

2年ほど前から、日本各地の汁物を訪ねる「スープの旅」が続いている。訪ねた先はそれほど多くないが、テーマが絞られていることもあって、いわゆるグルメ旅とは違う出会いも多い。

先日は、新幹線の延伸直前の福井県へ出かけてきた。福井県は油揚げの消費金額が日本一だという。寺社も多い土地柄で、精進料理が発達したからだろうか。地元で人気の豆腐店を訪れ、ふつくら大きな油揚げを焼いてもらった。カリッとした食感で、かみしめるほどに大豆のうまみが口にひろがった。

この旅では一般家庭で「のっぺい汁」を教わることになっていて、楽しみにしていた。訪ねたのは大野市に住む70代の女性で、子どもたちは巣立ってご夫婦二人暮らし。里芋、ごぼう、大根、にんじんなどの根菜やこんにゃくを手際よく刻み、油揚げと一緒に鍋に入れて煮込む。しょうゆで味をつければ、たちどころにのっぺい汁の完成だ。根菜の汁をたっぷり吸った油揚げのおいしさに、頬がゆるむ。汁に入れたキメ細かくてぼくぼくした大野の里芋は初めて体験する味だった。土壌の水はけがよく、九頭竜川の豊かな水が得られる大野の風土が里芋作りに適しているようだ。「昔はね、こうした里芋や大根、大豆を作って大量に保存しておいて、冬の間中食べたの」という。雪深く外に出られない冬のための「越冬食」だったそう。里芋は掘りたてのものをすぐに洗えば、薄茶色の皮ごと食べられる。地元のスーパーには洗い里芋が袋入りで売られていた。

大きな流通に乗って全国に運ばれることがなくても、その土地では人々の毎日を支える大事な食材がある。裏を返すと、あまりにも当たり前すぎるがゆえに、作り手が自然に減って受け継がれないまま消えゆく野菜や料理も少なくない。だからこそ、人々の日常食に心ひかれて旅を続ける私の目には、素朴なのっぺい汁が、殿様のごちそうにも負けない貴重なごちそうとして映るのだ。



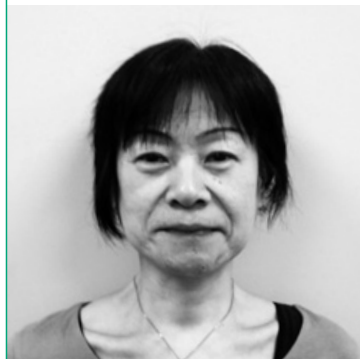
スープ作家
有賀 薫

ありが かおる
東京都出身。素材の味を生かしたシンプルなスープレシピや、現代の暮らしに添うキッチンの考え方を各種メディアで発信している。『スープ・レッスン』（プレジデント社）、『有賀薫の豚汁レボリューション』（家の光協会）、『私のおいしい味噌汁』（新星出版社）など著書多数。

スープの旅と洗い里芋

日本大学生物資源科学部 教授

清水 みゆき



● しみず みゆき ●
1992年千葉大学大学院自然科学研究
科修了。博士（農学）。一橋大学助手、統計
数理研究所講師、96年日本大学生物資源
科学部専任講師、2011年同教授。日本
フードシステム学会副会長。

国

民の多くが、所得の大半を食料に支出せざるを得なかった時代からすると、現代の食品産業に求められる社会的ニーズは大きく変容した。単に栄養価があり、安全でおいしい食品を提供するだけでなく、食料・食品をこれからも持続的に提供できる社会を視野に入れた企業活動が求められるようになった。特に近年の世界情勢の不安定さは、食料の6割以上を輸入に頼る日本にとって食料供給の不安定性と直結している。一方で国内農業も後継者不足と高齢化によって産地の維持が危ぶまれている。今こそ、わが国の持続的な食料供給システムについての再考が求められている。

