

新大久保 코리아タウンにおける
クラスター分析

Cluster analysis in Shin-Okubo
Korean Town

3 年 2 組 28 番	松 井 吉 寛
3 年 9 組 23 番	内 藤 め ぐ み
3 年 12 組 6 番	海 野 栞 里
3 年 16 組 17 番	小 坂 将 悟
3 年 20 組 27 番	戸 高 夏 美

新大久保 코리아タウンにおける
クラスター分析

**Cluster analysis in Shin-Okubo
Korean Town**

新大久保コリアタウンにおける クラスター分析

Cluster analysis in Shin-Okubo Korean Town

キーワード：ダイヤモンドフレーム、クラスター、横浜中華街、新大久保

要旨

ここ数年、再び起こった韓流ブームとともにメディアの影響を受けて新宿区にある新大久保が急速に人気を増してきている。新大久保には韓国料理店、K-POPアイドルのお店などの韓国関連店舗が多く並び、コリアタウンとして観光地化の動きも見せてきている。成功の一途をたどっているようにみえる新大久保だが、実際に新大久保商店街振興組合の理事長にお話を伺ってみると、成功の裏側には地域住民の生活や観光客の安全性、行政や韓国関連店舗との連携不足などのさまざまな問題点が隠れていることが明らかになった。そこで、この論文では新大久保が抱えるこのような問題を解決できるような提案をするために、同じように中華料理店を中心としたチャイナタウンとしてすでに観光地としての成功をおさめているといえる横浜中華街との比較を行っていく。ここでは、それぞれの歴史・現状を分析したあとに、比較を行っていく上でのアプローチとして、産業集積（＝クラスター）の優位性をあきらかにした米国の経営学者マイケル・E・ポーターのダイヤモンドフレーム理論に新大久保と横浜中華街のそれぞれの要素をあてはめて分析し、そこから明らかになった新大久保の問題点に対して提案を行っていく。

目次

1 章 クラスターとは

1 節 クラスターの優位性

2 節 ダイヤモンドフレーム

3 節 クラスターの分類

2 章 中華街

1 節 歴史

2 節 現状

3 節 ダイヤモンドフレーム

3 章 新大久保

1 節 歴史

2 節 現状

3 節 ダイヤモンドフレーム

4 章 新大久保への提案

1 節 問題点

2 節 提案

1 章 クラスターとは

クラスター(cluster)は本来「群れ」「(ぶどうの)房」などを意味する。米国の経営学者マイケル・E・ポーターが提示した概念で、その名の通り、ぶどうの房のように特定分野における関連企業、専門性の高い供給業者、高度で要求水準の高い地元顧客、大学や業界団体などの関連機関、強力で独自性のある流通チャネル、サービス提供者などの複数の要素が地理的に集中し、競争しつつ同時に協力している状態を指す。クラスターは集団としての資産であり、企業が効率よく知識やスキル、経営資源を集めやすい環境を生み出し、また相互の連携・競争を通じて新たな付加価値(イノベーション)を創出する状態のことを言う¹⁾。クラスターと産業集積ではニュアンスの違いがあるものの²⁾、ポーターはクラスター＝産業集積の構成要素を明確にしたので、以下ではクラスターと産業集積を同義語として述べていく。

1 節 クラスターの優位性

クラスターのメリット、優位性は何か。ポーターは次の3つの優位性をあげている³⁾。

1. 企業や産業の生産性向上

①専門性の高い投入資源と従業員へのアクセス…垂直統合等よりも、地域の競争力のある供給業者への外部委託(技術、情報、サービス)の方が取引費用は低く、効率もよくなる。調整費用、全般的生産費用も低下し専門的人材の確保も容易となる。しかし、資源の取り合いによる費用の上昇もありうる。

②情報へのアクセス…市場や技術、顧客ニーズなどの専門情報が蓄積され、情報にアクセスしやすく、また費用も安い。

③補完性…クラスター参加者間の活動の補完性が促進され、また製品の補完性もわかりやすくなる。例えば、観光名所とレストラン、ホテル、土産物店、交通等である。

④諸機関・公共財へのアクセス…高い費用がかかる多くの投入資源が公共財もしくはそれに近いものになるので、研修プログラム(大学等)があれば社内で

の研修費用が節約でき、専門的知識が安く手に入る。また、クラスター内には専門的インフラ、教育プログラム、情報、見本市、ブランド(民間企業・投資による場合も多い)など、通常の公共財より広い公共財、つまり公共資産が多く形成される。

⑤インセンティブと業績測定…競合企業の競争のプレッシャーが大きなインセンティブとなる。自社の業績測定も容易となり、さらに情報・評判も伝わるようになり、企業間で建設的な付き合いが生まれる⁴⁾。

2. イノベーション能力の強化

①イノベーション上の優位性…クラスターに属していると新しい顧客ニーズが把握しやすくなり、また、新しい技術・オペレーション・製品情報の学習や確保、イノベーションの必要性やチャンスを見抜ける。さらに、新しい製品やプロセス、サービスに関する実験を低費用で行え、集積そのもののプレッシャー、つまり差別化へのプレッシャーによるイノベーションへの取組など、イノベーション上の優位性を持つ。しかしクラスターに属しているせいで横並び・集団的思考、硬直性などによりイノベーションが遅れるというマイナス点もありうる。

②取引費用…取引費用は近接性と関係があり、クラスターは取引費用の点で他の形態に対して明らかな優位を提供し、インセンティブの問題の多くを改善する。クラスター構造の内部で交流と非公式な契約が繰り返されるのは、一定の地理的範囲のなかで生活し労働することの結果であり、それにより信頼やオープンなコミュニケーションを育み、市場での関係を解消したりやり直したりする際の費用を引き下げる⁵⁾。

3. 新規事業の形成

新規事業のほとんどは、既存のクラスター内部で形成される。クラスター内では、市場機会についての情報が豊富であり内から新規事業を興しやすいからだ。また、参入障壁・撤退障壁がともに低いことから新規事業をクラスター内で立ち上げやすく、クラスター外(国内外)からも子会社等の立地が進む。

2 節ダイヤモンドフレーム

ポーターはまた、競争力を支えるイノベーションの源泉に以下の 4 つの要素を挙げ、これら 4 つの要素が企業間競争を刺激する場合にイノベーションが活発化され、産業競争力が構築されるとしている。4 つの要素を図示すると菱形になることからダイヤモンドフレームと呼ばれる⁶⁾。

