



# 行事予定

月 日	曜	会 議・関係行事	時 間 及 び 場 所
2月 9日	金	酒類食品統一伝票普及促進委員会	14:00～ 日食協会議室
2月14日	水	運営委員会	13:30～15:30時 ”
2月16日	金	北陸ブロック発足総会	12:00時 事前打合 13:30時 総会 金沢商工会議所
2月21日	水	正副会長会議	12:00～15:00時 ルビーホール
2月22日	木	蔬菜部会	13:30～15:30時 日食協会議室
3月 1日 }	木	沖縄パインアップル缶詰研究会及び懇談会	12:00～ 大阪 D Oスポーツビル
2日	金	”	12:00～ 場所未定 大阪市内日食協会員 広島県内卸業者
3月 1日 }	木	'79 春季フードウィーク開幕 (全国14都市)	[食生活展開催会場](8頁掲載)
14日	水		
3月 日	(上旬)	中国ブロック発足総会	場所未定
3月13日	火	昭和54年旬缶詰全国大会	12:30～ 松山市 愛媛文教会館
3月13日	火	'79 商業界全国縦断大講演会 主催 商業界 後援 日本加工食品卸協会	全国31都市(14頁掲載)
5月18日	金		
3月13日 }	火	'79 食品流通会議 (日食協：協賛)	内神田コープビル
3月16日	金		
3月12日 }	月	'79 国際食品展 (主催 日本能率協会)	晴海・国際貿易センター
3月16日	金		
4月25日	水	運営委員会	10:30～13:30時 日食協会議室
”	”	理 事 会	13:30～15:30時 ”
5月24日	木	運営委員会	10:30～12:00時 ルビーホール11階
”	”	理 事 会	12:00～14:00時 ”
”	”	定時総会	14:00～16:00時 ”



## 支部事業所登録状況で協議

第10回運営委員会は旧ろう13日に開催した。

昨年11月末、会員の本社宛に発送した各事業所の支部登録届け出状況につき事務局よりその概略を報告。

1支部に数カ所の登録を行なっている会員店もあるため、今後の登録状況を全体的に見たうえで、さらに支部運営上の問題ともからめ、次回運営委員会で検討することになった。

## 新会員・賛助会員加入状況

新会員および新賛助会員の加入状況につき事務局より報告。

12月13日現在の加入状況は次の通り。

新 会 員	44社
新賛助会員	61社

これにより会員総数は310社。賛助会員総数は団体4、企業108社となった。

なお、未加入の賛助会員については主だった企業に対し再勧誘を行なう。

その他、支部活動状況につき、まず12月7日開催された九州沖縄支部幹事会、11月22日開催の東海北陸支部の設立準備会のもよう、および11月15日開催された中国四国支部のうちの、四国ブロック発足総会につき報告を行なった。

また、54年1～3月期の日食協の活動スケジ

ュール等を検討した。

# 支部活動状況

## 東海ブロックが発足

去る11月22日、名古屋名鉄ホテルで東海北陸支部の発足準備会が開催された。

東海地区の会員、中部食料品問屋連盟の会員代表者及び北陸地区の代表者、本部より國分運営委員長、北田専務理事出席のもとに打合せが行なわれたが、当日は、愛三岐の会員代表からこの会合をもってまず東海ブロックを発足させたいとの動議がだされ、全員これを諒承し、ただちに東海ブロック発足総会に切り換え、次の通り東海ブロック役員を決定した。

なお、北陸三県については地元で協議のうえ方針を決め、東海ブロック側と打合せつつ、今後の支部運営問題につき協議することとなった。

東海ブロック長	榑メイカン
副ブロック長	榑 梅 沢
幹 事	榑トーカン
"	佐竹商事榑
"	ミナトヤ商事榑
"	榑安 田 屋
"	榑須 川 屋
"	國分榑名古屋支店
"	榑明治屋名古屋支店
"	松下鈴木榑名古屋支店
"	北洋商事榑名古屋支店
会計幹事	榑北村商店

## 九州沖縄支部幹事会

12月7日、味の素福岡支店で第1回幹事会を開催。支部事業計画、支部予算につき審議可決し、いよいよ本格的活動を開始する運びとなった。事業計画にある具体的活動は次の通り。

- ① 流通合理化のための調査、研究。
  - ② 公正にして自由なる競争を展開。
  - ③ 加工食品卸売業としての地位向上。
  - ④ 情報の収集、提供。消費者ニーズに対する販促活動の推進。
  - ⑤ 地域活動の強化と地域内卸団体等との連絡、協調。
  - ⑥ 支部の充実を図るための会員を増員。
- 以上、6項目の活動方針が打ち出された。

## 近畿支部幹事会

旧ろう16日、近畿支部幹事会が開催され、53年度の収支予算ならびに事業計画の検討を行なった。

同支部の重点活動は次の通りである。

1. 会員の増強
2. 市場の正常化
3. 不当返品防止



## 酒類食品統一伝票マニュアル作成に着手

第3回酒類食品統一伝票普及促進委員会は11月22日の打合せに引き続き、旧ろう20日に第

4回目の普及促進委員会を開催した。

この酒類食品統一伝票の普及に当っては現在全国卸売酒販組合中央会側と打合せつつ進行させている段階であるが、これから関係団体との折衝と併行し、当委員会では業界マニュアルの作成と普及活動に関するスケジュール組みを中心に検討した。

普及委員会の検討事項としては、

- (1) 4枚目、5枚目の伝票タイトル、刷色等
- (2) 余白部分の使用法
- (3) 返品伝票のタイトル、刷色等
- (4) 活用例のフローについて

また、新聞発表の方法などの打合せも行なった。次回の委員会は1月24日開催を決めた。

なお、全国卸売酒販組合中央会代表者および日食協情報システム化委員会の鈴木委員長、松本副委員長による打合会は去る1月9日午後3時、同組合中央会事務局において開催されたが、この打合せの結果は1月24日の普及委員会で鈴木委員長より報告されたが、次回2月9日に改めて開催し検討することになった。

## 開発センターで統一伝票 活用マニュアル作成

(財)流通システム開発センターでは問屋統一伝票の普及のため昨年来から数回にわたり専門委員会を開催し検討してきたが、このほどその初版が刷りあがったので、去る1月23日、専門委員会を開催、活用マニュアルの内容説明と普及活動の今後のスケジュール等につき打合せた。

なお、「問屋統一伝票専門委員会」は54年度も引き続き同一の委員メンバーにより継続されることになっている。



商品委員会では仕入部門、販売部門および物流部門の3部門を設け、部門別にワーキンググループを編成し、検討会を開くことになったが、このうち仕入部門のワーキンググループによる検討会は昨年11月7日第1回、12月6日に第2回目の検討会を開催した。

この仕入部門のワーキンググループ検討会では仕入条件の改善が中心課題とされ、その問題点を検討した。

商品委員会は今後さらに販売部門、物流部門についてもグループを編成し、具体的問題の洗い出しに取り組むが、対メーカー、対小売への働きかけは積極化してゆくものと期待される。

## ソース、マーガリンの景品制限告示制定

公正取引委員会ではソース業、マーガリン及びショートニング業における景品制度告示の制定と公正競争規約の設定につき1月22日付で官報告示を行なった。

ソース業については昭和28年から、またマーガリン及びショートニング業については昭和31年から、それぞれ私的独占禁止及び公正取引の確保に関する法律に基づく特定の不正な取引法として、購売を条件として景品類を提供することが禁止されていたが、今回、これを不当景品類及び不当表示防止法に基づく規制に移すことになったもので、これに伴って、従来の独禁法における同

