

第5章

国際リユースとエスニック・ビジネス

——中古車・中古部品貿易業における南アジア系移民企業家——

福田 友子



中古部品業者がコンテナを開いているところ。

(UAE シャルジャ酋長国インダストリアル・エリア, 2010年 福田友子撮影)

第1節 問題の所在——移民研究と国際リユースの関連——

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。日本においてリユースやリサイクルといった中古品を取り扱う産業は、エスニック・マイノリティが積極的に参入してきた業種であり、まさにエスニック・ビジネスの典型的な事例のひとつとしてとらえることができる。

日本のリユース・リサイクル産業の歴史を振り返ると、まずは梁石日の小説『夜を賭けて』にも登場するくず鉄卸売業、つまり金属リサイクル業が挙げられる。金属リサイクル業は在日韓国・朝鮮人のニッチ産業として知られている。このテーマを中心的に論じた先行研究はないものの、複数の論者が金属リサイクル業や廃品回収業を含む「再生資源卸売業」に言及している（たとえば河 1997；朴 2002；韓 2010；2012；木村 2012）。なかでも韓（2012, 41-46）は、戦後復興期（1950年代）の在日韓国・朝鮮人企業において、くず鉄・古物集荷業が繊維工業や土木工業と並ぶ代表的産業であったこと、高度成長期（1960年代）以降もくず鉄卸加工業や廃品回収業は全国各地に分散したまま、在日韓国・朝鮮人社会の主要産業であり続けたことを指摘している。また中村（1994; 2000）は、京都府八幡において被差別部落の主要産業が「皮革産業から自動車解体業へ」と移行した様子を記述している。ほかにも自動車解体業とつながりの深くくず鉄回収が、被差別部落の人々と在日韓国・朝鮮人によって支えられてきたことを指摘する資料もある（部落解放同盟京都府連合会六区支部 1985, 10, 17）。これらは自動車リサイクル業が発生したメカニズムのなかに「エスニック・マイノリティ問題」だけでなく、さらに上位の「日本のマイノリティ問題」が埋め込まれていたことを示すものである。日本のリユース・リサイクル産業に潜む「被差別性」の歴史を物語る一例といえよう⁽¹⁾。

一方で1970年代後半以降、リユース・リサイクル産業におけるエスニック

ク・ビジネスの様子が少し変わる。ニューカマーの移民企業家が市場に参入し始めたのである。この時期の代表的事例としては、たとえば1980年代に中古家電貿易業（廃品回収業・輸出入）に参入した元インドシナ難民のベトナム人企業家の存在が知られている。第8章に登場する中古農機の輸出業者もまた、中古家電貿易業者が取扱商品を拡大した流れのなかに位置づけられる（戸田 2001；川上 2001；平澤 2012）。そして本章が取り上げるのは、1970年代後半に中古車・中古部品貿易業に参入したパキスタン人やアフガニスタン人を中心とする南アジア系移民である（中古車・中古部品貿易業については第6章もあわせて参照のこと）⁽²⁾。

ニューカマーによるビジネスの第一の特徴は、当初から国内流通ではなく国際流通を目的としていた点である。それまでの在日韓国・朝鮮人のビジネスは、時代的制約もあり、日本国内の同胞とのつながりを基盤としたものであった。一方、ニューカマーのビジネスは出身国側の同胞への輸出取引を基本としていたため、海外の同胞とのつながりが不可欠であった（韓 2012, 66）。つまり本書の研究課題である「国際リユース」が、キーワードとして浮上した時期であった。第二の特徴は、「移住労働者から移民企業家へ」とも捉え得る後続組の参入である（福田 2012a, vii - viii）。たとえば南アジア系移民の場合、1970年代後半に登場した初期参入組は商人層出身者が多かった。ところが1980年代後半以降に急増したニューカマーの移住労働者（一般的には「外国人労働者」と呼ばれた）は、学生や勤め人だった人も多く含まれていたし、その親も勤め人の割合が高かった（福田 2012a, 318-319）。二重労働市場（もしくは分断的労働市場）で上位の労働市場へ参入することのできない移住労働者たちが、エスニック・ビジネスへ参入することによって移民企業家へと転身し、社会上昇を果たしたととらえられる。

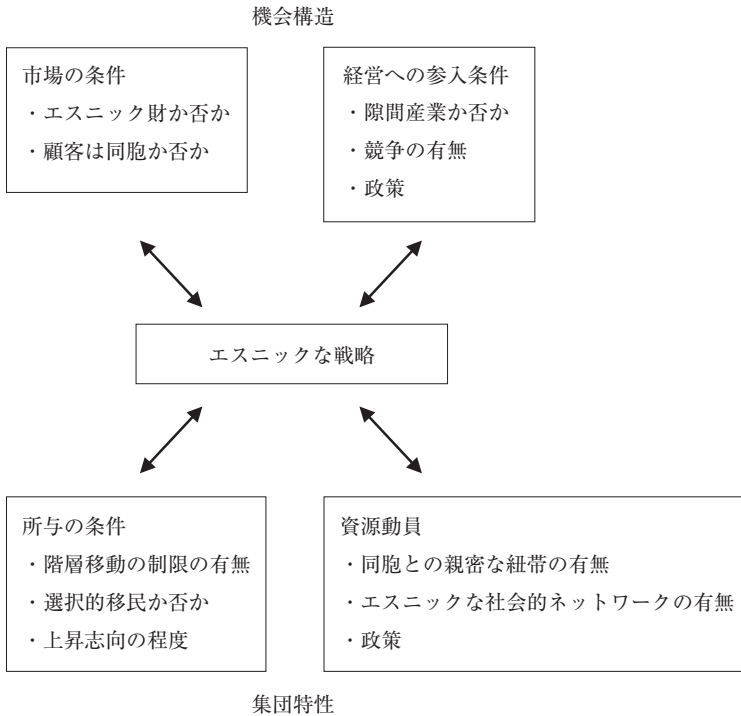
このように歴史を振り返ってみても、日本のリユース・リサイクル産業とエスニック・ビジネスの関連は強いように思われる⁽³⁾。ところがエスニック・ビジネスに関する研究蓄積のある欧米の研究においては、中古品のリユースやリサイクルは、ほとんど注目されていない。欧米では、小規模な小売

雑貨店や飲食店、繊維産業などの零細な製造業がその代表的業種として取り上げられてきたこともあり (Waldinger, Aldrich and Ward 1990), それがおもな要因として考えられる。大規模かつ成熟したパキスタン人移民コミュニティが形成されたイギリス, アメリカ, カナダにおいて筆者が調査した際も⁽⁴⁾, 日本では多いパキスタン人の中古車貿易業者にはなかなか出会えず, 逆に食料雑貨店, コンビニエンス・ストア, ガソリンスタンド, 土産物店, ファストフード店, タクシー運転手など, それぞれ特有のニッチ産業が存在することが確認された。欧米でリユース・リサイクル産業とエスニック・ビジネスの関連について論じた研究は今のところ見当たらない。しかしながら, これは日本のようなエスニック・ビジネスのリユース・リサイクル産業への参入が, 欧米ではみられないことを示すものではない。たとえば, カナダのバンクーバーやカルガリーで中古車販売業といえば南アジア系移民である, という指摘もある⁽⁵⁾。一方で, そもそも中古車販売業者が日本に比べて少なく, あっても郊外に分散しているため, 都市部ではみつけにくいという情報もあった⁽⁶⁾。欧米ではまだこのテーマに関連した研究が蓄積されておらず, 本章の国際リユース・リサイクルとエスニック・ビジネスの関連の検討は, 独自の視点であるといえよう。そこでまずは欧米の移民研究における代表的な分析枠組みを紹介しながら, エスニック・ビジネスとリユース・リサイクル産業の位置づけについて検討してみよう。

第2節 欧米のエスニック・ビジネス研究と日本への応用

欧米のエスニック・ビジネス研究の主要課題は, ①なぜ特定のエスニック集団が自営業に集中するのか, ②エスニック・ビジネスがどのように発展してきたのか, を解明することである (伊藤 1994, 71, 77)。これらの課題に対する理論的分析枠組みを提示したのが, Waldinger, Aldrich and Ward (1990, 21-22) の「エスニック・ビジネス発展の相互作用モデル」である (図1)。

図1 エスニック・ビジネス発展の相互作用モデル



(出所) Waldinger, Aldrich and Ward (1990, 22) を筆者が訳出。

このモデルは、複雑に絡まり合うさまざまな要素を「機会構造」と「集団特性」に分類している。「機会構造」は移民企業家を取り巻く環境を指し、市場の条件（エスニック財か否か、顧客は同胞か否か）、経営への参入条件（隙間産業か否か、競争の有無、政策）などが含まれる。一方「集団特性」は移民企業家が属するエスニック・コミュニティに共通する特性、たとえば移民前の環境や移民後のホスト社会との関係のなかから生じた集団的特徴を指す。所与の条件（階層移動の制限の有無、選択的移民⁷⁾か否か、上昇志向の程度）、資源動員（同胞との親密な紐帯の有無、エスニックな社会的ネットワークの有無、政策）などがこれに含まれる。そしてこれらすべての要素が相互作用するな

かで「エスニックな戦略」が生まれる。「戦略」とは、商売のチャンス（機会構造）を生かすために、所与の条件や獲得した資源（集団特性）をどのように利用するかという選択をあらわす。そしてこの状況に順応できた移民企業家たちだけが、自分たちのニッチを切り開くと考えられている（Waldinger, Aldrich and Ward 1990, 21; 伊藤 1994, 85）。

このうち「市場の条件」については、「提供する財・サービスの種類」（エスニック財か否か）と「ビジネスの顧客」（顧客は同胞か否か）という観点で4つの類型に分けて分析する手法が有効である（Kim 1987）。これをもとに、日本のエスニック・ビジネスの主要業種を整理したものが表1である（樋口 2012, 9-11）。

第1類型は、同胞を顧客相手として、出身国側の財・サービスを提供する<エスニック市場のコア>である。食品販売やメディアなどがこれに当てはまり、一般的にエスニック・ビジネスはこの産業から始まることが多いとい