①企業戦略および競争戦略…企業の設立・組織・経営や地域のライバル企業間の競争のタイプや激しさを決定づけるルール、インセンティブ、規範などが当てはまる。

②需要条件…高度で要求水準の高い顧客、他の場所を先取りする顧客ニーズ、グローバルに展開可能な専門的セグメントでの例外的な需要が当てはまる。

③関連・支援産業…有能な供給業者や競争力ある関連産業の存在が当てはまる⁷⁾。

④要素(投入資源)条件…要素の量とコスト、つまり自然資源、人的資源、資本、物的インフラ、行政インフラ、情報インフラ、科学技術インフラを指す。これにより、要素の質と専門化が決まる。

これらより、企業部門には要となる企業群の存在、需要部門にはアウトプットに対する需要の存在、関連・支援産業部門には分業パートナー(生産・研究開発、流通)の存在、要素部門には人・資本・技術の存在がそれぞれ想定されている。さらに、矢印のようにそれぞれの部門で相互のネットワークを切り替える多面的なハブ機能が含まれている。このダイヤモンドフレームによりクラスターの競争優位のグレードアップを図ることができるとポーターは述べている。

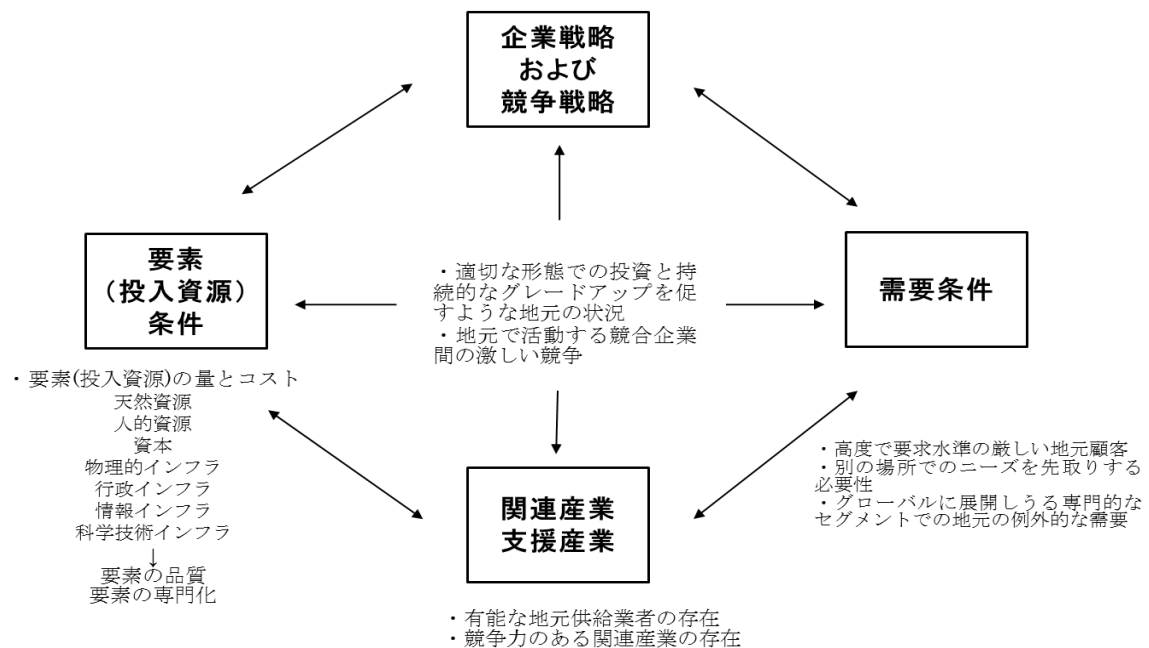


図-1 ダイヤモンドフレーム

(出所) M.ポーター、竹内弘高監訳『競争戦略論 2』

ダイヤモンド社 1999 年、83 頁

3 節 クラスターの分類

中小企業白書(2006)は、産業集積を次の 4 つの形態に分類している。

①企業城下町型集積…特定大企業の量産工場を中心に、下請企業群が多数立地する集積を指す。トヨタ自動車を中心とする愛知県豊田市周辺地域、新日本製鐵を中心とする福岡県北九州地域などが当てはまる。

②産地型集積…消費財など特定業種に属する企業が集積を指す。金属洋食器、刃物の新潟県燕・三条地域、めがね産業の福井県鯖江地域などが当てはまる。

③都市型複合集積…戦前からの産地や軍需関連企業、戦中の疎開工場などを中心に、関連企業が都市圏に集中立地することで形成された集積を指す。東京都城南地域、群馬県太田地域などが当てはまる。

④誘致型複合集積…自治体の誘致活動や工業再配置計画の推進によって形成された集積を指す。岩手県北上川流域地域、山梨県甲府地域などが当てはまる。

また、私たちはこの 4 つの形態からさらに小規模クラスターとしてそれぞれ 2 つのクラスターに分類した。これは産業としてのクラスター分析を流通部面

にも適応して考察することができるのではないか、という問題意識から、近年まで積み上げられてきた小売業界の地理的な集中箇所を取り上げ、それをクラスターの一分類として再定義してみたものである。

もちろん、産業集積と卸小売の集積とはその性格や展開について多大な差異がある点は事実だが、ポーターのいうクラスターのメリットのいくつかの点については、ほぼ同じ効果を上げる側面もあると考えたからである。

①リテール型集積…リテール(etail)とは、一般消費者向けの小売のことを指す。古くから地域に根差していた小売店から派生して、同じ分類の製品を扱う小売店が特定の地域に集まって形成された集積。電気街の秋葉原や道具専門の間屋街である合羽橋、楽器街の御茶ノ水、古本街の神保町などが当てはまる。御茶ノ水と神保町は昔この周辺に大学が多かったことにより、学生のニーズにあわせて発生していったとされている。

②エスニック型集積…歴史的背景により外国文化が定着し、その国の関連製品・サービスが販売されるようになった異文化的な集積。横浜中華街、新大久保、群馬県大泉町などが当てはまる。

横浜中華街は開港により多くの中国人が、新大久保は朝鮮戦争の影響で多くの韓国人が、群馬県大泉町は出入国管理法の改正により多くのブラジル、ペルー人がそれぞれ住み始め外国文化を形成していった。

ここで、私たちは小規模クラスターの成功例として長きに渡り経済的發展をとげている横浜中華街がダイヤモンドフレームにあてはまることを実証し、また、ダイヤモンドフレームを利用し比較的新しい小規模クラスターである新大久保 코리아タウンが一過性の韓国ブームによるものではなく、長期間の發展をおさめるための課題を提案する。