業の特定の不正な取引法は22日付で廃止となった。

## ソース業規約の概要

ソース業における景品類の提供の制限に関する公正競争規約の概要は次の通り。

(1) 一般消費者に対し、景品類を提供する場合は、次に掲げるものとする。

ア、全国又は都道府県の地域において、事業者の相当多数が共同して提供する懸賞制限告示の範囲内の景品類

イ、取引価額の5パーセント以内の景品類

ウ、見本又は試食品と表示して提供する少量のソース

エ、工場見学者に対する宣伝物

オ、料理講習会等で使用するソース

(2) 販売事業者等に対し、景品類を提供する場合は、次に掲げるものとする。

ア、取引商品の事業者販売価格の2%以内の景品類

イ、見本又は試食品と表示して提供するソース

ウ、工場見学者に対する宣伝物

エ、親睦のために提供する僅少な額の景品類

## マーガリン業規約の概要

マーガリン及びショートニング業における景品類の提供の制限に関する公正競争規約の概要は次の通り。

(1) 一般消費者に対し、景品類を提供する場合は、次に掲げるものとする。

- ア、全国の事業者の相当多数が共同して提供する懸賞制限告示の範囲内の景品類
- イ、正常な商慣習に照らして、マーガリン等の普及のため適当と認められる物品
- ウ、見本又は試食品として提供する少量のマーガリン等
- エ、工場見学者に対する宣伝物
- オ、料理講習会等で使用するマーガリン等

- (2) 販売事業者等に対し景品類を提供する場合は、次に掲げるものとする。
  - ア、家庭用マーガリンの事業者販売価格額の1%以内の景品類
  - イ、見本又は試食品と表示して提供するマーガリン等
  - ウ、工場見学者に対する宣伝物
  - エ、親睦のために提供する僅少な額の景品類

## 一般消費税 55 年実施か

### — 反対運動も活発化 —

前号にて「一般消費税のもたらす影響とその対策」と題し、一般消費税に関する特集を掲載したが、その後の経緯としては昨年11月30日から12月26日の間に6回にわたる特別部会を開催し、12月27日付で税制調査会より総理大臣に対し答申がなされた。また1月25日の再会国会での大蔵大臣の財政演説では一般消費税を55年度のできるだけ早い時期に実施したいことを明らかにしている。これから活発な反対運動が展開されようが、その仕組みなり問題点としては業界としても十分に把握しておくことが必要であろう。参考のため業界に関連する特別部会審議経過のあらましを抜粋する。

#### 〔非課税の範囲〕

- (1) 非課税の範囲については、試案において「広く消費一般に負担を求めるとこの税のそもそもの性格からみて、その範囲を拡大することは適当でない。」とされ、この観点から特別の政策的配慮から非課税とする項目としては、「課税対象から除外することがやむを得ないとみられる食料品、社会保険医療、一定の学校教育・社会福祉事業のような項目にとどめることを基本とすることが必要である。」とされている。
- (2) この点については、上記試案の考え方にたって非課税の範囲はこれ以上拡大すべきではないとする意見が大勢を占めた。

#### 〔税率〕

- (1) 税率の水準については、試案においては「E C諸国における導入時の税率の水準は10%台であるが、我が国とは事情が異なることを念頭に置き、物価への影響や財政事情を勘案してさらに検討を行なうこととする。」とされている。
- (2) この点については、E C諸国と我が国との新税導入時の事情の相違や物価に与える影響を考慮すると、あまり税率を高くすることには問題があるとしても、他方、税率があまり低くても現在の財政の事情や税負担の転嫁の観点、さらには徴税コストとの関連等からみて問題が多いと思われることから、税率水準は概ね5%程度

を目途として定めることが適当であるとの意見が大勢を占めた。

また、導入時の税率は5%程度であるとしても、財政収支の均衡を回復するためには最終的には10%程度まで引上げることが必要であるとの意見も提起された。

## 〔納付税額の計算〕

### ※仕入控除の範囲

- ① 試案においては、控除しうる仕入高の算定に当っては「有価証券、土地、利子・割引料、保険料、非課税食料品等非課税とされる財貨及びサービスの購入額」はこれに含めないこととされている。
- ② 試案の考え方に従い控除できない主要な費目を示せば次のとおりであるが、これらについては個別の費目ごとに把握することを原則とすべきであるとの意見が多数を占めた。
  - ① 国際運輸、海外渡航費、国外居住者へのサービス料等の支払い
  - ② 土地、有価証券の購入
  - ③ 支払利子、割引料、支払保険料
  - ④ 食料品の購入
  - ⑤ 非課税とされる医療、教育、社会福祉事業に係る支払い
  - ⑥ 給料、賃金
  - ⑦ 公租公課、寄付金等
- ③ これに対しては、上記の控除できない費目のうち食料品及び非課税とされる医療・教育等に係る支払いについては、企業会計上の各勘定科目に散在しているのが通常であり、これらの各科目からこれらの支出部分を個々にとり出すことは極めて困難であると考えられるので、食料

品等については交際費勘定で把握して、その一定割合（例えば半分）について仕入控除を否認することとし、非課税医療等については金額もさほど大きいとは思われないことから全て控除を認めてもよいのではないかとする意見も述べられた。

なお、交際費については、そもそも社用消費としての性格が強い点を考慮し、諸外国の例に倣って全て控除を否認してもよいのではないかとする意見も提起された。

## 〔国 税〕

- ① 物品税等通常の個別物品又はサービスに対する課税物品税等通常の個別物品又はサービスに対する課税との調整については、試案において「一般的な消費税としての新税に段階的に吸収することを基本的方向とする。」が「当面は各税の現行の税率と新税の税率の格差等を勘案して新税への吸収ないしは物品税等の税率の引下げ等を行う」こととされている。
  - (イ) 物品税  
物品税については、試案の考え方に従い、新税を併課し、新税の負担相当分について物品税負担の引下げ等を行うことが適当であるとの考え方が大勢を占めた。
  - (ロ) 入場税・トランプ類税  
(省略)
  - (ハ) 砂糖消費税  
砂糖は本来新税においては食料品として非課税とされるものであり、現行の砂糖消費税も廃止すべきではないかとの意見が述べられたが、砂糖消費税については、将来は廃止すべきであるとしても、地域農業に対する影響

を考慮し、また、財源としてかなりの規模を有していることでもあるので当面は存続させることが適当であるとの意見が大勢を占めた。

## (二) 通行税

通行税については、物品税と同様新税を併課し、新税負担相当分について通行税の税率引下げを行なうことが適当であるとの意見が大勢を占めた。

## ② 酒税等

酒・たばこについては、試案において「本来新税を併課すべきであるが、これらの物品に対してはその特殊性から免許制度若しくは専売制度の下で既に相当高い負担が課されており、今後においても他の物品とは別途の観点からその負担のあり方が決定されるべきであるので、新税と酒税等との負担の調整の要否あるいはその調整の方法等については、新税の導入時点においてこれらの物資の税負担のあり方やたばこの小売価格法定制との関連等を考慮の上決定することが適当である。」とされている。

