

在日コリアンにおける企業家活動の分析

—エスニック・アイデンティティとエスニック・ネットワークの概念を用いて—

Analysis of Entrepreneurial Activities of Zainichi Koreans

—Applying the Notions of Ethnic Identity and Ethnic Network—

金 眞那

Gim Jinna

概要

朝鮮半島が日本の植民地となった1910年から第二次世界大戦が終結した1945年8月15日にかけて、強制連行もしくは生活の糧を求めて朝鮮半島から日本へ渡り、生活を営んできている人々とその子孫のことを「在日コリアン」と呼ぶ。当時、日本社会において在日コリアンは多くの制約と民族的差別を受け、経済・就労活動を通じて出世するには限界があった。このような状況の中で、被差別マイノリティの立場と不利な経営環境を乗り越えて起業活動を行い、現在に至るまで代々に事業を継続・発展させてきた在日コリアン企業家が存在する。

在日コリアンの歴史が長いこと、帰化や多重国籍の獲得、日本人との結婚など様々な理由で、実際の在日コリアンの数を把握することは難しく、在日コリアン企業の総数も顕著でないのが現状である。このように、研究対象としては複雑かつ不明確である在日コリアン企業だが、それらを研究することに意義を感じた研究者らが、歴史学、社会学、文化人類学、法学、経済・経営学の幅広い分野からの研究を行ってきた。

本論文においては、経営学の視点から在日コリアンの企業家活動を分析していくが、そのために、まず、在日コリアン企業の経営活動に関する先行研究を行う。先行研究の流れを概観すると、在日コリアン企業の規模および現状を明らかにした定量的研究や、歴史的な視点から在日コリアン企業の形成過程や在日コリアン企業を取り巻く環境の変化を考察した研究が行われてきた。また、在日コリアン企業家に注目し、在日コリアン企業家の特性を考察したものもある。しかし、その特性として挙げられているのは、前向きな志向、積極的な姿勢などといった抽象的なものであり、在日コリアン企業家に

限らず、他の民族や人種の企業家にも共通し得る議論となっている。

以上の研究上の限界を乗り越えるために、在日コリアンと在日コリアン以外のエスニシティにおける経営活動を比較することで、在日コリアン企業家ならではの特徴を考察していく。

在日コリアン企業の特徴の一つとしては、まず、日本市場指向的であることが挙げられる。更に、仕入れと販売においても日本社会におけるネットワークを活用する在日コリアン企業家が多く、日本社会に同化しやすい環境に身を置いているといえる。しかし完全に日本社会に染まらず、在日コリアンにおけるエスニック集団は多数存在しており、このようなエスニック団体で重要な役割を担っている在日コリアン企業家が存在する。

エスニック社会というのは、特定の少数民族のアイデンティティをもつ人たちの集まりである。エスニック社会に参加し、そこで役割を担い、エスニック社会の存続・発展を促す活動を行うためには、まず、そのエスニック社会に属するためのアイデンティティを有することが求められる。このアイデンティティというのは、流動的であり変化に敏感という特性をもつが、在日コリアン企業家は、日本社会やエスニック社会、祖国社会といった多様な社会との関わりをもつ。そして、この多様な社会との関わりは、アイデンティティの変化と企業家活動において影響を及ぼすと考えられる。

以上のことを踏まえ、本論文では、「在日コリアンの企業家活動」を分析するにおいて、よりミクロ的な要素である「エスニック・アイデンティティ」の概念を取り入れる。また、よりマクロ的な概念である「エスニック・ネットワーク」、更に包括的に「在日コリアン企業を取り巻く環境」の概念を取り入れることで、ミクロ・マクロ的な視点を行き来する横断的な分析枠組みを提示する。

その次に、提示した分析枠組みを用いて事例分析を行う。事例分析の対象としては、業種が異なる在日コリアン企業2社を取り上げる。現在、両社とも事業活動においては、主に日本社会におけるネットワークを活用しており、エスニック社会からの影響は著しくないとと思われる。しかし、両社の在日コリアン企業家は、エスニック社会とのネットワークを維持し続けており、エスニック団体において重要な役割を担っている。

本論文では、上述した2社の企業家に対して深層的なインタビュー調査を行い、在日コリアンの企業家活動においてエスニック・アイデンティティとエスニック・ネットワーク、多様な社会との関わりがどのような意味を持つかを考察する。そして、逆に、エ

スニック・アイデンティティの変化とエスニック・ネットワーク、多様な社会との関わりが在日コリアンの企業家活動にどのような影響を及ぼすかを考察する。そうすることで、日本におけるエスニック社会とエスニック企業の存在意義を見出していく。

Summary

Koreans who were forcibly transported to Japan or who came seeking their livelihoods from the time Korea became a colony of Japan in 1910 until the conclusion of WWII on August 15, 1945 and who continue to live in Japan, as are their descendants, “Zainichi Koreans.” Zainichi Koreans have been subject to many restrictions and to racial discrimination in Japanese society, limiting the degree to which they could succeed through typical economic and work activities. Amidst these conditions, there are Zainichi Korean entrepreneurs who have conducted business while overcoming their position as a minority faced with discrimination and unfavorable business environment and continued and developed their businesses through generations by applying the analysis of entrepreneurial activities, notions of ethnic identity and ethnic network of Zainichi Koreans. The current situation, however, is that gaining an understanding of the actual number of Zainichi Koreans and Zainichi Korean companies is difficult because of factors, such as a long history of Zainichi Koreans, naturalization, acquiring multiple citizenship, and marriage with Japanese people. While researching Zainichi Korean companies is cumbersome, research has been conducted from a wide range of fields, including historiography, sociology, anthropology, economics and business administration, by researchers who felt that there was significance in researching Zainichi Korean companies.

In this paper, entrepreneurial activities of Zainichi Koreans will be analyzed from a perspective of business administration, but in order to do this, prior research on management activities of Zainichi Korean companies will be reviewed first. When reviewing previous research up to now, quantitative research revealing the size and actual condition of Zainichi Korean companies have been conducted, and research has been conducted while considering the changes in the formation of Zainichi Korean companies and the environment surrounding Zainichi Korean companies from a historical standpoint until now. There are also research focusing on Zainichi Korean entrepreneurs and examining the characteristics of Zainichi

Koreans. However, the characteristics pointed out include those that are abstract, such as a positive mindset and a proactive attitude, which leads to a debate that there is a possibility that these characteristics are not only common with Zainichi Korean entrepreneurs but with other ethnic groups and races as well. In order to overcome this limit in research, distinctive characteristics of Zainichi Korean entrepreneurs will be examined by comparing the management activities of Zainichi Koreans and other ethnicities.

One of the characteristics of Zainichi Korean companies that is initially pointed out is that it is Japanese-market oriented. Additionally, it can be considered that Zainichi Korean entrepreneurs are placed in an environment that makes it easy to assimilate to Japanese society because there are many Zainichi Korean entrepreneurs that utilize the Japanese network in Japanese society for procurement and sales as well. Nonetheless, there are many Zainichi Korean ethnic organizations still remaining and there are Zainichi Korean entrepreneurs playing an important role in these ethnic organizations.

An ethnic society is a group of people with an identity from a specific minority ethnic group. In order to participate and play a role in the ethnic society and promote the survival and development of the ethnic society, one is required to have an identity to be part of that ethnic society first. Identities are fluid and susceptible to change and Zainichi Koreans are involved in a diverse society, including a Japanese society, ethnic society and society in their homeland. Additionally, this involvement with a diverse society can be considered as having an effect on changes in identity and entrepreneurial activity performance.

Based on the above, this paper will incorporate the notion of “ethnic identities” that is even more of a micro factor for analyzing “entrepreneurial activities of Zainichi Koreans.” In addition, a cross-sectional analytical framework that goes back and forth between micro and macro perspectives will be illustrated by incorporating the “ethnic network” that is even more of a macro concept and expanding even more by incorporating the notion of “the environment surrounding

Zainichi Korean companies.”

Then, a case study will be conducted using the illustrated analytical framework. The case study will focus on two Zainichi Korean companies from two different industries. Currently, both of the companies are mainly utilizing the network in Japanese society and influence from the ethnic society is not significant. However, both of the Zainichi Korean entrepreneurs are maintaining their network with the ethnic society and are important board members for ethnic organizations.

In this paper, a thorough interview investigation will be conducted for the entrepreneurs for the two companies mentioned in the above and what type of significance their relationship with an ethnic identity, ethnic network and diverse society for entrepreneurial activities has for Zainichi Koreans will be examined. In contrast, the influence of changes in ethnic identity and involvement with an ethnic network and diverse society on entrepreneurial activities for Zainichi Koreans will be examined. By doing this, this will uncover the meaning of ethnic societies and ethnic companies in Japan.

<目 次>

序章

第1節 研究の課題と意義	9
第2節 研究方法と論文の構成	13

第1章 先行研究のレビュー

第1節 在日コリアン企業に関する先行研究

1. 在日コリアン企業の経営活動	16
2. 在日コリアン以外のエスニック・ビジネス	21
3. 小括	29

第2節 企業家活動に関する先行研究

1. 企業家活動	30
2. 在日コリアン企業における企業家活動	36

第3節 ネットワークに関する先行研究

1. ネットワーク	40
2. 在日コリアンにおけるネットワーク	51

第4節 アイデンティティに関する先行研究

1. エスニック・アイデンティティ	59
2. 在日コリアンにおけるエスニック・アイデンティティ	61

第5節 先行研究の貢献と限界

	70
--	----

第2章 分析枠組みの提示と事例研究	
第1節 本論文における分析枠組みの提示	75
第2節 株式会社海田金属における事例研究	
1. 業界分析	81
2. 事例紹介	91
3. 事例分析	102
4. 小括	112
第3節 有限会社備北清掃社における事例研究	
1. 業界分析	114
2. 事例紹介	118
3. 事例分析	129
4. 小括	136
第4節 比較事例分析	138
終章	
第1節 結論	145
第2節 学問的貢献と今後の課題	149

序章

第1節 研究の課題と意義

1910年から1945年にかけて朝鮮半島から日本へ渡り、生活を営んできている在日コリアン¹は、日常生活および就労活動における差別を受けていた。その反作用として、古鉄業や廃棄物処理業など、日本人が参入を好まない業界において起業活動を行い、代々にわたって事業を継承し、発展させている在日コリアン企業家が存在する。在日コリアンについては、今まで、歴史学、社会学、法学、文化人類学など多様な分野における研究がなされてきており、在日コリアン企業を対象とする研究も進められてきているが、まだ残されている課題は多い。

一つ目は、在日コリアン企業とエスニック社会との関係に対するものが挙げられる。先行研究によると、在日コリアン企業家が起業活動を行う際、特に、起業の初期段階においては、エスニック社会から多大な影響を受けるが、企業が成長すると、エスニック社会からの影響は次第に薄くなる。つまり、来日した初期の頃には、日本社会におけるネットワークが構築されていないため、自然に同胞である在日コリアンのコミュニティに属するようになり、起業するための情報もエスニック・ネットワークから獲得するようになる。

しかし、事業を営みながら、エスニック・ネットワーク以外の日本社会におけるネットワークが構築され、そこから得られる事業の情報が多くなると、以前よりはエスニック・ネットワークからの情報に頼らなくて済むようになる。それにも関わらず、在日本朝鮮人総連合会、在日本大韓国民団、在日韓国商工会議所、在日コリアン青年連合など、在日コリアンのエスニック団体は多数存在しており、在日コリアンのエスニック・ネットワークよりも日本社会におけるネットワークから事業の情報を獲得するようになってからもエスニック社会との接点を維持し続ける在日コリアン企業家が存在する。更に、仕入れも販売も日本社会におけるネットワークを活用しており、生まれも育ちも日本で

¹ 在日コリアンとは、朝鮮半島が日本の植民地となった1910年から1945年8月15日にかけて、朝鮮半島から日本へ渡り、生活を営んできている人々とその子孫のことを指す。在日韓国人、在日朝鮮人という用語もあるが、このような用語では、国籍の混同を招いたり、差別的な語感を含んだりといった問題があるので、近年は「在日コリアン」という用語を使う研究者が多い。

日本社会にかなり同化していると考えられる在日コリアン二世以後の在日コリアン企業家が、エスニック団体で重要な役割を担っているケースもある。本論文においては、上述したような在日コリアン企業家とエスニック社会との関係性を明らかにし、そして両社が関係性を維持し続ける理由について考察する。

二つ目は、経済活動の視点から在日コリアンの企業家活動の内容を研究していないことである。日本における在日コリアンの起業率は他のエスニシティより高く²、その活動ぶりが注目されてきたので、今まで、在日コリアン一世の企業家活動や、在日コリアン企業家一世と二世以後の世代の企業家活動を比較する世代別比較研究が行われてきている。しかし、これらの研究結果によると、在日コリアン企業家は日本社会から差別を受けており、不利な経営環境に置かれていたが、「在日コリアンならではの強い精神力」を発揮し、差別を克服する形として起業活動を行うようになったという抽象的な結論が殆どである。また、世代別比較研究においても、一世の方が二世以後の世代より精神力が強く、優れているという見解が多いが、事業を継承した二世以後の在日コリアンにも革新的で機敏性のある企業家活動がみられる可能性があると考えられる。なぜなら、周知の通り、経営環境というのは変化し続けるものであり、先代が行っていた事業を引き受けて現在に至るまで事業をそのまま維持するだけでは生き残れないからである。つまり、在日コリアン二世以後の世代には、変化する経営環境に応じて事業を転換および発展させる能力が必要となるのである。しかし、在日コリアン二世以後の企業家活動を、事例分析を通じて考察した研究は数少なく、世代を跨る在日コリアン企業家の企業家活動が分析できる分析枠組みも提示されていない。

三つ目は、在日コリアン企業家とエスニック・アイデンティティとの接点についてである。「在日コリアン企業家」という彼らを指す名称には「在日コリアン」というエスニックな用語が入っている。わざわざ「在日コリアン企業家」と名付けて研究するのは、一般的にいう「企業家」と区別していることを意味する。つまり、彼ら（彼らの企業）は、日本人の企業家（日本の企業）とは何かが違うだろうという前提が内在している。それゆえ、在日コリアン企業家を研究するには、「彼らは何者であるか（彼らのアイデンティティ）」という理解から始める必要があると考えられる。しかしながら、その最も根底にあると考えられる在日コリアン企業家のアイデンティティを言及する研究は

² P. 22 の表 1 - 2 を参考。

非常に少ない。本論文においては、在日コリアンの企業家活動とエスニック・アイデンティティとの関係について考察するために、エスニック・アイデンティティの概念を取り入れることにする。

さて、在日コリアン企業家に関する研究は日本社会においてどのような意義を持つだろうか。総務省統計局による調査によると、日本の労働力人口の推移は2003年に6,666万人であったのが、10年後の2013年には6,577万人になっており、約100万人が減少している。近年、女性の労働人口が増加したことにより、2012年から2013年は少し右上がりになっているものの、男性の労働人口は急激に減っており、10年前と比べると、労働力不足の深刻さが増していることが分かる。

これに対し、2014年5月12日の日本経済新聞の記事によると、日本政府は、全国6地域の国家戦略特区で外国人労働者の受け入れを拡大する検討を始め、特区で起業をする外国人を対象にした新たな在留資格を与えると表明している。少子高齢化などで労働力人口が減っていく中、外国人による日本国内の起業を増やし、労働力を確保することで、経済活性化につなげようとする意図がうかがえる。

外国人労働者問題は、どこの国においても議論されている。経済活性化のために外国人の受け入れを拡大しようとする意見もあれば、多様な問題を引き起こすとして受け入れを制限すべきとの意見もある。日本の場合、日本政府の出入国政策は、1988年以降の経済計画³と雇用対策基本計画⁴の中で示されてきたとおり、専門職や熟練労働に就く外国人は積極的に受け入れるが、非熟練労働に就く外国人は（日系人など一定の身分や地位を有する者として在留を認める場合を除き）受け入れないというものに一貫していた（井口、2004）。しかし、現在上述の記事のように、事業起業を興す外国人を対象にした新たな在留資格を作るまでして、外国人の受け入れの範囲を広げているのである。

実際、経営や投資を目的とする外国人の来日数は右上がりの傾向である。法務省の統計調査によると、外国人登録者数は1998年度には1,151,116人であったのが、2013年には2,325,608人になっており、15年の間で100万人以上増加している。その中でも「投資・経営」の在留資格を持つ外国人登録者は1998年から一度も減少せずに増加傾向を見せている。それにも関わらず、外国人労働力を更に吸引しようと努力しているこ

³ 「世界とともに生きる日本」1988年、「生活大国5ヵ年計画」1992年、「構造改革のための経済社会計画」1995年、「経済社会のあるべき姿と経済新生の政策方針」1999年。

⁴ 第6次1988年、第7次1992年、第8次1995年、第9次1999年。

とから、日本における労働力人口の減少やそれによる経済力の低下⁵がどれだけ深刻なのかが伝わってくる。

上述してきたように、労働力の減少という問題を抱えている日本社会は、現在、外国人労働力を積極的に導入する必要に迫られている。また、日本は、少子・高齢化が進んでいることからくる労働力不足や高い賃金水準などの PULL 要因⁶により、今後も来日する外国人が増加すると予想されているが、このような状況に関して、鍛・檜原（2005）は、コペンハーゲンの事例⁷にみられる都市再編が日本においても課題となると述べている。言語や文化の異なる移住者は、既存の住民とは都市空間の利用方法が異なる場合が多いので、現在のコペンハーゲンの都市計画は、移住者にも対応した都市への方向転換を模索している。社会的多様性を受け入れた都市をつくるという考え方は、他の欧州においても主要な問題と受止められて、今日都市計画の重要な指針となっている。しかし、外国人労働力を受け入れるにあたって都市空間の再編とともに重要なのは、外国人に対する意識の変化であると考えられる。

梶田（1995）によると、エスニックな集団関係のあり方は、以下の3つのタイプに分かれる。まず、民族差別的集団関係であるが、アパルトヘイト、カースト、奴隷社会などがこの典型で、ここでは差別が正当化され、マイノリティは劣等集団と認識される。また、同化主義的集団関係では、マイノリティはマジョリティに同化すべきであり、同化不可能者は差別されて当然とみなされる。他方、同化した者には機会の平等・権利が付与される。最後に、多元主義的集団関係では、文化と言語の多様性を前提とし、多様

⁵ 日本の経済成長は労働投入だけで規定されるものではなく、資本蓄積と TFP の貢献が大きい。少子高齢化・人口減少は、労働力の減少にとどまらず、資本蓄積にも影響を与え得る。

⁶ 国際人口移動論では、経済格差により豊かな社会への移動が促され、ホスト社会には移民を受け入れる社会経済土壌があることに起因する移民を「生産労働の移動」という観点から捉えており、PULL-PUSH 理論と呼ばれる（Lee 1966）。つまり、入移民国の受け入れ要因が PULL 要因である。

⁷ 2005年6月に開催された The 6th Biennial of Townsend Town Planning（コペンハーゲン、デンマーク）の中で、持続可能な社会・都市をつくる方法の一つとして「ソーシャル・ミックス」が主な議論の一つであった。現在のコペンハーゲンでは、移民者の流入増や若年層の増加による人口構成の変化や自宅労働等の労働パターンの変化が起こっている。特に、言語や文化の異なる移民者は、既存の住民とは都市空間の利用方法が異なる場合が多い。そのため、現在のコペンハーゲンの都市計画は、彼らにも対応した都市への方向転換を迫られ、その手法を模索している。

性の許容レベルによってリベラル多元主義とコーポレート多元主義とに区分される。日本の場合、基本的には同化主義的集団関係であり、日本に滞在するエスニック集団は日本社会への同化を間接的に要求される。例えば、在日コリアン企業家が自分を在日コリアンであると認識していながらも、それが事業展開の妨害になると考え、在日コリアンであることを故意に隠し、エスニック社会におけるネットワーク構築も避ける場合がある。このような現象が続くとエスニック社会は縮小されてしまう。しかし、エスニック社会は、先行研究でも明らかになっている通り、外国人の来日を始め、日本への定住における重要な役割を果たしており、エスニック企業の起業段階においても多大な役割を果たす。そしてエスニック企業は、他のエスニック企業の設立やエスニック企業への就労のためのエスニシティの来日を促進させる。日本社会がエスニシティとエスニック社会を認めることは、エスニック団体の規模の拡大につながり、エスニック団体の活動が活発になると、外国人労働力を吸引することとなり、日本経済の向上に一助する可能性として働くと考えられるのである。

そして、日本社会においてエスニシティとエスニック社会が認められるために研究者の立場として実践できる一つの方法は、エスニシティ企業家とエスニック社会との関係性を研究し、エスニック企業やエスニック社会が日本社会においてどのような存在意義を持つかを提示することであると考える。

第2節 研究方法と論文の構成

本論文では、理論研究と事例分析を行う。先述したように、在日コリアンの企業家活動の内容を分析する理論的な枠組みがまだ提示されていないので、理論研究を通じた分析枠組みの提示とその分析枠組みを用いた事例分析が求められると考えるからである。

詳細内容として、第1章では、在日コリアン企業、企業家活動、ネットワーク、アイデンティティに関する先行研究を行っている。第1節の在日コリアン企業に関する先行研究では、在日コリアン以外のエスニック・ビジネスとの比較を通じて、在日コリアン企業の特徴を考察している。第2節の企業家活動に関する先行研究では、金井（2002）が提示する起業家活動の四つの要件を参考にし、また、在日コリアン企業家が起業機会を認識するときや資源を獲得するときに、エスニック・ネットワークを活用するという

先行研究を確認し、在日コリアンの企業家活動とエスニック・ネットワークとの関係性を述べている。第3節のネットワークに関する先行研究では、エスニック・ネットワークとエスニック・アイデンティティとの相互作用について述べるとともに、在日コリアン同士のエスニック・ネットワークがどのように形成され、企業家活動にはどのような影響を及ぼしたのかを考察している。第4節のアイデンティティに関する先行研究では、自分がある民族であるというアイデンティティを持っていないとエスニック社会は構成できないということと、アイデンティティは変化する関係性の中で流動性という特性を持つということに注目している。第5節では、先行研究の貢献と限界を考察しており、本論文におけるリサーチクエスチョンを提示している。

第2章の第1節では、エスニック・ネットワークとエスニック・アイデンティティを用いて在日コリアンの企業家活動を分析するための独創的な分析枠組みを提示している。本論文は、在日コリアンの企業家活動を分析するものであるが、それを分析するためのミクロ的な要素として在日コリアン企業家のアイデンティティを取り上げている。対してマクロ的な要素としてはエスニック・ネットワークを取り上げており、更にマクロな要素として在日コリアンを取り巻く社会環境を取り入れている。そして、これらの要素は互いに影響を及ぼすと述べている。

また、第2章の第2節では事例研究としてまず(株)海田金属をとりあげた。(株)海田金属の初代社長は、古鉄を集めて製鉄会社に販売するスクラップ（古鉄業）に参入し、二代目である現社長とシャーリング（切断）を始めとする金属プレス加工業へと事業転換を行ってきた。2008年度には、リーマンショックの影響で、金属プレス加工業全体に莫大な悪影響を及ぼしたが、(株)海田金属は、同業他社にはできない大胆な設備投資を行うことで経済危機を乗り越えてきた。一方、初代社長と現社長は、在日コリアンとして在日本大韓民国民団や在日韓国商工会議所において重責を果たしている。

第2章の第3節では、(有)備北清掃社を対象に事例研究を行っている。(有)備北清掃社の初代社長は、リヤカーを用いたし尿収集業に参入し、その後、バキュームカーを導入することで顧客の満足度を高めていった。現在は、行政から許可を得る形で、広島県内における産業廃棄物の処理を担っている。(有)備北清掃社の初代社長と現社長も在日本大韓民国民団や在日韓国商工会議所において重責を果たしており、代々にわたってネットワークを維持し続けている。第4節では比較事例分析を行うことで、2社の在日コリアン

企業家エスニック・アイデンティティ、エスニック・ネットワーク、在日コリアン企業を取り巻く環境における共通点および相違点を検討している。

終章では、結論として「在日コリアン企業家がエスニック・ネットワークを維持する理由は何か」と「エスニック・アイデンティティを確立することと、エスニック・ネットワークを維持することが在日コリアンの企業家活動にどのような影響を及ぼすか」というリサーチクエスチョンに対するディスカッションを行うと共に、学問的貢献と今後の課題を考察している。

第1章 先行研究のレビュー

第1節 在日コリアン企業に関する先行研究

本章では、在日コリアン企業の経営活動に関する先行研究に触れることで、在日コリアンおよび在日コリアン企業の現況を把握する。また、在日コリアン以外のエスニシティにおける経営活動を概観し、在日コリアン企業の経営活動と比較することで、在日コリアン企業の特徴を明らかにする。

1. 在日コリアン企業の経営活動

在日コリアンの歴史は長いため、帰化や多重国籍の獲得、日本人との結婚など様々な理由で、実際の在日コリアンの数を把握することは難しく、在日コリアン企業の総数も分かりにくい状態になっている。このように研究対象として容易ではない在日コリアン企業ではあるが、在日コリアン企業を研究することに意義を感じた研究者らによって、「在日コリアンが設立から事業の展開に至るまで自らもしくは世代を超えて在日コリアンの一族が事業活動に取り掛かっている企業」として、歴史学、法学、社会学、人類文化学、経済学、経営学など様々な視点から先行研究がなされてきている。

在日コリアンに関する先行研究の動向を時系列で追ってみると、1970年代までは日本の植民地支配の象徴である強制連行の問題が取り上げられている。続いて、日本に定住している外国人である定住外国人の法的地位、人権問題、不平等などの研究が行われてきた。そして1990年代前後には民族運動、民族教育、帰国と帰化の意志などの意識に関する調査が行われ、最近では、在日コリアンのアイデンティティに関する研究がされてきた。

徐(2010)は、在日朝鮮人が急速に増加した時期を土地調査事業期(1909~1919年/約2万8千人増加)、産米増殖計画期(1920~1930年/約27万人増加)、中国大陸侵略期(1931~1937年/約38万8千人増加)、強制連行期(1938~1945年/約130万6千人増加)の4期に分類している。その内容からすると、当時(1909~1945年)の歴史的背景は植民地時代であり、日本へ渡ってきた朝鮮人は植民地人として無権利状態にあった。つまり、自由意思による渡日というよりは、植民地政策により韓国での生活を続けることができなくなったり、強制的に連行されたりして渡日した者が多かったのだ

ある。1945年の解放後、在日朝鮮人の労働人口数は245,042人となっており、そのうち半分以上が一般労働者として働いていた（Wagner 1975）。しかし、日本社会において在日コリアンは多くの制約と民族的差別を受けており、経済・就労活動を通じて出世するには限界があった。このような状況の中で、被差別マイノリティの立場と不利な経済環境を乗り越えて起業活動を行い、成功を遂げた在日コリアン企業家が登場してきた。

それでは、在日コリアン企業の経営活動に関しては今までどのような研究が行われてきたのかを検討してみよう。表1-1から分かるように、まず、在日コリアン企業を対象とした実態調査がある。在日本朝鮮人商工連合会（1956）と在日韓国青年商工人連合会（1989）は、アンケート調査を通じて在日コリアン企業の業種割合と売上状況、営業年数、経営上の問題点などを明らかにする企業実態調査を行っている。このような定量的研究は、日本社会における在日コリアン企業の規模および現状を明らかにした上に、在日コリアン企業を対象とした多分野からの研究の促進において重要な役割を果たした。

歴史的視点から在日朝鮮商工人の経済活動の状態を分析した呉（1992）は、日本での起業活動を目指す在日朝鮮人による諸々の運動⁸展開の歴史をまとめるとともに、在日朝鮮商工企業の形成過程を考察している。特に、諸々の運動の実施のために又は諸々の運動の産物として設立された団体および機関（商工連合会、民族金融機関、民族保険会社など）がエスニック社会とどのような相互関係を築いてきたのか、それによって在日コリアンの起業活動を取り巻く環境がどのように変化してきたのか、在日コリアンが商工人⁹から企業家へ成長できた要因は何であったのかを研究している。

在日コリアン企業における研究の多くは、植民地時代に来日した在日コリアンだけを研究対象としており、現代に来日したニューカマーは視野に入れていない。しかし、ニューカマーは次第に増加していることから、ニューカマーを研究対象とする研究者も増えつつある。ニューカマーに関する研究としては、池・櫻井（2010）の定量的研究が挙げられる。滞在期間が長期となり、日本の言語や文化にも慣れ、その殆どが日本人と区別がつかないオールドカマーに比べ、ニューカマーは、日本社会への不慣れや日本語の不自由さから、日本社会側の情報ネットワークより、同国出身者同士で形成されたエス

⁸ 日本生活の改善や起業活動における権限を獲得するための在日コリアンによる社会運動。

⁹ 商工業に従事する人。

表 1-1 在日コリアン企業の経営活動と企業家活動に関する代表的な先行研究

研究者	主な研究内容	分析方法	分析キーワード
在日本朝鮮人 商工連合会 (1956)	在日コリアン企業の経営活動、業種 など	アンケート調査	経営活動の実態
在日韓国青年 商工人連合会 (1989)	業種割合、売上状況、営業年数、経 営上の問題点など	アンケート調査	経営活動の実態
吳圭祥 (1992)	日本での企業活動を目指した 諸々 の運動展開の歴史、在日コリアンの 企業活動に影響を及ぼす環境の変 化、商工人から企業家への成長と人 材育成に関する提言	文献調査および インタビュー調 査	在日朝鮮商工人に よる商工人運動
河明生 (1997)	在日一世韓人の起業者精神と在日 二・三世韓人の起業者精神との違い	文献調査および インタビュー調 査による比較研 究	起業者精神、韓民族 的文化構造、自己実 現達成度、起業意志 力の源泉
河明生 (2003)	在日コリアン企業のマイノリティ 起業者精神、在日コリアン企業家の 類型化 (一世と二・三世を分けて)	インタビュー調 査による事例研 究	独立型、転業型、新 独立型、新転業型
林永彦 (2008)	在日コリアン企業家の類型化	インタビュー調 査	生計型、勧誘型、受 け継ぎ型、才能型
朴一 (2012)	タクシー業界にて成功した在日コ リアンの事例を通じて、その起業者 精神と祖国との関係を議論	インタビュー調 査による事例研 究	起業活動、事業活 動、社会貢献
韓載香 (2005、 2008)	今日と繊維産業とパチンコホール における産業転換のプロセスを議 論	インタビュー調 査による事例研 究	民族系金融機関と の関係、産業転換の ダイナミズム

出所：筆者作成

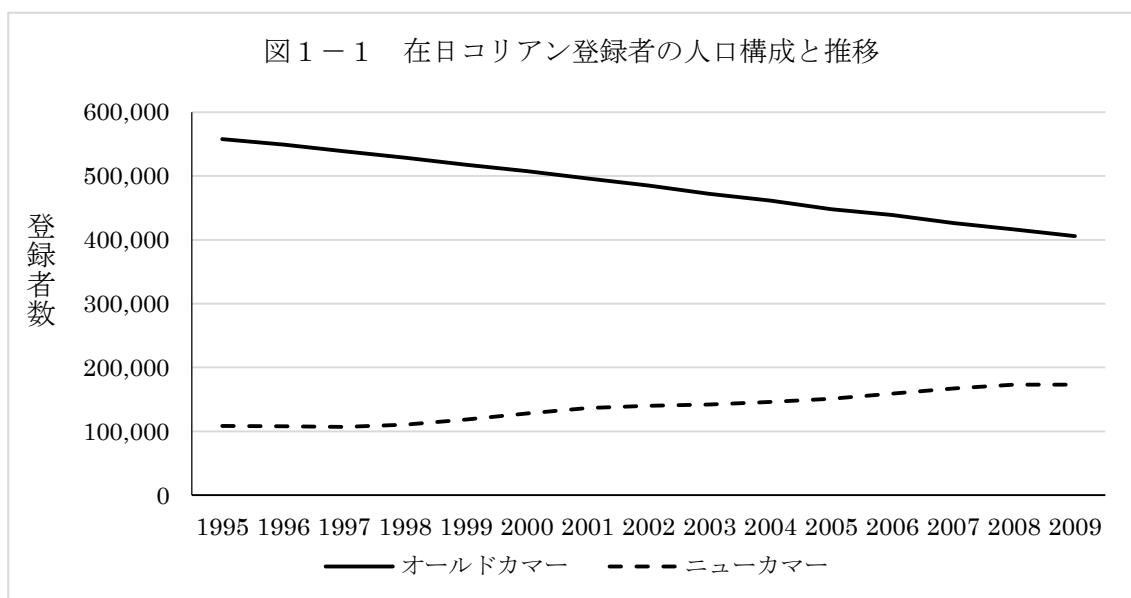
ニック・ネットワークへの接近性が高く、なおかつ便利であると感じる。その上、彼らの意識の変容も情報ネットワークや日本生活に影響することを明らかにし、コリアンタウン以外にも各種のエスニック・コミュニティや情報ネットワークが形成され、来日するニューカマーの定着に手助けとなっていると述べている。

また、ニューカマーとオールドカマーとの関わりに関しては、一見長い歳月の差があるため接点がなく別々の集団だと思われるが、実際は、ニューカマーの来日の背景にオールドカマー（親戚・知人）の存在があるとしている。そして、来日した後にも、彼らは結婚などを通じ親族ネットワークを形成したり、仕事を共にしたり、同じ韓国人であることからお互いに助け合ったりして、彼らが持つ情報ネットワークを拡張することで、日本社会における地位の向上にエスニック・ネットワークを活用している。図1-1のように、現在、オールドカマーは減りつつあり、ニューカマーは増えつつあるが、池・櫻井（2010）は、ニューカマーと言われる定住者がオールドカマーのような役割をすることで新たなニューカマーの手助けとなり、また違う形の情報ネットワークが出現するのではないかと予見している。

一方、在日コリアン企業の研究の共通点として挙げられるのは、在日コリアン企業は、大阪では製造業、兵庫県ではゴム製品製造業と土木工事業、京都では繊維産業など特定の地域において集中的に企業群を形成していることである。そして、在日コリアンが参入している業種をみると、エスニック市場より、日本市場を志向する傾向が強いことが分かる。このように特定の地域において集中的に企業群が形成されると、その地域に位置する在日コリアン同士のネットワークには、その特定の産業に関連する情報が蓄積され、その情報が他の多くの在日コリアンの起業活動を促進する。しかし、エスニック・ネットワークを通じて共有している情報が個別企業の成長につながるには限界がある。つまり、多数の在日コリアン企業が特定地域において同じ業種に集中している状況の中、在日コリアン企業家は他社と差別化できる優位性を獲得してきたということである。

また、在日コリアンは日本社会から差別を受けており、その影響で在日コリアンならではの起業家活動が促進されるようになったということ、つまり、自営業への進出が高いということも在日コリアン企業に関する先行研究の共通点として挙げられる。例えば、在日コリアンは銀行窓口で外国人にない住民票の提示を求められたり、日本人の連帯保証人を求められたり、外国籍という理由で法外な担保を要求されたりすることが多かつ

た。また、就職においては戦後の日本社会で主流となるホワイトカラー、サラリーマンなどの職種からは排除されていた。在日コリアンの就学は通常教育課程への参加を拒むものではなかったし、大学への進学などの機会も閉ざされてはいなかったが、就職における差別が存在していたことは否定できず、同じ学歴水準、同じような就職の機会を持つ日本人に比べれば在日コリアンは差別されていたのである（徐、2012）。通常教育を受けていたとしても、在日コリアンの日本語能力や修学能力と関係なく起こっていたともいう。このような在日コリアンへの民族差別や就職差別が、在日コリアンの起業活動を促進する要因であると分析する研究者は多い。



※これらの数字は在留外国人統計中の韓国・朝鮮籍者の統計である。

出所：在日コリアン KEY ワード（2009）

しかし、在日コリアンが起業活動を行う要因として日本社会における民族差別および就職差別だけを強調するには限界がある。なぜなら、日本には数多くのエスニシティが存在しており、在日コリアンと同様に就職差別を受けているエスニシティも存在している。そしてそのエスニシティによって、差別を克服するための方法および起業活動の特性が異なるからである。以下では、日本社会における他のエスニシティ企業の特性を検討することによって、より在日コリアン企業ならではの特性を考察する。

2. 在日コリアン以外のエスニック・ビジネス

法務省統計局の調査によると、2013年6月末の時点で、留学、就労、投資、経営、結婚など様々な理由で世界各国から来日している在日外国人は2,049,123人であり、10年前の2003年度末の1,804,695人に比べると20万人以上増えている。その中で、2013年、在日コリアンの外国人登録者数は、2013年に519,737人で、648,980人である中国人に次いでいる。但し、表1-2で確認できるように、2005年の自営業主の数は、韓国・朝鮮人が在日外国人の中で最も多い数を占めており、そのあとを中国、アメリカ、フィリピン、ブラジルが占めている。以下では、日本社会における他のエスニシティ企業の特性を検討することによって、在日コリアン企業ならではの特性を考察することにする。

(1) 在日中国人のエスニック・ビジネス

中国のエスニック・ビジネスは、華人ネットワーク（華僑ネットワーク）と関連し、数多く研究されている。華人華僑とは、中国国外に移住し、定住している中国人のことを指すが、移住した時期によって新華僑と老華僑という二つの集団に分けられる。新華僑は、主に1979年の中国の改革開放政策以後に、留学生などとして来日し、その後日本に定住するようになった中国人のことであり、老華僑は、その以前に日本に定住していた中国人やその子孫の人々のことである。この二つの集団はそれぞれに特徴があり、ビジネスの様相も異なっている。

まず、老華僑のビジネスに関して触れてみよう。戦前の日本社会において、華僑華人は主に貿易や卸売・小売業、飲食業などの業種が中心であったが、製造業分野において殆ど華僑華人の企業は見当たらない。仕事探しや貧困の理由で東南アジア諸国に移住した華僑華人の多くは、その後居住国において財を成し、企業グループとして影響力のある華僑華人企業が存在する。これに対して在日する老華僑の場合、一定期間は貿易や卸売、小売業において一定の勢いをみせているものの、全体的にみれば、日本社会においてそれほどの影響力はないとされている（崔、2010）。

戦前の華僑華人のビジネス団体は主に出身地を中心とした業縁組織であった。清政府の意図により設立された各地の中華総商会は、その後、民間の経済団体へと変化し、華僑華人のビジネス組織の最高機構として、戦後まで独特の機能を保っていた。戦争の激

化により、華僑華人の貿易や小売業などは殆ど麻痺状態に陥ったが、戦後直後の二年間において、貿易活動は盛んに行われた。また、中国と台湾の関係により、華僑華人の団

表1-2 国籍・従業上の地位別外国人就業者数-全国

国籍	就業者数 (人)				
	総数(a)	雇用者(b)	うち臨時雇		自営業主(c)
			うち常雇	うち臨時雇	
外国人総数	772,375	687,617	466,935	180,089	61,831
韓国・朝鮮	225,888	169,491	113,929	31,061	41,876
中国	185,738	175,396	119,131	48,184	6,564
フィリピン	64,185	60,432	83,351	26,494	1,729
タイ	11,366	10,126	5,919	4,045	687
インドネシア	12,909	12,720	8,738	3,908	103
ベトナム	11,467	11,096	7,991	2,884	274
イギリス	7,319	6,525	4,979	1,152	709
アメリカ	22,348	19,759	15,255	3,210	2,243
ブラジル	140,830	138,881	100,327	37,388	1,542
ペルー	22,552	22,129	15,246	6,591	334
(参考)日本	61,505,973	51,673,360	40,617,427	7,716,203	6,744,850

(a)「家族従業者¹⁰」及び従業上の地位¹¹「不詳」を含む。(b)「役員¹²」を含む。(c)「家庭内職者¹³」を含む。

出所：総務省統計局の平成17年国勢調査

¹⁰ 農家や個人商店などで、農仕事や店の仕事などを手伝っている家族。

¹¹ 就業者について、調査期間中、その人が実際に仕事をしていた事業所における地位によって、雇用者（会社員・工員・公務員・団体職員・パートタイムやアルバイトなど、会社・団体・個人や官公庁に雇用されている人で、「役員」でない人）、役員、雇人のある業主（個人経営の事業主や開業医・弁護士などで、雇人がいる人）、雇人のない業主（個人経営の事業主や開業医・弁護士・著述家・家政婦などで、個人又は家族とだけで事業を営んでいる人）、家族従業者、家庭内職者に区分したもの。

¹² 会社の社長・取締役・監査役、団体・公益法人や独立行政法人の理事・監事などの役員。

¹³ 家庭内で仕事（家庭内職）をしている人。

体が分裂し、それぞれ大陸系団体と台湾系団体に分かれた。日中の国交が回復する前までは、日中経済協会や日本国際貿易促進協会といった経済団体が中国との経済交流において一定の役割を果たした。

続いて、80年代以後、中国の改革開放政策の導入と日本の出入国管理政策の改正により、新しいタイプの華僑華人、いわゆる新華僑が登場し、日本の華僑華人社会の「量」と「質」共に一気に激変した。年齢的には青年、壮年が主力となり、高学歴、知識型移民が主体となった。また、移住地、職業分野、そして生活レベルなども多様化した。新華僑華人はチャレンジ精神を持ち、高度な専門知識と技術を駆使し、積極的かつ大胆に事業を発展させ、多くの人々が誇るべき業績を収めた。新華僑華人の急速な成長によって、かつて華僑の代名詞であった「中華料理店」、「商人」等は、高い知識と技術を持った新華僑華人のイメージに取って代わられつつある。

このように、新華僑は、日本のビジネス社会において、伝統的な商業より IT や情報通信などの知識経済産業型の事業者が多く、それと関連するビジネス団体も現れている。また、新華僑のエスニック・ネットワークには、老華僑の戦前の出身地を中心としたビジネス団体と異なり、業縁としてのビジネス団体と地縁としてのビジネス団体が混合して存在している。近年、中国経済は著しく発展しており、日本との経済関係は切っても切れない状況となっている。新華僑のビジネスの多くは中国と関連しており、さらに日本と中国を介して、世界のビジネスのネットワークにつなげようとしている。

新華僑のエスニック・ビジネスの特徴は、自営業従事比率の大きさではなく、展開する業種・業態の幅広さにある。新華僑の中には、相対的に学歴が高く、留学・就学生として来日した者が多いが、日本でホワイトカラーの職を得ても出世への限界を感じると同時に、日本と中国間のビジネスに必要な知識を取得したことが起業する要因となる（小林、2010）。また、1990年代までに起業した新華僑の企業家を対象とした調査では、企業家の多くが、経済的に発展した中国沿海部の都市出身であり、ほとんどが専門職・管理職の親をもつという。このことから、新華僑は中国にいる家族や親族、友人を質の高い社会関係資本¹⁴として活用するとともに、中国のエリート校出身者らが日本においても活躍するということが示唆される。

¹⁴ 社会関係資本（ソーシャル・キャピタル）とは、人々の協調行動を活発にすることによって、社会の効率性を高めることのできる、「信頼」「規範」「ネットワーク」といった社会的仕組みの特徴である（Putnam 1993）。

そして、中華料理のレストラン、中華食品・製品の輸入販売は、世界中で有力なニッチ市場となっており、初期投資が比較的少なくコンスタントな現金収入が見込めるといった特徴をもつ。中国人にとって、以上に述べたエスニック・ビジネスのコア業種は、日本での安定した機会構造を背景に、多様な業種・業態の新規開拓を下支えする役割を果たした。つまり、他のエスニシティより起業の条件は整っていると言えるだろう。しかし、企業家の比率は低下していることから、日本でのサラリーマン生活に安住している人が多くなりつつあるという見方も成り立つ（小林、2010）。

新華僑は老華僑に比べて、社団組織に対する執着心が少ない。崔（2010）は、ビジネス上において、ネットワークのつながりの必要性を認めつつ、独立性を保ち、事業を展開しているのが新華僑の特徴であると述べている。今後は日中経済において、中国企業と日本企業との間に「新華僑」の企業の仲介的な役割が増えていくと予測できる。日本において、LAOX 企業¹⁵のように、中国企業と新華僑企業との連携により日本企業へのM&Aが増えるだろうと予測できると同時に、日本企業が新華僑の企業との連携により中国企業への合併買収の可能性も今後予測される。日本のビジネス社会において、日本企業に勤めている華僑華人のほうが断然多く、企業家としてビジネスに携わっているのはほんの少数であることは事実である（崔、2010）

このように華僑社会は老華僑と新華僑に分かれているが、老華僑は政治的に二分化されており、更に、新華僑と老華僑の相互の交流があまり見られないとされている。但し、名古屋の華僑を分析した増田（2010）の研究によると、中国系のコミュニティを象徴するような中華街はないが、華僑総会を始め、華僑系団体が多数見られ、それらを中心に、老華僑および新華僑を含む華僑社会が存在する。また、名古屋での調査では、華僑に対するイメージの悪化に注意を払い、そのイメージの払拭に精進する老華僑および新華僑の姿が顕著に見られた。この特徴のゆえに、名古屋華僑社会が、華僑研究の対象から外れてきたこと、つまり、華僑総会を中心としたまとまりが見られにくい華僑社会を研究対象とすることの困難さが推測できる。新華僑の活躍は、東京や関西においても注目されるが、彼らの活動が、今後の華僑社会のイメージを変えていくことになると考えられる（増田、2010）。

