연구 논단

도시의 냉각

도쿄에게 헤이세이란 무엇이었을까?*

사다카네 히데유키

1. 도쿄론의 정체

도쿄(東京)에서 헤이세이(平成, 1989~2019)란 어떤 시대였을까? 이 논문에서 헤이세이의 범위를 버블 붕괴 이후 나타난 경제적인 곤궁 시대로 한정[1]한다고 해도, 이 질문에 답하는 일은 만만치 않다. 설사 글로벌 시티, 교외화, 또는 계층의 분단, 젠트리피케이션(gentrification) 형성 등 각각의 관점이 옳다고 해도, 이러한 견지는 일부 변화만을 설명할 뿐 도쿄 전체를 이해했다고 하기에는 부족한 감을 지울 수 없다.

대답하기[1] 어려운 이유 중 하나는 참조할 만한 헤이세이의 도쿄를 파악

사다카네 히데유키(貞包英之) 1973년생으로 도쿄대학 대학원 총합문화연구과박사과정 단위취득 후 만기퇴학했고, 현재는 릿쿄대학 사회학부 현대문화학과(立教大学社会学部現代文化学科)의 준교수로 재임하고 있다. 전공은 사회학·소비사회론·역사사회학이다. 저서로 『地方都市を考える: 消費社会の先端から』(花伝社, 2015), 『消費は誘惑する 遊郭·白米·変化朝顔: 一八, 19世紀日本の消費の歴史社会学』(青士社, 2015) 등이 있다.

https://doi.org/10.29154/ILBI.2020.23.224

하는 이야기, 즉 담론이 부족하기 때문이다. 과거 도쿄가 한창 이야기되던 시대가 있었다. 1980년대 소위 '에도·도쿄론 붐'이 일어나면서 마에다 아이(前田愛)의 『도시 공간 속의 문학』, 후지모리 데루노부(藤森照信)의 『메이지의 도쿄계획』, 진나이 히데노부(陣内秀信)의 『도쿄 공간인류학』, 요시미 순야(吉見俊哉)의 『도시의 드라마투르기: 도쿄·번화가의 사회사』[2] 등 다수의 도쿄론이 발표되었다. 주제나 대상이 되는 시대는 다양하지만, 공통된 특징은 도쿄에서 정태적(情態的)인 '구조'를 읽어 내려는 시점이다.

예를 들어 요시미 순야는 20세기 전반의 도쿄는 과거를 표현하는 아사쿠사(浅草)와 미래를 표현하는 긴자(銀座)라는 두 개의 전형적인 번화가가 있었고, 20세기 후반에는 그 역할이 신주쿠(新宿)와 시부야(渋谷)로 계승되는 것으로 본다. 그리고 도쿄의 경험은 그러한 과거와 미래의 시공(時空) 사이에 낀 구조적인 폐역(閉域) 속에 둘러싸인 것으로 여겨진다.

마에다 아이는 더욱 복잡한데, 그는 문학에서 이야기되어온 도쿄를 같은 정태적인 구조 속으로 몰아넣고 있다. 그리고 빈곤과 부, 지방 출신과 도쿄 출신, 학생과 관료, 남과 여, 어린이와 어른 등, 도쿄의 경험은 다양한 차이로 갈라진 텍스트로 읽힌다.

이렇게 안정된 구조를 가진 장소를 전제로 도쿄를 읽어 내려는 의지가 1980년대 '에도·도쿄 붐'(江戸·東京 ブーム)에 두루 통했다고 한다면, 도쿄를 소비사회화와 정보화의 첨단으로 보려는 붐이 2000년대 초기에 나타났다. 기타다 아키히로(北田暁大)의 『광고도시·도쿄: 그 탄생과 죽음』, 요시미 순

1 '헤이세이'라는 연호로 시대를 구분하는 것에 대해서는 다른 여러 가지 의미를 생각할 수 있다. 그러나 일본의 도시 역사라는 관점에서 보면, 헤이세이 연호인 1989년 12월 29일에 니케이 지수가 종가 최고치인 3만 8915.87을 기록한 후 이른바 버블 붕괴가 일어나고, 이후 디플레이션에 시달리기 시작했다는 사실이 의미하는 바가 크다. 그 배후에는 냉전체제 붕괴에 기반을 둔 글로벌한 경제 발전이 있기는 했지만, 그러한 큰 사건과 거기에 대응하는 동안 도시의 역사는 휩쓸리고 있었다. 헤이세이는 이러한 경제 환경의 변화—그리고 당연한 일이지만 그것은 '레이와'(令和, 헤이세이 이후 1919년 5월 1일부터 적용된 새로운 연호-옮긴이) 이후도 계속되고 있다—와 분리해서 이야기할 수 없다. 적어도 그 차원에서 천황제(와 연호의 의미)는 이 시대에 근대 이후 유례가 없을 정도로 상대화된 것이다.

2 前田愛, 『都市空間のなかの文学』, 筑摩書房, 1982; 藤森照信, 『明治の東京計画』, 岩波書店, 1982; 陣内秀信, 『東京の空間人類学』, 筑摩書房, 1985; 吉見俊哉, 『都市のドラマトゥルギー: 東京·盛り場の社会史』, 弘文堂, 1987.

야·와카바야시 미키오(若林幹夫) 편저의 『도쿄 스터디즈』, 아즈마 히로키(東浩紀)·기타다 아키히로(北田暁大)의 『도쿄에서 생각하다: 격차·교외·내셔널리즘』[3]까지, 이야기하는 방식은 다채롭지만 공통된 점은 현재의 도쿄가 더 보편적인 자본주의 운동의 첨단이라는 의식이다. 교외화가 진행되거나 미디어가 발달하고 쇼핑몰이 발달해도 어차피 도쿄의 역사는 과거와의 관계 이상으로 글로벌한 자본의 유동 속에 자리매김하면서 그 관계를 가장 빨리 표현하는 장소로 분석하는 방식이 정당화되었다.

그렇지만 그것을 마지막으로 '도쿄론' 붐은 수습이 되어 갔다. '도쿄론'은 도쿄에 대한 이야기가 바로 인간의 경험과 사회에 대한 이야기라는 이유에서 지적(知的)인 의미가 있다는 점을 의심의 여지없이 인정하면서 성립되었다. 그러나 도쿄가 자본주의 운동 속의 상대적인 첨단에 불과하다면, 성장이 둔화하는 상황에서 특히 도쿄를 이야기한다는 의미도 축소된다. 물론 이후에도 하시모토 겐지(橋本健二)의 『계급도시: 격차가 지역을 침식한다』[4] 등 특정한 관점에서 도쿄의 사회를 도려내는 도시 분석이나 미우라 린페이(三浦倫平)의 『'공생'의 도시사회학: 시모기타자와(下北沢) 재개발 문제를 통해 생각한다』, 다케오카 도루(武岡暢)의 『살아남는 도시: 신주쿠 가부키초의 사회학』[5] 등 특정 지역을 대상으로 한 알찬 내용의 에스노그라피도 나오고 있다. 다만, 그러한 책들이 도쿄를 가장 중요한 주제로 다룬다고는 할 수 없다. 그 책들은 도쿄를 하나의 주제로 삼아 격차나 커뮤니티의 존재 방식을 연구하려는 것으로, 그러한 의미에서 연구 트렌드는 도쿄의 경험을 밝히는 문제에 가치를 둔 '도쿄론'이 아니라 도쿄를 분석의 한 예로 삼는 '도시사회학'으로 변하고 있다.

이러한 '도쿄론'의 소실은 어떤 의미에서는 당연한 것인지도 모른다. 세

3 北田暁大, 『広告都市·東京: その誕生と死』, 廣済堂出版, 2002; 吉見俊哉·若林幹夫(編著), 『東京スタディーズ』, 紀伊国屋書店, 2005; 東浩紀·北田暁大, 『東京から考える: 格差·郊外·ナショナリズム』, 日本放送出版協会, 2007.

4 橋本健二, 『階級都市: 格差が街を侵食する』, 筑摩書房, 2011.

5 三浦倫平, 『「共生」の都市社会学: 下北沢再開発問題のなかで考える』, 新曜社, 2016; 武岡暢, 『生き延びる都市: 新宿歌舞伎町の社会学』, 新曜社, 2017.

계에 무수히 많은 도시가 존재하는 중에서 도쿄만 특정지어 이야기하는 데 어떤 특별한 의미가 있다는 환상은 더 이상 유지하기 힘들어졌다. 또한 일본만 봐도 마스다 히로야(増田寛也) · 도야마 가즈히코(冨山和彦)의 『지방소멸: 도쿄 극단적인 집중이 초래하는 인구격감』[6]이 출판된 이후 도쿄의 경험을 상대화하려는 도시화론도 나타나고 있다. 마치 일본 사회를 대표하는 것처럼 오직 도쿄의 경험만을 이야기하고, 지방 도시를 논하지 않아 온 데에 대한 반성이 일어나고 있는 것이다.[7]

그러나 한편으로 '도쿄론'의 결여가 일본 사회, 그리고 특히 일본 사회가 속해 있는 동아시아 도시군의 변화를 잘 보이지 않게 만든 것도 사실이다. 결론부터 말하면 헤이세이의 도쿄가 밝히는 바는 총체적인 침체이면서도, 역설적으로 그 침체로 인해 동아시아 도시군 중에서 일종의 선행성이 있다는 점이다. 도쿄는 헤이세이의 디플레이션 속에서 언급되어야 할 변화를 최소화하면서 침체했다. '도쿄론'이 수습된 이유도 크게 보면 이러한 침체 때문인데, 그 침체의 원인과 의미에 대해 생각해 보는 일은, 동아시아 도시의 현재와 미래를 들여다보는 데 있어 중요한 시점을 내포하지 않을까?

심지어 헤이세이 도쿄가 단순히 침체한 것만도 아니다. 헤이세이 이후 도쿄에서는 종래의 틀을 깨는 변화도 생겼다. 그것은 그때까지 도쿄를 움직여 온 것과는 다른 힘이 이끌었고, 그래서 도시 총체의 변화와 정합적으로 논해지진 않지만, 도쿄의 현재와 미래에 커다란 영향을 미쳤다.

