



## 「加工・業務用玉ねぎ」の現状と グリーンズ北見の事業活動

株式会社グリーンズ北見

取締役 兼 営業開発部長 後藤 一 秀  
兼 生産管理部長

### 一・グリーンズ北見の沿革

昭和六二年四月、株式会社グリーンズ北見は、「北見市の活性化と地場農産物の付加価値向上」を目的とし、北見市、北見振興公社、北見市農協、上常呂農協、相内農協（後に当該農協は、温根湯農協、留辺蘂農協、置戸農協、訓子府農協、端野農協と合併し、現在のきたみらい農協となる。）によって、第三セクター方式の会社として設立された。

工場は原料集荷の中心に位置する北見市所有の大正小学校跡地に建設。高台に位置し、野菜加工には必須の良質な水（湧水）に恵まれた立地である。

事業は、全国一の生産を誇る「玉ねぎ」の規格外品（市場規格に向かない、変形等）の高次加工を中心に、ハウレンソウ、ニンジン等の加工をはじめ、設立当初より年間稼働の工場としてスタートを切っている。

事業開始にあたり特筆すべき点は、同年六月に締結されたエム・シーシー食品（神戸市）との業務提携である。「調理缶詰・冷凍食品」等を生産するエム・シーシー食品は、以前よりハンバーグやミートソース等の原料として北見地区より玉ねぎを購入するユーザーであった。提携により、該社並びに当時関連企業である淡路農産食品の資本参加が決定。グリーンズ北見は、提携先より工場設備をはじめとしたノウハウ、技術者の育成と人材受入。そして、最も重要な製品の販路を同時に得ることとなった。

また、経営面では北見玉ねぎに精通した農協OBを常勤役員に迎え、北見市も人材を派遣する等、雇用奨励金による補助も相まって、順調に成果を納めた。

平成三年、地域では「北見管内野菜加工施設特別委員会」が設置され、加工施設の必要性が議論され、概ね以下の方向性が示された。

① 北見管内に玉ねぎを中心とした加工施設が必要である。

② 玉ねぎを中心とする生産農協の参加をもって運営する。

③ 既存系統工場（グリーンズ北見）との競合を避け合体を要請する。

④ ホクレンへ協力要請する。

以上の骨子から当社への正式要請がなされ、方向を承諾。平成四年より増資を開始している。

平成六年には地域で発生する規格外品、約三〇、〇〇〇tの三分の一にあたる、「玉ねぎ一〇、〇〇〇t加工構想」のもと、農林水産省の補助事業を受け、第二工場を建設。雇用を拡大し、全管内的位置付けの広域事業として、新たなスタートを切った。

施設が完成した平成六年は、前年の約二倍にあたる、六、〇〇〇tの玉ねぎ取扱計画を打ち出した。当年は、北海道全域で歴史に残る大不作の年となり、国内

の玉ねぎはひっ迫。当時の輸入玉ねぎも米国中心で他に選択肢が無く、加工業界は玉ねぎの調達に喘いだ。当工場も第二工場を建設、社員数も増員したが、不作により原料は高騰し、必要数の調達は困難を極める環境にあった。

しかし、新組織のスタートラインにあたり、市場出荷可能な「正産M」を含めた原料供給が実行される事となった。不作による生産者所得を考慮し、原料価格は大幅に上昇、新工場の投資負担もあり平成六く七年の二期に渡る大きな赤字を抱えるに至るが、同時に既存ユーザーへの安定供給を果たし、知名度アップと、その後の事業活動に大きな布石を残す事となった。

販売活動は、提携先である「エム・シーシー食品」「淡路農産食品」をはじめ、平成四年より取扱を開始した「ホクレン農業協同組合連合会（食品部）」も販路拡大に加わり、新体制の「玉ねぎ一〇、

〇〇〇t加工構想」は四年後の平成一〇年に早くも達成する。経営の面においても生産者からの「原料価格支援」を頂き、平成八年以降は黒字運営に転換している。現在の年間取扱量は一八、〇〇〇tにまで拡大。これは管内出荷量の約五％に位置する。

