

北海道食の輸出拡大戦略〈第Ⅱ期〉推進状況報告書 〈2023年（1月～12月）〉

令和6年（2024年）4月10日
北海道

1 2023年の輸出をめぐる情勢

海外・国の動き

- ・ALPS処理水の海洋放出に伴い、中国及びロシアが、日本産水産物の全面的な輸入停止措置を発動。
- ・円安に加え、エネルギー価格の高騰や世界的な干ばつ等により穀物などの市場が大きく変動。
- ・国は、12月に輸出拡大実行戦略を改訂し、輸出先国の多角化を明確にするとともに、事業者への支援を拡充。
- ・2023年の国全体の輸出実績は、1兆4,547億円となり、過去最高を記録。

道内の動き

- ・北海道内港からの輸出額は、788億円となり、過去最高を記録した2022年からは約200億円減少。
- ・新型コロナウイルスの水際対策が緩和されたことに伴い、対面型の商談会の開催が活発化。
- ・中国の輸入停止措置を受け、水産物の国内の需要を喚起する取組が拡大するとともに、輸出先の転換対策や国内加工体制の強化対策も加速化。

2 輸出の現状（道内港からの輸出）

○道内港からの道産食品の輸出額 2023年：788.1億円（前年比201.2億円（20.3%）減

大品目	R3/2021	R4/2022	R5/2023		対前年比	
					主な増減品目輸出額(対前年増減額)	
農畜産物 農畜産加工品	47.6 億円	62.7 億円	54.4 億円	△8.3 億円 (△13.2%)	ながいも 17.0 億円 (+ 4.6 億円) 米 10.3 億円 (+ 1.3 億円) ミルク・クリーム 8.7 億円 (△ 6.0 億円)	
水産物 水産加工品	617.1 億円	833.0 億円	633.8 億円	△199.2 億円 (△23.9%)	ホタテガイ 442.4 億円 (△175.6 億円) ナマコ 67.7 億円 (△ 11.5 億円) サケ・マス 58.8 億円 (△ 2.4 億円)	
その他 加工食品	106.0 億円	93.6 億円	99.9 億円	+6.3 億円 (+6.7%)	菓子類 41.9 億円 (△ 4.2 億円) 水・清涼飲料水 17.5 億円 (+ 9.0 億円) 野菜調製品 13.2 億円 (△ 6.2 億円)	
道内港合計額	770.7 億円	989.3 億円	788.1 億円	△201.2 億円 (△20.3%)		
道外港推計額	527.4 億円	778.6 億円	今後調査			・「増減額」は端数処理の関係で合計が一致しない場合がある。 ・道外港輸出額は翌年に推計作業を行うため、2022年まで公表。
合計額 (推計)	1,298.1 億円	1,767.8 億円				

※2022年は1年前倒しで目標水準1,500億円を達成

3 2024年度の展開方向と主な取組

- アジアの主要な新興国の経済成長などの明るい兆しは見られるものの、依然としてエネルギー価格の高騰が続いており、さらには、ALPS処理水の海洋放出に伴う中国による日本産水産物の輸入停止措置により、水産物の輸出は大きく影響を受けるなど、輸出を取り巻く環境は変化し続けている状況。
- こうした中、道としては、国際情勢等を鑑みながら、グローバルリスクの対応の観点も含め、高付加価値化の推進とともに、品目数の拡大や輸出先国・地域の多角化、事業者の意欲向上の視点を踏まえ、以下の取組を実施する。

(1) 生産の安定化

- ・計画的な原料の生産促進
- ・食品加工事業者等が行う設備投資への支援 等

(2) 商流・物流網の整備

- ・輸送ロット確保及び輸送効率化のための小口混載などの取組推進
- ・鮮度保持・品質保持技術の開発・導入 等

(3) 北海道ブランドの浸透・市場拡大

- ・安全安心、健康等に配慮した商品開発及びPR
- ・食、文化、観光と連携したプロモーションの展開
- ・海外どさんこプラザを活用したマーケティング支援
- ・ASEAN、欧州、アメリカなど販路の多角化支援 等

(4) 人材育成・輸出支援体制の強化

- ・道産食品輸出塾による、オンライン商談会やECのノウハウ取得
- ・ジェットロや関係機関と連携したサポート体制の充実 等

(5) 輸出品目の拡大・高付加価値化の推進

- ・新たな輸出品目発掘に向けた取組、現地ニーズを捉えた商品開発
- ・水産加工施設の機械化促進など加工体制の強化に向けた支援
- ・地域フード塾による付加価値の高い商品づくりの支援
- ・生産者のこだわりが伝わる効率的なプロモーションの展開 等

4 輸出をめぐる情勢と輸出の推進状況（分析）

（1）輸出環境に関する動き

ア A L P S 処理水の海洋放出

令和5年(2023年)8月24日に東京電力福島第一原子力発電所のA L P S 処理水の海洋放出に伴い、中国とロシアが、日本産水産物の全面的な輸入停止措置を発動。水産物を原料とした加工食品の輸出ができない事例なども発生。また、9月以降は、中国への水産物・水産加工品の輸出額はゼロとなり、その影響は甚大。輸入停止措置が解除される見通しは立っておらず、今後も影響が懸念されている。

