

「ラリー」文化のアジアへの移植

95K087 佐藤 岳

《目次》

序章

1. 「先進国からアジアへ」ということ
2. 「ラリー」を取り上げる理由
3. アジアにおける近年のラリー事情とそこから生じる疑問

第1章 ラリーとは何か（省略）

1. レースとラリーの比較
 - (1) 近年の日本におけるレースとラリーへの認識
 - (2) 今日のレースとラリーの違い
 - ① 競技を行なう「フィールド」
 - ② 競技に使用される「車輛」
 - ③ 「競技方式」
2. ラリーの歴史～モータースポーツの発祥から世界ラリー選手権成立まで～
 - (1) モータースポーツの始まり
 - (2) モータースポーツ先進国「フランス」
 - ① 自動車「開発」メーカーの存在
 - ② 運営団体の存在
 - ③ ナポレオンの遺産
 - (3) ラリーの発祥
 - (4) モンテカルロ・ラリー
 - (5) モータースポーツの分化
 - ① レースの確立
 - ② 近代ラリーの成立

第2章 ラリーと自動車メーカーの関係（省略）

1. 選手権の対象におけるECRとF1の相違点
2. メーカーにとってのラリーに参加することの意義
 - (1) 技術的な効用
 - (2) マーケティング・販売戦略としての効果
 - ① メーカー参加の背景（戦後ヨーロッパにおける自動車メーカーの状況）
 - ② メーカーにもたらされるもの
3. WRC（世界ラリー選手権）におけるメーカーの興亡
 - (1) ヨーロッパ・メーカー主導の時代
 - ① グループ4の時代（1973年～1982年）
 - ② グループBの時代（1983年～1986年）

(2) 日本メーカーの台頭

① 欧州メーカーの低迷とグループAの導入

② 日本メーカーの本格参入

第3章 アジアのラリーの発祥とその変遷

1. 成長するアジアの存在

(1) 世界経済におけるアジアの存在

(2) 自動車業界の興亡と成長するアジアの関係

2. アジア・ラリーの発祥とその後の発展

(1) 地域選手権の発足

(2) 黎明期：アジア・パシフィック・ラリー選手権の発足（一部省略）

(3) シリーズの低迷：新しい方向性の模索（省略）

(4) ラリー界にもたらされた新動態（省略）

(5) APRCのメタモルフォーゼ（一部省略）

第4章 アジアにおけるラリーの実態

1. アジアにもたらされたラリーという恩恵

(1) 競技という文化の移植

① 過熱するタイトル争い（1995年）（省略）

② WRC開催（1996年）

(2) 成功の要因

① オーガナイザーの努力

② スポンサーの存在

③ WRC開催数の減少

2. アジアだけが持つ「評価すべき点」

(1) アジア特有の「コース」

(2) 現地自動車産業の発展

3. アジアだけが持つ「問題点」

(1) 文化的な相違

① オーガナイズ

② 選手層

(2) 外的要因による影響とAPRCの危機

① FIAのWRC戦略

② スハルトの失脚

③ メーカーのAPRC離れの要因

4. 将来への展望

(1) チャイナ・ラリーの行方

(2) 選手権の新たなあり方の模索

結び 「ラリー」から見た「文化の移植」とは

表（一部省略）

引用文献・註（省略）

参考資料一覧

序章

1. 「先進国からアジアへ」ということ

私は2年間のゼミで、アジア諸国を中心とした「第三世界」という発展途上国の経済発展の経過を学んできた。近年そのアジアをめぐる、世界的な金融不安などの影響による経済の停滞傾向が世界的な問題になっており、またこれが今日における世界規模の不況の一つの要因になっている。だがこれは、今日のアジアの持つ重要性が如何に大きいものであるかということの裏返しでもある。ここ数十年のアジアの経済成長は目覚ましいものであり、今日ではアジアという地域が落ち込んだだけで、世界にまでその影響が波及するほどに成長したのである。そしてこのアジアの急成長こそが、今日の世界経済を支えている重要な要素の一つとも言えるわけである。

こうした近年のアジアの状況について研究を進めると、アジアの成長の陰には先進諸国の影響が少なからず存在しているということも同時に見えてきた。先進国は政治・経済・文化などあらゆる面で投資や援助を行ない、そしてアジアの遅れた国々はその享受を通じて先進国の水準に追いつこうとしてきたのである。

そして、これらのことを学んでいく中で、私には「先進国の技術や考え方というものは、どのようにして途上国へと浸透していくのか」という疑問が生じた。ゼミで学んできたことから考えると直線的な疑問かもしれないが、実はこの問題は現代の我々の生活と切っても切り離せない問題だと考えるのである。

我々の今日の生活は当然の如く西欧的なものに囲まれている。これはかつて明治維新や戦後の時代に、日本がアメリカやヨーロッパといった先進国から影響を受けてきたことの結果であるといえよう。そして近年のアジアにおけるこうした状況とは、まさしくかつての日本が辿ってきた道程と同じものであり、また一地域の文化体系が、別の異質な地域に浸透していく状況というのは身近に存在し得るものでもあるのだ。

2. 「ラリー」を取り上げる理由

しかしながら「なぜラリーが出てくるのか」という疑問も当然生じてくるわけである。ここで取り上げるラリーというものは私にとって、そうした先進国の文化体系が、途上国へ浸透していく一つの例として捉えられるものであり、言い換えるならば、途上国の「発展、近代化、先進国化」の指標としての存在である。そしてアジア成長の陰にある「先進国から途上国へ」という動きの過程を、私なりにラリーという観点から探っていくということが本論の主題である。

今日ラリーというものを表現するならば、「自動車によるスポーツ」でしかない。しかしこれを「文化」と位置付けることによって、アジアへの文化浸透の例としてその様子を探り、本来ヨーロッパのものであるラリーが、アジアという異質な地域にうまく浸透したのか、或いはそれはアジアにおいて成功したのか、という結論を、比較文化的な形も含めて導き出していこうと思う。

またラリーを取り上げるということは、自動車というものを深く考察することにもなる。20世紀は「自動車の世紀」と言われるほど自動車が発達し、今世紀の最も典型的な産物と言える。現在地球上には五億五千万台もの自動車が走っていると言われ、今日の世界経済から私たちの生活に及ぶまで深く現代社会に根付いており、自動車を抜きにして現代社会は考えられな

くなってきている。したがって自動車というものを考えることは、近現代の世界を俯瞰する重大な要素を見出すことでもあり、意義のあることでもあると考えられる。

そしてまたラリーの背後に存在する自動車企業の動向も踏まえることにより、近年成長著しいアジアという巨大な市場を、企業はどう見据えているのかという今日の世界的な世界経済の一面と、ラリーから見たアジアの自動車経済の現状を考察していきたい。

3. アジアにおける近年のラリー事情とそこから生じる疑問

1996年5月10日、インドネシアのスマトラ島を舞台とした「第21回ラリー・インドネシア」が開催された。このラリーそのものは、この時既に20回の歴史を持っていたのであるが、この年の開催は歴史的に重要な意味を持っていた。この21回目の開催はアジアとして初めて世界選手権の1戦になったのである。

この世界選手権は「World Rally Championship (WRC) /世界ラリー選手権」の名で世界を転戦する「自動車競技」である。この年は全8戦でシリーズが組まれ、このラリー・インドネシアはアジア初の世界選手権として第3戦に組み込まれた。

このように近年では、ラリー・インドネシアの世界選手権への昇格に前後して、アジアにおけるラリーは日増しに盛んなものとなってきているが、その一方で、アジアのラリーについては、いまひとつの問題が付きまとう。

世界選手権とは言いながら、1996年シーズンの世界ラリー選手権は8戦中4戦がヨーロッパに集中しており、そしてこのラリー・インドネシアの結果を見ても、上位3台はヨーロッパ人に占められ、またその上位3台の車は欧米や日本の車であった。

ヨーロッパ人が中心となっている選手層、或いは参加している自動車は日本や欧米のものが殆ど、というような状況にありながら、なぜアジアでラリーは盛んになってきているのだろうか。またなぜ世界選手権をインドネシアで開催することになったのだろうか。

第3章 アジアのラリーの発祥とその変遷

ここ数年、世界経済におけるアジアの重要性は日増しに高まり、それはもはや常識として取り上げられるようになった。そしてここまで取り上げ続けている「自動車業界」を中心とした世界経済においても、当然そのアジアを注目視する新たな動態が起こっている。

本章では、近年盛んになりつつあるアジアにおけるラリーの源泉を探るわけであるが、前章のテーマである「ラリーの発展と自動車メーカーの関係」を考えた場合、アジアにおけるラリーの発展は、近年のアジアの成長に関係していることがおのずと見えてくるだろう。ここでは、その辺りの実態を細かく見ていくことにする。

1. 成長するアジアの存在

(1) 世界経済におけるアジアの存在

ここ数十年の間にアジアは飛躍的な成長を遂げた。かつては「貧困と停滞」と形容された時期があったものの、戦後日本の工業化と高成長に続き、アジアのNIES（新興工業国）も同様の過程を経た。またASEAN諸国では、まず1960年代から1970年代にかけて、豊富な一次産品輸出と国内市場向け製造業部門を中心に成長を見せ始め、さらにその後のプラザ合意やNIES通貨の対米ドル切り上げは、日本やNIESの生産競争力の低下を促し、その結果労働

コストの低いASEAN諸国は、新たな生産拠点として多大な投資を受け入れることになったのである。

こうしたアジアの経済成長の度合いを実際の数値で見た場合、1975年から1985年の実質GDP成長率は、NIES8.3%、ASEAN5.8%、1985年から1991年ではNIES9.0%、ASEAN7.1%となっている。先進国の成長率が、1985年から1991年の日本で4.6%、アメリカが2.0%ということを考えれば、アジアが世界経済の成長センターと言われる所以も実に明確になってくるのである。

