

Title	インドネシアにおけるオートバイ消費
Sub Title	
Author	石田, 幸生(Ishida, Sachio)
Publisher	慶應義塾大学大学院社会学研究科
Publication year	2013
Jtitle	慶應義塾大学大学院社会学研究科紀要：社会学心理学教育学：人間と社会の探究 (Studies in sociology, psychology and education : inquiries into humans and societies). No.76 (2013.) ,p.152- 154
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	平成24年度博士課程学生研究支援プログラム研究成果報告
Genre	Departmental Bulletin Paper
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN0006957X-00000076-0152

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

インドネシアにおけるオートバイ消費

石 田 幸 生

はじめに

本稿では、東南アジアの大国インドネシア共和国におけるオートバイ消費とその歴史を中心に考察を行なう。筆者は当国最大のオートバイ生産拠点の一つに隣接する村落にて参与観察等による調査を行なってきた。以下では、まずその村落における諸現象を確認し、そこでの社会変容の間接的媒介ともいえるオートバイがいかなる経緯で定着していったか、企業戦略や政策の側面から確認する。最後に、調査地の村落における消費実態を簡潔に述べ、今後の課題を検討していく。

インドネシアは、1998年のアジア経済危機以降、着実な経済成長を続けている。中でもオートバイ消費に伴う、その生産台数は近年著しく増加している。国内販売台数は、2000年の約86万台から2010年には約737万台と、十年余りで約八倍の販売増加である。GDPに占める個人消費は約六割である中、オートバイと自動車の消費はその中心にあり、国家の経済成長に大きく寄与する。オートバイの個人消費の需要に応える供給元となっているのは、ジャワ島西部に位置するジャカルタ首都圏近郊における日系工業団地である。そこにはオートバイ・自動車の本体組立と部品製造の工場百社以上が集積し、そのほとんどが日系企業である。

生産拠点に隣接する村落

筆者は、当日系工業団地に隣接する西ジャワ州の一村落で調査を行なってきた。1995年竣工の工業団地の進出が村落に与えた社会的影響は決して少なくない。そこで考察される主な現象としては、現在の村落居住者1万9,175人が国内33州中31州から出生地を構成することに象徴される。そのもとで、外来労働の大量流入、地元住民との対立、新興住宅開発のための水田転用、就業機会の多様化、貧困と格差問題、住民運動の多発、地域権力構造の変異、環境事業の展開、都市生活様式への実践、そして村落解体の可能性といったように、村落内部の変容は社会学的課題に富んでいる。特に外来民族が村落に大きな影響を与えているケースとして、工業団地内におけるオートバイの生産過程で排出される廃材の再利用事業を展開するマドゥラ人の経済活動とその村落への影響がある。いずれの課題についても、ここでは詳しい考察は控え、別の機会に論ずることとしたい。

オートバイに関する消費史

村落社会に大きな社会変容をもたらす原因にもなった大量生産のオートバイは、皮肉なことにも、その村落の住民が日常生活の中で最も欲する財の一つでもある。「この村落は本当に変わった。それを一番実感するのは、家にいるとオートバイの音だけが鳴り響くようになったことだ。」西ジャワ州の村落で聞いたこの言葉は、現在インドネシア各地で言われる。オートバイは、どのようにしてインドネシアで定着するようになったのだろうか。

スハルト政権発足後の1969年、開発独裁政策の一環として、オートバイ完成車の輸入が禁止され、インドネシア国内での組立が義務づけられるようになる。当時がインドネシアのオートバイ産業の開始

時であった。インドネシアのオートバイ市場において、現在では九割以上の市場占有率を持つ日系四社も、翌1970年にヤマハ、1971年にホンダ、1973年にスズキ、カワサキがそれぞれインドネシアに初めて進出する。インドネシア政府は、1970年代後半から、オートバイの部品についても国産化するべく政策を進め、主要部品も国内で調達することを義務付けるようになる。ただし当時、まだインドネシアでオートバイ大量生産の体制も整っておらず、日本企業も東南アジアを主要な市場として重点を置くまでには至っていなかった。

過去を振り返れば、日本では第二次世界大戦終戦後、日本の軍用機や軍用車を生産してきた企業が航空機や自動車の生産を禁じられたため、オートバイを生産するようになっていた。ホンダは、日本陸軍払い下げの軍事無線機用小型エンジンを転用し、自転車用の補助動力エンジンを開発して販売したのが、同社で最初のオートバイ生産であった。国内が高度経済成長を遂げる中、ホンダ、ヤマハ、スズキ、カワサキは、世界各国のメーカーに並んでオートバイ・レースにも参加し、各社の競争によって年々高性能化した。レースのタイトルの独占とともに、市場においても日系企業が優位性を確保する。しかし、日本国内では自動車普及すると、オートバイは一部の業務用途を除き、趣味の対象として限定されていく。1980年代後半からの一時期はバブル景気もあり、1990年代前半にかけて日本でオートバイブームが訪れたが、バブル景気の崩壊と共にオートバイブームも終息に向かう。1990年代後半、日本国内の需要は自動車への消費シフト、都市部での路上駐車を取り締まり強化、排ガス規制強化等に伴い、最盛期の10%程の市場規模へと縮小する。こうして、オートバイ産業の国内市場の限界に直面した各社は、1990年代に入ると、新たな市場開拓地を求めて東南アジアを中心とした途上国に重点を置くようになる。

