

地域活動の充実を期す

各支部相次ぎ定期総会開催

支部ニュース

新事業年度を迎え、日食協活動は本格的軌道に乗ってきたが、これに呼応して、各支部ともさらに体制をととのえつつ、54年度の地域活動の充実を期し支部作業が順調に進められている。スタート時点はまちまちであったとはいえ、去る4月1日、昭和54事業年度は一斉に迎えたことでもあり、支部への期待度は極めて高いものがある。いままさに支部は総会シーズンを迎えている。まず九州沖縄支部を皮切りに関東支部、四国支部、東北支部、近畿支部、東海北陸支部のうちの東海ブロック、さらに中国支部と相次いで定時総会が開催され、各支部独自の事業計画がうち出され、これを遂行すべく支部会員の団結が力強く誓い合われた。以下開催日順に支部総会ならびに幹事会の模様を追って見る。

〔九州沖縄支部〕

▼幹事2名を増員

去る5月11日、博多・八仙閣において幹事会、ならびに第2回定時総会（前号既報）が開催されたが、本部総会にさきだつての支部総会であったため、予算決定は幹事会一任とされていた。これにより同支部では7月12日、幹事会を開催し、正式に54年度予算を決定。

また幹事の増員を次の通り行なった。

ヤマエ久野株式会社（福岡）

下田商事株式会社（長崎）

▼不当返品ของチラシ再配布

不当返品の防止のため昨年度において同支部ではチラシ6万枚を印刷配布したが、本年度もこれを継続事業とし、内容表現を手直しのうえ9月ごろを目標に再配布することとなった。

▼メーカー懇談会、セミナーの実施

9月ごろをメドとし、日食協のPRを兼ね福岡在住の賛助会員20社程度と同支部幹事を中心と

した懇談会を開催する予定。

さらに日本食料新聞社主催により「80年代の間屋経営」（講師；宮川東一氏）および「間屋の人材教育」（講師；木村忠治氏）と題するセミナーに協賛団体として支部が参加する。

日時 9月13日 10:00～18:00

場所 福岡市 天神ビル

聴講料 1名 5,000円

〔関東支部〕

去る5月24日、本部総会終了後に引続いて関東支部の定時総会を開催（前号既報）したが、予算等については幹事会に一任となり、6月21日、年度に入って第2回目の幹事会を開催した。

▼酒類食品統一伝票を積極採用

酒類食品統一伝票の普及について関東支部は積極的姿勢で臨むこととなり、今後必要に応じてブロック単位に実施する。また普及をはかるにしても、まず卸業者自らがこの業界伝票に切換えることが

先決であるとされ、少くとも関東支部の幹事店は率先して統一伝票の採用に努力して行くこととなった。

▼関東支部物流対策委員会を設置

省エネルギー問題とも関連し今後物流コストは大きな変様を来すであろうことが予想され、あらゆる角度からこれを検討すべき時期を迎えている。

関東支部においてはまず東京ブロックメンバーを中心に物流対策委員会を設置することとなり、松下鈴木㈱ 進藤正典氏、物産食品販売㈱ 上地虎次氏をお世話役とし、その準備に入り委員を検討の結果次の各社を委員会社とし、支部長名をもってこのほど委嘱がなされた。

〔物流対策委員〕

国 分 ㈱
仁 木 島 商 事 ㈱
西 野 商 事 ㈱
㈱ 広 屋
物 産 食 品 販 売 ㈱
北 洋 商 事 ㈱
松 下 鈴 木 ㈱
㈱ 明 治 屋
矢 口 産 業 ㈱

なお関東支部では不当返品防止活動、研究会および講演会等の催事活動を推進するが、会員の増強についても各ブロックの支援のもとに新規会員の勧誘を行なう。

〔 四 国 支 部 〕

四国支部の幹事会ならびに定時総会は去る6月15日、高松市のホテル川六で開催された。出席は会員関係24社、賛助会員33社。

定時総会開催に当たり竹内支部長より日食協設立の趣旨につき①行政上の受皿としての日食協②社会的卸売業としての位置づけ③企業内部の体質改善のための団体として会員が同じテーブルに着きコミュニケーションを図るとともに④鉄の鎖の団結こそこの業界は最も必要とされるころであると呼びかけた。

▼商品知識等の研究会を企画

四国支部としては今後さらに未加入会員の加入呼びかけを行ない、また賛助会員に対しては日食協活動を十分理解していただくためのPRを進めたいとし、そのための日食協会報の増刷り要請があった。

またメーカーの協力のもとに今後商品知識啓発のための研究会、セミナー等を開催したいとし、出来れば10月～11月を目標に県単位で実施する意向である。

その他不当返品防止活動、食料品の日付問題等にも前向きに取り組んでいく方針。

▼「経営者の健康を考える」講演会

定時総会終了後、香川県教育委員会スポーツ課長野口福一郎氏の「現代生活とレクリエーションについて；経営者の健康を考える」と題する講演会が行なわれた。日常生活のうえにおける経営者の健康につき歩行を中心に運動と健康管理法を判り易く講演され好評であった。

終って懇親会（会費1万円）が開かれたが、この懇親会はいままで中国四国支部の四国ブロックとして活動していたが、本部理事会、定時総会において正式に中国ブロックと分離し四国支部が誕生したことにより、実質第1回目の支部総会としてこれを記念し開かれたもの。

〔東北支部〕

6月22日、仙台ホテルプラザにおいて東北支部の幹事会ならびに定時総会が開催された。出席は会員11社。

同支部の重点的事業活動として①各支部との協力体制強化②不当返品防止運動（地域団体とも協力して）③加工食品卸売業の地位向上のための流通問題に関連した研究会、講演会、見学会等を企画しこれを実施④引き続き新規会員の増員を図る。⑤事務合理化の一環として酒類食品統一伝票の普及などを推進する。

総会席上の意見として、①日食協に対する認識度が薄く、いろいろのかたちで情報交換の場を活発に設けるべきである②遠隔地から出席する幹事への旅費実費支給を考慮する必要があるのではないか等の発言があった。

〔近畿支部〕

近畿支部では6月12日定時総会に先だつ幹事会を開催し、続いて6月25日、大阪化繊会館において定時総会を開催した。出席10数社。

支部の具体的活動方針としては、流通合理化対策としての統一伝票の普及、配送等に関する実務研究。取引きの正常化対策として現行リベート制度に関する取引条件の見直し、あるいは不当返品に対する是正対策、教育研究活動の充実、販売促進と啓蒙対策等、幅広い活動を展開する。

この総会の席上では日食協活動に関する積極的な質疑があり、盛りあがりのある総会となった。

▼統一伝票説明会開催日時決まる

近畿支部では支部事業活動の一環として酒類食品統一伝票の説明会を下記により開催することとなった。この説明会はマニュアル発表後初の正式

説明会となる。

日時 54年8月28日 13:30~15:30
場所 大阪化学繊維会館

なお当日の講師としては酒類食品統一伝票普及促進委員会の委員長 国分精経理第3課長中村隆一氏が担当される。

〔東海北陸支部〕

— 東海ブロック総会 —

東海北陸支部・東海ブロック総会は7月6日、名鉄グランドホテルにおいて開催された。出席会員13社。

同ブロックにあつては中部食料品問屋連盟の活動が活発であり、同連盟との連繫協力は欠くことができないが、この日のブロック総会では、今後の支部活動にあつて基本的に本部と連盟との相互関係をどのような姿勢で臨むべきか、それらの問題点につき、7項目にわたる本部への要望として意見がまとめられた。なおこれらの要望については運営委員会において検討される運びである。

〔中国支部〕

7月2日、広島市・弥生会館において中国支部の幹事会ならびに定時総会が開催された。出席；会員32社、賛助会員42社、業界新聞社3社、計78名。

総会議案審議に先だち支部長中村角太郎氏より、中国支部発足までの経緯と今後の支部活動のあり方等につき挨拶があり、①中国支部規約に関する件、②53年度決算報告、③54年度事業計画、④予算案の協議を行ない、全案異議なく承認された。

