

北京の「韓国城」(コリアンタウン)
—改革開放が生み出した新しい都市コミュニティ—

趙 貴花

成蹊大学一般研究報告 第46巻第5分冊

平成24年10月

BULLETIN OF SEIKEI UNIVERSITY, Vol.46 No.5

October, 2012

北京の「韓国城」(コリアンタウン)

—改革開放が生み出した新しい都市コミュニティ—

趙 貴花

1. はじめに

中国における市場経済の急速な進展は、ヒト、モノ、カネ、情報などの都市への集中を加速化させ、その現象は北京のような大都市において顕著に現れている。中国内外の企業やそうした企業で働く人びとおよび彼らの家族が、さまざまな機会を求めて北京へ集まってくる。このように多様な人びとが集まってくる地域には、新しいビジネス、新しいライフスタイル、新しいコミュニティが生まれてくる。

北京には中国の各地域から上京した人びとが「浙江村」、「新疆村」などのコミュニティを創り上げている。また、日本人は長富宮一帯に、ドイツ人は燕莎友誼デパートや凱賓斯基ホテル周辺に集住するなど、外国から来た人びとがそれぞれ自分たちの集住する街を創造しつつある。北京の東部に位置する朝陽区に望京(ワンジン)という地域があり、そこには「韓国城」(ハングオチョン)と呼ばれるコリアンタウンがある。興味深いことは、このコミュニティはこれまで中国各地に住んでいた少数民族の朝鮮族の人びとと韓国から来た人びとおよび北朝鮮から来た人びとだけでなく、ここを訪れる中国人¹⁾や日本人が共同で創り上げたものだという点である。

望京は1980年代までは畑の多い北京郊外の小さな村であった。その後、人びとが徐々にこの地域に住み始めることで「睡城」(ベッドタウン)だけでなく、商業やさまざまなオフィスが並ぶ「消費之城」(消費の街)へと変貌した。さらに、北京市政府は望京を「副都心」として位置付け、そのための都市開発を進めている。

北京はソウルから飛行機で約2時間、中国の延辺朝鮮族自治州の州都である延吉からも飛行機で約2時間のところにある。望京は北京首都国際空港から車で約20分、バスで

1) 本稿では朝鮮族を中国の漢族やほかの少数民族の人びとと区別するために、主に朝鮮族以外の中国国籍を持つ人びとを「中国人」と呼ぶ。

約40分かかり、北京の四環道路²⁾と五環道路の間に位置する。北京政府は2008年のオリンピックの開催を迎えるため、その準備の一環として交通改善に重点を置き、市内から空港までの所要時間を短縮させた。その結果、北京首都国際空港から望京への直行バス路線が2007年に開通した。

望京は、こうして空港や都心部との交通が便利になったこと、そして不動産の賃貸価格が都心部より安いことから、大小さまざまな多数の企業の拠点となっている。その中で、SAMSUNG（サムソン）、SIEMENS（シーメンス）、パナソニック、MOTOROLA（モトローラ）など世界トップ500の企業もある。また、中央美術大学、中国社会科学院大学院、北京中医薬大学などといった高等教育機関も設けられている。さらに、韓国人国際学校のような外国人の子女が通う教育機関もある。したがって、望京は高等教育機関に通う留学生や家族連れの駐在員が好んで住む地域でもある。

望京は、中国のメディアで「韓国城」（韓国城）、「高麗村」（高麗村）、「韓国村」（韓国村）、「小首尔」（小ソウル）と呼ばれ、現地の中国人には「韓国人が多いところ」として認識されている。主としてこの地域を創り上げた韓国人の呼びとの間では、望京は「코리아타운」（コリアンタウン）、「한인타운」（韓人タウン）の通称で呼ばれる。北朝鮮の呼びとも望京の中で生活している。さらに、中国の各地で生活してきた朝鮮族の呼びともここに加わり、彼らはこの地域を一般的に「望京」（ワンジン）と呼び、「韓国人が多いところ」というだけでなく「朝鮮族が多いところ」として認識している。本稿では、コリアンタウンを指す言葉として中国で新しく登場してきた「韓国城」（ハングオチョン）という言葉を用いる。「韓国城」という用語は、韓国人が多く居住する北京の望京地域を指し、中国人に分かりやすい表現として中国のメディアが使い始めた。現在、この言葉は望京以外にも中国で韓国人が集住する街を象徴する名称として使われつつある。さらに、「韓国城」は韓国ファッション関連の店や商店街を意味する言葉として、中国人特に中国の若者の中で人気を集めている。そして、韓国人の呼びとも店を開く時に看板に「韓国城」と名付けることで、自分たちの個性を積極的に中国人にアピールしようとする現象が現れている。

筆者は、これまで中国朝鮮族の移動と教育について考察してきた。中国朝鮮族とは、一般的に19世紀以降、朝鮮半島から数次にわたり中国へ移住した人びとおよび彼らの子孫であり、中国国民としての国籍を有し、戸籍上「朝鮮族」に登録されている人びとを指す。彼らはこれまで中国の東北部の黒竜江省、吉林省、遼寧省に主に住んでいたが、近年の中国の改革開放とグローバリゼーションの流れの中で、中国の都市部や国外へと移動の地を広げている。中国朝鮮族は中国の地にあってもエスニック・アイデンティティを強固に保ってきたが、そこでは子どもたちに中国の国家言語である中国語（標準語）

2) 北京の地理的位置を説明する際に、現地の呼びとは「環」という用語を用いる場合が多い。北京の街の分布は、故宮を中心に、それを巡って環状道路が七環まで漸次に設けられている。二環目から七環目までの道路は高速道路である（一環目は高速道路ではなく、現地の人々に「内環（路）」と呼ばれている）。四環道路は1999年に開通し、長さは65.3キロメートルで、北京の都心から8キロメートル離れたところにある。五環道路は2003年に開通し、長さは98.58キロメートルである。五環道路は北京と近隣の省と市を繋げる主要な道路になっている。

に加えて、朝鮮族のエスニックな言語である朝鮮語を教えるという二言語教育が重要な役割を果たしてきた³⁾。このような二言語教育は、改革開放下に国内外への移動を開始した朝鮮族にとって有利な手段を提供した。彼らは中国語と朝鮮語の双方に通じることにより、多くの領域において中国人と韓国人の間のコミュニケーションを媒介する役割を果たしている。本稿で用いる「朝鮮語」は、主に中国において少数民族としての朝鮮族が使用してきた「民族語」を指し、「韓国語」は韓国の国家言語であり、ソウル語を中心とする標準語を指す。1990年代以降朝鮮族の韓国への移動と彼らの韓国人と接する機会の増加によって、朝鮮族が使用する朝鮮語は韓国語の影響を受け、彼らが今まで使用してきた朝鮮語と異なってきている。すなわち、語彙や言葉の表現などにおいて「韓国語化された」朝鮮語が登場するようになった。したがって、朝鮮族の中には自分たちの使用する朝鮮語を「韓国語」と表現する者が増えてきた。

