

○ TOKYO X アソシエーションが総会、12年度出荷は8,900頭に増加

東京のブランド豚肉「TOKYO X」の流通・販売事業者で組織する「TOKYO X-Association」(植村光一郎会長、以下アソシエーション)は9日、東京・八王子市内で13年度総会を開き、12年度事業報告・決算および13年度事業計画・収支予算など議案を原案通り承認した。任期満了に伴う役員改選では植村会長ら全員を再任。さらにTOKYO Xを使った食肉加工品・惣菜調理品に関する規格基準も制定した。



12年度のTOKYO Xの出荷頭数は27戸・8,900頭と前年度(8,815頭)を上回り、会員である販売認定店も337店舗・145社と販売店舗が60店舗増加した。また、昨年からTOKYO Xの食肉加工品・惣菜調理品の販売に力を入れていることから、当日の総会では生ハムやハム・ソーセージ、レトルトカレー、トンカツなど11項目にわたる規格基準を新たに制定した。アソシエーションでは規約によりTOKYO Xの製品は原則的に販売認定店による都内の販売に限定しているが、今回、規格基準が制定された食肉加工品・惣菜調理品のうち、ギフトのスライスパックなど「加工された生肉、挽肉」の取扱いに関しては、認

定店の工場もしくは認定店で処理したものに限り、都外への販売も認めることにしている。

総会に先立ち、植村会長(=写真)は「アソシエーションは今年で創立14周年を迎えた。これもひとえに消費者、生産者の方々、そしてTOKYO Xを熱烈に愛して支えていただいている認定店舗の方々の賜物である」と感謝の意を示した。その上で「TOKYO Xは第4次ブランド化を昨年度から実施している。これは消費者の購買行動が生産工程に大きく関わっていること、きちんとした良い食品を見極める選食能力を高めること、そして食材への感謝からなるフェアトレードを守ることで生産工程に活力を持たせることを説いている。また地域に密着し地域活性化に力を注ぎ、東京に訪れた方に東京の名産としてTOKYO Xを味わっていただくため、認定店の協力のもと東京スカイツリーエリアでの飲食や東京マラソンでのTOKYO Xを使った『ランチパック』の販売、B級グルメとしてTOKYO Xの肉うどんなど、地域振興においても貢献している。さらに広報活動では、小中学校での社会科授業でのTOKYO X食材を使った食育活動、農獣医系の大学や各種学会でのTOKYO Xのモデルであるフードチェーンを説明するなど情報発信を行っている」ことを述べ、引き続き活動への支援を求めた。

○ スターゼンが3月期業績予想を修正、連結では売上減も利益面は改善

スターゼンは9日、2013年3月期通期業績予想を修正した。連結では、売上高は前回予想を下回るが、営業利益、経常利益は輸入食肉の収益が改善したため上方修正した。

それによると、連結業績予想では、売上高は2,541億2,400万円(前回予想2,550億円)、営業利益18億3,000万円(16億円)、経常利益21億5,800万円(19億円)、当期純利益8億6,100万円(9億円)となった。売上高は下方修正したが、営業利益、経常利益は輸入食肉の収益が改善したため、上方修正した。

なお、当期純利益は、固定資産の減損などを特別損失に計上するため、前回予想を若干下回るとしている。

また個別業績予想では、売上高は176億9,500万円(前回予想200億円)、経常利益20億2,100万円(18億円)、当期純利益10億6,600万円(7億円)となった。売上高は加工食品が計画未達のため、前回予想を下回る見込み。経常利益は販管費の削減、営業外収支の改善で前回予想を上回り、当期純利益は税金費用の減少により前回予想を上回る見込み。

○ スターゼン5月1日付人事異動

△スターゼン販売出向営業第1部八戸販売所長(スターゼン販売出向営業第1部帯広販売所長)奈良謙。(5月1日付)