北海道の農畜産物の輸出をめぐる情勢

令和８年（2026年）４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.20～

海外での取組の様子や道産農畜産物への評価・・・・・・・・・・・・・・p.32～

令和８年度の予算事業・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・p.34～

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。

	2000年	2020年	2050年	2070年
人口 高齢化率 （65歳以上の割合）	**1億2,693万人** **17.4%**	**1億2,615万人** **28.6%**	▲30%	**8,700万人**
飲食料の マーケット規模	**81兆円**	**76兆円**	▲24%	
食料の１日あたり 総供給熱量		**3,099億kcal** （2017年）	**2,050億kcal**	

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。

人口	**61億人** （2000年）	**82億人** （2025年）	＋18%	**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

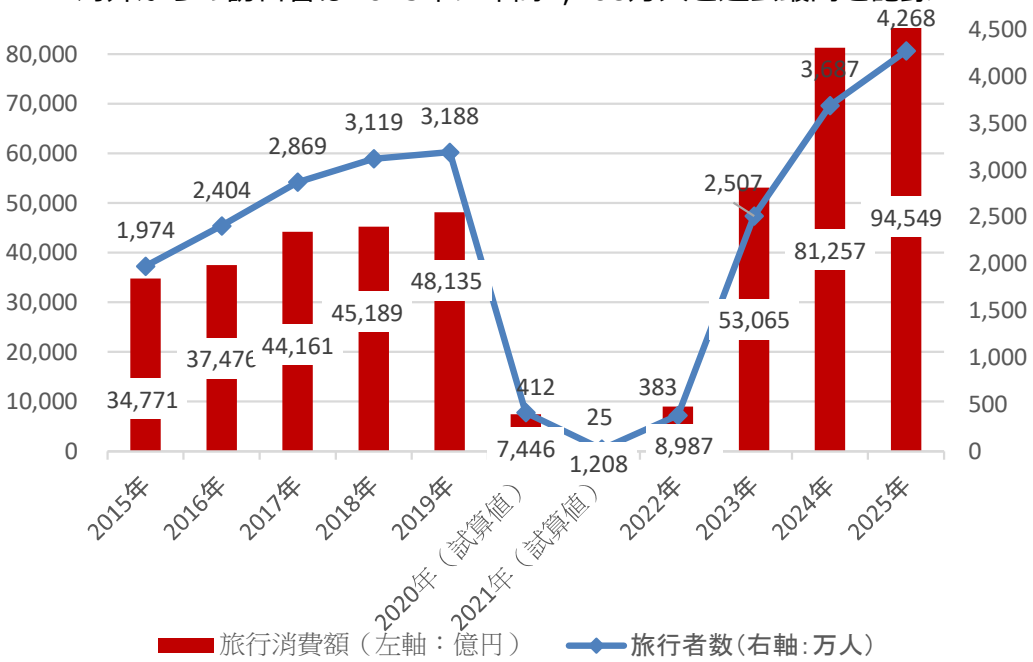
○ 2015年、ミラノ万博での高評価
- 「食」をテーマとする初めての万博（テーマ：地球に食料を、生命にエネルギーを）

○ 2021年、東京オリンピック・パラリンピック
- 海外に日本の食材や食文化等について発信

○ 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
- 食文化や地域文化などと合わせた伝統的酒造りの魅力発信

【訪日外国人旅行客数と旅行消費額】

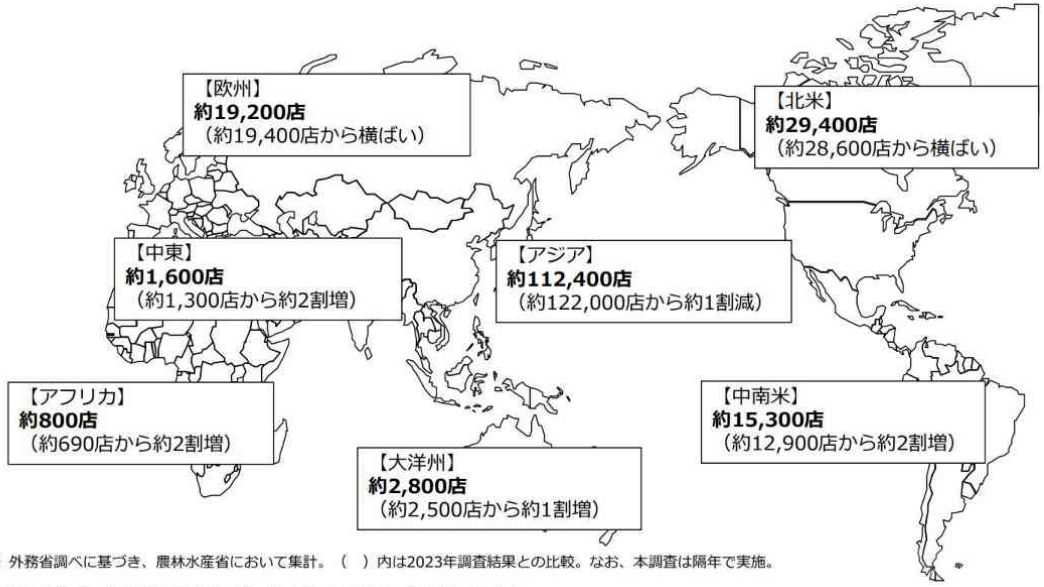
海外からの訪日客は2025年に年間4,268万人と過去最高を記録



資料：インバウンド消費動向調査（旧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】

2023年の約18.7万店から減少し2025年は約18.1万店
地域別増減は、中国における経済停滞の影響等によりアジアで約１万店減となったが、そのほかの地域では横ばいから増加している。



（出所）外務省調べに基づき、農林水産省において集計。（ ）内は2023年調査結果との比較。なお、本調査は隔年で実施。
農林水産省 輸出・国際局 ／Export and International Affairs Bureau, Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries.

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、「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、「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。

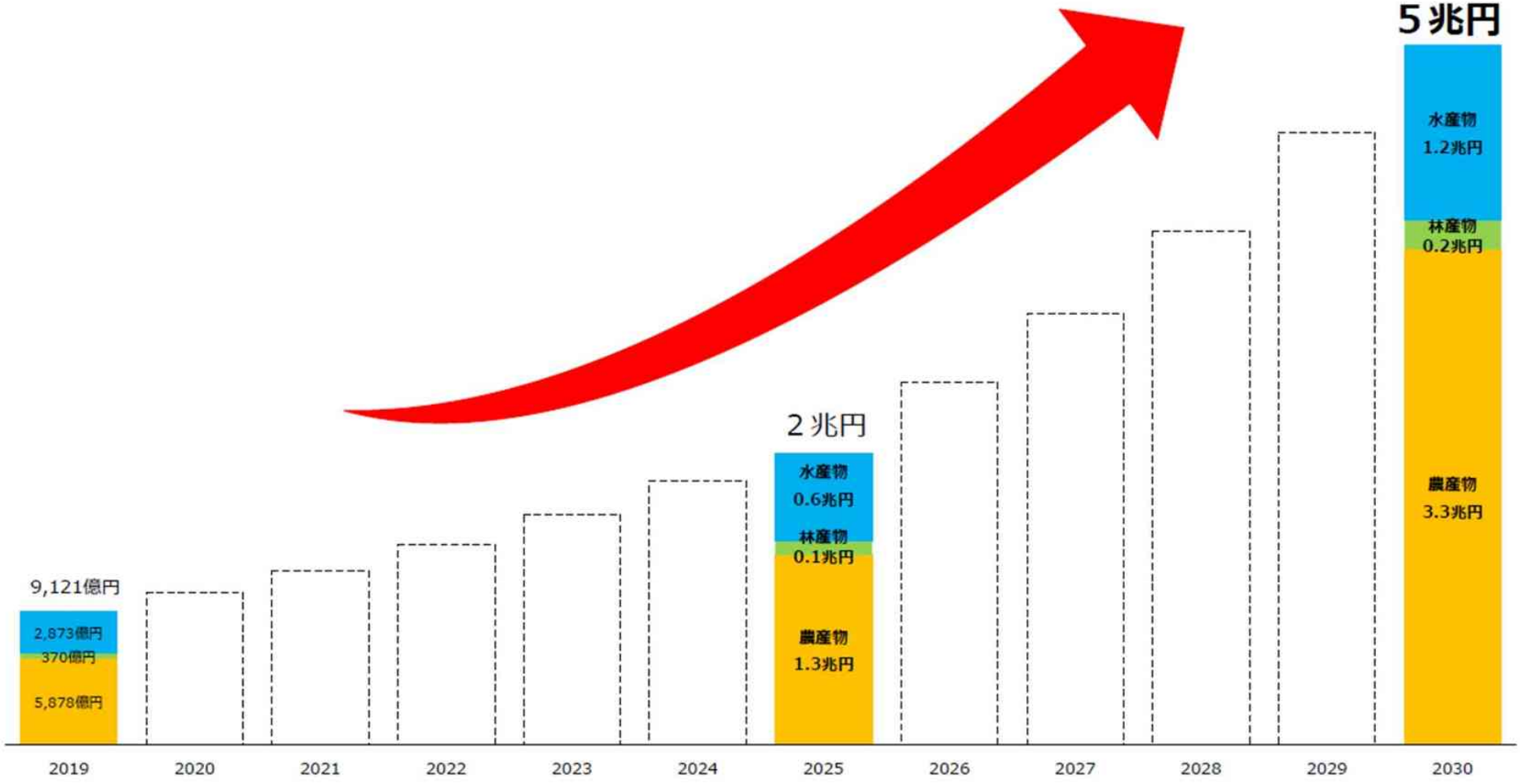
○　2025年5月、「食料安定供給・農林水産業基盤強化本部」において「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」を改訂。

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

○ 人口減少に伴う国内需要の減少が見込まれる中、生産基盤を強化し、食料安全保障を確保するため、成長する**海外の食市場**を取りこむことが重要。

○ このため、**農林水産物・食品の輸出拡大**に加え、**食品産業の海外展開、インバウンドによる食関連消費の拡大**に向けた施策を強化し、輸出拡大との相乗効果を通じて**海外から稼ぐ力**を強化するための戦略を策定（令和７年５月最終改訂）

1．農林水産物･食品の輸出拡大（2030年５兆円）

①日本の強みを最大限に発揮するための取組

- 海外で評価される強みがある31の**輸出重点品目、ターゲット国・地域**について**輸出目標を設定**
- **新市場の開拓**、輸出先の**多角化**
- 地理的表示（GI）やコンテンツの活用により、**高付加価値化**
- **優良品種を**守り、新品種を育成・普及を進めるための**法制度を検討**

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

- **マーケットインの発想**※に基づき低コストの生産等ができる**大規模輸出産地**の育成・展開
- 国内から現地まで一貫してつなぐ**戦略的なサプライチェーン**を構築し、横展開

