



在日バングラデシュ人の集住地「リトルダッカ」の 形成 ―東京都北区東十条・十条を事例に―

澤, 宗則

(Citation)

移民研究, 20:1-46

(Issue Date)

2024-03

(Resource Type)

journal article

(Version)

Version of Record

(URL)

<https://hdl.handle.net/20.500.14094/0100489520>



在日バングラデシュ人の集住地「リトルダッカ」の形成 —— 東京都北区東十条・十条を事例に ——

澤 宗則

- I. はじめに
- II. 在日バングラデシュ人の特徴——南アジア系移民との比較
- III. バングラデシュからの国際人口移動の特徴
- IV. 東京都のバングラデシュ人の特徴
- V. 東京都のバングラデシュ人留学生の特徴
- VI. バングラデシュ人集住地の形成——「リトルダッカ」の成立
- VII. バングラデシュ料理店・食材店の戦略
- VIII. おわりに——トランスナショナルな関係の形成

キーワード：在日バングラデシュ人，集住地，リトルダッカ，留学生，エスニック・ビジネス，戦略，トランスナショナル

I. はじめに

経済のグローバル化の進展に従い、国境を越えた人の流動化が高まっている。開発途上国から先進国への国際人口移動は移動元と移動先の社会経済的变化を直接もたらすとともに、移動元と移動先とのトランスナショナルな社会関係を形成・強化するという特徴を持つ。開発途上国から先進国への国際人口移動の多くは労働者であり、従来の国際人口移動研究や移民研究では、労働者に着目した研究がほとんどであり、日本における研究においても同様である。しかしながら、開発途上国の経済成長と教育水準の向上に伴い先進国への留学移動も増加しつつある。しかし、留学に伴う国際人口移動や居住地形成についての研究はいまだ極めて不十分であると言わざるを得ない。

そこで、本稿では留学による国際人口移動が現在顕著な在日バングラデシュ人を研究対象とする。日本における留学生の出身国（地域）は、中国、ベトナム、ネパール、韓国、インドネシア、台湾、スリランカ、ミャンマーに次いでバングラデシュが第9位で約3,300人である¹⁾。日本の在留バングラデシュ人²⁾のうち留学生の比率が23%であり、在留バングラデシュ人の在留資格で最大である。また19%を占める「技術・人文知識・国際業務(以後「技人国」)」の在留資格の者もほとんどが元留学生であると推測される（在留外国人統計2022）。さらに、2022年現在バングラデシュ人の入国者の在留資格は「留学」が最大で

ある（出入国管理統計 2022）。このように現在、バングラデシュから日本への移動も居住も「留学」が最大であるという点が大きな特徴である。

バングラデシュから日本への国際人口移動や移民に関しては、かつての出稼ぎ労働者から近年は留学生が主力となり、その内実が大きく変容したにもかかわらず、在日バングラデシュ人に関する論考は（出稼ぎ）労働者に着目したものがほとんどであり、留学生を中心にした研究は管見の限りない。そこで本稿では、①日本の南アジア系移民の中での現在の在日バングラデシュ人の特徴、②バングラデシュから日本への国際人口移動の歴史的変化、③バングラデシュ人の日本最大の集住地「リトルダッカ」の形成過程、④「リトルダッカ」でエスニック・ビジネスとして展開されるバングラデシュ料理店と食材店の戦略、⑤出身地と集住地の間に越境的な双方向的な社会関係が持続したトランスナショナルな関係について解明することを目的とする³⁾。

2023年4月から12月にかけてバングラデシュ人留学生、日本語学校、インターナショナルスクール、公立小学校、バングラデシュ料理店、同食材店、それらの顧客、モスク、北区役所・教育委員会、ハローワークなどに対して日本語・英語・ベンガル語にて聞き取り調査を行った。本稿では、II章で南アジア系移民との比較を通じて在日バングラデシュ人の特徴、III章でバングラデシュからの国際人口移動の特徴、IV章で東京都のバングラデシュ人の特徴、V章で東京都のバングラデシュ人留学生の特徴についてそれぞれ明らかにする。VI章で「リトルダッカ」と呼ばれる東京都北区東十条・十条におけるバングラデシュ人集住地の形成過程を示し、VII章で「リトルダッカ」において多数立地するバングラデシュ料理店・食材店の戦略を解明する。これらを踏まえて最後にVIII章で出身地と集住地の間のトランスナショナルな関係がどのように成立したのかについて述べる。

II. 在日バングラデシュ人の特徴—南アジア系移民との比較

本章では、在留外国人統計（2022）のデータに依拠して、他の南アジア系移民（インド人、ネパール人、パキスタン人、スリランカ人）と比較することにより、在日バングラデシュ人の特徴を把握する。

1. 在日インド人の動向

インドは、中国と並び歴史的にも代表的な移民輩出国である。在留インド人（約43,000人）は、東京都（39%）、神奈川県（16%）、千葉県（5%）、埼玉県（4%）、茨城県（4%）、兵庫県（4%）に多く居住する。集住地は、ニューカマーとしての高学歴IT技術者とその家族から構成され、東京都江戸川区西葛西およびその周辺の「リトルインディア」とも呼ばれる日本最大のインド人集住地と、オールドカマーとしてのインド商人とその家族から

在日バンングラデシュ人の集住地「リトルダッカ」の形成

——東京都北区東十条・十条を事例に——

(澤 宗則)

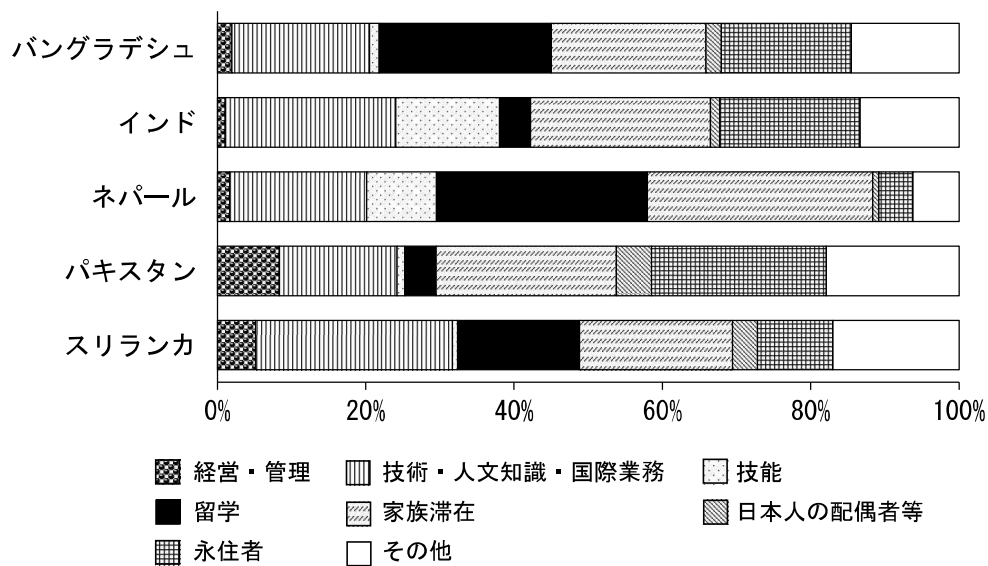


図1 南アジア系在留外国人の在留資格（2022）

出所：「在留外国人統計 2022」により筆者作成

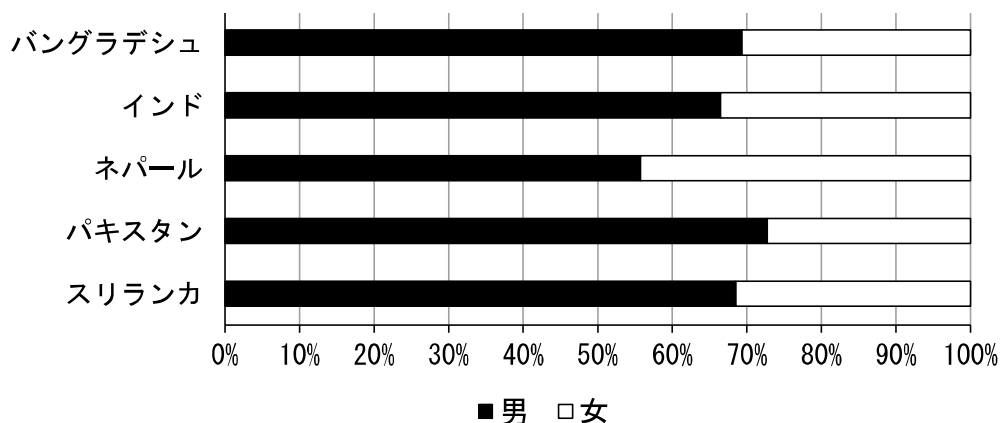


図2 南アジア系在留外国人の男女比（2022）

出所：「在留外国人統計 2022」により筆者作成

構成された神戸市中央区北野とその周辺で形成された集住地の、対照的な2つの集住地が形成されている。

在留インド人の中で留学生はわずか4%（2,000人）にとどまる。一方、「技人国」は10,000人強（23%）と留学生の約5倍である。「技人国」の多くは、日本での元留学生ではなく、彼らの多くはインドの大学・大学院卒の高学歴のIT技術者である。また、「技能」は6,000人強（14%）であり、そのほとんどがインド料理店の料理人である（図1）。在留インド人の男性比率は66%であり（図2）、IT技術者の男子単身赴任がかつては中心

であったが、次第に妻を呼び寄せた結果、家族滞在者（妻子）の増加により女性比率が高まってきている。このように在留インド人は、IT 技術者（男子）とインド料理店関係者（男子）とその家族（妻子）を中心に構成されていることがわかる。日本への入国は IT 技術者としての就業と料理店勤務、結婚（妻の呼び寄せ）の3つのルートである。日本語学校においてインド人留学生はごく少数であり留学による入国は極めて限定的である⁴⁾。インドからの留学先はアメリカなどの英語圏が中心である。

2. 在日ネパール人の特徴

山岳地が多く農業も工業も不十分なネパールは世界でも有数の移民輩出国である。在留ネパール人（約14万人）は東京都（20%）、愛知県（9%）、福岡県（8%）に多く居住し、そのなかでも、日本語学校が多く立地し留学生が多く居住する東京都新宿区・豊島区、福岡市、那覇市、名古屋市などと、ネパールのインターナショナルスクールがある東京都杉並区が代表的な居住地である。在留ネパール人中、留学生が約4万人（28%）と多数を占め、留学生の男性の割合は56%と男女数が均衡しているのが特徴である。留学生の多くは、日本語学校と専門学校の学生である。会社員が多数を占める「技人国」が18%、インド・ネパール料理店の料理人である「技能」が9%となっている（図1）。また、留学生はコンビニや飲食店などに、「家族滞在」であるインド・ネパール料理店の経営者や料理人の妻は食品工場やホテルのベッドメイキングなどに、それぞれ「資格外活動」として認められた上限の週28時間⁵⁾労働しているのが通例である（澤・南埜 2022, 澤 2023）。男女が均衡したネパール人留学生の影響で、在留ネパール人の男性比率も56%と男女が均衡した構成となっているのが大きな特徴である（図2）。

現在の在日ネパール人の働く形態と在留資格は主に以下の5つから構成されている。①インド・ネパール料理店や食材店の経営者（「経営・管理」⁶⁾、「技能」⁶⁾、「永住者」）、②インド・ネパール料理店で雇用されている料理人（「技能」）、③前述の①や②の家族で日本語能力をあまり必要としない食品工場やホテルのベッドメイキング・清掃などにアルバイトとして週28時間を上限に働く者（「家族滞在」）、④時給の良い夜勤を中心に食品工場、コンビニエンスストア、居酒屋、物流、ホテルのベッドメイキング・清掃などにアルバイトとして週28時間を上限に働く留学生（「留学」）、⑤日本で企業に就職した元留学生（「技人国」）である（澤・南埜 2022, 澤 2023）。

このように在日ネパール人は、会社員（男子）、インド・ネパール料理店関係者（男子）および両者の妻子と、留学生（男女）を中心に構成されていることがわかる。日本への入国は留学、料理店勤務、結婚（妻の呼び寄せ）の3つのルートである⁷⁾。

3. 在日パキスタン人の特徴

パキスタンもアジアの中で代表的な移民輩出国の1つである。1980年代後半当時日本は好景気で工場や建設現場での非熟練労働者の需要が増大し労働力不足となっていた。さらに円高傾向が続き、開発途上国との賃金格差が拡大していた。パキスタン・バングラデシュと日本は、当時それぞれ「査証相互免除取り決め」があり、両国からの日本への入国が容易であったため、日本への出稼ぎブームが起こり、両国からの入国者が増加した。しかしその後、日本政府は当時社会問題と化した資格外就業者や超過滞在者の増加を制限するために1989年に両国に対する「査証相互免除取り決め」を停止し、両国からの入国者数は激減した。それ以降、日本における非熟練移民労働者は、ブラジルやペルーの「日系人」が代替することとなった(澤 2007)。

在留パキスタン人(約 22,000 人)の特徴の1つ目は、「経営・管理」の構成比(8%)が他の南アジア系在留外国人より高く、彼らの多くが中古車貿易業の経営主である点である(図1)。パキスタン人が多く居住するのは、埼玉県(15%)、茨城県(10%)、愛知県(10%)、千葉県(8%)、神奈川県(7%)、栃木県(7%)である。北関東に比較的多く居住し、「ヤシオスタン」とも呼ばれる埼玉県八潮市と「イミズスタン」とも呼ばれる富山県射水市はパキスタン人が集住する地域として知られている。八潮市は中古車のオークション会場に近く、射水市はロシアへ中古車を輸出する伏木富山港を有する。パキスタン人の中古車貿易業者への聞き取りによると、中古車のオークション会場は、全国に多数立地し、そこでは日本の中古車貿易業では多数を占めるパキスタン人が必ずビジネスを行っているといわれている。彼らはオークション会場の周辺に居住しそこにモスクを設立するとともに、パキスタンハラール料理店・食材店を起業させている。そのため、パキスタン人の居住地域は、オークション会場のある全国に散在し、八潮市と射水市などを除けば特定の市町村に集住するような傾向は認められない。

2つ目の特徴は、「日本人の配偶者」比率(5%)が他の南アジア系在留者よりも高く、かつ「日本人の配偶者」の男性比率が92%と極めて高い点である。日本人女性と結婚したパキスタン人男性は日本人妻名義でビジネスを起業することが多く⁸⁾、定住化が進む。このため「永住者」の比率も24%と、他の南アジア系在留者よりも高い。このようなことから、在留パキスタン人の男性比率は73%と極めて高く(図2)、男性中心の構成となっている。日本への入国は中古車貿易業のルートと結婚(妻の呼び寄せ)が大きい。日本語学校や専門学校に在籍するパキスタン人学生はごく少数で、留学による入国は極めて限定的である⁹⁾。

4. 在日スリランカ人の特徴

在留スリランカ人(約 37,000 人)は「経営・管理」(5%)、「留学」(16%)、「技人国」

(26%)の構成比が他の南アジア系外国人の平均と比較して多い傾向にある(図1)。スリランカ人の「経営・管理」の多くは、パキスタン人と同様に中古車貿易業の経営主である。「技人国」の男性比率は87%であるが、近年増加したスリランカ人の「留学」の男性の割合は66%であり、留学生の女子比率が高まっている。この結果、在留スリランカ人の男性比率は68%となり(図2),かつての男性中心の構成からの変化を読み解くことができる。日本のスリランカ人は、中古車貿易業の経営主、会社員とその家族(妻子)と急増する留学生(男女)によって構成されている。日本への入国は中古車貿易業のルートと結婚(妻の呼び寄せ)と、近年急増している留学による入国である。

スリランカ人が多く居住するのは、千葉県(19%),神奈川県(14%),茨城県(9%),愛知県(8%),東京都(7%),埼玉県(6%)であり、関東の郊外に散在していることがわかる。在留パキスタン人の場合と同様に、全国に散在する中古車のオークション会場近くに居住する傾向があり、特定の市町村に集住するような傾向はまだ顕著には認められない。

5. 在日バングラデシュ人の特徴

在留バングラデシュ人(約23,000人)が多く居住するのは、東京都(23%),埼玉県(13%),神奈川県(7%),群馬県(7%),千葉県(6%),兵庫県(6%)である(図3)。関東に多く居住するが、兵庫県に多いのは日本語学校と専門学校での留学生が特に急増しているためである。在留バングラデシュ人の大きな特徴は、「留学」(23%),「技人国」(19%),「家族滞在」(21%)の構成比が高く、料理人である「技能」は1%に過ぎない点である(図1)。「留学」と「技人国」の男性比率はそれぞれ87%,93%と極めて高く、この結果、在留バングラデシュ人の男性比率は70%と非常に高い(図2)。男性を中心とした構成であり、これも在日バングラデシュ人の大きな特徴である。男子留学生が卒業後日本の企業に就職し(「技人国」),その後結婚して妻を呼び寄せ(「家族滞在」)という男性中心のライフパスを読み解くことができる。日本への入国は留学生,元留学生の会社員,結婚(妻の呼び寄せ)が多く、料理人の入国は少数である。

