



月報

缶詰

(42.6.30 VOL.6)

◇ 目次 ◇

うまい佐賀みかんづくり運動推進大会	1	
6～7月の協会行事一覧表	6	
◇(第5回)理事会	7	
◇缶詰みかん宣伝委員会	9	
◇缶詰に関する主婦連合会代表者との懇談会	14	
◇(第2回)普及宣伝部会	16	
◇(第2回)規格部会	21	
食肉缶詰の品名表示に関する要望書	23	
パン缶詰の新規格設定に関する要望書	25	
◇山形の果実缶詰に関する懇談会	27	
◇山形缶協とのチェリー懇談会	36	
◇在京果実部会	40	
◇かて、さけ缶要望書に関する日缶協回答	42	
◇パンアップル缶詰開缶詰研究会(大阪)	43	
◇静岡缶協との懇談会	45	
<table border="1"><tr><td>会 員 消 息</td></tr></table>	会 員 消 息	52
会 員 消 息		
<table border="1"><tr><td>事 務 局 報 知</td></tr></table>	事 務 局 報 知	53
事 務 局 報 知		

全国缶詰問屋協会

Japan Canned Food Wholesalers Association

東京都中央区八重洲通3丁目8番地
八重洲通ビル7階

電話 東京 (273) 9 2 8 9 番

うまい佐賀みかんづくり運動推進大会

当協会浅井会長は佐賀県知事池田直氏のまねきに応じ「みかんをめぐる内外の情勢」と題して蜜柑生産農家1千名を前にして13枚の統計表を掲げ説明しつつ1時間30分に亘る熱弁をふるい聴衆に多大の感銘を与えた。講演要旨は下記の通りである。

と き 昭和42年5月17日 10時30分

ところ 佐賀市民会館

主 催

うまい佐賀みかんづくり運動推進本部



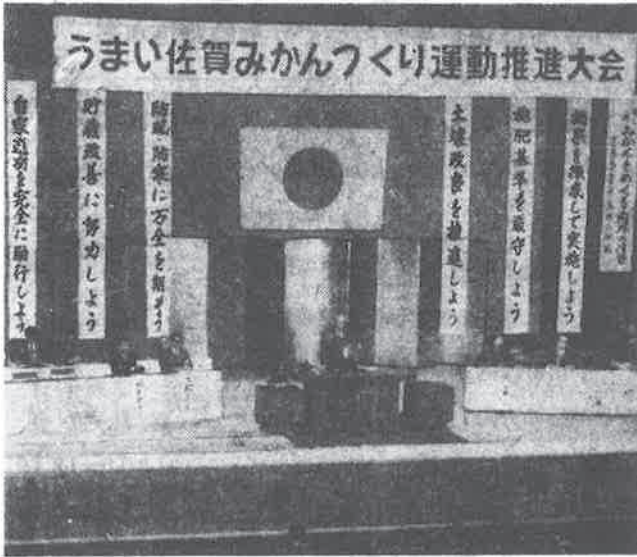
うまい佐賀みかんづくり運動推進大会次第

- | | | |
|-------------------------|---------------------------|-------------|
| (1) 開 会 | 10.30~10.40 | 園芸連会長 |
| (2) 推進本部長あいさつ | 10.40~10.50 | 知 事 |
| (3) 来 賓 祝 辞 | 県議会議長 | 10.50~11.00 |
| | 日本園芸農業協同組合連合会 | 11.00~11.10 |
| | 市場代表 | 11.10~11.20 |
| (4) 佐賀みかんの将来と運動の方向 | 11.20~12.00 | 農 林 部 長 |
| (5) 体験発表 モデル部落代表 | (浜玉町今坂部落) | 12.00~12.10 |
| | 果樹研究同志会代表(北方町 小山 彰) | 12.10~12.20 |
| | 果樹研究同志会婦人部代表(多久市山田京子) | 12.20~12.30 |
| (6) うまい佐賀みかんづくり運動表彰(紹介) | | |
| (7) 記 念 講 演 | | 13.00~14.30 |
| | 「みかんをめぐる内外の情勢」 全国缶詰問屋協会会長 | 浅井 二郎氏 |
| (8) 決 意 表 明 | 14.30~14.40 | 同 志 会 長 |
| (9) 万 才 三 唱 | 14.40~14.50 | 田島 勝爾氏 |
| (10) 閉 会 | 14.50~15.00 | 農協中央会長 |

「みかんをめぐる内外の情勢」

日本における 柑橘産業は昭和 36 年度の生産高をピークとして伸び悩みの状況である。輸入は 86 億 7 千 6 百万円、300 万函（昭和 40 年輸入統計）に達し、その中の 70% はバインアップル缶詰であり、更に増加の傾向を示している。

缶詰の国内消費は年間 5,000 万函（実函、壘詰 5 G 罐を含む）を突破し、その品



いいて果実缶詰 482 万函（昭和 40 年度）の大部分は蜜柑缶詰なのである。このように国内においても経済成長に伴う国民食生活の向上は果実缶詰の増加を促し、輸出面

においても施策によるしきを得れば蜜柑缶詰の輸出増大は不可能ではないが、いかなから国内においても、輸出においても蜜柑缶詰は伸び悩んでいる実状である。なぜ蜜柑缶詰が伸び悩むのか、その理由をお話する前に海外の事情についてお知らせすることが早わかりであると思うので米国と台湾の缶詰事情について少しくふれて見ることにしよう。

米国では缶詰 8.5 3 億函、罐詰 4.3 億函合計 12 億 8 千万函（1964 年統計）が生産されているのである。何故米国は缶詰がこれ程発達しているのかという点にお気付であろう。米国の国土の広さは本国だけで日本の約 2 倍なのである。昭和 37 年 11 月 8 日私はニューヨークの空港にいた時雪が降っていたのである、そこからジェット機で 8 時間飛んでフロリダ州のタンパ市に着いた時そこは真夏でありマイアミ海岸では海水浴客で賑っていた。

1 時点において冬と夏とが同居している程米国は国土が広いのである。

従って生鮮食品は輸送上の限度があり缶詰、又は冷凍食品が発達したのであり生鮮食品より缶詰の方が安価なのである。私は昨年 10 月末から 2 週間台湾の缶詰事情の調査に出かけたのであるが、米国と台湾とは全く逆な立場にあることを発見した。台湾の国土の広さは九州より少々小さい程度である。戦前 500 万人の人口はいま 1,300 万人に増加しているが気候に恵まれた台湾は農産物、畜産物は極めて豊富であり、水産物は近海漁業のほか遠洋漁業にも積極的な食指を延ばさんとしているほどであり国内は生鮮食品が安価であるため缶詰加工品の国内消費は極めて僅少である。台湾における 1966 年の缶詰生産高は 890 万函であり、その 98% は輸出されており、1975 年の缶詰生産計画は 1,800 万函を目標とし、これまた生産品の全部は輸出向である。ここで注目すべきことは、この目標の中に温州蜜柑缶詰が 250 万函が見込まれていることである。

台湾は低賃金（工賃 1 日円価換算 150 円）であり、国民は極めて勤勉であるということである。世界は日本を良い消費市場として注目している。バナナは年間 415 千トン、輸入金額 234 億円に達しているが、現在の関税 70% は近い将来 50% 以下に引き下げられる見込みであるから輸入は更に増大するであろう。

生パインも年間 21,500 トン、12 億 6 千万円輸入されているが、生パインよりも缶詰に注目すべきであろう。パインアップル缶詰は今後 5 年計画によつて 1967 年 300 万函から 1971 年には 450 万函（3号缶 8 打換算）国内に販売さ

れる見通しであり、沖縄パイン缶詰（無税）を除く台湾、ハワイ産パインアップル缶詰の関税は現在の55%から今後毎年10%宛引き下げられ25%となる見込である。また本年よりパインアップル缶詰に対し年間100万弗（8億6千万円）の宣伝費が予定されていることは、国内産みかん缶詰、白桃缶詰等の果実缶詰にとつて安閑としておられぬ状況が想像されるのである。かかる状勢のもとに過般果樹農業振興法の改訂を見たのであるが昭和51年度のみかん生産量は8,046千屯と41年度の2.3倍を目標としており、加工向として498千屯（41年度は約20万屯）と現在の2.5倍を予定しているのが果してその裏付とする具体案が示されているのであろうか。生果の販売はともかくとして、加工即ち缶詰に500千屯の加工を期待するならば現状のような無施策では到底実現は困難であらう。

その第一の理由は原料価格が国際果実価格と比較して高過ぎること。

第二の理由は容器費がこれまた国際価格より高いこと、第三の理由は海外ならびに国内ともに普及宣伝の欠如である。みかん缶詰の過去数年間の生産と輸出ならびに国内販売の状況は下表の通りである。

年度別みかん缶詰生産実績の推移

(単位千函)

	35年	36年	37年	38年	39年	40年	41年
(A)内販(実函)	3,600	1,900	4,850	2,800	3,450	5,200	7,000
(B)輸出(5/4換算)	4,288	3,687	3,417	3,921	4,519	4,438	4,986
計 (A+B)	7,888	5,587	8,267	6,721	7,969	9,638	11,986

昭和41年度の輸出500万函は米国向が小売価格が高過ぎるとの理由で不振の状況にあり50万函位は次年度へ繰越されるであろうとの見通しである。

また国内向は700万函と生産高は一挙に躍進したものの消費が伴わず小売3函100円にして消化させるか、100万函乃至150万函を次年度へ繰越さざるを得ない実状である。米国と台湾そして日本を見ると国土の広さと生鮮食品の豊富