※ 海外市場で求められるスペック（量・価格・品質・規格・認証）の産品を専門的・継続的に生産販売しようとするもの。

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
- 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**

2．食品産業の海外展開（2030年３兆円）

- 海外現地の**専門家**による規制や税務対応の支援、**コールドチェーン**構築の推進

3．インバウンドによる食関連消費の拡大（2030年4.5兆円）

- 地域の食材や歴史・文化を**ストーリー**にして**旅マエ・旅ナカ・旅アト**で効果的に外国人にアプローチ

資料：農林水産物・食品の輸出拡大等による「海外から稼ぐ力」の強化について（2026年4月）（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

道産食品輸出額を2028年までに1,650億円にすることを目指す。

品目＼区分	道内港（※２）	道外港（※２）	合計
農畜産物・農畜産加工品(※３)	100億円	150億円	250億円
水産物・水産加工品（※４）	800億円	300億円	1,100億円
その他加工食品（※５）	120億円	180億円	300億円
合　計	1,020億円	630億円	1,650億円

※１　道内港分は、財務省の貿易統計を基に取りまとめています。道外港分については、全国の輸出実績や国の各種データ、貿易に携わる企業・業界団体からの聞き取り調査等を基に分析・推計します。
※２　「港」には空港と港湾が含まれています。
※３　「農畜産物・農畜産加工品」には、米などの穀物や、野菜・果実、肉類、牛乳・乳製品、日本酒などが含まれます。
※４　「水産物・水産加工品」には、生鮮・冷凍魚介類、魚卵製品などが含まれます。
※５　「その他加工食品」には、小麦粉、でん粉、砂糖、菓子類、ベーカリー製品（焼き菓子等）、麺類、水・清涼飲料水、調味料、スープ、ハム・ソーセージ、ワイン、ビールなどが含まれます。

資料：北海道食の輸出拡大戦略〈第Ⅲ期〉【改訂版】　令和７年３月　北海道

北海道食の輸出拡大戦略＜第Ⅲ期＞

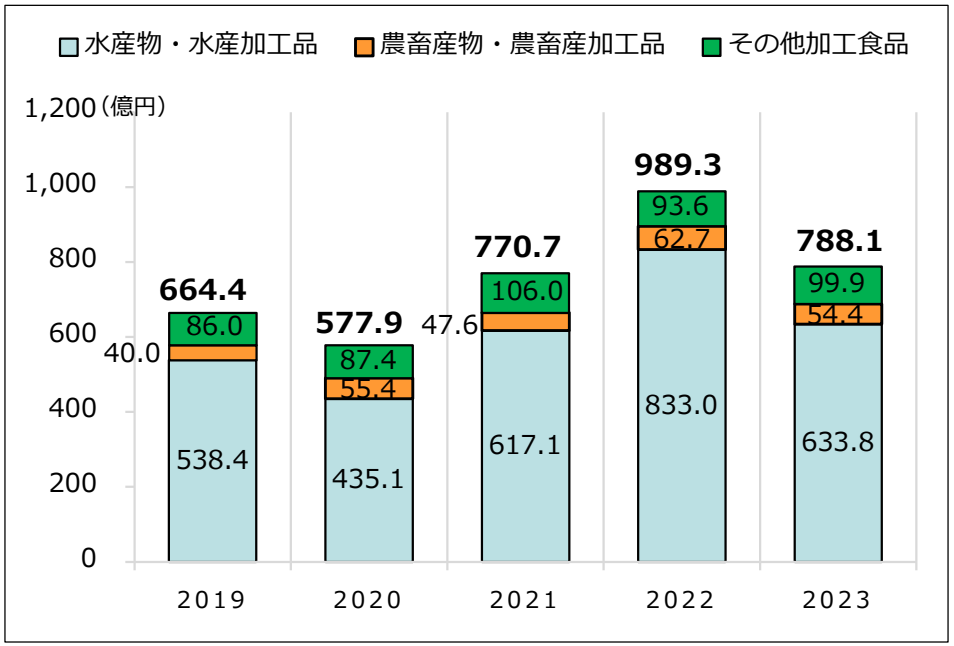
過去５年間の道内港からの品目別輸出実績（推計値）（表－１）

（単位：億円）

品目＼年	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)
農畜産物・農畜産加工品	40.0	55.4	47.6	62.7	54.4
水産物・水産加工品	538.4	435.1	617.1	833.0	633.8
その他加工食品	86.0	87.4	106.0	93.6	99.9
道内港合計額	664.4	577.9	770.7	989.3	788.1
道外港推計額	378.8	348.7	527.4	778.6	(723.2)
合計額(推計)	1,043.2	926.6	1,298.1	1,767.8	(1,511.3)

（　）は見込額

（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。）

道内港からの主な品目の輸出額（表－２）

（単位：億円）

品目＼年	2019(R1)	2020(R2)	2021(R3)	2022(R4)	2023(R5)
ホタテガイ	321.7	224.8	433.0	618.0	442.4
ナマコ	120.9	112.2	87.1	79.2	67.7
サケ・マス	34.0	33.1	30.1	61.3	58.8
ながいも	13.3	11.3	13.0	12.4	17.0
菓子類	86.0	46.5	58.5	46.1	41.9
アルコール飲料（日本酒を除く）	2.5	2.6	3.3	2.7	4.1

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
・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＞
食料安全保障の維持の観点を踏まえた、生産基盤の維持・強化と高品質な一次産品の安定供給
【課題】
・国内への食料の供給能力の維持と安定した輸出体制の確立
・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
・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）

○農業生産基盤の維持・強化や計画的な生産促進
○北海道地域農林水産物等輸出促進協議会における生産情報等の共有
○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
○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＞
中小・小規模事業者による輸出促進と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
○地域商社の活性化による商流構築の強化

＜Ⅲ 北海道ブランドの浸透・市場拡大＞
訪日外国人を含む海外への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
【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
○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・販売機会の提供
○関係機関と連携した訪日外国人への商品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
○道産食品輸出塾による、オンライン商談会やＥＣの取組支援
○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、日本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
○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2023年は54.4億円に増加
○2023年（令和5年）は、ながいも17.0億円、米10.3億円、ミルク・クリーム8.7億円となり、この３品目で全体の約66%を占めており、輸出先国は、香港20.0億円、台湾16.1億円、シンガポール7.9億円で、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ブランド力の強化、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＞
○需要に応じたロットや規格の確保、相手国の求める農薬規制・衛生管理に対応した生産・加工体制の構築といった戦略的に輸出に取り組む産地の育成など、農業者や食品事業者の収益性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」※、輸出支援プラットフォーム、JFOODO、JETROなどに加え、道内関係機関・団体等との連携
○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
○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
○BtoB、BtoCなど対象に応じた効果的なPRの実施
○ＧＡＰの認証取得促進や、地理的表示（ＧＩ）制度の有効活用
○観光と連携したインバウンドへのＰＲ・販売促進
○ＥＣ（Ｅコマース）やＳＮＳの活用などの新たな流通市場に対応した取組の促進
○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
○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
○北海道産農畜産物の認知度向上とブランド力強化