본고에서는 이러한 종래 도쿄의 틀에서 벗어난 힘의 발달을 헤이세이에 오쿠보(大久保)와 아키하바라(秋葉原)라는 두 개의 지역에서 나타난 변화를 통해서 살펴보려고 한다. 그렇다고 기존의 틀에 따라서 도쿄의 쇠퇴와, 그러한 도쿄를 부분적으로 뛰어넘는 새로운 지역의 출현이 어떤 방식으로 연결되는지를 분석해서 도쿄의 경험을 절대화한 '도쿄론'을 부활시키려는 것은 아니다. 반대로 본고에서 밝히고자 하는 사실은 도쿄가 외부로 열린 상

6 増田寛也 · 冨山和彦 ,『地方消滅: 東京一極集中が招く人口急減』, 中央公論社, 2014.

7 필자의 저서(『地方都市を考える: 「消費社会」の先端から』, 花伝社, 2015)도 이러한 전제에서 도쿄의 경험을 상대화하여 지방 도시에 관한 이야기를 하려고 했다.

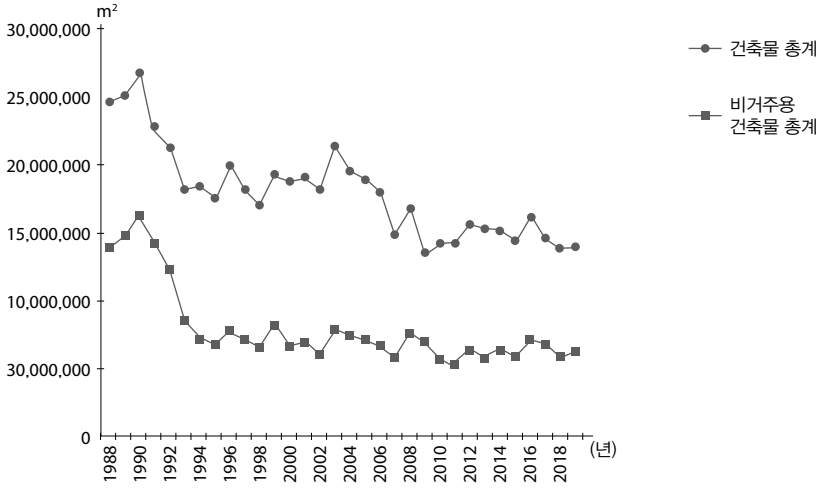
대성을 어쩔 수 없이 제 것으로 삼은 점이고, 도쿄의 경험에 균열을 내는 그러한 새로운 변화의 분석을 통해 동아시아에 속하는 하나의 도시로서 도쿄가 잃어 가는 가능성과 그것이 여전히 가지고 있는 가능성에 대해 생각해 보고 싶은 것이다.

2. 지역 이야기의 정체와 고령화라는 중력

이러한 시도를 실행에 옮기기 위해서 먼저 최근 도쿄의 총체적인 침체에 대해 검토한다. 버블 이후의 경제 침체 속에서 특히 1990년대 후반부터 불황이 더 심해지고, 1999~2000년도 GDP[내각부(内閣府), 국민경제계산(国民経済計算), 각목명세서(各目明細書) 기준]가 마이너스 성장했다는 사실을 전제로 놓고 보면, 1998년을 정점으로 소비자물가지수[총무성통계국(総務省統計局)]도 떨어지기 시작해서 2017년까지 그 수준을 회복하지 못했다. 또한 도쿄권으로 향한 인구이동도 감소하는 경향이 나타나면서, 1998년 54만 8,000명에서 2014년 40만 4,000명까지 거의 30%나 감소했다.[8]

이러한 악조건 속에서 도쿄의 지역도 침체하고 총체적으로 활력을 잃은 것이리라. 실제로 도쿄도의 공시지가(地価公示価格, 전체용도) 도 1992년부터 2005년까지 크게 줄었고, 이후 전국에서 가장 먼저 2008년까지는 원만하게 상승했으나, 다시 2013년까지 감소하는 추세다. 게다가 도쿄도에 새롭게 착공된 건물의 바닥면적도 1991년을 정점으로 감소하기 시작했다(〈그림 1〉). 확실히 2003년 전후로 약간의 회복기미가 보이기는 했지만, 그것은 도심 회복에 따른 고층 타워맨션 등 주거용 건축이 증가했기 때문으로, 버블 이후 비주거용 건물의 신규 건설은 계속 정체 상태였다.

8 주민기본대장 인구이동보고(住民基本台帳 人口移動報告).



〈그림 1〉 도쿄도의 신축건축물의 바닥면적

출처: 건축착공 통계조사보고서

이러한 도쿄의 게다가 특히 번화가의 정체를, 무수한 무명(無名)의 사람들에서 나타나는 관심의 추이라는 차원에서 잘 표현한 것이, 잡지에서 다룬 도쿄를 대상으로 한 이야기의 변용이다. 1970년대부터 1990년대 전반까지 『피아』(ぴあ, 1972~)나 『시티로드』(シティロード, 1971~1992)를 선두로 『hanako』(1988~)나 『도쿄 워커』(東京ウォーカー, 1990~) 등, 지역에 관한 정보를 수집하는 잡지가 커다란 붐이 되었다. 이러한 잡지는 그 지역에서 나타나는 변화를 재빨리 찾아내어, 독자가 그곳을 방문해서 소비하도록 부추겼다. 다시 말해 이러한 잡지는 도쿄를 다양한 정보가 명멸(明滅)하는 '정보지적 공간'(情報誌的空間)[9]으로 변화시켜 간 것이다.

그러나 정보지의 지역 이야기 붐은 일시적인 현상으로, 버블 붕괴 이후 일본 사회의 경제적인 퇴조가 부정할 수 없는 현실이 되어 가는 상황에서 점점 쇠퇴해 간다. 정보지 중에서도 성차(性差)와 취미를 초월해서 대중적인 인기를 자랑하던 『도쿄 워커』를 보면, 그 양상을 잘 알 수 있다.[10] 『도쿄 워

9 村上知彦, 『情報誌的世界のなりたち』, 思想の科学社, 1984.

10 예를 들면 공칭부수(公秤部数: 일본잡지협회에 가맹하지 않은 발행사가 독자적으로 발표한 부수-옮긴이)로 보면, 1997년에 『도쿄 워커』는 약 42만 부, 『hanako』가 26만 부, 『피아』가 40만 부(그러나

〈표 1〉『도쿄 워커』의 지역특집(5%를 넘은 항목)

1990–1999		2000–2009		2010–2019	
요코하마(横浜)	17.9%	긴자(銀座)	16.7%	신주쿠(新宿)	16.7%
시부야(渋谷)	16.7%	신주쿠(新宿)	14.8%	시부야(渋谷)	16.7%
신주쿠(新宿)	13.1%	임해(오다이바)(臨海(お台場))	13.0%	하라주쿠(原宿)	8.3%
긴자(銀座)	6.0%	시부야(渋谷)	9.3%	아키하바라(秋葉原)	8.3%
우에노(아메요코)(上野(アメ横))	6.0%	요코하마(横浜)	7.4%	기치조지(吉祥寺)	8.3%
				이케부쿠로(池袋)	8.3%
				가마쿠라(鎌倉)	8.3%
언급된 지역 숫자	84		54		12

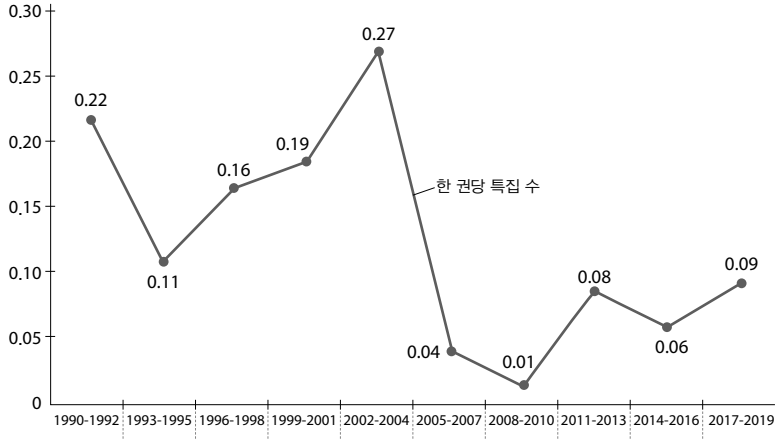
* 『도쿄 워커』 매년. 그리고 제1 특집 중에서 지역이 다수 나열된 경우를 제외하고, 실질적으로 3개까지 특집으로 다룬 케이스를 계산했다. 제1 특집인지 아닌지에 대한 판단은 기본적으로 표지에서 다루는 내용에 따른다.

커』의 특집에서 처음 확인되는 변화가 지역의 다양화에 대한 언급이다. 『도쿄 워커』에서 '제1 특집'으로 다룬 지역을 정리한 〈표 1〉을 보면, 시부야(渋谷)·신주쿠(新宿)의 일관성 있는 높은 수치가 눈에 띄는데, 한편으로는 대상이 된 지역도 다양해졌다.

『요코하마 워커』(横浜ウォーカー, 1998~2013)의 창간으로 요코하마 특집이 줄어든 것을 제외하면 2000년대에 임해 지구[오다이바(お台場)]가 유행하는 지역으로 부상하고, 2010년대에는 하라주쿠(原宿)와 아키하바라(秋葉原), 기치조지(吉祥寺), 이케부쿠로(池袋), 가마쿠라(鎌倉)와 같은 다양한 지역이 리스트에 추가되었다.

그러나 이러한 다양화는 사실 작은 변화일 뿐이다. 가장 큰 변모는 오히려 대상 지역의 총수가 급감했다는 점이다. 특집에서 다뤄진 지역의 총수를 살펴보면, 1990년대 84에서 2000년대 54, 그리고 2010년대에는 12까지 급감한다. 언급된 지역을 연간 발행 권수로 나눈 한 권당 특집 수를 보면, 이

그 수치를 10년 가까이 바꾸지 않고 있다)로, 『도쿄 워커』가 상당히 대중적인 층까지 판매되었다는 것을 알 수 있다(メディア·リサーチ·センター株式会社 編, 『雑誌新聞総かたろぐ』, メディア·リサーチ·センター, 1998).



