

北海道食の輸出拡大戦略推進状況報告書

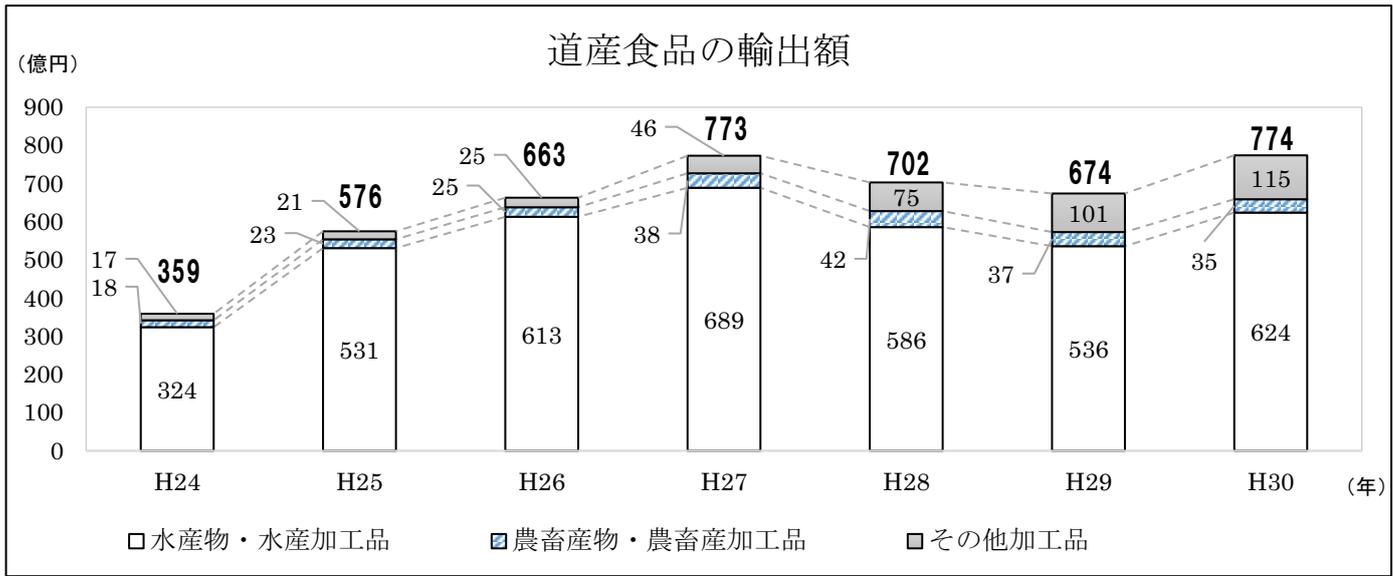
平成 30 年輸出実績／平成 30 年度取組状況

令和元年(2019年)6月
北 海 道

1. 輸出実績

平成 30 年の道産食品の輸出額は 774 億円、前年比約 100 億円（14.8%）増となった。

【輸出額の推移】



(1) 水産物・水産加工品

平成 26 年度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回復とともに、中国向けの活ホタテガイの輸出が増加し、また、イワシなどその他魚種の増加もあり、トータルで前年比 88 億円増（16%増）となった。

(2) 農畜産物・農畜産加工品

主力のながいもは、前年から道内生産量が回復し、輸出量は増加したものの、競争激化等による価格下落により輸出額が伸び悩み 0.2 億円増（1%増）にとどまり、日本酒は、香港への輸出量が大きく伸び 1.5 億円増（117%増）となったほか、ミルク・クリームは、増加傾向にあり 0.5 億円増（6%増）となった。一方、たまねぎは、天候の影響による生産量の減少から、国内需要への対応が優先されたことにより輸出量が減少し、3.0 億円減（73%減）となり、トータルでは前年同期比 1.7 億円減（5%減）となった。

(3) その他加工食品

中国、台湾、香港向けのフレーク類及びベトナム向け粉ミルク等の輸出が増加し、菓子類全体の輸出額が 8.3 億円増（10%増）となった。また、中国向けの水・清涼飲料水等についても増加し、トータルの輸出額は 13.4 億円増（13%増）となった。

