普及させる端緒となったこと、②ホンダ製のバイクは扱いやすく、燃費が良く、修理しやすいという特徴があること、③想定範囲を超えた異常な酷使や過積載(例：重量荷物の積載、バイクの三人乗りや四人乗り)にも耐えるという高い信頼性があったことが挙げられるという³⁵⁾。

②で挙げた本田製オートバイのメンテナンスの容易さに関して補足しておく。1978年

のカンボジア侵攻に対し西側諸国がベトナムの経済封鎖を実施したことで、ベトナムではドイモイ政策が開始されるまで完成車や部品の正規輸入がほぼ不可能になった。しかしそうした状況下でもホンダ製のオートバイは簡単なメンテナンスで問題なく走行できたために、今日に至るベトナム市場での人気と信頼を獲得できた³⁶⁾。その結果、1990年代後半（1998年頃）までは年間販売台数40万台の大半を高価なホンダ製オートバイが占め、ベトナムのオートバイ産業では日本企業の独占状態が長らく続いたのである。

一方で1990年代初めにはベトナム国内の地場系組立企業の参入も相次いだ。背景には、消費面ではオートバイの需要拡大がみられるようになったこと、生産面ではタイから輸入した部品一式をもとにベトナム国内の組立企業が最終組み立てを行ったオートバイの方が、外資系企業がタイで生産したオートバイよりもブランドイメージに優れ販売が好調だったこと、さらにはベトナムのオートバイ市場への参入障壁が低かったことが挙げられる³⁷⁾。

1990年代前中期は日本製のオートバイが圧倒的シェアを誇ったベトナムのオートバイ市場であったが、1990年代末にはそのような市況にも変化が見られるようになる。1999年に日本製を模した中国製の安価なオートバイがベトナムに大量に輸入されるようになった。1990年代後半、中国ではオートバイの国内市場が販売不振に陥りつつあり、その打開策として海外市場を模索し始めていた。そこで中国はオートバイがまだ高価で生活者全般への普及が進んでいなかったベトナムに注目した。一方でベトナムにも中国からの輸入販売を模索する業者が出現しつつあった。そうしたことから1999年から2001年にかけて中国から大量のオートバイが輸入され³⁸⁾、2001年にはベトナム国内の年間販売台数が130万台規模にまで拡大した。そのうちの約60%を中国製が占め日本製とシェアを分かつようになった。この背景には、安価な中国製オートバイがそれまで購入が困難だったベトナムの庶民層に受け入れられ、巨大な新市場を形成したことにある³⁹⁾。中国製オートバイのベトナム進出は、国内のオートバイの低価格化とオートバイ市場の急拡大をもたらし、オートバイの位置づけを「資産」から「庶民の移動手段」へと転換し、都市部だけでなく農村部へのオートバイの普及を促進した⁴⁰⁾。

2000年代に入ると、日本製と中国製に加えてタイ製や台湾製のオートバイも輸入されるようになった。これにより2000年代半ばには一時日本製オートバイの市場シェアが落ち込み、日系企業の工場が一時閉鎖されるなどの事態も発生した。しかし程なくして日本企業は部品の現地調達率を上げることで、低価格化を実現しつつ故障が少ない高品質なオートバイの製造販売を維持し、日系企業が製造するオートバイへの支持が回復した。

中西（2010）によると、その結果、2010年時点における約300万台のオートバイ市場のうち、日系企業のホンダとヤマハが約200万台近くを製造販売する寡占市場を形成するに至ったという⁴¹⁾。日本製のオートバイへの支持が回復したもうひとつの背景には、中国製オートバイやベトナム国産のオートバイの品質上の問題が表面化したことも挙げられる。藤田（2007）によると、「圧倒的な低価格に飛びついた消費者は多かったものの、中国企業と地場組立企業が目先の利益拡大に走り、大量の粗悪品を市場に出回らせた結果、品質面での欠陥が明らかになるまでに時間はかからなかった。頻繁な故障や交通事故の経験は、中国車＝低品質という評判をベトナムの消費者に定着させることとなった」⁴²⁾という。

そして2010年代においても、ベトナム社会におけるオートバイ市場はその規模を維持している。ベトナムバイクメーカー協会（VAMN）によると、VAMN加盟5社のオートバイの年間販売台数は2015年には約285万台、2016年には312万台、2017年には327万台と推移している。また2010年代もホンダとヤマハによる寡占市場が形成され、2017年度にはホンダベトナム（HVN）が市場シェアの70%を占める199万7,057台、ヤマハモーターベトナム（YMVN）が市場シェアの25%を占める72万2,883台を製造販売している。その一方で2010年代は、オートバイの国内市場の飽和化と公共交通機関の多様化が進み、2000年代と比べて市場成長が鈍化しつつある⁴³⁾。