同支部では支部規約の外に支部内規が設けられ、

①遠隔地よりの幹事会出席者に対する実費旅費規定、②支部会員の死亡時における花輪1対と弔電を贈り弔意を表する内規が設けられた。

また総会席上において賛助会員側を代表し、味の素㈱広島支店長田中二郎氏の挨拶および本部事務局より北田専務理事の本部活動状況報告があった。

なお総会終了後、懇親会が開られブロックから支部に生れ変わった中国支部の前途への発展を期しなごやかなパーティが催された。

運営委員会

7月25日、54年度に入って第3回目の運営委員会が開催された。

《農政審議会の専門委員に国分道夫氏》

運営委員会の諸議案協議に先だち国分道夫委員長は、去る6月30日付にて内閣総理大臣大平正芳より農政審議会の専門委員に任命された旨の報告があった。

このたびの発令は日食協を代表する立場での専門委員の就任でもあり、すでに7月3日初回委員会が開られている。今後の農林水産行政は基本的に総見直しすべき時を迎えており、特に加工食品に対する行政見直しについてはこの農政審議会を通じ積極的に検討されるもよう。

国分運営委員長は同審議会のうちの加工食品流通部に所属され、卸業界からは1名のみの委員であり、その活躍が期待されている。

《農政審議会流通・加工部会専門委員名簿》

(◎印座長)

氏 名 所 属

(流通・外食)

秋 谷 重 男 埼玉大学教授

◎池 田 正 範 野菜供給安定基金理事長

梅 野 憲治郎 サンケイ新聞マーケティング事業部調査部長

奥 住 正 道 奥住マネジメント研究所 所長

清 成 忠 男 法政大学経営学部教授

國 分 道 夫 日本加工食品卸協会本部 運営委員長

齊 藤 七 郎 農林中央金庫審査部長

田 島 義 博 学習院大学教授

松 本 忠 義 全国農業協同組合連合会 常務理事

(加工・消費者)

◎池 田 正 範 野菜供給安定基金理事長

石 田 朗 食品産業センター専務理事

木 村 進 食品総合研究所食品工学部 部長

清 成 忠 男 法政大学経営学部教授

近 藤 とし子 栄養改善普及会会長

齊 藤 七 郎 農林中央金庫審査部長

妹 尾 美智子 神戸市消費者協会専務理事

松 本 忠 義 全国農業協同組合連合会 常務理事

《支部充当費第一次の送金準備》

54年度の8支部に対する支部充当金につき納入状況等を協議の結果、各支部ともその充当金の半額を第一次分として7月末日までに送金することとなった。ただし前年度分の未納分についてはこの第一次において精算される。

《行政関係の諸調査に積極協力》

農林水産省では加工食品卸売業の現状調査を積極的に進めているが、当業界に関連する調査事業の中では次ぎのようなものがある。

1 加工食品取引近代化推進調査

さきに「食品卸売業構造基礎調査」が53年度に続き54年度事業として2年度にわたり実施（調査結果一部18頁掲載）したが、この基礎統計資料のまとめに引き続き、55年および56年度にかけ「加工食品取引近代化推進調査」が行なわれる予定である。

55年度においては、加工食品の流通経路のうち、メーカーから問屋を通じ小売店を結ぶ流通にかかわる取引条件を調査対象とし、56年度においてメーカーと大型小売チェーン、ボランタリーチェーンとの直結流通に関連する取引条件につき調査する。このことにより、加工食品の流通全体をめぐる取引条件を明らかにするというもの。調査対象は加工食品問屋（1次～3次問屋を含む）の10%に相当する2,600企業を抽出。委託先；(社)食料品流通改善協会→(財)流通経済研究所となっているが、この調査が始められるに当たっては当協会から代表委員が参画することになっており、特に日食協の協力が農林水産省当局より強く望まれているところである。

2 食品流通合理化推進事業

本事業は昭和50年度から53年度に実施した「食品流通合理化システム基本設計調査事業」に次ぐものとして、食品流通の統合的効率化の推進に資するため、昭和54年より予算化されたものである。この事業の調査目的は①食品の商的、物的流通等の総合的効率化の推進、②品目別流通構造の把握（流通構造調査の実施）、③流通近代化

を推進するための指針となるべき流通効率化構想の策定、④食品流通の改善と合理化の推進等となっており、54年度における選定品目としては、食用油と缶詰の2品目がその対象。このうち缶詰に関しては日食協の全面的協力が要請されている。当協会としては缶詰ブランドオーナー会幹事長および事務局が委員として参加する予定である。

3 中小企業の貸倒引当金の特例措置利用状況調査

「中小企業の貸倒引当金の特例（通常の繰入限度額の20%増し）＝租税特別措置法第57条の5については55年3月にて特例措置は了期となる。

このことに関し農林水産省では大蔵省に対し期限延長のための手持資料に資するべくその利用状況の調査を行なうとしており、日食協に対し調査協力の呼びかけがあった。当協会としてもその延長は大いに賛同するところであり、進んで調査に応ずる姿勢である。調査対象は資本金又は出資金1億円以下の企業となっており、日食協関係では50社程度を農林水産省側で抽出し7月末ごろにアンケート用紙が届けられる予定。集計は8月末となっているが、調査内容は部外秘扱いとなる。

以上の諸調査につき運営委員会で協議の結果いづれも業界として基礎データの不足している現状から見て積極的に協力に応ずるべきだとされ、調査実施に当たっては会員の前向きな参加を呼びかけることとなった。



商品委・物流メンバー決まる

商品委員会は7月25日開催され、前回委員会

(2頁参照)で決定した委員増員に伴う新委員の紹介、物流部門のワーキンググループ推薦状況および物流対策につき今後基本的にどのようなかたちでグループ活動を進めるか、また一般消費税に関する陳情原案の検討等を行なった。

なおこのたび推薦届のあった部門別委員メンバーは下記の通りである。

商品委員会部門別委員

社名	物流部門 ワーキンググループ委員	仕入部門 ワーキンググループ委員
國分(株)	正 前田幸男 副 正能勝一	正 臼田益夫 副
北洋商事(株)	正 丸山幸男 副	正 加藤 稔 副 渡辺浩気
(株)明治屋	正 大熊秀一 副 桃原良規	正 鶴見 公 副 中島隆夫
松下鈴木(株)	正 進藤正典 副 前田武男	正 森 駿一 副 岡本文夫
(株)小網	正 佐藤正光 副	正 清田武次 副 五味将弘
コンタツ(株)	正 杉山汜雄 副 網中敬六	正 杉山汜雄 副 網中敬六
(株)サンヨー堂	正 山崎重雄 副 相沢良英	正 相沢良英 副 山崎重雄
(株)廣屋	正 本間 稔 副 池永俊春	正 乙訓 勉 副 古田一幸

一般消費税で陳情書(案)を検討

さきの商品委員会において一般消費税の新税創設問題は加工食品卸業界に極めて深刻な波紋を投げかけるとして、陳情書(案)をまず事務局において作成することになっていたが、7月25日開催の商品委員会にさきがける同日の運営委員会において、まず日食協として反対陳情を行なうかどうかにつき協議した。その結果、加工食品卸売業界の立場から陳情活動を推進すべきであるという結論となり、この原案の内容を商品委員会でさらに

検討のうえ、各支部長にその案を提示し、賛同を求めることとなった。政府陳情は9月時点とし、正副会長の承認を得て活動に移す段取りである。

JAS担当官と初の懇談会 缶詰表示で流通業界の実情を訴える

7月18日、鉄道会館ルービーホールにおいて、缶詰JAS規格の改正と品質表示基準設定問題に関し、農水省担当官と初の懇談会を開催した。この日の出席は農林水産省食品流通局消費経済課の規格専門官山本允氏、同中村俊丸氏、農林水産技官藤田忠義氏、同松本均氏の4名。日食協側は缶詰ブランドオーナー会規格部会長多田義朗氏、広田正氏(果実部会長店)、大西康雄氏(パイソ部会長)、高崎康二氏(普及宣伝部会長店)、萩原弥重氏(野菜部会副部会長)、日食協北田久雄氏、日缶協隅野勇氏、平野孝三郎氏、製缶協会山崎力氏、農産缶工組山内正雄氏、蜜柑缶工組村上延衛氏、缶詰検査協会御子柴正紀氏ら缶詰関係団体の各専務理事、常務理事。

この日の懇談の目的は去る7月7日付で果実缶詰のJAS改正及び品質表示基準の設定が告示されたが、これら告示の内容につき、特に流通業界の立場からJAS規格と品質表示問題に関連し、缶詰の現状と将来的問題点等につき希望意見が述べられた。