さは日本は台湾に近いと観測することが適正であろう。

しかし日本は工業国化しており経済力も国民生活も台湾よりはるかに上位であるが国土の狭さには宿命的なものが存在する。それは米国のように加工品80%以上の国になれないということである。果実の種類によつて加工依存度は異なるがみかんの場合生果消費80%、加工(缶詰)20%は一応の限界であろう。日本はやはり生果の国である。しかしながら加工なくしてみかん農業は発達しないであろう。

みかん農業はこの基本的条件を深く認識しなければならない。日本のみかん缶詰を伸長させるためにはみかん農業を発展させるための缶詰であるということを含め、今日集りの農家の方々の深い理解が必要なのである。私はみかん缶詰の将来に決して希望を失っているものではない、日本の缶詰技術は世界的であると確信している。

みかん缶詰が停滞している理由は貴方がたの原料が高いということばかりではない不振の理由は前に申し上げた8つの障害によるものであり、この障害を関連産業が団結して取り除くことにある。資本の自由化は有明海の水とテームス川の水とつながっているということである。われわれは働きものの日本人であることを忘れてはならない。そして国際的にも日本のみかん農業が主導権を取るために、みかん生産農業、製鉄(鋳力)、製缶、製造(缶詰)販売(国内と輸出)とみかん缶詰産業を形成する関連団体がアメリカで行っているアグリービジネス方式を採り入れるならば果樹農業振興法改訂の昭和51年度目標を達成することは夢ではないと信ずるものである。

以上

6 月 の 行 事 一 覧 表

行 事	月 日	時 間	場 所	出 席
共同宣伝に関する三者会談	5月29日	13.00~14.00	日魯漁業社長室	浅井会長 田上会長
山形とのチエリ一缶詰懇談会	6月 1日	13.00~17.00	山形県農協会館	果実部会員 13社
静岡との缶詰に関する懇談会	6月 3日	11.00~14.30	静岡協会議室	全缶協副 理事、監事
普及 宣 伝 部 会	6月 5日	10.30~12.00	北洋商会議室	18名
規 格 部 会	6月 5日	13.00~16.00	#	17名
東横、白木屋缶詰展示即売会	6月11日	~6月21日マデ	東横、白木屋 食品売場	全缶協協賛
チエリ一缶詰に関する打合会	6月12日	13.00~15.00	北洋商会議室	在京果実部会員
山形缶協正副会長とのチエリ一缶詰懇談会	6月12日	15.00~17.00	#	#
チエリ一缶詰に関する打合会	6月14日	10.30~12.00	#	#
主婦連代表者との懇談会	6月21日	10.30~12.30	丸ビル精養軒	規格部会員
第1回みかん缶共同宣伝合同委員会	6月21日	13.30~15.00	日本缶詰協会	全缶協側4名
理 事 会	6月27日	10.30~13.00	北洋商会議室	23名
第2回みかん缶共同宣伝合同委員会	6月28日	13.30~16.30	丸ビル精養軒	全缶協側3名
第3回みかん缶詰合同委員会	6月29日	13.30~17.00	日本缶詰協会	13名 全缶協側3名

7 月 の 行 事 予 定

理 事 会	7月12日	13.30~16.30	北洋商会議室	
果 実 部 会	7月12日	10.30~12.30	#	
パイン缶 開缶研究会	7月14日	13.00~16.00	産経会館	

(第5回) 理 事 会

日 時 昭和42年6月27日 10,30～13,00時

場 所 (株)北洋商会 7階会議室

議 事 (1)みかん缶詰共同宣伝参加の件
(2)宣伝費700万円の徴収方法に関する件
(3)その他

出 席 22名 出席委任状3 欠席2

※ 理 事 会 審 議 の 概 要

去る5月29日の日缶協田上会長、日缶協原消費拡大委員長、全缶協浅井会長の三者会見を契機に1函1円の宣伝費拠出運動はみかん缶詰の共同宣伝を手はじめとせず実施することになり、これに伴い全缶協普及宣伝部会は6月5日開催し、実施に伴う具体的検討を行なったが、普及部会においては一応みかん缶詰の共同宣伝に参加する建前により宣伝方法について協議し、全缶協拠出額700万円の宣伝費の徴収方法については次の理事会に諮ることとなっていたため、本理事会はその徴収方法に重点をおき慎重なる審議を行なった。

1. みかん缶詰共同宣伝参加について

全缶協の発足以来、函1円の宣伝費拠出運動を推進してきたが、これが途中でみかん缶詰のみの共同宣伝ということに変わって来たために、徴収方法に問題点が生じ、理事会ではまずこの点についての内容検討を行なった。

その結果、全缶協としては途中よりみかん缶詰の宣伝とはなつたが、みかん缶詰といえども缶詰の一部であり、また全缶協の函1円運動の提唱により、ここまで業界が盛りあがって来たことは大なる意義のあることで、函1円拠出の基本にのつと

つてこの運動の一環であるという立場でみかん缶詰の共同宣伝に参加することとなった。

2. 宣伝費700万円の徴収方法

みかん缶詰の共同宣伝に伴う全缶協側拠出分は700万円となつているが、この徴収方法については、みかん缶詰のみを対象とした場合、すでに半数以上を消化したという意見もあり、また問屋ブランドのみでは仮に内販向けみかん缶詰の生産が、700万函としても、その半数以下にとどまるという見方と、ことしのように増産されどちらかという赤字採算となつているみかん缶詰にさらに函1円あたりのうわ乗せをしなければならぬことには問題があるなどの意見があり、まずこれらの意見調整が行なわれた。

700万円を拠出する必要はないのではないかという考え方の主な理由は次の通りである。

①みかん缶詰の共同宣伝として参加することは、やがても、アスパラガスなど他の缶詰に引き継がれる公算が強く、今後の問題を考える場合、大いに慎重を要する
②全缶協の宣伝費予算の残りの270万円前後の金額に若干追加して、300万円をみかん缶詰の共同宣伝に充当してはどうか。
③みかん缶詰の宣伝には参加するがそれはあくまでも函1円の一環であるとの基本姿勢は崩さない。そしてみかん缶詰の間屋取扱高は300万函程度であるという見方から300万円の拠出が妥当である。などが主な意見であつた。

しかし、理事会においてはこれらの貴重な意見を十分検討したうえ全缶協の将来という高い観点に立ち、まず函1円の建前で700万円の資金の徴収を図ることとなつた。

この徴収方法については事務局において原案を作成しできるだけ早い機会にあらためて理事会を開催し、正式に決定することを申し合わせた。

本理事会で討議した徴収方法の要旨は次の通りである。

- ① 1 函 1 円の基本的考え方に立ち全缶協は問屋手印ブランドならびにメーカーより直接仕入れたすべての缶詰を対象に函当たり 1 円の宣伝費を拠出する。
- ② 徴収開始時期は 8 月 1 日を目標とする。
- ③ 仕入数量は自主申告制とする。
- ④ 徴収された宣伝費のうちよりみかん缶詰の共同宣伝費を拠出する。

3. そ の 他

第 1 回缶詰みかん宣伝委員会は 6 月 2 1 日開催されたが、才 2 回目は 6 月 2 3 日丸ビル精養軒において開かれることになっており、電通、博報堂のプレゼンテーションの検討を行いが、この委員会には理事会決定事項をもつて全缶協側は出席する予定である。

(第 1 回) 缶詰みかん宣伝委員会

日 時	昭和 42 年 6 月 21 日 14.00～16.00 時
場 所	日本缶詰協会 会議室
議 案	1. みかん缶詰共同宣伝実施に関する件
出 席	15 名。(うち全缶協側 3 名)

※ 委 員 会 の 概 要

日缶協田上会長の申し出により、去る 5 月 2 9 日日魯漁業(株)社長室に於いて日缶協原消費拡大委員長、全缶協浅井会長との三者会談でみかん缶詰の共同宣伝を手はじめとして実施することになって以来、日本蜜柑缶詰工業組合、日本製缶協会(6 月 1 5 日の同協会理事会)などの関連団体の参加も決定し、急拠缶詰みかん宣伝委員会が結成され、その第 1 回目の委員会が 6 月 2 1 日開催される運びとなった。

まずこの委員会においてみかん缶詰の共同宣伝を実施する件につき参加確認がなされ

たあと、各団体の拠出額に関し拠出承認額の発表が行なわれた。

拠出内訳は次の通り。

日本蜜柑缶詰工業組合	7,000,000円
全国缶詰問屋協会	7,000,000円
日本製缶協会、製鉄会社	15,000,000円
日本缶詰協会	800,000円
大手7社(日魯, 日水, 大洋, 日冷, 明治, 森永, 雪印)	700,000円
合計	80,000,000円

以上の共同宣伝予算額をもとに宣伝方法を検討したが、全缶協であらかじめ用意していた販売促進のための景品付宣伝方法は時間的問題とその効果から見て問題があるとされ、結局宣伝目的としては長期的消費促進のための宣伝を実施することになり、この目的を前提として次の通り宣伝要旨をまとめた。

1. 方法

車内吊広告、週刊誌、その他の広告。

2. 地域

大都市を重点に全国一円。

3. 対象

10代～20代の男女。

4. 期間

7月中旬, 8月, 9月。(特に8月に集中)

