

## トピックス

### コープ商品ブランド刷新 第1弾として8品目が新登場

日本生活協同組合連合会（日本生協連）は5月15日、東京都千代田区の丸ビルホール&コンファレンススクエア8階で、商品ブランド刷新記者会および試食会を開催した。日本生協連は地域生協、学校生協等各生協が加盟する日本最大の全国連合会で、各生協間の人事交流や支援、商品の共同開発や物流機能の共同化などを行っている。6月から実施する今回の商品ブランド刷新では、「分かりやすく、選びやすく」をテーマに商品パッケージを統一するとともに、おいしさにこだわったサブブランド「コープクオリティ」が新登場。

従来のレギュラー商品やコープベーシックといったシリーズが、今後商品の8～9割の点数を占めるレギュラー商品と、1～2割のサブブランドに再編成。レギュラー商品には分かりやすさに配慮したコープラベルが採用され、組合員の関心が高い「国産素材」「健



新商品のハンバーグや肉団子の試食が行われた

康配慮」商品にはマークが付与される。

サブブランドの第1弾として、おいしさにこだわった「コープクオリティ」商品が6月1日より発売。ハンバーグ、肉団子、カステラなど8種類がラインナップされる。2016年秋までに、レギュラー商品の絞込み、刷新と併せ、さらに2つのサブブランドの登場が予定されている。

## トピックス

### 東京オリンピックに向けて「TOKYO X」のブランド化を一層推進

ブランド豚肉「TOKYO X」の流通関係者らで組織する「TOKYO X-Association」（会長＝㈱ミートコンパニオン常務取締役・植村光一郎氏）の平成27年度定時総会が、5月11日、京王プラザ八王子（東京都八王子市）で開催された。

今年の総会では、「TOKYO X」の定義に関する規約が設けられ、「TOKYO X」の名称を表示できるのは、飼養管理マニュアルに準じて飼養管理され、格付け基準を満たした食肉・内臓に限るとした。基準を厳格にするとともに、これまでブランド化が進んでいなかった内臓についても、指定と畜場で他と明確に区別できるものについては「TOKYO X」ブランドを名乗れるようになる。植村会長は「今年度はPEDの影響で生産頭数が8000頭弱に減少したが、2020年までに2万頭まで増頭



たい」と抱負を述べた。

総会後には「東京オリンピック・パラリンピックとTOKYO Xブランド戦略」と題し、「食生活ジャーナリストの会」代表幹事の佐藤達夫氏のコーディネートにより「くらし探検くらぶ」代表の廣田美子氏と植村会長の対談が行われ（写真）、生産者側・消費者側の両者の要望を踏まえたブランド戦略について意見が交わされた。