



缶詰

◆ 目次 ◆

【 巻頭言 】 缶詰の包装に於ける十進法採用賛成論

 (株)北洋商会 副社長 和氣正夫 …… 1

2～3月の協会行事一覧表 …… 4

◇ (第2回) 東部政策調査部会 …… 5

◇ (第3回) 理 事 会 …… 9

◇ 県別会員状況 …… 13

◇ 資本自由化に関する答申書 …… 15

◇ (第3回) 蔬菜部会 (アスパラガス缶詰) …… 25

◇ 全国パインアップル缶詰内販会創立総会 …… 28

◇ 箱缶詰全国大会 (徳島) …… 33

◇ みつ豆缶詰合同会議 …… 38

商 況 (パインアップル缶詰) …… 42

会 員 消 息 …… 43

事 務 局 報 知 …… 44

【 全国缶詰問屋協会 役員名簿 】 …… 45

部会員名簿

水産部会 (46 P), 果実部会 (47 P), 蔬菜部会 (47 P)

普及宣伝部会 (48 P), 規格部会 (49 P)

東部政策調査部会 (49 P), 中部政策調査部会 (50 P)

西部政策調査部会 (50 P)

全国缶詰問屋協会

Japan Canned Food Wholesalers Association

東京都中央区八重洲通8丁目8番地

八重洲通ビル7階

電話 東京 (278) 9289番

【 巻 頭 言 】

缶詰の包装に於ける十進法採用賛成論

和 氣 正 夫

(株式会社北洋商会副社長)

(1) 数年前から私は二次店業務を営んでいる食品問屋2、3社の運営責任者としての仕事をして来ているが、二次店の日常業務を具体的にみてみると、セールスマンが小売店から載りて来た注文品の配送に必要な売上傳票の作成は、セールスマンの担当業務の内でも会社の営業成績向上に極めて重要な作業であることが判つて来た。

具体的に申述べると、伝票の作成がセールス活動から帰社後短時間内に円滑且スピーディに行われないと翌日に於ける配送車の操車がスムーズに出来なくなり、配送車の出発時間が遅れ、引いては配送車の回転率を低下せしめ商品の配送コストを増加させ売上高経費率(営業費÷売上高)を大きくし、営業利益率(営業利益÷売上高)を低下させることになる訳である。

然し乍ら此の場合セールスマンが実際に社外で行うセールス活動に引当る時間は出来るだけタツブリ取りたいから、帰社後売上傳票の作成に引当る時間は短い程良いという二律背反的な矛盾の解決が要求せられる訳である。

(2) 売上傳票作成作業の中でも販売価格は1缶単位、配送単位は函単位のため1缶の単価を函単価に換算し、それに配送函数を掛けて売上総額を算出する計算事務がまたかなりのウエイトを占めているが、この換算事務は単に二次店段階だけではなく生産者段階・一次店段階・小売店段階それぞれに於ても一々行われている筈であるから、標準函数に換算して2,800万函(昭和40年度)、実函数にして約5,000万函に達する内販缶詰の1缶当りの単価を1函当りの単価に換算する作業の量は業界全体を集計すれば膨大なものと考えられるのみなら

ず、それがスピーデイに行くかどうか、配送車の合理的な操車、引ては売上高経費率の増減に影響するとすれば、これ等計算事務の簡素化の実現は缶詰業界に於ける流通コストの引下に計り知れない貢献が出来ると考えられる。

(3) 最近問屋の経営問題が頻繁に業界紙等に取上げられているが、健全経営実現に必要な欠くべからざる要件の一つに計数管理の問題がある。

企業の財務状態の把握並に損益計算を毎月または隔月毎に確実に実行することが計数管理の第一歩であるが、正確な貸借対照表と損益計算書作成の基本となるものは棚卸商品を正確に掌握することである。

然るところ商品棚卸表に依り在庫高を算出する際は前記売上伝票作成時に於けると全様これをまた1缶当りの単価を函当りの単価に換算し、函当り単価を総函数に掛けると云う計算事務が必要になつて来る。従つて此の計算事務の簡素化はこれまた売上高経費率に大きな影響を齎らすことになることは自明の理であるとする。

(4) 斯様な観点から食品問屋が扱っている缶詰以外の加工食品の入数を調べたところ大部分が10個入、20個入と云う十進法が採られており、独り缶詰に於てのみ1打入、2打入と云う打建が採られていることが判り、売上伝票を作成の際や、棚卸商品を計算する場合に於ける換算作業は缶詰以外の食品の方が著しく能率的(十進法だと概ね暗算で函当り単価が算出できる)であることも判つた。

(5) 昨年の夏私は約1カ月間にわたり東欧、西欧の諸国を廻つて来たが、其中で一番困つたことは言葉の通じないこと、行く国行く国で通貨が異なることであつた。それでもソ連にしてもブルガリアにしても、また西独・仏蘭西・伊太利にしても何れも通貨は十進法であつたから、国が変わる度に其の国の通貨の円

貨換算率さえ頭に入れて置けばどうか事足りたが、英国の1ポンド=20シリング=240ペニーと云う複雑な通貨制度には閉口し、英国だけは数日間の滞在中とうとう金の使い方を呑み込めずに終つてしまつたが、この通貨制度のため英国国民は計り知れない有形無形の損失を蒙つてゐるのではないかと秘に気の毒に思つた次第である。

- (6) ヨーロッパから帰国した直後に日本経済新聞で英国が通貨制度を十進法に改める作業を進めているとの記事を見かけたが、あの万事保守的な英国が果してやり切るであろうか、また実行するには日本がメートル法を採用した以上に難事業でもあるだろうと感じたことであつた。

ところが去る3月2日の日本経済新聞によると英国政府は幣制を改革し1971年2月から十進法に切替え、1ポンド100ペニーに改める法案を3月1日下院に提出したとのことであり、またこれに要する費用は1億2千8百万ポンド(約1,280億円)に達すると報ぜられており、さすがは英国で良く踏み切つたと感服した次第である。

- (7) 全国缶詰問屋協会は先般来缶詰業界に包装に関し十進法の採用を提案致しており、缶詰に於ては本年度を準備期間として昭和43年度の製品から、内容入数に十進法の採用が本格的に実現することになつたやうに受けたまわつてゐるが誠に時宜を得たものと心から賛意を表したい。

- (8) 今後輸出品は一応別としても、缶詰業界に於て全面的に十進法が採用されれば、一見地味な改革ではあるが流通面の合理化流通コストの引下に實質的に多大の貢献をすることは明かで、そのメリットは単に缶詰業界自らを潤すだけでなく、広く我国の国民経済に寄与する処も大きいと思う。

以上

2 ～ 3 月 の 行 事 一 覧 表

行 事	月 日	時 間	場 所	出 席
筍缶詰全国大会（日缶協主催）	3月5日	1.30～4.40	偕楽園 （徳島）	全缶協 14名 日缶協 170名
みつ豆缶詰合同会議	3月10日	11.00～ 2.30	丸ビル 精養軒	全缶協 19名 日缶協 23名
みつ豆新規格品開缶研究	3月18日	10.00～12.00	日缶協 会議室	2名
東部政策調査部会（第2回）	〃	10.00～12.00	北洋商會 會議室	19名
理 事 会（第3回）	〃	1.00～ 3.00	〃	19名 委任8名
蔬菜部会（第3回）	〃	3.00～ 5.30	〃	16名
全国パインアップル缶詰内販会	3月20日	10.30～ 1.00	経団連會館	
結成懇談会	〃		〃	42名
創立総会	〃		〃	42名
理 事 会	〃	12.00～12.30	〃	17名
業界新聞記者会見 （会長、専務理事）	3月22日	1.30～ 3.30	北洋商會 會議室	12社

4 月 の 予 定

アスパラ缶詰懇談会 （主催アスパラ需協）	4月10日	1.30～ 3.00	農協ビル9階	
食 肉 部 会	4月18日	10.30～12.00	北洋商會 會議室	
全国パインアップル缶詰内販会 理 事 会	4月18日	1.00～ 3.30	〃	
池袋西武百貨店缶詰展示即売会	4月21日～ 4月26日 （6日間）		池袋西武百 貨店地下1階 食品売場	日缶協主催 全缶協協賛

(第2回) 東部政策調査部会

日時 昭和42年3月18日 午前10時～正午
場所 榊北洋商会 7階会議室
議案 (1) 資本自由化対策に関する件
(2) 抱き合わせ販売防止対策に関する件
(3) 業界信用飛躍対策に関する件
(4) その他
出席 19名 欠席 4社

※ 部会討議の概要

1. 資本自由化に関する答申書

資本自由化問題の件については、第1回東部政策調査部会をはじめとする地域別部会において調査資料は事務局において作成することが申し合わされていたが、このほど原案が作成されたので東部政策調査部会は「資本自由化に関する農林省調査依頼答申書」をめぐり原案通りでよいかどうかの検討を行なった。その結果全員異議なく承認し、同日午後1時から開催の理事会において正式に当協会の答申書として農林省へ提出することになった。

なお中部、西部の両政策調査部会員にもこの答申書に対する意向をたゞし、当協会全員の統一見解として基本的には資本自由化には反対であることを明らかにした。 (答申書の全文は15頁に掲載)

2. 抱き合わせ販売防止対策

かに、さけ缶詰など商品価値の高いものに対する抱き合わせ販売は最近特に著

しくなり、販売業者としても抱き合わせ商品の販売に苦慮するという傾向が強まってきたのでこの問題について討議した。

当協会としては折角強味を持つている商品が他の缶詰を抱き合わせることでよりその価値性を弱めることとなると同時に、抱き合わせ商品そのものも永久に独りだちできない商品となるという見地から、これが自肅を当協会の統一意見として日本缶詰協会の消費拡大委員会委員長あてに要望書を提出することを申し合わせた。

