

<論文>

日本企業の海外進出と日本人社会  
—デュッセルドルフのケーススタディー—

北林陽児

はじめに

この論文の課題は、日本企業からの海外派遣者が、海外の都市においてどのような日本人社会を形成し、どう生活をしているのかを考察することである。彼らは従来の移民とは異なり、多国籍企業の海外展開の中核的担い手であり、高いステータスを持つ。この論文ではとりわけ多くの企業派遣者が住むデュッセルドルフを研究対象として取り上げる。

経済のグローバル化が進展する中、カネ・モノの移動にとどまらず、ヒトの移動も活発になっている。日本においても、高齢化社会における労働力不足を補完するものとして、高齢者と女性に並んで、外国人の存在が注目されている。この移民は、発展途上国から先進国へと流れるのが一般的である。この移民について、伝統的には、送出し国の失業などのプッシュ要因や、受入国における既存の移民社会の呼び寄せ効果などのプル要因などによって説明されてきた。その後、サスキアサッセンが1960年代以降のアメリカへの移民について、資本の移動と労働力の移動との関係を指摘した<sup>1</sup>。

多国籍企業の海外派遣者も資本の国際移動に伴う労働の移動という点では、サッセンの指摘した移民と同様である。サッセンの指摘した労働移動は、資本輸入国から輸出国あるいは、輸入国の周辺地域から中心地域への流れである。しかし、企業派遣者は資本輸出国から輸入国へと向かう移動であり、移動する労働者の種類も全く異なる。なにより、移動を引き起こすのは多国籍企業の海外進出であり、企業内の人事異動による人的資源の再配置である。

彼らが派遣される目的は、主に、第一に現地法人などの経営管理の担い手という役割、第二に「技術移転」のためである。通常、海外派遣者は、派遣に伴って、仕事の幅が広がるとともに職位も上昇し、現地法人において上位の職位に配置される傾向がある。一般にステータスの高さが指摘されるゆえんである<sup>2</sup>。また、日本企業の場合には、他国の企業に比べて、相対的に多くの母国社員を海外に派遣する傾向がある<sup>3</sup>。よって多国籍企業、とりわけ日本の企業にとって、国際化要員の確保および、その育成は国際化戦略において重要な位置を占めているといえる。

現代の世界経済において、多国籍企業の存在は大きなものである。ちなみに2004年時点で、4,126社の日本企業が海外に進出し、20,563社の現地法人を所有している<sup>4</sup>。業種でみても、企業規模でみても多種多様の企業が国際経営に乗り出している。この国際経営を行うにあたって、日本の本社から各国の現地法人や支社などに派遣される社員が、本論文の対象となる海外派遣者である。2004年現在、日本企業からの海外派遣者は43,480人に上っている<sup>5</sup>。さらにその家族を含めると10万人程度の在外社員家族がいると考えられる。

私は、このテーマについて3つの意義を見出している。第一に、先行研究が少ない点である。デュッセルドルフのように日本企業が集中的に拠点を置くような都市においては、企業派遣者は都市に対して非常に大きな影響力を持っている。だが、これまで十分な関心が払われてきておらず、研究の蓄積が薄い。先行研究としては、Erick Zielke氏の1982年、“Duesseldorfer geographische Schriften”をあげることができる。この研究は170ページにわたる本にまとめられており、デュッセルドルフの日本人の展開について網羅的にとりあつかっている。しかし、継続研究が行われておらず、情報が古くなっている。さらに著者がドイツ人であるため、日本人の社会についての理解が浅く、一般的な経済学・地理学の視点からの研究に止まっている。私の論文では、①1982年以降の展開、②日本人の視点による社会分析、③独語と日本語の両方を使用しての研究、を行うことで独自性を出したい。特に日本側からの研究という意味で重要性は重い。企業の社会的責任が問われる風潮が強くなっている中で、多国籍企業と企業派遣者の送出し国は、自らの海外進出が副次的に進出先の社会に与えている影響についても、正しい認識を持つべきである。

第二に、グローバル化という世界規模のマクロな動きと、人々の生活というミクロな動きの関係を明らかにすることができる点である。現代の地域経済は、考察の範囲を狭い地域だけに留めることは許されず、その地域が他の地域や、世界とどのような関係性をもって存在し、規定されているのかに配慮しなければならない。デュッセルドルフのケースでは、日本企業の進出という文脈が、地域形成に少なからぬ影響を与えている。

最重要な世界都市というほどではないにもかかわらず、地域内のみに完結しない地域形成のありかたは、経済のグローバル化という文脈の中で興味深い。

第三に、私自身が大学生活で身につけた独語を、研究にあたって発揮することができるという点である。この論文の中には独語の文献・ホームページ・ドイツ人とのインタビューによって集めた情報が含まれる。研究の対象自体は日本人であるため、日本社会内部のみを調査するためには、日本語のみで十分だが、現地人が日本社会をどのように見ているのかという側面に迫るためには独語が必要である。今までのドイツ語の学習の成果を発揮するとともに、論文作成のプロセスの中でドイツ語能力をさらに高めることができるのではないかと考えた次第である。

この論文は4つの章から構成される。第1章では、日本企業とデュッセルドルフの関係性について概観する。デュッセルドルフがどのような都市であることを示した上で、その都市における日本企業と日本人の活動や、日本人社会が生まれた背景を明らかにすることが目的である。第2章では、日本人社会に作り出された団体・施設を観察し、それらを分類し、特徴を明らかにする。ここでは外形的に当地の日本人社会がどのように存在しているかを示すことが目的である。第3章では、デュッセルドルフという都市から視点を移して、当地の日本人社会の構成員である日本企業の海外派遣者について、その特徴を明らかにする。日本社会の構成要素に注目することで内側からの考察をする。第4章では、先行する2つの章での考察を受けて、社会の内側である構成要素の特徴が、社会の外側にどのような帰結をもたらしているかを明らかにする。

## 第1章 日系企業とデュッセルドルフ

### 第1節 NRW州とデュッセルドルフ

デュッセルドルフは、ドイツ西北部に位置するノルトライン・ウエストファーレン州(以下 NRW 州と略)にある。NRW 州にはデュッセルドルフの他、ケルン、ボン、エッセン、ビーレフェルトといった都市があり、それぞれドイツの産業都市として重要な位置にある。

ライン川沿いのルール工業地帯は、石炭・鉄鋼産業の中心として戦後のドイツ経済を支えた EU 最大の工業地帯として知られている。表1に示されるように、2004 年時点で人口、域内 GDP、直接投資受入額、輸出額の指標でドイツで第一位の地位にある。

直接投資受入額からもわかるように、NRW 州には外国企業が多く存在している。NRW 州は外資企業誘致にも熱心で、経済振興公社を日本、アメリカ、韓国、

中国、ロシアに設置している。同公社は NRW 州の産業立地ポイントとしての優位点を 10 点指摘して積極的に誘致活動を行っている<sup>6</sup>。これらの優位性は、以下の三つの点から派生している。第一に、地理的に欧州の中心に位置しているという点である。東はモスクワ、西はリスボンまでを飛行機で3時間以内でつなぐ場所に位置している。第二に、重工業地帯としての歴史を持つ点である。NRW 州はライン川流域のルール工業地帯を擁しており、重厚長大型の工業が主要産業であった時代に栄えた土地である。その時代から産業インフラが整備されていた。第三に、重厚長大型の工業の衰退にあわせて、産業構造転換を行った点である。とりわけ NRW 州経済振興公社は、この点を強調する。現在、研究・サービス・先端分野への構造転換を狙い、重工業からの脱却を目指している。

表1 NRW 州の主要指標

| 人口            | 域内 GDP    | 直接投資      | 輸出額       |
|---------------|-----------|-----------|-----------|
| 1807 万 5000 人 | 4640 億ユーロ | 1702 億ユーロ | 1190 億ユーロ |

出所: Statistische Bundesamt <http://www.destatis.de> Bundes Bank  
<http://www.bundesbank.de>

(2005/10/1 データ取得)から作成

このような特徴を持つ NRW 州の州都が、デュッセルドルフである。だが、同市は世界のその他の都市と比較すると、規模の上でも、機能の上でも決してトップクラスの都市ではない。例えばジョン・フリードマンは、有名な『世界都市仮説』の中で、デュッセルドルフを世界都市の中には含めていない。その理由は、NRW 州が石炭鉄鋼産業を中心とした工業地帯にすぎないという認識があった<sup>7</sup>。その後 NRW が、産業構造改革をすすめる、フリードマンもデュッセルドルフを世界都市として認めるようになる。フリードマンは、世界都市を4つの階級に分類している。①世界的な金融センター ②多元国家上の分節 ③重要な国家上の分節 ④国家内/地域的分節、の4つである。デュッセルドルフはこのうち④の階級に属しているという<sup>8</sup>。

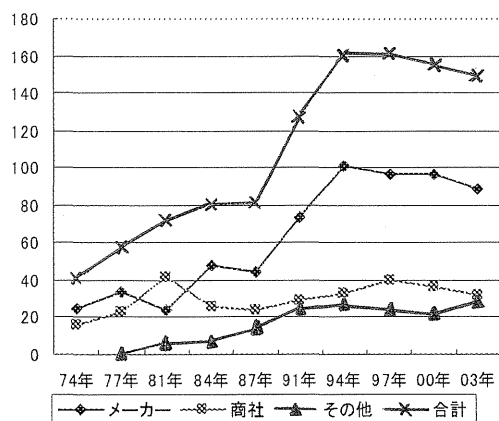
これは、デュッセルドルフがケルン、エッセン、ボンなど NRW 州の他の都市や、その周辺地域の中心的存在であることを示している。そのことは、ルール工業地帯の生産管理機能が集中していたことから「ルールの事務机」と呼ばれていることにもよく現れている。同時に、ヨーロッパ全土をコントロールするような機能を持っているわけではないということも意味している。欧州の都市としては、①にはロンドンが含まれ ②にはフランクフルト、アムステルダムがある。さらに、③にはパリ、チューリヒ、マドリッドが含まれている。その下の階級として、デュッセルドルフが位置づけられているのである。

