

日 食 検

目 次

※※※※※※※※※※※※※※※※		※※※※※※※※※※※※※※※※
※		※
※		※
※	不当返品防止活動の適法性：独禁法に照らし合法	2
※	食品卸業界の将来に示唆	7
※	支部ニュース 支部総会盛りあがる	9
※	中国支部；	9
※	近畿支部；卸業界の地位向上を期す	10
※	四国支部；	10
※	東北支部；支部組織の強化を図る	11
※	東海、北陸支部；	11
※	関東支部；	12
※	共同配送小委員会	13
※	運営委員会 総務部会	14
※	商品委員会	15
※	◇ '80年秋季フード・ウィーク 10月1日から2週間	15
※	情報システム化委員会 取引コード検討会	17
※	統一伝票普及促進委員会	17
※	缶詰ブランドオーナー会 もも缶詰市販品開拓見方会	18
※	赤貝缶詰の新表示で要望、さくらんぼ生産で協力要請	19
※	缶詰規格表示等連絡協議会、「巨峰」商標権使用の覚え書	20
※	果実部会、新物桜桃缶詰生産数量	21
※	パイナップル部会、野菜部会	22
※	◇ 会員 消息	25
※	◇ 賛助会員消息	25
※	◇ 缶詰共同宣伝	26
※		
※※※※※※※※※※※※※※※※		※※※※※※※※※※※※※※※※

不当返品防止活動の適法性

独禁法に照らし合法

商品委員会ではかねてから関係官庁との連繫を密にしつつ、卸業界が当面の悩みとしている不当返品をはじめ、不公正な取引問題につき、その是正対策の推進に努めていたが、昨今、流通業界は極めて厳しい環境下に置かれつつあることに鑑み、去る7月23日の商品委員会の会合の席に公正取引委員会取引課長河村穰氏ならびに同課事務官菊地四郎氏をお迎えし、流通取引の現状とその正常化問題等につき懇談した。

この懇談会において日食協の関連活動の一つに、現在各支部単位で推進中の不当返品防止活動のうちで、百貨店及び大型量販店からのいわゆる“不当なる返品”については独禁法に照らし適法な活動であることが確認されているので、以下にその適法性につき概要を掲げて見たい。

特殊・一般指定で規制

ここで取り挙げる不当返品の適法性とは、あくまで大型小売店、すなわち百貨店および大型量販店よりもたらされる不当返品であり、このことに関しては、「私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律」で定める目的と定義にのっとり、「百貨店業における不公正な取引方法」すなわち特殊指定、および「不公正な取引方法」（一般的な指定）の条文に照らし、弱者の立場にある卸売業者が不当な返品につき防止活動を積極的に推進することは適法行為であり、公正取引委員会自体もその実態を捉えつつ指導に当たりたいとの意向を示している。

まず、特殊指定はどのような条文となっているかを抜粋したい。

百貨店業における特定の 不公正な取引方法

(昭和29年12月21日)
公正取引委員会告示第7号

改正 昭和36年12月25日公正取引委員会告示
第13号

私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（昭和22年法律第54号）第2条第7項の規定により、特定の事業分野における特定の不公正な取引方法を次のように指定する。

百貨店業における特定の不公正な取引方法

1. 百貨店業者が、左の各号の1に該当する場合を除き、納入業者から購入した商品の全部または一部を当該納入業者に対して返品（購入契約を委託販売契約に切り替え、または商品を取り替える等実質的に返品となる行為を含む。以下同じ）すること。

(1) 納入を受けた商品が、納入業者の責に帰すべき事由にもとづき、汚損し、き損し、その他かしのあるものであった場合において、納入を受けた日から相当の期間内に、その商品を当該納入業者に対して返品すること。

(2) 納入を受けた商品が注文した商品と異なっていた場合において、納入を受けた日から相当の期間内に、その商品を当該納入業者に対して返品すること。

(3) 納入を受けた商品について、納入を受けた日から一定の期間または納品の総量に対して一定の数量の範囲内においてその商品を返品することが、百貨店業者と納入業者との取引以外の一般の卸売取引においても正常な商慣習となっている場合において、当該商慣習となっている期間または数量の範囲内において、その商品を当該納入業者に対して返品すること。

(4) 納入を受けた商品の返品によって通常生ずべき損失を百貨店業者が負担し、かつ、当該納入業者の同意をえてその商品を当該納入業者に対して返品すること。

(5) 納入業者が百貨店業者から自己の納入に係る商品の返品を受けて、その商品を処分することが当該納入業者の直接の利益となる場合において、当該納入業者の申出に応じて、その商品を当該納入業者に対して返品すること。

2. 百貨店業者が、左の各号の1に該当する場合を除き、納入業者から商品を購入した後において、その商品の納入価格の値引を当該納入業者にさせること。

(1) 納入を受けた商品が、納入業者の責に帰すべき事由にもとづき、汚損し、き損し、その

他かしのあるものであった場合において、納入を受けた日から相当の期間内に、正当な金額の範囲内において、当該納入業者にその商品の納入価格の値引をさせること。

(2) 納入を受けた商品が注文した商品と異なっていた場合において、納入を受けた日から相当の期間内に、正当な金額の範囲内において、当該納入業者にその商品の納入価格の値引をさせること。

3. 百貨店業者が、百貨店業者と納入業者との取引以外の一般の委託販売取引における正常な商慣習に照らして納入業者に著しく不利益となるような条件をもって、当該納入業者に自己と委託販売取引をさせること。

4. 百貨店業者が、特売、廉売等の用に供する特定の商品を、その商品と同種の商品の一般の卸売価格に比べて著しく低い価格をもって、当該納入業者に納入させること。

5. 百貨店業者が、納入業者に対してあらかじめ特別の規格、意匠、型式等を指示して特定の商品を納入させることを契約した後において、当該納入業者の責に帰すべき事由がないにもかかわらず、その商品の全部または一部の納入を拒否すること。ただし、納入業者の同意をえ、かつ、正当な損害賠償を行う場合を含まないものとする。

6. 百貨店業者が、自己の販売業務のために、納入業者にその従業員等を派遣させて使用し、または自己が直接雇用する従業員等の人件費を納入業者に負担させること。ただし、納入業者の納入に係る商品について、通常百貨店業者の従業員のもっていない販売に関する特殊な技術または能力を有する従業員等を派遣させてその商

品の販売業務に従事させることが、当該納入業者の直接の利益となる場合を含まないものとする。

7. 納入業者が前各項にかかげる事項の要求を拒否したことを理由として、百貨店業者が、当該納入業者に対して代金の支払を遅らせ、購入の数量を削減し、取引を停止し、その他不利な取扱をすること。

8. 百貨店業者が、左の各号の1に該当する場合を除き、直接たると間接たるとを問わず、顧客に対して、自己の販売する商品の購入を条件として、自己が経費を負担すると否とを問わず、物品、きょう応（観劇、旅行、宴会等への招待をいう）、抽せん券、その他これらに類似する経済上の利益の供与または供与の申出（以下「景品付販売」という。）を行うこと。

(1) 商標および品種が同一である商品について、景品付販売が百貨店業者以外の小売業者一般に広く行われている場合において、それと同一の条件によって行うこと。

(2) 百貨店業者の店舗の周辺において営業を行っている小売業者の相当多数が一斉に景品付販売を行う場合において、それと実質的に同一の条件によって行うこと。

(3) 百貨店業者が、直接たると間接たるとを問わず、顧客に、一定の金額を一定の期間積み立てさせて、その積立金をもって自己の販売する商品を購入させることによって、景品付販売（抽せん券付販売を除く）を行う場合において、当該積立によって当該百貨店業者が受ける利益の範囲内において行うこと。

備考

1. この告示において「百貨店業」とは、左の各

号の1に該当する売場面積（店舗の床面積に百分の95を乗じて算出した面積をいう）を有する同一の店舗において一般消費者により日常使用される多種類の商品の小売を行う事業をいい、「百貨店業者」とは百貨店業を営む者をいう。

