

北海道食の輸出拡大戦略～第Ⅱ期～の策定に向けた考え方

平成 30 年 8 月
経済部食関連産業室

1. 戦略の見直しに向けて

<北海道を巡る環境>

- ・我が国の人口減少及び高齢化が進行。
- ・道内においては、全国を上回るスピードで人口が減少するとともに、高齢化も進行。

<現戦略策定後の環境の変化>

- ・TPP 11 の大筋合意や日EU・EPA の妥結により、国際環境に変化。
- ・訪日外国人の来道者数が年々増加（H25：115万人 → H28：230万人）。
- ・本道の精米工場が中国政府の指定を受けることにより、道産米の輸出促進が期待。
- ・北海道がワインの産地として認められる地理的表示保護制度の指定を受ける（H30.6）。

<戦略の見直しの趣旨>

現行の輸出拡大戦略の推進期間が平成30年までとなっている中、輸出を取り巻く環境の変化を踏まえ、現行戦略の見直しを行うことにより、道産食品の魅力を活かし、新たな市場の開拓に向けた取り組みに弾みをつけ、道内食関連産業の持続的な発展を図る。

2. 戦略検討にあたっての方向性(案)

(1) 基本的な考え方

国が策定した「農林水産業の輸出競争力強化戦略（平成28年5月）」や道が策定した「北海道グローバル戦略（平成29年12月）」などを参考に、業界や食品製造業者との意見交換や道議会での議論等を踏まえ、既存戦略の見直しを行う。

(2) 戦略の要旨

① 基本戦略

これまでの輸出拡大に向けた取組を踏まえ、海外への物流体制の構築や輸出支援体制の整備、新たな市場開拓に向けた支援を継続するほか、本道の魅力ある農林水産資源を活用し、地域から海外市場の開拓に向け果敢に挑戦できる人材の育成を戦略の柱に加え、さらなる輸出の拡大を目指す。

現行戦略	新戦略
ア) 商流・物流網の整備	ア) 生産の安定化・輸出品目の拡大
イ) 輸出支援体制の確立	イ) 商流・物流網の整備
ウ) 新たな市場への展開	ウ) 北海道ブランドの浸透・市場の拡大
	エ) 人材育成・輸出支援体制の強化

② 計画期間：2019年（平成31年）～2023年（平成35年）

③ 目標水準：道産食品の輸出額 現行：1,000億円 ⇒ 見直し後：1,500億円
（道内港） （道内港＋道外港）

④ 推進体制等

- ・推進体制～庁内、民間、関係機関等の連携により、戦略の内容を検証
- ・推進管理～品目別、国別、道外港・道内港別などのカテゴリーによる推進状況を定期的に確認
- ・戦略内容～輸出環境の変化に柔軟に対応するため、戦略の展開方向等についてローリングを行いながら、道産食品の一層の輸出拡大を目指す。