

ジェントリフィケーションの進行地域に位置する消費空間の比較分析：
ロンドンのブリクストンヴィレッジとブロードウェイマーケットを事例として

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 大阪市立大学大学院文学研究科： 都市文化研究センター 公開日: 2021-04-22 キーワード (Ja): ジェントリフィケーション, 消費空間, メディア分析, ブリクストンヴィレッジ, ブロードウェイマーケット キーワード (En): gentrification, consumption space, media analysis, Brixton Village, Broadway Market 作成者: 松尾, 卓磨 メールアドレス: 所属: 大阪市立大学
URL	https://doi.org/10.24544/ocu.20210421-011

◇研究ノート◇

ジェントリフィケーションの進行地域に 位置する消費空間の比較分析

—— ロンドンのブリクストンヴィレッジとブロードウェイマーケットを事例として ——

松 尾 卓 磨

◆要 旨

2000年代末以降、ジェントリフィケーション研究においては小売業のジェントリフィケーションという概念が用いられている。しかし、小売業のジェントリフィケーションに関する研究においては、小売店だけではなく、多種多様な業種の店舗が考察対象とされている。その点を踏まえ、本研究ではこの小売業のジェントリフィケーションを消費空間のジェントリフィケーションと言い換える必要があるということを指摘している。その上で、本研究ではロンドンのブリクストンヴィレッジとブロードウェイマーケットの2つの店舗群を対象として、ジェントリフィケーションが進行している地域の消費空間の現状や特徴について分析を行った。まず統計情報を用いて周辺地域の人種民族構成の特徴を把握し、その次にメディアの記事の分析を通じて地域における各店舗群の位置づけや評価について考察した。そして2019年と2020年の現地調査で得られた情報をもとに、2つの店舗群を構成している店舗の業種や営業状態に加え、店舗群の全体的特徴の把握を試みた。人種民族構成に関しては、ブリクストンヴィレッジの周辺地域にはカリブ系・アフリカ系・ラテンアメリカ系住民、ブロードウェイマーケットの南部にはバングラデシュ系住民が多く暮らしていることが明らかとなった。また、メディアの記事を分析した結果、2つの店舗群がそれぞれの地域でジェントリフィケーションの中心的存在として捉えられていることが明らかとなった。そして、2つの店舗群においては飲食、食料品販売、衣料品販売の3つの業種が主要な業種となっており、ブリクストンヴィレッジでは多国籍な消費空間が形成されているが、ブロードウェイマーケットでは健康志向の店舗が複数立地しているという特徴が見られた。

キーワード：ジェントリフィケーション、消費空間、メディア分析、ブリクストンヴィレッジ、ブロードウェイマーケット

1. 序 論

(1) 消費空間のジェントリフィケーション

2000年代末以降、ジェントリフィケーション研究においては小売業のジェントリフィケーション（retail gentrification）という概念が用いられるようになり、ジェントリフィケーションが進行している地域の消費空間に関する研究が世界各地で進められてきた（Pascual-Molinas and Ribera-Fumaz, 2009; Sullivan and Shaw, 2011; Schlack and Turnbull, 2015; Jeong et al, 2018）。この小売業のジェントリフィケーションの論者として、特に英国において中心的な役割を果たしてきたのが、サラ・ゴンザレス（Sara González）とフィル・ハバード（Phil Hubbard）である。前者のゴンザレスは、ジェントリフィケーションが低所得者向けのビジネスに及ぼす影響について論じる中で、小売業のジェントリフィケーションを次のように定義している。

（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。見方を変えれば、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¹⁾（González and Dawson, 2015: 19）。

この定義は、小規模店舗の集積地であるマーケットを想定して提示されたものであり、低所得者向けの商品・サービス・店舗が、より裕福な顧客を対象とした商品・サービス・店舗へ変化する過程として定義されている。また、上記の定義の中では、小売業のジェントリフィケーションの要因としてテナント料の上昇が挙げられているが、マーケットを取り巻く環境の変化としてはその他にも、マーケットの不動産価値の再評価や再開発計画、小売業のグローバル化、地域文化に

根差した料理や食料品の観光商品化等が挙げられている。その上で、ゴンザレスは一連の研究において、マーケットをジェントリフィケーションの新たなフロンティアとして捉えている（González and Waley, 2013; González and Dawson, 2018; González, 2019）。

他方、後者のハバードによると、小売業のジェントリフィケーションに関する研究は依然として十分に蓄積されているわけではない。しかし、そうした数少ない先行研究の中でも、小規模な小売業の変化が特定の地域の社会的・文化的性格に重大な変化をもたらすという知見が共有されている。さらに先行研究では、特にヒップスタービジネス²⁾やブティックの新規開店が小売業や地域の変化における重要な要素として捉えられている（Hubbard, 2018）。

ここで指摘すべき研究上の問題点として、ゴンザレスやハバードらの研究成果を含め、先行研究においては考察対象とする空間の名称が不統一であるという点を挙げることができる。具体的には、小売空間（retail space）（Bridge and Dowling, 2001; Pascual-Molinas and Ribera-Fumaz, 2009）、小売市場（retail market）（González and Waley, 2013）、マーケット（market, marketplace）（González and Dawson, 2015; González, 2019）、ハイストリート（high street）（Hubbard, 2017）、ショッピングストリート（shopping street）やショッピングスペース（shopping space）（Hubbard, 2018）等、ジェントリフィケーションが進行している空間、もしくはジェントリフィケーションの影響を受けている空間が様々な用語をもって表現されている。

さらに重要な点として、こうした先行研究においては、考察の対象が必ずしも小売業に限定されているわけではなく、飲食業やサービス業をはじめ様々な業種が考察対象に含められている。つまり、マーケットやハイストリート等、店舗の集積形態に相違はあるものの、小売業のジェントリフィケーションという分析視角をもって考察の対象とされているのは、多種多様な業種の店舗から成る広い意味での消費空間である。また、その分析視角をもって実践されているのは、ジェントリフィケーションが進行している消費空間に関する研究、もしくは、ジェントリフィケーションが進行している地域の消費空間に関する研究であると捉え直すことも可能である。そして、この解釈に基づくならば、小売業のジェントリフィケーションという名称自体も、消費空間のジェントリフィケーションと言い換えることが妥当であろう。

無論、Hubbard (2018: 301-302) は、消費空間のジェントリフィケーションという表現を用いてはいないが、ジェントリフィケーションの進行に伴う消費空間の変

化の過程を以下のように整理している。

第1段階：エスニックな店舗やディスカウントショップが集まる消費空間において、流行の店舗やヒップスター向けの店舗が1店舗もしくは2店舗開業する。

第2段階：別の地域に住むミドルクラスの消費者が訪れるような、ヴィンテージやアンティーク、一点ものの商品、特注品を取り扱う店舗が現れ始める。

第3段階：消費行動のためだけではなく、自由奔放に暮らすボヘミアンやジェントリファイアーのたまり場、子どもを連れた親、アーティスト、ライター等の「社会的ネットワークの場」（Zukin et al, 2009: 47）となり、ジェントリファイされた生活習慣が社会的に再生産される空間となる。

第4段階：長年暮らしている地域住民のための空間ではなくなり、ミドルクラスが自らの感覚や個性を実現するための空間へと完全に移行する。

このモデルはあくまでも仮説的なモデルとして提示されたものに過ぎないが、ジェントリフィケーションの進行下における消費空間の段階的な変化が端的に整理されている。そして、こうしたジェントリフィケーションの進行と消費空間の変化が把握されている具体的な地域として注目されているのが、ロンドンの南部に位置するブリクストンである（図1）。

ブリクストンへの注目を示す例としては、2000年代初頭にブリクストンのジェントリフィケーションについて論じているButler and Robson (2001)とRobson and Butler (2001)を挙げるができる。

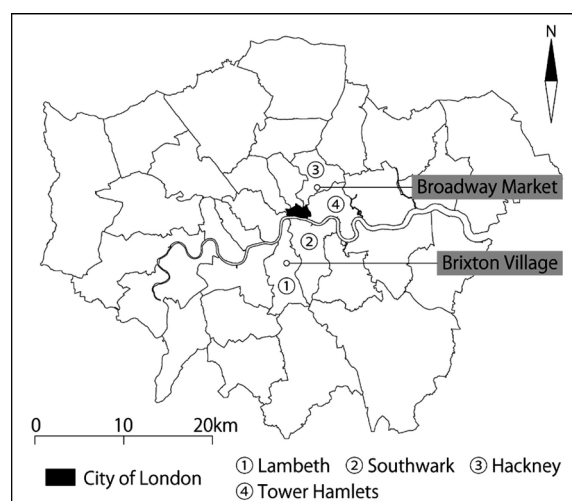


図1 ロンドン全体図

※数字を付けている箇所は本文で言及している特別区。
（出典）筆者作成。

彼らは、ブリクストンで暮らすミドルクラスの価値観やミドルクラスのコミュニティの中で醸成されている社会資本について明らかにする中で、バーやクラブ、レストラン等の増加による消費空間の拡大を指摘している。

