北海道食の輸出拡大戦略〈第Ⅲ期〉推進状況報告書〈2025 年（１月～１２月)〉

令和８年(2026 年)４月 30 日
北海道

1　2025 年の輸出をめぐる情勢

海外・国の動き

・４月に米国は全ての国から輸入される実質的に全ての品目に10%の追加関税を課すベースライン関税と、米国の貿易赤字額が大きい国に対してより高い追加関税を課す相互関税を発表。
・７月に、中国向け牛肉の輸出再開に必要な「日中動物衛生検疫協定」が発効され、協議が開始されたが、具体的な目途はついていない。
・中国への日本産水産物の輸出について必要な事務手続きが完了次第、再開することで合意していたが、技術的なやりとりを継続することとなった。
・2025 年の国全体の輸出実績は、１兆 7,005 億円となり、過去最高を記録。

道内の動き

・北海道内港からの輸出額は、912.1 億円となり、前年からは 185.5 億円増加。
・中国による日本産水産物の輸入停止措置を受け、北米や東南アジア等新たな販路拡大に向けた企業の取組が活発化。

2　輸出の現状（道内港からの輸出）

○道内港からの道産食品の輸出額　2025 年：912.1 億円（前年比 185.5 億円（25.5%））増

大品目	第Ⅱ期戦略	第Ⅲ期戦略			主な増減品目輸出額(対前年増減額)		
	R5/2023	R6/2024	R7/2025	対前年増減額等			
農畜産物 農畜産加工品	54.4 億円	56.1 億円	65.7 億円	＋9.6 億円 (＋17.1%)	ながいも 米 ミルク･クリーム	20.6 億円 14.9 億円 10.4 億円	(＋ 4.7 億円) (＋ 2.0 億円) (＋ 0.4 億円)
水産物 水産加工品	633.8 億円	567.7 億円	731.4 億円	＋163.7 億円 (＋28.8%)	ホタテガイ サケ･マス カニ	575.6 億円 33.0 億円 23.7 億円	(＋161.6 億円) (△ 12.3 億円) (＋ 12.8 億円)
その他 加工食品	99.9 億円	102.9 億円	115.1 億円	＋12.2 億円 (＋11.9%)	菓子類 水･清涼飲料水 麺類	39.4 億円 21.8 億円 4.3 億円	(△ 0.4 億円) (＋ 4.7 億円) (△ 2.8 億円)
道内港合計額	788.1 億円	726.7 億円	912.1 億円	＋185.5 億円 (＋25.5%)			
道外港推計 農畜産物等	100.5 億円	123.3 億円	今後調査	・「増減額」は端数処理の関係で合計が一致しない場合がある。 ・道外港輸出額は翌年に推計作業を行うため、2024 年まで公表。 ※2023 年は第Ⅱ期戦略の目標水準 1,500 億円を達成。 ※2025 年３月 13 日発表の貿易統計の確々報において、2024 年１月の台湾向けながいもの輸出額・量が訂正されたことを受けて、2024 年の輸出額を修正		
道外港推計 水産物等	471.4 億円	495.4 億円					
道外港推計 加工食品	146.7 億円	153.7 億円					
道外港推計 道外港合計	718.6 億円	772.4 億円					
合計額（推計）	1,506.7 億円	1,499.1 億円					

○モニタリング指標

新たな輸出目標水準の達成に向け、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ため、道が展開する輸出拡大に向けた取組への新規参加事業者数、及びその出展商品数の実績のモニタリングを行うもの。

	基準値 （2021～2023 年度の３年間平均 12 事業）	モニタリング値 （2025 年度）	増減
新規参加事業者数	126 者	84 者	△42 者、△33.3%
上記の出展商品数	355 品	349 品	△６品、△1.7%

3　2026 年度の展開方向と主な取組

○中国による日本産水産物の輸入停止や米国の関税措置など、さまざまな環境変化が生じる中、特に主力となるホタテガイについては、輸出先国・地域の多角化が着実に進行している状況。
○こうした中、道としては、国際情勢等を鑑みながら、グローバルリスクの対応の観点も含め、高付加価値化の推進とともに、品目数の拡大や輸出先国・地域の多角化、事業者の意欲向上などに向け、以下の取組を実施する。

（１）生産の安定化

・農業生産基盤の維持・強化や計画的な原料の生産促進
・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　等

（２）商流・物流網の整備

・輸送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
・地域商社と食関連事業者との連携による商流構築の強化　等