(イ) 酒税については、(i)同じ一般財源の調達手段として酒税に加えて新税を上乗せすべき積極的理由に乏しいこと、(ii)酒税の税率は酒類、価格等に応じて複雑多岐にわたるため酒税負担の調整は容易でないこと、(iii)酒販業者は、通常非課税食料品を取扱うためこれとの仕分けに当って事務負担が煩雑となること等の点から現行どおり酒税の対象とし、新税は非課税とすることもやむを得ないとの意見が大勢を占めた。

☆ ☆ ☆

なお、今後さらに各業界団体単位での反対運動

も活発化しつつあるが、日食協にあっては、(財)食品産業センター、(社)食料品流通改善協会とも連繫し情報収集を重ね商品委員会、各支部活動等を通じ問題に対処していくこととしている。

また最近の情報としては食品添加物は食品扱いとなるもようであり、これにより、ほぼすべての食品は非課税となるが、①委託運送手数料、②委託倉敷料、③委託荷役料、④包装、資材、⑤V C等の本部に支払う手数料等は課税対象となると見られ、これらの問題につき食品関連のサービスの対価には課税しないような陳情運動も推進される。

## フード・ウィーク3月1日にオープン

恒例により、'79春季フード・ウィークが3月1日(木)から14日(水)までの2週間、次の地域で実施される。

札幌市、仙台市、東京都、川崎市、横浜市、金沢市、名古屋市、京都市、大阪府、神戸市、岡山市、北九州市、福岡市及び熊本市。

以上14都市。

## 食生活展は4都市で開催

春季フード・ウィークの消費者啓発を主眼とする食生活展は次の4都市で開催されることが決定した。

東京会場；池袋・サンシャインシティ文化会館4  
F(800坪)3月1日(木)～3月5  
日(月)5日間

川崎会場；川崎・サイカヤ百貨店(230坪)3  
月8日(木)～3月13日(火)6日間

神戸会場；神戸・産業貿易 サンボーホール

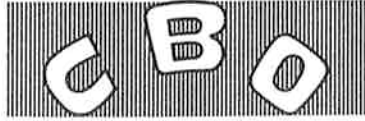


(488坪)3月2日(金)～3月6日

(火)5日間

熊本会場；熊本・鶴屋百貨店 (200坪)

2月28日(水)～3月5日(月)6日間



### 缶詰ブランドオーナー会

去る12月15日、パインアップル部会を開催し、グローバルパイン及び沖縄パインアップル缶詰の状況報告と冷凍パイン缶詰の流通状況等につき意見の交換を行なった。

グローバルパインの割当は110万函

本年度のグローバルパインアップル缶詰の割当は次の通りである。

上期	750,000 函
下期	350,000 函
計	1,100,000 函

なお、前年上期は70万函、下期35万函、計105万函となっている。

### パイン缶詰主要国生産数量

フィリッピン	780 万函
ハワイ	770 万函
タイ	450 万函
象牙海岸	300 万函
南阿	250 万函
マレーシア	240 万函
ケニヤ	237.5万函
オーストラリア	235 万函

メキシコ	121.5万函
沖縄	90 万函
台湾	90 万函
中国	90 万函

総生産の予測としては38,386,000函(前年度36,235,000函)となっている。

### 沖縄パイン缶詰状況

11月末在庫量	279,945 函(3/3換算)	
入荷量	7月	17,975 函
	8月	27,644.9 "
	9月	115,724 "
	10月	157,739 "
	11月	181,886 "
累計	749,773 "	

### 冷凍パイン缶詰状況

※53年1～10月(実函)

1/6	245,640 函
3/2	601,524 "
4/2	100,129 "
その他	21,590 "
計	1,076,694 函

※過去3年間の生産数量(3/3換算)

51年	195,000 函
52年	348,000 "
53年	800,000 "

以上輸入数量および国内の生産状況をもとに情報交換を行なったが、今後の動向としては、グローバル、沖縄パイン缶、冷凍パイン缶3者の絡みと、さらにはみかん等果実缶との関連により、市

況変化があるとみられ、特に冷凍パイン缶の出回りによっては沖縄ものに大きな影響が及ぶだろうとの見方がなされ、改めてこの問題についてはパイン部会を開くこととなった。

### 新物みかん缶は減産見通し

12月15日、果実部会を開催。新物みかん缶詰を中心に情報交換を行なった。

原料の入荷状況は全体的に不振であり、内販先行でスタートしたものの製造はあまり進んでいない。

原料価格は一応決められてはいるが、生市場が堅調であり、市場価格にスライドされるので、この点パッカーは原料高騰となることを心配している。

市況等については高値に移行の気配であるが、フタ開け当初から4号缶で80円台唱えのものが出回っており、小売店など全般的には静観状態。西高東低型であり、業務用は意外に商いは細い。

新物みかん缶詰製造推定数については、工組側推定によると、内販みかん缶詰のホール品は640万函程度(換算)とアナウンスされている。

### 新物みかん缶で工組側と懇談

12月15日、果実部会に引き続き、みかん缶工組の竹内理事長他3名と果実部会メンバーにより新物みかん缶詰につき、日食協会議室にて懇談会を開催した。

### 72日間の操業を厳守

日本蜜柑缶工組竹内理事長は、新物みかん缶詰

の製造数量につき概要次の通り工組側の方針を説明した。

- ① 新物みかん缶詰生産については操業期間による製造調整を行なう。すなわち前年の稼働日数の8掛けとし、72日間とした。日曜、祭日、正月は休業とする稼働条件を決定。
  - ② ただし、操業開始日は産地によって原料状況が異なるため、11月10日から2月20日とし、地区ごとに開催日を決定、その日から起算して72日間とする。
  - ③ 新物みかん缶詰の生産数量見込としては、740～770万函(5/4換算)程度。輸出向けは130万函。内地は640万函となる。輸出に何としても130～140万函のものを出品しなければ市場維持が難しくなるのでこれは確保したい。
  - ④ 従来、内地ホール品1函15円を抛出し宣伝を実施してきたが、これを缶みかん安定対策基金としてその一部を輸出振興対策に振り向ける。安定基金委員会の結論としては内販のテレビ宣伝は資金的に無理があり取り止め、活字媒体による宣伝を中心に行なう。
  - ⑤ 組合としては製造日数72日を厳守する。違反者は皆無とはいえないかもしれないが、違反が判れば発表し警告する。
- 以上の工組側の方針に対し、CBO側の意見としては、72日間と決めた反動として現状ではそれが高値原料での操業となっていることが指摘された。

### たけのこ大型缶詰のJAS改正を検討

日缶協の呼び掛けにより、12月16日筍缶詰

JAS検討会を開催した。

筍大型缶の現行JASは昭和48年3月に設定され、まだ5カ年を経過したに過ぎないが、規格そのものが理想的に走ったため、実際の取引は従来の商慣習により行なわれており、JAS規格は十分に役立たされていない。

今回の検討会では実情に合った方向で改正し簡素化することには賛成であるとしながらも、現段階での改正は流通の実態からも問題が多く慎重が期されるるところであるとされた。

### 3月13日に筍缶詰全国大会

昭和54年筍缶詰全国大会は、日缶協、農産缶工組、愛媛県缶協の共催で、下記により開催される。

1. 日時 昭和54年3月13日12:30より
2. 場所 松山市 愛媛文教会館
3. 議事
  - (1) 53年生産事情、54年生産予想等各地情勢報告
  - (2) 販売動向(53年経過と54年の見通し)について
  - (3) 原料をめぐる諸問題について
  - (4) 筍缶詰のPRについて
  - (5) その他
4. 大会決議の採択
5. 次期開催地の選定