一方、国の「水産業を守る」政策パッケージに基づく輸出先国の多角化に向けた動きも見られるようになってきたが、引き続き状況を注視する必要がある。

イ 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略の改訂

政府は、国の輸出額目標である令和7年(2025年)に2兆円、令和12年(2030年)に5兆円を達成するため、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」を令和2年(2020年)11月に「農林水産物・食品の輸出拡大のための輸入国規制への対応等に関する関係閣僚会議」（関係閣僚会議）において取りまとめ、その後、令和2年(2020年)12月、令和4年(2022年)5月及び12月、さらには、令和5年(2023年)12月に同会議で改訂。

12月の改訂では、輸出先国の多角化や輸出産地の形成や戦略的サプライチェーンの構築などを推進していくことが示された。

海外においては、輸出支援プラットフォームを活用し、現地スーパーや現地の飲食店を対象とした販売促進や商談会等の開催による商流構築を支援や品目団体の現地体制の強化を行っていくこととしており、2023年12月5日にアメリカのヒューストンに新たに開設された。

これらの取組の結果、2023年の国全体の輸出実績は、1兆4,547億円となり、過去最高額を更新。

ウ 政府の取組

政府は、上記イのとおり、国の輸出額目標である令和7年(2025年)に2兆円、令和12年(2030年)に5兆円を達成するため「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」を、令和2年(2020年)11月に「農林水産物・食品の輸出拡大のための輸入国規制への対応等に関する関係閣僚会議（関係閣僚会議）」において取りまとめ、その後も同会議で改訂。

また、日本産農林水産物・食品の有望な輸出先国・地域において、在外公館、JETRO 海外事務所、JFOODO 海外駐在員を主な構成員とする「輸出支援プラットフォーム」を設置し、輸出事業者を包括的・専門的・継続的に支援することとしており、令和5年（2023年）12月現在、8カ国・地域において立ち上げ済みである。

令和5年（2023年）1月には、本プラットフォームと都道府県との連携を具体化する「都道府県・輸出支援プラットフォーム連携フォーラム」を開設し、さらには、農林水産大臣や各都道府県を構成員とする「農林水産物・食品輸出促進連携ネットワーク」を立ち上げるなど、国と都道府県との連携体制の整備を進めている。

なお、令和5年（2023年）の国全体の農林水産物・食品の輸出実績は1兆4,547億円となり、過去最高額を更新。道としても、今後、国や業界団体、関係機関と連携して輸出拡大に取り組んでいく。

エ 輸出産地・事業者の選定

国の「輸出拡大実行戦略」に基づき、主として輸出向けの生産を行う産地形成を重点的に支援するため、令和5年（2023年）12月27日時点で、29品目について1,238地域の「輸出産地・事業者」が選定されている。

オ 全国知事会 農林水産物輸出拡大プロジェクトチームの設置

全国知事会では、地域の農林水産物・食品の輸出拡大に向けて、必要な施策や制度について総合的に調査、研究等を行い、適切な施策の強力な推進に資することを目的として、農林水産物輸出拡大プロジェクトチームを令和5年（2023年）2月に設置し、北海道も参加。

6月には、第1回会議が開催され、輸出に向けた課題や国・都道府県間の連携等について意見交換を行った。

カ メキシコ向け日本産精米の輸出が解禁

メキシコは、自国への侵入を警戒する病害虫が我が国で発生していることを理由に、日本産精米の輸入をこれまで禁止していたが、農林水産省が、メキシコの植物検疫当局と技術的協議を積み重ねてきた結果、植物検疫条件に合意し、令和5年（2023年）3月17日から条件を満たす日本産精米の輸出が可能となった。

キ 地域的な包括的経済連携（RCEP）協定の発効

地域的な包括的経済連携（RCEP）協定は、ASEAN 構成国、日本、中国、韓国、豪州及び ニュージーランド(NZ)の 15 カ国が参加する経済連携協定であり、平成 24 年(2012 年)11 月に交渉を開始し、令和2年(2020年)11月15日に署名。令和3年（2021年）4月28日に国会で承認、可決。令和4年（2022年）に日本、ブルネイ、カンボジア、ラオス、シンガポール、タイ、ベトナム、豪州、中国、NZ、韓国、マレーシアが発効し、令和5年（2023年）には、インドネシア、フィリピンが発効した。（未発効はミャンマーのみ）

発効後は、中国へは清酒、米菓、ホタテ貝、さけ、ぶり、ソース混合調味料等で、韓国へは清酒、菓子（キャンディー、板チョコレート）等で関税が撤廃されている。

（2）道内の主な動き

ア 十勝産「十勝ラクレット」及び浜中町産「浜中養殖うに」が地理的表示（GI）保護制度に登録

令和5年（2023年）に、十勝産「十勝ラクレット」（ナチュラルチーズ）及び浜中町産「浜中養殖うに」が地理的表示（GI）保護制度に登録され、更なるブランド力向上が期待される。

