

輸出事業計画

様式 2

申請者名：北海道産豚肉輸出拡大コンソーシアム

品 目：豚肉

1. 輸出における現状と課題

(1) 現状

北海道産豚肉の生産において、北海道では猪が生息していないことや、肥育環境においても農場間の距離が離れていることから、現在問題となっているCFS等の疾病に対し、国内の他の産地と比べ、リスクを回避しやすい環境が保たれている。

輸出が可能な国としては、香港、シンガポール、タイ、マカオ、ベトナムであり、2022年はコロナの影響もあり数量を落としているが、数量回復へと向かっている。2023年1月から4月の輸出実績としては、タイシンガポールで105%となり、順調に拡大している。北海道産の優位性をアピールすることで、まだまだ拡大の可能性はある。

(2) 課題

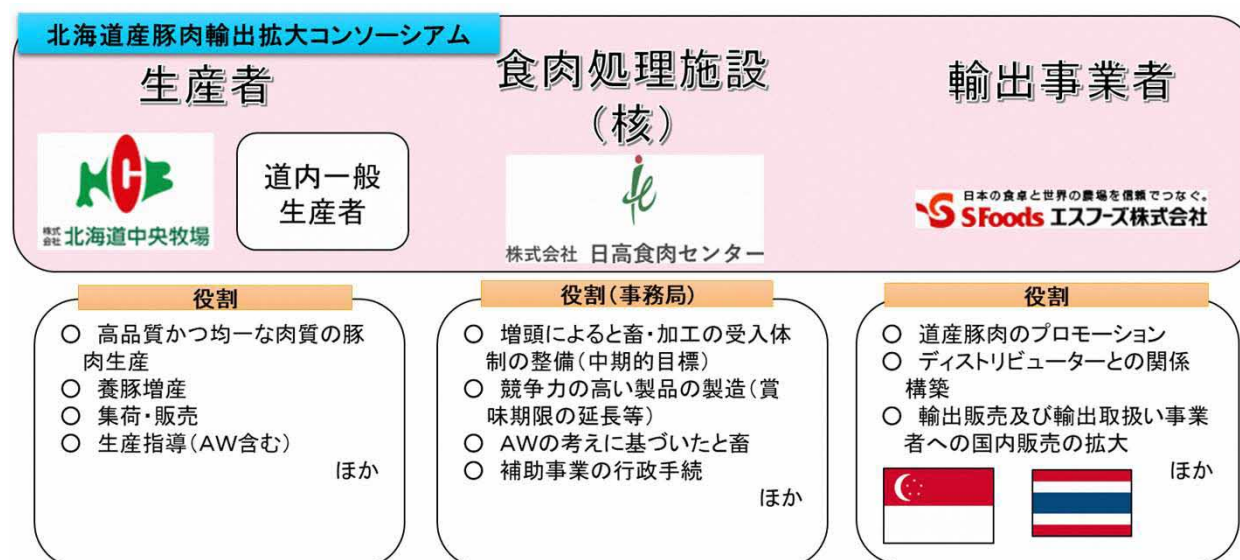
CSF・ASFの感染リスクが高まっているため、生産農場において防疫体制を強化する必要がある。今後さらに輸出を拡大し、安定的に供給をしていくためには日高食肉センターの生産数量を向上させる必要がある。輸出に当たっては新型コロナウイルスにより直接的な商談等の機会が減少したため、相手国における多様なニーズに応えきれなかった。また、他輸出国と比べて価格が高いため、いかに価格帯を下げつつ、日本産・北海道産のブランド力や付加価値を高めていくかが課題である。