新型コロナウイルスによるパンデミック以前の
家計における食料消費支出の構成は、外食が2割弱、加工食品が3割強、残る4割強が生鮮食品・穀物であった。パンデミック期間中には外食が自粛されて支出も1割程度となったが、2023年度の総務省家計調査報告（2人以上世帯）によると、外食が16・7%まで回復し、また加工食品は39・4%とこれま

でで最もその比率を高めた。家計における食の外部化（外食と加工食品の比率の増加）が再び進行しつつあることがわかる。

こうした食の外部化は、家庭内調理と比べると原料生産から最終消費までの地理的・時間的距離だけでなく、関係主体の多段階化によって社会的距離も拡大させた。従って消費者は、家庭外でおこなわれた多様な主体による製造販売に関する情報を、主に食品表示から得ることになる。

このことと関連し、22年4月から加工食品の原料原産地表示が義務化されるなかで、農水省は加工食品における国産原料の使用の動きが拡大しつつあるとしている。その背景には、消費者の約7割がこの原料原産地表示をいつも（またはときどき）参考にして加工食品を購入しているという実態がある（消費者庁「令和2年度食品表示に関する消費者意向調査報告書」）。高齢になるほどその数値は大きくなり、70歳代以上では8割近くが産地表示を参考にしている。

食品事業者には、こうした傾向に因應する責務が増しているのが現状である。食品事業者は、国民に食料を供給するという意味で「生命維持産業」とも呼ばれるが、その維持のために、こうした消費者の動向にどのように応えていくべきか。

私

が「フードシステム研究」を始めて間もない1990年代後半、漬物の原料生産から最終消費までの構造を追跡していた時期があった。とりわけ興味深かったのが京都の「千枚漬け」の原料調達である。当時テレビドラマで千枚漬けが取り上げられたこともあり、需要は拡大期であったが、千枚漬けの原料は京都周辺の産地に限られていた。

そこで、増大した需要に因應するため、原料を扱う卸売市場、漬物協会などが連携して、産地の開拓に乗り出した。具体的には北陸や北海道といった、京都周辺の冬場の気候が先取りできる地域で原料を生産し、千枚漬けを前倒しで製造・販売することを計画したのである。

その新たな産地を開拓しようとしていたとき、漬物企業の原料買い付け担当者が語った言葉を今でも忘れることができない。「産地を育てなきゃ、漬物

は作れない」「一緒にやらなきゃ、かぶらは育たない」。そう言つて圃場^はに入り、その生育状況を確認し、生産者と意見交換していた。

生産者がかぶらの育て方はわかるが、漬物業者がどんな特性を求めているかについては専門家ではない。食品事業者は、生産方法には精通していないものの、どんな原料が加工に適しているかについてはよくわかっている。そこで彼らは互いの知恵を持ち寄り、切磋琢磨しながら、よりよい千枚漬けを作つていった。こうした産地と業者による地道な努力によつて、私たちは以前に比べてより多様な国内産地の千枚漬けを、長期間おいしく食することができるようになった。

食生活における食の外部化が進行すればするほど、また高齢化が進行するほど消費者は原産地表示に注目する。消費者に選ばれる原産地名を記すために、食品事業者による国内産地の育成は待ったなしである。そうした食品事業者にとつて、産地との連携方法などの具体的なノウハウで困りごとがあるとすれば何なのか、それを産地・関係者と共有できる体制づくりから始める必要がある。



食の外部化とともに注目高まる原産地表示 食品事業者と産地の連携で国内自給向上へ

ぶらり 食探訪

地球の街から
ニューデリー

日本産品の浸透と輸入規制

インドは経済成長に伴う中間層以上の増加を背景に、日本産品が徐々に浸透している。邦人が多く暮らす首都ニューデリー近郊は、日本食を出すレストランが集まる。ただ、現地に進出する業者は当局の輸入規制をクリアするハードルの高さが日本産品拡大のネックと口をそろえる。