3.2 消費

ドイモイ政策による市場経済化の進行により、ベトナムの生活者は日常生活に豊かさを追求するようになった。本稿1で指摘したようにドイモイ政策がもたらした生活への影響は多岐にわたるが、交通に関して言及すると、ベトナムでは1980年代後半より自転車に代わってオートバイが普及するようになったことが挙げられる。この点について千葉（2004）は、「経済発展を加速させたドイモイ政策が1986年に始まるまでは、ベトナムは“自転車社会”だった。1990年ごろまでは、オートバイは家宝扱いされ、親から子へと受け継がれる世襲財産だった。ふだんはカバーをかけてしまっておき、たまにしか走らせない人も少なくなかったという。その後、経済発展が進むにつれて、自転車はオートバイに取って代わられた」⁴⁴⁾と指摘している。

こうしてオートバイは1990年代を通してベトナムの生活者に浸透し普及した。その結果、ハノイやホーチミンなどの都市部を中心に、街中をオートバイが疾走する姿が頻繁に目撃されるようになった。例えば穴吹（1995）は、1986年にベトナムを一旦離れし1991

年3月に再度ハノイへ出張した際、「以前（1986年以前のこと：鍛冶注）は何もなかったのに、市内の各所には店舗が立ち並び、外国製品のウイスキー、ブランド、煙草、缶詰、ミネラル・ウォーター、扇風機、ラジカセ、テレビなどが陳列されている」様子を見て大変驚愕し、さらに「街の中を走る洪水のような自転車に混じって、バイクが…それも新品のバイク（日本製）の数も格段に増えている」と当時のハノイの様子を描写している⁴⁵⁾。また樋口（1999）は、ハノイでの勤務経験をもとに、「3年ほど前（1990年代半ば：鍛冶注）には、ハノイの通りを走っているのは自転車ばかりだったが、今（1990年代後半：鍛冶注）ではバイクが中心」⁴⁶⁾であると述べている。高瀬・池部（1998）は1990年代のベトナムの街中の様子をオートバイに注目して観察し、次のように記録している。

「ベトナムに来て最初にびっくりさせられることはきわめて無秩序で危なっかしい交通事情であろう。おびただしい数の人間がおのおののベクトルで好き勝手に動き回る。牛車やシクロ（三輪自転車タクシー）やアヒルを満載した自転車、天秤棒を担いだ行商人やバイクの群れが混沌と街中に溢れ出ている。排ガスを撒き散らすダンプや乗用車もそこに交じり、クラクションを鳴らしまくる。このクラクションは危険を相手に知らせるためのものではない。自分がここにいますよと主張するためのものである。ベトナムを走る自動車部品で最初に痛むのはブレーキパットやクラッチ板ではなくクラクションであると言われる。街中にはエンジン音とクラクションのけたたましさ、そして舞い上がる埃と往来する有象無象のベトナム人がおのおの異なるスピードで異なる方向に走り回りパニックに陥っている。ところが、パニックと思うのは私たち不慣れな外国人だけで、当のベトナム人たちは涼しい顔をして日常生活の一部としてそれを楽しんでいるかのように見える。まるで液体に混じった大量の不純物のごとく疾走する。」⁴⁷⁾

これらの指摘が当時のベトナム社会全体の一般的状況を説明しているとは言えないだろうが、上記からは、既に1990年代半ばのベトナム社会ではオートバイが縦横無尽に走行する様子が目撃されたこと、その一方で排気ガスや騒音などの社会問題が表面化しつつあったことが読み取れる。このような状況は今日のベトナム社会でも大きくは改善されていない。

では1990年代には何台のオートバイが普及していたのだろうか。オートバイの普及台

数に関して矢島・窪田（1994）は、ベトナムのオートバイの保有台数については正確な数値を把握できないために諸説見られるものの、1992年4月には推定130万台、1993年6月には推定200万台のオートバイが存在したと分析している⁴⁸⁾。オートバイはまずホーチミンから普及しはじめ、1990年代前半にはまだホーチミンやハノイといった都市部での利用に限定されたが⁴⁹⁾、1990年代半ば以降はベトナム全土の都市部にもオートバイが急速に普及し、90年代半ばには既に交通手段の90%近くを自転車とオートバイが占めるに至った⁵⁰⁾。

そして2000年代には、オートバイは自転車に代わってベトナムの主要交通手段としての地位を確立し、今日ではベトナムの生活者の生活必需品として受容されるに至っている。千葉（2004）は、2000年代前半には、オートバイはベトナム国民全体の生活の足となるまでに定着したと指摘する。さらに国営メディア報道を参考にしてオートバイに関する数値を提示している。それによると2004年2月時点で人口約8,000万人のベトナム全土でのオートバイ保有台数は約1,150万台、その種類は約200種にも及ぶ。これに従うならば国民の7人に1台がオートバイを所有していることになり、ベトナムのオートバイ市場が中国やインドに次ぐ大市場にまで成長したと紹介している。ちなみに乗用車や貨物車などの自動車保有台数は約68万台でオートバイの17分の1であり、2000年代のベトナムはまさに「オートバイ社会」であったことを強調している⁵¹⁾。

