

北海道グローバル戦略

～世界をより身近に、世界を舞台に活躍～

【2021改訂版】

令和3年(2021年) 12 月

北 海 道

目 次

はじめに ～北海道グローバル戦略について～ 1

- 1 策定趣旨 1
- 2 推進期間 1
- 3 本戦略の構成 2

I 現状 4

- 1 北海道を取り巻く世界情勢 4
- 2 北海道の現状と、今、求められているもの 6
- 3 世界に通用する北海道の「ちから」 10

II 展開方向 11

- 1 北海道のめざす姿 11
- 2 3つの視点と展開方向 12
- 3 展開方向 13
 - ・展開方向Ⅰ：北海道の魅力や強みを活かした海外展開 13
 - (1) 北海道ブランドの確立と戦略的活用
 - (2) グローバル・ネットワークの強化
 - ・展開方向Ⅱ：世界と北海道をつなぐ環境づくり 16
 - (1) 多文化共生社会の形成
 - (2) 人材・技術を活用した交流・協力の促進
 - (3) 国際交通網の拡大・物流機能の強化
 - ・展開方向Ⅲ：世界情勢の変化への機動的で柔軟な対応 19
 - (1) 世界を視野に入れた力強い地域経済の確立
 - (2) 海外展開・交流におけるリスクマネジメント
- 4 北海道と世界各地との交流 ～各国・地域の展開内容～ 22

III 施策の推進 25

用語集 27

はじめに ～北海道グローバル戦略について～

1 策定趣旨

情報技術の革新や交通網の発達等に伴い、一つの地域の現象や取組が国境を越えて世界全体に影響を及ぼす、いわゆるグローバル化の流れが急速に進展しています。

また、国連においても、グローバル化に対応した行動計画として「持続可能な開発目標（SDGs）^{*}」が採択されるなど、持続可能な社会づくりに向けた取組は、世界規模で進められています。

こうした中、新型コロナウイルス感染症^{*2}の感染拡大やTPP^{*3}11協定といった経済連携の動きなど、本道を取り巻く国際情勢は大きく変化を続けており、北海道が将来にわたり輝き続けていくためには、今後も世界規模で進展するデジタル化や脱炭素化^{*4}など、社会変革の動きをしっかりと見極めながら、「世界の中の北海道」として、的確かつ迅速な対応を進めていくことが重要です。

このため、「北海道グローバル戦略」に基づき、ポストコロナに向けた海外との交流の展開方向など、今後、北海道がめざす姿を道民の皆様と共有しながら、食や観光といった経済分野をはじめ、教育、文化等の取組を連携させるなど、国際関連施策の戦略的・効果的な展開を図ります。

また、「北海道グローバル戦略」の展開にあたっては、SDGsの理念と合致する各施策を推進します。

2 推進期間

北海道総合計画^{*5}の終了年である2025(令和7)年度までを推進期間とします。

なお、本道を取り巻く世界情勢の変化等を踏まえ、適宜見直しを行います。



3 本戦略の構成

(1) 戦略の構成

I 現状

- ◆北海道を取り巻く世界情勢
 - ・世界的な市場動向
 - ・自由貿易、経済統合の進展
 - ・多様なリスクの顕在化、不透明感の増大

- ◆北海道の現状と、今、求められているもの
 - ・世界の成長力や経験・ノウハウなどを着実に取り込み、地域経済の活性化を促進
 - ・人材交流や多様な文化の共存に向けた環境づくりの推進
 - ・世界情勢の変化への的確な対応

- ◆世界に通用する北海道の「ちから」
 - ・本道には、食や自然環境など世界トップレベルの「ちから」が数多く存在

II 展開方向

◆北海道のめざす姿

めざす姿
 「世界をより身近に、
 世界を舞台に活躍」

◆3つの視点と展開方向

【視点①：世界に売り込む】

北海道の魅力や強みを活かした海外展開

- ・北海道ブランドの確立と戦略的活用
- ・グローバル・ネットワークの強化

【視点②：世界とつながる】

世界と北海道をつなぐ環境づくり

- ・多文化共生社会の形成
- ・人材・技術を活用した交流・協力の促進
- ・国際交通網の拡大・物流機能の強化

【視点③：世界と向き合う】

世界情勢の変化への機動的で柔軟な対応

- ・世界を視野に入れた力強い地域経済の確立
- ・海外展開・交流におけるリスクマネジメント

III 施策の推進

- ◆事業の検討・実施
 - ・庁内に各部横断的な連携会議やプロジェクトチームを設置し、効果的かつ効率的に事業を実施

- ◆事業の推進管理
 - ・各分野における特定分野別計画^{*6}の推進状況等を取りまとめ、公開

資料編 ※毎年度ローリング

- ◆国際関連施策一覧
 - ・毎年度の国際関連施策の取組方向
 - ・個別施策一覧

- ◆データ集
 - ・国際関連計画・方針一覧
 - ・経済交流や友好交流等、国際化に係るデータブック

(2) SDGs達成への貢献

「持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals：SDGs（エスディージーズ）」とは、2015年9月、国連で採択された、先進国を含む2030年までの国際社会全体の開発目標で、17の目標とその下位目標である169のターゲットから構成されています。