日本産品の卸売りを手掛ける2015年創業のDaily Need Exim Pvt.Ltd。同社のオンラインショップ「MAIN DISH.in」では、日本産の刺し身や各種調味料といった現地で手に入りにくい品も多く取りそろえている。大都市圏に販売エリアを持ち、卸売りだけでなく個



ニューデリーでの日本食イベントで、駐印日本大使夫妻に北海道産ホタテを振る舞う高橋氏（左）

人向けのデリバリーにも対応。同社代表取締役の高橋一弥氏によると邦人に加え、インド人の利用者も多い。売り上げはデリー首都圏がトップで、西部の「商都」ムンバイが続く。

10年前の13年の年間売り上げが約1000万ルピー（約1800万円）だったのに対し、23年度決算では約4億1000万ルピー（約7億4000万円）。事業は着実に拡大しているという。一方で「当局の輸入規制をどうクリアするかが一番の課題」と話す。

コメの専門商社である株式会社アスク（山形県）の現地法人として18年に設立されたASUKU INDIA



アスクインディアが現地栽培した日本米「谷藤米」。アジア食材店には韓国輸入食品も多い

Pvt.Ltd代表取締役の河合龍太氏も「インド側のルールを読み解く力」が重要だと強調する。

同社はインドで日本米を栽培。試行錯誤を繰り返して収穫量を上げ、当初約30畝の広さだった農地は、今年約350畝に。東京デイズニールランドと東京デイズニールシーを合わせた面積の約3.5倍の広さとなった。収穫した日本米の販売の他、日系メーカーから要望のあるインドへの輸出支援もしている。

ただ、「インドは輸入のルールが非常に複雑でわかりづらく、販売は難しい」と河合氏。食品関係の安全と品質に関する規制機関の説明も担当者によって違うことがあり、インド向け輸出をめざすメーカーが手続きの途中で行き詰まることが多いという。

植木 啓太

時事通信社
ニューデリー支局

うえき けいた
1985年新潟県生まれ。法政大学卒業後の2010年に時事通信社入社。運動部、水戸支局、社会部を経て22年6月から現担当。取材範囲はインドを含む南アジア全域とアフガニスタン。

ハードルの高さを示す例として、商材1種類ごとにインド規格に則した商品か否かの判断をおこない、「規格外」となった商品は国際標準化機構（ISO）の規格の検査が必要なることを指摘。ISO検査証明取得を含めた輸入テストに最大10万円の費用が掛かるうえ、証明書の有効期限は3カ月と短い。仮に100種類の商材を日本から入れようとした場合、輸入テストだけで1000万円掛かる計算だ。「1商品に10万円のコストを掛け輸出することにメーカーは足踏みしてしまう」と問題点を挙げる。

メーカーごとに個別に対応している日本と比べ、インド向け食品輸出の政府によるサポートが充実している韓国とではインド市場での流通量に大きな差が出ているという。「韓国の食物流通量が10倍」といって日本は0.5。日本もルールを読み解くという根本的な部分を国が主導するか、支援して進める必要がある」と河合氏は指摘した。

天敵を利用した果樹のハダニ管理

国立研究開発法人 農業・食品産業技術総合研究機構

植物防疫研究部門 上級研究員

外山 晶敏

今

や「環境との調和」は、農業生産においても欠かせない規範となりました。病害虫防除における化学農薬リスクの削減も、その最たる課題の一つです。生産性の維持と環境負荷低減を両立する病害虫防除の再構築が強く求められています。問題は、どうやって見直すのか、です。一筋縄ではいきませんが、果樹栽培においてはハダニの管理がその足掛かりになります。

さまざまな作物を加害するハダニは、果樹においても防除が難しい害虫です。個々はとも小さく弱々しいものの、世代交代が早く、薬剤抵抗性が発達しやすいという厄介な性質があります。新しく販売された薬剤の効力低下も珍しくなく、防除は殺ダニ剤と呼ばれる専用剤の開発に強く依存してきました。しかし、開発にかかわるコストと年月に加え、化学農薬に対する規制が厳しさを増すなか、近年、新剤開発は停滞傾向にあり、防除効果の低下に頭を悩ます地域が増えつつあります。

