

# 도쿄의 한여름, K팝과 함께 꿈꾸는 여성들을 만나다

## (대학원생 현지조사 지원사업 후기)

국제대학원 지역학과 박사과정 수료  
Alice Jiye Lee

### 들어가며: 현장으로의 첫걸음

본 현지조사는 “여성이 꿈꾸는 여성: K팝 걸그룹을 매개로 한 일본 젊은 여성 팬덤의 주체성 재구성”이라는 박사학위 논문 연구를 위한 예비 조사(pilot study)로서 기획되었다. 기존의 문헌 연구와 데이터 분석만으로는 팬덤이라는 동적이고 다층적인 현상을 온전히 파악하기 어렵다는 문제의식에서 출발했다. 팬덤은 단순한 문화 소비를 넘어, 개인의 정체성과 일상을 재구성하는 사회적 실천이기 때문이다. 이에 2025년 8월 10일부터 25일까지 15일간, K팝 팬덤 문화의 중심지인 도쿄, 요코하마, 치바 일대에서 현장의 목소리를 직접 듣고 관찰하는 시간을 가졌다. 이번 조사는 팬덤의 현장적 맥락을 파악하고, 향후 본격적인 학위 논문 연구의 방향성을 구체화하며, 논문의 핵심 주장을 뒷받침할 경험적 자료를 확보하는 것을 목표로 했다.

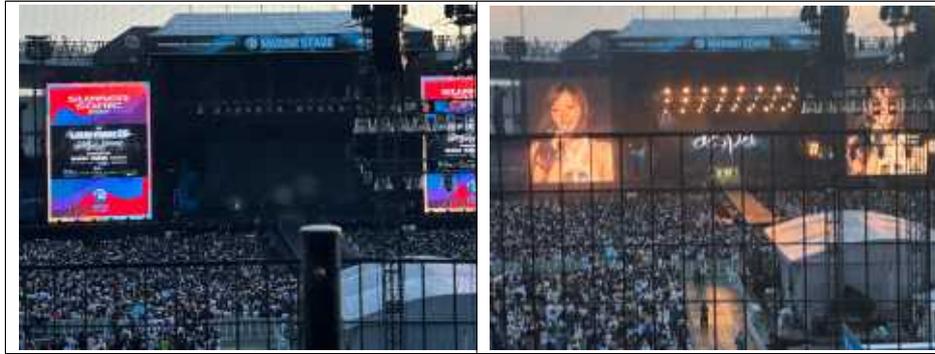
### 현지조사 과정과 내용

#### 1. 대규모 공연장: 집단적 열기와 ‘완성된 존재’에 대한 동경

본 조사는 도쿄돔의 <SM TOWN 2025> 현장에서 시작되었다. 주변 일대는 시작 몇 시간 전부터 팬들의 열기로 가득했다. 좋아하는 그룹의 상징색으로 의상을 맞춰 입고, 직접 제작한 플래카드와 인형을 들고 사진을 찍으며, 삼삼오오 모여 포토카드를 교환하는 모습은 공연 자체가 하나의 거대한 사회적 교류의 장임을 보여주었다. 공연이 시작되었음에도 불구하고 도쿄돔 주변은 티켓팅에 실패한 팬들로 가득했다. 그들은 도쿄돔 앞의 SM엔터테인먼트의 광고 영상을 보거나, 그 앞에서 사진을 찍거나 하면서 시간을 보내고 있었다. 인터뷰를 통해 알게 되었는데, 그들은 도쿄돔 공연장에 들어가지 못하더라도 그 주변에서 시간을 보내면서 조금씩 새어 나오는 음악 소리를 들으면 마치 자신이 좋아하는 가수와 가까이 있다는 느낌을 받는다며, 그래서 그 자리를 떠나지 않는다고 이야기하였다.

이러한 반응과 열기는 요코하마의 <ILLIT - GLITTER DAY> 팬미팅과 치바 조조마린 스타디움의 <SUMMER SONIC 2025>에서도 비슷했다. 여성 아이돌인 <ILLIT>의 팬미팅 콘서트임에도 관객의 절대다수가 젊은 여성, 심지어 10대 소녀들이었다는 점은 매우 흥미로웠다. 이들은 콘서트가 시작되기 전까지 팬들은 ‘포토카드’를 교환하거나 굿즈를 구매하고 있었다. <SUMMER SONIC 2025> 공연도 마찬가지였다. 해당 공연은 일본에서 진행되는 콘서트 중 가장 큰 규모를 자랑하며, 축제의 형태로 진행된다. 매년 회차가 거듭할수록 K-pop 아이돌 공연이 더욱 많아진다고 하는데, 이를 증명하듯 가장 큰 스테이지 중 하나인 야구 경기장을 스테이지로 만든 ‘Marine Stage’에서 공연하는 ‘aespa’를 보기 위해 공연이 시작되기 2~3시간 전부터 대기하는 팬들의 모습은 무대 위 아이돌에게 투사하는 강렬한 동경과 집단적 에너지를 실감케 했다. 한 대학생 팬과의 인터뷰는 이러한 현상을 이해하는 중요한 실마리를 제공했다. “일본 아이돌에 대해서는 함께 ‘키워나가는’ 느낌이 중요한데, 한국 아이돌은 처음부터 ‘완성된 존재’라는 점에 경탄하며 응원을 하게 되는 느낌이에요.” 그녀에게 K팝 걸그룹은 흠 잡을 수 없는 퍼포먼스와 당당한 태도를 지닌, 닳고 싶은 이상적 여성상이자 자신의 삶에 영감을 주는 구체적인 동기 부여의 대상이라고 한다.

