

中国における民族文化資源を活用した 観光まちづくりに関する一考察

— 延辺朝鮮族自治州のエスニック・ツーリズムを事例にして —

朴 美 善

キーワード：エスニック・ツーリズム，延辺朝鮮族自治州，観光まちづくり，地域活性化，
人口移動
JELコード：L83（観光），R11（地域経済），Z1（文化経済）

1 はじめに

今日、観光は国民の生活水準の向上や余暇時間の増大に伴い、人々の生活の一部として定着するようになった。また観光の持つ社会的・経済的・文化的意義の重要性への認識が高まるなか、観光振興は世界各地で官民を挙げて取り組むべき重要な政策として位置付けられるようになった。そして世界各地で活発に行われている観光の内容や形態も、人々の価値観やライフスタイルの多様化が進むなかで大きく変化している。特に、従来の「団体旅行・物見遊山型」が中心の観光から、地域固有の観光資源に依拠した「個人旅行・体験交流型」の新しい観光需要が増加している。

小長谷（2016）は、「団体観光」「歓楽観光」のオールドツーリズムから、観光客の嗜好と需要の変化をとらえたニューツーリズムへの構造変化を「観光に革命がおこっている」と言っている。これらのニューツーリズムには、自然と触れ合いながら心身を浄化するエコツーリズムや農家民宿や農業体験などのグリーンツーリズム、工場や産業遺産を見学する産業ツーリズム、アニメ・映画の題材を巡るコンテンツツーリズム、温泉や美容のプログラムを用意したヘルスツーリズムなど、実に多様な観光形態が含まれている。そして、このような観光における革命は、欧米や日本のような先進国のみならず、中国などの途上国においても広く見られるようになっていく。

中国の観光産業は経済発展と所得水準の向上、およびレジャー志向の高まりを背景に1990年代以降において徐々に拡大してきた。当初における中国の観光は、旅行・観光事業者（中国語：旅行社）の企画と手配、マスメディアの宣伝情報に基づく国内外の有名観光地巡りの画一的な団

体旅行・物見遊山型が中心であった。しかし、近年では社会や経済の成熟化とインターネットの普及に伴って旅行スタイルにも前記のような革命的变化が見られ、一人一人の趣味嗜好にマッチした旅先でのさまざまな体験を求めるニューツーリズムに変化している。

特に近年では、SNSで発信される莫大な情報により旅行者の行動範囲が大きく広がり、少数民族地域の民族料理や風俗習慣など民族文化体験型の「エスニック・ツーリズム⁽¹⁾」が大きく発展している。中国におけるエスニック・ツーリズムは、「中華民族多元一体」の提唱のもとで国策および地域政策として推進されることが多い。結果、中心部から離れている辺境地域の少数民族集居地区の民族固有の有形・無形文化資産を活用した観光まちづくりが地域活性化と地域振興策の有効な手段として注目を集めている。

エスニック・ツーリズムは、民族的、文化的背景の異なる人々の交流を通じて人類文化の多様性に関する理解を深め、多民族国家の融合と一体化を促進するという社会的・政治的な役割も期待される。とりわけ、エスニック・ツーリズムの推進は伝統文化の保護や継承などの社会文化的価値の向上を図っている場合が多い。Nyaupane, Teye and Pariet (2008)は、異文化間の相互理解は観光を通じて個人レベルで育むことができるし、観光客と受け入れ側は、もし彼(女)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、最善の平和促進者になり得る、と言う。もちろん、観光を通じた「他民族への態度」の変化に関する研究では、観光後にさらに排他的になったというネガティブな結果もあるが、より多くの場合では観光を通じ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のである(丸山2015)。

本研究では、中国の少数民族の一つである朝鮮族が最も多く居住している延辺朝鮮族自治州(以下、延辺)⁽²⁾で展開している朝鮮民族⁽³⁾の特殊な文化を活用したエスニック・ツーリズムの推進が、少数民族文化の保護や継承、観光を通じた他民族への理解やイメージの変化、および地域活性化に与える影響を説明する。

2 エスニック・ツーリズムと観光まちづくりに関する先行研究の概括

2.1 エスニック・ツーリズムをめぐる諸論点

エスニック・ツーリズムに関する研究は、主に観光学、地域経済学、および文化地理学や文化人類学などさまざまな研究分野において盛んに展開されてきた。エスニック・ツーリズムとは、世界の少数民族や先民族などの生活の場を直接訪れ、異文化を直接体験したり、学んだりするツーリズムのことであり、中南米の先住民(インディヘナ)や、東南アジアのタイやベトナムなどの山地少数民族、東アフリカのマサイなどの集落を訪れるツーリズムが、その代表的な事例として知られている(遠藤・橋本・神田2022)。すなわち、エスニック・ツーリズムとは、エスニック・グループの文化や生活形態の見聞、実際に訪問先の文化を体験することを目的とした観

光である (Jafari, 2000)。このようにエスニック・ツーリズムの概念は、ある地域に住む民族独自の生活文化を対象とした観光全般を含むものである。

エスニック・ツーリズムが注目されるきっかけになったのは、1990年の国連総会における「国際先住民年」の制定であるとされる。その背景には、世界の先住民・少数民族が長期的に主流社会から疎外、あるいは差別されてきたほか、彼ら固有の生活領域における森林開発やダム建設などにより生存を脅かされたことに対して、その包括的な問題解決を図るために国際協力を促進しようとする機運が高まったことがある。そして、公害問題などの病理的現象に直面する文明社会の対極にある、忘れられた先住・少数民族の生活文化・伝統的な知恵に学ぼうとする思想が生まれたことにより、1992年の国連地球サミットにおいて「持続可能な開発 (Sustainable development)」論が提唱され、環境破壊を伴う観光開発を批判した「持続可能な観光 (Sustainable tourism)」という考え方が拡がりを見せたことがある。

すなわち、ホスト地域の文化的アイデンティティを損なわず可能な限り自然環境の保全に努めるといふ、ホスト (先住・少数民族) とゲスト (観光客) との相互理解に至る観光形態が注目されるようになったのである。その一方で、パッケージ化された周遊型のエスニック・マス・ツーリズムをめぐるのは、先住・少数民族の尊厳に留意したり、彼らの固有の文化の価値を知ろうとしたりすることなく、ただ単に「インスタ映えする」彼らを被写体として撮ることだけに愉悅する観光客の倫理性 (観光倫理) を欠いた振る舞いについての批判の声も上がっている (藤巻 2024)。

このような現状に対して宮本 (2011) は、持続可能なエスニック・ツーリズムを実現させるためには観光客が観光地を決める前の段階において、真正性のある伝統文化を尊重する観光客のまなざしを形成することが重要である、という。そのためには、観光客に観光地のイメージを形成するうえで必要な情報を各種メディアや旅行代理店などを通じて提供しなければならない、と指摘している。

そして観光人類学の分野で特に強調されている事柄であるが、民族的・文化的背景の異なる人々とさまざまな交流をすることは、人類文化の多様性についての理解を深め、他者への配慮と尊敬、および協調を促す土壌となり得る。この観光がもつ社会的意義の存在について丸山 (2015) は、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の事例、サウジ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の事例を取り上げて、訪問先の民族への態度が概ね好意的に変化した、という研究を紹介している。また日本国内における観光を通じた他民族への態度変化に関する実証研究では、大阪のコリアタウンを訪問した多くの日本人観光客の韓国人への態度が良くなった、との研究結果を示している。

