令和７年度
道産農畜産物海外販路拡大産地づくり支援事業
（コメ・青果物・全体会議）委託業務
ー 成果報告書「概要版」ー

令和8年3月

Blandscape
合同会社ブランドスケープ

1. 本事業の目的

北海道食の輸出拡大戦略＜第Ⅲ期＞における主要品目であるコメ及び青果物について、産地の輸出体制の確立に向けた支援と戦略的プロモーション等を実施するとともに、有識者等を参集して輸出を取り巻く情報の収集や意見交換を行うことで国際状況の変化に柔軟に対応できる態勢を整え、道産農畜産物の海外販路の開拓に資することを目的とする。

2. 本事業の概要

実施した事業の概要は以下のとおり。

- **合同会議の開催**

各ルート毎に全3回の合同会議を開催し、コメと青果物の取組方針、実施内容等を決定しフィードバックおよび実施結果に係る評価等を行った。

- **輸出拡大に向けた取組**

ア 産地確立支援

輸出拡大に向けた共通の認識や目的を持ち、課題解決に取り組めるサプライチェーン参画者による、モデル提案、課題の解決、サプライチェーンの構築に向けた取組を実践した。

イ 戦略的プロモーションの実施

これまでの市場調査の結果から、日本食の浸透は、飲食店での喫食やスーパー等での惣菜の購入などが主であることから、海外外食需要等の取込みに向けたプロモーションを実施した。

ウ 全体会議

輸出拡大事業の効果を最大限に発揮させるため、他国の需給状況や海外の政治情勢など国際的な状況に関する情報収集や意見交換を行うための会議を開催した。

3. 合同会議の開催

➢ 本事業の執行決議に加えて、輸出に精通した専門家を会議に招聘し、以下の内容について情報共有をし、今後の輸出戦略策定や現地との情報ネットワーク構築に対して考察を行った。

＜コメ：ルートA＞

【第１回合同会議】
2025年8月8日（金）16:00-17:30

【第２回合同会議】
2025年11月28日（金）16:00-17:30

【第３回合同会議】
2026年2月20日（金）14:30-16:00

＜コメ：ルートB＞

【第１回合同会議】
2025年8月8日（木）13:00～14:30

【第２回合同会議】
2025年11月25日（火）10:00～12:00

【第３回合同会議】
2026年2月20日（金）13:00～14:30

＜青果物＞

【第１回合同会議】
2025年8月4日（月）13:00-14:30

【第２回合同会議】
2025年12月25日（木）13:30-15:30

【第３回合同会議】
2026年2月27日（金）10:30-12:00

4. 輸出拡大に向けた取組【コメ：ルートA】

① 産地確立支援

- **アンケート調査**

➢ 輸出用米の希望品種、輸出希望国・避けたい国等に関するアンケート調査を実施した。

● 豪州調査

➢ 豪州（シドニー）における日本米事情について現地市場調査を実施した。

実施日：令和7年11月16日（日）～19日（水）
訪問場所：豪州（シドニー）

＜考察＞

豪州（シドニー）における日本米事情は、想像をはるかに超えた浸透ぶりである。幾つかの特徴は、以下の通り。

① おにぎり＝ヘルシー（グルテンフリー）＝おしゃれのブランディングが浸透し、Caféメニューとしてサンドイッチ同様な位置付けがされている。これらのテイクアウト店は、日本米使用が多く、北海道米使用も多く確認された。
② テイクアウト寿司は他国同様に市民権を得ているが、他国よりも揚げ物やマヨネーズを使ったメニューが多い。SUSHI HUBを中止にどんどん拡大している様相で、この流れから回転寿司店も増加傾向。（一般の寿司店とは別業態の様相）
③ 外食店の裾野も広く、高級店から大衆向けのファスト日本食店まで多くの業態が展開されている。他国に比べてに日本人経営や日本人スタッフが常駐する店が多く、テイクアウト店や食材店と一緒に日本食ビルや日本食街を形成しているところが多い。大衆店では現地米使用と思われるが、この浸透ぶりを見る限り、その市場規模は、既にかなり大きい。
④ 小売店では、現地系ではSUN RICE社による豪州米の販売のみであるが、豪州米でも「SUSHI RICEやPOKE RICE」を歌っているケースが多い。その他カリフォルニア米やタイ米、韓国米、台湾米がアジア系食材店で販売されているが、中国米は不在。店舗の経営も韓国系が多く、中華系がほとんど見当たらないのが、特徴的。

