

在日パキスタン人企業家にみるエスニック・ビジネスの実態とその変容 ——2011年電話調査データを中心に

Pakistani Entrepreneurs and Modification of their Ethnic Businesses in Japan

福田友子

FUKUDA Tomoko

Abstract: Pakistani migrants are one of the smaller ethnic groups in Japan. The population of Pakistanis in Japan is around 10,000, and is almost the same number as Bangladeshis or Sri Lankans. But in contrast, with regard to ethnic businesses, Pakistanis are the second biggest migrant group in Japan. Their most popular business is used car trading, accounting for 60% of all Pakistani ethnic businesses.

After the Lehman Shock in October 2008, Pakistani businessmen started suffering from severe changes in their business situations. Moreover, after the earthquake in March 2011, their business situations became much worse. To confirm the current situation, we conducted telephone questionnaires from May to June, 2011 with Pakistani ethnic businesses. Samples were randomly selected from “Directory of Pakistani Businessmen in Japan (DPB)”.

1. 問題の所在

エスニック・ビジネスとは、ある社会のエスニック・マイノリティが営むビジネスである。同胞が従業員として雇用されていることを条件に含む定義もあるが（伊藤1994: 68）、それを必要条件とすることはできない。なぜならば、エスニック・ビジネスの実態を見れば、従業員がいない個人事業主もあれば、非同胞の従業員しか雇用していない小規模業者も多数存在するからである。エスニック・ビジネスは、移民のコミュニティ形成における重要な要素であり、最も有望な上昇移動の経路となる（Waldinger, Aldrich and Ward ed. 1990: 14; 福田2012a: 176）。とはいえ、ビジネスへの参入形態は、しばしばエスニック集団間で相違がみられ、すべての移民が一律にビジネスに参入するとは限らない。

日本における外国人の企業家比率（総務省統計局 2004）を見ると¹⁾、第1位は韓国・朝鮮人（39%）で、第2位がパキスタン人（27%）である（福田2012a: 177; 樋口2012: 7）。そしてナイジェリア人（24%）、インド人（19%）、イラン人（15%）、中国人（13%）が後に続く。在日パキスタン人は他の移民集団に比べて企業家の占める割合が高い。またその内訳を見ると、韓国・朝鮮人の場合、「雇人ありの自営業者」や「家族従業員」が多いのに対して、パキスタン人の場合は、「雇人なしの自営業者」が多い。パキスタン人企業家の数は多いが、その事業規模は比較的小さいことが伺える。

本稿は、エスニック・マイノリティの中でもニューカマーの在日パキスタン人移民企業

¹⁾ 企業家比率は、『国勢調査報告』平成12年版（第8巻）のデータ（2000年10月1日現在）を元に算出したものである。なお、『国勢調査報告』平成17年版以降は同データが公表されなくなったため、企業家比率も算出できない。

家に注目するものである。この調査対象者を選んだ理由は二つある。第一に、前述の通り、パキスタン人が他に比べてエスニック・ビジネスが盛んだからである。在日パキスタン人の人口は10,597人（2012年末現在）²⁾であり、2000年代以降、8千人～1万人前後の人口規模を維持してきた小さな移民集団である。他の南アジア系外国人と比較すると、バングラデシュ人（8,622人）、スリランカ人（8,427人）とほぼ同じ規模であるが、ネパール人（24,069人）やインド人（21,653人）の半数にすぎず、人口という側面ではそれほどインパクトを持つ集団ではない。しかしながら、企業家比率を見るとインド人（19%）、スリランカ人（12%）、バングラデシュ人（6%）、ネパール人（5%）とも、パキスタン人（27%）に比べてかなり低い。企業家比率の高さは、南アジア系外国人の中でも、特にパキスタン人に顕著な特徴とすることができる³⁾。

第二に、パキスタン人企業家のダイレクトリーがネット上で公開されているため、エスニック・ビジネスに関するデータを入手しやすい点が挙げられる。このデータを引用した先行研究も徐々に蓄積されつつあり（たとえば桜井2003; 福田2007; 2012a; 2013a; 樋口2007など）、もし他の移民集団についても同様のデータが入手できれば、将来的には比較研究へとつなげることも可能だろう。

本稿は、2011年5～6月に実施した、日本在住のパキスタン人企業家が経営する事業所に対する電話調査の結果を分析・考察したものである。本調査の目的は、第一に、在日パキスタン人企業家を事例として取り上げ、日本のエスニック・ビジネスの実態を把握することにある。第二にリーマン・ショック後の世界同時不況、および東日本大震災直後の経済低迷期におけるエスニック・ビジネスの変容を検証することにある。世界的な大不況と新興国市場の縮小、円高ドル安の進行、震災および原発事故後の在日外国人の一斉帰国など、エスニック・ビジネスにとってきわめて厳しい経済情勢の中、移民企業家たちは市場から撤退したのか、それとも新たな市場開拓を試みたのか。これまでヒアリング調査で集めてきた情報（たとえば福田2012a; 2012b; 2013a; 2013b; 岡本・浅妻・福田2013）を、電話調査の結果と比較検証することで、エスニック・ビジネスの実態と変容をより多面的に捉えることを目指す。

2. 調査の概要

本稿は前述の通り、千葉大学の福田友子研究室が主体となって実施した電話調査から得られたデータの分析結果である。同電話調査においては、大学院人文社会科学研究所大学院生や文学部学生が調査員として加わった。また筆者が共同研究者と共に実施した企業訪問調査⁴⁾でも、同じ調査票を使用して追加の面接調査を行った。調査実施期間は、電話調査が2011年5月31日～6月21日の間の計4日間、追加の面接調査が6月2日と28日の2日間である。電話調査件数はサンプル数110件に対し、固定電話102件および携帯電話63件、計165件に電話をかけた。電話調査の有効回答数は計18件（19件、内1件は中断のため無効）

²⁾ 法務省ホームページ「在留外国人統計（旧登録外国人統計）統計表」（2012年12月末）
<http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?lid=000001111233>（アクセス日 2013年1月9日）

³⁾ ただしネパール人については2000年代に入って人口が急増した経緯があるため、2000年の統計データで現状を語る事が難しい。ネパール人のエスニック・ビジネスについては、今後の調査研究が待たれる。

⁴⁾ 共同研究者と実施した調査の成果については岡本・浅妻・福田（2013）を参照のこと。

だった。また面接調査では、富山1件（6月2日）、北海道1件（6月28日）の計2件の回答を得た。併せて20件の回答が集まった。

サンプリングには、“Directory of Pakistani Businessmen in Japan”（『在日パキスタン人企業家ダイレクトリー』。以下、DPBと略す。）の2010年11月現在のデータを使用した⁵⁾。DPBは、ホームページ作成業や翻訳業など、多角的にビジネスを展開するある在日パキスタン人企業家が作成したものである（福田2012a: 178）。2006年にはオンライン版に加えて印刷版も作成していたが、近年は印刷版を作成していない。当該企業家には、2011年3月の調査設計段階にDPBデータを利用する許可を得た。DPBデータには、閉鎖した企業のデータが含まれる、業種ごとの登録なのでデータが重複する企業がある、グループ企業は支店ごとに登録される、といった問題があるものの（後述）、在日パキスタン人企業家の傾向を把握できる貴重なデータである。サンプリングに使用した2010年11月版データの掲載事業所数は634件であった。調査直前の2011年5月版データと照らし合わせたところ、各業種において1～2件程度の増減が見られたため、サンプリングにおいては適宜修正して対応した。

