

# 北海道食の輸出拡大戦略推進状況報告書

平成30年上期輸出実績／平成30年上期取組状況

平成30年10月  
北海道

## 1. 輸出実績

平成30年上期の道産食品の輸出額は374.2億円、前年比27.7%増となった。

### (1) 水産物・水産加工品

平成26年の大型低気圧などの影響により、減産が続いていたホタテガイの生産は回復に向かっており、輸出額も中国向けを中心に前年同期比61.9億円増（42%増）、その他は魚種によって増減があるが、トータルでは63.4億円（26%増）となった。

### (2) 農畜産物・農畜産加工品

主力のながいもについては、前年から道内生産量が回復し、輸出量は増加傾向にあるものの、競争激化等による価格低迷により輸出額が伸び悩み、0.2億円増（3%増）にとどまり、日本酒については、香港への輸出量が大きく伸びたことにより、0.6億円増（125%増）となった。一方、たまねぎは、平成29年産の出荷が年内にほぼ終了したため、0.3億円減（84%減）となり、トータルでは前年同期比0.4億円増（3%増）と微増となった。

### (3) その他加工食品

ベーカリー製品が5.6億円減（33%減）となるも、昨年完成した中国向けの食品加工・製造工場の稼働等により、その他菓子類が19.4億円増（282%増）と大幅に増加し、菓子類全体では13.7億円増（46%増）となる。その他中国向けを中心に、水・清涼飲料水が1.8億円増（311%増）となる等、トータルでも前年同期比17.3億円増（45%増）となった。

### 【品目別】

項目	H28年 通年	H28年 上期	H29年 通年	H29年 上期	H30年 上期	H30年上期 対前年同期増減額（前年比）	主な増減品目輸出額（前年同期増減額）	
							品目	輸出額（億円）
水産物 水産加工品	585.7	224.9	536.4	240.1	303.5	+63.4億円 （126.4%）	ホタテガイ 209.4億円（+61.9億円） ナマコ 48.3億円（△4.2億円） その他 45.8億円（+5.7億円）	
農畜産物 農畜産加工品	41.5	21.0	36.7	14.1	14.5	+0.4億円 （102.5%）	ながいも 7.2億円（+0.2億円） たまねぎ 0.1億円（△0.3億円） 日本酒 1.1億円（+0.6億円）	
その他加工食品	74.8	31.0	101.4	38.9	56.2	+17.3億円 （144.6%）	菓子類 43.5億円（+13.7億円） 水・清涼飲料水 2.4億円（+1.8億円） 野菜調整品 3.8億円（+0.9億円）	
合計	702.1	276.9	674.5	293.1	374.2	+81.1億円 （127.7%）		

