

「GFP北海道輸出セミナー&マッチングin帯広」
※地域における輸出ベンチャーの役割

株式会社グリーンズ北見
営業開発部営業課 丸山 勇太





会社概要

株式会社グリーングリーンズ北見

- ・ 所在地／北海道北見市
- ・ 会社設立／1987年4月
- ・ 資本金／1億円
- ・ 従業員数／約150名
- ・ 概要

生産量日本一を誇る「北見たまねぎ」を使用した加工品の製造・販売。

オホーツク地区の農協や北見市などの出資で運営されている、地域に根差した食品工場です。



会社概要

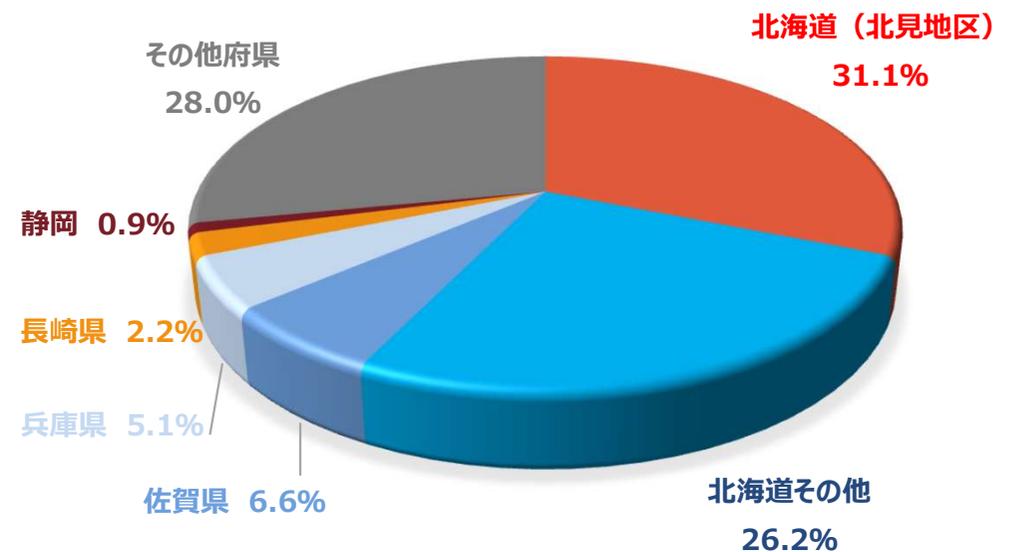
北見たまねぎとは？

北海道北見地区で生産される玉ねぎで、
日本国内でのシェア30%を占める
生産量日本一の玉ねぎです！



北海道北見地区

2020年玉ねぎ収穫量





会社概要

グリーンズ北見の製品

オニオンソテー (冷凍品)



たまコロ (冷凍品)



I Q F オニオン (冷凍品)



業務用

オニオンスープ (常温品)



市販用



輸出を始めたきっかけ

国内市場は人口減少によりマーケットが縮小



海外への販路拡大

市販品として販売実績があり
常温で賞味期限も長く輸送メリットのある
オニオンスープで輸出にチャレンジ

しかし・・・



輸出参入までの歩み

取組み当初（2020年4月時点）

生産キャパは国内市場への対応で精一杯
（ボトルネック）



そこで、農水省「輸出等新規需要獲得事業」へ
生産力向上を図る機械導入を申請



令和2年8月事業に採択
同年12月機械導入されボトルネックが解消



輸出参入までの歩み

生産力向上は実現したものの
輸出に対する知識がゼロ



支援サービスの積極活用

2020年8月

道産品輸出塾へ入塾

2020年12月

ジェットロ新輸出大国コンソーシアム
海外展開支援サービスに申請・採択



輸出参入までの歩み

海外向け商品の開発

過去に

「牛・豚に関わる原料は輸出ができない」

との情報



これまで原料に使用していた
牛豚エキスを排除した
あらたなオニオンスープの開発



2020年(初年度)の取り組み

取組方針と目標

ターゲット国

- ①台湾 親日で地政学リスクが低い
- ②中国 巨大市場

販売目標

- ①台湾 270,000円
- ②中国 900,000円



2020年(初年度)の取り組み

輸出実績 (結果)

販売目標

台湾 270,000円

中国 900,000円

目標額 1,170,000円

販売実績

台湾 110,000円

マレーシア 20,000円

韓国 30,000円

合計 160,000円

輸出は簡単ではない



2020年(初年度)の取り組み

反省点

- ・ 牛豚だけがダメだと勝手に思っていたが、
そもそも**畜肉全般**が望ましい原料ではなかった
- ・ 日本より**食品添加物**に厳しい
- ・ 商品のストーリーを上手く伝えられなかった



