北海道の農畜産物の輸出をめぐる情勢

令和７年（2025年）1月

北海道農政部食の安全・みどりの農業推進局食品政策課

北海道

目次

農畜産物の輸出促進の背景・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・p.1～

国の輸出戦略について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・p.4～

北海道食の輸出拡大戦略＜第Ⅲ期＞について・・・・・・・・・・・・・・p.7～

道産農畜産物等の輸出の状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・p.13～

国や道の輸出促進に向けた取組など・・・・・・・・・・・・・・・・・・・p.21～

海外での取組の様子や道産農畜産物への評価・・・・・・・・・・・・・・p.34～

令和６年度の予算事業・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・p.36～

農畜産物の輸出促進の背景

■日本国内の食市場は縮小の見込み

ー我が国は人口減少、高齢化が進行しており、今後国内の食市場は縮小すると見込まれている。

	20年前	現在	▲30%	2070年
人口 高齢化率 （65歳以上の割合）	**1億2,693万人** **17.4%** （2000年）	**1億2,615万人** **28.6%** （2020年）	→	**8,700万人** （2070年）
飲食料のマーケット規模	**81兆円** （2000年）	**84兆円** （2015年）		
農業総産出額	**9.1兆円** （2000年）	**9.0兆円** （2022年）		

人口減少、高齢化に伴い
国内の市場規模は縮小の可能性

・主食用米の需要量は今後年10万トンペースで減少

■世界の食市場は拡大の見込み

ー新興国の経済成長、人口増加が進んでおり、世界全体の食市場は拡大すると見込まれている。

			+23%	
人口	**61億人** （2000年）	**80億人** （2023年）	→	**97億人** （2050年）
飲食料のマーケット規模 （主要国）	－	**890兆円** （2015年）	⇢ **1,360兆円** （2030年）	
農産物貿易額	**4,400億ドル** **（約42兆円）** （1995年）	**1兆5,000億ドル** **（約166兆円）** （2018年）		

世界の農林水産物・食品マーケットは拡大

資料：農林水産省、厚生労働省、総務省、農林水産政策研究所ホームページ

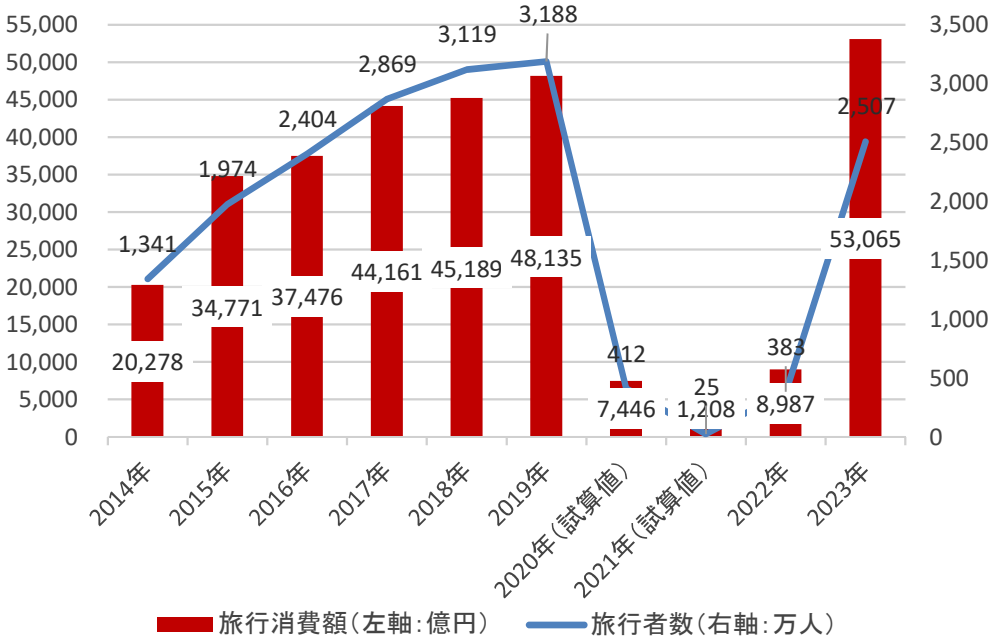
農畜産物の輸出促進の背景

■日本の食・食品・食文化への海外の関心の高まり

- ○ 2013年、「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録
  - ・ 海外の食分野では、フランスの美食術、地中海料理などが登録
- ○ 2015年、ミラノ万博での高評価
  - ・ 「食」をテーマとする初めての万博（テーマ：地球に食料を、生命にエネルギーを）
- ○ 2021年、東京オリンピック・パラリンピック
  - ・ 海外への日本食文化発信等の絶好の機会
- ○ 2024年、日本の「伝統的酒造り」がユネスコ無形文化遺産に登録

【訪日外国人旅行客数と旅行消費額】

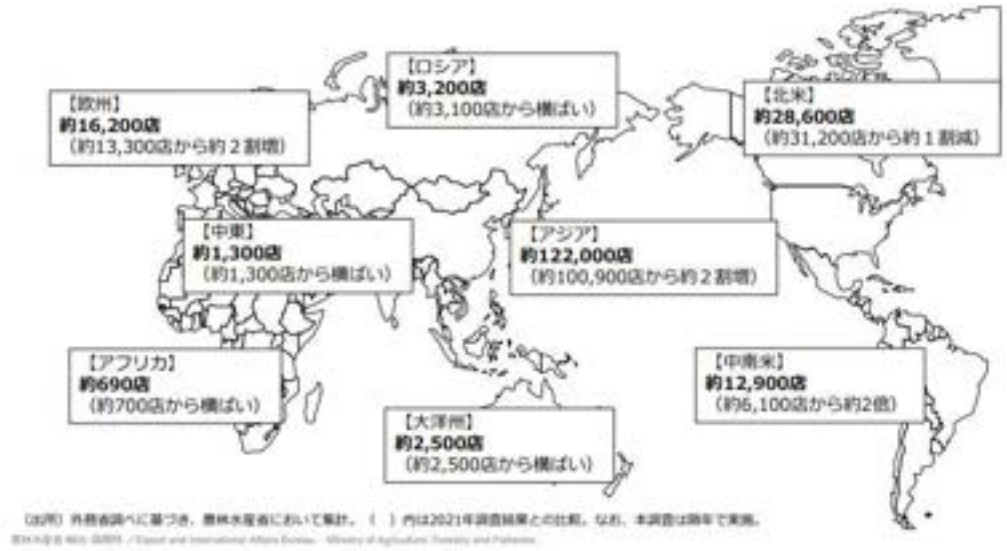
海外からの訪日客は2019年に年間3,188万人と過去最高を記録



資料：訪日外国人消費動向調査（観光庁）
注）新型コロナウイルス感染症の影響により、2020年は1-3月期調査から2021年は10-12月期の１人当たり旅行支出等を用いて試算

【海外における日本食レストラン】

2021年の約15.9万店から2023年は約2割増の約18.7万店



資料：海外における日本食レストラン数の調査結果について
（農林水産省）

農畜産物の輸出促進の背景

■食料・農業・農村基本法の改正

食料安全保障の確保

(1)　基本理念について、

①「食料安全保障の確保」を規定し、その定義を
「良質な食料が合理的な価格で安定的に供給され、かつ、国民一人一人がこれを入手できる状態」とする。
（第２条第１項関係）

②国民に対する食料の安定的な供給に当たっては、農業生産の基盤等の確保が重要であることに鑑み、国内への食料の供給に加え、海外への輸出を図ることで、農業及び食品産業の発展を通じた食料の供給能力の維持が図られなければならない旨を規定。
（第２条第４項関係）

③食料の合理的な価格の形成については、需給事情及び品質評価が適切に反映されつつ、食料の持続的な供給が行われるよう、農業者、食品事業者、消費者その他の食料システムの関係者によりその持続的な供給に要する合理的な費用が考慮されるようにしなければならない旨を規定。
（第２条第５項関係）

(2)　基本的施策として、

①食料の円滑な入手（食品アクセス）の確保（輸送手段の確保等）、農産物・農業資材の安定的な輸入の確保（輸入相手国の多様化、投資の促進等）
（第19条及び第21条関係）

②収益性の向上に資する農産物の輸出の促進（輸出産地の育成、生産から販売までの関係者が組織する団体（品目団体）の取組促進、輸出の相手国における需要の開拓の支援等）
（第22条関係）

③価格形成における費用の考慮のための食料システムの関係者の理解の増進、費用の明確化の促進等 を規定。
（第23条及び第39条関係）

国の輸出戦略について

■政府の輸出促進政策

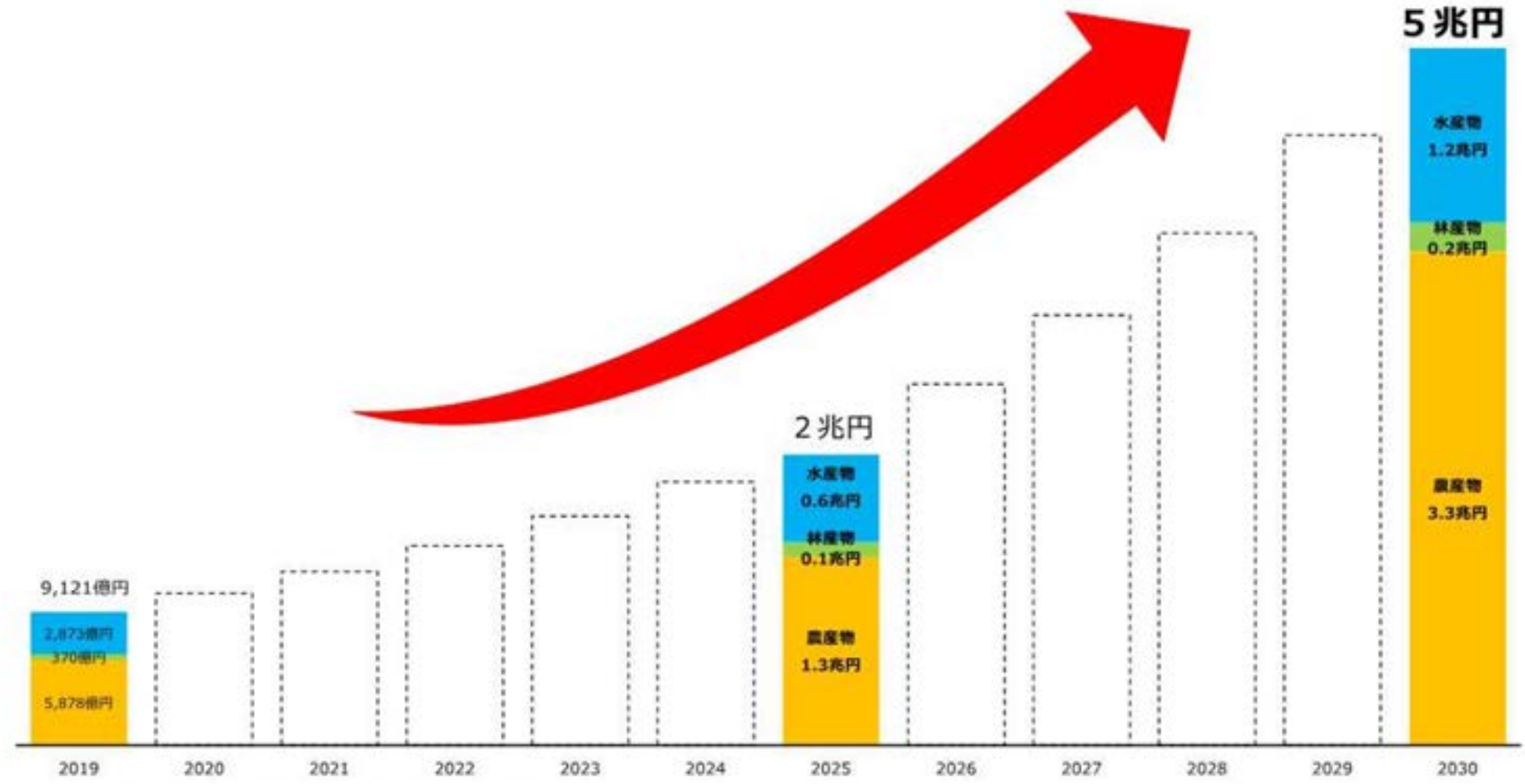
○　政府の輸出促進政策の方針は、総理大臣を本部長とする「農林水産業・地域の活力創造本部」が決定する「農林水産業・地域の活力創造プラン」において決定。
○　2019年４月、「農林水産物・食品の輸出拡大のための輸入国規制への対応等に関する関係閣僚会議」を設置し、2019年６月、農林水産物・食品の更なる輸出拡大に向けた課題と対応の方向を取りまとめ。
○　2019年11月、輸出先国による食品安全規制等に対応するため、輸出先国との協議等について、政府一体となって取り組むための体制整備等を内容とする、「農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律」が成立（令和２年４月１日施行）。
○　食料・農業・農村基本計画（令和２年３月31日閣議決定）において、2030年までに農林水産物・食品の輸出額を５兆円とする目標を設定。
○　2020年４月、輸出促進法に基づき、政府全体の司令塔組織となる「農林水産物・食品輸出本部」を設置し、「農林水産物及び食品の輸出に関する基本方針・実行計画」を策定。
○　経済財政運営と改革の基本方針2020・成長戦略フォローアップ（令和２年７月17日閣議決定）において、中間目標として、2025年までに農林水産物・食品の輸出額を２兆円とする目標を設定。
○　2020年12月、総理大臣を本部長とする「農林水産業・地域の活力創造本部」において「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」を決定。
○　2021年12月、総理大臣を本部長とする「農林水産業・地域の活力創造本部」において「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」を改訂し、輸出促進法等の改正など施策の方向を決定。
○　2022年５月、「農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律等の一部を改正する法律」が成立（令和４年10月１日施行）。改正法の成立を受け、2022年６月、「農林水産業・地域の活力創造本部」において「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」を改訂。
○　2022年12月、「食料安定供給・農林水産業基盤強化本部」において「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」を改訂。
○　2023年12月、「食料安定供給・農林水産業基盤強化本部」において「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」を改訂。

資料：政府の輸出促進政策（農林水産省）

国の輸出戦略について

■農林水産物・食品の輸出額目標

農林水産物・食品の輸出額を、2025年までに2兆円、2030年までに５兆円とすることを目指す。



※少額貨物（１ロット20万円以下）を新たに輸出額のカウントに追加

資料：農林水産物・食品の輸出促進について　（農林水産省）

国の輸出戦略について

■農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略

- 政府の輸出額目標（2025年までに2兆円、2030年までに5兆円）達成には、**成長する海外市場で稼ぐ方向への転換**が必要。本戦略は農林水産事業者の利益拡大と輸出拡大を実現するために策定
  （令和２年12月農林水産業・地域の活力創造本部決定、令和５年12月最終改訂）
- 輸出拡大には、**海外市場で求められるスペック（量・価格・品質・規格）の産品を専門的・継続的に生産販売**する体制（プロダクトアウトから**マーケットイン**への転換）が必要
- 本戦略では、**３つの基本的考え方**に基づいて政策を立案

３つの基本的な考え方と具体的施策

１．日本の強みを最大限に発揮するための取組

- 海外で評価される日本の強みがある**輸出重点品目**（現在２９品目）を選定し、**各品目でターゲット国・地域と輸出目標を設定**
- 輸出重点品目についてオールジャパンによる輸出促進活動を行う**認定品目団体の取組の強化**
- 輸出先国・地域に**輸出支援プラットフォームを設置**し、現地で輸出事業者を専門的・継続的に支援

２．マーケットインの発想で輸出にチャレンジする事業者の支援

- リスクを取って輸出に取り組む**事業者の投資への支援**（公庫融資、税制特例等）
- **マーケットインの発想に基づく輸出産地・事業者の育成・展開**
- **地域ぐるみの生産・流通の転換による輸出産地の形成を支援**するとともに、**「フラッグシップ輸出産地」を選定し支援**
- **輸出人材**の育成・確保
- 輸出を後押しする農林水産事業者・食品事業者の**海外展開の支援**

３．政府一体となった輸出の障害の克服

- 輸出先国・地域における**輸入規制の撤廃・緩和に向けて政府一体となった協議**を実施
- 輸出加速を支えるため、**輸出証明書発行や施設認定など輸出先国・地域の規制への対応**について、政府一体となって体制整備
- 我が国の強みである、優れた品種や技術、特有の食文化等の**知的財産を守り「稼ぎ」に変える**ための**知的財産対策の強化**

