

北海道食の輸出拡大戦略<第Ⅱ期>【概要版】

2019(平成31)年1月
北海道

■ 基本戦略

I 生産の安定化

・輸出品目の拡大

安定的な生産・供給体制の整備と輸出品目の拡大・差別化の推進

II 商流

・物流網の整備

安全・高品質・こだわりの道産食品を迅速・確実・低コストで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

需要増加が見込まれる品目や国・地域に対する販路開拓と輸出支援体制の構築による新市場の獲得

IV 人材育成・輸出支援体制の強化

新規市場に挑戦するための機運の醸成及び輸出に取り組む担い手の育成

道産食品輸出額 1,500億円(推進期間2019年~2023年)

■ 目標水準

品目	道内港	道外港	合計
農畜産物・農畜産加工品(日本酒含む)	100億円	25億円	125億円
水産物・水産加工品	800億円	300億円	1,100億円
その他加工食品	200億円	75億円	275億円
合計	1,100億円	400億円	1,500億円

■ 展開方向

※「港」には空港と港湾が含まれています。

農畜産物・農畜産加工品(日本酒を含む)

- 国内の食料自給率の向上に貢献しつつ、農家所得の向上に資する輸出の取組の促進
- 米・日本酒・青果物・牛肉を重点品目に設定し、輸出拡大の取組を重点的に促進
- 国の輸出プロジェクト等と連携した輸出のための安定的な生産に取り組む戦略的な産地の育成
- 輸出先国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 等

主要品目

- 【米】「コメ海外市場拡大戦略プロジェクト」(農林水産省)と連携した取組の推進 等
- 【日本酒】現状の生産量を維持し、付加価値を高めながら道産酒の輸出拡大を促進 等
- 【青果物】品目全体の輸送量を確保し、周年供給の実現による安定した商流の確立 等
- 【畜産物・畜産加工品】「北海道産牛肉(交雑種を含む乳用種)」の輸出拡大を推進 等

水産物・水産加工品

- 水産資源の適切な管理や栽培漁業の推進など、漁業生産の回復と安定に向けた取組
- 屋根付き岸壁の整備やHACCPの導入促進など、衛生管理の高度化に向けた取組
- 輸出先国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 等

主要品目

- 【ホタテ】波浪に強い漁場づくりや養殖技術の改良・普及 等
- 【サケ・マス】稚魚の飼育環境の改善や沿岸環境の変化に対応した放流技術の改良 等

その他加工食品

- 海外「どさんこプラザ」などの拠点を活用した新たな市場の開拓
- 世界に通用する新たな北海道ブランドの創出
- 現地ニーズを捉えた商談会やプロモーションの推進
- 若年層や食関連事業者に対するマーケティング勉強会の開催
- 輸出に向けた地域の取組の支援 等

主要品目

- 【アルコール飲料】地理的表示(GI)制度を活用したプロモーション活動等の実施 等

■ 重点国・地域

中国、香港、台湾、韓国、ベトナム、タイ、シンガポール、フィリピン、マレーシア、インドネシア、アメリカ、ロシア、欧州、大洋州

■ 推進体制

- 国・道・関係機関等
- 道や金融機関等の海外拠点
- 輸出相談窓口
(JETRO北海道、北海道農政事務所、北海道国際ビジネスセンター等)

支援

輸出に取り組む
道内事業者

輸出の拡大