

Forum Essay

フォーラムエッセイ

私は地域経済の活性化をテーマに研究や活動をおこなっており、取材や講演などで全国各地に出かけることが多いのですが、出張の楽しみといえば、なんといってもその土地の「食」です。日本にはなんと個性豊かにおいしいものが存在していることか。特にその地域でしか取れず、他にはほとんど出回らない、まさにそこに行かないと食べられないものに出合うとワクワクしてしまいます。

11月初めには高知県で、初めて「四方竹」なるものをいただきました。四方竹とは、高知県の秋の味覚には欠かせないものだそうで、見かけは細長いタケノコなのですが、切ってみるとなんと名前のとおり断面が四角なのです。アクがなく、上品な味でシャキシャキとした食感が特徴。てんぷらや炊き込みご飯でいただいたら最高でした。でも、取れる時期は秋の1カ月ほど。最近は加工技術の進歩で全国にも出荷できるようになってきたそうですが、私の感覚では、やはり地のものはその土地で食べるのが一番おいしい！

私が取材した東京都の企業は、三重県で定置網漁をおこない、市場で値段がつかない魚を人やペット向けに加工して販売しています。空き家を利用した宿泊と漁体験もしていますが、あるとき銀座のお寿司屋さんが、その日、定置網漁で取れたばかりのお魚を港でお寿司にしてくれるイベントがあり、私も参加しました。東京から高級なマグロの柵を持ってきてくれて最初はみんなで大喜びしたのですが、結局みんなが手を伸ばしてパクパク食べたのは、ダツ、アオヤガラ、カガミダイといった現地でしか食べられないお魚。値段は市場に出回っていないためわかりません。でも新鮮で身がぶりぶり、なににより聞いたことのないお魚たちの味が熊野の海風と潮の香にぴったり合っていたからだと思います。

身土不二という言葉がありますが、その土地ならではの食にはその土地に存在する理由がきつとあるはず。その土地の空気や風、湿度とともにいただく幸せをこれからも楽しみたいと思っています。

F



フリーキャスター
伊藤 聡子

いとう さとこ
1967年新潟県生まれ。東京女子大学在学中からキャスターとして活動を開始し、多くの情報・報道番組に出演。地方創生や企業経営などをテーマに取材や講演するなど幅広く活動し、内閣府地方創生有識者懇談会委員なども務める。2010年に事業創造大学院大学客員教授就任。

日本は個性豊かな食の宝庫

農林水産省 輸出・国際局
知的財産課長

松本 修一



●まつもと しゅういち●
1973年埼玉県生まれ。早稲田大学法学部卒業後、農林水産省入省。食料産業局基準認証室長、在英日本大使館参事官、輸出・国際局国際経済課国際交渉官を経て、2022年4月から現職。

「知的財産」

——農林水産分野の多くの方々にはなじみの薄い言葉かもしれない。

しかし知的財産は本来、農林水産業・農山漁村に豊富に存在する。優良な品種・遺伝資源、高い技術・ノウハウ、特有の食文化。これらはいずれも知的財産であり、わが国農林水産業の強みの源泉そのものである。

知的財産は重要なキーワードであり、農林水産業は「知的財産産業」であると言っても過言ではない。これを戦略的に保護し、活用することにより、事業者や地域における付加価値が向上し、「稼ぎ」の増大に寄与する。

従来の農林水産分野においては、開発された品種、技術やノウハウを地域内へ普及することが特に重視されてきた。また海外市場を想定せず、価値観や文化を共有する国内市場を専らターゲットとしてきた。

その結果、これらを財産・権利と捉える意識や、

見える化・ブランド化して競争力につなげていく発想が十分に根づいているとは言いがたい。その積み重ねとして、農業分野においてわが国の優良品種が外国で産地化され日本産と競合する事態のほか、特許庁の調査によれば、食品分野でも海外における模倣品被害が年間700億円を超える事態を招いており、甚大な逸失利益につながっている。

