

北海道食の輸出拡大戦略推進状況報告書

平成 29 年輸出実績／平成 29 年度取組状況

平成 30 年 4 月
北 海 道

1. 輸出実績

平成 29 年の道産食品の輸出額は 674.5 億円、前年比 3.9% 減となった。

(1) 水産物・水産加工品

主力のホタテガイについては、平成 26 年度の大型低気圧などに伴う減産の影響が続き 60.4 億円減（16% 減）、また、サケ・マス類についても、秋サケの水揚げ不振に伴い 12.3 億円減（21% 減）となった。一方、ナマコやヒラメ・カレイ類など増加した魚種もあり、トータルでは前年比 49.3 億円減（8% 減）となった。

(2) 農畜産物・農畜産加工品

ミルク・クリーム等の 1.6 億円増（22% 増）など拡大傾向にある品目はあるものの、主力のながいもについては、平成 28 年産の生産量が台風等の影響で減少となり 3.1 億円減（17% 減）、また、たまねぎについては、平成 28 年産の国内市場における需要が大きかったことから、輸出量が減少したため 4.7 億円減（53% 減）となったことなどにより、トータルで前年比 4.8 億円減（12% 減）となった。

(3) その他加工食品

企業の設備投資による輸出向け商品の増産や企業の海外展開などにより、菓子類は 25.9 億円増（47% 増）、麺類は 0.3 億円増（24% 増）と大きく伸びるとともに、水及び清涼飲料水が 0.9 億円増（72% 増）となったことなどにより、トータルでも前年比 26.5 億円増（35% 増）となった。

【品目別】

項目	H 2 8			H 2 9			H 2 9 年 対前年増減額（前年比）	
	年間	上期	下期	年間	上期	下期		主な増減品目の輸出額（前年増減額）
水産物 水産加工品	億円 585.7	億円 224.9	億円 360.8	億円 536.4	億円 240.1	億円 296.3	△49.3 億円 (92%)	ホタテガイ 326.4 億円 (△60.4 億円) ナマコ 113.7 億円 (+11.6 億円) その他 96.3 億円 (△0.5 億円)
農畜産物 農畜産加工品	億円 41.5	億円 21.0	億円 20.6	億円 36.7	億円 14.2	億円 22.5	△4.8 億円 (88%)	ながいも 15.2 億円 (△3.1 億円) たまねぎ 4.1 億円 (△4.7 億円) ミルク・クリーム 8.8 億円 (+1.6 億円)
その他 加工食品	億円 74.8	億円 31.0	億円 43.8	億円 101.4	億円 38.9	億円 62.5	+26.5 億円 (135%)	菓子類 80.7 億円 (+25.9 億円) 水・清涼飲料水 2.1 億円 (+0.9 億円) 麺類 1.5 億円 (+0.3 億円)
合 計	億円 702.1	億円 276.9	億円 425.2	億円 674.5	億円 293.1	億円 381.4	△27.6 億円 (96%)	

※ 「増減率」は千円単位で計算。端数処理の関係で合計が一致しない場合がある。

【主な地域別】

項目	H 2 8			H 2 9			H 2 9 年 対前年増減額（前年比）	
	年間	上期	下期	年間	上期	下期		主な増減品目輸出額（前年増減額）
A S E A N	億円 86.6	億円 38.9	億円 47.7	億円 80.4	億円 34.3	億円 46.1	△6.1 億円 (93%)	ホタテガイ 10.5 億円 (△8.3 億円) 菓子類 18.6 億円 (+4.2 億円)
中国、台湾 香港、韓国	億円 520.1	億円 200.0	億円 320.1	億円 508.3	億円 236.3	億円 272.0	△11.8 億円 (98%)	ホタテガイ 224.6 億円 (△46.8 億円) 菓子類 58.1 億円 (+22.0 億円)
ロシア	億円 3.8	億円 2.3	億円 1.5	億円 5.5	億円 2.7	億円 2.8	+1.7 億円 (146%)	サンマ 2.6 億円 (+1.6 億円) 菓子類 0.8 億円 (+0.1 億円)
欧米 (除ロシア)	億円 87.2	億円 33.9	億円 53.1	億円 77.8	億円 18.7	億円 59.1	△9.4 億円 (89%)	ホタテガイ 63.9 億円 (△9.4 億円) ながいも 6.1 億円 (△0.9 億円)
中東	億円 0.6	億円 0.4	億円 0.2	億円 0.5	億円 0.3	億円 0.2	△0.1 億円 (87%)	牛肉 0.3 億円 (+0.3 億円) 菓子類 0.2 億円 (△0.3 億円)

