

取材を通じて、道外消費者の北海道の食 = おいしい、というイメージの強さには想像を上回るものがありました。食への安全、健康志向の高まりのなかで、北海道のブランド力を活かした食産業の取り組みには、少なからぬ優位性と可能性を感じます。しかし、ブランドを維持していくためには、信頼を裏切らない質の高さを管理する仕組みが北海道に確立されなければいけません。そこには、既存の、農業、水産業、食品加工業、流通業の枠と壁を越えた地域の「食政策」があってもいいのではないのでしょうか。雪印事件、狂牛病問題をどのように教訓として受け止め、対応していくのか。食糧基地北海道にとっては極めて重要な課題が投げかけられています。

(S.K)

食の世界は大きく変化しています。全国的な農地面積の減少、輸入作物の増加、流通現場の再編、そして消費者の生活スタイルやニーズの変化…。これらの全体像を把握することは困難なことかもしれません。しかし、北海道の食に対する大きな期待を裏切らないためにも、現在の評価に甘えず、次代を見越して行動していくことが重要です。そのためには十分なマーケットリサーチを行い、素材を生かして、広がりのある産業として食を育てていかなければなりません。北海道にはその責任があると強く感じます。(M.S)

●『マルシェノルド』へご意見・ご感想をお寄せください。
〒001-0011 札幌市北区北11条西2丁目セントラル札幌北ビル
(財)北海道開発協会 企画広報部

地域経済レポート

『マルシェノルド』係 まで

●表紙の切り絵作家
三苦 麻由子

東京都出身。武蔵野美術短大卒業後、広告代理店勤務などを経てフリーに。'94年札幌へ。みとまゆこのペンネームで、水彩、ペン、墨絵、切り絵など、さまざまなタッチでジャンルにこだわらず活躍中。本誌の表紙は、毎号テーマのイメージによるオリジナル作品を掲載。

「マルシェ:marche」とはフランス語で市場のこと。同音の「マルシエ:marcher」には歩む、行進する、進歩するという意味もあります。北海道(ノルド:nord=北)が、多くの人々が集い、交流し、活気あふれる地域へ発展するようにとの願いを込めて名付けられた情報誌が「マルシェノルド」です。地域を考えるきっかけとなるように、毎号、地域経済特有のテーマを取り上げてまいります。

●理解を深めるために……

Books

『よくわかる食品業界』
芝崎希美夫・田村馨/日本実業出版社、2001

『北海道の特性を生かした産業の展開
～北海道型地場産業の高付加価値化に向けて』
北海道開発庁・北海道産業問題研究会編、1994

『北海道農業の動向(平成12年度)』
北海道農政部編、社団法人北海道農業改良普及協会

『北海道農業統計表(平成12年度)』
北海道農政部編、社団法人北海道農業改良普及協会

『流通再編と食料・農産物市場』
滝澤昭義・細川允史編/筑波書房、2000

開発こうほう増刊/地域経済レポート
KAIHATSUKOHO Extra Number Regional Economic Report

マルシェノルド

第7号

発行：平成13年10月25日
発行・編集：(財)北海道開発協会
編集協力：釧路公立大学地域経済研究センター
印刷所：(株)須田製版 不許複製
<http://www.hkk.or.jp>