¹⁵ ラオックスは東京・秋葉原を中心に展開している家電量販店である。2009年に中国の大手家電量販店チェーン蘇寧電器の傘下となった。

このように老華僑と新華僑の政治的分離と交流が議論されているが、老華僑であれ、新華僑であれ、華僑華人は、血縁、地縁、業縁中心の華僑ネットワーク、すなわち彼らの強い連帯の人間関係を活用することで目覚ましい発展と実績を収めていることは共通するものであろう。特に、彼らは改革開放以後、中国の近代化に多大な効果を与えた。中国政府は 1990 年代、華僑の權益保護法を裁定して華僑資本の誘致と技術と人材の吸収、華僑ネットワークを活用した中国への商品輸出、華僑投資者との情報交換および関係増進、華僑寄付を通じた教育事業の奨励、華僑優待措置および誘因政策を通じて中国の経済発展に大きく貢献したのである。しかし、未だに依然として様々な悩みや不安を感じている。第一に銀行が融資してくれないことである。日本は外国人が経営する会社に資金を提供しないので、会社が更なる発展を遂げることは困難であり、「起業の壁」、「興業の壁」はまだ厚い。第二に、社会保障を受けられないことである。華僑華人たちは日本人と同じく税金を払わなければならないにもかかわらず、ほとんどの社会保障を受けることができないのである。第三に、日本が多民族共生社会を目指さないことも挙げられる。日本政府はいまだに国籍法を通じて、単一民族社会を強調している。例えば、帰化の場合、日本人に相応しい名前に改めることや、帰化した人たちが日本語で会話することを望んでおり、民族同化型社会を目指している。そのために在日華僑達は帰化に難色を示している。

(2) 在日フィリピン人のエスニック・ビジネス

在日フィリピン人の人口的特徴は、女性の多さ、日本人と結婚する比率の高さ、第二世代の存在（外国人三人に一人がフィリピン人）、定住性、分散移住で集住地を作りにくい（日本人夫の家に婚入し定住したケースが多いため）ことである。在日フィリピン人のエスニック・ビジネスの特徴は、第一に、エスニック市場志向が強いことである。在日フィリピンがよく手に取る雑誌などには、エスニック市場のコアとなる国際電話、食材店、国際送金や国際宅配便は常に広告を掲載されている。それに加え、服飾販売、化粧品・サプリメント、アクセサリといった女性向けの商品を扱うものが目立つ。第二に、行政書士になる入管申請代行、税理士による所得税還付申請代行がコンスタントに広告を出していることである。第三に、世界各地でフィリピン人移民に普及しているサービスの日本進出である。例えば、ギフト代行サービスが挙げられる。ギフト代行サ

ービスは、日本でその業者に注文し支払をすれば、フィリピンの家族の誕生日や洗礼式などに合わせて豚の丸焼きなどの祝い料理や電気製品などのギフトを配達してくれる事業である（高畑・原、2012）。

高畑・原（2012）の調査によると、来日して企業活動を行うフィリピン人の中で、本国での学歴は大学中退で来日前は無職、日本での初職が興行労働という者が多かった。つまり、学歴や専門知識、技能、資格に関していえば、人的資本が高いとはいえない。とはいえ、日本における他のエスニック集団と比較したとき、英語能力は重要な人的資本性といえる。また、少数であるが、フィリピンで高学歴かつキャリアも高く、工場労働を経ずに来日・定住したフィリピン人も見受けられる。こうした人々が、工場労働で来日した比較的低学歴のフィリピン人に対して英語教師となるための講習を行っている。いわば、在日フィリピン人の異なる層同士で、全体的なキャリアとイメージの底上げを図っているといえる。

つまり、在日フィリピン人の英語能力が産業化されつつあるのである。フィリピンは、アメリカナイズされたアジアの国であるため、このように英語能力は在日フィリピン人の自営業にポジティブに働いているが、逆に、相対的にエキゾチックな（異国の情緒や雰囲気のあるさま。異国的な一。）インパクトが弱いことで、ネガティブに働く。例えば、一般の日本人客にはフィリピン料理の需要を喚起する力が弱い実情からすると、エスニック・レストランでの成功は想定しにくい。それゆえ、人的資本および初期投資となる資金が少ない人々が、日本人夫や地域の日本人といった社会関係資本を利用することで、日本での起業が実現するケースが多い（高畑・原、2012）。

フィリピン人の、定住化に伴う変化として世代の移行を指摘している三浦（2012）によると、近年では、日本生まれ日本育ちの子どもの増加や出入国管理法の施行前後に来日した子どもたちの成人期への移行がみられ、世代の移行は今後ますます進むと推測している。Rumbaut（2002）は、移民時における年齢によって、言語適応、アイデンティティ形成やホスト社会への適応の仕方が異なってくるとし、移民を世代に分けて考える必要性を説く。特に、学齢期に物理的な国際移動を経験した一世とホスト国生まれの二世では差異がでるとし、子ども世代を一括りにするのではなく、その育ちの過程によって区別する必要性を指摘している（Zhou 1997）。

しかし、これまでの日本における研究は、この世代差をほとんど考慮してこず、学齢

期に来日した子どもをニューカマーの子どもとして一括りに扱ってきた。在日フィリピン人二世の子どもの絶対数が少なかったことに鑑みれば当然ともいえるが、日本生まれの子どもが増加している現在においては、この世代の差を区別して論じる必要があるのではないかと考える。学齢期に来日した一世がその多くを占めていたユースグループであったが、近年その状況に変化が生じてきている。日本生まれで、日本語しか話せない子供が増えてきたのである。それゆえ、ユースグループ内部での共通言語がタガログ語のみであったのが、英語、タガログ語、日本語のミックスに変わっている。このような変化が在日フィリピン人の事業活動にとって、どのような意味を持つかに対する考察が行われていない。在日フィリピン人女性を対象とした研究は、ジェンダーや国際移動の視点から分厚い蓄積があるが（伊藤、1992）、フィリピン系の子どもや若者に関する先行研究は実態報告や問題点の指摘などに留まっているものが多い。教会を中心としたネットワークがフィリピン人女性にとって、日本社会で生きていくための資源となっているが、フィリピン系ニューカマーの子どもや若者に着目した研究が少ないことに起因して、その教会を育ちの場として捉えている研究や教育資源獲得の場として捉えている研究は見当たらない。

（3）在日ブラジル人のエスニック・ビジネス

在日ブラジル人の数は2002年現在、27万人に上り、殆どが就労目的の日系人である。1990年の出入国管理法及び難民認定法の改正以来、在日ブラジル人三世までの定住を認め、滞在者が急増し、在日韓国・朝鮮人、中国人につぐ第三のコミュニティに成長した（鍛、2005）。

来日したブラジル人の家族構成をみると、出入国管理法の改正当初は男性の単身での出稼ぎという形態が多かった。しかし、1990年代の景気悪化に伴い収入が減少し、貯蓄が当初想定したように進まなかったことなどから、日本での就労期間を延長し家族を呼び寄せる者も多くなった。このような滞在の長期化や家族構成の変化は、ブラジル人のエスニック財に対する需要を生み出し、日本国内におけるブラジル人の自営業進出への大きな誘因となった。

自営業者である在日ブラジル人のブラジルでの前職は、同じく自営業がもっとも多く、学歴は他のブラジル人労働者と比較してかなり高い。経営者の中では、前職とは別の業

種に参入する者もいるが、出身国での前職とかかわりの深い起業を行う者もいる。一方、日本での前職をみると製造・組立が圧倒的に多い。ブラジルで高い学歴と経歴を蓄積しても、日本では工場労働にしか就けないことは、自営業を志す要因の一つとなると考えられる。

また、在日ブラジル人のエスニック社会においては、世界各地のエスニック・ビジネスでみられる民族金融機関がないこと、また日本の銀行は在日ブラジル人への融資には積極的でないことから、設立時の資本金の調達は自己資本のみで行う企業が多い。経営者は開業目的で来日するケースを除き、来日当初、工場などで働いた後、自営業へ向かうケースが大半である。企業家は多く存在するもののそこに堅固なエスニック・エンクレーブ（エスニシティにおける飛び地領、少数集団）は形成されておらず、エスニック・ビジネスを通じたネットワークが構築されにくいことも、ブラジル人の自営業率の低さを示唆している。

在日ブラジル人のエスニック・ビジネスに対する需要と市場の広がりを検討した片岡（2012）によると、祖国の商品やサービスを求める同胞市場の需要が在日ブラジル人のビジネスにおける最も大きな事業機会となっている。ブラジル人は日本人とは体型・体質が異なり、ブラジルの流行への嗜好性が強い在日ブラジル人が多い。それゆえ、衣料・雑貨、美容院は消費者の滞在年数や日本語能力に関係なく、一定規模の市場を存続している。しかしながら、百元ショップなど、低価格化している日本の店が増え、日本語のできない者でも日本の店を利用し始めた。このような変化からみると、ブラジル店が持つ同胞市場は人数の割に小さいと考えられる。これらの日本店との競合は、ブラジル人のエスニック・ビジネスが拡大発展しない大きな要因となっている。

一方、エスニック・ビジネス経営者の9割近くは日本人の来店を望んでおり、今後の事業の方向性として日本人顧客の吸引を考えている者が多い。地域社会との文化交流などの努力をしているが日本市場への進出は進まない。在日ブラジル人は、ブラジル料理や雑貨などといったブラジルのエスニック財を提供するがそれに対する需要は大きくない。経済危機以後、職を失ったブラジル人の多くが帰国することになった。また、帰国には至らないものの、収入が減少傾向にあるブラジル人は多く、ブラジル人の同胞市場はかなり縮小した（片岡、2012）。

3. 小括

本章では、在日コリアン企業の経営活動に関する先行研究と在日コリアン企業以外のエスニシティ（中国、フィリピン、ブラジル）の経営活動に関する先行研究を概観した。

各エスニシティの特徴を簡単に整理すると、在日コリアンは在日中国人と同じく、オールドカマーとニューカマーの二つの集団に分けられ、それぞれに特徴をもち、ビジネスの様相も異なっていることが挙げられる。また、朝鮮半島が大韓民国と朝鮮民主主義人民共和国（以下、北朝鮮）に分断されたことで、在日コリアンのエスニック社会も分裂しているという特徴をもつ。また、東京圏に密集している程度は、在日コリアンと在日中国人が東京圏の外国人数の約 58%を占めており、在日フィリピン人と在日ブラジル人は約 10%前後を占めている。男女比に関しては、他のエスニシティはほぼ半々の性比であるのに対して、在日フィリピン人の男女比は 1:4 になっており、特徴ある結果になっている。

先行研究で概観した、在日コリアン企業とそれ以外のエスニック・ビジネスとの比較を通じて、以下のような在日コリアン企業の特徴が挙げられる。一つ目は、自営業に進出する傾向が強く、日本市場志向であることである。韓（2012）の調査結果によると、在日韓国人企業家が対象とする市場は、日本の地域市場および日本の全国市場が 59.7%、国際市場（韓国を対象とする市場領域を含む）が 26.4%を占めており、脱エスニック市場が 86.1%を占めていることが分かる。更に、他のエスニシティの場合、まずは、エスニック市場をターゲットとした起業活動を行い、その後、日本市場に参入するケースが多いが、在日コリアン企業の場合は、起業段階から日本市場をターゲットとする傾向が強い。その理由としては、在日コリアン企業家が、金銭的に劣悪な状況にあるエスニック社会よりは日本社会をターゲットとした方が儲かる可能性が高いと判断したからであると考えられる。但し、日本市場志向ということは、日本人や日本企業を潜在的な顧客として捉えることを意味しており、母国社会、エスニック社会、その他の在日コリアンを取り巻く社会環境からは資金および資源を獲得するなど、顧客獲得以外の経営活動においてネットワークを形成する可能性がある。つまり、日本市場志向が日本社会とのネットワークだけを固執するとは言えない。

二つ目、在日コリアン企業は、地域により特化した産業に集中していたことである。例えば、大阪では製造業、兵庫県ではゴム製品製造業と土木工事業、京都では繊維産業

に在日コリアンが多数参入していた。これは、在日コリアン社会が限定的な範囲の特化された情報を提供していたので、その産業における情報の蓄積が容易であったからである。民族金融機関の資金提供もそのような特化された産業において行われていた。但し、エスニック社会においてネットワークを構築していれば情報が当然のように交換、共有、伝播されるとは限らない。その情報を利用し、経験を繰り返しながら、更に情報を強化させる努力を通じて、エスニック・ネットワークを維持・拡張させていかなければならない。

三つ目、在日コリアン企業は、独立性と優位性を獲得しようとする事である。上述したように、在日コリアン社会においては特化した産業に関連する情報が蓄積され、その情報を基に多くの在日コリアンが起業活動を行ったが、互いが共有している産業情報が個別企業の成長につなげるには限界があった。つまり、多くの在日コリアンが特定地域において同じ産業に集中していたので、自社だけの独立性を開発し、他社と差別できる優位性を獲得しないと生き残れなかったのである。

このように、在日コリアン企業家は規模に限界のあるエスニック市場に安住するのではなく、日本市場に参入し、そこで生き残るために独立性と優位性を獲得してきた。優位性を獲得するためには、他社とは異なる又は他社にはできない革新的なアイデアとそれを実現していくための努力が必要不可欠になる。また、他社とは差別化するためのアイデアは、変化する環境から認識することができるが、その環境の変化を素早く読み取り、迅速に行動する機敏性が求められる。つまり、在日コリアン企業の特徴からすると、在日コリアン企業家には、独立性と優位性を獲得するための革新性と、変化する環境に素早く対応するための機敏性が求められるが、これは企業家活動の概念と合致するところがある。次節では、企業家活動に関する先行研究を行い、その中でも在日コリアンの企業家活動に関する先行研究の貢献と限界を考察することとする。

第2節 企業家活動に関する先行研究

1. 企業家活動

企業家 (entrepreneur) の定義は学者によってさまざまである。18 世紀に、企業家を経済学理論に導入した Cantillon (1755) は、「企業家は、製品やサービスを不確実な価格で販売するために、定められた価格で生産手段を購入する者であり、自らリスク

を負いながら流通、交換および生産する者」であると述べている。McClelland (1961) は、企業家を、「不確実性において何らかの違いに気づき、その隙間で新しい市場機会およびビジネス機会を完成していく計算されたリスクテイカー」として説明している。言い換えると、企業家は新しいビジネス機会、つまり新市場と新技術、新商品／サービス（新しい生産方式）開発を通じて創造的な活動を始める。

その過程は企業家的な資質（又は個人特性）およびビジネス開発力量、社会的ネットワークにより調整されることが一般的である（Kim & Park 2007）。20 世紀に入っても企業家の定義は活発に行われたが、Schumpeter (1934) によると、「企業家とは、生産物、生産方法、市場、供給源、組織などの「新結合」を具現化する経営体、すなわち企業において革新を能動的に遂行する主体である」とした。これに対して、Kirzner (1973) は、「市場の不均衡状態の発見とそれに機敏に対応していく主体である」と企業家を定義づけている。これらの企業家概念を包括的にレビューした米倉 (2001) は、いずれの場合も「革新の遂行者」として定義するのが論理的帰結であると主張する。

表 1 - 3 は、企業家の定義に関する代表的な先行研究であるが、Collins (1964) と Litzinger (1965)、Brockhaus (1980) は企業家を個人として捉え、その資質や特性について議論している。Cantillon (1755)、Knight (1921)、Hebert (1989) は、不確実性に対応する者として企業家をとらえており、Cantillon (1725)、Stepanek (1960)、McClelland (1961) は、リスクを管理し、乗り越える者として企業家を取り上げている。Owner (1988) と Hyvarinen (1997) は、企業家は独創的な者であると論じており、Schumpeter (1934)、Geertz (1963)、Kirzner (1973) 、Stiglitz 他 (2000) は、企業家の革新性溢れる行動に注目している。Drucker (1985)、Stevenson, Roberts & Grousbeck (1989)、Bygrave (1995)、Vesper (1980) は新しい機会を発見する者として企業家を捉えている。つまり、企業家にとって最も重要な資質はお金や物質的なものではなく、革新性と機敏性をもち、個人的な情熱、経験や知識から事業機会を認識し、成し遂げようとするものを実現する資質にあることが分かる。

企業家を企業の成長の観点から論じている Penrose (1959) は、企業家と経営者を区別し、企業において企業家および経営者が提供するそれぞれのサービスが対照的であると述べている。その内容からすると、企業家が提供するサービスとは、製品、立地、技術上の重要な変化などに関する新しいアイデアの導入や企業の管理組織の根本的な改

表 1 - 3 多様な学者による企業家の定義

学者	定義
Collins (1964)	高い自律性における欲求をもつ者
Litzinger (1965)	リーダーシップ、決断力、忍耐力、誠実性をもつ者
Brockhaus (1980)	成功における高い欲求をもつ者
Cantillon (1755)	不確実性に対し、ビジネス判断を行う者
Knight (1921)	不確実性を減収し、指揮と統制に責任をもつ者
Hebert (1989)	確実な価格に製品またはサービスを購買し、収益を作るために不確実な価格で販売し、市場経済の富を創出する者
Cantillon (1725)	資本を供給する者とは違って、リスクに耐える者
Stepanek (1960)	計算されたリスクテイカー
McClelland (1961)	精力的な計算されたリスクテイカー
Owner (1988)	新しいアイデアを解放的に受け入れ、創造的な者
Hyvarinen (1997)	新しい未来に対する想像力をもつ者
Schumpeter (1934)	①新製品の発明または開発、②新しい生産方式の導入や新技術の開発、③新しい市場の開拓、④新しい原料や部品の新しい供給者、⑤新しい産業における新しい組織の形成などを遂げる者
Geertz (1963)	新しいものを追求し、名声のある伝統的な形態を捨てる者
Kirzner (1973)	変化促進者 (promotor of change)、不完全で不均衡な未来市場を正確に予測し、競争優位を確保できる者
Stiglitz 他 (2000)	市場に新しい製品、工程を開発し、新しいビジネスを創出する者
Drucker (1964, 1985)	企業家とは、新しくて異質的なもの、有用な価値を創造しないと いけない。従って、企業家は変化を探求し変化に対応し挑戦しま た変化を機会として利用する者である。機会を極大する者
Stevenson, Roberts &Grousbeck (1989)	現在持っている資源に関係なく機会を追及する者
Vesper (1980)	企業家とは他の人が発見できなかった機会を発見する者、または 社会の常識や権威に捕らわれず新しい事業を推進できる者

出所：Cho (2008)

編のことを指す。一方、経営者が提供するサービスは、企業家によるアイデアや提案の遂行と現業の監督のことを指す。ここで重要な視点は、企業を成長・発展させるためには企業家が提供するサービス、つまり企業家としての役割が重要であることと、同一の個人が企業家および経営者の両方のタイプのサービスを提供することもあるという指摘である（加藤、2014）。このような論点から企業家は企業を管理する者ではなく、企業をより成長・発展させていくための機動力を持つ者であることが示唆される。しばしば、企業家の持つべき能力と行うべき活動は企業家活動（企業家精神、起業家精神、起業家活動）と呼ばれ、企業をより成長・発展させていくとされている。それでは、表1-4を参考に、企業家活動に関する先行研究にはどのようなものがあり、どのような内容であるのかを検討する。

Schumpeter (1934) が、企業家を創造的な破壊の過程であらわれるリーダーとして取り上げたことで、企業家の革新性が企業家活動に求められる重要な要素であるという議論が主流となってきた。それと同時に 1960-1970 年代には、世界経済が本格的にグローバル化され、大量生産・大量消費が拡大されることにより、Kirzner (1973) が提唱する「競争市場における機会に対する企業家の機敏性」が注目されるようになった。その他にも進取性や価値創出、危険減収性などが企業家活動の基本属性として挙げられた。Schumpeter (1961) は新結合による均衡破壊を強調しており、Kirzner (1973) とは起業家活動の捉え方が異なるが、この二つの捉え方を融合させたのが金井(2002)である。金井の提唱する起業家活動のプロセスは「一方では既存の調和状態を新結合による創造的に破壊するプロセスを含むとともに、他方では新結合により生み出された逸脱状態から新たな調和状態へ向かうプロセスを含んでいる」と論じられているが、最近では、先端技術の進歩と共にグローバル市場と産業の再構築が求められており、このような環境の中では革新性と機敏性を有する企業家活動が要求される。

さて、金井 (2002) は、起業家活動は「起業家」、「起業機会の認識」、「事業コンセプト」、「資源」の要件から構成されているとし、図 1-2 のような起業家活動の要素とプロセスという分析枠組みを提示している。

「起業機会の認識」は、起業プロセスの起点であり、現状からの逸脱（均衡破壊）という創造的破壊のトリガーである。「事業コンセプトと計画」は、起業機会の認識によって与えられた創造的破壊の契機を具体化し、それと資源を関連付けることで、新たな

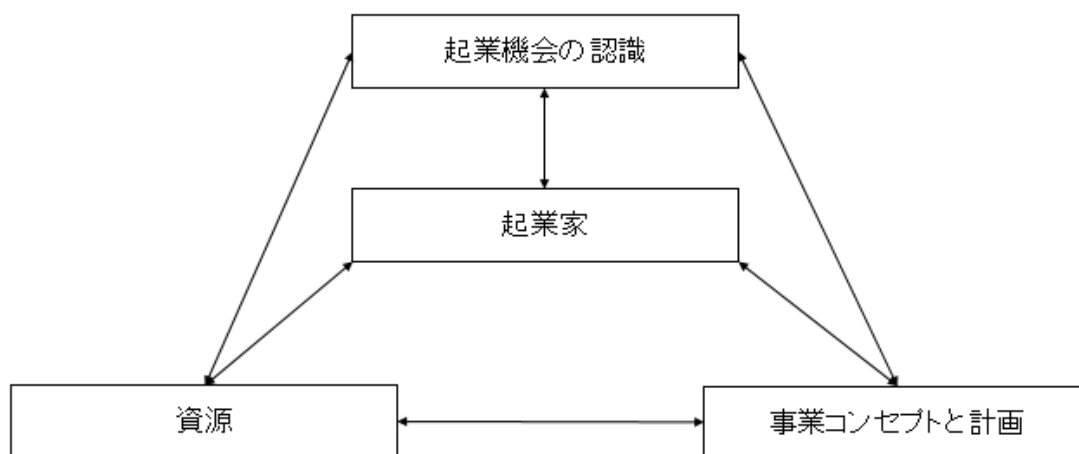
表 1 - 4 企業家活動に関する分類

学者	企業家活動の定義
Knight (1921)	成功的に未来を予測すること
Schumpeter (1934)	新しい結合（新製品、新技術、新組織など）を遂行すること
Cole (1968)	収益指向的事業に目的をおく活動
Kirzner (1973)	不安定で不均衡な未来社会を予測する能力
Miller (1983)	危険を減収し、進取的で革新する組織的活動
Peters (1985)	革新を刺激する機会を追及する管理スタイル
Stevenson (1985)	機会の知覚により主導されるもの
Gardner (1985)	新しい組織を創造すること
Hisirich (1985)	財務的、心理的、社会的危険を仮定し、貨幣的保障と個人的満足の結果を収容しながら必要な時間と能力を投資し、価値などを創造する過程
Zabra (1991)	製品などの革新及び市場の開発を通じて新しい事業を創出する目的で行う初範活動
Drucker (1985)	新しい富を創出する能力を持ち、既存の諸資源を投入する革新活動
By grave (1995)	機会を認識し追及する組織の創出と関連した機能、活動、行動
Steam 他 (1996)	リーダーシップとチームワーク、組織の創出、機会認識、革新、危険減収、資源配置、価値創出
Malos (1999)	企業家精神が高い企業は革新、学習、柔軟性、権限委譲、独創的成果に対する補償を重視
Timmons (1999)	価値創出のための創造的能力、危険減収への意志
Kinght (2000)	企業家精神として革新性、進取性、リスクテイカーに自律性を含める。
Ireland 他 (2001)	個人チーム市場機会を開拓する独特な政策をもって富を創出する環境依存社会化過程
Shook 他 (2003)	ベンチャー創出が企業家精神の革新
山岸 (1998)	不確実性が高く、機会コストが高い場合における信頼構築の重要性
金井 (2002)	事業構想・創造からの成長プロセスにおける中核

出所：Wi (2003)、Jeong (2010)、Yoon (2012)、Lee (2012)

整合性の形成に向けて駆動するドライバーとして機能するものである。「資源」は、事業創造（起業）において必要な資源や独自能力のことである。企業の発展に伴ったプロセスの中で、この三つの要件をコントロールし続ける革新的主体が「起業家」である。それに対して、既存企業の中で、新しい技術あるいは製品開発、製品方法、マーケティングなどの新基軸を導入し、既存の事業をリニューアルあるいは再構築を行う人を含めて「企業家」と呼ぶ（金井 2002）。

図 1-2 起業家活動の要件とプロセス



出所：金井（2002）

金井（2012）は、このマイクロレベルの企業家活動がメゾレベル¹⁶（産業／地域）で他の少数の企業家活動を刺激しつつ、地域エコシステム¹⁷を生み出し、さらに多数の企業家活動を引き起こすことでマクロレベルの経済発展に結びつくことを主張するが、これはシリコンバレー¹⁸という特定地域を対象に IT 産業地域の形成と構造、ダイナミックな発展を分析している Martin（2000）の見解に基づいている。Martin（2000）によると、シリコンバレーには企業家活動により二つの重要な経済活動が備わっているとしている。第一経済と呼ばれる一つ目の経済活動は、既存の組織による従来の活動を含んでおり、

¹⁶ ミクロレベルとマクロレベルの間に位置する中間レベル。ここでは、地域経済のレベルを意味する。

¹⁷ 企業家の創業活動（マイクロ）と国が主導する政策（マクロ）とを結びつけるメゾ組織。

¹⁸ アメリカ合衆国カリフォルニア州北部のサンフランシスコ・ベイエリアの南部に位置しているサンタクララバレーおよびその周辺地域の名称。

既に確立された企業や、大学や企業の研究所といった組織が構成要素となっている。第二経済と呼ばれるもう一つの経済活動は、新企業形成を奨励し育成する機関や制度の組織の中に見出すことができる。例えば、シリコンバレーでは、法律事務所、投資銀行、人材供給会社などが地域の専門知識を企業家に提供することによって第二経済を強化していた。

第一経済は、民間企業であれば利益と成長を究極の目的とする既存組織から成り立っている。大学や非営利研究機関であれば、成功は研究と教育の観点から測られる。ここでのポイントは、これらの組織はスピノフを奨励し育成するという経済的目標を指示しなかった。それに比べて第二経済は、新企業の創造と成長を可能にするように進化した制度的インフラである。それゆえ、第二経済の組織は、それまでの企業設立の経験やそのプロセスに関する知識を備え、新企業を生み出すのに必要な資源を素早く動員することができるかとされている。金井（2012）と Martin（2000）の議論からすると、ミクロレベルの企業家活動は更なる企業家活動を支える第二経済を生み出し、メゾレベルにおいて支援産業や関連産業を始めとする地域エコシステムが形成される。それから、地域エコシステムが形成されている第二経済はまた新しい企業家活動を促進すると理解できる。

これに関して松原（2014）は、特定の企業家活動だけではなく、関連する諸主体の引き起こす一連の活動も視野に入れることで初めて企業家活動が地域革新を果たした意義を捉えられるような場合、企業家活動とそれに関連する諸主体の活動からなる複合的活動を「集合的企業家活動」と総称している。つまり、企業家活動に関する議論は企業家個人や企業との相互関係の範囲を超えて、特定地域に及ぼす影響や複数の企業家によるシナジー効果における研究にまで広がっている。

2. 在日コリアン企業における企業家活動

在日コリアン企業家に焦点を当てた著名な研究として、まず、河（1977）の研究があげられる。河（1977）によると、在日コリアンは被差別マイノリティであるにも関わらず、不利な起業環境の中であえて新規の事業を立ち上げようとする精神的特性を「起業家精神」を持っているとし、それにもとづいて起業活動を展開した経営主体を「起業家」と呼称している。河（1977）は、在日コリアン一世と二・三世の起業家精神を比較研究

しているが、研究によると、在日コリアン二・三世に比べて一世の起業者精神は韓民族的文化構造との相関関係が高く、自己実現達成度も一世の方が高い。また、強い起業意志力の源泉は、一世の場合、民族的誇りであったが、二世の場合はコンプレックスであった。つまり、在日コリアン企業家の起業能力は、世代を超えた普遍的能力ではないことを明らかにしている。また、河（2003）は、在日一世と二・三世とを区分しつつ、在日コリアン企業のマイノリティ起業家精神の特性に基づき、在日コリアン企業家を独立型、転業型、新独立型、新転業型に類型化している。

以後、林（2008）は、河（2003）による在日コリアン起業家の類型化は、今後の在日コリアン四・五世の企業家やニューカマーの企業家を分析できる未来志向的な分類ではないと指摘し、その類型化を発展させた。その内容からすると、林（2008）は在日コリアン企業家を生計型、勧誘型、受け継ぎ型、才能型に分類している。「生計型」は、日本社会における就職と民族差別から他業種や職業に就職することが難しかったため生計手段として起業し、成功した企業家であり、「勧誘型」は、在日コリアンが経営する既存企業や家族企業、あるいは周りの親戚や友達の勧誘で起業した企業内起業の場合である。また、「受け継ぎ型」は、在日コリアン企業家が両親や親戚からそのまま企業の経営権を受け継いで起業した場合であり、「才能型」は、何よりも自分の関心分野や専門的な実務経験を生かし起業した場合である。

林（2008）の研究によると、在日コリアン一世の中で起業した人は、現地社会における差別から自分の才能を生かし、日本人が関心を持たない分野で起業していた「生計型」に近い「才能型」であった。そして、在日コリアン二世は「受け継ぎ型」が多く、三世の場合、民族差別や就職差別などが緩和される中で、しだいに個人の意思と能力による親世代とは異なる新しい企業を起業したり、あるいは転業したりする「才能型」に変わっていく。言い換えると、同じ在日コリアン企業家であっても、世代によって日本社会と祖国社会からの影響力や社会環境が異なってくるため、特性にも差異が生じることを指摘しているのである。

一方、朴（2012）は、タクシー業界の在日コリアン起業家の事例をもとに事例分析を行っており、在日コリアン起業家が、不利な環境に置かれていたにもかかわらず、起業家として成功を収めることができたのは、彼らが日本社会からの差別や偏見に反発し、優れた企業活動によってそれらを克服しようとして努力したからであるとしており、河

(1977) の議論に当てはまる事例を取り上げている。また、在日コリアンの企業家活動に関して、林 (2007) は、在日コリアン企業家を対象にインタビュー調査を行い、「前向きな志向と積極的な姿勢」、「独立と自尊」、「夢とビジョン」がその特徴であると論じている。

以上のように、在日コリアンの企業家活動においては企業家の事業活動における哲学や特性といった抽象的な研究が主であり、経営戦略的な視点から分析している研究は非常に少ない中、在日コリアン企業家を対象に企業家活動の基準を適用し、その結果を確認している Kim & Park (2007) の研究がある。彼らは、主要な基準として、企業家のアイデア開発の力量、ビジネス展開の力量、ビジネス・ネットワークを挙げ、これらがビジネス機会開発の潜在性に影響を及ぼすと仮定した。研究の結果、ビジネス開発機会の潜在性に正の影響力のある要因は、企業家のアイデア開発力量では、革新指向性と合理指向性が、ビジネス開発力量では対外活動能力と機会完成能力（事業機会を認識し、そこから事業コンセプトを完成させる能力）が該当し、社会的ネットワークでは、関係ネットワークと構造ネットワークが該当した。但し、社会的ネットワークの資源ネットワークはビジネス機会開発の潜在性を高めないという結果が得られた。資源ネットワークの開発を通じては、ビジネス開発の機会は大きくなるが、間違えると拘束力として作用するので注意を払う必要があるとされた。

このような研究結果は、上述した企業家活動の内容に噛み合う部分が多い。kim & park (2007) は、在日コリアン企業家がビジネス・アイデアを開発するためには革新指向性と合理指向性という力量が求められると述べており、ビジネス開発のためには対外活動能力と機会完成能力という力量が求められるとしている。金井 (2002) の提示する分析枠組みの各要件を借りると、起業機会を認識する際には新しい結合による革新的なアイデアが求められ、不安定で不均衡な未来社会を予測した上、その流れの中で最も合理的な方法を選択しないといけない。また、事業コンセプトを設定し、計画を完成させるにおいては、持続的な富を創出するために動的に働き、自分に欠けている資源は対外的に獲得することが考えられる。つまり、企業家活動は在日コリアン企業家にも欠かせないものであることがうかがえる。

しかし、kim & park (2007) の研究はビジネス機会開発だけに焦点が置かれており、起業以後の企業家活動まで総合的に分析するには不十分であると考えられる。本研究に

においては、起業段階だけでなく、在日コリアン企業家の継承にも焦点を合わせ、何世代にもおける在日コリアンの企業家活動を分析していくため、在日コリアン企業家のエスニシティとしての特性と金井（2002）が提唱する「起業家活動の要件とプロセス」を融合させる。数多くの企業家活動に関する先行研究の中で金井（2002）の分析枠組みを適用する理由は、ミクロレベルの企業家活動がメゾレベルで他の少数の企業家活動を刺激しつつ、さらに多数の企業家活動を引き起こすことでマクロレベルの経済発展に結びつくという金井（2002）の議論が、日本各地で見られる在日コリアン企業群の集中様相と合致しており、エスニック企業を分析するにおいても適用できる分析枠組みであると考えられるからである。

但し、前述したように、在日コリアンの企業家活動を分析するには、在日コリアン企業家のエスニシティとしての特性を考慮する必要があり、一つの特性としてエスニック社会におけるネットワークに注目する。

McClelland（1961）によると、経済現象とは無関係な文化的要因が起業への動機を形成し、それが最終的に経済活動に影響するという視座に立つ。社内ベンチャー研究（Pinchot 1983）や産学連携・技術移転に関する研究（Gupta 2002）でも企業家活動を奨励する組織文化の重要性が指摘されている。このように文化を、経済活動を支える背後論理として捉える視座は、かなり昔から継承されているのである。在日コリアン企業においても、在日コリアンのエスニック社会からの援助により起業した事例が多く、日本の特定地域における地域性を持った産業に携わっている企業群があり、大阪（製造業）、兵庫県（ゴム製品製造業、土木工事業）、京都（繊維）などの地域に密集していることから、在日コリアン企業家も起業の初期段階において各地域のエスニック社会の組織文化から影響を受けてきたと予測できる。つまり、企業家活動と組織文化との関係性に関する議論から、在日コリアンの企業家活動は（特に起業の初期段階において）、エスニック・ネットワークにより多大な影響を受けると推論されているのである。

これは、在日コリアンに限らず移民エスニック集団に共通するところがあり、移民企業家研究（ethnic entrepreneurship research）¹⁹と呼ばれ、文化を利用した資源動員

¹⁹ 移民企業家研究は、差別構造を踏まえた起業への動機、ネットワークを介した資源動員、エスニック・マイノリティとマジョリティとの政治的関係を経た社会秩序の再構築課程としてのイノベーションという、企業家研究でもっとも洗練された論理体系を有している。

について先駆的に研究蓄積がなされてきた。この研究領域では、民族集団内部で形成されるネットワークを通じて様々な資源が動員され、起業が連鎖的に生まれる現象に注目してきた (Aldrich & Waldinger 1990)。ここで、ネットワークを介した資源動員が可能となる理由として挙げられるのが、移民集団内部における文化の共有である。例えば「関係 (kuan-his)」に象徴される「起業の文化」が共有された華僑集団内部において、「起業すること」はエスニック・アイデンティティを示す行為であった (Hamilton 1996)。それゆえ移民企業家は、エスニック・アイデンティティを体現することで正統性を獲得し、集団内部で強力な資源動員が可能になったとされている。

以上でみてきたように、エスニシティ企業家の企業家活動はエスニック・ネットワークから多大な影響を受けている。エスニシティ企業家に限らず成功する起業家は、独創性や革新性の才能などにとどまらず、経営能力、事業のノウハウ、十分な人脈、所謂ネットワークをも兼ね備えている (Timmons 1994)。また、起業過程において生じる多様な課題を解決するためには起業家の力量、つまり、起業家の内在的力量と外在的力量が求められるとされており、内在的力量として起業家の特性があるとする、外在的力量としては起業家の個人的なネットワークと社会的なネットワークがあるとされている。勿論、起業を行う起業家だけでなく、事業を更に発展させていく企業家においても事業転換に必要な資源を全て自ら有しているとは考えにくい、企業家活動を分析するにおいてもネットワークに関する議論は欠かせないものとされている。

以下では、ネットワークに関する先行研究を行うことで、在日コリアンのエスニック・ネットワークとエスニック・アイデンティティとの相互作用について考察するとともに、エスニック・ネットワークがどのように形成され、企業家活動にはどのような影響を及ぼすのかを考察することにする。

第3節 ネットワークに関する先行研究

1. ネットワーク

一般的にネットワークは直接的または間接的に連結されている社会的連結網であると定義される。また、ネットワークは、人々が特定の目的を達成するための手段として活用できるので、ネットワーク自体が社会的資本であると捉えられる。このようなネットワークは、起業活動において、外部資源および情報を提供し、起業意志を高める原動

力になると言われる。ひいては、予備起業家および潜在的起業家に起業動機を付与し、起業意志を高めるとされている。つまり、ネットワークは社会関係資本となり、企業家活動を行うにおいて肯定的な影響を及ぼすと言える。

経営資源は、位置する場所によって内部的な資源と外部的な資源に区分できるが、常に事業機会を追求しなければならない企業家にとっては、企業家活動を発揮するにおいて、現在、統制できる内部資源だけにかかわらず、外部資源も効果的に活用する能力が求められる。ここで起業家の外部資源とは、「創業家が直接的な所有権を持ってはいないが、自分の起業活動のために活用される全ての種類の財」として定義されるが、起業家がネットワークを構築し、起業過程においてそれらを活用することをネットワーキング活動という。

これは、起業家が内部的な力量として所有していない資源を獲得することにつながるため、外部資源の源泉となる。つまり、個人的および社会的な人的関係を起業過程に活用することを意味し、起業段階にとどまらず、必要な資源を外部から適時に獲得し、活用する企業家の全ての社会的な活動を意味する。これは社会的ネットワークとも称され、劣悪な事業環境を克服する中で、学縁、地縁などといった社会的に深いつながりを活用することは事業推進に協力的な関係を形成するにおいて効果的であるとされている (Moshe & Lemer 2006 ; Lee 2009)。また、Ostgarrd & Birley (1996) は、ネットワーキング活動の内容として、新しい顧客との接触、市場情報、競争者情報、流通チャンネルへの接近、口コミ広告、一般助言、製品・サービス開発、事業資金・投資資金などを含めている。

このように起業家は既に所有している内部資源だけでなく、起業家が所有していない外部資源を積極的に活用することによって、劣悪な内部経営資源という起業初期段階における課題を克服できる。また、ネットワーキング活動を通じて、予備起業家や潜在的起業家は柔軟な特性を持ち、専門化されることで、多様な人間関係により提供される様々な資源、つまり、起業に活用可能な経営資源を獲得するようになる。言い換えると、ネットワーキング活動は、多様な情報および経営資源の源泉として、起業機会を付与し、起業活動を促進させ、起業意志に肯定的な影響を与えると同時に起業成果に影響を及ぼす。

それでは、ネットワークはどのような構造で成り立つのか。先行研究では規模（又は

範囲)と強度、接触頻度、信頼を取り上げている。まず、ネットワークの規模は、ネットワークに含まれている源泉の多様性として定義されるが、これは量的な関係(又は接触)の数で表現できるものであり、ネットワーキング活動の幅を意味する。ネットワークの強度は、相互交流する組織間の交換される資源の程度(量)を意味するものであり、Johns & Demarche (1951)が、相互交流と組織間の連結程度を示すために初めて使用したものである。そして、ネットワークの強度を明らかにする変数として接触頻度がよく使われているが、関係の質を示すには物足りないという限界がある。それゆえ、「どの程度頻繁に接触しているか」だけでなく、「相互間関係にどの程度の信頼が構築されているか」が重要であるという見解が出てきた。ここで信頼とは、「関係を構築している相手に自分が助けになると信じさせること、逆に自分が相手から不当に利用されないことと信じることで、相互協力的に行動するようになる意図」であると定義される。

このように規模、強度、接触頻度、信頼からなるネットワークはどのような特性を持っているのか。Grabher (1993)は、ネットワークの特性として、機能的結合、認知的結合、政治的結合、ゆるい結合の四つの特性を取り上げている。機能的結合とは、行為者が相手に何らかの補償を求めてネットワークを結び、その期待を基に行為することを意味する。これを互惠性ともいう (Blau 1964 ; Grabher 1993)。もし、ネットワークを構築したが相手から期待したものが得られなかった場合には、ネットワークが維持できなくなる可能性がある。

次に、認知的結合は、ネットワークでの相互作用は漸進的に発展していくという考え方に基づいている。ネットワークを構築する初期段階においては、相手に関する情報が少なく、相互に対する信頼が構築されていないため、リスクの低い取引を行うが、初期段階を経て信頼を蓄積するようになると、次第に大規模の取引を行うようになるということである。そして、一端信頼が蓄積されると、取引の過程で意見の不一致や葛藤が発生してもすぐに取引を断絶するのではなく、ネットワーク内部の意見交換を通じて問題を解決しようと努力する場合が多いが、これは認知的結合が働くためであると考えられる。

しかし、機能的結合と認知的結合だけでは、ネットワーク内外の行為者間の全ての関係を説明することはできない。つまり、機能的結合と認知的結合が内在していて、相互協力の関係が構築されているとしても、行為者間には、政治的関係(権力関係)が形成

されるようになる。

ゆるい結合もネットワークにおける重要な特性である。ネットワークの参加者間の連携と結合の度合いが成果に及ぼす影響に関しては研究者によって主張が異なり、ゆるい連携と固い連携との長所に対する議論が活発に行われてきた。ゆるい結合の場合、行為者に自立性を与えることで、固い結合の場合に比べて革新を創出しやすくなる (Lee & Shim 1999)。特に、環境が急激に変化する時期にゆるい結合が形成されると、行為者のアイデンティティ、独自性、個別性が維持されるため、より多様で革新的な解決策が得られる可能性も高まる (Weick 1976)。

また、今までのネットワーク研究における重要な論争として、弱いネットワークと強いネットワークが欠かせない。Granovetter (1982) は、1970年代にアメリカで男性のホワイトカラー労働者に関する調査を実施した。その中で、求職者が職業を求める際に強い連帯 (いつも会っている人) より弱いネットワーク (殆ど会わない人) から有用な情報を得ているという事実を発見し、弱いネットワークの仮説を導出した。

表1-5は、弱いネットワークと強いネットワークの仮説を基にネットワークの特性を分析できる枠組みであり、弱いネットワークは強いネットワークとは相互排他的な特性をもつことが読み取れる。まず、強いネットワークの特性は相互関係がとても親密であり、密度が高く、信頼関係も高い。しかし、ネットワークの範囲は狭いので、組織間の連結機能を遂行できず、組織内部で親しい人たちだけで情報を共有する。反面、弱いネットワークの場合、相互関係が弱く、密度の類似性が低く、信頼関係も弱い、ネットワークの範囲が広いので、組織間の相互連結機能と外部ネットワークおよび組織への情報伝達の役割を果たす。

これは弱いネットワークが強いネットワークより行為者を多様な人々に連結させる機能をもつので、求職過程に求められる多様な情報収集に有利に作用することを意味する。つまり、強いネットワークにつながっている人は互いに同質的な社会圏に属しており、既に知られている情報を共有する傾向がある反面、弱いネットワークにつながっている人は互いに違う団体や組織に属しているので新しい情報を相手に伝達する傾向が強くなるということである。

以後、弱いネットワークと強いネットワークの仮説は、研究者たちによって支持されてきている。特に、グローバル時代における移民集団や団体においても、このような研

究結果が適用できると考えられている。

表 1-5 弱いネットワークと強いネットワーク

	弱いネットワーク	強いネットワーク
相互関係	知り合い (頻繁に会わない人)	家族、親せき、親しい友達 や同僚 (頻繁に会う人)
関係性の密度	低い	高い
相互類似性	低い	高い
ネットワークの広さ	広い	狭い
相互連結機能	機能する	機能しない
構成員間の信頼度	弱い	強い
ネットワークの役割	解放的 (ネットワーク間の 情報を伝播)	閉鎖的 (ネットワーク内部 の情報だけを共有)

出所：Granovetter (1973)、森 (2004)

ネットワークは、家族、親族、学校、地域社会、会社といった各集団の境界を横断する社会的な関係を理解するにおいて、また、特定の民族集団の内部だけでなく外部集団との社会的関係を研究するにおいて重要なツールとなっている。特に、移民集団のような少数民族の場合、エスニック組織や団体のネットワークを通じて、アイデンティティを形成・強化し、同じ民族集団から物質的、精神的な支援を受けることもある (Marsden & Hurlbert 1986; Lin 2001)。また、移民者の経済活動は同一集団同士の社会的関係であるエスニック・ネットワークにより相互に影響しあう²⁰。

²⁰ 民族とエスニシティの概念は、両方とも文化的な基準で人類集団を分類しているが、民族とは伝統的な言語や生活様式、価値観と規範体系を先祖から受け継いでいる集団の子孫を意味し、エスニック集団は、移民・難民・強制移住者のように自らもしくは他人により祖国から離れて新しい国家 (地域) で生活するようになった集団のことを意味する。また、大倉 (1995) は、生物的な特徴による人種的な区分とは違って、言語や文化様式によって区分される「我々という意識」を持つ集団をエスニシティと定義している。