2018年12月、道は「北海道SDGs推進ビジョン」を策定し、当該ビジョンに沿って、多様な主体と連携しながら、北海道全体でSDGsの推進を図ることとしています。

本戦略では、気候変動問題などへの対応を通じた国際貢献の取組など、SDGsの理念と合致する各施策の推進を通じ、世界共通の課題解決への貢献を図ることとしています。

なお、本戦略とSDGsの達成を見据えた政策展開との関連性を可視化するため、「3 展開方向」において、関連するSDGsの17の目標（ゴール）を示しています。

持続可能な開発目標（SDGs）



「コロナ・パンデミック(世界的流行)」に伴う社会・経済情勢の変化

○ 2019年に最初の症例が確認された「新型コロナウイルス感染症(COVID-19)」は、全世界に拡大しました。21世紀に入って、SARS、新型インフルエンザ、MERSといった感染症が国境を越えて拡大しましたが、特にCOVID-19は、世界規模での不況や失業を生み出したほか、教育などにも多くの弊害を生じ、世界を一変させました。

コロナ・パンデミックによりやむなく国境間の壁が高くなったことで、自国優先主義や内向き志向が顕著となり、ロックダウンや外出・往来の自粛、飲食店等の営業時間短縮など、人同士のコミュニケーションの制限や人の移動の停滞により、生産活動や物流が停滞し、サプライチェーンの途絶リスクが顕在化しました。また、観光や宿泊、航空等で前例がない規模で需要の縮小を招くなど、これまでとは全く異なる世界経済危機を引き起こしました。

○ 一方、COVID-19の影響の長期化は、人々の価値観や行動に大きな変化をもたらしました。

デジタル化が急速に普及し、ICT技術が幅広い社会活動の基盤となり、オンラインやSNSを活用した交流やリモートワークなどビジネス手段が多角化しました。また、オンラインでの商品注文・購入や家庭食需要の増加に伴い、巣ごもり需要が拡大するなど消費行動にも変化が生じました。さらには、サプライチェーンの強靱化といった経済安全保障の確保に向けた動きや、脱炭素化をはじめ世界共通課題の解決に向けたサステナビリティへの取組など、様々な社会変革に繋がりました。

○ COVID-19の感染拡大が、我が国をはじめ、世界全体に大きな打撃を与え、世界の社会経済システムを停止・遅延させています。世界がこの危機に対処している中でも、気候変動や環境劣化は進んでおり、気候危機とも言われる気候変動問題への対応として、国内外で、2050年カーボンニュートラルの実現に向けた動きが始まりつつあります。

2021年、英国・グラスゴーで開催された「COP26(国連気候変動枠組条約第26回締約会議)」では、パリ協定の1.5度努力目標達成に向け、今世紀半ばのカーボン・ニュートラル及びその通過点である2030年に向けた気候変動対策が合意されました。

○ コロナ・パンデミックは、日本においても、緊急事態宣言等により、感染拡大地域における外出や往来の自粛、更には飲食店等の営業時間短縮など、人やモノの移動が制限を強いられ、社会経済活動に影響を及ぼしました。

「密を避ける」、「集中から分散へ」といった価値観が顕在化するとともに、働き方改革の流れで推進されてきた「テレワーク」が一気に加速し、「ワーケーション」や「二地域居住」への関心が高まったほか、飲食業などでのテイクアウト対応といった業態転換が見られるなど、社会の行動様式が変容しました。

○ コロナ・パンデミックや地球温暖化といった世界情勢の変化を踏まえ、日本政府は、「経済財政運営と改革の基本方針2021」で、グリーン社会の実現やデジタル化の加速、観光・インバウンドの再生や農林水産業の成長産業化といった、日本全体を元気にする活力ある地方創りなどを経済成長の原動力として掲げるとともに、経済連携の強化や対日直接投資の推進、外国人材の受入れ・共生など、ポストコロナに向けた持続的な基盤づくりに取り組むこととしています。

○ 北海道においても、COVID-19は、医療現場などに大きな影響を及ぼしたほか、緊急事態宣言等を受け、観光業や飲食業などサービス業を中心に、道内経済に大きなダメージを与え、雇用環境も悪化しました。北海道全体で感染リスクを低減させ、事業継続やビジネスチャンス拡大に繋げていく「新北海道スタイル」といった取組などにより、生活様式も変化してきています。

本戦略は、こうした社会・経済情勢の変化や、その対応方向を踏まえ、見直しを行っています。

1 北海道を取り巻く世界情勢

グローバル化の進展に伴い、ASEAN^{*7}諸国をはじめとする新興国の経済成長や世界的な経済統合の動きが加速するなど、本道を取り巻く世界情勢は急速に変化しています。

こうした流れは、海外からの観光客の増加や企業の海外展開の広がりなど、本道にとってプラスの効果をもたらす一方で、今回の新型コロナウイルス感染症の世界規模での感染拡大が経済のみならず日常生活にも影響を与えたように、感染症やテロ、政情不安といった海外の様々なリスクが、本道に直接影響を及ぼす可能性も有しており、刻々と変化する世界情勢を的確に把握することは、日々その重要性を増しています。