2 章 横浜中華街

1 節 歴史

1857 年 7 月に日米修好通商条約が調印され、これにより 1859 年 6 月に横浜が開港することとなり、中国人は欧米人の付き人として来日した。当時、日本

と中国は条約を結んでいなかったため、中国人は公式的には入国することができないことになっていたが、欧米人は、日本において言葉と交易を代弁させるために中国人を随伴させていた⁸⁾。もともと東アジア貿易においては長年、中国人商人がその大きな信用力で介在することが通常であり、その意味でこの展開はきわめて自然なことであった⁹⁾。開港から7年後の1866年、日本人町から大火が発生し居留地は類焼した。居留地の欧米人は江戸幕府に対し道路の拡張と居留地の拡張を要請し、隣接の「横浜新田」が新たに居留地として割り当てられた。こうして新居留地の横浜新田が横浜中華街の原型となった。その後横浜新田の畦道中心の街づくりが行われ、欧米人と混在した形で中国人が多く移住するようになる¹⁰⁾。

1871年、清国と日本の間で修好条規が締結されたことにより、中国人が公式に日本へ入国することが可能となった。これによって、横浜に住む中国人の数は年々増加していき、中国人の社会が形成され、中華街らしき町並みができていた¹¹⁾。

しかし、1923年の関東大震災で中華街は倒壊し、震災後は欧米人の大半が帰国し、中国人中心の町へと変貌していく。しかし中華街が以前の活気を取り戻してきたさなかの1937年、日中戦争が勃発し、中国人の貿易商は輸入制限や中国での日本製品ボイコットにより大打撃を受ける。また、日本に店を構える中国人も、厳しい状況に置かれた。そうした中でも、中華街に残った中国人は、山下町の戦死者追悼会に代表を送るなど、地元との関係を保つ努力を続けて行った。関東大震災・日中戦争と二度も壊滅的な状況においやられたにも関わらず、中国人は復興に尽力し、地元の結びつきを強めながら中華街を発展させていったのである¹²⁾。

1945年の米軍機による東京大空襲により、横浜の市街地は焼野原と化してしまうが、終戦直後から、外国人船員や米兵を慰めるバーやキャバレーが、中華街の裏通りを中心に多数出現した。昼間は米兵とその家族を対象とする表通りの中華料理店が賑わい、夜間は船員や米兵相手の裏通りのバーやキャバレーが賑わうという料理街と歓楽街の並存した町に変貌していく。1953年の朝鮮戦争

の休戦によって米軍依存だった中華街の人出も極端に少なくなり、中華街は外国人船員が出入りする以外は人通りの少ない静かな町へと沈滞していった¹³⁾。

そこで横浜市と商工会議所が中心となり、焼野原となった中華街や隣接する元町の復興計画が始まる¹⁴⁾。復興計画により、中華街に対する危険で怖いという偏見は徐々に薄れ、日本人の親近感を育成することに貢献した。

1972年には日中国交正常化を迎え、日本中がパンダ来日に沸き、中国ブームが訪れた。外食を楽しむ人が増えつつあった中、中華街はグルメタウンとして知名度を上げ、それと共に中華料理店も増加した。日本人が多数来場するようになり、同時に観光地としても発展していった。同年に、中華街で商売を営む中国人と日本人によって法人組織「横浜中華街発展会協同組合」が発足した¹⁵⁾。

1976年には、街の全業種の半分を料理店が占めるほどになった。こうして、世界のチャイナタウンでも類をみない、来街者の95%が中国人以外という個性的な中華街が形成された。1993年に中華街にあった24団体が結束して「街づくり」団体連合協議会が発足し、その2年後「中華街憲章」を制定した。2004年に横浜高速鉄道みなとみらい21線が開業し、終着駅として元町・中華街駅が設置された。駅の名称に「中華街」が入り、東京の渋谷駅から東急東横線の電車が直通運転されることで中華街のアクセス状況や知名度は大幅に向上した¹⁶⁾。

2 節 現状

現在、横浜中華街は横浜では外せない観光地となり、年間 2200 万人強もの来街者を吸引する。この数は東京ディズニーランドの年間来園者数に匹敵し、休日は容易に歩けないほど混雑する。過去 20 年間 1800 万人前後で推移していたが 2004 年の地下鉄開通で、渋谷と中華街が 1 本で結ばれたことにより、平日 4 万人前後、休日で 9 万人前後へと激増している。インターネットからの中華街へのアクセス件数は月間平均 90 万件にも到達する。中華街への来街目的で最も高いのは「飲食」であり 70%を占めている。次いで「観光」20%、「買物」15%、「その他」15%の順となっている。「買物」でよく購入されるのは中華菓子、中国酒、食材等となっており、食べ物関連商品が圧倒的に多い¹⁷⁾。

中華街の商圈は全国区化の傾向を示している。かつては横浜市を含む県内客が県外客よりも多かったが、現在は大幅に逆転し県内客 30%、県外客 70%という状況である。中華街の周辺には横浜港、外人墓地、山下公園等の歴史的な観光施設も多く散在している。それらの施設との回遊も兼ねた来街者も多くみられる¹⁸⁾。

横浜市統計調査によると繁華街別産業中分類別事業所数(売場面積規模別)、従業者数、年間商品販売額、商品の増加が見受けられる。2002年から2007年の間で年間商品販売額、従業者数が約2倍、売り場面積は1.5倍に拡大している。また中華街の店舗数は著しく増加し、2006年7月現在における総店舗数は約710軒である。これらは大型の建物の中に数店舗集まる形で出店する傾向がある。これらによって経営者は限られた敷地を有効活用して多くの店を出すことができ、観光客にとっては一カ所でさまざまな商品を購入できるといった利便性がある¹⁹⁾。

中華街内には大型建物の中に劇場や水族館を設ける店、ゲーム、カラオケが楽しめる店もある。これらの店も近年完成した店舗であり遊びを楽しむ子供や食を堪能する大人客というように、各店舗が幅広い世代を取り込もうとする様子がうかがえる²⁰⁾。

店舗分布を見ても中華料理店・中華食品・中国茶及び生鮮食品等から醸成される中国文化を基調としながらも、きわめて多様性に富んだ食と娯楽を楽しめる場所に変化してきている。さらに中華街を取り囲む道路に沿って駐車場やホテルが多数立地し、多様な観光需要に対応する施設が配置されている。このように観光地化が進展する中でも中華街は常に生活の場であった²¹⁾。それは中華街の裏通りや横道に散財する小規模な店舗の多くが近隣に居住する中国人を主な対象にしていることに表れている。中国人人口の増加が店舗の増加をもたらしている。この観光化段階において横浜中華街は春節祭や関帝誕といった祭りの開催、善隣門、会芳帝、洗手亭、媽祖廟の建設、さらに高齢化社会を意識した路面整備、横浜中華街コンシェルジュ養成講座の開設、みなとみらい線元町・中華街駅の開設によって中華街は来街者が著しく増加し、一大観光地となった。