なお、本大会に流通サイドからの多数参加が望まれているが、申込締切は2月20日までとされており、日食協CBCメンバーは1人15,000円会費(一般は17,000円)で参加出来ることになっている。

### みかん缶詰生産数量

蜜柑缶工組がまとめた1月20日現在のJAS受検数量は次の通りであるが、今後は輸出向けの製造に重点が置かれるものと見られる。

#### 〔ホール品JAS受検数量〕

	実 函	換算函数
1月20日現在	4,055,859	3,418,528
昨 年 同 期	3,561,289	3,119,498
5 1 年 度	3,829,105	3,341,919
5 0 年 度	3,614,841	3,239,274

なお、輸出みかん缶詰の1月22日現在の出荷状況は換算函数で645,813函(前年同期では2,111,766函)。

ブロークンは実函で301,624函、換算では317,260函(昨年同期353,215函、換算385,938函)。

### 野菜缶のJAS改正等を検討

1月19日、品質規格部会を開催し、①果実かん、びん詰の品質表示基準設定経過説明、②野菜缶詰の品質表示基準設定試案、③たけのこ大型かん詰のJAS改正および、缶詰の製造年月日刻印問題等の検討を行なった。

果実かん、びん詰のJAS改正および品質表示基準設定の告示は旧ろう告示見込がかなり遅れている旨、報告された。

今後、業界として対策を必要とする問題は、

- ① 旧印刷缶の使用は認めないという農林水産省側の姿勢。
- ② 食品添加物の使用規制とその表示。
- ③ 輸入品表示の取扱いについての農林水産省の

見解。

④ 一括表示内の社名活字の大きさの規制。

いずれも業界にとって重要な問題であり、これから規制強化問題に対しさらに検討することになった。

野菜缶詰のJAS改正について、日缶協改正試案に基づき考え方の説明があり、次の点が今後の問題点、検討事項として挙げられた。

1. 適用の範囲 各種野菜の水煮及びドライパックとする。
2. 形状
  - 1) たけのこ（大型缶）の形状の区分を整理する。
  - 2) 外来語に関する適切な邦語を選択する。
3. 充てん液 化学調味料を使用し、特掲することの可否。
4. 品質基準 たけのこの特級、上級、標準の簡素化……3等級を2等級に改める。
5. 原材料及び食品添加物
  - 1) スイートコーンに糖類、でんぷんを特掲することの可否。
  - 2) 酸化防止剤 エルビン酸を追加する必要があるかどうか。  
賦形剤 乳酸カルシウムだけでよい  
化学調味料 アスパラガス、スイートコーンに特掲することの可否。
6. 粒の大きさ（内容本数）

粒の大きさ……JASで基準は特に規定しない。

内容本数……アスパラガスについては現行通りとする。

## 筍大型缶JAS改正を協議

筍大型缶JAS改正については12月16日、日缶協で第1回目の検討会が開催され、本部会でその内容について説明、検討を行なった。

たけのこ大型缶詰のJAS改正試案は日缶協事務局案であるが、次の要項となっている。

1. 適用の範囲  
「たけのこ大型かん詰」を「もうそうたけのこ大型かん詰」に改める。
2. 定義  
「全形」の中に軽度に欠損したものを含む。
3. 全形の規格
  - 1) 等級…現行の「特級、上級、標準」を「上級、標準」の2等級に改める。
  - 2) PH調整剤…現行の「クエン酸、酒石酸」を「クエン酸及びそのナトリウム塩、リンゴ酸及びそのナトリウム塩」に改める。
  - 3) 採点基準…形態及び肉質—現行の1を「5点」、2を「3点又は4点」に改める。軽度の傷のあるものを含める。  
香味、色沢及び液—現行の1を「5点」、2を「3点又は4点」に改める。
4. 割の規格
  - 1) 等級…現行の「上級、標準」を上級を基準として「合格」に1本化する。
  - 2) PH調整剤…3の2)に同じ。
  - 3) 採点基準…欠点事項のみ規定する。

( 損傷、異物など )

5. 傷、先、切、筒の規格 割に同じ。

以上が試案として示され、これから十分検討し煮詰められるが、日食協CBOとしても蔬菜部会でさらに検討することになった。

## 缶詰の刻印問題等を検討

缶詰の製造年月日刻印問題の今後の検討事項としては、①輸出向けの問題、②年を西暦か、元号とするか、③切り換えのための経費、④実施時期等である。

特に流通段階に支障がおきないように十分万全な対策を講じたうえで慎重に対処すべきであるとされた。

缶詰の返品問題について、最近スーパーで仕入は製造後6カ月、販売は1年半でそれ以降のものは返品するというような販売マニュアルが活用されており、このことにつき日缶協では、チェンストア協会、セルフサービス協会、百貨店協会の3団体と接触し改善方を申入れた。

少なくとも返品の慣行をなくし、賞味に関する缶詰業界の統一見解を徹底し、そのPRを推進させたいとされた。

## 公正取引協議会連合会

### 発足準備会を開らく

公正取引委員会では各業界にわたる公正取引協議会を現在63団体(食品27、宅建6、生肉9、自動車、家電、化粧品、歯磨4、雑貨17)擁しているが、これら各業種の協議会を統括し、連絡、試買、宅地調査、合同研修、公正競争規約の普及、

啓発等を目的とする「公正取引協議会連合会」を結成すべくその準備を急いでいる。

去る17日に開られた発足準備会では各協議会が提出することとなる会費額の基準につき打合せがあったようであるが、案としては平等割10万円にプラス売上げ高を8ランクとし、例えば自動車業界など10兆円以上の業界は130万円。5兆円～10兆円未満110万円。以下500億円まで最低で10万円の会費となっている。このランクから想定した場合、缶詰業界では1千億～5千億円のランク入りとなり、この売上高割は20万円である。従って平等割を含め合計30万円ということになるが、今後さらに具体的煮詰めを行なうことになっている。

### お(知)ら(せ)

共通商品コード登録説明会は、旧ろう25日の東京商工会議所会場を手はじめに2月以降は下記日程で実施される。参加費は無料。

[東京商工会議所地下講堂]

2月13日(火) 午前9:30~12:00

2月27日(火) 午後1:30~4:30

[(財)大阪科学センター]

2月23日(金) 午後1:30~4:30

3月29日(木) 午後1:30~4:30

[名古屋商工会議所会議室]

3月13日(火) 午後1:30~4:30

[札幌市商工会議所]

3月30日(金) 午後1:30~4:30

[仙台市商工会議所]

3月27日(火) 午後1:30~4:30

申込先; 〒105-91

東京都港区芝郵便局 私書箱165

(財)流通システム開発センター(分室)

# こうして切りひらく!! 食品小売業のあした

## ＝全国縦断大講演会日程決まる＝

月刊商業界主催、日本加工食品卸協会後援による「こうして切りひらく！ 食品小売業のあした」と題する全国縦断大講演会の開催日程および場所が下記の通り正式に決定。開催地支部会員の積極的協力のもとに、いよいよ3月13日の熊本市を皮切りに5月17日の札幌まで全国32都市で実施する運びとなった。

