

民族マイノリティの企業家活動の基盤*

経営学輪講 Light and Gold (2000)

Light, I. H., & Gold, S. J. (2000). *Ethnic economies*. San Diego, CA: Academic Press.

韓 載 香[†]

はじめに

本稿では、アメリカ社会における移民や民族の経済活動に関する理論的枠組みを提示した、アイヴァン・ライト、スティーヴン・ゴールド（以下では、ライトらと略称する）の『Ethnic Economies』(Light & Gold, 2000) を取り上げ、エスニック・エコノミー論を紹介する。エスニック・エコノミーは、ライトの『Ethnic Enterprise in America: Business and Welfare among Chinese, Japanese, and Blacks』(Light, 1972) の出版以降、注目されるようになった。そこでライトは、中国人、日本人、黒人の企業家活動を表す自営業率に注目し、21世紀への世紀転換を挟む変化を検討して民族集団のなかで見られた社会的信用が企業家活動を支えた結論づけた。その検討において、後述することになるが、民族の経済活動の基盤となる社会資本と文化資本が発見され、マイノリティの商業に対する頼母子講の役割が重要であったと強調された。エスニック・エコノミーは、ライトの最初の著作でその概念が提唱されたわけではなかったが、後にエドナ・ボナシッチとジョン・モデル (Edna Bonacich and John Modell) によって、自営業者を中心とする民族・移民集団の経済活動を意味するものとして提起されることになった (Bonacich & Modell, 1981)。それによ

* この経営学輪講は Light and Gold (2000) の解説と評論を韓が行ったものです。当該論文の忠実な要約ではありませんのでご注意ください。したがって、本稿を引用される場合には、「韓 (2010) によれば、Light and Gold (2000) は…」あるいは「Light and Gold (2000) は (韓, 2010)」のように明記されることを推奨いたします。

[†] 東京大学大学院経済学研究科 hjaehyang@mmrc.e.u-tokyo.ac.jp

れば、エスニック・エコノミーは、民族の経営者、その従業員、そして無報酬の家族労働者によって構成され、一般労働市場からは区分された自立した民族の経済領域である。

本稿では、このようなエスニック・エコノミー論の基本的な枠組みを概説し、その中心的議論である民族の自営業率の高さに示される活発な企業家活動の規定要因について検討する。そして、民族マイノリティに注目することによって得られた知見が、企業行動一般を分析する上でも示唆に富むことを明らかにする。企業家活動への注目がこの議論では、きわめて重要な位置を占めているからである。

さて、本稿は、民族の経済活動に関する社会経済学の研究を取り上げ、経営学に共通する視点として企業家活動に注目するものであるが、同分野は、本来、民族の経済活動を説明するための実証、理論研究である。筆者の研究関心にひきつけて言えば、日本社会における外国人を捉える上でも有効性をもつものとして注目してきた。

日本社会における外国人は、外国人登録者の日本総人口に占める割合からみると、1986年から上昇を始め、1992年に1%を突破したものの、2008年に1.74%（外国人登録者数は2,217,426人、総人口1億2,769万2千人。以上、総務省統計局の「2008年10月1日現在推計人口」）に過ぎない。2002年現在、白人を除く民族人口が総人口に占める比率が約32%（“Minorities in Business: A Demographic Review of Minority Business Ownership”, U.S. Small Business Administration, 2007）であるアメリカに比べると、日本社会における外国人集団の規模の小ささが歴然としている。このようなことから、日本で民族の経済活動は取り立てて注目されることがなく、その結果、どのような視点が有効であるかについても十分には検討されてこなかった。しかし、日本の外国人登録者数は1980年代後半から一貫して増加傾向にあり、1998–2008年の間で46.6%増加した。今後社会集団としての意味も大きくなると予想される。また、近年の外国人の構成をみると、従来は韓国・朝鮮人に集中した民族構成であったが、中国人の構成比が目立って高まった結果、少数の集団への集中は維持されているものの、その他の外国人の増加も見られ、漸次的ではあるが多様化の傾向にある。多種の外国人集団を理解する、様々な社会科学的な視点が求められていると思われる。