オートバイをめぐる2007年から2010年までの動向について、高山（2010）は、ベトナムではオートバイは家族の移動手段であり4人乗りをすることもある。またベトナムのオートバイは日本のマイカーのような位置づけと言える。最近ではオートバイを数年で買い替えることもあり、価格が高くても安価な中国製ではなく日本製のオートバイを購入するケースも見られるようになったという⁵²⁾。

中西（2010a）は、2010年時点におけるオートバイ市場の現状、日常生活との関係、将来展望について、「ベトナムでは現在、バイク（二輪車）は約300万台市場。中国、インド、ブラジル、インドネシアに次ぐ市場だろう。10年前には自転車も多かったが、現在では全国に2500万台以上あると言われ、社会人にとってバイクは生活必需品だ。街は車や歩行者ではなく、バイクが主役で、どこに行くのもバイク。朝夕は子供の送迎、職場への通勤や買い物、夫婦と子供の3～4人乗りでの夕涼みドライブと、ベトナム人にとってバイクは騎馬民族にとっての馬のような存在であり、同時に最も身近で大切な工業製品といえる。街には自動車用駐車場は皆無。どこにでもドア・トゥー・ドアで行けるバイクの利便性は、モータリゼーションが訪れても評価され続けるだろう…。」⁵³⁾と述べて

いる。

その一方で澤 (2012) によると, 2011 年 10 月時点でのベトナムでの登録バイク台数は 3,340 万台 (ベトナム交通省の統計値) であり, バイクの普及率は一台あたり 2.5 人に達していることから, オートバイ市場が既に飽和状態であると指摘し⁵⁴⁾, その傾向は本稿 3.1 でも言及した通り, 2010 年代後半においても改善されてはいない。

このように, 1990 年代と 2000 年代にかけて急速に普及したオートバイが, 2010 年代には市場の飽和状態に達したことが窺える。現状を見る限り, ベトナムではオートバイが主要交通手段として機能する時代が暫く続くと考えられる。そのことは本稿 1 で挙げた中西編 (2010) のオートバイと自動車の普及率の圧倒的な違いからも理解できる。この点に関しては, 他の交通手段の動向と合わせて今後も長期的に観察し続ける必要がある。

4 オートバイの普及要因

本稿 2 で述べたように, ベトナムでは 1980 年代までは自転車社会であり, 自転車が人々の生活に欠くことのできない交通手段であった。その背景には長期にわたるベトナム戦争によって国内の重化学工業の発展が著しく阻害されたことが挙げられる。しかしドイモイ政策が進められた結果, 本稿 3 で考察した通り, 1990 年代と 2000 年代には自転車に代わってオートバイが急激に普及した。

ではなぜ, 1990 年代と 2000 年代にかけてベトナム社会でオートバイは普及し, 2010 年代におけるオートバイ市場の飽和化をもたらすことになったのか。その背景について, 性能, 交通, 金融, 制度, インフラ, 気候, 心理, 治安の 8 つの観点から考察する。

4.1 機能要因

第 1 に, オートバイが持つ本来的機能が優れていることである。例えば, オートバイは徒歩や自転車と異なり人力で移動する交通手段ではなく, ガソリンを投入し動力で移動できる交通手段である。つまりドライバーは自身の肉体を駆使せずに乗車し快適な移動を実現できる。自転車に乗り慣れた生活者であれば, オートバイを比較的簡単に運転できる。さらにオートバイは徒歩や自転車と同様に, 目的地を自分自身で設定できる自由がある一方, 決定的に異なるのは目的地まで短時間でかつスピーディーに移動できることである。このような本来的機能が生活者から支持を得る基本要件だったことは間違

いない。

しかし上記の特徴は、ベトナムに限らず日本や海外諸国に普及する全てのオートバイに共通し、さらには自転車など他の交通手段にも当てはまる。したがって、「ベトナム社会で」オートバイが普及した背景を言い当てたことにはならない。以下の考察ではこの点について触れたい。

