

企業経営の変革からみた「漸進的な私有化」 —ハノイ市民調査の統計分析を中心に—

葉 剛

I 問題提起

周知のように、ベトナムは旧ソ連や東欧諸国等と異なり、生産手段の私有化を即時に認めず、大衆的私有化を実行しなかったかわりに、国有企業の経営改革を実施しながら、徐々に私有企業の参入を認めるといった漸進的な私有化の手法をとってきた。

一般に移行経済にとっては生産手段の私有化の目的が所有の明晰化、つまり、生産手段の所在、帰属を明確化することである¹。その最終的目的は所有と経営との分離を実現させて、所有者も経営者も会社に対する責任をはっきりさせたうえ、需要の変化に対応しうる、国民厚生の向上、経済発展に貢献しうる企業組織をなしていくことであるべきだと思われる²。無論ベトナムのドイモイの狙いも如何に企業経営の効率をあげ、経済高成長の有力な担い手を作り出すことだと思われる。

経済システム移行後のベトナムの企業について、とくに国有企業経営の変化について、アンケート調査に基づき統計分析を行った研究がみられる³。また、企業オーナーのアンケート調査を元に、私有企業の経営、企業者精神の形成に関して入念に実証分析している研究もある⁴。これらの研究は多くの知見をわれわれに与えてくれた。しかし、企業オーナーや国有企業経営者からとったアンケートが調査対象の主観的な認識によるもののため、それによって得られた分析結果は「企業側」の意味がやや濃いといってもよい。

一方、大衆社会において私有企業の経営がもちろん客観的にみられているわけである。本研究は視点を変え、一般大衆に目を転じて、一般大衆が私有企業の経営を如何にみているかを考察する。一般大衆の認識に関する考察を通して、ベトナムの企業経営が改善したか否かを明らかにする。

II アンケート調査の問題意識と質問の設定

1. 問題意識

ベトナムの経済システムの移行は中国より数年ほど遅れて、行われた。その端緒が1986年12月に開

¹ これについて詳しくは中兼和津次『体制移行の政治経済学』名古屋大学出版会、2010年、pp.181-214を参照されたい。

² 葉剛(2008a)「ロシア・中国の私有企業に関する一つの考察」『ロシア・ユーラシア経済』2008年11月号、「急進的な私有化と企業経営の改善」『国際文化研究科論集』、2008年12月、第16号(2008b)を参照されたい。

³ 和田義郎「国営企業改革200社の統計的調査から」石川滋・原洋之介編『ヴェトナムの市場経済化』東洋経済、1999年。

⁴ 高田伸朗「ヴェトナムの企業家精神のアベイラビリティ」国際協力事業団『ヴェトナム国市場経済化資源計画策定調査 第3フェーズ 最終報告 第5巻 国営企業改革・民間セクター振興』2001年3月。

かれたベトナム共産党の第6回大会とされている⁵。実は、79年と85年に二回ほど、ベトナム当局が経済システムにメスをいれようとして、価格体系、賃金体系、通貨制度に多少の修正を加えたが、旧来の枠を出なかったという見方がある⁶。

非国有企業、あるいは生産手段の私的所有への容認にかかわる最初の法整備は恐らく1987年12月に公布された「外資導入法」⁷である。つまり、私有企業への法的容認がはじめには国内資本ではなく、外国資本にかぎられていたといえる。だが、ドイモイ政策が打ち出されてから、私有企業、特に製造業における零細な家内工業や小売等のサービス業における零細な企業の経営活動に対する制限・規制は多少緩められたと思われる。実際には、私有企業に関する法制度の整備は90年代を待たなければならなかった。

1990年と1991年に「会社法」と「個人企業法」が相次いで公布され施行された⁸。また、92年に新たに改正された憲法にも民間企業の権利等の保障が明確に盛り込まれた⁹。すなわち、90年代に入ってから、私有企業の存在は一応容認されるようになった。これによって、私有企業の発展の制度的環境がさらによくなったに違いないといえる。しかしながら、私有企業の新設の際、単に役所に届出だけで事業が開始できない。専門行政機関による認可が必要とされている。しかも、私有企業の経営活動に対して、行政機関が検査や監視等も行っている¹⁰。つまり、1990年より私有企業の新規開業と経営活動が容認されたが、ある程度制限されていたとみられている。

