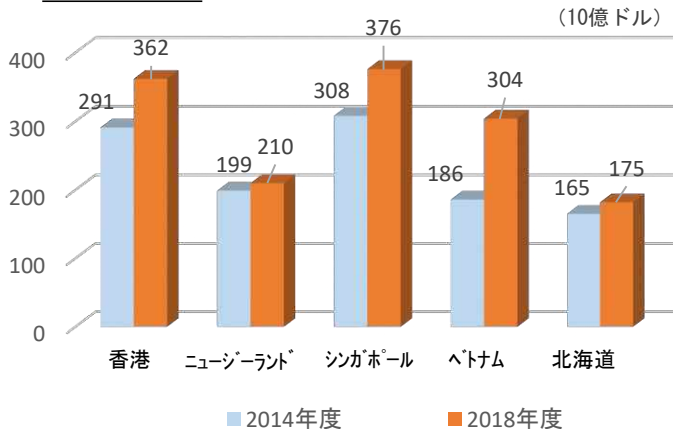


数字でみる北海道の現状

■ 名目GDP



本道の名目GDPは、ニュージーランドに相当。
(日本の名目GDPは、5兆369億ドル)

出典：IMF「World Economic Outlook」
2014年度及び2018年度 道民経済計算
※表は2014年度及び2018年度のデータ
※1ドル112円で換算

■ 人口

国・地域	2015年	2019年	増減
デンマーク	569	577	+8
フィンランド	549	553	+4
ノルウェー	520	538	+18
シンガポール	560	580	+20
北海道	543	530	▲13

本道の人口は、ノルウェーに匹敵。

一方、本道の将来人口は、2040年までに約100万人減少し、428万人となる推計がある。

<参考：道内の将来人口の推計>

年	2025	2030	2035	2040
人口(万人)	502	479	455	428

出典：国立社会保障・人口問題研究所
「日本の地域別将来推計人口」

出典：総務省「世界の統計2021」
住民基本台帳人口(平成27年1月1日現在、平成31年1月1日現在)

■ 認知度

【日本の観光地の認知度】

順位	アジア全体				欧米豪
	中国	シンガポール	タイ		
1位	東京	富士山	東京	富士山	東京
2位	大阪	東京	富士山	東京	富士山
3位	富士山	北海道	大阪	北海道	大阪
4位	北海道	大阪	北海道	京都	京都
5位	京都	京都	京都	大阪	広島

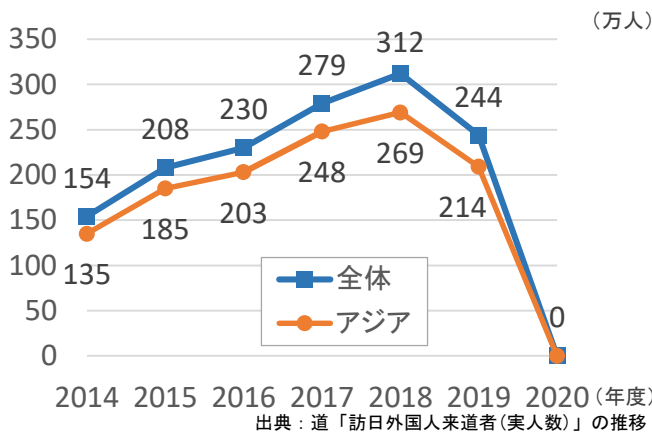
アジアにおける本道の認知度は、東京、大阪といった日本の主要都市と同じトップクラス。

一方、欧米豪における認知度は、アジアに比べると低い状況。

※北海道:11位

出典：日本政策投資銀行「アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(第2回新型コロナウイルス影響度特別調査 2020年12月)」

