

埋め込まれた企業家の企業家精神

—神戸元町界隈における華僑コミュニティを事例として—

Emerging Entrepreneurship of embedded entrepreneur

- Case of Chinese entrepreneurs in ethnic community at Kobe-Motomachi area -

滋賀大学 高橋 勅徳

要旨

本論文は、文化と起業の関係を捉える新たな理論的視角を提示することにある。

先行研究において文化は、人々を起業へと動機付け、起業に際して必要な資源動員を可能とする正統性として機能するとされてきた。しかしながら、近年の制度的企業家論において、正統化戦略の一つとして文化の変革・構築が指摘されるに至り、文化に動機づけられた企業家が、何故、文化を変える動機を獲得しうるのかを問うことが出来ない、循環論的定義に陥るという課題を有することになった。

Guard et al. (2007) らはこの問題について、企業家を文化に「埋め込まれた」存在としてとらえ、その企業家精神の発現メカニズムを捉えていくことを企業家研究の課題として指摘する。本論文ではこの「埋め込まれた企業家」の企業家精神の発現メカニズムについて、神戸元町の在日華僑の起業の事例を通じて、人々がその内に経験する「断絶」を経域に、自らのアイデンティティを問い直し、文化を再構成するプロセスとして明らかにしていく。

キーワード：文化 埋め込まれた企業家

Abstract

The purpose of this paper is reconsidering for cultural perspective in entrepreneurship research.

This paper reviews preceded research from cultural perspective, taking notice of two viewpoints, culture as a source of motivation and culture as legitimacy for resource mobilization.

Culture understands as source of motivation and viewed informal system of entrepreneurial organization or region, in psychological study as MacLelland (1961), corporate entrepreneurship research as Pinchot (1986), and studies of

Collaboration with industries and universities as Gupta (2002).

In the other side, studies of culture as legitimacy for resource mobilization, Culture is viewed as tool for entrepreneurs. For instance, in ethnic entrepreneurship research, ethnic entrepreneurs embedded in ethnic culture can mobilize resources from ethnic market through ethnic network.

In addition, institutional entrepreneurship research insistence on changing of culture as institutional strategy. Entrepreneur can mobilize resources to acquire legitimacy, but they can legitimate themselves for constructing new culture. However, Institutional Entrepreneurship research didn't pay attention to "Why are people motivated changing culture?"

To solves motivation for changing culture, our studies proposes emerging entrepreneurship of embedded entrepreneur (Guard et al. 2007). In recent study, Embedded entrepreneurs can emerge entrepreneurship through internal conversation against discontinuities (Much, 2007), like as obstruction of labor market. Accordingly, they are motivated to reconstruct their identity and change culture.

In this paper, we analyze Chinese entrepreneurs in Kobe-Motomachi, to understand emerging entrepreneurship of embedded entrepreneur.

To understand emerging entrepreneurship of embedded entrepreneur is an important research agenda in entrepreneurship research and practices.

Key words : Culture embedded entrepreneur

1 はじめに

人々がいかに起業し、何故変革が生じるのかという、企業家研究の根元的な問いに対する解法の一つとして、文化概念を用いた説明が試みられてきた。

企業家研究において文化概念は、人々が起業行動を選択する際の動機の源泉として捉える研究群、

文化を媒介として資源を動員する人々の行為に注目する研究群の二つの系譜で研究が蓄積されてきた。

動機の源泉としての文化を捉える研究群における代表的研究は、マクレランド(1961)の『達成動機』である。マクレランドは同書において企業家精神の測定尺度として達成動機を用い、起業行動を導く企業家精神の測定を目指した。

しかしながら、マクレランドが達成動機を企業家精神として測定するにあたり、ウェバー(1912)の『プロテスタンティズムの倫理と資本主義の精神』を下敷きとした、プロテスタント的宗教文化を企業家精神として仮想していたことが指摘されるのは希である。実際に同書で実施された達成動機と経済現象の関係を捉えるための調査の多くが、プロテスタント国家とカトリック国家間の比較調査として設計されている¹⁾。

マクレランドは、一見経済現象とは無関係な文化的要因が起業への動機を形成し、それが最終的に経済活動に影響するという視座に立つ。このように文化を、経済活動を支える背後論理として捉える視座は、実は後の研究において継承されている。例えば社内ベンチャー研究(ピンチョー, 1983)や産学連携・技術移転に関する研究(グプタ, 2002)など人々を起業へ促し成功に導く制度設計を論じる研究では、組織の非公式的側面として企業家精神を奨励する組織文化の重要性が指摘される。とりわけ政策論の領域においては、企業家支援施策に教育機関を組み込み、起業に関わる技術のみならず、文化までを公的に教え込む試みがなされている(ガブロン他, 2000)。

以上のように、企業家の動機を人々を取り巻く文化に根付いたものとして説明するのは、近年の企業家研究に特有の理論志向ではない。シュムペーター自身も、『経済発展の理論』において指摘した企業家の動機 - 「創造の喜び」「私的王国の建築」「勝利精神」 - が合理的経済人とは異なる特殊な動機としながらも(シュムペーター, 1926) その源泉を前時代のイデオロギーたる「帝国主義の残滓」に求めているように(シュムペーター, 1912) 企業家の動機に

ついて、文化に根付いたものとして捉えるのはこの研究領域に根付いた認識前提であると考えられる。

以上のような動機の源泉として文化を論じる研究群は、文化を「我々の日常的行為を(無意識的に)方向付ける拘束的な意味体系(宮島, 1994)」として捉える、社会学的概念規定に基づいている。この文化の拘束性を、人々の内面から捉えたのが企業家の動機に関する議論であり、資源獲得のために他者の行動を規制する正統性として捉えるのが、資源動員に関する研究群である。