こうした制度的な制約で起業の意欲が明らかに抑えられている。1990年代初頭には、私有企業は年平均で6,600社が増えている。だが、1990年代半ばに入ってから、私有企業の廃業が目立つようになった。例えば、95年から97年までの間、私有企業は年平均で約4,800社が減っている¹¹。90年代後半の私有企業の参入は90年代前半のそれと極めて対照的である。

ところで、2000年1月に実施された新「会社法」によると、私有企業の新規開業の認可制を登録制に変えるとされている。そればかりか、資本金額制限の撤廃、新規参入業種の拡大、投資家権利の保障等も新たに「会社法」に記載された¹²。つまり、2000年より私有企業の参入が完全に自由化したといってもよい。

2000年から2006年まで、国有企業（state owned enterprise）は5,759社から3,706に減少している。これに対して、私有企業（private）は20,548社から37,323社へ、非国有系株式会社（Joint stock Co. without capital of state）は452社から14,801社へと拡大しており、それぞれが年平均で2,000社以上も増えている¹³。

⁵ 古田元夫『ドイモイの誕生』青木書店、2009年、p.3。

⁶ 古田元夫（2009）を参照されたい。

⁷ トラン・ヴァン・トゥ「ベトナムの経済改革・発展と日本の知的支援」石川滋/原洋之介編『ヴェトナムの市場経済化』東洋経済新報社、1999年、p.380。

⁸ トラン・ヴァン・トゥ「企業からみたベトナムの経済改革」『東アジアへの視点』第16巻第4号、2005年12月、p.55。

⁹ 同上。

¹⁰ トラン・ヴァン・トゥ（2005）、p.56。

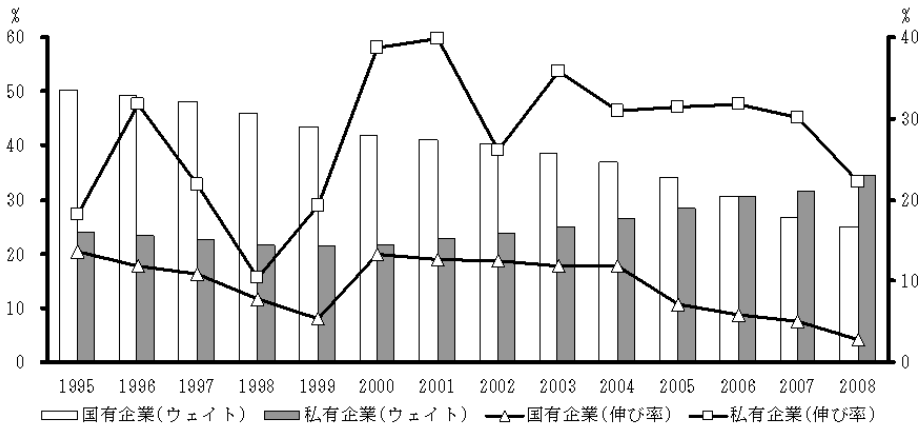
¹¹ トラン・ヴァン・トゥ（2005）、p.56。

¹² トラン・ヴァン・トゥ（2005）、p.55。

¹³ General Statistics Office of VIETNAMの「統計資料」による。

実は、私有企業は会社数だけでなく、その生産総額も急速に上昇している。1995年から2000年までの間、私有企業（private & household）の工業総生産ウエイトは横ばいになったり、減ったりしている。これに対して、2001年からその工業総生産ウエイトが伸び始め、ついに2007年に国有企業のそれを上回るようになった（図1）。2008年に私有企業の工業総生産ウエイトは既に34.5%に達している。

図1 私有企業の変化



出所：General Statistics Office of Vietnam「統計資料」により筆者が作成。

注 1：ウエイト（左目盛り）と伸び率（右目盛り）はいずれも工業生産のそれを指す。

2：国有企業伸び率の場合は中央国営企業（central）の伸び率を指し、地方国営企業（local）が含まれていない。

3：私有企業伸び率の場合は私有企業（private）の伸び率を指し、家内工業（household）が含まれていない。

要するには、ベトナムの私有企業は三つの段階を経て拡大・発展してきた。それらの拡大発展の時期は1986年から1990年までの「解禁」の第1段階、1991年から1999年までの「盛況・衰勢の混在」の第2段階と2000年以降の「大躍進」の第3段階のように分けてよい。ここではベトナムがロシア、東欧諸国と異なり、即時に生産手段の大衆的私有化を行わなかったことは確認できた。すなわち、ベトナムにおいては私有企業にかかわる法整備が徐々にできあがっていった。また、こうした漸進的な法整備の下で私有企業の新規参入は紆余曲折を経て徐々に拡大してきたといえる。