他方、こうした侵害の横行は、わが国の品種や技術・ブランドといった知的財産の評価が高いことの裏返しである。戦略的に保護・活用すれば「稼ぎ」につながる高いポテンシャルがあることの証左といえる。

実際、国内においても、自県と他県とのライセンス（使用許諾）条件を戦略的に使い分けることによりブランド化と市場拡大に成功した「つや姫」「日本からの輸出の端境期を外国におけるライセンス生産で補完するモデルを構築した「安代りんどう」」、地理的表示（GI）保護制度と商標権の活用により模

倣品排除と外国産との差別化を実現している「市田柿」など、知的財産マネジメントにより成功している好例もある。

先日、「揖保乃糸」や「ちんすこう」についてGI登録申請の事実の公示がされたほか、愛媛県からは未利用品種を用いた海外ライセンス取得に向けた取り組みが公表された。知的財産マネジメントの実践も広がりを見せている。

その一方、相変わらず、海外において商標権を取得せずに輸出を開始し、輸出先国において模倣品が出回ってしまったなどの失敗例も後を絶たない。

社 会・経済のグローバル化やデジタル化が進むなか、高い競争力を発揮していくためには、品種、技術・ノウハウ、ブランドなどを知的財産として戦略的に保護・活用していけるかどうか重要な鍵となる。

例えば、技術・ノウハウを営業秘密として秘匿する、あるいは権利化することは、その技術・ノウハウを独占し、差別化したり高付加価値化したりする手段となる。これらを戦略的にライセンスすれば、ロイヤルティ収入の確保や、マーケットの拡大も期

待できる。

このため、農林水産省では、知的財産の「保護」に重点を置いた従前の支援に加え、農林水産分野の皆さまが事業者や地域の技術・ノウハウ、ブランドなどの知的財産を「稼ぎ」に変えていけるような支援をおこなっていく。

具体的にいうと、今までは侵害・模倣の現状把握・発見、海外における知的財産権の取得と侵害時における権利行使に支援の力が置かれていた。今後は、研究開発から販売までの事業活動の各段階において知的財産が関係していることに気づき、実践に向けて動き出すために必要な素養を身に付けていただく機会を拡充する。それとともに、農林水産分野の知的財産に精通した専門家を育成・確保し、農林水産分野の皆さまの気づきを「稼ぎ」に変えるための相談・支援体制を整備・充実していくこととしている。

農林水産分野の皆さま、農林水産分野の知的財産にご関心のある専門家の皆さまには、この機会には是非とも「知的財産マネジメント」に目を向けていただきたい。

F

「守る」から「稼ぐ」へ発想を転換 農林水産分野の知的財産を活用する

ぶらり 食探訪

地球の街から

ニューヨーク



日本政府が開いたイベントで振る舞われた北海道産ホタテ



ニューヨークの日本食レストランの寿司

世界経済の中心地であるニューヨーク市では、健康志向の高まりなどを背景に和食や日本産食材が着実に浸透している。1人前の寿司を日本の3〜4倍の金額に相当する60^{ドル}(約9000円)で提供する日本食レストランもあるが、水産物の大半を東京から空輸しているだけあって味は上々。市民が箸を上手に使いながら、ガリやわさびと一緒に寿司を味わう姿は日常の光景だ。

米国市場で最近注目されているのは、日本産米の輸入状況だ。円安などが追い風となり、2023年1〜8月の輸入額は11億円と前年同期比1.7倍に拡大した。さらに

カリフォルニア州の干ばつによる米国産米の不作などが重なり、日本産のほうが米国産より安いケースも確認される。

23年11月、ニューヨーク市内のある小売店で販売されている米国産米は1^{キログラム}当たり7^{ドル}程度だったのに対し、日本産米は同3^{ドル}程度と手頃な値段だった。輸出向けに多収量米の生産が進めば、日本産米は米国内の消費者により身近な食材となり得る。コメに限らず消費者の好みを考慮した商品展開などがさらに進めば、人口3億人超を抱える米国市場は「伸びしろがある」(通商筋)というのが大方の見方だ。