また次ぎの作業としては野菜缶詰のJAS改正とその品質表示基準の設定が手がけられることになっており、すでに業界内部においてもその内容的検討に入っているが、日食協サイドの情報提供意見具申の場が設けられたことにつき好感が持たれている。

商品委員会

6月29日商品委員会を開催し、①部門別ワーキンググループ活動②一般消費税の動向③農水省取引近代化推進のための調査協力④返品問題についてなどを協議。それぞれ方針が打ち出された。

なお、今後委員会活動はより活発化することが予想され、メンバー充実を図るべく委員の増員について協議の結果、コンタツ俣の推薦を決定。

委員委嘱は会長名で行なわれることとなった。

【部門別WGの活動】

仕入、販売、物流3部門と一般消費税に関するワーキンググループが本商品委員会の組織構成となっているが、このうち前年度から仕入部門、および一般消費税に関する二部門についてはすでに数回にわたり検討会が行なわれている。

本年度は販売および物流の二部門のWGが発足予定であるが、まず物流部門を発足させ、省エネルギー問題とも関連し、運賃等物流コストの情報交換とそれに対する施策を行なうことになった。

【販売部門は仕入部門が兼任】

販売部門のWGは、仕入部門のWGとも密接な絡みがあり、しかも販売に関しては極めて難しい問題が提起されているだけに、まず情報交換から当初はスタートし、販売面での共通意識を持つことにより現状を打破していこうという姿勢である。

本年度下期において事情変化が生ずるといっても、それをリード出来るだけの体制を組み問題の解決に当たることとなる。

【一般消費税の動向について】

日食協は一般消費税に関する試案発表以前に食

品産業センター、食流協の組織を通じて連名により反対陳情を行なったが、今後当業界としてさらに反対を表明すべきかどうか。また要望する場合、そのタイミングをどこに置くべきか等、種々の問題はあっても、まず事務局において印台となる案文を作成し、それを検討。陳情を行なうかどうかの判断については運営委員会ならびに理事会に委ねることになった。

【返品問題について】

事務局より返品問題について各支部の活動状況を報告。

返品問題は当業界を取りまく大きな問題であり改善が必要とする点は共通に望まれているところであるが、いかにこれを実行に結びつけていくか本部においては無論のこと各支部にあっても十分検討を要する問題である。

いずれにしてもこれをいかなるかたちで推進するかは、その方法論にかかっており、運営委員会でこの件につき改めて方向づけを行なうことになった。

情報システム化委員会

6月26日情報システム化委員会を開催し、54年度委員会活動として、特に①酒類食品統一伝票②取引先コード③共通商品コード等について協議。それぞれ方針を決定した。

【統一伝票の普及促進】

各支部において「酒類食品統一伝票マニュアル」の説明ならびにその普及につき協力を求めてきたが、さらに業界全体としての今後の普及活動につきいままて規格づくり、マニュアルづくりを主体

として作業してきた『酒類食品統一伝票普及促進委員会』においてこれら普及のための具体的検討を図り、その推進役をつとめることになった。

【SDPとの協力体制】

SDP（酒類食品データプール）の加入等に関する普及は日食協が率先してこれを推進する立場にはないが、今後SDPから日食協へ協力の要請がある場合は積極的にバックアップする姿勢である。

また、地域的な問題が生ずれば、これはその時点において、支部が協力体制で臨むことも考えられるとされた。

【取引コード検討委員会設置】

さきに日食協は農林水産省の委託調査事業「加工食品取引コードシステム調査」を行なったが、この調査結果を裏あるものとすべく取引コード検討委員会（仮称）を設けることになった。

同検討委員会の構成は食品、酒、ビールのメーカーおよび卸メンバー若干名により構成し、その人選については委員長一任。

なお、同検討委員会は取引先コードのみに止まらず、商品コード、POSシステム等についても今後検討対象に組みこむこととし、従って名称も単に「取引コード」と総称することになっている。

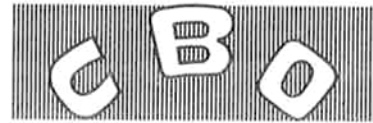
◎統一伝票普及委員会を開催

7月20日、年度入り初の「酒類食品統一伝票普及促進委員会」を開催した。この委員会に（財）流通システム開発センター：コードセンター担当の齊藤静一氏がオブザーバー出席され、統一伝票のスライド映写、意見交換を行なった。

なお情報システム化委員会において提案のあった統一伝票のメーカーに対する協力呼びかけにつき検討した結果、國分柳中村隆一氏を中心に原案

作成にとりかかり、次回委員会でとりまとめを行なうこととなった。

また説明会の開催については来る9月6日に日食協主催で実施の予定である。



缶詰ブランドオーナー会

6月7日、缶詰ブランドオーナー会（CBO）全体会議を開催し、①53年度CBO活動状況報告②53年度CBO決算報告③54年度事業活動④54年度収支予算⑤果実缶詰のJAS改正、品質表示基準設定⑥缶詰の製造年月日刻印変更⑦野菜缶詰のJAS改正、品質表示基準案等について協議した。

【CBO・53年度決算】

予 算	8,000,000円
支 出	7,599,162円
本会計に移管	400,838円

【CBO・54年度収支予算】

充当予算額	8,500,000円
〔支出〕	
事業費	2,800,000円
事務費	5,626,000円
予備費	74,000円

【果実缶詰のJAS改正について】

果実缶詰のJAS改正、品質表示基準設定の告示は大巾に遅れており6月7日現在まだ発表されていない。告示があれば、その告示された1カ月後に施行となる。なおこのたびの告示は施行後1年間の猶予期間が設けられる。

主な品目については内容量が規定されるがその他のものは一括定率方式による。

形状のうちパインのクラッシュ（碎片）は「小片」に改められた。

パインの「冷凍原料使用」の表示は商品名の $\frac{2}{3}$ 以上の大きさ、着色料を使用の場合は20ポイント以上のゴシック文字で表示することになった。

また使用上の注意は内面塗装缶にあっては表示しないこととされている。

もものへビー、みかんのライト、パインの形状表示方法等は改版の時に新表示に切りかえるよう望まれている。

【缶詰の製造年月日刻印変更】

5月23日、日缶協定時総会で製造年月日の6桁刻印の新表示が決定、日食協としては6桁表示問題につき実害が伴うおそれがあり強く反対を行なって来たものの、行政面での積極指導があり止むを得ぬ実情となった。

しかし、いま直ちに切り換えるとなると流通混乱を来し、また現実に新表示の通達以前にこれを表示実施した場合、食品衛生法違反に問われることにもなる。

いずれにしても業界の受入れ体制が整う時点まで慎重に対応して行く手筈となっている。

なお厚生省の局長通達は西暦、和暦のいずれもが認められるかたちで取扱われる見通しであるが、農水省の指導は輸出向け等とも関連し西暦であることが望ましいとされ、業界としても混乱を避けるため西暦に統一することを決めている。

しかしこの問題については日食協内部においてはなお強い反対の意見がある。

【さくらんぼ小型缶の内容量について】

缶詰検査協会において内容量の見方会を開き次のように決定。

缶 型	固形量	内容総量
1号缶	1,800g	3,000g
小型2号缶	45g	90g

【缶詰の賞味期間を積極PR】

「シェルフライフ」とか「品質保持期間」という表現が業界でしばしば使われているが、これらの言い現わし方では消費者にあまりよく理解されない。

そこでこうした表現を用いる場合は、必ずカッコ書きで「おいしく食べられる期間」など適切な説明づけを行ない、今後のPR活動にあたりこれらのことを十分留意することとなった。

果実缶詰のJASを告示

（一括表示ですべて義務づけ）

大巾に遅れていた果実缶詰のJAS改正ならびに品質表示基準の設定に伴う告示が54年7月7日官報（号外第43号）をもって行なわれた。

この告示は公布の日から施行し、昭和55年7月7日以後に製造される果実かん詰及び果実びん詰（輸入品にあっては、同日以後に輸入されるもの）に適用される。

品目によって経過措置があり当分の間は従前の例によるというかたちにとられている。

主な改正点、注意すべき内容は下記の通りである。

1 糖度基準

対象となるのは次の果実の水づけ、果汁づけ、

シラップづけ、果汁入りシラップづけ、ドライパックとする。

- ① もも：2つ割り、4つ割り、薄切り
- ② 洋なし：2つ割り、4つ割り、薄切り
- ③ 和なし：2つ割り、4つ割り、薄切り
- ④ 上記以外の1種類の果実：
全形、2つ割り、4つ割り、薄切り、輪切り
- ⑤ 混合果実：2種混合果実、3種混合果実、フルーツカクテル等