本稿では、北京で新しく生まれた望京の「韓国城」に焦点をあて、それはどのようなコミュニティであるのか。そのコミュニティが韓国人や朝鮮族および北朝鮮の人びとだけでなく、中国人や日本人など多くの人びとを惹きつける要因は何であるか。そこにはどのような街の姿が創造されているのかについて考察する。

2. 望京における「韓国城」の誕生

(1) 望京：「小さな村」から「副都心」へ

望京という地名は、遼時代にすでに存在していたと見られる。遼時代の首都は中京（現在の内モンゴル寧城）であり、幽州（現在の北京）は当時の「陪都」（副首都の意味）として「南京」という名前も与えられていた。現在の望京と当時の孫侯（今の孫河村）という地域は、中京と幽州の間に位置する交通要所であり、戦争が多い地域でもあった。したがって、当時は望京から500メートル離れている孫侯に官吏の休息所として孫侯館が設けられた。当時、天気晴朗の日にはこの孫侯館から南京城が見えたことから、望京館という名前も使われるようになった。明代の1450年には北京城の北部と東北部の望京村に敵軍の進入状況を把握するための「墩台」（高台）が建てられ、その後現地の人びとに「望京墩」という名前でも知られるようになった⁴⁾。望京という地名は、このように早くから北京の出入りを見張る関所としての特徴を表す名称として現地の人びとに使われてきた。

望京が畑や墓地が多い北京郊外の小さな村から「副都心」へと変貌したのは、中国政府の都市大開発が始まった1994年以降のことである。『北京都市総合企画』（1991～2010）によれば、北京は人口と産業が都心に過度に集中していることから、都市建設の

3) 趙貴花 「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2007』 第47巻、pp.177～187、2008年3月発行）を参照。

4) 戸力平、京郊几多『望京』処。前線、2009年第02期（戸力平「北京郊外の『望京』と呼ばれる場所」『前線』2009年第2号）、p.63

重点を郊外に移す戦略を行うことを計画している。そして、市区は「分散集団式」の分布を原則にし、市区中心地域とその周辺の10の「边缘集団」（周辺地域）から構成される。望京はその周辺地域の一部である「酒仙橋集団望京地区」（酒仙橋地域に属する望京地区）に生まれ、10の周辺地域の中でも一番早く開発された地域となった。

望京は居住と商業が一体になる大規模な住宅地である。住民の構成においては、企業経営者や外資企業職員、医者や弁護士、芸能人などを含めた都市中間層が主流を占め、年齢的には若年層が多いと見られる。また、望京にはIKEA（イケア）、イトーヨーカドー、ウォールマート、ロツテマート、華聯（カレン）など大型のショッピングセンターが設けられているだけでなく、パナソニックやSAMSUNG（サムソン）、SIEMENS（シーメンス）など世界トップ500の企業が多数進出している。望京ではこうした大手企業や都市中間層の人びとが集まってくることによって、物価が徐々に上昇し、北京の中では高収入、高消費の街として知られるようになった。

望京地域を管理する朝陽区政府は、海外で留学している中国人全般に対して彼らの帰国創業を大いにサポートし、そのための専門的な機関として「留学者創業園」を設立した。その第一段階として、1999年に北京市政府の許可を得て望京科学技術創業園が望京先端技術産業区内に設立され、その後の2002年に中国国家政府との共同で「中国北京（望京）留学者創業園」が設立された。近年、北京市政府は海外における中国人留学生を重視し、彼らの北京での創業を勧めることを「首都人材戦略」の重要な一環として行ってきた。この「留学者創業園」では、海外から帰国した中国人留学生に対して積極的に優遇政策を実施している。例えば、帰国創業者に対して先端技術企業を設立した日から約3年間は企業所得税を免除し、最大10万元（2012年4月15日のレートで約128万円）の創業助成金を与えている。そして、帰国創業者の子女に対して、朝陽区教育委員会所属の進学校を転入による別途料金免除で自由選択できるなどの特権を与えている⁵⁾。北京市政府は、海外での留学経験がある中国人のグローバル人材を積極的に受け入れることで、彼らの中国内の科学技術産業への貢献を期待している。このような流れの中で、朝陽区政府も積極的に優遇政策を実施することで海外留学生を引き寄せようとしている。

こうして望京が注目されてきたことには、この地域における「韓国城」の誕生と緊密な関連がある。韓国人が望京に住み始めたのは1996年の望京新城住宅地の一期完成後であり、彼らの入居が急に増え始めたのは2000年以降のことである。それまで、この地域は外国人の入居が禁止されていたため、韓国人は主に外国人専用のマンションに住んでいた。2003年に中国政府が外国人に対する居住制限を解除すると同時に、望京が新型住宅地として開発され、賃貸などの価格が他の外国人専用のマンションより安いことから、韓国人の入居者は急速に増え始めた。その入居者の中には、駐在員、留学生、自営業者、宗教団体の所属者および彼らの家族などが含まれる。その家族の人たちの中には中国で

5) 新京報2005年10月18日記事

<http://news.sina.com.cn/c/2005-10-18/01057192634s.shtml>（アクセス：2012年3月15日）

商売をする人もいれば、家政婦を雇って自分の趣味生活を楽しむ人もいる。望京に居住する韓国人は流動性が高いため、正確な人数の把握は難しいが、2006年に出された黒竜江新聞社の調査によれば、望京には約4万人の韓国人が居住しているとされる⁶⁾。そして、同書によれば望京には約7万人の朝鮮族も居住している。この地域には、北朝鮮の人びとも居住している。さらに、近年は現地の中国人や日本人およびその他の国の人びとも増えることで、ますます文化の多様性を確保しつつある。

(2) 「韓国城」という名前の東アジアのハイブリッド文化街の成立

地下鉄15号線の望京駅に降りて階段を上って外に出ると、左側に大通りがある。その道路の向かい側には望京地域で韓国人が一番多く居住している望京西園4区が見える。その住宅地の入り口の近くに北京首都国際空港行きのバスの停留所がある。そこにはいつも韓国人がスーツケースを持ってバスを待っている。住宅地の入り口には、中国人の警備員が24時間警備している。住宅地に入



図1 望京西園4区住宅内の広場
(2011年9月4日、筆者撮影)

ってまっすぐ歩いていくと、大きい広場(図1)が目の前に現れる。朝の時間にこの広場には、老年の中国人男女が体操やテニスをしている。そして、若い韓国人男女が数人集まっておしゃべりをする。夕方になると、この広場は子ども連れの男女で賑わう。その中には、子どもの手をつないで散歩する女性もいれば、ベビーカーを押しながら歩いている男性もいる。そして、ベンチに座って話をする中年女性たちや将棋を楽しむ中年男性たちも見られる。

この広場の商店街には、韓国人が経営するスーパーやテコンドー館、そして朝鮮族が経営する冷麺店などがある。この住宅地内には韓国料理やさまざまな中国の店も多いが、それらの店舗の看板(図2)はほとんど中国語と韓国語の二言語で書かれているが、韓国語のみで書かれているも



図2 望京西園4区住宅内の飲食街
(2011年9月5日、筆者撮影)