政府や地方自治体、民間企業など多くのプレーヤーが当地でPRイベントを開催している。こうした催しを取材するたびに、日本の食料安全保障のことが頭をよぎる。

これまで食料安保の議論は、国内生産強化や円滑な輸入にいかに取り組むかが中心だった。しかし、出荷先の多様化を進めて特定国への輸出依存度を引き下げることが新たな課題として浮上。背景には、東京電力福島第一原発の処理水海洋放出を受けて、中国が日本産水産物の全面的な輸入禁止措置を導入したことがある。

特にホタテは総輸出額911億円(22年)のうち5割が中国向けと対中依存度が高い。中国企業が殻むきをおこなって米国に再輸出するケースが多いことを踏まえ、政

府はホタテの国内の加工体制を強化するとともに、ニューヨークで日本産水産物の魅力発信にも注力している。政府が23年9月下旬にニューヨークで開催した観光や食に関するイベントでは、岸田文雄首相がビデオメッセージを寄せ、中国への名指しを避けつつも、「一部の国は科学的根拠に基づかない理由によって輸入停止措置をおこなっている。安全でおいしい日本の海産物を応援してほしい」と来場者に呼び掛けた。

あらゆる産品の輸出が特定国へ偏ることは、巡り巡って日本の食料安保を脅かしかねない。今回のような全面的な禁輸が広がれば、意欲ある生産者の収益機会が消失し、持続可能な農林水産業の生産基盤が揺らぐ可能性があるためだ。生産・流通に加え、ホタテの事案で弱い弱性が浮き彫りとなった加工分野にも目配りしながら販路開拓を促進することが、日本の食料安保に安定性をもたらさそうだ。



コメとホタテと食料安保

山田 司

時事通信社
ニューヨーク総局

やまだ つかさ
2013年時事通信社に入社。社会部、甲府支局、経済部を経て、23年4月にニューヨーク総局に赴任。金融市場のほか、経済安全保障、農産物輸出、生成AIなどについて取材。

環境にやさしい土壤消毒技術

国立研究開発法人 農業・食品産業技術総合研究機構

本部 みどり戦略・スマート農業推進室 管理役

根角 厚司

農

業生産における環境負荷低減の推進は世界的な流れとなっており、わが国においても、農林水産省の「みどりの食料システム戦略」において、2050年までに化学農薬の使用量(環境や生物へのリスク換算)を50%削減する目標が掲げられています。安定生産が重要な農業にとって、リスク換算値のより小さな化学農薬有効成分、低用量の製剤や施用方法、化学農薬に代わる技術の開発と普及が急務となっています。

特に土壤伝染性の病害は、一度発生すると農作物が全滅する可能性もあり、作付け後に土壤消毒をおこなうことが困難であることから、定植前の土壤消毒処理が必要となり、生産者の経済的・労力的な大きな負担となっています。土壤消毒には、土壤くん蒸剤を使う化学的手法と、太陽熱や熱水、蒸気などを使う物理的手法がありますが、前者に代わる土壤消毒技術が求められています。

化

学農薬を使わない土壤消毒技術として、「土壤還元消毒」という方法があります。

この方法では、畑の土壤中にもともと生息している微生物に餌となる分解しやすい有機物を与えて増殖を促し、土壤中の酸素を消費させて土壤環境を無酸素(還元)状態にすることで、環境の変化を受けやすい性質を持つ土壤病害虫を死滅させます。微生物の餌には糖蜜、米ぬか、ふすまなどさまざまな食品が資材として用いられますが、食品添加物としてのエタノールも同様に活用できます。

そこで農研機構では、濃度が1%以下の低

濃度エタノールで土壤の還元消毒ができる手法を開発しました。直接殺菌効果のある高濃度エタノールは農薬取締法などにより使用できませんが、低濃度エタノールは農業用機材を腐蝕・損傷することがなく粘性が低いため、取り扱いが容易なことに加え、糖蜜やふすまなどに比べて土壤深くまで浸透します。また、土壤中のエタノールは数日で分解消失するため、環境への負荷が小さく安全性の高い技術だと考えられます。私たちは土壤病害虫であるセンチュウのほか、フザリウム菌への殺菌効果も明らかにしました。また、青枯病や萎凋細菌病といった細菌性の土壤病害などにも有効であることが実証され、広範囲の土壤病害虫への効果が認められています。

