

## 〔駐村研究員だより〕

### にんにくラーメン雑感

たから だ き み お  
宝 田 喜美男

田子町は、にんにく日本一の町として、にんにくにこだわった町づくりを展開してきた。しかし、近年安価な中国産にんにくの大量輸入により国産にんにくの価格が低迷し、栽培面積も減少の一途をたどってきている。一時250ヘクタールの作付けがあったものが、約180ヘクタールにまで減少した。もちろん青森県の天間林村、十和田市といった他の産地でも約3分の1の作付減となっており、ごぼうなど他作物へ転換が進んでいる。

このような状況の中で、唯一明るい話題は、にんにくラーメンの開発である。これは、八戸市の製麺業者が麺の中ににんにく粉末を混ぜたラーメンを開発したもので、田子町農協のにんにく粉末を原料に使用し、財団法人田子町にんにく国際交流協会が独占的に販売するという三者契約に基づき行われている。

平成7年7月1日の発売開始以来爆発的な販売成績をあげている。好調の原因としては、一番目は味が良いこと、二番目は田子の知名度にあると思われる。前者のことは当然といえば当然のことであるが、後者については、やはり「田子町」で「にんにく」ラーメンを出したところに重要な意味があると思う。というのは、例えばにんにくに関係のない町や村で発売したとしても、このようには売れなかったのではないかなと思う。「にんにく」という「種」はどこにでもあるが、「畑」は田子町が最も適地だということを示していると思われる。

ここ約10年間にわたり、行政側でも、にんにくシンポジウム、にんにくとべこまつり、にんにく姉妹都市交流、にんにく入浴剤加工場の誘致、ガーリックセンターの建設に莫大

な予算を投入してきた。これらの活動が経済的な側面からどういう意味（効果）があるのだろうかという住民側からの問いかけに対して、今まで私自身明確に回答してこなかったような気がする。しかし、このにんにくラーメンは、その答えを明確に教えてくれた。つまり、今までの行政側のソフト、ハードの取り組みはまさに「投資」そのものであり、種（タネ）と畑（ハタケ）の関係で表わせれば、畑の土壌改良を完熟たい肥を投入して完璧なものにし、田子＝にんにくというイメージを定着させたと言えるのではないかな。したがって、今後はよいタネさえ播けば、よい成果が得られるという自信を持って取り組んでいけばよい。

昨年の夏は、以上のようなことを理論ではなく、まさしく現場の中で体験する機会を得たわけである。

また、新たな加工品の開発についても、農協ですべて加工するスタイル以外にも、PB商品の開発手法や半加工、様々な原料加工品の製造等々の可能性も追及すべきだと認識するようになった。にんにくラーメンという情報発信により、膨大な情報が外部から入るようになったほか、アメリカ、韓国、タイのにんにく生産加工産地との交流のお陰で、様々な加工技術や加工機械等の情報も容易に得ることができるようになり、現在農協は海外特許のある加工機の輸入手続きも進めているところである。

以上の取り組みと別に、「ラーメンとコーヒーは意外と似合う」というキャッチフレーズで町の銘水を使った水出しコーヒーの発売を準備している。これは県内5市町村の銘水を使った商品の一つの詰合せにして販売していく方式である。この手法は、一つの市町村で品揃えできなかったり、インパクトの弱い品揃えであったものを他市町村と連携して魅力ある一つの商品へと完成させていく手法で、私自身この5つの市町村の連携によるコー

ヒーに次ぐ第二弾の創出に大きな期待を寄せている。個々の市町村の個性を引き出し連携させて一つの商品を開発させていくこの手法

に魅力と可能性を感じている。

(青森県田子町 田子町職員)