

『地域政策研究』（高崎経済大学地域政策学会）第17巻 第3号 2015年1月 59頁～67頁

〈研究ノート〉

観光を通じた他民族への態度の変化

—大阪生野区コリアタウンへの観光客を例に—

丸 山 奈 穂

A Change in Attitudes toward Other Ethnic Groups through Tourism — A Case Study of Visitors to the Korean Town in Osaka

Naho MARUYAMA

Summary

Mutual understanding between two different ethnic groups through tourism has been one of the central issues in tourism research. Indeed, a series of researches examined changes in attitudes of tourists toward different ethnic groups after the interaction between hosts and guests, on the basis that direct contact with out-group members is the best ways to reduce intergroup prejudice and lead to mutual understanding. While those previous studies mainly focused on the attitudinal changes through international tourism, an intercultural contact causing such a change may be possible also through domestic tourism. Tourism in an ethnic enclave is one of the opportunities to deepen intercultural understanding in a single country. This study is a part of the ongoing study on development of tourism in ethnic enclave and particularly focuses on attitudinal changes toward Koreans of Japanese visitors to the Korean Town in Ikuno, Osaka. The survey is conducted on 93 individuals before and after their visits to the Korean town by using a scale to measure the attitudes toward a different group. The analysis indicated significant and favorable changes in 16 of 24 survey items after the visit. The findings of this study suggest that domestic tourism can be an effective tool to alter the tourists' attitudes toward other ethnic groups. This study also indicates the needs for further longitudinal studies with a control group exploring various factors that may cause a change in the attitude toward a different ethnic group.

1. はじめに

Nyaupane, Teye, and Pariet (2008) は、異文化間の相互理解というのは、観光を通じて個人のレベルで育むことができると主張している。事実、International Institute of Peace Through Tourism (IIPT) などの国際機関は国際学会を開催して観光と世界平和推進についての議論を交わしている。

しかし、平和のための「異文化理解」というのは、国際的な観光でのみ促進されるわけではない。国際化、グローバル化に伴い留学生や移民が増加するなか、「異文化理解」は国内においても極めて重要な課題であり、移民やその子孫が固まって居住している地域、いわゆる「外国人街」への観光は、国内における異文化理解が最も重要かつ可能になる機会の一つである。

日本においては、横浜や神戸の中華街、新大久保や大阪のコリアタウン、群馬のブラジルタウン、高田馬場のミャンマータウンなどが観光地として発展している。外国人街への観光者はエキゾチックな雰囲気や、民族衣装、食事などを楽しむ。同時に、それぞれの外国人街では、異文化に対する理解を深めるための努力が成されており、ビジターセンターや文化センターを設置したりイベントを開催したりしている。本研究は、現在進行中である外国人街の観光地化に関する研究の一部であり、特に外国人街外国人街への訪問経験が、観光者のもつ「他民族への態度」(Ethnic Attitudes) に与える影響を探る。特に大阪生野区のコリアタウンを訪れた観光客を対象とする。

2. 「他民族に対する態度」と観光

2-1. 「他民族に対する態度」とは

Allport (1954) は、「態度」を、関連する対象や状況に対する個人の反応において、直接的かつ力動的な影響を及ぼす、経験に基づいて組織化された精神的準備状態と説明している。また、同様にKatz (1960) は態度を個人の対象となるシンボルや物、状況に対する、「好き」「嫌い」を含む評価のもとになるものと定義している。Ajzen (1980) によれば、態度というのは、個人の「行動」に対して強く影響を持つ。「他民族に対する態度」というのは、他民族に属する人に対して、その民族に属さない人がもっている態度である (Allport 1954)。そして、その態度は、人種差別や社会的な包含もしくは排除、他民族に対する寛容さに関する個人の行動に大きく影響するとされている。従って、多くの研究者がこの他民族に対する態度の形成に関する研究を行ってきた (Coenders, Lubbers, Scheepers, and Verkuyten, 2008; Jackman, 1977; Mullick and Hrabá, 2001)。これらの研究において、「民族競争仮説」と「接触仮説」という二つの相反する理論が主に使われている。

