

ドイツにおける青空市 (Markt) の 形態と供給産地の特徴

— バーデン・ヴュルテンベルク州、ルードヴィヒスブルグとバルトキルヒ —

福島大学 経済経営学類

准教授 小山良太
准教授 森良次

はじめに

二〇〇九年度より農林水産省の新事業として、「仮設型直売システム普及事業」通称マルシェ・ジャポン・プロジェクトが実施されることとなった。これは、パリ市やニューヨーク市など大都市において行なわれているマルシェ (marche)、青空市 (朝市) を日本の都市部において設立し、新たな農産物の流通形態を創設することを目的としている。広い意味での地産地消や食農教育の普及、生産サイドにおいては新たな販路の拡大とそれに対応した販売型経営モデルを創設するというものである。しかし、この事業主体をみると、全国事業者は「株式会社ぐるなび」、マルシェ運営者も「株式会社TBSテレビ」(東京)、 「森ビル株式会社」(東京) などであり、ヨーロッパに広範にみられる「市」(いち、フランス⇨マルシェ、ドイツ⇨マルクト)の形態とは大きく異なる。実際、二〇〇九年十月十二日に福島市駅前広場で実施されるマルシェ・ジャポン・キャラバン福島においても、ぐるなびのマネジメントの下に地元の農産物生産販売関連企業が農産品、加工品、土産品等を販売するという計画になっており、近郊農家の直売的な性格は有していない。

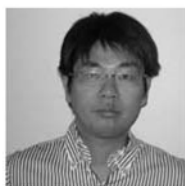
小山 良太(こやま りょうた)氏



生 年: 1974年東京生まれ
最終学歴: 北海道大学大学院農学研究科・博士(農学)
専門分野: 農業経済学、協同組合学、地域政策論

- ◆主な委員 福島県米需給情報検討会議・会長(2006年～)
日本軽種馬協会基金運営委員会・理事(2006年～)
- ◆主な業績 「経営所得安定対策と集落営農の課題」『東北農業経済研究』第25巻1号(通巻50号)、東北農業経済学会、2007年8月、pp.17-26。
『競走馬産業の形成と協同組合』日本経済評論社、2004年6月、220頁。

森 良次(もり りょうじ)氏



生 年: 1968年岐阜県生まれ
最終学歴: 京都大学大学院経済学研究科・博士(経済学)
専門分野: ドイツ経済史

- ◆最近の業績 「前三月革命期バーデンの小営業政策と「社会問題」』商学論集』(福島大学)第75巻第1号、2006年、69-93頁
「シュバルツバルト 時計産業の危機と時計工の存在形態—バーデン小営業政策の歴史的基盤の解明—」『西洋史研究』新輯第37号、2008年、55-85頁

フランスやドイツにおけるマルシェやマルクトは幾つかの類型があると思われるが、大きく分類して、大消費地近郊における広域的な青空市(パリやフランクフルトなど)、地方都市とその近郊農家による市、産地市などがある。その発祥は、ドイツを例にとると、中世以降、教会広場(Dome platz、ドームプラッツエ)とそれに並列する青空市広場(Markt platz、マルクトプラッツエ)において行なわれ、週末の礼拝や地域コミュニティの「場」として機能してきた。大都市においては観光客も含めた運営形態も存在するが、多くは地域住民と近郊農家の結節点として存立している。運営主体は、公益的な性格を有するマルクトの運営委員会であり、出店者(農家、農産物加工業者、小売業者など)を選定し、「市(いち)」全体を運営している(参考文献4)。^[4]これらと比較して、日本のマルシェ・ジャポンは、デパートにおける物産市的な性格を有しており、地域コミュニティや広い意味での近郊(地域)農業との関係性が極めて希薄である。

そこで、本報告では、ドイツの地方都市及び農村観光地域におけるマルクトの視察調査を実施し、その現状と特徴を把握する。その上で、日本での欧州型の青空市の展開可能性について若干の考察を行なう。二〇〇九年七月二十八日から八月十日まで、ドイツ連邦共和国、バーデン・ヴュルテンベルク州、ルート

