

○ 規格の厳格化、加工仕向け拡大でブランド力・生産基盤を強化—TOKYO X

東京のブランド豚肉「TOKYO X」の生産、流通、販売店らで組織する「TOKYO X-Association」(植村光一郎会長、以下アソシエーション)は17日、東京・八王子市内で2012年度の総会を開き、11年度事業報告および12年度事業計画・収支予算案などの議案を



原案通り承認した。また任期満了にともなう役員改選も行われ、新任理事に中村敏章氏(人形町今半精肉惣菜部課長)の就任と植村会長ら9人の再任を決めた。

現在、アソシエーションの会員は109社・263店舗。TOKYO Xの生産農家は28戸で、11年度の出荷頭数は8,815頭に上った。12年度は9,500頭を目標に販売計画を組んでいる。今年度は引き続き共同生産出荷に関する協議や枝肉日合わせ会の実施、トレーサビリティ検討委員会の開催、食育事業参加、アグリネイチャー事業の参加、地産池消支援事業の参加、アニマルウェルフェア認証マークの検討委員会など11項目にわたる事業を実施してゆく。特にこれまでのアソシエーションの活動は、TOKYO Xの美味しさの背景にある生産者のこだわりや思いなどを消費者に広めることに重きを置いてきたが、今年度はより地元東京との深いかかわりを持ち、

観光客相手のメニューや土産物など地域振興や観光との連携を模索してゆく考え。また消費者の低価格志向が強まるなかで、TOKYO Xの規格の厳格化や惣菜・加工品への仕向けを拡大することで販売価格を維持し、ブランド力と生産基盤の強化してゆく考えだ。具体的には、生産マニュアルの順守や、TOKYO Xが掲げる4つの理念「東京 Sa BAQ (Safety, Biotics, Animal welfare, Quality)」の実行、モモ張りの良さなど TOKYO X に認められるバランスの良い枝肉の選定、肉質判定の厳格などを実行してゆくほか、販売面ではこれまでほとんどなかったハムやソーセージなど加工品・惣菜向けの利用を拡大してゆく。

総会のなかで植村会長(=写真)は「価格志向のなかで、一部の取扱い認定店からは価格の低減を図ることができないかという声が出てきている。だが、TOKYO X が世に出てきた15年前の社会情勢は、拓銀が倒産し、山一証券が解散するなどもっとひどい時勢だった。その時に TOKYO X は『東京 Sa BAQ』の4つの理念に基づいて美味しいものを供給しようと努力してきた結果、『不況に強い』という評価を皆さんから得られるようになった。事実、価格は変わらないなかで販売数量は増えている。このため、価格を低減するよりも規格を厳格化してより良いものを提供することで発展させてゆきたい」と理解を求めた。

○ 東京ソラマチに加工肉専門店、TOKYO Xのソーセージなど販売—セントラルフーズ

セントラルフーズは22日に開業する東京スカイツリータウン内の商業施設「東京ソラマチ」に、加工肉・洋惣菜専門店「von Heim (フォンハイム)」を出店する。店舗では原料に「TOKYO X」を使ったヴルスト(ソーセージ)やホットドッグ、ハンバーグなど TOKYO X の美味しさを引き出した食肉加工品や惣菜を販

売する。また TOKYO X の焼しスペアリブ、カルビ焼重、そばろ重などのランチセットや、ヴルストの2本入りパック、ロースハム、焼しベーコン、焼豚などお土産用セットも充実している。住所は東京都墨田区押上1-1-2 東京スカイツリータウン・ソラマチ2階。営業時間は午前10時から午後9時まで。

○ 牛角マレーシア1号店「牛角ワンウタマ店」をオープン、海外で37店舗目に

レイズインターナショナルは16日、マレーシア・クアラルンプール郊外に牛角マレーシア1号店「牛角ワンウタマ店」をオープンした。海外で展開する焼肉業態「牛角」の37店舗目。三越伊勢丹グループが新たにクアラ

ンプール郊外・ワンウタマ地区に開店した「クアラルンプール伊勢丹ワンウタマ店」内に出店した。カジュアルダイニングの価格設定(ディナーで約2,080円を想定)とし、近隣の中高所得層や外国人客を顧客層とする。