5. 事務局

社団法人日本缶詰協会。

6. 代理店

電通, 博報堂。(6月27日までにプレゼンテーション作成)。

7. 次回宣伝委員会

6月28日13.30時から丸ビル精養軒。

(第2回) 缶詰みかん宣伝委員会

日時	昭和42年6月28日	13.30～17.30時
場所	丸ビル精養軒	
議案	(1)電通、博報堂のみかん缶詰共同宣伝に関するプレゼンテーション協議の件	
	(2)その他	
出席	日缶協側	隅野専務理事、東峰常務理事、村井部長代理
	大手メーカー側	日水原専務、森永小平部長代理、 明治山本営業部長
	蜜柑工組側	後藤理事長、村上専務理事、日園連専務、 全販連森村氏。
	製缶協会側	阿江専務理事。
	全缶協側	渡辺副会長、国分商店安田課長、 北田専務理事
	電通側	8名、博報堂 11名。

※ 委員会の概要

第1回の缶詰みかん宣伝委員会に引き続き第2回委員会は電通および博報堂で作成のプレゼンテーションにもとづき、それぞれ宣伝効果などの検討を行なった。

その結果、電通案に賛成の意見が強く、第3回目の委員会には電通案を基本にしてあらかじめ修正箇所を検討し宣伝方法の最終的決定を行なうこととなつた。

なお同委員会には浅井会長は都合により出席しなかつたが、席上渡辺副会長は全缶協側として1函1円の宣伝費拠出運動が急拠みかん缶詰のみの宣伝と変つて来たため、その徴収方法について検討中であると語つた。

(第3回)缶詰みかん宣伝委員会

日時 昭和42年6月29日 13.30～17.00時
場所 日本缶詰協会 会議室
議案 (1)共同宣伝具体案決定の件
出席 日本蜜柑缶詰工業組合
全販連，日園連
日本缶詰協会
明治製菓，森永製菓
全国缶詰問屋協会
日本製缶協会
日本水産 以上合計 13名。

※ 委員会 の 概 要

第3回缶詰みかん宣伝委員会は全缶協側より渡辺副会長、専務理事、逸見山陽堂柳沢氏が出席し、すでに第2回の委員会において電通案の採択を内定していたためこの日はまず電通案の細部的な検討と手直しを行なったあと、電通側担当者8名を呼び改正すべき要点を説明、電通では、これに基づき7月5日までに車内吊広告、雑誌広告の最終的図柄を作成し7月20日ごろより宣伝開始の目標で作業を進めることになった。

従つて次回委員会は最終図柄が電通より提出される7月5日に開かれる予定であるなお、電通原案と委員会決定要旨は次の通り。

電 通 原 案	委 員 会 決 定
1. スローガン ”缶詰みかんで元気元気”	1.原案通り

2. テーマカラー
オレンジとセルリアンブルーの基調色に統一

3. 統一マーク
缶詰自体を統一マークとして使用

4. 実施期間
7月中旬より8, 9月の2カ月半。

5. 訴求地域
東京, 大阪, 名古屋を重点に全国的。

6. 訴求対象
子供とその母親たちに最も重点をおき
次いで若い世代に、さらに一般を対象とする

8. 新聞広告(7 $\frac{1}{2}$ 段)
(東京) 朝日, 毎日, 読売 夕刊
(大阪) " "
(名古屋) 中部日本 "

9. 雑誌広告
女性自身, 女性セブン, 週刊文春。

10. 媒体計画と予算
(1) マスメディア広告
1) 新聞 6,971,765円
2) 雑誌 2,530,000円
3) テレビ番組 8,000,000円
テレビスポット 5,000,000円

2. 原案通り

3. 原案通り

4. 原案通り

5. 原案通り

6. 原案通り

8. サンケイ新聞一本に修正。
全国版 全7段。

9. 女性自身, 女性セブン
週刊平凡, 子供雑誌, および
一般対象の週刊誌に料理広告
2P4色刷り。

10. 次の通り修正
(1) マスメディア広告
1) 新聞 15,000,000円
2) 雑誌 10,000,000円
3) テレビ 13,000,000円

4) 交通広告	1,282,895円	4) 交通広告	3,000,000円
5) 制作費	1,500,000円	5) 制作費	1,500,000円
(2) 販売促進費	1,000,000円	(2) 販売促進費	は削除
(3) パブリシティ	4,000,000円	(3) パブリシティ	は1,000,000円に削減
催物その他			
合計	3,028,416円	合計	8,000,000円

以上の通りであるが、交通広告の800万円の予算のうち200万円は博報堂が担当することになっている。

缶詰に関する主婦連合会代表者との懇談会

日時 昭和42年6月21日 10:30～12:30時

主催 全国缶詰問屋協会 規格部会

場所 丸ビル精養軒(丸ビル9階)

懇談事項 (1) 缶詰の一般消費動向に関する件

(2) 消費者から見た缶詰の今後のあり方

(3) 缶詰の内容と規格に関する件

(4) 食肉缶詰に関する件

(5) その他

出席 全缶協 規格部会 18名

主婦連合会 副会長 和田 美代枝 女史

常任委員 逸見 市子女史

食糧部長 坂井 いち 女史

※ 懇談会の概要

6月5日開かれた規格部会において缶詰の表示の問題について直接消費者団体と会

合を持ち意見を聞く必要があるということで、この日の懇談会となったもの。
懇談会で話し合われた注目すべき点を拾って見ると次の通りである。

1. PRの必要性について

和田副会長は「缶詰はもつと発展していると思っていたが、浅井会長からのお話によると横這いということで不思議に感じた。

ラーメンなど伸びているのに缶詰は伸びていないとの話であるが、家庭を見るときほど缶詰を使うことは少ないと思う。私のところでは子供の弁当のおかず缶詰と持たせているが、便利であり、缶詰は衛生的で価値が高いと思う。こうした点を缶詰業界がPRしたらよいのではないかと、私はPR不足と思う。

缶詰の種類によつて詰めてから一番うまい時期があると思うが、そうしたことを消費者に知らしていない。また、おいしい食べ方などPRする必要があると思う」と語り、消費者の立場からPRの必要性を強調した。

2. 表示について

缶詰は大変便利であるが中味が見えないために、とかく表示となかみが一致しないという大きな問題があり、印刷缶の絵と不一致の場合は消費者を欺瞞していることになり、一度買って失敗すると二度と買わなくなる。JASがついているにこしたことはないが、JASがなくても内容と一致すればよいとの意見であつた。

こうしたことは問屋側で注意し、きびしくのぞんでいただき、そういうものは仕入れられないようお願いしたいとの要望もあつた。また、説明されている活字が小さく、それが欠点であるとの意見も出た。

要は正直に体裁ぶらないうで本当のことを表示するようにとの要望である。

3. 缶詰価格の3段階説

阪井食糧部長の発言でそれぞれの家庭の経済的な事情もあり、粗悪品は困るが3缶

100円、2缶100円、1缶100円というような値段の8段階を作つたらどうか、という意見が出され、これに対して浅井会長は、「8段階説は全くよいご意見を聞かしていただいた。現実には安くてよい商品で消費者に喜ばれているものでも農林規格はそれを認めていない場合が多い。この点について主婦連でも今後役所関係に強く要望していただきたい。それを決めるのは本来は消費者でなくてはならないと思う。納得のいくまでテストをしていただき消費者のための大衆品のJASをつくる必要がある。」と語つた。

4. 精肉の表示について

主婦連としては「精肉」の表示は反対意見であり、牛、馬をはつきりと明記するよう要望していた。馬肉と表示することによつて消費者が買わなくなるということではなく、その辺をはつきりと割り切つた方がよいのではないかと、この意見であつた。

5. その他

主婦連の考えとしてはまだまだ缶詰に対する知識が浅いので、役員が缶詰工場見学などの機会をもうければ缶詰の知識を深めることになると思うので是非そのような機会を設けていただきたいとの希望であり、これに対して浅井会長はそうしたご要望であれば何時でも喜んで斡旋の労をとり、それには清水あたりの工場がよいのではないかと思うと語つた。

普及宣伝部会

日時 昭和42年6月5日 10.30～12.00時
場所 榊北洋商会 7階会議室
議事 (1) 函1円宣伝費提出に関する件

(2) 車内中吊広告実施に関する件

(8) その他

出席 18名, 欠席 11名

※ 部 会 討 議 の 概 要

1. 車内中吊 広告実施

車内中吊広告はすでに事務局で手配し図案も出来上つて来たので掲出日の説明が行なわれた。すなわち、北海道から名古屋までだが7月1日から、京阪神以西は7月15日から実施することに決まり、その掲出日の明細はプリントにして会員に報知し業界紙にも発表することになった。掲出枚数は16,562枚、総額は250万円以内。なお、550枚を増刷して会員、支店、関連産業にも配送することになった。

2. 函1円宣伝費拠出について

まず会長から函1円拠出運動について次のような経緯の説明があつた。

(議事録より抜萃)

「函1円拠出運動は部会と相談するいとまがないほどの忙がしさであり、日缶協の消費拡大委員長原氏は賛成であるが問題は理事会では全員賛成でないで成立しないことが一つ、もう一つには徴収方法が問題でこんどの総会には諮らないということであつた。私は5月22日、日缶協の消費拡大委員会原委員長、隅野専務理事、全缶協の北田専務理事と(製缶協会の阿江専務理事は丁度山形に出張中で不在)4人で共同宣伝の会合を持つたが、この四者では議論をしても始まらないから、先に徴収方法、宣伝方法の具体案をつくつてしまつた方が解決が早いということで阿江氏が帰つてからもう一度相談しようということになり別れたが、その後、日缶協会会長田上氏、原氏と私の三者だけで会合したいという連絡があり、5月29日に田上会長と会談した。

