

北海道食の輸出拡大戦略〈第Ⅲ期〉策定の基本方針（案）

令和 5 年 8 月 2 日

経済部食産業振興課

1. 第Ⅲ期の戦略

平成 31 年 1 月に策定した北海道食の輸出拡大戦略〈第Ⅱ期〉については、令和 5 年で推進期間が終了することから、これまでの取組を切れ目なく続けていくため、北海道食の輸出拡大戦略〈第Ⅲ期〉を策定する。

2. 戦略の策定に向けて

■第Ⅱ期戦略策定後の環境の変化

- ・感染症の拡大やロシアによるウクライナ侵略の影響による生産活動等の停滞や燃料・原材料の高騰など、本道を取り巻く国際情勢は大きく変化。
- ・国は、輸出促進法の改正及び輸出拡大実行戦略の改訂を行い、2030 年 5 兆円の目標達成に向けて輸出支援施策を強化。

■輸出拡大に向けた課題

2022 年の道産食品の輸出額は、第Ⅱ期戦略の目標水準である 1,500 億円を 1 年前倒しで達成し、過去最高額の 1,602 億円となる見込みである一方、水産物・水産加工品の比重が高く、特にホタテに偏りがあり、輸出先国においても、中国、香港、台湾が 70% 以上を占めていることなどから、リスク分散への対応を進めていくことが必要。

■戦略策定の趣旨

輸出を取り巻く環境の変化や課題を踏まえ、品目や販路の拡大など、安定的な道産食品の輸出拡大及び道内食関連産業の発展を図る。

3. 戦略の内容

（１）基本的な考え方

国による「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（令和 4 年 12 月改訂）」や道による「北海道グローバル戦略」の見直しの視点、輸出に関わる関係団体等との意見交換や道議会での議論等を踏まえ、第Ⅲ期戦略を策定する。

（２）概要

①基本戦略

特定品目に偏らず、リスク分散に配慮した戦略とするため、品目の拡大と、拡大していくための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。

現行戦略	次期戦略（案）
I 生産の安定化・輸出品目の拡大	I 生産の安定化
II 商流・物流網の整備	II 商流・物流網の整備
III 北海道ブランドの浸透・市場拡大	III 北海道ブランドの浸透・市場拡大
IV 人材育成・輸出支援体制の強化	IV 人材育成・輸出支援体制の強化
—	V 輸出品目の拡大・高付加価値化の推進

②推進期間

2024 年（令和 6 年）～2028 年（令和 10 年）【5 年間】

③目標水準（道産食品輸出額）等

これまでの輸出実績や関係団体等からのヒアリングなどを参考に、目標水準のほか、「品目の拡大」を測るための新たな指標の設定について検討する。

④重点国・対象地域

第Ⅱ期戦略と同様とし、輸出先国・地域における新たな販路の拡大を図る。

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

⑤主要品目別の展開方向

品目の拡大に向けた取組を推進するため、新たな主要品目の追加を検討する。

- 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、サケ・マスなど
- その他加工食品
菓子類、機能性食品、アルコール飲料

⑥効果的な推進に向けて

- ・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、道内外港別などのカテゴリーによる推進状況や新たに設定した指標などを定期的に確認

4. 今後のスケジュール

時 期	内 容
令和 5 年 8 月	・ 特別委員会報告（第 3 期戦略策定の基本方針案） ・ 商工業振興審議会との意見交換 ・ 関係団体等との意見交換
令和 5 年 9 月	・ 特別委員会報告（戦略素案） ・ 第 3 回定例会 ・ パブリックコメント実施
令和 5 年 11 月	・ 特別委員会報告（戦略案） ・ 第 4 回定例会
令和 6 年 1 月	・ 戦略の決定