いずれにしても缶詰の抱き合わせ販売は正常な取引を阻害するものであり、早急なる是正が要請されている。

3. 業界信用飛語問題

現在の販売業界は景気の好転とは逆にむしろ不振といつてよいような状況下にあるが、これに加えて業界紙などの報道機関で業界の黒い噂を記事にするという傾向があり、信用を生命としている業界にすくなく不安な素因を投げかけているので、この問題に関し在京業界紙10社の責任者と問屋側代表者数名が3月2日東京・中央区室町の精養軒に寄り合い業界信用飛語の自肅を話し合った。その結果、報道機関としては今後つとめて自肅するが、この風評を流すのは問屋側にも責任があるとの意見もあつたので、問屋業者自体も飛語問題に関してはお互いが慎むことを申し合わせた。

4. 缶詰の返品処理問題

缶詰の返品処理に関しては長い間の商習慣や利害関係、技術的な問題でいまだに徹底を欠いている感があるが、商取引の高度成長に伴いこの返品処理を合理的に解決してゆくことは各問屋それぞれの立場から真剣に考えられていることである。一次問屋においては歩引き制度によつて実施しているところもあるが、この問題に関しては1問屋のみがそういう制度を採用しても意味がなく業

界全体が足なみを揃える必要があり、それにはやはり時間をかけてよりよい方法を講じてゆく努力も必要である。

当協会としてはこの返品問題については缶詰中央会、県単位の卸協会などに呼びかけ、まず地方団体が統一した意見をもつて訴えてゆくかたちを取ることにになり、まずその手はじめに中央会が中心となり具体的な返品処理運動を展開してゆくことを申しあわせた。

なおこの件に関しすでに当協会のY会員は独自の返品規定を設け広く協力を呼びかけているがこの規定文書は部会員全員の賛同するところであり、まずこうした文書広報によつて推進を図ることになった。

参考のため次にY会員の返品問題に対する規定文書を掲げて見たい。

「返品処理、配送単位についてのお願い」

陳者、缶詰および一般食料品の返品処理につきましては40年1月15日付弊状にてご通知致しましたが、まだまだ保管上の不注意、売残り等、当社製造上の欠陥によるもの以外の返品が多々見受けられますが、ご承知の通り今後労働力の不足、諸経費の高騰、交通事情の悪化、それに加えて、不況経済に対処する第一歩として、返品問題、配送単位を次のように規定し、経営の合理化および近代化を図り、食品販売卸業者としての主命を十分に活用し、貴社ならびに消費者の方々に満足のいただける経営を致すよう努力を致しますから、誠に勝手ながらご理解、ご協力のほどお願い致します。右お願いまで。 敬 具

返 品 規 定

(イ) 返品が認められない商品

1. 店頭陳列棚晒し商品および保管上の不注意にて販売不能の商品
1. 鼠虫害マジックインクその他で容器に番号、価格等を記入した商品
1. 販売業者および消費者等が破損した商品

1. バター・マーガリン・即席ラーメン類等のように変質しやすい商品

1. 価格の変動による返品

1. 移転閉店による返品

(d) 返品可能商品

1. 製造および技術上の欠陥による返品可能の物品（例えばピンホール膨脹缶巻締不良等）

1. 夏物飲料水等のように特別にご販売を依頼した商品

(e) 返品可能商品でも返品は、原則として担当社員の責任で行われますので参上の節ご連絡下さい。

(f) 帖簿の処理上返品受入期日は毎月21日より翌月10日までの間にお問い合わせ致します。一方的な返品はお受け致しかねます。

◎ 委託配送の関係から配送単位を次のようにお願い致します

(i) 特殊商品以外は、原則として10函以上のご注文を願います。

1. 各種取りまとめて10函以上でも結構です。

(ii) 小口のご注文および10函以下の配送は遅れることがありますから、あらかじめご承知下さい。

(iii) 一部商品には、数量により特別ロットサービスを実施致している商品もございます。 以上

5. 西武百貨店の展示即売会協賛の件

日本缶詰協会ではさきの消費拡大委員会において西武百貨店（東京・池袋）で缶詰の展示即売を開催し、一般・家庭主婦を対象にした消費宣伝を行うことを決めたが、当協会も協賛のかたちで協力することとなり、普及宣伝部長名で東部政策調査部会員対象に開催要領案を配送、18日の部会にこれの説明を行わない部会員による任意参加を呼びかけた。

参 加 要 領

1. 主 催 日本缶詰協会 協賛 全国缶詰問屋協会
2. 名 称 缶詰展示 即売会
3. 期 日 昭和42年4月21日～26日 6日間
会 場 東京都池袋西武百貨店地下1階 食品売場（100坪）
4. 参加料 売台24台（3尺×6尺） 2サークル各12台
1小間1台 5万円。
5. 申込期日 3月22日
6. そ の 他

展示内容は缶詰の栄養と内容のパネルを準備し、缶詰相談所を設け、参加各社は会場内特設売場で即売する。また会場内に缶詰の料理有料試食コーナーを置き、缶詰パズルなどにより、消費者の缶詰に対する関心を高める。

なお3月27日現在全缶協側参加社は6社、日本缶詰協会側16社となつているが、この展示会の具体的打合せ会は27日午後1時から日本缶詰協会会議室において行われることになつている。

6. そ の 他

次回東部政策調査部会は5月18日午前10時～12時に榊北洋商会7階会議室において開催の予定である。

（ 第 3 回 ） 理 事 会

日 時 昭和42年3月18日 午後1時～3時
場 所 榊北洋商会 7階会議室

- 議 事
- (1) 各部会活動経過報告の件
 - (2) 食肉部会設置可否検討の件
 - (3) 普及宣伝費支出に関する件
 - (4) 資本自由化問題答申に関する件
 - (5) 新規加入会員承認の件
 - (6) 部会員増員の件
 - (イ) 中部政策調査部会
 - (ロ) 水産部会
 - (ハ) 蔬菜部会
 - (7) 3月15日現在収支状況報告の件
 - (8) その他
 - (イ) 全国パインアップル缶詰内販会事務所併存の件
 - (ロ) " 職員兼務に関する件
- 出席 19名。 委任 8名。

※ 理事会協議の概要

1. 各部会活動経過の報告

昨年12月21日の第2回理事会において8部会の設置を決めて以来、各部会とも活発な部会活動を開始してきたが、特に蔬菜部会は缶詰の製造シーズン前とあつて数回にわたる会合を持ち問題の解決にあつた。これらの部会活動につき会長浅井二郎氏、ならびに蔬菜部会部会長大橋庄三郎氏、規格部会会長担掌の立場から副会長渡辺明氏がそれぞれ部会活動の経過報告を行つた。なお会長より全国パインアップル缶詰内販会の設立について説明があつたあと、3月10日に開催されたみつ豆缶詰合同会議の会議結果の報告があつた。

2. 食肉部会の設置を決定

現在当協会には水産、果実、蔬菜の品種別3部会が設けられているが、このほかに食肉部会を設けるかどうかの問題があり、慎重審議を重ねた結果、これを新設することに決定した。従つて品種別部会は4部会となるが、部会員の構成については、東部地区は㈱国分商店、㈱逸見山陽堂、野崎産業㈱。中部地区、山田商事㈱、大阪地区、㈱祭原、野田喜商事㈱、㈱松下商店が選衡委員となり、3月中にもその候補店を決めることになつた。なお部会名称については、いろいろ討議されたが、畜肉以外の鳥肉をも含めたるため食肉部会とすることとなつた。

3. 洋梨缶詰の宣伝費支出について

前号既報の通り山形県缶詰協会より協力のよびかけがあつた洋梨缶詰の共同宣伝については当協会もこの宣伝活動に参加することを明確にしていたが、産業協同体でもある日本缶詰協会、日本製缶協会に対してもこれに参加していただきたいむね全缶協が代行して呼びかけたところ、3月9日に開催された日缶協消費拡大委員会においては、①予算がない、②品種別宣伝は地域的に問題がある ③1円抛出運動に協力するという事で参加辞退の意志表示があり、また日本製缶協会は①今期予算内に組み入れることは困難であり、②3月中実施となれば時間的にも無理ということで両協会とも不参加が明らかとなつたので、山形缶協、全缶協の二者共催で実施することを決めた。なお全缶協抛出の宣伝費は第7号議案の収支状況報告と関連し、60万円をあてることとなつた。

洋梨缶詰の宣伝方法の概要は次の通り。

(1) 収入	全国缶詰問屋協会	60万円
	山形県缶詰協会	60万円
	計	120万円

(2) 宣伝媒体

栄養と料理, 女性セブン, マドモアゼル, 婦人画報, オール読物, 以上5誌。(各1頁)。なお広告代理店は博報堂。

(3) 洋梨缶詰クイズとして「洋梨は最上川が流れている県で栽培されています。何県でしょうか」の問設を与え、官製ハガキに答、住所、氏名、年齢、職業を記入し山形県缶詰協会宛に送る。

(4) 正解者多数の場合は抽選で1000名に対し山形県特産の洋梨缶詰3缶詰を贈る。

(5) 広告は各誌とも5月号に掲載する。

4. 資本自由化問題答申に関する件

資本自由化問題に関する農林省への答申書の件については午前中に開催された東部政策調査部会において原案の審議がなされ、承認されたが、本理事会において全缶協としての最終討議を行ない正式に原案通りの答申書を農林省へ提出することが決定した。(答申書の全文は15頁に掲載)

