

マーケットをせめぎ合いの空間として捉える： 世界各国の都市周縁部を占める小売業の空間

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 大阪市立大学都市研究プラザ 公開日: 2021-07-14 キーワード (Ja): 都市周縁部, せめぎ合い, グローバル, マーケット, 小売業, 都市 キーワード (En): 作成者: Gonzalez, Sara, 松尾, 卓磨 メールアドレス: 所属: University of Leeds, 日本学術振興会, 大阪市立大学
URL	https://ocu-omu.repo.nii.ac.jp/records/2003168

Title	マーケットをせめぎ合いの空間として捉える：世界各国の都市周縁部を占める小売業の空間
Author	ゴンザレス, サラ / 松尾, 卓磨[訳]
Citation	空間・社会・地理思想. 24 巻, p.71-89.
Issue Date	2021-03
ISSN	1342-3282
Type	Departmental Bulletin Paper
Textversion	Publisher
Publisher	大阪市立大学都市研究プラザ
Description	Progress in Human Geography, 44(5), pp.877-897, 2020. / Copyright © 2019 by the Author / Reprinted by Permission of SAGE Publications, Ltd.
DOI	

Placed on: Osaka City University

マーケットをせめぎ合いの空間として捉える ——世界各国の都市周縁部を占める小売業の空間——

サラ・ゴンザレス*
(松尾 卓磨** 訳)

Sara GONZÁLEZ

Contested Marketplaces: Retail Spaces at the Global Urban Margins
Progress in Human Geography, 44(5), pp. 877-897, 2020.

Copyright © 2019 by the Author

Reprinted by Permission of SAGE Publications, Ltd.

要旨: 本稿の研究対象は、都市においてせめぎ合いの空間としての様相を強めているマーケットである。マーケットは、小売業のグローバル化、オンラインショッピングの台頭、都市再開発などによって都市の周縁部へと追いやられている。一方でマーケットは、数百万もの人びとにとって、とりわけ都市で暮らす貧困層にとって非常に重要な存在となっている。また別の側面として、マーケットは、観光客や地域住民が真正なる消費体験を行える場所として価値づけがなされている。マーケットが内包しているこのような矛盾した性質を踏まえ、本稿では3つの見方から構成される新しい研究フレームワークを提示する。そしてそのフレームワークでは、マーケットを都市の中でも周縁的な位置づけにある空間として捉える。その上で、都市変容の全体像を理解する上では、グローバルノースやグローバルサウスといった地理的区分を問わず、都市の周縁的空間であるマーケットを考察対象とすることが有益であるということを指摘する。

キーワード：都市周縁部、せめぎ合い、グローバル、マーケット、小売業、都市

1 導入——マーケットを理解する

マーケット marketplace は数世紀にわたって都市生活の中心的存在となってきた。そして、小売チェーンの多国籍化やオンラインショッピングの台頭にもかかわらず、マーケットは依然として世界の数百万もの人びとに手頃な価格の食料品や労働の機会を提供している。またマーケットは、社会的交流 social interaction が実践される空間、とりわけ社会的弱者の交流のための空間として機能しており、さらに公正な消費活動や生産活動を促しているという側面もある。他方、世界各国のマーケット、例えばバルセロナのラボケリアマーケット La Boqueria Market、ロッテルダムのマーケットホール Market Hall、ロンドンのバラマーケット Borough Market、香港に点在しているウェットマーケット wet market は、ここ数十年のあいだで観光客や食通たちの主要な訪問先となり、都市再生のモデルとしても評価されるようになってきている。しかし、そうした変化によって、周縁的な立場にある人びとの公共の交流の場であるとか、ごく普通の日常生活が再生産される場といった、マーケットが有する特性が大きな危機にさらされている。そして、そうした状況下で生じている

様々な衝突によって、マーケットは「世界各国の都市周縁部 global urban margin」において「せめぎ合いの空間 contested space」としての様相を強めつつある。また、マーケットが周縁的な存在となっているのは、実際に都市の中でも周縁的な空間に立地しているケースが多いためでもある。確かに都市の中心部に位置しているケースもあるが、そうした場合であってもマーケットは軽視されたり疎外されていることがあり、さらには小売企業から圧力を受けたり、立ち退きの脅威にさらされているケースもある。しかし、一方ではそうした周縁的な位置づけゆえに、市場経済に覆われた都市にありながら、その市場経済とは一線を画したオルタナティブな社会の形成も促されている。本稿では、こうした多くの場合において周縁化されているマーケットのような小売業の空間 retail space が、現代のグローバルな都市再編を理解する上で重要な場所となっているということを指摘したい。また、そうした周縁的な小売業の空間は、批判都市研究者の研究対象から除外されている場合が多いため、彼ら彼女らによって十分に検討されるべきであるということも合わせて主張したい。

その上で、まず指摘しておきたいのは、マーケットというのは非常に定義が難しく、飼いならすのに

* Associate Professor of the School of Geography, University of Leeds, UK.

** 日本学術振興会特別研究員、大阪市立大学文学研究科・院生

一苦労する獣のような用語であるということである。英国の法律上の一般的な定義では、マーケットは5つ以上の店舗から成る「購入者と販売者のコンコース」として定義されている (Wilson, 2018)。この広義の定義には、巡回型、定期開催型、インフォーマルなタイプ、違法なタイプ、公営型、屋外型、路上営業型、屋内型など、多岐にわたるマーケットの形式や制度上の分類が含まれている。またこうした種類の他にもマーケットの特性には、「有形で公共性のある社会交流の場であり、地域に根差した文化的・社会的・政治的な関係性の中に商品売買という営為が差し込まれている」(Slater and Tonkiss, 2001: 13) という側面もある。他方、Seale (2016: 12) は、マーケットが内包している流動性について、マーケットでは「人、商品、時間、感覚、感情といった本質的でつかみどころのないフローが、静止、終焉、出現、融合、変異を目的として行ったり来たりしており、そうしたフローというのは偶発的なものでありながら相互に関係し合っている」と指摘している。本稿ではこうした多様な側面を踏まえ、マーケットに関する幅広い定義について考慮する。ただし、マーケットにはクラフト、オーガニック、グルメ、ストリートフードなどがキーワードとなる「ニッチな niche」なマーケットに加えて、イベント型のマーケットや特定のテーマに沿って開催されるマーケットもある。本稿ではそうした目新しいタイプのマーケットと「伝統的 traditional」・「大衆的 popular」なタイプのマーケットの差別化も視野に入れている¹⁾。

そうした多様性ゆえに、マーケットを取り扱う学問領域も人類学、民族学、地理学、経済学、経営学から社会学に至るまで多岐に渡っている。しかしながら、そうした多方面からのアプローチが必ずしも体系的な学際的研究として結実しているわけではなく、むしろアカデミックな伝統に則したありきたりな分類方法などが生み出されている。筆者の見方では、そうした傾向によってマーケットに関する理解が制約されてしまっている。そしてその問題点として、第一に、大まかな分類に際して「特定の specific」マーケットと「抽象的な abstract」市場社会や「市場原理 market principle」が切り離されて検討されている状況が挙げられる。資本主義の勃興に関する分析において、ブローデル Braudel は、一般大衆が商品を交換するために集まるマーケットと民間の商取引が行われる市場としてのマーケットを区別している (Slater and Tonkiss, 2001)。しかし、この小気味悪い区別においては、2つのタイプのマーケットが相互に関係し合い、混ざり合う部分があるという事実が

見過ごされている。また Applbaum (2012) が指摘しているように、長きにわたって営業されてきたマーケットが立ち退きにあたり、小売業のグローバル化の影響を受けることによって、上記の2つの側面が1つのマーケットに集約される場合もある。さらにマーケットに関する上記の区別は、アフリカの人類学者からも批判を受けている。アフリカの人類学者らは、資本主義が有する自由市場という「原則 principle」が、グローバルサウスで遍く普及している交換と区別するためのモデルとして位置づけられていることに異議を唱えている (Guyer, 2015; Hill, 1991)。また第二の問題点として、二元論の問題性が広く認識されているにもかかわらず、例えばインフォーマルなマーケットに関する研究とフォーマルで管理が行き届いているマーケットの研究という具合に、マーケットに関する学術的研究が大きく2つの立場に分かれている。大多数の研究は前者のインフォーマルなマーケットを対象としており、研究者や国際機関は、過度の規制や立ち退きに抵抗している路上店舗の店主の生存戦略に大きな関心を寄せている (例として Bhowmik, 2012; Bostic et al., 2016; Brown, 2017; Evers and Seale, 2015; Graaff and Ha, 2015; Habitat, 2015; Kusakabe, 2006; Roever, 2014 を参照せよ)。こうした研究では主としてグローバルサウスの都市が対象とされており、またそれほど多くはないが、グローバルノースの都市において路上で商売を行っている移民と彼ら彼女らによって構築されている移民経済にも目が向けられている (Schmoll and Semi, 2013; Semi, 2008)。対照的に、管理が行き届いたマーケットに関する研究は非常に数が少ない。この種のマーケットは公的機関によって所有・運営されている場合が多く、屋内型と屋外型の両方の形態があり、同じ場所で定期的に開催されるマーケットや異なる場所を巡回していくマーケットもある。こうしたマーケットは世界各国で見られるものであるが、グローバルノースの都市により多く集中している。

しかし、このようなインフォーマルとフォーマルという二元論によって、様々なタイプのマーケットに関する総合的な検討が蚊帳の外に置かれている (ただし近年の例外的な成果として González, 2018a と Seale, 2016 を挙げるができる)。そして、そうした分析上の区分というのは、学問領域における棲み分けや支配的なリサーチアジェンダによって強化されてきた。路上営業型のマーケットや店舗は、インフォーマルな状況に関する研究、国際開発学、「エアスタディーズ」といった伝統的な学問領域に

取り組んできた人類学者や民族学者から関心が寄せられてきた。一方、数は多くはないものの、フォーマルに分類されるマーケットの研究は主として民族学、歴史学、都市地理学、社会学、食糧研究において散見することができ、こうした分野においては社会資本、多様性、都市発展などに焦点が当てられてきた。そしてマーケットに関心を寄せてきた他の分野、例えば経済学や小売業の地理学 *retail geography* は、どちらかと言うと沈黙を保ってきた立場である(ただし *Crewe and Gregson, 1998* のトランクセールに関する研究は例外的な成果の1つである)。先述したように、こうした学問領域間の分断は地理的な隔たりによって助長されている。つまり、インフォーマルなマーケットに関する研究の多くはグローバルサウスで進められており、フォーマルなマーケットはグローバルノースにおいて焦点が当てられている。

しかしながら、インフォーマル／フォーマルという一見明快な区分で捉えられている状況というのは、実際のところはそのように明確に区分することは難しい。また、グローバルノースのマーケットもしくはグローバルサウスのマーケットのいずれかで生じている状況は、グローバルノース／グローバルサウスという区分を超えてグローバルなスケールで発現している可能性もある。そして、マーケットに関する研究で展開されてきたそうした学術的な厳格性や見落としによって、マーケットに関する理解にはギャップが生じてきた。言葉を換えると、都市研究の分野で見られるそうした二元論や見識上の欠落によって、*Robinson (2002)* が非難している理解のギャップ *knowledge gap* が再生産されており、彼女が主張しているように、そうした傾向によって今日のグローバルアーバニズムに対する理解にも様々な制約が生じてしまっている。実際、マーケット研究で発展してきた理論の多くがグローバルサウスの都市や路上での商売を事例として生み出されてきたが、だからと言って、そうしたインフォーマルな状況に関する研究から生まれた考え方をグローバルノースのマーケットに効果的に適用できないというわけではない。また逆に言うと、後述するように、近年発表されているグローバルノースのマーケットを対象としたジェントリフィケーション研究をグローバルノース以外のマーケットに当てはめ、生産的な議論を展開することも可能である。