調査は以下の通り複数の段階で構成されている。第一段階は、電話による閉鎖企業の確認作業である。このダイアリーに閉鎖企業のデータが含まれることはかねてより指摘されていたが（たとえば樋口2007: 140）、その背景には、ホームページ管理者側にとってデータを更新できない、やむを得ない事情もあった。ホームページ管理者によれば、DPBに閉鎖企業が含まれていたとしても、当該企業が自らデータ削除を申し出ない限り、そのままデータを残すという方針を取っている。それは別のルートから閉鎖の情報を受けたとしても、競争相手のデータを故意に削除させようとするケースと見分けがつかないからである。本調査は、このようなデータの制約を把握した上で、その実態解明を試みるものである。

加えて本調査では前述の通り、2008年10月のリーマン・ショック以降の世界同時不況、および2011年3月の東日本大震災直後の経済低迷期におけるエスニック・ビジネスの変容把握を調査目的の一つとし、調査の第一段階として、閉鎖企業の確認作業に力を入れた。掲載事業所数634件中、110件をサンプルとして抽出し、固定電話102件および携帯電話63件、計165件に電話をかけた（図1）。

電話が通じた場合は調査協力を依頼し、協力が得られた場合は、調査の第二段階へ進み、調査票を用いた事業内容の聞き取りを行った。固定電話が通じた27件、携帯電話が通じた20件、着信履歴を見て後からかけ直してくださった（コールバック）2件、計49件のうち、18件が回答に協力してくださった（回答率36.7%）。また訪問調査で2件の回答が得られたため、結果的に20件の回答が集まった。

第三段階は、特に業種を自動車／機械／貿易一般にしぼって、事業内容についてより詳しく聞き取った。調査票（文末掲載）は全19項目からなり、「全業種共通」13項目、「自動車／機械／貿易一般用」6項目という構成になっている。

サンプルは業種別に抽出した（表1）。各業種からまんべんなくサンプルを取るように

⁵⁾ <http://www.pakistani.jp/directory/>（最終アクセス日：2014年1月9日）

本調査では2010年11月のデータを基にし、2011年5月のデータを補足的に用いた。DPBに関するこれまでの経緯については、2011年3月6日、同ホームページ管理者であるパキスタン人企業家からの聞き取りによる。

抽出サンプル 110件 ／ 掲載事業所数 634件	固定電話あり 102件	通話可能 27件		携帯電話なし 20件		通話可能 20件
		不在 22件	小計 75件			
		不通 53件		不在 25件		
	固定電話なし 8件	携帯電話あり 8件		不通 16件		

出典：福田研究室作成(以下、同様)。網かけは通話可能。

図1 電話調査の流れ

した結果、掲載数の多い「中古車貿易」のサンプルの割合が低くなった。また前述の通り、DPBデータでは、グループ企業が支店ごとに登録されている。同一企業が複数の支店を持つ場合は本店に電話（調査依頼）するようにした結果、特にグループ企業の多い「レストラン」のカテゴリーでサンプルの割合が低くなった。一方、通話可能件数を見ると、「中古車貿易」は50%が通じたのに対し、「ハラル食材」は11%しか通じず、逆に「レストラン」は66%が通じた（理由については、後述）。

表1 業種別サンプル数、通話可能件数および回答数

業種	掲載数	%	サンプル数	%	通話可能件数	%	回答数	%
1 中古車貿易	374	59	50	45	25	53	8	40
2 ハラル食材	66	10	18	16	2	4	1	5
3 レストラン	51	8	6	5	4	9	1	5
4 機械貿易	47	7	11	10	6	13	4	20
5 貿易一般	42	7	11	10	4	9	1	5
6 絨毯	17	3	4	4	1	2	1	5
7 メディア	9	1	2	2	2	4	1	5
8 コンピュータ	7	1	2	2	0	0	0	0
9 宝石	6	1	2	2	1	2	1	5
10 旅行代理店	5	1	1	1	1	2	1	5
11 輸出入代行	4	1	1	1	0	0	0	0
12 通信国際電話	4	1	1	1	0	0	0	0
13 翻訳	2	0	1	1	1	2	1	5
合計	634	100	110	100	47	100	20	100

3. 閉鎖企業の確認

調査の第一段階の目的は、閉鎖企業の確認である。DPB掲載事業所数634件中、110件をサンプルとして抽出したが（図1）、固定電話の番号が記載されている事業所は102件（93%）、固定電話の番号が記載されていない事業所は8件（7%）あった。まずは固定電話にかけたところ（図2）、102件のうち「通話可能」は27件（25%）、「不在」は22件（20%）あった。一方で、別人につながる、もしくは「現在使用されておりません」や「お客様の都合により…」といったメッセージが流れる「不通」は53件（48%）あった。

携帯電話への連絡は（図3）、固定電話による連絡の際に「不在」か「不通」で、かつ携帯電話番号が記載されている場合、および連絡先が携帯電話番号に限られる場合に行った。固定電話で連絡が取れなかった83件中、携帯電話番号が記載されている事業所は63件（76%）、携帯電話の番号が記載されていない事業所は20件（24%）あった。携帯電話にかけた63件のうち「通話可能」は20件、着信履歴を見て後からかけ直して下さった「コールバック」は2件、「不在」は25件あった。一方で「不通」は16件あった。固定電話が「不通」で、かつ携帯電話も「不通」であれば、その企業家は事業を閉鎖したか、すでに出国（帰国）した可能性も考えられる。今回の調査では、110件中16件（15%）が連絡の取れない状態にあった。このことから、かつて一度はDPBに情報を登録した在日パキスタン人企業家も、その一部についてはすでに事業を閉鎖している可能性が高いことが明らかとなった。

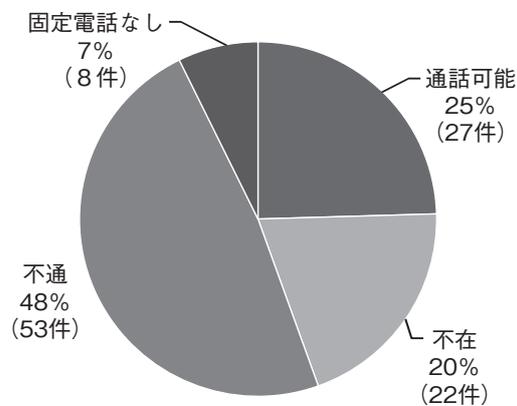


図2 固定電話による通話結果

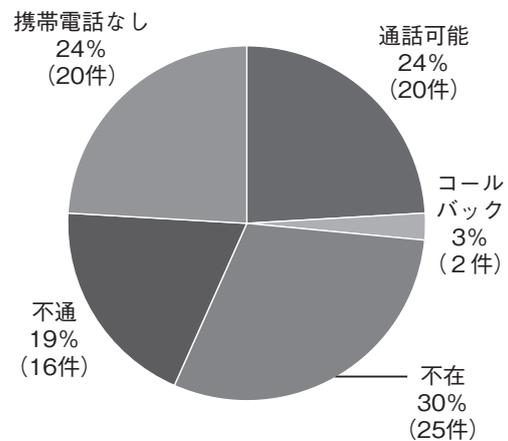


図3 携帯電話による通話結果

4. パキスタン人企業家の事業内容

(1) 調査への対応

電話が通じて事業が継続されていることが確認できた場合は、調査協力を依頼し、協力が得られるようであれば、調査の第二段階へ進み、調査票を用いた事業内容の聞き取りを行った。前述の通り、固定電話が通じた27件、携帯電話が通じた20件、着信履歴を見て後からかけ直し（コールバック）して下さった2件、追加の訪問調査による2件、計51件のうち、20件（39%）が回答に協力して下さった（図4）。一方で「忙しいので…」という理由を含めた回答拒否は28件（55%）、調査中断による無効が1件（2%）、厳密には調査拒否ではないものの、電話以外の調査方法（アンケート用紙や面接調査）を希望された