経済の成長率の高さだけを見れば、アジアが世界経済から注目されていることは半ば当然のようにも見えるが、意外にもGNPの規模はさほど大きくない。むしろアジアが注目されるのはGNPの規模ではなく、経済成長のスピードと人口の多さであると言える。世界銀行の長期予測によると、東南アジアの経済成長は2002年までの10年間に、世界平均の2倍以上となる年平均7.3%に達すると言われている。世界平均の倍近いペースで成長を続けているということは、すなわち世界のGNPにおけるアジアのシェアが急速に高まっているわけでもあり、そのうえ巨大な人口が背景にあることによって、アジアには将来における巨大市場が待ち構えているということを同時に意味しているのでもある。

（２）自動車業界の興亡と成長するアジアの関係

それでは、20世紀を代表する産業である自動車業界において、そうしたアジアの経済成長とはどういった位置付けにあるのかということ、これまでの自動車業界における興亡の変遷を辿りながら見ていくことにする。

戦前における自動車産業ではヨーロッパ・メーカーの謳歌が続いたものの、二つの世界大戦によってヨーロッパの経済は荒廃し、ヨーロッパ・メーカーの時代は一時途絶えた。そして戦勝国となったアメリカが、それまでのヨーロッパ・メーカーに代わって、その後の自動車業界をリードしたのである。

ところが1960年代以降ヨーロッパは経済復興を果たし、本格的なモータリゼーションを迎えようとしていた。そしてそのヨーロッパ市場を独占することのできたヨーロッパ・メーカーも、生産台数を伸ばすことで復興を果たしたのである。

ところがモータリゼーションの達成された欧米諸国では、自動車の普及が飽和状態に達したために、自動車保有台数の伸びは次第に滞りを見せ始めた（表－１）。そしてまたこれらの欧米諸国では、1970年代後半に起こった二つのオイルショックの影響によって、1980年に入ると生産・販売ともに大幅な低下を見せており、表－２を見ても1980年前後の欧米諸国における生産台数は伸び悩んでいることがわかる。石油価格の上昇によって需要は低下し、特にアメリカでは、それまでの商品戦略の主体であった大型車は、燃費効率が悪いために需要が一気に落ち込んでしまったのである。

そして、欧米のメーカーの低迷は、日本のメーカーの急進出によって追い打ちをかけられることになる。戦後間もない頃の日本の自動車産業は、年間2万台のトラック・バスを生産するに過ぎなかったが、戦後の高度成長に乗って急速に生産台数を伸ばした。500万台に達した1970年以降は大幅な拡大路線に転じ、1980年には1000万台の大台に乗り、その十年の間に生産台数を倍にしたのである。

こうして発展を遂げた日本の自動車産業ではあるが、欧米と同じように市場は間もなく成熟

期を迎え、1980年以後の新規需要の成長力は鈍化を続けている。しかし国内市場が成熟段階に達しているにもかかわらず、日本の場合は欧米の場合とは違って、微増ではあるが生産台数の拡大を続けている。

このような現象の背景には、1980年前後から始まった日本メーカーの急速な国際化戦略がある。既に国内需要は低迷していたものの、日本メーカーは対米・対欧輸出を急増させて、生産台数を維持したのである。このことは既に前章の3節・2項で指摘したが、当時はオイルショックによる影響で低コスト志向が強まっており、燃費や価格の面で優れた日本の小型車は、欧米に広く受け入れられていった。また輸出の急増にともない、欧米各国との間で貿易摩擦が起こったが、日本メーカーは自主的な輸出規制を実施して、現地生産へのシフトを強めている。しかしいずれにしても、欧米における日本車のシェアは急速に高まったわけであり、1980年代に入って低迷を始めた欧米のメーカーは、それと同じ時期に進出してきた日本メーカーによって、さらなる追い打ちを受けたのである。

国内市場が飽和、或いは成熟化していったために、アメリカやヨーロッパに進出することで生産台数を維持した日本メーカーではあったが、市場成熟化の状況にあるのはアメリカやヨーロッパも同じことであり、日本の海外進出は、結果として欧米市場における競争の激化を促進させたに過ぎないわけである。したがって長期的な戦略を考えるならば、新たな市場の模索という構造転換の必要性が生まれてくるのも当然であろう。ましてや、経済成長の著しいアジアという地域は、日米欧を中心とする自動車業界が将来の生き残りをかけるうえで、重要な存在となるはずである。

そのアジアでは、経済成長にともなう所得の上昇に加えて巨大な人口を抱えつつも、いまだ本格的なモータリゼーションを迎えていないという状況にある。表-3は、アジア主要国の近年におけるモータリゼーションの進捗具合を示した表であるが、この1975年から1990年までの保有台数を、表-1で示した主要先進国における保有台数と比較して見ても、大きく差をつけられていることがわかる。アジアの圧倒的な人口が、その表中で示した、括弧内の「1000人当たり台数」の少なさに影響している。また表中で示した、アジア各国同士を比較して見ると、1975年当時では、人口の多い中国やインドの台数の方が上回っているが、その後の伸び率は台湾と韓国の方が高く、この時期のNIESが飛躍的な成長を遂げたことを裏付ける一面でもあらう。

一方自動車業界は、こうしたアジアに対してどのような対応を始めているのか。1980年に入って急速な海外進出を推し進めてきた日本の場合を見てみると、前項でも指摘したように、アメリカやヨーロッパへの輸出はもちろん盛んではあるが、先進諸国以外、とりわけアジアに対しての輸出を年々増加させている。表-4がその輸出量を示したものであるが、単に輸出量が増加してきているだけでなく、特にアジア地域に対する輸出量が、米・欧以外への輸出の中で最も多いことが分かる。

本節では、世界経済とその中枢を担う世界の自動車業界が、近年成長するアジアをどう見据えつつあるのかということを中心にみてきたが、そのアジアにいち早く注目し、また対応を始めたのは、1980年代以降急速な国際化を見せ、それまでのヨーロッパやアメリカに代わって世界の自動車業界の中心となった日本メーカーだったのである。

2. アジア・ラリーの発祥とその後の発展

1980年代から1990年代にかけて、アジアに対する世界の注目度は日増しに高まり、またそのアジアでは、途上国的な地位からの脱却を目指し、政治・経済面における発展ばかりではなく、生活や文化、或いは慣習といった部分で、様々な先進国的な部分を取り入れつつあることは、今や目新しいことではない。

ここでは話をラリーの側面に戻し、自動車業界とともに歴史を歩んできた、ヨーロッパを中心に展開されるラリーという文化が、先進国に追随しようとするアジア地域に浸透していった経緯について考察していきたい。

(1) 地域選手権の発足

1973年からWRCが発足したことによって、世界的なレベルでの選手権が始まったわけであるが、ラリー文化の中心地であるヨーロッパには、その世界選手権には属さないラリーも数多く存在し、各国内では国内ラリー選手権としてシリーズが組まれてきた。例えばフランス国内選手権は1967年以来的の歴史を持ち、イタリアの国内選手権は1961年から始まっている。そして1953年から行なわれてきているヨーロッパ・ラリー選手権(ERC)とは、ヨーロッパ各地に散在する各国のラリーに係数を掛ける形で争われてきたのである。

そしてそのERCが世界選手権へと拡大すると、ヨーロッパにはWRCとは別の形の選手権が発足する。しかし正確に表現するならば、発足ではなく、存続と言ったほうが適当であろう。すなわちWRCに組み込まれてしまったラリーには係数を掛けず、年間約50戦近くも開催されている、WRCには属さないヨーロッパ各国のラリー全てを、地域選手権としての対象にしたのである。こうして始まった、本当の意味での「ヨーロッパ選手権」は、それまではERCという名称で呼ばれていたが、新しく始まったWRCという名称に合わせて、いつしか「ERC」という呼び名へと変わっていったのである。

ERCの存在価値を考えた場合、世界レベルのWRCと、地域レベルの国内選手権との間を埋める役割を担っていると言えるであろう。過去WRCのドライバーズ・チャンピオンとなったW.RohrlやM.Biasionなどは、メーカー・チームのドライバーとなる前はERCで下積み時代を送り、またイタリアからERCの1戦として組み込まれている「コスタ・スメラルダ・ラリー」には、WRCを戦うランチアのメーカー・チームが、開発した車をテストするために毎年出場してきた。

1980年代に入ると、このERC以外にも、WRCと国内選手権の間を担う地域シリーズを発足させようという動きが盛んに見られるようになってくる。1980年に中東で地域選手権が始まったことを皮切りに(「中東・ラリー選手権」：MERC)、翌1981年には「アフリカ・ラリー選手権(ARC)」も発足した。これらの地域選手権は、WRCについて国際自動車連盟(FIA)が公認する「インターナショナル選手権」として、WRCのような世界選手権ではないが、一般にはFIA選手権という呼び名で行なわれている。

前節で指摘したとおり、アジア地域は、既に地域選手権が発足した中東やアフリカ地域に比べて、特に自動車業界が注目する傾向は強く、こうして始まった地域選手権発足の波が、途上国の中でも注目されているアジア地域にやってきたことは、当然の流れだったのである。この波は1980年代後半になってアジアにやってくることになる。

(2) 黎明期：アジア・パシフィック・ラリー選手権の発足

ERCに続いて1980年代に起こった地域選手権発足の波は、本来は中東、アフリカに続いて、太平洋を囲む地域にやってくるはずであった。

ヨーロッパの文化であるラリーは年々世界各地に広がり、1977年にはニュージーランドの「サウス・パシフィック・ラリー」がWRCに昇格し、1986年にはアメリカのシアトルで行なわれた「オリンパス・ラリー」もWRCとして開催されたのである。一方太平洋をへだてたアジア側では、インド、マレーシア、インドネシア、フィリピンなどのラリーによって「極東・ラリー選手権」が既に行なわれていた。