（３）北海道ブランドの浸透・市場拡大

・どさんこプラザを活用したマーケティング支援
・ＡＳＥＡＮ、欧州、米国など販路の多角化支援
・関係機関と連携した訪日外国人への商品ＰＲ、販売促進　等

（４）人材育成・輸出支援体制の強化

・輸出に挑戦する企業間のネットワークの構築
・道産食品輸出塾による、現地商談会やセミナーなどによるノウハウ取得
・ジェトロや関係機関と連携したサポート体制の充実　等

（５）輸出品目の拡大・高付加価値化の推進

・新たな輸出品目発掘に向けた取組、現地ニーズを捉えた商品開発やプロモーションの展開
・水産加工施設の加工体制の強化に向けた支援
・地域フード塾による付加価値の高い商品づくりの支援
・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　等

4　輸出をめぐる情勢と輸出の推進状況（分析）

（１）輸出環境に関する動き

ア　国の状況

農林水産物・食品の輸出状況は、主要輸出先国・地域のすべてで対前年比でプラスを記録し、13年連続で過去最高を更新。要因は、日本食への関心の高まり、インバウンドによる日本食の認知度向上、健康志向の高まり等を背景に、既存商流における取扱量の拡大や新規商流の獲得などが輸出増加につながった。

また、品目別では牛肉、米、緑茶、ぶりなどが、国・地域では、米国、台湾、韓国などが過去最高を記録。

イ　為替相場の動向

2025 年の円相場は対ドルで 5 年ぶりに上昇したが、ドル以外の通貨に対しては弱含み、対欧州通貨では 2021 年から続く円安局面は終わっておらず、円高局面への転換は遠い状況。

日銀は 2025 年に政策金利を 0.5%引き上げ、長期金利はおよそ 27 年ぶりの水準まで上昇したが、円安・ドル高方向で推移している。

ウ　米国の関税措置

2025 年４月に米国は日本に対し、相互関税として 24%を課すこととしたが、７月に日本から輸出されるほぼ全ての品目に一律 15%の相互関税を課すことで合意した。

※日本の相互関税率は７月 31 日の大統領令で 15%に引き下げ（8 月 7 日～）決定した。

エ　中国への日本産水産物の輸出

日本産水産物の輸出は、2025 年５月に日中両政府が輸入再開に必要な事務手続きについて合意し、「中国側と技術的なやりとりを継続する」こととなった。

オ　日中牛肉輸出協議の中断

中国は 2001 年、日本の BSE の発生を受けて牛肉の輸入を停止し、2019 年に輸出再開の前提となる検疫協定に署名、今年７月に発行し、輸入再開へ向けた協議が開始されたが、進展の目途はついていない状況。

カ　台湾による日本産食品の輸入規制の撤廃

2025 年 11 月 21 日、台湾は、日本産食品への輸入規制措置の撤廃を発表し、福島県、茨城県、栃木県、群馬県、千葉県の５つの県産の食品（酒類を除く）に義務付けてきた放射性物質検査報告書と、日本産の全ての食品（酒類を除く）に対して求めていた産地証明書が不要となった。

キ　「食料・農業・農村基本計画」において、農林水産業・食品産業の「海外から稼ぐ力」を強化するとの方針が示され、 2030 年目標（農林水産物・食品の輸出額 5 兆円、食品産業の海外展開による収益額３兆円、インバウンドによる食関連消費額 4.5 兆円）が設定された。

これらの目標の達成に向けて、令和 7 年 5 月の「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」において「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」が改訂された。