ネガティブな事例が多かったが、輸出塾に参加し
WEB商談を重ねたことで得られた貴重な情報



2020年(初年度)の取り組み

提案事例

フォーマーフレッシュ（中国アリババ系スーパー）

一次審査通過も二次選考で落選

落選理由を問い合わせると・・・

「鶏エキスが入っており、禁止ではないが

通関にリスクがあるものは避けた」

一次を通過して期待していただけにショックが大きかった



2021年(2年目)の取り組み

取組方針

- ①輸出の取り組みを続ける
- ②ターゲット国の再選定
- ③輸出に適合した商品を開発



2021年(2年目)の取り組み

①輸出の取り組みを続ける

2021年6月
道産品輸出塾へ入塾（2度目）

2021年6月
ジェトロ新輸出大国コンソーシアム
海外展開支援サービスに申請・採択（2度目）



2021年(2年目)の取り組み

②輸出に適合した商品を開発

畜肉・食品添加物は望ましくない
(厳密にダメではないが・・・)

通関にリスクがあるものは
極力避けたい

NEW
ITEM

化学調味料不使用

北海道 やさしい
たまねぎスープ

HOKKAIDO FRIENDLY ONION SOUP

化学調味料に気を使われているかた
動物性原料に配慮されているかた
アレルギーをお持ちのかた…

「北見たまねぎ」をもっとたくさんのかたに
楽しんでもらうためにつくられた
やさしい味わいのたまねぎスープです。

たまねぎの旨みが
染み渡る～



5g
8袋入

400円(税抜)

北海道
北見たまねぎ
使用

動物性原料
不使用

アレルギー
特定原材料等
28品目
不使用

北海道 ほたてのポタージュ

Hokkaido Scallop Potage

20g
3袋入

北海道産ほたての旨みが
やさしく広がるポタージュスープです



北海道産ほたてから作られた
ホタテエキスパウダー使用

ほたての旨みと香りが
やさしく広がるスープ

化学調味料
不使用

高級感あふれる
本格ポタージュスープ



2021年(2年目)の取り組み

海外向けに開発した新商品

+

輸出塾 各種セミナー

+

ハンズオン支援事業

↓

前年より海外適合レベルを上げ
オンライン商談を実施



2021年(2年目)の取り組み

2021年度結果

前年より輸出件数が飛躍的に増加

実績

1,200,000円

(前年160,000円)



2022年(3年目)の取り組み

海外展示会へ出展し
更なる販路拡大を目指したものの
新型コロナ影響により断念

結果、前年同様オンラインを中心に商談



N B 品の実績は昨年並みに留まった

しかし . . .



2022年(3年目)の取り組み

輸出向けに開発した
2商品が
大手量販店の
海外向け
OEM品に採用

化学調味料不使用

北海道 やさしい
たまねぎスープ

HOKKAIDO FRIENDLY ONION SOUP

北海道
北見たまねぎ
使用

動物性原料
不使用

アレルギー
特定原材料等
28品目
不使用

8袋入

写真は
イメージです。

ほたての旨味がやさしく広がる。

北海道

ほたての
ポタージュ

Hokkaido Scallop Potage

化学調味料
不使用

3袋入

写真はイメージです



2022年(3年目)の取り組み

2022年度見込

4,000,000円
(前年1,200,000円)



輸出に取り組んだ感想

日本で販売しているものを
そのまま海外へ . . .

そう簡単なものではないことが分かりました

労力は必要ですが、
マーケットは確実に存在しているため
確度の高い情報収集を行い
継続的に取り組むことが重要



輸出に取り組んだ感想

国内向けの販売に加え

輸出事業に取り組むことは
大変なことです

ジェトロや各省庁が実施する
豊富なサポートメニューがあるので
積極的な活用をお勧めします



輸出に取り組んだ感想

外国人へ商品を伝える取り組み

海外でも販売できる商品の開発



日本国内の商談においても有効

実際、食品添加物不使用の商品は
国内でも需要があります



今後に向けた取組み

国際工場認証の取得

FSSC、国際HACCP

海外展示会への出展

パートナー開拓
現地トレンドの把握

新商品開発

より高付加価値な商品
富裕層へのアプローチ



おわりに

オホーツク地域には、十勝と同様
世界に通じる素晴らしい食資源があります

グリーンズ北見が輸出にチャレンジし
成功事例を作ることで
輸出に対するハードルを下げ

地域産品が一丸となって
海外発信できる環境づくりを目指す



おわりに

大き（すぎる）な野望ですが . . .

外国市場において
日本のスープといえは

「グリーンズ北見」と

言われるようになりたいです。

ご清聴ありがとうございました