5. 新規加入会員12社を承認

第2回の理事会開催以後新たに当協会に加入申込みしたものの12社に対し会員としての承認を諮つたところ全員異議なくこれを承認した。新規会員は次の通りである。

真弓商店(名古屋市)	榎柿本商店(群馬)
㈱カネ五栢屋(岐阜市)	☑山口善弘商店(京都市)
㈱ <input checked="" type="checkbox"/> 藤田商店(室蘭市)	㈱富士商会(東京都)
三菱商事㈱(東京都)	京都青果合同㈱(京都市)
㈱山新商店(会津若松市)	(名)八代商店(大館市)
㈱牧原本店(東京都)	(資)由健商店(安城市)

なお12社の新規加入により全街協会員は賛助会員2社を含め360社となった。

県別内訳は次の通り。

〔 県別会員状況 〕

県名	会員数	県名	会員数
北海道	12	千葉	9
青森	2	埼玉	3
秋田	6	茨城	3
岩手	6	栃木	4
山形	2	群馬	4
宮城	6	静岡	7
福島	7	長野	16
東京	76	山梨	2
神奈川	15	新潟	12
東部地区計			192
愛知	27	石川	7
岐阜	6	福井	2
富山	5	三重	5
中部地区計			52
滋賀	7	徳島	2
京都	21	香川	1
奈良	1	愛媛	2
和歌山	1	高知	1
大阪	30	福岡	8
兵庫	17	大分	1
岡山	6	佐賀	1
鳥取	1	熊本	4
島根	1	宮崎	1
広島	7	鹿児島	1
山口	2		
西部地区計			116
合計			360社

6. 部会員増員の件

中部政策調査部会ならびに西部政策調査部会の両部会は部会員の増員について一応保留のかたちをとられていたが、去る1月27日に開催された中部政策調査部会において5社を増員することが申合され、これにもとづき当理事会において諮つたところ次の通り5社を決定、また水産部会、蔬菜部会もそれぞれ1社の増員が承認された。

〔中部政策調査部会〕

金 沢 乾 物 ㈱	桑 島 喜 三 男	(金 沢 市)
富 山 中 央 食 品 ㈱	沢 田 要 作	(富 山 市)
㈱ カ ネ 五 栢 屋	犬 飼 慎	(岐 阜 市)
① 真 弓 商 店	真 弓 茂	(名 古 屋 市)
(資) 由 健 商 店	岩 月 脩	(安 城 市)

〔水産部会〕

野 崎 産 業 ㈱ 秋 間 健 次 (中 央 区)

〔蔬菜部会〕

② ㈱ ト ヨ 一 社 万 江 勝 喜 (千 代 田 区)

なお各部会の部会長、副部会長、ならびに部会員の構成は45頁～51頁の部会員名簿を参照されたい。

7. 3月15日現在の収支状況

3月15日現在の会費未納会員は360社中34社(365,000円)であるが、この未納会費については3月末までに銀行振込みされるよう協力をよびかけることとなつた。

また洋梨宣伝60万円拠出の件に関連し、当協会の宣伝費予算は50万円であるため款項目の流用を適用したいむねの説明が会長よりなされ全員異議なく承認した。

なお8月31日現在における収入の部の決算予定額は7,562,488円。残は洋梨缶詰宣伝費60万円拠出分を減じ2,105,289円である。

8. その他

全国パインアップル缶詰内販会が創立することになり、これに伴つて同会の事務所を当協会事務所に併存させ、同時に職員も全缶協の職員が兼務することにつき諮つた結果、この件に関しても理事全員の承認が得られた。

なお併存の場合男子職員を1名増員し、職員の給与、借室費などの支出に関しては全缶協75%、内販会25%の割合いで支出処理される。

資本自由化に関する答申書（全文）

資本自由化に関する農林省調査依頼答申書は東部政策調査部会、理事会の協議の概要に記した通りであるが、中部、西部の両調査部会員も原案に対し異存がないということが明らかとなつたので、3月23日「資本自由化に関する農林省調査依頼答申書」を当協会会長名で農林省農林経済局企業課長あてに提出、受理された。次ぎにこの答申書の全文を掲載したい。

資本自由化に関する農林省調査依頼答申書

全国缶詰問屋協会
会長 浅井二郎

総 説

(1) 缶詰生産数量より見た国内向け数量

昭和36年以降の缶詰の国内向け総取扱額については、まず生産数量より見

た国内販売数量から検討したい。

国内の販売数量は、その年度内における缶詰の生産数量から輸出数量を差引いたものが国内販売の出回り数量であるという見地から次の通り（生産－輸出＝国内向け）として一応の目安となる数量を算出して見た。

缶詰生産および輸出数量と国内販売数量

（カッコは標準函換算）単位（函）

	生 産	輸 出	国内向数量
36年	(36,831,682) 61,758,679	(8,572,239) 13,170,294	(28,259,443) 48,588,385
37年	(33,759,070) 57,506,458	(9,951,003) 14,978,706	(23,808,067) 42,527,752
38年	(36,072,034) 63,488,049	(9,469,641) 14,729,491	(26,602,393) 48,758,558
39年	(34,130,592) 60,031,285	(10,662,089) 16,490,925	(23,468,503) 43,540,360
40年	(36,301,762) 64,848,137	(10,294,454) 15,891,147	(27,007,308) 48,956,990

(2) 缶詰の国内消費数量および取扱高

単位：千函（標準函）

年次	水産	果実	野菜	ジュース	ジャム	畜産	合計	1人当りの消費
36	9,224	8,741	4,278	2,482	3,091	717	28,533	14.5缶
37	6,812	8,547	3,811	2,374	1,885	551	23,980	12.1
38	5,507	12,434	4,235	2,586	2,007	592	27,361	13.7
39	5,093	9,632	5,006	2,162	2,090	580	24,563	12.1
40	6,546	11,817	4,740	2,222	1,905	621	27,851	13.6

(注) 1. 消費量 = 生産量 - 輸出量 + 輸入量

2. 国民1人当り年間消費量 = $\frac{\text{消費量}}{\text{人口}} \times 48$

3. 丸缶、大缶、壘詰を含む

以上のように昭和40年における国内消費量は約2,800万函近くとなっているが、これを金額にすると1,100億円に達すると推定される。

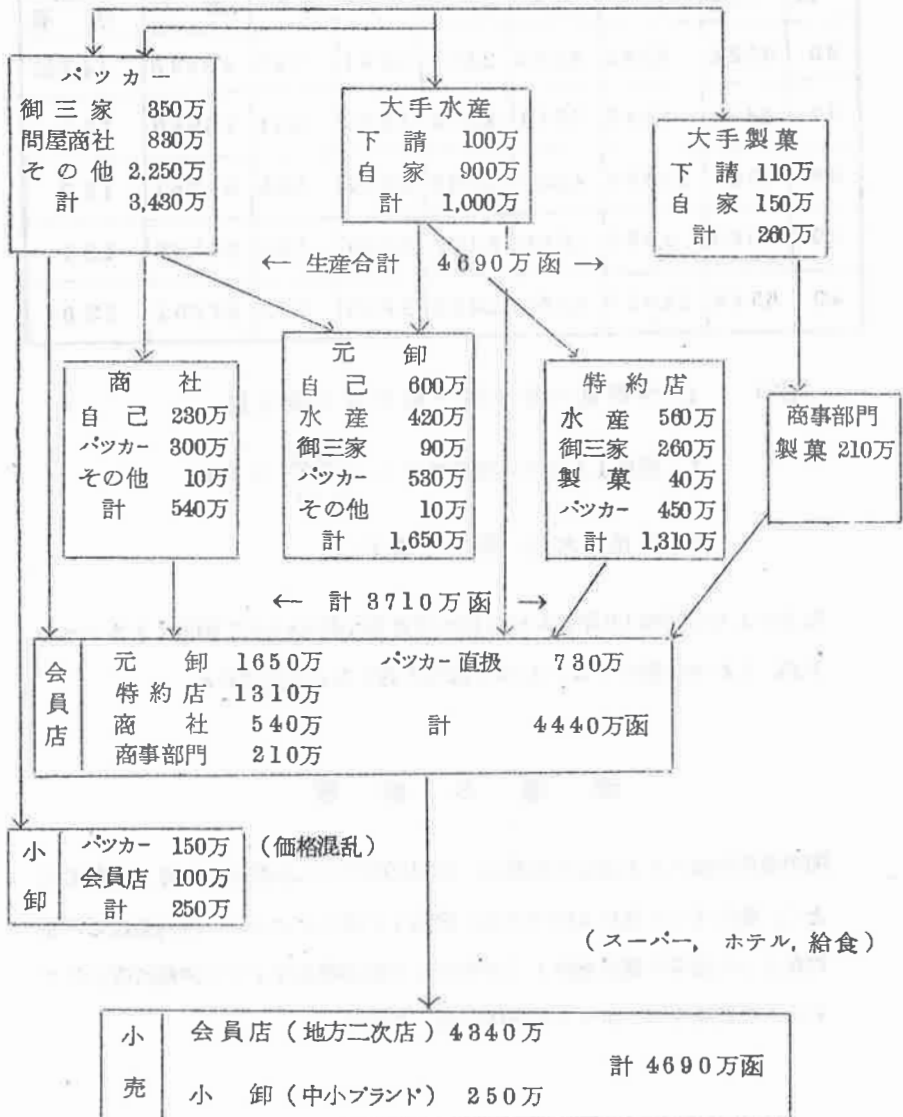
流通の実態

国内販売対象となる缶詰の総数は、総説(1)(2)で示した数字から見ても判るとく、輸入のものも含め5,300万函(実函)に達しているが、国内生産のみを対象とした缶詰(壘詰を除く)が如何なる流通構造によつて末端に流されているかの概略を図で示すと別表(1)の如くである。

別表(1)

内販缶詰の流通機構

(41年度・生産対象)



(1) 一次店の販売函数の比率

別表(1)によると元卸店の扱い函数は1,650万函、(36%)特約店1,310万函(27%)となり、この両者を一次店と見る場合、全体の62%を占めこれに総合商社の卸部門を加えると74%に相当する缶詰が一次店の流通過程を通り二次店あるいはスーパーなどへ流れているといふことができる。

