

池袋の新華僑エスニック・ビジネス経営者の生き残り戦略

～飲食店を事例に～

[自発展開型]

前林広樹

指導教員：柏崎千佳子

1. 本研究の目的

1980年代以降、日本でも新華僑が急増した。彼らの中には、同胞向けに飲食店や旅行代理店などを営むものも出てきた。多くの新華僑が集住した池袋は、これらエスニック・ビジネスの集積地となっていく。しかしその数は増えすぎて、近年では過当競争気味になっている。本研究の目的は激化する競争の中で池袋における個々の新華僑のエスニック・ビジネス経営者がどのようにして生き残りを図っているのかを、エスニック・ビジネス論の観点から考察することにある。

具体的には、「生き残りのため、日本人客を取り込もうとしているのか」、「どのような資源制約のもとでどのような経営戦略をとっているのか」という2つの課題を設定し、池袋に店舗を構える新華僑経営者の生き残りのための経営戦略を探った。

2. 研究手法と成果

筆者は、池袋駅西側において、新華僑経営と思われる中国料理店の経営者に対しアンケート調査およびインタビュー調査を実施した。そして、調査結果をもとに考察を行い、池袋の新華僑経営者の経営戦略について以下のような傾向があることを明らかにした。

1. 池袋の新華僑経営者は、同胞向け市場の競争激化の結果、顧客の対象を日本人にも広げている。顧客層が日本人中心という店も存在する。
2. 経営者が持つ資源による制約と実際に採用している経営戦略には特に相関関係が見られなかった。しかし、資源制約以外の要因が個別の経営戦略に影響を与えている例はある。それは北

口に立地する店、東北三省出身の経営者の店に業務多角化および「東京中華街」準備委員会参加という戦略を採用する傾向が見られるということである。

ただし今回の調査には、資本金など経済的な内容に対して直接的な内容が聞けなかったこと、対象人数が 20 人と少なかったことなどの限界がある。

3. 本文の構成

本稿の構成は以下の通りである。まず、第 1 章で池袋における新華僑の増加と彼らが経営するエスニック・ビジネスの実態について、これまでの歴史と先行研究を振り返る。次に、第 2 章で Waldinger ら (1990) のエスニック・ビジネス論や林 (2004) の調査を振り返り、分析枠組みと仮説を提示する。第 3 章では、第 2 章の分析枠組みをもとに調査デザインを示し、アンケート調査の集計結果およびインタビュー調査の内容を示す。続く第 4 章で集計結果に基づく考察を述べる。最後に第 5 章で本稿の結論をまとめ、筆者の調査の不足点に触れ、今後の課題を設定する。