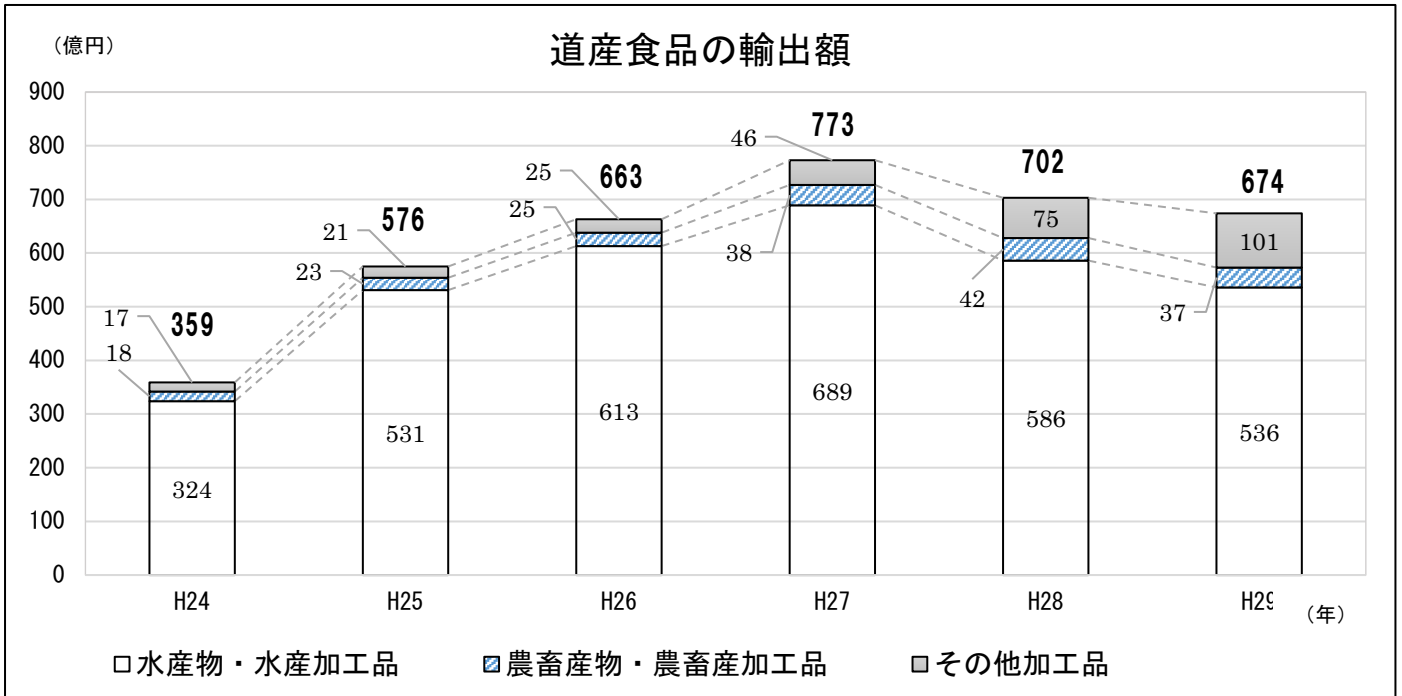
※ 「増減率」は千円単位で計算。端数処理の関係で合計が一致しない場合がある。

【参考：ホタテガイの生産状況等】

平成29年の生産については、全体で276,000トン（前年同期比6.6%減）と大型低気圧などに伴う減産の影響が続いているが、今期は生産の回復が見込まれる。

〔H29生産量：北海道水産現勢（速報値：平成30年1月末時点）〕

【輸出額の推移】



平成26年度冬の大型低気圧及び平成28年の台風等自然災害などによるホタテガイの減産の影響等により、平成29年は前年より3.9%の減少となったが、ここ5年間で輸出額はほぼ倍増。

