

# 韓国人企業家の起業過程と経営活動

－1980年代以降ニューカマー企業家を中心に－

林 永 彦\*

---

## 目 次

---

- I. 研究の目的
  - II. 先行研究の検討
  - III. 調査の概要
  - IV. 分析結果
  - V. 要約と示唆点
- 

## I. 研究の目的

法務省入国管理局の発表によれば、2003年末外国人登録者数は191万人を超え、最高記録を更新した。日本における外国人登録者数の比率は毎年高まり、日本総人口の1.5%までに達している。外国人登録者の国籍（出身地）は、186カ国を上回る。その中で、在日コリアン（オールドカマー、ニューカマーを含む）は61万3,791人で全体の32.1%を占めている<sup>1)</sup>。〈表1〉によれば、在日コリアン人口は近年短期滞在者とニューカマーが増加する一方、特別永住者が減少し、全体では1996年

---

\* 全南大学校世界韓商・文化研究団研究教授

- 1) '在日コリアン' という用語は複雑で様々な時代的な背景と歴史的な意味を含めている。1980年以降日本バブル経済の時、来日したニューカマーが急増し、在日韓国人全体を称する用語として日本のマスコミが使いはじめ、現在日本社会で在日同胞を指す一般的な呼称として広く使われている。'在日同胞'、'在日橋胞'、'在日'、'在日韓国・朝鮮人'、'在日朝鮮人'、'韓国系日本人 (Korean-Japanese)' など時代的な状況によってその意味が変わってきた。これらの用語では、国籍の混同や差別的な意味など様々な論争の余地があるが、'在日コリアン' の用語では、このような不必要な論争や南北の政治的な状況の緊張関係を隠蔽する長所があるという。

(約66万人) 以降毎年減っている。その理由としては、日本人との結婚等による日本国籍の取得による帰化者の増加、少子・高齢化などの影響が挙げられる。特に、1952年から2002年までの帰化者累計は26万3,245人で、1990年代に入って急速に増加し始め、1995年度に年間帰化者数が1万人を超えて以来、現在に至るまで毎年約1万人程度が帰化している。

日本に居住している在日コリアンは、大きく二つに分けられる。その定着段階別に、あるいは歴史的な特殊性によって区別すると、旧植民地出身やその子孫とも言えるオーールドカマー、そして1980年代以降来日し、定着し始めたニューカマーに分類できる。

在日コリアンが日本へ強制連行・徴兵により、あるいは自発的に移住し始めて以来、既に100年が経過した。解放後は朝鮮戦争を間接的に経験しながら約半世紀を日本で生活している。しかしながら在日コリアンがどのような業種でどのように生活しているかという在日コリアンの企業や企業家に関する実証的な研究はまだ少ない。呉民学(2003)は、日本国勢調査を参考に在日コリアン企業の数を試算したことがある。それによると、従業員のある企業が26,047社、従業員のない自営業者が26,632社で合計52,679社であった。それにより、在日コリアンの8.3%が小規模自営業を営んでいることがわかった。このように在日コリアンの約9割が企業家であるにも関わらず、あまり注目されたことはなかった<sup>2)</sup>。

<表 1> 在日コリアン人口の推移と帰化者数 (単位: 人数)

年度	在日コリアン人口	帰化者数
1996年	657,159	8,898
1997年	645,373	9,678
1998年	638,828	9,561
1999年	636,548	10,059
2000年	635,269	9,842
2001年	632,405	10,295
2002年	625,422	9,188
2003年	613,791	11,778

注) 法務省が2004年発表した公開資料に基づいて作成

韓国からのニューカマーたちが本格的に日本へ定着し始めたのは、韓国における1989年の『海外旅行自由化』以降である。これを機に日本における就学生、留学

2) 1980年以前の在日コリアン企業家の特徴に対する研究は、金泰永(2005)「在日韓国人企業家のネットワーク特性と企業家精神」、『日本文化学報』(第27輯)、317~342頁、金泰永・バクジェシュ(2006)「在日韓国人企業家の状況構造に関する研究」、『日本文化学報』(第30輯)、354~371頁参照。

生、駐在員などの滞在者数が増加し、日本に住む在日コリアン企業家たちのビジネスが活性化することになった（リャン、2005）。

本論文は特に1980年代以降来日したニューカマー企業家に注目している。なぜならば、彼らが一番韓流ブームの影響を受けていると考えられるからである。ニューカマー企業家たちは韓流ブームを積極的に利用し、自らが日本で韓流の主導勢力と称し、新しい韓流文化を創造・維持している。

1980年代以降ニューカマー企業家は「第1次韓流ブーム」として日本で韓国の料理文化を紹介してきた。そして2003年「冬のソナタ」以降では大衆文化を中心とする文化コンテンツが「第2次韓流ブーム」として韓半島から上陸してきたと考えられる。韓流ブームの背景には長い間韓国文化の伝達者として活躍してきたオールドカマーの存在がある。このようなオールドカマーの韓流の直接・間接的な伝達者としての役割、韓流文化の場の提供がなければ、ニューカマーによる日本における韓流ブームはそれほど高い人気を得るとか持続できなかつただろう（ゴジョンミン、2005）<sup>3)</sup>。

本論文の目的はニューカマー企業家が韓国と日本でどのような資本形成を通して起業し、経営活動を行っているのかをミクロ的な観点から分析する。さらに今回の調査を2003年韓流ブームの前に行った調査結果と比較しながら、韓流ブーム以降どのような変化があったのかにも注目する。

本論文の調査対象者は1980年代以降来日した韓国人ニューカマーの企業家であり、調査方法としては構造化された質問紙による詳細な面接調査と数量的分析を併用して、ニューカマー企業家の起業過程における資本形成、経営活動などを明らかにしたい<sup>4)</sup>。