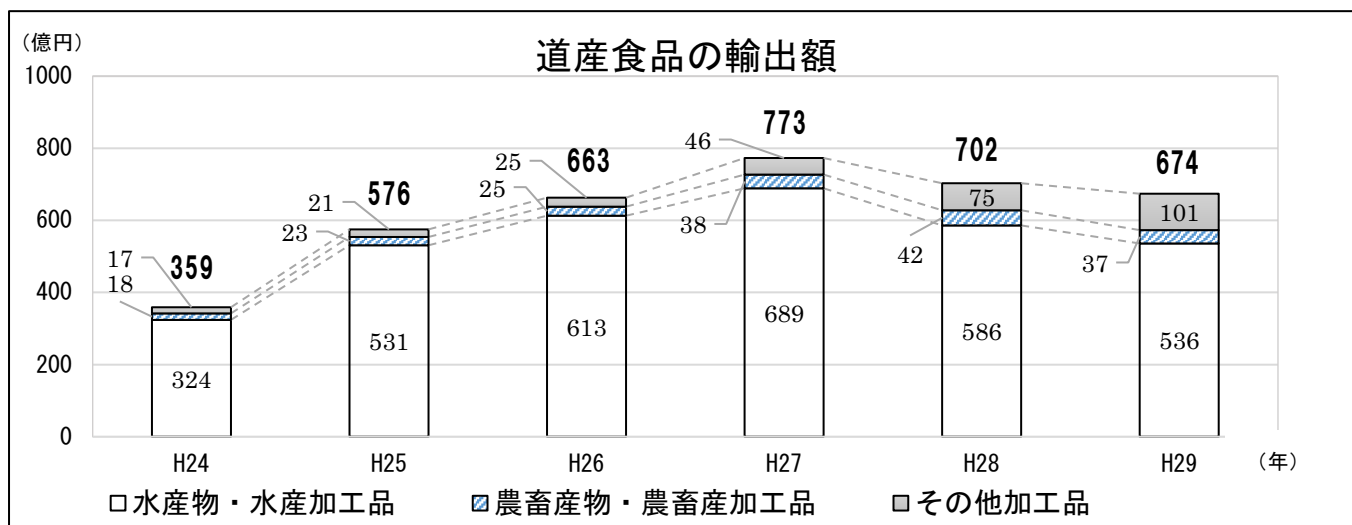
※「増減率」は千円単位で計算。端数処理の関係で合計が一致しない場合がある。

## 【主な地域別】

地域	H28年 通年	H28年 上期	H29年 通年	H29年 上期	H30年 上期	H30年上期 対前年同期増減額(前年比)	
						主な増減品目輸出額(前年同期増減額)	
中国、台湾 香港、韓国	億円 520.1	億円 200.0	億円 508.3	億円 236.3	億円 318.0	+81.7億円 (134.6%)	ホタテガイ 196.6億円 (+66.8億円) ナマコ 47.4億円 (△4.9億円)
A S E A N	億円 86.6	億円 38.9	億円 80.4	億円 34.3	億円 29.8	△4.5億円 (86.9%)	ホタテガイ 3.3億円 (△1.9億円) 菓子類 6.9億円 (△1.6億円)
欧米 (除ロシア)	億円 87.0	億円 33.9	億円 77.8	億円 18.7	億円 16.5	△2.2億円 (88.2%)	ホタテガイ 9.3億円 (△2.9億円) ながいも 3.1億円 (+0.2億円)
ロシア	億円 3.8	億円 2.3	億円 5.5	億円 2.7	億円 8.6	+5.9億円 (318.5%)	サンマ 3.3億円 (+1.8億円) 菓子類 0.3億円 (+0.1億円)

※「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。

## 【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2施設認定（対米1施設、対EU1施設）
- と畜場
  - ・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
- 精米・くん蒸施設
  - ・中国への日本産精米の輸出に必要な精米・くん蒸施設の追加が合意され、道内精米工場1カ所、くん蒸倉庫2カ所が新たに指定・登録

## 【主な認定等】

対米・EU輸出水産食品取扱施設認定	H28年末現在 82施設 → H29年末現在 90施設 → H30年6月現在 92施設
台湾向けりんご選果こん包施設登録	H28年末現在 2施設 → H29年末現在 1施設 → H30年6月現在 1施設
牛肉の輸出食肉取扱施設認定	H28年末現在 6か国 → H29年末現在 7か国 → H30年6月現在 7か国
日本産精米の中国向け輸出に使用可能な精米工場及びくん蒸倉庫	H28年末現在 0施設 → H29年末現在 0施設 → H30年6月現在 3施設

## (2) 輸出拡大に向けた動き

### ○ 新千歳空港の貨物輸出初の1万トン突破

新千歳空港で国際航空貨物を扱う札幌国際エアカーゴターミナル株式会社（S I A C T）の平成29年度の輸出量が前年度比2.0倍の12,097トンとなり、過去最高を更新した。中国向けの活ホタテの輸出増などが主な要因であり、輸出量が1万トンを突破したのは初めてとなった。

### ○ 北海道米の平成29年輸出量が1,000トン突破

平成29年の北海道米輸出量（道内港分）は、前年比4%増の1,001トンとなり、初めて1,000トンを超えた。日本食ブームを背景にアジア圏や米国での需要が順調に伸びたことに起因する。

### ○ オーストラリア向け日本産牛肉の輸出が解禁

平成30年5月、オーストラリア向けの日本産生鮮牛肉の輸出が解禁された。日本での牛海綿状脳症（BSE）発生を受けて、平成13年に生鮮牛肉の輸入を停止したが、同国との輸出再開に向けた協議が整い、輸出条件が締結された。厚生労働省の認定を受けた施設からの輸出が可能となった。