こうして、太平洋を囲む地域においてラリーが盛んに行なわれるようになったことから、これらのラリーを「環太平洋ラリー選手権」というFIA地域選手権として発足させることとなったのである。

そして1988年、その環太平洋選手権へのフテップとして、ニュージーランド、マレーシア、ヒマラヤン（インド）、オーストラリアといった、アジアとオセアニア地区のラリーによって構成された「アジア・パシフィック・ラリー選手権（APRC）」が行なわれた。そして翌年には、中国の「香港～北京ラリー」、「インドネシア・ラリー」、WRCと併催されるアメリカの「オリンパス・ラリー」を加えて「環太平洋ラリー選手権」となるはずであったのだが、この年に起こった天安門事件によって香港～北京ラリーは急遽中止となり、またオリンパス・ラリーも前年を以て開催中止になってしまった。その結果、残りのラリーだけの選手権では「環太平洋」のシリーズにはならないため、結局その後は「アジア・パシフィック・ラリー選手権」という名でシリーズは存続していったのである。

（後略）

(5) APRCのメタモルフォーゼ

（前略）

ヨーロッパで生まれたラリーという文化は、この当時にアジアに注目し始めた自動車業界によってアジアに齎らされていったのであり、またアジアのラリーは、その自動車業界においてばかりではなく、ラリー界においても台頭し始めた日本のメーカーが本格的に参加していったことによって、よりWRCのレベルに近付いていったのである。

第4章 アジアにおけるラリーの実態

主に日本メーカーの動向によって、そもそもヨーロッパの文化であるラリーは、アジアという全く異質な文化の地域にやってくることになった。1993年と1994年のAPRCを見る限り、ERCに代表される他の地域選手権と比較しても、それまでの地域選手権という概念を通り越し、またメーカーにとっても、WRCについて重要視しなければならない選手権として成長を遂げた。

しかし第1章と第2章で見てきたように、本来ラリーというものは、ヨーロッパで発祥してきた文化であり、それとは違った文化体系を持つアジアという地域に、問題なく浸透できたか否かという疑問も当然生じてくる。またそれを取り巻く世界的な情勢も、ヨーロッパで発展していった時代とは、多分に異なる点もあるだろう。

ここでは、本論文のテーマである「ラリー文化のアジアへの移植」という事象の実態を探索

べく、近年のアジアのラリーが置かれた状況や評価されるべき点、或いはまた、どのような問題を抱えているのかということを、考えていきたい。

1. アジアにもたらされたラリーという恩恵

(1) 競技という文化の移植

- ① 過熱するタイトル争い(1995年) (省略)
- ② WRC開催(1996年)

日本のメーカーによってハイレベルなものへと成長したアジアのラリーは、ついに世界への階段を登ることになる。1995年10月19日、翌年についての取り決めを行なう、FIAの「ワールド・カウンシル」は、1996年の世界ラリー選手権のカレンダーを発表し、その中で、全8戦の中にインドネシア・ラリーを第3戦として組み入れることが決定されたのである。

インドネシア・ラリーはかねてからWRCへの昇格のための活動が活発に行なわれており、特にイベント全体の進行やコースの管理といった「オーガナイズ」の面で、他のアジアのラリーに比べて高いレベルにあった。もともと、FIA内部にはWRCが新たな市場を必要としているという認識があったことに加えて、FIA内で大きな発言権を持つ機関であるWRTA(メーカーチームの代表によって構成される機関)が、自動車メーカーにとって将来の大市場となるアジアでのWRCを熱望していたこともあり、その結果がインドネシア・ラリーのWRC昇格へと繋がったのである。

アジアで初めてWRCが行なわれることとなった、記念すべき1996年ではあったが、そのインドネシア・ラリーでは、アジアのラリーを得意とするはずのスバル、三菱の両エース、Mcrae、Makinenはともにリタイアを喫し、その穴をついたフォードのSainzが優勝した。またAPRCの方では、ここ数年続いているスバル対三菱の構図に変化は見られなかった。前年にWRCのダブル・タイトルを獲得したスバルは、APRCタイトルの奪回のために、前年のAPRC・ドライバーズ・チャンピオンであるErikssonを三菱から引き抜き、そのErikssonを軸にMcraeとLiattiをスポットで起用した。また三菱は、Erikssonの抜けた穴を埋めるためにスバルから移籍したBurnsを全戦に出場させ、場合によってはWRCでのエース、Makinenを出場させて二連覇を目指したのである。

結局WRCチャンピオンとAPRCチャンピオンの対決となったこの年は、WRC、APRC双方において互角の結果となった。WRCではスバルが2年連続でマニファクチャラーズ・タイトルを決め、ドライバーズ・タイトルは三菱のMakinenが獲得した。またAPRCでは、この選手権を重要視する三菱がマニファクチャラーズを取り、ドライバーズではスバルのErikssonが、前年の三菱での獲得に続いて二連覇となった。

1996年のこうしたラリー界の状況を見る限り、APRCはWRCと互いにリンクしあうような関係にまで成長したのである。またヨーロッパで生まれた、ラリーというモータースポーツとしての文化は、競技面においてうまくアジアへ移植されたといっていよう。

(2) 成功の要因

もともとヨーロッパの文化であるラリーは、1993年から始まったメーカーの本格参戦と、それによって白熱したシリーズが展開されたことにより、アジアにもヨーロッパと同じような形で移植されていった。

こうしてアジアのラリーは、モータースポーツという「文化」として地域に根付いていったわけであるが、その根本にある、メーカーが参加できたということ、或いはシリーズの遂行を成功させることができた要因とは、一体どのようなものであるのかということを考えてみたい。

① オーガナイザーの努力

ラリーという競技を進めていく上で最も重要なことは、「オーガナイズ」の整備である。まず公道という場を閉鎖して競技を行う以上、適切なコースの管理体制が整備されていなければならない。また、ラリーはレースのように一定の区画で行われるものではなく、コース全体の距離が長いために、競技の全体を統括するには通信設備も必要となるだろう。またラリーにとっては、時間の計測こそが勝利を左右するものであり、ロードセクションの各チェックポイントにおいては、それぞれ正確な時間の計測機能が要求されるのである。

APRCは、地域選手権であって世界選手権ではないが、しかしそれが国際格式の競技である以上、主催者にはそれらを達成するための努力が必要になる。アジア初のWRCとなったインドネシアでは、FIAからの指導ばかりではなく、同じAPRCであるニュージーランド・ラリーの競技長などの手助けも借りて、特にコースを安全に管理する「マーシャル」の教育に力を入れた。またタイ・ラリーでは、WRCの1000湖・ラリー（フィンランド）の競技長であるS. Lampinenをスタッフに加えて、ラリーの質そのものや安全性を格段に向上させたのである。

ラリーが発展していくための要素として、こうした運営団体の必要性という側面をヨーロッパと照らし合わせてみても、その発展の過程の中には同じような点が見られる。それは都市間レースの主催者であった「フランス自動車クラブ」であり、またモンテカルロ・ラリーの「オート・モービル・ド・モナコ」も然りである。

そしてF1とWRCという世界選手権が成立して、選手権全体を統括する組織としてFIAが存在するようになると、各ラリーには、それぞれラリーの主催者というものが存在するようになっていったのである。

インドネシア・ラリーがWRCに昇格することができたのは、そうしたラリーを運営する組織の質が高かったからであり、またここ約10年の間に、FIAのインターナショナル選手権として急速にラリーとしての質を高めてきた。インドネシア以外の他のアジアのラリーでも、同じような努力がなされてきたのである。

ヨーロッパにおけるラリーやその他のモータースポーツが、発展を遂げ、また文化としての確立を達成するには、必ず運営団体、或いは主催団体がきちんと機能することが前提となっていた。ヨーロッパで出来上がったこうした文化は、アジアという異質な地域にも移植されたと見てとることができるだろう。

② スポンサーの存在

ヨーロッパで発達したモータースポーツを見た場合、必ずや競技に参加する車体に塗られた綺麗な塗装に目を奪われることであろう。これは、メーカーの活動を支援するスポンサーのイメージ・カラーを施したものであり、特にラリーの場合でも、メーカーが参加するようになると、その争いも次第に本格的になり、活動のための資金もそれに比例して高騰し続けてきた。そこで、広く人々の目に映るラリーによって宣伝しようとする企業が、メーカーの予算だけでは賄い切れない部分をスポンサードしてきたのである。

例えばランチアの場合、グループBによってWRCに復活してから1992年に撤退するまでの

10年間、イタリアの酒造メーカーであるMartiniのカラーを纏い続けてきた。また近年では日本のトヨタが、オイルメーカーであるCastrolをスポンサーにしている。

そしてアジアのラリーに参加するメーカーも、ヨーロッパと同じように、スポンサーの援助を受けて参加してきた。特にここまでは、スバルをスポンサードするBAT社を多く取り上げてきたが、WRCでも長い間タバコ会社がスポンサーとなった例は多く見られた。しかしここ数年では、タバコ会社の広告を禁止する風潮が、欧米の先進国を中心に高まり始め、ラリーの世界でも様々な制約が見られ始めてきている。こうした中でのBAT社のラリーを媒体にしたアジア進出は、将来の大市場という理由だけではなく、有効にタバコの宣伝活動が行える地域として、いまだ大きな制約のないアジアに進出してきたという見方もできるのである。

またスバルに対抗し続けてきた三菱の場合は対照的である。三菱には、ラリー活動のためのメイン・スポンサーはない。APRCに参加する以前のWRCでの活動は、ランチアやトヨタのように、必ずチャンピオンを取るためのものではなかった。したがって、参戦体制も全戦出場ではなく、何とかメーカーの予算で賄い切れる範囲であった。

しかし三菱の上層部が、アジアを将来の市場として認識し始めたことにより、APRCへの全戦参加を決定すると、それによって拡大した予算の問題を解決しなくてはならなくなったのである。