・米産地として米食のベースが存在する上に、日本からのワーキングホリデー活用による日本人労働力が豊富。
・元来、自然派思考の強い国民性があり、グルテンフリーとしての米食が市民権を得、サンドイッチの代替としてのおにぎりが、若者たちのファッショナブルなライフスタイルにマッチした。
・コロナを契機としたテイクアウト文化と上記の日本食ブームのタイミングが合い、寿司やおにぎりのテイクアウトが急拡大した。

● サプライチェーン会議

➢ 今期の輸出状況&計画や各国のニーズ各国の現地状況と他府県米の動向、欧米市場における注目市場と本年度事業の検討等について会議を実施した。

・第1回会議
日時：令和7年9月9日（火）11:00～12:00　（オンライン形式）

・第2回会議
日時：令和7年12月15日（火）15:00～16:00　（オンライン形式）

②　戦略的プロモーションの実施

- **ハワイ北海道米プロモーション**

➢ 北海道米使用の告知・HPやSNS等にてフェア開催の告知・北海道米のPR等のプロモーションを実施した。

実施日：令和8年1月9日（金）～11日（日）・16日（金）～18日（日）　計6日間
実施場所：米国　ハワイ州ホノルル

5.　輸出拡大に向けた取組【コメ：ルートB】

①　産地確立支援

- **検討会議**

➢ 今期の輸出状況&計画や各国のニーズ各国の現地状況、本年度事業の検討等について全4回の生産者ヒアリングを実施した。

第1回
　日時：令和７年７月１１日（金）9:30～ 10:45
第2回
　日時：令和７年７月１１日（金）12:00～ 13:15
第3回
　日時：令和７年７月１７日（木）14:30～ 15:45（オンライン開催）
第4回
　日時：令和７年７月１７日（木）16:00～ 17:15

- **商流開発会議**

➢ 今期の輸出状況&計画や各国のニーズ各国の現地状況と他府県米の動向、海外市場における注目市場と本年度事業の検討等について会議を実施した。

日時：令和7年8月27日（水）15:30～17:00（オンライン形式）

- **コメの輸出拡大に向けたセミナー**

➢ コメの輸出機運の醸成を図ることを目的に、生産者等を対象とした輸出の現状や方向性、地域の取り組みなどを紹介するセミナーを開催した。

令和7年度道産農畜産物海外販路拡大産地づくり支援事業（コメ・青果物・全体会議）委託業務

北海道

コメの輸出機運の醸成を図ることを目的に、生産者等を対象に、
輸出の現状や方向性、地域の取組などを紹介するセミナーを開催いたします。

コメの輸出拡大に向けたセミナー

2025.12.17（水）

受付開始 13:15～
セミナー 13:30～15:30＜参加費無料＞

会 場

北海道庁旧本庁舎 赤れんが庁舎 2階
赤れんがホールB
札幌市中央区北3条西2丁目6番地

セミナー内容

● 講 演１
諸外国における残留農薬基準値に関する情報、輸出環境整備推進事業（輸出先国規制対応支援事業）の紹介＜農林水産省北海道農政事務所＞

● 講 演２
輸出の取組について＜株式会社芦別RICE＞

● パネルディスカッション
輸出取組者による欧州向け輸出、GGAPを活用したブランディング、残留農薬対策、輸出施設整備に係る取組紹介と、関係機関による輸出拡大や地域ブランド等に係る取組紹介、意見交換等

＜パネリスト＞
JA新しのつ
JA新はこだて せたな営農センター
株式会社芦別RICE
農林水産省北海道農政事務所
経済産業省北海道経済産業局

●その他
輸出に係る海外研修（市場調査等）のお知らせ

申し込みお問い合わせ

セミナーに関するお問い合わせ・参加を希望される方は、
氏名、所属、肩書きを明記のうえ、**令和７年12月15日（月）**までに
下記アドレス宛にご連絡ください。

E-mail: seminar@blandscape.co.jp
【事務局】合同会社ブランドスケープ　担当：伊藤

- **ロサンゼルス流通実態調査ツアー**

➢ コメの輸出機運醸成に向けて、生産者・事業者を対象とした海外における北海道産米の流通実態調査を実施した。

令和7年度道産農畜産物海外販路拡大産地づくり支援事業
（コメ・青果物・全体会議）委託業務

北海道

コメの輸出機運醸成に向けて、生産者・事業者を対象とした
海外における北海道産米の流通実態調査を実施します。

ロサンゼルス流通実態調査ツアー

2026年2月11日（水）～ 2月15日（日）　現地3泊＋機内1泊

視察先
アメリカ　ロサンゼルス市内
日本食材店・日本食店・おにぎり
専門店・その他

目的
現地小売や飲食店における日本
米・北海道産米の流通・使用状況
などを調査し、北海道産米の輸出
の現状と課題を把握する。

募集人数
25名限定（先着順）
※最少催行人員：17名

参加費用
４４７,２００円
含. 往復航空券（エコノミー／新千歳空港発着）
　　宿泊費（朝食付き/A級ホテル）
　　現地貸切バス・添乗員費
※パスポート・ビザ取得費用・昼食・夕食費・入場料等別途