なお、令和6年（2024年）1月29日現在、全国で138製品が登録され、北海道の農水産物は8製品が登録されている。

イ 新千歳空港国際貨物ターミナル荷捌き上屋拡張工事に着手

北海道エアポート（株）では、令和5年（2023年）3月、新千歳空港国際貨物ターミナルの荷捌き上屋を拡張する工事に着手。（令和5年（2023年）11月に完成）

ウ 苫小牧港西港区の貨物船用の岸壁新設

バース不足による滞船等を解消し、国際競争力の維持・強化を図るため、国土交通省が苫小牧港西港区真古舞地区に貨物船用岸壁を新設。令和元年（2019年）11月に着工し、令和5年（2023年）4月より供用開始。

エ 食品産業の輸出向け HACCP 等対応施設整備対策事業等の活用

食品製造事業者等が取り組む輸出に必要な HACCP 等の基準を満たす施設や機器等の整備を支援する国の事業を活用し、輸出環境の整備を推進している。

令和6年（2024年）3月末時点で、ホタテガイの加工食品製造ラインの新設や改修、冷凍・冷蔵保管施設の整備など25件、39億円（令和元年度からの交付金の累計）の事業を採択している。

オ 輸出水産食品取扱認定施設（対米・対 EU-HACCP 導入施設）の増加

アメリカ向け施設は3施設が新たに認証され、96施設、EU向けは25施設で、合計121施設となった（令和5年（2023年）12月末時点）。

※新規認証施設（対米）：洞爺湖町 1、森町 1、湧別町 1

カ 国際水準 GAP 認証の取得

令和 5 年（2023 年）3 月末時点で、国際水準である GAP（農業生産工程管理）の認証取得が、耕種で 247 経営体、畜産で 66 経営体となった。

キ 水産エコラベル（MEL）認証の取得

日本発の水産エコラベルである MEL については、漁業認証 Ver.2.0 に、道漁連の「秋サケ定置網漁業」、苫小牧漁業協同組合の「ホッキ桁引き網漁業」、石狩湾漁業協同組合の「石狩湾系ニシン刺網漁業」及び、利礼漁業エコラベル推進協議会の「ホッケ刺網漁業」の計 4 件が認証取得している。また、流通加工段階（CoC）認証 Ver.2.0 は、新たに 6 件が認証され、計 21 件となった（いずれも令和 5 年（2023 年）12 月末時点）。

ク 道産食肉の輸出に向けた取組

道内の輸出促進法に基づく食肉輸出認定施設は、26 施設（令和 5 年（2023 年）12 月末時点）。

ケ 海外での商談会等の再開

輸出先国での経済活動再開に伴い、コロナ禍により中止となっていた道産品フェアが再開したほか、本年においては、タイなどで商談会が開催される等、海外での商談機会の再開等の動きが見られ、道内企業も出展するなどし、海外でのビジネス機会に関心が高まっている。

コ GFP 北海道の取組

GFP とは、Global Farmers / Fishermen / Foresters / Food Manufacturers Project の略称であり、農林水産省が推進する日本の農林水産物・食品の輸出プロジェクト。

これまで、全国版の GFP と道が連携し事業を進めていたが、北海道に密着した支援体制として「GFP 北海道」が令和 4 年（2022 年）12 月に発足。令和 5 年（2023 年）池田町や札幌市で、輸出セミナー・商談会等を開催した。

サ GFP フラッグシップ輸出産地形成プロジェクトの実施

ホクレン、ぎよれん、道などで構成する「北海道農畜産物・水産物輸出推進協議会」において、米、かんしょ、たまねぎを対象に、海外の規制や大口ロット等のニーズに対応する輸出産地を形成するため、輸出支援プラットフォームとの連携の下、GFP フラッグシップ輸出産地形成プロジェクトに取り組んでいる。

シ Do★食輸出産地支援 Platform の取組

政府の農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略を推進するため、令和 3 年（2021 年）9 月 28 日、北海道経済産業局、北海道農政事務所、札幌国税局、ジェトロ北海道、中小機構北海道本部の 5 機関が「Do★食輸出産地支援 Platform」を発足。令和 5 年（2023 年）度は、構成機関の施策を活用し、輸出事業者の生産性向上やサプライチェーンの各段階への支援等の取組を実施。

（3）輸出の推進状況（分析）

ア 全般

多くの国・地域で新型コロナウイルスの感染拡大に伴う行動制限が解除され、外食向け需要が回復したことや円安により海外市場で競争しやすい環境が続いたことにより、7 月までは、昨年を上回る輸出額となった。

一方、8 月 24 日に東京電力福島第一原子力発電所の A L P S 処理水の海洋放出を開始したことに伴い、中国が日本産水産物の輸入停止措置を発動したことから、水産物・水産加工品のほか、日本産水産物を原料とする加工食品においても、その影響を大きく受け、2023 年の輸出実績は前年比で約

