

拡大化によるとうもろこしの価格が上昇！といった記事が新聞をにぎわせていたころだ。ただ、まだ世界の穀物価格の本格的な高騰が始まる前であり、日本国内でも食料品の価格上昇が起こっていなかつた時期である。また、輸出規制をしている国もそれほどなかつた。そういう意味では、むしろ現在のほうが、危機感を持つている人が増えていると思われる。

自給率の低さに不安を抱いている人の多くは、輸入がストップしてしまったら、配給制や飢餓のような非常事態を想定するわけだが、では、自給率が何%ならそういう心配は解消するのか？

答えで一番多かったのが「六〇～八〇%」で四九・〇%、続いて「五〇%前後」が二〇・四%、「現状のままでよい」が一〇・五%と続く。全体の約七割の人が、安心して生活するためにも自給率の向上を望んでいるといえる。

国産品を選んで日本の農業を応援

消費面から食料自給率を上げるために一番わかりやすい方法は、食生活を昔に戻すとい

うことであるが、それは非現実的な話である。今、自給率を上げるために生産側と消費者側が、それぞれの課題を理解して協力体制を組み、まずは食生活と農業生産のかい離を解決していくことが必要である。

生産側は現在の食生活のニーズに応えられるような農業を構築し、国産の農産物でうまく賄つていけるような供給体制をつくることが大事である。

これまでみてきたように、米粉や飼料米を活用するといった新しい動きも出てきていい。それと同時に、私自身も含め、消費者一人ひとりが食生活を見直していかなければならない。まずは、今までよりも肉類や油脂類の摂取量を減らし、そのかわりにご飯をひと口でも多く食べること、そして食品のムダを出さない工夫をすること。さらに、食に対しきちんと選択できる目を持つことも大切だと思う。

なぜなら、消費者が意思を持って国産の原料を使った製品を選ぶことが自給率の向上につながり、日本の農業を支援し地域経済を活性化することにもなるからだ。

ペットボトルのお茶を例にとると、お茶には緑茶、ウーロン茶、紅茶などいろいろな種類があるが、緑茶のペットボトルには「国産茶葉一〇〇%」と記されているように、国産の茶葉が使われている。これに対してウーロン茶と紅茶には外国産の茶葉が使われてい

る。ウーロン茶も紅茶も緑茶も製法は違うが同じ茶葉からできるから、緑茶も安い外国産を使つてもよさそうなものだがそうではない。

なぜ緑茶は国産のものを使つているか。あるときから消費者が「緑茶の茶葉は国産がいい」と思うようになり、それに合わせてメーカーが原料に国産の茶葉を使用するようになったからだと思う。消費者が選択するような高品質の原料を生産できたことが最も重要なが、国産茶葉であることを表示するようになつたこともこれを後押ししているかもしれない。

それではメーカーは高い国産茶葉を使つていて損をしているかというとそんなことはない。ちゃんと儲けていると思う。消費者が求めるものを作り、キチンと売れば、原料の茶葉が少し高いことは決定的な問題にはならずに、生産が続いているということである。

消費者のほうで国産を選べば、どんどん状況は変わつていくのである。

ウーロン茶の場合、国産が選ばれないのは味が違うのか価格が違うのかわからないが、国産の茶葉でウーロン茶を作つてているメーカーもあり、とてもおいしいものができているという。もし仮に消費者から国産がいいという声が上がれば、ウーロン茶も国産茶葉にかかる可能性があるのでないか。品質的に国産がいいという評価がされ、それを求める声が多くなれば、そういうちょっとした動きでメーカーの姿勢は変わつてくると考えられる。

最近、少しずつ国産の農産物が見直されるようになつてきた。国民から「国産のものがいい」という声を発していくことは、行政側が補助金をたくさんつけて生産対策を推し進めることにより、日本の農業を支えていくのには効果があるということを痛感している。