留意事項
※ビジネスクラス・現地参加等のリクエストについては、個別にご相談可能ですので、事務局までお問い合わせください。（料金は変わります）

申込みお問い合わせ
ツアーに関するお問い合わせ・参加を希望される方は、
令和8年1月12日（月）までに下記アドレス宛にご連絡ください。
※申し込み時に、パスポートのコピーを一緒にお送りください。

e-mail: **toshi@blandscape.co.jp**

〒002-8072 札幌市北区あいの里二条５丁目7-3　合同会社ブランドスケープ

【事務局】合同会社ブランドスケープ　担当：井上　電話：080-3531-4391
【旅行催行】有限会社ライズトップツアーズ　担当：庄子　電話：090-3395-8149

6. 輸出拡大に向けた取組【青果物】

①産地確立支援

- **サプライチェーン会議**

➢ 今期の輸出状況&計画や各国のニーズ各国の現地状況と他府県米の動向、欧米市場における注目市場と本年度事業の検討等について会議を実施した。

・第1回会議
日時：令和7年8月27日（水）13:30～15:00　（オンライン形式）

・第2回会議
日時：令和8年2月6日（金）カナダ バンクーバーにて実施

②戦略的プロモーションの実施

- **カナダ バンクーバー北海道産甘薯プロモーション**

実施日：令和8年2月6日（金）～15日（日）
渡航日：令和8年2月4日（水）～8日（日）
実施場所：カナダ　バンクーバー（ミシュランレストラン4店舗含む全14店舗で展開）
実施内容：北海道産甘薯を使ったメニューを開発し提供。上記の光景をInstagramで指定された共通のメンションを付けて各社発信した。

7. 全体会議

- **専門家ヒアリング**

➢ 道産農畜産物の輸出額（道内港通関）は、2014年25億円から2024年56.3億円となっており、概ね堅調に推移しているが、今後さらに飛躍的に輸出を成長させ安定した海外販路を確保するため、輸出先国や品目の多角化に向けて取り組むこととしている。
　このためには、国内外の需給状況や海外の政治情勢等による影響を踏まえた柔軟な対応が必要であり、輸出コンサルタント、マーケティング専門家、観光関係者、国際政治・経済有識者等専門家からの情報収集を行うなどし、速やかで柔軟な対応ができる態勢を整え、主要品目ごとの取組等を推進することを目的として、全3回の全体会議を実施した。

・第1回全体会議
日時：令和7年7月4日（金）

・第2回全体会議
日時：令和7年7月7日（月）

・第3回全体会議
日時：令和8年1月28日（水）

8. 事業総括

令和7年度の本事業は、今後の北海道産農畜産物輸出を推進する上で、一つの指針となる方向性を示すに至ったと認識している。その背景と方向性は、以下の通りである。

＜コメ＞

これまでは、中国向け輸出を中心に事業推進をしてきた経緯から、輸入枠を保有する「ルートA」と「ルートB」に分けて事業を実施してきた背景がある。しかし昨今、北海道におけるコメの輸出は、中国向けが著しく減退し、変わりに欧米向けが急成長する中で、様々な事業者が台頭するに至った。但し、令和６年度までは、道内の個々の事業者が個別に事業展開をし、時には「道内勢同士の価格競争」や「海外の規制対応の統一性の無さ」が浮き彫りになっていた。

令和7年度の事業では、この個々の事業者による輸出に一体感を持たせ、オール北海道としての輸出体制整備に成功し、今や北海道は、「日本一のコメの輸出産地」として確立するに至ったと確信する。以下が、その実績である。