私の意見はこのようなことは満場一致などあり得ないので一つこの辺で踏切つたらどうか、なにも函1円運動などややこしいことを好きこのんでいつているわけではないが、宣伝は是非とも必要なのだということで、製鉄会社の稲山社長などに直接交渉し、2億円位出してくれと頼んだらどうか、国内問屋としても好んで宣伝費を出したくないのだと原氏を前にして田上会長にお伝えした。

田上氏の言ではそれをやると輸出関係の問題にも波及する恐れがあるという考えがあり、共同宣伝は主旨としては賛成だが、会員のなかで一人でも反対があつては駄目だとの意見であつた。

1円運動には賛成であるが実現には時間がかかる。従つて今一番行詰つている、みかん缶詰に絞つて実施したらどうかとの提案があつた。これに対し全缶協としては1円運動案を提案しているのであるから、今度は日缶協でみかん缶詰宣伝案をまとめて全缶協に呼びかけて欲しい旨申入れ会談を終つた。

その結果日缶協は順次メーカーに呼びかけたらしく、蜜柑缶詰工業組合の後藤理事長から大阪、野田喜商事に出張中の私に電話があり、実は日缶協からみかん缶詰の宣伝について話があつたが、全缶協はどんな考えなのかということを知られた。私はみかん缶詰だけでも反対はしないが、たゞ四者から徴収して2,800万円でどの位の宣伝が出来るか問題があり、また宣伝の地区を限定するといつてもみかん缶詰は九州から北海道までまんべんなく売られているので、これを限定するのは不可能であり、抽選でみかん缶詰を贈るのがせいぜいではないかという話を伝えた。これは電話での話だつたので、8月8日に静岡缶協との懇談会の席上でゆつくりと相談しようということで打切つた。

みかん缶詰共同宣伝問題については、蜜柑缶詰工業組合で700万円徴収するが他の8社団体は出してくれるかどうかということであつた。

そこで私は田上氏に下駄をあげて、そちらがまとまればこちらはすぐに理事会にかけて決定する。従つて田上氏と打合わせていたとき、5,000万円になるよう製缶、製鉄側の協力を得ていただきたいと要請して置いた。

たゞ2,800万円の宣伝では私はテレビには全然かゝらないと思うので、新聞広告によつて消費者に押し出す方法がよいと思う。1等10名に沖縄招待旅行とか2等100名位に5千〜1万円位のクーポン券、全体で9万〜10万名位に景品を出して消費者対象の宣伝でいつたらどうかと思つている。」

以上のような説明を行ない、宣伝方法、徴収方法の検討に入つた。

しかしみかん缶詰共同宣伝の徴収方法については手マークの実績割、宣伝費予算の内からオール支出というような意見が出て結論が得られなかつたため次の理事会で徴収方法を定めるということになつた。従つてこの部会では宣伝方法の具体案作成についてのみ検討を行なつた。

3. みかん缶詰の宣伝方法

みかん缶詰の宣伝方法については種々協議の結果、次のような具体案を検討した。

1. 方法

みかん缶詰8缶買い上げ毎に抽せん券シール1枚。これを官製ハガキに貼つて抽せんにより次の景品を贈る。

なおシールの印刷は2,000万枚を予定。

2. 景品

1等	500名	全糖みかん缶	4打1函
2等	1,000名	＃	2打1函
3等	2,000名	＃	6缶
4等	10,500名	缶切	1個

3. 宣伝媒体

POP 10万枚

新聞広告 大三紙を中心に全国的。

以上のように宣伝方法の大筋を話合つたが、これをもとに事務局においてさらに具体的な準備をすゝめてゆくことになつた。

「全缶協マーク」募集

全国缶詰問屋協会では「全国缶詰問屋協会マーク」を広く会員ならびに業界関係者より募集致すことになりましたのですのでご応募のほどお願い申し上げます。

応 募 要 領

1. 図案内に「全国缶詰問屋協会」および英文「JAPAN CANNED FOOD WHOLESALERS ASSOCIATION」または「全缶協」および英文を挿入のこと。但し字体は随意
2. 図案は全缶協の理念である缶詰の「消費」と「生産」の均衡をシンボライズしたものまたはこれに準ずるもの。彩色は自由。
3. サイズは15cm×15cm。
4. 締切り 昭和42年7月31日
送り先 全缶協事務局
5. 選 衡 理事会にて選衡し入選作品5点を決める。
6. 賞 金 (イ) 採用作品 50,000円
(ロ) 入選作品 下記缶詰 5函
 桃缶詰 4号缶 2打入 1函
 みかん缶詰 5号缶 4打入 1函
 フルーツポンチ缶詰 4号缶 2打入 1函
 フルーツみつ豆缶詰 5号缶 4打入 1函
 まぐろ油漬缶詰ツナ 2号缶 4打入 1函
7. 発 表 昭和42年9月号全缶協月報に発表。
8. その他 入選作品の著作権は全缶協に属するものとする。
 なお応募は一人何点にても可。

以 上

規 格 部 会

日 時 昭和42年6月5日 13.00～16.00時

場 所 ㈱北洋商会7階会議室

- 議 事 (1) J A S 規格問題に関する件
- (イ) 野菜混合煮缶詰の新規格設定
 - (ロ) バインアップル缶詰の規格設定
- (2) 公正競争規約設定に関する件
- (3) 缶詰包装10進法に関する件
- (4) その他

出 席 17名 欠 席 5社

(オブザーバー)

日本食肉缶詰工業組合 理事長 矢住清亮氏

〃 専務理事 淵 義愛氏

堀之内 缶詰 ㈱ 専務取締役 森山八郎氏

関東 缶詰 食品 ㈱ 専務取締役 井上有次郎氏

部 会 討 議 の 概 要

1 「精肉」表示の問題

全缶協としては食肉又は肉の表示の場合「肉」を採用し説明文のなかに「馬肉」と漢字で記入することにも異存のないことを申し合わせた。ただし規格改正の場合、品名その他の説明、表示を明確にするとともにさらに一步進めてその都度表示が問題

とされるので、恒久的な規格にするという建前でのぞむことを申し合わせた。またこのことについては食肉缶詰工業組合にも協力を要請し関係官庁に働きかけることになった。

2 野菜混合煮缶について

野菜混合煮缶は野菜1種の場合その肉量は30%、2種以上の場合20%以上となつているが現実にはこの規格通りのものは少なく、現在の農林規格のもとで公争規約を作るのには問題があるとして、消費の実態に則応した規格が設けられることを強く要請することになった。現実問題として規定外の野菜煮缶詰の大衆品は消費者に愛好され相当量が消費されているものがあるが、こうした製品が公争規約設定によつて排除されるというようなことが生じては問題である。従つて全缶協は新規格の設定を働きかけると同時にこれら大衆野菜煮缶を擁護することを申し合わせた。

なお食肉缶詰工業組合の淵専務の発言によると農林省の意向としては野菜混合煮缶については品目の多い順に表示すればさしつかえないが、現行のJAS規格以下の新しい規格をつくるということは問題があるのではないかとの意見であつた。

なお全缶協では6月9日付で次の通り「食肉缶詰の品名表示に関する要望書」を会長名をもつて日缶協会長に宛て提出した。その全文は次の通り。

食肉缶詰の品名表示に関する要望書

1 「精肉」は「肉」と表示変更する件

「精肉」の名称変更に関しましては、「食肉」、「肉」、「畜肉」とそれぞれに案が提出されておりますが、弊協会では協議の結果、「肉」の表示を採用致したく存じます。

2 「馬肉」表示の件

「うま肉」、「ウマ肉」は漢字で「馬肉」と表示する件に関しましては、すでに「馬肉」と表示しているものもあり、弊協会としても異存はありませんが、これを表示する活字の大きさ、表示個所などについては慎重なご配慮をお願い致します。

3 野菜混合煮缶詰の新規格設定の件

畜産物野菜煮の固形量に対する畜産物の割合は現行規格によりますと、配合する野菜が1種類の場合は30%以上、2種類以上の場合は20%以上とされておりますが、実際に消費者が求めているものは肉量の配合が10%前後のものが圧倒的に多く、市場の80%以上を占めているというのが実情であります。従つて弊協会と致しましては現行規格はそのまゝとし、新たに肉量10%前後(大衆品)の規格を設定していただきたく、貴協会においても早急にご検討のうえ、実情に則した規格が設けられますようご尽力賜わりたくお願い申し上げます。

なおこの場合の商品名につきましては「野菜混合煮(肉入)」

が妥当かと存じますが、これが決定に当つては前広に関係団体との十分なる話合いの機会を設けていたゞきたく併せお願い申しあげる次第であります。

4 公正競争規約制定の件

現在進行中の公正競争規約制定の件に関しましては弊協会規格部会においても細部的に検討中でございますが、なお関連団体間の話合いによつてさらに煮詰めてゆく必要があると思われますので、何卒貴協会におかれましては都度関連団体とのご連絡の労を取つていたゞきたくお願い申し上げます。

以 上

5 消費者団体との会合について

缶詰の表示の問題について直接消費者団体と会合し意見を聞く必要があるという発言があり、全缶協、規格部会の主催により出来るだけ早い時期に主婦連代表と懇談会を聞くことを申し合せた。