エスニック・ネットワークに関する先行研究としては、表1-6のようなものがある。Whyte (1993)によると、移民者は、言語と文化の違いにより、マイノリティとしての差別を受けたり、ホスト社会から排除されたりするが、その中で、社会的な扶助を受けるために民族的な共通性を基盤とするエスニック・コミュニティを形成するとしている。また、移民者の定着により形成される空間的な境界は、社会的な境界の指標になるとも見られ、移民者のホスト社会における適応程度を明らかにする際に、集住の程度で測定される。このような見解は現在まで受け継がれている。

表1-6 エスニック・ネットワークに関する先行研究

研究者	内容
Whyte, W.F (1943)	エスニック・コミュニティの形成理由
Morril R. L (1965)	黒人の集中居住地区の形成と維持の要因を考察
Jakle & Wheeler (1969)	脱セグレーションによる解体プロセス
Jones, P.N (1976)	有色少数民族の集中地区の成立
Jordan, T.G & L. Rowntree (1979)	都市のエスニック地区を、居住に強制力が働いている居住地区と自由意志によるネイバーフッドに分類
Ward, D (1982)	移住地区の形成過程
Kaplan (1998)	エスニック集団の経済活動に対する地理学的考察の必要性和有効性
杉浦 (1996)	シアトルの日系あるいはアジア系ビジネスを対象にその構成や立地動向を検討
杉原・玉井 (1986)	在日コリアンの植民地におけるエスニック・コミュニティの研究
奥田 (1993)	新しく流入された外国人のコミュニティを言及
杉浦 (2011)	エスニック・タウンの生成・発展・変容の一般的展開様式を描くモデルを提示

出所：杉浦（2011）を基に筆者作成

エスニック集団がエスニック領域を形成していく過程とそれによって成立した領域

の構造・性質に言及した Ward (1982) は、ボストンの事例を取り上げ、19 世紀から 20 世紀初頭にかけてアメリカの居住地区がどのように形成されてきたのかを検討し、エスニック領域の形成とその性質は、エスニシティの労働における固定性と流動性、エスニック集団の労働市場との関わり方によって規定されると議論している。他にもエスニック・ネットワークの形成過程に対する事例研究は数多く行われてきた。例えば、Morril (1965) は、シアトルにおける黒人居住地区の形成と維持の要因を考察し、その拡大プロセスをシミュレーション・モデルの構築を通じて解明しており、Jones (1979) は、バーミングラムにおける有色少数民族の集中地区の成立を住宅市場、住宅政策や都市計画との関係から考察している。また、移民一世によって形成されたエスニック居住地区が二世・三世と世代を経るにつれ解体されていく過程については、シラキュースにおけるポーランド系カトリックの居住パターンを事例に Jakle & Wheeler (1969) が研究している。

以上のような実証研究と並行して、Jordan & Rowntree (1982) は、都市のエスニック地区を、居住に強制力が働いている居住地区と、自由意志によるネイバーフッドに分類した。更に、移民集団の経済的地位が上昇するにつれ、強制力が希薄になり、居住地区も郊外方向へと移動していくことを論じた。彼らが提示するモデルは、移民集団の移住地区の構造を一般化した数少ないモデルとして評価できる。しかし、このモデルは集団の居住と経済的余裕との関係のみから構築されたものであり、集団の労働市場や多様な社会的・経済的活動を視野に入れていないという限界をもつ。

続いて、日本におけるエスニック・ネットワーク研究に触れることにする。第二次世界大戦以後、移民労働者に対する政策が大きく変化したこともあり、日本の外国人労働者に対する研究は大きく二つの流れに分かれる。一つは、植民地時代におけるエスニック・ネットワークに関する研究であり、もう一つは 1990 年代初めから登場し始まった韓国と中国、東南アジアから新しく流入した外国人労働者のネットワークに関する研究である。例えば、奥田 (1993) は、東京の一角に形成された移民者の集中居住地域を対象に、居住空間の構成員間のネットワーク関係を調査すると共にエスニック・ネットワークにより地域経済が活性化していく過程を社会学的に分析している。

一方、移民エスニック集団、あるいはエスニシティに関する地理学的研究は、諸集団の住み分けとその結果としてのエスニック集住地区の形成など特定の問題に集中しが

ちであつが、これに対して、杉浦（2011）は、エスニック企業概念を入れ、図1-3のように空間経済的にエスニック・タウンの生成・発展・変容の一般的展開様式を描くモデルを提示している。

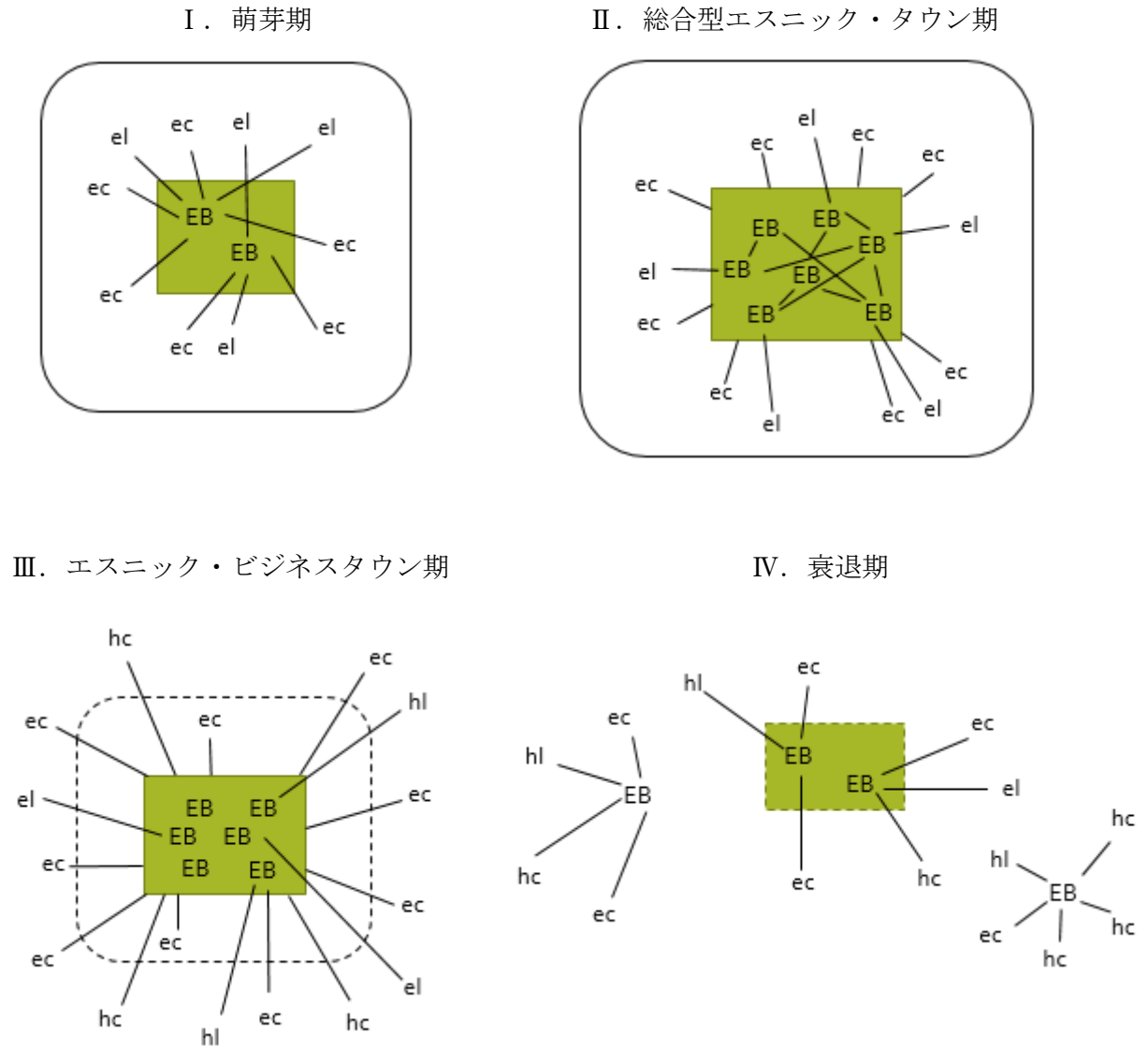
杉浦（2011）は、まず、一つの国の都市に他国からの移民者たちが一定の期間内に累積的に参入したと仮定する。この移民ネットワーク集団は、その人口がある程度の規模になると、都市経済の空間的文化に根差しつつ彼らの経済的ステータスに適した就業及び現場に近接する低家賃住宅を求めて都市内の一定地区に集中する（Massey 1985）。その過程で、ホスト国の主流な社会と経済との距離のため、エスニックな組織化とエスニック・ビジネスを発達させるが、それは移民エスニック集団によって必然的な適応戦略に他ならない（矢ヶ崎、2003）。

しかし、ある時期を境に、引き続く移民の流入が途絶えた、あるいは少なくなったという状況下で、当該移民エスニック社会は現地生まれの二世、さらに三世の比率が高まり、ホスト社会・経済との距離が縮まる。この文化的・構造的同化の過程で、居住と経済の集中パターンは必然的に変容・解体し、居住もビジネスも分散せざるを得ない。こうした流れのなかで、エスニック・タウンは、萌芽期、総合型エスニック・タウン期、エスニック・ビジネスタウン期、衰退期（ないしは転換期）のそれぞれの性質と機能を異にする四つの段階を経て生成・変容し、消失に至ると想定される（杉浦、2011）。

エスニック・ネットワークは、しばし目に見える形として出現するが、それは、エスニック・コミュニティの形成である。つまり、個々人が頻繁に関係を形成し、多数のネットワークが交差すると、ネットワークの拡大につながり、ネットワークへの接近を容易にするためのエスニック・コミュニティが形成されるのである。杉浦（2011）がエスニック・タウンの生成過程において最初の段階であると想定する萌芽期においても、このエスニック・コミュニティが顧客と労働力の存在を生み出し、エスニック・ビジネスの生成・立地を促すとされている。

ある特定な地域にどのようにして最初の居住集中が起こるのかに関しては次の二通りのケースが想定される。一つは、その集団に属する企業家が現地社会向けのパイオニアとしてビジネスを立ち上げ、その立地が、新規に参入してくる当該集団の成員の居住を惹き付けるというケースである。もう一つは、先行して流入・定着した移民集団のエスニック・タウンの便宜性が別のエスニック集団の居住を惹き付けるケースである。

図1-3 エスニック・タウンの生成・発展モデル



I : エスニック集団集中居住域

II : ほぼ解体したエスニック集団集中移住域

III : エスニック・ビジネス集積域 (エスニック・タウン)

IV : ほぼ解体したエスニック・ビジネス集積域 (エスニック・タウン)

EB : エスニック・ビジネス

ec : エスニック顧客、el : エスニック労働者、hc : ホスト社会顧客、hl : ホスト社会労働者

出所 : 杉浦 (2011)

いずれにしても、いったん居住の集積が始まるとその傾向は継続し、ますますエスニック・ビジネスにとってのインキュベーター効果は増大し、ビジネス集積も進行する。また、ビジネスの集積は更なるエスニック人口の集積を促す。なお、居住とビジネスの集積が進めば、当該エスニック集団の社会的組織化が要請され、エスニック・ネットワークを促進する施設も同じ地域範囲に立地するようになる。

総合型エスニック・タウン期には、近くに立地したエスニック・ビジネスの存在がエスニック労働者とエスニック顧客の結合を促進する。また、エスニック・ビジネスの蓄積がエスニック市場を広げ、ビジネス条件の改善をもたらす、さらなるエスニック・ビジネスの立地集積をもたらす。この段階では、エスニック・ネットワーク組織や団体は多様化し、数も増大して、エスニック・タウンとしての機能が充実する。このようにして、エスニック・タウンは居住、商業・業務、エスニック・コミュニティの機能が密集した総合型エスニック・タウンとして存立する。

続いて、エスニック・ビジネスタウン期においては、上述したように、エスニック人口が都市（ないし都市圏）のより広い範囲に分散するが、もともとのエスニック・ビジネスの集積域は維持され、中心地として機能する。ここにおいてかつての総合型エスニック・タウンから居住の機能が後退し、商業・業務機能に特化したエスニック・ビジネスへと変容する。このエスニック・ビジネスタウンは、当該エスニック人口のみならずホスト社会の住民や他のエスニック集団の成員、さらに観光客をも惹き付ける。また、この時期、労働力の雇用もより広範囲となり、ホスト社会や他集団の人々も含むようになる。

衰退期になると、エスニック集団の人口のみならずエスニック・ビジネスも広く分散し、エスニック・タウンが縮小・解体に向かう時期を迎える。この時期においても、一部のエスニック・ビジネスは供給する財・サービスの性質及び建造環境²¹の惰性故にもとのエスニック・タウン域に残存していることが予想される。なお、この時期においてエスニック・タウンは、一つのエスニック集団に対応する商業・業務地区としての機能

²¹ 空間の実質的包摂の結果として生産された空間編成のうち、可視的な地物として地表に刻み付けられたものは、その全体が空間システムを構成する。このような総体を、建造環境という。つまり、ある一つの都市空間は、企業や官庁の建物、交通路、住宅、公園、上下水道施設、電力供給設備などが一体をなしているが、これらがまとまって機能している都市の総体は、典型的な建造環境の例である。

は弱くなっても、かつてのエスニック・タウン域内で他の（なお移民流入が継続している）エスニック集団の施設の集積が進み、エスニック・タウンとしての性格が転換しているとみられるケースも考えられる。例えば、あるエスニック集団の企業家活動とネットワーク活動によって特定産業が発展していたものが、ホスト社会や他集団の参入により、その地域と産業における主役が交代されてしまうケースが考えられる。すなわち、ある視点からは衰退期であるが、別の視点からはエスニック・タウンの「転換期」であることもあり得ると捉えているのである。

以上で概観した杉浦（2011）のエスニック・タウンの生成・発展モデルは、移民者たちによる企業家活動が、引き続き移民の流入と更なる企業家活動の拡散に好影響を及ぼすということを示唆している。そして総合型エスニック・タウン期からエスニック・ビジネスタウン期にかけて、エスニック・タウンは移住の機能だけでなく、商業・業務機能に特化するが、これはつまり、エスニシティ企業家により多様なビジネスが創出されることを意味する。

ところで、空間的にエスニシティの居住地を分析し、外国人労働者の居住という現状を研究するには以下のような問題がある。まず、現代においては、経済的な面だけでなく、ホスト国家と出身国の情報と文化まで考慮する必要があるということである。グローバル化の進展やインターネットの発達により、出身国の情報と文化が迅速かつ正確にホスト社会に伝播され、移住民たちは出身国から離れて生活していながらも出身国における多様な情報に触れることができるからである。更に、個人的なネットワークが出身国を含む複数の国家に跨っている場合、社会的なネットワークは移住国の地域社会に限定されずに、より拡散されると想定できる。

もう一つは、エスニック・ネットワークを形成している全ての構成員が同一のエスニック・アイデンティティを構築しているという固定観念から脱却する必要があるということである。今後の研究においては、エスニック・ネットワークの内部も一つの社会と同様に、階級や出身国内での出身地・性別・世代による違いで分裂を抱えていること、また、エスニック・アイデンティティは社会の変動と共に流動性をもつということを視野に入れることが求められる。

2. 在日コリアンにおけるネットワーク

在日コリアンの流入プロセスからすると、祖国の社会的要因と政治的要因、経済的要因が PUSH 要因となり、日本に低賃金労働者として受け入れる市場が存在したことが PULL 要因になっている。国際人口移動論では、経済格差により豊かな社会への移動が促され、ホスト社会には移民を受け入れる社会経済的な土壌があることに起因する移民を「生産労働の移動」という観点から捉えており、PULL-PUSH 理論 (Lee 1966) と呼ばれる。そして、この PULL-PUSH 理論の要因に加えなくてはいけないのが、移民ネットワークの形成である。

在日コリアンの場合に限らず、移動する民族同士には必ずといっていいほど、規模が大なり小なり、エスニック・ネットワークが形成される。そして、このエスニック・ネットワークは、移民を決意するプロセスにおいて情報を共有する役割を果たすとともに、起業活動を促進させる。例えば、エスニック・ネットワークが形成されると、その中では食材を始めとする同胞が求める商品やサービスの提供からエスニック・ビジネスが始まる。こうした財やサービスの提供は、ニーズを把握している同胞ならではの優位性があるからこそ実現できる。

しかし、規模が限られている同胞市場でビジネスを展開するだけでは、成長に限界があるため、ホスト社会におけるニーズを満たすためのビジネスも始まるようになる(韓、2012)。言い換えると、エスニック・ビジネスが拡大されていくにつれて、ホスト社会とのネットワークの重要性が高まってくる。特に、在日コリアン企業に関する先行研究で確認したように、在日コリアン企業は起業段階から日本市場を志向する傾向が強い。つまり、在日コリアン企業家は紛れもなく日本経済が生んだ経営主体であり、当然ながら日本社会とのネットワークが在日コリアン企業の成長において非常に重要であるといえる。

これに関して、韓 (2005) は、京都の和装繊維産業における在日コリアン企業群の形成・発展と、在日コリアンというエスニック・ネットワークとの関係を、産業の導入期と成長期に分けて分析している。その結果からすると、エスニック・ネットワークの役割は、産業の導入期において高く、成長期においては相対的に低いとされている。つまり、エスニック・ネットワークから獲得する資源や情報が、起業段階においては多大な役割を果たすものの、個別企業の安定的な成長を約束するわけではないのである。言い

換えると、在日コリアン企業の成長は、あくまでも企業家活動を通じて蓄積する競争力によって成し遂げられるものである。更に、日本市場指向の傾向が強い在日コリアン企業においては、日本社会における市場や取引先、顧客とのネットワークが成長の決め手となっていると考えられる。

在日コリアン企業と民族金融機関（以下、民金）とのネットワークからも以上のような様相がうかがえる。在日コリアン企業が民金とどのような関係を築いてきたのかを考察した韓（2005、2007）の研究からすると、在日コリアン企業は、信用力に欠ける起業段階においては民金との取引が強く、起業に必要となる資金や情報の源泉として民金のネットワークを活用している。しかし、民金の経営規模には限界があり、在日コリアン企業の規模が拡大するにつれ、民金から一般金融機関へと取引をシフトするようになっている（韓、2008）。つまり、在日コリアン企業がどの段階に位置するかによって、日本社会とエスニック社会におけるネットワーク戦略が変化するということが明らかにしている。

現代においては、インターネットとパソコンの普及により、これまでのローカル色の強いエスニック・ネットワークから地球を横断するボーダレスのエスニック・ネットワークが出現している（福井、2005）。それゆえ、在日コリアン企業が構築するネットワークは日々複雑になっており、そのネットワークからの多様な情報は、企業家活動の遂行にも影響を与えると考えられる。

これに関して、林（2007）は、世界韓商ネットワークにおける定量的研究を行っている。結果からすると、世界韓商ネットワークを重要であると認識している在日コリアン企業家は 70.3%であり、世界韓商ネットワークへの参加を展望する在日コリアン企業家は 58.8%となっている。つまり、在日コリアン企業家の殆どが韓商ネットワーク構築を重要視しており、世界韓商ネットワークに参加したいと考えている在日コリアン企業家も相当数存在することが明らかになっている（林、2007）。特に、グローバル化によってもたらされる厳しい競争の中で生き残るためには、在日コリアン企業家が民族の重要な財である世界韓商ネットワークを活用するとともに、お互いが共生できるシステムを構築する必要があると認識している。また、事業継承、多角化、人材育成は、在日コリアン企業の持続的な発展のために必ず解決しなければならない課題であり、このためにも世界韓商ネットワークの支援と協力が重要になっていくと展望している（林、

2007)。

一方、祖国社会と在日コリアン企業とのネットワークに言及した研究も多数ある。例えば、海外同胞問題研究所（1966）は、在日コリアン企業の場合、起業の初期段階において民族内の強いネットワークのネットワークを基盤としており、祖国または世界各国のコリアン企業とのネットワーク志向であると述べている。また、河（2012）の研究内容によると、一世の在日コリアン企業家は、朴政権時代、韓国の経済発展のために多大な物質的貢献を行っており、それに対して朴政権は 1965 年に「在日韓国人法的地位協定」等を締結したり、「外資導入法」等を公布したりして、一世の在日コリアン企業家の韓国への投資を外国人待遇で優遇し、法人税・所得税等の租税減免を保証した。これを通じて、在日コリアン企業は韓国とのつながりを継続できるルートを確保している。また、朴（2012）も、タクシー業界の事例を通じて、在日コリアン企業家が韓国にどのように貢献しており、韓国社会における在日コリアンに対する誤解や偏見をなくすためにどのような努力をしているのかを記述している。このような先行研究を通じて、在日コリアン企業家が祖国との繋がりを大切にしていることが読み取れる。

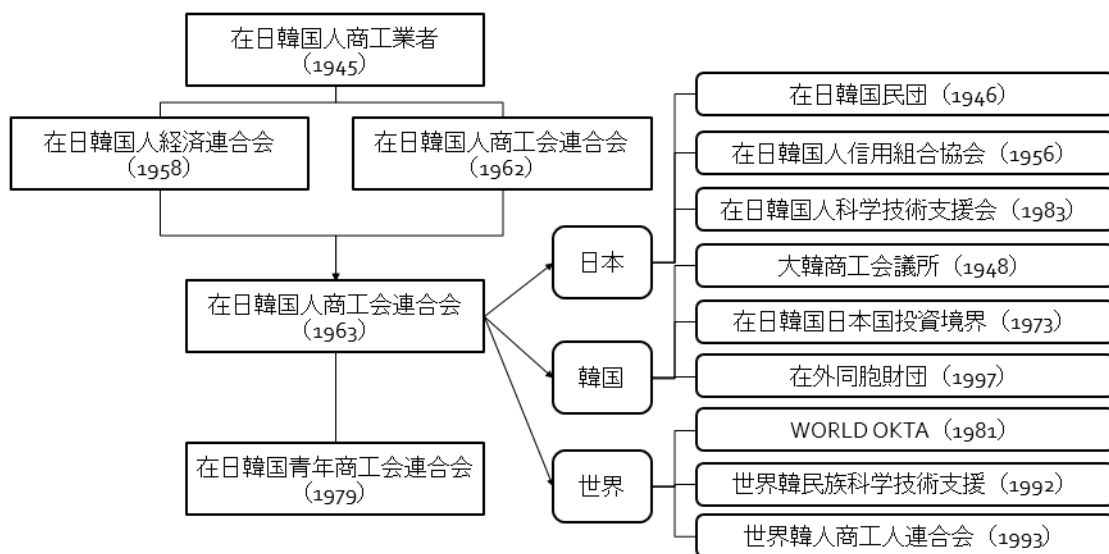
在日コリアンのエスニック・ネットワークに話を戻すが、朝鮮半島は 1948 年から大韓民国と北朝鮮に分裂しており、在日コリアンの主なエスニック・ネットワークも在日本大韓民国民団系（以下、民団系）と在日本朝鮮人総連合会系（以下、総連系）に分けられている。Yim & Lee（2011）は、民団系と総連系に分けて在日コリアン企業の経済ネットワークの特性を分析しており、各ネットワークの特徴を挙げている。まず、世代別に在日コリアン企業家のエスニック・ネットワークへの参加可否を分析すると、一世の場合は、朝鮮人商工連合会（総連系）への参加の比率が高いが、二世になると、在日韓国商工会議所（民団系）への参加比率が高くなっている。このような現象は、グローバル化が本格化された 1990 年代の以後、韓国の急激な経済発展と共に民団の活動も活発化されたことで、在日コリアン企業家の韓国への関心が高まったからであると解釈できる。

また、民団に所属している在日コリアン企業家の場合、総連系朝鮮人商工連合会への参加比率が高いのに対して、総連に参加している在日コリアン企業家は、民団系韓国商工会議所への参加比率が相対的に低かった。分析結果を総括すると、在日コリアン企業のエスニック・ネットワークの特性は民団系と総連系に区別することができ、総連系

は総連系企業間の団体や組織において強いネットワークを構築している反面、民団系は民団や総連系企業との広くて拡大された弱いネットワークを形成していると結論付けられた。

図1-4は、民団系在日コリアン企業の経済ネットワーク構築プロセスを表している。最初の在日コリアン企業は同質の民族集団の強いネットワークを背景に「在日韓国人商工業者」という組織を結成していた。その後、在日韓国人商工業者は「在日韓国人商工会連合会」と「在日韓国人経済連合会」という二つの組織に分かれたが、1963年には「在日韓国人商工会連合会」に統合された。

図1-4 民団系在日コリアン企業の経済ネットワークの構築プロセス



出所：Yim & Lee (2012)

1970年代末は在日コリアン企業家の世代交代論が登場し、次世代企業家の養成問題が本格的に論議され始め、「在日韓国青年商工人連合会」が結成された。1960～1970年代は、在日コリアンは民族集団内の強いネットワークのネットワークを基に企業を形成し始め、1970～1980年代以後になると祖国への投資が活発化し、本格的なグローバル化が始まった1990年代以後は、世界韓商ネットワークの構築を通じてグローバル企業として成長している。

つまり、民団系の在日コリアン企業は祖国とのネットワークを形成し、祖国経済の浮

上とともに成長してきた。そして、グローバル時代においては、祖国と民族内部に制限される強いネットワークのネットワークだけでなく、世界各国に展開している在日コリアン企業とのネットワークを構築し続けている。

それでは、総連系在日コリアン企業の場合はどのような経済ネットワークを構築しているだろうか。

図1-5は、総連系在日コリアン企業の経済ネットワークの構築過程を示している。在日コリアン企業家たちは1945年9月、東京にて「在日朝鮮工業会」を結成し、1946年2月26日に「在日本朝鮮人商工会全国大会」を開催し、「在日本朝鮮人商工会連合会」本部を設立した。1955年、在日朝鮮人商工連合会は総連への参加団体として加入し、1961年には改編を経て、1961年4月に「朝鮮商工会館」を設立した。

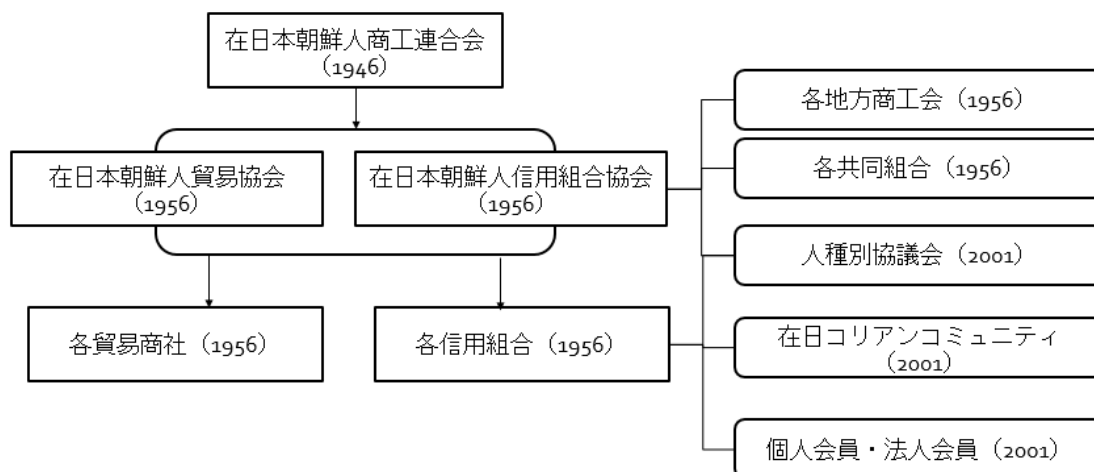
1984年には、北朝鮮が「合併法」を実施することによって、在日朝鮮人商工人の北朝鮮への進出と企業活動が可能になった。北朝鮮の「合併法」の趣旨は、北朝鮮と世界各国との経済交流を拡大・発展させることにあり、合併法は、海外に住んでいる同胞が北朝鮮の企業と合併することを可能にする法的根拠として機能した。

1986年、在日朝鮮人商工連合会は合併事業の推進を基本目的とする「合併事業研究会」を発足させ、1987年には、モスクワで合併総会社主催の北朝鮮軽工業製品展覧会を開催した。これ以後の1980年代後半から1990年代前半にかけて、在日朝鮮商工人は、総連合併経済代表団と朝鮮商工人の北朝鮮訪問、朝鮮合併銀行の設立、資本投資と技術開発など、北朝鮮の経済発展のために多大な寄与をしてきたといわれている。

つまり、在日本朝鮮人商工会は、北朝鮮と総連系在日コリアンを中心とし、日本国内において強いネットワークを構築しており、対外的には閉鎖的であることから、彼らの経済活動やネットワークの範囲はかなり制限されていることが分かる。それゆえ、以下のような示唆点を提示している。まず、今後は総連系企業家と民団系企業家との相互交流や情報交換の場が必要になることである。また、総連系企業家が強いネットワークを形成しているというのは、相対的に韓国企業家と総連系企業家との経済ネットワークが弱いということの意味する。従って、韓国の企業家が日本で新しい市場を開拓したり技術を習得したりするためには、総連系企業とのネットワークを構築することが求められる。それから、閉鎖的な総連系企業が開放的なグローバル・ネットワークを構築するように、韓国国内にて開催される各種経済大会や行事への参加を勧める制度や装置の整備

が急務である。

図1-5 総連系在日コリアン企業の経済ネットワークの構築プロセス



出所：Yim & Lee (2012)

以上で述べてきたように、日本社会において民団系と総連系の在日コリアン企業は独自のエスニック・ネットワークを形成してきた。民団系在日コリアン企業は総連系在日コリアン企業より開放的で柔軟な特性をみせており、日本国内外の多様な経済団体とのネットワークを形成してきている。その反面、総連系の在日コリアン企業は閉鎖的であり、特定の経済団体とのネットワークを形成している (Kim 2008、Lim 2010)。

しかしながら、Yim & Lee (2012) のデータ調査によると、以上に述べた先行研究とは異なる結果になっており、時代の変化と共にエスニック・ネットワークの性格も変動してきたことが分かる。Yim & Lee (2012) の調査結果からすると、民団系在日コリアン企業家は、経営活動においてエスニック・ネットワークを有効活用しているが、個人的なネットワークでは家族や親戚中心の強いネットワークを形成している。また、半分以上が日本の金融機関を利用しており、民族金融機関とは弱いネットワークのネットワークを構築する傾向が強い。しかし、Yim & Lee (2012) のアンケート調査によると、民団系在日コリアン企業家の場合、海外同胞との取引はまだ少数に過ぎなかったが、今後の投資は増加するとの肯定的な回答が多かった。

一方、総連系在日コリアン企業家は、一般的に知られている事実とは反対に、民族金

融機関より日本の金融機関を利用する比率が高く、低い比率ではあるが、能力と必要に応じて在日コリアンでない外国人（非日本人）の従業員を雇用していた。また、情報交換の手段に関しては、総連系エスニック団体に所属する内部者間の情報共有を徹底していたが、外部の多様なメディアとの接触も重要視している。即ち、エスニック・ネットワークに基づく内部の強いネットワークを大切にするとともに、外部との弱いネットワークによる情報交換も重要視していることが判明した（Yim & Lee 2012）。このような研究結果から、民団と総連の両方が自民族中心の強いネットワークと、現地社会における弱いネットワークを構築しており、ネットワーク構築の形が類似してきているといえる。

このように Yim & Lee (2012) は、民団系在日コリアン企業と総連系在日コリアン企業のネットワーク構築の形が類似してきていることから、それらを分類せず、全てを在日コリアン企業とみなしている。在日コリアン企業家が参加している組織としては、民団、在日韓国商工会議所、朝鮮商工連合会、総連、教会、韓人会、OKTA（社団法人世界韓人貿易協会）、各種企業家団体などが挙げられるが、在日コリアン企業家のエスニック・ネットワーク（エスニック団体および組織における活動）に対する相関関係を分析した結果、同質性が高い民族、地域、近い親戚や家族などを中心とする強いネットワークを形成しており、相互の信頼関係や情報共有の程度が高い。しかし、在日コリアン企業の取引企業の比率をみると、日本企業が 60.6%、日本国内同胞企業が 29.4%、海外同胞企業が 2%、その他（韓国を含む）の外国企業が 8%であった（Yim 2005）。

このように、在日コリアン企業は、日本企業と取引する比率が最も高く、次に、日本国内の同胞企業と取引する比率が高いが、これを言い換えると、企業の取引関係においては、同質民族よりも、業種間の情報交換や取引関係を重視することを意味する（Yim 2005）。

また、このような現象は、在日コリアン企業が日本に定着し始めてから 60 年という年月が過ぎ、かなり現地化されていることを意味する。しかし、外国企業や海外同胞企業との取引比率が低く、日本国内の企業や日本国内の同胞企業との取引が中心となっていることは、グローバル時代の到来において不利に作用しており、在日コリアン企業の発展を防ぐ要因であると懸念する見解もある（Lee 2012）。

しかし、それよりも、在日コリアン企業とエスニック・ネットワークに迫っている最

も重大な課題は、エスニック・ネットワークを維持するための努力不足によるエスニック・アイデンティティの希薄化の問題である。

日本に住んでいる在日コリアン三世と四世は、日本の民族差別と同化政策、在日コリアン社会の内部的な問題（民族教育の不在、エスニック・アイデンティティの不構築など）、韓国政府の関心不足などを理由として、毎年約五千人から一万人が日本社会に帰化している。在日コリアン一世と二世は、1960～1970年代に強いネットワークを構築しており、祖国の経済発展にも多大に寄与していたが、在日コリアン三世と四世の場合、アイデンティティが曖昧であり、祖国への関心も希薄になりつつある。

先行研究によると、在日コリアン企業家一世と二世は、祖国との親密な関係を維持しつつ、在日コリアン企業間のエスニック・ネットワークにおいても強いネットワークを構築していた（Kim & Park 2007）。しかし、在日コリアン企業家三世と四世は、現段階の経営活動においてエスニック・ネットワークが実質的に活用できるか否かを考慮する傾向が強いため、在日コリアン一世と二世とは異なる弱いネットワークのネットワーク特性を示している（Yim & Lee 2011）。

本研究では、エスニシティである在日コリアン企業を研究対象とするため、本節ではエスニシティの特徴となるエスニック・ネットワークに関して主に述べてきた。しかし、文中で説明しているように、在日コリアンの企業家活動を分析するにおいては、エスニック・ネットワークだけでなく、日本社会や祖国社会など、在日コリアンならではの複雑なネットワークの特性を考察する必要があると考えられる。

また、在日コリアン一世以後の世代になるとエスニック・アイデンティティが希薄化したり、それによってエスニック・ネットワークの維持がエスニック団体における課題となったりするが、先行研究で概観してきたように、エスニック・ネットワークは企業家活動の拡散に好影響を及ぼすため、エスニック団体の存在はエスニック・タウンの形成において必要不可欠な要素となると考えられる。特にエスニシティの信用組合協会などといったエスニック団体は、資金確保が困難なエスニック企業の起業段階において資金や情報を提供するなど重要な役割を果たすため、第二経済の組織として新企業の創造と成長を可能にするインフラを構築する可能性が高いということを念頭に置いておきたい。

第4節 アイデンティティに関する先行研究

1. エスニック・アイデンティティ

移民や他国における起業活動においてエスニック社会との関わりは非常に重要な役割を果たす。アイデンティティとは、自我と所属意識に関する感情を構成するものであり、エスニック社会というのは、少数民族のアイデンティティを共有している人たちの集まりであるが、自分がある民族であるというアイデンティティを持っていないとエスニック社会は構成できない。それゆえ、エスニック社会を研究するにおいてアイデンティティという概念を検討する必要があると考えられる。

アイデンティティは、哲学的・心理学的な用語で、特に精神分析学的用語として知られており、一般的に個人は自分が属している集団や地位を通じて多様な感情と意識を形成しながら「自分は何者である」という自意識を形成するようになる。ところで、階級的、文化的な異質感を感じたり、差別を受けたりする場合は、「自分は何者である」という自意識を規定しにくくなる。このような場合、アイデンティティは自分に対する一貫性のある固有の意味体系を付与することにより確立されるが、堅固な一貫性を持つほど現実に対する適応はより難しくなる。

近代社会において堅固な一貫性は国民国家体制固有の本質的なものとして考えられ、無意識のうちに国家、文化、民族、人種などの集団的アイデンティティが成立される。しかし、複雑なグローバル時代において発生する移住は、このような堅固な一貫性を困難にする。

移住または移民、アイデンティティの問題は、早くから移民者を受け入れた欧米社会においては、移民者の社会文化的適応と関連した争点として多くの研究者の関心を集めた。特に移民二世以上のアイデンティティの葛藤は、ホスト社会への同化を戸惑う移民者の現実を明らかにしている。

欧米社会でアイデンティティという用語が急速に注目を集め、普及されたのは 1960年代である（西川、2001）。少数者集団、つまり、エスニシティのアイデンティティを政治哲学的な談論に引き上げた Taylor（1994）によると、アイデンティティは「自分が何者であるかにおける理解、つまり、人間としての根本的な特性」である。また、アイデンティティは孤立の状態で作られるものではなく、他人との対話的關係を通じて協議し合う過程から作られるものであるが、間違えて歪曲されたアイデンティティを内面

化すると、自分を劣等な存在として認識してしまい、低い自尊心を持つようになる。それゆえ、アイデンティティは、近代社会という歴史的な背景の中で、個人が平等と尊厳の問題に向き合うための重要な方式となる。

更に、民族とはある程度の血縁的共通性と居住地域の同一性を基礎として成立した文化共同体となり、想定される出自・血縁関係や、同族であるという信念・伝承は、決して客観的で安定した特徴とはいえないこと、出自についても何世代前まで遡るかによって事情は異なるであろうし、グローバリゼーションが進行中の現代においては両親の出自が異なるということも珍しくないことを理由に、エスニック・アイデンティティには、その地域に関する歴史的事実、社会的条件に関する個人の認識が影響すると考えられている（高良 他、2012）。

また、エスニシティは、統一された政治的共同体を形成していることは必須ではなく、その為の権利・主権があるとも通常はみなされない²²が、世の中が多文化社会に進展していく中で、エスニシティに政治的な権利を与える基礎としてアイデンティティを捉えるようになり、元々「同質性」を意味していたアイデンティティは、「違い」と「多様性」を意味し始めた。そして、Hall（1992）の文化的アイデンティティ論からすると、アイデンティティは既に達成され完成されたものではなく、常に変化する可能性を持つ。つまり、本質ではなく一つの位置化である。これに関してMelucci（1989）は、現代の日常生活は多層性と不連続性を特徴としており、社会変動は加速化していくので、個人が関係する組織も多様化され、個人が入手する情報も増大されるとの見解を持つ。このような変化の中で、継続性を追求するためには、常に、現在という視点からアイデンティティを定義し直す必要があるとしている（西川、2001）。

社会運動への参加を通じて人々はアイデンティティの再構成過程に置かれるようになる。社会運動過程で多様な相互交渉の過程を経るが、これがアイデンティティを刺激するのである。社会運動に参加する過程を通じて行為者は意図してもしなくとも相互交渉と内面化の過程を経て、アイデンティティの変化を迎えるようになる。但し、このように構成されたアイデンティティも固定不変の属性を持っているとは限らない。つまり、多様なネットワークを通じて動員され運動に参加した個人は、そこで出会った人々

²² 国家の場合、そのような分断状態は、強い例外状態の意識を呼び起こす。多くの憲法等に見られる「不可分の」国家という用語が典型的である。

と短い期間の間、一種の共同体を形成するが、その期間が終わると、元々の場所に帰るかそれともまた他の運動に参加することで再びアイデンティティの再構築の過程を経る (Melucci 1989; 西川、2001)。このようにアイデンティティは形成・解体・再構成の過程を経ることから、潜在的かつ流動的であり、変化に敏感である特性を持つことが分かる。

このようにアイデンティティそのものの流動性を強調する立場に立つと、一度形成されたアイデンティティは不変的であるというよりは、複雑で変化の激しい環境の中で、一時的に現れるものであり、流動的なものであると理解できる。それはまた、「国家を超えるもしくは国家にこだわらない、政治的・文化的に多様で多元的な状況を創出する」ものとして捉えることができる (Yoon 1996)。

移住や労働移住というのは、祖国社会とホスト社会を地域的に切断する過程ではなく、両社会を行き来する過程である。それゆえ、この過程を体験する主体である移住労働者のアイデンティティを議論するにおいては、より多様な局面から接近する必要がある。

現代社会におけるエスニック・アイデンティティは二つの領域に分けられる。「文化的アイデンティティ」と「政治的アイデンティティ」である。まず、文化的アイデンティティとは、言語、宗教、習俗・習慣などをもとに形成され、その民族集団社会で生活する中で無意識的に獲得されるものである。それに対して、政治的アイデンティティは、社会の現状を意識し、自覚することを通じて、自ら学び取っていくアイデンティティである。つまり、政治的アイデンティティは、自分が生活する民族集団社会の歴史や権力構造といったものを自らが認識し、理解する過程を通じて獲得されるものであると定義される。このように自らの存在や自らの生きている空間を客観的に認識し、それらの現実と意識的に向き合っていく過程を Freire (1970) は「意識化の過程」と呼ぶ。そういった意味で、この政治的アイデンティティは、意識化された文化的アイデンティティであるとも言える。そして、抑圧された状況の下で生きる人が、被抑圧状況から自らを解放していくためには、肯定的な政治的アイデンティティを獲得することが重要である (北村、1998)。

2. 在日コリアンにおけるエスニック・アイデンティティ

サンフランシスコ講和条約を契機に在日コリアンの帰化が始まった 1952 年以来、在

日コリアンの帰化者数が増加してきたが、その理由を探る前に在日コリアンの結婚状況と就職状況に触れることにする。

まず、表1-7の「在日コリアンの婚姻状況」を参考にすると、1975年の在日コリアンの結婚は、同胞間婚姻、日本人（日本国籍の帰化コリアンを含む）との結婚がほぼ同数となっており、1985年には日本人との結婚の方が多くなっている。最も新しいデータである2003年には同胞間婚姻が10.7%であるのに対して、日本人との婚姻は87.2%となっており、今や日本人との結婚の方が圧倒的な多数を占めている。しかし、表1-8の在日コリアンの離婚率をみると、日本人男性と在日コリアン女性の間では6割強にも及んでおり、日本人女性と在日コリアン男性の間では3割強にもなっている。特に女性の在日コリアンの場合、離婚すると殆どが母子家庭となるので、結果として民族と女性という二重の差別を受けている可能性がある。

次は、在日コリアンの就職に関して検討してみよう。1990年、民団が在日コリアンの職業を調査した資料によると、技術者2,469人、技能工31,101人、販売従業員33,562人、サービス業33,562人で、無職者は462,611人であった。つまり、彼らの職業の向かうところは、戦後日本社会で主流となるホワイトカラー、サラリーマンなどの職種からは排除され、都市の自営業とくに零細下請け工場、はきもの製造、飲食店、風俗営業などが多かった。在日コリアンに対する就職差別は、1980年代以降から徐々に緩和されつつあるが、完全に消えたわけではない。在日コリアンの子孫は、幼少時代から親の就職差別ゆえに、貧しさや不安定な生活を強いられてきたこともその要因である。

それでは、在日コリアンの帰化に話を戻す。上述したように、在日コリアンの帰化は1952年に始まる。サンフランシスコ講和条約を契機に在日コリアンの日本国籍が一斉に剥奪された際、既に日本の公務員の地位にあった在日コリアンと在日台湾人に対しては、便宜上、帰化を申請させたのがその始まりであった（尹、1992）。

表1-9から分かるように、1960年代に入ると、帰化者は年間約3,000人となるが、これは1959年の北朝鮮への帰国事業にからみ、帰国を迫られて帰化を決意する者が多かったためである。その後の1970、1980年代における帰化者数は年間約3,000人から6,000人で推移している。南北分断の固定化と定住化傾向、一世から二・三世への世

表 1 - 7 在日コリアンの婚姻状況

年度	婚姻件数	同胞間婚姻		外国人 との婚姻	日本人との婚姻			その他 外国人
		婚姻数	構成		妻	夫	合計	
1955	1,102	737	66.9	33.1	22.0	8.5	30.5	2.6
1965	5,693	3,681	64.7	35.3	19.8	14.8	34.6	0.7
1975	7,249	3,618	49.9	50.1	21.4	27.5	48.9	1.2
1985	8,588	2,404	28.0	72.0	29.4	42.2	71.6	0.4
1990	13,934	2,195	15.8	84.2	19.5	64.2	83.7	0.5
1992	10,242	1,805	17.6	82.4	27.4	54.1	81.5	0.9
1993	9,700	1,781	18.4	81.6	28.5	52.2	80.7	0.9
1994	9,228	1,616	17.5	82.5	29.1	52.6	81.7	0.8
1995	8,953	1,485	16.6	83.4	31.7	50.5	82.2	1.2
1996	8,804	1,438	16.3	83.7	31.8	50.7	82.5	1.2
1997	8,504	1,269	14.9	85.1	31.3	52.7	84.0	1.1
1998	9,172	1,279	13.9	86.1	28.7	56.1	84.8	1.3
1999	9,573	1,220	12.7	87.3	26.1	60.6	86.7	0.6
2000	9,483	1,151	12.1	87.9	21.7	65.5	87.2	0.7
2001	9,752	1,019	10.4	89.6	25.4	63.4	88.8	0.8
2002	8,847	943	10.7	89.3	26.9	60.5	87.4	1.9
2003	8,662	924	10.7	89.3	25.8	61.4	87.2	2.1
2004	9,187	949	10.3	89.7	25.0	62.4	87.4	2.3
2005	9,238	866	9.4	90.6	22.6	65.7	88.3	2.4
2006	9,464	845	8.9	91.1	24.7	63.8	88.5	2.6
2007	8,889	847	9.5	90.4	24.9	63.1	88.0	2.6
2008	7,567	695	9.2	90.8	27.8	60.2	88.0	2.7
2009	6,835	643	9.4	90.6	27.5	60.2	87.7	2.9
2010	6,454	601	9.3	90.7	30.7	56.8	87.5	3.2