表1 在日外国人によるエスニック・ビジネスの類型

		ビジネスの顧客	
		同胞（エスニック市場）	同胞以外（一般市場）
提供する財・サービスの種類	エスニック財	<エスニック市場のコア> エスニック食品製造・販売、レストラン（多くの国籍） メディア（多くの国籍） 電話カード販売（ブラジルなど） プティック（ブラジル、フィリピン） 化粧品販売（ブラジル、フィリピン）	<エスニック・ニッチ> エスニック・レストラン（韓国・朝鮮、中国、タイ、インド、パキスタン、ベトナム） マッサージ（タイ） キムチ製造（韓国・朝鮮） 気功、鍼灸（中国）
	非エスニック財	<言語的障壁に基づく市場> 旅行会社（多くの国籍） インターネットカフェ（中国） 自動車教習所（中国） パソコン店（ブラジル） 美容院（韓国、ブラジル） 不動産仲介（ブラジル） 自動車販売（ブラジル） 広告代理店（ブラジル）	<移民企業ニッチ> バチンコ（韓国・朝鮮） サンダル・靴製造（韓国・朝鮮） 金属リサイクル（韓国・朝鮮） システム開発（中国） 繊維卸売（インド） 中古車貿易（パキスタン、バングラデシュ、スリランカ、イラン） 中古家電輸出（ベトナム） 電気工事（南米）

（出所）Kim（1987, 228）の図をもとに樋口が作成したもの（樋口 2012, 9）。下線は筆者による。また一部の用語については、本章の表現と統一させるため、筆者が修正した。

われている (Waldinger, Aldrich and Ward 1990, 22-23)。第2類型は、同胞を顧客として、ホスト社会側の財・サービスを提供する<言語的障壁に基づく市場>である。同胞向けの旅行会社、美容院、不動産仲介業などがこれに当てはまる。第3類型は、同胞以外（おもにホスト社会側成員）を顧客として、出身国側の財・サービスを提供する<エスニック・ニッチ>である。エスニック・レストランがこれに当てはまる。第4類型は、同胞以外（おもにホスト社会側成員や出身国側成員）を顧客としてホスト社会側の財・サービスを提供する<移民企業ニッチ>である。第4類型は財と顧客どちらも規模が大きいいため、将来的な事業拡大が最も望める業種である。パチンコ、繊維卸売、電気工事がこれに当たる。

そして前述の在日韓国・朝鮮人の金属リサイクル業、在日ベトナム人の中古家電貿易業、在日パキスタン人の中古車貿易業もこれに当てはまる。日本のエスニック・ビジネスでは、第4類型の<移民企業ニッチ>において、リユース・リサイクル産業が重要な位置を占めていることを、まずはここで確認しておこう。

つぎに相互作用モデルの残り3つの要素について考える。樋口 (2012, 11-26) は、このモデルを複数集団の比較のために単純化し、①人的資本（学歴や職歴）、②社会関係資本（ネットワーク）、③機会構造の3つに整理し直した。人的資本は「所与の条件」、社会関係資本は「資源動員」、機会構造は「経営への参入条件」に対応する概念ととらえることもでき、もちろんぴったり一致する内容ではないが、よく似た要素を含んでいる。以下、在日パキスタン人企業家を事例として、その概要を紹介する⁸⁾。

パキスタン人の場合、第一の人的資本については、出身国の進学率の傾向からみて学歴の高い層が来日している。また日本語および英語の言語能力については、会話能力が高い反面、読み書きが不得意な人が多い。職歴については、来日前は学生、勤め人、自営業者が混在しているが、来日直後の職歴は勤め人、とくに工場労働者が多い。その後、同胞企業で勤め人として経験を積み、数年後には独立する道筋がみられる。つまりパキスタン人の人的資

本は比較的高いが、日本の一般労働市場で通用するほどの言語能力を有しているわけではない。一方、ビジネスのノウハウは、来日後に同胞企業において経験を積むなかで、比較的容易に獲得することができた。この徒弟制のような仕組みによって起業が促進され、同胞が特定の産業に集中したと考えられる（福田 2012b, 227-230）。

第二の社会関係資本については、日本人配偶者⁹⁾と同胞の両方が重要であるが、それぞれ果たす役割が異なる。日本人配偶者は、安定した在留資格を保障し、起業後は共同経営者、家族従業員、保証人としてビジネスを支える。つまり外部資源獲得経路として機能を果たす。一方、同胞は前述のとおり起業のきっかけを与えるだけでなく、起業後は情報交換や運転資金の貸借など、事業展開の方向性を規定する要素となる。同胞ネットワークを信頼の高い方から順に並べると、家族・親族、地縁、友人、同業者の4種類に分けられる。さらに友人や同業者においては、同一エスニシティや同一ナショナリティを優先させる属性原理が働くため、その他の外国人は同胞よりも優先順位が低くなる傾向がみられる。これら複数の同胞／非同胞ネットワークを事業の内部や取引相手などさまざまな場面で使い分けることによって、ビジネス上のチャンスをつかむこともできるし、逆境を乗り越えることもできる（福田 2012a, 206-208; 2012b, 231-235）。

第三の機会構造¹⁰⁾とは、エスニック・ビジネスの誕生・成長を規定する外的条件を指す。人的資本や社会関係資本とは異なり、個人や集団には変えることができない条件であるため、企業家側は機会構造が開かれている市場を見つけ出すしかない（樋口 2012, 13）。

たとえばパキスタン人移民の中古車貿易業の場合、各国の入管法（移民法）や道路交通法といった法制度や貿易規制はもちろんのこと、為替相場や景気の変動のような経済情勢、中古車販売市場の動向やその商習慣の変化なども機会構造の要素に含まれる。加えて世界的な政治変動も、ビジネスの流れを変える重大な要素となることが多い。たとえば、アフガニスタン内戦、ソ連崩壊、イラク戦争といった事象の後には貿易規制や市場の状況が変わるため、

中古車貿易業にも影響が出た。こうした機会構造は時代の流れのなかでしばしば変わるため、それがビジネスを促進する場合もあれば、妨げとなる場合もある（福田 2012b, 245-246）。パキスタン人企業家の機会構造については、次節以降でも説明する。

また機会構造に関連して、欧米の先行研究が参考になるのは、〈エスニック・ニッチ〉や〈移民企業ニッチ〉のように同胞以外を顧客とする場合、つまり、一般市場に参入する場合に、エスニック・ビジネスが成立し得る領域（ニッチ）の特徴を明示している点である（Waldinger, Aldrich and Ward 1990, 25-27; 伊藤 1994, 81）。第一に、「見捨てられた市場」であり、技術的にも組織的にも大企業の参入が難しい領域である。第二に規模の経済が通用しない領域であり、年中無休の長時間営業やツケ払いの少量販売など、自己犠牲的な営業手法が求められる領域である。第三に需要の変動が大きく大企業には扱えない生産調整的部分や多品種少量生産といった領域である。第四に取り扱う商品がエスニック財の場合である。4つめの特徴を除いた3つの共通点は、「3K労働」によって支えられるような、労力の割に儲けの少ない領域という点である（伊藤 1994, 81-82）。これについては、高度な技術をもつ専門職の移民や出身国側から投資を呼び込める高所得者層の企業家を考慮していないとの批判も考えられる。しかしながら、人的資本（学歴・職歴）や社会関係資本（ネットワーク）およびそれに伴う経済資本（資金力）といった概念を組み合わせることで、エスニック・ビジネス内部の階級・階層についても説明できると考えられている（伊藤 1994, 80）。本章が取り上げるリユース・リサイクル産業についても、これらの分析枠組みの援用が有効であると思われる。

最後に本章の分析対象について、若干説明をしておきたい。筆者はこれまで議論が複雑化するのを避けるため、あえてパキスタン人の中古車貿易業に分析対象を限定してきた（福田 2012a, 3-4; 2012b, 221-222）。しかしながら調査が進むにつれ、それだけでは説明できない部分が残っていること、かつそれが無視できない重要な問題を含むことが徐々に判明してきた。たとえばパ

キスタン人の中古車貿易業が中古部品貿易業や自動車解体業と密接につながっていること、そしてその分野にはパキスタン人の枠に収まらない人々、たとえばパキスタンとアフガニスタンの二重国籍者が多いことである（福田2013, 102-104）。そこで、本章では分析対象をパキスタン人やアフガニスタン人を中心とする南アジア系外国人に広げると同時に、財のタイプを中古車から中古部品まで広げて検討する。同じ南アジア系外国人であるスリランカ人やバングラデシュ人もこの分野への参入が盛んであるが、本章ではデータの制約上、中心的には取り上げない。次節以降では、南アジア系移民企業家が国際的なリユース・リサイクル産業にどのように携わってきたのかを事例を通して明らかにする⁽¹¹⁾。

第3節 日本の中古車貿易業

中古車貿易は移民企業家が積極的に参入してきたニッチ産業である。そのなかでもとくに、日本を起点とする右ハンドル中古車貿易（日本製中古車貿易）においては、パキスタン人移民企業家が市場を牽引してきたことが知られている。

2004年6月時点で、日本の中古車輸出業者は全国で800業者、その内パキスタン人が350業者、バングラデシュ人が100業者、スリランカ人が100業者との推計が出された（*Japan Times*, June 3, 2004）。またこの推計を出した日本中古車輸出業協同組合によると、2006年12月時点で、パキスタン人業者数の推計値は500~600社へと上方修正されていた⁽¹²⁾。このように日本の中古車貿易業は南アジア系外国人が集中する業界であり、とくにパキスタン人のニッチ産業であるといえよう。以下、この業界が<移民企業ニッチ>となった経緯を、市場の形成過程からみてみよう（福田2012a, 185-188; 2012b, 237-241）。

日本で中古車貿易業を始めた人物のひとりとして有名なのは、パキスタン人であるタスリーム氏（仮名）である⁽¹³⁾。タスリーム氏は、1973年に研修生

として来日したが、彼の父親はパキスタンで綿製品の貿易をしていた実業家であったため、日本滞在中に父親の会社を日本側の企業に売り込む手伝いもした。そして1974年にパキスタンへ戻る際に、父の友人が「帰りに日本から車を1台持ち帰れば儲かるよ」とアドバイスしてくれたのが、中古車貿易のきっかけだった。これが機会構造の開いた領域を発見した瞬間であった。

パキスタン側に日本で習得した研修内容を伝え終えたタスリーム氏は、1975年に再度日本に戻ってビジネスを開始することにした。ビジネスの業種は綿製品の輸入と中古車の輸出だったが、これらが予想以上にうまくいった。当時、中古車貿易には「リコンディション」と呼ばれる輸出向けの修理や整備が必要だったので、北海道から鹿児島まで全国各地に支店をつくり、従業員を100人に増やした。パキスタンだけでなく、スリランカ¹⁴⁾、バングラデシュ、アフリカにも輸出していたが、当時の中古車輸出は「本当に難しかった」という。法人登記が必要とされたうえ、輸出検査に12~13万円もかかったからである。とはいえ1台で1500ドル(45万円=当時)の粗利が出る時代だった。

