

世界

1946年1月1日創刊
2020年9月1日発行(毎月1回1日発行)
2020 September
no.936

SEKAI 岩波書店



世界

SEKAI

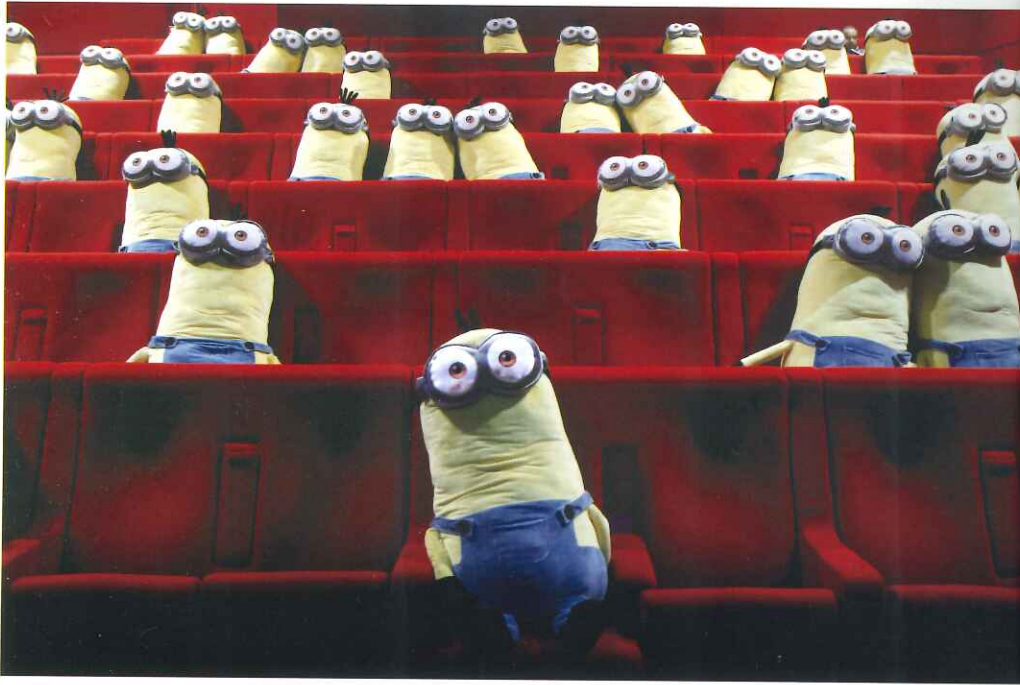
2020

特集

ベーシックインカム・序章

特集1 ベーシックインカム・序章

山森 亮 本田浩邦 今野晴貴 千原則和



特集2 戦争責任の継承

戸谷由麻 渡辺美奈 李鶴来 内海愛子 吉田 裕 竹内康人

対談 違う世界に通じる入口へ A・ロイ×N・クライン

ホームレス・クライシス—コロナ禍の支援の現場から 稲葉 剛
人間の尊厳と生命権は不可分 ユルゲン・ハーバーマス
金正恩の選択 井上智太郎

書評 平川秀幸 藤沢 周 森まゆみ 谷山博史 向井和美

一九四六年一月一日創刊
二〇二〇年九月一日発行(毎月一回一日発行)

世界 第九三六号 二〇二〇年九月

対談 アルンダティ・ロイ×ナオミ・クライン
ホームレス・クライシス 稲葉 剛
金正恩の選択 井上智太郎

9

©岩波書店 2020年 本誌掲載記事の無断転載をお断りします。
編集・発行者 熊谷伸一郎 印刷所 凸版印刷株式会社
発行所 〒101-8002 東京都千代田区一ツ橋 2-5-5 (株)岩波書店 本誌編集部電話 03(5210)4141 FAX 03(5210)4144



HMAEN
TOKYO

hmaen.com

定価(本体八五〇円+税)

雑誌 05501-09
ISSN 0582-4532
Printed in Japan



4910055010908
00850

グローバル都市をあるく ソウルの夢

連載……第1回 江南Ⅰ

—「K的なもの」の発祥地

キム・ソンミン 一九七六年韓国・ソウル生まれ
北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究
院准教授、著書『ソウルの新感覚のメ
ディア』(岩波新書)など。



江南の景色。右側は漢江(筆者撮影)

世界 SEKAI 2020.9

映画やテレビドラマでしかみたことのない「世界」を自由に旅しはじめた。

そこに開かれた「世界」は、それまで量的成長をつづけてきたこのソウルに、新たな方向性をもたらしたかのようだった。じっさい、人口の増加は九〇年に一〇六〇万に達したところで止まった。その代わり、質的な面での変化が訪れた。そして、転換期でもあった九〇年代を経て、九七年のIMF通貨危機から脱出した二〇〇〇年代半ばになると、ソウルはグローバル都市と呼ばれるようになっていた。私は、日本に留学した二〇〇七年頃から、グローバル都市として変容するソウルを外から眺めてきた。距離をとって対象化してきたからこそ、変化の激しさをより感じることができた。