- 熊本市；3月13日(火)会場＝熊本市市民会館大  
会議室 定員＝300名 講師＝倉本初夫、島田陽介  
講師＝川崎進一、馬場貞男
- 松江市；4月3日(火) 会場＝松江商工会議所  
ホール 定員＝180名 講師＝河村嘉一郎、  
大歳良充
- 鹿児島市；3月14日(水)会場＝鹿児島商工会  
議所大ホール 定員300名 講師＝倉本初夫  
島田陽介
- 鳥取市；4月4日(水) 会場＝鳥取商工会議所  
ホール 定員＝200名 講師＝河村嘉一郎、  
大歳良充
- 大分市；3月15日(木)会場＝大分商工会議所  
定員＝200名 講師＝倉本初夫、島田陽介
- 広島市；4月5日(木) 会場＝明治生命広島ビ  
ル15Fホール 定員250名 講師＝川崎進  
一、平戸喬
- 那覇市；3月20日(火)会場＝那覇商工会議所  
大ホール 定員＝200名 講師＝倉本初夫、  
長島俊男
- 福山市；4月6日(金) 会場＝福山商工会議所  
ホール 定員＝200名 講師＝川崎進一、平  
戸喬
- 高知市；3月22日(木)会場＝高知会館2F大  
会議室 定員300名 講師＝宮川東一 手塚  
幸男
- 岡山市；4月7日(土) 会場＝岡山商工会議所  
ホール 定員＝200名 講師＝川崎進一、平  
戸喬
- 高松市；3月23日(金)会場＝たかせん会館4  
F大ホール 定員＝130名 講師＝宮川東一  
手塚幸男
- 姫路市；4月10日(火) 会場＝姫路労働会館  
講堂 定員＝200名 講師＝坂井幸三郎、佐  
藤敬喜
- 長崎市；3月27日(火)会場＝長崎県勤労福祉  
会館 定員＝300名 講師＝川崎進一、馬場  
貞男
- 大阪市；4月11日(水) 会場＝中の島中央公  
会堂中集会室 定員350名 講師＝坂井幸三  
郎、佐藤敬喜
- 福岡市；3月28日(水)会場＝福岡商工会議所  
3F会議室 定員＝300名 講師＝川崎進一  
馬場貞男
- 松坂市；4月12日(木) 会場＝卸センター組  
合会館 定員＝200名 講師＝坂井幸三郎、  
佐藤敬喜
- 北九州市；3月28日(水)会場＝明治生命小倉  
ビル12Fホール 定員＝200名

- 富山市；4月17日(火) 会場=第一生命ビル  
9Fホール 定員=300名 講師=川崎進一  
加藤祐太郎
- 金沢市；4月18日(水) 会場=中小企業会館  
5F大ホール 定員=400名 講師=川崎進一、  
加藤祐太郎
- 名古屋市；4月19日(木) 会場=愛知県産業  
貿易館西館大会議場 定員=280名 講師=  
藪下雅治、山本浩史
- 静岡市；4月20(金) 会場=静岡市民文化会  
館大会議室 定員=250名 講師=藪下雅治  
山本浩史
- 甲府市；4月24日(火) 会場=甲府中央卸売  
市場管理棟2Fホール 定員=200名  
講師=河村嘉一郎、佐藤敬喜
- 千葉市；4月25日(水) 会場=市民会館B F  
ホール 定員=300名 講師=坂井幸三郎、  
手塚幸男
- 大宮市；4月26日(木) 会場=埼玉共連ビル第  
一会議室 定員=180名 講師=宮川東一  
手塚幸男
- 盛岡市；5月8日(火) 会場=岩手県産業会館 7  
Fホール 定員=200名 講師=宮川東一、  
中村昭司
- 仙台市；5月9日(水) 会場=宮城県労働福祉  
会館 定員=300名 講師=宮川東一、中村  
昭司
- 郡山市；5月10日(木) 会場=郡山商工会議  
所2Fホール 定員=200名 講師=宮川東一、  
中村昭司
- 秋田市；5月15日(火) 会場=協同社大手町  
ビル6F 定員=200名 講師=藤枝高士、  
黒須靖之
- 山形市；5月16日(水) 会場=山形流通団地  
組合会館2F大会議室 定員=200名 講師  
=藤枝高士、黒須靖之
- 旭川市；5月17日(木) 会場=旭川商工会議  
所ホール 定員=200名 講師=奥住正道、  
波形克彦
- 札幌市；5月17日(木) 会場=大同生命ビル12  
Fホール 定員=300名 講師=奥住正道、  
波形克彦

## 缶詰業界の意識実態を探る

中小企業振興事業団では、中小企業に関連する製品の需要の実態と消費動向の変化を明らかにしながら、需要構造変化に対する中小企業の業界の適応のあり方を考察することを目的にファッション、住生活、食生活、レジャーサービスの4つの関連商品群を対象に実態調査を進めてきているが、53年度はそのうちの食生活関連商品を中心に米、パン、めん等の主食。生鮮魚介、加工食品、調味料等の副食品。菓子、果物、酒類等の嗜好品など23品目を選定。この中で加工食品については特に缶詰を調査することになり、すでに53年9～10月にかけてアンケート調査が行なわれ、このほどその報告書がまとめあげられた。

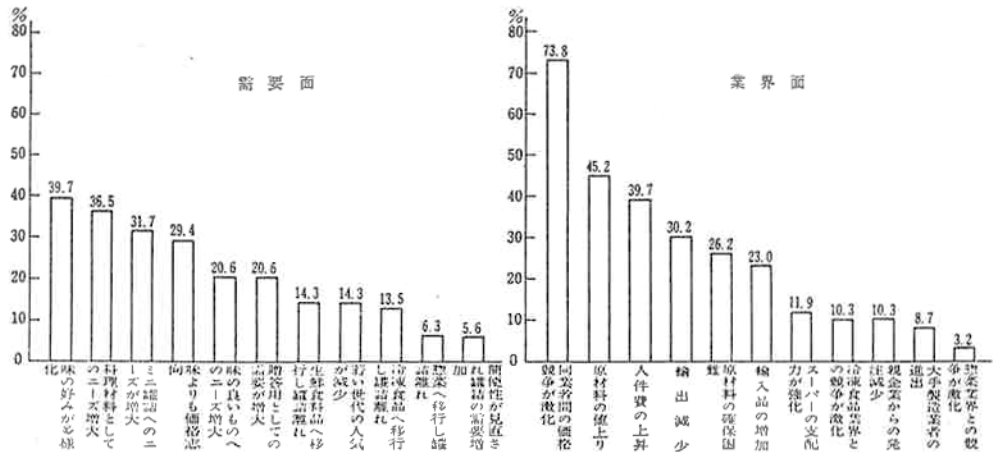
この報告書は1.缶詰の需給動向、2.消費者の食生活、3.缶詰の消費実態、4.缶詰の業界実態、5.むすびの5項目に要約されるが、このうち特に4の缶詰の業界実態を中心に掲載することとしたい。

対象	発送数	有効回収数	回収率
日本缶詰協会会員企業 (缶詰生産業者)	242	126	52.1%
日本加工食品卸協会 ブランドオーナー会員企業 (缶詰卸売業者)	62	37	59.7%

## パッカー側の意識

缶詰生産業者、すなわちパッカー側は缶詰製造業をとりまく環境についてどのような意識をもっているか。調査結果は次のとおりである。

図 14 缶詰製造業をとりまく環境 (多項目回答)