	1990-1992	1993-1995	1996-1998	1999-2001	2002-2004	2005-2007	2008-2010	2011-2013	2014-2016	2017-2019
언급된 지역 수	29	16	25	28	35	3	1	6	3	3
연간 발행 권 수	134	148	152	151	130	78	75	71	53	33

〈그림 2〉『도쿄 워커』 지역특집호의 추이(한 권당 특징 수)
출처: 『도쿄 워커』 매년

러한 변화가 2000년대 초에 발생했다는 사실을 알 수 있다(〈그림 2〉).[11] 같은 시기에 『도쿄 워커』는 꽃놀이와 불꽃놀이와 같은 이벤트, 도쿄 디즈니랜드와 같이 더욱 한정된 어트랙션(attraction, 명물 혹은 명소의 의미-옮긴이)으로 특집의 방향을 바꾸면서 갑자기 지역 자체에 관한 관심을 줄이기 시작했다.

이러한 변화의 한 가지 요인으로 미디어 환경의 변용과 더불어 지역에 관한 정보가 온라인으로 이행했기 때문이라는 가능성도 생각해볼 필요가 있다. 일본에서 컴퓨터의 보급률은 1990년대 말부터 2000년대에 걸쳐 급상승해서 2003년에는 78.5%에 달했다(『정보통신백서 2017년도판』).[12] 스마트폰의 보급은 2010년부터 시작됐으나, 그전에도 구글 지도나 다베로그(食べログ: 일본 맛집 정보 사이트-옮긴이) 등의 확대에 호응해서 온라인상에 지역에 대한 정

11 일본경제가 장기적인 불황에 빠지는 것과 동시에 『도쿄 워커』도 부수를 줄이면서 1998년에 42만 부였다가 2008년에는 8만 부, 2018년에는 2만 부까지 급감했다. 더불어 2004년에는 격주간지(隔週刊誌)로 2015년에는 월간지로 바뀐다. 그래서 여기서는 거리특집을 1년 발행권수로 나눈 수치를 구했다.

12 https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h29/pdf/index.html

보가 많이 실리게 되었다. 정보잡지를 사는 이유 중 하나로 지도를 손에 넣거나 영화관 혹은 가게에 대한 정보를 얻기 위한 목적이 있었지만, 2000년대에는 이와 같은 요소들이 온라인 무료 서비스로 충분해진 것이다.

그러나 그러한 이유만으로 잡지의 지역 이야기가 감소한 것은 아니다. 『도쿄 워커』를 대표로 1990년대 이후 지역정보지는, 원래 도시에 대한 정보만 팔았던 것은 아니다. 와카바야시 미키오가 "'도쿄 워커'적인 것"이란 도시를 "그때그때 '붐'으로 칭송하며 포장한 소비 이벤트의 장"[13]이라고 지적한 바와 같이, 『도쿄 워커』는 다양한 지역의 정보로 대중이 소비해야 할 정보를 지시하는 소위 메타정보를 강점으로 내세웠다. 네트워크의 확대는 진짜로 가치 있는 정보의 선별을 추구한다는 의미에서 보면, 이것을 가능하게 하는 메타정보의 가치를 딱히 훼손하지는 않았다.

실제로 잡지가 지역을 유행하게 하는 정보 팔기를 완전히 멈춘 것은 아니다. 『산책의 달인』(散歩の達人, 1996~), 『도쿄에서 한 주』(東京一週間, 1997~2010), 『도쿄 캘린더』(東京カレンダー, 2001~) 등, 부수는 적어도 더 작은 세그먼트(segment)를 대상으로 한 지역정보지—고령자나 커플, 고소득층이 주요 타깃이 되었다—의 창간이 오히려 2000년 전후에는 활발해졌다. 그러한 의미에서 더욱 큰 변화는 지역 이야기, 즉 어떤 지역의 정보를 소비해야 할지를 지시하는 지역의 메타정보가 과거 큰 집단의 공통 관심사에서 작은 마니아 집단을 타깃으로 방향을 전환했다는 점이다. 지역에 대한 관심사가 누구나 똑같은 메인 컬처에서 특정인을 향한 '서브컬처'로 변하면서, 대중을 타깃으로 삼은 『도쿄 워커』는 지역특집을 줄여 간 것으로 보인다.

그러한 의미에서 지역에 대한 관심 방식을 바꾼 도쿄의 변동 실태에 대해서도 생각해 볼 필요가 있다. 네트워크는 도쿄를 세그먼트화해서 소비하는 다양한 층을 가시화했을지 모르지만, 그것이 가능했던 근본적인 이유는 사회에 성차나 계층, 문화, 문화자본이라는 면에서 사람들을 분단하는 시스

13 若林幹夫, 「『シティロード』と七〇年代的なものの敗北」, 吉見俊哉·若林幹夫 編, 『東京スタディーズ』, 紀伊国屋書店, 2005, 234쪽.

템이 있었기 때문이고, 게다가 그러한 '다양화'를 제지할 만한 대중적인 관심을 도쿄의 지역이 만들어 내지 않았기 때문이다. 앞에서 헤이세이 시대에 새로운 건물의 착공 수가 도쿄에서는 많이 감소했다는 사실을 확인했는데, 그러한 거시적인 변화를 전제로 도쿄의 지역은 다수의 관심을 끌 수 있을 정도의 갱신을 멈췄던 것이고, 결과적으로 거리에 대한 대중적인 관심도 잃게 된 것이 아닐까?

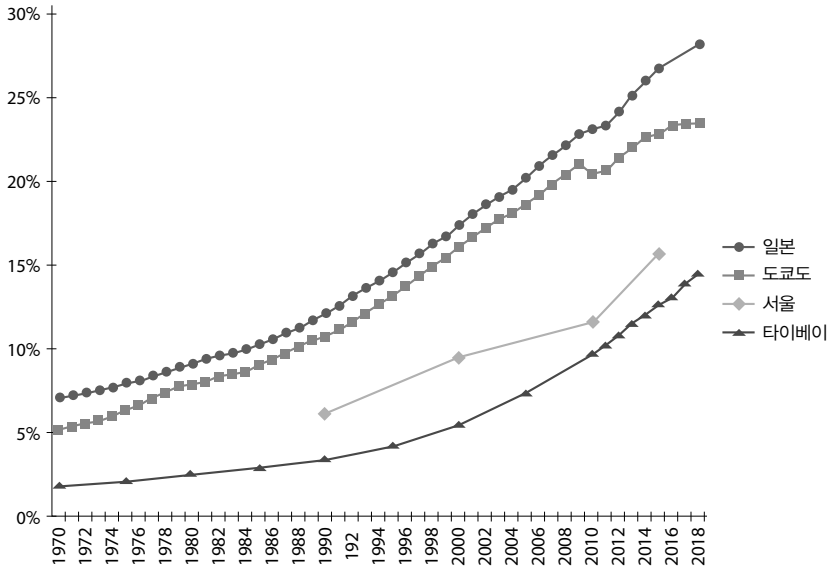
돌아보면 실제로 도쿄는 20세기 후반 이후 유행하는 지역=번화가를 계속해서 천이(遷移)시켰다. 예를 들면 요시미 순야에 따르면,[14] 전전(戦前)의 아사쿠사·긴자에 이어, 이를 반복하듯이 전후(前後)에는 1960년대에 신주쿠, 1970~1980년대 이후에는 시부야의 발전이 두드러졌다.

그러나 대략적으로 보면 이후 도쿄에 대중적인 관심을 끄는 새로운 지역은 태어나지 않았다. 분명히 1970~1980년대 이후에는 시부야의 발전에 맞춰 하라주쿠나 에비스(恵比寿), 지유가오카(自由が丘)와 같은 시부야 주변 지역의 활성화가 나타났고, 2000년대에는 오다이바가 일시적인 유행으로 주목을 받았다. 하지만 그것은 방문하는 사람들에 한해 부분적인 유행일 뿐 도쿄 전체의 번화가 모습을 갱신했다고는 보기 어렵다. 그래서 더욱 정체를 타파할 방책으로 막대한 비용을 들여 도쿄 올림픽도 기획했지만, 그 계획도 신궁(神宮)과 임해 지역이라는 한정된 장소의 재개발만 진행했을 뿐, 그것이 실현되어도 여전히 도쿄 전체의 갱신과 재활성화의 촉진과는 거리가 멀었다.[15]

그렇다면 왜 헤이세이의 도쿄는 이와 같은 상황에 빠진 것일까? 경제의 쇠퇴나 전후 이후의 축적에 수반된 권리관계의 복잡화 등 몇 가지 이유를 생각할 수 있는데, 그러한 개개의 변동을 총체적으로 규정하는 더욱 큰 공통 면으로 중요해지는 것이 도쿄의 인구학적 변화다.

잘 알려진 바와 같이 헤이세이 일본에서는 고령화가 착착 진행되었

14 吉見俊哉, 『都市のドラマトゥルギー: 東京·盛り場の社会史』.
15 貞包英之, 「「排除」と「公平化」: ジェントリフィケーションのふたつの側面」, 『α-Syndos』 vol. 240, 2018.



〈그림 3〉 동아시아 도시의 고령화 비율: 일본 및 도쿄도는 통계국통계조사부 국세통계과(統計局統計調査部国勢統計課)

https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00200524&tstat=000000090001&cycle=0&tclass1=000000090004&tclass2=000000090005&stat_infid=000000090270), 서울은 Korean Statistical information service(http://kosis.kr/eng/), 타이베이시는 National statistics, Republic of China(Taiwan) (https://eng.stat.gov.tw/mp.asp?mp=5)을 참조.

다. 실제로 도쿄에서도 고령화비율(65세 이상)은 1990년 10.6%에서 2000년 15.9%, 2010년 20.9%, 그리고 2015년 22.2%로 20년 사이에 거의 두 배로 증가했다(〈그림 3〉). 이와 같은 고령화는 ① 인구 수가 많은 단카이세대(団塊世代: 1947년에서 1949년 사이에 태어난 베이비 붐 세대로 일본의 고도성장을 이끌었다-옮긴이), 단카이 주니어세대(団塊ジュニア: 1970년에서 1974년 이전에 출생한 세대로 제2차 베이비붐 세대라고도 한다-옮긴이)의 연령이 상승한 데다 ② 결혼연령이 높아지면서 저출산의 확산 ③ 젊은층을 중심으로 한 도쿄권 전입인구의 감소로 진행되었다. 결과적으로 인구 피라미드의 변동에 따라 새로운 구매력이 나타나지 않게 되고 결국 지역의 갱신에 제동이 걸린 것이다.