2 品質基準

- (1) 等級基準を定めるもの
もも、洋なし2つ割り、上級、標準の2階級とし、従来の等級の名称は廃止する。
- (2) 採点基準
等級基準のあるもの：従来通り5点法
等級基準のないもの：一定基準による合否判定
- (3) 糖度区分は次のとおりとする
10%以上～14%未満：
「エクストラライトシラップ」
14%以上～18%未満：「ライトシラップ」
18%以上～22%未満：「ヘビーシラップ」
22%以上：「エクストラヘビーシラップ」
- (4) 食品添加物
使用できる添加物を規定している。
- (5) 食品添加物以外の原材料
使用できる原材料を規定している。
ももの果汁づけはももの果汁のみを認め、その他の果汁づけは混合果汁の使用を認める。
- (6) 内容量
次のとおり主要缶型の内容量を現行どおりの℥数で特掲し、他の缶型は一括定率方式で規定している。
但し、現行℥数のうち、末尾が1及び2℥となっているものは全て0とする。

品名	特掲缶詰	その他缶型の一括定率方式	
		固形量	内容総量
もも	1, 2, 4, 5号	55%以上	90%以上
洋なし			
和なし			
なつみかん	4, 5号	45%以上	85%以上
ぶどう	4, 5号		
いちぢく	2, 4号		
あんず2つ割り	2, 4号		
全形びわ	2, 4, 5号		
さくらんぼ	4, 6号	55%以上	90%以上
その他1種類	—		
混合果実	—		

3 表示

JAS規格、品質表示基準共に一括表示事項の表示方法を規定しているが、その具体的な例示方法は6頁のとおりである。

表示項目中、内容物の大きさ等も表示することとなったが、適用されるものは次のとおりである。

- (1) 2つ割りの果実の場合 果肉の大きさ
- (2) 全果実の全形の場合 果粒の大きさ
- (3) りんごの輪切りの場合 内容個数

以上夫々の表示方法は次のとおりである。

- (1) 「果肉の大きさ」を果肉数をそのまま表示するか又は従来の区分による記号（大、中、小）で表示する。略号（L、M、S）で表示する場合は、果肉の大きさを表わす記号の略号を記載し、かつ、その略号が大、中若しくは小である旨又はその略号が示す果肉数を記載すること。
- (2) 「果粒の大きさ」の場合も上記果肉の大きさに準ずるが、大は大粒、中は中粒、小は小粒とすることができる。
- (3) 「内容個数」は「〇個」又は「〇枚」とする。

一括表示例

- | |
|---------------------|
| (1) 白ももヘビーシラップづけの場合 |
| 品名 白もも・シラップづけ |

形 状	2つ割り
果肉の大きさ	かんマーク上段末尾に略号で記載（Lは大、Mは中、Sは小）
原 材 料 名	白もも、糖類（砂糖、ぶどう糖）、酸味料、抗酸化剤、変色防止剤
固 形 量	250グラム
内 容 総 量	425グラム
製造年月日	缶蓋に記載
使用上の注意	かんをあけると空気にふれて内面が酸化しますので必ずガラスなどの容器に移しかえて下さい。
販 売 者	〇〇商事株式会社 東京都千代田区丸の内2-4-1

(2) 白もも果汁づけ（加糖）の場合

品 名	白もも・果汁づけ（加糖）
形 状	小 片
原 材 料 名	白もも、もも果汁、砂糖、酸味料、抗酸化剤、変色防止剤
固 形 量	（以下省略）
内 容 総 量	
	⋮

(3) 丸あんず（皮付）ヘビーシラップづけの場合

品 名	あんず・シラップづけ（ヘビー）
形 状	丸あんず（皮付）又は全形（皮付）
果粒の大きさ	かんマーク上段右側に略号で記載（Lは大粒、Mは中粒、Sは小粒）

原 材 料 名	あんず、糖類（砂糖、ぶどう糖）、クエン酸、L-アスコルビン酸ナトリウム、重合リン酸塩（但し非JAS品のみ）
固 形 量	（以下省略）
内 容 総 量	
	⋮

(4) フルーツカクテルヘビーシラップづけの場合

品 名	フルーツカクテル・シラップづけ（ヘビー）
原 材 料 名	果実（黄もも、洋なし、りんご、パインアップル、さくらんぼ）、糖類（砂糖、ぶどう糖）、酸味料、着色料、合成着色料
固 形 量	（以下省略）
内 容 総 量	
	⋮

4 一括表示の例外規定

- (1) 「内容個数」、「果肉又は果粒の大きさ」、「製造年月日」及び「使用上の注意」は表示箇所を示して、欄外に表示できる。
- (2) ももは当分の間ヘビーの表示を省略できる。
- (3) もも、洋なし及び和なし以外の2つ割りは、当分の間内容個数の表示を認める。
- (4) 輪切りのりんごについては、固形量を表示する文字の次に、カッコを付して、内容個数を記載することができる。
- (5) 活字の大きさは8ポイント以上であるが、缶又はびんの胴の面積が100cm²以下の場合には7ポイント以上とする。
- (6) 内面塗装缶を使用した場合は、この様式中「使用上の注意」を省略すること。

食品添加物以外の原材料及び食品添加物一覧表

原 材 料 品 名	食品添加物以外の原材料					食 品 添 加 物							
	果 実 及 び 果 汁	糖 類	● 着 香 料	着 色 料	着 香 料	酸味料		抗酸 化剤	変 色 防 止 剤	賦形剤	合 成 着 色 料	着色補助剤	
						ク エ ン 酸	リ ン ゴ 酸	Ｌ ー ア ス コ ル ビ ン 酸	重 合 リ ン 酸 塩	乳 酸 カ ル シ ウ ム	赤 色 三 号	炭 酸 ナ ト リ ウ ム	ラ グ ル コ ノ ・ デ ル タ ・
もも	○ もも果汁	○	○			○	○	○	○	※※※ ○			
洋なし	○	○	○			○	○	○		※※※ ○			
さくらんぼ	○	○	○	○ コチニールラック色素	○	○	○	○			○	○	○
1種類の果実	○	○	○		○	○	○	○		※※※ ○			
混合果実	※ ○	○	○	※※ ○	○	○	○	○	もものみ ○	※※※ ○	※※ ○	※※ ○	※※ ○

- (注) ※：混合果実のうち、フルーツカクテルに使用する果実は、黄もも、洋なし、パイナップル及びぶどう（ぶどうに代えてさくらんぼを使用することができる）を必ず使用すること。
 ※※：混合果実のうち、さくらんぼに限り使用することができる。
 ※※※：果肉が軟らかいものであって、水づけのものに限り使用することができる。
 ●：当該果実から抽出した天然香料。

果汁、清飲業界も製造年月日の新表示にほぼ同意

7月10日(財)食品産業センター会議室で包装食品の製造年月日表示に関する打合会が開かれた。

これはセンター5月の連絡会で缶詰業界が製造年月日の6桁表示に切り換える方針を決定したことによりセンターが全体的な取りまとめの場を設けることになったもので缶びん詰関係団体により現在までの経過について説明した。

果汁、清涼飲料、トマトの各飲料関係団体は多

少実施についてニュアンスの相違が見られるものの缶詰が決定した6桁新表示方式にほぼ賛成の意向が示された。

なお、この席上、食品産業センターでは日本缶詰協会からこうしたことについて十分な連絡がなされていないことにつき今後は業界が慎重に連動し合っていくべきだとの見解が示され、特に表示問題については他の業界にも影響を及ぼすことでもあり一業種団体の先行型は好ましくないとされた。