「民族競争仮説」(Ethnic Competition Theory) は競争仮説 (Realistic Competition Theory) と

社会的アイデンティティ理論(Social Identity Theory)という二つの理論から派生している(Taylor and Mghaddam 1994)。競争仮説は希少な資源(経済的資源、政治的資源、物的資源を含む)をめぐる競争が他集団に対する差別的感情を生むと捉える。そして、その競争は、特定の地域内においてマイノリティの占める割合が高く、グループ間の接触が多い時に起こりやすいとされている(Giles and Evans 1986)。これに対して、社会的アイデンティティ理論(Tajfel and Turner 1979)は、人間は、自分の属する集団を他の集団よりも肯定的にとらえることにより自尊心を維持すると考える。そして、そのために、自分の属する集団に対して好意的な特徴を認め(Social Identification)、かつ他集団に対して否定的な特徴を強調する(Social Contra-identification)(Brown 1995)。「民族競争仮説」は、この二つの理論を統合し、社会的アイデンティフィケーションおよび社会的反アイデンティフィケーションのプロセスは、資源をめぐる競争が激化した時に強まり、結果として自民族への帰属意識を強め他民族に対してより排他的になると考える(永吉 2004; Coenders et al., 2004)。

もう一方の理論である「接触仮説」(Contact Hypothesis)は、適した条件がそろえば、異なる集団のメンバー同士が直接かかわる(接触)することが、グループ間に存在する敵意や差別意識を軽減し、相互理解するための最適の方法であるとする(Amir 1969; Allport 1954)。この仮説は、他のグループと繰り返し接触することによって、そのグループへの親しみを覚え、結果好意的な態度を持つと仮定している。ただ、上記のように、単なる接触ではなく「適した条件」の元での接触が大切になる。この条件はいくつかあるが、代表的なものとして以下の条件が挙げられる。まず、接触は、二つのグループが社会的な地位が同等であることが必要である。また、二つのグループがなんらかの活動を共同で行い、「共通の目標」をもつことと、法律や習慣、権力者らによるサポートを得て、接触に寛容な社会的雰囲気を作り出すことも必要な条件となる(浅田 2000)。

2-2. 観光を通じた「他民族への態度」の変化

過去30年の間、観光行動を通じた他民族への排他的な態度の緩和や異文化理解促進の可能性に関して研究が成されてきた。これらの研究の多くは観光客と受け入れ側(ホスト)間における「接触仮説」に基づいて行われている。

特に1985年から1992年にかけて、歴史的に敵対している国同士を例に、観光客が自国が敵対している国を観光で訪れることによって、相手民族への差別意識が軽減し、好意的な態度が生まれるかどうかを検討する一連の研究が行われた。それらの研究には、ソビエト連邦を訪れたアメリカ人観光客(Pizam, Milman, and Jafari 1991)、エジプトを訪れたイスラエル人観光客(Amir and Ben-Ari 1985; Milman, Reichel, and Pizam 1990)、トルコを訪れたギリシャ人観光客(Anastasopoulos 1992)、ギリシャを訪れたトルコ人観光客(Anastasopoulos, et al. 1994)が含まれる。これらの研究の全体の結果としては、観光客の態度の変化は稀であり、また変化しても

その変化は好転ではなく、さらに排他的になるというネガティブなものだった。これらの研究とは逆に、ヨルダンでのエコツーリズムに参加したイスラエル人観光客 (Pizam, Fleischer, and Mansfeld, 2002) やイスラエルでのワーキングホリデーやボランティア観光への参加者 (Pizam, Uriely, and Reichel 2000)、サウスパシフィックエリアやヨーロッパへのアメリカ人留学生 (Nyaupane et al. 2008) の訪問先の民族への態度は好意的に変化したことが分かった。

これらの研究からわかるように、観光を通じた異文化や他民族への態度の変化に関する研究は、そのほとんどが国際観光をケースとして行われており、国内観光における他民族への態度の変化に関する研究は行われていない。しかし、国内観光においても、多民族との接触は起こり得る。例えば、外国人街への観光は、国内における観光を通じた異文化接触の機会の一つである。そこで、本研究では大阪にあるコリアタウンを訪れた日本人観光客の韓国人への態度の変化を探る。