(1) 東京都（特別区に限る。）および地方自治法（昭和22年法律第67号）第252条の19第1項の指定都市の区域内においては、3千平方メートル以上

(2) 前号に掲げる市以外の市または町村の区域内においては、1千5百平方メートル以上

2. この告示において「納入業者」とは、百貨店業者が自ら販売し、または委託を受けて販売する商品を百貨店業者に納入する事業者であって、その取引上の地位が当該百貨店業者に対して劣っているものをいう。

本備考 一部改正（昭36公取委告13）

大型量販店にも適用

特殊指定されているもの、すなわち特定の事業分野における指定業種には例えば新聞、教科書、海運業界などがあるが、うえに掲げた百貨店業における特定の不正な取引方法の「百貨店業」の解釈については、昭和50年10月31日付告示によると、

(1) 一定の売場面積を有する同一の店舗において小売を行なうこと

(2) 一般消費者により日常使用される多種類の商品の小売を行なうこと

以上2つの要素を兼ね備えていることが必要であると定義している。

従ってこれは百貨店のみに規制対象を限定した

ものでなく、小売業の規模、取扱い商品の種類から見て、取引上優越した地位にあるとみなされるものはすべて「百貨店業者」の定義に含まれると解するのが妥当とし、当然大型量販店も前掲の特殊指定の適用を受けることになる。

一般指定で12項目を不公正と指定

以上の特殊指定に触れないもので、不公正取引と見られるものは一般指定、すなわち「不公正な取引方法」において規制されることとなる。次に掲げる1～12条についての不公正な取引方法と指定された内容を条項に添って、さきに簡略に説明しておきたい。

1. 事業者に対するボイコット
2. 事業者に対する不当差別
3. 特定事業者の団体からの排斥
(ままこ扱い等)
4. 経済上の差別化
5. 不当廉売、不当高価販売
6. 不当顧客の誘引、景品つき販売等
7. 専売店制取引
8. 不当な拘束(再販制、テロリー制)
9. 役員選任を指示、強制
10. 押しつけ販売、優越的地位の乱用
11. 取引妨害
12. 会社の不利益となる行為の強制
(店舗改装費の強制、その他経費負担)

「不公正な取引方法」

(昭和28年9月1日)
公正取引委員会告示第11号

私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律(昭和22年法律第54号)第2条第7項の規定により、同法第71条の規定による手続を経て指定する特定の事業分野における特定の取引方法(附則5の適用を受けるものを含む)を除き、不公正な取引方法を次のように指定する。

不公正な取引方法

1. ある事業者から不当に物資、資金その他の経済上の利益の供給を受けず、もしくはその供給を受けることを制限し、またはある事業者に対し不当に物資、資金その他の経済上の利益を供給せず、もしくはその供給を制限すること。
2. ある事業者に対し、正当な理由がないのに、取引の条件または実施について、著しく有利な取扱をし、または著しく不利な取扱をすること。
3. 共同行為もしくは事業者団体から特定の事業者を排斥し、または共同行為もしくは事業者団体の内部において特定の事業者を不当に差別的に取り扱うことにより、その事業者の事業活動に著しく不利益を与えること。
4. 正当な理由がないのに、地域または相手方により差別的な対価をもって、物資、資金その他の経済上の利益を供給し、または供給を受けること。
5. 不当に低い対価をもって、物資、資金その他の経済上の利益を供給し、または不当に高い対価をもって、物資、資金その他の経済上の利益の供給を受けること。
6. 正常な商慣習に照して不当な利益または

不利益をもって、直接または間接に、競争者の顧客を自己と取引するように誘引し、または強制すること。

7. 相手方が、正当な理由がないのに、自己の競争者に物資、資金その他の経済上の利益を供給しないこと、または相手方が正当な理由がないのに、自己の競争者から物資、資金その他の経済上の利益の供給を受けないことを条件として、当該相手方と取引すること。

8. 正当な理由がないのに、相手方とこれに物資、資金その他の経済上の利益を供給する者との取引、もしくは相手方とこれから物資、資金その他の経済上の利益の供給を受ける者との取引または相手方とその競争者との関係を拘束する条件をつけて、当該相手方と取引すること。

9. 正当な理由がないのに、相手方である会社の役員（私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（昭和22年法律第54号）第2条第3項の役員をいう。以下同じ。）の選任についてあらかじめ自己の指示に従い、または自己の承認を受くべき旨の条件をつけて、当該相手方と取引すること。

10. 自己の取引上の地位が相手方に対して優越していることを利用して、正常な商慣習に照して相手方に不当に不利益な条件で取引すること。

11. 自己または自己が株主もしくは役員である会社と国内において競争関係にある他の事業者とその取引の相手方との間の取引について、契約の成立を阻止し、契約の不履行を誘引し、その他いかなる方法をもって

するかを問わず、その取引を不当に妨害すること。

12. 自己または自己が株主もしくは役員である会社と国内において競争関係にある会社の株主もしくは役員に対し、株主権の行使、株式の譲渡、秘密の漏えい、その他いかなる方法をもってするかを問わず、その会社の不利益となる行為をするように、不当に誘引し、そそのかし、または強制すること。

以上掲げたもののうち、特に第10項の条文が不当返品にかかわる指定であり、これは優越的地位の乱用に該当するものである。この条項の解釈であるが、返品条件付きの買い取り契約書が取り交わされていても、それによって不当返品ではなくなるという条理はなく、公取委としても、そのために指導ができなくなるということはないとの見方がなされている。

なお第4項の条文について若干説明を補足したい。この条文は不当返品にはあまり関係がないが、アメリカにおいては1936年に制定したロビンソン・パットマン法と称する法律がある。これは取引ロットの大量化、決済条件の近代化、物流の合理化などを推進させることを目的にプレイトン法第3条の一部改正法とされているものであり、同種同等の商品であって価格に差を設ける場合、その効果が自由な競争を破壊し取引の相手に打撃を与えるような行為、大型店が経済力を乱用するような行為について規制したもので、その判定はロットの多過、受渡し、支払条件等から見てコスト節減に見合う状態になっているかどうかで判定される。すなわち同一条件下では同一価格が打ち出されるという流通上のルールを決めているもの

で、この法が日本の場合、一般指定の第4条に該当するものである。この条文については、いずれ機会を改め取りあげられることになる。

相互に公正化への努力

不当返品問題に関連する取引方法は以上の通りであるが、これはむしろ卸サイドの心得帖といった姿勢で帯し、業界取引の正常化はあくまで共存共栄に立脚し、まず自らの行動の見直しからスタートする心構えが必要であると思われる。

日本百貨店協会では54年1月20日の理事会

において「納入業者との取引の公正化に関する自主規制基準」を、また日本チェーンストア協会では、54年4月6日に定めた取引改善指針に基づき、当面の措置として「納入業者との取引公正化に関する自主規制基準」をそれぞれ設定している。

この自主規制基準は押しつけ販売、催事費用等の負担に関する自主規制であるが、今後卸業界として十分に意を尽しての話し合いにより取引の公正化を推進することが肝要とされ、しかるべき機関の指導を得つつ、卸、小売業界間のいわゆる流通絆が結ばれるという方向が切望されている。

食品卸業界の将来に示唆

＝ 宇賀神商業課長のご挨拶より ＝

5月23日開催の定時総会(既報)において、農林水産省食品流通局商業課長の宇賀神治夫氏の挨拶があったが、食品卸業界の今後につき示唆のあるお話があったので以下にその概要を抜粋したい。