## 第2節 デュッセルドルフにおける日系企業および日本人

### (1) 在デュッセルドルフ日本企業

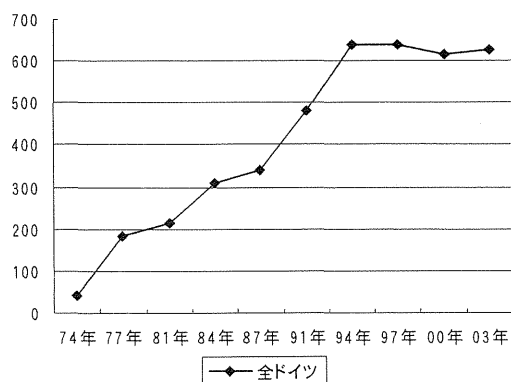
デュッセルドルフにおける日本企業の歴史は、1952年に三菱商事が拠点採したことにさかのぼる。それ以前は、ドイツにおける日本企業の拠点は、ベルリンおよびハンブルグにあった。当時の進出企業は、主に商社であり港町と首都という立地条件の下で活動を行っていた。その後、製造業企業の進出にともなう、港町のハンブルグは条件が合わなくなった。一方ベルリンも戦後の東西分裂によって、日本企業の撤退が相次いだ<sup>9</sup>。以上のような文脈の中で、第1節にあげたようなNRW州とデュッセルドルフの立地条件がクローズアップされ、まず最初に商社が拠点をづくり、70年代に製造業企業の進出が本格化した。ちなみにドイツには現在、デュッセルドルフほどではないが、ハンブルグとフランクフルトにも多くの日本企業が存在している。ハンブルグは現在でも商社を中心に、フランクフルトは金融を中心にした企業が拠点を構えている。

図1 デュッセルドルフ内の日系現地法人数



東洋経済新報社『海外進出企業総覧』1974～2003から作成

図2 ドイツ内の日系現地法人数



東洋経済新報社『海外進出企業総覧』1974～2003から作成

1974年からのデュッセルドルフへの日本企業の進出の推移は図1のようになっている。74年には既にメーカーの方が商社よりも多くなっている。また、1989年の東西ドイツの統一後に現地法人数が大きく伸びている。1994年以降法人数は安定している。これらの傾向はデュッセルドルフだけでなく、全ドイツの現地法人数の推移とほぼ同じ傾向であることが図2からわかる。また、巻末に添付した表2は、デュッセルドルフに現地法人を持っている企業の進出年表である。

### (2) 在デュッセルドルフ日本人

この論文でデュッセルドルフを取り上げる理由は、表3に見られるように、多くの日本人がそこに在住しているからである。デュッセルドルフには、2003年時点で在独の日本人24%にあたる、約6,432人が在住している。日本以外の国からの外国人の場合、在独者のデュッセルドルフ居住率は1～3%と少なく、デュッセルドルフがとりわけ日本人にとって重要な拠点であることがわかる。また、先進国からの外国人居住者の絶対数と比べると、日本人の居住人口そのものも突出して多い。

しかし、前節で述べたように、デュッセルドルフはニューヨークやロンドン、東京のような世界都市には、機能の上でも規模の上でも及ばない都市である。世界中の都市の在住日本人数でも都市別で25位にとどまっており、決して多いというわけではない<sup>10</sup>。だが、デュッセルドルフの日本人社会には他の都市のそれにはない特徴がある。日本人社会の初期段階が企業の海外派遣者によって形成されたという点と、都市規模に対する日本人社会ウエイトが大きいという点である。

表3 外国人人口と割合

|       | デュッセルドルフ<br>(人) | デュッセルドルフに<br>住む割合 |
|-------|-----------------|-------------------|
| トルコ   | 15,332          | 0.90%             |
| ギリシャ  | 10,959          | 3.50%             |
| 日本    | 6,432           | 23.80%            |
| ロシア   | 3,557           | 2.00%             |
| ウクライナ | 3,418           | 2.70%             |
| イギリス  | 2,423           | 2.50%             |
| オランダ  | 2,328           | 2.00%             |
| アメリカ  | 1,223           | 1.30%             |

出所: Statistische Bundest Amt [http://www.statistik-portal.de/Landes\\_Hauptstadt\\_Duesseldorf](http://www.statistik-portal.de/Landes_Hauptstadt_Duesseldorf)

<http://www.duesseldorf.de>

(2005/10/1 データ取得) から作成

表2 日本企業のデュッセルドルフとその周辺都市への進出年表

| 商社                    | メーカー                                                                    | その他                      |                |                                     |                                                                                                                                                     |                                 |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----------------|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| 55 三菱商事<br>三井物産       |                                                                         |                          | 88             |                                     | キンセキ<br>サンデン<br>横浜ゴム<br>大隈重工業<br>オークマ<br>京セラミタ<br>三ツ星ベルト                                                                                            | UFJ銀行                           |
| 57 伊藤忠<br>日商岩井        |                                                                         |                          | 89             |                                     | 第一製薬<br>日立メディコ<br>森本製作所<br>三菱化学<br>三菱製紙<br>TOTO<br>トクヤマ<br>凸版印刷<br>日本ゼオン<br>カヤバ工業<br>タミヤ<br>サトー<br>ヨネックス<br>東芝機械                                    | 商船三井ロジスティクス<br>アイ・ロジスティクス<br>京進 |
| 58 榎東貿易<br>住友商事       |                                                                         |                          | 90             | 岸本産業<br>三井物産                        | 電気化学工業<br>三菱ガス化学<br>三井化学<br>NECトーキン<br>デンリツ                                                                                                         | 代木海陸運送<br>西濃運輸                  |
| 62                    | 積水化学工業                                                                  |                          | 91             | 伊藤忠<br>岩谷産業<br>川鉄商事<br>住友商事<br>トーマン | 大箕空<br>グローリー<br>川崎重工業<br>キリンビール<br>クラレ<br>モルテン<br>日産化学工業<br>ニッタ<br>OKK<br>セガ<br>住友化学工業<br>トキコ<br>帝國ビストリング<br>京セラケミカル<br>三洋セールス・マーケティング<br>日本カーバイド工業 | 東京三菱銀行<br>東京三菱銀行<br>JALパック      |
| 63                    | 日本精工                                                                    |                          | 92             |                                     | ダイキン工業<br>FDK<br>オーク製作所                                                                                                                             | 学究社<br>KDDI<br>アルパイン            |
| 64 日立ハイテクノロジーズ        |                                                                         |                          | 93 住友商事        |                                     | 帝人製機                                                                                                                                                |                                 |
| 66                    | 富士写真フイルム<br>三協精密製作所                                                     |                          | 94             |                                     | アロカ<br>日工<br>戸田工業<br>青木園研究所                                                                                                                         |                                 |
| 67 栗松                 | 不二越                                                                     |                          | 95             |                                     | 日本電産<br>住化カラー<br>川崎重工業                                                                                                                              | 電通                              |
| 68                    | ミツトヨ                                                                    |                          | 96             | 伊藤忠商事                               | アイホン<br>コマツ<br>日本合成化学工業<br>ヤクルト本社                                                                                                                   |                                 |
| 69 三栄コーポレーション         | 大日本インキ化学工業<br>三洋セールス・マーケティング<br>東芝                                      |                          | 97             |                                     | 内山工業                                                                                                                                                | キッコーマン                          |
| 70 GSIクレオス            | 大日本印刷<br>エルモ<br>日立金属                                                    |                          | 98             |                                     | キッコーマン<br>マツダ<br>旭化成                                                                                                                                | 日本オフィスサービス<br>電通<br>アートコーポレーション |
| 71                    | 東光<br>NTN                                                               |                          | 99             |                                     | 日本金銭機械<br>エムシートランス<br>日本製薬<br>コクヨ<br>村田製作所<br>旭電化工業                                                                                                 |                                 |
| 72 三井物産               | 富士通デン<br>ニコン<br>シマノ<br>TDK                                              |                          | 2000           |                                     | 炭酸製鋼<br>ユボ・コーポレーション<br>豊田工機<br>サンリーフ                                                                                                                |                                 |
| 73 日本紙パルプ商事<br>シークス   | 協和発酵工業<br>NEC<br>岡谷銅機<br>キャノン<br>マツダ<br>三菱倉庫<br>沖電気工業                   | 竹中工務店                    | 01 堺商事<br>住金物産 |                                     | 市川毛織<br>日本電産コバル電子<br>日立計測器サービス<br>東芝テック                                                                                                             | 日本トランスシティ<br>ジェイテック             |
| 74 西華産業               | レオン自動車<br>千住金属工業                                                        |                          | 02             |                                     | 三菱エンジニアリング<br>三菱製紙<br>精工技研<br>アリスライフサイエンス                                                                                                           |                                 |
| 75 東洋通信機<br>三城        | スリーポンド<br>東洋コム工業<br>アシックス                                               | 積水ハウス                    |                |                                     |                                                                                                                                                     |                                 |
| 76                    | アイコム<br>河合楽器製作所<br>日立マクセル                                               |                          |                |                                     |                                                                                                                                                     |                                 |
| 77                    | 三洋セールス・マーケティング<br>ミツミ電機                                                 | はくほうどう                   |                |                                     |                                                                                                                                                     |                                 |
| 78 松風                 | アルパイン<br>大日本スクリーン製造<br>富士通ゼネラル<br>バイオニア<br>バンダー化学                       | 丸紅                       |                |                                     |                                                                                                                                                     |                                 |
| 79                    | アルプス電気<br>セイコーエプソン<br>河合楽器製作所<br>双葉電子工業<br>日立工機                         | 三越<br>日本出版販売<br>キッコーマン   |                |                                     |                                                                                                                                                     |                                 |
| 80 長瀬産業               | 資生堂<br>池上通信機<br>日本特殊陶業<br>富士写真光機                                        |                          |                |                                     |                                                                                                                                                     |                                 |
| 81                    | 小谷<br>東芝<br>住友電気工業                                                      | 日本通運                     |                |                                     |                                                                                                                                                     |                                 |
| 82                    | 日立化成工業<br>マックス<br>NEC<br>オリエンタルモーター<br>スギノマシン<br>YUASA<br>THK<br>ノーリツ銅機 | 住友倉庫                     |                |                                     |                                                                                                                                                     |                                 |
| 83 守谷商会               | リケン<br>呉羽化学工業<br>ダイヘン<br>東海                                             |                          |                |                                     |                                                                                                                                                     |                                 |
| 84 西華産業               | キタムラ機械<br>沖電気工業<br>三菱マテリアル<br>横河電機                                      | JALホテルズ                  |                |                                     |                                                                                                                                                     |                                 |
| 85                    | ダイセル化学工業<br>イワキ<br>三共                                                   | 近鉄エクスプレス<br>日新<br>東京三菱銀行 |                |                                     |                                                                                                                                                     |                                 |
| 86 CDC<br>井関農機        | ホシデン<br>ヤマト製缶                                                           |                          |                |                                     |                                                                                                                                                     |                                 |
| 87 興和<br>宇部興産<br>三井物産 | 日精エーエスビー機械<br>東芝<br>武蔵工業<br>ミノルタ<br>セイコーオプティカルプロダクツ                     | 郵船航空サービス<br>電通           |                |                                     |                                                                                                                                                     |                                 |

出所: 東洋経済新報社『海外進出企業総覧2004』2005年から作成

日本人移民は19世紀末から20世紀初頭にかけて主に南北アメリカ大陸に移動した。彼らは日系人として現地化し、彼らの社会を築き上げた。その後、日系企業が各国に進出するようになり、海外派遣者というかつての移民とは異なる人々を外国に送出すようになる。企業派遣者が南北アメリカへ派遣される場合、ニューカマーとして既存の日系人社会の中に入る、もしくは利用するケースが見られる。それはそれで興味深いのだが、グローバル化というコンテキストの中で企業派遣者が作り上げた社会として独自に取り上げることは困難である。

