

# 世界へ羽ばたく「青森の黒にんにく®」

— 黒にんにくによる新産業創出 —

柏崎 進一

協同組合青森県黒にんにく協会  
代表理事



## 要 旨

本レポートは、「青森の黒にんにく®」（協同組合青森県黒にんにく協会登録商標第5777236号）の誕生から青森県の新産業として定着するまでの10数年を描いた物語である。

2006年開発に着手、2007年より本格量産が開始された「青森の黒にんにく®」は、原料栽培から商品加工まで青森県内で一貫した生産が為されたことで、我が国最大のニンニク産地において、地域内での高付加価値化に成功した健康食品である。この付加価値化と、機能性成分のスコア化など品質の見える化、黒にんにくHACCPの制度創設、世界黒にんにくサミット開催による共同宣伝など新産業を支える基盤整備により、黒にんにく量産以前の2006年には95億円（収穫量14,200t）に過ぎなかった青森県産ニンニクの産出額は、2017年には収穫量微減にも関わらず190億円（収穫量13,700t）へと2倍に増加。決して豊かでなかった青森県に10年で黒にんにくという新たな産業が創出されただけでなく、手取り2倍とまさに夢のようなニンニク農家の所得向上が果たされたのである。

## 》はじめに

本レポートは、「青森の黒にんにく®」（協同組合青森県黒にんにく協会登録商標第5777236号）の誕生から青森県の新産業として定着するまでの10数年を描いた物語である。

2006年開発に着手、2007年より本格量産が開始された「青森の黒にんにく®」は、原料栽培から商品加工まで青森県内で一貫した生産が為されたことで、我が国最大のニンニク産地において、地域内での高付加価値化に成功した健康食品である。この付加価値化と、機能性成分のスコア化など品質の見える化、黒にんにくHACCPの制度創設、世界黒にんにくサミット開催による共同宣伝など新産業を支える基盤整備により、黒にんにく量産以前の2006年には95億円（収穫量14,200t）に過ぎなかった青森県産ニンニクの産出額は、2017年には収穫量微減にも関わらず190億円（収穫量13,700t）へと2倍に増加。決して豊かでなかった青森県に10年で黒にんにくという新たな産業が創出されただけでなく、手取り2倍とまさに夢のようなニンニク農家の所得向上が果たされたのである。



さて、1970年代の水田転換政策により青森県で組織的な栽培が始まったニンニクは、90年代に全国の8割超の収穫量を占めるまでに成長した。kg単価が1,000円を超えるようになり、他の道県でも生産に力を入れるようになった今日では占有率が少し下がったが未だ約66%を占める青森県の代表的な農産物である。また、他産地と異なり、反収1tを超える生産技術、通年供給を前提に、独自の乾燥、貯蔵にかかる設備、技術の集積が為され、ニンニクに関し青森県は事実上“一強”である。

しかし、90年代に中国産ニンニクの輸入量が急増し、2005年にはピークの30,201tとなり、青森県産の出荷量（同2005年で9,010t）の3倍以上が市場に流通するようになった。

当時、特に加工用となる規格外ニンニク（裾物）の価格が低迷、また、我が国においてニンニクは料理への香味付けを役割とし、食卓の主役にはならないことから、おのずと消費量に限界があり、売り逃せば、冷蔵貯蔵庫を圧迫することで捨てるを得ない状況に陥った。

まさにこの物語は、この捨てられるニンニクに命を吹き込むところから始まる。

しかし、その前に、物語の舞台となった青森県南部地方、とりわけ私の故郷おいらせ町の農業がどのようなものだったか、黒にんにくに取り組むことになった“必然性”について話していきたい。

## 》 貧しかった南部地方の農業

私の故郷おいらせ町。青森県の太平洋側はかつて“南部藩”が置かれた土地であり、現在も“南部地方”と呼ばれる。この地域は山背（やませ）と呼ばれる冷たく湿った偏東風が春から夏にかけて吹く。宮沢賢治の「雨ニモ負ケズ」の一節、「寒サノ夏ハオロオロ歩キ」のとおり、山背による低温と日照不足は一帯に冷害をもたらし、私の幼かった1950～60年代は、県内西部の津軽平野の稲作反収10俵超と比べ僅か3俵に留まるなど農家にとって厳しい地域だった。当時は、畑作も収穫が可能となる8月まで現金を得ることができず、日雇い、出稼ぎ、半農半漁と言われる漁業との兼業で食いつなぎ、僅かなコメを少しずつ売る貧しい農家が大半を占めた。

私は、日雇いを兼業とする父の農業を手伝う中、「このままではいけない。10年で食える農業に変えたい」と願い、地元の三本木農業高校で学び、卒業後も技術習得のため栃木県の大規模農家の下で足掛け3年働き、68年にこの地域で初めてとなるマルチ栽培やトンネル農法の導入を進めた。



～10年計画の農業を志し青森県初の学校農業クラブ級位検定（FFJ検定）特級取得と高校時代の栽培日誌～

これらの農業技術の向上によって収穫期を早め、5月から収入が得られるようになると、農協職員が視察に来るまでになった。また、瘦地の火山灰土壌にリン酸を入れ、たい肥作りにも取り組み、10年かけて作物が実る畑地へ変えていった。このことで僅かずつではあったが、生活が楽になっていった。

秋に収穫しきらず、1/3は越冬させ春に掘る「長芋」。秋に植え、冬に雪を布団替りとして寒さをしのぎ、その雪解け水で育つ「ニンニク」。南部地方は山背克服のため、地の利を生かした「根物」に力を入れ、80年代を通してニンニク、長芋、ゴボウ、大根の産地化に至った。

