

総合デカセギ業の誕生

——日系旅行社の変容とブラジル日系コミュニティの資本蓄積

丹野 清人

はじめに

- 1 日本就労と日系旅行社——日本就労の歴史的経緯
- 2 制度としての国境を越える労働市場——日系旅行社と業務請負業の連携
- 3 変容し続ける制度——ネットワーク・市場・アセンリア
- 4 進化し続けるデカセギ旅行社——総合デカセギ業の誕生
- 5 古典的デカセギ旅行社の現在——日本の請負業の支配とデカセギ旅行社の疲弊
- 6 9. 11とデカセギ
- 7 変容し続ける制度＝デカセギ旅行社を理解する——新制度論からのアプローチ
結語にかえて——終わることのないデカセギ現象

はじめに

日系人の日本就労がはじまってほぼ20年が経過した。1980年代のブラジルから日本への就労は、送り出し国ブラジルでは国内法との関係で議論を引き起こしたし、受入れ国日本では1990年の入管法改正以前の日系人の就労は資格外活動であった。この段階から2004年の現在に至る20年間の時間のなかで、一貫してブラジル現地で日本就労者を集める機関として機能しているのが、日系旅行社である。かつてピオリは、具体的な移民制度の研究が、歴史的に見たときに、なぜ当該地域に移民は存在するのかを明らかにした (Piore, 1979)。ポルテスはさらにこの問題に関して、プッシュ＝プル理論では既に存在している移民の流れしか説明できず、具体的な移民制度の研究のみが初期の移民の流れの形成過程を論じることができる、と評している (Portes, 1982)。

日系人労働力問題の場合、彼らの言う具体的移民制度に当たるのが、日系旅行社と業務請負業である。日系人の具体的な労働市場は、日系旅行社を中心とする海外における募集組織と日本の生産点とが有機的に繋がることで、国境を越えて成立している。本稿は、この日系旅行社と業務請負業が連携する仕組みが形成される過程を明らかにすることによって、日系人労働力の移民フローの形成過程がどのようなものであったのかを解明しつつ、2004年現在において、具体的にどのような制度として国境を越える仕組みが成立しているのかを検討する。そして今起きている制度の変化から、今後のデカセギの行方についても論じてみたい。

1 日本就労と日系旅行社—日本就労の歴史的経緯

ラテン・アメリカに渡った日本人移民の日本就労は、ある日突然始まったものではない。1952年に戦後移民が再開されて以後、ラテン・アメリカに渡った日本人移民が移住先での農業経営に失敗し、一時的に日本に帰国して就労することは常に存在していた。ただし、この場合の就労は、第一に移民一世である日本人の就労であったので問題にはならなかった。また第二にラテン・アメリカで失敗した者の日本就労であるので、日本就労はラテン・アメリカの日系社会で否定的な意味で捉えられ、ある人が日本に行ったからといって自分も行こうとするような行為モデルにはならなかった⁽¹⁾。それゆえに、あくまで日本就労は1980年代前半までは、個別のやむにやまれぬ事情から単発的に発生する現象として続いていた(丹野, 2003b)。

日系旅行社も、当時は、まだ日本への渡航を主要なビジネスにはしていなかった。日本への直行便が開設されておらず⁽²⁾、デカセギがブームになる以前は、日系旅行社の手がける海外旅行は主に出身県(母県)への墓参が中心であったからである⁽³⁾。墓参としての日本行きは、日本人移民にとって一生に何度あるかといった出来事に過ぎなく、旅行社にとってもウェイトの低いビジネスであった。しかし、日系旅行社は母県への墓参を組織していたことに示されるように、県人会組織と密接に関係して発展してきた。県人会は、互いの親睦をはかる行事の一つとして慰安旅行を定期的に行っている。ラテン・アメリカの日系旅行社は、この県人会の慰安旅行を担当するセクションとしての顔を持っている。このことはデカセギがブームになる前から事業を行っていた大手旅行社の経営幹部に、各県人会の幹部や県人会組織の連合会幹部が名を連ねていることに端的にあらわれている。

1980年代になると、突然の日本就労の意味の変化が生じるようになる。ブラジル社会における日本就労の意味の明確な変化は1985年以降になるが、これは1983年、1984年ごろに日本に行った者た

-
- (1) 宮尾は「日系人の日本への出稼ぎは八五年頃よりにわか目立ちはじめたが、初期に行ったのは、ブラジルへ移住後これまで経済的に恵まれる機会がなかったひとたちだった。当時、出稼ぎ者に対する一般の目は極めて冷たいものであった。『出稼ぎ』はブラジルでの生活落伍者が行くものとみられ、また出かける当人も後ろめたい気持ちで、人に隠れて密かに行く者が多かった」と論じている(宮尾, 2002: 79)。また、アマゾン流域の日本人移民史では、「出稼ぎによって救われた私」のタイトルのもとで「もしこの『出稼ぎブーム』と云う機会が我々コロニアに与えられてなかったら、日系コロニアにとって、アマゾンの未来など考えることも出来ず、コロニアの半数は枕を並べて討ち死にしていたに違いない。それほど農村の疲弊から始まったこの経済不況は、計り知れない変化を日系コロニアとブラジル人社会にもたらした…」とデカセギを4回繰り返し返した者が、いかに日本就労がやむにやまれぬものであったかを語っている(アマゾン日本人移住60年記念史委員会, 1994: 243)。
 - (2) ブラジルへの直行便が結ばれるようになった契機については丹野(2003a)を参照のこと。
 - (3) 日系人の就労が問題になり始めた当初、親族訪問を根拠に長期滞在可能なビザが発給されるようになったことは、この点からするとあながち不自然なことではない。

ちが、帰国後に家やマンションといった不動産を購入し始めたことに由来している⁽⁴⁾。このことによって、失敗者が向かう日本就労（出稼ぎ）が資産形成のための日本就労（デカセギ）へと意味を変化させてゆくからである⁽⁵⁾。負の意味の日本就労から正の意味の日本就労への転換により、デカセギはブラジル社会に生きる人々にとって経済的成功を得るための行為モデルとなった⁽⁶⁾。また、これまで県人会組織と一体化してブラジルの国内旅行（および墓参としての日本旅行）を中心に旅行業を進めてきた日系旅行社に加え、新たにデカセギ旅行社がこの時期に創設されるのである（森、1992）。ブームのきっかけをつくったデカセギ旅行社の経営者は、自分自身が失敗者の出稼ぎとして日本で働いた経験を持ち、帰国する際に工場の人事労務担当者からラテン・アメリカでの人集めを依頼された者や、そうした日本サイドに依頼された者を友人に持つ人々であった（この点は第3節、第4節で詳しく論じることになる）。

2 制度としての国境を越える労働市場—日系旅行社と業務請負業の連携

デカセギ旅行社が人集めを開始するやいなや、日系社会にデカセギブームが発生した。出稼ぎ（負け犬のデカセギ）の時代は渡航者自らが就労先を探し、ビザ取得に必要な書類を用意しなくてはならなかった⁽⁷⁾。デカセギ旅行社の発達は、日本就労のハードルを低くした。日本就労希望者は、旅行社に日本就労の意思を伝えるだけで、面倒な書類集めやビザの手続き、さらには就労先探しまでを旅行社に任せられるようになったからである。とりわけ、バブル経済期は、自動車メーカー、その下請けの車体メーカー、さらには電機メーカー等がラテン・アメリカの大都市で直接に労働者の募集説明を行っており、こうした日本の求人がラテン・アメリカに及ぼす影響を現地の

(4) サンパウロ人文科学研究所の150の地区を対象にした1992年調査によると、投資件数は5,497件（自動車購入2,348台、家屋購入1,434件、家屋改築873件、土地購入332件、新規事業開始115件、その他74件）であるという（宮尾、前掲書：80）。

(5) この点については、丹野（2003b）で詳細に検討したので、これを参照のこと。

(6) このことによって、例えば、アマゾン下流地域である「アリケメスには日系人が百四十九家族入植し、カカオ、コーヒー、米、トウモロコシ等の栽培を行ったが、主作物のカカオに病気が入り将来性に不安を生じたので、後続の入植者はなく、転住者が相次ぎ、日本へ出稼ぎも多かったため二十家族くらいに激減し、一九九一年には同地域の日本人会も消滅した。しかし、現在は出稼ぎの帰国者もあり、…中略…一九九九年西部アマゾン日伯協会が調査したときは、七十二家族が居住していた」という記述が示すように、デカセギは地域のコミュニティ人口を短期間に極端に増減させることになった（西部アマゾン日本人移住70周年記念誌編集委員会、1999：95）。

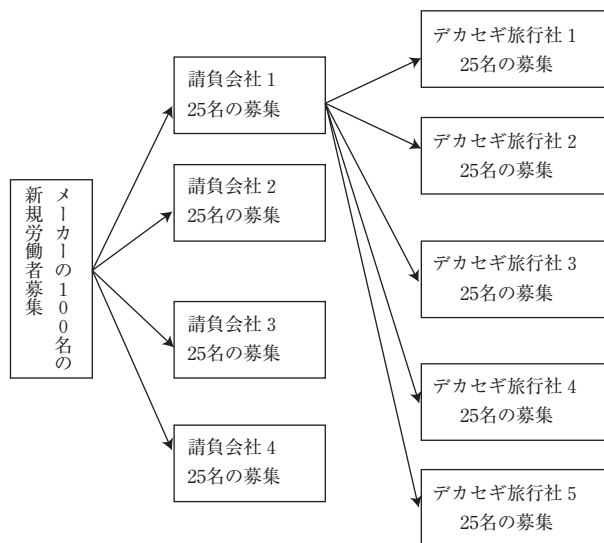
(7) 一世で日本のパスポートを所持する者であれば、自由に日本に入ることができるので、手続き的バリアーは低い。二世以降のブラジル国籍保持者が個人に必要な書類を集めることは難しい。必要な書類には、自分の出生証明書（ナシメント）、両親の結婚証明書（カザメント）、本人が結婚していれば自分の結婚証明書、これに加えて両親あるいは祖父祖母の戸籍謄本が含まれる。第二次大戦中の混乱や移住してからのたびかさなる引っ越しで戸籍謄本の写しを紛失してしまっている場合には、日本の役所（市役所・町役場・村役場）に連絡を取りこれを送ってもらう必要がある。