【品目別】

項目	H 2 9			H 3 0			H 3 0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 536.4	億円 240.1	億円 296.3	億円 624.4	億円 303.5	億円 320.9	+88.0億円 (116%)	ホタテガイ 398.7億円 (+72.3億円) ナマコ 122.2億円 (+8.5億円) その他 103.5億円 (+7.2億円)
農畜産物 農畜産加工品	億円 36.7	億円 14.2	億円 22.5	億円 35.0	億円 14.5	億円 20.5	△1.7億円 (95%)	ミルク・クリーム 9.3億円 (+0.5億円) 日本酒 2.8億円 (+1.5億円) たまねぎ 1.1億円 (△3.0億円)
その他 加工食品	億円 101.4	億円 38.9	億円 62.5	億円 114.7	億円 56.2	億円 58.5	+13.3億円 (113%)	菓子類 89.0億円 (+8.3億円) 水・清涼飲料水 3.6億円 (+1.5億円) 野菜調整品 8.9億円 (+1.5億円)
合計	億円 674.5	億円 293.1	億円 381.4	億円 774.2	億円 374.2	億円 400.0	+99.7億円 (115%)	

※ 「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 9			H 3 0			H 3 0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）	
中国、台湾 香港、韓国	億円 508.3	億円 236.3	億円 272.0	億円 627.3	億円 318.0	億円 309.3	+119.0億円 (123%)	ホタテガイ(冷凍・貝柱) 253.4億円 (+28.7億円) ナマコ 117.4億円 (+4.6億円) 菓子類 69.8億円 (+11.7億円)
A S E A N	億円 79.8	億円 34.3	億円 45.5	億円 75.4	億円 29.8	億円 45.6	△4.4億円 (94%)	ホタテガイ(冷凍・貝柱) 5.0億円 (△5.6億円) ナマコ 3.9億円 (+3.4億円) 菓子類 14.9億円 (△3.5億円)
欧米 (除ロシア)	億円 77.8	億円 18.7	億円 59.1	億円 55.2	億円 16.5	億円 38.7	△22.6億円 (71%)	ホタテガイ(冷凍・貝柱) 39.8億円 (△24.1億円) ながいも 6.7億円 (+0.6億円)
ロシア	億円 5.5	億円 2.7	億円 2.8	億円 11.4	億円 8.6	億円 2.8	+5.9億円 (206%)	サンマ(冷凍) 3.3億円 (+0.8億円) 菓子類 0.7億円 (△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。

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4施設認定（対米3施設、対EU1施設）
- 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・くん蒸施設として、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
- 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を整備中

【主な認定施設等の状況】

対米・EU輸出水産食品取扱施設認定	H 28年末 82施設 → H 29年末 90施設 → H 30年末 94施設
台湾向けりんご選果こん包施設登録	H 28年末 2施設 → H 29年末 1施設 → H 30年末 1施設
タイ向けいちご選果こん包施設登録	H 28年末 0施設 → H 29年末 0施設 → H 30年末 1施設
牛肉の輸出食肉取扱施設認定	H 28年末 6か国 → H 29年末 7か国 → H 30年末 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	H 28年末 0施設 → H 29年末 0施設 → H 30年末 3施設

(2) 輸出拡大に向けた動き

- 北海道どさんこプラザバンコク店の開設

平成30年11月、タイに海外2店舗目となる道産品アンテナショップ「北海道どさんこプラザバンコク店」が開業した。開業時期にあわせて北海道知事も渡泰し、道産ワインや道産食品の魅力を発信する商談会等を開催した。

○ ぶどう酒の地理的表示「北海道」の指定

国際的な産地保護制度である地理的表示（G I）制度に基づき、ぶどう酒の産地として、平成30年6月に「北海道」が指定された。平成30年は、ラベルに「北海道」と表示できるワインとして、道内10社113銘柄が同制度に基づく生産基準を満たした。

○ 中国向け北海道米の直接輸出

平成30年5月、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中国側と合意され、石狩市の精米工場1カ所、小樽市のくん蒸倉庫2カ所が新たに指定・登録された。10月には、指定を受けたこれらの施設で処理された北海道米35トンが中国向けに初出荷。年内に112トンが輸出された。

○ 台湾向け食用卵及び卵製品が輸出再開

平成30年10月、台湾向けの食用卵及び卵製品の輸出が再開された。同年1月の日本における高病原性鳥インフルエンザ発生以降、同国との輸出再開に向けた協議が整い、輸出検疫証明書の発行を再開した。

○ 米国向けの鶏卵の輸出が解禁

平成30年10月、米国向けの食用生鮮殻付卵の輸出が解禁された。同国との間で輸出条件に合意し、輸送時の温度管理や米国による関連施設の登録、H A C C Pの実施等と、輸出検疫証明書を添付することにより輸出が可能となった。

○ 韓国向け食用生鮮家きん卵の輸出が解禁

平成30年11月、韓国向け食用生鮮家きん卵の輸出が解禁された。日本で高病原性鳥インフルエンザの発生がないことや農場の農林水産省への登録、韓国により登録された卵選別包装施設での処理等と、輸出検疫証明書を添付することにより輸出が可能となった。

