

韓流ブーム以降における「大阪生野 코리아タウン」 イメージの考察 ——韓国文化意識調査の結果を中心に

日本社会分析学会 例会
2022年7月24日@松山大学

八木 寛之 (関西国際大学)
吉田 全宏 (大阪公立大学)

1. 大阪市生野区のインナーシティ問題と「韓流ブーム」

大阪市生野区

- 人口：126,930人（2021年3月末）
- 高齢者（65歳以上）人口：37,781人（高齢化率29.8%）
- 外国人人口：27,460人（同上）
- 韓国籍・朝鮮人口：20,397人（同上）
 - 大阪市の典型的なインナーシティ
 - 「在日韓国朝鮮人」「在日コリアン」の街としての生野区

出典：大阪市生野区 住民基本台帳人口・外国人人口

1. 大阪市生野区のインナーシティ問題と「韓流ブーム」

- 大阪市生野区旧猪飼野地域（生野コリアタウン）における、エスニックビジネスの集積と「観光化」（山中2011）
- 商業者（供給側）の変容：「コリアタウン構想」以降の在日コリアン・日本人商業者による商店街活性化→韓流ブーム以降、ニューカマー商業者も加わった新たなエスニック・ビジネスの展開（八木・吉田2017、八木2020）
- 来街者（需要側）の変容：日本人（観光）客の増加…近年の生野コリアタウンに来る客層の多くは、地域外からの日本人客（矢野ほか2020、福本2020）
- インナーシティ再生への期待
 - エスニック・ビジネスとしての韓流ショップ、K-POPショップの隆盛→日本人観光客の増加
 - 「韓流ブーム」にのって、生野コリアタウンは再生しつつあるのか？

2. 研究の目的

- 報告者はこれまで、地域の商業者に注目して生野コリアタウンでの調査研究をおこなってきた（八木・吉田2017、吉田・八木2017、八木2020）。
- その一方で、近年、地元商店街を中心に新たな来街客への関心の高まりを背景として、生野コリアタウンを訪れる日本人客への調査も実施されつつある（矢野ほか2020、福本2020）。
 - エスニック・ビジネスの集積を規定する「正の機会構造（進出要因）」のひとつとして、外部一般市場への進出の契機となるホスト社会における「エスニックな選好」人口の増加が挙げられる（片岡2015：232）
- 生野コリアタウンに来る日本人客、そして、日本社会におけるコリアタウン（エスニックタウン）や韓流、韓国文化へのイメージや意識の有り様を明らかにする必要がある。

2. 研究の目的（先行研究）

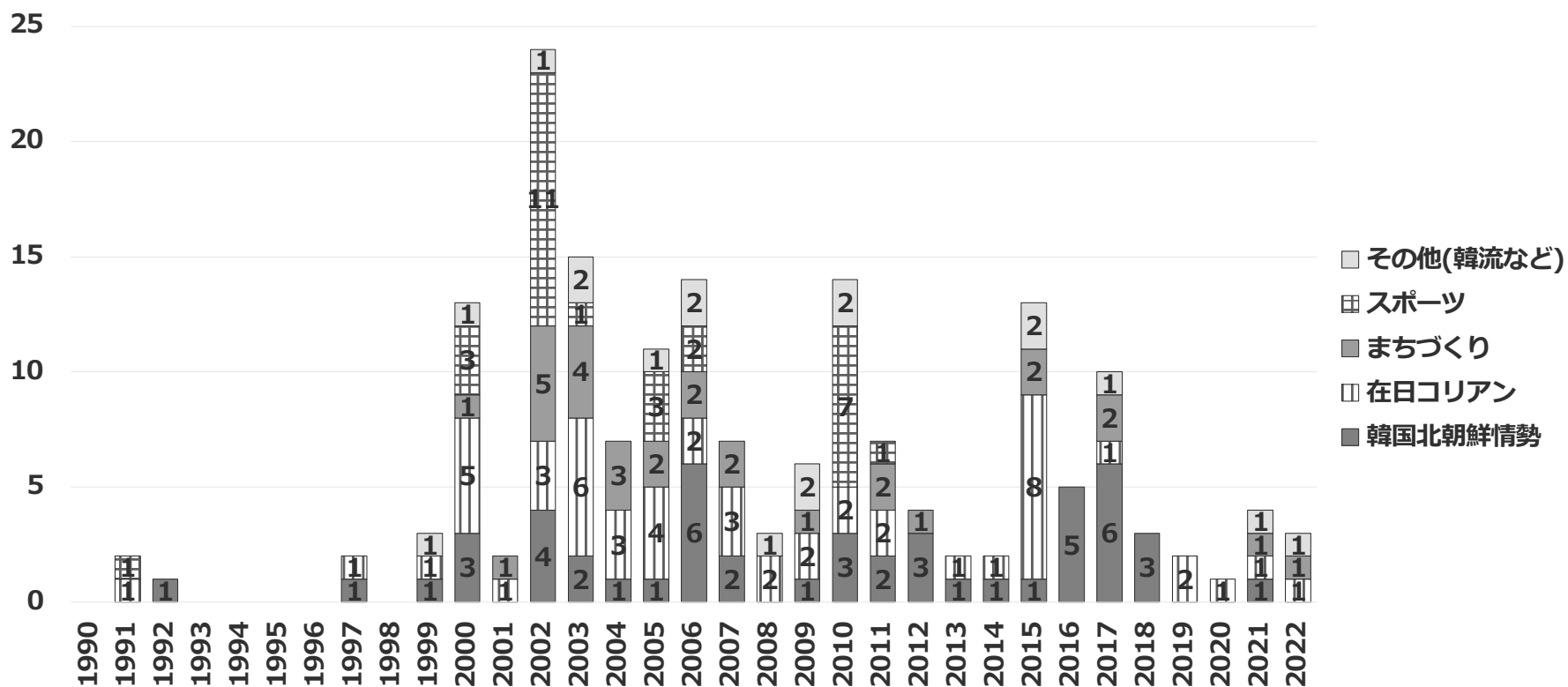
- 生野コリアタウン訪問客の動向（矢野ほか2020）
- 2019年10月の日曜日、1日（日中）の訪問者数は7,883人
 - うち、**男性1,783人、女性6,100人**（調査期間：2019年10月27日（日）10時～16時）
- 街頭での質問紙調査（アンケート）より（297人が回答）
 - 年齢：**10～30代が51.3%（10代に限ると32.7%）**、居住地：大阪市以外が75.1%（調査期間：2019年10月10日, 15日, 27日）
 - ・ 福本（2020）が実施した調査では、94の有効回答のうち中高生が26.6%、18～29歳が42.6%、30歳以上が30.9%（ただし、若年層の回答を多く得られるよう配慮）。
- 生野コリアタウンの日本人客は、歴史や政治問題に関心がない？

