

## 国際結婚女性の起業を通じた社会参加

南 紅 玉

日本における国際結婚は、1980年代の「農村の国際結婚」をきっかけに増加してきた。社会教育分野では、マイノリティ支援という側面で国際結婚女性への日本語教育や生活支援を積極的に行ってきた。しかし、成人期に来日した彼女らに対する学習や支援のニーズも絶えず変化している。自立した一人の人間として地域社会で生きていくために、家庭生活だけでなく、社会参加が重要である。

本稿では、起業している国際結婚女性に着目し、彼女たちが日本で生活基盤を築くうえでの社会参加の現状を具体的に分析した。方法として、彼女らへのインタビュー調査を行い、その語りを細かく分析することを通して、その経済活動や地域社会活動への参加プロセスを明らかにし、社会参加の現状と課題を検討した。

結果として、以下のことが明らかになった。①経済的に自立した女性として、地域住民との関係を形成し拡大していった。②個人では実現不可能であった地域社会とのネットワークの形成を実現した。③地域社会の行事へ積極的に参加し、地域社会との関わりがより緊密となった。④日本人や日本社会に対し、肯定的な見方をするようになった。

**キーワード：国際結婚女性，起業，主体性，ネットワーク，社会参加**

### 1 研究の視点と課題

#### 国際結婚の現状

国際結婚とは国籍が異なる男女間の婚姻関係を指すが、近年グローバルな人的交流や人口移動により数多くみられるようになった。移民を積極的に受け入れ、多民族・多文化社会を目指している西洋諸国においては異文化間交流や異文化間結婚などは珍しいことではないが、アジア諸国、特に単一民族志向が強い日本や韓国などの国ではまだまだ「国際化」の進展が遅れており、異文化を受け入れる体制になっていないため「国際結婚」を完全に受け入れているとは言い難い。しかし、近年アジア諸国で「国際結婚」が広がりつつあり、社会的な注目を集めている。例えば、台湾では、毎年の婚姻件数のうち配偶者のいずれかが外国籍であるケースが7%程度(日本では約5%)を占め、その

うち90%以上が台湾男性と外国人女性の夫婦，中でも中国大陸籍の女性を妻とするケースが大半を占めている。出生においても，外国籍の母から生まれる子どもの割合が，出生総数の10分の1を占めている（日本では約2%）。韓国でも国際結婚が増えており婚姻全体の10%以上を占める。90%近くが中国およびベトナムやフィリピン等の東南アジア諸国の女性と韓国人男性の組み合わせである。

表1 夫が日本人，妻が外国人

出身国	2010	2009	2008	2005	2000	1995
中国(中華民国含む)	10,162	12,733	12,218	11,644	9,884	5,174
フィリピン	5,212	5,755	7,290	10,242	7,519	7,188
韓国 北朝鮮	3,664	4,113	4,558	6,066	6,214	4,521
タイ	1,096	1,225	1,338	1,637	2,137	1,915
ブラジル	247	273	290	311	357	579
アメリカ合衆国	233	179	215	177	202	198
ペルー	90	93	116	121	145	140
イギリス	51	56	59	59	76	82
その他の国	2,098	2,320	2,636	2,859	1,792	990
合計	22,843	26,747	28,720	33,116	28,326	20,787

出展：厚生労働省人口動態統計年報「夫妻の国籍別にみた婚姻件数の年次推移」平成22年

日本の場合，日本人と外国人の結婚は，1960年代には4～5千件であったが，1980年代，特にその後半から，急増しはじめ，1983年に1万件，1989年に2万件，1999年に3万件，そして2005年に4万件を越えた。2006年の4.47万人をピークにそれ以後減少に転じているが，とはいえ過去20年間に平均的毎年3万人程度の伸びを示しているといえる。そのなか，夫が日本人で妻が外国人である件数は，妻が日本人で夫が外国人であるケースの三倍前後となっており，妻の出身国別に見るとアジア諸国の出身が大半を占め，中国，フィリピン，韓国の順に多い。

### 「社会問題」としての国際結婚

日本における国際結婚の急増の背景には「農村の国際結婚」がある。1980年代後半から2000年までは国際結婚の「急増時代」と呼ばれるほどであり，その中でも「農村の外国人花嫁」問題が多くの注目を集めた。1980年代に農村，とりわけ東北の農村部では「農村の嫁不足」問題の解決策として行政が積極的に介入し，「外国人花嫁」受け入れ策がとられた。保守的なイメージが強い日本の田舎に「ムラの国際結婚」という現象が起こって，社会的関心を呼びよせた。しかし，この時期の国際結婚の多くは「結婚仲介」業を通して成立した結婚であるため，その後の生活に多くの問題が起きている。社会から「望ましくない移動」であるという批判を受けたこともあった。この時期，言語や文化の違いが結婚後の生活に様々な影響を与えており，国際結婚女性の定住や家族の幸せな暮らしのために，一定の社会的支援やサポートが必要にあることについての議論も多数あった。その後の

2000年から2008年は国際結婚が継続的に増加した時期であり、国際結婚の増加と多様化または国際結婚の定住問題についての関心が高まっていった。毎年3万件近くの国際結婚、特に若者が少ない過疎地での新しい家族の誕生は、国際結婚で、担い手不足を懸念する農村地域に新たに子どもが生まれることであり、地域に大きな希望をもたらした。しかし、国際結婚が多くなるに伴って、外国人との結婚の破綻(離婚)も増加しており、2009年には、離婚件数全体の7.7%を占めている。概して国際結婚比率より国際離婚比率の方が高いので、外国人との結婚が日本人同士より壊れやすいといえるのかもしれないという言説もある。特に農村では「逃げる外国人花嫁」といったイメージが一般化していった。その一方で地域にうまく溶け込み子育てしながら日本での生活を続けている国際結婚女性も多数おり、その人たちの生活実態や事例研究を通して「外国人女性」が日本の家族や日本の社会で生活していく上で多くの困難を抱えていることも明らかになった。2008年以降、国際結婚増加のピーク期は過ぎており、ブーム期に來日した国際結婚女性の定住もある程度落ち着きを見せている。「国際結婚急増期」にあった行政や地域の積極的な支援策も一段落し、その後出てくる様々な問題に関しては「個人問題」として取扱われ、個別の問題に対応した特別な支援やサポートは行われていないのが現状である。

