産地力強化へ戦略推進

ニンニクブランドの維持向上に取り組む

関係者全員が一致団結を

時代を読む

たっこにんにく アドバイザー 川村 武司さん

略歴　かわむら・たけし　田子町出身。1971年、田子町農協入り。農産課長、やさい課長、田子にんにく課長などを務め2005年に退職。06年に町攻めの農業アドバイザーに就任。09年4月から現職。59歳。

田子町は現在、「たっこにんにく産地力強化戦略」を進めている。4月には青森県産業技術センターとの間で、独自品種育成に関する委託研究契約を締結するなど、戦略に基づき、ブランドの維持、向上に取り組んでいる。町経済課たっこにんにくアドバイザーの川村武司さんに戦略の狙いや進行状況、その必要性などを聞いた。

―独自品種育成に取り組む狙いは。

たっこにんにくはこれまで、消費者に「小ぶりでもずっしりとしている」との評価を受けてきた。それは、優良種子ばかりを選んで育ててきたことによるものだ。しかし、現在は良い種が少なくなってきており、今こそ対策を打ちたかった。病気への抵抗力を持った品種をつくれば、農薬や肥料が少なくても、良いたっこにんにくを育てることができる。

―戦略では品質管理システムと、土づくりも掲げている。

品質管理では、農地ごとに生産や施肥の履歴、土壌診断結果などをまとめたカルテを作成して現状を的確に把握し、生産者の意識を高める。

データとして蓄積することにより、5年後、10年後に、その農地のニンニクの品質に変化が表れた際には、有効な対策を打つことができる。

土づくりでは、有機質に富んだ土にするために、完熟堆肥（たいひ）の投入を推進する。町内では畜産も盛んなので、耕畜連携により、完熟堆肥を地域内で循環させる形をつくりたい。

―具体的にはどのように進めるのか。

ここ数年ニンニクの価格が高かったため、生産者の間で肥料を多くして収量を増やそうとする風潮があり、品質面で悪影響が出ている。

町は実証農地を整備し、肥料の多寡、完熟堆肥の有無など、それぞれ区分してニンニクを育てており、収量と品質にどう反映されるのかを調べている。そのデータを示した上で生産者に理解を求めたい。

いずれにせよ、生産者と農協の協力があって初めてブランドの維持、向上が実現できる。関係者の力を結集させたい。

―なぜ今、戦略を進める必要があるのか。

ブランド産地は、関係者全員が常に話し合い、意識改革をしなければ維持できない。たっこにんにくの原点を見つめ直し、一致団結するために戦略を策定した。

信用は、築き上げるには長年かかるが、失うときは一瞬でなくしてしまう。先人たちは今以上の努力を続けて、たっこにんにくのブランドをつくり上げた。今の関係者が先人を乗り越える気概があれば、産地としてまだまだ成長できる。

生産者、農協、商工会、町などが一体となってたっこにんにくを盛り上げるために頑張っていることを示していきたい。そうすれば全国の消費者は、たっこにんにくブランドを一層信頼してくれると思う。

メモ

たっこにんにくは2006年、東北初の地域ブランド認定を受けた。これを踏まえ田子町は07年7月、農協、青森県と共同で「たっこにんにく産地力強化戦略」を策定した。

「人と環境にやさしい農業」を掲げ、品質管理、土づくり、種づくりを3本柱にした対策を進めている。

具体的には、高品質率、大玉率の向上などを通じて、販売額15億円達成を目指す内容だ。

月曜インタビュー