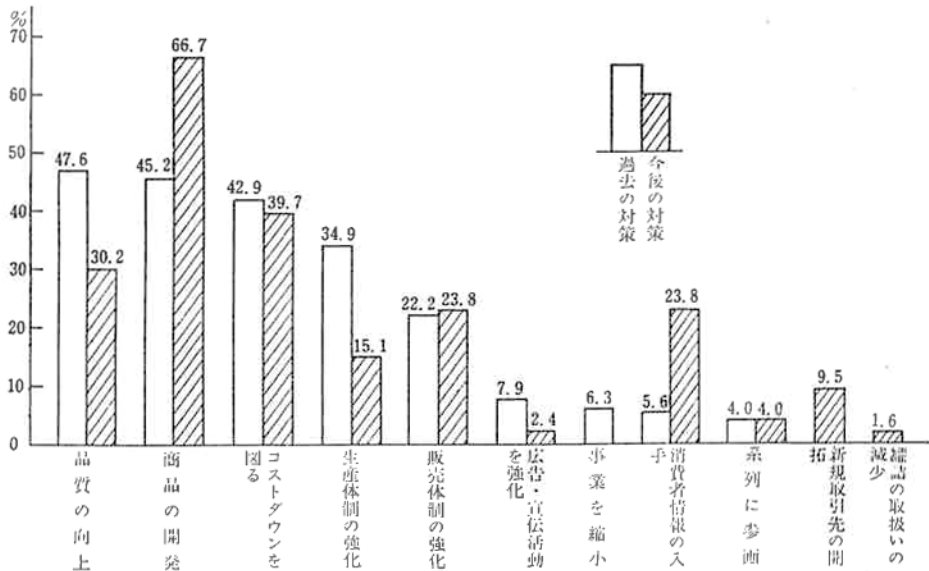


### (1) 企業をとりまく環境変化

まず需要の面からみると、食生活の多様化から「味の好みの多様化」(回答割合40%)、「料理材料としての素材缶詰のニーズが高まる」(37

%)とともに、「容量の小さいミニ缶詰が好まれる」(32%)ようになってきた(図14)。しかしまた一方、味よりも価格というニーズ(29%)も見逃さない。

図 15 環境変化に対する企業の対応策 (2項目回答)





次に業界の問題としては、不況による「同業者間の価格競争の激化」(74%)が一番で、「コスト面における原材料(45%)、人件費(40%)の値上り」も大きい。また輸出の減少(30%)、原材料の確保難(26%)、輸入品の増加(23%)という問題も抱えている。そして競争の激化は規模の大きい企業ほど、また成長分野の果実飲料主体の企業ほどこれをあげているのが注目される。

## (2) 環境変化に対する企業の対応

このような環境変化に対し、まず事業面では今まで「品質の向上」(回答割合48%)、「商品の開発」(45%)と「コストダウン」(43%)に最も力を入れてきた(図15)。そして商品開発に対しては、自社ブランド品のウェートの高い企業ほど、また経営者が若いほど意欲をもやしており、ブランド品のウェートの低い企業は品質の向上とコストダウンに力をそそいでいる。

取扱う缶詰については、長年の歴史と工夫もあって、種類、価格や自社ブランド品のウェートを特にかえたという企業は少ない(図16)。

## (3) 今後の需要動向

今後の成長品目としては、素材(回答割合14%)、まぐろの油漬(12%)、スイートコーン(11%)と調理(10%)をあげる企業が多い。減少する品目としては、原料事情もあってサケ(7%)、桃(7%)、カニ(5%)を予想している。

また調理材料(68%)、非常食(14%)、おかず(11%)の分野で利用が拡大すると見込んでいる(図17)。そして非常食としては、水産や野菜主体の企業がこの分野での拡大を予想しているほか、経営者の年齢が若いほどこの分野を重視しているのが注目される。

図16 取扱う缶詰

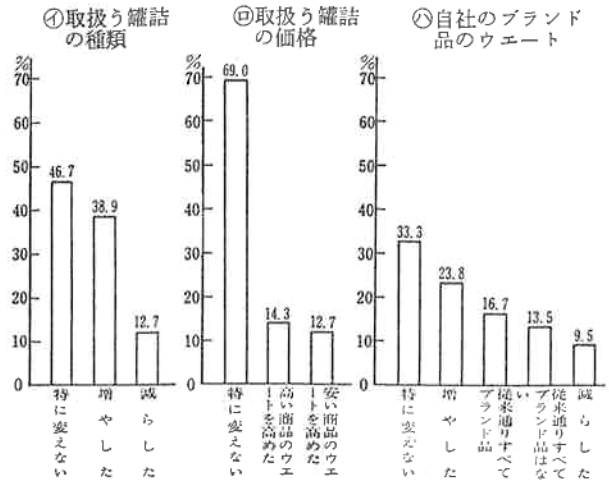
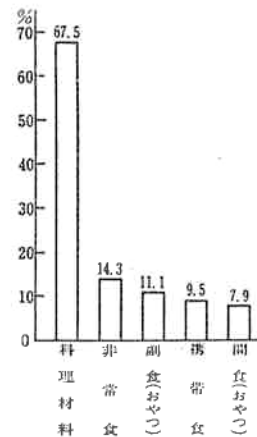


図17 利用が拡大される分野



## (4) 需要動向の変化に対する企業の対応

今後企業が力を入れていきたい点は、商品の開発(回答割合67%)、コストダウン(40%)と品質の向上(30%)であり、これまでの路線の延長である(図15)。そして販売体制(24%)、生産体制(15%)の強化にも力を入れたいとしている。

また、商品開発については、野菜主体(81%)、コストダウンについては果実主体(55%)、品質向上については果実飲料主体(46%)の企業が特

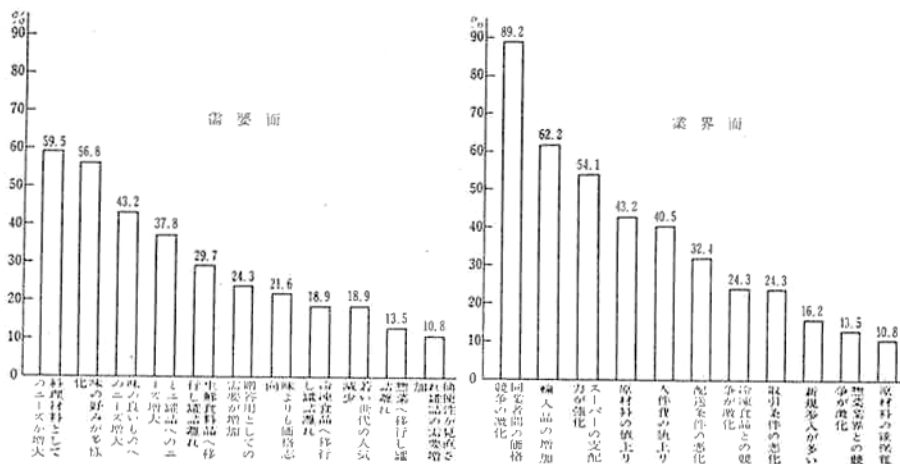
に重視しているのが注目される。

今後取扱いを増やしていきたい缶詰は、素材中心のもの（47%）、新しい原材料を用いたもの（44%）と調理缶詰（36%）である。そして企業規模が大きいほど、素材中心や新原料開発を志向している。