6 バイン缶の規格の問題

輸入生バインを原料とし国内で生産したバイン缶にはJ A S規格がなく、このため粗悪品が横行、缶詰全体に悪い影響を与えている。

全缶協ではバイン内販会からの要請もあり、この問題を取りあげ協議した結果、日缶協技術委員会に申し入れ 5号缶、3号缶

のJAS規格を設け同時に表示については公正競争規約にも折り込んで規制するよう働きかけることになった。また規格設定の場合は、沖縄の規格を参考とし出来るだけ早く適用されるよう日缶協に要望書を提出する。

なおその後事務局ではこの部会決定に基づき6月9日次のような要望書を提出した。

パイン缶詰の新規格設定に関する要望書

1. 輸入生パインを原料とする国内生産によるパインアップル缶詰は現在JAS規格などの規制措置がないため粗悪品が横行しているので、早急にJAS規格を設定されるよう関係官庁にご交渉いただきたいと存じます。
2. 同時に公正競争規約の制定にあつても、この種缶詰の実態をご検討いただき、適切なる措置を講ぜられますようお願い致します。
3. 新規格の設定に当つては沖縄現地の規格を基準としご検討いただきたいと思ひます。

〔沖縄現地パイン缶規格〕

	固形量	内容総量
2号缶	525g	850g
3号缶	840g	565g
4号缶	270g	425g
5号缶	180g	310g

糖度は 18度

4. 某社製造による8号印刷缶のパインアップル缶詰を例に取つて見ますと次の通りであります。

(イ) 「特選優良台湾産パイン」と表示。

(ロ) 固形量は300gと表示(規定は450g)してあるが、実際に計量して見た結果では246gであつた。

(ハ) 内容総量は567g(規定と同じ)と表示。

以上の通りであります。すでにご高承の全国パインアップル缶詰内販会においても、この種缶詰の市場出廻りは消費拡大しようとする途上にある沖縄、グローバルパインアップル缶詰の大きな障害ともなり、早急なる処置を講ずるべきであるとの強い要望もありましたので、併わせお知らせ致しますとともに何卒貴協会の積極的なご配慮を賜りますようお願い申し上げます。

以 上

(註) 本要望書の当該製品の空缶がございますので、ご参考までにお届け致します。

5 缶詰包装10進法について

缶詰包装の10進法採用についてのアンケートはさきに事務局において会員、会員外合計500社に対し協力を要請したが、うち220社が回答。会員の賛成192社、関連産業の賛成が16社。反対は会員2社、会員外4社でこの反対の主な理由と

しては①50 缶づめになると倉庫にハイ積みできない。②輸出向も10進法にしなければ意味がないとの意見であり、パッカーの不賛成3社は輸出向けも一緒にやらなくては困るという意見である。製缶会社の1社から不賛成の理由として10進法で詰めた場合、正方形カートンとなり交叉して積めない。また缶の入数の問題があり、仮に30缶とした場合にカートンが割高になるとの意見も寄せられている。この問題は業界全体が一緒に実施しなくてはならず、結論としては実際に倉庫関係の積荷の状況を見て、缶型をしばらく4号30缶詰めを主力に時期的、数量的にもまず洋梨から試験的に行なつて見ることを申し合わせた。なおそれにはトレバックを採用し、この見本を10函位つくり産地に送つてテストすることになった。

6 部会員増員の件

規格部会員に新たに俵明治屋が加入した。

山形の果実缶詰に関する懇談会

日 時 昭和42年6月1日 13:00～17:00時

場 所 山形県農協会館会議室

(山形市七日町)

懇談事項 (1) 昭和42年産加工果実の取引安定化対策について

(2) 昭和41年産加工果実の生産並びに果実缶詰の製

造実績について

(3) 昭和42年産加工果実の生産並びに果実缶詰の製

造計画について

(4) さくらんぼの作況調査結果について

(5) さくらんぼの需要見込について

(6) 果実缶詰の消費と市況見込について

(7) その他

主 催 山形県加工果実需給安定委員会

社団法人山形県缶詰協会

出 席 主催者側 51名 銀行関係 4名

製缶会社 5名 全缶協果実部会員 16名

※ 懇 談 会 の 概 要

開会にあたって安定委員会会長荒木修一氏（山形県庁農林部長）は次のように挨拶した。

「本県の缶詰を対象とした果実の出荷量は100億円を越えているが、山形県内で100億円を越えるものといえば缶詰と織物だけであり、従つて本県に取つては缶詰産業は重要産業の一つである。全国に占める割合も高く、さくらんぼは74%、ももは30%、洋なしは38%を示している。加工果実に関しては本年は特にさくらんぼについて過去の実績を反省し、県の農協組合を窓口とし原料の共同購入を図り一本化することにしたが、生果物出荷

の取引きの統一化を図つたのは全国でも例が少ないのではないかと思つている。私どもの考えとしてはこれを是非成功させて加工果実の安定を図りたいと念願しているが、その点どうか全缶協のみなさんにもご協力をお願いしたい。」

内田山形缶協会会長挨拶

「ことしのさくらんぼはますますの作況であり、パッカー側としては生産計画、原料対策は慎重にことを運びたいと思つている。本年の原料の購入は特に共同買付けに踏切つたが、隣接県にも協力を呼びかけ成功するよう慎重にのぞんでいる。本年は共同購入によるため若干の生産調整を行わなければならないと思うが、本日も出席のみなさんに協力願わなければ成功させることは不可能なことなので何分ともよろしくお願いしたい。」

浅井全缶協会会長挨拶

「食品業界は現在きわめて深刻な谷間にさしかかっている。いま大きな問題として資本の自由化が云々されているが、89年の品物の自由化が開始されて以来、外国製品がどんどん入つて来ており、缶詰も特に蔬菜部門においてアスパラガス、マッシュルーム、筍、グリーンピースなど中共、台湾ものに浸蝕されつゝある。これはひとり蔬菜缶詰だけでなくパインアップル缶詰をはじめみかん缶詰なども同様に多くの問題点を抱えている。なかでも原料については適正な価格で安定させてゆく方向を打ち出さねば大変

なことになると心配しているものゝ一人であるが、今年山形県がさくらんぼの共同購入に踏み切られたことにつき全缶協としては全面的に賛成したい。こういうことは他の県ではやっていないが、これが契機となつて、これを見習おうという気運が盛りあがってくるのではないかと思う。本日は素直な意見を交換し、前向きの姿勢でのぞみたいと考えている。」

以上各氏の挨拶につき懇談事項の討議に入つた。

1 山形の加工果実原料需給実績

項目	年度	県内生産 実績	販売数量		
			加工向	生食向	計
"さくらんぼ"	40	5,960t	4,728t	943t	5,671t
	41	4,600	3,859	673	4,532
"もも"	40	28,430	22,009	4,050	26,059
	41	38,300	32,785	5,400	38,185
"西洋なし"	40	8,550	5,026	2,430	7,456
	41	8,600	4,774	3,450	8,248

2 昭和42年産加工果実の生産見込量と需給計画

種類	栽 培 面 積		積 合 計	生 産 見 込	商品 比率	販売計画		全左内訳	
	結果樹	未結果樹				数	量	生食向	加工向
さくらんぼ	659ha	241ha	900ha	6,000t	98%	5,880t	880t	5,000t	
もも	1260	179	1439	31,500	96	30,240	5,000	25,240	
	390	41	431	8,500	97	8,250		8,250	
計	1,650	220	1,870	40,000	96	38,490	5,000	33,490	
西洋なし	707	180	895	9,500	87	8,270	3,775	4,500	
りんご	3,690	210	3,900	75,000	83	62,250	59,250	3,000	
ぶどう	1,880	150	2,030	24,000	93	22,320	19,320	3,000	

3 山形県さくらんぼ生産流通の推移

項 年 目 度	栽 培 面 積	生 産 数 量	販 売 数 量	全 左 内 訳		加 工 向 販 売 内 訳	
				生食向	加工向	自県内消費	県外出荷
37	750	4,940	3,460	944	2,516	2,075	441
38	784	4,640	4,221	869	3,352	2,840	510
39	825	3,940	3,384	647	2,737	2,316	420
40	870	5,960	5,671	943	4,728	3,362	1,366
41	880	4,600	4,532	673	3,859	3,035	824

4 42年山形県産さくらんぼ需要見込量

項目	県内消費量(A)	他県向出荷量(B) (契約済数量)	加工向計 (A+B)=C
総計	4,080 t	899.9 t	4,979.9 t
摘 要	缶協会員 (基本割当量) 3,720 t	青森県 80 t 秋田県 85 岩手県 100	
	会員外工場 360 t	宮城県 102 福島県 510.9 新潟県 22	
項目	生食向出荷量 (D)	需要量総計 (C+D)=E	
総計	800 t	5,779.9 t	

5 41年産果実缶詰製造実績

	実 函	特1号その他	合 計
レッドチェリー	331,060	675,78	398,638
白 桃	1,223,162	255,682	1,478,854
黄 桃	159,314	162,001	321,315
西 洋 な し	176,541	68,262	244,803
み つ 豆	1,345,666	(袋詰 290,658)	1,636,324

