

## ソウルにおける都市観光の新しい展開

フンク カロリン・安 哉宣・金高 文香・徐 載勝

広島大学大学院総合科学研究科

### **New directions of urban tourism in Seoul**

Carolin FUNCK, Jae Sun AN, Fumika KANETAKA and Jae Seung SEO

Graduate School of Integrated Arts and Sciences, Hiroshima University

#### Abstract

Seoul, the capital of the Republic of Korea, is also the country's centre of domestic and inbound tourism. Based on a combination of its rich heritage, including two world heritage sites, and its function as a globalizing modern city, it has attracted foreign tourists especially since Korea hosted the Soccer World Cup in 2002. Recently, a diversification of the tourism product can be observed. This paper aims to identify these new trends and the reasons behind them, based on a discussion of urban tourism in general.

The first trend that could be identified is the creation of new urban spaces and their use for tourism. Since each mayor of the city strives to leave an impact on the city landscape, Seoul has seen a range of large-scale redevelopment projects. Some of them, like the reconstruction of the Cheonggyecheon River, have received international attention and attract professional tourists like urban planners as well as visitors who enjoy the green space in the city centre.

As a second trend, interest in the vernacular urban heritage of the city is rising and the Pukchon Area with many houses built in a traditional Korean style has become the focus of attention for the protection of townscape in a fast growing global city. Visitors stroll the hilly lanes and browse through mall-scale museums and shops in the area, gradually changing the character of the quiet district. The commercialisation of the district thus has become a topic of discussion between inhabitants of the area, city government and NGOs.

A third trend tries to connect to the experience of the World Cup, when Seoul City thrived with people during public viewings of the games. Hi Seoul Festival was established as an annual event and a specialized organisation is now in charge of the festival.

Finally, connecting the above trends, an increased involvement of citizens in tourism and events can be observed. Seoul City has established a system of qualified volunteer guides, and Hi Seoul Festival also operates on the basis of citizen participation.

All these trends have been actively promoted by the Seoul City Government in an attempt to increase Seoul's competitive edge in comparison with other Asian cities. They can be seen as an example of urban tourism promotion aiming to enhance the local character and appeal to

the multi-layered structure of a city that is in danger to become just another globalized urban conglomeration.

## はじめに

韓国の首都ソウル市を訪れる国際観光者数は2008年に500万人を超え、韓国全体の75%を占めているが(図1)、ソウルの人口は全国の25%にすぎない。ソウル周辺に立地する金浦<sup>キンポ</sup>と仁川<sup>インチョン</sup>国際空港は韓国の玄関口となっており、ソウルは1986年のアジア大会、1988年の夏季オリンピック、2002年のFIFAワールドカップのような国際イベントの開催で世界の注目を浴びるようになった。韓国ドラマから始まり、映画、料理などの生活文化に広がった韓流は周辺アジア、特に日本からの観光者を引きつけ、中国の経済成長も地域内観光市場の拡大に拍車をかけている。観光の主な対象は1394年に朝鮮王朝の都となって以来、蓄積してきた首都としての代表的な建物と、ショッピングなどの高等都市機能という過去と現代の組み合わせからなっている。過去の遺産よりもどちらかという近代都市機能に重心を置いていることはヨーロッパの首都と異なり、アジア各国の首都の共通点であるといえよう。しかし、近年は清溪川<sup>チョングチョン</sup>の再開発から生まれた市内公園の観光利用や、20世紀初めの町並みが残る北村地区<sup>ブッチョン</sup>のヘリテージ・ツーリズム、ガイドと一緒に歩く観光、定期的に関催されるフェスティバル、または医療観光など、様々な新しい流れが見られる。このような流れの共通点としては近代から現在までの都市生活と都市空間に密着していることが指摘できる。また、その背景には、ソウル市の行政と韓国の観光局が観光者の興味や流行を把握し、対応していると同時に、ソウルの都市空間を積極的に売り出していることがあげられる。

そこで本論文ではこのような都市観光の新しい展開に注目し、首都遺産と商業機能を中心にした観光からの多様化を描きたい。また、その多様化はソウルの都市空間とどのように関連し、ソウルのイメージをどのように変化させているか明らかにする。2002年のFIFAワールドカップがソウル市の積極的なイメージ作戦と、外国人旅行者を受け

入れるための取り組みを充実させる政策のきっかけとなったため(Kim/Petrick 2005: 26; 崔2010)、2002年以降の時期に集中する。事例としては川の再生で注目を浴びた清溪川、生活の場である都市空間の遺産として残っている北村地区、そして都市の活力をアピールするHI Seoulフェスティバルを取り上げる。第1章では、都市観光の意義について検討し、都市のイメージを作り出す要因を分析する。第2章はソウルにおける観光の概要と市、または国の観光政策をまとめる。第3章は清溪川を例に、都市再開発の観光資源化を分析する。第4章は北村地区における保存活動と観光地としての活用を紹介し、「ヘリテージ・ツーリズム」(特集:「ニューツーリズム」の市場喚起力2008: 43)、いわゆる近代遺産の観光化の課題を検討する。第5章では、都市の多様性をアピールするイベントに焦点を当てる。「終わりに」では、このような新しい観光の可能性と限界を検討する。

本論文は先行研究の分析に加え、2009年9月23日から26日までに広島大学総合科学研究科リサーチ・マネジャー養成プログラムと21世紀プロジェクトの巡検として行った現地調査の結果に基づいている。清溪川と北村地区をガイドの案内で歩き、ガイドにインタビューしたとともに、ソウル市役所韓屋文化課、ソウル文化財団、ソウル施設管理公団清溪川管理課、韓国観光公社、NGO歩きたい都市づくり市民連帯の聞き取り調査を研究者1名と大学院生数名で実施した。その他に世界遺産となっている宮殿、または西大門刑務所歴史館の見学を行った。

## 1. 都市観光の意義と変化

都市観光は、都市における数多くの社会的、経済的勢力の一つである。多様な商品と体験を提供する観光産業と、様々な動機や文化的視点を持ち、受入住民と様々な関連を作り上げる観光者からなっている。Edwards/ Griffin/ Hayllar (2008)によると、都市観光は他の観光形態と異なる特徴がい

くつかあげられる。観光者はレジャーの他にビジネス、会議、親戚や友人の訪問など、様々な目的で都市を訪れる。市民や都市周辺の通勤者は観光者と同じ施設を利用している。都市が提供する観光資源、観光施設とサービスの種類が多岐に渡っている。また、都市のなかで、観光は他の経済的活動と競争し、土地と労働力を使用している。

Pott (2007)は都市観光が広い意味での文化を対象にしていることに、リゾート滞在など自然を舞台にした他の観光形態との差異を指摘している。観光者は訪れている都市の文化を3つの視点から眺めている。自分の生活空間や、他の地域と比較する地域的な視点と、都市に見られる過去の遺産と比較する歴史的な視点は他の観光地にも共通するが、都市内における多様性や数多くの対象を眺める眼差しは都市の不均一性に注目する点で、都市観光の特徴であるといえよう。また、世界第一級とされる各国の首都や大都市は多極構造が特徴であり (Ashworth/ Tunbridge 2000: 212)、その不均一性を強調し、観光宣伝に活かす傾向が強い。

このような特徴から、観光政策や観光計画と管理は数多くの公共機関と民間企業に関連し、複雑な過程となっていることが予想される。その上、観光産業と情報通信のグローバル化に伴い、観光地のイメージや情報が急速に伝わり、観光地としての都市が直面する市場環境は不安定になっている。流行に左右される観光者の好みを引きつけるために、都市は絶えず変化し、観光者にとって魅力的な風景を作り出す必要がある (Fainstain/ Judd 1999: 5)。ではなぜ、世界中の都市、特に首都は都市観光のような不安定で複雑な経済分野を推進するのだろうか。ヨーロッパや北米の場合、脱工業化が進む中で第三次産業を強め、衰退する都市のイメージを改善する必要性が指摘されているが (Selby 2004: 14)、経済が急速に成長し、国際観光市場でも成長が著しいアジアの場合、状況が異なるので、以下アジアの都市を中心に検討したい。

都市は、グローバル化に伴い個性を失い、特に世界都市の場合、グローバル企業の舞台として均質化されるという見方が有力である。一方、各都市にはその発展と歴史からなる「遺伝子」に基づいた独自性があり、文化的アイデンティティー

が作り出されていることも確実である。つまり、現代都市は均質化と独自性の緊張関係にあるといえよう。グローバル化に伴って激しくなった人・物・情報の流れと都市間競争により進む均質化に対し、都市行政がアイデンティティーを強調する動きが見られる (McNeill 2004: 90)。

アジアの発展国の首都や大都市は、急速な発達が進むなかで、グローバルとローカルが入り交じり、様々な発展段階が同時に存在し、混成的な空間が作り出されている。韓国首都のソウル市はその典型的な例であり、30数年で高層ビル、大規模ショッピング・センターとマンションが立ち並ぶ都市空間に発展した。一方、その空間内には都市の二極化が目立ち、各地区が都市機能や社会階級により明確に差別化されてきた (Lee 2004: 114)。韓国は20世紀に入ってから日本、アメリカ、そしてグローバル化の影響を受けてきた結果、現在のソウルには様々な過去が存続し、混成的な都市景観を成している (Ryu 2004: 14)。このような混成空間が新しいアイデンティティーに繋がる可能性もある。

均質化とローカル遺伝子の関係とは別に、各国の首都と、国全体の間にも緊張関係が指摘されている (McNeill 2004: 54)。国家が形成したアイデンティティーは必ずしも首都のイメージとは一致しない。国家の文化を世界に提示するために首都の大規模な再開発と建築物を利用する動きは帝国主義の時代で最も目立ったが、1980年代のパリでも見られる。現在アジア各国の間で行われている、世界最高層ビルの建築競争もその一例である。一方、首都の再開発に成功した市長がその後大統領になった韓国の例も記憶に新しい。つまり、国際観光者に注目されるほど首都の空間を再構築する力があれば、国全体を管理する力も持ち合わせていると捉えられるようである。

このように、首都の独自性とアイデンティティーを確立し、競合する他の世界都市や国家に対し優位となる上で、都市観光は有力な手段である。シンボリックな建築物や大規模イベントの開催は最も普遍的な戦略であるが (Holcomb 1999: 58)、アジアの首都では1990年代以降、大規模ショッピング・センターやカジノの開発、または

