

フランスワインがその人気におぼれて生産過剰になった反省から、フランス政府はAOC（原産地呼称統制）の認証システムに力を入れています。今ではワイン以外の食品にも広がり、食産業の発展に結び付けていますが、その道のりは半世紀以上です。食品への信頼によりその価値を高めていくためには、目先の売り上げではなく、次世代につなぐ取り組みであるという意識が必要でしょう。（S.K）

道内で発覚した食品問題は、食産業だけにモラルが問われた事件ではなかったように思います。どんな産業、企業であっても、かかわった営業行為が、どこかに負の財産を押し付けるようなものではあってはなりません。また、消費者も企業任せにせず、自ら学び、自分の目で見て判断する、消費者としての責任があると思います。（M.S）

●「マルシェ:marché」とはフランス語で市場のこと、同音の「マルシェ: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、「開発こうほう」の地域経済レポート特集号として「マルシェノルド」（年二回、九・三月号を予定）をお送りします。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

※地域事例1

『石屋製菓コンプライアンス確立外部委員会報告書』

石屋製菓コンプライアンス確立外部委員会

『北海道新聞』どうなる北のブランドほか

2007年8月15日～2009年6月19日までの石屋製菓関連記事

『北海道食の安全・安心推進本部本部員会議』資料

北海道HPより

※地域事例2

『週刊水産新聞』地域HACCP元年

（水産新聞社）

『標津町地域HACCP推進事業説明書

（平成12～平成19年度）

標津町地域HACCP推進委員会

※地域事例3

『経営紹介 アグリシステム株式会社』

日本政策投資銀行HPより

『十勝毎日新聞』幕別で有機農業参入

2006年4月11日

『北海道新聞』企業クリップ アグリシステム

2003年9月9日

●マルシェノルド バックナンバー

- 第1号 「地域経済の自立に向けて」（99年9月25日発行）
- 第2号 「北海道ツーリズムを考える」（00年1月25日発行）
- 第3号 「都市と商業」（00年6月25日発行）
- 第4号 「循環型社会を目指して」（00年10月25日発行）
- 第5号 「地域とアート」（01年2月25日発行）
- 第6号 「地域とIT」（01年6月25日発行）
- 第7号 「北海道の食産業を考える」（01年10月25日発行）
- 第8号 「NPOのあり方を考える」（02年2月25日発行）
- 第9号 「北のものづくり」（02年8月25日発行）
- 第10号 「地域経済の自立的発展と観光産業」（03年2月25日発行）
- 第11号 「地域景観とまちづくり」（03年8月25日発行）
- 第12号 「地域と大学」（04年2月25日発行）
- 第13号 「北海道らしいエコツーリズムを考える」（04年8月25日発行）
- 第14号 「地域ブランドの時代」（05年2月23日発行）
- 第15号 「地域と医療」（05年8月25日発行）
- 第16号 「北海道発産消協働」（06年2月25日発行）
- 第17号 「地域とスポーツ」（06年8月25日発行）
- 第18号 「地方都市の再生」（07年2月25日発行）
- 第19号 「地域と農業」（07年8月25日発行）
- 第20号 「地域と図書館」（08年2月25日発行）
- 第21号 「脱温暖化と地域」（08年8月25日発行）
- 第22号 「社会的企業と地域の活性化」（09年3月25日発行）