

北海道食の輸出拡大戦略<第Ⅱ期>推進状況報告書 <2019年(1月~12月)>

輸出実績/取組状況

令和2年(2020年)4月
北海道

1 北海道食の輸出拡大戦略<第Ⅱ期>について

(1) 戦略の策定の趣旨など

道では、平成28年(2016年)に「北海道食の輸出拡大戦略」を取りまとめ、生産者や事業者、支援機関等が連携した取組を進めてまいりました。この戦略に沿った取組内容や輸出を巡る環境の変化、道外港を含めた輸出実態・実績を踏まえ、北海道ブランドの浸透や市場の拡大に向けた取組に弾みをつけ、輸出に携わる事業者や担い手の裾野を広げることにより、北海道の食の輸出をさらに成長させ、道内食関連産業の持続的な発展を図るため、平成30年(2018年)12月に新たな戦略となる「北海道食の輸出拡大戦略<第Ⅱ期>」を策定しました。

(2) 目標水準

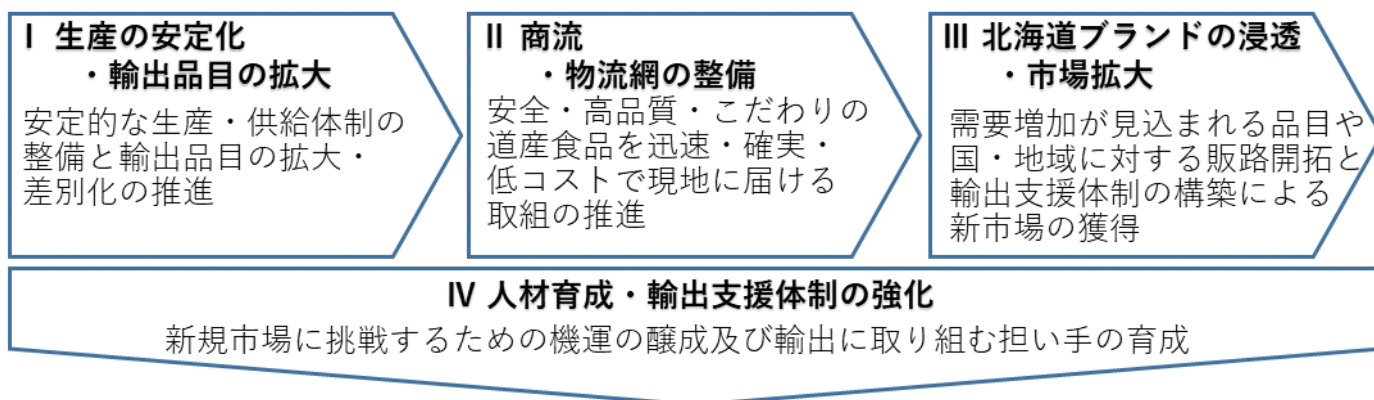
道産食品輸出額 1,500 億円

推進期間：令和元年(2019年)から令和5年(2023年)までの5年間

大品目	区分	道内港	道外港	合計
農畜産物・農畜産加工品 (日本酒含む。以下、同じ)		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

(3) 基本戦略

以下の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します。



(4) 道産食品輸出額の把握

- ・道内港からの輸出額は、毎月発表の財務省の貿易統計(函館税関分)をもとに取りまとめします。
- ・道外港からの輸出額は、貿易統計がないことから、各種データや企業・業界団体からの聞き取り調査等を基に分析・推計するため、推計値を翌年に取りまとめします。
- ・本報告書で示す令和元年(2019年)の輸出実績は道内港分のみとなります。

2 輸出の現状

令和元年（2019年）の道内港からの道産食品の輸出額は664.4億円、前年比約109.7億円（14.2%）減となった。なお、令和元年（2019年）の日本全体の農林水産物・食品の輸出は9,121億円で、対前年比0.6%増と伸び率が鈍化した。

【大品目別】

（単位：億円）

大品目	H29・2017	H30・2018	R1・2019	令和元年（2019年）対前年	
					主な増減品目輸出額（対前年増減額）
農畜産物・ 農畜産加工品	36.7	35.0	40.0	+5.0億円 （+14.4%）	米 5.3億円（+2.3億円） ながいも 13.3億円（△2.1億円） 日本酒 3.5億円（+0.7億円）
水産物・ 水産加工品	536.4	624.4	538.4	△86.1億円 （△13.8%）	ホタテガイ 321.7億円（△77.0億円） サケ・マス 34.0億円（△6.8億円） ナマコ 120.9億円（△1.3億円）
その他 加工食品	101.4	114.7	86.0	△28.7億円 （△25.0%）	菓子類 54.8億円（△34.1億円） 調味料 3.6億円（+1.7億円） 野菜調製品 10.0億円（+1.1億円）
合 計	674.5	774.2	664.4	△109.7億円 （△14.2%）	
（参考） 道外港推計値 ※1	340	408	今後調査		
（参考） 日本全体 ※2	8,071	9,068	9,121	+53億円 （+0.6%）	