本稿では、上記の理解のギャップを埋め合わせ、インフォーマルとフォーマルという暗黙の二元論を克服するために、様々なかたちで比較検討を行う

(*Robinson, 2011*)。その際、マーケットが有する多種多様な性質を考慮に入れ、マーケット研究と関連領域をすり合わせながら、マーケットを都市周縁部のせめぎ合いの空間として位置づけていく。また本稿では、世界各国の都市における様々な経験の関連性についても検討し、従来の小売業で生じている変化の共通項を明らかにする。さらに本研究を通じて小売業の空間の重要性に関する認識を高め、インフォーマルな状況、ジェントリフィケーション、収奪、民営化、社会的排除や社会的包摂、連帯といった現代的な都市変容プロセスに取り組む研究に多くの知見を提供したい。

なお、本稿においては以下の複数の研究手法を組み合わせている。1つは、路上マーケットや公営マーケットに関する既存の国際的研究を対象とした批判的レビューである。また、筆者にはせめぎ合いの都市 *CONTESTED CITIES*²⁾ と題された研究ネットワークにおいてマーケットに関するワーキンググループを先導してきた経験があるが、そこで実施してきた比較研究も本稿の内容に含めている (*Delgadillo, 2016, and the Journal Ciudades's special issue 114; González, 2018a* を参照せよ)。さらに、リーズ *Leeds* のカークゲートマーケット *Kirkgate Market* において消費者や活動家として長期的に進めてきた筆者自身の主要な研究や調査 (*González and Waley, 2013; Rivlin and González, 2018*)、そして、英国のマーケットにおける草の根のキャンペーンに参加し実施してきた筆者自身の研究や共同研究 (*González and Dawson, 2015, 2018*) も含めている。

その上で筆者は、マーケットを周縁に位置するせめぎ合いの空間として位置づける3つの見方について考えてきた。以下の内容を構成する3つの主要なセクションでは、それらの見方を踏まえた新しいフレームワークを提示している。そして結論においては、それら3つの見方を議論の柱として、批判都市地理学における幅広い応用の可能性について検討する。

II 都市内のせめぎ合いとマーケットに関する3つの見方

先述した通り、世界各国の都市で生じているせめぎ合いを考える上では、マーケットが重要な鍵となっている。しかしながら、先行研究ではマーケットが異なるフレームワークや地理的区分に基づいて検討されており、それによって生まれているギャップ

ブによって、マーケットを重要な検討対象として位置づける見方が疎外されてしまっている。その点を踏まえ次節以降では、先行研究のレビューを通じて、マーケットを都市内部の周縁的存在として捉える3つの「見方 *lense*」、そしてその見方に則した新しいアプローチと研究フレームワークを提示する。なお、筆者が言わんとする都市のせめぎ合い、そして3つの「見方」の具体的な内容の説明は必要不可欠であり、それらについては順次進めていく。

入り組んだ社会構造の中には不均衡でスケールの異なる権力ネットワークを見出すことができ、その権力ネットワークに組み込まれたアクターの間では様々な交渉やせめぎ合いが繰り返されている。そうした交渉やせめぎ合いを介して都市空間が生成されているということを踏まえて、筆者は都市におけるせめぎ合いを都市空間の生成に関わる重要な過程として理解している。都市空間に関するこのような捉え方は、マヌエル・カステル *Manuel Castells* が1983年に提示したリサーチクエスション、すなわち、「都市が諸アクターによる係争、占有、協調、和解を通じて生産・再生産されている状況をいかに定義することができるのか」(Castells, 1983: xvii) という問いから着想を得ている。つまり、カステルは都市を「社会的な闘争と交渉」(1983: xvii) の産物として捉えたのであった。そしてカステルは、都市の社会的変容過程において組織的な社会運動が果たしている役割にも注意を払っていた。ネオリベリズムが浸透した今日の都市でのせめぎ合いには、様々なアクターが関わっており、そうした多様なアクターの存在によってせめぎ合いは複雑な形態をとり、様々な戦略がとられるようになっていく。それは裏を返せば、あらゆるせめぎ合いが強固に組織化されているわけではないということを含意している (Mayer, 2017を参照せよ)。また、都市部の小売業の空間、とりわけ本稿で対象とするマーケットも、様々なアクターが異なる価値観をめぐって争い合うせめぎ合いの空間となっている。そして、そうしたせめぎ合いというのは、都市周縁部での立地というマーケットの特性によって増幅されている。確かに都市によっては都心部に位置している場合もあるが、多くのマーケットは構造上の危険性や不十分な投資によって疎外されたりスティグマ化されている。またマーケットは、迫害を受けていたり社会的に弱い立場にある集団、もしくは、不動産に関する確たる権利を持たない集団によって利用されている場合が多い。

こうした周縁的な位置づけゆえに、マーケットは

変化やせめぎ合いを生み出す複雑な過程の中で中心的な存在となっている。そして、そうした変化やせめぎ合いを生み出す複雑な過程は、以下に示す3つの「見方」によってその輪郭を浮かび上がらせることができる。1つ目は、マーケットにおいてより多くの利潤が生み出され、交換価値が集約的な消費空間としての使用価値を上回っている状況に注目する見方である。こうした状況は、マーケットの再開発、客層や店舗のジェントリフィケーションを介して生じている。2つ目は、マーケットを市民参加 *political mobilisation* を実現するための空間として捉える見方である。この見方においては、マーケットが再開発やジェントリフィケーションに対抗するための場所となったり、多くの社会的弱者が都市への権利 *the right to the city* のために闘争の場となっている点に注目している。そして3つ目の見方では、消費者の従来の価値観や実践を超越するような新しい社会的・経済的实践が再生産される空間としてマーケットを捉えている。無論、単一の空間を対象とする場合であっても、上記3つの見方が重複することもあり、その意味では3つの見方は相互に排除し合あうものではない。以上の点を踏まえ、次節においては先行研究や新たな研究のレビューを行い、上記3つの見方に関する本質的な検討を進めていく。

II - 1 ジェントリフィケーション・立ち退き・収奪のフロンティア

1つ目の見方では、市場原理下での継続的な土地利用の中心的手段としてマーケットが捉えられている状況に注目する。それは、言葉を換えると、手頃な価格の商品の供給というマーケットの伝統的役割が蔑ろにされ、付加価値の高い実践が指向される状況を指している。そうした状況下では、路上で商売を行う多くの店舗が都心部から排除され、マーケットは裕福な消費者や観光客のニーズに応えるようになっていく。そして、マーケットは世界各国の都市で確認されているジェントリフィケーション・立ち退き・収奪のフロンティアとなっている。ただし、ここで注意すべきなのは、そうしたジェントリフィケーション・立ち退き・収奪の関係は非常に複雑であり、マーケットを取り巻く制度やガバナンス (所有権、規約、商取引権など)、地域の文脈によって大きく異なっているということである。そこで以下では、マーケットの変化の要因を解明するために、マーケットが置かれている状況やマーケットの形態

に関する研究例を概観する。

ジェントリフィケーションは世界各地の都市の景観を改変している複雑で多様性に富んだプロセスである (Lees et al., 2016)。しかし、そのジェントリフィケーションによって都市の小売業がなぜ、どのようにして改変されているのかということについてはあまり注視されてこなかった (Hubbard, 2018)。そうした中、小売業のジェントリフィケーション *retail gentrification* は次のように定義されている。

(とりわけ) 低所得者向けに展開されているビジネスが、より裕福な人びとを対象とする小売業へと転換されたり、より裕福な人びとを対象とする小売業に取って代わられたりする過程。見方を変えると、この過程はテナント料が上昇する過程であるとも言える。というのも、テナント料が上昇することによって、店舗側は商品価格の引き上げ、商品の変更、店舗の移転を強いられるためである。(González and Dawson, 2015:19)

Hubbard (2018: 296) は自身の定義において、こうした「アップスケーリング *upscaling*」が本質的には「労働者階級の住民が頼りにしている店舗の立ち退きやサービスの廃止」に結びついているということを強調している。多くの先行研究においては、小売業のジェントリフィケーションは居住空間におけるジェントリフィケーション *residential gentrification* の副産物として捉えられている。そして、小売業を取り巻く環境の変化は高所得の住民や訪問者の存在に応じて生じるものであり、例えば高級ブティックやチェーン店が長年地域に根差してきた店舗と入れ替わる状況などが確認されている (Zukin et al., 2009)。その結果として、長年その地域に暮らしてきた住民や長年店舗を利用してきた顧客が疎外感を感じたり (Valli, 2015)、「場所の喪失 *loss of place*」 (Shaw and Hagemans, 2015) が生じるようになっている。そして、特に北米の都市では、小売業の「ホワイトニング *whitening*」 (Monroe Sullivan and Shaw, 2011) によって上記の状況が助長されている。また、小売業の変化がジェントリフィケーションの誘因となっているケースも確認されており、例えばチリのサンティアゴ Santiago de Chile (Schlack and Turnbull, 2015) や北京 (González Marínez, 2016) では、住民の立ち退きが進められる中で、伝統的な様式の住宅がファッショナブルな店舗やレジャーのための空間へと改変されている。また英国を研究対象としている Hubbard (2017) は、小売業のジェントリフィケーシ

ョンを、伝統的な「ハイストリート *high street*」に関する言説やその景観を改変する自律的なプロセスとして捉えている。

そしてジェントリフィケーションや収奪は様々なかたちでマーケットに影響を及ぼしている。グローバルサウスの中でもジェントリフィケーションが進行している都市の中心部では、管理の行き届いていないマーケットが移転される場合が多く、路上で営業を行っている店舗は当局の報復的な政策 *revanchist policies* を通じて排除されている (Bromley and Mackie, 2009; Brown, 2017; Swanson, 2007)。多くの場合、店舗は路上やシンプルな構造のマーケットからの移転を強制され、別の目的のために新しく建設されたビジネスが成功しそうにない建物に入居させられている (Aliaga Linares, 2017; Selingmann, 2018)。そして、これまで様々な場所で確認されてきたロジックではあるが、そうした立ち退きの背後では、路上で店舗を営業している店主店員が都市の後進性を象徴する望ましくないアクターとみなされ、政策立案者によって排除の対象とされている (Roever and Skinner, 2016)。

立ち退きや収奪は、路上営業を行う店舗を対象とした研究において主要なテーマとなっているが、立ち退きや収奪は管理の行き届いている屋内型のマーケットでも生じている。また、地域におけるマーケットや各店舗の定着の度合いが大きければ大きいほど、収奪はより長期的・漸進的に進行していく傾向にあり、多くの場合は投資の引揚げやスティグマ化といった局面から段階的に進行していく。ソフィア Sofia にあるいわゆる「ウィメンズマーケット Women's Market」には、数十年の間迫害されスティグマ化されてきた歴史がある。そしてメディアでは非常に「オリエンタル *oriental*」であるとラベリングがなされ、現代ヨーロッパのソフィアにはそぐわない存在であると見なされてきた (Eneva, 2018)。スペインのある自治体のマーケットを対象とした Salinas Arreortúa (2016) は、公的機関が過去数十年の間、伝統的なパブリックマーケットの再建を正当化するために、衰退や老朽化に関する言説を展開させてきたことについて論じている。同様にキト Quito (Kingman Garcés and Bedón, 2018) やメキシコシティ (Delgadillo, 2018) では、再開発を進めるための口実として地域の非行・売春・不衛生な状況が問題視されるなどして、当局によってサンロケ San Roque やラメルセー La Merced といった大衆的なマーケットがスティグマ化され疎外されてきた。さらにロンドン (Dines, 2007; González and Dawson, 2018)、ダブリ

ン (Bonninet al., 2017)、アルゼンチンの都市トゥクマン Tucuman (Boldrini and Malizia, 2014) においても同様の状況が確認されている。