4.2 交通要因

第2に、オートバイは他の交通手段と比較した際の優位点が多い商品であることである。今日でもそうだが、ベトナムでは公共交通手段が全国的に十分整備されているわけではない。例えば鉄道の場合、近距離を移動できる鉄道網は存在せず、また運行本数も少ないことから、日常生活での短距離・中距離移動には適さない。路線バスに関しては、ハノイやホーチミン市等の都市部では路線網の拡大が見られるものの、運行本数の少なさや運行ダイヤの乱れは勿論、予告なしの運休も見られ、安定的な交通サービスの提供を実現できていない。つまり、生活者が交通手段を活用して移動するに際し、公共交通機関に頼ることができないという現実がある。そのため生活者は移動手段を自身の手で確保せねばならない。1980年代まで主としてその役割を担ったのが自転車であったが、本稿4.1で言及した通り、自転車は自力で動力を生み出す必要があり、短時間での長距離移動には不向きである。そんななかで普及し始めたオートバイは、公共交通機関や自転車が抱える上記の課題を大きく改善し、効率的にかつ自由に移動できる交通手段として受容された。なお2000年代以降は、オートバイに加えて自動車もその役割を担いつつあるが、本稿1.2で列挙した普及率からもわかるように、現時点ではまだ自動車の普及はオートバイほどには進んでおらず、そのことが逆にオートバイの普及を促進する一因となっている。

4.3 金融要因

第3に、生活者がオートバイを比較的容易に購入するための方法として、ベトナム社会特有の資金調達方法が日常生活を通して確立されていることである。

今日のベトナムで圧倒的な普及を誇るオートバイではあるが、現在でも決して安価で気軽に購入できる商品ではない。1990年代前中期の時点でベトナムの公務員の月給が平均30ドル程度の生活水準であったのに対して、オートバイの価格は新車で2,000ドル、中古車でも700～800ドルを要した⁵⁵⁾。では、本来容易に購入できないはずのオートバ

イがなぜベトナムの街中に溢れることになったのか。それは親族や知人との強力な人間関係を背景とする資金調達方法を活用して購入するケースが多かったことが背景にある。

今日でも個人向けの公的な金融機関が十分発達していないベトナムでは、職場や親戚で仲間を募って毎月資金を積み立て、一定額に達すると利子を支払うことを条件に希望者に貸し出すという民間金融が発達している⁵⁶⁾。また資金調達に関して中臣(1995)は次のように指摘する。ベトナムではローンや月賦によって購入するという方法はそれほど定着していない。また市場経済化に伴い、既存の国立銀行のほか民間銀行の設置や外国銀行の支店が開設されるようにはなったとはいえ、その設置数はごくわずかで、何よりオートバイ購入を理由に銀行が預金者に貸し出すことはないという。そこで生活者は、①海外に在住する親類から送金してもらう、②自身のタンス預金を利用する、③汚職に手を染める、④アルバイトなどの副収入や臨時収入を利用する、⑤ベトナム社会に伝統的に存在する民間金融を利用する、⑥ギャンブル(例:賭け将棋, 賭けトランプ, 宝くじ)による収入を利用する、といった方法を採用するという⁵⁷⁾。特に男性が自身の収入を超過する高価なオートバイを買い求める背景には、単にオートバイの利便性や快適性の高さだけでなく、オートバイを所有して初めて一人前の大人とみなされるという風潮が存在することも影響している⁵⁸⁾。なお上記①に関連して、追川(2007)によると、海外で成功を収めた越僑(ベトナム戦争の終結後、社会主義掲げる北ベトナムによる南北統一を嫌って国外に流出した南ベトナムの人々)がベトナムに多額の資金を送金するようになり、それによってベトナム現地の親族の収入が補填されるため、生活者のなかには国内の平均収入の割に高い購買能力を有する者が出現し、バイクのほか自動車・パソコン・冷蔵庫・洗濯機といった家電製品や高級品の需要が伸びるようになったという⁵⁹⁾。これらの資金調達方法は現在のベトナムでも残存し、生活者のオートバイ購入を促進する一手段となっている。

4.4 制度要因

第4に、オートバイを利用するに際し必要な制度面(つまり資格(免許))での利点があることである。ベトナムでは排気量50cc以下のオートバイであれば無免許で運転することが可能である。したがって練習を兼ねた数回の試運転を生活者自身が日常生活の中で行い、生活者の自己判断で問題がないと判断すれば街中を堂々と運転することができる。こうした実質的に無条件下での運転が容認されていることが、オートバイの急速な

普及を促した一因と言える。したがってベトナムの生活者にとって、オートバイは自転車と同じ感覚で運転できる日常性の高い交通手段なのである。

4.5 インフラ要因

第5に、ベトナム社会における交通インフラの整備状況がオートバイの普及を支えていることである。本節では道路の整備状況とガソリンスタンドの設置状況の二つの観点から言及する。

まず前者についてである。本稿2.1で指摘したように、ベトナムの道路整備は都市部でも農村部でも十分に進められているとはいえない。ベトナム国内の道路網は、ベトナム戦争以降は時代を追うごとに徐々に改善され、場所によっては舗装道路が敷かれるようになりつつあるが、現在でも十分な整備がなされているわけではない。例えば、ベトナム戦争による爆撃の被害によって、特に農村部では舗装道路の普及が進んでいない。さらにベトナムには比較的狭隘な道路が多く存在することも、道路整備を遅らせる背景にある。そうしたなかで、未整備な道路でも力強く走行でき、細く入り組んだ道路であっても小回りのききやすいオートバイへの関心が高まり、その購入を促進していった。

