

○ TOKYO Xアソシエーションが定例総会、中村会長、両角副会長らを重任

東京のブランド豚「TOKYO X」の流通・販売関係者で組織する「TOKYO X-Association」(中村敏章会長=人形町今半ホームミールソリューション部部長)は21日、東京都新宿区の京王プラザホテル新宿で2024年の定例総会を開き、23年度事業報告・収支決算、24年度事業計画・収支予算などの議案を原案通り承認した。

任期満了に伴う役員選任では、中村会長、両角淳副会長(ミート・コンパニオンミートパッカー部部長代理神奈川事業所所長)ほか6人の役員を重任。新任幹事・書記長として田上昭彦氏(ミート・コンパニオンミートパッカー部次長和光事業所所長)を選任した。

冒頭、中村会長(=写真)は「この会がなぜ『アソシエーション』と名付けられたのか。アソシエーションとは、集まった人が同じ目的を持ち、計画的に行動する団体のことを指す。我われの目的は、お客様に喜んで食べていただける『TOKYO X』の価値向上である。『やっぱりおいしい』と言っていただける品質の安定と顧客の拡大、またメディアを使い露出度を上げ、一度でいいから食べてみたいという潜在顧客の増大を図っている。その方たちに向け、取扱店舗の案内を行い、実際に購入していただき、食べて満足していただく、その繰り返しである。生産者組合とも情報を密に、互いに困っていることを解決しながら、常に店頭で陳列可能な頭数を育てていくために、アソシエーションとしてできることを議論している。お客様、生産者、社会の3方向が喜べる環境を構築していく」とあいさつした。

23年度に行った事業のうち、第15回東京都食育フェア参加の際に実施した「味わいアンケート」の結果を報告した。212人に試食配布とアンケート調査を行ったところ、「『TOK



YO X』というブランドを知っているか」との質問では、食べたことのある・なしに関わらず、「知っている」が約6割に上り認知度の向上が見受けられたという。ただ、20代は知らない層が多く、継続的な消費者を育てていくという面で若年層へのPRが必要だとした。また、味の感想では、おいしさ、脂の甘さ、やわらかさ、くさみの少なさ、香り高さの項目を設定し、5を最良の数値とする5段階評価を実施。おいしさ、脂の甘さ、くさみの少なさでとくに良い結果が出たと報告した。また、「TOKYO X-Association事務局」公式サイトは立ち上げから約5年が経過し、販売店情報の検索の簡易化や、第2フェーズとして料理レシピや取扱店からのメッセージ掲載などさまざまな情報発信に取り組んでいるとした。

24年度事業計画では、①流通・販売等の検討及び協議②生産者との交流・懇親③イベント参加及びプロモーション活動④「TOKYO X」広報活動に対する協賛制度の実施——などを行っていく。イベントへの参加では、ことし4月27日から5月26日にかけて開催されている「SusHi Tech Tokyo 2024」の「City Leaders Program」において、5大陸から都市のリーダーが集う国際会議が行われた。5月16日にホテルニューオータニで行われたレセプションでは、東京都ブランドの食材を使った料理が振る舞われ、このなかで「TOKYO X」の角煮などを提供した。今後こうした都のイベントと連携し「TOKYO X」の価値向上を図っていく方針だ。