また、ジェントリフィケーションが移民文化に与える影響について論じている五十嵐（2009: 250）は、「オシャレなレストランやカフェ」の増加が見られるブリクストンを「典型的な上級化（ジェントリフィケーション）されたエリア」として捉えている。

他方、Pieroni and Naef（2019）は、ブリクストンで実施されている観光ツアーに焦点をあて、ツーリズムとジェントリフィケーションの関係性について論じている。その中で彼らは、バー、クラブ、アーケード付きのマーケット等、ジェントリフィケーションの結果として生まれた消費空間が観光ツアーの訪問先とされていることについて批判的に論じている。

そして、Hubbard（2018）によると、メディアの記事においては、ブリクストンから地域に根差した店舗が姿を消しているということに加え、そうした店舗がシャンパンやチーズの販売店、流行の期間限定のバリスタコーヒESHOP、ニッチなカクテルバー等と入れ替わっていることが報告されている。

（2）研究の目的と方法

このように、ブリクストンはジェントリフィケーションの進行地域であると同時に、消費空間の変化が見られる地域として把握されている。しかしながら、上記の先行研究においては、ジェントリフィケーションの進行や消費空間の変化が指摘されているものの、その消費空間を構成している店舗やその業種、消費空間全体の特徴等について詳細に論じられているわけではない。

そこで本研究では、店舗に関する具体的な情報をもとにジェントリフィケーションの進行下にある消費空間の実態を明らかにする。その際、ブリクストンの中でも観光ツアーの訪問先の1つとされており（Pieroni and Naef, 2019）、また後述するように数多くのメディアの記事でも言及されているブリクストンヴィレッジ（図2）に焦点をあてる。さらに、ブリクストンヴィレッジに加えて、ロンドンフィールズのブロードウェイマーケット（図3）も研究対象に加える。というのも、ブリクストンヴィレッジと同様に、ブロードウェイマーケットも地元志向のカフェや店舗が徐々にブティックと入れ替わりつつあることが指摘されており、また「小売業のジェントリフィケーションの典型地域」（Hubbard, 2017: 184）として捉えられているためであ

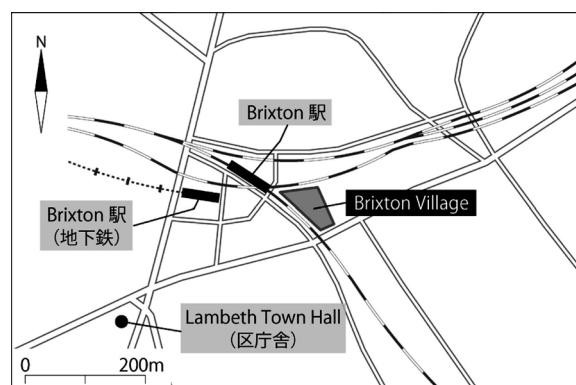


図2 ブリクストンヴィレッジの周辺地域
（出典）筆者作成。

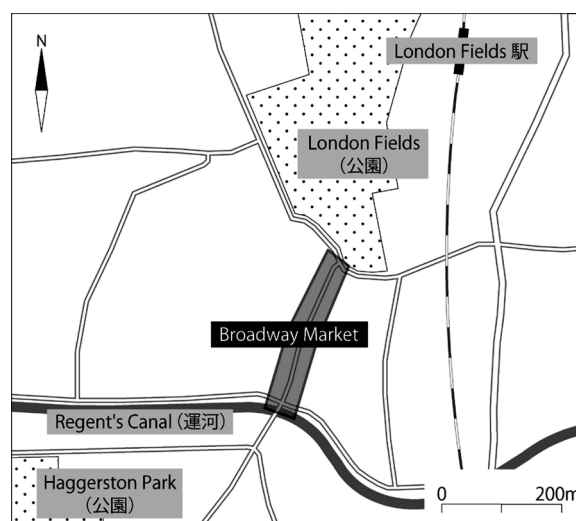


図3 ブロードウェイマーケットの周辺地域
（出典）筆者作成。

る。よって、ともにジェントリフィケーションの進行地域に位置しているブリクストンヴィレッジとブロードウェイマーケットの比較分析を行うことで、それぞれの店舗群の特徴を相対的に捉えることが可能となる。

以上の内容を踏まえ、本研究では以下の方法を用いて2つの店舗群の現状と特徴を検討する。まずは両店舗群の周辺地域の基本情報として、英国のセンサス（Census）を用いて周辺地域の人種民族構成を把握する（2章）。そして、メディアの記事の内容を検討し、ブリクストンヴィレッジとブロードウェイマーケットが地域においてそれぞれどのように認識されているのかということ、特に各地域のジェントリフィケーションとどのように関連づけられているのかということを検討する（3章）。さらに、2019年と2020年に実施した現地調査³⁾で得られた各店舗に関する情報をもとに、両店舗群を構成している各店舗の業種や営業状態、店舗群の全体的な特徴について考察する（4章）。最後に、考察の結果を踏まえて、ジェントリフィケーションの進行地域に位置している消費空間の現状に関する知見

を示す（5章）。

2. 周辺環境と人種民族構成

本章では、店舗群の周辺地域の特徴を明らかにするために、ブリクストンヴィレッジが位置しているブリクストン、ブロードウェイマーケットが位置しているロンドンフィールズの人種民族構成について確認する。なお、人種民族構成の把握に際しては、英国の2011年のセンサス（GLA, 2020）を参照し、ウォード（Ward）と呼ばれる小地域の統計単位をもとに各地域の状況を確認する。

ブリクストンヴィレッジはランベス（Lambeth）区（図1①）のブリクストンに位置しており、西側には高架鉄道のブリクストン駅、地下鉄ヴィクトリア（Victoria）線の終点駅であるブリクストン駅、ランベス区の区庁舎等が立地している。そして、ブリクストンの周辺ではコールドハーバー（Coldharbour）の他に、ブリクストンヒル（Brixton Hill）、ファーンデイル（Ferndale）、ハーンヒル（Herne Hill）、タルスヒル（Tulse Hill）が近接している（図4）。

これらすべてのウォードにおいて黒人・黒人系英国人（Black or Black British）⁴⁾が人口の20%以上を占めており、ブリクストン全体において黒人・黒人系英国人が最大のエスニック集団となっている。そして、ブリクストンヴィレッジが位置しているコールドハーバーの人種民族構成に関しては、人口（16,784人）に占める黒人・黒人系英国人の割合（45.5%）が白人（White）⁵⁾の割合（37.9%）を上回っており、黒人・黒人系英国人が最も多くなっている。さらに、黒人・黒人系英国

人の内訳として黒人系カリブ人（Black Caribbean）が46.2%、黒人系アフリカ人（Black African）が36.8%を占めており、黒人・黒人系英国人の中でも特に黒人系カリブ人と黒人系アフリカ人が多くなっている。

また、ブリクストンが位置しているランベス区では、東隣のサザーク（Southwark）区（図1②）と同様に、ロンドンの中でも最も多くのラテンアメリカ系住民⁶⁾が暮らしている。ランベス区のラテンアメリカ系住民は、ロンドン全体のラテンアメリカ系住民の約10%（8,581人）を占めており（McIlwaine and Bunge, 2016）、ブリクストンではそうしたラテンアメリカ系住民によって大きなコミュニティが形成されている（BRIXTON Blog, 2013b; Hayati, 2018）。

他方、ブロードウェイマーケットはインナーロンドン北東部のハックニー（Hackney）区（図1③）に位置しており、ハックニー区とタワーハムレッツ（Tower Hamlets）区（図1④）の境界部に近接している。そして、ブロードウェイマーケットは高架鉄道のロンドンフィールズ（London Fields）駅の南西に位置し、ブロードウェイマーケットの南端はインナーロンドン北部を東西に横断するリージェンツ運河（Regent's Canal）に接している。

センサスのウォードの位置関係としては、ブロードウェイマーケットはロンドンフィールズとハガーストン（Haggerston）の境界部に位置し、この2つのウォードの東部にはヴィクトリア（Victoria）、南部にはタワーハムレッツ区のセントピーターズ（St Peter's）がある。そして、ブロードウェイマーケットの周辺地域の人種民族構成⁷⁾は、ハックニー区のロンドンフィールズ、ハガーストン、ヴィクトリアと、タワーハムレッツ区