しかしここで問題なのはパツカーから直接二次店に入つている缶詰ならびにパツカーから小卸店へストレートに流れている缶詰が880万函(19%)あり、これが市場混乱の素因をなしているといふことである。

(2) 一次問屋の総取扱額

昭和41年(1月~12月)の一次問屋総取扱額は次の通りである。

業種別	会社数	年間総取扱額
問屋関係	27社	3,213.1千万円
製菓関係	2社	1,730 "
商社関係	6社	3,800 "
合計	35社	3,766.1 "

問屋関係とあるのは当協会々員店350社の中から一次問屋と見られる問屋27社を選び出したものであるが、年間総取扱額は食品、缶詰のほか酒、ビール、醤油、清飲類、乳製品、製菓なども含めた年商額である。

また製菓関係とあるのは当協会々員にして製菓部門の商事会社としての販売ルートを持つている会社であり、食品、缶詰関係のみの売上げ額を対象としたものである。

なお商社関係とあるのは当協会の会員にして一次問屋的性格をもつた総合商社の国内販売を主とした食品、缶詰類のみの売上げ額を集計したものである。

(3) 缶詰の取扱い比率

(1)の年間総取扱額のうち缶詰のみの占める比率はどうか。

まず問屋関係27社（一次問屋）について見ると、酒、ビールを主力として扱っている大手問屋が5社あり、酒類はこの5社だけでも815億円にのぼる売上げを示している。調味料、食油、乳酸飲料をはじめその他の食品の取扱額は高い比率を示し3,200億円のうちの2,600億円を占め、缶詰は全体の22%、約700億円程度である。

また製菓関係（商事部門）の缶詰、食品の扱い額は大手2社で173億円に達しているが、このうち缶詰は45億円弱で食品との比率は26%程度。

商社関係6社の缶詰、食品の売上げ高は380億円で、このうち缶詰は108億円、食品との比率は28%である。

各業態別の缶詰比率は以上の如くであるが、これを表にまとめると次のようになる。

	酒,食品,その他	缶 詰	比 率
一次問屋	3,213 億	700 億	22%
製 菓	173 億	45 億	(26%)
商 社	380 億	108 億	(28%)
合 計	3,766 億	853 億	22%

なお41年度の罐詰生産は実函換算で400万函程度であり金額にして68億円。総取扱高との比率は一次問屋扱いを対象として見た場合2%の比率である。

(4) 取扱比率別問屋数

一次問屋の総取扱高に対する缶詰の比率は以上の通りであるが、さらに缶詰取扱比率別の問屋数は純問屋27社を対象とした場合次のようになる。

10～20%	3 社
21～30%	7 社
31～40%	6 社

41～50%	6社
--------	----

51～60%	3社
--------	----

61～70%以上	2社
----------	----

27社

資本金、従業員別問屋数

(1) 資本金の構成

純問屋27社の資本金の構成は次の通りである。

1,000万円以下	1社
-----------	----

1,000万円台	2社
----------	----

2,000万円台	4社
----------	----

3,000万円台	1社
----------	----

5,000万円台	4社
----------	----

6,000万円台	1社
----------	----

7,000万円台	1社
----------	----

9,000万円台	1社
----------	----

1億円台	9社
------	----

2億円台	2社
------	----

3億円台	1社
------	----

27社

(2) 従業員の構成

純問屋27社の販売部門のみの人員構成は次の通り。

200名以上	3社
--------	----

150名前後	2社
--------	----

100名前後	13社
--------	-----

50名前後	9社
-------	----

27社

なお27社の延べ人員は大体2,820人、1社当たり平均100人前後といつたところである。

収 益 動 向

缶詰収益の動向については最近販売競争の激化、人件費、経費、輸送費などの高騰により低下の傾向をたどっており、平均収益4.5%~5%程度であつたものが平均4%に減つてきている。こうした収益の低下は今後さらに強まるのではないかと見られる。

委託生産した業表数、ブランド数

一次問屋の委託生産したブランド数は27社のうち自己ブランドを持つている問屋は22社であり、うち1問屋で8種類のブランドを持つているもの8社、1問屋で2種類のブランドを持つているもの6社となつている。従つて一次問屋27社のブランド数は36種類ということになる。

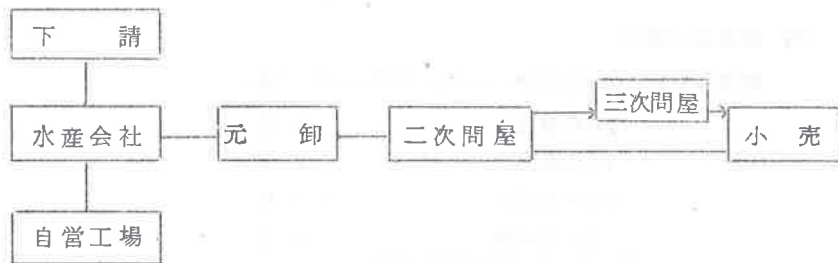
流通機構について

缶詰の流通機構については別表(1)を参照されたい。

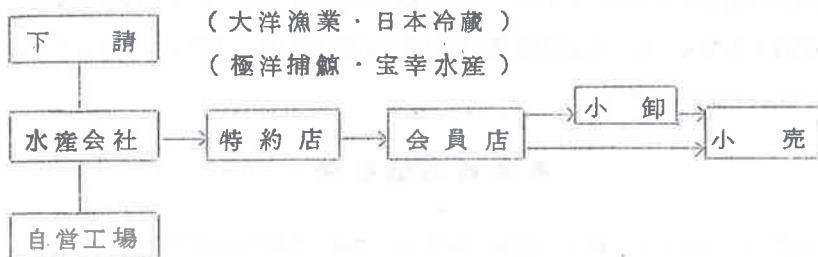
なお缶詰の場合次のような型に大別できるのではないかとみられる。

※ 元卸依存型

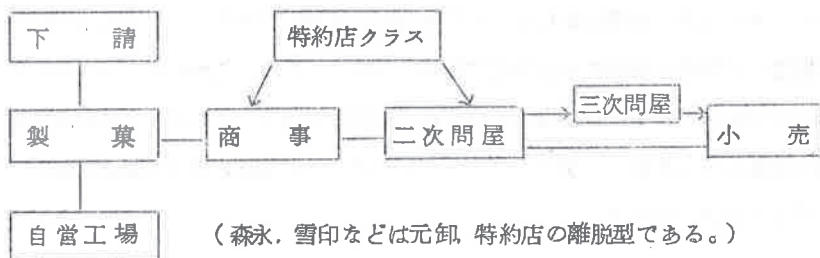
(日魯漁業・日本水産)



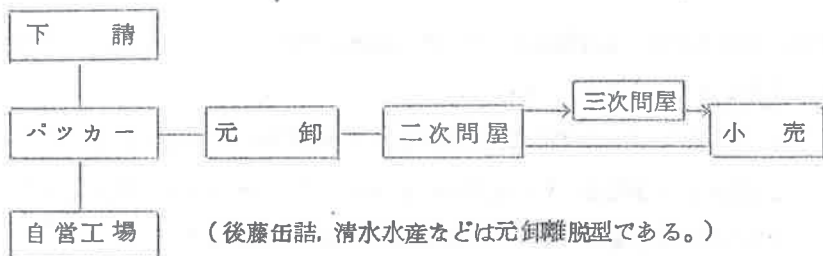
※ 元卸離脱型



※ 特約店併用型 (明治製菓)



※ 元卸併用型 (清水食品)



以上流通経路もそれぞれ特徴ある機構により販路の強化を図っているが、なお流通改善の途上にあるといつてよく、小売部門の近代化とともに業界の一つの大きな課題となつている。なお諸外国における缶詰問屋の現状に関してはジェトロにおいてお問合わせ願いたい。

その他特徴事項

わが国のスーパーマーケット（①セルフサービス ②年商1億円以上の売上げ ③単独経営の三つの条件に適合するもの）は39年1,493店であつたが、現在約6000店にのぼつており、なお増加の傾向にあるといわれている。これに対し小売店も39年度において130万5千店であつたものが、135万店に達し、スーパーマーケットが大巾増加をしているに拘わらず漸増しつつある。しかし末端の営業収益は同業者の競争により不安定要素が強まつており、これが小卸店あるいは二次問屋あたりにならでシワ寄せされるという実状である。このため一次問屋は末端の強化を図るため、ボランティアチェーンなどチェーン組織によつて販売面における安定化を急いでいる。

当協会は資本自由化に不賛成

資本の自由化に対する当協会としての基本的考え方は次の点から見てこれに不賛成であることを明らかにしたい。

1. 問屋部門は合併または協業化（共同仕入）体制に移りつつあること。
2. 小売部門は百貨店系または電鉄系によるスーパーマーケットのR・Oの体制と大手問屋を主軸とするV・O体制造りの過程にあること。
3. 従つて、いま直ちに外国巨大資本によるホールセラー（問屋）とA&P等のR・Oの進出は国内流通体制に一大混乱をもたらすおそれがある。

4. 対策としては問屋または小売店の体質を強化するため。

- ① 租税特別措置法第65条の4項の特定資産を譲渡した場合の課税の特例（昭和38年4月1日～昭和43年3月31日まで）による圧縮記帳の期限の延長
- ② 新店舗または倉庫の新設等の流通投資に対する長期低金利の融資ならびに償却期間の短縮

などの特典を与えて問屋、または小売部門の国際競争力の強化を助成する。

（以上）

（第3回） 蔬 菜 部 会

日 時 昭和42年3月18日 午後3時～5時

場 所 ㈱北洋商会 7階会議室

- 議 案
- (1) アスパラガス缶詰の旧品在庫調査に関する件
 - (2) " " の販売に関する件
 - (3) " " の普及宣伝に関する件
 - (4) その他

