

北海道の食産業を考える

食産業には、川上である農漁業、川中の食品製造業・食品卸売業、川下の食品小売業・外食産業、そして海に例えられる食料消費・食生活まで、食品の生産から消費までの流れがあります。しかし、これまでの食産業では、川上・川中・川下の流れが、スムーズに、効率的に動いていたようには思えません。わが国有数の農業地帯であり、食品製造業のシェアも高い北海道が、食産業の優位性を発揮し、地域経済に寄与するためには、川上から川下までの流れを太く、より効果的なものにしていかなければいけません。

今回は、「食産業」という大きな枠のなかで、価値の高い北海道ブランドをどのように売り出していくかを考えていきます。

Contents 目次



Forum : 座談会01

フードシステムの確立に向けて

酪農学園大学 食品流通学科長・教授	芝崎希美夫氏
帯広畜産大学 畜産学部助教授	金山紀久氏
サンマルコ食品株式会社 専務取締役	藤井幸一氏
(司会) 釧路公立大学教授・地域経済研究センター長	小磯修二氏

Report : レポート ①10

北海道の食ブランドを武器に ～平成フードサービスの取り組み～

Report : レポート ②14

流通の現場から見る北海道の農産物 ～大消費地・東京からのメッセージ～

Case Study : 地域事例 ①18

自然のおいしさと、安全で安心できる牛乳にこだわって

～生産者が取り組んだ牛乳販売～

Case Study : 地域事例 ②22

北海道の海の幸ブランドを全国へ

～釧路丸水に見る企業戦略～

Case Study : 地域事例 ③26

高い付加価値で、経済的自立を

～“本物”のナチュラルチーズを目指して～

Report : レポート ④29

観光における「食」 ～ワンパターンからの脱皮～