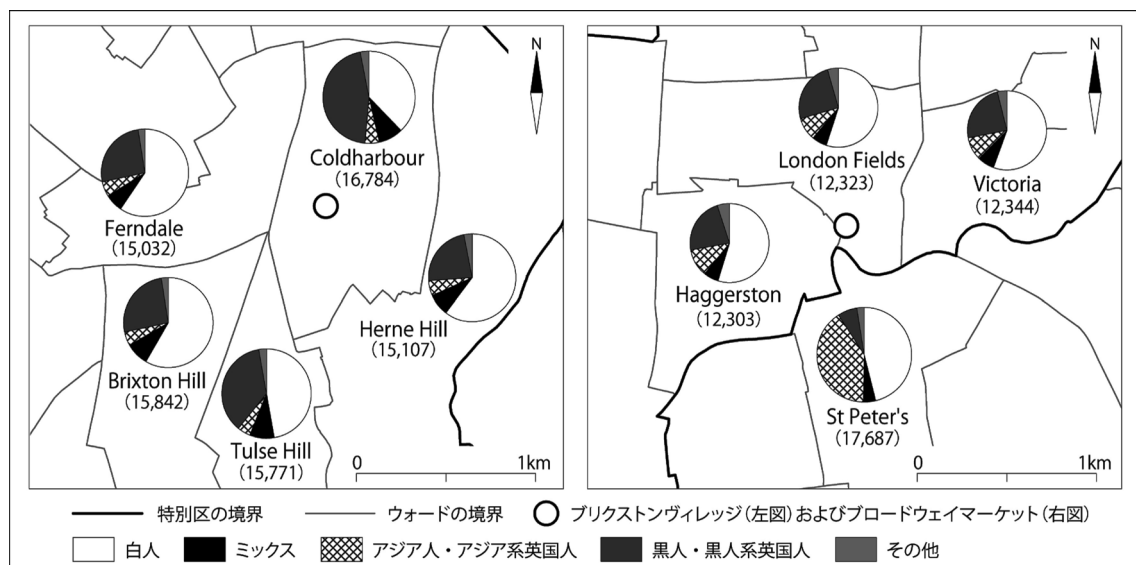


図4 ウォード別の人種民族別人口の割合（出典）Census 2011をもとに筆者作成。

のセントピーターズで大きく異なっている。前者3つのワードでは白人が54.8～55.8%を占めており、エスニック集団としては黒人・黒人系英国人が22.6～24.8%、アジア人・アジア系英国人（Asian or Asian British）⁸⁾が9.5～11.3%と、黒人・黒人系英国人が多くなっている。

一方、後者のセントピーターズでは、白人が46.1%、黒人・黒人系英国人が6.7%、アジア人・アジア系英国人が40.4%と、白人に次いでアジア人・アジア系英国人の割合が非常に大きくなっている。そして、アジア人・アジア系英国人の87.2%がバングラデシュ系（Bangladeshi）によって占められており、セントピーターズはバングラデシュ系住民の集住地域となっている。

以上のように、ブリクストンヴィレッジの周辺地域ではカリブ系住民、アフリカ系住民、ラテンアメリカ系住民が多いということ、そしてブロードウェイマーケットの周辺地域でも黒人・黒人系英国人が最大のエスニック集団となっているが、南部のセントピーターズではバングラデシュ系住民が大きな割合を占めているということが明らかとなった。こうした地域の特徴を踏まえながら、次章では両店舗群やその周辺地域の現状に関するメディアの言及内容を整理し、それぞれの地域において2つの店舗群がどのように認識され、どのように位置づけられているのかという点を検討する。

3. メディアによる言及や評価

(1) ブリクストンヴィレッジ

英国の主要紙の1つであるイブニングスタンダード紙には、「住宅と不動産（Homes & Property）」という住宅や不動産に関するニュースや情報に特化したWebページがある。当該ページに掲載されている2016年の記事では「年間を通じて魅力のある首都のストリートマーケット7選」として、バラ（Borough）やポートベロ（Portobello）といった観光地のマーケットとともに、ブリクストンマーケット⁹⁾やブロードウェイマーケットが紹介されている。同記事の中でもブリクストンマーケットに関する部分では、ジャマイカ料理を提供する昔ながらの店舗と新たに進出してきたブティックやバーによってブリクストンが有名になったということが指摘されており、ブリクストンの様子を示すものとしてブリクストンヴィレッジの写真が掲載されている（Evening Standard, 2016）。

また、ブリクストンやその近隣地域の不動産情報を紹介する記事においても、ブリクストンヴィレッジの

写真とともに、ブリクストンで数多くの小売店、バー、カフェ、レストラン、デリカテッセン、ナイトクラブが営業されていることに言及されている（Evening Standard, 2017a, 2018）。さらに次の記事からは、多様な店舗が並存し高い評価を受けているということだけではなく、ブリクストンの地域イメージの変化においてブリクストンヴィレッジが中心的な役割を果たしていることを読み取ることができる。

今日のブリクストンは非常にクールであり、闘いに塗り固められた評判を払拭しつつある。そして、ブリクストンヴィレッジ — 地元住民は今でも元々のグランヴィルアーケード（Granville Arcade）という名で呼んでいる — は、ロンドンの主要な観光名所の1つとなっている。ブリクストンヴィレッジは有名なアーケードマーケットの一部を構成しており、南米系の店主が営む精肉店、カリブ系の青果店、アフリカ系の店舗、英国人が営む鮮魚店と、ブティック、レストラン、カフェが空間を共有している。そうした店舗の存在によってブリクストンヴィレッジは生まれ変わり、訪れるべき場所の1つとなっている¹⁰⁾（Evening Standard, 2017b）。

こうした内容が示しているように、ブリクストンは「ロンドンの中でも最もファッショナブルな場所の1つ」（Evening Standard, 2019）となっている。しかし一方では、ブリクストンにおけるジェントリフィケーションやその影響、ジェントリフィケーションの進行に伴う地域住民の不安や不満の高まりも指摘されている。中でもジェントリフィケーションの影響としては、インディペンデント紙において低所得者向けの住宅物件の不足や鉄道高架の修繕工事に伴う高架下店舗の立ち退き問題等が指摘されている（The Independent 2015a）。

また不安や不満の高まりに関する点としては、BRIXTON Blog や Brixton Buzz といったブリクストンのローカル紙によってジェントリフィケーションへの抗議活動が報道されている。抗議活動の例としては、2013年にブリクストンの中心部で不動産会社大手のフォクストンズ（Foxtons）の支店が開業した際に、店舗の窓ガラスにスプレーで「ヤッピーは出ていけ」という言葉が描かれた（BRIXTON Blog, 2013a）。同じく2013年にブリクストンヴィレッジにおいても抗議活動が実施されており、ブリクストンヴィレッジでシャンパンとフロマージュのデリカテッセンの店舗が開業した際に、活動家らが「ヤッピーは出ていけ」とプラカードを掲げ抗議活動を行った（Brixton Buzz, 2013）。

そして2015年4月には、ブリクストンの中心部で、不動産価格の高騰、高所得者層の流入、地域に根差した店舗の閉業等、ブリクストンにおけるジェントリフィケーションに抗議する大規模な反ジェントリフィケーション運動が実施された。その際、フォクストンズの店舗が再び標的とされ、一部の過激な参加者によって店舗のガラスが破壊されている（Brixton Buzz, 2015; Evening Standard, 2015; The Guardian, 2015b）。

このようにブリクストンにおけるジェントリフィケーションとその影響、ジェントリフィケーションに対する抗議活動が報じられる中で、インディペンデント紙ではブリクストンヴィレッジの写真とともに「ブリクストンヴィレッジ：急速にジェントリファイされている地域の中心」（The Independent, 2015c）と記されている。

また、英国各地における住宅価格の高騰を報告しているテレグラフ紙の記事でも、ブリクストンでの住宅価格の上昇に言及されており、冒頭部分ではブリクストンヴィレッジの入口の写真が掲載されている。そして同記事では、「ブリクストンの廃れたグランヴィルアーケードはブリクストンヴィレッジという名に改称され、今では南ロンドンに暮らすヒップスターのための事実上の社員食堂として機能している」（The Telegraph, 2016）と記されている。本来、社員食堂（works canteen）というのは労働者のために設置・運営されるものであるが、ブリクストンヴィレッジではヒップスター向けの高価格なメニューを提供する飲食店が集積していることから、皮肉を込めてヒップスターのための社員食堂と喩えられている。

（2）ブロードウェイマーケット

ブロードウェイマーケットのジェントリフィケーションに関する記事を整理する上では、ハックニー区、ロンドンフィールズ、ブロードウェイマーケットという3つの空間スケールの階層性に着目した。というものの、以下の内容でも確認するように、ロンドンにおいてはハックニー区がジェントリフィケーションの進行地域として認識されており、さらにハックニー区の中でもロンドンフィールズ、ロンドンフィールズの中でもブロードウェイマーケットが注目されているというように、特別区単位の広域なスケールから店舗群の狭域なスケールまでジェントリフィケーションの進行に言及されているためである。