### ○ ベトナム向け日本産玄米の輸出が解禁

平成30年5月、ベトナム向けの日本産玄米の輸出が解禁された。これまで輸出が認められている精米と同様、植物検疫証明書を添付することで、食用の玄米についても輸出が可能となった。

### ○ ぶどう酒の地理的表示「北海道」の指定

国税庁が、国際的な産地保護制度である地理的表示（GI）制度において、6月から新たに「北海道」（ぶどう酒）を指定。ぶどう酒での指定は、「山梨」に次いで2例目。GI使用に向け、今年度は十数カ所の北海道内ワイナリーから約170銘柄のワインが申請される見通し。

### ○ ホタテの輸出増加

低気圧被害により減少していたホタテの生産が回復に向かう中、中国向けを中心に輸出も増加しており、平成30年上期の輸出量は前年同期比143.6%増、同じく輸出額は41.9%増となった。

○ 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、中国・韓国に向けた輸出に取り組む企業の裾野が拡大している。

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 544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 9,700件

## (3) 物流拠点の整備

### ○ 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、増設していた新上屋が平成30年7月より供用。これにより、輸出入の作業スペースが4割ほど拡大した。

### ○ 苫小牧港西港区の屋根付き岸壁の整備

水産物の輸出強化に向けて苫小牧港西港区汐見地区で整備を進めている屋根付き岸壁3棟のうち、1棟が平成30年4月より供用を開始した。

### ○ 苫小牧港東港区の大型冷凍冷蔵倉庫の着工

港湾運送業の第三セクターを中核とした特別目的会社が、苫小牧港東港区の国際コンテナターミナルの隣接地に道内最大級の大型冷凍冷蔵倉庫の建設に着工した。総事業費は約70億円で、平成31年9月の稼働を目指す。

#### (4) 積極的な海外展開（事例）

##### ○ タイのコンビニにおける道産食材販売キャンペーンの実施

タイの流通大手と国内小売大手の合併会社が運営するタイのコンビニにおいて、開業5周年を記念し、タイで人気の北海道の素材を使った弁当や菓子などを販売するキャンペーンを実施した。5月～7月末までの期間中に計20種類以上の商品を販売した。

##### ○ 菓子卸道内大手企業による道産菓子のアジア向け輸出

菓子卸道内大手企業が道産菓子をアジアに輸出する新事業に乗り出した。同社では、昨秋から海外事業の担当チームを設置し、本年2月と5月に、石狩湾新港からタイ・バンコクに約50種類の道産菓子を輸出。現地の輸入商社を通じて地元のスーパーや百貨店などに商品が並んでいる。

##### ○ 東南アジアにおける生鮮食品のインターネット卸売り、競りの展開

道内の業務用食品卸売企業が、北海道産などの生鮮食品をインターネットで卸売りや競りができるサービスを東南アジアで展開する。シンガポール、マレーシア、タイの3カ国で現地企業と提携。これにより、輸入のノウハウのない現地中小企業も日本の食材を簡単に調達することが可能となる。

##### ○ 北海道産牛肉をシンガポールへ輸出

道内農畜産物販売企業が、グループの農場で育てたF1（和牛とホルスタインの交雑種）とホルスタインの牛肉、いわゆる北海道産牛肉をシンガポールへ初輸出した。輸出したのはすね肉を除くヒレやサーロイン、ランプなど枝肉で600キロ分。6月下旬に船便で発送された。

##### ○ タイ版「北の屋台」開設可能性の検証

帯広の「北の屋台」をモデルとした「南の屋台」開設の可能性を探る実証試験営業が、6月にチェンマイ市内のイベント会場で実施された。会場には、十勝側とタイ側の各5店が並び、豚丼や牛丼、ラーメンなどを提供された。

##### ○ 電波振動技術による鮮度保持

道内印刷大手企業が、東京の業務用厨房機器メーカーと業務提携し、食品関連産業に事業範囲の拡大を検討している。食材に電波振動を当てることで品質を長持ちしやすくする技術に注目しており、年内には電波振動技術を使って、冷凍せずに魚介類の鮮度を保つ業務用冷蔵装置など、新たな商品展開を検討している。