200 億円(△20.3%)減となる 788.1 億円となった。

イ 農畜産物・農畜産加工品

2022 年産ながいもについては、事業者の堅調な取組とともに、道外主産地で不作だったことによる国内価格の上昇に伴う、輸出価格の上昇を受けて輸出額が増加した。また、米についてもアメリカ、ヨーロッパ等での不作による代替需要の取り込み等で輸出額は増加した。一方、国内在庫低減に向けた脱脂粉乳の輸出が主に道外港から行われたことなどから、ミルク・クリームの輸出額は減少。全体では前年比 8.3 億円減の 54.4 億円となった。

ウ 水産物・水産加工品

中国による輸入停止措置により、9 月以降の中国向け輸出額がゼロとなった影響により、水産物・水産加工品全体としては、前年比 199.2 億円減の 633.8 億円となった。

エ その他加工食品

健康志向の高まりや日本食ブームにより、水・清涼飲料水、麺類やスープのほか、醤油や調味料の輸出が増加。特に、水・清涼飲料水は中国向けが大きく伸長した。一方、その他加工食品の中で最も輸出額の大きい菓子類は、2 年連続で減少した。全体としては、前年比 6.3 億円増の 99.9 億円となった。

5 輸出の現状

令和 5 年（2023 年）（1 月～12 月）の道内港からの道産食品の輸出額は、788.1 億円（前年比 201.1 億円（20.3%）減となった。

【品目別】

大品目	2019 通年	2020 通年	2021 通年	2022 通年	2023 通年	2023 年 対前年	
							主な輸出額上位品目（前年増減額）
農畜産物 農畜産加工品	億円 40.0	億円 55.4	億円 47.6	億円 62.7	億円 54.4	△8.3 億円 (△13.2%)	ながいも 17.0 億円(+ 4.6 億円) コメ 10.3 億円(+1.3 億円) ミルク・クリーム 8.7 億円(△6.0 億円)
水産物 水産加工品	億円 538.4	億円 435.1	億円 617.1	億円 833.0	億円 633.8	△199.1 億円 (△23.9%)	ホタテガイ 442.4 億円(△175.6 億円) ナマコ 67.7 億円(△ 11.5 億円) サケ・マス 58.8 億円(△ 2.4 億円)
その他 加工食品	億円 86.0	億円 87.4	億円 106.0	億円 93.6	億円 99.9	+6.3 億円 (+6.7%)	菓子類 41.9 億円(△ 4.2 億円) 水・清涼飲料水 17.5 億円(+ 9.0 億円) 野菜調整品 13.2 億円(△ 6.2 億円)
小 計	億円 664.4	億円 577.9	億円 770.7	億円 989.3	億円 788.1	△201.1 億円 (△20.3%)	
道外港推計値 ※1	億円 378.8	億円 348.7	億円 527.4	億円 778.6	今後調査	— (—)	
合計	億円 1,043.2	億円 926.6	億円 1,298.1	億円 1,767.8		— (—)	

※ 「増減率」は端数処理の関係で差し引き、合計が一致しない場合がある。

※ 1 道外港輸出額は翌年に推計作業を行うため、推計値は 2022 年まで公表。

【主な地域別】

項目	2019 通年	2020 通年	2021 通年	2022 通年	2023 通年	2023年 対前年	
						主な輸出額上位品目（前年増減額）	
中国、台湾 香港、韓国	億円 537.4	億円 451.7	億円 599.9	億円 731.3	億円 508.1	△223.1 億円 (△30.5%)	ホタテガイ 301.8 億円(△190.6 億円) ナマコ 67.3 億円(△ 11.6 億円) サケ・マス 13.5 億円(△ 5.5 億円)
A S E A N	億円 72.3	億円 74.5	億円 70.6	億円 104.0	億円 114.1	+10.2 億円 (+ 9.8%)	サケ・マス 45.4 億円(+ 3.0 億円) 菓子類 14.6 億円(+ 9.3 億円) ホタテガイ 11.6 億円(+ 6.8 億円)
欧米	億円 48.8	億円 44.9	億円 90.7	億円 145.3	億円 160.0	+14.6 億円 (+10.1%)	ホタテガイ 128.0 億円(+ 10.1 億円) その他菓子類 5.0 億円(△ 0.2 億円) 米 2.7 億円(+ 1.6 億円)
その他	億円 5.9	億円 6.8	億円 9.5	億円 8.7	億円 5.9		