都市の中でも中心的かつ戦略的な場所に立地しているマーケットは、多くの場合、投資の引揚げや周縁化の対象とされており、そうした投資の引揚げや周縁化によってマーケットは「ジェントリフィケーションのフロンティア *gentrification frontier*」となっている (González and Waley, 2013; Smith, 1996)。さらに、そうしたジェントリフィケーションの進行は、ミドルクラス、アッパークラス、ツーリストに好まれる「真正な *authentic*」消費経験が行えるマーケットにおいて一層加速している。ジェントリフィケーションについて考察する上では、都市で見受けられる真正性について検討することが長きにわたって中心的な指針されてきた (Bridge and Dowling, 2001; Ley, 1996; Zukin et al., 2009)。そうした真正性というのは、再ブランド化され前近代的な空間へと改修されたマーケットで強化されており (Pintaudi, 2006)、そのようなマーケットでは、店舗と顧客の間で単なる金銭のやり取りを超えた特別な繋がりが生まれている (Coles and Crang, 2010)。そして批判的研究もこうした動向に注目し始めている。その一例として Mateos (2017: 15) は、マドリード中心部のサンアントンマーケット San Antón Market の再開発に関する研究において、「注目的となるように、労働者階級[の文化]を具体的事物へと変換するという、高階級集団の視点に基づく伝統的な道具化」の実態について検討し、段階的に変化していく真正性の内容を明らかにしている。同様に Delgado (2017) は、マーケットを無形遺産 *intangible heritage* として整備・保全しようとしているメキシコシティの近年の政策について批判的に検討している。そこで彼は、そうした政策においては、低所得者の経済活動や日常生活にそぐわないマーケットの機能、すなわち、文化やアイデンティティを補強したり、ツーリズムを促進したりする側面が評価されていることを指摘している。

先述した通り、小売業のジェントリフィケーションに関する研究の理解では、小売業を取り巻く環境や小売業関連の景観の変化に地域で生じている様々な変化が映し出されている。しかしながら、それとは逆に、マーケットの再開発によってジェントリフィケーションが加速している事例も報告されている。例えばバルセロナのサンタカタリーナマーケット Santa Caterina Market では、バルセロナで急成長しているツーリズムの波を引き寄せるために、マ

ケットの屋根に象徴的なデザインが施され、2000年代初頭にはその姿が完全に変化した。しかしその過程では、高級志向のレストランやブティック、スーパーマーケットの新規出店により、長らく営業を続けてきた多くの店舗と関連ビジネスが立ち退きにあった (Hernández, 2016; Medina and Álvarez, 2009; Pascual-Molinas and Ribera-Fumaz, 2009)。公営のマーケットにおけるこのような改変というのは、いわゆる「バルセロナマーケットモデル *Barcelona markets model*」 (Ajuntament de Barcelona, n/d) に見られる特徴そのものであり、マーケットを地域の食料供給センターからレジャーの「目的地 *destination*」へと転換することが目的とされている——そしてこのモデルは他の都市にも輸出されている (Salinas Arreortúa and Cordero Gómez del Campo, 2018)。

マーケットのジェントリフィケーションに関する研究は数多く発表されており、その数は増加傾向にある。とは言え、無論、ありとあらゆるマーケットでジェントリフィケーションが進行しているわけではなく、また、すべてのジェントリフィケーションが一樣に同質であるというわけではない。そのため、複雑なプロセスを単純化し、結果的にどのような場所にも適用できないようなジェントリフィケーションの定義を生み出してしまうことは避けなければならない (Bernt, 2016)。つまりわれわれは、長い時間をかけて進行し、多くの場合において未完結で、様々な抵抗を受けている (この点に関しては次章を参照せよ)、多様で不均一な過程としてジェントリフィケーションを理解しなければならない (Lees et al., 2016)。この点に関連する事例として、García Pérez et al. (2018) はマーケットと地域の関係性に関して綿密な分析を行い、マドリードにおいて「部分的に進行しているジェントリフィケーション *selective gentrification*」について明らかにしている。マドリードの中心部に位置しているマーケットでは、ツーリストやミドルクラスの顧客のニーズに応えるために大規模な投資と再開発が実施されたが、一方で、周縁部に立地しているマーケットは移民を含む様々な消費者にとって利用しやすい手頃な水準のままであった。また他にも、ロスモステンセス Los Mostenses のマーケットは、その性格がグルメ、モダン、高級志向のいずれにも該当しないことから、「アンチポッシュ *anti-posh*」なマーケットとしてメディアで取り上げられている (López Iturriaga, 2016)。

こうした多様な形態をとる小売業のジェントリフィケーションは、各マーケットのマネジメントや所有権、グローバルな経済的動向などによって一層

複雑なものとなっている。例えば、マドリードのサンフェルナンドマーケット San Fernando Market では、長期的な衰退後の2012年から店主店員が主体となってマーケットの再建が進められた。しかし、経済危機下のスペインにおいては、そうした再建運動がクリエイティブな若い起業家を惹きつける魅力となり、その結果としてマーケットの再建は、バーのための空間やナイトライフを実践するための空間を創出する方向へと向かい、長年そこで営業を続けてきた店舗はマーケットに留まるために大きな苦勞を強いられることになった (García Pérez et al., 2018; Sequera, 2017)。またサンティアゴのラベガマーケット La Vega Market は、どのような人でも気軽に利用することができる公共空間として位置づけられ、その機能の維持に賛同している店舗の組合によって所有され管理されてきた (Schlack et al., 2018)。しかし、このマーケットは数年にわたって地元メディアや国際的なメディアによってツーリストや食通の行き先としてラベリングがなされ、その結果として、店側は高品質で高価な商品を求めている顧客向けに商売を始めるようになった。こうした潮流は現時点では大きなうねりにはなっていないが、マーケットが有する伝統的な機能を蔑ろにし、店舗に商品の変更を求める状況というのは今後も拡大していく可能性がある。

そして、近年のマーケットにおける変化は、都市再生とジェントリフィケーションが美食家やグルメな人びとの消費傾向と連動していることを示しているが、こうした状況はジェントリフィケーション研究における新たな研究テーマの1つとなっている (Anguelovski, 2015; González, 2018c; Hubbard, 2017; Martin, 2014)。リーズのカークゲートマーケットでは、「世界各国の美味を提供する新しいダイニング体験としてのストリートフードカフェ」(Leeds City Council website, n/d) の創造が近年の再開発計画の中心的テーマとなっており、地元当局はアーティザンなパン、惣菜や珍味、クラフトビールなどを販売する新しい店舗をテナントとして多く入居させている。またメキシコシティのラメルセーマーケットにおける大規模な再開発計画にも、メキシコの新しい美食の中心地 *gastronomic centre* の創造がテーマとして盛り込まれている (Delgadillo, 2018)。さらに、バルセロナのラボケリアやロンドンのバラマーケットといった国際的に有名なフードマーケットでは、グルメなマーケットであることを対外的にアピールする戦略がとられてきたが、マドリードのサンアントンやメキシコシティのメルカドローマ Mercado

Roma などにおいても同様の動きが見られるようになり、そうした動向は国際的にも広がりを見せている (Salinas Arreortúa and Cordero Gómez del Campo, 2018)。

マーケットの中でも食料品を扱う店舗で生じているこのような新しい潮流は、ツーリズムの分野でも見られるようになってきている。Medina and Álvarez (2009) は、バルセロナとブエノスアイレスのマーケットの比較研究において、ツーリストのマーケットに対する興味の高まりによって、食料品店——調理済みの食料品、食料品の土産、加工済果物の詰め合わせなどを販売する店舗——がどのように変化していったのかを明らかにしている。スペインではこうした変化が進行し、今ではマーケットがツーリストにとって外すことのできない訪問先として確たる地位を築いている。そして、そうしたオーバーツーリズム状態となったマーケットに対しては、大きな懸念が抱かれている (Franch, 2017)。主要紙のエルpais El Pais 紙の記事では、バルセロナ中心部の非常に人気の高いマーケットが取り上げられ、「ボケリア症候群 Boqueria syndrome」なるものについて言及されている。このマーケットでは、2016年には全体の20%の店舗において(フルーツの小鉢のような持ち帰り用の商品が提供され、買い物をする地域住民よりもカメラを持ったツーリストの数が上回るという状況が生じた (Araguás, 2017)。また Hernández Cordero and Andreeva Eneva (2017) は、バルセロナとマドリードのマーケットに関する考察の中で、ツーリストが地域の日常的な文化を体験できる手段や状況が、理屈の上ではマーケットにおいて完璧なかたちで体现されているということを踏まえ、マーケットが「ツーリストのアイコン *tourist icon*」となっている状況を明らかにしている。

II - 2 市民参加・せめぎ合い・公共空間と都市の在り方に関する議論の舞台

2つ目の見方では、マーケットを市民運動の舞台として捉えている。都市空間でモダニズムの普及が進んでいた19世紀には、店舗と政府のあいだで公共空間のコントロールをめぐる激しく争われ、その際マーケットはせめぎ合いの舞台となっていた (González, 2018b; Jones, 2016; Thompson, 1997)。前節でも述べたとおり、近年では多くのマーケットにおいて再開発事業の行方をめぐって、店舗や消費者、その他の関連するビジネスや都市内のアクターを巻

き込んだせめぎ合いが生じている。さらに政府当局とディベロッパーの間でも、マーケットが都市で果たす役割に関して意見が衝突することがある。市民生活にとってマーケットが重要であるということは歴史によって裏付けられているが、そうした重要性ゆえに、マーケットでは対立する意見や立場が生まれており、さらにそうした意見や立場の相異によって都市の在り方に関する様々な議論、とりわけ最も脆弱な立場にある人びとの都市への権利に関する議論が呼び起こされている。

路上店舗の店主店員や、公共空間の利用をめぐる彼ら彼女らの闘争については、非常に多くの研究で検討されており、特にグローバルサウスの都市を対象として研究が進められてきた (Awuah, 1997; Brown, 2011, 2017; Brown et al., 2010; Clark, 2002; Lyon, 2003; Mackie et al., 2014; Milgram, 2015)。そして、そうした研究では都市中心部が対象とされている場合が多く、公共空間の利用、立ち退きへの抵抗、日常生活の維持などをめぐる店主店員の奮闘が明らかにされている。また、組織化を介して店舗がどのように影響力を持つようになり、どのように都市ガバナンスに関与してきたのかという点にも焦点が当てられてきた。インフォーマルな路上店舗の店主店員による市民参加について検討される中で、店主店員の暮らしが受動的であるということも指摘されている (Graaff and Ha, 2015; Habitat, 2015; Roever and Skinner, 2016)。しかし、迫害を受けた人びとや貧困層の都市への権利の保持という点では、多くの場合、店主店員が重要な役割を果たしている (WIEGO, n.d.)。一方で、インフォーマルな店主店員は受動的なアクターであるがゆえに、商売を行っている空間にわずかししか関与していないと考えられている。しかし、彼ら彼女らは「都市の声 urban voice」(Brown et al., 2010) をあげて様々な主張を展開させており、そうした実践は都市計画や都市政策に関わる意思決定に対して一定の影響を持っている。Milgram (2015) は、抑圧の回避を目的とした公共空間の占有、店舗の拡張や又貸し、警察の動きの監視 (Turner and Schoenberger, 2012) といった「反抗的な市民 insurgent citizens」の実践に加えて、マーケットの店主店員の日常的な活動について論じている。そして Gillespie (2016) は、バヤット Bayat の「沈黙の侵食 quiet encroachment」という概念を援用しながら、アクラ Accra のインフォーマルな店主店員が商売の継続と公共空間の使用を求めて、非常に大胆な集団的行動をとっていることを明らかにしている。