出所：在日本大韓民国民団のホームページ

交代が大きな要因となっている。1990年からも徐々に増加の道を辿っており²³、それとは逆に、表1-10の在日コリアンの人口は減りつつある。この時期の在日コリアンは、以上に述べてきた状況や差別からの回避を帰化理由として挙げてきた。

表1-8 在日コリアンの離婚率 (2001年)²⁴

	婚姻数	離婚数	離婚数／婚姻数
総数 (括弧内は日本国籍者とのもの)	9,830 (8,665)	8,817 (3,836)	89.69%
夫婦とも韓国朝鮮籍	1,019	1,067	95.50%
一方が韓国朝鮮籍	8,811 (8,665)	3,875 (3,836)	43.98%
夫が韓国朝鮮籍	2,555 (2,477)	1,207 (1,184)	47.24%
妻が韓国朝鮮籍	6,256 (6,188)	2,668 (2,652)	42.65%

出所：鄭 (2003)

しかし、現代における帰化理由は以前より多様になっている。その中でも、不確実な在留資格を確実なものにするため、海外への出張や旅行が便利となることから、商売の便宜のためといった利便性を追求することから帰化をする人が多い。つまり、民族差別や就職差別の回避、日本人との結婚をきっかけとした日本人の配偶者や子どもへの配慮などが主な帰化理由であった昔に比べると、現代における帰化は、必ずしも自らエスニック・アイデンティティを捨てることを意味してはいない。

それにも関わらず、日本国籍を取得した在日コリアンは、多かれ少なかれ後ろめたさを感じつつ生きているというのも事実である。国を奪われ、民族としての誇りを傷つけられた過去、そして戦後も不当な扱いを受けたという思いが、帰化に否定的な感情を抱かせるのである。しかし、在日コリアンの歴史が五世に至るまで長い年月を経た現在は、

²³ 1992年には7,244人、1993年には7,897人、1994年には8,244人、2001年には10,295人と着実に増加している。

²⁴ 離婚率の高さは、ニューカマーたちが日本で在留資格を得るための偽装結婚が多いからだと言う人もいる。そのようなケースもあるかもしれないが、婚姻数と出生数を比べると、偽装結婚はそれほど多くないと思われる。

帰化に対して以前に比べると大分寛容になり、かつてのような日本への同化に対する蔑視も少なくなっている。但し、これは彼らがエスニック・アイデンティティを放棄

表1-9 在日コリアンの帰化者数

年度	帰化数	年度	帰化数	年度	帰化数
1952	232	1974	3,973	1996	9,898
1953	1,326	1975	6,323	1997	9,678
1954	2,435	1976	3,951	1998	9,561
1955	2,434	1977	4,261	1999	10,059
1956	2,290	1978	5,362	2000	9,842
1957	2,737	1979	4,701	2001	10,295
1958	2,246	1980	5,987	2002	9,188
1959	2,737	1981	6,829	2003	11,778
1960	3,763	1982	6,521	2004	11,031
1961	2,710	1983	5,532	2005	9,689
1962	3,222	1984	4,608	2006	8,531
1963	3,558	1985	5,040	2007	8,546
1964	4,632	1986	5,110	2008	7,412
1965	3,438	1987	4,882	2009	7,637
1966	3,816	1988	4,595	2010	6,668
1967	3,391	1989	4,759	2011	5,656
1968	3,194	1990	5,216		
1969	1,889	1991	5,665		
1970	4,646	1992	7,244		
1971	2,874	1993	7,697		
1972	4,983	1994	8,244		
1973	5,769	1995	10,327	合計	333,206

出所：在日本大韓民国民団のホームページ

表 1 - 1 0 在日コリアンの人口推移

年度	在日コリアン数	年度	在日コリアン数	年度	在日コリアン数
1912	3, 171	1937	735, 689	1974	643, 096
1913	3, 635	1938	799, 878	1976	651, 348
1914	3, 542	1939	961, 591	1978	659, 025
1915	3, 917	1940	1, 190, 444	1980	664, 536
1916	5, 624	1941	1, 469, 230	1982	669, 854
1917	14, 502	1942	1, 625, 504	1984	687, 135
1918	22, 411	1943	1, 882, 456	1986	677, 959
1919	26, 605	1944	1, 936, 843	1988	677, 140
1920	30, 189	1945	1, 115, 594	1990	687, 940
1921	38, 651	1946	647, 006	1992	688, 144
1922	59, 722	1947	598, 507	1994	676, 793
1923	80, 415	1948	601, 772	1996	657, 149
1924	118, 152	1949	597, 561	1998	638, 828
1925	129, 870	1950	544, 903	2000	635, 269
1926	143, 798	1952	535, 065	2001	632, 405
1927	165, 286	1954	556, 239	2002	625, 422
1928	238, 102	1956	575, 287	2003	613, 791
1929	275, 206	1958	661, 085	2004	607, 419
1930	298, 091	1960	581, 257	2005	598, 687
1931	311, 247	1962	569, 360	2006	598, 219
1932	390, 543	1964	578, 545	2007	593, 489
1933	456, 217	1966	585, 278	2008	589, 239
1934	573, 695	1968	598, 076	2009	578, 495
1935	625, 678	1970	614, 202	2010	565, 989
1936	690, 501	1972	629, 809	2011	545, 401

出所：在日本大韓民国民団のホームページ

したということではない。近年、帰化した若者の中からは、「民族」の理念ないしは意識を取り戻し、「コリアン」として生きようとする現状も見受けられる。これは「日本国籍」＝「日本人」という図式を否定する行為であり、「民族」や「コリアン」の証は「国籍」ではないという訴えである。

このように在日コリアンの世代交代により、帰化に対する見解も変わりつつある。国勢調査によると、在日朝鮮人のうち日本生まれの者は1930年には約8%に過ぎなかったが、1950年には約50%まで増えており、更に在留外国人統計によると、1974年には約76%になっている。日本生まれの在日コリアンが韓国語もしくは朝鮮語を始めとする言語や文化に親しむためには、一世よりも多くの努力を重ねなければならない。それゆえ、彼らの中では、簡単な単語以外は祖国語が理解できない人が多数を占めており、朝鮮半島への帰属意識は弱くなっていく反面、日本社会との結びつきは強くなっている。

このような世代交代を背景に、在日コリアンのエスニック・アイデンティティの多様化が指摘されて久しく、先行研究の蓄積も相当のものがある。例えば、原尻（1989）は築豊A地区の在日コリアン・コミュニティを事例に、彼らが祖国の文化をいかに解釈しているかを通じて、エスニック・アイデンティティの主観的意味付けを記している。福岡（1994）は、在日の若者におけるアイデンティティの脱葛藤について述べるとともに、在日コリアンがエスニック・アイデンティティをいかに形成していくかを実証的研究により分析している。また、金（1999）は、朝鮮半島生まれの世代にとってエスニシティは、日本社会からの圧力に対する対抗の手段であり、その際にエスニック・アイデンティティが形成されることを指摘する。在日コリアンに限らず、他のエスニシティにおいても差別によるエスニック・アイデンティティの変化について議論が行われている。江淵（2002）によると、民族差別や就職差別を受けていた在米日本人一世は、自分の子孫である在米日本人二世もそのような困難にぶつかることを心配したゆえ、在米日本人二世に高い学歴が必要だと感じており、「立派なアメリカ人になること」が「日本人としての誇りである」と考えていたという。これに関して、在米日系人二世を対象にエスニック・アイデンティティの形成過程を分析した竹沢（1994）によると、エスニック・アイデンティティ形成までの三つの過程をあげている。家庭やエスニック・コミュニティ環境における人種的ないし文化的アイデンティティの強化、主にホスト社会の学校における「ホスト社会への同化」のイデオロギーの追求、ホスト社会における日系人に対する排

斥及び民族差別であり、これらの過程を経ることでエスニック・アイデンティティが変化していくと述べている。

上述したように、移民や移住労働者を始めとする民族差別に苦しむ人種は、ハンディキャップのある障害者のようなもので、何か特別な技術や能力を身につけなければ対等に扱ってもらえなかった。あらゆる偏見に打ち勝つには、あらゆることについて能力をもつことが効果的であり、ホスト社会から尊敬を得ることが重要であると多くの二世は教えられた。つまり、二世はホスト社会からの偏見、エスニック社会からの教育、ホスト社会のエスニシティに対する待遇の変化など、様々な要因からの影響を受けながらエスニック・アイデンティティを形成していったのである。

それでは、在日コリアンのエスニック・アイデンティティの形成過程と特性を分析した研究をより詳しく検討することにする。

李（1999）は、日本で生まれ育ち、日本社会に同化した在日コリアンのアイデンティティの形成プロセスを次の四つに分類している。第一段階は幼少期であり、自分が他の日本人と何ら変わらないと思い、自分のルーツに気が付いていない段階である。ある両親はルーツをまったく説明しない場合もあり、16歳になって外国人登録の義務が生じた時に、初めて自分が日本人でないことを自覚する若者もいる。その時に得る心理的ショックや葛藤は計り知れない。第二段階は、日本人から又は日本社会から差別・偏見を経験し・日本人でない自分に対し劣等感を抱くようになる段階である。深刻な葛藤に悩む時期を経て、自分のルーツを隠し又は否定し、日本人になるために努力する。第三段階では、本名宣言や親しい友人に自分のルーツを告白し、自分のアイデンティティを確立することになる。このようにして自分自身の劣等感を克服しようとし、自分を認識することは自己形成の第一歩であると言える。第四段階は、エスニック・アイデンティティというよりむしろ個人のアイデンティティ（individual identity）を確立し、これからの人生における生き方を模索する段階である。但し、全てすべての在日コリアンがこの四つの段階を踏むとは限らない。

これに対して、福岡・辻山（1991）は、李（1999）が提示する最終段階を更に四つのタイプに分類している。「日本人と共に生きる」ことをめざす「在日志向」タイプ、「在外公民」として生きる「祖国志向」タイプ、「自己実現」をめざす「個人志向」タイプ、「日本人になる」ことをめざす「同化志向タイプ」である。在日志向タイプは、日本人

と共生の道を模索し、コミュニティにおいても積極的に多文化共生、異文化理解を促進しようと運動を積極的に行う在日コリアンの若者を指す。祖国志向タイプは、祖国の思想・伝統・文化・言語の踏襲に努力を重ねる人たちである。個人志向タイプは、自分のルーツにこだわらず、生活における成功に重点を置く人であり、豊かな生活ができれば満足であると考え、在日の法的地位や社会的差別・偏見に対して敏感に反応しない。同化志向タイプは、帰化し、自分のルーツを抹消し、日本人として生きると決心する人である（李、1999）。

また、祖国と日本という二つの国に帰属し、文化境界をさ迷う者の形成をタイプ別にした江淵（2002）によると、エスニック・アイデンティティの強い類型は「伝統・保持型」、「文化変容型」、「境界型」、「二文化型」と四つに分けられる。伝統・保持型は、エスニック・ネットワークに強い依存を持つ者に当てはまる。まさしく、在日コリアン二世を象徴するようなタイプである。文化変容型は、ホスト文化への志向の強い類型として伝統・保持型に対極するものである。日本文化の中で生活しているとはいえども、日本文化だけに固執している在日コリアンは少ないため、文化変容型には当てはまる世代はないとされる。次に境界型は、二つの文化の間を揺れ動き、いずれの文化についても確かな帰属感を持つことが出来ず、否定的な自己イメージを形成するタイプである。江淵（2002）は、これこそ、同化と異化の間でもがき苦しむ二世が当てはまるのではなかろうかと述べている。最後の二分化型は、境界型と同じく、確かな帰属感はないものの、二つの文化を自分なりに統合し、心理的安定を得ている者であり、在日コリアン三世以降の世代に当てはまる。昨今、在日コリアンの若者の中には、かつてのように二重、三重の疎外感に悩むのではなく、境界人として積極的に、そして能動的に日本社会を内側から切り開いていく先駆的な役割を果たそうと励む者が数多く見受けられる。

江淵（2002）は、更に、在日コリアン三世以降の世代が本当に二分化型に区分されるのかを検討している。ここで、江淵（2002）は、社会学者でありながら、在日同胞青年の生き方として七つのタイプを提示している福岡・金（1997）の議論を取り上げている。彼は、若き在日コリアンに「どの生き方が自分にじっくりくると思えますか」という問いを投げかけた。その結果、次の七つのタイプに分けることができた。祖国の発展、統一のために尽力する「祖国志向型」、在日同胞の安心を作っていく「同胞志向型」、日本人との共生を実現する「共生志向型」、自己実現を成し遂げる「個人志向型」、日本人と

同じようになっていく「帰化志向型」、気楽に生きていくことを選択する「葛藤回避型」、生き方が見つからないと答える「葛藤型」であった。この中、複数回答で最も多かったのが共生志向型（51.1%）であり、その次を葛藤回避型（46.1%）、個人志向型（44.5%）、帰化志向型（25.6%）が占めており、祖国志向型（6.3%）と葛藤型（4.9%）は極めて少なかった。しかし、祖国志向型が少数であったのは、この調査が韓国籍の青年だけを対象としていることに問題があると指摘できる。朝鮮学校を卒業し、帰属意識が強い総連に所属している人が対象者であれば、祖国志向型の割合が高かったであろう。また、葛藤型がごく少数であったことから、18歳から30歳の青年は既に心の葛藤を克服していることが読み取れる。この調査からも、やはり在日コリアン三世というの是一世や二世とは異なり、日本人とコリアンの違いを認め、共に生きる社会の創出を目指していることがうかがえる。

以上で述べてきたように、在日コリアンを始め、エスニシティを研究対象とする研究の中で、エスニック・アイデンティティに焦点を当てる議論で共通する見解として挙げられるのは、世代によってアイデンティティに差異が生じることである。それから、移住者のアイデンティティを研究するにおいて注意すべき点として、アイデンティティというのは流動的で常に変化するという認識に基づくことと、アイデンティティの変更過程を時系列的に分析するよりは、多様な視点から接近する必要があることが挙げられる。

本論文においては、在日コリアンが企業家活動を行うにおいて世代を問わず、エスニック社会とのネットワークを構築・維持するケースがみられるが、第4章の比較事例分析でその理由を探ると共に、エスニック社会を始めとする在日コリアン企業を取り巻く環境の変動が在日コリアン企業家のアイデンティティの変化にどのような影響を及ぼすか、逆に在日コリアン企業家のアイデンティティは在日コリアンを取り巻く社会環境にどのような影響を及ぼすかを分析することにする。

第5節 先行研究の貢献と限界

これまで、在日コリアン企業の経営活動、企業家活動、ネットワーク、アイデンティティに関する先行研究を概観してきた。本節では、それぞれの先行研究における貢献と限界を考察することにする。

まず、第1節で述べてきた在日コリアン企業の経営活動に関する先行研究である。在

日コリアンの場合、来日の歴史が長いため、帰化や多重国籍の獲得、日本人との結婚などの様々な理由で、在日コリアンの正確な人口数を把握することさえ難しくなっている。また、日本社会からの民族差別や偏見により在日コリアンであることをわざわざ隠して生活する在日コリアン企業家も存在するため、在日コリアン企業を研究対象とするには様々な障害を伴う。それにも関わらず、歴史学、法学、社会学、人類文化学、経済学、経営学など、様々な視点から先行研究がなされてきている。

在日コリアン企業に関する先行研究の貢献としては、日本社会における在日コリアンの規模や現況を明らかにしたこと、在日コリアン企業やエスニック・ネットワークの形成過程や特性を明らかにしていることが挙げられる。また、経営学的な視点からの貢献も多数ある。在日コリアン一世と二世以後の企業家の特性の差異を取り上げたこと、在日コリアンの起業段階におけるエスニック・ネットワークの役割を考察していること、在日コリアンの企業家の特性を明らかにしようと試みていることなどである。

しかし、先行研究で述べられている在日コリアン企業家の特性は、在日コリアンに限らず、すべての民族、人種の企業家にも共通することがあり得る性質であり、在日コリアンにおいて特に顕著であるとは言えない。また、事例分析を通じて、在日コリアン企業家の特性を考察している研究は多いが、経営戦略的に在日コリアンの企業家活動を分析している研究は数少ない。在日コリアン企業のネットワーク構築に関する先行研究においても、エスニック社会におけるネットワークに議論を集中しすぎた結果、在日コリアン企業を取り囲む多様な社会環境からの影響は視野から外れている。つまり、在日コリアン企業の全体的なネットワーク構造に言及していない。

福井（2005）は、エスニック企業の規模が拡大するにつれて、日本社会との関わりが増えるようになると述べており、特に、インターネットとパソコンが普及する現代においては、地球を横断するボーダレスのエスニック・ネットワークが出現すると主張している。ネットワークは次第に複雑となり、その複雑なネットワークから獲得できる多様な情報は、エスニシティの企業家活動に影響を与えると考えられるため、在日コリアンの企業家活動を分析するにおいても在日コリアン企業を取り巻く多様な社会からの影響を総合的に分析する必要がある。

一方、在日コリアン二・三世の中には、日本社会に同化され、在日コリアンであることをわざわざ隠して経営活動を行う企業家も存在する。また、日本で生まれ育った在日

コリアン二世以後の世代の中には、祖国社会やエスニック社会から離れ、日本社会への貢献のみを重要視している在日コリアン企業家が存在する。その反面、同じく日本で生まれ育ち、日本社会に同化される可能性の高い世代の中には、祖国社会やエスニック社会とのつながりを維持しつづける企業家も多い。しかし、これらの差異が生じる原因については未だに解明されていない。

第2節では、企業家活動に関する先行研究を行ってきた。研究者によって企業家の定義が多様であり、企業家活動の基本属性の内容は異なるが、その多くが、企業家活動には革新性と機敏性、リスクテイカーとしての特性が求められることを示唆している。また、企業家活動は更に多数の企業家活動を引き起こすことで、マクロレベルの経済発展につながる事が検証されており、企業家活動が特定地域に及ぼす影響や複数の企業家によるシナジー効果を分析するための研究が広がっている。

在日コリアン企業に関する先行研究で概観しているように、在日コリアン企業の特徴として、特定地域の特化した産業に集中していたことを挙げているが、これは、在日コリアン企業家が、エスニック・ネットワークを通じて産業の情報を周りの在日コリアンに共有させることで、多数の在日コリアンの起業活動を促進した結果であると考えられる。但し、企業の規模を拡大させていくためには他の在日コリアン企業とは差別化できる優位性を獲得しなければならない。つまり、特定地域において、同種産業に集中していた在日コリアンの場合、在日コリアン同士の競争が激しくなるが、その中で生き残るためには、自社だけの独立性と優位性を獲得する必要があるのである。このような、在日コリアンにおける特定地域の産業集積や在日コリアン企業の独立性と優位性の議論から、在日コリアン企業と企業家活動との接点がうかがえる。

しかし、企業家活動に関する事例研究の対象は、殆どがベンチャー企業やIT産業集積地の企業に限定されており、エスニシティによる企業家活動はあまり研究されて来なかった。また、在日コリアンの企業家活動を分析する研究の多くは、在日コリアン企業家の特性や姿勢を述べる抽象的な議論が多く、経営戦略的に在日コリアンの企業家活動を分析している研究は数少ない。例外的に、経営戦略的な視点から在日コリアン企業家の起業活動を分析している Kim & Park (2007) の研究がある。在日コリアン企業家のアイデア開発力量、ビジネス展開力量、ビジネス・ネットワークの三つの要素が在日コリアンのビジネス機会の潜在性に影響を及ぼすと考察しているものであるが、起業の初

期段階だけに焦点を置いており、企業の設立から成長まで、そして多世代にわたる在日コリアンの企業家活動を総合的に分析するには限界がある。

第3節のネットワークに関する先行研究では、ネットワークの意味とネットワークの特性について述べた。また、エスニック・ネットワークに関する先行研究を通じて、エスニック集団がどのように形成され、発展していくかを確認することができた。エスニック企業は、エスニック顧客とエスニック労働力を吸引することで、エスニック・ネットワークの拡張に貢献し、発展していくのである。それから、Hamilton (1996) によると、エスニック・ネットワークを活用した起業活動は、エスニック・アイデンティティを示す行為となり、逆に、エスニック・アイデンティティは、エスニック・ネットワークへの接近性を高めることから、エスニック・ネットワークはエスニック・アイデンティティと相互作用することが分かった。つまり、在日コリアン企業家がエスニック・ネットワークを活用しながら起業活動を行うことは、自分は在日コリアンであるというエスニック・アイデンティティを表明していることであると捉えられる。そして、自分が在日コリアンであるという認識はエスニック・ネットワークを活用しようとする心理をそそると仮定できる。

一方、在日コリアンのネットワークに関する先行研究を通じて、在日コリアン企業を分析するにおいて、日本社会と祖国社会、エスニック社会といった多様な社会からの影響を考慮することが必要であることを強調してきた。また、朝鮮半島が大韓民国と北朝鮮に分断されたことにより、在日コリアンのエスニック・ネットワークも総連系と民団系に分けられているが、両方のエスニック・ネットワークの特性が異なっており、各エスニック・ネットワークを活用する在日コリアン企業はどのような特性をもつかに関する研究が求めている。

しかし、エスニック・ネットワークにも政治的関係（権力関係）が形成されており、被支配階級が存在する、またエスニック・ネットワークの構成員同士で出身地・性別・世代が違っても関わらず、在日コリアンの企業家活動とエスニック・ネットワークとの関係性を述べる先行研究ではこれらを考慮していない。また、先述したように在日コリアンの経済活動の特徴として日本市場指向が挙げられ、日本社会に同化しやすい環境にあるにもかかわらず、エスニック社会とのネットワークを維持する在日コリアン企業家が存在する理由を考察する研究は行われていない。

最後に、第4節のアイデンティティに関する先行研究では、エスニック・ネットワークを維持するためのエスニック・アイデンティティの意義を検討するとともに、アイデンティティの流動性と多様性が明らかにされていた。また、エスニック・アイデンティティを測定する基準として、出自・血縁関係、同族であるという信念・伝承は決して客観的で安定した特徴とはいえず、その地域に関する歴史的事実、社会的条件に関する個人の認識がエスニック・アイデンティティに影響を及ぼしていると論じられてきた。これらの議論からすると、同じ国籍や血縁関係を持っているとしても個人がどのような環境に置かれていたか、どのような経験をし、そこからどのようなことを考えたのかによって、エスニック・アイデンティティが時代別にまた世代別に変化するということが示唆できる。

在日コリアンのエスニック・アイデンティティに関する先行研究では、在日コリアンの帰化状況、結婚状況などの資料を通じて、在日コリアンのアイデンティティがどのように変動しているのかを概観することができ、その特性が研究者によってどのように分類されているのが確認できた。

しかし、在日コリアン企業家がエスニック・ネットワークを構築し、維持することが、在日コリアン企業家のアイデンティティ形成にどのような影響を及ぼすか、逆に在日コリアン企業家のアイデンティティはエスニック社会を始めとする在日コリアンを取り巻く環境にどのような影響を及ぼすかに関する分析はまだ行われていない。つまり、在日コリアン企業を含むエスニック・ビジネスを分析する先行研究では、エスニック・アイデンティティという要素を取り入れて来なかったことを意味する。

以上を踏まえ、本論文では以下の二つのリサーチクエスチョンを提示する。一つは「在日コリアン企業家がエスニック・ネットワークを維持する理由は何か」であり、もう一つは、「エスニック・アイデンティティを確立することと、エスニック・ネットワークを維持することが在日コリアンの企業家活動にどのような影響を及ぼすか」である。以下では、在日コリアンの企業家活動を分析するための分析枠組みを提示し、事例分析を行うことでこの二つのリサーチクエスチョンを考察することにする。

第2章 分析枠組みの提示と事例研究

第1節 本研究における分析枠組みの提示

本論文で提示する分析枠組みは、基本的に在日コリアン企業家の企業家活動を分析するものであり、在日コリアン企業家がエスニシティであることに着目し、エスニック・アイデンティティとエスニック・ネットワークという要素を取り入れることとする。また、この分析枠組みを用いて事例分析を行うことで、先行研究の概観から疑問に思われた二つのリサーチクエスチョンに対する答えを模索することとする。

一つ目のリサーチクエスチョンは「在日コリアン企業家がエスニック・ネットワークを維持する理由は何か」である。エスニック・ネットワークは、来日した在日コリアンの企業家活動、特に事業機会の認識と資源獲得における重要な情報及び資源を提供するため、在日コリアン企業家の起業活動においてエスニック・ネットワークを考慮することは必要不可欠となる。

また、20世紀前半の頃に来日した在日コリアンの場合、日本社会から民族差別や偏見を受けていたが、それらを乗り越えるためには、在日コリアン同士で集まることが大切であった。つまり、当時の在日コリアンは、エスニック・ネットワークの必要性をより強く感じており、現在よりはエスニック・ネットワークへの接近性も高かったと考えられる。しかし、二・三世の在日コリアンは、日本生まれの人が大半であり、エスニック社会よりは、日本社会の中で、生活の基盤やネットワークを構築するようになる。中には、日本人と同様なアイデンティティを形成し、帰化をする人も少なくない。

一方、在日コリアン企業の特徴として日本市場志向が挙げられ、起業段階ではエスニック・ネットワークを活用するが、企業の成長とともに、日本におけるネットワークが構築されると、重要な比重を占めるネットワークは、エスニック・ネットワークから日本社会におけるネットワークに次第にシフトされる。しかし、日本生まれであり、日本社会に根差している二世以後の在日コリアンであってもエスニック・アイデンティティを形成し、エスニック・ネットワークを維持し続ける在日コリアン企業家が存在する。エスニック・アイデンティティの形成やエスニック・ネットワークを活用することは果たして二世以後の在日コリアン企業家の経営活動にどのようなメリットがあるだろうか。

以上のような点から、二つ目のリサーチクエスチョンとして「エスニック・アイデンティティを確立することと、エスニック・ネットワークを維持することが在日コリアンの企業家活動にどのような影響を及ぼすか」を提示する。先述したように、在日コリアン企業の特徴として日本市場志向が挙げられるが、日本社会からの民族差別や偏見を受けていた在日コリアン企業家がそれらを乗り越えて日本市場に参入するために以下のような選択肢があったと考えられる。まず、あえて在日コリアンであることを隠すという選択肢である。名前を日本名に変えたり、帰化をしたりすることで日本社会に馴染んでいき、自らを在日コリアンであることを隠し、不利と思っている経営状況から離れようとするのである。次に、在日コリアンであることを隠さず、民族差別や偏見をバネにし、在日コリアン同士で集まることで、積極的にそのような状況を乗り越えるための行動をみせる選択肢である。起業活動は、経済的な地位を向上させるためのものであり、経済的な地位の向上は、民族差別や偏見を克服するための原動力になる。それゆえ、在日コリアンであることを隠さず、起業活動を行う在日コリアン企業家はこの選択肢を選んだことを意味する。

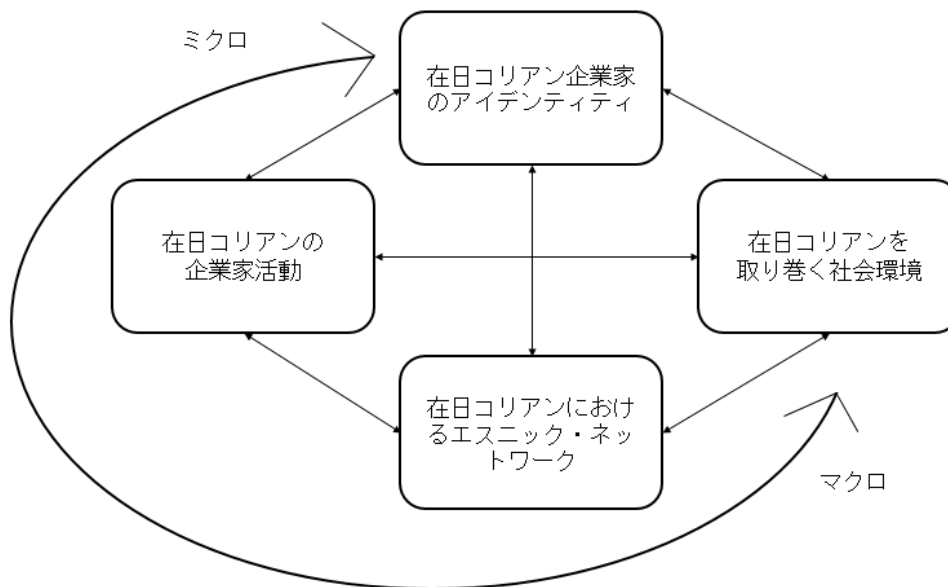
先行研究では、在日コリアンに対する日本社会からの民族差別や偏見が在日コリアン企業家の起業活動を促進したという議論を行っている。しかし、起業段階にとどまらず、二・三世の在日コリアン企業家がエスニック・アイデンティティを確立することと、エスニック・ネットワークを維持することはどのような意味を持ち、それが企業家活動にどのような影響を及ぼすかに関しては述べられていないのである。

これまでの在日コリアン企業に関する先行研究を中心に、事業活動の主体となる企業家と在日コリアン企業を取り囲む多様な社会環境とエスニック・ネットワーク、そしてそのネットワークに属するためのエスニック・アイデンティティについてレビューを行い、二つのリサーチクエスチョンを提示してきた。以下では、先行研究の議論を基に、在日コリアンの企業家活動を分析するための、そして、先行研究から取り上げられたリサーチクエスチョンを考察するための「在日コリアンの企業家活動を分析するための分析枠組み」を図2-1として提示する。

本研究の最も根本的な目的は、在日コリアンの企業家活動を分析することである。今までの企業家活動に関する先行研究では、ベンチャー企業や産業集積地の企業家を研究対象とするものが多く、在日コリアンを始めとするエスニック・ビジネスの企業家を対

象とした研究は少ない。また、在日コリアンの企業家活動に関する先行研究では、在日コリアン企業家の経営哲学や資質のような抽象的な議論が主である。その中にはKim & Park (2007) のように経営戦略的な視点から在日コリアンの企業家活動を分析した研究もあるが、起業初期段階にしか焦点を当てていないため、多世代にわたる在日コリアン企業の全体像を分析するには限界があった。それゆえ、本論文においては、経営戦略的な視点から在日コリアンの企業家活動を分析すると同時に、世代交代に伴う企業家活動の共通点と相違点を分析することを試みる。

図2-1 在日コリアンの企業家活動を分析するための分析枠組み



出所：筆者作成

企業家活動に関する先行研究では、学者によって企業家や企業家活動の定義は多様であるが、革新性と機敏性、リスクテイクに象徴されることを確認した。また、在日コリアン企業の特徴として、在日コリアン企業は特定地域の特定産業に集中する傾向があり、在日コリアンの企業家活動は産業の拡張と関係があることを示唆してきた。こうすることで、ミクロレベルの企業家活動がメゾレベルでの地域における多数の企業家活動を刺激し、更にマクロレベルの経済発展に結びつくと述べている金井(2002)の企業家活動における議論との接点を確認することができた。

Kim & Park (2007) が企業家活動を分析する際に用いた在日コリアン企業家のアイデア開発力量は、企業家が事業アイデアを創出するための能力であり、アイデアの創出に至るまでは金井 (2007) のいう起業機会の認識が求められる。そして、事業アイデアの具体的な内容は事業コンセプトと計画であると考えられる。また、Kim & Park (2007) のいうビジネス展開力量は、企業家が創出した事業アイデアを実現させていくための能力であり、そのためには経営資源を獲得し、適所に配置する能力が必要となる。特に、基礎資金や所有資源が乏しいエスニック企業にとって、ビジネス・ネットワークは経営資源の獲得に重要なルートとなる。それゆえ、エスニック企業家がエスニック・ネットワークをどのように構築・活用するかは、起業に多大な影響を及ぼすといえる。つまり、Kim & Park (2007) の在日コリアン企業家を対象とする議論の内容は、金井 (2007) を始めとする中小企業やベンチャー企業を対象とした企業家活動の議論内容と類似するところがあり、在日コリアン企業を分析するにおいて企業家活動の議論を活用できるというものである。

以上を踏まえ、分析枠組みの右側に位置する「在日コリアンの企業家活動」は、金井が提唱する「起業家活動の要件とプロセス」の四つの要件²⁵を含むことにする。但し、本研究は在日コリアン企業家を対象としており、事業を継承し、更なる企業家活動を通じて事業を発展させている二世以降の世代の在日コリアン企業家も視野に入れるために、「起業家」ではなく「在日コリアン企業家」と称し、「起業機会の認識」は「事業機会の認識」と言い換える。

本論文では、来日した時期は問わず、オールドカマーとニューカマーの特徴と共通点を総合させ、在日コリアン企業家を「自分が在日コリアンであることを認識しており、革新性および機敏性などの企業家的な特性をもち、日本において事業を展開している企業家」と定義する。先述のように、「在日コリアン企業家」という彼らを指す名称には「在日コリアン」というエスニックな用語が入っており、あえて「在日コリアン企業家」と名付けて研究するのは、一般的にいう「企業家」と区別していることを意味する。日本において事業を展開していることは言うまでもなく、革新性と機敏性などの企業家的な特性をもつというのは、一般的にいう「企業家」と変わらない。

ここで、本研究では、一般的にいう企業家と在日コリアン企業家とを区別する要素と

²⁵ 起業家、起業機会の認識、事業コンセプトと計画、資源。

して「自分が在日コリアンであることを認識しているか」を取り上げているのである。先行研究で明らかになっているように、在日コリアンの日本名と帰化の有無からはエスニック・アイデンティティを形成しているかどうかを判断することは難しい。それよりは、在日コリアン企業家自身が、「自分は在日コリアンである」と認識しているかどうかでエスニック・アイデンティティの有無を判断した方が明確であると考えられる。そして、エスニック・アイデンティティを形成しているとエスニック・ネットワークへの接近性が高まり、エスニック・ネットワークを構築する可能性も高まる。逆に、エスニック・ネットワークを構築したことが、エスニック・アイデンティティの構築につながることも想定できる。但し、在日コリアン企業の特徴として日本市場指向が挙げられていること、企業規模の拡大により日本社会におけるネットワークの重要度が高くなることから、在日コリアン企業を分析するには日本社会におけるネットワークも欠かせない要素となる。ひいては、祖国社会、グローバル社会など、在日コリアン企業を取り巻く環境変化が在日コリアンの経営活動に影響する。

このように、本研究においては、エスニック・ネットワークを始めとする在日コリアン企業を取り囲む多様な社会とのネットワークを重視しており、外部との協力関係の構築による資源調達を想定している。内田・金（2008）は、資源をコア資源とそれ以外の資源に分けているが、コア資源は、多様な事業に適応できる資源であり、今後の事業展開において核となる資源であると考えられるため社内に保有しつつ、それ以外の資源は企業家が企業の境界を超えて外部から調達すると捉えている。在日コリアン企業には零細な中小企業が多く、資源に乏しいため外部からの資源の獲得は非常に重要であったと考えられる。また、在日コリアン企業は同種業界に密集していたことからすると、激しい競争の中で自社だけの優位性を獲得するためにはコア資源が必要不可欠であると考えられる。それゆえ、「資源」は「コア資源」に言い換えることとする。そして、事例分析においてもこれらに合わせて分析していく。

次に、分析枠組みの上側には在日コリアン企業家のアイデンティティが位置し、下側には在日コリアンにおけるエスニック・ネットワークが位置している。在日コリアンは来日の歴史が長く、何世代にわたって継承されてきている在日コリアン企業も多いため、起業段階における分析を超えた分析枠組みが必要であるためである。そして、本研究では、前世代と現世代において異なるであろうと予想され企業家活動に影響を及ぼすと考

えられる要素として、エスニック・アイデンティティと、エスニック・ネットワークを取り上げているのである。

先行研究で明らかになっているように、他のエスニック・ビジネスは、初期段階においてはエスニック市場をターゲットとし、経営資源を蓄積してから日本市場への参入を試みるが、在日コリアン企業の場合、最初から日本市場を志向するという特徴をもつ。しかし、起業機会を認識したり、資源を獲得したりする過程ではエスニック・ネットワークを活用しており、エスニック・ネットワークを企業家活動に活用することは、他のエスニック・ビジネスと同様であった。

しかし、在日コリアン二世以後になると、先代の時期とは生活環境が異なってくるため、世代を経るにつれてエスニック・アイデンティティは次第に薄くなり、「自分は何者であるか」を考えるアイデンティティに変化が生じるようになる。また、エスニック・アイデンティティの変化は、エスニック・ネットワークに対する態度の変化として表れる。極端にいうと、日本人として生きることに決めた人は、エスニック・アイデンティティが完全に消滅し、エスニック社会との関わりは切断されるであろう。そして、日本社会におけるネットワークの構築に比重を置くことになるだろう。また、このような在日コリアンにとっては、在日コリアン一世の時代に在日コリアンの企業家活動に多大な影響を及ぼしていたエスニック・ネットワークは機能しなくなる。このような点を考慮した本研究における分析枠組みを通じて、エスニック・アイデンティティを維持する在日コリアン企業家にとってエスニック・ネットワークの機能は世代別にどのように変化してきたのかを分析できると考えられる。

最後に、分析枠組みの右側には在日コリアンを取り巻く社会環境という要素を位置付けている。在日コリアン企業と在日コリアン企業家のエスニック・アイデンティティを分析するためには、エスニック・ネットワークとの関わりを考察するとともに、在日コリアン企業を取り巻く社会環境を検討する必要がある。先行研究で言及しているように、在日コリアン企業は、エスニック社会、日本社会、祖国社会、グローバル社会といった多様な環境に囲まれており、在日コリアン企業を取り巻く社会環境は、経営活動を行うにおいて機会になったり危機になったりする。目まぐるしい環境変化の中で、在日コリアン企業には、環境の変化を素早くキャッチし、対応する能力が求められてきた。つまり、企業家活動の発揮が求められたのである。

以上に述べてきたように、在日コリアン企業は、在日コリアンの企業家活動に基づいて誕生・存続してきており、在日コリアンの企業家活動はエスニック・ネットワークとエスニック・アイデンティティ、変化し続ける社会環境と交わりながら特性を生み出している。

次章では、分析枠組みを用いて事例研究を行い、エスニック・アイデンティティの形成はエスニック・ネットワークにどのような貢献をしているのか。また、エスニック・アイデンティティにより構築されたエスニック・ネットワークは、在日コリアンの企業家活動にどのような影響を及ぼすかを世代別に分析する。また、在日コリアン企業家を巻き込む社会環境は、在日コリアン企業家がエスニック・アイデンティティとエスニック・ネットワークを構築するにおいてどのような影響を及ぼしたのか、逆に在日コリアンの企業家活動により、社会環境がどのように変化するかを分析するなどして、各要素の関係性に基づき、在日コリアン企業家の企業家活動を分析していきたい。

第2節 株式会社海田金属における事例研究

1. 業界分析

朝鮮戦争が終わる頃、生活の糧を求めて朝鮮半島から日本に渡ってきた徐^{ソソンス}聖銖氏は、古鉄を集めて製鉄会社に販売するスクラップ事業（古鉄業）に参入し、株式会社海田金属を設立した。以後、息子である徐^{ソクオンピョ}健杓氏はシャーリング事業（切断）を始めとする金属プレス加工業へと事業転換を行い、現在はシャーリング事業だけでなく、せん断、曲げなどの加工にも事業内容を拡張している。2008年度のリーマンショックは、金属プレス加工業の全体に莫大な悪影響を及ぼしたが、株式会社海田金属は同業他社にはできない大胆な設備投資を行うことで経済危機を乗り越えてきた。

一方、徐聖銖氏は、起業段階において在日コリアンのエスニック・ネットワークを有効活用しており、徐聖銖氏だけでなく徐健杓氏も民団や在日韓国商工会議所といったエスニック団体の重役を務めることで、エスニック・ネットワークを構築・維持してきている。

以下では、株式会社海田金属が携わっている金属プレス加工業の全般的な動向をみていくこととする。

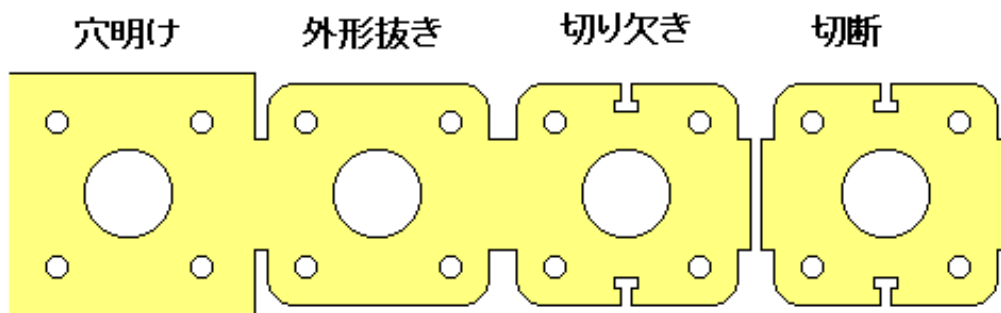
(1) 金属プレス加工業とは

「金属などの素材を熱や力で成形加工することで形状を付与し、組立産業などに供給する産業」を称する素形材産業の業種として、鋳造、鍛造、金属プレス、粉末冶金の四業種が該当する。その中の金属プレスとは、「金型を通じて金属の板を強圧し、せん断、曲げ、成形、絞りなどを行い成形する技術」である。つまり、金属プレス加工業は、素形材産業の一翼を担っている業界であり、素材に各種加工技術を利用して形状を付与することで、機械産業に必要な多種多様な部品を供給するという、いわば素材産業と機械産業を結びつける役割を担っているといえる。

金属加工業の金型には、プレス金型、プラスチック金型、ゴム金型、ガラス金型などといった数多の種類があるが、金属プレス加工で使われるものはプレス金型である。このプレス金型を用いた最も主なプレス加工手法としては、せん断、曲げ、絞り、成形、鍛造、接合などが挙げられるが、以下では、せん断、曲げ、絞りの加工手法について簡単に説明する。

まず、せん断加工とは鉄板を切り、完全に分離することであり、図2-2のように、穴明け、外形抜き、切り欠き、切断などに細分化できる。

図2-2 せん断加工における加工手法

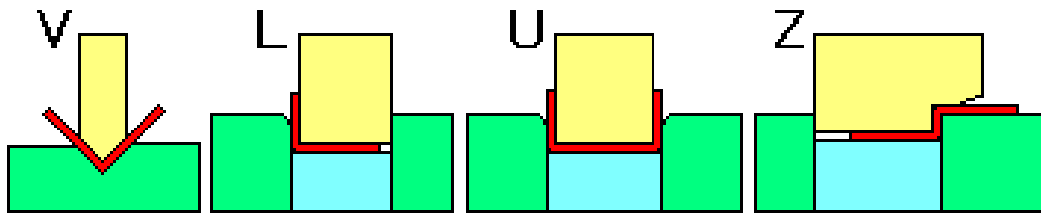


- ・穴明け（ピアッシング）：穴をあけること
- ・外形抜き（アウトカット、サイドカット）：開曲線形状での分離
- ・切り欠き（ノッチング）：部分的な分離
- ・切断（シャーリング）：完全な分離

出所：NC Network のホームページ

次に、曲げ（ベンディング）加工である。鉄板は引っ張れば伸び、圧縮すれば縮むという特性をもつが、この特性を利用して、板外側を伸ばし、板内側を圧縮するのが曲げ加工である。細分化すると、図2-3のように、V曲げ、L曲げ、U曲げ、Z曲げなどの手法に分けられる。

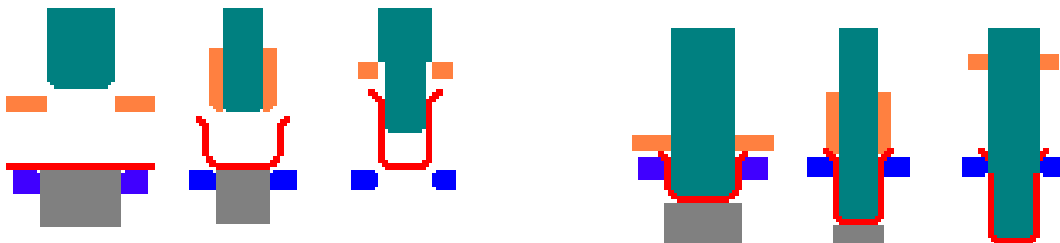
図2-3 曲げにおける加工手法



出所：NC Network のホームページ

底付きの容器状に加工する絞り加工は、素材に引っ張り力を加えながらパンチし、ダイに沿った形状を作る加工である。最後に、図2-4の絞り加工を通じて、図2-5のような乾電池ケース、コンデンサケース、流し台のシンク、自動車エンジンのヘッドカバー、Vベルトプーリ、ジュース缶のプルトップと蓋の接合などの製品が作られる。