文化を利用した資源動員について、先駆的に研究蓄積がなされてきたのが移民企業家研究(ethnic entrepreneurship research)である。この研究領域では、民族集団内部で形成されるネットワークを通じて様々な資源動員が動員され、起業が連鎖的に生まれる現象が注目されてきた(Aldrich and Waldinger, 1990)。ここで、ネットワークを介した資源動員が達成される理由として持ち出されるのが、移民集団内部における文化の共有である。例えば「関係(kuan-his)」に象徴される「起業の文化」が共有された華僑集団内部において、「起業すること」は民族的アイデンティティを示す行為である。(Hamilton, 1996)それゆえ移民企業家は、民族的アイデンティティを体現することで正統性を獲得し、集団内部で強力な資源動員が可能になるのである。

この移民企業家研究が捉えてきた文化を介した資源動員という現象は、1990年代後半に入ると資源依存論、組織生態学、新制度学派組織論を取り入れるかたちで制度的企業家論へと拡張されていく(Aldrich, 1999)。制度的企業家論では、ベンチャー企業の成否を分ける要因として、創業当初の資源動員の困難さに注目し、文化を介した資源動員を実現する正統化戦略が指摘されている(Aldrich and Wiedemeyer, 1993)。正統化戦略に関する議論で目すべきは、移民企業家研究のように文化を正統性として利用し資源動員を実現するのみならず、自らを正統化する文化そのものを創造することまでを、企業家の役割としていることである(Starr and Macmillan, 1990; Lounsbury and Glynn, 2001; Fligstein, 1997)。それゆえ制度的企業家論においては、企業家による資源動員は、文化に対して順応や適応するだけでなく、起業という自らの行為を正統化する物語の構築までが、企業家の遂行しうる正当化戦略として理論射程が拡張されることになった(Zimmerman and Zeitz, 2002)。

このように制度的企業家論において文化は、単なる資源動員を可能とする正統性の源泉として捉えている訳ではない。文化を形成する - 正統性を確立する - ことまでが、企業家の正統化戦略として捉えられている。この点において、文化をアприオリな動機の源泉として捉える動機に関する研究群に対して、資源動員に関する議論は文化の形成にまで視野を拡大したといえるだろう。

他方で、企業家概念を文化の形成にまで拡張したことは、文化を形成する企業家の動機がどこから得られるのかという、新たな問題を生むことになった。

Fligstein (2001) はこの問題に対して、企業家は先行する文化の再生産に動機づけられるとし、新規事業という文化の空白地帯においてその文化を再生産するといった、文化と企業家の循環論的定義を指摘した。この Fligstein の循環論的定義は、確かに文化に動機づけられた起業行動と、文化を介した資源動員の関係について、一見、納得的な説明を提起しているように思える。しかし、彼の議論は起業行動を介した文化の単純再生産を論じているのであり、文化そのものの変更を目指す企業家の、革新的な行動を捉えられないという限界を有する (高橋, 2004)。

もちろん、ある集団/地域内において起業が連鎖する現象を説明するのであれば、Fligstein のように企業家と文化の循環的關係を用いるのは、有効な説明図式であると考えられる。しかし、単に新規事業において創造された「起業の文化」が、起業の連鎖を通じて再生産される現象を分析することが、イノベーション - 企業家精神の発現 - を捉えているのかという点に於いて疑問が残される。実際、シュムペーター (1947) は、企業家の新結合によって発展した資本主義が、その果てに社会全体を一つの機械として管理する合理主義的な時代精神を生み、資本主義を駆動してきた企業家機能 (帝国主義的野生に裏付けられた企業家精神) が喪失されてしまうという、逆説のプロセスまでを企業家によるイノベーション (経済発展) として捉えていた。ここでシュムペーターは、企業家による新結合 (イノベーション) の遂行が、最終的に資本主義から社会主義への移行という、社会の編成原理の変革にまで視野に収めた議論を展開しているのである。このことを鑑みれば、不変の拘束的意味体系として文化を位置づけ、起業という行為を媒介とした再生産プロセスを捉える循環論は、企業家研究としてイノベーションを十全に捉えうることはできない、不十分なモデルであると

言えるだろう。

それゆえここで求められるのは、文化に促されながら起業しつつも、その行為の帰結として人々が文化に変更を加えていく現象をイノベーションとして再定位し、人々が文化に変革を加える意志の発現を、企業家精神の発現メカニズムとして明らかにすることであると考えられる。

この文化に埋め込まれた主体の企業家精神の発現という問題は、近年の制度的企業家論において「埋め込まれた企業家のエージェンシーのパラドクス」として、我々が挑むべき新たな理論的課題として提起されている (Guard et al, 2007)。

ここで「埋め込まれた企業家のエージェンシーのパラドクス」に対する解法として試みられているのが、企業家の位置取りに注目する議論である。例えば Maguire et al. (2004) らのカナダの HIV/AIDS 治療事業研究においては、治療事業確立を主導した 2 名の企業家の、患者コミュニティ、医学界、製薬会社といったアクターとの関係における主観的な位置 (subject position) に注目することで、イノベーションの実現を説明していく。