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

※1 道外港推計値は翌年に推計作業を行うため、平成30年（2018年）分まで公表。

※2 日本全体は「農林水産物・食品」の額であり、道産食品では含まない花き、林産物も含む。

【主な地域別】

（単位：億円）

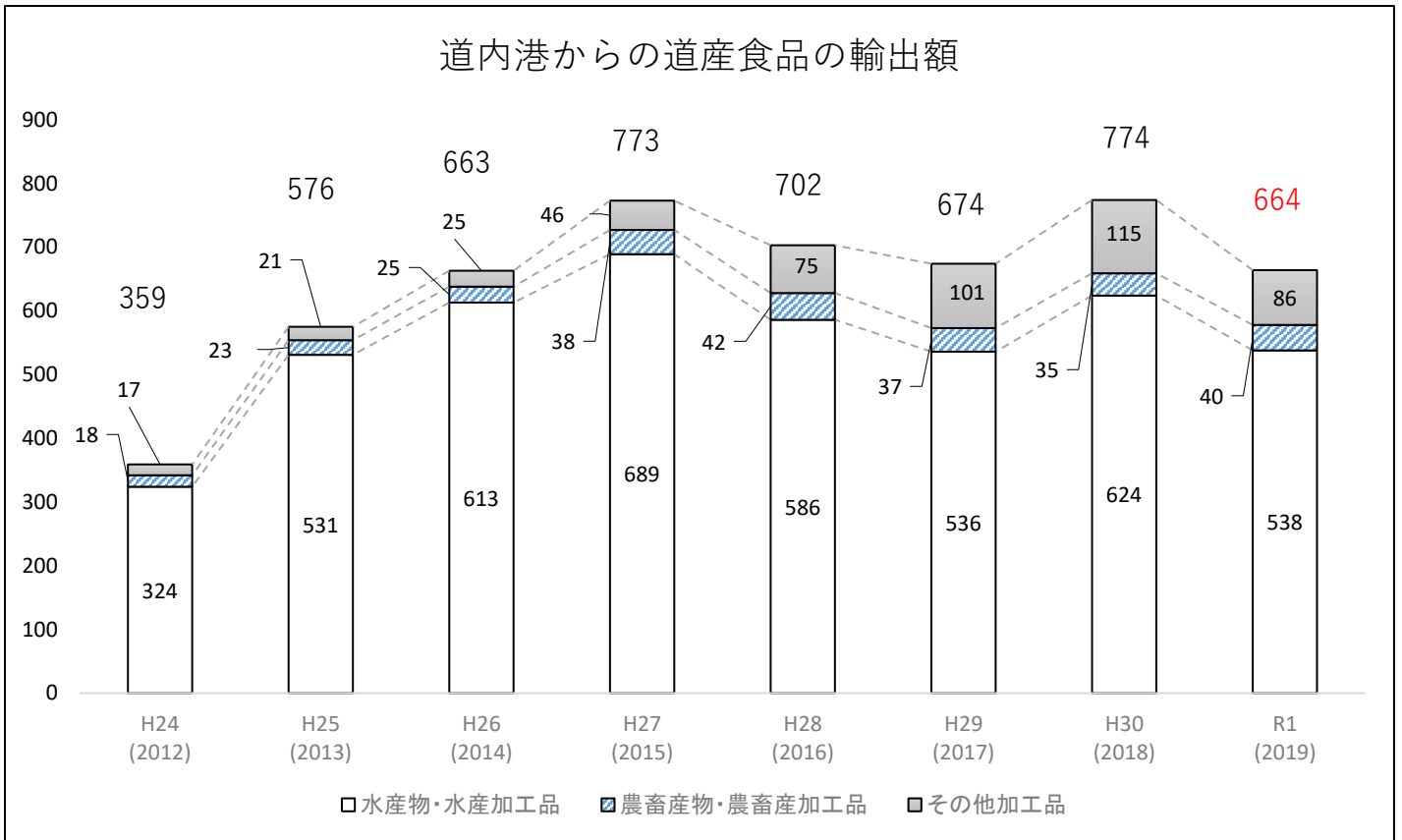
項目	H29・2017	H30・2018	R1・2019	令和元年（2019年）対前年	
					主な増減品目輸出額（対前年増減額）
中国、台湾 香港、韓国	508.3	627.3	537.4	△89.9億円 （△14.3%）	ホタテガイ 287.5億円（△62.9億円） サケ・マス 7.2億円（△6.1億円） ナマコ 120.5億円（+2.8億円）
A S E A N	79.8	75.4	72.3	△3.1億円 （△4.1%）	ナマコ 0.4億円（△4.2億円） ホタテガイ 4.1億円（△2.6億円） 醤油 1.3億円（+1.1億円）
アメリカ 合衆国	50.5	31.0	23.7	△7.3億円 （△23.6%）	ホタテガイ 12.5億円（△6.9億円） ながいも 5.6億円（△1.0億円） チョコレート 1.7億円（+0.5億円）
ヨーロッパ	32.2	35.5	25.1	△10.4億円 （△29.3%）	ホタテガイ 14.3億円（△6.1億円） サンマ 0.7億円（△2.7億円） チョコレート 0.7億円（+0.3億円）

※ 「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。

※ 令和元年（2019年）のヨーロッパは、財務省貿易統計の統計国名符号表の西欧及び中東欧・ロシア等の合計。

※ 令和元年（2019年）の道内港からの輸出先国上位は順に、中国、香港、ベトナム、台湾、アメリカ合衆国である。

3 道内港からの輸出額の推移



4 今期の増加・減少要因

(1) 増加した主な品目と要因

ア 米

前年比で2.3億円増(75.0%増)の5.3億円。平成30年(2018年)に、石狩湾新港の精米工場等が輸出向け施設に指定・登録され、同年10月から輸出が開始された中国や香港を中心に輸出量が増加。