消費者の皆さんのが小売店やスーパーなどで農産物を購入する際、国産品と輸入品をどの程度意識しているかについて調べてみたことがある（農林水産省「国産の強みを活かした農業生産の展開等に関する意識・意向調査」）。それによると、肉類については、できるだけ国産農産物を購入しようと意識している人が七〇・〇%、どちらかというと国産農産物を購入しようと意識している人が二三・九%、野菜類については、できるだけ国産をとう人が七二・八%、どちらかというと国産をとう人が二一・五%であった（図27上）。アンケートをとると国産品を意識して購入しようとする人は非常に多いのだが、自給率の数字にはなかなか反映されてこない。

岩村暢子さん（アサツーデイ・ケイ2000Xファミリーデザイン室室長）が著書『変わる家族 変わる食卓』（勁草書房）のなかで次のようなことを書かれている。

「生活者がアンケートやインタビューに回答する『言っていること』と実際に生活場面で『やっていること』との間には無視できないほどの乖離があり、それが年々大きくなつてきているという事実がある。『日頃どうしているか』『どう思っているか』を尋ねたら、『日頃どうすべきだと考えているか』『日頃どうすべきだと思っているか』の建前を回答されてしまうと考えたほうがいいだろう」

頭では国産品を買おうと意識していながら、実際には価格が安いから、買いやすい場所にあったからといった理由で輸入品を購入している人が多いということも、自給率に反映されない理由として考えられるであろう。

また、加工食品や外食の現場においては、国産の原料が使われる場合と輸入食材が使われる場合が混在しているが、表示がない限り消費者にはわからない。だから、国産品を選びたいと思いつつも知らずしらずのうちに輸入食材を選んでいることが考えられる。

原産地表示に関しては、平成一七（二〇〇五）年に外食にも食材の原産地表示のガイドラインが設けられたが、さらにさまざまな段階での表示が進み消費者が選択できるようにな

なれば、国産品の需要が伸び自給率アップにつながるかもしねれない。

前述の「国産の強みを活かした農業生産の展開等に関する意識・意向調査」では、消費者として、国産農産物に関してどのような意識を持っているかについても調査している。それによると、安全性については、とてもすぐれていると答えた人が四四・三%、どちらかといふとすぐれていると答えた人が五四・五%。旬や鮮度については、とてもすぐれていると答えた人が七〇・八%、どちらかといふとすぐれていると答えた人が二七・二%といったように圧倒的に評価されている。

問題なのが価格面であり、とてもすぐれていると答えている人が五・二%、どちらかといふとすぐれていると答えている人が二六・四%と、現在の価格状況を受け入れようとしている人は全体の約三割程度である。これに対してどちらかといふと劣っていると答えた人が五一・六%、劣っていると答えた人が一三・七%と、価格に対しても厳しい見方が多いようだ（図27下）。

食料自給率を上昇させるための第一歩は、消費者の皆さんと、食品産業・外食産業の方が、国産の農産物を選択するところから始まる。

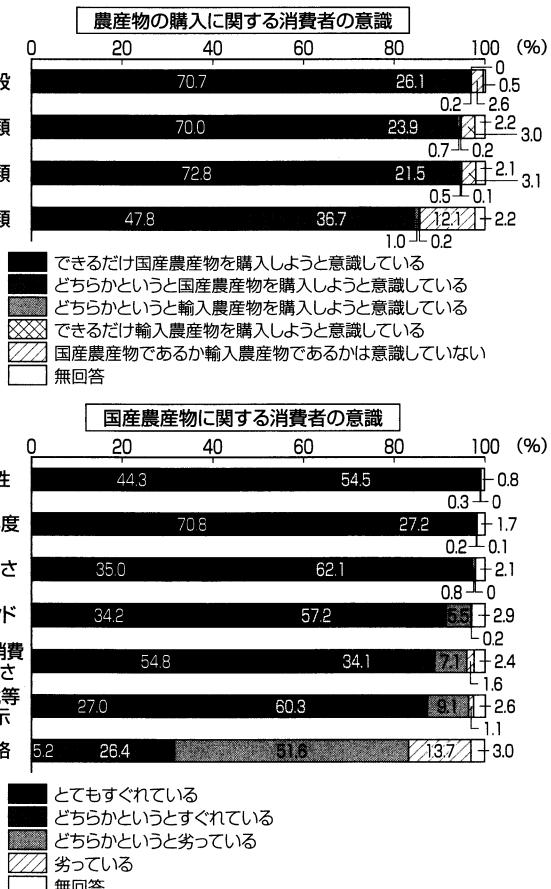
政府ではこれまでに、世界からの観光客増大に向けた「ビジット・ジャパン・キャンペーン」や地球温暖化防止に向けた「地球温暖化防止キャンペーン」といった、国民運動を推進するためのキャンペーンを実施してきた。食料自給率の向上についても、その重要性