次に後者についてである。ベトナム国内ではオートバイが多く走行する場所には、簡易のガソリンスタンドが各所に設置され、いつでもガソリン供給を受けることができる。矢島・窪田(1994)によると、ベトナムではオートバイが普及し始める1980年代後半から、ガソリンを街中で販売する商人が出現するようになった。日本と異なり自動車が本格的に普及する以前にオートバイが普及したベトナムでは、日本のような大型のガソリンスタンドがほとんど存在しない。したがってベトナムの都市部には露店の形をとった簡易ガソリンスタンドが多数存在する。これらはベトナム社会におけるオートバイの急速な普及を支えるうえで不可欠な存在であるという⁶⁰⁾。こうした状況は現在のベトナム社会にも当てはまる。ハノイやホーチミンといった都市部では、ガソリンの露天商だけでなくセルフサービスでガソリンを供給する簡易スタンドが市内に点在するようになっている。

4.6 気候要因

第6に、ベトナムの高温多雨な気候条件がオートバイの利用を促進していることである。ベトナムは南北に細長い形状であるため都市によって気候の特徴が異なるものの、全体的に見ても東京の年間気温よりも約10℃以上高く、日本より降水量が非常に多い時期

もある。中野（1998）によると、こうした酷暑や豪雨の気候のもとで生活するベトナムの生活者はそれらを少しでも回避するため、歩いて5分ほどで行ける距離でもたいていは自転車かオートバイに乗って移動する習慣があり、長距離を徒歩で移動するということがほとんど見られないという⁶¹⁾。

4.7 心理要因

第7に、生活者の外国製品への憧れが強いことである。ベトナムでは僅か数十年前まで国土全体を巻き込む戦争状態にあった。戦争終結後も生活者の日常生活は容易には回復せず、まさに破綻寸前だったと言える。そのような状況下で生活者は平和な社会の構築を強く切望した。終戦後の復興が進む中でメディア環境が徐々に整えられ、日本をはじめとする先進国に関する情報を入手できるようになると、生活者の多くが先進国の生活スタイルに対する憧れを強く抱くようになった。高性能で高品質な外国製品を所有することに強い憧れを抱き、先進国の生活スタイルを実現できる商品を購入することで他者との差別化を図ろうとしたのである。この点について Ellis (1998) は1990年代の状況について、「外国の影響がヴェトナム人の価値観に変容を迫り、例えば豪邸がステータスシンボルとして重要視されてきたが、一般の人々のあいだで隣家にいちばん差をつけられるものといえば、バイク、カラオケセット、ビデオ機材なのである」⁶²⁾と指摘している。たとえ中古品であっても外国製品を所有することは一種のステータスシンボルを表象する重要な要素だったのであり、日本製を中心とする外国製のオートバイの普及は、ベトナムの生活者への憧れと差別化意識が表面化した結果であったと言える。

4.8 治安要因

第8に、ベトナムが1980年代から今日に至るまで平和な社会を維持し、そのことが経済や商業の発展を促進してきたことである。ベトナム戦争の終結以降、ベトナム国内では比較的安定した治安を維持することができるようになった。そのことが本稿1で指摘した、ドイモイ政策を軸とする国内の経済活動や商業活動を活発化させ、生活者の商品購買意欲を高め、彼等の日常生活を変容させる一因となった。オートバイの普及の背景には、治安の向上によりオートバイの自由な走行が実現されたこと、また経済発展の進行により本章で既述したようなオートバイを購入し利用しやすい諸環境が整備されるようになったことも挙げられる。

おわりに

本稿では、発展途上国であるベトナム社会における商品史研究の一端として、1990年代以降に急速に普及し生活者の必需品として位置付けられるオートバイを取り上げ、1990年代以降にベトナム社会でオートバイが急速に普及した経緯と背景について、道路整備状況や自転車の普及とも関連させて明らかにしてきた。

以下では本稿を簡単に要約しておく。ベトナム戦争の終結後、ベトナム社会を立て直す経済政策としてドイモイ政策が展開され、社会主義体制を維持しながら資本主義のメカニズムを導入することがなされた。その結果、特に経済面では1990年代に入りその効果が顕著に表れ、生活者の日常生活でも耐久消費財が普及し、生活の量的・質的向上が進んだ。交通面では1980年代前半からは自転車、同後半からはオートバイが急速に普及するようになった。特にオートバイは、生活者の有力な交通手段として今日まで定着している。