※　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

◆農畜産物等の輸出の現状
（令和7年1月～12月）

○ 令和7年の農畜産物等の輸出額は65.68億円で、近年増加

○ ながいもについては、品質が良く、単価も高く、ここ数年概ね堅調に推移

○ 米については、海外での日本食ブームの浸透等により増加傾向

○ ミルク・クリームやチーズについては、販売促進の効果などにより概ね堅調に推移

○ 豚肉については、府県での豚熱の発生により道産の引き合いが強く、概ね堅調に推移

○ 牛肉については、外食需要の高まりなどにより、概ね堅調に推移

○ たまねぎについては、高温により収量が少ないことなどにより近年低位に推移

○ その他については、鶏卵等が伸びたことによる増

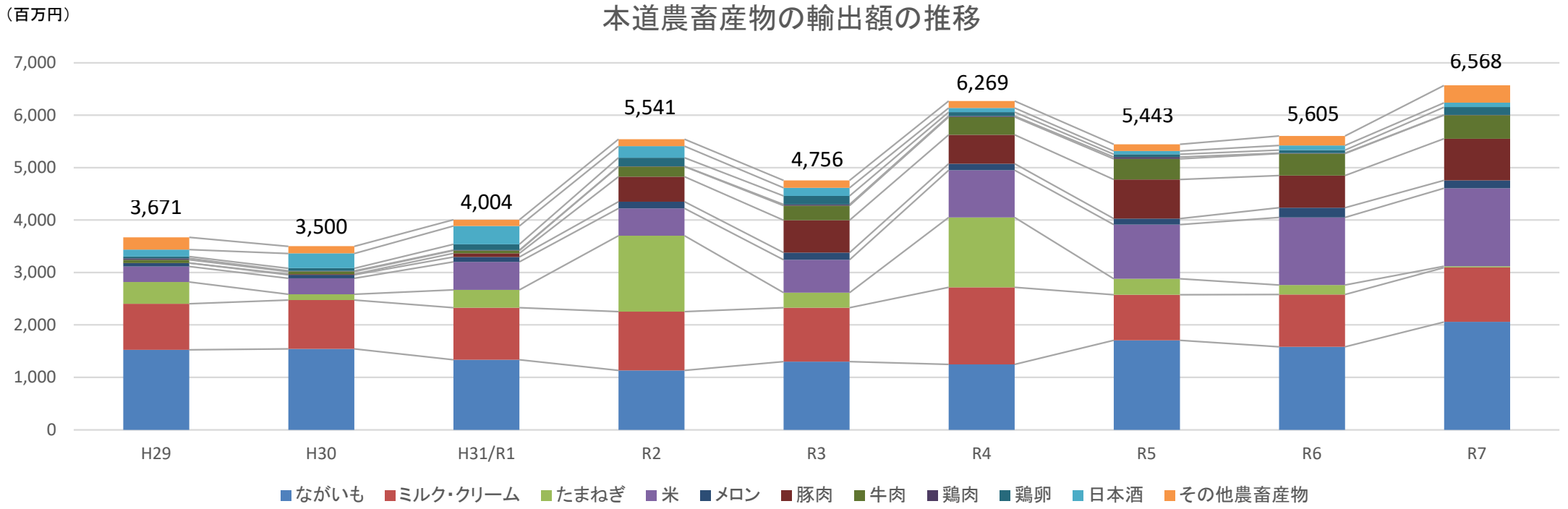
令和７年農畜産物輸出額・輸出数量

（単位：ｔ、百万円）

区分		令和６年		令和7年		対前年増減		備考(令和７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	3,646.5	1,582.9	3,864.8	2,057.0	218.3	474.1	台湾15.9億円、米国3.0億円、ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ1.6億円
	たまねぎ、ねぎ属	1,898.8	179.7	204.6	20.8	▲ 1,694.2	▲ 158.9	台湾0.2億円
	かぼちゃ	302.1	25.0	45.6	3.5	▲ 256.5	▲ 21.5	
	ばれいしょ	187.0	13.7	335.0	26.2	148.0	12.5	
	その他	118.1	85.5	129.7	91.9	11.6	6.4	
	野菜小計	6,152.5	1,886.8	4,579.7	2,199.4	▲ 1,572.8	312.6	
果実	メロン	205.7	183.7	164.5	149.3	▲ 41.2	▲ 34.5	香港1.5億円
	りんご	0.0	0.0	1.0	0.7	1.0	0.7	
	その他	1.6	3.0	1.5	1.8	▲ 0.1	▲ 1.2	
	果実小計	207.3	186.7	167.0	151.8	▲ 40.2	▲ 34.8	
穀類	米	5,452.0	1,288.6	5,539.0	1,489.1	87.0	200.5	米国4.9億、香港4.8億円、ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ1.8億円
	その他	68.0	18.1	154.0	28.6	86.0	10.5	
	穀類合計	5,520.0	1,306.7	5,693.0	1,517.8	173.0	211.0	
牛乳乳製品	ミルク・クリーム	3,647.1	997.2	3,489.2	1,037.5	▲ 157.9	40.4	香港8.9億円
	バター･チーズ	8.5	23.4	44.4	70.5	35.8	47.1	
	ヨーグルト・バターミルク	1.3	0.9	4.4	2.6	3.1	1.7	
	アイスクリーム	*(42.3)*	*(58.0)*	82.8	106.1	40.4	48.1	
	乳製品小計	3,656.9	1,021.4	3,620.8	1,216.8	▲ 36.1	195.4	
食肉	豚肉	724.9	614.7	751.8	797.6	26.9	182.9	香港5.0億円、ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ2.8億円
	牛肉	86.9	418.0	84.2	449.2	▲ 2.7	31.2	香港1.9億円、ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ1.6億円
	鶏肉	36.2	11.3	6.8	3.8	▲ 29.4	▲ 7.5	全て香港向け
	その他肉	11.0	16.0	0.0	0.0	▲ 11.0	▲ 16.0	
	肉小計	859.0	1,060.0	842.8	1,250.6	▲ 16.2	190.5	
鶏卵		168.6	55.9	412.3	147.8	243.7	92.0	全て香港向け
その他		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
日本酒		44.9	87.6	63.8	83.8	18.9	▲ 3.8	韓国0.4億円
合計		16,564.3	5,605.1	15,315.5	6,568.0	▲ 1,248.8	962.9	

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
注3：アイスクリームは７年から所管したため、６年分は乳製品小計及び合計に含まない。

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	H29		H30		H31・R1		R2		R3		R4		R5		R6		R7		R7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
ながいも	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	3,647	1,583	3,865	2,057	218	474
ミルク・クリーム	3,819	880	4,036	930	4,215	995	4,871	1,120	4,359	1,029	5,131	1,472	3,348	869	3,647	997	3,489	1,038	▲ 158	40
たまねぎ	10,851	412	1,905	111	9,226	340	44,699	1,448	6,254	290	15,923	1,333	3,606	305	1,899	180	205	21	▲ 1,694	▲ 159
米	1,001	297	889	305	1,764	534	1,837	520	2,303	624	3,711	900	4,741	1,032	5,452	1,289	5,539	1,489	87	201
メロン	104	65	103	67	145	91	184	131	183	136	150	124	146	116	206	184	164	149	▲ 41	▲ 34
豚肉	2	3	11	13	66	72	440	477	558	620	449	552	744	747	725	615	752	798	27	183
牛肉	12	60	11	51	13	53	38	191	54	278	61	340	74	392	87	418	84	449	▲ 3	31
鶏肉	144	28	48	9	71	10	47	4	67	22	19	15	45	37	36	11	7	4	▲ 29	▲ 8
鶏卵	124	34	172	52	355	109	537	165	508	164	224	76	124	51	169	56	412	148	244	92
日本酒	44,292	130	45,504	282	43,205	348	32,582	222	29,577	154	37,827	82	27,550	60	44,941	88	63,774	84	18,833	▲ 4
その他	858	238	338	137	320	119	525	131	706	142	669	130	611	129	696	184	799	331	103	147
道内港合計	19,833	3,671	11,866	3,500	19,716	4,004	56,511	5,541	19,122	4,756	29,762	6,269	17,322	5,443	16,564	5,605	15,316	6,568	▲ 1,248	963
(参考)道外港推計値		1,398		3,748		5,201		5,254		7,601		12,136		10,047		12,333		集計中		—
(参考)合計		5,069		7,248		9,205		10,795		12,357		18,405		15,490		17,938		集計中		—

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：R7の道外港輸出額については集計中

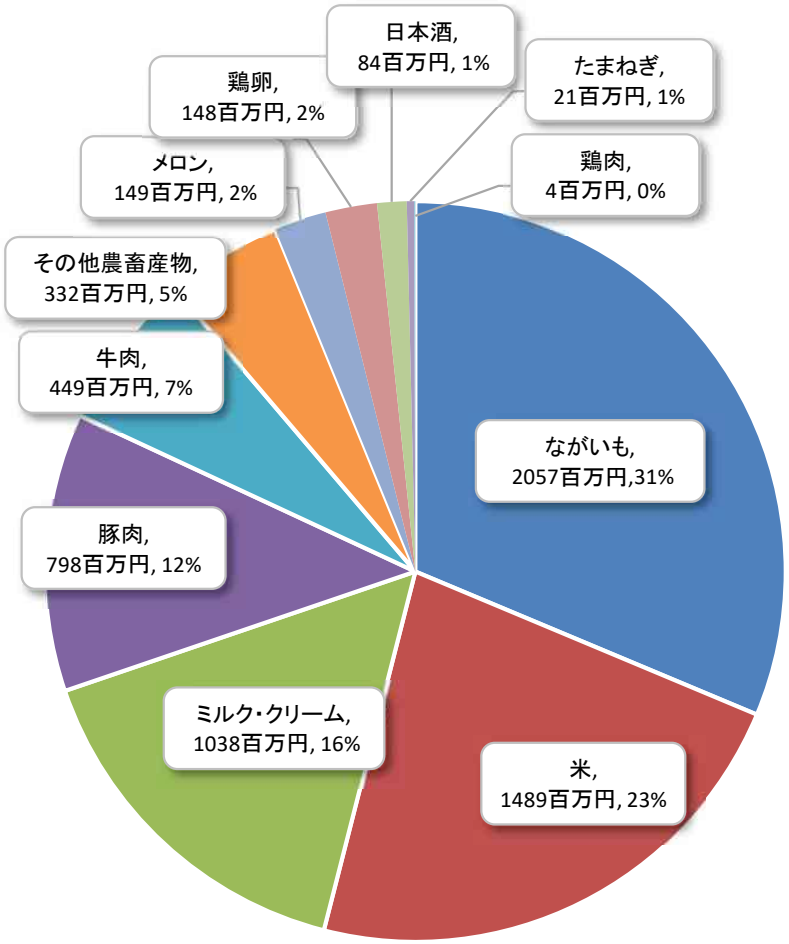
注3：R7対前年増減について、各年次毎に四捨五入しているため、R7からR6の数値を差し引いたものと整合しない場合がある。

注4：R7実績からアイスクリームの分類をその他加工食品から農畜産物・農畜産加工品に変更。

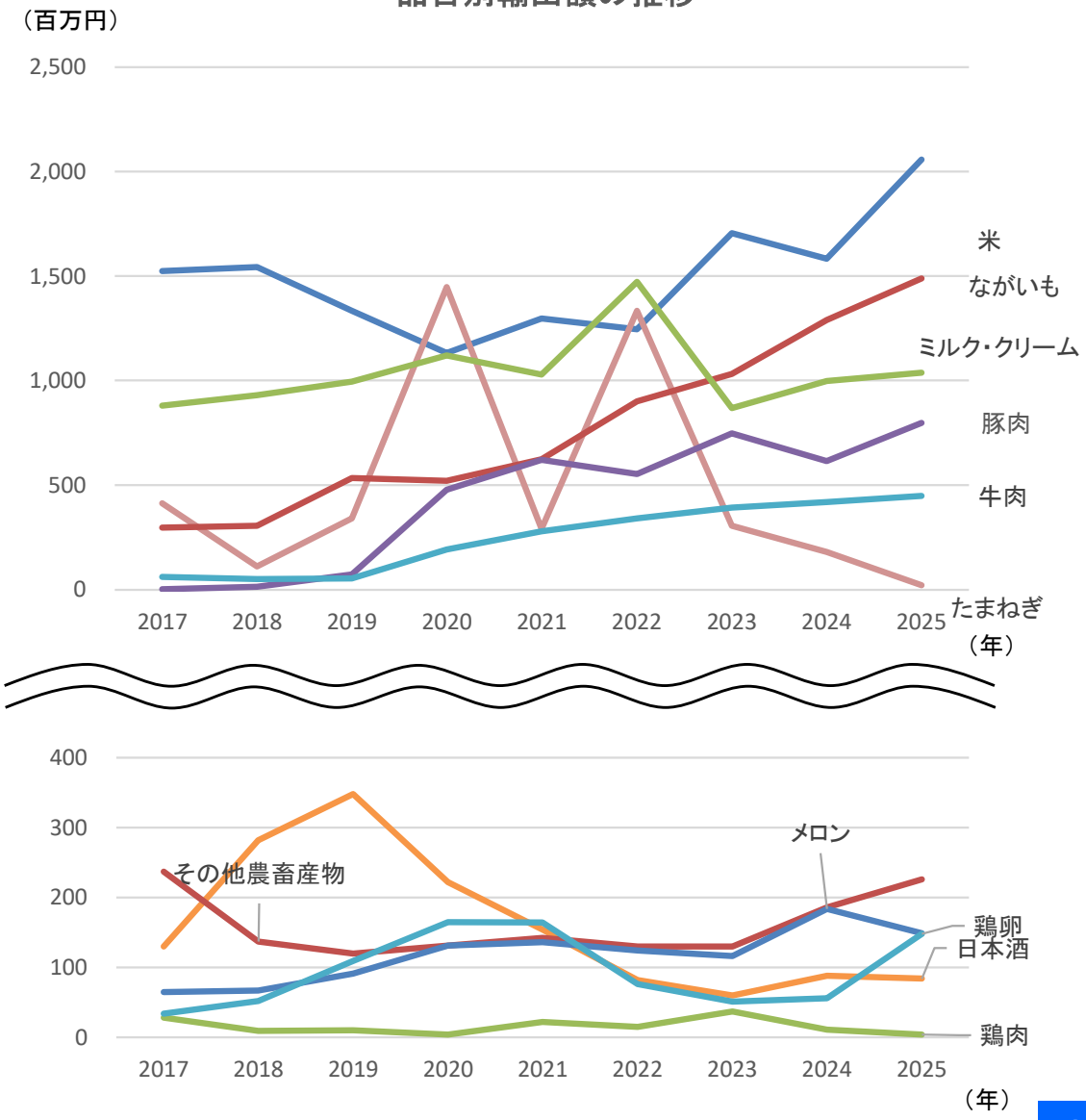
令和7年（2025年）農畜産物の輸出額の品目別内訳（道内港）

- ながいもが20億円32%とトップ。その他米、ミルク・クリーム、豚肉、牛肉で全体の91%を占める。
- 近年は、米、牛肉が堅調に伸びている。一方でたまねぎは豊凶による年差が大きい。