しかも、日本における外国人比率の低さ、人口規模の小ささは、経済活動における役割も小さいことを意味してはいない。アメリカの研究でも指摘されるように、職業などで民族が関連する業種は、特定の産業に偏っていることが歴史的に観察されてきたし、今でもそうである。このことは、日本でも発見された事実である。特定の産業に注目すれば、あ

る民族集団が人口比率を上回る特異な比率でその発展に寄与してきた可能性がある。例えば、在日韓国・朝鮮人の日本総人口に占める比率は 1%に満たないが、巨大市場をもつパチンコ産業においては、パチンコホールでは 6 割から 7 割を占めるとも言われ、1990 年代のパチンコ機械メーカー約 20 社の 3 割を占めていた。このように、特定の産業においては特定の民族の経済活動が重要であるにもかかわらず、この現象をどう理解し、それがどのような歴史的な経緯で発生してきたのか、などの問題に関する理論的意味づけについて、十分に検討されてきたとは言えない。本稿はこの点を解明するためのものではないが、ここで示されるエスニック・エコノミー論は、歴史的に蓄積されてきたアメリカにおける研究のひとつの到達点として、民族・移民の経済活動に関する視座を提供する。その要点は、先述した企業家活動の基盤を明らかにすることであり、多様な経済活動を規定する各民族が保有する資源からのアプローチである。それは企業経営を理解しようとする研究者にも示唆的な内容を含んでいる。

(1) 何故自営業者、自営業率に注目するのか

ライトの問題関心を支えている基本的な社会現象は、外国生まれの少数民族が、アメリカ生まれの白人に比べて、自営業率、起業率が高いことである。民族マイノリティによって自営業者、起業の分布率が異なり、高いほど上層への社会移動が急激であることに注目したのである。そのため、民族の企業活動の基盤として、とりわけ企業家活動のモチベーションの高さの要因は何かについて検討している。

ライトは、特定の民族マイノリティにみられる急激な社会移動の要因を企業家活動と捉えた (Light & Rosenstein, 1995, chap. 1)。企業家について、「経路依存や停滞イメージをブレイクスルーする存在 = 革新をもたらすエリート主義的な主体」と捉える古典的な見解を批判し、民族的に共通する資源に依存しながら、例えば資源の組み合わせや資源の使用を具体化するなど、主体的に取り組む存在とした。自営業者、自営業率率は、そうした企業家を捉える使用可能な指標である。したがってライトが自営業者について言及するとき、それは、企業家としての性格に注目してのものである。

注意しておかなければならないのは、エスニック・エコノミー論では、差別や偏見など社会的に不利な条件を強いられる立場を強調する minority ではなく、白人も含めて ethnic というニュートラルな捉え方をすることである。そのうえで、各民族の資源に注目するのである。もちろん、差別など、少数民族が立ち向かう社会的な制約条件を否定するわけで

はない。例えば、ライトらは『Ethnic Economies』の第9章において、アメリカの銀行に代表される金融システムは、全体的に資本主義発展において効率的であったとは言え、貧困層、中小零細企業、移民、非白人、女性などへの金融サービスの提供は十分ではなかったし、それは移民の企業家活動に影響したとする。したがって、エスニック・エコノミー論では、機会の不平等があるにもかかわらず移民がアメリカ生まれの白人に比べて高い自営業率を示すこと、しかもその高さが民族集団によって異なることに注目したのである。ライトらは、それを差別そのものからは説明できないとし、その要因をそれぞれの民族集団が個性的にもつ資源に求めることになる。

(2) エスニック・エコノミーに注目するまで

移民、民族集団の経済活動を説明するためにライトらが注目したエスニック・エコノミーは、同じ民族の自営業者、雇用者、従業員で構成される。そこには、一般労働市場に就労した同じ民族は含まれない。移民・民族研究において有効なこの概念を、ライトは、先行する三つの見解から導き出している。そのひとつはヨーロッパの歴史社会学であり、それから派生したミドルマン・マイノリティ研究、そして、アメリカで独自に生まれた黒人経済思想家のブッカー・T・ワシントンの考え方である。