まずハックニー区の状況として、フィナンシャルタイムズ紙はパイアンドマッシュショップ（pie and mash shop）¹⁰のような、「長年にわたって労働者階級の住民らに気取らず安価な食事を提供している店舗」が地

域から失われつつあるということを取り上げている。そして、そうした地域に根差した店舗が失われる要因としてジェントリフィケーションの進行が指摘されており、同記事ではハックニー区が「首都におけるジェントリフィケーションの最前線の地である」と捉えられている（Financial Times, 2019）。

またインディペンデント紙の記事においては、ハックニー区の中でジェントリフィケーションが進行している地域として、ハックニーダウンス（Hackney Downs）、メアストリート（Mare Street）、リージェンツ運河等に加えて、ロンドンフィールズやブロードウェイマーケットが挙げられている（The Independent, 2015b）。さらに、ロンドンフィールズ公園の隣接地での集合住宅建設に関するガーディアン紙の記事では、ロンドンフィールズがハックニー区におけるジェントリフィケーションの中心地であるということに加えて、集合住宅の建設予定地の南東部に位置するブロードウェイマーケットが物件販売の際のセールスポイントの1つとなっていることが指摘されている（The Guardian, 2017）。

ハックニー区の歴史的変容について論じているテレグラフ紙の記事では、オーガニックチーズや珍しいオリーブ等が販売されている状況から、2000年代後半のブロードウェイマーケットを「ジェントリファイされたブロードウェイマーケット」と形容している（The Telegraph, 2018）。また、2013年のフィナンシャルタイムズ紙の記事では、ロンドンフィールズが金融やメディア関連の企業に勤める裕福な専門職層に人気の地域となっているということが指摘されている。同記事では特に新しいデリカテッセンやカフェ、数世代にわたって続く精肉店、酒類販売店等が混在している状況から、ブロードウェイマーケットがロンドンの中でも最もファッショナブルな地域の1つであると捉えられている（Financial Times, 2013）。

さらに、ブロードウェイマーケットのジェントリフィケーションにより直接的に言及している例としては、ジェントリフィケーションの発生の原因や社会的影響、その責任の所在に関する読者からの意見を紹介しているガーディアン紙の記事（The Guardian, 2015a）を挙げることができる。同記事では「ロンドン東部がジェントリフィケーションの影響を受けているということはいくつも知られている」と指摘されており、記事冒頭ではブロードウェイマーケットの写真と共に「ハックニーのブロードウェイマーケット：ジェントリフィケーションはこの地域にどのような影響を及ぼしてきたのか？」と記されている。

以上のように、ブリクストンヴィレッジがブリクス



図5 ブリクストンヴィレッジの様子

(出典) 筆者撮影：2019 年 3 月 1 日

トンにおけるジェントリフィケーションの中心地として認識されていることと同様に、ハックニー区やロンドンフィールズにおいてはブロードウェイマーケットがジェントリフィケーションの中心地として注目されている。

4. ブリクストンヴィレッジとブロードウェイマーケットの比較考察

(1) ブリクストンヴィレッジ

ブリクストンの中心部には約 400 軒の店舗や商業施設が集積している。ブリクストンヴィレッジはその中心商業地域の東部に位置しており、アーケードが備え付けられた屋内型の店舗群となっている（図5）。ブリクストンヴィレッジは、2000 年代初頭には 20 店舗ほどが空き店舗という衰退状況にあり、解体を行った後に集合住宅を建設するという再開発計画も案出されていた。しかし、反対運動によって再開発計画は白紙に戻され、地域再生事業に取り組むスペースメーカーズ社（Spacemakers）、不動産会社のロンドン＆アソシエイティッド不動産（London & Associated Properties）、ランベス区によって 2009 年からブリクストンヴィレッジの再建が進められた。再建策の 1 つとして新しいテナントの入居を促すためにテナント料の 3 か月分が無料化されたことにより、多くの新しい店舗がブリクストンヴィレッジで営業を始め、現在のような食通が訪れるような消費空間へと再生されたのであった（Evening Standard, 2012, 2013; Spacemakers, 2020）。

再生事業の開始から 10 年が経過した本研究の調査時点において、ブリクストンヴィレッジは 81 軒の店舗によって構成されている。2019 年 3 月時点では全店舗のうち 78 軒が営業されており、3 軒が非営業状態（閉鎖中、閉業中、改修中）であった。そして、2020 年 2 月時点では営業状態の店舗の数が 2 軒減少して 76

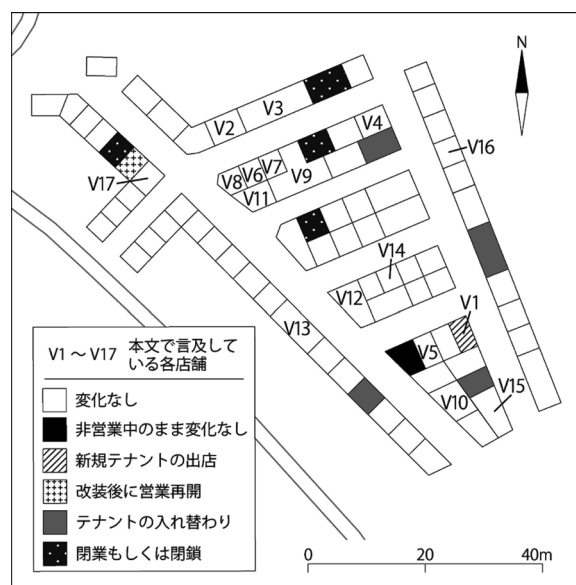


図6 ブリクストンヴィレッジの店舗と変化の状況

(出典) 現地調査をもとに筆者作成。



2019 年



2020 年

図7 空き店舗での新規テナントの出店

(出典) 筆者撮影：2019 年 1 月 23 日、2020 年 1 月 30 日

軒となり、5 軒が非営業状態となっている（表1）。営業状態の店舗数の減少に関しては、2019 年に営業状態であった 4 軒が 2020 年には閉業、閉鎖、テナントの撤退等により非営業状態となった。一方で、2019 年時点では 1 軒が改装状態であったが 2020 年に営業を再開しており、さらに空き店舗となっていたテナントで The Wine Parlour (V1: 飲食)¹²⁾（図6、図7）が開業したため、結果的にブリクストンヴィレッジでは

営業状態の店舗が2軒減少することとなった。

また、2019年から2020年にかけて4軒の店舗においてテナントの入れ替わりが生じ、そのうち2軒では業種に変化がなかった。そして、残りの2軒のうち1軒は飲食店から植物販売店、別の1軒は衣料品販売店から書籍販売店となり、この2軒においてはテナントと業種の両方において変化が生じた。

営業状態にある店舗の業種別の店舗数は両時点において飲食が最も多く、2019年には27軒、2020年には28軒と、飲食の店舗だけで全店舗の約34%が占められている。そして、飲食に次いで多い食料品販売（スーパーマーケット、鮮魚店、青果店、精肉店、デリカテッセン等）は2019年に16軒、2020年に14軒が営業しており、食料品販売店の次に多い衣料品販売は2019年に13軒、2020年に11軒営業されている。

飲食、食料品販売、衣料品販売の3業種の店舗数の合計（2019年：56軒、2020年：53軒）は、2019年時点では全体の69.1%、2020年時点では65.4%を占めており、これらの3業種がブリクストンヴィレッジを構成する店舗の主要な業種となっている。そして、これらの3業種に次ぐ業種としては小物雑貨販売（2019年：8軒、2020年：7軒）や理容美容サービス（両時点で3軒）が多くなっており、その他各1軒から2軒の多様な業種の店舗によってブリクストンヴィレッジの消費空間は構成されている。

こうした構成店舗のテナントの変化や業種に関する特徴を踏まえた上で、ブリクストンヴィレッジで営業されている店舗と地域の人種民族構成の関係性について検討する。2章において、ブリクストンの中でもブリクストンヴィレッジが位置しているコールドハーバーは、特に黒人・黒人系英国人が多く、さらに黒人・黒人系英国人の中でも特に黒人系カリブ人と黒人系アフリカ人が大きな割合を占めているということを述べた。また、ブリクストンにはラテンアメリカ系住民のコミュ

表1 各店舗群の構成店舗の業種別店舗数とその変化

業種	ブリクストンヴィレッジ（単位：軒）			ブロードウェイマーケット（単位：軒）		
	2019年	2020年	店舗数増減 (2019-2020年)	2019年	2020年	店舗数増減 (2019-2020年)
飲食	27	28	+1	19	18	-1
食料品販売	16	14	-2	12	12	0
衣料品販売	13	11	-2	6	6	0
小物雑貨販売	8	7	-1	0	1	+1
理容美容サービス	3	3	0	4	4	0
美容健康用品販売	2	2	0	1	3	+2
たばこ販売	2	2	0	0	0	0
医療サービス	1	1	0	2	2	0
生活雑貨販売	1	1	0	1	1	0
ギャラリー	1	1	0	1	0	-1
玩具販売	1	1	0	0	0	0
ウィッグ販売	1	1	0	0	0	0
電子機器販売	1	1	0	0	0	0
レコード販売	1	1	0	0	0	0
植物販売	0	1	+1	0	0	0
書籍販売	0	1	+1	3	3	0
不動産	0	0	0	3	3	0
酒類販売	0	0	0	3	3	0
薬局	0	0	0	2	2	0
貴金属販売	0	0	0	1	1	0
ブックメーカー	0	0	0	1	0	-1
小計	78	76	-2	59	59	0
非営業店舗	3	5	+2	5	5	0
合計	81	81	0	64	64	0