一方のインドネシアでは、初めて日系のオートバイ各社が進出した1970年当初、大量生産体制にはなかった。しかし、1967年の外国投資法、1970年代後半のジャカルタ首都圏総合開発計画の策定を経て、1980年代に入ると首都ジャカルタと地方都市を結ぶ高速道路の整備をはじめ、開発に必要となるインフラの整備が進められる。その後1989年には民間企業による工業団地の開発事業が自由化され、1994年には1967年の外国投資法が改正され、100%の外国資本による企業設立が認められるようになる。インドネシア側でも大量生産に必要な開発の諸条件が本格的に整うのである。

工業団地を開発、運営する日本の大手商社にとっても、1990年代に至るまでに、1985年プラザ合意後の円高による海外直接投資の増加、金融規制の緩和、若年労働人口の豊富な国への生産拠点の移転計画の進行など、インドネシアへの投資条件が揃うことになる。こうして1990年代始め、首都ジャカルタ周辺的高速道路沿いを中心に、日系の大型工業団地が進出することになる。

しかし、日系企業によるインドネシア国産化、大量生産のための開発事業が着工する時期にあって、1993年以降、インドネシア政府はオートバイ産業政策を自由化へ転換するようになる。同年、品目指定による国産化義務付は取り止められ、国産化率が高いほど部品の関税率を引き下げるインセンティブ方式に切り替えられる。オートバイ組立企業への外資参入も自由化される。アジア通貨危機後の1999年、オートバイの国産化政策は全面的に廃止され、完成車および部品が輸入を自由にできるようになる。これと同時に、完成車、部品の関税率が引下げられた。この結果、2000年にはインドネシアに向けて、安価な中国製オートバイが大量輸入される。2000年、インドネシア国内のオートバイ販売台数において、中国製は約2割の市場占有率を確保する。この時期、中国だけでなく、韓国系もインドネシア市場に対する積極的な進出を試みるようになる。

2001年以降、中国勢はインドネシア市場で見られなくなり、その後は日系各社の優位性が明確とな

る。その原因としては、日本製の高水準の品質・サービスが、インドネシア人に受け入れられたとも言えることもあるが、そこには日系企業の工夫もあった。主な工夫は、所得上昇と合わせてオートバイの低価格化である。

インドネシアのオートバイ生産・販売台数は、2010年に年間700万台を超える。世界の国別オートバイ生産台数は、2010年に最も多かった中国が2,669万台、次のインドが1,337万台、第四位のベトナムが290万台であり、インドネシアは世界第三位である。

オートバイの消費実態

インドネシアにおけるオートバイの消費爆発の背景には、所得上昇やオートバイの低価格化以外に重要な要因がある。それは例えば生産量第四位のベトナムとの比較で見ることができる。ベトナムでは95%が現金決済でオートバイを購入するのにに対し、インドネシアでは約7割が割賦制度を利用した購入なのである。割賦条件の緩和の背景には、1988年の第二次金融自由化による金融業の存在もある。いずれにしても、このことは富裕層や中間層のみならず、より低い所得階層にまでオートバイの購入の可能性が広がるきっかけになったといえる。インドネシアにおけるオートバイ消費爆発の理由はここにある。

割賦制度の利用は、低所得者層が自己の所得に見合わない消費行為をとることを可能性にした。例えば西ジャワ州の村落で調査を行なった諸個人に焦点を移せば、オートバイ購入の実態が少し見えてくる。そこから浮かび上がる消費の担い手は、高水準の所得に支えられた富裕層、中間層あるいはそれに近い階層というよりも、自らの資源を最大限に生かして購入資金を工面する低所得の村落の個人、貧困層である。低価格化したオートバイにつき、割賦条件の緩和を利用し、さらにそのためのお金を借りることで、辛うじて購入のスタート地点に漕ぎ着く諸個人の姿がある。西ジャワ州の村落においては、外来民族バタック人からの借金をしてオートバイの頭金を支払うことが有名で、これを利用するが多い。また、村落内部の社会組織で行なうインドネシア式頼母子講アリサンを通じて、お金を工面することもある。例えば、月収100万ルピア（約1万円）前後の村落の個人が、約1500万ルピアのオートバイを購入する場合を考える。この時、頭金は160万ルピア前後に設定され、利子付で月40万ルピアを約36ヵ月で支払う。バタック人から融資を受ける場合、頭金と数ヵ月分の支払い分を借り入れるが、即日の借り入れが可能である一方、高利率が負担となり、オートバイを手に入れるどころか、却って深刻な借金生活に陥る事例も少なくない。

こうした消費の背景には、どんな動機があるのかについては今後の課題としたい。ただ、従来の消費論で論じられてきたような、モダン消費論の「機能」や、ポストモダン消費論の「象徴」といった財への着目だけでは表現できない動機が存すると推察することはできる。その在り処を探ることで、インドネシアにおけるオートバイ消費の理解につなげたい。

参考文献

- Bank Indonesia, 2011, *Indonesian Financial Statistics 2010*.
Badan Pusat Statistik, 2011, *Sensus Penduduk 2010*.
Hadi, Syamsul, 2009, *Dominasi Modal Jepang di Indonesia: Telaah Kritis atas Dampak Perjanjian Kemitraan Ekonomi Indonesia-Jepang*, Jakarta: Institute for Global Justice Jakarta.
Reid, Anthony, 2012, *Indonesia Rising, The Repositioning of Asia's Third Giant*, Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.