2.2 地域活性化に向けた観光まちづくりに関する研究

日本をはじめ世界各地において農村地域を中心に高齢化や過疎化が急速に進み、地方政府の財政難が続くなか、低予算で地域資源を活用した「観光まちづくり」が地域振興策の一つとして注目を集めている。森重（2015）は、観光まちづくりの定義について、①地域社会が主体になる、②地域資源を活用する、③交流を促進する、④まちの魅力や活力を高める、という四つの要素で構成される、と整理する。観光まちづくりは単なる観光地づくりではなく、地域社会が主体となって地域資源を活かすことによって、地域住民と観光客との交流を促進し、地域の伝統文化や魅力を発信することで地域を元気にすることにその目的が置かれている。石山（2024）によると、日本における観光まちづくりの動きは1960年代以降、地域存続の危機に直面した地方で生まれ、広がっていった。特に高度経済成長下で都市への人口流出に伴って過疎化が進み、都市開発や観光等によって自然環境や歴史的景観の存続が危機に瀕した中山間地域が、観光まちづくりの先頭に立った。

近年の中国は、日本が高度成長期から安定成長期に移行した当時と似通った状況にあり、経済成長の過程で広がった都市と地方の格差を縮小し、地方経済の持続的かつ自律的發展のためにも地域の雇用や財政収入を支える地域振興策の必要性が強く認識されている。すなわち、日本の過疎地と同じく経済発展が遅れていた内陸の山間部、辺境地域における観光業の育成と発展が、地域振興策の一つとして認識、推進されている。

中国における観光業の発展は、1980年代の外貨獲得を目的とする対外観光開発から1990年代以降ではインバウンド観光のほかに内需拡大に主眼を置く国内観光客を増やすための観光戦略に転換した（兪2019）。そして高山（2007）によると、中国における観光形態は「歴史・文化観光」、「民族風情游」、「エコツーリズム観光」、「レクリエーション観光」、「革命観光⁽⁴⁾」などに分類される。そしてインターネットやスマートフォンの普及、ライフスタイルの多様化に伴い、中国国内における旅行スタイルも変化し、近年では家族や個人客を中心に、少数民族地域での文化体験を目的とするエスニック・ツーリズムの人气が高まっている。

曾（1998）によると、中国におけるエスニック・ツーリズムは主に以下の二つの理由で推進されてきている。第一は、地域間格差の是正である。発展が遅れている少数民族集居地区のエスニック・ツーリズムを盛り立てて、貧困救済と地域振興に繋げることが目的である。すなわち、エスニック・ツーリズムでは少数民族自身が資源であり、比較的少ない投資で立ち上げることができ、関連する第三次産業への就業機会を増やすことで「少数民族地区経済を発展させる突破口」になれると期待される。第二は、エスニック・ツーリズムの発展は中国政府が進めてきた（少数）民族政策の成果として評価されるからである。1980年代に入ってから中国政府は「少数民族は消滅するのではなく、むしろ繁栄する」と訴えてきた。少数民族の言語や文化を尊重し、

(少数)民族観光を通じたさまざまな民族間の交流は少数民族が自らの独特な民族文化を披露、拡散し、中華民族の多様性と統一性を維持することに役立つ。すなわち、少数民族地域におけるエスニック・ツーリズムの政策的な支援、促進には、少数民族を中華民族の大家族の一員としながら「中華民族の大一統」を実現するという目的があった、と言えよう。

中国におけるエスニック・ツーリズムの対象地域は中心部の主要都市から遠く離れた辺境の地であり、確たる経済基盤をもたない地域における地域振興の切り札として戦略的に推進されるようになった。都市生活者からみれば、自らの生活とは異なる特有の生活風習や伝統文化が残されているので、これを観光資源にした観光開発、すなわち辺境地域における地域活性化策は「ホスト」(地域住民)側からみれば、当地における人々の普段の生活そのものが観光資源であるから、特段に新たな観光資源を創出することなく、観光収入を得ることが見込まれるメリットがある。そして「ゲスト」(観光者・来訪者)は、自らの日常とは異なる文化に触れ、驚きや感動を得られるという観光の醍醐味を味わうことができる。

その一方で、宮本(2012)が指摘するように、エスニック・ツーリズムによる観光振興は、地域経済への効果はあるものの、地域住民の生活文化に対してさまざまな衝撃を及ぼす可能性が高い。例えば、過疎地であった小さなまちにおける訪問客の著しい増加は、交通渋滞をひき起こし、ごみや騒音などの生活環境の破壊、家賃や物価(観光客向けの割高な価格設定など)の上昇、および伝統文化の形骸化や変質など、「オーバーツーリズム」が地元住民の生活全般に悪影響を及ぼすこともあり得る。

すなわち、少数民族地域における独特な歴史・文化・景観・風俗などの観光資源開発による地域活性化への取組みは経済的に大きな成果が挙げられる一方で、現場ではさまざまな問題も引き起こす。エスニック・ツーリズムでは、地域が稼ぐ観光、エコツーリズムやグリーンツーリズムなどの観光まちづくりと同様に、少数民族地域経済を活性化するための活動にとどまらず、観光地化と地域の個性や伝統文化の保存、および地域住民(少数民族)生活様態の維持の両立を可能にするための行政と地域住民の熱意や能力・アイデアの活用、という努力が求められるのである。

3. 中国延辺におけるエスニック・ツーリズムの推進とその影響

以上のようなエスニック・ツーリズム、および観光まちづくりに関する基本的な理解に基づいて、本節では朝鮮民族の文化資源を活用した観光開発を積極的に推進している中国の延辺を事例にして、中国におけるエスニック・ツーリズムの現状とエスニック・ツーリズムがもたらす影響を考察していく。

3.1 延辺におけるエスニック・ツーリズムの展開

(1) 韓国人観光客が中心であった観光業の初期段階（1990年代）

先にも述べたが、中国におけるエスニック・ツーリズムは1990年代以降において地域間格差の是正や経済発展が遅れている少数民族地域の地域発展戦略として推進されてきた。しかし、当初は貴州省や雲南省など一部の地域に限られ、その規模も大きくなかった。少数民族文化を活用したエスニック・ツーリズムが国全体で広く行われるようになったのは1990年代以降である。その中で延辺地域も1990年代半ば以降から観光業の発展に力を入れるようになり、近年では地域の基幹産業として大きく成長している。1990年代において朝鮮族の集居地である延辺地域が観光地として大きな発展を遂げた主な要因としては、中国政府による国境観光（中国語：辺境旅游）振興策のはじまりと中韓国交正常化（1992年）があった。

まず国境観光の振興策について敷衍する。1992年において政府が推奨する国境観光の制度化や1995年の国家旅游局（観光局）の観光プロモーション⁽⁵⁾によって、国境観光時代の新しい幕が開かれた。中国政府による国境観光の促進は、政治的には隣接国家との比較を通して改革開放政策への国民的支持を強固にし、経済的には辺境地区の経済発展を促進して、全国各地との連携を推進することが目的であった、と言える。すなわち、国境観光と国内観光の積極的推進を決定した背景には、国民のまなざしを国内外に向け、愛国心と国民意識を向上させると同時に、拡大しつつある地域間経済発展の格差を縮小させるという思惑があった（松村・辻本1999）。

国境観光が推進されるようになった1992年7月当初の国境観光振興策の対象地域は黒竜江省の綏芬河・黒河・牡丹江（1991年に崩壊したソ連の後を継いだロシアとの国境地域）、吉林省の長白市と延辺の琿春市・龍井市（北朝鮮との国境地域）、その他雲南省（東南アジアのベトナムやラオス、ミャンマーとの国境地域）や新疆ウイグル自治区（モンゴルやロシア、および中央アジアとの国境地域）などの15カ所に過ぎなかった。この時期の中国の国境観光はこれらの地域を起点にして、ロシア・北朝鮮・モンゴル・カザフスタン・東南アジアなどとの国境地帯においていくつかの都市と地域を数日間にわたって訪問する観光であった。