### 被支援者としての外国人女性

日本の国際結婚に関する先行研究の議論はまだ進んでいるとはいえない。急増した国際結婚の問題性について(宿谷1988)(佐藤1989)(仲野1998)などの研究では、当時の行政が農村の嫁不足を問題化し、その解決策として多くの自治体が行政主導の国際結婚の斡旋を広めたことを明らかにした。同時にその背後に存在する民間の国際結婚斡旋業者の関与とお見合い結婚の実態を暴き、行政に対する批判的視点を示した。これらの研究は国際結婚女性本人から苦境を聞きつけ記録することで、結婚斡旋業者が介入する不自然な「集団お見合い」とおして成立した結婚の問題点を示し、アジアの女性を犠牲にし、国際結婚女性を地域の国際化のシンボルとして利用する行政を非難するなど「ムラの国際結婚」を否定的に捉えている視点が目立った。

もちろん社会的な問題性を孕んでいる国際結婚には多くの解決すべき課題が潜んでおり、その当事者たちは実際の生活の中で多くの困難に直面することになる。この点は従来の研究ですでに指摘されている。1990年代、山形の精神科医で国際結婚女性の支援をするNPOの活動にも携わっている桑山(1995)の国際結婚女性のストレスに関する研究は、この時期国際結婚した女性への支援が充分ではないことを指摘した。外国人女性が日本での生活の中で経験する困難やストレスを詳しく分析することで、外国人女性が農村地域で生活していくために、適切な支援やサポート、またケアが必要であると主張した。このような研究は、国際結婚家庭、特に外国人妻が直面する一番大きな問題点が言語や文化の差異にあり、その違いからくる問題点を克服しながら生活を継続していくプロセスを長いスパンで分析をしていく必要性を提示し、生活者としての個々人の生活実態について踏み込んだ分析を行っていく必要性を示唆した。

2005年以降、国際結婚した女性当事者の主体性に着目した研究が増えたが、その中には村の中で

「ワタシ」ではなく、あえて「ヨメ」を振舞うことで地域にうまく溶け込む国際結婚女性の事例を発表した藤田の論文(藤田2005)、保守的ジェンダー秩序に厳しい夫の家族のなかで主導権を獲得する国際結婚女性の世帯間交渉の事例を書いた柳(柳2006)の論文がある。日本で定住を続けるために、国際結婚した女性たちが自分の生活の中で奮闘し、主体的に行動をしている事例を提示した。確かに国際結婚の急増時代と比較して、今は定住している国際結婚女性が多くの場面で活躍し、日本の地域社会に溶け込んでいる。しかし、長年の定住歴を持ち日本で生活している国際結婚女性たちは、

- ① 周りから何を求められているか。
- ② 何を求めながら、どのように日本社会と関わりあい、生活を維持しているのか。
- ③ 一人の生活者として自立を育み、社会参加を実現しているのか。

これらの点は、これまでの研究では明らかにされてこなかった。

社会教育分野ではマイノリティ支援という側面から国際結婚女性の支援に多く関わってきた。例えば、公民館や町、NPOなどが連携して国際結婚女性向けの日本語教室や生活支援のための講座などを積極的に開催している。実際に、地域住民を動員し多くのボランティアが日本語教育に貢献している。特に、国際結婚急増期では町が国際課を設け国際結婚家庭について数多くのサービスを行っており、今も地域への新規参入者については手厚い支援をしている。しかし、国際結婚女性はほとんどが成人となってからの来日であるが、行政や支援団体の支援には彼女たちを成人学習者とし、学習支援を行うという観点が欠けている。彼女たちに必要な教育また学習支援とはどのようなものなのか。人間は成人期から、さらに発達し続けるわけで、国際結婚女性も、生活の中の学習を通じ、絶えず変化している。その変化に伴って、必要とされる支援のニーズも絶えず変化しているといえる。しかし、現行政が主導している社会教育や支援のシステムは新規参入者向けのものが多く、絶えず変化している国際結婚女性への持続的な支援やサポートができていない。国際結婚で来日した女性たちが家庭だけではなく自立した一人の人間として生活しコミュニティと関わり、ネットワークを作り、十全な社会参加をしていくために必要な支援とは何なのか。さらに、地域社会で生きていくためには、単なる社会参加にとどまらず、むしろやりがいのある正規の職業に従事することが必要である。働くことは彼女たちが本当の自立を獲得するための前提条件とさえいえる。

### 外国人女性の社会参加

社会参加の概念は、まだ明確には定まっておらず、広義的で曖昧ではあるが、社会教育の領域では政治参加・地域への参加などと同様に特定の集団や組織への参加を意味しており、社会の一翼を担うことを指す。社会参加という言葉は、多くの場合社会参加していない者に対して社会参加を促す立場から用いる。例えば、未成年者・障害者・フリーアルバイター・引きこもり・ニートなど社会的弱者が社会活動に参加することについて論じる場合が多い。国際結婚女性の社会参加を考える場合、就業や地域活動を通して家庭外での活動への参加に焦点をあてることが重要である。人が生きていくうえで他者や集団・組織或いは社会とのつながりを持つことは不可欠であり、それを実現す

るための方法は社会参加以外に考えられない。もちろん、人間が社会で生きていくために様々な形で他者や社会と関わらなければならないが、そのプロセスのなかで如何に主体的に社会に関わっていくかをみることが重要である。特に国際結婚女性のような新しい社会的環境に参入を図る場合、その社会にどのようにアプローチしていくか、或いはどのように参加していくかというプロセスをみることで、「主体性構築の到達点」を見つけていくことができるだろう。連帯・共生の視点を踏まえて社会的関係の創造を考えていくために、本研究では女性の自立と社会参加に極めて重要な意味をもつ経済活動に焦点を当てたい。その中でも今回は自ら起業をした女性に焦点を当て、経済的活動への参加をとおして自分が経済的主体になるプロセスをみていきたい。

その前に、まず女性の起業について言及しなければならないが、「地域社会計画センター 1993」の女性起業についての定義をみると、女性起業という場合、「女性が主体的に行う経済活動」を指し、「女性が活動の中心」になり「運営の方針の決定を行い」「責任を担っている」ことや「販売金額などの経済規模は問わないが、何らかの形で女性自身の収入を生み出していること」などが条件となっている。農村女性の起業の場合、主な職種として農業関連諸事業が挙げられており、内容としては「食品加工」・「販売・流通」・「都市との交流」・「サービス業」などがある。一方、農村女性の起業は農協女性部・地域婦人会の延長線上に成立しているという見方もある。本論文で使う国際結婚女性の起業は、「女性が主たる経営を担い、女性の収入につながる経済活動」一般を対象とする。