イ 日本酒

前年比で0.7億円増(23.5%増)の3.5億円。単価の高い銘柄の香港への輸出量が増加。

ウ 野菜調製品

前年比で1.1億円増(12.4%増)の10.0億円。調製ばれいしょや納豆などが好調。中国向けの輸出が好調。

エ 調味料

前年比で1.7億円増(89.6%増)の3.6億円。シンガポール向けの醤油が好調。

オ たまねぎ

前年比で2.3億円増(206.3%増)の3.4億円。生産量の回復により、台湾への輸出量が増加。

(2) 減少した主な品目と要因

ア ホタテガイ

主要輸出先である中国への輸出額が減少しており、前年比で77.0億円減(19%減)の321.7億円となった。これは、オホーツク海の水揚げは平成26年(2014年)の大型低気圧被害から回復したものの、噴火湾での減産や、前年に比べ単価が低下したことも一因と推測される。

イ 菓子類

中国向けのフレーク類の輸出額が減少しており、フレーク類は前年比で 26.3 億円減（99.6%減）の 0.1 億円となった。これは大手企業の生産拠点が道内から道外へ変更されたことが要因と推測される。フレーク類を含む菓子類全体の輸出額は前年比で 34.1 億円減（38.4%減）の 54.8 億円。

ウ ながいも

収穫量（春堀り分）が落ち込み、台湾及びアメリカへの輸出量が減少。前年比で 2.1 億円減（13.6%減）の 13.3 億円。

（3）そのほかの主な品目の動向

ア ナマコ

前年比で 1.3 億円減（1.1%減）の 120.9 億円。主要輸出先国である香港が減少したが、中国で伸長。

イ ミルク等

香港やシンガポールへの L L 牛乳の輸出額が増加し、前年比で 0.7 億円増（7.0%増）の 10.0 億円。

5 輸出をめぐる情勢・今後の見通し

（1）輸出環境に関する動き

①日本全体の動き

ア 日 EU・EPA の発効

平成 31 年（2019 年）2 月、日本と欧州連合（EU）の経済連携協定（EPA）が発効された。

日本酒の輸出に係る関税が即時撤廃された。また、鶏卵と卵製品の輸出が解禁された。

イ 台湾向け輸出の関税引き下げ

令和元年（2019 年）7 月、日本酒、ホタテ、ながいもなどの関税が引き下げられた。

ウ 農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律（輸出促進法）の成立

令和元年（2019 年）11 月、輸出促進法が成立し、令和 2 年（2020 年）4 月 1 日に施行された。農林水産省に、大臣を本部長とする「農林水産物・食品輸出本部」が設置され、輸出先国との協議や輸出に取り組む事業者への支援などについて、政府一体となって輸出の促進を図ることとされた。

エ 日本発の水産エコラベル「MEL」の GSSI 承認取得

令和元年（2019 年）12 月、資源と生態系の保護に積極的に取り組む漁業者などを認証する日本発の水産エコラベル「MEL」が、国際的に認知されているエコラベル承認機関である GSSI の承認を受けた。

オ 日米貿易協定の発効

令和 2 年（2020 年）1 月 1 日に日米貿易協定が発効。米国向けの牛肉について現行の日本枠と複数国枠を合体した 65,005 t の複数国枠へのアクセスを確保。日本からの輸出関心が高い 42 品目（醤油、菓子類、冷蔵ながいも等）の関税削減・撤廃を獲得。

カ HACCP が原則全ての食品事業者において導入制度化

令和 2 年（2020 年）6 月 1 日施行の食品衛生法の改正により、原則全ての食品等事業者において HACCP の導入が制度化（経過措置 1 年）。

②道内の動き

- ア アメリカ向け・EU向け輸出水産食品取扱施設（対米・EU-HACCP導入施設）
令和元年（2019年）は新たにアメリカ向け4施設、EU向け1施設が認定された。
- イ アメリカ向け牛肉の輸出食肉取扱施設
令和元年（2019年）5月、十勝の食肉センターが道内で初めて認定された。
- ウ 韓国向け輸出の動向
韓国国内店舗の一部で撤退などの影響が見られたものの、令和元年（2019年）通年の輸出額の減少は限定的であった。
- エ 香港向け輸出の動向
令和元年（2019年）の輸出額の前年比増減額は、8月まで順調の後、9月から減少に転じたが、限定的であった。
- オ 香港向け牛肉の輸出食肉取扱施設
令和元年（2019年）10月、十勝の食肉センターが道内で初めて認定された。
- カ 新型コロナウイルス
令和2年（2020年）1月頃から始まった世界的な感染拡大により、人の移動の制限及び国際航空路線等の運休等の交通・物流の制約とともに、行動の制限に伴う外食から中食への需要の変化などが見受けられる。また、道産食材の取引の停滞、需要減少による取引価格の下落も起きており、今後も影響があるとみられる。世界経済に与える影響が見通せないことから、引き続き動向を注視する必要がある。

（2）道産食品の品目ごとの見通し

- ア ホタテガイ：オホーツク海産の安定した水揚げ
令和元年（2019年）の全道の水揚げは、上期において噴火湾で減産が見られたものの、オホーツク海では平成26年（2014年）の低気圧被害から生産が回復し順調な水揚げが行われたことから、全体で、一昨年と同程度の38万トン（速報値）の見込となっている。令和2年（2020年）についてもオホーツク海産の安定した生産により、昨年と同程度の水揚げが期待される。
- イ 牛肉：道内初のアメリカ向け牛肉輸出
十勝の食肉センターが、道内で初めて食肉のアメリカ向け輸出が可能な施設として、令和元年（2019年）5月に厚生労働省から認定を受けた。7月には同センターからアメリカに向けて、牛肉を初出荷した。

（3）道内の民間等における主な動き

- ア フード・ロジスティクス・イノベーション拠点形成に向けた取組
以下のような新たな物流モデルの構築に向けた取組が進んでいる。
- ・ 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を進めている。令和2年（2020年）に稼働予定。
 - ・ 苫小牧港小口混載コンテナ輸送サービスが開始
苫小牧港発、台湾・シンガポール・マレーシア向けの冷凍の海上コンテナ輸送の船便が令和元年度（2019