第一の代表者として注目されているのは、ウェーバー、ゾンバルトなどの研究である。古典派経済学者と異なり、彼らは現代資本主義を伝統的な資本主義とは区別し、現代資本主義に先行する時代には民族が経済活動において重要な役割を果たしたことから、民族にも注目している。しかし、この捉え方の特徴は、現代資本主義の発展とともに民族性のもつ経済的役割は後退すると考える点にある。例えば、ウェーバーは、資本主義に先行する時代における企業は、必ずしも利益を最大化する行動をとらず、民族宗教集団への忠誠心を反映し、遠隔地域間の価格差から利益を得ることを特徴とすると捉えている。そうした遠隔商業に従事する事業展開において、ウェーバーは、ユダヤ人が民族的な関係を重視する特徴をもつと見た。

これに対して、現代資本主義は、このような伝統主義を破壊するプロテスタンティズムによって合理主義的な資本家が生み出されたことに基礎を置いている。その普遍主義は、社会信用や共有された文化に依存する代わりに、契約や交渉による法的規制を可能にした。また、官僚的組織を導入し、規模の経済や合理的会計、技術革新が可能な制度的革新をもたらした。それに対して民族的な資本主義 (ethnic capitalism) は、これらの特徴を備

えることができなかつたのである。仮にこのような伝統的な特徴が発展途上国に残っているとすると、それらは過渡的存在にすぎず、将来的に消えていくものであると展望された。そして、社会科学の主流は、このウェーバー的な結論に同意してきた。

しかし、ライトらの観点は異なっていた。彼らがウェーバーに代表される古典研究に注目したのは、第一に、民族に規定された経済活動そのものの特徴を捉えようとしたからであり、第二に、現代資本主義の特徴を捉えるという視角から引き合いに出されたとは言え、ウェーバーが民族の経済活動の「前近代的な側面」として注目した特徴が現代のマイノリティにも見出され、それが高い自営業率や活発な企業家活動につながると考えているからなのである。そこでは、ウェーバー的な現代資本主義に整合的な企業家とは異なる意味もあわせてもつような「経済合理性」が、エスニック・エコノミーの担い手となる企業家に備わっているとみなされている。このように、ライトらの研究は、古典的な歴史社会学の捉え方を逆転させながら、民族の経済活動を捉える視点を獲得したのである。それによって、活発で革新的な企業家活動と基盤において見落とされた要因を検討しうる視座がえられているのである。

第二のミドルマン・マイノリティに関する研究は、ウェーバーが必ずしも意図したことではないが、彼の「pariah capitalism」という概念を基礎に発展し、資本主義に先行する社会において貿易に特化した民族集団に関心を寄せるものであった。ミドルマン・マイノリティは、マージナルな貿易者であり、世界に散々する。彼らは、現代資本主義の発展によって不利であると予想される競争状況においても引き続き商業で生計を立てる人々である。こうした特徴をもつ人々の経済活動に注目することによって、ミドルマン・マイノリティ論の対象は、ユダヤ人から、華僑などの商人として世界を飛び回って生活する様々な民族に広げていくことになった。また、このような問題関心は、近年のディアスポラの議論にも通じるものである。

企業家活動という視点から見た時、ミドルマン・マイノリティ論が示唆している点は、彼らは特別な資源を発展させてきたということである。それが彼らの事業の成功を可能にしているのであるが、具体的には、企業家的価値観、信念、そして社会ネットワークなどが指摘されている。それらを通じて商人の子供は容易に商人的役割に参入することができ、そのなかで彼らの家族や集団社会の伝統を維持することができるという。さらにまた、様々な困難が伴う海外での流動的な生活が彼らの社会連帯性を高め、それが事業体制を支える力となる。こうした特徴は、大ざっぱにみれば民族をその経済活動を規定する

条件として考慮に入れるものと言ってよい。

しかし、ライトらが指摘するように、この議論では先進工業国の内部に存在する民族集団の特徴を捉えるうえでは限界がある。ミドルマン・マイノリティの活動の場を市場の縁辺部分に設定してマージナリティを重視する分析視角では、民族性のもつ多様性を捉えがたいからである。資本主義経済の先進的な部分と見られるアメリカ経済の内部に、なぜエスニックな集団の活発な経済活動が生み出されているのかが、問われなければならない。