そこで注目されているのが、ハダニの天敵、なかでも捕食性のダニ「カブリダニ」を主役とする防除体系です。具体的には、①果樹園に生息するカブリダニを最大限に利用するため、増殖に好適な環境を提供する②ハダニ被害が増大したら、製剤として市販されているカブリダニを果樹園に放飼し、効力を補う③取り扱いが簡単で速効性に優れた殺ダニ剤を使用し、防除効果を安定化させる——というもので、自然のカブリダニ、カブリダニ製剤、殺ダニ剤、それぞれの長所を生かして、

戦略的にハダニ密度を管理する試みです。

この体系の実施において最も重要なのが、病害虫防除全体の見直しです。殺虫剤や殺菌剤には、対象の病害虫のみならず、カブリダニをはじめとした天敵やその他の虫まで殺してしまう薬剤も少なくありません。天敵に活躍してもらうためには、これらの使用を控える必要があります。カブリダニへの影響を考慮しながら、生産性を損なわない防除の在り方を可能な限り探ります。殺ダニ剤への依存を減らすこの見直しは、環境や生物多様性への配慮という長期的視点を、短期の病害虫防除や栽培管理に矛盾なく落とし込んでいく作業にほかなりません。ハダニの管理という目前の問題への取り組みが、結果的に生産性の維持と環境負荷低減の両立を探る機会につながります。

「果樹の防除の見直しはハダニから」です。

農研機構は、本体系や技術のノウハウを樹種別にまとめた作業手順書を公開しています。問い合わせはIPP-Koho@naro.affrc.go.jpへ。F



ナミハダニ(右)を捕食する天敵のミヤコカブリダニ(左)

Profile

とやま まさとし
北海道大学大学院農学研究博士後期課程修了。博士(農学)。1998年農林水産省果樹試験場(現・農研機構果樹茶業研究部門)に入所。2021年より現職。専門は、天敵利用をはじめとする果樹の総合的病害虫管理。



町の資源であるコメを最大限活用 官民一体となり地域の発展に貢献

京都府与謝野町

株式会社 加悦ファーマーズライス 代表取締役

菅野剛



高速道路のSA、PAで販路拡大

京都府北部、丹後半島の加悦町は、2006年に隣接2町と合併して与謝野町になりました。与謝野町は農地面積の87%が水田で、丹後コシヒカリなど良質米産地として知られています。

株式会社加悦ファーマーズライスは1999年、旧加悦町の第三セクターとして設立されました。設立目的は寿司や弁当などコメを使った加工食品の製造・販売を通じて稲作農業を守ることです。「農業が衰退すれば、地域の未来はない」という危機感が会社設立につながりました。

設立当初は握り寿司など冷凍加工米飯、冷凍玄米やチャーハンなどを作りました。しかし、ブロック連結で使いづらく、評判はいまひとつで経営は赤字続きでした。当時、私はコメ関連の民間企業にいましたが、元加悦町長で加悦ファーマーズライスの初代社長だった西原重一さんに経営に参加するよう言われました。私は京

都市出身ですが、2002年から一緒に働くことになりました。

まず取り組んだのが、商品の改良と営業力の強化でした。加悦町は京都市や大阪府から遠く、弁当など米飯を常温で届けるのが難しい。社員たちと話し合い、日持ちのする酢飯で寿司などを製造し、常温で販売することにしました。冷凍食品は一部の商品を除いてやめました。

販売先は、高速道路のサービスエリア（SA）やパーキングエリア（PA）の販売コーナーをターゲットに営業をかけました。主に「ご当地グルメ」といったお土産品です。高速道路の販売店は一カ所に入ると、沿線のSAやPAに広がっていきます。当社の商品は他社に比べ、多少割高ですが、品質のよさが認められ、徐々に売り上げが伸びました。評判になると、百貨店の催事、空港売店と販路が拡大しました。

