

| | | | | | |
|----------------------|---|---|-----|---------|---------|
| 令和4年度 基本評価調書① | | 所管部局 | 経済部 | 所管課 | 食産業振興課 |
| 施策名 | 道産食品の輸出拡大 | | | 施策コード | 0513 |
| 政策体系(中項目) | 海外の成長力を取り込んだ経済の持続的発展 | | | 政策体系コード | 2(5)A |
| 関連重点戦略計画等 | 知事公約 創生総合戦略 | | | | 事務事業数 |
| | | | | | 5 |
| SDGs |  |  | | 総合判定 | 遅れている |
| 予算額(千円) | R 4 | 195,422 | R 3 | 188,354 | R 2 |
| | | | | | 203,633 |

| | | | | | |
|-----------|---|--------------|---|--|--|
| 施策目標 | 「生産の安定化・輸出品目の拡大」、「商流・物流網の整備」、「北海道ブランドの浸透・市場拡大」、「人材育成・輸出支援体制の強化」といった4つの基本戦略に沿った施策を品目別、国・地域別に展開し、旺盛な海外需要を積極的に取り込み、力強い経済の構築を進めていく。 | | | | |
| 現状と課題 | 一次産品の安定生産や輸出品目の多様化、輸送手段やコストの改善、付加価値の高い商品の開発促進、輸出に携わる人材の育成など | | | | |
| 前年度二次評価意見 | 生産安定化・輸出品目拡大、商流・物流網整備、北海道ブランドの浸透・市場拡大、人材育成・輸出支援体制強化という基本戦略に沿う施策を品目・国別に展開し海外需要を取り込み、力強い経済の構築を進めることは重要であり、取組の一層の推進や、食の輸出拡大戦略推進本部により連携し、道産食品の国際競争力強化の取組の一層の推進を検討すること。また、食の輸出拡大戦略推進本部により連携し、道産食品の国際競争力強化の取組の一層の推進を検討すること。 | 対応状況(R4.3時点) | 新型コロナウイルスの影響で海外渡航が難しい状況においても、オンライン商談会やEC活用促進というウイズコロナにおいても有効な施策を織り交ぜ、輸出に関する人材育成、海外アンテナショップのマーケティング支援機能の活用に取り組む等、道産食品輸出額増加に向けた取組を進める。また、食の輸出拡大戦略推進本部のメンバー間で情報共有を図る等、効果的な施策の推進に努める。 | | |

| | 今年度の取組 | 実績と成果 |
|------|--|--|
| 主な取組 | <ul style="list-style-type: none"> ・ホタテガイの販路拡大及び価格安定を図るため、EUへの輸出に必要な衛生管理基準をクリアできる体制整備 ・道の海外事務所を通じて、市場ニーズの把握から販路開拓など、企業等の活動を支援等 ・道内企業の輸出人材の育成と販路拡大の推進 ・海外アンテナショップの活用や支援機能の強化による道産食品のPR及び販路拡大を図る | <ul style="list-style-type: none"> ・ホタテガイ等の販路拡大等のための体制整備について、国への予算化を要望。 ・新型コロナウイルスの影響が長期化し、対面でのPRや商談会などの実施が困難な状況が続いていることを踏まえ、オンラインによる商談会・相談会やプロモーションなど、販路拡大事業を実施。 <ul style="list-style-type: none"> ○ 海外バイヤーとの商談会(オンライン含む) <ul style="list-style-type: none"> R元 1回開催(香港・台湾 他) R2 6回開催(香港・台湾 他) R3 8回開催(香港・台湾 他) ・R4.2には、新たに包括連携協定を締結した高島屋とサイアム高島屋(タイ・バンコク)で北海道フェアを開催した。 |

| | |
|------|--|
| 連携状況 | R4.2には、新たに包括連携協定を締結した高島屋とサイアム高島屋(タイ・バンコク)で北海道フェアを開催した。R4年度にも、R5.2の実施に向け現在協議を行っているところ。 また、道産農畜産物の輸出拡大を図るため、北海道・ホクレン・ぎょれん等で構成する「北海道農畜産物・水産物輸出推進協議会」や、関連する団体等と共催にて「道産食品輸出拡大会議」及び「輸出ネットワーク検討部会」などの会議にて、関係団体と連携し、情報の共有化や事業連携を促進。 |
|------|--|