図2-4 絞りにおける加工手法



出所：NC Network のホームページ

図 2 - 5 絞り加工製品



出所：NC Network のホームページ

その他にも上記の加工手法を応用または複合した手法として、図 2 - 6 のハーフピアス、プロジェクション、バーリング、切り曲げ、そして、つぶし、刻印、シェービング、ファインブランキングなどの手法がある。

図 2 - 6 その他の加工手法



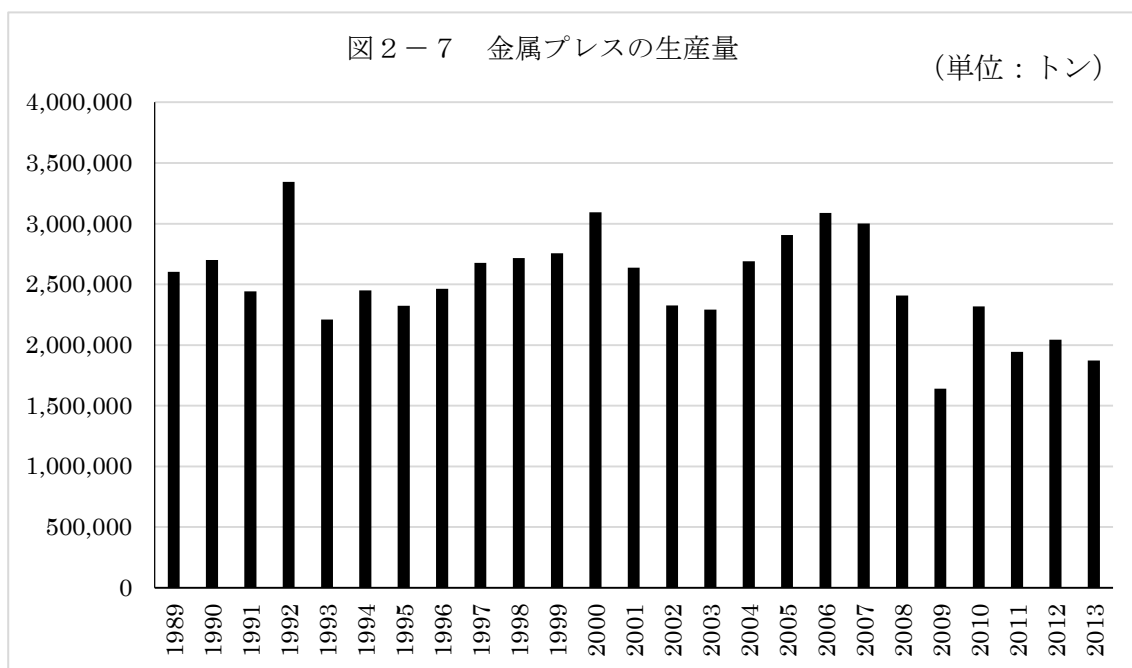
出所：NC Network のホームページ

金属プレス加工業は、自動車産業、電気・通信機器産業を始めとし、極めて広いにおいて需要があり、需要先のニーズに応じた多種多様なプレス加工部品を生産している。また、以上で説明してきたように、生産形態、加工工程、加工機種も多様であり、需要先のニーズに応えることができる営業形態としての多様性を有している。その他にも、中小企業及び下請け構造の性質が強く、需要産業の景気動向の影響を受けやすいという特徴が挙げられる。

(2) 市場概況と業界概観

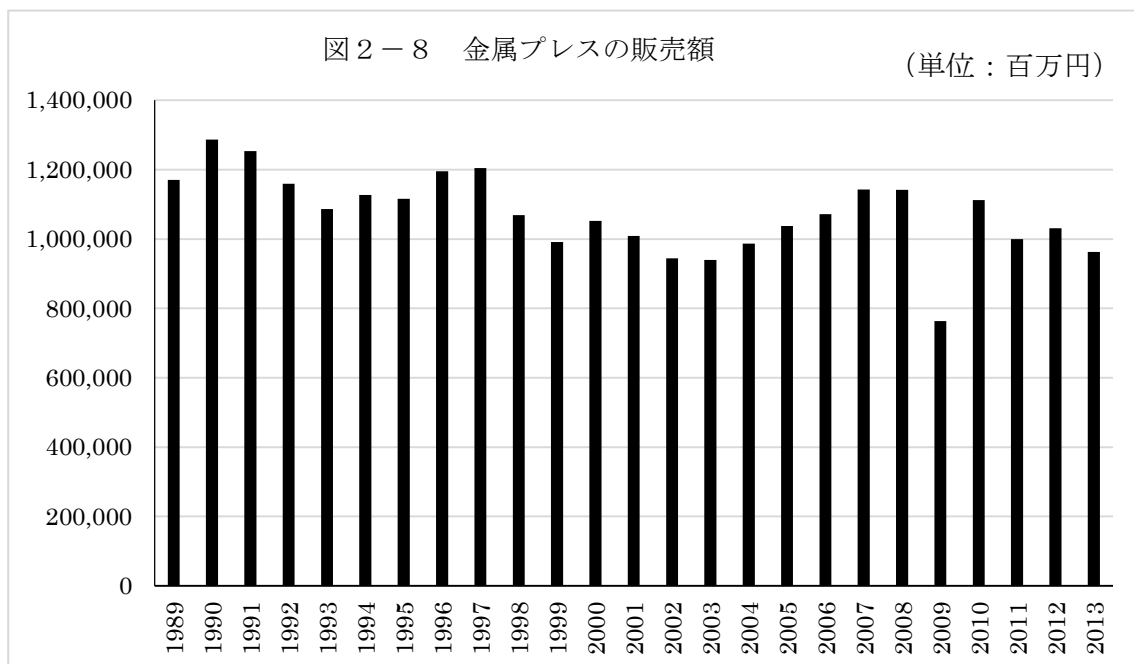
前述したように、金属プレス業界は需要産業の景気動向の影響を受けやすいという特徴を持つが、以下の図からそのような特徴がうかがえる。

図2-7は1989年以降の金属プレスの生産量を、図2-8は1989年以降の金属プレスの販売額を示している。2008年に起きたリーマンショックの影響で、2009年に金属プレスの生産額が急激に落ち込んでいるが、翌年は2007年の水準に回復している。しかし、生産量からすると、リーマンショック前年のサブプライムショックやパリバショックによる世界経済の縮小から、鈍化傾向が続いていることが読み取れる。金額の回復傾向は原料価格の高騰が影響していると推測できる。



出所：産業経済省のデータを加工

2012年における金属プレス業界全体の市場規模はおよそ1兆円となっており、内訳は産業機械用335億円、農業機械用101億円、事務機器用38億円、電気機器通信機器用335億円、自動車用8,500億円、精密機器用74億円、厨暖房機器用339億円、家具建築用50億円、その他用544億円で、自動車用が最も大きい市場である。



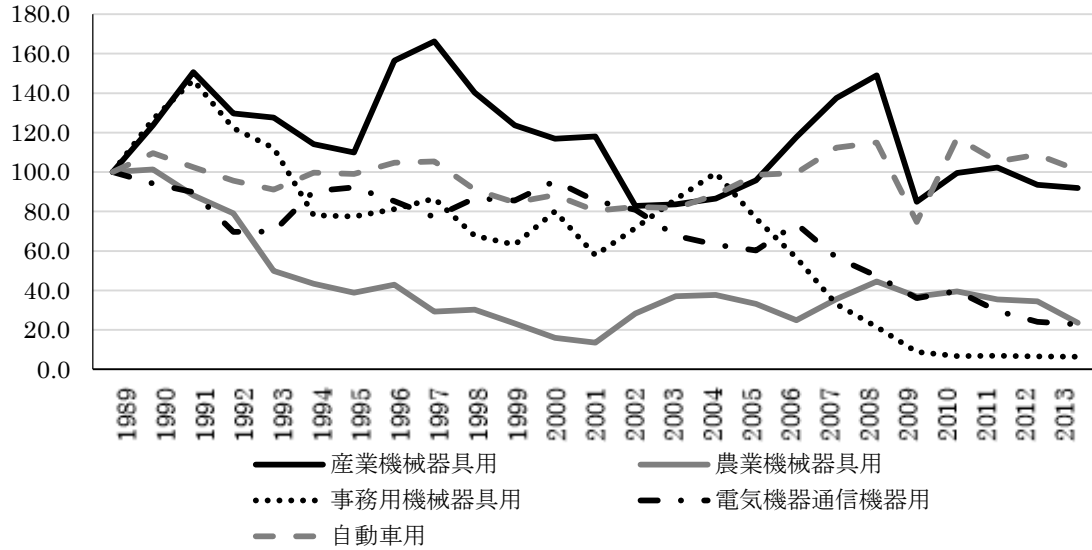
出所：産業経済省のデータを加工

図 2-9 と図 2-10 は、1989 年を 100 として分類別に市場規模の推移を示したものである。産業機械用と自動車用の金属プレスは比較的安定した推移を示しているものの、事務機器用や精密機器用の金属プレスは低調な推移を示している。低調である理由は、この分野において韓国や台湾からの受注が大幅に減少傾向になったためであると考えられる。

韓国や台湾といった海外の同種企業は価格競争面で脅威的な存在となっている。図 2-11 は、日本鍛圧機械工業会が全会員業況調査を通じて、プレス系機械と板金系機械の海外への輸出比率（金額ベース）を示したものである。2003 年から 2013 年の間、日本からの輸出比率はほぼ右肩上がりであり、海外の金属加工業の成長を意味する。その上、為替変動も直接的に影響するため、常に円高対策を備えておく必要がある。

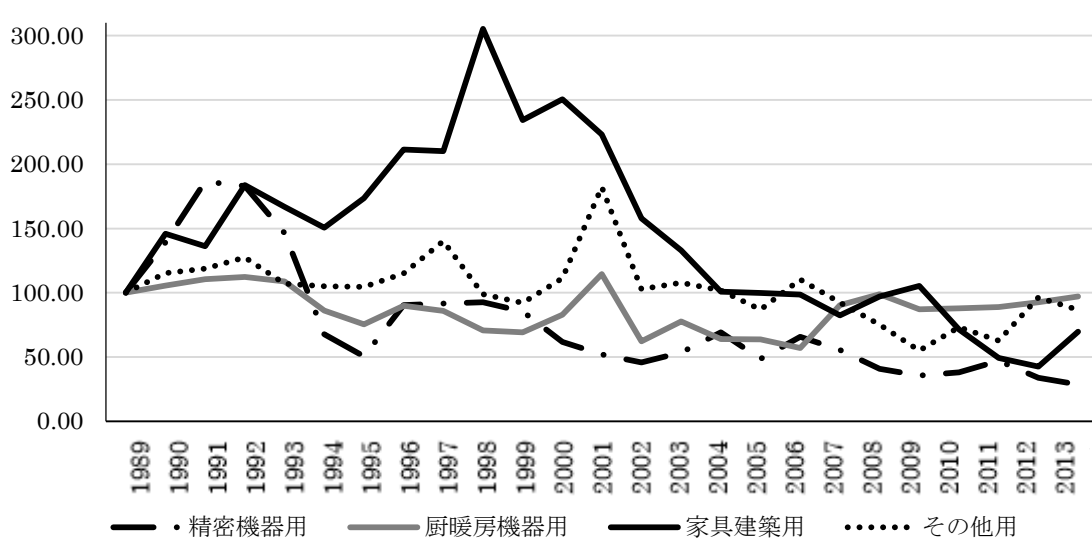
それでは、㈱海田金属が位置する広島県内の業界動向についてみていくことにする。まず、広島県にある全国金属製スプリング企業のエリアランキングからすると、2位の福山市と 6位の呉市、10位の三原市を除き、広島市内に集中している。

図 2-9 金属プレス業界の平成元年を100<基準値>とした
分類別の成長推移①

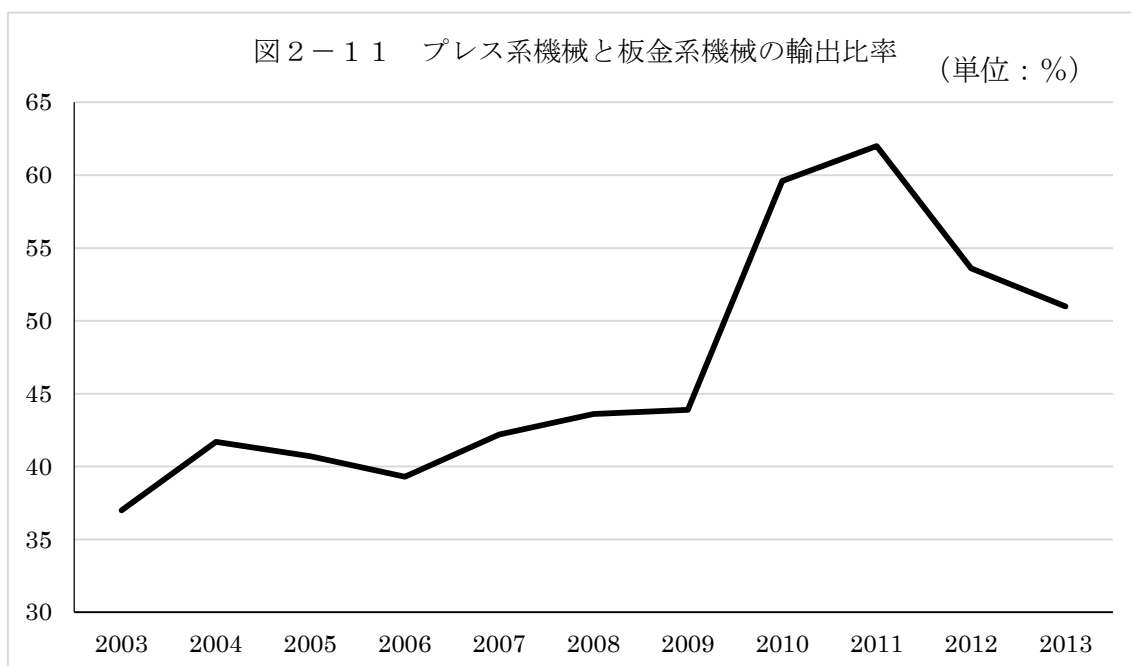


出所：産業経済省のデータから作成

図 2-10 金属プレス業界の平成元年を100<基準値>とした
分類別の成長推移②



出所：産業経済省のデータから作成



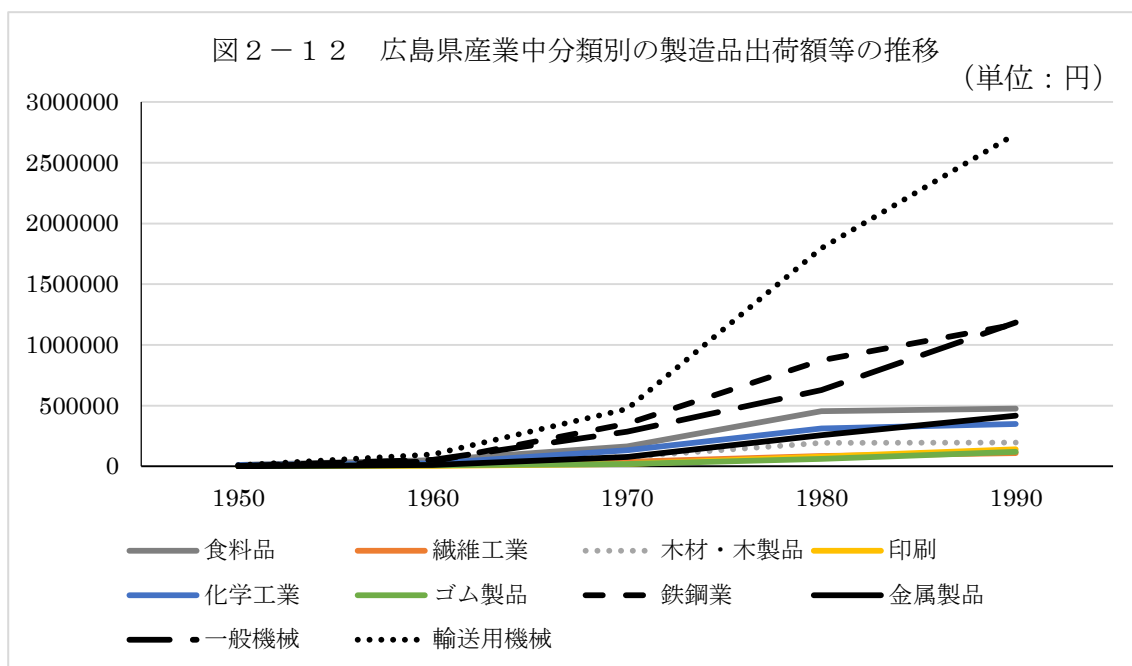
出所：日本鍛圧機械工業会のデータを加工

図 2-1-2 の広島県の産業中分類別製造品出荷額をみると、1950 年は、金属製品が食料品、繊維工業、木材・木製品、印刷、化学工業、ゴム製品より少なかった。しかし、鉄鋼業、一般機械、輸送用機械の飛躍的な成長に伴い、金属製品の需要も高くなり、出荷額が増え、1990 年時点で、食料品以外の製造業より出荷額が多くなっている。

特に、鉄鋼業は広島県内の主要産業の一つになっているが²⁶、鉄鋼生産の大半を、JFE スチール西日本製鉄所（福山市）と日新製鋼呉製鉄所（呉市）が担っている。JFE スチールは、福山市と倉敷市の製鉄所を運営し、2013 年 5 月に単一事業として世界で初めて累計粗鋼生産量 4 億トンを達成した。金属製品のメーカーとして、道路側溝のふたに使うグレーチング²⁷を製造する国内トップシェアのダイクレ（呉市）、金属銘版でトップシェアを誇る研創（広島市）など、特定分野で高いシェアを誇る企業が存在する。他にも、広島県内には鋳造品の製造や鋼板の切断加工を行う企業が多く見られる。

²⁶ 2012 年の工業統計調査によると、県内の鉄鋼業の製造品出荷額は 1 兆 3234 億円で、製造業全体の 15.9% を占めており、輸送用機械器具の 2 兆 1162 億円に次ぐ主要産業の一つになっている。

²⁷ 鋼材を格子状に組んだ溝蓋である。



広島県内鉄鋼業の出荷額は2008年9月に起こったリーマンショックの影響で2009年に激減したが、近年は国内の景気回復を背景に、土木や建設向けの受注が好調で、自動車などの製造業向けも回復傾向にある。表2-1から分かるように、広島港の自動車と自動車部品、一般機械の貿易輸出額は2011年から次第に増加している。

表 2 - 1 広島港の自動車・部品、一般機械の貿易輸出額推移

単位：億円(%)

	2011	2012	2013	2014.1	2014.2	2014.3	2014.4
自動車	4,305(95)	4,764(110)	6,718(141)	621(116)	569(96)	703(124)	69(109)
車部分品	720(82)	516(71)	519(100)	38(160)	47(162)	47(116)	51(124)
一般機械	1,849(88)	1,646(89)	1,955(118)	89(64)	143(90)	193(99)	224(147)

※新戸税関調査

※ () 内は前年比/前年同月比 (%)

出所：広島経済レポート (2014)

(3) 業界構造と戦略

金属プレス加工業界は、1991年から1993年までのバブルの崩壊と2008年のリーマンショックを経て、顧客の金属加工内製化の動き、円高やグローバル化による海外移転、国内外の競合と価格競争の激化、指定顧客や人脈営業の限界などの非常に厳しい現実には置かれている。そのような中、一部の企業は需要顧客を追い海外移転の実行、新しい市場（燃料電池、ロボット、医療福祉機器など）の開拓などの活路を見出そうとしている。しかし、同業界を構成しているのは中小零細企業であり、薄利で営業活動を行いながら新しい加工設備へ投資するのは非常に困難なことである。

図2-9と図2-10では、金属加工業界における分類別の成長推移を示している。金属加工業の企業は「プレス加工中心」、「金型設計製作、プレス加工と機械加工、溶接、組立、表面処理、仕上げ加工など複合加工」、「金型設計・製作、プレス加工を含む機能部品加工」、「製品加工」と生産業態別に分類できるが、金属加工業は、「プレス加工」²⁸から「複合加工」²⁹へ、さらに「機能部品加工」³⁰へと、より収益性が高い生産業態を展開することを目指す戦略、自社が得意とする需要分野に資源を集中する戦略、将来性のある需要分野へ多角化する戦略などをとる。

以上、金属加工業界における業界分析をまとめると、主に中小零細企業が中心であること、需要分野では自動車用が最も大きい市場であり、その次を産業用機器と日本のお手芸分野が占めていること、海外勢と需要側の内製化により、個別企業はコストダウンや新しい需要分野への開拓を図っていること、景気の影響を受けやすい業界であり、2008年度のリーマンショックの影響を多大に受けていること、全国の状況からすると足もとは鈍化傾向であるが、広島県の場合は土木や建設向けの受注が好調で、自動車などの製造業向けの回復傾向、トップシェアの金属製品製造企業の存在を理由で順調に回復してきていることが分かる。

²⁸ 工具の間に素材をはさみ、工具によって強い力を加えることで、素材を工具の形に成形（塑性加工）すること。一般には対となった工具のことを金型、加圧する機械のことをプレス機械と呼ぶ。

²⁹ 旋盤、フライス盤、マシニングセンター、溶接等を複合させた機械部品を製造することである。

³⁰ より特化した分野において高精度・高機能の部品を製造することである。

2. 事例紹介

(1) 初代社長の来日と(株)海田金属の創業と発展

第二次世界大戦の最中であった1943年、(株)海田金属の初代社長（以下、徐聖銖氏）は旧制中学生であり、共産主義志向で学生運動に参加していた。しかし、日本の警察に捕まり、韓国にいと命が危険だと感じたので、周りからの助言を受け、親戚の兄がいる日本の福岡に来るようになった。しかし、当時来日した殆どの在日コリアンと同様に、生活の貧しさに苦しんでいた。徐聖銖氏は、幼い頃に父親を亡くしていたので、経済的な支援を期待できる人もいなかった。

そこで、親戚の兄に勧められ、少年飛行兵として日本の軍隊に入ることにした。その頃、日本軍の兵力が少なくなっていたので、在日コリアンでも名前さえ日本名に変えれば軍隊に入ることができた。徐聖銖氏は、考えた末に、徐野^{しずの}という日本名を作って、軍隊に入ることを決めた。15才という若い^{しずの}在日コリアンの少年が日本で生き残るためにできるのは、当時は日本の軍隊に入るくらいしかなかったのである。徐聖銖氏は少年飛行兵に属していたが、飛行機の数が少なかったため飛行機に乗ることはなく、命を落とさなかった。軍隊に入って2年後の1945年、17才の時に戦争が終わった。徐聖銖氏は板付空港（現、福岡空港）で一人で「マンセー³¹」と叫んだ。

1950年代、日本社会には韓国人、北朝鮮人、中国人といった第三人に対する就職差別があった。終戦後、徐野という名前では在日コリアンであることがすぐに分かるため、終戦後は松村和歳という新たな日本名を使いながら、在日コリアンである女性と出会い、広島市内で様々な商売をしていた。しかし、生活は次第に苦しくなり、1957年、知り合いの在日コリアンがいる呉に住居を移転することになった。知り合いの在日コリアンは呉で古鉄業（スクラップ）を行っていたので、その人から仕事内容を習得し、古鉄業に参入することになった。これが(株)海田金属の前身となる。

広島³¹の呉は、元軍都・軍港であり、現在も旧軍の遺産を大事にしている都市として有名であるが、それゆえ、当時スクラップ事業における大事な物的資源となる古鉄は豊富であった。しかし、スクラップ事業における労働者は「金の卵」といわれるほど人手不足だった。一方、九州には石炭をとる炭鉱がいくつか位置しており、在日コリアンが多

³¹ 当時、日本の植民地だった朝鮮半島では、第二次世界大戦が終戦すると日本政府の統治から解放されたことへの喜びとして、マンセーと叫んでいた。マンセーは日本語に訳すと「万歳」である。

数働いていたが、第二次世界大戦後の 1960 年代に、それまで燃料の主役であった石炭から石油へと移転するエネルギー革命が起こり、炭鉱産業は斜陽産業になっていた。そこで徐聖銖氏は、長崎や福岡に行き、炭鉱が無くなるにつれ仕事を無くした在日コリアンたちを広島につれてきた。そして、その在日コリアンたちを採用し、住居まで提供し、事業を拡大していった。

(2) シャーリング業への事業転換

九州の炭鉱で働いていた在日コリアンを採用することで次第にスクラップ事業を拡大していった徐聖銖氏は、広島市の海田町に自動車関連工場を始めとする製造工場が数多く存在していることに気づき、1964 年、現在の㈱海田金属の本社が位置する海田町に移転することを決めた。海田町でも古鉄業を続けており、徐聖銖氏は営業活動に専念していた。

営業の内容としては、一軒一軒の製造工場に來訪し、その工場ですらなくなった古鉄を収集させてもらうことと、今度は製鉄会社を訪れ、本社で集めた古鉄を買い取ってもらうようお願いすることであった。このようにして、古鉄の収集先と販売先を拡大していったのである。

その中で、古鉄を買い取ってくれる会社の社長が徐聖銖氏にシャーリング（鉄の切断加工）事業を勧めてくれた。その社長は発明家のような気質を持っており、自分でシャーリング機械を設計し、シャーリング業を営んでいた。その社長が徐聖銖氏の誠実で真面目な人格を認め、仕事を教え、自分が設計した機械も安く売ってくれたことで、徐聖銖氏は古鉄業からシャーリング業へと事業転換することができた。

シャーリング業を始めてからは、広島地区の地場の問屋から鉄板を仕入れ、製造会社が要求する寸法に合わせて鉄板を加工し、納品していた。この時期に徐聖銖氏は機械の操作を熟知することや、営業活動を行うことに必死だった。鉄板の仕入れに関しては、徐聖銖氏が問屋に営業に赴く場合もあり、問屋から営業に来る場合もあった。そのような問屋の社長にも在日コリアンが多く、㈱海田金属の場合と同様に、最初は古鉄業から事業を始めて、問屋に成長してきたケースが多かった。それゆえ、鉄板を扱う問屋の中には、古鉄業の時代から知り合いだった人が多数いたので、仕入れに関する営業活動は比較的順調であった。

販売先は、玩具などを製造する町の工場や農業機械、産業機械の製造会社、自動車の部品メーカーなどであったが、仕事の内容は、ただ単に製造会社から寸法をもらい、寸法どおりに鉄板をシャーリングし、決められた期日内にシャーリングした鉄板を納品する単純なものであった。それゆえ、注文してくる企業が何を製造する企業であるのかも把握できない場合が多く、加工した鉄板が納品先でどのような用途に使用されているのかを把握することは少なかった。この時期は正確にシャーリングすることと約束した納期を守ることで信頼を構築し、販売先を拡大させていった。

(3) 設備投資による事業拡大

徐聖銖氏がシャーリング業を拡大させている頃、徐聖銖氏の息子である徐^{ソクオンピョ}健杓氏は、日本で高校を卒業していた。家業を継ぐよりエンジニアになることを目標としていた徐健杓氏は、韓国に渡り、大学を卒業した後、約1年間韓国の企業大韓電線(株)で勤務していたが、当時の韓国の企業文化に違和感を覚え、アメリカへの留学を決めた。アメリカの大学では、経営工学 (Engineering management) の修士課程に入学したが、途中で韓国の大手建設会社への就職が決まり、再び韓国に戻った。しかし、韓国に戻ってきた直後、その大手建設企業が張玲子事件 (1980～1990 年代の韓国における巨額詐欺事件) に巻き込まれていることが判明し、徐健杓氏は韓国での就職活動を中断して、1982 年に日本に帰ってきた。徐健杓氏は、生まれた時から松村健という日本名を使用していたが、高校卒業後、ソウルに7年半、アメリカに3年半留学した間は徐健杓という韓国名を使用した。

徐健杓氏が日本に帰り、(株)海田金属で働くことになった時期は、鉄板の加工技術にイノベーションが起こり始めた時期であり、NC (Numerical Control) 専用の機械が開発されるようになった。徐聖銖氏は、このような新しい機械に対する情報を、機械メーカーと機械関係の雑誌や新聞などで素早く取得し、1982 年の夏、広島地区では最初の写真1の「NC タレットパンチプレス/NCT³²」を導入した。

NC 機械を導入する以前は、職人が手作業で切断機械を操作し、シャーリングをしていたため、間違いが生じる可能性もあり、高度な作業はできなかった。しかし、NC 機

³² タレットと言う丸いテーブルに多数の金型を配置し、数値制御 (Numerical Control) によって、穴あけ加工、成形加工等を行う機械の事。

械を導入することで、切断データを NC 切断機に入力するだけで自動的に複雑な形を正確に切り出すことができる。また、写真2のように、ベンディング加工（曲げ加工）においても、2次元 CAD、板金加工用の3次元 CAD を導入することで、写真3のような多様な立体形状の加工が可能になった。

写真1 株式会社海田金属が広島初で導入した NCT



出所：筆者撮影

徐聖銖氏は新しい機械に関しては全ての仕事を徐健杓氏に任せていたので、徐健杓氏は、コンピュータで作図をプログラミングして、現場の従業員にデータを渡すために徹夜で機械を起動させていた。それと同時に、新しい人材の養成にも注力した。徐健杓氏が仕事を始めた1982年から約10年間は、公共職業安定所（ハローワーク）を通じて求人を行っていた。また、昔、日本からの強制連行で、ソ連のサハリン（樺太／カラフト）の炭鉱で働きながら残留していた約240万人に至る韓国人・朝鮮人たちが終戦後もサハリン抑留されており、その10年後日本に強制送還された歴史があるが、徐聖銖

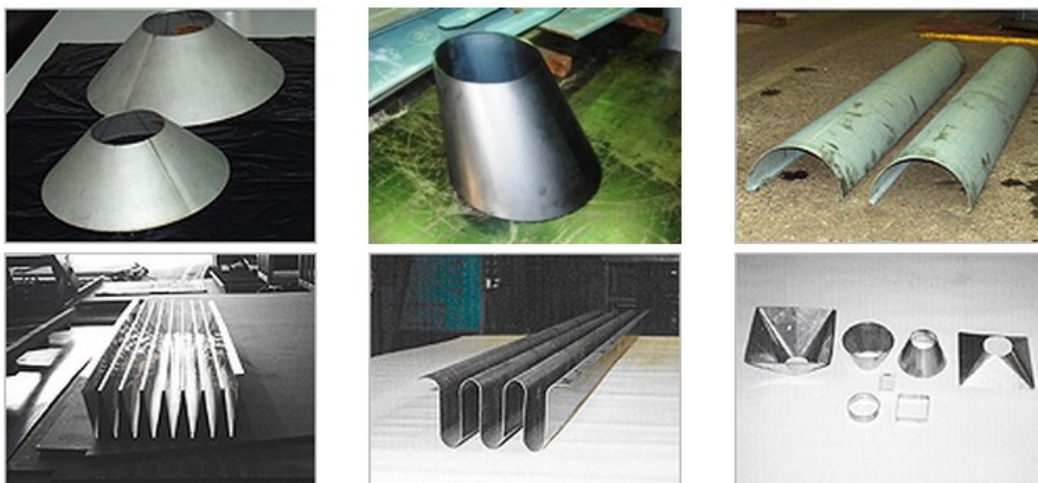
氏の知り合いを通じて、その人たちの家族から求人を出したこともあった。

写真2 株式会社海田金属が導入した高精度ベンディングマシン



出所：株式会社海田金属のホームページ

写真3 株式会社海田金属がベンディング加工した製品



出所：株式会社海田金属のホームページ

1992 年からは新卒採用を行っており、専門学校、高等学校、大学の新卒者を採用し

ている。当時は、バブルが弾けた後だったので、就職がかなり難しく、その影響で中小企業への求職を考える有能な新卒者が多かった。その時期に採用した従業員たちは、㈱海田金属のベテラン社員になっており、現在は、中間管理職として働いている。

さらに、上述した設備投資のため仕事の範囲も拡大されたため、従来とは異なる新しい取引先を開拓するために、徐健杓氏は多様な産業界への活発な営業活動を行った。現在は、主に建設機械・産業機械・特殊車両（ごみの収集車、ダンプトラック、バキュームカー）に使われるものを生産しており、NC 機械の導入前は、規模の小さい会社との取引が多かったものの、導入後は、地場でも規模の大きい企業との取引が可能となった。特に株式上場企業との取引ができるようになったため、同産業界における㈱海田金属の名声は高くなり、効率と利益率は次第に高まっていった。

（４）設備投資による危機克服と新しい産業界への取り組み

バブルの崩壊後もしばらくは製造業、特に鋼板加工業は、それほど落ち込むことがなく、同産業界における㈱海田金属の名声が高くなり、1992年から1993年にかけて関西空港のアクセス道路の防音壁の仕事を受注することができた。

1995年には、阪神・淡路大震災が起これ、阪神高速の高架道路が倒れた。その高架道路を立て直すために、大阪の商社がゼネコンから仕事を受けており、広島の大きな商社と協力関係を保っていたが、その商社の社長からの依頼で防音壁を製造することになった。具体的には、その商社から材料を仕入れ、加工する役割を担い、高架道路の両サイドにつける約20キロの巨大な防音壁を半年で作り上げた。写真4の関西空港アクセス道路防音壁の仕事をこなしたのが、阪神高速高架道路の防音壁の仕事につながったのである。

このように大規模な仕事を連続して任されたことで、徐健杓氏は同業他社には困難な更なる設備投資を行うことができた。およそ7千万円から1億円のレーザーマシンの導入である。㈱海田金属が導入した写真5のレーザーマシンは全国に3台しかないもので、広島では㈱海田金属が最初に導入した機械である。レーザー光線で鉄板を切断すると、プレスより先端面が綺麗で、製造にかかる時間も節約できる。高額ではあるものの、今後、主流となる機械を思い切って導入したことで、特に建設機械や特殊車両といった製造会社からの仕事は更に増え、2008年のリーマンショックによる危機も乗り越えるこ

とができた。

一方、阪神高速の高架道路の仕事を紹介してもらい、一緒に仕事をしていた地元の商社の社長とはその後も親睦を深めており、現在は、太陽発電の架台を製造する仕事において協力関係を構築している。徐健杓氏は、太陽発電を始めとする再生エネルギーの市場に参入を図っており、大手の上場企業と共同で風力発電事業に参入したことがある。風力発電事業においては10年前から試作をしてきており、現在は停滞状況であるが、太陽発電事業は順調である。近年に入ってから、東広島における大きなメガソーラーの仕事にも参加している。

徐健杓氏は、同業他社より優れた設備と従業員を誇りであると考えており、競合他社を意識するよりは、今後も他企業ができない仕事をし続けたいと述べている。

図2-13の組織図、表2-2の企業概要、表2-3の売上は株式会社海田金属を研究するための基本データとして記載することとする。

写真4 株式会社海田金属が製造した関西空港のアクセス道路の防音壁



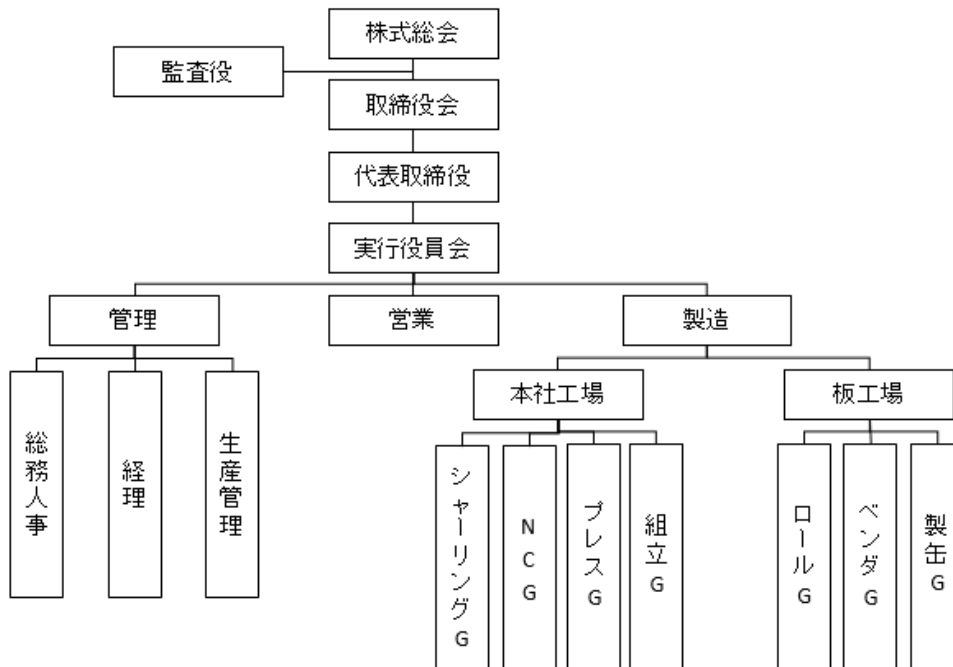
出所：株式会社海田金属提供

写真5 株式会社海田金属が導入したレーザーマシン



出所：筆者撮影

図2-13 株式会社海田金属の組織図



出所：株式会社海田金属提供

表 2 - 2 企業概要

企業名	株式会社 海田金属	
代表者	徐 健杓 (松村 健)	
所在地	〒736-0043 広島県安芸郡海田町栄町 3 番 14 号	
設立	1957 年 5 月	
資本金	資本金 3 千万円	
従業員数	43 名	
事業内容	<p>事業内容</p> <p>板金部門一切板販売 (シャーリング)、CNC レーザー切断加工、CNC タレットパンチプレス加工、プレスブレーキ折曲加工、ロール曲げ加工、形鋼冷間曲げ加工 (アングルベンダー・パイプベンダー)</p> <p>鋼材販売部門—SS400・SPHC・ハイテン材・各種特殊鋼板、表面処理鋼板・酸洗鋼板、SUS 各種・銅・アルミ・チタン、各種形鋼・条鋼類</p>	
取引銀行	<p>広島銀行海田支店</p> <p>商工組合中央金庫広島支店</p> <p>もみじ銀行海田支店</p> <p>日本政策金融公庫広島支店</p>	
主なる取引先	<p>江波鉄鋼(株)</p> <p>(株)大田铸造所</p> <p>大西電機工業(株)</p> <p>神戸鋳金工業(株)</p> <p>コバルコ建機(株)</p> <p>佐藤商事(株)</p> <p>新明和工業(株)</p> <p>(株)ダイクレ</p>	<p>(株)中村工社</p> <p>西井製作所(株)</p> <p>豊国工業(株)</p> <p>(株)前川製作所</p> <p>(株)メタルワン特殊鋼</p> <p>結城鋼材(株)</p> <p>ヨシワ工業(株)</p> <p>他 350 社 順不同</p>

出所：(株)海田金属のホームページ

表 2 - 3 (株)海田金属の売上

(単位:円)

2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年6月末
9億1,000万	6億2,800万	5億240万	5億1,000万	7億8,000万	9億7,000万

※2009年から2011年はリーマンショックの影響で低くなっている。

出所：(株)海田金属提供の資料をもとに筆者作成

(5) 在日韓国商工会議所への参加

徐聖銖氏は、呉に住んでいた1962年から民団活動を始めていた。徐聖銖氏は元々外交的な性格で、在日コリアン同士で集まるのを好んでいた。上述したように、徐聖銖氏は共産主義志向であったため、来日してからはばらばらには総連系の人たちとの付き合いがあった。しかし、1960年に北朝鮮へ渡った妻の両親と兄弟からの手紙をもらってからは総連系の人たちとの縁を全て切り、民団に籍を置くことになった。手紙には、「ここ（北朝鮮）は、広島吉島（刑務所が位置する）のように住みやすいところである。一省略—ここに来る際には、義妹（1957年生まれ／当時3才）の結婚写真を忘れずに持ってきて」と書いてあったのである。それで、徐健杓氏も小学校3年と4年の2年間、総連系の学校に通わせていたが、すぐに辞めさせた。

民団組織での活動は、殆どがボランティアであった。徐聖銖氏は、民団広島県地方本部第6期（1963.1.19-1965.4.18）の組織部長、第7期（1965.4.18-1967.4.16）の総務部長、第9期（1969.5.24-1970.5.24）と第10期（1971.5.24-1972.5.28）の監察委員長、第11期（1972.5.28-1974.5.19）と第12期（1974.5.19-1976.5.29）と第13期（1976.5.29-1979.5.7）の議長を務め、1979-1983年には広島県韓国人商工会の会長（2代会長）を務めた。また、1969年から1975年には広島韓国学園の園長であった。1979年には、広島市内に位置する大韓民国居留民団（現、在日本大韓国民団）広島県地方本部の建設活動に参加している。

広島県韓国人商工会は1962年に設立され、会員の組織化を基本方針に未組織同胞を糾合し、商工人の集合を図った。また、民団の財政援助に尽力するとともに広島商銀設立の原動力となった。ところが、様々な隘路があり、商工会そのものの活動が一時停滞を余儀なくされた時期もあった。それゆえ、在日韓国商工会議所広島支部の設立は1962

年であるものの、本格的な活動は再建後に初代会長が選ばれた 1971 年からである。

1971 年 6 月 19 日には再建準備委員会が開催され、第三次再建総会開催の末、再建初代会長が選出され、停滞していた組織及び活動が活性化された。広島韓国会館建設には会員ともども尽力し、1980 年 6 月 13 日に竣工式が挙行された。また、広島市で開催された第 12 回アジア大会の後、広島県韓国人商工会は大邱広域市と広島市、鎮海市と呉市の姉妹提携にも貢献した。

以後、組織の拡大と強化、基本財政の確立のために、広島商工(株)から広島商工(有)と衣替えし、ニューインディア保険会社、三井住友海上火災保険株式会社、GE キャピタル・エジソン生命、セコム損害保険株式会社の代理店業務を引き受け、事業の活性化に努めていた。

日本に生活の拠点を置かざるを得なかった在日コリアンの経済活動が軌道に乗り、全国的な規模の組織が必要となっていた。それは零細中小規模の多い企業家が一つにまとまることによって、企業家だけでなく、同胞社会の求心力としての役割も期待されていたからである。広島県韓国人商工会を含む韓国人商工連合会は、在日同胞社会の経済活動を担う組織として、民団中央会館建設においても重要な役割を果たすと共に、日本全国における同胞経済人の組織作りを積極的に推進した。こうした流れの中から次世代を担う在日韓国青年商工人連合会が韓商連の支援によって結成された。

また、他県の支部とのネットワークを有効活用するため、年に 4 回ほど、全国の各県の在日韓国商工会議所が集まり、理事会を開き、活動方針を決める活動も行っている。しかし、2000 年代の半ばから、在日韓国商工会議所に宗教が絡まったり、その宗教の勢力によって特定の会員が排除されたりする事件があり、現在は、韓国大使館の仲裁の下、内部事情を調整している最中である。そして、このような事態を打開し、在日コリアンの経済活動を手助けするという在日韓国商工会議所の本来の趣旨を満たすために、当時の民団団長から勧められ、徐健杓氏が在日韓国商工会議所の会長を務めることになった。

徐健杓氏は、あと半年で組織が元の状態に戻ると予測しており、そこからまた在日コリアン企業のための活動を活発化させようとしている。例えば、韓国に位置する大韓商工会議所との交流を活発化させるとともに、韓国で開かれる世界各国の韓国商工人が集まる場に参加することで、在日コリアン企業の世界韓商ネットワークを拡大させること

を目標としている。

3. 事例分析

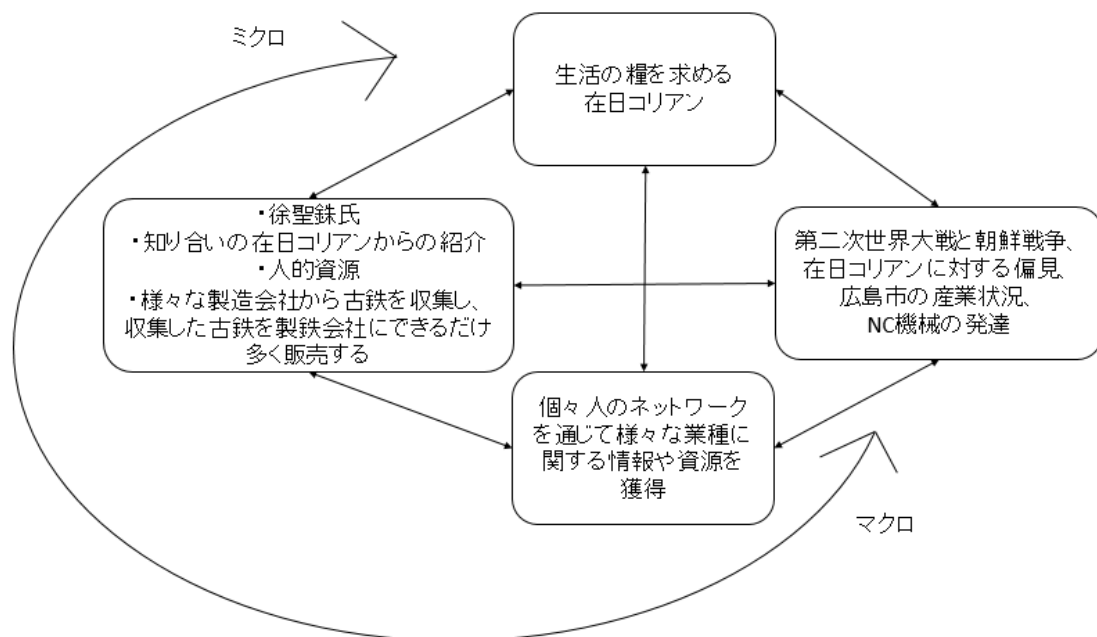
ここでは、第2章で提示した分析枠組みを用いて、(株)海田金属の事例を初代社長が主役だった時期（草創期）と現社長が主役だった時期（成長期）の二つのフェーズに分けて分析することにする。先行研究で言及したとおり、本論文における企業家活動の要素は「在日コリアン企業家」、「事業機会の認識」、「コア資源」、「事業コンセプトと計画」である。そして、在日コリアンの企業家活動を分析するにおいて、在日コリアン企業家よりミクロ的な視点であるエスニック・アイデンティティと、マクロ的な視点であるエスニック・ネットワークと在日コリアン企業を取り巻く環境という要素を分析の中に取り入れる。