マーケットを都市の様々な問題に積極的に関与し

ていくための空間として捉えている研究の多くは、せめぎ合いのきっかけとなっている公共空間や立ち退きに関する議論にも言及しており、グローバルサウスの都市のインフォーマルな店主店員や路上店舗の店主店員の主体性などにも焦点を当てている。こうした研究はまさにインフォーマル研究や開発研究の延長上に位置づけられる。しかしながら、地域に根差し管理が行き届いている屋内型のマーケットも、前節で説明したような様々な圧力を受けており、インフォーマルとラベリングがなされているマーケットと同じように脅威にさらされている。そして、そうした圧力や脅威に対して様々な闘争が展開されていることから、都市のマーケットが有する公共財としての側面、すなわち、新自由主義都市の周縁部において包容力・低廉性・多様性を保障する最後の砦となっているということもマーケットに関する論点の1つとなっている。

こうした新しい動向は、管理の行き届いた屋内型マーケットへの市民の積極的関与の大部分が、迫害や忘却後の再開事業をめぐるせめぎ合いに端を発していることを示唆している³⁾。最も典型的な市民参加は、地域に根差ししているマーケットの取り壊し・再開・移転に関する計画に、部分的もしくは全体的に反対しているケースである。こうした取り壊し・再開・移転に関する計画は、個々の店舗にすぐさま様々な影響を及ぼすことになるが、店舗側は補償や移転措置について個別に交渉したり、店主店員で組織している組合を介して交渉することが可能であり、さらに他の場所や再開後のマーケットで商売を続けることも可能である。しかし、店主店員、マーケットの顧客、周辺地域の住民から成る協同組合は、そうした即時の抵抗からさらに踏み込み、公共の包摂的な空間として機能を果たしているマーケットを破壊しかねないということを声高に主張して、再開事業に反対している。こうした抵抗は、店主店員の生活に対する不安を表面化させるだけでなく、不動産価値を最大化したいディベロッパーや自治体、コミュニティの価値を最大化したいマーケットの店主店員・利用者・周辺地域の住民を巻き込みながら、マーケットを象徴的な戦場へと変貌させている。

こうした市民による積極的関与は、ロンドンや英国各地でのマーケットの取り壊し・移転・立ち退き・ジェントリフィケーションに対して実施されている様々なキャンペーンにも見てとることができる (González and Dawson, 2015, 2018)。ロンドンのフレンズ・オブ・クイーンズマーケット Friends of Queens Market (FoQM) という組織は、新たに建設さ

れたスーパーマーケットの傍にマーケットを移転し迫害しようしている再開発計画から、マーケットを救うために組織された。マーケットの利用者や店主店員を主体としたキャンペーンは、自治体やディベロッパーが取り壊しを正当化するために使用してきた衰退のイメージを克服する上で大きな役割を果たしてきた (Dines, 2007)。そしてFoQMは、ロンドンの中でも最も貧しい地域のマーケットにおいて手頃な価格の商品が提供されていること、そして就業機会や専門的な商品を探すエスニックマイノリティにとってマーケットが居心地の良い空間になっていることを指摘し、マーケットが果たしている重要な役割について主張した。このキャンペーンは10年以上が経過した現在でも、コミュニティにとって重要なマーケットを今後も維持していくために闘争を続けている。またリーズのカークゲートマーケットは、民営化やジェントリフィケーションの前段階として、自治体から迫害を受けていた。しかし、その状況に懸念を抱いたマーケットの顧客らによって2010年にフレンズ・オブ・リーズカークゲートマーケット Friends of Leeds Kirkgate Market というキャンペーングループが創設された (González and Waley, 2013)。その後2014年には、キャンペーンはマーケットの再開発計画に反対する抗議運動を実施しており、自治体が再開発によって生み出される所得創出機会に関心を持っているということに加え、社会的弱者であるマーケットの利用者に対する再開発の影響が十分に考慮されていないことを指摘した (Friends of Leeds Kirkgate Market, 2014)。リーズ中心部の様々な場所で企業論理に基づいた空間の統制や空間の民営化が進行する中、キャンペーンではそうした空間の企業的統制や民営化の典型的な事例としてマーケットを位置づけ、リーズ中から数多くの支持者を集めることに成功した。

同じくキトのサンロケマーケットは、キトの草の根経済 (一般市民に担われている経済形態 *economía popular*)、食の主権、固有の文化や言語を守るための拠点となっている (Kingman Garcés and Bedón, 2018)。店主店員は、地域住民や研究者から支援を受け、サンロケマーケットの保護と近代化の前線 the Front for the Defence and Modernisation of San Roque Market を組織し、社会的・文化的・政治的活動を実践しながら、マーケットは「万人にとってのホーム home for all」であると主張した——ゲストの批判地理学者デヴィッド・ハーヴェイ David Harvey とともに! (*Frente para la Defensa*, n/d) そしてこの市民組織の存在によって、マーケットを見境なく都

市周縁部へ追いやりようとしていた複数の再開発計画が頓挫したり遅延することになった。キト市街はユネスコの世界遺産に登録されており、当局はキト市街の魅力向上と観光促進のためにサンロケマーケット一帯を活用しようと考えていたのであった (Kingman Garcés and Bedón, 2018)。概してこのようなキャンペーンは、特定の再開発計画の阻止や店主店員個人への影響を低減させるだけでなく、Boldrini and Malizia (2014) がアルゼンチンのマーケットにおける再開発計画と反対運動に関する研究の中で指摘しているような「公共善 public good」へとマーケットを昇華させる働きがある。

また多くの場合、こうしたキャンペーンでは、本稿でこれまで言及してきたマーケットにおけるジェントリフィケーション、それに付随して生じる立ち退きや収奪の進行が非難されている。バルセロナのグラシア地区 Gràcia district では、先述した「バルセロナマーケットモデル」に対してより直接的な手段を介して抗議運動が展開されている。運動の参加者らは、3,300万ユーロを投じて実施されるマーケットの再開発計画が常軌を逸した大規模なプロジェクトであるということ、そしてその計画にはマーケットをツーリストのアトラクションへと変える意図があるということを指摘し、再開発計画を批判した。さらに運動の参加者らは、地域住民のニーズに応えることに注力し、社会的結束の強化や食品共同組合のための空間の創出を促すような公共投資を求めた (Gràcia cap a on vas?, 2017)。またマドリド各地で行われている運動でも、長年商売を続けてきた店舗や長年利用してきた利用者をマーケットから排除し、マーケットをツーリストやミドルクラスの消費空間に改変しようとする動きが批判の対象となっている (Lavapiés ¿donde vas?, 2017)。ロンドンのセブンススターズマーケット Seven Sisters Market でも、取り壊しと移転からマーケットを守るためのキャンペーンが実施されており、ソーシャルメディアでの発信や公共の場でのデモ運動を通じて、ソーシャルクレンジング social cleansing やジェントリフィケーションが批判されている (Wards Corner, n.d.)。またアルゼンチンのトゥクマンのマーケットでも民営化の動きが見られ、Boldrini and Malizia (2014) はそこで実践されている民営化への抵抗の中に反ジェントリフィケーションのイニシアティブを見出している。こうした点に関してソアレス・ペレイラ Soares Pereira はさらに踏み込み、ブラジル北東部ジュアゼイロ・ド・ノルテ Juazeiro do Norte でのマーケット民営化政策への抵抗について検討する中で、マー

ケットを「公的なアクターによる新自由主義の推進に抵抗するための空間」(2017: 45)として捉えている。

マーケットが市民参加の舞台となっていく過程の中でも特に重要な特徴となっているのが、店主店員、マーケットの利用者、地域住民の協力関係が抵抗運動やキャンペーンの土台となっており、そうした協力関係の中でスキル、専門的知識、情報の共有や交換が進んでいるという点である。再開発事業に直面した際、店主店員は直近の商売と自らの生活について心配しながら、店舗の賃貸契約、賃貸料、経費、移転費用、補償にも目を向けている。一方、マーケットの利用者や地域住民はより広い視野を持ち、先述したような都市におけるジェントリフィケーションや民営化に対する様々な闘争の中にマーケットを組み込んでいく。そうすることで、キャンペーンを広くアピールすることができ、結果として他の団体や都市運動からの支援の獲得につながるのである。その一例として、ロンドン北部のセブンススターズマーケット(ラテンアメリカ系マーケット)の保護を目的としたキャンペーンでは、近隣地域(例えば Tottenham)の団体だけではなく、ロンドン南部で小売業のジェントリフィケーションの脅威にさらされているラテンアメリカ系コミュニティとの間でも強固な連帯が生まれていた(Roman Velazquez, 2016)。

しかし、マーケットの店主店員、利用者、地域住民の間で利害が一致しない場合もあり、そうした場合にはそれぞれのキャンペーンの間で対立が生じている。先述したバルセロナのマーケットにおける再開発の事例では、マーケットに留まっている数人の店主店員と反ジェントリフィケーションのキャンペーンの間で衝突が生じた。マーケットへの投資が長期的に滞り先延ばしにされていたため、店主店員は抗議活動に伴うさらなる投資の遅延によって自分たちの商売の継続に大きなリスクが生じることを懸念していた(Benvenuty, 2017)。また Delgado(2018)も、メキシコシティのラメルセーマーケットの再開発計画を事例として、店主店員によって構成されている大規模で多様性に富んだコミュニティの中で様々な係争が生じたことを指摘している。マーケットで商売を行う店主店員の中には、より高収入の顧客のニーズに応え、高騰する賃貸料に対応しながら、マーケットのジェントリフィケーションによって生まれる利益に期待を寄せている人も多い。そのため、地域住民が行うキャンペーンに賛同しないということも十分に起こり得る。無論、マーケットに

おけるありとあらゆる再開発事業に係争や対立を生み出すわけではなく、再開発事業の多くは問題視されないか、もしくは店主店員とマーケット運営者の間で内々の小さな諍いが生じるくらいで事はおさまっている。マドリードのサンアントンマーケットでは改修工事が実施されたが、その際多くの一般市民は、古くなったマーケットの改修と近代化をポジティブな変化として評価し、批判することはなかった(Mateos, 2017)。また、数多くの多様な集団が存在していることから推察できるように、マーケットの店主店員は必ずしも共通の動機を持って集団を形成しているわけではない。路上店舗の中でも、特にインフォーマルな店舗を運営している個人事業主の店主は、集団的な「主張 voice」の実現に苦勞している場合が多い(Bhowmik, 2012; Brown et al., 2010)。また特定の場所から移動しない屋内型マーケットの店舗の多くは、路上で商売を行うインフォーマルな店舗とは異なった行動指針を持ち、立地や税金をめぐって衝突する場合もある(Omoegun, 2015)。このように、マーケットが都市内のせめぎ合いの空間となるまでのプロセスは複雑で多様である。

II - 3 オルタナティブで対抗的な生産活動や消費活動が生み出される空間

3つ目の見方では、オルタナティブな社会的・経済的關係性が構築される空間としてマーケットを捉えている。この見方においては、マーケットの「経済活動を超越した extra-economic」側面に着目し、中でも連帯や社会的包摂の実現の点でマーケットが果たしている役割に注目している。マーケットに対するこうした多角的なアプローチは Mele et al. (2015: 104) が提示しているものであり、彼らはマーケットが「過剰に高度化するアーバニズムの空間的な『補正 corrective』」機能を担っていると指摘している。

マーケットが異集団間の出会いや社会的交流に与する空間になり得るのかという点に関する議論は、特に民族学者や人類学者の間で長きにわたって積み重ねられており、その議論自体は広い意味ではマーケット以外の小売業の空間にも敷衍させることができる。Pottie-Sherman (2011) はレビュー論文において2つの立場の存在を指摘している。1つは、様々な集団が親交を深める場所としてマーケットを理解する立場である。そして、もう1つの立場では、確かにマーケットで社会的交流が促進される雰囲気も