本手法に関する詳しい情報は、農研機構のホームページからご覧になれます(『低濃度エタノールを利用した土壤還元作用による土壤消毒』https://www.naro.go.jp/publicity_report/publication/files/ethanol_12.pdf)。



低濃度アルコールを利用した土壤還元作用による土壤消毒実施マニュアル

Profile

ねすみ あつし
1987年農林水産省野菜・茶業試験場(現・農研機構果樹茶業研究部門枕崎茶業研究拠点)に入所後、2021年まで茶の品種改良に従事。22年農研機構果樹茶業研究部門茶業研究領域長を経て、23年4月より現職。



地域の特色を生かした地鶏を生産 各種認証取得し地域活性化に貢献

徳島県つるぎ町

阿波尾鶏ブランド確立対策協議会 会長

辻貴博



小さな養鶏の強みを生かす

徳島県といえば「ダンス」の阿波おどりが有名ですが、「食べる」阿波尾鶏あわおしどりもあります。徳島県立農林水産総合技術支援センター畜産研究課が開発し、旨味成分であるアスパラギン酸やグルタミン酸を豊富に含んだ地鶏です。地鶏といっても肉は硬すぎず、ちょうどいい歯ごたえの肉質です。そのため、旨味とコクを味わうことができます。鍋物にも向きますし、焼き鳥にすると最も特長がわかってもらえると思います。

徳島県は、もともと肉養鶏の生産がさかんな地域です。1970年代から、ブラジル産など安価な鶏肉が輸入されるようになり、国内の養鶏農家は大打撃を受けました。国際競争のなかで生き残っていくには、農場を大規模化するなど生産性を上げていく必要があります。ところが徳島県は、川沿いのわずかな平野を除き、中山間地が大半を占め、大規模養鶏をするだけの土地

はありません。肉養鶏の飼育羽数では、全国で6番目に多い県ですが、一戸あたりの飼育羽数は全国で下から数えたほうが早いぐらいです。それほど、小さな農家が健闘しているということなのです。小規模な農家が生き残っていくには、付加価値の高い地鶏ではないかということになりました。

地鶏というと、「名古屋コーチン」や「比内地鶏」などが有名です。私たちはあえて、これらの地鶏と競合せず、同時にブロイラー以上の価値を認めてもらえる地鶏にターゲットを定めました。県内で昔から飼われてきた軍鶏の雄と、肉用鶏種であるホワイトプリマスロックの雌を交配し、誕生したのが阿波尾鶏です。ネーミングはエネルギーギッシュで躍動感ある「阿波おどり」に由来しています。開発を始めた78年から生産を開始した89年まで、およそ12年かかりました。

2022年の年間出荷羽数は約167万羽で、全国各地のスーパーや百貨店に6〜7割、残り

を外食向けに卸しています。飼養農家は52軒。県内に2社ある食肉加工業者がこれらの農家と契約をとりかわし、ひなや配合飼料の供給、鶏の買い取り、食肉加工までを一貫しておこなっています。

誕生した当初から、生産・流通からブランド管理、消費拡大まで「阿波尾鶏ブランド確立対策協議会（以下、協議会）」に一本化しています。徳島県（畜産振興課）、食肉加工業者2社に加え、阿波尾鶏のひなを育てているふ化業者2社がメンバーです。

満を持して世に出した阿波尾鶏ですが、最初は思うように売れず苦労しました。商品がなければ、営業もPRもできないので、とにかく育てて、サンプル出荷をするわけです。新しい地鶏なので、おいそれとは取引成立とはなりません。あえなく冷凍在庫として抱える日々も経験しました。協議会は、ポスターやのぼりなど販促ツールを持ち込み、店頭で試食販売を繰り返しおこな



尾羽が立派で美しい立ち姿が特徴(左) 「阿波尾鶏」のGI登録証(右)