在留資格別バングラデシュ人数の1994年以降の推移を示した図4によると、まず「留学」が大きな割合を占めるとともに、留学生が2013年以降急増傾向にあることがわかる。2019-2021年にかけて留学生が激減したのは、新型コロナによる厳しい入国制限があったためである。また「技人国」と「家族滞在」の増加傾向がきわめて近似し、連動していることがわかる。つまり、留学生として入国し(「留学」),卒業後日本の企業に就職し(「技人国」),その後結婚し妻を呼び寄せ、子どもを育てる(「家族滞在」)という、留学生として来日した男性のライフパスが従来から形成・継続していると考えられる。また日本での在留期間が長期化することにより「永住者」も増加している。他方、上記の3つの在留資

在日バングラデシュ人の集住地「リトルダッカ」の形成

——東京都北区東十条・十条を事例に——

(澤 宗則)

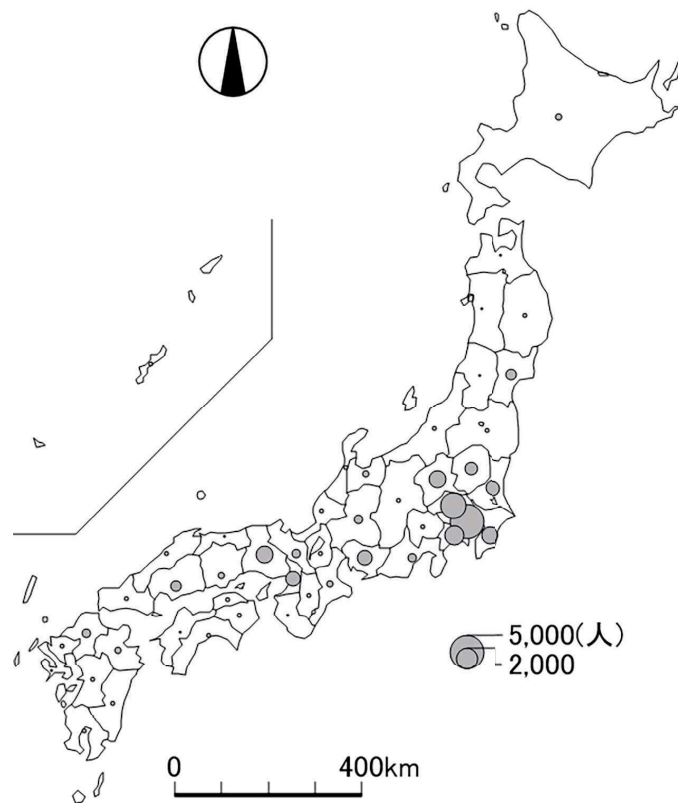


図3 在留バングラデシュ人の都道府県別分布（2022）

出所：「在留外国人統計 2022」により筆者作成

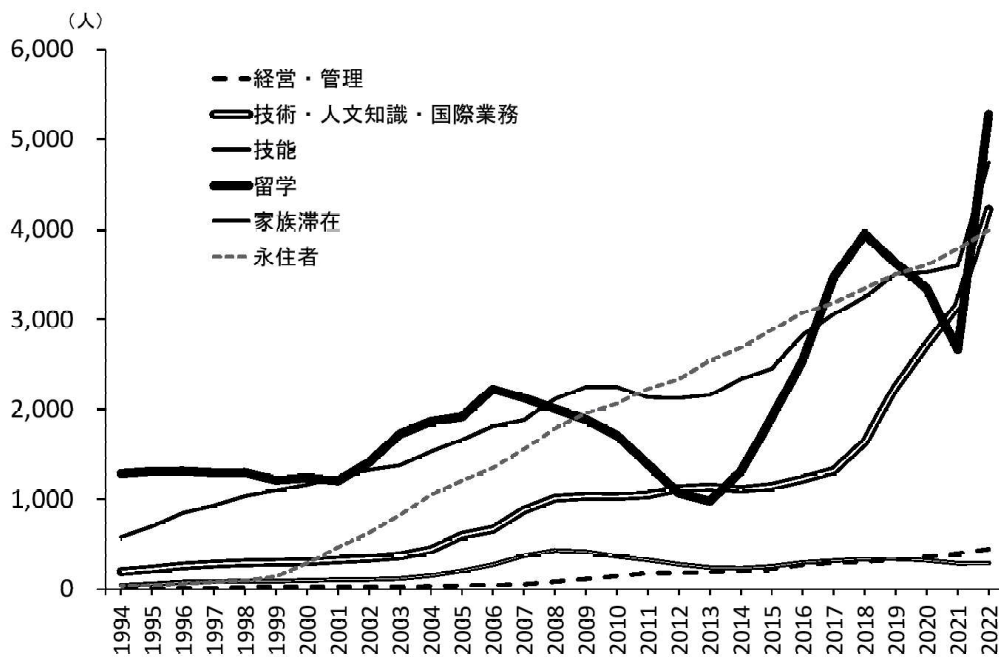


図4 在留資格別在留バングラデシュ人数の推移（1994-2022）

出所：「在留外国人統計 2022」により筆者作成

細分化されていた時の旧在留資格は 2022 年現在の在留資格に統合して表象している

格に比べ少数ではあるが、「経営・管理」と「技能」の変化も連動していることがわかる。これらは中古車貿易業の経営主を除けば、バングラデシュ料理店の経営者と料理人の関係である¹⁰⁾。

このように、在日バングラデシュ人は男性を中心とした構成であり、男子留学生が卒業後日本の企業に就職し、その一部が中古車貿易業、バングラデシュ料理店・食材店を起業している。彼らはその後結婚して妻を呼び寄せるという男性中心のライフパスが多く認められる。日本への入国は留学生、元留学生の会社員、結婚（妻の呼び寄せ）が多く、料理人の入国は極めて少数である。

Ⅲ. バングラデシュからの国際人口移動の特徴

1. バングラデシュからの国際人口移動

バングラデシュはIOM（国際移住機関）の“WORLD MIGRATION REPORT 2022”によると、インド、メキシコ、ロシア、中国、シリアに次ぐ6番目に多い移民送り出し国である。非正規移動が多く認められるためバングラデシュ政府の統計に表示されないインドへの移民人口を除くと、バングラデシュ人の国外居住先は総計約114万人のうち多い順にサウジアラビア約61万人（54%）、オマーン約18万人（16%）、UAE約10万人（9%）と中東産油国で大半を占め、次にシンガポール約6万人（5%）、マレーシア約5万人（4%）と経済成長著しい東南アジアである（Statistical Yearbook Bangladesh 2022）。Mahmud（2023）はバングラデシュからの労働者の国際人口移動に関して、以下の4つに分類している。まず1つ目は、バングラデシュの北東部のシレットから英国、米国、カナダ、オーストラリアへの労働移民である。中東産油国への労働力移動が卓越する以前までは、これがバングラデシュの国際移動の主な流れであった。これらの移住先では定住者が多く、古くからバングラデシュ人の移民コミュニティが形成されている。2つ目は、中東産油国および東南アジア地域の新興工業国への短期労働力移動である。これらの一時的な移民の大多数は男性労働者で、短期間海外に行き、雇用契約が終了すると帰国する。これらの移動の目的地はサウジアラビアが最も多く、次いでUAEである。他の目的地は、マレーシア、クウェート、カタール、オマーン、バーレーン、リビア、シンガポール、韓国である。中東産油国と経済成長著しい国が重要な出稼ぎ労働先であることがわかる。3つ目は、隣国インドへの圧倒的多数の出稼ぎ労働者である。バングラデシュの貧しい農村地域からインドに渡り、コルカタ、デリー、ムンバイなどの大都市で臨時の仕事を探している人々が多く含まれており、工業部門や鉱業部門での低賃金労働者が多数を占める。最後に、主に南ヨーロッパ諸国に向かう労働者である。湾岸戦争（1990）後に始まり、ここ数十年でイタリア、スペイン、ポルトガル、ギリシャ、キプロスなどの国々への移民が大幅に増加しており、この

移民には若者、中流階級、教育を受けた都市出身者が多く含まれる¹¹⁾。

上記の4つはいずれも労働者であるが、それ以外では、近年留学目的での国際人口移動が顕著になっている。バングラデシュからの国外の高等教育機関（大学・大学院・専門学校など）への留学生は総数約53,000人中、多い順にアメリカ（約9,000人）、英国（約7,000人）、カナダ（約6,000人）、マレーシア（約6,000人）、ドイツ（約5,000人）、オーストラリア（約5,000人）、日本（約3,000人）、インド（約3,000人）である（UNESCO 2020）。いずれもすでに親戚などが居住しバングラデシュ人コミュニティのある先進国が留学先として人気である。かつては上流階級または非常に優秀な学生だけが留学する余裕があったが、バングラデシュの経済成長と教育水準の向上に伴い現在では中流階級の家庭の学生へと次第に範囲が広がっている。

2. バングラデシュから日本への国際人口移動

バングラデシュ人の日本への入国者数、在留バングラデシュ人数の推移を示した図5と図6によると、5つに時期区分できる。

第1期は1973~1988年である。バングラデシュの建国（1971）間もない1973年に日本とバングラデシュとの間で、3か月の観光・商用での入国に関して「ビザ免除相互取り決め」が結ばれ、バングラデシュ人の日本入国が容易になった。特に1986年頃から日本はいわ

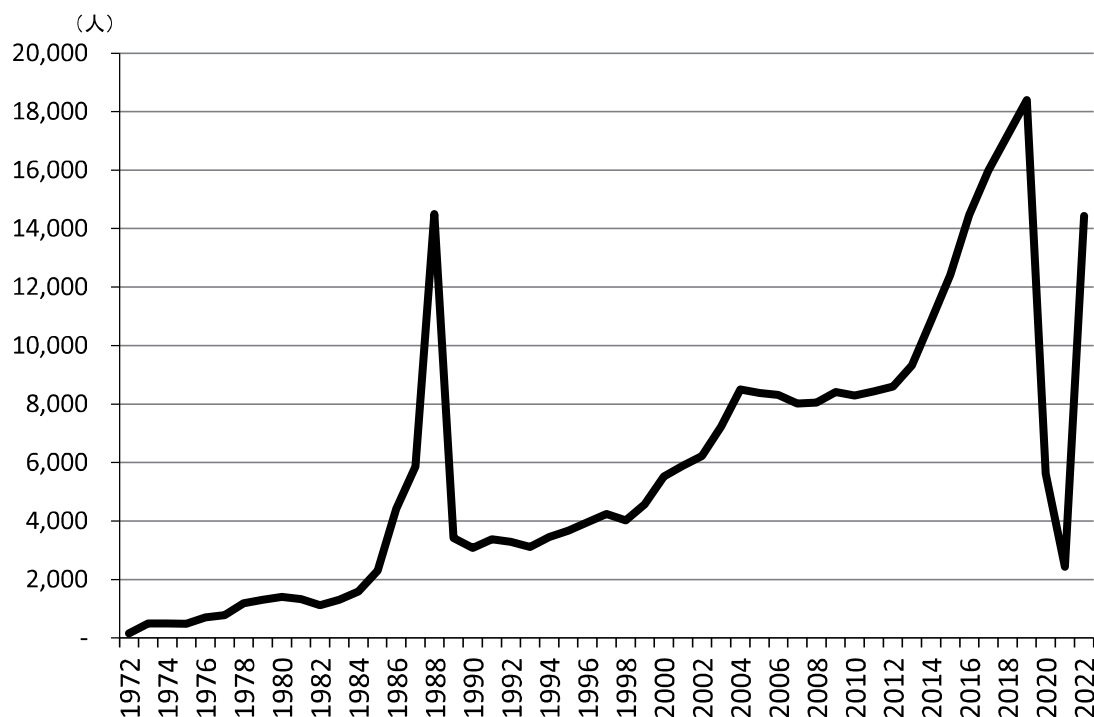


図5 バングラデシュ人の入国者数の推移（1972-2022）

出所：「出入国管理統計」により筆者作成

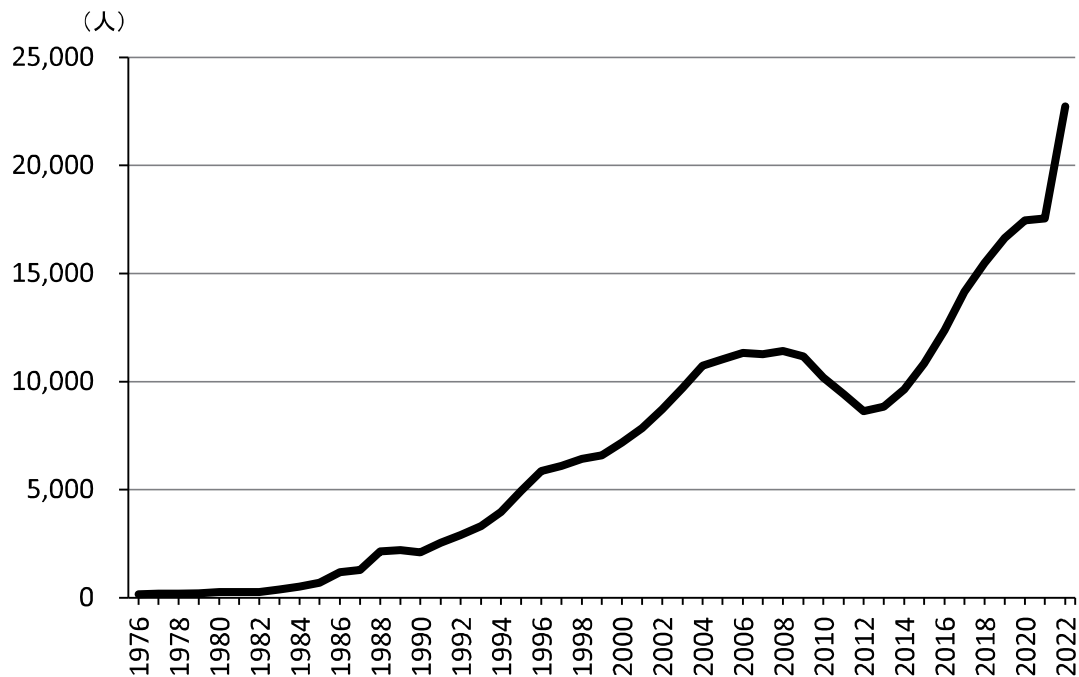


図6 在留バングラデシュ人数の推移 (1976-2022)

出所:「在留外国人統計」により筆者作成

ゆる「バブル景気」となり、下請け工場など、日本人が働きたくないいわゆる「3K」（きつい、きたない、危険）の現場では労働者不足が顕著であった。それを埋めるものとして、アジアの開発途上国からの低賃金労働者が不可欠な存在となった。この取り決めはビザなしで入国したバングラデシュ人の超過滞在者による「3K」現場での労働を事実上黙認していたといえる。また、バングラデシュでは政治的状況が極めて不安定であり、1987~88年の大洪水とあわせて、国外への労働者移動への大きな要因となった。1988年には日本への入国者が年間約1.5万人とピークを迎えた（出入国管理統計1988）。彼らの多くは男性の単身出稼ぎ労働者であり、形式的には短期の「観光」目的で入国し、その後超過滞在者として自動車部品工場などの下請け工場での非熟練労働者として働いた。その多くはダッカ南郊のムンシゴンジ県からの連鎖人口移動によるものであった（樋口・稲葉2003, 2004, 北原・大月・志摩, 2011, 2013, 佐藤2017, 2021, 水上2018, 2020）。

第2期は1989~2011年である。アジアの開発途上国（イラン、パキスタン、バングラデシュ）からの超過滞在者による就労が社会問題視されたことにより、日本政府は「ビザ免除相互取り決め」を停止することにより彼らを締め出し、改正入管法を施行することにより彼らに替わるべき低賃金労働者として「日本人の血をひく」との理由で日系人（ブラジル人やペルー人など）に日本滞在中に就労が可能な在留資格を与えた。この結果、バングラデシュ人の日本への入国者数が1989年には3,000人と激減した。入国者はその後留学生の増加に

より増加傾向にはあったものの最大でも年間 9,000 人未満であった（出入国管理統計 1989-2011）。長谷・三宅編（1993）によると、1990 年代の在日バングラデシュ人は中小規模企業に就業している比較的裕福で教育水準の高い（高卒以上）30 歳以下の男性が多かった。佐藤（2021）も指摘したように、1990 年代中頃以降は従来のような形式的に短期の「観光」目的で入国し、その後超過滞在した非熟練労働者ではなく、正規の就労ビザで入国した者と留学生中心にその構成が大きく変化した。

第 3 期は 2012~2019 年である。東日本大震災（2011）に伴う福島第一原発の爆発事故により、当時の日本語学校で大多数を占めていた中国人留学生の入国者が激減した。学生不足を埋めるべく、ベトナム、ネパール、そしてその次にバングラデシュが留学生の重要な代替供給地として注目された。その結果、バングラデシュ人留学生の入国が急増した。バングラデシュ人の入国者は 2019 年には 18,000 人にまで達し、そのうち留学生が 13% を占めた（出入国管理統計 2019）。

第 4 期は 2020~2021 年である。これは新型コロナの感染拡大により、外国人の入国が厳しく制限された時期である。その結果、バングラデシュ人の入国者数も 2021 年には 2,000 人まで激減し、留学生の入国者数も激減した（図 4, 図 5）（出入国管理統計 2021）。

第 5 期は 2022 年以降である。新型コロナによる外国人の入国が緩和された結果、バングラデシュ人の入国も激増した。2022 年の入国者（約 14,000 人）は在留資格別にみると、「留学」（30%）,「技人国」（14%）,「家族滞在」（17%）が多く（出入国管理統計 2022）, 留学生, 元留学生の会社員, 彼らの家族が多いと考えられる。日本語学校と専門学校においてもベトナム人・ネパール人の留学生と同様, 多くのバングラデシュ人留学生の急増が顕著に認められた。その結果, 2022 年現在の在留バングラデシュ人は約 23,000 人と最高値を示し, 急激に増加している（図 6）。