○ 日本発の食品安全規格「J F S」と「A S I A G A P」が「G F S I」承認を取得

平成30年11月、日本発の食品安全規格である「J F S」と「A S I A G A P」が「G F S I（世界食品安全イニシアティブ）」承認を取得した。欧米を中心とした世界の食品小売・製造事業者において「G F S I」承認規格による認証が取引条件になりつつある中、両規格の承認により、日本の食品製造業と農産物の輸出力の強化が期待される。

※ J F S：食品製造業において食品の安全管理に関する取組を認証する規格

※ A S I A G A P：農業において食品安全、環境保全、労働安全等に関する取組を認証する規格

○ 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、アジア地域を中心に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）	H 28年度 512社 → H 29年度 544社 → H 30年度 565社
中国・韓国向け輸出証明書の発行枚数（農産物、加工食品）	H 28年度 4,700件 → H 29年度 9,700件 → H 30年度 9,800件

※ 平成30年度は、平成30年2月末現在。

（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建設

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。2020年春頃に完成の予定。

(4) 積極的な海外展開（事例）

○ 水産物卸売企業の輸出拡大に向けた動き

道内の水産物卸売企業が、中国への煩雑な輸出手続きに対し、グループ会社が持つ設備・機能を活用して迅速に対応できる体制を整えたほか、製品の高付加価値化やネット注文とバイク便の導入についても検討を行うなど、海外での需要開拓に力を入れている。

○ 道内菓子メーカーによる直接輸出の開始

道内菓子メーカーが、主力の豆菓子のアジア向け直接輸出を開始した。商社を介さないことで、手数料コストなどを削減し、現地での販売価格を引き下げ、需要を開拓する。まずは韓国向けに実施し、平成31年にはベトナム向けについても開始する。

○ 旭川ラーメンの海外展開

旭川発のラーメン店を展開する企業が、平成31年以降、アメリカロサンゼルスと中国深圳に新店を出店予定。海外での日本のラーメン人気を追い風に、集客が見込める主要都市への出店計画を進めている。

○ シンガポールのコンビニにおける道産品の販売

商品の約2割が道産品というコンビニがシンガポールに登場した。取り扱う道産品は菓子など約250種類に上り、同国で人気の北海道ブランドが呼び水となっている。運営するのは、同国在住の日本人経営者らが設立した企業であり、3年以内に30店舗を展開予定で、道産品の新たな発信拠点として注目されている。

○ 弁当チェーン運営企業による、ベトナムでの日本食レストランの開業

弁当チェーンを展開する道内企業が、ベトナムのホーチミンに日本食レストランを開業した。道産食材を使ったすし、魚介や野菜の炭火焼きを売りに、北海道産の日本酒、ソフトクリーム等も提供している。今後は、3年以内にホーチミンで3店舗を展開し、首都ハノイや中部ダナンでの出店も視野に入れている。

○ ハラル認証を取得した和菓子の輸出

道内菓子製造販売企業が、平成30年2月、大福など8商品について、イスラム教の戒律に沿う「ハラル認証」を取得した。同年8月には、イスラム教徒の多いマレーシアに、ハラル認証を取得した大福やわらび餅などを輸出し、現地のスーパー等に並べている。

3. 平成30年度の主な取組

(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ている。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、輸出の拡大を図っている。

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		
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
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)	
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))	〈成果〉 ○米国向け牛肉の食肉検査業務体制の整備を行っており、輸出施設の認定に向けた支援を実施 ○米国又はEU向け輸出水産食品の取扱いを希望する施設に助言指導を実施 〈課題〉 ○継続的な助言指導等が必要
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)	〈成果〉 ○米国又はEU向け輸出水産食品の取扱いを希望する施設に助言指導を実施 ○対米・EU-HACCPを導入した対米輸出水産食品取扱施設に3施設、対EU輸出水産食品取扱施設に1施設が認定 ○研修会を実施し、国際水準のGAPの産地指導者を育成 〈課題〉 ○国際水準のGAPの導入促進に向けて取組の継続が必要 ○継続的な助言指導等が必要
国やジェトロなどと連携した情報の提供	○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) ○道産食品輸出拡大戦略推進協議会を活用した情報共有	〈成果〉 ○海外展開を図る道内企業の裾野の拡大 〈課題〉 ○継続的なフォローアップが必要

食産業の国際競争力強化		
どさんこプラザを活用したテストマーケティング	○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)	〈成果〉 ○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〉 ○引き続き、テスト販売への参加企業の掘り起しなど、さらなる裾野の拡大に向けた取組が重要
フード特区機構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	〈成果〉 ○連携ニーズの発掘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実用化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