1. 食生活の変化

80年代における食生活の見通しをたてることは難しいが、80年代の食生活は次のような変化があることが予想される。

① 70年代の後半に見られた経済性、利便性等の追求が引き続いて継続することが考えられる。

80年代は安定、低成長の時代となり食生活においても経済性、利便性が追求されるであろう。

このことは核家族化レジャーの増大にともない今後ますます経済性、利便性が重要視されると見られる。

② 他方、核家族化および中高年層の増大により

商品の小口化がますます要求される。

特に中高年層の需要の増大に伴ない健康食品の要請、安全性に対する要求がより一層高まると想定される。

③ 大都市への人口集中で今後は地方都市の発展、地方都市圏の拡大傾向はますます増大しよう。

70年代において進展してきた食生活の都会化が80年代はより一層進み食生活は都会型の方向が考えられる。

そうなれば当然、副食品、嗜好品の需要増が見込まれる。

④ 国際情勢からエネルギー、物価問題等が消費面で意識されるであろう。

2. 食品産業の構造変化

以上のようないくつかの要因を背景として食品産業の構造の変化が考えられる。

今後ますます惣菜、半加工食品の需要が増大するであろう。

今後の特徴として従来は加工食品と生鮮食品は明確に区別してきたが、その境が不鮮明になる。

一方では飲料、デザート等の需要の増大、ドライフーズからウェットの食品へとより一層移行する。

また一方では高級化が進むことであろう。

3. 流通形態の変化

これらの変化に伴ない流通段階では従来の大量配送から多品種、小量型配送の傾向が想定される。

また食品流通面、流通チャネルの変化、外食産業の発展、チドル食品の需要増大が予想され、さらにはPB食品の増加等々、流通チャネルの多様化は現在ますます進展しつつある。

一方では大型小売店の進出、大型外食店の進出があり、業種業態間の区分が不明確となりつつある。

従来、メーカー、卸、小売との区別がはっきりとしていたが最近においては相互乗り入れが進展し、小売のメーカー部門への進出、逆にメーカーの小売部門への進出により、その機能分担がますます不鮮明となってきている。

4. 80年代問屋の有り方

このような変化に伴ない、当然問屋機能の変化機能分担を考え直し再編成、整備が必要となってくるであろう。

さらには効率化を図るため自己の最も得意とす

る分野へ転換することが考えられる。

メーカー、量販店が進出するなかで問屋がこれに対応していくためには大型化の推進が要請されるよう。

また配送機能を重視し、それをポイントにおくことも考えられよう。

現在の加工食品卸業界の動向を見ても合併、系列化が進められているが、その中であっても、品揃え機能、配送機能は重視されそれによつての対応が必要となる。

このような流通変化に伴ない今後、問屋が対応するにはどのようなことを考えるべきであるかにつき私どもも行政サイドから見て次の3点の考え方を持っている。

第1点として、まず問屋の機能分担を、エネルギー効率化の観点から自己の機能の見直しをし、最も得意とする分野にポイントを置くことである。

これはアメリカの問屋の機能分担を見るといくつか考えられる。

(イ) 全国的な規模ですべての機能を持つ、日本の全国的問屋にあるような機能。

(ロ) 配送機能を持つディストリビューター。

(ハ) 配送機能を持たない、資金の乏しい、帳合を専門とするブローカー的な問屋。

さらにはラックジョバー的な機能を生かす問屋。

以上いくつかの機能がわが国の問屋の将来の方向として想定される。

その第2は政策的な課題でメーカー、量販店がますます拡大、進出するなかで問屋はいかにそれに対応するか、拡大するメーカー、量販店に対応するためには問屋自体の大型化、共同化、協業化が考えられる。

配送機能を重視するとなれば配送機能を担当する物的施設が必要である。

高地価のためその入手は資金的に1企業では極めて困難であり、この面からも相当の規模での共同化を考えざるを得ない。

第3点は加工食品卸業、すなわち問屋として自分たちの仕事は確保されているのだという考え方はもはや通用しないということである。

現実の問題として川上、川下から攻め込まれている状況にあるのが卸業界である。

しかもこれから川上、川下にかけてのお互の分野はますます不明確となってきた。

相互乗り入れが実態としてでてきており今後の

施策として川上を重視するか、外食部門を重視するか、あるいは問屋主宰のV Cの展開とか、小売店を組織化する等いずれをとるか重要な課題が山積しているように思う。

いずれにしても今後ともわれわれとしては農政審議会を通じて真剣に取り組んでまいりたい。

問屋にとっては非常に難しい状態を迎えていることを十分承知しているが、私ども行政の立場でできるだけ協力はさせていただく。

とは申せ、最終的にはみなさん方の努力がすべてであり、なお一層のご努力をお願いしたい。

業界の一層の発展を念じて私の挨拶を終りたい。

支部ニュース

支部総会盛りあがる

期待される自主活動



支部総会は去る5月19日の北海道支部を皮切りとして5月23日関東支部、5月29日九州沖縄支部（いずれも既報）と相次いで開催されたが、これら3支部に続き中国支部、近畿支部、四国支部、東北支部、東海北陸支部の順でそれぞれ開催、厳しい局面を迎えている加工食品卸業界に取って支部の自主活動は盛り上がり、55年度の活動体制が整えられた。

以下、各支部の定時総会における活動ぶりをお伝えしたい。

過剰サービスの是正に努力

〈中国支部定時総会〉

中国支部の定時総会は6月4日、ヒロシマシテ一ホテルにおいて開催された。

その事業計画の基本方針にいう。「当支部は発足2年目を迎え、加工食品卸業の体質の改善と80年代の激動する経済情勢に対処するため、物

流及び商流上の幾多の問題の中から、特に共通する問題を究明し、その実現を図る」とし、具体的な活動としては(1)会員の増強、(2)会員の協力、親睦をはかり、事業の円滑なる運営を行なうとうたっている。

また調査対策活動のうち、重点対策として(1)不当返品防止対策、(2)値付け、陳列、棚卸し等の過

剩サービス廃止対策につき、まずその手はじめに文書による啓蒙運動を推進する。

さらに同支部では共通問題の究明対策につき各県、各地域ごとに今後会合を開き対処することを決議した。

なお役員の改選については全員留任を決定。総会終了後、味の素(株)広島支社長田中二郎氏の「加工食品卸業界の動向について」と題する講演が行なわれ、続いて賛助会員をまじえての懇親会が開かれた。

卸業界の地位向上を期す

《近畿支部定時総会》

近畿支部の定時総会は6月11日、大阪キャスルホテルにおいて開催された。

この総会で決算、予算、事業計画等の諸議案が承認され、役員の任期満了に伴う改選については野田喜三郎氏の会計幹事辞任により(株)長井藤の伊藤勇氏が就任、また幹事に(株)神戸小西商店の小西清太郎氏(新規加入)が増員となり、他の役員は全員留任を決めた。

事業活動に関連し、支部会員の意見として次のような発言があった。

○現在なお有力な未加入店があり、再度加入の働きかけを行ないたい。

○支部の結束を高め支部の盛りあがりを本部に連動するよう努めたい。また問屋としての力を復権し、実行力のある業界と致したい。

○問屋の将来を維持するためには日食協を置いてないことを自覚し日食協活動のPRと団結力を高める必要がある。

○不当返品問題は実行されることに是非結びつ

けたい等々の前向きな活発な意見交換があった。

返品防止に行政力を要望

《四国支部定時総会》

四国支部の定時総会は6月20日、高松市のホテル京王プラザにおいて開催された。

まず54年度事業報告及び決算、55年度事業計画、収支予算を採択した。

事業計画は次の通り。

1. 物流合理化事業；特にエネルギー問題に対処するため物流コストの実態調査に協力し、物流合理化等の検討と推進。
2. 公正取引と不当返品防止活動の推進。
3. 酒類食品統一伝票の啓蒙と普及。
4. 研修会等の開催；合理化や地位向上のための勉強会、研究会、講演会の実施。
5. 会員間の交流を深めるとともに関係企業、団体との意志疎通と協調をはかる。
6. 会員の増強事業；継続して会員の増加と組織の強化をはかる。

なお本部要望事項として①不当返品防止活動の推進については一地方の運動に止めず関係官庁等行政の力を得て、例えば指導要領を添えて働きかけるなどの対策を講じてほしい。②研修会開催に当っては、ローカル企画では手が及ばない面があり、本部企画により講師の紹介、派遣をお願いしたい。③四国は最も返品の激しい地区である。特に製造年月日に絡むクレームが多発しており、これらの問題に対応する活動を推進されたい等々の発言があった。