2. 道内の動き

(1) 輸出施設の整備

- 対米・EU輸出水産食品取扱施設（対米・EU-HACCP導入施設）
 - ・新たに8か所認定（対米7施設、対EU1施設）
- と畜場
 - ・平成29年9月に台湾向け牛肉の輸出食肉取扱施設が認定（4施設）
 - ・米国向け牛肉の輸出食肉取扱施設の認定に向けて米国基準に適合した体制等の整備中

【主な認定等】

対米・EU輸出水産食品取扱施設認定	H27年末現在 80施設 → H28年末現在 82施設 → H29年末現在 90施設
台湾向けりんご選果こん包施設登録	H27年末現在 0施設 → H28年末現在 2施設 → H29年末現在 1施設
牛肉の輸出食肉取扱施設認定	H27年末現在 5か国 → H28年末現在 6か国 → H29年末現在 7か国

(2) 企業等の状況

海外向けの商談会の参加企業数や産地証明書の発行枚数が増加しており、輸出に取り組む企業の裾野が拡大。

海外向け商談会参加企業数（のべ）	H27年度 353社 → H28年度 512社 → H29年度 474社
中国・韓国向け輸出証明書の発行枚数（農産物、加工食品）	H27年度 3,900件 → H28年度 4,700件 → H29年度 8,700件

※平成29年度は、平成30年2月末現在。

(3) 物流拠点の整備

- 苫小牧東港に大型冷凍冷蔵倉庫を整備
運送・倉庫業の第三セクターが苫小牧東港地区の国際コンテナターミナルの隣接地に、道内初の加工食品関連の輸出拠点として大型冷凍冷蔵倉庫を整備予定。平成30年7月に着工、平成31年に稼働予定。
- S I A C Tの貨物上屋の増設
札幌国際エアカーゴターミナル株式会社(S I A C T)では、貨物の受入能力の拡大に向け、上屋の増設を決定、平成29年11月に着工し、平成30年に供用開始予定。
- 新千歳空港で国際貨物機の常時受入れの体制が整備
札幌国際エアカーゴターミナル株式会社(S I A C T)では、国際貨物機専用の荷物積み降ろしに必要な大型リフト車のメインデッキローダーや技術者を確保し、国際貨物を常時受入れられる体制を整備。

(4) 積極的な海外展開(事例)

- マレーシアでサンマ、サバ加工品など物産展で活況
釧路、根室両商工会議所が平成29年9月に、経済成長が著しく魚文化が根付いているマレーシアにおいて物産展を開催。サンマやサバの加工品などが好評を博すなど、今後の新たな市場となることが期待される。
- 台湾向け日本産牛肉の輸出が解禁
台湾ではBSEが発生した平成13年以来、日本産牛肉の輸入を停止していたが、平成29年9月に解禁。道内4施設が牛肉輸出施設として台湾政府当局の認定を受けた。
- ^{グロ}^ー^バ^ル G L O B A L G . A . P . 取得が功を奏しオランダへタマネギを輸出
G L O B A L G . A . P . の団体認証を取得している農産物の販売業者が、輸入先について、G L O B A L G . A . P . の取得業者を優先して選定しているオランダの業者へタマネギの輸出を実現。
- 地域の協議会がロシアへたまねぎを輸出
北見の関係機関で構成する北見産農産物輸出促進協議会が、昨年の試験輸出に引き続き、今年度ロシア極東地域へたまねぎを輸出。Sサイズの出荷が相手国のニーズに合致し、好調な売れ行き。
- 道総研が米菓の新製法を開発し、輸出拡大に励み
道総研食品加工研究センターは、油に代わり米由来の食材だけを使用する味付け米菓の新製法を開発。賞味期限を2倍に延ばせる効果があり、シンガポールやタイなどへの輸出が実現。
- 道産食材の和食店がドバイに開業へ
ドバイにおいて、北海道経済産業局がラーメンを提供するフェアを初開催し、本場の味が高く評価され、道産食材の魅力が伝わったことがきっかけで、道産食材を扱う日本食レストランが平成30年に開店することに繋がった。道産食材は道内貿易商社を通じ取り寄せる。
- 道内から農林水産省表彰受賞事業者2社
平成30年2月に行われた農林水産省主催の平成29年度輸出に取り組む優良事業者表彰において、道内より米・日本酒輸出事業者と製麺事業者の2社が受賞。
- 道内地域商社がロシアの郵便局に道産食品を輸出
道内の地域商社がロシアの国営郵便と提携し、極東やシベリアを皮切りに、郵便局内の小売りコーナーで道産食品をはじめとした日本製品の販売が決まり、平成30年3月から輸出を開始。
- 道内和菓子工場がマレーシア機関からハラール認証を取得
道内の和菓子製造業者が、インバウンドの需要を取り込むため、マレーシアのハラール認証機関であるJ A K I M (ジャキム) からハラール認証を受け、平成30年3月から認証品の生産を本格的に開始。