3) ゴジョンミン（2005）の研究によれば、最近「韓流ブーム」によって新宿区の大久保通りや職安通りを中心に、ニューカマー韓国人が経営するエスニック企業（主に韓国系、中国系）の復興が著しくなっている。いわゆる韓流ブームが日本全国で巻き起こっている。このような現象は1980年以降東京を中心に流入・定着し始めたニューカマー企業家たちの更なる企業の繁栄を促している。日本における韓流ブームは、2003年NHK放送が韓国のドラマ「冬のソナタ」を地上波で放映して以来全国で急速に広がった。一般的に韓流は台湾、東南アジア、香港、中国大陸で発生し、日本の本土に上陸したと言われている。現在韓流ブームに乗って、日本NHK地上波放送はもちろん民放チャンネル、各種の衛星放送が韓国ドラマの放映に熱心である。このような韓流ブームは、4～5年前には日本の放送では、韓国に関する断片的な娯楽や情報伝達以外にほとんど見られなかった現象とは対照的である。韓流現象は在日コリアンをオールドカマーとニューカマーに分類する、つまり韓流の開拓者と受惠者として見る否定的な面もあるが、肯定的な面も大きい。それは日本人が韓国の大衆文化（韓流）を戦後初めて積極的に受け入れたことで大きな意味がある。

4) 本稿でのニューカマーは1980年以降来日した「民族共同体」の一つとして定義している。民族共同体は特定「民族集団」、「マイノリティ」、「外国人コミュニティ」、あるいは「コミュニティ」と呼ばれている。梶田（1994:98）の研究によれば、民族共同体とは、一定の地域に集中、民族別代表団体、各種の民族企業（小規模自営業）、宗教や親族組織に基盤をおいたネットワークの存在であると定義した。すなわち、共通の宗教、言語という文化資本を持つ人々が相互扶助を目的として自発的に形成した集団を指す。1980年以降ニュー

## Ⅱ. 先行研究の検討

日本におけるニューカマーについては、移住労働者の定着過程を研究した奥田(1993)と高(1996)、田嶋(1998、2003)の研究などがある。ニューカマー企業の研究としては、2003年に行った調査(林、2004)に次いで二つ目の研究である。本研究は、03年度と同じ質問紙を用いて、ニューカマー企業家が起業過程で活用すると考えられる経済資本、人的資本、文化資本、社会関係資本を調べることを課題にしている。

そのため、まず本論文でニューカマー企業家が日本における起業過程で用いられると想定される経済資本、人的資本、文化資本、社会資本について先行研究を通して定義し、それがニューカマー企業家にどのように適用できるかを具体的に提示したい。そして、米国の諸研究と2003年の研究結果を検討してみたい。

経済資本は財力であり、金銭や財産に直接還元できるものである。経済資本が豊かな移民企業家は起業過程においても有利に展開する(Light and Gold, 2000)。米国の韓国人企業家の研究では、起業資金の入手方法として、ホスト社会の銀行ローンよりも個人の貯蓄に頼る傾向があり、その他には、友人や親族からのローン、RCA(契)などがあった(Boissevain, 1990)。

人的資本は、ベッカ(Becker, 1964)が提唱した概念で、教育程度や就業経験など教育や熟練に対して個人的な投資が蓄積されたものとみなす。人的資本は保有する企業家ほど起業率が高いという傾向があり、米国では教育レベルが高いほど自営率が高かった(Light and Gold, 2000)。人的資本は社会資本によって形成、蓄積されるという関係が存在し、移民企業家のビジネスに関する技術や訓練は、同種移民起業の中で見習いとして働きながら獲得される。また、移民労働者の採用も親族や友人などの社会関係を通して行われる(Coleman, 1988)。

文化資本は、ブルデュー(Bourdieu, 1979 & 1990)が提唱した概念で、「社会における高い地位文化に対する能力」と定義されるが、起業における文化資本は企業家の達成動機に影響を与える宗教的観念、職業価値観、就労態度などの文化的特性である(Light & Gold, 2000)。

社会資本は、ブルデュー(Bourdieu, 1983)、コールマン(Coleman, 1988 & 1990)、バート(Burt, 1992)、リン(Lin, 2001)などによって提唱された概念であり、

---

カマー企業家を中心に形成された民族共同体としては、2001年に結成された「韓国人連合会(韓人会)」が挙げられる。本稿では、ニューカマー企業家を1980年代以降来日し、日本で企業や自営業を営んでいる人々と定義する。

ネットワークやコネクションを意味し、資源への接近を促進する働きを持つ。移民企業の社会資本は、親から引き継いだり、個人の職業経歴を通じて獲得したりする。起業時に移民企業家は、賃金、労働力、市場、契約、法律、会計、商品の需要と供給、価格、産業の傾向などの情報が必要となるが、これらの情報は企業家が持つ移民ネットワークを通じて得られる場合が多い(Aldrich and Zimmer, 1986)。さらに、組織団体や協会、同窓会、教会などの社会的な場を通じて情報交換や情報伝播が行われる。

ニューカマー企業家の人的資本（教育と職業経験）と移民前の社会資本（支援者と呼び寄せ対象となる人の存在）の調査を行った金（1984）とミン（1991）は、米国の韓国移民の場合、特に高学歴が成功に繋がったと報告した。ユン（1997）の研究でも、高い教育レベルがエスニック企業の初期の起業段階と成長の段階で重要であると指摘された。ユー（1998）も韓国人企業家が高学歴ほどホスト社会での起業期間が短かったことを明らかにした。2003年のニューカマー企業家の調査では、日本で教育を受けるよりも韓国で高い学歴を獲得して来日した人が多かった。ニューカマー企業家の職歴をみると、そのほぼ9割が人的資本（学歴、技術、職業経歴）が起業に役に立ったと答えた。ユン（1997）とユー（1998）の研究では呼び寄せ（Chain Migration）、ライトとボナシッチ（1988）とユー（1998）の研究では、韓国人企業家間の企業の受け継ぎがよく見られると報告された。

ウォールディング（1989）は、経済資本について、エスニック企業家は小資本によって起業する傾向が見られると報告した。2003年の研究でも、起業資金は約3割程度が300万円から490万円という小資本である企業家の割合が高かった。起業資金の入手方法に関する米国の研究では、ミン（1988）は「個人の貯蓄と家族からのローン」、また、ユン（1998）は「ホスト社会における個人の貯蓄」が活用されると報告した。ライト（1972）は起業資金として、RCA（契）が重要な役割を果たすと報告した。起業資金としてのRCAの活用度については、ユン（1997）のシカゴの研究では韓国人企業家の28%が起業時にRCAを活用した。また、ユー（1998）の研究では、企業時にRCAを活用した割合は8%、起業後の企業投資や運営に活用した割合は54%であり、韓国人企業家はRCAによって他の企業家より失敗率を下げ、企業寿命を伸ばすことができたと報告された。