（２）道内の主な動き

ア　余市町とフランスの世界的なワイン産地が連携協定

2025 年２月、余市町は、世界的なワイン産地であるフランスのジュヴレ・シャンベルタン村と親善都市協定を締結。

イ　食品産業の輸出向け HACCP 等対応施設整備対策事業等の活用

道は、国の事業を活用し、HACCP 等の基準を満たす施設や機器の整備等、食品製造事業者等が輸出に取り組むために必要な環境の整備を支援。

2026 年 3 月末時点で、ホタテガイの加工食品製造ラインの新設や改修、冷凍・冷蔵保管施設の整備など 32 件の事業が採択されている。

ウ　輸出水産食品取扱認定施設（対米・対 EU-HACCP 導入施設）

2025 年 12 月末時点で、道内の輸出水産食品取扱認定施設は、アメリカ向け 106 施設、EU 向け 26 施設で、合計 132 施設が認定されている。

エ　国際水準 GAP 認証の取得

2024 年３月末時点で、国際水準である GAP（農業生産工程管理）の認証取得が、耕種で２５８経営体、畜産で ７３ 経営体となった。

オ　水産エコラベル（MEL）認証の取得

日本発の水産エコラベルである MEL については、漁業認証 Ver.2.0 に、道漁連の「秋サケ定置網漁業」、苫小牧漁業協同組合の「ホッキ桁引き網漁業」、石狩湾漁業協同組合の「石狩湾系ニシン刺網漁業」及び利礼漁業エコラベル推進協議会の「ホッケ刺網漁業」の計４件が認証取得している。また、流通加工段階(CoC)認証 Ver.2.0 は、24 件が認証取得している（いずれも 2026 年２月末時点）。

カ　道内産食肉の輸出に向けた取組

道内の輸出促進法に基づく食肉輸出認定施設は、2025 年 12 月末時点で、25 施設。

（３）輸出の推進状況（分析）

ア　全般

2023 年８月の中国による日本産水産物の輸入停止措置の影響により、2023 年～2024 年は輸出額が減少したが、2025 年の輸出額は、アメリカの関税措置の影響があったものの、輸出先国・地域の多角化が進行したため、大幅に増加。

特に中国による輸入停止措置以降減少していた、水産物・水産加工品が大幅に増加し、2025 年は 912.1 億円となった。

イ　農畜産物・農畜産加工品

ながいもについては、作柄が良く、単価も高かったことから輸出額は増加し、米については、日本食・食文化の海外での浸透等により輸出額は増加した。牛乳・乳製品や豚肉、牛肉等についても、メーカーによる販路拡大の取組や現地の需要の高まりなどにより堅調に推移した。

一方、たまねぎは記録的猛暑や干ばつ等により不作となり、輸出額は大幅に減少した。

全体では前年比 9.6 億円増の 65.7 億円となった。

ウ　水産物・水産加工品

中国による輸入停止措置の影響により、2023 年９月以降は中国向け輸出額がゼロとなったものの、多角化が進み、水産物・水産加工品全体としては、前年比 163.7 億円増の 731.4 億円となった。

エ　その他加工食品

健康志向の高まりなどにより、水・清涼飲料水が堅調に増加し、過去最高の輸出額となった一方、その他加工食品の中で最も輸出額の大きい菓子類は、４年連続で減少した。

全体としては、前年比 12.2 円増の 115.1 億円となった。

5　輸出の現状

令和７年（2025 年）（1 月～12 月）の道内港からの道産食品の輸出額は、912.1 億円（前年比 185.5 億円（25.5%））増となった。

【品目別】

大品目	2021 通年	2022 通年	2023 通年	2024 通年	2025 通年	2024 年　対前年	
							主な輸出額上位品目（前年増減額）
農畜産物 農畜産加工品	億円 47.6	億円 62.7	億円 54.4	億円 56.1	億円 65.7	+9.6 億円 (+17.1%)	ながいも　20.6 億円(+　4.7 億円) 米　14.9 億円(+　2.0 億円) ﾐﾙｸ･ｸﾘｰﾑ　10.4 億円(+　0.4 億円)
水産物 水産加工品	億円 617.1	億円 833.0	億円 633.8	億円 567.7	億円 731.4	+163.7 億円 (+28.8%)	ホタテガイ　575.6 億円(+161.6 億円) サケ・マス　33.0 億円(△ 12.3 億円) カニ　23.7 億円(+ 12.8 億円)
その他 加工食品	億円 106.0	億円 93.6	億円 99.9	億円 102. 9	億円 115.1	+12.2 億円 (+11.9%)	菓子類　39.4 億円(△　0.4 億円) 水・清涼飲料水　21.8 億円(+　4.7 億円) 麺類　4.3 億円(△　2.8 億円)
小　計	億円 770.7	億円 989.3	億円 788.1	億円 726.7	億円 912.1	+185.5 億円 (+25.5%)	
道外港推計値 ※1	億円 527.4	億円 778.6	億円 718.6	億円 772.4	今後調査	— (—)	
合計	億円 1,298.1	億円 1,767.8	億円 1506.7	億円 1499.1		— (－)	