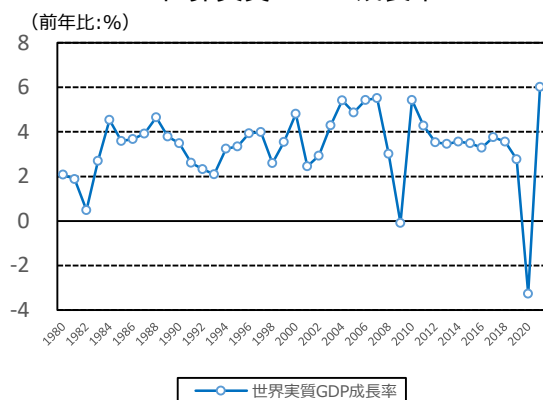
(1) 世界的な市場動向

■ 世界経済の状況

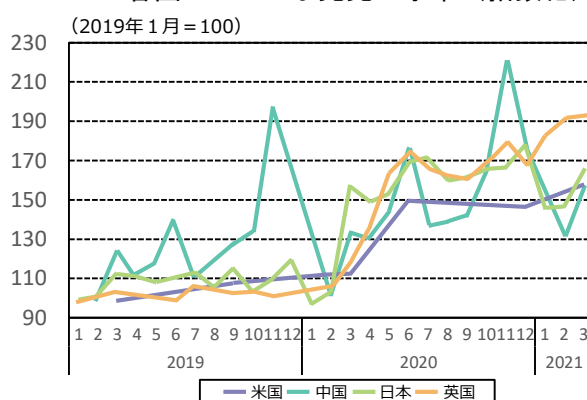
コロナショック^{*8}後、世界経済は国・地域ごとに回復に差異

国際通貨基金（IMF）^{*9}の発表によると、2020年の世界の実質GDP^{*10}成長率は-3.3%とされ、世界金融危機^{*11}の影響を受けた2009年の成長率（-0.1%）を大きく下回り、統計が開始された1980年以降で最低の水準を記録したが、在宅需要製品の需要やデジタル経済などの拡大に伴い、2021年は世界経済の回復が予測される。

■ 世界実質GDP成長率



■ 各国のEC^{*12}小売売上水準（指数化）



■ IMFによる実質GDP成長率の国・地域予測

	2020年	2021年		2020年	2021年
世界	-3.3	6.0 (0.5)			
先進国	-4.7	5.1 (0.8)	新興国・発展途上国	-2.2	6.7(0.4)
米国	-3.5	6.4 (1.3)	アジア新興国・発展途上国	-1.0	8.6(0.3)
ドイツ	-4.9	3.6 (0.1)	中国	2.3	8.4(0.3)
フランス	-8.2	5.8 (0.3)	インド	-8.0	12.5(1.0)
イタリア	-8.9	4.2 (1.2)	欧州新興国・発展途上国	-2.0	4.4(0.4)
スペイン	-11.0	6.4 (0.5)	ロシア	-3.1	3.8(0.8)
日本	-4.8	3.3 (0.2)	南米及びカリブ新興国・発展途上国	-7.0	4.6(0.5)
英国	-9.9	5.3 (0.8)	ブラジル	-4.1	3.7(0.1)
カナダ	-5.4	5.0 (1.4)	中東及び中央アジア新興国・発展途上国	-2.9	3.7(0.7)
その他先進国	-2.1	4.4 (0.8)	サブサハラ地域アフリカ	-1.9	3.4(0.2)

備考1：2020年 は実績値で、2021年の数値は2021年4月版の予測。

備考2：2021年の予測数値の右側にある括弧内の数値は2021年1月版からの修正幅。

資料：IMF「World Economic Outlook April 2021」から作成。

出典：経済産業省「通商白書2021」

2 北海道の現状と、今、求められているもの

北海道は、ニュージーランドと同規模のGDPや北欧の一国に相当する人口など、日本の1つの地域という枠を超えた世界レベルの高い潜在力を有しています。

また、近年はアジア諸国を中心とした認知度の向上を背景に、海外からの観光客や食品輸出額が急増するなど、世界との距離は急速に縮まり、海外との交流は私たちの生活や経済に密接に関わっています。

こうした中、新型コロナウイルス感染症の世界規模の感染拡大は、インバウンド^{*18}需要の消失や人的往来の制限など、本道の国際関連施策の展開に大きな影響を与えましたが、急速な人口減少が続く中、北海道の持続的な発展を実現するには、引き続き、世界の潮流をしっかりと見極めながら、本道と世界との強いつながりを活かし、ポストコロナに向けて、一層複雑化する世界情勢に的確に対応していくことが求められています。

北海道と世界のつながり

世界レベル
の高い
潜在力

- ・ 名目GDP^{*19}は ニュージーランドに相当
- ・ 人口はノルウェーに匹敵
- ・ アジアで高い北海道の認知度
(食や観光などの多様な魅力がアジアで高い評価)

世界との
距離が
短縮

- ・ 訪日外国人来道者数は、5年間で2倍(2018/2014)
→ 2020年度は、観光客に対する入国拒否等の措置により、0万人
- ・ 道内港分の食品輸出額は、5年間で1.2倍(2018/2014)
→ 2020年はホタテガイや菓子類の輸出減少により前年比▲12.9%
- ・ 道内空港国際線旅客数は、5年間で2倍(2018/2014)
→ 2020年3月末以降、道内発着の国際定期便は全便運休
- ・ 道内在住外国人は、5年間で1.6倍(2019/2015)
→ 2020年は、外国人材の新規受入停止等の影響で前年比▲9%
- ・ 海外留学する道内学生は、5年間で1.5倍(2018/2014)
→ 2019年度はコロナ禍の短期留学の減少等により前年比▲11%
- ・ 道内外国人留学生は、5年間で1.5倍(2019/2015)
→ 2020年度は、新型コロナウイルス感染症の影響により前年比▲7%

