		食									5			蛗		「言					2014			
	同社飼料工場は、合弁 畜水産物	トもリニューアルした。 で育てた	「ハーブ村」Webサイ 許取得)	豚」の新ロゴを導入、 飼料 (特 だ)	表するブランド「ハーブ 入り専用 り	ことし4月に同社を代 のハーブ 達	得している。 て、4種がっ	広いチェーンで評価を獲 に着目し	生産から流通段階まで幅 ブの効用	ンド戦略の実践により、 飼料の中でも、天然ハー	料㈱。商品開発力とブラ 0億円。畜産用や水産用	容をひろげる日清丸紅飼 万少で、売上高は180	グ・カンパニーとして業 年間の販売数量は290	飼料業界のリーディン 工場を含め全国13工場。				同則ラ	王間仮売頂数		ーハーフ 將一に 新			
	2 新を	大 し 導	う ささい ス	、風味、 「ハー	5 二、洗練 ⁽¹⁾				J	携して商品開発を行う	量販店や外食業態と連	している。	「ハーブ村」事業を展開	び、これらを統括して	「ハーブ水産物」と呼	牛」「ハーブ卵・鶏」	を「ハーブ豚」「ハーブ	7	頂数よろ 万頂					
	「ハーブ豚」は全国22	る。	魚種にまで拡大してい	り、さばといった3畜7	生産販売が始まり、ぶ	翌97年に「ハーブ豚」の	まり、ことしで18年目。	たハーブ鶏の販売から始	日本KFCと共同開発し	「ハーブ村」は96年に	値を高めている	が販売する商品の付加価	ネートすることで、顧客	までをトータルコーディ	ではなく、生産から販売	る。飼料コンセプトだけ	の2本柱で推進してい	トする「サポート事業」	提案や原料調達をサポー	食肉加工企業に対し企画	と、量販店や外食業態、	「差別化畜産物事業」		
	ーブ豚」の新しいブラン	え高く空を見上げた「ハ	4月に、ハーブをくわ	度向上を図っている。	ど、肉の利用者への認知	料理人や一般消費者な	度を得ていることから、	業界内では一定の知名	でいる。	持と安定供給に取り組ん	など、ブランドの品質維	と肉質を評価してもらう	実施し、一流料理人に味	回、定期的に肉質検査を	準を設けている。年1	に及ぶ安全基準・肉質基	ーブ村では独自の10項目	ら慎重に行っている。ハ	飼育環境や状況をみなが	増頭は可能だが、農場の	年間販売頭数は8万頭。	農場で生産されており。		
										ebと連動させ、認知拡 示、試食も行い「ドリッ いる。	後は、新ロゴマークを₩ 場者に「ハーブ豚」の展 標150億円」を掲げて	食店も掲載している。今 アピールした。また、来 おり、今後は「売上高目	ブ畜水産物の販売店や飲 し、新しいロゴマークを 販店の取り扱いも増えて	紹介。生産農家や、ハー 東京2014」に初出展 心とした外食に加え、量	クルを実際の写真を使い アグリフード EXPO ル、高級レストランを中	豚の飼料やライフサイ また、8月には「第9回 成を見込んでいる。ホテ	アルした。 食展2014」に出展。 売上高は100億円の達	ることから全面リニュー 5月には「中国料理美 「ハーブ村」の今年度	開設から10年経過してい 品と差別化する。 特長を説明した。	ーブ村」Webサイトが レットなどに導入、類似 くさみがない」といった	録)を導入。また、「ハ に、精肉パックやパンフ い、あっさりしている、	ド・ロゴマーク(商標登 大のPRを行うととも プが出ない、雑味がな		