資料：農林水産物・食品の輸出促進について　（農林水産省）

北海道食の輸出拡大戦略＜第Ⅲ期＞

■趣旨

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。

■推進期間

目標達成に必要な推進期間は、2024年から2028年の５年間。
本道を取り巻く経済情勢や輸出環境等の変化を考慮し、必要に応じて展開方向等の見直し（ローリング）を行う。

■重点国・地域

国が策定した「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」に示された国・地域、本道からの輸出実績やGDPなどを考慮し、重点国・地域を設定。
その他の国・地域についても、経済情勢や輸出環境等に配慮しながら、道産食品の輸出拡大に向けた取組を進める。

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、大洋州

■基本的な考え方

国の「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」や、道の「北海道総合計画」、「北海道グローバル戦略」など関連する計画・戦略等との整合性を図りつつ、本道の食のポテンシャルを最大限活かした輸出拡大に向けた新たな戦略を策定し、地域・関係団体・機関と密接に連携しながら取組む。
なお、「持続可能な開発目標（SDGｓ）」の達成に向けた取組に位置づけている。

■目標水準の設定

＜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。

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	―

資料：北海道食の輸出拡大戦略〈第Ⅲ期〉　令和6年３月　北海道

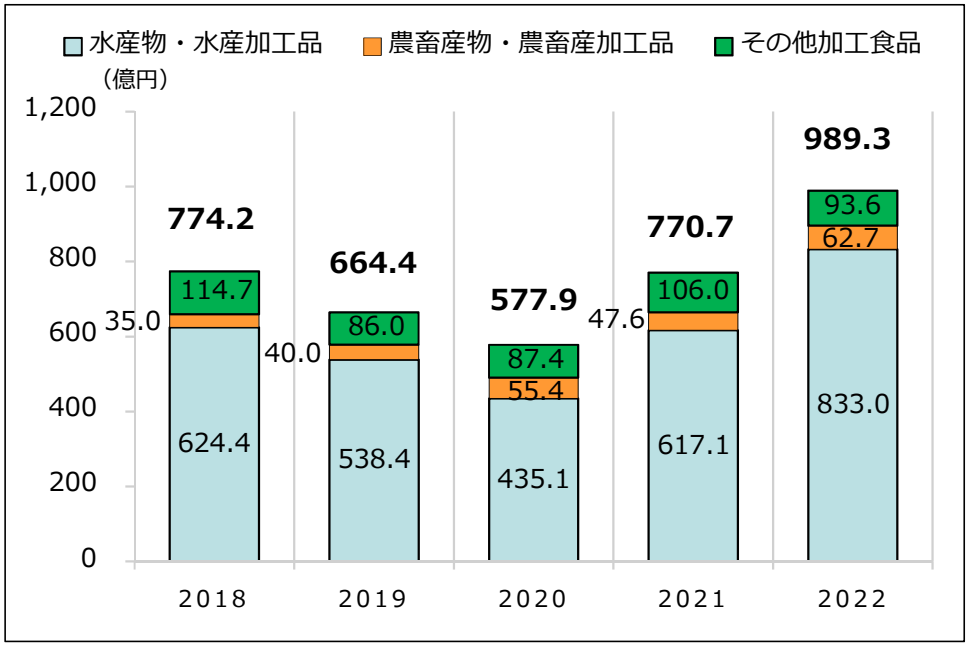
北海道食の輸出拡大戦略＜第Ⅲ期＞

過去５年間の道内港からの品目別輸出実績（推計値）（表－１）

（単位：億円）

品目＼年	2018 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)
農畜産物・農畜産加工品	35.0	40.0	55.4	47.6	62.7
水産物・水産加工品	624.4	538.4	435.1	617.1	833.0
その他加工食品	114.7	86.0	87.4	106.0	93.6
道内港合計額	774.2	664.4	577.9	770.7	989.3
道外港推計額	408	378.8	348.7	527.4	(613)
合計額(推計)	1,182.2	1,043.2	926.6	1,298.1	(1,602.3)

（出典：財務省貿易統計（道内港のみ、以下同様））



（端数処理の関係上、合計額が合わない場合があります。）

主要品目別の道内港からの輸出額（表－２）

（単位：億円）

品目＼年	2018(H30)	2019(R1)	2020(R2)	2021(R3)	2022(R4)
ホタテガイ	398.7	321.7	224.8	433.0	618.0
ナマコ	122.2	120.9	112.2	87.1	79.2
サケ・マス	40.8	34.0	33.1	30.1	61.3
ミルク・クリーム	9.3	9.9	11.2	10.3	14.7
菓子類	89.0	86.0	46.5	58.5	46.1

北海道食の輸出拡大戦略＜第Ⅲ期＞

（２）輸出拡大に向けたこれまでの主な取組内容と課題

＜北海道によるこれまでの主な取組内容＞

○農畜産物・農畜産加工品
・ホクレンやぎょれんと連携したプロモーション
・品目別（米･日本酒･青果物･牛肉）のテスト輸出及びプロモーション、ニーズ調査
・道産農畜産物の継続的な専用販売棚の設置
・輸出拡大セミナー等の開催

○水産物・水産加工品
・ハザードマップの活用などによる波浪に強い漁場づくり
・ホタテガイの養殖技術の改良に向けた試験・研究
・新たな輸出品目の拡大に向けたニーズ調査
・水産加工場のＨＡＣＣＰの導入促進
・ホクレンやぎょれんと連携したプロモーション（再掲）
・ブリ、サバ、イワシ、サケの高次加工品の普及に向けたＰＲ・販売

○その他加工食品
・海外バイヤーの招聘による道産食品の普及活動
・道産機能性素材・道産食品の輸出拡大に向けた海外商談会への出展
・道産機能性素材・道産食品のテスト輸出
・海外どさんこプラザを活用した現地ニーズの把握、販路拡大支援
・地域フード塾の開催による食のキーパーソンの育成
・ＪＥＴＲＯ北海道などの関係機関と連携した「道産食品輸出塾」の開催
・人的往来を活かした機会づくりによる道内企業の海外とのビジネスチャンス拡大への取組

○共通の取組
・道産品の販路拡大に向けた海外事務所の設置・運営（ＡＳＥＡＮ、上海、ソウル、サハリン）
・輸出に係る相談対応（ＪＥＴＲＯ等）
・オール北海道の連携したプロモーション

＜取組を推進するための主な課題＞

○農畜産物・農畜産加工品
・動植物検疫等による輸入規制の撤廃・緩和
・輸出先国の衛生管理基準や残留農薬基準への対応
・道産農畜産物の品質に関する認知度向上とブランド力強化
・価格競争力の強化
・輸出先国のニーズや食習慣の把握

○水産物・水産加工品
・漁業生産量の回復と安定
・現地のニーズに即し、かつ本道の水産物の特色を活かした市場開拓
・製品の高付加価値化や高鮮度商材の輸出拡大

○その他加工食品
・計画的な生産を継続するための安定的な原材料確保
・販路拡大に向けた食品事業者向けの環境整備

○共通課題
・生産の安定、生産性の向上、生産能力の強化
・現地の情報や輸出業務に取り組む人材の不足
・輸出先国の嗜好に合わせた商品開発
・加工技術の改良による鮮度保持技術などの研究開発
・道産原料を使用した道内加工の強化
・輸出証明など輸出に係る業務の体制整備や必要な財源の確保
・輸送技術（混載、鮮度保持等）の向上・普及
・衛生管理の高度化や新千歳空港をはじめとする輸出拠点の環境整備
・輸出先国における輸入規制の撤廃・緩和と手続きの簡素化
・輸出先国の食品安全規制や表示規制等への的確な対応及び情報提供
・認証・知的財産制度の戦略的活用
・取引先・適正価格の確保、他府県産品との競合
・食習慣・流通構造の分析、実売期間の延長
・新たな海外需要の掘り起こし
・食・文化・観光と連携した北海道ブランドの発信
・環境、ＳＤＧｓ、健康志向などの変容するニーズを捉えた商品開発
・ＥＣやＳＮＳなどＤＸを活用した市場拡大
・生産者、産地を伝える安心感と信頼

北海道食の輸出拡大戦略＜第Ⅲ期＞

■これまでの取組を踏まえ、課題を克服するために品目や国・地域に共通する「基本戦略」を設定。
■①生産の安定化、②商流・物流網の整備、③北海道ブランドの浸透・市場拡大、④人材育成・輸出支援体制の強化、⑤輸出品目の拡大・高付加価値化の推進の５つを基本戦略に掲げ、それに対応した取組を展開し、世界に向けて北海道の食の魅力と価値を発信し、道産食品の輸出拡大につなげていきます。

基本戦略

＜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
【課題】
・輸出先国・地域の輸入規制への対応や食習慣に対応した生産体制の確立
・国内外の需給状況を踏まえた安定した輸出体制の確立
・気候変動の影響への対応や自然災害に強い生産基盤の構築

主な取組（道や食関連事業者等による取組）

○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
○対米・対ＥＵ－ＨＡＣＣＰ等の衛生管理の導入促進
○波浪などに強い漁場づくり
○栽培・養殖技術の改良・普及
○試験研究・開発の促進
○計画的な原料の生産促進
○気候変動等への適応に向けた技術の普及や防災減災対策の推進
○食品加工事業者等が行う設備投資への支援

＜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
【課題】
・小口、混載輸送体制の整備や出荷等流通体制構築
・鮮度保持技術の確立
・衛生管理の高度化や輸出拠点の環境の整備

○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
○輸出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
○長期輸送・保存に優れた包装の実証
○国際航空ネットワークの拡充

＜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新市場の獲得、輸出先国・地域の多角化
【課題】
・特定品目や地域に偏らない施策の展開によるリスク分散
・輸出先国・地域における商標出願や品種登録等知的財産の保護強化
・道産食品、食材の認知度の向上
・関係機関等と連携した海外ニーズや規制情報等の収集及び道内企業等への情報提供
・現地ニーズを捉えた商品開発、商談会、プロモーションの推進
・輸出とインバウンド消費との相乗効果の発揮

○安全、安心、高品質な道産農林水産物のブランドＰＲ
○ＧＩ（地理的表示）やＩＳＯ等の国際規格等の取得促進と効果的な活用
○国際コンクール出品等国際評価向上の取組
○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
○関係機関や企業と連携した現地ニーズや規制等の把握と道内企業等への情報発信
○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
○オンラインを活用した商談機会の提供
○関係機関と連携した来道観光客への商品ＰＲ、販売促進

北海道食の輸出拡大戦略＜第Ⅲ期＞

＜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

【課題】

- 輸出に取り組む気運の醸成、事業者の掘り起こしと伴走支援
- 事業者の輸出に関する知識・ノウハウの習得
- 地域に根ざした食のキーパーソンの育成
- 輸出先国における商流確立のための専門的・継続的な支援体制の強化
- 輸出証明など輸出手続き業務の円滑化

○輸出に挑戦する企業間のネットワークの構築
○地域フード塾による付加価値の高い商品づくり支援
○海外マーケット事情、輸出事例の紹介
○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
○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）
○海外バイヤー向け商談会への参加
○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
○輸出先国における輸入規制の撤廃、手続きの簡素化などの国への要望

＜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

【課題】

- 新たな海外需要の掘り起こし
- 外食用の小口食材、和食の浸透による家庭需要への対応
- 食習慣の違いへの対応
- 道内の中小・小規模企業の付加価値の高い商品づくり
- 生産者、産地を伝える安心感と信頼感の醸成

○新たな輸出品目発掘に向けた取組
○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
○海外どさんこプラザを活用したテスト販売
○現地ニーズを捉えた商品開発
○品目に応じた効果的な商談会の実施
○安全安心、高品質、健康等付加価値の高い商品開発、食べ方や調理法の提案・伝達、プロモーションの推進
○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）
○専門家のアドバイスによる商品づくりへの支援
○試験研究機関による商品開発支援
○酒と食とのペアリングなど新たな付加価値の創出
○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
○生産履歴など適切な情報の伝達

北海道が誇る食の魅力や価値のさらなる向上と世界への展開

北海道食の輸出拡大戦略＜第Ⅲ期＞

＜品目名：農畜産物・農畜産加工品（日本酒を含む）＞

＜輸出の現状＞
○農畜産物・農畜産加工品は、2014年（平成26年）（第Ⅰ期戦略基準年）の25億円から2022年は62.7億円に増加（150.8%増）
○2022年（令和4年）は、ミルク・クリーム14.7億円、たまねぎ13.3億円、ながいも12.4億円、米9億円となり、この４品目で全体の約80%を占めており、輸出先国は、台湾21.8億円、香港19.5億円、シンガポール9.6億円で、この3カ国で全体の約80%を占める。

＜課題・分析＞
○主要な農畜産物は、国内需要に応じた計画的な生産が推進されており、輸出に対応した生産体系となっていない
○国内の需給バランスを維持するために行われる単発的な取組もあり、安定的かつ継続的な輸出となっていない
○輸出先国の動植物検疫等による輸入規制や衛生管理基準、残留農薬基準への対応が必要
○認証・知的財産制度の戦略的活用が不十分
○農畜産物を供給できる期間の延長や、多品目による周年供給体制の構築が必要
○北海道産農畜産物等の認知度向上と新たな需要の掘り起こしが必要
○事業者が、商流の維持・拡大に向けた取組を進めるに当たって必要な情報等の収集を行う。
（食習慣の分析、賞味期限の延長、他府県産品とのすみ分けなど）

＜輸出拡大に向けた展開方向＞
○国内の食料自給率の向上に貢献しつつ、農家所得の向上に資する輸出の取組の促進
○農林水産物・食品輸出プロジェクト「ＧＦＰ」※などと連携し、輸出のための安定生産に取り組む戦略的な産地の育成
○輸出先国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
○海外市場のニーズ、需要に応じたロットの確保、相手国の求める農薬規制・衛生管理などに対応した生産・加工体制を構築するための取組への支援
○関係機関・団体・企業等と連携した海外ニーズや規制情報等の収集及び道内企業・生産者等への情報提供
○ＧＡＰの認証取得促進や、地理的表示（ＧＩ）制度の有効活用
○現地の中外食やＥＣ（Ｅコマース）などの新たな流通市場に対応した取組の促進
○インバウンドへのＰＲ・販売促進
○北海道産農畜産物に係る理解促進に向けた海外卸業者等の産地招聘
○北海道産農畜産物の認知度向上とブランド力強化
○安定的な輸出に向けた戦略的産地等の育成
○低コスト省力化技術の導入や新たな輸送体系の構築等による価格競争力の強化

※　ＧＦＰとは、農林水産物・食品の輸出を意欲的に取り組もうとする生産者、食品事業者等の登録者を対象に、輸出診断やマッチング支援などのサポートを行う農林水産省のプロジェクト（2018年（平成30年）８月開始）

