

令和5年度 基本評価調書		所管部局	経済部	所管課	食産業振興課		
施策名	道産食品の輸出拡大			施策コード	0513		
政策体系(中項目)	海外の成長力を取り込んだ経済の持続的発展			政策体系コード	2(5)A		
関連重点戦略計画等	知事公約 創生総合戦略					事務事業数	6
特定分野別計画	北海道食の輸出拡大戦略						
SDGs				総合判定	やや遅れている		
予算額(千円)	R 5	261,784千円	R 4	195,422千円	R 3	188,354千円	

施策目標	「生産の安定化・輸出品目の拡大」、「商流・物流網の整備」、「北海道ブランドの浸透・市場拡大」、「人材育成・輸出支援体制の強化」といった4つの基本戦略に沿った施策を品目別、国・地域別に展開し、旺盛な海外需要を積極的に取り込み、力強い経済の構築を進めていく。
現状と課題	<p>(オール北海道の体制づくり)</p> <ul style="list-style-type: none"> 輸出をめぐる情勢が変化する中で、国や関係団体との連携を一層深めるとともに、輸出商社などを含めた道内有力企業との連携も視野に、オール北海道の体制で輸出を強力に推し進めることが必要。 <p>(市場動向への的確な対応)</p> <ul style="list-style-type: none"> 輸出拡大のためには、新型コロナウイルス感染症による渡航制限の撤廃や円安の進行といった、市場の動向に的確に対応していくことが重要。 <p>(輸出品目や輸出先の多様化)</p> <ul style="list-style-type: none"> 国際情勢等のリスク分散のため、品目や輸出先に偏らない施策の展開が必要。 <p>(付加価値の高い商品の開発促進)</p> <ul style="list-style-type: none"> 旺盛な海外需要を一層取り込むため、地域資源を活用した道産食品の一層の付加価値向上が必要。
前年度二次評価意見	総合計画に掲げる、アジアなど海外への北海道産食品の輸出拡大のため、付加価値の高い商品の開発促進が重要であり、総合計画の政策目標の実現に向け、取組の一層の推進を検討すること。
対応状況	海外市場動向や消費者ニーズを学ぶ講座や海外アンテナショップ等でのテスト販売等を通じて、道内食関連事業者の付加価値の高い商品開発を支援する。 また、庁内の食の輸出拡大戦略推進本部の構成メンバー間で積極的に情報共有を図るなど、効果的な施策の推進に努める。

〈主な取組〉

今年度の取組	<p>(オール北海道の体制づくり)</p> <ul style="list-style-type: none"> 国や関係団体等と構成する会議の場を中心として、情報の共有化や事業連携を促進。 <p>(市場動向への的確な対応)</p> <ul style="list-style-type: none"> 海外市場動向や消費者ニーズを学ぶ講座等を通じてグローバルリスクに対応できる人材を育成(ポストコロナ) タイ、シンガポールにある海外アンテナショップの活用や支援機能の強化による道産食品のPR及び販路拡大を推進(ポストコロナ) <p>(輸出品目や輸出先の多様化)</p> <ul style="list-style-type: none"> 海外市場動向や消費者ニーズを学ぶ講座等を通じてグローバルリスクに対応できる人材を育成(再掲) 当課の施策で開発等の支援を行った商品の販路拡大を支援 海外百貨店フェアへの道内事業者の参加支援等 <p>(付加価値の高い商品の開発促進)</p> <ul style="list-style-type: none"> タイ、シンガポールにある海外アンテナショップの活用や支援機能の強化によるを推進(再掲) 当課の施策で開発等の支援を行った商品の販路拡大を支援(再掲) 海外百貨店フェアへの道内事業者の参加支援等(再掲)
実績と成果	<p>(オール北海道の体制づくり)</p> <ul style="list-style-type: none"> 国や関係団体等と構成する「道産食品輸出拡大会議」を2ヶ月に1回程度開催し、関連施策の共有、輸出関連事業者からのヒアリング等を行っている。 <p>(市場動向への的確な対応)</p> <ul style="list-style-type: none"> 全13回の研修や6回の商談会等を令和4年度に行い、輸出人材の育成を図った(ポストコロナ)。 タイ、シンガポールのアンテナショップにおいてフェアを開催することにより、道産食品のPR及び販路拡大が図られた。(R2:計5回、R3:計5回、R4:計5回)(ポストコロナ) <p>(輸出品目や輸出先の多様化)</p> <ul style="list-style-type: none"> 全13回の研修や6回の商談会等を令和4年度に行い、輸出人材の育成を図った。(再掲) 海外商談会を開催し、道産品のPR及び販路拡大が図られた。(シンガポール:R4.11月、タイ:R5.1月)。 <p>(付加価値の高い商品の開発促進)</p> <ul style="list-style-type: none"> タイ、シンガポールのアンテナショップにおいてフェアを開催することにより、道産食品のPR及び販路拡大が図られた。(R2:計5回、R3:計5回、R4:計5回)(再掲) 海外商談会を開催し、道産品のPR及び販路拡大が図られた。(シンガポール:R4.11月、タイ:R5.1月)(再掲)
参考HP①	北海道食の輸出拡大戦略 https://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/sss/exp/sennryaku.html
参考HP②	北海道食の輸出拡大戦略推進状況報告書 https://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/sss/exp/suisinijoukyouhoukoku.html
参考HP③	