出 席 17名。 欠 席 10社。

※ 部 会 討 議 の 概 要

1. アスパラガス缶の旧品在庫状況

生産期を目前に控えたアスパラガス缶詰は昨年の増産が祟り、需給量とのアンバランスにより現在なお相当量の在庫をかかえている状況であるが、当部会においてはこの在庫状況について検討した。

去る2月10日名古屋で開られた日本アスパラガス缶詰協議会では旧品在庫は実函で198,000函と発表されていたが、現在の引合い状況、問屋各社の手持ち状況から見て少くとも輸入ものを含め25万函以上がストックされていると推定され、そのうち250g缶（ホーム缶）は50%以上を占めていることが明らかにされた。

特に引合い低調なのは0.4M以上のものが多く、新物製造にあつては、この点の反省が強くのぞまれるところである。

250g缶の売残りの原因は高すぎるとの一語につき、新物はこの点に関して特に留意する必要がある。

40年以降の国内生産ならびに輸入状況は次の通り。

	国内生産	輸入数量	合計
40年	650,000函	130,000函	780,000函
41年	740,000 "	20,000 "	760,000 "
42年(推定)	850,000 "	50,000 "	900,000 "

なお42年の国内生産予想数量は過去の実績から見て85万函程度に達するのではないかと推定され、しかも価格如何によつては相当量の輸入も可能であり、警戒すべきであるということが明確化された。

2. アスパラガス缶詰に関する要望書提出を決める

全缶協蔬菜部会は前項の在庫状況から見て新物生産は慎重を要するという立場からメーカー側団体である日本アスパラガス缶詰協議会、北海道アスパラガス協会、日本アスパラガス缶詰需給協議会などに対し3月末までに要望書を提出することを決めた。要望書の骨子は次の通り。

- (1) 旧品在庫は25万函以上であり、そのうち250g缶は50%以上を占めている。
- (2) 250g缶の小売価格は消費の実情から見て100円が妥当な線であり、そ

の目標で新物生産に努力していただきたい。

- (3) 1本当たりの消費者価格は4号缶ホワイトで次の小売単位となることが適当である。

コ ロ ッ サ ル	20円
マ ン モ ス	15円
ラ ー デ	10円
メ デ イ ア ム	6.5円
ス モ ー ル	3.5円

3. 普及宣伝について

アスパラ缶詰は筍同様輸入品の攻勢、国内生産の増加などにより、その前途は決して樂觀を許さないものがあるが、すでに現状は非常に深刻なところまで追い込まれており、業界の話題となつている1函1円の宣伝費拠出による方法だけでは困難との意見が強く、単独宣伝の必要性があるということが強調された。当協会としても前項要望書の中にこの件に関する一文を折り込み、1円拠出運動の推進と同時に、これと平行して単独宣伝の強化を呼びかけることになつた。

4. グリンピース缶詰の現状

当部会ではアスパラガス缶詰の討議のほか、グリンピース缶詰についてもその現状と今後の対策が検討された。

すでにグリンピース缶は中共ものの輸入品におされ再起不能のような状態に置かれているが、たゞ九州もののみは原料がキロ当たり36円程度で生産できるという見方があり、これなら一応價格的にも中共産と対抗し得る余地があるので全缶協としては九州産グリンピースに対し協力してゆくことになつた。

なお近畿地区グリンピース缶詰に関してはすでに救済の道なく、全缶協蔬菜部会としても対策の方法なしとして、協議事項よりははずすことになつた。

全国パインアップル缶詰内販会創立総会

日 時 昭和42年3月20日 午前10時30分開会

場 所 経団連会館 9階会議場

総会次第 (1) 開会の辞

(2) 議長選出

(3) 議案審議

第1号議案 定款制定の件

第2号議案 事業計画案承認の件

第3号議案 予算案承認の件

第4号議案 会費の額および徴収方法に関する件

第5号議案 取引金融機関決定の件

第6号議案 役員選出の件

第7号議案 事務所設置確定の件

第8号議案 その他

(4) 理事会

(5) 会長挨拶 午前12時30分～午後1時

(6) ご来賓挨拶

(7) 閉会の辞

(8) 創立総会披露パーティー

出席 会員32社(40名) 委任状 2社。

※総会次第の概要

業界注視の全国パインアップル缶詰内販会創立総会が3月20日めでたく誕生した。

この内販会の結成については当初グローバルパイン缶詰のみで先行する計画であつたが、沖縄側との合同体制で出発するのが望ましいということで沖縄側の早期加入を待つて結成することとなり昨年7月20日発足の日本パインアップル缶詰内販会発起人会の活動は一時停止し今日に至つた。しかしその後同会の発起人代表でもあつた(株)北洋商会取締役社長浅井二郎氏をはじめ関係者の尽力により、いよいよ新内販会結成の運びとなり、日本パインアップル缶詰内販会発起人会は発展的に解消、日本パインアップル輸入協会、沖縄パインアップル缶詰輸入協会の両協会合意のもとにパインアップル缶詰の国内販売機構として「全国パインアップル缶詰内販会」結成の運びとなつた。

創立総会にさきだち全国パインアップル缶詰内販会結成懇談会が開られ、世話人浅井二郎氏より結成懇談会の協議事項「全国パインアップル缶詰内販会結成について」説明、この懇談会をたゞちに創立総会に切りかえることを語つたところ全員異議なく承認、世話人浅井二郎氏が議長となり議案の審議に入つた。

1. 定款案無修正承認

全条40条にわたる定款案は無修正で承認された。定款の主な条項は次の通り。

(A) 名 称 全国パインアップル缶詰内販会

(JAPAN CANNED PINEAPPLE
DISTRIBUTORS' ASSOCIATION)

- (B) 事業目的
- (1) 会員相互の連絡ならびに協調
 - (2) パインアップル缶詰の国内消費の拡大ならびに普及宣伝
 - (3) パインアップル缶詰の市場調査ならびに国内需要量の測定
 - (4) 賛助会員に対し、パインアップル缶詰の国内市況の報告
 - (5) 取引条件の改善と正常取引の推進
 - (6) その他本会の目的達成に必要な事業

(C) 役員 (1) 理事 15名以内

(2) 監事 2名以内

2. 事業計画

42年度事業計画案は ① パインアップル缶詰の国内消費の拡大 ② 消費拡大のための強力なるパインアップル缶詰の普及宣伝活動の展開 ③ 取引条件の改善と正常取引の推進。以上三つの方針を主軸に適確な運営と迅速な処置を行なうことが折り込まれているが、原案通りの承認が得られた。

3. 理事15名，監事2名を決定

理事，監事の選出については選衡委員7名により慎重なる協議の結果次の各氏を決定。

(理 事)

榑 北 洋 商 会	取締役社長	浅 井 二 郎 氏
榑 国 分 商 店	取 締 役	竹 内 治 雄 氏
榑 逸 見 山 陽 堂	常務取締役	渡 辺 明 氏
榑 東 食	取締役社長	吉 田 清 庸 氏
榑 明 治 屋	取締役社長	磯 野 謙 蔵 氏
明 治 商 事 榑	”	高 杉 秀 吉 氏
第 一 物 商 榑	”	中 田 匡 彦 氏
三 井 物 産 榑	常務取締役	西 島 東 氏
大 洋 漁 業 榑	専務取締役	後 藤 広 一 氏
正 栄 食 品 工 業 榑	取締役社長	本 多 正 一 氏
榑 北 村 商 店	”	北 村 伝 司 氏
山 田 商 事 榑	専務取締役	依 田 寿 夫 氏

株式会社 祭原	取締役社長	祭原次郎氏
野田喜商事株式会社	〃	野田喜三郎氏
神戸真田貿易株式会社	〃	小野 篁氏

(監 事)

野崎産業株式会社	取締役社長	米田繁三氏
株式会社 古屋商店	〃	豊田貞次氏

4. 理事会で会長，副会長を選出

議案審議終了後たゞちに別室において理事会を開催し，正副会長の選出ならびに顧問を決定した。

会長	浅井二郎氏	(株式会社 北洋商会)	取締役社長
副会長	竹内治雄氏	(株式会社 国分商店)	取締役
〃	渡辺明氏	(株式会社 逸見山陽堂)	常務取締役
〃	祭原次郎氏	(株式会社 祭原)	取締役社長
〃	野田喜三郎氏	(野田喜商事株式会社)	取締役社長

顧問	西島東氏	(三井物産株式会社)	常務取締役
〃	中山信一氏	(日本パインアップル輸入協会)	会長
〃	伊藤庄次郎氏	(〃)	副会長
〃	伊藤治雄氏	(沖縄パインアップル缶詰輸入協会)	会長
〃	中田匡彦氏	(〃)	副会長

なお理事会決議事項として新規加入会員資格は ①パイン缶詰の国内問屋業を

5年以上営むもの。㊸日本パインアップル輸入協会ならびに沖縄パインアップル缶詰輸入協会または本会会員より購入して年間3万函(3号3打換算)以上の販売実績を有する者 ㊹本会に加入金として金8万円を払込むもの。以上3項目を資格規定とすることが承認された。

また賛助会員は日本パインアップル輸入協会、沖縄パインアップル缶詰輸入協会とすることも決定した。

5. 盛大に披露パーティー開催

理事会終了後、会長に就任した浅井二郎氏は会長挨拶として5カ年計画によりパイン缶詰500万函消費をめざし国内市場の開発に努力するとの挨拶を行なつたが、会長就任挨拶に続き衆議院議員床次徳二氏、総理特選局長山野幸吉氏、琉球政府東京事務所長小橋川朝蔵氏などの来賓挨拶があり、午後1時より創立総会披露パーティーを盛大に開催、午後2時半散会した。