ケースが2件（4％）あった。回答者は経営者本人が多く、従業員が回答したケースは少ないが、一部に経営者の配偶者が回答したケースがあった。

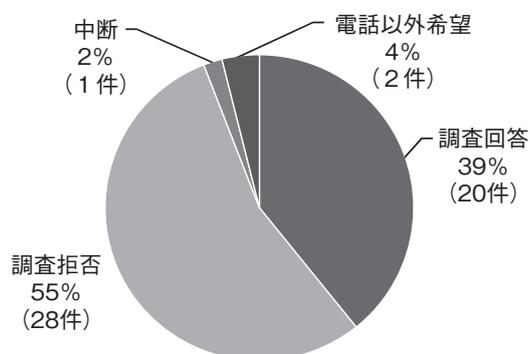


図4 調査への対応

(2) 日本国内の事業所数、法人登記数

各企業家が日本国内に持つ事業所数（親族経営の支店を含む）を見ると、「1件所有」という回答が15件（75％）あり、4分の3を占める事が明らかになった。しかしながら、中には「2件所有」（4件）や「3件所有」（1件）と回答した企業家もあり、4分の1は複数の事業所を持つことが明らかになった。

本電話調査の回答者ではないが、特にレストランやハラル食材店で、複数の事業所を持つグループ企業が多く、DPB上で30件あまりの支店（店舗）を持つレストラン経営者も確認された。

一方で各企業家が日本国内で法人登記した会社の数（親族経営の法人を含む）を見ると、「1件法人登記」という回答が15件で全体の85％を占めていた。「法人登記なし」は4件、「2件法人登記」は1件のみだった。複数の事業所や店舗を持つケースは多いものの、複数の法人を持つケースは少ないことが確認された。

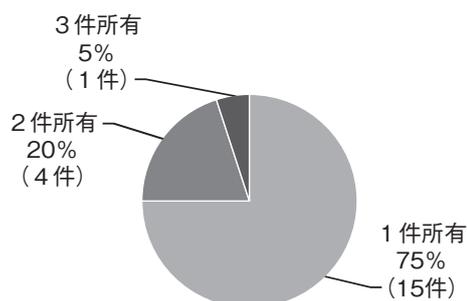


図5 日本国内の事業所数

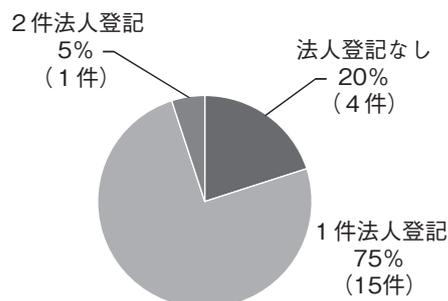


図6 日本国内の法人登記数

(3) 経営形態、事業開始年、法人設立年

各企業家の経営形態は、有限会社が最も多く9件、株式会社が7件、個人事業が4件と続く。法人を設立する際に、小規模企業に適した経営形態である有限会社を選択した企業家が多かったことがわかる⁶⁾。本調査の20件中、最も事業開始年が早かった事業所は1972年（有限会社）で、次が1988年（株式会社）であった。1995年以降は年1～2件のペース

で設立が続いており、回答者の大半が1995年以降に事業を開始したことが明らかになった。さらに法人設立年を尋ねると、「事業開始年と同じ年」という回答が13件、「事業開始年と別の年」という回答が3件あった（表2）。残る4件は「法人登記なし」だった。概ね事業開始と同時に法人設立する傾向が伺えるが、一部の企業家は1990年代に事業を開始し、2000年代に入ってから有限会社を法人登記する様子が見て取れる。株式会社7件については、1988年に1件、1999年に1件設立されているが、残り5件は2003年以降に集中している。他方、有限会社については、2001年が最後の年となっている。これらは2003年の最低資本金制度の一部緩和、および2006年の会社法改正・有限会社法廃止の影響による変化と考えるとよいだろう。

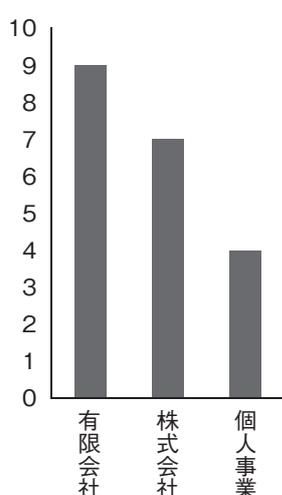


図7 経営形態

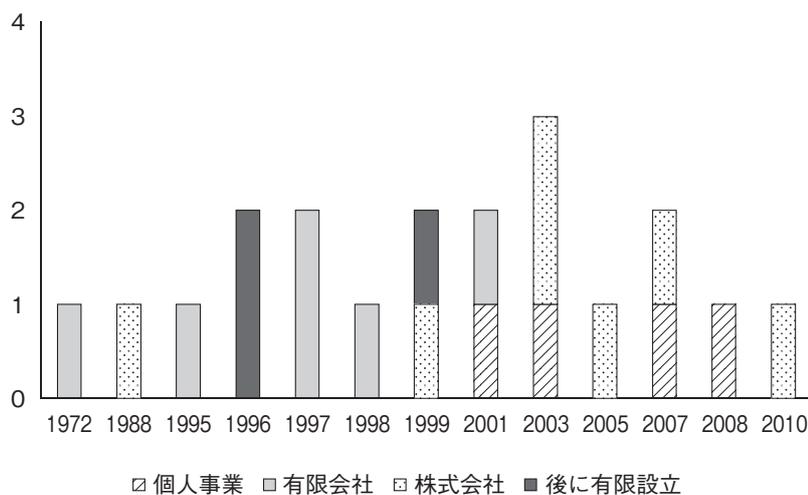


図8 事業開始年

表2 事業開始年と法人設立年が異なる3件の具体的事例

会社名	事業開始年	法人設立年
A社	1996	2001
B社	1996	2006
C社	1999	2003

(4) 業種、取扱商品

業種（複数回答可）を「貿易業」、「卸売業」、「サービス業」（レストランなど）、「小売業」

6) 2005年の商法改正により、2006年5月1日に会社法が施行され、有限会社法が廃止された。それ以降、有限会社は新設できなくなり、それ以前に設立された有限会社はすべて株式会社となったが、「特例有限会社」としてその特徴を一部保持し続けられる経過措置も残された。そもそも有限会社は小規模企業に適した経営形態であり、1990年まで有限会社の最低資本金は10万円であった（株式会社には格別の制限がなかった）。1990年の商法改正（1991年4月1日施行）で最低資本金規制が導入されると、株式会社1000万円、有限会社300万円に制限された。ところが2003年に最低資本金規制が一部緩和され、資本金1円から会社設立（5年後までの増資が条件）が可能となり、2006年5月1日に、最低資本金規制は全面的に廃止された。これに伴い小規模企業にとって株式会社設立の障壁が低くなった。詳しくは大隈・今井（2001：232-233）、濱田・齋藤（1995）、尾崎（2004）も参照のこと。