宗教的文化と伝統技術を活かした観光に積極的に取り組み、観光形態の多様化を目指すようになった (Mullins 1999: 260)。このような観光戦略は国際ブランド商品、国際イベントというグローバルな側面と、地域の文化、都市の顔となる独自の景観というローカルな側面の組み合わせから成り立っている。また、都市景観の物理的な創出と、イメージの文化的な創出のやり取りから、都市観光の可能性が生まれる (Selby 2004: 23)。そこでソウル市に焦点を当て、観光政策におけるグローバルな側面とローカルな側面について、「世界都市」のイメージを強める側面と「韓国ソウル」のイメージを強調する側面を明らかにしたい。

## 2. ソウルの観光と観光政策

ソウル市は南北約30.3km、東西約36.78km、全体面積は605.41km<sup>2</sup>という大都市である。2007年末の人口は404万6000世帯、1042万2千人が記録されていたが、韓国の国土の1%にも満たないソウルには、人口全体のおおよそ4分の1が住んでいることになる。

### 2.1 ソウルのイメージ戦略と観光に関連する

#### 都市政策

スローガンやシンボルマークは都市の宣伝に最もよく利用される手段である (Selby 2004: 17)。ソウル市もその例外ではなく、ソウルという都市を代表するスローガン、シンボルマークとキャラクターを決めている。1996年から利用されているシンボルマークはハンゲルの「ソウル」という単語をソウルの山、日、漢江で現わし、喜んでいる人間の姿を形象化したもので、人間中心都市を志向するソウルを象徴している。デザインは有名な画家の絵に基づいているが、自然・人間・都市の脈絡の中で緑色の山は環境を、青色の漢江は歴史と活力、真ん中の太陽は未来のビジョンと希望を意味している (ソウル特別市庁2010a, マークについてこのホームページを参考)。

「HI Seoul」というスローガンは2002年のワールドカップを機に、市民から公募した7,283件の中から、ソウルマーケティング諮問委員、ブランド

専門業者、ソウル市の職員、ソウル市の記者団の世論調査と妥当性分析を通じて選定された。ソウル市が市のホームページで提供している情報によると、「Hi」は全世界の人々が一番多く使う英語の挨拶の言葉で、地球村に明るくて親しいソウルのメッセージを伝え、多様で活気があるソウルの魅力を表現する意味を持っている。また、英語の「高い」の意味である「High」と同音で、大韓民国の首都を飛び越え、世界の大都市間の競争でソウルが乗り越えなければならないビジョンを提示している (ソウル特別市庁2010a)。このスローガンはソウルの重要なイベントである「HI! ソウルフェスティバル」(以下HSF)にも使われている。

また、象徴キャラクター「ヘチ」はソウルの都市競争力とブランド価値向上のためにソウルの特徴とイメージを含む独創的なキャラクターを開発しようと、市が27種のソウル象徴物を提案し、この中で市民の意見を調査した結果、象徴力と活用力の面で一番すぐれた「ヘチ」を2008年に選定したものである。「ヘチ」の辞書の意味は「是非と善悪が判断できる想像の動物」で、善悪を判断する正義ののっとったものという意味以外に、火事や災いを退ける神としての意味も持っており、歴史の中で、ソウルを守る想像の動物として親しまれてきた (ソウル特別市2010b, 「ヘチ」の姿についてこのホームページを参考)。「ヘチ」はソウル市の観光情報ホームページにも活用され、ソウルを案内する役割を果たしている。

このように、ソウル市は都市間競争と都市観光を意識し、市民の意見を取り入れる方法で、市民も共有できるイメージを作り出そうとしている。

次に、ソウル市の都市政策について確認したい。2006年に着任したソウル市長の市政運営4年間計画 (2006年10月6日発表) では20の核心事業が決められているが、その中には、観光に関連するものも含まれている。経済・文化都市マーケティング事業では、都心再創造、国際競争力を取り揃えた観光名所の造成、観光者の受入態勢の改善、国際的な水準の文化スポーツマーケティングを推進することになっているが、具体的には漢江をソウル代表の観光ランドマークとして開発することや、南山の観光資源化、5大宮殿の歴史・文化観

光商品開発, 多様な宿泊施設の拡充, 観光者専門飲食店の発掘, 観光案内体系の改善やサービス水準の向上, 世界的なイベント・映画製作の誘致があげられている(ソウル特別市2010c).

文化観光ベルト造成事業では, ソウルの歴史と伝統復元を通じて文化観光ベルトを造成することを政策目標とし, 古都ソウルの歴史性を回復させ, 伝統文化及び歴史遺跡の探訪等, 文化遺産の観光資源化を図っている. 具体的に朝鮮時代, 三国時代, 近・現代の文化遺産の復元と保存を進め, 観光資源として活用する事業である.

また, 世界的な祭りの開催も, 核心事業の一部となっている. ソウルならではの固有のアイデンティティーを持つ, 世界的に認められる代表的な祭りの育成を通じてソウルのブランドを強化し, 経済的な付加価値を創出することを政策目標としている. 具体的に, 外国人旅行者の増加, 文化観光産業の発展及び文化ブランドイメージ創出などの内容が含まれている. 目指している祭りは「歴史と現在のコミュニケーションの場になる600年古都であるソウルを素材とした祭り」, 「ソウルと世界交流の場になるソウルの代表空間, 漢江を素材とした祭り」, 「既存の祭りを場所別, ジャンル別に特化させた祭りとして発展させ, 市民の文化共有の機会を拡大する祭り」, 「市民と企業が直接に参加して楽しむ祭り, 経済的な付加価値を新たに創出する祭り」としての発展を図る方針である(ソウル特別市2010c).

以上の都市政策のまとめから, ソウル市につい

て二つの傾向が読み取れる. 一つは, 市政治家や行政側の都市間国際競争の認識が高く, 競争力を高めるために都市観光を積極的に開発している傾向である. もう一つは, 文化遺産の多様化と活用, または祭りの開催を通じて, 観光の多様化を目指していることである. 以下詳しく触れるが, 2003年から実施されてきた文化観光解説士事業も, ソウルの文化遺産をより面白く, 広く紹介することを通じて, 都市としての魅力を高めることを目標としている. 上に, 祭りの開催目標について政策で使用されている表現をそのまま引用したが, 「代表空間」, 「地域別...に特化する」, 「市民の文化共有」, 「市民と企業が参加する」, 「経済的な付加価値」という表現が, ソウル市の都市計画における観光の位置付けをよくまとめている. つまり, 漢江や清溪川, または2009年に整備された光化門広場のような代表的都市空間を整備する一方, 地域性や市民の活動, 文化遺産の解釈など, ローカルな特色を強める方針である.

## 2.2 ソウルにおける観光の現状

ソウル市には, 宿泊施設111件, 客室21680室が立地し, 韓国全体の宿泊施設の19.9%, 客室の33.4%が集中している(韓国観光研究院2010). その内, 特級宿泊施設の割合をみると, 施設の30.7%, 客室の43.2%と, その割合が高くなり, ソウルには全国に比べて特に高級ホテルが多いことが分かる.

ソウル市の統計によると, 2008年のソウル訪問

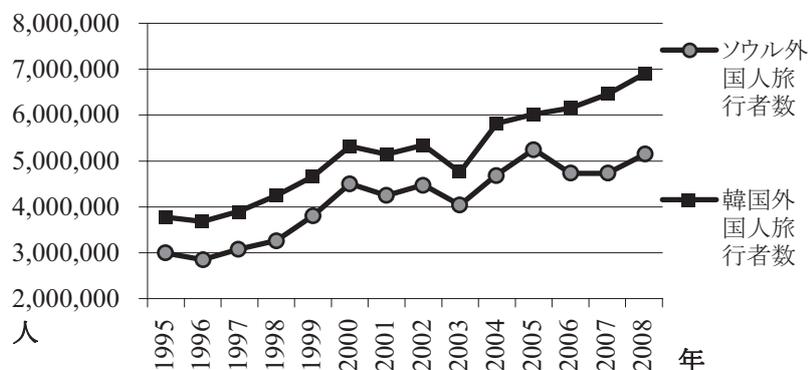


図1: 韓国全体とソウル市への外国人旅行者数(1995-2008)

資料: 韓国観光公社「外来観光客実態調査」各年度(ソウル市役所のHPの資料を参考に筆者が作成)

[http://stat.seoul.go.kr/Seoul\\_System3.jsp?stc\\_cd=406](http://stat.seoul.go.kr/Seoul_System3.jsp?stc_cd=406)

外国人旅行者は約513万人で、韓国全体の約659万人の74.5%を占めている。前年度の韓国全体約645万人、ソウル市約473万人（73.4%）と比べ、ソウル訪問外国人旅行者数もソウル訪問比率もやや増加した。図1をみると、韓国全体の訪問外国人旅行者数は1995年からSARSの影響を受けた2003年を除いてほぼ増加していることに対し、ソウル訪問の割合は2005年以降やや減少していることが分かる。

また、2009年の全国の国籍別外国人旅行者数は、合計約782万人の内、日本国籍の旅行者が約39%で1位を占め、次がその他（約33%）、中国（約17%）、アメリカ合衆国（約8%）の順となっており、前年と比べると日本とアメリカ合衆国からの訪問者数はやや増加している。図2をみると、十数年間日本からの訪問者が一番多く、日本と中国、アメリカ合衆国の国々からの旅行者は増加している。特に日本と中国の国籍を持つ訪問者の増加が目立っている。

出身地域別に、観光目的は異なると思われる。そこで2000年に実施された、ヨーロッパ、北米と日本からの観光者の優先傾向を調べた調査を参考にしたい。ソウルへの旅行を検討する際、「現地文化を体験する」、「食べ物」、「ショッピング」、「ホテルの立地場所」の4つの要因のうち、ヨーロッパと北米からの観光者は現地文化を体験することを最も重視し、日本人はショッピングを優先することが明らかになった（Suh/McAvoy 2005）。

国際観光の重要な分野である国際行事開催の現

況をみると、2007年の国際会議は全国268件の内、ソウル市で121件（約45.1%）が開催された。記録がある1999年から2007年までの全国の国際会議開催数は5,529件に上るが、ソウル市の平均開催割合は61.4%を占めている。しかし、地方化の進展により、ソウル市の国際会議開催割合は2001年を最高（77.9%）に段々減っている（韓国観光公社、各年度）。