本稿では、国際結婚の経験者である女性の立場に立ち、彼女たちが日本で生活基盤を築いていくうえでの社会参加の現状を具体的に分析していく。そのため、まず自ら起業している国際結婚女性へインタビュー調査を行い、その語りを細かく分析することを通して、彼女たちの経済活動や地域社会の諸活動への参加プロセスを明らかにし、社会参加の現状と課題を検討する。

その際、以下の問いを念頭に置きながら検討を行う。

- (1) 彼女たちが、日本で生活基盤を築くなかで、どのようなライフストーリーを辿ってきたのか。
- (2) 日本人配偶者としての社会的地位から経済的に自立することはなぜ必要だったのか。
- (3) 持続可能な経済活動のためには何が必要なのか。
- (4) 彼女たちがどのように起業活動を通して社会への参加を果たしたのか。

方法としては、福島県会津地域で商売活動をしている国際結婚女性6人を対象とし、インタビュー調査を行い、そのデータをもとに質的な分析を行う。本稿では、このうちの一人、D氏に焦点をあてた分析を試みる。

## 2 調査と分析

筆者は2008年から会津地域で調査を実施しており、その中で調査協力者と信頼関係を築きながらフィールド調査を行った。本稿は、主に2011年の5月から6月までに実施された、協力者6人へのインタビューの内容を基に分析を行った。インタビューは、一人1～2時間行い、その録音データを質的な分析法を用いて分析を行った。データ分析の方法としては、ライフストーリーの手法を用いた。分析の手順として、(1)インタビューしたテープを起こし、逐語録を繰り返し精読し、各協力者の国

国際結婚から起業までの全体像を把握する。(2)事例ごとに、KJ法に準ずる方法で、逐語録の最初から順に意味のまとまりごとの単位に区切り、(3)その内容を端的に表す見出しを付け(MAXQDA)、分析視点を抽出する。(4)時系列に並べた関係図を作成し、分析および考察を行う。

### 1) 調査協力者概況

会津地域は、福島県西部にあたり、日本海内陸側の地域で、地方の中心地は会津若松市である。冬は豪雪地帯となるため、比較的大規模の都市や町村では、商店街に雁木が設置されるほどであるが、一方でスキー場に多くの来客がある。逆に夏季はフェーン現象で昼間は高温となるため、会津高原や裏磐梯などの高原での避暑、猪苗代湖の湖水浴が盛んとなり、アウトドア地帯として賑わう。盆地を中心に稲作が盛んで、コシヒカリ等が栽培されていて日本有数の穀倉地帯である。盆地の周辺ではそばの生産が多く、喜多方市山都町や猪苗代などに代表されるそば所もある。

表2 調査協力者の概況

区分	A氏	B氏	C氏	D氏	E氏	F氏
国籍	韓国 (元中国)	韓国	韓国	韓国 (元中国)	韓国	韓国
年齢	40代半ば	40代後半	50代半ば	50代半ば	50代	60代半ば
夫年齢	50代後半	50代前半	50代後半	50代半ば	50代	60代前半
来日年次	2001	2005	2000	2003	2004	2003
日本語レベル	片言	日常会話	流暢	流暢	流暢	片言
起業経験	あり	あり	あり	なし	あり	あり
経営種類	韓国料理	韓国料理	民宿 韓国料理	キムチ 韓国料理	韓国料理 韓国商品	韓国料理
開始年次	2010	2009	2008	2004	2006	2007
初期資金	借金	夫の協力	自己資金	自己資金	自己資金	自己資金
雇用	厨房 (長期雇用)	ホール (アルバイト)	なし (家族)	なし (夫)	ホール (アルバイト)	なし
家族の協力	なし	なし	あり	あり	なし	なし
主なお客さん	地元住民	地元住民	地元住民 韓国人 県外人	地元住民 周辺企業 県外注文	地元住民 その他	地元住民
起業のキッカケ	・夫がもうすぐ定年 ・子どもの教育費 ・店を持ちたかった。	・仕事がしたい ・経済的な自立 ・自分の店を持ちたい。 ・食べ物を作ることが好き	・夫の定年 ・役場からの声掛け ・自宅経営 ・農業との兼業可能	・働く必要性を感じた ・キムチの販売の延長線	・妹と協同経営 ・地元の就職が難しい ・経済的な自立のため ・生きがい	・生活のため ・夫からの生活費なし ・バイト先の店の閉店
来日後の就労経歴	韓国料理店でアルバイト	韓国料理店でアルバイト	ホテル清掃 東京出稼ぎ	農家手伝い	農協	韓国料理
経営状況	開店直後	閉店直後	継続	継続(繁盛)	継続	継続(困難)
課題	日本語	開店資金 日本語 経営不振				日本語 運転 赤字

注：インタビュー調査の内容をもとに作成

今回の調査協力者の6人が経営している店舗は、会津若松市・喜多方市・会津坂下にある。協力者の出身国は全員韓国であるが、A氏とD氏は元もと中国吉林省の朝鮮族で1990年代に韓国に渡り、韓国国籍を取得している。年齢は、40代半ばから50代後半の人がほとんどで、中には60代の方も一人いる。全員再婚で国際結婚しているが、夫との年齢差はそれほどない。来日した年次は2000年以降で、日本での定住年数は2011年当時で6年から11年である。6人とも韓国料理店を経営しており、地元で韓国人妻として起業をしている人同士として付き合いがある。現在の経営状況を見ると、うち4人は3年から5年間経営を継続しているが、B氏は調査当時、2年間経営している店を閉店することになった。その店をA氏が買い取り、新たに開店するとこなっている。6人の起業のきっかけはそれぞれ異なるが、共通している点として、経済的自立を強く望んでいる点と、地元雇用労働への従事ができなかったことである。そして、経営失敗をしているB氏の失敗原因としては、開店時投資資金が多かった点と、日本語能力が低いためお客さんとのコミュニケーションが難しかったことが挙げられる。もちろんそれだけが原因ではないが、店を経営する際、コミュニケーションをとるための言語の問題が非常に大きいといえる。比較的安定して経営を継続しているC氏、D氏、E氏は、言語にそれほど問題がないが、3人とも店をやりながら日本語が上達したと言っている。本稿では、協力者6人の中で経営が比較的長く、順調に推移しているD氏の事例を具体的に分析することで、その起業プロセスを明らかにし、持続可能な経営をするために何が必要かをみていく。