(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	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	○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】 ○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)	〈成果〉 ○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 ○販路開拓に向けた現地ネットワークの拡大 ○海外展開を図る道内企業の裾野拡大 〈課題〉 ○現地の各種情報の発信方法や活用方法の拡大
フード特区機構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相談等の実施 ○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)	〈成果〉 ○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 ○海外展開を図る道内企業の裾野の拡大 〈課題〉 ○アドバイザーの活用に向けたより一層の普及啓発

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"> ○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 (道産食品販路拡大推進事業) ○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 (新規市場食需要開拓推進事業) ○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 (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) 	<p>〈成果〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ○日本全体での商談会に北海道ブースを作ったことで、より多くのバイヤーに北海道商品を紹介 ○商談会を開催した国において、道内企業と現地バイヤー等の商談が成立 〈課題〉 ○参加企業とバイヤーとのミスマッチにより商談件数に差が発生
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"> ○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"> ○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〉 ○引き続き、テスト販売への参加企業の掘り起しなど、さらなる裾野の拡大に向けた取組が重要
輸出に取組む道内事業者の支援	<ul style="list-style-type: none"> ○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 (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) 	<p>〈成果〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ○新規に輸出にチャレンジした企業の商談成約 ○集中して輸出に取組むことにより、個別の課題が明確化 〈課題〉 ○継続的なフォローアップが必要
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	<ul style="list-style-type: none"> ○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 ○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) ○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) ○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) 	<p>〈成果〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ○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 ○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、新たな製品として現地のニーズに対応したブリフレークの販売を開始 ○現地におけるホタテガイの流通実態や消費動向、また他の水産物を含め道産品の需要を確認 ○輸出相手国の特性に応じたプロモーション活動による販路開拓・輸出拡大・ブランド定着 〈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 ○輸出品目及び輸出先国の拡大に向けて取組の継続が必要 ○より効果的・戦略的な取組が必要

輸出先国における常設売場の定着化	<ul style="list-style-type: none"> ○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) ○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) ○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】 ○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"> ○北海道野菜の継続的な販売による現地における認知度の向上により、新規需要を掘り起こし ○現地における嗜好や市場状況、販売方法等の課題を把握 ○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 ○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"> ○道産農畜産物の普及・定着に向けた取組の継続が必要 ○現地ニーズに応える商品発掘や販売戦略への反映が必要 ○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
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"> ○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"> ○どさんこプラザのテスト販売を通じた輸出商品が一定程度拡大 <p>〈課題〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ○引き続き、テスト販売への参加企業の掘り起しなど、さらなる輸出商品の多様化に向けた取組が重要
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"> ○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 	<p>〈成果〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ○国内各店舗において、免税対応、商品の多言語表示等を実施 <p>〈課題〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ○引き続き、外国人ニーズを踏まえた商品の磨き上げ、多言語表示の充実など、増加する来道外国人に対する取組が重要

(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	評価
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"> ○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取組を促進 (道産食品輸出拡大に向けた小口貨物混載輸送事業) ○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 (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) 	<p>〈成果〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ○混載輸送の取組に関する調査結果を関係事業者へ周知し、取組を促進 ○タイ及びシンガポールでの商談会に参加する企業等の食材を航空便で共同輸送 <p>〈課題〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ○安定的・効率的な輸送体制の構築に向けた商流と物流が一体となった取組の推進 ○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が重要

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	○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 (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】	〈成果〉 ○タイ及びシンガポールでの商談会に参加する企業等の食材を航空便で共同輸送 〈課題〉 ○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が重要
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	○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】	〈成果〉 ○販路開拓に向けた現地ネットワークの拡大 ○海外展開を図る道内企業の裾野拡大 ○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 〈課題〉 ○現地の各種情報の発信方法や活用方法の拡大
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	○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相談等の実施 【再掲】 ○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】	〈成果〉 ○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 ○海外展開を図る道内企業の裾野の拡大 〈課題〉 ○アドバイザーの活用に向けたより一層の普及啓発

(4) 北海道ブランドの効果的な浸透

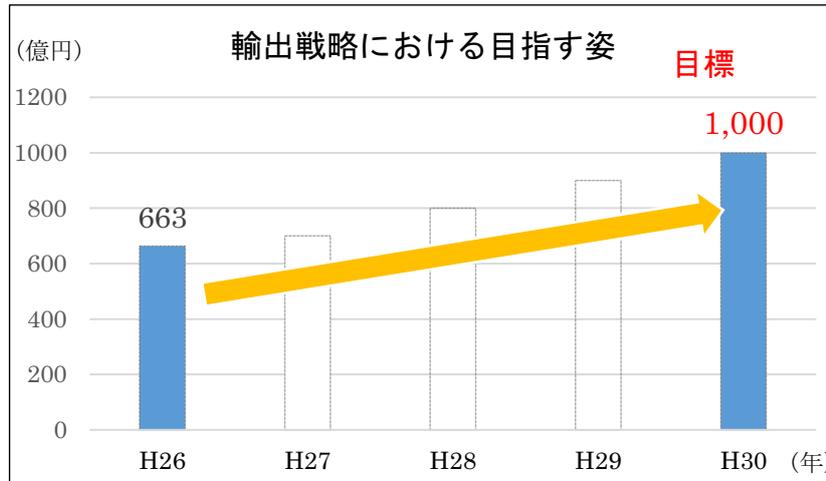
海外アンテナショップを活用した情報発信や来道外国人向けの魅力発信に関する取組などを通じ、道産食品の認知度向上とブランドの浸透を図っている。