「おいしいニッポン」を未来に残すために

またその一方で、安いものを大量に買ってムダにするというのが問題になっている昨今、食品産業の現場も私たち消費者も、多少高くてもいいものを適正な量だけ消費する方向に考え方を切り替えていくことが必要なのではないかだろうか。

農産物流通・ITコンサルタントの山本謙治さんが書いた『日本の「食」は安すぎる』（講談社）を読むと、安全安心に配慮した農産物は一定の価格であるのが当然であり、安すぎるものにはそれなりの「良くない」理由があること、一定の価格で買って農業を支えることが大切であるということが心に強く迫ってくる。

図27 国産の強みを活かした農業生産の展開等に関する意識・意向調査結果（平成17年度）



農林水産省ホームページ

さ、豊かな食文化、そして、顔が見えるという安心が、未来に引き継がれていく。「おいしいニッポン」を残す、創る、そんな思いを込めたものである。記者会見時には、運動を主導的に進めていただいている経済界や学識経験者の方々から、わが国における食料自給率向上の意義や考え方が示された。

それに並行して、さまざまな活動が進んでいる。

福岡では二〇〇八年九月上旬に、農林水産省と西日本新聞社、全国地方紙連合会が主催、福岡県、福岡市、NHK福岡放送局、共同通信社の後援によるシンポジウム「ともに考えよう！私たちの食料の未来 in 福岡」が開催された。このようなシンポジウムは全國一三か所で行われ、地域の特性を生かした食料自給率向上対策について議論が行われている。

私も、裏方として参加したが、地域ごとに農業者の高齢化や耕作放棄地の増加など危機的な状況の報告もあったが、そのようななかでさまざまな努力が始まればうとしていること、新しい可能性もたくさんあることを知った。

東京や大阪の中心街でサラリーマンなどに向けての国産農水産物の消費拡大を図るイベントや、各地の「道の駅」を活用したイベントなど、国産農水産物に関心を広げるための

図28 FOOD ACTION NIPPON のシンボルマーク



性を広く国民に訴求し関心を持つていただきためのキャンペーン展開が重要であろうということで、規模はそれほど大きくないが、平成二〇（二〇〇八）年の秋より、関係者が一緒になって食料自給率向上国民運動「FOOD ACTION NIPPON（フード・アクション・ニッポン）」を進めている。一〇月六日には、国民運動の基本的な考え方やキャンペーンのロゴマークなどを発表する記者会見が行われた。運動の名称は「安心を、未来へつなぐ食料自給率1%アップ運動「FOOD ACTION NIPPON（フード・アクション・ニッポン）」である。キャンペーンメッセージは、「子供たちの子供たちも、そのずっと先の子供たちも食べていけますように」であり、老若男女、誰にでもわかりやすく伝えることが重要であるという趣旨から、このメッセージに決まった。食の未来はニッポンの未来。そのため、「おいしいニッポン」を選んで、使い、食べることで、その素材や料理のおいしさに並行して、さまざまな活動が進んでいる。

取り組みも始まっている。

「旅」についても、旅行代理店を中心になつて、その土地のおいしい食材を味わうことを行なうテーマにしたツアーや進めようという企画も始まつた。

旅行で期待されるのは、その土地の名勝や景色、温泉といった観光スポットだけではない。「食事」も重要なアイテムになつていている。しかし、一部の旅館では「せつかく来ていただくお客様に、地元で食べているふだんの料理をお出しするのは申し訳ない」という考え方から、まぐろの刺身や甘えびなどを遠方からわざわざ取り寄せて提供しているところである。