(ハラル食材店など)の4つに分けて集計した(図9)。最も多いのは「貿易業」の15件で、全体の4分の3が従事している。次いで「卸売業」6件、「サービス業」5件、「小売業」4件と続く。複数業種を同時展開している企業家も多数あった。組み合わせとしては、「貿易業+卸売業+小売業」1件、「貿易業+卸売業」1件、「貿易業+小売業」1件、「貿易業+サービス業」3件、「卸売業+小売業」2件、「卸売業+サービス業」1件と多種多様である。

取扱商品を見ると(図10)、「中古車」を取り扱う業者が15件で、全体の4分の3に及ぶ。「中古部品(自動車解体業を含む)」は4件すべて中古車との兼業で、「中古機械」は3件で内2件は中古車も取り扱う。「ハラル食材」は1件で専業、「レストラン」は1件で中古車貿易との兼業であった。「その他」6件は、中古の家電や日用品(家具と皮製品)、絨毯、宝石類、航空券とホテル予約、翻訳、新聞の発行であった。

調査の結果、回答者20件中17件が何らかの中古品を取り扱っていることが明らかになった。本業が別にある場合も、副業として中古品を取り扱うケースが見られる。逆に中古品を取り扱わない残り3件はそれぞれハラル食材、翻訳業、絨毯を専門に扱っていた。一方で、DPBでの登録情報とは異なる業種が本業になっていたり、取扱商品を大幅に変更していたりと、ビジネスの実態がきわめて多様かつ可変的であることも明らかになった。

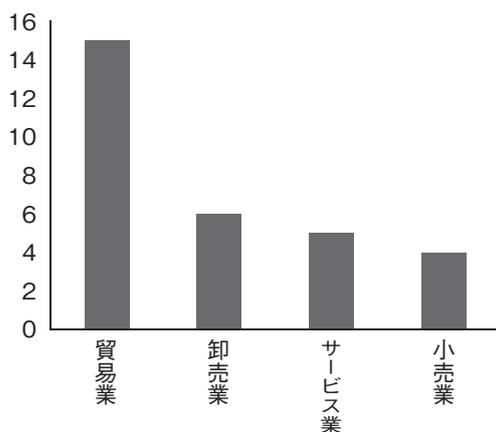


図9 業種

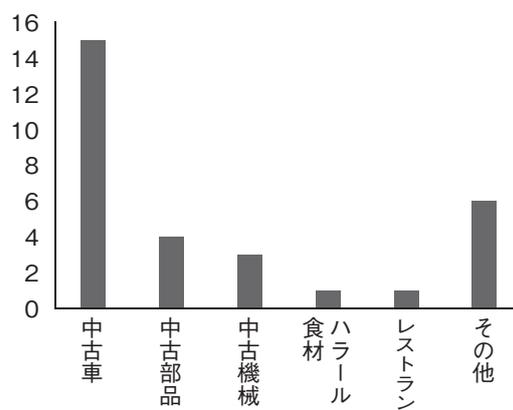


図10 取扱商品

(5) 経営者および販売責任者の国籍、出身地、日本との関係

事業の経営者および販売責任者の国籍(複数回答可)を尋ねたところ(図11)、17件が「パキスタン」という回答であった。他には「日本」3件、「インド」1件、「アラブ首長国連邦(以下、UAE)」1件という回答が寄せられた。『在日パキスタン人企業家ダイレクトリー』を利用した調査であるため、「パキスタン」が多いのは当然であるが、「インド」や「UAE」という回答は予想外であった。そこでその経緯を確認したところ、2件とも元々パキスタン人企業家が経営していた中古車輸出業者を譲り受けたケースであった。このように、事業を閉鎖する業者が多数存在する中で、国籍の枠を超えて非同胞の同業者に事業所や店舗を譲り渡すケースがある程度存在することが確認できた。なお「日本」と回答した3件は、日本人配偶者が代表者のケース1件とパキスタン人が日本国籍を取得したと思われるケース2件であり、こちらは想定内の回答であった。

次に、パキスタン国籍を持つ経営者および販売責任者について、パキスタン国内の出身地を尋ねた（図12）。結果は「ラーホール」5件、「カラーチー」4件、「イスラマーバード」3件、「シアールコート」1件と回答はばらばらであった。出身地が多様であるという結果については、過去の別の調査結果とも一致しており（福田2012a: 330）、特定の出身地に偏らないのがパキスタン人企業家の特徴と言える。ただし「ペシャーワル」という回答が0件だった点は、他の調査結果と比べて少なすぎるようにも思われる。

さらに経営者および販売責任者が、日本で事業を行うようになったきっかけを明らかにするため、日本とどのような関わりをもっているか（複数回答可）を尋ねた（図13）。最も多いのは「日本人女性と結婚したひと本人」を意味する「夫本人」の12件で、全体の6割を占めていた。それ以外の回答はどれも少ないが、「日本で働いたことがある人」を指す「就労」は3件、「日本人女性と結婚したひとの親戚」を指す「親戚」は1件にすぎず、「日本人女性と結婚したひとの友だち」を指す「友人」に至っては0件であった。また上記のような関係が特にないことを意味する「特になし」は4件で、その具体的内容はすべて「ビジネス目的での来日」であった。「その他」は1件で、その具体的内容は「経営者が日本国籍」であった。パキスタン人企業家本人が日本国籍に帰化したケースと思われる。