### 3) D氏のストーリーライン

#### 結婚の動機

国際結婚女性の結婚の目的は、日本で新しい生活環境を求めるものである。D氏はなぜ日本人と国際結婚をしたのか。彼女は、1990年代中国から韓国に出稼ぎで渡り、韓国で国籍をとったあと、10年間の波乱万丈な人生を歩んできた。彼女は10年間の出稼ぎ労働を通して、「私はいろんな仕事をやってきた」といっている通りに、働く経験を積み重ねてきた。「お金もたくさん稼いだ」ということから、経済的に自立していることへの自信も持っていることがわかる。日本人との国際結婚を選択したのも、その当時、仕事を変えることになったことがきっかけであった。彼女は当時海外移住への考えを持っており、いろいろ探している際、国際結婚の広告をみて自ら仲介業者に連絡をした。日本に行けば、専業主婦として優雅で楽な生活ができると信じていた。その後、お見合いのため来日し、何か月間日本に滞在しながら、そこで暮らしている韓国人妻のネットワークを通して日本の生活について少し知ることができた。そのうち、いい条件の男性とめぐりあったため、結婚をした。結婚の決め手となった相手男性の条件としては、新しい家がある、車がある、仕事がある、そして親がいないことだった。言葉も通じない、何も知らない外国の男性と国際結婚をする女性にとって、結婚とはどのようなものだろう。D氏だけではなく、筆者が今まで調査してきた国際結婚女性たちの事例からみると、彼女たちにとって国際結婚は「愛情」で結ばれる関係というより、より良い生活環境を獲得するための手段である。より良い生活を実現するために重要な条件のひとつは経済的条件であるが、D氏の場合、結婚後の生活で最初に直面する問題が家庭の経済問題であった。

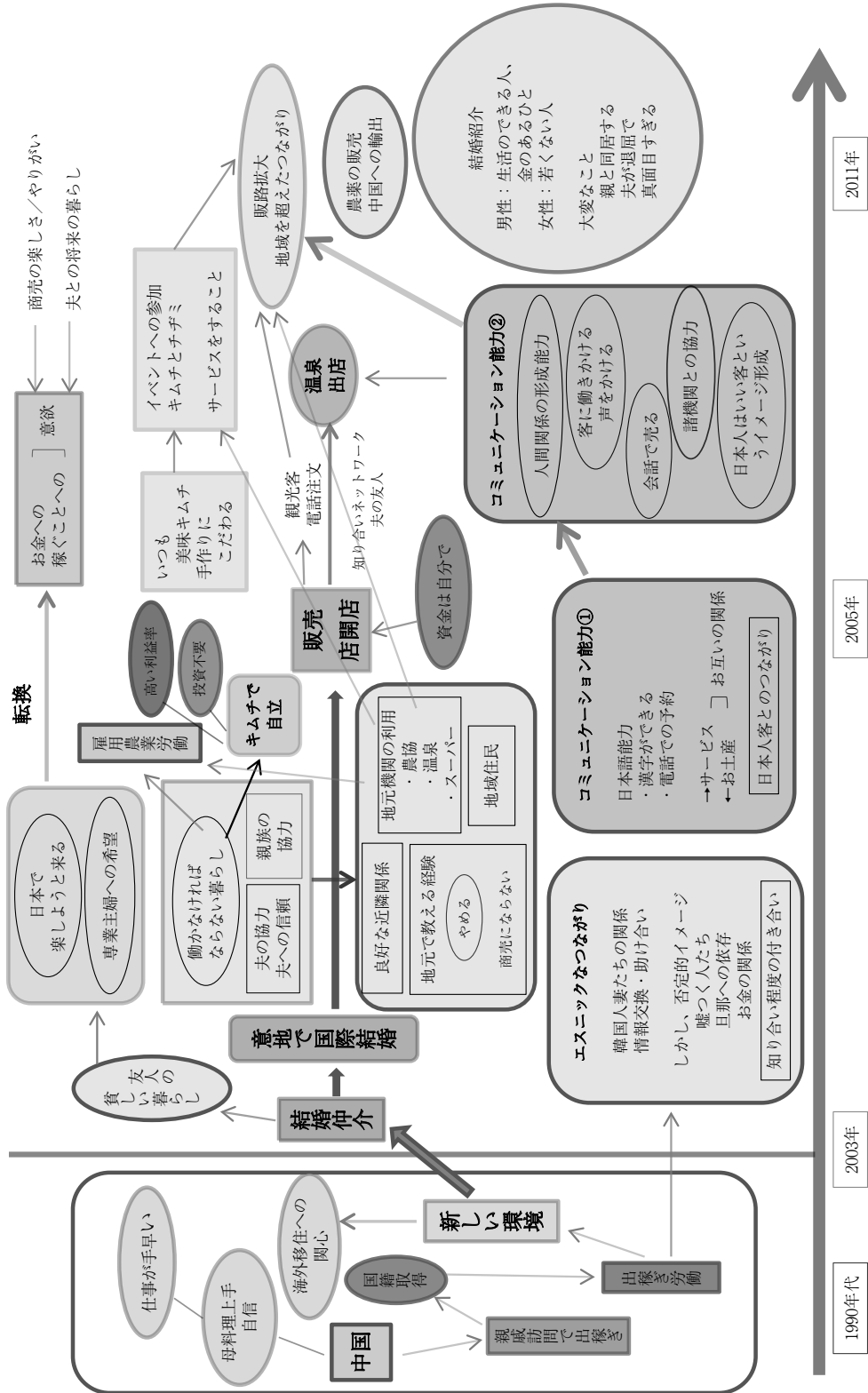


図3 D氏の起業経緯



### 経済的自立への欲求

D氏の結婚後の生活は比較的順調だった。言葉が通じなくて3カ月くらいは苦労していたが、徐々に日常的事務が分かるようになり、家庭の事情についても知るようになった。結婚する時、彼女は相手の家庭は経済的に余裕があり、自分は専業主婦になれると思っていた。しかし、現実夫婦は共働きができる女性を探していた。言葉が通じない状況のなか、結婚仲介者の通訳を通したお見合いだったため、当事者たちに認識のずれが生じた。そのことについてD氏は「だまされていた」という表現をしている。日本での豊かな生活を期待していたが、現実はそうではない。D氏だけでなく、今回の協力者のほとんどが結婚後、家族の経済状況に不満をいただいていた。その状況のなか、彼女たちは強い経済的自立の意思をみせており、またそれを自ら実現している。D氏も同様に、「私が働かないといけない」と考え、働く意欲をみせていた。働く経験を持っている彼女にとって、経済的に自立していくことは「当たり前のこと」として認識されている。