それに対して、南北アメリカ大陸以外の都市には、基本的に日系人は存在せず、これまでの移民時代とは異なる日本人社会が形成されている。例えばロンドンやパリにはデュッセルドルフをはるかにしのぐ数の日本人が在住しており、より規模の大きい日本人社会を形成している。だが、都市規模に対する日本人社会の大きさという意味では、デュッセルドルフが最も大きい。

表4 欧州の主要都市における日本人

|          | 日本人数   | 日本人割合 |
|----------|--------|-------|
| ロンドン     | 23,402 | 0.33% |
| パリ       | 16,097 | 0.75% |
| デュッセルドルフ | 6,432  | 1.13% |
| アムステルダム  | 3,790  | 0.52% |
| ミュンヘン    | 3,199  | 0.27% |
| ミラノ      | 2,816  | 0.24% |
| フランクフルト  | 2,720  | 0.42% |

出所:外務省領事移住部『海外在留邦人数調査統計』  
<http://www.mofa.go.jp/mofaj/toko/tokei/hojin/> (05/2005/10/13  
データ取得)から作成

表4によると、都市全体の人口に対する日本人の割合はデュッセルドルフにおいて1.13パーセントである。ロンドンやパリは絶対数は多いが、全人口に占める割合が低く、日本人以外の外国人も混在している。これら二つの特徴から言えることは、グローバル化の文脈の中で企業派遣者が都市の形成に対して、最も大きな影響を与えていると考えられる都市が、デュッセルドルフだということである。

だが、現在のデュッセルドルフは、もはや企業派遣者のみによって構成されているわけではない。企業派遣者が作り出した日本人社会がプル要因となって様々な日本人がデュッセルドルフに集まっている。企業派遣者以外の日本人は、政府派遣者とその家族、日本人向けビジネス従事者とその家族、学生、芸術

家、ドイツ人の配偶者などがである。また、最近の動きとしては、ワーキングホリデー（以下WH）が始まったことにより、若い世代の日本人が増えているようである。彼ら非企業派遣者については、第3章でも詳しくふれる。このように現在では企業派遣者だけでなく、非企業派遣者も在住しているが、後者は前者なしにデュッセルドルフに集住することはない。したがってデュッセルドルフで日本人社会が形成された契機は海外派遣者であり、その家族であるといえる。また現在も日本人社会の中核は海外派遣者によって担われている。このことは、表5にみられるように日本クラブの幹部はほぼ全員が日本の有名な多国籍企業の社員によって担われていることによっても示されている。よって、この論文は、デュッセルドルフの日本人社会を主に企業派遣者が作り上げた社会として取り扱うとともに、主に企業派遣者に焦点を当てる。

表5 日本人クラブの幹部

| 役職  | 所属企業       | 役職   | 所属企業        |
|-----|------------|------|-------------|
| 会長  | 三井物産       | 総務部長 | トプコン        |
| 副会長 | 三菱商事       | 経理部長 | 三井化学ヨーロッパ   |
|     | 住友商事       | 管理部長 | みずほコーポレート銀行 |
|     | 東芝エレクトロニクス | 運動部長 | 日立金属        |
|     | 三井化学ヨーロッパ  | 文化部長 | ヨネックス       |
| 監事  | UFJ 銀行     | 娯楽部長 | NTT ヨーロッパ   |
|     | 日本興亜損保保険   | 図書部長 | 東京海上火災保険    |
|     | 三井住友銀行     | 広報部長 | 日立ハイテクノロジーズ |

出所:デュッセルドルフ日本クラブ『運営委員会』  
<http://www.japanclub.jis.de/member.html> (2005/1/20 データ取得)から作成

第2章 デュッセルドルフの中の日本

この章では、デュッセルドルフにおいてどのような日本人社会が形成されているかを具体的な団体、施設、経済主体を取り上げることで把握してみたい。日本人社会という言葉だけでは、概念として漠然としているため、まず最初に日本人社会を構成する要素を明確にする必要がある。冒頭で述べたように、この論文は企業派遣者の生活に注目している。故に、この章で対象とするのは、デュッセルドルフに存在する日本人関連の団体、施設、経済主体のうち、当地の日本人の生活に対し社会的かつ直接的に関与するもののみに限られる。したがって、家族などのような私的な人間関係や、欧州規模での活動のために進出してきた企業、JETROのように日本企業をサポートする目的の団体・組織・会社も含まない。ただし、日本から進出してきた企業のうち、当地の日本人の生活に直結するサービスを行うものは含まれる。

スを行うものは含まれる。

## 第1節 営利目的

### (1) 全体的概観

まず営利活動を展開しているものを概観する。デュッセルドルフには、日本人を対象にしたビジネスが多く展開されている。表6に見られるように、日本料理店21店、日本食料品店12店を始めとして、様々な分野に及んでいる。また、図3に示されるように、それらのうちの多くがインマーマン通りに店を構えている。日本食レストラン21のうち12店、日本食品店12のうち7店、理髪店9のうち4店がこの通りにある。日本企業の支社、事務所も集中しており、日本語の看板が立ち並ぶインマーマン通りは最も強く日本人の存在を感じさせる通りである。

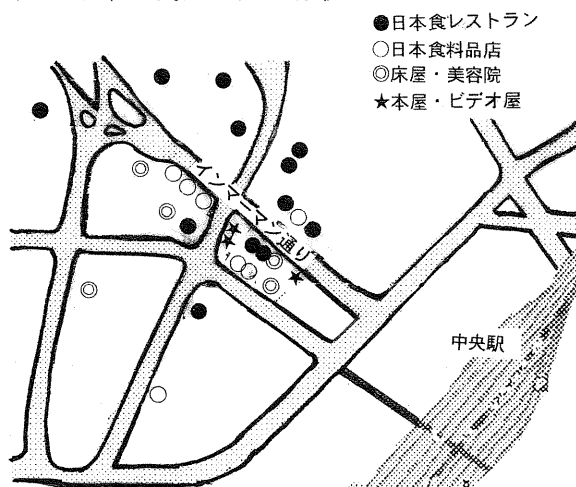
表6 日本人対象ビジネス( )内は度数

|               |             |
|---------------|-------------|
| 日本食レストラン (21) | ピアノ調律師 (1)  |
| 日本食料品店 (12)   | 開業医 (27)    |
| 美容院 (9)       | 語学学校 (12)   |
| 本屋 (2)        | 塾 (6)       |
| レンタルビデオ (2)   | ホテル (1)     |
| 本屋 (2)        | 百貨店 (1)     |
| 雑貨屋 (4)       | 引越しサービス (3) |
| カラオケ (3)      | 旅行代理店 (4)   |
| 便利屋 (1)       | パン屋 (4)     |

出所:デュッセルネット

[http://www.duesselnet.com/index\\_1024.html](http://www.duesselnet.com/index_1024.html) (2005/7/20 データ取得)から作成

図3 日本人対象ビジネスの分布



出所『デュッセルネット』<http://www.duesselnet.com>

(2005/10/7 データ取得)

これらの日本人対象のビジネスは、主に日系企業が営業している。一般的に言って、日本独自の文化、言語、習慣から生じる独特の需要を満たすのが日本人対象のビジネスであり、それら背景が非日本人にと

って参入障壁として存在している。しかし、食料品店や開業医などの場合、非日系企業によっても経営されており、従業員として日本人もしくは、日本語の堪能な非日本人が含まれているというケースもある。

表7 日本人対象ビジネスへの進出企業

|         |                        |
|---------|------------------------|
| 塾       | アクシス、ena、京進、公文教育研究会(3) |
| ホテル     | 日本航空開発                 |
| 百貨店     | 三越                     |
| 引越しサービス | Nippon Express、欧州ヤマト運輸 |
| 旅行代理店   | HIS、JALPAK、日本国際旅行      |
| レストラン   | キッコーマン、麒麟ビール           |
| 本屋      | 日本出版販売                 |
| 不動産     | 積水ハウス、清水建設、ミサワホーム      |

出所:『海外進出企業総覧 2004』東洋経済新報社 2004 から作成

デュッセルドルフには、食料品店が二つ存在しているが、両方とも韓国人によって経営されている。しかし、従業員は、日本人も多く含まれている。商品としては、日韓の食材を中心としてアジアの食材も含まれる。客層は、在デュッセルドルフの日本人および韓国人の他、ドイツ人の姿も見られる。この日本食料品店の例は、日本人の雇用、日本語の学習、仕入れの確立などによって非日系企業の参入も可能であることを示している。また、全く逆に日本人が参入障壁を越えて専門性の高い分野に進出し、日本人に対して専門分野のサービスを行うケースもある。その例としては、六名の日本人医師を挙げることができる。

日系企業を分類すると、ドイツの現地日本人が起業した現地企業と、日本から進出している進出企業に分けることができる。表7の企業が、日本から現地の日本人市場に進出している。進出企業は、ホテルや百貨店など大規模なものや、引越しサービスや塾など日本とのネットワークが必要である分野の他、レストランと本屋において現地企業と競争関係にある場合もある。ロサンゼルスにおいては、日系人が経営していた現地企業と、日本の多国籍企業の海外進出後に進出してきた日本人対象ビジネスの企業が競争する形になった。その結果、日系人の経営する企業と日本から進出してきた企業とが競争し、日系人経営の現地企業が淘汰された<sup>1)</sup>。また、日本国内で放映されたテレビ番組のビデオなどをレンタルするレンタルビデオ店の場合、国内のレンタルビデオチェーンとは商品が異なるため、それらのチェーンが進出することはないかもしれない。しかし、インターネットとテレビの融合が進めば、今後淘汰されていく可能性はあるだろう。

文化的背景による参入障壁の低い分野がある一方で、参入障壁の高いビジネスが日本食レストランである。レストランの場合には料理というプロセスがあるため、日本人の味の好みを理解している必要がある。そのためデュッセルドルフの日本レストランは全て日系企業によって経営されている。これは、ドイツの他都市と比較して、特徴的な点と言える。日本食レストランはドイツに多く存在しているが、非日本人が経営・調理をしているケースも多い。私が試食した感想としては、一般的にそれらの日本食レストランの味は、日本人には合わない<sup>12</sup>。それらのレストランは客層としてドイツ人を想定しているものと思われる。デュッセルドルフの日本食レストランは主に日本人を顧客として想定しているため、日本において食べる味と全く変わらないものを食べることが出来る。また、もう一点特筆すべき点は、そのようなレストランが多くあるためもうデュッセルドルフのドイツ人の中には、日本食に深く通じており、日本人と同様の味を好んで食べる人々も存在している点である<sup>13</sup>。