そこで三菱は、WRCとAPRC全戦にわたってBAT社のスポンサードを受けたスバルに対し、1戦ごとにそれぞれの地域からスポンサーを獲得する手法を取った。いくら大企業とはいえ、高額な参戦費用を賄うためには、それなりの見返りがなければならない。ラリーを全戦にわたってスポンサードする企業など、近年の厳しい経済事情から考えても、簡単には見つからないのである。

1995年の例を見ると、WRCと併催されるニュージーランドとオーストラリア、また翌年からWRCに組み込まれることとなったインドネシアでは、WRCと同じく、メイン・スポンサーを取らない三菱独自のカラーリングを残したが、マレーシアでは、マレーシアの石油会社であるPetronas、香港～北京ではNikonに加え、BAT社と同じくアジア進出を狙うタバコメーカーであるMarlboro、タイでは、マレーシアと同じく現地の企業であるSinghaという酒造メーカーがそれぞれスポンサーとなった。

各メーカーともそれぞれ違った様相ではあるが、ラリーに参加するメーカーが、資金を調達するために、何らかのスポンサーを得て参加した様子はヨーロッパと同じである。しかしこのような現象は、もともとはWRCに参加していたメーカーが、APRCでも同じような手段をとっただけであり、文化的側面での移植として見るができるかどうかは判断しがたいが、いずれにしても、ヨーロッパでのラリーにおける伝統と同じ手法が取られたことに違いはない。

③ WRC開催数の減少

3番目の要因として、1994年からWRCに導入された「ローテーション制度」による影響が挙げられる。

ラリーはF1などのレースとは違って、ラリーの本番までに、ドライバーとコ・ドライバーのクルーが、ペースノートを作成するために試走を行い、また何十ヶ所もあるスペシャルステージを試走するには数週間という期間も必要になってくる。そして次に挙げる点もレースとの相違点によるものだが、ラリーではコース状況が毎戦異なるため、各ラリーではそれぞれの路面に合わせて、特に懸架装置を中心とした車輛の調整も必要になり、ラリーには多くの準備日数

が必要となるわけである。

また、ラリーそのものの準備に多くの日数が費やされるばかりではなく、1993年以前にはそれぞれ4日間、4つのレグによってラリーは行われ、多いものでは5日間や6日間というものまであった。また年間に13～14戦ものイベントがあったために、チャンピオンシップを獲得するために全戦出場しようとする、必然的に資金も高騰を続けていったのである。その結果がヨーロッパ・メーカーの不参加であり、また6連覇を達成したランチアの撤退であった。

そこでFIAは、何とか参加メーカーを誘致しようと、様々な規則の改正を行ってきた。かつてのグループB（1983年から4年間WRCに導入された車輛規定）のように車輛の規則を緩くするのでは、再び悲劇を招いてしまうという教訓もあってか、主たる改正点は車輛に関する規定よりも、ラリーにかかる経費を削減することが主眼とされた。1993年には、義務付けられるベース車輛の生産台数を、それまでの5000台から2500台へと削減し、またロードセクションにおけるサービス（整備）の回数や、使用できるタイヤの本数も制限され、それまで自由だった使用燃料についても、新たに統一燃料が取り入れられることになったのである。

こうした経費削減の対策が、より具体的なものとして施行されたのが、翌1994年から導入されたローテーション制度であった。それまで年間13～14戦開催されていたイベントのうち、10戦だけをWRCとして開催し、またイベント単体についても、1日減らした3日間で行われることとなった。こうした競技面における経費削減に向けた改正は、WRCを争うメーカー・チームの経済的な負担を減らしたばかりではなく、時間的な余裕までも与えたのである。表-6を見てもわかるように、ラリーの前後にかかる準備の日数を含めて考えても、WRCを掛け持ちするメーカー・チームにとっては、APRCへ参戦することも可能になった。

WRCの歴史を振り返ってみても、それがスポーツである以上、ある種の規則の改正が幾度となく行われてきた。そうしたうちの 하나가、APRCの発展に繋がったことは、アジアにとっては非常に喜ばしいことである。

この項では、APRCが成功した要因について見てきたわけであるが、それ以上に重要なことは、ラリーが行われる地域の「人々」に受け入れられたかどうかという点につきる。ラリーが発祥したヨーロッパでは、ラリーは年に一度行われる「祭り」のようなものであり、またそこには、人々からの人気という基盤があったからこそメーカーも参加するようになったわけであり、宣伝の手段にもなり得たのである。

一方のアジアでもラリーの人気は高く、我々日本人が手に入れることのできる資料を見ても、ヨーロッパのラリーにおいてコースの沿道を観衆が囲んでいるのと同じように、沢山の観衆が見物している。文化の移植というからには、人々の生活にまで浸透していなければならないのである。

2. アジアだけが持つ「評価されるべき点」

ヨーロッパの文化であるラリーが、アジアという地域に移植されたとはいっても、アジアにはアジアにしかない側面があることもまた事実である。それは環境であったり、時代の違いであったりと様々な点が考えられるが、ここでは「アジア特有の点」について触れてみたい。

（1）アジア特有の「コース」

ここ数年のAPRCに、アジアから組み込まれているラリーは4戦あるが、コースの特徴で

見てみると、大きく二つに分けることができる。

タイ・ラリーと香港～北京・ラリーは乾いたグラベルの路面で、また特にタイでは直線が多いために平均速度が高いことが特徴である。その乾いた路面により、どちらのラリーも雨が降らなければ埃が高く舞い上がるが、特に熱帯気候のタイでは、ラリーの開催日が乾期に当たるため、特に埃による影響が大きい。したがって後続スタートの方が有利になるというような特徴がある。

このようなコース状況はWRCでのラリーにも見られるものであるが、一方インドネシアとマレーシアの環境は他のラリーに類を見ない。どちらのラリーも熱帯雨林気候に属しており、高温多湿とスコールがラリードライバーを苦しめる。そしてこれらのラリーの持つアジア独特の特徴は、パームツリーが生い茂るプランテーションを巡るラリールートにある。このプランテーション・ロードに一旦スコールが降ると、路面は泥沼と化し、WRCで唯一のオールスノー・ラリーのスウェーデンよりも、路面の摩擦係数（ミュー）は低くなってしまう。

こうしたコースの状況は、それまでのWRCにはなかったものであり、初めてWRCとなった1996年のインドネシアでは、優勝したSainzをして「今まで経験したことのない路面」と言わしめた程である。

これらのラリーのコース状況への意見は、賛否両論に分かれるものであるにしても、ラリーという競技の本質が、どんな公道でも走るというものであるとすれば、市販車へのフィードバックを考えれば、特別悲観的になることでもない。これは私なりの素人の意見ではあるが、低ミューの路面を安全に走ることのできる技術が開発されれば、市販車においても、特に雪道などではそのノウハウを生かすことができるのではないだろうか。

個人的な意見は別にしても、WRCのシリーズに、それまでとは違ったラリーが組み込まれたということは、間違っても悪い方向ではないだろう。以前は世界選手権とはいえ、殆どがヨーロッパで行われてきたわけであり、世界選手権というからには世界中のあらゆる地域で開催されるべきである。シリーズの中に、新しいコースのラリーが組み込まれたことによって、シリーズの面白味も増したのである。

（２）現地自動車産業の発展

ここで述べることは、ラリーの競技と直接関係するものではないが、日本メーカーがAPRCに参加するようになったということの背景にある、日本の自動車メーカーによるアジア進出という側面から見た議論である。

特に日本の自動車メーカーに代表される先進国のメーカーが、アジアのラリーへ参加するようになったという近年の動きの原因は、これまでも見てきたように、新たな市場の開拓を迫られた世界の自動車業界が、アジアという成長著しい地域に注目し始めたということに他ならない。既に指摘したように、日本メーカーの場合では、欧米先進国以外の地域への輸出量は、アジアに対するものが最も多く、またそれは年々増加していく傾向にあった。そして、こうした日本メーカーを中心としたアジア進出の中で、販売のための宣伝の手段として行われた「ラリー」が、結果的にはアジアへ移植されていったという議論が、筆者の個人的な意見、考え方なのである。

だが、日本メーカーによるアジア進出の経過を見てみると、そこにはアジアの成長に深く関係した変化も見られてくるのである。

アジアにおける自動車産業の最たるものといえば韓国と台湾であり、これらの国々の自動車産業が世界的に注目されるまでに至ったのは、1980年代半ばのことである。この時期は、韓国や台湾などのアジアNIE Sの諸国が、他のアジア諸国に先駆けて急成長した時期でもあり、NIE Sに属するそれらの国々が、日本以外のアジアにおいて自動車産業の中心を担っていることは必然的なことでもあるだろう。

しかしながら、アジアの成長はNIE S諸国だけに止まらず、それに続くASEAN諸国にまで広がっていったのである。次第に経済力を持ち始めたこれらの国々では、国内における工業化を進展させるため、輸入を規制することによって国内産業を保護する政策が取られてきたわけであるが、もちろん自動車産業に関しても例外ではなかった。ASEAN諸国において特に自動車産業の発展が著しいマレーシア、タイ、インドネシアの各国では、自動車を国産化する政策が進められてきたのである。

アジア各国において自動車の国産化政策が広まった結果、完成車の輸入は大幅に制限される傾向が強まってきた。したがって、完成車の輸出によってアジアへ進出してきていた日本メーカーにとっては、現地生産という手段を取る以外に選択の余地がなくなってしまったのである。

輸出から現地生産への移行という形態の変化は、日本メーカーが欧米へ進出した場合と同じではあるが、アジアへの進出においては、それらとは異なる点も見られる。既に指摘したように、ASEAN各国では自動車の国産化政策が推し進められてきたわけであるが、それは日本を中心とした、先進国メーカーとの合弁によって行われてきたのである。