### 国際結婚女性の働きにくさ

言葉ができない外国人が仕事を探すことは簡単なことではない。また、そもそも農村で女性が働ける場所は少ない。そのため、国際結婚した女性が働ける機会は限られている。D氏は最初、近所の農家で農業の手伝いを始めたが、そのうち、他の農家より時給が低かったとことを知った。

結婚してから、みたら、私がお金を稼がないとだめのような感じだった。それで、仕方なく、最初は隣の家の農業のお手伝いをした。そしたら、お手伝いをしているうちとトラブルがあった。その家は、他の農家より時給がすくなかった。その家はそれで近所では有名だったわけ。だから、言葉も出来ない私を使ったんじゃない。それで、プライドでさ、自分でキムチの販売を始めたの。1年経ったときね、2003年に来て、1年間そのうちで働いて、2004年にキムチの商売を始めたわけ。

以上のような語りから見て取れるように、国際結婚女性が地元地域で働くことには二つ大きな問題が存在する。一つは、農村地域での女性の働き場が少ないことで、もう一つは、外国人であるために不当な待遇を受けたという当事者自身の不満が大きいこと。D氏の場合もこの二つの原因で農家手伝いの仕事は長く続けることはできなかった。

### 自ら仕事を作り出す

キムチの販売を始めたのは来日して一年後だった。日本語がまだそれほど上達していない時だったが、地元温泉に自家製の味噌を持っていき、販売を始めた。その後は、夫の友人の紹介で祭りに出店し、キムチの販売をした。そのうち、徐々に温泉での売れゆきが良くなり、継続して販売していた。彼女は、「キムチの販売は、見た目はそれほどではないけど、無視できないよ」といっており、最初はなぜ自分が言葉も出来ないこの場所で、キムチを売らなければならないかと、悲しく思っていたが、商売が繁盛し、利益ができてからは、商売が楽しくて仕方がないと言っている。温泉でキ

ムチの商売を1年間つづけた後、店を持っていた方がいいと考え、夫と相談して、韓国料理のお店を開くようになった。現在は、お店を経営しながら、温泉や地元のスーパー、農協などに定期的にキムチを納品している。それと同時に、祭りなどのイベントがあるとき、必ず出店している。

### 独自の経営方式

キムチ販売を始めた当初は、日本語ができなかったが、それでも積極的に声をかけて、試食を進めていた。「そうするとおいしいと思うお客さんは買ってくれるし、その後も利用するようになる」。そして、試食を出す際、キムチのいろんな食べ方を紹介した。お店の経営でも、サービスを多くすることを心がけていた。最初、夫に「そんなにサービスばかり出したら、商売にならないのでは」といわれていたが、結果的には「サービスした分全部帰ってくる」ということが証明されたようだ。それと、餃子は必ず皮から手作りにするなど、ここでしか食べられないメニューをつくった。それと同時に、味が変わらないように常に工夫をしている。また、キムチを買ってくれる県外のお客さんには電話で注文を受け、配達する販売も行っている。そして、近所のお客さんにはキムチの素を販売し、簡単にキムチをつける方法やそれを使ったいろんなレシピも紹介し、販売促進をしている。

…キムチの素を買いに来たの。私はキムチの素をおおくるの。なぜなら、キムチは作るのが大変じゃない。キムチよりキムチの素を買った方がいいよというの。キムチの素は作るのにそんな力はひつようなないから、素を買うとキムチも自分でつくれるし、キムチ鍋、キムチチャーハン、あとラーメンを食べる時に入れることもできるし、納豆にも使えるし、野菜は何でも洗って絞って使うと全部キムチが出来るから、一人ひとりに、材料まで宣伝している。……

D氏の販売の方法をみると、一番特徴的なのが「積極的な声掛け」とコミュニケーションである。冗談も交えながら、お客さんとコミュニケーションが取れることは、日本語といった言語能力だけではなく、その人がもつコミュニケーション能力であるといえる。接客の仕事には欠かせないことであるが、D氏は、言語の壁があったにもかかわらず、その能力を存分に発揮していた。そして、そのなかで日本語能力を大きく上達させていた。

全部言わないと、買ってくれないからね。「これはしおエビ(あまのから)これはイワシエキスですよ、ニンニク、タマネギ、リンゴ、もち米、全部混ぜるの」って、私は、そのまま作ったものを箱ごとをもって行って売って、そこで、700gで1000円売っているの、小さいのは350gで600円。小さいのを買おうとする人には大きい方がお得だよと、冷凍庫に入れておけば2、3年は大丈夫だと教えるの。それで、のどがすごく痛い(毎日しゃべっているから)、疲れるよ。だけど、そうしないと売れないから。今は恥ずかしいと思うこともなくて、大きい声出しているの。「お酒飲みますか?お客さん」と呼びかけると、みんな振り向いてくれるの、「飲まない」というと「うそ、お金全部どうするの?美味しいお酒も飲まないで、美味しいおつまみありま

すよ」と話しかけるの、たまにはお酒飲むと言う人がいると、食べてみてと勧める、お酒飲まないというひとには「うそ、顔に嘘だとかいてあるよ」というと笑うの。みんな知り合いだから。

## 地域社会との関係性

キムチの販売を始めた初期、温泉へ出店や祭りへの参加をしていたが、その時期は商売をする目的で参加をしていた。しかし、店を開き、キムチ販売もある程度安定化している現在もD氏は必ず各種祭りやイベントに参加をしている。「店が忙しくて、行きたくないと思うときもあるが、今までの関係性があるため、行かないといけない」と考えている。また、温泉やスーパーなどへのキムチの出荷も「ともに利益をあげる関係で一緒に商売をすることだ」と考えている。そして、役場や商工会議所などで行う地域起こしのイベントにも参加し、一緒に活動を行っている。

…これは、こっちの商工会議所でやっているもので、うちで一年間一万円払って、そのあと、抽選とかいろんな行事があるの。うちは、今年はや手いないけど、来るお客さんにスタンプをおしてあげるけど、スタンプ3つで一回抽選があるの。…喜多方市で、うん、商工会議所でやっているものなの。いろんな行事があるの。…まあ、サービスみたいな感じでやっているものだけど、それできるとまた飲むからね。…

