

# 五輪開催を視野に

## BtoCに軸足を置く

### TOKYO X

東京のブランド豚肉と理が厳格に守られていて、確固たる地位を築

一価不飽和脂肪酸のオレイン酸が増える試みも行われている。

TOKYO Xの流通販売組織であるTOKYO X-Associationでは30年度から、目前に迫った東京オリンピックに軸足を置く体制を構築し、認定店への販促活動を行ってきたが、日々の肉質判定を行って

「アニマルウェルフェア」「quality」の精神に基づいて管理されており、TOKYO X飼養管理マニュアルに沿って飼養

ストレスのない環境で育てられ、繊維質の多い「ふすま」やマメ科牧草の「アルファルファ」を10・25%配合。豚の消化管活性化を促して健康に超えるといわれる観光客のインバウンド対応として、より消費者に近い販売店に対応の軸を移している。

また、これまでのブランド戦略や情報発信はTOKYO X-Associationで一元管理されてきたが、認定店での販売活動を強化。認定店の独自のBtoCに軸足を置く体制を構築し、認定店への販促活動と情報発信の充実を図るため、店舗へのレシビ提案のリーフレットなど、具体的な補助を行う。

を使用した加工品の開発を進めており、東京土産として外国人観光客などへ提案する。

また、これまで第5肋骨と第6肋骨の間を切開し、そのロース

また、この



都内の小学校で食育の授業を行った石井会長

開部での判定基準になるのに合わせ、判定箇所を変更した。

食育基本法が制定されて以降、学校や市民講座などで精力的に食育活動を実施している。食育を通してアニマルウェルフェアなども含め、「物語」として生産工程の優位性を全面に出し、それを付加価値につなげることで、さらなる拡大を目指す。

また、東京マラソンで「当地商品として、山崎製パンの人気商品「ラオンチバック」にTOKYO Xのメンチカツサンドが登場するなど、東京を代表するブランドとして定着。今後は海外の展示会などでも積極的にPRしていく。

昨年5月には、TOKYO X-Associationの新任会長に石井高洋氏(㈱エムアイフ丹グループ)が就任。石井会長は、三越の店舗などで30年以上の現場経験

を有し、1997年にTOKYO Xの販売が初めて行われた三越恵比寿店において、その責任者として携わった。

石井会長は「生産者との交流はもちろんだが、いまよりさらにTOKYO Xを一般消費者に食べていただくことに注力していきたい」と意欲をみせる。

# TOKYO X

TOKYO X SHOP