とくに私が興味を惹かれたのは、八〇年代から芽生えはじめた「世界」への想いが、ソウルという都市を媒介にして、韓国の人びとの心に浸透していき、さらにはグローバルに共有されていく過程だ。たとえば、K-POP、Kビューティーなどの「K」は、たしかに「KOREA」の頭文字ではあるが、その中身はほぼソウルの感性といていい。ソウルから生まれた文化イメージが、多くの場で韓国のナショナルイメージを表すものとして共有されているのだ。しかし、ソウルの急速なグローバル化の過程を、単純に

ソウルの欲望

一九八〇年代。ソウルは、「世界」という言葉であふれていた。八一年、アントニオ・サマランチ会長が「八八年五輪の開催地は、セウル！」と発表したあの瞬間からだ。新聞や放送では連日ソウルを「世界都市」につくり上げるための特集が組まれ、ソウル市と政府は短期間で都市開発に拍車をかけた。当時小学生だった私の家の近くでも、オリンピック主競技場(八四年完成)、トレッドタワー(八八年完成)、ロッテワールド(八九年完成)など、「世界」を想像させる建物の工事があとを絶たなかったのを覚えている。

しかしながら、まだ全斗煥独裁政権が統治し、海外旅行も禁じられていた時代である。ソウルを訪れる人はほぼアジア人、そのほとんどが日本人だった。人口一〇〇〇万人のメガシティとはいえ、そこで暮らす人びとにとって、「世界」はアジアを超えてはいなかった。しかも冷戦体制のもと、南北が分かれている朝鮮半島のように、アジアの半分だけが「世界」として許されていた。

その「世界」観は、オリンピックが開かれるとガラリと変わった。八七年の民主化運動を経て直接選挙で大統領を選んだ人びとは(オリンピックを誘致した全斗煥は、開幕式の当日には刑務所にいた)、ベルリンの壁が崩壊した八九年から、

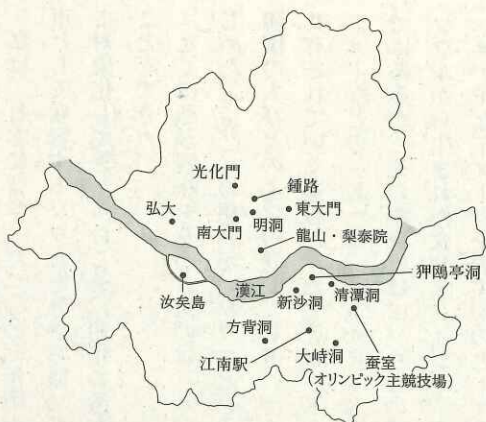
「質的成長」と呼ぶことはできない。世界に近づく方法として選択された新自由主義は、賃金の格差と労働のインフオーマル化、ジェントリフィケーション(地区の富裕化)など、様々な問題を生んできたからだ。ソウルが生み出してきた、と同時にソウルをつくり出してきた認識と感情の溝は、深く広い。

二一世紀のソウルの話をしよう——そう思ったとき、ソウルの欲望がもっとも著しく表れる場所について考えてみたかった。そして、はじめに紹介する場所は、自然と「江南」に決まった。江南は、現代のソウルを動かす欲望の出発点であり、終着点でもあるからだ。

狎鷗亭洞——「江南」の起源と象徴

江南を地理的に規定するのはそう簡単ではない。そもそも江南、すなわち「漢江の南」は、七〇年代から本格化した「国土」全体を再編させた大規模の都市開発によって生まれた空間である。「江南」という言葉には、①江南開発の出発点だった「江南区」を中心とした一定の地理・経済的空間(地図)と、②そこを中心に生まれた特権的な社会・文化的空間、この両方が交錯している。

狎鷗亭洞という街は、二つの意味が完璧に合致する場所である。じっさい、オレンジ色の地下鉄三号线「狎鷗亭



駅」の周辺には、あらゆる「江南的なもの」が存在している。その出発点は、高級マンション（韓国ではアパートと呼ぶの「現代アパート」と、八五年に建てられた最高級デパート「現代百貨店」。この場所は、韓国の「不動産神話」を象徴するものだ。

「現代アパート」の分譲が始まった七七年の坪単価は、平均五五万ウォン（約五万円）。それが四〇年後の二〇一七年には平均六〇〇万ウォン（約五四〇万円）を超え、いままも上昇しつづけている。