ベトナムの私有企業参入への容認は長期的な低迷の経済局面を打開し、経済の更なる発展を推し進める政策の一環でもともと見てよい¹⁴。無論私有企業の容認の狙いは国民経済の再生産過程に競争原理を導入することである。それによって政府に取って代わって、経済活動を運営する資本組織の諸関係者（例えば消費者、取引関係者、資産所有者、取引関連金融機関等）は企業に対してよい経営パフォーマンスを不断に要求していく仕組みがなされると考えられる。

だが、ベトナムの場合はロシア等と異なり、国有企業の運営を続けながら、私有企業の新規参入を認

¹⁴ これについて、トラン・ヴァン・トゥ（1999）（2005）を参照されたい。

める。その結果としては、経済制度の移行後はベトナムにおいて国有企業と私有企業が両者とも経済発展の担い手となっている。そのため、この研究では国有企業と並存している私有企業の経営が如何に成り立っているのかに深く注目する。

そこで、ベトナム私有企業に対して、個別企業の経営に立ち入って、その仕組みを分析するのではなく、全体の経営パフォーマンスが如何に表れているかを考察していく。本研究は、一般大衆の意識、あるいは私有企業に関する大衆の認識に重要視を与え、それらの認識内容に基づいて私有企業経営の発展を検証する。よく知られているように、一般大衆が市場という媒介項を通して、私有企業に日常的に接触しており、生の感覚を持っている。さらに、ベトナムの場合、国有企業と私有企業が並存しているため、一般大衆は私有企業の経営を従前の国有企業のそれと比較するだけでなく、さらに消費者として市場を媒介し日常的に現在の国有企業のそれと比較しているはずである。一般大衆の認識はより客観性が濃いと見える。したがって、これらの一般大衆の評価はわれわれの研究の根拠にして、ベトナムの私有企業の経営パフォーマンスを分析していくことにする。

2. 市民調査の基礎データ

前述の問題意識に基づいて、アンケート調査質問の項目を設定した。一般大衆が如何に私有企業の経営を評価しているかをみるために、アンケート・シートに「生産効率」「新製品の創出」（以下は「新製品」と略する）「販売能力」「サービス」という四つの項目を設けた¹⁵。各項目には5段階の評価を付けた。

ベトナムの一般大衆の私有企業に対する認識を把握するために、本研究はハノイ市民を対象に、無作為なアンケート調査を行うことにした。アンケート調査は、2006年5月から11月までベトナムの首都ハノイ（Hanoi）において、前記のアンケート・シートで行っていた¹⁶。このアンケート調査は調査対象を年齢別で五つのグループ（20代、30代、40代、50代、60歳以上）に分け、年齢グループごとに標本を抽出する方法をとった。われわれはハノイ市民を無作為に抽出し、面接方式でアンケート調査を実施した。回収したアンケートのサンプル数は410件である。本題質問の無回答のサンプルを取り除いて、有効サンプル数が403件¹⁷となっている。標本抽出場所の点数は43箇所である。

アンケート・シートに調査対象の個人的基本属性に関する情報の質問項目を設けるのは一般的である。ハノイでの調査アンケート・シート（以下は「06アンケート（ハノイ）」と称す）には調査対象の個人的基本属性に関する調査項目としては、性別、学歴、職業¹⁸、収入等を設定した。

¹⁵ アンケート・シートの質問内容の設定については葉剛（2008a, 2008b）を参照されたい。

¹⁶ このアンケート調査に当たり、精力的にご協力頂いたForeign Trade University（ハノイ）のNguyen Thi Thanh Tam 女史にお礼を表す。

¹⁷ そのうち、20代グループは72件、30代グループは93件、40代グループは75件、50代グループは72件、60歳以上グループは91件である。20代グループと50代グループのサンプル数に合わせて、有意な統計分析結果をえるために、あるいは母体の実態を反映しうる要求精度と信頼度を0.095%、0.90にした。