실제로 과거 1960년대부터 1980년대에 걸쳐서 젊은층이 잇달아 구매력으로 집단을 형성하면서 신주쿠, 시부야·하라주쿠와 같은 새로운 지역이 형성되었다. 한편 저출산과 고령화는 과거에 만들어진 지역의 틀을 오히려

그 상태로 유지하게 했다. 새로운 그래서 자신들을 배제할지도 모르는 지역보다는 옛날부터 친숙하고 게다가 기득권익(既得権益)이 있는 지역이 지속되기를 고연령층이 환영했기 때문이고, 그렇게 해서 인구 규모적, 또는 경제적으로 큰 구매력을 가진 집단에 말려들어 도쿄 지역의 갱신은 감소한 것이다.

이와 같은 도쿄의 변화를 잘 나타내는 것이 사실 『도쿄 워커』에서 보이는 지역특집의 감소로, 특히 주목할 점은 『도쿄 워커』독자층의 변화다. 창간 당시 『도쿄 워커』는 '20세 전후(±5살)'[16]와 단카이 주니어세대에 가까운 사람들을 주요 독자층으로 삼아 왔다. 그러나 이후 새로운 독자를 개척하지 못한 채 있다가 2018년에 지면을 쇄신하면서 독자층을 '40~50대'[17]로 옮겨 연령층이 높아진다. 즉, 도쿄라는 지역이 고연령화되어 가는 모습을 그대로 반영하면서 『도쿄 워커』의 독자층도 중장년층화해 간 것이고, 결과적으로 새로운 지역에 대한 관심도 잃어 간 것이다.[18]

3. 에스닉 타운화와 오타쿠 거리화

이처럼 최근 도쿄는 고령화를 큰 중력으로 보수화하는 양상이 강해지고 있다. 새로운 구매력의 출현이 한정적인 의미만 있기 때문에, 2000년 이후의 도쿄는 에너지를 잃고 광범위한 지역 이야기에 무관심한 보수적인 지역이 된 것이다.

과거 와카바야시 미키오는[19] 레비 스트로스(Claude Levi Strauss)의 논의를 언급하면서 변화가 심하고 그것을 역사로 누적시키는 '뜨거운 도시'와, 변화가 적고 그것을 구조적으로 흡수하는 '차가운 도시'를 대비적으로 분류했

16 メディア·リサーチ·センター株式会社 編, 『雑誌新聞総かたろぐ』, 183쪽.
17 https://www.yomiuri.co.jp/fukayomi/20181119-OYT8T50136/2/
18 이러한 상황에 대응하기 위해서 『도쿄 워커』는 2018년 10월에 타깃을 '30대까지'를 포함한 '도쿄 거주 싱글 남녀'로 바꿔서 리뉴얼했다. 결과적으로 그 이후에는 한 권당 지역 특집이 증가했다.
19 若林幹夫, 『熱い都市 冷たい都市』, 弘文堂, 1992.

다. 이 개념을 빌리면 헤이세이 도쿄는 특히 혹독한 불황이 시작된 세기의 변곡점 즈음부터 '냉각'의 정도가 강해진 것은 아닐까? 도시는 과거의 구조를 남겨 둔 채로, 결과적으로 대중적인 지역에 대한 이야기도 감소하고 있는 것이다.

그렇다고 헤이세이 도쿄에 전혀 변화가 생기지 않은 것은 아니다. 도쿄는 헤이세이 시대에 고령화와 경제 불황으로 총체적으로 냉각되었지만, 과거의 틀을 착실하게 돌파하는 동시다발적인 변화도 나타났다. 미세해서 대중적인 이야기의 대상으로 정착하기 어려웠지만, 그것은 도쿄를 살아가는 경험을 부분적으로나마 갱신했다.

이러한 변화 중 하나로 대표적인 것이 1990년대 이후 오쿠보의 성장이다. 그 이전에 오쿠보는 외국인이 그다지 많지 않았다고 한다. 원래 오쿠보는 전쟁의 재해로 주민들의 교체가 이루어진 후에 상점가를 중심으로 형성된 지역이었지만, 1990년대 즈음부터 특히 한국, 대만, 태국, 말레이시아, 미얀마 계통의 주민과 점포가 증가하기 시작해서, 1990년대 후반에는 특히 코리안 타운으로 성장했다.[20]

오쿠보가 변화한 원인 중 하나는 일본 전체에서 이주노동자가 증가하기 시작했기 때문이다. 버블기의 노동력 부족으로 1985년경부터 비영주자가 일본 국내에서 증가하기 시작했다. 오쿠보의 경우는 신주쿠에서 가깝다는 점도 있어서 1980년대에 한국의 여권발행이 완화된 이후 가부키초(歌舞伎町)에서 일하는 한국 출신 호스티스가 많이 살기 시작했다.[21]

게다가 유학생의 수용도 확대되었다. 1983년 나카소네 내각(仲曾根内閣)이 '유학생 10만 명 계획'을 내세우면서 이후 일본 유학생이 급증했다. 1983년에 10만 428명이던 유학생은 10년 후인 1993년에는 52만 405명, 2003년에는 10만 9,508명, 2013년에는 16만 8,145명, 2018년에는 29만 8,980명으로 증가한다.[22] 오쿠보의 경우 도심 대학에 가깝다는 점, 그리고

20 稲葉佳子, 『オオクボ都市の力: 多文化空間のダイナミズム』, 学芸出版社, 2008, 26쪽.
21 稲葉佳子, 『オオクボ都市の力: 多文化空間のダイナミズム』, 47쪽.
22 『2018년도 외국인 유학생 재적 상황조사 결과』, https://www.jasso.go.jp/sp/about/statistics/intl_

가까운 국제학우회(国際学友会)의 근처 아파트가 처음부터 유학생이 수용했다는 점도 있어서 많은 유학생의 생활지로 선택했던 것이다.[23]

그 결과 일종의 에스닉 타운화가 이뤄지는데, 이러한 변화가 나타난 곳은 오쿠보만이 아니었다. 규모가 크건 작건, 비슷한 변화가 1990년대 후반 이후 도쿄의 몇 곳에서 진행된다.[24] 예를 들면 야마노테센(山手線)에서 세 정거장 떨어진 이케부쿠로에는 원래 영세한 점포·아파트가 많고, 그곳에 지방에서 상경한 노동자나 학생이 많이 살고 있었다. 그것이 전제가 되어 중국에서 온 이민노동자가 증가하면서 니시구치(西口) 근처의 에스닉 타운화가 진행되었다. 그리고 2002년 역 앞에 중국계 슈퍼가 생긴 것이 하나의 계기가 되어 이케부쿠로 차이나타운이라 불리는, 재일중국인의 거주 지역이 모습을 나타낸 것이다.[25]

오쿠보나 이케부쿠로가 변모하는 조건 중 하나는 아이러니하게도 도시의 정체다. 고령화와 경제 불황의 여파로 구매력이 감소하면서 과거 일본인을 상대로 운영해 온 가게가 어쩔 수 없이 철수하게 되었다. 그 틈을 외국계 가게와 주민이 메우면서 도시가 존속했던 것이다.

이렇게 외국계 주민이 가게나 집을 얻을 수 있었던 이유는, 크게 보면 동아시아의 경제발전이 순풍으로 작용했기 때문이라고 볼 수 있다. 합법이든 불법이든 그때까지 도쿄에 사는 외국인이 없던 것은 아니었다. 그러나 그 또는 그녀들이 구매력 있는 집단을 형성했다고는 볼 수 없다. 노동자 대부분이 저임금으로 일하고 있었고, 게다가 번 돈을 모아서 본국으로 송금하는 일이 흔했다. '풍요로운' 일본과 그들의 모국과의 경제 격차는 컸기 때문에, 일본에서는 되도록 소비를 줄이고 견디면서 일하고, 돈을 모으는 일이 일반적인 생활방식이 되었다.

student_e/2018/index.html

23 稲葉佳子, 『オオクボ都市の力: 多文化空間のダイナミズム』, 48쪽.

24 그 외 다카다노바바(高田馬場)에 있는 미얀마인 커뮤니티, 니시카사이(西葛西)에 있는 인도인 커뮤니티 등 최근 새롭게 형성되고 있다(室橋裕和, 『日本の異国: 在日外国人の知られざる日常』, 晶文社, 2019).

25 山下清海, 『池袋チャイナタウン: 都内最大の新華僑街の実像に迫る』, 洋泉社, 2010.

그러나 1990년대 이후 일본 경제가 침체하면서 한국·대만·중국을 중심으로 동아시아 경제가 급성장하자 일본에서 일하고 생활한다는 의미가 달라진다. 단기간 노동으로 큰돈을 벌기 어려워진 대신에, 일본은 비교적 안전하면서 생활비가 저렴한 곳으로 떠오른다.

또한 앞에서 언급한 것처럼 유학생도 급증한다. 물론 고학생도 있었지만, 노동자와 비교하면 유학생은 비교적 여유로운 생활을 실현하면서 무엇보다 일본에서 소비를 반복했다.

결과적으로 1990년대 특히 후반 이후 이민자들은 무시하기 어려운 구매력을 형성했고, 도쿄에 전례없다 해도 무방할 정도의 강한 영향력을 일으켰다. 그들은 장기거주 생활자로 일상적인 소비를 도쿄에서 반복했고, 이로 인해 오쿠보나 이케부쿠로에서는 요코하마 중화가(中華街)에서 일본인을 주 고객으로 삼는 것과는 다른 형태의 상권을 형성하기 시작했다. 이러한 구매 행태를 배경으로 뉴커머(new comer, 신규 이민자)를 위한 레스토랑이나 점포, 서비스업이 집적되고, 그 덕분에 일본으로의 동화를 강요받지 않고 자신의 라이프스타일을 유지할 수 있게 된 것이다.

과거와는 다른 문맥을 도쿄의 지역으로 들여온 것은 에스닉한 구매력만은 아니다. 바로 비슷한 시기에 오타쿠적 구매력이 활성화되면서 아키하바라를 대표하는 지역의 변화가 나타나기 시작했다. 아키하바라는 전전부터 이어진 라디오 점포나 전후 암시장으로 모여든 영세한 전기상을 모으다가, 20세기 후반에는 '전자제품 거리'로 일본 최대의 가전제품 지역을 형성했다.[26] 그 주요 고객은 고도성장 속에서 경제적으로 여유로워진, 베이비붐의 '전후 가족'이었다. '전후 가족'은 남편이 회사에서 긴 시간 근무하는 것을 전제로 대출을 받고, 주부의 가사부담을 줄이면서 가정생활을 즐겁게 보내기 위해서 가전제품을 아키하바라에서 샀다.