ニューカマー企業の特徴について、金（1984）、愉（1985）、ライトとボナシッチ（1988）、ウォールディング（1989）などの米国における韓国人企業家の研究では、韓国人企業の成功要因として、小規模企業、長時間営業、低賃金の同種エスニック労働者の雇用、家族労働力、同種韓国人顧客、高い語学力などが挙げられ

ている。特に、金（1990）とミン（1991）の研究は、米国では低賃金のエスニック労働者の存在がエスニック企業の成功に非常に重要であると報告した。ウォールディング（1989）とライト（1985）、金（1990）とミン（1991）の研究では、米国で韓国入移民者が小規模企業に集中する理由として、言語上の障壁が挙げられている。

次に、社会関係資本について見てみよう。金（1981）は、米国の韓国人企業家を研究し、移民先の韓国人コミュニティでは宗教的活動（教会）、政治的活動（政府事務所）、経済的活動（ビジネス協会、RCA）などを行う様々な組織が作られていると報告した。なお2003年の調査結果では、ニューカマー企業家がよく参加する組織としては教会と答えた回答者が約60%、韓国人ビジネス協会が約20%であった。

文化資本について見てみよう、金（1981）は韓国人企業家の文化資本として、儒教文化がプロテスタント倫理の勤勉節約精神と一致したことによって、起業に成功したと説明した。ミン（1988）は韓国人企業家がホスト社会で長時間労働と節約精神で起業したのは、儒教の未来志向的価値観に関係があると答えた。03年の調査結果では、ニューカマー企業家には、企業の各種取引や運営の面では儒教的な価値観が根強く残っていることがわかった。ニューカマー企業家は儒教の実用主義、上昇志向の高い教育熱、個人主義と、キリスト教倫理である節約や労働への献身、勤勉などを合わせた混合型が多かった。

これらの諸研究の結果から示された知見と2003年の調査の結果から、ニューカマー企業家に対して次のようにまとめることができる。ニューカマー企業家は起業過程と企業の拡大、成長過程において人的資本、経済資本、文化資本、社会関係資本などを積極的に動員し、企業経営にも活用していると考えられる。

### Ⅲ. 調査の概要

本研究の母集団は、2003年に行った調査の対象者でもあった東京都を中心として事業を行う415人の企業家である。特に今回の調査対象者は415人の男女企業家の中で2003年度の調査で面接ができなかった企業家にインタビューとアンケート調査を試みた。その結果415人のうち、面接が拒否された場合を除いて実際に74人の企業家から回答が得られた。また、回答者に他の回答者を紹介してもらう機縁法を用いて面接した10人の企業家を合計すると、最終的に全体で84人の企業家（企業の社長、店長、あるいは責任者）から回答が得られた。機縁法を用いてインタビューの対象者を紹介してもらうことによって、ニューカマー企業家の間では情報交換や各種社会活動

(ネットワーク関係) が活発に行われ相互信頼関係も厚いことがわかった。

本研究はこのような方法で集められた84人の企業家に関する資料に基づいて統計的分析と事例研究を行い、質的・量的分析を補完的に利用した。本調査のデータ収集方法は直接面接調査と留め置き、郵送調査、インターネットなどである。インターネットの方法では遠距離の企業家に質問紙を郵送し、回答紙を返送してもらった。面接の平均時間は1時間程度であるが、場合によっては5時間に及んだこともある。面接は社長の事情に合わせて事務室や食堂で行われた。インタビューでは直接10人の企業家に対する面接内容を記録した。

調査期間は2005年7月上旬から同年8月の半ばまで約1ヵ月半位である。今回の調査は比較的短期間で行われたので、調査者が企業や店を直接訪問し、アンケート調査への協力や面接の許可をもらった。

調査地域は東京における韓国企業の半分以上が集中している新宿区の職安通りと大久保通り、他の地域では台東区の上野地域、港区の赤坂、荒川区の日暮里と三河島地域、葛飾区の奥戸などである。

今回の調査では起業過程における資本形成や現在の事業内容、経営活動について詳細な面接を実施することがかなり難しかったが、多くのニューカマー企業家たちは仕事に追われながらも時間を割いて積極的に面接に協力してくれた。また、同調査は二回目の調査でもあり、ニューカマー企業家の将来のために必要な調査でもあることを強調した結果、納得し、信頼して調査に協力してくれた企業家も多かった。このようにニューカマー企業家の多くが自ら調査の必要性を知覚するようになったことも本研究の大きな成果の一つである。

## IV. 分析結果

### 1. ニューカマー企業家の特徴および人的資本

人的資本は、教育程度や就業経験など個人的な資質を意味し、教育と熟練に対して個人的な投資が蓄積されたものと見なされる (Coleman, 1988)。本論文で用いる人的資本の指標としては企業家の教育水準、熟練、職業経験などを用いた。熟練の指標としては、企業家の職業経歴を用いて測定した。教育程度は日本も韓国も教育年数によって換算し、「小学校=6」、「中学校=3」、「高校=3」、「専門学校=2」、「大学=4」、「大学院=2」と測定した。まず、ニューカマー企業家の業種、性別、年齢、教育程度、年収などを中心に基本的な属性と人的資

本を分析すれば、下記の通りである。

〈表2〉企業家の業種：03年と05年の調査比較

業種	03年	05年
食堂・焼肉	29.0 (30)	14.3 (12)
食料品販売・流通	7.8 (8)	9.5 (8)
情報誌 (ホームショッピング)	5.8 (6)	2.4 (2)
美容室・エステ	5.8 (6)	7.1 (6)
クラブ・スナック	0.1 (1)	11.9 (10)
I T 産業	0 (0)	15.5 (13)
ビデオ・ショップ	6.8 (7)	4.8 (4)
中古引越し・運輸通信	2.9 (3)	2.4 (2)
貿易	6.8 (7)	11.9 (10)
製造業 (カバン・靴)	6.8 (7)	1.2 (1)
不動産	0 (0)	1.2 (1)
衣類・衣装	0 (0)	3.6 (3)
観光・旅行業	6.8 (7)	4.8 (4)
その他	20.3 (21)	9.5 (8)
合計	100 (103)	100 (84)