道産農畜産物の輸出の状況

○　令和５年の輸出額は54億4,300万円で、前年から8億2,600万円減少

○　主要な品目のうち、たまねぎ及びミルク・クリームの輸出額が大幅に減少した一方、ながいも、豚肉、米、牛肉が好調だった。

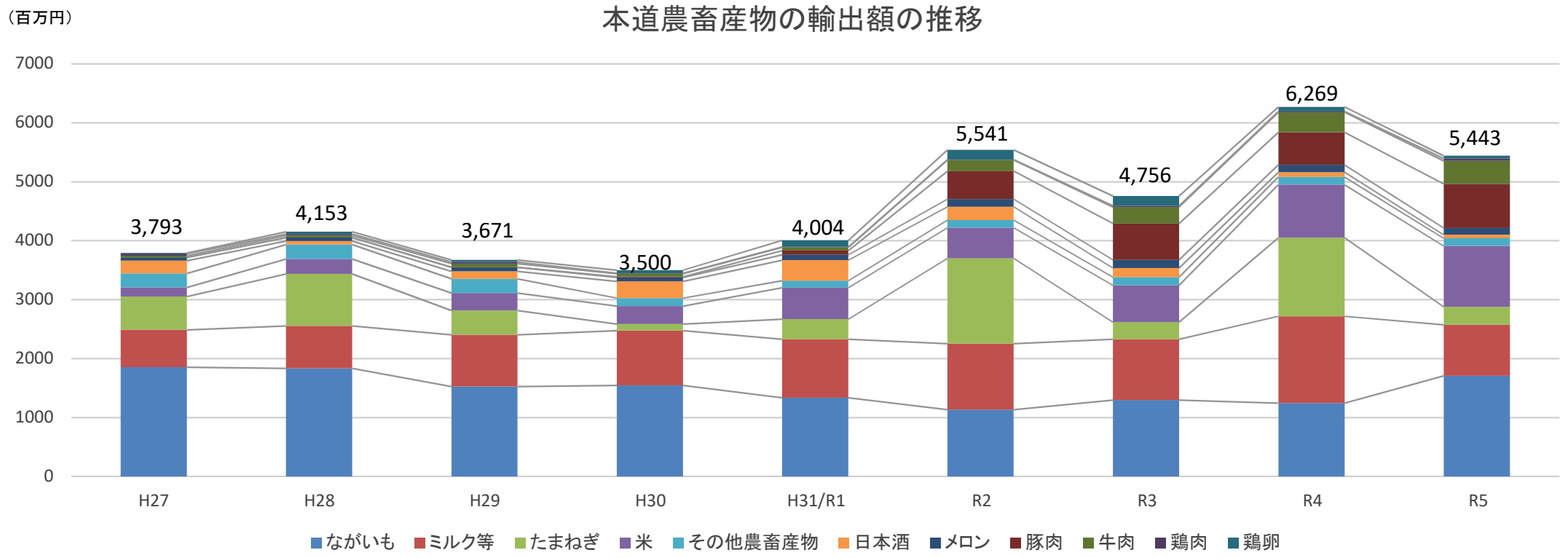
○　前年比増減額が大きい品目の主な要因
・ながいもは、作柄が良く、価格にも恵まれたことにより、前年度比37%増
・米は、日本食ブームや、アメリカ、ヨーロッパ等での不作による代替需要の取り込み等で、14.6%増
・牛肉は、各国で新型コロナウイルスの行動制限が解除され、外食需要が増加したことから15.5%増
・豚肉は、府県での豚熱発生に伴う代替需要取り込みや、外食需要の増加により35.3%増
・ミルク・クリームは、道内港から行われていた国内在庫低減に向けた脱脂粉乳の輸出が、主に道外港から行われたことにより40.9%減
・たまねぎは、高温等の影響により収量が少なかったことに加え、小玉で品質劣化しやすい傾向となり、77.1%減

令和5年農畜産物輸出額・輸出数量　（単位：ｔ、百万円）

区分		令和４年		令和５年		対前年		備考(令和5年の主な輸出国)
		輸出数量	輸出額	輸出数量	輸出額	輸出数量	輸出額	
野菜	ながいも	3,425.5	1,244.7	3,882.6	1,704.7	457.1	460.1	台湾11.8億円、米国3.5億円、ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ1.7億円
	たまねぎ、ねぎ属	15,922.8	1,332.7	3,605.6	305.1	▲ 12,317.2	▲ 1,027.6	台湾3.0億円
	かぼちゃ	463.5	34.0	234.8	18.0	▲ 228.7	▲ 16.0	
	ばれいしょ	93.0	5.7	236.0	14.7	143.0	9.1	
	その他	65.9	61.8	70.3	58.8	4.3	▲ 3.2	
	野菜小計	19,970.7	2,678.9	8,029.3	2,101.3	▲ 11,941.5	▲ 577.6	
果実	メロン	150.2	124.4	145.7	115.6	▲ 4.5	▲ 8.8	香港1.1億円
	りんご	0.4	0.5	1.3	0.9	0.8	0.4	
	その他	2.4	3.5	1.6	4.4	▲ 0.6	0.8	
	果実小計	153.0	128.4	148.6	120.9	▲ 4.3	▲ 7.6	
穀類	米	3,711.0	900.2	4,741.0	1,031.7	1,030.0	131.5	香港3.3億円、米国2.2億、中国1.6億円
	その他	20.0	5.5	58.0	15.2	38.0	9.7	
	穀類合計	3,731.0	905.7	4,799.0	1,046.9	1,068.0	141.2	
乳製品	ミルク・クリーム	5,130.7	1,471.6	3,348.3	869.3	▲ 1,782.4	▲ 602.3	香港8.5億円
	バター･チーズ	7.9	16.8	7.3	14.1	▲ 0.7	▲ 2.7	
	ヨーグルト・バターミルク	0.3	0.3	2.6	3.7	2.3	3.4	
	乳製品小計	5,138.9	1,488.7	3,358.1	887.1	▲ 1,780.8	▲ 601.6	
食肉	豚肉	465.0	554.5	743.6	746.8	278.6	192.3	香港4.5億円、ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ2.6億円
	牛肉	61.2	339.8	73.9	392.3	12.8	52.6	ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ1.8億円、香港1.4億円
	鶏肉	18.8	15.1	44.8	36.8	26.0	21.7	全て香港向け
	肉小計	545.1	909.3	862.3	1,175.9	317.2	266.6	
鶏卵		223.8	76.0	124.0	50.9	▲ 99.8	▲ 25.1	全て香港向け
その他		0.0	0.0	0.6	0.3	0.6	0.3	
日本酒		37.8	82.5	27.6	59.7	▲ 10.3	▲ 22.8	イギリス0.2億円
合計		29,762.6	6,269.4	17,321.9	5,442.9	▲ 12,440.6	▲ 826.5	

注1：日本酒は単位がklのため合計数量には合算していない（合計金額には含まれる）　資料）　財務省「貿易統計」（道内港通関分）
注2：合計数値について、品目毎に四捨五入しているため、品目を合算した数値と整合しない場合がある

道産農畜産物の輸出の状況



本道の農畜産物の輸出額・輸出数量の年次推移（単位:t、百万円）

品　目	H26		H27		H28		H29		H30		H31・R1		R2		R3		R4		R5		R5対前年増減	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
ながいも	3,650	1,511	5,186	1,852	4,555	1,834	2,918	1,524	4,353	1,543	3,541	1,333	3,333	1,132	4,130	1,297	3,425	1,245	3,883	1,705	457	460
ミルク等	2,641	535	2,947	633	3,323	721	3,819	880	4,036	930	4,215	995	4,871	1,120	4,359	1,029	5,131	1,472	3,348	869	▲ 1,782	▲ 602
たまねぎ	161	8	10,913	566	20,546	880	10,851	412	1,905	111	9,226	340	44,699	1,448	6,254	290	15,923	1,333	3,606	305	▲ 12,317	▲ 1,028
米	423	117	668	156	962	254	1001	297	889	305	1,764	534	1,837	520	2,303	624	3,711	900	4,741	1,032	1,030	132
メロン	61	38	94	57	91	57	104	65	103	67	145	91	184	131	183	136	150	124	146	116	▲ 4	▲ 9
豚肉	0	0	0	0	1	1	2	3	11	13	66	72	440	477	558	620	449	552	744	747	295	195
牛肉	3	10	7	28	10	36	12	60	11	51	13	53	38	191	54	278	61	340	74	392	13	53
鶏肉	169	33	147	33	121	22	144	28	48	9	71	10	47	4	67	22	19	15	45	37	26	22
鶏卵	54	12	62	14	155	42	124	34	172	52	355	109	537	165	508	164	224	76	124	51	▲ 100	▲ 25
日本酒	52,360	53	106,324	218	26,583	60	44,292	130	45,504	282	43,205	348	32,582	222	29,577	154	37,827	82	27,550	60	▲ 10,277	▲ 22
その他	546	187	845	236	643	246	858	238	338	137	319	119	525	131	708	142	669	130	611	129	▲ 58	▲ 1
道内港合計	7,708	2,504	20,869	3,793	30,407	4,153	19,833	3,671	11,866	3,500	19,715	4,004	56,511	5,541	19,124	4,756	29,762	6,269	17,322	5,443	▲ 12,441	▲ 826
(参考)道外港推計値		ー		ー		777		1,398		3,748		5,201		5,254		7,601		12,136		集計中		ー
(参考)合計		ー		ー		4,930		5,069		7,248		9,205		10,795		12,357		18,405		集計中		ー

資料:財務省「貿易統計」

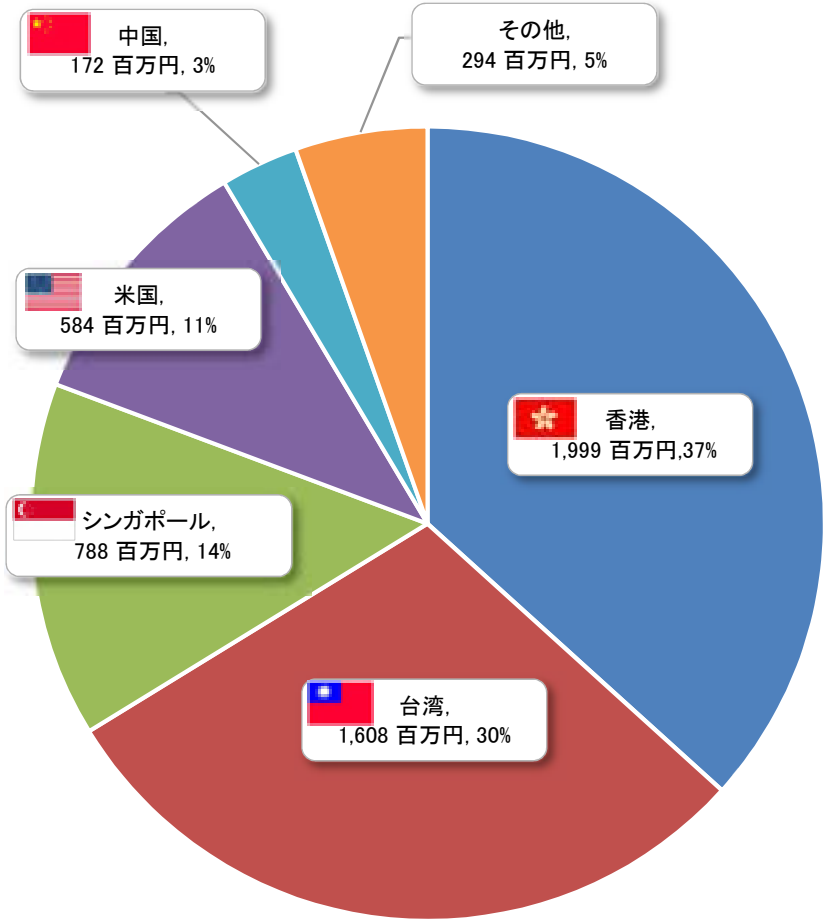
注1:日本酒については、単位がℓのため数量には合算していない。(金額には含まれる。)　注2:R5の道外港輸出額については集計中