あるが、マーケットで行われている商品売買の本質は限られた店主店員による利益の最大化であると考えられている。そのため後者の立場で考えられているマーケットの機能は、広義の「市場社会 market society」に見られる「市場原理 market principles」と近似している (Pottie-Sherman, 2011で引用されている Maisel, 1974)。しかし、前者の立場を補強する根拠も数多く存在している。例えば Watson (2009: 1581)は、マーケットにおける人びとの交流を「仲間づくり rubbing along」という概念で捉えている。つまり、マーケットでの交流は限定的ではあるものの、そこでは「個人的領域・私的領域へ閉じこもっていくことが防止」されている。また Semi (2008)はマーケットが果たしている役割として、各店舗の間にある障壁や異なるエスニック集団の顧客の間にある障壁を取り除くコミュニケーションツールとしての役割を挙げている。民族学者らは、多様化が進む都市部のマーケットをコスモポリタニズムの小宇宙として捉えたり (Duruz et al., 2011)、Anderson (2011)が言うところの「コスモポリタンな天蓋 cosmopolitan canopy」として理解している。やや中立的な立場をとる Parady (2005, Hiebert et al., 2015:11で引用されている)は、マーケットでは「干渉の回避 mutual avoidance」が可能であり、「差異が大きな問題とされない indifference to difference」場所となっているため、マーケットでは包容力が醸成される可能性がある」と指摘している (Pottie-Sherman, 2011で引用されている Smith, 1965も参照せよ)。Hiebert et al. (2015)は、これまでの研究ではマーケットやその多様性に目が向けられてきたが、マーケットの伝統的な役割を改変してしまう様々な動向が見られるようになったと主張しており、その例として、インナーシティにおけるジェントリフィケーション、郊外へのマーケットの移転、伝統的な移民空間の再編成を試みる動き、公共空間の民営化、国家的な規制緩和、移民規制の強化などを挙げている。こうした論調に沿うかたちで Rivlin and González (2018)と Adami (2017)は、リーズのカークゲートを変容の最中にある著しく多様な空間として捉え分析を行っている。もちろん、マーケットが有する社会的交流の場としての機能は、マーケットだけに見出せるわけではなく、書店 (O'Brien, 2017)、チャリティショップ (Paget and Birdwell, 2013)、ショッピングセンター (Stillerman and Salcedo, 2012)、カフェ (Jones et al., 2015)といった他の小売業の空間でも広く確認することができる。

なお、社会的交流を可能にするというマーケット

の特性は、これまでも研究対象とされてきた。しかし、都市において生産活動と消費活動の関係性が企業論理に絡めとられる状況が拡大している中で、マーケットが果たしているオルタナティブな空間としての役割にはあまり注意が払われてこなかった。しかし、マーケットは、エスニックマイノリティ、移民、難民、高齢者、シングルマザー、若者、健康問題を抱える人びとなど、社会で最も弱い立場にある人びとの連帯や経済的包摂を実現する可能性を秘めている (Morales, 2009; Project for Public Spaces, 2003; Watson and Studdert, 2006)。言うなれば、マーケットは周縁化された人びとの安息地となり得るのである。

例えば先行研究では、加齢や障がいによって困難を抱えている人を手助けし、孤独感に苛まれている人との交流を促進するなど、マーケットの店主店員がどのように顧客に気配りをしているのかということが検討されてきた。また Stillerman and Sundt (2007)が指摘しているように、「個人的な繋がりや助け合いが、店主同士の関係や店主と顧客の関係において非常に重要となっている」(2007: 192)。彼らが言うには、そうした店主店員同士や店主店員と顧客の関係性は、彼らが研究対象としたサンティアゴの路上マーケットの自由な気風によってより良い方向へと向かっている。なお、多くの規制がある屋内型マーケットに関する近年の研究においても、同じような社会的交流の存在が明らかにされている。Schlack et al. (2018)もサンティアゴにおいて、フォーマルな大規模屋内型マーケットであるラベガを研究対象として、店主店員によるホームレスの人びとへの無料食品配布についてとり上げている。このラベガマーケットは、他のラテンアメリカ諸国出身の移民や前科のある人びとが繋がりを持ち、社会的交流を図ることができる空間となっている。また、環境が異なる他のマーケットにおいても、ラテンアメリカ系移民が居心地の良さ、就業機会、連帯感を享受している。ロンドン北部のセブンシスターズにある屋内型マーケットのプエブリトパイサ Pueblito Paisa は、多くの人びとにとっての第二のホームとなっている。プエブリトパイサはショッピングセンターでありながら、子どもたちの放課後の遊び場であったり、新しく移住してきた移民のためのアドバイスセンターやコミュニティのハブにもなっている (United Nations, 2019)。このマーケットの非常に印象的な特徴として、ラテンアメリカ系の顧客は所得が低かったり、仕事が不安定な場合があるが、このマーケットの店舗はそうしたラテンアメリカ系の顧

客の生活水準に合わせて商品価格を設定している (London Intelligence, 2017)。

こうした連帯や社会的関係はキトのサンロケマーケットでも確認されている。サンロケマーケットは地域特有のコミュニタリアンの関係を再生産する場所となっており、そうした雰囲気は、日々の商品売買の際の助け合い行為だけではなく、宗教的・文化的活動の維持や育児の場面でも見受けられる (Kingman Garcés and Bedón, 2018)。またリーズのカークゲートマーケットでは、店主店員が他の店舗や顧客に対してケアの倫理 *ethic of care* を実践している (Rivlin and González, 2018)。店主店員はしばらくマーケットに姿を見せなかった顧客に健康状態を尋ねたり、休憩で店を空ける場合には店主店員同士で店を任せ合うこともあり、また、必要であれば顧客への商品の無償提供や値引きした商品の提供も行っている。定義の上ではマーケットは交換という経済活動を行うための空間として理解されているが、マーケットでは経済活動の枠を超えた様々な交流が実践されており、Gibson-Graham (2008) が提示している「多様性のある経済システム *diverse economies*」が構築されている——資本家の利潤獲得を動機とするものではなく、店主店員や店舗の利用者に恩恵をもたらす相互ケア・連帯・協力がそうした実践の土台となっている。そして、Hall et al. (2017) が路上で行われている移民ビジネスの研究で指摘しているように、国家が社会的支援から手を引いた場合には、マーケットが「ケアに関する社会経済的インフラ *socio-economic infrastructures of care*」を担う存在となる。この種の連帯や倫理というのは、グローバルサウスの都市のインフォーマルな経済の中に見出されてきたが、グローバルノースのフォーマルな屋内型マーケットでも見られるようになっていく。さらには、フォーマルで管理が行き届き、市場原理に覆い尽くされている都市でも、その周縁部で生き残っているショッピングセンターにおいてそうした連帯や倫理を確認することができる (King et al., 2018)。手頃な賃貸料、過度に管理されていない空間、開放性、低所得者層や社会的弱者の利用者といった要素やアクターで構成されている環境は、マーケットが立地しているような周縁的な空間が十分に注目されず、国家や民間資本から見放されてきた中で成長を遂げてきた。しかし、ここまで指摘してきたように、こうした環境は非常に脆弱であり、多くの場合において消滅の可能性がある。

マーケットで生じている多様な経済的实践の中でも特に際立っているのが、食料品関連の生産活動と

消費活動におけるオルタナティブで倫理的な実践であり、そうした実践は米国や英国で非常に人気が高いファーマーズマーケット *farmers' market* や (Bubinas, 2011)、世界各地の小さな町にある伝統的な自給自足型のマーケットでも確認することができる。他方、過去数十年の間に英国や米国で台頭してきたファーマーズマーケットでは、公正な生産活動や消費活動が実践されていないということも指摘されている。ファーマーズマーケットは社会的モビリティやコミュニティが団結するための手段として見なされてきたが (Project for Public Spaces, 2003)、一方では白人ミドルクラスのための排他的な空間の創出とも関連している (Alkon and McCullen, 2011)。さらに言うと、ファーマーズマーケットや工芸品のマーケットは、ストリートを活気づけたり、ハイストリートの歩行者を増やすためのツールとして利用されており、こうした状況は小売業のジェントリフィケーションの一端として捉えられている (Hubbard, 2017)。

ここでファーマーズマーケットは一旦脇に置くが、マーケットにおいては、農産物やその他の商品を取り巻く産業化されグローバル化された既存のシステムに対抗するような、市民主体の消費活動や生産活動が実践されている (Soler Montiel et al., 2010)。そして、そうした実践によってマーケットは抵抗やせめぎ合いが見られる空間となっている。例えばアルゼンチンでは、中小規模の生産者を廃業へと追い込んでいた新自由主義的政策に対抗するために、1990年代から農家、労働者、農協団体、農村開発組織によって「フリーフェア *free fairs*」 (*ferias francas*) が始められた (Habermehl et al., 2018)。なお、そうした運動は国策にも組み込まれており、いくつかの都市では巡回型のマーケットにおいて割引価格の食料品が提供されている。しかし、そうした取り組みによって新自由主義下における搾取が再生産されている可能性があるということにも留意しなければならない (Leslie, 2017)。同様にブエノスアイレスでは、かつての屋内型公営マーケットが、アグロエコロジーをとり入れた商品を売買するためのハブであったり、工房や協同組合のための直売所となっている。このマーケットは数十年の間放棄されていたが、2001年の経済危機を受けて設立された地域組織によって再整備された (Habermehl et al., 2018)。またマドリッドでは、インディグナドス運動 *Indignados movements* に関連する動きとして、自律的な食料品ネットワークがいくつも出現した。そしてこのネットワークを通じ、予示的政治 *prefigurative*

politicsの精神に基づいた商品売買や社会的交流のための場所として、革新的なファーマーズマーケットが設立された (Morales Bernardos et al., 2016)。さらに Conill et al. (2012) は、食料品以外の商品の売買が行われるマーケットがバルセロナの複数の地域で出現していることを明らかにしており、そうしたマーケットでは、2008年の経済危機を乗り越えるための仕組みとして商品とサービスの交換が行われるようになった。

インフォーマルなマーケットや非合法的なマーケットでの偽造品の販売を含め、路上での商売やインフォーマルな商売は、労働や消費に関するオルタナティブな実践として、そして小さな抵抗として捉えられてきた——これは一種の「サブアルタンアーバニズム subaltern urbanism」(Roy, 2005, 2011)にあたる。Evers and Seale (2015: 14) は、都市部のインフォーマルなマーケットが民間ディベロッパーや都市部の自治体による標準化や規制強化に対抗している状況を踏まえ、そうした都市部のインフォーマルなマーケットによって「都市に関する標準的な理解が脱構築される」可能性がある」と主張している。また都市部のインフォーマルなマーケットというのは、一般市民によって担われている草の根経済の一形態でもあり、主流の生産活動や消費活動に代わるオルタナティブな実践の場や「シャドーサーキット shadow circuit」(Schmoll and Semi, 2013) と呼ばれる商取引のパターンが見られる場としても機能している。そして他の形態のインフォーマル経済と同様に路上マーケットもまた、都市で迫害を受けている数百万人もの貧困層の自律性や権限の獲得に寄与している。その点からも、路上マーケットは草の根の経済の一部として捉えることができる。Cervantes Corazzina (2014) は、都市のフォーマルな景観と経済に入り込み、それに適応している路上店舗の店主の技量に言及しながら、「都市のハッカー urban hacker」という概念を使用している。関連する例として、近年のバルセロナでは、インフォーマルな路上店舗の店主らが自らの権利を守り人種差別を非難するために、労働者組合を組織し、自分たちのブランドの衣料品(「トップマンタ top manta」)を販売し始めた(Iborra, 2017)。なお、本稿で確認してきたように、そうした特徴的な側面はフォーマルなマーケットや公営の屋内型マーケットにも見出すことができる。

とは言え、一般市民によって担われている経済を全面的に美化すべきではない。例えば Gago (2015) は、プエノスアイレスの郊外にあるラ・サラダマーケット La Salada market ——主に偽造の衣料品を販