旅行客が食事に求めるのは、地元ならではの食材を使った料理である。そのことに重点をおいた旅がもっとと増えていいのではないか。そういう考え方を広げようという取り組みである。

流通・外食・食品産業の関係者や消費者がそれぞれの立場で、また連携して国産品を積極的に利用・消費する活動も進みつつある。

欧米では大手流通業者や消費者が、地域の農業を支えるために地域で生産された農産物

を優先的に扱う運動を進めているが、わが国の流通業者や消費者の間でも、地場野菜のコーナーをつくつたり、国産品を優先的に扱う取り組みなどが進んでいる。

序章でも述べたが、各方面の方々が主体になつて動き出した自給率向上のための取り組みは、食料自給率を通じて見えてくるさまざまなもの、例えば、健康や環境、といったこと今まで焦点が当たり、奥の深い運動になつっていくことが期待される。

政府としても、これらの行動がのびのびと進んでいくように支援をしていただきたい。

大事なのは「国産農水産物」と十把一からげにまとめてしまうのではなく、米や麦、大豆、野菜、果実、水産物、そしてそれぞれの加工品といったように、各農水産物の消費が拡大するよう具体的な活動を進めていくことではないかと思う。単に「国産を利用しましょう」と抽象的ななかたちでPRすることよりも、それぞれの農水産物の生産状況や流通や利用のされ方に合わせたかたちでアピールすることによって、より実現性が高まると考えられる。

食料自給率は、各品目ごとの消費量が増え、それが積み重なつてはじめて全体として向上が図れるものであると思う。

また、食料自給率の向上は、企業や消費者が犠牲を払つて進めるものではないと思う。

国産の農水産物を選択することによって、農家だけでなく企業も売り上げを伸ばし、消費者も満足と健康を得られるようなものにしていかなければと思う。その結果として、農業への投資も増え、農業を含む食品産業全体が活性化していく、という方向に少しでも進んでいくことを願っている。

実際問題として、これまで原料に海外のものを使つていた企業が、いきなりすべてを国産の原料に転換することは難しい点がある。原料の一部を国産に切り替えるなど、できる努力から始めることも、自給率アップにつながる活動として評価し、支援していただきたい。

国産農水産物の消費拡大について考えていると、いろいろなアイデアが思い浮かび楽しくなる。拙い考えばかりだが、今考えていることのいくつかを述べてみたい。

一つは、秋刀魚の消費拡大についてである。わが国周辺の漁業資源は、世界の趨勢と同じく減少が懸念されているが、秋刀魚の資源量は十分にある。捕ろうとすればいくらでも捕れるという状況である。しかし、少し多く捕ると価格が暴落してしまう。今年（平成二〇年）の秋も豊漁で価格が下落した。主要漁港の平均卸売価格は一キロ当たり六〇円前

後となり、八月の約四分の一に急落。採算割れになり休漁せざるを得ない状況にもなつている。ちなみに、不漁年の平成一〇（一九九八）年は一一円もしていた。

漁獲量が多い年のはうが、漁獲量の少ない年よりも価格が下がるのは当然だが、量に価格を乗じた総生産額としても少なくなってしまうことがある。こうなると漁業者にとっては大打撃である。漁獲能力を維持することもできなくなり、その結果、コストの高い漁業経営となり、価格も上がつてしまう。

この悪循環を好循環に変えるためには、需要を増やすことだ。そうなれば、適切な価格で大量の国産カロリーの供給増加が図れ、食料自給率アップにもつながる。

骨が多く食べづらいということもあるが、そもそも骨のある魚を食べられるようにすることとは教育的にも重要であり、また、かば焼きなど調理上の工夫も可能である。

学校給食で、秋刀魚のかば焼きはとても喜ばれると聞いたことがあるが、このような利用が増えれば、食品加工企業を含め国内の産業の活性化が図られることになる。

もう一つ、今シーズン国産農水産物拡大キャンペーンの一環として展開できないかと考えているのが、鍋料理の活用である。鍋物は大量の野菜を食べることができる。脂肪分は少ないうえに纖維質を多くとることができるので、冷蔵庫の整理にもなる。大量の野菜が