具体的には、カナダにおける HIV/AIDS 治療事業の確立において課題になったのは、患者コミュニティと、製薬会社 - 医学界の対立であった。当時未知の病であった HIV/AIDS は、医学界において同性愛者特有の特殊な病と認識され、製薬会社もその治療薬開発に消極的であった。他方で特殊なカテゴリーの患者とラベリングされた患者コミュニティは、性的マイノリティという絆を基盤に患者同士の結束を固め、製薬会社 - 医学界に対して敵対的態度をとる一種の対抗文化を形成していた。Maguire らが注目した企業家らは、この対立関係から方向転換し、患者コミュニティ - 医学界 - 製薬会社の協調関係を構築することで、カナダ国内での治療事業確立に寄与するという、一種の文化変容をもたらした。この際、Maguire らは企業家が患者コミュニティの文化を変える動機を、患者コミュニティの「周辺」に自らを位置づけることで獲得したとする。このようにして動機を得た企業家らは、当時患者のみが知り得た HIV/AIDS 患者に関する知識をもとに医学界 - 製薬会社の「中央」に近づくことで、治療事業の確立するための資源を動員していく。更には、一端は自らを「周辺」へと距離を取った患者コミュニティに対しても、医学界から動員した血友病由来の患者や大学関係者を含めた全国的な NPO 団体の立ち上げを

図ることで「中央」に舞い戻り、同性愛由来の患者を中心とした対抗文化を変革し、治療事業を国家プロジェクトへと導いていくのである。

このように、Maguire らが捉える企業家が、患者コミュニティ、医学界、製薬会社との関係の中で、自在に中央 - 周辺に位置取ることによって動機を獲得し、その都度必要な資源を動員しつつ、患者と医療界の協調的關係という新たな文化を構築していく。ここで描かれる文化変革のプロセスは、一見納得的である。しかしここで注意すべきは、Maguire らが企業家の動機を説明するに際しては彼らを周辺に押しやり、資源動員の際には中央に引き寄せており、企業家達が変革への動機を獲得しながら何故、資源を動員しえたのか（文化にコミットしていない主体が、何故、資源動員を実現し得たのか）という問題について、正面から捉えたわけではない。この点において彼らは、「埋め込まれた企業家」という問題に対して、企業家の主観的位置という概念を用いることで回避していると考えられる（松嶋・高橋, 2007）。

それゆえ、中央 - 周辺という位置概念を用いることで「埋め込まれた企業家」を捉えることは難しい。むしろ求められるのは、文化に深く埋め込まれているが故に、文化を変える意志 - 企業家精神 - を獲得するプロセスを捉えねばならない。そこで本論文では、この「埋め込まれた企業家のエージェンシー」という先行研究の課題について、阪神地域における在日華僑企業家の事例を通じて考察していく。

2 阪神地域における華僑の起業と文化

本論文の目的は、起業と文化の関係を捉える中で、先行研究の持つ「埋め込まれた企業家」という課題について解決の途を探索していくことにある。この課題に対峙するために本章では、神戸市元町界隈における華僑コミュニティの形成と継承に注目する。

周知の通り、神戸元町を中心とする阪神地域の華僑コミュニティは、横浜、長崎と並ぶ我が国における華僑企業家の集積地帯である。しかし、近年の在日華僑に関する実証研究に於いて、戦前 - 戦後 - 日中国交回復と世代交代を重ねる毎に、かつて華僑コミュニティ内で継承されてきた文化が変容し、彼らが形成してきた民族資本の位置づけやエスニックビジネスのありかたが変化していることが指摘されている（奥山, 1995; 過, 1999）これらの研究は、歴史

的に在日華僑が「起業の文化」形成し、起業を介して民族資本の継承を進めていく中でその文化が衰退し、再構成されていることを示している。このような在日華僑コミュニティにおける文化と起業の関係に注目することで、人々が自らを企業家として「起業の文化」に埋め込み、起業という行為を重ねていく中で文化の衰退を感じ、変革への動機を獲得していくメカニズムを捉えていく²⁾。

2.1 「起業の文化」の形成

1854年に米国総領事ハリスと大老井伊直弼との間で締結された日米修好通商条約により、徳川幕府は長崎、函館、下田、神奈川、新潟、兵庫を開港し、日本は鎖国から自由貿易体制へ移行した。この時期、長崎から神戸に移ってきた華商（中国人の貿易商）たちが1872年前後に元町近辺に居を構えたのが、神戸中華街の始まりであるとされている。

神戸に移り住んだ華商らは、欧米の貿易会社に雇われ、中国、日本の商品を買付けする通訳を兼ねたエージェント（買弁）を勤めていた。1890年代に入る頃には、神戸在住の華僑の人口は1000人（国内の在日中国人総数の3割弱）を超え、神戸における外国人の一大勢力になるまで成長している。その結果、同胞人を商売相手に料理店、理髪店、雑貨商、漢方薬店を営み、日本に定住する華僑の数が増加した³⁾。大正時代に入ると来日する華僑の数は増加の一途をたどり、職業別に神阪華僑洋服組合、神戸華僑理髪業組合、神戸華僑塗装同業組合などに加え、同郷出身者同士の組合など、20を越える親睦相互扶助を目的とする各種組合が設立されている（鴻山, 1974）。戦前に組織されたこれらの同業組合や同郷集団の存在が、現在の華僑コミュニティの原型となっていることは間違いない。ただし、ここで注意すべきは、この時期の元町界隈において「起業の文化」は存在しないことである。この時期に元町界隈に出現した様々な組織は、同業者組合や満州、上海、杭州といった地方出身者同士が集まった親睦組織以上の意味はなかったのである。

ここで重要なことは、日本国内の定住に際して同じ出身地同士で結束することはあっても、「華僑」というアイデンティティの下で現在のようなエスニック・コミュニティを形成し、起業しているわけではない点である。実際、鴻山の調査によれば、昭和8年に神戸に在住していた華僑1778名のうち、自営業を営んでいた者は僅かに254名であり、残りは日

雇い労働者が給与生活者である。それに対して、入国管理局が1960年におこなった調査では、神戸に在住し、就業している中国人2106人のうち貿易・理髪・料理人として自営業を営んでいるものが875人であり、これ以降70年代、80年代に行われた調査でも自営業者が4割強を占める。実は在日中国人の起業率は、終戦を境に異なるのである。