6 加工果実取引きの安定対策について

42年度の加工果実取引きの安定対策について安定委員会副会

長留場俊光氏（山形県園芸特産課長）は次のような説明を行なった。

「5月4日にさくらんぼの共同購入に関する合同会議を開き協議したが県内はよいとして県外をどうするかが決め手となり、あらためて5月15日、県外13工場の取引関係者を中心に会議を開いた。その結果県外業者も基本的には賛成の意向である。共同買付けの取引方法は山形県缶詰工業協同組合が代行機関として窓口になり、連合会および、農協系統の青果6組合（新発足）がそれぞれ組合側窓口となつてまとめることになつた。原則としては窓口以外とは取引しない方針であり三者の組織委員のみによる取引となつている。

この新方式はさくらんぼにだけ実施して桃には採用しないというのでは意味がないので全部を対象に考えてゆきたい。まず取引契約を締結して、契約金を決め一斉に実施するが、6月22日までは決定されるはずである。一番大事な点は供給側と買手が相互に信頼することであり、どこからどれだけのものが出るかを全部硝子張りにしてやつてゆきたい。

ことしの値決めは取引に入る前に生産者の最低保証価格を決め、あとは事後価格として話し合いによることになつている。最低保証価格の決定は6月8日に行なわれる。

集荷に当つては集荷所を5地区に決定し、チェックマンを常駐さ

せ、同時に缶詰工組のコントロールセンターへ集荷状況を報告、調整することになっている。それぞれの工場には入荷監視員をおきさらにチェックする。また研修員を配置して等級の決定、数量の測定をし、それにもとづいて代金が支払われる。」

7 全缶協果実部会員の各氏の発言

果実缶詰の消費と市況見込みについては全缶協果実部会員側より次のような発言が行われた。

野田部会長 供給量が20%増となる見込みであるとのことなので全体の生産はリパックものを含め60万～65万函となるのではないかと見られる。さくらんぼは殆んど業務筋に向けられるので大巾増産となることには問題があり、末端価格は最高120円でおさえなければならないと思う。

4号Sサイズ60粒で1粒2円がまず見合った価格ではないか。
宮軒氏 昨年の動きは比較的順調であつたが、ことし2割増えるとなると自重してもらわなければ困る。1粒2円はデーターを集めて検討した価格である。

広田氏 数量的に伸ばしてゆくためには価格が適正でなければならない。問屋の申しあげる適正価格は唯一無二の価格であつて、毎年われわれは適正線を申しあげるが誤解されてしまう面がある。チェリーについても熱心に申しあげた筈であつたが、それが守られず結局苦しまなければならない状態となつた。いまま

では問屋が悪い、パッカーが悪いといつて責任転化をするようなことができたが、すでにそういうことを言つてはおられないところまできている。

安田氏 昨年は輸入ものがあるからというので手控えたが、4月になるとリパックものが120円で売れ出し問屋の言つていたことは結果において違つていないかとの質問があつたが、その時点においては事実そうであつた。もしスタートにおいて120円ではじまつたとしていたら損害はさらに大となつたと思う。

小川氏 昨年の日本の果実缶詰は輸出、内地とも極めて不振であつた。ことしの山形は共同購入によつて原料の安定を図ることになつたが、輸出振興についても大いに考えなければならぬと思ふ

新井氏 私のところで在庫のないものはチェリーだけである。昨年のももは相当手持ちしている。55円で買つたものを50円以下で売らないと在庫は消化されない状況だ。

ことしは過去に経験したことのない最悪の状態に陥ち入つており何とか明るいものになりたい。

佐藤氏 缶詰全般に対する消費の伸びがない。その意味において共同購入の制度を設け原料を安定させようという試みは結構なことである。さくらんぼの成功はそのまゝももにつながるということ
で慎重にお願いした。

八尋氏 輸入の全糖チェリーは40年にブルガリヤから100トン

($4/2$ 換算 7,400~7,700 $^{\circ}/s$) 輸入され、昨年と同じ程度のものが入ってきた。ところが、その後ルーマニヤから 30 トン (2,400~2,500 $^{\circ}/s$)、中共から 5 トンが輸入され合計 11,000 $^{\circ}/s$ とじりじり増えて来て、本年は住友、三井などにより、ルーマニヤ 300 トン、ブルガリヤ 100 トン、両国を合わせ 37,000 $^{\circ}/s$ が入るのではないかと見られる。(価格は 40 年の加糖もの 85 円、41 年 95 円弱でインポーターに入つたが品質はよくなつてきている。いずれにしてもことし 34,000 $^{\circ}/s$ ~35,000 $^{\circ}/s$ 輸入されるとなると 9 月後半から内地の枝なしチェリーの足を引つばることになるのではないかと心配される。

西 氏 共同購入となると数量がばけ易い問題があり、数量のコントロールを慎重にお願いしたい。

数森氏 チェリーはことしのフルーツ缶詰のめどになるので十分に注意したい。農家としては高く売りたいだろうし、われわれとしては 1 円でも安く買いたい。そうした取引きであつたため、どこかにそのシワ寄せが行くことになり、こうしたことをなくしたいので共同購入をすることになつたのだと思う。是非成功するようお願いしたい。

西馬氏 昨年度のチェリー缶は大手問屋は手持ちはないが 2 次~3 次問屋の業務筋はまだ若干在庫している。この在庫も 6 月中

には消化されよう。こう申しあげると去年は順調に売れたと思われるだろうが、適正な価格で働きかけたわれわれとしてはスタートにおいて安値で出たことが消費に結びついたのであつて、パッカーの犠牲ばかりでなく問屋も営業経費ぎりぎりでも推移して来たことを知つていただきたい。

伊藤氏 原料の一元化を心から敬服したい。われわれ問屋のうちで缶詰の扱いが50%を越えているところは5指とないのではないかと思うが流通革命でその扱いも変つて来ており、以前のようなかけひきの商いということではできなくなつたことはよくお判りのことと思う。缶詰は振わないというのが缶詰が売れなくなつたのではなく需要と供給のアンバランスによる立場の違いとそのひずみによつてこういう状況になつているのだと思う。昨年のチェリーは消化されているようだが、運賃経費から見ると有難くない商品であつた。パッカーは損したかも知れないがわれわれも利益を考えず売り捌いてきたものである。チェリーには罪はないが、みかんの状況が振わないのでよい結果は出ないのではないかと考えられる。

山形缶協とのチェリー懇談会

日 時 昭和42年6月12日 13.00~17.00時

13.00~15.00 全缶協打合せ会

15.00~17.00 山形缶協との懇談会

場 所 栃北洋商会 7 階会議室

- 懇談事項 (1) チェリー缶詰価格に関する件
(2) チェリー缶詰の原料状況、生産見通し
(3) その他

出席者 全缶協 15 名。 山形缶協 5 名。

※ 果実部会下打合会の概要

新物チェリー缶詰の生産時期を目前に控え、山形缶協では全缶協果実部会とあらかじめ打合せを行ない、新物生産に備えたいとの希望があり、本懇談会の開催となつた。懇談会にさきだち果実部会は午後 1 時～3 時まで下打合せを行ない、在京果実部会員の間で意見の統一を図つた。この下打合せ会ではことしのチェリー缶詰の生産は 65 万函～70 万函程度は生産される見通しであり、この数量を消化していくためには先高ムードをつくるのが先決であり、スタートが肝心である。従つて本年は一括値決めでは荷もたれすることは明らかであり、スタートを割安におさえ、まず需要を喚起させるという考えに立ち、全体の生産のうちの 50% のものについて値決めし、後半のものについては市況に応じて買い増しをすることを基本とすることになつた。前半の仕切り値は 4 号缶で 90 円という線におき、山形缶協と懇談することになつた。

※ 山形缶協との懇談会の概要

午後 3 時からの山形缶協との懇談会の席上山形缶協 内田会長は

次のように挨拶した。

「6月1日のチエリー懇談会にはご遠方のところわざわざ山形までおいでいただき、お礼申しあげたい。その後第8回目の作況もまとまり、ことしの予想も大体間違いないところを把んだが、すでに早生の最盛期に入っているので、この辺で価格の折衝をしたい考えである。原料価格も最低のものが決り、手の内はお互いにわかっているのでざつくばらんに話し合いたい。山形缶協にとっては昨年フルーツ缶詰全般が振わなかつたためせめてチエリーでおぎなわせていたときたいと思つている。」

内田会長の挨拶に続き価格問題を中心に懇談に入ったが山形缶協岡田販売部会長は最低保証価格決定までの経緯について次のような説明を行なつた。

「6月3日に第1回安定委員会を開いたが山形缶協としては皆さんの希望のあつた昭和40年の線ということで、その事情を繰り返して相手に説明した。前後2回にわたつて協議し、山形としては初めての共同購入でありなんとか努力してまとめようと県庁も積極的に協力され、生産者もいつになく積極的な態度を示した。われわれとしては40年の価格143円に人件費の値上げを考慮して2円を加えた145円という線でまとめようと話し合い、これが6月9日の安定委員会で決定を見た。しかしリスクは全部メーカー側にあり、昨年より値下りというのは農家は納得しなかつた

が、こちらも我慢するという事で最低価格は145円とし、プラスアルファとして5円を加えることで最低価格が決つた。これは40年から見て7円プラスされている計算になる。」

またメーカー側の希望価格については岡田氏は次のような希望を述べた。

「こちらの希望は100円である。すなわち原料がキロ160円として計算すると1缶の標準値は87円につく、これは裸値であり、チェリーだけの利益を10円みて97円であるが、後3円はお願いしたい希望価格である。」