令和7年輸出額の品目別内訳



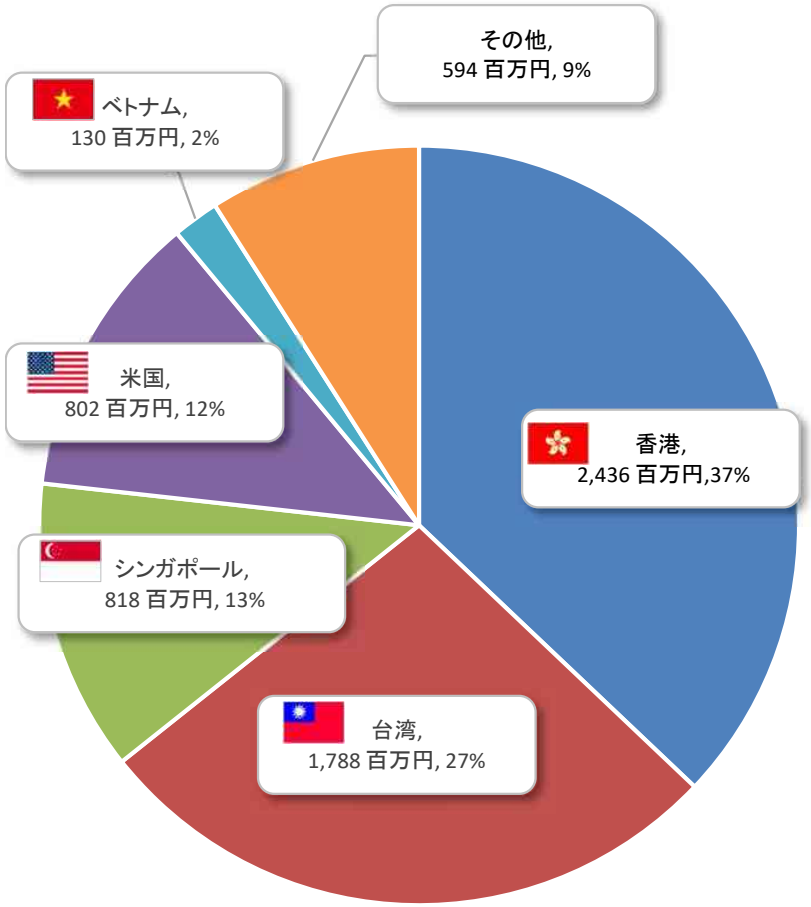
品目別輸出額の推移



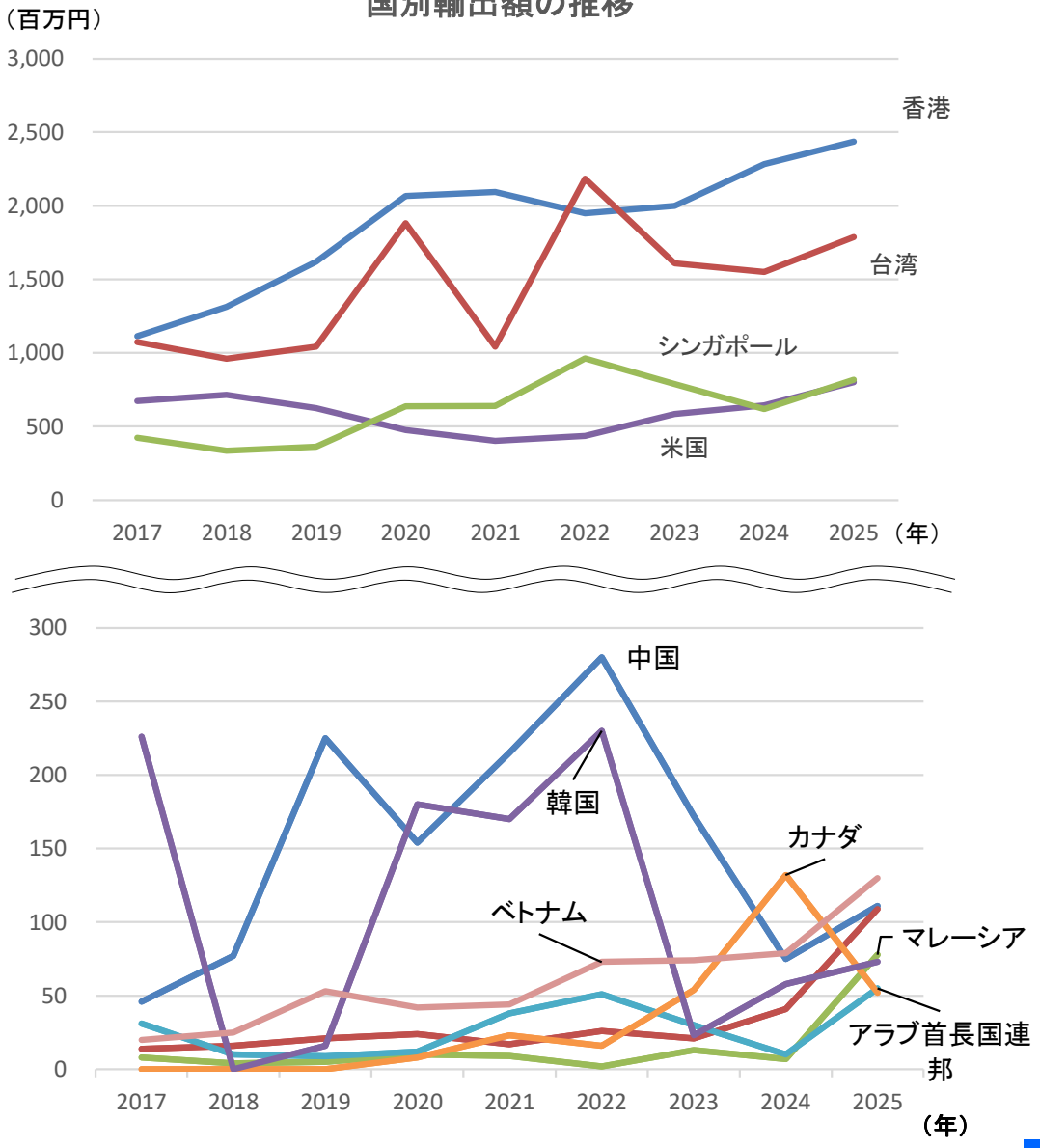
令和7年（2025年）農畜産物の輸出額の国・地域別内訳（道内港）

■　香港が24億円（37%）、台湾が18億円（27%）、シンガポールが8億円（13%）、米国が8億円（12%）と、４つの国・地域で89%を占める。

令和7年輸出額の国･地域別内訳



国別輸出額の推移

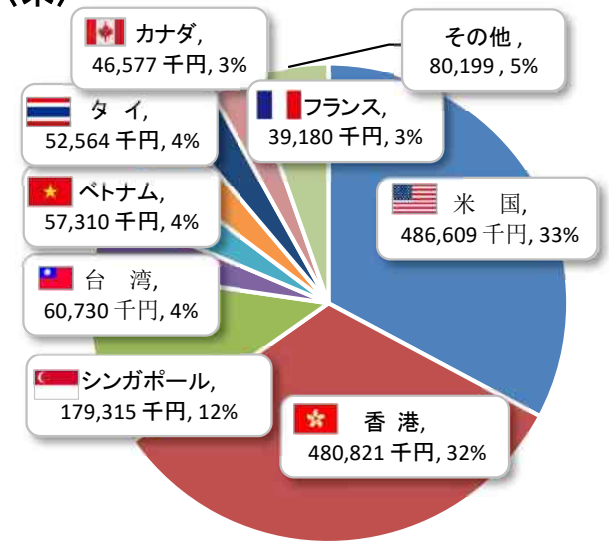


令和7年（2025年）主要な品目の輸出額の国・地域別内訳（道内港）①

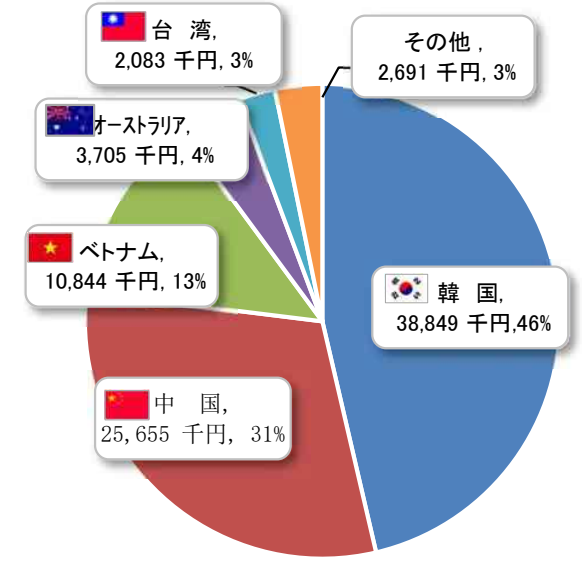
- 米は、米国への輸出が伸びており、 4億9千万円で全体の33%を占める。
- 日本酒は、韓国が3千9百万円で全体の46%を占める。