上記の時系列的分析により, バングラデシュから日本への国際人口移動は, 1989 年までの貧しい開発途上国からの「3K」現場での男子単身非熟練労働者から, 現在は比較的裕福な高学歴者（高卒以上）男子の留学生および元留学生の男性会社員と彼らの家族という構成に大きく変化してきたと考えることができる。

IV. 東京都のバングラデシュ人の特徴

本章では, 在留外国人統計（2022）を分析することにより, 日本の都道府県で最もバングラデシュ人が多く居住する東京都のバングラデシュ人（5,300 人）の特徴を明らかにする。

東京都の区別の在留外国人のデータが得られる 2001 年以降の区別バングラデシュ人数の推移を示した図 7 によると, 23 区在住のバングラデシュ人は新型コロナ禍などにより,

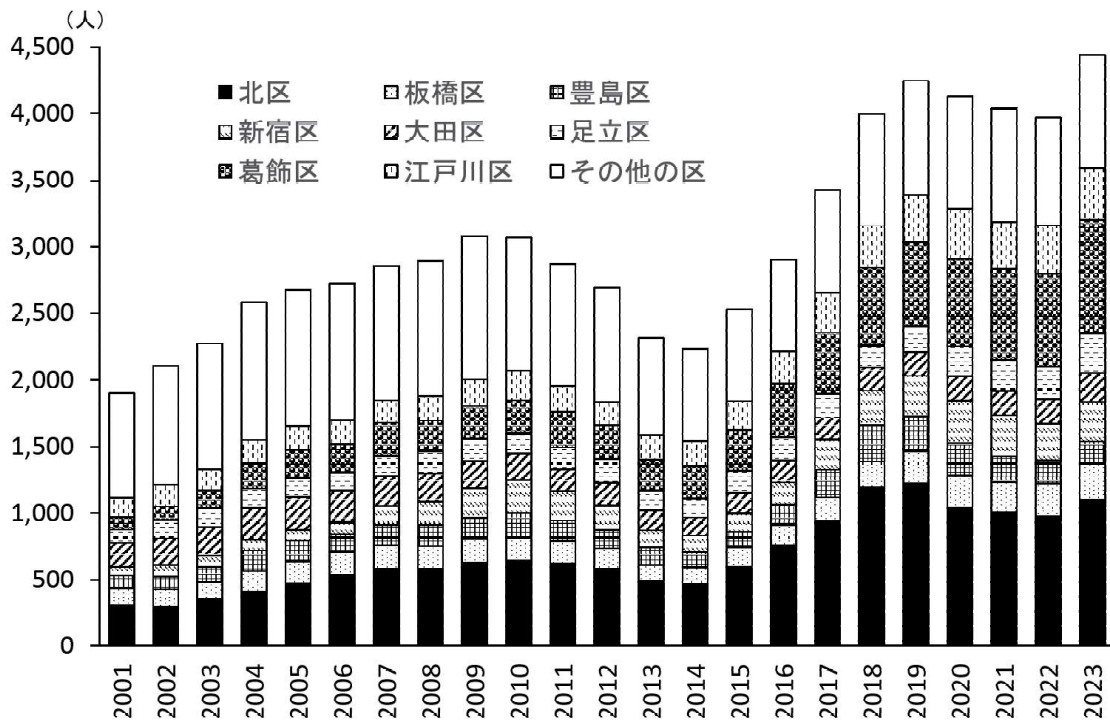


図7 在留バングラデシュ人数の東京都主要区別推移 (2001-2023)

出所：「東京都資料」により筆者作成

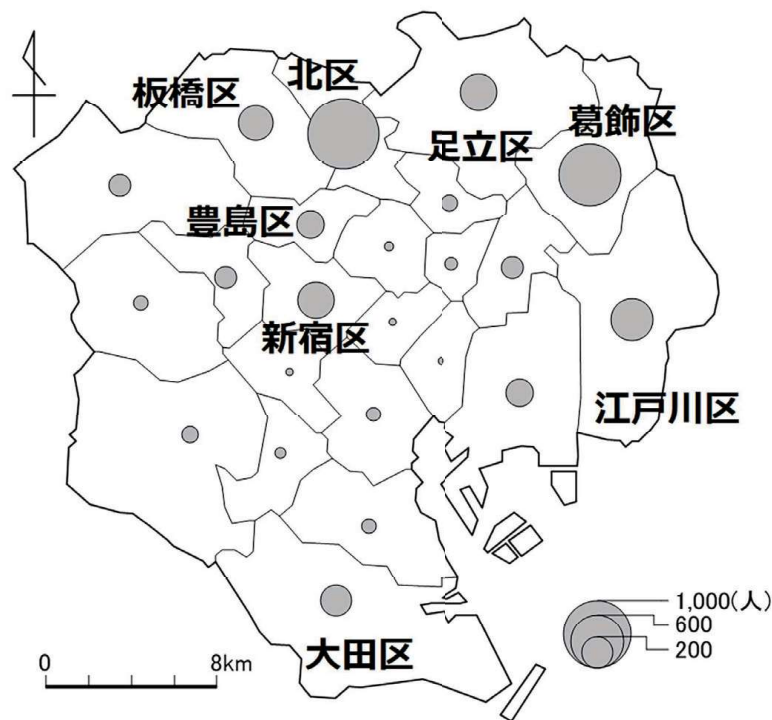


図8 在留バングラデシュ人の東京23区別分布 (2023)

出所：「東京都資料」により筆者作成

在日バングラデシュ人の集住地「リトルダッカ」の形成

——東京都北区東十条・十条を事例に——

(澤 宗則)

留学生の入国が激減した影響で人口が減少した時期があるものの、2014 年以降は増加傾向にあるといえる。また 2023 年に急増したのは、新型コロナによる留学生への入国制限が緩和され、留学を延期していた学生を含む新規の留学生が急増したためである。23 区別のデータが得られた 2001 年以降北区が一貫して最多であり、2014 年以降は北区と新た

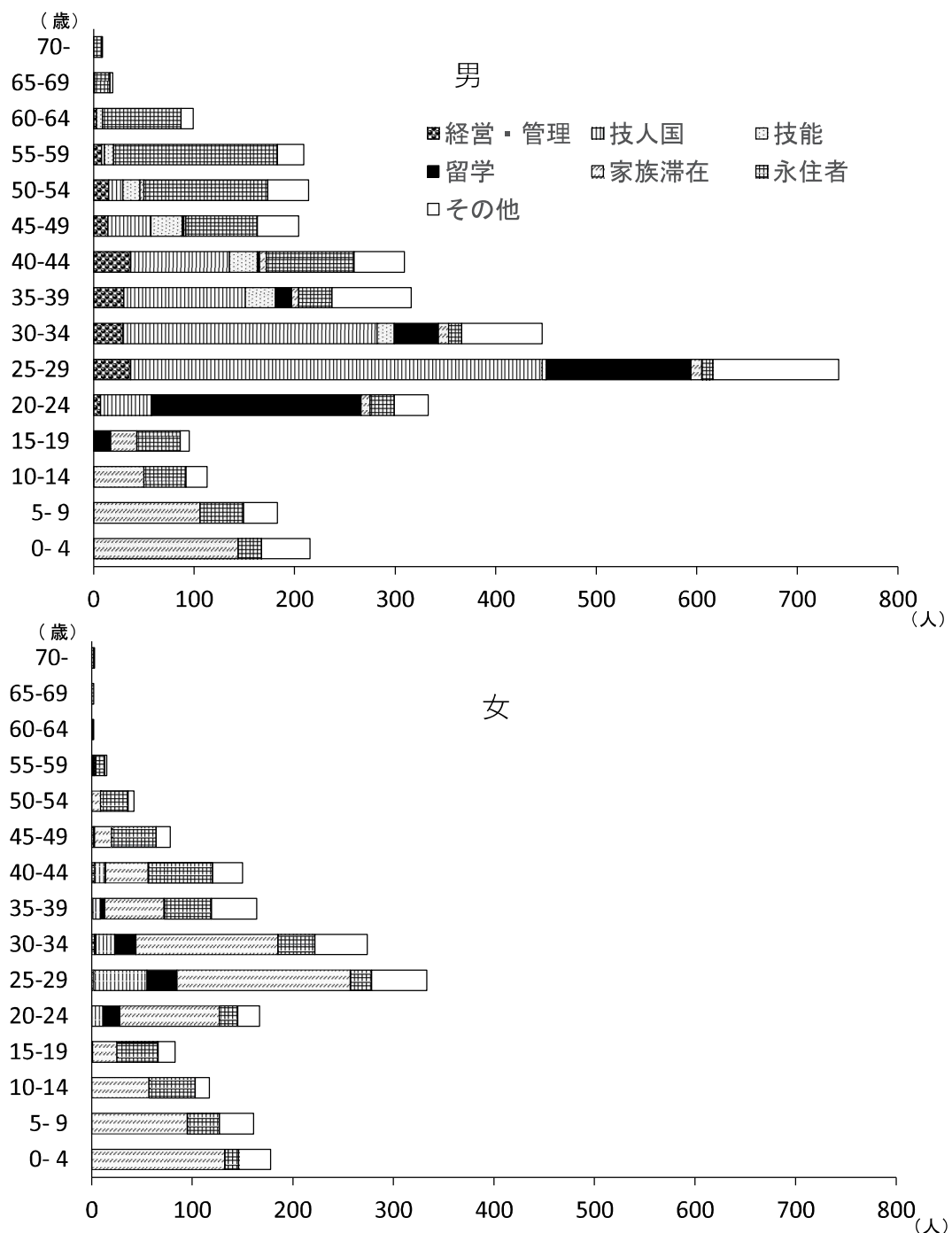


図 9 東京都の在留バングラデシュ人の男女年齢層別在留資格 (2022)

出所:「在留外国人統計 2022」により筆者作成

に葛飾区にバングラデシュ人が多く居住し、ともに増加傾向にあることがわかる。東京都23区別在留バングラデシュ人の分布（2023）を示した図8によると、北区、葛飾区、足立区など東京都23区の北部に多い特徴がある。現地調査によると、これらの区には日本語学校と専門学校の留学生が多く居住し、それに伴い同胞向けのエスニック・ビジネスとしてバングラデシュの食材店や料理店が多数立地するとともに、バングラデシュ人が中心となりモスクが建立された。

東京都の在留バングラデシュ人の男女年齢層別在留資格（2022）を示した図9によると、まずは男性比率が66%と男性の多い社会であることがわかる。男性の主な在留資格は0~19歳層では「家族滞在」、20~24歳層では「留学」、最大の人数である25~29歳層では「留学」から「技人国」への移行、30~39歳層では「技人国」、40~49歳層では「技人国」から「永住者」への移行、50歳以上では「永住者」が卓越していることがわかる。また少数ながらも25~54歳層で「経営・管理」、30~54歳層で「技能」が認められ、前者は中古車貿易業やバングラデシュ料理店・食材店を経営し、後者はバングラデシュ料理店の料理人が主である。女性の主な在留資格は0~19歳層では「家族滞在」、20~24歳層では「留学」と「家族滞在」、25~34歳層は「留学」から「技人国」への移行、35~49歳では「家族滞在」から「永住者」への移行、50歳以上では「永住者」が卓越していることがわかる。東京のバングラデシュ人女性は男性に比べ人口が少なく、「留学」、「技人国」も少数であり、また「経営・管理」と「技能」はごくわずかしかない。このように女性に関しては「家族滞在」と「永住者」が中心であり、女性の労働人口は主として25~34歳層の「技人国」の少数にとどまっている特徴がある（在留外国人統計2022）。

このように、在日バングラデシュ人は男性が多く、彼らはバングラデシュの高校・大学を卒業後（あるいは大学中退）、20歳前後で日本語学校の留学生として入国し、その後専門学校や大学に進学・卒業し、25歳前後で日本の企業に就職している場合が多いといえる。多くは企業に勤務し続けるが、中古車貿易業やエスニック・ビジネスとしてのバングラデシュ料理店・食材店を起業する者も一定数いる。料理店を経営する者は料理人を出身地域から呼び寄せている。結婚を機に妻を呼び寄せ、子どもを日本で育てている。日本での居住年数が10年以上と長くなるにつれ、「永住者」の在留資格を取得する者も増え、日本への定住化が進んでいる。

このように、バングラデシュ人の東京都での居住歴は留学による入国、卒業、就職、結婚、妻の呼び寄せ、子どもの出産という形態をとることが多い。そのため、在日バングラデシュ人の場合、国際人口移動と集住地形成において留学生についての深い分析が必要となる。そこで次章では東京都のバングラデシュ人留学生の特徴について考察する。

V. 東京都のバングラデシュ人留学生の特徴

日本への留学生の入国に関しては、バングラデシュの日本語学校（留学斡旋機関）から連携先の日本語学校に送り出すという構図が基本である。ここで留学斡旋機関と付記するのは、単に日本語を教えるだけではなく、留学ビザの申請、提携する日本語学校への入学手続きなど留学に関するすべての事項を斡旋するからである。それ以外には、連携先の私立大学の留学生向け別科への入学斡旋がある。別科で日本語を1年間学んだ後、学部にも内部進学するのが通例である。

日本の日本語学校は、特に東日本大震災（2011）直後は中国からの新規留学生が激減し、生徒獲得の上で非常に困難な状況にあった。そのため如何に安定的に留学生を毎年獲得するのが経営上きわめて重要となった。中国人留学生が激減した経験を踏まえて、日本の日本語学校の多くは中国からの留学生のみに依存するのではなく、中国以外の多くの国々からも留学生を受け入れる方針に転換した。これは激減した中国人留学生に代わる留学生の確保と、政治的情勢の変化などで特定の国からの留学受け入れが困難になることを想定したリスク分散である。留学生の多国籍化を図るうえで、ベトナムとネパールが主なマーケット、それに次ぐマーケットとしてバングラデシュとミャンマーが着目された。その結果、2013年以降に日本語学校においてこれらの国からの留学生が急増した¹²⁾。

日本の留学生総数（大学・大学院・専門学校・日本語学校を含む）（2022）は約18万人で、国籍は中国（10.4万人、45%）、ベトナム（3.7万人、21%）、ネパール（2.4万人、13%）、韓国（1.4万人、8%）、インドネシア（6,000人、3%）、台湾（5,000人、3%）、スリランカ（4,000人、2%）、ミャンマー（4,000人、2%）に次いでバングラデシュ（3,000人、2%）が第9位である¹³⁾。上記の留学生のうち、日本語教育機関（日本語学校）のみの在籍者数（2022）は約2.8万人で、中国（36%）、ネパール（22%）、ベトナム（14%）、ミャンマー（3%）に次いでバングラデシュ（3%）が第5位である¹⁴⁾。

前述したように、日本におけるバングラデシュ人留学生は増加傾向にあり、在留バングラデシュ人の23%（2022）を占める。東京都のバングラデシュ人留学生509人のなかで男子の比率は85%であり、男子留学生が女子留学生の5.8倍となっている。日本において留学生の多いネパール人に関しては、東京都内で男子57%とやや均衡がとれているのは対照的である（在留外国人統計2022）。バングラデシュ人の女子留学生への聞き取りによると、バングラデシュ人のジェンダー意識として、女子が留学を希望する際は、兄弟や親戚が居住していない場所には両親が許可することは極めて困難となっている。このため、バングラデシュ人留学生の女子比率が全国（13%）より東京都（15%）が若干高いのは、東京都のほうが兄弟や親戚がすでに居住している場合が若干多いことに起因する¹⁵⁾。

東京都のバングラデシュ人留学生（509人）の年齢層に関しては、20-24歳層が44%、

25-29 歳層が 34%と大半を占め、24・25 歳が最も多い（図 9）（在留外国人統計 2022）。バングラデシュの高校・大学を卒業後、あるいは大学を中退し、現地の日本語学校（留学斡旋機関）で日本語能力試験 N 5¹⁶⁾ を取得した後来日し、日本の日本語学校と専門学校に合計 4 年間、あるいは日本語学校と私立大学に合計 6 年間在籍するのが一般的である。

バングラデシュの日本語学校（留学斡旋機関）の多くは首都ダッカに立地し、日本への留学に必要な日本語能力試験 N5 合格のための授業を行い、N5 合格者を提携先の日本の日本語学校や私立大学（留学生向けの別科）に留学させるために必要なビザの申請を含むすべての手続きをサポートする。元留学生がダッカで経営する或る大規模な日本語学校（留学斡旋機関）の場合、日本の大学を卒業したバングラデシュ人や日本人が教師となっている。バングラデシュの私立大学を経営する法人が大規模な日本語学校（留学斡旋機関）を設立した場合もある。ダッカの日本語学校（留学斡旋機関）は生徒獲得に関して過当競争のため、中小規模校の場合は、授業料はやや低額になり、また N5 合格するまでは追加の授業料なしで何度も受講することができる制度もある。中規模校の日本語教師は、日本での留学経験者ではあるものの、大学卒業生ではない場合も多い。一方小規模校の場合、日本の日本語学校、専門学校の留学経験者で日本在住のバングラデシュ人が経営・出資や日本語教師として勤務している場合も多く、漢字や文法が不十分な日本語教師さえある。また日本在住のバングラデシュ人の会社員やバングラデシュ料理店・食材店経営者がオンラインあるいは一時帰国中に日本語を教えている場合もある。日本語の授業のレベルが低く、教育機関というよりも単なる留学斡旋機関と捉えたほうが良いものも多い。ダッカの日本語学校（留学斡旋機関）に関して、①ダッカ在住の元留学生の経営・出資や日本語教師としての勤務、②日本在住で元留学生のバングラデシュ料理店・食材店経営者や会社員が、ダッカ在住で元留学生である兄弟・親戚・友人との共同経営・出資が重要な役割を果たしている。

