

○ 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 「お客様、生産者、社会の3つが喜べる環境を構築」と中村会長

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23日、東京都新宿区の京王プラザホテル新宿で2025年の定例総会を開き、24年度事業報告・収支決算、25年事業計画・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)ほか理事3人を重任、新たに武井基浩氏(大多摩ハム小林商会取締役)、遠藤剛氏(遠藤商店代表取締役)を理事に選任した。



冒頭、中村会長(＝写真)は「(昨年の総会でも申し上げたが)この会が『アソシエーション』と名付けられたのは、“集まった人がそれぞれ同じ目的を持ち、計画的に行動する団体”という意味を持つ。現在、世の中

はあらゆるものの価格高騰で節約志向が高まっているが、我々の目的はお客様に喜んでいただくこと、そして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、メディアの活用を通じて、一度でいいから食べてみたい、という潜在的なお客様を増やし、その人たちに取扱店舗を案内し購入につなげていく。また、生産者組合とも情報を密に、お互いが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た

だくため、我々が出来ることを理事会で議論し、お客様、生産者、社会の3つが喜べる環境を構築していく」とあいさつした。

24年度事業報告のうち、東京都主催の「第16回東京都食育フェア」(24年11月9日)に出展し、TOKYO Xの試食配布・精肉販売を行ったほか、新たな取り組みとしてInstagramやXといったSNSを活用したプレゼントキャンペーンを実施した。来場者に試食配布で肉本来のおいしさを知ってもらうとともに、SNSを通じて会場に来られない人を含め、TOKYO Xのおいしさのさらなる可能性を見出してもらうことを目的とした。1週間という短期のキャンペーン期間だったにも関わらず、各SNSでフォロワー数が急増し、実際の商品を紹介しての当選報告なども多数投稿された。

25年事業計画では、①販売促進に関する事業②生産者との交流事業③知名度向上に向けたイベント事業④ブランド強化活動——を行い、引き続きTOKYO Xの普及活動や生産者・販売店との交流、ブランドの強化に努めていく。このうち、販促では、販売店との連携を深め、公式ホームページでの販売店検索機能の継続や、販売店および関係団体とのSNSを通じた情報共有を行うことで、一般消費者によりつながりやすい販促を実施していく。また、ブランド強化では、時代の変化やニーズに合わせたリブランディングを実施し、昨年に続き、キャンペーンなどSNSを利用した広報活動を行う。

総会後には、「最近の養豚情勢と今後の展望」と題し、日本養豚協会(JPPA)の鋤柄貞夫専務理事による特別講演が行われた。