タイでは、現地資本との提携によって、日本の自動車メーカー、および部品メーカーを誘致して生産を拡大してきた。またマレーシアでは、自動車国産化を担うプロトン社と三菱自動車との関係は特異なものである。プロトンは1983年に三菱との合弁によって設立された国営の企業で、マレーシアの自動車国産化政策に伴い、国民車「Saga」を生産・販売した。三菱は、発展途上だったプロトンに対して、部品や技術の面において提携することにより進出していったのである。インドネシアでも、タイやマレーシアとは若干立場は異なるものの、トヨタやマツダといった日本メーカーとの合弁によって国産化政策を進めてきている。

一方、日本メーカーとの合弁や提携があるのはこうした国々ばかりではなく、韓国の主要メーカーである現代（ヒュンダイ）、起亜（キア）、大宇（ダイウ）などでも、それぞれ三菱、マツダ、GMオペルといった先進国メーカーとの関係が深く、特に技術移転が多く見られる。

これらを見てみると、日本メーカーによるこのような進出の形は、輸出が規制される状況において、進出することのできる方法を探ってきた結果であり、逆にアジアの国々は、技術の依存相手や、輸入代替期間における部品などの輸入先として、進出してこようとする日本のメーカーをうまく活用したのである。

日本のメーカーのアジアへの進出は、それらの地域の自動車産業の発展をもたらした。近年では、韓国の現代やマレーシアのプロトンといった、アジアのメーカーまでもがラリーを行うようになり始めたが、それはアジアの自動車産業がいかに発展したかということの現われでもあろう。また自動車産業の発展が著しいASEANの三国、マレーシア、タイ、インドネシアは、APRCの開催される三国でもあり、このことは自動車産業の発展とラリーの間に何らかの関係があることを示しているのかもしれない。

3. アジアだけが持つ「問題点」

本論文では、先進国からアジアへの文化移植の媒体として、ヨーロッパからアジアへと移植されることになった「ラリー」を取り上げてきたわけであるが、そこには地域間における差があるだけではなく、成立していった時代背景、或いは置かれた環境といった側面にも異なる部分が見られる。

ラリー文化は、19世紀末から近年に至る長い時代背景の中で、しかもヨーロッパ地域に限定されて、半ば自然発生的に発祥してきたものであり、したがって、時代も地域も異なる状況において、全く同じような成立の過程を踏むことは、実質的に実現し得るようなものではない。当然のことながら、アジアだけに見られる現象も発生してきたのである。

前節では、アジアだけが持つ特徴として、評価できる点について指摘したわけであるが、一方では、アジアだけが抱える問題も同時に見られるのである。アジアのラリーの発展はいまだに進行している事柄であるため、そうした問題点が解決されなければ、アジアにおけるラリーのあるべき姿は、新たな方向性として見えてくることはないだろう。

ここでは、近年著しい発展を遂げたアジアのラリーの中に見られる問題点を、希望的意見を含みながら整理したい。

(1) 文化的な相違

ラリーという文化は車を中心として見られる傾向が少なくないが、車が使われているとはいえ、それがスポーツである以上、多くの人間が関わっていることもまた事実である。ここで言う文化的な相違というのは、ラリーに関わる人間における違いを指しているものであり、異なった文化体系に属する人間同士の間には、何らかの障壁があるに違いない。

① オーガナイズ

APRCに本格的なメーカー・チームが参戦するようになると、それに見合ったWRC並みの運営力が要求されるようになり、オセアニア地域の2戦はそれまでもWRCとして開催されてきたために特別な問題は生じなかったが、アジアの各ラリーでは早急に改善することが必要となった。

そして前節でも述べたように、各ラリーの主催者は、オーガナイズの質を高めるために様々な努力を成し遂げてきたのである。だがインドネシア・ラリーがWRCに昇格することができたのは、その分野において特に長けていたからであり、ヨーロッパを中心としたWRCを基準とするならば、アジアのラリーでの運営力は、いまだに低いレベルにあると言えるだろう。

かつてマレーシア・ラリーは、運営力やコース・レイアウトにおいて、アジアで最も進んだラリーといわれた。しかし、インドネシア・ラリーがWRCに昇格する一方、マレーシア・ラリーでは運営力の低下が顕著に見られるようになった。それは特に、コースの管理面におけるもので、管理の不備によって公道の封鎖が不徹底であったために、1996年には多くのスペシャル・ステージ（SS）がキャンセルされるという事態が発生してしまったほどである。

こうした管理・運営能力の低下は、結果として安全性を欠くことになるわけであり、競技以前の問題でもある。加えて、そこにはメーカーを代表するチームも参加してくるわけであり、コース管理ばかりではなく、運営全てにおいて責任が問われてくるのである。

1996年のマレーシア・ラリーの結果によって、一時はAPRCから脱落するという決定が下されたが、FIAが条件付きで救済策を提示した結果、マハティール首相による全面支援のも

と、警察その他の関係当局の協力を得て、1997年もAPRCとして存続することが決まった。

ところが1998年、マレーシア・ラリーの主催者は決定的なミスを犯した。先頭でスタートしたゼッケン1番の藤本吉郎は、一番最初のSSをスタートしてから僅か600mほどの地点を時速150kmで走行中に、コース内を走る対向車と衝突してしまったのである。しかもその対向車はラリー主催者側の人間が乗っており、コースを閉鎖するテープなどの仕切りがなかったために、SSに紛れ込んでしまったのだ。近年のマレーシア・ラリーにおける管理体制の不備は、FIAでも危惧されることとなり、ついに1999年のAPRCからは外されるという決定が下された。マレーシア・ラリーのAPRCへの復帰については、いまだに目処が立っていない。

マレーシア・ラリーのようなオーガナイズの不備は特別ではあるが、これとは別に、アジアのラリー全般においてヨーロッパと比較して異なる点がある。大抵のヨーロッパのラリーでは、主催者の指導のもと、コースの管理やチェックポイントでのタイムコントロールといった実質的なオーガナイズは、ボランティアによって行われている。ヨーロッパにおけるこうしたオーガナイズの実態は、ラリーがその土地の伝統的な文化として存在しているという解釈にも繋がってくる。

しかしアジアの状況はヨーロッパとは異なる。1996年にマレーシア・ラリーがAPRCから脱退することになった時に、FIAの救済案を飲む形で国家規模の管理体制が敷かれたことは先にも述べたが、その管理体制とは警察や軍隊を導入して観客を抑えるというもので、WRCに昇格したインドネシアでさえもこうした方式を取っているのである。

人間を単位とした視野からラリーという文化の移植を考えると、観客からの人気ということで見れば問題はないが、こうしたオーガナイズの面で見ただけでは、その「地域」に対して移植できているのかどうかということに疑問が残る。また、ヨーロッパのラリーを基準として、ヨーロッパにおけるオーガナイズの方法こそが、ラリーにおける本来の姿だとするならば、アジアの方法は遅れていると言わざるをえないものでもあり、そして問題点としても考えられるのである。

② 選手層

世界中に数多くのラリー・ドライバーはいるものの、トップレベルに属するドライバーの殆どがヨーロッパ人であり、表-5（省略）を見てもわかるように、1979年から始まったWRCのドライバーズ・チャンピオンの変遷を辿ると、その全てにおいてヨーロッパ人によって獲得されてきている。

ラリーがヨーロッパの文化である以上は、このような現象に対して何ら疑問を生じるわけではないが、あえて要因を挙げるとするならば、ヨーロッパの国々が置かれた環境というものと考えられる。ラリーとは、今世紀に入ってからヨーロッパ各地に普及していったものだが、それぞれの国々において、モータースポーツという文化として古くから根付いていったために、社会的な知名度も確立してきたのである。逆に人々に知られているものでなければ、ラリー・ドライバーを目指す者も現われてこないはずである。

こうした現象が最も顕著に現われている国は、北欧のフィンランドである。フィンランドにとってラリーとは国技であり、アイスホッケーや乗馬競技とともに、国民の三大スポーツの一つとされるほどの競技である。またフィンランドでは、ラリーの社会的な地位が高いためか、ラリー・ドライバーを育成する組織まである。フィンランド・モータースポーツ連盟がその担い手となり、有能な若手の人材発掘に余念がない。フィンランド人に優秀なラリー・ドライバー

が多いことの要因についてはここでは割愛するが、このような環境に置かれたフィンランドにおいては、ラリー・ドライバーとは花形の職業であり、またこの国からは、多くの優秀なドライバーが輩出している。過去20年間のドライバーズ・チャンピオンシップを見ても、そのうちの10回がフィンランド人によって獲得されており、このことは、フィンランドの置かれた環境と密接に関係していると考えられることでもある。

またフィンランド人以外のチャンピオンに目を向けると、その殆どがラリーの成立と関係している国々の出身者である。ラリーの知名度が高い地域とは、ここで挙げたフィンランドだけではない。多くのヨーロッパの国々においてラリーとは人気の高いスポーツなのである。すなわちヨーロッパでは、優秀なラリー・ドライバーの生まれる基盤が、ラリーの歴史とともに確立していったと考えられることでもあるであろう。

そしてWRCが制定されると、本格的にタイトルを狙うメーカーが参入するようになったわけであるが、それらのメーカーは当然のことながらトップレベルのドライバーを雇った。そしてトップレベルのドライバーの多くはヨーロッパの人間であり、結果としてラリー・ドライバーといえば、その殆どがヨーロッパ人なのである。

ラリー・ドライバーについてアジアに目を向けてみると、この点もまたヨーロッパの様相とは異なる。アジア初のWRCとなったインドネシア・ラリーでは、上位の殆どがヨーロッパ人であったことを述べたが、ヨーロッパのラリーでヨーロッパ人が活躍しているのに対して、アジアのラリーにおけるアジア人の活躍は、ヨーロッパのそれと比較するとあまり見られるものではない。上位のドライバーの殆どが、スバルや三菱に乗ったヨーロッパ人ばかりであり、仮にアジア人だとしても、篠塚建次郎や藤本吉郎などの日本人なのである。これは我々日本人の観点から見れば喜ばしいことではあるが、ラリーが行われている地域出身のドライバーが活躍しているわけではなく、それはアジアのラリーにとって望まれた姿なのだろうかという疑問も残るのである。