注) 表中の数字は%、( ) 内の数字は実数、03年度は103人の企業家、05年度は84人の企業家のサンプルから収集したデータである。その他には医療・漢方薬、メガネの販売、P Cカフェ、電話カード販売、貴金属加工、法務関連サービス、建設業などを含む。

〈表2〉は03年と05年のサンプルの企業家の業種別分布を比較したものである。03年のサンプルでは、食堂が29%を占めており、食料品、ビデオ・ショップ、旅行会社、貿易、靴・靴と続く。しかし、05年ではI T産業が15.5%を占めており、食堂、クラブ・スナック、貿易、食料品と続く。前回の調査と比べI T産業とクラブ・スナックのサンプルが最も多いのは、前回でできなかった業種に集中的に調査を行ったからである。

それでは、〈表3〉のサンプルに関するその他の特性 (性別、年齢、教育水準、年収) などについて詳しく記述する。ニューカマー企業家の性別に対する分布をみれば、男性企業家54人、女性企業家が30人である。03年と比べ、男女の比率はほぼ一致している。企業家の年齢の分布をみると、30代後半と40代前半の企業家が最も多く、約2人に1人がこの年代である。企業家の年齢分布は03年と05年の割合を比較してみると ほぼ一致している。要するに、企業家の半分以上が30代後半から40代前半に集中している。

<表3> サンプルの特徴

区分	比率		区分	比率	
性別	男性	54人 (64.3%)	日本で の 教育程 度	小学校	0 (0%)
	女性	30人 (35.7%)		中等学校	0 (0%)
年齢別	34才未満	12人 (14.3%)		日本語学校	26人 (31.0%)
	35～39才	22人 (26.2%)		専門学校	12人 (14.3%)
	40～44才	22人 (26.2%)		4年制大学	12人 (14.3%)
	45～49才	15人 (17.9%)		大学院	11人 (13.1%)
	50～54才	9人 (10.7%)		無学	23人 (27.4%)
	55～59才	2人 (2.4%)	年収	400万円未満	5人 (6.0%)
60才以上	2人 (2.4%)	400～600万円		22人 (26.2%)	
韓国で の 教育程 度	小学校	2人 (2.4%)		700～900万円	18人 (21.4%)
	中等学校	21人 (25.0%)		1,000万円以上	39人 (46.4%)
	日本語学校	0人 (0%)	父親の 教育程 度	小学校	15人 (17.9%)
	専門学校	12人 (14.3%)		中学校	13人 (15.5%)
	4年制大学	45人 (53.6%)		高校	33人 (39.3%)
	大学院	4人 (4.8%)		専門学校	3人 (3.6%)
	無学	0 (0%)		4年制大学	17人 (20.2%)
		大学院		3人 (3.6%)	

次は企業家が韓国と日本で受けた教育水準を見ると、03年度の調査とのほぼ同じく大学卒業以上の者が約半数を占めており、企業には高学歴者が多い。反対に、日本で受けた教育では、日本語学校の卒業者が31%であり、約3割の人が日本では全く教育を受けていない。すなわち、03年度の調査と同様にニューカマー企業家は韓国で高校や大学を卒業してから来日する人が多いので、日本で高校までの教育を受けることがほとんどない。さらに、データからでは読み取れるのは、ニューカマー企業家は韓国では高校を卒業してから来日する者も約4割で、日本では日本語学校へ通いながら日本語の習得後、すぐに起業する者が多いと考えられる。

企業家の年収の分布を見ると、企業家の約半数に近い46.4%が1,000万円以上、26.2%が400～600万円、21.4%が700～900万円の年収を得たと回答した。前回の調査では企業家の38%が400万円～600万円の年収を得たと回答したが、今回の調査では46.4%が1,000万円以上の高収入を得たと答えている。これは、今回の調査では、企業家の業種の分布が高収入を得られるIT産業やクラブ・スナックに集中しているからである。さらに、ニューカマー企業家が主に経営する食堂、食料品店、貿易などでは、韓流ブーム以降日本人顧客の増加に伴う収入の増加が顕著であると考えられる。

ニューカマー企業家の父親の教育程度では、企業家の約70%以上が学歴は

「高校」以下を卒業したと答え、父親の教育程度は低い。しかし、約23.8%の企業家が「4年制大学」以上の学歴と答え、父親の3人の中で1人は大学以上の卒業者である。

〈表4〉人的資本（職業経歴と貢献度）

区分	比率		区分	比率	
韓国と日本での職業経歴	5年未満	14人 (16.7%)	学歴、技術、職業経歴などの起業時の貢献度	非常に役に立った	44人 (52.4%)
	6～10年	32人 (38.1%)		やや役に立った	33人 (39.3%)
	11～15年	12人 (14.3%)		やや役に立たなかった	6人 (7.1%)
	15年以上	26人 (31.0%)		全く役に立たなかった	1人 (1.2%)

〈表4〉はニューカマー企業家の人的資本を示している。韓国人企業家に起業時の職業経歴という人的資本を調べるために、「今まで韓国と日本での職業経歴は何年ですか」と尋ね、回答してもらった。韓国と日本での在職期間の平均は12.58年と長く、「6～10年」が38.1%、「15年以上」が31.0%である。

韓国人企業家の学歴、技術、職業経歴などが起業時にどれくらい貢献しているかを見てみよう。調査結果、「非常に役に立った」が52.4%、「やや役に立った」が39.3%であり、合計9割以上の企業家は、人的資本—学歴、技術、職業経歴が起業に役に立ったと答えた。今回の調査結果は03年の調査結果とほぼ一致している。

## 2. 社会資本

社会資本はいわゆる社会関係（ネットワーク）であり、愛情や金銭などの財政的な援助、物品などの物質的な援助、サービスなどの有形、無形の様々な資源への接近を促すものである(Burt, 1992)。本論文で用いる社会資本の指標としては、来日前の日本の支援者の存在、呼び寄せ (chain migration) などである。来日前の日本の支援者の有無については、「はい = 1」、「いいえ = 0」、呼び寄せも「はい = 1」、「いいえ = 0」と測定した。