##### ○ パリでの日本酒コンクールにおける道産酒造会社の金賞受賞

パリにおいて、「KURA MASTER日本酒コンクール」が5月下旬に開催。現地のソムリエらが主催し、フランス各地のシェフやソムリエら70人が日本国内から出品された650銘柄を審査した。そのうち212銘柄が入賞し、道内からは酒造メーカー3社が最高賞に次ぐ金賞を受賞した。

##### ○ 道内企業の冷凍技術の全国表彰

道内冷凍装置製造企業が開発した、食品を酸化させずに凍結する技術が本年度の全国発明表彰で発明賞を受賞した。表彰されたのは「窒素置換による食品の酸化抑制冷凍方法の発明」で、平成27年に特許を取得している。大型凍結庫内の気圧を下げて空気を取り除いたうえで、大気中の窒素を送り込み、庫内の食品を窒素ガスで覆った状態で凍らせることで、冷凍焼けを防ぎ鮮度を保つことが可能となる。

##### ○ 真狩村の農産物加工の新工場竣工

真狩村の地元農家と札幌の総菜製造・販売企業が共同出資して設立した企業の新工場が4月に完成した。新工場では村内の農家や自社で生産するジャガイモからポテトサラダの素材や業務用レトルト品、カットポテトなどを製造しており、外食産業などに卸すほか、アジア向けに輸出を予定している。

### 3. 平成30年の展開方法と主な取組

#### (1) 一次製品の安定生産と輸出対応力の向上

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る。また、一次産業と企業の連携等による食産業の国際競争力の強化により、輸出の拡大を図る。

項目	取組内容
<b>ホタテガイの生産の早期回復と安定化</b>	
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）
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）
<b>輸出相手先から求められる規制等への対応</b>	
牛肉やホタテガイなどの輸出向け施設の整備等への支援	○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（食肉検査費（と畜検査費）（うち対米輸出支援に係る経費）） ○米国又はEU向け水産食品取扱施設の認定に向けた支援（食品安全対策費（HACCP推進対策費））
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	○米国又はEU向け水産食品取扱施設の認定に向けた支援（食品安全対策費（HACCP推進対策費））【再掲】 ○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） ○国際水準の第三者認証GAPの導入促進のための産地指導者育成研修会の実施（GAP（農業生産工程管理）実践レベルアップ事業）
国やジェトロなどと連携した情報の提供	○輸出に精通したアドバイザーの配置や、普及啓発セミナーの実施（道産食品販路拡大推進事業、新規市場食需要開拓推進事業）
<b>食産業の国際競争力強化</b>	
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	○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るニーズ把握 ○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

#### (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

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、鮮度保持や賞味期限延長などの技術開発、来道外国人の購入分析等により、輸出に取り組む企業の裾野の拡大や輸出先国、輸出品目の拡大を図っている。

項目	取組内容
<b>企業等の海外展開の円滑化</b>	
海外拠点を活用した情報収集	○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） ○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）
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	○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 ○輸出に精通したアドバイザーの配置（道産食品販路拡大推進事業、新規市場食需要開拓推進事業）