このような起業率の差を生んだのは、第二次世界大戦終了後から1972年まで日中間の国交が断絶し、母国に帰国することが不可能であったことに起因する。母国に帰れないという状況の下、あくまで日中間を行き来する移民労働者であった「華商」達は、日本にとどまって生活の基盤を自ら築き上げる必要が生じたのである。この十数年の中で「華商」は「起業の文化」を形成し同胞間の結束を高め、民族資本を結集していくことで、我が国独自の「華僑」へと変貌を遂げていくことになった。

この際、日本に取り残された華僑達にとって課題となったのが、国籍、言語、学歴の違いのため、日本国内の労働市場で職を得られないことであった⁴⁾。日本で職を得られないが、母国には戻れないという状況下で彼らは、戦前の華僑達が細々と営んできた料理店・理髪店・貿易・雑貨商を、神戸元町を中心に展開していく。それは、これまで職業や出身地域を基盤に蓄積されてきた民族資本を、「華僑」という民族性を基盤に再編していく過程でもあった。

例えば戦前から、同業者や同郷者間の資金援助の習慣として頼母子講と呼ばれる民間金融が行われていた。この頼母子講は終戦後に華僑全体をカバーする組織に拡大し、1974年には華僑福利合作社の設立を経て、現在の新栄信用金庫に至る。この新栄信用金庫は、信用力の弱い終戦後の神戸華僑企業家の資金源となった(中華会館編,2000)。

この新栄信用金庫の設立は、同業者もしくは同郷者間で蓄積された資本を、民族資本として読み替え動員していく試みである。この際、正統性として用いられたのが、「企業家精神に富む華僑(以下、起業の文化)」という民族の神話を形成することであった。もちろん、この「起業の文化」は突如現れたわけではない。同業組合・同郷集団から民族集団へと華僑コミュニティが形成されていく中で、「三把刀」や「落地生根」という戦前に重視されることになかった華商の伝統が、再評価されるカタチで形成されたものである。その意味で、在日華僑における「起業の文化」は、戦後の社会状況の下で、彼らの歴史的背景

と民族資本を再編成する中で形成されたといえる。この「起業の文化」は、終戦後に日本で生まれた在日華僑二世、三世(以下、新世代)に、親子関係の教育として非公式的に教え込まれていく。

株式会社E商行は、1952年に私のパパ、ママが個人商店として、創業したと。昭和38年に株式会社となったのかな。で、私は、四人兄弟の長男で、兄弟は、妹、弟、妹の四人兄弟です。で、小さい時から、ずっとパパ、ママの商売を見たのと、それで、私はこの会社を起こしたのじゃなくて、2代目ですから。で、小さい時からパパ、ママから、ポポ(おばあさん)からも、「長男だから、将来パパを手伝わないと」ということをずっと言われた。やっぱりパパ、ママの影響がいちばん大きいと思うね。パパから教えられたのは、やっぱりね、商売人として、お客さんにかわいがられるような商売をしなさいと。やっぱりどう生きる、どうあるべきか、原理原則というようなことをわりと考えている。
(新世代企業家)

2.2 新世代の起業とアイデンティティ

戦後の混乱期に来日した旧世代と異なり、新世代は日本で生まれ日本で育っている。また中華同文学校を通じて日本の高校、大学に進学することが可能になったため、言語や学歴を理由に労働市場から阻害されることはほとんど無い。さらに国籍の問題も、両親のどちらかが日本人である場合は日本国籍を取得できる上に、在日華僑二世は他の在日外国人と比べて比較的容易に帰化することができる⁵⁾。国交回復後の日中関係は格段に良好になり、外国人労働者にかんする法律も整備されているため、学歴の問題さえクリアしていれば新世代が一般の企業に就職することは十分可能であった。つまり、新世代の人々は中華同文学校を卒業し、中国語と中国文化について学んだことを除いて、心理面も労働環境も殆ど同時代の日本人と大差は無い。

他方で彼らは、家庭において親兄弟から「起業の文化」を教え込まれている。この「起業の文化」は、日本で華僑が生活する手段が起業しかなかった、終戦後の時代背景に根付いた文化である。それゆえ、言語、学歴、国籍的に労働市場から阻害される実感のない新世代の人々にとって、親兄弟から日々教え込まれる「起業の文化」は時代遅れの考えとして受

け取られることになる。実際、新世代の企業家の多くは、大学卒業後に大企業で職を得ており、起業することに抵抗を感じている。

しかしながら新世代の人々が「起業の文化」に抵抗を感じながらも、起業を決意するのは、それが「(在日)華僑」というアイデンティティの選択を迫る行為であるからだ。前段で指摘しているように、新世代の人々は国籍的には中国人であるが、日本で生まれ育った日本人でもある。家庭では両親に「起業の文化」を教え込まれているが、学校や地域社会では日本人として生活している。この二つのアイデンティティを有する新世代の人々が、日本人と中国人、どちらのアイデンティティを選択するのかを迫られるのが、既存企業への就職か起業かという、職業選択の場面なのである。実際、新世代にとっての起業が、アイデンティティの選択であることは、起業する業種に象徴的に現れている。実際、華僑総会(2000)の調査では、新世代の企業家は料理店や貿易など、神戸華僑がエスニックビジネスとして占有してきた事業に関連する業種で起業していることが明らかにされている⁶⁾。