一方、現在中華街内部において取り壊しや建設中の店舗が数箇所みうけられる。これは観光化段階における中華街が店舗の集積をもたらすと同時にその内部では常に競争が行われ、店舗の入れ替わりが激しいことを示している。さらに横浜中華街といえども横浜の他の観光地あるいは全国の観光地と常に競争状態にある。こうして日常的に店舗間・地域間で熾烈な競争が行われていることが、横浜中華街全体の活性化を促している²²⁾。

1953年、横浜市長と横浜商工会議所会長らが、中華街と元町中華街の復興を呼びかけた後「中華街・元町振興会」を設立し、1956年に商店を営む有志の呼びかけに応じて、街づくりの必要性を痛感した有志約60軒からなる任意団体「中華街発展会」が結成された。1971年には「発展会」に代わり町のイメージアップを目的に増設事業が始まり、増設を推進していく上で任意団体の組織のままでは限界と判断し、行政からの補助金や低利融資が期待できる中小企業協同組合法の適用を受けられる「中華街発展会協同組合」へと法人団体化を行った。そして1993年から発展会を中心に24団体より成る「街づくり協議会」が結成され、本格的な街づくり事業が着手されることとなった²³⁾。

「中華街発展会」が10年前に開設したホームページはアクセス数も多く、横浜のダイニングとしてホームページを見た人たちが全国から訪れるようになっている。行政との連携による中華街建設の始まりは「街づくり協議会」が設立されたときである。協議会は「横浜中華街環境整備基本構想」を策定し、電線の地下埋設と道路・下水道の整備、交通の再検討と緑化を主要課題とし、具体的な活動としては案内板の設置(4カ所1995年)、方向指示標識の設置(5カ所1995年)、公共トイレ「洗手亭」の設置(1998年)、2007年3月には南門シルクロードに煌びやかな「媽祖廟」が建設された。地下鉄「元町・中華街」駅名の誘致運動、毎年更新する詳細な「中華街マップ」の作成(1994年)、「中華街ビール」の開発(1995年)、通り・横丁に「通り名」の標識設置(1995年)、「コンシェルジュ養成講座」の開始(2002年)、朝陽門(東)のそばにコンシェルジュが常駐した「インフォメーションセンター」の開設(2003年)等が行われてきた²⁴⁾。

また、横浜市のサポートも多く見受けられる。以前中華街の門の歩道では、

ごみ出しの日(排出日)は守られず、排出禁止の事業系ごみも堂々と捨てられている状態で長い間放置されていた。そこで横浜中華街発展会が横浜市に地域事情を説明したところ、横浜市資源循環局中事務所の職員は、収集場の廃止とその後の収集体制について理解を得るために、周辺の住民の家を一軒一軒まわり事情を説明し、中国語でのチラシ配布を行った²⁵⁾。その結果、2008年11月には完全に廃止できるようになり、それ以後も行政や周辺住民がその度に清掃をし、現在は全くゴミが捨てられることはなくなった。横浜市の協力のもと中華街のごみ問題は解決されたのだ。また、横浜市観光情報公式サイトにおいても全面的に横浜中華街を横浜市のPRとして推進している。このように、中華街には支援を行う組合や団体が24団体も存在し、横浜市のバックアップも充実していることがわかる²⁶⁾。

3 節 ダイヤモンドフレーム

中華街は、近隣に中国人が多く居住していることや²⁷⁾、近くに中華学校があるといった「要素条件」から、類似店舗が多く店舗間競争が激しいといった「企業戦略および競争戦略」、食・遊・買い物などの豊かなバリエーションによる「需要条件」、24団体もの関連団体の存在による「関連産業・支援産業」という条件下にあり、1章で挙げたダイヤモンドフレームの4つの条件を完璧に満たしている。

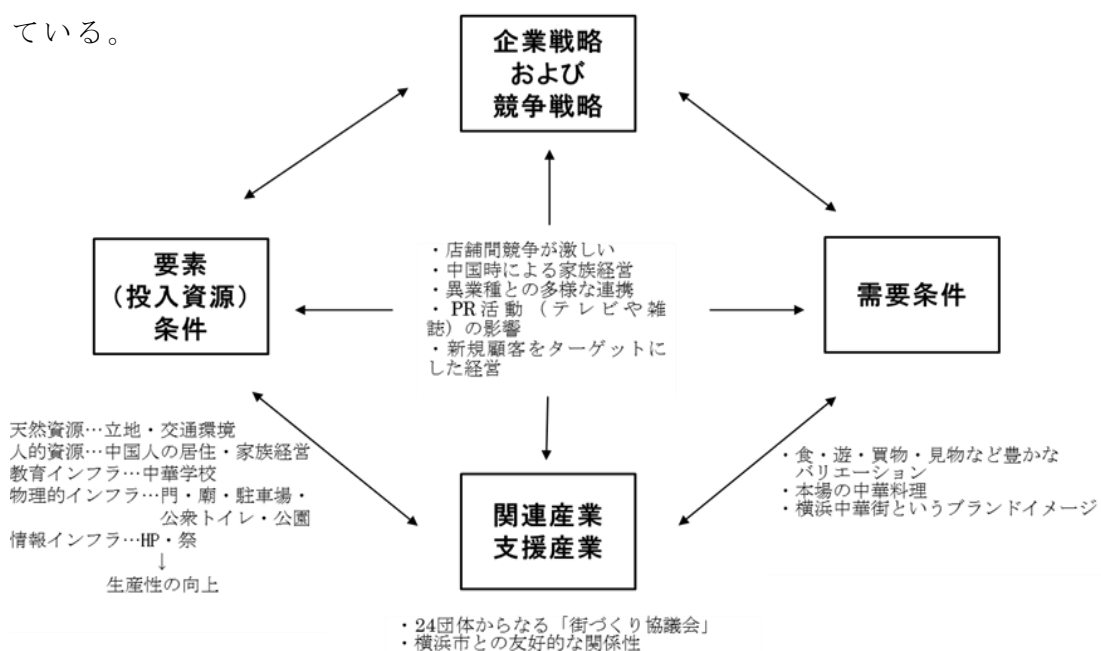


図-2 横浜中華街のダイヤモンドフレーム分析

(ダイヤモンドフレームを中華街に適用して筆者作成)

このダイヤモンドフレーム分析からわかる横浜中華街の特徴としては「要素条件」に特化しているということだ。観光客に溢れる横浜にあることや、横浜中華街付近に働き手である中国人が多く居住していることで天然資源と人的資源は十分に満たされている。その上中区には、横浜中華学院と横浜山手中華学校という中国人が通う中華学校が2つあるため中国人が家族で居住・営業し、店を代々引き継いでいけるので、古くからある安定した店が多い。また観光地として必要な公衆トイレやパーキング、休憩施設も充実しており、物理的インフラも十分に満たされている。さらに横浜中華街の4つの入り口すべてには門が建っており、横浜中華街のランドマーク的な役割を果たしているとともに、中国で言い伝えられている東西南北の守護神が宿っているという意味も込められている²⁸⁾。また、横浜中華街では媽祖際や関帝誕など年に20回近くも中国の祭が行われ、中国人と日本人双方にとって意味のあるものとなっている。