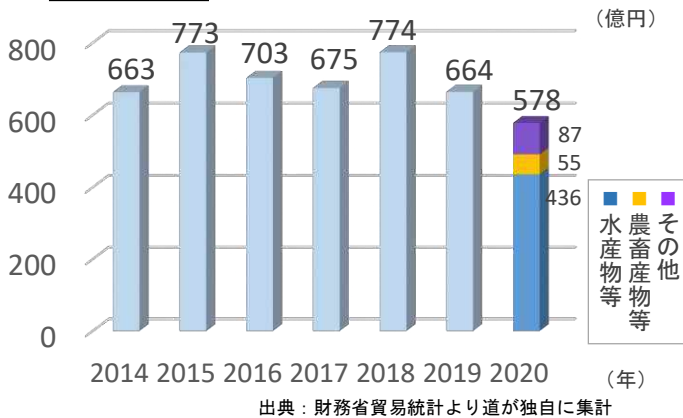
■ 訪日外国人来道者数



2020年度の訪日外国人来道者数は0万人。

新型コロナウイルス感染症の影響により、インバウンド需要が消失。

■ 食品輸出額

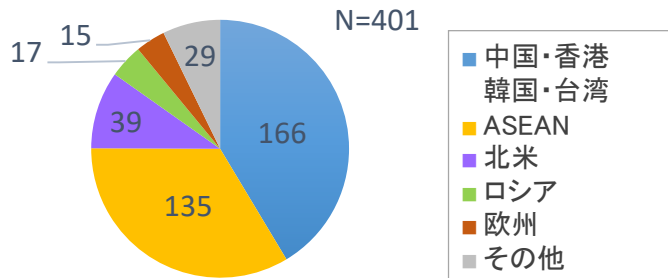


2020年の食品輸出額は、578億円と対前年比で12.9%減少。

新型コロナウイルス感染症による外食需要の減少に伴う輸出単価の低下や、百貨店での販売減少、催事の中止などの影響を受け減少傾向

■ 道内企業の海外進出拠点数

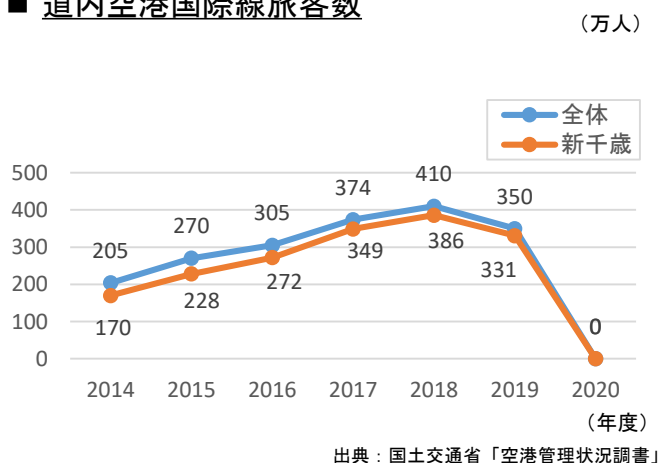
【エリア別の海外進出拠点数】



2019年の道内企業の海外進出拠点数は401。

エリア別では、中国・香港・韓国・台湾が166拠点と最も多く、次にASEANが135拠点と続き、アジアが全体の約8割を占める。

■ 道内空港国際線旅客数



インバウンドの拡大に伴い、国際線旅客数は堅調に推移し、ピーク時の2018年度は410万人で、2014年度の2.0倍。

※2019年度は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大等により減少。2020年3月末以降、道内発着の国際定期便は全便運休。

国際線が発着した空港は新千歳、函館、旭川、帯広、釧路、女満別の6空港であり、新千歳の利用客が全体の約9割を占める。

■ 道内在住外国人



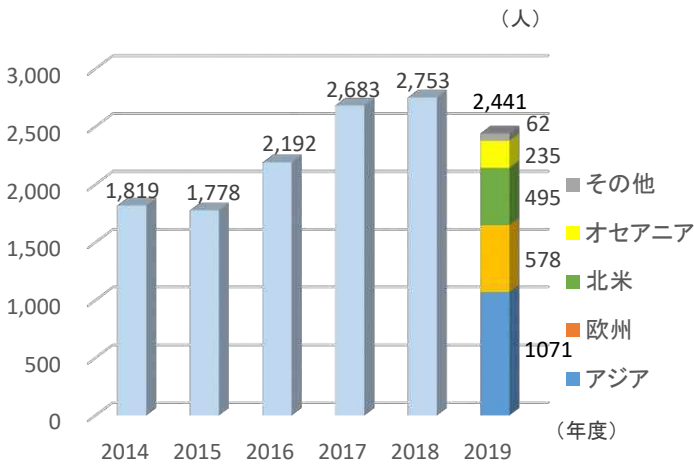
出典：法務省「在留外国人統計」
※各年12月末現在の人数

道内在住の外国人は、技能実習生などの受入拡大等に伴い、ピーク時の2019年は、2015年の1.6倍と堅調に推移。

※2020年は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴う外国人材の新規受入停止等の影響により前年比9%の減少。