2-3. 生野コリアタウンについて

大阪市生野区にある「生野コリアタウン」は、JR鶴橋駅もしくは桃谷駅から徒歩約15分の場所に位置する。最寄り駅である鶴橋駅の周辺にも、「国際マーケット」と呼ばれる韓国系のお店が多い商店街が続くため、大阪市内に在住する人でも、「コリアタウン」というと鶴橋駅周辺だと考える人も少なくない。また、通称は「生野コリアタウン」であるが、正式名称は「御幸森（みゆきもり）商店街」である。約500mほどの通りに、韓国食料品店や飲食店、民族衣装の店が約120店並んでいる。商店街組織としては、御幸西、御幸中央、御幸東の3つに分かれている。

大阪市生野区は、全国で最多の在日韓国朝鮮人が集住しており、区の人口の約4分の1を占める（帰化した人は除く）（高 2011）。1910年に日本が朝鮮半島を植民地化したことにより、多くの韓国朝鮮人が渡日し、特に生野区では1919年から始まった平野川開削工事に伴い、主に濟州島からの移民が多く渡日した。当時は、朝鮮市場と呼ばれる市場が現在のコリアタウンから100mほどの場所に形成された。一方、美幸森商店街には、大阪市鶴橋公設市場が1926年に開発され、発展していった。しかし、その後の太平洋戦争の激化に従い、多くの日本人店主が次々に疎開し、空き家になった店舗を朝鮮市場の店主に廉価な賃貸料で貸し出したことが現在のコリアタウンの始まりだと言われている。戦後は、鶴橋駅近くの闇市（現・国際マーケット）が繁栄すると同時に、御幸森商店街は急速に衰退する。1970年代に入り、在日韓国朝鮮人に対する差別や偏見がクローズアップされ、民族差別撤廃を訴える運動が盛んになるなか、町の商店街の活性化を目指して「コリアタウン構想」が提案されたが、周辺日本人住民からの反対により実現には至らなかった。転機となったのが、88年に開催されたソウル・オリンピックであった。日本社会から韓国に対して好意的な関心が向けられるようになり、韓国を訪れる日本人観光客も増加した。御幸森商店街のマスコミへの露出が増え、商店街主催のイベントも開催されるようになった。最大の転機となったのが、2000年代前半に起こった爆発的な韓流ブームである。東京の新大久保とならんで、鶴橋コリアタウンへの訪問者は激増し、「韓流ブームの聖地」としてマスコ



(写真1)



(写真2)

ミにも連日取り上げられるようになった(写真1、2)。また、国内における異文化体験の場として、近隣の学校の児童生徒の訪問も増え、観光地として、また多文化共生のシンボルとして発展した。

3. 研究方法

本研究にあたり、2013年の10月から11月にかけて、コリアタウンを訪れた観光客を対象にアンケート調査を実施した。アンケート参加者は、全員日帰りの訪問者で、韓国人街にある「コリアジャパンセンター」が実施している半日ツアーへの参加者である。半日ツアーは4時間ほどの行程である。参加者は、最寄駅であるJR鶴橋駅に集合し、そこからコリアタウンまでの道のりを歩いて移動する。コリアタウンでは、商店街の散策に加えて、キムチ作り体験やチマチョゴリの試着などが行われる。最後にコリアタウン内で昼食をとり、解散、解散後は各々で買い物という流れである。ガイドが全行程に同行し、町の歴史や韓国文化についての説明をする。

本研究では、観光客の韓国人への態度を計る尺度として、Ethnic Attitude Scale (Osgood, Suci, and Tannenbaum 1957) を使用した。この尺度は、観光研究やその他の研究でも長く使われている尺度である (Amir and Ben-Ari, 1985; Anastasopoulos 1992; Anastasopoulos, et al. 1994; Milman, et al. 1990; Nyaupane, Teye, and Pariet al., 2008; Pizam, et al. 1991; Pizam, et al, 2002)。本研究では、過去の研究で使われたアイテムのなかから24アイテムが選択された。この尺度は、一連の形容詞がSD (Semantic Differential) 形式で含まれている。これは、Osgoodが開発した事象の一般的な意味次元を量るための測定法で、「好き-嫌い」などの反対語の対からなる評価尺度を複数用いて対象(本研究では韓国人)の評価を行う。回答者は、韓国人に対する評価を、それぞれのアイテムに対して7段階評価で答える。アンケートの回答者は、ツアーが始まる前(鶴橋駅集合時)とツアー後(昼食終了後)に全く同じ質問に答えた。

