

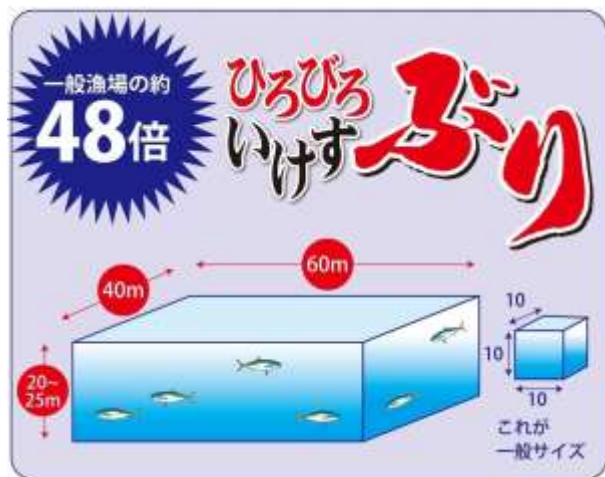
**創業 65 年、鮮魚店をチェーン展開する東信水産**

日本初、養殖場から加工場に至る全ての生産ラインで HACCP の認証を取得した養殖法による  
**「ひろびろいけす®ぶり」**、2月4日から全店で発売  
～刺身、お寿司、切り身、「TOSHIN PLATE」などの商品で～

首都圏を中心に生鮮魚介専門道を39店舗展開する東信水産株式会社(東京都杉並区、代表取締役社長:織茂章則<http://www.toshin.co.jp/>)は、自社オリジナルブランド「TOSHIN SELECTION」(東信セレクション)で、刺身、お寿司、切り身、半調理品の「TOSHIN PLATE」(東信プレート)などの商品として「ひろびろいけす®ぶり」を2015年2月4日から全店舗で販売します。

「TOSHIN SELECTION」は、東信水産の自社オリジナルブランドとして2013年3月に立ち上げ、毎月一品を推奨商品として提供しています。2014年7月の同ブランド商品である大和養魚の「エージレスパックウナギ」は土用の丑の日を含む当日までの4日間の全店舗売上が前年同月比で133.7%となりました。同年9月には香川県などと協力し、「オリーブハマチ」を同ブランドとして展開し、年間首都圏取扱高1位の販売となりました。

「ひろびろいけす®ぶり」は、株式会社兵殖(本社:大分県津久見市、代表者:角田 晴夫)が一般的に使用される生簀の大きさ(10m×10m×10m)の約48倍の60m×40m×25mの巨大な「ひろびろいけす®」を使用して養殖しています。これにより一般的な養殖ブリに比べ、豊富に運動するため身が締りより天然に近い身質となります。



ひろびろいけすぶりと一般的な10×10mのぶりの脂肪量とその分布のデータを比較した表(5kg以上で出荷された9~4月の平均)

	ひろびろいけす育ちぶり	一般養殖ブリの一例 (10×10mいけす)
お腹の脂肪分	21.8%	25.1%
背中の脂肪分	16.8%	14.5%
差	5.0%	10.6%
特長	運動量が豊富なので体全体に適度に脂が乗っていて、どこを食べてもおいしい。	運動量が少ないのでお腹に脂が集中していて、背中と差が大きい。

**だから美味しい!**





東信水産は、この度の「ひろびろいけす®ぶり」の販売にあわせて「TOSHIN SELECTION」ブランド商品全体の年間売上で前年度比 6%増を目指します。

◆東信水産株式会社 <http://www.toshin.co.jp/>

本 社 : 東京都杉並区上荻 1-21-21 電話:(03)3391-2226(代)

設 立 : 1949 年 1 月

代表取締役社長 : 織茂 章則

資本金 : 7200 万円

売上高 : 94 億円(2014 年1月期実績)

従業員数 : 516 名(2014 年1月末時点)

事業内容: 生鮮魚介類の小売販売、レストランの経営、宅配デリバリーサービスの運営

■本件に関する報道機関からのお問合せ先

東信水産株式会社 広報事務局 (株式会社 AGENCY ONE) : 荒木、田端

TEL: 080-5443-1922(荒木)、090-4189-5378(田端) E-mail: [press@agency1.c.jp](mailto:press@agency1.c.jp)