以上の内容をまとめると、韓国における国際観光は首都であるソウル市に依存しているといえよう。韓国政府は2010～2012年の3年間を「韓国訪問の年」と設定し、割引プログラムやウェルカム・プラン、観光クーポンサービスなどの多彩なサービス特典と、数多くのイベントの開催を通じて外国人旅行者を増加させることを目指しているが、3年間の内の1年目はソウルが主な舞台となることも、その重要性を裏付けている（韓国訪問の年委員会2010）。

ソウル市は、上に触れたように、首都の遺産である代表的な建物、特に世界文化遺産2カ所を含む宮殿が主な観光資源となっている。韓国全体の10カ所の世界遺産の内、ソウルでは世界文化遺産である「宗廟」<sup>チョンミョ</sup>と「昌徳宮」<sup>チヤンドクン</sup>と、世界無形遺産である「宗廟祭礼」が登録されている。韓国は1995年に初めて世界文化遺産を登録したが、その一つである「宗廟」は、朝鮮王朝の帝王と王妃の零（たましい）を祭る祠堂であり、そこで世界無形遺産「宗廟祭礼」が行われる。また、昌徳宮は1997年に登録されたが、東アジアの宮殿建築史において

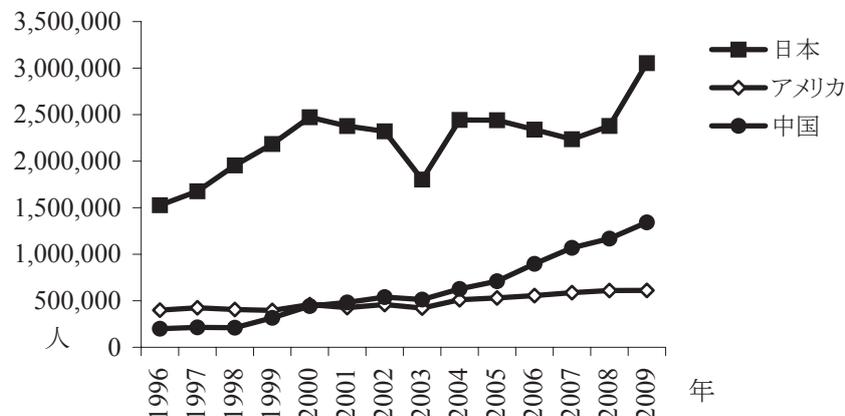


図2：国籍別外国人旅行者数（全国，1996-2009）

資料：観光振興担当官（ソウル市役所のHPの資料を参考に筆者が作成）

[http://stat.seoul.go.kr/Seoul\\_System3.jsp?stc\\_cd=406](http://stat.seoul.go.kr/Seoul_System3.jsp?stc_cd=406)

非定形的な造形美を持った代表的な宮と庭園で、周辺の自然環境との完璧な調和と地理的条件に合わせた設計が卓越であることで選定された。各宮殿の訪問者数は宗廟の312万人（2009年）が最も多く、徳寿宮<sup>トクスグン</sup>の132万人、昌徳宮の88万人と続くが、1995年からの成長率をみると、昌徳宮は3.5倍、宗廟が2.4倍、徳寿宮が2倍の順となり、世界遺産登録の影響が読み取れる（ソウル特別市2010d）。歴史的遺産の中には首都としての偉大さを示すものだけでなく、負の遺産も含まれている。特に日本の支配下に置かれた時代に関連する遺産は西大門刑務所歴史館のように、教育的な側面を強く持っている。しかし、1995年に行われた日本植民地時代の政府官庁の取り壊しに見られるように、負の遺産を都市空間から削減する傾向もある。

一方、現代的都市機能としては、多様な商業地区が国内からだけでなく、外国からの消費者も引きつけている。明洞<sup>ミョンドン</sup>、南大門市場<sup>ナムデムンシジャン</sup>、東大門市場<sup>トンデムンシジャン</sup>などはその例であるが、ソウルの商業空間は小規模な店が並ぶ市場や商店街から、国際ブランドや流行の飲食店が集まる地区まで、多様な空間である。各地区に集まる消費者の特徴と文化的好みにより差別化され、また、好みの変化や都市政策の影響で、絶えず変化している（Lee 2004）。例えば、ソウル内の外国空間として米軍とアメリカ人消費者を対象に発展した梨泰院地区<sup>イテウォン</sup>は現在、消費空間全体のグローバル化に伴い、その魅力を失っている（Eun-Shil 2004）。逆に、仁寺洞地区<sup>インサドン</sup>がギャラリーや個性のある店が集中する芸術空間として発展してきたが、成功に伴う商業化は芸術的な要因を薄めている批判もある。

このように、ソウルの観光資源は観光者の歴史的な眼差しと、不均一を求める眼差しを引きつけている。しかし、点としてソウル市内に分散している歴史的遺産に比べると、現代的都市機能は商店街のような線や、商業地区として面的に広がっているため、都市空間に強い印象を刻み込んでいる。

### 2.3 ワールドカップ開催からの観光事業

ソウルの観光政策は国際イベントの影響を強く受けている。1988年の夏季オリンピックはソ

ウルを国際都市として世界の舞台に上げたことに続き、2002年のFIFA ワールドカップが国際観光の多様化に繋がった。共同開催国であった日本はワールドカップの次の年から訪日外国人旅行者を2010年までに倍増させる政策に取り組んだが、韓国もソウル市を中心に国際観光に注目した。例えば、ワールドカップに向かって外国人旅行者が利用しやすいように、宿泊施設の開発や観光地区の指定が行われ、伝統文化を活かしたイベントが開催された（Kim/ Petrick 2005）。観光地区は主にショッピング観光地区、新文化浮上地区、中国人観光客特化地区という3種類が設定され、若者、ショッピング、夜がキーワードとなっていた（轟 2005）。

都市計画と再開発が新しい観光空間を作り出すことを上に触れたが、ここでは、既存する都市空間と観光資源を観光者により面白く伝える取り組みに注目したい。

ソウル市はワールドカップの次の年から市文化観光解説士というボランティア組織を立ち上げ、国内と外国からの観光者に韓国の文化の魅力を伝えるガイド人材の育成を始めた。ソウル市によると、「韓国を訪問する韓国内外の観光客に韓国文化の優れたところを紹介し、正確な歴史に関する知識と情報を提供する目的」で立ち上げたという（ソウル市2010e）。2010年現在は197人の解説士が活動しているが、その内、日本語解説士が77人、英語解説士が72人、韓国語解説士が34人、中国語解説士が14人である。解説士の大部分は専門職、教師、公務員出身か、外国の居住経験がある人々で、年齢層も30代から70代まで様々である。現地調査の際、日本語でガイドを勤めたボランティアも日本での滞在経験があった。文化観光解説士は現在、13のコースを案内している。観光者に最も人気の高いコースは景福宮<sup>キョンボックン</sup>、次いで北村、宗廟の順で、特に外国人観光者には北村の人気の高いようである。案内を受けるためには、希望する日の3日前までに電話またはソウル文化観光ホームページで予約する制度となっている。利用者数は全体で34405人（2006年）から64968人（2009年）へとほぼ倍増したが、外国人の場合2006年の2653人から2009年の16910人に増加し、特に外国人旅

行者による利用が急増していることが分かる（ソウル市2010e）。

ソウル市は2010年も、新しいボランティアを募集している。その基本条件を見ると、年齢が満30歳以上70歳以下であり、ボランティア意思が透徹し、一定期間、週2回以上の持続的な活動が可能で、外国人を対象に解説ができる程度の外国語を話し、韓国の歴史、文化遺跡及び観光に対する基本素養も持っている人が対象となる。その上、史学、考古学、歴史教育学など関連学科の卒業者及び、関連経歴保有者や、各外国語検定試験の点数が高い人が優遇される。3ヶ月間に渡り、ソウルの主要文化財、観光資源の理解、現場踏査訓練、外国語別解説実務など、合計100時間の教育を受ける。出席率80%以上、筆記や実技試験が平均点数70点以上の人だけが、文化観光解説士となるが、実際の活動に当たっては、交通費などの実費が提供されるのみである（ソウル特別市2010f）。

ボランティア活動をするために教育を受け、試験も受けるという厳しい条件のなかで、解説士をする動機について案内に当たった日本語ボランティア・ガイド2人に訪ねたところ、過去に日本にいたときの恩返しという回答を得た。

文化観光解説士は実際にソウルを訪れた観光者を案内しているが、その他にソウル市は多様な観光情報をホームページで提供している。そこで国際観光者にソウルの面白さを伝えるために、ソウル市は市内在留外国人500人にアンケートを行い、20項目についてソウルの最も魅力的な場所を訪ねた。20項目は「古宮」、「博物館」のような伝統的な文化資源と、「ショッピング」、「グローバル」、「IT」という現代国際都市の資源の他に都市観光にしては珍しい「登山」や「漢江」という、自然資源も含まれている。また、体験型項目も「韓国料理」、「仏教体験」のような伝統的なものから、「健康&ウェルネス」、クラブやライブカフェが並ぶ道や夜のスカイウエー・ドライブからなる「夜間体験」、「エンターテインメント」という、近代的なものまで含まれ、ソウルにおける都市観光の多様性を反映している。アンケートの結果に基づき、ソウル観光協会のホームページではテーマ別にソウルの魅力的な場所と観光コースが提案され

ている（ソウル特別市2010g）。

文化観光解説士と、在留外国人による魅力ランキングはそれぞれ、ソウル市が行っている観光事業の一例にすぎないが、ここで二つの傾向が読み取れる。まず、外国人、外国語能力のある市民、専門知識のある市民など、大都市ソウルの多様な人材を積極的に活用し、ソウルの多様性と不均一性をアピールしていることである。しかし一方、文化観光解説士の教育を通じて、観光者に伝える内容を確定し、「正しい」解釈を進めようとしている傾向もみられる。

### 3. 都市景観の再生と観光：清溪川

次に、都市空間の再生が新しい観光とレクリエーション活動に繋がった事例として清溪川の復元授業を取り上げる。2005年に完成したこの事業はソウル都市空間の改善のシンボルとして注目を浴びるようになり、世界的に都市計画や都市研究の専門家の注意を引いた。この事業に関する韓国内の研究は、政治学、建築学、経済学、社会学の分野に関するものが多い（Ryu 2004, Ryu 2008, Hong 2004, Kim/ Kim 2006, Park/ Kim/ Lee 2004）。その中でソウル市と市民、特に川沿いの商人と住民との交渉と市民参加に注目した論文もある（Hwang/ Lah 2005, Park 2006）。観光分野においては、清溪川復元事業の内容及び意義を明らかにし、観光学の視点から水辺空間の造成方向について考察した研究（Choi 2002）以外、2008年以降の研究がほとんどである。ライフスタイルに応じて訪問者の違いを分析し、満足度の差異を明らかにした研究（Hwang/ Chang 2010）、復元された清溪川がソウル市の都市観光イメージ形成に及ぼす影響を分析するために、清溪川訪問前と訪問後の集団を対象にソウル市都市観光のイメージを測定し、その結果を比較分析した研究（Choi/ Oh 2008）がある。また、清溪川で行われている多様なイベントや行事、祭りとその利用形態を通して清溪川地域が都市文化観光地として市民および観光者にどのように利用されているのかを分析した研究（Sohn/ Chin 2008）がある。つまり、清溪川再生は主に都市再生とそこにおける市民参加の視点