¹⁸ ここでは、「職業」という言葉を用いているが、実地調査の際、アンケート・シートの用語はベトナム現地の慣用語に合わせて調整した。

調査対象の個人的属性は表1によって表されている。学歴別では、大学卒の人数は最も多く、高校卒以上の合計人数は調査対象全体の82.9%を占めており、調査対象者の学歴がやや高いと思われる。また、職業別では、公務員のほかはほぼ均一に分布している。そして、収入別ではアンケート・シートには7段階の収入ランクを設けた。表1をみると、調査対象の所得がやや高いことがわかる。中所得以上の人数は全体の83.3%を占めている。

表1 ハノイ市民調査の基本データ

	年齢別		学歴別		職業別		収入別	
1	20-29	72	小学校卒	10	会社員	67	下位低所得	22
2	30-39	93	中学校卒	58	公務員	120	上位低所得	16
3	40-49	82	高校卒	54	教員	56	下位中所得	28
4	50-59	72	大学卒	196	会社経営	50	中所得	61
5	60以上	91	大学院卒	80	自営業	55	上位中所得	117
6					学生	28	下位高所得	75
7					無職	24	上位高所得	76
8				12		10		15

出所：「06アンケート（ハノイ）」により筆者が作成。

注：1. サンプル数は410件。2. 調査期間は2006年5～11月。3.8は無回答数。

Ⅲ アンケート調査の統計分析

これから本題調査質問項目の回答内容について統計分析の作業に移ることとする。Ⅱの2にて述べたように、本題調査に「生産効率」「新製品」「販売能力」「サービス」が経営パフォーマンスを表す質問項目として設けられている。ここでは二つの作業を遂行する。まず一つは調査対象全体の認識を把握することである。いま一つは層化抽出法によって年齢別調査対象の認識の相違を検証することである。

1. 私有企業経営に対する調査対象の全体的な認識

まず「生産効率」については、好評はほぼ50%を占めており、不評は30%に割っている。好評は不評を上回っている（図2）。そして、好評のうち、「生産効率」に「高い」と回答した人数は最も多く、176人に達している。これに対して、「非常に低い」と回答した人数は最も少なく、10人にすぎない。

そして二つ目の「新製品」については、前項と同様に好評は不評を上回っている。好評を与えた人数は調査対象の50%を占めており、不評は30%に割っている（表2）。好評のうち、「多い」と回答した人数は171人で最も多い。これに対して、「非常に少ない」と回答した人数は最も少なく、17人となっている。

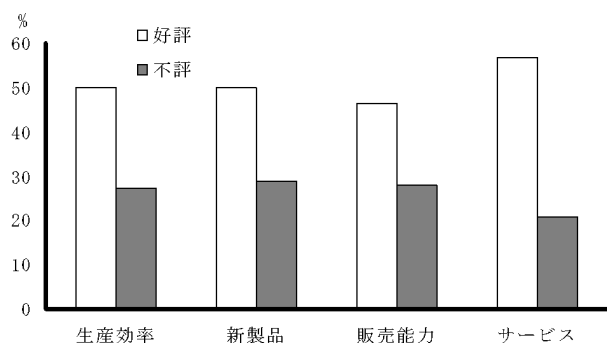
三つ目の「販売能力」については、好評の人数は不評の人数を超えているが、50%に割っている。私有企業の「販売能力」に対して、「高い」という回答は最も多い。「非常に低い」と回答した人数は17人で最も少ないが、「非常に高い」と回答した21人と比べるとその差が大きいとみられる。

四つ目の「サービス」については、好評の人数は約6割である。そのうち、「よい」という回答だけは

210人で、全体の5割を超えている。これに対して、不評の回答者は2割にすぎない。四つの質問の中では最も少ない。

最後には、四つの項目の共通点は好評が不評を上回っているほか、「どちらでもない」という回答が思ったより多くて、本題調査項目のいずれでも調査対象全体の約4分の1を占めていることである。

図2 私有企業の経営に対する調査対象の認識



出所：「06アンケート（ハノイ）」により筆者が作成。

これまでの分析結果をみると、私有企業の経営パフォーマンスに対して、高い評価を与えているハノイ市民が半分以上に達しているといえる。また「よい」という評価と「非常に悪い」という低評価では、前者は最も多いのに対して、後者の「非常に悪い」は最も少ない。両者の差が大きくあるのは極めて著しい。