区分	2015年	2020年
技能実習生	5,411人	12,472人

■ 海外留学する道内学生



出典：(独)日本学生支援機構「留学生調査」

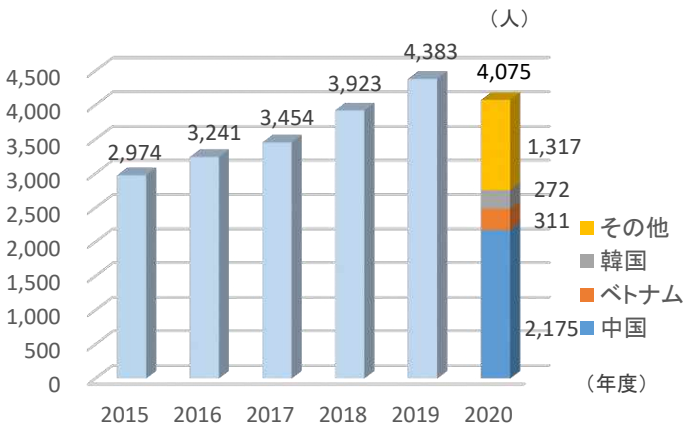
ピーク時の2018年度は、2014年度の1.5倍。

※2019年度は、新型コロナウイルス感染症の影響による短期留学の減少により前年度比11%の減少。

留学先の国・地域別では、アジア、欧州、北米、オセアニアの順に多い。

■ 道内外国人留学生

※留学生数＝高等教育機関及び日本語教育機関の在籍者数



出典：(独)日本学生支援機構
「外国人留学生在籍状況調査」

2019年度の道内外国人留学生は、2015年度の1.5倍と堅調に推移。

※2020年度は、新型コロナウイルス感染症の影響により前年比7%の減少。

国・地域別では、中国が最も多く、ベトナム、韓国と続く。

3 世界に通用する北海道の「ちから」

北海道には、豊富な食や優れた自然環境をはじめとする、本道ならではの世界トップレベルの「ちから」が数多く存在しており、ポストコロナを見据えながらグローバル化に的確に対応していくためには、これらのさらなる向上を図り、一層活用することが求められます。

食

- 広大な土地、3つの海を背景とした高い食料供給力
- 安全・安心で品質の高い農水産物
- 機能性にも優れた道産食材

自然環境

- 北国ならではの雪や寒さ
- 明瞭な四季
- 知床世界自然遺産や23の自然公園
- 多様な生態系の存在

技術

- 厳しい自然条件等のもとで培われた優れた技術(環境、寒冷地、クリーン農業、省エネ・新エネ、採炭技術など)

投資環境

- 都市機能と自然との調和
- 世界とつながる交通アクセス
- 豊富な農水産資源を活かした食関連産業の集積
- 発展を続けるIT関連産業
- 再生可能エネルギーや冷涼な気候の利活用

国際協力

- 地域で進められている多くの草の根交流
- 寒冷地技術など本道の強みを活かした技術協力
- JICA^{*20}の海外ボランティア派遣やODA^{*21}事業等を活用した途上国支援
- ロシアや中国などとの医療交流・協力

独自の歴史・文化

- 豊かな自然との共生で育まれたアイヌ文化
- 世界文化遺産^{*22}「北海道・北東北の縄文遺跡群」をはじめとする縄文文化
- まんが・アニメなどの北海道発の多様なコンテンツ
- 地域に溶け込んだプロスポーツや活発なウィンタースポーツ

人材

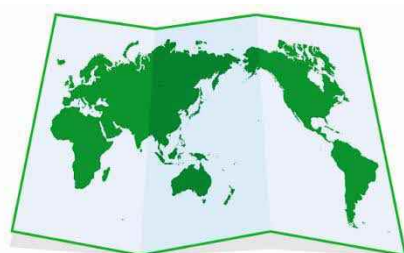
- 多くの高等教育機関
・大学院27校、大学37校、短期大学15校、高等専門学校4校
- 多様な試験研究機関
・北海道立総合研究機構をはじめ、多くの公的試験研究機関が存在
- 海外留学する道内学生、道内外国人留学生ともに増加傾向