（出典）現地調査をもとに筆者作成。

ニティが形成されているということも指摘した。つまり、ブリクストンはカリブ系住民、アフリカ系住民、ラテンアメリカ系住民の集住地域として特徴づけることが可能であり、そうした地域的な特徴はブリクストンヴィレッジの店舗にも見て取ることができる。

例えば、KUMASI MARKET AFRO CRIBBEAN SHOP（V2：食料品販売）、African Queen Fabrics（V3：衣料品販売）、GLORY AFRO CARIBBEAN FOOD STORE（V4：食料品販売）、MTK African Restaurant（V5：飲食）の店舗名には「アフリカン」、「カリビアン」といった言葉が含まれている。さらに、SIERRA LEONE GROCERIES（V6：食料品販売）のようにシエラレオネという具体的な国名を掲げている店舗や、HABESHA VILLAGE（V7：飲食）のように店先に「エチオピア料理とエリトリア料理」と表記している店舗もある。

また、ブリクストンヴィレッジではTHE WIG BAZAAR（V8：ウィッグ販売）の1軒のみであったが、ウィッグ販売店の立地はカリブ系住民やアフリカ系住民が多く暮らす地域の消費空間の特徴の1つであると

言える。というものの、ウィッグを専門的に取り扱う店舗はカリブ系住民やアフリカ系住民の身体的特徴（縮毛）を前提として商品を提供しているためである。そのため、ウィッグ販売店はブリクストンヴィレッジの周辺にも複数立地しており、またブリクストンだけではなく、例えばアフリカ系住民の集住地域である南ロンドンのペッカム（Peckham）においても複数のウィッグ販売店を確認することができる。

そしてラテンアメリカ系住民のコミュニティに関連する点として、ブリクストンヴィレッジには RESTAURANTE SANTA FERENO（V9：飲食）や EL RANCHO de LALO（V10：飲食）といったラテンアメリカ系料理店、そして Latin & Caribbean Food Store（V11：食料品販売）や ALI FOOD STORE（V12：食料品販売）のように「ラテン」と「カリビアン」の両方が店舗名や看板の表記に含まれている店舗も立地している。

こうしたカリブ系、アフリカ系、ラテンアメリカ系の店舗の存在にブリクストンの地域的特徴を見て取ることができるが、ブリクストンヴィレッジにはこうしたエスニック集団と関連がある店舗の他にも様々な国や地域の店舗が集積している。そうした店舗の業種としては特に飲食や食料品販売が多く、例えばシャンパンとフロマージュのデリカテッセン CHAMPAGE + FROMAGE（V13：食料品販売）、イタリア料理店 GRAZIE DIO（V14：飲食）、タイ料理・アジア料理店の Kaosarn（V15：飲食）、日本食レストランの OKAN（V16：飲食）、中華料理店の mamalan（V17：飲食）等を挙げることができる。

こうした状況は、イヴニングスタンダード紙（Evening Standard, 2017b）で述べられている多様な店舗が並存している状況そのものであり、また特に店舗の国籍の多様性を強調するならば、ブリクストンヴィレッジでは多国籍な消費空間が形成されていると言い換えることも可能である。

（2）ブロードウェイマーケット

ブリクストンヴィレッジはブリクストンの中心商業地域の一部を成す屋内型の店舗群であるが、一方で、ブロードウェイマーケットは一般道路に面した店舗群となっている（図8）。ブロードウェイマーケットは64軒の店舗によって構成されており、2019年3月と2020年2月の両調査時点において59軒が営業状態、5軒が非営業状態であった（表1、図9）。テナントの変化に関しては、2019年と2020年の両時点において営業状態の店舗数と非営業状態の店舗数の双方において変動が見られなかった。

ただし、実際のテナントの状態をみた場合には、1軒の店舗が閉業し、さらに別の1軒の店舗においてテナントの撤退が生じたため、合計2軒が非営業状態となった。一方、別の2軒の店舗において新たにテナントが出店したことにより、飲食業と美容健康用品販売の店舗が増加した。そのため、結果的に営業状態の店舗数と非営業状態の店舗数には変化が生じなかった。

なお、その他の変化として、2軒の店舗でテナントの入れ替わりと業種の変化が生じ、1軒は飲食店から小物雑貨販売店へ、残りの1軒はギャラリーから美容健康用品販売店となった。

営業状態の店舗の業種別の店舗数は、ブリクストンヴィレッジと同じく両時点において飲食業が最も多く、2019年には19店舗、2020年には18店舗と1店舗の減少が見られたが、両時点において全店舗の30%近くが飲食業の店舗によって占められている。さらにブリクストンヴィレッジと共通する点として、ブロードウェイマーケットにおいても飲食業に次いで食料品販売（両時点で12軒）と衣料品販売（両時点で6軒）が多くなっている点を挙げることができる。これらの3業種の店舗数の合計（2019年37軒、2020年36軒）は、2019年時点では全体の57.8%、2020年時点では全体の56.3%となっており、この3業種の店舗によってブロードウェイマーケットの半数以上が占められている。

ブリクストンヴィレッジではこれらの3業種に次いで小物雑貨販売と理容美容サービスが多くなっているが、ブロードウェイマーケットでは理容美容サービス（両時点で4軒）が多くなっている。そして、理容美容サービスに次いで書籍販売、不動産、酒類販売の3業種が両時点で各3軒立地しており、小物雑貨販売は2019年に0軒、2020年には1軒のみとなっている。

ブリクストンヴィレッジとブロードウェイマーケットのそれぞれの店舗群を構成している業種の数を比較した場合、ブリクストンヴィレッジでは2019年は14業種、2020年は16業種、ブロードウェイマーケットでは14業種、2020年は13業種と両店舗群のあいだに大きな差異は認められない。しかし、ブリクストンヴィレッジにはたばこ販売、玩具販売、ウィッグ販売、レコード販売、植物販売の店舗が立地しているが、ブロードウェイマーケットにはそうした業種の店舗は立地していない。一方で、書籍販売、不動産業、酒類販売、薬局等の業種の店舗が複数立地しているという状況は、ブリクストンヴィレッジに見られないブロードウェイマーケットの特徴となっている。

ブリクストンヴィレッジでは様々な国や地域の店舗が立地しているということを確認したが、ブロードウェイ

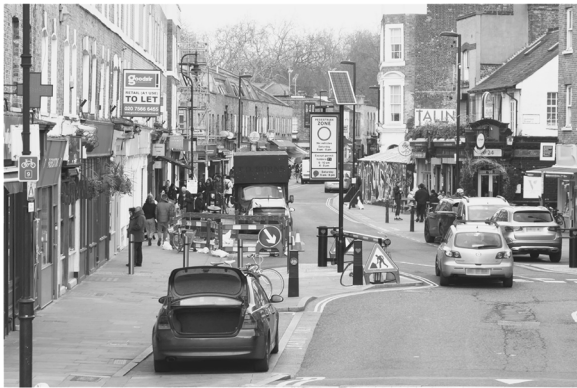


図8 ブロードウェイマーケットの様子
（出典）筆者撮影：2019年1月25日

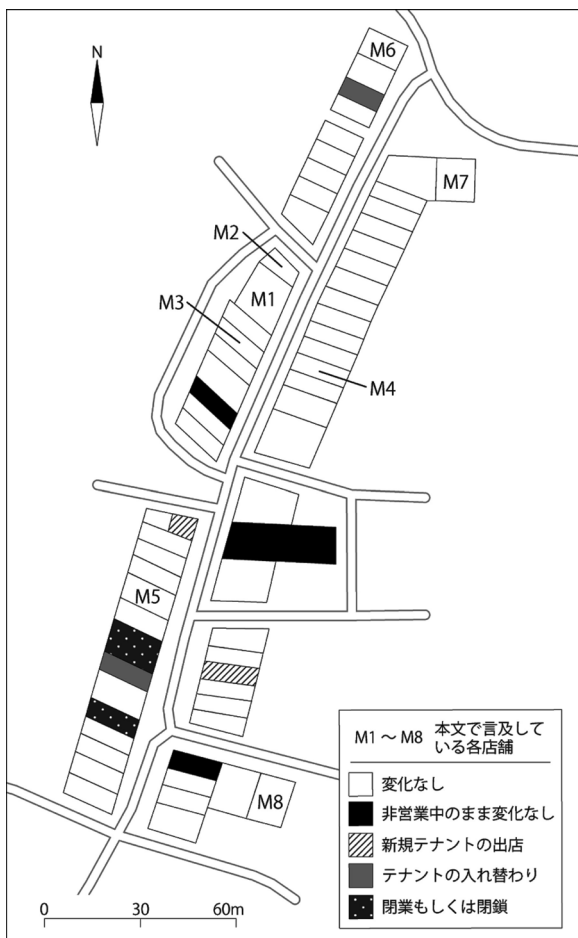


図9 ブロードウェイマーケットの店舗と変化の状況
（出典）現地調査をもとに筆者作成。

イマーケットにも海外の店舗が複数立地している。例えば、イタリア料理店の Bella Vita（M1：飲食）、地中海料理・スペイン料理店の EL GANSO（M2：飲食）、そして、日本食レストランの OKKO（M3：飲食）を挙げることができる。また、2008年にブリクストンヴィレッジの西側に位置するブリクストンマーケットロウで1号店を開業し、2020年現在ではロンドンを中心に約50店舗を展開しているイタリア料理店チャー