地価の異常な上昇は、狎鷗亭洞の空間的権力をつくり出す動力そのものだった。狎鷗亭駅の周囲には、一二八棟のアパートと、一つの小学校、三つの中学校、三つの高校、そして三棟の超高級デパートが集中している。高級レストラン

行り出したのもちょうどその頃。ソウルの人びとは、以前とは異なる「世界」を探し回っていた。江南の内側の人たちは、最高級・最新の商品とサービスをつうじて、自分たちを差異化した。外側の人たちは、この空間のイメージを消費し江南に憧れを抱いた。「狎鷗亭文化」は、皮肉にも、民主化以前の独裁政権下ではタブー視されていた「階級意識」を刺激したのだ。

それは、二〇世紀のソウルにはなかった新しい都市空間としての「盛り場」が誕生する過程でもあった。植民地時代に日本人の主な生活・消費空間としての特別な地位を持っていた明洞や、解放後に米軍基地の横でグレーな商品とサービスを提供した梨泰院とは異なる、アメリカと日本という過去の媒介者が必要としない場所だ。

その例が、狎鷗亭駅から東へ約二㎞離れた「清潭洞」エリアである。地下鉄盆唐線「狎鷗亭ロデオ駅」から出ると、「ギャラリア名品館」という超高級デパート二棟とKPOPを表現した原色の造形物、そして延々と並んでいる高級ブランドショップのロゴが目を引く。

九〇年代、その一角にある「ロデオ通り」は、世界の流行にもっとも近い「カルチャー」の中心地として浮上した。アメリカ移民二、三世、いち早く海外留学を経験した二〇〇三〇代、そして最新のポピュラー文化に積極的だったソ

とカフェ、ブランドショップの他にも、留学塾と外国語学校に、整形美容外科を含む各種の病院と数十堂の教会まで、「外」を必要としない完璧な生活空間が築かれている。さらにそのなかにあるのは、「外」からはみえない、いわば「エリート層」による人と情報の強力なネットワークである。この狎鷗亭洞への夢は、「江南」という特権的な空間を築き上げた。全国三パーセントの人口が、三五パーセントの贈与税を払う「江南三区」（江南区・瑞草区・松坡区）は、その産物である。

二〇〇〇年代以降、その特権は、ソウルの夢となった。「キャッスル」「ヒルステート」などの派手なブランドを付けたアパートがソウルを埋め尽くす。人びとの共同体意識は、自分の階級を示すアパート団地の狭い社会関係資本のなかに閉じ込められていった。最近では「準江南」（麻浦区・龍山区・城東区）と呼ばれる地域も出てきた。「江南に住みたい」「江南のように暮らしたい」という欲望が、ソウルに様々な溝をつくり出し出している。

「K」の発祥地

狎鷗亭洞の文化が目玉されたのは、マクドナルド韓国一号店がここに開店した一九八八年の頃からだ。村上春樹の『ノルウェイの森』が『喪失の時代』というタイトルで流

ウルの若者たちがその主役だった。九八年の「日本大衆文化開放」の前から、JPOPと東京のファッションが、ロサンゼルスとリズムをつくり出していった。当時の既成世代とマスメディアは、七〇年代生まれを指す「X世代」と富裕層の若者を指す「オレンジ族」などの言葉を使って消費と享楽に没頭する若者を批判したが、そのようなまなざしが、むしろこの場所の差異化を極めた。

ここに集まる若者は文化の作り手にもなっていた。その代表がKPOPだ。自然に新しい音楽と音楽家が集まった。九五年に、アメリカのMTVのような音楽専門テレビ局（「MeTV」と「KMTV」）が開局したのも江南だった。そして九九年には、KPOPを代表する音楽事務所SMエンターテインメントがここに拠点を移した。中国で「韓流」という言葉が使われたのもこの年だった。その後、多くの大手音楽事務所が次々と集まるにつれ、KPOPは、清潭洞を代表する産業となっていた。

清潭洞は、当時地上波テレビ局が集まっていた汝矣島と本洞からはかなり遠い。KPOP業界は、既存の歌謡界で成功の絶対条件とされたテレビの代わりに、コンサート、インターネット、ミュージックビデオ、そして熱狂的なファンたちの応援を重視した。一人の練習生が数年間の訓練

を経て世界的なミュージシャンになる。そのあらゆるプロセスが、ここではじまり、ここで終わる。つまり、グローバルなSNS時代をリードする力となったKPOPの体質は、「江南」とともに生み出されたものである。

同時に、明洞や梨泰院から拠点を移した国内ファッション産業と、プラダ（一九九七年入店）などの海外ブランドが交錯したファッション産業がここ清潭洞で成長していった。世界への欲望が集まる消費の空間が、文化を生産し、世界に発信する空間へと転換していったのだ。