留学先として日本を選ぶべき理由としてダッカの或る日本語学校（留学斡旋機関）の HP 上では、①週 28 時間アルバイトが可能、②卒業後日本企業に就職できる、③就職後、永住ビザ取得可能、④実家から送金不要、⑤高い教育内容と奨学金制度、⑥安い学費を挙げている。また、バングラデシュの日本語学校（留学斡旋機関）は提携先の日本の日本語学校に学生を 1 人斡旋するごとに約 10~20 万円の手数料が入るとされる。この手数料がバングラデシュの日本語学校（留学斡旋機関）にとって不可欠な収入源となっている。そのため、バングラデシュの日本語学校（留学斡旋機関）から日本の日本語学校への「学生の売り込み（斡旋の申し入れ）」が非常に積極的に行われ、留学生に関して「買い手市場」となっている。このような留学生の送り出しの日本語学校（留学斡旋機関）と受け入れの日本語学校の提携関係は、ネパールと日本で認められる両者の提携関係と同じ構図である¹⁷⁾。

東京都北区の日本語学校の或る男子留学生の場合、クミッラ (Comilla) 県出身でダッカの大学の学部 (経営管理) を中退し、ダッカの日本語学校に半年間通学し、日本語能力検定 N5 に合格した。来日後、東京都内の日本語学校に 1 年間通学し、その間 N4 ~ N2 と合格し、現在 N 1 コースに在籍している。来日前に、Facebook で日本語学校や東京の生活状況の情報をすでに得ていた。その結果居住地を東十条に決め、賃貸マンションにバングラデシュ人男性 3 人でルームシェアし、家賃は 1 人当たり 2.6 万円である。アルバイトは時給の高い夜勤の 23 時から早朝の 6 時まで時給 1500 円でカラオケ店に勤務している (週に 4 日 × 7 時間で上限の 28 時間)。日本語が堪能なのでこのバイトが可能となっている。日本語学校 (2 年間) を卒業後は、東京の専門学校 (IT コース) に進学予定で、その後は日本の IT 企業に就職を希望している。将来、結婚後も妻を呼び寄せ日本で働き続けるつもりである。

同じく東京都北区の日本語学校の或る女子留学生の場合、ダッカの高校卒業後、ダッカの日本語学校に 6 か月通学し、日本語能力検定 N5 に合格した。兄夫婦が住んでいる東十条のマンションと一緒に居住するため、東十条に近い日本語学校に入学した。東京都北区には兄夫婦以外にも叔父夫婦と従姉妹も居住しているため、日本留学に関して両親の許可は難しくはなかった。来日後 N4 に合格したため、現在 N3 コースに在籍している。兄夫婦と同居で生活費には困らないため、時給の高い夜間のアルバイトではなく、回転寿司店で週 20 時程度働いている。

日本への留学希望者は、バングラデシュの高校卒業 (HSC : Higher Secondary Certificate) が必要条件であり、大学卒業者・中退者もいる。日本の日本語学校の授業料は地域によって異なるが、東京では一般的に入学時に入学金を含め約 80 万円納入する必要がある。それ以外に家賃、食費などを含めて、初年時は年間合計で約 200 万円以上必要となる。ネパール人留学生の場合、親戚・知人や同じ村人から多額の借金をして来日し、その後借金の返済のため実家に送金しているのが一般的である (澤・南埜 2022)。これとは対照的にバングラデシュ人留学生の場合は、親が土地の一部を処分することはあるが、借金することは少ない。さらに、日本で生活するうえで、生活費の一部を実家から送金してもらう場合さえある。留学ビザなら週 28 時間までのアルバイトが認められている。ネパール人の場合時給の良い夜勤を中心にコンビニ、居酒屋、料理店、弁当工場などで上限である週 28 時間は少なくとも働いているのに対し¹⁸⁾、バングラデシュ人留学生の場合は時給の良い夜勤 (1,200 ~ 1,300 円) を中心にコンビニ、料理店、弁当工場¹⁹⁾などで働いているものの、上限の週 28 時間未満の労働時間のバングラデシュ人留学生も多数認められる²⁰⁾。

このように、出来る限り働いて実家に送金することが主目的のネパール人留学生とは異なり、バングラデシュ人留学生の場合は経済的に比較的豊かであることがわかる。また、

日本学生支援機構の『2022（令和4）年度外国人留学生在籍状況調査』によると、留学生総数（大学・大学院・専門学校・日本語学校）のうち日本語教育機関（日本語学校）の在籍者の割合は、ネパール人留学生の場合は半数近い43%である。ほぼ同数が専門学校在籍者であることが推測されるため、大学進学は少数であることを強く示唆している。これに対し、バングラデシュ人留学生の日本語教育機関（日本語学校）の在籍者の割合は29%に過ぎず、高等教育機関（大学・大学院・専門学校）在籍者の割合（79%）が高い。これは、バングラデシュ人留学生のほうが専門学校のみならず大学・大学院に在籍する割合が高いことを強く示唆している。両者の比較から、バングラデシュ人留学生のほうが日本の大学・大学院への進学率が高く、教育水準が高いことが示唆される。バングラデシュ人留学生は卒業後の就職先は日本の企業であり、IT関連、自動車関連、ホテルを含む観光業などが多い特徴がある。また日本の企業で一定期間働いて資金をため、将来的には日本あるいは母国での起業を希望する者が多い特徴がある。日本での起業に関しては、中古車貿易業やエスニック料理店・食材店が挙げられる。

バングラデシュ人留学生は兄・姉や親戚、知人、同郷者が既に日本で留学生や留学経験者である場合が多く、これら個人的なネットワークに依存して、居住地決定を行うため、特定の同じ地域（東十条・十条）への連鎖人口移動が顕著に認められる。また直接面識がなくても、日本在住や来日前のバングラデシュ人同士はFacebookで日本での生活や留学についての情報を得ている。今まで会ったことがなく直接面識がなくとも、Facebookはバングラデシュ人同士での単なる親睦のためのネットワークのツールではなく、就職・転職や起業の重要な情報やさらに投資獲得の手段となりうる。このように、Facebookが在日バングラデシュ人における社会関係資本の形成に果たす役割は非常に大きく、居住地選択においても重要な役割を果たしている。

バングラデシュ人留学生は学校の寮の相部屋やアパート・マンションの一室を2～3人でルームシェアしている場合が多く、一人当たり家賃3～4万円程度となっている。賃貸アパート・マンションに関しては、外国人に貸すのを嫌がったり、日本人の保証人を条件とする家主が多いため、同じ国籍の留学生の先輩や知人が既に居住しているアパートに同居するケースが多い。来日前にすでに在日バングラデシュ人とFacebookで繋がっていることが多く、下宿先を決めるのも困難が少ない。そのため、バングラデシュ人留学生に関しては、日本語学校が下宿先を斡旋する必要もあまりない程度である。また、外国人入居を認めるアパートは、老朽化が進み日本人に人気がないため家賃が安いものが多い。その結果、賃貸料が比較的安い地域の特定のアパートに同じ国籍の留学生が集まって居住する傾向がある。JR京浜東北線・東十条駅とJR埼京線・十条駅周辺はこの条件に当てはまる。さらに、ムスリムがほとんどであるバングラデシュ人留学生にとり、ハラール料理店、ハラール食

材店が生活上不可欠である。東京都 23 区や埼玉県日本語学校・専門学校への通学が非常に便利な東十条駅と十条駅から徒歩範囲である東十条と十条地区にはバングラデシュ料理店（9 店）・食材店（9 店）とモスクがありバングラデシュ人の相互扶助的なエスニックコミュニティが形成されている。このため、バングラデシュ人留学生にとっては、最適な居住地となっている。

日本語学校や専門学校が日本で最も多く立地する新宿区、その中でも新大久保地区は家賃も安くエスニック料理店や食材店が多く立地するため、ネパール人留学生をはじめ多くの留学生が居住する地域である。しかしバングラデシュ人留学生にとりここは重要な通学先ではあるものの、居住地は新大久保ではなく JR で 10 ～ 20 分程度の東十条・十条が最も多い。そこで、留学生が中心となった集住地の形成プロセスを次章で明らかにしたい。

VI. バングラデシュ人集住地の形成——「リトルダッカ」の成立

1. 集住地の形成過程

東京都北区東十条・十条にバングラデシュ人が集住する最初の契機となったのが 1988 年にバングラデシュ食材店 A 店が開店したことである²¹⁾。A 店の経営主（男性）はクミッタ県出身で、1983 年に日本語学校の留学生として来日した当時から東十条に居住し続けている。東十条を選択したのは、JR 京浜東北線・東十条駅のそばで交通至便で、当時から古いアパートが多く家賃が安い、物価水準の低い開発途上国からの外国人にとり経済的に住みやすかったからである。しかし、来日当時はムスリムにとり不可欠なハラール食材店がなく、食事には非常に困った経験があった。その問題を解消するため日本での会社員を経て、東十条にハラール食材店 A 店を 1988 年に立ち上げた。当時、東京ではほかにバングラデシュ人向けのハラール食材店は皆無であった。そのため、東京に移住したバングラデシュ人の場合 A 店がハラール食材を得る最重要店であった。また日本語が不自由なバングラデシュ人の場合、日本語での様々な手続きや申請書類に関しては日本在住期間が長く日本語読解も堪能な A 店の経営主が母語・ベンガル語での相談相手となった。その後、経営主は日本での留学経験を生かしてダッカに日本語学校（留学斡旋機関）を設立した。口コミで日本への留学希望者を募集した結果、経営主と同じ出身地クミッタ県からの男子学生が多く集まった。その学生が日本語学校の留学生として来日した時には、都内の日本語学校への通学が便利で家賃が安く、バングラデシュ人にとり必要なハラール食材店や相談相手や同郷者の多い東十条・十条が居住地として重要な選択肢となった。その結果、クミッタ県からの留学生の連鎖人口移動が次第に顕著となった。

A 店の経営主の出身地であるクミッタ県はバングラデシュの第 1 位の移民輩出県である²²⁾。バングラデシュから日本への移民は 1980 年代末までは短期の「観光」目的で日本

に入国し、その後超過滞在しながら人手不足の自動車部品工場などでの非熟練労働者となっていた男性が主であり、その多くはダッカ南郊のムンシゴンジ県からの連鎖人口移動による者であった（三宅 1990、樋口・稲葉 2003、北原・大月・志摩 2011, 2013）。これとは異なり、日本への留学生は当初クミッタ県出身者の男性が多く、東十条・十条に居住していた者が多かった。後述するようにクミッタ県出身の元留学生でバングラデシュ食材店を経営する者がダッカに日本語学校（留学斡旋機関）を次々に設立するに従い、そこに口コミでクミッタ県出身の男子学生が集まり、日本語学校の留学生として来日した。そして東京の日本語学校に入学した留学生の多くが、すでに兄、従兄、親戚、先輩、同郷者などが居住している東十条・十条に連鎖人口移動の形態で集住し始めた。このように、1990年代以降はバングラデシュから日本への移動は次第に日本語学校などへの男子留学生が主流となってきた（図4）。

クミッタ県出身の留学生（男性）たちは、卒業後その日本語能力を生かして日本の企業に勤務し、開業資金を蓄えたその一部がその後 2010 年代から東十条と十条に次々とバングラデシュ料理店や食材店を起業し始めた。したがって、この頃は東十条と十条ではクミッタ県出身者の元留学生のバングラデシュ料理店・食材店とクミッタ県出身者の留学生が多く居住していた。当時の東十条・十条は「リトルダッカ」ではなく「リトルクミッタ」だったと回顧するバングラデシュ人もいる²³⁾。その後、増加したダッカの日本語学校（留学斡旋機関）にはクミッタ県出身者のみならず、経済成長と教育水準の向上が認められるダッカ近郊からの留学希望者が増加し、その結果東十条・十条のバングラデシュ人留学生の出身地もクミッタ県出身者のみならずダッカ近郊地域の出身者も増加した。また、東十条・十条以外の地域に居住するバングラデシュ人留学生も増加した。このように留学生の出身地も居住地も広範囲に広がっている。

ネパール人経営のインド・ネパール料理店の場合、経営者（「経営・管理」）の多くはインド・ネパール料理チェーン店の料理人（「技能」）が独立して自分の店舗経営を始めた場合が大多数を占め、技能ビザ取得の必須条件である来日前の 10 年以上の料理店勤務の経験を合わせると、長年の料理店で経験がある（澤 2023）。一方バングラデシュ料理店の場合は、留学生として来日し、日本語学校と専門学校を修了後企業に就職し（「技人国」）、その後料理店経営（「経営・管理」）を起業する場合も認められる²⁴⁾。そのため料理人ではなく経営者としての特性を有する。また、彼らは後述するようにバングラデシュ在住の兄弟や親戚と共同で日本語学校（留学斡旋機関）をダッカに設立するなど経済的に豊かであるという特徴がある。

東十条・十条のバングラデシュ人コミュニティにとって、モスクの建設は長年の悲願であった。Madina Masjid Tokyo モスクが 2020 年に JR 東十条駅前に建立されるまでの約 15



写真1 Madina Masjid Tokyo モスク

2023 年 10 月 5 日筆者撮影

年間、東十条地区内で3か所移転しながらビルの部屋を借りた小規模な礼拝所（ムサッラー、ベンガル語ではモソラー）で集団礼拝などが行われていた。Madina Masjid Tokyo モスクは土地代約3千万円、建設費約3千万円の合計約6千万円の費用を料理店・食材店経営者、会社員をはじめとする地元のバングラデシュ人や全国のムスリムからの寄付により構想から12年間かけてようやく完成した（写真1）。礼拝者は圧倒的に地元のバングラデシュ人男性であり、HPもベンガル語と英語表記である。このモスク運営に携わるコミッティメンバー（男性）は31人中25人が料理店・食材店経営者、会社員をはじめとする東十条・十条に居住するバングラデシュ人であり、地元のバングラデシュ人の相互扶助的なコミュニティの中核となっている。毎週金曜日昼の集団礼拝²⁵⁾には地元のバングラデシュ人を中心として400~500人程度のムスリム男性が集まる。近くの日本語学校に通うバングラデシュ人男子留学生も多く集まる。幅の狭い土地に建つため、このモスクは女性専用の入り口を設けることができず、このモスクで礼拝する者は男性に限られ、女性は自宅等で礼拝する。

2. バングラデシュ人の妻

前述してきたように東十条・十条のバングラデシュ人の料理店・食材店経営者は全員が男性、留学生も男性が圧倒的に多いため、バングラデシュ人の移民コミュニティは男性に極めて偏った社会となっている。東十条・十条のバングラデシュ人妻はごく一部が夫の経

営する料理店や食材店の補助的な仕事を行う程度であり、ほとんどが家事労働に専従している。また日本語の学習経験がなくほとんど話せないため、日本人とのコミュニケーションは極めて困難で、バングラデシュ人以外の経営する店舗での買い物に際しても不便さを感じている。また、東十条・十条のモスクは男性専用であり、女性ムスリムは交流する機会に乏しい。このように、東十条・十条のバングラデシュ人妻は就業機会にも乏しくお互いに交流する機会も少なく、ネットワークが十分に形成されとはいえない状況である。このため、公民館などのホールを借りてバングラデシュ人家族が集まるパーティが新年やイードなどのお祝いの時など時々開催される。地元のバングラデシュ人が20世帯ほど集まり、各家族が自慢の料理を持ち寄り、子どもの踊りを鑑賞したりゲームをしたりして交流する機会が設けられている²⁶⁾。

3. バングラデシュ人の子どもの教育

東十条・十条のバングラデシュ人の児童の多くは地元の公立小・中学校に通い、ムスリムには宗教上の理由で食べることが許されていない豚肉を除去した学校給食が個別に提供されている。経済的に豊かな一部の家庭の児童は、豊島区の大塚モスクのそばにあるムスリムのためのインターナショナルスクール **International Islamia School Otsuka** に通う。2004年にまず幼稚園が開園し、その後2017年に小学校部が開校した。2017年の開校時にはわずか6人の小学生だけであったが、調査時の2023年現在1年生から8年生(Grade1-8)までの90人のムスリム生徒が在籍している。教室の容量の上限まで在籍しているため、新たな編入学希望者を断らざるを得ない状況である。国籍別にみるとバングラデシュ人生徒が50人と過半数を占め、次にパキスタン人そしてスリランカ人が多い。2022年まではスクールバスを運行し、埼玉県最南部の川口市から東京都北区を經由して大塚まで運行しており、この沿線にムスリムが多いことを裏付けている。2023年現在は燃料費の高騰と運転手の確保の困難さからスクールバスの運行は中止となった。学校はJR山手線・大塚駅に近いので、生徒は鉄道あるいは両親の送迎で通学している。