から注目され、最初は観光資源として捉えていなかったといえよう。事業が完成し、実際にレジャーと観光の利用が目立つようになった時期に、利用者の考えに焦点を当てた研究が増える。

清溪川に関する調査は2009年9月24日に清溪川文化館を見学した後、文化観光解説士の案内で川を歩き、最後にガイドに聞き取り調査を行った。また、9月25日にソウル市施設管理公団の清溪川担当者に聞き取り調査を行った。以下、参考文献をあげていない場合、聞き取り調査に基づいた説明となる。

### 3.1 清溪川の概要

清溪川は、ソウル市の都心部を西から東に貫通する河川である。東大門を過ぎて中浪川と合流し、漢江へ流れ込んでいる総延長8.14kmの川である。都心の中央に位置しており、周りには商店と民家が密接していたため、大雨が降り、水が溢れると家屋が浸水し、橋が流失し、また溺死者が発生することが多かった。それ故に朝鮮時代初期から、都の建設事業と並んで下水を造ることは非常に重要な事業であった。

清溪川は、朝鮮王朝時代(1393年～1910年)には、<sup>ヤンバン</sup>両班の家と主要官庁があった北村と庶民や貧しい士大夫が主に住んでいた南村の境界として、日本植民地時代(1910年～1945年)には「民族の街、<sup>チョンノ</sup>鐘路」と「日本人の村、本町」を分ける境界線となった。1920年以降、数回に渡り清溪川を埋め立て、その上に住宅や道路を造る計画が発表されたが、これらの計画は財政問題により構想にとどまった。

1945年頃の清溪川には土砂とごみが河川底を覆っており、川辺に沿って乱立している仮小屋と、そこから溢れ出る汚水で汚染されていた。その上、朝鮮戦争後に生計を立てるためソウルに集まってきた避難民が清溪川沿いに定着するようになった。彼らは、半分は陸に、もう半分は水に浮く仮小屋を建てて暮らした。おびただしい量の下水が都心流れ、その悪臭で周辺の住民は酷い被害を受け、都市全体のイメージも大きく損を受けた。当時、韓国の経済状況の中で清溪川問題を解決する最も簡単な方法が清溪川の覆蓋であった。

1955年に一部、1958年から本格的に覆蓋が始まった。また、埋め立てた川の上に清溪高架道路の建設が1971年に完工した。清溪川周辺の仮小屋は壊され、代わりに現代様式の商店街が建ち、汚水が流れていた河川はアスファルトの道路に生まれ変わった。

1950年代末、ごみと汚水で不潔と貧困の象徴だった川が、60・70年代は成功した産業化、近代化として象徴されたが、80・90年代は都心産業の中心地であると同時に騒音、混雑、煤煙などで都市発展による公害のシンボルとなった。また、清溪川覆蓋構造物と清溪高架道路は30～40年が経ち、既にセメントと鉄筋が腐食し、構造物の欠陥などが市民の安全を脅かすに至った。

### 3.2 清溪川の復元事業

環境や生態の重要さが強調されていくなか、清溪川高架道路とその下の川を覆っている蓋の構造物を取り除いて、清溪川を自然河川に取り戻そうとする声が環境市民団体や学界専門家たちの中で高まっていった(Hankyorehnews新聞、2002.4.18)。

2002年、当時のソウル市長立候補者李明博が、清溪川を元の姿に取り戻す復元事業を公約として宣言し、当選されたことから、清溪川の復元事業は始まった。そうして、ソウル市は1年後、清溪川の復元事業の計画を立て、2年3ヵ月で工事を完成させた。

なぜ「清溪川の復元の事業」は必要だったのか、復元に対する論議が活性化された背景には、ソウル市の劣悪な環境条件や「清溪川」に対する否定的な印象があったからである。ソウル市民を対象とした「清溪川」といえば浮かぶことを聞いた世論調査(Hankyorehnews新聞、2002.4.18)の結果、古くて汚いが37.2%と最も多く、汚染されている水、ごちゃごちゃしている、下水の溜まり、悪臭、空気が悪い、公害が酷い、建物が老朽化している、ゴミなどがソウル市民の連想イメージであった。全体の約59.4%が清溪川に対して否定的なイメージを持っていた。さらに、清溪川周辺地域の住民の約94.2%は、緑地空間の不足を訴え、ソウル市民のほとんどが都心公園や緑地空間を必要として

いることが確認されていた。

清溪川の復元事業でもっとも重視された事項は、環境・生態問題であったが、ソウル市は、都市環境の改善だけでなく、ソウル市のブランド価値の向上と周辺地域への波及効果も期待していた。

市担当者への聞き取り調査によると、清溪川の復元事業の内容は以下のとおりである。

#### (1) 自然環境の復元

生態環境に関する事業を実施し、川沿いに生物が生息できる空間を作ることや、河川区域内に散策路や休憩場所、親水スペース等の設置を行った。最初は生き物が少ない状況だったが、復元から4年後では630種類の動植物が生息し、ソウル市は水と緑が豊かな美しい環境都市への新しいイメージを作り、ブランド価値を高めるきっかけとなった。

#### (2) 歴史文化空間の回復

歴史と文化の中心地としてのソウル市に対する市民の誇りを取り戻すことにこの事業の一つの目的があった。ソウル市内で600年古都ソウルの姿が残されているところは数少ない。そのため、清溪川地域に存在する遺跡を発掘し復元することで、時間的、歴史文化的空間の特徴が蘇ると同時に文化的遺産を多くの市民が楽しめるようになった。

#### (3) 経済活性化

地政学的な利点、つまりソウル市周辺には、飛行機で3時間以内に到着できる100万人以上の国際都市が多く立地していることを活用し、清溪川復元とともに外国企業の活動条件の緩和、便利な環境造成など東北アジア拠点都市としての発展を計画した。

#### (4) 都市の再開発（地域間の均衡発展）

清溪川周辺地域は、4～50年以上経った建物が密集していた。施設の全体が老朽化しつつあるため、常住人口の減少はもちろん、都市環境をさまたげる要因となっていた。清溪川復元で周辺地域を国際金融、ビジネス中心の産業地区として新たな都市機能の導入を目指していた。

ソウル市は、成功的な着工のため「清溪川復元広報推進計画」、「広報物制作及び活用計画」を通

して、清溪川の実状を市民に公開し、清溪川復元の必要性や支持を確保するなど、市民の関心を呼び起こした。清溪川復元事業は、ソウルを「開発」を主とした都市、「車」中心の都市といったイメージから、「人」が中心の都市、「自然と人が共存する」都市というイメージとして21世紀の新しい都市管理パラダイムに転換させようとする趣旨が含まれていた。

このような大規模事業が短期間で成功した背景には、環境再生など、事業の利益が多かったこと、市が市民、とくに商人との交渉を進めたこと、そして市長による強い指導があげられる (Hwang/Lah 2005)。一方、施行主体であるソウル市（清溪川復元推進本部）と利害当事者である清溪川商人集団（清溪川商圈対策委員会、衣類商店街対策委員会）との間に意見の対立があったという新聞記事もある（僭世上新聞(Newscham), 2003.7.1)。それによると、清溪川復元工事は清溪川周辺商人が50余年間作ってきた商圈と有・無形の財産を崩すとともに清溪川周辺の洪水問題や交通問題を悪化させることになると主張し、それに対する対策を要求するなど、清溪川復元事業は、交通問題、環境問題および、清溪川周辺の3万人に至る零細商人や1000個に至る商店に対する対策の考慮なしに事業をすると批判の声があった。全体的にみると、都市環境の改善が期待されたため、復元自体に対する反対は少なかったが、実行の早さや環境再生の方向性に対する批判、または住民と沿岸に多い商人の意見を取り入れる民衆的な計画過程を要求する声が市民団体や商人から上がったという指摘もある (Ryu 2004: 23)。

### 3.3 清溪川の観光事業

ソウル市は、河川の上流は歴史（昔の橋、民族的な遺跡）で、中流は文化（東大門市場を観光特区と指定、文化の行事を行う）、下流は生態（630種類の生き物、市民参加型プログラム計画）といったテーマで、清溪川の観光資源としての活用を力を入れている。

ソウル市施設管理公団の担当者の聞き取り調査によると、ソウル市は清溪川の観光活用のために観光産業関係者と会議を実施し、市として取り組

みたいことを説明し、協力の依頼や、逆に観光産業関係者の希望や計画を支援する形で、お互いに協力し清溪川の観光事業を推進していった。

当初、観光資源としての活用より、一般市民が不便なく利用可能な場所づくりを心がけていたが、市全体の組織として設立されていた「ソウル文化財団」はソウルへの訪問者に楽しんでもらうためのイベントなどを計画し、清溪川周辺でも実施しているうちに、観光資源としての側面が強くなった。ソウル文化財団は、ソウル市が文化芸術を通じた市民の生活の質の向上とソウルの都市競争力強化を目的に2004年に設立させた財団である。主要活動としては、市民文化芸術活動の支援、若者芸術家の支援事業、ソウル市の文化競争力強化事業を行っており、2006年には、清溪川の復元記念文化芸術祭を主催した。さらに、ソウル文化財団は、市民参加型のプログラムの計画や、文化の公演やイベントを開催させ、訪問客の増加を呼び起こしている。

上に触れたように、ソウル市は、ボランティア育成のプログラムを実施し、外国語が話せる人には「文化観光解説士」という資格を与え、地域の案内や解説ができるように教育を行っているが、その他、掃除や秩序、環境を守るためのボランティアも育成している。掃除や観光案内のために約1万人のボランティアが登録している状況で、ソウル市内の代表観光コースで毎日70-80名程度がボランティア活動を行っている。

また、2005年に、清溪川復元事業を記念するために「清溪川文化館」を開館し、清溪川の過去から現在・未来のことを展示し、入場無料で映像・模型により清溪川を紹介している。