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	<ul style="list-style-type: none"> <li>○道内企業の海外販路開拓を支援するため、香港、台湾、シンガポール及びタイで商談会を開催予定（道産食品販路拡大推進事業）</li> <li>○新規市場の需要開拓を図るため、イスラム圏へのテスト輸出・商談会・プロモーションを実施予定（新規市場食需要開拓推進事業）</li> </ul>
どさんこプラザを活用したテストマーケティング	<ul style="list-style-type: none"> <li>○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】</li> </ul>
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>○台湾における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、北海道ブランドの発信拠点として継続的に活用</li> <li>○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など、道産水産物の製品PRや現地の嗜好にあった製品開発、メニュー提案を実施（道産水産物販路拡大推進事業）</li> <li>○EU向けのホタテガイを対象に、他国産を含めた流通状況などの調査や、安全・安心な道産ホタテガイのPR、消費者の嗜好などを踏まえた提案メニューの検討を実施（道産水産物販路拡大推進事業）</li> <li>○米（日本酒含む）、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加速化事業）</li> </ul>
輸出先国における常設売場の定着化	<ul style="list-style-type: none"> <li>○香港に常設売場を確保し、北海道産の野菜を継続的に販売することによる道産野菜の定着化（道産農畜産物輸出拡大加速化事業）</li> <li>○台湾において道産農畜産物等の継続的な売場を設置し、原料となる品目の加工食品や品種バリエーションによる販売拡大、定着化（道産農水産物ブランド輸出促進事業）</li> <li>○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、北海道ブランドの発信拠点として継続的に活用【再掲】</li> <li>○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】</li> </ul>
輸出商品の多様化	
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>○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】</li> </ul>
来道外国人の購入分析を通じた商品の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> <li>○どさんこプラザでの免税対応、プライスカードの多言語表示等の取組</li> </ul>

### （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の構築などに向けた取組を進めている。

項目	取組内容
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"> <li>○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）</li> <li>○航空便輸送を利用し、シンガポール及びタイにおいて商談会を開催し、販路開拓を実施予定（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）</li> </ul>
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"> <li>○航空便輸送を利用し、シンガポール及びタイにおいて商談会を開催し、販路開拓を実施予定（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】</li> </ul>



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"> <li>○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】</li> <li>○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】</li> </ul>
道内支援機関等の連携によるきめ細やかなハンズオン支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ジェッ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【再掲】</li> <li>○輸出に精通したアドバイザーの配置 (道産食品販路拡大推進事業、新規市場食需要開拓推進事業) 【再掲】</li> </ul>

#### (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いる。

項目	取組内容
<b>地域産品の認知度向上・ブランド構築</b>	
来道外国人を通じた地域産品の海外発信	○どさんこプラザでの免税対応、プライスカードの多言語表示等の取組【再掲】
<b>食の北海道ブランドの浸透</b>	
文化とともに北海道の食など多様な魅力の発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>○アイヌ文化や道産食品など北海道の多様な魅力を発信 (民族共生象徴空間誘客促進・地域連携事業)</li> <li>○タイにおいて北海道産食品のフェアを開催予定 (道産食品販路拡大推進事業)</li> </ul>
新たな魚種を含めた多様な道産水産物の魅力のPR	<ul style="list-style-type: none"> <li>○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など、道産水産物の製品PRや現地の嗜好にあった製品開発、メニュー提案を実施(道産水産物販路拡大推進事業)【再掲】</li> <li>○EU向けのホタテガイを対象に、他国産を含めた流通状況などの調査や、安全・安心な道産ホタテガイのPR、消費者の嗜好などを踏まえた提案メニューの検討を実施(道産水産物販路拡大推進事業)【再掲】</li> </ul>
一次産品のプロモーション等の機会における北海道ブランドの定着化	○道・ホクレン・ぎょれんの連携により、北海道を象徴する販売促進資材を作成。プロモーション活動などにおいて、「北海道ブランド」の認知度向上・強化を促進(道産農水産物ブランド輸出促進事業)
<b>産業間の連携強化</b>	
品目・地域横断による商談会	○シンガポール及びタイにおいて、一次産品や加工食品の商談会を開催予定(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)
<b>新市場の開拓</b>	
欧米などに向けた魅力発信や市場調査など	<ul style="list-style-type: none"> <li>○アイヌ文化や道産食品など北海道の多様な魅力を発信 (民族共生象徴空間誘客促進・地域連携事業)【再掲】</li> <li>○新規市場の需要開拓を図るため、イスラム圏へのテスト輸出・商談会・プロモーションを実施予定(新規市場食需要開拓推進事業)【再掲】</li> </ul>
<b>ブランド保護</b>	
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. 施策の展開にかかる連携・推進体制

- (1) 海外2箇所目となるどさんこプラザバンコク店の開設や更なる展開を図るなど、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
- (2) 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
- (3) ジェトロ北海道、フード特区機構、札幌市と連携した道産食品輸出塾など担い手育成の取組みを支援
- (4) 道商連、道経連など経済関係団体との連携