イベントには全部参加していますか？

D うん、ほとんど参加している。

誰からその情報をもらうのですか？

D 私は加入費をだしているの、あの、何だっけ、昔、ここマーケティング部というところがあったの、市役所でやっているマーケティング、それが何かというと、商売をしている人、外国に輸出したり輸入したりすることをね。

そして、地域住民がお客さんとして関わりを持つことにより、それ以上の関係性も生まれていた。例えば、地域で行われる祭りやイベントに出店するさい、ほかの店舗の前の場所を無償で提供してもらうこともある。それは、地域住民と信頼関係ができていたからである。商売をすることを通して、地域の住民の多くとはお客さんという形で関係性を構築し、さらに、その中で信頼関係を作っている、確実にネットワークの幅を広げている。そのなかで、売り上げの何%かを必ず募金に出すということも行っているが、地域社会と自分の関係性を単純な利害関係ではなく、一体としてとらえるようになったことがわかる。

「…私は場所代をとるところにはあまり行かないの。知り合いの人、例えばお客さんのお店の前を借りて、場所代を出さないでね、まあ、知っている人だから。祭りにでていても、多くはうちの店にくるお客さんがくるの。結局はみんな知り合いなの。だから、いつも気を付けなけれ

ばならない。それで、キムチを売りながら、チヂミもそうだけど、サービスが多いの。その代わり、祭りのときはキムチ鍋を作って、少しずつサービスで出すの。来るお客さんに、常連さんに、そうするとそれを食べてまたキムチを買ってくれるから。それがそれだからね。まあ、余裕があるからね、まあいいんじゃないかと、少しサービスすれば、またそれくらい帰ってくるから。」

「…それで10%は地震のために募金して、募金は結構出しているよ、私は、イベントなどに参加すると、その時の売り上げのなん%とって出すの。前から、そうしたの。」

### 人間関係の輪の広がり

D氏は現在も夫の協力を得ながら、商売を継続しているが、日本で商売をすることはとても「楽で」楽しいと言っている。「楽」というのは、「日本人はみんないいお客さんで悪いことをする人はあまりいないこと」、また、何か問題があったとしても、近所同士ですぐ助けてくれるということである。地元の人には、ほとんどがお客さんになっており、県外から来た観光客もキムチを注文してくる、また、その人たちから他のお客さんを紹介してもらっている。彼女が一番びっくりしたのは、お客さんがお土産を持ってきれてくれることだった。いろんな地域で特産品を送ってくれるお客さんもあり、地震のとき安否の電話をしてくれるお客さんもいた。商売を通して作った人脈が広がっていることに間違いない。こういったネットワークの広がりには商売をするうえでも、重要なことであるが、それ以外にD氏が店を経営する上で、一つの大切な生きがいであるともいえる。

驚くことが多いんじゃない。例えば、お客様からキムチよりもっと大きなお土産を持ってくるから、それにびっくりする。こんなこともあるのって。私のお客さんで、千葉の市原の人は毎年スイカを送ってくれるの。あと、茨城でタケノコを……1年に2回ここの温泉に泊まりにくるの。お客さんを10何人連れてきて、キムチとキムチの素を2,3万円分買ってくれるの、そういうところは温泉まで持って行ってあげるの。昨日も、此処はアスパラが有名じゃない、それを買って送ってあげたの。そしたら、届いたよと連絡がきたの。

## 3 考察

以上のD氏の国際結婚の経緯および来日後の起業のプロセスについて分析を進めてきたが、D氏が起業することができ、また、継続的に経営を展開できたことに欠かせない条件とは何かについて考察していきたい。考察から明らかになった条件とは、1) 起業する人自身の資質・能力と社会的資源、2) 資源・能力のなかのコミュニケーション能力、3) ネットワークなど社会関係の形成がある。それぞれについてみていこう。

## 1) 起業する人に必要な条件

### 個人的資源

D氏が起業する決断、つまり自分で商売をするとした背景には、彼女の韓国での出稼ぎで構築した経験や働くことについての自信があったといえる。また、店舗確保に必要な資金に関して、夫に依存するのではなく今まで働いてためていた自己資金があったから、実現しやすかった。そして、商売をするに関して、夫や家族の全面的な支持と協力があったのも重要な条件となる。そして、彼女が来日初期、結婚仲介を通して知り合った韓国人妻たちとのつながりもとても重要な役割を果たしている。日本語ができなかったとき、エスニックネットワークの存在は大きく、のちに確保した店舗も同じ韓国人妻が経営していたものであった。このように、実はエスニックなつながりは、日本に来たばかりの国際結婚女性にとって重要な情報提供源という役割を果たしている。

### 資質と能力

起業することに対し、D氏は終始主体的に働こうとする意欲と働くことについての自信を見せている。そのため、祭りでキムチを持っていき、販売するといった小規模なビジネスを、あえて始めようという決断力も持っていた。また、明るい性格と積極的な働きかけで、お客さんとコミュニケーションを図り、商売を成功させた。商売をするにあたり、このような資質及び能力は大事な条件となっている。商売を継続させるためには、たくさんの困難もあることが考えられるが、Dさんの場合、困難を乗り越えるための精神力及び体力を持っていることが今回の調査で明らかになった。

## 2) コミュニケーション能力

### 必要に迫られた日本語学習

国際結婚した女性の共通の課題として、来日初期の日本語の問題がある。特に、起業する上で言語の問題は大きな難関となる。D氏の場合も来日時、全く日本語ができなかったが、1年間の家庭生活や近隣や地元住民との交流活動を通して日常会話ができるようになっていた。初期の地域社会への参加は日本語学習に大きな役割を果たすことがいえる。その後、キムチの販売を始め、接客をする中でお客さんから日本語を学んでいった。そして、日本語が大きく上達したのは、店を運営してからだとD氏という。お客さんとの受け答え、電話予約でのやり取り、実際に働く中で必要な言語を、働きながら覚えていた。働く中で、日本人とのつながりが多くなり、その中で言語以外にも日本人との接し方も学んでいた。それがまた、その後の人間関係構築や商売にもつながっていく。

### 言語以外の能力

D氏の特徴は明るくて積極的な働きかけである。言葉ができない時からも、彼女はお客さんとのコミュニケーションを大切に、商売を可能にした。日本語がある程度できるようになってからも、彼女は、お客さんとのふれあい、会話を大事にすることを忘れなかった。そして商品についての具体的な説明をしたり、冗談を言ったりしながら、お客さんとの信頼関係形成を図った。D氏は、

