令和６年度　基本評価調書			所管部局	経済部	所管課	食産業振興課	
施策名	道産食品の輸出拡大				施策コード	0502	
政策の柱	食				政策体系コード	1(1)C	
関連重点戦略計画等	北海道創生総合戦略、知事の基本政策						事務事業数 6
特定分野別計画	北海道食の輸出拡大戦略						
SDGs					総合判定	順調	
予算額（千円）	R6	190,125千円	R5	261,784千円	R4	195,422千円	

施策目標	輸出先国・地域の多角化や海外マーケット向けの輸出品目の拡大、一次産品の安定生産や効率的な輸送、輸出に取り組む意欲ある担い手の育成など、5つの基本戦略に沿った施策を品目別、国・地域別に展開し、道産食品のさらなるブランド力の向上や海外販路の拡大につなげる。
現状と課題	（市場動向への的確な対応） ・輸出拡大のためには、円安の進行といった、市場の動向に的確に対応していくことが重要。 （輸出品目や輸出先の多様化） ・国際情勢等のリスク分散のため、品目や輸出先に偏らない施策の展開が必要。 ・2024年上期（1月～6月）の道内港における輸出の状況では、中国による日本産水産物の輸入停止措置の影響により、ホタテガイをはじめとする水産物・水産加工品が前年同期と比べ、ほぼ半減した。一方で、アメリカやベトナムなどで輸出額が大きく伸びており、輸出先国・地域の多角化の動きが輸出額からも見られる状況。 （オール北海道の体制づくり） ・輸出をめぐる情勢が変化する中で、国や関係団体との連携を一層深めるとともに、輸出商社などを含めた道内有力企業との連携も視野に、オール北海道の体制で輸出を強力に推し進めることが必要。

〈主な取組〉

今年度の取組	（市場動向への的確な対応） ・海外市場動向や消費者ニーズを学ぶ講座等を通じてグローバルリスクに対応できる人材を育成 ・タイ、シンガポールにある海外アンテナショップの活用や支援機能の強化による道産食品のPR及び販路拡大を推進 （輸出品目や輸出先の多様化） ・当課の施策で開発等の支援を行った商品の販路拡大を支援 ・海外百貨店フェアへの道内事業者の参加支援等 （オール北海道の体制づくり） ・国や関係団体等と構成する会議の場を中心として、情報の共有化や事業連携を促進
実績と成果	（市場動向への的確な対応） ・全6回の研修等を令和5年度に行い、地域の魅力ある商品を生み出し、食関連産業を牽引する人材を育成した。 ・タイ、シンガポールのアンテナショップにおいてフェアを開催することにより、道産食品のPR及び販路拡大が図られた。（R3:計5回、R4:計5回、R5:計6回） （輸出品目や輸出先の多様化） ・全13回の研修や6回の商談会等を令和5年度に行い、道産食品の輸出拡大に向けて道内企業の育成と道産食品の販路拡大に取り組んだ。 ・海外商談会を開催し、道産食品のPR及び販路拡大が図られた。（シンガポール:R5.11月、タイ:R6.1月） ・現地日系百貨店の周年記念催事と連携し、道産品のPR及び販路拡大が図られた。（シンガポール:R5.11月、タイ:R6.1月） （オール北海道の体制づくり） ・国や関係団体等と構成する「道産食品輸出拡大会議」を2ヶ月に1回程度開催し、関連施策の共有、輸出関連事業者からのヒアリング等を行っている。

参考HP①	北海道食の輸出拡大戦略	https://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/sss/exp/sennryaku.html
参考HP②	北海道食の輸出拡大戦略推進状況報告書	https://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/sss/exp/suisinjyoukyouhoukoku.html
参考HP③		

令和6年度 基本評価調書	【1(1)C_0502】道産食品の輸出拡大

〈**指標分析**〉 ⇒成果指標は、原則、取組項目ごとに1つ以上、全体で5つ以下とする

指標名①	増加	億円	R2年度	R3年度	R4年度	最終目標(R15)	達成率	指標判定
道産食品輸出額(暦年)		目標値	1,500	1,500	1,500	ー	117.9%	A
		実績値	927	1,298	1,768			