新型コロナウイルス感染症の
感染拡大により大きな影響

世界の潮流を見極め、
再び、本道の活性化へ

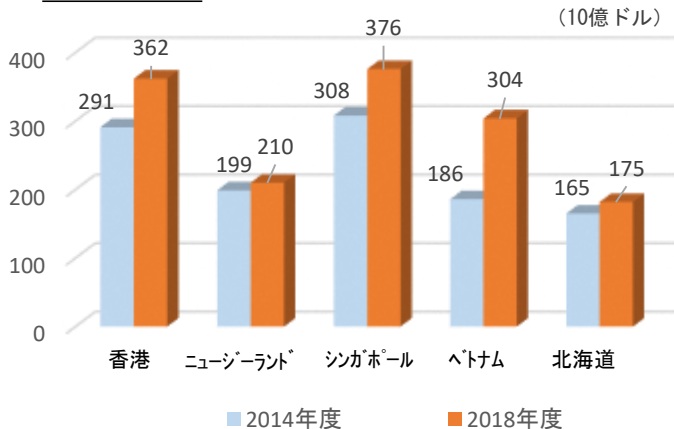
今、北海道に求められているもの

- 地域の産業力を更に高め、世界の成長力や経験・ノウハウなどを着実に取り込み、地域経済の活性化を促進
- 世界が身近な存在となる中、人材交流や多様な文化の共存に向けた環境づくりの推進
- 感染症やテロ、政情不安など、道民の生活や経済に直接影響を及ぼす世界情勢の変化への的確な対応

あらゆる取組を進める上で
グローバルな視点が不可欠

数字でみる北海道の現状

■ 名目GDP



本道の名目GDPは、ニュージーランド一国に相当。
(日本の名目GDPは、5兆369億ドル)

出典：IMF「World Economic Outlook」
2014年度及び2018年度 道民経済計算
※表は2014年度及び2018年度のデータ
※1ドル112円で換算

■ 人口

国・地域	2015年	2019年	増減
デンマーク	569	577	+8
フィンランド	549	553	+4
ノルウェー	520	538	+18
シンガポール	560	580	+20
北海道	543	530	▲13

本道の人口は、ノルウェーに匹敵。

一方、本道の将来人口は、2040年までに約100万人減少し、428万人となる推計がある。

<参考：道内の将来人口の推計>

年	2025	2030	2035	2040
人口(万人)	502	479	455	428

出典：国立社会保障・人口問題研究所
「日本の地域別将来推計人口」

出典：総務省「世界の統計2021」
住民基本台帳人口(平成27年1月1日現在、平成31年1月1日現在)

■ 認知度

【日本の観光地の認知度】

順位	アジア全体				欧米豪
	中国	シンガポール	タイ		
1位	東京	富士山	東京	富士山	東京
2位	大阪	東京	富士山	東京	富士山
3位	富士山	北海道	大阪	北海道	大阪
4位	北海道	大阪	北海道	京都	京都
5位	京都	京都	京都	大阪	広島

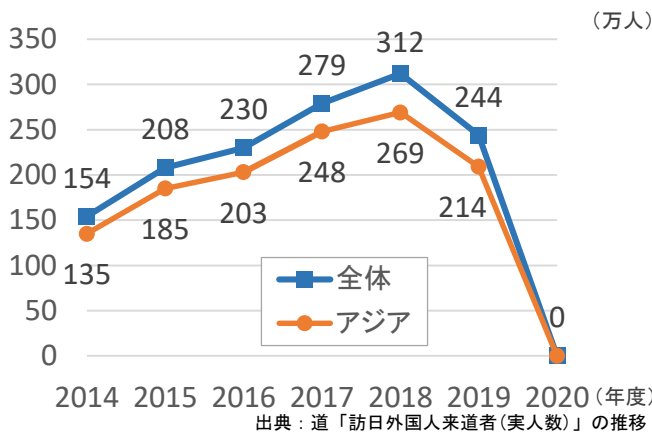
アジアにおける本道の認知度は、東京、大阪といった日本の主要都市と同じトップクラス。

一方、欧米豪における認知度は、アジアに比べると低い状況。

※北海道：11位

出典：日本政策投資銀行「アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(第2回新型コロナウイルス影響度特別調査 2020年12月)」