い、徳島県も各地の展示会や物産展への出店費用を支援してくれました。

JAS認証で売上拡大

販売に弾みがついたのは、「地鶏肉JAS」の認証を受けてからです。それまでは、地鶏が通常のブロイラーと何がどう違うか、定義があいまいでした。当然ながら農林水産省もそれを認識しており、「地鶏肉」を定義づける「地鶏肉の日本農林規格(地鶏肉JAS)」を制定したのです。そ

こで協議会として、全国に先駆けて「地鶏肉JAS」の認証を受けることを決めました。

ところが、前例のないことをするには苦労がありました。認証を受けるためには、登録認証機関が必要になります。その機関をつくることから始めなければなりません。そこで公益社団法人徳島県畜産協会が、登録認証機関としてJAS認証業務をおこなえるように体制を整え、農林水産省と何度も協議を重ね、ようやく認められました。数多くの手続きを踏み、2001年ついに「地鶏肉JAS」の第1号として認められました。認証基準は、「素びなに、在来種由来の血統が50%以上入っていること」「28日齢以降は平飼い」「28日齢以降は1平方メートルあたり10羽以下の飼育密度」「ふ化日から75日以上飼育する」の4点です。ちなみに、阿波尾鶏は80日以上飼育しています。

地鶏に定義ができたこと、しかも第1号で認証されたというインパクトは大きく、メディアがさかんに取り上げてくれました。その威力たるや絶大で、注文が飛躍的に伸びていきました。関西のあるデパート内の精肉店からはそれまでの5倍の注文が入ったほどです。それまで数十万羽だった年間の出荷羽数も、01年を機に100万羽を超えました。

徳島県内での認知度も上がっていきました。いまでは、徳島市内で鶏料理を提供する飲食店の多くが阿波尾鶏を扱ってくれるようになりました。これらの飲食店も、コロナ禍で一時的に営業自粛などを迫られ、私たちも販売には苦労しました。協議会では、そうしたことも克服してい

こうと、8月8日を「阿波尾鶏の日」として記念日登録したのです。8月9日が阿波おどりの初日なのです。その前夜に観光客に徳島入りしてもらい、阿波尾鶏で栄養補給をしてもらって、翌日に阿波おどりを楽しんでもらおうという思いから8月8日に決め、20年8月に一般社団法人日本記念日協会から認定されました。

産地と結びついた制度

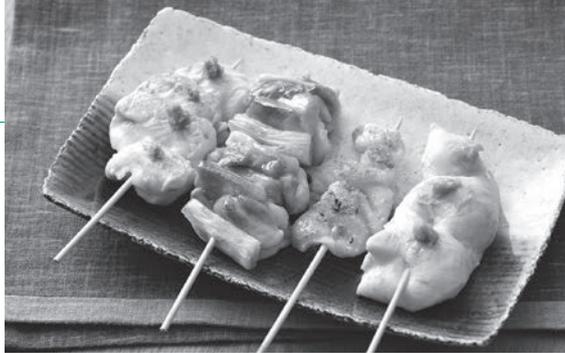
地鶏肉JASに次いで着目したものが、地理的表示(GI)保護制度です。阿波尾鶏は香港に輸出されており、人気を博しています。今後は輸出する国や地域を増やしていきたいと思いが、同時に阿波尾鶏のブランドを守っていく必要があります。

以前、中国のある企業が、農林水産物で「青森」という商標を登録したという出来事がありました。仮に「阿波」「阿波尾鶏」が同じようなことになると損失ははかりしれません。GI保護制度は、輸出国においても日本の産品の名称が保護される制度です。国が守ってくれるという実利面から認証取得を決めました。

それ以上にGI保護制度が持つ大きな魅力は、「品質や特性が産地と結びついた産品の名称を保護する」という点。これが阿波尾鶏とマッチすると思ったのです。川沿いのわずかな平野と山ばかりの場所で、鶏が飼われていることはあまり知られていないでしょう。一方、こうした小さな地域の取り組みが評価される時代になりつつあります。斜面を生かした農業は「にし阿波の傾斜地農耕システム」として世界農業遺産に認定