年度)は夏以降、毎月運航された。小口の荷主同士の貨物を混載輸送することで、輸送費の低減、貨物量の増加が期待されている。

・新千歳空港・苫小牧港ダブルポート構想

非常時の代替輸送力バックアップや、移出・輸出貨物増加時の連携など、新千歳空港・苫小牧港の連携による機能強化を目指している。

イ 苫小牧港西港区の貨物船用の岸壁新設

バース不足による滞船等を解消し国際競争力の維持・強化を図るため、国土交通省が苫小牧港西港区真古舞地区に貨物船用岸壁を新設する。令和元年(2019年)11月に着工し、令和5年度(2023年度)供用する予定。

ウ 北海道内7空港の一括民間委託

令和2年(2020年)1月から、空港運営事業者(北海道エアポート株式会社)が道内7空港のビル経営を開始した。今後、物流機能の強化や食と観光の情報発信機能の整備が期待される。

オ ワインの地理的表示「北海道」の指定

国際的な産地保護制度である地理的表示(GI)制度に基づき、ワインの産地として平成30年(2018年)6月に「北海道」が指定され、令和2年(2020年)2月末現在累計17社281銘柄が「GI北海道」の認定を受けている。

カ 地理的表示(GI)保護制度の新たな登録

9月、今金町農業協同組合の特産品「今金男しゃく」が地理的表示(GI)保護制度に登録。道内では「夕張メロン」、「十勝川西長いも」に続き3例目。

キ GFP

農林水産省が推進する日本の農林水産物・食品の輸出プロジェクト(GFP)の農林水産・食品事業者の登録事業者数は、令和2年(2020年)2月末現在全国で1,706件のうち、都道府県別では北海道が最も多い140件となっている。

ク 輸出に取り組む企業

海外向けの商談会の参加企業数は国際情勢等の影響で商談会の中止などが多く、減少した。産地証明書等の発行枚数は近年増加傾向にあったが、令和元年度(2019年度)は減少した。

	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)	令和元年度 (2019年度)
海外向け商談会参加企業数(のべ)	512社	544社	567社	391社
中国・韓国向け産地証明書等の発行枚数 (農産物、加工食品)	4,700件	9,700件	10,800件	9,000件

※令和元年度(2019年度)の数値はいずれも令和2年(2020年)2月末現在のもの。

【その他の海外展開事例 (※新聞報道等による)】

ア 中国で液体昆布出汁を生産

令和元年(2019年)7月、スープを製造・販売する道内企業が中国での工場建設に着手。原料となる日高昆布を現地で加工しやすいように処理した後に輸出。

イ 道産イクラ丼をタイ・バンコクで宅配

令和元年(2019年)9月、北海道水産物輸出拡大連携協議会はタイの日系水産卸などと連携し、道産イクラを使ったイクラ丼や、イクラにウニ、カニを組み合わせた北海丼などの宅配事業を開始。

本事業は現地での注文に応じ、バイクにより冷蔵宅配で家庭に届ける。(水産庁の助成事業を活用し試験的に実施。)

ウ 東川農協がウラジオストクに米を輸出

令和元年(2019年)11月、東川農協がウラジオストク向けにブランド米「東川米(ななつぼし)」を2t輸出。今回の輸出をモスクワや欧州に販路拡大する足がかりとする意向。

エ ヨウ素含有量を抑えた道産昆布をオーストラリアへ輸出

道南の昆布加工卸業者が、道立工業技術センターと共同開発した乾燥昆布のヨウ素含有量を制御する新技術を用いた昆布を、オーストラリアへ輸出。輸入昆布のヨウ素含有量に厳しい規制を設ける豪州市場に輸出することで、今後同様の規制を行う欧州市場にも拡大する狙い。

オ 道産チルド牛乳を台湾に輸出

道南の乳業メーカーが商社と連携し、台湾にチルド牛乳の販売を加速。パッケージなどを工夫して酸化を防ぎ、日本国内では15日程度の賞味期限を35日まで延長、船便での輸送が可能となった。

カ 道産チルド牛乳をシンガポールに輸出

道内大手乳業メーカーがシンガポール向け産地パックチルド牛乳の販売開始。これまでは、殺菌した生乳を輸送し、現地(消費地)で再殺菌した上でパック詰めしていたが、道産牛乳をより新鮮な形で届けるため道内でのパック詰めに変更。殺菌方法の工夫やシンガポールの流通温度帯に合わせた輸送温度の一括管理(4℃以下)などにより、日本国内では14日程度の賞味期限を40日まで延長。

キ 北極海航路で試験輸送を実施

苫小牧埠頭管理組合は北極海航路を利用したコンテナ貨物の試験輸送を実施。従来のスエズ運河経由の航路よりも航海日数を10日以上短縮できる。今後は、試験輸送を継続し寄港地としての実績を積み、品目を酒類や食品などに広げていきたい考え。

(4) 道による新たな販路拡大の取組

ア 水産エコラベル認証取得に対する支援

道産水産物の輸出拡大へ向け、情報提供や助言による継続支援のほか、生産者団体や水産加工業者等の水産エコラベル認証取得に対する支援を実施。

イ 新千歳～ヘルシンキ線で輸送実験を開始

令和元年(2019年)12月に就航したフィンランドの航空会社フィンエアーの新千歳～ヘルシンキ線の貨物コンテナを借り上げて、欧州への貨物輸出促進のための実証実験を実施。航空貨物需要や課題などを把握し、今後の路線活用に生かす。翌年1月にはヘルシンキで就航記念レセプションを開催し、日本酒やワイン、米などの道産食材のPRを実施。