項目	取組内容	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	○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】	〈成果〉 ○国内各店舗において、免税対応、商品の多言語表示等を実施 〈課題〉 ○引き続き、外国人ニーズを踏まえた商品の磨き上げ、多言語表示の充実など、増加する来道外国人に対する取組が重要
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	○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) ○タイにおいて北海道産食品のフェアを開催 (道産食品販路拡大推進事業)	〈成果〉 ○アイヌ文化とのコラボレーションによる北海道ブランド発信の相乗効果 ○フェアにおける、試食やPOPでの商品の食べ方、調理方法の説明による購入促進 〈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

<p>新たな魚種を含めた多様な道産水産物の魅力のPR</p>	<p>○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】</p> <p>○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】</p>	<p>〈成果〉</p> <p>○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、新たな製品として現地のニーズに対応したブリフレークの販売を開始</p> <p>○現地におけるホタテガイの流通実態や消費動向、また他の水産物を含め道産品の需要を確認</p> <p>〈課題〉</p> <p>○輸出品目及び輸出先国の拡大に向けて取組の継続が必要</p>
<p>一次製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</p>	<p>○道・ホクレン・ぎよれんの連携により、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)</p>	<p>〈成果〉</p> <p>○北海道ブランドの継続的な発信による認知度向上</p> <p>○商談会を通じ海外バイヤーへ道産食材の発信と販路開拓に寄与</p> <p>〈課題〉</p> <p>○一次製品のオール北海道による継続的なプロモーション等の取組が必要</p>
<p>産業間の連携強化</p>		
<p>品目・地域横断による商談会</p>	<p>○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 (道産食品販路拡大推進事業)【再掲】</p> <p>○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 (新規市場食需要開拓推進事業)【再掲】</p> <p>○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 (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>	<p>〈成果〉</p> <p>○日本全体での商談会に北海道ブースを作ったことで、より多くのバイヤーに北海道商品を紹介</p> <p>○商談会を開催した国において、道内企業と現地バイヤー等の商談が成立</p> <p>〈課題〉</p> <p>○参加企業とバイヤーとのミスマッチにより商談件数に差が発生</p>
<p>新市場の開拓</p>		
<p>欧米などに向けた魅力発信や市場調査など</p>	<p>○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】</p> <p>○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 (新規市場食需要開拓推進事業)【再掲】</p>	<p>〈成果〉</p> <p>○アイヌ文化とのコラボレーションによる北海道ブランド発信の相乗効果</p> <p>○商談会及びプロモーションの実施により、現地で多くの道産食品の魅力を発信</p> <p>〈課題〉</p> <p>○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</p>
<p>ブランド保護</p>		
<p>ジェトロなどとの連携による知的財産保護</p>	<p>○道独自によるセミナーや農林水産知的財産保護コンソーシアム事業を活用したセミナーを開催し、生産技術や地域ブランド等の知的財産の保護・活用方法について情報を提供</p>	<p>〈成果〉</p> <p>○知的財産保護に対する道内企業の機運醸成</p> <p>〈課題〉</p> <p>○継続的な普及啓発が必要</p>
<p>道産食品輸出用シンボルマークの浸透</p>	<p>○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</p>	<p>〈成果〉</p> <p>○知的財産保護に対する道内企業の機運醸成</p> <p>〈課題〉</p> <p>○シンボルマークの一層の普及拡大</p>

4. 目標に向けた取組・推移

道では、道産食品の輸出拡大を図るため、平成28年2月に「北海道食の輸出拡大戦略」を策定し、平成30年までに輸出1,000億円の達成に向け、関係機関と連携を図りながら各種施策を推進。



(1) 水産物・水産加工品

○ 概要

本道からの輸出額の大部分を占めるのが水産物・水産加工品であり、中国や香港、ベトナムなどが主要な輸出先国となっている。水産輸出額全体の約60%をホタテガイが占めており、ほか、ナマコ、サケ・マス、スケトウダラが主な輸出品目となっている。