2. 研究の目的（先行研究）

- 生野コリアタウン訪問客への調査から（福本2020：246）
- 韓国文化へのアクセスや購買意欲を持つ商品の情報を得る上で、SNSや動画共有サイトが大きな役割を果たしている。
- 街の景観的要素への関心は非常に薄く、生野コリアタウンの歴史的側面に対する認知度も乏しく、消費嗜好を日韓の政治問題から分離して捉える傾向も強い。
- ただし同時に、歴史や政治問題についての学習意欲は高い。
- 地域の歴史や多文化共生と関わるような社会的価値については、それが過去ならびに現在の政治的 이슈を内包するがゆえに、観光客のみならず既存店主にとっても直接のコミットが難しい。
 - 「生野コリアタウン」のイメージについて、参考：新聞記事検索の結果

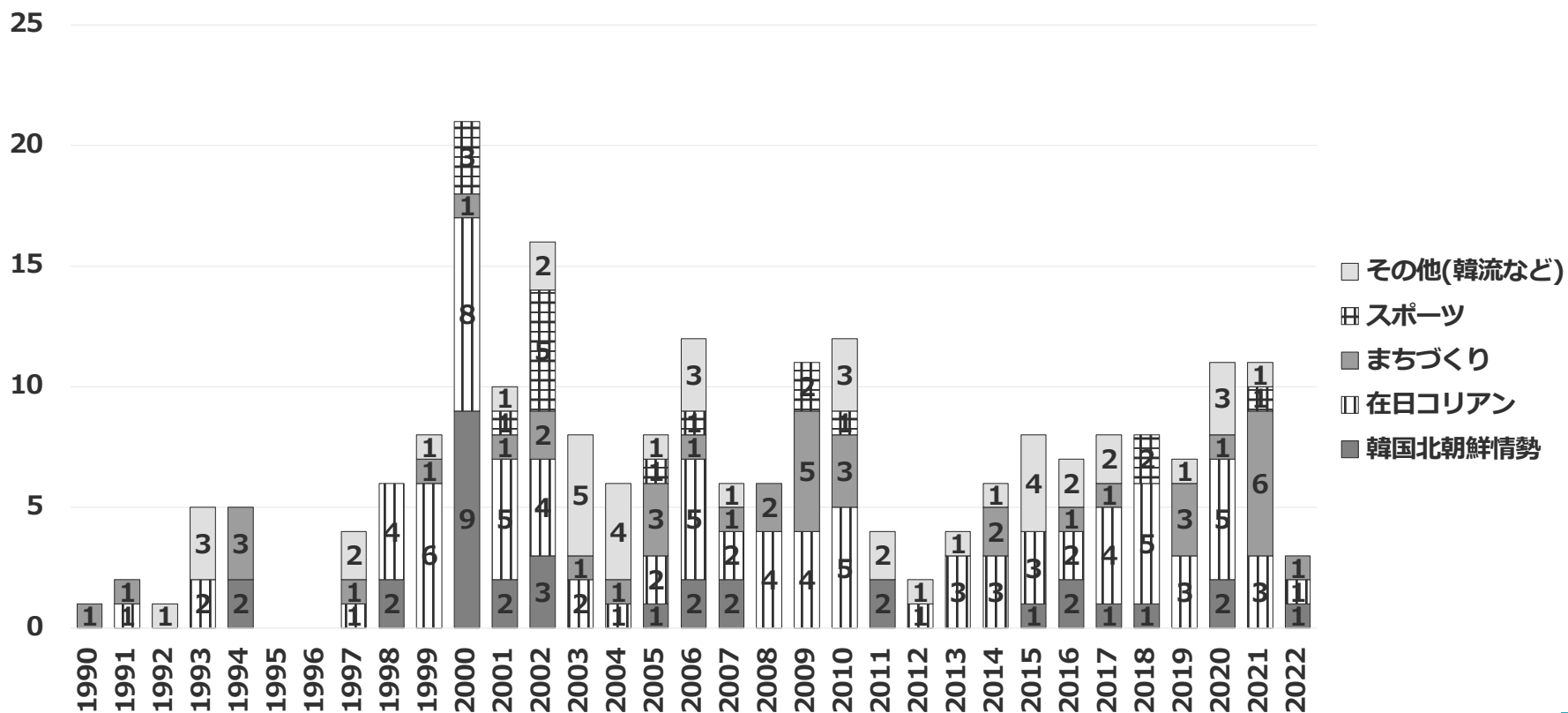
「生野 コリアタウン」「生野 コリアンタウン」検索結果

読売新聞（データベース「ヨミダス歴史館」）：計180件



「生野 コリアタウン」「生野 コリアンタウン」検索結果

朝日新聞（データベース「聞蔵Ⅱ」）：計227件



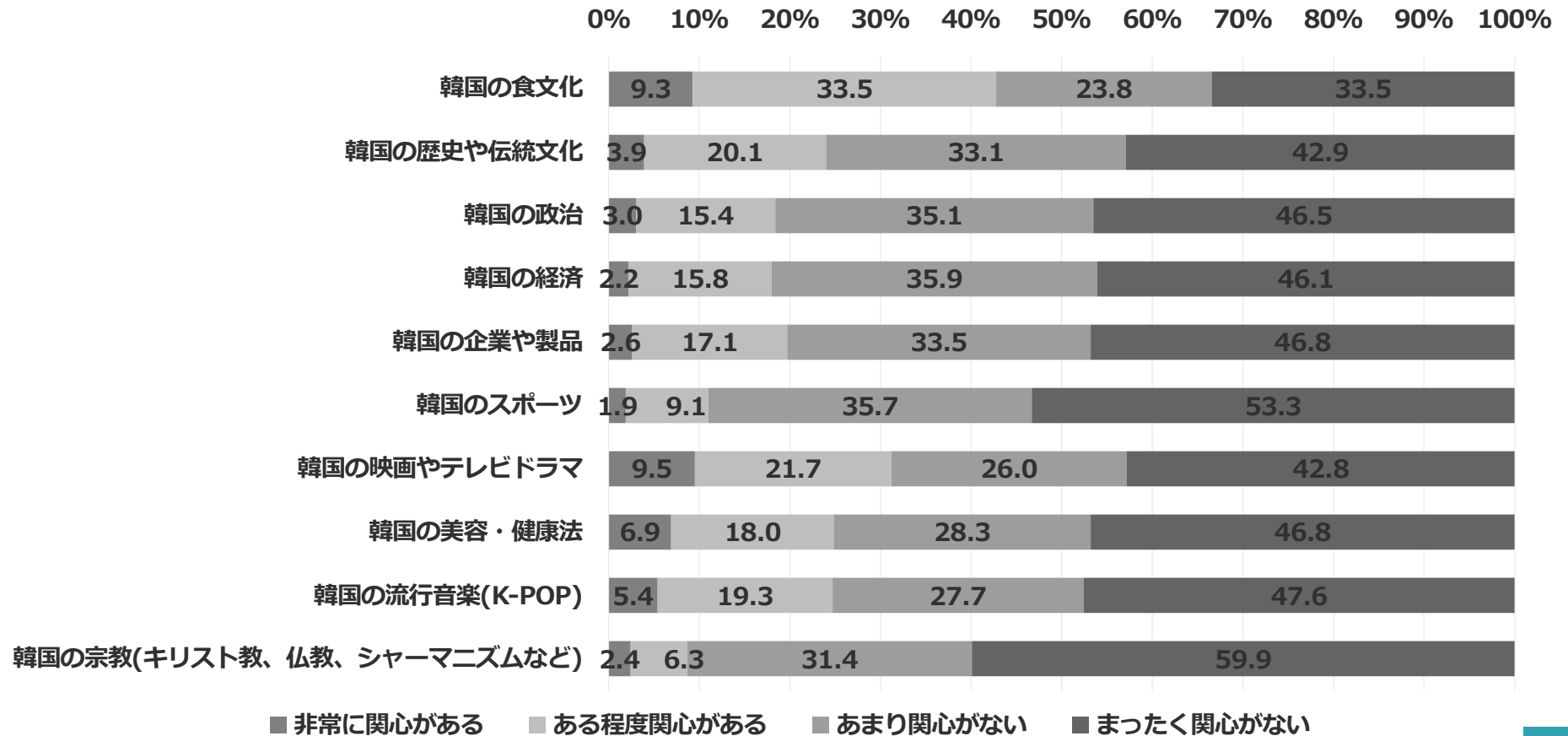
2. 研究の目的

- 「生野 코리아タウン」のイメージを質問紙調査から検討する
 - 2000年代の「韓流ブーム」以降、生野 코리아タウンの変化が指摘されているが、現在の日本社会における 코리아タウンのイメージはどのようなものか。また、生野 코리아タウンを訪れたことがある者と、そうでない者とのあいだにはイメージや、社会的価値に関わる意識に違いがみられるのか。
 - 生野 코리아タウンの訪問客について、韓国文化に関心がない人や、生野 코리아タウンを知らない人・来たことが無い人と比較しながら分析する。
 - 韓流ブームが、生野 코리아タウンのイメージ形成にどのような役割を果たしたのか。
- 方法：大阪市内在住者を対象としたweb調査の実施

3. 調査概要

- 調査方法：web調査（株式会社クロス・マーケティングへのインターネット委託調査）