ン FRANCO MANCA（M4：飲食）の店舗がブロードウェイマーケットでも営業している（The Telegraph, 2013; FRANCO MANCA, 2020）。

2章で確認したように、ブロードウェイマーケットの周辺地域はブリクストンと同じくアフリカ系・カリブ系の住民が比較的多く、ブロードウェイマーケットが位置する2つのウォードでは黒人・黒人系英国人が各ウォードの人口の20%以上を占めている。またブロードウェイマーケット南部のウォードであるセントピーターズではアジア人・アジア系英国人の割合が40.4%を占め、バングラデシュ系の住民が非常に高い割合を占めている。しかしながら、ブロードウェイマーケットにおいては、ブリクストンヴィレッジのように人種民族構成の特徴と立地している店舗に強い関連性を見出せるわけではなく、アジア系の店舗も上記の日本食レストラン1軒のみであった。

一方で、ブリクストンヴィレッジには見られない特徴として、ブロードウェイマーケットには健康志向の店舗が複数立地している。そうした店舗の例として、ORGANIGO（M5：食料品販売）、SULTAN FOOD & WINE（M6：食料品販売）、LONDON FIELDS EXPRESS¹³⁾（M7：食料品販売）、isle of olive（M8：食料品販売）を挙げることができ、これらの店舗の入口付近や店舗名が記された看板付近には、健康的（healthy）、有機的（organic）、自然由来の（natural）といった表記が見られ、健康志向であることが強調されていた。

5. 結 論

ここまで、ブリクストンヴィレッジとブロードウェイマーケットを対象として、周辺地域の人種民族構成、店舗群に関する言及や評価、構成店舗の現状について考察を行ってきた。以下では考察の結果と得られた知見を整理する。

1点目は、ブリクストンにおいてブリクストンヴィレッジが、ロンドンフィールズにおいてブロードウェイマーケットが、それぞれジェントリフィケーションの中心的な存在として認識されているということである。メディアの記事から明らかとなったとおり、ブリクストンは観光や地域イメージの点において象徴的な場所として認識されている。しかし、ブリクストンで進行しているジェントリフィケーションの中心地として認識されている側面もあり、ブリクストンヴィレッジの店舗を対象とした反ジェントリフィケーションの抗議活動に関する報道や、ヒップスターのための空間であるとしてブリクストンヴィレッジを批判的に捉える記事も見られた。

他方、ブリクストンやブリクストンヴィレッジほどメディアで取り上げられる機会は多くはないが、ロンドンフィールズやブロードウェイマーケットに言及している記事も複数確認することができた。「ジェントリフィケーションの最前線の地」(Financial Times, 2019)として捉えられているハックニー区の中でも、ロンドンフィールズはジェントリフィケーションの中心地の1つとして位置づけられている。さらに、そのロンドンフィールズの中でもブロードウェイマーケットはジェントリフィケーションの中心的な存在として認識されていた。

2点目は、ブリクストンヴィレッジとブロードウェイマーケットにおいて飲食、食料品販売、衣料品販売の3業種が主要な業種となっているということである。

両店舗群を構成している店舗の業種の中でも飲食が最も大きな割合を占めており、飲食だけで全店舗の30%程度が占められていた。また、飲食に次いで食料品販売と衣料品販売の店舗が多いという状況も両店舗群に共通していた。さらに、両店舗群においてこれらの3業種の店舗数の合計が全店舗の50%以上を占めているということから、それぞれの地域においてジェントリフィケーションの中心的な存在として認識されている店舗群において、飲食、食料品販売、衣料品販売が主要な業種となっているということが明らかとなった。

また、1年間という短期間でも両店舗群の複数の店舗において業種や営業状態の変化、テナントの入れ替わり等が生じていた。ブリクストンヴィレッジにおいては4軒の店舗が営業状態から非営業状態となり、2軒が改装状態や空き店舗状態から営業状態となっていた。そして4軒の店舗においてテナントの入れ替わりが生じていた。一方、ブロードウェイマーケットでは2軒においてテナントが新規出店、2軒が非営業状態となり、また2軒の店舗でテナントの入れ替わりと業種の変化が生じていた。こうした変化を即座にジェントリフィケーションの進行と捉えることは早計に過ぎるが、1年間という短期間でも店舗構成に変化が生じているということは、短期的な変化の把握の必要性

を示唆している。

3点目として、地域の人種民族構成との関係性、店舗の多国籍性、健康志向の店舗の立地等、2つの店舗群の全体的な特徴に相違が見られた。ブリクストンには多くのカリブ系住民やアフリカ系住民が多く暮らししており、ラテンアメリカ系住民のコミュニティも形成されている。そうした状況下にあって、ブリクストンヴィレッジにはカリブ系、アフリカ系、ラテンアメリカ系の店舗が立地しており、さらにそうしたエスニック集団とは直接的に関係のない国や地域の店舗も立地していた。その点を踏まえ、ブリクストンヴィレッジでは多国籍な消費空間が形成されているということを指摘した。

一方、ブロードウェイマーケットの周辺の各ウォードにおいても黒人・黒人系英国人が20%以上を占めており、南部のセントピーターズはバングラデシュ系住民の集住地域となっている。しかし、ブロードウェイマーケットではそうしたエスニック集団向けの店舗は見られず、大陸ヨーロッパ系の飲食店や健康志向の店舗の立地がブロードウェイマーケットの特徴となっていた。

以上のように、本研究では、ブリクストンの消費空間の実態が必ずしも詳細に論じられているわけではないという問題意識の下、ブリクストンヴィレッジとブロードウェイマーケットの比較考察を通じて、双方の店舗群の特徴、共通点、相違点の把握を試みた。そして本研究で得られた考察結果や知見は、ブリクストンの消費空間に関するHubbard(2018)らの指摘を補強するものとして位置づけることができる。すなわち、ジェントリフィケーションの進行地域に位置する消費空間には具体的にどのような店舗が立地しているのかということを説明する上で有用な説明材料としてその活用が期待される。そして、ブリクストンやロンドンフィールズに限らず、さらに言うところロンドンに限らず、各国の都市でジェントリフィケーションの進行が確認されている地域の消費空間の実態を明らかにする上でも、本研究で得られた知見は1つの参照点となるだろう。

【注】

1. 引用文中の補足は原著者らによる。
2. ヒップスターとは、好奇心や遊び心、鋭い審美眼を持ち、フランネル製のシャツやフラットホワイトコーヒーを好み、髭を生やす等、流行に敏感でありながら主流のファッションや志向性とは一線を画している人びとのことを指している(Hubbard, 2016)。

3. 現地調査は2018年10月から2019年3月、2019年10月から2020年2月にかけて実施した。なお、本研究の性格上、店舗の情報に関しては2019年と2020年の特定の時点における情報を使用し分析することが有効であると判断した。そのため、分析に使用した店舗名、業種、営業状態に関する各店舗の情報は調査日時を限定して収集したもの