そして延辺における国境観光の転機となったのが、1992年8月に発表された中韓国交正常化であった。国交の樹立によって韓国企業による延辺地域への投資がはじまり、それと同時にビジネスや観光を目的とする人的交流の増加が、延辺観光の起爆剤となった。表1に示している通り、1990年代において延辺地域を訪問する観光客のほとんどは外国人観光客であり、そのうちの9割以上が韓国人であった。2010年以降では延辺を訪れるロシア人観光客も増え、コロナ以前の2019年のロシア人観光客数は15万人を超えるようになったが、それでも韓国人観光客の40.5万人に比べるとまだ少ない（延辺統計局2020）。

表1 延辺における国・地域別観光客数の推移（単位：人）

国 別	1990 年		1995 年		2000 年	
	観光客数	シェア	観光客数	シェア	観光客数	シェア
外国人観光客数の合計	9,920	100.00%	103,848	100.00%	148,178	100.00%
韓国	9,580	96.57%	99,238	95.56%	117,198	79.09%
日本	254	2.65%	1,956	1.97%	2,965	2.00%
ロシア	0	0.00%	415	0.40%	25,721	17.39%
米国	46	0.46%	298	0.29%	991	0.67%
シンガポール	6	0.06%	211	0.20%	186	0.13%

出所：延辺統計局『延辺統計年鑑』（2005年度版）に基づき筆者作成。

この時期、ほとんどの韓国人観光客の目的地は中国と朝鮮半島の境目にある長白山（韓国名：白頭山）であり、そのついでに自分らと同じエスニック・アイデンティティを有する朝鮮族が集居している延辺地域を遊覧した。松村（2009）が言うように、長白山は朝鮮族と満州族にとって建国神話の舞台であり、民族の聖地として信仰・崇拝の対象であったことから、中韓国交正常化をきっかけに1990年代半ばから韓国人が大挙して延辺を訪問するようになった。鄭（2003）は韓国人が延辺を訪れる理由として、①韓国人にとって延辺は、朝鮮民族の伝統的な民族文化や生活風習が保存されている、いわば「郷愁」を感じさせる地域であったこと、②高句麗や渤海国などの古朝鮮の歴史遺跡と長白山訪問が韓国人にとっての宿願であったこと、③韓国と北朝鮮の間で民間レベルの交流が極めて困難な状況が続くなか、韓国人にとっては延辺が「北朝鮮を代位する」と認識されたことを挙げている。

その次に延辺を訪れた韓国人観光客に人気が高かったのが、中朝口の三国国境（琿春市）、および中朝二国の国境（図門市、龍井市、和龍市）を遊覧する国境観光であった。国境観光の魅力について三原（2003）は、隣国が人為的にラインを引いて国境を作り、政治によって往来を封じ込めたことはむしろ隣国の文化の発展状況に関する興味がそそられるし、また文化の差異を見出すことを期待しながらも、同一性を見出すことのできるという魅力がある、と説明する。韓国人観光客にとっての延辺の国境観光は、高台に登って中国とロシアと北朝鮮の三国国境を流れる図門江から延伸する日本海を眺めたり、鎖国によって孤立を深めている北朝鮮側に住む住民（韓国人や中国の朝鮮族と同じ民族）の生活と現実の厳しさを垣間見たりする、唯一の機会となったのである。

（2）観光業の漸次的発展段階（2001～2014年）

21世紀に入ってから延辺の観光業は新しい時代を迎える。2001年から2014年の期間中には、「中朝口三国国境地域」という唯一無二の地理的優位を観光資源として開発しながら国内外の観

光客を誘致するためのさまざまな取り組みが進んだ。観光業の発展に向けて陸・海・空の観光路線整備や観光施設造成などのインフラを構築し、観光業務水準の向上を図るための人材育成に取り組み、延辺地域特有的お土産や商品の開発にも力を入れてきた。

例えば、2000年に東草（韓国・江原道）—ザルビノ（ロシア）—琿春間を運航するフェリー（東春号）による団体観光ルートとして「白頭山航路」が開設され、2000年8月にはソウル—延吉間の直行便がチャーター便として就航し、2003年5月以降ではアジアナ航空によるソウル—延吉便が週1便から週3便に増便された。観光施設の増設と観光資源開発がさらに進み、2006年には長白山保護開発区管理委員会を設立して長白山が「国家5A級景勝地⁽⁶⁾」に選定されたことを契機に、地域の豊かな景観と森林資源を活用したエコツーリズム推進の動きも広がった。

そして日々拡大し、また地域の重要な産業として成長しつつある観光業を担う人材を育成するために、地域拠点大学の延辺大学経済管理学院において3年制短期コース（1993年に設立）であった観光学科を4年制本科の観光管理学科（2000年）に昇格させた。また、従来からの延辺地域の有名な特産物であった高麗人參、熊胆、鹿茸、靈芝（マンネンタケ）を原材料とする医薬品と保健品の生産開発能力が増設され、酒、キムチ、漬物、餅、冷麺などの民族の特色食品の土産商品化が大いに推進されるようになった。

これらの全方位的な観光資源開発と観光産業の推進の結果、2014年の延辺地域における観光客数は、外国人観光客が62.8万人、国内観光客が1,298万人の合計1,361万人に上り、中国国内でも有数の観光地に成長した。その10年前の2004年に比べると、観光客数では約5倍、観光客の消費額では約14.3倍も増加し、観光業は延辺地域のGDP、雇用を牽引する重要な産業になったのみならず、延辺地域の地理的特色と朝鮮民族の文化・風習を国内外に向けて発信する重要な手段となった。

(3) エスニック・ツーリズムの勃興と延辺の観光まちづくり（2015年～）

そして2015年以降の延辺地域では朝鮮民族の伝統文化や伝統工芸、風俗習慣などを活用したエスニック・ツーリズムを主とする観光事業が勃興し、延辺は国内各地から大勢の観光客が押し寄せる有名な観光スポットになっている。そのきっかけとして2015年に国家主席の習近平氏の延辺地域訪問、吉林省の省都である長春から琿春市を結ぶ高速鉄道の開通があった。さらに、2010年代以降の中国国内で高まった韓国ブームが、韓国と同じ文化と風習を有する延辺にて朝鮮民族のさまざまな文化を体験しようとする目的をもつ中国人観光客の急増をもたらした。

延辺におけるエスニック・ツーリズムのメインスポットとして知られているのは、延吉市と龍井市の境目となっている帽児山に位置し、中国、韓国、日本の三カ国の著名な建築家によって設計された「中国朝鮮族民俗園」（2012年に開業）である。全長1,600メートル、建築面積が4万平方メートルにも達するこの民俗園は、朝鮮民族の独特な歴史と文化的特徴を景観として再現し

つつ、朝鮮民族の民俗風習を体験でき、民族歌謡や舞踏なども鑑賞できる総合型の観光リゾート施設である。「観ること」にとどまらず、朝鮮民族の板跳び、朝鮮民族ぶらんこなどの伝統的スポーツや朝鮮民族の伝統服飾であるチマチョゴリの試着など、民族文化を「体験する」工夫がなされ、特に若い女性観光客の人気を集めている。