ウ 台湾に「北海道カフェ」を開店

令和元年(2019年)11月、台湾・台中市に道産品の販路拡大を目的とした「北海道チャレンジングサポートカフェ」を開設。道産食材をメニューに取り入れるほか、単品の商品としても試験販売を実施。

エ ロンドン、バンコクでレセプションを開催

令和元年(2019年)11月、ほっかいどう食品輸出協議会はロンドンとバンコクでレセプションを開催。現地のレストラン関係者や小売・卸売のバイヤーなどに対して道産のワインや日本酒のほか、

道産食材を使用した料理を提供し、道産食品の魅力をPR。

オ シンガポールの現地バイヤーや飲食店へのPRの実施

令和元年度（2019年度）に実施した、船便によるシンガポールへの生食用冷凍イワシの輸送試験の結果、ミドル層の客層を対象とした日系居酒屋や寿司店などの日本料理店を主体に、比較的良好な評価が得られたことから、令和2年度（2020年度）には、輸出拡大へ向けて現地バイヤーや飲食店へのPRの実施や商談会を開催。

カ 十勝総合振興局がタイアップ協定を締結

令和元年（2019年）8月、十勝総合振興局がソフトバンクグループのベンチャー企業とタイアップ協定を締結。格安で輸出に取り組む同社の取組を管内企業を中心に発信する。同社が広域にまたがる行政機関と協定を結んだのは全国でも初めて。

6 令和元年度（2019年度）の主な取組

（1）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

項目	事業名	取組内容（成果）	令和2年度（2020年度）に向けて
波浪に強い漁場づくり	—	○漁協のホタテ部会等においてハザードマップを活用し、ホタテ稚貝の放流を実施。	○ホタテガイの生産安定に向け、引き続きハザードマップを活用した放流適地を検討。
安定生産に向けた環境整備	○秋サケ資源回復緊急対策事業費 ○さけ・ます種苗生産施設整備事業	○「秋サケ対策協議会」を設置し、資源の減少要因と回復に向けた対策の検討。飼育環境向上のための施設改良や設備の導入に対する支援を実施。	○左記協議会の結果を踏まえ、秋サケの飼育環境向上のための施設改良や設備の導入、稚魚の遊泳力の強化に効果があるDHAの給餌試験等を実施。
輸出相手先から求められる規制等への対応	○食肉検査費（と畜検査費）（うち対米輸出支援に係る経費）	○アメリカ向け牛肉の食肉検査業務体制を整備し、米国基準に基づき各種検査を実施するとともに米国農務省の研修会等に参加。	○米国農務省による査察・指摘への適切な対応が必要。
栽培・養殖技術の改良・普及	○ホタテガイ生産安定対策事業費	○道総研水産試験場との連携により、新たな養殖管理マニュアルを策定するための飼育試験を行い、漁業者に対し「噴火湾養殖ホタテガイ対策だより」等により情報を提供。	○新たな養殖管理マニュアルの制定に向け、引き続き現況の取組を実施。
海外需要と国内需要を併せて計画的かつ安定的に生産・供給する取組の推進	○グローバル産地づくり推進事業	○国の「GFP グローバル産地づくり推進事業」の活用により、輸出先のニーズや規制等に対応した生産・加工体制の構築やテスト輸出等の産地の取組を支援。 ○グローバル産地の形成に向け、採択地域の産地計画作成等を支援。各産地の計画が国の承認を受けた。	○継続地域における産地計画に基づく輸出拡大に向けた取組に対する関係機関と連携した支援、及び新規採択地域の計画作成等に対する支援を実施。

(2) 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

項目	事業名	取組内容（成果）	令和2年度（2020年度）に向けて
国際航路及び国際航空路線の誘致	○国際航空ネットワーク拡大強化事業（国際航空貨物輸出促進実証事業）	○欧州路線における貨物の流動状況や傾向の把握及び欧州への輸出の意向を持つ荷主の発掘のため、イタリア、フィンランド、英国への輸出に係る実証実験を実施。	○我が国において新千歳空港が欧州への最短・最速路線であることのPR等を継続実施。
	○国際航空ネットワーク形成推進事業	○海外航空会社に対する新千歳空港路線の維持及び誘致（ポートセールス）活動や新規就航海外直行定期便を利用して輸出する事業者への輸送料補助を実施。	○輸送料補助に係るさらなる周知。
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	—	○国は、令和2年度（2020年度）において、政府間交渉に必要なデータ収集や課題対応のための調査、輸出手続きの迅速化等に係る予算措置とともに、司令塔組織を創設（R2.4）。	○規制の撤廃・緩和等に向け、引き続き国家間交渉の推進について、国へ要望。

(3) 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

項目	事業名	取組内容（成果）	令和2年度（2020年度）に向けて
関係機関・団体・企業等と連携した海外ニーズや規制情報等の収集及び道内企業等への情報提供	○海外アンテナショップの支援機能強化による食と観光の魅力発信事業費	○現地の流通事情に精通した食品卸等の専門家をシンガポールとタイに配置した、卸・あっせんサポーターが、飲食店を対象に、業務用食品のニーズの掘り起こしや商談サポートを実施。	○引き続き、飲食店を中心に道産品を紹介し、ニーズの掘り起こしや商談のサポートを行い、取引の促進を図る。
	○サハリン州等ロシア極東地域友好経済協力推進事業費（サハリン事務所維持運営費） ○北海道ASEAN事務所運営事業 ○民族共生象徴空間誘客促進・地域連携事業 ○食の海外展開促進・需要拡大事業費 ○北海道・ロシア連邦地域間協力キックオフ事業	○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。 ○（サハリン）現地市場情報の収集・提供、現地での取組支援等。 ○（ASEAN）SNS等を活用し、北海道の食を含む魅力を継続的に発信。	○（サハリン）北海道ブランドの浸透・市場拡大に向けて当面はSNSやインターネット等を活用した情報発信やビジネスマッチングを進め、事態の推移を踏まえてさらなる拡大に取り組む。 ○（ASEAN）道内情報の現地での発信の拡大、道の各種事業実施に当たっての海外事務所との連携強化。

