

はばたけ!ブランド

県内の取り組み

地域の経済効果拡大へ

たれ、なんばん味噌(みそ)、チョコレート、味噌漬け肉などがある。一方、ニンニク農家の所得確保に向けた対応では、圃(ほ)場ごとのカルテ作成による品質保証システムや、健康な土づくりに向けた実証圃の設置、労働力支援システムづくりを目指している。

さらに、産地としての将来を見据えた取り組みとして「たっこにんにく研究所」の設立と、独自品種「たっこにんにくホワイト種」の育種、種田登録がある。

田子では昨年、町と農協、商工会が地域資源&全国展開プロジェクトに取組んだ。「たっこにんにく」で地域の加工・流通・雇用を活性化させることを狙いに、新商品開発と総合戦略の構築を目指し取り組んだ。

期待される新たな商品には、黒にんにく四種、琥珀(こほく)にんにく、

たっこにんにく<下>

4



産・加工・流通・観光・高める。これが戦略の最終目標である。工連携で地域の総合力を、そのためには、国から

認定を受けた「たっこにんにく」の地域ブランドを、加工品を含む地場産品にどう活用するかを検討も必要だろう。対応を誤って、せっかくの地域ブランドが失墜することのないよう、慎重に行動する必要がある。

ニンニクを通して、田子町は大きな自信を得た。米国の主産地であるカリフォルニア州ギロイ市との姉妹都市交流もその成果の一つ。交流開始から今年で二十周年を迎え、田子の子供たちの目を海外に向けさせるきっかけになった。

先人から受け継いだ「たっこにんにく」という貴重な財産。これを次代に引き継ぐ使命が課せられている。

(田子町経済課攻めの農業アドバイザー・川村武司)

町と農協、商工会が「たっこにんにく」の魅力をアピールした県外即売会=2007年11月、大阪府内のスーパー