6) 이진산주필, 2006 『중국한계러사회어디까지왔나?』(『中国のハンギョレ(筆者注:韓(朝鮮)民族を意味する言葉)社会はどこまで来たのか』) 흥통강조선민족출판사p.118

のや中国語、韓国語に英語も加えて三言語で書かれているものもある。美容院から韓国語の歌が流れ、韓国料理店から焼肉の匂いが漂い、道を歩いている人からは韓国語が耳に入ることにより韓国にいるような錯覚さえ覚える。この住宅地内のスーパーには、韓国から直輸入されたコチュジャン（韓国風辛味噌）やラーメン、菓子類および食器などが並べられ、韓国人の出入りがよく見える。望京におけるこのような住宅地内の広場やスーパーは情報交換の重要な場所でもある。誰が家政婦を雇おうとするのか、どういう仕事が見つかるのかといった情報もこういう場において情報交換される。

望京の朝は、会社員の出勤や子どもたちの登校で忙しい時間帯である。会社員の出勤が相次ぐ中で、韓国人の母親たちが幼稚園バスを待って、子どもを送る光景が見られる。そして、早くも朝6時頃から数人の韓国人の中高生の姿が見られる。彼らは住宅地内の塾に向かうのである。望京の韓国人が集住する住宅地内には、彼らの子どものニーズに合わせて作られた補習校が多数存在する。

一方、望京の夜は賑やかである。韓国では、夜に数人集まって酒を飲むことが一般的であるが、望京でも例外ではない。特に、2006年のFIFAワールドカップが開催された時、望京におけるテレビ付きの韓国料理店は熱狂的に声援を送る韓国人で満席になったと現地の人びとは言う。しかし、韓国人の大声での声援は住宅地内の広場においても続けられる場合があり、中国人の住民からは生活リズムが崩れるという不満の声もある。2008年以降、北京市政府の外国人に対する不動産購入の制限や韓国の金融危機などの影響で望京における韓国人の住民は急減しており、近年は夜騒ぐ韓国人が少なくなったという近隣の住民の話が聞かれる。

望京の日曜日は、教会が賑わう日でもある。韓国人の中にはキリスト教会に通う人が少なくない。韓国人の多い北京には韓国人教会が50余カ所設立されているが、望京にはその内の10余カ所がある。望京の韓国人教会はほとんど韓国人専用の教会であり、日曜日になると北京の各地域から韓国人が多く集まってくる。現地の韓国人の話によれば、教徒を多く有しているキリスト教会は、日曜日に集まる教徒だけでも約3千人にのぼるといふ。望京のキリスト教会では、一般的に韓国語による説教が行われ、聖書の勉強会や聖歌隊などが組織されている。このような教会は、信徒の信仰を深める場だけでなく、故郷を離れた人たちの情報交換や仲間作りの場でもある。

南湖総合市場は望京で一番大きい市場であり、望京新城4区から歩いて約15分のところに位置している。この市場では、中国の食品や食材および日常用品を販売しているだけでなく、韓国や日本のものも販売している。中国の新鮮な野菜や魚介類、肉類、韓国のキムチやコチュジャンなどの食品や食材およ



図3 南湖総合市場内の朝鮮族漬物売り場 (2011年9月2日、筆者撮影)

び韓国製の炊飯器などの厨房用具、朝鮮族に馴染みのある延辺の特産品、そして日本の酒、醤油なども販売している。特に、韓国人や朝鮮族が経営しているキムチ売り場には、韓国人はもちろん、朝鮮族、漢族、そして日本人の観光客もよく訪れる。特に、日本人の中にはたらこを買いに北京の各地から来る人びともいる。この市場には朝鮮族の販売者が多く、彼らは朝鮮族に人気のある延辺の干し魚や若布、そして東北部の特産としての唐辛子やキクラゲなどを販売している。野菜売り場にはチシャの葉やエゴマの葉もある。これらの食品は朝鮮族の食生活を支えてきたものであると同時に、韓国人の食材と共通するものである。週末になると、この市場は北京の各地域から買い物に来る朝鮮族や韓国人、そして多くの観光客で賑わう。

望京「韓国城」には北朝鮮の人びともいる。彼らの個性を表現する場として北朝鮮の料理店が挙げられる。南湖総合市場のすぐ近くに、「平壤玉流宮」（ピョンヤンオクリュウグアン）という北朝鮮の政府の支援の下で経営されている料理店がある。この店の料理は基本的に北朝鮮の食材を使用しており、従業員のほとんども北朝鮮から派遣された若い女性たちである。この店の最大の特徴は、毎日の夕方7時半から約40分間公演（図4）が行われるということである。チマチョゴリを着た北朝鮮の女性たちは、北朝鮮の歌や舞踊を披露し、場合によって中国と韓国の歌も歌うことがある。観光客からは花束を贈られる様子も見られる。



図4 望京の北朝鮮料理店「平壤玉流宮」で公演を行う様子（2011年8月31日、筆者撮影）

こうした飲食と公演をペアとする北朝鮮料理店の営業戦略は、「韓国城」の一種の独特な個性を創出し、北朝鮮の人だけでなく、韓国人や朝鮮族および現地の中国人にも人気である。この店を訪れる観光客は多い時には一日300～400人に及ぶが、そのほとんどが韓国人である⁷⁾。北京の韓国企業の社員たちの集まりもここで定期的に行われる。韓国人の人びとは、北朝鮮の料理や公演に関心があるだけでなく、北朝鮮から来た従業員と話を交わすことも期待する。週末になると、この店では朝鮮族の結婚式や披露宴を行うことが多い。この店で、北朝鮮の人びとと韓国人、朝鮮族の人びとは各自自分たちの言語（北朝鮮の言語、韓国語、中国の朝鮮語）で互いにコミュニケーションを行い、従来とは異なる形で朝鮮半島の文化を再生産している。この場において、彼らは政治的な分断を越えて、言語的および文化的に共生する空間を創造している。

7) (韓国) 国民日報2010年4月27日記事「베이징 옥류관 꼭 재운 한국 관광객들」(北京の「玉流宮」をいっぱいにした韓国の観光客たち)

<http://news.kukinews.com/article/view.asp?page=1&gCode=kmi&arcid=0003648709&cp=du> (アクセス:2012年5月9日)

日本外務省の統計によれば、2010年10月1日現在北京に在住している日本人は約1万74人とされている⁸⁾。彼らの多くは、北京の長富宮一帯に集住しているが、望京に居住している人も少なくない。望京の住宅地内や市場では日本人の会社員や主婦の姿がよく見られる。望京西園4区からバスで5分かかるところに望京国際商業センターがあるが、そこには日本のイトーヨーカドー（図5）がある。そして、イトーヨーカドーの中庭には「中国で初めて」と言われる「日本ラーメン横丁」（図6）が2011年の夏に期間限定で設けられた。この屋台式の「日本ラーメン横丁」には、日本人の調理師や店員が勤務する6店舗の店が軒を並べている。ここでは、日本語によるコミュニケーションが可能であると同時に、日本の本場のラーメンが味わえることで、北京各地の中国人の若者にも人気である。望京でこの一帯は日本文化を表現する一つの場として姿を現している。こうした日本の飲食文化は、望京だけでなく北京の人びとの食生活を豊かにしている。