ヴィヒスブルクおよびバルトキルヒにおいて視察・調査を実施した。調査メンバーは、小山と森良次であり、小山科研「農村コミュニティの再生と農業協同組合の統治形態に関する研究」と森科研「十九世紀ドイツにおける中小産業経営の発展とその制度的基盤に関する研究」の合同調査である。

1. ドイツ農業と調査地の位置

ドイツは欧州有数の農業大国であり、ジャガイモ、トウモロコシ、ビートといった畑作物、酪農畜産などが盛んに行なわれている。牛乳、豚肉はEU加盟国一位の生産高となっている。畑作、酪農、畜産は全域的に行なわれているが、地域的にみると南東部のバイエルン州では、ビール原料となるホップ生産が盛んである。フランスの国境沿いのエリアでは、ワイン原料となるブドウの生産が盛んである。今回訪問したバーデン・ヴュルテンベルク州は、ドイツ南西部、フランス国境沿いの地域であり、比較的光照時間が長く、温暖な気候であり、ブドウ生産、ワイン製造が振興されている。また、文化圏としてもフランス、イタリアとの関係がつよく、食習慣も他文化を抱合した地域である。

図1のようにバーデン・ヴュルテンベルク（Baden-Württemberg）



tttemberg) 州はドイツの南西部に位置し、スイス、フランスと国境を接している地域である。ベンツの本社所在地であり自動車産業で有名なシュトゥットガルト(Stuttgart)を州都として、その近郊に工業地帯と農村部が広がる。今回調査を実施したルードヴィヒスブルク(Ludwigsburg)はシュトゥットガルトの近郊都市であり、通勤圏内に位置する。シュトゥットガルトは五〇万人の都市であり、日本でいうとトヨタ自動車を抱える名古屋のような地域であるとのことである。ルードヴィヒスブルクはその衛星都市であり、約八万人の市であり、農家数は一、八〇六戸、三・二万haの農地面積を有する。

もう一方のバルトキルヒ(Waldkirch: 森の協会)はシュバルツバルト(Schwarzwald: 黒い森)に位置する中山間地域である。急峻な山々が連なり、傾斜地を利用した牧畜が主である。その一方で、ブドウ生産ワイン製造の歴史も古く、平地では畑作や露地野菜(イチゴなど)などが日本農業と比較すれば大規模に展開している。

2. マルクト広場と青空市

ドイツにおける青空市(Markt: マルクト)は市内中心部(地域によっては旧市街)に位置するマルクト広場(Markt

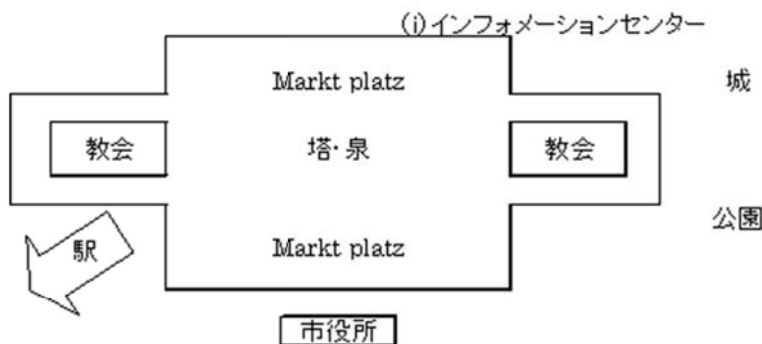


図2 ルードヴィヒスブルグのマルクト広場の模式図

platz) において行なわれる。マルクト広場は、教会および教会広場(Dome platz)と隣接しているケースが多いが、今回訪れた両地域では共通の「場」となっていた(図2)。広場の中心には塔と泉が設置され、かつては生活用水として利用し井戸

端会議的なコミュニケーションの場として機能していた。祭事やイベントなど様々な行事を行なう場でもある。また、内外国人観光客向けのインフォメーションセンター（注¹）もマルクト広場に設置されているケースが多い。

青空市は地域によって異なるが、毎週、土日や月水金など週一〜三回程度の開催となっている。その都度、マルクト広場に仮設店舗を設けて運営している。店舗は移動販売車やテント形式など様々である。業種・業態は生鮮果樹・野菜が最も多く、次いでパン屋、精肉（ハム・ソーセージなど）、鮮魚、加工食品（オリーブなど）、ワイン販売など多岐にわたる。観光地では、土産品店なども参加しているが、今回の調査地には存在しなかった。