그러나 버블경제의 붕괴로 인해 아키하바라에도 위기가 찾아왔다. 교외화가 진행되고 싼 가격으로 가전제품을 파는 양판점의 교외 진출이 두드러

26 三宅理一, 『秋葉原は今』, 芸術新聞社, 2010.

지기 시작하면서 아키하바라에 밀집해 있던 전자제품 점포들은 경쟁력을 잃게 된다.[27] 그 틈을 일시적으로 메운 것이 1995년에 정점을 찍었던 컴퓨터 붐이었으나 그것도 오래가지 않았다. 교외의 가전양판점에서 비슷한 수준으로 완성도가 높은 컴퓨터를 저가에 팔기 시작하면서 아키하바라를 일부러 방문할 필요가 적어지고, 실제로 2000년 정도에는 "대기업 점포가 일시 폐점하는 등" 컴퓨터 판매점의 경쟁이 "한층 더 치열해졌다"는 목소리도 나왔다.[28]

그 위기를 구한 것이 1990년대 후반 이후에 나타난 만화·애니메이션 관련 상품의 유행이었다. 가정용 게임기·PC의 소프트웨어 전문점이던 멧세산오(MESSE SANOH)가 1992년에 동인 소프트웨어(同人ソフト: 컴퓨터에 기반을 둔 디지털 미디어 동인작품으로 동인 작가나 동인 서클이 주도적으로 제작하고 배포한다-옮긴이)를, 1994년에는 동인지를 취급하기 시작한다. 그리고 1994년 처음으로 동인지나 애니메이션 관련상품을 다루는 도라노아나(株式会社虎の穴)가 개업하면서, 컴퓨터 붐의 퇴조로 빈 가게가 눈에 띄기 시작했던 전자상가를, 동인지나 개라지 키트(garage kit: 소규모로 생산되는 조립식 모형-옮긴이), 캐릭터 굿즈, 비디오·DVD, 게임 등 다채로운 만화나 애니메이션 관련 상품을 파는 점포들이 채운다. 덕분에 아키하바라는 그러한 상품을 찾는 사람들, 또는 그러한 사람들을 목적으로 관광하러 온 국내외 손님으로 가득 찬 지역으로 변모한다.[29]

이렇게 아키하바라를 오타쿠 거리로 재편한 힘에는 동시대에 오쿠보와 이케부쿠로 니시구치(池袋西口)를 에스닉 타운으로 바꾼 힘과 유사한 점이 보인다. 그 전제가 되는 것이 도쿄의 인구학적, 경제적 정체다. 오쿠보와 이케부쿠로의 번화가에서 일본인을 대상으로 한 가게의 경영부진이 에스닉

27 内田隆三,「都市の現在, 都市の曲率」, 現代社会研究会 編,『未明からの思考: 社会学の可能性と世界の相貌を求めて』, ハーベスト社, 2005.

28 『東京攻略マップ 2000』, メディアワークス, 2000, 5쪽.

29 실제로 Patrick W. Galbraith, *Otaku and the Struggle for Imagination in Japan*, Duke University Press, 2019, p. 148에 따르면, 2007년 아카하바라의 오타쿠 거리를 찾은 사람 중에서 30%가 국내에서 온 관광객, 5%가 해외에서 온 관광객이라고 한다.

타운이 확대하는 배경이 된 것과 같이, 아키하바라도 가전업계에 이어 컴퓨터업계까지 이어진 정체가 현재와 같은 아키하바라 출현에 어떤 의미에서는 추진력이 되었다.

그런 의미에서 모리카와 가이치로(森川嘉一郎)는 아키하바라가 오타쿠 거리로 변모한 것이 관이나 민간의 도시계획을 수반하지 않는 일본 도시에서 나타난 특이한 사례라고 평가했지만,[30] 그것만으로는 충분하지 않다. 원래 전후 암시장이나 그것을 전제로 신주쿠나 우에노·이케부쿠로가 발전했고, 이후 하라주쿠의 다케시타도리(竹下通り)나 우라하라(裏原: 하라주쿠의 뒷골목-옮긴이)와 같이 전후 일본에서는 자발적인 지역의 형성이 오히려 표준형이었는데, 그중에서도 특히 아키하바라는 디플레이션 경제 속에서 발전한 것이 특이하다고 할 수 있다. 아키하바라는 오쿠보나 이케부쿠로 니시구치와 마찬가지로 디플레이션으로 어려워진 지역을 외부의 구매력이 살리면서 부분적인 핫스팟으로 형성되었다. 침체한 도쿄 속에서도 그처럼 특이한 예외가 되었기 때문에 매스컴이나 정부의 국수주의적인 주목—'일본 대단해'(日本スゴイ)라는—도 받은 것이다.

그러나 여기서 말하는 구매력이란 오쿠보나 이케부쿠로 차이나타운처럼 일본 사회의 외부에서 온 것은 아니다. 애니메이션과 만화와 관련된 취미활동의 구매력은 이미 1970년대 즈음부터 확대되고 있었다. 그 원인 중 하나는 돈과 관련해서 달라진 연소자의 상황이 일조를 했다. 아동 조사연구소(子ども調査研究所) 조사를 보면,[31] 1970년대에는 아동의 용돈이 대부분 늘지 않았는데도 불구하고 저축액이 급증했다는 기묘한 사태가 나타났다. 1972년부터 3년간 초등학교 2학년의 용돈이 월평균 523엔에서 556엔으로 6%밖에 증가하지 않았던 것에 비하면 저축액은 1만 1,273엔에서 2만 1,626엔으로 2배 가까이 증가했다. 저축액이 급증한 이유는 주로 가족이 아닌 다른 사람한테 받은 세뱃돈의 증가다. 많건 적건 간에 용돈은 아동이 어

30 森川嘉一郎, 『趣都の誕生: 萌える都市アキハバラ』, 69쪽.
31 近藤純夫·林克典, 「おこづかいは誰のもの?」, 『小学二年生』 31(10), 1976, 276쪽.

떤 물건을 어떻게 살지를 제한하는데, 1970년대에는 사회가 넉넉해지고 무엇보다 어른들이 '소비사회'를 누리기 시작하면서 자유롭게 쓸 수 있는 많은 돈이 가정 외부에서 아동에게도 배분된 것이다.

게다가 고등교육 진학률의 상승이나 아르바이트 비율의 상승 — 대학생 아르바이트 비율은 1970년대 처음으로 80%에 이르면서 포화상태가 된다.[32] — 이 학생들의 가처분 소득을 늘린다. 부모한테 최소한의 생활을 보장받으면서 '취미'에 돈과 시간을 소비하는 젊은층이 증가한 것이다.

이러한 자유로운 구매력을 전제로 만화나 애니메이션 관련 상품도 생겨났다. 1977년 『우주전함 야마토』(宇宙戦艦ヤマト), 1981년 『기동전사건담』(機動戦士ガンダム)의 극장 공개를 거쳐 애니메이션이 확대되고 그와 관련된 프라모델이나 굿즈(goods, 상품)도 유행한다. 예를 들면 중고생을 대상으로 야마토 굿즈를 개발한 라포트(ラポート)가 1978년에 신주쿠의 게이오 백화점(京王百貨店)에서 상품들을 판매하자 패닉상태에 빠질 정도로 젊은층 손님이 몰려들었다고 한다.[33]

그러나 젊은층을 대상으로 한 애니메이션과 만화 관련 상품시장이 싹을 틔우는 한편, 그와 같은 시장이 도시 속에서 집합적이면서 지속적인 장소를 구축하지 못했다는 점에도 주목해야 한다. 1970년대 말부터 1980년대에 걸쳐서 애니메이션·만화 숍은 신주쿠나 이케부쿠로, 시부야와 같은 건물 한 귀퉁이나 뒷골목에 자주 산재했으나, 그 자체가 하나의 독립된 구역으로 자립하지 못했다. 실제로 애니메이션 굿즈를 판매하는 소매 업체 애니메이트(アニメイト)가 1983년에 라포트에서 독립할 때에도 라포트가 운영하는 애니메이션 숍[아니멕(アニメック)]이 위치하는 신주쿠에는 점포를 내지 말도록 요구했다고 한다.[34] 애니메이션 숍이 집중해서 가게를 여는 일은 도저히 상상

32 学生援護会 編,『アルバイト白書』, 学生援護会, 1980.

33 海野榮一,「「ヤマト」そして「ガンダム」: 第2次アニメブーム誕生秘話」, 角清人 編,『animec ガンダム40周年記念号』, KADOKAWA, 2019, 109쪽.

34 高橋豊,「アニメグッズは世界平和にも貢献しています」, 角清人 編,『animecガンダム40周年記念号』, 122쪽.

할 수 없었고, 실제로 애니메이트도 지하철역이 네 정거장이나 떨어진 이케부쿠로의 그것도 역에서 멀리 떨어진 장소에서 어렵게 영업을 시작했을 뿐이다.[35]

지금까지 이야기한 바와 같이 애니메이션과 만화에 관한 구매력은 1980년대에 더 주목받기 어려웠다. 이미 1975년에 코믹마켓(コミックマーケット: 매년 도쿄에서 두 번 개최되는 세계 최대의 동인지 배포·반포 및 판매하는 행사이자, 세계 최대 규모의 애니메이션·만화 행사 중 하나-옮긴이)이 시작되고, 1985년에는 3만 명, 1989년에는 12만 명까지 참가인원을 늘리지만,[36] 이것도 결국 일시적인 축제의 장이라서 가능했던 것이다.

그러다가 1990년대 후반 드디어 애니메이션과 만화 관련 구매력이 아키하바라라는 고정된 공간을 장악하기 시작했다. 그 요인 중 하나는 디플레이션이다. 만화나 애니메이션 관련 상품은 "단가가 낮아서 대형가전제품이나 컴퓨터와 비교해서 매출을 크게 올리기 어렵다."[37]라는 말이 나오는 것처럼, 반드시 지역의 자영업자나 건물주에게 환영받은 것만은 아니었다. 그런데도 불황 속에서 공실이 눈에 띄기 시작했던 아키하바라의 건물주는 살아남기 위해서 그 힘에 의지할 수밖에 없었다.