デュッセルドルフには 21 の日本食レストランが存在しているが、それらは激しく独占的競争を行っている。それぞれのレストランが特徴を打ち出している様子が見られる<sup>14</sup>。それぞれに戦略を練っての経営を行っているが、競争に敗れるレストランもあり、市場からの撤退も頻繁のようである。第 2 節で、詳しく触れるが、日本クラブの一階にも、日本食の食堂がある。そこでは低価格で日本食を提供しているが、レストランの競争が過熱する中で、10 数年前に比べて客は大幅に減っているという<sup>15</sup>。その一方で成功を収めたレストランは、他のレストランを買収したり、空港に支店を出すケースなども見られる<sup>16</sup>。

第 2 節 非営利目的

デュッセルドルフにおける日本人は、1955 年の三菱商事の拠点設立以来、様々な施設・団体を設立し、日本人社会を展開していった。表 8 から分かるように、非営利の団体・施設の設立は 1964 年の日本人クラブの設立に始まり、1988 年の日本文化センターの設立までで一段落し、その後ハード面での追加はない。

むしろ 1988 年以降は、日本人向けの設備が充実するというよりも、日本人と現地のドイツ人との交流を促進する目的での行事の開催や奨学金の設立が進んでいる。日本人が遠隔地で生活をする場所として十分な生活インフラは 1988 年までに整い、1989 の東西ドイツ統一景氣を迎えたと歴史を読むことができる。以下でそのうちのいくつかを挙げる。

一般的に広い分野で最も重要な役割を担っているのが日本人クラブである。当クラブの会則によると「本会は日独市民の文化及び習慣の相互理解と友好の

促進、個人及び法人会員の生活・活動の本拠である地域社会への貢献並びに会員間の親睦と互助を目的とする<sup>17</sup>」としている。発足以降、各種行事の開催、趣味娯楽のクラブ運営、生活情報の提供、情報誌の作成、会議室、レストラン、図書室を含む施設の運営などを日常業務としている。日本人のための活動だけでなく、ドイツ人と日本人との交流を進める活動として、日本庭園の寄贈、デュッセルドルフ城塞塔修復費寄付、デュッセルドルフー日本奨学基金設立、日本週間、日本年への参加・協力・協賛をあげることもできる。日本人社会の内部でも外部に対しても中心的役割を担っている団体である。

表 8 デュッセルドルフにおける日本人の戦後史

|      |                      |
|------|----------------------|
| 1952 | 日本企業が拠点探しに訪れる        |
| 55   | 三菱商事 初の商業登記          |
| 64   | 日本人クラブ設立<br>日独協会設立   |
| 65   | 日本領事館                |
| 66   | 商工会議所                |
| 67   | 日本総領事館<br>インターナショナル  |
| 68   | スクール                 |
| 71   | 日本人学校                |
| 75   | 日本庭園                 |
| 78   | 日独センター               |
| 83   | 日本人幼稚園<br>日本週間       |
| 88   | 日本文化センター<br>日本語補習校設立 |
| 93   | 日本週間                 |
| 2000 | 日本年                  |

出所:『デュッセルドルフ日本人クラブ』  
<http://www.japanclub.js.de/>『デュッセルドルフ日本人学校』  
<http://www.jsd.de/>(2005/10/7 データ取得) から作成

さらに、日本人社会にとってもう 1 つ重要な位置を占めるのが日本人学校である。1968 年にはインターナショナルスクールが設立されていたが、1971 年に日本人のための学校として設立された。また、1988 年には現地校およびインターナショナルスクールに通う生徒のための日本語補習校が設立された。日本人幼稚園も 4 つある。71 年以降、デュッセルドルフ内の日本人の中に占める子供の割合が急激に増加した。詳しくは 4 章で触れるが、日本人学校の設立は子供の増加をはじめ、現地の日本人社会にとって非常に大きな影響を与えた。

もう一点、興味深いのは、そういった非営利的な施

設が宗教の範囲にまで及んでいる点である。デュッセルドルフには、Eko-haus という東本願寺系のお寺と、キリスト教の日本語教会が存在している。Eko-haus は宗教だけではなく、文化や学術にまで活動を広げており、日独の文化交流に貢献している。特に質の高い日本庭園と仏閣建築があるため、日本に関心のある見学者がドイツ以外の国からも訪れるとのことである<sup>18</sup>。

デュッセルドルフには、大きな Messe 会場があり、Messe 開催期間中は広い範囲から訪問者が来る。その際にレストランや寺など日本関連のものも訪れるケースがある模様である。第4章にて詳しく述べるが、営利・非営利の日本関連物が日本を紹介するという役割を果たしているということが言えそうである。当初は、企業派遣者の生活を支えるための日本関連のインフラであったが、日本社会内部に留まらず、ドイツやヨーロッパという外部環境への発信力をつけつつあると言えるのではないだろうか。

### 第3章 日本企業の海外派遣者

第1章と第2章では、デュッセルドルフという街に注目して、その中で日本人がどのような企業や関連施設を作り上げてきたのかということを考察してきた。第3章では視点を变えて、その社会の構成要素である企業派遣者に視点を移す。その特徴を明らかにするために、三つの主体と比較を行う。すなわち、19世紀末から20世紀初頭にかけて日本からアメリカへの移民した日系人、在デュッセルドルフの外国人滞在者、さらに非企業派遣者の日本人である。

#### 第1節 南北アメリカ日系人との比較

南北アメリカ大陸に存在する、大きな日本社会をもつ都市、例えばロスアンゼルスや、シアトルなどといったような都市には、以前から日系人が存在していた。彼らは1890年から1907年にかけて、主にハワイ経由でアメリカに移住した。やや意外なことであるが、彼らの多くは地方の家庭の家長や長男だった。これは彼らの移住の計画が当初、永住ではなく、一時的な出稼ぎをして帰国するというものであったからである。しかし、彼らが思い描いたようには稼ぐことはできなかった。その理由は、いくつかあげることができる。一つは、移民のタイミングが他国からの移民に比べ遅かったため、移民社会の中でも最下層部からスタートしなければならなかったことにある。良い仕事を与えられず、低賃金の単純労働が主な仕事であった。次に、出稼ぎという意識から、短期的な利益を追求しがちであった点である。移民の初期においてはギャンブルで一儲けして帰

るという発想など短絡的な行動に走りがちであった。最後にホスト社会からの排斥を受けた点である。過剰なほどの勤勉さ、文化的違い、ホスト社会に適応しようしない態度などから日本人は排斥を受け、経済活動は同胞内部に留まっていた。その後、彼らの多くは短期での出稼ぎという当初の方針を改める。永住を選択し、ホスト社会への適応と社会的ポジションの確立によって、状況の改善を図ろうとしたのである<sup>19</sup>。

彼らは長期的視点にたつ移住に方針を改め、長期的に職業上の地位を上げていく。自営業を立ち上げる者、未熟練農業労働者から現金借地者に転じる者といった具合である。自営業には食堂、食料品店、理髪店、洗濯屋、宿屋などがあつた。これらの自営業は、日系人の勤勉さ、排斥下で自営業をせざるを得なかった状況、経済システムが未整備で起業の余地が残されていたこと、などの要因が絡み合って成功することができた。また、これらの自営業は同胞を対象としたビジネスもあつた。排斥というホスト社会からの敵対的感情に対して、同胞の連帯性で対抗し、日本コミュニティの中で発展を実現し、成功を収めていった。

排斥という厳しい外的環境の中、同胞の連帯が重要な役割を担い、そのための団体も組織された。邦字新聞、キリスト教会・仏教会・県人会・全米日系市民協会といった具合である。これらの団体は、文化や癒しのためだけに存在しているものではなく、政治的・経済的な面での活動が重要な存在意義となっていた。さらに、いつかは帰国したいという意識の残る一世はホスト社会への適応と同様に、日本人としてのアイデンティティの維持も重要な課題であり、日本人学校も立ち上げられた<sup>20</sup>。

以上のような19世紀末から20世紀初頭にかけての日本人移民と本論文が対象としている企業からの海外派遣者との根本的な違いは、移動が個人レベルで行われているか、企業によって行われているかということにある。両者の間にはその点から派生する違いが生じている。企業派遣者の特徴として、次の点を指摘することができる。

まず第一に、移動について移動者本人に自主性がない点である。移動の目的・場所・時期・期間、全てにおいて所属する企業の判断に負っており、移動についての自主性をもっていない。派遣者の選考は本人の希望、家族構成などの派遣者本人の都合よりも、職務、職位、年齢といった企業側の都合によって行われる<sup>21</sup>。だが、自主性を持たない代わりに、自ら会社を辞め現地に留まるという選択をしない限り、帰国ができなくなるというリスクを負うことはない。彼らの外国での滞在は平均3.5年という短期であり、企業に所属する限りにおいてかれらは確実に帰国、もしくは第三国へと

移動を行う<sup>22</sup>。

第二に、社会的な地位が保障されている点である。日系人の場合、排斥される立場にあり、そこから社会的地位を築き上げなければならなかった。しかし企業派遣者の場合、所属する会社や政府機関や日本クラブのような大きな組織・団体の中で、社会的地位は保証されている。ホスト社会からみても、企業派遣者は進出企業によって雇用が保証されており、現地人の雇用を脅かすことはない。むしろ日本企業の現地での活動は雇用創出効果をもつ。日系移民のハードワークはむしろホスト社会の成員への雇用確保の脅威となり、それが排斥の1つの理由となっていた。企業派遣者の場合にはそのような理由での排斥はありえない。もっとも、中国における反日感情の高まりが日本人排斥にエスカレートするなど、国際情勢の中で未来永劫保障されているというわけではない。

第三に、経済的な地位が保証されている点である。派遣者の給与は、当然会社により差異はあるが、恵まれている。派遣先の生活環境に応じて海外勤務手当てに差があり、物価に応じて給与額が変化し、生活水準を保証する給与体系などもある<sup>23</sup>。そのため、先進国への海外派遣者の場合、国内勤務と海外勤務に際して生活水準が極端に変化するという状況は少なくなっているといわれる。

