



会 報

# 日 食 協

第36号 59. 3. 31 発行 日本加工食品卸協会 東京都中央区日本橋室町2丁目6番地(江戸ビル 4階)  
〒103 電話 東京03 (24)6568・6569番

目	次
◇ 取引先コードセンターを近く開設 .....	2
◇ 統一取引先コードに関する提案 .....	3
酒類業界へも積極呼び掛け .....	13
<b>運営委員会</b> .....	14
◇ 小分け代行費中心に検討 .....	14
◇ 商品の小分け代行費に関する要請文 .....	15
<b>商品委員会</b> .....	16
◇ 共同配送実験事業準備状況、割戻金標準化の推進 .....	16
<b>支部ニュース</b> .....	16
◇ 関東支部 物対委、配送小委合同委員会 .....	17
◇ 関東支部 第6回商品研修会キューピー(株)五霞工場 .....	17
<b>缶詰ブランドオーナー会</b> .....	18
◇ くりびん詰・ふき缶詰 規格統一で要望 .....	18
◇ みかん缶詰で要望 .....	18
昭和58年度内販みかん缶詰ホール品 JAS受検状況 .....	19
◇ 筍缶詰全国大会で要望 .....	20
◇ 事業功績者に萩原弥重氏 .....	23
◇ 58年缶詰クレーム実態 .....	23
◇ '84 春季フードウィークを実施 .....	24
<b>会員消息</b> .....	24
<b>訃 報</b> 野田喜三郎氏ご逝去 .....	25

# 取引先コードセンターを近く開設

## 4 地区説明会で高まるニーズ

情報システム化委員会〔委員長松本健一氏・㈱廣屋副社長〕では、業界全体のシステムの合理化を推進するためには統一取引先コードの全国展開を早急に進めなければならない局面を迎えたとして、57年11月からメーカー協力のもとに同委員会内に「取引コード検討会」を設け研究協議を続けてきたが、このほどその方向づけが決定し、関係団体等との連繋のもとに取引先コードセンターをいよいよ開設する運びとなった。

これに伴ない準備委員会が近く別途設置されセンター運営の基本線が決定されるが、その手はじめとして別掲の通り4地区において経営効率化研修会と題し、「酒類食品業界取引先コードセンター開設とその活用」につき説明会を開催した。この説明会には日食協の会員、賛助会員ばかりでなく酒類業界の団体、および同メーカー、卸売業者にも出席を呼びかけ、4会場とも定数を超える参加者があり盛況であった。

酒類食品業界に取っていかに重要関心事であるかがうかがえたと同時に、このコードセンター始動の時がまさに酒類食品業界のシステム元年になると大きな期待がかけられている。



—— 経営効率化研修会東京会場 ——

取引コード検討会が取りまとめ、情報システム化委員会より理事会の議を経て賛助会員世話会をはじめ関係業界団体等へ呼びかけられた「統一取引先コ

ードに関する提案書」は次の通りであり、4地区の会場ではこの提案書をもとに各担当講師より説明があった。以下その提案書の全文を掲げることとする。

# 統一取引先コードに関する提案

## I. 検討会設置の要旨

### 1. 背景と目的

情報化社会という言葉が使われ始めてから久しいが、当初概念的なものであったそれは、今まさに具体的な現実となってきた。

食品業界においても消費動向の多様化に伴ない、多品種少量化、商品ライフサイクルの短縮化、リードタイムの短縮化、また配送の小口化や広域化といったような流通環境の大きな変革期を迎えており、各企業ではよりきめ細かで迅速な取引情報の掌握を要求される時代となってきた。

これに対し各企業では、無論それぞれの合理化努力がなされている訳であるが、企業内の合理化には自ら限界がある。

その理由は、事務処理の原点である取引情報の様式が相手ごとに異なっている点にある。各企業が相手ごとに個別に対処しようとする場合は、取引先の数に比例した作業負荷を伴うこととなって、時間とコストが次第に膨らんでくる。これは業界全体としてみたとき大きな無駄をかかえていると言わなければならない。

この問題を解決する重要なポイントが、企業間情報のフォーマットと取引コード（取引先コード、商品コード等）の標準化である。

業界では既に、SDP、RDP、DDPという業界企業間情報システムによって、標準化の絶大な有用性が実証されている。

このような背景のもとに、日本加工食品卸協会（以下、日食協）・情報システム化委員会内にメーカー、卸共同の「取引コード検討会」が設置され、業界全体の事務合理化を目的とした標準化を継続的に研究、推進することとなったものである。

なお、業界では昭和51年に日食協が農林水産省より調査研究事業を受託して以来数次にわたって関連テーマの検討がなされており、今回の活動も基本的には、これまでの考え方を引継ぐものである。

### 2. 検討の範囲

本検討会は前記の目的をもって、次のような検討課題への取り組みを予定し

ており、今回は第一次活動として「統一取引先コード」の検討を行なった。

- (イ) 統一取引先コード
- (ロ) 統一商品コード（JANコード）
- (ハ) データフォーマット
- (ニ) 企業間ネットワーク

### 3. 検討会と検討内容の位置づけ

本検討会は当面、日食協会（卸）と賛助会員（メーカー）の代表によって構成されるが、本会の活動は業界全体の課題であるという認識のもとに行なうものであり、実施段階においても会員以外の参加を拒むものではない。むしろ積極的に参加を呼びかけていく必要があると判断する。