文化観光解説士による案内は、この清溪川文化館を拠点に行われることが多い。川を歩く前に清溪川の歴史について約30分間、朝鮮時代から国家や市民にとって重要な河川であったことや、当時の王別に清溪川の整備が必要とされた理由や事業について説明している。

そして、現在の姿に至るまでの経緯、復元事業の期間、事業の空間的範囲、事業費などを説明し、清溪川に沿って歩きながら、約1時間30分ほど建てられている橋を中心にその周辺の環境や造形物、例えば文化の壁、希望の壁などについて説明をしていく。

清溪川文化館から出発し、東大門市場付近までとなっている2時間コースの場合、その区間内にはトウムル橋を始め、庇雨党橋、広通橋、三一橋、世運橋、黄鶴橋など約11個の橋が作られており、各橋が作られた経緯や橋の名前の由来、籠っている歴史的な事実や伝説などを話し、観光者に韓国の文化や文化財、歴史について伝えている。その他に、上流や下流を歩くコースもある。

ソウル市施設管理公団では、清溪川への訪問者数を把握するため、各区域に警備員を配置し、利用者が大体一人2時間くらい滞在すると想定し、川を区域に分け、各区域で何人滞在しているか、



写真1 清溪川の復元のために壊された高速道路の柱が記念に残されている風景

集計している。また、飛行機で写真を撮り、写真区域を四角に分け、その中に滞在する人数を算出した。その結果、復元後のオープン3日間は、1日60万人以上の人々が訪問したことが分かった。多くの人が訪れた背景には、ソウル市の主導で行われてきた復元以前からの広報活動があり、市民の高い関心からこの結果に繋がったと思われる。

市担当者の情報によると、清溪川への関心は国内だけではなく、44カ国から取材グループが訪れるなど世界の注目を浴びている。復元後4年間で8500万人の観光者が訪れたが、その内500万人が外国人の訪問者が占めているほど、清溪川は観光名所として位置づけられるようになった。

利用状況を見ると、昼夜とも人が多く、様々な年齢層や家族連れが多いが、昼間時間には周辺の会社に勤めている社員が散歩に利用している姿が目立つ。外国人観光者は日本人が最も多く、続いて中国、アメリカの順となっている。日本人観光者にとって、韓流ブームの後を考え、新しい観光魅力や観光スポットの創出が時急な課題となっていた韓国の観光において、新しい観光資源の一つとして大きな影響を与えた。

このように、清溪川の復元事業は都市景観の再生と都市機能の強化を目的としていたが、結果としてまず市民のレクリエーションの場となった。また、復元事業に対する専門観光や、一般観光者の目的として注目浴びようになり、特に中心街

に近い区域はイベントの開催などで賑わうことが多い。しかし、川が再生されたといえども、自然の流れではなく、コンクリートで固まった、狭い河床に埋められているため、自然空間として位置付けるよりは、新しく創出された都市空間である(写真1)。主な観光地やショッピング施設に近いので、ソウル市の観光案内ホームページでは川を散策しながら観光スポットの間を移動することを勧めている。つまり、川という線を景観として、または遊ぶ空間として再生したことにより、点として都市に分散している観光地を繋ぎ、都市空間を作り出している。

#### 4. 居住空間を対象とした文化観光の創出：北村地区

次に面的に広がる伝統的な商業空間や居住空間の観光化について検討したい。生活との関係が強い近代遺産を対象にした観光をヘリテージ・ツーリズムと名付けることもあるが(特集:「ニューツーリズム」の市場喚起力2008:43)、文化観光の一種として捉えることも可能である。ソウルの文化観光といえば、近年、<sup>インサドン</sup>仁寺洞地区が注目を浴びてきた。地区の中心となる仁寺洞通りには「伝統美を現代化させたおしゃれな店」が並び、この通りから路地に入ると、「昔ながらの伝統家屋をおしゃれに内装した古美術品や骨董品のお店、韓定



写真2 北村の韓屋

食や韓国伝統料理などの飲食店が集まっている」（ソウル市観光公社2010）という、美術や骨董品が溢れる、現代と伝統が混じり合っている空間として宣伝されている。

しかし、1990年代後半から再開発と商業化が進み、1997年から毎週日曜日に開催された「車のない街」というイベントを巡る議論や、1999年に盛り上がった「12店舗を救う運動」など、地区の急激な変化に反対する声が強まった。そのため、ソウル市は2000年にすべての建築許可を2年間停止させた（Krich 2000）。その後、伝統的な文化施設を保護育成するため、文化地区の基本計画を策定する結果となった（崔・金 2009）。このような発展過程から、仁寺洞は現在人気観光地としてだけでなく、大都市ソウルにおける伝統文化の保護と都市再開発、または生活空間の商業化の調整の難しさを物語る事例としても知られている。

北村地区は仁寺洞の北部に立地し、仁寺洞より10年以上後に注目を集めるようになっただけに、仁寺洞を巡る議論を踏まえ、文化遺産の保護が推進されている。北村地区についての調査は2009年9月24日にソウル市韓屋文化課、9月25日に「NGO歩きたい都市づくり市民連帯」の聞き取り調査を行った上で、9月26日に文化観光解説士の案内で地区を歩いた。以下、参考文献をあげていない場合、聞き取り調査に基づいた説明となる。

#### 4.1 北村地区の概要

北村地区はソウルの中心部、<sup>チョンノ</sup>鐘路区に位置し、地下鉄安国駅の北側に広がる地域一帯を指す。朝鮮王朝時代には、景福宮と昌徳宮の二つの王宮の間に位置することから、朝廷に仕える両班（文官、武官、貴族）が居住する地区として発展した。北村は、<sup>ハング</sup>両班が暮らす「韓屋」と呼ばれる邸宅が広がる高級住宅地であるとともに、当時の政治、行政、文化の中心地となっていた（ソウル特別市2010h）。

現在の北村地区は、こうした場所の歴史性ととともに、写真2でみられるように多くの韓屋が現存する歴史的町並み地区として注目を集めている。しかし、韓屋が軒を連ねる現在の北村の景観は、朝鮮王朝時代のものとは趣を異にしている。北村

に現存する韓屋の多くは「都市型韓屋」と呼ばれ、より伝統的な韓屋とは区別される。北村の都市型韓屋は、都市圏の拡張、都市人口の増加などを背景として、日本植民地時代の1930年前後に大規模敷地が細分化され、中小規模の宅地開発が進むなかで建築されたものである（轟2005、ソウル特別市2010h）。両班が暮らした広い敷地面積を持つ韓屋は、50～80坪単位の中小規模の韓屋へと姿を変え、こうした韓屋による集団的な居住地が造成された（ソウル特別市2010h）。このような都市型韓屋は、大量供給型や標準化された空間構成などの特徴をもつ。また、増築、改修による居住性能の向上が図られるなど、都市の近代化や生活環境の変化に適応したつくりとなっていることも都市型韓屋の大きな特徴であり（小山・小浦、2005；ソウル特別市2010h）、現在でも住居として使用されているものが多い（写真2）。

ソウル市は北村地区を歴史的、文化的に高い価値を持つ地域と認定し、ソウル市都市計画条例により歴史文化美観地区に指定してその歴史的景観の保全に取り組んでいる（権・小浦 2004）。こうした中、近年では多くの観光者が北村を訪れるようになってきている。ソウル市韓屋文化課によると、観光者数は倍増傾向にあるといい、北村はソウルの新たな文化観光地として人気を高めつつある。

#### 4.2 北村地区における市の取り組み

北村地区の保全に向けた取り組みは、1976年の民俗景観地域への指定から本格化し始めたが（権・小浦 2005）、保全のあり方をめぐって市と住民の対立が生じ、規制緩和がなされるなど紆余曲折を経てきた。権・小浦（2004）によると、1980年代は韓屋の用途や様式の変更を厳しく規制することで保全が図られていたという。1990年代になると厳格な規制に対する住民側からの反発が強くなり、徐々に規制の緩和が進んだ。しかし、その一方で韓屋の消失や歴史的景観・居住環境の悪化が進み、今度は住民側から地域の環境改善を求める声が強くなっていった。こうした経過を経て、2000年代からは住民の自発性を重視した景観保全が行われており、権・小浦（2004）はこれを「選

択的な保全方式」と表現する。

2000年代からの主な保全の取り組みとしては、韓屋登録制と北村づくり事業があげられる。2001年から始まった韓屋登録制は、経済的支援をもとにした保全の取り組みである。韓屋を市に登録することで韓屋の改修・補修、新築の際に助成金や低利子の融資を受けることができるが、一定期間は韓屋の状態維持を義務づけられる。韓屋を登録するかどうかの判断は、住民（所有者）が自由に選択することができる。2009年7月現在の登録数は388棟となっており、北村の韓屋全体の約38%に当たる。

また、市では売却意思のある所有者からの韓屋購入事業も進めている。2009年7月現在では33棟を購入しているが、鑑定価値の高い韓屋の購入は容易ではないという。購入した韓屋は、「開放型韓屋」として伝統工房やゲストハウス、博物館、住民便宜施設などに活用されている。

2002年に開始された北村づくり事業は、韓屋登録制を保全施策の柱とし、同時に地域の生活環境の整備にも力を入れるという景観保全のための総合的な取り組みである。具体的には、駐車場の整備や電柱の地中化などが行われており（権・小浦2004）、生活環境や景観の改善を図ることにより、韓屋の保存や韓屋登録制を促進している。つまり、市はこれまでの建築物単体を保全する方針を見直し、地域社会や住民生活という全体的な視点に立った保全へと方針を変化させたのである。

以上のように、現在のソウル市の取り組みは住民の自発性を重視し、自由意思による保全を推進しているという特徴がある。これは、一律的な規制による保全が住民の反発を招いた経緯から、市の姿勢が住民との対話重視に転換したことを意味している（権・小浦2005）。しかし、住民の自発性に任せる保全方式の限界や登録制により大規模に改修された韓屋の歴史性を疑問視する指摘もある（轟2005、権・小浦2004）。また、韓屋文化課への聞き取り調査によると、市では北村づくり事業の成功には住民意識の向上が重要と考えており、韓屋保存に関するマインド教育や住民の説得・誘導を行い、事業への自発的な参与を促している。