이와 같은 디플레이션과의 관계뿐 아니라 '전후 가족'의 규범이 사적인 소비 욕망을 억누르기 힘들어졌다는, 보다 큰 사회변동도 중요해진다. 만화나 애니메이션, 또는 관련 상품은 자주 '전후 가족'이 공공연하게 노출하지 않았던 욕망을 밖으로 표출시켰다. '전후 가족' 속에서는 쓸모없는 미소녀에 대한 페티시(fetish)적인 취향이나 '전후 가족'이 전제로 삼은 미국의 보호 아래 이루어진 평화(Pax Americana)에서는 정당화하기 어려운 폭력적인 표현을 만화나 애니메이션이 분출시켰다. 하지만 '전후 가족'에서 불거져 나온

35 현 사장에 의해 아니멕은 "전국의 팬들에게 알리기 위해서 지명도 있는 이케부쿠로 선샤인시티(サンシャインシティ)…… '앞'에 가게를 열었습니다."(坂下實, 「アニメイトの全国出店までの32年を社長が語り尽くす!!」, 『weekly プレイボール』 50(17), 2019, 151쪽)라고 말하지만, 여기에서 강조된 부분은 선샤인시티 내부에서는 도저히 가게를 열 수 없었다는 사실일 것이다.

36 コミックマーケット準備会, 『コミックマーケット 30's ファイル』, 青林工藝舎, 2005.

37 『秋葉原攻略ハンドブック』, アスキー·メディアワークス, 2000, 13쪽.

사적 욕망을 통해 가동되면서, 애니메이션과 만화 관련 취미는 사적인 공간·방, 또는 코믹마켓 행사장 등에 둘러싸여 도시의 큰길에서는 결코 장소를 얻지 못했다.

그러나 모리카와 가이치로와 갤브레이스(Patrick W. Galbraith)[38]에 따르면 아키하바라는 사적인 취미를 공적인 장소에서 노출한다. 아키하바라는 과거 사적인 공간 속에 한정되었던 욕망을 무작위로 가로(街路)에서 표출하고, '개인공간이 도시로 확장'[39]하는 것을 실현했다고 한다.

그러한 의미에서 아키하바라가 표현하는 것은 '전후 가족'과 '소비사회'의 갈등이다. '소비사회'는 사적 욕망의 추구를 돕지만, '전후 가족'은 그 추구에 끝까지 제약을 가한다. 구매력은 고작 가족 모두가 사용하는 가전제품이나 기능적으로 편리(하다는 알리바이가 있는) 컴퓨터 구매에 고정되었는데, 그러나 1990년대 후반 이후 아키하바라에서는 이러한 균형이 무너지고 그 틀을 초월한 욕망의 추구가 일어나고 있던 것이다.

이렇게 해서 과거 도쿄에서는 가시화(可視化)될 수 없었던 욕망의 힘을 이용해서 아키하바라는 디플레이션 시대를 살아남는다. 그렇다고 아키하바라에서 이루어진 이러한 사적 구매력의 전개에 한계가 없던 것은 아니다. 오타쿠 거리는 어디까지나 ① 사방 500m 내에 들어오는 어떤 의미로 보면 좁고 한정된 공간에 머물렀다—최근 재개발로 오피스 빌딩의 진출이 가속화되면서 경계가 더욱 명확해졌다—는 것에 더해 ② 사적인 취미의 추구는 모든 사람에게 허용되는 것이 아니었기 때문이다.

실제로 아키하바라 오타쿠 거리화는 1990년대 초 이후 계속 진행되어 온 유해 코믹스 규제 및 조닝(zoning, 구역 설정)의 전개와 중첩되었다. 1991년에는 코믹스에, 1996년에는 잡지에 '성인' 마크의 적용이 '자주'적으로 결정된 것처럼[40] 만화나 그 주변의 표현에서 청소년이 배제되고, 대신에 '성인'

38 森川嘉一郎, 『趣都の誕生: 萌える都市アキハバラ』와 Patrick W. Galbraith, *Otaku and the Struggle for Imagination in Japan*.

39 森川嘉一郎, 『趣都の誕生: 萌える都市アキハバラ』, 73쪽.

40 長岡義幸, 『マンガはなぜ規制されるのか; 「有害」をめぐる半世紀の攻防』, 平凡社, 2010.

의 자유로운 사적 욕망의 추구가 허용된다. 그렇게 요구된 조닝의 공간적인 현실로 아카하바라는 묵인되면서 번성한 면이 있다. 대부분의 청소년에게는 일부러 교통비를 들이면서 아키하바라까지 와서 사람들에 섞여 상품을 사는 일이 쉽지 않은데, 그러한 청소년의 '희생'을 전제로 이곳에서는 어른들의 취미에 대한 탐닉이 정당화된 것이다.

게다가 명백하게 '배제'된 것이 여성이다. 아키하바라의 오타쿠 거리 성립은 젠더차를 초월하는 자유로운 욕망의 추구를 허용하지 않았고, 오히려 그 벽을 재생산해서 여성을 외부로 밀어냈다. 원래 여성 손님이 많던 코믹마켓도 1980년대 중반 이후 남녀를 대상으로 날짜와 구역이 나뉘는데, 그 축제의 장은 완전히 분리되지 않았고 (때에 따라서는 불행한) 혼효(混淆)나 조우도 나타났다.

그러나 아키하바라의 가로에는 소녀 캐릭터의 독특한 모습이 벽면 가득히 펼쳐졌고, 나중에는 메이드복(メイド服)을 입은 모습의 여성이나 아이돌의 접대를 펼치면서 거의 명시적으로 여성을 배제했다. 실제로 2003년 아카하바라를 방문한 어느 두 명의 여성은 "너무 불편한 느낌"이 들었고, "이곳은 남자의 성지라고, 여자는 빨리 꺼져"[41]와 같은 시선을 아키하바라에서 감지하고 있었다. 이러한 성차의 벽을 전제하고 있다는 의미에서 아키하바라는 '전후 가족'의 규범에서 불거져 나온 욕망을 긍정하는 한편으로, 다른 국면에서는 '전후 가족'적 규범과 결탁해서 그것이 키우는 성차의 판타지를 오히려 보호한다.

그렇다고 여성들의 사적 욕망 추구가 완전히 금지된 것은 아니다. 아키하바라의 오타쿠 거리화보다 한 발 늦게 야마노테센(山手線)의 반대쪽 이케부쿠로에 여성을 대상으로 한 만화와 애니메이션 관련 가게가 모여들기 시작했다. 애니메이트 이케부쿠로 본점과 1994년에 개점한 〈K-BOOKS 이케부쿠로점〉을 중심으로 2000년 즈음부터는 여성들의 사적 욕망에 대응하는 만화나 애니메이션 관련 상품의 집적이 눈에 띄기 시작했다. 실제로 앞에서

41 無署名, 「ぶらり途中下車の旅: 秋葉原」, 『ぱふ』 1월호, 2004, 146쪽.

언급한 라포트에서도 아키하바라의 마초이즘에 지친 여성들이 당시 자신들이 "내 맘대로 '오토메 로드'"(乙女ロード: 이케부쿠로 선샤인 60빌딩의 서쪽 거리에 붙여진 이름으로 여성을 겨냥한 애니메이션·만화의 주요 쇼핑·문화 중심지-옮긴이)[42] 라고 부르는 이케부쿠로의 한쪽 구석으로 되돌아와 편안함을 느낀다.[43]

그러한 의미에서 오토메 로드의 형성은 '전후 가족'과 '소비사회'의 충돌과 동시에 기묘한 균형을 드러내고 있다. 1990년대 후반 이후 도쿄는 경제적인 불황 속에서 '전후 가족'에서 돌출된 욕망의 추구를 긍정하는 것에 하나의 활로를 발견한다. 그것은 '소비사회'를 한층 더 심화시킨다는 것을 의미하는 한편으로, 그러한 욕망은 성차에 의해 공간적으로 분리되면서 자유를 정당화했다. 아키하바라와 오토메 로드의 병행적인 존속은 그러한 의미에서 사적 욕망을 허용하는 '소비사회'와, 남녀의 역할 분담을 강하게 요구하는 '전후 가족'이 도쿄의 지역에서 애매한 형태로 결탁하고 있는 모습을 잘 나타내고 있다.

4. 군중의 이벤트화와 도시의 냉각

1990년대 후반 이후 에스닉 타운화와 오타쿠의 거리화를 비롯한 과거와는 다른 도시 형성의 원리가 도시·도쿄를 침식해 간다. 오쿠보나 아키하바라를 중심으로, 그러나—이케부쿠로가 전형적인 것처럼—반드시 그러한 국소(局所)에만 한정되지 않고, 이러한 힘이 도시·도쿄에 부분적으로 번지면서 그 풍경을 조용히 바꾸고 있었다.

거기에서 공통된 특징으로, 우선 ① 그것이 네이션(nation)의 틀을 벗어나는 힘으로 구동되었다는 점이 주목을 받는다. 다른 국민국가의 수도와 마찬

42 無署名, 「ぶらり途中下車の旅: 池袋」, 『ぱふ』 4월호, 2004, 146쪽.

43 실제로 필자가 〈NTT 모바일 공간통계〉(NTTモバイル空間統計)에 위탁해서 실시한 조사에서는 2019년 10월 7일 14:00~15:00의 아키하바라에서는 남성 : 여성의 비율이 2.62로 남성이 2배 이상 많은 데 비해, 이케부쿠로의 오토메로드 근처에서는 0.76으로 반대로 여성이 많았다.

가지로 도쿄도 지금까지 일본 국가라는 네이션을 중심으로 발전해 왔다. 교육기관이나 정치, 미디어, 상업의 중심지를 두고 지방에서 재화(財)와 인재를 흡수하는 등 도쿄는 정치적, 경제적 힘을 휘두르며 지방을 종속시켰다.

이러한 권력 구조는 여전히 명백하게 잔존하지만, 한편에서는 그 한계도 드러나고 있다. 그것을 나타내는 하나가 앞에서 확인한 고령화다. 인구 이동의 감소는—지방에서 상경하는 사람 중에 젊은 사람이 많다는 의미에서—고령자의 도쿄 집적도를 높이고 그래서 번화가의 정체도 진행된다.

그러나 한편으로는 현재 네이션의 틀과는 다른 수준에서 오는 힘이 도시를 부분적으로 활성화하고 있는 것도 사실이다. 예를 들면 에스닉 타운을 형성한 힘은 네이션의 외부에서 지역의 풍경을 바꿨다. 동아시아를 중심으로 한 경제력의 상승에 따라 글로벌한 구매력이 몰려들어 네이션 밖으로 직접 통하는 창이 헤이세이의 도쿄에는 열려 있었다. 그러한 힘이 2010년대 후반 이후에는 인바운드의 구매력으로 긴자를 시작으로 도쿄의 거리를 크게 바꿔 놓았다.