乳製品関係で新表示通達

5月30日付で「乳及び乳製品の成分規格等に関する省令に基づく表示について厚生省から一般缶詰にさきがけ製造年月日の新表示に関し局長通達が行なわれた。

通達本文は次の通り。

【製造年月日】

乳（生乳及び生山羊乳を除く）及び乳製品並びに乳等を主要原料とする食品のうち乳酸菌飲料にあっては、製造年月日を表示すること。

ただし、牛乳、特別牛乳、殺菌山羊乳、部分脱脂乳、脱脂乳、加工乳、クリーム、はっ酵乳、乳酸菌飲料及び乳飲料のうち紙のふた又は合成樹脂加工アルミニウム箔で密栓した容器包装に入れられたものにおいては、製造日のみの記載をもって代えることができ、また、クリーム、はっ酵乳、乳酸菌飲料及び乳飲料のうち紙のふた又は合成樹脂加工アルミニウム箔で密栓した容器包装に入れられたもの以外のもの、バター、バターオイル、チーズ、濃縮ホエイ、アイスクリーム類、濃縮乳、脱脂濃縮乳、無糖れん乳、無糖脱脂れん乳、加糖れん乳、加糖脱脂れん乳、全粉乳、脱脂粉乳、クリームパウダー、ホエイパウダー、バターミルクパウダー、加糖粉乳並びに調製粉乳にあっては、製造年月日を略号で表わすことができる。なお、アイスクリーム類にあっては、製造年月日の表示を省略することができる。

- (1) 製造年月日の表示は、製造年月日であることが明らかに判るように、年月日の表示の前に「製造年月日」又は後に「製造」の文字を記載すること。なお、製造年月日の記載の場所を明記して、年月日を単独に記載することは差し支

えないこと。また、輸入品であって製造年月日が不明のものについては、輸入年月日の記載で差し支えないこと。この場合、年月日の表示の前に「輸入年月日」又は後に「輸入」の文字を記載すること。

- (2) 年月日の表示は、「昭和54年4月16日」、「54. 4. 16」、「1979年4月16日」、「1979. 4. 16」のように記載すること。ただし、これらの表示が困難と認められる場合には、「540416」又は「790416」と年、月、日をそれぞれ2桁（西暦年の場合は末尾2桁）とする6桁で記載しても差し支えないこと。
- (3) ロット番号、工場記号、その他の記号を併記するなど、製造年月日を不明確にする表示は行わないこと。

【JASの基本的あり方について】

JASは任意法であるが表示は品質表示基準によって義務付けられる。

それにしてはあまり規定が厳しすぎる。

案をこちらに提示されるのでなく、その前の段階で基本的な話し合いをする必要があり、そうした場がほしい。JASはフレームだけ決めて、あとは業界の自主ルールにまかせることが望ましい。

品質対策委員会

6月28日、品質対策委員会を開催。

本委員会は特に日本缶詰協会妹尾芳郎参事、日本缶詰検査協会井上勤吾常務理事をオブザーバーに迎え新聞報道されたみその異物混入問題の経緯、缶詰の異物混入の事例その対策について意見交換を行なった。

【みその異物混入問題の経緯】

このほど一部の日刊紙に味噌にねずみの毛、ダニ等の異物が混入していたとの記事が掲載されたが、この件に関し発表元である生活センターに問合せを行なったところ、同センターでは「異物混入はどんな商品でも顕微鏡にかければ何らかのかたちで発見できる。

その辺のところを心得ながらみなさんに気を付けていただく意味で発表した」とのこと。

目に見えない異物はたくさんあり、このような方法でテストをやれば異物混入が出てくることは

確実。

缶詰にあっては去る昭和49年11月アメリカでマダロ缶にネズミの毛昆虫の一部がでてきて大きな問題となった。

防止対策としてはまず衣類に気を付けること、朝は必ず水洗いをする。

ゴキブリに特に気をつけること等である。

FDAでは細かく許容量を規定している。

日本は許容量が決められていないため、かえってみそのような問題が起き話題にされる。

53年度缶びん詰生産数量

(社)日本缶詰協会がまとめた53年度 1~12 単位は内容重量=トン、函数=千函、実函、前月の缶詰生産数量は次表(P.9)の通りである。 年対比は内容重量による。

缶びん詰生産量の変化

品名	昭和53年		昭和52年		昭和43年		53/52年 (%)	53/43年 (%)
	内容重量	箱数	内容重量	箱数	内容重量	箱数		
(丸缶)								
水産	406,305	37,441	405,450	38,540	317,645	30,743	100.2	127.9
果実	288,223	23,798	318,304	26,206	287,945	22,373	90.5	100.3
野菜	116,842	10,473	108,501	10,285	53,954	4,711	107.7	216.6
ジャム	1,806	89	1,789	89	4303	268	101.0	42.0
食肉	29,134	4,519	26,971	4,119	7,754	1,104	108.0	375.7
調理特殊	58,561	6,613	45,202	5,669	14,090	1,790	129.6	415.6
飲料	1,402,906	182,415	1,127,009	141,255	83,803	8,899	124.5	1674.1
丸缶計	2,303,777	265,348	2,033,226	226,164	769,493	69,889	113.3	299.4
飲料を除く丸缶計	900,871	82,933	906,217	84,908	685,691	60,990	99.4	131.4
大缶	136,176	8,540	143,657	9,191	96,703	5,703	94.8	140.8
びん詰	109,773	15,801	114,190	16,076	44,831	6,141	96.1	244.9
総合計	2,549,785	289,689	2,291,073	251,431	911,028	81,733	111.3	279.9
飲料を除く総合計	1,146,819	107,274	1,164,065	110,175	827,225	72,834	98.5	138.6
レトルト食品	58,431	10,104	50,455	8,100	-	-	115.8	-
ペットフード	9,257	950	10,722	1,048	12,087	1,469	86.3	76.6

こうした問題は常に蔭でくすぶっている。

委員会としても今後これらの問題に対応すべく関係団体と連携し最善を尽して行くことが話合われた。

沖縄パイン缶詰懇談会 金沢および鹿児島で開催

主催；沖縄パインアップル缶詰協会、沖縄県パインアップル缶詰工業協同組合。協賛；日本加工食品卸協会による沖縄パインアップル缶詰懇談会は6月18日金沢市の金沢ニューグランドホテルおよび、7月9日鹿児島市城山観光ホテルの2カ所においてそれぞれ地元の本会支部役員協力のもとで開催された。

この懇談会のねらいは沖縄パイン缶の販売促進を目的とし開催地の卸業者中心に沖縄の産地報告、パイン業界事情等につき説明、意見交換を行ない沖縄パインの理解度を高めることがねらい。

金沢、鹿児島両地区とも盛況で、終ってなごやかな懇親会が開かれた。

税制改正で要望

(財)食品産業センターより昭和54年度食品産業関係の税制改正について要望事項があれば申し入れてほしいとの要請があり、このほど加工食品卸業界の立場から日食協は以下の6項目につき、それぞれ理由を付し要望を行なった。

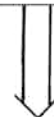
要 望 事 項

1. 特定資産の買換えの場合等の課税の特例(措法65の7)のうち、14号該当の買換え資産

の範囲を以下のごとく拡大されたい。

(14号該当)

現行の買換え資産の範囲
○国内にある減価償却資産
○日本船舶



拡大をのぞむ買換え資産の範囲
○国内にある減価償却資産
(但し、買換え資産が倉庫である場合は土地を含む)
○日本船舶

(理 由)

当加工食品卸業界は収益性が低く、新規に土地購入して倉庫を設置し、変化する流通システムに対応することは極めて困難であり、従って旧資産を転売して設置する倉庫等に対しては対税面での配慮をのぞみたい。

他税(地方税法)との関連において、例えば特別土地保有税は事業用等恒久的に利用されている建物等の敷地に供している土地であれば免税措置がとられている。また事業所税において酒を保管する酒類卸売業の倉庫を $\frac{1}{2}$ の減免措置がある。従って加工食品を保管する土地を含む倉庫の取得に対しても法人税法上でこれらと同様の措置を講ぜられたい。