ソウル市は北村の歴史的価値を周知させ、景観

保全の機運を醸成する拠点として、購入した韓屋を補修し、2002年に北村文化センターを開設した。北村文化センター館内には、韓屋への居住を希望する人向けにリフォームなどの情報提供や相談を行う韓屋改修・補修相談室が設けられているほか、地域住民のために集会室として利用できる部屋も用意されている。また、敷地内には北村や韓屋の歴史を展示解説する広報展示館が併設されており、そこで観光パンフレットも配布されている。この他、伝統文化講座や文化イベントの企画・運営も行っており、書道や工芸品づくり、韓屋について学ぶ講座や、展示会、演奏会などのイベントが開催されている。このように様々な業務を行う北村文化センターは、地域社会向けの機能と観光施設としての機能の両側面をもつ施設であるといえる。

また、韓屋文化課への聞き取り調査によると、住民参与の取り組みにも力を入れている。その一つは、観光商品・プログラム作りである。具体的には、地域内にある工房の運営者や住民工芸家と協力した商品開発などを計画している。この他には、公演、展示会、祭りなどのイベントに住民が主体となって参加できるように取り組んでいる。市はこうした住民参与を通して、住民自身が北村の価値を認識し、地域にプライドを持つことを目指している。そして、さらに住民の自負心を養成することで、歴史的町並みの保全に対する住民意識の向上も図ることができると考えている。

市の住民参与の取り組みについて考える上で、もう一つ重要な視点となることがある。それは、地域らしさと歴史的価値の強化である。住民と協力して作られた観光商品は、地域から生み出された、地域独自の商品という意味を持つ。これらの商品開発は、他の地域との差別化を図る際に非常に効果的であり、地域の独自性や地域らしさの創出に果たす役割が期待されている。さらに、その役割は住民行事の開催においても重要視されている。市は住民行事を継続的に開催することで、北村の歴史的な価値を高めようと取り組んでいる。その中でも、住民を主体とした、地域に根付いた行事の開催は、歴史的な場所性を持つまちづくりを進める上で重要視されている。

以上のように、ソウル市は北村文化センターの設置や住民参与を通して、北村の歴史性のPRと強化、住民意識の向上を図っている。こうした取り組みは、住民の自発性を重視した北村づくり事業を支えるものであり、同時に歴史的な町並みを核としたまちづくりの推進においても大きな役割を果たすものとなっている。また、市は将来的に住民自治的なまちづくりが行われることを目標としており、行政主導から住民主導への転換を視野に入れているという。

次に、北村地区はソウル市にとってどのような存在であるのか、市の施策や方針から北村の位置づけについて述べていく。

2008年、オ・セウンソウル市長によって「ソウル韓屋宣言」がなされた。これは、ソウル市内の四大門（南大門、北大門、東大門、西大門）を結ぶ地域内にある韓屋を支援し、保全を推進しようというものである。この宣言において注目すべきは、伝統家屋として韓屋の価値を認定し、市の施策における韓屋の重要性を明確にしたという点である。また、韓屋宣言を受けて、市の担当部署である韓屋文化班では業務の拡大・増加に対応するため、韓屋文化課への組織替えが行われた。このように近年では韓屋を保全するための体制強化が図られており、ソウル市において韓屋の歴史的価値や重要性が増している。

こうした韓屋の重要性の高まりには、現在、市が取り組んでいる「歴史文化都市ソウル」という市のビジョンが影響しているといえる。市にとって韓屋は「歴史文化都市ソウル」の成立に不可欠な要素となっており、韓屋の歴史的価値を高め、保全を推進することでビジョンの実現を目指していると考えられる。そして、こうした中、ソウル最大の韓屋密集地区である北村は、非常に重要な地域として捉えられている。韓屋文化課での聞き取り調査によれば、多くの韓屋が現存する他、朝鮮王朝時代に両班の居住地であった北村は、その歴史的価値の高さから、ソウルの歴史性を保証するものであるという。つまり、北村はソウルが真の歴史文化都市であることを証明する役割を期待されているといえ、歴史的・文化的な真正性(authenticity)を持つ地区として認識されている。

市は北村の歴史的価値を認識し、その強化を図る一方で、北村の南側に位置する仁寺洞地区に対しては、北村と対照的な認識を持っている。上に触れたように、仁寺洞では、1970年代から小型の伝統文化店舗が集中する独特の景観が形成されてきたが、経済発展を目的とした開発の波が押し寄せ、歴史的景観の喪失が問題化した（郭・北原、2002a）。こうした問題を背景として、市は仁寺洞を「文化的な特性がなく、伝統性が残っていない失敗事例」として認識している（ソウル市韓屋文化課への聞き取りによる）。そして、北村においては仁寺洞のような失敗を繰り返してはならないという認識を持っており、仁寺洞とは差別化された観光商品の開発など、北村の地域特性を活かしたまちづくりを志向している。

北村の大きな特徴は、居住地であり、韓屋が現在でも住居として使用されていることである。これはテーマパークとしての特徴を持つ、ソウル市内の南山韓屋村や全州の韓屋地区との大きな違いである。市は北村が居住地であることを重視しており、居住地として保存・継承していくことが重要であると考えている。また、こうした認識は北村の観光地化に対して慎重な市の姿勢と結びつく。市は北村において積極的な観光振興は実施しておらず、観光地としての旅行会社への売り込みなどは行っていない。このような市の姿勢には、観光地化に対する住民側の不満が大きいことも影響を与えている。

しかし、市は観光に消極的な姿勢を示す一方で、観光を促進している一面もある。その最も大きな動きが鐘路区役所から仁寺洞と北村を結ぶ構想を含む、文化観光ベルトの造成計画であるだろう。そうした動きの中で、文化の要素を連携させ、仁寺洞と北村を繋ぐ観光コースの設定も計画されている。このことから、北村の観光に対する市の方針の二面性を指摘できるだろう。

#### 4.3 北村における観光の展開

では、北村において実際にどのような観光がなされているのだろうか。北村には韓屋の町並みの他、両班の大規模な韓屋を初めとする文化財や史跡が多く存在し、博物館や美術館が至る所に開設

されている。そして、伝統技能保有者や芸術家も多く暮らしており、伝統文化体験ができる施設が整備されている。また、韓屋を伝統的なお茶が楽しめるカフェに改修した店や、宿泊施設として利用されている韓屋もある。これらのことから、北村は歴史文化資源に溢れた、芸術的な町という観光地としての魅力を持っているといえる。

北村文化センターによると、観光者の多くは北村の歴史性に関心を持ち訪れているという。特にインターネットや資料で事前に北村の歴史について学んできた人は、訪問の満足度が高いようである。その中でも、外国人観光者は歴史文化に対する理解度が高い人が多く、北村は外国人観光者にとってより魅力的な観光地と感じられているといえる。また、日本人観光者の多さも特徴的である。日本人観光者は女性が小グループで訪れることが多く、観光者全体の約6割を占めている。これは、地区内で日本で人気の韓国ドラマ「冬のソナタ」の撮影が行われた影響も大きい。この他、最近では韓屋に対する関心の高まりから、韓屋への居住を希望する若い夫婦や外国人も多く訪れるようになってきているという。

北村では文化観光解説士が活動しており、依頼を受けガイドツアーを行っている。どのようなツアーが実施されているのか調査するため、日本語のガイドツアーにおいて参与観察を行った。

ガイド内容は、北村の歴史や韓屋に関する解説に重点が置かれていた。北村の歴史については、両班の説明や北村が風水地理学的に恵まれた地形であることなどが説明された。韓屋に関する解説では、韓屋の機能、効果、構造について説明がなされ、敷地の細分化や現代式の居住空間への移行といった都市型韓屋の特徴についても取り上げられた。そして、市の北村づくり事業についても簡単な解説があり、韓屋保全に向けた支援や住民が住みやすい空間づくりを目指していることが説明された。また、地域内の文化財についての紹介や、憲法裁判所や精読図書館など韓屋以外のスポットへの案内も行われた。ガイドの解説において特徴的であったのは、北村の歴史性が強調されており、歴史、伝統、文化が息づく町として語られていたことである。これは、北村に対する市の認識と通

じることといえる。こうした北村の歴史性は、ガイド自身が北村での活動を希望する理由の一つとなっている。その一方で、ガイドを行う際には、客観的な歴史解釈を心がけているという面もあるようだ。また、観光コースから外れないことや集落の奥には立ち入らないなど、北村が居住地であることに配慮する姿勢もみられた。

#### 4.4 市の施策と観光に対する地域内の認識

近年、観光地としての色を強めている北村では、住民の反感が高まっている。ソウル市には、観光者が増加したことで騒々しくなったといった苦情や不満の声が多く届いている。特に韓屋に住む住民には、外部からの視線が気になるといったことや一般の住居に観光者が侵入するなど、観光地化の問題が深刻に受け止められている。また、集落の中にカフェなどの商業施設が進出していることに対しても住民の不満が大きくなっており、居住環境の悪化からついには転出する住民もいるという。このような住民の反感の大きさは、居住地であることに加えて、北村の住民の多くが中心市街地に通勤する会社員であることに起因していると考えられる。地域内で観光業に従事している住民は少ないため、多くの住民が観光地化の進展に対して危機感を抱いているとみられる。

住民の危機感が増すにつれて、北村地区では住民組織や市民団体の活動が活発化している。韓国における市民団体は政治的な影響力が強く、高い実践力を持つという特徴があり、まちづくり運動の主導的な役割を担う存在である（郭・北原，2002b）。本調査では、北村で活動する市民団体の一つである「NGO歩きたい都市づくり市民連帯（以下、都市連帯）」に対して聞き取り調査を行った。都市連帯は、歴史的景観に対する社会的関心を高める契機となった仁寺洞の「12店舗を救う運動」において主導的な役割を果たした団体である。都市連帯では2001年から北村における活動を開始しており、住民の生活環境の改善を訴え、地域に密着した活動を展開している。ここでは、都市連帯が北村に対してどのような認識を持っているのかについて、特に市の取り組みとの関係性に着目し論考を行いたい。

まず、韓屋登録制などの韓屋保存に関する市の施策について、都市連帯では賛成の立場をとっている。その理由としては、住民の自発性を重視していることや住民支援に繋がっていることへの評価があげられる。特に住民自身が基本的に賛成を表明していることが都市連帯の認識に大きく影響しているようだ。また、都市連帯は住民の視点に立った住民主導によるまちづくりを目指している他、歴史文化名所を巡る北村ツアーを開催し、住民の地域への愛着や自尊心の育成を試みている。こうした点は前述した市の取り組みや認識と類似するものであり、市と共通した認識を持つ一面を指摘できる。さらに、都市連帯は仁寺洞に対しても市と共通の認識を持っている。仁寺洞は都市連帯においても歴史的景観が喪失した事例として認識されている。