3. 平成29年度の主な取組

(1) 一次製品の安定生産と輸出体制づくり

地域や生産者団体、関係機関との連携により、農水産品の生産の回復と安定や、輸出体制を整備するとともに、生産状況・市場ニーズを踏まえた販路開拓に向けた取組などを進め、輸出の拡大を図ってきたところ。

項目	取組内容	評価
ホタテガイの生産の早期回復と安定化		
オホーツク海域： 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	○波浪に強い漁場づくりに向けて、波浪の観測データや底質、水深等の調査結果をもとに、漁場のハザードマップを水産試験場で作成等 (地域づくり総合交付金事業)	〈成果〉 ○ハザードマップの作成、養殖技術の改良など に向けて作業継続中 〈課題〉 ○ホタテガイの早期の生産回復と安定に向けて 取組の継続が必要
噴火湾海域： 密度管理や適期作業な どの養殖技術の改良・ 普及	○斃死の抑制に向けて、稚貝の育成から生産・出荷までの密度管理等の指導強化や、養殖技術の改良について試験・研究を実施 (革新的技術開発・緊急展開事業)	
牛肉やホタテガイなどの輸出向け施設の整備等の支援		
相手国の輸出要件への 対応	○米国向け牛肉の食肉検査業務体制を整備し、輸出施設の認定に向けた支援 ○台湾向け牛肉輸出希望施設への支援 ○対米・EU-HACCPの導入支援のため、全道2カ所において事業者向け講習会を開催 (道産水産物輸出市場対策事業) ○EU又は米国向け水産食品取扱施設の認定に向けた支援	〈成果〉 ○米国向け牛肉の輸出取扱施設については平成30年上半年に認定申請を予定 ○台湾向け牛肉輸出取扱施設に4施設が認定 ○対米・EU-HACCPを導入した対米輸出水産食品取扱施設に7施設、対EU輸出水産食品取扱施設に1施設が認定 〈課題〉 ○輸出認定に向けた事業者の取組に対する継続的な支援が必要
食産業の国際競争力強化		
フード特区による一次 産業と企業との連携促 進プロジェクト	○一次産業と企業との連携による新たな切り口のプロジェクトを創出するため、フード特区指定自治体や産業支援機関、道内外の企業等への訪問や相談対応によりニーズを把握 (食産業競争力強化促進事業) ○上記連携ニーズについて、連携パートナーとのマッチング支援及び当該プロジェクトの推進に向けた協議会の立ち上げ支援 (食産業競争力強化促進事業)	〈成果〉 ○連携ニーズの掘り起こし及びニーズに基づく連携パートナーとのマッチング ○連携プロジェクトに係る協議会の立ち上げ支援及び社会実装に向けたロードマップの作成 〈課題〉 ○連携プロジェクトがビジネスとして自走するための継続的な支援が必要
輸出先国、輸出品目の拡大		
現地ニーズを踏まえた 製品開発やPR	○東南アジアなどを対象に、ブリやサバ、イワシの生鮮品、秋サケの高次加工品のPR販売などを継続するとともに、鮮魚介類の輸出拡大に向けて試験輸出等を実施 (道産水産物販路拡大推進事業) ○台湾において道産品のテスト販売機能を持つ専門ショップ「北海道チャレンジショップ」をオープン、北海道ブランドの発信拠点として活用 ○コメ(日本酒を含む)、青果物、牛肉について、品目ごとのプロモーション活動を実施 (道産農畜産物輸出拡大戦略プロモート事業) ○道の駅に対する販売研修等によるインバウンドへのPR力の強化 (新幹線開業効果に係る外国人旅行者向け地域の食の魅力発信事業) ○台湾における道産食品の一層の需要喚起及び	〈成果〉 ○新たな輸出品目として、現地における認知度の向上が図られるとともに、新規需要の掘り起こしにも寄与 ○テストマーケティングによる輸出商品の裾野拡大 ○北海道ブランドの認知度向上や現地バイヤー等とのネットワークが構築 ○道産食品のテスト販売結果のフィードバックによる製品開発、改良に対する支援 ○外国人の嗜好に係るセミナーの実施による対応力の強化や、自国への持ち込み可否を判断できるアイテムの作成による購買意欲の向上 〈課題〉 ○各品目の普及・定着に向けて取組の継続が必要 ○一過性ではなく、継続販売のニーズに応える