この頃までに、私は自らの生産の他、近隣農家や市場から買い付けたそれら野菜を消費地へ販売するようになり、その取扱高が1億円を超えたため91年(有)柏崎青果として法人化、93年に加工部を設立、95年に台湾をはじめ輸出も手掛けるようになった。

2018年の青森県のニンニク生産量は全国の66.3%（産出額180億円）、長芋は34.6%（143億円）、ゴボウは36.7%（93億円）、大根は9.2%（90億円）を占め、今日、南部地方は全国屈指の根物産地に成長した。また、これら根物の下支えがあって青森県の農業産出額は15年連続東北1位である。南部地方農業の根幹にあるのは、冷害の苦しみ、貧しさから脱却するため必死で変革を求めた50年の自助努力である。

## 》原料供給県からの脱却を目指して

80年代後半の産地形成に伴い、私は青果卸主体に業態を替え、今日では青森県産長芋50,000t（平年）の7%に相当する3,500tを取扱うようになった。無論、このように農家から仲卸へ進んだのは当社だけではなく、産地化に伴い関東、関西への出荷販売を行う事業者は増えた。当然、市場ニーズから、消費地小売店の生鮮向けの他、食品製造業向けの原料出荷も増加した。

この一方、産地形成の歴史を歩みながら、青森県に加工産業は集積せず、“原料供給県”の道を辿ることとなった。

これら加工原料は、多くが北関東に集積する食品製造企業で加工され、全国へ供給される。付加価値化を県外へ委ねた結果、青森県は市場価格に左右されやすい産業構造となった。

仲卸業界は、通年供給が前提である。だからこそ価格を間違うと取り返しのつかない事態が生じる。実際、当社でも主力の長芋の相場が荒れた年に、数千万円規模で赤字が発生し、企業存続の危機に瀕した苦い過去がある。

生鮮に近ければ近いほど市場価格に左右され、加工度が増すほど左右されない。こうした加工が地元でできないか、地元で付加価値化ができないかと考えるようになった。

この機会が与えられたのは、91年の廃棄物処理法改正、即ち首都圏で増大した廃棄物の排出抑制問題である。それまで素材そのものを原料として出荷してきたが、消費地でのゴミを減らすため、皮を剥くなど一次加工してから出荷する仕事が増加した。

当社は、これに合わせ93年に社内に加工部を設置、長芋の皮剥きなどの一次加工の他、野菜をチップや乾燥し、少しずつ自社で直接販売できる商品を開発し、90年代を通じ後の世に言われる六次産業化に取り組むようになった。

一次加工を行った結果、売上も増えたが、廃棄物も増加した。当社では長芋を1,500t処理するが、関東向けの皮剥きでは「真っ白」な状態が求められる。「真っ白」な状態にするためには、皮だけではなく身も剥かねばならない。この量は重量で約3割に相当する。よって1,500tのうち450tが新たに廃棄物として発生したのである。

これら野菜くずを処理するため、別途、廃棄物処理会社を立ち上げリサイ

クルに取り組んだ。しかし、毎年数百tの野菜くずをたい肥化だけで処理することは難しく、段階的に乾燥、チップ、カットし真空包装など様々な手法により再商品化するようになった。

くず野菜から新たな商品を作ると、それは販売する上で200g、100gなどの新しい規格となり、これに合わせるため、やはり廃棄物がでる。その廃棄物をさらにチップ化、粉末化、あるいはスープの素などへ再商品化する。こうしたことを延々行った結果、素材から見た再商品化率が90%を超えるようになった。1,500tの素材から出た廃棄物450tのうち300t以上が再商品化できたという計算になる。

このように90年代から2000年代初めを通じて、「捨てられる野菜に新たな命を」が当社の加工のコンセプトとなった。



～90年代から取り組んだ六次産業化～

## 》ニンニクの端境期

2002年、ニンニク産地を震撼させる出来事が起こった。萌芽抑制剤（エルノー）の登録失効である。ニンニクは芽が出ると商品価値を失うため、6月の収穫後、通年供給のため萌芽抑制剤を使用して発芽を止めるのが常であった。しかし、この薬に発がん性物質が認められ、使用が禁じられたのである。

これに伴い、当社を含め通年出荷を前提とする青果卸売業者は、萌芽抑制剤の代替として、根と芽の伸長を停止させ、かつ低温障害の起らない-2℃帯でニンニクの貯蔵が可能な大型冷蔵設備の導入を余儀なくされた。

冷蔵設備は常温での貯蔵と異なり、当然コストがかかり、かつ、スペースが限られる。よって、毎年新物が入ってくる7月末に、昨年産の残りをどうす

るか選択を迫られる。当然、新物と比較し昨年産の価値は低く、ひねのニンニクは捨てられた。

所謂ニンニクの端境期問題である。

この問題に加え、中国産ニンニクの輸入量が90年代より増加の一途をたどり、2005年には30,201tとピークを迎えた。この量は、同年の青森県産出荷量9,010tの3倍強に当たる。さらに中国産の末端価格は青森県産の約1/10であった。ニンニクは料理の香味付けがメインであり、年間の需要量に大きな変動が無い。外食産業や冷蔵など大量生産用は、安い中国産で足りるため、青森県産の加工用の需要は限られた。中国産を嫌う風潮も今ほどは無かった。