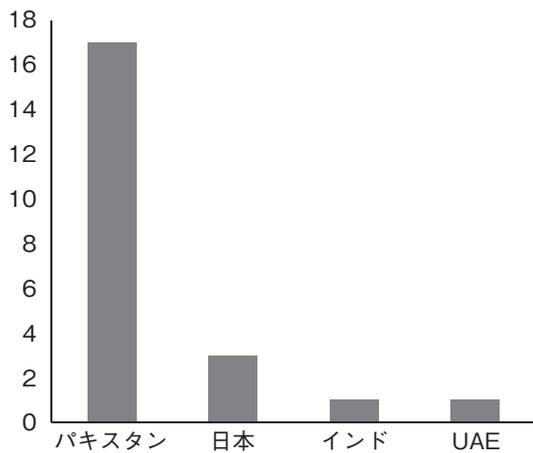


図11 経営者および販売責任者の国籍

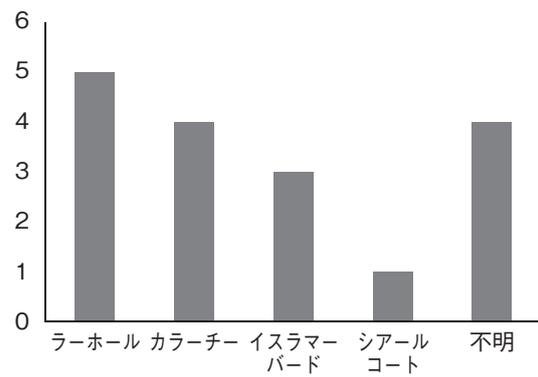


図12 経営者および販売責任者の出身地

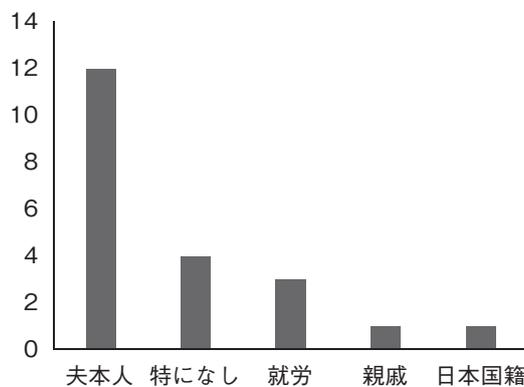


図13 経営者および販売責任者と日本との関係

(6) 日本国内の事業所、外国の事業所、従業員

日本国内の事業所が本店か、外国の事業所が本店かを確認したところ（図14）、1件を除いてすべて日本国内に本店があると回答した。外国の事業所が本店であると回答した1件については、本店はイギリスのロンドンに所在するとのことであった。また本店所在地（図15）は、東京が6件で最多であった。それ以外については、関東（埼玉、神奈川、群馬、茨城）と日本海沿岸（富山、北海道）という傾向はあるものの、それ以上の地域的偏りは見られなかった。本店所在地と支店所在地の位置関係（表3）を見ると、東京都・埼玉県、富山県内など、本店と支店が地理的に離れていないケースが見受けられた。中には業種別に拠点を増やした結果、近隣に複数の事業所や店舗を所有するようになったケースもあった。日本の大手企業のように、日本国内に販売網を広げる目的で地方の主要都市に支店を配置するような戦略的意図は見られない。

外国に支店や店舗があるか尋ねたところ（表4）、19件中15件が「外国に事業所はない」と回答した。一方、残りの4件（1件は回答拒否）からは、UAE、パキスタン、イギリス、香港、ニュージーランド、南アフリカなどさまざまな地名が挙げられた。特定国への偏りは見られなかった。外国での事業開始年についても尋ねたが、この設問については「わからない」という回答が多かった。時期まで記憶していないのかもしれないが、企業秘密にあたるため、詳細を明らかにしたくない可能性もある。

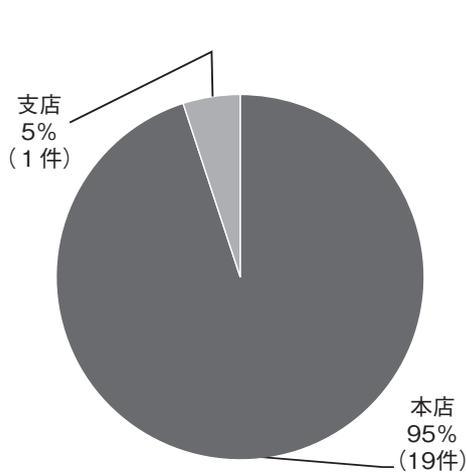


図14 日本国内の事業所は本店か

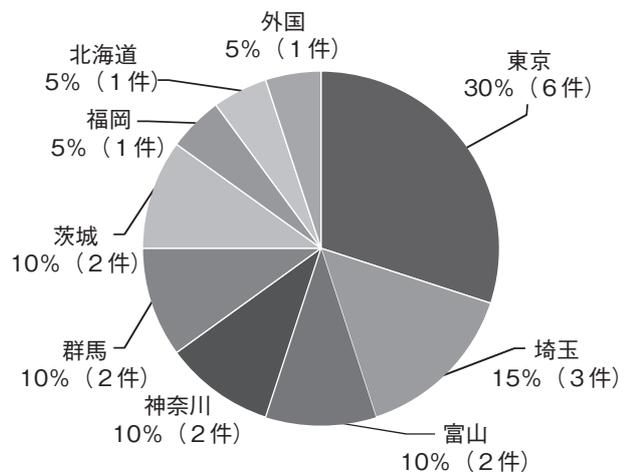


図15 本店所在地

表3 本店所在地と支店所在地の関係

本店所在地 (件数)	支店がある場合、その所在地 (件数)
東京 (6件)	埼玉 (2件)、 内1件は2店舗所有
埼玉 (3件)	
茨城 (2件)	
神奈川 (2件)	
群馬 (2件)	
富山 (2件)	富山 (1件)
北海道 (1件)	
福岡 (1件)	
外国 (1件)	東京 (1件) と群馬 (1件)

表4 外国の事業所所在地と事業開始年

外国の事業所所在地 (件数)	事業開始年
外国事業所なし (15件)	
イギリス (2件)	1998年、無回答
ニュージーランド (1件)	2000年
香港 (1件)	2010年
UAE (1件)	無回答
パキスタン (1件)	無回答
南アフリカ (1件)	無回答

(7) 日本国内の従業員数、外国の従業員数

従業員数については、企業家が複数の事業所・店舗をもつ場合、それぞれの従業員数を合計して回答してもらった。まず日本国内においては（図16）、「従業員5人以下」が大半で13件（81%）がこれに当てはまる。「従業員6～10人」は2件、「従業員11人以上」はわずか1件だった。一方、外国の従業員数に関しては、そもそも外国に事業所を所有する企業が4件しかなく、従業員数を見ると「5人以下」が2件、「6～10人」が1件、「11人以上」が1件と規模に幅が見られた。日本国内および外国の従業員数合計でも（図17）、約7割の企業が「従業員5人以下」であることがわかる。ちなみに最も従業員数が多い企業家は、日本国内8人、外国61人、計69人の従業員を雇っていた。

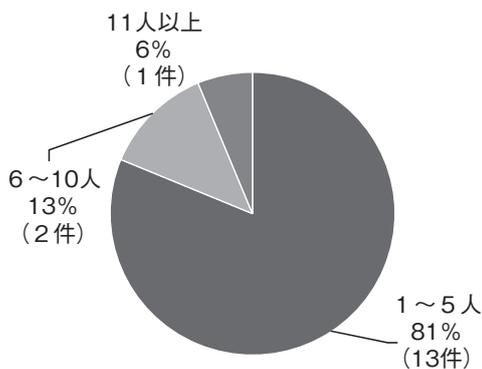


図16 日本国内の従業員数

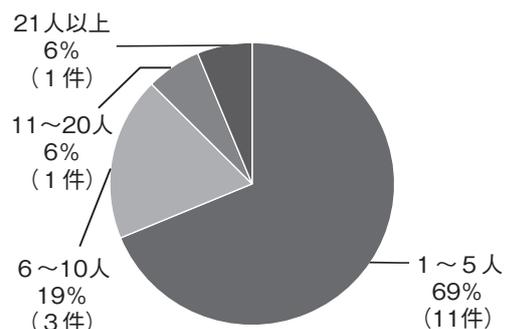


図17 日本・外国の従業員数合計

5. パキスタン人企業家にみる自動車および機械の貿易業

第三段階は、特に業種を中古車貿易／機械貿易／貿易一般にしぼって、事業内容についてより詳しく聞き取った。20件中12件がこの条件に該当した。

(1) 仕入先・販売先

仕入先別割合の平均値を見たところ（図18）、オークションが70%、ディーラーが12%、その他が18%であった。仕入先の傾向（図19）では、「ほぼすべてオークションか