日系新聞が伝えることにより、就労先の情報がデカセギ希望者に直接届くようになった⁽⁸⁾（森，1993，Del Castillo,1999）。

デカセギ現象の初期の頃は、メーカーが直接ラテン・アメリカで募集活動を展開することも珍しくなかったが、バブルがはじけて以降はほとんどみられなくなった⁽⁹⁾。日本がバブル経済に進展していく過程で、ラテン・アメリカにおける募集活動は業務請負業を中心とした仕組みに転換した。この転換は、デカセギに関する情報が拡大されてアナウンスされる効果を生み出した。

ここで少し詳しく、デカセギ情報の拡大アナウンス効果をみてみることにしよう。メーカーが直接ラテン・アメリカで募集活動を行っていたときは、メーカーは自社が提携している旅行社と共同で採用説明会を開き、そこに集まってきた日本就労希望者に仕事の内容を説明しつつ面接を行う。面接を通った者はその場で旅行社と航空券のチケットの購入を含む渡航手続きに進む⁽¹⁰⁾。この仕組みだと、例えばメーカーの100名の募集は、提携先の旅行社に100名の日本就労の募集広告として流される。

図1 拡大アナウンスメント効果の概念図



(8) 例えば、三菱自動車岡崎工場では、サンパウロに人事担当者を直接送って日系人労働者の期間工募集を行ったこともある。こうした経緯もあって、三菱自動車とその下請を中心とした企業が、岡崎市商工会議所のなかに岡崎地区外国人雇用管理推進協議会をつくり、地域における日系人の直接雇用を1992年から進めていた。しかし、1990年代の後半に、中心企業の三菱自動車の不振もあって、この協議会企業内部における日系人直接雇用が大きく減少した。そのため協議会は2003年をもって活動を終えた。

(9) 筆者のこれまでの現地調査で、2000年以降にメーカーが自社の名前を出して直接現地で募集活動をしているのは、いすゞ自動車が夏期休業中の大学生を対象に「アルバイト雇用」の名前で3ヶ月の期間工募集をしていたのみである。2002年8月，2004年10～11月調査より。

(10) この仕組みは、基本的にメーカーが自ら募集活動を行う期間工の募集と同じである。

他方、メーカーで100名の募集が必要になる場合、一つのメーカーに通常は複数の業務請負業者が労働力を送り出している。25名ずつ4社が送り出していると仮定すると、この4社は日本国内で募集活動を行うと同時にラテン・アメリカで取引契約をしているデカセギ旅行社にも25名の求人があることを伝える。業務請負業者は一般に5社から10社のデカセギ旅行社と取引関係があるから、ラテン・アメリカでは最低20社以上（業務請負業者4社×5社のデカセギ旅行社）のデカセギ旅行社が募集広告を出して人集めを始める。その結果、本当は100名の募集に過ぎないものが、20社がそれぞれ一つの募集広告を打っても25名×20で500名の求人広告が出ることになる。現実には5社以上のデカセギ旅行社と取引がある業務請負業者が存在するし、デカセギ旅行社も複数の媒体に募集広告を打つから、100名の求人は500名以上の求人としてラテン・アメリカに伝わる。これが筆者の述べるところの拡大アナウンス効果である⁽¹¹⁾。

拡大アナウンス効果を生み出した日系旅行社数の増加は、一方で、旅行社間の分業も引き起こした。1997年にブラジルでのビザの発給事務がサンパウロ領事館のみで行われる体制に変わると同時に、領事館サイドは旅行社をA、B、Cにランク分けするようになった⁽¹²⁾。航空券と必要な書類を整えていっても、領事館はBランク以上の旅行社でないとビザの発給に制限を加えるようになったのである。これは事実上のデカセギ旅行社の締め出しであったが、Cランクの旅行社は、AまたはBランクの旅行社に領事館手続きの代行を依頼することにより、生き残りをはかった。同時に、このランク分けは、Aランク、Bランクの旅行社を中心にした旅行業の系列化を促進させた。Aランク、Bランクの旅行社は傘下のデカセギ旅行社に航空券を卸すことにより自社で取り扱える航空券量を増加させることができる。航空券の取扱量の増加は、航空会社に対する交渉能力の増加をもたらした。販売航空券の量の確保に加えて、より安価に航空券を仕入れる能力をもたらす。

2003年、大手日系旅行社（Aランク、Bランク）に対抗して、Cランクのデカセギ旅行社がつくった日系旅行社協会（Associação Brasileira das Agências Nikkeys de Turismo）なる組織が機能し始め、航空券販売においてオルタナティブを打ち出すことに成功した。これまでの航空券をめぐる交渉能力は親旅行社の航空券取扱量に依存していた。親旅行社は、自己の交渉能力を高めるため各旅行社で専属的に売る航空会社が決まっていた。しかし航空券価格は、量の販売以上に、個別航空会社のその時々の方針によって安売り券がでたりでなかったりすることに大きく左右される。デカセギ旅行社からすると、その時点で、もっとも安い航空券を利用できることが好ましい。親会社がどの航空会社のチケット卸元であるかで、自身の価格競争力が左右されてしまうのは経営戦略上不利である。そのため日系旅行社協会は航空会社に交渉し、日本行き航空券の価格を同一にさせ

(11) 求人数が現実よりも大きく伝わることで、日系コミュニティには日本に働き口がいくらでもある、というイメージが広がった。その結果、サンパウロ、リマ、ブエノスアイレスといったデカセギ旅行社の集積している地域にはデカセギ旅行社に行けば日本就労の道が開ける、という神話がうまれ、日本就労を期待する者たちが絶えず流入してくる。このことがますますデカセギ旅行社の集積地に新規のデカセギ旅行社を集めることになった。

(12) 1998年調査時における、サンパウロ領事館ビザ発給担当領事への聞き取りより（1998年2月）。なおこの制度が、その後も続いていることは2002年のサンパウロ領事館ビザ発給担当領事への聞き取りで再確認している（2002年8月）。

た。JALで行こうが、VARIGで行こうが、KALで行こうが同一料金になったのである。これは航空会社にとっても、他社との値引き競争に陥ることを避けられるので好ましい申し出であった⁽¹³⁾。

航空券価格が固定されたなかで、デカセギで伸びているのは現地でアセソリアと呼ばれる経営形態の旅行社だ。詳細は次節にゆずるとして、ごく簡単にアセソリアを示しておこう。従来のデカセギ旅行社は提携している請負業の依頼を受けて日本就労希望者を集めるので、日本就労希望者は出発前に日本のどの地域の工場でどのような仕事に就くのか説明を受けている。これに対して、アセソリアは特定の請負業者や製造業企業とのみ業務提携をしているのではない。日本の業務請負業者へ労働力を供給する請負業の労働力供給者に、日本就労希望者を送り出すことによって事業を成り立たせている。それゆえアセソリアは、その時点で仕事がなくとも請負業の労働力供給者に日本就労希望者を送り出す⁽¹⁴⁾。ある意味いつでも日本就労希望者を送り出すことのできるアセソリアは、デカセギ旅行社にとっても都合が良い。自身を頼ってきた顧客でたまたま取引先の要求する条件を満たさなかったときや、その時点で取引先からの依頼がないときに、アセソリアに回せば日本就労に結びつけることのできる労働者になる。この機能を通じて、近年、チケット卸の下に統合される旅行者のグループ化の他に、アセソリアを中心としたグループ形成の仕組みが生まれたのである。

3 変容し続ける制度—ネットワーク・市場・アセソリア

この節ではブラジルで日本就労希望者を集めて、日本に送り出す仕組みを一つの制度として捉え、その制度の変容を人的なつながりを契機に形成される「ネットワーク」、誰もが参入できる「市場」、誰もが参入できる日系ブラジル人の労働市場を実態として成立させている「アセソリア」という3つの契機に即して考察してゆくことにしたい⁽¹⁵⁾。すでに述べてきたように、日系旅行社と県人会組織が密接に結びついていることが⁽¹⁶⁾、大量のデカセギ就労者の日本送り込みに取って重要な必

(13) 9.11以後の航空需要が減少するなかで、航空券価格の固定化は航空会社に利する仕組みになっていると言われている。2004年10～11月調査より。

(14) 2003年に名古屋のブラジル領事館がブラジルのアセソリアと組んでいる請負業者の労働力供給者を突き止めた。そして反対にこの日本の労働力供給者にブラジル人を仕事がないままに送り出しているアセソリアをブラジル連邦警察に摘発させ、その結果アセソリアと組んで日本就労希望者を送り出していたデカセギ旅行社が連鎖倒産するという事件が起きている。

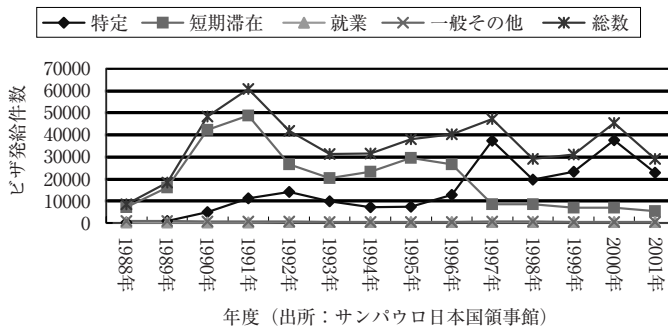
(15) 「ネットワーク」と「市場」が操作概念であるのに対して、「アセソリア」は記述概念として扱うものである。