- 調査対象者：登録モニターから性別2区分、年齢階層5区分（15歳～20代・30代・40代・50代・60代以上）を割り付け、**居住地を、生野コリアタウンがある大阪府大阪市在住者に設定**（→大阪市民にとっての「コリアタウン」「韓流」イメージ）。
- 調査実施期間：2021年12月24日～2021年12月27日
- 回答者数：538名

3-1. 韓国文化への関心（ジャンル別）・単純集計（n=538）



3-2. 韓国文化に関心を持つようになった時期

太字：調整済み残差が1.96以上

		2000年代 以前	2000年代	2010年代	おぼえて いない	関心はない
性別	男性(269)	10.4%	7.4%	6.3%	12.6%	63.2%
	女性(269)	9.7%	12.3%	14.1%	16.7%	47.2%
年代	10・20代(108)	2.8%	8.3%	20.4%	16.7%	51.9%
	30代(108)	6.5%	6.5%	13.0%	9.3%	64.8%
	40代(108)	13.2%	10.4%	7.5%	10.4%	58.5%
	50代(108)	10.2%	13.0%	5.6%	20.4%	50.9%
	60代以上(108)	17.6%	11.1%	4.6%	16.7%	50.0%

3-3. 生野コリアタウンへの訪問回数 (n=538)

Q4

下の写真は、大阪市生野区の「生野コリアタウン」と「鶴橋国際市場」および東京都新宿区の「新大久保コリアタウン」の写真です。
あなたはこれらの場所にどのくらい行ったことがありますか?(それぞれひとつずつ)

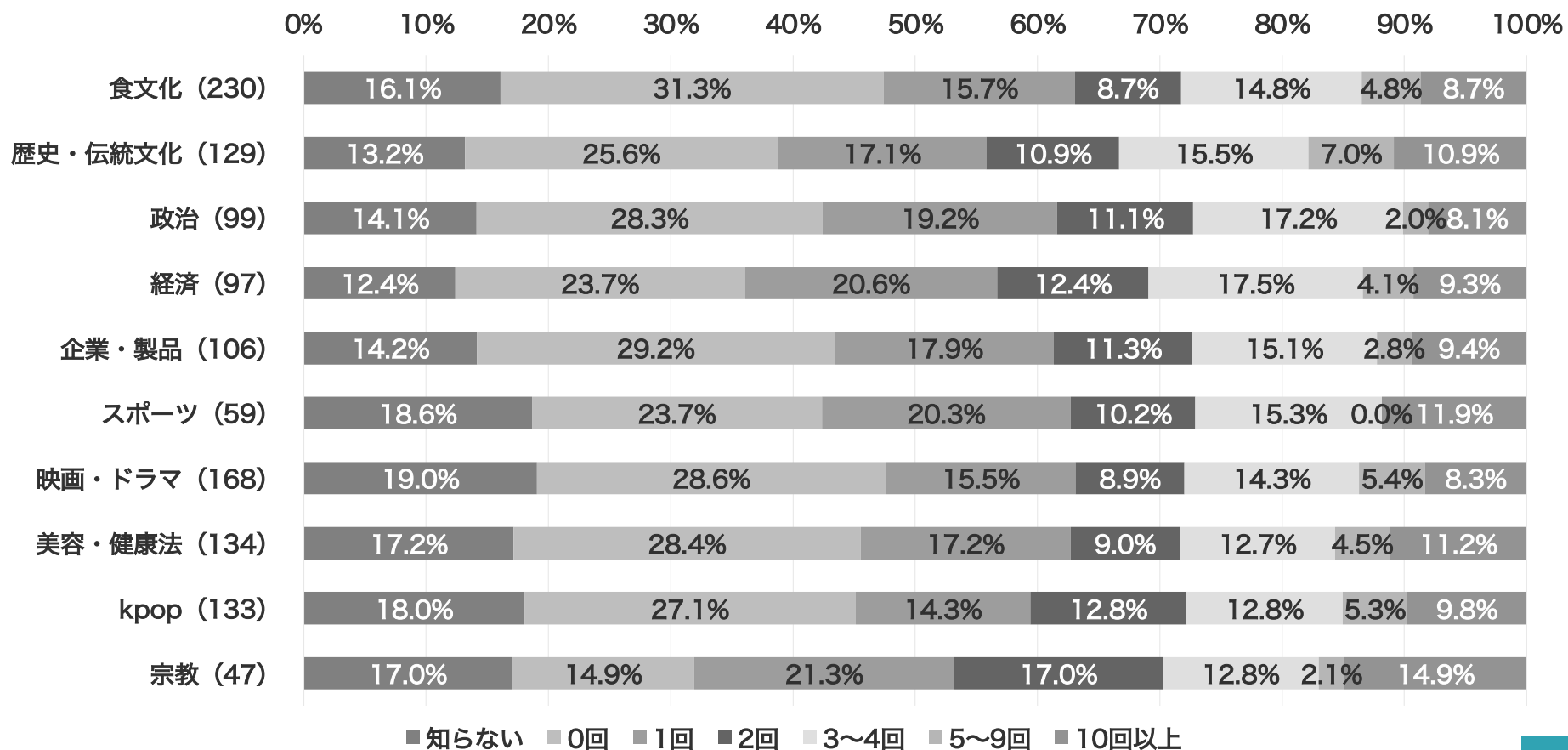
		この場所を知らない	0回	1回	2回	3~4回	5~9回	10回以上
 回答方向								
1	生野コリアタウン 	1○	2○	3○	4○	5○	6○	7○
2	鶴橋国際市場 	1○	2○	3○	4○	5○	6○	7○
3	新大久保コリアタウン 	1○	2○	3○	4○	5○	6○	7○