〈表5〉は企業家が日本に来る前、日本での支援者の有無を示している。支援者が「はい」と回答した企業家が79.8%、「いいえ」と答えた人が20.2%であった。

ニューカマー企業家の約8割が来日する前に支援者が日本にいると回答し、03年の研究結果よりはやや高かった。

<表5> 社会資本（支援者と呼び寄せの有無）

区分	比率		区分	比率	
来日前の支援者の有無	いる	67人 (79.8%)	企業家の親族による「呼び寄せ」の有無	はい	29人 (40.3%)
	いない	17人 (20.2%)		いいえ	43人 (59.7%)

次は、ニューカマー企業家に呼び寄せの有無を質問した結果を示している。上記の表によると、企業家のおよそ4割が移民前に日本に住んでいる親族に呼び寄せられたと答えた。支援者のタイプでは、職場関係が多かったので、親族による呼び寄せの割合が若干減少している。このように日本にいる親族ネットワークは企業家の日本社会への定着や適応に重要な社会関係資本を提供している。その他来日前の宗教関係、学校の友人が日本にいる支援者として数多く存在する。

### 3. 経済資本

経済資本はニューカマー企業家が起業資金として必要な財力、金銭や財産に直接還元できるものを意味する(Light and Gold, 2000)。本論文では、起業資金と韓国からの持ち込み資金の有無について測定した。起業資金は、ニューカマー企業家に「会社の資本金」について質問し、その金額を測定した。次に、韓国からの起業資金の持ち込みの有無に関して質問し、その金額がどのくらいだったのかの質問では、「まったく不足していた=1」から「非常に十分だった=4」まで測定した。それでは、まず起業時の資本金から見てみよう。

<表6> 経済資本（持ち込み資金と資本金）

区分	比率		区分	比率	
韓国からの持ち込み資金の有無	はい	40人 (47.6%)	起業時の資本金	300万円未満	15人 (17.9%)
				300～500万円	33人 (39.3%)
	いいえ	44人 (52.4%)		500～1,000万円	19人 (22.6%)
				1,000～1,500万円	8人 (9.5%)
				1,500万円以上	9人 (10.7%)

〈表6〉は、ニューカマー企業家の起業時の資本金の分布を示している。調査結果、起業資金が「300～500万円」という小資本である企業家の割合が39.3%で最も多く、「500～1,000万円」が22.6%、「300万円以下」が17.9%であった。03年の調査結果では、資本金が1,000万円以上の企業が約4割ほどあり、正反対の結果が出た。今回の調査結果は、エスニック企業家には小資本によって起業を行う傾向が見られるという米国の過去の調査結果を支持した。

次は、韓国人企業家の起業時の自己資金の有無を見てみよう。調査の結果から、起業時に自己資金を持っていたニューカマー企業家の割合は約5割であり、03年の約4割よりやや高かった。

すなわち、ニューカマー企業家のおよそ5割が自己資金として「韓国からの持ち込み」を活用していた。03年以降来日者は、日本での起業において韓国からの自己資金の持込や送金の割合が日本での「個人の貯蓄」より増加したと考えられる。

#### 4. 文化資本

文化資本は特定の集団で価値あるものと見なされる財に関する洗練された知識やライフスタイルなどのニューカマー企業家の価値観を意味する(Bourdieu, 1990)。本論文では、文化資本の指標として、韓国人の職業価値観、儒教的価値観、プロテスタント倫理観などを測定した。価値観に関する質問項目として、山口(1998)の研究から儒教的価値観、グリーンバーグ(1978)の研究からプロテスタント倫理、あるいは、中村(1992)の研究から一般的な職業価値観など、過去の調査で用いられた18の質問項目を用いた。ニューカマー企業家が物事についてどのような考えを持つのかを質問し、「それぞれの意見に賛成ですか、反対ですか」と尋ねて18項目の意見をカードを使って提示した。回答は「反対=1」、「やや反対=2」、「やや賛成=3」、「賛成=4」のカテゴリーから選択してもらった。

〈表7〉は、特定の職業価値観に対するニューカマー企業家の「賛成」と「反対」の結果を示すものである。調査結果、「賛成」が多かった項目を職業価値観のタイプ別に見てみよう。

儒教型では、「男性と女性の役割ははっきり分けられるべきである」「高級レストランに招待することが重要である」「徳の高い行動を見せることが常に重要である」の順で賛成の割合が高かった。

＜表7＞ニューカマー企業家の価値観

価値観のタイプ	質問項目	賛成	反対
儒教型	家庭の中では男性が主導権を握ると秩序が安定する	47人(56.0%)	37人(44.0%)
	男性と女性の役割がはっきり分けられるべきである	79人(94.0%)	5人( 6.0%)
	子どもは親の意見に従うべきである	65人(77.4%)	19人(22.6%)
	徳の高い行動を見せることが常に重要である	67人(82.1%)	15人(17.9%)
	客を高級な食事に招いたり	78人(89.9%)	6人( 7.1%)
	高級レストランに招待することが重要である	62人(73.8%)	22人(26.2%)
	部下や後輩のためにはたくさんのお金を使うことが望ましい	48人(57.1%)	36人(42.9%)
	取引の相手にはプレゼントを贈ることが大切である	55人(65.5%)	29人(34.5%)
プロテスタント型	自分の権力や富を誇示することが大切である	48人(57.1%)	36人(42.9%)
	一生懸命に働けば、いつかは必ずよい生活ができる	13人(15.5%)	71人(84.5%)
	企業に失敗した人は一生懸命に努力しなかったからである	39人(46.4%)	45人(53.6%)
	この世は誰かの超自然的な力を持った方によって創造された	76人(90.5%)	8人( 9.5%)
混合型	終末を迎えるとすべての人は必ず絶対者によって裁かれる	79人(94.1%)	5人( 5.9%)
	何度失敗しても再挑戦できる社会が望ましい	81人(96.5%)	3人( 3.5%)
	ビジネスには両班段級あるいは	53人(63.1%)	31人(36.9%)
	儒教に基づくホワイトカラーを志向すべきである	73人(86.9%)	11人(13.1%)
	職人気質や求道的な生活様式が評価されるべきである	31人(36.9%)	53人(63.1%)
	商業や手工業は非常に重要である	36人(42.8%)	48人(57.2%)
血縁・婚姻・同郷・同窓の関係が信頼と温情にとっても大切である	20人(23.8%)	64人(76.2%)	
ビジネスには自由競争と感情を排除した合理的な取引が望ましい			