とくに1978年は、1970年代の中古車輸出の最盛期で、月に450台をパキスタン向けに輸出した。当時は、各国のパキスタン大使館でパスポートに判を押すだけで輸出できる「ギフト・スキーム」制度の時代だったので、ドバイ、サウジアラビア、イギリスなど世界各地で中古車貿易用書類を作成した。ところが、1979年初頭にパキスタン政府が中古車輸入を突然中止した。表向きは、中古車を過剰に輸入して中古部品が過度に出回るようになったためという理由だったが、実際は、スズキの現地工場の進出計画が始動した時期であったため、新車産業を保護するべく日パ両政府が決めた規制強化だった。1979年3月には、「ギフト・スキーム」から「別送品スキーム」制度へと変更されたが、新しい制度では、本人がパキスタンに入国する際に通関手続きとしてパスポートに判を押す手続きが必要になった。その結果、車1台につき同胞ひとりの入国手続きが必要とされ、取引上のコストが増えたため、中古車輸出台数が激減した。

その後1979～1987年頃まで、中古車貿易業は低迷していた。新規の中古車貿易業者はほとんど登場せず、タスリーム社も同胞に国内仕入れを依頼して手数料を渡していた程度だった。そうした状況が変化したのは1988年だった。タスリーム社は、新たな仕向地を開拓し、ニュージーランドとオーストラリアへ進出した。さらに1989年には南米のチリ、ペルー向け輸出を始めた。この時期に南米向けに参入した背景には、チリ政府とペルー政府の規制緩和があった。当時、チリ政府は「南米大陸で中古車が必要とされているので、自由貿易特区内であれば、ハンドルの左右逆であっても、その輸入手続きを認める」という政府方針を出し、ペルー政府もそれに追随した。

この時期、ニューカマーのパキスタン人移住労働者の一部が企業家に転身する。彼らの多くは、日本人との家族形成を機に起業したり、サイド・ビジネスを本業にしたりする傾向がみられた。また帰国後、日本で培った同胞ネットワークを活用して、アラブ首長国連邦の中古車貿易業へ参入する移住労働者も登場した。ニューカマー参入期の日本から輸出されていたのは、国内ではあまり商品価値がない廃車であり、自動車解体業者から安価で仕入れたものも多かった（「見捨てられた市場」）。ほかの同業者との競合がほとんどなかったこともあり、利益率も高かった（競争の有無）。1989年1月15日に日パ査証相互免除協定は停止されたものの、その後も日本側からの中古車の供給は加速し、車両価格も下がっていく。そうした成功者の噂がパキスタン人コミュニティに流れ、次々と後続者が現れた。同様の噂はほかの外国人や日本人業者にも流れ、日本人を含む多国籍な市場が形成されていった。

そのわずか数年後、パキスタン人の中古車貿易業者にとって決定的な打撃となったのは、1993年と1994年のパキスタン政府による中古車輸入規制強化である（福田 2012a; 2012b）。1992年にトヨタ自動車の現地工場建設が決まると、パキスタン政府はまたしても国内の自動車産業を保護するため、1993年に中古車輸入を一部規制した。さらに1994年1月には、突然規制を大幅強化して関税を引き上げたため、この時から実質的に中古車輸入が困難になった。

パキスタン向けに専念していたパキスタン人企業家は、別の販路を開拓せ

ざるを得なくなった。とはいえパキスタン政府の規制強化は、客観的にみれば「災い転じて福となす」とも捉え得るビジネスの転換点となった。パキスタン人企業家は、もはや出身国の市場に頼ることができず、世界各地で販路を開拓せざるを得ない状況に追い込まれた。それが、友人・知人といった同胞を世界中の中古車市場へと移住させ、それぞれに貿易や生活の拠点を設置し、トランスナショナルなネットワークを構築することにつながったのである。とくに多くの企業家がアラブ首長国連邦へ進出したことは、後に新たな機会構造が開ききっかけとなった。

加えて1995年以降、中古車貿易業者が急増する⁽⁵⁾。この時期に新規業者が増加した理由は、日本の貿易規制緩和にある。1995年5月に「輸出貿易管理令」が改定され、中古車の輸出前検査と通産省承認が不要になったのである。この規制緩和は、パキスタン人企業家にとって参入障壁を取り払うものであった。さらに1995年には、「通関業法基本通達」も改訂され、旅具通関の要件が緩和された。これを受け、日本各地の港湾周辺ではロシア人船員向けの中古車貿易が活気づき、とくに日本海沿岸の貿易港周辺には多くのパキスタン人業者が集積し始めた（藤崎 2010, 97-98; 福田 2012a, 223-226; 岡本 2012, 40）。

以降、パキスタン人の中古車貿易業者は景気や規制変更に翻弄されつつも、おおむね右肩上がりビジネスを拡大させてきた。そうした状況が急変したのは、2008年末のリーマン・ショック以降であり、中古車貿易業界は一気に下り坂となった。まずは2009年1月、最大の中古車輸入国であったロシアが国内自動車産業の保護と経済危機を理由に中古車輸入規制を大幅強化したため、日本海沿岸を中心とする大口の中古車輸出の流れが止まった（岡本 2009, 5-6; 藤崎 2010, 101-104; 岡本 2012, 40）。つぎに、急激な円高傾向が追い打ちをかけ、パキスタン人企業家が世界各地で開拓してきた中古車市場の需要もまた、世界同時不況によって一斉に縮小した。

国内のパキスタン人企業家はさまざまな対応を迫られた。まずは同胞ネットワークを駆使して新たな輸出先の開拓を始めた。また輸出台数が減った分、国内取引を増やす対応がみられた。同時に従業員や事業所を徐々に減らして、

事業をスリム化した。ほかの中古車関連業種に移行する事例もみられた。たとえばある企業家は中古部品貿易業（自動車解体業を含む）へと参入し、別の業者は中古建設機械貿易業へとシフトした。ほかにも陸送業（自動車運搬業）にシフトしたり、レストラン産業に参入したりと、取り扱う財やサービスのタイプを変えていった。

とくにロシア市場への依存度が高かった日本海沿岸では、さまざまな事業形態の転換が確認された⁶⁶⁾（岡本 2012, 41）。たとえば支店を開設していた業者の多くは、店舗をたたみ日本各地の本店へと戻っていった。家族形成、不動産の取得、子どもの就学など、さまざまな理由で日本海沿岸に残った業者もいるが（藤崎2010, 101-104）、その場合でも店舗をたたみ自宅兼事務所で事業を維持するといったケースがみられる。かつて日本海側で特徴的だったパキスタン人企業家の集積傾向は徐々に解消され、その一部は太平洋側で一般的な「ホスト社会側からみえにくい」業態へと転換した（福田 2012a, 295-296）。とはいえこの厳しい状況下においても、中古車貿易業界から完全撤退するパキスタン人企業家はそれほど多くなかった。それまでも世界各地で貿易規制と格闘してきた経験をもつ彼らは、2009年以降の大不況に直面しても再挑戦を諦めず、つぎの商機に備えていた。それは、困った時に活用できる同胞ネットワークが世界中に張り巡らされており、それを駆使することによって、リスクを最小限に食い止めることができたからでもある。事実、2013年2月の富山調査では、ビジネスはすでに盛り返しているとの情報を複数のパキスタン人企業家から得た⁶⁷⁾。

このように、パキスタン人が中古車貿易業というニッチ産業を獲得できた要因として、日本とパキスタンの法制度（右ハンドル車の使用を定めた両国の道路交通法、パキスタン側の移民奨励策、日パ査証相互免除協定など）の存在と、為替相場の変動や中古車販売業の商習慣の変化（たとえばオークションの登場やITの発展）のような経済システムの変遷が重要な意味をもっていた。加えてアラブ首長国連邦、ニュージーランド、チリ、ペルーなど第三国の法制度や貿易規制の変更も、パキスタン人中古車貿易業者に大きな影響を与えた。

言い換えれば、パキスタン人企業家にとって中古車貿易業という領域こそが、最後まで残った、そして最も有望なニッチだったのである。パキスタン人企業家は、機会構造の開いた隙間をうまく見つけ出し、時代の流れに乗ってビジネスを成長させたといえよう。

第4節 アラブ首長国連邦の中古車貿易業

つぎに、アラブ首長国連邦の中古車貿易業界についてみてみよう¹⁸⁾。アラブ首長国連邦は1971年にイギリスから独立したが、イギリス領時代の1958年に油田が発見されたため、インド人やパキスタン人など南アジアから労働者や技術者を大量に受け入れ、1970年代には各エスニック集団の大規模な移民コミュニティが形成された。そのなかで、1970年代半ばにはパキスタン人移民の一部が、シャルジャ首長国のアブ・シャガラ地区で、自然発生的な中古車販売業者の集積地域を形成しつつあったという¹⁹⁾。1979年以降は前述のとおり、パキスタンの移民奨励策を利用した中古車の中継貿易が始まり、1980年代を通じてパキスタン向けの右ハンドル車を扱う中古車市場がアブ・シャガラ地区で形成された²⁰⁾（日本自動車査定協会 2007, 47, 188-189）。

さらに1994年には前述のとおり、パキスタン政府の輸出規制強化で行き場を失ったパキスタン人企業家の一部が一斉にアブ・シャガラ地区へ流入し²¹⁾、これを契機として「右ハンドル専門の世界的な中古車中継貿易市場」が成立する²²⁾。日本での出稼ぎからパキスタンへ戻った帰国者もまた、アラブ首長国連邦に再移住し、日本滞在中に培った同胞ネットワークを活用して中古車貿易業を始める。ところが同業者がアブ・シャガラ地区に急増したことで、さまざまな問題が発生した。とりわけ「自然発生的な」市場であったアブ・シャガラ地区では、慢性的な駐車スペース不足がより深刻化した。そこで中古車商工組合は、シャルジャ政府やドバイ政府に代替地を要望した。中継貿易拡大による財政の安定化をめざしていたドバイ政府は、中古車貿易を魅力