| | |
|--------|--|
| 緊急性優先性 | 国内においては、人口減少により市場規模は縮小している一方、世界の食糧需要は増加や経済成長しており、2030年には1360兆円に増加する見込みであり、更なる輸出拡大に取り組む必要がある。また、輸出先国は、貿易や残留農薬等を理由とした輸入規制を設けており、輸出の障害となっていることから、規制の緩和に向けて国家間交渉をさらに推進いただく必要がある。 以上のことから、各国における輸入条件の緩和に向けた国家間交渉の推進や予算確保などの国への要望を実施している。 また、輸出に取り組む道内企業18社へ訪問・ヒアリングを実施し、輸出の状況等を聞き取り、課題に対する対応や重点品目の選定を検討するなどし、取組の効果的な推進を図った。 |
|--------|--|

| | | | | |
|---------------|-----|-----------|-------|------|
| 令和4年度 基本評価調書② | 施策名 | 道産食品の輸出拡大 | 施策コード | 0513 |
|---------------|-----|-----------|-------|------|

<成果指標の達成状況> ⇒ 3つ以外の指標は、補助指標調書に記載

| 指標名① | 増加 | 億円 | H30 | R元年度 | R2年度 | 最終目標(R5) | 達成率 | 指標判定 |
|-------------|----|-----|-------|-------|-------|----------|-------|------|
| 道産食品輸出額（暦年） | | 目標値 | 1,500 | 1,500 | 1,500 | 1,500 | 61.8% | D |
| | | 実績値 | 1,182 | 1,043 | 927 | | | |

設定理由 道から道内港を通じ直接海外へ輸出された道産食品の通関額及び道外港を通じ海外へ輸出された道産食品の通関額の推計。

分析（主な取組と成果）

令和2年度の道産食品輸出額は927億円（前年比11.1%減）となった。主な要因としては、新型コロナウイルス感染症拡大の影響による外食需要の減少に伴い、輸出単価が低下し、主要輸出先である中国への輸出額が減少したことが挙げられる。

| 指標名② | | | R2年度 | R3年度 | R4年度 | 最終目標() | 達成率 | 指標判定 |
|------|--|-----|------|------|------|--------|-----|------|
| | | 目標値 | | | | | - | - |
| | | 実績値 | | | | | | |

設定理由

分析（主な取組と成果）

| 指標名③ | | | R2年度 | R3年度 | R4年度 | 最終目標() | 達成率 | 指標判定 |
|------|--|-----|------|------|------|--------|-----|------|
| | | 目標値 | | | | | - | - |
| | | 実績値 | | | | | | |

設定理由

分析（主な取組と成果）

【総合判定】

| | | | | | | | |
|------|---|------------|---|------|---|------|-------|
| 連携状況 | ○ | 緊急性 優先性 | ○ | 指標判定 | D | 総合判定 | 遅れている |
|------|---|------------|---|------|---|------|-------|

| | 対応方針番号 | 内容 |
|-----------------|--------|--|
| 翌年度に向けた 対応方針 | ① | 道産食品輸出額の増加を図るためには、それぞれの対象国や輸出品目におけるマーケットインの視点が必要であることから、食の輸出拡大戦略推進本部にて連携し、海外現地企業の協力を得ながら、北海道のブランド力を高める情報発信や、商談会を中心としたプロモーション、ECサイトを活用した販売支援を一層強化することにより、新規商流の確立を目指す。 |
| | ② | |
| | ③ | |

| | | | | |
|---------------|-----|-----------|-------|------|
| 令和4年度 基本評価調書③ | 施策名 | 道産食品の輸出拡大 | 施策コード | 0513 |
|---------------|-----|-----------|-------|------|

〈二次政策評価〉

| | |
|--------------------|--|
| R4年度 二次政策 評価 | <p>【施策目標の達成状況】</p> <p>総合計画に掲げる、アジアなど海外への北海道産食品の輸出拡大のため、付加価値の高い商品の開発促進が重要であり、総合計画の政策目標の実現に向け、取組の一層の推進を検討すること。</p> |
|--------------------|--|

| | | | |
|--------------------|---|---|---------------------|
| 二次政策 評価への 対応 | <p>道産食品輸出企業海外進出促進事業及び海外アンテナショップの支援強化による道産食品販路拡大事業、食の海外販路拡大事業において実施する、海外市場動向や消費者ニーズを学ぶ講座や海外アンテナショップ等でのテスト販売、北のハイグレード食品選定商品など道施策商品の海外百貨店へのブース出展等を通じて、道内食関連事業者の付加価値の高い商品開発及びブランド化を支援する。また、庁内の食の輸出拡大戦略推進本部の構成メンバー間で積極的に情報共有を図るなど、効果的な施策の推進に努める。</p> | | |
| R5 施策の 方向性 | 対応方針番号 | 方向性 | 関連する事務事業 (新規・拡充) |
| | ① | 海外アンテナショップを拠点として、テスト販売やフェア、商談会等を行うほか、包括連携協定を締結している高島屋グループと連携してPRを実施し、販路拡大を図る。また、道内事業者における輸出人材育成を図ることで新規商流の構築を促す。なお、実施に当たっては、庁内の食の輸出拡大戦略本部構成メンバー間で積極的に情報共有を図る。 | 新規： ・食の海外販路拡大事業費 |
| | ② | | |
| | ③ | | |
| R5新規事業数 | 1 | | |