○ 主な取組

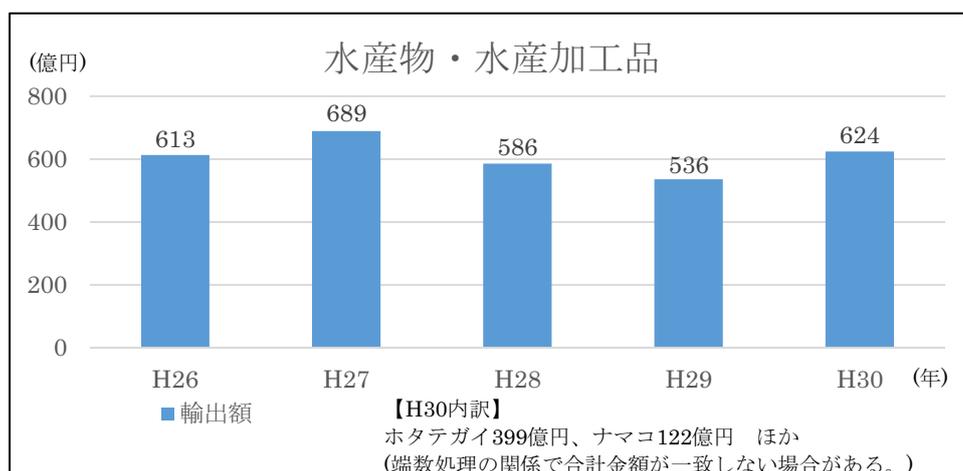
災害に強い漁場づくりや調査・研究など、輸出の主要品目であるホタテガイや秋サケの生産回復と安定に向けた取組のほか、水産加工場のHACCP認定の取得促進、イワシやブリをはじめ、水揚げが増大している魚種を対象とした製品開発など、輸出品目や輸出先国の拡大に向けた取組を実施。

○ これまでの推移

水産物の輸出はこれまで堅調に推移してきたが、近年の自然災害等の影響により、主要魚種であるホタテガイの生産減少などに伴い、平成27年をピークに減少。

しかし、平成30年はホタテガイの生産が回復するとともに、中国向けの活貝や冷凍両貝のほか、その他魚種の輸出も増加し、624億円、対前年比116%と増加に転じた。

今後、更なる輸出の拡大にあたっては、生産の回復と安定はもとより、生産者団体等と連携を図りながら、近年、水揚げが増大している魚種を主体に、輸出品目の拡大などに向けた取組の継続が必要。



(2) 農畜産物・農畜産加工品

○ 概要

平成30年の輸出額は、ながいもの15.4億円がトップで、主に台湾、アメリカ、シンガポール向けに輸出している。

主要品目は、ながいものほか、ミルク・クリーム、米、たまねぎとなっており、農畜産物・農畜産加工品の輸出額全体の80%超を占めている。

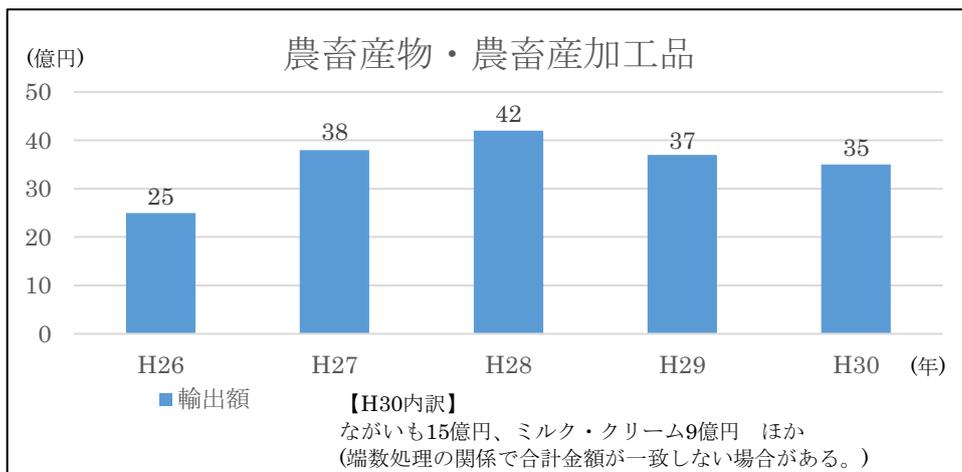
○ 主な取組

輸出相手国・地域に応じた品目別（米、日本酒、青果物、牛肉）の商談会の開催、展示会等への出展、テスト輸出及びプロモーション、ホクレン等と連携した販売促進プロモーション、鮮度維持や低コスト輸出に向けた輸送試験、道産農畜産物の継続的な常設売場の設置など。