※　「増減率」は端数処理の関係で差し引き、合計が一致しない場合がある。

※１　道外港輸出額は翌年に推計作業を行うため、推計値は 2024 年まで公表。

【主な地域別】

項目	2021	2022	2023	2024	2025	2024 年　対前年	主な輸出額上位品目（前年増減額）
中国、香港 台湾、韓国	億円 599.9	億円 731.3	億円 508.2	億円 213.5	億円 261.3	+47.8 億円 （+22.4%）	ホタテガイ　104.2 億円(+34.2 億円) ナマコ　33.5 億円(△11.8 億円) 菓子類　17.8 億円(+ 1.5 億円)
中国	億円 429.7	億円 564.6	億円 344.8	億円 22.4	億円 32.1	9.7 億円 （+43.4%）	
香港	億円 106.6	億円 81.2	億円 84.1	億円 91.4	億円 101.9	+10.5 億円 （+11.5%）	
台湾	億円 51.8	億円 68.4	億円 64.4	億円 73.1	億円 79.1	+6.0 億円 （+8.2%）	
韓国	億円 11.8	億円 17.1	億円 14.9	億円 26.7	億円 48.2	+21.5 億円 （+80.5%）	
ＡＳＥＡＮ	億円 70.6	億円 104.0	億円 114.1	億円 260.2	億円 372.0	+111.8 億円 （+43.0%）	ホタテガイ　260.0 億円(+113.2 億円) サケ・マス　32.5 億円(△ 12.5 億円) 菓子類　12.0 億円(△ 2.4 億円)
ベトナム	億円 39.5	億円 53.9	億円 65.0	億円 164.6	億円 246.5	+81.9 億円 （+49.8%）	
タイ	億円 11.8	億円 22.6	億円 23.5	億円 56.6	億円 68.7	+12.1 億円 （+21.4%）	
シンガポール	億円 13.4	億円 16.9	億円 15.4	億円 14.4	億円 17.5	+3.1 億円 （+21.5%）	
インドネシア	億円 1.3	億円 3.3	億円 3.4	億円 13.7	億円 24.8	+11.1 億円 （+181.0%）	
マレーシア	億円 2.6	億円 3.7	億円 3.3	億円 5.9	億円 10.1	+4.2 億円 （+71.2%）	
フィリピン	億円 1.8	億円 3.3	億円 3.1	億円 4.1	億円 3.5	△0.6 億円 （△14.6%）	
その他	億円 0.2	億円 0.3	億円 0.4	億円 0.9	億円 1.1	+0.2 億円 （+22.2%）	
アメリカ	億円 37.5	億円 59.2	億円 104.6	億円 157.4	億円 136.1	△21.3 億円 （△13.5%）	ホタテガイ　104.3 億円(△34.1 億円) カニ　11.7 億円(+ 8.3 億円) 米　4.9 億円(+ 1.3 億円)
ロシア	億円 5.4	億円 4.0	億円 4.8	億円 6.9	億円 5.6	△1.3 億円 （△18.8%）	菓子類　1.7 億円(△ 0.4 億円) 水・清流飲料水　0.8 億円(△ 0.6 億円) アルコール飲料　0.6 億円(△ 0.3 億円)
欧州	億円 46.9	億円 81.2	億円 44.5	億円 66.0	億円 96.6	+30.6 億円 （+46.4%）	ホタテガイ　74.1 億円(+ 28.0 億円) その他調製食料品　10.4 億円(+ 3.7 億円) 麺類　3.5 億円(△ 1.7 億円)
大洋州	億円 3.4	億円 3.0	億円 1.3	億円 1.0	億円 8.1	+7.1 億円 （810.0%）	ホタテガイ　7.9 億円(+ 7.4 億円) その他調製食料品　0.1 億円(+ 0.1 億円)
その他	億円 7.0	億円 6.6	億円 10.6	億円 21.8	億円 32.4	+10.6 億円 （+48.6%）	ホタテガイ　25.5 億円(+13.4 億円) 菓子類　1.6 億円(+ 0.1 億円) ブリ　0.8 億円(△ 2.2 億円)

