

タテ」として味わってもらう時が特に嬉しい。我が家では、普段は市場に出荷しているため消費者の顔を直接見ることはないが、家に来客があった際にウニやホタテを振る舞うこともある。その時、おいしそうに食べているお客さんを見ると嬉しい。消費者に喜んでもらうことは、生産者のモチベーションにもつながる。スーパーマーケットなどの直売コーナーに、生産者の顔や名前が分かる商品が販売されているが、逆に消費者の声が生産者に届く仕組みも充実しているといいのではないかと思う。

また、農業や水産業は地産地消に密接な関連がある。そこでしか食べられないもの、新鮮だからこそのおいしさは、その地域に足を運ぶ目的になり、交流人口拡大のメリットもあると考える。生産者にとっても、消費者が食べる様子を見ることができるとなる。

農業・水産業が衰退すれば、その地域ならではの食も失われてしまうだろう。生産者は「最高の食」をめざして日々働いている。消費者にもぜひ、生産者の努力に思いを馳せていただきたい。

北海道職員と食の関わり方について

赤司 寧乃（北海道総合政策部統計課）

北海道胆振東部地震に関わる「食」について、消費者である視点と北海道職員である視点から述べる。北海道胆振東部地震とは、平成30年9月6日に北海道胆振地方中等部で発生した地震のことであり、そのマグニチュードは6.7であった。その影響は大きく、地震発生直後は北海道全域が停電状態となり、44市町村において断水が発生した。また、地震発生後には道内観光地で大量のキャンセルが発生し、食・観光産業にも大きな影響があった。地震発生の翌日から道は被害が大きかった市町村に職員を派遣し、避難所の運営等を行った。食に関わる支援としては、自衛隊やボランティアによる配給があり、道職員はその配給作業の手伝いをするこももあった。市町村職員と道民やボランティアの方の間に入り、調整する役割もあったという。消費者の意識としては、非常時に備えようとする意識が高まり、飲料水や缶詰、カップラーメンなどの商品が売れ、地震発生後数日間には手に入りにくい状況であった。北海道では北海道胆振東部地震からの復旧・復興対策の4つの柱を立てており、その1つが「食と観光の早急な需要回復」である。「食」は大事な観光資源であるため、国内外における道産食品や北海道への観光客の誘致に向けたプロモーションを行っている。生産地が安全で、そこに住む人々も元気に生活しているということをアピールする動きもみられる。以上のことから、道職員としてはただの消費者という立場だけではなく、消費者と生産者の間を繋ぐ役割があると考えられる。

高齢者の食事の注意と工夫

佐々木 京介（株式会社くるみの家 デイサービスくるみの家管理者兼生活相談員）

介助を必要としている高齢者にとって食事は困難な行為である。その困難さを招く要因として、加齢や病気による味覚・咀嚼・嚥下の3つの身体機能の低下が挙げられる。まず味