注3:R5対前年増減について、各年次毎に四捨五入しているため、R5からR4の数値を差し引いたものと整合しない場合がある。

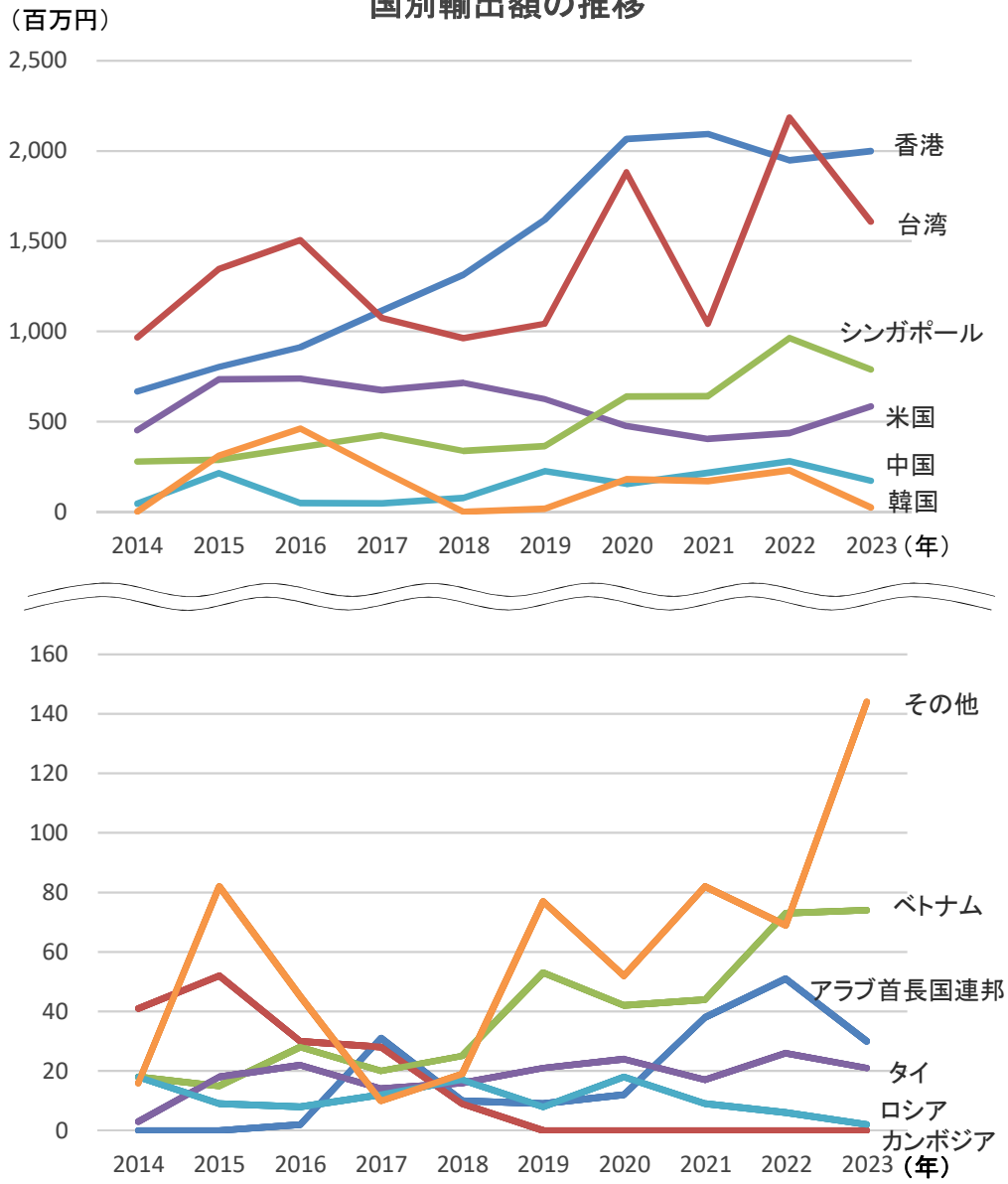
令和5年（2023年）農畜産物の輸出額の国・地域別内訳（道内港）

■　香港が約20億円（37%）、台湾が約16億円（30%）、シンガポールが約8億円（14%）米国が約6億円（11%）と、４つの国・地域で92%を占める。

令和5年輸出額の国・地域別内訳

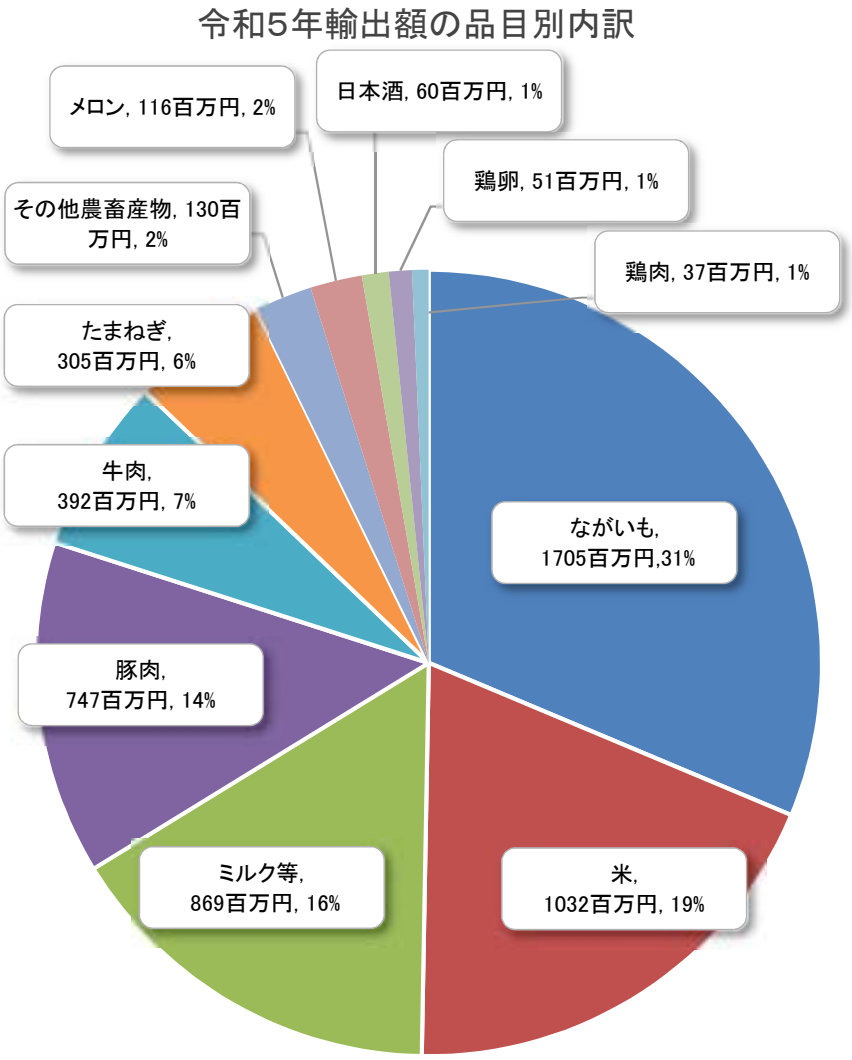


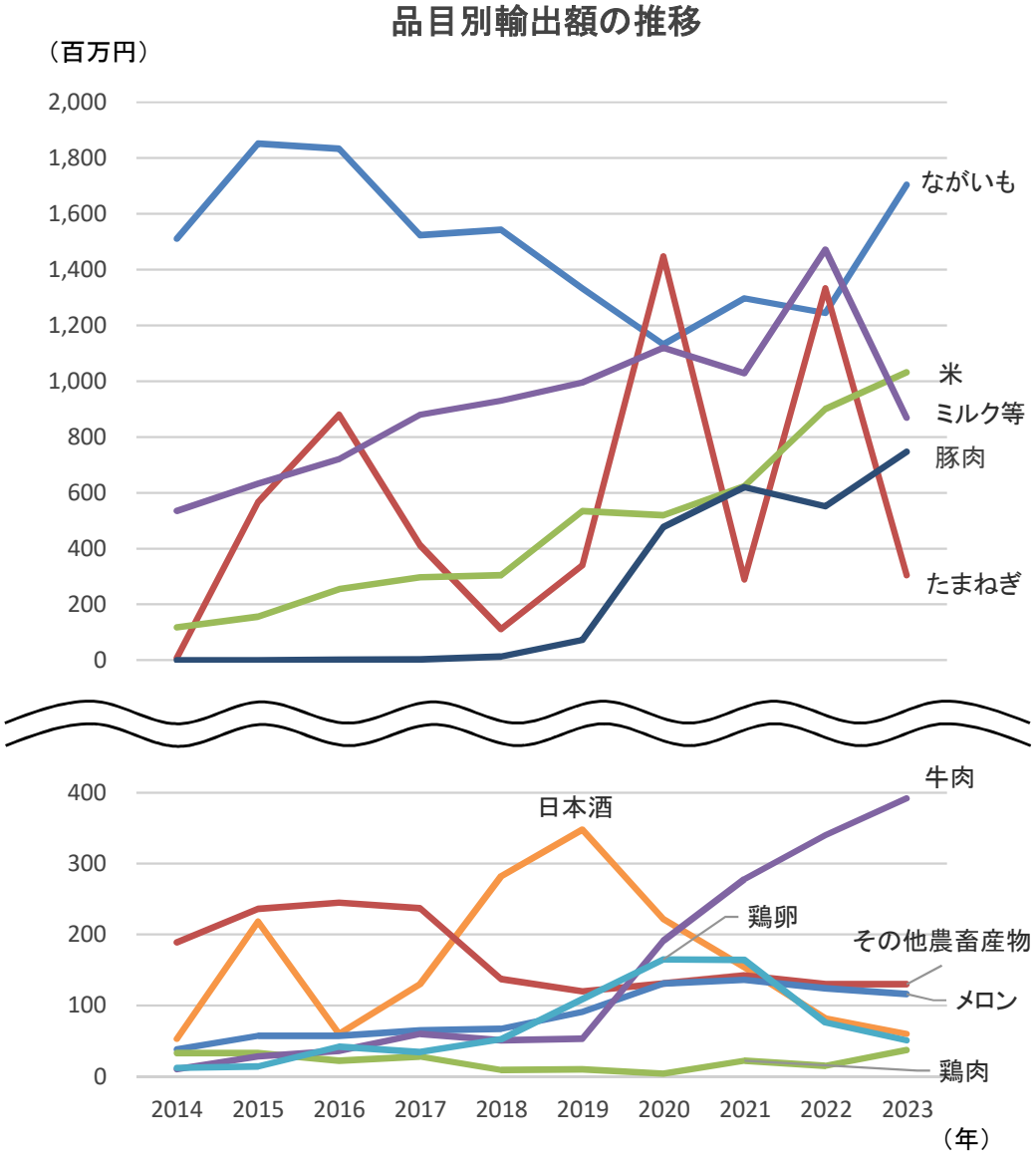
国別輸出額の推移



令和5年（2023年）農畜産物の輸出額の品目別内訳（道内港）

- ながいもが約17億円31%とトップ。その他米、ミルク等、豚肉、牛肉、たまねぎで全体の93%を占める。
- 近年は、米、牛肉の伸び幅が大きい。



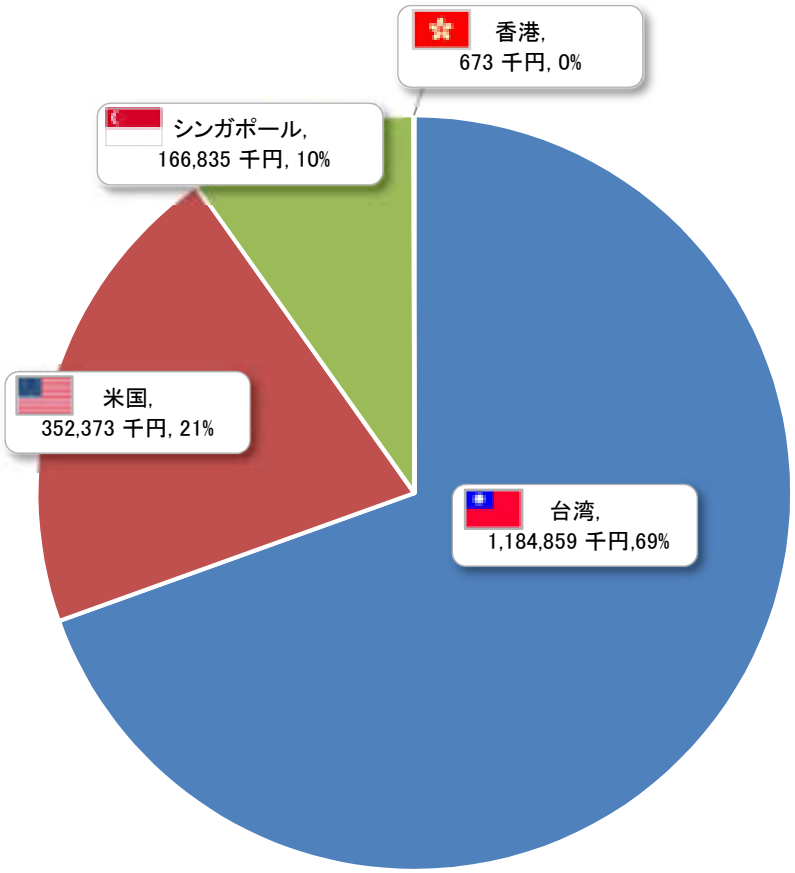


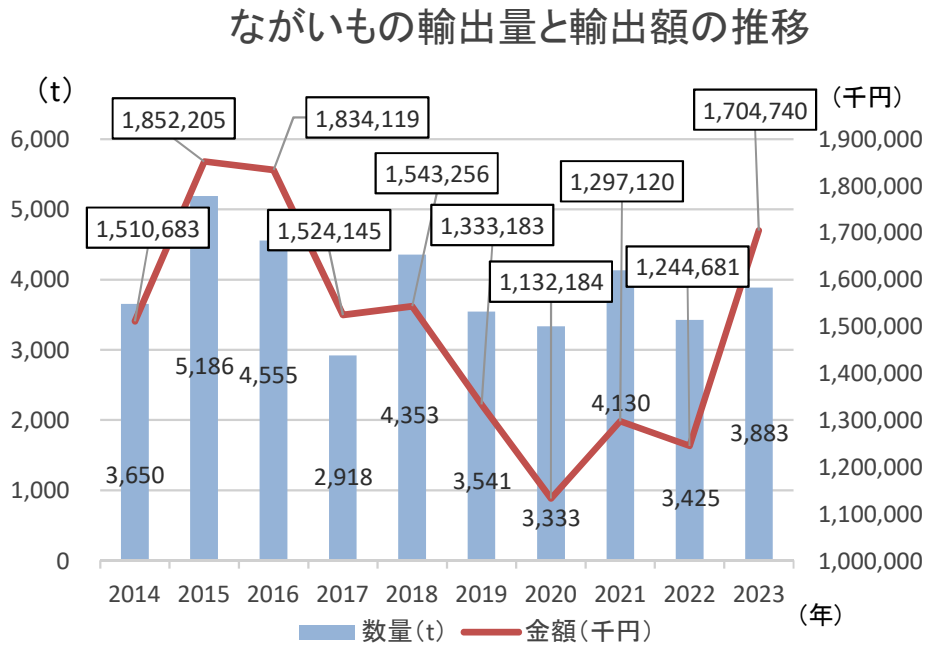
令和5年（2023年）主要な品目の輸出額の国・地域別内訳（道内港）①

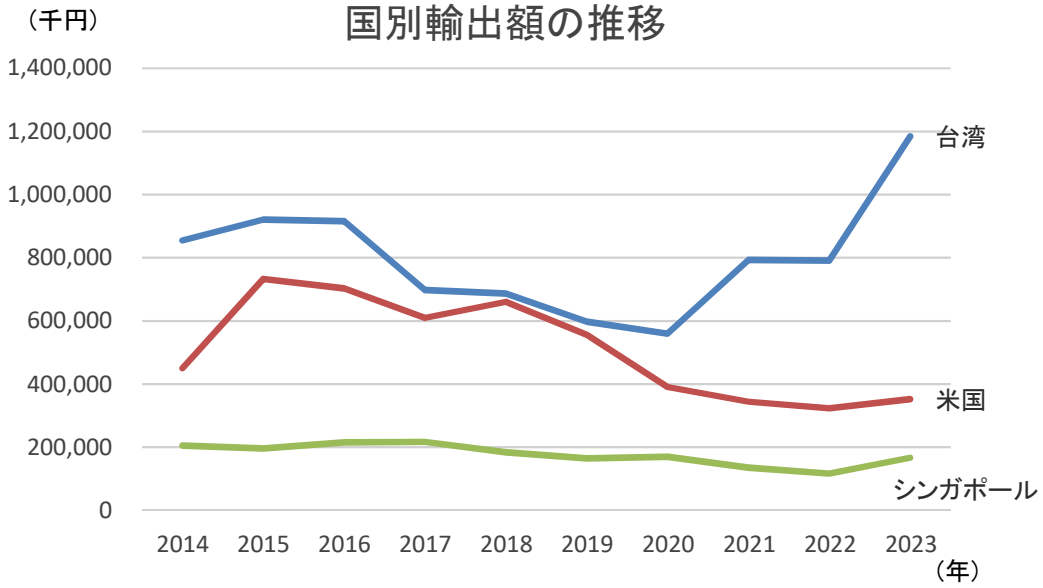
- 台湾、米国が約12億2千万円で全体の90%を占め、これにシンガポールを加えるとほぼ100%を占める。
- 輸出量が多く、販売単価に応じ輸出額が大きく増減。

令和5年
主要品目の輸出額の国･地域別内訳

<ながいも>





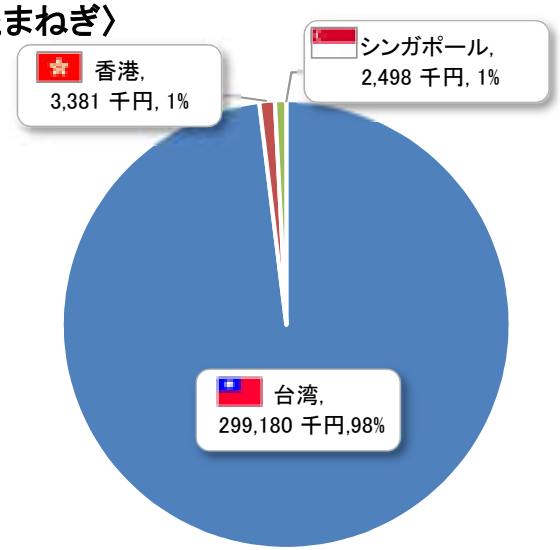


令和5年（2023年）主要な品目の輸出額の国・地域別内訳（道内港）②

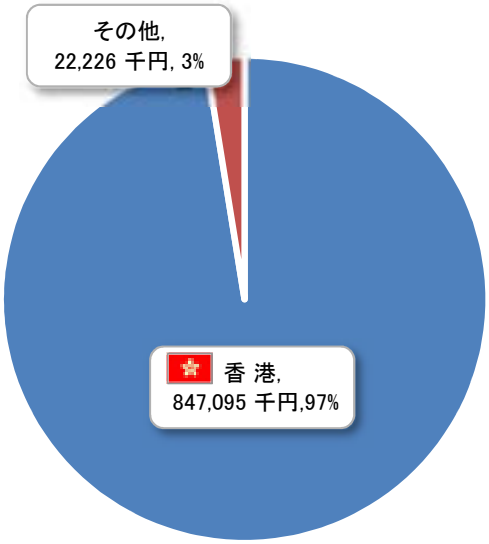
- たまねぎは、台湾が約3億円で全体の98%を占める。
- ミルク等は、香港が約8億5千万円と全体の97%を占める。