また関連課題に関する他機関の活動を否定するものでもなく、実態に応じて行政機関を含む関連諸機関との連携を配慮しながら検討を進める方針である。

## II. 統一取引先コードに関する検討

（文中、統一コードと称す）

### II-1. 検討の趣旨

業界では昭和39年、東京に業界統一コードを管理する「酒類食料品店コードセンター」が設立され、その後大阪、横浜、名古屋、札幌等にも同様のセンターが発足した。

然しながら現在まだ多くの地域が統一コード不在であり、また現行各コードセンターは組織的なつながりを持っていない。

そのために、地区によっては企業間情報処理の合理化が遅れたり、現行の利用企業でも地区ごとに業務管理の方法が異なるなどの不合理がある。

また、昨今の激しい流通環境の変化に伴ない、より効率的な企業間情報交換が必要となり、統一コードの全国展開が不可欠となってきた。

このような状況を背景に、当検討会では下記の実現を図るべく検討を行なった。

- (イ) 統一コードの全国展開。
- (ロ) 運営組織の一元化。

## II-2. コードセンター

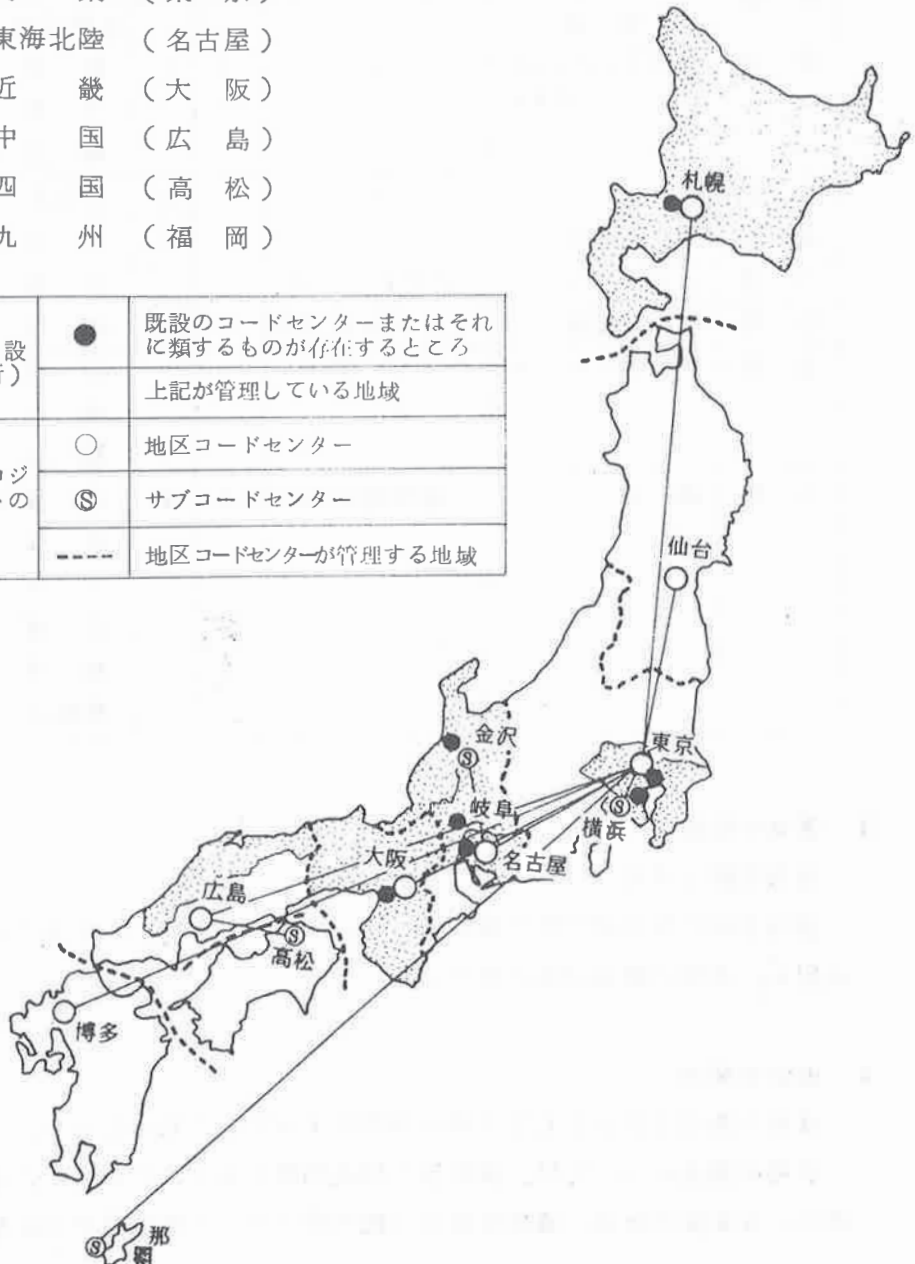
### 1. コードセンターの設置場所

コードセンターは、常識的な経済圏の単位に1ヶ所ずつとし、必要に応じてサブセンターの併設を検討する。

- (イ) 北海道 (札幌)
- (ロ) 東北 (仙台)
- (ハ) 関東 (東京)
- (ニ) 東海北陸 (名古屋)
- (ホ) 近畿 (大阪)
- (ヘ) 中国 (広島)
- (ト) 四国 (高松)
- (チ) 九州 (福岡)

[コードセンター設置場所と現行センター]

既設 (現行)	●	既設のコードセンターまたはそれに類するものが存在するところ
		上記が管理している地域
本プロジェクトの 提案	○	地区コードセンター
	Ⓢ	サブコードセンター
	----	地区コードセンターが管理する地域



## 2. 既存のコードセンターについて

既存のコードセンターが管理する統一コードおよび業務機能はそのまま存続し、新しい組織の基盤とする。

〔現行コードセンター概況〕

地区	管理機関	運営の主体	事務員数		管理地域	管理店数
			男	女		
札幌	酒販卸組合	運営委員会			札幌市内	12,000
	北酒連	〃			札幌市外	
東京	野村コンピュータシステム	〃	1	1	東京 千葉 埼玉	52,000
横浜	独立	〃		1	神奈川	14,000
名古屋	酒販卸組合	〃		1	愛知	7,500
三重	アサヒビール	アサヒビール			三重	2,100
岐阜	酒販卸組合	サッポロビール			岐阜	
金沢	サッポロビール	サッポロビール			石川 富山 福井	4,800
大阪	独立	運営委員会	1	1	滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山	39,000

## 3. 運営の組織

会員組織とする。

賛同を得た関連諸団体で協議のうえ、各地区の実態にあわせて運営委員会を設置し、運営の推進母体とする。

## 4. 運営の費用

運営の費用は原則として会員の会費によって賄うものとする。

費用の調達については、検討会では基準案として次の考えかたをまとめた。即ち、日食協の会員、賛助会員その他の統一コードを利用する企業について、

企業規模別のランクを定め、それに応じた会費を徴収する。

## 5. コードセンターの運用機関

過去の実績からみて、第三者機関への業務委託形式を最善策と考える。  
運用を委託する機関は次の機能を備えている必要がある。

- (イ) 中立的な立場にあること。
- (ロ) 全国に拠点を持っていること。
- (ハ) コンピュータ処理の設備と技術を有すること。
- (ニ) 統一コード利用の業界システムと密接な連携を保てること。
- (ホ) 統一コードの普及活動や外部機関との連携等、日常業務以外の活動に  
対処できること。

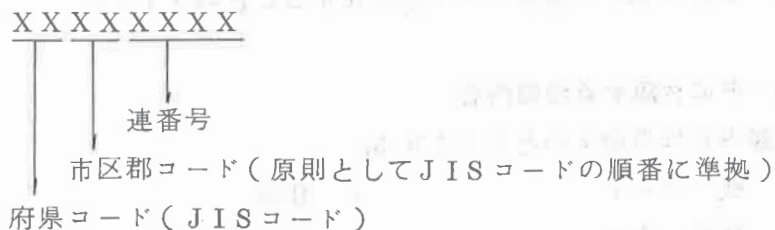
## II-3. 統一コード

### 1. 統一コードの位置づけ

本検討会で提案する統一コードの位置づけは、自社システムと外部の情報をつなぐ際の窓口コードたる性格のものであり、各企業がこれを自社用コードとして使用することは無論可能であり、業界として望ましいことでもあるが、それはあくまでも各企業における選択の問題である。

### 2. コード体系

現行の業界統一コード体系をそのまま踏襲する。



本検討会でこの体系を採用した理由は次のとおり。

- (イ) 多くの企業で既に長年定着しているコード体系である。
- (ロ) 現時点では特に体系の変更をしなければならない必然性が無い。
- (ハ) 地区別の番号であり使いやすい。
- (ニ) 体系変更に伴う移行作業負担を生じない。

- ㊦) 桁数は必要かつ充分である。仮に1地区10,000店を越えた場合は、別の府県コードか市区郡コードを併設することにより対処が可能。

### 3. 登録の範囲

原則として業界内で共通して、継続的に取引される相手を登録できるものとする。当然一般的には他業種として分類される取引先も含まれる可能性があるが、現実には他業界との調整を必要とする事態が生じない限り、これを業界内の基準とする。