以上の通り山形缶協の希望と全缶協側の希望価格とは大きな開きが生じ、この懇談会においては結論を出すことが困難となつたのであらためて内部的にそれぞれ協議し、整調を図ることになつた。

なお山形県園芸特産課主査河内信広氏は懇談会の終りにのぞみ次のように挨拶した。

「山形県のチェリーについてはいままでと違つた態勢をとり、将来もこういう形に持つていきたいと考えている。パッカーも非常な努力をしてまとめたものであり、本日はこれだけの人がお集りなので是非ご協力をお願いします、もう一度ご検討されて3者がガラスバリの話し合いでのぞまれるようお願いしたい。」

在京果実部会

日時 昭和42年6月14日 10.30~12.00時

場所 栃北洋商会7階会議室

議事 チェリ缶詰価格に関する件

出席者 在京果実部会員12名

この会合は6月12日に開かれた山形缶協との懇談会でチェリー缶詰の価格について妥協点に達せず結論を得なかつたので、果実部会としてチェリー缶詰価格についての最終的な打合せを行なつたものである。

※ 部会 討 議 の 概 要

1 チェリー缶詰価格について

前半の50%について値決めする。運賃は大阪、北海道1円、九州、四国、中国は2円を加算する。 売値は大口98円(100函以上)小口を100円とする。東北は小口でも大口扱いとする。線を基準として各メーカーと折衝に入ることとした。業界紙への発表は小卸105円、小売価格125円(都内標準価格)の小卸、小売価格のみを発表することを申し合せた。まずこの線で先高というムードを作る。

2 開始時期

この日の結論を即刻、山形缶協に連絡し個々折衝に入る。なお、パッカーが直売する場合は問屋価格より最低5円加えた価格で取り引きされたい旨を申し入れることになつた。

3 昭和41年度生産実績

41年度におけるチェリー缶詰の業態別生産実績は大体次の通りと予想される。(リバックものを含む)

水産会社	96,000 函
製菓(8社)	36,000 函
商社	45,000 函
問屋	251,000 函
パツカー	189,000 函
合 計	567,000 函

4 関 連 事 項

山形県缶詰工業協同組合では同組合理事長名で6月17日付、全缶協会長宛てに昭和42年度桜桃缶詰価格の件につき次の文書を寄せて来た。

〔昭和42年度桜桃缶詰価格の件〕

拝啓 初夏の候益々御清栄のことお慶び申し上げます。

陳者首記の件につき種々御配慮を戴いておりますが、去る15日、17日当組合の臨時総会を開催いたし、貴協会の趣旨等を中心に協議いたしました結果、昭和40年度の原料価格よりも最低7円高、その他労務費や一般経費の高騰など考慮しますと東京着車扱4号缶で最低96円にてぜひお願いいたしたいことに話し合いになりました。

今回の原料共同買付の試みは、貴協会の趣旨にも則り全く新しい試みにて、ぜひこの試みを成功させたい心組で組合員一同努力している現状に鑑み、又本年4月、5月はかつてない操業低下により非常な困難に直面しておる折でもあり、出来高その他貴方の御事情もあることゝ存じますが当方の希望価格の実現に御配慮下さるようお願い申し上げます。

尙この件につきましては関係工場より夫々お願いいたすことゝ存じますが御諒承賜り度くお願いいたします。

敬 具

かに、さけ缶要望書に関する日缶協回答

去る5月19日付けで日本缶詰協会消費拡大委員長宛て「かに、さけ缶詰の抱き合せ販売に関する要望書」を提出（前号51頁参照）したがこれに対し、6月6日付けで次の通りの回答が消費拡大委員長名をもつて本協会に寄せられた。

さけ、かに缶詰の内販問題につきお答え

拝啓 缶詰の実需期を迎え、貴会いよいよご清栄のほどおよろこび申しあげます。

さて、5月19日付貴状お申し越しをいたさしました、首題さけ、かに缶詰の国内向け販売方法に関し、本日主要製造業者の参集を求め協議いたしました。

斯かる問題は今日の複雑な流通経路のなかでは非常に難しい問題であります、各社、夫々の取引先の実情調査のうえ、お互いに弊害のなきよういたしたき所存であります。

また、さけ 缶詰雑肉の呼称統一については各社の意向を承わり追つてご返事仕りたく、ご了承願ひあげます。

まずは以上ご回答まで

敬 具

パインアップル缶詰開缶研究会

日本パインアップル輸入協会主催、日本缶詰検査協会後援、全国パインアップル缶詰内販会協賛のパインアップル缶詰開缶研究会は6月27日大阪、ホテル阪神で開催した。参加者は、内販会メンバー、支店、支社関係、全缶協の大阪近県メンバー、支店関係、それに取引先。主婦連代表、内販会事務局長が出席、多数の参加者があり盛況であつた。午前中に審査、午後展示を行ない、主婦連代表との懇談のあと、神戸輸出品検査所清水技官、東洋製缶俵熊倉悟氏の審査講評が次のようにされた。

「冬物を買集めたせいもあるが色沢の悪いのが多かつた。アメリカ品には過熟の気味がある。マラヤ品のキューブは、色沢、香味などよかつたが、芽が36中12残つていた。沖縄品では形態の悪いのがあつた、全体的にはAが一つもなくA¹二点で前回より悪かつた」と講評した。

参会者からは、参考品として開缶された国内リバック物4缶は何れも、固形、総量不足、形態、色沢不良など良品なく、ひどいものであり、規格をつくるなりして対策を講ずべきだ、という声が強かった。

出品は全部、大阪、東京、近郊で買い集めた市販品で米国産9点、台湾産8点、比国産2点、マラヤ産3点、沖縄産44点、国内リバック4点の計65点。

サイズ別では(グローバル物)ホール16缶、マラヤの1缶はキューブ(沖縄物)スパイラル26缶、チビット8缶、ビーセス10缶。(国内物)チビット1缶、ビーセス3缶。

審査結果は下表の通りである。

グ ロ ー バ ル

産地 等級	台 湾	比 国	マラヤ	アメリカ
A				
A'				2
B	2	1	2	6
B'	1	1		1
C			1	
D				
計	3	2	3	9

沖繩及び国産

等級 \ サイズ	S	T	P	国産 (5号缶)	備考
A					()内は量 目不足で D。
A'					
B	11	6	3		
B'	9 (3)	1			
C	6 (5)	1	7 (1)	4 (4)	
D	8		1	4	
計	26	8	10	4	

なお大阪の開缶研究会に引続いて東京は7月14日、サンケイ会館で開催する。

静岡缶協との懇談会

日 時 昭和42年6月3日 11.00～14.30時

場 所 静岡缶詰協会 会議室

懇談事項 缶詰全般に関する件

主 催 静岡缶詰協会

出 席 主催者側19名 全缶協側14名

※ 懇談会の概要

静岡缶詰協会（会長芝野清一氏）より缶詰全般にわたり問屋業者と懇談する機会を設けたいとの呼びかけが全缶協にあつたので、全缶協側は理事、監事店がこの懇談会に参加し缶詰全般にわたる話し合いを行なつた。懇談の概要は次の通り。

芝野会長 本日は全缶協の有力なる役員の方々に多数おいでいただき懇談できる機会が得られたことを心より感謝したい。

昨年の缶詰の生産は110%程度で1割増の伸び率を示したようだが、しかし販売がこれに伴わず、従つて在庫も増えあまり良い年ではなかつた。この原因はどこにあるかを考えたが、宣伝が不足していることや増産されたことなどいろいろあげられるが要は缶詰を宣伝してクローズアップさせることが必要ではないかと思う。このたび全国缶詰問屋協会という立派な問屋団体ができ積極的な活動をやつておられるが、その問屋のみならずと直接話をうけたまわり問題点の解決に当たりたい考えである。生産と販売とに別れたとはいえ終局は組織は一つではあるまいか。そうした観点に立つて利害関係を十分話あつてみよりの多い会合にしてゆきたい。内地部会は月1回会合しているが、これからも大いに利用していただき、缶詰の消費拡大にご協力願いたい。

浅井会長 芝野会長から極めて丁寧な挨拶をいただきお礼申し上げます。

昨年日缶協の要請により問屋は問屋の立場で固まるべきだということ、これを素直に受け入れ日缶協より分離し、昨年11月全国缶詰問屋協会として新発足した。

現在の缶詰産業の振興は私自身日缶協の体内にいて感じたことであるが現実的なことをやつてゆくためには県缶協と話し合うことが大切であり、本日この機会をつくつていただいたことに心から感謝したい。全缶協の年間予算は1,400万円でやるがこのうちの5割近い予算を宣伝費に充当し、あとの会議その他は手弁当により、ライスカレー会議で進めてゆく考えているので、今後の缶協との会合も安直にしかも懇談内容を充実してゆくことにご協力願いたい。いま食品業界は谷間にあり、大都市における流通部門は流通パイプが短縮化され、その短縮化のなか生き残らなければならない状況に置かれている。これが1～2年でかたづけば流通革命ということになるが、不安定の状態は長期に続くことであろう。この苦しい時期をいかに生き、ともに歩いてゆくかを本日は十分に懇談致したいと思つている。当県と一番関係のあるみかん缶詰の国内状況は最悪の状態にきているが、缶詰業界をどう振興してゆくかは重要な問題である。全缶協では宣伝普及の推進を高く掲げているが、この業界を宣伝ある産業に育ててゆくか、行きあたりばつたりの相場でゆくかを真剣に考えて見なければならぬと思う。相場取引きとい