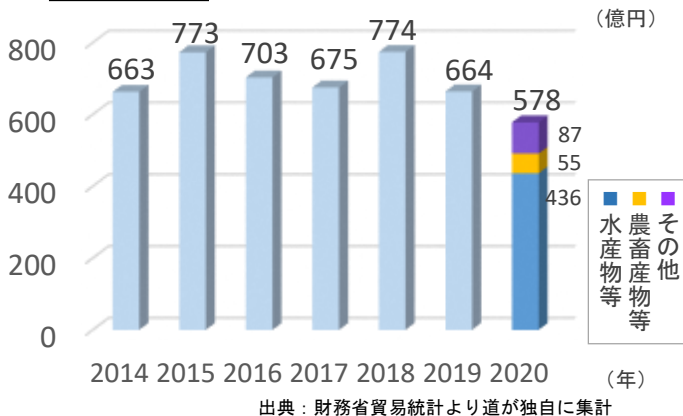
■ 訪日外国人来道者数



2020年度の訪日外国人来道者数は0万人。

新型コロナウイルス感染症の影響により、インバウンド需要が消失。

■ 食品輸出額

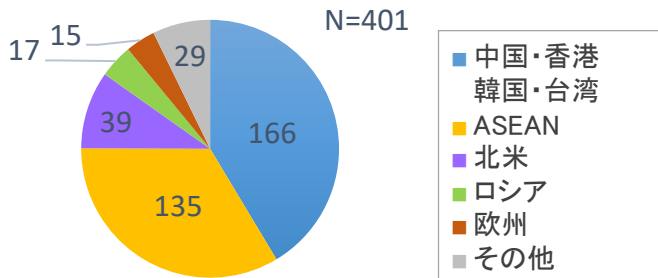


2020年の食品輸出額は、578億円と対前年比で12.9%減少。

新型コロナウイルス感染症による外食需要の減少に伴う輸出単価の低下や、百貨店での販売減少、催事の中止などの影響を受け減少傾向

■ 道内企業の海外進出拠点数

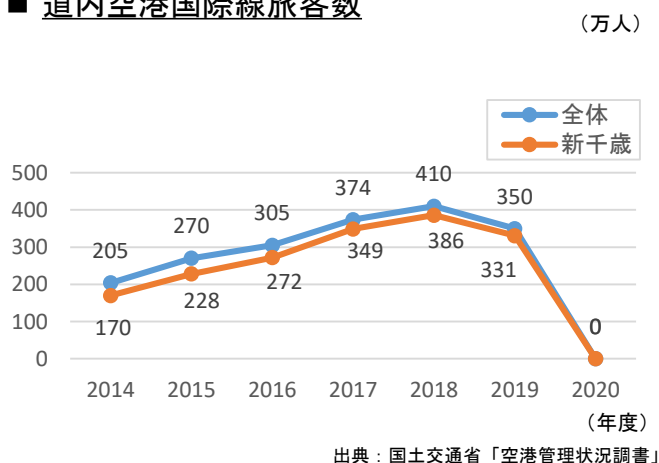
【エリア別の海外進出拠点数】



2019年の道内企業の海外進出拠点数は401。

エリア別では、中国・香港・韓国・台湾が166拠点と最も多く、次にASEANが135拠点と続き、アジアが全体の約8割を占める。

■ 道内空港国際線旅客数

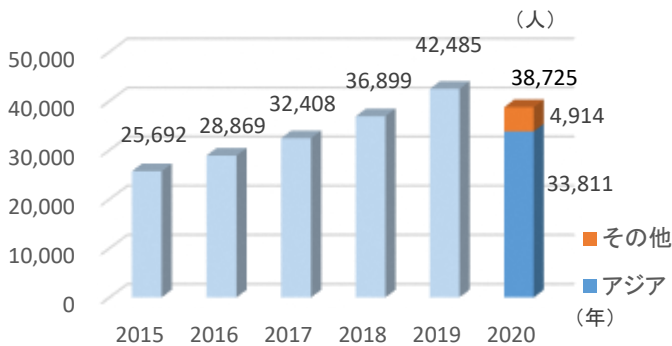


インバウンドの拡大に伴い、国際線旅客数は堅調に推移し、ピーク時の2018年度は410万人で、2014年度の2.0倍。

※2019年度は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大等により減少。2020年3月末以降、道内発着の国際定期便は全便運休。

国際線が発着した空港は新千歳、函館、旭川、帯広、釧路、女満別の6空港であり、新千歳の利用客が全体の約9割を占める。

■ 道内在住外国人



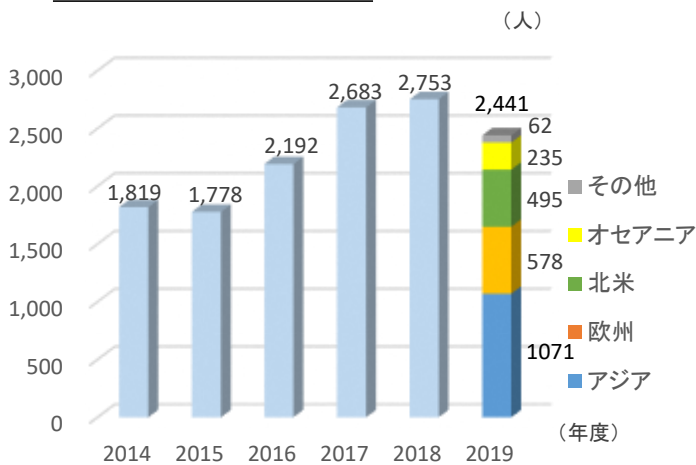
出典：法務省「在留外国人統計」
※各年12月末現在の人数

道内在住の外国人は、技能実習生などの受入拡大等に伴い、ピーク時の2019年は、2015年の1.6倍と堅調に推移。

※2020年は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴う外国人材の新規受入停止等の影響により前年比9%の減少。

区分	2015年	2020年
技能実習生	5,411人	12,472人

■ 海外留学する道内学生



出典：(独)日本学生支援機構「留学生調査」

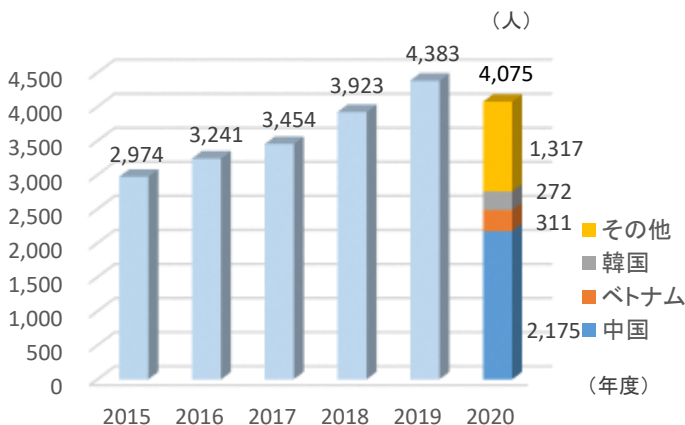
ピーク時の2018年度は、2014年度の1.5倍。

※2019年度は、新型コロナウイルス感染症の影響による短期留学の減少により前年度比11%の減少。

留学先の国・地域別では、アジア、欧州、北米、オセアニアの順に多い。

■ 道内外国人留学生

※留学生数＝高等教育機関及び日本語教育機関の在籍者数



出典：(独)日本学生支援機構
「外国人留学生在籍状況調査」

2019年度の道内外国人留学生は、2015年度の1.5倍と堅調に推移。

※2020年度は、新型コロナウイルス感染症の影響により前年比7%の減少。

国・地域別では、中国が最も多く、ベトナム、韓国と続く。

3 世界に通用する北海道の「ちから」

北海道には、豊富な食や優れた自然環境をはじめとする、本道ならではの世界トップレベルの「ちから」が数多く存在しており、ポストコロナを見据えながらグローバル化に的確に対応していくためには、これらのさらなる向上を図り、一層活用することが求められます。