2. 年齢グループ別のクロスセッション統計分析

Ⅲの1ではハノイ市民調査対象全体の回答を検討した。その結果から私有企業の経営パフォーマンスがよいと見て取れた。しかし、それはあくまでも50%（「サービス」に関しては60%）の人の評価である。評価する人と評価しない人とは必ずしも同質な人間ではないと思われる。そのため、われわれはこれらの調査対象を年齢別に分けて各年齢グループを立ち入って大衆の認識をさらに詳しく分析する必要があると考えている。それはなぜかという、人の意識、事物に関する認識は、観察対象によるだけでなく、その人の経験、素質によって違って来るからである。経験、素質といえば、世代間にかかなり大きな隔たりのあるのは否定できない事実である。したがって、これから年齢グループ別のクロスセッション統計分析でそれぞれの回答内容を詳細に比較してみることにする。

1) グループ間の差の検定

前述のように、年齢別グループ間に私有企業の経営パフォーマンスに関する認識の差異があると推測された。しかし、それは確認せねば次の分析が進められない。そのため、統計分析によって、それらの差異があるか否かを確認することが必要とされている。既に説明したように、われわれはハノイ市民に対して層化無作為抽出法によってアンケート調査を行った。ここでは、各グループの回答内容を「好評」、「不評」と「どちらでもない」という三つの「認識群」に分けて、「生産効率」「新製品」「販売能力」「サービス」の四つの項目ごとにL×M分割表を作成しそれぞれの仮説（五つのグループ（階層）の間に評価の差がない）の有意確率を算出し、グループ間の差異を検定した。

その統計解析結果は表2によって示されているとおりである。すなわち、有意確率（p値）はいずれも有意水準（ α ）の0.05より遥かに小さいため、帰無仮説 H_0 の「五つの層に評価の差がない」は棄却され、その対立仮説（「五つの層に評価の差がある」） H_1 は受け入れられる。つまり、五つの年齢グループの間に評価、あるいは認識の差異があると判断された。

表2 評価諸項目における年齢グループ間の差の検定

	生産効率	新製品	販売能力	サービス
検定等計量 χ^2 値	821.2282	504.2811	685.1938	372.9157
自由度 ϕ	8	8	8	8
有意確率 p 値	5.4689E-172	8.4862E-104	1.1017E1-42	1.1551E-75

出所：「06 アンケート（ハノイ）」により筆者が算出・作成。
 注：1. サンプルは403件。2. 有意水準（ α ）は0.05。

2) グループ別認識についての検証

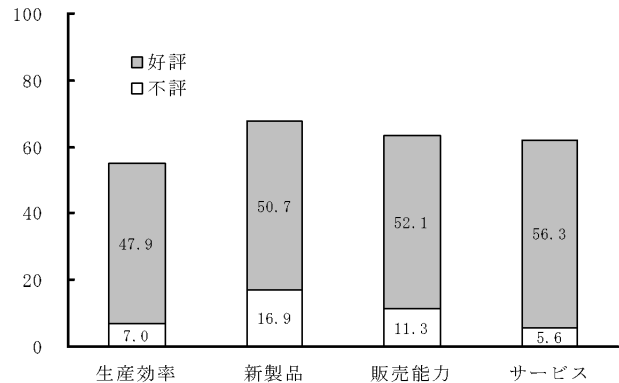
統計解析の結果を受けて、これから各グループの回答内容を詳しく分析する。それを通して、各グループが私有企業経営パフォーマンスを如何に見ているかを明らかにすることができる。

①20代グループについての検証

まず、20代の調査対象の回答内容を見よう。「生産効率」について、「どちらでもない」という回答は最も多い。その次は「高い」という回答である。「非常に高い」「高い」という好評の割合が47.9%となっている。これに対して、「低い」「非常に低い」という不評の割合は7.0%にすぎない。

そして、「新製品」「販売能力」「サービス」についての好評の人数はいずれも全体の半分以上を超えている。特に「サービス」についての好評の割合は56.3%にも達している。一方、「サービス」についての不評は最も低く5.6%である。「新製品」「販売能力」についての不評の割合はいずれも二桁となっており、いずれも「生産効率」「サービス」のそれより高い（表3）。