このような問いにもっとも近い問題を提起したのは、第三の先行研究とされているブッカー・T・ワシントンであった。黒人の経済発展や社会階層の上昇の手段として企業家活動に注目したワシントンは、19世紀末の黒人のリーダー的存在でもあり、黒人の社会的地位の上昇のための戦略として、起業、住宅所有を主張した。そのため彼は、これらの課題の実践を目的として経済団体を結成するなど様々な活動を展開した。その主張のもつ可能性にもかかわらず、ワシントンの支持者たちは、政治活動や教育こそが重要であると主張する路線との政治的争いで敗退し、その結果、以後企業家活動への関心は弱まった。

この議論をライトの議論と対比してみると、ライトが特定の民族集団に観察できる高い自営率や急速な社会移動に注目し、その源泉に企業家活動を見出そうとしているのに対して、ワシントンは、黒人の地位向上、即ちその社会的地位の上方移動のために、企業家活動を促進しようとしたという関係にある。民族集団の変化の方向や、そこに想定されている因果的な関係が共通していることが知られるであろう。

こうしてライトらは、ワシントンの思想にも示唆を受けながら、民族性に規定されると考えられる企業家活動の解明に向かうことになった。エスニック・エコノミーが注目されると、ワシントンの書物や思想が再び取り上げられるようになったことは、両者の考え方の親和性を示していると言ってよい。

(3) エンクレープ・エコノミーとエスニック・エコノミー

エスニック・エコノミーには、ライトらの整理によれば、二つの異なるタイプがある。ひとつは、民族が所有する事業によって作り出される自立的な経済分野であり、そこでは民族集団がそれらの活動をコントロールし維持している。もうひとつは、民族外の一般市場において、例えば一般労働市場においてある職種に特定の民族が著しく集中することによって雇用、賃金、労働時間などの雇用条件に関して交渉が可能になる領域である。前者をエスニック・オーナーシップ・エコノミー、後者をエスニック・コントロールド・エコ

ノミーと呼び、後者では所有権の発生が伴わないという特徴がある。ライトが注目するのは自営業者であるから、当然のことながら前者が重視されることになる。

ライトの研究に学びながら企業家活動に焦点を当てる本稿では、議論を主にエスニック・オーナーシップ・エコノミー（以下、単にエスニック・エコノミーとすることもある）を作り出しこれを維持するのに役立つ資源に注目したい。その際に、あらかじめ考慮しておかなければならないのは、特定の民族集団が所有する企業の活動が基盤をおく市場の特徴である。

例えば、民族マイノリティの経済活動をその独自の需要、あるいは市場基盤に注目する試みの代表的なものと考えられる研究には、エスニック・エンクレーブ・エコノミー論（以下、エンクレーブ・エコノミー論）がある。¹ この議論では、エスニック・エコノミーはその市場基盤も民族におくとされている。このような意味でのエスニック・マーケット内部では、マジョリティが相対的に不利となる。なぜなら、それは文化的背景に基づいた民族独自のニーズに対応する市場だからである。そこでは、例えば、レストランや食材店など特殊な需要が発生し、母国語による商取引が可能となり、アメリカ的でない、異国情緒に満ちた小世界が展開されると考えられている。この小世界では、マジョリティや他民族との競争や差別などからの脅威がないために、その民族に対して専らビジネスチャンスが発生する。もちろん、その機会のあり方にはその民族マイノリティの人口規模が規定的な要素となる。人口規模によって市場の規模の上限が画されるからである。しかし、それでもなお、民族集団によって提供される経済機会が民族企業の発生を促すことになる。

このエンクレーブ・エコノミー論は、² アメリカのフロリダ州マイアミのキューバ系移民のコミュニティであるリトルハバナのように、民族マイノリティが特定の空間に集中すること、自営業率が高いこと、同民族の企業に就業する従業員が存在すること、同民族による垂直・水平的統合が見られること、民族同士の取引への依存度が高いこと、などの特徴に着目して生まれたものである。この理論は、民族同士の取引によって、マジョリティに搾取されず、資本が民族マイノリティ内にとどまることに成長の源泉を見出した。マイノリティ経済活動が存続可能な固有の領域を発見したことに理論的な前進を認めることが

¹ 同項における以下の既述は、韓（2010）、序章のまとめによる。

² エスニック・エンクレーブ論は、ポーツ（Alejandro Portes）やその仲間たちを中心に展開されてきた。元々は、分化された一般労働市場（二重構造）とは異なるコミュニティ内に吸収されることによって、社会上昇を果たすことができるとする、労働市場に関する仮説である。詳しくは、Portes（1985, 1987）を参照。