6. 内販会事務局は全缶協に併存

第7号議案で審議された事務所設置の確定については全缶協事務局に併存することが諮られたが、全員異議なくこれを承認。

職員は全缶協職員が兼務することとなつた。

なお借室費、人件費は内販会25%、全缶協75%の割合いで支弁される。この件に関しては3月18日に開催された全缶協理事会においても承認が得られている。

7. 会員店は34社

全国パインアップル缶詰内販会の会員は次の通り34社となつている。

株式会社 北洋商会

正栄食品工業株式会社

株式会社 国分商店

ゼネラル通商株式会社

株式会社逸見山陽堂	株式会社 古屋商店
株式会社 小 網	株式会社 北村商店
野崎産業株式会社	株式会社 メイカン
株式会社鈴木洋酒店	山田商事株式会社
株式会社 東 食	株式会社 梅 沢
大日本製糖株式会社	寿産業株式会社
東新産業株式会社	大橋株式会社
明治商事株式会社	株式会社 祭 原
株式会社明治屋	株式会社 堀井商店
日缶商事株式会社	株式会社 松下商店
第一物商株式会社	株式会社長井藤商店
三井物産株式会社	野田喜商事株式会社
大洋漁業株式会社	清 水 商 店
丸紅飯田鞆東京支社	加藤産業株式会社
リパテイ商事株式会社	神戸真田貿易株式会社

筍缶詰全国大会（徳島）

日 時 昭和42年8月5日 午後1時30分～4時40分

場 所 偕楽園（徳島市）

主 催 社団法人日本缶詰協会

議 案 (1) 一般情勢報告の件

(2) 42年度筍生産計画に関する件

(3) 次期開催地決定の件

(4) その他

出席 180名（全缶協出席者14名）

筍缶詰全国大会は3月5日1時半から徳島市の借楽園2階大ホールにおいて関係業者180名参集のもとに開催された。大会会長山崎隆之助氏の挨拶につづき、徳島県缶詰協会会長内村明氏、徳島県知事代理、徳島市長代理、徳島県青果連合会副会長、日本缶詰検査協会専務理事池野真澄氏などの挨拶があり、議長に徳島缶詰社長長池茂を選出、議事に入った。

※大会の概要

1. 筍缶詰の41年生産数量および42年予想数量

地区別	昭和41年		昭和42年	
	18匁缶	丸缶	18匁缶	丸缶
北海道	14,800	6,000	10,000	6,000
東北	8,600	6,500	9,500	8,500
関東	—	1,500	—	1,500
中部	114,600	38,000	100,500	38,000
近畿	283,000	72,750	295,300	76,900
中国	151,100	19,500	148,000	20,000
四国	495,000	65,650	465,000	64,000
九州	1,254,144	59,987	1,021,000	52,200
合計	2,321,244	269,887	2,049,300	267,100

2. 全缶協蔬菜部会長が販売状況を報告

各産地の状況報告があつてのち、全缶協蔬菜部会長大橋庄三郎氏より問屋業者の立場から大要次のような説明がなされた。

「蔬菜部会結成以来、過去5回にわたり筍缶詰に関する会合を持ち意見の交

換を行ない、全缶協としての意見の統一を図り、去る2月16日の筍缶詰委員会に要望書を提出し、これに対するパツカー側の意向をおうかがいした。この要望書の主旨は、40年から41年にかけての不況により、ことしは特にむずかしい年となっており、40年度は高値増産に加えて台湾、中共の筍が輸入され30万函の在庫を抱えることとなつた。また41年度はさらに増産され、しかもスソものが大半を占め70万函という未曾有の在庫で四苦八苦の状況である。

なぜこうなつたかを反省しなければならないと思うが、私は無計画にひとしい生産をし、しかも品質は粗雑で選別などがおろそかとなつたのが原因であると思う。また消費の面から見ると一言に価格が適正（高値）でなかつたということができる。

上物は料理屋に向けられそれほど問題とはならないが生産の大半を占めている0級の全部それにA級、B級といえどもLL、Lは在庫として現在でも手持ちされている状況である。これらは主に惣菜屋に向けられる商品で生野菜と競合し、おのずから価格に限度がある。従つて消費動向については用途別に考える必要がある。昨年はスソものが大量に生産されたが、もつと買われてよい筍の生野菜より安い筍が宣伝されていないために相当量が在庫されている。これらのものはちよいとマスコミにかければすぐ消化されるものである。宣伝の経費の捻出は例えば検査証紙を貼つてその手数量の一部を宣伝費に充当するというようなことが考えられるが、こうした問題も全缶協普及宣伝部会で話しあつている。

ことしの新物については問屋は大なり小なりのストックを持つており2年続きの不振のため意欲を失つているということが現在のいつわらざる状況である。筍を扱つて損をしたということできしに何とか儲かる商品にしたい。筍の売りよ商品が全生産のうちの $\frac{1}{3}$ 以下と思うが、 $\frac{2}{3}$ の売りにくいものが沢山出来るので、それをどうして売つてゆくかが問題である。その

ためには惣菜向けの製品は積極的な宣伝を推進する必要がある。その意味で消費者にとってサイズの点はこれでよいか、量目、価格差などについてはどうかという最も消費者に近い声をまとめ、それを要望書としてお願いした訳である。むろん過日の私たちの意見として出した要望書はおしつけるものでは決してない。

台湾、中共の筍の輸入を念頭に置き国際的にもたちうちできる商品にしなければならぬと思う。問屋のわれわれも筍の発展については誠心誠意望んでおり、安定商品としての筍を育ててゆきたいと願っているので私たちが希望しているサイズ、目方の点など何分ともよろしくご検討いただきたい。」

3. 輸入筍缶詰の現状と見通し

大橋庄三郎氏につき榊北村商店取締役社長北村伝司氏はさらに輸入筍缶詰について次のような説明を行なった。

「立場上からいえばむろん国内産のものが大事であり、輸入するということはみなさんに迷惑をかけるという点で矛盾を感じるが、消費者に対しなるべく安いものを買ってきてそれを提供するというのも私たち問屋業者に課せられた大きな義務であるとも考えている。私は数年前にも筍の輸入は今後わが国にとって脅威となるといつたことがあつたが、それが現実となつてきた。はじめて輸入されたのは38年であつたが、そのときは価格が安いということで入つてきた。しかし品質的に悪いものが多く、これを扱つたものはみんな損をした経験を持つている。その後、台湾の業者も反省し、39年には日本の規格に合わせたものを製造するようになり、当時日本産が高値であつたため安価な台湾ものに人気が集まり、一挙に輸入ものの台湾筍が認識されるようになつてきた。40年もまた日本産の筍は高値で、しかも日本の生産が終つたあとの6月～9月の生産となつているので

これなら大丈夫ということで日本から相当量が発注された。

国別輸入数量を見てもわかる通り、38年17,085 函、39年88,278 函、40年235,641 函が輸入され、このため輸入もの、内地ものともに乱売される状態となつた。

1号缶の輸入原価は1,700 円～1,800 円、なかには1,500 円 というのもあるが、5 ガロン缶は1,300 円が中心で安値は1,100 円というのもある。従つて内地産のもので5 ガロン缶価格が2,000 円以下という製品が少ないということになれば、今後輸入ものが沢山入つてくることになる。要は相場いかんということである。従つてことしは慎重な価格でゆかなければならないと思う。

台湾では年間45万函から50万函の生産ができるが、このうち輸出は日本向けに30万函、その他諸外国が20万函で殆んどが輸出向けである。

日本の生産者の心理としては安くても高くても造るという考え方が強いと思うが、台湾では採算が合わなければあつさり製造をストップし、よければ製造にかかるという傾向があり、ことしも虎視眈々として日本の状況を眺めている。しかしこれも少し内地品が安くなれば台湾筒もおそるに足らないと思う。ご存知のように筒は本来南方系のものであるが、今後農産物の価格がより以上に高値になるということになれば私は台湾よりさらに無制限に筒がとれる大陸が必ず進出してくると考えている。すでに私たちも現にその輸入の調査をはじめており、台湾を越えた大陸が桁のちがう供給力をもつていることを頭に入れておいていたゞきたい。」

4. 要望書に関する決定事項

全缶協提出の要望書（2月号月報に掲載）に対する決定事項は次の通りである。

- (1) 大缶（18 ℓ缶）の内容量は11 Kgとする。従来の内容量は11.25 Kgであつたがこれを11 Kgに変更する。従つて9 ℓ缶は5.5 Kgとなる。これは本

年より実施する。

- (2) 等級別規格票の表示（レーベル表示）を徹底する。
- (3) 出来るだけ外面ラッカー缶を使用する。
- (4) 品質の向上には特に留意する。
- (5) C級価格の目安はLL級で1,100円、100gにつき小売価格は20円見当であり、新物生産にあたつては慎重なる原料手配と計画性がのぞましい。
- (6) 新規格は年内に結論
全缶協より要望の新規格については時間的に新物までには間に合わないという問題もあり、日缶協缶詰委員会ですらに検討し、また実際に試作品もつくつて研究し今年中に結果を出すことになった。

なお次回開催地は近畿地区を承認し午後4時40分大会を終了。午後6時より懇親会を開いた。

みつ豆缶詰合同会議

日 時 昭和42年3月10日 午前11時～午後2時半

場 所 丸ビル 精養軒

- 議 案
- (1) みつ豆缶詰の農林規格全面検査に関する件
 - (2) みつ豆缶詰の併用JAS規格改正の件
 - (3) みつ豆缶詰の普及宣伝に関する件
 - (4) その他