図5



図6

望京国際商業センター内にあるイトーヨーカドーと、その中庭に期間限定で設けられた「日本ラーメン横丁」。(2011年9月2日、筆者撮影)

望京は、1994年以降住宅地として開発されてから10余年の間に韓国人や朝鮮族、北朝鮮の人びとが集住するコリアンタウンとしての「韓国城」に変貌した。そして、現在は望京を訪れる北京の中国人や日本人も増えつつある。彼らは単に住宅地内の隣同士や観光客として存在するのではなく、市場や商店街のような公的な空間において飲食文化を主とする各自の個性を表現し、それを望京の文化として共同に創り上げている。このように「韓国城」という名前の東アジアのハイブリッド文化街が北京の望京に成立した。

8) 「海外在留邦人数調査統計」平成23年速報版（平成22年10月1日現在）日本外務省
<http://www.mofa.go.jp/mofaj/toko/tokei/hojin/11/pdfs/2.pdf>（アクセス：2012年5月1日）

3. 望京「韓国城」の人びと

(1) 韓国人の商業戦略の変化

望京の「韓国城」では、日常において中国語を使わずに韓国語のみで生活できる居住空間が形成されている。それが可能になったのは、この地域に韓国式の飲食店、スーパー、洋服店、美容院、塾および娯楽施設など、生活に必要な施設が設けられているからである。しかし、韓国人に暮らしやすいこの地域は、2008年以降の韓国の金融危機とともに大きな変化を経験した。金融危機による韓国ウォンの価値低下が続く中で、韓国人の駐在員や留学生にとって中国での生活費の負担が重くなるため、帰国を選択する人や、もっと安い家賃を求めて望京からほかの地域に引っ越す人が急増した。特に留学生の場合には、学費と普段の生活費はほとんど韓国の両親からの仕送りに頼っていたため、この金融危機の影響で学業の継続を諦めざるをえない状況も生じた。韓国人を主な対象としていた飲食店や商店も、顧客の急減によって経営が難しくなり、閉店する店も増えてきた。

望京の住宅地には、韓国の飲食や衣類、アクセサリ、テコンドーなど韓国関連の店舗や施設が多く設けられていた。これらの店は、もともと主に韓国人をターゲットとし、韓国語のみ使用するほど「韓国人専用」の排他的な空間であった。しかし、より安い価格を求めて中国現地の人が経営する店を訪れる韓国人が増えたり、帰国するか中国のほかの地域へ引っ越す韓国人が増えることにより、望京における韓国人が経営する店は経営難に面した。そうした経営が難しくなっている店を韓国人から引きついだのは朝鮮族の人びとであった。朝鮮族は中国語と韓国語の両方でコミュニケーションができることから、彼らは韓国人だけでなく、中国人もターゲットとする商業戦略を行った。その結果、朝鮮族が韓国式の飲食店の経営に成功することが珍しくなかった。成功した店舗を見て、中国で生き残ろうとする韓国人の人びとも、同様の商業戦略に挑戦し始めた。もともと韓国人の顧客だけをターゲットとしていた韓国ファッションの店も、中国人の顧客の需要に合わせて商品の値段などを調整することで、現地の中国人特に若者の消費者を増やそうとしている。

北京における韓国人社会の近年の変化について、中国で10余年滞在し、北京の在外韓人協会の現役副会長を務めている李成昊（仮名）は、以下のように語る。

最近中国に来る韓国人の多くは、中国に関する情報をたくさん集めてきます。中国語も学んでくるし、中国に関する知識もある程度得てからきます。だから、最近事業に失敗する人が少なくなってきました。昔は、中国に来る時にお金さえ持って来れば十分だという意識が一般的であり、中国人の考え方などに関しては何も知らなかったため、結局失敗する人が多かったです。今は中国も発展しているし、中国人を対象にビジネスをしようとする韓国人が増えてきています。ビジネスに成功するためには、中国のこと、特に中国人の考え方を知らなければならないと思います。(2011年9月

5日、北京にてインタビュー)

韓国の金融危機に伴う韓国ウォンの価値低下と中国の近年の経済発展は、多くの韓国人の考え方を変えつつある。これまで、中国に滞在していた韓国人の多くは、韓国人コミュニティ内部のネットワークの構築を重要視し、商業においても韓国人以外の人びとを消費対象として考えることが少なかった。けれども、この金融危機と中国の経済成長は、中国で機会を求める韓国人に中国と中国人への関心を高めさせ、中国人への理解を深めようとする意識を持たせた。

(2) 「韓流ブーム」と中国人のライフスタイルの変化

a. 「哈韓族」(ハーハンズー)と望京

中国では、外国の文化に強い興味をもつ若い年齢層の人びとを指す言葉として、「哈日族」(ハーリーズー、日本好きな人びと)、「哈韩(韓)族」(ハーハンズー、韓国好きな人びと)、「哈美族」(ハーメイザー、アメリカ好きな人びと)、「哈法族」(ハーファーザー、フランス好きな人びと)などがある。「哈」(ハー)という言葉は、ある物事に対して強い興味を持つことを意味する。

1993年に韓国ドラマ『길투』(嫉妬)が中国のCCTVで放映され、1997年には『사랑이 뭐길래』(愛情とは何か)が同テレビ局で放送されることによって中国で大ヒットした⁹⁾。その後、韓国のポピュラー音楽やテレビドラマなどが徐々に中国に進出することで、中国では韓国のポピュラーカルチャーに関するブームが起き始めた。このような現象を中国のメディアは「韩流」(韓流)と称した¹⁰⁾。

近年、中国では韓国のドラマや音楽、映画だけでなく、キムチ、コチュジャンといった韓国食品や韓国の電気製品、そして韓国での観光およびショッピングなどにも大きな関心を持つ人びとが増えつつある¹¹⁾。そして、韓国の音楽やファッションに強い興味をもち、韓国語の習得を目的に韓国への留学を考える青少年たちも現れている。このような韓国のポピュラーカルチャーに強い興味をもつ若い人た



図7 ソウルからファッション衣類などを直輸入し、販売しているショッピングセンター「望京韓国城」(2011年9月5日、筆者撮影)

9) 呉詠梅2009「日劇のように優雅に、韓劇のように温かく—中国における日本と韓国テレビドラマの受容」谷川建司・王向華・呉詠梅編『越境するポピュラーカルチャー：リコランからタッキーまで』青弓社p.104

10) 柳承華・金源坤「对中国和日本“韩流”现象的特性分析及利用方案」当代韓国2009夏号、(柳承華・金源坤2009「中国と日本の『韓流』現象の特徴に関する分析及利用方案」『現代韓国』2009夏号) p.48