お客さんとの会話を通して、日本人客を理解し、またそれに対して適切に対応をしていく努力をした。さらに、その中で情報収集や情報の交換も行い、ネットワークを拡大していった。

国際結婚女性が起業をする際、一番重要であるのが、このようなコミュニケーションを能力である。日本人または日本社会への理解がないと日本の生活に適應することは難しい。地域住民を対象に商売をするとき、お客さんとの関係性を作っていくことが最も重要なことであるが、それは、積極的なコミュニケーションを通してこそ実現できることだろ。また、商売することに関連する諸組織との関係性の構築にも役立つ。

### 3) ネットワークの形成と拡大

#### エスニックなつながり

国際結婚する女性にとって、初期段階ではエスニックなつながりがとても重要である。結婚仲介を通して来日した人は、仲介者からのつながりで、最初からエスニックなつながりを持っている。それによって、彼女たちは情報交換や助け合いまたは人的交流を行っている。しかし、時間が経つにつて、その関係性には複雑な展開が見られる。国際結婚した女性同士の間には、同国人に対する否定的なイメージが生じて、結果的に関係が悪化したり疎遠になってしまったりするケースがある。しかし、同胞同志の関係性が完全に切れるかという点、そうではなく、相互依存の関係を持続する志向も強くみられる。起業をする国際結婚女性にとっては、エスニックネットワークはとても重要な存在であり、ある意味では、雇用を生む場にもなる。そのような情報資源の活用していくことにより、国際結婚女性の支援に役立つこととなると考えられる。

#### 地域社会とのつながり

D氏が商売を始めてから、一番大きな変化といえば多くのお客さんとのつながりができたことである。近隣や地元の知り合いだった人がお客さんと変化し、人脈が広がっていた。また、地元のスーパーや近所のタクシー会社または地元の工場なども仕入れや販売目的などでつながりを持つようになった。そのつながりを意識することによりD氏は地域社会へより大きな関心を持つようになった。そして、地域や諸機関で主催する各種イベントや祭りへの出店を通して、販売経路を拡大する目的を達成するだけでなく、その連携により地域の経済発展と店の存続の関係性をも意識するようになる。また、キムチ販売を始めた当時は、祭りなどへの参加は単なる「手段としての参加」であったが、それが次第に「目的としての参加」へ転換している。

#### 地域を超えたつながり

D氏が居住している地域は、温泉などの観光施設があるため、そこで販売を行うことは地元住民だけではなく、他地域のお客さんとのつながりも可能にした。温泉にくる観光客へのキムチ販売を通して、地域を超えた電話注文・配達販売といった拡販ルートを構築していった。それだけではなく、お客さんとの個人的な人間関係も作っていった。このようなお客さんとの良好な信頼関係や人間関

係を形成することで、D氏は大きな自信を持つことになった。また、日本人や日本社会への肯定的な評価をすることになり、日本に定住する意志を強め、日本社会への関心や愛着も大きくなった。

### 諸機関とのつながり

D氏はキムチの販売の展開の中で地元地域の諸機関とのつながりを作っている。温泉にキムチの売り場を設置すること、さらに農協や地元スーパーへ商品の出荷を行っている。個人の商売を実現するためには、それを直接販売する場及びより広汎な販売経路が必要であるが、D氏は諸機関との関係づくりでそれを実現した。また、お店の経営上では地元地域の商工会議所などの機関の行事に積極的に参加し、その中の一役を担っている。そして祭りやイベントの主催機関との関係を積極的に作り、協力している。このように、商売をしていることで地域の組織または関連諸機関との関係性を構築していくことは、営利目的だけではなく、その相互依存の関係性をより強固にしていく効果がある。そこに主体的にかかわることを通してまた、経営の存続を可能にしているのである。

### おわりに

従来日本における国際結婚女性の問題は、農村問題や外国人の問題あるいはジェンダーや弱者といった視点からの研究が多かった。実際、国際結婚女性は日本での生活を展開するなか、困難な状況を克服する必要性に迫られていることは事実である。しかし、日本に定住し、生活を展開している彼女たちは、一人の生活者として主体的かつ能動的に様々な戦略と行動をとっていることもある。これからの研究は、彼女たちのその生活に注目しなければならない。特に、成人学習・生涯学習の研究では、彼女たちの生活過程に注目した研究をより具体的に分析していく必要がある。つまり、今後の研究では国際結婚女性の問題を「社会問題から社会参加」へ視座転換させる必要がある。

本稿では、国際結婚を通し、日本の農村で暮らしながら起業を通して経済的自立を図っている国際結婚女性を対象とし、その起業プロセスを明らかにしてきた。主に韓国料理店の経営及びキムチ販売を継続しているD氏の事例を質的に分析することを通して、国際結婚女性が起業するために必要な条件を明らかにした。まず、国際結婚女性が起業をする際、必要とする条件は個人資質と能力及び活動のための自己資金、また、日本人とコミュニケーションができるような日本語能力あるいは働くなかで学習していく能力、さらには、商売するための言語以外のコミュニケーション能力、販売センスが必要である。そして、商売を通して人的ネットワークを構築していくことが重要である。さらに、地域社会や関係諸機関とのつながりをいかに作っていくのかも経営の持続に重要であることが明らかになった。

D氏は起業を通して経済的に自立しているだけでなく、主体性を構築していった。彼女は、日本人配偶者から経済的に自立した女性へと地位転換を果たした。そして、経済的に自立した女性として、地域住民との関係性を形成し拡大していった。また、個人では実現不可能であった地域社会や商売と関連する諸機関とのネットワークの形成を実現し、さらにそれを通して、地域社会の行事へ積極的に参加することになり、地域社会との関わりがより緊密となった。D氏はこのように起業と

いう経済活動を主体的に展開することで、社会参加を実現している。また、社会参加の幅が広がることに連れて、日本人や日本社会に対し、肯定的な見方をするようになった。それによって彼女の日本での定住意志はより強固なものになったと考えられる。

ところでこれまでの国際結婚女性への教育支援、生活支援は、主に、初期対応に力を入れているため、定住が進む中で多様化する彼女たちのニーズや定住志向の生き方に注目した支援は行われなかった。今後の国際結婚女性の支援を考える際、その人たちの社会参加をどう促すかという課題を解決するような支援の在り方について検討する必要がある。そのため、地域特性に規定される生活現状を理解しなければならないし、彼女たちの社会参加の可能性を拡大し、個人の資質や能力、資金などをより広汎に活用させる施策がどんなものであるか、その対策の研究をより充実していかなければならない。それを今後の課題としたい。