授業は、**Cambridge**のカリキュラムに依拠して、英語で授業を行っている。「アラビア語」と「クルアーン(コーラン)」の授業は、サウジアラビアから教科書を取り寄せ、アラビア語で授業を行い、「日本語」の授業は「国語」の検定教科書を使い、日本語で日本人ムスリムが授業を行っている。ベンガル語などの母語教育は学校では行わず、家庭での学習に任されている。校長はこの学校の意義は英語・アラビア語・日本語と母語のできるムスリムを育てている点にあると考えている。今後学年進行に伴い、**Grade12**(高校3年生に相当)まで完成させる予定であり、またムスリムの人口増加により入学希望者がますます増大しているので校舎拡張の計画もある²⁷⁾。

年間授業料は学年により異なるが 70 ～ 80 万円である。東京都内の他のインターナショナルスクールよりは安いものの、東十条・十条のバングラデシュ人で通学させているのは、一部の経済的に豊かな家庭に限られている。この学校に通わせるのは、公立学校ではムスリムとして育てることができないという危機感であり、ムスリムとしてのアイデンティティを育てたいという強い意志である。そして、将来的に国内外の大学（例えば、親戚が既に住んでいるアメリカ、カナダや英国、英語で受験可能な国内の有名私立大学）に進学させて英語を中心に多言語に堪能なエリートに育てたいためである。

このように、クミッラ県出身の一人のバングラデシュ人留学生が交通便利で家賃の安い JR 東十条駅近くに下宿し始め、その後東京で最初のバングラデシュ食材店を起業したことからバングラデシュ人の集住が始まった。食材店経営者がダッカで日本語学校（留学斡旋機関）を設立し、口コミで学生を募集したため、クミッラ県出身の学生が多く集まり、東十条・十条での集住が加速した。現在は、経済成長が進み教育水準が向上したダッカ近郊から多くのバングラデシュ人留学生を受け入れる街であり、元留学生が就職しても住み続ける街であり、彼らに対するエスニック・ビジネスとしてバングラデシュ料理店・食材店が競い合いながら多数集中立地した街であり、ダッカの日本語学校（留学斡旋機関）を経営・出資する留学ビジネスの街であり、モスクを建立しバングラデシュ人がムスリムとして生きるうえで必要な装置がすべて整った街である。このような過程をへて「リトルダッカ」が成立したのである。

VII. バングラデシュ料理店・食材店の戦略

1. 料理店・食材店の戦略

本章では、在日バングラデシュ人の最大のエスニック・ビジネスであるバングラデシュ料理店・食材店における戦略を Porter (1980, 1998, 2008) の「競争戦略」に関する理論を援用し明らかにする。Porter の理論の特徴は、単に企業内部の要因を重視するのではなく、むしろ企業を取り巻く外部環境が与える影響を重視する点にある。Porter は業界（互いに代替可能な製品を作っている企業の集団）の競争状況を分析するうえで、①既存企業同士の競争、②新規参入業者、③代替品・サービス、④買い手、⑤サプライヤーの 5 つの競争要因を挙げ、この 5 つすべてが企業の競争相手であるという主張である。Porter は業界内での企業の戦略を考察するうえで、コスト・リーダーシップ、差別化、集中の 3 つの戦略の基本パターンがあるとしている。コスト・リーダーシップとは、「あらゆる面でコストの削減に努め、競合他社に比べ、コスト面での競争優位（競合他社に対して優位を築く）を確立していこうとする戦略」である。次に、差別化とは「競合他社との間に顧客にとって意味のある違いを作り独自の競争優位を実現する戦略」である。コスト・リーダー

シップ戦略ではある業界では1つの企業のみがコスト・リーダーの地位を手に入れることができるのに対し、差別化戦略は同一業界で複数の企業が成功を収めることが可能となる。ただし、差別化戦略においてもコスト削減努力は重要となる。最後に集中とは、「特定の市場セグメントに焦点を当てそこに経営資源を集中させることにより競争優位を確保しようとする戦略」である。集中戦略には集中によってコスト優位を求める「コスト集中戦略」と、差別化を求める「差別化集中戦略」が基本的な方向性である。集中の結果、コスト優位と差別化の双方が達成されることもありうる²⁸⁾。

上記の Porter の競争戦略論を踏まえ Kotler (1980) は、業界におけるマーケット・シェアの程度に応じて、競争地位をシェア・トップの「リーダー」、2番手あるいは同等程度の「チャレンジャー」、3番手もしくはそれ以下の「フォロワー」、そしてその業界内の特定の機能やセグメントに特化した「ニッチャー」の4つに分類し、これらの競争地位別にマーケティング戦略が異なってくることを示した²⁹⁾。「リーダー」企業の戦略は、まずは自社が享受している最大のシェアを確保し維持し続けることである。そうすることで最大の利益が確保され維持できる。それに加えて「リーダー」は、業界の市場規模を拡大するよう戦略を計画することも重要である。「チャレンジャー」企業の戦略は対リーダーの競争対応戦略であり、リーダー企業からシェアを奪い、リーダー企業となることが戦略目標である。リーダー企業と差別化するような戦略により、リーダー企業から顧客をスイッチさせてシェア向上を試みる。「フォロワー」企業の戦略は基本的に模倣であり、過剰な投資をせず利潤を確保することにある。リーダー企業やチャレンジャー企業のマーケティング活動をモニターし、必要に応じて迅速な模倣を行う。「ニッチャー」企業の戦略は、絞り込んだ事業領域をベースに集中戦略をとる。独自のセグメントに集中するため、そのセグメントにおいては、リーダー企業である。その際、顧客の規模や立地、顧客が必要とする機能、またサービスに特化することもある³⁰⁾。

2. 「リトルダッカ」のバングラデシュ料理店・食材店の戦略

2023年現在、東京都北区東十条と十条を合わせて約500人のバングラデシュ人の住民³¹⁾に対し、バングラデシュ料理店は9店舗、食材店も9店舗と、地元のバングラデシュ人のみを顧客とするには供給過多であるため、地元の日本人も顧客とする必要性がある。このような競争状況でのバングラデシュ料理店と食材店が採用した戦略は、「差別化集中戦略」である。新規参入業者や代替品・サービスが比較的少なく、既存企業同士の競争もややあるが比較的安定している。そのため、コストを限りなく切り詰めた「コスト集中戦略」を採用する必要性はなく、むしろ顧客の多様なニーズに合わせた「差別化集中戦略」が重要となった。具体的な商品は料理店ではバングラデシュの家庭料理、カレー、トルコ発祥で

はあるがバングラデシュでも人気のファーストフードであるケバブ料理である³²⁾。それらはバングラデシュ人には最も身近な日常的な料理，日本人には非日常的なエスニック料理とそれぞれ認識されている。食材店では，スパイス，茶葉，牛肉，鶏肉，山羊肉，魚，米，野菜，果実，スイーツなどのハラール食材，およびバングラデシュの日用品や服も店によって商品となっている。

3. 「リトルダッカ」のバングラデシュ料理店の競争地位別戦略

東十条・十条のバングラデシュ料理店の業界の競争状況を示す5つの競争要因を図10に示した。競争要因の1つ目の既存企業同士の競争とはバングラデシュ料理店間の競争であり，バングラデシュ人の人口に対し料理店が多いため，脅威は普通である。2つ目の新規参入業者とは，新規開店のバングラデシュ料理店であるが，東十条・十条では少数ながら新規開店があるため脅威は普通である。3つ目の代替品・サービスとは，東十条・十条にもインド・ネパール料理店があるがハラール料理店ではないので，バングラデシュ人は全く利用しない。そこでは地元のネパール人と居酒屋使いもする地元の日本人が主な顧客となっている。このため，日本人がカレーを外食する際にのみ競合となるが脅威は少ない。ほかにはインドやパキスタンから輸入したレトルトカレーなどが該当し，いずれも東十条・十条のバングラデシュ食材店（料理店を併設している場合も多い）で販売されている。ケ

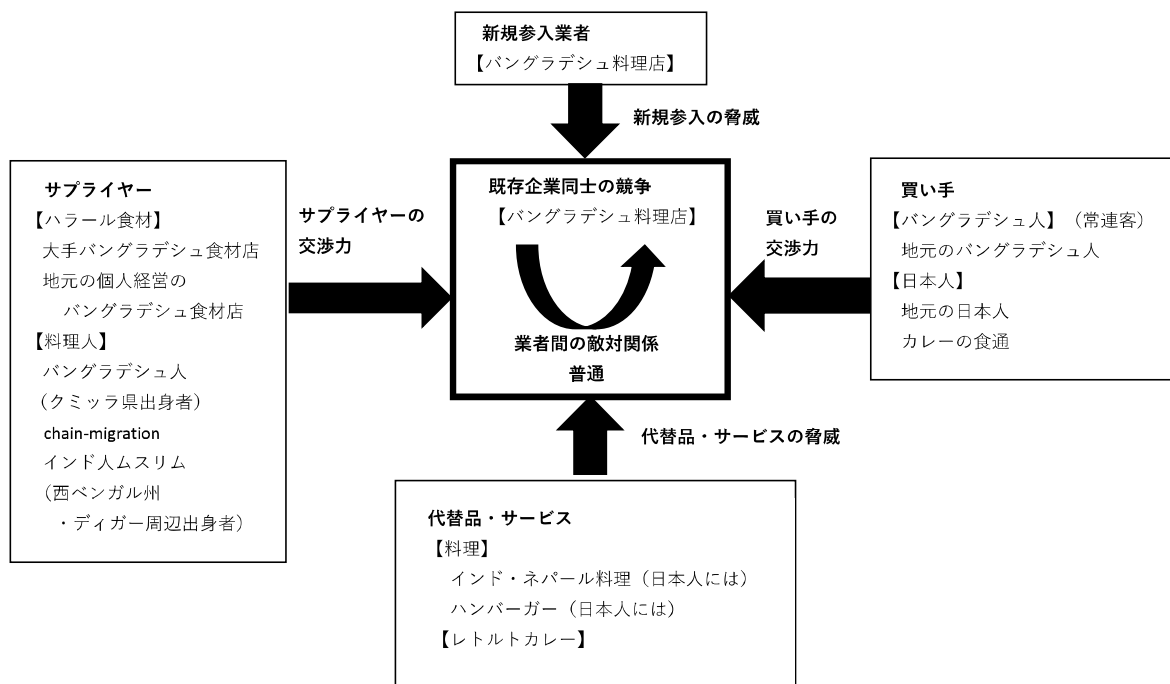


図10 バングラデシュ料理店における5つの競争要因

Porter(1980, 1998, 2008) をもとにバングラデシュ料理店に当てはめて筆者作成

バブに関しては、ハンバーガーとの競合が若干ある。4つ目の買い手とは顧客であり、まず東十条・十条のバングラデシュ人が常連客となり、ハラールの家庭料理とケバブ料理が重要な商品となる。次に地元の日本人、地元以外からの少数のカレーの食通の日本人が該当し、バングラデシュのカレーやケバブなど非日常的なエスニック料理が商品となる。最後の5つ目のサプライヤーとはまずは大手バングラデシュ食材業者である。バングラデシュ、インド、パキスタンから輸入したスパイスや茶葉、オーストラリア、ブラジルなどから冷凍輸入したハラールの牛肉、鶏肉、ヤギ肉、ベンガル湾に面したミャンマーから冷凍輸入した魚などを販売する埼玉県三郷市³³⁾に立地する大手バングラデシュ食材の製造・加工・卸売り・小売業者が重要な役割を果たしている。また、東十条・十条にある個人経営のバングラデシュ食材店である。次に料理店経営者と同じクミッタ県からの連鎖人口移動で来日した料理人である。料理人の帰国や離職の際は、バングラデシュ人の料理人が日本には少ないため、後任がなかなか見つからなかったこともしばしばあった。その場合は、同じベンガル文化（特に言語、宗教、食文化）に属する西ベンガル州ディガー周辺出身のインド人ムスリム料理人も少数ながら該当する³⁴⁾。料理人は日本に呼び寄せられる際に「技能ビザ」申請手数料として一人当たり約100~150万円を店主に支払うのが通例である。この手数料が料理店の収入となるが、バングラデシュ料理店の場合チェーン店展開をほとんど行わないため、主要な収入とはなっていない³⁵⁾。

バングラデシュ料理店の戦略を競争地位別に分析する。バングラデシュ料理店の「リーダー」は、バングラデシュ人によるバングラデシュ人のためのバングラデシュ家庭料理専門料理店B店である。経営者はクミッタ県出身の男性で2005年に日本語学校の留学生として来日し、専門学校を修了し、中古車貿易業の会社に勤務（「技人国」）し、開業資金を蓄えた後、商店街から離れ人通りの少ない場所に2013年に料理店を開店させた（「経営・管理」）。東十条・十条において、開店当時バングラデシュ料理店は他になく、同地域で最も経営年数（10年）が長いバングラデシュ料理店の代表店である。バングラデシュは世界でも有数な米作地域であり、また大きな河川を有しベンガル湾に面することから、大量の米と魚が食される。この料理店では、ビリヤニ、プラオ（いずれもスパイス炊き込みご飯）、ニハリ（羊肉や牛肉をスパイスで煮込んだシチュー）や、ハリーム（麦や豆、肉の煮込み）、魚料理、ボッタ（野菜や魚の身をすりつぶしてスパイスなどで味付けして団子状にしたもの）などがメニューの中心となっている。地元のバングラデシュ人が家族連れで来る人気の店であり、またバングラデシュ本場の料理を求める一部の食通の日本人が遠方から訪れる。「食べログ」での日本人の評価も「本場のバングラデシュ料理である」として非常に高い。経営主が同郷の料理人（男性）（「技能」）を呼び寄せた結果、連鎖人口移動が成立している。しかし、料理人の帰国や離職の際は、バングラデシュの料

理人が日本には少ないため、後任がなかなか見つからず長期休業したこともしばしばあった。そのため臨時にインド西ベンガル州のインド人ムスリム料理人で代替した時期もあった。このように、地元のバングラデシュ人に顧客を集中させ、他店にはないバングラデシュ家庭料理を提供する「差別化集中戦略」をとっている。地元のバングラデシュ人の外食においては、シェアが最も高い。さらに、経営主は料理店の利益などを元手に、日本への留学経験のあるバングラデシュ在住の親戚と共同でダッカで日本語学校（留学斡旋機関）を経営している。

「チャレンジャー」は、バングラデシュ人による日本人とバングラデシュ人のためのケバブ料理とバングラデシュ料理店 C 店である。経営主（男性）（「経営・管理」）はクミッタ出身で、日本語学校と専門学校の留学生であった経験を持ち、日本語が堪能で日本で会社員（「技人国」）の経験もある。2017 年に開業した。バングラデシュ料理は、日本人には「インド料理」や「インドカレー」ほどの認知度がないため、「バングラデシュ料理」だけでは日本人への訴求力は低いと言わざるを得ない³⁶⁾。そこで、日本人にもやや馴染みがあるケバブを店の看板メニューとし、店頭にケバブロスターを置き、店名にも「ケバブ」をつけている。その結果、「食べログ」では「トルコ料理」と「インド料理」に分類されている。また売り上げを獲得するために、日本人向けにムスリムには許されないアルコール飲料も置いてある。人通りの多い駅前商店街に立地し、バングラデシュのカレーのみならず、日本人向けに訴求力の高い「ケバブ料理」とアルコール飲料に重点を置き、日本人の顧客を獲得しようとしている。また北区の東十条・十条・赤羽のいずれも JR の駅前に次々に出店させ、地元バングラデシュ人よりも日本人相手にシェアを伸ばそうとしている。料理人（男性）（「技能」）もクミッタ出身者で連鎖人口移動の形態である。「チャレンジャー」C 店の戦略は対「リーダー」B 店との競争対応戦略であり、地元の日本人向けにケバブやアルコール飲料を提供するという「差別化集中戦略」をとることにより、シェア拡大に成功した。

「フォロワー」の代表例として D 店がある。クミッタ出身の経営者（男性）は 2003 年に留学生として来日し、日本語学校と専門学校を修了後、日本の一般企業に就職（「技人国」）した後の 2009 年に結婚し、妻を呼び寄せた（「家族滞在」）。その後弟と妻の妹をそれぞれ呼び寄せ 2016 年にバングラデシュ食材店を人通りの多い商店街に開店させ（「経営・管理」）、順調に利益を上げた。同郷の料理人（男性）（「技能」）を呼び寄せ、2020 年に料理店を同じ商店街に開店させた。メニューはカレー、ビリヤニやナンなど日本人もよく知っている南アジア料理とケバブ料理が主で、利益を上げるために日本人向けにアルコール飲料も出している。ポッタなどの日本人には全く馴染みのないバングラデシュ家庭料理はメニューにはない。店名に「ケバブ」の文字が入り、店頭にケバブロスターを置き、幟には「インド料理とケバブ料理」とあることもあり、食べログでは「トルコ料理店」と「イ

ンド料理」,「カレー」と分類されている。顧客は地元のバングラデシュ人よりも地元の日本人のほうが多く,日本人には「インドカレーとケバブ料理店」と認識されている。しかし,料理人の帰国や離職の際は,バングラデシュの料理人が日本には少ないため,後任がなかなか見つからず,臨時に西ベンガル州のインド人ムスリム料理人で代替した時期もあった。地元の日本人向けにケバブ料理を看板に,バングラデシュ料理も出すとともに,アルコール飲料も置くという,「チャレンジャー」の営業形態を多数の「フォロワー」が模倣し,東十条・十条のバングラデシュ料理店の典型となっている。