ネットワーク

- 道の姉妹友好提携地域等(6か国・10地域)
 - ・カナダ：アルバータ州
 - ・中国：黒竜江省
 - ・米国：マサチューセッツ州、ハワイ州
 - ・ロシア：サハリン州
 - ・韓国：釜山広域市、慶尚南道、ソウル特別市、済州特別自治道
 - ・タイ：チェンマイ県
- 市町村の姉妹友好交流
- 道・道内企業等の海外拠点
 - ・北海道サハリン事務所
 - ・北海道ASEAN事務所
 - ・北東北三県・北海道ソウル事務所
 - ・北海道上海事務所
 - ・道内自治体、金融機関などの拠点

担い手

- 海外との交流を担う多くの主体
 - ・市町村
 - ・企業
 - ・友好団体
 - ・物産協会
 - ・観光協会など
- 海外展開を支える多様な機関
 - ・北海道国際交流・協力総合センター(HIECC)^{*23}
 - ・JETRO^{*24}北海道貿易情報センター
 - ・JICA北海道
 - ・金融機関
 - ・商工会議所など



1 北海道のめざす姿

グローバル化に伴う様々な影響を考慮しながら、道内経済や地域社会の活性化を図るため、「世界の中の北海道」として本道が中長期的に進むべき将来の方向性を「めざす姿」として明らかにし、道内の行政、企業・団体、道民の皆様と共有します。

世界をより身近に、世界を舞台に活躍

将来の北海道のイメージ

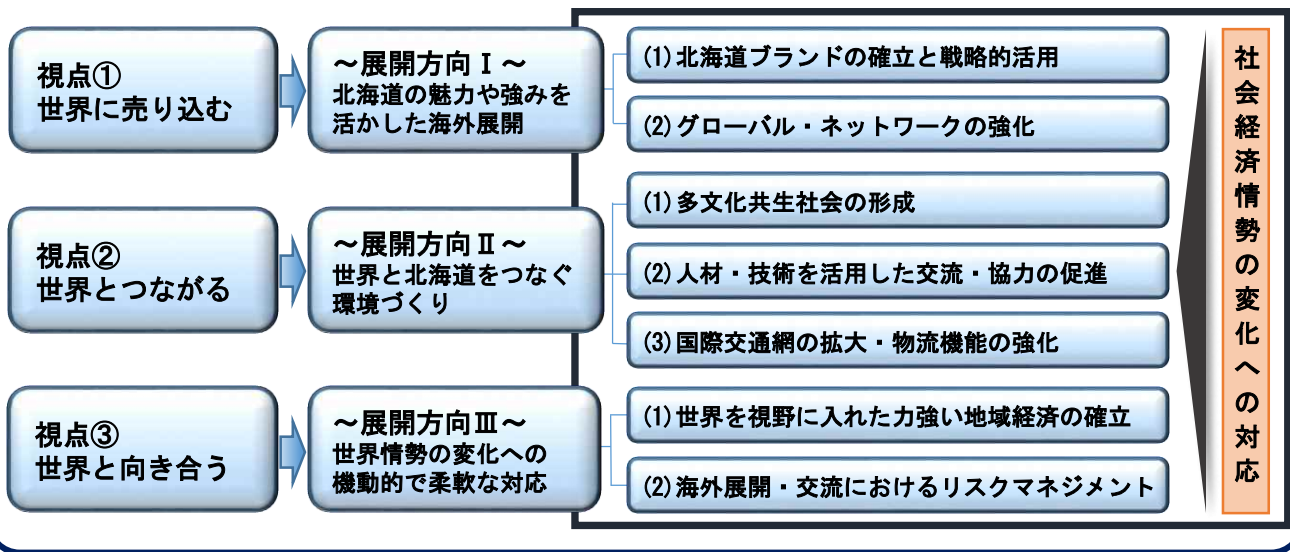
- 豊かで安全・安心な食、雄大な自然をはじめ、独自に育んできたアイヌ文化や北海道発の多様なコンテンツなど、北海道の魅力が評価を受け、北海道ブランドが世界に浸透しています。
- 多くの外国人が地域社会で共に暮らし、多くの若者が世界に向けて果敢に挑戦するなど海外との往来が増え、人と人のグローバルな絆が広がっています。
- 本道の国際競争力が向上し、グローバルな視点を有して活躍する足腰の強い産業が育っています。