華僑であり同時に日本人でもある新世代にとって起業は、在日華僑として華僑コミュニティに積極的にコミットする事を表明する象徴的行為である。しかし両親からの教え込みや強制は、絶対的な拘束力を持って、新世代の人々の行動を縛っているわけではない。むしろ、起業か就職か、華僑か日本人かという選択を迫られる中で、親の世代(以下、旧世代)とは異なる民族的アイデンティティを構築していく。それは、「日本で生まれ育った中国人」というアイデンティティの獲得であり、「華僑文化を日本で継承する」という新世代に科せられた使命の自覚である。

それゆえ、華僑コミュニティ自体も旧世代から新世代へとそのままのかたちで継承されるわけではない。親の世代とは異なるアイデンティティを有する新世代企業家達は、企業家として民族資本を動員し、華僑コミュニティとその文化を再構成していく。

華僑総会とかね、いろんな華僑の団体があるでしょう。それはやっぱり時代によって、ずっと役割が違っていったと思うね。昔だったら、やっぱり中国人というだけでも、虐められたりとかいろんな制限があった。中国人だから、参加できない。権利なんかもそうでしょう。社会保険とかもだいぶあとになってから、入れたのかな。

そういう時代やったから、やっぱり華僑も団結して、組織をちゃんと持って、華僑を代表して、華僑の立場で発言して、ぼくらの権利を改善していくとか、いろんな問題を解決していくには、必要なんですけど。だんだんやっぱり今の時代になって、自分で解決しようと思ったら、大体解決できるような環境も整ってきたのだから、昔ほど、華僑の組織は、だんだん存在価値が低くなる感じはする。(新世代企業家)

2.3 新世代による「起業の文化」の変革

ここまで見てきたように、阪神地域の華僑コミュニティは、戦前-戦後-国交正常化後と、その時代の社会的背景に合わせて、民族資本の蓄積のあり方と、その編成原理でもある文化は異なる。戦前の華僑コミュニティは、同業者組合や同郷出身者の親睦会の集合体でしかなく、全体を統合する論理としての民族的文化は存在しなかった。しかし、戦後の国交断絶と労働市場からの阻害という状況下において、旧世代の人々は「起業家精神に富む華僑」という神話を過去の歴史から掘り出し「起業の文化」とすることで、散在していた民族資本をエスニックビジネスへと動員し、華僑企業家を輩出する華僑コミュニティを再編成していった。

しかし、国交正常化後の生活環境の改善、華僑企業家の成功に伴う社会的地位の向上、中華同文学校を初めとする教育機会への投資によって労働市場からの阻害が緩和した。それゆえ新世代の人々にとって起業は、必ずしも生活のための必然ではなくなる。それゆえ、家庭において非公式的に行われる「起業の文化」の教え込みも、新世代の人々にとってリアリティのある文化として継承されなかった。それにもかかわらず、新世代の人々の中から企業家として活動する人々が現れたのは、起業が華僑というアイデンティティを守る象徴的行為だからである。

この新世代の企業家達は、起業という行為を経て「日本で生まれ育った華僑」というアイデンティティの獲得し、「華僑文化を継承し守る」ことを世代の使命として自覚していく。

ここで注意せねばならないのは、新世代の企業家達が想定する「華僑文化」が、必ずしも現在の中華人民共和国に残る伝統文化ではないことである。彼らが旧世代の教育を経て獲得する「華僑文化」とは、中華人民共和国国民としてのアイデンティティというよりは、旧世代の華僑達が戦後の混乱期に再構成

した「起業の文化」に基づく「華僑」という民族的アイデンティティである。そのためか、神戸華僑は台湾/中国といった国籍の違いを気にせず、近年の中国人留学生に対して「華僑文化」を共有する同胞として接する傾向がある(馬, 1993)。

新世代の人々にとっての伝統文化とは、同文学校を中心に形成され、継承された「日本の華僑文化」である。新世代の企業家達は、起業を媒介として継承した民族資本を動員し、この「日本の華僑文化」を守り、次世代に伝えていくための組織として華僑コミュニティを再構成していく。それは、華僑であり日本人であるという、彼らのアイデンティティの二重性を象徴するように、地域社会における日中間の国際交流の促進といった、経済-政治次元の双方を跨いだ活動として現れていくことになる。

実際、戦前-戦後は日本人が近づいてはならない地域であった神戸元町は、新世代企業家に継承される高度経済成長期を境に「中華街」として観光地化し、旧正月などの祭事に際しては地元学生との交流が図られるようになった(斯波, 1995)。また神戸市と天津市の友好都市関係(1973年)や兵庫県と広東省の友好県・省関係(1983年)、外国人留学生の起業を支援する「新たな中国人街構想」を立案(2001年)など、地域行政の場に、地域社会の一構成員として新世代の企業家が参加している。

もちろん、華僑総会(2000)の調査が明らかにしているように、新世代の起業は伝統的エスニックビジネスに限られ、年々減少傾向にある。しかし新世代の起業に際して生じた文化と華僑コミュニティの変革は、日中国交正常化以降に来日した中国人留学生の神戸での適応を助け、兵庫県・神戸市と中国との関係性を深めるなど、経済的次元以外の領域に活動の場を広げているのである。

3 埋め込まれた企業家の企業家精神

本論文では、文化概念を用いて起業という現象を理解するにあたり、制度的企業家論の課題として提示された「埋め込まれた企業家」という視座を徹底する必要性を指摘し、神戸元町界隈における在日華僑コミュニティを事例に取り上げ分析を行ってきた。

本節ではこれらの理論的・実証的考察の持つ、企業家研究への理論的貢献を提示していくことにする。

第1節で指摘しているように、企業家研究において文化は、起業への動機を引き出し、起業に必需な

資源を動員するための正統性の源泉として捉えられてきた。ここでは、人々は文化によって起業し、その文化は起業という行為を通じて再生産される循環論が想定されてきた。この文化と起業の循環論は、単純に、特定の集団や組織内で起業が連鎖する現象を説明することが目的であれば問題は無かった。しかしながら、文化を不変の拘束的意味体系として位置づけるこのモデルは、起業という行為の帰結として文化そのものの変更をイノベーションとして捉え得なかったことが、理論的課題であった。