2. 土地譲渡益重課制度(措法63条)の一部適用除外をのぞむ。

法人が有する昭和44年1月1日以後に他の者から取得した土地等の譲渡であっても、その目的が事業用の資産、特に倉庫等を買換えるた

めのものについては、土地譲渡益重課制度設置の主旨に該当するものでもなく、また物流コスト低減の社会的な役割を果す観点から適用を除外されたい。

3. 特定備蓄施設等の割増償却（措法48）の適用範囲の拡大。

倉庫業以外の自社倉庫についても一定基準の倉庫面積を有し、かつ生活必需品である加工食品を保管する施設にあっては割増償却の対象とされたい。

理由は、物流システム及び取扱い荷役機器の進歩に対応するため、早期償却を必要とすることにある。

4. 電子計算機初年度特別償却制度の復活をのぞむ。

初年度 $\frac{1}{5}$ の特別償却制度は、原則として昭和53年3月31日以後取得したものは制度の廃止により適用されなくなった。

しかし、加工食品卸業界のシステム化は、これからがその緒につく段階であるといつてよく、オンライン等、事務処理の合理化実施による電子計算機の導入は今後さらに進められる傾向にある。

制度復活を要望する。

5. 固定資産税等の特例の復活をのぞむ。

（理由）

電子計算機の償却資産税課税標準額 $\frac{5}{6}$ の取扱いは53年3月で打ち切られたが、業界にあってはオンライン等、事務合理化の過程にあるところが多く、その継続を要望したい。

6. 事務所税減免範囲を拡大されたい（地方税法701～57）。

（理由）

現在、酒類の販売業のうち卸売業に係る酒類の保管のための倉庫については、通常課税の $\frac{1}{2}$ の取扱いとなっているが、加工食品の社会的な役割を考慮すれば酒類と同様の取扱いとすべきである。特に一般消費税の創設にあたり、食品が非課税として取扱われるという傾向から見ても、国民生活の重要な位置づけがなされていることは明らかである。

全国縦断大講演会終わる 実施効果を各地とも評価

主催；商業界、後援；日本加工食品卸協会の
'79商業界全国縦断大講演会は3月13日から5月18日全国31都市において開催、開催地の支部が積極的集客活動に協力した。

なおこのたびの催しにつきその実施効果をアンケートしたところ次のような意見が寄せられた。

○講師の選択がよかったので、内容といい、雰囲気といい、成功であった。

○大講演会の内容等については当地の業界にとって基本的に考えなければならない事であり、又研究しなければならない事でもあり大変参考になった。ただ集客についてはいま一つ考える必要がある。

講演会を開いて勉強するという理念の確立を窓口通して卸店が小売店に対して徹底的にPRする必要があった。

○出席の各酒販店、食品店の店主は将来のビジョンについて十分認識したようであるが、具体的な物の売り方とか、ハウツーものを望むという声も聞かれた。

《今後の企画についての希望》

- 卸売対象のセミナーを望みたい。
- 卸と小売問題につき支部活動の一環として研究会を取上げてみたい。
- 問屋セールスの実務教育
- 問屋MDとしてのあるべき教育
- 「小売店がビックスーパーと戦える方法」等の

小売店の存続条件等緊迫感あふれる内容が欲しい。

- 問屋、小売いずれを問わず、日食協主催の勉強会を開いていただきたい。
- 量販店乱立により小売店も危機感を持ってきた。生きのこる道についてのアドバイスのな講座を希望する。

食品卸業構造基礎

—数字で見るその実態—

このたび財団法人流通経済研究所が農林水産省食品流通局商業課より社団法人食料品流通改善協会を經由して委託された「食品卸売業構造基礎調査」の結果が報告書にまとめられた。そのなかで当業界に参考となる資料を若干転載することとした。

この調査はわが国、食品卸売業の経営及び流通の実態変化の方向性を体系的に把握し、各種施策を展開するための基礎資料作成を目的に行なわれたもので、53年～54年度と2年度にわたり継続調査される。53年度はその初年度として、わが国食品卸売業の構造、機能、流通経路、経営、など種々の側面について商業統計等既存データの整理及びそれらでは把握しにくい項目についてアンケート調査を実施し、実態、方向性に関する基礎統計資料の収集作成を行なったもの。

そのため、それらに基づいた詳細な分析、食品卸売業の近代化、合理化のための施策検討は次年度調査の課題とされている。

なお、調査委員会委員に日食協商品委員会委員長廣田正氏が参画されている。

年商・売上及び従業員数

—取扱い30%以上のトップ商品別—

	当該事業所		会社全体	
	売上額	常時従業者	売上額	常時従業者
	百万円	人	百万円	人
砂糖類	2,948	21.0	10,869	85.5
味そ・しょうゆ	208	7.7	327	11.6
化学調味料等	4,664	23.2	18,214	153.5
酒類	2,575	34.5	25,695	229.7
茶類(含コーヒー)	4,279	33.9	38,368.9	749.1

菓 子 類	1,302	51.9	9,530	128.4
めん類及び穀類加工品	1,266	13.7	9,040	94.9
牛 乳 ・ 乳 製 品	2,809	30.0	27,175	262.9
食 用 油 脂 類	44,618	13.4	123,417	37.8
調 理 冷 凍 食 品	3,092	34.0	14,200	78.3
乾 物 類	1,032	19.1	2,169	30.8
缶 詰 ・ び ん 詰 類	1,430	16.4	11,350	114.5
米 麦 ・ 雑 穀 ・ 豆 類	1,510	13.9	5,914	39.6
生 鮮 ・ 冷 凍 魚 介 類	5,727	43.3	8,255	119.4
そ の 他 の 食 料 品	2,041	30.4	11,180	98.0
食 料 品 以 外	25,971	149.2	41,888	283.8
単品30%以上なし	4,651	38.4	106,517	295.2
不 明	2,254	34.0	7,760	67.6
合 計	5,042	31.5	50,574	189.3

年商・売上及び従業員数

— 流通経路上の位置別 —

	当 該 事 業 所		会 社 全 体	
	売 上 額	常 時 従 業 者	売 上 額	常 時 従 業 者
	百万円	人	百万円	人
メ ー カ ー	1,662	28.0	6,440	180.4
商 社	26,370	113.3	430,036	1810.1
全 国 卸 ・ 元 卸	7,177	45.8	67,823	567.8
1次卸(2次卸向)	2,072	26.2	9,715	100.0
” (小売店向)	2,598	33.0	9,859	109.4
” (飲食店等向)	2,214	36.6	19,650	239.8
” (メーカー向)	26,856	16.6	28,583	38.7
2次卸(小売店向)	6,881	16.8	1,196	22.3
” (飲食店等向)	9,380	20.4	1,386	31.5
合 計	5,042	31.5	50,574	189.3

ここ数年、取扱いが大きく増大したり、新規に取扱い開始した品目

	取 扱 増 大 品 目	新 規 取 扱 開 始 品 目
砂 糖 類	2 (0.4)	13 (2.8)
み そ ・ し ょ う ゆ	6 (1.3)	9 (1.9)

化学調味料等	26	(5.6)	5	(1.1)
酒 類	8	(1.7)	5	(1.1)
清涼飲料、ジュースなどの飲料	55	(11.8)	3	(0.6)
茶 類 (含コーヒー)	6	(1.3)	2	(0.4)
パ ン 類	1	(0.2)	1	(0.2)
菓 子 類	7	(1.5)	14	(3.0)
めん類及び穀類加工品	23	(4.9)	4	(0.9)
牛乳・乳製品	12	(2.6)	9	(1.9)
食用油脂類	20	(4.3)	4	(0.9)
ハム・ソーセイジ類	2	(0.4)	1	(0.2)
調理冷凍食品	25	(5.4)	17	(3.6)
乾 物 類	13	(2.8)	8	(1.7)
上記以外の缶詰・びん詰類	7	(1.5)	5	(1.1)
米麦・雑穀・豆類	-	(-)	2	(0.4)
野 菜 ・ 果 実	-	(-)	3	(0.6)
食 肉	7	(1.5)	6	(1.3)
生鮮・冷凍魚介類	13	(2.8)	7	(1.5)
その他の食料品	10	(2.1)	4	(0.9)
日用雑貨品	3	(0.6)	3	(0.6)
そ の 他	6	(1.3)	4	(0.9)
特 に な し	334	(71.7)	391	(83.9)
合 計	466	(100.0)	466	(100.0)

商品品揃えの方針

高利益率商品重点に選ぶ	216	(46.4)
高回転率商品重点に選ぶ	200	(42.9)
販売先からの注文に応じて構成する	194	(41.6)
仕入先からのすすめに応じて構成する	82	(17.6)
販売先拡大のための戦略商品を重点に選ぶ	198	(42.5)
関連商品は総合的に品揃えする	187	(40.1)
その他(具体的に)	15	(3.2)
特に方針はない	13	(2.8)
不 明	7	(1.5)
合 計	466	(100.0)