総会終了後、「現代を生きる」と題し(財)青少

年福祉会館理事長三原スエ女史の講演会、続いて賛助会員との懇親会が開催された。

支部組織の強化を図る

《東北支部定時総会》

東北支部の定時総会は6月24日、仙台ホテルにおいて開催された。

同支部の主な事業計画は次の通り。

- 1) 高運賃化時代に対応した不当返品防止運動。
(前年に引続きチラシの配布)
- 2) 各地区の同業会の結成の呼びかけ(宮城同業会としても行っている)
- 3) 地位向上のための研究会、講演会の実施。
- 4) 事務合理化の一環としての酒類食品統一伝票の普及。
- 5) 本部、各支部との協力体制の強化。

以上の事業計画を柱にその実現に向け支部活動を推進することとなり、支部役員全員留任のもとで結束し、諸対策に取り組む。

なお当日は総会の開催に先きだちドクトルチエコ女史の健康管理等についての講演会が開催された。

ブロック活動で事業推進

《東海北陸支部総会》

東海北陸支部の定時総会は前年同様、東海地区、北陸地区の2地域によるブロック総会のかたちでそれぞれ開催された。

【東海ブロック総会】

東海ブロックの定時総会は6月27日、名古屋観光ホテルで開催。

総会開催に当たり佐藤良嶺支部長は、大型小売業界の構造的変化が進んでいる折柄、ひとり問屋業界は前近代的行為がいまだに行なわれ、問屋同志のみにくい争いが行なわれている。ここで我々はお互い前向きに対処し、みんなで防衛するのだという強い結束が要請されるとのべ、議案審議に入った。主な意見は次の通り。

- 本部の総務部会の活動には少なからぬ関心を持っている。この活動に合わせ東海ブロックにおいても例えば新入社員の初任給の標準などにつき情報を持ち寄りお互いの参考とするなどの活動もあってよいのではないかと思う。
- リピートの種類は24種類あると言われているが、これらに関する定義づけを本部において研究していただき、同じものさしで話合いができるようお願いしたい。

なお役員改選については全員留任を決定した。

【北陸ブロック総会】

北陸ブロックの定時総会は7月12日、金沢都ホテルで開催された。

桑島実副支部長が議長席につき、①事業報告②収支決算報告③55年度事業計画案④収支予算案に関し報告ならびに説明等があり、全員異議なく承諾。また役員改選については物故された角間喜一ブロック長の後任としてカナカン㈱取締役社長桑島実氏が就任、副ブロック長、幹事全員が留任となった。

この総会における主な意見は下記の通りである。

- 各ブロックに予算配分を考慮して見てはどうか。
- 返品防止対策も結構だが、実行に当たって問題が多すぎる。
- 缶詰の製造年月日の表示より今後はむしろ賞味期間の表示を業界が自主的に行なう方向を検

討されてはどうか。

- 支部活動をするに当り、会員メンバーの強化を図る必要がある。

物流コストの報告書まとめる

関東支部物対委が作成

関東支部物流対策委員会では、去る6月19日第8回目の物流対策委員会を開催し、さきに実態調査がなされた50年および53年の物流コスト分析報告書に続き54年度の実態調査および55年度の目安調査の集計を行ない、これを第2次の分析報告書としてまとめあげた。

続いて7月21日の第9回物対委においてこの分析報告書の今後の活用方法について検討した。

このたびの報告書の作成の目的、その活用の仕方、注意点は次の通りである。

物流コスト実態調査分析報告書の意義と活用の仕方について

日本加工食品卸協会
関東支部物流対策委員会

I 報告書作成の目的

- ① 加工食品卸業界としての物流コストの実態認識
- ② 企業間比較による改善点の抽出
- ③ 川上、川下への対応に際する加工食品卸業界の物流コスト・コンセプトの醸成

II 報告書の活用の仕方

- ① 原価意識の徹底
社員全体に対する原価意識、具体的にはコスト構成要因とその額についての意識徹底

特に次の職務担当者には周知徹底が肝要

- 販売員
- 販売管理者
- 物流担当者

② 企業間比画分析による改善点の抽出

報告書に記載したコストは平均値であるが、この数値との対比により自社のコストポジションがわかることになる。

特に輸送費、保管費、荷役費並びに情報費にかけて、その原因とその効果を判断することが肝要となる。

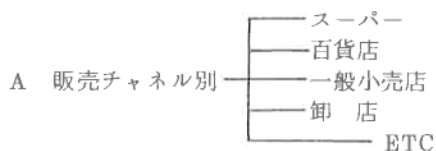
そのポイントは次表の如くなる。

コスト分類	チェックポイント
輸送費	④ 契約運賃は妥当か ⑧ 配車運営は合理的か 特に次のチェックが肝要 ○ 積載率 ○ 稼動時間率 ⑨ 契約運賃体系は合理的か
保管費	④ 在庫管理に問題はないか 特に商品回転日数は妥当か ⑧ 倉庫面積が過大過ぎないか
荷役費	④ 配置要員数は妥当か ⑧ 機械化出来る余地はないか
情報処理費	④ 過大コンピューター投資はないか ⑧ 情報処理の機械化並びにソフトコピー化の余地はないか

III 報告書における未調査分析事項とその注意点について

物流コストはその販路構成、商品構成等の内容により大きく変動するものであり、

本来は次の分類体系のもとに算出される
ことが望まれるところである。



B 商品別

C 取引ロット別

これに対し、今回報告書に記述したコストは、各企業体単位の数値を集計し平均化したものである。

したがって本報告書は、これらの流通形態別分類把握のない包括的卸活動に係わる物流コストであることの認識のもとに勘案の上活用することが必要である。

共同配送小委員会

6月19日、関東支部共同配送小委員会を開催し、共同配送に関する調査結果等を協議した。

専業者へのアプローチはT倉庫からラフな見積りが届けられたが、K倉庫は予定していた倉庫が急に塞がり引受けることが物理的に不可能となった旨の申し出があった。

これによりT倉庫の見積りをもとに希望価格帯を調査検討し、意見交換を行なった。

共同配送システムは難かしい面が多々あるが、いずれにしても改善していく必要があるとの一致した見解であり、次回は倉庫専業者を招き検討することになった。



缶詰の小口包装化を検討

関東支部物対委では今後の研究テーマとして、統一伝票の共同印刷発注によるスケールメリットにつき検討するとともに川下、特にスーパーにおける統一伝票（チェーンストア用伝票）の普及を関係団体に呼びかける必要があるとの意見が出された。

また、商品の多様化、小口化により包装形態の規格改善を図る必要があるとされ、まず缶詰包装につき、現在のものが小売店のニーズに合っているかどうか。中箱等の採用につき次回物体委において検討することになった。

なお委員会終了後、このたび委員長を辞任された進藤正典氏の歡送会を日本橋室町の「砂場」で行ない、いままでの労をねぎらった。

6月18日に引き続き7月23日、運営委員会を開催し①支部活動状況②日食協の法人化の検討③各委員会活動に伴う諸課題検討④研修会開催に関する企画検討⑤会報内容充実のための寄稿文依頼等の諸議案を協議した。

【支部活動状況】；事務局より、四国支部総会、東北支部総会、東海ブロック総会、北陸ブロック総会の模様につき報告。

支部充当金の55年度上期分を前年度未納会員会費を差引き7月末日に送金する件を諒承。

なお運営委員長から近畿支部幹事会社との打合せについての報告があった。

【法人化の検討】；法人化のメリットならびに問題点について検討した。

本件についてはなお継続的に研究を行なう。

【各委員会活動の諸課題検討について】

※商品委員長より次の見解が述べられた。

イ) 有力メーカー、日食協と総合的なコミュニケーションの場を持っていただけないか。

いま支部で地域別にメーカーとの懇談会が開催されている。

またいろいろメーカー別の会合が持たれているがそういう会合とは別に卸全体をアピールする会合、いま卸が当面している諸問題（エネルギー値上によるコストの上昇、物流費の再検討。