また、中華街は「関連・支援産業」として横浜市との友好的な関係性の構築に成功している。それは2章2節で述べたように横浜中華街の地域問題を横浜市が対処していることや、横浜市観光情報公式サイトにおいて全面的に横浜中華街を横浜市のPRとして推進していることから読み取れる。さらに横浜中華街がある横浜市中区役所のサイトでは横浜中華街「街づくり」団体連合協議会が紹介されており、横浜中華街街づくり協定や街づくりの方針などを示している。一方横浜中華街側も、横浜中華街街づくり協定の中で横浜市の条例や規則を守ることを強く規定している。つまり横浜中華街と横浜市は双方が協力的であり、友好的な関係であると言える。

3 章新大久保

1 節 歴史

現在の大久保地区は「エスニックタウン」と呼ばれるように、外国人が多く居

住しているが、外国人が大久保周辺地域に住むようになったのは明治期から昭和期にかけてである。明治末期頃から外国人宣教師が増加し、教会などのキリスト教関係施設が大久保、百人町周辺地域に次々建てられ、そのような施設の周辺に多くの欧米人が居住していた。また、宣教師のみではなく、外国語学校の教師としてドイツ人やスペイン人などの欧米人、そして朝鮮、韓国、フィリピンなどのアジア各国からも外国人が大久保地区周辺に雑居し始めた²⁹⁾。

1945年の東京大空襲で大久保地区周辺は大きな打撃を受け、人口が大幅に減少した。戦後1940年代後半から大久保地区が復興を始め、1947年には街を明るくしようと新大久保商店街振興組合の前身である「商光会」が発足した。高度経済成長期には大久保地域に住宅やアパートが数多く建設されそれに従い商店街も発展することとなり、同時に1970年代後半からそれまでの店舗兼住宅がビルへと建て替えられていった。そしてアパートが増加し始め、地方から東京へ出てきた人や、歌舞伎町で働く水商売関係者が主に居住するようになり、第2次世界大戦後の大久保地区には、特にラブホテルとアパート・マンションが多く建った。このころから外国人売春婦が増加し、彼女たちは安いアパートに住み、そこに同国人が集まっていった。このようにして、徐々に外国人が増え始めたことで、外国人経営の食材店や飲食店も立ち並び始めた³⁰⁾。

1980年代後半からは歌舞伎町で働く外国人女性に加えて大久保地域には語学学校や専門学校、特にコンピュータ関係の専門学校が林立したため留学生や就学生が多く集まった。1986年には新宿区の外国人登録者数が東京23区内で第1位になり、その中でも百人町、大久保地区に特に多くの外国人が居住していた³¹⁾。1988年に新大久保商店街振興組合が設立され、電線地中化、水銀灯の付け替え、歩道のカラー舗装等も実施、街の外観は美しく変化した。さらに、アジア諸国の政策により台湾・韓国・中国での海外渡航のハードルが下がったことと、日本で1983年に制定された「留学生受け入れ10万人計画」によって外国人の受け入れが進んでいった。

1990年代中頃あたりに大久保が東南アジアの人たちが多く住むまちとして雑誌などで紹介されるようになると、これらの「エスニック系施設」(稲葉、2008)

は客の対象を同国人だけでなく日本人に広げた。このようにして 1990 年末には大久保＝エスニックタウンというイメージが定着し、大久保通りを中心として数多くの店舗が立ち並び、にぎわうようになった。その店舗の大半は、外国人向けのレストランであったり、食材店、美容室、ビデオレンタルなどであり、外国人が十分に生活できるほど整っている。そのため、現在も外国人が次々と大久保地区に入居している³²⁾。

2000 年頃から、大久保通りにも韓国系店舗の進出が見られるようになり、2011 年には多くの韓国系店舗が立ち並ぶ観光地となった。2012 年現在、大久保地域は「コリアタウン」「韓流の聖地」としてメディアに取り上げられ、全国から観光客が集まる一大観光地となった。

2 節 現状

新大久保は最近の韓流ブームの影響もあり、年間約 1500 万人の来街者が訪れている。新大久保商店街振興組合が実施した来街者のアンケートによると、来街者の属性としては 8 割が女性客で特に 40 代以降の中高年者による顧客が多い。顧客の過半数がリピーターであり、来街のきっかけとしてはマスコミの影響が 5 割で、友人・知人による口コミが 2 割を占めている。来街者の 7 割は韓流目的であり、その内訳としては料理が 40%、コスメが 20%である。来街者の 8 割は新宿区外から新大久保を訪れているため、広域からの来街者が多くみられる。

JR 東日本によると、新大久保駅の乗車人員は 2004 年以降増加を続けており、2011 年 9 月の営業収入は前年の同時期に比べ、38%増加し、韓流ブームの影響と報道されている。新大久保には韓国・朝鮮人、中国人を中心とするアジア系の人々が居住しており、この中でも 2000 年代に韓国系店舗の進出が目立った。2001 年(韓流ブーム以前)・2008 年(韓流ブーム後)・2011 年(第 2 次韓流ブーム後)の 3 段階に分けて、店舗の推移をみていく。「飲食店」には韓国料理店・惣菜店・喫茶店・バー・ライブハウスが含まれている。まず、2001 年、韓国系店舗は計 44 軒確認でき、そのうち韓国料理店は 40 軒、食材店は 2 軒、またビ