사진 1: Summer Sonic-에스파 공연을 보기 위해 모여든 인파



## 2. 소비 공간: 팬덤 실천의 구체적 현장

일본 여성들의 팬덤 활동은 공연장을 넘어 일상의 다양한 공간으로 확장되고 있었다. 시부야 MUJI 매장 내 로제 팝업스토어와 타워레코드의 K팝 코너, 긴자의 JYP 팝업스토어는 팬들의 소비 패턴과 동선을 파악할 수 있는 중요한 장소였다. 매장들은 단순히 상품을 진열하는 것을 넘어, 한국 아이돌들의 자필 사인을 전시해두고, SNS 인증을 통해 경험을 공유하도록 정교하게 공간을 기획하고 있었다.

특히 이케부쿠로의 중고 굿즈샵 'K-Books'에서는 '여자 아이돌관'이 별도로 운영되고 있었는데, 이곳의 방문객 역시 80% 이상이 여성이었다는 점은 주목할 만한 관찰의 결과이었다. 한류의 중심지 신오쿠보에서는 팬들이 카페에 모여 응원봉이나 아이돌 굿즈를 갖고 와서 아이돌의 영상이 흘러나오는 공간에서 사진을 찍거나 영상을 보면서 시간을 보내는 젊은 여성들을 빈번히 만날 수 있었다. 이는 팬덤이 단순한 취미를 넘어, 특정 공간에 새로운 의미를 부여하고 그들만의 문화를 형성하는 능동적인 실천임을 보여주었다.

사진 2: 시부야 타워레코드(입구에 걸려있는 아이브(왼), floor information(가운데), 이케부쿠로 여자 아이돌관(오))



## 3. 심층 인터뷰: 팬들의 목소리로 확인한 삶의 변화

총 6명의 팬 및 전문가와 8차례에 걸쳐 진행된 심층인터뷰는 이번 조사의 가장 큰 성과였다. 블랙핑크, 르세라핌, 프로미스나인, 아이유 등 다양한 그룹의 팬들을 만나 그들의 목소리를 직접, 그리고 구체적으로 들을 수 있었다. 인터뷰를 통해 팬덤 활동이 언어 학습('라이브 방송을 자막 없이 보고 싶어서'), 소비 습관, 관계망 형성, 심지어 진로 선택(K팝 관련 경험을

살려 여행사 취업)에까지 한 사람의 삶에 구체적인 영향을 미치고 있음을 확인했다.

한 직장인 팬은 “방송에서 솔직하고 자유분방한 모습을 보여주는 여성 아이돌에게서 통쾌함을 느낀다”고 말하며, 이러한 이미지가 일본 사회의 암묵적인 성별 규범에서 벗어나는 해방감을 주며 자신의 일상과 태도에도 긍정적인 영향을 준다고 덧붙였다. 또한 자녀의 팬 활동을 지켜보는 재일교포 학부모와의 면담, 디지털 할리우드 대학에서 한류를 전공하시는 교수님과 의 자문을 통해 팬덤을 둘러싼 다각적인 시각을 확보하며 연구의 깊이를 더할 수 있었다.

## 성과와 향후 과제

이번 예비조사는 문헌만으로는 파악할 수 없었던 일본 여성 팬덤의 생생한 모습을 확인하는 귀중한 기회였다. 연구의 초점을 ‘왜 좋아하는가’라는 동기의 문제에서, ‘좋아하기 때문에 무엇을 하는가’라는 실천의 문제로 명확히 전환하는 중요한 계기가 되었다. 팬덤은 이들에게 취향을 넘어 삶의 방식을 배우고, 새로운 관계를 형성하며, 미래를 설계하는 동력이 되고 있었다.

15일이라는 짧은 기간과 도쿄 수도권이라는 지역적 한계는 분명하다. 향후 본 연구에서는 오사카, 후쿠오카 등 다른 지역으로 조사를 확장하여 지역별 팬덤 문화의 차이를 비교 분석하고, 연령대와 팬 활동의 정도를 더욱 다양화하여 표본의 대표성을 보완하고자 한다. 또한, 인터뷰 과정에서 드러난 한국어, 일본어, 팬덤 용어가 혼재된 언어적 뉘앙스를 보다 정교하게 분석하여 연구의 정확성을 높일 계획이다.

짧지만 밀도 높았던 이번 현지조사는 일본 여성 팬덤의 구체적 서사와 실천을 직접 확인하며 연구의 토대를 단단히 다지는 시간이었다. 공연장의 뜨거운 열기와 인터뷰이들의 진솔한 목소리는 앞으로 이어질 연구의 가장 중요한 자산이 될 것이다. 본 조사가 원활히 이루어질 수 있도록 재정적, 제도적으로 지원해주신 서울대학교 아시아연구소에 깊은 감사의 말씀을 드린다. 앞으로의 연구 성과로 보답할 수 있도록 최선을 다하겠다.