また、行政資本を有する第三セクターとして、平成二七年度現在、一三四名の年間雇用を創出している。中でも玉ねぎの「剥皮作業」は多くの人員を要し、自社のみならず、JAを始めとした複数の「協力工場」へ委託。本事業に関わる雇用は、総数で二〇〇名を超える。つまり、事業活動による委託先を含めた地域経済との関わり、社員の生活活動を通し、地域産業構造に合致した「域外市場産業型企業」として外貨を循環させ、地域活性化の役割を担っている。

## 二．組織概要

グリーンズ北見の組織体制は、JA、北見市、民間企業からなる第三セクター方式の企業である。筆頭株主は北見農業協同組合連合会（以下、北見農協連）で、事業参加の主旨に則り、加盟団体の内、玉ねぎ生産農協である組合（現在は一一農協）が北見農協連を介し、事業参画する形態をとっている。（JAきたみらいは、設立時の資本を残す）

また、ホクレン農業協同組合連合会も新たに加わり、設立より関係する北見市、北見振興公社、提携先である民間企業にて構成された。これにより、グリーンズ北見の「取締役会」は、原料供給から、販売に至る総合的な経営判断がもたらされ、それぞれが役割を担う組織形態が構築されている。

このような背景から、近年の天候不順がもたらす雹害、冠水被害、不作時の小玉

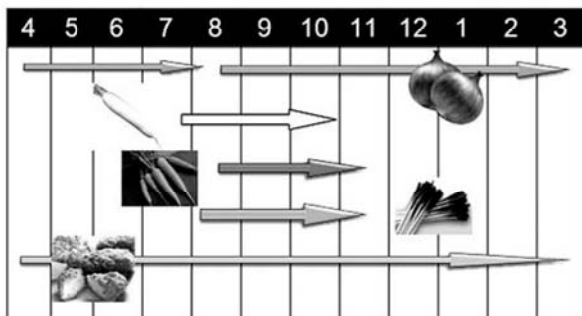
株主名称	事業参加JA(11団体)
北見農業協同組合連合会	JA きたみらい
ホクレン農業協同組合連合会	JA ところ
JAきたみらい	JA えんゆう
北見市	JA ひほろ
一般財団法人 北見振興公社	JA つべつ
エム・シーシー食品 株式会社	JA めまんべつ
淡路農産食品 株式会社	JA サロマ
	JA オホーツク綯走
	JA こしみず
	JA 斜里町
	JA 清里町

(組織形態)

活用等、災害支援にも対応し、微力ながら株主の負託に答える様、活動をしている。

## 三．工場の生産概要

北海道産玉ねぎの流通は、概ね八月より翌年四月迄であり、五〜八月上旬迄は端境期となる。グリーンズ北見も年間稼



(年間稼働スケジュール)



剥皮工程



調理工程

年間稼働を果たしている。

#### 四・生産品目の概要

主力の「冷凍加工玉ねぎ」は、主に、たれ・調味料、ドレッシング等の材料となる「オニオンタイス」「オニオンペースト」。ハンバーグやシウマイ、ポテトサラダ等に利用される「IQF（バラ凍結）オニオン」がある。また、カレー、スープ、デミグラスソース等に使用される「オニオンソテー」は、鍋釜を用い最適な調理法で加工する。その種類は多岐にわたり、料理にうま味と甘みを付与する天然調味料となる。

その他「季節野菜」は、主に大根、人参、長ネギ等を加工。鮮度の良い適期に冷凍加工を行い、調理食品や調味料用途等、ユーザー仕様の製品を生産している。「調理冷凍食品」はオホーツク地域の恵まれた農産、水産資源を有効活用し、

働を目指し、玉ねぎ加工終了後、六月には冷凍ホウレンソウ（現在は撤退）、八月には人参加工をして雇用維持と稼働率アップを図ってきた経過にあるが、玉ねぎ事業の拡大に伴い「安定供給」と「設備有効活用」を目的として端境期における稼働期間延長が急務となった。しかしながら、輸入品の取扱は論外として、府

県産原料の調達には、コストが増大し、何よりも北海道産との品質格差に課題が残る。そこで、平成七年、当時では未だ例のない「玉ねぎ加工用契約栽培」のテストを開始。合わせてJA協力のもと、「長期貯蔵試験」にも着手した。当時は道産玉ねぎの夏季貯蔵など、「愚行」と称され、誹謗中傷を多く受けたが、年々貯蔵期間を延ばし、翌年八月迄の貯蔵を先駆的に実現。「北見地区原料」のみで、