- であり、下記の調査時点における情報であるということをも補足しておく（ブリクストンヴィレッジ：2019年3月4日・5日，2020年2月8日，ブロードウェイマーケット：2019年3月5日，2020年2月14日）。
4. 2011年のセンサスでは、大分類の1カテゴリーとしての黒人・黒人系英国人（Black or Black British）は、黒人系カリブ人（Black Caribbean）、黒人系アフリカ人（Black African）、その他の黒人系（Other Black）の3つの小分類から構成されている。
 5. 2011年のセンサスでは、大分類の1カテゴリーとしての白人（White）は、白人系英国人（White British）、白人系アイルランド人（White Irish）、白人系ジプシー・アイルランド系トラベラー（White Gypsy or Irish Traveller）、その他の白人系（Other White）の4つの小分類から構成されている。
 6. 2011年のセンサスでは、人種民族の大分類が白人、ミックス（Mixed）、アジア人・アジア系英国人、黒人・黒人系英国人、その他（Other）の5分類、小分類では18の人種民族集団に分類されている。しかし、そこにラテンアメリカ系という分類が設けられておらず、センサスにおけるラテンアメリカ系住民に対する認識不足が指摘されている（Mas Giralt and Granada, 2015）。なお、一般的には、カリブ海諸国はラテンアメリカ地域に含まれるが、本研究においてはセンサスの分類に含まれている黒人系カリブ人と、ラテンアメリカ系住民を異なるエスニック集団として理解する。Hayati (2018: 4) においては、ラテンアメリカ系住民はスペイン語もしくはポルトガル語を母語としている人びととされているため、本研究においてもそのHayati (2018) の理解に依ることとする。
 7. ハックニー区とタワーハムレッツ区においては、2014年5月にウォードの境界が再編されている。本研究で参照しているデータ（GLA, 2020）ではその点が考慮され、2014年5月以後の境界に基づき各ウォードの情報が再調整されている。再調整された統計数値には小数点以下の数値が含まれるため、本研究では便宜的に小数点以下の数値は四捨五入し、整数として取り扱っている。
 8. 2011年のセンサスでは、大分類の1カテゴリーとしてのアジア人・アジア系英国人（Asian or Asian British）は、インド系（Indian）、パキスタン系（Pakistani）、バングラデシュ系（Bangladeshi）、中国系（Chinese）、その他のアジア系（Other Asian）の5つの小分類から構成されている。
 9. 正確に言うと、ブリクストンマーケットという名称の場所は存在しているわけではないが、記事（Evening Standard, 2016）の内容から、ブリクストンヴィレッジ、アトランティックロード（Atlantic Road）を挟んでブリクストンヴィレッジの西側に位置するブリクストンマーケットロウ（Brixton Market Row）、そしてブリクストンマーケットロウの北側に位置し路面店と露店が集積しているエレクトリックアベニュー（Electric Avenue）の3箇所の店舗群をブリクストンマーケットと総称していると考えられる。
 10. 引用文中の「闘い」とは、引用文直前で記述されているブリクストンにおける人種間対立やその延長で生じた1981年、1985年、1995年の暴動を指している。また「アーケードマーケット」とは上記の注9で言及しているブリクストンマーケットロウとブリクストンヴィレッジのことを指している。
 11. パイアンドマッシュクラブ（The Pie and Mash Club）の創設者によると、このパイとマッシュポテトから成る料理は19世紀中葉もしくは19世紀後半頃からロンドンの文化シーンを象徴するものとなっており、「ロンドン発祥のファストフード」とであると説明されている（Financial Times, 2019）。
 12. （ ）内前半部の英数字は図6および図9に示した英数字と対応しており、（ ）内後半部は店舗の業種を示している。なお、店舗名の表記（小文字、大文字等）は各店舗の看板等で示されている表記に準拠している。また、（ ）内前半部の英数字のうち、「V」はBrixton Villageの「V」を、「M」はBroadway Marketの「M」を表している。
 13. 2019年時点での店舗名はUMIT SUPERMARKET & OFF LICENCEであった。
- 【引用・参考文献】
- 五十嵐康正（2009）「場所の力」とどうつきあうか．岩淵拓郎・原口剛・上田假奈代（編）『こころのたねとして—記憶と社会をつなぐアートプロジェクト』、特定非営利活動法人こえとことばとこころの部屋（ココルーム）、246-279.
- Bridge, G. and Dowling, R. (2001) Microgeographies of retailing and gentrification. *Australian Geographer*, 32(1), 93-107.
- Butler, T. and Robson, G. (2001) Social capital, gentrification and neighbourhood change in London: A comparison of three South London neighbourhoods. *Urban Studies*, 38(12), 2145-2162.
- González, S. (2019) Contested marketplaces: Retail spaces at the global urban margins. *Progress in Human Geography*, 44(5), 877-897.
- González, S. and Waley, P. (2013) Traditional retail markets: The new gentrification frontier? *Antipode*, 45(4), 965-983.
- González, S. and Dawson G. (2015) Traditional markets under threat: Why it's happening and what traders and customers can do. <http://tradmarketresearch.weebly.com/uploads/4/5/6/7/45677825/traditional_markets_under_threat_full.pdf>.
- 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*. Oxfordshire and New York: Routledge, 54-71.
- Hayati, J. (2018) *No hablo Inglés: Language barriers to integration for the Latin American community in Brixton*. London: Royal Holloway University of London.
- Hubbard, P. (2016) Hipsters on our high streets: Consuming the gentrification frontier. *Sociological Research Online*, 21(3). <<https://www.socresonline.org.uk/21/3/1.html>>.
- Hubbard, P. (2017) *The Battle for the High Street: Retail Gentrification, Class and Disgust*. London: Palgrave Macmillan.
- Hubbard, P. (2018) Retail gentrification. In Lees, L. and Phillips, M. (eds.) *Handbook of Gentrification Studies*. Cheltenham and Northampton: Edward Elgar Publishing, 294-309.
- Jeong, Y., Heo, J. and Jung, C. (2018) Retail gentrification in residential neighborhoods: Gyeongridan, Seoul. *Asian Journal of Behavioural Studies*, 3(12), 125-134.

- Mas Giralt, R. and Granada, L. (2015) Latin Americans migrating from Europe to the UK: Barriers to accessing public services and welfare. Leeds: University of Leeds. <<http://www.lawrs.org.uk/wp-content/uploads/2015/11/Latin-Americans-migrating-from-Europe-to-the-UK.pdf>>.
- McIlwaine, C. and Bunge, D. (2016) Towards visibility: The Latin American community in London. London: Trust for London. <<https://www.qmul.ac.uk/geog/latinamericansinlondon/>>.
- Pascual-Molinas, N. and Ribera-Fumaz, R. (2009) Retail gentrification in Ciutat Vella, Barcelona. In Porter, L. and Shaw, K. (eds.) *Whose Urban Renaissance? An International Comparison of Urban Regeneration Strategies*. London and New York: Routledge, 180-190.
- Pieron, R. and Naef, P. J. (2019) Exploring new frontiers? “Neo-slumming” and gentrification as a tourism resource. *International Journal of Tourism Cities*, 5(3), 338-353.
- Robson, G. and Butler, T. (2001) Coming to terms with London: Middle-class communities in a Global City. *International Journal of Urban and Regional Research*, 25(1), 70-86.
- Schlack, E. and Turnbull, E. (2015) Emerging retail gentrification in Santiago de Chile: The case of Italia-Cau polían. In Lees, L., Shin, H. B. and López-Morales, E. (eds.) *Global Gentrifications: Uneven Development and Displacement*. Bristol and Chicago: Policy Press, 349-373.
- Sullivan, D. M. and Shaw, S. C. (2011) Retail gentrification and race: The case of Alberta Street in Portland, Oregon. *Urban Affairs Review*, 47(3), 413-432.
- Zukin, S., Trujillo, V., Frase, P., Jackson, D., Recuber, T. and Walker, A. (2009) New retail capital and neighborhood change: Boutiques and gentrification in New York City. *City and Community*, 8(1), 47-64.
- 【参照ウェブサイト】
- BRIXTON Blog (2013a) ‘Yuppies out’ scrawled across window of new Foxtons on Brixton Road. <<https://brixtonblog.com/2013/03/yuppies-out-scrawled-across-window-of-new-foxtons-on-brixton-road/10823/>> (2013 年 3 月 27 日掲載, 2020 年 8 月 22 日閲覧).
- BRIXTON Blog (2013b) The beating heart of Latin American Brixton. <<https://brixtonblog.com/2013/06/the-beating-heart-of-latin-american-brixton/13041/>> (2013 年 6 月 1 日掲載, 2020 年 8 月 27 日閲覧).
- Brixton Buzz (2013) Photos of the Yuppies Out protest against the opening of Champagne & Fromage in Granville Arcade, Brixton Village, Brixton. <<https://www.brixtonbuzz.com/2013/10/photos-of-the-yuppies-our-protest-against-the-opening-of-champagne-fromage-in-granville-arcade-brixton-village-brixton/>> (2013 年 10 月 11 日掲載, 2020 年 10 月 18 日閲覧).
- Brixton Buzz (2015) Reclaim Brixton sees thousands gather in Windrush Square to make a stand against increasing gentrification. <<http://www.brixtonbuzz.com/2015/04/reclaim-brixton-sees-thousands-gather-in-windrush-square-to-make-a-stand-against-increasing-gentrification/>> (2015 年 4 月 25 日掲載, 2020 年 8 月 6 日閲覧).
- Evening Standard (2012) Professionals fuel 15 per cent property price surge in Brixton. <<https://www.standard.co.uk/news/london/professionals-fuel-15-per-cent-property-price-surge-in-brixton-7636474.html>> (2012 年 4 月 11 日掲載, 2020 年 8 月 27 日閲覧).
- Evening Standard (2013) Is gentrification killing Brixton Market? <<https://www.standard.co.uk/lifestyle/esmagazine/is-gentrification-killing-brixton-market-8465017.html>> (2013 年 1 月 25 日掲載, 2020 年 7 月 29 日閲覧).
- Evening Standard (2015) Brixton march: Protesters smash up Foxtons shop front and storm Town Hall during Reclaim Brixton event. <<https://www.standard.co.uk/news/london/reclaim-brixton-march-protesters-smash-up-foxtons-shop-front-and-storm-lambeth-town-hall-10203936.html>> (2015 年 4 月 25 日掲載, 2020 年 10 月 17 日閲覧).
- Evening Standard (2016) Live near a London market: The capital’s top seven street markets with year-round appeal - and where to look to buy a home. <<https://www.homesandproperty.co.uk/property-news/buying/new-homes/live-near-a-london-market-the-capitals-top-seven-street-markets-with-year-round-appeal-and-where-to-a106656.html>> (2016 年 11 月 2 日掲載, 2020 年 7 月 9 日閲覧).
- Evening Standard (2017a) First-time buyer homes for sale in Brixton: Hundreds of new shared-ownership flats hit south-west London hipster hotspot - with prices starting from £85k. <<https://www.homesandproperty.co.uk/property-news/buying/first-time-buyers/first-time-buyer-homes-for-sale-in-brixton-more-than-100-shared-ownership-flats-for-sale-in-southwest-a111701.html#gallery>> (2017 年 7 月 5 日掲載, 2020 年 7 月 29 日閲覧).
- Evening Standard (2017b) Living in Brixton: Area guide to homes, schools and transport links. <<https://www.homesandproperty.co.uk/area-guides/lambeth-borough/brixton/living-in-brixton-area-guide-to-homes-schools-and-transport-links-a113811.html>> (2017 年 9 月 18 日掲載, 2020 年 8 月 4 日閲覧).
- Evening Standard (2018) Prime SW2 location: Brixton new flats with shared ownership from £100,000 are five minutes from the Tube. <<https://www.homesandproperty.co.uk/property-news/buying/first-time-buyers/brixton-new-flats-with-shared-ownership-from-100000-are-five-minutes-from-the-tube-a125441.html#gallery>> (2018 年 11 月 12 日掲載, 2020 年 8 月 22 日閲覧).
- Evening Standard (2019) Living and renting in Brixton: Travel links, parking, schools, best streets - and the average cost of monthly rent. <<https://www.homesandproperty.co.uk/property-news/renting/living-and-renting-in-brixton-travel-links-parking-schools-best-streets-and-the-average-cost-of-a132291.html>> (2019 年 7 月 30 日掲載, 2020 年 8 月 22 日閲覧).
- Financial Times (2013) The hipster market. <<https://www.ft.com/content/4e7865e2-453b-11e2-838f-00144feabdc0>> (2013 年 1 月 5 日掲載, 2020 年 8 月 2 日閲覧).