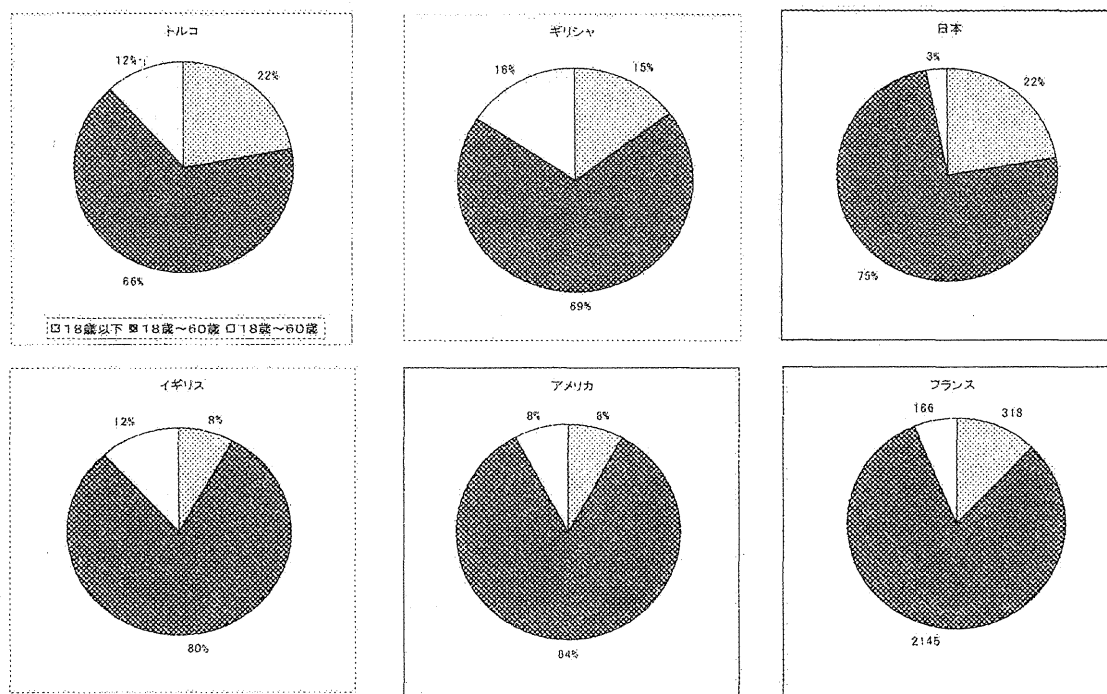
## 第2節 日本人以外の外国人との比較

ドイツに在住している外国人は当然日本人だけではない。その他の国々の出身の外国人と比較して、ドイツに在住している日本人はどのような特徴を持っているのだろうか。この点は、当地における日本人社会の特徴を語る上で非常に重要な点である。海外派遣は、一個の生活体の移動、しかも家族を含む移動であるという<sup>24</sup>。この点について、Guenter Glebeは、家族を伴う移動を日本人の企業派遣者にとりわけ多く見られる特徴であると指摘している<sup>25</sup>。

労働者（多くの場合、父親）のみが移動する単身赴任は、日本でも、国内・国外移動にかかわらず多く耳にするケースである。しかし、少なくともデュッセルドルフに転勤になった日本人のケースでは、家族を伴ったの移動が、他国のからの外国人に対して多いとのことである。それは裏返して言えば、日本以外からの外国人は独身もしくは単身赴任で移動を行って行うということを含意し、大きな違いである。そこで、家族を伴う移動が日本人に多いという点について、デュッセルドルフの外国人統計によって確認を行ってみた。

図4は、主要な外国人の年齢構成を示している。このグラフから明らかなように、日本人は明らかに18歳以下人口比率が多い。また、60歳以上の人口も極端に少ない。他国が、18歳以下と60歳以上の人口が拮抗しているのに対して、明らかな違いを見せている。このことから、厳密には核家族での移動を日本人の移動の傾向として指摘することができる。

図4 出身国別外国人の年齢構成



出所：『Landes Hauptstadt Duesseldorf』 <http://www.duesseldorf.de/de/>（2005/10/7データ取得）から作成

このような年齢構成になる理由は、大部分の日本人が企業派遣者だからである。企業が外国への派遣をする社員の年齢は、18歳以下の子供を持つ年齢と重なる。また、平均3.5年で帰国する日本人は、現地で長年過ごし、歳をとって60歳を超えるということもない。

だが、この傾向が日本人において特に現れるのは何故なのだろうか。途上国からの移民は別としても、同じ企業派遣者を含む先進国からの外国人の場合、日本と同じ傾向を示しても良いはずである。だが、この点については、ヨーロッパ内での移動の場合、日本における国内移動と同じと考えることができる事情があることに注意を向ける必要がある。第1章で述べたように、デュッセルドルフからはEUの主要都市に3時間以内の距離にある。これは毎週末、単身赴任者が家に帰ることができる距離であり、家族全員の拠点は移さないという選択を行うのではないだろうか。

また、移動先によっては、日本人の企業派遣者も、家族での移動ではなく、単身赴任を行うケースもある。それはアジア、アフリカ、中近東地域である<sup>26</sup>。これらが移動先の場合は、日本と地理的に近いために帰国が容易に出来ることや、移動先での生活環境、移動のコストなどが理由となって単身赴任が行われる。

家族全員で移動を行うコストとリスクや、3,4年程度の任期、さらには距離的な近さを考えた場合、単身赴任を行うことが簡単であるという認識が、日本人にもある。それに対して、日本企業の海外派遣者は赴任先が欧米先進国である場合、週末だけ帰国することは不可能であるが、生活環境は十分に整っている。むしろ欧米先進国で生活することに積極的な価値を見出している可能性もある。このため家族全員での移動を選択するのだろう。

### 第3節 非企業派遣者との比較

既に述べたように、デュッセルドルフには、企業派遣者ではない日本人も存在している。現地に滞在している日本人は大きく分けて、永住組と短期滞在組に分かれる。永住組には、自営業を行っている者、長年の駐在生活を経て定住を決めた者、ドイツ人の配偶者などが含まれる。短期滞在組には企業派遣者のほか、WHでの滞在者、レストランなどの契約社員などが含まれる。

永住組と短期滞在組の第一の違いは、現地化の度合いである。概して現地化の進んでいる永住組は、ドイツ文化の理解度が高く、ドイツ語の能力も高い。ドイツ社会で生きるためにドイツ人気質を自分の中に取り込んでいるようにも見られる<sup>27</sup>。それに対して平均3.5年で日本に帰国する派遣者は現地化することはない。むしろ現地化が日本に帰ってからの私生活と職業生

活に影響することへの恐れなどから、現地化を意識的に避ける傾向も指摘されている<sup>28</sup>。

短期滞在組の中でも、企業派遣者とWH滞在者・レストラン契約社員とでは大きく異なっている。それは、日本国内における正規社員と非正規社員の違いともつながるものである。すなわち、給料水準、福利厚生、雇用の安定において前者と後者は大きく異なる。前者の給料は、少なくとも日本における給料よりも低いということはありえないが、後者の場合、日本で就職するよりも低い賃金で働くことになる。レストラン契約社員のTさんの場合、大学卒業後、二年半の契約で働き始めた。賃金は月1500ユーロで、手取りは1000ユーロとのことである。税金の高いドイツにおいては、手取り金額は非常に目減りしてしまう。契約社員であるので、長期的雇用を望むことも出来ない。もう一点、待遇面での違いが明らかになるのは、健康保険である。ドイツの健康保険は、公共健康保険と私的健康保険に分かれている。公共健康保険は、一般的な医療を無料で受けることの出来る保険である。私的保険は、さらに付加的な医療サービスを無料で受けることの出来るものである。無料で受けることのできるサービスは、例えば病院での待ち時間なしのサービス、院長・教授による執刀、入院の際の個室の提供などをあげることができる。ほとんどの企業派遣者がこの私的保険に加入しているようである<sup>29</sup>。それに対して、契約社員は公共保険のみ、ワーキングホリデー滞在者は公共保険にも入ることが出来ない。私的保険に加入するほどの生活の余裕はとてもないというのが実情のようである。以上のような待遇面での違いは大きく、「ドイツの日本人社会の貧富の格差は大きい」とのことである<sup>30</sup>。お金を多く持たない日本人にとって、日本関連の食材などを高値で売っているインマーマン通りは「目の毒」という声や、貧富の格差から生じる非道徳的現象も起きているとの噂も耳にした<sup>31</sup>。

また、もう1つデュッセルドルフの企業派遣者と比較が可能な日本人の属性は、デュッセルドルフ以外の都市の日本人である。同じくNRW州のケルンにも日本人が多く住んでいる。彼らの中には、デュッセルドルフの日本人社会について必ずしも好印象を抱かない人々も多いようである。ケルンとデュッセルドルフの日本人社会の違いは、その結びつきの強さにあるようである。会社という縦のつながりと大規模な日本人クラブを横のつながりに持つデュッセルドルフの日本人社会に対し、企業や日本人などによる結びつきのゆるいケルンの日本人の目には、デュッセルドルフの日本人社会は奇異に映るようである<sup>32</sup>。

第1節から第3節までの比較によって、デュッセルドルフの企業派遣者の特徴を以下のようにまとめること

が出来たろう。①移動に自主性はないが、平均 3.5 年で帰国するため、現地化をせず、強固に結ばれた日本社会の中で生活を行う、②社会・経済的に恵まれた待遇を享受している、③学童期の子供をふくむ家族での移動を行う傾向。以上三点である。

## 第 4 章 日本の企業派遣者の作った デュッセルドルフ

前章では、デュッセルドルフの企業派遣者の特徴として①移動に自主性はないが、平均 3.5 年で帰国するため、現地化をせず、強固な日本社会を形成しその中で生活を行う、②社会・経済的に恵まれた待遇を享受している、③学童期の子供をふくむ家族での移動を行う傾向。それでは、これらの特徴が、現実の日本人社会の形成にどのような作用をもたらしたかを以下に記したい。

### 第 1 節 家族向けインフラの発展

2 章で見たように、デュッセルドルフには日本向けの団体や施設が充実している。なかでも企業派遣者本人ではなく、「家族向け」という視点から解釈すると別の見方ができる。たとえば、数多くの日本人向けの美容院の背景には女性の存在がある。あるいは、レストランだけではなく、家庭での炊事の食材を提供する日本食料品店の展開も、家族での移動を前提としているだろう。

家族向けのインフラの中でもとりわけ、教育関連は充実している。日本人幼稚園、日本人学校、日本語補習校などといった、公的な学校だけでなく、公文をはじめとする塾も進出している。海外赴任者の最も大きな悩みの種の一つが子供の教育であり、それを解決するサービスが充実している。

また、現代の企業派遣者が滞在先で求めている教育は、かつて日系人が二世に対して行った教育とは全く異なる。日系人が行った教育は、ホスト社会での永住と適応という文脈の中で、道徳や礼儀などの日本人の考え方・生き方あるいは、日本語といった日本人としてのアイデンティティを下の世代に伝えていくことが目的だった<sup>33</sup>。それに対して、企業派遣者が求める教育は帰国を前提として、帰国後の国内教育へのスムーズに順応あるいは高校・大学入試に備えるということが目的となっている<sup>34</sup>。

海外という環境の中にありながら、大学受験という日本国内の教育システムへの対応を目的とするため、教育関連のインフラとして日本人学校に留まらず、民間の塾への需要が生まれることとなる。日本人学校の生

徒アンケートによると、小学生の 48%、中学生の 78% が塾に通っているとのことである<sup>35</sup>。ところで、子供に教育を行うというだけの機能ならば、塾は個人経営の可能なビジネスである。ところがデュッセルドルフにおける塾は、独立系の資本ではなく、日本からの進出系の資本によって担われている。これは、単なる教育ではなく、目的が受験におかれているため、日本の受験情報の入手が重要なポイントとなりネットワークが必要とされる業種だからではないだろうか。この点は同じ教育関連でも、独立系で経営されている語学学校とは対照的な違いと言えるだろう。