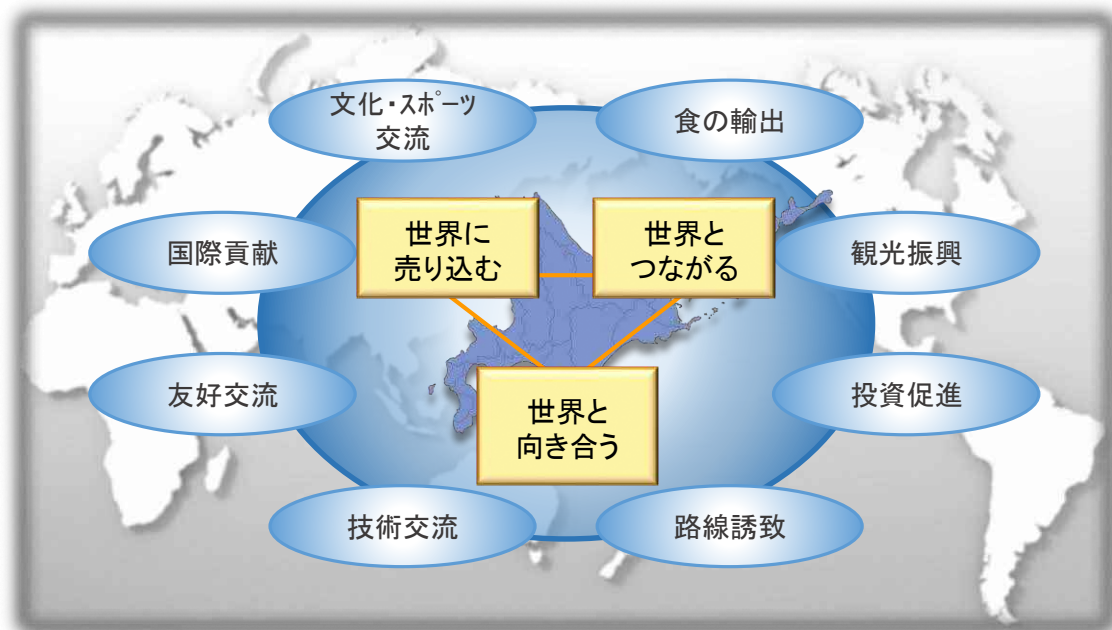
2 3つの視点と展開方向

「めざす姿」の実現に向けて、「世界に売り込む」「世界とつながる」「世界と向き合う」の3つの視点に立ち、食の輸出や観光振興、投資促進、路線誘致、技術交流、友好交流、国際貢献、文化・スポーツ交流などグローバル化に対応した取組を、デジタル化の進展や脱炭素化といった社会経済情勢の変化に的確に対応しつつ、ターゲットを明確化・重点化しながら、機動的かつ柔軟に推進します。

めざす姿の実現に向けた3つの視点と展開方向



社会経済情勢の変化に対応し、
3つの視点に基づき、国際関連施策を総合的に推進



3 展開方向

展開方向 I : 北海道の魅力や強みを活かした海外展開

取組の方向性

北海道の魅力や強みを活かし、海外の成長力や経験、ノウハウを取り込み、活力ある地域づくりにつなげる

(1) 北海道ブランドの確立と戦略的活用

背景

- ・北海道の多様な魅力や強みは、世界に売り込む強力な武器
- ・一方で、グローバル化が進んだ現在、世界中がライバル
- ・世界のライバルと渡り合うため、北海道ブランドの確立と戦略的活用が必要

方向性

- オール北海道の視点による分野横断的な取組の展開
- 現地ニーズや東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催といった国際的関心の高まりなどを踏まえた効果的なプロモーション
- 外からの視線を活かした地域資源の発掘と磨き上げ