できる。

しかしエスニック・マーケットに注目するエンクレーブ・エコノミー論は、その論理的な特徴そのものによって、それらの形態をとらない経済活動を説明できない欠陥を内包する。誕生する企業の発展は、エンクレーブな市場の規模に制約されており、それ以上の成長は説明できない。また、この閉ざされた空間での優位性に意味があるとしても、それは特定の民族の持つ特徴、その保有する資源が起業を促すものであるということの説明にはならない。外部からの脅威がないということは、民族性によって説明できる何らかの要素が企業家活動に有効な働きをすることの説明を必要としないからである。

現実には、民族マイノリティの企業活動は、エンクレーブ・エコノミーという枠組みに限定されない、マジョリティ、他の民族を顧客とするケースも少なくない。そうした現象を含めて理解するためには、市場の閉鎖性を前提とせず、開かれた市場という視点を設定することが必要になる。この点は、ライトが特にこれらの研究を批判しながら強調している点である。なぜ開かれた市場という視点が重要であるかは、やや繰り返しになるが、民族の経済活動を広い範囲で捉えることができるからであり、それによって企業家活動を支える資源がどのようなものであるかをより明確に知ることができるからである。

(4) 階級資源 (class Resource) と民族資源 (ethnic Resource)

ライトらは、企業家的能力とは多数の企業を起こし、利益をあげ、大規模に成長させる経営能力であるとする。そのために、企業家は資源を必要とするが、エスニック・エコノミー論では、それらを階級資源と民族資源とに分類する。

企業家活動に関する経済学的な説明では、一般的には合理的な意思決定によって金融資産に代表される「階級資源」が動員されると考えられている。しかし、ライトらは、そのような限定的な見方では、第一に、ウェーバーが指摘したような「前近代的」な特徴をもつ民族のなかから生まれる企業家活動の存在を認識することができないし、その活発さについても説明できないこと、そして、そのため第二に、企業家活動の基盤になる資源を正しく理解することもできないと考えている。そこで、ライトらは民族の企業家活動の基盤となる階級資源だけでなく、民族集団が独自にもつ「民族資源」にも注目する。

階級資源とは、職業に関連する資本家の文化的、物的資産である。それは資本家に共通する普遍性、一般性を特徴とし、他の民族から区別される民族的、文化的特徴を帯びない。ライトらは、民族集団の自営業率の多様性を捉えるためには、階級資源にも、個人の

財産、富に関わる金融資産 (financial capital) や、人的資本 (human capital) などの物的なものだけでなく、文化資本、社会資本を加えて考察する必要性を強調する。ここで文化的要素には、社会化の過程において次の世代に伝習されるものとして、職業的な価値観、態度、知識、技術などが含まれている。一般に民族的な要素と考えられている文化資本を、民族から中立的な階級資源としても考察するのは、こうした側面をすべて民族に帰着させることでは、本来の意味での民族資源の役割が明らかにされないと考えているからであろう。

金融資産は典型的な階級資源である。民族や人種集団の間で、金融資産へのアクセスが異なれば、それは経済活動の差異性を作り出す要因となる。こうした現象が観察されたとしても、それ自体は、民族によるのか、その経済社会の中での階層的な地位によるのかは明確ではない。しかし、ライトらは、何故金融資産が民族集団によって異なるか (あるいは異なっていくのか) について、階級資源として説明される以上の別の要因が影響したと考える。例えば、金融資産形成に影響する貯蓄率は、民族ごとに異なり、それは消費せず貯蓄することやその態度、価値観によって規定される。そして、頼母子講などの文化を基盤としたインフォーマルな金融制度の利用、民族集団内の社会関係及びその凝集性統合性も重要である。これらは、階級資源ではないと考えられる。このような違いがあるグループのエスニック・エコノミーが他のそれに優る要因となる可能性を重視し、民族資源を捉えようとしている。