(16) 筆者がブラジルで聞き取りを行ったデカセギ旅行社のなかで、県人会と並んで旅行業経営者を輩出してきた組織としてコチア産業組合等の農業協同組合がある。一時は世界最大の農業協同組合であったコチア産業組合をはじめ、日系移民による農協は1990年代に相次いで倒産する。農協の専従者や理事等の役職経験者は、倒産が迫るなかで、農業経営に行き詰まった農業者から日本就労希望が寄せられた。それらへの対応として、農協の仕事の一つとして日本側での就労先探しをしたことがあったと、口を揃える。そして農協が破綻する直前、あるいは農協の破綻の後に、彼らはデカセギ旅行業へ進出していった。ラテンアメリカにおける日系人による農協の運営については、コチア産組中央会刊行委員会（1987）、南米三翠同窓会史編集委員会（2004）等に詳しい。

要条件であった。なぜならば、具体的なリクルート活動は人脈というネットワークを介して行われるものだからであり、このネットワークが体系だっていればいるほどブラジル全国からくまなく人集めができるからである。この意味で、旅行社の市場はつねにネットワークを動員し、市場のなかにネットワークを内包する形で進化してきたと言ってよい。

このネットワークと市場の関係が崩れ始めるのは、1997年である。この年の変化は、先に述べたビザ発給事務のサンパウロ領事館への集中と旅行社のランク分けだけにはとどまらない。日系ブラジル人が就労目的で日本に渡航しているにもかかわらず、少なからぬ人々が短期滞在ビザ（観光ビザ）で日本に行き、日本に着いてから定住ビザへの資格変更が相次いでいた。ビザ発給は、本来、渡航時における入国コントロールの政策手段であるはずなのに、それが形骸化していることが問題になったのである。これ以後、日系ブラジル人の日本渡航に際しては定住ビザを取得することが義務づけられることになった。ここで問題にしたいのは、定住ビザが要求されるようになったことではない。定住ビザの有効期間こそが問題となるのだ。定住ビザは、1年または3年の期間で発給されるビザであるが、従来の定住ビザはほとんどが1年の期間で発給されていた。1年のビザであれば、日本に就労に行き、ある程度働いた後で一時帰国してしまうと（たとえ日本でビザの更新をしたとしても）、ほとんどの者は再度デカセギに行くときには定住ビザを再取得しなくてはならなくなる。定住ビザ取得のためには、あらかじめ就労先が決まっていなくてはならないから、再渡航しようとする者はデカセギ旅行社で就労先を確保した上で渡航手配をしなくてはならなかった。これが3年のビザが発給されるようになった（このことは日本での更新においても3年で出るようになったことを意味する）。その途端に、旅行業は転機を迎える。一時帰国をする者たちが再入国許可を取って戻ってくるので、日本に戻る際にビザを取得し直す必要がなくなったのである。これにともない再渡航する際に、就労先を決めておく必要がなくなった。リピーターは航空券の購入のみで日本に行けるようになったのである。

図2 サンパウロ領事館におけるビザ発給件数の推移



これまでは筆者もリピーターの増加と家族デカセギ者の増大、さらにはデカセギ者個人の経験の増加がデカセギ旅行業を頼ることなく日本へ渡ることを可能にさせた、と解釈してきた（丹野，2001）。しかし、アセソリアという形態に注目すると、このような評価は誤りであると言わざるを得ない。アセソリアは、特定の就労場所が決まる前に日本就労希望者を日本に送り出してしまふ。

このような国境越えが可能なのは、アセソリアのマーケットがすでにビザをもっている者を対象にしているからである。この点で、アセソリアはビザをめぐる政策変更で産み落とされたと言ってよいだろう。

ところで日本での就労先が決まる前に送り出してしまうことが可能になっているのは、日本に請負業者への労働力供給者をパートナーとして持っていることによる。筆者は、浜松にある請負業者の労働力供給者に聞き取りをしたことがある。ここの仕事は日本中の請負業者に現在抱えている待機中の労働者のリストを一日中ファックスで送信することであった。この業者は、送付したリストの中から業務請負業者に指定された労働者を当該請負業者へ送ることでビジネスを成立させているのである。「ファックスの送り先は600社ある。1日ではリストを全部送りきれない。1社が一人送ってくれと言っても、月に600人は必要になる。待機者が多くて困ることはない」のである⁽¹⁷⁾。

アセソリアは、リクルーティングにも大きな変化を与え始めている。新聞や雑誌といったメディアを通しての募集広告は2000年代に入ると、急速に減少している。筆者が、1998年にはじめてブラジル調査をしたときは、現地メディアに載っている募集広告をみて、聞き取り調査依頼の電話をかけた。2004年11月段階だと、このような方法でアクセスできる旅行社はおよそ30社に過ぎなかった。また当時は、広告を出してなくても、大きな看板を出して日本就労希望者を集めているデカセギ旅行社がたくさん存在していた。これが、東洋人街のひろがるリベルダージ駅周辺のわずかな場所に限られるようになった。広告の拡大アナウンス効果は大幅に小さくなり、街中でデカセギが不可視化してきているのである。しかし、このことはデカセギ旅行社が消えてきていることを示すわけではない。グロリア通り32X番地のペンシルビルには、14のオフィスが入っている。このうち11がデカセギ旅行社だ⁽¹⁸⁾。看板も何もでていないこのビルにデカセギ旅行社が集積しているとは誰も気づかないだろう。しかし、日本就労希望者はそこに絶えず流れ込む。デカセギ旅行社の所在地は、なかば日系コミュニティの暗黙知と化し、いまや募集広告の必要は大幅に減少したのである⁽¹⁹⁾。

デカセギ旅行社やアセソリアを通すことなく、個人で航空券のみを持って日本に行っても仕事がすぐにみつかる保証はない。「リピーターしかない」、「はじめてデカセギに行く人なんてみつからない」、「デカセギ旅行社ももう終わり」といった言葉を口にしつつも、デカセギ旅行社はなくなる。どんなにリピーターが増えて、一見すると航空券のみで渡っていく者が多くなっているようにみえても、それは表層的な変化に過ぎない。むしろ日系旅行社と業務請負業の連携のあり方の変容を示すだけであって、相変わらず個人は日系旅行社と業務請負業の上を通過して生産点に配置され続けているのである。

(17) 豊橋市に本社をおく業務請負業経営者が筆者に語ったところによると、「一度地元にとのくらの業者がいるのか調べたことがあって、磐田市と浜松市で営業所を持っている請負業者だけで300社を把握することができた。しかし、自分たちで把握できない業者が最低でもその倍は存在するだろう」とのことであった。当事者ですら、地元にとのくらの同業者が存在するのか把握できていないのである。

(18) 2004年11月調査時点の状況である。しかし、このビルは1998年2月に調査した時点で既にデカセギ旅行社が集積していた。

(19) この点で森（1992）の当時とは、大きく募集構造そのものが変化したといえる。

4 進化し続けるデカセギ旅行社—総合デカセギ業の誕生

アセソリアという新しいデカセギ媒介機構が発生することによって、既存のデカセギ旅行社も経営形態を大きく変化させてきている。本節ではブラジルでデカセギのチャンピオンと呼ばれる老舗のデカセギ旅行社A社の変容を検討していく。筆者は1997年にはじめてA社にインタビューをして以来⁽²⁰⁾、この8年間、経営者兄弟とその家族、そしてA社の幹部社員に継続的に聞き取りを積み重ねてきた。本節では、主にA社のこの間の変化を検討することから、デカセギの変化を考察してみたい。

A社は、本社を沖縄系ブラジル人が集住するビラ・カロンに置き、支店をリベルダーヂと横浜・鶴見に置いている。ビラ・カロンには、A社以外に3社のデカセギ旅行社が本社を置いており、このすべてがボリビアからの再移住者によって経営されている⁽²¹⁾。A社は、ボリビア系旅行社のなかでは後発旅行社であるが、デカセギに手を出したのは一番早い。A社は、最初の日本就労者を1983年から1984年に送り出した。A社にデカセギがビジネスになることを教えた一人が、ボリビアのコロニア・オキナワの有力者N氏の長男であるM氏であった⁽²²⁾。M氏は結婚を考えていたこともあって資金が必要になり、父のすすめもあって一年間日本で働くことにした⁽²³⁾。一年間期間工で働き、帰国するときに、就労先の工場から「ラテン・アメリカに就労意欲のある者がいるならば集めて欲しい」と言われた⁽²⁴⁾。日本就労希望者を集めるのであれば自身の出身地であるボリビアで集める

(20) A社への最初の聞き取りは横浜市鶴見区の日本側の旅行社で行った。このA社鶴見支店は、日本では異なる会社名で法人登記しており、厳密に言えば次節におけるB社とC社のような関係である。しかし、ブラジルで経営者より渡された会社資料やA社社員の名刺では横浜支店（filial Yokohama）となっているので、日本側の旅行社を別会社とせず支店とする。

(21) カロン(Carrão)はサンパウロ市営地下鉄東西線の駅名でもあるが、オキナワンの集住しているのはカロン駅からバスで15分ほど離れたカロン大通り（Conselheiro Carrão）周辺のビラ・カロン（Vila Carrão）地区である。しかし、このビラ・カロンという地域は行政上の地域名ではなく、「在伯沖縄県人会ビーラカロン支部の会員が分布する地域を指し、沖縄県人の慣用的な地域区分に基づいている」というように、オキナワンにとっての通称の地域名である（石川・町田，1986：126）。