立て替え払い、リベート問題、返品問題、ロット小口化のための商品単位の包装問題等々）卸全般として、改善していただきたい問題が多々あり、これらの問題を相互的にアピールする場がない。

その場が出来れば当然、各支部の支部長に出席願ひ地域の諸問題、話題等のアピールもできる。経費を伴うがメーカーとの懇親会を年に1回位は持ちたいと思う。運営委員会の諒承を得、次回正副会長会議に報告し、慎重に準備を進めたい。

ロ) 農水省商業課、公取委とも積極的にコンタクトし、担当官とのレクチャーを開き、また、チェーンストア協会、百貨店協会、外食卸協会、V C協会等、団体とのコミュニケーションを図る会合を極力持ってみてはどうか。

この辺が商品委員会の内部方針で諒解を得られれば進めて参りたい。

※CBO活動について事務局より

巨峰商標権使用の件、赤貝表示問題の件について報告。

※情報システム化委員長より次の見解が述べられた。

コードセンター設立について取引先コード検討

会で検討報告書をまとめ、これ以上は上層部の指示を仰がなければ前に進まないとの方向が出た。コードセンター設立にあたっては、日食協が中心ということも不自然であり、オーソライズされた組織をつくりそこで会員を募るといった考え方がまとめられている。

コード体系は既存のものを使用する方向で結論が出ている。

いずれにしても中心母体をつくり、呼び掛はメーカーと問屋、母体は団体の複合体、どちらかの単独ではまずいと思われる。

互いに協調してつくるといことになるがヘッドの問題がでてくることが予想され、その辺をどうすればよいか進め方が難かしい。

情報システム化委員会→コードセンター設立準備委員会→他の団体への呼び掛けという手順となろう。

【研修会、メーカー懇談会の開催】；研修会開催に当って講師の選定等につき運営委員長より、10月下旬、開催を予定しているが理事会、メーカー懇談会との同時開催の考え方によりさらに煮詰めを行なうことにしたい旨の説明があった。

なお、会報の内容充実のための寄稿文の協力要請が運営委員長からあり、また内外部からの寄稿に対する原稿料の支弁などにつき意見交換があった。

総 務 部 会

6月18日、総務部会を開催し「経費節減に関する項目分担別具体事例について」各社より報告があり、引き続いて7月23日の総務部会において「印刷・コピー」「事務用計器備品」「事務関

係消耗品」の3テーマの経費節減についてそれぞれまとめられた原案をもとに説明ならびに検討がなされた。

今後はこれらの研究結果をとりまとめ日食協会報にシリーズ的に掲載し、経費節減に役立てられるよう、会員メリットに絡げていく方針が話合われた。

会報掲載時期についてはそれぞれのテーマのまとめのスケジュールを見ながら予定が組まれる。

なお検討テーマを挙げ「水道・光熱費」「車輛管理」等が取り挙げられる予定である。



6月26日、商品委員会を開催。現在までに不良返品の問題、あるいは物流コストに関する調査などを続けてきているが、卸業界を取り巻く環境はますます多難な状況下であり、この1年の商品委員会活動は正念場にあるとの委員長挨拶がなされ、委員会としての基本的方針の検討が行なわれた。

まず対外的活動としては対官庁、対メーカーへの積極的対応が必要とされ、また百貨店、スーパー、ボランティアチェーン業界あるいは外食卸等への接触の場を設けることなども日食協活動として今後強く要望されるところであるとされた。

また対内的な活動としては、現在関東支部物流対策委員会で報告書がまとめられている物流コスト問題に関連し、全国レベルでの検討ならびに分析を行なったうえ、これを会員に周知徹底し、その啓蒙運動を推進することなどが挙げられた。

いずれにしても今後の活動としてはまずメーカーとの懇談の場を設け、卸の実情をアピールする

こと、その場合の問題点にはエネルギー資源の値上げ、高金利等により卸経営は悪化していること、これをカバーするためにはメーカーの協力を得て①需要に見合った供給②値値上における配慮③卸段階における物流コストの上昇等についての現況を理解していただくことなどが共通意見であった。

次に公正取引委員会とアプローチし公正なる取引に関し指導願ひ、業界の実情をお伝えすることも計画することになった。(この件は7月23日の商品委員会で実現；記事別掲)

なお返品率の調査については不当返品と不良返品とに区分し、検討するとしても、どの範囲の返品が受容られないとするのか、まだ十分に煮詰められていない面があり、感覚的に判断されているケースも見られる。またメーカー吸収できるものとできないもの、ギフト返品に対する取扱い等これらを区分すると72通りにもものぼると言われている。その辺を十分に分析し具体的論拠を煮詰める必要があるとされた。

'80年秋季フード・ウィーク

10月1日から2週間

恒例の農林水産省後援(財)食品産業センター主催による'80年秋季フード・ウィークは下記により実施される。

1. 趣 旨

国民食生活の向上と食料品の価格の安定に資するため、広く食料品の生産・製造・流通関係事業者の参加協力の下に、主要大都市において特別の期間を設けて、食生活展の開催、食料品に関する消費者啓発、食料品の特別セール等を行なうものとする。

2. 実施期間

昭和55年10月1日(水)から同月14日(火)までの2週間とする。

3. 実施地域(一印は新実施地域)

札幌市、仙台市、山形市、東京都、川崎市、横浜市、長野市、富山県、金沢市、名古屋市、京都市、大阪府、神戸市、岡山市、広島市、北九州市、福岡市及び熊本市の区域とする。

4. 食生活展の開催

加工食品、生鮮食料品等の展示、即売並びに適正な商品知識、合理的な購買行動、新しい食生活のあり方等に関する消費者啓発等を主要内容とする食生活展を東京都、横浜市、神戸市、岡山市及び北九州市の地域において開催する。

食生活展の開催要領、出展要領等は、会場毎に定める。

5. 食料品特別セールの実施

実施地域内の小売店の参加を求め、加工食品及び生鮮食料品の特別セールを行なう。

(1) 出荷・販売方法等

原則として、既存の流通ルートを利用する。

(2) 価格等

価格については、製造業者、卸売業者、小売店の各段階の協力により、原則として小売店における通常の販売価格の5%以上の割引を行なうものとする。

なお、生鮮食料品については広く出荷団体卸・仲卸売業者、小売店の協力を得て消費者に対し可能な限りの特別セールを行なうものとする。

(3) ミニバザール

食生活展開催地域以外の主要地域においては、特別セールの核としてミニバザールを実

施するものとする。

6. 広告、宣伝等

- (1) 広告、宣伝は新聞広告、店頭及び売場におけるポスター掲示等により行なうものとする。
- (2) 特別セール参加店舗には、統一ポスターを掲示するものとする。
- (3) この事業への参加者は、シンボルマーク、キャッチフレーズをこの事業の趣旨に即して使用することができる。

ただし使用希望者は予めフードウィーク中央実行委員会事務局に届出のものとする。

情報システム化 委員会

取引コード検討会

報告書まとまる

7月11日、取引コード検討会を開催、①「統一取引先コード並びにコードセンター設立に関する検討報告書(案)」の協議②今後の活動の進め方等を協議した。

【その1】統一取引先コードについて

種々検討の結果、コード体系ならびにその範囲、センターの設立等につき、次のような報告書案がまとめられた。

(1) コード体系

$\frac{NN}{\text{府県}}$	$\frac{NN}{\text{市区郡}}$	$\frac{NNNN}{\text{連番号}}$
------------------------	-------------------------	---------------------------

このコード体系は現行の「酒類食料品店コードセンター」が管理するコードと同体系であるが、委員会がこれを選択した理由は次の通りで

ある。

- ① 府県、市区郡で分類されるので非常に使い易い。
- ② 市区郡の変更頻度は稀であり切替負担は大きくない。
- ③ 市区郡別の連番号であるが桁数は必要かつ充分である。
- ④ このコード体系は、昭和39年以来多くの企業に定着している。
- ⑤ 現時点では特にコード体系を変更しなければならぬ必然性はない。