図3 20代グループの認識

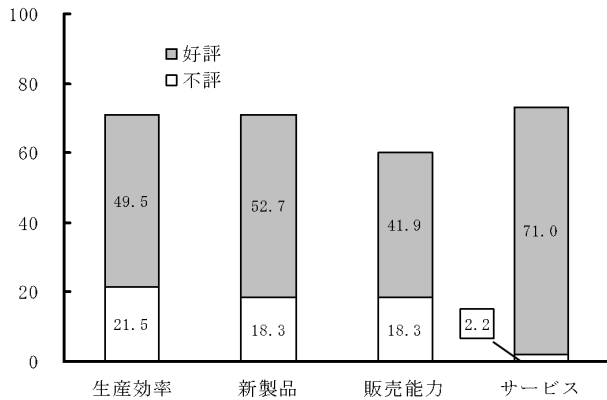


②30代グループについての検証

30代グループの場合は好評と不評はバラツキが比較的大きい。「サービス」については好評が71.0%であるが、「販売能力」についての好評は41.9%にすぎない（図4）。一方、「サービス」については不評がわ

ずか2.2%にすぎないのに対して、「生産効率」については不評の回答者が30代全員の21.5%を占めている。つまり、「サービス」と「販売能力」についての好評においても、そして「サービス」「生産効率」について

図4 30代グループの認識



出所：「06アンケート（ハノイ）」により筆者が作成。

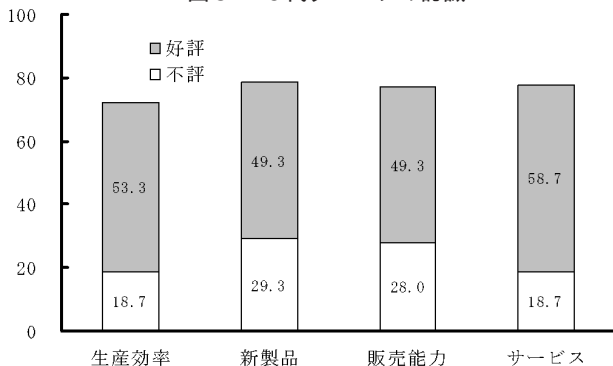
の不評においても隔たりが大きくあり、20代グループに見られていない現象である（図3、4）。

さらに、5段階評価の内訳を具体的にみると、「サービス」について「よい」という回答の割合は最も高く、7割に近い。また、全ての項目について「どちらでもない」という回答は20代グループと同様で比較的高いウェイト（3割から4割まで）を占めている。

③40代グループについての検証

図5によって示されているように、40代グループの全項目に対する好評はほぼ50%を超えている。特に「サービス」に対する好評は最も高く60%に近づいている（図5）。その次は「生産効率」に対する好評である。しかしながら、不評はかなり高いウェイトを占めており、全質問項目に対する不評の割合が二桁となっている。そのうち、「新製品」「販売能力」について不評を与えた人は40代グループ全体の4分の1を超えており、30%に迫っている。

図5 40代グループの認識



出所：「06アンケート（ハノイ）」により筆者が作成。

「好評」でも「不評」でも回答が低次元の評価にとどまっているとみられる。例えば、「生産効率」について「好評」を与えた人の95.0%は「高い」を回答した人である。「非常に高い」という回答はわずか2.4%でしかない。「どちらでもない」という回答は今までの二つのグループよりやや低く、21%～28%である。

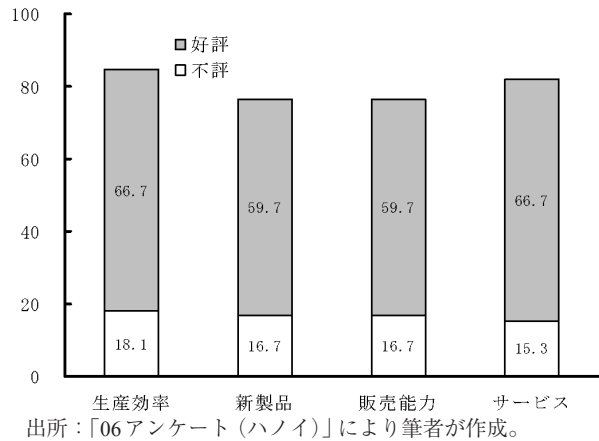
④50代グループについての検証

50代グループはほかのグループと比較すると、全ての項目に対する好評が比較的多い（図6）。そのうち、「生産効率」と「サービス」についての好評の割合は同じで、66.7%である。一方「新製品」と「販売能力」