11) 上掲論文(注10) p.48

ちを、中国では「哈韓族」(ハーハンズー)と呼ぶ。「哈韓族」と呼ばれる若い人たちは、髪型、服装、化粧、アクセサリー、携帯電話だけでなく、韓国の音楽に熱狂し、表情まで韓国ドラマの主人公の真似をしたりする。彼らは韓国文化を身近に感じるために、そうした情報を求めて都市の中を探し求める。望京「韓国城」は、韓国文化が溢れる場所として「哈韓族」には聖地のような空間になっている。彼らはこの「韓国城」において韓国語を耳にし、韓国料理で味覚を刺激し、韓国の服装やアクセサリーで外見を飾り、カラオケで韓国語の歌を歌うことで気持ちを表現し、街で「アンニョンハセヨ」(こんにちは)という韓国語の挨拶を交わすことで、自分たちの独自のアイデンティティを構築している。

韓国ファッションに強い関心を持つ中国の若者の需要に合わせたかのように、望京にはこの二、三年の間にさまざまな韓国ファッションの店が増え、2009年にソウルのファッションを代表する東大門ファッションセンターの衣類を直輸入して販売するショッピングセンター(図7)が設立された。このショッピングセンターでは、女性衣類を主にアクセサリー、鞆および食器、寝具などの生活用品を韓国から直輸入し、中国の若年層をターゲットしようとする。中国の急速な経済成長と「韓流ブーム」の中で、望京「韓国城」は韓国のファッションをリアルタイムで接する空間を創造することで、北京における若者のファッションをリードしようとする。

b. 飲食と居住にみる中国人のライフスタイルの変化

望京「韓国城」における韓国人の集住と中国での「韓流」ブームは、望京の中国人のライフスタイルに変化をもたらした。以下では、主に飲食と居住の二つの側面からその変化について検討したい。

2003年に韓国ドラマ『대장금』(大長今)が中国で放映され、大人気を得ると同時に、中国人の韓国料理への関心が高まった。特に、韓国料理の中で代表的な漬物であるキムチが中国人の食卓に現れ始めた。望京の「韓国城」では、キムチは住宅地内のスーパーや近くの市場ですぐ入手できるため、中国の人びともキムチに関心を持つようになった。中国人の中には、自らキムチを作る人も増えてきた。キムチの作り方は、インターネットで中国人による詳細な説明が書かれていると同時に、作る全過程の動画も載せられているため、中国人にも学びやすくなっている。中国人のキムチへの受け入れは、彼らにとって異文化体験への挑戦であるだけでなく、新しいライフスタイルの創造でもある。

望京に韓国人が多く住むことによって、現地の住宅の内装も従来とは異なるスタイルに変化している。望京の韓国人の住民たちは、賃貸マンションで暮らすことが一般的である。したがって、マンションの持ち主は韓国人の長期の賃貸を狙って、部屋の内装を韓国人になじみのあるスタイルに合わせる傾向がある。その例の一つとして床暖房が挙げられる。中国の伝統的な暖房方法は、部屋の壁などに熱水供給パイプ式の「暖気」(ヌアンチー)を設置して、部屋を暖める。しかし、韓国式の暖房方法は、床を加温するこ

とで部屋を暖める。北京の望京でよく使われる床暖房は、一般的に温水式と電気式の二種類がある。温水式は、床の下に60℃以下の暖かい水を通すパイプを設置し、地域で管理されている温水供給所から温水がパイプを通じて送られるものである。電気式は、発熱体を床の下に組み込み、電気を入れることで床面が温まる。両方とも、風の対流で温めるエアコンとは異なり、均一の温かさが得られる。熱が足から上に上昇する「頭寒足熱」の特徴があるため、床暖房に慣れている韓国人には大好評である。このような床暖房は、現地の朝鮮族や中国人にも積極的に受け入れられている。

望京の住宅の内装のもう一つの特徴は、韓国式のインテリアである。近年、望京では新しい宿泊施設として韓国式の「민박」(ミンバク、民宿)が現れた。こうした民宿は、最初は韓国人のために設けられた宿泊施設であり、主に韓国人や朝鮮族によって経営されてきた。経営者は、韓国人の宿泊者に快適さを与えるために、部屋のインテリアや家具の選択において韓国のを模倣するほか、韓国の衛星テレビ番組も視聴できる設備を取り入れている。ダイニングルームでのテレビの置き方やソファの並べ方、寝室内の家具のスタイルまで韓国式を模倣している。韓国式のインテリアに関する情報は、韓国ドラマやインターネットでの個人ブログを通じて広がり、朝鮮族および中国人の生活に入りつつある。

このように、望京「韓国城」の中国人のんびとは、外来文化としての韓国の飲食や居住のスタイルに興味を持ち、それを積極的に受け入れることで、自分たちの新しいライフスタイルを創出している。こうした床暖房が設置されている高層マンションに住み、食卓にはキムチが現れ、日常においては外国語を耳にすることが、一種の望京のライフスタイルとして、北京のんびとの中でイメージされるようになった。

(3) 朝鮮族と韓国人の関係

望京「韓国城」で韓国人と緊密な関連があるのんびととしてまず挙げられるのが朝鮮族である。朝鮮族の北京への移動は、1949年から始まり、1990年代以降に加速した。1949年の中華人民共和国の設立以降、朝鮮族の北京での定着が徐々に行われた。それは主に、朝鮮族が集住する中国の東北部から北京の大学に進学し卒業したのんびとが、国家政府の職業配置あるいは軍、党、政府系統の人事変動により、北京地域に定着する形で始まった¹²⁾。1992年の中国と韓国の国交正常化以降、韓国の政府機関やさまざまな団体および大手企業の北京への進出とともに、製造関係の工場が北京に隣接している天津、河北地域に設立されるようになった¹³⁾。したがって、首都圏には韓国人が増加するようになり、それによって韓国企業への就職や韓国人と関連があるサービス業に従事する朝鮮族も増えるようになった。

12) 황유복 2002『중국속의 한글학교 中国的韩国语学校』미·중한인우호협회 (黄有福2002『中国の中のハングル学校』美・中韓人友好協会) p.129

13) 前掲書(注6) p.117

中国の東北部から北京への朝鮮族の移動が増え始めた1990年代以降、北京のほかの地域に比べて住宅価格や家賃が比較的安いことから望京に住む朝鮮族が多かった。その後、望京における韓国人住民の増加とともに、韓国企業への就職や韓国家庭での家政婦の職などを求めて入居する朝鮮族が増えてきた。望京で韓国人が経営する会社や店は朝鮮族を採用する機会が多い一方、朝鮮族が行っているビジネスも韓国人と多く関わっている。例えば、望京には不動産会社が多いが、そうした会社は朝鮮族や韓国人がそれぞれ経営するものが多く、韓国人が経営する場合にも中国語と朝鮮語が話せる朝鮮族を従業員として雇用することが一般的である。ほかにも飲食店、カラオケ、語学学校、ファッション関連の店や野菜市場などの場において、朝鮮族の人びとは中国人と韓国人の間で媒介する役割を果たしている。

韓国人が集住する望京の住宅地においては、言語が通じないことによる住民の間の摩擦が頻繁に発生している。韓国人の中には中国語による意思疎通が難しい人が多く、中国人の住民の中でも韓国語が話せる人は少ない。したがって、地域のマナーや生活習慣をめぐるトラブルに対する相互のコミュニケーションは難しくなっている。この現状を踏まえて、望京地域の地域管理事務室では、中国語と韓国語の両方でコミュニケーションが可能な朝鮮族を地域協力管理員に採用することを決定した。望京で韓国人が一番多く居住している地域を管理する南湖派出所（主に住民の登録などを管理する地域管理事務室）では、すでに5人の朝鮮族を地域協力管理員として採用している¹⁴⁾。