売しているインフォーマルな巨大マーケット——をとり上げている。その中で彼女は、マーケットで働いていたり、マーケット関連の仕事に就いているボリビア系移民が、自らの利益の最大化のために集団的な労働や連帯を生み出していることを明らかにしている。そして、そこでは彼女が言う「下位からのネオリベラリズム neoliberalism from below」が発達している。さらに Montero Bressán (2017) は、ラ・サラダにおいて再生産されている極めて不公正で階層的な生産体制について分析しており、結果的にそうした生産体制によって資本主義と同じ論理が生成されてしまっているということを指摘している。同様に Turner and Schoenberger (2012) はハノイの路上店舗の店主店員を対象として、彼女らが当局に対する抵抗の戦略を発展させながら、一方では必ずしも「多様性のある経済システム」の構築のために動いているわけではなく、むしろ新自由主義化が進む資本主義の枠組みに留まろうとしている状況を明らかにしている。また、Simone (2011) はジャカルタを事例として、インフォーマルな貧困層の集団的な生存戦略について論じており、そうした集団的な生存戦略は不安定なため、都市の構造的不平等の根本的な解決にはつながらないと指摘している。以上の点を踏まえると、マーケットはグローバルな資本主義的論理に基づいた生産活動や消費活動を制止し、一時的なコモンズがつくり出される空間になり得ると言える。しかし、一方では常に迫害を受け、資本蓄積と搾取の循環に組み込まれているケースもある。こうした点を再検討する場合には、1つ目の見方に立ち返ることが有効であろう。

III 結論

世界各国の都市空間において、異なる目的を持った様々なアクター同士のせめぎ合いが発生している。本稿において筆者は、そうしたせめぎ合いが生じている都市空間の一例としてマーケットをとり上げた。そして、マーケットが批判都市研究の研究対象や都市における様々な抵抗活動の対象となっている状況を明らかにしてきた。様々な研究分野や国・地域におけるマーケット研究のレビューを議論の始点とし、小売業の空間をせめぎ合いの空間として捉えた上で、その特徴を浮かび上がらせる3つの見方を提示した。なお、それら3つの見方においてはそれぞれ、ジェントリフィケーション・収奪・立ち退きが進行しているフロンティア、市民参加・せ

めぎ合い・公共空間と都市の在り方に関する議論の舞台、そして、オルタナティブで対抗的な生産活動や消費活動が生み出される空間としてマーケットを捉えた。先述したように、これらの3つの見方から浮かび上がるマーケットの特徴というのは、相互に排除し合うものではなく、同時に現れ出る可能性もある。また、単一のマーケットにおいて複数の特徴が入り混じるといふことや、部分的に現れたり一時的に現れる可能性も考えられる。例えば、草の根運動の一環でもあるアグロエコロジーをとり入れた商品の販売のような、マーケットで生み出されているオルタナティブな生産活動や消費活動というのは、マーケットでジェントリフィケーションが進行する前から実践されており、次の段階ではそうした実践がジェントリフィケーションに抵抗するための市民参加やキャンペーンへと発展している。

筆者が提示した3つの見方はマーケットの分析に限定されるものではなく、他の都市空間の分析にも有益な知見をもたらす。例えば、小規模独立店・チャリティショップ・中古品販売店といった従来の形態とは異なる小売業の店舗、社会活動・文化活動・コミュニティ活動のために利用される施設、ジム、公共緑地、公園といったレジャー空間、図書館、博物館、公共空間、路上空間などの分析にも応用が可能である。また、社会住宅や公営住宅などの居住空間も、本稿で提示した3つの見方に沿って分析することが可能であろう。さらに言うと、周縁化されている都市空間——公共や民間、フォーマルやインフォーマルといった区分の狭間にあり、様々な利害関係者が不均衡な権力網の中で相互に作用し合っている空間——は概して、せめぎ合いの空間として検討対象とすることが可能である。

その点から考えると、本稿は、グローバルノースやグローバルサウスといった地理的区分を超えて、周縁化された都市空間を対象としている研究全般への応用が期待される。ここまで説明してきたように、マーケットの周縁性は、都市と小売業が経験してきたグローバルスケールの複雑な再編成プロセスから生じている。マーケットと都市は常にその姿を変えており、マーケットと都市の関係性も常に変化している。しかし、ここ数十年でのショッピングモール、ツーリストイフィケーション *touristification*、小売チェーン、ジェントリファイされたブティック、オンラインショッピングのグローバルな拡大によって、都市の中心地域を占めてきた従来の小売業が周縁的な地域に追いやられている。とは言え、数人のモダニストが予期していたように、そうした小売業

を取り巻く環境の変化によって従来の小売業が消滅したわけではなかった。むしろ逆に、世界各国のマーケットにおいて、とりわけ路上で営業されている店舗では依然として数百万もの商品、サービス、労働が人びとに提供されている。多くの都市においては、そうしたマーケットや店舗が周縁的な位置に縛り付けられ、国家に帰属しているアクターや民間資本から迫害を受けることによって、合法と違法の境界部へと追いやられている。しかし、そうした周縁的な位置づけによって低価格、投資の引揚げ、緩やかな規制を特徴とする環境がつくり出されており、さらにそうした環境下でマーケットの店主店員と利用者との間で社会的交流、連帯感、包容力が育まれている。他方でこうした周縁性は、労働者の権利の不安定化、賃料の値上げ、さらには店主店員の自己搾取といった脆弱性や不安定性の増幅とも関連している。また、不動産投資のサイクルは再開を呼び起こし、立ち退きやジェントリフィケーションの脅威を生み出す要因となっているが、マーケットはその周縁性ゆえにそうした不動産投資サイクルのフロンティアへと駆り出されている。つまり、周縁部に位置している他の多くの都市空間と同様に、マーケットは矛盾したプロセスのど真ん中に組み込まれているのである。そしてそうした都市の周縁性を重要視することは、既存の都市研究で提示されてきた（フォーマルやインフォーマル、ノースやサウスといった）固定化された学術的区分や認識論の克服にもつながる。共同体によって構築されている他のインフラストラクチャーと同様に、マーケットがせめぎ合いの空間となっているのはこうした複雑な周縁性によるものである。そして本稿で確認してきたように、小売業や都市の多様な変化と同じく、せめぎ合いは各マーケットの状況（賃料、賃貸契約、店舗構成、公共空間へのアクセスなど）に応じて様々な形態をとり得る。また本稿では、路上で営業している店舗、インフォーマルな状況、マーケットなどを対象としている研究の中でも、グローバルサウス以外の国や地域に目を向けている研究成果を確認してきた。都市研究においては、西洋と非西洋、都市理論と開発研究という板挟み状態から、インフォーマルな状況に関する研究を解放しようと様々な努力がなされてきた。本稿で参照してきた研究成果というのは、そうした都市研究の功績そのものである（Marx and Kelling, 2019）。また、都市で見られるインフォーマルな状況を、ある場所の特徴を捉えるための条件や方法ではなく、「批判的分析の対象 *site for critical analysis*」（Banks et al., 2019: 1）として捉えたとする。

そうすることで、グローバルノース／グローバルサウスという区分を超えて、都市内のインフォーマルな状況を「都市開発の勝者と敗者を判別する」ための判断材料として位置づけることが可能となる。そして、その一端を担うのがマーケット研究なのである。

さらに、本稿の内容は小売業の地理学を、都市の変容や都市におけるせめぎ合いを把握する上での重要な研究領域として位置づけることにも寄与するだろう。1990年代に Wrigley and Lowe (1996) は「小売業に関する新しい地理学 new retail geography」に言及する中で、小売業の国際的再編や小売業の排除の地理といった重要な論点をとり上げるべきだと主張しているが、本稿の内容は彼らの主張に再び光を当てるものとなっている。また関連する点として、Ducatel and Blomley (1990) は、資本蓄積システム全体を理解する上での小売資本 retail capital の重要性を指摘している。そしてその指摘以後も、小売業の再編、オンラインショッピングの台頭、ジェントリフィケーションの進行などによって、さらにそうした状況下で従来の小売業やインフォーマルな商売の中で育まれてきたレジリエンスによって、都市と小売業の関係性はより緊密かつ複雑なものとなっている。しかしながら、小売業の空間や小売業の変化は、地理学や社会経済を対象とする研究領域など、主流の分野においては幅広く研究されてきたものの、批判都市地理学において、ひいては批判地理学全般においては十分に検討されてこなかった。本稿で確認してきたように、小売業の空間は都市におけるせめぎ合いの枢要な部分を占めており、Miles が数年前に指摘したように、小売業は「社会変容の矛盾とパラドックスを映し出すレンズ」(2015: 144) にもなり得る。その意味では、マーケットはそうした矛盾や力学の中心的存在として捉えることができる。以上のように本稿では、都市変容と都市内のせめぎ合いを検討する上ではマーケットが非常に重要な空間であるということを確認し、今後のマーケット研究に活かすことができる研究視角を提示した。

原注

- 1) 査読者からのフィードバックを受けて「マーケット marketplace」という用語を使用することにした。このマーケットという用語が国際的に広く使用されている用語であるということは承知しているが、一方でこの種の小売業の空間の形態に言及する際には、国際的に多様な用語が使用されていることにも留意しなければならない。

- 2) せめぎ合いの都市 CONTESTED CITIES とは、欧州連合 (EU) からの資金提供を受けた国際モビリティネットワーク (助成金番号 FP7-PEOPLE-PIRSES-GA-2012-318944) の名称であり、本プロジェクトはスペイン、英国、チリ、ブラジル、メキシコ、アルゼンチンから集まった40名の研究者によって2012年から2016年にかけて実施された。本プロジェクトに関してより多くの情報を得たい場合は <http://contested-cities.net/> を参照されたい。
- 3) 本節の内容の大部分は、筆者自身のキャンペーン参加者としての体験、そして筆者自身が取り組んできた研究の内容に依拠している。2010年から2015年にかけて、筆者はフレンズ・オブ・リーズカークゲートマーケットの主要メンバーであった。このキャンペーングループは、マーケットに対する地元当局の迫害に対処するために、店主店員の支援を受けて設立された。2015年には、英国の様々なマーケットで行われているキャンペーンについて調査し、キャンペーン同士のネットワーク構築を目的としたアクションリサーチプロジェクトを実施した。そしてこのプロジェクトのアウトプットは、公開報告書の刊行や様々なキャンペーンを巻き込んだネットワーキング会議の実施というかたちで実を結んだ。さらに、2017年7月以来、筆者はロンドン北部のマーケットを取り壊しから救うために始められたキャンペーンに参加してきた。このキャンペーンには、文書やキャンペーン関連の資料の分析、店舗やキャンペーン指導者からの聞き取り調査、都市計画調査や地方自治体の内部調査への情報提供なども含まれている。

References

- Adami, E. (2017) Multimodality and superdiversity: Evidence for a research agenda. *Tilburg Papers in Culture Studies* 177.
- Ajuntament de Barcelona (n.d.) *Barcelona Market Model*. Available at: <http://ajuntament.barcelona.cat/mercats/en/canal/model-mercant-barcelona> (accessed 19 June 2019).
- Aliaga Linares, L. (2017) Estadísticas sobre vendedores ambulantes y vendedores de mercado en Lima Metropolitana y en el Perú urbano. *WIEGO Nota Estadística* 1-11.
- Alkon, A. H. and McCullen, C. G. (2011) Whiteness and farmers markets: Performances, perpetuations ... contestations? *Antipode* 43: 937-959.
- Anderson, E. (2011) *The Cosmopolitan Canopy: Race and Civility in Everyday Life*. New York: WW Norton.
- Angelovski, I. (2015) Healthy food stores, greenlining and food gentrification: Contesting new forms of privilege, displacement and locally unwanted land uses in racially mixed neighborhoods. *International Journal of Urban and Regional Research* 39: 1209-1230.
- Appelbaum, K. (2012) Markets: Places, principles and integrations. In: Carrier, J. G. (ed.) *A Handbook of Economic Anthropology*.