項目	事業名	取組内容（成果）	令和2年度（2020年度） に向けて
関係機関・団体・ 企業等と連携した 海外ニーズや規制 情報等の収集及び 道内企業等への情 報提供（続き）	（前ページと同）	○（中国）SNS 情報発信、観光、 食に係るイベント参加を通じ たプロモーション、現地進出希 望企業からの相談等への対応。 ○（韓国）バイヤー招聘を実施。	○（中国）SNS 情報発信を通じ た本道の魅力の更なる発信。ネ ットワーク構築都市の拡大。 ○（韓国）日韓情勢に応じた道 産品の販路拡大に向けた取組 の展開。
	○食の海外展開促 進・需要拡大事業費	○中国での EC 展開に関心の高 い道内企業向けに「中国 E C 市 場進出相談会」においてセミナー 及び個別相談会を実施。38 社・団体から 89 名の参加を得 るとともに、道内企業の E C 進 出状況・意向を確認。	○中国大手 EC 事業者及び関係 機関と連携した EC テスト販売 の実施。
輸出拡大に向けた 国際認証・国際規格 等の導入・取得促進	—	○国際的に認知されている水 産エコラベル認証の取得を希 望する団体等に対し情報提供 や助言による支援。 ○関係団体からの照会に対応。	○道産水産物の輸出拡大へ向 け、情報提供や助言による継続 支援のほか、生産者団体や水産 加工業者等の水産エコラベル 認証取得に対する支援。
	○HACCP 推進対策 費	○HACCP に沿った衛生管理制 度化の施行に向けて、事業者に 対する HACCP 導入支援セミ ナーを開催するとともに、手引 書やリーフレットを配布。	○HACCP 制度化の施行に向 け、引き続き、事業者に向けた 周知や HACCP 導入支援。 ○再構築した道 HACCP 認証 の普及啓発を図る。
	○GAP（農業生産工 程管理）実践レベル アップ事業	○国際水準 GAP の産地への導 入促進に向け、産地の指導者を 育成するための研修会等の実 施や、農業者等の認証取得経 費の支援を行った。	○国際水準 GAP の産地への導 入促進に向け、指導者の育成・ 充実強化などの取組を継続。
海外バイヤー向け 商談会等への参加	○民族共生象徴空 間誘客促進、地域連 携事業 ○道市連携海外展 開事業（海外企業連 携型販路拡大プロ ジェクト事業）	○バンコクどさんこプラザ開 業と連動した北海道の食と文 化の魅力発信イベントの実施 ○ベトナム、マレーシアにおけ る現地商談会の実施。 ○ベトナム、マレーシア、シン ガポールにおける食材フェア の実施。	○安定した取引の実現に向け た継続的なプロモーションの 実施。

項目	事業名	取組内容（成果）	令和2年度（2020年度）に向けて
海外バイヤー向け商談会等への参加（続き）	○食の海外展開促進・需要拡大事業費	○中国にて開催された国際輸入博覧会に道内企業25社が出展し過去最大規模の700品目を出品。道産食品の魅力やウポポイの認知度向上に向け、動画やパンフレット等を通じPRを実施。博覧会が契機となり地方都市でのフェア開催や、道産食品の常設販売場所が拡大するきっかけとなった。	○中国大手EC事業者及び関係機関と連携したECテスト販売の実施。
	○食の海外展開促進・需要拡大事業費 ○民族共生象徴空間誘客促進・地域連携事業	○6月、友好提携先の黒竜江省において開催されたハルビン国際経済貿易商談会に道内の5社1団体が参加。前年対比売上増、アイヌ文化、ウポポイのPRを実施。	○文化発信ブースにおける内容の更なる充実（アイヌ民族文化・ウポポイ、オリ・パラを想定）。
	○道産水産物販路拡大推進事業費	○東南アジアを中心に生産者団体が実施する量販店での北海道フェアの開催。 ○現地飲食店へのサンプル提供等により、ホッケの開きが定番メニュー化し提供を開始。	○輸出品目及び輸出先国の拡大に向けて取組を継続。
	○道産農水産物輸出拡大戦略推進事業	○道・ホクレン・ぎょれんの連携により、国内の大規模商談会（輸出EXPO）に出展するとともに、海外のバイヤーの道内への招へいを実施した。	○輸出拡大に向け、取組を継続。
	○道産食品輸出企業海外進出促進事業	○台湾で現地商談会を実施。 ○香港商談会、バイヤー招聘については香港の国内デモ及び新型コロナウイルスの影響により中止。	○道内事業者を継続的に支援し、輸出促進に向けた取組を切れ目なく進めるためには、国際情勢リスクを踏まえた事業計画が必要。
海外「どさんこプラザ」の活用	○海外アンテナショップの支援機能強化による食と観光の魅力発信事業費	○シンガポール及びタイの北海道どさんこプラザにおける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し、マーケティングを支援。 ○海外展開を図る道内企業の裾野拡大。	○引き続き、テスト販売への参加企業の掘り起こしなど、輸出に取り組む企業の裾野拡大に取り組む。
		○令和元年（2019年）6月、市街地の大型ショッピングセンター内に、海外3店舗目となる「どさんこプラザシンガポール2号店」を開設し、あわせて北海道フェアを開催。	○引き続き、北海道フェアを開催し、道産品の販路拡大を図る。
		○「どさんこプラザシンガポール2号店」の開設にあわせて、知事が現地入りし、北海道フェア及び記念行事「食とワインの夕べ」において、道産品のトップセールスを実施。	○引き続き、商談会などを通じて、道産ワインや道産食品の魅力発信に努める。