4. 調査結果

本研究におけるアンケート参加者は、男性5名と女性88名の計93名だった。また年齢は20代から50代にわたるが、そのほとんどが20代および30代である。この性別および年齢の偏りは、データ収集を実施した日時および対象によるものと思われる。データ収集は、平日の午前中に行われ、対象となったグループは幼稚園および小中学校のPTAだった。そのため、アンケート参加者の多くが幼児や児童を子供に持つ母親世代であった。53% (N=49) の回答者がコリアタウンを訪れたのは初めてと回答した。

ツアー参加前とツアー参加後の回答の変化を見るために、対応のあるT検定 (Paired T-test) をそれぞれのアイテムに関して実施した。訪問前のアイテム全体の平均は4.38で、訪問前から回答者のコリアタウンへの態度は比較的良かったといえよう。ツアー後にその全体平均は4.83に上昇した。

また、分析の結果、24アイテムのうち、16アイテムで韓国人への態度がツアーの前と後で5%の有意水準で有意差が認められた (表1)。また変化はすべてポジティブな方向 (好意的な態度)

表1 訪問前と訪問後の態度の変化

アイテム	訪問前	訪問後	T値	有意確率(両側)
冷たい/温かい	4.39	5.12	-4.241	.000
ひどい/素敵	4.27	4.99	-4.523	.000
古くさい/現代的	4.30	4.72	-2.428	.017
冷たい/優しい	4.46	5.00	-3.146	.002
悪い/良い	4.39	5.10	-3.941	.000
横柄/謙虚	4.03	4.58	-3.337	.001
張り詰めた/リラックスした	4.41	4.97	-3.773	.000
不誠実/誠実	4.38	5.00	-4.007	.000
友好的でない/友好的	4.71	5.21	-3.070	.003
弱い/力強い	5.13	5.35	-1.249	.215
攻撃的/柔順	4.30	4.54	-1.275	.206
信頼できない/信頼できる	4.33	4.83	-3.211	.002
融通がきかない/柔軟	4.42	4.81	-2.798	.006
おろかな/知的な	4.43	4.86	-2.727	.008
無精/勤勉	4.58	4.94	-1.993	.049
自分とは全く違う/自分のよう	3.91	4.14	-1.201	.233
教養がない/教養がある	4.52	4.86	-2.291	.024
汚い/清潔	4.31	4.58	-1.784	.078
行動が遅い/行動が速い	4.82	5.08	-1.529	.130
女性、人種差別的/差別的でない	4.23	4.77	-3.214	.002
悲観的/楽観的	4.40	4.94	-3.967	.000
積極的/受身的	4.00	4.12	-.659	.512
ぶっきらぼう/丁寧	4.09	4.72	-3.628	.000
不道徳/道徳的	4.29	4.78	-3.326	.001

への変化であった。これらの結果から訪問者は訪問前から韓国人文化に対して比較的好意的であったが、訪問を通してさらに好意的になったと言える。

また、本研究では、態度を図る尺度のほかに自由記述式の質問も設定し、ツアー参加者が自分の韓国人に対する態度がツアー参加後変わったと思うか、変わったとしたらどう変わったか、変わっていないとしたら、もともと持っていたイメージはどんなものかについて記入してもらった。半数近くが空欄のままであったが、記入があったもののうちでは、変わったと思う参加者と変わらないと思うという参加者がほぼ同数であった。