食

- 広大な土地、3つの海を背景とした高い食料供給力
- 安全・安心で品質の高い農水産物
- 機能性にも優れた道産食材

自然環境

- 北国ならではの雪や寒さ
- 明瞭な四季
- 知床世界自然遺産や23の自然公園
- 多様な生態系の存在

技術

- 厳しい自然条件等のもとで培われた優れた技術(環境、寒冷地、クリーン農業、省エネ・新エネ、採炭技術など)

投資環境

- 都市機能と自然との調和
- 世界とつながる交通アクセス
- 豊富な農水産資源を活かした食関連産業の集積
- 発展を続けるIT関連産業
- 再生可能エネルギーや冷涼な気候の利活用

国際協力

- 地域で進められている多くの草の根交流
- 寒冷地技術など本道の強みを活かした技術協力
- JICA^{*20}の海外ボランティア派遣やODA^{*21}事業等を活用した途上国支援
- ロシアや中国などとの医療交流・協力

独自の歴史・文化

- 豊かな自然との共生で育まれたアイヌ文化
- 世界文化遺産^{*22}「北海道・北東北の縄文遺跡群」をはじめとする縄文文化
- まんが・アニメなどの北海道発の多様なコンテンツ
- 地域に溶け込んだプロスポーツや活発なウィンタースポーツ

人材

- 多くの高等教育機関
・大学院27校、大学37校、短期大学15校、高等専門学校4校
- 多様な試験研究機関
・北海道立総合研究機構をはじめ、多くの公的試験研究機関が存在
- 海外留学する道内学生、道内外国人留学生ともに増加傾向

ネットワーク

- 道の姉妹友好提携地域等(6か国・10地域)
 - ・カナダ：アルバータ州
 - ・中国：黒竜江省
 - ・米 国：マサチューセッツ州
ハワイ州
 - ・ロシア：サハリン州
 - ・韓 国：釜山広域市
慶尚南道
ソウル特別市
済州特別自治道
 - ・タ イ：チェンマイ県
- 市町村の姉妹友好交流
- 道・道内企業等の海外拠点
 - ・北海道サハリン事務所
 - ・北海道ASEAN事務所
 - ・北東北三県・北海道ソウル事務所
 - ・北海道上海事務所
 - ・道内自治体、金融機関などの拠点

担い手

- 海外との交流を担う多くの主体
 - ・市町村
 - ・企業
 - ・友好団体
 - ・物産協会
 - ・観光協会など
- 海外展開を支える多様な機関
 - ・北海道国際交流・協力総合センター(HIECC)^{*23}
 - ・JETRO^{*24}北海道貿易情報センター
 - ・JICA北海道
 - ・金融機関
 - ・商工会議所など



1 北海道のめざす姿

グローバル化に伴う様々な影響を考慮しながら、道内経済や地域社会の活性化を図るため、「世界の中の北海道」として本道が中長期的に進むべき将来の方向性を「めざす姿」として明らかにし、道内の行政、企業・団体、道民の皆様と共有します。

世界をより身近に、世界を舞台に活躍

将来の北海道のイメージ

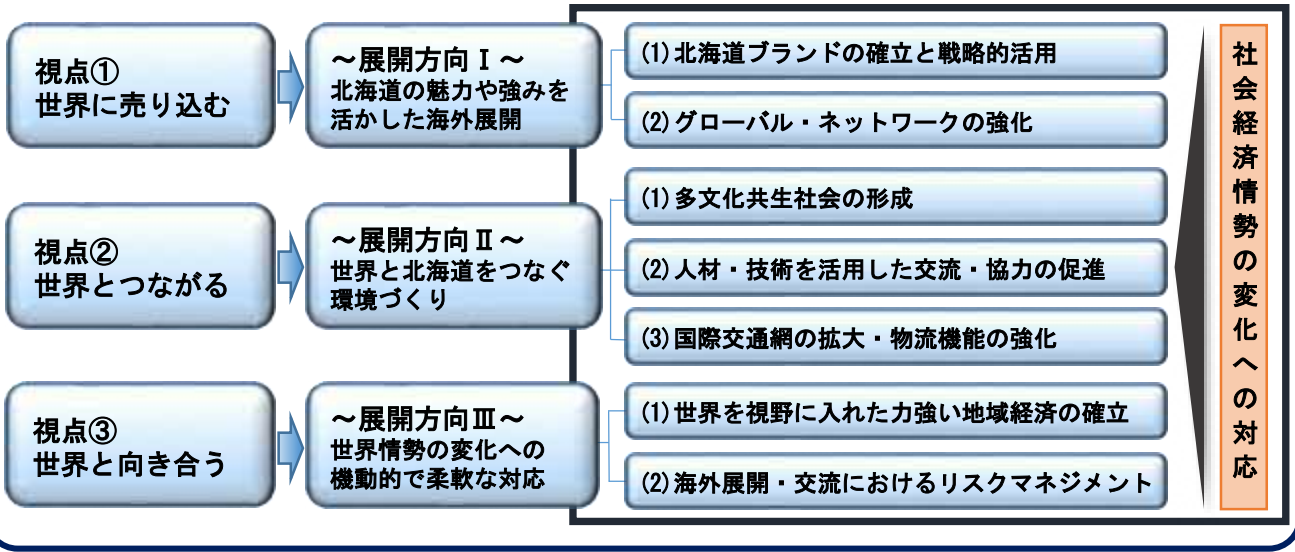
- 豊かで安全・安心な食、雄大な自然をはじめ、独自に育んできたアイヌ文化や北海道発の多様なコンテンツなど、北海道の魅力が評価を受け、北海道ブランドが世界に浸透しています。
- 多くの外国人が地域社会で共に暮らし、多くの若者が世界に向けて果敢に挑戦するなど海外との往来が増え、人と人のグローバルな絆が広がっています。
- 本道の国際競争力が向上し、グローバルな視点を有して活躍する足腰の強い産業が育っています。