2. 輸出事業計画の取組内容

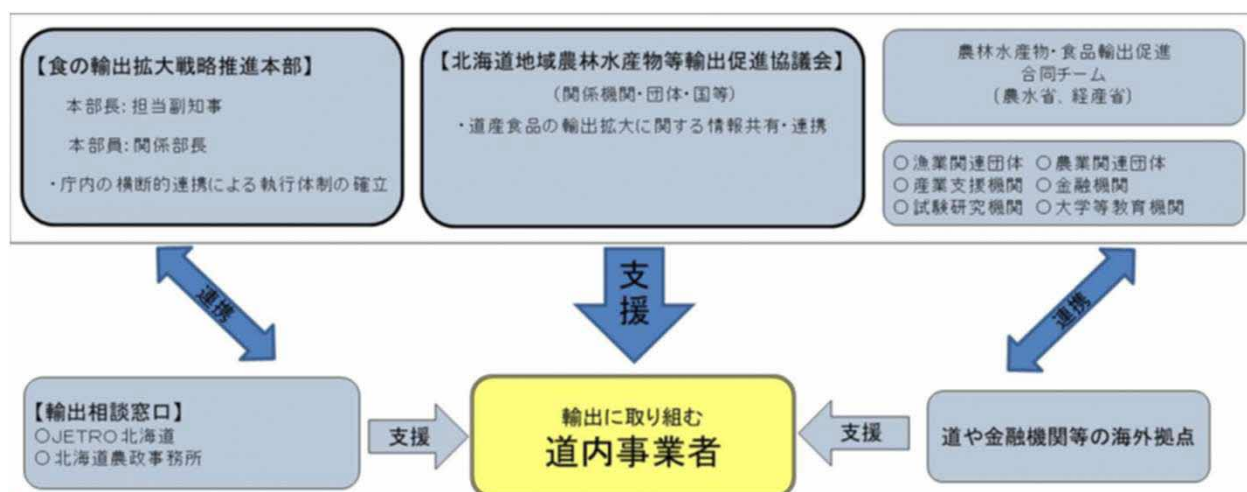
取組名	取組国・調査国	実施内容	実施体制
プロモーション等のための推進協議会の開催		プロモーション内容の検討会、報告会	北海道豚肉輸出拡大コンソーシアムのうち、エスフーズが中心となって実施
プロモーション・販促活動	タイ	◆小売・飲食店における北海道産豚肉の促進キャンペーン ◆PV作成し、現地小売り・外食で放送することにより北海道のイメージと北海道産豚肉の安心・安全を訴求する。	北海道豚肉輸出拡大コンソーシアムのうち、エスフーズが中心となって実施
	シンガポール	◆日本産食品展示会等への参加	
		◆小売・飲食店における北海道産豚肉の促進キャンペーン ◆PV作成し、現地小売り・外食で放送することにより北海道のイメージと北海道産豚肉の安心・安全を訴求する。	
		◆北海道産豚肉フェアの実施	
マーケット調査	タイ	◆流通インフラ・現地調理方法・食文化・小売り事業のニーズを各国別に調査。	北海道豚肉輸出拡大コンソーシアムのうち、エスフーズが中心となって実施
	シンガポール		

- ・北海道産豚の輸出拡大のため、輸出国のマーケット調査を実施する。
- ・北海道産豚肉のイメージ向上のため、販促物作成とプロモーションの実施により北海道産豚肉の魅力について訴求する。
- ・相手国でのレストラン・ホテル・遊戯施設等をHPで紹介することで幅広い消費者へ対して認知度向上を図る。
- ・相手国のバイヤーを北海道へ招聘し、農場・工場視察等を行い、北海道産豚肉の魅力を訴求する。
- ・施設面では、日高食肉センターの第2カット工場が竣工し、5月より稼働開始。

3. 輸出事業計画の実証と見直しを行うためのPDCA実施体制



この他、北海道では関係機関と連携し、オール北海道としての輸出の取組を推進しており、本コンソーシアムに対しても必要に応じた支援が得られる体制。



4. 輸出目標額

	現状 (令和4年度)	目標年 (令和7年度)
輸出額 (百万円)	429	600
輸出量 (t)	396	610
輸出先国	シンガポール、タイ、 香港、マカオ	シンガポール、タイ、 香港、マカオ、ベトナム