(2) 統一コード設定の範囲

登録は、業種業態の如何に拘らず、各企業が業務上で必要とするすべての取引先を対象として登録できるものとする。

(3) コード設定の単位

設定の単位は原則として本店、支店、営業所、出張所等、事業所の別とし、必要であれば倉庫や配送センターなどの登録を認める。

【その2】コードセンターの設立について

コードセンターの必要性やその設置場所および機能については53年度報告書に詳述されており、今回は設立を具体化するためにどのような方策がとられなければならないかを検討し提案することを主題とした。

結論は次のとおりである。

- ① 実際の設立については、すでに本委員会における検討の段階を終え、業界の権威ある立場から然るべき機関への働きかけが不可欠な時期にあるとの判断から、具体的には日食協から他の有力団体へ呼びかけをし推進母体結成のきっかけづくりをすることが望まれるとされた。
- ② 呼びかけの内容は、本委員会検討結果の紹介

と共に、当該団体が諸活動の中で然るべき機会をとらえ本件の検討を行なってもらうこと、または現にコードセンターの必要性に関する問題意識がある場合はすでに検討された基盤があることを知ってもらうこと。

- ③ このような過程を経て、賛同のある団体からメンバーを選出してもらい推進母体を発足させる。
- ④ コードセンター設立時の準備作業や設立後の運営については必ずしもこれを団体自体に委嘱するものではなく、業界企業の共同運営による機関であってもよい。

以上の報告書(案)は7月23日の運営委員会に諮り、今後の進め方につき指示を得ることになった。

統一伝票普及促進委員会

6月12日、酒類食品統一伝票普及促進委員会を開催し、業界統一伝票の今後の普及活動につき協議した。

今後の普及方法としては地域的説明会開催もさることながら、現在の委員会社およびその担当者が中心となり一対一のPRが必要とされた。

また「質問と答」と言った簡単なパンフレットの作成なども考えてはどうかとの意見があり、事務局にて検討することになった。



缶詰ブランドオーナー会

もも缶詰市販品開缶見方会

6月6日、本会会議室でもも缶詰市販品の開缶見方会を開催した。

主催；日本加工食品卸協会、全国食品缶詰公正取引協議会、(社)日本缶詰協会。

協力；(財)日本缶詰検査協会、日本農産缶詰工業組合。

この見方会は過去2回白桃缶のみを対象に実施してきたが、今回は黄桃缶(国産、輸入)を加えた。

また今回の見方会から消費者代表も交え開催することになり、消費科学連合会の戸田つる副会長、伊藤康江の両名を招き懇談した。開缶結果は次の通りである。

1 開缶点数；

白桃41点。黄桃(国産)13点。黄桃(輸入)16点。計70点。

2 審査；

審査は午前中、缶詰検査協会浜田、吉田両名の検査員によりJAS検査法に基づき厳正な審査が行なわれ、午後13:30時より一般公開、問屋、パッカー約60名が参加。

午後14:00時から缶詰検査協会、井上常務理事の講評があった。

3 講評；

【白桃缶】

総体的には品質は向上している。

非JAS品は品質のバラツキが多いが、しかしよいものは特級JASでも合格する製品であった。品位の低いものの中には異物混入、過熟果、未熟果があり不合格となったものもある。

【黄桃缶】

国産品のなかには色沢がよくないものが全体的にあったが品質は向上している。

輸入品も従来に比べよくなっているが形態不揃いのものがあり、粒の大きさを揃えて詰めるようにされたい。

【判定結果】

◎国産品

	開缶数	品位		計器		総合	
		合	不	合	不	合	不
JAS特級	9	7	2	9	0	7	2
JAS標準	33	30	3	33	0	30	3
JASなし	12	9	3	10	2	7	5
計	54	46	8	52	2	44	10

◎輸入品

	開缶数	品位		計器		総合	
		合	不	合	不	合	不
輸入品	16	15	2	14	2	13	3

＜特級の格落原因＞

白桃一色沢(赤変)、液の浮遊物 1点

黄桃一色沢(青変)、1点

＜標準の不合格＞

白桃一病虫害痕、1点

黄桃一色沢(青変)、2点

＜JASなしの不合格＞

白桃一異物 虫 1点、紙 1点

〃一色沢、肉質、香味、皮 1点

〃一示度不足 2点(15.4°、17.6°)

＜輸入品の不合格＞

黄桃一形態 1点

〃一色沢、その他 1点

〃一量目不足 1点(-21g)

〃一示度不足 1点(17.0°)

赤貝缶詰の新表示で要望

6月19日開催の赤貝缶詰の表示問題に関する

業界代表者と大阪市消費者リーダー協議会の代表者懇談会において新表示様式が決定されたことにつき、流通業界の立場から次の事項について生産者団体に強い要望を行なった。

の合意を優先されること、ならびに、この種表示につきましては社会通念を尊重することを業界の基本姿勢とされるよう要望致します。

1. 『原料名 赤貝（さるぼう貝）この赤貝缶詰は、赤貝亜属のさるぼう貝を使用しております。』

上記説明文の文言に統一する件につき、業界全体の合意がなされないうちに決定し、しかも地域的に発生した問題が報道機関で全国的に発表され、波紋が不用意に拡大してしまったこと、その結論を急がれたことにつき、流通の立場において誠に遺憾であったと存じます。

新表示については、あらゆる点において業界の合意を十分に確認されることを望みます。

2. 実施期日については「各社別に手持空缶使用完了後とする。」

との約束がなされたようではありますが、このことについては流通段階の配慮を怠った申合せであると言わざるを得ません。

空缶手持もさることながら、末端流通している製品に対し返品、値引き、シール貼付等々の発生が危惧され市場に多大の混乱を招くのみならず、いたずらに消費者に疑惑の念を深めさせることは必条であります。

つきましては貴協会におかれましても関係方面に対し流通段階で実害の伴わないための万全の前後処置を講ぜられることを要望します。

3. このたびの問題を教訓とし、すべて業界

事後対策委員会を設置

赤貝表示問題はいよいよ新表示に変更されることになったが、旧空缶の在庫状況、新缶切替え時点、さらには流通段階における予期せぬ混乱等々種々の問題をかかえており、去る6月30日には日缶協議室で在京関係者の打合せ、続いて7月16日、東京都勤労福祉会館で全体的連絡会を開き、赤貝缶詰新表示事後対策委員会を設置することが申し合わされ、7月31日、日缶協において第1回事後対策委員会を開催した。

さくらんぼ生産で協力要請

6月19日、果実部会の意見交換の結果、農産缶詰工業組合を通じパッカーにさくらんぼ缶詰について次の内容の要望を行なった。

1. 新物さくらんぼ缶詰の生産に当っては生販相協力して計画生産で臨みたい。

ことしのみかん缶詰の前例もあり、さくらんぼ缶詰が、これと同じ結果を繰り返すことのないよう念願する。

特に産地生産者ブランドの思惑生産は市場安定の阻害要因となる恐れがあり自粛されるよう要望したい。

2. 原料の選択はさくらんぼ缶詰の品位を維持するうえで極めて重要であり、その観点から現在

実施されている検収制度の徹底を最後まで推進し、Sサイズ品ならびに粗悪品の製造は慎んでいただきたい。

缶詰規格表示等連絡協議会

6月23日、日食協会議室で開催。

①果実かん、びん詰JAS及び品質表示基準の自主基準、②野菜かん、びん詰のJAS改正及び品質表示基準、③公正競争規約、施行規則・運用基準の変更につき協議した。

1. ぶどうの粒数基準；ネオマス、巨峰の粒数が新たに加えられているが原則扱いであり、諒承された。

2. 混合果実缶の4号缶固形量を250gに変更することにつき最終の確認が行われた。

3. 形状と配合；形状については特に意見なし。配合割合についてはなお検討の余地があり、蜜柑缶工組を中心に関係団体で内部打合せすることになった。

4. 白もも、黄ももを配合したものについては1種類の果実とみなし、原材料の表示は「もも(白、黄)」と記載する。

【南米産ロコ貝の品名表示について】

今後名称検討の委員会が設けられるが、関係団体との連絡を密にし問題に対応することになった。

【赤貝缶詰の表示問題について】

6月19日、大阪市消費者リーダー協議会と業界代表者の懇談会において下記約束がなされた旨、説明あり。

1. 表示を『「原料名 赤貝(さるぼう貝)」この赤貝缶詰は赤貝亜属のさるぼう貝を使用しています。』

上記表示に改める。

2. 改正は手持空缶がなくなり次第切替える。

本件は極めて重大な問題を含んでおり業界間の連絡と合意事項の徹底を図るため緊急に説明会ならびに事後対策を協議することとなった。

【食肉缶詰のJAS改正(案)作成状況】

食肉缶工組より次のような説明があった。

6月中に部会を開催したあと2～3回会合を重ね、ある程度の考えをまとめたうえで関係団体と検討したい。

おそらくこの作業は最低1年は要するであろう。今後の問題点としては多種にわたる変形缶の取り扱いをどうするか、缶サイズが若干異なるもので同一の缶型呼称されているものもあり、これらのことをさらに煮詰めたいたの報告があった。