現在の商品数は郷土料理の「丹後のばらすし」「焼鯖寿司」「柿の葉寿司」「丹後巻」など25品目

ほどこ増えました。販売店舗は関西を中心に東京から九州までの高速道路のSAやPA店が62店、空港や駅ナカ店9店、直営店5店、道の駅やおみやげ店が16店など合計92店に増加しました。このほか生活協同組合（生協）に卸しています。

商品は常温ですから製造から消費までの時間は最長72時間としています。岐阜県までは自社で配送し、それより東は宅配便で届けています。

売上高は24年5月期で約11億円と前期を1億円ほど上回り、従業員数は150人と与謝野町で最も多くなりました。地域の雇用促進という当初の目的は達成できました。ただ、従業員の高齢化も進んでいます。社員を募集しても地域内には応募する若い人がいません。そこで24年1月からベトナム人の従業員を6人採用しました。

コメは100%与謝野町産

営業活動でよく聞かれるのは商品の特徴です。当社が自信をもつて言えるのは、コメは100%

%与謝野町産を使用していることです。おいしさには自信がありました。使用するコメは農家から直接購入しています。町内の43の生産者と「加悦ファーマーズライス米・野菜生産者協議会」を設立し、購入するコメの価格や量を決めています。

まず、年度初めに加悦ファーマーズライスから年間のコメの購入予定量と価格を提示します。それを基に農家ごとに納入量を割り振ります。購入価格は地域内の平均価格よりもかなり割高に購入しています。コロナ禍で一般に米価が下がったときも当社は価格を下げませんでした。農家には安定的に購入する点を評価してもらえたかなと思います。

ただ、寿司用のコメは炊き上がりが軟らかなコシヒカリと、「日本晴」や「どんとこい」など硬めのコメとのブレンドが必要です。硬めのコメも協議会で生産農家を決めています。

購入するコメの品質基準は特に設けていません。その代わり、農家には栽培日報などを提出してもらい安全性を確認しています。トレーサビリティも導入し、誰が生産したコメかわかるようになっていきます。

2023年度のコメの購入量は192トですが、農家からはもっとコメを買い取ってほしいという要望があります。与謝野町全体のコメの生産量は約3000トですから、購入量をもっと増やせるかなと思っています。

与謝野町も高齢農家がリタイアし、その農地を引き受ける農業法人などの経営面積が大きくなってきました。与謝野町は「スマートグリー

ンビレッジ構想」を掲げ、町を挙げてICT農業を推進しています。経営規模が大きくなると、ICTを導入すると効果的だという話をよく聞きます。

商品の加工場はHACCP認証を取得しています。生産工程はコメの炊き上げから魚の焼成・調理、盛り付け、梱包までおこなっています。加悦ファーマーズライスには30キログラム袋で8000袋を収容できる保冷倉庫があり、秋に収穫した新米は14〜16℃で玄米保存して品質劣化を抑え、毎日精米した「つきたて米」を炊飯し、おいしいまま届けるように心がけています。

課題は原料の野菜や水産物の仕入れです。生産者からは「野菜も与謝野町産を購入してほしい」と言われますが、与謝野町には野菜を加工

処理する施設がありません。今のところ100%与謝野町産野菜はコマツナだけです。

水産物の場合、地元産はまだゼロです。シメサバは長崎港を中心に水揚げされたサバ、焼きサバ用は北欧産です。タイは愛媛県の養殖魚、サーモンはチリやトルコ産です。当社の商品は生の魚を使いません。ばら寿司は焼いたサバをそぼろにして独自の味付けをします。そういう用途に、今の水産物価格は高過ぎて手が出ません。

近くの舞鶴港にサバの水揚げがあるので、サバ寿司に使えないかと考えましたが、冷凍倉庫が不十分で、購入を断念しました。野菜も水産物も京都府産なら商品価値が上がります。野菜はできるだけ早く与謝野町産にしようと思いますが、水産物はいかんともし難い状況です。