プロテスタント型では、「終末を迎えるとすべての人は必ず絶対者によって裁かれる」、「この世は誰かの超自然的な力を持った方によって創造された」の順で高かった。そして、混合型では、「何度失敗しても、再挑戦できる社会が望ましい」、「職人気質や求道的な生活様式が評価されるべきである」、「儒教に基づくホワイトカラーを志向すべである」と続いた。特に、この中で 混合型である「何度失敗しても、再挑戦できる社会が望ましい」が96.5%、「終末を迎えるとすべての人は必ず絶対者によって裁かれる」というプロテスタント倫理が94.1%、そして「男性と女性の役割ははっきり分けられるべきである」という儒教型が94.0%で、ニューカマー企業家に共通の価値観を支持する項目がわかった。

反対に、ニューカマー企業家に「反対」が多い項目を見てみよう。反対の割合が最も多かったのは、「一所懸命に働けばいつかは必ずよい生活ができる」が84.5%である。その次は、「ビジネスには自由競争と感情を排除した合理的な取引が望ましい」が76.2%である。03年の研究では、「自分の権力や富を誇示することが大切である」、「部下や後輩のためにはたくさんのお金を使うことが望ましい」という儒教文化に反対する企業家が多かったが、今回の研究ではプロテスタントや混合型の価値観に反対する企業家が多かった。

### 5. 4つの資本動員と企業業績との相関関係

次に、経済資本、人的資本、文化資本、社会資本という4つの資本が企業の

業績にどのような効果を持つのかを分析する。〈表 8〉は、企業の業績としては、企業の拡大、売上高への満足度、売上高、企業家の年収、企業規模、などが分析される。ニューカマー企業家が現在雇用している従業員の数を見ると、従業員の数が「4～10人」が33.3%、「10人以上」が26.2%で、03年の研究結果と同様に5人ぐらゐの小規模企業が韓国人企業に多かった。

ニューカマー企業の資本金では、表より、資本金の分布を見ると、「300～500万円」が約28.6%、22.6%が「1,000～1,500万円」であった。すなわち、全体的には、有限会社形態の小資本の自営業者が多いと考えられる。

企業の年間売上高の分布を示している。03年の研究では、企業の約半数以上が「1,000～5,000万円」の売上高を示していたが、今回では、約7割が5,000万円以上と回答し、韓流以降かなり伸びていることがわかる。売上高が2億円以上の企業も28.6%である。

企業の拡大に関する分布では、表より、「かなり拡大した」がほぼ16.7%、「若干拡大できた」が64.3%、「前と同じくらい」が14.3%、そして4.8%が「縮小した」と回答した。全体的に見れば、前より拡張できたと答えた人の割合が8割を超えており、03年調査の7割に比べ、成功している人がやや増加した。反対に、「縮小した」と答えた企業家も1割から約5割に増加しており、企業の失敗者もやや多くなったと考えられる。

〈表 8〉 ニューカマー企業家の企業業績

区分	比率		区分	比率	
企業規模 (従業員数)	1人未満	4人 (4.8%)	企業の 拡大	かなり拡大 できた	14人 (16.7%)
	2人	12人 (14.3%)		若干拡大 できた	54人 (64.3%)
	3人	18人 (21.4%)			
	4～10人	28人 (33.3%)			
	10人以上	22人 (26.2%)		前と同じ くらい	12人 (14.3%)
企業の 資本金	300万円未満	12人 (14.3%)	売上高 満足度	縮小した	4人 (4.8%)
	300～500万円	24人 (28.6%)		非常に満足 である	6人 (7.1%)
	500～1,000万円	15人 (17.9%)			
	1,000～1,500万円	19人 (22.6%)			
	1,500万円以上	14人 (16.7%)		やや満足 である	33人 (39.3%)
売上高	1000万円未満	8人 (9.5%)			

	1000～5000万円	20人 (23.8%)		やや不満足 である	30人 (35.7%)
	6000～1億円	21人 (25.0%)			
	1億円～2億円	11人 (13.1%)		非常に不満足 である	15人 (17.9%)
	2億円以上	24人 (28.6%)			

企業の売上高への満足度をみると、現在の売上高に対する満足度を質問した結果、「非常に満足である」が7.1%、「やや満足である」が39.3%、「やや不満足である」が35.7%、「非常に不満足である」が17.9%であった。03年の研究では、売上実績に満足している割合が6割を超えたが、今回では約4割で前よりやや減少した。しかし、5割以上が不満足であると答え、前より1割位増加した。この結果は、企業家が企業の拡大には認めながらも、飲食店の設備投資の増加や持続的な不況の影響で売上高の満足には大きく至らないためと考えられる。

<表9>は、ニューカマー企業家のサンプル全体における、4つの資本（経済資本、人的資本、文化資本、社会関係資本）と6つの企業業績の相関関係を示すものである。まず、資本金は売上高、企業家の年収、企業規模との正の相関関係を示している。この結果は、03年の調査結果と一致している。ニューカマー企業家の起業時の資本金が多いと売上高、年収、企業規模も高くなる傾向があり、経済資本が現在の企業業績に貢献していることが明らかである。

<表 9 >ニューカマー企業家の4つの資本と企業業績の相関関係

	企業の 拡大	売上高 満足度	売上高	企業家の 年収	企業 規模
資本金	-0.13	-0.02	0.39 * * *	0.39 * * *	0.48 * * *
持ち込み資金	-0.24 * *	-0.11	-0.22 * *	-0.12	-0.05
教育年数	0.13	0.003	0.09	0.09	0.03
在職年数	0.1	0.11	0.35 * * *	0.47 * * *	0.28 * *
支援者の有無	0.22	0.11	-0.03	-0.22	-0.11
呼び寄せの有無	-0.02	0.05	-0.04	-0.05	0.15
年齢	-0.07	0.02	0.14	-0.11	0.22 *
性別	0.09	-0.08	-0.03	-0.16	0.04

父親の教育水準	0.05	0.07	0.05	0.05	0.12
---------	------	------	------	------	------

注) 相関係数はピアソンの相関係数である。\* = $P<0.1$ , \*\* = $P<0.05$ , \*\*\* = $P<0.001$  (N=84) 持ち込み資金は、資金あり=1、資金なし=0、支援者は、支援者あり=1、支援者なし=0 呼び寄せは、呼び寄せあり=1、呼び寄せなし=0、性別は、男性=1、女性=0 のダミー変数とした。