※ 「増減率」は千円単位で計算。端数処理の関係で差し引き、合計が一致しない場合がある。

※ 欧米には、ヨーロッパ、北米、ロシア等を含む。

【参考：今期の増加・減少要因】

(1) 増加した主な品目と要因（道内港）

ア ながいも

前年比 4.6 億円(37.0%)増の 17.0 億円

2022 年産は作柄が良く、価格にも恵まれたことにより、輸出货量・額ともに増加した。

イ 米

前年比 1.3 億円(14.6%)増の 10.3 億円

日本食ブームやアメリカ、ヨーロッパ等での不作による代替需要の取り込み等で、輸出が増加した。

ウ 牛肉

前年比 0.5 億円(15.5%)増の 3.9 億円

各国で新型コロナウイルスの行動制限が解除され、外食需要が増加。

エ 豚肉

前年比 1.9 億円(35.3%)増の 7.5 億円

府県での豚熱発生の伴う代替需要の取り込みや、外食需要の増加。

オ 水・清涼飲料水

前年比 9.0 億円(106.7%)増の 17.5 億円

外出機会の増加や健康志向の高まりにより、清涼飲料水の需要が増加。

(2) 減少した主な品目と要因

ア ホタテガイ

前年比 175.6 億円(28.4%)減の 442.4 億円

A L P S 処理水の海洋放出に伴う中国による日本産水産物の輸入停止措置の影響を受け、これまで輸出額で大きな割合を占める中国向けの輸出が大幅に減少した。

一方、米国などで、大幅に輸出額が増加するなど、中国からの輸出先を振り替える動きも見られた。

イ ナマコ

前年比 11.5 億円(14.6%)減の 67.7 億円
中国向けの調整品（塩蔵等）の輸出が減少

ウ ミルク・クリーム

前年比 6.0 億円(40.9%)減の 8.7 億円
道内港から行われていた国内在庫低減に向けた脱脂粉乳の輸出が、主に道外港から行われたことによる減少。

エ たまねぎ

前年比 10.3 億円(77.1%)減の 3.1 億円
2023 年産は、高温等の影響により、収量が少なかったことに加え、小玉で品質劣化しやすい傾向となり、輸出向けの数量が減少。

オ 菓子類

前年比 4.2 億円(9.0%)減の 41.9 億円
一部、中国向けの輸出がキャンセルになるなどの影響があり、減少。

カ 野菜調整品

前年比 6.2 億円(32.1%)減の 13.2 億円
主に中国向けのばれいしょ調整品の減少。

6 令和 6 年度（2024 年度）の展開方向と主な取組

(1) 生産の安定化

高品質で安全・安心な一次製品の安定生産と計画的な供給体制の整備

項目	取組内容
水産資源の適切な資源管理や海洋環境の変化に対応した栽培漁業の推進	○サケ稚魚の飼育環境向上のための施設改良や設備の導入、稚魚の遊泳力を高めるDHAを含んだ餌の給餌を実施
対米・対EU—HACCP等の衛生管理の導入促進	○水産加工施設等の対米、対EU-HACCPの認定取得に向けた講習会を開催 ○水産エコラベル認証の取得を目指す団体に情報提供や助言を実施
波浪などに強い漁場づくり	○ホタテガイの生産安定に向け、時化の影響を受けにくい沖合への漁場整備やハザードマップを活用した放流適地の検討
栽培・養殖技術の改良・普及	○噴火湾ホタテガイ養殖の生産安定を図るため、養殖管理工程の改善に向けた「養殖ホタテガイの生産安定化のポイント」に基づき実証試験を実施。
計画的な原料の生産促進	○ニーズに対応した産地を目指し、産地向け機運醸成セミナーを実施

(2) 商流・物流網の整備

道産食品を効率的な輸送により現地に届ける取組の推進

項目	取組内容
冷凍・冷蔵倉庫など生鮮品輸出に対応した物流機能の強化	○マーケットインの視点に立った道産食品の販路の開拓と定着等の取組を支援 ○市場が拡大しているECを活用した海外ビジネスへの支援
輸出口ト確保及び輸送効率化の	○苫小牧港小口混載コンテナの輸送サービスにより、苫小牧発、台湾・

ための小口混載などの取組推進	シンガポール・香港向けの冷凍海上コンテナによる小口混載輸送を実施 ○行政機関や経済団体等で構成する輸出検討促進委員会に出席し、小口混載輸送等の取組に関する情報を関係者と共有
鮮度保持・品質保持技術の開発・導入	○輸出先国・地域における輸入規制の撤廃・緩和と手続きの簡素化などに向けた国への要望
国際航空ネットワークの拡充	○国際航空路線の拡充に向けた取組を実施