その他にも、延吉市⁽⁷⁾内の「水上市場」(毎日の朝に開かれる朝市)や延辺大学の正門前にある「大学城」などの人気スポットがある。毎日の早朝から午前にかけて開催される水上市場では、朝鮮民族の伝統料理や長白山で採られた山菜、高麗人参や靈芝のような漢方薬材などを手ごろな価格で販売し、日常雑貨や特産品などの取扱品目や食べ物の種類が豊富であることからSNS上で多く宣伝され、いつも大繁盛している(写真1, 写真2)。



写真1 延吉市朝市で朝鮮民族の食文化体験
出所：2023年7月31日筆者撮影。



写真2 朝市で販売される延辺の特産品
出所：2023年7月31日筆者撮影。

また、インスタ映えスポットとして若者の中で話題になり、観光客で賑わう延辺大学正門前の「大学城」は、中国語と併記された韓国語の看板が数多く掲げられた各種店舗の集積地で、夜になると華やかに色採られたネオン看板が点灯され、「ここは韓国なのか中国なのか」と疑うような異様感を覚えるほどのたくさんの韓国料理の食事処と撮影スポットとして観光客を集めている(写真3, 写真4)。



写真3 延辺大学正門前「大学城」(昼)
出所：2023年8月1日筆者撮影。



写真4 延辺大学正門前の「大学城」(夜)
出所：2023年8月1日筆者撮影。

このような韓国旅行の疑似体験が可能な延辺のエスニック・ツーリズムは、2017年以降において特に盛り上がった。その背景には、2016年韓国でTHAAD（高高度防衛ミサイル）を配備したことで中韓両国間の政治関係が冷え込み、中国から韓国への渡航者が劇的に減少したことがあった。すなわち、韓国観光の代替地として韓国旅行の疑似体験が可能な延辺（朝鮮民族の文化観光）が注目されたのである。2017年における延辺の観光客数は、はじめて年間2千万人超えの2,084.6万人に達し、その後も増加傾向が続き、コロナ前の2019年では2,694.8万人に上った。

ホストである延辺の人々からすると、現地固有の景観や文化、食生活などをそのまま観光資源として活用することによって収入を得ることができ、ゲストたち（ツーリスト）は国内において、比較的到低いコストで朝鮮民族の伝統文化と生活風習に触れる異色体験の機会が得られるという、両方にとってコスパの高いツーリズムであったことから、延辺のエスニック・ツーリズムが急速に発展した。

3.2 エスニック・ツーリズムがもたらしたもの

上記のようなエスニック・ツーリズムの勃興と延辺の観光ブームは、大型の企業や産業がなく、経済発展の基盤が弱かった国境地域の小さなまちを活気づかせ、地域特産物の生産と販売拡大、およびサービス産業の増加を通じて経済成長と雇用増加をもたらした。その一方で前述の宮本（2012）が指摘したような「オーバーツーリズム」がひき起こす諸問題——交通渋滞、ごみや騒音の増加に伴う生活環境の破壊、および消費者物価（観光客向けの割高な価格設定の影響）の上昇など——も見られるようになった。以下では延辺におけるエスニック・ツーリズムの発展が、延辺地域の経済、朝鮮民族の伝統文化の保護や継承、ホスト地域の（朝鮮）民族に対する意識変化にどのような影響を及ぼしているのかを考察する。

(1) エスニック・ツーリズムの経済的効果

近年、延辺地域におけるエスニック・ツーリズムの促進は、多くの国内観光客を誘致することができた。延辺は、1990年代までは国内では無名で国内観光客がゼロに近かった。しかし、2000年代になってからは国境観光の地、エスニック・ツーリズムの地として名をはせ、また南方人（特に東南沿海地域に住む比較的豊かな人々）の冬景色観光のブームにも便乗して大量の国内観光客を集めることができた。

図1に示すように、延辺を訪れる観光客は2000年代はじめには海外（主に韓国）を中心に、2010年代では国内観光客を中心に、急増した。また海外観光客が2015年頃に頭打ちしている一方で、国内観光客はコロナパンデミックによって人々の移動が厳しく制限されるまでは右肩上がりに上昇し、2019年では約2,700万人が延辺を訪れた。そしてコロナパンデミックの影響（2020年の訪問客数は789万人に減少）が一段落した2023年では急回復し、コロナ以前の2019

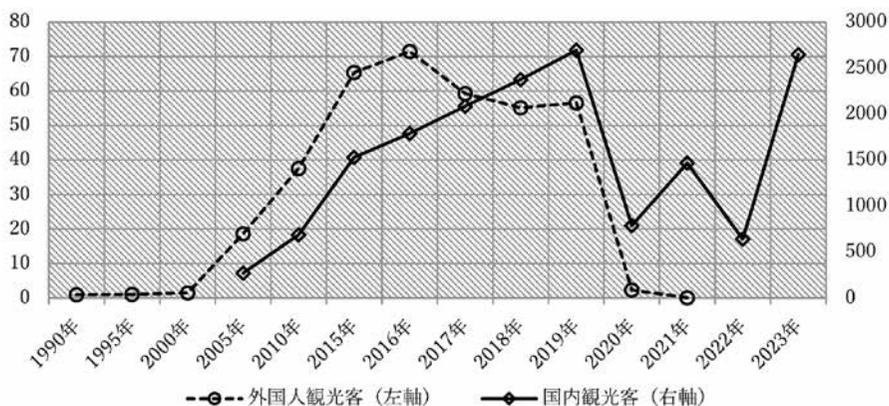


図1 延辺における外国人観光客数と国内観光客数の推移 (単位：万人)

出所：延辺統計局『延辺統計年鑑』、『延辺年鑑』、『延辺統計広報』（各年度版）に基づき筆者作成。

表2 延辺における観光収入の推移 (単位：億元)

	観光収入合計	国際観光収入	国内観光収入	域内総生産額
1990年		0.11		42.24
1995年		0.96		90.51
2000年		0.26		237.64
2005年	24.9	3.40	21.6	168.28
2010年	84.8	7.70	77.1	368.08
2015年	268.4	17.70	250.7	635.43
2016年	335	20.20	314.8	669.07
2017年	405	17.90	387.1	688.33
2018年	473	2.50	456.4	708.17
2019年	555.3	2.70	537.5	722.56
2020年	98.1	0.80	97.2	722.87
2021年	138.1		138.1	801.17
2022年	138.1		85.33	820.58
2023年	434.7		434.7	875.76

出所：図1と同じ。

年の水準にまでV字回復を遂げている（延辺州政府、「延辺朝鮮族自治州国民経済と社会発展統計公報」）。

そして表2に示すように、観光客数の増加に伴って延辺の観光収入も急増している。特に国内観光客数が急増した2015年頃から国内観光収入が右肩上がりに上昇し、2016年に頭打ちした国際観光収入の減少を補って余りのあるような経済効果をもたらしている。最高額となった2019

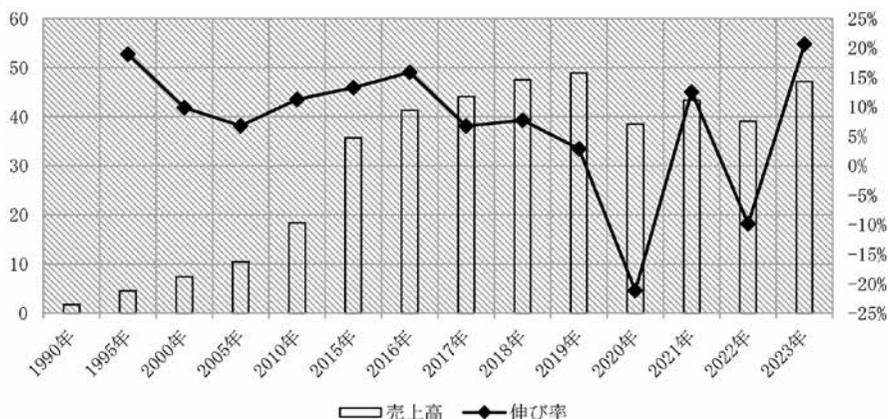


図2 延辺の宿泊・飲食業の推移 (単位: 億元, %)