【参考：今期の増加・減少要因（輸出額は、道内港実績分）】

（１）増加した主な品目と要因

ア　ながいも

前年比 4.7 億円(30.0%)増の 20.6 億円

品質が良く、単価が高かったことなどにより、輸出が増加。

イ　米

前年比 2.0 億円(15.6%)増の 14.9 億円

日本食・食文化の海外での浸透などにより、需要が高まり、輸出が増加。

ウ　ホタテガイ

前年比 161.6 億円(39.0%)増の 575.6 億円

ベトナム、タイ向けの輸出額が増加。

エ　カニ

前年比 12.8 億円(117.4%)増の 23.7 億円

米国向けの輸出額が増加。

オ　アルコール

前年比 0.6 億円(17.5%)増の 4.2 億円

日本食の人気の高まりにより、海外からの引き合いが強く、需要が増加。

カ　水・清涼飲料水

前年比 4.7 億円(27.5%)増の 21.8 億円

健康志向の高まりなどにより、水・清涼飲料水が堅調に伸び、輸出額が増加。

（２）減少した主な品目と要因

ア　たまねぎ

前年比 1.6 億円(88.4%)減の 0.2 億円

記録的猛暑や干ばつ等により不作となり、輸出が減少。

イ　サケ・マス

前年比 12.3 億円(27.1%)減の 33.0 億円

本道の生産額の減少に加え、ベトナム、タイ向けの輸出額が減少。

ウ　ナマコ

前年比 12.3 億円(26.9%)減の 33.5 億円

香港、台湾向けの輸出額が減少。

エ　麺類

前年比 2.8 億円(39.0%)減の 4.3 億円

ドイツ、フィリピン向けの輸出額が減少。

6　モニタリング指標

目標水準の達成に向け、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ため、道が展開する輸出拡大に向けた取組への新規参加事業者数及びその出展商品数の実績をモニタリングします。

モニタリング結果は、国、道、関係機関等で構成する道産食品輸出拡大会議において共有し、オール北海道が連携した取組の改善・向上に活用します。

【基準値及びモニタリング値】

道が展開する輸出拡大のため取組に新たに参加した事業者数及び商品数の 2021 年～2023 年の平均数値を基準値、Ⅲ期戦略期間の各年度の数値をモニタリング値とします。

	基準値 （2021～2023 年度の３年間平均 12 事業）	モニタリング値 （2025 年度）	増減
新規参加事業者数	126 者	84 者	△42 者、△33.3%
上記の出展商品数	355 品	349 品	△６品、△1.7%

7　令和８年度（2026 年度）の展開方向と主な取組

（１）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

項目	取組内容
農業生産基盤の維持・強化や計画的な生産促進	○輸出産地の確立に向けて、輸出先国の規制やニーズに関する情報提供など産地機運醸成のための取組を実施
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	○道内の輸出関連企業や商社、支援団体等との間で一次産品の道内生産状況や主な輸出先国・地域の輸出状況を含む情報交換を行うとともに、現地のビジネス情報などを道内企業にフィードバック
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	○サケ稚魚の飼育環境向上のための施設改良や設備の導入
対米・対EU―HACCP等の衛生管理の導入促進	○水産加工施設等の対米、対EU-HACCPの認定取得に向けた講習会を開催 ○水産エコラベル認証の取得を目指す団体に情報提供や助言を実施
波浪などに強い漁場づくり	○ホタテガイの生産安定に向け、時化の影響を受けにくい沖合への漁場整備
栽培・養殖技術の改良・普及	○ホタテガイ稚貝の生産安定を図るため、浮遊幼生等のモニタリング調査を充実・強化し、漁業関係者へ情報提供するほか、海洋環境の変化を踏まえた採苗手法の見直しや技術の高度化に向けた取組を実施
食品加工事業者等が行う設備投資への支援	○食品製造事業者等が行うHACCP認証等の輸出先国等の規制・条件に対応した施設の新設及び改修、機器の整備を支援

（２）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

項目	取組内容
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	○市場が拡大しているECを活用した海外ビジネスへの支援
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	○行政機関や経済団体等で構成する輸出検討促進委員会に出席し、小口混載輸送等の取組に関する情報を関係者と共有
鮮度保持・品質保持技術の開発・導入	○輸出先国・地域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

国際航空ネットワークの拡充	○国際航空路線の拡充に向けた取組を実施
地域商社の活性化による商流構築の強化	○中小・小規模事業者による輸出拡大の加速化に向け、地域産品の輸出を担う地域商社を活用した商談会や商品の磨き上げの実施