望京に住んでいる朝鮮族の職業と居住環境は多様である。彼らの中には、大手外資企業や国家機関で働き、比較的収入が高く、安定的な生活をしている都市中間層がいる一方、職業と収入が安定せず、家賃が安い地下や半地下の部屋を借りて生活する出稼ぎ労働者もいる。出稼ぎ労働者の中には、地方の農村から北京の韓国家庭への家政婦職を目指して上京する朝鮮族が少なくない。北京に移動した朝鮮族の多くは朝鮮族学校を卒業しており、朝鮮語が話せることから、韓国人と関連のある業種に従事するチャンスが与えられている。

朝鮮族と韓国人の人びとは、さまざまな領域において雇用関係を維持しているが、必ずしも互いにスムーズに溶け込むわけではない。韓国人と朝鮮族の関係について、張・朴・鄭（2009）は「韓国人が中国において事業を発展させるためには、朝鮮族の協力は欠かせないように見えるが、彼らは朝鮮族に対して信頼感が足りず、さらに朝鮮族を無視する傾向がある。朝鮮族のほうも、彼らが経営する多くの企業や韓国人向けあるいは韓国人と共同に事業を推進することにおいて、彼らの韓国人に対する配慮が足りず、相互間に隔たりが存在する」（p.116）と指摘している。

李成昊（仮名、北京の在外韓人協会の現役副会長）は、韓国人と朝鮮族の関係について

14) 馬曉燕2008「移民社區の多元文化衝突と和諧—北京市望京韓國城研究」中国農業大学学报（社会科学版）第25卷第4期（馬曉燕2008「移民社區の多元文化衝突と和諧—北京市の望京韓國城に関する研究」中国農業大学学报〔社会科学版〕第25卷第4号）、P.121

て次のように語る。

中国僑胞（筆者注：朝鮮族を指す）が望京を活性化させています。この地域に韓国人の会社が多く営業しているオフィスビルが主に四つありますが、そこには多くの中国僑胞が職員として仕事をしています。そして、現在北京には一日に約1万人の韓国人が移動していますが、もし中国僑胞がいなければ、誰がそれらの韓国人たちに通訳をしてくれるか想像もつきません。それほど、韓国人にとって中国僑胞は重要な存在であり、中国僑胞にとっても韓国人は無視できない存在だと思えます。両者は一種の共存関係を維持していますが、お互いに壁を作っているように思われます。韓国人と中国僑胞が、お互いにより素直に向き合う姿勢が必要だと思えます。(2011年9月5日、北京にてインタビュー)

朝鮮族と韓国人がこのような相互不信に陥った原因については、今後引き続き検討すべきであろうが、こうした両者の相互信頼の欠如は、彼らの仕事以外の場における関係にも影響を与えている。その一つの表れとして、朝鮮族と韓国人の両方ともそれぞれ自分たちのネットワークの構築を重要視していることが見られる。特にキリスト教会での集まりを見ると、朝鮮族は朝鮮族同士、韓国人は韓国人同士で集まることがほとんどであり、地域のサッカーチームが、朝鮮族だけで組まれることも一般的である。このように、望京における朝鮮族と韓国人の人びとは、公的な場においては互いを必要として、特に経済的に協力し合う緊密な関係を維持するが、仕事以外のプライベートにおいては相互一定の距離を置きながら生活するという微妙なバランスが見られる。

(4) 朝鮮族の人から見た望京

朝鮮族は、朝鮮半島から中国の東北部に移住した初期から現在に至るまでその多くが朝鮮語を維持し、飲食および冠婚葬祭においても移住初期のスタイルを多く継承してきた。特に飲食において、現在でも朝鮮族の家庭ではコチュジャンやキムチは欠かせないものになっている。彼らは自ら唐辛子を乾かしてコチュジャンを作り、大豆で味噌を作ることが多い。中国東北部の朝鮮族の集住する農村や都市の一部の住宅地内では、朝鮮族のキムチ保管用の穴倉もよく見られる。そのほかにも、餅や冷麺、特定の山菜および犬肉料理などが伝統的な「民族料理」として朝鮮族の中で長年継承されてきた。朝鮮族タウンと言われる延吉の西市場や瀋陽の西塔はもちろん、朝鮮族が比較的少ないハルビン市内の朝鮮族向けの商店でもこのような食品が長年販売されてきた。

朝鮮族が北京に移動した時、彼らは望京「韓国城」における韓国料理や市場で販売されている食品や食材が、自分たちが今まで継承してきたものと共通していることに気付いた。望京「韓国城」は朝鮮族の中でだんだん知られるようになり、便利な食生活や朝

鮮語が通じること、そして職を求めてこの地域に移住する人が増えてきた。望京から離れた地域に居住している朝鮮族の中にも、韓国食品や食材および朝鮮族の伝統料理を求めて定期的に望京を訪れる人が多い。

以下では二人の朝鮮族の若者の事例を通じて、望京の「韓国城」が朝鮮族にとってどのような場所であるのかを見てみよう。

<事例1>徐基峰(仮名)、男性、26歳、朝鮮族、黒竜江省出身、アメリカ資金の企業の社員。

徐さんは黒竜江省で朝鮮族学校(小学校から高校まで)に通い、現地の大学を卒業した。婚約者(朝鮮族女性)が北京で仕事をしているため、徐さんは北京にあるアメリカ資金の企業に就職し、2007年に望京のマンションを購入した。徐さんは現在仕事の関係で、中国と日本を行き来している。望京で家を購入したのは、この地域が食事に便利であると同時に、外資企業がたくさんあるため、今後転職(外資企業を希望)を考える際に便利だという考えによる。食事に便利だということは、望京には焼肉などのような韓国料理が多いと同時に、コチュジャン、デンジャン(韓国風の味噌)のような食品も購入しやすいことを指す。また、徐さんは望京には飲食店やスーパーの「外売」(配達サービス)が充実しているため、生活に便利だという。そして、望京には朝鮮族料理店も多いことから、朝鮮族の友達と会う時の理想的な場所になっている。徐さんは北京に移動する前には黒竜江省に住んでおり、当時も朝鮮族が経営する韓国料理店で食事をするのがあったが、その味に比べるとやはり望京の韓国料理は本場の味がするという。徐さんの両親は韓国で仕事をしているため、徐さんは韓国にも数回行ったことがある。したがって、彼は自分の食習慣が徐々に「朝鮮族式」から「韓国式」に変わってきていることに気付いた。徐さんは、望京では食以外にも、さまざまなショッピングセンターがあるため、買い物も望京地域内で済ませるのでとても便利だという。