アジアから有能なドライバーが現れてこない要因として考えられるのは、その急速な発展過程にあるだろう。ヨーロッパにおけるラリーとは、半ば自然発生的に、また非常に長い年月をかけて発展してきた。したがってドライバーの能力というものも、その発展と同じようなペースで高まっていったのであろう。ところがAPRCに代表されるアジアのラリーは、ここ数年間で一気にWRCと同じような地位にまで急速に膨張してしまったわけであり、世界のトップレベルに値するようなドライバーが生まれる基盤は、いまだに出来上がっていないと考えることができるのである。

しかしながら、APRCに積極的に参加するアジア人が存在しないわけでもない。例えば、1995年のインドネシア・ラリーで6位に入賞したインドネシア大統領スハルトの息子、M. P. Hutomoが有名だが、彼は豊富な資金力を後ろ盾に、スバルのメーカー・チームを担うイギリスのProdrive社から「Impreza 555」のラリーカーを購入して、趣味としてラリーに参加している。だがこうしたことは、果たしてアジアのラリーにとってよいことなのだろうか。彼がラリーに参加できるのは、最近非難されるスハルトのファミリー・ビジネスの賜物であろうし、またアジアにとってのラリーが富豪の趣味としての場であるとするならば、それはかつてのヨーロッパのラリーと同じ存在でしかない。そしてそれをヨーロッパと比較した場合には、やはり時代遅れの烙印を押されてしまうのである。

（２）外的要因による影響とAPRCの危機

1993年以降、APRCの興隆はしばらく続いたものの、1996年にインドネシア・ラリーがWRCに昇格してから今日に至るまでの期間には、APRCには次第に暗雲が立ち籠め始めている。1997年から1998年にかけて起きた幾つかの出来事がその引き金となった。

① FIAのWRC戦略

ヨーロッパ・メーカーの低迷に端を発した、WRCに参加するメーカー・チームの減少により、ラリーにかかる経費を削減する規制が、1993年以降多く取り入れられてきた。そうした動きの結果として、1994年からはローテーション制度が導入されたのである。

しかしながら、ラリーに参加するメーカーやスポンサーにとって、高騰する経費の問題から逃れられたとしても、逆に宣伝する回数や地域の幅が縮小してしまうという、別の問題も同時に起こったのである。

かつてのFIAでは、「ラリー・コミッション」と呼ばれる組織が、ラリーに対する強い権限を持っていた。しかし、年々ラリーに参加するメーカーも強い権限を持ち始め、彼らによって構成されるWRTA（World Rally Teams Association）という組織にも政治力が備わっていったのである。またメーカーの後には、当然のことながらスポンサーという存在もあるわけであり、したがってFIA内におけるWRTAの地位の向上は、メーカーやスポンサーの意見がFIAに反映されることを意味するのである。

既に指摘したように、メーカーやスポンサーにとっての問題は、目下のところ開催数の減少による宣伝機会の縮小であり、FIAでは既に1995年末から、そうした問題に対しての改正案を模索していた。この当時は、アジアから初のWRCとしてインドネシア・ラリーの昇格が決定していたが、それは結果として現存のWRCから降格するラリーが出ることを意味する。メーカーやスポンサーにとって、アジアという新たな地域で開催できることは良かったが、逆に開催地域が限定されることによって、宣伝の機会が限られてくるのである。F1が年間16戦行われているのに対し、当時のWRCはわずかに8戦のシリーズであり、FIAはF1と同じようにWRCを16戦化する構想を掲げた。開催数が増加すればテレビによる放映回数も増えるのである。

開催イベントの増加は資金が高騰することにも繋がるが、経費削減に関する様々な対策が1993年から導入されており、FIAでは、レッキなどを短縮させてコストを削減するという改正案によって、イベント数の増加に踏み切った。

これにより、1996年のカウンスルにおいて、1997年からは全14戦によって行われることが決定された。改正案が提示された当初の「16戦化構想」が実施されなかったのは、例えば経費が削減される方向にはあっても、幾つかのメジャー・メーカーはAPRCにも参戦しているために、この改正案に対しては賛成していなかったのである。ところが、BAT社の支援によって豊富な資金力を有するスバルが賛成したために、16戦までには拡大されなかったものの、イベント数は14に増加することとなった。近年のFIAにおいて、メーカーの意見が重視されるようになったことは既に述べたが、この改正案を強く推したスバルは、前年の1995年には初のタイトルを獲得しており、それと同時に強い発言権までも獲得していたのである。

WRCにおけるこうした変更に伴って、興隆を続けていたAPRCの状況は大きく様変わりすることになる。ニュージーランドとオーストラリアはそれぞれWRCも兼ねるために、スバルや三菱といったトップチームの参戦は見られたが、アジア地域に関してはどちらのメーカー

も積極的な参戦はなかった。三菱はそれまで、少ない資金ながらも何とかスポンサーを掻き集め、WRCよりも重視してシリーズを盛り上げてきたが、時間的な余裕がなくなったうえに、WRCへの参戦数の増加による資金的な問題から、APRCへの全戦出場を諦めた。またスバルは、BAT社の意向を受けて、将来の巨大市場であるチャイナ・ラリーだけは参加した。

1997年のAPRCは、全6戦のうち3戦がWRCと併催されたことによって、その3戦に加えて中国に遠征したスバルとErikssonがダブル・タイトルを獲得した。結果だけ見れば、APRCから三菱とスバルの存在が消えてしまったわけではなかったが、1997年のAPRCを見る限り、そこにはWRCとの境界線が曖昧になるという問題が生じたのである。WRCを戦うチームが、たまたまAPRCを兼ねているラリーで好成績を挙げてタイトルを取ってしまったのでは、1990年の状況と同じである。また、インドネシア以外のアジアのラリーにおいては、メーカー・チームの参戦によるそれまでのような争いを見ることはできなくなってしまったのである。

② スハルトの失脚

WRC14戦化に伴い、1997年のAPRCにはメーカー・チームの全戦出場はなかったが、メーカーのエントリーが見られないアジアのなかで、インドネシア・ラリーだけはWRCとして2回目の開催を迎え、イベントは大成功を収めた。

しかし、1998年に起こった暴動による影響はラリーにまで及ぶものであった。しかも最初に起こった暴動の中心地とは、ラリーのスタート・ゴール地点となるメダンだったのである。またラリーの立役者の一人にはスハルトの三男がおり、その後続いた政治的混乱において、スハルトの側近たちは政治の中枢から次々と放逐され、スハルト自身も大統領の座から失脚したのである。

ラリーそのものがスハルトのファミリービジネスだったことに加え、インドネシア国内では政情不安以外にも様々な混乱が生じ、FIAには早急な決断が要求された。各メーカー・チームの本拠地の殆どはヨーロッパにあり、インドネシア・ラリーに参加するには車輛や部品を何ヵ月も前に船積みしなければならない。またWRCで使用する公式燃料のサプライヤーであるエルフも燃料を搬出しなければならず、インドネシア国内の混乱は徐々に沈静化には向かっていったものの、全てを送り出した後に再び問題が起きることも十分に予想されたのである。また各メーカーともインドネシア・ラリーへの出場には懸念の色を示していた。

結局、開催3ヶ月前の6月3日、FIAは「インドネシアの現状と各チームの機材運搬上の問題を考慮した結果の措置」として、1998年のインドネシア・ラリーの中止を決定した。FIAによれば、そのキャンセルは1998年に限ったものであり、1999年からは再びWRCの候補地に挙げられるが、現状では早期の復帰は考えにくいようである。

③ メーカーのAPRC離れの要因

アジアを将来の市場に見据え、APRCを盛り上げた立役者でもある三菱は、以前はWRCの参戦回数を削ってまでAPRCのタイトル獲得を目指していた。だが、1997年にWRCが14戦化されるとAPRCへの全戦参加を止めた。三菱はメジャー・スポンサーがないため、スバルなどに比べて資金力は乏しいが、その資金に見合った計画として、WRCのマニファクチャラーズ・タイトルよりも、Makinen 1台だけの参戦によるドライバーズ・タイトルの獲得に焦点を絞り、APRCではなくWRCへと主戦場を移したのである。

このことについての三菱からの公式な声明はないために、真相は憶測でしか判断できないが、

三菱に限らず、ラリーを行うメーカー全てにおいて、APRCやアジアを重視する傾向は以前よりも弱まってきているように見えるのである。

その要因の一つとして考えられることは、アジアでもWRCが行われるようになったことが挙げられる。アジアに対する「将来の巨大市場」という認識は変わらないにしても、メディアが発達している今日では、「アジアでもラリーというモータースポーツが行われている」ことさえ伝われば、やはり地域選手権としてよりも、世界選手権として開催される方がインパクトは強く、注目度も高いはずである。加えて資金的にも時間的にも両方のシリーズに全戦出場することは難しいわけであり、それならば世界選手権を選択したほうが、世界中においても、またアジアにおいても宣伝できるわけである。

そして筆者は、アジアにおける宣伝効果の実態についても疑問を抱いている。メーカーがAPRCへ参加するようになったのは、アジアがこれからの市場として捉えられつつあったからであるが、しかしながらヨーロッパと、APRCの行われているアジア諸国とでは、いまだに所得の格差は大きい。1991年の1人当たりGDPで比較しても、ラリーが行われていないアジアNIESの諸国が、日米欧の先進諸国とともに上位20位までに入っているのに対し、APRCの舞台となるアジア諸国では、最も高いマレーシアでさえ2553ドル（米ドル）、最も低い中国では358ドルでしかない。