についての好評も同じで59.7%となっている。しかし、不評を与えた人数は決して少なくはない。全ての項目に対する不評の割合が二桁となっている。

今までの三つ（20代、30代、40代）のグループと異なり、50代グループでは「どちらでもない」の回答者が比較的少なく、回答者の15%～23%となっている。つまり、50代グループの調査対象の人達は今までの三つのグループよりより多くの人が評価（好評も不評も）を下した。

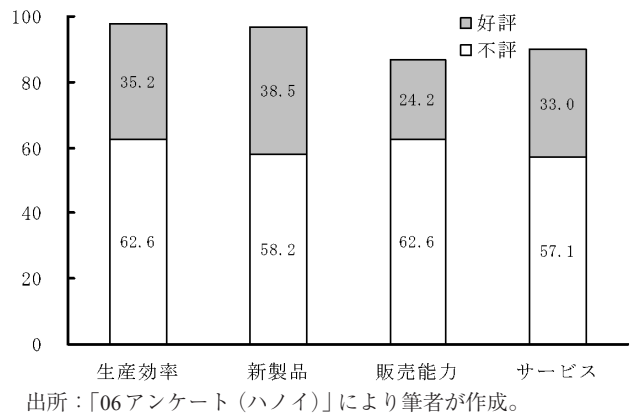
図6 50代グループの認識



⑤ 60歳以上グループについての検証

60歳以上グループは今までの四つのグループと正反対で全ての項目に対する不評は好評よりはるかに多い。しかも不評はいずれも5割以上を超えている（図7）。具体的にみると、「生産効率」に対する不評は62.6%、「新製品」は58.2%、「販売能力」は62.6%、「サービス」は57.1%である。60歳以上グループのもう一つの特徴は、好評を与えた人数が決して少なくはないことである。「販売能力」を除けば、ほかの三つの項目に対する好評を下した人は60代グループ全体の3分の1を超えている。

図7 60歳以上グループの認識



また、60歳以上グループにおいて「どちらでもない」という回答は非常に少なく、回答者の1割にも割っている。ちなみに、60歳以上グループの人達は回答が空欄なく、全ての質問を回答してくれた。

3. 年齢層と質問項目との相関関係

これまでの統計分析によると、各年齢グループの認識がそれぞれ異なっており、一様ではないことがよくわかる。これから、分析の視点を変え、年齢層と評価との相関関係をみることにする。つまり年齢層の違いによって、それらの評価には如何なる傾向が現れているかを検証していく。

アンケート調査内容に基づいて、諸質問項目（「生産効率」「新製品」「販売能力」「サービス」と年齢層（「20代グループ」「30代グループ」「40代グループ」「50代グループ」「60歳以上グループ」）との相関関

係を表す相関係数 (r) を計算した。表3によって示されているように、諸質問項目に対する好評と年齢層との相関係数 (r) は全てが「-」(マイナス) となっており、いずれも -0.1 から -0.6 までの間にある。この結果は、年齢層と質問項目とはやや強い負の相関関係があることを示している。

表3 諸質問項目と年齢層との相関関数

好評の年齢相関関係		不評の年齢相関関係	
質問項目	r	質問項目	r
生産効率	-0.1146	生産効率	0.7957
新製品	-0.3594	新製品	0.7220
販売能力	-0.4459	販売能力	0.7756
サービス	-0.5459	サービス	0.8370

出所：「06 アンケート (ハノイ)」により筆者が算出・作成。

注：rは相関係数。

これに対して、諸質問項目に対する不評と年齢層との相関係数 (r) は全て「+」(プラス) となっている。しかも、いずれも「+ 1」に近づこうとしている (表3)。つまり、不評の場合は、諸質問項目に対する認識は年齢層と強い正の相関関係をもっている。言い換えれば、年齢が上がっていけばいくほど、私有企業経営パフォーマンスに関して、低評価を下した人の割合が上昇していく傾向がある。

低評価を受けた項目別、年齢別をみると、「サービス」に低評価を下した人の割合が比較的低いところで各グループがほぼ一致している (表4)。また、半数以上で低評価を与えた60歳以上グループを除いても低評価を下した人の割合は7.0%から29.3%まで幅広く分布しており、グループ間のバラツキが非常に大きい。例えば、「生産効率」について30代グループ、50代グループと60代グループは低評価を下した人の割合が全質問の中で最も大きい。これに対して、20代グループと40代グループはそうではない。