需要の振るわない年の端境期には、4tトラックに満載で廃棄せねばならず、売り逃したこと、捨てるためだけの無駄な労力にやるせなさが募った。

「捨てられるニンニクを資源化できないか」。その思いは年々大きくなった。



～売り逃した裾物ニンニクはかつて捨てられてきた～

## 》 黒にんにく開発へ

萌芽抑制剤の登録失効から4年後の2006年3月、ニンニクの端境期問題に一石を投じる研究結果が、国立弘前大学医学部によってもたらされた。

「生より高い抗がん作用」などの見出しで陸奥新報、デーリー東北、東奥日報の地方紙三紙がいずれも一面で取り上げたその試験は、佐々木甚一教授によって行われたもので、600万個のがん細胞を移植し、人為的ながんを発症させたマウスに、黒にんにくのエキス1mgを移植後2日目、4日目、6日目の3度投与し、3週間後のがん細胞の大きさを比較したものだだった。

1度目の試験ではマウス5匹中2匹の、2度目の試験では5匹中3匹のがんが完治し、完治しなかったマウスのがん細胞も半分以下に縮小した。同様の試験を生ニンニク5mgで実施したが、縮小は見られたものの完治は無かったと言うことで、「生より高い抗がん作用」との見出しから、一般には、「黒にんにくでがんが50%の確率で治る」と理解された。

「捨てられる野菜に新たな命を」をコンセプトとし、端境期のニンニクを捨てずに済むことを考えてきた当社にとって、このニュースは大きな意味を持った。ニンニクを捨てずに商品化できる。それだけではなく、丸ごとニンニクを食べることになるため、消費拡大につながると感じた。

私が黒にんにく開発について相談したのは、青森県中小企業団体中央会だった。仲卸組合である十和田や八戸の青果商協の役員をしていたこと、また、農業の担い手不足の問題から外国人技能実習生（当時は研修生と言った）の受入事業を行う木崎野中小企業協同組合を2001年に設立し代表を務めており、それら協同組合の指導団体として中央会との付き合いがあった。当時の商工団体は悪く言えば「お役所」的なところが多かったが、その中で中央会は良い意味で変わっており、当時の寺田一（はじめ）八戸支所長やその部下の古川博志氏は相談に対し、速やかに何かしらの結果をくれた。



～開発のきっかけとなった新聞記事（東奥日報2006.3.22夕刊一面）と佐々木教授との勉強会～

2006年10月、中央会の協力により、当社会議室で黒にんにくの抗ガン試験を行った佐々木甚一教授を招聘した勉強会を開催、また彼らが調査してくれた製法を基に地元の設備工事会社(有)ケーティーエンジニアリングサービスと共に黒にんにく開発を始めた。中央会という協同組合をつくる団体と連携し

たため、(株)スパン・ライフ（(株)東北商運の子会社）というトラック運送の会社と一緒に黒にんにくの勉強を行うなど異業種との出会いがあった。この時出会った佐々木甚一教授、中央会古川氏、(株)スパン・ライフ松山信彦社長とは、今日に至るまでの付き合いだが、中央会と開発したことが後の協同組合設立につながったと言える。

明けて2007年。当社は「おいらせ黒にんにく化粧箱3玉入」「フデばあさんの親孝行黒にんにく」の販売を開始。発売と共に駅、空港など県内交通要所の販路を抑え、すぐに県外へ販路を求めた。

## 》 黒にんにくの産地化と海外展開

後に知ったことだが、黒にんにくは三重県の濱野濱助氏（現：(株)元気 代表取締役）が90年代末に偶然の産物として開発に成功したものだという。

後の2019年、濱野氏を講師として青森へ招いたが、「夏の暑い日、仕入れた生ニンニクの一部を鍋のなかに入れ、蓋をして2ヶ月放置し、鍋の中を確認したところ、白いはずのにんにくが真っ黒に変色していることに気が付いた。恐る恐る手にとり、皮をむき、口の中に入れた瞬間、ニンニク特有の臭いと辛みがなく、甘酸っぱさが口の中に広がった。この時の衝撃は20年経った現在も鮮明に覚えている。」と語っている。

このように、黒にんにくとは、製造業者によって熟成期間の長さは異なるが、基本的にニンニクを高温高湿下に長期間（2週間～1ヶ月程度）置くことで、メイラード反応（褐変反応）を促進し、黒色化した後に、常温で追熟、乾燥させて得られる。

食味は、ニンニクとは思えない甘さ、酸味を持ち、プルーンにも似た風味である。食後15分程度で体温上昇が感じられ、体感が得られやすい健康食品である。



～白いニンニクが温湿度調整のみで黒にんにくになる。各社で製造日数等の調整方法は異なる～

それまで三重県とその周辺地域のみで生産されてきた黒にんにくは、佐々木甚一教授の研究結果が公表された2006年3月から1年足らずで県南地方に広まり、黒にんにく市場に多くの企業が参入した。元々三重県の濱野氏へニンニクを提供し、黒にんにくの外注加工を行っていた①(有)天間林流通加工（七戸町、故・町屋栄之助社長）が自ら生産を開始。これに続く形で、当社②(有)柏崎青果（おいらせ町）、③(株)スパン・ライフ（八戸市）、④青森第一食糧(有)（十和田市）が生産を開始、また、地域ブランド「たっこにんにく」を有する田子町で⑤岡崎商店（後年、(株)岡崎屋として法人化）、⑥(株)たから、⑦(株)TAKKO商事などの参入が相次いだ。この他、⑧JAとうほく天間（後のJAゆうぎ青森。天間林流通加工町屋社長の出身母体）が農協として参入。その他にも雨後の筈の如く市場参入があったが、これら8社が当時から今日まで現存する黎明期の県内の黒にんにく製造企業であり、当時の市場を賑わせることになった。無論、青森県だけではなく、2007年中に大手製薬会社などで黒にんにくを用いたサプリメントが販売されるようになるなど佐々木教授の研究結果が市場を産んだと言ってよい。