出所: 図1と同じ。

年では555.3億円の収入を獲得し、対域内GDP比率が77%までとなっている。付加価値ではなく、ただの収入額であるため単純に割合は計算できないが、2000年時点でたった1%しかなかった比率が77%にまで上昇したことからも、域内経済に対する観光業の貢献が小さくないことが推察される。

このような観光客の増加に伴う経済的効果の拡大は、図2に示す延辺の宿泊・飲食業の推移からも確認できる。延辺の宿泊・飲食業の売上額は、1990年代以降において右肩上がりに上昇し、2020年のコロナパンデミックがはじまる以前の20年間に於いて年率平均約10%の成長を見せた⁽⁸⁾。宿泊・飲食業が労働集約型のサービス産業の一つであることから、延辺の観光業の発展が域内の雇用創出にも大きく貢献していることは言うまでもない。

(2) エスニック・ツーリズムが朝鮮民族文化の保護・継承に及ぼす影響

本来、少数民族の固有な文化が次世代へと絶えずに継承されていくためには、その地域で生活しながら民族の教育を受け続ける必要があると言える。しかし、以下の二つの要因によって延辺地域における朝鮮民族文化の伝承と発展は大きな危機に直面している。

その一つは、延辺の朝鮮族人口が継続的に減少していることである。図3からも確認できるように、朝鮮族は中国の東北三省に集中的に分布し、中でも吉林省の延辺(朝鮮族自治州)に集居(94万人のうち、約70万人)していることから、延辺には中国の中で最も朝鮮民族文化や風習が残されていると言える。

その一方で、近年では朝鮮族の国内外への大移動や民族教育制度の改革に伴い、民族文化の保存と継承が困難な状況に置かれている。まず、朝鮮族は中国の少数民族の中でも特に移動が多く、出身地を離れて海外、国内の他地域への人口移出が多かった。東北三省以外の東南沿海部地

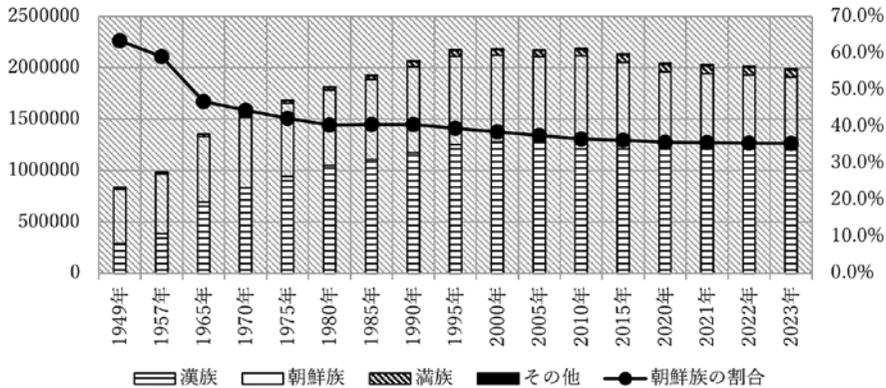


図4 延辺における民族構成とその推移（人，%）

出所：延辺統計局『延辺統計年鑑』各年版，延辺州政府のホームページの発表資料に基づいて筆者作成。

な教育体制の下で「中国国民としてのナショナル・アイデンティティ」と「朝鮮民族としてのエスニック・アイデンティティ」の双方をそれぞれ形成，維持してきたのである。

しかし，市場経済の発展に伴って人口の沿海部地域への移動が進むなかで，民族独自の朝鮮語文字・言葉よりも，共通語である漢語の使用価値がますます高まることになった。その結果，朝鮮族の家庭では朝鮮語の学習よりも漢語の学習と使用を重視するようになり，子供を漢族学校に通わせる「民族学校離れ」が進んだ。これらの漢族学校に通う朝鮮族の学生は，徐々に朝鮮語を流暢に話すことができなくなり，民族的アイデンティティを保持・伝承しようとする意識も薄れていく（趙2007）。このような流れは，中国政府の「民族団結教育」政策の下，少数民族に対する漢語教育強化政策が開始したことによって一気に広がった。

特に，本来は少数民族（優遇）政策の一つとして実施されてきた大学受験における少数民族に対する特別な優遇措置（①漢族の受験生と同じ「国語」科目に加えて，少数民族語の国語（朝鮮族の場合は「朝鮮語」）科目が設置されている，②少数民族の言語で作られた試験問題と解答，③少数民族の加点）が，漢族受験生の「逆差別」に当たるとの反対世論によって徐々に廃止されるようになった。とりわけ中国教育部の「2022年普通高等学校招生工作規定」において，「2026年度の大学入試から少数民族の言語による受験と優遇措置（朝鮮族は大学入試で5点加算）を正式に廃止する」ことが決定・公布されたのである。このような中国政府による少数民族教育制度の改革に伴い，2022年以降において延辺の朝鮮族学校⁽¹⁰⁾では小学校から完全な漢語教育を行うようになり，既存の朝鮮語の教科書も全て漢語に変更された。

上記のような，社会経済的，政治的，制度的諸要因によって朝鮮民族固有な文化が喪失の危機に晒されているなか，それを克服する手段としてエスニック・ツーリズムに大きな期待が寄せられるようになった。2023年7月に筆者が延辺で行った現地調査では，延辺に訪れている多くの観光客が，朝鮮民族独自の文化に興味を示しており，朝鮮民族の文化や伝統を体験している様子

を確認できた。また、中国版Instagramとも呼ばれていて観光スポットの紹介動画などが多く拡散し、中国国内の観光業に大きな影響を及ぼしている「小紅書 (Xiaohongshu)」アプリにおいても、延辺で朝鮮民族文化を体験できる有名な観光スポットが数多く紹介されるようになった。多くの観光客が延辺において朝鮮民族の文化を体験したり、ホストである現地の朝鮮族と交流したり、その異色の体験の感想を広く拡散することは、少数民族地域の伝統文化を保護・継承する重要な手段となっていると言える。

そして前項で説明したエスニック・ツーリズムがもたらす経済的効果が、地域社会と経済の再生に繋がり、民族文化が伝承できる魅力的なまちづくりを行いながら所得を得て生業を立てられる雇用機会を創出することで、朝鮮族の海外と国内他地域への流出を食い止めることができる。延辺において民族教育を受け、民族のアイデンティティを保持し、民族の文化と風習を国内外に向けて広める、という誇り高き生活様態を形成する手段としてエスニック・ツーリズムには大きな期待が寄せられているのである。

(3) エスニック・ツーリズムと朝鮮族に対する意識の変化

前項で説明したように延辺の観光業の発展は、1990年代では韓国人観光客を中心に、2000年代の半ば以降では国内観光客によって支えられている。2015年ごろからは国内観光客の急増に圧倒されて外国人観光客の規模がかすんで見えるが、コロナ以前の2019年に延辺を訪れた外国人観光客は56.6万人、そのうち韓国人観光客が40万人を超え、エスニック・ツーリズムの地としての延辺の魅力が国内外に広がっていたと考えられる。