令和5年 主要品目の輸出額の国･地域別内訳

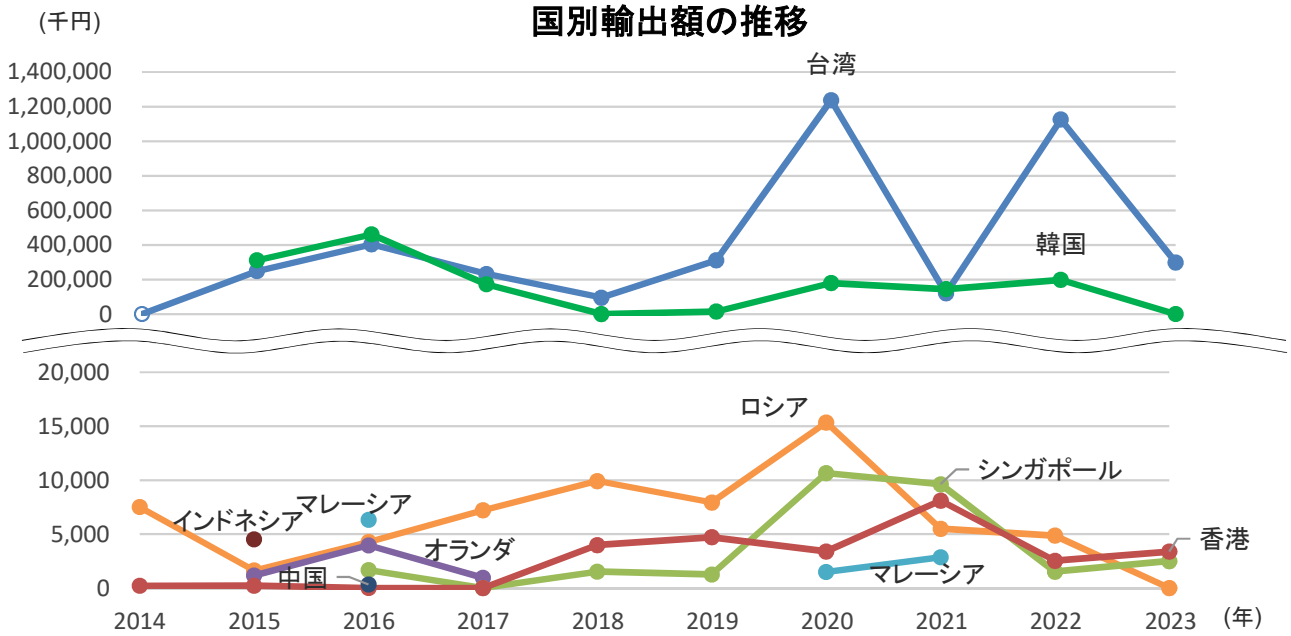
〈たまねぎ〉

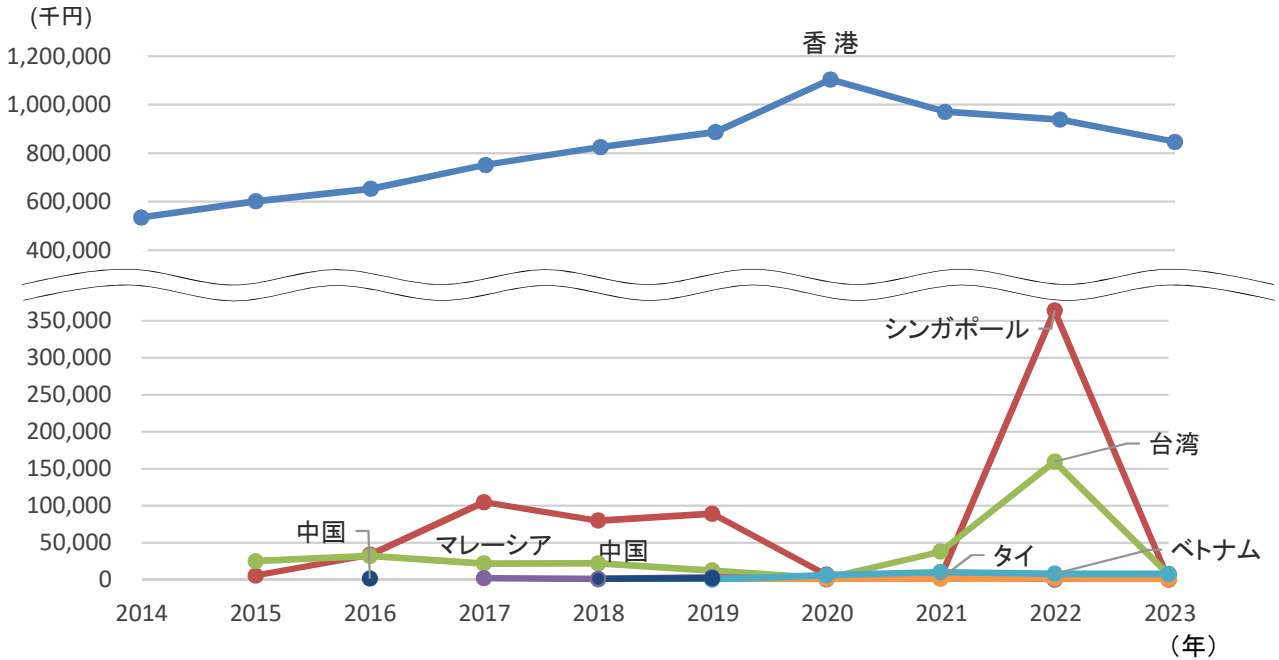


〈ミルク等〉



国別輸出額の推移



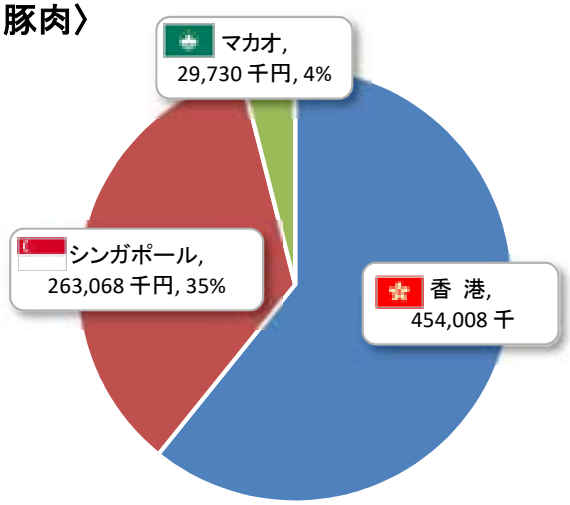


令和5年（2023年）主要な品目の輸出額の国・地域別内訳（道内港）③

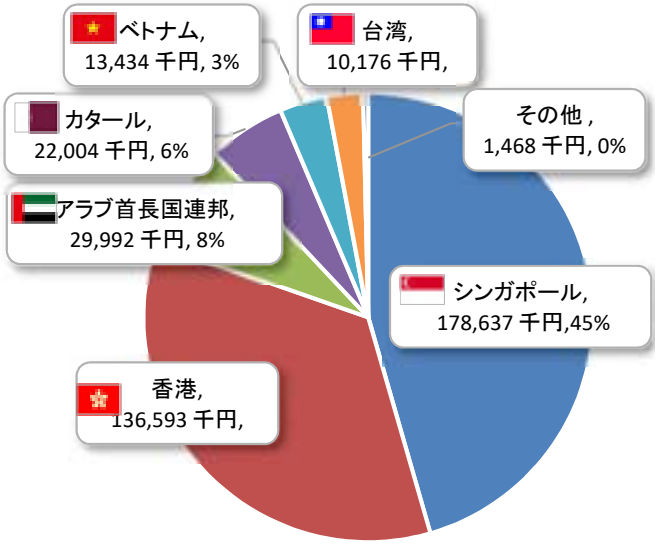
- 豚肉は、令和２年（2020年）から急激に輸出が増加。香港が約4億5千万円と全体の61%を占める。
- 牛肉は、シンガポールが約1億8千万円で全体の45%を占める。

令和5年
主要品目の輸出額の国･地域別内訳

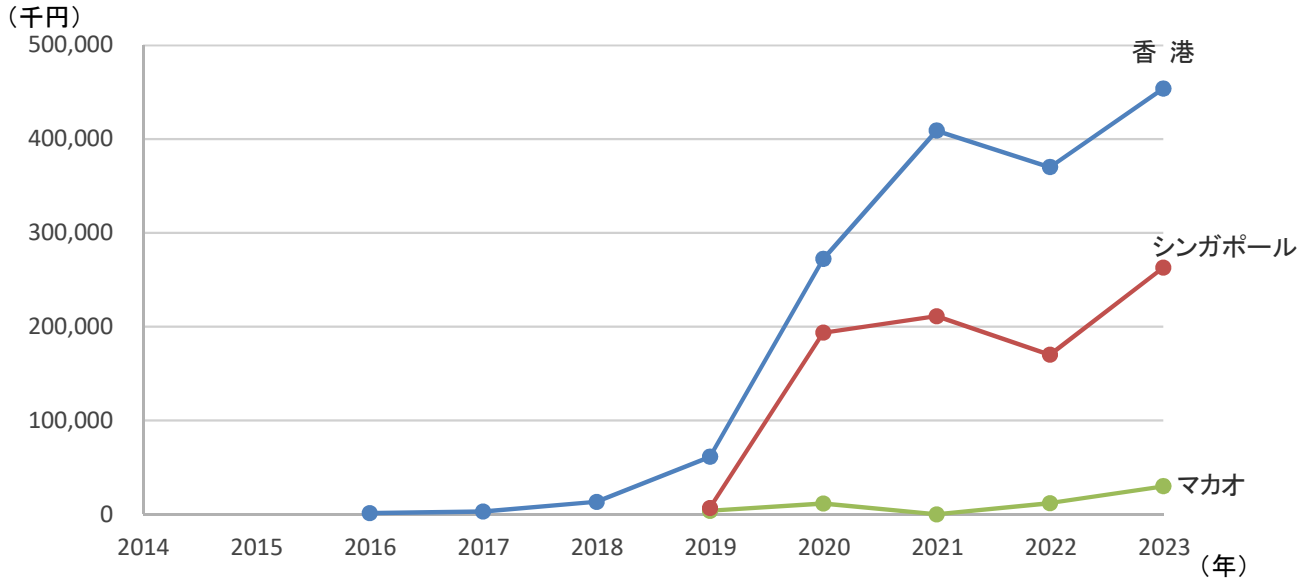
〈豚肉〉

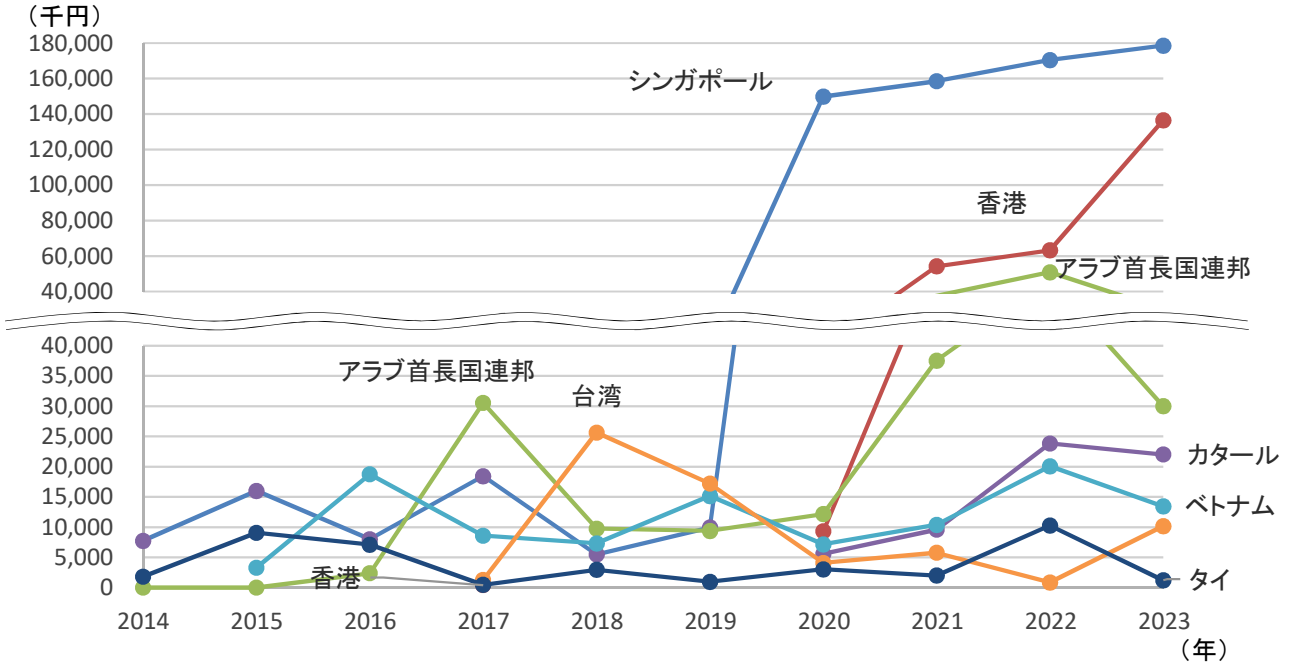


〈牛肉〉



国別輸出額の推移



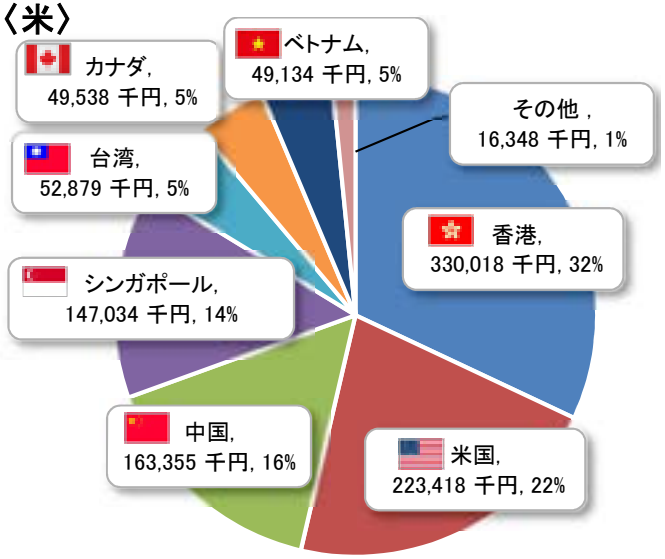


令和5年（2023年）主要な品目の輸出額の国・地域別内訳（道内港）④

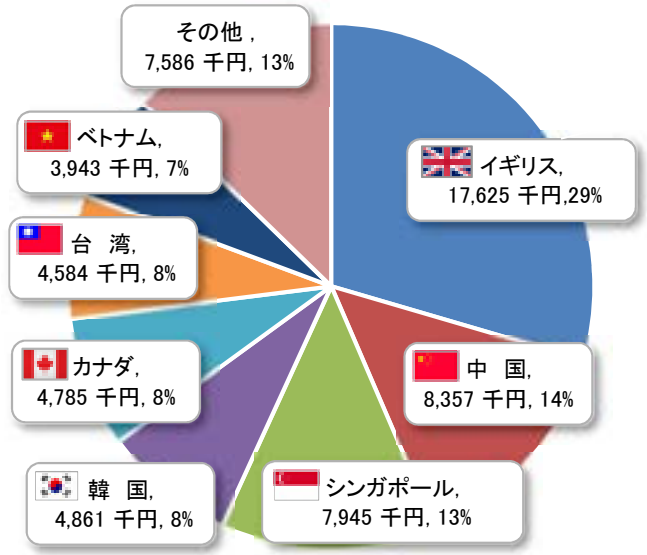
- 米は、香港が約3億3千万円で全体の32%を占める。米国へも約2億2千万円輸出。
- 日本酒は、イギリスが約1千8百万円で全体の29%を占める。

