

| | | | |
|-------|--------|------|--------------|
| 3類型 | 農林水産物 | 通巻番号 | 2 - 20 - 001 |
| 地域資源名 | にんにく | 認定日 | 平成20年7月4日 |
| 地域 | 青森県八戸市 | 所管省庁 | 農林水産省、経済産業省 |

事業名: 従来にない新食感の「熟成黒ニンニク」を活用した免疫力アップ・アンチエイジング新商品開発

会社名: 株式会社スパン・ライフ

所在地: 青森県八戸市大字長苗代字中坪
105

連絡先: TEL: 0178 - 20 - 3021

事業概要(新たな活用の視点)

- ・青森県三八上北地域は、全国でも有数のニンニクの生産地であり、品質の良さは広くマーケットに定着している。
- ・ニンニクを熟成発酵させた黒ニンニクは、生ニンニクと比較して抗酸化力や有効アミノ酸などの機能が大きく上まわる特徴から近年、健康食品として人気が高い。
- ・同社は新製法の開発により、従来品と糖度や食感、ニンニク臭に差別性の高い特徴を持つ新しい熟成黒ニンニク「大黒果実」の開発に成功。これにより新たな販路開拓を目指す。



【黒ニンニク商品】

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

競争力

- ・健康食品分野において地域の原料に拘った商品が少ない中で、高品質の青森県産ニンニク100%を原料としていることのほか、糖度60度近い甘味、グミのような食感など、食味にも大きな差別性を有している。

市場性

- ・健康食品市場は1兆円規模のマーケットであり、その中でもアンチエイジング食品市場は大きな伸びが予測されている。
- ・また、「大黒果実」は、その食感等から高級ドライフルーツとして商品展開を図ること可能であり、より多くの市場浸透性を有している。

販路

- ・熟成黒ニンニクの持つ活性酸素除去能力を最大限に活かし、健康、アンチエイジングに強い興味を持つ中高年層をターゲットとして、量販店向け、飲食店及びOEM向け、直販向けと販路を分けて開拓して行く。



【熟成黒ニンニク
“大黒果実”】

地域資源における関係事業者との連携

- ・青森県産ニンニクに拘りながら、青森県内黒ニンニクメーカーと情報交換や販路拡大などの連携を図りながら事業展開を進めていく。
- ・また、パッケージには地域資源である「青森ヒバ材」を用いることで、地域と密接な商品づくりを進める。



【青森ヒバ材を使用した
試作パッケージ】