写真1はルードヴィヒスブルクのマルクト広場を通常時と開催時と比較したものである。塔を中心として、およそ四〇店舗が軒を連ねている。通常時は、学生や地元の人々、広場前に市役所があるためその関係者などがいる程度で閑散としていたが、マルクト開催時は、大変にぎわっていた。マルクトは朝七〜三〇ごろから始まり、おおよそ昼ごろには解散する。この時間内に新鮮な食材を求めて、大勢の人々が集まってくる。調査地は、地方の農村部であったため、社交的な雰囲気を残しており、年配の方々が談笑したり、カフェを楽しむ姿が印象的であった。



写真1 ルードヴィヒスブルクのマルクト広場（左：通常、右：開催時）

ドイツでは各地域でこのようなマルクトが開催されている。二〇〇八年九月に実施した福島大学海外調査実習(注²)では、マインツ、リューデスハイム、エアフルト、ベルリン、ライプツィヒ等を視察したが、マルクトの開催はほぼ同様の形態をとっていた。

3. バルトキルヒにおける農業とスローシティ

バルトキルヒは、観光・景勝地であるシュバルツバルト(黒い森地方)中心近くに存立する(前掲図1)。黒い森地方のフランス側の入り口の環境都市として有名なフライブルク(Freiburg)から鉄道で二〇分、北東に約二〇kmに位置する市(Stadt)である。かつては、オルゴールの生産、宝石磨きで有名な地域であった。現在は、スローシティ(Slow CityまたはCitta Slow)(注³)として有名な地域であり、環境、市民参加、交流、観光などをキーワードとしたまちづくりを実践している。ドイツで二番目のスローシティであり、スローシティの評価基準である、①環境保全、②市民に便利な街のインフラ、③都市計画、④地域産物の利用流通促進、⑤観光・保養客へのもてなし、⑥市民の意識、⑦景観の質を地域づくりの柱としている。

表1より、バルトキルヒの農業(市中心部)をみると、二〇〇七年統計で農家数は九〇戸、総経営面積は一、二八五haであり、一戸平均一四・三haとなっている。一九七九年との比較では、農家数はマイナス三七・五%と減少しているが、大規模層は堅調であり、中間層の減少がみてとれる。一方で耕地面積は維持されているという特徴を有している。

表2は、バルトキルヒとルードヴィヒスブルクの農業経営の重心(二ha以上経営)を示したものである。中山間地域のバルトキルヒでは、放牧型畜産とDauerkulturbetrieb(果樹)の割合が高い。一方で、都市近郊で平場のルードヴィヒスブルクでは、果樹経営が半数を占め、また平場の畑作およびその複合経営が存在している。後述するように、ドイツのマルクトはこのような地域農業構造の相違をベースに成立している。

耕地の利用状況(二〇〇七年)は、農地(畑)二八・六%、牧草地五四・八%、果物(樹園地)十一・二%、ワインぶどう畑五・三%となっており、一九七九年の農地(畑)二九・九%、牧草地六五・三%、果物(樹園地)一・四%、ワインぶどう畑三・二%と比較すると、山間地の傾斜部を利用した放牧型畜産から、高収益の果樹、ワインへと転換している状況がみてとれる。写真2のバルトキルヒ市内ブッフホルツ(Buchholz)の農村風景をみると、中央の丘陵部に牧草地とぶどう畑が並存す

表1 バルト キルヒ 市の規模別農家・耕地面積

	1979	1999	2003	2005	2007
	経営規模(戸)				
合計	144	115	108	92	90
2 ha 未満	22	22	23	19	18
2 ha 以上10 ha 未満	63	44	38	31	30
10 ha 以上20 ha 未満	48	32	27	23	25
20 ha 以上50 ha 未満	11	15	17	14	12
50 ha 以上	—	2	3	5	5
	経営面積(ha)				
Landwirtsch.genutzte Fläche(LF in ha)					
合計	1,273	1,282	1,383	1,349	1,285
2 ha 未満	20	.	17	15	14
2 ha 以上10 ha 未満	326	246	225	191	182
10 ha 以上20 ha 未満	658	451	389	331	354
20 ha 以上50 ha 未満	269	443	508	414	340
50 ha 以上	—	.	245	398	396
1 戸平均	9	11	13	15	14