人的資本の形成は、個人の生産性向上に対する投資が行われていることを意味する。生産性は、仕事の遂行によって付加されていく個人の能力であり、教育と職業経験は、人的資本の基本的な基礎である。保有する金融資産が異なり、人的資本が異なるとすれば、それを基盤とする企業家活動に差が生じることは容易に想定できる。それだけであれば、これらは階級資源としてのみ考慮されればよい。しかも、金融資産が十分にあれば、人的資本の形成に必要な投資は行いうるから、人的資本の蓄積のあり方は金融資本によって決まっていると考えることもできる。しかし、ライトらは、人的資本と金融資産という二つの資源は発生的に異なるものと考えている。その理由は、人的資本への投資の決定やそれによって獲得が期待される能力は、所得よりは、階級文化に依存し、民族的な差異性も考慮する必要があるからである。

こうした考察によって、ライトらは、金融資産や人的資本の形成に影響する文化資源と、社会資本の重要性を強調することになる。

文化資源も、一般的には、上位の階級に属する人たちが所有する階級資源と見なされている。例えば、職業に関連する文化資源に注目すると、知識、態度、価値観などの職業的文化は、事業をどのように始め、どのように運営するかに関係する実用的知識を伝習することによって維持される。これらの機会が、社会階層に関わりなく平等に開かれているわけではないから、それ自体として階級資源となる。ここでも、ある民族が差別されたことによってこのような機会が閉ざされているというような短絡的な説明は、一旦退けられる。

第四の社会資本についても、ストロムがそれを「将来の所得を改善する人的資本の変形」として定義したのに対して、ライトらは、階級派生的な社会資本と、民族派生的な社会資本を区別することを主張する。前者は、企業家活動を促進する階級派生的な社会的な関係資本が所有されていることを意味する。その最も簡単な形態は、その強さはさまざまであろうが、その所有者の社会的関係に影響を与える社会ネットワークである。企業家は、ビジネスを始め、それを展開するときに、社会ネットワークを利用するが、この過程で社会資本は固有の特性を持つ。ネットワークは、利用されることによって強化される。むしろ、このようなネットワークは、利用されることを通して常にリニューアルされることなしに永久に維持されることがないため、繰り返し再生産され、新しくされる必要があると言うべきだろう。利用されれば消耗する金融資産とは異なり、社会資本は企業家活動を支える外部条件としてこのようにして維持される。このような関係は、民族性によって説明できるとは限らない。したがって、獲得された社会資本が、所有者の民族文化的アイデンティティではなく、階級的地位を反映するときには階級資本を表わすことになる。

アメリカにおいて戦略的なネットワークの形成・利用は、企業家活動に関連して制限された技術である。その限りではこれらの社会資本は階級資源と見なすのに適切な性格もっている。しかし、社会資本として捉えうるネットワークはそれだけとは限らない。その点を考えるために、民族的要素が明確な例を考えてみよう。すなわち、中国人に特徴的なネットワークである、Quanxi（関係）を取り上げてみると、これによって形成される戦略的なネットワークに関連する技術は、中国人の社会集団ではより一般的に保有されているものである。したがって、Quanxi による中国の企業家間の親密感、中国文化を反映したと見ることができる面が強く、それは民族資源とするのが適切である。このような捉え方に、前述のミドルマン・マイノリティ論が注目していた社会的連帯などの視角が継承されていることは理解できるであろう。

中国人はアメリカ人より Quanxi についてより知識を持っていることに注目すれば、どのように Quanxi を作るかに関する知識としての社会資本（実際の Quanxi）が、中国人のもつ文化資本の産物であるということもできる。しかし、ここでは、社会資本と文化資本を区別しておくことが必要だと考えられている。なぜなら、どのような知識に基づいて、どのように使うかを知っていることと、その資源を実際に所有しているかとは、異なる事柄だからである。もちろん、文化資本は、企業家に社会資本の知識を与え、社会資本は人的資本を作り出す側面をもっているから、これらの資源が相互にまったく独立であるということが主張されているわけではない。

さて、以上の整理に基づいて、ライトらは高い自営業率などの民族集団の特徴を捉える枠組を設定する。仮に階級資源だけが重要だとすれば、それぞれの社会階層に属する人びとは、それに属することによって与えられる条件、つまり階級資源に規定された経済活動しかできなくなる。したがって、そのような枠組では、民族マイノリティが示す活発な社会階層の上方への移動を説明できない。そのために、企業家活動に影響を与えると考えられる四つの階級資源が十分に備わっていない状態を補完し、その不完全な資源の組み合わせにもかかわらず、民族の経済活動が成り立ち、エスニック・エコノミーが形成・維持される基盤として、民族資源に注目する。これがライトらの基本的な視点となる。