それらの結果、デュッセルドルフに限らず、一般的に、帰国子女の受験における結果は優れたものになっているという<sup>36</sup>。デュッセルドルフのケースにおいても、卒業生は、日本国内の有名校や、海外に進出している私立有名校への進学を果たしている<sup>37</sup>。企業派遣者において教育が非常に熱心に行われるのは、海外という特殊な環境に子供をおいているという危機感と同時に、企業派遣者たち自身が高い教育を受け社会的・経済的に安定的で恵まれた位置にいるという点が大きな理由だろう。

また、日本人学校の生徒数には日本企業の海外展開状況が如実に表れる。1990 年代初頭にドイツ進出ブームがおき、1992 年に企業数が最大となる。そのドイツ進出ブームの裏には「ベルリンの壁」の崩壊がある。この企業数の変化と全く同様の変化傾向が児童生徒数に見られる<sup>38</sup>。企業の海外進出の方針と、ひいては「ベルリンの壁崩壊」といった世界規模での社会変動が、企業派遣者とその家族の移動と生活に大きく影響している。

以上のように家庭向けのインフラが充実しているが、デュッセルドルフについての日本企業の評価のうち最も高いものは、教育関連を代表とした家族向けのインフラであり、そのほかの産業上の立地条件の全てを上回っていることが特徴的である。このような評価はフランス・イギリス・オランダの企業には見られない<sup>39</sup>。家族向けインフラの充実・核家族での移動・日本企業の進出の 3 つがシナジー効果を発揮する中で、大きな日本人社会が形成されたと考えられる。

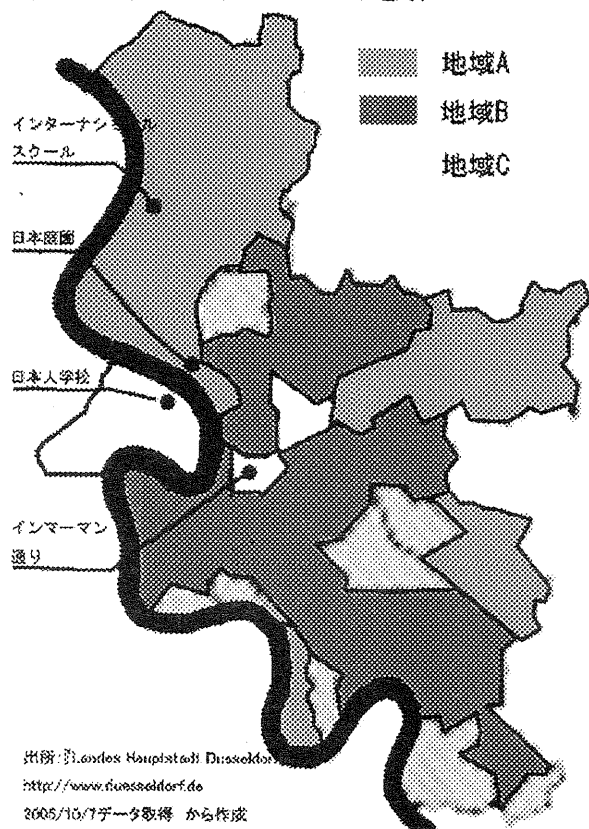
### 第 2 節 日本人の居住分布

デュッセルドルフは 50 の地区に分けられている。外国人の出身国という視点からそれらの地区を分類すると、図 5 のように大きく 3 つに分けることができる。すなわち地域 A: 日本を含めた先進国からの移民が住む地域、地域 B: 途上国からの移民が住む地域、地域 C: 日本人が特に多く住む地域である。デュッセルドルフにおいて特有なのは、地域 C の存在である。日本も先

進国であるので、地域 A には日本人も住んでいる。だが、それとは別に日本人だけが他の先進国からの移民とは分かれて集住している地域が存在しているのである。

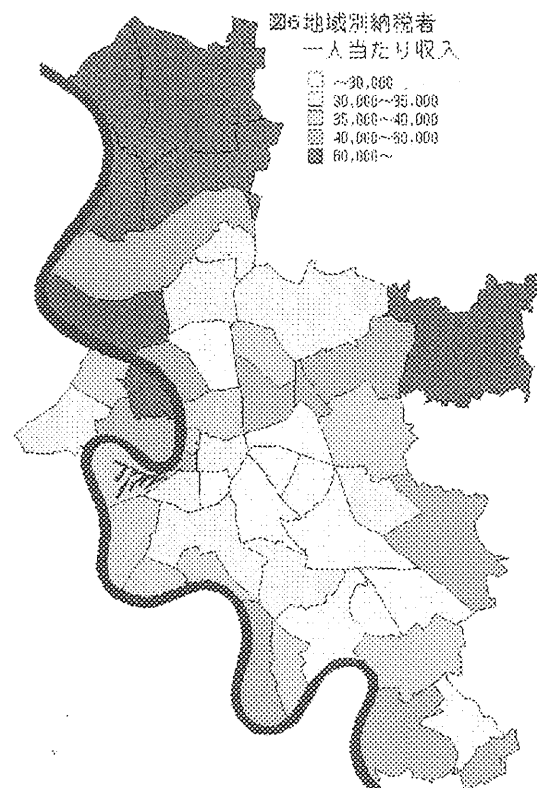
A と B とは外国人の出身国で分かれるだけではなく、図6のように住民の所得によって分けることもできる。先進国からの移民が住む地域とはすなわち、高所得層の住む地域である。さらに、表9のように地域別の外国人比率、人口密度、所得失業においてもはっきりとした違いが見られる。これは高ステータス移民と低ステータス移民との所得格差が顕著に現れている点である。また、高ステータス移民の絶対数は少なく、全住民における割合は低く、存在感は大きくはない。それに対して、ドイツ全体の傾向と同様に、低ステータス移民は莫大な数が流入しているため、全住民に対する割合は高く、存在感がある。

図5 デュッセルドルフの3つの地域



このように高ステータス移民と低ステータス移民の特徴が、はっきりと見られる A と B の両地域に対して、C の地域には独特の傾向が見られる。C の平均所得は、A と B の平均所得の中間に位置している。失業率も中間に位置している。また、高ステータス移民と低ステータス移民との住み分けという意味でも、他の地域の傾向とは異なっている。すなわち、C の地域においては、

日本人の次に多く住んでいる外国人は、トルコ、ギリシャなどの低ステータス移民なのである。日本人の多くが高ステータス移民であるにもかかわらず、その他の高ステータス移民の行動とは違うのである。また、この地域 C の存在は、1979 年以來変化がなく、デュッセルドルフにおいて長期的に固定された構造となっている<sup>40</sup>。



出所: Statistik und Zahlen Hauptstadt Düsseldorf  
http://www.duesseldorf.de/statistik/haeufigkeit/index.shtml

表9 外国人の出身国と地域の特徴

|      | 外国人率   | 人口密度   | 失業率   | 主な居住外国人    |
|------|--------|--------|-------|------------|
| 地域 A | 9.40%  | 1423.7 | 4.20% | 米・英・蘭・日・仏  |
| 地域 B | 19.90% | 6394.7 | 9.60% | トルコ・ギリシャ   |
| 地域 C | 18.50% | 4005.3 | 6.60% | 日・トルコ・ギリシャ |

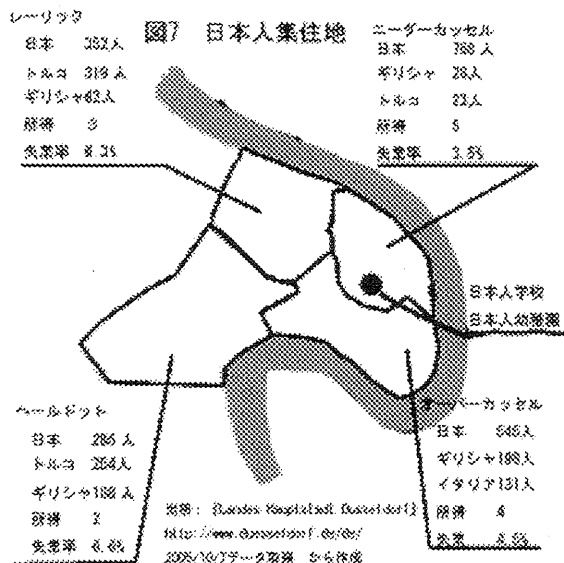
出所: Landes Hauptstadt Düsseldorf  
http://www.duesseldorf.de/de/

(2005/10/7 データ取得) から作成

地域 C には、5 つの地区が含まれる。都市の中心部に位置するシュタットミット地区と、都市の中心部と川を挟んで西側のニーダーカッセルを初めとした4つの地区である。この2つの地域に日本人が集住するのは、明白な理由がある。

シュタットミット地域には、日本大使館、日本人クラブ、日本企業、日系ホテル、各種日本人向けビジネスなど、日本関連の機能が集中するインマーマン通りがある。インマーマン通りこそが、ドイツにおける日本の中心街なのである。だが、インマーマン通りを除けば、基

本的には低ステータスの移民が多く住む地域であり、高所得層の住む地域ではない。この周辺に住む日本人は、レストランのウェイターなど日本人向けビジネスの従業員が多い。彼らは企業派遣者とは異なる所得階級に所属しており、平均所得の低い地区に居住することに大きな疑問はない。また、企業派遣者がこの地域に住む場合は、滞在としては短期の部類に入る長期出張者や、赴任直後の派遣者が引越しを前提として一時的に住む者が多い。日本関連の施設が集中しているため、派遣初期の段階での生活が容易であることが理由であろう。以上のように、シュタットミッテ地区は、インマーマン通りの存在によって日本人の集住が進んでいるのである。



もう1つの日本人の集住地は、図7に示めされる川西側の4つの地区である。この地域には日本人以外では途上国からの移民が住んでいることは、すでに指摘した。平均所得や失業率も良好な数字を出している地域ではない。だが、実は、この地域を細かく地域別に見ると状況が少し異なる。この4つの地区の中でも東側のニーダーカッセルおよびオーバーカッセルでは、日本人が外国人の中ではほぼ独占的な位置を占めている。この2つの地区は所得と失業率において非常に良好な数値となっている。それに対して、西側のレーリックとヘルドットにおいては途上国からの移民と日本人の数が拮抗している。この2地区については低所得・高失業率地区となっている。

ニーダーカッセルおよび、オーバーカッセルについては、住民の所得層から考えて日本人の企業派遣者が住む場所としてはごく自然である。しかし、より重要な集住の理由は日本人学校が存在である。第3章に