もされています。GIを通じて、阿波尾鶏に興味を持ってもらい、「飼ってみたい」と思う若い人が出てくるかもしれない。そうやって地元の人が来れば、地域も活性化する。阿波尾鶏も後継者がいかに確保するかが大きな課題ですから。その意味でも、地域と直結したこの制度に魅力を感じました。

幸い、阿波尾鶏の場合、原種鶏から肉鶏まで生



適度な歯ごたえで旨味とコクを味わえる焼き鳥(上)や鍋料理などさまざまな料理に合う(下)

産履歴は問題なく追跡でき、ふ化場で生まれた決まったひなを使い、飼料もほぼ同じであるうえ、地鶏肉JASの申請時に数々の書類を整えていましたから、申請はスムーズでした。申請から登録まで5年近くかかったのは、コロナの影響、そして鳥インフルエンザの全国的拡大で、審査員などに現地まで足を運んでもらえなかったことなどが要因でした。ようやく2023年3

月31日に登録となりました。

観光資源としても期待

取得してまだ時間が経っていないこともあり、GI認証の手ごたえを感じるところまでまだ至っていません。協議会としてもGIを前面に出したPRをしていくのはこれからです。

ただ、生産者側だけがPRしてもなかなか浸透しないのではないかと思います。というのも、GIがどういうものなのか、一般にはあまり知られていません。どちらかというと、呼称を不正に利用した産品を行政が取り締まるための制度という側面が前面に出て、本来の「産地の特徴と結びついた産品」としての制度のよさはまだあまり知られていません。地鶏肉JASの認証も受けた立場から見ると、JASのほうがよく認知されているように感じます。農林水産省には、ぜひともGIの価値をもっと積極的にPRしてもらえればと思っています。

新しい概念の制度なので、1社だけ頑張ってPRしても、市場の活性化にはならない。例えば、日本政策金融公庫が開催しているアグリフードEXPOで、GIのブースを設置して、複数の産品が一堂に並ぶと、認知度に弾みがつくのではないかと思います。ちなみに、GIに登録された肉養鶏はほかにも、奥久慈しゃも、東京しゃも、はかた地どり、川俣シャモがあります。

産地の特徴と結びついた産品のよさが伝われば、観光資源として、特にインバウンドを呼び込むツールになっていくと思います。すでにお遍路さんとして徳島県を訪れるインバウンドは増

えている印象があります。ほかにも、大阪府、京都府などはすでに訪ね、次は「あまり知られていない場所にも行ってみよう」という人もいるように思います。すでに平家の落人伝説で有名な「祖谷のかずら橋」には多くの外国人が来ています。東洋文化研究者・作家として著名な米国人のアレックス・カー氏がプロデュースした古民家を改装した宿泊施設にも、多くの外国人が来ています。こうした人々が、豊かな自然で育まれた阿波尾鶏を知り、味わうことで、風景とおいしさがセットになる。それが、旅の思い出になり、国内外で知られるブランドとして育っていく道筋になるのではと思います。

本稿は、新潟食料農業大学准教授の青山浩子氏が辻さんに取材して執筆しました。

profile

辻 貴博 つじたかひろ

阿波尾鶏ブランド確立対策協議会会長。1964年徳島県美馬郡つるぎ町生まれ。食品メーカー勤務の後、90年、貞光食糧工業に入社。2005年3代目代表取締役役に就任。貞光食糧工業は、直営農場で阿波尾鶏を飼養するほか、契約農家へのひなと配合飼料の供給、食肉加工・販売をおこなう。「食を通じて幸福な社会の実現に貢献する」をモットーに、地域の養鶏産業の発展に取り組む。

阿波尾鶏ブランド確立対策協議会

1989年から阿波尾鶏の生産を開始し、生産・流通からブランディングも進める。メンバーは、徳島県、食肉加工業者2社、阿波尾鶏のひなを育てているふ化業者2社で構成されている。今後は、阿波尾鶏の年間出荷羽数300万羽を目標に掲げる。