あるビジネスと評価してその要望を受け入れ、新たな市場建設を決めた。

ドバイ政府は、1997年に中古車中継貿易市場（Dubai Cars & Automotive Zone: 以下、DUCAMZ）の建設に着手し、2000年に市場が完成した。この時アブ・ジャガラ地区の業者は、ほとんどすべて DUCAMZ に移転・入居したという。この市場の最大のメリットはフリーゾーン（自由貿易特区）という点にある。第一にアラブ首長国連邦において外国人が会社や店舗を経営する場合、原則としてアラブ首長国連邦国民（ローカル）の共同経営者（スポンサー）による資本参加（51%以上）が必要になるが、フリーゾーンでは、そのような規制が免除される（福田 2012a, 102-103, 112-113）。第二にアラブ首長国連邦では外国人労働者の雇用が厳しく制限されているが、フリーゾーンではその雇用制限が緩和される。これはフリーゾーンならではのビザ発給システムによるものであり、DUCAMZ では入居業者 1 軒につき 13 人分のビザが発給される²³。ビザにはグレードがあり、グレードごとにあらかじめ給与水準が決められている。上位のものは「経営パートナー用」で 5 人分、下位のものは「従業員用」の 8 人分で、うち 2 人分は運転手と清掃人である。運転手と清掃人以外のビザを取得すれば、出身国側から家族を呼び寄せることができる。このような施設や制度の整備もあり、DUCAMZ は活況を呈した²⁴。

2005年時点の DUCAMZ の入居業者は、日本側のパキスタン人企業家となんらかの関係をもつ南アジア系の企業家にほぼ限定されていた。DUCAMZ 入居業者対象の電話・面接調査²⁵の結果をみると、オーナーや販売責任者の国籍（複数回答可）は、パキスタン人（90.2%）が大多数であり、バングラデシュ人（29.3%）やアフガニスタン人（12.2%）を大きく引き離していた。このように DUCAMZ がパキスタン人企業家に占められるようになった理由は、前述のとおり 2000 年にアブ・ジャガラ地区から DUCAMZ に移動してきた人々がパキスタン人ばかりだったからである。両国の地理的近さや文化的・宗教的共通性の問題以上に、両国の法制度や政策の変遷とパキスタン人企業家側の対応がその背景にある。中古車市場の形成史そのものが、パキスタン人企業家の生き残り戦術と切っても切り離せない関係にあった。また DU-

CAMZ の提供するサービスは入居業者からおおむね好意的に受け止められていた。パキスタンとドバイ首長国の地理的近接性も手伝って、ドバイ首長国は「治安がよく、交通アクセスのよい、域内主要都市」として、多くのパキスタン人企業家を惹きつけていた。

しかしながら DUCAMZ では、アフガニスタン戦争後はアフガニスタン向け、イラク戦争後はイラク向けの取引が一気に増えるものの、またすぐに門戸が閉じるといふ、輸出相手国の貿易規制の変遷に依存した不安定なビジネス・スタイルを続けてきたのが実情である。2005年時点では、右ハンドル車が使われているパキスタンやアフリカ諸国、ハンドルの左右を問わない中央アジア諸国（旧ソ連）が主要な仕向先となっていたが、これらの国々との取引もいつまで続くかわからないという状態にあった。

事実リーマン・ショック直後の2008年11月の段階で、DUCAMZ のビジネスはすでに低迷していたという（浅妻・阿部 2009, 130, 132-134）。入居業者のほぼすべてが左ハンドル車を取り扱うようになり、DUCAMZ 敷地内の片隅では、アフガニスタン人企業家が経営するハンドル付け替え工場だけが活気に満ちあふれていた。わずか3年で市場が大きく変化したことがわかる。それまで主流であったアフリカ諸国向けや中央アジア向けの一部がアラブ首長国連邦を経由しなくなった（日本からの直接輸出にシフトした）のがこの時期であり、それがおもな要因と考えられる（浅妻・阿部 2009, 134）。加えてアフリカ諸国からアラブ首長国連邦に入国するためのビザの価格が値上げされ（4500円から3万円程度へ）、DUCAMZ の主要な顧客であるアフリカ諸国のバイヤーたちが頻繁に買い付けに来られなくなったことも、その一因であった（浅妻・阿部 2009, 130）。

2010年2月時点において、DUCAMZ 市場の停滞は常態化していた（福田・浅妻 2011, 177, 195-197）。アフリカ向けに関しては、2008年秋以降は極めて厳しい状況が続いていた。多数のパキスタン人業者が DUCAMZ から撤退し、パキスタンや日本に戻ったり、市場開拓のため南アフリカやケニアなどアフリカ大陸に渡ったりしていた。また左ハンドル化の傾向がさらに進み、日本

車の重要性が低下した。たとえば2007年夏頃から韓国車が増え、その後はアメリカ車へと変わったという。

リーマン・ショック後の変化のなかでとくに注目したいのは、市場内の主要な担い手の変化である。2005年時点で、DUCAMZを独占していたのはパキスタン人であったが、一部にバングラデシュ人、アフガニスタン人、インド人と共同経営する業者もみられた（福田 2012a, 330）。リーマン・ショック後は、パキスタン人企業家が次々と退去したため、相対的にはほかの国籍の企業家の存在感が増した。加えて市場内のパキスタン人業者が減ったことにより、パキスタン人同士が団結する傾向が弱まった。

担い手の変化には別の側面もあった。2005年時点では、DUCAMZ入居業者のパキスタン人に、民族的偏りはみられないといわれていた（福田 2012a, 330）。ところが2010年2月時点では、パシュトゥーン人（民族）の大手業者が市場価格を左右するほどの影響を及ぼし始めたことが指摘されたのである。具体的にはDUCAMZ内の入居業者向けに私設の業販オークションを開催する業者が4、5軒登場し、市場内の中古車価格が下がり始めたという。なかでも最も有名なパシュトゥーン人の業者の場合、低価格帯の中古車をコンテナに隙間なく詰める技術を披露したことで、周囲の同業者を驚嘆させた。これらの業者が市場内の同業者を取引相手とする業販で台頭できたのは、中古部品貿易業者となんらかのつながりを持ち、低価格帯中古車の大量輸入（コンテナ詰め技術）に長けていたからではないかと推測される。さらにその後の2011年11月時点では、業販オークションは5軒あり、残る4軒の経営者もまたパシュトゥーン人であるとの情報を得た（岡本・浅妻・福田 2013, 74-85）。

一方、シャルジャ首長国のアブ・シャガラ地区は、別の道を歩んだ。2000年にパキスタン人企業家が一斉に流出したことで一度は空洞化したものの、その後周辺のアラブ諸国出身者や左ハンドル車を取引したい別のパキスタン人業者が入居し始めたのである。2000年の時点で185社中175社がDUCAMZへ移転したものの、2001年5月時点で200業者まで回復したという（*Gulf*

News, 2001年5月20日付け記事)。この背景には、左ハンドル車と中古部品の取引を得意とするアフガニスタン人バイヤーの市場参入があったといわれている (Gulf News, 2001年5月20日付け記事)。アフガニスタン人バイヤーたちは、イラン経由のアフガニスタン向け中古車貿易を始めた。アブ・シャガラ地区はフリーゾーンではないが、左ハンドル車専門のバイヤーを相手にすることで、右ハンドル車専門の DUCAMZ との棲み分けがなされた (福田 2006, 127; 浅妻・阿部 2009, 136-137)。

確かに2005年7月時点で、アブ・シャガラ地区は「左ハンドル車専門の中古車市場」としてすでに有名な市場になっていた。夏は昼間が暑すぎるので、客が最も多く訪れるのは夕方以降であり、その時間は交通渋滞が発生するほど活況を呈していた。中古車販売店の店舗は建物の1階部分にあり、2階以上は移民やその家族向けの住宅になっている。住民はアラブ人が多く、とくにエジプト人やレバノン人が多く住んでおり、パキスタン人やアフガニスタン人も住んでいるものの、南アジア系の集住地域というわけではないという²⁶⁾。

2010年2月調査でもイラン人やアラブ系外国人などが左ハンドル車の取引を行っていた。この市場で販売される左ハンドル車は、アラブ首長国連邦国内で使用された日本製中古車やアメリカを起点とする日本製中古車が主流であり、市場の約65%が「日本車」との指摘もあった (福田・浅妻 2011, 181)。右ハンドル車だけでなく、左ハンドル車も「日本車」の人気の高いことは興味深い。逆に日本を起点とするヨーロッパ製中古車はあまりみられなかった。アブ・シャガラ地区の左ハンドル車市場は、DUCAMZ の停滞傾向とは対照的にその重要性を増しつつあり、それはドバイの貿易統計 (Dubai External Trade Statistics : DETS) からもうかがえる (浅妻・岡本・福田 2012, 140-143)。

以上、アラブ首長国連邦の DUCAMZ の事例においては、日本にゆかりのあるパキスタン人企業家が、パキスタン側の中古車輸入規制強化とその後の日本を起点とする中古車貿易ネットワークの構築を経て、フリーゾーン内の中継貿易市場建設を後押ししたことが明らかになった。一方でアブ・シャガ

ラ地区の事例においては、パキスタン人企業家が撤退して空洞化した市場の隙間に、アラブ系企業家や別のパキスタン人企業家が参入した。さらに、左ハンドル車を扱うアフガニスタン人企業家がバイヤーとして登場したことで、市場が発展した。

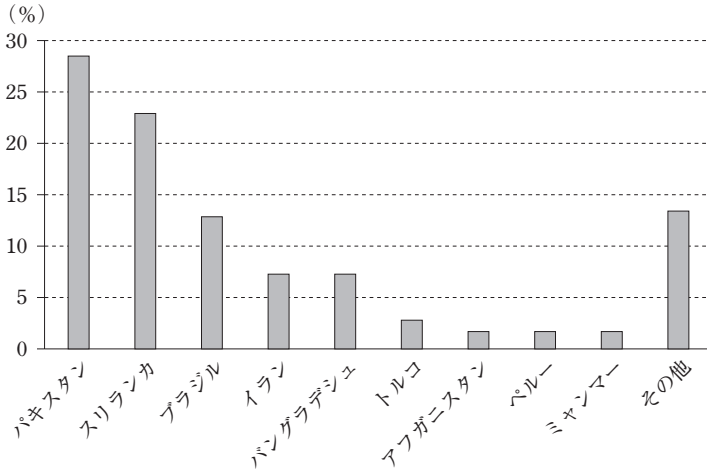
このようにアラブ首長国連邦においても中古品のリユース・リサイクル産業に、エスニック・マイノリティが積極的に参入している。アラブ首長国連邦でも、中古車貿易や中古部品貿易市場へ参入する機会構造が移民企業家に対して開いていたのである。さらに付け加えておきたいのは、DUCAMZでもアブ・シャガラ地区でも、バングラデシュ人企業家は少ないが、両市場で従業員として働くバングラデシュ人はかなり多いという点である。ふたつの市場で働くバングラデシュ人従業員には独自のネットワークがあり、経営者の国籍を問わず、互いに職場を紹介し合うという。一方でアラブ首長国連邦ではスリランカ人企業家の参入は少ない。スリランカ人の場合非ムスリムが多いため、宗教の違いが障壁となってアラブ首長国連邦の市場にうまく参入できなかったという²⁷⁾。