訪問回数	%
10回以上	5.6%
5~9回	2.8%
3~4回	9.9%
2回	6.7%
1回	11.2%
0回	28.4%
知らない	35.5%

生野コリアタウンに行ったことがあると回答した者 (合計) : 36.1% (194)

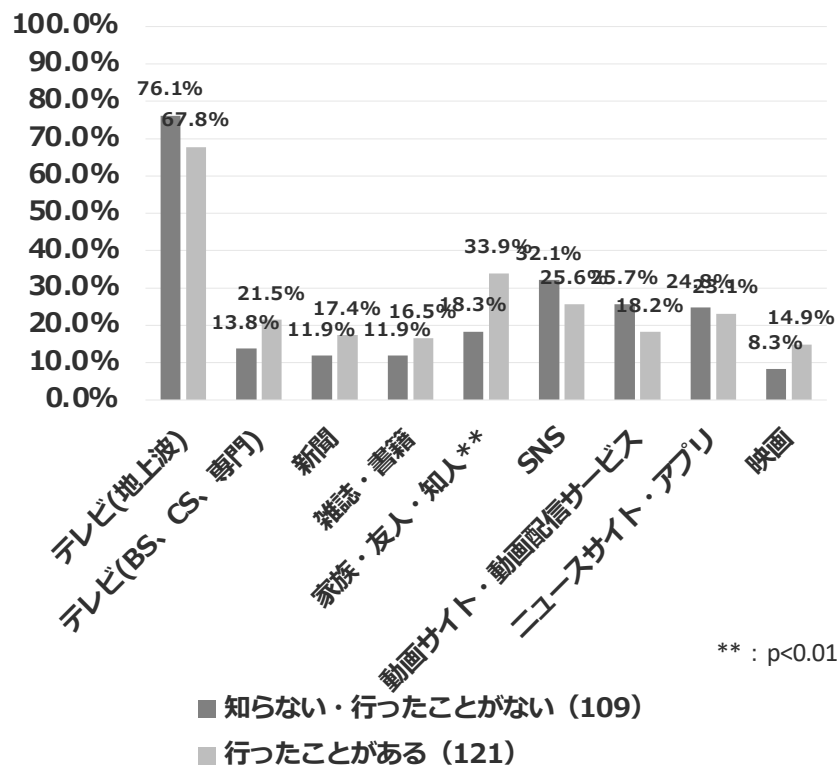
3-4. 韓国文化に関心あり※×生野 코리아タウン訪問回数

※「非常に関心がある」「ある程度関心がある」の合計

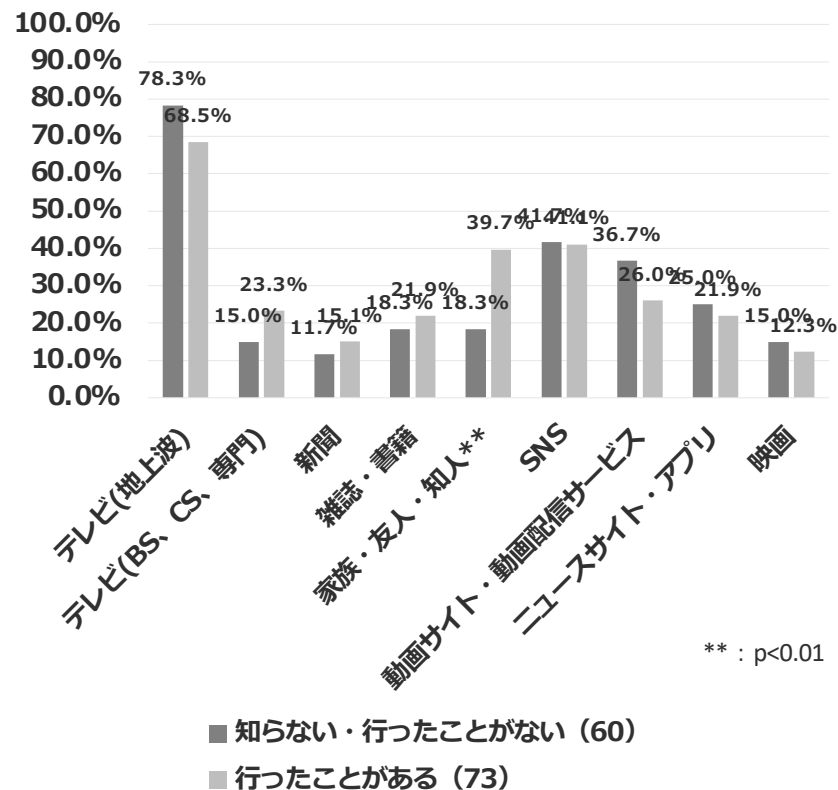


3-5. 「関心あり」の情報源（コリアタウン訪問歴別）

関心あり（食文化）の情報源

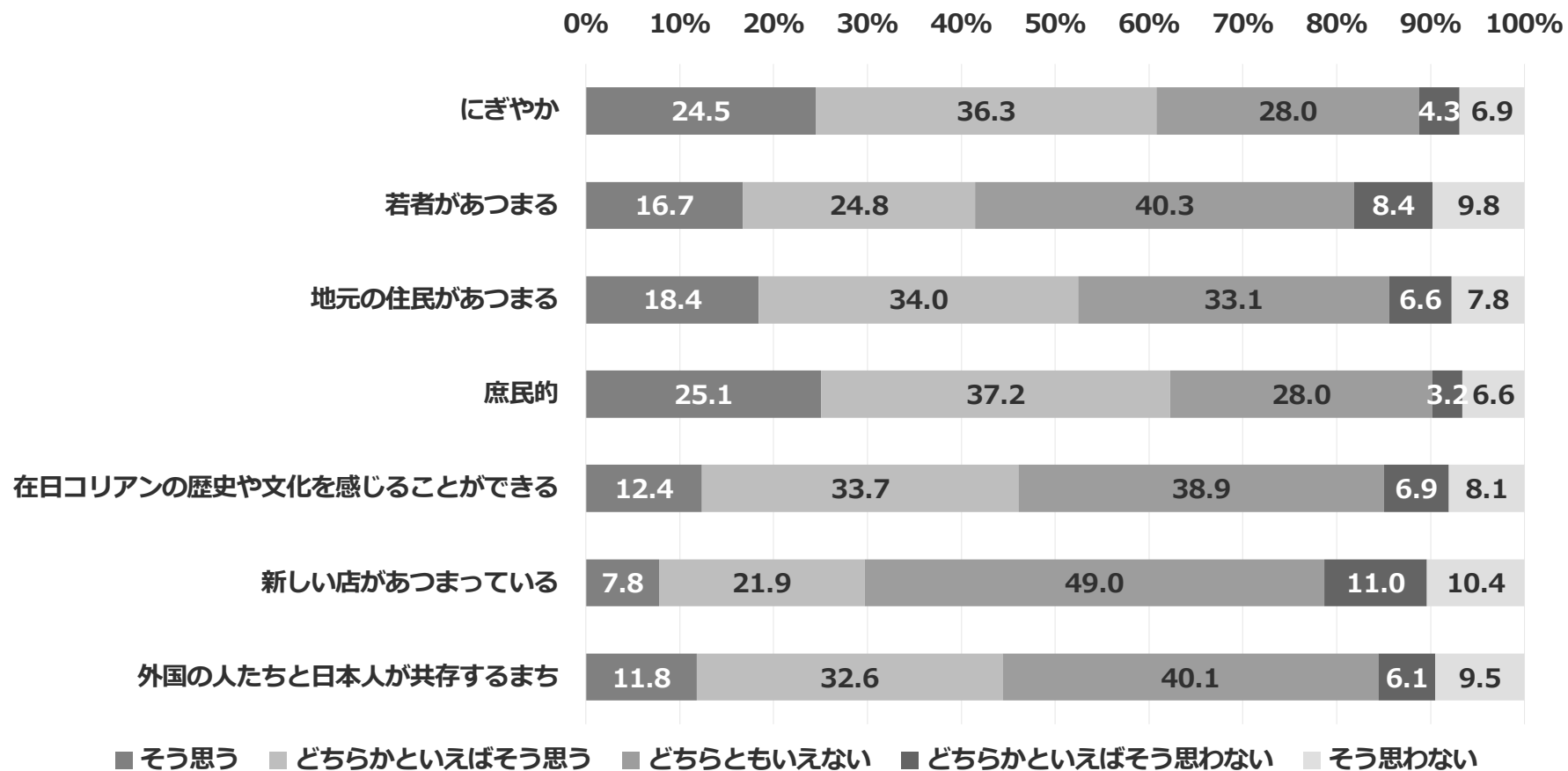


関心あり（k-pop）の情報源



3-6. 生野 코리아タウンのイメージ・単純集計 (n=347)

※「知らない」と回答した者を除く



3-7. 性別×生野 코리아タウンのイメージ

太字：調整済み残差が1.96以上

		そう思う	どちらかといえば そう思う	どちらとも いえない	どちらかといえば そう思わない	そう思わない
にぎやか	男性(169)	22.5%	31.4%	30.8%	5.3%	10.1%
	女性(178)	26.4%	41.0%	25.3%	3.4%	3.9%
若者があつまる	男性(169)	13.0%	21.9%	42.0%	8.9%	14.2%
	女性(178)	20.2%	27.5%	38.8%	7.9%	5.6%
地元の住民があつまる	男性(169)	14.2%	29.6%	36.1%	8.9%	11.2%
	女性(178)	22.5%	38.2%	30.3%	4.5%	4.5%
庶民的	男性(169)	17.2%	33.7%	34.3%	4.7%	10.1%
	女性(178)	32.6%	40.4%	21.9%	1.7%	3.4%
在日コリアンの歴史や文化を感じることができる	男性(169)	6.5%	28.4%	46.2%	8.3%	10.7%
