

# 生産者とも積極交流

## 若年層に向け情報発信

TOKYO X-ASSOCIATION

22年には販売店情報の検索を簡易化。料理レシピや取扱店からのメッセージを掲載している。

さらなる充実を図るため、アクセス分析を実施。昨年4月～今年5月の1年間を主軸とし、一昨年との比較分析を実施した。

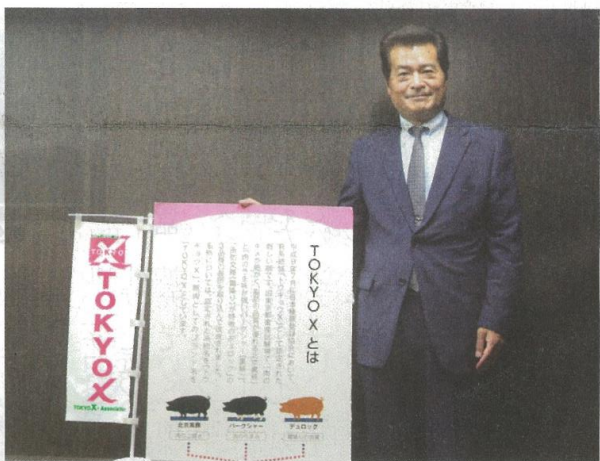
TOKYO Xの流通販売組織であるTOKYO X Association（中村敏章会長）は、ブランド認知度において、継続的な消費者を育てていくため、若い世代へのPRを重視し、情報発信を行っており、SNSや動画ツールの活用し、積極的に展示会などのイベントに参加している。

また、公式サイト開設から5年が経過した。サイトを通じてさまざまなメディアなどの露出



イベントにも積極的に参加している

メディアなどの露出



就任から2年目を迎えた中村会長

の食材、東京都ブランドの食材を使った料理を振る舞われ、TOKYO Xのバラを使用した角煮も提供された。料理のアンケートではダントツの人気となった。

今年10月25～27日には、東京産食材を使用した料理を味わい、体験できる「東京味わいフェスタ」に出展した飲食店に原料を供給。複数の店舗がTOKYO Xを使用し、Xのシュールマイと肉ま

は、東京産食材を使用した料理を味わい、体験できる「東京味わいフェスタ」に出展した飲食店に原料を供給。複数の店舗がTOKYO Xを使用し、Xのシュールマイと肉ま

は、東京産食材を使用した料理を味わい、体験できる「東京味わいフェスタ」に出展した飲食店に原料を供給。複数の店舗がTOKYO Xを使用し、Xのシュールマイと肉ま

連携しTOKYO Xのブランド価値をPRしていく。

昨年末には、若年層をターゲットにしたテレビ番組にも取り上げられ、その映像は加盟店の店頭などでも使用可能であり、PRする上で大きな武器となっている。

加えて若年層に向けては、SNSを活用したブランド認知度向上と、TOKYO Xを使用した加工品のおいしさを知ってもらう機会を創る。加工品の開発については今後も強化していきたいと考えている。

また、毎年会員が各地の架け橋になりたい」と強調する。

が増えていることもあり、新規ユーザー、初め024」におけるブログの成長率も上昇。今後さらなるサイトを充実させ、消費者にTOKYO Xを知ってもらう機会を創出する。

今年5月15～17日にかけては、東京都主催の海外の来賓に対して東京都

が、東京都主催の海外の来賓に対して東京都

が、東京都主催の海外の来賓に対して東京都