- Cheltenham: Edward Elgar.
- Araguás, N. (2017) 'Síndrome Boquería': Cómo evitar que el turista mate de éxito al mercado del barrio. El País. Available at: <https://smoda.elpais.com/placeres/sindrome-boqueria-evitar-turista-mate-exito-al-mercado-del-barrio/> (accessed 28 June 2019).
- Awuah, E. (1997) Mobilizing for change: A case study of market trader activism in Ghana. *Canadian Journal of African Studies / Revue canadienne des études africaines* 31: 401-423.
- Banks, N., Lombard, M. and Mitlin, D. (2019) Urban informality as a site of critical analysis. *The Journal of Development Studies*. DOI: 10.1080/00220388.2019. 1577384.
- Benvenuty, L. (2017) Brecha en Gràcia por la reforma de la Abaceria. La Vanguardia. Barcelona. Available at: <https://www.lavanguardia.com/local/barcelona/20170329/421272893173/reforma-mercado-abaceriagracia.html> (accessed 28 June 2019).
- Bernt, M. (2016) Very particular, or rather universal? Gentrification through the lenses of Ghertner and López-Morales. *City* 20: 637-644.
- Bhowmik, S. (2012) *Street Vendors in the Global Urban Economy*. London: Taylor & Francis.
- Boldrini, P. L. and Malizia, M. (2014) Procesos de gentrificación y contragentrificación: Los mercados de Abasto y del Norte en el Gran San Miguel de Tucumán (noroeste argentino). *Revista INVI* 29: 157-191.
- Bonnin, C., Moore-Cherry, N. and Zhang, Z. (2017) The centennial legacy of the 1916 rising: The contested politics and spatiality of urban heritages and memory. *Irish Geography* 49: 111-116.
- Bostic, R. W., Kim, A. M. and Jr A. V. (2016) Contesting the streets: Vending and public space in global cities. *Cityscape* 18: 3-10.
- Bridge, G. and Dowling, R. (2001) Microgeographies of retailing and gentrification. *Australian Geographer* 32: 93-107.
- Bromley, R. D. and Mackie, P. K. (2009) Displacement and the new spaces for informal trade in the Latin American city centre. *Urban Studies* 46: 1485-1506.
- Brown, A. (ed.) (2011) *Contested Space: Street Trading, Public Space, and Livelihoods in Developing Cities*. Rugby: ITDG Publishing.
- Brown, A. (2017) *Rebel Streets and the Informal Economy: Street Trade and the Law*. London: Taylor & Francis.
- Brown, A., Lyons, M. and Dankoco, I. (2010) Street traders and the emerging spaces for urban voice and citizenship in African cities. *Urban Studies* 47: 666-683.
- Bubinas, K. (2011) Farmers markets in the post-industrial city. *City & Society* 23: 154-172.
- Castells, M. (1983) *The City and the Grassroots: A Cross-Cultural Theory of Urban Social Movements*. Berkeley: University of California Press.
- Cervantes Corazzina, J. (2014) La economía callejera en las ciudades contemporáneas. La redes efímeras de venta ambulante como modelo para la reconstrucción de lo urbano. *Investigación e Innovación en Arquitectura y Territorio* 6. Available at: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/42271/1/I2_02_07.pdf (accessed 28 June 2019).
- Clark, G. (2002) Market association leaders' strategic use of language and narrative in market disputes and negotiations in Kumasi, Ghana. *Africa Today* 49: 43-58.
- Coles, B. F. and Crang, P. (2010) Placing alternative consumption: Commodity fetishism in Borough fine foods market, London. In: Lewis, T. and Potter, E. (eds) *Ethical Consumption: A Critical Introduction*. London: Routledge, 87-102.
- Conill, J., Castells, M. and Cardenas, A. (2012) Beyond the crisis: The emergence of alternative economic practices. In: Castells M and Carac, a J (eds) *Aftermath: The Cultures of the Economic Crisis*. Oxford: Oxford University Press, 210-249.
- Crewe, L. and Gregson, N. (1998) Tales of the unexpected: Exploring car boot sales as marginal spaces of contemporary consumption. *Transactions of the Institute of British Geographers* 23: 39-53.
- Delgadillo, V. (2016) La disputa por los mercados (presentación). *Alteridades* 51: 3-11.
- Delgadillo, V. (2017) Patrimonialización de los mercados. *Ciudades* 114: 2-9.
- Delgadillo, V. (2018) Markets of La Merced: New frontiers of gentrification in the historic centre of Mexico City. In: González, S. (ed.) *Contested Markets, Contested Cities: Gentrification and Urban Justice in Retail Spaces*. Abingdon: Routledge, 19-35.
- Dines, N. (2007) *The Experience of Diversity in an Era of Urban Regeneration: The Case of Queens Market, East London*. Milan, Italy: Fondazione Eni Enrico Mattei (FEEM).
- Ducatel, K. and Blomley, N. (1990) Rethinking retail capital. *International Journal of Urban and Regional Research* 14: 207-227.
- Duruz, J., Luckman, S. and Bishop, P. (2011) Bazaar encounters: Food, markets, belonging and citizenship in the cosmopolitan city. *Continuum* 25: 599-604.
- Eneva, S. A. (2018) Contested identities and ethnicities in the marketplace: Sofia's city centre between the East and the West of Europe. In: González, S. (ed.) *Contested Markets, Contested Cities: Gentrification and Urban Justice in Retail Spaces*. Abingdon: Routledge, 150-165.
- Evers, C. and Seale, K. (2015) *Informal Urban Street Markets: International Perspectives*. New York: Routledge.
- Franch, I. (2017) Mercados como fondos de pantalla. *El Salto*. Available at: <https://www.elsaltodiario.com/ciudadmarca/mercados-como-fondos-de-pantalla> (accessed 28 June 2019).
- Friends of Leeds Kirkgate MarketMarketFoLK (2014) FoLKM's Speech to the Planning Committee. Available at: <https://kirkgatemarket.wordpress.com/2014/12/12/folkms-speech-to-the-planning-committee/> (accessed 28 June 2019).
- Gago, V. (2015) *La razón neoliberal. Economías barrocas y pragmática popular*. Madrid: Tradicantes de Sueños.
- García Pérez, E., Mateos Carmona, E. and Maiello, V. (2018) Neighbourhoods and markets in Madrid: An uneven process of selective transformation. In: González, S. (ed.) *Contested Markets, Contested Cities: Gentrification and Urban Justice in Retail*

- Spaces*. Abingdon: Routledge, 99-114.
- Gibson-Graham, J. K. (2008) Diverse economies: Performative practices for other worlds. *Progress in Human Geography* 32: 613-632.
- Gillespie, T. (2016) From quiet to bold encroachment: Contesting dispossession in Accra's informal sector. *Urban Geography* 38(7): 974-992. DOI: 10.1080/02723638.2016.1191792.
- González, S. (2018a) *Contested Markets, Contested Cities: Gentrification and Urban Justice in Retail Spaces*. Abingdon: Routledge.
- González, S. (2018b) Introduction: Studying markets as spaces of contestation. In: González, S. (ed.) *Contested Markets, Contested Cities: Gentrification and Urban Justice in Retail Spaces*. Abingdon: Routledge, 1-18.
- González, S. (2018c) La 'gourmetización' de las ciudades y los mercados de abasto. Reflexiones críticas sobre el origen del proceso, su evolución e impactos sociales. *Boletín ECOS*. MADRID: FUHEM, 1-8.
- González, S. and Dawson, G. (2015) *Traditional markets under threat: Why it's happening and what traders and customers can do*. Available at: http://tradmarketresearch.weebly.com/uploads/4/5/6/7/45677825/traditional_markets_under_threat_full.pdf (accessed 14 June 2019).
- González, S. and Dawson, G. (2018) Resisting gentrification in traditional public markets: Lessons from London. In: González, S. (ed.) *Contested Markets, Contested Cities: Gentrification and Urban Justice in Retail Spaces*. Abingdon: Routledge, 54-71.
- González, S. and Waley, P. (2013) Traditional retail markets: The new gentrification frontier? *Antipode* 45: 965-983.
- González Martínez, P. (2016) Authenticity as a challenge in the transformation of Beijing's urban heritage: The commercial gentrification of the Guozhijian historic area. *Cities* 59: 48-56.
- Graaff, K. and Ha, N. (2015) *Street Vending in the Neoliberal City: A Global Perspective on the Practices and Policies of a Marginalized Economy*. New York: Berghahn Books.
- Gràcia cap a on vas? (2017) Manifestació 1 d'Abril: Defensem l'Abaceria, mercat Gràcia cap a on vas? *Plataforma veïnal*. Barcelona.
- Guyer, J. (2015) Markets and urban provisioning. In: Monga, C. and Yifu Lin, J. (eds) *The Oxford Handbook of Africa and Economics*. Oxford: Oxford University Press, 104-114.
- Habermehl, V., Gallardo Araya, N. L. and Arqueros, M. X. (2018) Mercado Bonpland and solidarity production networks in Buenos Aires, Argentina. In: González, S. (ed.) *Contested Markets, Contested Cities: Gentrification and Urban Justice in Retail Spaces*. Abingdon: Routledge, 115-130.
- Habitat, UN (2015) The informal sector. *Habitat III Issue papers*. New York: UN Habitat.
- Hall, S., King, J. and Finlay, R. (2017) Migrant infrastructure: Transaction economies in Birmingham and Leicester, UK. *Urban Studies* 54: 1311-1327.
- Hernández, A. (2016) De la botiga a la boutique: Gentrificación comercial en el Casco Antiguo de Barcelona. *URBS. Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales* 6: 79-99.
- Hernández Cordero, A. and Andreeva Eneva, S. (2017) ¿Mercados, museos o malls? La gentrificación de los mercados municipales en Barcelona y Madrid. *Entre Diversidades. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*. DOI: 10.31644/ED.6.2016.a05.
- Hiebert, D., Rath, J. and Vertovec, S. (2015) Urban markets and diversity: Towards a research agenda. *Ethnic and Racial Studies* 38: 5-21.
- Hill, P. (1991) Marketplaces. In: Eatwell, J. M. M. and Newman, P. (eds) *The World of Economics*. London: Palgrave, 419-423.
- Hubbard, P. (2017) *The Battle for the High Street*. London: Palgrave.
- Hubbard, P. (2018) Retail gentrification. In: Lees, L. and Phillips, M. (eds) *Handbook of Gentrification Studies*. Cheltenham: Edward Elgar, 294-309.
- Iborra, Y. S. (2017) Camisetas y zapatillas 'Top manta': los vendedores ambulantes de Barcelona crean su propia marca. *El Diario*. 5 July, Available at: https://www.eldiario.es/catalunya/barcelona/Top-vendedores-ambulantes-Barcelona-comercial_0_661434779.html (accessed 28 June 2019).
- Jones, H., Neal, S. and Mohan, G. (2015) Urban multiculturalism and everyday encounters in semi-public, franchised cafe spaces. *The Sociological Review* 63: 644-661.
- Jones, P. T. A. (2016) Redressing reform narratives: Victorian London's street markets and the informal supply lines of urban modernity. *The London Journal* 41: 60-81.
- King, J., Hall, S. and Roman Velazquez, P. (2018) *Socioeconomic Value at the Elephant & Castle*. London: London School of Economics and Political Science.
- Kingman Garcés, E. and Bedón, E. (2018) Popular culture and heritage in San Roque Market, Quito. In: González, S. (ed.) *Contested Markets, Contested Cities: Gentrification and Urban Justice in Retail Spaces*. Abingdon: Routledge, 166-178.
- Kusakabe, K. (2006) *Policy Issues on Street Vending: An Overview of Studies in Thailand, Cambodia and Mongolia*. Bangkok: International Labour Office.
- Lavapiés ¿dónde vas? (2017) *El diagnóstico*. Madrid: Lavapiés ¿dónde vas?
- Lees, L., Shin, H. B. and Lopez-Morales, E. (2016) *Planetary Gentrification*. New York: John Wiley & Sons.
- Leslie, I. S. (2017) Improving farmers markets and challenging neoliberalism in Argentina. *Agriculture and Human Values* 34: 729-742.
- Ley, D. (1996) *The New Middle Class and the Remaking of the Central City*. Oxford: Oxford University Press.
- London Intelligence (2017) #WardsCorner: Restaurant-owner Diego Alvarez Jnr says 'Latin customers average £300 a week so I have to set our food prices to suit them.' London, Twitter.
- López Iturriaga, M. (2016) Los Tesoros de un mercado antipijo. *El País*. 10 March. Available at: https://elcomidista.elpais.com/elcomidista/2016/03/03/articulo/1457020804_692326.html (accessed 28 June 2019).