そこで本論文では、文化に変更を加えることをイノベーションとして最定位した上で、その変革への意志-企業家精神-の発現メカニズムを捉えることを目指してきた。ここで重要なことは、企業家精神の発現を、文化の周辺に企業家を位置づけることで、文化から解放された主体を想定することで解決するのではなく、あくまで文化に埋め込まれた状態で主体が企業家精神を獲得するメカニズムを明らかにすることである。この問いに対して本論文では、神戸在住の在日華僑コミュニティの事例分析を行い、その解法を模索してきた。

この事例分析を経てまず確認されるのが、戦前、戦後、日中国交正常化後と、世代交代を重ねるごとに在日華僑集団の文化に変更を加えるイノベーションが生じていることである(発見事実1)。

戦前の「華商」時代には、同業者組合や同郷者の親睦集団は存在したが、国籍を単位とする民族的アイデンティティは存在せず、民族全体をカヴァーする文化も存在しなかった。しかし、終戦後に国交断絶と労働市場からの阻害という状況下に置かれたことで、「華商」達は「華僑」という民族的アイデンティティを構築し、散在していた民族資本をエスニックビジネスに投下し起業を連鎖させる「起業の文化」を構築していった。

しかし、この「起業の文化」を教え込まれ、華僑コミュニティを継承した新世代の企業家は、「華僑」という民族的アイデンティティを継承しつつも、起業は現代の生活に必需のない行為として棄却し、新たに中華同文学校での教育をもとに「華僑文化」を構築していった。その結果、新世代企業家は起業を媒介として華僑コミュニティを継承しつつも、そこで得た民族資本は専ら地域社会と華僑コミュニティの連携のために利用しているのである。このような華僑コミュニティの歴史の変遷を文化と起業との関係で捉えたとき、戦後と日中国交正常化後の二度、

在日華僑が企業家精神を獲得し、民族的文化に変更を加え、資源動員のあり方を変え、それぞれに異なるイノベーションを引き起こしているのである。

更に、旧世代と新世代、異なる時代背景の下で起業した二つの事例を注意深く分析することで明らかになるのが、彼らの企業家精神が、「断絶 - アイデンティティの獲得 - 文化の構築」というプロセスを経て発現していることである（発見事実2）

旧世代は、戦後の国交断絶という状況下で、戦前の「華商」の残した伝統を再構成することで「企業家精神に富む華僑」という民族的アイデンティティを獲得し、「起業の文化」を構築した。それに対して日本生まれの新世代は、旧世代から起業を迫られることで、日本人としての生活から断絶させられる。しかし、華僑として起業し、旧世代から華僑コミュニティを継承するプロセスにおいて、新世代の企業家は「起業の文化」を疑問視し、日本で生きる華僑文化の継承者という新たな民族的アイデンティティの獲得し、日本における華僑文化を構築していく。

この企業家精神の発現プロセスにおいて注目すべきは、旧世代・新世代共に先行する文化にコミットし、埋め込まれているが故に「断絶」を経験し、新たなアイデンティティを獲得しうる点である。

旧世代の人々は戦前の「華商」達が形成する地域や業界ごとに形成されたローカルな文化に埋め込まれていたが、戦後の混乱期に国交が絶たれ根ざしていた基盤が消滅するという「断絶」を経験していた。同様に新世代の企業家は、日本生まれの華僑として「華僑」と「日本人」という二つの文化に埋め込まれている。それゆえ、親たちの世代に起業を迫られ日本人としての生活から切り離されたことが「断絶」として経験された。もちろん、この「断絶」によって、先行する文化が完全に棄却される（解放される）訳ではない。かれらは、「華商の伝統」や「中華同文学校」という断絶された文化の断片を、新たな民族的アイデンティティへと再構成させていく。それが旧世代にとっての「起業の文化」であり、新世代にとっての「華僑文化」なのである。

このような「断絶」と「アイデンティティの獲得」を経た企業家精神の発現に注目することで、旧世代と新世代が何故、異なる指向性で文化を変革し、結果として華僑コミュニティ内に蓄積された民族資本が再構成されたのかについても深い理解が得られると考えられる。

例えば旧世代が華商の伝統から再構成した「起業

の文化」は、戦前には殆ど成立し得なかった在日華僑を商売相手とするエスニックマーケット - 中華街の形成に際して、神戸市内に散在していた民族資本を元町に集約させる（同胞に資本を投下させる）正統性として機能した。元町に中華街が形成されることで、旧世代は日本国内の自活と定住を実現したが、彼らはその街を地域社会に開放することは無かった。それは、彼らの企業家精神が「華僑」という民族的アイデンティティに根付くものであるからだ。

しかし新世代の企業家達は、同族間の相互扶助のみを問題とする旧華僑の「起業の文化」を問題視し、中華街として観光地化し、地域社会と華僑社会を繋ぐという役割を自らに課した。何故なら、彼らは（皮肉にも）起業という断絶を経て、日本で生まれ育った「華僑文化」の継承者たる華僑というアイデンティティを獲得したからである。それゆえ新世代の企業家は、自分が生まれ育った地域社会へ民族資本を投下することを、「華僑文化」を守り継承する上では矛盾のない行為として実行し得たのである。