将来、登録店数の著しい増加や他業種との絡み等で混乱を来す恐れが生じた場合は、改めて何らかの基準を検討するものとする。

例えば次のような方法が考えられる。

- ㊦) 番台で分けたプライベートコードゾーンを設ける。
- ㊦) 英文字の使用。
- ㊦) 業種コードの設定。

### 4. コード設定の単位

本店、支店、営業所、出張所等事業所の別とし、必要であれば配送センター、倉庫、営業倉庫などのコード化も認める。また、同一所在地内でも別法人組織があったり、部門別にコードを分ける必要がある場合も原則的に登録を認める。

将来、上記の基準で混乱を生じる恐れがある場合は、何らかの基準を再検討する。例えば次のような方法が考えられる。

- ㊦) 枝番の付与。
- ㊦) 1法人(店)で複数コードが存在することのサイン。

### 5. コードに付随する登録内容

登録内容は当面次のとおりとする。

- 統一コード
- 住所
- 屋号、店名
- 電話番号
- 代表者名
- 酒販免許の種類
- 郵便番号





## 2. コードセンターの運用業務

### ① コードの設定と管理

- (イ) コードの加除改廃とその通知。
- (ロ) コードに関する問い合わせへの対応。
- (ハ) 登録内容の正誤確認（登録時および随時的な洗い直し）。
- (ニ) コードブックの作成と配布。

### ② 関連諸機関との折衝、調整

- (イ) 関連行政機関との折衝、調整。
- (ロ) 他の地区コードセンター（同業種）との連携。
- (ハ) 他業種コードセンターとの調整。
- (ニ) その他業界団体等、関連する諸機関との折衝、調整。
- (ホ) 定期的または随時的に、利用者のための会合を招集し然るべき活動を行なう。

### ③ 統一コードの利用普及に関する活動

- (イ) 普及のための資料作成と配布。
- (ロ) 普及のための説明会、講習会等の実施。
- (ハ) 統一コード利用システムの研究とその普及活動。

### ④ その他

- (イ) 業界内および他業界での統一コード利用動向の把握。
- (ロ) センターの運用に係わる一般事務。

## II-5. 今後の進めかた

### 1. 関連業界団体への呼びかけと準備委員会の設置

- (イ) 関連団体の選定
- (ロ) 趣旨説明と協力依頼
- (ハ) 準備委員会の設置

### 2. 既存センターとの調整

- (イ) 趣旨説明
- (ロ) 地区会員への説明会

### 3. 初期作業

- イ) 対象地区（順序）の決定
- ロ) 名寄せ方法の検討
- ハ) 名簿の調達
- ニ) 初期登録作業
- ホ) コードブックの作成

### 4. 運営委員会の設置

各地の実態に合わせ運営委員会の設置を検討していく。

## （附一） 統一コード化のあゆみ

- (1) 卸がビール、醤油メーカーに直送発注をする際、各卸の取引先コードが統一化されている必要が提唱され、昭和39年8月、東京に統一取引先コードを管理する「酒類食料品店コードセンター」が設立された。
- (2) 41年9月「大阪酒類食料品店コードセンター」が、43年7月に「神奈川県酒類食料品店コードセンター」が発足。
- (3) その後愛知、三重、岐阜、石川、北海道にもコードセンターが設立された。
- (4) 46年10月、業界システムである「SDP（酒類食品データプールシステム）」が、この統一コードを利用するシステムとしてスタート。  
翌年「RDP（卸の倉出し情報システム）」がスタート。
- (5) 50年より3ケ年にわたり、農林水産省から日食協に対して統一コードおよびコードセンター設立に関する調査研究委託があり、メーカー、卸で共同研究の結果、業界としての将来的な方向づけが確認された。
- (6) 55年、日食協情報システム化委員会内に「取引コード検討会」が設置されて統一コードの広域化に関する検討を行ない、関係団体へも呼びかけたが推進母体の設置に至らなかった。
- (7) 57年10月、「酒類食品事務合理化研究会（メーカー、卸約60社による任意機関）」にて、統一コードの全国展開が提唱され、前記(6)を引継ぐ形で改めて今回の活動となった。
  - イ) 57年11月 : 検討を開始
  - ロ) 58年7月 : 検討会の提案を情報システム化委員会に報告。
  - ハ) 58年8月 : 運用業務を外部機関に委託することを決定、候補

として情報処理業者4社を選定。

- (ニ) 58年11月 : 審議の結果、「野村コンピュータシステム㈱」を委託先とすることを決定。
- (ホ) " : 日食協理事会にて原案を承認。
- (ヘ) 58年12月 : 業界全体として進めるため関連業界団体に協力を呼びかけることとする。
- (ト) 59年 2月 : 地区別説明会がスタート。

(附一2) 検討会の構成

(社名50音順)

委員	アサヒビール ㈱	東京支店業務課	柳沢 巖
	味の素 ㈱	情報システム部	保志 尚
	キッコーマン ㈱	計数部	豊倉 洋一
	"	"	伊藤 聡
	麒麟麦酒 ㈱	システム部	山田 襄二
	"	"	田辺 春夫
	㈱ 小 網	情報管理室	岸 史郎
	"	"	湯浅 一也
	国 分 ㈱	システム企画室	栗原 悠造
	サッポロビール ㈱	東京支店業務課	中嶋 輝明
	サントリー ㈱	マーケティング室	後藤 哲史
	"	"	杉田 章
	西野商事 ㈱	管理本部電算室	西野 良夫
	日本酒類販売 ㈱	情報管理部	峰島佐千雄
	㈱ 広 屋	管理本部	本間 楢
	㈱ 升 喜	経理部	三輪 和夫
	松下鈴木 ㈱	業務部	青井 邦夫
	"	"	天野 信之
	㈱ 明 治 屋	計算室	古川 英明
	㈱ 菱 食	情報システム部	平口 忠一
	"	"	牧野 喬
事務局	日本加工食品卸協会		北田 久雄
	"		中沢 和雄
	野村コンピュータシステム ㈱	流通システム一部	甲斐 瑞夫
	"	"	鈴木 敏

以上

## 酒類業界へも積極呼びかけ

### 4会場はいずれも満員

「取引先コードセンターの開設とその活用」をテーマに開催地支部の協力のもとで実施された経営効率化研修会は各実施地区とも強い反響を呼び、酒類食品業界が取引先コードの全国統一化をいかに待望していたかを知ることができた。

今回の説明会開催地は東京、大阪、名古屋、札幌の4都市となっており、日時、場所、講師等は下記の如くであった。

#### 【東京】2月27日午後3時から5時

鉄道会館ルビーホール 12階

講師；栗原悠造氏（国分㈱システム企画室長）

出席；会員41名、賛助会員65名、その他15名、計121名。

#### 【大阪】3月6日午後1時半から3時半

大阪化学繊維会館 地階会議場

講師；岸 史朗氏（㈱小網情報管理室長）

出席；会員21名、賛助会員24名、その他6名、計51名。

#### 【名古屋】3月7日午後2時から4時

愛知県中小企業センター7階

講師；平口忠一氏（㈱菱食情報システム部長）

出席；会員及び中食連会員30名、賛助会員25名、その他3名、計58名。

#### 【札幌】3月16日午後1時から3時

札幌グランドホテル

講師；栗原悠造氏

出席；会員27名、賛助会員15名、その他10名、計52名

以上、4会場はいずれも定員をオーバーする参加が得られ、センター開設へのニーズの高まりが読みとれた。

## 物流コード等も情報交換

### 取引コード検討会

昨年12月14日に賛助会員世話人会を開催し、酒類食品業界の統一取引先コードセンターの開設に向け、そのシステムの具体化が進んだ段階で情報システム化委員長ならびに検討会の座長より報告があり、前向きな賛同が得られたので取引コード検討会は、さらに開設に向けての詰めを急ぐこととなった。