## 缶詰卸業者側の意識

図18以下の調査対象はいずれも日本加工食品卸協会ブランドオーナー会のメンバー37社からの回答によりまとめられたものである。

図18 缶詰卸売業をとりまく環境（多項目回答）



### (1) 企業をとりまく環境変化

まず需要の面からみると、「料理材料としてのニーズが高まり」（回答割合60%）、「味の好みが多様化」し（57%）、「ミニ缶詰のニーズが増大した（38%）」という点においてはメーカーと同意見である（図18）。しかし、「味のよいものに対するニーズの増大」（43%）が上位を占め、「味よりも価格志向」（22%）が下位にあるという若干のくいちがいもみられる。

次に業界の問題点としては、メーカーと同様、製品の差別化がむずかしいので「同業者間の価格競争」が一番にあげられている。これに次いで「輸入品の増加」（62%）、「スーパーの支配力」（54%）に脅威を感じている。またメーカーと同様、「原材料（43%）、人件費（41%）の上昇」も頭痛のたねである。配送条件（32%）、取引条

件（24%）の悪化、冷凍食品との競争（24%）という問題もある。

同業者間の競争については、規模の大きいほど、また自社ブランドの企業ほど痛切に感じている。

### (2) 環境変化に対する企業の対応

環境変化に対し、まず事業面ではメーカーと同様、商品開発（回答割合62%）に力を入れてきたが、輸入品の取扱いを増やした企業（46%）も多（図19）。また販売体制を強化（38%）するとともに、品揃えを豊富にし（22%）、消費者情報の入手にも努力（22%）している。

商品の開発や輸入品の取扱いについては、規模の大きい企業ほど積極的のようである。

取扱う缶詰については、種類、価格や自社ブランド品のウェイトを特に変えなかったという回答がメーカーと同様一番多い（図20）。しかし種類

図 19 環境変化に対する企業の対応策（2項目回答）

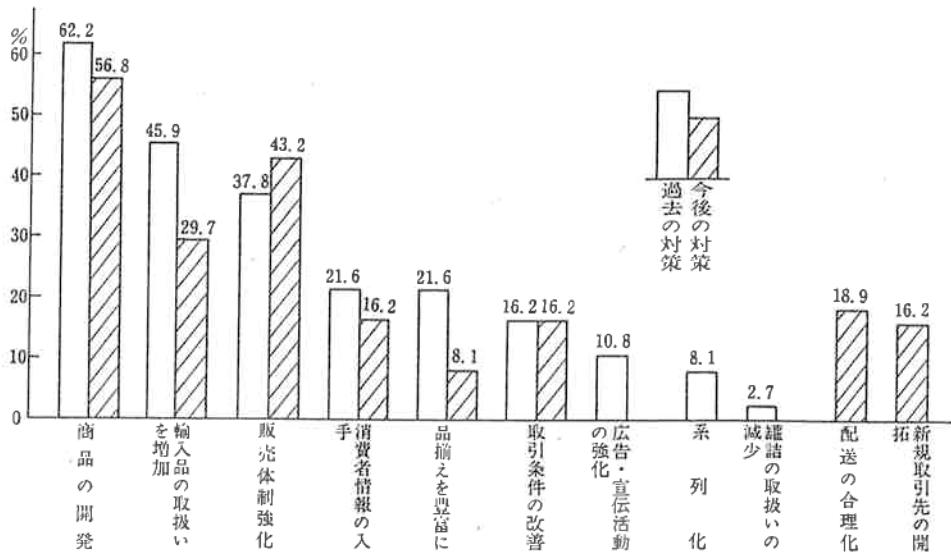


図 20 取扱い継続

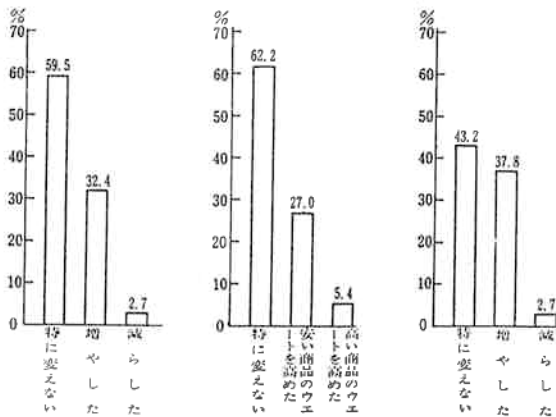
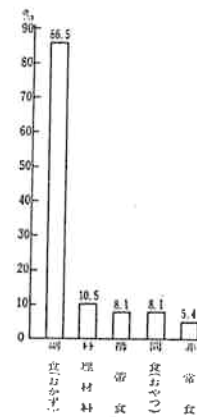


図 21 利用が拡大される分野



をふやし（32%）、安い商品のウェイトを高め（27%）、自社ブランド品を多くした（38%）という企業も相当ある。

### (3) 今後の需要動向

今後増加が予想されるもの、減少が予想されるものについては、具体的な品目があげられていないので、成長商品を（増加の回答割合－減少の回答割合）でみてみよう。これによると、野菜（38%）と素材（22%）がトップで、肉（11%）がこ

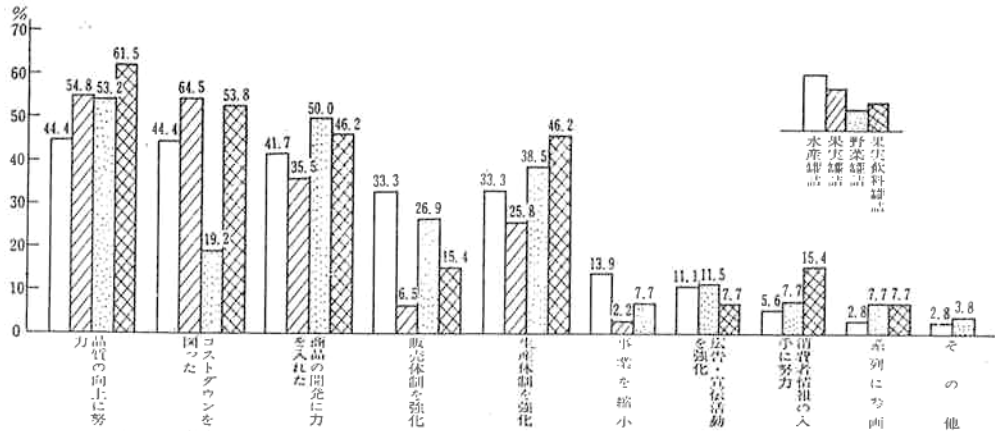
れに次ぎ、水産（ $\Delta 8.1\%$ ）や菓子（ $\Delta 5.4\%$ ）はかえって減少が見込まれている。

また缶詰のおかず（87%）としての利用分野を非常に重視しており、料理材料（11%）や非常食（5%）としての利用拡大にあまり期待していない点がメーカーと若干異なる（図 21）。

### (4) 需要動向の変化に対する企業の対応

今後、「商品の開発」（回答割合 57%）に最も力を入れるという点は、メーカーと意見が一致

図 22 缶詰製造業の従来の対応策（主要缶詰別）



するが、卸売企業はその次に「販売体制の強化」（43%）、「輸出品取扱いの増加」（30%）に力を入れようとしている（図 22）。また「配送の合理化」（19%）、「消費者情報の入手」（16%）、「新規取引先の開拓」（16%）や「取引条件の改善」（16%）にも力を入れたいとしている。