こうした背景から、青森県中小企業団体中央会は、2007年12月より、国の補助事業を活用し、黒にんにくの産地づくりセミナーを実施。当時黒にんにく市場に参入していた企業のほとんどがこれに参加。後の青森県黒にんにく協会のメンバーとなった。

当社柏崎青果としてもセミナーには参加したが、主に職員を参加させ、私自身は県外、海外へ目を向け、販路開拓に注力した。元より県内市場で他社と戦っても消耗戦でしかなく、どんどん外へ目を向けていかねばならないことを経験則で知っていた。

2008年、農水省が農林水産品の1兆円輸出を掲げ、JETROに農林水産物等地域産品輸出促進本部が設置された。JETRO青森の当時の所長は唐牛富貴子氏だったが、極めて積極的な所長で、青森県内の他の食品製造業者と共に、フィンランド、ベトナム、北米等々へ販路開拓に出る機会を作って戴いた。当社は1995年から長芋輸出に取り組んできたが、黒にんにくの海外展開はJETROの取組みを足掛かりにしたと言ってよい。

開発したばかりの黒にんにくを海外へ紹介して歩くことは本当に楽しかった。“白いはずのニンニクが皮を剥くと黒い”この衝撃は、商談時の切り札となり、面白いように成約した。無論、ライバルがいなかったわけではない。海外では中国や韓国産との競合になった。しかし、素材の良さで差別化することができた。海外産はその多くが暖地型で青森県のホワイト福地六片に比べ、一回り小さく、片の数も多い。ニンニクを黒にんにくに加工すると水分が失われ、加工前に比べ7割程度の重量になる。このため、海外産は可食部がもともと小さく、黒にんにくにすることでさらに小さくなる。つまり、黒にんにくを見たことのある海外バイヤーにとっても青森の黒にんにくは特別に映った。

これに加え、当社の黒にんにくの初輸出が、“世界一予約の取れないレストラン”「エル・ブジ」であったこと、世界一の黒にんにくを探していたと話すオーナーシェフFerran Adrià氏の評価を得たことが、初期の海外展開を円滑なものとした。



～初輸出はスペインのミシュランガイド三ツ星レストラン/南柏崎青果プレゼン資料より～

## 》 連携体発足と差別化の必要性

2007年12月に始まった中央会の産地づくりセミナーは、2008年5月に青森県黒にんにく協会の発足という結果を見た。黒にんにくの開発により「ものづくり新世紀青森県元気企業顕彰」を受賞、販路展開で実質的なプライスリーダーとなっていたことから推薦を受け、初代会長に就任することとなった。同様に発明表彰の東久邇宮記念賞を受賞していた(株)TAKKO商事の佐藤裕一氏が副会長に就任し、早速、メンバー合同で観光拠点などでの共同販売や共同宣伝、また、品質評価として佐々木甚一教授や行政職員など第三者を委員とする黒にんにく協会推奨商品認定制度を創設し、事業を開始した。

初期の協会メンバーは非常にユニークである。当社柏崎青果は農業及び青果卸だが、副会長の(株)TAKKO商事の佐藤氏の本業は建設業、(株)スパン・ライフの本業はトラック運送で社長の松山信彦氏は薬剤師、青森第一食糧(有)はコメ問屋、(株)岡崎屋はWeb通販、(株)たからは元役場職員と、元々の職種は全くの異業種だった。

2000年代、公共事業減少、産業空洞化などで地方が衰退しはじめ従来の事業に行き詰まる企業も少なくなかった時代に、黒にんにくに夢を託し、新分野に進出した者同士でもある。

彼らとは、発足当初から協同組合化した今日まで10年以上ほぼ毎月定例会と称しランチミーティングを行っている。同業組合では珍しい仲と言ってよい。無論、県内の販路で営業同士がぶつかることはあるが、喧嘩の無いまま今日に至ったのは、異業種出身でそれぞれ強みが異なる点、「青森の黒にんにく」として県外や海外などそれぞれで“異なる外”を見て共に「騒いできた”結果である。発足時から各社ともに右肩上がりの成長を堅持、クレーム対応や品質向上に関する情報共有や、2011年の震災時も被災地に居ながらの被災地支援を含め、可能な限り流通を継続、放射線測定を行い風評被害対策を行うなどの取組みを共に続けてきた。

震災によって一時輸出は低迷したが、輸出再開を機会に、青森産と海外産との明確な違い、鱗片が大きいこと、六片種であることの差別化を進める為、「JAPANESE AOMORI Black Garlic」としてAOMORIそのものを売るスタイルへ販促物などを一新した。「柏崎の黒にんにく」と言っても海外では通用し

ない。青森県が日本のどこにあるか分からずとも、「青森の黒にんにく」が他の黒にんにくと異なる宣伝になる。無論、AOMORI＝六片種で売るということは、青森の他社の宣伝にもなり、全て当社に発注がくるとは限らないが、それなりに返ってくる。自分だけ売るより、展示会に2、3枚黒にんにく協会のポスターを貼って宣伝するようにした結果、「一日一片黒にんにく」を英語で話す方が少しずつ増え、「青森の黒にんにくは六片種」というのが徐々に浸透した。