民族資源に注目することの意義を明確にするために、階級資源による説明の限界をあらためてまとめよう。まず、社会資本と文化資源は、企業家活動におけるグループ間の違いを説明する範囲を広げるという意味で階級資源としても重要である。また、文化資本は人的資本の形成にも影響を与える。しかし、このような視点だけでは、民族・人種集団は、その経済的地位の上昇のためには、事前的に階級資源を持っていないなければならないことになる。貧しい人にとって企業家活動をとおした経済流動性（社会階層の移動）の機会を得ることは常に困難であったし、今でもそうである。とすれば、このような説明では、階級資源を欠いた集団は宿命論的な貧困に沈むことになる。これは明らかに観察された事実とは異なっている。

これに対して、彼らがこのような欠如を補充し、事業活動の基盤となるような民族資源を持っていれば、階層間の社会移動はまったく不可能というわけではない。ブレイクスルーをもたらすような企業家活動は、貧困から抜け出す典型的なルートであったし、今もそのように機能する。そして、そのような活動を支えるために、民族資源は企業家たちによって能動的に活用される。そこで意味をもつ要素は多様であり、実証的な研究では、親

族関係、結婚制度、信頼関係、民族派生的な社会資本、文化的に共通する価値観、宗教、母国語の駆使、ミドルマン・企業家としての価値観及び態度、頼母子講、同化しないことに対する満足度、複雑な社会ネットワーク、反動的な結束力、雇用主の民族偏愛主義、民族の団結力のイデオロギー、大量の失業および不利な状況に置かれる同じ民族、などが検討の対象となっている。それ故これらの具体的な要素をどのように整合的に理解するかについては今後の課題として残されている面があるが、それらがエスニック・エコノミーを形成し、母体となる民族集団の活発な経済活動を支えてきたことは間違いない。

(5) ディスカッション

ライトらが注目した民族の高い自営業率、活発な企業家活動とその要因に関する資源アプローチによる説明に即して考えると、そこで注目される民族的な要素として民族資源は、経済学的な枠組のもつ限界面を浮かび上がらせているように思われる。

もともとウェーバーが民族に注目したのは、現代的な資本主義経済の基礎にある合理性を際立たせるために、その対極にある存在として、伝統的な観念に囚われている事業活動の主体を例示するためであった。そうした意味での異質性はミドルマン・マイノリティ論にも継承されている。しかし、ライトらの観点は、それとは反対に、民族性のなかにも現代資本主義経済の担い手となるような企業家を作り出す上で重要な要素がある、と見ている。ある民族集団が他の集団に比べて活発な起業活動を行っており、民族ごとの多様性がみられるという現実には、差別という一般的な状況からは説明できない。このようにライトらは、従来の見解に対して、民族の企業家活動を積極的と評価し、その基盤を民族ごとの個性的な資源に注目することによって明らかにする。そして、現代資本主義の発展を支えたものとして想定される利益最大化など合理的な経営判断に関わる階級資源以外に、重要な要因として文化的要素に基づく文化資源や社会資本の存在を明らかにしたのである。

企業家活動が、マーケット・メカニズムを基盤に、利益最大化を追求すると想定される経済人という抽象的な仮定からでは説明しにくい、特定の民族集団のなかにも発見されるとすれば、それは、民族という集団に対するより丹念な検討を要求する。しかし、ここで強調したいのは、そうした実証的な検討の重要性だけではない。

民族的な要素にまで立ち入った説明が必要であるということは、企業家の動機づけについて、単なる利潤動機ではない、多様な要素が考慮されなければならないことを意味し、もしそれが適切であるとすれば、一般的に企業家活動を理解する上でも、そのような視点

が重要であることを示唆する。企業家活動を可能とするような資源の獲得についても、同様に言えるだろう。なぜ、彼はこの事業を計画し、どのような条件がそれを支えたのかという検討を、既存の理論に囚われないで展開する必要性が、民族という限定された集団に注目して見えてきたということである。

