

平成 29 年 6 月 14 日現在

機関番号：12102

研究種目：挑戦的萌芽研究

研究期間：2014～2016

課題番号：26580140

研究課題名(和文) エスニック集団のホスト社会への適応における借り傘戦略の実証的・理論的研究

研究課題名(英文) Substantial theoretical study on camouflage adaptation strategy to the host society of ethnic groups

研究代表者

山下 清海 (YAMASHITA, Kiyomi)

筑波大学・生命環境系・教授

研究者番号：00166662

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,500,000円

研究成果の概要(和文)：海外では、中国人や韓国人が経営する日本料理店が多くみられる。このような現象を、申請者は「借り傘戦略」と名付けた。これは、マイナーなエスニック集団が、よりメジャーな集団の姿を借用する移民の適応戦略である。このような借り傘戦略は、在留外国人が増加している日本においても、各地で認められるようになった。ネパールの「インド料理」店経営、アフリカ、西アジア出身者の「ドネルケbab」店経営などである。さらには、中国東北地方出身者が「台湾料理」・「香港料理」の看板を掲げる例も多くみられる。

研究成果の概要(英文)：Many Japanese restaurants which Chinese and Koreans run are seen around the world. I named such a phenomenon "camouflage adaptation strategy". This is an adaptation strategy of the emigrants that minor ethnic groups borrows the figure of major group. Such strategy came to be confirmed in Japan which aliens increased. For example, Nepalese run "Indian restaurant", and African and West Asian people run "Doner kebab" shops. Besides, examples that restaurant owners from Northeast China raise the signboard of "Taiwanese dish", "Hong Kong dish" are frequent.

研究分野：人文地理学

キーワード：エスニック地理学 借り傘戦略 移民 在日外国人 エスニックタウン チャイナタウン 華僑華人
エスニック集団

1. 研究開始当初の背景

(1) 本研究代表者は、これまで日本および世界各地の華人社会、チャイナタウン、そのほか多様なエスニックタウンやエスニック集団などについて研究してきた。

その調査・研究の過程で、アジアはもとより、アメリカ合衆国・カナダの北アメリカ、ヨーロッパ、オセアニアなどでは、日本人でない者が経営する寿司屋、日本料理店が非常に多く、特に最近、そのような事例が増加していることに注目して来た。また、ラオス人がタイ料理店の看板を、そしてカンボジア人がベトナム料理店の看板を掲げるなどの現象も、日本人でない者の日本料理店経営と類似したパターンと解釈できるのではないかと考えるようになった。

(2) 当初、このような事例は海外だけの話だと考えていたところ、在留外国人が増加している日本においても、同様な現象が見られることに気付いた。

例えば、近年、国内ではインド料理店が増加している。一方、在留外国人の中ではネパール人が急増している。インド料理店で聞き取りをするなかで、実は、日本でみられるインド料理店の多くはネパール人が経営しており、従業員もほとんどがネパール人であることがわかってきた。開店当初は、「ネパール料理」の看板を掲げたものの、顧客が伸び悩むにつれ、その看板が「インド料理」に変わって行く例が少なくないことが明らかになった。

(3) 海外における日本料理の普及や日本食ブームについては、経済産業省クール・ジャパン戦略推進事業の日本食文化プロジェクトに関するレポートがある(例えば、阪口恵子、「時評」55(1)、2013年)。しかし、上述したような現象を、エスニック集団の適応戦略の視点から考察した研究は見当たらなかった。

2. 研究の目的

(1) 海外において、韓国人、中国人、ベトナム人などの日本人でない移民エスニック集団が、寿司店、日本料理店、ラーメン店などを経営している現象は、移民エスニック集団のホスト社会への重要な適応戦略の一つと捉えることができよう。

(2) 本研究代表者は、このように、よりマイナーなエスニック集団が、よりメジャーな集団の姿を借用した適応戦略を、「借り傘戦略」と呼ぶことを提唱した(山下清海編『現代のエスニック社会を探る』学文社、2011年)。

(3) 本研究は、人文地理学的なフィールドワークに基づいて、海外および日本の各地で見られるエスニック集団の借り傘戦略の事

例を実証的に比較考察を行い、それらの背景・要因について明らかにすることを目的とした。

3. 研究の方法

(1) まず、本研究の基本的な研究視点を整理・確認した。すなわち、移住してきたエスニック集団は、ホスト社会や他のエスニック集団に対して、居住地を確保し、経済的基盤を確立し、伝統を維持していくための適応戦略を取る。特に経済面では、移住先の新たな環境のもとで、移民エスニック集団にとって限定された経済分野の中から就業を選択することになる。それらの結果、移民エスニック集団は特定の分野に集中することになる。そこで選択される戦略の一つが借り傘戦略である。

(2) 本研究では、まず、フィールドワークおよび文献研究により、世界および日本の各地において、移民エスニック集団のホスト社会へのさまざまな適応戦略について、マクロ的な視点から考察を行った。

(3) 次に、それらの中でも、移民エスニック集団の就業形態に注目した。多様な就業形態がみられる中で、本来、当該の移民エスニック集団が有する出身国・出身地域に特有の文化との関連が希薄なものを抽出し、それらの就業形態を借り傘戦略の視点から検討した。

(4) グローバルスケールでみると、移民エスニック集団は非常に多様であるが、借り傘戦略の多くの事例の中で、類似したパターンを確認することを試みた。そして、このような借り傘戦略が採用された背景や要因などについて考察を行った。

4. 研究成果

(1) 海外においては、アメリカ合衆国、カナダ、メキシコ、イギリス、フランス、ドイツ、オランダ、ベルギー、ベトナム、シンガポールなどにおいて、移民エスニック集団の借り傘戦略に関するフィールドワークを実施した。それらの結果、世界的な日本食ブームの中で、海外では、中国人・韓国人・ベトナム人などによる日本料理店、寿司店、寿司のテイクアウト専門店、ラーメン店の経営が多く見られることを確認した。

