

3 国内外の食市場を取り込む高付加価値農業の推進

(1) 付加価値の高い農畜産物の生産と新たな需要の創出

高齢化や人口減少など、社会構造やライフスタイル等の変化に対応した国内外の新たな食市場の取り込みに向け、消費者に選択される農畜産物の生産・供給体制を構築します。

- 道産農産物の付加価値を高め、道内の食産業の振興を図るため、食品産業などとも連携しながら、品質・加工適性等の評価法や品質保持技術の開発、道産農産物の加工適性や機能性を活かした新たな商品の開発を推進します。
- 消費者に選ばれる道産農畜産物や食品のブランド力の向上に向け、YES!clean表示制度、「道産食品独自認証制度（きらりっぷ）」など道独自の表示・認証制度や地理的表示保護制度の普及を推進します。
- 高齢化や女性の社会進出等による食市場の環境変化に対応し、加工・業務用野菜などの供給力の強化や赤身主体の牛肉の付加価値向上を促進します。
- 生薬の原料となる薬用作物の生産拡大とともに、実需者や消費者のニーズに基づく機能性成分を含む農産物の生産に努めます。
- 観光分野との連携による地域食材を活用した商品づくりなど、地域資源の活用を促進します。
- 「北のめぐみ愛食フェア」での外国語表記による情報発信や地域の食文化の魅力伝達のほか、販売促進に向けた人材の育成など、インバウンドに対応した取組を促進します。

(2) 農業者と商工業者等が連携した地域資源を活かした6次産業化の推進

農業者が主体となって、地方自治体や農業団体、商工業者等と連携しながら進める6次産業化等の取組を推進します。

- 農業者等に対する起業化への意欲を喚起するとともに、地域内外の関係機関や団体などと連携のもと、地域ぐるみでの6次産業化・農商工連携に向けたプランニングや推進体制の整備を支援します。
- 「北海道6次産業化サポートセンター」による農業者に対する事業計画づくりのサポートや専門家の派遣などによるノウハウの提供、地域での連携促進を図るための関係者によるネットワークづくりや商品開発、加工・販売施設の整備等を支援します。

- 2次・3次事業者とのマッチングなどによる新商品の開発や販路開拓などの新たな需要創出を推進します。
- 農業者等と2次・3次産業の事業者（パートナー企業）が共同で設立した合弁事業体（6次産業化事業体）での農林漁業成長産業化ファンド等の活用を促進します。

（3）地域の特色を活かしたブランド化の推進

地域の特色を活かした農畜産物やその加工品のブランド化を推進します。

- 地域ごとの特色ある農畜産物づくりや高品質な食品づくりを進めるとともに、そうした商品について国内外への情報発信を様々な機会を活用して推進します。
- 異業種が連携したフルーツ観光や消費者が高く評価する醸造用ぶどう品種の導入促進など道産果実の高付加価値化を推進します。
- 本道の特色ある品種構成や恵まれた草地資源を活用した多様な肉用牛生産を推進し、適度な脂肪交雑の牛肉や赤身肉など道産牛肉の付加価値向上に向けた商品開発、ブランド化の取組を推進します。
- 本道の冷涼な気候の中で、衛生管理の徹底や飼料米・ホエイ等の地域資源を活用した豚肉の生産を推進し、道産豚肉の付加価値向上に向けたブランド化を推進します。
- 小規模チーズ工房によるナチュラルチーズの生産など地域の特色を活かした牛乳・乳製品づくりに向けた人材の育成や消費拡大を推進します。

（4）農畜産物や食品の輸出促進に向けた環境整備

成長する海外の食市場の取り込みに向けて、農畜産物や食品の輸出を促進します。

- 北海道食の輸出拡大戦略（平成28年2月策定）に基づき、商流・物流網の整備や輸出支援体制の整備、輸出実績が少ない品目や国・地域等を対象とした新たな市場開拓など、輸出の促進に向けた取組を関係部局と連携して総合的に推進します。
- アジア諸国等における道産農畜産物等に対する需要を喚起するとともに、輸出先市場に対応した生産・流通体制づくりを支援します。
- 団体等が組織する輸出促進のための協議会が実施する道産農産物のPRや市場リサーチなどの輸出プロモーション活動などを支援します。