て指摘したように、日本人企業派遣者の特色は学齢期の子供を伴っての移動である。子供の学校を中心として集住が進むのは極めて自然な展開ということが出来るだろう。しかし、1972 に日本人学校が設立された時、なぜニーダーカッセルという立地を選んだのだろうか。ニーダーカッセルとオーバーカッセルの二つの地域についてより詳しく調べると、この二つの地域が日本人がデュッセルドルフに拠点を作り始めた頃、開発途中の地区だったことがわかる。デュッセルドルフの統計年報によると1963年からの十年間で1563軒の住宅が増加したが、次の十年間では737軒、次の十年間では339軒の増加に留まっている。60年代に開発が行われ、70、80年代には開発がひと段落ついたものと思われる。グローバル化という言葉が一般化するはるか以前に、保守的な社会を展開するドイツに外国人としてやってきた日本人にとって、開発途上地区は住居を構え易かったのだろう。加えて、高所得層の住む地域の中で最もインマーマン通りに近く位置していることを加味して、初期の日本人たちがニーダーカッセルを居住地を選んだものと思われる。

では、レーリックおよびヘルドトという低所得層の地域に日本人が住んでいるのは何故なのだろうか。それは、ニーダーカッセルおよびオーバーカッセルの住居の価格高騰および、駐在員の賃金の低下によって説明することが出来る。80 年以降、住居費の価格高騰が指摘されている<sup>41</sup>。また、一方で、日本企業はグローバル活動が一般化するに伴い、駐在員の賃金は低下している。同時にデュッセルドルフには様々な日系企業が進出しているため、企業によって賃金の格差があるものと思われる。ニーダーカッセル・オーバーカッセルの住居費が高騰する中、住居費にそれだけのお金を回す余裕はないが、日本人学校の周辺に住む必要のある企業派遣者がヘルドトやレーリックに住み始めたと考えられる。ライン川の川幅を考え合わせれば、東への展開は自然である。

以上は調査に基づいた私の推測であるが、この推測を裏付けるインタビューを得ることができた。メーカー派遣者の T 氏は、ニーダーカッセルの住居について家賃の高さと、家族連れには住宅が狭いことを指摘した。さらに、完全な売り手市場で、タイミングが良くないと空き物件もないということである。興味深い点は T 氏はレーリックでもなく、ヘルルトでもなく、デュッセルドルフの隣の市であるメーハプーフの中のデュッセルドルフに一番近い地区であるビューテリヒに住んでいる。さらに、その地区には T 氏だけではなく、多数の日本人が住んでいるとのことである。その地域は、インマーマン通りから遠く、日本食料品などの買い物をするためには、不便であると思われる。しかし、T 氏の家庭で

はインマーマン通りで買い物をするのはほとんどないということだった。最近では近所のスーパーで購入できる食材で十分に日本食を作ることが可能なのだという。また、北海鮮魚という鮮魚の宅配サービスがオランダからやってくるため、鮮魚の入手に困ることもないということである。また、友人関係においても特にデュッセルドルフの強固な日本人社会に巻き込まれることなく生活しているとのことである。この動きは経済的にも社会生活的にも、これまでのインマーマン通りや日本クラブを中心とした日本人社会のあり方に一石を投じるものではないだろうか。

私が3章で指摘した企業派遣者の三つの特徴のうち、学齢期の子供の存在は、居住地の選択に決定的な影響を及ぼしているが、強固な日本人社会を形成するという点と、経済的に恵まれているという点については、時代を経る中で変化しつつあるのかもしれない。

### 第3節 現地人からの視点

私は、1月18日から25日までの七日間、ケルンとデュッセルドルフでフィールドワークを行った。その中で現地人とは、30分から数時間にわたるインタビューを4名、5分ほどのインタビューは35名と行った。それらの中で知ることができた、現地の側から見た日本人についてふれたい。インタビューでは、デュッセルドルフに在住か否かによって、日本文化への接触経験や理解が高いかを調べる目的で行った。表10がインタビューの結果である。

表10 日本についてのインタビュー

|                             | デュッセルドルフ在住者<br>(18人) | 他都市在住者<br>(21人) |
|-----------------------------|----------------------|-----------------|
| なんらかの知識・印象を持つ               | 16人                  | 10人             |
| 日本人の知人、友人を持つ者               | 9人                   | 2人              |
| 特別な知識・関係を持つ者 <sup>[1]</sup> | 6人                   | 0人              |

[1]父親が日本企業の社員である、週一度以上のペースで日本食レストランに行く(三名)、Eko-hausでの文化講習を受講している、日本人の友人を20人以上持つ、日本料理を手作りする  
出所:2006年1月23日にデュッセルドルフ中央駅にて実施

このインタビューから、デュッセルドルフ居住者は、非居住者に比べて明らかに日本文化との接触が多いということが言えそうである。また、このインタビューの中での傾向としては、デュッセルドルフ居住者の中でも多く日本文化に接触しているのは、比較的富裕層と思われる人、外国人よりもドイツ人、外国人の中では先進国出身の外国人という傾向がみられた。特に、日本について特別な知識を持つ者は、高所得者層に多い

ように見受けられた。

何らかの印象を日本人に持っている人に共通している点は、日本人に対して基本的に好印象を抱いている点である。日本人の印象として挙げられるのは、友好的、仕事熱心、親切、もの静か、危害を加えない、などであった。地元経済への貢献度が大きい一方で、現地社会にマイナスの影響をもたらす要素が少ないのがその理由であると思われる。だが、日本人クラブなどが中心となつての団体的な交流活動の熱心さを認める一方で、個人的接触の困難性や、日本人の排他的な集団行動への指摘もあった。一般的には日本人は好印象で受け止められていると言えそうだが、より深く日本人と日本文化に触れたいと考える人々にとっては、やや物足りない面があるようである。

全般的には好印象だが、現地で日本人について悪く言う声もないわけではない。多くの企業派遣者が比較的裕福であるため、物価の吊り上げをしているという声があった。とりわけニーダーカッセル、オーバーカッセルの家賃を日本人が高騰させたことはデュッセルドルフ内では有名な話として受け入れられている。二つの地域の家賃についての統計を見つけることはできなかったが、二つの地域合計の住居数は1973年から2003年の30年間の間に、2104件上昇しているにもかかわらず、同合計の全住民数は一貫して減少傾向で同期間に3025人減少している。これは住居一人当たりの使用面積が増えていることを示している。このことから住宅の対象が高所得化しているとは言えるだろう。また、72年の日本人学校の設立以来、日本人が集住するようになり、全体が減少する中で日本人だけが一貫して増加傾向を続け、2003年現在で住民の18.5%までに至っていることを考え合わせると、日本人が両地域の家賃を吊り上げているということは事実である可能性が高い。だが、この点についても一部の現地人の不満に過ぎない。なぜならば、この二つの地区は家賃高騰以前から高級住宅街であり、富裕層のみしか居住を検討することのできない場所だからである。一部の高所得者の不満にとどまっているようである。

むしろ日本人が反感をかった例として重大なものは、1982年の地元行事、カーニバルの際においてであった。カーニバルでは女性が毎年一人女王様として祭りの主役を務めるが、1991年に日本人女性を女王様にするという動きがあった。しかし、「女王に黄色い卵を投げつける」という新聞記事や、地元重鎮の「なりたがっているドイツ人女性がたくさんいるのに外国人にやらせるのはいかなものか」などといった差別的な内容も含む抗議を受け、決定前日に白紙となった<sup>42</sup>。この件以降、日本人社会は公式的にはカーニバルとは距離を置くようになっている。しかし、この件を単純にドイツ

側のナショナリズムや差別主義と結びつけて語るのは短絡的である。カーニバルを楽しむための必須条件として現地人が指摘するのはデュッセルドルフの地元方言を理解できることであるという。方言での言葉遊びや社会風刺が祭りの最重要ポイントであるため、方言を理解しない限り祭りそのものを楽しむことはできないということである<sup>43</sup>。

日本人の側からは、ドイツ人の受け入れについて、差別的であるという指摘もあった。日々の生活の中で差別的扱いを受けたと感じるのであるが、その端的なエピソードとしてカーニバルの事件は日本人の間で語り継がれている模様である。

以上のように、インタビューでは、①現地人にとってドイツの他都市に比べ日本文化が身近で、接触経験や理解が深い、②同じ街に住んでいるにも関わらず、個人的な接触が難しい、③日本人の印象は良い。④日本人は現地化をせず独語も理解しないため隔たりがある。という点を現地人に確認することができた。これらの点は、3章で挙げた企業派遣者の特徴と深く繋がっていると言えるだろう。

## おわりに

最後に本論文の結論を述べる。第3章において、日本の企業派遣者の特徴として、①移動に自主性はないが、平均 3.5 年で帰国するため、現地化をせず、強固な日本社会を形成しその中で生活を行う、②経済・社会的に恵まれた待遇を享受している、③学齢期の子供をふくむ家族での移動を行う傾向が強い、の3点を指摘した。これらの特徴は、「日本人」で、かつ、「企業派遣者」である者とその家族の持つ固有の特徴である。彼らは「日本人一般」と「世界各国からの企業派遣者一般」のいずれよりも狭い定義で括られた社会集団である。その意味で、このような特殊な社会集団に所属している人々が、集まって作り上げ、それにその他の種類の日本人が加わってできあがったというのがデュッセルドルフの日本人社会であるといえる。今でも企業派遣者が日本人社会の中核であり、彼らの作り上げた社会には彼らの特殊性が現れている。例えば第3章で示したように、デュッセルドルフの日本人の年齢構成を見ると、極端に高齢者が少ない。日本国内の高齢化社会とはかけ離れたものである。

日本人企業派遣者は、現地のドイツ人とも日本国内の一般的な日本人とも異なる人々であり、異なる需要を持っている。その需要はやがて、生活や教育にかかわる商品やサービスを販売する供給を呼び、その供給が現地で生活環境を改善し、改善された生活環

境は、欧州進出を目指す日本企業にプル要因として作用する。そして新たに企業が進出すれば、企業派遣者が増え、さらに需要が累進的に大きくなる。プル要因は非企業派遣者にも作用し、彼らも巻き込んで巨大化する。このようにしてデュッセルドルフの日本人社会は発展してきたと考えられる。その需要の代表例が、教育に対する強い需要であった。日本国内において社会的地位が比較的高い人々が、平均 3.5 年で帰国する移動を、核家族で行うため、日本の教育システムに合わせた質の高い教育への需要が生まれるのである。そして、教育インフラが整備され、学校を中心とした集住が行われたといえる。

教育に象徴的に見られるように、デュッセルドルフに生まれた日本人社会は、やや特殊な人々が構成員となって、生み出したやや特殊な社会といえるだろう。ここでの特殊という言葉の意味は、ドイツという環境において「日本人」という特殊性のみを指しているのではなく、「企業派遣者」という企業人としての特殊性も含んでいる。

何度も挙げるように、この論文では、日本人企業派遣者の特徴として3点を挙げた。この論文を閉じるにあたって、もう1点に触れておきたいことがある。上述の3点は社会の構成員が共通して持つ特徴であるのに対して、もう1つの特徴は社会全体として持つ特徴である。それは、日本人企業派遣者の作り出した社会は、社会そのものは存続するが、その構成員は常に新陳代謝をしているということである。例えば、第4章で指摘した、ニーダーカッセルとオーバーカッセルでの集住は、日本人社会の歴史の初期から始まっていると思われるが、居住者は当時とはほぼ全員が違う個人になっていると考えられる。