令和5年 主要品目の輸出額の国･地域別内訳

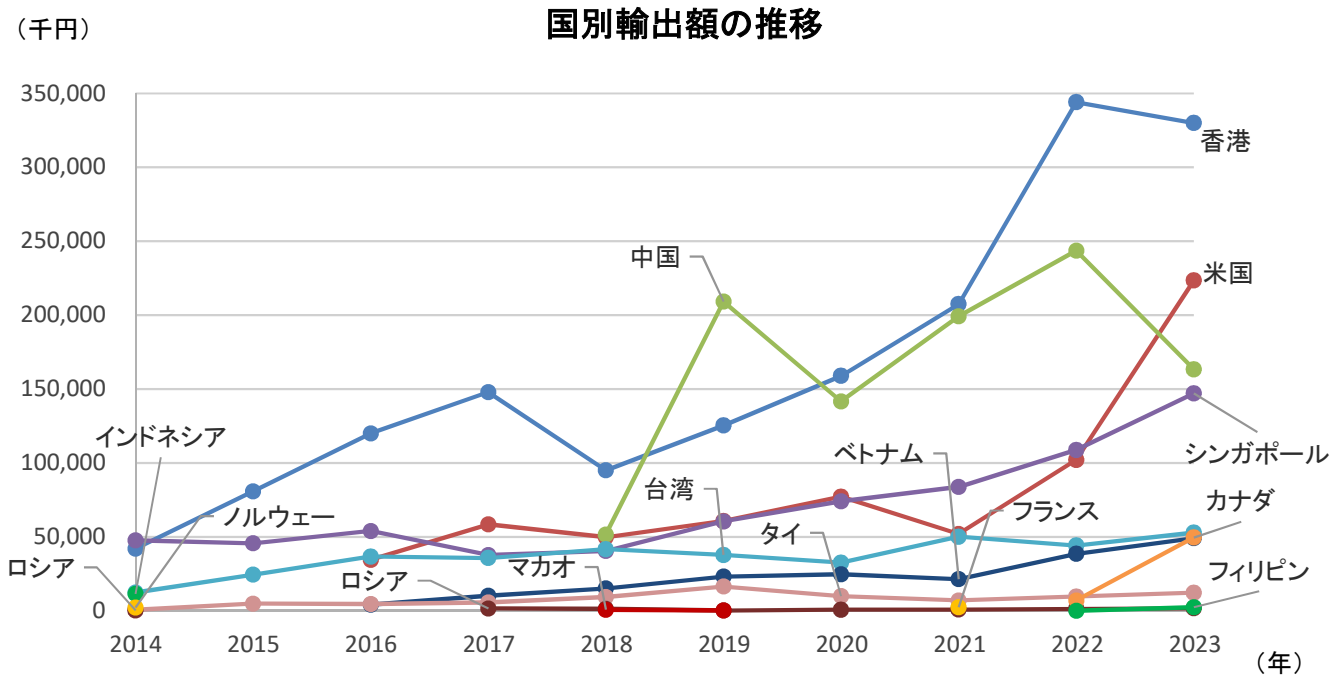
〈米〉

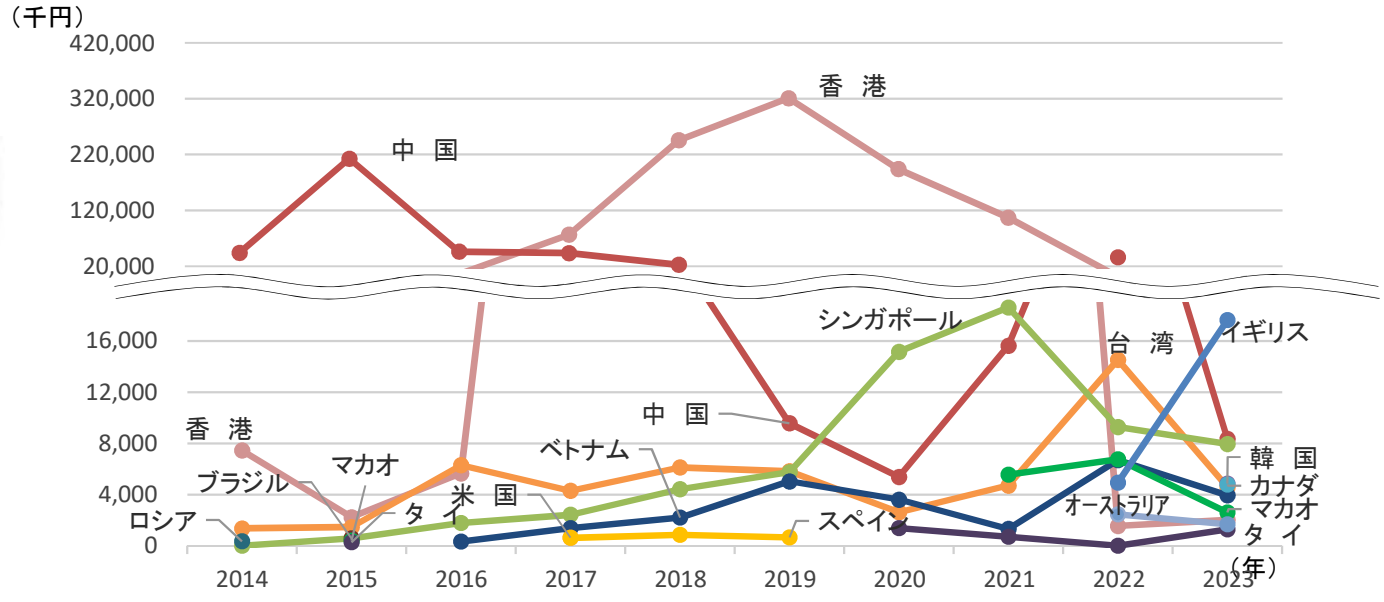


〈日本酒〉



国別輸出額の推移





輸出促進に向けた取組

国の取組

■GFP　農林水産物・食品輸出プロジェクト

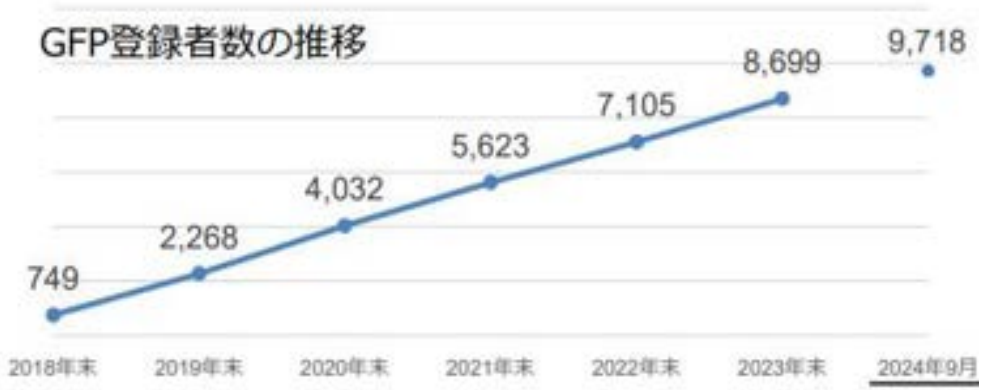
○**ＧＦＰ（ジー･エフ･ピー）**とは、Global Farmers／Fishermen／Foresters／Food Manufacturers Project の略称で、農林水産省が推進する**日本の農林水産物・食品の輸出プロジェクト**。
○平成30年8月31日に農林水産物・食品の輸出を意欲的に取り組もうとする生産者・事業者等のサポートと連携を図る**「ＧＦＰコミュニティサイト」を立ち上げ**。
○当該サイトに登録した者を対象に、農林水産省がジェトロ、輸出の専門家とともに産地に直接出向いて「輸出の可能性」を無料で診断する**「輸出診断」**を平成30年10月から開始。

ＧＦＰ登録者へのサービス提供

○**農林漁業者・食品事業者へのサービス**
・専門家による無料の輸出診断
・GFPコミュニティサイトで事業者同士が直接マッチング
・GFPビジネスパートナーの紹介等による支援
・輸出のための産地づくりの計画策定の支援
・メンバー同士の交流イベントの参加
・規制情報等の輸出に関連する情報の提供
・セミナー等を通じたGFP登録者の優良事例の共有
・過去のセミナー動画のアーカイブ化による輸出ノウハウの提供
○**輸出商社・バイヤー・物流企業へのサービス**
・GFPコミュニティサイトで事業者同士が直接マッチング
・GFPビジネスパートナーの紹介等による支援
・メンバー同士の交流イベントの参加
・規制情報等の輸出に関連する情報の提供
・セミナー等を通じたGFP登録者の優良事例の共有
・過去のセミナー動画のアーカイブ化による輸出ノウハウの提供

ＧＦＰの登録状況

○令和６年９月末時点での**GFP登録事業者数は全9,718件**
○**農林水産物・食品事業者**は**5,360件**。

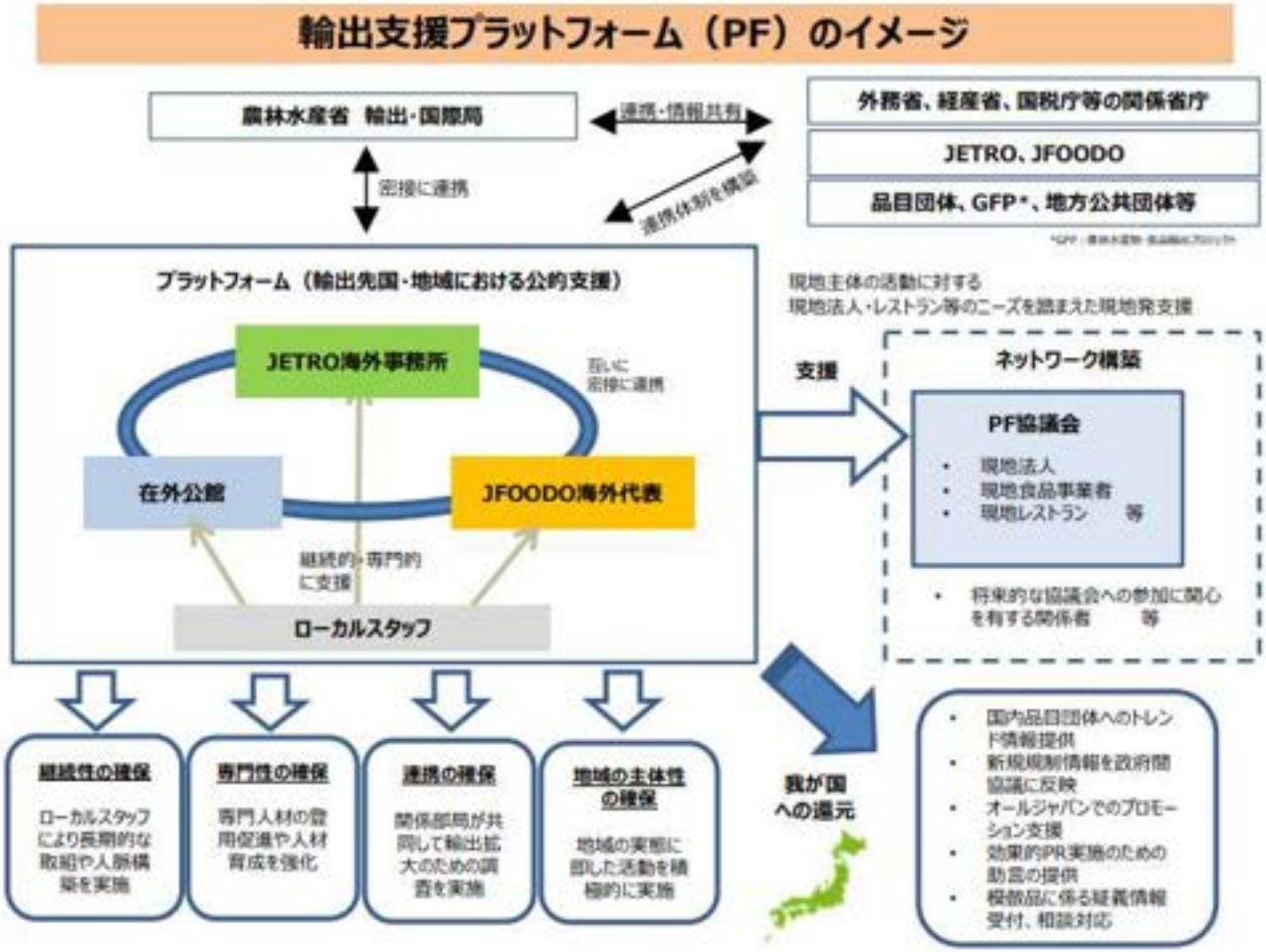


資料：農林水産物・食品の輸出促進について　2024年9月　農林水産省

輸出促進に向けた取組

■輸出支援プラットフォーム

○ 国では、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」に基づき、マーケットイン・マーケットメイクの輸出を進めるため、輸出先国・地域において輸出事業者を包括的・専門的・継続的に支援するために、「輸出支援プラットフォーム」を設立。都道府県、品問団体等との連携も強化。
○ プラットフォーム構成員は、在外公館、ＪＥＴＲＯ海外事務所、ＪＦＯＯＤＯ海外駐在員など。
○ 2022年４月の米国をはじめとして、ＥＵ、タイ等の10カ国・地域（16拠点）において立ち上げ済。



プラットフォーム設置国・地域

設置国・地域	事務局設置都市
米国	ロサンゼルス
	ニューヨーク
	ヒューストン
タイ	バンコク
シンガポール	シンガポール
EU	パリ
	ブリュッセル
ベトナム	ホーチミン
香港	香港
中国	北京
	上海
	広州
	成都
台湾	台北
マレーシア	クアラルンプール
UAE	ドバイ

資料：農林水産物・食品の輸出促進について　2024年9月　農林水産省

輸出促進に向けた取組

国の取組

■日本食品海外プロモーションセンター〈JFOODO〉

○　農林水産業・地域の活力創造プラン（平成28年11月改訂）を踏まえ、平成29年４月に**「日本食品海外プロモーションセンター」（略称：JFOODO（ジェイフードー））**をジェトロ内に創設。
○　SNSや動画等のデジタル広告、PRイベントの開催等**現地でのプロモーションを実施。**

組織体制

【センター長】　小林栄三（伊藤忠商事株式会社前会長・現名誉理事）
【執行役】　中山　勇　プロモーション担当執行役（COO）
北川浩伸　経営管理/広報・渉外担当執行役（CAO）
【スタッフ】　本部：44名（センター長、執行役含む）
海外駐在員：６名（ロンドン、パリ、香港、シンガポール、LA）
ほか、海外（7箇所）にフィールドマーケターを配置予定　<2024年９月１日現在>

JFOODO

プロモーション内容

動画コンテンツ制作	PRイベント・キャンペーン	PRセミナー
コンセプト訴求動画（和牛・米国） ブランドイメージ訴求動画（水産物・台湾）	著名バーテンダーを招いた焼酎のポップアップイベント 日本酒と非和食魚介料理の体験イベント	日本茶と食事のペアリングメニューの体験セミナー 日本産食材・発酵調味料の組み合わせの魅力を伝えるセミナー
プロモーションコンセプトやブランドイメージを訴求するための動画コンテンツを制作し、SNSでの発信やインフルエンサー等による拡散を実施。各国での認知向上、興味・関心の喚起を行う。	現地飲食店と連携したキャンペーンを展開。おすすめの料理や食べ方、ペアリングを訴求し、消費者の購入意欲を喚起する。	現地飲食店を起点として、食材とのペアリングの魅力を伝えるセミナーを実施。日本産食材の魅力を発信し、取扱い意向の向上に努める。

資料：農林水産物・食品の輸出促進について　2024年9月　農林水産省

輸出促進に向けた取組

国の取組

■JFOODOの取組

○　引き続き海外市場分析に基づく戦略的プロモーションを継続するとともに、品目団体との連携した取組等を強化し、海外現地における日本産農林水産物・食品のさらなる消費拡大に取り組む。

日本和牛

実施エリア
米国、欧州

取組内容
「一過性に終わらない、継続的な日本和牛消費の維持・拡大」を目指し、ウェブサイト・SNS・動画を中心とした情報発信、店舗キャンペーンなどを通じ、現地の状況やニーズに即した施策を展開。また、部位別の特長を活かした料理提案を行い、日本和牛が様々なメニューやシーンで楽しめる食材であることを訴求する。

水産物（ホタテ、ブリ、タイ）

実施エリア
台湾、香港、米国

取組内容
"JAPANESE SEAFOOD"ブランドを冠して各魚種を訴求する。また、各市場のターゲットの生活様式や行動様式に合わせて、SNSやウェブサイトを通じた情報発信、現地消費者の嗜好に合った喫食方法の提案、外食店舗でのキャンペーン等を通じて各水産物の認知拡大、理解促進、喫食意向向上を図る。

日本茶

茶
JAPANESE
GREEN TEA

実施エリア
米国、欧州

取組内容
アルコールを少量しか飲まない若しくはあえて飲まない人が増えている中、テアニンが豊富な抹茶を中心とした日本茶を「マインドフルネス・ビバレッジ」として位置付け、健康意識の高い層にオウンドメディアを活用した施策の実施や、現地飲食事業者を対象にキャンペーンを展開することで、現地消費の拡大を図る。

日本産酒類

実施エリア
<日本酒>米国、中国、香港等
<本格焼酎>米国

取組内容
<日本酒>和食店以外で飲用されるオケージョンを創出するため、日本酒の持つうま味を増幅させる科学的根拠を持った強みや、日本産ならではの価値・多様性を訴求し、世界で広く飲用される食中酒となることを目指す。
<本格焼酎>世界の蒸留酒のトレンドがBarから発信されることに着目し、日本の自然やクラフトマンシップを体現する本格焼酎・泡盛を、「原材料の風味が豊かで、バーで楽しむことができる新しいタイプの蒸留酒」として消費者に訴求する。

品目横断

実施エリア
米国等

取組内容
様々な日本産食品をプロモーションしているJFOODOならではの取組として、日本産食品全体の価値向上を目的に、複数品目を組み合わせて付加価値を生み出す品目横断プロモーションを実施する。

※その他の品目・取組についても、関係省庁や品目団体等との協議を経て選定の上で実施する予定

資料：農林水産物・食品の輸出促進について　2024年9月　農林水産省

輸出促進に向けた取組

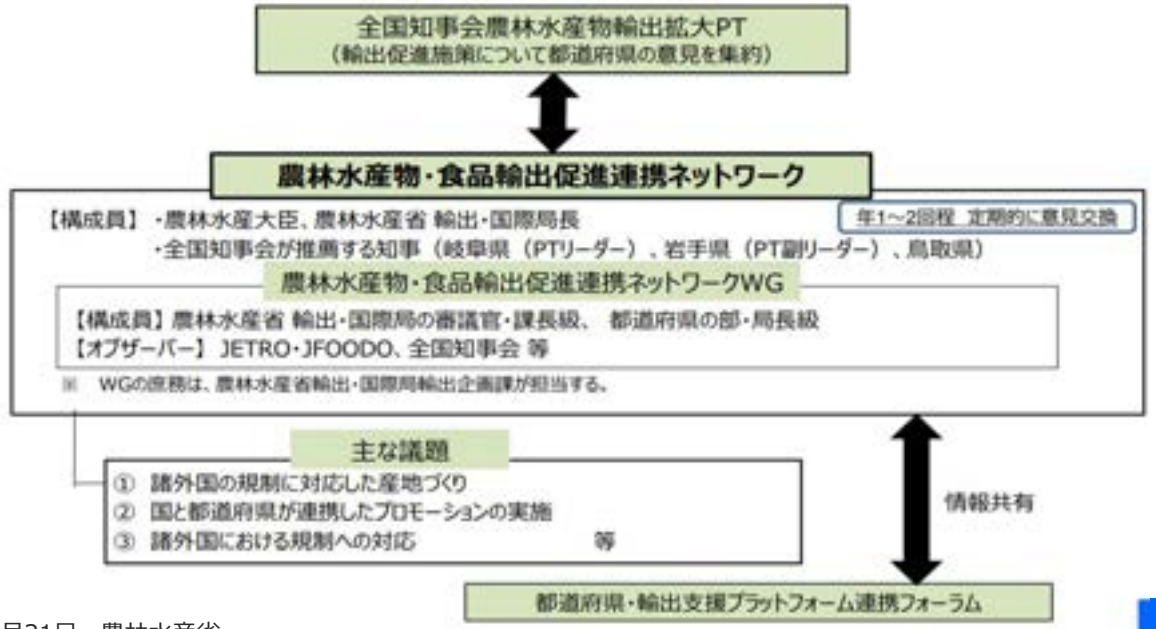
国の取組

■輸出促進に関する国と都道府県との連携体制について

■農林水産物・食品の輸出促進連携ネットワークの構築
○国と都道府県が輸出促進に向けて意思疎通を図り、輸出に対応した産地づくりやプロモーション活動等に連携して取り組んでいくため、オールジャパンの連携体制が構築された。
○令和５年7月21日に、農林水産大臣により「第１回農林水産物・食品の輸出促進連携ネットワーク会合」がオンライン開催され、農林水産物輸出拡大プロジェクトチームリーダー（岐阜県知事）及び全国知事会会長（鳥取県知事）と、農林水産物・食品の輸出拡大に向けた国と都道府県との連携について、意見交換が行われた。
○令和6年3月26日に開催されたWG会合では、全国知事会から、パリで開催される展示会への出展に向けた進捗状況について、農林水産省から輸出産地の形成に向けた取組について報告・説明し、意見交換等が行われた。