鍋料理で消費できれば、豊作で価格が下がることを心配しないで、のびのびと野菜を作ることができるようになる。

さらに、いくつかの企業の社員食堂において、地元の農水産物を活用する動きがある。これは社員に豊かな食を提供するとともに地元との結びつきを強くすることに役立つていることである。この動きが多く企業に広がらないかと期待している。

農林水産省では、国産の農水産物を消費することを消費者に実感してもらうために、ポイント制度を活用する方向で検討を始めた。平成二一（二〇〇九）年度実施を目指しているが、百貨店・スーパー・コンビニなどの流通企業、IT・コンピュータ関連企業、交通関係企業など幅広い企業や団体からどのように進めていくか提案も寄せられている。

最近、各種サービスにポイントをつける動きが増えているが、農水産物や加工食品についても、それが国内で生産されたものであることを前面に出して、選んでもらうきっかけとし、消費を増大するためのものとして、ポイント制を活用することは一つの手法であると思う。できるだけ早く、いくつかのパターンでの実験を進め、有効性ややり方について検討を深めていきたい。

国産農水産物の消費拡大を図るためのさまざまなアイデアと自主的な動きをどう支援していくか、政府としても最善を尽くしたいと考えている。

おわりに

平成一九（二〇〇七）年七月、私は大臣官房環境政策課長として国産バイオ燃料の生産拡大、生物多様性を保全するための取り組みの拡大、そして地球温暖化防止のために農業が果たす役割の拡大に向けた道すじづくりなどを進めていた。まさにその真っ最中に、大臣官房企画評価課長への異動を命じられた。

異動は官僚生活につきものとはいえ、それまでやつてきた環境関連の仕事を続けられず、まったく違う「食」という分野の仕事をしなければいけないことに対し、とても残念な気持ちになったことを覚えている。

着任して、数日後、総理官邸において有識者の方々を招いて第一回の「食料の未来を描く戦略会議」が開催された。

国際的な食料不足に懸念が生じているなか、将来もずっと食べていけるためには、国民全体としてどのようなことを進めていけばいいのか、その方向性を具体的に提示することになったからである。

五回にわたる会議と、その合間のわれわれ事務局と委員の方々の議論を経て、平成二〇（二〇〇八）年五月に国民全体へのメッセージ「食の未来を確かなものにするために」がとりまとめられた。

メッセージはまず、日本の食料供給力が低下していることと米の消費減少や畜産物・油脂の消費増加が、肥満や生活習慣病につながっている、という現状の問題を指摘している。

さらに、このような国内外の状況を踏まえて、将来にわたって美しい日本の国土が守られつつ、国民が安定した健康新生活を送れるようにするための政策として、①米をはじめとする国産農産物の消費が、自給率のみならず、健康、ふるさと、環境などの観点からも望ましいことについて国民の共感を得ること ②国内の農業資源の有効活用、農業者や食品産業が消費者の国産ニーズに応える努力を促すこと ③食料安全保障の具体策を確立することなどが述べられている。詳しくは農林水産省のホームページでご覧いただければと思う。

ツフと議論を重ねた。そのなかで、わが国の食をめぐる状況は、これまで私や一般の人々が思っているものから変わりつつあることを強く感じた。

われわれに食料を供給しているのは、国内の農林水産業であり、外国の農林水産業である。これらの実際の状況について、私たちはどれだけ理解をしているだろうか。

国内の農林水産業については、いろいろ問題はあるようだが、農漁業者や行政に任せおけば生産が続していく。海外の食料については、どこかで日本向けの食料が生産され、知らないうちにキチンと輸入されてくる。このように漠然と思っている人が多かつたのではないか。