第5節 日本の中古部品貿易業

では、自動車の中古部品貿易業（自動車解体業を含む）の場合はどうだろうか。中古車貿易業と中古部品貿易業は、業務の一部において重なることはあるものの、両者には大小さまざまな違いがみられる。なかでも本章にとって重要な点は、担い手の違いである。

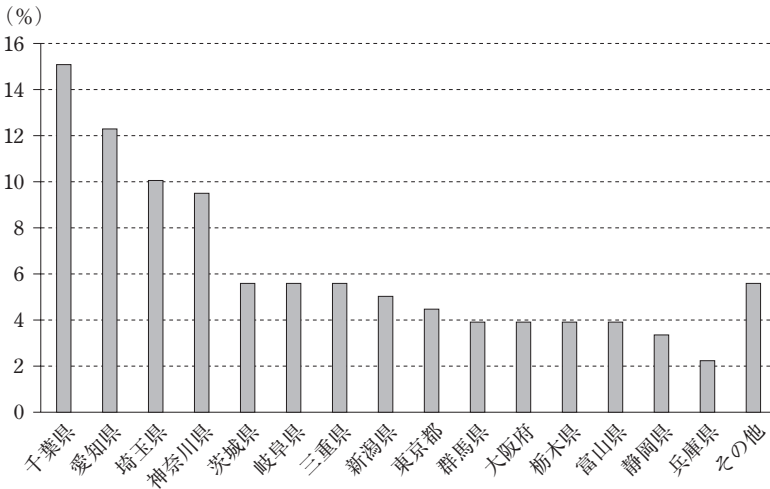
中古部品貿易業および自動車解体業にも、多くの移民企業家が参入している。筆者の知るかぎり、業界団体などによる推計は見当たらないため、ある大手日本企業に提供していただいた外国人顧客データ（2013年11月現在）をみてみよう（図2、図3）。この日本企業は事故車両を専門に取り扱っており、顧客の大半は外国人（移民企業家）であるという。取引先は自動車解体業者

図2 事故車両を取り扱う移民企業家の国籍別割合



(出所) 日本企業提供データをもとに筆者作成。

図3 事故車両を取り扱う移民企業家の都道府県別割合



(出所) 図2に同じ。

や中古部品貿易業者だけでなく、中古車貿易業者も含まれるというが、おおまかな傾向はつかめるだろう。

まず事故車両を取り扱う移民企業家の国籍別割合をみると（図2）、第1位はパキスタン人（28%）、第2位はスリランカ人（23%）でこの2集団で過半数を占める。パキスタン人が第1位である点は、中古車貿易業者のケースとよく似ていると思われるが、第2位のスリランカ人がそれに迫る数字である点は、中古部品貿易業者に独特の傾向であると考えられる。また第3位のブラジル（13%）、第4位のイラン（7%）、第6位のトルコ（3%）は左ハンドル国であるため、中古車貿易業ではあまり注目されないエスニック集団であり、より鮮明に中古部品貿易業者・自動車解体業者の特徴を示す部分かもしれない。また同率4位のバングラデシュ（7%）と第7位のアフガニスタン（2%）は数字としては小さいが、中古車貿易業でも中古部品貿易業でも主要な担い手であり、南アジア系移民企業家のなかでも存在感のあるエスニック集団である。

また事故車両を取り扱う移民企業家の都道府県別割合（図3）をみると、第1位は千葉県（15%）、第2位は愛知県（12%）、第3位は埼玉県（10%）、第4位は神奈川県（9%）となっている。全国各地に分散しているものの、上位は関東近県と愛知県周辺が占めている。とくに千葉県が第1位である点は、ある程度まで中古部品貿易業者・自動車解体業者の分布を反映していることの裏づけになる。

千葉県は自動車解体業者の一大集積地域を有する。浅妻（2013, 57）によると、2013年現在の千葉県内の自動車解体業許可件数は443件、うち四街道市86件、佐倉市62件、千葉市56件、八街市13件であり、とくに印旛地域への集積がみられる。一方、『東京新聞』（2014年2月13日付け）によると、2012年時点で千葉県内に434カ所の自動車解体業者の「ヤード」があり、埼玉県内の286カ所を大きく上回り全国で一番多いという。さらにこれらの「ヤード」のうち約半数は未許可の業者であり、地域的には佐倉市や四街道市などの印旛地域に7割が集中しており、その8割近くはアフガニスタン人、スリ

ランカ人、タイ人といった外国人が経営しているという。これらの業者数のずれは、自動車解体業者を許可業者とみるか、「ヤード」を所有している業者とみるかという定義の違いによるものであろう。また千葉県内の大手の自動車解体業者（日本企業）の話によると、千葉県内の外国人企業家といえば、マレーシア人、アフガニスタン人、タイ人、台湾人が四大勢力であるという（浅妻 2013, 58）。いずれにせよ、多国籍の移民企業家の混在が、この業界の特徴といえそうである。千葉のパキスタン人中古車貿易業者の話でも²⁸⁾、千葉県内の自動車解体業者では、パキスタン人、アフガニスタン人、スリランカ人、ナイジェリア人、タイ人、中国（香港）人、台湾人、バングラデシュ人など、さまざまな国籍の企業家と出会うという。

移民企業家の場合、①自動車解体業と中古部品貿易業を兼業するケースと、②中古部品貿易業のみに特化するケースがある²⁹⁾。①の場合、日本人の経営する自動車解体業者社長のサポートを受けて、もしくはパートナーシップを組んで、廃車を解体したり中古部品を集めたりする。なかには独立して自分の会社を設立し、自前の自動車解体設備を所有する移民企業家もいる。②の場合、日本国内に独自の拠点は必要ないため、「バイヤー」として仕入れのためだけに来日するケースが多い。おもに日本人の経営する自動車解体業者のヤードに3カ月滞在し、自動車解体業者のヤードに仮設された簡易宿舍施設（コンテナやプレハブが多い）に寝泊まりしながら、3カ月間で必要な部品を仕入れてコンテナを詰めていく。ひとりにつき3カ月の短期滞在ビザしか出ないので、仲間をローテーションで来日させる必要がある。

集めた中古部品は、輸出先で修理用の部品としてリユースされるのが基本である。しかしながら、なかには、規制で中古車を車両のまま輸出することができない場合、いったん車両を解体し、部品としてコンテナに詰めて輸出することもある。この場合、移民企業家にとっては輸出先の規制に合わせた解体作業が求められる。また解体に持ち込まれた事故車両のなかから、比較的状态のよいものを修繕し、日本国内の中古車オークションに出品して国内で転売する場合もある（福田 2012a, 193）。

ビジネスへの参入経路としては、①親族や友人に誘われて、もしくは研修をきっかけとして、自動車解体業および中古部品貿易業者から始めるケース（その後、中古車貿易業をサイド・ビジネスとして営むケースもある）、②中古車貿易業から始めて中古部品貿易業をサイド・ビジネスとして営むケース、③自動車修理業から始めて自動車解体業および中古部品貿易業に事業を拡大したケースなどがある。2005年の自動車リサイクル法施行を受けて自動車解体業の規制が厳しくなったため、この分野への参入障壁が一気に高くなり、弱者は淘汰され、強者だけが生き残った経緯もあるが、逆にリーマン・ショック後には、中古車を見限って新たに中古部品貿易業への参入を試みる業者もあった。

中古車貿易業者が、商品の修理に必要な部品を探す場合、メーカーの純正品会社から購入することもあるが、自動車解体業者から購入することが多い。千葉のパキスタン人企業家は、同国人だけでなくアフガニスタン人、スリランカ人、バングラデシュ人などほかの南アジア系外国人との取引も多い。その理由のひとつとして、千葉という地理的条件が考えられる。一般的に南アジア系外国人は関東圏に集中しているが、千葉にはパキスタン人が比較的少なく、スリランカ人やバングラデシュ人が比較的多い。パキスタン人同業者が少ない分、同国人同士の競合は減るが、その反面取引相手、情報源、協力者なども減ってしまう。それをカバーするのが、ほかの国籍の同業者である。この場合の使用言語は、相手がバングラデシュ人であればウルドゥー語が使用される。バングラデシュは、1971年の独立まで東パキスタンだったことから、バングラデシュ人のなかにはパキスタンの公用語であるウルドゥー語を習得している人が多いからである。相手がスリランカ人であれば日本語である。見た目はよく似た南アジア系外国人同士が、日本語を駆使して商談する光景が日常的にみられる。

パキスタン人の民族別傾向としては、パシュトゥーン人が自動車解体業者へ参入するケースが多いことが知られている。また主要民族であるバンジャービー人の参入も比較的多いといわれている（福田 2012a, 192）。一方でアフ

ガニスタン人の場合、主要民族のパシュトゥーン人が多いことが知られている。しかしながら、それ以上に重要な担い手は、少数民族のハザーラ人である（岡本・浅妻・福田 2013, 93）。とくに千葉の場合、アフガニスタン人のほとんどはハザーラ人であるという³⁰⁾。このふたつのエスニック集団については、次節で改めて論じることとなる。

ところが千葉県内の外国人登録者数をみると、アフガニスタン人は極めて少数である。市場に占めるアフガニスタン人企業家の存在感の大きさと、実際の人口統計とが一致しない背景には、ふたつの要因が考えられる。第一の要因は、短期滞在ビザで来日した人々が、自動車解体業者の簡易宿泊施設に3カ月間しか滞在しないため、年度末の外国人登録者数にカウントされない場合である。第二の要因は、アフガニスタン国籍ではなくパキスタン国籍で外国人登録されている場合である。アフガニスタンの主要民族パシュトゥーン人とパキスタンの少数民族パシュトゥーン人は同じエスニック集団である。歴史的経緯から、パシュトゥーン人は、アフガニスタンとパキスタンの二重国籍を取得していることも多い。アフガニスタン国籍で入国許可が降りにくい場合は、パキスタン国籍のパスポートを使用して入国許可を受ける。このような現象は、アラブ首長国連邦でも指摘された³¹⁾。国籍（パスポート）の「道具的利用」の一形態といえよう。このようにパシュトゥーン人は、場所や相手に応じて、表明すべき「自分の国籍」を使い分けることができる。これこそが、冒頭で「パキスタン人の枠に収まらない人々」の存在とその重要性を指摘した所以である。

第6節 アラブ首長国連邦の中古部品貿易業

シャルジャ首長国のアブ・シャガラ地区の大通りを挟んで反対側に、「インダストリアル・エリア」という広大な工業地帯がある。砂漠のなかに位置するこのエリアには、「世界的な中古部品の中継貿易市場」のほか、中古建