【野菜缶詰の内容総量】

グリンピース、マッシュルーム等々の調査結果が提示されたが、なお検討する必要があるとされ、関係者間で協議することになった。

【なめこ缶詰のJAS設定】

日食協よりJAS案に関して下記意見を述べた。

1. 塩の使用を認めているが、その使用目的はなにか。
2. 傘の大きさは粒の大きさに改められたい。
3. 1号缶、7号缶は持掲してほしい。
4. リンゴ酸は現実に使用しているのかどうか。

以上の点に関し検査協会を中心に検討することとなった。

「巨峰」商標権使用の覚え書

届出によりCBO会員に特典

日食協運営委員会、商品委員会、缶詰ブランド

オーナー会幹事会、果実部会それぞれの議を経て日食協、日本巨峰会とて次の「覚え書」を取り交すことになった。

これによりCBOメンバーで巨峰表示して市販する場合、下記の通り届出によって通常より割安の使用料で販売することができるようになる。

覚 え 書

日本加工食品卸協会（以下「甲」という）の会員ブランドオーナーであって「巨峰」ぶどうを原料とし缶詰を製造し「巨峰」と表示して販売する場合は、日本巨峰会（以下「乙」という）の登録商標（第472182号）の使用料金を下記基準により支弁するものとする。

1. 使用料金

「巨峰」ぶどう缶詰 4号缶 1缶当たり1円也。

（他の缶型、壘型は4号缶に換算する）

2. 届け出

「巨峰」ぶどうの缶詰を製造し、これを「巨峰」「KYOHU」等と表示して販売する場合は、「甲」はあらかじめ「乙」に対し、その予定数量を通知するものとする。

3. 支弁の方法

使用料金の支弁については「乙」とブランドオーナーの相対とする。

以上を基本の取り決めとする。

昭和55年8月1日

日本加工食品卸協会
日本巨峰会

果 実 部 会

7月17日、果実部会を開催し①新物さくらんぼ缶詰の情報交換②新物もも缶詰の情報交換③その他を協議した。

新物さくらんぼ缶詰については、ことしは大巾な減産であるが、持越しがあり、また最近における需要の減退から需給関係は妥当な数量と見られここでパッカーの稼働率低下に伴うコストアップを要求されても、実勢からは受入れ困難であるとの見方がなされた。

もも缶詰については全く静かなムードでもも缶詰の話が聞かれない。

もも缶のことしの生産数量は前年比60%どまりが妥当量だとの声もある。

これはヒネ物在庫が現在なお相当量あり、トータル生産数量は200万函を切る程度で需要が見合う状況。従って製造が進むとしてもせいぜい80%が上限であるとし、その前提条件として価格は前年並みとの感触である。

なおもも缶詰の全面JAS受験問題については、全員が守られればよいが現実的に足並みを揃えるのは困難とされ、引き続いての検討事項となった。

新物桜桃缶詰生産数量

日本農産缶詰工業組合がまとめた、55年7月15日現在、昭和55年産桜桃缶詰製造調査では次の通り。

これによると製品函数は丸函の実函で611,894%、5G缶52,020本。原料は4,427トンとなっている。

1. 製品関係

単位：函

	1/06	2/24	4/24	6/48	携/48	8/24	小型2/48	計	18ℓ缶
青森、秋田、岩手			81,559	3,732	7,200		50,137	142,628	6,895
山形	4,488	430	262,769	32,124	1,550	2,000	79,733	383,094	32,239
福島	500		29,438	2,487			34,801	67,226	12,886
宮城			1,230		4,786		12,470	18,486	
長野			460					460	
計	4,988	430	375,456	38,343	13,536	2,000	177,141	611,894	52,020

2. 原料関係

単位：トン

供給県 引取先 需要県	山形県			青森県			秋田県		
	系統	商人	契約	系統	商人	契約	系統	商人	契約
青森、秋田、岩手		381		182	289		2	40	
山形	1,192	1,225	413		41			17	5
福島	159	200	20		70				
宮城		35		31	3				
長野									
計	1,351	1,841	433	213	403		2	57	5

供給県 引取先 需要県	岩手県			福島県			長野県			計			合計
	系統	商人	契約	系統	商人	契約	系統	商人	契約	系統	商人	契約	
青森、秋田、岩手		115								184	825		1,009
山形										1,192	1,283	418	2,893
福島				3	1					162	271	20	453
宮城										31	38		69
長野								3			3		3
計		115		3	1			3		1,569	2,420	438	4,427

パイナップル部会

7月17日、パイナップル部会を開催し①グローバルパイナップルの情報交換②沖縄パイナップルの生産並びに市況等③冷凍パイナップルの情報交換

④パイナップルの販売促進等について協議した。

議事に先立ち部会長の国分株式会社K&K営業部長兼貿易部長 丸山益雄氏から部会長就任挨拶があった。

【グローバルパイナップルについて】

1. パイン缶割当状況（単位 3/3 換算函）

割当年度	上期 (割当月日)	下期 (割当月日)	年度計
52年	70万函 (52. 5. 10)	355万函 (52. 11. 29)	105万函
53年	75万函 (53. 5. 4)	355万函 (53. 11. 6)	110万函
54年	90万函 (54. 4. 25)	255万函 (54. 11. 16)	115万函
55年	70万函 (55. 6. 5)		

2. 55年度上期70万函による輸入状況

6月末現在 約15万函。

3. 最近の税関輸入統計

イ) パイン缶（無糖含む）

54. 1～54. 12 115万函(前年同期 119万函)

54. 4～55. 3 102万函(" 128万函)

ロ) 冷凍パイン

54. 1～
54. 12 19, 447トン(前年同期 28, 770トン)

55. 1～
55. 5 3, 858トン(" 8, 146トン)

ハ) 生パイン

54. 1～
54. 12 109, 190トン(" 101, 478トン)

55. 1～
55. 5 49, 873トン(" 59, 098トン)

4. パイン缶産地別輸入シェア

台 湾	24%	マレーシア	14%
フィリピン	34%	タイ	24%
米 国	2%	その他	2%

【沖繩パイン缶詰について】

缶詰原料は本島 33, 480トン、八重山 24, 961トン
計 58, 441トン、前年に比べ1割強の増。

缶詰生産は 3/3 換算本島 786, 584函

八重山 559, 042函 計 1, 345, 626函

との計画で現地ではこれに近い数字が出来るとし

ているが、沖繩パイン缶詰協会の見方では 120万
函台であろうとしている。

市況は全く冴えず採算割れとなっている。

冷凍パインの市況は沖繩ものより 10～20円
安値で売られ、150円以下もチラホラ散見され
る。

なお冷凍パイン缶の生産についてはことし半減
すると見られ台湾の干ばつから原料手当も困難と
される。

【パイン缶詰の販売促進について】

パイン缶詰は詰合せになくはならない商品の
一つになっているが、ここ 2～3年、沖繩ものは
思うような販売が見られない。

一方グローバル缶詰については数量が限られて
おり順調な販売がなされている。

沖繩パイン缶は採算割れのため意欲に欠けるが
販売業者の利益がとれるようにでもなれば販売促
進の方策も考えられよう。

また缶詰のキャンペーンについて消費者は新物
でも年を越せば古いとクリームをつける。

このように間違った認識をなくすべく消費者へ
の啓蒙が大切であるとされた。

【パイン缶詰の品評会出展等について】

日本缶詰協会主催の缶詰品評会に前年度は沖繩
パイン缶詰の出展がなかったが、本年度は来る 10
月 2日～3日、東京の主婦会館で開催される運び
であり、積極的な出展を望みたいとされた。