しかし、実際には、国内でも海外でも食料生産に関して、さまざまな課題が山積しており、「ごはんを食べる」という基本的なことが困難な時代になる可能性が生じている。

私たちはこのことについて、もっとよく考えなくてはならないのではないか？

さらに、世界の一員である私たちは、自分たちが「心配なくごはんを食べられるいる」その陰で、栄養不足に置かれている人々が増えていることも忘れてはいけない。食の問題は、食に携わっている人だけでなく、国民一人ひとりが自分のこととして

考えなければうまくいかない時代になつてきているのではないか。そもそも、食べるということはすべての人間に共通のことでもある。

具体的にできることをしていこう、という取り組みは各地で進んでいる。一人ひとりができるることをすることで、解決することもあると思う。

例えば、米の消費拡大でよくいわれていることに「ご飯を一食につきもうひと口食べる」と食料自給率が一%アップする」というのがある。

私たちの一日当たりの供給カロリーは二五五一キロカロリーなので、一%向上させるためにはご飯を二五・五一キロカロリー分余計に食べればいいということになる。これは重さにすると一六・七グラム。一日に二回ご飯を食べることして、一食当たり八・四グラムのご飯を今までよりも多く食べればいいことになる。小さめのお茶碗に入っているご飯は一四〇グラムであるから、その約一七分の一の八・四グラムはだいたいひと口分ということになる。ご飯二五・五一キロカロリーは、精米に換算すると七・二グラムになる。

このような努力を国民全員が平均的に実施すれば、食料自給率が一%アップする」ととなる。

国民の皆さん方が今の状況を知ること、知つたうえでできる行動を開始すること、これが大事であると痛感している。

平成二〇年四月、私は新設された食料安全保障課長に就いた。そして食料自給率向上に関する仕事をしているなかで、食と環境は実は密接に絡み合っていることも理解できるようになった。日本の食を守り育てることは、日本の環境、文化、そして国民の健やかな身体と心も守り育てることにつながるともいえるだろう。

家族やさまざまな人のふれあい、教育や文化は、外から人をつくるものである。食は、栄養となって身体を形成し、中から人をつくるものである。

私たちちは食の大切さを忘れてはならないと思う。

序章で、私は食料自給率について、物事を前向きに進めるための「ツール」と書いたが、食料自給率という問題は、私たちが食を見直すきっかけにもなるのではないかと思つてゐる。

行政という立場にいると、いろいろな議論や経緯の積み重ねのうえで、次の施策のための議論をしなければならないことが多い。あらかじめ数々の制約要因を前提とし

て議論するため、「そもそも、経緯やいろいろな立場の人の考え方を除いてみた場合、どうすべきか」という原点に戻つて考え方を整理することが少なくなつてゐる。

ここで、自分の理解や考えを基礎から整理してみることも、今後の食料自給率に関する施策の推進のために少しは役に立つのではないかと思う。
できるだけ平易に現状と今後の方向性について説明できれば、という考え方で書いてきたつもりだが、食料安全保障課の同僚や編集の労をとられた熊谷さんと議論をするなかで、だいぶ私自身の考え方を整理されてきたよう思つてゐる。

わが国の食料の状況について、皆さんの理解が深まり、日本の農林水産業が元気になり、たくさんのものを私たちに供給してくれる存在になつていくことに、力をお貸しいただければ幸いである。

【主な参考資料・文献】

農林水産省ホームページ「食料自給率の部屋」等

国土交通省ホームページ

環境省ホームページ

経済産業省ホームページ

米国ホワイトハウスホームページ

農林水産省「食料需給表」

農林水産省「我が国の食料自給率 平成18年度食料自給率レポート」

農林水産省「海外食料需給レポート2007」

農林水産省「不測時の食料安全保障マニュアル」

農林水産省パンフレット『いちばん身近な「食べもの」の話』

農林水産省広報誌『afあふ』

農政調査委員会「世界の食料需給と我が国の食料問題」(APC叢書)

柴田明夫著『飢餓国家ニッポン』(角川SSC新書)

山本謙治著『日本の「食」は安すぎる』(講談社a新書)

レスター・ブラウン著『フード・セキュリティ』(ワールドウォッチジャパン)