機・重機、中古家電、中古衣料などを扱う業者が集積しており、「世界的な中古品市場」ともいえる。これらの市場の担い手もまた、パキスタン人を中心とする南アジア系移民であるという³²。

中古部品市場に限定すると、おもな担い手は、「パキスタン人」と「アフガニスタン人」である（浅妻・阿部 2009, 139-140）。ところが詳しく確認すると、「パキスタン人」と呼ばれていたのは「パシュトゥーン人（民族）」であり「アフガニスタン人」と呼ばれていたのは「ハザーラ人（民族）」であることが判明した（福田・浅妻 2011, 184）。

前述のとおり、パシュトゥーン人はアフガニスタンの主流民族で³³、パキスタンでは少数民族である。アフガニスタン出身者であっても、パキスタン国籍をもつ二重国籍者が多いため、市場においては「パキスタン人」と識別されることがある。またその出身地名から「ペシャワールの人」と呼ばれることもある。パシュトゥーン人の外見的特徴は、民族衣装（シャルワール・カミーズ）を着て長い髭を生やしていることである。また電卓を使って交渉する商習慣も、ハザーラ人との違いとして認識されている（福田・浅妻 2011, 185）。

一方、ハザーラ人はアフガニスタンの少数民族であり、パキスタンの少数民族のひとつでもある。シーア派ムスリムが多いという特徴をもつ（ムーサヴィー 2011, 12）。アフガニスタン出身のハザーラ人の場合、パキスタン国籍をもつ二重国籍者があまりいないため、市場においてもそのまま「アフガニスタン人」と識別される。ハザーラ人の外見的特徴は、日本人と似た顔立ちで民族衣装を着ていないことである。そのため当該市場ではパシュトゥーン人とハザーラ人は、見た目では区別されている（福田・浅妻 2011, 184-185）。

現地に outlet している日本企業の話によると、中古部品市場は3つの集積地域に分かれていて、それぞれ「カレッジ裏」「アルハン」「J&P」と呼ばれている。前者2地域はハザーラ人が多く、後者1地域はパシュトゥーン人の店舗が多く、それぞれ家族・親族経営が基本となっている。顧客として訪れる買い付け業者（バイヤー）もまた、アフガニスタン人やパキスタン人が多く、

その民族はさまざまだがパシュトゥーン人が比較的多い（浅妻・阿部 2009, 139-140; 福田・浅妻 2011, 184）。

2012年3月に現地調査を実施した浅妻・岡本（2012, 72）によると、「カレッジ裏」で261軒、「アルハン」で224軒の店舗が確認できたという。最大規模の「J&P」を加えれば合計600軒以上の店舗があると推計しており、さらに3カ所の集積地域の間位置するインダストリアル・エリア2にも多くの店舗が確認されたという。取扱い商材については、前者2地域はトラック部品に強く、後者は乗用車部品中心であるという違いがみられる。従業員については3地域ともバングラデシュ人従業員を雇用するケースが多かった（浅妻・岡本 2012, 75）。

シャルジャの中古部品中継貿易市場では、ハザーラ人が初期参入組、パシュトゥーン人が後続組であるという（福田 2013, 103-104）。では、なぜ少数民族のハザーラ人が先に中古部品市場に参入したのだろうか。以下、事例を通じて市場の形成過程をみてみよう³⁴。

アフガニスタン国籍のハザーラ人であるジャマル氏（仮名）は、日本とシャルジャのインダストリアル・エリアで中古部品貿易業を営む。前述のとおり、ハザーラ人のビジネスは、親族ネットワークで成り立っている。中古部品市場に参入しているハザーラ人の規模についてジャマル氏は、「（ある地方の）住民の大部分が中古部品をやっているというイメージだ」と語った。

ジャマル氏によると、中古部品貿易を始めたのはジャマル氏の父親や伯父の世代であるという。そもそもアフガニスタンは左ハンドル国であり、かつてはアメリカ製トラックやドイツ製自動車が多かったので³⁵、1978年頃の参入初期はアメリカやドイツから中古部品を輸入し、カラチー港から陸路でアフガニスタンに運んでいたという³⁶。その後、パキスタンで日本車の人気が出てくると、パキスタン人向けの日本製の中古部品輸入を始めた。ハザーラ人が初めて日本に中古部品を買い付けに行ったのは1982年頃であるという。ジャマル氏は、1988年に中古部品のバイヤーとして初来日した。大阪の貿易会社に3カ月間滞在し、その会社に手数料を払って中古部品を集め、アフガ

ニスタン向けに輸出した。当時、アフガニスタンには日本車が少なかったため、中古部品の9割はパキスタン向けに再輸出されていた。また逆にパキスタン人バイヤーがカブールまで買い付けに来ることもあったという。

1985～1991年まではシベリア鉄道を使って輸出をしていた。日本で中古部品をコンテナ詰めして、横浜、大阪、神戸などの港から船積みし、ロシアのポストーチヌイ港に送る。そこからシベリア鉄道で、ウズベキスタンやタジキスタンを経由し、アフガニスタン側の国境の町ハイラトンまで運ぶ。そこからさらにカブール向けに450キロメートルほど、トラックで輸送するというルートであった。1991年にアフガニスタン内戦が始まると、イラン経由ルートへと変更される。イランのバンダレ・アッパース港で陸揚げして、アフガニスタン国境の町イスラムカラを経由し、カブール向けに運ぶルートで、イラン・イラク戦争中も利用されていた。戦争の激しくない地域を通るルートだったからとくに問題はなかったという。コストが安かったこともあり、このイラン経由は数年間続いた。

1993～1994年頃、アフガニスタン内戦が激しくなると、ハザーラ人は他国へ避難し始める。避難先はおもに4つに分けられる。第一グループは日本に渡り、中古部品業に従事した。第二グループはシャルジャに渡り、こちらも中古部品業に従事した³⁷⁾。第三グループはロシアに行き、繊維製品の取引に従事した。第四グループは、アメリカ、カナダ、ドイツに渡った。アメリカやカナダの場合、2～3割は中古部品業に従事し、残る7割は別の仕事についた。たとえばアメリカでは絨毯のビジネスに携わる人が多かったという。日本、シャルジャ、アメリカ、カナダで中古部品貿易業に携わった人々は、今も取引関係にあるという。このようにハザーラ人は自国の政情不安をきっかけとして、世界各国の中古部品市場に参入することになったのである。そしてこのネットワークがその後の取引の基本になっている。

ジャマル氏の認識では、2000年以降アフガニスタン内戦が一時収束すると、多くのパシュトゥーン人がこの業界に参入し始め、その様子はまるで「農家も車の運転手も、皆が中古部品業を始めた」かのようにであった。2011年11月

時点で、ジャマル氏のシャルジャ側店舗の顧客は8割がハザーラ人、2割がパシュトゥーン人である。

このように、アラブ首長国連邦の中古部品貿易業では、アフガニスタン国内の政情不安（ハザーラ人の場合はアフガニスタン内戦激化、パシュトゥーン人の場合はアフガニスタン内戦の一時収束）がきっかけとなり、アフガニスタン人が世界各地に国外移住（もしくは避難）した結果、シャルジャの中古部品市場で主要な担い手として台頭した歴史的経緯が確認できた。加えてパキスタン政府が中古車・中古部品輸入を長年規制してきたため、アフガニスタンに輸入された中古車・中古部品の一部が国境地帯から「陸路経由」（密輸）でパキスタン側に流されていたことも、その背景として考えられる³⁸（福田・浅妻 2011, 187）。つまりアフガニスタン人移民企業家にとってみれば、自国内のみならず隣接国側のニーズも取り込めたからこそ、結果的に中古部品貿易業というニッチへの機会構造が開いたと考えられる。シャルジャの中古部品貿易市場については、その内実はさらに複雑なものであることが想定されるので、今後も引き続き調査研究を蓄積する必要がある。

おわりに

本章は中古車と中古部品貿易業に参入した南アジア系移民企業家を事例として、国際的なリユース・リサイクル産業とエスニック・ビジネスの関連について検討した。とくに日本とアラブ首長国連邦の二カ国における、ビジネスの担い手と市場の形成過程に注目することによって、その担い手たちが国境を越えて同一エスニシティや同一ナショナルリティの属性原理でつながっていることが明らかになった（附表）。

しかしながら本章では十分検討できなかった点として、エスニック・ネットワークの果たす役割の多面性の問題がある。エスニック・ビジネスにおいて、同胞ネットワークは必要不可欠なものであることはすでに指摘したが、

より細かく分析すると、場面によって同胞ネットワークを利用したり、あえて利用しなかったりする。たとえば、公的な登録手続き（フォーマル経済化）はホスト社会側成員に求め、取引情報は同胞に求め、さらに従業員は別の国籍の労働者を雇用する、といったネットワーク（社会関係資本）の使い分けがみられる。この問題については今後の課題としたい。

また市場の形成過程をみれば、ニッチ市場は政府によって準備された市場のなかからではなく、エスニック・マイノリティに属する企業家たちが、自ら開拓した複数の市場のなかで、その後も維持し続けることができたものであることが明らかになった（機会構造）。

改めて確認するまでもないが、日本の中古車および中古部品の国内流通は、日本企業によって占められている。国際流通も日本企業の方が圧倒的に強いが、一方で移民企業家でも強みの発揮できる余地がある。その条件となるのが、第一に移民ならではの資源動員である。社会関係資本（ネットワーク）、人的資本（学歴・職歴）とそれに伴う経済資本（資金力）がその代表例である。第二の条件は移民のニッチを生み出す機会構造である。各国の法制度、経済動向、政治情勢などの複数の要素が複雑に絡まり合う状況のなか、特定の移民だけが独自のニッチを見出し、その市場を切り開くことができる。しかしながら、経済不況や競争の激化などマイナスの変化によって、開いていた機会構造が閉じることもある。一度獲得したニッチを維持し続けることは決して容易でないことが明らかになった。

さらに日本において国際的なリユース・リサイクル産業にエスニック・ビジネスが多数参入した背景には、日本ならではの事情もあったと考えられる。それは日本が世界的な中古品貿易の起点（中古品の供給地、発生源）となり得た理由と重なる。中古車および中古部品貿易業を例にとれば、日本の自動車製造業が世界のトップレベルにあり、それにともない中古車産業が盛んなことである。たとえば、日本の新車メーカーは国策でバックアップされてきたこともあり、モータリゼーションが早期に進んだ。これに関連して、日本は自動車の乗り換えサイクルが早く、良質な中古車が低価格で市場に出回る。