取引コード検討会では、12月19日、世話人会において報告ならびに協議された内容のあらましにつき述べるとともに、今後の検討会の進め方、準備委員会設置、そのための趣意書の作成などについて検討した。

これに引き続いて1月24日、趣意書案の検討と58年度内に実施されることになったコードセンター開設に関する経営効率化研修会（説明会）の講師担当者等につき協議した。

2月10日開催の検討会では、趣意書案の最終検討と研修会開催日程、場所等が決定したことにより担当講師ならびに研修会の進め方、出席者呼びかけの範囲等について話し合いを行なった。

続く3月14日の検討会においては前掲のうちの終了3地区の研修説明会の結果をそれぞれの担当

講師より報告がなされ、準備委員会の参加呼びかけの対象範囲等を検討。4月15日までに意志表示を得たいとされた。

また関連事項として物流コードシンボルの標準化に向けての進展状況など情報交換した。

## 運営委員会

1月25日、運営委員会を開催し、4月1日を目標として実施予定の小分け代行費に関する関係団体への協力要請等を協議した。この委員会には小分けWGの木村哲二座長が出席され作業状況を報告。続いて各委員の意見交換が行なわれたが、量販店の対象範囲などが取りあげられ、量販店等小売業界と表現することに意見一致した。

また代行費の請求書は統一フォーマットを作成することとしWGで改めて検討する。

来る4月19日に開催予定の理事会ならびに5月25日開催される理事会、定時総会に向け諸準備作業をすでに進めているが、その提出議案の内容につき協議した。

特に次年度は会費改訂問題も前回の理事会で取りあげられ、具体案を次回理事会に示すことになっているが、その大筋につき検討した。

その他、昭和58年度定時総会は役員改選年度に当たり、異動ならびに増員等を意見交換した。

なお情報システム化委員長の立場から松本委員長より取引先コードセンターの開設に関し、準備委員会の設置、参加呼びかけの手順等について諮られ、さらに開設に向け作業を推進することにな

った。

## 小分け代行費中心に検討 WGが請求フォーマット案作成へ

小分け問題に関し食品取引改善委員会のワーキンググループ（座長木村哲二氏）では、小分け代行費の請求開始を4月1日を一応の目標とし、年明け早々の1月10日に会合し、今後の進め方について検討した。

また、1月14日にはその代表者打合会を、さらに2月7日、このほど小分けの進行状況につき担当して主要メーカー50社にヒアリングを行なった結果につき情報交換した。小分け化はメーカー努力もあり順調に進行はしているものの、なおかつ未対応商品もあり、これらに対する代行費請求をメーカー側はどのような姿勢で受けとめているかなど現状把握を行なった。

2月23日、WG代表者打合会を開催し、代行費請求に当たっての統一フォーマット作成にとりかかった。この請求は原則としてメーカーに行なうもので、請求書に織り込まれる基本項目等を検討した。

3月8日、WG全員が参集し、担当50社の小分け推進状況および未対応商品に対するメーカーの回答状況につき情報交換し、併わせて請求書フォーマットの最終的案のとりまとめを行なった。

以上のように諸作業を踏まえ3月13日、運営委員会の正副委員長との代表連絡会を開催し、今後の進め方、協力呼びかけの方法などを協議した。

なおWGは請求対象となるべき未対応商品をリストにより個別にひろいあげ、来る3月26日の会

合でさらに具体化することとしており、その作業終了まで請求開始の目標は若干の期間を置きたいなどが話合われた。

以上のような小分け活動に併行し、日食協では2月1日付会長名をもって関係主要団体に対し次の文書を送付したが、各支部長宛にも本部方針につき連絡し、協力の呼びかけを行なった。

#### 主要関係団体宛

### 商品の小分け代行費 に関しお願いの件

拝啓 時下の候ますますご隆昌にてお慶び申し上げます。

常日頃より種々ご高配を賜わり厚くお礼申し上げます。

さて、商品の小分け化は量販店等小売業界のニーズとして高まりを見せ、その早急な対応が要請されていたものでありますが、日食協ではそうした小売店のご意向を踏まえ、これを調整する立場で57年5月、最小荷姿の希望単位を策定し、貴会をはじめとする関係団体ならびに生産者の皆様はその推進方をお願い申しあげましたところ、その後、生産各社の前向きのご尽力により順調に進捗しておりますこととはご同慶の至りであります。

しかし、いまなお生産段階で未対応商品が見受けられます。

これらの商品につきましては、すべて小分け作業によって卸が納入しているのが実情であり、それに伴うコスト増加は無視できない状況下におかれております。

日食協では、対応の進まないこれらの商品に対しましては、小分け作業をすることによ

る経費を生産者の皆様にご負担願いたいとの観点に立ち、このたび1セット当たりの小分け代行費を算出、策定致しました。

その結果は別表の通りであります。今春4月1日を実施目標として、未対応商品について小分けした実績代行費をご協力いただくよう生産者の皆様には、弊協会より個々にお問い合わせ申し上げたいと存じております。

つきましては、卸業界の実情をご斟酌下され、貴会会員の皆様にご理解とご協力を賜わりますようご内報いただきたくお願い申し上げます。次第でございます。

敬具

記

### 小分け代行費策定の主な理由

イ) この小分け化は、量販店等小売業から発生したニーズであり、本来ならば生産段階でそのニーズに即応する体制が望まれるところでもあります。しかしながら、いまなお未対応の商品があり、これらの商品については納入するに当たって生産者に代わり卸段階でその機能を代行しているものと理解されます。

ロ) すでに対応されている商品はそのための費用を投入して対応されたものであり、未対応商品との不公平感のあることは否めません。

従って、これら未対応商品が対応できるまでの間、卸が小分け代行し、商品流通の円滑化を促進して参りたいと存じます。

以上

※なお上記書状の4月1日実施目標についてはWGで実態を検討したうえで上部機関に諮ることになっている。

### 1セット当たりの小分け代行費案

項目	小分け内容	経費(円)	備考
1.包装費	シュリンク	10.-	フィルム代 電気代
	非シュリンク	10.-	ガムテープ ビニール袋
2.人件費	シュリンク	12.-	
	非シュリンク	18.-	手作業による 経費の増
3.設備減価 償却費	シュリンク	5.-	
	非シュリンク	-	手作業により 償却なし
1セット 当たり計	シュリンク	27.-	
	非シュリンク	28.-	