	女性(178)	18.0%	38.8%	32.0%	5.6%	5.6%
新しい店があつまっている	男性(169)	4.1%	18.9%	49.7%	13.6%	13.6%
	女性(178)	11.2%	24.7%	48.3%	8.4%	7.3%
外国の人たちと日本人が共存するまち	男性(169)	7.7%	28.4%	41.4%	9.5%	13.0%
	女性(178)	15.7%	36.5%	38.8%	2.8%	6.2%

3-8. コリアタウン訪問の有無（除く「知らない」）×イメージ

太字：調整済み残差が1.96以上

		そう思う	どちらかといえば そう思う	どちらとも いえない	どちらかといえば そう思わない	そう思わない
にぎやか	ない(153)	18.3%	33.3%	35.3%	5.2%	7.8%
	ある(194)	29.4%	38.7%	22.2%	3.6%	6.2%
若者があつまる	ない(153)	9.2%	19.6%	49.7%	9.2%	12.4%
	ある(194)	22.7%	28.9%	33.0%	7.7%	7.7%
地元の住民があつまる	ない(153)	17.0%	34.0%	35.3%	5.2%	8.5%
	ある(194)	19.6%	34.0%	31.4%	7.7%	7.2%
庶民的	ない(153)	22.2%	36.6%	30.7%	2.6%	7.8%
	ある(194)	27.3%	37.6%	25.8%	3.6%	5.7%
在日コリアンの歴史や文化を感じることができる	ない(153)	11.8%	26.8%	45.8%	6.5%	9.2%
	ある(194)	12.9%	39.2%	33.5%	7.2%	7.2%
新しい店があつまっている	ない(153)	5.9%	13.1%	55.6%	11.8%	13.7%
	ある(194)	9.3%	28.9%	43.8%	10.3%	7.7%
外国の人たちと日本人が共存するまち	ない(153)	7.8%	26.8%	47.7%	5.9%	11.8%
	ある(194)	14.9%	37.1%	34.0%	6.2%	7.7%