1980年代後半よりオートバイが急速に普及した背景として、①オートバイが持つ本来の機能が優れていること、②オートバイは他の交通手段と比較した際の優位点が多いこと、③ベトナム社会特有の資金調達方法が日常生活の中で確立され、高価なオートバイでも購入しやすいこと、④50cc以下のオートバイであれば無免許で運転可能なこと、⑤ベトナム国内の道路整備が十分でないこと、またオートバイが走行する道路にはガソリンスタンドが設置され容易な燃料補給が可能なこと、⑥ベトナム社会が全国的に高温多雨な気候であること、⑦ベトナムの生活者には、オートバイを始めとする外国製品への憧憬の思いが強く、高性能で高品質な外国製品を所有することに強い憧れを抱いていること、⑧ベトナムが1980年代以降に平和な社会を形成・維持し、そのことが経済や商業の発展を促進してきたこと、これらが挙げられる。なお、本稿で挙げたこれらの普及要因はベトナムについてのみ言及したものであり、これらが他の発展途上国と比較した際にどのような共通点や相違点を持つのかについては考察できていない。この点については今後の国際比較研究を通して解明を試みる必要があり、それはオートバイ普及をめぐるベトナム社会の独自性を明らかにしていくことに繋がるだろう。

《追記》本稿は筆者の研究報告「発展途上国の商品史—ベトナムのオートバイを例に」（同志社大学人文科学研究所第17期第5研究会，2011年4月10日）第1章・第2章・第3章をもとに、大幅に加筆したものである。なお本研究については第17期第5研究会を継承する

第19期第9研究会（2016年4月～2019年3月）でも継続的に展開されている。その成果の一部として、鍛冶（2016b）（2017）などの研究報告が挙げられる。

注

- 1) 本稿で言う商品史とは「…商品, 生活, 社会の密接な相互関係の内実を歴史的に整理し, その含意を解明しようとする研究分野」のことである(石川(2004)8ページ)。商品学のなかで展開されてきた商品史と同志社大学人文科学研究所が進める商品史の現状については, 鍛冶(2010a)(2016a)を参照されたい。なお後者に関する共同研究として, 石川編著(2004)(2006)(2008)(2011)(2013), 川満編著(2015)がある。
- 2) 発展途上国の商品史(特にランドマーク商品)に関する研究として, 川満(2008)(2009)(2011)(2013), 鍛冶(2009)がある。
- 3) 以下の概要は「外務省」公式ホームページ, および「地球の歩き方」公式ホームページを参照した。
- 4) 筆者は同志社大学商学部の玉村和彦先生(現在, 同志社大学名誉教授)の演習(ゼミ)が2004年9月16日～9月24日に実施したベトナム研修旅行に同行した。この際の調査記録をもとに鍛冶(2010b)の研究会報告を行っている。本稿はその研究会報告の内容から特にオートバイに注目し発展的に考察を加えたものである。
- 5) この点については特に川満(2011)(2013), 川満編著(2015)を参照されたい。
- 6) 例えば, 佐藤・大原編(2007), 三嶋(2010)などが挙げられる。
- 7) 例えば, 矢島・窪田(1994)第七章, 潤田(1995)第3章, 中臣(1995), 中野(1998)第6章, 千葉(2004)第I部第10章などが挙げられる。
- 8) 以下の内容は特に断りのない限り, 「外務省」公式ホームページ, 「地球の歩き方」公式ホームページに掲載された経済関連の情報を参照している。
- 9) 「カンプチア人民共和国(kampuchea)」は, ベトナム軍の撤退後に「カンボジア(Cambodia)国」と改称された。本稿での表記は当時の正式国名によった。
- 10) 窪田(2006)97ページ。
- 11) 「モノ不足のベトナムに渡る中古品」『朝日新聞』(大阪版)1991年11月9日号。
- 12) 吉岡(1993)11ページ。
- 13) 岩見(1996)95-96ページ。
- 14) 岩井(1999)51ページ。
- 15) 牛山(2004)341-344ページ。
- 16) 牛山(2004)344-345ページ。
- 17) 「高まる購買力 『越僑』が支え手(ベトナム新潮流:4)」『朝日新聞』2004年12月3日号。
- 18) 中西編(2010)13ページ表「ホーチミン市の1世帯当りの耐久消費財の普及率」(2008年)より引用した。
- 19) 高山(2010)58ページ。
- 20) 詳しくは, 千葉(2004)61-64ページを参照されたい。