(イ) 上記の経費は現状の荷姿の半さいを原則とした場合の1セット当たりのコストとする。

(ロ) この代行費は小分け作成に係わる費用である。従って小配に関する費用は現時点では含まない。

(ハ) 人件費は、パートタイマー1時間660円を基準に1日の稼働時間を3時間で算出。

(ニ) 設備減価償却費は3年償却とする。

(ホ) 対象範囲はメーカー未対応商品で小売店に半さいにて出荷するプロパー商品とする。

(ヘ) 呼称は「小分け代行費」に統一する。

(ト) 上記算出は58年度の基準とする。

## 商品委員会

1月25日、商品委員会を開催し、①百貨店共同配送実験準備状況②割戻金標準化推進活動等につき協議した。

共同配送については、当初の案として運送代行業者は1社でシステム組みが考えられていたが、

その後主催者側より2社の提案がなされ、これが諒承されるまでの経過を説明した。

また進行時点において問題発生した場合の責任の所在を明確化する必要がある点と百貨店サイドの諒解の取りつけをきめこまかに行なう必要があるなどが話合われ、2月1日実施に向け万全の体制を取るようになった。

割戻金標準化推進については今後どのような手順によりアピールするかが協議された。その推進に当ってはおりにふれ標準化の内容を報知するとともに、メーカーに対する協力要請のための文書を用意し、特約店会等の場を通じ都度働きかけを行なうなどが話合われた。

その他、最近新製品の開発が進展している中において、その建値構成などが話題に取りあげられつつあるが、次回はそれらの問題を現状分析し、何らかの対策を講じたいとされた。

## 支部ニュース

### 関東支部

2月14日、関東支部物流対策委員会を開催した。

1. 百貨店共同配送実験事業の実施状況；

2月1日集荷分からスタートしたが、その後の状況を事務局より次のような説明があった。

- ①現在までのところトラブルはなく順調に推移。
- ②2月13日集荷分から都区外配送を開始。
- ③実験後の継続については2月22日の共同運営委員会の状況報告等を踏えて検討する。
- ④実験後の実務担当窓口は配送小委員会が担当する。
- ⑤実験後の参加希望のメンバーには段取りが整ったうえで呼びかけを行なう。

2. 小分け未対応商品の代行費の件；



①本部方針にそって対応する。②今後、食品取引改善委員会WGと連繫を密にする。

### 3. 割戻金標準化の推進活動；

事務局より「割戻金標準化に関する提案書」をもとに経過説明し、本部方針にそって協力体制をとることとなる。

### 4. 商品研修会

打合せの結果、第6回商品研修会は3月7日(水)キューピー(株)五霞工場を決定。

### 5. その他

④ 物対委の活動は、最近幅広い活動となっており、名称を実態にあったものに変更することはどうかとの見解があり、支部長に報告し意向を伺うこととなった。

⑤ 1社より物対委メンバーに加わりたいとの希望があり、本件については支部長に諮り幹事会を経て増員してはいかかとの提案があった。

## 物対委、配送小委員会 合同委員会を開催

3月9日関東支部物流対策委員会、配送小委員会の合同委員会を開催し、百貨店共同配送実験事業経過報告並びに実験後の継続実施の検討について協議した。

この合同委員会に先きだち百貨店共同配送に関する第4回共同運営委員会が開かれ、実験事業の現況報告ならびに実験終了後も引続いて継続する方向について話合われたが、これをうけて合同委員会は次の点の合意を見たので即日、運送代行2社に対し事務局より協力要請を行なった。

(イ) 共同配送の実験は3月21日の配送分で終了するが(その後24日までに延長された)メンバーは継続実施することを基本姿勢とすることを確認

した。

(ロ) 継続することを主眼とし、21日以降については、暫定的に4月末日まで1函150円で運送2社の協力を得る。

(ハ) 各社へのヒアリング開始は(ロ)を踏まえて行ない3月14日までに運送2社より諒解の有無についての報告を事務局へ行なう。

なお、年明け後から実験終了時までの活動のあらまし及びその後のスケジュールは次の通りである。

1月9日；実験事業システム企画委員会、日食協  
サイドの内部検討を終る。

1月23日；第1回実験事業共同運営委員会(システム協会主催)

1月26日；実験等専門委員会、この親委員会で原  
案通り実施承認を得る。

2月9日；第2回共同運営委員会

2月22日；第3回 ”

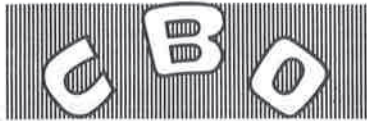
3月9日；第4回 ”

3月29日；第5回 ”

3月30日；第3回実験等専門委員会

## 第6回商品研修会 キューピー(株)五霞工場

3月7日、第6回商品研修会を茨城県猿島郡五霞村のキューピー(株)本社広報室仙石三郎氏、工場長紙透政治氏、東京支店原田純男氏の挨拶に引き続いて映画「マヨネーズ製造工程」(20分)工場研修(40分)キューピー、アラハタの製品を使ったメニューによる試食会に引続いて質疑応答が約1時間にわたり活発に行なわれた。最後に事務局、常任幹事からお礼の言葉が述べられ、2時30分工場をあとに帰路についてが、工場側の懇切丁寧な案内、説明で新たな商品知識が得られ有意義な商品研修会であった。



## 缶詰ブランドオーナー会

### くりびん詰、ふき缶詰 規格統一で要望

2月3日の野菜部会において、くりびん詰、ふき缶詰の規格統一について意見交換が行われた。

#### 【くり甘露煮】

くりの消費は伸びているが、問題は価格競争等で内容量が650g、630gあるいは620gとまちまちである。特に最近ではびん型を変更したりして見分けがつかないものが増えてきた。これでは消費の伸びを抑制する結果となり、イメージを悪くするので規格統一ができないものかとの声が強かった。

#### 【ふき缶詰】

ふき缶詰の需要は伸びてきており最近ではカツトの名称で売られているものもある。サイズはL、Sの規格はあるもののそれぞれメーカーが勝手に決めている。しかも産地によって相違があり販売上非常に困っているのが実態である。ふき缶詰の市場を育成していくうえにも不合理であり、サイズ規格の統一が望まれるとされた。

以上のような意見がだされ、くりについては内容量の統一、ふきについてはサイズの統一を行ない、業界統一規格として製造されるよう農産缶工組に要望することになった。

### 新物みかん缶で情報交換 果実部会

2月15日、新物みかん缶につき情報交換を行

なったが、これに引き続いて開かれる蜜柑缶工組代表メンバーとの懇談会には次の見解で臨みたいとされた。

- 市況低迷しガイドラインを割ったものも散見、11月は荷動きがあるも、むしろ12月以降は振わず、それにより市況はさらに悪化した。
  - 越年量は81万トンで、今後の生産動向を見たいうえでなければソコあげには応じられない。
  - 現行ガイドラインについてはさらに分析する必要がある。年明けと分けて考えられるような市場性でなく、通期を要求すべきである。
- なお、よき商材とするためには生産調整が必要。

### みかん缶詰で要望

CBOではみかん年度通期案を提示していたが、3月5日開かれた日本蜜柑缶詰工業組合内販対策委員会では年明け後の1～2月における見直しを突然行なったことに対し、3月12日付、缶詰ブランドオーナー会幹事長名で蜜柑缶工組理事長宛に下記内容の要望書を提出した。