日本人社会はすでに長年にわたってデュッセルドルフに存続しており、ドイツ社会も全般的には快く日本人社会を受け容れているという。しかし、その関係は企業派遣者個人と現地人個人が長年にわたって作り上げてきた信頼関係ではなく、個人の後ろに存在している、構成員を変化させつつバトンタッチを繰り返す日本人社会である。また、デュッセルドルフの日本人社会のさらに後ろには、ドイツ経済に貢献する日本企業という企業社会、あるいは先進として国際社会に貢献する日本国という存在があるだろう。個人レベルで、かつ永続的な交流、外交に貢献しているのはむしろ企業派遣者よりも永住組であろう。このことから、私は企業派遣者について、逆説的な結論を持つにいたった。すなわち、彼らは個人として真にグローバルな活動を行っているとは言えないということである。そのことは、個人として自由に国境を越えて活動を行う主体ではないということと、現地の人間と長年にわたる深い関係性

ことができる。国境を越えて自由に活動を行うのは多国籍企業であり、現地人・社会と継続的な関係を築くのは構成員が新陳代謝する日本人社会である。企業派遣者は多国籍企業や日本人社会の一員として存在しているにすぎない。裏を返せば、グローバルな主体ではないからこそ、遠隔地であっても擬似的な日本を求め、日本人社会が発展したと考えることもできる。その意味でデュッセルドルフにおける日本人社会の発展は日本人の企業派遣者の非グローバル性を示しているのかもしれない。

注

- 1) サスキア・サッセン『労働と資本の国際移動』岩波書店、1992年、p37。
- 2) 日本労働研究機構『日本企業の海外派遣者 職業と生活の実態』日本労働研究機構、2001年、p32。
- 3) 岩内亮一[ほか]『海外日系企業と人的資源』同文館出版、1992年、p134。
- 4) 東洋経済新報社『海外進出企業総覧 2004』東洋経済新報社、2004年、p14。
- 5) 同上書、p1656。
- 6) ①欧州各都市への交通アクセス②販売・調達市場③直接投資受入額でドイツ一位④高品質/高コストの立地拠点⑤質の高い労働力⑥専門分野ネットワーク⑦研究開発ネットワーク⑧最先端イノベーション⑨国際競争力のある土地と不動産⑩生活の質の高さ。
- 7) ジョン・フリードマン「世界都市仮説」『世界都市の論理』鹿島出版会、1997年、p193。
- 8) ジョン・フリードマン、同上書、p26。
- 9) “Duesseldorfer geographische Schriften”、p98
- 10) 『在外邦人数等調査報告』  
<http://www.mofa.go.jp/mofaj/toko/tokei/hojin/05/2004/10/13> データ取得。
- 11) 町村敬志『越境者たちのロスアンジェルス』平凡社、1999年、p223。
- 12) デュッセルドルフ内のレストラン5件および、他都市のレストラン3件を試食。その外多数のレストランのメニュー、店員などを参照。
- 13) デュッセルドルフ駅におけるインタビューによる。
- 14) 以下、日本食レストランの事例。①高級路線のレストランNは昼食ランチが17ユーロ。ドイツ人を意識しており、モダンな内装と郊外の立地。②低価格路線のラーメン店Eはラーメン一杯6ユーロ。非企業派遣者をターゲットにしているものと思われる。③ドイツ人もターゲットにするラーメン屋Nは濃い味付けをし、モダンな店舗で欧米の音楽を流す。ラーメン一杯8ユーロ。④日航ホテル内のレストランBはウエイトレスは和服で接客を行い、日本色を押し出す。昼定食11ユーロ。⑤純和風レストランYは日本人を対象に経営を行うが、特に常連客を大切にしている経営戦略をとっており、常連客には特別な便宜をはかるといふ。(以上、自信による試食とウエイトレスとのインタビューによる調査)

り調査)

- 15) メーカー勤務の企業派遣者T氏とのインタビューによる。
- 16) レストランKは空港への進出および、Hの買収を行った。前出ウエイトレスとのインタビューによる。
- 17) 『デュッセルドルフ日本人クラブ会則』  
<http://www.japanclub.jis.de/> (2005/10/7 データ取得)
- 18) Eko-haus アカデミックアドバイザーGlegor Paul氏とのインタビューより。
- 19) 山本剛郎『都市コミュニティとエスニシティ』ミネルヴァ書房、1997年、p45。
- 20) 同上書、p53。
- 21) 岩内亮一[ほか]、前掲書、p184。
- 22) 日本労働研究機構、前掲書、p27。
- 23) 青柳宏二、浜田健二『海外勤務社員の給与』中央経済社、1995年、p6。
- 24) 日本労働研究機構、前掲書、p185。
- 25) “Statushohe ausländische Migranten in Deutschland” *Geographische Zeitschrift*, Januar 1987, p22
- 26) 日本労働研究機構、前掲書、p49。
- 27) ドイツ人の配偶者七名とのインタビューから得た印象。
- 28) 日本労働研究機構、前掲書、p53
- 29) メーカー派遣者のT氏は会社が全額負担、サービス系派遣者のO氏は半額を会社負担、半額を本人負担。
- 30) サービス系派遣者O氏。
- 31) 独身もしくは単身赴任の企業派遣者とワーキングホリデー滞在者などの間での売春行為。
- 32) ワーキングホリデー滞在者Hさん「デュッセルドルフはコロニー」。企業派遣者の配偶者Rさん「日本以上に人の目を気にする生きにくい社会」。現地校生徒Mさん「デュッセルドルフ日本人学校には行きたくない」。三名ともケルン在住
- 33) 小島勝『海外子弟教育の研究』玉川大学出版、2003年、p66。
- 34) 岩内亮一[ほか]、前掲書、p222。
- 35) 『デュッセルドルフ日本人学校 生活調査』  
<http://www.jisd.de/>
- 36) 稲村博『日本人の海外不適応』日本放送出版協会、1980年、p49。
- 37) 『デュッセルドルフ日本人学校 進路状況』  
[http://www.jisd.de/\(2005/10/7](http://www.jisd.de/(2005/10/7) データ取得)
- 38) 『デュッセルドルフ日本人学校 児童・生徒数の推移』  
[http://www.jisd.de/\(2005/10/7](http://www.jisd.de/(2005/10/7) データ取得)
- 39) ペトラ・カドウ『NRW州における日本企業』NRW州経済振興公社、2003年、p21。
- 40) Erich Zielke „Duesseldorfer geographische Schriften“ Geographisches Institut der Universitaet Duesseldorf, 1982, p116
- 41) 同上書、p145
- 42) 「朝日新聞」1991年12月8日

<参考文献>

- マリオン・シュワルツコップ『デュッセルドルフ ライン河畔に日本の首都』デュッセルドルフ市経済振興局、2005年
- 東洋経済新報社『海外進出企業総覧 2004』東洋経済新

報社、2004 年

ベトラ・カドウ『NRW 州における日本企業』NRW 州  
経済振興公社、2003 年

NRW 州政府『ヨーロッパの中心拠点 NRW 州』NRW  
州情報広報局、2003 年

NRW 州政府『NRW ヨーロッパにおけるビジネスパー  
トナー』NRW 州経済振興公社、2003 年

小島勝『海外子弟教育の研究』玉川大学出版、2003 年  
吉原英樹『国際経営論』有斐閣、2001 年

日本労働研究機構『日本企業の海外派遣者 職業と生  
活の実態』日本労働研究機構、2001 年

町村敬志『越境者たちのロスアンジェルス』平凡社、  
1999 年

山本剛郎『都市コミュニティとエスニシティ』ミネル  
ヴァ書房、1997 年

ポール・L・ノックス、ピーター・J. テイラー『世界  
都市の論理』鹿島出版会、1997 年

青柳宏二、浜田健二『海外勤務社員の給与』中央経済  
社、1995 年

岩内亮一[ほか]『海外日系企業と人的資源』同文館出  
版、1992 年

サスキア・サッセン『労働と資本の国際移動』岩波書  
店、1992 年

大西健夫『ドイツの経済 社会的市場経済の構造』早  
稲大学出版部、1992 年

稲村博『日本人の海外不適應』日本放送出版協会、1980  
年

外務省『在外邦人数等調査報告』外務大臣官房領事移  
住部領事課、1972 年

『デュッセルドルフ日本人学校』<http://www.jisd.de/>  
(2005/10/7 データ取得)

『デュッセルドルフ日本人クラブ』  
<http://www.japanclub.jis.de/> (2005/10/7 データ取得)

『デュッセルネット』<http://www.duesselnet.com>  
(2005/10/7 データ取得)

Guenter Glebe "Statushohe auslandische  
Migranten in Deutschland" *Geographische  
Zeitschrift*, Januar, 1987, p22

Erich Zielke *Duesseldorfer geographische Schriften*  
Geographisches Institut der Universitaet  
Duesseldorf 1982

Guenter Glebe "Hoch qualifizierte Migranten im  
Prozess der Globalisierung" *Geographische  
Zeitschrift*, Februar 1981, p81

*Statistisches Bundesamt*, <http://www.destatis.de>  
(2005/10/7 データ取得)

*Deutsche Bundesbank*, <http://www.bundesbank.de>  
(2005/10/7 データ取得)

*Landeshauptstadt Deusseldorf*,

<http://www.duesseldorf.de> (2005/10/7 データ取得)

*Rhein Brücke* <http://www.rheinbruecke.de/>  
(2005/10/7 データ取得)

Landeshauptstadt Duesseldorf Der  
Oberstadtdirektor Amt Fuer Statistik und Wahlen  
" *Statistisches Jahrbuch der Landeshauptstadt  
Duesseldorf 93*" 1953

同上書 1965, 1973, 1983, 1993, 2003

インタビューリスト

日本人

サービス系派遣者 O 氏 在住歴 4 年半

メーカー派遣者 T 氏 在住歴 6 ヶ月

日本食レストランウエイトレス T 氏

在住歴 8 ヶ月

独立系ビジネス経営者 E 氏 在住歴 10 年

ギムナジウム生徒 F 君 在住歴 4 年

企業派遣者の配偶者 N 氏 在住歴 3 年半

定年後永住者 S 氏 在住歴不明

ドイツ人

ドイツ人配偶者 S 氏 在住歴 35 年

ドイツ人配偶者 Z 氏 在住歴 30 年

ドイツ人配偶者 W 氏 在住歴 20 年

ドイツ人弁護士 A 氏 在住歴 7 年

大学教授 P 氏 在住歴 7 年

メーカー勤務 B 氏 在住歴不明

学生 O 氏 ケルン在住

その他 デュッセルドルフ在住 16 名

その他の都市在住 20 名