

北海道食の輸出拡大戦略<第Ⅲ期>の改訂について（やさしい版）

1 改訂の目的はどんなこと？

北海道には、魅力あふれる食品がたくさんあります。

道内で生産・加工された食品（以下「道産食品」という。）は、日本国内だけではなく、その食品を輸出することで、海外のいろいろな国でも販売されています。

道庁では、外国の人たちに道産食品の魅力を伝え、たくさん買ってもらうため、食品に関わる関係者の取組の方策となる「北海道食の輸出拡大戦略<第Ⅲ期>（令和6年3月策定。以下「戦略」という。）」を作り、輸出の取組を進めてきましたが、今回、北海道全体でさらに輸出を増やしていくため、食品に関わる関係者が一緒になって目指していく新しい目標を設定し、その目標を盛り込んだ方策を戦略（改訂版）としてまとめました。

2 「輸出」とはなんだろう？

輸出とは、日本から外国へ品物を売ること、日本でつくられた品物を外国に送り出すことをいいます。

多くの国、人たちに道産食品を買って食べてもらいたいと考えています。

3 なぜ輸出の取組を進める必要があるの？

北海道では、海のものや畑のものなどがたくさん獲れ、それらを原料にしていろいろな工場で加工され、商品がつくられています。

これまでは、ホタテなど、輸出は中国や香港、台湾などの一部の国に多く出されていましたが、少しずつ他の国にも輸出されるようになりました。

日本や外国の人たちに道産食品をたくさん買ってもらえると、商品を作っている会社もうかり、たくさんの商品を作ることにつながり、北海道全体がもっと豊かで魅力ある場所になっていきます。

そうした社会を目指して、北海道全体で輸出の取組を進めています。

4 戦略の内容を教えてください！

- この戦略は、可能性のある国・地域にたくさんの道産食品を買ってもらうために、どのような食品をどんな取組で輸出を進めていくかという方策をまとめたものです。
- 今回、主に新しい目標（以下の目標水準1、650億円）を盛り込むため、戦略を改訂しようとするものです。

おも こうもく 主な項目	おも ないよう 主な内容
①重点国・地域 (主に輸出を進める国や地域)	中国、香港、台湾、ベトナム、タイ、韓国、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、アメリカ、ロシア、欧州(ドイツ、フランス、イタリアなど)、大洋州(オーストラリア、ニュージーランドなど)
②基本戦略 (どのように輸出を進めていくか)	<p>○生産の安定化 質の高い原料を作る体制づくりをしながら、日本国内に出回る食品の量なども考えて輸出に取り組みます。</p> <p>○商流・物流網の整備 多くの会社が輸出に取り組むことや道産食品を効率的に外国に届ける取組を進めていきます。</p> <p>○北海道ブランドの浸透・市場拡大 その食品が北海道で作られたものであることを知ってもらいながら、売り先を拡げていきます。</p> <p>○人材育成・輸出支援体制の強化 輸出に取り組む会社を増やすとともにその取組を支援していきます。</p> <p>○輸出品目の拡大・高付加価値化の推進 輸出する食品の種類を増やしながら外国の人たちが欲しい商品を作るための支援を行います。</p>
③推進期間 (戦略で取り組む期間)	令和6年1月から令和10年12月(5年間)
④目標水準 (道産食品を外国に送り出す金額の目標)	1,650億円
⑤主要品目 (特に力を入れて輸出を進める食品)	米、日本酒、青果物(野菜や果物)、牛肉、牛乳・乳製品、ホタテガイ、サケ・マス、ブリ、カレイ類、菓子類、機能性食品、アルコール飲料(日本酒以外)
⑥推進体制	国や北海道などが力を合わせて輸出に取り組む会社を支援していきます。

5 いけん だ かつ 意見の出し方

スマートフォンやパソコンなどで、かんたんにてつづ手続きができます。

・ URL

<https://www.harp.lg.jp/SksJuminWeb/EntryForm?id=pjZ464qt>