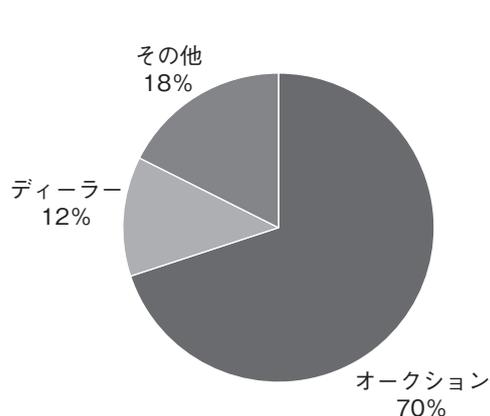


図18 仕入先別割合の平均値

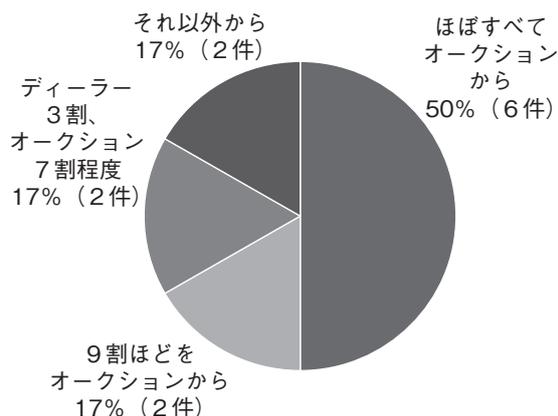


図19 仕入先の傾向

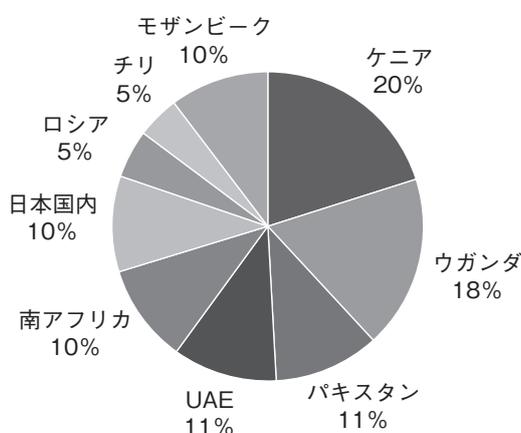


図20 販売先の国別割合の平均値

ら仕入れている」ケースが50%あり、オークションで7割以上を仕入れる企業家が83%を占めることが明らかになった。

次に販売先の国別割合の平均値（図20）を見ると、ケニア20%、ウガンダ18%、南アフリカ10%、モザンビーク10%とアフリカ向けで全体の約6割を占めることから、パキスタン人企業家がアフリカ向けに力を入れている様子が読み取れる。また経営者の出身国であるパキスタン向けは11%と比較的上位に挙げられた。さらに自由貿易特区を擁する主要な中継貿易拠点であるUAEやチリ、中古車の主要輸出先であるロシア、および日本国内での販売も挙げられた。

(2) 取扱商品の割合の平均値と年間取引量

取扱商品の割合の平均値（図21）は中古の自動車が多いが、中古建設機械、自動車の中古部品、中古の家電・日用品なども含まれる。特に自動車については車種別に聞いたところ、セダンが約4割と最も多く、ステーションワゴン14%、バン11%がこれに続いた。年間取引量（図22）は、平均875.9台であったが、500台以下の企業家が過半数を占める。とはいえ単価の高い商品（建設機械等）は取引量が少なく、単価の安い商品（家電・日用品等）は取引量が多い傾向にあり、取引量（台数）と取引額が比例するとは限らない。

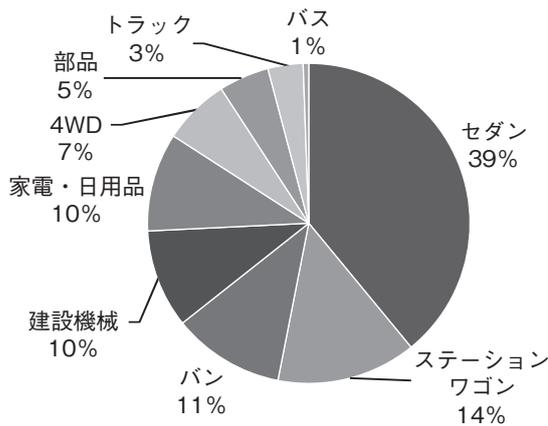


図21 取扱商品の割合の平均値

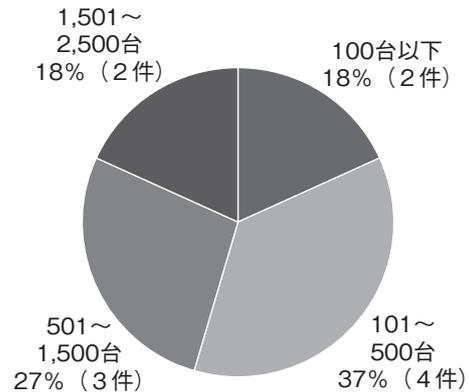


図22 年間取引量（台数）

(3) 平均仕入価格、平均販売価格

取扱商品（自動車、機械、部品、家電など）の種別を問わず、商品の平均仕入価格（単価）をみると150,179円、平均販売価格（単価）をみると193,221円であった。上述の通り、商品によって単価が大きく異なり、かつ大半の企業家が異なる種別の商品を同時に取り扱っているため、平均値を出すこと自体かなり無理があったが、それでもあえて平均値を出してもらったところ、高価な自動車や機械類を取り扱う場合でも、比較的単価の安い品物を選んで売買する傾向が見られた。なお、12件中5件が回答を拒否したことも付け加えておく。

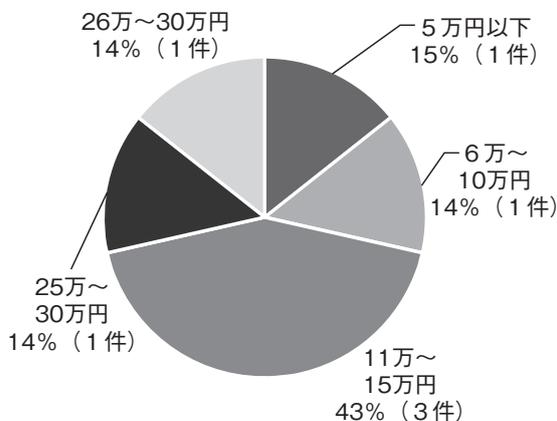


図23 平均仕入価格

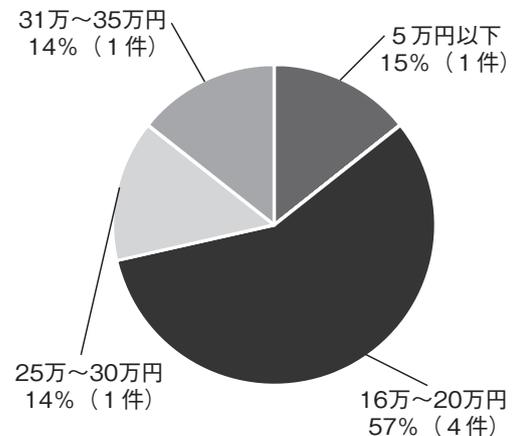


図24 平均販売価格

6. 考察

本調査において得られた知見を改めて整理し、若干の考察を加える。

電話調査の第一段階では、閉鎖企業の確認を行った。DPBよりランダムに抽出したサンプル110件中、連絡が取れたのは49件（45%）、連絡が取れないもの（不通、不在、連絡先の記載なし）は61件（55%）あった。以前から、リストに閉鎖企業が含まれることは指摘されていたが、世界同時不況および東日本大震災後の経済不況期において、過半数の企業は連絡が取れない状態にあることが、改めて明らかになった。また、固定電話も携帯電話も使用できない状態（不通）になっている業者が16件（15%）あったことから、かつて一