<事例2>金明淑(仮名)、女性、25歳、朝鮮族、黒竜江省出身、中国国家資金の企業の社員。

金さんは2009年に黒竜江省の大学で修士号を取得した後、北京の大手中国国家資金の企業に就職した。北京に移動した理由は主に二つある。一つは母親(ロシアを歩き来しながら貿易を行っている)が北京で家を購入したことであり、もう一つは金さん自身が「華やかな都市」である北京に憧れていたからである。金さんは、北京が生活に便利であると同時に、努力すればそれに値するチャンスが得られると考えている。

金さんは望京のコリアンタウンに住んでいないが、そこに行くことは多い。それは主にコチュジャンを買ったり、中高生時代(朝鮮族学校に通った)の朝鮮族の同級生たちと会うためである。金さんは小さい時から、家でコチュジャンとキムチを食べていた。それらはすでに彼女の食生活の中で重要な位置を占めていた。金さんは現在母親と一緒に住んでいるが、母親は家のコチュジャンを切らすとすぐ望京の南湖総合市

場に行くという。自宅から南湖総合市場までは、まずバスで1時間、それから三輪バイク(北京で短距離の間を移動する際の交通手段)で約10分かかる距離である。金さんの母親はこの市場に行く時に、場合によって韓国の味噌、餅、スンドゥブ、スケトウダラ、エゴマの葉など、北京のほかの地域では入手しにくい韓国食品も購入する。

金さんの朝鮮族同窓会はいつも望京で行われている。望京で集まるのは、「皆で昔のように楽しめる」からである。ここでの「昔のように」ということは、金さんが中学と高校の時、同級生たちとの間で使っていた言語(朝鮮語あるいは朝鮮語と中国語を混ぜて使う言語表現)、一緒に食べていた朝鮮族料理と中国の東北料理、そして一緒に楽しんでいた韓国のカラオケなどを総合的に指す。彼らが望京で選ぶ料理店は、一般的に朝鮮族が経営するものである。その理由には、韓国料理店より値段が安い点もあるが、朝鮮族の店には朝鮮族の人びとが好きな料理があるだけでなく、朝鮮語が気楽に話せる空間が設けられているため、居心地良さを感じるからである。

複数の言語(中国語、朝鮮語、日本語、英語)が駆使できる金さんが朝鮮族の同級生たちと会う時に使用する言語は、朝鮮語と中国語をほぼ半半ずつ混ぜる二言語の併用であった。例えば、文章的な流れは朝鮮語で話すが、朝鮮語に訳しにくい中国語はそのまま引用するということである。朝鮮族が経営する店においては、このような朝鮮族の独自の会話のスタイルが自由に行うことができる言語空間が形成されている。都市空間における朝鮮族料理店という独特な場所は、朝鮮族の人びとを惹きつけ、「朝鮮族文化」を再生産する役割を果たしている。

「朝鮮族の好きな料理」というのは、韓国料理とも中華料理とも似ていながらそのいずれとも異なる朝鮮族の食文化である。金さんの話によれば「朝鮮族の店には炒め物があるが、漢族の店と比べると、やはりお母さんの手作りの匂いがする」。ここでの「炒め物」は、元々中華料理の一種であるが、朝鮮族が中国で長年暮らしている間にその料理方法を受け入れ、また独自の味付けを発展させたものを指す。例えば、炒める時に油を少なめに入れることや、辛味をする場合には四川料理とは異なる唐辛子を使用するため、味が異なることが含まれる。

上記の二つの事例から、北京の朝鮮族にとって望京は彼らの食生活を満たすことにおいて重要な場所になっていることが分かる。その一方で、徐さんのように望京は職場として適切な場所であると同時に、日常的に韓国料理に接することができるし、配達サービスも充実しているため、仕事と居住の両方において「便利で居心地いい」場所になっている事例もある。望京に居住しても、地域社会とはあまり関わりがないが、「コチュジャンが購入できるから便利」、「韓国料理が食べられるから嬉しい」など韓国の食文化に触れるだけで満足している人もいる。他方で、金さんのように望京には住んでいないが、定期的に韓国食品を購入したり、朝鮮族の同窓会を行うために望京に来る朝鮮族も少なくない。望京「韓国城」は、朝鮮族にとって生活のコアであり、アイデンティティ

の核となる場所になっている。

中国と韓国の国家間の交流が途絶えていた期間が40余年あったにもかかわらず、韓国人と朝鮮族の人びとは食文化などにおいて共通性を持っていたことが、このような居住空間や商業的な環境によって気づくようになった。さらに、朝鮮族の韓国への行き来が頻繁になっている今日において、韓国の現代の衣食住の文化は朝鮮族の日常生活に大きな影響を与えている。筆者が出会った望京の朝鮮族の中には、自分の居住空間を「韓国化」している人もいた。具体的には、部屋の中を韓国製の小物で飾ったり、韓国製のカーテンをかけたたり、韓国語の聖書の言葉が書かれている額を壁にかけたり、韓国製に似ている家具を購入したり、ベランダに小さい丸テーブルと二つの椅子を備えたりすることが見られた。これらはどれも韓国の現代生活のスタイルであり、朝鮮族や中国人のライフスタイルとは異なる。

従来、中国の東北部においてほとんど朝鮮族のみで形成されていた農村的エスニック・コミュニティの中で暮らしていた朝鮮族は、北京へ移動し、そこにおける中国人および韓国人の人びとと接する中で、自分たちのライフスタイルを変化させてきている。北京の「韓国城」は、朝鮮族の人びとが自分たちの維持してきた言語（朝鮮語）と食生活を保ちながら、新しい環境に適応していく土台を創り上げている。

(5) 望京「韓国城」に関する多様な情報ネットワーク

望京「韓国城」の活性化とともに、この地域に関心を持つ人びとによるインターネット上での情報が急速に広がっている。望京に関する情報サイトは多種多様であるが、主に以下の四種類に分けることができる。

一つ目は、中国人の人びとが作ったインターネットサイトである。例えば、望京の地域住民や望京に関心がある中国人向けに作られた「望京網」(<http://www.wangjing.cn>)が挙げられる。このサイトは、望京の地域内におけるさまざまな問題に関する議論が行われたり、スポーツ関係の集まりに関する知らせや、不動産賃貸、美味しい飲食店およびファッション関連の店などに関する情報が流れている。しかし、韓国人の参加度はほとんど無に近い。

二つ目は、韓国人が作成した韓国語の個人ブログである。韓国に住んでいる韓国人の多くも、中国に望京という「코리아타운」(コリアタウン)／「한인타운」(韓人タウン)があることをよく知っている。彼らはインターネット上の個人ブログへのアクセスによって望京に関する情報を獲得する機会が多い。初めて北京に行く人でもインターネットで望京への交通情報や宿泊情報、観光情報などを獲得すれば、中国語を使わなくても北京で観光を行うことができる。韓国人による個人ブログや韓国人向けの商業的なブログには、韓国人になじみのある韓国式の民宿である「민박」(ミンパク)の内部写真が掲載されたり、望京地域の韓国人の行きやすい場所に関する詳細な情報が書かれているため、渡航する前の彼らの不安を解消させることができる。ほかにも、望京で長期滞在