(22) コロニア・オキナワにおけるN氏の位置は具志堅（1998）をみると理解できる。この本は、コロニア・オキナワの日本ボリビア協会会長（実質的なコロニア・オキナワの村長）によって書かれた書物であるが、N氏はそこで著者の有力な政敵として登場している。現在、息子のM氏はボリビア第二の都市サンタクルスで、デカセギで稼いだ資金を下に縫製業を営んでいる。

(23) 父親であるN氏はこれを「ボリビアはのんびりした国だから、ここにいたらダメになると思った。息子は、それまで寝てばかりだった。日本の厳しい社会をしらなきゃいけないと思って、日本に送り出した。人の釜の飯を食ってくることで、ずいぶん変わった。日本に働きに行くのは、ここでは社会教育みたいな面もある。」とも述べていた。（1999年2～3月のボリビア・コロニア・オキナワにおける聞き取り調査より。）

(24) ホンダ系の軽自動車をつくっている車体メーカーであった。

より⁽²⁵⁾、日系人人口の多いブラジルで集める方が集めやすいと考え、旧知のA社経営者兄弟に募集活動を手伝ってくれるよう依頼した⁽²⁶⁾。

デカセギ旅行社のパイオニアのA社も、84年の終わりまでは、日本就労者のリクルーティングには苦勞していた。とりわけ、日本就労希望者を集める最初の2回の募集活動は「日本に行けば稼げる」と言っても誰も信用してくれなかった。状況が変わってきたのは、1985年になってからだったという。最初に募集した人々がブラジルに戻って、家や車を購入し始めると、「デカセギは儲かる」という言説が一気に広がり、後は広告も必要なくなった。A社草創期の主たる取引相手は、次節で取り上げる請負業B社であった。B社は、業務請負業のなかではいち早く日系人労働者の取り込みに成功した会社であり、2005年現在でも外国人労働者の送り出し数では日本最大を誇る請負業である。A社は、当初、B社の手足となってなかばB社の代理店のような形で事業を展開していた。しかし、B社が日本で「入管法違反」で摘発されると、A社もまた同法違反で摘発された。

A社はこの摘発を機にB社との提携を解除した⁽²⁷⁾。A社のビジネスがこのころ急速に変わり始めていたこともその理由の一つであった。A社は80年代の終わりには、デカセギビジネスをトータルに考え始めていた。多くのデカセギ旅行社は日本就労希望者に対するサービスで完結している。つまり、日本行きの航空券と就労先の手配である。しかし、A社はデカセギビジネスをこの段階のみで終わるものとは考えなかった。日本就労者たちは、帰国時には就労の成果＝貯蓄を持ち帰ってくる。そのためA社は、帰国者を相手にしたビジネスを展開しようと考えたのである。そこでA社は、自社のなかに不動産部門を設けて、帰国者が自宅や農地を購入する際の仲介をはじめた。A社は、B社という特定の取引先に依存する必要性がなくなったのである⁽²⁸⁾。

A社は不動産部門の収益が上がり始めると、不動産部門を子会社として分社化した。旅行社の一部門として運営していくには大きくなりすぎたからである。しかし、90年代半ばにさしかかる頃から、この不動産子会社の事業は急速に停滞する。デカセギ者のリピーター化が始まったからである。

(25) ポリビア日本人移住100周年移住史編纂委員会（2000、第三部第五章）によれば、コロニア・オキナワの1954年からの入植移住者総数はおおよそ500家族、3,200名に対して、残った者の割合をおおよそ25%と評価しており、コロニア・オキナワは労働力供給地としては極めて小さい。ポリビアに所在するもう一つの日本人入植地・サンファン移住地も1996年時点での入植地人口は762名と、コロニア・オキナワと同様に小さい（前掲書、第三部第七章）。

(26) もっともA社経営者兄弟に言わせると、この時期M氏のような話を持ちかけてくる者が何人かいたとのこと。旅行業に乗り出すことにしたのは、複数から話がでてくることを考えて、これは一時的なものではない、と思ったからだという。旅行業の前は、スーパーマーケットとランチョネッテ（定食屋）を経営していた。筆者は推測だが、A社経営者兄弟のもとにこうした情報が集まったのは、当時A社経営者兄弟の末弟がコロニア・オキナワ農牧総合協同組合（Cooperativa Agropecuaria Integral Colonias Okinawa Ltda.）の役員をしていたこと（後に組合長に就任する）。さらに、兄弟の父は占領下の沖縄で県の職員としてポリビア移民の募集にかかわり、その後自らがポリビア移民に加わってコロニア建設に活躍したこと。父の死後は経営者兄弟も含め兄弟たちが日本ポリビア協会やコロニア・オキナワ農牧総合協同組合の役員を代わる代わるつとめていたように、ファミリーがコロニア・オキナワの名望家であったことが大きく関係していると考えている。

(27) この点については、B社は筆者にB社からA社との業務提携を解除した、と説明している。

(28) A社は摘発を受けるまでに、おおよそ10,000人の日本就労者を送り出していた。

最初のデカセギの結果として家を購入した者は、二度目のデカセギの貯蓄を不動産には向けなくなった。さらに同時期、ブラジルの銀行が東京、浜松、そして名古屋といったブラジル人の多い都市に支店を設けるようになった。日本にブラジルの銀行支店がなかった頃は、デカセギ者は帰国するときに貯蓄を現金で持ち帰った⁽²⁹⁾。大きな額を一度に持ち帰るからこそ、大きなモノを購入したのである。これが日本にブラジルの銀行ができるようになると、貯蓄と送金のスタイルが一変する。日本の支店で口座をつくと渡されるカードをブラジルにとどまる家族に渡しておくことで、必要ときに日本でもブラジルでも現金を引き出せるようになる。危険を冒して、大金を運ぶ必要がなくなったのである。このことはデカセギ者の消費行動において、大きなモノをまとめて購入するという消費スタイルを、日々の生活費を増加させるスタイルへと変更させた。結果、未だ不動産を持っていない者も、不動産ビジネスの対象から消えてしまったのだ。

このように、デカセギ者の消費の変化が見られると、A社は不動産ビジネスを縮小し再び原点に回帰して、デカセギ業に力点を移した。そのため、今度はデカセギ紹介業を分社化した。A社本体は航空券販売のみを行い、就労先の紹介までも含むデカセギ旅行社は小会社のAS社が行う。しかし、このときA社は不動産子会社を縮小することで、帰国者へのビジネスを諦めたわけではなかった。かつてのように大金を一挙に使う消費行動ではなくなったが、日本就労が金を稼ぐためのものである限り、どのような形であれ帰国者あるいはブラジルに残っている家族は日本就労の成果を消費活動に移す。変化にあわせさえすればビジネスとしてまだまだ成立する、と考えたのである。

新たに始めたビジネスは、A社のビジネスの展開ひいてはビラ・カロンのポリビア系オキナワンのビジネスを系統発生的にみるようなものであった。ビラ・カロンのオキナワンは、集団として一つのビジネスに集積する形で時代時代を乗り切ってきた。1960年代の道ばたや露天市場（フェイラ）での露天商（主にパステルの販売）から始まり⁽³⁰⁾、1970年代には縫製業へ進出し、1980年代には建築資材の卸業やスーパーマーケットの経営、そして1980年代後半以降は旅行業に乗り出す。占領下の沖縄からポリビアに送り出され、コロニア・オキナワでジャングルを開拓した共通の経験を持つポリビア移民は、自身がある商売で成功すると仲間内に隠すことなく商売のノウハウを教えあった⁽³¹⁾。このことによって、カロンのポリビア系オキナワンは少しずつ資本蓄積を進めて、大きな

(29) 80年代後半から90年代前半の、「日伯毎日新聞」「パウリスタ新聞」「サンパウロ新聞」といったブラジルで発行されていた邦字新聞をみると、帰国の便で空港に着いたとたん強盗にあっているデカセギ帰国者の記事が、ほぼ毎週載っている。

(30) 1960年代後半において「サンパウロ市内のフェイラでのパステル販売は約200家族程度で、この99%までは沖縄系人であったという」との記述が見られるように、露天でのパステル販売をオキナワンが牛耳っていた（森、2001：41）。ブラジルの都市部は所得格差が大きいところに低所得者層が戦後大量に流入してくることにより、この低所得者層に食料や日用雑貨品等の必需品を安価に提供する仕組みが必要であった。このことへの対応が、街路の決められた場所で毎日どこかで開かれている定期市である。サンパウロ市内だけで、この定期市の開かれる場所は530カ所を越える。この露天の定期市場をフェイラと呼ぶ。

(31) 島嶼部では島を、沖縄本島では字をといった具合に、出身地を単位に郷友会が作られるのが通常であるのに対して、ポリビア移民は出身地とは関係なしにコロニア・オキナワ建設を契機に郷友会を形成している。それがブラジル・ポリビア協会である。日本でも神奈川県に日本ポリビア協会がポリビア移民により作られている。