令和7年 主要品目の輸出額の国･地域別内訳

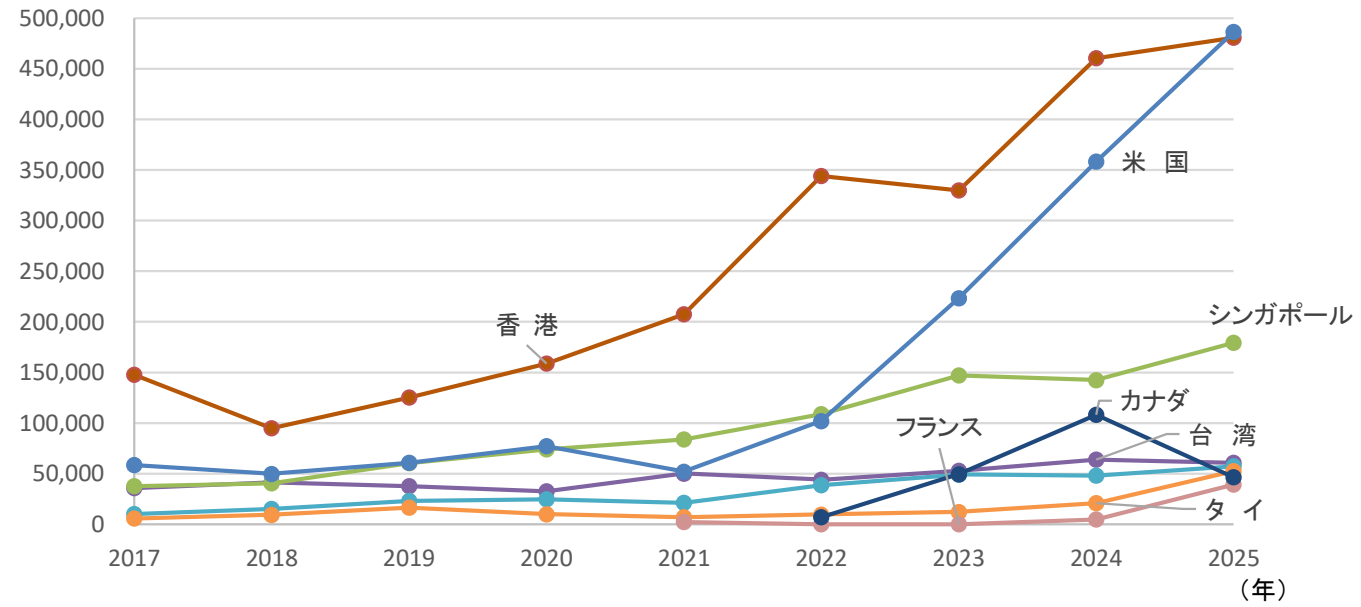
〈米〉

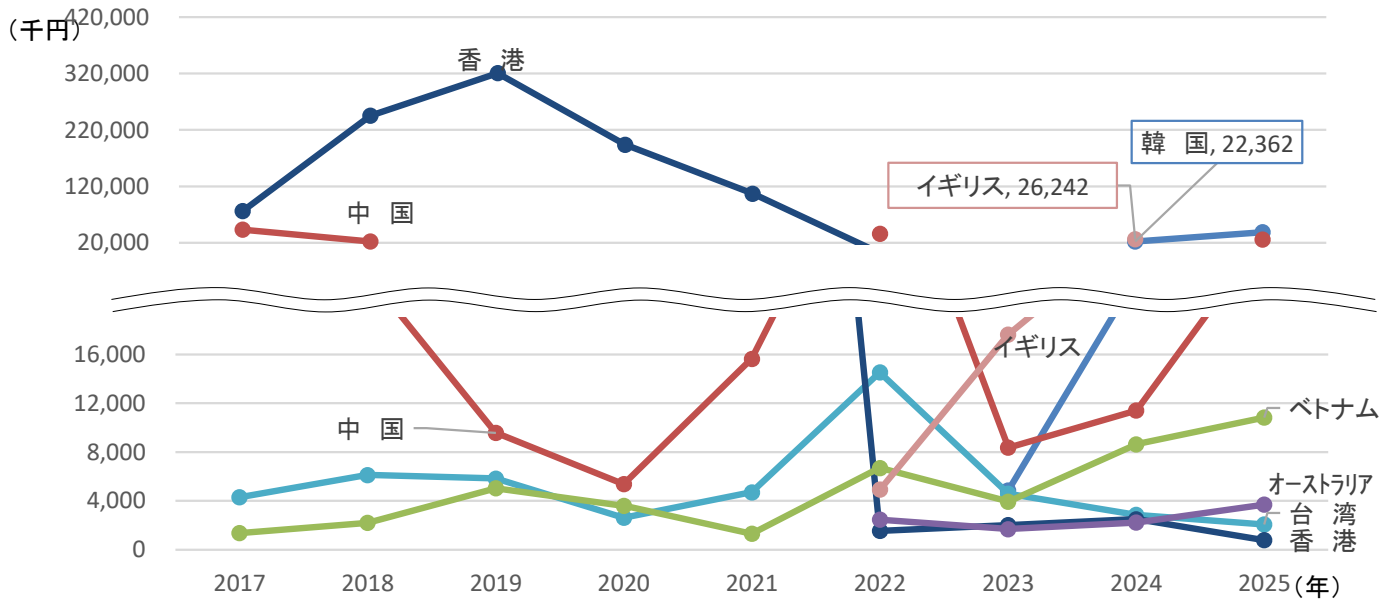


〈日本酒〉



国別輸出額の推移



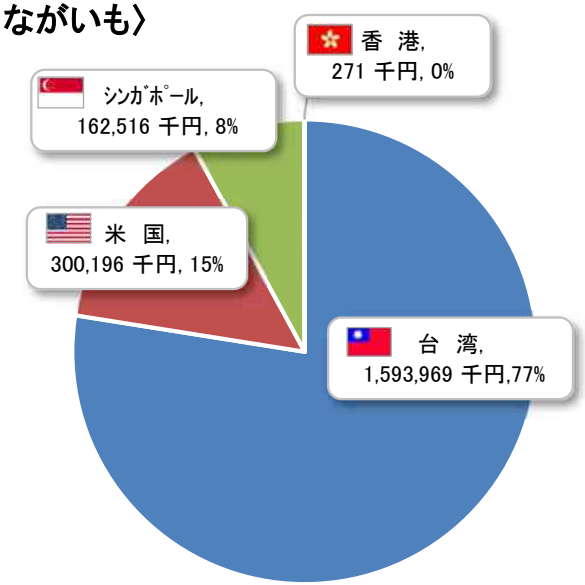


令和7年（2025年）主要な品目の輸出額の国・地域別内訳（道内港）②

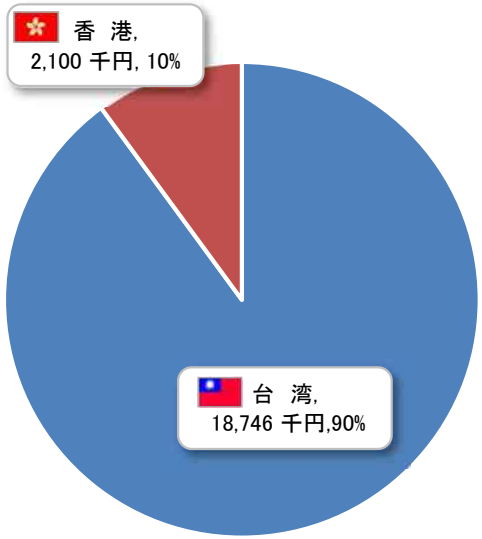
- ながいもは、台湾が15億9千万円で全体の77%を占め、米国が3億円で15%を占める。
- たまねぎは、台湾が2千万円で全体の90%を占める。