1. 新物みかん缶詰の市況分析等につき貴組合側と数回にわたり情報交換して参りました。その結果強い製造自粛が貴組合側から打ち出されたにも拘らず3月に入ってもなお操業工場が多く見受けられ、予想以上の増嵩がうかがわれます。
2. しかも、現在市況は全く冴えず、特に4号缶を中心に軟弱で価格回復は期待できない状況にあります。
3. こうした時期に貴組合側より、年明け後の指標を設定されましたが、CBOと致しましては、かねてから通期を要望して参ったところであり、市況面における現状認識を欠いているものと思わせざるを得ません。

4. 従いまして貴組合側でおよびかけ中の指標を諒解する立場は取り難い現況にあり、これを参考にさせていただくことにとどめ置きたいと存じます。
5. 当初のガイドラインが示されて以来、月毎にその見直しを行なうという貴組合側の方針に基づき対応して参りましたが、3月5日、いきなり1月に遡及しての発表がありました。CBO
- としては、1月、2月とも貴組合の指示がなく、従ってスタート時のガイドライン通りと理解していた次第です。かつ、また昨年を上回る増産に加え価格アップというかたちとなり、これからの行方は全く予測し難い事態と相成りました。誠に残念な限りであります。
6. 再生産につながる最善の策を業界の英知を集め推進することこそが肝要であると思われま

昭和58年度内販みかん缶詰ホール品JAS受検状況

(単位；函数)

	仙 台	清 水	神 戸	門司(含長崎)	実函計	換算計
1/06	53,113	348,952	81,100	164,564	647,729	809,661
2/24	44,031	256,729	175,109	142,602	618,471	841,120
3/24		55,949	2,833		58,782	52,904
4/24	223,760	1,792,911	1,169,575	2,706,845	5,893,091	4,301,957
5/48		34,192	16,615	51,311	102,118	102,118
5/24	40,532	127,472	251,706	495,810	915,520	457,760
その他	16,504	47,174	273,546	59,042	396,266	146,609
実 函 計	377,940	2,663,379	1,970,484	3,620,174	8,631,977	
換 算 計	319,066	2,261,160	1,425,869	2,706,034		6,712,129
57年度 (2.28)	294,122	2,311,231	1,735,197	2,944,965	9,415,001	7,285,515
56年度 (2.28)	134,978	1,766,116	1,073,719	2,269,764	6,716,110	5,244,577
55年度 (2.28)	129,911	1,770,643	1,521,057	2,447,167	6,965,076	5,868,778

昭和58年度内販みかん缶詰ブロックン品鑑定状況

(単位；函数)

	仙 台	清 水	神 戸	門司(含長崎)	実函計	換算計
1/06			70		70	88
2/24		8,451	11,574	9,833	29,858	40,606
3/24	8,969				8,969	8,072
5/48		2,841	13,911	6,404	23,156	23,156
5/24	7,033	14,137	5,433	9,944	36,547	18,275
その他			16,861		16,861	11,485
実 函 計	16,002	25,429	47,849	26,181	115,461	
換 算 計	11,589	21,403	43,941	24,749		101,682
57年度 (2.28)		32,500	52,430	77,070	154,781	162,000
56年度 (2.28)		7,283	6,739	18,915	33,218	32,937
55年度 (2.28)		8,856	13,188	35,613	53,629	57,657

昭和58年度輸出向けみかん缶詰の出荷状況表

59.3.1現在  
(単位；函数)

	清 水	神 戸	門 司	長 崎	実函計	換算計
1 / 0 6	88,000	30,000	3,000	19,000	140,000	175,000
2 / 2 4	24,036	44,497	15,000	16,467	110,000	136,000
4 / 2 4	221,640	53,800	89,484	9,100	374,024	273,038
5 / 4 8	76,262	54,419	72,231	35,593	238,505	238,505
5 / 2 4	659,834	217,643	740,740	559,632	2,177,849	1,088,924
びん/2 4						
実 函 計	1,069,772	400,359	920,455	639,792	3,030,378	
換 算 計	710,665	300,531	532,074	368,197		1,911,467
57 年 度 (2.28)	469,738	189,142	382,831	191,911	1,732,878	1,233,622
56 年 度 (2.28)	797,569	316,048	676,669	385,504	3,084,765	2,175,790

— 筍缶詰全国大会 —  
要望書をとりとめる  
— 蔬 菜 部 会 —

2月3日、2月28日の2回にわたり、蔬菜部会を開議。筍缶詰の情報交換については(何)市況等について、(何)在庫状況等について、(何)輸入筍缶詰等について協議し、つづいて第35回筍缶詰全国大会の要望書について具体的検討を行なった。

筍缶詰の消費は高値から前年比95%に止まり、スソ物は割高で流通段階の手持としては70万函の在庫があり、その内訳は例年と異なり殆んどがA、B、L L L、L L等太物が目立ち、加工用、切、屑、元が大半を占めている等、いろいろな角度からの情報交換が活発になされ、筍缶詰全国大会の要望書がまとめられた。

筍缶詰全国大会で要望

昭和59年3月10日、島原市文化会館において筍缶詰全国大会が開催され、日食協缶詰ブランドオーナー会、蔬菜部会は次の要望を行なった。

— 58年度筍缶詰の経過並びに要望事項 —

過日、掲題に関し日本加工食品卸協会、蔬菜部会が開催され情報交換した結果は下記の通りです。

① 筍缶詰需給の推移について

第1表 (国内産需給の推移)

59.3.31現在推定

年度	当年生産量	前年より キヤリオーバー	当年供給量	当年消費量	次年への キヤリオーバー
51年	430万缶	60万缶	490万缶	420万缶	70万缶
52	400	70	470	420	50
53	340	50	390	390	0
54	400	0	400	330	70
55	430	70	500	360	140
56	350	140	490	410	80
57	350	80	430	400	30
58	420	30	450	380	70

第2表 (58年度国内産、台湾産、タイ産、中国産を  
主体としたグローバルな需給の推移)

国別	当年生産量 (輸入量)	前年より キヤリオーバー	当年供給量	当年消費量	次年への キヤリオーバー
国内産	420万缶	30万缶	450万缶	380万缶	70万缶
台 湾	180	30	210	190	20
タイ	30	—	30	25	5
中 国	50	—	50	50	—
合 計	680万缶	60万缶	740万缶	645万缶	95万缶

第3表 (中国筍缶詰年度別輸入実績)

国名	年度	55年度	56年度	57年度	58年度
中 国		114,335 缶	141,000 缶	317,992 缶	517,280 缶

(注) 香港よりのものは、明らかに中国産であるので、これを加えると519,461 缶となります。

上記各表に基き、58年度筍缶詰の経過を探ってみますと、国内筍缶詰は57年度の消費量400万缶に対して58年度は57年度対比95%に止まり、380万缶に減退しております。そして70万缶のキャリオーバーが流通段階の手持在庫として残されました。その内訳は、例年と異なり殆んどがA、B、LLL、LL等太物であり、加工用、切、屑、元等の裾物で大半を占められています。これは、例年の上物、小物が残る現象とは異なるもので、太物、裾物の流通段階での過剰買手当に原因があったと思われる。

従って、筍缶詰は総体的に見て年間を通じ金利、倉敷料に匹敵する程の値上り相場が見られず、うま味のある商材とは言い切れぬ内に、58年度を終わったものと考えねばなりません。