商売へと転換してきた（森，1998，森，2001）。

A社もまた、ランドリー業、スーパーマーケット、ランチョネッテ（定食屋）、建築資材卸業とさまざまな商売を行ってきた。ランドリー業、スーパーマーケット、ランチョネッテは売り払ってしまったが、建築資材卸業は経営者の息子の一人が引き継いでいる。また、親族がさまざまな自営業を営んでおり、ボリビア以来の手の内をさらけだしあう仲間も存在している。A社は、ここに目を付けたのである。かつて、自分たちは共通の体験を持っていたからこそ、助け合い、手の内をみせあった。これを共通の体験のない外部の者に、金銭を受け取ることで、起業に必要な経営ノウハウを教えることにしたのである。デカセギで資金を得た者が起業しようと思っても、自らビジネスの経験がない、あるいは起業しようと思った業種での経験がない場合には、起業は困難である。そこでA社は起業を考えている者の相談に乗り、相談者の希望するビジネスで成功している知人や友人の下に送り込んで、3ヶ月から半年のO.J.T. (On the Job Training) の機会を与える。この間に仕入れや顧客へのサービスの仕方等々を実地で学んでもらい、O.J.T.期間が終わった後に、再度まだ起業する意志を持っているかどうかを確かめる。これまでの経験からすると、相談者のおよそ3分の2の者がこのO.J.T.で自営業の厳しさを知り、起業を諦めていくという。それでも最後まで諦めなかった者に、A社は概ね2年間のビジネス起ち上げ期を、経営を支援していく。コンサルタント業への進出である。このコンサルタント業は、起ち上げ期の経営支援のため、売り上げも小さく、コンサルタント業のみではもうけが出ない。それゆえ単に経営を支援するだけでなく、不動産子会社が店舗を紹介し、息子の経営する建築卸業の関連企業が店舗の改装を請負うことで関連部門と連携して一つのビジネスとして展開する仕組みを作っている。

A社は今や総合デカセギ業となっている⁽³²⁾。デカセギは航空券と就労先がセットとなったパック旅行である。デカセギ旅行社のビジネスは基本的にこのデカセギパック旅行を売ることである。しかし、A社は出発の部分だけでなく、デカセギ帰国者サービスをビジネスの柱にすることによって、パック旅行部分でも大きな収益を上げる構造になっている。一般に沖縄系旅行社はパック旅行の代金は高い。標準的なデカセギ旅行社が航空券と就労先のセットで2,400ドルであるのに対して、A社では2,800～2,900ドルになる。価格競争的には不利になる値段であるが、A社を利用する者は帰国後のサービスも期待してこの値段を受け入れる。そのためA社はデカセギ旅行社間の競争に巻き込まれることなく、独自のニッチ・マーケットを確保することに成功している。

5 古典的デカセギ旅行社の現在—日本の請負業の支配とデカセギ旅行社の疲弊

航空券と日本の雇用とをセットで売る典型的なデカセギ旅行社の場合は、どのようなものになっているのだろう。ここで論じるのは、オキナワンが経営している沖縄系旅行社を除く。沖縄系旅行

⁽³²⁾ A社の総合デカセギ業化について、筆者が、森幸一に意見を求めたところ、「A社がこのモデルを作ったのではないと思う。むしろ、グルッポオキナワをつくったN旅行社がこうしたビジネスのモデルではないか。しかし、金銭を取るとはいえボリビア移民を超えてノウハウを教えるというのは新しい。」と評していた（2004年11月）。N旅行社とグルッポオキナワについては、森（2001）が詳細に論じている。

社はリピーターの顧客を多く持っているのに対して、本土出身者の経営する一般的なデカセギ旅行社は顧客をリピーター化することに失敗している。ここでいう顧客のリピーター化とは、一度日本就労（デカセギ）に行くときに自社を利用した顧客が再度日本に行く際にも利用してもらえることを意味する。

デカセギ旅行社は、互いに競争しつつも、一社だけではミスマッチを抱えてしまうので日本就労希望者を融通しあうグループを形成している。本節では、B社を中心とする労働力募集システムを中心に考えてみる。すでに述べたように、B社は日本最大の日系人を雇用する請負業で、最大時に6,500名、2005年9月現在でもおよそ4,000名強の送り出し労働力を誇る⁽³³⁾。取引先はおよそ230社ある。すべての取引先に1名の欠員がいるだけで毎月230名の新規労働者が必要になるのである。B社は、1984年にサンパウロにC社をつくり、ブラジル現地における労働力募集を始めた。2004年11月の調査時点までで、延べで30,000人以上の日本就労者を送り出している。その一方でC社は、B社の労働力募集活動を行うための現地法人であるから、そのため旅行社単体としての利益を求められない⁽³⁴⁾。この点で、C社を一般の日系旅行社と同列に考えることはできない。

C社の募集システムは、代理店システムである。自社に飛び込んできた者は自社から送り出すが、自社だけで必要な人数を集めることができないので10社のデカセギ旅行社を代理店と指定し、この10社が日本就労希望者を集めてくる⁽³⁵⁾。自社飛び込みの場合の価格は1,800ドルであり、この価格は航空券代およそ1,400ドルに、ビザの取得手数料等の書類集めの手数料と事務所を維持するための最低限の経費が含まれただけの価格である⁽³⁶⁾。これに対して、10社の代理店は、2,400～2,600ドルを日本就労希望者に要求している。価格面だけから言えば、C社から日本に行くことが、日本就労者にとってもっとも負担が軽いし、その分だけC社の方が圧倒的に価格競争力を持っている。しかし、C社は1,800ドルで行けることを積極的に宣伝していない。単純に人集めだけを考えれば、価格面だけを前面に出す広告をうてばよい。だが、その場合にはリスクを全面的に引き受けなくてはならなくなる。航空券と就労がセットになった価格は、現地で「タテカエ」と呼ばれる制度で払わ

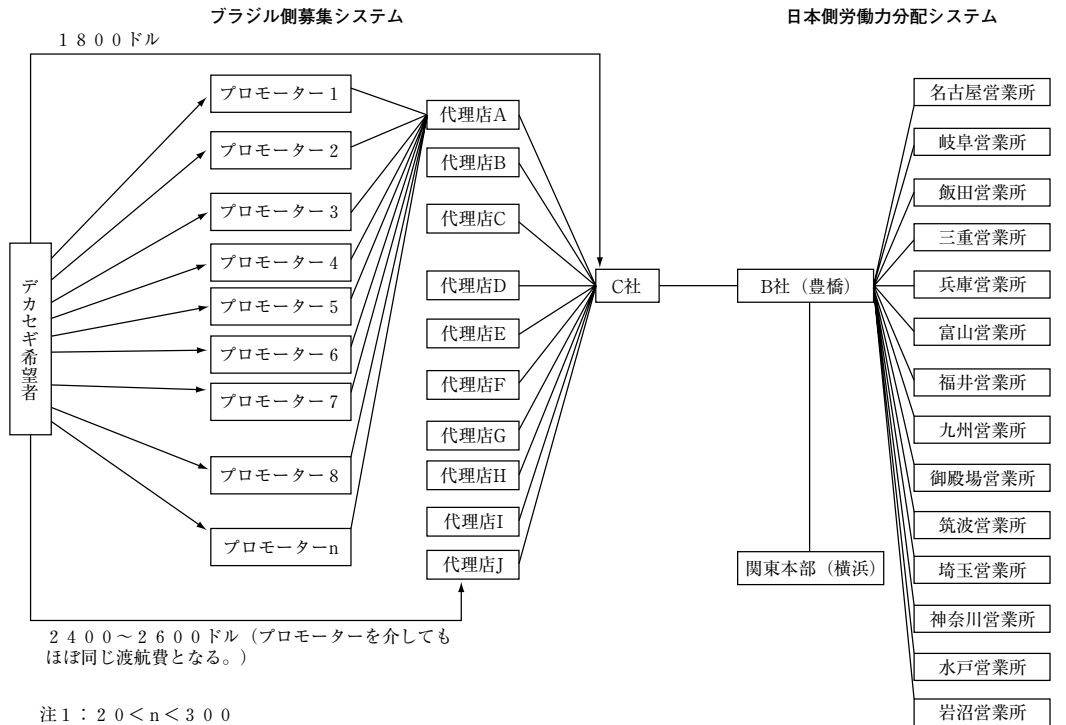
(33) B社は人材派遣業の製造業現場への解禁に伴い、2005年11月現在において、請負部門4,000名に加えて製造業派遣部門を子会社として設立しており、この人材派遣子会社に300名の派遣労働力が存在している。

(34) 「C社は、これまで単体ベースでみれば、一度も利益を出したことはない。これは旅行社としてC社があるのではなく、あくまでB社のリクルーティング活動を行う部門であるという位置づけによっている。だから、利益を出すことではなくて、人集めをすることが求められている。」と所長は語っていた（2004年10月）。

(35) C社の代理店で常時取引があるのは、2000年以降はサンパウロ州とパラナ州の旅行社のみである。1990年代の半ばまでは、ブエノスアイレス、アスンシオン（パラグアイ）、リマにも代理店や代理人をおいていた。しかし、アルゼンチンやパラグアイの日系人人口は小さいので、日本就労希望者を一通り送り出してしまうと、リピーター人口は小さく商売としてはほとんど成立しない大きさであるという。そのため1990年代の後半から徐々に取引が少なくなり、自然消滅的にこれらの代理店・代理人との取引は消えていったのである。しかし、アドホックには現在でも続いている。これらの代理店・代理人もまた日系コミュニティの指導者層である。このことは、2004年の参議院議員選で自民党から公認を得て、海外在住邦人として初めて立候補した高倉道男氏はC社のアスンシオンにおける代理人をしていたことが端的に物語る。

(36) サンパウロ事務所スタッフの件費まで含まれていない。

図3 B社の労働力調達システム



注1：20 < n < 300

注2：実線は労働力募集情報の流れる回路を示し、矢印はデカセギ希望者が最初にアクセスするエージェントを示したものである

れる。男性なら5回、女性なら6回の分割払いで、就労先の給料から毎月天引きされる。デカセギ旅行社には、このタテカエ期間が終わったときに、就労先から旅費の代金が全額支払われる。タテカエ期間中に労働者が逃亡してしまうと、旅費は全額旅行社の負債となる。日本就労希望者を代理店で集めれば、このリスクをB社は代理店に負担させることができる。しかし、一方的な代理店のリスク負担では、代理店がついてこない。このためインセンティブとしてC社は、日本就労者を一人集めてくるとに100,000円を代理店に支払っている⁽³⁷⁾。これによって、代理店はデカセギ旅行社の通常の相場価格を日本就労希望者に要求しつつ、C社からの100,000円でリスクを引き受け、企業利益を獲得する。このような構造を維持するには、C社（ひいては親会社たるB社）は代理店と自らが競合関係になってはならず、そのためC社はおそらく一度B社に勤務した者が再度日本に行くリピーターの部分を自社のマーケットとしている。