이렇게 네이션의 외부에서 오는 글로벌적인 힘과 달리 오타쿠적인 거리는 네이션의 내부에 계속 은폐되고 갇혀졌던 힘에 의해 형성되었다. 그것은 국민국가를 지탱하는 '전후 가족'의 규범을 흔들고 그것이 내부에 감춰 온 것을 공적 장소에서 노출하게 했다. '교외'의 사적 공간으로 갑자기 연결되는 문이 중심부의 번화가에 출현해서 '전후 가족'이 지탱해 온 공과 사의 질서가 상대화된 것이다.

이와 같이 네이션의 수도로 발전해 온 도쿄의 틀을 외부와 내부에서 전복시키는 힘이 헤이세이 사회에서는 착종해 왔다. 그러나 그것이 총체적이 아닌, 어디까지나 부분적으로 지역의 문맥을 바꾼 것에 지나지 않다는 점에도 주의할 필요가 있다. 그러한 지역은 대부분의 경우 특정한 구매자를 대상으로만 열려 있을 뿐으로, 예를 들면 이케부쿠로의 차이나타운에는 점포가 지하나 건물 2층 이상에 있고, 광고도 소극적이라 단골 손님이 아니면 그 장소를 찾기 어렵다.[44] 마찬가지로 이케부쿠로의 오토메 로드에서는 더 의도적으로 외부자에게 닫혀 있다. 아키하바라와는 달리 오토메 로

드는 역에서 멀어 일반인이 찾아가기 힘든 한쪽 구석에 있고, 게다가 그곳에 위치하는 가게도 자신의 존재를 벽면 포스터나 깃발 간판 정도로 과도하게 광고하지 않는다. 아키하바라와 이케부쿠로를 조사한 오사다 스스무(長田進)와 스즈키 아야노(鈴木彩乃)에 따르면, "'오타쿠계 전문점'이 아키하바라에서 '얼굴'인 것과 대조적으로 이케부쿠로"에서는 '비밀 아지트'(秘密の隠れ家)[45]로 숨겨져 있다.

그래서 이와 같은 지역은 『도쿄 워커』와 같은 대중적인 잡지에 등장하기 어려웠다. 그 지역들은 불특정 다수의 사람이 일상적으로 이용하는 장소가 아니기 때문이다. 실제로 『도쿄 워커』에서 아키하바라를 중심 주제로 삼아 특집으로 다룬 것은 1996년과 2003년, 2014년 세 번뿐이고, 오쿠보는 아시아 특집 때 더불어 언급되었지만 그 지역 자체가 중심 주제로 다뤄진 적은 없었다.

이러한 폐쇄성과도 관련해서 ② '상자'(箱)라고도 할 수 있는, 도로에서 동떨어진 공간이 도쿄 지역에서 종종 증가한다는 사실도 주목할 만하다. 낯선 손님을 상대하지 않고 특정한 구매력을 손님한테 얻을 수만 있다면, 싼값에 빌릴 수 있고 게다가 더욱 안전하게 외부로 닫힌 건물 내부에서 가게를 여는 일이 하나의 합리적인 선택일 수 있다. 실제로 이케부쿠로의 차이나타운에서 요코하마 중화가와 같이 관광객을 상대로 노면에서 영업하는 가게는 적고,[46] 오토메 로드에서는 지하나 2, 3층에 동인지 숍과 굿즈 숍이 자주 열려 여성들이 아무도 신경 쓰지 않고 상품을 살 수 있게 형성되어 있다.

이러한 '상자화'(箱化) 현상은 사실 더욱 광범위하게 관찰된다. 앞에서 『도쿄 워커』의 특집에서 다루는 지역이 2000년 전반에 급감한 사실을 확인했는데, 사실 거기에는 한 가지 더 명확한 원인이 있었다. 2002년 도시특별재생법(都市特別再生法)이 제정되어 대규모 건조물에 의한 재개발이 쉬워진

44 山下清海, 『池袋チャイナタウン: 都内最大の新華僑街の実像に迫る』, 洋泉社, 2010.
45 長田進·鈴木彩乃, 「都市におけるオタク文化の位置付け: 秋葉原と池袋を舞台とする比較研究」, 『慶応義塾大学日吉紀要 社会科』, 20号, 2009, 52쪽.
46 山下清海, 『池袋チャイナタウン; 都内最大の新華僑街の実像に迫る』, 洋泉社, 2010.

점도 이를 더욱 가속화해서, 2003년에는 롯폰기 힐스(六本木ヒルズ), 2004년에는 시오도메 시오사이트(汐留シオサイト, siosit), 2006년에는 라라포토 도요스(ららぽーと豊洲), 오모테산도 힐스(表参道ヒルズ), 도쿄 미드타운(東京ミッドタウン) 등이 연이어 오픈한다.[47] 2005년 4월 27일 호에서는 「NEW 어뮤즈먼트 도시탄생」(NEWアミューズメント都市誕生)이라는 특집이 구성되는데, 이것이 단적으로 나타내는 것처럼 『도쿄 워커』는 계속해서 등장하는 '상자'를 오락을 제공하는 장소=어뮤즈먼트(amusement)로 간주하면서 적극적으로 다루는 한편 지역에 대한 관심을 부차적인 것으로 만들었다.

이렇게 '상자'가 주목을 받은 이유 중 하나는 도쿄가 지나치게 복잡해져서 지역 자체의 대규모적 갱신이 어려워졌기 ―2020년 도쿄 올림픽을 계획할 때 그 어려움이 여실히 드러났다[48] ― 때문이지만, 거기에 글로벌 자본주의 힘의 고조와 함께 지역보다 상자건물(箱物)에 입주하는 메가 브랜드(mega brand)의 힘이 강해졌기 때문이다. '상자'의 성패는 그것이 위치하는 지역보다는 어떤 브랜드가 들어오는지에 좌우되었고, 그래서 '상자'는 지역의 문맥에서 빠져나와 글로벌하게 떠도는 공간을 만들어 낸다. 이렇게 해서 과거 도쿄의 모습을 정했던 즉 방문해야 할 지역을 지시하고 유행을 만드는 미디어의 권력은, 어떤 상자 건물을 만들고 거기에 어떤 점포를 배치할지를 정하는 글로벌한 자본의 전략으로 치환되었다.

마지막으로 이 '상자'를 하나의 무대로 삼으면서 도쿄의 지역에서 ③감소한 구매력의 구획화 또는 이벤트화가 진행되고 있다는 점도 주목해야 한다. 앞에서 고령화와 더불어 지역이 보수화(保守化)되고 있다는 점을 확인했다. 총체적으로 지역은 고령화하는 구매력에 지배되어 보수화된 것이지만,

47 2000년대 이후 번성했던 에키나카(駅ナカ: 역 구내의 상업 공간-옮긴이)도 '상자화'의 일종이다. 2000년 차지차가법(借地借家法: 1991년에 제정된 법으로 임대인이 정당한 사유 없이 해약통고나 계약갱신 거절을 할 수 없다는 것을 규정한 임차인 보호법-옮긴이)의 개정으로 정기건물임대차(定期建物賃貸借: 계약 갱신이 없는 특약을 맺은 건물의 임대차-옮긴이)가 가능해지면서 임차인의 이동이 용이해진 점을 계기로 쇼핑몰과 에키나카가 활성화되었다.

48 貞包英之, 「「排除」と「公平化」: ジェントリフィケーションのふたつの側面」, 『α-Syndos』 vol. 240, 2018.

한편으로 새로운 구매력은 아키하바라와 이케부쿠로의 구획된 영역이나 '상자'에서 코믹마켓이나 도쿄디즈니랜드와 같은 이벤트와 어뮤즈먼트라는 형태로 상대적인 자유가 허용된다. 이러한 장소의 의미는 중의적이다. 사람들에게는 일시적인 이바쇼(居場所: 사전적 의미는 있을 곳, 거처, 사회학적으로 확장된 의미는 안심할 수 있는 장소, 자기 본연의 모습 그대로 있을 수 있는 장소-옮긴이)가 주어진 대신에 한정된 공간이나 시간 속에 격리되어 관리되기 때문이다.

지역의 중심에서 이러한 현상을 '야생'적으로 표현한 것이, 최근 열린 시부야 할로윈의 성황이다. 원래 1980년대에 '시부카지'(渋カジ: 시부야 캐주얼의 약자-옮긴이)라 불리는 패션이 생기고, 1990년대에 '시부야계'(渋谷系)라 불리는 음악이 큰 인기를 끈 것처럼, 예전의 시부야는 젊은이의 거리라고 여겨졌지만, 지금은 그렇지도 않다. 실제로 필자가 〈NTT 모바일 공간통계〉에 위탁해서 휴대폰의 위치정보를 전수조사한 데이터에 따르면, 2018년 10월 7일(일요일) 14:00~15:00에 시부야 센터 거리 주변에 모인 집단 중에 10대 후반(단, 이하 모두는 15세~19세)의 비율은 15.2%에 그쳤다.

구매력이라는 의미에서는 젊은층은 더 설 자리가 없어졌다. 2019년 시부야에 오픈한 도큐프라자 시부야(東急プラザ 渋谷)가 '어른을 즐겁게 하는 시부야로'를 콘셉트로 하여 '40~60대의 고감도에 명품·본질을 알고, 여유로움이 있는 어른'[49]을 타깃으로 한 점에서도 나타나는 것처럼, 별로 구매력이 없고 집단으로도 수가 적은 젊은층은 최근 시부야에서도 매력적인 타깃으로 여겨지지 않고, 오히려 고연령층의 고객이—지금까지 그랬던 것처럼—지역을 방문해 주기를 기대한다.

그러나 흥미롭게도 할로윈데이에는 지역의 연령 구성이 크게 달라진다. 2010년경부터 10월 31일을 전후로 시부야역 앞에서 가장한 사람들이 대거 모이는 현상이 되풀이되었다.[50] 그렇게 모여든 군중에는 분명히 젊은 사

49 https://www.ryutsuu.biz/report/l120313.html

50 松谷創一郎,「都市のハロウィンを生み出した日本社会: 需要される偶有的なコミュニケーション」, 吉光正絵·池田太臣·西原麻里 編,『ポスト〈カワイイ〉の文化社会学: 女子たちの「新たな楽しみ」を探る』, ミネルヴァ書房, 2017.