ところで、ベトナムはロシアや中国での調査¹⁹と異なり、20代グループ、30代グループと40代グループという比較的若い世代のなかでは前述の「サービス」についての低評価がほぼ一致しているが、ほかの三つの項目についての評価が必ずしも一致していない。

表4 グループ別における低評価人数割合の比較

単位：%

	20代	30代	40代	50代	60歳以上
生産効率	7.0	21.5	18.7	18.1	62.6
新製品	16.9	18.3	29.3	16.7	58.2
販売能力	11.3	18.3	28.0	16.7	62.6
サービス	5.6	2.2	18.7	15.3	57.1

出所：「06 アンケート (ハノイ)」により筆者が算出・作成。

¹⁹ 葉剛 (2008a、2008b) を参照されたい。

4. 小括

以上の分析結果をみると、60歳以上グループを除けば、評価を下した人数が低評価を下したそれをはるかに上回っていることがわかる。しかし、グループ別でみると評価を下した人数の割合が最も大きいのは50代グループである。一方、20代グループは低評価を下した人数の割合は全ての項目において比較的低い。また、50代グループと60歳以上グループの対照的な存在は今回の調査結果においてはもう一つの際立つ特徴である。

また、低評価においてはグループ間のバラツキが大きい。しがしながら、ただ一つの共通点がある。それは、「サービス」に対して低評価を下した人の割合がどのグループでも最も低いことである。つまり、私有企業のサービスが従来の国有企業はいうまでもなく現在の国有企業よりもよいとみている人が多いといえる。「サービス」への好評に対して、ほかの三つの項目に関する評価はバラツキが大きい、調査対象の認識を総合的に検討した結果からみると「サービス」の向上（改善）と同水準になっているとはいえないと思われる。

IV 結論

移行経済の場合、政府は市場メカニズムに適するマクロ経済政策を如何に講ずるかということだけを課されているわけではない。ミクロレベルで国民経済再生産活動の担い手を形成させる制度を如何に整備していくかも政府にとって重大な課題である。前述のようにベトナムは、経済システムの移行に当たって、「漸進的な手法」をとってきた。それはミクロレベルでみると、国有企業の経営改革を断行しながら、私有企業の参入を徐々に認めていった。しかし、私有企業参入の完全な自由化は2000年を待たなければならなかった。2000年以降自由化がみとめられてから、ベトナムの私有企業が飛躍的に拡大していったとみてよい。

その6年後の2006年にわれわれがアンケート調査を行った。われわれのアンケート調査に関する統計的な分析結果によって私有企業が市場経済に対応しているのを、多くのハノイ市民が評価していることは示されている。特に、私有企業の「サービス」に対して、多いに評価を下した。これによって、私有企業が市場に参入してから、主にサービスの改善に力をいれたと判断される。

一方、「生産効率」「新製品」「販売能力」について各年齢層の認識が異なっているが、ほぼ2割の人が低評価を下した。評価を下した5割の人と比べると、低評価を下した人数が少ないと決していえない。もしかすると、私有企業が生産効率の向上、新製品の創出、販路の拡大・販売方法の工夫においてはさらなる展開をしていくのは期待されているかもしれない。

ところで、ベトナム私有企業の企業家精神に関する先行研究の結論²⁰をわれわれの検証した私有企業の経営パフォーマンスに投影してみると、「計画的に事業を推進するという考え方にかけているもの」²¹

²⁰ 高田伸朗 (2001)、pp.246～250。

²¹ 同上、p.247。

はまさに「生産効率の向上」「新製品の創出」「販路の拡大・販売方法の工夫」の効果が大きくなかった要因だと判断される。つまり、ベトナム私有企業における経営パフォーマンスの欠落は外的環境への対応性、独創性、判断能力、柔軟性が十分に培われていないところに帰結できる。

要するには、経済制度の移行過程におかれているベトナムは市場に適する経済制度体系が必ずしも万全なものとなっていない。しかしながら、生産手段の私有化によって経済活動に競争原理を導入し、企業経営がある程度改善できたことは今までの統計的な分析によって証明された。

しかし、今までの統計的な分析によってベトナムの私有企業経営が評価されたといっても、それは国有企業との違いが何か、また経営改善の程度が如何なる段階に進んでいるかというような問いかけに答えられない。これらを明らかにするのに、移行経済のロシア、中国との国際的な比較、または私有企業と国有企業との比較研究が必要とされている。

付記：この論文は科学研究費補助金（基盤研究（C）17530204）の研究成果の一部である。