那須(2018)が指摘しているように、地域の観光産業が発展し、地域経済が活性化するためには、その地域に訪れる観光客を増やす必要があり、観光地においては、新規観光客の獲得によって一度きりの訪問者を増やすのではなく、何度もその地域に訪れてくるリピーター観光客が存在することが重要である。そして、観光地で「楽しい気持ちになれる」、「他の地域にはない経験」、「歴史や文化から学ぶ」、「懐かしい気持ち」、「心が癒された」といった経験がリピーターを増やす条件となる。

今日においては、上記のような観光地または旅行先の地域住民に対する感想や満足度は、ソーシャルメディアに投稿される場合が多い。さらに、ソーシャルメディアで投稿されたコメントは旅行先の観光客集めや観光地のイメージ形成に大きな影響を及ぼす。先行研究が示している通り、スマートフォンとソーシャルメディアが普及している現代社会において観光客は、次の旅先を選定する際に、ソーシャルメディアにおける口コミ、投稿されている写真や動画、および一般の利用者からのリアクションなどの評価が、意思決定に影響する要因となっている。

このようなソーシャルメディアにおけるコミュニケーションが、消費者の消費行動や旅行者の観光情報収集に及ぼす影響に関しては、さまざまな研究が行われている(石森・山村2009)。他

方で、エスニック・ツーリズムに関する既存研究では、観光後に民族間関係を悪化させたネガティブな研究結果もあるものの、「旅行先での民族文化の体験や現地の人々と実際に交流は、民族間の相互理解や多様性の受容につながる」との肯定的に捉える研究結果のほうが多くみられるのは、先の丸山（2015）の紹介でも指摘した通りである。

佐々木・方（2001）は、朝鮮族は中国の少数民族としてのエスニシティとともに、彼らのルーツである韓国に対する同一性を抱いてきた、と述べている。しかし、1990年代以降、韓国人と接触しても、商業慣行の違いや差別的な経験から、「同胞」意識が強くなるどころか逆に失望してしまい、同じ朝鮮民族として同化を指向することなく、むしろ韓国内で「中国朝鮮族」として韓国人とは異なる民族性を主張する傾向も強かった。その背景には、韓国には約70万人の朝鮮族が生活し、多くの人が朝鮮族の多い特定地域に集居して独自の生活圏を形成していることがある。その一方で、韓国在住の朝鮮民族が増え続けるなか、近年では「オレオレ詐欺」「売春」「強盗殺人」などの犯罪事件も増加傾向にある、などのことが朝鮮族に対する偏見や差別感情にも結びついてしまった。

このような現状を踏まえ、延辺を訪れる韓国人観光客によるエスニック・ツーリズムとそれを紹介する動画が、延辺と朝鮮族のイメージにどのような影響をもたらしたのかを見てみよう。ここでは、韓国人の観光系 YouTuber が製作・アップしている延辺観光の3本の動画（再生回数100万回以上）と、その動画に投稿されたコメント（韓国人によるものが主であるが、その他の韓国語・朝鮮語が話せる視聴者もいると考えられる。2024年1月1日～2024年11月1日に書き込まれたコメントのみ）の分析を行う。分析方法としては、三つのYouTube動画へのコメントから今回の研究と関係性の高い頻出語をそれぞれ五つのカテゴリーに区分して、コメント件数の順で並べ、その好貶の意識を比較した。その分析結果をまとめると以下の表3ようになる。

表3 YouTube動画コメントから見るエスニック・ツーリズムの影響

ユーザー (A)			ユーザー (B)			ユーザー (C)		
順位	コメント内容	コメント件数	順位	コメント内容	コメント件数	順位	コメント内容	コメント件数
1	食文化・当地グルメ	65	1	食文化・当地グルメ	71	1	アイデンティティ	54
2	利便性・コスト	34	2	親近感	38	2	誹謗中傷・攻撃	35
3	観光に行きたい	32	3	利便性・コスト	31	3	偏見・先入観	30
4	親近感	28	4	観光に行きたい	24	4	伝統文化・韓服	23
5	偏見・先入観	18	5	偏見・先入観	19	5	親近感	5

出所：筆者整理。

表3で示している通り、三つのYouTube動画へのコメントの中で最も多かったのは、「食文化・当地グルメ」で、食べてみたい、美味しそう、などの（好意の）内容だった。そして二番目に多かったのは、同じ民族の文化や言葉に「親近感」を感じたとの（好意の）コメントであった。その次に多かったのが（貶意の）「偏見・先入観」に関するコメントであった。具体的には、今まで韓国のメディアや映画⁽¹¹⁾などを見て朝鮮族や延辺に偏見があったが、動画を見てイメージが変わった、との（好意的な）内容が多かった。そのほかに、「利便性・コスト」に関するコメント（言葉が通じるのは便利、物価が安い、キャッシュレス決済が進んでいるなど）では、このように便利さと安いコストが延辺観光の魅力であると（好意的に）認識されていることを示している。その一方で、ユーザーCの動画では単に延辺を観光しただけではなく、朝鮮民族のアイデンティティや伝統文化に関する製作者の感想が多く述べられていたこともあって、「朝鮮族は自分のアイデンティティが確立できていない」「アイデンティティを失っている」「韓服は韓国の伝統服飾であるのに中国のものであるように使用していることは韓国文化の盗用だ」などのネガティブで、攻撃的なコメントが多かった。

今回の分析で取り上げている三つのYouTube動画以外の延辺の観光に関する動画に対する投稿でも、延辺や朝鮮族に対する韓国人の偏見や差別意識を解消することに一定の効果があったことが確認できる。とりわけ、延辺のエスニック・ツーリズムの推進が、韓国人の延辺と朝鮮族、中国と中国人に対する意識の好転と民族間、国民間関係の改善に役立っているという肯定的な評価が可能である。言うまでもなく、YouTube動画の内容は製作者のコンテンツ制作能力の相違に加えて、製作者の主観的な感想や意図に基づいて作成されていることから、ユーザーのコメントにも大きな好悪の差異が現れているので、一つの動画に対するコメントよりも多種多様な動画へのコメントを総合的に、交差的に分析、考察していくことが分析結果の正確性を保つうえで重要であると言える。

4. おわりに

本稿では、中国東北地域の中朝国境地帯に位置している延辺朝鮮族自治州のエスニック・ツーリズムを題材にして、現在勃興中の中国のエスニック・ツーリズムの背景、内容、および問題点と課題などについて整理した。本稿の考察によって明らかになった中国のエスニック・ツーリズムの特徴は、以下の四点にまとめられる。

第一に、中国のエスニック・ツーリズムの発展は、日本や他の国・地域と比べて、国家による制度的、政策的推進の結果としての性質が顕著である、と言える。これは中国における少数民族の集居地が有する地理的特徴——主に内陸山間部や国境地帯に住んでいる——に加えて、1980年代以来の経済発展戦略——「先富論」の理念と「国際経済循環への積極的編入」策に基づく東

南沿海部中心の輸出主導型発展——がもたらした漢民族が集居する中心部（東南沿海地域の都市部）と周辺部（辺境、国境地帯）の間の社会経済発展格差を収束させる一つ的手段として、少数民族地域におけるエスニック・ツーリズムが推進されていることに由来する。