	輸出の拡大を図るため北海道フェアを実施 (道産食品販路拡大推進事業)	商品の発掘や磨き上げが必要 ○安定した取引の実現に向け継続的なプロモーション活動が必要 ○どさんこプラザのノウハウとネットワークを効果的に活用した販路拡大の取組が重要 ○引き続き、外国人ニーズを踏まえた商品の発掘、磨き上げの強化が重要
輸出先国における継続的な売場の設置	○台湾に道産農畜産物等の継続的な売場を設置 (道産農畜産物輸出拡大戦略プロモート事業) ○シンガポールのどさんこプラザにおけるテスト販売を通じた企業等のマーケティング支援 (海外アンテナショップ活用による道産食品販路拡大事業費)	

(2) 輸出に取り組む事業者等の裾野の拡大と輸出品目の多様化

海外拠点やフード特区、どさんこプラザなどのネットワークの活用などにより、輸出に取り組む企業の裾野の拡大や輸出向け商品の掘り起こしを図ってきた。

項目	取組内容	評価
企業等の海外展開の円滑化		
海外拠点を活用した情報収集	○北海道ASEAN事務所や、上海、サハリン、ソウルの海外事務所のほか、道の海外への派遣職員や金融機関等とのネットワークにより、海外市場情報の収集・提供や現地での取組支援等を実施 (道の海外拠点事務所運営事業) ○シンガポールのどさんこプラザにおけるテスト販売を通じた企業等のマーケティング支援 (海外アンテナショップ活用による道産食品販路拡大事業)【再掲】 ○タイ・シンガポールの物流・商流網情報提供や最新ビジネス情報収集、現地における輸出入業務サポート等各種支援を実施 (道産食品販路拡大推進事業)	〈成果〉 ○販路開拓に向けた現地ネットワークの拡大 ○輸出事業サポート等の支援や現地の最新情報等を事業者へ提供することで、スムーズな輸出を実施 ○テスト販売を通じて、現地ニーズ等の情報を企業等にフィードバック ○海外展開を図る道内企業の裾野拡大 〈課題〉 ○現地ニーズを踏まえた商品の一層の発掘・磨き上げが重要 ○現地の各種情報の発信方法や活用方法の拡大 ○より一層の普及啓発
フード特区やジェトロのアドバイザー等を活用した支援	○東南アジアや東アジア、北米・EUの物流・商流網情報提供や最新のビジネス情報収集、輸出入業務サポート等各種支援を実施 (道産食品販路拡大推進事業) ○ジェトロや北海道国際ビジネスセンターのアドバイザーによる貿易投資相談の実施	
海外展開に取り組む事業者の拡大		
地域、輸出先等に応じた輸出チームづくり	○市町村・生産者・企業など地域の関係者が一体となった海外展開の取組を支援 (地域発海外展開プロジェクト発掘推進事業)	〈成果〉 ○道内各地域において、輸出に挑戦する機運が醸成 〈課題〉 ○海外ニーズを捉えた商品の一層の発掘・磨き上げが重要
輸出品目の多様化		
鮮度保持や賞味期限延長など公設試と連携した技術の開発普及	○UAEヘスラリーアイスを活用した鮮魚の輸送を実施 (新規市場食需要開拓推進事業)	〈成果〉 ○輸送時の温度上昇はなく、遠距離でもスラリーアイスを活用した鮮魚の輸送が可能と判明 ○どさんこプラザのテスト販売を通じた輸出品目が一定程度拡大 〈課題〉 ○継続取引の実現に向け現地ニーズを踏まえた商品の発掘、磨き上げ機能の強化が重要 ○鮮魚輸送は、道外市場等との価格競争を見据え、輸送コストの削減や北海道ブランドの更なる向上が必要
どさんこプラザを活用したテストマーケティングや定番化支援	○シンガポールのどさんこプラザにおけるテスト販売を通じた企業等のマーケティング支援 (海外アンテナショップ活用による道産食品販路拡大事業)【再掲】	