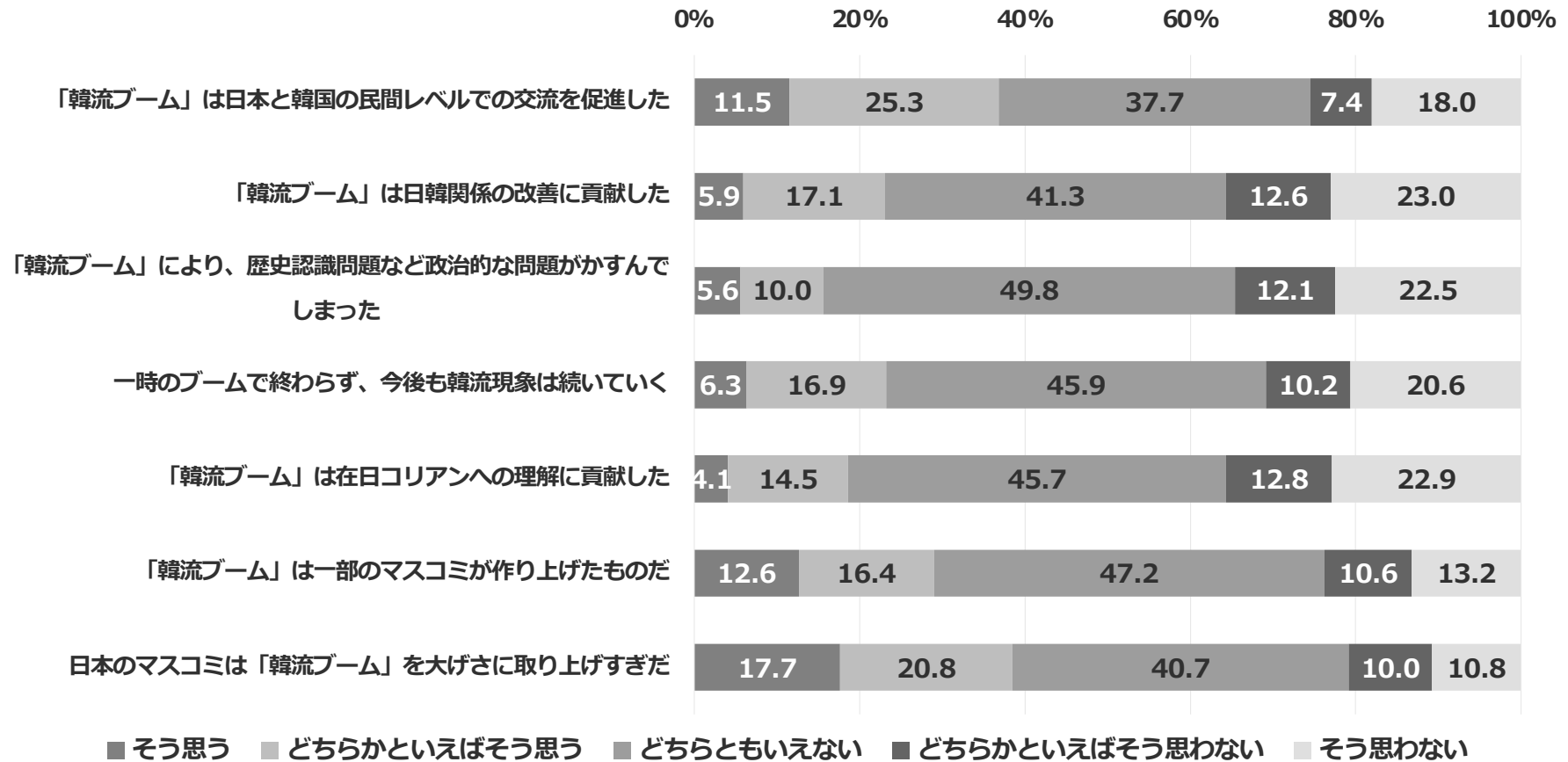
3-9. コリアタウン訪問の有無（「関心あり」のみ※）×イメージ

※3-2「韓国文化に関心をもった時期」で「関心はない」以外を回答した者

太字：調整済み残差が1.96以上

		そう思う	どちらかといえば そう思う	どちらとも いえない	どちらかといえば そう思わない	そう思わない
にぎやか	ない(74)	23.0%	36.5%	33.8%	5.4%	1.4%
	ある(121)	33.1%	42.1%	18.2%	2.5%	4.1%
若者があつまる	ない(74)	9.5%	23.0%	55.4%	5.4%	6.8%
	ある(121)	28.1%	31.4%	28.1%	5.8%	6.6%
地元の住民があつまる	ない(74)	18.9%	40.5%	33.8%	6.8%	0.0%
	ある(121)	19.8%	37.2%	32.2%	5.8%	5.0%
庶民的	ない(74)	27.0%	40.5%	29.7%	2.7%	0.0%
	ある(121)	32.2%	37.2%	23.1%	3.3%	4.1%
在日コリアンの歴史や文化を感じることができる	ない(74)	13.5%	35.1%	40.5%	8.1%	2.7%
	ある(121)	15.7%	43.0%	29.8%	6.6%	5.0%
新しい店があつまっている	ない(74)	5.4%	16.2%	56.8%	13.5%	8.1%
	ある(121)	12.4%	31.4%	40.5%	10.7%	5.0%
外国の人たちと日本人が共存するまち	ない(74)	9.5%	36.5%	43.2%	6.8%	4.1%
	ある(121)	17.4%	43.0%	28.9%	5.8%	5.0%

3-10. 韓流ブームにたいする評価・単純集計 (n=538)