令和7年
主要品目の輸出額の国･地域別内訳

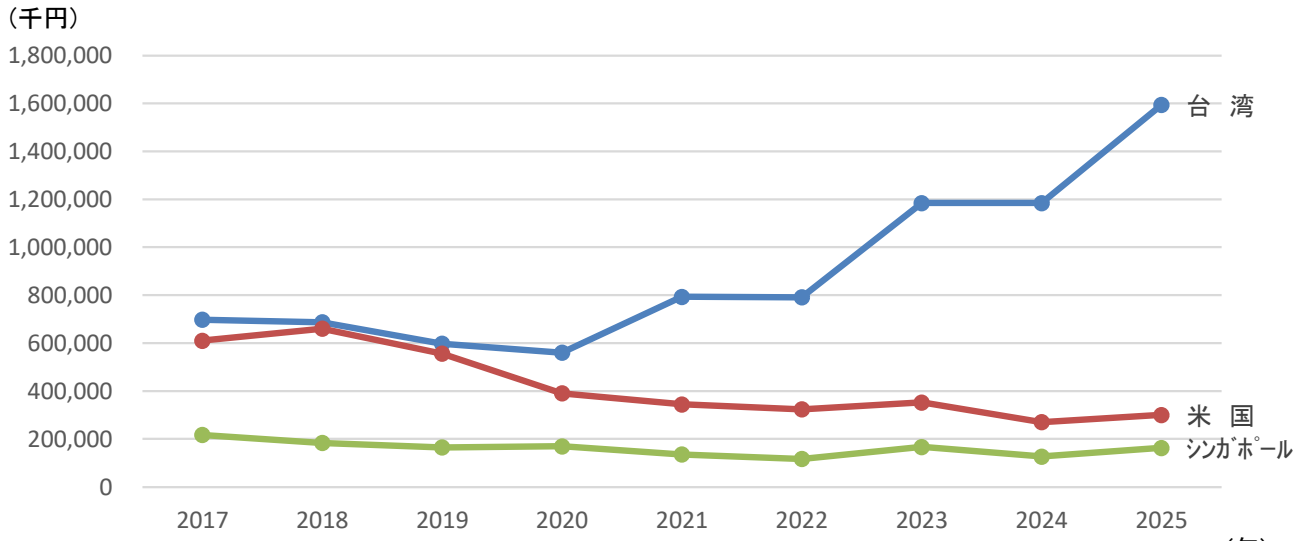
〈ながいも〉

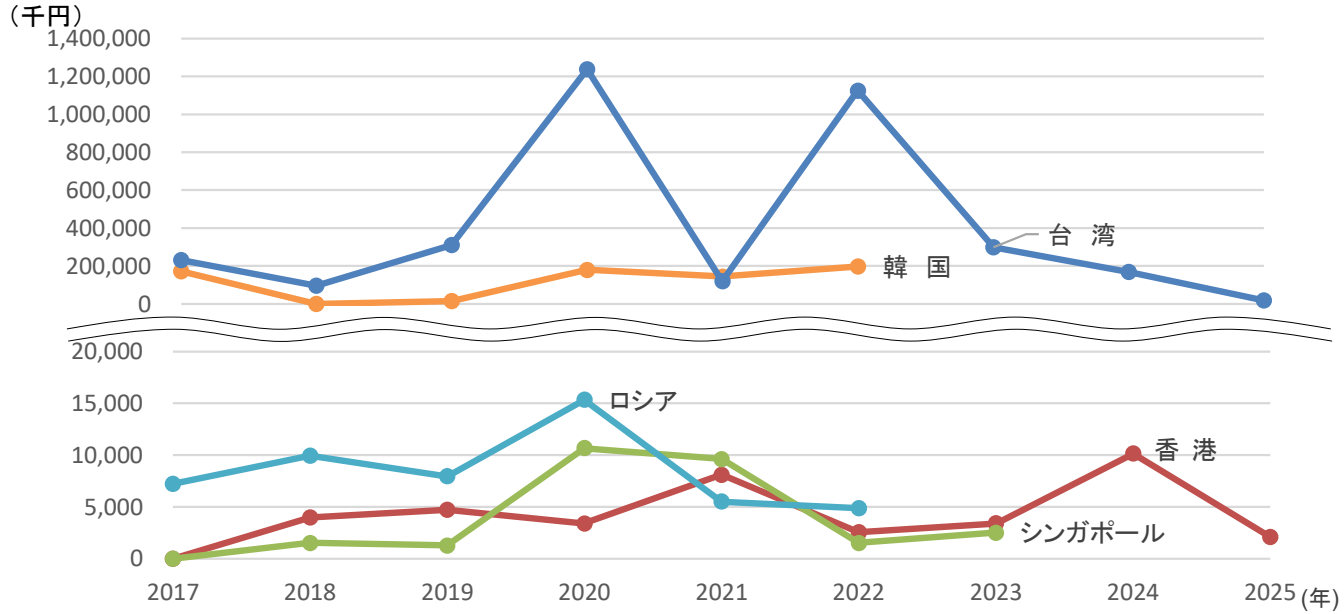


〈たまねぎ〉



国別輸出額の推移



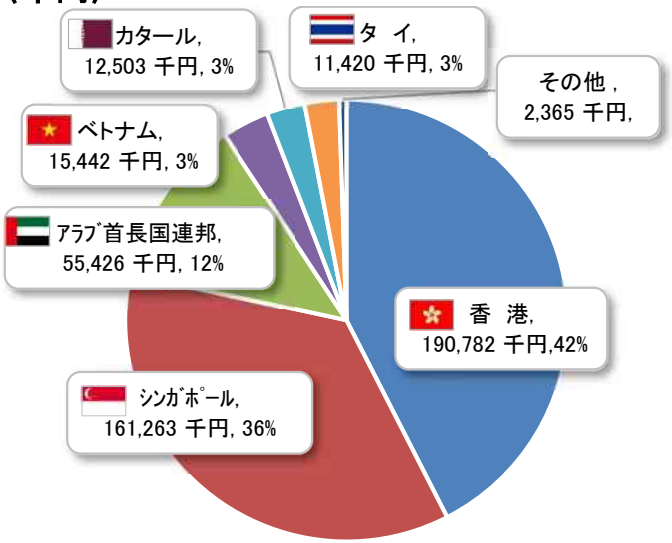


令和７年（2025年）主要な品目の輸出額の国・地域別内訳（道内港）③

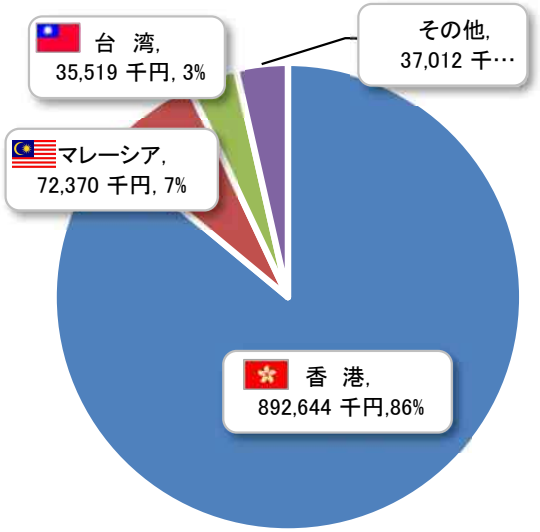
- 牛肉は、香港が1億9千万円で全体の42%を占め、シンガポールが1億6千万円で36%を占める。
- ミルク・クリームは、香港が8億9千万円と全体の86%を占める。

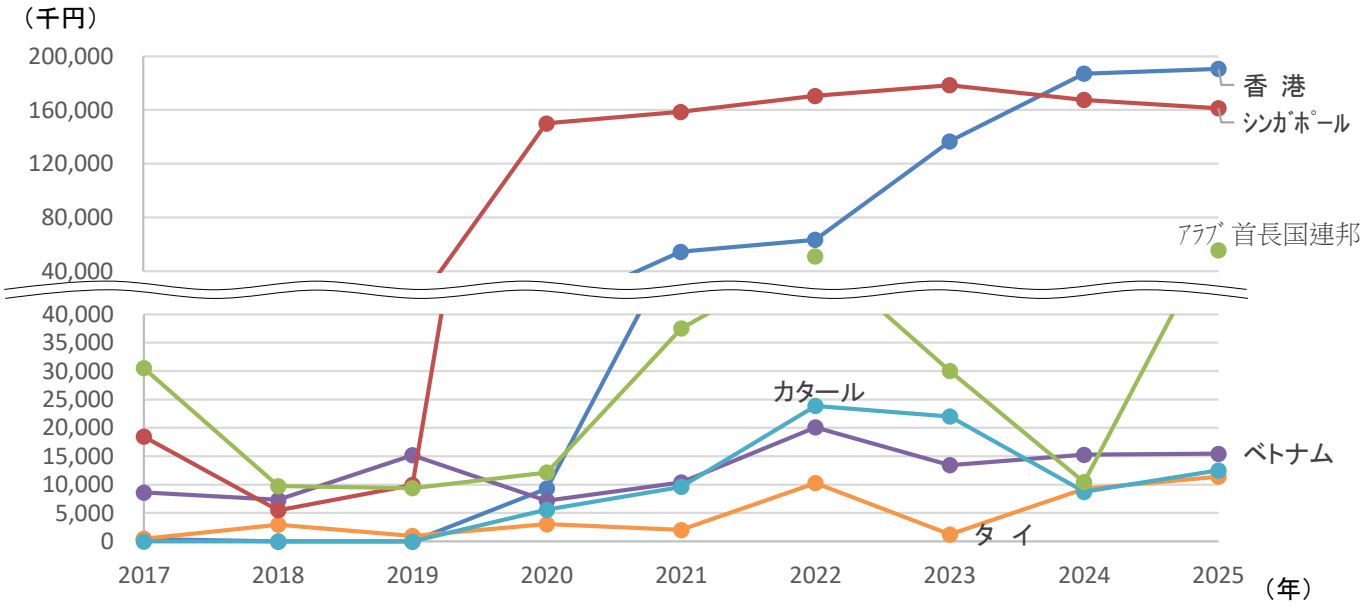
令和7年
主要品目の輸出額の国･地域別内訳

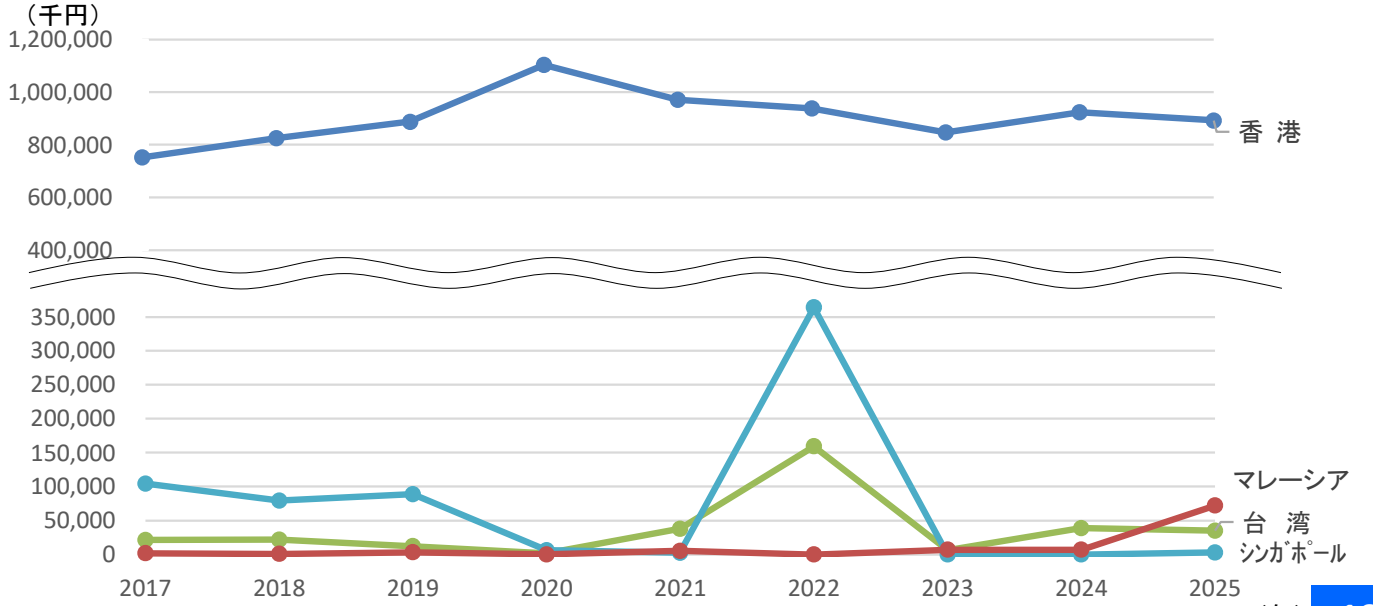
〈牛肉〉



〈ミルク･クリーム〉







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）**は、Global Farmers / Fishermen / Foresters / Food Manufacturers Projectの略称。
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、専門家による輸出診断、事業者同士のマッチング、セミナーの開催や、規制など輸出に関する各種情報提供等の支援を実施。

GFP

GFP登録者へのサービス提供

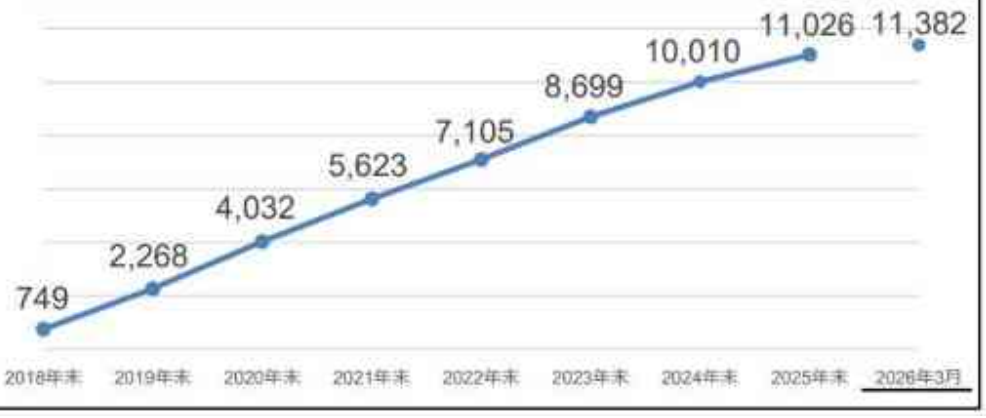
○**農林漁業者・食品事業者へのサービス**
- 専門家による無料の輸出診断
- GFPコミュニティサイトで事業者同士が直接マッチング
- GFPビジネスパートナーの紹介等による支援
- 輸出のための産地づくりの計画策定の支援
- メンバー同士の交流イベントの参加
- 規制情報等の輸出に関連する情報の提供
- セミナー等を通じたGFP登録者の優良事例の共有
- 過去のセミナー動画のアーカイブ化による輸出ノウハウの提供

○**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（３月末時点）

GFP登録者の内訳

区分	登録者数
農林水産物食品事業者	6,313
流通事業者、物流事業者	5,069
合計	11,382



資料：農林水産物・食品の輸出拡大等による「海外から稼ぐ力」の強化について（2026年４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

