

# 付加価値向上で北海道農業に活力

圧倒的な生産力を誇る北海道農業。だが、北海道が提唱する「国内外の需要を取り込む農業」の実現には、流通や加工のイノベーションと、農業側の商工業者への提案力が欠かせない。安全・安心な農産物づくりと食品加工で付加価値を高め、未来を切り開こうとするパイオニアたちを紹介する。

## 道銀出資のハルグリーンを設立

「新会社によって川上から川下まで農業の一連の流れに携われるようになったのが大きい」  
2020年6月、北海道銀行が出資する地域商社、株式会社HALGREEN（恵庭市、以下ハルグリーン）の設立発表記者会見で、道銀の笹原晶博頭取（現会長）はこう期待を込めた。川上の農業と川下の小売業の連携が進めば、価値の連鎖が生まれ、農家の収益増につながる。  
ハルグリーンの母体は、一般財団法人北海道農業企業化研究所（HAL財団）の流通部門だ。同財団は03年、農家経営の自立をめざして浦臼町に創設された。07年には財団の流通開発部門、HAL流通研究センターを恵庭市に創設、農産物流通の実証実験を続けてきた。その結果、大

手流通チェーンなど安定的な販売先が確保でき、取扱高も約15億円に達したため財団から分離し、ハルグリーンとして民間経営に移行した。

新会社の社長には北海道銀行の中島英利氏が就いた。中島氏は道銀でアグリビジネスの推進を担い、日本公庫の上級農業経営アドバイザーの資格も取得した「農業通」だ。ハルグリーンは20年7月の営業開始後、1年をかけてHAL財団時代の課題を洗い直した。

ハルグリーンが取り扱う品目は、全売上高の6割を占めるタマネギ、同2割のバレイシヨをはじめ、カボチャ、小麦、スイカなど12品目。温暖化で北海道でも栽培が可能になったサツマイモなど新作物にもチャレンジする。農作物は道内の約150戸の農家から集荷し、大手流通チェーンや外資系スーパー、生協、惣菜メーカーな

ど全国約200社に販売している。恵庭市の農産センターは貯蔵施設、選果施設のほか、自動梱包施設などの発送機能を備えている。

## 安全・安心の農産物で差別化

ハルグリーンが事業の目的に掲げるのは、安全・安心を通じた北海道農産物の付加価値向上だ。農家には化学農薬や化学肥料を慣行栽培より50%以上削減する特別栽培農産物や有機農産物の生産、食品安全や環境保全に配慮した持続可能な農業の世界基準であるグローバルGAP（GLOBAL GAP）の認証取得を推奨する。

一戸当たりの経営面積が大きい北海道の農家は細かな栽培管理が難しく、慣行栽培からなかなか脱却できない。ハルグリーンはほ場の一部でいいから減農薬を始めようと呼びかける。



ジャーナリスト

金子 弘道 KANEKO Hiromichi

かねこ ひろみち  
1947年茨城県生まれ。71年早稲田大学卒業後、日本経済新聞社に入社。経済部を経て編集委員、論説委員に。退職後、鳥取環境大学環境政策学科教授、帝京大学経済学部教授を歴任。2018年から帝京大学客員教授。水産ジャーナリストの会会長。著書に『TPPと農業の異次元改革』（東京図書出版）など。



株式会社HAL GREEN代表取締役の中島英利氏

G I G A Pの認証取得をめざす農家には、取得までの工程を細分化し段階的に基準へ近づける、独自の認証システム「HAL認証」も用意する。ハルグリーンに出荷する約150戸のうち61戸がすでにG I G A P認証を取得した。

世界の減農薬農業は新たな段階に入っている。EU（欧州連合）は2020年5月の「Farm to Fork（農場から食卓）戦略」で30年までに農薬リスクの半減を打ち出した。農水省も「みどりの食料システム戦略」で有機栽培面積を全耕地の25%に拡大することをめざしている。コロナ禍で消費者の食の安全に対するこだわりも強まった。「有機農業やG I G A Pが重要なキーワードになった。生産者もその方向に舵を切るだろう」と中島氏はみる。

ハルグリーンの流通事業は、農家に出荷先の選択肢を増やす狙いがある。農家の多くは生産

物を地域の農協に出荷しているが、農協は一元集荷であり特別栽培やG A P農産物へ積極的に取り組むところは少ない。大ロットを扱う農協としては品質ごとに差別化することが仕組み上難しいからだ。減農薬農家にとってハルグリーンは、新たな出荷ルートになる。

力を入れるのが、生産者との情報の受発信だ。生産者とLINEのアカウントを共有し、道銀に集まる情報や補助金、ユーザー情報などを提供する。スーパーのバイヤーを呼び、どんな農産物が欲しいか、どんなコンセプトで生産物を扱っているかなどを聞く。生産者とユーザーが情報を共有できれば、ニーズに合った農産物の生産が進み、新たな販路の開拓につながる。

生産者との栽培契約は、毎年2月ごろに出荷する農産物の栽培面積を決め、収穫物は全量引き取る。農産物の販売については、青果物は農協と同じ委託販売方式だが、穀物は買い取り方式だ。農産物の集荷は地域の運送会社と契約し、運送会社が収穫物の入ったコンテナを圃場で回収しハルグリーンに届ける。