- 21) 外務省アジア局編 (1962) 110 ページ。
- 22) 坪井 (1994) 185-186 ページ。
- 23) 松江 (1999) 237-238 ページ。
- 24) 矢田部 (1984) 40-41 ページ。
- 25) 中野 (1998) 136 ページ。
- 26) 矢島・窪田 (1994) 222 ページ。
- 27) 矢田部 (1984) 42-43 ページ。
- 28) 矢島・窪田 (1994) 223 ページ。
- 29) 菊池 (1977) 41-42 ページ。
- 30) 澤 (2012) 183-184 ページ。
- 31) 中西 (2010) 86 ページ。
- 32) 1960年代から1980年代にかけてのベトナムのオートバイの歴史については、藤田 (2007) 326-327 ページ、三嶋 (2010) 260 ページを参照した。
- 33) 冨塚 (2004) 195-197 ページ。
- 34) 一色 (1994) 34 ページ。
- 35) 澤 (2012) 185 ページ。
- 36) 三嶋 (2010) 260 ページ。
- 37) 三嶋 (2010) 261-263 ページ。
- 38) 藤田 (2007) 332 ページ。
- 39) 大原 (2002) 53 ページ。
- 40) 藤田 (2007) 332-333 ページ。
- 41) 中西 (2010) 86 ページ。
- 42) 藤田 (2007) 336 ページ。
- 43) 近年の動向については、「1年間のバイク販売台数285万台、ホンダが7割」(「VIET JO ベトジョー ベトナムニュース」公式ホームページ (2016年6月3日配信)), 「16年バイク販売台数312万台、市場は飽和状態」(「VIET JO ベトジョー ベトナムニュース」公式ホームページ (2017年1月13日配信)), 「17年のバイク販売台数327万台、前年比+4.8%増」(「VIET JO ベトジョー ベトナムニュース」公式ホームページ (2018年1月15日配信)) を参照した。
- 44) 千葉 (2004) 118 ページ。
- 45) 穴吹 (1995) 223-224 ページ。
- 46) 樋口 (1999) 17-18 ページ。
- 47) 高渕・池部 (1998) 257-258 ページ。
- 48) 矢島・窪田 (1994) 223 ページ。
- 49) 矢島・窪田 (1994) 224 ページ。
- 50) アジア・ネットワーク編 (1995) 21 ページ。
- 51) 千葉 (2004) 118 ページ。

- 52) 高山 (2010) 58-59 ページ。
- 53) 中西 (2010) 86 ページ。
- 54) 澤 (2012) 185 ページ。
- 55) 坪井 (1994) 82 ページ。
- 56) 岩井 (1999) 51 ページ。
- 57) 中臣 (1995) 91-95 ページ。
- 58) 潤田 (1995) 233 ページ。
- 59) 迫川 (2007) 52-54 ページ。
- 60) 矢島・窪田 (1994) 232-235 ページ。
- 61) 中野 (1998) 152 ページ。
- 62) C. Ellis (1998) 87 ページ。

参考文献

- アジア・ネットワーク編 (1995) 『ベトナム情報辞典〈増補二版〉』 亜細亜印刷。
- 穴吹允 (1995) 『ベトナムと日本人』 PHP 研究所。
- 石川健次郎編著 (2004) 『ランドマーク商品の研究—商品史からのメッセージ』 同文館出版。
- 石川健次郎編著 (2006) 『ランドマーク商品の研究②—商品史からのメッセージ』 同文館出版。
- 石川健次郎編著 (2008) 『ランドマーク商品の研究③—商品史からのメッセージ』 同文館出版。
- 石川健次郎編著 (2011) 『ランドマーク商品の研究④—商品史からのメッセージ』 同文館出版。
- 石川健次郎編著 (2013) 『ランドマーク商品の研究⑤—商品史からのメッセージ』 同文館出版。
- 石川健次郎 (2004) 「なぜ、商品を買うのだろうか—商品史のドア—」 石川編著 (2004) 第1章。
- 一色清 (1994) 「資産といえば金かホンダ バイク 2 百万台が走る国ベトナム」 『AERA』 6 月 20 日号。
- 岩井美佐紀 (1999) 「都市生活—ハノイを中心として」 石井米雄監修 『東南アジアを知るシリーズ ベトナムの事典』 同朋舎。
- 岩見元子 (1996) 『ベトナム経済入門』 日本評論社。
- 牛山隆一 (2004) 「消費性向—旺盛な消費意欲, ブランド信仰強し」 今井昭夫・岩井美佐紀編 『現代ベトナムを知るための 60 章』 明石書店。
- 潤田順一 (1995) 『勃興のベトナム—アジアを変えるドイモイ政策』 中央経済社。
- Ellis, Claire (増永豪男訳) (1998) 『カルチャーショック 07 ヴェトナム人』 河出書房新社。
- 大原盛樹 (2002) 「変革期を走る中国のバイク産業」 『朝日新聞』 (朝刊) 11 月 2 日号。
- 外務省アジア局編 (1962) 『ヴィエトナム便覧』 日本国際問題研究所。
- 鍛冶博之 (2009) 「観光と商品—ドバイの場合」 『社会科学』 通巻第 84 号, 同志社大学人文科学研究 所。
- 鍛冶博之 (2010a) 「商品史研究の成果と課題—商品学における商品史研究を参考にして」 『商品研究』 第 57 巻第 1・2 号。
- 鍛冶博之 (2010b) 「ベトナム三都市の商品と社会—2004 年 9 月の研修旅行を参考に」 同志社大