第2章でも述べたように、ヨーロッパにおける成立過程において、市販車そのものを宣伝するためにメーカーは参加してきたわけであり、今日のWRCでもその本来の本質は変わっていない。自動車は決して安価なものではない。新車を購入できる所得層にあるヨーロッパにおいてこそラリーによる宣伝効果が期待できるのは、ラリーがヨーロッパで発達してきたことから考えても当然である。

一方のアジアでの現状は、NIESなどの所得の高い国々では人口が少なく、また多くの人口を有している国では所得の水準が低いために、自動車の国内市場は狭小となっている。特にASEAN諸国においては、先進国と同様の車を買える人はごく一部の階層であり、一般の消費車の場合には中古車、あるいはアジアに進出してきたメーカーにより現地で生産されている車を購入しているのである。これは1960年代のフォードやGMによって、低コストを念頭において開発された「アジアカー」から始まるもので、1970年代から1980年代にかけては、トヨタの「キジャン」が売り上げを伸ばした。

このようなアジアの自動車市場における実態を踏まえると、ラリーに出場している車は、ヨーロッパでは売れる車ではあっても、アジアでは売れ難いということが予想できる。また日本メーカーの多くは、アジア各国が輸入を規制しているために、分業によるアジア向け車輛の現地生産、あるいは技術提携という形で現地に進出しているのでもある。したがって、市販車を投影する競技車輛によって、そのもとにある市販車そのものへの購買意欲を高めるというラリーの本質とは、かけ離れた状況にあるといってもよいだろう。

そうすると、アジアでのラリー活動は、観客に対する宣伝になっていることには違いないが、その観客の多くには買うことができないのが現実であり、メーカーの宣伝効果は期待できても、車そのものの宣伝効果には繋がらないのである。メーカーの宣伝効果とは、市販車のイメージを投影しないF1などのようなブランドのイメージであり、商品の宣伝ではないのである。スバルというメーカーの場合、BAT社の意向によってアジアのラリーに参加してきたわけであるが、BAT社の商品とはアジアの人々でも買えるタバコであり、宣伝効果はすぐに現われる

はずである。だがスバルにとっての商品とは、高い買物である自動車であって、確かにアジアは将来の市場には違いないが、その宣伝効果は、しばらく経たなければ現われてこないであろう。スバルにとっては、WRCに出場するための資金を得ることが目的だったわけであり、さしたる問題はなかったのかもしれない。しかし、APRCに参加することにより、そのついでにアジアでも宣伝効果を得ようという考えがあったとするならば、それは少し時期尚早なことであったと言えよう。

ここで述べたようなことが、三菱のAPRC全戦出場停止の原因と重なっているかどうかは別にしても、現時点でのアジアにおける宣伝にとって、高額な参戦資金を必要とするラリーが必ず必要であるのかということは、ラリーに参加しているメーカー全てにおいて、避けることのできない問題となってきたはずである。

4. 将来への展望

1988年から始まったAPRCの歴史を振り返ってみると、必要に応じて新たな方向性を模索してきたことが分かる。そしてその都度の選択は、時として興隆に繋がり、また逆に低迷した時期を迎えたこともあった。そして今日、APRCは再び新たな道筋を辿らなければならなくなっている。これまで述べてきた諸問題はもとより、WRCとの関係における混沌とした状態は、新たな存在価値を見出す必要性をAPRCに投げかけている。再び興隆を迎えるには何が必要なのだろうか。

(1) チャイナ・ラリーの行方

今日のAPRCは、以前盛り上がりを見せていた時代に比べると、幾分暗い雰囲気 が漂いつつある。そしてそれをアジアに限って見た場合には、状況はさらに深刻である。

しかし、解決の糸口が全く見えないわけではない。前節で述べたことが全てではないにしろ、問題点はそれなりに浮き彫りとなっているわけであり、その問題点に対して、時代や環境に見合った何らかの対策を講じることができれば、再び興隆を迎える可能性も見出すことができるであろう。

当面の課題としては、チャイナ・ラリーの成功のいかんである。チャイナ・ラリーは、1999年のWRCカレンダーが発表されたことによってWRC昇格が決定し、一方インドネシア・ラリーは、1998年の中止に引き続いて、WRCはもとより、APRCのシリーズからも外されてしまったのである。FIAではその理由について、いまだ厳しい経済状況にある同国への配慮としているが、再び中止されることとなったインドネシア・ラリーの代わりとして、アジアで最も注目されている巨大市場を持つ中国でのラリーがWRCとして昇格したのである。

インドネシア・ラリーが1998年に中止された際には、それに代わる代替イベントはなかったが、それはその中止がきわめて急速にとられた処置だったためである。ところが1999年の中止に関しては、それなりに時間的な余裕もあり、代替イベントへの準備期間も取れたのである。そしてインドネシア・ラリーに代わるものとして、再びアジアのラリーが選ばれたということは、アジアで行うことの必要性をFIAが感じていたからに他ならない。

そのチャイナ・ラリーには、ラリーの主催者でもあるBAT社の強力な支援があるために、運営に関する資金的な問題は見当たらないが、既に指摘したように中国の国民所得はいまだ低水準にある。ラリーに参加するメーカーが、長期的な視野に立って考えているのならばよいの

であるが、所得の低い中国では、ラリーに参加することによって得られる、ラリー本来の宣伝効果を早急に望むことは半ば見当違いである。したがって、即効的に宣伝効果を見出せないチャイナ・ラリーに対して、否定的なメーカーが現われるようなことがあった場合には、発言権の拡大したメジャー・メーカーによって構成されるWRTAの意見によって、FIAがチャイナ・ラリーのWRCからの降格を決断する可能性も十分考えられるのである。

今日のAPRCは、WRCとの区別が付きにくいという問題点を抱えている。その問題を改善するだけで全てが解決できるのなら、特別アジアのラリーをWRCに留める必要はない。しかし、アジアを単位として見た場合には、アジアのラリーが世界的に認められることが重要である。ヨーロッパを中心としたラリー界が、「インドネシアでも中国でも無理」という考えを持ってしまった時点で、それは「ラリーはアジアには移植できない」ということを意味するのである。チャイナ・ラリーをWRCとして成功できるか否かが、その後のアジアに対するラリー界の見方を左右していくであろう。

(2) 選手権の新たなあり方の模索

1998年以降インドネシア・ラリーは、WRC・APRCからの降格はもとより、イベントそのものが中止という事態を招いている状況にある。そして当然のことながら、政情不安回復の進行状況について、楽観的になることもできない。しかし、仮にインドネシア国内情勢が早急に沈静化に向かい、再びWRCが開催されることになれば、1999年に昇格するチャイナ・ラリーとともに、アジアからのWRCが2戦開催されることになるのである。

数年前のアジアの状況から考えると、WRCのステイタスを持つラリーの中に、アジアから二つも組み込まれることなど、考えられることではなかった。当時のAPRCは、あくまでWRCよりも格下のシリーズであり、各メーカーともWRCとは別なものとして取り組んできた。だがAPRCのレベルは既にWRCと遜色のないものへと成長し、またメーカーにとっても、それぞれのシリーズを重要視する度合いに大きな差はない。ただ、両方のシリーズに出場するということは、時間的にも資金的にも不可能であり、またWRCにも辛うじてアジアのラリーは含まれていることから、WRCを選択しているだけである。

そしてアジアからのWRCにインドネシアが復帰すれば、メーカーのWRCを重視する傾向はより強くなることが予想される。それまでのWRCにはアジアのラリーがなかったためにあえてAPRCへ参戦していたが、WRCに二つもあるとなれば、WRCにおいて14戦も参加している以上、あえて地域選手権にまで参戦するようなコストは避けたいはずである。1998年にはメーカーの全戦出場はなくなっているわけであり、既にその徴候は見られているのである。APRCがWRCとリンクする時代はもう終わったのだ。

では、これからのAPRCというシリーズはどういった存在であるべきなのか。筆者は、再び地域選手権としての本来の姿に戻るべきだと考えている。かつてのERCのような存在になれば、それは各国内選手権とWRCとを繋ぐ階段となり、それまでアジアにはなかった、ラリードライバーを育てる場所が提供されることになるのである。ヨーロッパと同じようにすることが必ずしも発展に繋がるというわけではないが、アジア地域にラリー文化を浸透させていくには、より地域に根ざした手段を取るべきであろう。ただそのためには、現地のアジア・メーカーが積極的に参加することが必要である。アジアのドライバーがすぐにメジャー・メーカーのドライバーになれるとは考えにくく、アジアのメーカーこそがそれを育てていくべきなのである。

現代（ヒュンダイ）やプロトンといったメーカーは既に活動を行っているが、現地人にドライバーに任せている例はプロトンの1台だけであり、やはりヨーロッパ人のドライバーに頼っている面が見られる。筆者としては、チャイナ・ラリーにせよインドネシア・ラリーにせよ、いつの日にか、新興アジア・メーカーのラリー・カーを駆った地元出身のウィナーが生まれることを期待したい。

結び

「ラリー」から見た「文化の移植」とは

アジアのラリーを、ヨーロッパのラリーと比較して見てきたが、最後にラリーという文化を媒体として見た「文化の移植」への私的解釈をまとめてみたい。

以上考察してきたことを見ると、本場ヨーロッパのラリーと新興のエイジアン・ラリーとの間には、アジアにとって評価項目として指摘した、「競技やスポーツとしての人気」といった共通点が見られたのに対して、競技を支える環境或いは人材基盤の側面などに相違点が見られた。そしてまたアジアのラリーの実態を見る限り、その発展ははまだ進行している最中と捉えるのが妥当でもある。