次に、人的資本についてみると、企業家の在職年数が企業の売上高、企業家の収入、企業規模と正の相関関係にある。すなわち、在職年数が多いと、現在の売上高、企業家の収入、企業規模が大きい。03年の調査結果では、教育年数が企業の売上高、企業家の収入、企業規模と相関関係にあったが、05年の調査結果では在職年数がこれらの3つの企業業績と相関関係にあった。企業家の個人的属性としては、企業家の年齢が企業業績と相関関係にある。企業家の年齢が高いと企業が拡大し、企業規模も大きい。

## V. 研究の結果と示唆点

本研究の目的は、韓国人企業家が日本というホスト社会で、どのようにして資源に接近し、資源を活用して、起業するのかを明らかにすることであった。特に、本研究の研究課題は、2003年の研究に続いて、韓国人企業家が起業時に活用すると想定される経済資本、人的資本、文化資本、社会資本などの資源動員のパターンをもう一度確認することであった。韓国人企業家が起業時に活用すると考えられるエスニック資源は、①経済資本としての起業資金、②人的資本としての韓国人企業家の移民前後の学歴と職業経歴、③社会資本としての韓国人企業家が起業時に活用する相談ネットワーク、あるいは、組織やRCAへの参加、④文化資本としての韓国人企業家の職業価値観である。

サンプル全体を対象にして4つの資本と企業業績の相関関係を調べると、03年の経済資本については、起業時の資本金が多いと、売上高、企業家の収入、企業規模などの企業業績も大きいという関係が見られ、05年でも同じ調査結果が支持された。人的資本について、03年度の研究では教育年数が多いと、売上高、企業家の収入、企業規模も大きく、また、起業前の在職年数が多いと、現在の売上高に対する満足が高かった。しかし、05年の調査結果では、在職年数が多いと、売上高、企業家の収入、企業規模が大きかった。企業家の個人的属性としては、企業家の年

年齢が高いと企業が拡大し、企業規模も大きかった。その他、社会資本と文化資本では統計的な相関関係が見られなかった。特に、文化資本がニューカマー企業家の起業活動に与える影響は今後の課題として事例研究を通して明らかにしていきたい。

インタビュー調査では、ニューカマー企業家の高い教育水準、職歴、職業価値観であるプロテスタントの倫理などが起業や日本社会への統合過程でどのように結びついているかを中心に聞き取り調査を行った。その結果、ニューカマー企業家はホスト社会で制限されているニューカマー市場の将来の企業の展開や可能性を読み取り、素早く実践するための情報、経営ノウハウなどの専門的な知識を獲得するための高い教育水準が必要であった。特に貿易、IT関連のニューカマー企業家には、将来に対する先見性や専門的な知識が必要であり、高い教育水準が求められた。貿易やIT関連のニューカマー企業家は高い教育水準と共に職歴も重要である。例えば、貿易関連企業家は、最初は大手企業の駐在員として来日し、日本人とのネットワーク作り、日本における経営のノウハウや企業の可能性などを確信してから独立するタイプが多かった。

一方で、靴と靴、貴金属産業、そして食堂の場合、職歴が最も重視された。例えば、これらの産業に従事するニューカマー企業家は、ほとんどが韓国で小学校や中学校を卒業後、その産業の労働者となり20～30年の職歴を持っており、韓国での企業経営の失敗を契機に来日する人が多かった。企業経営の職歴があるニューカマーは来日後、韓国人企業の労働者として働き、そのお金ですぐ起業する。しかし、韓国で企業経営の職歴がない企業家は労働者として残るか、起業しても失敗が多く企業運営の試行錯誤からかなり苦労していた。

それでは、韓国人企業家の起業過程で現れた日本の特性と韓国的特性を考えてみよう。日本の特性として、経済資本、人的資本（高い教育水準や職歴）、社会関係資本は起業の際に必要な韓日企業家の共通的な特性として考えられる。しかし、韓国人企業家だけの文化的特性としては、現地エスニック市場変化への素早い統合性、文化的産物の商品化、失敗を恐れない企業家精神、企業間取引時の儒教的接待文化の存在などが挙げられる。

日本におけるニューカマー企業家は、誰もが必ずしも起業し、成功できるわけではない。要するに、ニューカマー企業家は、韓国と日本における様々な職業経歴を通じて形成した人的資本（教育と熟練）を活用し、内面化された文化資本（職業価値観）によって起業へと動機づけられ、同種韓国人や日本人とのネットワークを動員して、情報、労働力、経済資本（起業資金）を確保して起業したのである。つまり、ニューカマー企業家は日本というホスト社会で、彼ら個々人が韓日で蓄積した経済資

本、人的資本、文化資本、社会関係資本を動員して起業したのである。

以上のように、本論文では、ホスト社会において、起業のための情報、場所、資金、労働力、顧客をどのように確保したのかに注目し、ニューカマー企業家が人的資本、経済資本、文化資本、社会関係資本という4つの資源をどのように動員して起業し、企業経営を行っているのかを分析した。しかし、今回の調査では、具体的に教育程度や職業経歴などの人的資本、儒教の文化資本、組織参加やネットワークなどの社会資本がニューカマー企業家の起業過程と資源動員にどのように結び付いているのかは明らかにすることはできなかった。これらに対する研究は事例研究などを通して今後さらに深めていきたい。

本論文の成果は二つの点で大きな意義がある。一つは、長い間注目しなかった1980年代前後来日したニューカマー企業家に焦点を当てたことである。もう一つは、ニューカマー企業家が日本社会でどのように起業し、企業の維持・発展を行っているかを明らかにしようとする試みである。しかしながら、本研究は現地調査の難しさや地域的な制限のため研究上の限界点が多い。今後これらの限界を乗り越えられる研究方法の設計と事例研究によってニューカマー企業家に対する更なる研究が必要であろう。