仕入先件数（仕入先業態別）

— 会社売上規模別 —

会社 売上規模	仕入先	全国的 大手メーカ-	地元中小 メーカ-	商 社	全国卸 元卸	1次・ 2次卸	そ の 他	合 計
99 百万円以下		6.3 (9)	18.0 (9)	4.0 (4)	5.0 (8)	12.9 (9)	- (-)	27.0 (14)
100 ~ 199	百万円	6.7 (3)	3.0 (4)	3.7 (3)	9.3 (4)	8.5 (2)	- (-)	12.6 (5)
200 ~ 299	"	3.4 (10)	10.9 (10)	3.5 (2)	6.4 (11)	21.5 (14)	- (-)	28.7 (18)
300 ~ 499	"	4.4 (24)	11.7 (31)	3.3 (8)	11.0 (21)	15.9 (21)	6.5 (2)	28.9 (37)
500 ~ 999	"	6.7 (37)	17.7 (46)	4.3 (21)	7.0 (31)	16.4 (35)	2.5 (2)	35.9 (53)
1000 ~ 1999	"	9.9 (38)	21.2 (40)	4.4 (26)	5.8 (34)	21.2 (33)	4.0 (1)	43.0 (50)
2000 ~ 2999	"	9.8 (27)	38.2 (23)	5.3 (14)	11.7 (22)	18.6 (17)	100.0 (1)	64.5 (29)
3000 ~ 4999	"	19.2 (26)	25.1 (23)	6.3 (18)	13.0 (25)	27.1 (15)	120.0 (1)	71.3 (28)
5000 ~ 9999	"	14.3 (27)	31.5 (23)	5.4 (22)	18.3 (22)	20.6 (19)	- (-)	69.9 (29)
10000 ~ 29999	"	21.5 (26)	48.6 (24)	4.8 (24)	7.1 (18)	50.7 (11)	- (-)	85.1 (29)
30000 ~ 49999	"	63.6 (8)	89.1 (7)	5.3 (7)	12.7 (6)	30.3 (4)	- (-)	170.9 (8)
50000 百万円以上		47.5 (12)	129.8 (12)	6.8 (10)	5.1 (9)	50.8 (9)	7.0 (1)	228.0 (12)
合 計		15.7 (247)	30.7 (252)	4.9 (159)	9.6 (211)	22.3 (189)	31.1 (8)	60.0 (312)

代理店・特約店契約

仕入先との代理店・特約店契約の有無

— 流通経路上の位置別 —

経路上の位置	有	無	持っている	持っていない	不 明	合 計
メーカ			4 (36.4)	6 (54.5)	1 (9.1)	11 (100.0)
商 社			8 (66.7)	4 (33.3)	- (-)	12 (100.0)
全国卸・元卸			45 (88.2)	5 (9.8)	1 (2.0)	51 (100.0)
1次卸（2次卸向）			46 (74.2)	15 (24.2)	1 (1.6)	62 (100.0)
”（小売店向）			156 (91.2)	14 (8.2)	1 (0.6)	171 (100.0)
”（飲食店等向）			23 (85.2)	4 (14.8)	- (-)	27 (100.0)
”（メーカー向）			24 (75.0)	8 (25.0)	- (-)	32 (100.0)
2次卸（小売店向）			46 (61.3)	28 (37.3)	1 (1.3)	75 (100.0)
”（飲食店等向）			12 (54.5)	10 (45.5)	- (-)	22 (100.0)
合 計			364 (78.6)	94 (20.3)	5 (1.1)	463 (100.0)

仕入先との代理店・特約店契約の有無

— 会社売上規模別 —

規 模	有 無	持っている	持っていない	不 明	合 計
99百万以下		11 (57.9)	8 (42.1)	— (—)	19 (100.0)
100～ 199		6 (60.0)	4 (40.0)	— (—)	10 (100.0)
200～ 299		8 (38.1)	12 (57.1)	1 (4.8)	21 (100.0)
300～ 499		23 (56.1)	17 (41.5)	1 (2.4)	41 (100.0)
500～ 999		45 (69.2)	19 (29.2)	1 (1.5)	65 (100.0)
1000～ 1999		45 (75.0)	15 (25.0)	— (—)	60 (100.0)
2000～ 2999		30 (83.3)	5 (13.9)	1 (2.8)	36 (100.0)
3000～ 4999		33 (89.2)	4 (10.8)	— (—)	37 (100.0)
5000～ 9999		34 (82.9)	6 (14.6)	1 (2.4)	41 (100.0)
10000～ 29999		53 (96.4)	2 (3.6)	— (—)	55 (100.0)
30000～ 49999		21 (100.0)	— (—)	— (—)	21 (100.0)
50000百万以上		42 (95.5)	2 (4.5)	— (—)	44 (100.0)
不 明		15 (93.8)	1 (6.3)	— (—)	16 (100.0)
合 計		366 (78.5)	95 (20.4)	5 (1.1)	466 (100.0)

自社配送における配送方針

— 所在地別 —

所在地	配送方針	定ルート 配送	実時定ル ート配送	随時配送	即時配送	その 他	不 明	合 計
北 海 道		6 (15.4)	3 (7.7)	16 (41.0)	8 (20.5)	— (—)	6 (15.4)	39 (100.0)
東 北		6 (18.7)	3 (9.4)	14 (43.7)	2 (6.2)	2 (6.2)	5 (15.6)	32 (100.0)
北 関 東		5 (27.8)	3 (16.7)	3 (16.7)	3 (16.7)	— (—)	4 (22.2)	18 (100.0)
首 都 圏		6 (22.2)	5 (18.5)	11 (40.7)	2 (7.4)	— (—)	3 (11.1)	27 (100.0)
東 京 2 3 区		12 (25.5)	3 (6.4)	16 (34.0)	7 (14.9)	— (—)	9 (19.1)	47 (100.0)
甲信越・北陸		11 (23.9)	6 (13.0)	19 (41.3)	4 (8.7)	— (—)	6 (13.0)	46 (100.0)
東 海		14 (20.6)	11 (16.2)	27 (39.7)	10 (14.7)	1 (1.5)	5 (7.4)	68 (100.0)
近 畿		5 (20.8)	3 (12.5)	10 (41.7)	1 (4.2)	— (—)	5 (20.8)	24 (100.0)
大阪市・神戸市		9 (34.6)	4 (15.4)	10 (38.5)	— (—)	— (—)	3 (11.5)	26 (100.0)
中 国		8 (32.0)	4 (16.0)	3 (12.0)	4 (16.0)	— (—)	6 (24.0)	25 (100.0)
四 国		4 (40.0)	— (—)	4 (40.0)	— (—)	— (—)	2 (20.0)	10 (100.0)
九 州		16 (47.1)	9 (26.5)	4 (11.8)	1 (2.9)	— (—)	4 (11.8)	34 (100.0)
合 計		102 (25.8)	54 (13.6)	137 (34.6)	42 (10.6)	3 (0.8)	58 (14.6)	396 (100.0)

ここ数年、販売割合が大きく増大したり、新規に取引開始した販売先

販売先種類	販売が増大	新規に取引開始
卸売業者	14 (3.0)	13 (2.8)
百貨店	7 (1.5)	3 (0.6)
量販店(ナショナル・チェーン)	21 (4.5)	20 (4.3)
量販店(ローカル・チェーン)	53 (11.4)	17 (3.6)
自社主宰ボランティア・チェーン	10 (2.1)	3 (0.6)
その他のボランティア・チェーン、 生協・農協	16 (3.4)	7 (1.5)
一般小売店(上記以外)	8 (1.7)	9 (1.9)
飲食店	13 (2.8)	3 (0.6)
団体給食等	6 (1.3)	6 (1.3)
食品メーカー(原材料として)	15 (3.2)	6 (1.3)
消費者直販	1 (0.2)	2 (0.4)
その他	2 (0.4)	1 (0.2)
特になし	359 (77.0)	408 (87.6)
合計	466 (100.0)	466 (100.0)