度はDPBに情報を登録した在日パキスタン人企業家も、その一部（本調査結果から推計すると、おそらく15%程度）はすでに事業を閉鎖している可能性が高いことが明らかとなった。

また業種別の通話可能件数を見ると、掲載数第1位の「中古車貿易」は50件中25件（50%）と連絡が取れた。これは全体平均45%より若干多い。一方、二大食品産業は対照的な結果となった。掲載数第2位の「ハラール食材店」は18件中2件（11%）しか通じなかった。逆に掲載数第3位の「レストラン」は6件中4件（67%）と連絡が取れた。これは調査手法に第一の要因がある。本店と支店が掲載されている場合、本店を選んで連絡を取るようにしたため、支店を多く抱える傾向の見られる「レストラン」のカテゴリーでサンプル数がかかり減り、結果的に連絡の取れる企業家の割合が高まったと考えられる。しかしながら、時代の流れという第二の要因も考えられる。経済不況期にエスニック・コミュニティの経済力が縮小する中、コミュニティ内部にしか需要を期待できない「ハラール食材店」は、次々と事業撤退を余儀なくされた。一方、コミュニティ外部に活路を見出すことができた「レストラン」はターゲットをホスト社会側（日本人）へと移行することによって、かろうじて生き延びることができた。事実、1990年代にハラール食品産業の一大集積地域であった群馬県伊勢崎市では、こうした変化が確認されている（福田2013a: 59）。

電話調査の第二段階では、事業内容について確認した。まずは取扱商品として中古品を扱う企業家が多く、回答者20件中17件が何らかの中古品を取り扱っていることが明らかになった。本業が別にある場合も、副業として中古品を取り扱うケースが見られる。逆に中古品を取り扱わない残り3件はそれぞれハラール食材、翻訳業、絨毯を専門に扱っていた。エスニック・ビジネスとリユース（もしくはリサイクル）産業との関連については、改めて検討する必要がある⁷⁾。一方で、DPBの登録情報とは異なる業種が本業になっていたり、取扱商品を大幅に変更していたりと、ビジネスの実態がきわめて多様かつ可変的であることも明らかになった。企業家それぞれが時代の流れに即して柔軟に対応し、他社には真似できない新たなニッチを追求した結果といえよう。

またサンプリングに『在日パキスタン人企業家ダイレクトリー』を使用したにもかかわらず、インド人やUAE人の企業家情報が含まれていた。これらは元々パキスタン人企業家が経営していた中古車輸出業者を譲り受けたケースであった。事業を閉鎖する業者が多数存在する中で、国籍の枠を超えて非同胞の同業者に事業所や店舗を譲り渡すケースがある程度存在することが確認できた。同様の事例は、インド・レストランのケースですでに確認されている（福田2013a: 56-57, 61）。

さらに経営者および販売責任者と日本との関わりでは、「日本人女性と結婚したひと本人」を意味する「夫本人」が12件で、全体の6割を占めていた。パキスタン人企業家の場合、日本人女性との結婚という要素がビジネス参入の条件として重要であることが指摘されてきたが（福田2007; 2012a; 2012b）、それが改めて確認できたと言えよう。一方、「就労」経験者は3件、「親戚」は1件、「友人」は0件しかなかった。これはUAEで得られた調査結果（福田2007: 175; 2012a: 331）とは異なるものの、両者は論理的に整合性を持つ。つまり日本においては「夫本人」が中心となって中古車輸出を担当し、UAEにおいては彼

⁷⁾ この論点については福田（2013b）を参照のこと。

らの「親戚」（46%）や「友人」（34%）や「就労」経験者（20%）が中古車輸入および再輸出を担当するという構図が見られる。これらの親族ネットワークや友人ネットワークによって、世界規模での役割分担が成立していると考えられる。

本店所在地は東京が6件で最多であり、それ以外は関東と日本海沿岸が多い。国内に支店を持つ企業家は少数であるが、たとえ支店を所有していても、本店と支店が地理的に離れていないのが特徴である。外国にも支店を持たない企業家が大多数である。支店を持つ4件の支店所在国はUAE、パキスタン、イギリス、香港、ニュージーランド、南アフリカなど多様であった。このうちUAE、ニュージーランド、南アフリカは中古車の主要輸出先であり自由貿易特区や中継貿易市場等がある。またイギリス、香港は旧宗主国とその元植民地であり、いずれもパキスタン人にとって比較的拠点を設けやすい地域と思われる。

電話調査の第三段階では、中古車貿易／機械貿易／貿易一般という業種に絞った上で、さらに具体的な事業内容について確認した。仕入先の傾向を見ると、オークションで7割以上を仕入れる企業家が全体の83%を占めることが明らかになった。一方、販売先の国別割合を見ると、ケニア20%、ウガンダ18%、南アフリカ10%、モザンビーク10%とアフリカ向けが全体の約6割を占めていた。『財務省貿易統計』のデータから算出した、前の3か国の中古車輸出相手国順位の2010年→2011年の変化を見ると、6位→6位、11位→10位、5位→5位とほぼ変化がない（岡本・浅妻・福田2013:40）⁸⁾。ヒアリング調査では、この時期パキスタン人企業家が、他の日本企業があまり力を入れていないアフリカ向けに積極的に参入する様子が確認されており（岡本・浅妻・福田2013: 50, 52, 56, 63, 76, 101）、電話調査でもその裏付けが取れた。また2010年の中古車輸出相手国順位で18位（9,506台）にすぎなかったパキスタン向けも、本調査では比較的上位に名前が挙げられた。実は調査当時の2011年、パキスタン側で中古車輸入規制の緩和があり、輸出台数が増加していた。改めて2011年順位を見ると（岡本・浅妻・福田2013: 40）、パキスタンは8位（37,857台）に上がっている。パキスタン人企業家は各国の貿易規制の変化に敏感に対応し、取り引きを行っていることがわかる。

以上、電話調査結果を分析・考察し、日本におけるエスニック・ビジネスの実態とその変容について把握を試みた。世界的な大不況と新興国市場の縮小、円高ドル安の進行、震災および原発事故後の在日外国人の一斉帰国など、エスニック・ビジネスにとってきわめて厳しい経済情勢が続く中、一部の移民企業家はすでに市場から撤退したことが確認された。一方で、多くの移民企業家は業種を変更したり、取扱商品を拡大したり、販売先や輸出相手国を変更したりしながら、新たな市場を開拓しつつ経済不況を乗り越えようと努力していることが明らかになった。今後の課題は、他の移民集団におけるエスニック・ビジネスとの比較研究になるだろう。本研究成果を元に、今後も調査を積み重ね、エスニック・ビジネスの社会構造の解明に努めたい。

付記

調査にあたって協力して頂いた方々に、深く感謝致します。

本調査は、科学研究費（課題番号22830020、研究代表：福田友子）の研究助成によるもの

⁸⁾ モザンビークについては、上位20ヶ国に入っていないため、順位が確認できなかった。

のである。またその後のデータ処理には、科学研究費（課題番号24730412、研究代表：福田友子）も一部利用した。データ処理においては、千葉大学大学院人文社会科学研究科大学院の川田侑佳氏（修了生）、佐藤圭悟氏、渡部光氏にご協力頂いた。記して感謝したい。