| | | | | |
|----------------|-----|-----------|-------|------|
| 令和4年度 事務事業評価調書 | 施策名 | 道産食品の輸出拡大 | 施策コード | 0513 |
|----------------|-----|-----------|-------|------|

| 整理番号 | 重複施策 | 経費区分 | 事務事業名 | 事務事業概要 | 課・局 室名 | 令和4年度 | | | | | 令和4年度 | | | ACTION 結果への対応(令和5年度) | | | |
|------|------|------|--|--|-----------|-----------------|---------|---------|--------|------|-------|-----------|--------|----------------------|--|--------|--|
| | | | | | | 前年度からの繰越事業費(千円) | 事業費(千円) | うち一般財源 | 執行体制 | | | フルコスト(千円) | 一次政策評価 | | 二次政策評価意見 | 次年度方向性 | 二次評価意見への対応状況 |
| | | | | | | | | | 本庁 | 出先機関 | 人工計 | | 対応方針番号 | 方向性 | | | |
| 0120 | 0507 | 一般 | 地域絶品・食のデジタルマーケティング人材育成事業費(創生交付金/臨時交付金) | 北海道ブランドの磨き上げを図るため、消費ニーズを読み取り、新たなDX時代に対応した地域の絶品を生み出し、食関連産業を牽引する人材を育成する。 | 食産業振興課 | | 19,029 | 8,208 | 1.0 | | 1.0 | 26,813 | | | | | |
| 0122 | 0507 | 一般 | 道産ワイン高度人材確保事業(創生交付金) | 北海道ブランドの磨き上げを図るため、道産食材を活用した加工食品を審査・認定し、発信する。 | 食産業振興課 | | 84,585 | 44,249 | 2.0 | | 2.0 | 100,153 | | | | | |
| 0136 | | 事務 | 食の輸出拡大戦略に係る推進管理事務 | 戦略の推進管理や関係機関等との連携体制の運営などの業務。 | 食産業振興課 | | 0 | 0 | 0.5 | | 0.5 | 3,892 | ① | 改善(指標分析) | 【施策目標の達成状況・事務事業の有効性】 ※基本評価調書③<二次政策評価>参照 | 改善 | 道産食品輸出企業海外進出促進事業及び海外アンテナショップの支援強化による道産食品販路拡大事業、食の海外販路拡大事業において実施する、海外市場動向や消費者ニーズを学ぶ講座や海外アンテナショップ等でのテスト販売、北のハイグレード食品選定商品など道産商品の海外百貨店へのブース出展等を通じて、道内食関連事業者の付加価値の高い商品開発及びブランド化を支援する。 |
| 0137 | | 一般 | 道産食品輸出企業海外進出促進事業費(創生交付金) | 新たな北海道食の輸出拡大戦略の取組内容に基づき、日本食の認知度が高く、日本からの農林水産物輸出額も多い、香港・台湾において北海道ブランドの浸透と道産食品の販路拡大の促進を図る。 | 食産業振興課 | | 35,115 | 18,223 | 0.4 | | 0.4 | 38,229 | ① | 改善(指標分析) | 【施策目標の達成状況・事務事業の有効性】 ※基本評価調書③<二次政策評価>参照 | 改善 | また、庁内の食の輸出拡大戦略推進本部の構成メンバー間で積極的に情報共有を図るなど、効果的な施策の推進に努める。 |
| 0138 | | 一般 | 海外アンテナショップの支援強化による道産食品販路拡大事業(創生交付金) | 海外アンテナショップを活用し、テスト販売の充実や支援機能の強化など、道産食品のPRを実施し、海外における販路拡大を図る。 | 食産業振興課 | | 56,693 | 28,858 | 0.1 | | 0.1 | 57,471 | ① | 改善(指標分析) | 【施策目標の達成状況・事務事業の有効性】 ※基本評価調書③<二次政策評価>参照 | 改善 | |
| 計 | | | | | | | 0 | 195,422 | 99,538 | 4.0 | 0.0 | 4.0 | | | | | |