第二に、国境地帯の中国朝鮮族が集居している延辺地域のエスニック・ツーリズムも、このような国家による制度的、政策的推進を追い風に勃興したが、ほかの少数民族地域より突出して重要な要因として「韓国」の存在を指摘できる。韓国人観光客が延辺のエスニック・ツーリズムの初期段階の発展を支えていたこと、今日においても延辺を訪れる外国人観光客の大部分を占めていることから、その重要性を窺い知ることができる。中国の朝鮮族と北朝鮮の国民と（過去一段の）歴史を共有し、また同じ文化と風習を保持している韓国が近くにあるということは、国内の他の少数民族にはない延辺独自の優位である、と言える。特に中朝国境に位置している延辺を訪れ、川を隔てて北朝鮮のまちと人々を眺めること、言葉や飲食や風習などにおいて自らと酷似している中国朝鮮族と交流することは、人為的な政治的要因によって分断、隔離を余儀なくされた（朝鮮）民族の悲運と郷愁を噛みしめられる機会となっており、今後も韓国人観光客の延辺訪問は絶えないと考えられる。これは韓国人観光客が延辺訪問前に持っていた偏見や差別意識が訪問後に概ね好意的な変化していることにも裏付けられている。

第三に、今日の延辺のエスニック・ツーリズムの主役は、中国の中心地域——東北三省の他地域や東南沿海地域——からの漢民族国内観光客である。延辺が有する中国の漢民族文化に同化（人口構成の変化がもたらす当然の結果）されながらも、固有の朝鮮民族の文化と風習を保持している独特な雰囲気は、中国における韓流ブーム（芸能、食、美容など）の盛り上がりに伴って、韓国旅行の疑似体験、追加体験（一度韓国を旅行した人々にとっての再体験、比較経験）の地としてその魅力度、人気度を上げている。逆説的でもあるが、中韓政治関係の悪化によって韓国への渡航が控えられるようになったこともまた延辺のエスニック・ツーリズムを促進する要因となっている。

これらの「南方小土豆（Nanfangxiaotudou）」との愛称が付けられている南方の熱帯、亜熱帯地域からの観光客にとっての延辺地域は、夏は心身の涼む地として、冬は氷雪を楽しむ地として、そして朝鮮民族のエスニック・ツーリズムの地としてますます広く認知されるようになっており、延辺地域のエスニック・ツーリズムの将来展望は明るい。今後の経済発展に伴って国民の所得水準が上がり、余暇を楽しむワークライフバランスの志向が高まるにつれて、そして他民族の文化と風習に接するという異色体験を追求する嗜好の増加に伴って延辺のエスニック・ツーリズムの需要は拡大し続けると予測される。

第四に、延辺地域におけるエスニック・ツーリズムは、製造業や花形のIT産業、金融産業がほとんど立地していない辺境地域の経済振興の重要な担い手に成長しつつある。労働集約型のサービス産業に分類できる観光業の発展は、関連する交通輸送や宿泊・飲食業の成長に加えて、

地域特産品の商品化と生産拡大に伴う製造業の成長にもつながっている。このようなエスニック・ツーリズムの振興は、域内経済の持続的な成長と雇用機会の創出を通じて域内人口（とりわけ朝鮮族人口）の国内外への流出を食い止め、少数民族文化の保持と伝承の条件を創り出すことが期待されている。

延辺のエスニック・ツーリズムの発展は、地域経済の活性化を実現する観光まちづくりの策として一定の成果を上げている一方で、国境地域の小さなまちにおける「オーバーツーリズム」の諸問題も顕在化している。すなわち、観光シーズンになると深刻になる交通渋滞、飲食店の混み合いなどのまち全体での混雑が、外部者（観光客）と内部者（住民）の間の資源の奪い合いをもたらし、民族間の楽しい交流の可能性を低下させる。さらに、地域が観光地化されるに伴って上昇し続ける物価（ホテル料金、飲食料金、タクシー料金、地域特産物の価格など）は、地域住民が本来享受していた安易かつ素朴な生活様態を破壊する要因になっており、一部の人々（特に観光業と直接のかかわりを持っていない人）からの墮落感を買っているのも事実である。

したがって、これからの延辺のエスニック・ツーリズムは、大羽（2018）が指摘するような「地域が稼ぐ観光を実現するためには、人数の拡大から金額（観光客数から観光消費額）の増額へ物差しを変える」必要がある。すなわち、見栄えのいい写真や動画を「小红书」や「微博（Weibo）」などのSNSにアップして閲覧者を増やすためだけに延辺を訪れる観光客（中国語：博客（Boke））の人気を集めるためのプロモーション段階から、少数民族地域の異様な景色よりも異色の体験のためにお金を使おうとするリピート顧客を増やす努力を行う段階への移行が、延辺のエスニック・ツーリズムの今後の大きな課題となっている。

本稿は、延辺朝鮮族自治州および中国のエスニック・ツーリズムに関する研究の第一歩として、まずはその基本的特徴の概括と主な事柄の紹介を中心に構成されている。今後の研究課題として、朝鮮族やその他の少数民族地域におけるエスニック・ツーリズムの成功と失敗例、および民族の文化資源を活用するエスニック・ツーリズムに依拠した過疎地、辺境地域のまちづくりの事例研究、比較研究を進め、エスニック・ツーリズムがもたらす社会・経済的效果を評価するための指標体系の構築と計測の精緻化に努める必要があると考えられる。

《注》

- (1) 中国大陸では「民族観光」「民族風情遊」とも言うが、台湾では「異族観光」、欧米や日本の研究者らはエスニック・ツーリズムと称している。中国には55の少数民族があり、これらの少数民族は古くから内陸や辺境地域に集居しており、漢民族の歴史と文化が根付いていた中心地域とは異なる景観と風俗を発展させてきた。これらの少数民族地域を対象とする民族観光を、本稿ではエスニック・ツーリズムと呼ぶ。尾崎（2020）が指摘するように、中国における民族観光の全てがエスニック・ツーリズムに分類されるわけではないが、少数民族地域の観光地における建物やオブジェなどの景観、従業員の服装などにおいて少数民族の風俗習慣や文化を想起させる表象が織り込まれていることが極めて多く、中国の民族観光はエスニック・ツーリズムを中心に展開していると理解して差し支え