○ **輸出支援プラットフォーム**(PF)は、農林水産物・食品の輸出拡大や食品産業の海外展開に向けて、**輸出先国・地域において輸出事業者等の食品関連事業者を**包括的・専門的・継続的に**支援**するため、在外公館・ジェトロ海外事務所・ＪＦＯＯＤＯ海外駐在員を主な構成員として設立。

○ 現地において現地系をはじめとする未開拓の商流の開拓、現地事業者とのネットワークの構築、食品産業の海外展開に向けたサポート体制の強化等、現地発の取組を推進。

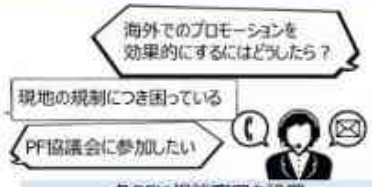
PFの設置国・地域、イメージ

設置国・地域	拠点設置都市
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

PFの取組事例

○相談対応及び現地発の情報発信

窓口に寄せられる相談に対応するほか、市場や規制等の最新情報を国・地域ごとにまとめた「カントリーレポート」を作成し、PFのHP等で公表。



各PFに相談窓口を設置

○オールジャパンでのプロモーション活動への支援

都道府県等の意向を把握した上で、オールジャパンでのプロモーションを実施。

現地ライブコマース番組を活用　（シンガポール）

○未開拓商流の新規開拓

現地発の戦略の下、非日系の新規商流（小売店やレストランなど）を開拓。

現地スーパーにおいてフェアを実施（香港）

○現地関係者とのネットワーキング

現地関係者※と連携し、販促に繋がるイベントの開催や、ロビイング活動を実施。

※小売店、レストラン、メーカー、料理学校など

現地小売と連携し、日本産水産物等の試食イベントを開催（米国）

資料：農林水産物・食品の輸出拡大等による「海外から稼ぐ力」の強化について（2026年4月）（農林水産省）

輸出促進に向けた取組

■日本貿易振興機構〈JETRO〉と 日本食品海外プロモーションセンター〈JFOODO〉

○ JETROでは、セミナーや相談対応を通じた情報提供・スキルアップ支援、海外見本市や国内外商談会を通じた商談機会の提供など、輸出に取り組む国内事業者への総合的な支援を実施
○ JFOODOでは、海外における日本産農林水産物・食品のブランド構築に向け、消費者向けプロモーションや日本食・食文化の魅力発信を実施

JETRO 日本貿易振興機構（ジェトロ）

情報提供 スキルアップ 支援	貿易相談	輸出を目指す事業者が気軽に相談可能な「農林水産物・食品輸出相談窓口」を設置、ジェトロ本部及び国内事務所で相談対応
	海外 コーディネーター	海外在住の専門家（海外コーディネーター）によるブリーフィング、相談対応、新規バイヤーの開拓・情報収集
	制度・マーケット 情報の提供	セミナー（商談スキルセミナー、品目別セミナー、海外マーケットセミナー）や、調査（品目別輸入制度調査）を実施
	輸出プロモーター	専門家（輸出プロモーター）による個別・伴走型支援
商談機会 提供	国内商談会	海外バイヤーを招聘した日本国内での商談会や、国内商社とのマッチングを支援
	グローバル・ゲート ウェイ	商品サンプルを機動的に活用し、見本市等での企画展示において、商談機会を創出
	海外見本市 海外商談会	JETROが主催する海外での商談会や、海外見本市にてJETROが設置するジャパン・パビリオンへの出展をサポート

日本産農林水産物・食品のプロモーション

JFOODO

1．戦略的プロモーション
現地実店舗と連携したプロモーションやメディアを活用したプロモーションを展開

2．日本食・食文化の魅力発信
国際会議の活用やポータルサイト（Taste of Japan）等による日本食・食文化の魅力発信

3．日本産食材サポーター店等と連携したプロモーション
現地の日本産食材サポーター店（飲食・小売店）と連携した日本産食材等に係る消費者プロモーションを実施

資料：農林水産物・食品の輸出拡大等による「海外から稼ぐ力」の強化について（2026年4月）（農林水産省）

輸出促進に向けた取組

■JFOODOの取組

○ 日本産農林水産物・食品のブランディングのため、日本産食品に対する海外消費者の利用実態調査等の分析に基づき戦略を策定し、オールジャパンでの消費者向けプロモーションを行う

動画コンテンツ制作・メディア活用

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・全世界）

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。各国での認知や、喫食意向を向上。

現地実店舗PR

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

現地飲食店と連携したキャンペーン

日本食材に関わる生産のこだわりのストーリーを現地実店舗で直接魅力的に伝え、喫食意向を向上させ、海外での消費増に繋げる。

PRセミナー

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・日本酒のペアリングの魅力を伝えるセミナー

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、取扱い意向を向上。

ポータルサイトによる情報発信

『Taste of Japan』

海外現地の日本食・食文化のトレンド情報の紹介等、海外消費者に対し、日本食・食文化の魅力を伝える記事を英語・簡体中文・繁体中文・仏語の４か国語で制作・発信。

SNS・ECサイトの活用

『インスタグラム・Amazon』

「日本茶＝マインドフルネス・ビバレッジ」というコンセプトで、米国のミレニアル世代及び健康志向が高い層へストーリー性や日本産のUSP（テアニンリッチ）を訴求。インスタグラムの情報発信で4.8万人のフォロワーを獲得。プロモーションサイトやECサイトに誘導して、商品購入に繋げた。

資料：農林水産物・食品の輸出拡大等による「海外から稼ぐ力」の強化について（2026年4月）（農林水産省）

輸出促進に向けた取組

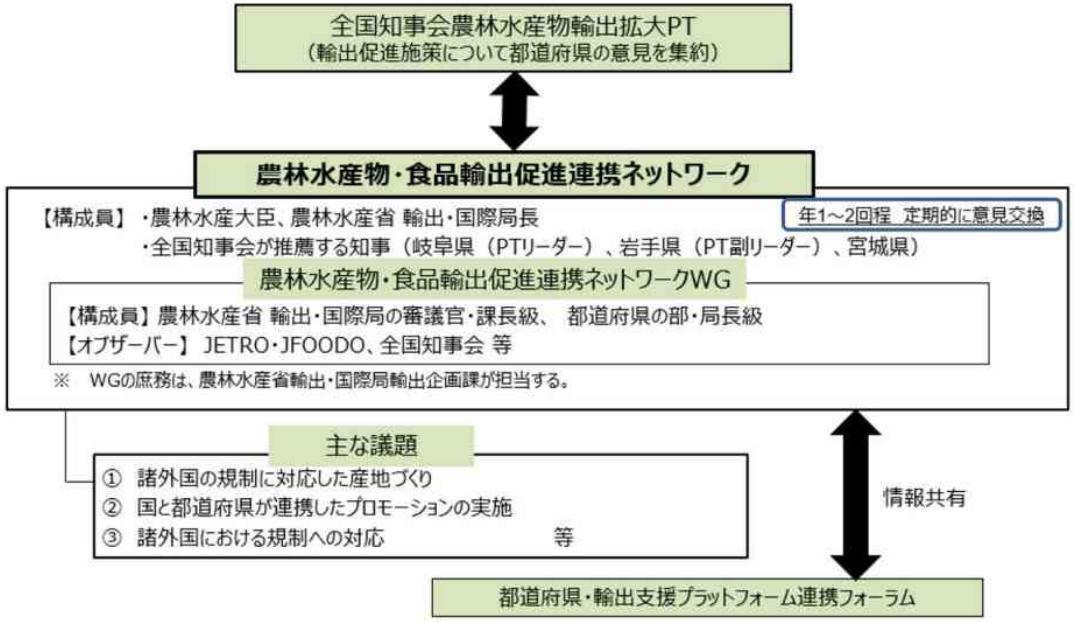
国の取組

■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年度及び令和７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7年6月の第４回連携フォーラムでは、全体会合と米国や香港など輸出先国・地域ごとの11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（2025年２月現在）

GFSI承認セクター/コード ＼ GFSI承認規格	畜産物	水産物	農産物		農産加工	畜産加工	食品製造				飼料製造	ケータリング	リテール・卸売	ブローカー・代理店	保管・物流	容器包装	化学物質製造
	AⅠ	AⅡ	BⅠ	BⅡ	BⅢ	C0	CⅠ	CⅡ	CⅢ	CⅣ	D	E	FⅠ	FⅡ	G	I	K
JFS（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 Allianc（米国）							○										
Freshcare（オーストラリア）			○		○								○	○	○		
PrimusGFS（米国）			○	○	○			○	○	○					○		
GRMA（米国）																	○

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

○　政府の農林水産物・食品の輸出額目標（2025年：2兆円、2030年：5兆円）の達成に向け、北海道の食輸出を拡大するために、2021年9月、国の行政関係5機関を中心に「Do★食輸出Platform」を発足。
○　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。

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、米の輸出量を飛躍的に拡大すべく、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米・米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、参加者への支援を実施。

国による支援
- 戦略的輸出事業者と戦略的輸出基地（産地）等が連携して実施する取組を後押し
- （新たに）輸出に取り組む事業者・産地に対するマッチング・相談等サポート
- 輸入規制についての情報発信

支援

戦略的輸出基地（産地）

海外マーケットに対応可能な、質、数量、価格の面で競争力を有する米の生産を推進。

連携

戦略的輸出事業者（卸、輸出商社、メーカー等）

輸出拡大の目標、当該目標達成のためのターゲット国・地域・市場及び取組方針を掲げ戦略的に海外市場を開拓。

連携

農林水産物・食品輸出支援プラットフォーム
（在外公館、JETRO海外事務所、JFOODO海外駐在員）

認定農林水産物・食品輸出促進団体
（一般社団法人 全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会）

産地と輸出事業者が一体となったマーケットイン型の海外需要開拓

輸出目標の達成に向けた米・米加工品輸出の飛躍的増加

資料：農林水産省　米をめぐる状況について　令和７年12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135の戦略的輸出事業者、167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17.4万トン(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(2025年11月30日時点)

135事業者（目標数量合計：17.4万トン※）

○ 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	米：50,000トン パックご飯：200万食	中国、北米、EU、ﾛｼｱ等
㈱神明	米：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	米：10,000トン	米国等
全農ｲﾝﾀｰﾅｼｮﾅﾙ㈱	米：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㈱	米：6,000トン	中国、香港、北米、EU、東南アジア（ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ・ﾀｲ等）、ﾌﾞﾗｼﾞﾙ、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(2025年11月30日時点)