(3) 効率的な物流網の構築及びこれと一体となった販路開拓

航空路線や鮮度保持技術などを活用した効率的な物流ルート構築などに向けた取組を進めてきた。

項目	取組内容	評価
道内と海外を結ぶコールドチェーンの構築		
航空路線を活用した販路開拓	<ul style="list-style-type: none"> ○LCC（スクート）を活用した青果物のテスト輸出を実施 （道産農畜産物輸出拡大戦略プロモート事業） ○UAEヘスラリーアイスを活用した鮮魚の輸送を実施 （新規市場食需要開拓推進事業）【再掲】 	<p>〈成果〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ○高鮮度青果物のシンガポール向けの販路開拓が促進 ○輸送時の温度上昇はなく、遠距離でもスラリーアイスを活用した鮮魚の輸送が可能と判明 <p>〈課題〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ○安定した取引の実現に向け継続的なプロモーション活動が必要 ○鮮魚輸送は、道外市場等との価格競争を見据え、輸送コストの削減や北海道ブランドの更なる向上が必要
効率的な輸送体制づくり		
民間企業等との連携による混載輸送や物流の共同化	<ul style="list-style-type: none"> ○OSIACTにおける航空便を利用した鮮度保持物流と連携し、シンガポールにおいて食材と料理メニューのセット提案による高級飲食店向け販路開拓を実施 （海外アンテナショップ活用による道産食品販路拡大事業費） ○民間企業等との連携による既存の輸出ルート等を活用した小口貨物の混載輸送の実践・検証 （道産食品輸出拡大に向けた小口貨物混載輸送検討事業） 	<p>〈成果〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ○既に輸出されている大口貨物のルートに複数荷主の貨物を混載して輸送 ○シンガポールでの商談会に参加する企業等の食材を共同輸送 <p>〈課題〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ○通年での安定的な輸送体制構築に向けた連携企業の拡大 ○効率的な物流ルートの構築に向け、販路開拓と一体となった取組の更なる加速が必要
商流と物流が一体となった販路開拓		
航空路線を活用した飲食店向けの販路開拓	<ul style="list-style-type: none"> ○OSIACTにおける航空便を利用した鮮度保持物流と連携し、シンガポールにおいて食材と料理メニューのセット提案による高級飲食店向け販路開拓を実施 （海外アンテナショップ活用による道産食品販路拡大事業費）【再掲】 	<p>〈成果〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ○シンガポールの飲食店向けの販路開拓を通じ、直行航空路線の活用が促進 <p>〈課題〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ○効率的な物流ルートの構築に向け、販路開拓と一体となった取組の更なる加速が必要
継続的・安定的な販路の拡大		
道や金融機関の海外事務所やどさんこプラザなどを活用した情報収集と取引実現に向けた支援	<ul style="list-style-type: none"> ○北海道ASEAN事務所や、上海、サハリン、ソウルの海外事務所のほか、道の海外への派遣職員や金融機関等とのネットワークにより、海外市場情報の収集・提供や現地での取組支援等を実施 （道の海外拠点事務所運営事業）【再掲】 ○シンガポールのどさんこプラザにおけるテスト販売を通じた企業等のマーケティング支援 （海外アンテナショップ活用による道産食品販路拡大事業）【再掲】 	<p>〈成果〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ○販路開拓に向けた現地ネットワークの拡大 ○テスト販売を通じて、現地ニーズ等の情報を企業等にフィードバック <p>〈課題〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ○現地ニーズを踏まえた商品の一層の発掘・磨き上げが重要