変わったと感じる人の答えには、特に「(思っていたより) 明るい、親切、きさく」というものが多く、また「ツアーを通して韓国との歴史的なつながりを学んだ」「共存して助け合っていたと感じた」という答えも見られた。また、変わらないと感じる人のなかで最も代表的な答えは「韓流ドラマなどのメディアから得たイメージがもともとあり、実際訪れたらそのままだったから」というものだった。他には、「韓国人の知り合いがいて、非常に良い人だから(その好いイメージのままだった)」「私たちは同じ大阪(日本)の住民だから」「学校で私たちは同じと習ったから」「もともと特別だと思っていない」という記述が複数見られた。マイナスの意見としては、2名が「陰気」「冷たい」と回答した。

5. 考 察

本研究は、他民族への態度が観光を通じて好意的なものに変わるのかを検証した。過去の類似の研究は、国際観光を通じた他民族への態度の変化に関するものがほとんどであるため、本研究では、国内観光における他民族への態度の変化に焦点を当てた。本研究は、適した条件がそろえば、異なる集団のメンバー同士が接触することが、グループ間に存在する敵意や差別意識を提言し相互理解するための最適の方法であるとする「接触仮説」に基づいており、観光行動を異文化間の「接触」と捉えている(Allport 1954; Amir 1969)。

本研究の研究結果は、この仮説を肯定した。コリアタウンを訪れた観光客93人の韓国人に対するを訪問前と訪問後に比較したところ、24アイテムのうち、16アイテムにおいて、有意差が見られた。また、すべての変化はポジティブな方向への変化であった。この結果は、コリアタウンへの訪問は、訪問者の韓国人への態度に対して良い影響を与えたといえよう。

Nyaupane et al. (2008) は、観光客は、観光客と受け入れ側(「ホスト」)は、もし彼らの交流が前向きなものでありお互いに敬意を払っていれば、最善の平和促進者であると唱えている。また、観光客が異文化理解の大切さに気付くことは、ゆくゆくは多民族理解への政策にも影響を及ぼす。したがって、観光を通じた他民族への態度に関する研究を深めることは、観光業界にとってもまた社会全体にとっても意義のあることだといえよう。

6. 今後の展望

本研究にはいくつかの限界がある。まず、本研究はコリアタウンを訪れていないグループ（コントロールグループ）を含んでいない。本研究で見られた韓国人に対する態度の変化が観光活動によるものであることを確定するために、今後の研究ではコリアタウンに訪れたことがないグループの韓国人に対する態度を比較することが必要である。また、本研究ではアンケートを訪問の前と直後に実施したため、この変化が長期的なものであるかは分からない。今後の研究では今回の研究参加者への追跡調査が必要である。また、さらに多くの観光者に同等のアンケートを実施することが望まれる。また、Allport (1954) は、異文化間の接触において、二つのグループの社会的な地位が同等であること、なんらかの活動を共同で行い、「共通の目標」をもつこと、法律や習慣、権力者らによるサポートを得ることを、異文化理解の必要な条件としたが、近年の研究はそれらと異なる条件が提案されている。例えば、Thyne, Lawson, and Todd (2006) と Nyaupane et al. (2008) は、もし訪問先の文化が観光者の文化と似ていれば観光客の態度は良い方向へ変わるといふ。また、観光客の訪問前の期待度が高いほど、その期待が満たされるのが難しいため、態度の好転は起こりにくいという (Weissman and Furnham 1987)。他にも観光客とホストの交流の中身と農密度 (Pizam et al. 1991)、滞在の長さや性別 (Carson and Widaman 1988)、訪問先でうけるサービスの質 (Nyaupane et al. 2008) などが挙げられている。これらの条件がコリアタウンへの観光客の訪問先の文化や韓国人に対する態度にどのような影響を与えるのか、今後の研究が必要である。観光客や留学生の数が増え続けている現在、日本と韓国、そして他の国々との間の相互理解はもっとも大切な課題の一つである。観光がどのようによりよい異文化理解のためのツールとなり得るか、さらなる研究が必要とされているといえよう。

(まるやま なほ・高崎経済大学地域政策学部講師)