今後取扱いを増加していきたい缶詰については、素材中心のもの（68%）、新しい原材料を用いたもの（49%）、調理缶詰（46%）とメーカーと同意見である。また具体的に増やしたい缶詰としては、水産（16%）、野菜（14%）と生来のもののほか、調理缶詰（11%）をあげている。

## 缶詰業界の今後の課題

(1) 輸出の不振を内需の開拓でカバーし、市況の構造的安定を図ることが課題の第一  
水産缶詰およびみかん缶詰は既に述べたとおり、200カイリ問題と円高で輸出が不振に落ち入っている。缶詰の生産はもともと計画生産ではなく、地場原料の供給状況に大いに左右される見込生産である。したがって、輸出の不振分は在庫圧力となり、これが顕在化しない場合は見合いの過大な

生産能力が価格競争の引き金になって値くずれがおこり、企業経営を圧迫する。

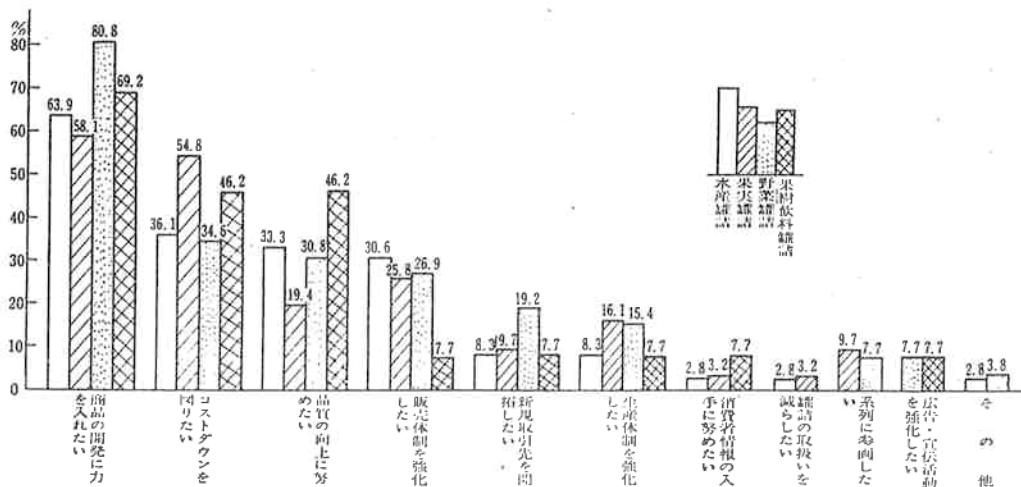
課題の第一は、これに対処して内需の拡大に努力し、市況の安定を図ることである。この場合、缶詰メーカーは下請生産が多く、川下に遠いため消費者ニーズの把握が不十分であるという小売業の指摘に留意する必要がある。すなわち、生産技術・体制や原料事情ではなく、消費者の立場で発想したオリジナルな商品を、上手な食べ方を知らせるという意味の調理知識とともに提供し、値ごろ感を忘れないことである。

(2) 原料問題、稼働の周年化など課題は多い

水産物、青果物など缶詰原料は、もともと季節性、地域性、豊凶性が強い。最近では生鮮流通の技術や手段が進歩したため、価格の割高な生鮮品との競合が一層激しくなってきた。したがって、原料の安定確保は一段と重要性をましており、またこれとも関連して商品の組合せによる稼働の周年化が課題である。

これらのほか、独自商品の開発という製品の差別化、ブランド・オーナー等に対する依存体質の脱却、省力化・合理化など今後の課題は多い。

図 23 缶詰製造業の今後の対応策（主要缶詰別）



## 缶詰の今後の対応

### (1) 企業はそれぞれ工夫し、内需の開拓に努力

企業は厳しい環境に対処し、まぐろ油漬缶詰など独自商品の開発やトマトジュースなど伸びる商品、メーカーの味を持たない素材缶詰、核家族にむくミニ缶詰を手がけ、それぞれ内需の開拓に努力を払っている。

### (2) 原料問題は、海外生産、臨時工の採用などで解決

原料確保に関しては、海外生産で対処し、原料の季節性については臨時工の採用と協力工場の利用で解決している企業もある。また販売力に関しては、グループ化を図ったり、問屋系列に参加するという企業もみられる。



※沖縄パイナップル缶詰協会では、3月1日か

ら3月6日にかけて大阪・阪神百貨店8階にて、沖縄物産展を開催するのに合わせ、3月1日正午からD.Oスポーツビル（南区汐町）にて大阪市内、日食協会を中心に開缶研究会及び懇談会を開催。翌3月2日正午より広島県内の卸業者を対象に大阪と同じ要領により開催する運びである。なお広島の開催場所は未定。



### ※本社屋移転

大洋漁業株式会社の本社屋を下記に移転。

〒100 東京都千代田区大手町一丁目1番2号

### ※記念出版

カゴメ株式会社では昭和53年をもって満80年を迎え、これを記念して「カゴメ80年史」を編纂した。日本のトマトの歴史が集大成されているとあってよい見ごたえある豪華本である。



### ※社名変更と本社屋移転

旧本社 大阪市淀川区三国本町2-16-46

旧社名 株式会社 協栄商事

新本社 吹田市南金田2丁目28-9

新社名 株式会社 中華・協栄

新電話番号 大阪06(380)2611代表

### ※社名変更と役員人事

旧社名 松宮産業株式会社

新社名 株式会社 松宮

相談役	岡本重夫
取締役会長	野上勝
代表取締役社長	宅宮覚
取締役事業部長	橋幹太
取締役販売部長	宅宮知明
監査役	谷村友一郎
監査役	田中明良
監査役	高橋義邦

計

報

### (株)北村商店常務取締役北村正年氏ご逝去

北村正年氏は12月30日自宅にて死去された。享年60。葬儀、告別式は1月19日、光明寺(名古屋市市中村区)で社葬をもって行なわれた。

### (株)ほてい屋代表取締役社長高橋進氏ご逝去

高橋進社長の葬儀、告別式は1月16日午後1時から仙台市東部電力ホールで執り行なわれた。

### 西野栄助氏ご逝去

西野商事(株)社長ご尊父西野栄助氏は1月18日ご逝去。享年92。喪主 社長西野孝一氏。葬儀は2月2日午後2時から東京本願寺(西浅草)で行われる。

### 川口陸男氏ご逝去

日清製油(株)社長 川口陸男氏は1月13日死去、享年52。葬儀は社葬により去る1月26日、港区南青山、青山葬儀場で、午後1時から2時、告別式は午後2時から3時に行なわれた。葬儀委員長 坂口幸雄会長。喪主 長男川口至朗氏。

### 芝野清一氏ご逝去

芝野清一氏(清水水産(株)社長、静岡缶詰協会々長、清水市体育協会々長、日本缶詰協会理事)は12月29日ご逝去。享年73。

本葬儀、告別式は1月18日午後1時から清水市文化会館で、清水水産(株)、静岡缶詰協会、清水市体育協会の合同葬をもって執り行なわれた。

### 新規加入会員

昨年12月以降にご入会の会員は下記の通り

(株)八田弥吉商店 (徳島)  
(株)須川屋 (三重)  
マルエス物産(株) (岡山)

### 新賛助会員

昨年12月以降にご入会の賛助会員は次の通り

エスピー食品工業(株)  
(株)加ト吉  
木村食品工業(株)