

大阪生野コリアタウンに生きる人々 —商空間としてのコリアンタウンから見えてくるもの—

孫 ミギョン(大阪市立大学都市研究プラザ特別研究員)

背景

2009年12月から東京の新大久保や大阪生野のコリアタウンに興味を持ち、休みを利用してフィールド調査を重ねて行ってきた。2012年7月には東京の新大久保と大阪生野コリアタウンの商店街で商売をしている人たちを対象に、「コリアタウン空間認識」や「コリアタウンの経済・文化的意味」などについてアンケート調査を行い、その調査結果に基づいて博士論文を書いた。ところが、このような量的調査では見えないものがあった。例えば、「コリアタウンの空間認識」の調査項目のなかに「コリアタウンは在日コリアンの人生の物語と歴史が詰まっている空間である」という質問によって、包括的な空間認識については知ることができたが、具体的に個々人たちの空間認識を知るには限界がある。大阪生野コリアタウンを取り巻く個々人の空間認識を明らかにするため、商店街を中心に2014年2月から本格的にインタビュー調査を始めている。

研究目的

情報や交通の発達によりグローバル化が進んでいるなか、人の移動や越境によって構築されたエスニックタウンに関する関心や研究は、さまざまな研究領域において多様なテーマに渡って論じられてきた。

エスニックタウンを取り巻く研究は、「場所」を重要なテーマにするか、或いは「マイノリティ」をテーマにするかによって大きく研究の方向性が変わってくる。まず、場所を重要な研究テーマにする場合は、その場所の歴史性や変遷、または場所の主体を含めた社会的変化などが研究のテーマとして取り扱われているが、なかには主体と周辺が逆転する場合もある。後者である「マイノリティ」を重要なテーマにする場合は、かれらの社会的状況や経済的・政治的観点からの移動現象、その背景にある諸要素の分析、そして、かれらの集団的なアイデンティティ形成の拠点としての分析、かれらのアイデンティティ変化やマイノリティへの差別の状況や人権問題などがテーマとして取り扱われてきた。このような現象は大阪コリアタウンにも見られる。つまるところこれまで大阪のコリアンタウンに関する研究は、在日コリアンの集住地として、そこに生きる在日コリアンのアイデンティティの生成・発信・確認の場として捉えるものが多かった。しかし、河上(2014)が指摘するようにグローバル化やトランスナショナルな移動が注目を浴び、文化の脱領域化や再領域化が指摘されるなかで、文化がもつ意味合いは、必ずしもアイデンティティ形成という文脈に限定されるわけではない。多様な主体がそれぞれの利害から経済資源として文化を語り、構築にかかわるようになる。こうした時代の流れのなかで、実践的な意味合いで複雑の共同体的な枠組みが総合浸透しあう現象が起こっており、従来のアイデンティティ形成の議論のみでは、可視化できない境界領域が生まれている(河上、2014:13)。とりわけこれまでの大阪生野コリアタウン研究では、この場所の持つ経済的な

営みについては看過されがちである。そこで、大阪のコリアタウンの商業空間としての側面に焦点を当てて見たいと考えている。つまり、マイノリティだけでなくそこで商業を営んでいる日本人も含めて、‘商業空間’としてコリアタウンをいかに構築してきたのかを描き出すことによって、今、ここに生きる人々の日常を可視化することが目的である。つまり、本研究で注目するのは、①商業空間としてのコリアタウンが持つアイデンティティ、②市場としてこの空間がいかに構築されてきたのか、である。このような観点からコリアタウンを基盤に商業を営む在日コリアンや日本人、ニューカマーも含めた人々を対象にして「生活の場」、「職場」としてのコリアタウンという側面を描いてみたいと考えている。

研究方法

コリアタウンに関する先行研究を整理し、関係者に対する口述調査によって、そこに生活する人々の人生を描きたいと考えてきた。そこで、2014年2月から現在までインタビュー調査を行っている。また、コリアタウンが催す大阪生野コリアタウン祭りやかれらが関わる多様なイベントでのスタッフやボランティアとして参加し、参与観察も並行して行ってきた。

インタビューの対象は①在日コリアン、②日本人住民や日本人商店主、③猪飼野保存会、④過去コリアタウンに居住もしくは昔の生野の様子を知っている人などである。このなかで、今後のインタビューの予定としては②の項目の日本人商店主に追加インタビューを考えている。例えば米穀店主、酒店主などへのインタビューによって補充したいと考えている。なお、③については今後インタビューする予定である。