以上のように、「埋め込まれた企業家のエージェンシー」という視座の下で起業という現象に注目することで、先行研究において十分に議論されることがなかった企業家精神の発現メカニズムが明らかになる。それは、「断絶」を契機に自らのアイデンティティとその基盤となる先行する文化について問い直す、内省（reflexivity）が変革への意志 - 企業家精神として発現するのである（Mutch, 2007）。本論文の理論的貢献は、内省を経た企業家精神の発現について、この具体的な調査に基づいたモデルを提示したことにある（表1）。

表1 埋め込まれた企業家の企業家精神

	旧世代	新世代
埋め込まれた先行する文化	出身地毎に根付いた「華商」の伝統	旧世代が構築した「起業の文化」
断絶の経緯	国交断絶と労働市場からの阻害	旧世代からの起業の強制とアイデンティティの選択
獲得したアイデンティティ	企業家精神に富む華僑	日本で生きる華僑文化の継承者
新たに構築した文化	起業の文化	華僑文化
民族資本の動員先	華僑の文化を共有する同胞	自身が生まれ育った地域社会
新たな文化によって再構成された華僑コミュニティ	エスニックマーケット（中華街）の構築	地域社会へのエスニックマーケットの開放と連携

もちろん本研究が提示する「断絶 - アイデンティティの獲得 - 文化の構築」というモデルは、在日華

僑という特殊なフィールドに根付いたものでしかない。それゆえ、様々なフィールドで「埋め込まれた企業家」という視点の下、企業家精神の発現に注目し、絶えずモデルを再構築していくことが、本論文の残された理論的課題である。

4 おわりに

本論文では最後に、発見事実から得られた理論的貢献に基づいて、若干の実践的インプリケーションを提案することで、結びの代わりとしたい。

企業家精神の発現を文化概念との関係において捉え政策として実践していく時、教育機関が施策の舞台として焦点化される(ガブロン他,1998; スコット, 2004)。これは、起業という手段を用いて教育機関に蓄積された資源(典型的には技術)を産業界に移転させる試みであるのと同時に、教育機関における企業家精神の教育を通じて、企業家精神に富む文化を醸成していくという狙いがある。確かに、大学発ベンチャーを増やすために、大学内の資源を起業へと動員する公的システムを準備し、教育プログラムによって「起業の文化」を構築するという施策は、一見納得的である。

しかしながら、本論文で議論してきたように、人々は既存の文化に埋め込まれ、日常生活を営んでいる。大学は教育機関であるのと同時に、労働力を形成し既存企業に送り込むシステムであり、そこには「大卒ホワイトカラー」という知識エリート階層を形成する教育文化が存在し、教員 - 大学生間の教育実践を経て日々、再生産されている(佐藤, 2000)。それゆえ、教育機関で起業を促すということは、大学に根付く「大卒ホワイトカラー」の文化いかに変革するのかという難問を伴う。大学を舞台とした企業家支援施策に求められるのは、既存の大学文化に埋め込まれた人々の内に「大卒ホワイトカラー」の文化に対する懐疑を醸成せしめる「断絶」を準備し、変革への意志 - 企業家精神をいかに萌芽させるのかという点であると考えられる。

もちろん、教員 - 学生に限らず大学関係者に「断絶」を生じせしめる機会として、産学連携や企業家教育プログラムといった公的システムの設置の意義は大きい。他方で、大学内で既に「断絶」を抱えた人々をターゲットとする施策もあり得る。例えば、オーバードクターは、労働市場からもアカデミックキャリアからも阻害されつつある。この点に於いて

彼らは、かつての華僑と同様に「断絶」を抱えた存在であり、変革の意志を獲得しうる存在である。この点で、大学運営上の課題であるオーバードクターは、政策担当者にとって魅力的なりソースに変わりうる可能性を秘めていると考えられる。

【注釈】

- 1) 具体的には、プロテスタント国家とカトリック国家の国民平均一人あたりの電気消費量の比較、社会経済的に地位が同等なプロテスタントとカトリックのアイランド人、カトリックのイタリア人父母の子供への自立訓練に対する態度テスト¹⁾、米国人の子供に対する達成動機と職業選択の関係性の調査を実施している。
- 2) 本章のもとになった調査研究は、2000年10月~2006年12月にかけて実施されたものである。この調査は神戸元町に居住する華僑企業家10名へのインテンスイブなインタビューに加え、新聞、雑誌、公的記録などの公開資料の収集を実施している。
- 3) 1889年には在日華僑の子息のために神戸華僑同文学校(現在の神戸中華同文学校)が設立され、1892年には神戸中華総商會が組織された。
- 4) 米国の移民企業家研究においても、移民の起業率が労働市場からの阻害によって異なり、阻害された状況で事後的に「民族の文化」がエスニックビジネスの成立と併せて形成されることが指摘されている(Eames and Goode, 1977; Fernandez and Kim, 1998)。
- 5) 過(1999)によれば、毎年1700人前後の華僑が日本国籍を取得している。この数は他国の在日外国人の帰化許可の総数より多い。
- 6) 他方で、同じ阪神地域の華僑企業家を調査した過(1999)は、日中国交正常化後に阪神地域に移住した中国人企業家(の多くが、情報処理技術など留学や職業経験を経て獲得した技術を基盤とし、元町を中心とする在日華僑コミュニティに殆どコミットしていないことを指摘している。

【引用文献】

1. Aldrich, H. E. and Fiol, C. M. (1994) "Fools Rush in? : The Institutional Context of Industry Creation" *Academy of Management Review*, Vol. 19, No. 4, pp. 645-670 .
2. Aldrich, H. E. and Waldinger, R. (1990) "Ethnicity and entrepreneurship," *Annual Review of Sociology*, 16: 111-135.
3. Aldrich, H. E. and Wiednemayer, G. (1993) "From traits to rates: An ecological perspective on organizational foundings" In J. Katz and R. H. Brockhaus (eds.), *Advances in entrepreneurship, Firm emergence, and Growth*. Greenwich, CT: JAI Press, Vol.1, pp. 145-195.
4. Eames, E. & Goode, J. G. (1977) "Groups based on common culture of origin," *Anthropology of the City: An Introduction to Urban Anthropology*, Prentice-Hill, pp.172-198.
5. Fernandez, M. and Kim, K. (1998) "Self-employment rates of Asian immigrant groups: An analysis of intragroup and intergroup differences," *International Migrant Review*,