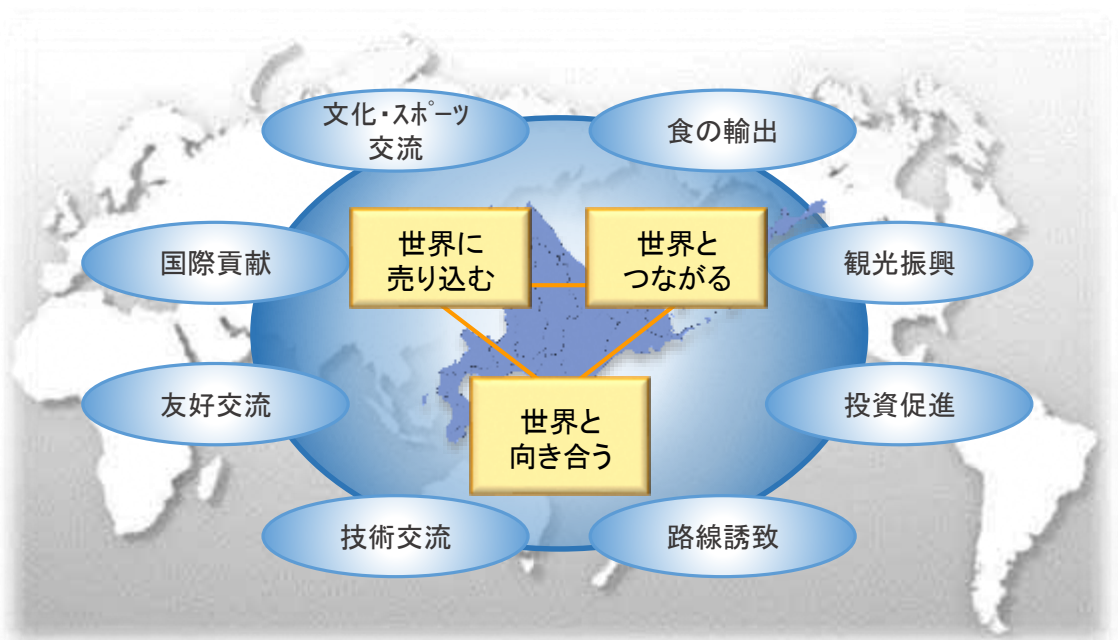
2 3つの視点と展開方向

「めざす姿」の実現に向けて、「世界に売り込む」「世界とつながる」「世界と向き合う」の3つの視点に立ち、食の輸出や観光振興、投資促進、路線誘致、技術交流、友好交流、国際貢献、文化・スポーツ交流などグローバル化に対応した取組を、デジタル化の進展や脱炭素化といった社会経済情勢の変化に的確に対応しつつ、ターゲットを明確化・重点化しながら、機動的かつ柔軟に推進します。

めざす姿の実現に向けた3つの視点と展開方向



社会経済情勢の変化に対応し、
3つの視点に基づき、国際関連施策を総合的に推進



3 展開方向

展開方向 I : 北海道の魅力や強みを活かした海外展開

取組の方向性

北海道の魅力や強みを活かし、海外の成長力や経験、ノウハウを取り込み、活力ある地域づくりにつなげる

(1) 北海道ブランドの確立と戦略的活用

背景

- ・北海道の多様な魅力や強みは、世界に売り込む強力な武器
- ・一方で、グローバル化が進んだ現在、世界中がライバル
- ・世界のライバルと渡り合うため、北海道ブランドの確立と戦略的活用が必要

方向性

- オール北海道の視点による分野横断的な取組の展開
- 現地ニーズや東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催といった国際的関心の高まりなどを踏まえた効果的なプロモーション
- 外からの視線を活かした地域資源の発掘と磨き上げ

社会・経済情勢の変化

- ・感染症の世界的な拡大に伴う外国人観光客の大幅な減少
- ・国際的なスポーツ大会や会議などの開催・活動の制限
- ・デジタル経済^{*25}の拡大
- ・巣ごもり需要など、人々の消費動向の変化
- ・先行きの不確実性などを起因とした消費・投資の手控えによる需要減

対応方向

- ① 潜在力や競争力を有する食や自然、観光などの分野における価値の更なる磨き上げ
- ② ターゲットの明確化・重点化による北海道ブランドの海外展開
- ③ 安全・安心に配慮した、国際的イベントや投資等の誘致
- ④ 社会経済情勢、現地ニーズ等を踏まえ、デジタル技術等を活用した市場・需要開拓
- ⑤ 脱炭素化に向けた取組など、人々の行動変容や価値観の変化への対応