<本稿は韓国日本文化学会2006年度春季学術大会で発表した論文を大幅修正を加えたものである。>

## 【参考文献】

- 呉民学 (2003)、「在日朝鮮人の就業状況の変化と同胞企業の経営状態について—国勢調査、同胞企業短観の経済データを中心に—」『人権と生活 No.17』在日本朝鮮人入権協会発行.
- 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』有信堂高文社.
- 高鮮徽 (1998)、『20世紀の滞日済州島人：その生活過程と意識』明石書店.
- ゴジョンミン、カンシンキョム、リアンジェ、ハソン(2005)、「韓流持続と企業の活用方案」6月1日第503号、三星経済研究所.
- 中村晋、長山光一 (1992)、『海外職業訓練ハンドブック』藤原正志、p.29
- ソニヤ・リャン (2005)、『コリアン・ディアスポラ—在日朝鮮人とアイデンティティー』明石書店.
- 田嶋淳子 (1998)、『世界都市・東京のアジア系移住者』学文社.
- 林永彦 (2004)、『韓国人企業家：ニューカマーの起業過程とエスニック資源』長崎出版.
- 韓国観光公社、韓国観光統計 (www.knto.or.kr) .
- 広田康生 (1997)、『エスニシティと都市』有信堂高文社.
- 渡戸一郎、広田康生、田嶋淳子 (2003)、『都市的世界・コミュニティ・エスニシティ—ポストメトロポリス期の都市エスノグラフィ集—』明石書店.
- 山口勸訳 (1998)、『社会心理学—アジア的観点から—』放送大学教育振興会、pp.119-128
- Becker, Gary(1975), *Human Capital*. National Bureau of Economic Research.
- Boissevain, Jeremy, Jochen Blaschke, Hanneke Grotenbreg, Issac Joseph, Ivan Light, Marlene Sway, Roger Waldinger, and Pnina Werbner(1990), "Ethnic Entrepreneur and Ethnic Strategies." *In Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies*, edited by Roger Waldinger, Howard Aldrich, and Robin Ward. Sage Publications.
- Bourdieu, Pierre(2001), *The Forms of Capital*. *In The Sociology of Economic Life*. 2nd edition, edited by M.Granovetter and R. Swedberg. Westview Press.
- Burt, Ronald(1992), *Structural Holes: The Structure of Competition*. Harvard Press.
- Coleman, James S., (1990), *Foundation of Social Theory*. Harvard University Press.
- Greenberg, J. (1978), "Equity, Equality, and the Protestant Ethic," *Journal of Experimental Social Psychology 14*: Academic Press, pp.217-226

- Kim, Ill-soo (1981) , *New Urban Immigrants: The Korean Community in New York*. Princeton: Princeton University Press.
- Kim, Ill-soo (1987) , *The Koreans: Small Business in an Urban Frontier*. New York: Columbia University Press.
- Kim, Ill-soo (1990) , 『ニューヨークの韓人社会』ロ出版.
- Kwon, Victoria Hyonchu (1997) , *Entrepreneurship and Religion: Korean Immigrants in Houston, Texas*. New York and London, Garland Publishing, Inc.
- Light, Ivan (1985), *Immigrant Entrepreneurs in America: Koreans in Los Angeles*. San Francisco : Institute for Contemporary Studies Press.
- Light, Ivan & Edna Bonacich (1988) , *Immigrant Entrepreneurs: Koreans in Los Angeles*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.
- Light, Ivan (1972), *Ethnic Entrepreneurs in America: Business and Welfare among Chinese, Japanese, and Blacks*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.
- Light, Ivan and Steven J. Gold(2000), *Ethnic Economies*. Academic Press.
- Lin, Nan(2001), *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge University Press.
- Min, Pyong-Gap (1988) , *Ethnic Business Enterprise; Korean Small Business in Atlanta Island*, N.Y: The Center For Migration Studies.
- KOTRA (2005年4月), 『東北アジア韓流と文化商品市場動向』
- Min, Pyong-Gap (1991) , 『アメリカの中の韓国人』ユリン文化社
- Yoon, In-Jin (1997) , *On My Own: Korean businesses and race relation in America*. The University of Chicago Press.
- Yoo, Jin-Kyung (1998) , *Korean Immigrant Entrepreneurs: network and ethnic resources*. NEW York & LONDON, Garland Publishing, Inc.
- Waldinger, Roger (1986) , “Immigrant Enterprise: A Critique and Reformulation.” *Theory and Society* vol.15, no.2.
- Waldinger, Roger (1989) , “Structural Opportunity or Ethnic Advantage? Immigrant Business Development in New York.” *International Migration Review* vol.23, no.1.
- Waldinger Roger, Howard Aldrich, and Robin Ward (1990) , *Opportunities, Group Characteristics, and Strategies*. New Delhi: SAGE Publications.
- Yu, Eui-Yong (1983) , “The Korean Communities in America: Past, Present, and Future.” *American Journal of Sociology* 10(2), pp.23-52.
- Yu, Eui-Young (1985) , “Koreantown, Los Angeles: Emergence of a New Inner-city Ethnic Community,” *Bulletin of the Population and Development Studies Center* XIV, pp.29-44.

## 要 旨

本論文の目的は、1980年前後来日したニューカマー企業家が現地社会でどのように起業したのかを明らかにすることである。

ニューカマー企業家が起業時に活用すると想定される資源としては、経済資本としての起業資金、人的資本としての韓国人企業家の移民前後の学歴と職業経歴、社会資本としての韓国人企業家が起業時に活用する相談ネットワーク、あるいは、組織やRCA（契）への参加、文化資本としての韓国人企業家の職業価値観などである。

分析の結果、ニューカマー企業家は、韓国と日本における様々な職業経歴を通じて形成した人的資本（教育と熟練）を活用し、内面化された文化資本（職業価値観）によって起業へと動機づけられ、同種韓国人や日本人とのネットワークを動員し、情報、労働力、経済資本（起業資金）を確保して起業したと考えられる。

キーワード：ニューカマー企業家, 人的資本, 経済資本, 文化資本, 社会資本, 起業, RCA(契)

투 고 : 2006. 11. 30  
1차 심사 : 2006. 12. 9  
2차 심사 : 2006. 12. 30

住 所 : (500-837) 광주시 북구 오치동 929-9번지 101호  
電 話 : 062-263-8516, 010-9883-2428  
e-mail : [yimye@hanmail.net](mailto:yimye@hanmail.net)