デオや CD を取り扱う店舗が 2 軒確認できる。韓国系の店舗は 1990 年代職安通りを中心に展開していたが、2000 年頃には大久保通りに通じる路地、そして大久保通りにも進出していることがわかる。これが 2008 年になると、韓国系店舗は計 143 軒、うち韓国料理店が 127 軒、食材店が 7 軒、韓流スターのグッズ店が 9 軒と 2001 年に比べて大きく増加している。韓国料理店の増加はもちろん、韓国の食材を取り扱う店舗や 2000 年代前半の韓流ブームによって韓国スターのグッズを取り扱う店舗が出現しており、業種の多様化が進んでいることがわかる。2011 年になると、JR 山手線の東側で韓国系店舗の増加がみられる。韓国系店舗は計 177 軒あり、そのうち飲食店が 148 軒、食材店が 4 軒、グッズ店が 25 軒と食材店を除いた業種で増加がみられ、特に韓国のスターやアイドルのグッズ・化粧品を取り扱う店舗の増加が著しいといえる。これらのデータから店舗数と業種に関して比較を行う。まず店舗数をみると 2001 年から 2011 年にかけて店舗数は増加していることがわかる。2001 年から 2008 年にかけて大きく増加しているが、2008 年から 2011 年にかけてその伸びは鈍化している。また業種別にみると 2001 年から 2008 年にかけては飲食店が 87 店舗増加しているが、2008 年から 2011 年にかけては 21 軒増加にとどまっている。次に食材店であるが、2001 年から 2008 年にかけて 5 軒増加しているが、2008 年から 2011 年にかけては 3 軒減少していた。また、雑貨店は 2001 年から 2008 年にかけて 6 軒増加し、2008 年から 2011 年にかけて 17 軒増加している。このように韓国系店舗が増加した背景として、客の対象を同胞から日本人へ切り替えたことが考えられる。韓流ブームによって日本人が韓国の文化に興味を持つようになると、日本人を客層とした韓国料理店や韓流スターのグッズ店が相次いで出店した³³⁾。

商店街における経済活動は 2000 年代以前、大久保地域内とその周辺で完結していた。しかし 2000 年代において観光地化し全国から観光客が集まるようになったことで商店街への来客は大幅に増加した。しかし商店街において活発な消費が行われているのは韓国系店舗であり既存店舗がその利益を全て享受しているとはいえない。韓国系店舗には韓国人経営者、さらに日本の資本が出資

している店舗もあり観光客の消費が地域に還元されず外部に流出している状態であるといえる³⁴⁾。

1988年、新大久保商店街振興組合が設立された。新大久保商店街振興組合の資料によるとこれには JR 山手線新大久保駅から明治通りまでの東西約 600m の大久保通り沿いの商店街で約 150 店舗が振興組合に加盟している。しかしこの加盟店舗の数は、実際の創出店舗の 3 分の 1 にしか満たない。新大久保商店街復興組合は歩道の工事や電柱の地中化などを積極的に取り組み、街の外観を意識した活動を行っており、また毎年大久保祭りやイベントを開催している。さらに、韓国のお店も多く掲載した「新大久保にぎわい MAP」も作成し、来街者の観光に役立っている。新大久保商店街振興組合は実際に今の状況を判断し、さらなる発展のための事業展開として①観光案内事業、②来街者満足度向上事業、③マップ・パンフレット事業、④クリーンアップ事業、⑤多文化交流事業、⑥加盟店支援事業、⑦新規加盟促進事業、⑧組合組織強化事業の 8 点を考えているものの、組合のほうも今後の商店街の方向性に悩んでおり、実際の取り組みまではまだ時間がかかるようだ。

また、商店街と新宿区との関係性も薄い。新宿区は「新宿区産業振興プラン」として①持続可能な商店街の実現、②身近な生活を支える社会を支える社会的機能の整備、③多様性に応じた商店街の強化を掲げているものの、新大久保商店街振興組合のごみの回収回数の減少に対する対策や不法投棄に対する監視、騒音の測定、横断歩道の設置、公衆トイレの設置の依頼³⁵⁾に対して、新宿区は今のところ特に新大久保商店街への取り組みを行う予定はないようだ³⁶⁾。

3 節ダイヤモンドフレーム

新大久保は、1 日平均乗降者数が世界一である新宿駅の隣にあるという³⁷⁾、恵まれた交通条件による「要素条件」や、韓流ブームにのっとり「企業戦略および競争戦略」、顧客層が安定、かつリピーターが多いという「需要条件」、新大久保商店街振興組合による「関連産業・支援産業」という条件下にあり、これもまた 1 章で挙げたダイヤモンドフレームの 4 つの条件を満たしている。

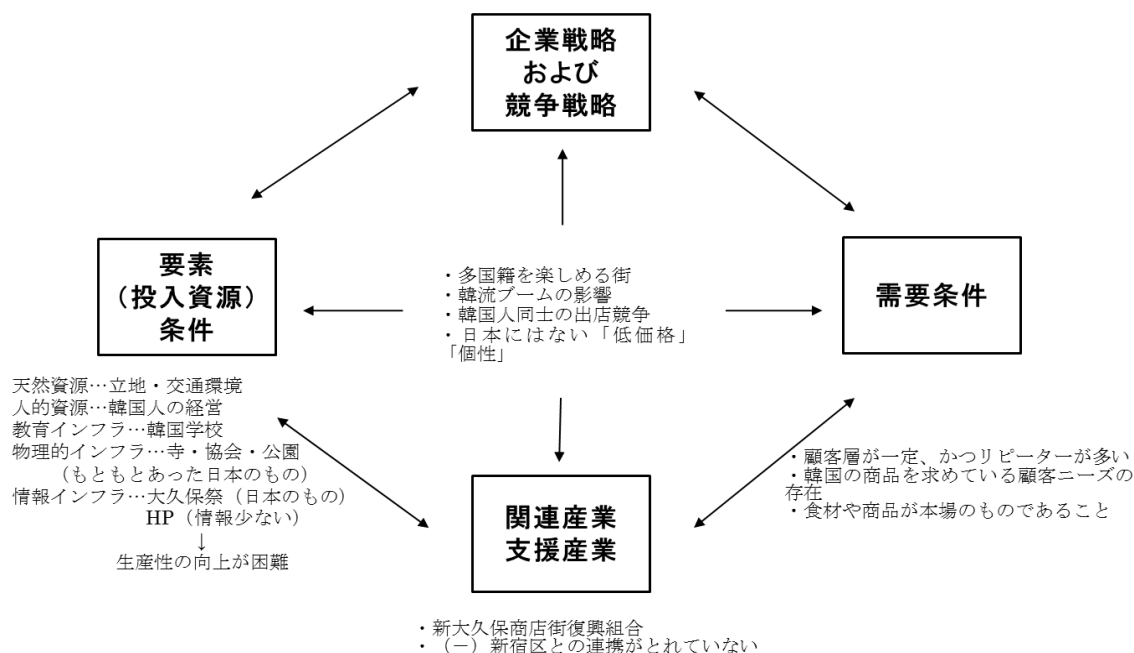


図-3 新大久保のダイヤモンドフレーム分析

(ダイヤモンドフレームを新大久保に適用して筆者作成)

新大久保の「要素条件」に注目してみると、先程述べたように立地・交通環境は申し分なく、近くに百人町があるため韓国人もたくさん住んでいる³⁸⁾ことから天然資源と人的資源は十分に満たされている。ただし新宿区に東京韓国学校はあるものの、百人町から距離があるためか家族で居住するというよりは日本に出稼ぎに出てきている韓国人が多く、店舗の移り変わりが激しい。物理的インフラとしては、全龍禅寺や夫婦木神社など6つの寺と東京中央教会など7つの教会、戸山公園や西大久保公園など3つの公園があり、情報インフラとしては大久保祭りという日本の祭りがある。これらのインフラは日本人観光客や日本人居住者には価値のあるものとなっており、韓国人向けではないと言える。