青森県黒にんにく協会は、発足からの5年間は任意団体であった。当時も現在も、黒にんにくの同業種団体は我々青森県黒にんにく協会だけであるが、この団体が法人化するきっかけになったのは、2012年のNHK特番「黒にんにく販路拡大の課題」の放送である。



～ブランド化、地域団体商標取得のきっかけとなったNHKあつがるワイド2012年放送～

この番組は、地域エコノミストの藻谷浩介氏と黒にんにく業界代表の私との対談形式で進められた。端的に言えば、黒にんにくの市場形成から5年経ち、プロのつくる黒にんにくと素人がつくる黒にんにくとの差別化、プロならばプレミアム化する必要性が問われはじめたという内容だった。

この頃になると、家庭用の電子ジャーなどで簡易に製造した黒にんにくを道の駅などで販売する者が増加した。電子ジャーで上手に作る者もない訳ではないが、製造責任や販売責任を知らない者が多いことで、結果的に事業者と比較して粗悪品の割合が多かった。

しかし、当時は品質を比較する指標がなく、例えば最初に食べた黒にんに

くが外れであった場合、「青森の黒にんにくとはこの程度か」とアンチになってしまうリスクが放置されていた。

このため我々は、公設試験研究機関と連携し、成分や美味しさを数値化すること、その数値を一定基準で満たしたものを「青森の黒にんにく」と呼ぶような仕組みづくり、その象徴として地域団体商標の取得を求めた。

青森県を代表する上では、ニンニクの産地“南部地域”の構成員だけではいけない。よって、日本海側の津軽地域の仲間を募集するため、2012年7月、「青森県大会」の位置づけで、県都青森市で「黒にんにくセミナー」を開催し、佐々木甚一教授の講話とパネルディスカッションを行った。

この結果、2009年から黒にんにく市場に参入していた(有)ケイエス青果（田舎館村）が津軽地域から加入し、年度末にケイエス青果を含む7社で鑑評会を実施した。評価委員に佐々木教授や行政職員の他、青森県産業技術センター農産物加工研究所の所長や能登谷典之開発部長を招いた。

県黒にんにく協会では、発足時から協会推奨商品認定制度として黒にんにくの食味や食品表示などの確認審査を佐々木教授他を第三者委員とする機関で行ってきたが、数値的な指標が無かったため、食品分析を可能とする農加研の参加を狙ったものだ。

農加研の能登谷典之開発部長はこの要望に進んで応えてくれた。当時、農加研ではアミノ酸や有機酸を迅速に分析する機器を有していなかったが、能登谷氏は自ら補助金申請まで行い、分析機械を導入、従来、結果を得るまで1ヶ月近い期間と10数万円のコストがかかっていた分析作業が数時間で可能になった。

## 》 事業協同組合としての法人化と地域団体商標

2013年は「青森の黒にんにく®」にとって記念すべき年となった。農加研の能登谷部長と共に成分の分析に取り組み、S-アシルシステイン（抗がん）、GABA（リラックス）、シクロアリン（血流増進）、ピログルタミン酸（脳機能改善）の4成分含量が一つの指標になること、十分に熟成した黒にんにくのpHや水分の目安の分析。そして、それら数値について一定基準を満たしたものを「青森の黒にんにく®」として出荷していくため、任意団体であった青

森県黒にんにく協会を事業協同組合として法人化、地域団体商標の出願を行うこと。これらが決せられ、2013年9月6日（語呂合わせで黒にんにくの日）に設立登記した。

また、同年下半期には、米国に400店舗以上展開するスーパーマーケットに当社の黒にんにくが「Sweet & Mild JAPANESE AOMORI Black Garlic」として展開し、日本勢黒にんにくとして初めて全米を制覇した。この米国展開はフランスの展示会で米系企業の副社長に出会ってから半年後という異例の速さで結果を出した。一度の納品で12万袋というロットの多さも当社にとって異例であった。

「開発からわずか7年で全米制覇」と後の内外情勢調査会で安倍総理（当時）がスピーチすることになった米国展開は、協同組合青森県黒にんにく協会の他の組合員の発奮を促し、ドイツ北部ヴォルフスブルクにあるフォルクスワーゲンのテーマパークレストランアクアへ展開した(株)TAKKO商事をはじめ多くの組合員が世界へ打って出るきっかけにもなった。

実際、2010年代中盤は、年間100日以上を海外での展示会や商談で過ごした。アメリカで商談し、ドバイ、イギリスで展示会に出展し、またアメリカに戻って販売条件を詰めるなど、英語のできない私を支えるトクコ商事の山本宏美氏との出会いもあり、本当に海外での転戦が多かったが、2013年の飛躍は今日の「青森の黒にんにく®」の世界展開を大きく前進させるものだった。



～JAPANESE AOMORI Black Garlic として「青森の黒にんにく」を海外へPR～

前年の2012年は震災翌年の風評被害や天候不順からニンニク収穫量13,600tに対する産出額が78億円（平年100億円前後）に留まるニンニク業界にとって最悪の年だったからこそ、ここを下限に2013年の飛躍を誓い、実現させた取組みでもあった。