3-1-1. 性別×韓流ブームにたいする評価

太字：調整済み残差が1.96以上

		そう思う	どちらかといえば そう思う	どちらとも いえない	どちらかといえば そう思わない	そう思わない
「韓流ブーム」は日本と韓国の民間レベルでの交流を促進した	男性(269)	9.3%	20.1%	38.3%	8.9%	23.4%
	女性(269)	13.8%	30.5%	37.2%	5.9%	12.6%
「韓流ブーム」は日韓関係の改善に貢献した	男性(269)	3.7%	12.6%	42.4%	14.1%	27.1%
	女性(269)	8.2%	21.6%	40.1%	11.2%	19.0%
「韓流ブーム」により、歴史認識問題など政治的な問題がかすんでしまった	男性(269)	4.8%	6.3%	52.0%	11.9%	24.9%
	女性(269)	6.3%	13.8%	47.6%	12.3%	20.1%
一時のブームで終わらず、今後も韓流現象は続いていく	男性(269)	3.3%	12.3%	46.1%	11.9%	26.4%
	女性(269)	9.3%	21.6%	45.7%	8.6%	14.9%
「韓流ブーム」は在日コリアンへの理解に貢献した	男性(269)	2.6%	11.2%	45.4%	13.4%	27.5%
	女性(269)	5.6%	17.8%	46.1%	12.3%	18.2%
「韓流ブーム」は一部のマスコミが作り上げたものだ	男性(269)	13.4%	16.4%	46.1%	8.9%	15.2%
	女性(269)	11.9%	16.4%	48.3%	12.3%	11.2%
日本のマスコミは「韓流ブーム」を大げさに取り上げすぎだ	男性(269)	20.1%	17.8%	40.5%	8.9%	12.6%
	女性(269)	15.2%	23.8%	40.9%	11.2%	8.9%

3-12. 訪問歴×韓流ブームに対する評価

太字：調整済み残差が1.96以上

		そう思う	どちらかといえば そう思う	どちらとも いえない	どちらかといえば そう思わない	そう思わない
「韓流ブーム」は日本と韓国の 民間レベルでの交流を促進した	知らない・ない(344)	6.7%	20.6%	43.3%	7.0%	22.4%
	ある(194)	20.1%	33.5%	27.8%	8.2%	10.3%
「韓流ブーム」は日韓関係の改 善に貢献した	知らない・ない(344)	2.9%	13.1%	43.9%	12.5%	27.6%
	ある(194)	11.3%	24.2%	36.6%	12.9%	14.9%
「韓流ブーム」により、歴史認 識問題など政治的な問題がかす んでしまった	知らない・ない(344)	3.8%	7.6%	52.6%	9.6%	26.5%
	ある(194)	8.8%	14.4%	44.8%	16.5%	15.5%
一時のブームで終わらず、今後 も韓流現象は続いていく	知らない・ない(344)	2.9%	14.8%	47.4%	9.0%	25.9%
	ある(194)	12.4%	20.6%	43.3%	12.4%	11.3%
「韓流ブーム」は在日コリアン への理解に貢献した	知らない・ない(344)	1.7%	8.7%	49.4%	11.6%	28.5%
	ある(194)	8.2%	24.7%	39.2%	14.9%	12.9%
「韓流ブーム」は一部のマスコ ミが作り上げたものだ	知らない・ない(344)	13.1%	11.0%	50.9%	9.0%	16.0%
	ある(194)	11.9%	25.8%	40.7%	13.4%	8.2%
日本のマスコミは「韓流ブー ム」を大げさに取り上げすぎだ	知らない・ない(344)	18.6%	14.5%	45.6%	7.8%	13.4%
	ある(194)	16.0%	32.0%	32.0%	13.9%	6.2%

3-13. 訪問歴×韓流ブームに対する評価（「関心あり」のみ）

太字：調整済み残差が1.96以上

		そう思う	どちらかといえば そう思う	どちらとも いえない	どちらかといえば そう思わない	そう思わない
「韓流ブーム」は日本と韓国の民間レベルでの交流を促進した	ない・知らない(120)	15.0%	30.8%	42.5%	5.0%	6.7%
	ある(121)	28.1%	40.5%	18.2%	6.6%	6.6%
「韓流ブーム」は日韓関係の改善に貢献した	ない・知らない(120)	8.3%	21.7%	45.8%	10.8%	13.3%
	ある(121)	16.5%	32.2%	30.6%	11.6%	9.1%
「韓流ブーム」により、歴史認識問題など政治的な問題がかすんでしまった	ない・知らない(120)	4.2%	14.2%	55.8%	10.8%	15.0%
	ある(121)	8.3%	19.8%	42.1%	16.5%	13.2%
一時のブームで終わらず、今後も韓流現象は続いていく	ない・知らない(120)	7.5%	29.2%	45.0%	8.3%	10.0%
	ある(121)	16.5%	24.8%	43.0%	8.3%	7.4%
「韓流ブーム」は在日コリアンへの理解に貢献した	ない・知らない(120)	5.0%	16.7%	51.7%	12.5%	14.2%
	ある(121)	10.7%	33.1%	34.7%	12.4%	9.1%
「韓流ブーム」は一部のマスコミが作り上げたものだ	ない・知らない(120)	11.7%	10.8%	60.0%	9.2%	8.3%
	ある(121)	8.3%	25.6%	42.1%	15.7%	8.3%
日本のマスコミは「韓流ブーム」を大きさに取り上げすぎだ	ない・知らない(120)	15.0%	20.0%	52.5%	5.8%	6.7%
	ある(121)	10.7%	31.4%	36.4%	15.7%	5.8%

3-14. 日韓の歴史についての知識を増やしたい

太字：調整済み残差が1.96以上

		そう思う	どちらかといえば そう思う	どちらとも いえない	どちらかといえば そう思わない	そう思わない
性別	男性(269)	5.6%	18.2%	40.1%	8.6%	27.5%
	女性(269)	7.4%	17.8%	43.5%	11.2%	20.1%
年代	10・20代 (108)	7.4%	20.4%	46.3%	8.3%	17.6%
	30代(108)	5.6%	9.3%	49.1%	11.1%	25.0%
	40代(106)	8.5%	10.4%	43.4%	11.3%	26.4%
	50代(108)	6.5%	22.2%	35.2%	12.0%	24.1%
	60代以上 (108)	4.6%	27.8%	35.2%	6.5%	25.9%
コリアンタウン 訪問歴	知らない・ ない(344)	4.4%	12.8%	44.5%	9.6%	28.8%
	ある(194)	10.3%	27.3%	37.1%	10.3%	14.9%