衛生管理が徹底した工場で、一つひとつ丁寧に寿司を製造している
(上) 美しく盛り付けられた「丹後のばらずし」。寿司に合う最適な食味・食感となるようコメはブレンドしている(下)

新たなステップへ

2023年6月にはSDGs宣言をし、持続可能な開発目標の実現・達成に向けた行動計画を公表しました。取り組むテーマは「与謝野町を盛り上げたい」「自然環境にやさしい米づくり」「食に携わる企業としての責任」「安心して働け



与謝野町は丹後コシヒカリなどのコメの作付けが盛ん

る職場環境づくり」の4項目です。

「与謝野町を盛り上げたい」の具体的な取り組みは、100%地元産のコメを使った商品作りや地元雇用の推進などを挙げています。「自然環境にやさしい米づくり」では、与謝野町産のコメづくりを後世に残す活動に尽力します。農家・行政と連携して自然環境に配慮した農業を支援

し、地域ブランド米「丹後産コシヒカリ」の知名度向上に向けた情報を発信していきます。当社は協議会のメンバーと町の間に立って、こうしたコメ作りを推進します。

「食に携わる企業としての責任」は、食の安全を大切にしてよい商品を作っていきます。HACCP認証による品質管理などはこれに含まれます。「安心して働ける職場環境づくり」では、従業員の平均年齢が上がっていますので、安心な職場づくりをめざします。障害者を雇用する「京都府障害者雇用推進企業」（京都はあとふる企業）の認証も取得しました。

職場環境の改善では、19年3月に定年を60歳から65歳に延長しました。定年を迎えた社員は嘱託として再雇用し、75歳ぐらいまで働いてもらおうと思っています。もう一つは従業員の健康管理です。40歳以上の社員は全員、会社負担で人間ドックを受診してもらっています。パート従業員も健康診断を受けていますが、受診時間は勤務時間として有給にしています。

営利事業と社会貢献を両立させる第三セクターは経営が難しいといわれますが、私は町に迷惑をかけないよう、できる限り自立しようと考えてきました。それには一定の利益を上げることだと思っています。23年度から始まった5カ年計画では、売上高15億円をめざしています。ただ、工場は今でも生産能力いっぱいまで操業しており、工場の拡充が必要です。これまで2回、新工場建設に挑戦しましたが、建設資材費の高騰で断念しました。現在、3回目を検討中で、できれば再来年に拡充したいと思っています。

与謝野町も当社の事業がコメ農家の売り先の拡大につながると考えて、22年に町の所有だった工場の敷地と建屋を無償譲渡してくれました。借り入れには有利になりますので、大変ありがたいと思っています。

今後の売り上げ拡大のポイントは、与謝野町の味をどの地域までが買ってくれるかです。名古屋ぐらいまではよく売れるのですが、それ以东は1店当たりの売上高が落ちます。販売地域をどうするか考えています。もう一つは冷凍食品の活用です。現在、生協に販売している冷凍のばら寿司をうまく活用できないかと思っています。次のステップに向けた模索が続いています。

本稿は、ジャーナリストの金子弘道氏が菅野さんに取材して執筆しました。

profile

菅野 剛 すがの つよし

京都市出身。大学卒業後、和洋菓子製造販売会社に就職。1982年冷凍加工米飯（ピラフ）製造販売会社に出向。85年社長に就任し、高速道路売店運営会社などと取引。94年に独立し、高速道路のサービスエリアを中心に飲食店を展開する会社を経営していたところ、2002年、旧加悦町（現与謝野町）町長・故西原重一氏の要請で経営に参加。会社設立主旨の「地方創生に貢献する会社」との教えを大切に組みこむ。

加悦ファーマーズライズ

1999年に地元・加悦町産のコメを加工し全国に販売していくこと、それを通じて農家の所得向上、地域の雇用促進、帰省者の就職先になることを目的に設立。少し甘みのある郷土料理「丹後のばらずし」（与謝野町特産品認定商品）を中心に、2〜3日しょうゆ、味噌たれに漬けた「焼鯖寿司」などの品そろえて高速道路売店、百貨店、駅ナカ市場、生活協同組合などで販売。従業員150人。