「K的なもの」と世界

日本では、九〇年代から「東京とあまりかわらないソウル」という江南のイメージが本格的に紹介されはじめた。そして、二〇〇〇年代の「韓流観光」がブームになると、江南は主な観光地の一つとして定着していった。

朝鮮時代から六〇〇年以上首都として機能した漢江の北側と違って、江南にはその歴史的遺産はほとんど存在しない。王宮や伝統市場の代わりとなったのは、ファッション・デザイン・美容・メイクだった。

たとえば二〇一〇年、ニューヨーク・タイムズ紙は、「二〇一〇年に行きたい三つの場所」という記事で「東京は忘れて、デザインマニアたちはいま、ソウルに向かっている」と記

域の活性化と観光地化に用いることは少なくない。狎鷗亭洞の隣にある新沙洞で、二〇一〇年前後から「Kコスメの最先端エリア」として浮上した「カロスシル」のように、狎鷗亭洞「ロデオ通り」のジェントリフィケーションによって生まれた場所もある。清潭洞に集まっていたKPOPの巨大事務所が各地に分散しはじめているのがよい例だ。TWICEの事務所JYPは二〇一八年に城内洞に、BTSの事務所Big Hitは、今年龍山に拠点を移している。

江南という地理的な空間のなかで生み出された「江南的なもの」は、もはやその地理的境界を越えて存在している。それには二つの意味がある。ひとつは、ソウル全体が江南化していること。そして、その江南化した他の地域が「江南」を媒介せず直接「世界」と接しているということだ。

そのなかで共有されている「現代性」こそ、「江南的なもの」への欲望と「世界」に対する強い意識とが混雑しながら生み出した「K的なもの」である。それは、ソウルが「第三世界の都市」として機能していた八〇年代までの従属的なあり方とは異なり、グローバルなネットワークのなかで、「いまここ」のモダンティを自ら生産していくという独自のなものである。二〇世紀の第一世界のまなざしではとらえきれない、矛盾に満ちた、しかし人びとの欲望を引き寄せるダイナミズム。

した。記事では、ミラノに続く世界第二号店になる総合アート空間「10 Corso Como」の清潭洞店や「ソウルデザインフェスティバル」などが紹介されている。もはやそこに、伝統的なランドマークに対する義務感を感じられない。

狎鷗亭洞で爆発的に成長した整形美容は、二〇一三年に観光客が一〇〇万人を突破したソウルの重要な観光資源の一つ。二〇一七年現在、全国の整形美容外科一四一四のうち四七〇が江南区に登録しており、そのうち約三〇〇が狎鷗亭洞に集中している。じっさいこの大通りの左右を眺めれば、誰でもその様子が圧倒されるだろう。英語、日本語、中国語を含む多言語による看板は、ここが流行の「医療観光」のメッカであることを示している。

美容整形産業は、一般の人びとにも美容整形が広く受け入れられた九〇年代後半から急成長した。「人相」と「若さ」に執着する特有の文化と、「外見」が就職や出世の条件とされる社会の空気、そしてIMF危機以降の激しい競争がその背景にはある。「美」をつうじて「階級」を表すその意味で、富裕層と有名芸能人が通う狎鷗亭洞こそ、国内外の資本と人を集める場所として最適だったのだろう。

このような「江南的なもの」は、さまざまな場所で再生産されてきた。たとえば、狎鷗亭洞以外に存在する三つの「ロデオ通り」のように、行政が「江南」のイメージを地

そして、いまや世界がソウルを欲望するようになった。それは、たんに「先端のトレンド」への憧れだけではない。映画『パラサイト 半地下の家族』の前代未聞の成果が物語っているように、グローバル都市としてのソウルに、普遍的なものを感じ取り共感する人びとが増えているのだ。実質的に国境が閉ざされたコロナ渦中にも、SNSやポピュラー文化をつうじて、ソウルへの関心とさまざまな交流は活発につづいている。

私も、二〇一七年頃から、「これだけ日韓関係が悪いになぜ日本の若者はソウルに行くのか」という質問を多々受けてきた。そもそもこの質問は、単純に観光客の数だけに由来するものではないはずだ。「KPOPアイドルを目指す日本の若者たち」が何度も話題になったように、流行を「消費」する水準を超え、「新しきへの欲望」をもってソウルに行き渡る若者が増えているのは、たしかに過去の日本にはなかった現象だ。

その問いに答えるためには、まず「日韓関係」というフレームを解体し、グローバル都市としてのソウルを理解しなければならぬ。そこで求められているのは、「東京と変わらないソウル」ではなく、「東京とは異なるソウル」であり、「K的なもの」を媒介することしか出会えない「世界」だからだ。