参考引用文献

- 福田友子, 2007, 「トランスナショナルな企業家たち——パキスタン人の中古車輸出業」樋口直人ほか『国境を越える——滞日ムスリム移民の社会学』青弓社：142-177.
- , 2012a, 『トランスナショナルなパキスタン人移民の社会的世界——移住労働者から移民企業家へ』福村出版.
- , 2012b, 「パキスタン人——可視的マイノリティの社会的上昇」樋口直人編『日本のエスニック・ビジネス』世界思想社：221-250.
- , 2013a, 「南アジア系ムスリム移民によるハラール食品産業の構築と変容——群馬県伊勢崎市調査を中心に」『多文化都市と新相互行為圏（NIZ）の形成——新しい「国際移動研究センター」構築にむけた研究』, 2010~12年度首都大学東京傾斜的研究費研究成果報告書, 首都大学東京社会人類学研究室・「国際移動研究センター」：51-62.
- , 2013b, 「中古車貿易における移民企業家の多民族ネットワーク形成」小島道一編『国際リユースと発展途上国』アジア経済研究所調査研究報告書（中間報告）：97-107.
- 濱田康行・齋藤一朗, 1995, 「最低資本金制度の経済的意義」『金融ジャーナル』36（11）：21-24.
- 樋口直人, 2007, 「越境する食文化——滞日ムスリムのビジネスとハラール食品産業」樋口直人ほか『国境を越える——滞日ムスリム移民の社会学』青弓社：116-141.
- , 2012, 「日本のエスニック・ビジネスをめぐる見取り図」樋口直人編『日本のエスニック・ビジネス』世界思想社：1-36.
- 伊藤泰郎, 1994, 「エスニック・ビジネス研究の視点——ホスト社会や既存の移民社会に対する外国人の主体的対応」『社会学論考』15：68-92.
- 岡本勝規・浅妻裕・福田友子, 2013, 「環日本海地域の港湾活性化に向けた対ロシア輸出入業者の業態転換に関する研究」福田友子編『国際的な自動車リユース・リサイクルに関する学際的研究』千葉大学大学院人文社会科学研究科研究プロジェクト報告書 263：36-115.
- 大隈健一郎・今井宏, 2001, 『商法概説（1）』有斐閣双書.
- 尾崎安央, 2004, 「わが国の株式会社法における『資本』制度——過去, 現在, そして未来?」『企業と法創造』1（3）：118-129.
- 桜井啓子, 2003, 『日本のムスリム社会』ちくま新書.
- 総務省統計局, 2004, 『国際調査報告』平成12年, 第8巻.
- Waldinger R., Aldrich, H. and Ward R. ed., 1990, "Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies," Sage.

No.	質 問	回 答
8	経営者と販売責任者の国籍を教えてください。(複数回答可) What nationalities are your office's Directors (Owners) and Sales Managers?	1. パキスタン (結果) 図11参照。17件 2. アフガニスタン 0件 3. バングラデシュ 0件 4. 日本 3件 5. その他【 】 インド 1件、UAE 1件
8-2	パキスタン人の出身地は？ If they are Pakistanis, which part of Pakistan are they from?	1. カラーチー (結果) 図12参照。4件 2. ラーホール 5件 3. ペシャール 0件 4. イスラマバード 3件 5. その他【 】 シアールコート1件、不明4件
9	経営者や販売責任者と日本との関係はどういうものですか？(複数回答可) What is the Directors (Owners) and Sales Managers relationship to Japan?	0. 特に関係なし No. (結果) 図13参照。4件 1. 日本人女性と結婚したひと本人 12件 The husband of Japanese woman. 2. 日本人女性と結婚したひとの親戚 1件 He has relatives who are married with Japanese women. 3. 日本で働いたことがある 3件 He has worked in Japan before. 4. 日本人女性と結婚したひとの友だち 0件 He has friends who are married with Japanese women. 5. その他 Others.【 】 日本国籍 1件
10	日本の店舗は本店ですか？ Is the Japanese branch the main branch?	0. No (結果) 図14参照。1件 1. Yes 19件
11	日本の全店舗の所在地は？ In which city do you have your offices? Please answer about all offices.	本店 【 都道府県 市町村】(結果) 図15、表3参照。 支店1 【 都道府県 市町村】 支店2 【 都道府県 市町村】
12	外国に店舗はありますか？ Do you have any other branches abroad?	0. No From 1. UAE [Which city?] … []year 2. パキスタン [Which city?] … []year 3. ヨーロッパ (英、アイルランド) … []year 4. 北アメリカ (米、加) … []year 5. 南アメリカ (ペルー、チリ) … []year 6. アフリカ (ケニア、タンザニア、ウガンダ) … []year 7. その他 [Which city?] … []year (結果) 表4参照。
13	従業員は全部で何人ですか？ How many people work in your company?	日本1 【 】支店【 】人 日本2 【 】支店【 】人 外国1 【 】支店【 】人 外国2 【 】支店【 】人 (結果) 図16、図17参照。平均は日本3.8人、外国19.0人

自動車や機械の貿易業の方は、次の質問票に続きます。それ以外の方は終わりです。ご協力ありがとうございました。

自動車／機械／貿易一般用 Questionnaire for Traders

14	仕入先はどこですか？ From which shop do you buy vehicles?	1. オークション () % (結果) 図18参照。70% 2. ディーラー () % 12% 3. その他 () % 18%
15	2011年1月から5(6)月の販売先の国別割合はどうですか？ (右の選択肢は、2010年貿易統計より、日本の中古車輸出先相手国上位11か国+出身国) To which country/ies have you exported vehicles this year (Jan-May (June) 2011)?	0. 日本国内 () % (結果) 図20参照。10% 1. ロシア () % 5% 2. アラブ首長国連邦 (UAE) () % 11% 3. チリ () % 5% 4. ニュージーランド () % - 5. 南アフリカ () % 10% 6. ケニア () % 20% 7. バングラデシュ () % - 8. スリランカ () % - 9. フィリピン () % - 10. マレーシア () % - 11. ウガンダ () % 18% 12. パキスタン (前年18位) () % 11% 13. その他【 】 () % モザンビーク10%
16	取扱商品 (もしくは車種) の割合はどうですか？ Which kinds of vehicles or machineries do you deal with?	1. セダン () % (結果) 図21参照。39% 2. バン () % 11% 3. ステーションワゴン () % 14% 4. 4WD () % 7% 5. バス () % 1% 6. トラック () % 3% 7. 部品 (Auto Parts) () % 5% 8. 機械—建設機械 () % 10% 9. 機械—その他 () % - 10. その他 () % 家電・日用品 10%
17	一年間の取引量 (台数) はどのくらいですか？ How many vehicles do you export in a year?	「 」台/年 (結果) 図22参照。
18	仕入価格の平均はいくらですか？ How much is the average buying price?	「 」円/台 (結果) 図23参照。平均仕入価格150,179円
19	販売価格の平均はいくらですか？ How much is the average selling price?	「 」円/台 (結果) 図24参照。平均販売価格193,221円

以上で質問は終わりです。ご協力ありがとうございました。