○ これまでの推移

近年の自然災害等の影響による生産量の減少や、国内他産地の生産量減少に伴う国内需給への対応等により安定的に輸出量を確保できていない状況もあるものの、米、ミルク・クリームの輸出額が堅調に伸びているほか、近年は日本酒が大きく伸びており、農畜産物・農畜産加工品全体では、平成26年の25億円から平成30年には35億円に増加した（40%増）。

一方、輸出相手国・地域の動植物検疫等による輸入規制、衛生管理基準、残留農薬基準により輸出品目が限定されているほか、国内外の産地との競争激化による価格低下、主要な農畜産物の生産体系が輸出に対応していないことなどから、今後、輸出を一層拡大させていくためには、品目・販路拡大に向け、引き続き、国に対して輸出相手国における規制の撤廃や緩和について要望するとともに、生産者団体等と連携を図りながら、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を図るなどの取組が必要。



(3) その他加工食品

○ 概要

平成30年の主な輸出品目は、ベーカリー製品（焼き菓子等）が27億円、チョコレートが15億円。菓子類全体では89億円となっており、その他加工食品の輸出額全体の70%超を占める。特に、中国向けのチョコレートの伸びが顕著であり、平成26年実績0.3億円に対し、平成30年は5.2億円と15倍以上の伸びを示している。

また、麺類についても堅調な伸びを示しており、海外での日本食ブームを背景にラーメンを主体とした麺類の輸出が増加していると考えられる。

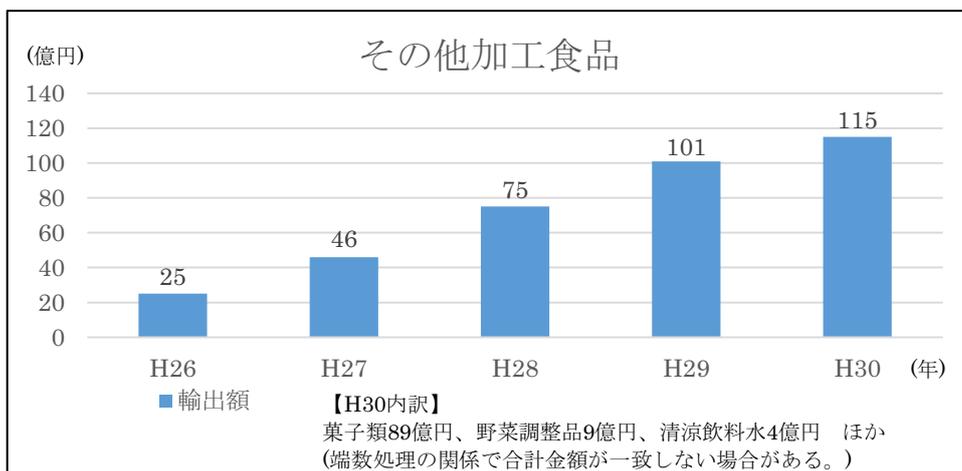
○ 主な取組

海外バイヤー招へいによる道産食品の普及活動、道産機能性素材・道産食品のテスト輸出及び、海外商談会への出展、海外「どさんこプラザ」を活用した販路拡大支援、「フード塾」の開催によるマーケティング人材の育成、JETRO北海道などの関係機関と連携した「輸出塾」の開催など。

○ これまでの推移

主要品目である菓子類を中心に輸出額が増加基調にあり、平成30年の輸出額は約115億円と、平成26年の輸出額（25億円）と比較し、大幅な伸びを示している。

しかしながら、その他加工食品の輸出の増加は大手企業が牽引している傾向が見られ、道内の中小・零細企業においては、輸出の取組は、まだ、ハードルが高いと考えている事業者が多く見受けられることなどから、今後、輸出を一層増加していくためには、輸出に向けた海外市場ニーズや輸出規制などの的確な情報提供や人材育成などを進め、輸出に取り組む道内事業者の裾野を一層広げるほか、新たな輸出品目の拡大、さらには、海外のどさんこプラザの活用促進や増加するインバウンド向けに道産食品の魅力伝えるなど、北海道ブランドを世界に広める取組が必要。