『Foodscape フードスケープ』
図解 食がつくる建築と風景
正田 智樹 著 学芸出版社
2023年10月発行・3,300円

光と風が育む食のゆりかご

石井 勇人（共同通信アグリラボ編集長・
宮城大学特任教授）

日本のテレビ番組では連日、間断なくグルメ情報が流れ、「おいしさ」だけに焦点が当たり、その演出も飽きるほどワンパターンだ。「タイプ」（時間の有効活用）を重視する時勢にあつては、食の背景に、どんな文化や環境があり、誰がどのようににかかわっているのかをじっくりと考える余裕は許されないのだろうか。

本書は「図解」とあるように、美しいカラー写真、地図、建物や設備・道具の配置を示したアイソメ図（立体的な見取り図）、加工の工程を地形や設備のなかに描き込んだバレーセクション（断面図）が満載で、読むだけでなく1時間も要しないが、眺めれば何日でも飽きることがない。図

解には風や水の流れ、光の差し込み方、熱の伝わり方などが細かく書き込まれている。

「おいしい」「ジューシー」といった主観的な表現が徹底的に排除され、建物の構造、とりわけ窓の形や位置など光と風を取り入れる工夫を淡々と記述し、年間降水量と最低・最高気温が必ずデータとして示されている。

「フードスケープ」はなじみがない言葉だが、本書では、「気候風土や食文化と結び付いた食品加工の工程に沿って最適に配置されたエコロジカル治具（建物、設備、道具）がつくる食の生産現場の風景」、すなわち、副題の「食がつくる建築と風景」と定義する。

前半は、イタリアを舞台にハム、チーズ、塩などを紹介し、農業史・環境史の第一人者である京都大学准教授の藤原辰史氏との対談を挟んで、後半は干し柿など日本をテーマとしている。発酵文化や山岳から吹き下ろす風との調和など、両国の共通項の多さには驚くばかりだ。一方、風景の美しさの落差は大きい。その違いは、道路のガードレールや看板、農場で使われるプラスチック製の資材の多さに起因していると思われる。日本の課題も見えてくる。

巻末は、農業や茅葺屋根の葺替えなどを実践している建築家で、著者の師でもある東京工業大学大学院教授の塚本由晴氏との対談だ。美しい風景をたつぷりと味わった読者は、本書の狙いが、安定的な供給のために機械化される食の生産を見直す、壮大な提案だと気づかされる。

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（2024年4月1日～4月30日）

タイトル	著者	出版社	税込価格
1 水産海洋ハンドブック 第4版	竹内 俊郎、中田 英昭、和田 時夫、 上田 宏、有元 貴文、渡部 終五他／編著	生物研究社	7,150円
2 大豆の政治経済学 フードレジームの視点から	張 馨元、八木 浩平、林 瑞穂／編著	筑波書房	3,850円
3 日本一の農業県はどこか 農業の通信簿	山口 亮子／著	新潮社	946円
4 季刊農業と経済2024年冬号（特集：検証「食料・農業・農村基本法」の見直し）	小嶋 大造、安藤 光義、中塚 雅也／著	英明企画編集	1,870円
5 撤退と再興の農村戦略 複数の未来を見据えた前向きな縮小	林 直樹／著	学芸出版社	2,640円
6 小麦の地政学 世界を動かす戦略物資	セバスティアン・アビス／著	原書房	2,970円
7 農林水産法研究 第3号 臨時増刊号	奥原 正明／責任編集・著	信山社	1,980円
8 有機農業—これまで・これから—	小口 広太／著	創森社	2,200円
9 有機農業ひとすじに	金子 美登、金子 友子／著	創森社	2,640円
10 盗伐 林業現場からの警鐘	田中 淳夫／著	新泉社	2,200円