資料: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stuttgart, 2009

表2 農業経営の重心(2 ha 以上経営)

	バルト キルヒ			ルードヴィヒスブルク	
	2003	2007	構成比	2007	構成比
合計	108	90	100.0	1806	100.0
畑作物	2	5	5.6	344	19.0
園芸	4	3	3.3	109	6.0
Dauerkulturbetriebe	25	20	22.2	875	48.4
放牧型畜産	61	54	60.0	125	6.9
加工型畜産	1	1	1.1	14	0.8
農作物複合経営	13	6	6.7	145	8.0
畜産複合経営	—	1	1.1	34	1.9
農作物・畜産複合経営	2	—	—	160	8.9

資料: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stuttgart, 2009

注) Dauerkultur は、果物、葡萄、あるいは種苗栽培のように、多年にわたり土地を使用する輪作以外の農耕のことを指し、そうした農業をする経営を Dauerkulturbetrieb という。果樹の永年作物のこと。



写真2 パルト キルヒ 市内ブッフホルツ (Buchholz) の農村風景

注) 丘陵に牧草地とぶどう畑が並存する

表3 農地(畑地)における栽培作物

(単位: ha、%)

Anbau auf dem Ackerland	1979	1991	1999	2003	2007	2007割合	Verand.2007/79
農地合計	380	324	308	347	367	100	-3,4
穀物	212	162	137	147	119	32,4	-43,9
豆類	-	-	-	-	-	0,0	0,0
畑野菜(キャベツ、芋)	30	9	2	1	1	0,3	-97,0
園芸作物	31	51	115	158	185	50,3	490,6
油肥作物	-	-	-	-	-	0,0	0,0
飼料用作物	98	70	43	32	28	7,5	-72,0
休閑地	8	30	10	9	35	9,5	319,4

資料: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stuttgart, 2009

注) 穀物は Triticale(ライ麦の一種), Weizen insgesamt(小麦の一種), der Winterweizen(秋播小麦)が多い。

る光景がみられる。手前の畑には花卉・野菜、奥にはジャガイモ、トウモロコシなどの畑作がみられた。有機農業経営(二ha以上)の取り組みをみると、全体では七七戸・一、三三四haであり、八五・五%の農家が有機農業に取り組んでいる。

表3から畑地における栽培作物をみると、園芸作物(全三二二haのうち、サラダの葉・葉物野菜類の総称一五八ha、イチゴ二三一ha、アスパラ五二ha)、穀物(小麦、ライ麦)が大部分を占める。園芸作物が大幅に増加しているのが特徴的である。後述するマルクトではサラダ用野菜など多種

表4 バルトキルヒの畜産の推移

(単位: 戸、頭、%)

	1979	1991	1999	2003	2007	Verand. %2007/1979
牛もち農家	103	73	65	56	49	-52,4
頭数	2,186	1,683	1,406	1,226	1,101	-49,6
乳牛農家	94	53	26	19	14	-85,1
乳牛	663	601	337	268	238	-64,1
雄牛農家	×	48	36	38	32	×
頭数	×	292	164	172	165	×
豚もち農家	113	77	46	35	18	-84,1
頭数	1,335	712	558	341	211	-84,2
馬もち経営	18	10	13	16	15	-16,7
頭数	25	26	61	51	54	116,0
羊もち経営	6	17	18	17	11	83,3
頭数	29	284	292	239	240	727,6
養鶏農家	95	71	42	41	29	-69,5
数	13,376	1,304	831	737	492	-96,3
産卵鶏をもつ経営	94	69	42	41	29	-69,1
数	4,829	1,185	831	734	490	-89,9