(1) 草創期における分析

ここでは図2-14を基に議論していく。(株)海田金属の草創期における「在日コリアン企業家」は、朝鮮半島から来日し、古鉄業からシャーリング業へと事業を展開した徐聖銖氏である。徐聖銖氏が来日した時期は、第二次世界大戦が最中の時期であり、学生運動に参加していた徐聖銖氏は、命の危険を感じ、やむを得ず朝鮮半島から離れ、在日コリアンになることを決めた。そして、先行研究で明らかになっているとおり、当時の日本社会は在日コリアンに対する民族差別や偏見が漫然しており、その上、15才という若い在日コリアンの身分で就職することは難しく、日本の軍人として働くことになった。軍隊に入るために徐野という日本名を作ったが、名前を変えたり、日本の軍人となったりしたことで在日コリアンのアイデンティティが消滅したわけではなかった。終戦の時に一人でマンセーと叫んだことや、エスニック団体に所属し、重役を務めながらエスニック社会に貢献してきたことから明らかになっている。当時、日本名を使うことは在日コリアン同士ではごく一般的なことであった。そうでもしないと生活の糧となる職業（徐聖銖氏の場合は軍人）を得ることが非常に難しかったからである。つまり、日本名の有無とエスニック・アイデンティティとの関係性は希薄であり、日本名を有しているか否かで、エスニック・アイデンティティの有無を判断するのは危険であると考えられる。

このように生活の糧を求めて来日した在日コリアンとしてのエスニック・アイデンティティを構築していた徐聖鉄氏は、自然に他の在日コリアンとの接触が増え、在日コリアンの立場で営むことのできる様々な商売に関する情報を獲得し、生活を続けることができた。古鉄業もその中の一つであった。呉に住んでいた知り合いの在日コリアンから勧められたのである。言い換えると、個人的なエスニック・ネットワークから古鉄業の情報や資源を獲得したことで、起業機会を認識することができた。更にいうと、朝鮮戦争による祖国社会の厳しい状況が徐聖鉄氏を来日に導いた要因となったが、日本では、朝鮮半島が日本の植民地であったという歴史が在日コリアンに対する民族差別という社会環境を生み出していた。このような状況の中で、徐聖鉄氏はエスニック・ネットワークから生活をつづけるための情報を共有する必要があった。つまり、徐聖鉄氏のエスニック・アイデンティティがエスニック・ネットワークへの接近性を高めたことで起業機会を認識することができ、(株)海田金属を創業するに至った。

図2-14 (株)海田金属の草創期における分析枠組み



出所：筆者作成

古鉄業を始めた頃にも日本名は必要であった。日本名がないと、大きな製鉄会社に出

入りする際に制限を受けたり、日本人を採用するにも障害となったりしたからである。その反面、民団に所属したり周りの在日コリアンと個人的なネットワークを構築したりすることでエスニック・ネットワークを維持し続けてきた。つまり、エスニック・アイデンティティは捨てていないものの、経営活動を行うにおいて自ら自分が在日コリアンであることを発信することはなかったことになる。

一方、(株)海田金属の草創期における「コア資源」は人的資源である。コア資源は、企業家が今後の事業の発展のために最も重要なものであると認識し、社内化させる資源であるが、当時、呉は元軍都・軍港であり、スクラップ事業における大事な物的資源となる古鉄は豊富であった反面、スクラップ事業における労働者は「金の卵」といわれるほど人手不足だった。そこで徐聖銖氏は、人的資源を確保することで事業の規模を拡大させることが重要であると認識し、社内化させたのである。徐聖銖氏の人的資源の獲得過程をより詳しく説明すると、徐聖銖氏は、炭鉱産業の衰退に伴い、九州には仕事を求める在日コリアンが多いという情報を個人的なエスニック・ネットワークを通じて獲得し、自ら九州に向かい、在日コリアンをつれてくることで、人的資源を獲得することができた。つまり、コア資源を獲得するにおいて、リーダーシップ、感性、行動力といった企業家の特性を表すと同時に、エスニック・ネットワークを有効活用しているのが分かる。また、在日コリアンをつれてくるには、自分がその在日コリアンの連帯保証人となる必要があったが、これは、連れてきた在日コリアンが日本生活において何か無責任な行動を行った場合、その責任を負うことを意味する。つまり、ここでは、リスクテイカーや責任感といった企業家の性格も有していることが分かる。

徐聖銖氏の企業家としての特性とエスニック・アイデンティティに基づき構築されたエスニック・ネットワークを有効活用することで獲得できた豊富な人的資源を用いて、それから、活発な営業活動を行うことで、徐聖銖氏は「様々な製造会社から古鉄を収集し、収集した古鉄を製鉄会社にできるだけ多く販売する」という「事業コンセプトと計画」を実現させていた。

徐聖銖氏は事業コンセプトと計画を実現していく中で、在日コリアンとのネットワークだけでなく、日本社会における日本人とのネットワークを数多く構築することになる。古鉄業はエスニック市場をターゲットする業種ではなく、日本市場を志向する業種であるため、取引先には日本の企業が多かったからである。そして、このような過程で構築

した日本社会におけるネットワーク構築は(株)海田金属の事業転換のきっかけとなる。事例紹介のところで登場した、(株)海田金属が古鉄業からシャーリング事業へ転換するにおいて多大な役割を果たした社長も日本人であったが、徐聖銖氏がその社長と知り合ったのは、その企業からでる古鉄を収集するため、営業に訪れたことが始まりであった。その社長も、日本社会からの影響で、在日コリアンに対する偏見をもっていたかどうかは確認できないが、誠実で真面目な徐聖銖氏と個人的なネットワークを構築したことで、在日コリアンというエスニシティを認めてくれた結果、事業転換における情報と資源を提供してくれたと考えられる。

先行研究からも、起業段階ではエスニック・ネットワークが重要な役割をするが、企業の規模が拡大すると次第にエスニック・ネットワークの重要性は薄くなり、ホスト社会とのネットワーク構築が求められるとされている。つまり、この事例を通じても先行研究で明らかになっている議論が確認できた。しかし、先行研究ではエスニック・ネットワークからホスト社会とのネットワークへと変換するという現象に関しては論じているものの、それが変換していくための要素や変換していく理由は明らかにしていない。これに関して本研究では、在日コリアン企業が日本社会とのネットワークを構築し、それが事業転換につながるためには、在日コリアン企業家の個人的な努力が重要であり、日本社会におけるネットワークを構築するための努力は在日コリアンに対する（個人ではあるが）日本人の民族差別や偏見を緩和することにつながり、ひいては事業転換に有意義な重要な情報を提供することを発見している。そして、このような個人的な努力が重なり、在日コリアンに対する民族差別や偏見の緩和が大衆に広がることも期待できる。

一方、徐聖銖氏は、在日コリアンに対する民族差別や偏見の緩和のために個人的な努力だけでなく、組織的な努力も行ってきた。即ち、民団や広島韓国商工会議所での活躍である。実は、エスニック団体に所属するようになったきっかけは、徐聖銖氏的外交的な性格も一助した。また、前述したようにエスニック・ネットワークから生活の糧になる情報が得られたため、在日コリアン同士で固まる傾向が社会的に強かったという。

ともかく、徐聖銖氏は、呉にいた時期から本格的にエスニック団体に所属し、エスニック・ネットワークを構築してきた。但し、周知の通り、在日コリアン社会のエスニック団体は総連系と民団系に分かれており、事例紹介で述べたように北朝鮮に渡った家族からの手紙により、総連系から民団系に移ることになった。

エスニック・ネットワークは、類似したエスニック・アイデンティティを有する人々の集まりであり、結合の強いネットワークを構築しているエスニック・ネットワークには信頼関係が形成される。広島県の在日コリアン企業の中には鉄板を扱っている問屋が多かったが、在日コリアン企業同士の結合の強いネットワークからは、以下のように独特な流通形態も生まれていった。当時の製鉄会社は、自動車とか造船などに使う大きな鉄板を大手企業に販売していたが、余った鉄板は正規に売れないので、地元の間屋に闇で販売していた。そしてその鉄板を、(株)海田金属のような在日コリアン企業が安く仕入れ、加工し、様々な商売に活用していたという。特に、広島は昔から造船が盛んな地域だったので、鉄板を製造する会社も集積しており、多様な形態の流通や事業が発達してきたという。信頼関係によるエスニック社会の強いネットワークは、社会関係資本となり、資源獲得と事業機会の認識を可能にしたと理解できる。

話を戻し、徐聖銖氏はエスニック・ネットワークと日本社会におけるネットワークを有効活用し、かつ、企業家活動を発揮することにより、豊富な人的資源を獲得し、事業は安定していった。しかし、事業が安定しているが故に、そこに安住することなく、未来に向けて絶えずに革新を目指すことこそ、真の企業家の在り方である。徐聖銖氏は、機械メーカーと機械関係の雑誌や新聞などを通じて、新しい機械に対する情報を素早く取得し、莫大なお金を投資して NC 機械を導入した。このような大胆な決断は、「NC 機械の導入が今後の事業拡大のカギとなる」という確信があつてからこそ可能であった。つまり、企業家としての先見の目が働き、また、機敏に行動した結果、同業他社にはできない付加価値のある加工が可能となり、効率や利益率の向上につながったといえる。

起業段階においてはエスニック・ネットワークを通じて様々な情報や資源を獲得し、それが企業家活動を促進させていった。事業転換においては、個人的な努力で構築した日本社会におけるネットワークからの影響が強くなっていた。更に事業を拡大するにおいては、自ら環境の変化に注目し、素早く情報を獲得し、積極的に行動に移すという企業家としての特性がより強くなっていることが分かる。つまり、起業段階では在日コリアンであると同時にエスニック・アイデンティティを形成していることで、在日コリアン企業でない企業は活用しにくい（若しくは活用する必要のない）エスニック・ネットワークを積極的に活用するが、次第に日本社会におけるネットワークを活用することにシフトしていく様子が見取れる。

この時期に入ると、取引先の中で在日コリアン企業が少数存在するものの、経営活動上、エスニック・ネットワークはあまり機能していないように見える。しかし、徐聖銖氏はこの時期においても就職や起業活動といった在日コリアンの経済活動における制限を解除するための運動や生活改善運動などエスニック団体での活動に積極的に参加しており、帰化もしていない。その理由は何であろうか。

まず、徐聖銖氏が来日した頃に形成されたエスニック・アイデンティティが変化していないことが挙げられる。徐聖銖氏は起業やコア資源の獲得において個人的なエスニック・アイデンティティを有効活用しており、それが多大な助けとなった。また、鉄工所など大手の取引先に古鉄を売るために出入りする際、在日コリアンには制限があったり、銀行から資金を借りることができなかつたり、日本人の職員を募集することが難しかったりするなど、取引先の開拓や資金の確保において差別を感じていたが、企業の妬みが拡大し、差別につながる可能性は少なくなり、エスニック・アイデンティティを消滅させる動機を感じなかったからである。

つまり、在日コリアンの個人的な努力やエスニック団体の活動により、在日コリアンに対する日本の社会環境が変化したことで、経営活動や生活において帰化やアイデンティティの消滅を考える機会がなかったのである。徐聖銖氏の場合、在日コリアンであることからくる不便さを感じた時は個人的な努力により克服しようとする傾向が強かった。但し、ここで注意しておきたい点は、徐聖銖氏とは逆の場合、つまりエスニック・アイデンティティが消滅している在日コリアン企業家は努力をしていないということではないことである。今回の研究においてはエスニック・アイデンティティを消滅した事例は分析対象としていないため、帰化やアイデンティティの消滅に対する動機は明らかにできないものの、帰化やアイデンティティの消滅も日本生活を続けるための一つの実験であり、その選択も日本での生活を維持していくための努力であると考えられるからである。

以上で述べてきたように、徐聖銖氏は、祖国社会の厳しい環境により来日し、生活の糧を求めるエスニック・アイデンティティを形成したことから生活に必要な情報を求めてエスニック・ネットワークを構築することになった。そして、エスニック・ネットワークから得られた資源や情報が企業家活動を促進させ、起業活動を行い、コア資源を獲得してきた。その後、個人的な努力を重ね、日本社会におけるネットワーク構築し、

そこから事業転換や企業規模の拡大を可能にした。また、事業活動という個人的な努力の他にも、エスニック団体に所属し、活動することで在日コリアンの権利獲得や生活改善に貢献している。このような在日コリアンの個人的な努力と集団的な努力は、在日コリアンに対する民族差別や偏見を少しずつ緩和させていき、在日コリアン企業の円滑な事業活動につながると期待できる。

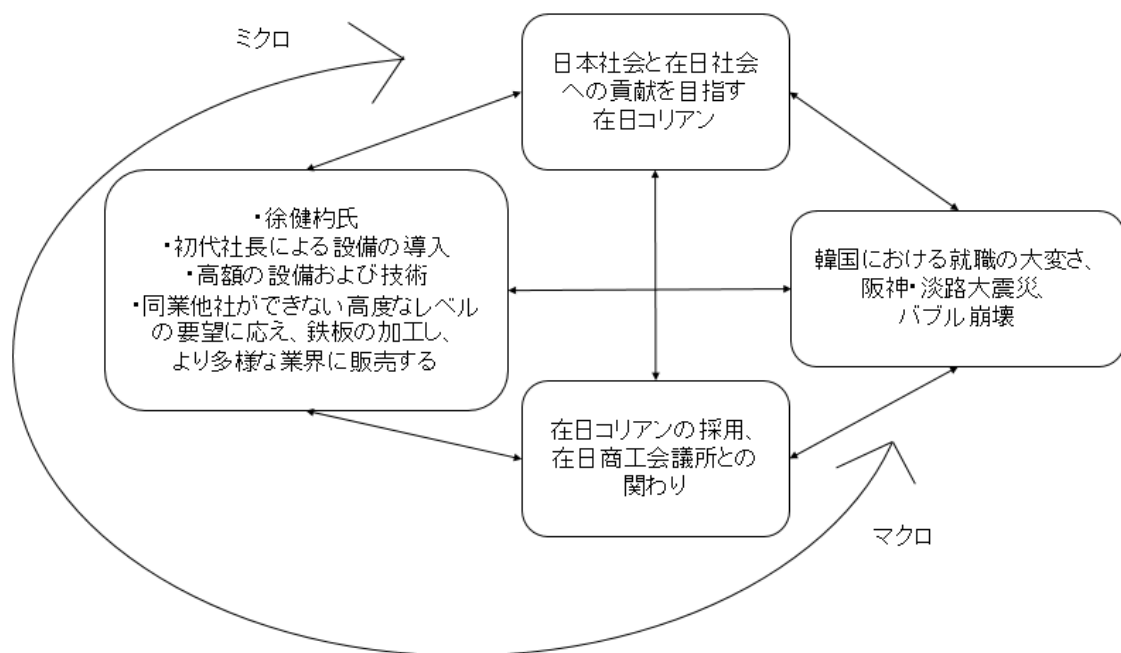
(2) 成長期における分析

ここでは図2-15を基に議論していく。成長期における「在日コリアン企業家」は、在日コリアン二世であり、機敏性をもつと同時にリスクテイクとしての気質を有する徐健杓氏である。徐健杓氏は、徐聖銖氏が導入したNC機械を用いて営業活動を行い、日本社会における更なるネットワークを拡大させ、事業の領域と規模を拡大させた。大胆な投資を通じて優れた設備を導入すると、シャーリングだけでなく、ベンディングやそれらを応用した多様な加工手法が可能になり、広島県内で成長軌道を走っていた産業機械器具、農業機械用具、自動車の製造会社と取引を始めることができた。つまり、仕事の範囲が拡大されたので、徐健杓氏は、今までとは取引がなかった多様な産業における販路開拓に迫られたのである。それゆえ、徐聖銖氏による設備投資を、徐健杓氏は更なる「事業機会として認識」したと理解できる。

また、(株)海田金属の成長期における「コア資源」は、徐聖銖氏の大胆な設備投資により獲得された高額な設備および徐健杓氏が徹夜で培った設備を動かす技術である。(株)海田金属の設備と技術は既存の取引先を満足させ、信頼を蓄積した。そして、それは新しい販売先の開拓と効率性の向上につながり、同種業界における(株)海田金属の名声を馳せ、事業の更なる成長において多大な役割を果たした。関西空港のアクセス道路の防音壁と阪神高速の高架道路の防音壁の製造という大きな仕事を受注することになったのである。その後も、徐健杓氏は今後の稼ぎ口となる設備になると思われる設備があると積極的に投資している。つまり、取引先との信頼構築が波及効果を起こしたことで、豊かな社会関係資本を形成することができ、(株)海田金属の営業活動に好影響を及ぼしている。このように、同業他社にはできない金属プレス加工を可能にさせ、優位性を保たせることで、「同業他社ができない高度なレベルの要望に応え、鉄板を加工し、より多様な業界に販売する」という「事業コンセプトと計画」を実現させた。

徐聖銖氏が企業を起こす際には、在日コリアンとのネットワークからの情報や資源が重要であり、シャールリングへの事業転換の際には日本社会におけるネットワークが重要な役割をした。徐健杓氏にとっては、徐聖銖氏の見識による設備投資が事業機会の認識となっており、それに加え、自動車や他の金属製品の成長といった企業を取り囲む社会環境が追い風となっている。

図 2 - 1 5 株海田金属の成長期における分析枠組み



出所：筆者作成

また、コア資源を獲得し、事業コンセプトを実現するにおいては、徐聖銖氏の場合、自らに在日コリアンという人的資源を求めて足を運んでおり、徐健杓氏の場合、設備を動かすために徹夜で機械を動かし、その分、様々な産業界における取引先を開拓するなど活発な営業活動を行った。つまり、事業機会の認識においてはネットワークの影響が強いが、コア資源を獲得するにおいては企業家の努力が決定的な役割をしていることが読み取れる。

一方、成長期においても、エスニック・ネットワークを通じた在日コリアンの採用は続けられていた。具体的には、ソ連のサハリンから日本に強制送還された在日コリアン

の家族を採用していた。また、日本社会においては、公共職業安定所を通じて人材を求めていた。そうする中、日本社会におけるバブルの崩壊は、若くて有能な人材の確保のきっかけとなり、事業拡大に拍車をかけた。その時期に採用した従業員たちは、(株)海田金属のベテラン社員となっており、現在は、中間管理職として働いている。従業員の入れ替えは、昔は頻繁であったが、現在は、他の同業他社と比べても少なく安定している。現在は、在日コリアンに対する民族差別や偏見が少なくなっており、在日コリアンが就職できる道は広く、在日コリアン企業であるから入社を控える傾向も少なくなっている。日本人の入社も増えており、あえてエスニック・ネットワークから人材を獲得する必要性も小さくなっている。つまり、人材獲得においては、祖国社会や日本社会の環境の変化から影響を受けており、エスニック・ネットワークから次第に日本社会のネットワークを活用していることが分かる。

このように、成長期においては更に、経営活動におけるエスニック・ネットワークの重要度は低くなっているが、徐健杓氏も徐聖銖氏と同様にエスニック団体の重役を務めており、エスニック・ネットワークを維持している。例えば、今まで徐健杓氏は、民団広島県本部の副議長、広島韓国青年商工会の副会長と会長、広島韓国商工会議所の副会長を務められており、現在は、在日韓国商工会議所広島支部の会長として、在日コリアンに対するイメージを向上させることを一つのミッションとして考えている。

このようなエスニック・ネットワークにおける活動は、日本社会と在日コリアン社会との交流を盛んにし、互いの偏見や差別を減らすことで、(株)海田金属を始めとする在日コリアン企業における経営環境を改善させると期待できる。

そして、先行研究から明らかになっているように、エスニック社会は祖国からの新しい移住を促し、エスニック・ビジネスを発達させるが、在日コリアンや在日コリアン企業の増加は、若手会員の不足で苦心している在日韓国商工会議所を始めとするエスニック団体の活発な活動の原動力と成り得る。つまり、徐健杓氏は、事業の拡大につれ、エスニック社会よりは日本社会におけるネットワークが強くなったとしても、エスニック社会と日本社会の両方に貢献を目指すことで、在日コリアンの経営環境が改善されることを願っている。つまり、エスニック・ネットワークを維持することは、かなり長期的かつ間接的にはなるが、結局、自社だけでなく、在日コリアン企業全体における企業家活動に好影響を及ぼしていきたいという願いが込められていると考えられる。

しかし、残念ながら、在日韓国商工会議所広島支部の会長としても最も急務である課題は、在日韓国商工会議所広島支部を維持させることである。在日韓国商工会議所広島支部の会員数は、2011年は88人であったが、2014年11月の段階で69人に減っている。継続している者は54人であり、新しく加入した者が15人、退会した者は34人もいる。徐健杓氏は、在日韓国商工会議所を在日コリアン企業のための団体であり、自社を始めとする在日コリアン企業の活発の活動のためには、広島商工会議所が持続すべきであると考えており、このような現象を打開するために努力している。人的資源の獲得にしても、取引先の現況にしても、経営活動上におけるエスニック・ネットワークの影響力は小さくなっているものの、エスニック団体の重役を務めているのである。

このような行動はエスニック・アイデンティティの影響を受けているからであると考えられる。徐健杓氏は、若い頃から在日韓国商工会議所広島支部の会長を務めるなど、在日コリアン企業のために努力している父親の姿を見て育った。それと同時に、在日韓国商工会議所が、在日コリアン企業のためにどのような活動を行ってきたのかを間近で見っていた。在日韓国商工会議所は、昔から、在日コリアン企業が、自由に事業活動するための法的・制度的改善に力を注いできているが、在日コリアンとしてのアイデンティティを有している徐健杓氏は、(株)海田金属も在日韓国商工会議所の活動から恩恵を受けてきたと意識しているのである。それゆえ、事業上におけるエスニック・ネットワークの影響は小さくなくても、昔から在日コリアンとして間接的に受けていた恩返しのために、自社が成長したからこそできる役割を果たしていると考えられる。

商工会議所広島支部の会長としては、昔と同様に、在日コリアン企業が、自由に事業活動するにおいて法的・制度的改善を図ると共に、在日コリアン企業のイメージを改善させるための活動や、在日コリアン企業だけでなく、日本企業・日本社会への貢献など幅広い活動を行っている。また、直接的には、広島に位置する日本の企業が韓国に進出する際、逆に韓国の企業が広島に支店を出す際に手助けをした。

つまり、経済的な面、民族差別の面、双方において厳しい時代を生きてきた徐聖銖氏は、生活の糧を求める在日コリアンというエスニック・アイデンティティが強かったことに比べ、それらがかなり改善された時代を生きている徐健杓氏は在日コリアン社会だけでなく、日本社会への貢献を目指す在日コリアンというエスニック・アイデンティティを形成しており、エスニック・アイデンティティの内容が異なっている。

以上で見てきたように、徐健杓氏は、今後、必要になると考えられる設備に誰よりも早く投資することで優位性を獲得している。このように機敏性とリスクテイクとしての企業家的特性をもつ徐健杓氏は、父親である徐聖銖氏から影響を受け、若い頃からエスニック団体における活動をし始め、エスニック・アイデンティティを形成した。それと同時に、事業継承を通じて経営活動に必要な日本社会におけるネットワークを構築してきた。徐聖銖氏の場合、起業段階において情報や資源をエスニック・ネットワークから獲得していたが、徐健杓氏の場合は、取引先の開拓や従業員の募集など、経営活動において日本社会におけるネットワークの影響が強くなっており、エスニック・ネットワークからの影響は間接的になっている。それにも関わらず、在日コリアン企業に対する貢献活動や日本企業と韓国企業のための活動をすることで、他の在日コリアン企業の活動の促進や、在日コリアンに対する社会環境の変化を実現しようと努力を重ねている。

4. 小括

(株)海田金属の徐聖銖氏と徐健杓氏との共通点としては、誠実さと機敏性、リスクテイクとしての企業家的気質がうかがえることである。但し、当然のことながら、(株)海田金属を取り巻く環境が変わってくるため、コア資源や事業コンセプトと計画を含む企業家活動の諸内容は社会環境の変化に応じて変わってきた。

また、成長期に入ると、草創期に比べて、事業活動におけるエスニック社会との接点が薄くなっていき、徐聖銖氏も徐健杓氏も在日コリアンとしてのエスニック・アイデンティティを維持しているものの、アイデンティティの内容は「生活の糧を求めて来日した在日コリアン」から「エスニック社会と日本社会の両方への貢献を目指す在日コリアン」へと変化してきた。つまり、在日コリアン社会の支援もしくは影響を受ける側から、エスニック社会へ支援もしくは影響を与える側になるためには、それに相応しいエスニック・アイデンティティへの変化が求められると同時に、そのようなアイデンティティを形成するためには、日本社会におけるネットワークの拡充による企業規模の拡大が必要不可欠であると考えられる。

ここで注意したいのは、日本社会におけるネットワークの拡大や売上の向上は、エスニック社会への貢献を目指すエスニック・アイデンティティの構築のための十分条件で

あり、必要条件ではないことである。先行研究でも言及したように、エスニック市場はいずれ飽和状態を迎えるため、そこをターゲットとするには限界があり、エスニック社会だけに頼らないで、次第に日本社会におけるネットワークを広めることが議論されている。そして、売上の向上は企業が経済的な面で成長した一つの証拠として捉えられるが、金善的に苦しんでいる企業家が、時間や努力を費やしてまで、エスニック社会や日本社会への貢献を目指すことは望ましくないと考えられるからである。

ともかく、エスニック社会への貢献は、日本社会における在日コリアンに対する民族差別や偏見を緩和し、自分を含める在日コリアンの企業家活動をより促進させる要因となる。そして、事例から分かるように、在日コリアン企業家として日本人の企業家と個人的に顔を合わせ、誠実で真面目な姿勢を示すことは信頼の構築と社会関係資本の形成につながり、その影響の範囲は狭いかも知れないが、在日コリアン企業を取り囲む事業環境を改善させる直接的かつ効果的な方法であるだろう。

それでは、リサーチクエスチョンを考察することにする。まず、初代社長がエスニック・ネットワークを維持する理由としては、自分は朝鮮半島で生まれた朝鮮人であり、生活の糧を求めて来日した朝鮮人であるというエスニック・アイデンティティを構築したことで、自然にエスニック・ネットワークに対する接近力があつたこと、組織が好きで組織における活動も活発であり、重役を務めてきたことから組織への貢献度が高かつたこと、エスニック・ネットワークから起業段階における資源を得られていたこと、エスニック・アイデンティティを無くすまでの経験をしていないことが挙げられる。現社長の場合、初代社長の影響で、若い頃からエスニック社会に属していたこと、韓国における経験から祖国であることを認識していること、在日コリアンが日本社会においてこのように成長できたのはエスニック団体の役割が大きかつたことを認識していることから、自分も恩返しとして団体において重役を務め、在日コリアンのエスニック社会や祖国社会、日本社会に貢献していきたいという気持ちがあつたことが挙げられる。

それから、初代社長の場合は、このようなエスニック・アイデンティティとエスニック・ネットワークの維持が、企業家活動において現社長の場合より直接的な影響を及ぼしている。特に、事業機会の認識や資源獲得において多大な影響を受けている。その反面、現社長の場合、エスニック団体の活動が在日コリアン企業全体の地位向上につながるという認識を持っているだけで、直接的な影響は受けていない。但し、エスニック団

体における活動が他の在日コリアン企業の企業家活動を促進することを目的としているので、在日コリアン企業全体からすると企業家活動を促進できる場づくりなどの可能性を内在している。

第3節 有限会社備北清掃社における事例研究

1. 業界分析

㈱海田金属の場合と同様に、朝鮮戦争の頃、生活の糧を求めて来日した初代社長は、リヤカーを用いたし尿収集業に参入し、その後、バキュームカーを導入することで顧客の満足度を高めていた。その後、三次市に浄化槽ができてからは政府とタイアップし、1976年に、有限会社備北清掃社（以下、(有)備北清掃社）を設立することになった。現在も、政府との関わりを維持してきており、政府から許可を取得した形で、広島県内における産業廃棄物の処理を担っている。以下では、(有)備北清掃社の分析に入る前に、(有)備北清掃社の主な事業であるし尿収集業がどのように発達してきたのかを検討することとする。

(1) し尿収集業とは

(有)備北清掃社が主に携わっている事業は、し尿収集運搬業と言われており、日本標準産業分類（2007年11月改定）に基づくと、サービス業（他に分類されないもの）の廃棄物処理業の一般廃棄物処理業のし尿収集運搬業に該当する。

(2) 日本のし尿処理における発展の流れとし尿収集業の歴史

日本におけるし尿収集業の歴史は、江戸時代に遡る。し尿を畑への肥料として利用することで農業生産を持続的に行うことができ、3千万人もの人口が維持できていた。しかし、1918年は清掃業界の一大転機であり、それまでは農民が周辺の市民各戸で肥料として使うためのし尿を汲取り、その際に各戸に代金を支払っていたが、1918年からは汲取り業者が出現し、市民各戸からし尿の汲取り料金を貰うようになった。

1920年代に入り、農業よりも工業が発展し、農村から都市に次第に人口が集中してくると、汲取ったし尿の処分にかげりが見え始めた。特に、1923年には関東大震災が起り、市内は焼け野原となり、市は掃除用具、運搬機材を失い、市民の厳しい非難の

中で他の処理方法もなく、政府は業者に東京都におけるし尿汲取りの緊急支援を依頼した。

当時のし尿業者は一般的に荷馬車でし尿を運搬していた。荷馬車では、1回で36本の肥桶を積み載せることができたが、馬がなにかの拍子で暴れると、積み荷が一方に片寄って大変だった。業者はロープで結ぶことで片寄らないように工夫しており、しばらくたってからは荷馬車の荷台に大きな木製の水槽をくくり付ける方式にしていた。

戦後になると、日本政府は、食料増産と都市の公衆衛生を保つために、農地還元策を進めた。肥料も大量に必要なため、東京都から埼玉県などにし尿の貨車輸送が行われた。特に、政府の資源調査会が、汲取りの機械化収集を目指した報告書を政府に提出したこともあり、各地でし尿はひしゃくによる汲取りから次第にオート三輪車などの使用を始めとする機械化収集に切り替わっていった。オート三輪車は、しばらく荷馬車と併用されていた。

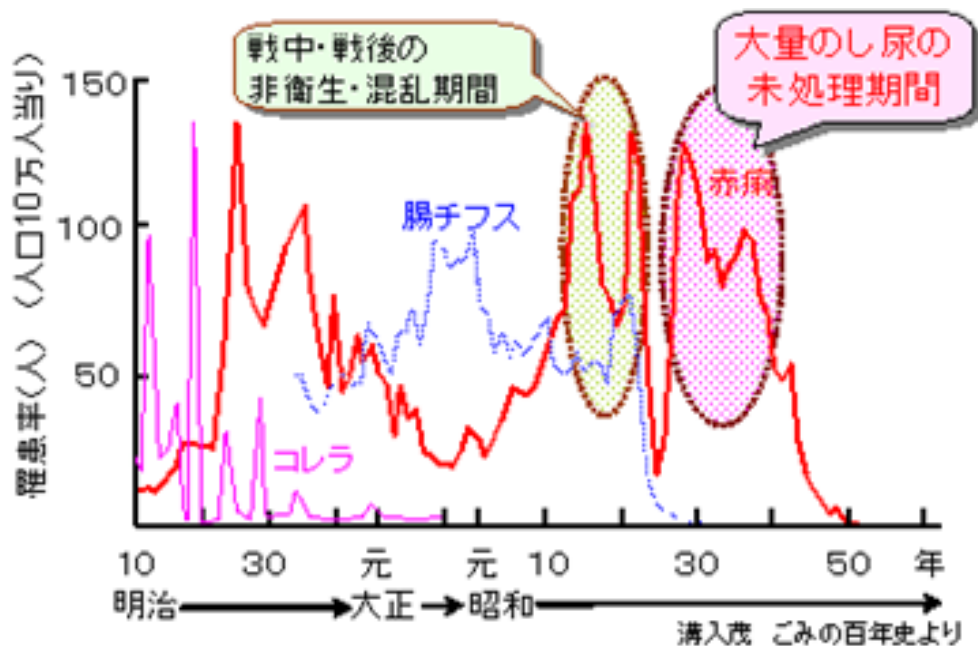
ところが、暫くすると化学肥料が大量に利用されるようになり、し尿は肥料から無用物と漸落してしまった。し尿は、公衆衛生上、大きな問題を起こし、浄化するための施設が緊急に必要となった。それと同時に戦後には東京に人々が戻り始め、都の人口が急増してくると再びし尿処理が問題となってきた。その結果、し尿が町中に溢れ、河川、湖沼、湿地や窪地、沢や谷、沿岸部などありとあらゆるところに不法投棄され始めた。これは、図2-16から分かるように伝染病の大流行につながった。東京湾の沿岸都市から多数の赤痢患者が発生し、千葉県側の砂浜はウジ虫が大量に湧いて白く見えることさえあったという。このため湾内の海洋投棄は禁止しなければならなくなり、投棄は、外洋投棄に変更となった。この「内湾対策」の一環として「し尿は陸上で処理する」ことが目標とされたのである。

このように政府は、し尿処理に緊急に対応せざるを得なくなり、東京都には、超大規模のし尿消化槽が造られ、都内で発生するし尿の38%を処理した。当時の東京のし尿処理の状況は、汲取ったし尿を貨物輸送などにより農村部へ還元したほか、一部を下水道へ投入するとともに、1950年からは、し尿の海洋投棄を再開している。

これらの処理と並行して、GHQ（連合軍総司令部）の指導により政府の資源調査会は、「屎尿汲取りの機械化と屎尿資源の科学的衛生処理、屎尿と下水道との合同処理」を検討していた。その結果をまとめ、1950年、「屎尿の資源科学的衛生処理に関する件」と

して勧告書を政府に提出した。その内容は、汲取りの機械化収集とし尿の科学的処理法としては、嫌気性消化法が最善であると報告している。この勧告後、各地でし尿はひしやくによる汲取りから次第に機械化収集に切り替わっていった。

図 2-16 日本の水系伝染病の罹患率の推移



出所：(独) 国立環境研究所 循環型社会・廃棄物研究センター オンラインマガジン

それにより、1955 年半ばになると、バキュームカーによるし尿収集が見られるようになった。但し、バキュームカーは高価であったため、し尿収集に携わっている業者はバキュームカーを購入するための資金を用意することを目標に働いていた。しかし、バキュームカーを使用するとしてもその対象がし尿であっただけに、道のりは大変だった。当時の研究者らは、欧米の消化技術と同じレベルにまで促進消化法を開発し、赤痢菌による伝染病の拡散を解決することを大きな課題としていた。

ともかく、1955 年代～1975 年代は、増え続けるし尿を衛生処理しなければならなかった時期であった。処理するのに 30 日以上も必要だった嫌気性消化法では間に合わなくなり、より早く、より大量に処理できる技術開発に重点が置かれた。その結果、薬品を使ってどろどろのし尿を固形物と液に分離する化学処理法や空気を吹き込む好気性

消化法が開発されてきた。しかし、これらはいずれも1次処理であり、仕上げの2次処理（一般に活性汚泥法という生物処理を用いる）をしなければ放流基準をクリアできなかった。

旧国立公衆衛生院（現国立保健医療科学院）で開発された高負荷膜分離技術により、どうにかし尿などに含まれる汚濁物質を生物に固定させ、沈殿池で固液分離して上澄みを放流することができた。しかし、この技術は、下水などの薄い汚水濃度に対しては非常に効果的であったが、し尿などの濃厚な汚水の場合には、適用がかなり困難だった。そこで、膜によって固液分離ができないかという開発目標が定められた。水の中に含まれる微生物などの微粒子を分子サイズ（1mmの10,000分の1以下の大きさ）の小さな穴を持つ限外ろ過膜を使ってろ過分離する技術を使ったのである。

1965年代、この限外ろ過膜³³は固形物がほとんど入っていない下水の2次処理水などに利用され、その処理水はビルのトイレ用水などに再利用された。この膜分離技術³⁴は、さらにし尿処理の現場も一変させた。今まで開放系で処理をしていたし尿処理施設は、膜分離技術の導入により完全密閉系で処理できるようになり、「臭い、汚い、暗い」の3Kを解決できたのである。

このような技術の発達に伴い、国民の水洗化の要求に対して個別処理としての浄化槽も爆発的に普及した。1955年の東京都区部の下水道普及率は16%であったが、これがわずか10年経った1965年には35%になったのである。清掃事業としての汲取りが急速に縮小されていった時期でもあった。

現在、各地域におけるし尿処理施設（廃棄物の処理及び清掃に関する法律—1970年法律第137号—第6条第1項の規定により、定められた計画に従って市町村が設置したし尿処理施設）又は浄化槽は、便所の水洗化、公共用水域の水質保全などにより、地域の住民の快適な生活を実現するうえで重要な役割を担っており、国民の水洗化の要望を反映して設置基数が増加するなど、ますます生活排水処理体系の中で重要性を増している。

下水道が普及して水洗化が進むと、つまり水洗トイレが増えてくると、汲取り量がだ

³³ 液体または気体に固体が混ざっている混合物を、細かい穴がたくさんあいた多孔質（ろ材）に通して、穴よりも大きな固体の粒子を液体または気体から分離する操作の一種。

³⁴ 液体または気体を濾し分ける操作技術。

んだん減ってくるため、し尿収集の業者にとっては危機となる。しかし、水洗トイレになっていない家が残っていたため、し尿の汲取りをやめるわけにはいかない。このような状況の中で、行政とタイアップしているし尿収集業者の多くは、行政から新しい仕事を勧められ、浄化槽管理や産業廃棄物収集運搬などの仕事を手がけるようになった。

2. 事例紹介

(1) 設立と発展

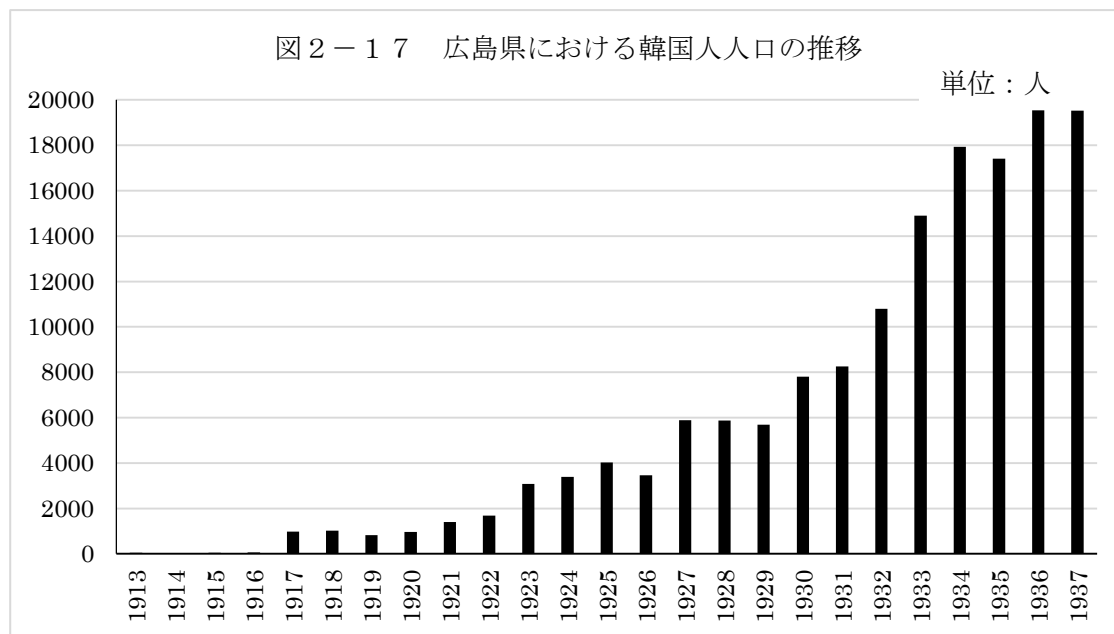
1905年、日本と朝鮮が締結した日韓保護条約³⁵以後、朝鮮において日本は大規模の土地投資を始めた。朝鮮の地価が日本の10分の1から30分の1であったために小作料をとることで大きな利益を得ることができたからであった。広島県は1910年から朝鮮半島における植民地政策と積極的に関係していたが、その一環として「広島県報」に朝鮮半島への農業移民の募集広告が掲載されていた。それに応募した広島県民は、植民地の地主になるため朝鮮半島に移住していき、1915年9月末までに広島県から朝鮮半島への農業移民は154戸に達している（金、1984）。それと反対に、土地をなくして流浪民となった朝鮮半島の農民は、生活の糧を求めて日本に移住してくるようになっていた。広島県に移住してきた朝鮮人は、図2-17で分かるように1915年には僅か48人であったのが、1937年には約2万人と大幅に増加している。

1937年、(有)備北清掃社の初代社長（以下、沈東烈^{シムドンリョル}氏）が3歳であり、沈東烈氏の父親（以下、沈点守^{シムジヨムス}氏）が生活苦により出稼ぎのため、単身で朝鮮半島から広島へ渡ってきた。沈点守氏は、朝鮮半島に妻子を残してきたが、日本での生活が長引き、新たに妻を迎え4人の子をもうけた。

当時、広島に来日した朝鮮人の目的は殆どが出稼ぎであり、ある程度資金を集めてから帰国したいと考える者が大半であった。しかし、朝鮮半島における経済的な状況は厳しくなる一方で、生活の一部を日本に築いていたり、帰国後の生計の安定をはかる見通しが立たなかったりしたことで、帰国を思いとどまる者が多かった。1946年の広島市による調査によると、県内の帰還希望者数は約2万人であったが、1946年4月から12月までの間、実際に帰国した人は5,861人に過ぎないという。

³⁵ 日韓保護条約により大韓帝国の外交権はほぼ大日本帝国に接収されることとなり、事実上保護国となった。以後、1965年に本条約は日韓国交を正常化する日韓基本条約の第2条で「もはや無効」であることが確認された。

これらの事情を知らず、本国で待っていた沈東烈氏の母親は、夫からの連絡がなかったため、1941年に当時7歳になる沈東烈氏をつれて来広した。しかし、夫が再婚していたので母親は沈東烈氏を夫に預け、一人で帰国してしまった。このように家庭事情が複雑であった沈東烈氏は、幼い頃から継母の下で苦しい生活を続けてきた。



出所：金（1984）

朝鮮半島に比べると経済的な状況は悪くないとはいえど、在日コリアンにとって日本生活は厳しいものであった。沈東烈氏は、松浪節夫という日本名を使用しながら、幼い頃からスクラップなどの廃品回収を始め、当時禁止されていた米の民間取引等の商売、闇酒や焼酎の製造・販売などをして家計を支えてきた。1953年頃、沈東烈氏は妻を迎え、4人の子を儲けるようになった。その後も精米所を設立して精米の仕事をするなど、様々な仕事を営んできた。そのような中、三次市でし尿収集の仕事に携わるようになった。これが後の株式会社三次衛生社となる。

当時の仕事の流れとしては、街中の家を一軒一軒回りながら、その家からでる不必要なし尿を定期的に処理するという契約を結び、し尿収集に対するサービス代をもらい、今度は畑や農家など、肥料として大量のし尿を求めるところを訪れ、収集したし尿を販売することであった。この時期は、ひしゃくと肥桶、リヤカーを用いてし尿を運んでい

たが、それにはいくつかのコツが必要となる。例えば、ひしゃくでし尿を汲めて肥桶に移す際、汲取り口とその周りを汚さないためのコツや、二つの肥桶をぶら下げてリヤカーまで運ぶ際に、こぼさないようにバランスをとって歩くためのコツ、し尿がこぼさないようにしながらリヤカーを目的地まで引いていくためのコツがあったという。このようなコツは丁寧に仕事をすると次第に身に付くものであり、当時の汲取りの契約軒数はし尿収集業者の丁寧さと誠実さに比例していた。

仕事に対する丁寧さと誠実さで汲取りの契約軒数を増やしていく中、既に呉市ではバキュームカーによるし尿収集の仕事が成り立っており、沈東烈氏は呉に住んでいた妻の親戚からバキュームカーによるし尿収集を勧められるようになった。バキュームカーは高額であったが、1955年、沈東烈氏は呉の知り合いを通じて2トン車の中古バキュームカーを分割払いで買い取ってきた。

ひしゃくで汲取ると、どれだけ丁寧にしてもし尿が飛び散る可能性はあり、時間もかかる。しかし、バキュームカーだと、ホースで吸っていくので綺麗にできるし、時間や労働力も節約できる。沈東烈氏がバキュームカーを使ってし尿収集をした結果、非常に良い評判を得ることになった。特に、人通りが多くて人口が密集している三次市の商店街や市街地は、綺麗さや速さがより求められる地域であり、そこからのニーズが高まった。更に、バキュームカーを用いた(株)三次衛生社のし尿収集に対する評判は口コミで他地域まで広がり、三次市だけでなく、1955年代後半には、庄原市の東城町にも事業所を儲け、市場の範囲を拡張していた。