現在、17人のインタビューを終えたが、なかには数回話を聞かせてもらった方もいる。インタビューの時間は基本的には約2時間、インタビュー場所は対象者の店を訪問した。インタビュー対象者の事情によって、近所のカフェなどを利用してインタビューを行った。本発表に際しては、インタビュー対象者のプライバシーのため名前はすべてローマ字で表記する。

氏名	年代・性別	その他
K氏(在日2世)	70代・女性	韓国物産創設者
H氏(在日3世)	50代・女性	カフェ経営 (朝鮮料理研究家)
N氏(在日3世)	40代・男性	民族団体所属
L氏(在日3世)	30代・男性	キムチ屋
M氏(在日2世)	70代・男性	総連関係者
Y氏(在日2世)	60代・男性	精肉店
I氏(在日3世)	50代・男性	韓国物産社長
P氏(ニューカマー)	50代・男性	飲食店
S氏(ニューカマー)	50代・女性	キムチ屋
R氏	50代・男性	花屋
T氏	40代・男性	精肉店
U氏	50代・男性	チマ・チョゴリ体験
A氏	80代・男性	—
N氏	40代・男性	生野民族文化祭
G氏	30代・女性	生野民族文化祭
D氏	60代・男性	生野民族文化祭
B氏	50代・男性	キリスト教関係

本発表ではこれまで行ってきたインタビューのなかの一部を、大阪生野区のコリアタウンを「商業空間」という視点から捉えたものである。また、本研究は発表者だけでなく、共同研究者の二人によるものである。なぜなら、共同研究者は生野生まれの在日コリアン2世であり、これまでコリアタウンに関する調査も行っているため、長年にわたり築いてきたネットワークやインタビューアとの信頼関係を基づいた深い調査が期待されるからである。研究の領域や立場の違う研究者による共同研究は、コリアタウンを複眼的に考察することが期待されるだろう。

3. これまでの研究内容およびまとめ

これまでの研究内容をまとめると次のようになる。

第一、韓流ブームなどによってコリアタウンが商空間としてブランド化されつつある。つまり、エスニックな文化を資源化の対象としている。しかし、コリアタウンという商空間の‘コリア’を全面的に出すことに不満を抱く商店主がいないわけではない。このような反発に対しては、商店街の役員たちは「うまく折り合い」をつけながら運営している。例えば、2014年に西商店街の入り口に韓国を象徴する門が建てられた。コリアタウンには三つの商店街があり、そのなかの二つの商店街ではコリアタウンというブランドを受け入れたが、西商店街だけはそれを拒否した。しかし、この間三つの商店街が一つになるイベントが行われ、そのなかで西商店街にも門が必要だという判断が持たれた。そこで、問題の門はどう見てもコリアのものというには違和感があったので、その理由を聞いたところR氏から次のように答えた。

だから、逃げ道としては、「日光東照宮的なデザインで、やりました。韓国風に見えますか。その中間的な感じで、やってるんですけどね」っていうて、僕らはあれしてるんですけど。完全っていうと、ちょっとやっぱり、あそこに入れる文字も、御幸通商店街じゃないと、やっぱりまづいなっていうことで、御幸通商店街と。（下線は筆者が引いた）

ここで明らかなように、コリアタウンでは商店街の店主たちの「折り合い」を確認することができた。

第二、これまでアイデンティティは、民族などの共同体的な意識が強調されてきたが、しかし、共通の目的や関心にもとづく関係性が優先されることがある。このような関係性は、自分とは文化的背景の異なる存在と日常的に身近に接するからこそ、その存在に親近感を覚え、よりよく理解したいという気持ちも湧くからである(河上、2014: 100)。大阪生野コリアタウンでの在日コリアンと日本人の間では、コミュニティの一員としての連帯感や親密的な関係性が見られた。これらの親密性は共に生活を営む空間のなかで生まれてくるものだと考えられる。

4. 今後の調査計画

これまでの大阪生野コリアタウン研究は、主に「在日集住地」、「在日コリアンのアイデンティティの生成・発信・確認の場」という枠組みのなかでおこなわれてきた。そのため、韓国(済州島)との繋がりや朝鮮文化を継承・発信するシンボリックな場所として強調されてきた。だが、朝鮮半島から移住し100年も経っているこの空間には、様々な移住の背景を持つ在日コリアンや日本人コミュニティが混在している。だからこそ、より現実的な「商業空間」という側面から考察する必要がある。このような点を踏まえて今後、これまで看過されていた日本人住民や日本人商店主の意識の変化などのインタビューなどを通してこの部分を補い、考察する予定である。

参考文献

河上幸子 『在米コリアンのサンフランシスコ日本街一境界領域の人類学』、御茶の水書房、2014

伊豫谷 登士翁編 『移動から場所を問う』、有信堂、2007