主 催 日本缶詰協会

出 席 全缶協果実部会側19名。日缶協側23名。

※ 決定された事項

1. 糖度は10°に改正

みつ豆缶詰の現行規格は糖度13°となつてゐるが、現在出回つてゐるみつ豆缶詰は現実的に殆んどが10°のものであり、また過去においてみかん缶詰が当初13°であつたものが10°に改められた実例から見ても実状に則した規格に改めることが妥当であり、最近は特に甘味料の化学的進歩もあつて、このために品質が低下するということは考えられず、味覚の点でも13°と10°との差の分別はつかないところから、山形、福島、静岡の各パッカー代表はいずれも10°に改めることに賛成、全缶協の要望が容れられることになり、日本缶詰協会はこれを早急に農林省に対して改正手続きをとることになつた。

2. チェリーの配合に関する件

チェリーの配合はみつ豆缶詰にとつて必須条件であるという全缶協、山形缶協の考え方であるのに対し、静岡缶協側代表は地理的条件でチェリーの産地である山形、福島と若干おもむきを異にしており、また現実的にチェリーに変わるブドウ配合の製品も相当量製造している地区であるため、チェリー配合を必須条件とすることに対しては同意を示さなかつた。

しかし引き続き慎重なる協議を重ねた結果、ブドウも技術的な向上に伴いチェリーと遜色ない製品が出来るようになったということで「チェリーまたはこれに代る同等以上の果実を配合したものであること」と規定のなかに「同等以上」の字句を加えることに決定し、農林省に対し、この件に関しても改正要望を提出することになつた。

3. 赤えんどうの配合量の件

現行規定によればみつ豆缶詰の赤えんどうの配合は固型量の5%以上となつて

いるが、一般消費者はこれを敬遠する傾向が強く、また5%以上では全体から見ても過ぎるのではないかとの意見があり、協議の結果これを「3%以上」と弾力性を持たせた規格に改めることに決定、農林省に改正方を要請することに一致した。

4. JAS 検査全面実施の件

規格を改正すると同時にJAS検査を全面的に実施しようという全缶協の要望に対しては福島、山形地区の代表は異議なくこれを賛成したが、静岡地区の代表は静岡としての統一意見を煮つめていないということで、代表者としてはこの主旨に異存がないが、いまこの場で賛成することは保留したいとの意向であった。しかし時期的にはすでに製造期に入っている時であり、JAS検査の全面実施の線に沿って、これが実現できるよう努力するという申し合せを行なった。なお全缶協側はJAS全面検査と宣伝の体制が早く行なわれない限り、いつまで経つても実現できないことであり、市場は昨年以上に深刻な状況となるであろうことを強調した。

静岡代表が全面検査に逡巡したことについては ①地区としての意見統一が図られていない ②静岡地区は自己ブランドが多い ③印刷缶の検査落ちとなつた場合の事後処置の問題などが絡んでいるものと見られる。

5. 普及宣伝に関する件

みつ豆缶詰の普及宣伝に関しては3月9日の日本缶詰協会消費拡大委員会において、全缶協より呼びかけた ①函当たり1円の抛出運動の推進 ②洋梨缶詰の宣伝費の賛助 ③みつ缶詰の普及宣伝について協議されたが ①については委員会としては賛成の態度を取ることになり、業界の協力によつて推進することに決定、早期実現を図る方針であることが明確化された。②および③に関しては品種別に宣伝することは予算の関係もあり、これの同意を得ることができ

なかつた。

しかし合同会議での話し合いにより、②の宣伝は山形缶協、全缶協、製缶協の3者あるいは山形缶協、全缶協の2者のみによつても実施するが、さらにみつ豆缶詰の普及宣伝は1円抛出運動を早期に実現することにより、そのなかからみつ豆缶詰の普及宣伝を強化することになつた。

なおみつ豆缶詰の全面検査にあつては手続き、検査方法などの合理化、簡易化を図るとともに検査料の半額はJ A Sの普及およびみつ豆缶詰の普及宣伝に充当するよう働きかけることも今後の議題として検討されることになつた。

また1円抛出の件に関しては日本缶詰協会の理事会(3月24日)に諮り、5月開催予定の同協会定時総会の議決を得る申合いとなつたが、決定が得られれば4月1日にさかのぼつて実施されるよう全缶協側は強く要望した。

※ その後の経過状況

〔みつ豆缶の規格改正要望に関する件〕

3月10日開催のみつ豆缶詰合同会議における規格の改正については翌11日、日本缶詰協会専務理事隅野勇氏が農林省農林経済局消費経済課の松岡正次課長補佐と会い、合同会議において決定した規格改正に関する要望を行なつたところ農林省側としては業界全体が規格改正を希望しているのであれば早急に検討したいということを前提に次のように見解を明らかにした。

1. この規格改正については担当官として納得したいので糖度10^o、赤えんどう3%以上に合わせた見本をつくり検討したい。
2. 「チェリーまたはこれと同等以上」の配合物(例えばブドウなど)を使用する件に関しては「同等以上」という点が法律的に基準を定め難く、特に「チェリー入り」などの表示がなく、内容さえ充実していればチェリーにこだわらなくてよい。

3. JAS検査の全面実施は農林省が望むところであり推進したい。たゞ規格改正は審議会に諮らなければならないのでたゞちに実施することは困難である。

なお、その後規格改正による見本を山形県の大栄食品、静岡県の後藤缶詰で製造したので3月18日午前10時半から日缶協会議室において開缶検討会を行なった。この開缶立合いにはあいにく全缶協側が理事会をはじめ3つの会議があつたため徳逸見山陽堂、株北洋商会より各1名の代表が出席し現行規格製品との比較検討を行なった。

商 況

〔 パインアップル缶詰 〕

昨年後半より本年の初頭にかけて缶詰、特に果実缶詰が末端需要の停滞と総合的フルーツ缶詰の過剰供給から著しく不円えとなり一部にはダンピング物も続出して全くの行詰り状態を示して来たがこの内にあつて独りパインアップル缶詰のみは価格の下落も手伝つて非常に活潑な荷動きを示し缶詰需要に於ける高級化を裏づけるものがあつたが41年度の2月末までの輸入通関実績表は次の通りである。

パイン缶国別輸入通関実績表

(日本パインアップル輪協資料に依る)

地 域	期 数 量	41年4月～42年2月	
		Kg	%
台 湾		7,448,747	364,920
マ ラ ヤ		1,632,000	7,996
シンガポール		2,480,799	12,154
米 国		1,511,653	74,057
フィリッピン		1,741,261	85,306
中 共 洲		1,004,408	4,919
濠 洲		9,848	482
計		11,223,196	549,834
琉 球		33,249,825	1,628,935
合 計		44,473,021	2,178,769

(% …… 3/3換算)

即ち昭和41年度のグローバルパインの発券額は次の通り。

上 期	252万 弗 $\frac{3}{3}$	42万 函
下 期	114万 弗 $\frac{3}{3}$	19万 函
計	366万 弗 $\frac{3}{3}$	61万 函

であり下期一部を除いて殆んど輸入を完了しており、また沖繩物についても現地には特殊缶型品種を除いては既に殆んど在庫は無くなっている故今後春物の供給が若干考慮されるところとしてもほぼ供給は既に底をつき始めている。

これに対し需要面から考慮すれば今後が本格的な需要期であり中元詰合用等の必要数量も考え合せれば本年度も例年通り順次品薄に向うものと考えられる。

こうした需給状況を背景にして今般全国パインアップル缶詰内販会が結成され内販組織も整備されつつあるので、一部売り場を持たないインポーターの不必要な安売りは今後影をひそめるものと推察されるので在庫一掃の一つのメドである3月末を終了し4月を迎えれば消費需要の活発化と相俟つて価格も一時底値の缶5円程度の値上、出血販売の是正といった意味からも当然考えられるところである。またやゝ長期的観点からするならば内販会の結成に伴い本年夏頃より相当大巾な普及宣伝広告活動が検討されつつあり実現の見通しも濃いので近い将来パインアップル缶詰が果実缶詰の内を持つている現在のウエイトを更に一層増すであろうことは缶詰の販売業者として充分考慮して行かねばならないところであろう。

会 員 消 息

〔 新 社 屋 落 成 ・ 移 転 〕

山田 商 事 株 式 有 限 公 司
新 電 話 番 号

名古屋市熱田区八番町7丁目1番の1
名古屋（市外局番052）
651局 3151番（大代表）
（直通）販売部 651～3163～4番

〔 社名変更・新築移転 〕

倉 株式会社 福島山且
(旧 倉 櫛遠藤商店)

本社 福島市早稲町 7番23号
営業所 " 4番7号
(福島局02452)

海産部 2～2320番

食品部 2～3815番

事務局報知

〔 業界新聞記者会見 〕 (出席 12社)

全缶協会長は3月22日午後1時半から櫛北洋商会7階会議室で業界各新聞記者を招き、3月18日に開催した東部政策調査部会、理事会、ならびに第3回蔬菜部会の会議の結果を発表し、ひきつづいて3月20日創立を見た全国パイナップル缶詰内販会の結成結果の報告と今後の抱負について同協会長の立場から発表を行なった。

〔 消費拡大委員長と会談 〕

全缶協会長 浅井二郎氏、普及宣伝部会長 竹内治雄氏 および専務理事は3月3日午前10時30分から日本水産特専務室において日本缶詰協会消費拡大委員長である原喜三郎氏(日本水産特専務取締役)と会談、普及宣伝のための函1円抛出運動について説明し、この問題を消費拡大委員会で諮ってもらいたいことを要請したところ原氏はこの運動に賛意を示し委員会審議にかけることを約した。