レスター・ブラウン著『プランB3.0』(ワールドウォッチジャパン)

宇根豊（文）、貝原浩（絵）『「田んぼの学校」入学編—いのちが集まる・いのちが育む』（農山漁村文化協会）

宇根豊『「百姓仕事」が自然をつくる』（築地書館）

山下惣一・鈴木宣弘・中田哲也編『食べ方で地球が変わる』（創森社）

岩村暢子著『変わらぬ家族 変わる食卓』（勁草書房）

森谷敏夫著『メタボにならない脳のつくり方』（扶桑社新書）

香川芳子監修『五訂増補食品成分表2008』（女子栄養大学出版部）

『週刊農林 第2025号』（農林出版社）

『農業と経済2007年8月臨時増刊号』（昭和堂）

末松広行「【バイオマス・ニッポン総合戦略】の推進と国産バイオ燃料の生産拡大」（農政ジャーナリストの会編「日本農業の動き161」農林統計協会発行）

末松広行『解説 食品リサイクル法』（大成出版）

末松広行「わが国における食料問題の現状と課題」（日本貿易会月報No.66-1）

末松広行『食料安全保障と日本農業』（今日の農業）2008JUN、化学工業日報社）

末松広行「食料安全保障と農業技術開発」（STAFF NEWSLETTER 農林水産先端技術産業振興センター）

末松広行（すえまつ・ひろゆき）

農林水産省大臣官房食料安全保障課長

東京農業大学客員教授

埼玉県出身。1983年東京大学法学部卒。農林水産省入省後、国土防災、地方行政(長崎県諫早市)、漁業交渉、金融問題、米問題、食品リサイクルなどを担当する。中川昭一農林水産大臣秘書官事務取扱、小泉官邸内閣参事官、農林水産省環境政策課長、同企画評価課長などを歴任。バイオマス・ニッポンを提唱。著書に『解説 食品リサイクル法』(大成出版社)がある。

扶桑社新書 039

食料自給率の「なぜ？」 ——どうして低いといけないのか？——

2008年12月1日 初版第一刷発行

著 者……末松広行

発 行 者……片桐松樹

発 行……株式会社 扶桑社

〒105-8070 東京都港区海岸1-15-1

電話 03-5403-8870 (編集部)

03-5403-8859 (販売部)

<http://www.fusosha.co.jp/>

D T P制作……株式会社 Y H B 編集企画

印刷／製本……株式会社廣済堂

日本音楽著作権協会（出版）許諾第 0813694-801号

造本には十分注意しておりますが、乱丁・落丁の場合はお取り替えいたします。
購入された書店名を明記して小社販売部宛にお送り下さい。送料小社負担でお取り替えいたします。なお、本書の一部あるいは全部を無断で複写複製することは、法律で認められた場合を除き、著作権の侵害となります。

©Hiroyuki Suematsu 2008, Printed in Japan ISBN 978-4-594-05824-1

扶桑社新書／ラインナップ

- 亡食の時代 産経新聞「食」取材班
- 「死」の教科書 産経新聞大阪社会部
- 偽装国家 勝谷誠彦
- 家に帰らない男たち 松井 計
- 経済で読む「日・米・中」関係 田村秀男
- 日本陸軍に学ぶ「部下を本気にさせる」マネジメント 拳骨拓史
- 溶けゆく日本人 産経新聞取材班
- 脳あるヒト心ある人 養老孟司／角田光代
- 生活保護が危ない 産経新聞大阪社会部

食料自給率の「なぜ？」

末松広行 (すえまつ ひろゆき)

農林水産省大臣官房食料安全保障課長
東京農業大学客員教授

埼玉県出身。1983年東京大学法学部卒。農林水産省入省後、国土防災、地方行政（長崎県諫早市）、漁業交渉、金融問題、米問題、食品リサイクルなどを担当する。中川昭一農林水産大臣秘書官事務取扱、小泉官邸内閣参考官、農林水産省環境政策課長、同企画評価課長などを歴任。バイオマス・ニッポンを提唱。著書に『解説 食品リサイクル法』（大成出版社）がある。