(1) 団体・法人　　158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

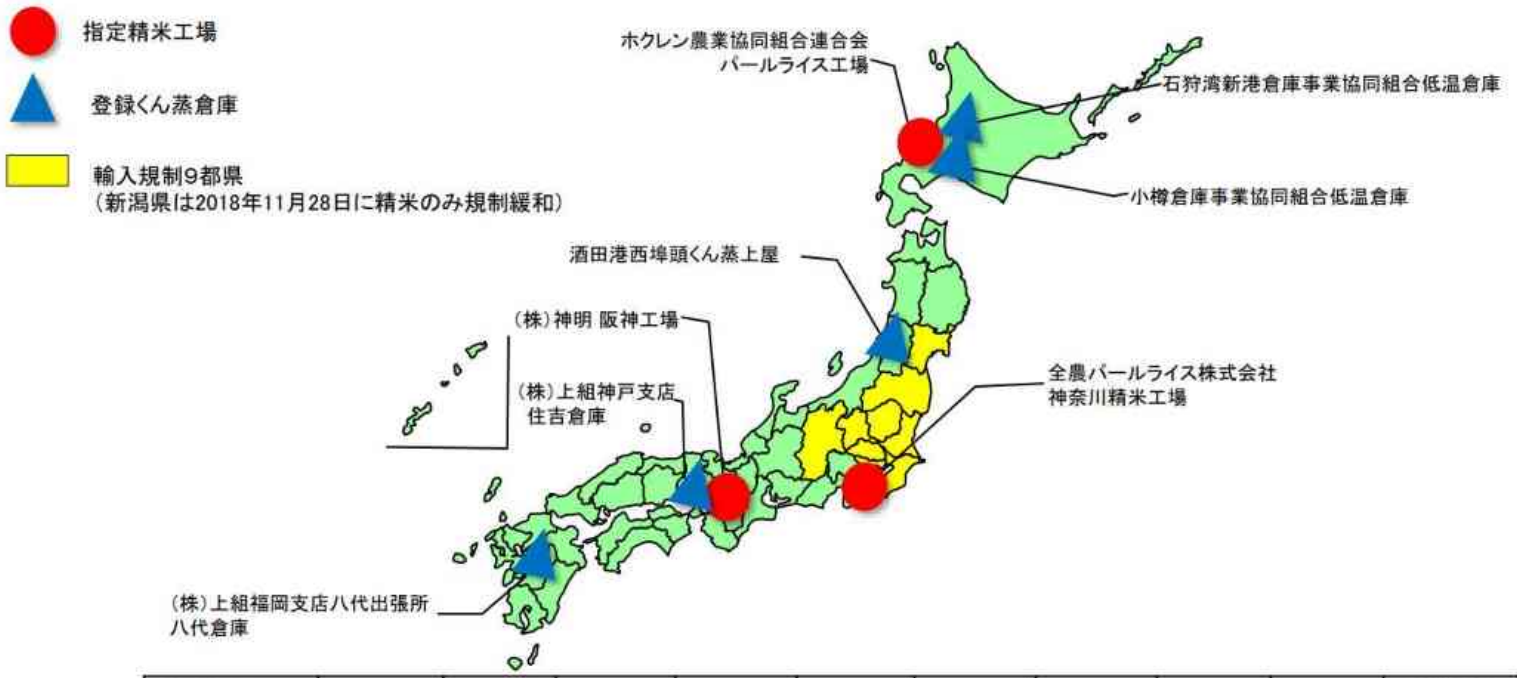
資料：農林水産省　米をめぐる状況について　令和７年12月

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。）



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	2025年（1~10月）
数量（トン）	375	298	524	1,007	1,002	575	764	526	172	48
金額（百万円）	163	97	211	363	321	219	262	170	64	26

【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】
- ▲ 小樽倉庫事業協同組合低温倉庫
- ▲ 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

資料：農林水産省　米をめぐる状況について　令和７年12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）

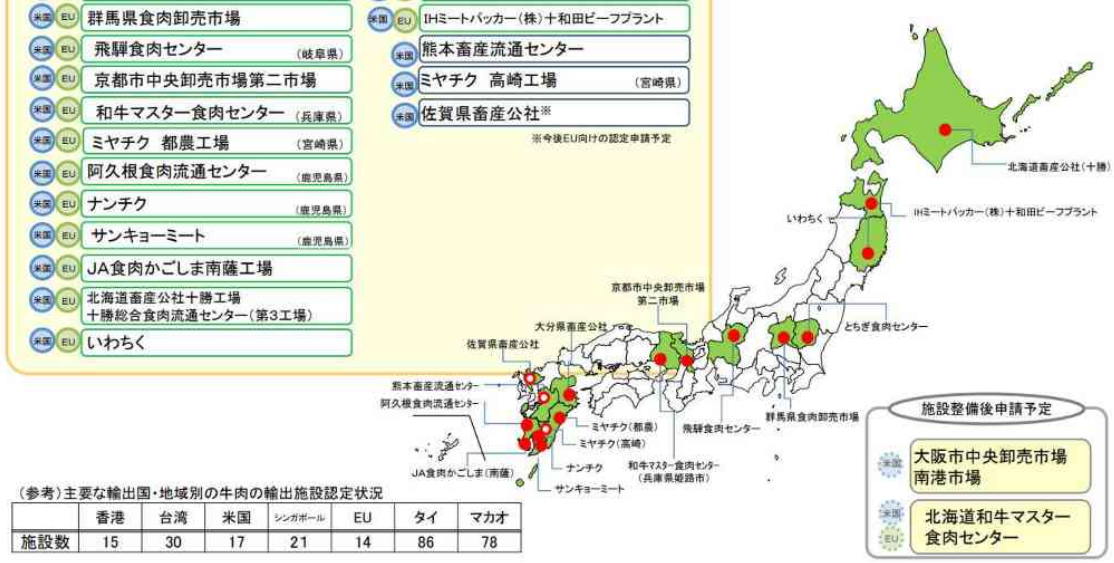
米国・EUに輸出対応可能な食肉処理施設（牛肉）の配置について

対米国輸出施設　：　17施設
対EU輸出施設　：　14施設

- とちぎ食肉センター
- 群馬県食肉卸売市場
- 飛騨食肉センター（岐阜県）
- 京都市中央卸売市場第二市場
- 和牛マスター食肉センター（兵庫県）
- ミヤチク　都農工場（宮崎県）
- 阿久根食肉流通センター（鹿児島県）
- ナンチク（鹿児島県）
- サンキョーミート（鹿児島県）
- JA食肉かごしま南薩工場
- 北海道畜産公社十勝工場
  十勝総合食肉流通センター（第3工場）
- いわちく
- 大分県畜産公社
- IHミートパッカー（株）十和田ビーフプラント
- 熊本畜産流通センター
- ミヤチク　高崎工場（宮崎県）
- 佐賀県畜産公社※

※今後EU向けの認定申請予定

令和8年2月末時点
● 対米国・EU輸出可能な施設
○ 対米国輸出可能な施設



施設整備後申請予定
- 大阪市中央卸売市場南港市場
- 北海道和牛マスター食肉センター

（参考）主要な輸出国・地域別の牛肉の輸出施設認定状況

	香港	台湾	米国	シンガポール	EU	タイ	マカオ
施設数	15	30	17	21	14	86	78

輸出向けハラール認証食肉処理施設（牛肉）の配置について

令和8年2月末時点

UAE	カタール	バーレーン	インドネシア	マレーシア	サウジアラビア	クウェート
6	9※	6※	4※	3	3	5

※1施設は全開連人吉食肉センターであり、認定を取得しなおす必要がある。

熊本中央食肉センター
UAE、カタール、サウジアラビア、クウェート、マレーシア、台湾、シンガポール、マカオ、タイ

全開連人吉食肉センター
タイ、マカオ
ハラール認定必要国：再認定に向けて準備中

SEミート宮崎
カタール、クウェート、UAE、インドネシア

徳島市立食肉センター
カタール、マカオ、タイ

北海道畜産公社北見工場
UAE、バーレーン、カタール、台湾、マカオ、タイ、ベトナム

三田食肉センター
UAE、バーレーン、カタール、マレーシア、サウジアラビア、インドネシア、クウェート

協業組合本庄食肉センター
カタール、バーレーン

羽曳野市立南食ミートセンター
UAE、バーレーン、カタール、クウェート、マカオ、タイ、ベトナム、ミャンマー

にし阿波ビーフ
マレーシア、インドネシア、UAE、バーレーン、カタール、サウジアラビア、クウェート、台湾、シンガポール、マカオ、タイ、ベトナム、フィリピン、ミャンマー

※下線部：ハラール認証必要国

資料：農林水産省ホームページ

道の取組の様子や海外での評価

○　輸出体制の確立に向け、道内のコメ産地関係者を対象とした機運情勢セミナーの開催や、生産者・事業者を対象とした海外での流通実態調査などを実施。道内各産地の個々の取組みや課題が可視化されたほか、道内の個々の事業者の連携にも寄与した。

（令和７年度実施）

道の取組の様子や海外での評価

○　輸出拡大に向け、海外の実需者（飲食店、小売店等）や消費者に道産農畜産物の品質の高さを訴求するため、米国のおにぎり専門店での道産米フェアをはじめ、かんしょ（対象国：カナダ）、牛肉（同：米国）、牛乳乳製品（同：香港、カンボジア）、日本酒（同：中国、フランス、ドイツ）の各品目について海外プロモーションを実施し、実需者や消費者から高い評価を得られた。

（令和７年度実施）

令和8年度の予算事業

目　的　「北海道食の輸出拡大戦略＜第Ⅲ期＞」に基づき輸出拡大を図るため、戦略的なプロモーション活動や産地支援、インバウンド対策等に総合的に取り組む。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。

道産農畜産物海外販路拡大産地づくり支援事業　【R8予算額42,391千円（うち道費22,378千円）】

○国内外の需給状況や国際情勢などを踏まえ、輸出体制の確立に向けた産地支援の取組や海外実需者（外食産業等）を対象としたプロモーション等を実施するとともに、品目横断的に効果的なインバウンド対策等に取り組むことで相乗効果を図る。

（R7実績）
【産地機運醸成セミナー】
日時：令和7年12月17日（水）
場所：北海道庁旧庁舎
　　赤れんが庁舎
内容：輸出の取組事例紹介、輸出取組者によるパネルディスカッション

【インバウンド向け飲食店フェアの実施】
日時：令和8年2月10日（火）～18日（水）
場所：札幌市内（協力飲食店11店舗）
内容：北海道産のコメ、和牛、青果物、牛乳乳製品を使用したメニュー提供をする飲食店の協力により、インバウンド向けパンフレット・特典を用意。SNSへの投稿促進やアンケートを実施。

道産農水産物輸出拡大戦略推進事業　【 R8予算額1,969千円（うち道費1,969千円）】

○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

（R7実績）
【第10回“日本の食品”輸出EXPOへの出展】
日時：令和7年7月9日（水）～10日（木）
場所：東京都江東区　東京ビッグサイト
内容：北海道産のLL牛乳やバター、米、いくらやホタテなどの試食を通じたPRを実施

輸出対応施設等整備事業　【 R8予算額1,187,406千円（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