ない。

- (2) 延辺朝鮮族自治州は1952年9月3日に「延辺朝鮮族自治区」として創立され、1955年8月30日に「延辺朝鮮族自治州」に変更された。中国東北三省の一つである吉林省の東北部に位置し、ロシアと北朝鮮に隣接し、2023年現在の総人口194万人うち朝鮮族が70.6万人である（その他、漢民族が120万人、満族が7.1万人など）。延辺は、中国最大の朝鮮族集居地域として朝鮮族固有の特色にちなんで「礼儀の郷」「歌舞の郷」「教育の郷」「蹴球の郷」と呼ばれてきた。
- (3) 本稿では、中国国内の朝鮮民族（人）そのものを論じる際には「朝鮮族」、歴史的に朝鮮半島にルーツをもつ人々が継承・保持してきた民族の文化、伝統、風習などを論じる際には「朝鮮民族」、という形で分けて表現している。
- (4) 中国共産党の革命史跡をめぐる観光を指す。党を象徴する紅色にちなんだ「レッドツーリズム（紅色観光）」の対象地としては、中国国内では「革命の揺籃」と呼ばれる江西省の井冈山、「革命の根拠地」であった陝西省の延安、「革命の最高領袖」と称される毛沢東の生家がある湖南省の韶山が、海外ではマルクスの生家があるドイツのトリアやロシアのレッド広場などがある有名である。
- (5) 1995年の観光プロモーションでは、中国エスニック・ツーリズムの促進に向けて、少数民族や漢民族の地域性をテーマとした観光ルートや少数民族の祭りを観光商品として推奨し、多彩なイベントを開催した。例えば1995年の元旦に、北京にある少数民族テーマパークの中華民族園にてエスニック・ツーリズムの開幕式が盛大に開催された。また広東省深圳の錦繡中華微縮景区や中華民俗文化村などの少数民族テーマパークでも各民族の文化や風俗を紹介、体験するさまざまなイベントが開催された（松村2000）。
- (6) 中国国内の観光地に対するランク付けは、観光地の文化や歴史、科学的価値のほか、観光の利便性や安全性、環境保護などに対する評価基準に基づいて1Aから5Aまでのランク付けがなされており、5Aはそのなかで最高のランクである。
- (7) 延辺朝鮮族自治州の州府として常住人口は69万人（そのうち朝鮮族が29万人）であり、延辺の政治、経済、文化、教育の中心都市である。
- (8) コロナパンデミックがはじまった2020年では-21%、その反動で2021年では+13%に回復したが、2022年では中国国内でロックダウンが頻繁に行われた影響を受けて-10%となった。そしてコロナが基本的に収束した2023年（とりわけ春以降）において急回復し、全年では+21%を記録した。
- (9) 李・崔（2019）によると、20世紀80年代以降、血縁と地縁で結びついている韓国へ出稼ぎに向かう中国朝鮮族が増加した。とりわけ、世界的な「韓国ブーム」が生まれる前から韓国への移動がはじまった。韓国以外では、日本、ロシア、アメリカなどへの国際移動が多い。2023年現在の東京周辺だけでも約10万人の中国人朝鮮族が住んでいるが、その背景としては、日本に住んでいる中国の朝鮮族は、もともと朝鮮語と中国語のバイリンガルとして、文法としては韓国に似通っていて、漢字が多く使われている日本語を学ぶことが比較的容易であった、ということが指摘できる。
- (10) 延辺の朝鮮族中学校の在学学生数は、2010年の8,101人から2020年には7,365人に、朝鮮族高校の在学学生数は2011年の8,546人から2021年には4,971人に急減している。
- (11) 韓国に住む延辺朝鮮族の犯罪事件・事例を題材にした代表的な映画としては、『黄海』（2010年公開）、『青年警察』（2017年公開）、『犯罪都市1』（2017年公開）などがある。

参考文献

- 石山千代（2024）「観光まちづくりのこれまでとこれから」（西村幸夫ほか編『観光まちづくり展望——地域を見つめ、地域を動かす』学芸出版社、序章所収、pp.11-40）。
- 石森秀三、山村高淑「情報社会における観光革命：文明史的にみた観光のグローバルトレンド」『JACIC情報』24（2）：5-17。
- 遠藤英樹・橋本和也、神田孝治編著（2022）『現代観光学——ツーリズムから「いま」が見える』新曜社。
- 大羽昭仁（2018）『地域が稼ぐ観光』株式会社宣伝会議。

- 尾崎孝宏 (2020) 「エスニックツーリズムと民族料理 — 中国内モンゴル自治区中部の事例より」『文化人類学』85 (3): 505-523。
- 小長谷一之 (2016) 「地域創造型観光のマネジメント — 成功事例からみる7つの原則」(『地域創造のための観光マネジメント講座』学芸出版社, 第15章所収, pp.199-207)。
- 佐々木衛・方鎮珠編 (2001) 『中国朝鮮族の移住・家族・エスニシティ』東方書店。
- 曾士才 (1998) 「中国のエスニック・ツーリズム — 少数民族の若者たちと民族文化」『中国21 (愛知大学現代中国学会)』3: 43-68。
- 高山陽子 (2006) 『民族の幻影 — 中国エスニック・ツーリズムの行方』東北大学出版会。
- 鄭明子 (2003) 「中国朝鮮族の雇用問題と人口移動 — 吉林省・延辺朝鮮族自治州を中心に —」『地域と社会 (大阪商業大学比較地域研究所)』6: 117-148。
- 趙貴花 (2007) 「グローバル化時代の少数民族教育の実態とその変容 — 中国朝鮮族の事例」『東京大学大学院教育学研究科紀要』47: 178-187。
- 那須一貴 (2018) 「地域の魅力度と地域での経験価値が観光客の満足度と再来訪意向に及ぼす影響に関する考察」『文教大学国際学部紀要』28 (2): 65-84。
- 藤巻正己 (2024) 「エスニック・ツーリズムの現状と課題」(神田幸治・森本泉・山本理佳編『現代観光地理学への誘い — 観光地域を読み解く視座と実践』ナカニシヤ出版, 第II部第8項所収, pp.82-89)。
- 松村公明 (2009) 「中国吉林省・延辺朝鮮族自治州における国境観光の地域的特色」『立教大学観光学部紀要』11: 97-104。
- 松村嘉久 (2000) 「祖国中国をいかに見せるのか — 観光, スペクタクル, 中華民族主義」『中国研究月報 = Monthly journal of Chinese affairs』54 (1): 1-26。
- 松村嘉久・辻本雄紀 (1999) 「中国におけるツーリズムの発展と政策」『大阪経済法科大学東アジア研究』26: 15-38。
- 丸山奈穂 (2015) 「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 —」『地域政策研究 (高崎経済大学地域政策学会)』17 (3): 59-67。
- 三原義久 (2003) 「クロスボーダーツーリズムの観光実態に関する考察 — 形態別ボーダー観光の現状を事例として」『大阪明浄大学紀要』3: 71-78。
- 宮本佳範 (2011) 「観光対象として“持続すべき文化”に関する考察 — 持続可能なエスニック・ツーリズムへの視点 —」『東邦学誌』40 (1): 19-33。
- 宮本佳範 (2012) 「少数民族観光に関する人権問題と観光論理 — タイ・ラオス・ベトナムの事例から —」『東邦学誌』41 (2): 85-99。
- 森重昌之 (2015) 「定義から見た観光まちづくり研究の現状と課題」『阪南論集 (人文・自然科学編)』50 (2): 21-37。
- 兪嶸 (2019) 「中国における観光産業の主幹産業化」『静岡文化芸術大学研究紀要』20: 7-14。
- 李梅花・崔金南 (2019) 「少数民族人口流動与边疆社会治理困境 — 以延辺朝鮮族自治州為例」『重慶三峡学院学報 (中国語)』35: 40-48。
- 延辺朝鮮族自治州統計局編『延辺統計年鑑』(中国語) 中国統計出版社, 各年度版。
- 延辺朝鮮族自治州・地方誌編纂委員会弁公室編『延辺年鑑』(中国語) 延辺人民出版社, 各年度版。
- Jafari, J. (eds.), 2000. *Encyclopedia of Tourism*. London: Routledge.
- Nyaupane, G. P., Teye, V., and C. Paris, 2008. “Innocents Abroad: Attitude Change toward Hosts,” *Annals of Tourism Research*, 35 (3): 650-667.

A Study on Ethnic Culture Resource-based
Tourism-Oriented Town Development Practices in China:
The Case of Ethnic Tourism in Yanbian Korean Autonomous Prefecture

PIAO Meishan

Abstract

Today, tourism has become an important part of people's lives as their standard of living has improved and their leisure time has increased. Furthermore, as the importance of the social, economic, and cultural significance of tourism is increasingly recognized, the development of tourism has become an important socioeconomic policy that should be addressed by the public and private sectors in countries and regions around the world. In particular, with the rapid aging and depopulation in rural areas, and the hollowing out and decline of local economies, tourism-oriented town development practices that utilizing the unique local landscape and lifestyle is attracting attention as a regional development measure.

In this study, we take up ethnic tourism based on the utilization of minority resources in Yanbian Korean Autonomous Prefecture, where the largest number of ethnic Koreans live, to explain the impact of ethnic tourism on cultural preservation and transmission, changes in understanding and image of other ethnic groups through tourism, and regional revitalization.