これが原因は、①経済不況下における消費者の副食費の切詰めによるものである。②生鮮野菜の殆んどが年内消費者価格100円当り100円以下であったにも拘らず、筍は100円をはるかに越えるものもあって、高値観からの消費者の敬遠があったことは考えさせられます。③キャリオーバーとなった太物、裾物は価値観の上で出来秋に設定された価格が、物価指数を無視して割高であったことから実需にマッチせず、需要の後退を惹起したと思われる。これは今後考慮に値するものです。④そして最も大きな影響を及ぼしたものは、安値の中国筍の輸入増大という外的圧力であったことを、先づ第一に掲げねばならぬと思います。

特に、中国筍缶詰50余万缶の外圧は、国内産缶詰に影響を与えるだけでなく、台湾麻竹筍缶詰に対しても少なからずの圧力を及ぼしているかが判ります。これについては次項で申し述べます。

## ② 輸入筍缶詰について

第4表 (輸入筍缶詰55年度以降実績) 18ℓ缶換算  
59.2.14調べ

輸入国別	55年度	56年度	57年度	58年度
韓国	7,969缶	761缶	1,576缶	一缶
中国	114,335	141,000	317,992	517,280
台湾	2,198,161	2,184,265	2,303,777	2,078,898
香港	—	905	—	2,181
タイ	81,308	54,745	115,624	343,598
シンガポール	—	62	111	—
サバ	—	4,967	—	—
合計	2,401,773缶	2,386,705缶	2,739,060缶	2,941,957缶

注 1. 大蔵省編日本貿易月表による。 2. 一部の国からは内容総量により輸入しているものもある。 3. 香港よりのものは明らかに中国産。

### (1) 中国筍缶詰の現状

中国側は、筍缶詰の生産意欲全く旺盛と見られ、続々缶詰工場を増設中である。例えば、浙江省の安吉では従来浙江省最大規模と言われる1ヶ工場のみであったが7ヶ工場にふえている状況であり、福建省、江西省、湖南省の各地区とも同様に工場増設中との情報であり、日本製の18ℓ缶製缶詰工場が新設され、いずれ空缶の自給自足化が実現するという。これらの情報から推定して、今後豊不作の如何に拘らず、中国側の生産量は年々増加の一途を辿るものと考えられます。これらの状況からして輸入量を抑制出来ぬ水の流れとなっているのではないかと考えざるをえません。しかし乍ら、新工場の急増による製造技術、品質管理の立ち遅れから、玉石混合の製品が入って来る可能性は大であり、この点が中国筍缶詰の泣きどころかと存じます。

### (2) 台湾麻竹筍缶詰の現状

共販制を実施して以来、年間輸入量を200万缶前後の枠に押え供給量の調整に当たっているものの、共販制度のもたらした統一価格による品質の低下と、外国為替相場上ドル高による不利が続き、販売価格の逆鞘現象下にあり、消極的な輸入状況にある様子です。しかし乍ら現地には旧品の18ℓ缶

約80万缶のキャリオーバーがあって、これが何時処分価格で輸入されるかが台風の目となっております。これが入ってくるならば、国産筍缶詰の裾物、太物に対して甚大な影響を与えることが予想されます。

以上のように、いよいよ筍缶詰はグローバルな視野で考え、製造されなければならぬ時代となったと思われます。58年度の筍缶詰の経過を考慮する時、昨年も申し上げましたが、ここ一、二年の内に国内態勢を確立した外庄に立ちむかうことが急務かつ肝要であり、よって販売者側の要望事項を次に提案申し上げます。

### ③ 販売者側要望事項について

#### (1) 出来秋価格の設定

前述の通り、中国筍缶詰が年々増加する傾向は確実であります。よって孟宗筍は国内産のみの独壇場ではなくなりつつあるものと思われますし、その上、中国側は日本側の出来秋価格の発表を待って、6月に筍缶詰交易会を開催、希望価格を提示、日中売買相互協議の結果決定される最終価格は、日本の出来秋価格を相当に下廻るものに落着きます。そのような時代に入ってきたことを強く認識していただきたい。

従って、万一国内産筍缶詰の生産量が当年消費量を上廻ったり、出来秋価格の設定に問題があったりすれば、安値の中国産の影響を受け、相場は暴落するばかりでなく、多量のキャリオーバーの発生を招きかねません。

これでは、流通段階はもとより筍産業界全体が苦境に陥入ることは必定であります。よって出来秋価格の設定には、缶詰原料価格に発して、製品に対する消費動向を的確にとらえ、価格的小売限界点を加味して検討のうえ決定さるべきものと存

じますし、中国の動静にも通じる必要があります。この点篤とご検討願ひ上げます。

#### (2) 国内筍缶詰の品質向上に全力投球の時

かつて、滋賀県を主体としたグリーンピースの栽培が盛んで、これを原料としたフレッシュピース缶詰がありました。これが天壇牌の着色フレッシュピース缶詰の多量輸入が始まるや、数年にして国内産は全滅しました。マッシュルームも然りで、目下中国産、台湾産に押され、国内産は豆缶のみに活路を開き細々としたものになりました。国内筍缶詰が前者の轍を踏まぬためには、業界こぞって品質向上に真剣に尽力する以外に道は開かれぬかと思ひます。日本缶詰協会、日本缶詰検査協会のご指導の下、業界をあげて品質向上、オールJAS受検の方向へ向っていただきたい。

#### (3) その他

以上2項目に加え、昨年申し上げました、生産コストの低減、計画性のある缶詰製造、消費宣伝も重要課題であります。この点も引続きご検討下さい。

なお、日本加工食品卸協会の情報交換の際

イ. 9ℓ缶の内容固形量に関して、18ℓ缶の½の固形量、すなわち5.5kgの方が販売上理にかなっており売り易い、M上の小物なら5.5kgは詰まる。新年度より実施願ひたいとの要望がありました。ご討議願ひ上げます。

ロ. 筍缶詰大会開催地であります、新幹線沿線とか空港から足の便の良好なところで開催を願ひします。遠方より参加致したくも足の便の悪いところでは足が遠ざかります。参加しやすい場所で開催されれば参加者も多人数となり、もっと有意義な大会となりましょう。事務当局でご考慮方申し添えます。

以上、筍産業に対する要望を終了しますが、中国筍缶詰50万缶オーバーの時、本年はどれだけの数量に増えることを惧れる次第で、大会全員の真剣なご討議を願い、成果をあげられることを望みます。

### 事業功績者に萩原弥重氏

日食協、缶詰ブランドオーナー会、野菜部会、副部長である萩原弥重氏（矢口産業株式会社、代表取締役社長）は、このたび社団法人日本缶詰協会から缶詰業界に永年にわたり功績があったことにより同協会の事業功績者として表彰されることになった。

この表彰式は3月23日の同協会の理事会・臨時総会の席上において行なわれた。

萩原副会長は野菜缶詰産業の発展に大きく寄与され、昭和41年に日食協の前身である全国缶詰問屋協会創立時から監事をつとめられ、現在に至り、加工食品卸業界に功績したことがこのたびの晴れての受彰となったもの。

### 58年缶詰クレーム実態 品質対策委員会

※2月8日品質対策委員会を開催、①59年度の品質対策委員会活動並びにスケジュール化について②58年缶詰クレーム実態調査集計についてを協議した。

59年度の品質対策委員会活動については、従来から中心的活動として取り挙げてきている市販品缶詰開缶研究会を継続し実施することとし、品位向上と販促PRに絡めるべく開缶品目によって、それぞれターゲットを絞りつつ関係団体と連携を図り、より効果的な開缶研究会にしたいとされた。