調理冷凍食品



オニオンスープ

材料と手間を惜しまず、拘りのコロッケを生産。JAブランド商品の開発等、六次産業化推進に向けた取組を含め、日々改善改良を重ねている。

「オニオンスープ」は、我社の顔となる商品である。高いリピート率を誇り、北見の代表的「お土産」として認知され、観光地、空港をはじめ、全国へ展開。北見玉ねぎの知名度アップに寄与している。

## 五．原料調達の変遷

農産加工における重要なファクターは、豊凶に左右されない原料調達力にある。

グリーンズ北見は、株主農協、地域と一体となって「独自の原料調達システム」を構築している。北見地区は、ホクレンを窓口とした玉ねぎ流通における「共計・共販体制」を先駆的に構築した地域であり、グリーンズ北見の運営にあっても、その機能は大きく力を発揮した。

### 【原料調達システムの概要】

- (1) 年産取扱数量の決定  
年産取扱数量は、取締役会における「事業計画」承認によって方針決定する。
- (2) 購入原料の調整  
契約取引を除き、作付面積、過去実績等を勘案したルールにて調整。
- (3) 原料集荷・保管  
グリーンズ北見が集荷し、各農協が保管管理する。市場出荷終了後は有償にて保管を委託。
- (4) 購入価格の決定  
「事業計画」を基礎とし、協議決定する。

これにより、グリーンズ北見は「安定供給」「安定価格」を「同一産地」で実現してきた背景にあり、これが最大の強みであった。

しかしながら全道的にみて、品種改良、

栽培技術向上、農業機械の進歩等、規格外品等、未利用資源は確実に減少。永年に渡り北海道が実需に安定供給してきた「全道加工対策」も、事実上「正品」と同等品を含め、一定量が安価な「加工・業務用途」となる事から、生産者の意向も反映され、近年、制度精神が大きく変化している。ここ数年はマーケットの潮流に反し、北海道産の加工・業務用流通は、生食の高値安定を背景に抑えられた。この様な背景において、グリーンズ北見も当初目的である「規格外品の付加価値加工」とした運営は一定の役割を終えたと言え、「加工用粗原契約」を拡大している。

つまり、純粹たる「規格外品」は必要量存在しない状況で、不足分を「正品」で補てんしており、調達リスクの改善が急務となった。

これらの打開策として「事前契約取引」を拡大。本年には「加工・業務用指

標玉ねぎ」を新たに加え、調達数の半数以上を契約調達するに至っている。これにより原料購入における調達コストは大幅に上昇し、輸入競合において大きな負担であるが、未だ「生食品種・生食用栽培品」の「加工用途使用」が主流で、研究の余地は十分残されていると期待する。将来的には、加工に適した「品種選定」や「収穫基準の構築」等、「省力化と低コスト」を同時に進め、栽培面積の安定的な維持拡大に向け、生産者との相互メリットを享受できる体制作りが求められる。輸入品シェアの奪還、産地間競争での差別化に向け、JA、関連機関とともに実現を目指して参りたい。

## 六、「玉ねぎ」の輸入競合と流通課題

生産側として不作時、安価な「加工・業務用途」の供給を制限する事は、所得

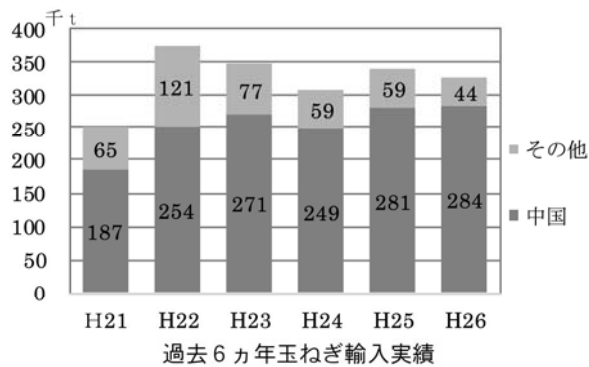
確保にあたり必要な措置である。しかし、輸入品の増加と安定化を後押しするものも不本意ながら事実である。