- 32 (3) : 654-681.
6. Fligstein, N. (2001) "Social skill and institutional theory," *American Behavioral Scientist*, Vol. 40, No.4, pp. 397-405.
7. Fligstein, N. (2001) "Social skill and the theory of fields," *Sociological Theory*, Vol. 19, No. 2, pp. 105-125.
8. ガブロン, R.・ホルサム, J.・ウェストール, A. (1998) 『起業家社会: イギリスの新規開業支援施策に学ぶ』 忽那憲治・高田亮爾・前田啓一・篠原健一訳, 同友館, 2000年。
9. Ganud, R., Hardy, C. and Maguire, S. (2007) "Institutional Entrepreneurship as Embedded Agency: An Introduction to the Special Issue" *Organization Studies*, Vol. 28, No. 7, pp. 957-969.
10. グプタ, U. (2002) 『アメリカを作ったベンチャー・キャピタリスト: 夢を支えた35人の軌跡』, 翔泳社, 2002年。
11. Hamilton, G. G. (ed) (1996) *Asian Business Networks*, Walter de Gruyter.
12. 過放 (1999) 『在日華僑のアイデンティティの変容: 華僑の多元的共生』 東信堂。
13. 鴻山俊夫 (1974) 『神戸大阪の華僑-在日華僑百年史』 華僑問題研究所。
14. Lounsbury, M. L. and Glynn, A. (2001) "Cultural entrepreneurship: stories, legitimacy, and the acquisition of resources." *Strategic Management Journal*, Vol. 22, No. 6/7, pp. 545-564.
15. マクレランド, D. C. (1961) 『達成動機』 林保 監訳, 産業能率短期大学出版部, 1971年。
16. Maguire, S., Hardy, C. and Lawrence, T. B. (2004) "Institutional entrepreneurship in emergence fields: HIV/AIDS treatment advocacy in Canada," *Academy of Management Journal*, Vol. 47, No. 3, pp. 657-679.
17. 松嶋登・高橋勅徳 (2007) 「制度的企業家の概念規定 - 埋め込まれたエージェンシーのパラドクスに対する理論的考察」 神戸大学大学院経営学研究科ディスカッションペーパーシリーズ, No. 2007-48.
18. 宮島喬 (1994) 『文化的再生産の社会学: ブルデュー理論からの展開』 藤原書店。
19. Mutch, A. (2007) "Reflexivity and the Institutional Entrepreneur: A Historical Exploration" *Organization Studies*, Vol. 28, No. 7, pp. 1123-1140.
20. 奥田道大 (1995) 「都市的世界・コミュニティ・エスニシティ: アメリカおよび日本の大都市におけるエスニック・コミュニティの変容と再編」 松本康・奥田道大・佐藤健二・吉見俊哉・吉原直樹 編 『21世紀の都市社会学 第二巻 コミュニティとエスニシティ』 劉草書房, 1-43頁。
21. ピンショー, G. (1985) 『社内企業家』 清水紀彦 訳 講談社, 1985年。
22. シュムペーター, J. A. (1912) 「国民経済の全体像」 玉野井芳郎 監訳 『社会科学の過去と未来』 ダイヤモンド社, 1972年, 313-421頁。
23. シュムペーター, J. A. (1926) 『経済発展の理論 企業者利潤・資本・信用・利子および景気の変動に関する一研究』 塩野谷祐一・中山伊知郎・東畑精一訳, 岩波文庫, 1980年。
24. シュムペーター, J. A. (1947) 『資本主義・社会主義・民主主義』 中山伊知郎・東畑精一訳, 東洋経済新報社, 1995年。
25. 佐藤俊樹 (2000) 『不平等社会日本: さよなら総中流』 中公新書。
26. スコット, S. (2004) 『大学発ベンチャー: 新事業の創出と発展プロセス』 金井一頼・渡邊孝 監訳, 中央経済社, 2005年。
27. 斯波義信 (1995) 『華僑』 岩波書店。
28. 塩野谷祐一 (1995) 『シュムペーター的思考』 東洋経済新報社。
29. Starr, J. A. and MacMillan, I. C. (1990) "Resource Cooperation via Social Constructing: Resource Acquisition Strategies for New Ventures," *Strategic Management Journal*, Vol. 11, pp. 79-92.
30. Suchman, M. C. (1995) "Managing legitimacy: Strategic and institutional approach," *Academy of Management Journal*, Vol. 20, No. 3, pp. 571-610.
31. 高橋勅徳 (2004) 「起業と文化の関係性: 先行研究における再生産モデルと文化決定論的アプローチの限界」 『ベンチャー・レビュー』 第4巻 97-106頁。
32. 中華会館 編 (2000) 『落地生根-神戸華僑と神阪中華会館の百年』 研文出版。
33. ヴェーバー, M. (1920) 『プロテスタンティズムの倫理と資本主義の精神』 大塚久雄 訳 岩波文庫, 1989年。
34. Zimmerman, M. A. and Zeitz, G. J. (2002) "Beyond survival: Achieving new venture growth by building legitimacy" *Academy of Management Review*, Vol. 23, No. 3, pp. 414-431.

(論文受理日: 08.2.26 採択日: 08.7.26)