「関連・支援産業」としては3章2節で述べたように商店街と新宿区との関係性も薄いため、観光案内事業やマップ・パンフレット事業、クリーンアップ事業、多文化交流事業など商店街のさらなる発展のための事業展開を新大久保商店街振興組合が一身に背負っている。

4 章新大久保への提案

ここまで主に歴史、現状、そしてそれらをポーターのダイヤモンドフレームにあてはめて横浜中華街と新大久保を比較してきた。ここではこれらの比較をふまえて新大久保の問題点を再検討していく。

1 節新大久保の問題点

ここまで挙げた横浜中華街と新大久保の比較や新大久保商店街振興組合の理事長である諏訪さんにお伺いしたお話をもとに、問題点を再検討する。

まず挙げられる新大久保の最も大きな問題点は、地域住民の生活や観光客の安全性への問題である。具体的には、人が増えたゆえの交通の不便さ、深夜の騒音、道路のごみ、所定箇所以外への看板の設置、店舗にトイレがない、商品を道路に陳列してしまうため道幅が狭い、などがある。近年、韓流ブームの象徴としてマスコミに大きく取り上げられ、人気が増していく一方では、韓国関連店舗の利益ばかりを追求する経営や、増加する来街者のモラルの低下などの問題がでてきており、これによって地域住民の生活に支障を来し、不満が増加しているのである。このような問題に対処しきれないときは行政に頼るべきだと思われるが、新大久保のもう 1 つの大きな問題点として行政との連携不足が挙げられ、その結果こういった問題に着手しきれていないのが現状である。また、横浜中華街がある横浜市には観光情報のみが載るホームページがあり、そのトップページには大々的に中華街の特集ページが載せられているなどして中華街の繁栄に協力的なのに対し、新大久保がある新宿区の観光協会のホームページには新大久保についての記述は一切見られないという点をとっても、行政のサポートに差があらわれている。

それ以外の問題点としては、文化面においてのコリアタウンとしてのシンボルの欠如である。横浜中華街ではチャイナタウンとして門や関帝廟などがあり、観光客はそこで写真を撮ったりすることで中国に来ているかのような気分を味わうことができる。また、イベントとして中国の代表的なお祭りを行ったりもしており、中国の文化を日本の人々に伝える役割や、中華街に住む中国人を楽しませるという役割を果たしてきた。それに対し、新大久保にある寺や公園は

元々の商店街にあった日本のものであり、行われる祭りも日本向けのものであるため、観光客は新大久保に来てさほど韓国の文化に触れることができず、また新大久保に韓国人が住みやすいような環境が整っているとはいえない。また、横浜中華街には中華学校が存在し、周辺に住む中国人が子供をそこに通わせることで、中華街の店舗において代々にわたる家族経営を行ってきたが、新大久保周辺にはそういった学校も存在しないのでそのような家族経営を行うことも難しく、その結果すぐに店舗を立ち退いてしまったりするケースが目立っており、地域との深いつながりがあるとはいえないのが現状である。

以上のような新大久保の問題点をふまえ、次節では新大久保に対する提案を行っていく。

2 節 新大久保への提案

前節の問題点をまとめると、住民や観光客への安全面の問題、地域の行政などとの連携不足による地域・社会面の問題、コリアタウンとして韓国の文化を観光客に伝え、韓国人が長期にわたって住めるようなまちづくりを行うという文化面の問題に大きく分けられる。ここではこれまでのまとめとしてこれらの問題点を改善していくための新大久保への提案を行う。

まず住民や観光客への安全面の問題に対しては、横浜中華街のような「まちづくり協定」を作るべきであると考えます。横浜中華街街づくり協定とは、横浜中華街「街づくり」団体連合協議会が発行したものであり、「安全で快適な商業居住地域として更なる発展をさせていくには居住者と事業者が協働して活力ある街づくりが継続できる新たな街のルールを定め、地域住民の一員としての誇りを持ち、横浜中華街の個性的な景観とコミュニティを次世代に引き継いでいきます。」(横浜中華街街づくり協定、基本理念より)という基本理念をもとに作られた横浜中華街区域内におけるさまざまなルールのことである。具体的な内容としては、店舗の出店や建物・看板・道路使用や駐車について、またゴミや騒音・臭い、落書きについてなど細部にわたって規定がなされており、観光地でありながら地域住民がしっかりと暮らしていけるためのしっかりとしたルー

ルが存在する。新大久保にはそういった確固たる協定が存在していないゆえに地域住民の生活の支障が改善されていないので、新大久保商店街振興組合を中心にそのような協定を定め、観光客が増加し街に人があふれていくような状況の中でも地域住民が暮らしやすい街を目指す必要がある。

また、そういった街を目指すためには行政の協力が不可欠である。都築(1999)によると、地域が外国人を受け入れる際の責任主体として3つのパターンを挙げている。1つ目は自治体を中心となって積極的に問題の解決を図る自治区主導型、2つ目は行政が積極的に関与する行政主導型、3つ目は商工会などの民間機関が中心となる民間主導型である。新大久保においてはこれまで行政(新宿区)が積極的ではなかったため自治区主導型が行われてきたが、結果的に問題は改善されていないため、これからは新宿区が新大久保商店街振興組合と連携を密にとり、さきほど述べたような「まちづくり協定」を作ることを通して地域住民の生活や観光客の安全性を保障していくべきである。

また、文化面の問題に対しては、コリアタウンのシンボルとして建築物を建てたり韓国の伝統的な行事を行ったりして観光客に韓国文化を理解してもらるように、また新大久保周辺に韓国学校を建設するなどして韓国人が代々にわたって新大久保地域に住みついて店舗経営を行えるような街づくりが行えれば、横浜中華街のような地域に根付いた街づくりが行えるのではないかと考える。

ここまでこの論文を通して、近年新大久保はメディアの影響もあり観光地としてとても繁栄している一方で、地域住民の不満や新宿区との連携不足、文化面の問題などを抱えているということを述べてきた。しかし、新大久保がブームとなっている今だからこそ新大久保商店街振興組合と新宿区を中心にさきほどの提案のような問題点の解消に努め、横浜中華街のように地域住民と韓国関連店舗が協力し、また店舗を経営する韓国人が新大久保に住んで家族経営を行えるような街づくりができれば、新大久保のコリアタウンとしての長期的な繁栄も望め、また、新大久保から日本人と韓国人との協力的な架け橋の第一歩を踏むことができるのではないだろうか。