「ニッチャー」の代表例の1店目はバングラデシュ人によるバングラデシュ人のためのバングラデシュ料理とハラールで欧米料理を提供する料理店E店である。経営主は,クミッタ県出身の男性でダッカの有名ホテルでイタリア料理人として働いた後,2017年に日本在住のバングラデシュ人の友人に誘われ「技能」ビザで来日した。しかし高級料理店での勤務がうまくいかず,2020年に人通りの少ない場所にE店を開店させた(「経営・管理」)。イタリア料理人として得意なピザ,スパゲティやハンバーガーなど地元の他のバングラデシュ料理店にはない料理をハラールで提供し,地元のバングラデシュ人の食事の選択肢を広げ,バングラデシュ人に高く評価されている。特に欧米料理を好む留学生に非常に高く評価されている。日本人にとり,欧米料理はハラールである必要性はないため,顧客はほぼバングラデシュ人のみである。小店舗で,従業員はいない。

「ニッチャー」の2店目の例はバングラデシュ人による日本人のための非ハラール料理店F店である。前述したように東十条・十条ではバングラデシュ料理店は地元のバングラデシュ人のみを顧客とするには供給過多である。そのためいかに地元の日本人顧客を獲得するのが経営上重要となっている。ムンシゴンジ県出身の経営主(男性)は2005年に日本語学校の留学生として来日した。その後専門学校を修了後,日本人の経営する料理店で働いた。その後,呼び寄せた妻と妻の従弟と2018年にバングラデシュ食材店を開店した(「経営・管理」)。バングラデシュ料理店がすでに供給過多であり,また自らが経営するバングラデシュ食材店の大口顧客が地元のバングラデシュ料理店であるため,そことの競争を避け,2022年開店の料理店では地元の日本人向けにハラールではない焼き鳥や冷麺や(流行の)韓国スイーツを看板メニューとした。料理人として日本人男性(ムスリムではない)を雇用している。この非ハラール料理店は地元のバングラデシュ人ではなく日本人を顧客としているが,日本人にとり経営者がバングラデシュ人であるアドバンテージは何もない。結局,東十条・十条の日本人経営の同業種の多数の焼鳥屋や居酒屋などとの競争には勝てず,開店後わずか1年後の2023年に閉店を余儀なくされた。バングラデシュ食材店を営んでいるため帰国は選択肢にはなく,代わりに地元の日本人向けに新たにスイーツ専門店を出店する準備を行っている。

「ニッチャー」の戦略は、絞り込んだ事業領域をベースに「差別化集中戦略」をとることである。バングラデシュ料理以外のハラール料理、あるいは日本人向け非ハラール料理という独自のセグメントに集中し、その結果その特定セグメントにおいては、E店はリーダー企業となり成功したが、F店は日本人経営の多数の同業店との競合となり閉店を余儀なくされた。

4. 「リトルダッカ」のバングラデシュ食材店の競争地位別戦略

東十条・十条のバングラデシュ食材店の業界の競争状況を示す5つの競争要因を図11に示した。競争要因の1つ目の既存企業同士の競争とはバングラデシュ食材店間の競争であり、バングラデシュ人の人口に対して食材店が多く脅威は普通である。2つ目の新規参入業者とは、新規開店のバングラデシュ食材店である。東十条・十条では新規開店があるためこの脅威は普通である。3つ目の代替品・サービスとは、ハラール食材のネット通販であり、脅威となっている。ネット通販が盛んでなかった頃は、遠方からバングラデシュ人が買い出しに来ていたが、現在は地元のバングラデシュ人が主な顧客である。ネパール食材店の商品はカレー通の日本人には代替品となるが、ムスリムのバングラデシュ人にとってはハラール食材以外の食材は代替品とはなりえない。また、そもそも野菜や果実はすべてハラールなので、スーパーや青果店の野菜や果実が該当する。4つ目の買い手とは顧客であり、まず地元のバングラデシュ料理店、ハラール食材を求める地元および通販の

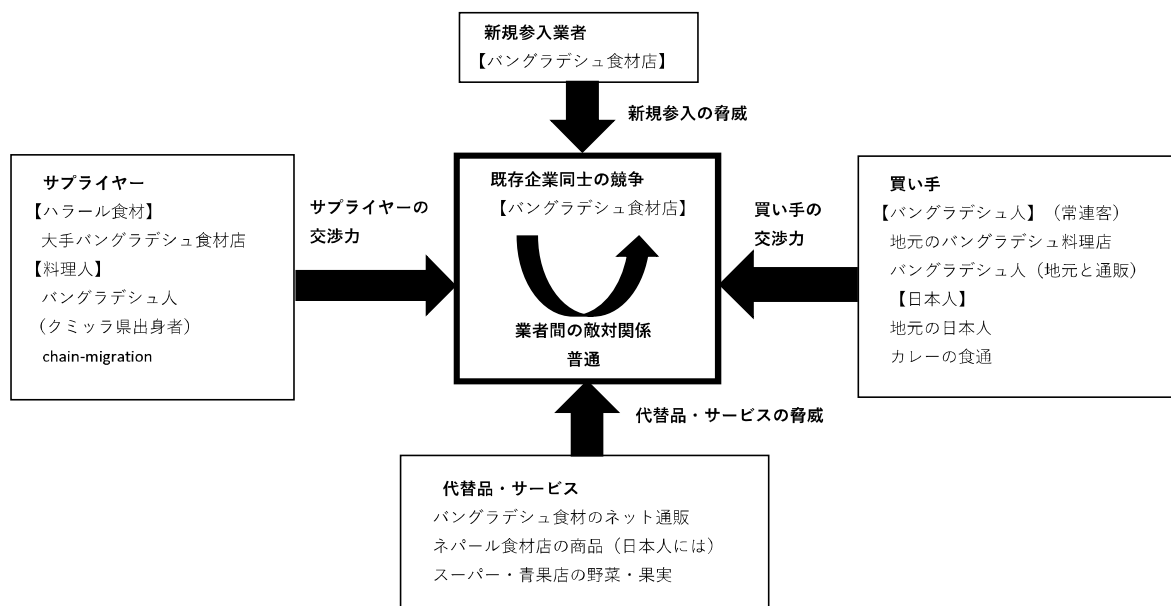


図11 バングラデシュ食材店における5つの競争要因

Porter (1980, 1998, 2008) をもとにバングラデシュ食材店に当てはめて筆者作成

バングラデシュ人が常連客となり、次にカレーの食通の日本人、野菜や果実を買い求める地元の日本人が該当する。最後の5つ目のサプライヤーとはまず大手バングラデシュ食料業者である。バングラデシュ、インド、パキスタンから輸入したスパイスや茶葉、オーストラリア、ブラジルなどから冷凍輸入したハラールの牛肉、鶏肉、ヤギ肉、ミャンマーから冷凍輸入した魚などを販売する埼玉県三郷市に立地する大手バングラデシュ食料の製造・加工・卸売り・小売業者が重要な役割を果たしている。次に経営者と同じクミッタ県からの連鎖人口移動で来日した従業員であるが、妻・兄弟・イトコ・親戚である場合が多い。

バングラデシュ食料店の戦略を競争地位別に分析する。バングラデシュ食料店の「リーダー」は前述した老舗のA店である。バングラデシュ人による地元のみならず全国のバングラデシュ人のためのバングラデシュ食料店であるとともに、ダッカで日本語学校（留学斡旋機関）を設立した。店舗は東十条の駅前商店街からやや奥まった場所に立地し、地元の日本人には目につかない。顧客は、通販で注文する全国のムスリムと地元のバングラデシュ人であり、地元の日本人は当初から顧客として想定していない。東十条・十条におけるバングラデシュ食料店の中では比較的大規模で地元でのシェアは高く、豆類、スパイス、米をはじめ、ハラールの鶏肉、カモ肉、牛肉、ヤギ肉やバングラデシュ人が好む魚も冷凍で輸入し、豊富にそろえている。同郷のクミッタ出身の男性従業員（「技人国」）を雇用し、連鎖人口移動となっている。また、前述したように、食料店などの利益を元手にダッカで日本語学校（留学斡旋機関）を経営し、長年にわたり東十条・十条をはじめ東京に多くのバングラデシュ人留学生を送り出してきた。彼ら留学生に東京での生活の世話をするとともに、食料店の顧客を増加させることに成功した。さらに、東十条のモスク建立にも深くかわり、東十条・十条が「リトルダッカ」となるまで人口が増え、バングラデシュ人の相互扶助的なエスニックコミュニティが形成される上で経営主の果たした役割は極めて大きいといえる。

「チャレンジャー」はバングラデシュ人による地元のバングラデシュ人のためのバングラデシュ食料店G店である。クミッタ県出身の経営主（男性）（「経営・管理」）は、日本語学校の留学生として来日し、専門学校修了後、一般企業に就職し、その後バングラデシュ食料店を開店させた。食料店の利益などを元手に、日本への留学経験のあるダッカ在住の親戚と日本語学校（留学斡旋機関）を共同経営している。また他の兄弟を呼び寄せ従業員として雇用しており、連鎖人口移動の形態となっている。2023年に店舗面積を約4倍に拡大し、東十条・十条のバングラデシュ食料店では最大の規模となった。規模を拡大することにより、ハラール食料を豊富に取りそろえるだけでなく、バングラデシュの日用品、普段着や民族衣装まで幅広い品ぞろえを行い、地元のバングラデシュ人に関して最大のシェアを獲得しようとしている。「チャレンジャー」G店は対「リーダー」A店への競争

対応戦略であり、顧客を地元のバングラデシュ人に特化するという「差別化集中戦略」を取り、地元のバングラデシュ人におけるシェア拡大に成功した。

「フォロワー」は、バングラデシュ人による地元のみならず全国のバングラデシュ人のためのバングラデシュ食材店兼地元の日本人のための青果店であるとともに、ダッカで日本語学校（留学斡旋機関）を経営している。代表例はH店である。クミッラ県出身の経営主（男性）は、日本語学校の留学生として来日し、専門学校修了後、一般企業に就職し、その後2020年にやや人通りの多い道路沿いに開店させた。地元のバングラデシュ人向けに豆類、スパイスや米、ハラール肉、スナック類を販売するとともに、近隣の日本人向けにも新鮮な野菜や果物を販売しているのが特徴である。小規模店であるが、ネット通販でハラール食材を販売している。食材店の利益などを元手に、日本留学経験があるバングラデシュ在住の兄と共同で、ダッカで日本語学校（留学斡旋機関）を経営し、一時帰国の際や東十条・十条からはオンラインで日本語の授業を行うこともある。このように、東十条・十条のバングラデシュ食材店の「フォロワー」は、「リーダー」を模倣し、食材店での利益などを元手に、日本への留学経験のあるバングラデシュ在住の兄弟・親戚とダッカで日本語学校（留学斡旋機関）も共同経営している。その結果日本に多くの留学生を送り出し、多数のバングラデシュ人留学生が東十条・十条に居住することで「リトルダッカ」が成立した。彼らが食材店の新たな顧客となっているのが東十条・十条のバングラデシュ食材店の典型となっている。

「ニッチャー」は、バングラデシュ人による日本人のための青果店・惣菜店のI店である。東十条・十条のバングラデシュ食材店は9店と、地元のバングラデシュ人人口に対して供給過多の状況で、I店は日本人向けのマーケットを選択した。人通りが非常に多い駅前商店街に2019年に開店した小規模店で、スパイスや冷凍ハラール肉は置かず、野菜・果実とテイクアウトのカレー、ビリヤニ、ケバブ、またもともとイタリア料理の男性料理人が経営者であるため、ピザやパスタもある。食べログでは「イタリア料理」「インド料理」と分類されている。カレー、ビリヤニは他店よりも価格が安く、夜になると値引きを行う。顧客のほとんどが地元の日本人であるため、商店街内のスーパーや青果店、惣菜店との価格競争を非常に意識している。経営主も従業員もクミッラ県出身者の男性であり、連鎖人口移動の形態である。「ニッチャー」の戦略は、絞り込んだ事業領域をベースに「差別化集中戦略」をとることである。I店は地元の日本人向けに野菜・果実とテイクアウトで低価格の南アジア料理とイタリア料理という独自のセグメントに集中し、その結果その特定セグメントにおいては、リーダー企業となり成功したといえる。

東十条・十条のバングラデシュ人経営の料理店・食材店の経営主には共通してクミッラ県出身男性が圧倒的に多く、日本語学校の留学生として来日し、専門学校修了後、日本の

一般企業に就職した経験を持つものがほとんどである。結婚後には妻を呼び寄せ、料理店・食材店の開業に際し、従業員・料理人を同郷のクミッタ県から呼び寄せるとともに、同郷の兄弟姉妹・イトコを呼び寄せることも多い。これにより連鎖人口移動が成立している。

バングラデシュ料理店に関しては、地元のバングラデシュ人を主な顧客として家庭料理に特化した料理店（「リーダー」）とハラールの欧米料理に特化した料理店（「ニッチャー」）が1店舗ずつある。それとは対照的に、地元の日本人向けに特化して、ケバブ、カレー、アルコールを提供する料理店（「チャレンジャー」）が成功することにより、それを模倣した料理店（「フォロワー」）が増加し、「リトルダッカ」でのバングラデシュ料理店の典型となった。

バングラデシュ食材店に関しては、「リーダー」の老舗A店が地元と全国のバングラデシュ人向け非常に豊富な品ぞろえでハラール食材を販売し、地元のバングラデシュ人におけるシェアは最も高い。さらに、食材店の利益などを元手に、ダッカで日本語学校（留学斡旋機関）を経営し成功している。「チャレンジャー」は店舗を拡大することにより、ハラール食材を豊富に取りそろえただけでなく、バングラデシュの日用品など幅広い品ぞろえを行い、地元のバングラデシュ人に関して最大のシェアを獲得しようとしている。「フォロワー」は、「リーダー」を模倣し、食材店などでの利益を元手に、日本への留学経験のあるバングラデシュ在住の兄弟・親戚とダッカで日本語学校（留学斡旋機関）を共同経営している。その結果日本に多くの留学生を送り出し、多数のバングラデシュ人留学生が東十条・十条に居住することで「リトルダッカ」が成立した。彼らが食材店の新たな顧客となっているのが「リトルダッカ」のバングラデシュ食材店の典型となっている。

バングラデシュ食材店の「リーダー」とそれを模倣した「フォロワー」がダッカで日本語学校（留学斡旋機関）を次々に設立することにより、日本に多くの留学生を送り出している。来日前の留学生は、東十条・十条にはすでに兄弟や親戚、同郷者が住んでいることが多く、バングラデシュ料理店や食材店が多数立地していること、モスクが立地していることなどの情報を口コミやFacebookで得ている。その結果、東十条・十条が居住地として重要な選択肢となり、その結果バングラデシュ人留学生が増加するという構図となっている。これが東十条・十条がバングラデシュ人集住地「リトルダッカ」となる大きな原動力となっている。また、経営主が料理人や従業員を出身地から呼び寄せることにより連鎖人口移動が成立している。さらに、特筆すべきは料理店・食材店の戦略のみならず、経営主とその家族の人生設計も成功した「リーダー」や「チャレンジャー」の模倣であり、画一化されているという点である。そして、この模倣こそが連鎖人口移動の基盤となっている点である。

VIII. おわりに——トランスナショナルな関係の形成

①日本の南アジア系移民の中での現在の在日バングラデシュ人の特徴、②バングラデシュから日本への国際人口移動の歴史的変化、③バングラデシュ人の日本最大の集住地「リトルダッカ」の形成過程、④エスニック・ビジネスとして展開されるバングラデシュ料理店と食材店の戦略、⑤出身地と集住地の間に越境的な双方向的社会関係が持続したトランスナショナルな関係について以下のようにまとめることができる。

①日本の南アジア系移民の中で現在の在日バングラデシュ人の特徴は（元）男子留学生が重要な役割を果たしている点にある。比較的裕福な高学歴者（高卒以上）の男子が日本語学校の留学生として入国し、専門学校や大学を卒業後日本の企業に就職し、その一部が中古車貿易業、バングラデシュ料理店・食材店を起業させた。さらにはダッカに日本語学校（留学斡旋機関）を設立した場合もある。

結婚後に妻を呼び寄せ、子どもを育てるといふ、留学生として来日した男性のライフパスが継続的に形成されている。兄弟姉妹や親戚、友人、同郷の者を呼び寄せたり、日本で成功した元留学生のライフパスが次々に模倣されることにより連鎖人口移動が成立している。さらに日本での在住期間が長期化することにより「永住者」が増加している。

②バングラデシュから日本への国際人口移動は、1989年までの貧しい開発途上国からの「3K」現場での男子単身非熟練労働者から、特に2012年以降現在にかけては経済成長と教育水準の向上を経験した地域出身の比較的裕福な高学歴者（高卒以上）の男子留学生および元留学生の男性会社員と彼らの家族という構成に大きく変化してきた。

③バングラデシュ人の日本への国際人口移動が近年盛んになるに従い、次第に彼らの集住地が東京都北区東十条・十条に形成されるようになった。バングラデシュ人の日本最大の集住地「リトルダッカ」の形成過程は以下のとおりである。東京で最初のバングラデシュ食材店が東十条に開業した（1988）ことからバングラデシュ人の集住が始まった。その食材店経営者がダッカで日本語学校（留学斡旋機関）を設立し、口コミで学生を募集したため、経営者と同じクミッタ出身の学生が多く集まり、東十条・十条での集住が加速した。その成功を知ったクミッタ出身の元留学生らがその方法を模倣し、東十条・十条にバングラデシュ料理店や食材店を開業させるとともに、ダッカに日本語学校（留学斡旋機関）を設立させた。このように東十条・十条のバングラデシュ人経営の料理店・食材店の経営主にはクミッタ出身男性が圧倒的に多く、日本語学校の留学生として来日し、専門学校修了後、日本の一般企業に就職した経験を持つものがほとんどである。結婚後には妻を呼び寄せ、料理店・食材店の開業に際し、従業員・料理人を同郷のクミッタ県から呼び寄せるとともに、同郷の兄弟姉妹・イトコを呼び寄せることも多い。これにより、連鎖人口移動が成立している。

