

○ TOKYO Xアソシエーションが定例総会、新会長に遠藤商店・遠藤剛氏を選任

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事業部部長)は20日、東京都八王子市の京王プラザホテル八王子で第27回定例総会を開き、2025年度事業報告・収支決算、26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、新たに遠藤剛氏(遠藤商店代表取締役)を会長、八重澤岳氏(人形町今半ホームミール事業部次長)を理事に選任。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)、辻谷満監事理事(セントラルフーズ事業統括部原料・

物流管理部部長)ほか理事3人を重任した。



冒頭、中村会長(=写真)は「現在、世の中ではあらゆる物価が高騰し、消費者の節約志向も一段と加速している。しかし、我々の使命は変わらず、お客様に喜んでいただき、記憶に残るブランドとしてTOKYO Xの価値向上を図っていくことにある。そのためには、品質の安定や顧

客の拡大に加え、メディアを活用してTOKYO Xの認知度を高め、『一度食べてみたい』と思ってもらえる潜在的な顧客を増やしていく必要がある。そして、それを実際の購買へとつなげるため、取扱店舗の情報発信にも力を入れていく」

「さらに、生産組合とも密に連携し、互いの課題を共有しながら解決に取り組むことで、常に安定した供給体制を整えていきたいと考えている。そのために何ができるのかを理事会で議論し、お客様、生産者、社会と、この三者すべてが喜べる環境づくりを進めていく」とあいさつした。

25年度事業報告によると、昨年に初開催された「第1回とんかつベス豚グランプリ」に出場し、審査員特別賞を受賞した。恒例の「東京都食育フェア」への出展では、〇×クイズなどに加え、イベントと連動したSNSプレゼントキャンペーンも実施し、フォロワーの増加に寄与した。

26年度事業計画では、①販売促進に関する事業②生産者および関係各所との交流・連携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、引続きTOKYO Xのブランド価値のさらなる向上、消費者認知の拡大、持続可能な流通体制の確立に努めていく。このうち④では、引続き時代の変化や市場ニーズを踏まえたリブランディングを推進していく。

“おいしい豚”で終わらせない、TOKYO Xを価値で選ばれるブランドに一遠藤新会長

総会後には、新会長に就任した遠藤氏(=写真)が講演し、生産・流通・行政を巻き込んだ新たなブランド戦略への思いを語った。遠藤氏は、1929年創業の精肉店「浅草鳥越おかず横丁松屋」の3代目で、現在は焼豚専門店として展開している。大学卒業後、雑誌編集やカタログ制作など編集業界で活動してきた経験を持つ遠藤氏は、「味だけでなく、ストーリーや体験まで含めて初めて価値になる時代」とし、「TOKYO Xには間違いなく価値があるが、その価値が世の中に伝わり切っていない」と指摘。

そのうえで、今後の方向性として、▽理由を作る:「なぜTOKYO Xなのか」を明確にする▽価値を伝える:誰に、どこで、どう価値を伝えるかを設計する▽価値を守る:ブランド価値に合わない売り方をしない——の3点を掲げた。また「TOKYO Xの畜産家になりたいという

若者が増える未来を作りたい」と強調し、その実現に向け生産現場を積極的に訪問する考えを示し、「編集者時代のように、現場へ赴き話を聞きたい」とした。

また「行政、企業、現場すべての力を集結し、TOKYO Xを東京の価値そのものにするべく、“価値で選ばれるブランド”にしていきたい」と述べた。

さいごに遠藤氏は「TOKYO Xを“おいしい豚”で終わらせるのか、それとも利益を生み、次世代へつながるブランドにするのか。皆さんと一緒に、誰もみたことのない東京の畜産の未来を作りたい」と意気込みを語った。

