

ピーナッツカンパニー

認定テーマ名

「新ターゲット創出に向けた

茨城県産ピーナッツ新商品開発販売による地域活性化事業」

1. 認定事業の現況

農業者としての創業当初は屋号を「グリーンズ」として、落花生を含む 20 品目程度の野菜の生産販売を行っていた。しかし、当認定を契機に屋号を「ピーナッツカンパニー」に変えて、農業生産品を落花生のみとして、落花生一本にて事業を行うことに決めた。

本事業で開発を目指した新商品は、若年層にも受け入れられる落花生の加工品である。そのためには、これまでの古臭いイメージを払拭することが必要であると考え、呼び名を今までの『落花生』から、若者にも親しみやすい『ピーナッツ』に変えて事業を展開することとした。若者に向けた新たな食文化（ピーナッツ活用方法）を提案・創出することを目的に新商品開発を進め、第一弾として「ピーナッツクリーム（5 種類）」の製造販売を開始した。本商品は、自ら生産したピーナッツを原料に保存料や香料などを一切使用せずに、食の安全にもこだわり厳選した原料を使用し、自ら製造した商品である。



【ピーナッツクリーム（5 種類） 写真左からピーナッツクリームプレーン、ピーナッツペーストノンシュガー、ピーナッツクリームビター、ピーナッツクリームきなこ、ピーナッツクリームクラッシュ】

当新商品は、「2016 年茨城県農産加工品コンクール」で最優秀賞を受賞した。また、「2017 年いばらきデザインセレクション部門_プロダクトデザイン」にも選定された。

また、近年多数の TV やラジオ等で落花生の栄養価の効果が取り上げられており、なかでも落花生の渋皮に含まれているポリフェノールが身体に良いと言われている。弊社の「ピーナッツクリームビター」は、落花生の渋皮をふんだんに混ぜて製造したオリジナルの商品である。本商品は、このようなマスコミ報道の影響もあり、現在 5 種類のなかで最も売れ筋の商品になっている。

当新商品は、現在地域内外の小売店、百貨店、あるいは通信販売等のチャネルにて販売している。また、東京で開催される各種マルシェ等のイベントにも積極的に出店して顧客への直接（対面）販売も行っている。おかげさまで、商品は高い評価をいただいております、売上は年々伸びている。

また、ピーナッツクリーム の 作り方やピーナッツクリームやピーナッツペーストを用いた各種料理（レシピ）を紹介するワークショップを開催することで、若い世代にピーナッツの美味しさや新しい使い方を訴求し、新たな顧客（ファン）の獲得に力を入れている。



【都内で開催したワークショップ】

2. 今後の展望（見通し）

「ピーナッツで感動を…」をモットーに、農業の楽しさ大切さを伝えるとともに、次世代に繋がるビジネススタイルを確立してゆきたいと考えている。本事業にて構築した「落花生の生産・加工・販売までを一貫した経営体制」は最大の強みであり、このことを基盤として、ピーナッツカンパニーのブランド力向上に努めてゆきたい。

また今後は、世界に負けない日本産落花生の美味しさを知っていただき、販路を国内のみならず海外にも広げていく考えである。そのためには、食の安全に対する取り組みの国際標準化が不可欠になる。原料（落花生）生産における国際標準としての安全性確保のため、2014年に国内では初となる落花生農場での「グローバルGAP」の認証を取得した。化学肥料や農薬の使用による環境への悪影響が懸念されている昨今、今後は、落花生の殻を用いた堆肥の活用や、農薬・化学肥料不使用での栽培による持続可能な循環型農業へも取り組んでゆきたい。

さらに、食品衛生法の改正に伴い、現在HACCP対応の加工場を新たに建設中である。原料生産（グローバルGAP認証）から商品製造（HACCP対応）までの一貫通貫した、国際標準としての安全性の確保を行うことで、世界的に認められる商品として、さらなる販路拡大を目指してゆきたい。

3. 認定を目指した経緯

ピーナッツカンパニーは、茨城県龍ヶ崎市の農業者である。代表の石嶋祐介氏の実家は、もともと落花生の小売業を営んでいたが、農業従事者の高齢化に伴う遊休農地の増加や後継者不に伴う国産落花生の生産量の減少を目の当たりにし、自らの手で落花生生産を行っていた。東京でサラリーマンをしていた祐介氏であったが父親がやっていた農業に魅力を感じ、2007年に地元龍ヶ崎に戻り実家の小売店と農業を手伝うようになった。その後、2010年に独立し本格的に農業生産を開始した。

茨城県の落花生生産量は全国第2位であり平成25年産では国内生産量の12%を占めている。しかし、茨城県産落花生の知名度は低く実需者からの評価は「千葉県産に対する補完的位置づけ」と非常に厳しい状況にあった。このため、茨城県産落花生のブランド力の向上のためには、落花生の生産においても生産技術及び品質の向上を図ることが必要と考え、シーダーテープ（種子を

封入した水溶性のテープ) による播種作業の効率化や天日乾燥による良質な落花生の生産を実施した。また、減農薬減化学肥料栽培に努め、2011年には茨城県エコファーマーの認定を受けた。



茨城県は落花生の一大生産地ではあるが、特産品としての知名度は低い状況であった。また、落花生の販売についても、顧客は高齢者が中心であり、若者には古臭くお洒落じゃないイメージが定着していた。さらには、地域における人口減少や食生活の変化等の社会環境変化もあり、これまでと同じ経営スタイル、販売方法では売上の減少は避けられない状況であった。

これらの問題を解決する為には、「落花生の生産・加工・販売までを一貫した新たな経営体制づくり」並びに、「新たなターゲットである若者に向けた新商品の開発とより広域な販売展開」による市場創出が急務であると考え、認定事業の着手に至った。

【自らの畑で栽培し収穫した落花生】

4. 利用した中小機構の支援策

地域産業資源活用事業認定事業に至るまで中小機構にいろいろ相談にのってもらった。また、認定後は、中小機構コーディネートの都内での販売会に出店し、予想以上の売上を上げることができた。また、現在の販路確立のきっかけは中小機構の支援メニューを利用した各種の展示会や商談会への出展がきっかけになったものがほとんどである。

また、認定を受けてからの様々な人や企業様との出会いは、事業推進において非常に役にたつことが多く、深く感謝をしている。

5. 企業概要

事業者名	ピーナッツカンパニー		
本社所在地	茨城県姫宮町253-1		
ホームページアドレス	http://peanuts-company.com		
設立年月	2011年4月		
資本金	—	従業員数	3名
売上高	全体 18,000千円、認定事業の売上高		3,000千円

※平成29年12月31日現在

6. 認定事業の概要

テーマ名	「新ターゲット創出に向けた茨城県産ピーナッツ新商品開発販売による地域活性化事業」
テーマの概要	新ターゲットである若年層へ向けた新たな商品の提供と市場創出
認定期間	2014年10月15日～2018年12月31日