都市連帯は市と協調的な認識を持つ一方で、対立的な認識も持っている。その最も大きなものは、北村の観光地化に対する認識の相違であるだろう。都市連帯は北村を居住地であって観光地ではないとし、観光地化に対して強く反対している。市は北村を観光地としてみなしていないことを強調しているが、都市連帯では観光的に利用されている開放型韓屋の整備事業などから、市は観光地化を推進していると認識している。そして、もう一つの大きな対立としては、都市型韓屋に対する認識の相違があげられる。都市型韓屋は日本植民地時代に建設されたものであることから、都市連帯では伝統的な韓屋ではないとする認識を持っている。つまり、都市連帯は市の韓屋保存の施策には住民の視点から賛成するが、都市型韓屋自体には保存するほどの価値はないと認識しているのである。また、権・小浦（2005）によると、住民の中でも韓屋登録制によって改補修された韓屋について歴史性を感じないとする人が多いという。これらのことから、北村の地域内では都市型韓屋の歴史性や伝統性に対する疑問が広がっている側面があり、韓屋の歴史性を強調する市と認識の相違が生じていると指摘できる。

このように、北村地区はヘリテージツーリズムの目的地として注目を集め、市もその独自の都市文化をソウルの歴史都市としてのイメージを強め

るために活用しているが、居住地の観光化に伴う問題や、歴史遺産のあり方について住民、市、市民団体の間に意見が分かれることもある。

## 5. 都市の活力をアピールする 都市イベント

最後に、都市間競争で重要な要因となる都市の活力をアピールする都市イベントについて検討したい。ソウル市の現代祝祭「HI！ソウルフェスティバル」（以下HSF）も、他の観光への取り組みと同様にワールドカップが開催されたことをきっかけに始まったが、今は市の重要事業に発展してきた。このイベントに対する調査は「HI ソウルフェスティバル」のソウル文化財団祝祭チーム本部長（2009年9月25日）、また、ソウル文化財団の「HI ソウルフェスティバル」の中心関係者、祝祭支援チーム、祝祭制作チームのメンバー4人（2010年5月7日）へ聞き取り調査を行い、資料を収集した。以下、参考文献をあげていない場合、聞き取り調査に基づいた説明となる。

HSFは2010年で8年目を向かえているが、ソウル市の全域を祝祭場所として使用する、ソウル市の代表祭りに発展した。HSFの性格は総合的な市民参与祝祭でありながら野外公演的なイベントでもあり、毎年100万人以上の訪問者がこの祭に訪れている。文化財団の担当者によると、この祭は市民が祭の主体となり、自発的な市民参与型祝祭としての可能性を提示した祝祭として評価されている。

2002年ワールドカップの際、市民の自発的な街の応援で形成された祝祭雰囲気をもソウルならではの特色ある祭として発展させようという趣旨で2003年よりソウル市が積極的にこの祭りの開催を進めた。そのために、以前10月にあった「ソウル市民の日」の行事を2003年からHSFの中に移し、また上に触れたように、2002年に市民の公募で指定されたソウル市の代表スローガンである「HI! SEOUL」と連携し、祝祭名をHSFと決定した。ソウル市は観光政策として「600年の歴史の文化都市ソウル」を象徴するための国際祝祭としてHSFをブランド化させていく方針である（ソウル特別

市2010c)。最近では祭の専門家を雇用し、プログラムの企画やHSFの調査評価及び改善方案など祭の質的管理を行ない、そこから確認した課題を毎年少しずつ改善していくようになった。

HSFの今日までの大きな出来事をみると、ソウル市は2003年にはじめて10月にある「ソウル市民の日」の行事をすべて5月に移転し、市民公募プログラムで祭りを実施した。そのとき、2日間にかけて「ソウルを開こう、ソウルを浮かべよう (Open your Seoul)」というテーマで、ソウル市役所前の広場、世宗文化会館、鍾路一帯で開催された。2004年の祭りは初めてソウル・プラザで開催されたが、この広場は交通拠点であったところを、市民が公共空間として利用できるように市が2004年に再整備した。祭りの開催に間に合うように、コンペで決定された整備計画を裏返し、整備を急がせたことから (Ryu 2004:11)、HSFの重要性が伺える。運営側では2007年に祭りの実施を支えるボランティア組織を結成させ、ボランティア・リーダーの選定も行った。HSFが始まった2003年にソウル市のボランティアセンターで1000名の援助を受けて祝祭の運営をしたが、実際にHSFのため支援した人力ではなかったため、積極的ではなかったという。それで2004年からHSFのための実際の一般市民のボランティアを公募し、祝祭を運営することになった。ボランティアの数は毎年500～600人程度に人数を決めており、約95%が大学生である。ボランティアの業務としては事務局支援と現場支援に分けられ、事務局支援としては祝祭事業本部で祝祭業務を補助する行政支援と自宅や祝祭事業本部などで活動するオンライン支援がある。また、現場支援としては行事場所で現場広報・現場進行・外国語支援などを行っている。(ソウル文化財団 2009a, 23～25)。

2008年に訪問者数を増加させる目的でHSFの規模を拡大させ、清溪川祝祭、ソウル光祝祭など既存の祭りが政治的な力でHSFと合併された。また、同年にHSF祝祭の常設組織としてソウル文化財団の中に、HSFだけを担当する「HSF祝祭全担常設組織」が設立された。専門人力を雇用し、祝祭が開催されていない期間には国内及び海外祝祭の事例に対する研究と海外祝祭の参観を行っている。

表1 HSFの開催期間とメイン行事の場所  
(ソウル文化財団 2009b, 12)

年度	開催時期	開催場所
2003	5.24～5.25	ソウル市役所前、テピョンロ
2004	5.1～5.9	ソウル・プラザ、テピョンロ
2005	4.30～5.5	ソウル・プラザ、テピョンロ
2006	5.4～5.7	ソウル・プラザ、テピョンロ
2007	4.27～5.6	漢江、古宮、北村、ソウル・プラザ
2008	春：5.2～5.11	ソウル・プラザ、5大宮、清溪川等
	夏：8.9～8.17	漢江公園等
	秋：10.3～10.25	ソウル・プラザ、清溪広場、大学路、ソウル市内一帯
	冬：12.19～1.18	ソウル・プラザ、清溪川、テピョンロ等
2009	5.2～5.10	5大宮、清溪川、ソウル広場
2010	5.1～5.9 (10月に延期)	漢江、都心広場

2009年から祝祭開催日程の定例化を図り、実施期間を毎年5月の最初の週から9日間に設定したが、2010年の時は韓国の「チョンアン艦沈没事件」のため、国民哀悼期間となり、9月末から10月上旬に延期された。

HSFの一番の意義はソウル市の歴史性と伝統性、多様性と独創性を見せながら、ソウルの力動性と凝集力を表せることで、すべての市民がワールドカップのように参加しながら楽しめる市民祝祭として作ろうということである。従って、文化・芸術・学界、言論・広報分野、民間企業分野、市民・社会・青少年団体分野など、各分野の市民代表がHSF市民グループを構成し、本計画を樹立することで市民自らが自発的に参加する自律祝祭の性格を強調しようとしている。

HSFの今までの開催時期と開催場所を表1でまとめたが、開催日程が不規則な日程からやや規則的に変化されたことと、2006年のソウル市長民選3期から民選4期への交替により祝祭のメイン開催場所が大きく変化したことが分かる。つまり、開催場所は市の中心地から漢江地域も含めるようになり、川の開発に重心をおいているソウル市の都市政策を反映している。

HSFの発展をみると、他の観光政策といくつかの共通点がみられる。まず、市の強い誘導により

勧められている。また、ボランティアや既存市民組織などを巻き込み、市民の力を活用し、事業の連続性と多様化を図っている。そして、開催場所の拡大はソウル都市空間の形成に結びつけられている。

## 終わりに

ソウルにおける観光は、韓国を代表する歴史的遺産と、ポストモダン都市における消費空間の魅力に基づいて発展してきた。しかし、2002年のワールドカップ開催を転換期とし、ソウル市の政策と、実際の観光に変化が現れた。清溪川の復元事業は都心部に自然環境を取り戻しただけでなく、歴史的遺産と伝説を橋やアートを通じて表現し、ソウルの都市景観から消えた歴史の復元を目指している。そこで、他の都市との差別化を図る事業として位置付けることができるが、川の復元は人工的な自然環境に終わり、歴史遺産がシンボリックな構造物に置き換えられている実態を見ると、都市の遺伝子を復元する限界を感じる。それに比べると、北村地区における町並み保存は生きた居住区間を維持することを目的とし、「韓国ソウル」のイメージを強めるために適切な手段である。今後、市、住民、市民団体、旅行業者と観光者のやりとりの中でどのように発展するか、まだ明確にみえないが、二つの宮殿の間に立地し、世界遺産に対し、住民の遺産を強調する空間である。

それに対し、最後に取り上げたHSFは市民の活動と都市としての活力をアピールしているが、組織や開催場所、実施期間の変化から見ても、市による誘導が強く、ソウルの個性を表すイベントとしての特色が弱い。

ソウル市の場合、市長の誘導力、政策力はきわめて高いと、Ryu (2004:11) が指摘しているが、観光政策の分野でも、市長をはじめ、市の強

い誘導性が目立つ。ソウル・プラザの再整備、清溪川の復元、今後さらに進むと思われる漢江沿岸の整備など、新しい都市空間の創出を進めると同時に、近年、仁寺洞の開発許可中止、北村地区の韓屋の保護など、残っている町並みの保存にも取り組み始めた。その主な動機は、HSF事業の説明にあったように、世界都市間競争におけるソウル市の位置を強めることであろう。第一章で、都市観光の意義について考察したが、Mullins (1999) が指摘しているように、アジアの都市、特に首都の間にイメージ競争が激しくなり、成長しているアジアの観光市場での位置を張り合っている状況の中で、ソウル市もその例外ではない。そのために、他都市にも揃っているグローバル・ブランドの商業空間ではなく、不均一性と多様性を重視し、歴史の中で積み重ねてきた都市の遺産を保護することも必要である。そこから北村地区や韓屋の保護と活用、いわゆる都市の面的な顔の創出に取り組んだと思われるが、清溪川復元事業やHSF開催にも、ローカルな特徴をアピールする側面が現れている。つまり、グローバル競争のなかで、ソウル市は積極的に不均一性、多様性、ローカルな特色を活用しているが、市の強い指導力のあまりに、作られたアイデンティティーに終わる危険性も見逃せない。