（３）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

項目	取組内容
安全、安心、高品質な道産農林水産物のブランドＰＲ	○北海道ASEAN事務所や、上海、ソウル、サハリンの海外事務所のほか、道の海外への派遣職員やJETRO、金融機関等とのネットワークを活用し、海外市場情報の収集・提供や現地での取組支援等を実施 ○北米地域の飲食店やイベント会場等において、水産エコラベル認証を取得した道産水産物のPRを実施
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	○北海道HACCP認証制度の普及啓発と導入促進 ○農林水産物・食品を輸出するため、輸出先国から求められる様々な規制及び基準等に対応したHACCP等基準を満たすための製造・加工・流通体制等の整備に要する経費を支援 ○国際水準GAPの実践を拡大するため、農業者向け研修会の開催や指導者の育成等による指導体制の充実･強化、GAP認証取得費用の支援 ○水産エコラベル認証の取得を目指す団体に情報提供や助言を実施
国際コンクール出品等国際評価向上の取組	○イギリスや香港等で行われたワインの国際コンクールでのトロフィー、金賞受賞実績
食、文化、観光と連携したプロモーションの展開	○道の海外事務所を活用した販路定着・輸出促進を実施 ○道･ホクレン･ぎょれんの連携により、商談会等に参加
どさんこプラザを活用したマーケティング支援	○シンガポール及びタイのどさんこプラザを活用し、海外への販路拡大を希望する道内食関連事業者の商品について、テスト販売を実施 ○道産食品の海外販路拡大及び現地消費者への浸透を図るため、商談会・フェアを開催するとともに、今後の展開に向け市場データを収集
ＡＳＥＡＮ、欧州、アメリカなど販路の多角化支援	○北海道を訪れる多くの外国人旅行者に道産日本酒を飲んでもらうため、道内酒蔵や道産日本酒のPR及び道内飲食店での道産日本酒の使用拡大に繋がる取組を推進。 ○道産品輸出用シンボルマークによる海外における道産食品の識別力向上と北海道ブランドの保護 ○ASEANで開催される展示会への出展 ○日星外交樹立60周年（SJ60）イベントと連携した道産品PR ○欧米・インド・ASEAN等を対象とした、商談機会の提供 ○欧米でのコメの戦略的プロモーションや、青果物の品質保持に関するテスト輸送等を実施 〇欧米を対象としたテストマーケティングの実施
関係機関と連携した訪日外国人への商品ＰＲ、販売促進	○インバウンドを対象に羽田空港等において、どさんこプラザあべのハルカス店などにおいて、市町村等と連携し、道内各地域の食と観光の魅力を発信 ○訪日外国人を対象に、地域の魅力ある食材を生かした道内インバウンドに対し、飲食店等と連携し道産食品の喫食機会を提供、現地量販店等での販促プロモーションの実施 北海道らしい食体験を提供し、日本食や北海道の食文化への興味・関心を高め、輸出拡大に繋げる好循環の構築に取り組む

（４）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

項目	取組内容
輸出に挑戦する企業間のネットワークの構築	○道産食品「輸出塾」、「地域フード塾」、「ヘルシーDo創造塾」の実施
地域フード塾による付加価値の高い商品づくり支援	○デジタル技術を活用したマーケティング手法や財務マネジメント、販売力強化を目的とした実務を習得する「地域フード塾」の実施
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	○貿易実務等の知識の習得に向けた道産食品「輸出塾」やオンライン商談会を開催
どさんこプラザを活用したマーケティング支援（再掲）	○シンガポール及びタイのどさんこプラザを活用し、海外への販路拡大を希望する道内食関連事業者の商品について、テスト販売を実施（再掲） ○道産食品の海外販路拡大及び現地消費者への浸透を図るため、商談会・フェアを開催するとともに、今後の展開に向け市場データを収集（再掲）
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	○道産食品輸出拡大会議において、輸出に関する課題解決に向けて、輸出に積極的に取り組む事業者を対象に意見交換を進めるほか、事業者向けに各支援機関による輸出関連事業等の情報を一元化し発信 ○北海道地域農林水産物等輸出促進協議会を活用した情報共有 ○「北海道国際ビジネスサポートデスク」での相談対応