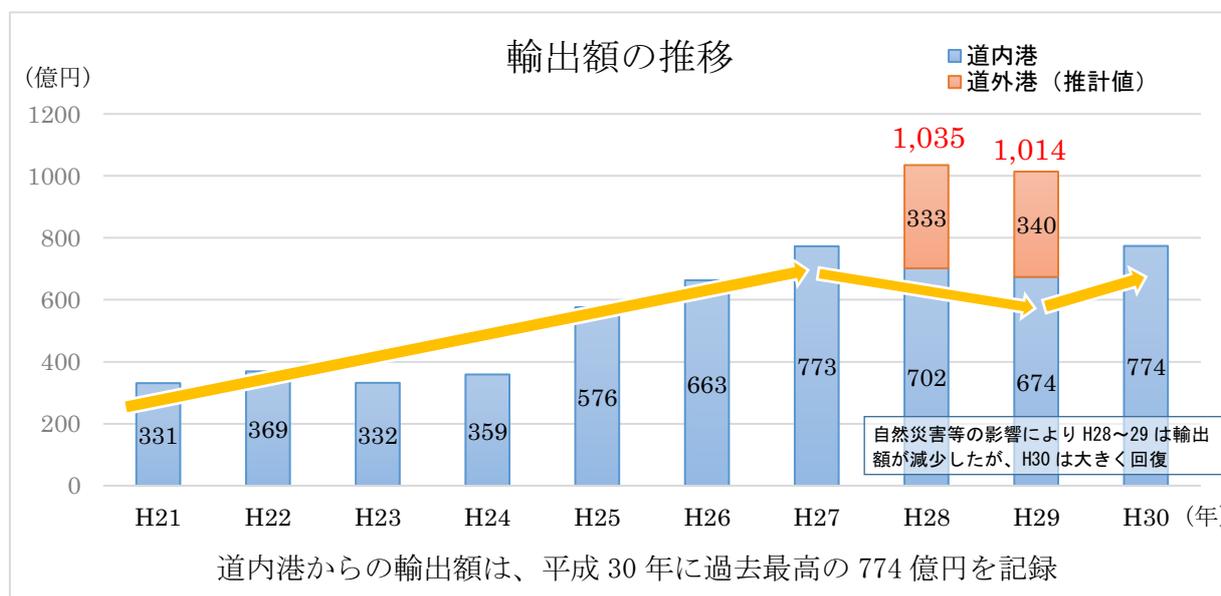


【全体の動き】

北海道における食品の輸出については水産物の占める割合が大きく、その中でも、特にホタテガイを主体に輸出が拡大し、道産食品の輸出額は、平成21年から平成30年の10年間で約2.3倍に増加した。

しかし、平成26年冬の大型低気圧や平成28年の台風など自然災害等の影響により、農水産物の生産量が減少したことなどにより、平成28年、29年の2年間は輸出が減少。平成30年も自然災害の影響はあったものの、ホタテガイの生産回復などにより、前年よりも100億円の輸出増加になるなど、道内港からの輸出は過去最高の774億円を達成した。

なお、道産食品の輸出の実態を把握する必要があることから、平成28年から道外港からの輸出額を推計することとし、平成28年における道外港からの輸出額は約333億円、平成29年は約340億円となる。



5. 施策の展開方向

これまでの取組を踏まえ、2018年12月に策定した「北海道食の輸出拡大戦略<第Ⅱ期>」においては、課題を克服するために品目や国・地域に共通する「基本戦略」を設定。

生産から流通、市場拡大、人材育成といった4つの基本戦略に基づいた施策を推進し、道産食品の輸出拡大を推進する。

また、基本戦略に対応するため、道と関係機関等が連携を図りながら輸出拡大に向けた取組を進め、道内事業者が輸出に取り組みやすい環境整備を推進し、2019年から2023年までの5年間で、道内港・道外港合わせた道産食品の輸出1,500億円の目標水準の達成を目指していく。

(1) 生産の安定・輸出品目の拡大

- ・国内の需給バランスに配慮しつつ、海外需要に応じた一次産品の安定的な生産の推進
- ・地域に眠っている新たな輸出品目となる道産食品の発掘 など

(2) 商流・物流網の整備

- ・道内の主要輸出拠点の物流機能の充実・強化
- ・商社機能の強化に向けた民間企業等との連携 など

(3) 北海道ブランドの浸透・市場拡大

- ・輸出拡大に向けた国際認証・国際規格等の導入・取得促進
- ・海外「どさんこプラザ」を活用した販路拡大、商品の磨き上げなどによる付加価値の向上 など

(4) 人材育成・輸出支援体制の強化

- ・輸出に向けた基礎的な知識習得のための講座の開催
- ・輸出に取り組む企業を創出するためのセミナーなどの開催
- ・対米・対EU輸出水産食品取扱施設認定の取得促進に向けた事業者向け講習会の開催
- ・経済活動を支える人材確保対策の推進 など

※連携、推進体制

- (1) 海外どさんこプラザの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協議会などの枠組の活用
- (3) 生産者団体、金融機関、試験研究機関等との連携強化
- (4) JETRO北海道や北海道農政事務所、北海道国際ビジネスセンター(HIBC)などによる輸出相談の強化・推進
- (5) オール北海道の関係者が連携した、道内事業者へのきめ細やかな支援