する韓国人のための不動産情報や子どもの教育情報などもそれらのブログに掲載されているため、現地での生活を始めようとする韓国人にとって重要な情報源となっている。

三つ目は、朝鮮族のエスニック・メディアによる情報サイトである。例えば、黒竜江新聞のインターネット版では、朝鮮族社会の新しい動きに常に注目しており、北京へ移動した朝鮮族に関する記事も数件確認できる。望京に関する情報としては、朝鮮族の生活実態や商業情報などに関する内容が載せられている。このようなエスニック・メディアは、移動の時代における朝鮮族の視点や朝鮮族の声を反映することにおいて重要な役割を果たしている。

四つ目は、その他の外国人観光客によるブログ情報である。望京を訪れる観光客の中には日本人も多い。彼らは、キムチや明太子のような韓国の食品と日本の食品・食材を購入するために望京を訪れることが少なくない。日本人によるブログには望京「韓国城」に関する多様な情報が見られる。あるブログでは、望京の南湖総合市場でキムチや明太子の売り場を発見したという情報や、望京にイトーヨーカドーやラーメン横丁があるなどの情報が提供され、それを見て同じ場所を訪れる人が増えてきたことも確認できる。

このように、望京がさまざまな国や地域の人びとの注目を集めていることが、インターネットでの情報ネットワークの多様性からも観察できる。それぞれの住民が互いに自由に意見を交換する場は管見のかぎり見つからないが、これは彼らの間の言語の制約が大きいことによると考えられる。けれども、上記の四種類の情報ネットワークに見られるように、異なる言語を用いる各住民が各自自分たちの言語で発信する情報は、その言語に通じるより多くの国や地域の人びとが望京を訪れる際の重要な情報源になっている。望京「韓国城」に関する情報の多様化は、このコミュニティーの一種のインフラになっている。

4. むすび

新しい生活様式が採用されるのはまず都市であり、外来の文化もまず都市に摂取され、そこを拠点として伝達されてゆく¹⁵⁾。中国は、改革開放後に市場経済の活性化とともに、多くの分野で劇的な変化を経験している。特に、外国の人びとや企業の中国への進出とともに、彼らの中国人に与える文化的な影響は少なくない。

本稿で取り上げた望京「韓国城」は、中国の各地から移動してきた朝鮮族と韓国からきた人びとおよび北朝鮮の人びと、ここを訪れる中国人や日本人が共同で創り上げた多文化、多国籍コミュニティーである。韓国人、朝鮮族、北朝鮮の人びとは、この街において従来の朝鮮半島と似て非なる形で彼らの文化を再生産している。彼らの出身地同士は政治的にはそれぞれ分かれているが、この「韓国城」でキムチなど彼らの共通の食べ物

15) 倉石忠彦 1997『民俗都市の人びと』吉川弘文館p.8

を食べ、経済的にも緊密な関係を有している。そして、彼らの言語（韓国語、中国の朝鮮語、北朝鮮の言語）は発音や語彙、表現方法などにおいて、多少差異が見られるとしても、この空間において彼らは各自自分たちの言語で互いにコミュニケーションを行うことができる。中国内外からそれぞれ北京に移動した彼らは、自分の言語でコミュニケーションができることで、リラックスを感じ、一種の解放感を味わう。この「韓国城」における韓国人や朝鮮族および北朝鮮の人びとは、政治的な関係を越えて、経済的、言語的および文化的に共生できる空間を創り上げている。

また、望京「韓国城」は決して韓国人や朝鮮族および北朝鮮の人びとによる閉鎖的なエスニック・コミュニティを形成したり、あるいはエスニック・ビジネスとしての観光地になっているのではない。居住と商業が一体になっている望京は、韓国料理に馴染みのある日本人の好んで住む場所でもある。この街において、日本人の人びとはキムチなどを消費するだけでなく、韓国人や朝鮮族の人びととともに同じ市場において日本の食品を販売し、ショッピングセンターでラーメン街を作ることで、自分たちの個性も積極的に表現している。さらに、「韓国城」のキムチや韓国式のインテリアはすでに中国人の生活に入り始め、「韓国城」における韓国のファッションや音楽、テレビドラマといったポピュラーカルチャーは、韓国文化に強い関心を持つ中国の若者の「哈韓族」（ハーハンズー）を集めさせる。

望京「韓国城」では、多様な国や地域や都市からきた人びとが集まり、彼らによって新しいライフスタイルが創出される。それは観光目的の模倣としてではなく、日常生活文化として生きられている。キムチといった朝鮮半島においては伝統文化の要素であるものが、望京という都市環状新興特区に移動した時、そこではエスニックであって、もはやエスニックではない新興文化の要素となっている。グローバル化の中で、こうした中国、朝鮮半島、日本を中心とする東アジアの文化特区が北京の望京に成立された。そして、飲食と言語、居住スタイルを特徴とするこの特区のライフスタイルが、韓国人や朝鮮族および北朝鮮の人びとに限らず、より多くの人びとを惹きつけることで、この街は増大し続けている。

参考文献

- 倉石忠彦 1997『民俗都市の人びと』吉川弘文館
- 谷川建司・王向華・呉詠梅編 2009『越境するポピュラーカルチャー：リコウランからタッキーまで』青弓社
- 趙貴花 2008「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2007』第47巻、pp.177～187
- 戸力平. 京郊几多『望京』处. 前线, 2009年第02期（戸力平「北京の郊外にある『望京』と呼ばれる場所」『前線』2009年第2号）p.63

- 张丽娜·朴盛镇·郑信哲. 多民族, 多国籍的城市社区研究—以北京市望京地区为主线. 大连民族学院学报, 第11卷第2期, 2009(3) (張麗娜·朴盛鎮·鄭信哲「多民族、多国籍の都市社区研究—北京市望京地区を手がかりに」大連民族学院学报、第11卷第2号、2009(3)), pp.113-117
- 馬晓燕. 移民社区的多元文化冲突与和谐—北京市望京韩国城研究. 中国农业大学学报(社会科学版), 第25卷第4期 (馬曉燕2008「移民社区の多文化の衝突と和諧—北京市の望京韓国城に関する研究」中国農業大学学报[社会科学版]第25卷第4号), pp.118-126
- 柳承華·金源坤. 对中国和日本“韩流”现象的特性分析及利用方案. 当代韩国, 2009夏号(柳承華·金源坤2009「中国と日本の『韓流』現象の特徴に関する分析と利用法案」『現代韓国』2009夏号), pp.47-52
- 이진산주필, 2006 『중국한겨레사회어디까지왔나?』 흑룡강조선민족출판사 (イジンサン主編 2006『中国のハンギョレ(筆者注:韓(朝鮮)民族を意味する言葉)社会はどこまで来たのか』黒竜江朝鮮民族出版社)
- 황유복 2002 『중국속의한글학교中国的韩国语学校』 미·중한인우호협회 (黃有福2002『中国の中のハングル学校』美·中韓人友好協會)

PRINTED BY
SEIKO-SHA CO. LTD.
1-5-15, NISHITUTUJIGAOKA, CHOUFUSHI, TOKYO

Seikei University
3-3-1, Kichijoji-Kitamachi, Musashino-shi,
Tokyo, 180-8633 Japan