(4) 北海道ブランドの効果的な浸透

海外アンテナショップを活用した情報発信や来道外国人向けの魅力発信に関する取組などを通じ、道産食品の認知度向上とブランドの浸透を図ってきた。

項目	取組内容	評価
地域産品の認知度向上・ブランド構築		
来道外国人を通じた地域産品の海外発信	○道の駅に対する販売研修等によるインバウンドへのPR力の強化 (新幹線開業効果に係る外国人旅行者向け地域の食の魅力発信事業)【再掲】	〈成果〉 ○外国人の嗜好に係るセミナーの実施による対応力の強化や、自国への持ち込み可否を判断できるアイテムの作成による購買意欲の向上 〈課題〉 ○引き続き、外国人ニーズを踏まえた商品の発掘、磨き上げの強化が重要
食の北海道ブランドの浸透		
友好提携を活用した北海道の多様な魅力の発信	○米国ハワイ州との友好提携を契機とする交流気運の高まりを踏まえ、現地で北海道プロモーション(魅力発信プレゼンテーション、道産食材を活用した交流会、商談会等)を実施 (経済交流拡大推進事業)	〈成果〉 ○道産食品に対する評価の向上、今後の継続的なビジネス展開の機運醸成 ○新たな輸出品目として、現地における認知度の向上が図られるとともに、新規需要の掘り起こしにも寄与 〈課題〉 ○継続的な情報発信、裾野の拡大 ○各品目の普及・定着に向けて取組の継続が必要
新たな魚種を含めた多様な道産水産物の魅力のPR	○東南アジアなどを対象に、ブリやサバ、イワシの生鮮品、秋サケの高次加工品のPR販売などを継続するとともに、鮮魚介類の輸出拡大に向けて試験輸出等を実施 (道産水産物販路拡大推進事業)【再掲】	〈成果〉 ○道産食品に対する評価の向上、今後の継続的なビジネス展開の機運醸成 ○新たな輸出品目として、現地における認知度の向上が図られるとともに、新規需要の掘り起こしにも寄与 〈課題〉 ○継続的な情報発信、裾野の拡大 ○各品目の普及・定着に向けて取組の継続が必要
産業間の連携強化		
品目・地域横断による商談会、料理メニューの提案などによる農水産物・加工品の魅力発信	○道・ホクレン・ぎょれんの三者の連携により、バンコクにおいて、飲食店や量販店関係者を対象として道産農水産物のプロモーション活動を実施 (道産農水産物の「ブランド化」推進事業) ○シンガポールでの商談会において道内ゆかりの著名シェフにより、地域の食材を使った料理メニューを現地飲食店等向けに提案 (海外アンテナショップ活用による道産食品販路拡大事業) ○道産食品の輸出拡大を図るため、海外における現地商談会やプロモーションを実施 (新規市場食需要開拓推進事業、道産食品販路拡大推進事業)	〈成果〉 ○北海道ブランドの認知度向上や現地バイヤー等とのネットワークが構築 ○現地バイヤーへ道産食品の特徴や魅力を発信し、販路が拡大 〈課題〉 ○安定した取引の実現に向け継続的なプロモーション活動が必要 ○料理などの提案を含め、より多くの食材の魅力が浸透するよう引き続き、オール北海道の取組の加速が重要 ○継続取引の実現に向け現地ニーズを踏まえた商品の発掘、磨き上げが重要
新市場の開拓		
中東向けテスト輸出を通じたPRとノウハウ集積	○新規市場の需要開拓を図るため、イスラム圏への輸出に精通したアドバイザーの配置や商談会、プロモーションを実施	〈成果〉 ○現地バイヤーへ道産食品の特徴や魅力を発信し、販路が拡大 〈課題〉 ○継続取引の実現に向け現地ニーズを踏まえた商品の発掘、磨き上げが重要
ブランド保護		
ジェットロなどとの連携による知的財産保護	○農林水産知的財産保護コンソーシアム事業を活用した冒認出願や模倣品・産地偽装等に関するセミナーを開催し、被害にあわないための予防策と、被害にあってからの事後対策等についての情報を提供	〈成果〉 ○知的財産保護に対する道内企業の機運醸成 〈課題〉 ○継続的な普及啓発、シンボルマークの一層の普及拡大
道産食品輸出用シンボルマークの浸透	○周知用パンフレットにシンボルマーク使用企業の声を掲載、マーク使用のメリットをより効果的にPR	