うものは缶詰の加工価値をなくするものであり、宣伝は大きな問題となつてきている。」

以上のような挨拶を行なつたあと、全缶協の活動の状況、筍、アスパラ、パインアップルの今後の見通しなどを説明、生産、販売両者の進むべき方向を語つた。

以下各氏の発言を抜萃して見よう。

稲葉氏 販売に見合う生産ということでことしのみかん缶詰は大いに反省しなければならないがブランドの増え方はどうか。問屋ブランドは38～39年より3倍増えているのではないかと思うが、問屋がつくれつくれでブランドの数の増え方は異常である。無計画な委託製造は問題だ。

浅井会長 その通りであるが基本的には生産調整はできないと思う。なぜ問屋ブランドが増えてきたかというところを34年ごろを境に大手水産会社が缶詰の生産を大巾に手控えたことが契機となつている。またマーケットの傾向として人手不足により、小売店も含め、製品を消費者にすゝめるかたちでなくなつてきたため、最近ではブランドもナショナルブランド化してきている。

663社、1000工場のうちブランド数は100程度であり、主たるブランドは30ブランド位に制約されている。そして消費者もナショナルマークを買う方向に来ていたことは事実である。

芝野会長 缶詰の消費はどうなつてゆくか。

最近では食品の種類も多く、目先きの変わった即席ものなどの食品にふり回されている感じがする。また輸入も増加し、ますます苦しい状態におかれている。流通革命し、宣伝し、しかも生産調整してゆくことでさらに伸びてゆくのかどうか疑問に思われる面がある。努力すれば何とかなるものかどうか、淋しく感じるのだがその変のところはどうか。

浅井会長 その面については私はこう見ている。問屋の缶詰の扱ひ量が70%から50%へさらに20%などと落ちているのは缶詰の全体が減つてゐるのではない。アメリカでも缶詰の扱ひ量は20%くらいのものである。品目が多すぎはしないかとの質問もあつたが、アメリカは8,000アイテムもあり、日本はまだまだであると思う。われわれのところでは体質の改善により3,000種位になつたが、もう少し増やさなければだめだと感じている。また国内消費の拡大については方法がないのではなく、私は希望を失つてゐない。

渡辺副会長 缶詰の価格について話があつたが、30年の物価指数を100とすると魚類は197%、果物、野菜は200%も上昇しているのに缶詰はわずかに125%にとどまつている。缶詰は伸びないものかどうかについては例えばネクターは昨年70万c/s生産され、ことしは100万c/sの予想である。

メーカーは製菓関係が大半を占めているが、ここまで伸びた原因はたゞ宣伝によつて知らしめただけのことである。この意味からもいかに宣伝の効果が大きいかを知ることができる。

矢田氏 1人1日の平均カロリー消費量は2,232カロリーであり、これは10年間不変である。そういう観点から見て缶詰を大きく伸ばすということはあまり期待できないのではないか。またアメリカとは国情がちがい、流通機構も日本とは大変な開らきがあり、アメリカのような道をたどることは日本では考えられないのではないか。日本では缶詰がなくても不自由しないお国柄である。

稲葉氏 全缶協の事業計画を拝見するにすべて前向きで行かれるように感ずるが、手形期間の短縮についてはどういふかたちですすめられるのか。

浅井会長 最近手印マークの集中化と当用買いの傾向があり、これはメーカーとの話合いでゆくより方法はないのではないかと思う。たゞ二次店取引きについてはできるだけ短縮化を図りたいと考えている。まず下の段階から順次縮めてゆきたい。宣伝もやつて強くなつたものから手がけてゆきたい。

芝野会長 1函1円の宣伝費拠出で2億円を集め共同宣伝しようとの全缶協の話はきいているが、私個人としては賛成だが、全体となると実際にはむづかしいのではないかと思う。たまたま

日缶協の理事会でことしはみかん缶詰が700万c/sできたのでそれからはじめてはとの話が田上会長からみかん工組を通じ連絡があつた。工組としては静岡が函1円に賛成しなければできないのでこちらで相談して見てくれということで後藤理事長とも話合つたが、工組として内地の宣伝をやるうと思えばやれない訳けはなく、パッカー側の700万円は正式ではないが諒解された。そんな僅かな資金でと言われるかも知らないが、何としても缶詰消費のムードを高めなければならないと思う。全缶協の構想から見ると僅かなものであるが宣伝しようという空気ができたので700万円の拠出については責任をもつ。

浅井会長 5月22日に原消費拡大委員長より1函1円運動の具体策の手段を検討しようとの話で、その方法ですすめていたら、田上会長から相談がもちかけられ原委員長と三人で5月29日、共同宣伝に関する会合を行なつた。この時、田上会長は1函1円の宣伝には反対ではないが内部の8社が反対であり、満場一致ということでない実現が困難であること、また1函1円運動の実施には相当の時間がかかると思うのでみかんでどうかとの意見が出た。私はそれも結構であるが、全缶協で函1円案を出しているので日缶協も号令してメーカー、製缶、製鉄の全部がオーケーした状態で案を持つてきてもらいたいと伝えておいた。

拠出額は1団体700万円だから2,800万円となるが、これだけの費用でどれだけの宣伝ができるか、その案を考えているが、私は問屋、メーカーの2円の外に製缶、製鉄の全体で5,000万円にならないものかと思つている。

以上のような懇談内容であるが、新製品の開発問題、さけ、かに缶詰の抱き合わせ販売に関すること、JASマークについて、さらにはフィルム包装によるみつ豆の問題など充実した懇談がなされた。

会 員 消 息

※ 池田商事株式会社（取締役社長池田正博氏）では7月1日より同社甲府出張所の名称を甲府支店とし、発足することになった。

所在地	甲府市酒折町1411番地
電 話	甲府(0552)5局1315番(代)
支店長	田草川 祥 語
支店長代理	五味 田 村

全缶協顧問大洞正次郎氏逝く

全缶協顧問(株)鈴木洋酒店相談役大洞正次郎氏は6月23日午前3

時48分急性肺炎のため慶応病院で死去した。享年82。

葬儀は6月26日午後1時から社葬により築地本願寺において行なわれ、午後2時～3時まで告別式。生前の偉業を偲び関係者多数が参席した。

同氏は明治18年1月22日に生れ、明治42年3月慶応義塾大学を中退、同年4月株式会社鈴木洋酒店に入社。明治45年11月取締役、昭和21年11月会長。昭和41年11月相談役、同年同月、全缶協創立以来顧問として当協会の発展を温くみつめておられた。なおカルビス食品工業㈱、帝国臓器㈱の監査役も兼任され、昭和40年11月には業界に尽した功により勲五等瑞宝章を受章されている。告別式には本協会の浅井会長、渡辺副会長、専務理事が参列した。

磯野長蔵氏

株式会社明治屋会長磯野長蔵氏は6月25日午前10時50分港区山王病院において老衰のため死去した。行年93。

葬儀は仏式により㈱明治屋、麒麟麦酒㈱の合同葬として6月30日午後1時から東京築地本願寺で行なわれた。

事務局報知

※先般事務局より会員名簿原稿をお届け致しましたが、7月末までには印刷にかかりたいと存じますので、まだお送りいただい

ていない向きは至急事務局までご返送下さいますようお願い申しあげます。

車内吊 広告掲出日のお知らせ

当協会事業の一環として全国主要都市の車内吊広告実施の件に関し、普及宣伝部会、理事会、定時総会の承認を得て、中元時期に最も効果的なPR活動を行なうことになったが、各主要都市の車内吊広告掲出日がこのほど次の通り決定致しました。

地域的には札幌、仙台、京浜、中京、新潟地区が7月1日より7月12日にかけて、また京阪神、広島、福岡地区が7月14日から7月25日の期間にかけて車内吊広告が掲出される。

車内中吊 広告掲載日

地区	国鉄・私鉄	線	掲載日	掲載枚数	備考
京浜地区	国電	京浜	7月3～4日	1,500	※京浜急
	〃	中央	1～2〃	1,440	行および
	〃	山手	3～4〃	910	阪神電車
	地下鉄	銀座	4～5〃	570	は通常3
	〃	丸ノ内	7～8〃	550	日間掲載
	東横		3～4〃	270	ですが6
	小田急		3～4〃	400	月20日
	京王 京浜急行		4～5〃 2～3〃	280 400	より7月 末日迄の

地区	国鉄・私鉄	線	掲載日	掲載枚数	備考
京浜地区	西武地袋		6～7日	250	お中元期 に限り2
	京成		2～3日	300	
京阪神地区	国電普通		16～17日	960	日間掲載 になります。 ○山手は横 須賀線を含 む。
	地下鉄		24～25日	780	
	京阪		19～20日	900	
	阪神 南海 (南海は額面)		15～16日 19～24日	700 950	
中京地区	国電		7～12日	200	
	名鉄		7～8日	750	
	市電		7～9日	900	
札幌	市電		4～6日	290	
	市バス		4～10日	450	
福岡	西鉄	市内線	14～15日	720	
	〃	北九州線	15～19日	230	
	西鉄バス	福岡	15～24日	565	
仙台	市電		6～10日	100	
	市バス		6～10日	200	
新潟	新潟電鉄		4～9日	40	
	新潟交通バ		4～9日	250	
広島	市電		15～19日	280	
	広島電鉄		16～20日	300	
	市バス		16～25日	140	
			合計	16,575枚	