代理店10社は皆疲弊している。代理店はどこもリピーターを確保できていないのである。どの代

⁽³⁷⁾ C社に入っているオフィスの上の階に、C社と同じ日本の業務請負業が開設しているS旅行社がある。2004年10月から11月にかけてでは、このS旅行社は代理店が一人日本就労者を連れてくることに対して、110,000円のインセンティブを出していた。このためS旅行社の代理店が高いプロモーターフィーを支払うため、C社の代理店は日本就労希望者を集めることに苦戦していた。プロモーターがS旅行社の代理店に日本就労希望者をもっていってしまうからである。

理店に聞いても「つきあいは今だけ。リピーターになって次に行くときは、別の旅行社から行く。消費者が選別するから仕方ないが、何度も使ってもらえる旅行社なんて信じられない。」という言葉が共通に吐かれる。マーケットである旅行者を囲い込むことに成功していないから、常に、他社と競争になる。競合する他社よりも一人でも多く日本就労希望者を集めるためには、プロモーターと呼ばれるブローカーを用いなくてはならない。代理店は少ないところで20人、多い旅行社では300人のプロモーターと取引がある。2004年11月段階では、各代理店は、一人集めるために900ドルから1,100ドルをプロモーターに渡していた。しかも、代理店によっても異なるが、プロモーターなしで集められるのは5%から30%である。どの代理店も、プロモーターなしで日本就労者を集めることはできなくなっているのだ。

プロモーターに渡す額が1,000ドル前後の水準であると、実質的に、C社から渡される100,000円がほぼまるまるプロモーターに回っていることになる。しかも、このプロモーターへの支払い価格は、その時々々の労働力需要に大きく依存する。しかし、日本就労希望者（デカセギ者）を囲い込めないデカセギ旅行社は、人数を集めるにはプロモーターに頼らざるを得ない。だが、各プロモーターは特定の旅行社と専属契約しているわけではない。プロモーターは、日本就労希望者を見つけてくると、取引のある複数のデカセギ旅行社に話を持って行き一番高い値段を付ける旅行社に渡してしまうのである。このため、プロモーターとデカセギ旅行社の間には、プロモーターは下請けというよりもサプライヤーとして強い交渉力を持っているのである。

ビジネス面だけを考えれば、プロモーターとの取引は必ずしも利益をもたらすものではない。ここには親会社B社がデカセギ旅行社を用いるのと相似形の論理が働いていることを見逃してはならない。プロモーターが連れてきたデカセギ者がタテカエ期間中に就労先から逃亡した場合に、デカセギ旅行社は負債として降りかかってくる立て替え旅費をプロモーターに請求する。このリスク回避機能が必要になるほど、リピーター化が進行する日本就労希望者のタテカエ期間中の逃亡は増えている。だが、プロモーターの利用は、既述のように、自身の利益とトレードオフの関係であって、プロモーターを利用すればするほどデカセギ旅行社は利益を小さくせざるを得ない。こうして二度三度と繰り返して利用するリピーターを確保できないデカセギ旅行社はどこも消耗戦に入り込んでいる。

6 9. 11とデカセギ

9. 11の航空機テロはデカセギにも大きな影響を与えている。合衆国政府がアメリカを通過するだけのトランジットパッセンジャーに対してもビザ（トランジットビザ）を要求するようになったからである。トランジットビザの登場は、デカセギ旅行社に二つの選択肢を迫ることになる。第一は、アメリカを通過しない便を利用することである。ただし、この選択肢では飛行距離が長くなるため航空券代は上がらざるを得ない。第二は、自社から送り出す日本就労希望者を再入国許可保持者のみにしてしまうことである。トランジットビザは文字通りトランジット（乗り継ぎ）旅行者に発給されるものであり、既に目的地のビザが取得されていなくてはならない。これから定住ビザを取ろうとする者の場合、日本領事館に申請して3～4週間後に定住ビザがまず発給され、定住ビザ

が出てからトランジットビザの申請を行うことになる。トランジットビザは、おおよそ一週間で発給されるが、最短でも一ヶ月の時間が必要になる。

ブラジルの求人雇用は、日本での求人雇用と競争関係にある。ブラジルから送られることが決まっても、当人が日本に着くまでに日本で労働者がみつかれば、ブラジルから送られた者が渡航前に聞いていた仕事と異なる職種に就かざるを得なくなることは珍しいことではない⁽³⁸⁾。これを避けるため、旅行社全体の需要は、アメリカを経由しない便＝非直行便にシフトしている⁽³⁹⁾。2004年11月現在では、カナディアン航空を利用するデカセギ旅行社が最も多く、カナディアン航空が埋まっている場合にヨーロッパ系航空会社を利用するというプライオリティ付けがなされていた。カナディアン航空の場合、直行便より飛行距離が伸びるので、およそ100ドル程度航空券が高くなる。だが、トランジットビザを、旅行社を通して取得すると100ドル前後の費用がかかるため、直行便との価格差はほとんどない。また、日系旅行社協会を通して航空券の協定価格が成立しているのは直行便に関してのみなので、非直行便では価格競争が発生する。他社よりも安く航空券を仕入れることのできる旅行社にとっては、利益を拡大できる。さらに、より早く日本就労を可能にさせることで、消費者へのサービスも向上すると捉えていた。

9. 11はこのようにして日系人のデカセギにも大きな影響を与えている。アメリカ経由の直行便に集中していた渡航ルートが、非直行便に変わることによって、グアルーリオス国際空港の風景は一変した。1990年代には、日本直行便が集中する午後11時から午前1時の便のチェックインを目指して、午後9時には第2ターミナルは毎日500メートル以上の列ができていた。一家族あたり4から5台のカートが家族の前に並び、カートにはトランクケースが5つ6つと重ねられている。それは、まさに豊かな社会を求める人間の群れであった。この人間の群れが空港で不可視になった。日本とブラジルの間を行き来する人間の数が減少したのではない。不可視になったのは非直行便に需要がシフトすることにより、日本への渡航者が深夜便に集中するのではなく、様々な時間帯に分散したためである。

7 変容し続ける制度＝デカセギ旅行社を理解する—新制度論からのアプローチ

ラテン・アメリカからの日系人の日本就労は、デカセギ旅行社と業務請負業の連携を、入管法の改正やビザのコントロールといった法・行政制度がオーソライズすることにより成立している。だからこそ、様々な制度の変更は日系人の労働市場に多大な影響を与えてきた。本節ではデカセギ旅行社を制度の観点から検討してみたい。

本稿は、制度という言葉の使い方はノース (North, 2005) に準じて用いることにする。ノースは、

(38) 再入国許可を取ってくる者が増加しているなかでは、はじめてデカセギに出る者はなるべく早く日本に着くためにも、トランジットビザの必要がないアメリカを経由しない便を選ぶことがほとんどである。

(39) この点で、近年、アメリカ系航空会社の経営不振が伝えられているが、これには単純な旅客者の減少という問題だけでなく、トランジットビザの要求等による制度の変更によって、アメリカ系航空会社の需要が他国の航空会社にシフトしている現実も重くのしかかっているのではないだろうか。

先ず制度（institution）のタームで分析する対象を「ゲームのルール」に限定し、組織（organization）をゲームのルールである制度のなかでのプレーヤーとして、制度と組織を厳しく峻別する（North, 2005, Chap.5）。これは制度という言葉で、習慣、価値観、規範、法、会社組織、労働組合といった有形・無形のありとあらゆるものを扱ったヴェブレンやコモنز等の旧制度学派と異なるばかりか（Veblen, 1899=1961; Veblen, 1904=1965; Commons, 1990; Commons, 1995）⁽⁴⁰⁾、取引費用の理論（transaction cost theory）を用いて組織分析を行うコースやウィリアムソン等の新制度学派とも異なる（Coase, 1937; Coase, 1960; Williamson, 1975; Williamson, 1985）。

ノースは組織を含むプレーヤーの行動を規定するのが制度とし、制度はプレーヤーを形成する諸個人が持つ信念（belief）によって成立すると考える。そのうえで、個人がある結果をもたらすという信念から制度にかかわってくることを重視する⁽⁴¹⁾。しかし、ノースはこの制度、信念、個人の関係が安定したシステム（あるいは安定した意味連関）をなすとは考えない。なぜなら、これらの関係は時間の軸を入れたとたんに、（1）「人口の量と質の変化」、（2）「環境への対応に必要な知識のストックの増加」、（3）「個人のインセンティブを動機づけるフレームワーク」という3つの要因の絶えざる変化によって、制度、信念、そして個人の関係は絶えず再編されなければならないからである。

この観点からブラジルにおける日系旅行社の変化についてまとめると次のようになる。先ず「個人のインセンティブを動機づけるフレームワークの変化」が生じた。それが「負け犬の出稼ぎ」から「成功へのデカセギ」への日本就労に対する認知枠組みの変化である⁽⁴²⁾。「成功へのデカセギ」それ自体がインセンティブを与える認知枠組みであり、この枠組みが日系社会に行き渡っていったからこそ、日本就労はブームとなり、人の流れは止めることができなくなる。こうした事態を受けて、フォーマルなルールの変更が引き起こされた⁽⁴³⁾。コモنزが指摘したように、法は（1）何を富として所有できるのか、（2）どのような方法で富を獲得しなくてはならないのかを規定することによって、法の改正が起こりうる人間の行為パターンを決定してしまう（Commons, 1995, Chap.2）。コモنزの取り上げた問題を、法の問題としてのみでなく、フォーマルルールの変更の問題という点で見れば⁽⁴⁴⁾、領事館のビザ発給の仕組みがかわることによって、再入国者が増加し航空券を購入しただけの渡航や、アセソリアという新しい制度が生じてくるのも当然といえよう。