- 学人科学研究所第17期第5研究会報告および報告資料, 2010年6月6日。
- 鍛冶博之 (2016a) 「商品史に関する概念考察と研究展望」『社会科学』第46巻第3号 (通巻111号), 同志社大学人文科学研究所。
- 鍛冶博之 (2016b) 「インフラから見たベトナム社会—交通を中心に」同志社大学人文科学研究所第19期第9研究会報告, 同志社大学, 2016年11月13日。
- 鍛冶博之 (2017) 「商品史における国際比較研究 (試論) —日本とベトナムにおけるオートバイを事例に」同志社大学人文科学研究所第19期第9研究会報告, 同志社大学, 2017年10月15日。
- 川満直樹編著 (2015) 『商品と社会—ランドマーク商品の研究』同文館出版。
- 川満直樹 (2008) 「ランドマーク商品の壁」同志社大学人文科学研究所編『狎れた劇薬 (Tamed Poison), ランドマーク商品』人文研ブックレット No.28。
- 川満直樹 (2009) 「ドバイ社会の変化に関する一考察—商品 (特にランドマーク商品) が与える影響を中心として」『社会科学』通巻第84号, 同志社大学人文科学研究所。
- 川満直樹 (2011) 「ランドマーク商品の海外展開」石川編著 (2011) 第6章。
- 川満直樹 (2013) 「洗濯機」石川編著 (2013) 第6章。
- 菊池一雅 (1977) 「ベトナムの自然と人文」アジア・アフリカ研究所編『ベトナム (上巻) 自然・歴史・文化』水曜社。
- 窪田光純 (ベトナム経済研究所編) (2006) 『図解 早わかりベトナム・ビジネス』日刊工業新聞社。
- 迫川敏明 (2007) 『ベトナム株—沸騰するアジア最後の市場』株式会社アスキー。
- 佐藤百合・大原盛樹編 (2007) 『アジアの二輪車産業—地場企業の勃興と産業発展ダイナミズム』アジア経済研究所。
- 澤喜司郎 (2012) 『乗り物にみるアジアの文化』(交通論おもしろゼミナール9) 成山堂書店。
- 高渕泰郎・池部亮 (1998) 「等身大のベトナム」江崎正彦編著『21世紀のベトナム—離陸への条件』日本貿易振興会。
- 高山俊朗 (2010) 「活気あふれるベトナム」『日本貿易会 月報』684号, 9月号。
- 千葉文人 (2004) 『リアル・ベトナム—改革・開放の新世紀』明石書房。
- 坪井善明 (1994) 『ヴェトナム—「豊かさ」への夜明け』岩波書店。
- 冨塚清 (2004) 『日本のオートバイの歴史—二輪車メーカーの興亡の記録』三樹書房。
- 中臣久 (1995) 「個人の経済活動 なぜバイクが買えるのか」坪井善明編『アジア読本 ヴェトナム』河出書房新社。
- 中西宏太 (2010) 「ベトナム産業事情 バイク・自転車・タイヤ」中西宏太編 (2010) 『ベトナム産業分析』時事通信社。
- 中野亜里 (1998) 『ベトナム—「工業化・近代化」と人々の暮らし』三修社。
- 樋口健夫 (1999) 『ベトナムの微笑み—ハノイ暮らしはこんなに面白い』平凡社。
- 藤田麻衣 (2007) 「ベトナムの二輪車産業—新興市場における地場産業の参入と産業発展」佐藤百合・大原盛樹編 (2007) 第7章。

松江浩次 (1999) 「道路」石井米雄監修『東南アジアを知るシリーズ ベトナムの事典』同朋舎。
三嶋恒平 (2010) 『東南アジアのオートバイ産業—日系企業による途上国産業の形成』ミネル
ヴァ書房。

矢島鈞次・窪田光純 (1994) 『新 ドイモイの国ベトナム』同文館出版。

矢田部厚彦 (1984) 『ある大使の生活と意見—ハノイにて』読売新聞社。

吉岡桂子 (1993) 「個人消費に沸くベトナム 所得低いが盛んな購買意欲」『朝日新聞』8月21
日号。

「VIET JO ベトジョー ベトナムニュース」公式ホームページ (<http://www.viet-jo.com/news>)
(2018年1月17日閲覧)。

「外務省」公式ホームページ (<http://www.mofa.go.jp>) の「アジア ベトナム」の項目 (2010年
5月22日, 2018年1月17日閲覧)。

「地球の歩き方」公式ホームページ (<http://www.arukikata.co.jp>) の「アジア ベトナム」の
項目 (2010年5月22日, 2018年1月17日閲覧)。

『朝日新聞』(詳細な引用箇所は脚注に記載)。