一方、スーパーとは毎年7、8月に翌年夏まで1年間の供給スケジュールを決める。販売価格は、大手流通チェーンは市場価格をもとに毎月改定するが、外資系スーパーは年2回しか改定しない。ハルグリーンは両者を組み合わせて価格変動リスクを分散している。

物流の効率化にも取り組む。例えば、スーパーに納品する前に物流会社の共同倉庫などに仮置きし、スーパーの要望に応じて小口で納品する「センター前センター」方式を採用する。スー

パーの注文ごとに発送するとコンテナでの輸送になるが、センター前センターならトレーラーで大量に運べるので輸送単価が下がる。

付加価値を高めるために、1次加工品の生産も検討を始めた。外食や惣菜メーカーには、むきタマネギの真空パックなどが人気だという。

### 「OMEGA」と連携し放棄地対策

輸出も小ロットの実験を始めた。すでに香港や台湾に輸出し、採算性などを検討している。輸出は二つのルートで進めている。一つは道銀が出資する総合商社「北海道総合商事」、もう一つは大手スーパーの海外店舗への輸出だ。欧米系のスーパーはG I G A P認証を商品の調達基準にしており、G I G A P取得農家が多いハルグリーンの輸出拡大余地は大きい。

ハルグリーンのもう一つのテーマが担い手育成や後継者不足による耕作放棄地の解消だ。その課題解決のために連携するのが、合同会社OMEGA<sup>オメガ</sup>ファーマーズ（士別市、以下オメガ）である。

オメガは北海道銀行やハルグリーン、大規模農家の出資で2019年に設立され、中島氏が代表社員を務める。事業は亜麻仁油やエゴマ油などの原料を栽培し搾油して販売する6次産業だが、会社設立の目的の一つに「事業拡大意欲の旺盛な農業者を集結して放棄地問題などの解決に取り組む」とうたっている。ハルグリーンもオメガとともに、放棄地の受け皿となる農家を仲介し、将来の担い手になる新規就農者を受け入れていく考えだ。

「食べ物は薄利多売の世界。付加価値を付けても極端に利益率が上がるわけではない」と中島氏。当面は急な価格変動に耐えられる取扱高20億円をめざす。北海道では、まだ小さな存在だが、原料農産物の生産に特化し、その先の加工や販売の工夫が必要となっている北海道農業に一石を投じている。

### 相手先ブランドで伸びたモリタン

農産物の付加価値向上には食品加工も欠かせない。株式会社モリタンはその代表例だ。

「商品に当社の名前が前面に出ることはありません」。モリタンの平井章裕社長はこう言い切る。代わりに出るのは「北海道産」だ。大手コンビニやスーパー、外食向けなどに加工する冷凍食品は約300アイテムに及ぶ。

コンビニやスーパーは、コストのかかる自社工場を持たずに、食品安全の認証を取得した外部のメーカーに生産を委託し、プライベートブランド(PB)として販売する。いわゆるOEM(相手先ブランドによる生産)だ。モリタンの主力工場、岩見沢支店総合食品センター(以下、岩見沢工場)も食品安全マネジメントシステムの国際規格「FSSC22000」の認証を取得した。コンビニなどにとってモリタンは、「北海道にある秘密の工場」だ。

独自のPB商品をつくってほしいとの注文は引きも切らないが、小口のPBが増え過ぎると、多品種少量生産に陥り生産性が落ちる。注文は工場の稼働をにらみながら選別している。取引先から生産を委託される商品は、冷凍

コロッケだけで年間2億1000万個のほる。1年間に使用する原料はバレイシヨが1万3000ト、コーン5000ト、カボチャ2500トなど。岩見沢工場には1日8時間稼働で40万食を製造する加工ラインが三つあり、同一商品なら1日120万食の生産が可能だ。

モリタンの前身は、森丹治氏が1947年に紋別市に創業した森丹治商店で、水産物や水産加工品を扱ってきた。高度成長期には冷凍・冷蔵倉庫やすり身の加工場を立ち上げ、みずから沖合底引き網漁業も手掛けた。だが、200海里水域制限問題を機に水産業の限界を予感した森社長は、1974年に農産事業に乗り出し、岩見沢に冷凍食品の加工工場を建設した。水産事業の勢いがあるうちに次世代の事業を育てる狙いだった。

新規事業は試行錯誤の連続だった。原料を生産する農家との信頼関係づくりから始まり、製品開発を何百回と繰り返す。在庫管理の不手際で大量のバレイシヨを廃棄したこともある。

### 北海道産小麦でパン粉

成長の契機になったのは独自技術の開発だ。例えばパン粉。元々は茨城県のパン粉メーカーを岩見沢に誘致し、輸入麦でパンを製造していた。だが2003年に生産契約が切れ、モリタンが自前で製造することになった。当時、ヒットしていたパンのキャッチコピー、「焼きたて直送便」