2013年、法人化と共に開始した「青森の黒にんにく®」ロゴをつけた組合員の出荷、第三者機関での成分分析と評価、そして農業法人協会の後輩でもある(有)奈良岡ファーム（藤崎町）、黎明期から生産してきたJAゆうき青森（七戸）が新たに組合に加入し9社へ増加した組合員皆での販路拡大により海外24カ国を含む展開が果



たされた。これら組合員9社の国内外を問わない破竹の販路開拓によって加工用ニンニクの需要が急増、黒にんにく開発以前には300円/kgでも買い手がつかなかった加工用ニンニクの価格が、2014年末に一時1,800円/kgを超える状況となった。加工を行う我々にとって原料価格の高騰は厳しいものがあったが、裾物に付加価値が付き、もう端境期にニンニクを捨てることは無くなったのである。

販路を広げる過程で、様々なメディアの取材もあり、そのことで「青森の黒にんにく」の露出が増えた結果、とうとう2015年7月、地域団体商標「青森の黒にんにく®」の登録査定に至った。

地域団体商標の登録の第一報を、私は副理事長のTAKKO商事佐藤氏と共に展開先のシアトルで聞くこととなった。

帰国後の組合定例会では、皆の士気も上がり、「地域団体商標は取っただけでは自己満足に過ぎない。取ったことを最大限活用するため世界サミットを開催しよう」とこれまで以上に“騒ぐこと”が決まった。

## 》世界黒にんにくサミット開催へ

“皆で騒ぎ続けること”これは、黒にんにく協会の仲間たちとのこれまでの取組みを通じ、組合活動そのものの方針となっている。

私は、黒にんにくだけでなく、同じ特産物のごぼうを加工し、ごぼう茶

や特許を取得した黒ごぼう茶も製造販売している。だが、“皆で騒ぎ続けている”黒にんにくに比べ、ライバルが少ないはずのごぼう茶の方がなかなか大きくヒットしない。もちろん、芸能人やテレビ番組でごぼう茶がアンチエイジングなどで取り上げられた際は売れるが、継続しない。騒がなければ忘れられるのである。

騒ぐことと同様に大切なのはライバルである。同じものを販売する組合員とは当然競合するが、競い合う方向を県外や海外などの“外”あるいは健康食品としてだけでなく、料理素材や菓子原料などの“異なる用途”で行うと裾野が広がる。裾野が広がることで、自分もそれなりの位置にすることができ、生き延びることができる。極端な言い方をすれば、常にトップでなくてもいい。負けている時があっても交流し、よいものは取り入れていけばいい。勝っている者に近づけるために研究できる。その意味で、組合員は一番大事なライバルなのだ。

“皆で騒ぎ続けること”そして、“新たな風を吹かせる”ため、我々は地域団体商標を取得した直後、世界黒にんにくサミットを開催することを決めた。

第1回の開催日は2016年9月6日（黒にんにくの日）。しかし、いきなり世界サミットでは、ハードルが高いと考え、2016年2月29日（ニンニクの日）に全国サミットを開催することにした。追い風になったのが、2015年12月14日の内外情勢調査会における安倍総理スピーチである。

『小さな「世界チャンピオン」と、先日、ヨーロッパで出会いました。パリでのCOP21の後、ルクセンブルクを公式訪問しました。小国ながら、世界の金融センターであり、一人当たりGDPは世界一であります。その晩さん会で、なんと日本から輸入した黒ニンニクが登場したのです。ベッテル首相からも紹介があり、メニュー表にも青森県産と明記されていました。見た目はトリュフのように上品で、味は甘酸っぱい。あのニンニク特有の臭いは、まったくありません。2泊4日の強行軍で、正直へとへとでしたが、その最後に、遠いヨーロッパの地で、日本の食材に出会えたことに喜びを感じ、疲れも吹き飛ばす思いがありました。



青森県は、ニンニク生産量日本一であります。しかし、生産して、そのまま売るだ

けでは、農家の手取りは増えません。市場価格に左右されないよう、加工してから出荷する。販路を広げ、六次産業化で付加価値をもっとつける。そうした青森の農家の皆さんの情熱が、一気に世界へと羽ばたきました。開発からわずか7年で全米制覇。アメリカではフルーツ感覚で、「健康や美容にも良い」と話題です。「Sweet & Mild」と書かれた、洒落たパッケージで、全米のスーパー400店舗で、年間12万袋を売りあげるヒット商品となりました。さらに現在、アメリカにとどまらず、世界24か国以上で販路を開拓しています。そのたどり着いた先が、ルクセンブルク首相府の食卓でありました。』首相官邸Webより原文まま

.....

2006年の開発から9年で、一国の首相が情勢報告を行う際に、我々の取組みを紹介するまでになったのだ。

2016年2月29日の全国黒にんにくサミットは、黒にんにく協会の顧問佐々木甚一教授、三重大学田口寛特任教授、藤田保健衛生大学新保寛教授、弘前大学前多単人准教授ら国内の黒にんにく研究者による機能性に関する講話、タレントの料理番組の監修を行うフードコーディネーター結城摂子氏による世界の黒にんにく料理の紹介、そして世界で初めて黒にんにくの成分規格化を進めた能登谷氏の取組公表を行った。

会場となった青森市ラ・プラス青い森は、180しか席のない会場に全国から258名が大挙して押し寄せ、全国で黒にんにくを製造、販売する皆が、このような機会をずっと期待していたことを裏付けた。

半年後の世界黒にんにくサミットに先駆け、9月6日を正式に黒にんにくの日として制定するため、一般社団法人日本記念日協会へ登録申請、正式に登録されたことをプレスリリースし、サミットのPRを十分に行った上で開催した。