参考文献

- 浅田秀子 日系ブラジル人と「接触仮説」:集住地における地元日本人住民との接触における「接触仮説」の検証と新しい視点.
異文化:コミュニケーション研究 3:2000.35-50
- 永吉希久子 多文化状況における社会統合に対する信頼感の影響-JGSS-2008 の分析から. 日本版総合的社会調査共同研究拠点研究論文集10:2010. 149-162.
- 高賛侑 朝鮮市場からコリアタウンへ. 上田正昭 編 『ニッポン猪飼野ものがたり』 2011. 332-342. 東京: 批評社.
- Ajzen, I. and Fishbein, M. Understanding attitudes and predicting social. Behaviour. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. 1980.
- Allport, G. W. The Nature of Prejudice Cambridge, MA Addison Wesley.1954
- Allport, G. W. (1954). The Nature of Prejudice Cambridge, MA Addison Wesley
- Amir, Y. Contact hypothesis in ethnic relations. Psychological bulletin, 71(5): 1969. 319.
- Amir, Y., and Ben-Ari, R. (1985). International Tourism, Ethnic Contact, and Attitude Change. Journal of Social Issues, 41(3): 1985. 105-115.
- Anastasopoulos, P. G. Tourism and attitude change: Greek tourists visiting Turkey. Annals of Tourism Research, 19(4): 1992. 629-642.
- Anastasopoulos, P., Korzay, M., Pizam, A., and Var, T. Influence of Tourism on Attitude Change: Turkish Tourists Visiting Greece. Paper presented at the 1994 CHRIE conference.

- Brown, R. *Prejudice: Its Social Psychology* Oxford Blackwell. 1995.
- Carlson, J. S., and Widaman, K. F. The effects of study abroad during college on attitudes toward other cultures. *International Journal of Intercultural Relations*, 12(1): 1988. 1-17.
- Coenders, M., Lubbers, M., Scheepers, P., and Verkuyten, M. More than two decades of changing ethnic attitudes in the Netherlands. *Journal of Social Issues*, 64(2): 2008. 269-285.
- Giles, M. W., and Evans, A. The power approach to intergroup hostility. *Journal of Conflict Resolution*, 30(3): 1986. 469-486.
- Jackman, M. R. Prejudice, tolerance, and attitudes toward ethnic groups. *Social Science Research*, 6(2): 1977. 145-169.
- Katz, D. The functional approach to the study of attitudes. *Public opinion quarterly*, 24(2): 1960. 163-204.
- Milman, A., Reichel, A., and Pizam, A. The Impact Of Tourism On Ethnic Attitudes: The Israeli- Egyptian Case. *Journal of Travel Research*, 29(2): 1990. 45-49.
- Mullick, R., and Hraba, J. Ethnic attitudes in Pakistan. *International Journal of Intercultural Relations*, 25(2): 2001. 165-179.
- Nyaupane, G. P., Teye, V., and Paris, C. Innocents abroad: Attitude change toward hosts. *Annals of Tourism Research*, 35(3): 2008. 650-667.
- Osgood, S., Suci, G. J., and Tannenbaum, P. H. *The measurement of meaning*. Urbana, IL: University of Illinois Press. 1957.
- Pizam, A., Fleischer, A., and Mansfeld, Y. Tourism and social change: The case of Israeli ecotourists visiting Jordan. *Journal of Travel Research*, 41(2): 2002. 177-184.
- Pizam, A., Jafari, J., and Milman, A. Influence of tourism on attitudes: US students visiting USSR. *Tourism Management*, 12(1): 1991. 47-54.
- Pizam, A., Uriely, N., and Reichel, A. The intensity of tourist-host social relationship and its effects on satisfaction and change of attitudes: the case of working tourists in Israel. *Tourism Management*, 21(4): 2000. 395-406.
- Taylor, D. M., and Moghaddam, F. M. *Theories of intergroup relations: International social psychological perspectives*. Westport, CN: Praeger. 1994.
- Thyne, M., Lawson, R., and Todd, S. The use of conjoint analysis to assess the impact of the cross-cultural exchange between hosts and guests. *Tourism Management*, 27(2): 2006. 201-213.
- Weissman, D., and Furnham, A. The expectations and experiences of a sojourning temporary resident abroad: A preliminary study. *Human relations*, 40(5): 1987. 313-326.