また自動車飽和状態にあるため、販売促進するためには、買い替えを勧めるしかない。そのため「無駄な」オプションが搭載された車両が増え、そうした付加価値が海外の顧客を惹きつけた。

では、中古車・中古部品の国際流通に日本の大企業が参入しづらい理由はどこにあるのだろうか⁹⁹。第一に、国際流通の専門家である日本の大手商社は、長年新車メーカーの輸出を仲介してきたため、新車メーカーの手前、中古車輸出に参入できなかった。しかしながら新車メーカーの本音としては、生産拠点のある国向けの中古車輸出は絶対に認められないが、生産拠点のない国向けの中古車輸出は、自社製品の「広告」にもなるため、逆に歓迎する側面もあるという。第二に、中古車を取り扱う移民企業家の多くが小規模であるため、信用が担保できずリスクが大きいととらえられている。またメーターの巻き戻しや盗難といったネガティブなイメージが業界に根強く残っているため、コンプライアンス面からも大企業は積極的に参入できなかったという。とはいえ、中古建機・重機市場では日本の大企業が国際流通にすでに参入している。中古車・中古部品は国内需要があるが、中古建機・重機は国内需要がそれほどないことから、国内需要の有無が海外進出を決める分岐点になるとも考えられる¹⁰⁰。この部分についてはもう少し慎重に検討する必要がある。第三に、手間ばかりかかって、儲けが少ない（利益が出ない）からである。中古車という財の特性上、単品管理が不可欠であり、大規模ビジネスを求める日本の大手商社には不向きであった。加えてオークションの仕入れ価格がガラス張りとなり、薄利多売型のビジネス・モデルが登場したことで利益率が減少し、それがより大きな阻害要因になったという。過去にはニュージーランドの中古車貿易市場に参入した大企業があったが、その後撤退した。また別の大企業もニュージーランドの市場に進出したが、現地での実務は別の中古車輸出専門業者（大手の日本企業）のサポートを受けている。

ここでエスニック・ビジネスの先行研究をふたたび参照したい。エスニック・ビジネスが、同胞以外を顧客相手とする場合、つまり一般市場に参入する場合に見出し得るニッチの条件は、第一に、「見捨てられた市場」であり、

第二に規模の経済が通用しない領域であり、第三に需要の変動が大きく大企業には扱えない領域であり、「3K労働」によって支えられるような、労力の割に儲けの少ない領域であった。上記の3つの理由は、まさにこの中古車・中古部品貿易業の条件に一致するものであるといえよう。欧米で国際リユースとエスニック・ビジネスとの関連を検討した先行研究はないものの、その研究枠組みや知見はこの分野においても適用可能である。

ただし考慮しなければならないのは、時代が進めば状況が変化する可能性もあるという点である。現段階において、日本の中古車・中古部品の国内流通／国際流通には、日本企業／移民企業家の分業がみられる。しかしながら両者の業務がオーバーラップする局面や明確に分業とはいえない領域も登場しつつある。加えて国際リユースとエスニック・ビジネスの関連について、日本もしくはアラブ首長国連邦だからこそ発達したのか、欧米にも共通する現象ととらえられ得るのか、という課題がまだ残されている。これについてもさらに深く検討する必要があるため、今後もこの分野における研究の蓄積を期待したい。

[注] _____

- (1) なお韓(2010, 29)は、在日韓国・朝鮮人の「再生資源卸売業」(おもにくず鉄などの鉄・非鉄金属スクラップ)を「斜陽産業」と位置づけている。同業種が比較的盛んであった神奈川県の場合でも、1980年代以降は市場規模が収縮した(韓2010, 373)。また最近の研究では、2000～2005年の「再生資源卸売業」で、在日韓国・朝鮮人の撤退が顕著であるとの指摘がある(高谷ほか2013, 41)。
- (2) 中古車・中古部品貿易業への参入は南アジア系に限らない。数は少ないが、ナイジェリア人、ガーナ人、カメルーン人といったアフリカ系の参入もみられる(たとえば、和崎2009)。
- (3) ほかにリーマン・ショック以降、失職した在日ブラジル人男性がくず鉄回収業を始め、生存維持レベルの自営業へと移行した事例も報告されている(能勢2013)。一方で以前から在日ブラジル人女性がリサイクル工場の選別工程ラインで多数就労する事例もみられ(福田2009, 187)(2007年5月21日、在日ブラジル人当事者団体ヒアリング)、これは被雇用者のケースではあるもの

- の、エスニック・マイノリティがリユース・リサイクル産業に動員される流れの一端ととらえることができる。
- (4) 2011年2月にイギリスのロンドン周辺とマンチェスター周辺、2011年7～8月と2014年7～8月にアメリカのニューヨーク州郊外とカナダのトロント周辺において、モスク（イスラームの礼拝施設）やハラール食材店（ムスリム向けの食料雑貨店）を中心にフィールド調査した。
 - (5) バンクーバーについては、2013年6月15日、鄭暎恵氏（大妻女子大学）にご教示いただいた。カルガリーについては、2014年8月8日、カナダ在住のパキスタン人移民への聞き取り。
 - (6) 2011年2月12日、JETRO ロンドン、2011年8月2日、JETRO ニューヨーク、2011年8月16日、JETRO トロントにてヒアリングしたが、いずれの都市でも中古車販売業者の集積はとくにみられず、中古車購入方法も専門雑誌や個人売買やネットを利用するのが一般的とのことであった。さらに欧米に比べて、日本は中古車産業が盛んであるという指摘もあった。
 - (7) 移民受入国が「望ましい移民」を選択的に受け入れる政策を「選択的移民政策」と呼ぶ。選択の基準となるのは、学歴、職種、収入、年齢などであり、欧米では専門職、管理職、技術職といった高度技能者の受け入れが進んでいる。移民送出国側では「頭脳流出」として社会問題化されることもある（カースルズ、ミラー 1996, 178）。
 - (8) 樋口（2012）の整理を受けて、筆者もパキスタン人移民企業家が中古車貿易業で成功した理由をこの3つの条件を用いてすでに検討した。詳細については福田（2012b）を参照していただきたい。
 - (9) 在日パキスタン人男性の場合、既婚者の8割が日本人女性と結婚している。詳しくは福田（2012a, 252）を参照のこと。
 - (10) もともとは、若者の非行研究において使用された概念である。たとえば、若者の逸脱行為が犯罪へとつながるか否かを規定するのは、本人の性格よりも周囲の環境にあることを説明する時に用いられる。社会運動研究でも主要概念のひとつとして使用され、その後、広範に知られるようになった（樋口 2012, 28）。
 - (11) 本章の記述は、とくにことわりのない限り筆者の調査による。1998年7月以降、パキスタン人中古車貿易業者2社で参与観察を続けてきた。また2002年10月以降、パキスタン人の社会活動に関する国内調査を継続している。2005年6月以降はアラブ首長国連邦、パキスタン、ニュージーランド、チリ等国外の中古車貿易拠点でも調査を実施している。調査の一部は、国際交流基金知的交流フェロシップ、科学研究費、日本港湾協会による研究助成による。調査にあたって協力していただいた方々に深く感謝したい。なお本章で取り上げる移民企業家の個人名や企業名は、すべて仮名である。

- (12) 2006年12月25日、日本中古車輸出業協同組合専務理事（当時）の木村俊郎氏への聞き取り。
- (13) 2010年1月18日、タスリーム氏への聞き取り。
- (14) スリランカ向けの歴史もまた1970年代後半に始まった。1980年代もスリランカ向けは好調だったが、1980年代後半にニュージーランド向けが急増したため、あまり目立たなくなったという。2013年12月4日、在日スリランカ人中古車貿易業者への聞き取り。
- (15) 2011年5～6月に筆者らが実施した電話調査でも、同様の結果が確認された（福田2014）。
- (16) 2010年8月の富山調査（浅妻ほか2011, 228-230）、2011年6月の富山・新潟・小樽調査（岡本・浅妻・福田2013, 48-63）、2013年2月の富山調査より。
- (17) 2013年2月22日、富山県のパキスタン人中古車貿易業者への聞き取り。
- (18) アラブ首長国連邦の中古車中継貿易市場の形成過程については、すでに福田（2006; 2007; 2008; 2012a）でも論じているので、そちらも参照されたい。
- (19) 1975年に軍の仕事でアラブ首長国連邦へ移住したパキスタン人企業家ラヒム氏（仮名）へのインタビューより（2005年7月3日聞き取り）。
- (20) 2005年7月13日、アラブ首長国連邦の中古車商工組合（Car Dealers' Association）への聞き取り。
- (21) 2005年9月8日、パキスタンの中古車商工組合（All Pakistan Motor Dealers Association）への聞き取り。
- (22) とはいえ1998年7月頃の参与観察において、日本からシャルジャ向けに輸出されていた中古車は、左ハンドルのドイツ製乗用車がほとんどだった。
- (23) 2005年6月14日、DUCAMZ 税関職員（ドバイ首長国の公務員）への聞き取り。
- (24) なお右ハンドル車専門のDUCAMZの隣の敷地には、左ハンドル車専門の中古車市場が併設されている（Al Aweer Used Car Complex）。こちらはフリーゾーンではないので、ローカルの資本出資が必要となり、必然的に参入業者は大手企業が中心となる。中古車オークションと中古車販売店が入居し、アラブ首長国連邦国向けの国内販売とおもに湾岸諸国（GCC）向けの再輸出が行われている。（2005年7月6日、日本企業の現地駐在員への聞き取り、および2011年11月の現地調査）。
- (25) 2005年6～9月、DUCAMZ入居企業に対して電話調査と面接調査を行った（福田2012a, 329-337）。
- (26) 2005年7月25日、在外パキスタン人向け新聞社のドバイ営業所担当者への聞き取り。
- (27) 2013年12月4日、在日スリランカ人中古車貿易業者への聞き取り。
- (28) 2012年2月28日、千葉県のパキスタン人中古車貿易業者への聞き取り。