沈東烈氏がバキュームカーを使用し始めた頃は、1945年代半ばの東京都のように三次市においても化学肥料が大量に利用されるようになったため、バキュームカーで収集したし尿は契約を結んでいる畑や農家でまいたり、個人農家に譲ったりしていたが、そのし尿の需要は急速に低下していった。しかし、し尿が残るからといっていつまでもタンクに入れておくにはいけないので、し尿を処分するところを探すのに苦労した。山主に声をかけて山にまいたり、川でながしたりするなど工夫はしていたが、し尿というのはあまり綺麗なものではないので周りから苦情が寄せられた。これは、業界分析のところでもみてきたように、(株)三次衛生社だけが抱えていた問題ではなく、全国的な問題となっていた。

(2) 行政との関わり

1970年になると、水質汚濁防止法、廃棄物の処理及び清掃に関する法律が制定され、日本の各地域には行政主導のもとでし尿処理施設又は浄化槽が設置されるようになった。三次市にもし尿処理施設が設けられ、処分しきれないものはそこに持っていくことになったが、し尿をし尿処理施設に運搬するためには、行政からの許可を得る必要があった。

行政は、各地域のし尿収集において、元々その地域でし尿収集業を営んできている業者に許可を与え、それらを管理することに決めた。但し、一社独占を避けるために、三次市の場合、規模の大きいし尿収集業者3社を選び、人口の分布状況によって区域を3つに分け、くじ引きを通じて担当地域を決めるようにした。その3社とは、(株)三次衛生社(現、三次衛生工業社)、(有)備北清掃社、A社であった。

くじ引きの結果、沈東烈氏が創業した(株)三次衛生社は面積が比較的広い区域を担当することになり、(有)備北清掃社は、狭い区域ではあるが、商店街が位置しているところで人口密度の高い区域を担当することになった。その後、(有)備北清掃社の経営者が他の事業をすることになり、会社を(株)三次衛生社に売却した。そこで、(株)三次衛生社は沈東烈氏の義理の弟が継ぎ、沈東烈氏は(有)備北清掃社を経営することになった。

実は、この(有)備北清掃社の事業継承にはいささか事情がある。そもそもし尿採取事業は、沈東烈氏が妻方の親戚からアドバイスを受けて(株)三次衛生社として創業したが、業務を始めた時点で沈点守氏を代表としていた。しかし、1965年代に入り事業としてより安定してきたことで、継母が自分の息子に事業を継続することを希望し、もとより起業家であった沈東烈氏は仕事を止め、土木関係の仕事をするようになった。そこで、大学生活をしていた義理の弟が呼び戻され、(株)三次衛生社を継ぐことになっていたのである。このように複雑な事情を経て、沈東烈氏はし尿収集業に復帰でき、(有)備北清掃社の社長を務めることになった。そしてその業務を自分の息子である沈勝義氏に継承し、現在は沈勝義氏が(有)備北清掃社の社長を務めている。

話を戻すが、3社のし尿収集業社が担当地域を決めてから年月が経ち、時代と共に町の様子も変化してきた。(有)備北清掃社が担当している商店街は衰退していき、表2-4と表2-5の比較から分かるように、1981年頃に比べて現在は、担当している区域の人口密度が減少してきている。

表 2 - 4 1981 年 12 月の業者別地域割世帯数及び人口

業者名	世帯数	割合	人口	割合
(株)三次衛生社	4,457 世帯	40.08%	15,797 人	40.30%
A 社	4,131 世帯	37.15%	15,043 人	38.38%
(有)備北清掃社	2,531 世帯	22.77%	8,356 人	21.32%
計	11,119 世帯	100.00%	39,196 人	100.00%

※君田村、布野村、作木村、吉舎町、三良坂町、三和町、甲奴町は含まない。

出所：(有)備北清掃社からの提供

表 2 - 5 2006 年 3 月の業者別地域割世帯数及び人口

業者名	世帯数	割合	人口	割合
(株)三次衛生社	10,388 世帯	44.32%	27,806 人	45.72%
A 社	7,188 世帯	30.66%	18,351 人	30.18%
(有)備北清掃社	4,664 世帯	19.90%	11,483 人	18.88%
B 社	1,200 世帯	5.12%	3,174 人	5.22%
計	23,440 世帯	100.00%	60,814 人	100.00%

※旧君田村、旧布野村、旧作木村、旧吉舎町、旧三良坂町、旧三和町、旧甲奴町を含む。

※B 社は 1975 年に市町村合併で入ってきた。

出所：(有)備北清掃社からの提供

現社長である沈勝義氏は、現在の人口割合に合わせて区域の見直しを市役所の環境政策課に要請しつつけているが、全国的に見ても区域の見直しはあまり行われていない状況であり、結果は不透明である。しかし、写真 6 と写真 7 の車種を導入し浄化槽管理や一般廃棄物運搬収集などの別の委託業務を行い、事業を拡大することで、し尿収集における売上が減る分、その他の事業からの収入で賄っている。

行政からの委託業務の他にも取り組んでいるいくつかの事業があり、飲料メーカー会社が設置した自動販売機の横にある空き缶のごみ箱からリサイクルするビンやカンを収集・運搬したり、不動産業者と契約を結びマンションのごみを収集・分別・運搬したりして、事業の拡大を試みており、図 2 - 1 8 のように固定廃棄物の売り上げが右上の

傾向である。

写真6 浄化槽維持管理車



出所：備北清掃社 HP

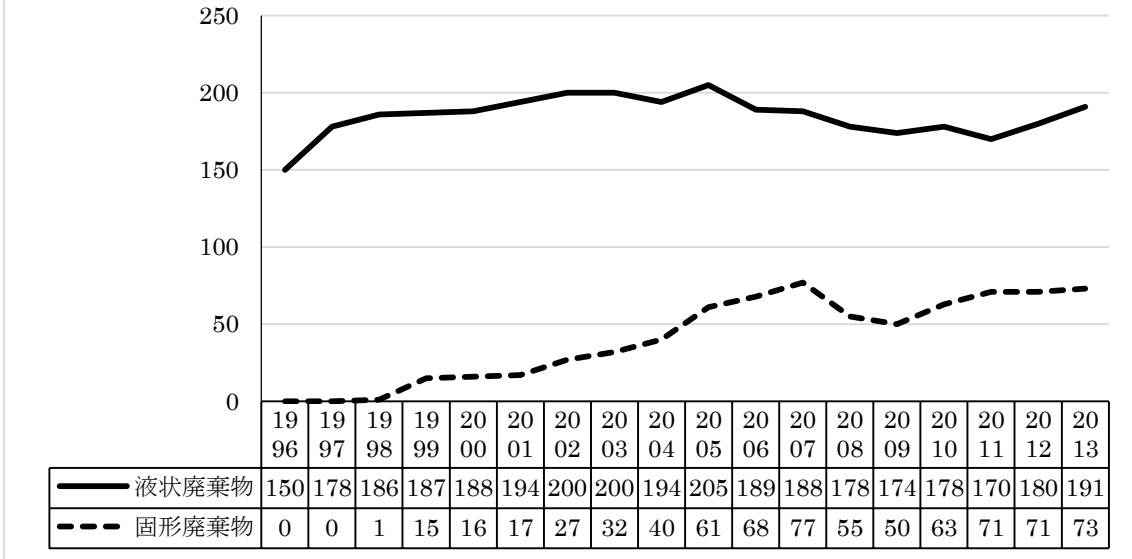
写真7 一般廃棄物運搬収集車



出所：備北清掃社 HP

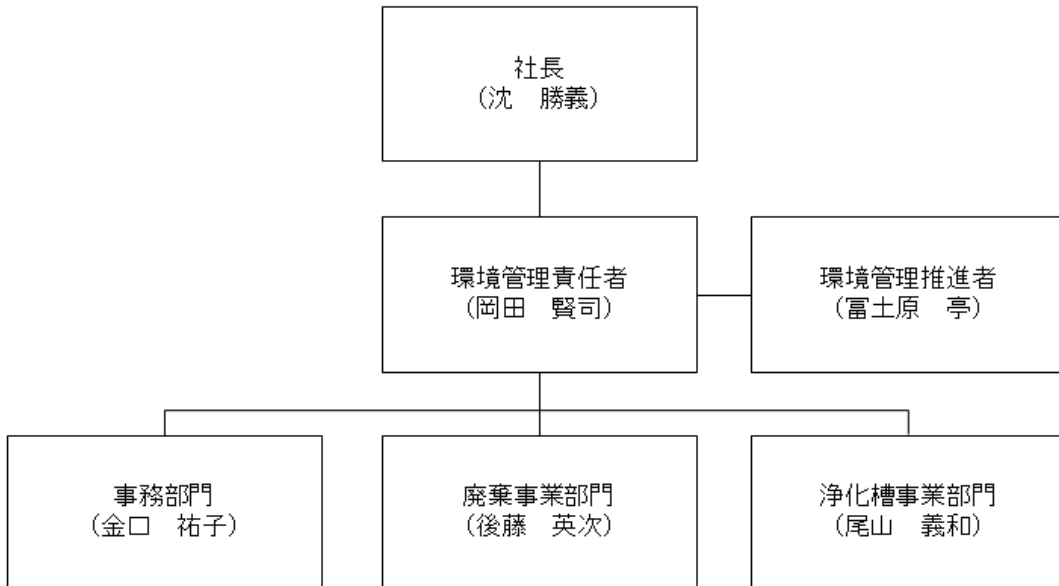
図2-19の組織図、表2-6の企業概要、表2-7の事業の規模、図2-20の財務状況は(有)備北清掃社を研究するための基本データとして記載することとする。

図 2 - 1 8 液状廃棄物と固形廃棄物との売上比較 (単位：百万)



出所：(有)備北清掃社提供

図 2 - 1 9 組織図



出所：(有)備北清掃社ホームページ

表 2 - 6 企業概要

企業名	有限会社 備北清掃社	
代表取締役	沈勝義	
設立	1976年12月10日	
資本金	750万円	
所在地	〒729-0021 広島県三次市三次町 2668 番地	
事業内容	一般廃棄物収集運搬、産業廃棄物収集運搬、浄化槽維持管理、農業集落排水維持管理	
許可一覧	一般廃棄物収集運搬業（液状） 三次市許可 第2号 一般廃棄物収集運搬業（固形） 三次市許可 第103号 浄化槽保守点検業 広島県 60 第1103号 産業廃棄物収集運搬業 広島県許可 第3408074811号 （社）広島県浄化槽維持管理協会 広浄協 事003	
保有資格	浄化槽技術管理者（7名） 浄化槽管理士（9名） 浄化槽清掃技術者（2名） 浄化槽清掃実務者（9名） 浄化槽設備士（2名） 浄化槽補助検査員（5名） 第2種酸素欠乏危険作業主任者（2名）	
加盟団体	全国環境整備事業協同組合連合会 広島県環境整備事業協同組合 広島県浄化槽維持管理協会 広島県環境保全センター 三次商工会議所	
取引銀行	広島銀行 十日市支店 もみじ銀行 三次支店 中国銀行 三次支店	広島みどり信用金庫 三次支店 J A三次 北部支店

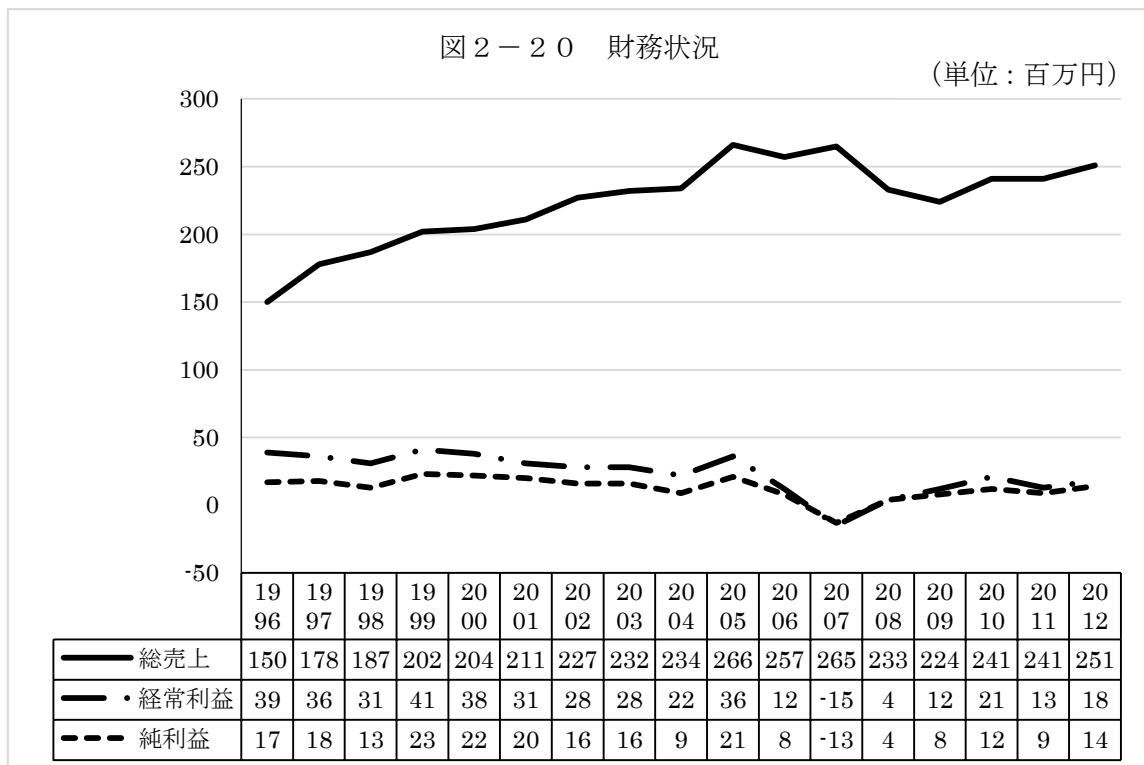
出所：(株)備北清掃社のホームページ

表 2-7 事業の規模

項目	単位	2010 年度	2011 年度	2012 年度
一般廃棄物収集運搬（液状）	トン	4,891	6,834	5,857
一般廃棄物収集運搬（固形）	トン	2,728	2,925	2,807
産業廃棄物収集運搬	トン	459	504	537
浄化槽管理	件	1,158	1,123	1,109
農業集落排水維持管理	件	7	7	7
従業員数	人	25	23	25
床面積	m ²	198.72	198.72	198.72

*年度は、6月から翌年の5月までとしている。

出所：(有)備北清掃社ホームページ



出所：(有)備北清掃社提供

(3) 在日本大韓民国民団での活動

株式会社衛生社の初代社長である沈東烈氏は、外交的な性格を有しており、周りには在日コリアンが多かった。戦前、戦後の頃は、在日コリアン同時のいわゆる仲間意識が強く、近くに住んでいる在日コリアンが集まり、共同体として冠婚葬祭を始めとする多様な行事を互いに力を合わせて行っていた。

在日コリアンが共同体を形成するようになった一つの大きな要因として、当時の在日コリアンの就職難が挙げられる。沈東烈氏が来日する以前の資料ではあるが、1934年の韓国人職業別人口からすると、重労働を要する非熟練労働者、日雇い、臨時工的性格の強い労働者である工業部門の雑役、土木建築業の土工夫、これに中仕業とその他の労働者を合計した数値は7,303人であり、有業者比73%となる。つまり、有業者の70%以上が下積みの不安定な職業に従事していたのである。

このように在日コリアンは有利な職業機会に恵まれず、常に失業の不安がつきまとう生活を余儀なくされたが、たとえ同一の職業に従事している場合でも日本人との賃金格差は明確であった。例えば、1925年の調査で最も賃金の差額があった窯業では、日本人の普通日給が2円50銭であったのに対し、韓国人は1円であった。この他、繊維工業、金属工業や製版印刷製本業、土木建築業などの部門においても大きな賃金格差が見られた。

こうした状況の中で、日本人と朝鮮人の衝突事件も頻発していた。そして、それらの衝突事件の大半は民族差別が原因となっていたが、在日コリアンは弱者の立場にいたため、集まらないといけないという意識が共有されていた。そうする中で、衝突事件の参加者のうち、韓国人の方が日本人より多くなり、民族差別に対しては次第に集団的な行為がなされるようになっていった。沈東烈氏の父親と沈東烈氏も悪質な民族差別に反発したり、周りの在日コリアンの冠婚葬祭を手伝ったりする中で、自然に一つの小さな共同体に属することとなっていたが、当時、日本には「在日本朝鮮人連盟」という大きな在日コリアンの組織があったため、沈東烈氏の父子が属する共同体もそこに籍を置くことになった。

在日本朝鮮人連盟（以下、朝鮮人連盟）は「総力を集中し、新朝鮮建設に努力し、日本国民との友誼関係を保全し、在日同胞の生活安定、帰国同胞の便宜を企図する」と宣言し、政治的には無色透明な組織であった。しかし、朝鮮人連盟の中央幹部の殆どを日

本共産党が占めることとなり、朝鮮人連盟の実権を共産党が掌握し、組織はますます左翼化を強めていった。これに対し、民族主義者や中立系の青年たちが中心になって、1946年、在日朝鮮慰留民団（現、在日本大韓民国民団）を結成するに至った。朝鮮人連盟の中で、沈東烈氏が主に付き合っていた人々の思想は、在日朝鮮慰留民団（以下、民団）の思想に近かったので、沈東烈氏も自然に民団に属するようになった。

民団広島県本部結成の動きは1947年に始まった。沈東烈氏は、父親である沈点守氏が1959年に民団三次支部の団長を務め、在日コリアンのために様々な活動することを見て育ち、沈東烈氏も1982年には民団の青年会の会長を務めることにした。当時の広島民団は、北送反対運動³⁶、信用組合広島商銀設立運動、東京オリンピック後援、韓日会談・法的地位要求運動、出入国管理方案反対運動、永住権申請促進運動、セマウル運動支援事業、行政差別撤廃運動といった活動を始め、民族教育活動、韓国人原爆被害者対策活動などを行い、成果をあげてきた。

特に、沈点守氏は1961年に設立した信用組合広島商銀（以下、広島商銀）の設立における支援に力を入れた。周りの在日コリアンに呼びかけをして預金を獲得したり、民団の広島支部の役員だけでなく広島商銀の総代という役員を務めたりしたのである。昔は、普通の日本の銀行は在日コリアン企業に貸金をしなかったため、広島商銀の設立は在日コリアン企業の発展において重要な役割を担っていたとされている。現在は、沈勝義氏が民団の団長と同時に広島商銀の総代を務めており、広島商銀とは応援する意味で取引を続けている。

ここでいう「応援する意味での取引」とは、(有)備北清掃社は広島商銀との取引によるメリットがあまりないことを意味する。(有)備北清掃社の主な取引銀行は地元の日本の銀行であり三次市にある全ての銀行も口座を持っている。その理由は、顧客の多くが日本人であり、商銀を利用する顧客は多くなく、顧客から代金を銀行振り込みで集金しているが、顧客の便宜のために地方の全ての銀行との取引をしているからである。言い換えると、顧客の手数料に対する負担を減らすためである。このように商銀を利用すること

³⁶ 1950年代から北朝鮮は朝鮮戦争で多くの犠牲者を出し労働力不足となり、再建するために在日の朝総連系同胞に北朝鮮への帰還を求めている。一方、日本政府は戦後一貫して、在日コリアンを日本から追放することをその基本方針に置いていた。これに対し、民団では、在日同歩の北送は、北朝鮮の政治的利用と日本政府の利害関係が一致したものと規定づけ、全国各地で北送反対運動を展開した（民団愛知、2007）。

によるメリットは少なくなっているにも関わらず、自分が在日コリアンであることから、商銀を利用し、商銀を成長させることが他の在日コリアン企業家のための道になると考えているため、商銀支援活動を行っていたのである。このように(有)備北清掃社はB to C³⁷の形をとっており、地域に根強い企業でもある。それゆえ、沈勝義氏は広島みどり信用銀行の総代も務めており、三次市の商工会議所の役員をするなど地域における多様な活動を行っている。

3. 事例分析

ここでは、(有)備北清掃社の事例を、初代社長がし尿収集業を始めた時期（草創期）とし尿収集業が行政からの委託業務となった時期（成長期）の二つに分けて分析することにする。先述したように、本論文における企業家活動の要素は「在日コリアン企業家」、「事業機会の認識」、「コア資源」、「事業コンセプトと計画」である。そして、在日コリアンの企業家活動を分析するにおいて、エスニシティの企業家活動に影響すると考えられるエスニック・ネットワークと在日コリアン企業を取り巻く環境というマクロ的な視点だけでなく、エスニック・ネットワークの構築に影響すると考えられるエスニック・アイデンティティというミクロ的な視点の要素を分析の中に取り入れる。

(1) 草創期における分析

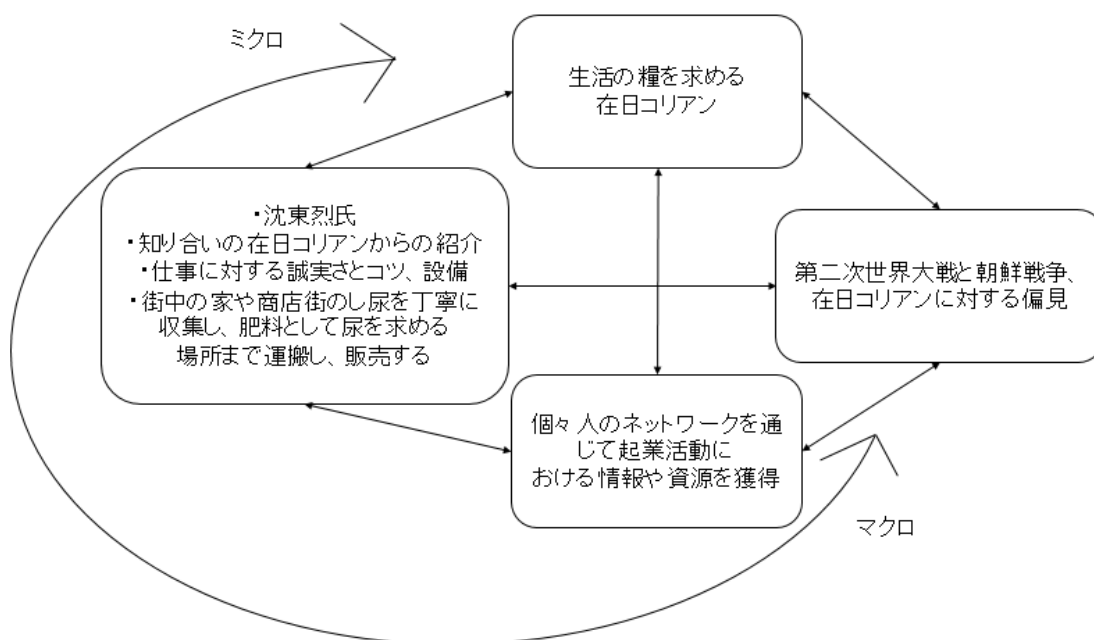
ここでは図2-21を基に議論していく。(有)備北清掃社の草創期における「在日コリアン企業家」は幼い頃に来日し、様々な業種における企業家活動を行い、し尿収集業に定着させた沈東烈氏である。沈東烈氏は、9歳の時に父親を探しに母親と来日し、そのまま日本に残留した。つまり、自分の意志ではなく家庭事情で、幼い頃から日本で生活するようになったのである。当時の在日コリアンは家族的な仲間意識が強く、その中で日本生活に対する様々な情報を得ていた。沈東烈氏の家族の周りにも在日コリアンが多く、自然にエスニック・ネットワークを構築することができた。

在日コリアンの身分として、また継母の下で、苦しい幼年時代を送ってきた沈東烈氏は、エスニック・ネットワークを有効活用することによって企業家活動を行い、幼い頃

³⁷ Business to Consumer。企業と個人（消費者）間の商取引、あるいは、企業が個人向けに行う事業のこと。

からスクラップなどの廃品回収を始め、当時禁止されていた米の民間取引等の商売、闇酒や焼酎の製造・販売など様々な事業に挑戦し続けていた。そして、試行錯誤を繰り返してきたのち、知り合いの在日コリアンからの紹介でし尿収集業に参入することとなった。

図 2-21 (有)備北清掃社の草創期における分析



出所：筆者作成

沈東烈氏が来日する以前の資料ではあるが、1934年、韓国人職業別人口からすると、重労働を要する非熟練労働者、日雇い、臨時工的性格の強い労働者である工業部門の雑役、土木建築業の土工夫、これに中仕業とその他の労働者を合計した数値は7,303人で、有業者比73%となる。このような仕事は日本人が好まない業種であり、就職差別を受けていた在日コリアンがよく勤めていたものである。沈東烈氏が行っていた廃品回収、米の民間取引、闇酒や焼酎の製造・販売、し尿収集も日本人が好まない業種であり、在日コリアンのエスニック・ネットワークを通じて関連情報を取得していた。つまり、幼い頃から日本で生活していたものの、経済的に厳しい家庭環境、在日コリアンに対する就職差別や偏見など、沈東烈氏を取り巻く環境により、一般の日本人が歩いていく道を選

択することができず、「生活の糧を求める在日コリアン企業家」というエスニック・アイデンティティを形成していたのである。

そして、このようなエスニック・アイデンティティは、在日コリアンのエスニック・ネットワークへの接触を促し、そこから得られた情報が、し尿収集業を始めとする多様な「事業機会の認識」につながっていたと理解できる。上述したように、し尿収集業は在日コリアンが多かった業種であり、その中で在日コリアンと接する機会が多かったため、そこから更にエスニック・アイデンティティを明確にしたと理解できる。

一方、同種業界に在日コリアンが多く集まっていると業界情報を共有するというメリットがある反面、在日コリアン同士での競争も激しくなるというデメリットもある。デメリットを克服するためには、他社と差別化できる自社だけの優位性を獲得する必要がある。沈東烈氏が草創期に獲得した「コア資源」は、仕事に対する丁寧さと誠実さ、そしてそれに伴う汲取りにおけるコツであり、ひいてはバキュームカーという設備も草創期におけるコア資源として捉えることができる。なぜなら、仕事に対する丁寧さと誠実さ、コツは、汲取りの契約軒数が増加につながり、同業他社よりも早めにバキュームカーを購入するための資金の獲得を可能にしたからである。また、バキュームカーの導入によるし尿収集は、作業の速さと綺麗さを向上し、特に多くの人々が毎日出入りする商店街における評判を高め、三次市だけでなく、庄原市の東城町にも事業所を設けていた。更に、その後、㈱三次衛生社が行政から三次市における三大業者として選ばれ、現在に至るまで事業を継続できるようになったからである。

バキュームカーの導入は、日本社会における関連機械の発達と普及からも影響を受けている。業界分析でみてきたように、1945年代は、し尿の運搬機材として荷馬車が一般的であったが、1945年半ばになると、オート三輪車などの使用を始めとする機械化収集に切り替わり、1955年半ばになるとバキュームカーによるし尿収集が見られるようになったのである。沈東烈氏は、呉に住んでいた在日コリアンからこのような環境の変化に関する情報を獲得し、素早くバキュームカーの導入を実行したからコア資源を獲得できた。つまり、エスニック・ネットワークからの情報を有効活用したことと、環境の変化に機敏に対応する企業家的な特性を発揮したことが草創期におけるコア資源の獲得を可能にしたと考えられる。

このようにして、し尿収集における機材は、ひしゃくと肥桶、リヤカーからバキュー

ムカーに変更していったものの、「街中の家や商店街のし尿を丁寧に収集し、肥料とし尿を求める場所まで運搬する」という「事業コンセプトと計画」を実現させていた。

このように沈東烈氏は事業機会の認識や資源獲得においてエスニック・ネットワークを有効活用しており、エスニック社会への貢献活動も行ってきた。例えば、沈東烈氏は、民族金融機関の運営に取り掛かっていた。当時の在日コリアン企業は、日本の銀行から資金を借りることが不可能に近かったので、民族金融機関が成長すると在日コリアン企業の成長にもつながると考えていたからである。また、三次市の在日韓国商工会議所や民団における活動を行うことで、在日コリアンに対する民族差別や偏見を緩和するための活動を行ってきた。

一方、沈東烈氏は、エスニック・ネットワークだけでなく、日本社会におけるネットワークも構築しつづけてきた。街中には在日コリアンより、日本人の数が多く、沈東烈氏は街中の人を顧客としていたため、自然に日本人とのネットワークが増えたのである。

当時の日本人からの民族差別や偏見に関しては、在日コリアンであることで日本人からの民族差別を受けていたというより、し尿収集という職業が蔑視されるものであったため、沈東烈氏は、日本社会から職業に対する偏見は感じていても、在日コリアンであることに対する差別は感じていなかった。但し、し尿汲取りの職業は、し尿を浄化するための技術や仕事が発達していなかった当時において必要不可欠なものであり、民族差別や業種差別の発言をする各戸にはし尿汲取りを拒否するなどしてし尿汲取りの大切さを日本社会に認識させた。つまり、し尿汲取りの職業を恥と思うのではなく、在日コリアンとして日本に定着するために選択した貴重な仕事であり、この地域になくてはならない重要な仕事であると考えていた。そうすることで、職業差別や偏見、つまり、し尿収集業に対する日本の社会環境を変えようとした。

このように、沈東烈氏の場合、帰化の動機となる決定的な経験は少なく、それよりもっと仕事を頑張って、経済的に成長し、日本社会から認めてもらいたいという意思が強かったと考えられる。

一方、日本社会から認められたいという意思をもつと共に、地域に根差した B to C という事業形態をとっていたため、沈東烈氏は、日本社会における様々な活動に積極的に取り組んでいた。例えば、地域の商工会議所の役員を務めたり、地域銀行の総代を務めたりするなど、地域における様々な活動に取り掛かってきた。

以上で述べたように、沈東烈氏は、祖国社会の厳しい環境による家庭事情を理由として、来日することになった。家族の周りには在日コリアンが多く、父親がエスニック・ネットワークを構築していたため、沈東烈氏もエスニック・ネットワークを通じて在日コリアンの立場で行うことができる多様な事業の情報を獲得することで事業機会を認識してきた。そして、そうする中で、次第にエスニック・アイデンティティを形成することができた。つまり、エスニック・ネットワークの構築が沈東烈氏の企業家活動とエスニック・アイデンティティの構築を促進させたのである。また、沈東烈氏の企業家的な特性により、コア資源を獲得することができ、化学肥料の大量利用やし尿処理技術の発達といった日本社会の変化による同業界の衰退から生き残ることができた。沈東烈氏は、地域に根差した事業を営んでおり、日本社会における貢献と共にエスニック社会へも貢献している。

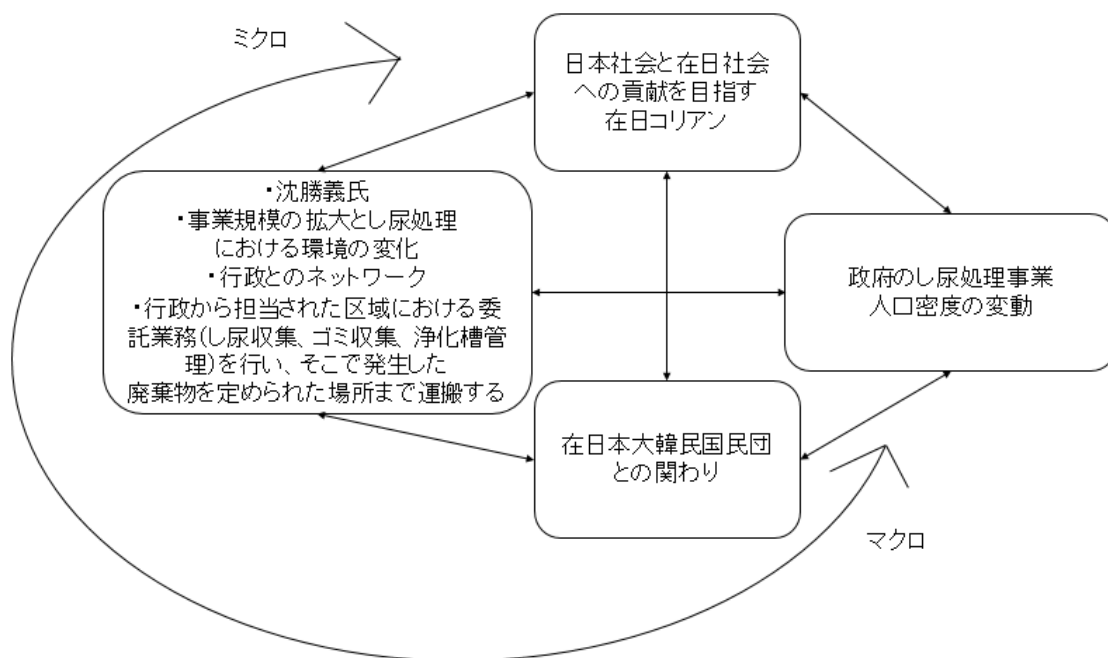
(2) 成長期における分析

ここでは図2-22を基に議論していく。成長期における「在日コリアン企業家」は、在日コリアン二世であり、誠実さとリスクテイカーとしての気質を有する沈勝義氏である。沈勝義氏は、若い頃から沈東烈氏の仕事を手伝っており、沈東烈氏は、営業活動や仕事の現場に沈勝義氏を連れて回っていた。そのお蔭で沈勝義氏は早くから仕事を覚えることができ、事業上におけるネットワークも共有することができた。また、沈勝義氏は沈東烈氏の身近で仕事ぶりを見て育ったので、沈東烈氏の企業家としての特性も暗黙知として沈勝義氏に受け継がれていたと予想できる。また、従業員や取引先からも沈勝義氏が事業を受け継ぐと思われていたので、ある程度の年齢になってから沈勝義氏は、自然と社長を務め、事業を継承することになった。

一方、1970年から日本の各地域にし尿処理施設又は浄化槽が設置されるようになり、三次市にもし尿処理施設が設けられ、行政からの許可を得るようになったことは、(有)備北清掃社の歴史において大きな出来事であった。この時期は、歴史的に見るとし尿収集業における激動の時期でもあったが、行政とタイアップしたことで、競合他社は存在しなくなり、一定の市場が確保されたことで売上は安定的になり、営業活動が要らないという特徴を持つようになったからである。つまり、成長期における「コア資源」は行政とのネットワークであるが、このコア資源の獲得は、企業家活動を通じて昔から事業規

模の拡大に専念してきた結果であった。つまり、事業規模の拡大とし尿処理技術における日本環境の変化が新たな「事業機会の認識」を生み出したと考えられる。

図 2 - 2 2 (有)備北清掃社の成長期における分析



出所：筆者作成

行政とタイアップし、区域を分けた頃から町は変化し続け、(有)備北清掃社が担当している区域の人口密度が減少していったが、沈勝義氏は浄化槽管理やごみ収集といった新しい委託業務を始めることで危機を乗り越えてきている。以上を踏まえ、(有)備北清掃社の主な「事業コンセプトと計画」は、行政から担当された区域における委託業務（し尿収集、ゴミ収集、浄化槽管理）を行い、そこで発生した廃棄物を定められた場所まで運搬することであると言える。沈勝義氏は、委託業務をし尿収集の頃と同様に綺麗に早くこなすことで顧客から満足を得ようとしている。それから、飲料メーカー会社が設置した自動販売機の横にある空き缶のごみ箱からリサイクルするビンやカンを収集・運搬したり、アパートチェーンと契約を結びマンションのごみを収集・分別・運搬したりして、事業の更なる拡大を試みている。

このように、現在の(有)備北清掃社は、事業活動においてエスニック・ネットワークは

活用していない。しかし、沈勝義氏は、エスニック団体においても日本社会においても積極的にネットワークを構築し貢献活動を行う沈東烈氏の姿を見て育ち、自分も在日コリアン社会と日本社会に貢献する在日コリアンになるというエスニック・アイデンティティを構築することになった。それゆえ、営業活動において重要となる日本社会におけるネットワークを構築すると同時に、エスニック社会におけるネットワーク構築も大切にしてきた。

実は、沈勝義氏は若い頃から職業に就いており、韓国へは旅行の経験程度で、祖国に対する思いが特に強くも弱くもないが、沈東烈氏の教育や周りの影響から在日コリアン社会に対する熱い気持ちを有しており、それに見合った活動をしているのである。沈勝義氏は二十歳の頃から民団の青年会に参加し、その後青年商工会や民団の役員などを務めながら、父親と共に三次市の民族銀行の成長を始めとするエスニック社会への貢献活動を幅広く行っている。過去には父親も民団広島県本部の団長を務めた経験があり、現在は周りから推挙され団長を引き受け、年々減っている民団の会員数を保ち、エスニック団体を維持させることを目標としている。そうすることで在日コリアンが一団になることができる道を模索している。

(株)海田金属の場合と同様に、在日コリアン二世になってから事業活動におけるエスニック・ネットワークからの影響は更に弱くなっているものの、エスニック・ネットワークを維持し、自分が在日コリアンとして頑張ることが在日コリアンの生活向上につながると考えていることは同様である。それゆえ、在日コリアンであることに対して不満を持ち、エスニック・アイデンティティを捨てるのではなく、逆に在日コリアンであるからこそ、意欲的に地域に貢献している。

特に、沈勝義氏は幼い頃から成人になるまでは日本名を持っていたが、後から市役所に届けて日本名削除の手続きを行っている。在日コリアンであるというエスニック・アイデンティティを強く認識しているとともに、事業の特性上、営業活動が必要でないということで、自ら市役所に届け出て日本名を消しているのである。また、現在は、日本社会からの偏見や差別が緩和されており在日コリアンであることを隠す必要がなくなったため、子供たちにも日本名をつけていない。その上に、韓国語教育や韓国留学などを通じて在日コリアンであることを認識させ、エスニック・アイデンティティを培っている。

このように、本名を使いながら、つまり、自分が在日コリアンであることを対外に表明しながら両社会における貢献活動を行っている根底には沈勝義氏の強い思いがある。今の帰化制度では犯罪者や生活困窮者は帰化しにくい状況であるため、帰化できる在日コリアンが皆帰化をしてしまうと、残された在日コリアンに対する就職差別や偏見は更に広がると考えているのである。もとより、在日のスポーツ選手や芸能人、あるいは社会的地位の高い人など、日本社会に貢献している人が在日コリアンであることを堂々と明らかにすれば、在日コリアンに対する偏見も少しは変わり、帰化の減少につながるのではないかと考えている。このような思いから、沈勝義氏は、本名を使いながら日本社会に貢献しているのである。

しかし、このような努力にもかかわらず、帰化や日本人との結婚が理由で、日本社会における別のネットワークにおける重要度が高まったこともあり、エスニック団体の活動に参加しなくなり、結果的に、退会をする在日コリアンも増加しているのが現状である。また、民団を構成しているのは、昔なじみの人々が殆どで、新しく入ってくる人は非常に少ない。このように民団の会員が減り続ける中、沈勝義氏は、民団を次世代につなげていくことを、民団の団長としての最も重要な役目であると認識している。昔から在日コリアンは制度的な差別を受けており、国民保険の対象からも除外されていたが、民団がこのような制度的差別に対抗してきたので、在日コリアンの生活や事業活動における環境が改善できた。沈勝義氏は、エスニシティであるからこそ、在日コリアン同士で集まることが、日本社会における民族差別や偏見を乗り越える効果的な方法となってきたことを認識しており、民団を始めとするエスニック・ネットワークの存続は在日コリアンの日本生活にとって必要不可欠であると考えているのである。それゆえ、民団の組織崩壊に近い現状を打開し、弱まっているエスニック・ネットワークを強くさせ、在日コリアンのビジネスにも好影響を及ぼす必要性を感じている。また、在日コリアンが在日コリアンであることをアピールしながらエスニック社会と日本社会に貢献する人が増えることを望んでいる。

4. 小括

(有)備北清掃社の初代社長と現社長の共通点としては、仕事に対する丁寧さと誠実さ、新たなことへの挑戦といった企業家的な特性を有していることである。現社長は、委託

業務を行っているので一見、企業家的な特性が窺えないかも知れないが、実は、新しい事業への取り組みを常に試みており、事業を拡大するための努力を重ねてきている。例えば、飲料メーカー会社が設置した自動販売機の横にある空き缶のごみ箱からリサイクルするビンやカンを収集・運搬したり、アパートチェーンと契約を結びマンションのごみを収集・分別・運搬したりすることで事業領域を拡大している。

一方、関連機材の発展、し尿処理技術の発展といった社会環境の変化により、コア資源や事業コンセプトと計画を含む企業家活動の諸内容は変容してきている。但し、事業コンセプトと計画について言及すると、し尿を収集するところとし尿の運搬先は以上に述べた社会環境の変化により変化してきたものの、「し尿を収集し、定められた場所まで運搬する」という大きな事業の流れは変わっていない。

また、初代社長の場合、様々な事業機会を認識するにおいてエスニック・ネットワークを有効活用していたが、現社長の時代は行政とタイアップしているので、事業活動上、エスニック・ネットワークを活用する必要は少なくなっている。しかし、現社長は初代社長とエスニック・ネットワークを共有しており、日本社会だけでなくエスニック社会における貢献活動も行っている。つまり、(株)海田金属の場合と同様に、成長期に入ると、草創期に比べて、事業活動におけるエスニック社会との接点が薄くなっていき、初代社長のエスニック・アイデンティティの内容は「生活の糧を求めて来日した在日コリアン」であったのが、現社長になると「エスニック社会と日本社会の両方に貢献を目指す在日コリアン」へと変化したとみることができる。但し、初代社長も企業の規模が成長するに伴い、エスニック社会に多大な貢献をしているが、草創期には初代社長の起業活動に焦点を置いているため、以上のような分析となっていることを言及しておきたい。

それでは、リサーチクエスチョンを考察することにする。まず、初代社長がエスニック・ネットワークを維持する理由としては、幼い頃から周りに在日コリアンが多く存在し、父親もエスニック団体に所属していたため、自然にエスニック・ネットワークから様々な事業を起こすための情報や資源を獲得しており、そこからエスニック・アイデンティティも形成するようになった。し尿収集業においてもエスニック・ネットワークから起業段階における資源を得ており、特にエスニック・アイデンティティを無くすまでの経験をしていないことが挙げられる。現社長の場合、初代社長の影響で、若い頃からエスニック団体で活動してきたこと、在日コリアンが日本社会においてこのように成長

できたのはエスニック団体の役割が大きかったことを認識していることから、自分も恩返しとして団体で重役を占め、在日コリアンとしてエスニック社会や祖国社会、日本社会に貢献していきたいと強く考えていることが挙げられる。

そして、初代社長の場合は、このようなエスニック・アイデンティティとエスニック・ネットワークの維持が、企業家活動において現社長の場合より直接的な影響を及ぼしている。特に、事業機会の認識において多大な影響を受けている。その反面、現社長の場合、行政との仕事为主であり、エスニック団体の活動が在日コリアン企業全体の地位向上につながるという認識を持っているだけで、直接的な影響は受けていない。但し、エスニック団体における活動が他の在日コリアン企業の企業家活動を促進することを目的としているので、在日コリアン企業全体からすると企業家活動を促進できる場づくりなどの可能性を内在している。特に、現社長は、本名を使いながら事業活動や貢献活動を続けているが、このように自分が在日コリアンであることをアピールしながら日本社会における信頼を構築していくことが、在日コリアン全体に対する信頼の向上や差別の改善につながると考えている。但し、(有)備北清掃社の場合、営業活動が要求されないという事業特性をもつので、本名を使うことによる営業上の不利益も発生しないからこそそれが可能であるのかもしれない。在日コリアンに対する日本社会の視線も大分緩和されてはいるが、多くの在日コリアン企業家は営業活動の容易性のために日本名を使用している。これに対して現社長は、各地域で成果を上げている在日コリアン（企業家だけでなく、運動選手や学者など多分野において活躍している在日コリアンたち）が在日コリアンであることを隠さずに本名を使いながら社会活動をすることが在日コリアン社会の存続のために重要であると述べている。

第4節 比較事例分析

本節では、表2-8と表2-9を参考に二つの事例を比較分析することで、2社の在日コリアン企業家エスニック・アイデンティティ、エスニック・ネットワーク、在日コリアン企業を取り巻く環境における共通点および相違点を検討していく。

まず、両社の企業家活動の共通点としては、草創期における事業機会の認識とコア資源の獲得において、エスニック・ネットワークが重要な役割を果たしていることが挙げられる。

表 2-8 (株)海田金属と(有)備北清掃社との比較事例分析 (株)海田金属)

	時期	企業家活動の 分析要素	内容	影響し合う要素
(株) 海 田 金 属	草創期	在日コリアン 企業家 エスニック・ア イデンティティ	初代社長 (徐聖銖、日本名：松村和歳) 生活の糧を求める在日コリア ン	祖国環境、日本環境、エス ニック・アイデンティティ
		事業機会の認識	知り合いの在日コリアンから の紹介	エスニック・ネットワーク
		コア資源	人的資源	エスニック・ネットワーク
		事業コン セプトと計画	様々な製造会社から古鉄を取 集し、収集した古鉄を製鉄会社 にできるだけ多く販売する	日本社会におけるネット ワーク、エスニック・ネッ トワーク
	成長期	在日コリアン 企業家 エスニック・ア イデンティティ	現社長 (徐健杓、日本名：松村健) 日本社会と在日コリアン社会 を目指す在日コリアン	エスニック・アイデンティ ティ、祖国環境、日本環境
		事業機会の認識	設備投資	日本社会におけるネット ワーク
		コア資源	高額の設備および技術	日本社会
		事業コンセプト と計画	同業他社にできない高度なレ ベルの要望に応え、鉄板の加工 し、より多様な業界に販売する	日本におけるネットワー ク