9月6日の第1回世界黒にんにくサミットは、全国サミット同様、国内外の研究発表に加え、2015年12月に日・ルクセンブルク首脳会談でベッテル首相と安部総理の晩餐会を担当した星付シェフRenato Favaro氏を迎え、首脳会談晩餐会の料理を再現した。記念すべき1回目であり、ローカルメディアは勿論、全国のメディアやNHK-worldにより海外140カ国へもサミットの内容や青森の黒にんにくの取組みが放映された。



～第1回世界黒にんにくサミット2016.9.6/旬柏崎青果プレゼン資料より～

それから2020年に至るまで5度。毎年9月6日に世界黒にんにくサミットを行ってきた。5回ともトピックスがある。

2017年サミットはイタリア人シェフSergio Maria Teutonico氏を招聘し、黒にんにくを使った見事な本場イタリア料理を振舞った。イギリスのインポーター Rahim Campbell氏からは、「青森の黒にんにく®」が、食のオスカーと言われる「Great Taste Awards 2017」で全世界からノミネートされる食品のうち1%未満しか与えられない最高三ツ星金賞を獲得したことが報告された。また2013年から組合員や県外、海外の黒にんにくの分析を5年間継続してきた農産物加工研究所が、いよいよ成分規格をスコア化したことで「黒にんにく国際会議推奨商品認定制度」がスタート。能登谷部長と山谷祥史研究員により、優良な黒にんにくの指標が明確になり、組合員9社が認定された。この認定制度は、以前の協会認定に科学的なエビデンスを付与し、組合員以外も申請できることとしたものである。

この年、我々黒にんにく協会組合員の黒にんにく売上が20億円/年（約500t）を突破。黒にんにくで新たに生まれた雇用が、我々9社のみで100名を超えるまでになった。

2018年サミットは、アメリカ、イギリス、オーストラリア、フィリピン、バングラデシュ、ルクセンブルクなど非常に国際色豊かな研究者や黒にんにく製造者のプレゼンがあった。フィリピン北イロコス州知事Imee Marcos氏

(フェルディナンド・マルコス大統領の実娘)の指令の下、黒にんにく開発のため青森へ派遣されたマリアーノマルコス大学学長Shirley C. Agrupis氏の開発秘話の披露や、2年前招聘したRenato Favaroシェフがルクセンブルクでプロのシェフを対象に開催した「青森の黒にんにく®料理グランプリ」の話、そして国際会議推奨商品認定制度における初の海外企業オーストラリアTolga Estate社



東奥日報2018.8.10朝刊

の認定も行われた。また、食品安全の観点から同年発足させたNPO法人黒にんにく国際会議による黒にんにくHACCP（黒にんにくにおける食品安全認証制度）の制度説明も実施した。本制度は、ロイドレジスタージャパンの今城敏氏の協力を得て制度設計し、宮城大学名誉教授池戸重信氏ら専門部会委員に規格策定をして戴いたもの。青森県庁農林水産部赤平次郎氏の支えもあって専門部会事務局には農加研の能登谷部長、山谷氏に就任戴いた。こうして、我々が一層海外へ進出する上で、誕生からまだ十数年で十分知られていない黒にんにくの衛生管理手法を世に示すための制度が出来上がった。

これら毎年連続した世界サミット実施による黒にんにくの普及推進、そして2017年の青森県産ニンニクの産出額が190億円（収穫量13,700t）と、2012年の78億円（同13,600t）に比して2.4倍以上に伸びるなど、数字を伴った実績が評価され、我々青森県黒にんにく協会は農林水産大臣賞を授与された。この数字は、ニンニク農家1ha当たりの売上が570万円から1,390万円へ増加したと同じことを意味し、現実には高級車に乗り換えるニンニク農家が現れるほど産地に活性化をもたらした。2006年まで捨てられてきたニンニクが、黒にんにく台頭によって1,000円/kg以上の価格がついた結果である。



～出荷量の変動が殆ど無い中、ニンニクの産出額のみ2倍へ増加/農産物出荷統計、産出額統計より作成～

また、この年、津軽地域の総合市場弘果の子会社(株)弘果物流が組合に加入し、組合員は10社となった。中小零細企業の連携から始まったこの取組みは、農協や市場を巻き込む取組みへと成長したのである。

2019年サミットは、黒にんにくをこの世に誕生させた三重県 (株)元気 代表取締役の濱野濱助氏と黒にんにく料理を提供するTRAIN SUITE四季島の前総料理長岩崎均氏の講演会を実施。また、黒にんにくを活用した一般飲食店を推奨店として認定するなどの普及推進に一層力を入れた。フランスの生産者Fanny Boutarin氏やイギリスのインポーター Ziyad Campbell氏より取組みやマーケットについてのプレゼンもあり、全校生徒で参加した八戸市立豊崎中学校の生徒を含め、地元の中高生らの参加があり、生徒らが英語で質疑を行うなど会場を沸かせた。地元から世界へ羽ばたく黒にんにくの取組みが、次代を担う子どもらへ夢を与えると各校の先生方が判断されたことによる参加だった。

そして2020年。新型コロナウイルスの発生と拡大で、サミットを開催するかどうか考える前に、我々は困っている感染症指定医療機関へ黒にんにくを無償提供する「青森の黒にんにく®」でコロナと戦う方を応援プロジェクト」を実施した。