(2) また、ベトナム・ラオス・カンボジアのインドシナ3国出身者による、タイ料理店の経営も、借り傘戦略の例として捉えることができることがわかった。タイ人に比べよりマイナーなインドシナ3国出身者が、「タイ料理」の看板を掲げて料理店を営んでいる例が認められた。

(3) 日本人でない者が経営する上述の日本

料理店などの場合、共通する特色として、日本人から見た場合、店名として奇怪なネーミングの例が少なくなかった。

(4) 一方、日本国内においても、外国人ニューカマーの増加に伴い、ネパール人、スリランカ人、パキスタン人による「インド料理」店の経営の例が、各地で多数認められた。また、アフリカ、西アジア、南アジア出身者による「トルコのケバブ」のテイクアウト専門店を経営する例が増加している。

(5) さらに、中国出身者の新華僑（改革開放後、中国から海外に移住した者）の中でも、中国東北地方の出身者が経営する中国料理店において、「台湾料理」あるいは「香港料理」の看板を掲げる例が多数みられた。

(6) 借り傘戦略を採るエスニック集団には共通する特色がみられることが明らかになった。

中国人や韓国人は、文化的に日本と近い関係にあり、移住先のホスト社会の人びとからは、容易に日本人とみられやすい「優位点」を有している。しかも、大衆的な中国料理に比べて、日本料理は高価であり、経営者にとって利益率も高く、収入増が期待できる。一方、韓国料理は、海外において日本料理ほどメジャーな料理ではなく、同胞相手の韓国料理店が多いという「弱点」がある。

(7) ネパール人、スリランカ人、パキスタン人の場合も、インドと文化的に近い一方、「インド料理」は世界的にメジャーな存在である。インド料理＝カレー料理＝ナン（小麦粉を練って発酵させて、薄く伸ばしてかまどで焼いたパン）という「公式」が、世界的に流布している。インド人でない者のインド料理店の経営は、これを利用した借り傘戦略と捉えることができる。

(8) 日本に在留している中国東北地方の出身者が経営する中国料理店の中に「台湾料理」、「香港料理」の看板を掲げる例が多い理由は、顧客である日本人を多く取り込む戦略とみることができる。日本人の間には、近年、毒入り餃子事件（2007年）をはじめ中国大陸の食に対する不信感がある。またメディアを通して、日本では反中国ムードも漂っている。それに比べると、日本では親日的な台湾のイメージはよく、香港も中国料理の本場としてのイメージがある。このような「台湾」・「香港」のブランド力を利用した借り傘戦略を、ここでは読み取ることができる。

(9) 上述した借り傘戦略の例は、海外の移民エスニック集団や国内の在留外国人を対象にすれば、さらに多くの例を見出すことができよう。引き続き、グローバルなスケールで調査・研究を継続していく予定である。

(10) これらの成果については、日本地理学会の出版助成の採択を受けて、平成28年3月に刊行された『世界と日本の移民エスニック集団とホスト社会-日本社会の多文化化に向けたエスニック・コンフリクト研究-』（山下清海編、明石書店）の中で、本研究の成果である「移民エスニック集団の借り傘戦略」などを執筆した。

また、平成28年6月に開催された地理空間学会の大会シンポジウム「増加する在日外国人とホスト社会としての日本 - その動向と課題 -」（本研究代表者がオーガナイザーを担当）では、借り傘戦略に関するこれまでの研究成果を発表した。平成29年2月の「地理空間」（同学会の機関誌）には、借り傘戦略に関する本シンポジウムの報告内容を含んだ論文が掲載された。本論文は、オープンアクセスが可能であり、すでに多くの研究者に参照・ダウンロードされている。

5. 主な発表論文等

（研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線）

〔雑誌論文〕（計2件）

山下 清海（2017）：増加・多様化する在日外国人 「ポスト中国」の新段階の変化に着目して . 地理空間（地理空間学会）, 9(3), 249-265 . 査読有
http://jags.ne.jp/wp/wp-content/uploads/Geospace_9-3_2-min.pdf

山下 清海（2015）：モーリシャスにおける華人社会の変容とポートルイスのチャイナタウンの地域的特色 . 立命館国際研究(立命館大学国際関係学会), 27(4), 115-139 . 査読無
http://www.ritsumeit.ac.jp/acd/cg/ir/college/bulletin/Vol.27-4/07_YAMASHITA.pdf

〔学会発表〕（計3件）

山下 清海：在日外国人の日本社会への適応戦略の多様化, 2016年6月18日, 地理空間学会第9回大会, 筑波大学（茨城県つくば市）

山下 清海：改革開放後の中国と新華僑～変容する世界のチャイナタウン～. 2015年4月18日, 雲南懇話会, JICA 研究所国際会議場（東京都新宿区）

山下 清海：新華僑の増加とホスト社会～世界と日本の新旧チャイナタウンの事例から～, 2014年9月21日, 日本地理学会秋季学術大会, 富山大学（富山市）

〔図書〕（計2件）

山下 清海 (2016): 『新・中華街 世界各地で 華人社会 は変貌する 』講談社, 214 頁

山下 清海編 (2016): 『世界と日本の移民 エスニック集団とホスト社会 日本社会の多文化化に向けたエスニック・コンフリクト研究 』明石書店, 332 頁 .

〔その他〕

ホームページ等

<http://qing-hai.org/>

6 . 研究組織

(1) 研究代表者

山下 清海 (YAMASHITA, Kiyomi)

筑波大学・生命環境系・教授

研究者番号 : 0 0 1 6 6 6 6 2