なお、10月 2日～7日まで恒例の世界パイン
まつりが松江市の一畑百貨店で開催される。

また、10月 17日には東京サンケイ会館にお
いてパイン開缶研究会が開かれる予定であり、日
食協はこれらの行事に協賛参加する。

蔬 菜 部 会

6月19日、蔬菜部会を開催し、①筍缶詰に関する情報交換②台湾産筍缶詰の共販制実施に関する情報交換③新物アスパラガス缶詰の情報交換等を協議した。

筍缶詰については本年、キャリオーバーがあるにもかかわらず、ここ数年製造さえすれば利益となったところから生産数量は420～430万本と増産されたと見られる。

このため市況は全く冴えず、先き行き弱含んでいる。各地入札会の状況も低調であったと報告された。

台湾産筍缶詰の共販制実施については現段階では新しいニュースは入手されていないが、共販制への動きにより220万函の日本向けに対して400万函の申込みがあったと伝えられる。

特に輸出規格は厳正に定めることが先決であるとの意見があった。

新物アスパラガス缶詰については4号缶の在庫はほとんど払底しているが、ジュース缶の在庫はかなりあり弱含んでいる。

台湾冷凍パックものは産地の状況からことしは少ないものと見られる。

需給関係では52年130万9千函、53年124万7千函、54年124万9千函でことしは30万函のキャリオーバーがあるとの見方がなされた。

品質対策委員会

6月23日、品質対策委員会を開催した。今回の委員会には日本缶詰協会の役員異動に伴ない新たに常務理事に就任された三島進氏、渡辺麟太

郎技術部長を迎え、また缶詰検査協会から常務理事井上勘吾氏の出席を得、品質表示、JAS規格等、基本的な今後の業界の取り組み姿勢、問題点等につき懇談した。

この懇談会において①農水省の規格専門部会に流通サイドのメンバー参加が考慮されておらず、不公平な部会であること。②最近製造年月日に関するクレームが多発していること。③赤貝表示等の問題に関連し、地域的名称、学名等の表示はすべて社会通念を最優先すべきであり、そうした観点に立って業界の統一見解を明確にするなどの話し合いがあった。



55年度新規加入会員

(55年7月31日現在)

支部名	社名	所在地
近 畿	株式会社神戸小西商店	神戸市
九州沖繩	株式会社儀間本店	那覇市
〃	佐賀県食糧株式会社	佐賀市
北海道	株式会社小渡辺商店	函館市
〃	丸達商事株式会社	美唄市
〃	株式会社△中西商店	帯広市
〃	株式会社池田屋	小樽市
〃	株式会社㊦武石商店	釧路市
〃	菊泉福士株式会社	室蘭市
〃	△相互食品株式会社	北見市
〃	株式会社三庫商店	小樽市
〃	合名会社梅津商店	函館市
〃	旭旭川地方卸売市場株式会社	旭川市

北海道	道南国分株式会社	苫小牧市
〃	株式会社丸い伊藤商店	北見市
〃	株式会社田辺本店	網走市
〃	株式会社北酒連	札幌市
〃	株式会社大和屋食品	苫小牧市
〃	株式会社丸三橋本商店	釧路市
〃	株式会社旭川明治屋	旭川市
〃	株式会社 _レ 藤田商店	室蘭市
〃	新マルコ株式会社	〃
〃	網走食料品卸株式会社	網走市
〃	金滴商事株式会社	滝川市
〃	山三渡部商事株式会社	千歳市

【役員人事】

※株式会社廣屋では6月30日の定時株主総会において新役員2名を増員した。

現役員は次の通り。

代表取締役会長	濱口 祐三
代表取締役社長	濱口吉右衛門
代表取締役副社長	松本 健一
代表取締役	石戸 有一
取締役(酒類本部長)	小松健次郎
取締役(食品本部長)	田辺 博一
取締役(ヒロマルチェーン 本部長システム部) スタンプ部担当	濱口 通利
取締役(大卸部担当)	船戸 敬徳
取締役(業務用担当)	横山 蔵吉
取締役(中央店長)	亀田 喜平(新任)
取締役(財務部長)	高橋 昭二(新任)
取締役	福岡 義雄(非常勤)
監査役	武智 功
監査役	大倉 喜雄

※上島珈琲株式会社では7月31日の定時株主総会ならびに取締役において役員が次の通り選任され、それぞれ就任した。

代表取締役会長	上島 忠雄(昇任)
代表取締役社長	上島 達司(昇任)
代表取締役副社長	笹本 善彦
専務取締役貿易本部長	木村 隆吉
常務取締役中国支社長	加藤 顕
〃 開発部長北海道支社長	村田 守
〃 九州支社長	伊藤 博昭
〃 中部支社長	土居 徳治
取締役財務本部経理部長	寺坂 台仙
〃 関東支社長	嶋本 忠義
〃 近畿東京支社長	村岡 保夫
〃 東海支社長	河合 敏司
〃 東北支社長	山本 義男
〃 マーケティング本部部長	松田 次郎(再任)
〃 関東事業本部部長	木村 正章(再任)
〃	宇坪 正隆
〃	上島 禎子
監査役	宮崎 芳久

賛助会員消息

日本エム・ジェー・ビー販売株式会社では6月30日付で取締役社長佐藤喜久蔵氏が退任し、新社長に米国MJB会社取締役副社長ロバート・サルトー氏が就任した。

なお、営業本部長徳島輝彦氏を取締役に選任、総支配人として業務にあたる。



【役員選任】

社団法人全国トマト工業会では5月27日開催の定期総会並びに役員会において次の役員が選任されそれぞれ就任した。

名誉会長	川口仲三郎
会長	下浦 静平
副会長	岩下 彌作
“	茂木七左衛門
“	小島 要治
“	木村 晃
専務理事	石川庄五郎
理事	長島真佐雄
“	小川 董
“	菅澤 運一
“	加藤 剛毅
“	川澄 鋼一
“	吉田 元三
“	中野 義明
“	清水 昭三
監事	伊藤 清正
“	中村 良徳

缶詰共同宣伝

【学校給食缶詰研究会】

日時 昭和55年7月4日(金)
13:00~16:00
場所 昭島市福祉会館(昭島市玉川町4-9)

対象および人員

三多摩地区の学校給食栄養士 80名

共催 学校給食物資流通研究会

日本缶詰協会

日本加工食品卸協会

【東日本料理学校対象の講習会】

日時 昭和55年7月26日(土)
9時~13時30分

場所 服部学園(渋谷区千駄谷5-25-4)

対象人員

200名(東日本料理学校協会会員の料理
学校講師、助手)

主催 (財)食品産業センター、東日本料理学校協
会、サンケイ新聞社

協力 (社)日本缶詰協会、日本加工食品卸協会

内容 (イ) 映画「かんづめ」

(ロ) 講演「食品問題について」

サンケイ新聞社 阿部政治部長

(ハ) 講演「缶詰について」日本缶詰協会

【缶詰指導者研究会】

日時 昭和55年7月19日(土)
10:30~12:30

場所 主婦会館(千代田区六番町15番地)

参加 40名

共催 (社)日本栄養士会、(社)日本缶詰協会、日
本加工食品卸協会

内容 講義

「食生活と缶詰」、缶詰開缶及び試食缶
詰についての討論、缶詰料理講習会の運
営について