■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
○都道府県が連携した全国の農林水産物の輸出拡大に向けて、令和5年2月に、全国知事会内に「農林水産物輸出拡大プロジェクトチーム」を設置することとされた。
○令和5年6月7日に第１回会議が開催され、輸出拡大に向けた課題について意見交換がなされ、令和6年度は、輸出拡大のための提言等について要請活動が行われた。

■都道府県・輸出支援プラットフォーム連携フォーラムの設置
○都道府県と輸出支援プラットフォームの連携を具現化するための両者の意見・情報交換を行う場として令和5年１月に「都道府県・輸出支援プラットフォーム連携フォーラム」が開設された。令和6年5月の第３回連携フォーラムでは、全体会合と米国やEUなど輸出先国ごとの分科会が開催され、意見交換等が行われた。



資料：農林水産物・食品の輸出拡大に向けた国と都道府県との連携について　令和5年7月21日　農林水産省

輸出促進に向けた取組

国際基準

■民間の食品安全管理規格・認証スキームについて

The Global Food Safety Initiative（GFSI 世界食品安全イニシアティブ）とは
カーギルをはじめとした世界的に展開する食品企業が集まり、食品安全の向上と消費者の信頼強化のため、協議して食品安全管理の承認等を行う民間団体

○食品の民間取引において、安全管理の適正化・標準化が求められるようになりつつあり、取引相手の選定において、経験ではなく、科学的アプローチによる食品安全管理の実施及びそれに係る認証の取得が取引条件となるケースが増加。
○日本では、GFSIに承認された民間規格の活用が進む中、一般財団法人食品安全マネジメント協会が食品関係企業と協力し、国際的に通用し、日本の事業者にも使いやすい規格として、日本発の食品安全マネジメント規格(JFS)の運用が行われている。
○国では、日本の食品産業全体の食品安全レベルの向上、監査の効率化・監査コストの最適化及び食品の輸出力強化を目的に、民間の食品安全管理の活用等を支援しているところ。
○日本発の規格である「JFS」と「ASIAGAP」は、平成30年10月31日にGFSI承認を取得

GFSI承認規格がカバーするフードチェーンの範囲　ver.2020.1対応（2022年12月現在）

GFSI承認規格 ＼ GFSI承認セクター/コード	動物の飼育 A I	魚類の養殖 A II	植物の栽培 B I	穀類・豆類の栽培 B II	植物性食品の加工前処理 B III	動物性食品の加工前処理 C 0	動物性生鮮食品の加工 C I	植物性生鮮食品の加工 C II	動・植物性生鮮食品の加工（混合品） C III	常温保存食品の加工 C IV	飼料の製造 D	ケータリング E	小売り・卸売 F I	中間事業者/エージェント F II	保管/配送 G	容器/包装 I	化学物質の製造（生産） K
JFS - C（日本）							○		○	○							
ASIAGAP（日本）			○	○	○												
FSSC22000（オランダ）					○	○	○	○	○	○	○				○	○	○
SQF（米国）	○		○		○	○	○	○	○	○	○				○	○	○
IFS（ドイツ）						○	○	○	○	○			○		○	○	
GRMS（デンマーク）						○	○										
BRCGS（英国）						○	○	○	○	○			○		○	○	○
CanadaGAP（カナダ）			○		○												
GLOBALG.A.P.（ドイツ）		○	○		○												
Global Seafood Alliance（米国）							○										
PrimusGFS（米国）			○	○	○			○	○	○					○		

出典：GFSI ホームページ

出典：農林水産省HPより抜粋

輸出促進に向けた取組

■ GFP北海道

○　農林水産省北海道農政事務所が、北海道内の農林水産事業者等へのきめ細やかなサポートを行うことを目的に、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：GFP（Global Farmers / Fishermen / Foresters / Food Manufacturers Project）と連携し、北海道に密着した支援体制として「GFP北海道」を令和４年12月にを発足。
○　全道各地で輸出事業者向けのセミナー等を開催し、輸出へのチャレンジを支援。

“オール北海道”で輸出拡大を目指す仕組み

出典：農林水産省北海道農政事務所HP及びGFP北海道パンフレットより抜粋

輸出促進に向けた取組

■Do★食輸出Platform

○　経済産業省北海道経済産業局では、国の行政関係5機関により、食輸出支援をワンストップで行う「Do★食輸出Platform」を2021年9月に発足。
○　輸出支援のサービスを提供する民間のサポーター企業や道内の自治体等と連携し、輸出に意欲的なプレイヤー企業を支援。
○　新たな輸出モデルの発掘に向けた調査や、食の輸出人材育成に向けたワークショップ等を開催

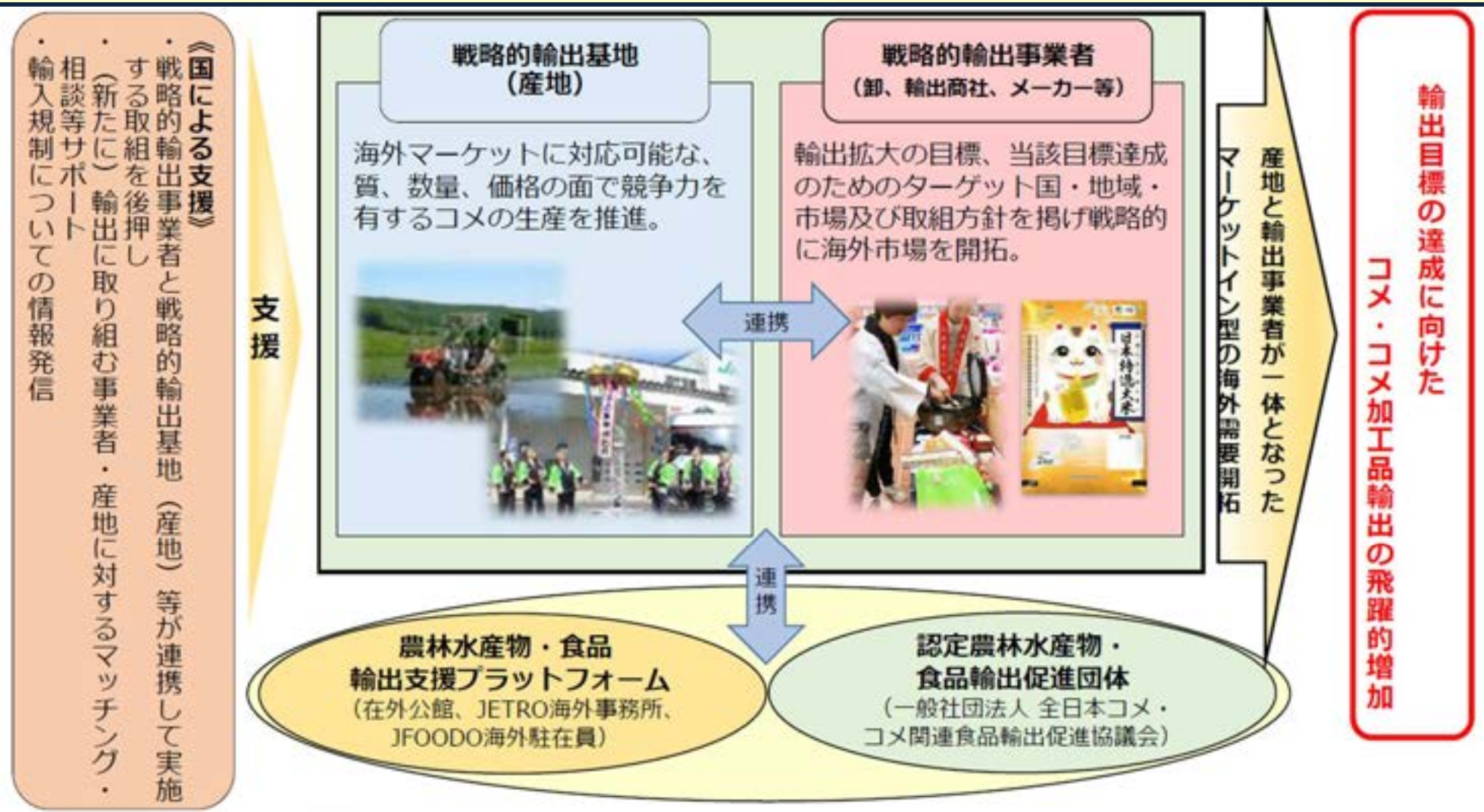
出典：2024 北海道からの食輸出の拡大2024年7月30日経済産業省 北海道経済産業局

輸出促進に向けた取組

品目ごと

■コメ海外市場拡大戦略プロジェクト

○　「コメ海外市場拡大戦略プロジェクト」は、コメの輸出量を飛躍的に拡大すべく、国が平成29年9月に立ち上げ。
○　本プロジェクトは、目標及び取組方針を掲げてコメ・コメ加工品の輸出拡大に取り組む事業者・産地が参加 可能なプラットフォームであり、国が参加者への支援を実施。



資料：農林水産省　米をめぐる状況について　令和６年８月

輸出促進に向けた取組

品目ごと

■コメ海外市場拡大戦略プロジェクト

○ 現在までに121の戦略的輸出事業者、166の戦略的輸出基地が2025年の輸出目標と目標達成に向けた取組方針を設定。（戦略的輸出事業者による目標数量合計：約17.2万トン(原料米換算)）
○ 参加事業者に対して、戦略的輸出事業者が産地と連携して取り組むプロモーション等に対する支援、戦略的輸出事 業者と産地のマッチングの推進や海外規制動向のタイムリーな情報発信等の施策を通じて輸出を強力に後押し。

戦略的輸出事業者参加状況（2024年7月2日時点）

121事業者（目標数量合計：17.2万トン※）

○ 主な戦略的輸出事業者（輸出目標上位5事業者を抜粋）

戦略的輸出事業者	輸出目標	重点国・地域
ＪＡ全農	コメ：50,000トン パックご飯：200万食	中国、北米、EU、ロシア等
㈱神明	コメ：10,500トン パックご飯：100万食 米粉・米粉製品：100トン	中国、ロシア、EU等
㈱クボタ	コメ：10,000トン	米国等
全農インターナショナル㈱	コメ：10,000トン パックご飯：100万食	中国、北米、EU、ロシア等
木徳神糧㈱	コメ：6,000トン	中国、香港、北米、EU、東南アジア（シンガポール・タイ等）、ブラジル、ロシア等

※ 原料米換算。輸出事業者の目標の積み上げであり、重複して計上される場合もある。

戦略的輸出基地（産地）参加状況（2024年7月2日時点）

(1) 団体・法人　　157産地
(2) 都道府県単位の集荷団体等 8団体（ＪＡ全農県本部、経済連）
　((1)以外の産地も含めた取組を推進する都道府県単位の団体等)
(3) 全国単位の集荷団体等　　１団体（ＪＡ全農）
　((1)、(2)以外の産地も含めた取組を推進する全国単位の団体等)

○ 主な戦略的輸出基地（令和３年産輸出用米生産実績上位5産地を抜粋）

【団体】

都道府県	戦略的輸出基地
新潟県	ＪＡグループ新潟 米輸出推進協議会
宮城県	JAみやぎ登米
岩手県	JA岩手ふるさと
茨城県	茨城県産米輸出推進協議会
福井県	JA福井県

【農業法人】

都道府県	戦略的輸出基地
新潟県	（株）新潟クボタ
青森県	（株）みちのくクボタ
北海道	（株）芦別RICE
山形県	（株）庄内こめ工房
北海道	（株）松原米穀 契約生産者組合

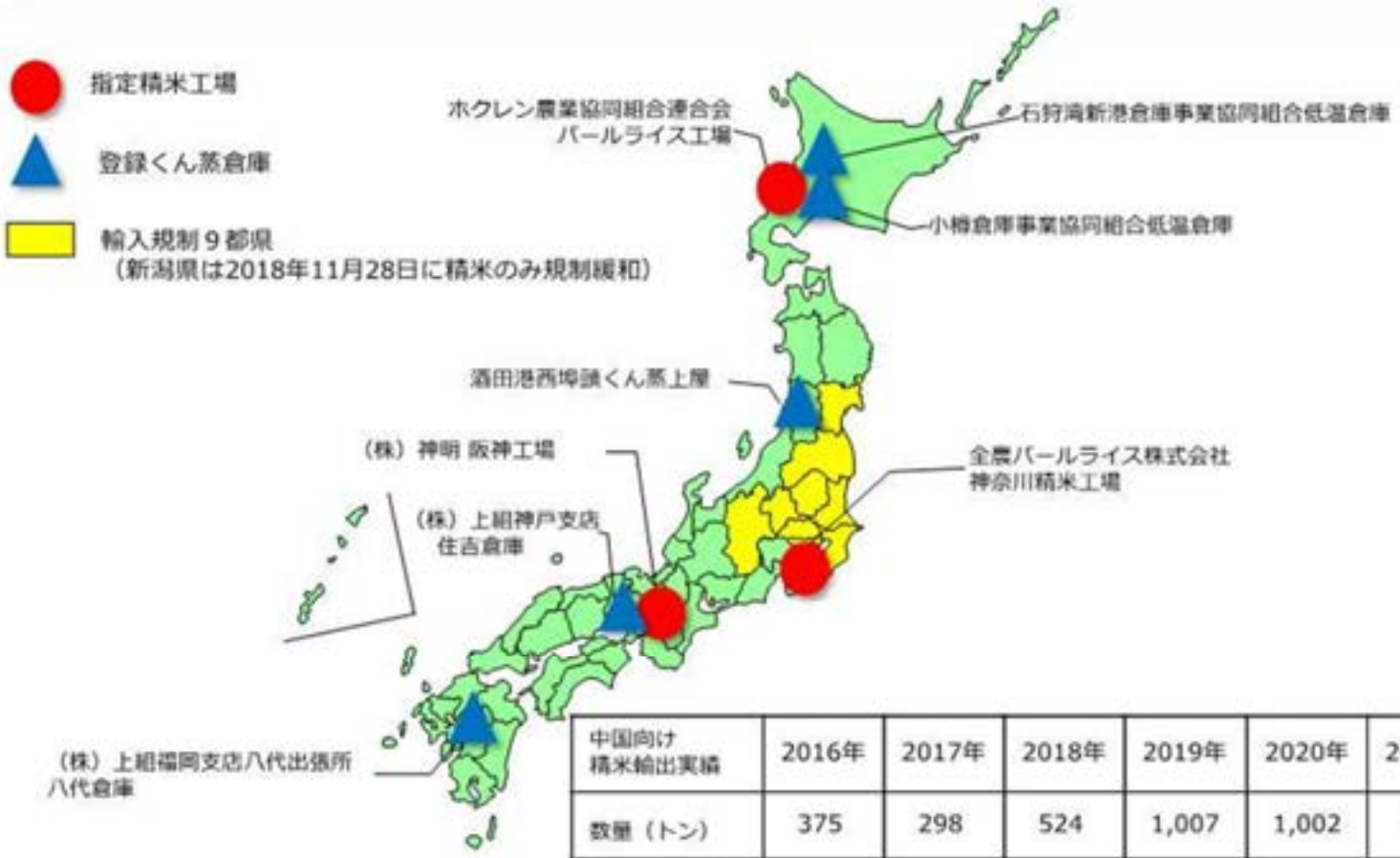
資料：農林水産省　米をめぐる状況について　令和６年８月

輸出促進に向けた取組

品目ごと

■中国向け輸出可能な精米工場及びくん蒸倉庫の追加

○　中国向けに精米を輸出するためには、指定精米工場における精米及び登録くん蒸倉庫におけるくん蒸が必要。
○　現在、指定精米工場は3か所、登録くん蒸倉庫は５か所。（2018年5月の日中首脳会談後、精米工場２施設及びくん蒸倉庫５施設が追加され、北海道から精米工場１施設及びくん蒸倉庫２施設が認可。同年９月に北海道から中国向け輸出が開始。）
○　また、福島第一原子力発電所事故により、９都県産米の輸出が停止。（2018年11月に新潟県産の精米の規制のみ緩和。）