(3) 北海道ブランドの浸透・市場拡大

北海道の食ブランドの確立と活用による販路拡大、輸出先国・地域の多角化

項目	取組内容
安全、安心、高品質な道産農林水産物のブランドPR	○北海道食材卸・あっせんサポーターとして現地マーケットに精通した専門家をシンガポールとタイの現地に配置。取引候補先への道産食品のセールスや道内企業の商談をサポートするなど、道産食品のPR及び販路拡大を図る。 ○北海道ASEAN事務所や、上海、ソウル、サハリンの海外事務所のほか、道の海外への派遣職員やJETRO、金融機関等とのネットワークを活用し、海外市場情報の収集・提供や現地での取組支援等を実施 ○米国の量販店において、水産エコラベル認証を取得した道産水産物のPRを実施
G I（地理的表示）やI S O等の国際規格等の取得促進と効果的な活用	○北海道HACCP認証制度の普及啓発と導入促進 ○農林水産物・食品を輸出するため、輸出先国から求められる様々な規制及び基準等に対応したHACCP等基準を満たすための製造・加工・流通体制等の整備に要する経費を支援 ○国際水準GAPの実践を拡大するため、農業者向け研修会の開催や指導者の育成等による指導体制の充実・強化、GAP認証取得費用の支援 ○水産エコラベル認証の取得を目指す団体に情報提供や助言を実施
国際コンクール出品等国際評価向上の取組	○イギリスや香港等で行われたワインの国際コンクールでの金賞受賞実績
安全安心、健康等に配慮した商品開発及びPR	○米国の量販店において、水産エコラベル認証を取得した道産水産物のPRを実施
食、文化、観光と連携したプロモーションの展開	○ASEAN諸国での販路定着・輸出促進を実施 ○道・ホクレン・ぎょれんの連携により、商談会等に参加
海外どさんこプラザを活用したマーケティング支援	○シンガポール及びタイのアンテナショップを活用し、海外展開を希望する道内食関連事業者の商品について、海外アンテナショップでのテスト販売を実施 ○付加価値の高い道産加工食品や一次産品を紹介する商談会・フェアを開催 ○現地百貨店と連携し、一定期間、道産食品販売コーナーを設置
ASEAN、欧州、アメリカなど販路の多角化支援	○国内外でのさらなる需要拡大に向けた道産酒米の品種開発及び道産日本酒のブランド力向上 ○道産品輸出用シンボルマークによる海外における道産食品の識別力向上と北海道ブランドの保護 ○ASEANにおける現地飲食店向けの試食プレゼン会など実施 ○豪州等を対象とした、道内及び海外での商談会を実施 ○欧米市場展開ワークショップなどを開催

(4) 人材育成・輸出支援体制の強化

輸出に取り組む意欲ある担い手の育成と新市場に挑戦する事業者のサポート体制の強化

項目	取組内容
輸出に挑戦する企業間のネットワークの構築	<ul style="list-style-type: none"> ○「道産食品輸出塾」による香港・台湾向け知識の習得、オンライン商談会参加 ○「地域フード塾」「ワインアカデミー」「ヘルシーDo創造塾」の実施
地域フード塾による付加価値の高い商品づくり支援	<ul style="list-style-type: none"> ○デジタル技術を活用したマーケティング手法や財務マネジメント、販売力強化を目的とした実務を習得する「地域フード塾」の実施
オンライン商談会やEC等海外市場進出のノウハウ習得機会の提供	<ul style="list-style-type: none"> ○各機関が実施している輸出サポートの取組を道内企業へ周知 ○リスク分散を踏まえた市場開拓の知識や取組方法の習得を主眼とした講座の実施
海外どさんこプラザを活用したマーケティング支援（再掲）	<ul style="list-style-type: none"> ○シンガポール及びタイのアンテナショップを活用し、海外展開を希望する道内食関連事業者の商品について、海外アンテナショップでのテスト販売を実施（再掲） ○付加価値の高い道産加工食品や一次産品を紹介する商談会・フェアを開催（再掲）
JETRO北海道、北海道貿易物産振興会など関係機関と連携したサポート体制の充実	<ul style="list-style-type: none"> ○道産食品輸出拡大会議において、輸出に関する課題解決に向けて、輸出に積極的に取り組む事業者を対象に意見交換を進めるほか、事業者向けに各支援機関による輸出関連事業等の情報を一元化し発信。 ○北海道地域農林水産物等輸出促進協議会を活用した情報共有 ○「北海道国際ビジネスサポートデスク」での相談対応

(5) 輸出品目の拡大・高付加価値化の推進

海外マーケット向けの輸出品目の拡大及び現地ニーズや食文化を踏まえた付加価値の高い商品づくりの推進

項目	取組内容
新たな輸出品目発掘に向けた取組	<ul style="list-style-type: none"> ○ホタテガイに続く輸出品目発掘のため、アジア圏で需要拡大が期待できる台湾及びシンガポールにおいて、活ホッキ・活カキを中心とした知名度向上と需要喚起のための展示商談会等を開催。 ○巨大市場を抱えるアメリカへの道産ブリ、カレー製品の輸出商流構築に向け、加工品開発や販促キャンペーンを実施 ○海外量販店や飲食店における販促PR、現地ニーズに対応した製品開発、ネット通販など道産水産物の海外販路拡大に取り組む生産者団体へ支援 ○中国のECサイトを活用したテスト販売を実施
海外どさんこプラザを活用したテスト販売	<ul style="list-style-type: none"> ○シンガポール及びタイのアンテナショップを活用し、海外展開を希望する道内食関連事業者の商品について、海外アンテナショップでのテスト販売を実施（再掲）
現地ニーズを捉えた商品開発	<ul style="list-style-type: none"> ○海外量販店や飲食店における販促PR、現地ニーズに対応した製品開発、ネット通販など道産水産物の海外販路拡大に取り組む生産者団体へ支援（再掲）
品目に応じた効果的な商談会の実施	<ul style="list-style-type: none"> ○販路の維持・拡大、需要の拡大に向け、品目ごとに戦略的なプロモーション活動を行うとともに、海外での商談会等を実施 ○ASEAN諸国のバイヤー等と商談を実施するなど、道産品の販路拡大・定着を支援
安全安心、高品質、健康等付加価値の高い商品開発、食べ方や調理	<ul style="list-style-type: none"> ○販路の維持・拡大、需要の拡大に向け、品目ごとに戦略的なプロモーション活動を行うとともに、海外での商談会等を実施（再掲）