〔 職 員 増 員 〕

中沢和雄(36才)習志野市大久保2の193

4月1日付で事務局職員として勤務。

全国缶詰問屋協会役員名簿

種 別	氏 名	会社名および役職
会 長	浅 井 二 郎	株式会社北洋商会 取締役社長
副 会 長	渡 辺 明	株式会社逸見山陽堂 常務取締役
副 会 長	祭 原 次 郎	株式会社 祭 原 取締役社長
専務理事	北 田 久 雄	全国缶詰問屋協会
理 事	豊 田 貞 次	株式会社古屋商店 代表取締役
理 事	加 藤 弥三二	加藤産業株式会社 取締役社長
理 事	北 村 伝 司	株式会社北村商店 取締役社長
理 事	笹 田 伝左衛門	株式会社 小 網 取締役社長
理 事	竹 内 治 <small>和雄</small>	株式会社国分商店 取 締 役
理 事	宮 井 英 一	寿産業株式会社 取締役社長
理 事	今 井 重太郎	株式会社松下商店 専務取締役
理 事	磯 野 謙 蔵	株式会社 明 治 屋 取締役社長
理 事	佐 藤 良 嶺	株式会社メイカン 取締役社長
理 事	高 杉 秀 吉	明治商事株式会社 取締役社長
理 事	西 島 東	三井物産株式会社 常務取締役
理 事	伊 藤 勇	株式会社社長井藤商店 専務取締役
理 事	阿 澄 一 三	日缶商事株式会社 取締役社長
理 事	野 田 喜三郎	野田喜商事株式会社 取締役社長

理事	米田 繁三	野崎産業株式会社 取締役社長
理事	大橋 庄三郎	大橋株式会社 取締役社長
理事	鈴木 崇	株式会社鈴木洋酒店 取締役社長
理事	万江 勝喜	株式会社トヨコ社 取締役社長
理事	森下 裕	株式会社 梅 沢 取締役会長
理事	福田 寛人	山田商事株式会社 取締役副社長
理事	西出 忠義	株式会社吉川商店 代表取締役
監事	萩原 弥重	株式会社矢口屋商会 代表取締役
監事	山室 元固	株式会社ヤマムロ 代表取締役
願 問		
国分 勘兵衛 (株式会社国分商店 取締役社長) 水洞 正次郎 (株式会社鈴木洋酒店 取締役相談役) 岩井 感吾 (株式会社松下商店 取締役社長)		

※ 水産部会部会員 (17社)

部会長	川崎 栄生 坂下 長作	(三井物産㈱ 食品部長代理) ✓
副部会長	① 豊田 貞次 小久保 貞忠	(㈱古屋商店 代表取締役)
副部会長	小久保 正	(㈱北洋商会 缶詰部次長) ✓
副部会長	西馬 武志	(加藤産業㈱ 専務取締役)
(京浜地区)	㈱ 国分商店 ✓	㈱ 逸見山陽堂 ✓
	日缶商事 ㈱ ✓	① ㈱ ヤマムロ
	① ㈱ トヨコ社 ✓	野崎産業 ㈱ ✓
(名古屋地区)	山田商事 ㈱ ✓	㈱ 北村商店 ✓

(京阪神地区)	大橋 株式会社 ✓	寿産業 株式会社
	野田喜商事 株式会社 ✓	株式会社 祭原 ✓
	株式会社 長井藤商店	

※ 果実部会部会員 (11社)

部会長	野田喜三郎 ✓ (野田喜商事 株式会社)	取締役社長)
副部会長	橋田春男 ✓ (株式会社 逸見山陽堂)	缶詰部長)
副部会長	秋間健次 ✓ (野崎産業 株式会社)	缶詰部長)
副部会長	北村伝司 ✓ (株式会社 北村商店)	取締役社長)
副部会長	宮軒治兵衛 ✓ (株式会社 祭原)	取締役)
(京浜地区)	株式会社 北洋商会 ✓	株式会社 国分商店 ✓
(株) 矢口屋商会	株式会社 明治屋	明治商事 株式会社
	三井物産 株式会社 ✓	日缶商事 株式会社 ✓
	東洋棉花 株式会社	株式会社 鈴木洋酒店 (株)
(名古屋地区)	山田商事 株式会社 ✓	
(京阪神地区)	加藤産業 株式会社 ✓	株式会社 長井藤商店 ✓
	寿産業 株式会社 ✓	大橋 株式会社 ✓

※ 蔬菜部会部会員 (2社) 18

部会長	大橋庄三郎 ✓ (大橋 株式会社)	取締役社長)
副部会長	萩原弥重 ✓ (株式会社 矢口屋商会)	代表取締役)
副部会長	北村伝司 ✓ (株式会社 北村商店)	取締役社長)
副部会長	宮軒治兵衛 ✓ (株式会社 祭原)	取締役)

(京浜地区) △ 株式会社北洋商会 ✓ 株式会社国分商店
 ✓ 株式会社逸見山陽堂 ✓ 株式会社三井物産
 ✓ 株式会社日缶商事 ~~株式会社布屋高屋~~ △
 株式会社曙物産 △ ✓ 株式会社古屋商店 △
 ✓ 株式会社野崎産業 マルヤス食品株式会社 △
~~株式会社~~ 株式会社明治屋

(名古屋地区) ✓ 株式会社山田商事

(京阪神地区) ✓ 株式会社野田喜商事 ✓ 株式会社長井藤商店 △
 ✓ 株式会社加藤産業 株式会社九菱商店 △
 株式会社三盛商会 △ ✓ 株式会社寿産業 △
~~株式会社大平商事~~ △

※ 普及宣伝部会部会員

(~~28~~社)
25

部会長	竹内治雄	(株式会社国分商店 食品部長)
副部会長	橘田敬夫	(株式会社明治屋 専務取締役)
副部会長	野田喜三郎	(野田喜商事株式会社 取締役社長)
(京浜地区)	株式会社北洋商会	株式会社逸見山陽堂
	明治商事株式会社 ✓	株式会社古屋商店
	三井物産株式会社 ✓	株式会社日缶商事
	野崎産業株式会社 ✓	株式会社鈴木洋酒店
	株式会社 ✓	株式会社小網
	株式会社矢口屋商会 ✓	株式会社ヤマムロ
(名古屋地区)	株式会社山田商事 ✓	株式会社北村商店
	株式会社メイカン ✓	株式会社梅沢

(京阪神地区)	大橋 株式会社 ✓	寿産業 株式会社 ✓
	株式会社 祭原 ✓	株式会社 松下商店 ✓
	加藤産業 株式会社 ✓	株式会社 吉川商店 ✓
	株式会社 長井藤商店 ✓	

※ 規格部会部会員 (13社)

部会長	橋田 春男	(株式会社 逸見山陽堂 缶詰部長)
副部会長	広田 正	(株式会社 北洋商会 缶詰部次長)
副部会長	宮軒 治兵衛	(株式会社 祭原 取締役)
(京浜地区)	株式会社 国分商店	三井物産 株式会社
	野崎産業 株式会社	日缶商事 株式会社
	株式会社 明治屋	株式会社 矢口屋商会
(名古屋地区)	山田商事 株式会社	株式会社 北村商店
(京阪神地区)	野田喜商事 株式会社	大橋 株式会社

※ 東部政策調査部会部会員 (18社)

部会長	鈴木 崇 ✓	(株式会社 鈴木洋酒店 取締役社長)
副部会長	豊田 貞次 ○	(株式会社 古屋商店 代表取締役)
副部会長	矢田 四郎 ○	(日缶商事 株式会社 常務取締役)
副部会長	萩原 弥重 ○	(株式会社 矢口屋商会 代表取締役)
△	株式会社 北洋商会 (東京)	○ 株式会社 国分商店 (東京)
○	株式会社 逸見山陽堂 (")	○ 三井物産 株式会社 (")
◎	株式会社 明治屋 (")	◎ 明治商事 株式会社 (")
○	野崎産業 株式会社 (")	株式会社 ヤマムロ (")

✓ ㈱ 小 網 (東京)	〇 ㈱ 小 網 社 (東京)
池田商事 ㈱ (〃)	〇 ㈱ 新吉川商店 (〃)
㈱ 村 佐藤商店 (福島)	㈱ 渡喜商店 (仙台)
㈱ 高 島 (新潟)	㈱ 山 清 (静岡)

※ 中部政策調査部会部会員 (14 社)

部会長 森 下 裕 ✓(㈱ 梅 沢 取締役会長)
副部会長 福 田 寛 人 〇 (山田商事 取締役副社長)
副部会長 佐 藤 良 嶺 ✓(㈱メイカン 取締役社長)
副部会長 北 村 伝 司 〇 (㈱北村商店 取締役社長)
✓ 佐竹商事 ㈱ (名古屋) 東海乾物 ㈱ (名古屋)
㈱ 〃 〃 (〃) ㈱ 大彦商店 (〃)
✓ 真 弓 商店 (〃) ㈱ 須 川 屋 (松 阪)
△ 金 沢 乾 物 ㈱ (金 沢) △ 富 山 中 央 食 品 ㈱ (富 山)
△ ㈱ カネ五栢屋 (岐 阜) △ (資) 山 健 商店 (安 城)

※ 西部政策調査部会部会員 (15 社)

部会長 祭 原 次 郎 〇 (㈱ 祭 原 取締役社長)
副部会長 大 橋 庄三郎 〇 (大 橋 ㈱ 取締役社長)
副部会長 今 井 重太郎 ✓(㈱松下商店 専務取締役)
副部会長 西 出 忠 義 ✓(㈱吉川商店 代表取締役)

✓野田喜商事 株式会社 (大阪) ○ 株式会社 長井藤商店 (大阪)
 \ 株式会社 大乾 (") \ (名) 刀祢商店 (")
 ~ 株式会社 徳和 (堺) ✓ 株式会社 花菱乾物 (")
 9 株式会社 寿産業 (京都) ✓ 株式会社 新清商事 (京都)
 株式会社 木村九商店 (") 株式会社 渡辺 (")
 ○ 株式会社 加藤産業 (西宮)