3-15. 韓国の知識を増やしたい×訪問歴（「関心あり」のみ）

太字：調整済み残差が1.96以上

		そう思う	どちらかといえばそう思う	どちらともいえない	どちらかといえばそう思わない	そう思わない
韓国の文化	ない・知らない(120)	5.8%	25.0%	48.3%	8.3%	12.5%
	ある(121)	13.2%	33.1%	35.5%	8.3%	9.9%
日韓の歴史	ない・知らない(120)	8.3%	25.8%	48.3%	8.3%	9.2%
	ある(121)	12.4%	36.4%	33.1%	9.1%	9.1%
日韓の政治問題	ない・知らない(120)	7.5%	21.7%	52.5%	10.0%	8.3%
	ある(121)	11.6%	33.9%	35.5%	9.1%	9.9%
在日コリアンの歴史や文化	ない・知らない(120)	5.0%	22.5%	49.2%	10.0%	13.3%
	ある(121)	12.4%	38.8%	29.8%	6.6%	12.4%

3-16. 「多文化共生のまちづくり※」に対する評価

※「日本人と外国籍住民がともに理解を深めながら、みんなで住みやすいまちをつくっていこう」という考え方

太字：調整済み残差が1.96以上

		よいと思う	どちらかといえばよいと思う	どちらともいえない	どちらかといえばよいとは思わない	よいとは思わない
性別	男性(269)	10.0%	25.7%	34.9%	6.7%	22.7%
	女性(269)	14.9%	31.2%	36.1%	7.8%	10.0%
年代	10・20代(108)	11.1%	26.9%	38.0%	10.2%	13.9%
	30代(108)	9.3%	18.5%	38.9%	11.1%	22.2%
	40代(106)	9.4%	26.4%	43.4%	7.5%	13.2%
	50代(108)	17.6%	32.4%	27.8%	4.6%	17.6%
	60代以上(108)	14.8%	38.0%	29.6%	2.8%	14.8%
コリアンタウン訪問歴	ない・知らない(344)	8.1%	25.6%	39.0%	7.8%	19.5%
	ある(194)	20.1%	33.5%	29.4%	6.2%	10.8%
訪問歴（韓国文化に関心ありのみ）	ない・知らない(120)	15.8%	40.0%	30.0%	4.2%	10.0%
	ある(121)	29.8%	33.1%	27.3%	5.0%	5.0%

4. 分析結果と考察

■ 生野コリアタウンのイメージと「韓流ブーム」との関係

- 性別：男性よりも女性の方が、韓国文化全般に関心があり、生野コリアタウンにたいしても肯定的なイメージや、韓流ブーム以降の街のイメージを抱く傾向がみられた。韓流ブーム以降の生野コリアタウンにおける空間形成とジェンダーの関係については、今後注目すべき論点であると考えられる。
- 年齢（年代）：今回の調査からは、生野コリアタウンのイメージなどについて、年齢（年代）による明確な違いや傾向はみられなかった。ただし30代では、韓国文化への関心や社会的価値に対する意識について、ネガティブな回答が少なからずみられた。若年層でも10・20代と30代とでは、韓国文化やコリアタウンにたいするイメージや意識に違いがあるのではないか。
- 訪問歴：生野コリアタウンへの訪問経験がある者ほど、韓流ブーム以降の街のイメージを抱く傾向がみられ、実際に街を訪れたことがある者とそうでないものとの間にイメージの違いがみられた。また、韓国への知識、多文化共生への理解など社会的価値にかかわる意識が高い傾向がみられた。韓流ブームへの評価も肯定的だが、訪問経験がある者のなかにも「マスコミが大げさに取り上げている」という評価がみられる。

4. 分析結果と考察

- 「韓流が好きだけれど、コリアタウンには関心がない層」の存在
 - 一方で、韓国文化への関心がある人たちのなかでも、生野コリアタウンを知らない・行ったことがない（大阪市内在住者）層が一定程度存在するとみられる。
 - 韓国文化に関心があっても訪問歴の有無により、コリアタウンに対するイメージや歴史や政治、多文化共生などの社会的価値に関わる部分での意識の違いがみられた。 k-popなどの韓流文化だけを消費している層が存在していると考えられる。
 - また、今回の調査からは、生野コリアンタウンに訪問歴がある者は、家族や友人・知人たちと韓国文化の情報を交換するという傾向がみられた。
 - 生野コリアタウンにやって来る韓流やk-popに関心がある層が、SNSなどのメディアをとおした情報収集をしていることは先行研究でも指摘されていた。「コリアタウン興味ない韓流好き層」との違いは、対面的な人間関係をとおした「口コミ」による情報収集をしているかどうかと考えられる。

■ おわりに：今後の課題として

- 生野コリアタウンの来訪者への質的調査の実施
- 韓国文化・韓流に関心あるけれどコリアタウンには行かない・興味が無い層への実態について（社会的価値にたいする意識の違いの詳細について、など）

■ 付記：本報告はJSPS科学研究費助成事業19K13930の研究成果の一部である。

参考文献

- 福本拓2020「韓流ブーム下での大阪・生野 코리아タウンの変容——エスニック・タウンの価値と地域活性化」『地理空間』13巻3号, 231-251頁.
- 片岡博美2015「エスニック・ビジネスの立地要因——コミュニティ研究から経済地理学的研究へ」『地理空間』8巻2号, 219-237頁.
- 齊藤慎一・李津娥・有馬明恵・向田久美子・日吉昭彦2010「韓流ブームと対韓意識——韓流との関連で見た韓国・韓国人イメージおよび日韓関係に対する認識」『東京女子大学比較文化研究所紀要』71号, 1-31頁.
- 山中速人2011「코리아タウン（大阪市生野区）の映像記録の方法と実際——防振ステディカムを使用した映像フィールドワークの試み」『日本都市社会学会年報』29号, 25-37頁.
- 矢野淳士・湯山篤・全泓奎2020「生野 코리아タウン活性化に向けた実態調査報告 —— 코리아タウン訪問者の商店街利用とニーズに関する調査から」『都市と社会』4号, 88-111頁.
- 八木寛之・吉田全宏2017「エスニック・タウンで「商店街の価値を高める」ことの意味——大阪・生野 코리아タウンにおける商店街活動と「多文化共生のまちづくり」」『日本都市社会学会年報』35号、日本都市社会学会、121-137頁.
- 八木寛之2020「大阪・生野 코리아タウンにおけるエスニック・ビジネスと商店街活動」谷富夫・稲月正・高畑幸編著『社会再構築の挑戦——地域・多様性・未来』ミネルヴァ書房、116-131頁.
- 吉田全宏・八木寛之2017「エスニック商店街における商店街活性化の課題——大阪・生野 코리아タウンの観光化によるニューカマー店主の増加に注目して」『日本観光学会誌』58号、39-45頁.