脚注

1) 産業クラスターとは何か？

<<http://www.libertas.co.jp/report/20051215cluster.html#top>>

2) クラスターは比較的広い地域に異なる業種の中小企業のつらなった集まりで、産業集積は狭い地域に同じ業種でも異業種でも中小企業が密集しているようなイメージである。

3) 原田誠司「ポーター・クラスター論についてー産業集積の競争力と政策の視点ー」2009年，24頁

4) 同上論文，24頁

5) 同上論文，24頁

6) マイケル・E・ポーター『国の競争優位』1990年，73頁

7) クラスター自体がこれを指すが、ダイヤモンドフレームの相互作用を示すものと考えべきである。

8) 菅原一孝「横浜中華街発展の歩み」2007年，173頁

9) 古田和子『上海ネットワークと近代東アジア』東京大学出版会，2001年

10) 菅原一孝，前掲論文，173頁

11) 寺井美由紀「横浜中華街ー華人の歴史と商売の変化ー」2007年，5頁

12) 同上論文，6頁

13) 菅原一孝，前掲論文，173ー174頁

14) 菅原一孝，前掲論文，174頁

15) 横浜中華街 Yokohama China Town<<http://www.chinatown.or.jp/>>

16) 横浜中華街 Yokohama China Town<<http://www.chinatown.or.jp/>>

17) 菅原一孝，前掲論文，172頁

18) 同上論文，172頁

19) 長友麻苗未「横浜中華街の発展とブランドイメージ」2009年，71頁

20) 同上論文，71頁

21) 同上論文，71頁

22)同上論文， 75 頁

23)張玉玲「観光地「中華街」の形成と発展からみる日本人と中国人が試みた「共生」」 2007 年， 168 頁

24)菅原一孝， 前掲論文， 175 頁

25)武松事業デザイン工房<<http://www.takematsu-design.com/index.html>>

26)菅原一孝， 前掲論文， 175 頁

27)山下清海「横浜中華街在留中国人の生活様式」(1979)によると中華街が位置する中区には、横浜市の中国籍保有者の 68.2%に相当する 2,886 人が集中している。中華街に居住する中国人の正確な人口は明らかでないが、すでに日本籍を有する者を含めると、現在 2,000 人前後の中国人が居住していると思われる。

28)横浜中華街 Yokohama China Town<<http://www.chinatown.or.jp/>>

29)山下清海「横浜中華街と大久保エスニックタウンー日本における新旧 2 つのエスニックタウンー」 1997 年， 62 頁

30)同上論文， 63 頁

西岡美樹「「共生」の真実 外国人集住地域における地域の変容 ―東京都新宿区・大久保地域を事例に―」 2011 年， 5－6 頁

31)山下清海， 前掲論文， 63 頁 西岡美樹， 前掲論文， 9 頁

32)西岡美樹， 前掲論文， 9－10 項 山下清海， 前掲論文， 63 頁

33)西岡美樹， 前掲論文， 18 頁

34)同上論文， 37 頁

35)新大久保商店街振興組合の理事長へのインタビューによる

36)新宿区役所へのインタビューによる

37)ギネス世界記録日本公式サイトによると、新宿駅の乗降者数は 1 日平均 364 万人で、世界一と認定されている。

38)国勢調査によると、新大久保がある新宿区には約 10,000 人の韓国人が住んでおり、東京の区や市の中で断トツである。

参考文献

マイケル・E・ポーター 竹内弘高訳『競争戦略論Ⅱ』ダイヤモンド社，1999年

原田誠司「ポーター・クラスター論について－産業集積の競争力と政策の視点－」『長岡大学研究論叢』7巻，2009年7月，21－42頁

中平和伸、藤井義之、権田令治「地域産業集積におけるクラスター形成に関する解析」『年次学術大会講演要旨集』16巻，2001年10月，349－352頁

吉見隆一「平成23年度調査研究事業産業集積の現状と課題」『商工金融』62巻6号，2012年6月，20－46頁

中小企業白書(2006)

中小企業庁『中小企業白書〈2006年版〉「時代の節目」に立つ中小企業－海外経済との関係深化・国内における人口減少』ぎょうせい，2006年

菅原一孝「横浜中華街発展の歩み」『日本食生活学会誌』18巻2号，2007年9月，172－176頁

西岡美樹「「共生」の真実 外国人集住地域における地域の変容－東京都新宿区・大久保地域を事例に－」2011年

池田和子「横浜中華街と神戸南京町：東西チャイナタウン比較への試み」『地域と社会』5巻，2002年8月，123－152頁

張玉玲「観光地「中華街」の形成と発展からみる日本人と中国人が試みた「共生」」2007年

横浜中華街 Yokohama China Town<<http://www.chinatown.or.jp/>>(情報最終確認日:2012.9.19)

横浜市統計ポータルサイト<<http://www.city.yokohama.lg.jp/ex/stat/>>(情報最終確認日:2012.9.19)

横浜市役所<<http://www.city.yokohama.lg.jp/front/welcome.html>>(情報最終確認日:2012.9.19)

横浜観光情報公式サイト<<http://www.welcome.city.yokohama.jp/ja/>>(情報最終確認日:2012.9.19)

武松事業デザイン工房<<http://www.takematsu-design.com/index.html>>(情

報最終確認日:2012.9.19)

長友麻苗未「横浜中華街の発展とブランドイメージ」『学芸地理』64 巻, 2009 年 12 月, 70-82 頁

山下清海・秋田大学地理学研究室学「横浜中華街と大久保エスニックタウンー日本における新旧 2 つのエスニックタウンー」『秋大地理』44 巻, 1997 年 3 月, 57-68 頁

新宿区役所 < <http://www.city.shinjuku.lg.jp/index.html> > (情報最終確認日:2012.9.19)

新大久保商店街振興組合ホームページ「新大久保リンク」 < <http://www.e-ios.co.jp/ookubo/> > (情報最終確認日:2012.9.19)

川村千鶴子「ディアスポラ接触とは何か～新宿区大久保地区の多文化化の歴史から～」『大東文化大学紀要. 人文科学』46 巻, 2008 年 3 月, 143-166 頁

山下清海「横浜中華街在留中国人の生活様式」『人文地理』31 巻 4 号, 1979 年, 321-348 頁

統計局ホームページ < <http://www.stat.go.jp/> > (情報最終確認日:2012.9.19)

横浜中華学院校友会 < <http://www.yocsob.com/> > (情報最終確認日:2012.9.19)

ギネス世界記録ー日本公式サイト < <http://www.guinnessworldrecords.jp/> > (情報最終確認日:2012.9.19)