(40) Commons (1995) は1924年にマクミランより出版されたもの、Commons (1990) は1934年にウィスコンシン大学出版会から出版されたもののリプリント版である。本稿ではコモنزに関してはリプリント版を参照したため、原著書の出版順と一致していない。

(41) この制度・信念・個人の関係は、ノース自身も認めているように『プロテスタンティズムの倫理と資本主義の精神』におけるウェーバーのスタンスと重なるものがある。

(42) 筆者はブラジル現地旅行社調査の際に、旅行社が使っていた「負け犬の出稼ぎ」と「成功へのデカセギ」という用語を使ってこの変化を扱ったが、森（1995）はこれを「出稼ぎの恥意識」から「出稼ぎ肯定論の登場」として整理をしている。

(43) 法そのものの変更としては、日本における入管法改正と、ブラジルにおける刑法206条の修正があった。ブラジルの刑法206条は、いったんブラジルに入国した移民の海外就労を禁じていた。

また、1980年代半ばから始まったデカセギは、既に20年の時間が経過し、この間にデカセギ労働者個人の経験・知識も増加した。だが、労働者以上に経験と知識を積んだのは、デカセギ旅行社の側である。デカセギ旅行社の経験と知識の増加は、B社が10社の代理店を通してリクルートする集め方、10社の代理店のプロモーターを通した送り出し労働力の集め方に典型的に現れている。企業という組織で吸収できないリスクを下請組織に吸収させ、下請組織もまた同様に孫請け組織にリスクを吸収させる仕組みがここには成立しており、ヒエラルキーによるリスク管理の仕組みが事後的に成立しているのである（Williamson, 1975, Williamson, 1985）⁽⁴⁵⁾。これは日本就労者の逃亡をただ確率的な事故として処理するのではなく、送り出し後も責任を持たせる仕組みを作ることで、事故の確率そのものを低下させようとするインセンティブを与える一つの制度である。これは労働者サイドの選好(preference)をコントロールすることを諦めた選択肢とも言える。

反対に、労働者サイドの選好をコントロールすることができれば別の選択肢が浮上することになる。その一つのあり方を提示するのが、A社のリピーター確保戦術である。A社はリピーターの確保によって、単純に自らの市場を囲い込むだけではなく、クライアントの選好までもコントロールしているのである⁽⁴⁶⁾。そしてこのことによって、目的意識を持った就労意欲の高い労働者の確保→消費者側にとって高いバック料金の受入→逃亡者の低下→帰国後のサービスの提供という好循環を生み出し、一連の収益源を確保すると同時に就労意欲の高い労働力の確保を可能にさせている。クライアントの選好をコントロールすることを諦めて、ヒエラルキーを形成することでリスク管理を行おうとするC社型の制度も、クライアントの選好をコントロールするA社型の制度も、どちらも日本就労希望者という労働力貯水池から「見えざる手」によって労働者を選択するのではなく、リスク管理という「見える手」を用いることで労働者の選択を行っている。

もちろん、デカセギ旅行社がプロモーターを使ってリクルート活動を進めるのは、旅行業者の知識の増加に伴う制度化だけではない。ここには、ラテン・アメリカ社会での日系人労働力が滞日人口の増加によって減少していること、就労者の世代がかわり、日本語がほとんどできない者が多くなるなど、デカセギ就労可能人口の規模と質の変化が働いていることも見逃せないだろう。2節で取り上げたデカセギ広告をめぐる変化にも、このデカセギ就労可能人口の質の変化が関係していることが予想される。日本語が読めない人々が中心になれば、日系コミュニティ紙からデカセギ広告が減少するのは必然であるからだ。

(44) コモンズは慣習法を分析対象とした。そのため法律の条文が変更したことに焦点を当てるのではなく、個人の行為を規定していく判例に彼の研究のテーマは置かれた。この限りにおいて、ここに行政の統治ルールの変更を含ませることは、大きな逸脱とは言えないと筆者は考えている。

(45) ウィリアムソンにおける組織とヒエラルキーの分析概念上の区分については、Williamson (1998) が簡潔に論じている。

(46) A社グループのクライアントの選好をコントロールすることでマーケットを確保する統治の仕組みとC社のヒエラルキーを構築することでマーケットを確保する統治の仕組みという視点は、グライフによる中世の地中海貿易における地縁・血縁を媒介に商取引を行っていたムスリム系マグレブ商人と手形取引所・航海法を発達させることで商圏を拡大していったキリスト教系イタリア商人との比較制度研究を、日系人の労働市場に適用したものである（Greif, 1997）。

しかし、制度の変化を通して理解しなくてはならないことは、個人の変化を通しての日系コミュニティの変化であり、このコミュニティの変化を反映するものがデカセギ旅行社の変容である。この点でよりコミュニティの変容を表すのはA社グループの総合デカセギ業化である。A社グループの変化はデカセギ帰国者の消費性向の変容を示す。デカセギ労働者が海外で就労した成果を本国ブラジルで消費することは、単純な消費活動ではない。それは消費であると同時に資産形成のための投資活動と密接につながっている。この意味において、A社が帰国者へのサービスの中心を不動産事業からコンサルタント業へとシフトさせたのは、A社の経営戦略の変更を示すだけでなく、ブラジルの日系コミュニティの資本蓄積そのものの変化を表すのである。

結語にかえて一終わることのないデカセギ現象

デカセギ旅行社は大きく変容してきている。「日本就労という選択肢が発生しなければ、ブラジルの日系コミュニティはもっと落ちていただろう」と森幸一はデカセギを評価する⁽⁴⁷⁾。デカセギとは決して個人に生じた問題ではない。日系コミュニティ全体の問題であり、だからこそコミュニティペーパーである現地日本語新聞各紙は、デカセギを報道し続けている。日本語新聞は常に県人会幹部の「デカセギがコミュニティの空洞化をもたらし、日系コミュニティが解体の危機に瀕している」というメッセージを流しつつも、県人会幹部がデカセギビジネスで収益を上げていることには目をつぶっている⁽⁴⁸⁾。

デカセギ旅行社の変化にも、同じことが言える。デカセギ旅行社は「儲からなくなった」と言うが、リベルダージだけでも日系旅行社⁽⁴⁹⁾、デカセギ旅行社⁽⁵⁰⁾、デカセギエージェント⁽⁵¹⁾は100社

(47) 1998年以来、筆者は何度も森に「ラテンアメリカに住む者として、デカセギをどう評価するか」ということを聞き続けているが、森の評価は一貫して変わっていない。

(48) 同様の構造は、日本で発行されるInternational PressやNova Visão, Journal Tudo Bemといった日系ポルトガル語新聞ではより強化された形態でみることができる。様々なコミュニティの問題が、デカセギという就労形態によってもたらされているにもかかわらず、新聞がデカセギの問題を深く追求することができないのだ。それは、読者はデカセギ労働者であるにもかかわらず、日系ポルトガル語新聞に広告を載せる広告主はそのほとんどが求人情報を載せる業務請負業者であるからだ。この結果、読者に関心のあるデカセギがもたらすその時々様々な現象については触れられても、その根源を追求していくことはある種のタブーとなっている。このことは、筆者がインタビューした何人かの元日系ポルトガル語新聞記者も認めていた。

(49) デカセギだけでなく、日系人のブラジル国内旅行やラテンアメリカ内観光旅行、日本の旅行会社と提携した日本人旅行者へのサービスを行っている旅行社を指す。また、日系旅行社はそのほとんどが旅行業の国際組織であるInternational Air Transport Association(国際航空旅客貨物協会)あるいはAmerican Society of Travel Agency(アメリカ旅行社協会)に加盟している。

(50) 就労と航空券の販売をセットにしたデカセギ希望者へのサービスを中心に行っている旅行社を指す。IATAやASTAに加盟してはいないが、Ministerio do Turismo(ブラジル政府観光局)に事業所登録しEMBRATUR(政府登録旅行社)ナンバーを持っている旅行社も多い。

(51) 旅行社として法人登録していないためEMBRATURナンバーを持っていない。経営者が個人で日本就労仲介業を営んでいる形態であり、法人登録して活動している旅行社からすると、もぐりの旅行社を指す。

以上ひしめいている。1990年にリベルダージだけでデカセギ旅行社が230社存在した時期に比べれば減少しているが、サンパウロ市全体でみれば、日本領事館のあるパウリスタ通り周辺、沖縄コミュニティの発達しているピラ・カロンやカーザベルデ⁽⁵²⁾、そしてアクリマソンといった地域にもデカセギ旅行社は集まっており大幅な減少は感じられない。

「もうデカセギも終わり」という言葉とは裏腹に、旅行社の数は一定規模のままである。デカセギ旅行社は終わることのない変化を遂げてきている。デカセギは終わらないのである。前山隆はかつて、「日本人」移民が日本人であることを止めた時に「日系」ブラジル人が誕生し、国籍としてブラジル人が定着していくなかでコミュニティに日系宗教が広がっていくさまを克明に分析した(前山, 1997)。前山が問題にしたのは、ラテン・アメリカに渡った日本移民にとって現地でどれだけ世代を重ねても、日本移民にとって魂の帰る場所が日本である限り、日本移民のコミュニティは墓を持たなかったということである。それが勝ち組・負け組の問題を経て、ホスト社会=ブラジルのなかで生きていくことを選択せざるを得なくなった1950年代になって、ようやく日本移民は墓標をたて始め、自らの魂がホスト社会にとどまり続けることを自覚し、「日系」ブラジル人になっていったのである⁽⁵³⁾。