玉ねぎにとって「中国」は未だ脅威である。中国玉ねぎが日本に顕著に輸入されたのは平成十二年に始まる。それまで米国、NZが不足を補う形で輸入されていた玉ねぎも、日本人の開発輸入として、需給バランスに影響なく入荷され、輸入玉ねぎの八〇%以上を占めるまでに成長している（平成二六年度四～三月の輸入実績計三二八千t／内、中国二八四千t／構成比八六% 財務省貿易統計）

さらに中国は、外皮が除去された「剥玉」の状態でも輸入されており、他国とは一線を画している。

玉ねぎを加工すると、外皮を剥くだけで重量比約二〇～二五%の廃棄物が発生する。

日本国内では、環境規制の中、これらの廃棄物処理は容易でなく、焼却、炭化



微生物分解等、方法は多岐にわたるが、そのコスト負担は大きい。

しかし中国からの輸入剥玉は、国内で傷んだ部位等を除去する程度で、廃棄物が抑えられ、安価で、しかも日持ちが長いと聞く。これらはホールのまま、又はカットされ、個人店舗から食品工場まで広く浸透し「表示義務の無い食品」等に

消えてゆく。これ程の量を輸入消費しているにもかかわらず、一般の目に触れないのはこのためであり、知らない間に食べさせられている状況だ。

更に「中国剥玉」の流通により、国内の「剥皮能力」は確実に低下しているようである。

輸入抑制を目的に、契約取引を進める農業団体に対し、実需側は慢性的人手不足に廃棄物処理、更には国産調達の不安定感から、容易にシフトできない事情がある。つまり、「中国剥玉」は日本のニーズから生まれた画期的商品に違いない。

食品業界では消費者感情をいち早くキャッチし、「残留農薬」や本国での「有害物質」の拡散、大気・土壌汚染等、「中国」への抵抗感を示すが、一時的に輸入品の入荷が途絶えても、「手間」が掛り「ミミ」の出る粗原料は、既に受入機能を失った加工業者にとって取扱には

限界がある。

一方、消費者の「安心」「安全」そして「選ぶ権利」を守るため、食品の「表示法」は進化しているが、製造者側は国産表示による「差別化」のメリットがある反面、大きな「責任」と「リスク」を負う事となる。

消費者が「国産」志向を高め、価格許容度がアップしても、調達環境が不安定では、欠品の許されない主力商品への表示は望めず、限定的使用にならざるを得ない。

料理の名脇役とは言え、主役に一步届かない「玉ねぎ」の国産指定は「リスクと効果」の面で訴求効果が弱い。輸入對抗には、「価格差」のみならず、調達の「安心」が不可欠と言える。

この様な背景にあっても、食品産業に求められる流通形態は、今なお圧倒的に「剥玉」が主流である。つまり、「加工

・業務用流通」の拡大には「中国剥玉」マーケットへの挑戦を、避けて通る事ができないと考えられる。

「中国剥玉」は使用期限一カ月を超えるものもあると聞く。

国産玉ねぎの大半を占める北海道が、単に加工用として販売するに留まらず、自らこの分野にも本格参入するならば、生産加工流通に至る一貫した「鮮度保持技術」の確立と同時に、端境期におけるパートナーの存在や、実需先が課題となる。

将来に向け、関連機関、ユーザーとともに、我社もまだまだ研究が必要である。

## 七. おわりに

「食」環境は調理行動の外部化が促進され、家庭のキッチンから、「中食」「外食」へシフトが進んでいる。また、高齢単身世帯の増加も影響する。新鮮食材は

家庭での口スが大きいため、カット野菜をはじめ、「チルド」「冷凍」「水煮」等、簡便性のある用途別ミックス素材が普及。近年の「専用調味料」の充実は、調理技術の未熟な若年層や、単身世帯の大きな味方となり、更にこれを後押しするであろう。

「在宅支援・安否確認」にも繋がる「弁当宅配」ビジネスも、地域コミュニティとして注目され、「加工・業務用野菜」の需要は高まっている。

今年の「北海道玉ねぎ」は数年ぶりに豊作基調にある。業界における国産調達への不信感を払拭するには、またと無いチャンスといえる。消費者の国産志向が高まる今こそ、定着した輸入品シェアの奪還に向け邁進し、JA系統工場としての役割を果たして参りたい。



〒090-0008

北海道北見市大正284番地 1

TEL 0157-36-3611 (代)

Fax 0157-36-2800