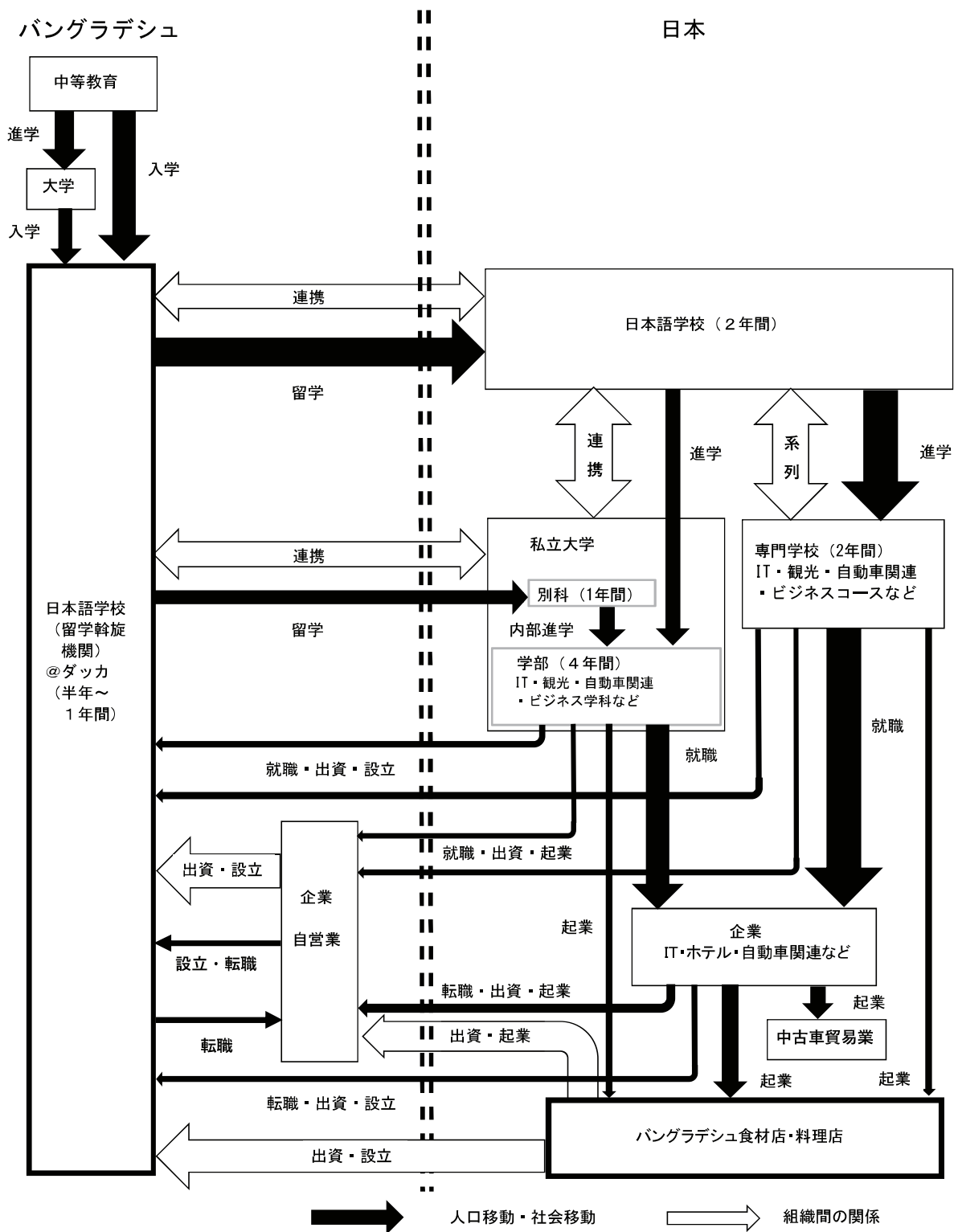
来日前の留学生は、東十条・十条にはすでに兄弟や親戚、同郷者が住んでいることが多く、バングラデシュ料理店や食材店が多数立地していること、モスクが立地していることなどの情報を口コミやFacebookで得ている。そのため、東十条・十条が居住地として重要な選択肢となり、その結果バングラデシュ人留学生が増加するという構図となっている。

その結果、現在の東十条・十条は、経済成長が進み教育水準が向上したダッカ近郊から多くのバングラデシュ人留学生を受け入れる街であり、元留学生の多くが就職しても住み続ける街であり、彼らに対するエスニック・ビジネスとしてバングラデシュ料理店・食材店が競い合いながら多数立地した街であり、ダッカの日本語学校（留学斡旋機関）を経営・出資する留学ビジネスの街であり、モスクを建立しバングラデシュ人がムスリムとして生きるうえで必要なアイデンティの再生産装置がすべて整った街となった。このような過程を経ながらバングラデシュ人の日本最大の集住地「リトルダッカ」が形成された。

④「リトルダッカ」に集中立地したエスニック・ビジネスの戦略を競争地位別にみると以下のような特徴が認められた。バングラデシュ料理店に関しては、地元のバングラデシュ人を主な顧客として家庭料理に特化した「リーダー」と他のバングラデシュ料理店にはないハラールの欧米料理に特化した「ニッチャー」が1店舗ずつある。それとは対照的に、地元の日本人向けに特化して、ケバブ、カレー、さらにムスリムには許されないが日本人向けに売り上げを上げるためにアルコールを提供する「チャレンジャー」が成功することにより、それを模倣した「フォロワー」が増加し、「リトルダッカ」でのバングラデシュ料理店の典型となった。

バングラデシュ食材店の戦略に関しては、「リーダー」の老舗が地元と全国のバングラデシュ人向け非常に豊富な品ぞろえでハラール食材を販売し、地元のバングラデシュ人におけるシェアは最も高い。さらに、食材店の利益などを元手に、ダッカで日本語学校（留学斡旋機関）を経営し成功している。「チャレンジャー」は店舗を拡大することにより、ハラール食材を豊富に取りそろえるだけでなく、バングラデシュの日用品、普段着や民族衣装まで幅広い品ぞろえを行い、地元のバングラデシュ人に関して最大のシェアを獲得しようとしている。「フォロワー」は、「リーダー」を模倣し、食材店などでの利益を元手に、日本への留学経験のあるバングラデシュ在住の兄弟・親戚とダッカで日本語学校（留学斡旋機関）を次々に設立させている。その結果日本に多くの留学生を送り出し、多数のバングラデシュ人留学生が東十条・十条に居住することで「リトルダッカ」を成立させ、彼らが食材店の新たな顧客となっているのが「リトルダッカ」のバングラデシュ食材店の典型となっている。

⑤本稿で明らかになったバングラデシュと日本のトランスナショナルな関係を図12に示す。日本への留学希望者は高校・大学卒業後、あるいは大学を中退し、ダッカの日本語



学校（留学斡旋機関）に入学し日本留学への第一歩を踏み出す。おおむね半年～1年間学び日本語能力試験のN5に合格する。留学ビザを取得後、留学先の授業料・寮費など初期費用として約100万円必要となり、親が所有する土地の一部を売却することはあるが、借金はほとんどかかえてない。20歳前後で来日し、まずは日本語学校でおおむね2年間在学する。その後専門学校に進学の場合は2年、大学への進学の場合は4年、合計4年～6年の留学生期間を日本で過ごすことになる。あるいは、バングラデシュから直接日本の私立大学の別科（1年間）での日本語学習を経て学部（4年間）に内部進学するケースもある。卒業後、おおむね25歳前後で日本の企業に就職している。多くは企業に勤務し続けるが、中古車貿易業やエスニック・ビジネスとしてのバングラデシュ料理店・食材店を起業する者も一定数いる。料理店を経営する者は料理人を出身地域から呼び寄せている。結婚を機に妻を呼び寄せ、子どもを日本で育てている。日本での居住年数が10年以上と長くなるにつれ、「永住者」の在留資格を取得する者も増え、日本への定住化が進んでいる。

元留学生がバングラデシュに帰国した場合、留学経験と日本語能力を生かした職業の有力な選択肢として日本語学校（留学斡旋機関）の日本語教員、さらには日本語学校（留学斡旋機関）の設立・出資がある。2023年現在日本への留学希望者が今後も増加すると見込まれ、日本への留学斡旋ビジネスは有望と考えられている。ダッカでの日本語学校（留学斡旋機関）の設立に関しては、バングラデシュの学校法人や企業のみならず、元留学生で日本のバングラデシュ食材店経営者も重要な役割を果たしている。日本語学校（留学斡旋機関）設立には立ち上げ資金と元留学生の日本語教師が必要で、新規参入障壁は低くない。そのため経営者としての個人的な資質や経済力のみならず、実家・兄弟・親戚・友人など共同出資者の経済力、日本語教師獲得への幅広い人脈が必要である。これらの人脈はローカルな出身地にとどまらず日本とバングラデシュを横断したトランスナショナルな社会関係資本であり、日本語学校（留学斡旋機関）設立においては不可欠な要素となっている。上記のことから、バングラデシュの日本語学校（留学斡旋機関）を設立させるためには、設立者の①人的資本（留学経験を含む教育水準、マネジメント能力）、②経済資本（日本での就労や料理店・食材店の利益によって得られたもの、および実家の経済資本）、③社会関係資本（日本語教師や共同経営者・出資者を募るためのローカルな出身地での人脈とバングラデシュと日本でのトランスナショナルな人脈）の3つすべてが必要である。

これらはいずれもバングラデシュ人（元）留学生による日本とバングラデシュ間のトランスナショナルな関係や経験により得られるものである。そのトランスナショナルな関係において重要な役割を果たしているのが、（元）留学生とエスニック・ビジネス経営者の出身地クミッタ県、日本語学校（留学斡旋機関）が多数立地するダッカ、（元）留学生の出身地ダッカ近郊、日本最大のバングラデシュ人集住地「リトルダッカ」の東十条・十条

である。これらの場所では成功者を身近に観察・学習することが可能であり、多くの者が「フォロワー」としてそれを模倣し、成功者と近似したライフパスや戦略、連鎖人口移動が実践されてきた場所である。つまり、戦略の模倣や連鎖人口移動に関して、これら特定の場所においてローカルな社会関係とトランスナショナルな社会関係が接続しているといえる。本稿で示した日本とバングラデシュ間の越境した双方向的な社会関係が持続するトランスナショナルな関係は、有名な特定な大企業や多国籍企業ではなく、無名の無数のバングラデシュ人（元）留学生たちが紡いできたのである。

付記

調査にご協力いただいたバングラデシュ人留学生、日本語学校、インターナショナルスクール、公立小学校、バングラデシュ料理店、同食材店、それらの顧客、モスク、北区役所・教育委員会、ハローワークの方々にお礼申し上げます。本研究の一部は2023年度兵庫地理学協会・12月特別例会、2023年度日本地理学会・春季学術大会において口頭発表した。科研費基盤研究（C）「南アジア系移民のエスニック戦略とトランスナショナルな領域化の比較考察」（2020-2023）（代表者：澤 宗則）の成果の一部である。

注

- 1) 日本学生支援機構『2022（令和4）年度外国人留学生在籍状況調査』による。
- 2) 本稿において在留バングラデシュ人とは、バングラデシュの国籍を有する者に限定される。「在日外国人統計」で得られるのは在留外国人に関するデータのみである。在日バングラデシュ人は日本国籍を取得した者を含むなど、国籍を問わない。
- 3) トランスナショナルに関する概念に関しては、小井土（2005）、福田（2012）、西原（2016, 2018, 2020）、西原・樽本編（2016）、日本移民学会編集委員会編（2020）を参照。
- 4) 在日インド人社会については南埜・澤（2005, 2017）、澤（2010, 2018, 2020）、Sawa（2013）を参照。
- 5) 聞き取り調査によれば上限以上の場合も非常に多い。
- 6) 「技能」は本来経営者にはなれないが、「経営・管理」の料理店主から名義を借りて事実上の経営主となっている場合も多い（澤・南埜 2022）。
- 7) 在日ネパール人の動向に関しては、南埜・澤（2017）、澤・南埜（2022）、澤（2023）、田中（2020）を参照。
- 8) 起業時など銀行からの融資を得るうえで、パキスタン人名義よりも日本人妻の名義のほうが有利であることが多い。
- 9) 在日パキスタン人については、樋口（2012）、樋口ほか（2007）、福田（2020）を参照。
- 10) 2010年当時の在日バングラデシュ人の起業としては、ハラールフード、テレフォンカード販売、中古車貿易、エスニック料理店が多いと指摘されている（Rahman, Kwen

2011)。

- 11) バングラデシュの国際人口移動については、長谷・三宅(1993)、清野(2017)を参照。
- 12) ネパール人留学生の動向に関しては、南埜・澤(2017)、澤・南埜(2022)を参照。
- 13) 日本学生支援機構『2022(令和4)年度外国人留学生在籍状況調査』による。
- 14) 日本語教育振興協会(2022)による。
- 15) カナダ、特に「リトルバングラデシュ」と呼ばれる世界有数のバングラデシュ人の集住地があるトロントにはすでに兄弟姉妹や親戚が居住していることが多く、女子の留学先として現在非常に人気があり、留学生に占める女子の比率も比較的高いとされている。Statistics Canada の Census of Population (2021) によれば、トロントには約3.1万人のベンガル語話者が居住している。なお、ベンガル語はバングラデシュとインド西ベンガル州の主要言語である。
- 16) 日本語能力試験の web によると、認定の目安を以下のように規定している。N1: 幅広い場面で使われる日本語を理解することができる、N2: 日常的な場面で使われる日本語の理解に加え、より幅広い場面で使われる日本語をある程度理解することができる、N3: 日常的な場面で使われる日本語をある程度理解することができる、N4: 基本的な日本語を理解することができる、N5: 基本的な日本語をある程度理解することができる。
- 17) ネパールと日本の日本語学校との連携関係については澤・南埜(2022)を参照。
- 18) ネパール人留学生への聞き取りによれば、週28時間労働だけでは生活費と借金返済には全く足りないことが多い。
- 19) 居酒屋はムスリムには許されないアルコールを提供するのでムスリムはアルバイト先として選びたがらない。魚はハラールなので、回転すし屋でのアルバイトは人気である。
- 20) Mahmud (2014) はバングラデシュ人留学生の多くは週28時間以上労働していることを報告している。
- 21) バングラデシュ人のほとんどはムスリムなので、バングラデシュ食材店はハラール食材店である。
- 22) Bureau of Manpower, Employment and Training (BMET) (2022) によると、2005年から2019年までで、国外への労働者はクミッタ県94万人、バングラデシュ第2の人口のチッタゴン県は2位(72万人)、バングラデシュ第1の人口のダッカ県は5位(40万人)、かつて日本への出稼ぎ労働者が多かったムンシゴンジ県は9位(25万人)である。
- 23) 北原・大月・アワル(2011)によると、2010年当時東京都北区のバングラデシュ人の中ではUR賃貸住宅、都営住宅に居住する者が多数認められた。これは外国人の居住の拒否や日本人の保証人が必要であるとの理由から民間賃貸住宅でのバングラデシュ人の入居が困難であったためである。また、東京都北区にはムンシゴンジ県出身者は少なかったことも指摘している。
- 24) ただし、バングラデシュ人が多く居住する少数の特定地域、留学生が多く学ぶ地域とカレーの食通が多い都心部でバングラデシュ料理店・食材店は経営が成立する。

- 25) ムスリム男性は金曜日にモスクでの集団礼拝を推奨されている。
- 26) 東京都豊島区とジャパンバングラデシュソサエティの主催による「カレーフェスティバル&バングラデシュボーイシャキメラ（バングラデシュの正月祭）」が、2000年以降毎年開催されている。池袋の公園で行われ、バングラデシュのカレーの屋台が出店され、歌と踊りが披露され、日本人とバングラデシュ人の交流に関する最大のイベントである。
- 27) 東京都にはこれ以外にもムスリムためのインターナショナルスクールは東京最大のモスク・東京ジャーミーのある渋谷区代々木上原、バングラデシュ人をはじめとするムスリムが多く居住する葛飾区にある。両校とも教室の容量の上限まで在籍しているため、編入学希望者を断っている状況である。
- 28) ポーターの理論に関しては、西谷（2007）、池尾ほか（2010）、大滝ほか（2016）、澤（2023）を参照。
- 29) 競争地位別戦略については、池尾ほか（2010）、澤（2023）を参照。
- 30) インド料理店、インド・ネパール料理店、パキスタン料理店の戦略については、澤（2023）参照。
- 31) 東京都北区の資料による。
- 32) 日本で食されるケバブ料理のなかでも定番の1つであるケバブサンドはドイツ発祥とされ、ドイツのトルコ移民が始めたものである。そのため、日本のバングラデシュ料理店のケバブサンドは、トルコ→ドイツ→バングラデシュ→日本へと何度も食文化圏を横断していることがわかる。
- 33) 現地調査によると、三郷市の三郷マスジドでは礼拝者の大多数がバングラデシュ人である。
- 34) インド西ベンガル州ディガー周辺のムスリム料理人は、日本におけるパキスタン料理店においても雇用されている場合が多い（澤 2023）。
- 35) ネパール料理店の場合、経営上この手数料が重要な収入となる。この収入を増大させるためチェーン店展開が進む（澤 2023）。
- 36) カカコムグループが運営し、全国のレストラン情報が掲載されたグルメレビューサイトである「食べログ」での南アジア料理店の分類に関し、「インド料理」「ネパール料理」「パキスタン料理」「スリランカ料理」の分類はあるが、「バングラデシュ料理」の分類名は存在しない。