〈指標分析〉 ⇒ 成果指標は、原則、取組項目ごとに1つ以上、全体で5つ以下とする

指標名①	増加	億円	R元年	R2年	R3年	最終目標(R5)	達成率	指標判定
道産食品輸出額（暦年）	目標値		1,500	1,500	1,500	1,500	86.5%	C
	実績値		1,043	927	1,298			

設定理由 道から道内港を通じ直接海外へ輸出された道産食品の通関額及び道外港を通じ海外へ輸出された道産食品の推計通関額の合計。道産食品の海外取引の規模を測る指標であり、課題であるオール北海道の体制づくりや、付加価値の高い商品の開発促進に関する成果を測る指標として設定。

指標公表時期	翌々年4～6月頃	出典（根拠計画等）	財務省函館税関「貿易統計」、農林水産省「漁業・養殖業生産統計」、「北海道水産現勢」などを参考に北海道で独自集計。					
---------------	----------	------------------	--	--	--	--	--	--

分析（主な取組と成果）

外食需要の回復や物産展等の開催、小売店での販売増等の新型コロナウイルス感染症から経済活動が再開したこと等により、令和3年の輸出額は前年から大きく増加した。

指標名②			R3年度	R4年度	R5年度	最終目標(R7)	達成率	指標判定
	目標値						-	-
	実績値							

設定理由

指標公表時期		出典（根拠計画等）						
---------------	--	------------------	--	--	--	--	--	--

分析（主な取組と成果）

指標名③			R3年度	R4年度	R5年度	最終目標(R7)	達成率	指標判定
	目標値						-	-
	実績値							

設定理由

指標公表時期		出典（根拠計画等）						
---------------	--	------------------	--	--	--	--	--	--

分析（主な取組と成果）

指標名④			R3年度	R4年度	R5年度	最終目標(R7)	達成率	指標判定
	目標値						-	-
	実績値							

設定理由

指標公表時期		出典（根拠計画等）						
---------------	--	------------------	--	--	--	--	--	--

分析（主な取組と成果）

指標名⑤			R3年度	R4年度	R5年度	最終目標(R7)	達成率	指標判定
	目標値						-	-
	実績値							

設定理由

指標公表時期		出典（根拠計画等）						
---------------	--	------------------	--	--	--	--	--	--

分析（主な取組と成果）

〈取組分析（連携状況、緊急性・優先性）〉

連携状況	<p>(課題) ジェトロや、国の出先機関である北海道農政事務所、北海道経済産業局等においても輸出関連事業を実施しており、施策の効果的な推進のために情報共有が重要。 また、輸出拡大のためには、各国の経済活動の再開や円安の進行等、市場の動向に的確に対応していくことが重要。</p> <p>(取組) 北海道経済連合会が半月に一度更新している「輸出支援イベントカレンダー」や2ヶ月に1回程度開催される「道産食品輸出拡大会議」により、関係機関の輸出関連施策の内容や実施時期について共有している。 また、包括連携協定を締結している高島屋の海外店舗と連携して北海道フェアを開催し(R5年1～2月)、道産食品のPR及び販路拡大を図った。</p>
緊急性 優先性	<p>(課題) ・国内においては、人口減少により市場規模は縮小している一方、世界の食糧需要は増加や経済成長しており、2030年には1360兆円に増加する見込みであり、更なる輸出拡大に取り組む必要がある。 また、当課が毎年実施している「食関連企業経営意識調査」においては、輸出を担当する人材や有力な海外パートナーの不足が課題として挙げられており、それらに対する支援を行っていくことが重要である。 ・ALPS 処理水の海洋放出が開始され、中国の日本産水産物の輸入停止措置等による、流通・輸出全般にわたる非常に大きな影響が懸念される。</p> <p>(取組) ・上記調査結果も踏まえ、輸出人材の育成や海外販路の拡大に継続的に取り組んでいる。 また、輸出の更なる拡大のためには、輸出相手国の輸入規制の緩和や相手国の求める衛生基準等に対応した施設整備への支援等の環境整備が必要であることから、国に対して提案・要望を実施している。 ・関係団体へのヒアリングにより関連産業への影響を把握するとともに、現在策定作業中の次期輸出拡大戦略について今後のグローバルリスクの分散に十分配慮した内容になるよう検討を進める。</p>