『葬儀会社が農業を始めたら、サステナブルな新しいビジネスモデルができた』

戸波亮 著

幻冬舎メディアコンサルティング



2023年5月発行・1,760円

「逆さ地図」で見る農業

石井 勇人（共同通信アグリラボ編集長）

見なれた日本地図は、上が北で下が南だ。これにくるりと回転して見てみると意外な発見がある。日本列島は、大陸や朝鮮半島と共に、湖のよな日本海を取り囲む環の一部のように見える。韓国の対岸は北海道だ。日本が大陸から切り離された島国というイメージは吹き飛んでしまう。本書は、日本の農業を「くるりと回転」して眺めることができるビジネス書だ。著者は、祖母が経営していた葬儀会社を引き継いだ後、債務返済に追われる。葬儀サービスは外注業務が多い。少しでもコストを削減するため内製化を進めた。手始めは葬儀で使う生花の仕入れだ。葬儀や法事の仕出しの製造などを「芋づる式」に内製化

し、返礼品や自社ギフト製造のために「米作り」にたどり着く。

読み進むうちに、著者の挑戦は単なる多角化や複合経営ではなく、中小企業の事業モデルを革新するイノベーションだということがわかってくる。当初、著者の視野に農業は入っていない。彼の視点は、農業の外側から徐々に農業に迫り、その内側に到達する。

著者は「新規参入には）目に見えないハードルがある」と痛感する。農地の取得に4年もかかり、繁忙期の労働力はグループ会社の他部門から派遣する。著者みずから、アパートを借りて泊まり込みで米を配達し、オペレーターが足りなければトラクターやコンバインに乗る。JAを通じて販売すると価格をコントロールできない。自前の販路を確保するため、自社で品質を検査し、独自のブランド「水芭蕉米」を直接販売する。2013年に7畝から始めた田畑の経営は、52畝に拡大した。

この「逆さ地図」の中では、農業の内側にいる人々にとって見慣れた光景は、がらりと変わる。常識が非常識、ピンチがチャンス、農業はサービス業や加工業とともに生活を取り囲む環の一部だと気づかせてくれる。農業は課題山積というイメージは吹き飛んでしまう。

偶然かもしれないが、命の終局にかかわる葬儀会社が、企図しないまま運命のように命の始点である農業に結びつき、事業として成長していくところに、奥の深い農業の本質を感じた。

F

読まれています 三省堂書店農林水産省売店における農林水産関連書籍 売り上げ上位10冊 (2023年11月1日～11月30日)

タイトル	著者	出版社	税込価格
1 政官要覧 令和5年秋号	政官要覧社	政官要覧社	5,060円
2 農林水産省名鑑 2024年版	時評社	時評社	4,730円
3 農林水産法研究 第2号	奥原 正明/責任編集、浅井 雄一郎、佐藤 庸介、織田 晋太郎、小嶋 大造、菅原 清隆/著	信山社	3,300円
4 食料危機の未来年表 そして日本人が飢える日	高橋 五郎/著	朝日新聞出版	979円
5 穀物の世界史 小麦をめぐる大国の興亡	スコット・レイルズ・ネルソン/著	日本経済新聞出版	3,630円
6 日本産品を世界へ！よくわかる食品輸出 2030年までに農林水産物・食品輸出5兆円を目指して	伊藤 優志、難波 良多、原田 誠也/著	日本食糧新聞社	2,750円
7 不連続と闘う農 食料安保・脱炭素・異常気象	吉田 忠則/著	日本経済新聞出版	1,980円
8 日本の食料安全保障——食料安保政策の中心にいた元事務次官が伝えたいこと	末松 広行/著	育鵬社	1,870円
9 食料・農業・農村白書 令和5年版	農林水産省/編	日経印刷	2,970円
10 季刊 農業と経済 2023年夏号(特集:食料と農業の「なぜ?」——あなたの疑問に答えます)	松下 秀介、辻村 英之、森 真里/責任編集	英明企画編集	1,870円