項目	事業名	取組内容（成果）	令和2年度（2020年度）に向けて
輸出先国・輸出品目の拡大、輸出量の増加に向けた取組	<p>○北海道 ASEAN 事務所運営事業</p> <p>○民族共生象徴空間誘客促進・地域連携事業</p> <p>○北海道・ロシア連邦地域間協力キックオフ事業</p>	<p>○海外需要を効果的に取り込むため、ASEAN 諸国、中国、台湾及びアメリカにて現地関係機関や企業等とのネットワークを活用しながら、道産食品の販路の開拓と定着等の取組を支援。</p> <p>○（ASEAN）SNS 等を活用し、北海道の食を含む魅力を継続的に発信。</p> <p>○（北米）友好提携先のハワイや、西海岸サンノゼの日系スーパーでの北海道フェアの開催。サンノゼでは道内で初めて牛肉の対米輸出が可能となる施設で処理した牛肉の試食販売を実施。</p> <p>○（台湾）台中市に設置した北海道チャレンジサポートカフェでの道産品テスト販売（小売・メニュー化）の実施。</p> <p>○（中国）上海市内の百貨店及び空港内売店における道産食品テスト販売の実施。</p> <p>○（中国）黒竜江省ハルビン内百貨店における道産食品の販売会の実施（令和2年（2020年）3月予定。）</p>	<p>○（ASEAN）道内情報の現地での発信の拡大。道の各種事業実施に当たっての海外事務所との連携強化。</p> <p>○（北米）ハワイおよびサンノゼにおける継続的な北海道フェアの開催。北海道ブランドの定着。</p> <p>○（台湾）道内企業等及び台湾消費者に対するテスト販売機能についての認知度向上。</p> <p>○（中国）上海市におけるテスト販売の継続・商品の定着。</p> <p>○（中国）黒竜江省ハルビン市内百貨店での道産品販売会の内容充実。</p>
	<p>○道産農畜産物輸出拡大加速化事業</p>	<p>○輸出拡大戦略に基づく重点品目について取組を実施。</p> <p>【主な取組】</p> <p>〔米〕中国での商談会、プロモーション</p> <p>〔日本酒〕フランス・香港での展示会・商談会への出展</p> <p>〔青果物〕台湾でのプロモーション</p> <p>〔牛肉〕アメリカでの市場等調査・プロモーション、ベトナムでの需要の低い部位の加工・調理実証試験及びメニュー開発</p>	<p>○道産農畜産物の安定した取引のため、取組を継続。</p>
	<p>○道市連携海外展開事業（海外企業連携型販路拡大プロジェクト事業）</p>	<p>○（ベトナム）現地小売店の販売コーナーにおいて14社30品のテスト販売を実施。</p> <p>○（マレーシア）現地小売店の販売コーナーにおいて2社3品のテスト販売を実施。</p> <p>○（シンガポール）現地飲食店1店舗において6社10品の食材フェアを実施。</p> <p>○（ベトナム）現地飲食店1店舗において6社10品の食材フェアを実施。</p> <p>○（マレーシア）現地飲食店2店舗において11社26品の食材フェアを実施。</p>	<p>○安定した取引の実現に向けた継続的なプロモーションの実施。</p>

項目	事業名	取組内容（成果）	令和2年度（2020年度）に向けて
輸出先国・輸出品目の拡大、輸出量の増加に向けた取組（続き）	○道産水産物販路拡大推進事業費	○シンガポール向けに、高度冷凍技術を用いた、生食用冷凍イワシの船便による輸送試験を実施。ミドル層などの客層を対象とした日本料理店を主体に、比較的良好な結果が得られた。	○輸出品目及び輸出先国の拡大に向け、現地バイヤーや飲食店を対象とした商談会の開催による販路開拓を実施。
販路拡大に向けたPR	○オリンピック・パラリンピック道産農林水産物等供給体制構築事業	○東京オリ・パラ選手村等で提供される飲食への道産食材の供給に向け、東京都内のGAPビュッフェレストランで道産食材を提供する北海道フェアを開催するなど、関係者へのPRを実施。	-
	○国際大会等を契機とした食と観光の魅力発信事業	○国際大会等の開催を契機に国内外の需要獲得を目的として、どさんこプラザ有楽町店において外国人観光客を対象に、多言語による商品紹介や物産プロモーションを実施。	○効果的なPRを行うためには、外国人が興味・関心を持つ場所・時期にイベントを開催する。
	○（農林水産省）分野・テーマ別海外販路開拓支援事業のうち分野・テーマ別のPR活動・販売促進活動推進事業	○ほっかいどう食品輸出協議会はロンドンとバンコクでレセプションを開催。現地のレストラン関係者や小売・卸売のバイヤーなどに対して道産のワインや日本酒のほか、道産食材を使用した料理を提供し、道産食材の魅力を紹介。	○引き続き、道産食材の魅力を紹介するPRを実施。
	-	○北海道の食ブランドをPRする新たなキャッチフレーズ「食絶景北海道」を作成し、レセプションやSNSで発信。	○引き続き、「食絶景北海道」を活用した北海道の食の積極的PRを実施。