【精米工場】
- ホクレン農業協同組合連合会
  パールライス工場
- 全農パールライス工場株式会社
  神奈川精米工場
- （株）神明　阪神工場

【くん蒸倉庫】
- ▲ 小樽倉庫事業組合低温倉庫
- ▲ 石狩湾新港倉庫事業協同組合
  低温倉庫
- ▲ 酒田港西埠頭くん蒸上屋
- ▲ （株）上組神戸支店住吉倉庫
- ▲ （株）上組福岡支店八代出張所
  八代倉庫

中国向け精米輸出実績	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年（1~5月）
数量（トン）	375	298	524	1,007	1,002	575	764	526	69
金額（百万円）	163	97	211	363	321	219	262	170	23

資料：農林水産省　米をめぐる状況について　令和６年８月

輸出促進に向けた取組

品目ごと

■アメリカ・ＥＵ向け輸出が可能な牛肉処理施設

○　国では、輸出拡大実行戦略に基づき、輸出先国の求める衛生基準に適合した食肉処理施設の整備・認定の迅速化に取り組んでいる。
○　道内では、北海道畜産公社十勝工場（第３工場）が「牛肉の対米輸出が可能な施設」及び「食肉のＥＵ（欧州連合）への輸出が可能な施設」として認定されており、米国向けは令和元年７月、ＥＵ向けは令和３年11月から輸出開始。

【認定までの経緯】
○　平成25年６月に決定された日本再興戦略等で食品輸出の拡大方針が示されたことなどを受けて、(株)北海道畜産公社は、道産食肉（牛肉）を輸出するための新たなと畜場として、十勝第３工場の建設に着手し、平成28年３月に完成
○　令和元年５月、厚生労働省が同施設を対米輸出食肉（牛肉）取扱施設として認定
○　ＥＵ向け輸出についても対応できるよう引き続き体制整備に努めた結果、令和２年10月に対ＥＵ向け輸出対応施設として認定

【施設概要】

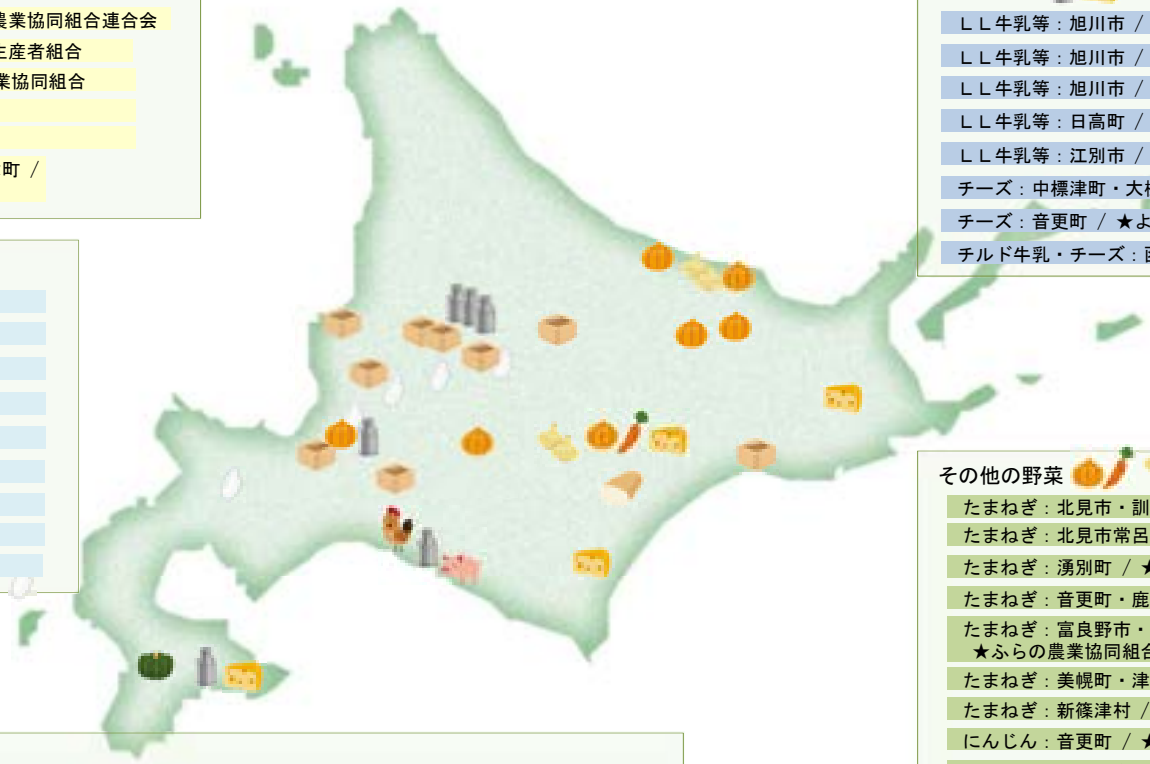
所在地：帯広市十勝総合食肉流通センター内
総事業費：６３億円（強い農業づくり交付金を活用）
処理能力：牛100頭/日（十勝工場全体では牛450頭/日）

資料：農林水産省ホームページ

輸出促進に向けた取組

○　「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」では、マーケットインの発想に基づく輸出産地の育成・展開を図るために、輸出重点品目２９品目を生産している産地のうち、主として輸出向けに生産する産地をリスト化して令和２年度に公表。今後、国として輸出に必要な施設整備等を重点的に支援。
全国では３０品目１，２０３の輸出産地・事業者がリスト化されており、そのうち、北海道の農畜産物・日本酒（清酒）については、７品目（コメ・パックご飯・米粉及び米粉製品、牛乳乳製品、牛肉、豚肉、鶏肉、日本酒（清酒）、その他野菜）２５産地３９**事業者**となっている。
（※）産地数：牛乳乳製品は道全体で１産地、その他の野菜は作物ごとに１産地、それ以外は１事業者で１産地　事業者数：実数

北海道内の農畜産物・日本酒輸出産地及び事業者（令和５年12月２５日現在）
※ ★付き事業者は輸出事業計画を策定済（計画期間が終了したものを含む）



コメ･パックご飯･米粉及び米粉製品
- コメ・パックご飯：北海道 / ★ホクレン農業協同組合連合会
- コメ：北海道 / ★株式会社松原米穀契約生産者組合
- コメ・パックご飯：東川町 / ★東川町農業協同組合
- コメ：芦別市 / ★株式会社芦別ＲＩＣＥ
- コメ：新篠津村 / ★新篠津農業協同組合
- コメ：小樽市・美唄市・倶知安町・せたな町 / ★北海道産米輸出促進協議会

清酒
- 清酒：旭川市 / 高砂酒造株式会社
- 清酒：旭川市 / 男山株式会社
- 清酒：増毛町 / 国稀酒造株式会社
- 清酒：新十津川町 / 金滴酒造株式会社
- 清酒：札幌市 / 日本清酒株式会社
- 清酒：栗山町 / 小林酒造株式会社
- 清酒：釧路市 / 福司酒造株式会社
- 清酒：東川町 / 三千櫻酒造株式会社
- 清酒：上川町 / 上川大雪酒造株式会社

牛乳乳製品
- ＬＬ牛乳等：旭川市 / ★ホクレン農業協同組合連合会
- ＬＬ牛乳等：旭川市 / ★雪印メグミルクコンソーシアム
- ＬＬ牛乳等：旭川市 / ★よつ葉輸出促進協議会
- ＬＬ牛乳等：日高町 / ★北海道日高乳業株式会社
- ＬＬ牛乳等：江別市 / 株式会社北海道酪農公社
- チーズ：中標津町・大樹町 / ★ 雪印メグミルクコンソーシアム
- チーズ：音更町 / ★よつ葉輸出促進協議会
- チルド牛乳・チーズ：函館市 / ★北海道乳業株式会社輸出促進協議会

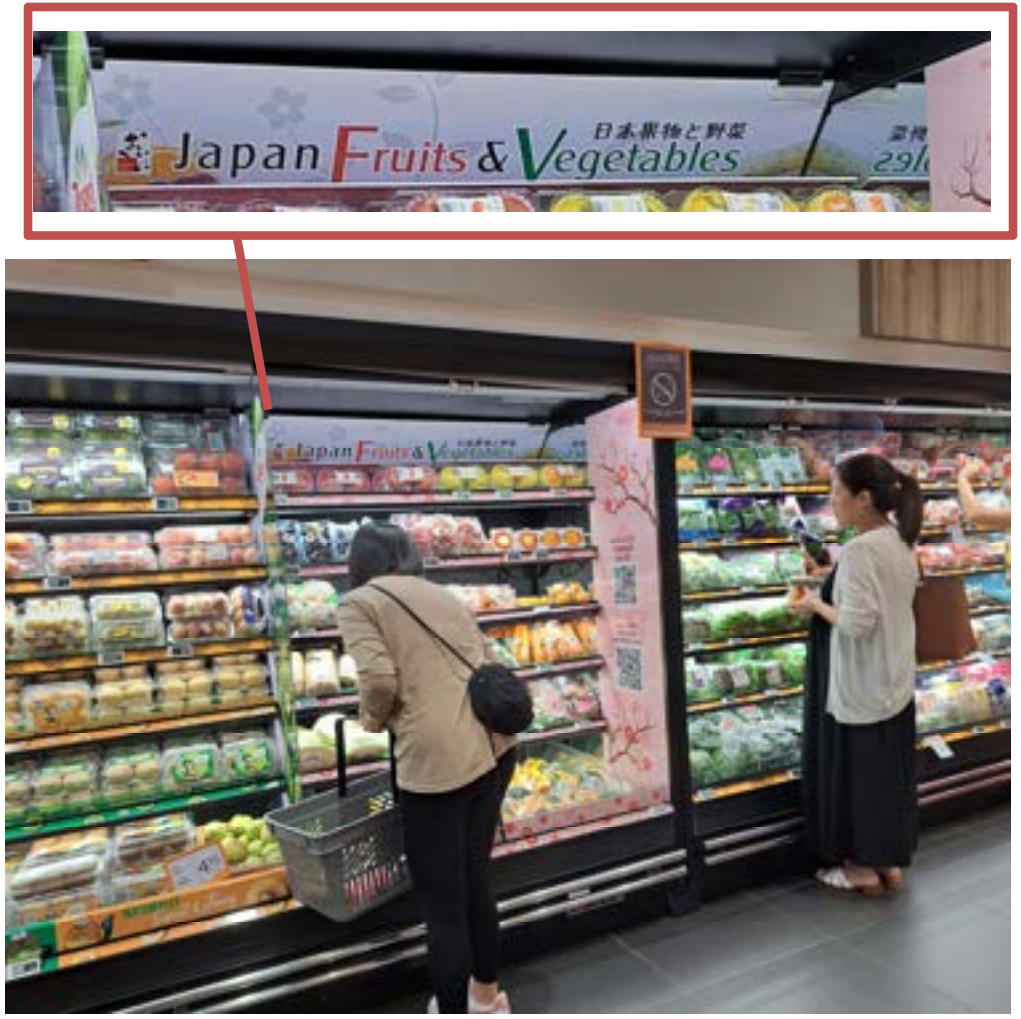
その他の野菜
- たまねぎ：北見市・訓子府町・置戸町 / ★きたみらい農業協同組合
- たまねぎ：北見市常呂町 / ★常呂町農業協同組合
- たまねぎ：湧別町 / ★えんゆう農業協同組合
- たまねぎ：音更町・鹿追町 / ★音更町農業協同組合
- たまねぎ：富良野市・上富良野町・中富良野町・南富良野町・占冠村 / ★ふらの農業協同組合
- たまねぎ：美幌町・津別町・大空町/ ★美幌地方広域農協同組合連合会
- たまねぎ：新篠津村 / ★新篠津村農業協同組合
- にんじん：音更町 / ★音更町農業協同組合
- にんにく（加工品含む）：北見市常呂町 / 常呂町農業協同組合
- にんにく（加工品含む）：清水町 / ★十勝清水町農業協同組合
- かぼちゃ：厚沢部町・江差町・乙部町 / ★新ブランド農産物生産組合あっさぶ農匠
- ながいも：帯広市・音更町・士幌町・上士幌町・鹿追町・本別町・幕別町（★帯広市川西/ ★帯広大正/ ★音更町農業協同組合）

牛肉･豚肉･鶏肉
- 牛肉：北海道畜産公社を中心とした産地 / ★ホクレン食肉輸出コンソーシアム
- 豚肉：新冠町（日高食肉センターを中心とした産地）/ ★北海道産豚肉輸出拡大コンソーシアム
- 豚肉：北海道畜産公社を中心とした産地 / ★ホクレン食肉輸出コンソーシアム
- 鶏肉：厚真町（日本ホワイトファームを中心とした産地）/ ★ 日本ホワイトファーム株式会社札幌コンソーシアム

出典：農林水産省公表リストをもとに道農政部食品政策課作成

道の取組の様子や海外での評価

○　道産農畜産物を海外消費者に広く知ってもらうことを目的に、シンガポールの現地スーパーFair　Price　Finestで北海道産農産物の販売フェアや、シンガポール高島屋の「大北海道展」における北海道産牛乳のPRイベントなどを開催。試食・試飲では高い評価を得られた。



道の取組の様子や海外での評価

○　輸出の拡大や安定化に向けて、生産者等を対象とした産地の機運情勢セミナーの開催や、海外バイヤーを産地に招へいする取組などを実施。産地への理解の促進や道産農畜産物の品質の評価の高まりにつながった。

令和6年度の予算事業

事業の目　的

「北海道食の輸出拡大戦略＜第Ⅲ期＞」に基づいて輸出拡大を図るため、品目ごとのプロモーション活動や市場開拓に向けた調査等を総合的に取り組む。
　併せて、関係団体等と連携して、アジア諸国等における販路開拓に取り組むほか、輸出先国の基準に対応した施設整備等を支援する。

道産農畜産物輸出拡大強化事業　【予算額42,525千円（うち道費22,379千円）】

【主要品目ごとの販路開拓】
食の輸出拡大戦略で定める主要品目ごとに戦略的なプロモーション活動や市場調査を実施　（※R6年度から新たに追加）

主要品目	米	日本酒	牛肉	青果物	**牛乳乳製品(※)**
対象国	欧州・ｱﾒﾘｶ・中国	欧州・香港・中国	ｱﾒﾘｶ	香港・台湾・ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ	**ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ**

○Salon du sake2023に出展
日時:令和５年９月30日～10月２日
場所:フランスパリ15区
内容：ヨーロッパ等における北海道産日本酒の販路開拓に向けてブース出展し、試飲やアンケート等を実施

○北海道産米の試食商談会を実施
日時：令和５年７月18日、8月2日、8月29日
場所：中国上海、瀋陽、深圳の飲食店
内容：飲食店オーナー等を招き、北海道産米ななつぼしの試食商談会を実施。併せて北海道産日本酒の試飲も実施。

道産農水産物輸出拡大戦略推進事業　【予算額3,076千円（うち道費3,076千円）】

【協議会と連携した販路開拓】
　北海道農畜産物・水産物輸出推進協議会（ホクレン、ぎょれん、JA北海道中央会、JETRO北海道、北海道）が、北海道ブランドを最大限に生かしたプロモーション活動等を展開

○ベトナムで開催された“北海道フェスティバル in ハロン”に出展
　日時：令和５年11月16日～19日
　場所：ベトナムクアンニン省ハロン市
　内容：農水産物に関するPRを実施。
　アンケート回答者にLL牛乳を配付

輸出対応施設等整備事業　【予算額2,400,548千円（うち道費0千円）】

国費を活用し、食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備に必要な経費に対して助成

海外における北海道ブランドの認知度向上と新たな市場開拓により、北海道農業の持続的発展に寄与