ところで「移植」という語の意味を少し掘り下げるとするならば、もともと植物を差し替えることに移植という言葉を使う。植物とは興味深いもので、自らの生を左右する土壌が変化しても、それに見合うように順応し、必要によっては自らの姿を変えることもある。私は哲学的な分野を専攻する者ではないので、移植という概念が「ラリーという文化」と「植物」の双方において、同様の述部となりえるか否かなどという方向へ展開するつもりは毛頭ない。しかし植物が環境の変化に応じて変化するというように、本来ヨーロッパのものであるラリーという文化も、それとは異質なアジアという地域で存在していくことによって、ここまで述べてきた「相違点」が見られる原因を生み出していたのではないだろうか。アジアはアジアであり、ヨーロッパではないわけで、現実的に考えてもヨーロッパにおいて出来上がったラリーが、そのままアジアにも移植されることなど考え難いのである。事実、アジアにはヨーロッパにはない良い部分があり、またヨーロッパでは起きなかった問題点も見られた。

文化の移植が、もともとの文化と全く同じように確立することと定義されるならば、アジアにラリーは移植されていない。だがアジアにもラリーというモータースポーツは存在しており、したがって文化の移植とは、全く同じ文化を確立させることではない。アジアのラリーは、ヨーロッパとは多少異なる点はあるにしろ、本質から大きくかけ離れているものではなく、逆に言えば、文化が移植されるということに若干の違いがあるのは当然である。そしてラリーをその媒体とするならば、移植されたかどうかということより、むしろアジアに移植されたラリーは、ヨーロッパで生まれた本来のラリーとは何かが変わったのか、或いはヨーロッパとは異なっても、良い方法が選択できたかどうかという点が重要になってくるのである。ヨーロッパのラリーが、自動車産業の発展を背景に成立していったのに対して、逆にアジアではラリーが自動車産業を後押しし、また多くのスポンサーの参加が得られたことによって、未開拓だった市場の成長・拡大さえも促すことができたのである。

だが逆にこうした状況だからこそ、アジアには何を受け取ればよいのかということを判断する目が必要である。ヨーロッパではうまく機能していても、それはアジアには受け入れられないことも考えられる。アジアにとって文化の移植の焦点とは、送り手の全てをどう享受するか

ではなく、その文化の何を取り入れたらアジアのためになるのか、或いはアジアとしての文化を発展させるには何を選択すればよいのかというところにあるのだ。

近年のアジアのラリーは低迷の傾向にある。その原因が、何を取り入れてどう発展させるべきなのかということを探索している最中にあるとするならば、しばらく状況を見守っている方がよいであろう。アジアにとって最良の選択とは、もはや先進国が決めるのではなく、アジア自身が決めるものなのである。

表－１ 米・欧・日における自動車保有台数〈乗用・商用合計〉

(単位：1000台)

	アメリカ	ヨーロッパ	日 本
1960年	73858	33782	1354
1965	90358	54980	6300
1970	108418	82772	17582
1975	132949	112588	28091
1980	155796	144907	37856
1985	171654	174641	46157
1990	188655	215540	57698

(出所) 日刊自動車新聞社『自動車産業ハンドブック 1998年度版』、1997年、pp. 4～5の表と、pp. 242～243の表の一部。

表－２ 自動車生産台数の比較〈乗用・商用合計〉

(単位：1000台)

	イギリス	西ドイツ	フランス	イタリア	欧州合計	日 本	北 米
1970年	2098	3842	2504	1854	13033	5289	9443
1975	1648	3186	2859	1459	13473	6942	10372
1980	1313	3879	3378	1610	15445	11043	9334
1981	1184	3897	3019	1434	14439	11180	9232
1982	1156	4093	3149	1453	14808	10732	8262
1983	1289	4171	3336	1575	15706	11112	10750
1984	1134	4045	3062	1601	15290	11465	12754
1985	1311	4446	3016	1573	16015	12271	13586

(出所) 柴田紘一郎／大道康徳／居城克治、『シリーズ世界の企業／自動車』日本経済新聞社、1986年、pp. 80～81の表と、日刊自動車新聞社『自動車産業ハンドブック 1998年度版』、1997年、pp. 2～3の表を参考に筆者が作成。

表－3 アジア主要国の自動車保有台数推移〈乗用・商用合計〉

(単位：1000台、括弧内は1000人当りの台数)

	台 湾	韓 国	中 国	イ ン ド
1975年	264(18)	194(6)	947(1)	1216(2)
1980	681(39)	528(14)	1681(2)	1667(3)
1985	1345(70)	1113(27)	2887(3)	2537(3)
1990	2938(139)	3395(79)	4776(4)	3972(5)

(出所) 日刊自動車新聞社『自動車産業ハンドブック 1998年度版』、1997年、pp.246～248の表の一部を使用。

表－4 日本の仕向地別自動車輸出台数(米・欧州以外)〈乗用・商用合計〉

(単位：台)

	ア ジ ア	中 米	南 米	アフリカ	中 近 東	大 洋 州
1970年	149787	63136	16542	111244	26635	97316
1975	290134	98288	45221	217294	241511	251426
1980	581116	177619	204612	322329	542955	316865
1985	710573	221616	68801	137729	401598	426075
1990	569143	110396	105979	129293	284194	344236

(出所) 日刊自動車新聞社『自動車産業ハンドブック 1998年度版』、1997年、pp.382～383の表の一部を使用。

表－5 WRCのタイトルの推移(省略)

表-6 1994年のWRCとAPRCの開催日程

1 / 22-27	Monte Carlo (WRC Rd.1)
2 / 28-3 / 5	Portugal (WRC Rd.2)
3 / 31-4 / 4	Safari (WRC Rd.3)
5 / 4-8	Tour de Corse (WRC Rd.4)
5 / 28-6 / 1	Acropolis (WRC Rd.5)
6 / 16-19	Indonesia (APRC Rd.1)
6 / 29-7 / 3	Argentina (WRC Rd.6)
7 / 28-31	New Zealand (WRC Rd.7/APRC Rd.2)
8 / 13-15	Malaysia (APRC Rd.3)
8 / 25-28	1000 Lakes (WRC Rd.8)
9 / 16-19	Australia (APRC Rd.4)
10 / 9-13	Sanremo (WRC Rd.9)
10 / 22-28	Hong Kong-Beijin (APRC Rd.5)
11 / 20-23	RAC (WRC Rd.10)
12 / 3-5	Thailand (APRC Rd.6)

(備考) WRCの日程については公式のものであるが、実際には車検や表彰式の日数も数えられているため、実質的な競技日数は、基本的にはその日数のうちの3日間である。またWRCの第8戦にあたる「1000湖・ラリー」とは今日の「フィンランド・ラリー」であり、1997年からこの名称に変わった。

(出所) 『WRC/Rally and Rally '94-'95』山海堂、1995年、pp.72~73、89、93、97、101、105、109、113、117、121、125を参考に、筆者が作成。

参考資料一覧（省略した1・2章を含めた引用順）

（単行書・論文）

- ・下川浩一『世界自動車産業の興亡』講談社現代新書、1992年。
- ・高杉哲也『実践ラリー入門』山海堂、1995年。
- ・津久部茂明『モータースポーツレースガイド』新紀元社、1996年。
- ・中島祥和『砂の海を越えて／篠塚建次郎の挑戦』三推社・講談社、1990年。
- ・折口透『自動車の世紀』岩波新書、1997年。
- ・クルマニア倶楽部編『クルマ大コーフン読本』ワニ文庫、1991年。
- ・Ari Vatanen『アリ・バネタン／一秒への挑戦』三推社・講談社、1989年。
- ・Erik Eckermann『自動車の世界史』グランプリ出版、1996年。
- ・柴田紘一郎／大道康則／居城克治、『シリーズ世界の企業／自動車』日本経済新聞社、1986年。
- ・日刊自動車新聞社『自動車産業ハンドブック／1998年版』、1997。
- ・大和総研編『セミナール／飛躍するアジア 経済とビジネス』東洋経済新報社、1993年。
- ・森健「自立的発展を模索する中進国自動車産業」（伊藤禎一編、『アジア中進国と日本産業』アジア経済研究所、1981年）。
- ・穴沢眞「マレーシア国民車プロジェクトと裾野産業の形成～プロント社によるベンダー育成～」
（『アジア経済』アジア経済研究所、1998年5月号。）

（雑誌）

- ・『GPX別冊／ラリーエクスプレス』山海堂、1991年 no.2、1992年 nos.1、4、5、1993年 nos.1、2、3、5、7、1994年 nos.2、3、6、7、9、10、11、1995年 nos.1、2、7、8、1996年 nos.2、3、4、5、10、12、1997年 nos.1、3、11、1998年 nos.7、8、11、13、14。
- ・『ラリースピリット』芸文社、1998年 nos.1、2、3、4、5。
- ・『Tipo 1995年2月号』ネコ・パブリッシング、1995年。
- ・『CAR GRAPHIC 1998年11月号』二玄社、1998年。
- ・『AUTO SPORT YEAR '91～'92 Databook』三栄書房、1992年。
- ・『カーマガジン増刊／I LOVE INTEGRALE』ネコ・パブリッシング、1995年。
- ・『RALLY MAKES SERIES TOYOTA '95／WRCへの挑戦』JAF出版社、1995。
- ・『WRC／Rally and Rally '91-'92』山海堂、1992年。
- ・『WRC／Rally and Rally '94-'95』山海堂、1995年。
- ・『WRC／Rally and Rally '95-'96』山海堂、1996年。
- ・『WRC／Rally and Rally '96-'97』山海堂、1997年。
- ・『WRC／Rally and Rally '97-'98』山海堂、1998年。
- ・『Rally Corse／WORLD RALLY CHAMPIONSHIP '98』リイド社、1999年。

（卒論指導教員 浅野幸穂）

〈おことわり〉

この論文は400字詰400枚近くとあまりに長大であったため、第1章、第2章を省略、さらに指導教員と協議のうえ、二次的に一部の節・項を全部または一部省略した。巻末の表の一部および引用文献・註の全部も割愛した。全体の構成は目次によって知ることができる。

（編集委員会）