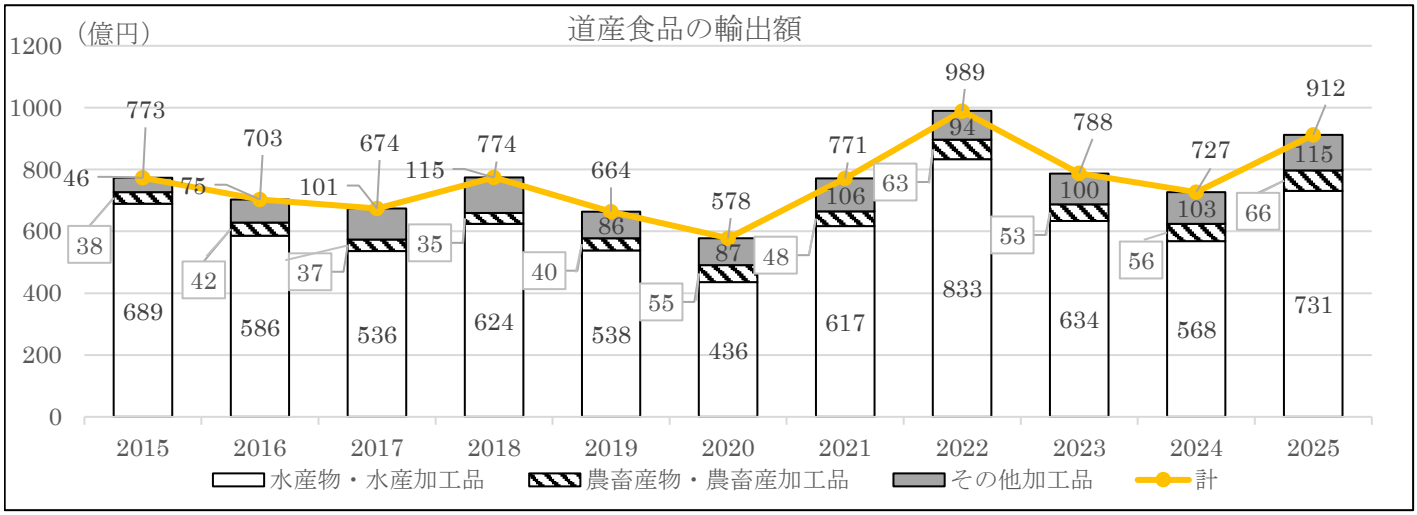
（５）輸出品目の拡大・高付加価値化の推進

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

項目	取組内容
新たな輸出品目発掘に向けた取組	○アジア圏で需要の高い二枚貝（カキ、ホッキ等）の輸出に取り組む事業者の機運醸成及び現地プロモーション ○巨大市場を抱えるアメリカへの道産ブリ製品の輸出商流構築に向け、加工品開発や販促キャンペーンを実施 ○海外量販店や飲食店における販促PR、現地ニーズに対応した製品開発、ネット通販など道産水産物の海外販路拡大に取り組む生産者団体へ支援 ○中国及び韓国のECサイトを活用したテスト販売を実施
どさんこプラザを活用したテスト販売	○シンガポール及びタイのどさんこプラザを活用し、海外への販路拡大を希望する道内食関連事業者の商品について、テスト販売を実施（再掲）
現地ニーズを捉えた商品開発	○海外量販店や飲食店における販促PR、現地ニーズに対応した製品開発、ネット通販など道産水産物の海外販路拡大に取り組む生産者団体へ支援（再掲）
品目に応じた効果的な商談会の実施	○ASEAN諸国のバイヤー等と商談を実施するなど、道産品の販路拡大・定着を支援 ○販路の維持・拡大、需要の拡大に向け、現地ニーズに合った戦略的なプロモーション活動を行うとともに、海外での商談会等を実施 ○道産食品の海外販路拡大及び現地消費者への浸透を図るため、商談会・フェアを開催するとともに、今後の展開に向け市場データを収集（再掲）
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	○販路の維持・拡大、需要の拡大に向け、現地ニーズに合った戦略的なプロモーション活動を行うとともに、海外での商談会等を実施（再

法の提案・伝達、プロモーションの推進	掲） ○北米地域の飲食店やイベント会場等において、水産エコラベル認証を取得した道産水産物のPRを実施（再掲） ○道内インバウンドに対し、飲食店等と連携し道産食品の喫食機会を提供、現地量販店等での販促プロモーションの実施（再掲）
酒と食とのペアリングなど新たな付加価値の創出	○高級飲食店と連携し、道産食材を使用した料理と、道産ワインとのペアリング体験を行うプロモーションを実施

【参考①：これまでの通年の道内港からの輸出額の推移】



【参考②：北海道食の輸出拡大戦略＜第Ⅲ期＞について】

（1）戦略の策定の趣旨など

我が国では、少子高齢化が他の国より速いペースで進行しており、国内の食市場は、今後、さらに縮小すると見込まれています。一方、世界に目を向けると、2030 年の食の市場規模は、1,360 兆円と見込まれており、2015 年の 890 兆円の 1.5 倍になると推計されています。特に、人口と 1 人当たりＧＤＰの伸びが大きいアジアでは、420 兆円から 800 兆円と 1.9 倍に増加すると予測されています。