資料: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stuttgart, 2009

多様な農産物が販売されており、これをターゲットとした農業生産が展開していることが伺える。

表4は、バルトキルヒの畜産農業の推移をみたものである。全体的に減少傾向にある。特にドイツ畜産農業を特徴付ける養豚経営の減少と中山間地域の加工型畜産の代表格である養鶏が大幅に減少している。今回の調査では畜産経営に関する調査を実施しておらず、正確な要因は把握できていないが、ドイツにおいても小規模かつ兼業機会を持たない中山間地域農業の存立は困難な状況にあると推測される。

4. バルトキルヒのマルクト（青空市）

バルトキルヒのマルクトは産地市としての性格と、地方都市とその近郊農家による市としての性格を併せ持つものとして考えられる。バルトキルヒ市は、そもそも純農村的なエリアと都市・工業的なエリアが合わさって構成されており、面的には農村のウエイトが高い。一方で、国際的に有名な黒い森地方という観光資源を有し、観光客との交流も盛んであり、ドイツ国内においても有数の滞在型観光地・保養地として位置づけられている。また、スローシティとしての地域認証を取っていることから、地域住民や農業者の協働による地域づくり運動が根付



写真3・4 バルトキルヒのマルクト（全体と青果物店）

レポ
ート

いている地域でもある。

写真3・4はバルトキルヒのマルクトであり、左は全体写真、右はそのうち青果物店である。全体写真中央に塔がみえる。その下に泉があり、これがマルクト広場の中心となっている。東西に延びた広場となっている。通常時は、広場両側に各種小売店、専門店が並び、数軒のカフェ、銀行なども存在する。マルクト開催時はその内側に三〇数軒の露天が設営される。訪問時は土曜日であり、この他水曜日と週二回の開催となっている。

開催時間は午前八時から正午過ぎまでとなっている。平常時は人も疎らであった広場に、この日は延べ数千人規模の来客があった。地域の住民のほとんど全てが来場しているのではないかと思われるほどの状況であった。また、この日はバルトキルヒ市内への移動に鉄道（二駅間）を利用したが、鉄道内も平時の閑散とした券囲気から混み合った車内へと変貌していた。

図3のようにバルトキルヒにおけるマルクトは合計三二店舗で構成されており、そのほとんどが野菜と果実を扱う青果物店である。他には、花や飾り物を扱う店、その場で食べるハンバーガー等を扱う店、マルクト広場奥には、肉屋、チーズなど加工食品店が設置されている。パン屋が多いのも特徴的である。ドイツでは、毎朝焼きたてのパンを食する風習が残っており、どんな地方農村においても地元のパン屋が必ず存在する。早朝

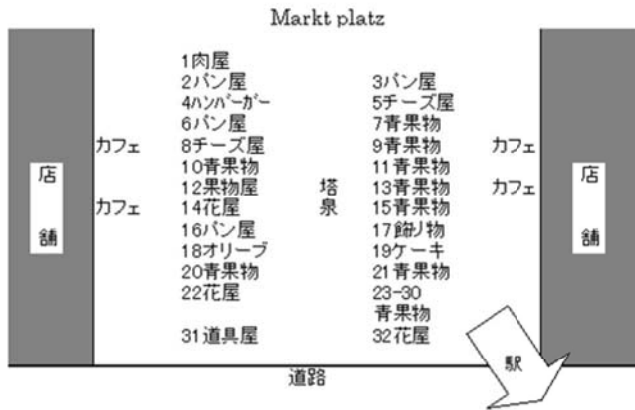


図3 バルトキルヒにおけるマルクトの俯瞰図

表5 マルクト 青果物店の取り扱い品目

かぼちゃ	コールラビ	イチゴ
大根	ベリー	あんず
レタス6種類	しょうが	うめ
玉葱2種類	ニンニク	バナナ
ネギ	唐辛子	メロン
ニンジン	ミニトマト	
セロリ	トマト2種類	卵
根セロリ	キュウリ	
ブロッコリー	はつか大根	
カリフラワー	パプリカ3種類	
小玉葱	なす	
キャベツ	ズッキーニ	
パセリ		

注) 写真4の青果物店の店頭調査

販売担当者の二名が出役していた。マルクトへの出店は運営委員会に申請し、許可を得れば、誰でも参画できることである。その場合、25€ / 一区画 / 一回の出店料が発生する。価格は、スーパーに比べ高いものと安いものが存在するが、鮮度という付加価値分が上乘せされている印象であった。一方で、閉店間際には、数品をまとめて1€で販売するなど柔軟な価格決定がなされている様である。売