- (29) 以下、1999年頃に千葉県四街道市周辺で筆者が行ったフィールド調査で得たデータをもとに記述する。
- (30) 2013年11月18日、千葉県のアフガニスタン人中古部品貿易業者への聞き取り。
- (31) 2010年2月22日、アラブ首長国連邦の中古車商工組合（Car Dealers' Association）への聞き取り。会長らの話によると、パシュトゥーン人は、アフガニスタン国籍のパスポートのままでは、日本に入国できないため、おおむねパキスタン国籍のパスポートも所持しているとのことであった。
- (32) 2005年7月25日、在外パキスタン人向け新聞社のドバイ営業所担当者へのヒアリングより。
- (33) 2012年現在のアフガニスタンの民族構成は、パシュトゥーン（42%）、タジク（27%）、ウズベク（9%）、ハザーラ（9%）、アイマク（4%）、トルクメン（3%）、バローチ（2%）、その他（4%）とされている（井上2012, 111）。
- (34) 2011年11月1日、ジャマル氏への聞き取り。
- (35) 2000年代初頭の一時期は右ハンドルの中古車輸入も認められたが、その後は禁止された（福田2012a, 219）。
- (36) 浅妻・岡本（2012, 73）によると、1978年のソビエト連邦のアフガニスタン侵攻時に、ある業者がシャルジャに移動してビジネスを始めたのが最初であるという情報もある。
- (37) 浅妻・岡本（2012, 73）によると、1995年当時のシャルジャの店舗数は、わずか20軒程度であったという。
- (38) 2010年3月8日、JETRO カラチでの聞き取りによると、パキスタンの貿易の特徴は「海路経由」（公式的な貿易）のほかに「陸路経由」（アフガニスタン国境経由の密輸）が存在する点であるという。「陸路経由」は貿易量全体の2割程度を占めると推計され、とくに中古車輸入など高関税の規制がある場合は、「陸路経由」が使われる可能性が高いという。
- (39) 2013年11月9日、アジア中古車流通研究会（研究代表、塩地洋）で日本中古車輸出入業協同組合から出された論点やその後の議論を筆者がまとめ直した。
- (40) 2014年1月8日、アジア経済研究所「国際リユースと発展途上国」研究会にて指摘を受けた。

〔参考文献〕

<日本語文献>

浅妻裕 2013. 「四街道における外国人ディーラーの地域的集積」『月刊自動車リサ

- イクル』(32) 11月 56-60.
- 浅妻裕・阿部新 2009. 「アラブ首長国連邦の中古車・中古部品流通に関する実態調査」『開発論集』(83) 3月 121-143.
- 浅妻裕・岡本勝規 2012. 「自動車中古部品産業の地域的集積に関する考察——シャルジャ首長国を事例として——」『開発論集』(90) 9月 69-83.
- 浅妻裕・岡本勝規・福田友子 2012. 「DETS からみるアラブ首長国連邦の中古車中継貿易」『北海学園大学経済論集』59 (4) 3月 139-150.
- 浅妻裕・外川健一・阿部新・福田友子・平岩幸弘 2011. 『廃車フローの国際化とリサイクルネットワークの形成に関する経済地理学的研究』(H20~22年度科学研究費補助金 基盤研究 (C)・H22年北海学園大学学術研究助成 [共同研究]).
- 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.
- 井上あえか 2012. 「アフガニスタンにおける統合と部族社会——変化への対応をめぐる——」酒井啓子編『中東政治学』有斐閣 109-122.
- 岡本勝規 2009. 「中古車輸出版売業の振興に向けた港湾施設整備に関する調査」平成20年度日本海学研究グループ支援事業 (日本海学推進機構) 成果報告書 1-7.
- 2012. 「ロシア向け中古車輸出动向と輸出業者の業態変容——伏木富山港周辺を事例に——」『砺波散村地域研究所研究紀要』29 39-45.
- 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所研究プロジェクト報告書 263 36-115.
- カースルズ S., ミラー M. J. 1996. 関根政美・関根薫訳『国際移民の時代』名古屋大学出版会 (Castles, Stephen and Mark J. Miller, *The Age of Migration: International Population Movements in the Modern World*, London: Macmillan 1993).
- 川上郁雄 2001. 『越境する家族——在日ベトナム系住民の生活世界——』明石書店.
- 河明生 1997. 『韓人日本移民社会経済史——戦前篇——』明石書店.
- 木村健二 2012. 「在日朝鮮人古物商の成立と展開」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 17-35.
- 高谷幸・大曲由起子・樋口直人・鍛冶致 2013. 「2005年国勢調査にみる在日外国人の仕事」岡山大学大学院社会文化科学研究科紀要 35 39-58.
- 戸田佳子 2001. 『日本のベトナム人コミュニティ——一世の時代, そして今——』暁印書館.
- 中村尚司 1994. 「自動車解体業とスリランカの出稼ぎ労働者」中村尚司・河村能夫

- 編『アジアからみるアジアをみる——外国人労働者と海外投資——』龍谷大学社会科学研究所叢書22 阿吽社 117-141.
- 2000. 「皮革産業から自動車解体業へ」井口富夫編『地域経済のダイナミズム——京都の市民と企業——』日本経済評論社 31-52.
- 日本自動車査定協会 2007. 『四十年のあゆみ』日本自動車査定協会.
- 能勢桂介 2013. 「『抑圧委譲』の果てのリーマン・ショック——日系ブラジル人と地域社会に突きつけたもの——」地域社会学会大会配布資料.
- 朴一 2002. 「在日コリアンの経済事情——その歴史と現在——」『環』11 244-255.
- 韓戴香 2010. 「『在日企業』の産業経済史——その社会的基盤とダイナミズム——」名古屋大学出版会.
- 2012. 「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『日本のエスニック・ビジネス』世界思想社 37-72.
- 樋口直人 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.
- 平澤文美 2012. 「ベトナム人——外部市場志向のビジネス——」樋口直人編『日本のエスニック・ビジネス』世界思想社 189-219.
- 福田友子 2006. 「滞日パキスタン人のエスニック・ビジネス——中古車輸出業とトランスナショナルな親族配置——」桜井厚編『コミュニティ形成におけるメディア経験と語り』千葉大学大学院社会文化科学研究科研究プロジェクト成果報告書 135 117-129.
- 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.
- 2008. 「中古車貿易業とパキスタン人企業家の拠点形成」外川健一編『アジア地域における自動車リサイクルシステムの比較研究』平成19年度廃棄物処理等科学研究・研究報告書 150-163.
- 2009. 「流入労働者たちの系譜——沖縄出身者、在日コリアン、日系ラテンアメリカ人の集住地域としての鶴見——」玉野和志・浅川達人編『東京大都市圏の空間形成とコミュニティ』古今書院 171-194.
- 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.
- 2013. 「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」調査研究報告書 アジア経済研究所 97-107 http://www.ide.go.jp/Japanese/Publish/Download/Report/2012/2012_C35.html).

- 2014. 「在日パキスタン人企業家に見るエスニック・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——」『千葉大学人文社会科学研究』(28) 3月 39-57.
- 福田友子・浅妻 裕 2011. 「日本を起点とする中古車再輸出システムに関する実態調査」『開発論集』(87) 3月 163-198.
- 藤崎香奈 2010. 「在日外国人と地方都市——中古車ビジネスを通しての定住を探る——」『都市問題』101 (12) 12月 92-108.
- 部落解放同盟京都府連合会六区支部編 1985. 『自動車解体共和国』三一書房.
- ムーサヴィー, サイエド・アスカル 2011. 前田耕作・山内和也監訳『アフガニスタンのハザーラ人——迫害を超え歴史の未来をひらく民——』明石書店 (Sayed Askar Mousavi, *The Hazaras of Afghanistan*, Routledge Curzon 1998).
- 和崎春日 2009. 「中古自動車業を生きる滞日アフリカ人の生活動態——カメルーン人の生活戦略と母国の政治社会状況——」『地域研究』9 (1) 260-279.
- 梁石日 1994. 『夜を賭けて』NHK 出版.

<英語文献>

- Kim Illsoo 1987. "The Koreans: Small Business in an Urban Frontier." In *New Immigrants in New York* edited by N. Foner, New York: Columbia University Press, 219-242.
- Waldinger R., H.Aldrich and R. Ward eds. 1990. *Ethnic Entrepreneurs, Immigrant Business in Industrial Societies*, Newbury Park, London, New Delhi: Sage.

付表 中古車・中古部品貿易業者の担い手と法制度の国別比較

	日本	パキスタン	アフガニスタン	アラブ首長国連邦	
おもな担い手	中古車貿易業	<ul style="list-style-type: none"> ・パキスタン人 ・スリランカ人 ・バングラデシュ人 	<ul style="list-style-type: none"> ・パキスタン人 →全エスニック集団 	<ul style="list-style-type: none"> ・アフガニスタン人 →ハザーラ人とパシュトゥーン人 	<ul style="list-style-type: none"> ・パキスタン人 ・アフガニスタン人 ・バングラデシュ人 ・アラブ系（パレスチナ人など）
	中古部品貿易業（自動車解体業）	<ul style="list-style-type: none"> ・パキスタン人 ・アフガニスタン人 ・スリランカ人 ・台湾人 ・マレーシア人（華人） ・タイ人（華人） ・中国（香港）人 	<ul style="list-style-type: none"> ・パキスタン人 →パシュトゥーン人とバンジャービー人 	<ul style="list-style-type: none"> ・アフガニスタン人 →ハザーラ人とパシュトゥーン人 	<ul style="list-style-type: none"> ・アフガニスタン人 ・パキスタン人 →いずれもハザーラ人とパシュトゥーン人
法制度	出入国管理法／移民法	<ul style="list-style-type: none"> ・日パ査証相互免除協定（1961～1989） ・日本人の配偶者に対する在留特別許可 	<ul style="list-style-type: none"> ・日パ査証相互免除協定（1961～1989） ・移民奨励策としてギフト・スキーム制度 	<ul style="list-style-type: none"> ・パキスタン国籍取得が容易で、二重国籍者が多い ・隣接国（とくにパキスタンやイラン）への越境が容易 	<ul style="list-style-type: none"> ・途上国出身者への入国許可が出やすい
	道路交通法	<ul style="list-style-type: none"> ・左側通行・右ハンドル車 	<ul style="list-style-type: none"> ・左側通行・右ハンドル車 	<ul style="list-style-type: none"> ・右側通行・左ハンドル車（一時期、右ハンドル車輸入も認めたが、その後禁止） 	<ul style="list-style-type: none"> ・右側通行・左ハンドル車（再輸出用は右ハンドル車輸入可）
中古車の貿易規制	<ul style="list-style-type: none"> ・1995年の貿易規制緩和（旅具通関の条件変更、輸出前検査の中止） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ギフト・スキーム制度枠内で輸入を認める ・関税や年式で調整 	<ul style="list-style-type: none"> ・隣接国経由の中古車および中古部品の輸入 ・隣接国への密輸 	<ul style="list-style-type: none"> ・ドバイ首長国のフリーゾーンに中古車専用中継貿易市場を建設 	

（出所）筆者が調査で得たデータをもとに作成。