最後に、ライトらの視点の限界について触れておこう。ライトらは、エンクレーブ・エコノミー論の限定性を乗り越えるために「開かれた市場」を想定したと紹介したが、それにもかかわらず彼らの研究は資源アプローチに傾斜しているため、「開かれた市場」という捉え方は分析視点として十分には活かされていない。実は、このため、エスニック・エコノミー論では企業家活動に注目しながらも、それを起点とする企業活動が大企業と呼ばれるような規模に成長することを説明することができない。これを理解するためには、開かれた市場における企業成長に注目し、資源動員が企業の成長に伴ってどのように行われるのか、その際に、既存の階級・民族資源がどのような役割を果たすのかについてなどの論点を分析の枠組に組み込む必要がある。ライトらは、Yoon の研究を取り上げ、階級資源を十分もっていない起業段階では、民族資源が重要な役割を果たすとしているから、好意的に読めば、成長に伴って階級資源が自動的に獲得されると考えているのかもしれない。しかし、階級資源の獲得がスムーズに行われるかどうかは自明ではなく、どのように可能になるかに関する議論が展望される必要がある。このことによって、Yoon によって発見された民族資源の限界だけでなく、その要因についての理論的考察が可能になり、企業家活動のダイナミズムを長期的に、内在的に説明することができるであろう。

以上、民族・民族性の議論を通じて企業家活動を支える基盤として、従来の説明に付け加えて、階級資源に還元できない民族性として表現される資源が無視できない役割を果たすことを明らかにした。ライトらの研究がマーケットに注目することによって民族に注目した理論の新たな展望が期待できると指摘した点は、企業が企業家活動から始まってさらに成長を続けていくことに関連して示唆を与える。すなわち、企業がより大きいマーケットを基盤にして成長するためには、それに適応する過程で従来とは異なる新しい資源の調達が必要となる。このことは、例えば多国籍企業の海外展開においても有効な視点になる。

多国籍企業は、多国籍化の着手以前には本国という特定の市場を基盤にして蓄積した独自の資源をもつ。多国籍企業は海外展開ができる一定の段階まで成長しており、マーケットで競争力のある商品を作り出せる経営資源を有している。それは、一見、海外でも十分

受け入れられる可能性を示す。問題は、ある時点の企業の資源は、特定のマーケットとのインタラクティブな関係のなかで進化しながら獲得されたものである点に関連する。経営資源は必ずしも進出先のマーケットに適合的とは言えない。特定のマーケットとの関連で蓄積された特定の経営資源が進出先でも通用するかどうかは検証されていないから、新しいマーケットとのギャップへの認識が不十分な可能性が高いのである。しかも、多国籍企業へと成長した企業の母国は先進工業国であることが多いため、例えば新興国のマーケットとのギャップは意外と大きいかも知れない。しかし、ギャップの程度の認識は簡単ではない。そこからどのような成長の道筋が獲得できるかは、マーケットに注目することによって見えてくるであろう。この点に関連して、民族を対象とした理論研究が、こうしたギャップを克服するような共通する新しい視点を与えると期待される。

参考文献

- Bonacich, E., & Modell, J. (1981). *The economic basis of ethnic solidarity*. Los Angeles, CA: University of California Press.
- 韓載香 (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.
- Light, I. H. (1972). *Ethnic enterprise in America: Business and welfare among Chinese, Japanese and Blacks*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Light, I. H., & Gold, S. J. (2000). *Ethnic economies*. San Diego, CA: Academic Press.
- Light, I., & Rosenstein, C. (1995). *Race, ethnicity and entrepreneurship in urban America*. New York, NY: Aldine De Gruyter.
- Portes, A. (1985). *Latin journey: Cuban and Mexican immigrants in the United States*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Portes, A. (1987). The social origins of the Cuban enclave economy of Miami. *Sociological Perspectives*, 30(4), 340–372.

赤門マネジメント・レビュー編集委員会

編集長 新宅 純二郎

副編集長 天野 倫文

編集委員 阿部 誠 粕谷 誠 高橋 伸夫 藤本 隆宏

編集担当 西田 麻希

赤門マネジメント・レビュー 9巻2号 2010年2月25日発行

編集 東京大学大学院経済学研究科 ABAS/AMR 編集委員会

発行 特定非営利活動法人グローバルビジネスリサーチセンター

理事長 高橋 伸夫

東京都文京区本郷

<http://www.gbrc.jp>