からの営業であり、家事の近代化、台所機能の分化の中でパンは専門店で購入し食するという形態が成立したとのことである。肉、チーズ、パン屋は移動販売車による販売であり、車体にはWaldkirch Markt platzの文字が印字してあり、マルクトでの商売が経営の柱になっていることを伺わせた。写真4は青果物店の状況を示している。葉物野菜から果実ま

でドイツの食卓を彩る素材が揃っている。通常の八百屋なみのアソートメントである。表5をみると、野菜類は二六品目三五種類、果物五品目、卵といった品揃えとなっている。このうち野菜類のほとんどは自家製であり、果物はイタリア、フランスからの移入品と青果物卸売市場から仕入品で賄っているとのことである。この青果物店は前掲写真2で示したブッフホルツとnucholzバルトキルヒ市内から5km)に存在し、マルクト開催時に移動販売にくる。二〇haの畑地で露地野菜を生産しており、雇用型の農業経営を行なっている。マルクトでの販売では経営者(女性)と



写真5・6 産地製造ワイン販売(左)とハンドメイドの表記(右)

れ残ったものは、生鮮品は従業員で食し、加工可能なものはジャムなどの商品にすることである。

バルトキルヒのマルクトで特徴的だったのは産地加工農産物の展開である。写真5・6は産地製造ワイン販売(左)とハンドメイドの表記(右)を示している。このワインセラーは前述したブッフホルツでワインぶどうを生産し、ワイン製造を行い、現地で販売している。マルクトの際は移動販売を行なっている。ワイン以外にも自家製のベリー類など果物の販売と他の自家製品、ジャム、トマトソース、ピネガーなども販売していた。

おわりに

ドイツにおける中山間地域に位置するバルトキルヒの農業は一九七〇年代の粗放的な放牧型畜産から加工型畜産、園芸品目の導入といった複合型農業への道を辿り、近年ではワインぶどうの振興、加工製造販売の展開といった六次産業化へとシフトしている。都市部と農村部の結節点、地産地消の空間としてマルクトが機能しており、マルクトでの販売を目的とした少量多品目の生産がマルクトでのアソートメントを担保している。聞き取り調査を行なったマルクトへ出店していた農家は二〇haの露地野菜経営であり、地域の平均一四haよりは大きい農家で



写真7 ブッフホルツでのジャガイモ収穫風景

あつた。写真7はブッフホルツにおけるジャガイモ収穫風景である。大勢の労働者の手作業により収穫が行なわれていた。近郊の住民がバスで運ばれ収穫を行なっている様子である。

以上のように、農村における加工製造過程の内部化は雇用機会を創出し付加価値の域内滞留を可能とする。また、地産地消を恒常的に行なえる場としてのマルクトは、言い換えれば社会経済システムとしての機能を果たしている。雇用の場としての農業、農業関連産業の存在は、域内人口の維持を可能としている。ドイツの農村部、特に南部において、人口流出は極めて低い水準にあるとのことである。さらに、バルトキルヒでは黒い森という地域資源を背景に滞在・体験型の観光・交流を推進しており、交通手段の改善（無料共通バス）や自治体間の連携などを行なっている。これ点については次号掲載予定である。

また、ドイツにおけるマルクトの存立構造に関して考察してみると、ドイツでは大資本による食品スーパーが全国的に展開しており、日本のそれをはるかに上回る水準である。しかし、生鮮食品に関しては鮮度管理、流通管理（保冷、パッキングなど）が日本に比べ劣っており、スーパーの野菜類の品質が悪いという認識がドイツの中間層以上に広がっていることである。一方で、マルクトは取れたて、新鮮を売りにしており、消費者の安心感を担保している。さらにバルトキルヒでは市をあ

げて環境保全型農業を推進しており、安全の面でも消費者に訴求できる。ドイツにおけるマルクトそのものの位置づけ（新鮮、安心、地産地消とそれに見合った価格設定）とバルトキルヒではさらに安全を付加しながら農産物の域内市場を形成しているのである。これによって、小規模、零細、中山間地域といった不利な条件を克服し、地域経済の活性化、域内人口の保持を可能としているのである。