람이 많았고, 실제로 앞에서 말한 〈NTT 모바일 공간통계〉의 데이터에서는 10대 후반의 비율은 2014년 10월 31일(22:00~23:00)에는 21.2%, 2016년, 2018년 같은 날에는 각각 37.5%. 42.9%로 통상보다 3배 가깝게 높은 비율을 나타내고 있다.

할로윈에 젊은층이 많았던 사실은 더욱 구체적으로도 확인할 수 있다. 필자는 2019년 10월 31일 시부야 센터 근처에 모인 사람들을 대상으로 무작위 인터뷰를 했는데, 그때 눈에 띈 것이 고등학생과 대학 1, 2년생을 중심으로 한 젊은 사람과 외국인이었다. 전체 34명 중에 10대 후반은 32.3%로 대학생으로 보이는 21세까지 포함하면 44.1%가 된다. 한편 외국에서 온 사람도 38.2%로 약 절반으로 많고, 22세 이상으로 좁히면 인터뷰한 사람 중에 외국에서 온 사람은 68.4%나 되었다. 이렇게 할로윈에서 눈에 띈 것은 젊은 사람과 외국인으로, 그들의 공통점은 모두 평소 시부야에서는 '이바쇼'가 적은 사람들이라는 점일 것이다. 그 빈약한 구매력 때문에 시부야의 일상적인 소비문화 속에서 쫓겨나 설 자리가 사라진 젊은층과 외국인이 당당하게 걸을 수 있는 이벤트로, 시부야는 할로윈 때 일시적으로 '해방'된다.

때문에 이러한 '해방'이 경찰이나 자영업자에 의해 심한 단속을 받았다고도 할 수 있다. 2018년 할로윈 때는 시부야가 '무질서'한 군중에 지배되어 자영업자의 영업을 위험에 빠뜨린다는 내용의 뉴스가 텔레비전에서 반복적으로 보도되면서 비난을 받았다. 같은 날 필드 워크에 나선 필자가 느낀 바로는 시부야의 질서는 충분히 지켜지고 있었지만, 아무튼 매스컴의 공격과 경찰의 규제 강화로 2019년 10대 후반의 비율은 26.1%로 전년도의 60%나 감소했다. 아마도 젊은 사람이나 그 보호자가 기피했기 때문일 것이고, 그렇게 해서 경찰이나 구매력을 더 가진 고연령층을 겨냥한 자영업자가 의도한 바대로 할로윈 때마저 상대적으로 고연령층이 지배하는 '상태'(normalcy, 常態)로 시부야는 되돌아오고 있다.

헤이세이 시대, 이렇게 도쿄는 ① 국가의 틀을 벗어나는 힘, ② 상자화된 공간의 증가, 게다가 ③ 새로운 구매력의 구획화와 이벤트화로 인해 공통의 콘텍스트를 잃고, 설명하기 어려운 도시가 되어 갔다. 확실히 특정 생

활자나 애니메이션 취향의 닫힌 시가지 구획이나 상자건물은 등장하지만, 그것으로 지역의 총체적인 문맥은 쇄신되지 않았고 상대적으로 부동한 상태에 머물러 있던 것이다.

그로 인해 도쿄에서 사라지는 것이 군중이다. 군중을 특정한 목적 없이 거리를 어슬렁거리는 불특정 다수의 집결이라고 한다면, '상자'나 가로(街路)의 자립, 그리고 군중의 이벤트화는, 불특정 다수의 군중이 존재할 가능성을 파헤쳐서 무너뜨린다. 사람들은 자신의 목적을 위해서만 특정 가로나 '상자'를 찾을 뿐, 다른 구획은 빠른 걸음으로 지나쳐 버린다. 도시는 그렇게 해서 다양한 사람들이 교차하고 서로를 인식하는 '이바쇼'를 잃어 간다.

결과적으로 도쿄는 저항을 위한 피난처, 또는 변화를 위한 잠재적인 가능성을 잃고 있는 것은 아닐까? 앞에서도 언급했지만, 요시미 순야는 메이지(明治: 1868~1912) 이후의 도쿄 역사를 분석해서 도시의 번화가를 그 사회에 결여되어 있는 무언가를 보충하는 타자적 공간으로 밝히고 있다.[51] 제2차 세계대전 이후 아사쿠사는 도쿄에서 생활하는 사람들이 상실했던 과거로서의 공동성(共同性)을, 긴자는 당연하게도 서구화된 근대 모습을 환기하면서 군중을 모은다. 요시미 순야는 전후에는 그 역할이 신주쿠와 시부야로 넘어가는데, 번화가가 떠맡은 것은 요시미 순야가 강조하듯이 시간적인 외부만은 아니다.

도시의 번화가는 가정이나 집의 외부로서의 사적 소비나 국가에 저항하는 정치적 운동을 촉진하는 등 사회의 현실을 지양하는 '다른 장소'(heterotopia, 他なる場所)로 기능했다. 도시의 번화가에서 군중 속에 섞이면 우리들은 아버지, 어머니, 학생, 어린이, 노인, 누군가의 연인, 순종적인 국민이나 시민과 같은 역할을 잠시 잊고, 불특정 다수 속에 몸을 숨겨 다른 '누군가'로 살아갈 수 있다.

그러나 도쿄가 '차가운 도시'로 변모하는 동안 빼앗긴 것은 이러한 군중이 되기 위한 '다른 장소'다. 그 때문에 사람들은 '타인'이 되는 것을 빼앗기

51 吉見俊哉,『都市のドラマトゥルギー: 東京·盛り場の社会史』.

고, 자신의 역할이나 욕망의 동일성에 얽매인다.

이러한 도쿄의 헤이세이 변화는 다른 동아시아의 도시와 대비했을 때, 더욱 명확해진다. 예를 들면 동시대의 서울은 도쿄와 비교해 보면 더욱 '뜨거운' 도시였다고 할 수 있다. 서울 시장이던 이명박의 도시 개조에 더해 강남이나 홍대로 대표되는 새로운 소비지의 창출, 서울광장이나 광화문광장과 같은 정치적 중심지의 건설 등 대대적인 변혁을 좋든 싫든 최근 30년 사이에 서울은 경험해 왔다.

그것을 지탱한 것 중 하나는 도쿄와 비교해서 고령화 비율이 낮다는 점이다. 주지하고 있는 바와 같이 한국 그리고 서울의 고령화 비율은 최근 급상승했지만, 도쿄와 비교해 보면 낮은 수치가 유지되고 있다. 실제로 2000년도 서울의 고령화 비율은 5.4%로 도쿄의 1970년대 초에 필적한다. 2015년에도 서울의 고령화 비율은 12.6%에 지나지 않아 여전히 도쿄의 1990년대 전반의 수준을 유지한다(〈그림 3〉).

그러한 의미에서 보면 서울은 도쿄가 헤이세이 이전에 다양한 도시계획을 구동시키며 시부야·하라주쿠를 활성화한 활력을 최근까지도 유지한다고 볼 수 있다. 그 결과로 서울이 송출하고 있는 것이 일본의 젊은이도 매혹시키는 한류의 청년문화(youth culture)나 지속적인 정치적 운동이다. 도쿄에서도 분명히 1990년대 말에는 아키하바라와 같은 마니아적 문화의 장소가 생겨났고, 2010년대에는 원폭 사고에 대응한 데모문화를 발달시켰다. 그러나 전자는 세계적으로 보면 한류 문화의 파도에 휩쓸려 그 존재감이 작아졌고, 후자는 일시적인 운동 또는 이벤트에 그치면서 정권을 바꾸는 것과 같은 대중적이고 지속적인 운동을 조직하지 못했다.

그 책임의 전부를 인구구조의 차이에서 찾으려는 것은 물론 무리가 있다. 그러나 새로운 상대적인 변화가 생겨나지 못하고, 있었다고 해도 일시적인 이벤트로 해소되기 쉬운 인구구조의 중력이, 서울 또는 타이베이나 상하이 등 동아시아의 여러 도시와 비교할 때 도쿄의 변화를 속박하는 족쇄가 되었다는 점 자체는 부정할 수 없다. 고령화가 진행된 '헤이세이' 시대의 도쿄는 여전히 '뜨거운' 상태로 있는 동아시아 여러 도시군 중에서 가장 빨리

'냉각'되었다.

이렇게 보수화된 도쿄는 그렇다면 헤이세이 이후, 그리고 코로나 이후의 세계를 어떻게 살아남아야 할까? 신종 코로나바이러스의 유행은 주지하는 바와 같이 공간적인 밀집을 관리할 필요성을 높이고 있는데, 그로 인해 도쿄에서는 일시적인 이벤트의 가능성까지도 잃어 가고 있다. 2020년 봄 시점에서는 코믹마켓과 같은 대규모 이벤트가 언제 부활할지 뚜렷하지 않고, 할로윈과 같은 이벤트가 앞으로도 예전과 같은 형태로 지속될 거라고 예상하기도 어렵다. 지금까지 이러한 이벤트가 일시적인 것이라 해도 도쿄의 고령화에서 기인한 '냉각'에 '저항'해 왔지만, 앞으로 도시 행정 속에서 가장 먼저 잘려 나가는 것이 그러한 이벤트로 '보호'되어 온 상대적으로 약한 구매력이다.

물론 이것은 도쿄만의 문제는 아니다. 고령화가 진행되는 동아시아 여러 도시는 지금까지도 도쿄를 좇아 천천히 '냉각'되었지만, 신종 코로나바이러스의 유행은 그 속도를 순식간에 가속화할 수밖에 없다. 그렇다면 앞으로 이러한 도시는 어떤 형태로 변화를 가능하게 하는 '다른 장소'를 유지할 수 있을까? 젊은층을 중심으로 한 새로운 구매력은 21세기 아시아에서는 저출산과 고령화 속에서 소수화되고, 또한 예측되는 경제 불황으로 힘을 잃기 쉽다. 이런 상황 속에서 어떻게 도시 안에서 그것을 유지하고, 도시를 재활성화할 수 있을지가, 도쿄를 비롯한 동아시아 도시군에는 더욱 엄중하게 요구되는 것이다.

* 이 글의 원문은 일본어로 작성되었으며 양지영(쓰쿠바대학 박사/가천대학교 아시아문화연구소 연구원/한일 비교문학 · 문화 전공)이 번역했다.

투고일자: 2020. 5. 11. | 심사완료일자: 2020. 5. 29. | 게재확정일자: 2020. 6. 29.