### 【参考文献】

- 坂本 洋子『出会いはいつものドラマチック！？』新日本出版社(1990/5)
- 坂本 洋子『ウェディングベルが聴きたくて』新日本出版社(1994/9)
- 遠藤 義孝「在日外国人——地域に生きる外国人花嫁(エンパワーメント—人間尊重社会の新しいパラダイム)——(差別とエンパワーメント)」『現代のエスプリ』 pp.74～84(1998/11)
- 竹田 美和「日本人家族と国際結婚家族における高齢者介護に関する比較研究」『相愛女子短期大学研究論集』 pp.17～40(2004/3)
- 王 寧霞「日中国際結婚に関する研究」『鹿児島大学医学雑誌』 pp.35～42(2005/2)
- 鄭 艶紅「中国朝鮮族女性における国際結婚—韓国人男性と国際結婚が行われる社会的要因について」『比較社会文化研究』 pp.75～86(2007)
- 大西 裕子「国際結婚の理論モデル構築に向けて—先行理論の再検討と研究課題の提示」『立命館国際関係論集』 pp.71～92(2007/10)
- 竹田 美和「海外在住の国際結婚から生まれた子どものアイデンティティ形成に与える影響要因：国際結婚を考える会の場合」『生活科学論叢』 pp.21～33(2008/3)
- 平井 晶子「近世農村における世帯の永続性—歴史人口学的分析」『家族社会学研究』 pp.7～16(2003)
- 落合 恵美子「歴史的に見た日本の結婚—原型か異文化か(特集 現代社会における家族ならびに結婚の意味を問う(Part2)現代社会における結婚の意味を問う)」『家族社会学研究』 pp.39～51(2004)
- 賽漢 卓那「中国人女性の「周辺化」と結婚移住—送り出し側のプッシュ要因分析を通して」『家族社会学研究』 pp.71～83(2007)
- 柳 蓮淑「外国人妻の主体性構築に関する一考察—山形県在住の韓国人妻の事例から」『桜美林論集』 pp.119～133(2006)
- 中村 尚司「アジア人花嫁の人権—底辺からの国際化を考える(日本の外国人〈特集〉)」『世界』 pp.85～91(1990/01)
- 桑山 紀彦「山形県在住の外国人花嫁と日本人家族」『臨床精神医学』 pp.145～151(1993)
- 遠藤 清江「農村地域での異文化背景による家族介護の実態(その3)アジア系外国人花嫁の聞き取りから」『東洋大学発達臨床研究紀要』 pp.1～12(2003/3)



- 武田 里子「新潟県魚沼地域における「外国人花嫁」の存在の歴史的社会的意味の探求(1)」『日本大学大学院総合社会情報研究科紀要』 pp.589～600(2007/2)
- 安達 三千代「地域は変わるか?—外国人妻たちを迎えて8年,新たなパラダイムへ歩み出した山形(自治体社会教育の創造—東北からの発進(特集))」『月刊社会教育』 pp.21～28(1995/07)
- 石河 久美子「異文化のクライアントへの対人援助—在日外国人妻の問題を中心に」『日本社会福祉実践理論学会研究紀要』 pp.34～42(1996/10)
- 桑山 紀彦「無意識からの目覚め—山形の外国人妻たちと多民族教育への障害(特集 文化多元主義的教育—渡日者教育の未来)『解放教育』 pp.33～41(1996/12)
- 石沢 真貴「定住外国人の現状と地域コミュニティの課題—秋田県羽後町の外国人妻に関する聞き取り調査を事例にして」『秋田大学教育文化学部研究紀要,人文科学・社会科学』 pp.63～72(2004/3)
- 久津見 香奈子「国際結婚をしたフィリピン在住韓国人にみる現代史」『アジア現代女性史』 pp.85～89(2005)
- 伊藤 孝恵「国際結婚夫婦の価値観等の相互理解と共生」『留学生センター紀要』 pp.5～16(2005/1)
- 劉 栄純「日本における国際結婚—韓国人妻のアンケート調査・分析を通して—」『ブール学院大学研究紀要』 pp.69～85(2006)
- 柳 蓮淑「外国人妻の世帯内ジェンダー関係の再編と交渉」『人間文化論叢』 pp.231～240(2005)
- 駒井 洋・渡戸 一郎『自治体の外国人政策—内なる国際化への取り組み—』(1997)
- 武内珠美・小坂真理子 2010「デートDV被害女性とその関係から抜け出すまでの心理的プロセスに関する質的研究—複線径路・等至性モデル(TEM)を用いて—」大分大学教育福祉学部研究紀要
- 安田祐子・荒川歩・高田沙織・木戸彩恵・サトウタツヤ 2008 「未婚の若年女性の中絶経験-現実的制約と関係性の中での変化する,多様な径路に着目して」質的心理学研究,7,181-203
- サトウタツヤ 2009 TEMで始める質的研究—時間とプロセスを扱う研究をめざして— 誠信書房
- 谷村ひとみ・サトウタツヤ・土田宣明 2008 「『ふつうの結婚』を目指した親の性別役割意識—1980年代に結婚を経験した女性たちの語りから—」立命館人間科学研究17,61-74

## 【参考資料】

- 法務省入国管理国統計  
国勢調査人口統計

## Women who Marry a Foreigner Take Part in Social Activities through the Business

Hongyu NAN

(Graduate Student, Graduate School of Education, Tohoku University)

In Japan, international marriage was increased in the wake of the “International marriage of the farm village” in 1980. The fields of Social education ensure access to Japanese-language education, and the life-support for women who marry a foreigner in minority support. However, the women who visited Japan for adulthood continually needs are changing. It is important for women who visited Japan for adulthood not only have a good family life but also they have to join in the social involvement. This article is focused on women who marry a foreigner has one's business, and this article analyze the problems of foreigners who make their livelihood in Japan participation in the social involvement. In this investigation, we have an opportunity to interview with women who marry a foreigner, and we analyzed their talking. This interview demonstrates their process of the society through the community activities; we then proceeded to discuss the problem of social involvement.

- 1, They become financially independent through the analysis of local community support.
- 2, Network formation is accepted into the community.
- 3, There is a close relationship between women who marry a foreigner and the society through the community activities.
- 4, They take a positive view of Japanese or Japanese society.

Keywords : an entrepreneur (starting a business), subjective, network, international marriage (marry a foreigner), social inclusion