〈取組分析（その他の統計数値等）〉

□ 成果指標で課題への対応を説明済

統計数値等①	過年度①	過年度②	最新年度
道内港からの道産食品輸出額	578億円 (R2年)	771億円 (R3年)	989億円 (R4年)
分析等			
<p>(課題) 道内港からの道産食品輸出額は、コロナ禍の落ち込みから回復し、令和4年は道内港のみでは過去最高額となった。ただ、品目や輸出先に偏りが見られ、国際情勢の変化等に対応できるようリスク分散が課題である。</p> <p>(分析等) 各国の経済活動の再開やこれまで生産量が低調だった品目が回復したことにより、輸出額が増加した。 なお、品目としてはホタテガイ、輸出先としては東アジア圏に偏っており、品目の拡大や販路の開拓に取り組むことが重要。</p>			a
統計数値等②	過年度①	過年度②	最新年度
分析等			
<p>(課題)</p> <p>(分析等)</p>			
統計数値等③	過年度①	過年度②	最新年度
分析等			
<p>(課題)</p> <p>(分析等)</p>			

〈総合判定〉

指標判定	C	連携状況	○	総合判定	やや遅れている
		緊急性・優先性	○		
		その他の統計数値等	a		

※ 成果指標の指標判定が「D」の指標

(-)

翌年度に向けた 対応方針	対応方針番号	内容
	①	道産食品輸出額の増加を図るためには、それぞれの対象国や輸出品目におけるマーケットインの視点が必要であることから、海外アンテナショップの活用や現地企業等の協力を得ながら、北海道の魅力を発信するトップセールスや、商談会開催による販路拡大機会の創出、ECサイトを活用した販売支援を一層強化することにより、新規商流の確立を目指す。
	②	
	③	

〈二次政策評価〉

二次政策評価	【施策目標の達成状況】 総合計画に掲げる、アジアなど海外への北海道産食品の輸出拡大のため、輸出をめぐる情勢が変化する中で、オール北海道の体制で輸出を強力に推し進めることが重要であり、総合計画の政策目標の実現に向け、取組の一層の推進を検討すること。
--------	--

令和5年度 事務事業評価調書	施策名	道産食品の輸出拡大	施策コード	0513
-----------------------	-----	-----------	-------	------

整理番号	重複施策	経費区分	事務事業名	事務事業概要	課・局 室名	前年度からの 繰越事業費 (千円)	事業費 (千円)	執行体制			フル コスト (千円)	一次政策評価		二次政策評価意見	
								うち 一般財源	本庁	出先機関		人工計	対応 方針 番号		方向性
0120	0507	一般	地域絶品・食のデジタルマーケティング人材育成事業費(創生交付金)	北海道ブランドの磨き上げを図るため、消費ニーズを読み取り、新たなDX時代に対応した地域の絶品を生み出し、食関連産産を牽引する人材を育成する。	食産業振興課	0	19,029	9,967	1.0		1.0	26,869			
0122	0507	一般	道産ワイン高度人材確保事業費(創生交付金)	北海道ブランドの磨き上げを図るため、有望なワイン製造業を担う高度な人材を育成する。	食産業振興課	0	84,585	44,249	2.0		2.0	100,265			
0136		事務	食の輸出拡大戦略に係る推進管理事務	戦略の推進管理や関係機関等との連携体制の運営などの業務。	食産業振興課	0	0	0	0.5		0.5	3,920			
0137		一般	道産食品輸出企業海外進出促進事業費(創生交付金)	新たな北海道食の輸出拡大戦略の取組内容に基づき、日本食の認知度が高く、日本からの農林水産物輸出額も多い、香港・台湾において北海道ブランドの浸透と道産食品の販路拡大の促進を図る。	食産業振興課	0	35,115	18,223	0.4		0.4	38,251	①	改善(指標分析)	【施策目標の達成状況・事務事業の有効性】 ※基本評価調書<二次政策評価>参照
0138		一般	海外アンテナショップの支援強化による道産食品販路拡大事業費(創生交付金)	海外アンテナショップを活用し、テスト販売の充実や支援機能の強化など、道産食品のPRを実施し、海外における販路拡大を図る。	食産業振興課	0	56,603	28,851	0.5		0.5	60,523	①	改善(指標分析)	【施策目標の達成状況・事務事業の有効性】 ※基本評価調書<二次政策評価>参照
0141		一般	食の海外販路拡大事業費	海外百貨店でのフェア参加支援やブース出店等を行い、販路拡大・ブランド化を図る。	食産業振興課	0	66,452	0	0.4		0.4	69,588	①	改善(指標分析)	【施策目標の達成状況・事務事業の有効性】 ※基本評価調書<二次政策評価>参照
											0.0	0			
											0.0	0			
											0.0	0			
											0.0	0			
											0.0	0			
											0.0	0			
											0.0	0			
計						0	261,784	101,290	4.8	0.0	4.8				