- Financial Times (2019) London loses appetite for pie and mash shops. <<https://www.ft.com/content/8b7elac6-765e-11e9-bbad-7c18c0ea0201>> (2019 年 6 月 8 日掲載, 2020 年 10 月 16 日閲覧).
- FRANCO MANCA (2020) <<https://www.francomanca.co.uk/>> (2020 年 8 月 21 日閲覧).
- GLA (Greater London Authority) (2020) Ward Profiles and Atlas 'Ward-atlas-2014 boundaries' of London Datastore. <<https://data.london.gov.uk/dataset/ward-profiles-and-atlas>> (2020 年 9 月 4 日閲覧).
- Spacemakers (2020) <<http://www.spacemakers.info/>>, <<http://www.spacemakers.info/projects/brixton-village>> (2020 年 9 月 4 日閲覧).
- The Guardian (2015a) 'It has slowly eroded the place away': your stories of gentrification - from London to LA. <<https://www.theguardian.com/cities/2015/mar/24/it-has-slowly-eroded-the-place-away-your-stories-of-gentrification-from-london-to-la>> (2015 年 3 月 24 日掲載, 2020 年 8 月 2 日閲覧).
- The Guardian (2015b) Brixton at standstill as crowds register frustration at gentrification <<https://www.theguardian.com/uk-news/2015/apr/26/brixton-at-standstill-as-crowds-register-frustration-at-gentrification>> (2015 年 4 月 26 日掲載, 2020 年 10 月 17 日閲覧).
- The Guardian (2017) The new hipsters? London's exclusive 'downsizer' homes for the over-55s. <<https://www.theguardian.com/cities/2017/may/31/downsizer-homes-last-stab-baby-boomers-gentrification-london>> (2017 年 5 月 31 日掲載, 2020 年 8 月 4 日閲覧).
- The Independent (2015a) Battle for Brixton: Residents and retailers fight back as gentrification pushes poorer families out the area. <<https://www.independent.co.uk/news/uk/home-news/battle-for-brixton-residents-and-retailers-fight-back-as-gentrification-pushes-poorer-families-out-10218979.html>> (2015 年 5 月 1 日掲載, 2020 年 8 月 6 日閲覧).
- The Independent (2015b) Thousands sign petition calling on London borough of Hackney to stop 'criminalising' homeless people. <<https://www.independent.co.uk/news/uk/home-news/thousands-sign-petition-calling-on-london-borough-of-hackney-to-stop-criminalising-homeless-people-10295269.html>> (2015 年 6 月 3 日掲載, 2020 年 8 月 2 日閲覧).
- The Independent (2015c) Gentrification pushing some of the poorest members of society out of their homes, says study. <<https://www.independent.co.uk/news/uk/home-news/gentrification-pushing-some-of-the-poorest-members-of-society-out-of-their-homes-says-study-a6695926.html>> (2015 年 10 月 15 日掲載, 2020 年 8 月 2 日閲覧).
- The Telegraph (2013) Word of mouth: Giuseppe Mascoli, Brixton's pizza king. <<https://www.telegraph.co.uk/foodanddrink/9959288/Word-of-mouth-Giuseppe-Mascoli-Brixtons-pizza-king.html>> (2013 年 3 月 28 日掲載, 2020 年 8 月 21 日閲覧).
- The Telegraph (2016) How the UK's best restaurants are driving up property prices. <<https://www.telegraph.co.uk/property/house-prices/how-the-uks-best-restaurants-are-driving-up-property-prices/>> (2016 年 10 月 21 日掲載, 2020 年 7 月 7 日閲覧).
- The Telegraph (2018) Tudor mansions and pig swinging - the surprising history of Hackney. <<https://www.telegraph.co.uk/travel/destinations/europe/united-kingdom/england/london/articles/The-surprising-history-of-Hackney/>> (2018 年 5 月 18 日掲載, 2020 年 8 月 22 日閲覧).

【付記】

本研究を進めるにあたって JSPS 特別研究員奨励費（課題番号：18J23295）の一部を利用した。

(大阪市立大学大学院文学研究科 大学院生, 日本学術振興会特別研究員 DC)
【2020 年 8 月 28 日受付／2020 年 11 月 6 日受理】

Comparative Analysis of Consumption Spaces Located in Gentrifying Areas: A Case Study of Brixton Village and Broadway Market in London

Takuma MATSUO

Since the late 2000s, the concept of retail gentrification has been used in gentrification research. However, research on the topic considers not only retail stores but also many other types of business establishments. With this in mind, this study has pointed out that it is necessary to relabel retail gentrification as consumption space gentrification. On that basis, the author selected two groups of business establishments in London – Brixton Village and Broadway Market – in order to analyse the current situations and characteristics of consumption spaces in gentrifying areas. The author first referred to statistical information to grasp the characteristics of the racial and ethnic makeup of the surrounding areas, and then analysed articles covered by the media to examine the significance and evaluation of each group of business establishments for its surrounding areas. Based on the information obtained from the field research in 2019 and 2020, the author attempted to identify the types and conditions of the business establishments that make up the two groups concerned, in addition to the overall characteristics of the two groups. With regard to the racial and ethnic makeup of the surrounding areas, it was revealed that the areas around Brixton Village are home to many Caribbeans, Africans and Latin Americans, while a large number of Bangladeshis reside in the southern part of Broadway Market. Moreover, as a result of analysing the articles covered by the media, it became clear that the two groups of business establishments are regarded as central players in gentrification in their respective areas. In addition, three main business types in the two groups of business establishments were identified: restaurants and cafés, groceries and clothing stores. While Brixton Village has formed a multi-national consumption space, Broadway Market contains some stores for health-conscious consumers.

Keywords : gentrification, consumption space, media analysis, Brixton Village, Broadway Market