58年缶詰クレーム実態調査の集計がまとまり、そのリストにもとづき事務局より報告。依然として膨張、巻締不良のクレームが多く、これは缶詰にとって初歩的、基本的問題としてパッカーに対し皆無努力願わなければならないとの一致した見解であった。内皮、外皮等が混入する工場は全般的に製品管理の劣っている工場と指摘された。

なお、年次集計による品種別クレーム発生状況は次の通り。

品種	58年		57年	
	異物混入	品質クレーム	異物混入	品質クレーム
果実類	254	363	219	331
野菜類	56	79	40	70
食肉類	54	33	64	37
水産類	22	18	34	15
スープ ソース類	6	17	5	22
ジャム類	74	194	111	197
ジュース類	1	20	6	24
缶詰類	14	5	9	11
ベビー フード類	9	19	9	20
調理 特殊缶詰	0	7	2	9
飯類	1	2	1	1
合計	491	757	500	737

### 【パイン缶国別輸入数量】

58年(1~12月)のパイン缶国別輸入通関実績。

％……3/3換算

台湾	52,775
マラヤ	166,855
シンガポール	3,508
フィリピン	238,664
タイ	212,656
中国	6,562
米国	17,564
合計	698,584
前年同期	858,004
沖縄	1,201,953

(注) 日本パインアップル輸入協会事務局がまとめたもので、沖縄産品は沖縄パインアップル缶詰工業組合インボイスによる出荷量（ジュース除く）を沖縄パインアップル缶詰協会が 3/3 換算したもの。

## '84 春季フードウィークを実施

フードウィーク中央実行委員会、(財)食品産業センター主催、農林水産省、経済企画庁後援による恒例の '84 春季フードウィークは 3 月 1 日より 14 日までの 2 週間、次の 19 都県市で実施した。

札幌市、青森市、盛岡市、仙台市、山形市、日立市、東京都、横浜市、長野市、金沢市、名古屋市、大津市、神戸市、岡山市、広島市、北九州市、福岡市、宮崎市及び沖縄県の区域。

食生活展は、加工食品、生鮮食料品等の展示及び即売並びに適正な商品知識、合理的な購買行動及び新しい食生活のあり方に関する消費者啓発等を主要内容として東京都、金沢市、神戸市、岡山市及び北九州市の地域の会場にて開催した。

### 食生活展東京会場

'84 春季フードウィーク 食生活展、東京会場は千代田区有楽町東京交通会館（406 坪）で 3 月 5 日(月)～11 日(日)の 7 日間開催。

- 啓発展示会場は 3 月 5 日(月)～10 日(土) 1F～2F 螺旋階段、ギャラリー（50坪）
- 啓発、即売会場・3 月 9 日(金)～11 日(日) 12F 催事場（300坪）
- パネルディスカッション・3 月 8 日(木) 11F 会議室（56坪）。



## 【会社合併】

※物産食品販売株式会社と三友食品株式会社は 1 月 1 日をもって合併し、新しい三友食品株式会社として発足、次の通り取締役及び監査役が選任され、それぞれ就任した。

三友食品株式会社；

代表取締役(社長)	佐々木定徳
常務取締役(営業本部長)	高尾 義光
常務取締役(管理本部長)	山田 誠治
常務取締役(営業管理部長)	佐藤 梅家
取締役(業務部長)	能沢 正司
取締役(財務経理部長)	朝日 昇
取締役(営業第一部長)	直井 喜博
取締役(総務部長兼 情報システム部長)	小林 晋
取締役(業務用食品部長)	佐藤 博
取締役(上尾支店長)	石田 耕一
取締役(営業第二部長)	高崎 英二
取締役(三井物産(株) 取締役参与)	伊丹 吉彦
取締役(三井物産(株) 食品部長)	福井 三郎
取締役(三井物産(株) 食品部次長)	岡林 伸郎
監査役(三井物産(株) 食料会計部主席)	能島 滋

## 【役員人事】

※株式会社サンヨー堂・2 月の定時株主総会並びに取締役会において次の通り選任され就任した。

代表取締役(社長)	小岩井清三
専務取締役(営業本部長 兼東京支店長)	橘田 春男
同 (管理本部長 兼経理部担当)	鈴木 定範
同 (缶詰部担当)	野老 利男
取締役(総務部長)	笹岡 尚
同 (東京東支店長)	森木 國雄



取締役(仙台支店長)	内田 明彦
同 (非常勤)	逸見 恭介
同 (同)	黒田 折雄
同 (同)	三枝桂一郎(新任)
常任監査役(常勤)	依田 武雄
監査役(非常勤)	石川 安正(新任)

※株式会社サンヨー堂取締役多田義朗氏は2月任期満了に伴い退任し、引き続き関連会社に石川安正氏の後任として下記の通り勤務する。

東京都中央区日本橋堀留町1丁目3番21号

サンヨー商事株式会社取締役社長兼

中央山陽株式会社取締役社長 多田義朗

※株式会社東食では1月30日開催の定時株主総会並びに取締役会において、次の通り選任されそれぞれ就任した。

取締役会長	富永 鐵男
代表取締役社長	飯塚 三男
代表取締役専務取締役	稲本 豊
常務取締役	伊藤 守男
常務取締役	堀田 久
常務取締役	松島 裕
常務取締役	井上 憲一
常務取締役	山野邊義人
取締役	安藤 一三
取締役	大島祐之助
取締役	藤岡 勲
取締役	渡邊 信弘
取締役	重富 忠男
監査役	内山 甲一
監査役	岡田 辰雄
監査役	小原 昌和

### 【営業を譲渡】

※株式会社社長井藤(代表取締役社長 伊藤勇氏)

は59年4月1日をもって、本社並に在阪三営業所及び広島営業所は三友食品株式会社にまた九州営業所は株式会社シンセイにそれぞれ営業を譲渡することになり、三友食品株式会社大阪支店として発足する。

大阪支店長には三井物産株式会社大阪支店食料部次長山本信彦氏が就任の予定。(株)長井藤社長伊藤勇氏は三友食品(株)の常勤取締役に就任する。



### 【評議員会】

※財団法人日本缶詰検査協会では3月6日、評議員会を開催し、昭和59年度事業計画案、昭和59年度収支予算案を原案通り承認した。



### 野田喜三郎氏ご逝去(全任協元副会長)

野田喜三郎氏(株式会社菱食相談役・前会長)

は3月1日午前2時40分、心不全のため大阪府堺市清恵会病院で逝去、年71才。

お通夜は1日午後7時から堺市浜寺昭和町4-463-1の自宅で執り行なわれ、葬儀は社葬をもって3月24日(土)13時~14時葬儀。14時~15時告別式を大阪市東住吉区長居公園の臨南寺会館紫雲殿でしめやかに執り行なわれ、葬儀委員長布施宣利氏(株)菱食代表取締役社長)、喪主 長男 喜久雄氏。

故野田喜三郎氏は昭和41年11月日食協の前身である全国缶詰問屋協会設立の発起人で、創立以来理事、副会長、果実部会長の重職につかれ、現在の協会発展の基礎を築かれた。