今回の調査は時間の制限もあり、各地区について市の担当部署と、文化観光解説士を中心に調査を行ったが、市民側や、ソウルで活動する数多くの市民団体やNGOの調査までは至らなかった。まちづくりに関わるNGO組織1カ所に聞き取り調査を実施したが、情報が複雑で、十分に確かめることができなかった。ソウルにおける都市観光と市が進めているソウル市のイメージや観光政策に関して、市民がどのように絡み、または自発的に活動しているかどうかは、今後の課題としたい。

## 謝辞

本研究は、大学院教育改革支援プログラム「文理融合リサーチ・マネジャー育成プログラム」の一

部で行った。

## 参考文献

- 韓国観光研究院 (2010) : 観光知識情報システム  
<http://stat.tour.go.kr/ptour1/index.do?id=VisitReportStatA>  
[fiterReportDis](http://stat.tour.go.kr/ptour1/index.do?id=VisitReportStatA) (2010.9.10) (韓国語)
- 韓国訪問の年委員会 (2010) : 韓国訪問の年について  
[http://japanese.visitkoreayear.com/japan/about/about\\_01\\_01\\_01.asp](http://japanese.visitkoreayear.com/japan/about/about_01_01_01.asp) (2010.10.29)
- 郭東潤・北原理雄 (2002a) : 中心市街地における歴史景観づくりに関する研究—韓国ソウル市・仁寺洞地区を中心に—, 日本建築学会大会学術講演梗概集 (北陸), 463-464.
- 郭東潤・北原理雄 (2002b) : 韓国における「マウル・マンダルギ」の特徴と課題—仁寺洞における市民団体の活動を中心に—, 2002年度日本建築学会関東支部研究報告集, 253-256.
- 權泰穆・小浦久子 (2004) : 韓国ソウル市北村地域における歴史的景観保全の手法の変容「平成16年度日本建築学会近畿支部研究報告集」, 817-820.
- 權泰穆・小浦久子 (2005) : 都心住宅地における歴史的環境の保全施策と居住者の環境評価に関する研究—韓国・ソウル北村地域の都市型韓屋 (ハンオク) を事例にして—「日本建築学会計画系論文集」 598, 95-100.
- 小山智弘・小浦久子 (2005) : 歴史的建造物の歴史性と地域性に関する研究—韓国ソウル市北村地区嘉会洞における建物実態の調査より—「平成17年度日本建築学会近畿支部研究報告集」, 469-472.
- ソウル市観光公社 : iTour Seoul. [http://www.visitseoul.net/jp/index.do?\\_method=main](http://www.visitseoul.net/jp/index.do?_method=main) (2010.9.10)
- ソウル特別市 (2010a) : ソウルのシンボル  
<http://www.seoul.go.kr/v2007/seoul/symbol/> (2010.9.10) (韓国語)
- ソウル特別市 (2010b) : ヘチ  
<http://haechi.seoul.go.kr> (2010.9.10) (韓国語)
- ソウル特別市 (2010c) : 民選4期市政運営4カ年計画  
[http://www.seoul.go.kr/v2007/seoul/publicinfo/minsun4th\\_project/](http://www.seoul.go.kr/v2007/seoul/publicinfo/minsun4th_project/) (2010.9.10) (韓国語)
- ソウル特別市 (2010d) : ソウル市の観光施設利用者数  
[http://stat.seoul.go.kr/Seoul\\_System3.jsp?stc\\_cd=400](http://stat.seoul.go.kr/Seoul_System3.jsp?stc_cd=400)
- ソウル特別市 (2010e) : ソウル・ニュース19.8.2010 : ソウル観光はソウル文化観光ガイドがお手伝い  
[http://spp.seoul.go.kr/main/news/news\\_report.jsp](http://spp.seoul.go.kr/main/news/news_report.jsp) (2010.9.10) (韓国語)
- ソウル特別市 (2010f) : ソウル特別市公告第2010 - 432号 (韓国語)  
[http://spp.seoul.go.kr/main/news/news\\_tender.jsp](http://spp.seoul.go.kr/main/news/news_tender.jsp) (2010.9.10) (韓国語)
- ソウル特別市 (2010g) : 韓国在住の外国人が推薦するイチオシのソウル観光体験コースとは? , 2010.8.5,  
[http://japanese.seoul.go.kr/gtk/news/news\\_view.php?idx=10951](http://japanese.seoul.go.kr/gtk/news/news_view.php?idx=10951) (2010.9.10)
- ソウル特別市 (2010h) : 「北村韓屋マウル」ソウル特別市 (北村文化センター配布パンフレット)
- ソウル文化財団 (2009a) : 「HSF2009ボランティアポケットマニュアル」ソウル文化財団
- ソウル文化財団 (2009b) : 「HSF百書」ソウル文化財団
- 崔瑛 (2010) 日本人を対象とする「韓国首都ソウル」の観光マーケティングに関する考察--地域ブランドの形成を中心として「日本地域政策研究」8, 105-112.
- 崔延漢, 金銀姫 (2009) : 「仁寺洞から街づくりを学ぶ」図書出版Read&Change (韓国語)  
 特集 : 「ニューツーリズム」の市場喚起力 (2008) 「レジャー産業資料」506, 30-66.
- 轟博志 (2005) : ワールドギャップと歴史観光マーケティング—ソウル市「北村」の事例から「歴史と地理」588, 41-49.
- リュウ ホーチョル (2008) : 社会的空間としての清溪川の意味形成と変化「地方史と地方文化」11-1, 259-298 (韓国語)
- Ashworth, G.J./ Tunbridge, J.E. (2000): The Tourist-Historic City. Retrospect and Prospect of Managing the Heritage City. Pergamon Press, Oxford.
- Choi, S.D. (2002): Restoration of Cheonggyecheon and Tourism Development. The Journal of Tourism studies, 14, 33-45. (韓国語)
- Choi, S.D./ Oh, H.S. (2008): Original Paper : The Effect of Visiting Cheonggyecheon Stream on the Urban Tourism Image of Seoul. Seoul Studies, 9-4, 41-52. (韓国語)
- Edwards, D./ Griffin, T./ Hayllar, B. (2008): Urban Tourism Research. Developing an Agenda. Annals of Tourism Research 35-8, 1032-1052.

- Eun-Shil, K. (2004): Itaewon as an alien space within the nation-state and a place in the globalization era. *Korea Journal* 44-3, 34-64.
- Fainstain, S.S./ Judd, D.R. (1999): Global Forces, Local Strategies, and Urban Tourism. Fainstain, S.S./ Judd, D.R. (ed.): *The tourist city*. Yale University, 1-20.
- Holcomb, B. (1999): Marketing Cities for Tourism. Fainstain, S.S./ Judd, D.R. (ed.): *The tourist city*. Yale University, 54-70.
- Hong, S.T. (2004): The Restoration of Chunggyechun and the Destruction of Chunggyechun. *Economy and Society*, 63, 39-64. (韓国語)
- Hwang, K.Y./ Lah T.J. (2005): Three Keys to the Success of Cheonggyecheon Restoration Project Conflict Management Strategies. *Seoul Studies*, 16-4, 169-190. (韓国語)
- Hwang, J.S./ Chang, H.S. (2010): Cheonggye Stream Visitors' Differences of Demographic Profiles and Types of Visits Depending on their Lifestyle. *International Journal of Tourism Sciences*, 34-1, 195-211. (韓国語)
- Kim, K.H./ Kim, K.S. (2006): A Study of Public Policy Marketing Strategies Applied to Seoul's Cheonggyecheon Restoration Project. *Journal of the Korea Planners Association*, 41-3, 181-201. (韓国語)
- Kim, S.S./ Petrick, J.F. (2005): Residents' perceptions on impacts of the FIFA 2002 World Cup: the case of Seoul as a host city. *Tourism Management* 26, 25-38.
- Krich, J. (2000). Decision to Stop Building in Insadong Triggers a Battle Over What to Save. *The Wall Street Journal*, 7.4.2000.  
<http://online.wsj.com/article/SB955042222985600822.html?mod=googlewsj>. (2010.9.10)
- Lee, D.Y. (2004): Consuming Spaces in the Global Era: Distinctions between Consumer Spaces in Seoul. *Korea Journal*, 44-3, 108-137.
- McNeill, D. (2004): *New Europe: Imagined Spaces*. Arnold, London.
- Mullins, P. (1999) *International Tourism and the Cities of Southeast Asia*. Fainstain, S.S./ Judd, D.R. (ed.): *The tourist city*. Yale University, 245-260.
- Park, M.H. (2006): A Study of Good Conflict Management case regarding the Cheonggyecheon Restoration Project. *Dispute Resolution Studies Review*, 14-1, 173-212. (韓国語)
- Park, D.J./ Kim, J.K./ Lee, J.H. (2004): A Study on the plan of Gwangjang Market Redevelopment by Cheonggyecheon Restoration. *Journal of the Korea Planners Association*, 24-1, 339-334. (韓国語)
- Park, S.M/ Kim, J.K./ Lee, J.H. (2004): Cheonggyecheon Sideway Activation Plan through the Walking Space Improvement. *Journal of the Korea Planners Association*, 24-1, 327-332. (韓国語)
- Pott, A. (2007): *Orte des Tourismus*. Transcript Verlag, Bielefeld.
- Ryu, J. (2004): Naturalizing Landscapes and the politics of Hybridity: Gwanghwamun to Cheonggyecheon. *Korea Journal*, Autumn 2004, 8-33.
- Ryu, H.C. (2008): Meaning Formation and Changes of Cheong-gye-cheon as a Social Space. *Regional History and Regional Culture*, 11-1, 259-298. (韓国語)
- Selby, M. (2004): *Understanding Urban Tourism*. Tauris, London/New York.
- Sohn, S.J./ Chin, B.R. (2008): A Study on the Relation about Cultural Tourist Spot and Tourist Experience of Cheonggyecheon Waterfront. *Journal of Hospitality and Tourism studies*, 31, 95-114. (韓国語)
- Suh, Y. K./ McAvoy, L. (2005) Preferences and trip expenditures-a conjoint analysis of visitors to Seoul, Korea. *Tourism Management* 26 (2005) 325-333.
- 韓国語文献の記入方法について：著者名・タイトルの英文がある場合、英文を利用した。英文がない場合、タイトルを日本語に翻訳して利用した。