をみた二代目社長の森有司氏は、「焼きたてパンでパン粉をつくれ」と指示した。通常パン粉は焼いたパンを2、3日冷却し固まってから裁断す



株式会社モリタン代表取締役の平井章裕氏

るが、焼きたては柔らかくて切りにくい。食品機械メーカーと悪戦苦闘して粉砕機を開発した。森社長が出したもう一つの宿題が「北海道産小麦でパン粉をつくれ」。当時、道産小麦の主流は秋まき品種の「ホクシン」。うどん用の中力系小麦だ。春まきでは「はるゆたか」などパン用小麦も生産され始めていたが、社長は秋まきにこだわった。普通の農家は春にバレイシヨやビートを植え、収穫後の秋に小麦をまく。春まき小麦はその栽培ローテーションを壊すという理由だったが、ホクシンで作ったパン粉の評判は悪く売り上げも落ちた。秋まきの「きたほなみ」や「ゆめちから」など、中・強力系の新品種が登場するまで苦戦が続いた。

しかし、自前のパン粉生産はモリタンの大きな強みになった。例えば、コロッケはパン粉や鶏卵など衣の重量が全体の約4割を占め、衣の品

質が食感を左右する。焼きたてパンから作るパン粉はしっとりとして、冷凍食品にするとカラッと揚がることもわかった。モリタンでは「パン粉は副原料ではなく主原料」と位置付ける。

提供するパン粉は10種類。ユーザーの要望に応じて使い分けている。衣の色を変えた商品も開発した。冷凍のコロッケを揚げるとこげ茶色になるが、パン粉に天然素材のクチナシを混ぜ



モリタンの岩見沢工場では1日約30万個のコロッケを生産する

るとキツネ色になる。コンビニのアルバイト店員が揚げても色で商品を見分けられる。北海道産米の「ななつぼし」を使ったコンビニのリゾットコロッケではパン粉に天然素材を加えて緑色、黄色、赤色の模様を衣に浮かび上がらせた。形も三角形で人目をひいた。

「他社がまねのできない技術を持つこと。それが差別化につながる」と平井氏。コロッケの注文

を受ける場合、バレイシヨの品種やカットサイズ、パン粉の種類、イモに混ぜるコーンや野菜の種類、成形の形など細かいオプションをユーザーに提示できるから、他社は参入できない。

### 危機を救った農家との信頼関係

モリタンの強みは北海道産原料の集荷力にもある。原料を確保していれば、ユーザーへの提案力は格段に向上する。原料生産農家は、創業者が設立した「モリタン美生組合」の組合員約60戸のほか、スイートコーンなど作物別組合、農協、商系など全道に及ぶ。農家には年末に翌年の必要量を提示し、農家はそれに応じた作付面積を決める。豊作でも作付面積は全量引き取っている。

農家との絆を再確認したのは2016年8月に三つの台風が十勝地方を襲ったときだ。農作物は甚大な被害を受け、価格ははね上がった。頭を抱えていた9月、十勝からバレイシヨやニンジン、を積んだトラックが何台もモリタンに着いた。泥に埋まった畑から掘り出した作物だ。「モリタンさんは豊作で他社が引き取りを断った時でも全量引き取ってくれた。その恩返しだ」と農家。「創業者から築いてきた農家との信頼関係がモリタンの危機を救った」と平井氏は振り返る。

集荷した農産物は温度管理をしながら倉庫で保管し、翌年の5月ぐらいいまでに加工し冷凍処理をする。冷凍にするのは不作時に備えるほか、一定の味や食感を維持するためだ。バレイシヨなどは収穫から日数がたつと、味が変化する。冷凍しておけば、その変化を抑えられる。北海

道の農家は経営面積が大きいから、内地に比べはるかに少ない数の農家で必要な原料が確保できる。農家数が少なければ農家ごとに生じる品質のバラつきも減る。加工業者にはこれも魅力だ。

モリタンには三つの工場がある。水産加工の紋別工場（紋別市）、冷凍野菜の栗沢工場（岩見沢市）、そして調理冷凍品の岩見沢工場だ。栗沢工場では1次加工した冷凍野菜などを岩見沢工場加工する一貫生産体制ができています。

紋別工場は13年に、食品衛生の高度管理システム、EU向け輸出のHACCP認証を取得した。ホタテの冷凍貝柱を輸出する予定だったが、多発する低気圧被害でホタテの生産は減り、海水温の上昇で鮭などの漁獲高も減少した。アレルギー物資を使用しない紋別工場では、ファミリーを加工している。

ホタテの代わりにコロッケなど冷凍食品の輸出に力を入れる。コロナ禍で減少した外食やコンビニ需要をカバーする狙いだ。輸出額はまだ香港や台湾向けに1億円程度だが、現地の大手弁当店やファストフード店からの引き合いが増え、手ごたえを感じ始めた。

北海道の「第6期北海道農業・農村振興推進計画」には「関連産業との連携の強化」が必要とある。食品産業と農業は「車の両輪」といわれて久しいが、その両輪は車軸でつながっていないから一緒に回らないと擲擻されてきた。関連産業との連携には、ハルグリーンやモリタンのように車軸を通す活動が必要だろう。