- 産地ヒアリング・産地セミナー・LA流通実態調査ツアーを通じ、道内各産地の個々の取組みや課題が可視化され、来年度にむけては、複数の商系事業者による大型案件（2,000t規模）に対し、道内各社が連携をしてコメを融通しあう輸出形態が確立された。これは、輸出実績の増加に加え、個々の事業者のリスク分散にもなり、安定的な輸出促進には、大きな布石であると考える。
- またここ数年実施してきた「欧州の残留農薬規制対応」についても、この認識が、生産者や商系事業者にも広がりを見せ、コンプライアンスを遵守する意識が全体に浸透するに至った。またこの検査分析体制に関しても本事業や農水省事業を通じ、今や「北海道モデル」とも言える独自体制を備える至り、欧州のサプライチェーンからは、全幅の信頼を得るに至った意味は、大きい。
- 更に主食用米価格が高騰し、その影響が輸出用米不足や価格上昇に及んだことから、苦戦が予想された令和7年度のコメの輸出であったが、本事業を通じた生産者 - 集荷事業者 - 商社 - 輸入者 - 現地外食店のサプライチェーンの強靭化が功を奏し、大幅な輸出減少を免れるに至った。これは、本邦における一般的な輸出が、商談会（展示会）- 海外スーパーという商流がメインに捉えられる中、異なる出口戦略を敷き、価格に敏感な一般消費者でなく、品質と安定供給を重視する需要を中心に輸出を構成した成果である。この点においても府県に先行した北海道モデルによる輸出が確立したと実感する点である。

＜青果物＞

北海道における青果物の輸出は、これまで「長芋」と「玉ねぎ」という品目が２トップであり、それに続く、品目の育成が大きな鍵であった。おりしも、高温障害により「玉ねぎ」の輸出が壊滅的になる中、令和7年度の本事業を通じて「甘藷」が次なる輸出品目として大きく進展するに至った。カビの発生等、品質面での改善点は、まだ多いものの、今後、甘藷の輸出が軌道にのるための基盤整備の点では、以下の点で大きな進歩を感じた１年である。

① マーケティング力
② 農水省事業との連携
③ 令和8年度における新千歳空港ーバンクーバー空港直行便就航

＜全体会議＞

令和７年度の全体会議では、コメや青果物を含む道産農畜産物の輸出促進に関する現状を俯瞰し、課題を抽出し、課題解決策を提示するという中長期的視野に立った戦略の立案を実行した。その立案にあたっては、下記３点を重視した。

- 著しい外部環境変化への対応

コメの輸出促進では、数年前まで中国向けを軸に実施していた経緯があるが、府県に先駆けて国際情勢の変化を汲み取り、欧米向け輸出の準備を進め方ことが、今の優位性を保持する要因となったことは、疑いの余地がない。この視点で全品目の現状を精査し、軌道修正が必要な品目について可視化した。

● 道内の生産余力（実情）からの逆算

減少する農業人口や人手不足に起因する生産能力の減少等、供給サイドから見た輸出の実現性についても再考を加えた。その供給量の有無は、府県産も取り扱う商社にしてみるとビジネスボリュームに直結するため、供給量が限定的な商品への優先順位はどうしても下がってしまう。この点を鑑み、こういった供給量が府県対比で劣勢にある品目については、「対象市場を変える（甘藷の成功事例）」・「ターゲットを絞る」等の戦略転換を提案した。（ランチェスター戦略の実践）

● 攻めの知財経営に基づく戦略

特許庁が推進する「知財経営」は、これまでの模倣品対策（保護）を主とした守りの戦略とは、一線を画す。「地域ブランド化（例：品種名でなく産地名でのコメの輸出）」や「横断的コラボレーション（例：チーズ x 日本酒）は、以下の点で大きな効果が期待でき、新たな販路開拓と規制販路の充実を同時に展開できる妙案である。全体会議での提案では、この要素を閉塞感の高い手段として提案した。

A）府県産や同じ品種名商品との差別化
B）インバウンドとの親和性
C）コラボレーション相手のファン（市場）の獲得
D）唯一無二の食文化（ブルーオーシャン市場）の創造
E）様々なリソースの集結（人材・ネットワーク等）

以上、令和７年度事業は、認知度獲得といった一連のプロモーション事業とは、一線を画す。むしろ認知度獲得（プロモーション）は、付加価値の低下を生み、量勝負となってしまっている現状から脱却し、質（信頼）勝負・サプライチェーン勝負に転換することを目指している。

早くもその効果を実証する品目も現れ、日本を代表する新たな輸出促進モデルを北海道で構築できたと言っても過言では無いレベルである。

これは、単に関係者のネットワーキングの賜物であると認識している。系統ー商系の枠を超え、生産者ー流通事業者の垣根を越え、品目間の壁を越え、行政の境を超えた連携が各種生まれた背景には、この数年間、常に一過性のプロモーションでなく、継続的な取組みを実施するための基盤整備に徹してきた本事業の功績は大きいと確信する。

今後もこの理念を継続し、関係者の闊達なネットワーキングによる輸出促進を介した北海道農業の発展に期待したい。