（４）人材育成・輸出支援体制の強化

新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

項目	事業名	取組内容（成果）	令和2年度（2020年度）に向けて
輸出関連事業者等と連携した人材育成事業の推進	○道産食品輸出企業海外進出促進事業	○道産食品輸出塾を開催し、はじめて輸出に取り組む事業者に対し、貿易の基礎知識の習得から商談機会の提供、その後のフォローアップに至るまでを一貫して支援。 ○輸出に取り組む事業者を支援するアドバイザーを設置し、個別事案へのサポート等を実施した。	○道内事業者を継続的に支援し、輸出促進に向けた取組を切れ目なく進める。

項目	事業名	取組内容（成果）	令和2年度（2020年度）に向けて
輸出関連事業者等と連携した人材育成事業の推進（続き）	○北海道食のキーパーソン育成研修等事業 ○道産ワイン高度人材確保事業	○食のキーパーソンの育成：道産食品の高付加価値と北海道ブランドの磨き上げを図るため、地域フード塾（「絶品コース」「新事業展開コース」「成果発表会」）及び地域ワークショップを実施し、食関連産業を牽引する人材を育成した。 ○ワインアカデミー：北海道内でワイン造りに携わる者に対し、栽培・醸造技術やマーケティングノウハウのレベルアップにつながる「北海道ワインアカデミー」を開催。	○食のキーパーソンの育成：地域資源を有効活用し付加価値向上を図るスキルや、地域フード塾受講後に事業の多角化を目指すためのノウハウを獲得するため、より効果的な内容とする。 ○ワインアカデミー：GI認定など北海道ワインのブランド力の高まりが期待される中、ワイン産地形成に向けて、ワイン製造技術の習得・習熟が課題。
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	○道産水産物輸出市場対策事業費	○対米・EU-HACCPの導入支援のため、道内1カ所において事業者向け講習会を開催。	○継続的な講習会の開催。
JETRO北海道、北海道農政事務所等の関係機関・団体による相談窓口との有機的連携	-	○新たに設立した道産食品輸出課題検討会議において、輸出にかかるこれまでの取組課題を整理し、機動的に課題解決に向けた会議を実施し、課題（テーマ）に応じたプロジェクトを推進。 ○事業者アンケート、事業者訪問を行い、気候変動等に影響なく今後輸出拡大が期待できるカテゴリーごとに議論を進めることとした。	○今後、道産食品輸出拡大会議として、輸出拡大の取組を進める必要がある。
	-	○令和元年度（2019年度）は道産食品輸出拡大戦略推進協議会を2回開催し、道産食品輸出1500億円の目標水準達成に向けて関係者との連携強化及び情報共有を行った。	○道が事務局を務める「道産食品輸出拡大戦略推進協議会」を北海道農政事務所が事務局を務める「北海道地域農林水産物等輸出促進協議会」に一本化。
輸出に向けた地域の取組の支援	-	○各機関が実施している輸出サポートの取組を道内企業へ周知。	○継続的な周知活動を実施。
	-	○十勝総合振興局とソフトバンクグループのベンチャー企業がタイアップ協定を締結。	○引き続き、管内企業向けに輸出拡大に向けた情報を提供。

※新型コロナウイルスの影響への対応

- 新型コロナウイルスの感染拡大による影響等について、関係機関との情報共有を行った。
- 風評被害を払拭するため、北海道貿易物産振興会や海外事務所等と連携し、道産食品の安全性に関する正しい知識をSNS等を活用して発信した。

7 令和2年度（2020年度）の主な取組

新型コロナウイルスの世界経済へ与える影響が見通せない中、引き続き輸出への影響や課題の把握を行います。

令和2年（2020年）は、1月に道内7空港の一括民間委託、苫小牧港の大型冷凍冷蔵倉庫の稼働予定など、輸出に追い風となる動きもあることから、輸出に取り組む事業者が国際情勢等の変化に適切に対応できるよう、引き続き支援してまいります。

○ 令和2年度（2020年度）も、基本戦略に基づき魅力ある食の国内外への展開を進めます。

（1）生産の安定化・輸出品目の拡大

- ・ 輸出先国・地域から求められるHACCP等に対応した施設整備への支援
- ・ 北海道らしい日本酒を造るための酒米の生産振興や道産日本酒のブランド化強化 等

（2）商流・物流網の整備

- ・ 新規就航海外直行定期便を利用して輸出する事業者への輸送料補助を実施 等

（3）北海道ブランドの浸透・市場拡大

- ・ 北海道の食ブランドをPRする新たなキャッチフレーズ「食絶景北海道」の活用
- ・ 国際大会等の開催を契機に国内外の需要獲得を目的として、首都圏等において道内各地域の食、観光、文化の魅力をPR
- ・ シンガポールとタイの北海道どさんこプラザを活用したマーケティング支援や道産食品PR
- ・ 東南アジアにおいて、飲食店でのメニュー提案や量販店でのフェア等のほか、オーストラリアにてホタテのPRを実施。
- ・ アジアや北米での道産食品テスト販売
- ・ 水産エコラベル認証取得支援 等

（4）人材育成・輸出支援体制の強化

- ・ 「道産食品輸出塾」による輸出に取り組む事業者の裾野拡大
- ・ 有望なワイン産業におけるデータベース構築による新規参入者等への支援
- ・ 「道産食品輸出拡大会議」における輸出促進策検討 等

食の大地、海、山、川。
生産者とその息遣い。
素材や料理。
食事の風景、テーブル、笑顔。
北海道は食の絶景にあふれている。