こうした中、国では、「 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（以下、国の戦略）」 における、2030 年（令和 12 年） の５兆円の目標達成に向けて、2022 年（令和４年）10 月に「農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律（輸出促進法）」を改正し、2023 年 12 月には国の戦略を改訂するなど支援策の強化や輸出先の転換、多角化の推進を図っています。

また、2024 年（令和６年） ６月に「食料・農業・農村基本法」が改正され、食料安全保障の確保を基本理念の柱の一つとして、国内への食料の供給に加え、海外への輸出を図ることによる食料の供給能力を維持することが明記されたほか、農業者及び食品産業の事業者の収益性の向上に資するよう海外の需要に応じた農産物の輸出を促進するため、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を支援する体制の整備等を講ずることが規定されました。

道では、 2016 年（平成 28 年）に「北海道食の輸出拡大戦略」を、2019 年（平成 31 年）には、「北海道食の輸出拡大戦略＜第Ⅱ期＞」を策定し、生産者や事業者、支援機関等が連携しながら輸出拡大に向け取り組んできた結果、道産食品の輸出額は、2022 年に 1,768 億円となり、2023 年も第Ⅱ期の目標水準である 1,500 億円を超える見込みとなっています。この間、新型コロナウイルス感染症の感染拡大やロシアによるウクライナ侵略等による生産活動等の停滞や燃料・原材料価格の高騰、さらには、ＡＬＰＳ処理水の海洋放出をきっかけとした中国等による日本産水産物の輸入停止措置による影響など、国際情勢の大きな変化に直面しており、こうした海外展開上のリスクを踏まえることが必要であり、特に、水産物の輸入停止措置については、2024 年９月に、日中両政府が、ＩＡＥＡの枠組みの下、モニタリングを拡充することなどの項目について認識を共有するに至り、引き続き動向を注視していく必要があります。

一方、水産物輸入停止により、国内の関係者は大きな影響を受けましたが、水産物の国内消費の拡大や新型コロナウイルス感染症５類移行後のインバウンドの回復など、輸出促進にあたり、国内動向を見定めることも必要です。

今後、こうした動きを踏まえ、国内への食料の供給能力の維持といった食料安全保障の観点も踏まえるとともに、新興国の経済成長に伴う購買力の増加や、本道の食に対する関心の高まりといった好機を確実に捉え、道内各地の地域資源を活用した道産食品の一層の付加価値向上などにより、旺盛な海外需要を積極的に取り込むことは、地域経済を活性化する上で、ますます重要となっています。

このため、道では、輸出を取り巻く環境の変化や輸出実績・課題、また、「北海道グローバル戦略」の展開方向を踏まえ、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、北海道ブランドの浸透や市場の拡大に弾みをつけ、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ため、新たな戦略を策定するものです。

（２）目標水準

目標水準：道産食品輸出額	1,650 億円

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ためのモニタリング指標

○新たに輸出に取り組む事業者数及び商品数

（３）推進期間

令和６年（2024 年）から令和１０年（2028 年）までの５年間

（４）基本戦略

特定の品目に偏らず、リスク分散に対応した戦略とするため、品目の拡大と拡大していく手立てとなる付加価値の高い商品づくりを進めていくことを新たな柱として追加し、道産食品の輸出拡大を推進します。

Ⅰ 生産の安定化 食料安全保障の観点を踏まえた、生産基盤の維持･強化と高品質な一次産品の安定供給
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
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
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
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

（５）主要品目

品目の拡大に向けた取組を推進するため、次の品目を主要品目として設定しています。

●農畜産物・農畜産加工品（日本酒を含む）

米、日本酒、青果物、牛肉、牛乳・乳製品

●水産物・水産加工品

ホタテガイ、サケ・マス、ブリ、カレイ類

●その他加工食品

菓子類、機能性食品、アルコール飲料

（６）道産食品輸出額の把握

・道内港からの道産食品輸出額については、毎月発表の財務省の貿易統計（函館税関分）を基に取りまとめます。

・道外港からの道産食品輸出額については、貿易統計がないことから、各種データや企業・業界団体からの聞き取り調査等を基に、推計値として翌年に取りまとめます。

※億円単位については、小数点第二位で四捨五入しています。

※数値は端数処理の関係で合計などが一致しない場合があります。