

修士論文要約

現代中国における古鎮観光のテーマパーク化に関する考察

—中国浙江省の烏鎮（ウーチン）を例として—

**A Study on the Transformation of Ancient Town Tourism into a Theme Park
in Modern China:**

The Case of “Wuzhen” in Zhejiang Province, China

ヨ チンニ
YU Zhenni

キーワード：古鎮観光，開発戦略，テーマパーク化，ディズニーゼーション，烏鎮

Keywords: ancient town tourism, development strategy, thematization, Disneyization, Wuzhen

1. 研究の背景と目的

中国の改革開放後，都市化も進み，都市人口も増加しており，なかでも長江下流域に位置する上海，浙江，江蘇に代表される長三角地帯の経済は急速に発展している。それと同時に，同じエリアにある多くの古鎮も開発者や観光客の注目を集め始めている。1980年代以降，中国ではマスツーリズムの発展に伴い，古鎮観光が流行し始め，今日でも大衆の人気を集めている。2008年には，烏鎮（Wuzhen Town），西塘（Xitang Town），周莊（Zhouzhuang Town），甬直（Luzhi Town）を含む4つの古鎮が「江南水郷古鎮（The Ancient Waterfront Towns in the South of Yangtze River）」としてユネスコの世界遺産暫定リストに登録されたことで，江南水郷古鎮の歴史的・文化的価値が認められた。烏鎮は1999年の開発以来，多くの観光客を魅了してきた代表的な江南古鎮で，その発展に伴い，現在では江南地方で最も人気のある古鎮となっている。

中国古鎮観光の発展において最も成功した観光地の一つである烏鎮は，現在の中国古鎮観光の開発戦略に大きな影響を与え，多くの古鎮が模倣してきた。また，烏鎮が多くの学者の関心を集めていることは事実であるが，烏鎮開発戦略の本質に関する考察と検討が欠けている。そこで，本研究では，中国浙江省の烏鎮を研究対象とし，ディズニーゼーションの理論的枠組みを導入して分析を

試み，烏鎮の発展戦略とディズニーゼーションとの本質的な関連性を探りたい。「テーマ化」「テーマパーク化」「ディズニーゼーション」は，観光分野や社会生活において広く認識されているが，中国ではこのテーマに関する研究は少ない。本研究の目的は，観光社会学の観点から，烏鎮がどのようにテーマパーク化されてきたかを分析することである。

2. 研究の方法と手続き

本研究の主な研究方法は文献調査と現地調査である。まずは，これまでの中国古鎮や烏鎮の開発経緯についての資料を収集し，新聞記事や関連インタビューも含め，特に烏鎮開発のリーダーのインタビュー資料もこの研究に重要な役割がある。そして，「テーマパーク化」「ディズニーゼーション」という理論を組み合わせ，中国の古鎮観光の発展過程を把握した上で，理論上で烏鎮がどのようにしてテーマパーク化が実現したのかを明らかにする。さらに，本研究では，2021年9月11日～12日，10月6日～7日にかけて，烏鎮を訪れた観光客に対してのインタビューと現地調査を実施した。現地調査とインタビューにより，烏鎮がどのようにテーマパーク化されてきたかをより鮮明に説明する。観光客へのインタビューにより，「テーマパーク化」が観光客の体験に与える影響を，観光客の視点から見ることができる。これら

の研究手法から、烏鎮のテーマパーク化を理論と現場の両面から説明する。

3. 研究の概要

本研究は6章で構成されている。

第1章では、研究の背景、研究目的と研究方法、古鎮の定義を述べた。

第2章では、テーマパーク化に関するこれまでの文献を整理し、「ディズニーゼーション」の主要な要素を簡単に理解する。また、本稿で「テーマパーク化」というキーワードを使用した理由も説明する。そして古鎮観光の文脈でディズニーゼーションの実現可能性を分析することも試みる。

本研究は、主にプライマリのディズニーゼーション理論のテーマ化(theming)、ハイブリッド消費(hybrid consumption)、マーチャンドアイジング(merchandising)、パフォーマンス労働(performative labor)4つの要素に基づき、烏鎮がテーマパーク化されていると考えている。まず、テーマ化とは、施設、物、組織、場所などを何らかの物語仕立てで包み、そこに意味と象徴性を与えることである。2つ目は分野の異なる消費形態が交わり合って多様性を帯びたことで、何に消費しているのかの線引きが難しくなっていることのハイブリッド消費。3つ目はマーチャンドアイジングである。マーチャンドアイジングとは、著作権事業、すなわちイメージやロゴを有する商品あるいはイメージやロゴが著作権を持っている商品を販売促進することである。最後はパフォーマンス労働である。パフォーマンス労働とは、サービス労働が一定の雰囲気をつくり出すパフォーマンスとして見なされるようになってきていることである。

第3章では中国における古鎮観光の発展の歴史と経年変化を整理した。また、江南水郷古鎮の特色と発展戦略に焦点を当て、第4章で紹介する烏鎮の開発戦略の下地作りを行っている。

中国建国以来、経済建設のために多くの伝統的建物が破壊された。古鎮の保存・発展が注目されるようになったのは1980年代からで、1990年代から古鎮観光ブームが始まった。しかし、古鎮の均質化、過度の商業化、観光インフラの未整備などの問題が浮上し、現在もなお続いている。

第4章においては、本稿のメインコンテンツであり、まず烏鎮とその開発戦略について詳しく紹介する。そして、烏鎮がどのようにテーマパーク化されたかをディズニーゼーションの4つの重要な要素の視点から分析する。

このうち、テーマ化の特徴は、烏鎮のイメージのテーマが統一され、完全に市場志向のメカニズムに従っていること。ハイブリッド消費は、複合的な収益モデルの運営を実現することに集中し、国内の古鎮のチケット経済に依存するジレンマを打破すること。烏鎮ブランドの適度な商品化は「烏鎮モデル」のマーチャンドアイジング特徴を構成する。パフォーマンス労働において、烏鎮は、従業員の感情的な労働と古鎮の舞台化の相互作用を強調する。

第5章において、ディズニーゼーションが観光客の体験に与える影響について、観光客の視点から考察している。

今回のインタビュー調査では、多くの観光客の烏鎮に対する満足度と烏鎮開発戦略に対する支持度が高いことが分かった。烏鎮に対する観光客の体験からも、烏鎮の「多様化」と「差別化」がうかがえる。

最終章である第6章では、本文の締めくくりとして、本研究の欠点を指摘している。

4. 結論

本研究はテーマパークの視点から切り込み、ディズニーゼーション理論の枠組みを借りて、文献調査と現地調査法を利用して中国の古鎮観光の成功モデルである烏鎮の事例を実証分析する。烏鎮は、テーマ化、ハイブリッド消費、マーチャンドアイジング、パフォーマンス労働において、明らかなディズニーゼーションの特徴を持っていることを認識し、烏鎮開発戦略の本質が「テーマパーク化」を明らかにした。そして「テーマパーク化」によって、現代中国の古鎮観光における多くの問題を回避し、「差別化」と「多様化」を実現している。本研究では、現代中国における観光空間のディズニーゼーションについて注目し、考察することで、中国の古鎮観光産業の今後の発展をより良く導くことができるだろう。■