文献

- 池尾恭一・青木幸弘・南 知恵子・井上哲浩（2010）：『マーケティング』有斐閣。
- 大滝精一・金井一頼・山田英夫・岩田 智（2016）：『経営戦略——論理性・創造性・社会性の追求 第3版』有斐閣。
- 北原玲子・大月敏雄・アワル，ナンディニ（2011）：エスニック集団の定住による居住環境の変容と多文化居住への課題——バングラデシュからイギリス及び日本への労働力移

- 動のメカニズム．住総研研究論文集，3，pp.65-76.
- 北原玲子・大月敏雄・志摩憲寿（2011）：バングラデシュから日本への出稼ぎ労働者の居住環境に関する研究——国際労働力移動による連鎖移民が出稼ぎ帰国者の出身地に与える影響．日本建築学会計画系論文集，76-668，pp.1761-1770.
- 北原玲子・大月敏雄・志摩憲寿（2013）：バングラデシュから日本への出稼ぎ労働者の出身地における生活状況と住宅様式に関する研究——国際労働力移動による連鎖移民が送り出し国の居住環境に及ぼす影響．日本建築学会計画系論文集，78-692，pp.2083-2092.
- 清野佳奈絵（2017）：より多くの収入を求めて移動する人々——海外への出稼ぎ労働者．大橋正明・村山真弓・日下部尚徳編『バングラデシュを知るための66章 第3版』明石書店，pp.391-397.
- 小井土彰宏（2005）：グローバル化と越境的社会空間の編成——移民研究におけるトランスナショナル視角の諸問題——．社会学評論，56-2，pp.381-399.
- 佐藤彰男（2017）：滞日バングラデシュ人労働者に関する実証的研究に向けた予備的考察．龍谷大学社会学部紀要，50，pp.73-80.
- 佐藤彰男（2021）：在日バングラデシュ人就労者にみる労働と生活の変容．龍谷大学社会学部紀要，58，pp.18-34.
- 澤 宗則（2007）：外国人労働者．上野和彦・椿 真智子・中村康子編『地理学概論』朝倉書店，pp.118-122.
- 澤 宗則（2010）：グローバル経済下のインドにおける空間の再編成——脱領域化と再領域化に着目して．人文地理，62-2，pp.132-153.
- 澤 宗則（2018）：『インドのグローバル化と空間的再編成』古今書院．
- 澤 宗則（2020）：インド人 IT 技術者と商人——東京と神戸の対比．駒井 洋・小林真生編『移民・ディアスポラ研究 9 変容する移民コミュニティ——時間・空間・階層』明石書店，pp.146-155.
- 澤 宗則（2023）：インド・ネパール料理店の立地展開と戦略——神戸市の南アジア系エスニック・レストランの比較考察．移民研究，19，pp.1-36.
- 澤 宗則・南埜 猛（2022）：ネパール人留学生に関するトランスナショナルな関係——ネパールの日本語学校の立地と戦略に注目して．移民研究，18，pp.1-36.
- 田中雅子（2020）：ネパール人——定住を目指す家族の増加．駒井 洋・小林真生編『移民・ディアスポラ研究 9 変容する移民コミュニティ——時間・空間・階層』明石書店，pp.168-173.
- 西谷洋介（2007）：『ポーターを読む』日本経済新聞出版社.
- 西原和久（2016）：『トランスナショナリズムと社会のイノベーション——越境する国際社会学とコスモポリタンの志向』東信堂.
- 西原和久（2018）：『トランスナショナリズム論序説——移民・沖縄・国家——』新泉社.
- 西原和久（2020）：『現代国際社会学のフロンティア——アジア太平洋の越境者をめぐるト

- ランスナショナル社会学』東信堂.
- 西原和久・樽本英明編 (2016) : 『現代人の国際社会学・入門——トランスナショナリズムという視点』有斐閣.
- 日本移民学会編集委員会編 (2020) : 『特集：移民と＜トランスナショナル＞』. 移民研究年報, 26, pp.3-80.
- 長谷安朗・三宅博之編 (1993) : 『バングラデシュの海外出稼ぎ労働者』明石書店.
- 樋口直人編 (2012) : 『日本のエスニック・ビジネス』世界思想社.
- 樋口直人・稲葉奈々子 (2003) : 滞日バングラデシュ人労働者・出稼ぎの帰結——帰還移民 50 人への聞き取りを通じて. 茨城大学地域総合研究所年報, 36, pp.43-66.
- 樋口直人・稲葉奈々子 (2004) : マージナル化か, ニッチ形成か——滞日バングラデシュ人の労働市場, 1985-2001. 茨城大学地域総合研究所年報, 37, pp.61-70.
- 樋口直人・稲葉奈々子・丹野清人・福田友子・岡井宏文 (2007) : 『国境を超える 滞日ムスリム移民の社会学』青弓社.
- 福田友子 (2012) : 『トランスナショナルなパキスタン人移民社会の社会的世界——移住労働者から移民企業家へ』福村出版.
- 福田友子 (2020) : パキスタン人——エスニック・ビジネスの確立と定住. 駒井 洋・小林真生編『移民・ディアスポラ研究 9 変容する移民コミュニティ——時間・空間・階層』明石書店, pp.88-95.
- 水上徹男 (2018) : バングラデシュ出身者の出入国の動向とコミュニティの形成, 吉成勝男・水上徹男編著『移民政策と多文化コミュニティへの道のり——APFS の外国人住民支援活動の軌跡——』現代人文社, pp.130-139.
- 水上徹男 (2020) : バングラデシュ人—新しい層の流入と第 2 世代以降の定着. 駒井洋・小林真生編『移民・ディアスポラ研究 9 変容する移民コミュニティ——時間・空間・階層』明石書店, pp.98-100.
- 南埜 猛・澤 宗則 (2005) : 在日インド人社会の変遷——定住地神戸を事例として. 兵庫地理, 50, pp.4-15.
- 南埜 猛・澤 宗則 (2017) : 日本におけるネパール人移民の動向. 移民研究, 13, pp.23-48.
- 三宅博之 (1990) : アジアから日本への出稼ぎ労働者の実態——バングラデシュ出身者の場合. アジア経済, 31-9, pp.27-49.
- Kotler, P. (1980) : *Marketing Management*, 4th ed. Prentice-Hall. (村田昭治監修・小坂 恕・疋田 聡・三村優美子訳 (1983) : 『マーケティング・マネジメント第 4 版——競争的戦略時代の発想と展開』プレジデント社.)
- Mahmud H. (2014) : 'It's my money': Social class and the perception of remittances among Bangladeshi migrants in Japan. *Current Sociology*, 62-3, pp.412-430.
- Mahmud, H. (2023) : International Migration in Bangladesh: A Political Economic Overview,

- Rajan, Irudaya, S. (eds.) : *Migration in South Asia*, Springer, pp. 49-65.
- Porter, M.E. (1980): *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press. (土岐 坤・中辻萬治・服部照夫訳 (1995): 『新訂 競争の戦略』ダイヤモンド社.)
- Porter, M.E. (1998): *On Competition*. Harvard Business Press. (竹内弘高訳 (1999): 『競争戦略 I』・『競争戦略 II』ダイヤモンド社.)
- Porter, M.E. (2008): *On Competition Updated and Expanded*. Harvard Business Press. (竹内弘高訳 (2018): 『新版競争戦略 I』・『新版競争戦略 II』ダイヤモンド社.)
- Rahman, Md. M., Kwen, F. L. (2011): The Development of Migrant Entrepreneurship in Japan: Case of Bangladeshis. *International Migration & Integration*, 12, pp.253-274.
- Sawa, M. (2013): Spatial Reorganisation of the Indian Community Crossing Border: A Case Study of the Global City Tokyo. *人文地理*, 65-6, pp.508-526.

統計資料等

- 在留外国人統計 https://www.moj.go.jp/isa/policies/statistics/toukei_ichiran_touroku.html
- 出入国管理統計 https://www.moj.go.jp/isa/policies/statistics/toukei_ichiran_nyukan.html
- 日本学生支援機構, 『2022 (令和4) 年度外国人留学生在籍状況調査』
<https://www.studyinjapan.go.jp/ja/statistics/zaiseiki/index.html>
- Bureau of Manpower, Employment and Training (BMET) (2022)
<http://www.bmet.gov.bd/>
- 日本語教育振興協会 (2022)
<https://www.nisshinkyo.org/article/pdf/20230401s.gaikyo.pdf>
- IOM : “WORLD MIGRATION REPORT 2022”
<https://publications.iom.int/books/world-migration-report-2022>
- Statistical Yearbook Bangladesh (2022)
https://bbs.portal.gov.bd/sites/default/files/files/bbs.portal.gov.bd/page/b2db8758_8497_412c_a9ec_6bb299f8b3ab/2023-06-26-09-19-2edf60824b00a7114d8a51ef5d8ddbce.pdf
- Statistics Canada (2021) : Census of Population
<https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2021/dp-pd/prof/details/page.cfm?Lang=E&GENDERlist=1&STATISTIClist=1&HEADERlist=0&DGUIDlist=2021A00053520005&SearchText=toronto>
- UNESCO : 留学移動データ (2020)
<https://uis.unesco.org/en/uis-student-flow>

(さわ むねのり・神戸大学大学院人間発達環境学研究科・教授・人文地理学)

Emerging of a Bangladeshi Settlement “Little Dhaka” in Tokyo:

A Case Study of Higashijujo and Jujo

SAWA Munenori

Kobe University

(Human Geography)

This paper conducts research on the case study area of Higashi-Jujo and Jujo in Kita-ku, Tokyo, which is also known as “Little Dhaka”, a residential area for Bangladeshi people living in Japan, as there are many Bangladeshi restaurants and grocery stores, and a mosque has also been built there. This paper aims to make clear (1) Characteristics of current Bangladeshi residents in Japan among South Asian migrants, (2) Historical changes in international migration from Bangladesh to Japan, (3) Formation process of the ethnic enclave “Little Dhaka”, (4) Strategies of Bangladeshi restaurants and food stores that are developed as ethnic businesses, (5) Transnational relationships where mutual social relationships continue across national borders between the place of origin and the place of residence.

The results obtained here are summarized as follows;

(1) A characteristic of current Bangladeshi residents in Japan is that (former) male international students play an important role. They entered Japan as international students at Japanese language schools, and after graduating from vocational schools and universities, they found employment at Japanese companies, and some of them started used car trading businesses and Bangladeshi restaurants and food stores. In some cases, Japanese language schools (study abroad agencies) were established in Dhaka. The life path of a man who came to Japan as an international student is continuously being formed: after getting married, he takes his wife and raises his children. Chain migration has been established by bringing in siblings, relatives, friends, and people from the same hometown, and by imitating the life paths of former international students who succeeded in Japan one after another. Furthermore, the number of “permanent residents” is increasing as the period of residence in Japan becomes longer.

(2) Until 1989, the international migration from Bangladesh to Japan consisted of single male unskilled workers from poor developing countries working at “Tight, Dirty and Dangerous” sites. Since 2012, the composition has changed significantly to include relatively wealthy,

highly educated (high school graduates or above) male international students and former international male office workers from regions that have experienced economic growth and improvements in educational standards, as well as their families.

(3) As the international migration of Bangladeshis to Japan increased, Bangladesh settlement began to form in Higashijujo and Jujo, Kita Ward, Tokyo. The formation process of “Little Dhaka”, the largest Bangladeshi settlement in Japan, is as follows. The first Bangladeshi grocery store in Tokyo opened in Higashijujo in 1988, and Bangladeshi people began to settle in the area. The grocery store manager established a Japanese language school (study abroad agency) in Dhaka and recruited students through word of mouth, which attracted many students from the same Comilla district as the manager, accelerating settlement in Higashijujo and Jujo. Learning about its success, former international students from Comilla District imitated the method and opened Bangladeshi restaurants and grocery stores in Higashijujo and Jujo, as well as establishing a Japanese language school (study abroad agency) in Dhaka. Today's Higashijujo and Jujo is a town that accepts many Bangladeshi students from the suburbs of Dhaka, where economic growth has progressed and educational standards have improved, and it is a town where many former international students continue to live even after finding employment. It is a town where many Bangladeshi restaurants and grocery stores compete for business, and it is also a town where study abroad businesses run and invest in Japanese language schools (study abroad agencies) in Dhaka, where mosques are built and Bangladeshis live as Muslims. The town became equipped with all the necessary identity reproduction devices.

(4) Looking at the strategies of “Little Dhaka” ethnic businesses by competitive position, the following characteristics were recognized. As for Bangladeshi restaurants, there is one “Leader”, which specializes in home-cooked meals and caters mainly to local Bangladeshis, and one “Nicher”, which specializes in halal Western cuisine that is not available at other Bangladeshi restaurants. In contrast, “Challenger” is successful, catering specifically to local Japanese customers, offering kebabs, curry, and even alcohol, which is not allowed to Muslims, to increase sales to Japanese customers. The “Follower” imitated “Challenger”, and it became a typical Bangladeshi restaurant in “Little Dhaka”.

Regarding the strategy of Bangladeshi food stores, long-established “Leader” stores sell halal food products with a wide variety of products to local and Bangladeshis in Japan, and have the highest market share among local Bangladeshis. Furthermore, he successfully runs a Japanese language school (study abroad agency) in Dhaka using profits from his grocery store. By

expanding its stores, “Challenger” not only offers a wide selection of halal ingredients, but also a wide range of products, including daily necessities, daily wear, and ethnic costumes from Bangladesh, aiming to capture the largest share of the local Bangladeshi population. The “Followers” imitate the “Leaders” and use their profits from food stores and other businesses to attend Japanese language schools (study abroad agencies) in Dhaka with their brothers and relatives living in Bangladesh who have studied in Japan. As a result, many international students from Bangladesh have been sent to Japan, and a large number of Bangladeshi students have settled in Higashi-Jujo and Jujo, creating “Little Dhaka” and becoming new customers for food stores in Higashi-Jujo and Jujo. This is a typical Bangladeshi grocery store.

(5) After graduating from high school or university in Bangladesh, or dropping out of university, those who wish to study in Japan enroll in a Japanese language school (study abroad agency) in Dhaka and take the first step towards studying in Japan. Students study for approximately six months to one year and pass N5 of the Japanese Language Proficiency Test. They come to Japan at around the age of 20, attend Japanese language school and vocational school, or graduate from university, and then start working at Japanese companies around the age of 25. Although many continue to work for companies, a certain number of them start businesses such as used car trading and ethnic businesses such as Bangladeshi restaurants and food stores. Those who run restaurants bring in cooks from their home town. When they got married, they brought their wives home and raised their children in Japan. As the length of residence in Japan increases to more than 10 years, the number of people acquiring the status of “permanent resident” increases, and the number of people residing in Japan increases.

When former international students return to Bangladesh, a promising career option that makes use of their Japanese language skills is to become a Japanese language teacher, or even to establish or invest in a Japanese language school (study abroad agency). Regarding the establishment of a Japanese language school (study abroad agency) in Dhaka, a former international student who runs a Bangladeshi grocery store in Japan is playing an important role. Establishing a Japanese language school (study abroad agency) requires start-up funds and Japanese language teachers who are former international students, so the barriers to new entry are not low. Therefore, it is necessary not only to have the personal qualifications and financial strength of a business manager, but also to have the financial strength of co-investors such as family members, siblings, relatives, and friends, as well as a wide range of connections to acquire Japanese language teachers. These connections are social capital

that spans not only local hometowns but also Japan and Bangladesh, and are indispensable in establishing Japanese language schools (study abroad agencies).

Based on the above, in order to establish a Japanese language school (study abroad agency) in Bangladesh, the following three capitals are required, the founder's (1) human capital (educational level, including study abroad experience, management ability), (2) economic capital (obtained from working in Japan, profits from restaurants and food stores, and economic capital from one's parents' home), and (3) social capital (local connections in hometown and cross-border connections in Bangladesh and Japan to recruit Japanese language teachers, business partners, and investors).

All of these can be gained from the transnational relationship and experience between Japan and Bangladesh by (former) Bangladeshi students. Playing an important role in this transnational relationship are Comilla District, where international students and ethnic business owners are from, Dhaka, where many Japanese language schools (study abroad agencies) are located, and the suburbs of Dhaka, where international students are from as well as “Little Dhaka” in Tokyo. In these places, it is possible to closely observe and learn from successful people, and many people have imitated them as “Followers” and practiced life paths and strategies similar to those of successful people. In other words, local social relations and transnational social relations are connected in these particular places in terms of strategic imitation and chain migration. The transnational relationship between Japan and Bangladesh, in which bilateral social relations that cross borders continues, has been created not by any particular well-known large company or multinational corporation, but by countless unknown Bangladeshi (former) international students.

Keywords: Bangladeshi migrants in Japan, ethnic enclave, Little Dhaka, international students, ethnic business, strategy, transnational.