

○ 食育フェアに参加、アグリフードチェーンを紹介—TOKYO X-Association

東京のブランド豚「TOKYO X」の流通事業者らで組織する TOKYO X-Association (植村光一郎会長、以下アソシエーション) は8日、東京・渋谷区の代々木公園で開かれた「第5回東京都食育フェア」(東京都主催)に参加、TOKYO X を通じて、生産農家のこだわりやアグリフードチェーンを紹介し、日本の農畜産物への理解を深めてもらおうというもの。

アソシエーションの参加は今年で3年目。当日は会場内の特設ステージで、植村会長がロース、肩ロース、バラ、モモの各ブロック肉をカットし、トンカツ用や切り落とし、しゃぶしゃぶ用など商品化を披露。TOKYO X の美味しさを実感してもらおうと、5mmの厚切り肉をしゃぶしゃぶにして生醤油で試食してもらった。また、TOKYO X は4つの理念(東京 SaBAQ = Safety、Biotics、Animal welfare、Quality)の下で生産されていることを紹介。また、マイロなど繊維質の高い飼料を与えることで糞の排出量が多くなるため、豚肉に臭いなどの雑味がないことや、肉質の格付実施や肉質生産者・流通事業者らと定期的に肉質検討会を開いて肉質の向上・安定化に努めているなどを説明、「これまで日本の畜産は、安い輸入品に対抗しようと、経済効率ばかりを追求してきた。だが、TOKYO X は



これを見直し、動物の健康に配慮して肉の美味しさと安全性にこだ

わっている」と、生産農家のこだわりを理解を求めた。一方で会場からは TOKYO X は何カ月間飼われるのか、出荷時まで体重はどの位にまで増えるのかといった質問が相次いだ。植村会長は「ストレスを与えないで大切に育てるという、TOKYO X の理念のひとつであるアニマルウェルフェアと、『命をいただきます』と感謝するしつけの大切さを伝える食育は共通するものがある。ブランド肉といっても今までは製品(精肉)になってからの評価がほとんどだったが、食育を通じて肉質だけでなく生産者のこだわり・優位性も評価されつつある。アソシエーションとしても今後も様々な機会を通じて食育活動に参画してゆきたい」と述べている。

○ エスフーズ中間決算、売上高 6.1%増の 666 億円、営業利益 15.1%減の 17 億円に

エスフーズは 11 日、2012 年 2 月期第 2 四半期決算(連結)を発表したが、食中毒問題による外食産業の売上不振、放射能問題による畜産業の混乱により増収減益を余儀なくされた。それによると、同期の売上高は 6.1%増の 666 億 4,700 万円だったが、営業利益は 15.1%減の 17 億 2,900 万円、経常利益は 10.5%減の 19 億 5,300 万円、4 半期純利益は 7 億 2,800 万円の損失となった。利益面では、株式相場の低迷から保有有価証券の時価が下落し損失計上が増加した。

同社は、食肉流通の川上・川中領域で、牛肉を主軸とする事業構成から複数軸へ転換するため、前期から養豚事業に着手しており、今期は豚肉オリジナルブランド「夢の大地」

や、その他の国産・輸入豚肉の拡販に努めた。また製品開発と販売促進のルートを一元化し、「おつまみこてっちゃん」など新機軸製品の開発、屋外イベントや展示会への協賛などで PR 活動を行った。

川下領域では、営業店舗の活性化、物流体制の合理化、プライベート商品の開発などグループ内シナジー効果の活用を継続した。

なお、セグメント毎には、①食肉等の製造・卸売事業は売上高 570 億 6,000 万円、利益は 18 億 7,800 万円、②食肉等の小売事業は売上高 101 億 5,100 万円、利益は 4 億 8,800 万円、③食肉等の外食事業が売上高 23 億 3,600 万円、損失 9,700 万円—となっている。