4. 施策の展開方向

庁内関係部局はもとより産業横断の「オール北海道」体制によって以下のテーマを中心にした取組を加速するとともに、技術開発や雇用労働などの施策と連動し、本道の食の可能性を最大限に発揮する環境を整え、食産業の更なる振興に結び付けながら、平成30年を目標年としている道産食品の輸出目標達成に向けて取り組む。

- 1 一次製品の安定生産と輸出対応力の向上
 - ア ホタテガイの生産の早期回復と安定化（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、密度管理や適期作業などの養殖技術の改良・普及）
 - イ 輸出相手先から求められる規制等への対応（牛肉やホタテガイなどの輸出向け施設の整備等の支援、対米・EU-HACCPの導入やGAPなど国際的な規格や認証取得の促進、国やジェトロなどと連携した情報の提供など）
 - ウ 食産業の国際競争力強化（フード特区による企業と一次産業との連携促進プロジェクトなど）
 - 2 輸出に取り組む事業者等の裾野の拡大と輸出先国、輸出品目の多様化
 - ア 企業等の海外展開の円滑化（海外拠点を活用した情報収集、ジェトロやフード特区のアドバイザー等を活用した支援）
 - イ 海外展開に取り組む事業者の拡大（海外などにおける商談会の開催、どさんこプラザを活用したテストマーケティングなど）
 - ウ 輸出先国、輸出品目の拡大（現地ニーズを踏まえた製品開発やPR、輸出先国における常設売場の定着化など）
 - エ 輸出商品の多様化（鮮度保持や賞味期限延長など公設試と連携した技術の開発普及、どさんこプラザを活用したテストマーケティングや定番化支援、来道外国人の購入分析を通じた商品の磨き上げ）
 - 3 効率的な物流網の構築及びこれと一体となった販路開拓
 - ア 道内と海外を結ぶコールドチェーンの構築（航空路線を活用した販路開拓、空港・港湾における冷蔵・冷凍機能の強化など）
 - イ 効率的な輸送体制づくり（民間企業等との連携による混載輸送や物流の共同化など）
 - ウ 商流と物流が一体になった販路拡大（航空路線を活用した飲食店向けの販路開拓など）
 - エ 継続的・安定的な販路の拡大（道や金融機関の海外事務所やどさんこプラザなどを活用した情報収集と取引実現に向けた支援、道内支援機関の連携によるきめ細やかなハンズオン支援）
 - 4 北海道ブランドの効果的な浸透
 - ア 地域製品の認知度向上・ブランド構築（来道外国人を通じた地域製品の海外発信など）
 - イ 食の北海道ブランドの浸透（文化とともに北海道の食など多様な魅力の発信、新たな魚種を含めた多様な道産水産物の魅力のPRなど）
 - ウ 産業間の連携強化（品目・地域横断による商談会、料理メニューの提案などによる農水産物・加工品の魅力発信など）
 - エ 新市場の開拓（欧米などに向けた魅力発信や市場調査など）
 - オ ブランド保護（ジェトロなどとの連携による知的財産保護、道産食品輸出用シンボルマークの浸透など）
- ※ 連携・推進体制
- ア バンコクに海外2箇所目となるどさんこプラザを開設するなど、海外拠点の強化とそのノウハウやネットワークの効果的な活用
 - イ 道産食品輸出拡大戦略推進会議などの枠組を活用しオール北海道の連携を強化