- Lyon, F. (2003) Trader associations and urban food systems in Ghana: Institutionalist approaches to understanding urban collective action. *International Journal of Urban and Regional Research* 27: 11-23.
- Mackie, P. K., Bromley, R. D. and Brown, A. (2014) Informal traders and the battlegrounds of revanchism in Cusco, Peru. *International Journal of Urban and Regional Research* 38: 1884-1903.
- Martin, N. (2014) Food fight! Immigrant street vendors, gourmet food trucks and the differential valuation of creative producers in Chicago. *International Journal of Urban and Regional Research* 38: 1867-1883.
- Marx, C. and Kelling, E. (2019) Knowing urban informalities. *Urban Studies* 56: 494-509.
- Mateos, E. (2017) Transformación del comercio de proximidad: legitimidad y disputas. *Ciudades* 114: 10-16.
- Mayer, M. (2017) Whose city? From Ray Pahl's critique of the Keynesian city to the contestations around neoliberal urbanism. *The Sociological Review* 65: 168-183.
- Medina, X. and Álvarez, M. (2009) El lugar por donde pasa la vida. Los mercados y las demandas urbanas contemporáneas: Barcelona y Buenos Aires. *Estudios del hombre* 24: 183-201.
- Mele, C., Ng, M. and Chim, M. B. (2015) Urban markets as a 'corrective' to advanced urbanism: The social space of wet markets in contemporary Singapore. *Urban Studies* 52: 103-120.
- Miles, S. (2015) *Retail and the Artifice of Social Change*. Abingdon: Routledge.
- Milgram, B. L. (2015) Unsettling urban marketplace redevelopment in Baguio City, Philippines. *Economic Anthropology* 2: 22-41.
- Monroe Sullivan, D. and Shaw, S. C. (2011) Retail gentrification and race: The case of Alberta Street in Portland, Oregon. *Urban Affairs Review* 47: 413-432.
- Montero Bressán, J. (2017) Ferias mayoristas de indumentaria: ¿mercados 'populares'? *Cartografías del Sur* 6: 65-81.
- Morales, A. (2009) Public markets as community development tools. *Journal of Planning Education and Research* 28: 426-440.
- Morales Bernardos, I., Sanz Landaluze, J. and Baumgarten, B. (2016) Processes of food autonomy: Radicalization in urban spaces under austerity in Madrid. Paper presented at Contested Cities to Global Urban Justice conference, July, Madrid. Available at: <http://contested-cities.net/working-papers/2016/processes-of-food-autonomy-radicalization-in-unban-spaces-underausterity-madrid/> (accessed 28 June 2019).
- O'Brien, G. T. (2017) Small and slow is beautiful: Wellbeing, 'socially connective retail' and the independent bookshop. *Social & Cultural Geography* 18: 573-595.
- Omoegun, A. (2015) *Street trader displacements and the relevance of the right to the city concept in a rapidly urbanising African city: Lagos, Nigeria*. PhD Thesis. Cardiff University.
- Paget, A. and Birdwell, J. (2013) *Measuring the Social Value of Charity Shops*. London: Demos.
- Pascual-Molinas, N. and Ribera-Fumaz, R. (2009) Retail gentrification in Ciutat Vella, Barcelona. In: Porter L and Shaw K (eds) *Whose Urban Renaissance?* London: Routledge, 180-190.
- Pintaudi, S. M. (2006) Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana. *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales* 10 Available at: <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-218-81.htm> (accessed 26 July 2017).
- Pottie-Sherman, Y. (2011) Markets and diversity: An overview. Metropolis British Columbia Paper Series 11.
- Project for Public Spaces (2003) *Public Markets as a Vehicle for Social Integration and Upward Mobility: An Overview of Existing Programs and Assessment of Opportunities*. Prepared for Ford Foundation. New York: Project for Public Spaces.
- Rivlin, P. and González, S. (2018) Public markets: Spaces for sociability under threat? The case of Leeds' Kirkgate Market. In: González, S. (ed.) *Contested Markets, Contested Cities: Gentrification and Urban Justice in Retail Spaces*. Abingdon: Routledge, 131-149.
- Robinson, J. (2002) Global and world cities: A view from off the map. *International Journal of Urban and Regional Research* 26: 531-554.
- Robinson, J. (2011) Cities in a world of cities: The comparative gesture. *International Journal of Urban and Regional Research* 35: 1-23.
- Roever, S. (2014) *Informal Economy Monitoring Study Sector Report: Street Vendors*. Cambridge, MA: WIEGO.
- Roever, S. and Skinner, C. (2016) Street vendors and cities. *Environment and Urbanization* 28: 359-374.
- Roman Velazquez, P. (2016) *Latin Elephant's Response to Seven Sisters CPO / Wards Corner Regeneration Project*. London: Latin Elephant.
- Roy, A. (2005) Urban informality: Toward an epistemology of planning. *Journal of the American Planning Association* 71: 147-158.
- Roy, A. (2011) Slumdog cities: Rethinking subaltern urbanism. *International Journal of Urban and Regional Research* 35: 223-238.
- Salinas Arreortúa, L. (2016) Transformación de mercados municipales de Madrid: De espacio de consumo a espacio de esparcimiento. *Revista INVI* 31: 179-201.
- Salinas Arreortúa, L. and Cordero Gómez del Campo, L. (2018) Gourmet markets as a commercial gentrification model: The cases of Mexico City and Madrid. In: González, S. (ed.) *Contested Markets, Contested Cities: Gentrification and Urban Justice in Retail Spaces*. Abingdon: Routledge, 86-98.
- Schlack, E. and Turnbull, N. (2015) Emerging retail gentrification in Santiago de Chile: The case of Italia-Caupolicán. In: Lees, L., Shin, H. B. and Lopez-Morales, E. (eds) *Global Gentrifications: Uneven Development and Displacement*. Bristol: Policy Press, 349-374.
- Schlack, E., Turnbull, N. and Arce Sánchez, M. J. (2018) Learning from La Vega Central: Challenges to the survival of a publicly used (private) marketplace. In: González, S. (ed.) *Contested Markets, Contested Cities: Gentrification and Urban Justice in Retail Spaces*. Abingdon: Routledge, 36-53.
- Schmoll, C. and Semi, G. (2013) Shadow circuits: Urban spaces and

- mobilities across the Mediterranean. *Identities* 20: 377-392.
- Seale, K. (2016) *Markets, Places, Cities*. London: Routledge.
- Selingmann, L. (2018) Introduction: The spatial politics of market-places. In: Endres, W. K. and Leshkovich, A. M. (eds) *Traders in Motion: Identities and Contestations in the Vietnamese Market-place*. Ithaca: Cornell University Press, 19-26.
- Semi, G. (2008) 'The flow of words and the flow of value': Illegal behavior, social identity and marketplace experiences in Turin, Italy. In: Cook, D. T. (ed.) *Lived Experiences of Public Consumption*. New York: Springer, 137-157.
- Sequera, J. (2017) Mercados turistificados en Madrid. *El País*. Madrid. Available at: https://elpais.com/elpais/2017/06/01/series-urbanos/1496308492_641326.html (accessed 28 June 2019).
- Shaw, K. S. and Hagemans, I. W. (2015) 'Gentrification without displacement' and the consequent loss of place: The effects of class transition on low-income residents of secure housing in gentrifying areas. *International Journal of Urban and Regional Research* 39: 323-341.
- Simone, A. (2011) No longer the subaltern: Refiguring cities of the global south. In: Edensor, T. and Jayne, M. (eds) *Urban Theory Beyond the West: A World of Cities*. London: Routledge, 31-47.
- Slater, D. and Tonkiss, F. (2001) *Market Society*. Cambridge: Polity.
- Smith, N. (1996) *The New Urban Frontier: Gentrification and the Revanchist City*. Hove: Psychology Press.
- Soares Pereira, C. S. (2017) Mercados públicos municipales: espacios de resistencia al neoliberalismo urbano. *Ciudades* 114: 39-46.
- Soler Montiel, M., Calle Collado, A. and Renting, H. (2010) Between food ethics, solidarity and the social construction of alternative markets: Exploring the dimensions of grassroots food movements in Spain. *9th European IFSA Symposium*, Vienna, 4-7 July. Vienna: International Farming Systems Association. Available at: http://ifsa.boku.ac.at/cms/fileadmin/Proceeding2010/2010_WS4.3_Soler.pdf (accessed 28 June 2019).
- Stillerman, J. and Salcedo, R. (2012) Transposing the urban to the mall: Routes, relationships, and resistance in two Santiago, Chile, shopping centers. *Journal of Contemporary Ethnography* 41: 309-336.
- Stillerman, J. and Sundt, C. (2007) Embeddedness and business strategies among Santiago, Chile's street and flea market vendors. In: Cross, J. and Morales, A. (eds) *Street Entrepreneurs: People, Place and Politics in Local and Global Perspective*. Abingdon: Routledge, 180-200.
- Swanson, K. (2007) Revanchist urbanism heads south: The regulation of indigenous beggars and street vendors in Ecuador. *Antipode* 39: 708-728.
- Thompson, V. E. (1997) Urban renovation, moral regeneration: Domesticating the Halles in Second-Empire Paris. *French Historical Studies* 20: 87-109.
- Turner, S. and Schoenberger, L. (2012) Street vendor livelihoods and everyday politics in Hanoi, Vietnam. *Urban Studies* 49: 1027-1044.
- United Nations (2019) Plans to redevelop UK's Seven Sisters market pose human rights threat, say UN experts, *United Nations News and events*, 26 March 2019. Available at <https://www.ohchr.org/EN/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=24409&LangID=E> (accessed 19 June 2019).
- Valli, C. (2015) A sense of displacement: Long-time residents' feelings of displacement in gentrifying Bushwick, New York. *International Journal of Urban and Regional Research* 39: 1191-1208.
- Wards Corner (n.d.) *Wards Corner Facebook page*. Available at: <https://www.facebook.com/wardscornercommunity/> (accessed 28 June 2019).
- Watson, S. (2009) The magic of the marketplace: Sociality in a neglected public space. *Urban Studies* 46: 1577-1591.
- Watson, S. and Studdert, D. (2006) *Markets as Sites for Social Interaction: Spaces of Diversity*. York: Joseph Rowntree Foundation.
- WIEGO (n.d.) *Habitat III*. Available at: <http://www.wiego.org/cities/habitat-iii> (accessed 28 June 2019).
- Wilson, G. (2018) What is the legal definition of a market? Available at: <https://nabma.com/faq-items/what-is-the-legal-definition-of-a-market/> (accessed 28 June 2019).
- Wrigley, N. and Lowe, M. (1996) *Retailing, Consumption and Capital: Towards the New Retail Geography*. London: Longman.
- Zukin, S., Trujillo, V. and Frase, P. (2009) New retail capital and neighborhood change: Boutiques and gentrification in New York City. *City & Community* 8: 47-64.

訳者付記

原論文において本文のあとに記載されているAcknowledgements、Declaration of conflicting interests、Fundingの翻訳は割愛した。なお、翻訳に際してはJSPS 特別研究員奨励費(課題番号: 18J23295)の一部を利用した。