青森県では十和田市の老人福祉施設で県内初のクラスターが発生。患者を受け入れた十和田中央病院で、4月末に院内感染が発生してしまった。後日、

同院事業管理者の丹野弘晃氏が「認知症の患者さんとのコミュニケーションの難しさ、未知のウイルスとの明日の見えない戦いでの消耗、それに輪をかけた院内感染により社会的に孤立したように感じた」と話すように医院勤務者が相当なストレスを抱える中、5月の連休明けから4,000食分の黒にんにくを十和田中央病院へ提供した。丹野氏はこの時の黒にんにく提供を「孤立感から誰も味方がいないように感じた。まさにその時の黒にんにくの提供。健康食品なので体は勿論だが、何より我々の心をケアしてくれたように感じた」と語っている。



～“青森の黒にんにく\*”でコロナと戦う方を応援プロジェクトの一部/2020.5RAB東奥日報ニュースより～

十和田市を皮切りに、日本看護連盟と参議院議員高階恵美子氏、また青森県東京事務所の協力によって、東京都、神奈川県、北海道の3都道県の47感染症指定医療機関へ5月中に643kg（64,300食分）の黒にんにくを贈った。

このプロジェクトを経て、2020年サミットは、with-コロナ、after-コロナの時代に向け、我々黒にんにくに関わる者に何ができるか考える機会として開催することとし、出席は講師や組合員など一部のみ、Zoomやビデオメッセージを取り入れた形で開催した。各感染症指定医療機関からの感謝状やビデオメッセージ、そして十和田中央病院の丹野氏の講話。佐々木甚一教授の後を受け、黒にんにくを進められている東北医科薬科大学薬学部佐々木健郎教授の感染症対策と黒にんにくについての講演、また、地元の高校生10組が黒にんにくを活用した“免疫向上レシピ”を提案する黒にんにく料理甲子園を実施。後日、この免疫向上レシピは、焼き肉のローカルチェーン一心亭のランチメニューに採用された。



～コロナ下で開催した第5回世界黒にんにくサミット/デーリー東北2020.9.11～

## 》世界へ羽ばたく「青森の黒にんにく®」

「青森の黒にんにく®」の取組のコンセプトは、2008年に青森県黒にんにく協会を発足して以来、常にシンプルに“皆で騒ぎ続けること”である。要するに、黒にんにくを食べてくれる人を沢山増やそう。そのための理解者を増やそう。という単純なものである。

皆で騒ぐことで、何らかのリアクションが起こり、次のテーマが見えてくる。地域団体商標登録に始まり、有効成分の数値化による認定制度、黒にんにくHACCPの制度創設、黒にんにく活用飲食店の認定、黒にんにく料理GP、それらを広げるため国内サミットを開き、それが今や5年連続の世界サミット開催につながった。それ以前より、組合員向けの研究発表会や審査会を実施してきた下地があるから継続することができる。

我々組合員は私企業だから、最終的には自分たちが儲かるために頑張らないといけない。

例えば、青森県の中だけの戦いであれば、先に値段をつけた者に対し、後から市場参入した者が値段を下げるなどのつまらない戦いを強いられる。この結果は、負けた方が0になって勝った方が100になるかと言えばそうでもない。値段を下げた者はさらに川下にたたかれ、勝ったつもりが50にしかならない。しかし、県内という内向きでなく県外、海外、用途別など外へ向かう戦いであれば、それはお互いの刺激を呼ぶ。また、そうあらなければ「皆のため」という大義を失う。

「皆のため」という大義は、地域興しである。我々が騒ぐことにより農家も儲かる。冒頭のとおり、黒にんにく量産以前の2006年に95億円に過ぎなかった青森県産ニンニクの産出額は、2017年には収穫量が微減したにも関わらず190億円と2倍へ増加した。無論、中国産ニンニクの投機買いに伴う価格高騰や、チャイナフリーの言葉に見られる中国産の敬遠など、青森県黒にんにく協会の取組みだけで成し得たことではないが、我々が黒にんにくブームをつくり、裾物ニンニクが捨てられない世の中に変えたこと、地域へ還元できたのは無視できない事実である。青森県産ニンニクは、毎年14,000t収穫され、このうち10,000tは規格品として白いまま出荷される。この差4,000tのうち、今や我々組合員10社だけで年間700t以上\*使用している（\*黒にんにくへの加工歩留70%として製品重量500t×下代4,000円/kg=20億円）。

“風を起こそう”とはじめた取組みを絶やさないため、これから一層、裾野を広げる必要がある。「青森の黒にんにく®」は、開発から10年で健康食品として世界中で販売され、ミシュランガイド星付レストランも使用するようになった。しかし、地方の一般的なレストランで使われることはまだ少ない。未だ健康食品の枠を超え、食材として普及はしていない。食材として普及する為、高級レストランのメニューを中堅クラスのレストランへ展開し、最後は町の食堂や一般家庭のテーブルにまで普及させなければならない。そのために、料理GPや飲食店認定を進めることを含めサミットで、さらに“騒ぎ続ける”必要がある。これが我々黒にんにく協会の役目だと思う。

協会の仲間やサポートしてくださった方々との出会いがあり、ここまでくることができた。人も作物も商品も含め出会いがなければ、それ以上は進まない。良い出会いは無論、最初は悪い出会いであっても、結局は自分がその出会いをどう活かすかだ。本レポートに登場させられなかった方を含め、ここに至るまでに出会い、支えになってくれた皆に感謝したい。「青森の黒にんにく®」が一層世界へ羽ばたき、青森県をより豊かにすることを祈念し、筆を擱きたい。