出所：筆者作成

(株)海田金属の場合、呉に住んでいる知り合いの在日コリアンからの紹介でスクラップ事業を始めるようになり、草創期のコア資源であった人力資源を獲得するにおいても在日コリアンからの情報を有効活用している。

表 2-9 (株)海田金属と(有)備北清掃社との比較事例分析 (有)備北清掃社)

	時期	企業家活動の 分析要素	内容	影響し合う要素
(有)備北清掃社	草創期	在日コリアン 企業家	初代社長 (沈東烈、日本名：松浪節夫)	エスニック・アイデンティ ティ、日本環境、祖国環境
		事業機会の認識	知り合いの在日コリアンのか らの紹介	エスニック・アイデンティ ティ、エスニック・ネット ワーク
		コア資源	仕事に対する誠実さとコツ、設 備	エスニック・アイデンティ ティ、エスニック・ネット ワーク
		事業コンセプト と計画	街中の家や商店街のし尿を丁 寧に収集し、肥料として尿を求 める場所まで運搬し、販売する	日本社会におけるネット ワーク
(有)備北清掃社	成長期	在日コリアン 企業家	現社長 (沈勝義、日本名：現在なし)	エスニック・アイデンティ ティ、日本社会におけるネ ットワーク
		事業機会の認識	事業規模の拡大とし尿処理に おける環境の変化	日本環境
		コア資源	行政とのネットワーク	日本社会におけるネット ワーク
		事業コンセプト と計画	行政から担当された区域にお ける委託業務(し尿収集、ゴミ 収集、浄化槽管理)を行い、そ こで発生した廃棄物を定めら れた場所まで運搬する	日本社会におけるネット ワーク

出所：筆者作成

(有)備北清掃社の場合も、在日コリアンに囲まれていたことから在日コリアンが営むこ

とのできる様々な業種に関する情報を共有しており、し尿収集業を開始している。また、顧客満足度の向上や市場拡大につながったバキュームカーという設備の購入においてもエスニック・ネットワークを活用している。

しかし、日本における生活が長くなればなるほど、そして、企業の規模が拡大すればするほど、日本社会におけるネットワークが求められるようになり、事業転換においては、エスニック・ネットワークよりは、日本社会におけるネットワークからの影響が強くなっている。

ここで、在日コリアンである立場で日本社会におけるネットワークを構築するには企業家的な特性と個人的な努力が必要不可欠であったと考えられる。(株)海田金属の場合、日本市場指向が強く、販売先の日本企業が多数を占めていたが、その中のある社長が徐聖銖氏の誠実で真面目な人格を認め、シャーリング事業に対する情報や資源を提供した。(有)備北清掃社の場合、リヤカーを用いた頃の仕事に対する丁寧さが汲取りの契約軒数の拡大、つまり、市場の拡大につながり、それがのちに行政から委託業務を受けることにつながっている。

また、徐聖銖氏の来日のきっかけは、第二次世界大戦の最中に共産主義志向で学生運動に参加しており、命の危険を感じるようになったことであり、沈東烈氏の場合は、朝鮮半島の経済状況が厳しかったので出稼ぎのために来日した父親を捜しに母親と日本に渡ってきたのが来日のきっかけとなっている。このように両社の初代社長の場合、直接的であれ、間接的であれ、朝鮮半島における戦争という祖国の社会環境が来日のきっかけにつながっている。そして、朝鮮半島が日本の植民地であったという社会環境が在日コリアンに対する民族差別を生み出していたので、両社長はエスニック・ネットワークから生活をつづけるための情報を共有していた。それと同時に、誠実で真面目な姿勢、仕事に対する丁寧さを日本社会から認められたことが、日本社会におけるネットワークを有効活用することを可能にした。言い換えると、両社の初代社長は、エスニック・ネットワークを有効活用するとともに個人的な努力を重ねることを通じて企業家活動を行い、経済的な地域を向上させることで、日本社会における民族差別や偏見を乗り越えてきたということである。

日本社会における民族差別や偏見の緩和には、以上で述べてきたような両社を含む在日コリアン企業家の経営活動による在日コリアンの経済的な地位向上と、在日コリアン

企業家が支えてきているエスニック団体の活動が大きな役割を果たしている。今まで、在日コリアンのエスニック団体は、在日コリアンの権限を獲得するための運動や生活改善運動などを遂行してきている。両社長は、生活の糧を求めて来日した在日コリアンというエスニック・アイデンティティを形成しており、自然にエスニック・ネットワークを構築するようになったが、その後も帰化することもなく、エスニック・アイデンティティとエスニック・ネットワークを維持し、更にはエスニック社会への貢献活動を行うに至った。

例えば、当時は強制連行期（1938～1945年）やその以後に勃発した朝鮮戦争の影響で、数多くの在日コリアンが日本に住居しており、その在日コリアンも同様に就職に困っていたが、両社の初代社長は在日コリアンを採用することで、エスニック社会に貢献していた。それと同時に、両社の初代社長はエスニック団体において重役を務めており、日本における在日コリアンの順調な経営活動のために努力してきている。

両社の現社長は、このような父親の姿を見て育ったため、エスニック・ネットワークを構築するようになり、また、自分もエスニック社会に貢献しなければならないというエスニック・アイデンティティを形成するようになった。

ここで、初代社長と現社長のエスニック・アイデンティティの違いをうかがうことができる。初代社長の時代の場合、上述したように、朝鮮半島の厳しい状況が来日のきっかけになっており、生活の糧を求める在日コリアンというエスニック・アイデンティティを形成していた。また、実際、事業機会の認識や資源獲得においてエスニック・ネットワークからの影響を受けている。つまり、初代社長の時期は、民族差別や偏見により、在日コリアンの活動範囲は狭く、日本社会においてネットワークもあまり構築できていない状況であったため、エスニック・ネットワークを構築していた方が、経営活動において有益な情報や資源が入ってくる可能性が高かったと考えられる。

しかし、現社長の時代になると、企業の規模が拡大し、民族差別や偏見もかなり緩和されたとともに、経営活動においても日本社会におけるネットワークが重要な割合を示しているため、日本社会におけるネットワークを構築することが、企業家活動において有益になるもしくはメリットとなると期待されている。それでも両社長がエスニック・ネットワークを維持し続ける理由は、上述したように、エスニック社会に貢献する父親の姿を見て育ち、エスニック団体の活動が在日コリアンの生活改善や在日コリアン企業

の経営活動に多大な貢献をしてきたことを認識しているため、その恩返しとして、これからは自分がエスニック社会に貢献していきたいと思うようになったからである。それゆえ、現在両社の現社長は、エスニック団体において重要な役員を務めることで更なる在日コリアンの生活改善を図るようになったと考えられる。

その反面、両社は、成長期の事業活動においては、主に日本社会におけるネットワークを活用している。それゆえ、両社の現社長は、日本社会への貢献も意識している。例えば、(有)備北清掃社の現社長は、事業用のトラックの燃料をリサイクル食用油として再利用することで地域社会の環境を守る活動を行ったことがある。そして、(株)海田金属の現社長は、広島地域の中小企業が韓国に進出する際の支援活動を行ったことがある。以上に述べてきた理由で、両社の現社長は、初代社長のエスニック・アイデンティティと違って、「日本社会と在日コリアン社会への貢献を目指す在日コリアン」というエスニック・アイデンティティを形成するようになったと理解できる。

このように両社長のエスニック・アイデンティティは類似している反面、(株)海田金属の現社長は日本名を使っており、(有)備北清掃社の社長は日本名をもっていない³⁸。その理由とは、エスニック・アイデンティティの違いではなく、両社の異なる事業形態から考察することができる。(株)海田金属の場合、B to B³⁹の事業活動を行っており、営業活動も活発であるため、日本名を持っていた方が便利である。逆に、(有)備北清掃社は、行政からの委託業務を行っており、普段、営業活動は特に行っていない。つまり、(有)備北清掃社の場合、事業の特性上、活発な営業活動が求められていないため、本名を維持することによる不利益も発生しない。つまり、在日コリアン企業家がエスニック・アイデンティティを形成していながら本名も日本名も使うことには、エスニック・アイデンティティ形成の有無ではなく、事業の特性上、日本名を使わないと生活や事業活動における不利益が発生することに理由があると考えられる。

以上をまとめると、当然のことながら、両社が取り掛かっている業種が違い、両社を取り巻く環境が変わってくるため、コア資源や事業コンセプトと計画を含む両社の初代社長と現社長の企業家活動の諸内容は異なるものの、企業規模の拡大や時代の変化とと

³⁸ (有)備北清掃社の社長は元々、生まれてから成人になるまでに日本名をもっていたが、必要がないと思い、わざわざ市役所に届け出て削除の手続きを行った。

³⁹ Business to Business。企業間の商取引、あるいは、企業が企業向けに行う事業のこと。

もに、企業家活動においてエスニック・ネットワークから日本社会におけるネットワークを活用すること、それにも関わらず、置かれている環境や個人的な思いを理由にエスニック・アイデンティティを形成・維持・継承していることが確認できた。次章ではこれらを基に、本研究で提示するリサーチクエスチョンを考察することとする。

終章

第1節 結論

本論文の目的は、在日コリアンの企業家活動を分析するにおいてエスニック・アイデンティティというミクロな視点と、エスニック・ネットワークと在日コリアン企業を取り囲んでいる環境というマクロな視点を総合的に用いることであった。

そのために、在日コリアン企業、企業家活動、ネットワーク、アイデンティティに関する先行研究を踏まえながら、在日コリアン企業にとって企業家活動は必要不可欠な要素であり、在日コリアン企業の企業家活動は、エスニック・アイデンティティ、エスニック・ネットワークと影響し合うことを述べてきた。それから、独自の分析枠組みを提示し、在日コリアン企業に対する事例分析および比較事例分析を行った。

本節では、以上の内容に基づき、本研究で提示したリサーチクエスチョンを考察することにする。まず、一つ目のリサーチクエスチョンは「在日コリアン企業家がエスニック・ネットワークを維持する理由は何か」であった。世代別に考察すると、両社の初代社長の場合は、生活の糧を求める在日コリアンというエスニック・アイデンティティを形成しており、在日コリアンに対する民族差別や偏見が蔓延していた来日初期の日本社会において、日本社会とのネットワークを構築することは困難であったので、日本での日常生活と経営活動に有意義となる情報を獲得するためにエスニック・ネットワークを構築した。そして、このエスニック・ネットワークは、事業を展開する中、事業機会の認識や資源獲得など企業家活動を発揮するにおいて多大な役割を果たした。

また、エスニック団体は在日コリアンに対する民族差別や偏見を緩和するための活動を行っており、両社の初代社長のエスニック団体での活動は在日コリアン企業の経営活動に間接的な好影響を与えていた。つまり、在日コリアンの生活改善と地位向上のためのこれらの活動は、在日コリアンである自分が在日コリアンであることを表明しながら日本社会において経営活動を続けるための礎になる可能性があった。言い換えると、エスニック団体での活動は、自分を含む在日コリアンのアイデンティティを維持させていくための活動であったと考えられる。

このように、両社の初代社長が起業活動を行っていた時代は、エスニック・ネットワークの構築が直接的にも間接的にも事業の展開に役に立つと考えられていた。また、両

社の初代社長には帰化の動機となる極端な経験⁴⁰がなかったこともあり、エスニック・ネットワークを維持してきたと考えられる。

両社の現社長の場合は、幼い頃からエスニック団体で活動している父親の姿を見て育ち、エスニック団体が在日コリアンや在日コリアン企業のために貢献してきた歴史を接したことで、自分もエスニック社会に貢献していきたいというエスニック・アイデンティティを構築するようになった。これがエスニック・ネットワークの構築と維持につながった。

両社の現社長は、学生時代に周りの日本人の学生から在日コリアンであることで不快なことを言われたことを覚えているが、このような経験は、人によってエスニック・アイデンティティを消滅する要因にも成り得る。しかし、両社の現社長は企業家活動を促進することでエスニック・アイデンティティをより強くさせ、エスニック団体に貢献活動を行っている。

後者のような行動ができるのは、まず、エスニック団体における親の活動が多大な好影響を及ぼしており、エスニック団体における個人的な経験も豊かであったこと、そしてこれらの経験を通じて自分には在日コリアンのエスニック・ネットワークを維持させる使命があると考えており、このような考え方はエスニック・ネットワークの構築およびエスニック社会への貢献活動の動機となっている。言い換えると、在日コリアン二世がエスニック・ネットワークを構築するには、親の行動や教育、個人的な経験だけでなく、そのような経験を通じて自分が何を思ったのかが決定的な要因となる。

大概の在日コリアン企業家は、起業段階では在日コリアンであると同時にエスニック・アイデンティティを形成していることで、在日コリアン企業でない企業は活用しにくい(若しくは活用する必要のない)エスニック・ネットワークを積極的に活用するが、次第に日本社会におけるネットワークを活用することにシフトしていく。そして、結局その中の多くは日本に帰化したり、エスニック・アイデンティティを消滅したりすることになるが、両社の初代社長と現社長は、在日コリアンのエスニック・ネットワークが

⁴⁰ 帰化する理由としては、生活基盤が完全に日本にあること(日本生まれで外国人の親の国には一度も行ったことがない、母国の言葉も全然話せない)、就職における支障(公務員、警察官など日本人でないと就けない業種への就職を目指している)、日本人との結婚(外国籍のまま結婚すると、国際結婚となり手続きが面倒である)、会社の信用度に対する懸念(代表者が外国人だと取引先の信用度が低いような気がする)などがよく挙げられている。

企業家活動に役に立つと期待する心理と自分には在日コリアンのエスニック・ネットワークを維持させる使命があるという心理が働き、エスニック・ネットワークを維持していると考えられる。

二つ目のリサーチクエストは、「エスニック・アイデンティティを確立することと、エスニック・ネットワークを維持することが在日コリアンの企業家活動にどのような影響を及ぼすか」であった。両社の初代社長の場合、エスニック・ネットワークから事業機会の認識と資源獲得を促進させる情報と資源を獲得しており、直接的で明確な影響を受けていた。つまり、在日コリアン企業家はどちらかという、エスニック社会の支援もしくは影響を受ける側であったといえる。

その反面、両社の現社長の場合、エスニック・ネットワークを維持することによる自社への直接的なメリットはないものの、他の在日コリアン企業家を始めとするエスニック社会の構成員のために貢献活動を行っており、エスニック・アイデンティティを確立することと、エスニック・ネットワークを維持することによる企業家活動への直接的な影響は弱くなっている。

但し、2社の現社長のようなエスニック・ネットワークの維持を通じたエスニック社会への貢献は、他の在日コリアンの企業家活動を促進すると考えられる。序章で述べているように、日本の労働力は減少しつつあり、外国からの労働力の吸収を求めている状況の中、日本政府は外国人の日本における起業活動を奨励している。そして、日本における少数の外国人、つまり、エスニシティの企業家活動の促進において、特にエスニシティの起業段階においては、エスニック・ネットワークが重要な役割を果たしていることが先行研究を通じて明らかになっている。

しかし、在日コリアンのエスニック団体の会員は減りつつあり、エスニック団体を維持することがエスニック団体における最も重要な課題となっている。エスニック団体が縮小すると、エスニック団体の中に蓄積される生活情報や企業家活動を促進する産業情報等に関する情報の縮小につながり、起業段階における事業機会の認識や資源獲得における役割を果たせなくなると考えられる。つまり、もうエスニック団体の存在は予備起業家および潜在的起業家の起業動機の付与や起業意志の向上につながらず、エスニシティの企業家活動におけるエスニック団体の存在意義がなくなるかも知れない。更というと、予備起業家および潜在的起業家は、エスニック・ネットワークを社会関係資本と

して活用できなくなり、エスニシティ企業家の増大に悪影響を及ぼすようになるとも考えられる。それゆえ、両社長はエスニック団体を維持していくことを大きな課題としているが、そのためには、会員を募集・維持するための在日コリアン社会における内部的な活動だけでなく、在日コリアンに対する認識を改善させるための日本社会における活動も非常に重要である。

これに関して、経営活動を行うにおいて日本社会におけるネットワークを活用している両社の現社長は、日本社会におけるネットワークを構築するにおいて信頼を蓄積することを最も大切にしている。在日コリアンでありながら日本社会における信頼を蓄積することは、他の在日コリアンの企業家活動を促進するための社会関係資本になると強く認識しているからである。

また、(有)備北清掃社の現社長は、信用組合広島商銀の総代として民族金融機関の存続に貢献しているが、シリコンバレーでは投資銀行が地域の専門知識を提供することによって第二経済を強化しているように、民族金融機関は信用力が乏しい在日コリアン企業家に経営資金を提供することで在日コリアンの企業家活動を促進させていた。そして、両社の初代社長と現社長は、民団や在日韓国商工会議所とのネットワークを構築し、重役を務めているが、このような民族金融機関や民団、在日韓国商工会議所を始めとする多様なエスニック団体には、在日コリアン企業家の経験が蓄積されていると考えられるが、このようなエスニック団体は第二経済への転換において重要な役割を果たす組織として成長する可能性を持つ。なぜなら、在日コリアン企業家たちの経験の蓄積は新規参入の壁を低め、より多くの在日コリアンの創業活動を奨励することにつながるからである。

また、このような在日コリアンのエスニック団体の歴史、在日コリアン同時の個人的関係、在日コリアン企業家のエスニック・アイデンティティが第一経済と第二経済をつなげる中心的な役割を果たすことを期待できる。しかし、日本各地に特定産業を中心とする在日コリアンのエスニック・タウンは形成されているものの、先行研究ではそれにおけるエスニック団体の役割は解明されていない。残念ながら、本論文においてもエスニック・タウンに所在する在日コリアン企業ではなく、エスニック団体に所属し、エスニック・ネットワークを構築している在日コリアン企業を事例研究の対象にしているため、エスニック・タウンの形成におけるエスニック団体の役割は解明できていない。し

かし、先行研究を通じてエスニック団体が第二経済の組織として働き、更なる在日コリアンの企業家活動を促進する可能性を述べると同時に、事例研究を通じては、在日コリアンの企業家活動を促進する組織としての可能性をもつエスニック団体を存続させるために力を注いでいる在日コリアン企業家が存在することを発見した。

以上を踏まえ、日本社会においてエスニック・ネットワークを維持させ、エスニック・アイデンティティを認めるような環境づくりをしていくことは、日本におけるエスニシティの企業家活動を促し、日本経済の発展にもつながる可能性があることを示唆できると考える。

第2節 学問的貢献と今後の課題

本論文における理論的な学問的貢献としては、在日コリアンの経済活動における先行研究、特に在日コリアンの企業家に焦点を当てた先行研究を整理したことが挙げられる。そもそも「在日コリアンの経済活動」は、あまり研究対象として見做されてこなかった。その理由として考えられるのは、まず、来日の歴史が長いため、帰化や多重国籍の獲得、日本人との結婚など様々な理由で、実際の在日コリアンの数を把握することは難しく、韓国朝鮮籍を有していながらそれを表に出さない企業家も多くいるからである。また、先行研究には、単一民族思想に囚われてきた日本政府は移民企業や移民労働者に関するデータをほとんど記載されていなかったことも挙げられる。そのため、在日コリアンの企業家活動を考察するには情報の量や多大な障害があった。しかし、本研究では、少ない数ではあるが、今まで議論されてきた在日コリアンの企業家活動に関する先行研究を概観することで、在日コリアン企業や在日コリアン企業家を対象とした経営学的な視点からの研究が今後、促進することを期待している。

また、今まで議論されてこなかった、在日コリアン企業を取り巻く多様な環境やエスニック・アイデンティティを跨って、在日コリアン企業家をより総合的に分析するための独自の分析枠組みを提示していることが挙げられる。今までは、在日コリアンの企業家活動において、エスニック・アイデンティティとエスニック・ネットワークという概念が言及されてきており、在日コリアン企業家とエスニック・アイデンティティ、また在日コリアンとエスニック・ネットワークの連関性は明らかになりつつある。しかし、それらを総合的に考察する試みは行われてこなかった。

それから、先行研究では、日本社会における在日コリアンに対する民族差別や偏見は企業家活動を促進させる一つの要因となっているという見解が示されているが、本研究では、エスニック・アイデンティティを形成することによるエスニック・ネットワークの有効活用が個人的な努力による企業家活動と絡まって民族差別や偏見を乗り越えられたという比較的具体的な見解が得られた。つまり、日本社会における民族差別や偏見を在日コリアン企業の成長を妨げる障害物であると捉えるのではなく、エスニック・ネットワークを活用するようになったきっかけとして捉えることで、現在においてもエスニック・ネットワークは、ニューカマーの起業活動を促進するために維持していく必要があることを示唆した。

また、在日コリアン企業家のエスニック・アイデンティティを考察することで、より内面的な心理に接近するという新しい試みを行った。つまり、日本社会における在日コリアンに対する民族差別や偏見はエスニック・アイデンティティを消滅する要因にもなったり、逆に企業家活動を促進することでエスニック・アイデンティティをより強くさせ、更にはエスニック団体に貢献活動を行うようになったりもするが、このような差異が生じるのは、親の行動やエスニック団体における個人的な経験、そしてそれらをどのように受け入れるかという個人的な心理が絡まっていることを示唆した。

それから、在日コリアンの先行研究で多く扱われていた限られた業種ではなく、より幅広い業種を視野に入れた。特に、B to Bの事業形態とB to Cの事業形態をとっている、二つの事例を比較することで、日本名の有無はエスニック・アイデンティティの有無を判断するものでないことを証明した。

実践的な学問的貢献としては、エスニック・ネットワークの維持は、全体的な在日コリアン企業の発展において大切であると述べた。事例研究から分かるように、企業が成長期に入ると、経営活動におけるエスニック・ネットワークからの影響は薄くなるが、草創期においては企業家活動を行うにおいて多大な影響を受けていることが分かる。これは、これから新たに来日するニューカマー（潜在的な在日コリアン企業家）にとってエスニック・ネットワークの存在は事業機会の認識や資源獲得において欠かせない重要な役割を果たせることを示唆している。

また、草創期だけでなく、成長期においてもエスニック・ネットワークを維持することが大切であることを示唆している。世界各地には韓国朝鮮籍の企業家が存在し、世界

韓商ネットワークを構築しているが、在日コリアンのエスニック団体も、このネットワークに参加しようと試みている。グローバル化が進んでいる現代においては更に、各世界に広がっている在日コリアン企業家の交流の場が増えつつあるが、このような世界的なエスニック・ネットワークは、個々人の在日コリアン企業にとって今後の発展につながる可能性を持つと考えられる。

最後に、日本社会においても、在日コリアンを始めとするエスニシティとエスニック・ネットワークやエスニック団体を認めることが日本社会の更なる発展につながることを示唆した。

しかし、在日コリアン企業を取り囲んでいる環境が在日コリアンの企業家活動にどれくらいの影響を及ぼしているのかを数値で表していないため、より多くの事例調査を通じた定量的な研究が求められると考えられる。

また、先行研究では、在日コリアンのネットワークが韓国と北朝鮮、世界中にまで拡大していると述べているが、本論文における事例対象は、海外進出を図っていない企業であったため、世界中の在日コリアンのエスニック・ネットワークに関しては確認することができなかった。

そして、本論文における事例対象は韓国系のエスニック・ネットワークを構築している企業だけであり、総連系のエスニック・ネットワークを有している事例は取り上げていない。在日コリアン企業家の中では、韓国系と北朝鮮系とのネットワークを跨っており、それらをうまくビジネスに活用する企業もあると言われているが、実際に検討できていない。その理由として、研究者自身の国籍では総連系のエスニック団体や総連系の在日コリアン企業への接触には限界があったからである。特に、北朝鮮系の民族信用機関である朝銀信用組合が破綻⁴¹し、その影響で2014年11月には朝鮮総連本部の土地と建物の所有権が日本のマルナカホールディングスという企業のものになっている現時点において、韓国国籍をもっている研究者自身が、総連系の在日コリアン企業を訪問し、エスニック・ネットワークの活用とエスニック団体との関係をインタビューすることは、今の段階では困難であると考えられる。

また、本論文ではオールドカマーだけを対象にしているため、ニューカマーに対する

⁴¹ 破綻の主な原因としては、預金の北朝鮮への送金、同じく朝鮮総連の政治工作資金としての流用、バブル崩壊の三点が指摘されている。

分析も求められると考える。

総合的には、より多様な形態のエスニシティ企業家における調査・分析（地域別・業種別・参加しているエスニック団体など）が求められるといえる。これらの限界を乗り越えるために、今後もより深層的な研究が求められるであろう。

参考文献（*は引用文献）

- *池垠璟・櫻井武（2010）「日本における韓国人ニューカマーの情報ネットワークの変容－FGI と MAXQDA を用いた分析を通して－」東京都市大学 環境情報学部 情報メディアセンタージャーナル Vol. 11
- *李沫任（1999）「変わりつつある在日韓国・朝鮮人のエスニック・アイデンティティ」大阪女学院短期大学紀要 Vol. 29
- *市橋貴（2000）『ごみと暮らしの戦後 50 年史』リサイクル文化社
- *林永彦（2007）「在日コリアン企業家の経営活動とネットワークの展望」大原社会問題研究所雑誌 No. 588
- *林永彦（2008）「在日コリアン企業家の起業動機と企業類型化研究」立命館国際地域研究 Vol. 28
- *内田純一、金泰旭（2008）「先行研究のレビューと本書の分析枠組み」大東和武司金泰旭、内田純一編著『グローバル環境における地域企業の経営』文眞堂
- *江淵一公（2002）『バイカルチュラリズムの研究－異文化適応の比較民俗誌－』九州大学出版会
- *呉圭祥（1992）『在日朝鮮人起業活動形成史』雄山閣出版
- *奥田道大（1993）『都市と地域の文脈を求めて 21 世紀システムとしての都市社会学』有信堂
- *片岡博美（2012）「第 3 章 ブラジル人－揺れ動くエスニック・ビジネス－」樋口直人編『日本のエスニック・ビジネス』世界思想社
- *加藤敬太（2014）「ファミリービジネスにおける企業家活動のダイナミズム」『組織科学』Vol. 47, No. 3
- *鍛佳代子・樫原徹（2005）「都市再編におけるエスニック・グループの社会的統合」『東京工芸大学工学部紀要』Vol. 28, No. 1
- *金井一頼（2002）「起業のプロセスと成長戦略」金井一頼・角田陸太郎編『ベンチャー企業経営論』有斐閣
- *金井一頼（2012）「企業家活動と地域エコシステム構築プロセスのミクローメゾ統合論」西澤昭夫・忽那憲治・樋原伸彦・佐分利応貴・若林直樹・金井一頼『ハイテク産業を創る地域エコシステム』有斐閣

- * 韓国産業社会学会 (2004) 『社会学』 ハンウルアカデミー
- * 金泰泳 (1999) 『アイデンティティ・ポリティクスを超えて：在日朝鮮人のエスニシティ』 世界思想社
- * 北村友人 (1998) 「バングラデシュにおける「エスニック・アイデンティティ」と教育—批判的教育学の可能性—」 『哲学』 慶應義塾大学 Vol. 103
- * 金鍾霖 (1984) 『民団広島 35 年史』 在日本大韓民国居留民団
- * 小林倫子 (2012) 「第 2 章 ニューカマー中国人—一般市場における多様な展開—」 樋口直人編著 『日本のエスニック・ビジネス』 世界思想社
- 在日韓国青年商工人連合会 (1989) 『青商—豊かな同胞社会を目ざして—』、在日韓国青年商工人連合会
- 在日本朝鮮人商工連合會 (1956) 『在日本朝鮮人商工便覽：1957 年版』 綠蔭書房
- 尾田孝道 (1995) 『国際社会学』 放送大学教育振興会
- 新藤晴臣 (2005) 「大学発ベンチャーにおける起業家活動—先行研究のレビューによる分析フレームの考察—」 企業家研究 Vol. 2
- 杉浦直 (1996) 「シアトルにおける日系人コミュニティの空間的展開とエスニック・テリトリーの変容」 『人文地理』 Vol. 48, No. 1
- * 杉浦直 (2011) 「エスニック・タウンの生成・発展モデルと米国日本人街における検証」 『季刊地理学』 Vol. 63
- 杉原薫・玉井金五編 (1996) 『増補版 大正・大阪・スラム』 新評論
- * 徐龍達「第一章 在日韓国人の日本移住の歴史的背景」 長野慎一郎 (2010) 『韓国の経済発展と在日韓国企業人の役割』 岩波書店
- * 高畑幸・原めぐみ (2012) 「第 4 章 フィリピン人—「主婦」となった女性たちのビジネス—」 樋口直人編著 『日本のエスニック・ビジネス』 世界思想社
- * 高良美樹・北村勝朗・倉元直樹 (2012) 「沖縄アイデンティティ」の構造と規定要因—歴史・文化的視座からの尺度構成— 『教育情報学研究』 Vol. 11
- * 竹沢泰子 (1994) 『日系アメリカ人のエスニシティ —強制収容と補償運動による変遷』 大学出版
- * (2010) 『海外事情研究』 拓殖大学海外事情研究所 2010 年 10 月号
- 鄭暎恵 (2003) 「ニューカマーのコリアン女性たち」 『cut and mix 通信』 Vol. 5

- *西川長夫 (2001) 「グローバリゼーション・多文化主義・アイデンティティ—私文化に関する考察を深めるために—」『国境を超える方法—文化・文明・国民国家—』平凡社
- 西川長夫 (2006) 「グローバル化時代のナショナルアイデンティティ—アイデンティティの再定義のために—」『<新>植民地主義論—グローバル時代の植民地主義を問う—』平凡社
- *河明生 (1977) 「日本におけるマイノリティの起業家精神—在日一世韓人と在日二世韓人との比較—」『経営史学』Vol. 33 No. 2
- 河明生 (2003) 『マイノリティの起業家精神—在日韓人事例研究』ITA
- 河明生 (2012) 「第 8 章 在日一世韓国人の錦衣還郷の起業家精神」 李洙任編 (2012) 『在日コリアンの経済活動—移住労働者、起業家の過去・現在・未来—』不二出版
- 廃棄物学会ごみ文化研究部会他編著 (2006) 『ごみの文化・屎尿の文化』技報堂出版
- *原尻英樹 (1989) 『在日朝鮮人の生活世界』弘文堂
- *韓載香 (2005) 「京都繊維産業における在日韓国朝鮮人企業のダイナミズム」『歴史と経済』Vol. 187
- *韓載香 (2007) 「パチンコ産業と在日韓国朝鮮人企業」『社会経済史学』Vol. 73 No. 4
- 韓載香 (2008) 「在日企業と民族系金融機関—パチンコホールを事例に—」『イノベーション・マネジメント』No. 5
- 韓載香 (2012) 「第 1 章 在日韓国・朝鮮人—ビジネスのダイナミズムと限界」樋口直人編著『日本のエスニック・ビジネス』世界思想社
- 朴一 (2005) 『「在日コリアン」ってなんでんねん?』講談社プラスアルファ新書
- *朴一 (2012) 「在日コリアンの起業家精神とエスニック・アイデンティティ—エムケイグループ創業者・青木定雄の事例研究」李洙任編『在日コリアンの経済活動—移住労働者、起業家の過去・現在・未来—』不二出版
- *三浦綾希子 (2012) 「フィリピン系エスニック教会の教育的役割—世代によるニーズの差異に注目して—」『教育社会学研究』Vol. 90
- *福井千鶴 (2005) 「移民社会におけるコミュニティの形成とコミュニティ・ネットワークの確立手法の一考察」『高崎経済大学論集』Vol. 47 No. 4
- *福岡安則 (1994) 『在日韓国・朝鮮人—若い世代のアイデンティティ』中公新書

- 福岡安則・金明秀（1997）『在日韓国人青年の生活と意識』東京大学出版会
- 福岡安則・辻山ゆきこ（1991）『同化と異化のはざままで：在日若者世代のアイデンティティの葛藤』新幹社
- * 広島経済レポート『ひろしま業界地図 2014-15 年版』広島経済研究所
- * 増田あゆみ（2010）「名古屋地域における華僑社会—地域の共生に向けて—」社会科学編『名古屋学院大学論集』Vol. 47 No. 1
- * 松原日出人（2014）「地域革新と集合的企業家活動—困難期のミカン産業と三ヶ日地域の革新を事例として—」『組織科学』Vol. 47 No. 3
- * 溝入茂（1987）『ごみの百年史—処理技術の移り変わり』学藝書林
- * 矢ヶ崎典陸（2003）「カルフォルニアにおける日系移民の適応戦略と移住空間」『歴史地理学』Vol. 45 No. 1
- 和田英松（1998）『新訂官職要解』講談社
- * Blau P. M.（1964）『Exchange and Power in Social Life』New York: John Wiley & Sons.
- * Cantillon Richard(1755) 津田内匠訳（1987）『商業試論』名古屋大学出版会
- * Drucker, P. F. (1985) 「Innovation and entrepreneurship: Practice and Principles」Harper & Row Publisher
- * Everett S. Lee (1966) 「A Theory of Migration」Demography、Vol. 3、No. 1
- Freire, P. (1997) 「Pedagogy of the Oppressed」New York: The Continuum Publishing Company
- Gifford Pinchot(1985) 清水紀彦訳『社内企業家』講談社
- * Grabher G. (1993) 「The Weakness of Strong Ties: The Lock-in of Regional Development in the Ruhr Area」The embedded firm: On the socioeconomics of industrial networks、London、New York
- Granovetter M(1973) The Strength of Weak Ties American Journal of Sociology Vol. 78, No. 6
- Hall, S (1992) 「The Question of Cultural Identity」 in Hall, S., Held, D., McGrew, T. (ed.). Modernity and its Future, Cambridge: Polity Press
- Jakle, J. A & Wheeler, J. O(1969) 「The Changing residential structure of the Duch

- population in Kalamazoo」, Michigan. A. A. A. G, Vol. 59
- Jeffrey A. Timmons (1994) 千本倅生、金井信次訳 (1997) 『ベンチャー創造の理論と戦略』ダイヤモンド社
- Jones, P.N (1976) 「Colored Minorities in Birmingham, England」 A. A. A. G. Vol. 66
- Jordan, T.G and L. Rowntree (1982) 「The Human Mosaic: The Thematic Introduction to Cultural Geography」 New York: Harper & Row
- Kaplan, D. H(1998) 「The Spatial structure of urban ethnic economies」Urban Geography, Vol. 19
- *Kirzner I. M. (1973) 『Competition and Entrepreneurship』 The University of Chicago
(田島義博監訳 (1985) 『競争と企業家精神—ベンチャーの経済理論』 千倉書房
- Martin Kenney (2000) 『Understanding Silicon Valley: The Anatomy of an Entrepreneurial Region』 Stanford University Press 加藤敏春監訳 (2002) 『シリコンバレーは死んだか』 日本経済評論社
- Melucci, A. (1989) 「Nomads of the Present: Social Movement and Individual Needs in Contemporary Society」 Philadelphia: Temple University Press.
- *McClelland(1961) 『The achieving society Van Nostrand』 Van Nostrand Co. 林保監訳 (1971) 『達成動機: 企業と経済発展におよぼす影響』 産業能率短期大学出版部
- *Massey, D. S. (1985) 「Ethnic residential segregation: a theoretical synthesis and empirical review」 Sociology and Social Research. Vol. 69
- Morril, R, L(1965) 「The Negro Ghetto: Problems and Alternations」Geographical Review Vol. 55
- Ostgaard, T. A. , and S. Birley (1996) “New Venture Growth and Personal Networks” , Journal of Business Research, Vol. 36
- *Penrose. E. (1959) 「The Theory of the Growth of the Firm」Oxford University Press、末松玄六監訳 (1962) 『会社成長の理論』ダイヤモンド社
- Putnam, R. D (1993) 『Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy』 , Princeton University Press
- Rumbaut, Roben. G (2002) 「Served or Sustained Attachment? Language, Identity, and Imagined Communities in the Post-Immigrant Generation」 New York: Russell Sage

Foundation.

*Schumpeter J. A. (1961) 『The Theory of economic Development』 Oxford University Press 塩野谷祐一、中山伊知郎、東畑精一訳 (1977) 『経済発展の理論—企業者利潤・資本・信用・利子および景気の回転に関する一研究 (上)』岩波文庫

Schumpeter J. A. (1998) 清成忠男訳 『企業家とは何か』東洋経済新報社

*Schumpeter, J. A. 1934 (2008), *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*, translated from the German by Redvers Opie, New Brunswick (U. S. A) and London (U. K.): Transaction Publishers

Taylor, C (1994) 「The politics of Recognition」 in Gutman, A. (ed.), *Multiculturalism*, Princeton University Press.

*Timmons J. A. (1994)、*New Venture Creation: entrepreneurship for the 21st century*, Chicago, Irwin.

Udayan Gupta (2002) 楡井 浩一訳 『アメリカを作ったベンチャー・キャピタリスト：夢を支えた 35 人の軌跡』翔泳社

*Ward, D (1982) 「The Ethnic Ghetto in the United States: Past and Present」
Trans. Inst. British Geographers(New Series) Vol.7

*Weick K. E. (1976) 『Educational Organizations as loosely coupled system』
Administrative Science Quarterly, 1976、Vol.21、No.1

Wagner E. W. (1975) 『日本における朝鮮少数民族：1904年-1950年』湖北社

Whyte, W. F (1943) 「Street Corner Society: Social Structure of an Italian Slum」
University of Chicago Press 奥田道大他訳 (2000) 『ストリート・コーナー・ソサエティ』有斐閣

Yasuda, T (2002) 「Japan' s Entrepreneurs Face Rough Road」*Asia Times Online*, June 21, 2002

*Zhou, Min (1997) “Growing Up American : The Challenge Confronting Immigrant Children and Children of Immigrants.” *Annual Review of Sociology*, Vol.23

*국회 재외동포문제연구회 (2007) 「재일코리안 기업가의 네트워크 현황 및

활성화 방안」 국회 재외동포문제연구회

国会在外同胞問題研究会 (2007) 「在日コリアン企業家のネットワーク現況および活性化方案」国会在外同胞研究会

김태기 (2008) 「글로벌 네트워크 구축의 관점에서 본 재일한인 사회의 현안과 정책적 과제」 『역사문화연구』 Vol. 29

Kim Taegi (2008) 「グローバルネットワーク構築の観点から見た在日韓人社会の懸案と政策的課題」 『歴史文化研究』 Vol. 29

* 김태영 (2013) 「에스닉 마이너리티의 네트워크 특성에 따른 기업가정신에 관한 실증적 연구 : 재일한국인 기업가의 사례분석을 중심으로」 日本文化學報 = Journal of Japanese culture. 제 56 집

Kim teayeong (2013) 「エスニック・マイノリティのネットワーク特性による企業家精神に関する実証的研究 : 在日韓国人企業家の事例分析を中心に」 日本文化學報 = Journal of Japanese culture. Vol. 56

김태영, 박재수(2007) 「재일한국인의 기업가정신」 『일본문화학보』 Vol.33

Kim Taeyeong & Park Jaesu (2007) 「在日韓国人의 기업가정신」 『日本文化學報』 Vol. 33

박재수 (2004) 「클러스터 발전과정에 있어서의 기업가정신의 역할」 한남대학교 박사학위 논문

Park Jaesu (2004) 「クラスター発展過程における起業家精神の役割」 韓南大學校 博士學位論文

* 위홍복 (2003) 「기업가정신이 조직유효성에 미치는 영향에 관한 실증연구」 『산업경영논총』 Vol.15

Wi Hongbok (2003) 「企業家精神が組織有効性に及ぼす影響に関する実証研究」 『産業経営論叢』 Vol. 15

윤건차 (1996) 「『在日』을 산다는 것 : 『不遇意識』에서 출발하는 普遍性」 『교포정책자료』 제 53 집 해외동포문제연구소

Yoon Geoncha (1996) 「「在日」として生きること : 「不遇意識」から出発する普遍性」 『僑胞政策資料』 Vol. 53 海外同胞問題研究会

윤백중 (2012) 「대학생의 기업가정신과 창업동기가 창업의지에 미치는

- 영향요인」 호서대학교 벤처전문대학원 박사학위논문
- Yoon Baekjung (2012) 「大学生の起業家精神と創業動機が創業意志に及ぼす影響要因」
湖西大学校ベンチャー専門大学院博士学位論文
- *이양택 (2012) 「기업가정신과 경영혁신활동 및 경영성과의 관계」
경남대학교대학원 박사학위논문
- Lee Yangtaek (2012) 「企業家精神と経営革新活動および経営成果との関係」慶南大学
校大学院博士学位論文
- *이재선 (2012) 「화상과 한상의 대비연구」연세대학교대학원 석사학위논문
- Lee Jaeseon (2012) 「華商と韓商の対比研究」延世大学校大学院修士学位論文
- 이태정 (2012) 「한국 이주노동자의 이주과정과 변형 아이덴티티」한양대학교
대학원 박사학위논문
- Lee Tejeong (2012) 「韓国移住労働者の移住過程と変更アイデンティティ」漢陽大学校
大学院博士学位論文
- *임승연 (2010) 「재일한인타운의 사회- 공간적 재구성과 정체성의 정치: 오사카
이쿠노쿠를 사례로」이화여자대학교대학원 석사학위논문
- Lim Seungyeon (2010) 「在日韓人タウンの社会-空間的再構成とアイデンティティの政
治: 大阪生野区を事例に」梨花女子大学校大学院修士学位論文
- 임영언 (2006) 「재일코리안 기업가의 네트워크 현황 및 활성화
방안」『재외한인연구』Vol.17
- Im yeonhon (2006) 「在日コリアン企業家のネットワーク現況および活性化の方案」『在
外韓人研究』Vol. 17
- 임영언 (2007) 「재일한국인 기업가의 네트워크가 경영성과에 미치는 효과에 관한
연구」『日本文化學報』제 34 집
- Im yeonhon (2007) 「在日韓国人企業家のネットワークが経営成果に及ぼす効果に関す
る研究」『日本文化學報』Vol. 34
- *임영언, 이석인 (2011) 「재일코리안기업의 경제네트워크 특성과 경영성과에
관한 연구」『일본문화학보』제 48 집
- Yim YoungEon & Lee SeokIn (2011) 「在日コリアン企業の經濟ネットワークの特性と經
営成果に関する研究」『日本文化學報』Vol. 48

*정주호 (2010) 「기업가 정신 및 역량 수준이 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구: 창업보육기업을 중심으로」 중앙대학교 산업창업경영대학원 석사학위논문

Jeong Juho (2010) 「企業家精神及び力量水準が起業成果に及ぼす影響に関する研究: 創業保育企業を中心に」中央大学校産業創業経営大学院修士学位論文

*조건목 (2008) 「기업가정신이 동태적 능력의 형성에 미치는 영향: 중소기업 사례를 중심으로」가톨릭대학교대학원 박사학위논문

Cho Geonmuk (2008) 「企業家精神が動態的動力の形成に及ぼす影響: 中小食品企業の事例を中心に」カトリック大学校大学院博士学位論文

参考サイト

一般社団法人 日本金属プレス工業協会 <http://www.nikkin.or.jp/>

井口泰 (2004) 「平成 16 年 (2004 年) 内閣府の議事録」

<http://www.esri.go.jp/jp/workshop/forum/041101/kicho-kokusaika1.pdf>

エヌ・シー・ネットワーク (NC Network)

<http://www.nc-net.or.jp/knowledge/kouza/Course/32/>

経済産業省

<http://www.meti.go.jp/report/tsuhaku2005/2005honbun/html/H3122000.html>

(独) 国立環境研究所 循環型社会・廃棄物研究センター オンラインマガジン 2007
年 4 月 2 日号

<http://www-cycle.nies.go.jp/magazine/rekishi/20070402.htm>

在日コリアン KEY ワード (2009) <http://www.key-j.org/keyword/>

広島県の統計 <http://toukei.pref.hiroshima.lg.jp/>

内閣府 <http://news.onekoreanews.net/detail.php?number=74457>

廃棄物資源循環学会 <http://jsmccm.or.jp/edit/cg/cg11.htm>

ベンチャー経営支援 www.venture-solution.com/column/111/

民団あいち 60 年史 <http://www.mindan.org/www/aichi/front/info5.php>

謝辞

本研究を遂行し学位論文をまとめるにあたり、多くのご支援とご指導を賜りました、指導教官である金泰旭教授に深く感謝しております。時には厳しくご指導いただき、時にはやさしく励ましてくださったことで、私自身も困難であると思っていた博士学位論文を最後まで書き上げることができました。副指導教官である宇野昌樹教授、中島正博教授には、研究に対する姿勢や困難克服のための方策を丁寧に教えていただきました。深く感謝しております。また、博士論文審査のために遠方から足を運んでいただき、厳しくご指導くださるとともに、新しいものを創り上げるための有益なアドバイスをしてくださった龍谷大学の秋庭太准教授には深く感謝しております。

インタビュー調査におきましては、ご多忙にも関わらず、多くのご協力をいただきました株式会社海田金属の徐健杓社長と有限会社備北清掃社の沈勝義社長に深く感謝しております。また、私の研究生活を助けていただきました室崎様と好漢の皆さま、金泰旭ゼミナールの皆さま、金泰旭先生のご家族の皆さまに深く感謝しております。

最後に、これまで私が留学の道に進むことに対し、温かく見守りそして辛抱強く支援してくださった家族に対しても深く感謝の意を表し謝辞とさせていただきます。