デカセギがどんな形であれ続いていくのは、前山が論じたのとは逆の出来事が起きているからであろう⁽⁵⁴⁾。どれほど日本での就労が長引き、日本で稼ぐことなしに日本とブラジルに分かれて住む家族の生活が成り立たなくなっても、魂の帰る場所(=最後に戻る場所)がブラジルである限りにおいて、デカセギはなくなる。それどころかブラジルの日系コミュニティにおける資本蓄積が、日本就労によって構造化されている現実に鑑みれば、ブラジルのコミュニティが存続していくためにもデカセギは今後も必要とされていくであろう。そしてこの構造が存続する限りにおいて、デカセギ旅行社は需要に応じてそのサービスの内容を今後も変化させながら存続していくのである。

謝辞：本稿の作成に当たってまずサンパウロ大学教授森幸一氏に謝意を表したい。森氏が多年にわたる自らの現地調査の成果に基づき筆者らにブラジルコミュニティの概要をレクチャーしてくれたことで、この研究の方向が与えられたと言っても過言ではない。また、筆者が繰り返し行ったブラジル現地調査の際に、ほぼ毎回

(52) カーザベルデはポルトガル語読みではカーザベルジと表記すべきだが、当地における沖縄県人会支部が「沖縄県人会カーザ・ベルデ支部」と表記しているように、日系社会における地名の表記方法に準じて本稿では表記する。

(53) 戦後移民の集住地であるピラ・カロンでは、現在進行形で沖縄からブラジルへのトートーメ(位牌)の移動にはじまる墓の移動が起き始めているという。墓の移動は単純に位牌、遺骨、香炉、ヒヌカンといった物理的なシンボルの移動のみならず、沖縄の宗教が祖先崇拜であることから、ブラジルにおけるユタの再生産が問題になってきているという(ブラジル沖縄県人会, 2000, 第11章; 森, 2005)。

(54) 横田・二宮は、デカセギの継続を通して日伯間の新しい関係とそれを形成する主体形成が行われることに、デカセギのポジティブな側面を見いだそうとしている(横田・二宮, 1997)。しかし、このような見解は、ブラジルにおいて何とかしてデカセギに意味を見いだしたいあらわれとしか、筆者には理解できない。

会うことができ情報交換することができたことは、本稿の成果に大きく寄与している。次いで、ボリビアのコロニア・オキナワ調査で、一方ならぬお世話になった故 中田喜正氏に感謝したい。今となってはどうにもならないことであるが、中田氏の存命中に発表できなかったことが悔やまれる。

(たんの・きよと 首都大学東京都市教養学部准教授)

【参考文献】

- アマゾン日本人移住60年記念史委員会, 1994, 『アマゾン—日本人による60年の移住史』ベレン: 汎アマゾン日伯協会。
- ボリビア日本人移住100周年移住史編纂委員会, 2000, 『ボリビアに生きる—日本人移住一〇〇周年誌』サンタクルス: ボリビア日系協会連合会。
- ブラジル沖縄県人会, 2000, 『ブラジル沖縄県人移民史—笠戸丸から90年』サンパウロ: ブラジル沖縄県人会。
- Coase, Ronald H., 1937, "The Nature of Firm", *Economica* No.4, pp386-405.
- Coase, Ronald H., 1960, "The Problem of Social Cost", *Journal of Law and Economics* No.3, pp1-44.
- コチア産組中央会刊行委員会, 1987, 『コチア産業組合中央会60年の歩み—1927~1987』São Paulo: Cooperativa Agricola de Cotia-Cooperativa Central.
- コロニア・オキナワ入植四十周年記念誌編纂委員会, 1995, 『うるまからの出発—コロニア・オキナワ入植四十周年記念誌』サンタクルス: オキナワ日ボ協会。
- Commons, John R., 1995, *Legal Foundations of Capitalism*, Biddle, Jeff E. and Warren J. Samuels (eds.), New Brunswick: Transaction.
- Commons, John R., 1990, *Institutional Economics: Its Place in Political Economy* Vol.1, New Brunswick: Transaction.
- Del Castillo, Alvaro, 1999, *Los Peruanos em Japon* (printed in Japan) 現代企画室。
- 具志堅興貞, 1998, 『沖縄移住地—ボリビアの大地とともに』沖縄タイムス社。
- Grief, Avner, 1997, "On the Interrelations and Economic Implications of Economic, Social, Political, and Normative Factor: Reflections from Two Late Medieval Societies, Drobak, John N. and John V. C. Nye (eds.), *The Frontiers of the New Institutional Economics*, San Diego: Academic Press.
- Grief, Avner, 2005, "Institutions, Markets, and Games", Nee, Victor and Richard Swedberg(eds.), *The Economic Sociology of Capitalism*, Princeton: Princeton University Press.
- 石川友紀・町田宗博, 1986, 「ブラジルにおける沖縄県出身移民の集団形成—サンパウロ市ビーラカロン地区の場合」琉球大学法文学部地理学教室『南米における沖縄県出身移民に関する地理学的研究—ボリビア・ブラジル』(文部省科学研究費 海外学術調査 昭和60年度調査総括 課題番号 60043053) 琉球大学法文学部地理学教室。
- 移民八十年史編纂委員会, 1991, 『ブラジル日本移民八十年史』サンパウロ: ブラジル日本文化協会。
- 梶田孝道・丹野清人・樋口直人, 2005, 『顔の見えない定住化』名古屋大学出版会。
- ラテン・アメリカ協会, 1969, 『ブラジル移住60年—ブラジル日系社会の研究』ラテン・アメリカ協会。
- 前山隆, 1997, 『異邦に「日本」を祀る』御茶の水書房。
- 宮城松成, 1998, 『ブラジルの沖縄県人 トップ・リーダー』サンパウロ: 私家版。
- 宮尾進, 2002, 人文研研究叢書『ボーダーレス化する日系人』サンパウロ: サンパウロ人文科学研究所。
- 森幸一, 1992, 「ブラジルからの日系人『出稼ぎ』の推移」『移住研究』No.29, 144-164頁。
- 森幸一, 1993, 「アマゾン地域からの日系人出稼ぎ現象—トメ・アス—移住地の事例を通して」『移住研究』

- No.30, 120-139頁。
- 森幸一, 1995, 「ブラジルからの日系人出稼ぎの特徴と推移」渡辺雅子編『共同研究 出稼ぎ日系ブラジル人—上論文編 [就労と生活]』明石書店。
- 森幸一, 1998, 「戦後における沖縄系移民のエスニック職業としてのクストゥーラ（縫製業）—ミドルマン・マイノリティーへの道」『人文研』No.1, 43-55頁。
- 森幸一, 2001, 「沖縄県移民の経済的適応戦略と都市エスニック・コミュニティの生成—サンパウロ市『カロン』地区の沖縄系エスニック・コミュニティの事例」『人文研』No.5, 35-67頁。
- 森幸一, 2005, 「ブラジル沖縄系人の祖先崇拜の実践」『アジア遊学』No.76, 86-100頁。
- 南米三翠同窓会史編集委員会, 2004, 『回り道をした男たち』サンパウロ：三重大学農学部南米三翠同窓会史編集委員会。
- North, Douglass C., 1990, *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, New York: Cambridge University Press. 竹下公視訳, 1994 『制度・制度変化・経済成果』晃洋書房。
- North, Douglass C., 2005, *Understanding the Process of Economic Change*, Princeton: Princeton University Press.
- Piore, Michael J., 1979, *Birds of Passage: Migrant Labor and Industrial Societies*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Portes, Alejandro, 1982, "International Labor Migration and National Development", Kritz, Mary M. (ed.), *U.S. Immigration and Refugee Policy: Global and Domestic Issues*, Lexington, Mass.: Lexington Books.
- 西部アマゾン日本人移住70周年記念誌編纂委員会, 1999, 『緑—西部アマゾン日本人移住70周年記念誌』ベレン：西部アマゾン日本人移住70周年記念誌編纂委員会。
- 丹野清人, 2001, 「雇用構造の変動と外国人労働者—労働市場と生活様式の相補性」梶田孝道編『国際化とアイデンティティ』ミネルヴァ書房。
- 丹野清人, 2003a, 「ブローカーの社会学—ピンポイント移住と外国人労働者」『現代思想』Vol.35No.5.206-219頁。
- 丹野清人, 2003b, 「契約の時代と日系人労働者」『労働社会学年報』No.14, 4-23頁。
- Veblen, Thorstein, 1899, *The Theory of Leisure Class: An Economic Study of Institutions*, New York: Macmillan Company, 小原敬士訳, 1961 『有閑階級の理論』岩波文庫。
- Veblen, Thorstein, 1904, *The Theory of Business Enterprises*, New York: Charles Scribner Sons Ltd., 小原敬士訳, 1965 『企業の理論』勁草書房。
- Williamson, Oliver E., 1975, *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications*, New York: Free Press.
- Williamson, Oliver E., 1985, *The Economic Institutions of Capitalism*, New York: Free Press.
- Williamson, Oliver E., 1998, "Transaction Cost Economics and Organization Theory", Dosi, Giovanni, Teece, David J. and Josef Chytry (eds.), *Technology, Organization, and Competitiveness: Perspectives on Industrial and Corporate Change*, New York: Oxford University Press.
- 横田パウロ・二宮正人編, 1997, 『戦後の日伯経済関係』, São Paulo: Kaleidos-Primus Consultoria e Comunicação Integrada S/C Ltda.