社会・経済情勢の変化

- ・感染症の世界的な拡大に伴う外国人観光客の大幅な減少
- ・国際的なスポーツ大会や会議などの開催・活動の制限
- ・デジタル経済^{*25}の拡大
- ・巣ごもり需要など、人々の消費動向の変化
- ・先行きの不確実性などを起因とした消費・投資の手控えによる需要減

対応方向

- ① 潜在力や競争力を有する食や自然、観光などの分野における価値の更なる磨き上げ
- ② ターゲットの明確化・重点化による北海道ブランドの海外展開
- ③ 安全・安心に配慮した、国際的イベントや投資等の誘致
- ④ 社会経済情勢、現地ニーズ等を踏まえ、デジタル技術等を活用した市場・需要開拓
- ⑤ 脱炭素化に向けた取組など、人々の行動変容や価値観の変化への対応





- ◆ トップセールスによる本道の魅力セミナーなど、食、観光、文化などを組み合わせたショーケース化プロモーションの実施 <①>
- ◆ どさんこプラザ海外店の展開やHOKKAIDO LOVE! プロジェクト等、食や観光などの関係者が一体となった地域ブランディングの展開 <①>
- ◆ MaaS^{*26}等シームレス^{*27}交通の全道展開 <①>
- ◆ 食の高付加価値化、米や日本酒といった中期的な重点品目に加え、伸びしろが期待される魚種等、中国やASEANなどの輸出先国・地域の重点化などによる道産食品の輸出拡大 <②>
- ◆ 一人当たりの旅行消費額が高い欧米豪からのアドベンチャートラベル^{*28}の推進など、新たな観光価値の創出 <②>
- ◆ 食や自然・環境など本道の強み・特性を活かしたMICE^{*29}や投資の誘致推進 <③>
- ◆ MICE・IR^{*30}など新たなインバウンド等の取込方策の検討 <③>
- ◆ ゼロカーボンやデジタルトランスフォーメーション(DX)^{*31}といった社会経済環境の変化に対応した国内外からのデータセンター^{*32}等の企業誘致推進 <③・⑤>
- ◆ マーケットイン^{*33}による新たな市場展開、どさんこプラザ海外店などを活用した販路拡大 <④>
- ◆ 海外展開におけるECやオンライン商談など交流・ビジネス手段の多角化 <④>
- ◆ デジタル技術の対応力強化に向けた支援 <④>
- ◆ 巣ごもり需要など、人々の消費動向の変化への対応強化 <⑤>

<具体取組例>

▶ ショーケース化プロモーション
～シンガポールでのトップセールス(2019.7)～

シンガポールを訪問し、「北海道観光セミナー」や「北海道食とワインのタベ」を開催し、本道へのインバウンドの促進や北海道の食の魅力アピールするとともに、投資関係者などと幅広い分野でプロモーションを実施しました。



▶ 外国政府と強固な関係の構築
～ベトナムでのトップセールス(2020.1)～

ベトナムを訪問し、計画投資大臣と面談。2017年に締結した「経済交流に関する覚書」に基づき、投資、貿易、人材育成などの交流を更に進めることなどについて確認しました。



▶ 海外からの投資誘致推進
～国とジェットロ事業を活用した投資の誘致(2019.6)～

本道の強みである観光分野をメインに、経済産業省とジェットロのRBC事業の採択を受け、シンガポールや香港などでのトップセールスや投資誘致セミナーを開催したほか、投資家を招聘し、投資案件の視察・意見交換などを実施しました。



▶ 地域ブランディングの展開
～HOKKAIDO LOVE! プロジェクト(2020.6～)～

北海道観光振興機構などと連携し、オール北海道で観光関連産業等の前向きな取組を応援。北海道の魅力やSNS等で情報発信しています。



～どさんこプラザ海外店の展開～

海外アンテナショップとして、タイ1店舗、シンガポール2店舗を展開。海外における道産食品の販路拡大や北海道ブランドの発信拠点として、道内食品製造業者のマーケティング活動を支援しています。



～道産食品輸出塾(2019～)～

香港、台湾に向けて輸出意欲が高い道内事業者が、輸出に関する情報やノウハウを習得し、自立的な海外販路開拓ができるよう、輸出手続きに必要な知識などの習得を支援しています。