日本におけるマルシェ・ジャポン・プロジェクトとドイツにおける社会経済システムとして位置づくマルクトでは根本的な構造が異なっている。市（いち）の運営形態の相違のみならず、その背景にある地域農業の構造自体の相違、具体的にはドイツ中山間地域農業でみられた多就業構造の農業経営形態の存在なくして、恒常的かつ経済システムとしてのマルクトの存立は不可能である。マルクトへの直売、その延長上にある加工製造過程の内包化なくして、地域に根付いたマルクトの展開は有り得ず、日本においても点的に存立する直売所や運動としての地産地消の枠組みを超えた展開が求められる。

【注】

1.) ドイツのインフォメーションセンターは全国各地に設置され、赤字に「i」の記号が目印となっている。設置場所は、多くは駅周

辺かマルクト、ドーム広場のどちらかに設置されている。ルードヴィヒスブルクではマルクト広場の内部に存在していた。

3.) 2.) 森良次ゼミナール「二〇〇九」を参照のこと。

環境情報普及センター「環境情報提供システム EIC ネット: Environmental Information & Communication Network」<http://www.eic.or.jp/yutan/>、スローシティー (Citaslow) は、イタリアの小都市、オルヴィエト市、キアンティ市、ブラ市、ポステリアノ市など、スローフードに力を入れる街が、「質」「多様性」「感性」「楽しみ」といったスローフードの理念をまちづくりにまで広げようと一九九九年に結成した小都市が発信する率先運動である。グローバリゼーションがもたらす標準化、効率化によって失われている街の個性や固有の文化、生活のリズムを守る、または再び呼び起こす、という考えがこの運動の根本にある。参加できるのは、人口五万人以下の街で、登録後に「スローシティー憲章」に則ったまちづくりを自らに義務付ける。スローシティーの度合いを測るための評価基準も設置され、環境保全のほか、市民の意識や観光、景観など多岐にわたる。現在イタリアをはじめ、スイス、クロアチア、ドイツなどから約一〇〇の自治体が会に加盟しており、他のヨーロッパの国々、アメリカ合衆国、日本などからも参加の問い合わせがあるという。

【参考文献】

[1] 大江靖雄『農業と農村多角化の経済分析』農林統計協会、二〇〇

三年。

- [2] クロードセルウォラン著、是永東彦翻訳『現代フランス農業―「家族農業」の合理的根拠』食料・農業政策研究センター国際部会、一九九二年。

- [3] 是永東彦『フランス農業構造の展開と特質』日本経済評論社、一九九三年。

- [4] 高木亜紀子・鶴田佳子「パリのマルシェの空間形態による類型化：市場空間の形態に関する研究その1（都市の空間分析、建築計画Ⅰ）」学術講演梗概集、二〇〇七年、pp.二〇〇九―二〇一〇。

- [5] 中林吉幸「ドイツ及びE.Cの農業政策とドイツの農業経済の変化：ドイツ南部農家の調査結果から」『農業経済研究報告』二七、東北大学、一九九四年、pp.七五―八六。

- [6] 森良次「シュバルツバルト時計産業の危機と時計工の存在形態―バーデン小営業政策の歴史的基盤の解明―」『西洋史研究』（三七）（六四）、二〇〇八年、pp.五五―八五。

- [7] 森良次「前三月革命期バーデンの小営業政策と「社会問題」」『商学論集』七五（二）、二〇〇六年、pp.六九―九三。

- [8] 森良次ゼミナール「海外フィールドワーク実習報告―旧東独・エアフルトでのアンケート・聴き取り調査の検討を中心に―」『信陵論叢』Vol.五一、福島大学経済学会、二〇〇九年、pp.一九九―二二四。

- [9] 山崎光博「ドイツにおける「農家で休暇を」事業に関する研究」『明治大学農学部研究報告一三七』、二〇〇三年、pp.二五―八三。

- [10] Gunther Aschoff・Eckart Henningsen 著、関英昭・野田輝久翻

訳『新版ドイツの協同組合制度―歴史・構造・経済的潜在力』日本経済評論社、二〇〇一年。