法の提案・伝達、プロモーションの推進	○米国の量販店において、水産エコラベル認証を取得した道産水産物のPRを実施（再掲） ○香港・台湾において、外食から内食・中食へのシフトなど購買需要の変化に対応した、道産水産物原料の高付加価値製品について、販促キャンペーン等を実施
地域フード塾による付加価値の高い商品づくり支援（再掲）	○デジタル技術を活用したマーケティング手法や財務マネジメント、販売力強化を目的とした実務を習得する「地域フード塾」の実施（再掲）
酒と食とのペアリングなど新たな付加価値の創出	○道産食材を使用した料理や道産チーズ等と、道産ワインのペアリング体験を行うPRを実施

【参考①：北海道食の輸出拡大戦略＜第Ⅱ期＞について】

(1) 戦略の策定の趣旨など

道では、平成28年（2016年）に「北海道食の輸出拡大戦略」を取りまとめ、生産者や事業者、支援機関等が連携した取組を進めてきました。この戦略に沿った取組内容や輸出を巡る環境の変化、道外港を含めた輸出実態・実績を踏まえ、北海道ブランドの浸透や市場の拡大に向けた取組に弾みをつけ、輸出に携わる事業者や担い手の裾野を広げることにより、北海道の食の輸出をさらに成長させ、道内食関連産業の持続的な発展を図るため、平成30年（2018年）12月に新たな戦略となる「北海道食の輸出拡大戦略＜第Ⅱ期＞」を策定しました。

(2) 目標水準

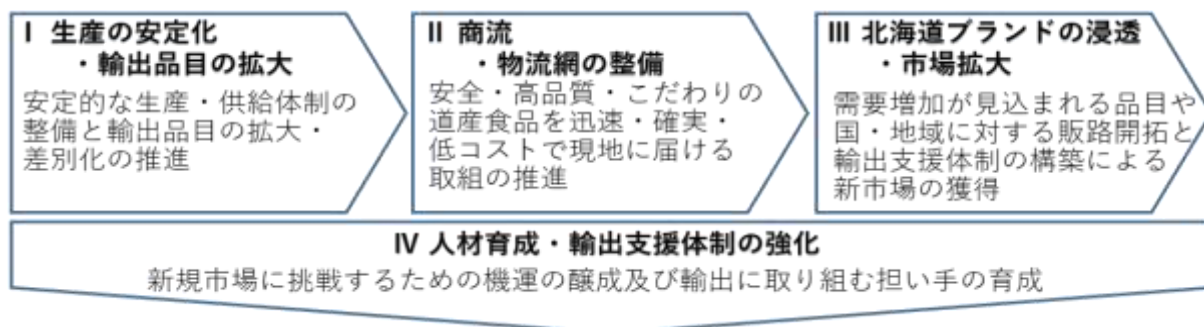
道産食品輸出額 1,500 億円

推進期間：令和元年（2019年）から令和5年（2023年）までの5年間

品目	区分	道内港	道外港	合計
農畜産物・農畜産加工品 (日本酒含む。以下、同じ)		100 億円	25 億円	125 億円
水産物・水産加工品		800 億円	300 億円	1,100 億円
その他加工食品		200 億円	75 億円	275 億円
合計		1,100 億円	400 億円	1,500 億円