設定理由	道から道内港を通じ直接海外へ輸出された道産食品の通関額及び道外港を通じ海外へ輸出された道産食品の推計通関額の合計。道産食品の海外取引の規模を測る指標であり、課題であるオール北海道の体制づくりや、付加価値の高い商品の開発促進に関する成果を測る指標として設定。R6年度以降の目標については、「北海道食の輸出拡大戦略＜第Ⅲ期＞」において、引き続き検討することとしており、未設定。

指標公表時期	翌々年4～6月頃	出典(根拠計画等)	財務省函館税関「貿易統計」、農林水産省「漁業・養殖業生産統計」、「北海道水産現勢」などを参考に北海道で独自集計。

分析(主な取組と成果)

商品開発、人材育成や施設整備など、輸出に取り組む事業者が国際情勢等の変化に適切に対応できるよう支援したことにより、中国、米国、EU向けのホタテガイが好調に推移し、輸出額が過去最高を更新した。

指標名②			R4年度	R5年度	R6年度	最終目標(R15)	達成率	指標判定
		目標値					ー	ー
		実績値						

設定理由	

指標公表時期		出典(根拠計画等)	

分析(主な取組と成果)

指標名③			R4年度	R5年度	R6年度	最終目標(R15)	達成率	指標判定
		目標値					ー	ー
		実績値						

設定理由	

指標公表時期		出典(根拠計画等)	

分析(主な取組と成果)

指標名④			R4年度	R5年度	R6年度	最終目標(R15)	達成率	指標判定
		目標値					ー	ー
		実績値						

設定理由	

指標公表時期		出典(根拠計画等)	

分析(主な取組と成果)

指標名⑤			R4年度	R5年度	R6年度	最終目標(R15)	達成率	指標判定
		目標値					ー	ー
		実績値						

設定理由	

指標公表時期		出典(根拠計画等)	

分析(主な取組と成果)

令和6年度 基本評価調書	【1(1)C_0502】道産食品の輸出拡大

〈取組分析（連携状況、緊急性・優先性）〉

連携状況	（課題） ・ジェトロや国の出先機関である北海道農政事務所、北海道経済産業局等においても輸出関連事業を実施しており、施策の効果的な推進のために情報共有が重要。 ・輸出拡大のためには、円安の進行等、市場の動向に的確に対応していくことが重要。 --- （取組と成果） ・北海道経済連合会が半月に一度更新している「輸出支援イベントカレンダー」や2ヶ月に1回程度開催される「道産食品輸出拡大会議」により、関係機関の輸出関連施策の内容や実施時期について共有している。 ・シンガポール及びタイのアンテナショップを活用し、道産食品のPR及び販路拡大を図った。
緊急性 優先性	（課題） ・国内においては、人口減少により市場規模は縮小している一方、世界の食糧需要は増加や経済成長しており、2030年には1360兆円に増加する見込みであり、更なる輸出拡大に取り組む必要がある。 ・当課が毎年実施している「食関連企業経営意識調査調査」においては、輸出を担当する人材や有力な海外パートナーの不足が課題として挙げられており、それらに対する支援を行っていくことが重要である。 ・中国やロシアの日本産水産物の輸入停止措置等が継続しており、国際情勢等を鑑みながら、グローバルリスクへの対応の観点も含め、品目数の拡大や輸出先国・地域の多角化等に取り組んでいくことが重要。 --- （取組と成果） ・上記調査結果も踏まえ、輸出人材の育成や海外販路の拡大に継続的に取り組んでいる。 ・輸出の更なる拡大のためには、輸出相手国の輸入規制の緩和や相手国の求める衛生基準等に対応した施設整備への支援等の環境整備が必要であることから、国に対して提案・要望を実施している。 ・関係団体へのヒアリングにより関連産業への影響を把握している。

〈その他統計数値等〉

その他統計数値等①	過年度①	過年度②	最新年度
道内港からの道産食品輸出額	771億円（R3年）	989億円（R4年）	788億円（R5年）

「施策目標」「現状と課題」に関する状況

（課題）
道内港からの道産食品輸出額は、コロナ禍の落ち込みから回復し、令和4年は道内港のみでは過去最高額となった。ただ、品目や輸出先に偏りが見られ、国際情勢の変化等に対応できるようリスク分散が課題である。