配送圏 配送圏の広がり

—所在地別—

所在地	平均配送圏		最大配送圏	
	自社配送	営業配送	自社配送	営業配送
北海道	31.5 (34) Km	74.2 (34) Km	93.2 (34) Km	215.9 (34) Km
東北	27.0 (26)	53.8 (12)	78.8 (24)	147.5 (12)
北関東	46.1 (16)	103.6 (7)	99.7 (16)	145.8 (6)
首都圏	23.5 (24)	33.6 (14)	52.7 (24)	78.2 (14)
東京23区	27.5 (43)	83.9 (27)	83.1 (42)	362.6 (27)
甲信越・北陸	33.3 (41)	81.8 (21)	101.4 (39)	230.7 (21)
東海	33.1 (62)	135.2 (34)	81.8 (61)	501.9 (33)
近畿	27.8 (16)	54.0 (8)	60.4 (16)	106.3 (8)
大阪市・神戸市	29.2 (26)	152.8 (20)	80.7 (26)	383.8 (20)
中国	32.9 (20)	59.5 (10)	87.5 (20)	111.0 (10)
四国	25.6 (9)	67.5 (4)	82.2 (9)	132.0 (5)
九州	33.8 (30)	165.0 (9)	93.5 (29)	320.0 (9)
合計	31.1 (347)	93.9 (200)	84.2 (340)	278.7 (199)



【役員人事】

※古谷株式会社ではこのほど次の通りトップ人事を行なった。

取締役会長	古谷辰四郎
取締役社長	新田 勇三

※森永製菓株式会社では6月29日定時株主総会取締役会において次の通り役員を決定した。

取締役会長	森永 太平
代表取締役社長	稲生 平八
取締役副社長	森 章彦
常務取締役	塚本 欣一
常務取締役	篠原 成美
常務取締役	加藤 正二
取締役	高木 貞男
取締役	和田 弘
取締役	松崎 昭雄
取締役	平井 勉
取締役	須山 正恒
取締役	三木 茂夫
常任監査役	安藤 栄
常任監査役	太田 賢三
監査役	大野 勇
相談役	白川 順一

※フクヤ商事株式会社では次の通り新人事を行なった。

取締役会長	津布久徳勇
代表取締役社長	津布久加一郎
代表取締役副社長	津布久裕朗
代表取締役副社長（新任）	竹七 理七

常務取締役前橋支社長	松本 宏
取締役統括副本部長（新任）	松崎 圭司
監査役	荒井 昇三
監査役	津布久武勇

※雪印商事株式会社では6月20日定時株主総会取締役会において次の通り役員を決定した。

取締役社長	青木 十郎
専務取締役	西垣内 修
常務取締役営業部長兼大阪支店長	荒瀬 八良
常務取締役神戸支店長	中村久次郎
常務取締役京都支店長	成島 友久
常務取締役総務部長	松田 一雄
取締役	山本 庸一
取締役	後藤 輝雄
取締役	磯西 将治
取締役	藤田 明
取締役岡山支店長	天野 文雄
取締役大阪支店販売第一部長	木村 嘉博
取締役大阪支店販売第二部長	川口 宗作
常任監査役	木村 健治
監査役	館脇 敏郎

※明治製菓株式会社では6月29日定時株主総会取締役会において次の通り役員を決定した。

代表取締役社長	中川 赴
専務取締役	石野 良房
専務取締役	山本 岸一
常務取締役	安田春太郎
常務取締役	佐々木信雄
常務取締役	笹井 章
取締役	若澤 正
取締役	上原 一
取締役	十倉 光男
取締役菓子営業・食品第一営業担当	公文 博

取締役	葛上宗一郎
取締役	守屋 喜一
取締役	小林 晋
取締役	鈴木 重行
取締役食品第二営業・食料生産・物流担当	
	西村 輝夫
取締役	島田 弘道
取締役(新任)	小崎 吉久
取締役(新任)	加戸 倫明
監査役	尾白 智三
監査役(新任)	細井 謙一

【本社屋移転】

◆株式会社吉種商店本店（取締役社長吉種勝雄氏）では7月16日から本社を下記に移転し営業を開始した。

株式会社吉種商店本店

住 所 〒273 船橋市高瀬町62-2

船橋卸団地B三号棟

電 話 0474-34-8001~4番

◆坂口物産株式会社では7月2日より本社事務所および倉庫を下記に移転し業務を開始。

坂口物産株式会社

新住所 〒733 広島市商工センター1丁目14-35

新電話 0822-77-5511番

【住所変更】

◆河西商事株式会社では松本市の住居表示制度の実施に伴い7月1日から下記に変更となった。

河西商事株式会社

新住所 〒390 松本市高宮南1番27号

【(株)菱食 新発足】

◆8月1日、諸般の手続きを完了し野田喜商事株式会社、北洋商事株式会社、新菱商事株式会社（大阪）新菱商事株式会社（東京）の4社が合併

し株式会社菱食として新発足する。

野田喜商事株式会社は昭和22年に発足、今日までに32年余、更に前身の野田喜商店創業より70有余年となるが、今後は(株)菱食として役職員一同業界発展のため一層の努力を傾注することになった。

【担当役員人事】

◆伊藤忠商事株式会社では7月1日付をもって食品本部長の異動があり、前任の宇坪正隆氏は食糧物産部門分掌役員補佐（食糧食品担当）に就任。新しく食品本部長に取締役三好龍一郎氏が就任した。



【役員人事】

◆カゴメ株式会社では6月23日定時株主総会、取締役会において次の通り役員を決定した。

取締役会長（昇任）	蟹江 一忠
取締役社長（昇任）	小島 要治
取締役副社長（昇任）	蟹江 英吉
専務取締役	下浦 静平
専務取締役（昇任）	蟹江 巖
常務取締役	加古 一雄
常務取締役	若山 梅夫
常務取締役（昇任）	佐野 達明
常務取締役（昇任）	蟹江 嘉信
取締役	小島 一夫
取締役	成田 加幸
取締役	尾嶋寿一郎
取締役	鈴木 寔男
取締役	川口 久雄

取締役	山口 忠美
取締役	内藤 満
取締役	平井 豊
取締役 (新任)	鈴木 康夫
取締役 (新任)	渡辺 勉
監査役	蟹江 章二
監査役	佐野 弘

【営業所開設】

◆エム・シーシー食品株式会社(社長水垣宏三郎氏)では6月7日より仙台営業所を開設した。
 仙台営業所 仙台市大町2丁目9-18
 電話、仙台 (0222)63-2991~2番
 仙台営業所長 内田昌輝



【日本プレミックス協会会長に三原氏】

日本プレミックス協会会長にこのほど、昭和産業株式会社常務取締役上原弘氏が就任した。

【鮭蟹缶詰輸水組田窪専務退任】

5月末をもって日本鮭蟹缶詰輸出水産業組合、専務理事田窪皎二氏は任期満了により退任した。

【事務所移転】

日本食肉缶詰工業協同組合では5月28日より事務所を下記に移転した。

住所 〒103 東京都中央区日本橋本石町4-4
 花藤ビル5階

電話 (03)241-1848・1978(従来通り)

【(社)日本外食品卸協会設立】

社団法人日本外食品卸協会会長桜井潔では5月30日付で農林水産大臣の許可を得発足した。

新団体設立披露と祝賀会を5年7月12日午

後4時より、パレスホテルローズルームにおいて官庁、関係者多数出席し盛大に開かれた。

【流通大学講座開講】

社団法人食料品流通改善協会では恒例の流通大学講座を下記により開講する。

〔東京会場〕

期 間 昭和54年8月21日(火)~10月9日(火)
 日 時 週2日(原則として毎週火曜日、水曜日)
 計16日間、午後1時~4時
 場 所 東京都中央卸売市場(築地市場)厚生会館2階大会議室

〔大阪会場〕

期 間 昭和54年8月23日(木)~10月12日(金)
 日 時 週2日(原則として毎週木曜日、金曜日)
 計16日間、午後1時~4時
 場 所 大阪府職業訓練センター(大阪府中小企業文化会館)

○受講料 会員 35,000円

一般 45,000円

○受講者定員 各会場 100名

○申込締切日 8月20日

(定員を越えた場合は先着順に締切)

〔清水で主要国鮪缶詰展示説明会〕

日本鮪缶詰輸出水産業組合では7月24日、清水市の静岡缶詰協会において14カ国62ブランド127種類にのぼる鮪類缶詰を一堂に集め展示説明会を開催し、近來めずらしい展示会とあって好評であった。多数が出席、盛況であった。