(3) 基本戦略

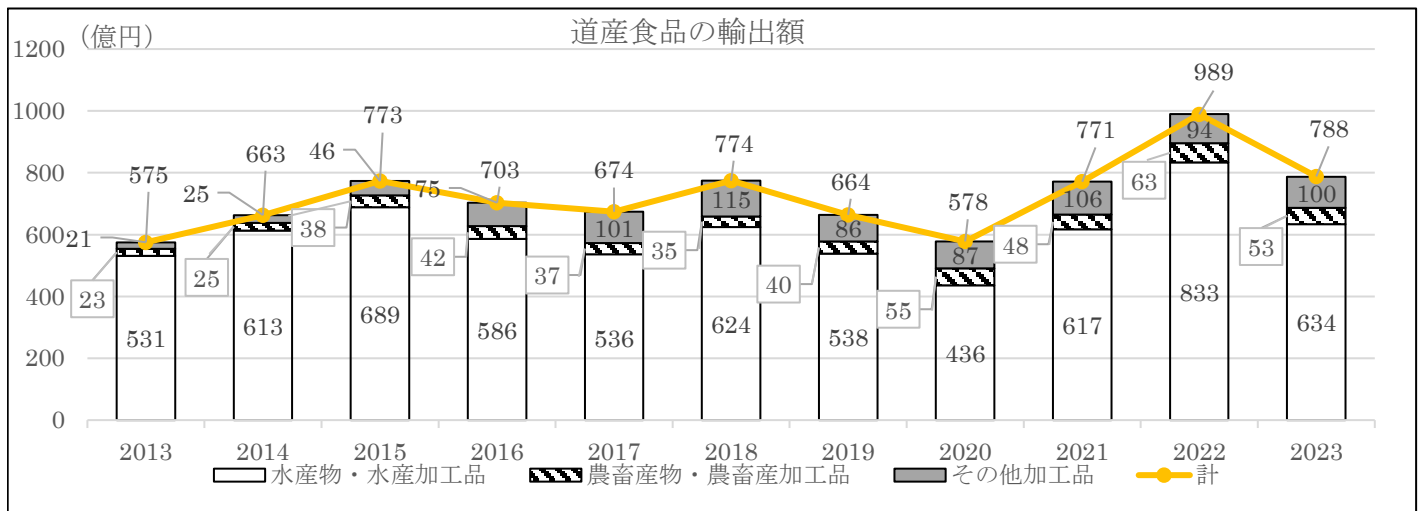
以下の4つの基本戦略に基づいた施策を推進し、道産食品の輸出拡大を推進します。



(4) 道産食品輸出額の把握

- ・道内港からの道産食品輸出額については、毎月発表の財務省の貿易統計（函館税関分）をもとに取りまとめます。
- ・道外港からの道産食品輸出額については、貿易統計がないことから、各種データや企業・業界団体からの聞き取り調査等を基に分析・推計するため、推計値を翌年に取りまとめます。
- ・本報告書で示す輸出実績は道内港分のみとなります。
※億円単位については、小数点第二位で四捨五入しています。
※数値は端数処理の関係で合計などが一致しない場合があります。

【参考：これまでの通年の道内港からの輸出額の推移】



【参考②：北海道食の輸出拡大戦略<第Ⅲ期>について】

(1) 戦略の策定の趣旨など

第Ⅱ期の戦略に基づき、道産食品の輸出拡大に向けた取組を進めてきましたが、戦略の推進期間が、2023年で終了し、また、この間、新型コロナウイルス感染症の感染拡大やロシアによるウクライナ侵略等による生産活動等の停滞や燃料・原材料価格の高騰、さらには、ALPS処理水の海洋放出をきっかけとした中国等による日本産水産物の輸入停止措置など、国際情勢の大きな変化に直面しています。

今後、感染症の影響からの本格的な回復が予想される中、新興国の経済成長に伴う購買力の増加や、本道の食に対する関心の高まりといった好機を確実に捉え、道内各地の地域資源を活用した道産食品の一層の付加価値向上などにより、旺盛な海外需要を積極的に取り込むことは、地域経済を活性化する上で、ますます重要となっています。

このため、道では、輸出を取り巻く環境の変化や輸出実績・課題等を踏まえ、特定の品目に偏らないリスク分散に対応した取組を進めるとともに、北海道ブランドの浸透や市場の拡大に弾みをつけ、輸出に携わる事業者や担い手の裾野を広げることにより、北海道の食の輸出を更に成長させ、道内食関連産業の持続的な発展を図るため、新たな戦略を策定するものです。

(2) 目標水準

目標水準：道産食品輸出額	—
関連指標：主力輸出品目以外の輸出総額 品目の拡大と輸出に取り組む事業者の意欲の向上に つなげる指標	—

<目標水準設定に向けた考え方>

ALPS処理水の海洋放出に伴う輸入規制強化の影響緩和に向け、国や道、関係団体等が一体となって輸出先国・地域の多角化や国内外の市場開拓等に取り組んでいるところであり、目標水準等については、これらの対策の効果を国や関係団体等と共有しながら、引き続き検討。

(3) 推進期間

令和6年(2024年)から令和10年(2028年)までの5年間

(4) 基本戦略

特定の品目に偏らず、リスク分散に対応した戦略とするため、品目の拡大と拡大していく手立てとなる付加価値の高い商品づくりを進めていくことを新たな柱として追加し、道産食品の輸出拡大を推進します。

I 生産の安定化 高品質で安全・安心な一次産品の安定生産と計画的な供給体制の整備
II 商流・物流網の整備 道産食品を効率的な輸送により現地に届ける取組の推進
III 北海道ブランドの浸透・市場拡大

北海道の食ブランドの確立と活用による販路拡大、輸出先国・地域の多角化

IV 人材育成・輸出支援体制の強化

輸出に取り組む意欲ある担い手の育成と新市場に挑戦する事業者のサポート体制の強化

V 輸出品目の拡大・高付加価値化の推進

海外マーケット向けの輸出品目の拡大及び現地ニーズや食文化を踏まえた付加価値の高い商品づくりの推進

(5) 主要品目

品目の拡大に向けた取組を推進するため、新たに主要品目を追加しました。(下線は新たに追加した主要品目)

- 農畜産物・農畜産加工品（日本酒を含む）
米、日本酒、青果物、牛肉、牛乳・乳製品
- 水産物・水産加工品
ホタテガイ、サケ・マス、ブリ、カレイ類
- その他加工食品
菓子類、機能性食品、アルコール飲料

(6) 道産食品輸出額の把握

第Ⅱ期戦略と同様です。