（状況）	
令和5年8月のALPS処理水の海洋放出に伴う中国等による日本産水産物の輸入停止措置により、輸出額が前年より大幅に減少した。	b

その他統計数値等②	過年度①	過年度②	最新年度

「施策目標」「現状と課題」に関する状況

（課題）

（状況）	

その他統計数値等③	過年度①	過年度②	最新年度

「施策目標」「現状と課題」に関する状況

（課題）

（状況）	

令和6年度 基本評価調書	【1(1)C_0502】道産食品の輸出拡大

〈総合判定〉

指標判定	A	連携状況	○	総合判定	順調
		緊急性・優先性	○		
		その他統計数値等	b		

※ 成果指標の指標判定が「D」の指標

（該当なし）

	対応方針番号	内容
翌年度に向けた対応方針	①	道産食品輸出額の増加を図るため、輸出を取り巻く環境の変化を踏まえ、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、海外アンテナショップの活用や現地企業等の協力を得ながら、北海道のブランド力を高める情報発信や、商談会を中心としたプロモーション、ECサイトを活用した販売支援を一層強化することにより、新規商流の確立を目指す。
	②	
	③	

〈二次政策評価〉

二次政策評価	

〈ＡＣＴＩＯＮ〉

二次政策評価への対応		
翌年度施策の方向性	対応方針番号	方向性
	①	大阪万博を契機として、大阪や羽田空港にあるどさんこプラザ等でインバウンドを対象に食の魅力を発信する取組を行うほか、海外のどさんこプラザを活用した、現地での商談会・フェアの開催や、現地小売店と連携した道産食品のさらなる販路拡大に資する取組の展開を行う。また、道内事業者における輸出人材育成を図ることで新規商流の構築を促す。
	②	
	③	

令和６年度　事務事業評価調書	施策名	道産食品の輸出拡大	施策コード	0502

整理番号	重複施策	経費区分	事務事業名	事務事業概要	課・局室名	前年度からの繰越事業費（千円）	事業費（千円）	うち一般財源	執行体制 本庁	出先機関	人工計	フルコスト（千円）	一次政策評価 対応方針番号	方向性	二次政策評価意見	ACTION　結果への対応（令和6年度） 次年度方向性	二次評価意見への対応状況
0120	0501	一般	地域絶品・食のマーケティング人材育成事業費（創生交付金）	北海道ﾌﾞﾗﾝﾄﾞの更なる向上のため、地域の絶品を生み出し、食関連産業を牽引する人材を育成する。	食産業振興課	0	32,606	17,351	1.0	0.0	1.0	40,616					
0122	0501	一般	道産ワイン高度人材確保事業費（創生交付金）	北海道ブランドの磨き上げを図るため、有望なワイン製造業を担う高度な人材を育成する。	食産業振興課	0	84,580	44,249	2.0	0.0	2.0	100,600					
0145		事務	食の輸出拡大戦略に係る推進管理事務	戦略の推進管理や関係機関等との連携体制の運営などの業務。	食産業振興課	0	0	0	0.5	0.0	0.5	4,005					
0137		一般	道産食品輸出企業海外進出促進事業費（創生交付金）	輸出拡大戦略の推進に向け、道内企業の育成と販路拡大の促進を図る。	食産業振興課	0	18,223	18,223	0.4	0.0	0.4	21,427	①	改善（取組分析）		改善	
0138		一般	海外アンテナショップの支援強化による道産食品販路拡大事業費（創生交付金）	海外アンテナショップ（どさプラ）の活用等により、道産食品のPR及び販路拡大を図る。	食産業振興課	0	30,963	30,963	0.5	0.0	0.5	34,968	①	改善（取組分析）		改善	
0144		一般	国内アンテナショップの現状分析・実証事業費	国内アンテナショップ（どさプラ）の効果的な運営・展開に向けた検証	食産業振興課	0	23,753	12,622	0.4	0.0	0.4	26,957					
											0.0	0					
											0.0	0					
											0.0	0					
											0.0	0					
											0.0	0					
											0.0	0					
											0.0	0					
計						0	190,125	123,408	4.8	0.0	4.8						