- ◆ トップセールスによる本道の魅力セミナーなど、食、観光、文化などを組み合わせたショーケース化プロモーションの実施 <①>
- ◆ どさんこプラザ海外店の展開やHOKKAIDO LOVE! プロジェクト等、食や観光などの関係者が一体となった地域ブランディングの展開 <①>
- ◆ MaaS^{*26}等シームレス^{*27}交通の全道展開 <①>
- ◆ 食の高付加価値化、米や日本酒といった中期的な重点品目に加え、伸びしろが期待される魚種等、中国やASEANなどの輸出先国・地域の重点化などによる道産食品の輸出拡大 <②>
- ◆ 一人当たりの旅行消費額が高い欧米豪からのアドベンチャートラベル^{*28}の推進など、新たな観光価値の創出 <②>
- ◆ 食や自然・環境など本道の強み・特性を活かしたMICE^{*29}や投資の誘致推進 <③>
- ◆ MICE・IR^{*30}など新たなインバウンド等の取込方策の検討 <③>
- ◆ ゼロカーボンやデジタルトランスフォーメーション(DX)^{*31}といった社会経済環境の変化に対応した国内外からのデータセンター^{*32}等の企業誘致推進 <③・⑤>
- ◆ マーケットイン^{*33}による新たな市場展開、どさんこプラザ海外店などを活用した販路拡大 <④>
- ◆ 海外展開におけるECやオンライン商談など交流・ビジネス手段の多角化 <④>
- ◆ デジタル技術の対応力強化に向けた支援 <④>
- ◆ 巣ごもり需要など、人々の消費動向の変化への対応強化 <⑤>

<具体取組例>

▶ ショーケース化プロモーション
～シンガポールでのトップセールス(2019.7)～

シンガポールを訪問し、「北海道観光セミナー」や「北海道食とワインのタベ」を開催し、本道へのインバウンドの促進や北海道の食の魅力をアピールするとともに、投資関係者などと幅広い分野でプロモーションを実施しました。



▶ 外国政府と強固な関係の構築
～ベトナムでのトップセールス(2020.1)～

ベトナムを訪問し、計画投資大臣と面談。2017年に締結した「経済交流に関する覚書」に基づき、投資、貿易、人材育成などの交流を更に進めることなどについて確認しました。



▶ 海外からの投資誘致推進
～国とジェットロ事業を活用した投資の誘致(2019.6)～

本道の強みである観光分野をメインに、経済産業省とジェットロのRBC事業の採択を受け、シンガポールや香港などでのトップセールスや投資誘致セミナーを開催したほか、投資家を招聘し、投資案件の視察・意見交換などを実施しました。



▶ 地域ブランディングの展開
～HOKKAIDO LOVE! プロジェクト(2020.6～)～

北海道観光振興機構などと連携し、オール北海道で観光関連産業等の前向きな取組を応援。北海道の魅力をSNS等で情報発信しています。



～どさんこプラザ海外店の展開～

海外アンテナショップとして、タイ1店舗、シンガポール2店舗を展開。海外における道産食品の販路拡大や北海道ブランドの発信拠点として、道内食品製造業者のマーケティング活動を支援しています。



～道産食品輸出塾(2019～)～

香港、台湾に向けて輸出意欲が高い道内事業者が、輸出に関する情報やノウハウを習得し、自立的な海外販路開拓ができるよう、輸出手続きに必要な知識などの習得を支援しています。



(2) グローバル・ネットワークの強化

背景

- ・ 効果的・効率的な海外展開を図る上で、幅広い関係者の連携が重要
- ・ これまで蓄積されてきた道内外のネットワークは貴重な財産
- ・ 異分野・異業種など更なるネットワークの強化が必要

方向性

- 海外展開に取り組む企業間のネットワークの強化
- 道内の支援機関・団体のネットワークの強化
- 海外の企業や団体等のネットワークの強化

社会・経済情勢の変化

- ・ 渡航制限に伴う人的往来の途絶など、リスクの顕在化
- ・ デジタル化の推進に伴う交流スタイルの多様化

対応方向

- ① デジタル技術等を活用した新たな交流スタイルの確立
- ② グローバル・リスクを見据えた現地支援体制の基盤強化

取組イメージ

関連する主な
SDGsの目標



- ◆ デジタル技術の積極的な活用や、海外の北海道ファン、道の海外拠点等を通じた効果的な情報収集・発信 <①>
- ◆ クールHOKAIDOネットワーク^{*34}の活用や外国政府等との強固な関係の構築 <②>

<具体取組例>

▶ 道の海外拠点等を通じた情報発信 ～海外事務所のホームページやSNS等を通じた 地域の魅力発信（2021.10月時点）～

道上海事務所では中国語、ASEAN事務所では英語・タイ語、北海道・北東北三県ソウル事務所では韓国語、北海道サハリン事務所ではロシア語により、世界に向けて5カ国語で食や観光、文化の魅力など道内各地の幅広い情報を発信しています。



< >は展開方向 I の対応方向を記載

取組主体

- 行政：北海道ブランドの効果的発信、ネットワーク強化を通じた海外展開への積極的なサポートなど
- 企業・団体：北海道ブランドを活かした海外展開、ネットワークへの参画と活用による分野横断的な展開など（NPO・大学等）
- 道民：本道を取り巻く環境を踏まえた、海外との交流の重要性への理解の深化