



月報

5

缶詰換

(44.5.31.№29VOL.3)

◇目次◇

◇全国缶詰問屋協会定時総会議事録	2
◇缶詰共同宣伝実行委員会	57
◇食品衛生法に基づく標示説明会	57
◇規格部会	61
◇普及宣伝部会	66
「缶詰食べましよう週間」実施要項	67
◇西部政策調査部会	69
◇もも、洋なし規格に関する団体打合せ	70
◇JASアスパラ缶展示説明会	71
◇アスパラ缶について農産缶工組と懇談会	74
◇缶詰キャンペーン委員会打合せ	79
◇第2回缶詰キャンペーン委員会	81
◇テレビの缶詰パブリシティ	88
◇全国食品缶詰公正取引協議会、理事会、定時総会	88
◇アスパラガス缶打合せ	87
◇新物アスパラガス缶詰に関する件(要望書)	88
◇赤貝粒数に関する問題点	90
◇第3回缶詰キャンペーン委員会	91
◇第4回缶詰キャンペーン委員会	92
◇全日本ホテル、レストラン料理フェスティバル	94
会員消息	95

全国缶詰問屋協会

Japan Canned Food Wholesalers Association

東京都中央区日本橋通3丁目8番地
八重洲通ビル7階

電話 東京(273)9289番

5 月 の 行 事 一 覧 表

行 事	月 日	時 間	場 所	出 席
缶詰共同宣伝実行委員会	5月 7日	13.30～17.00時	日 缶 協	15名
食品衛生法に基づく標示説明会	5月 7日	10.00～12.00時	全国ビスケット会館	厚生省野津課長 缶詰関係8団体
規格部会	5月 8日	10.30～12.00時	北洋商会	農林省松岡課長 補佐、松月係長
普及宣伝部会	5月 8日	13.30～16.00時	"	
西部政策調査部会	5月 9日	13.00～17.00時	新阪急ビル	関係卸売団体
もも、洋なし規格に関する 団体打合せ	5月10日	10.00～12.00時	日 缶 協	5団体
JASアスパラガス缶詰 展示説明会	5月12日	14.00～15.00時	健保会館	日本缶詰検査協 会
農産缶工組との懇談会	5月12日	15.00～16.30時	"	全缶協側6名
缶詰キャンペーン委員会	5月13日	17.30～20.00時	日 缶 協	
第2回缶詰キャンペーン委員会	5月16日	13.00～16.00時	"	
全国食品缶詰公正取引協議 会、理事会、總會	5月19日	14.30～16.00時	ルビーホール	
アスパラガス缶詰打合せ	5月20日	13.30～15.00時	北洋商会	8名
第3回缶詰キャンペーン委員会	5月21日	13.30～16.00時	日 缶 協	
全缶協定時總會	5月23日	11.00～15.00時	鉄道会館 ルビーホール	40名
全日本ホテル・レストラン フェスティバル	5月20日	～ 25日	銀座 三越	
第3回東急缶詰まつり	5月23日	～ 6月4日	東急東横店	日本橋店
第4回缶詰キャンペーン委員会	5月24日	13.30～16.30時	日本 製缶協会	

6 月 の 行 事 予 定

みかん缶詰内部下打合せ	6月 5日	11.00～13.00時	北洋商会	
蜜柑缶工組との懇談会	6月 5日	13.30～15.00時	丸の内ホテル	
缶詰キャンペーン委員会	6月 5日	13.00～	柳屋通本社	
もも、洋なし缶詰内容品質 について	6月11日	13.00～	日本農業 研究所	
もも、洋なし缶詰展示説明 会	6月12日	13.00～16.00時	健保会館	

特 報

全国缶詰問屋協会定時総会議事録

日 時 昭和44年5月23日(金) 11.00～14.30時
(12.00～13.00時昼食休憩)

場 所 鉄 道 会 館 12階ルビーホール
(千代田区丸の内1～1 TEL 211～5611)

- 議 案
1. 昭和43年度事業報告に関する件
 2. 昭和43年度決算報告に関する件
 - ① 収支決算書
 - ② 財産目録
 - ③ 貸借対照表
 3. 昭和44年度事業計画(案)承認の件
 4. 昭和44年度会費賦課徴収方法に関する件
 5. 昭和44年度収支予算決定の件
 6. 退会々員に関する件
 7. その他

[出席状況]

会員総数 280社。

出席 40社、出席委任状 155社、 合計 195社。

————— 11.00 時 開 会 —————

専務理事 ただいまから昭和43年度全国缶詰問屋協会定時総会を開催致した
い。本日の出席状況は会員総数280社中、出席40社、出席委任状

155社、合計195社で定款の定めによる1/3以上に達しており、本総会は適法に成立しております。また定款の定めにより總會の議長は会長にお願いしたい。

議長 議事に入る前に一言ご挨拶申し上げたい。

本日はご多忙のところ決算總會にお繰合せ出席いただき有難うございます。全缶協は41年11月に発足してからまだ2カ年半という短い期間であるが、会員ならびに役員各位の熱意によつて全缶協の目的とする事業はほぼその方向に向つて成果を挙げている。しかし業界自体は非常な激動期に直面しており、それだけに全缶協の果すべき使命は大であると痛感する次第である。本年度もそういった基本的な状況下にあつて兎角問屋の存在が無視される言動、空気があるが、これらの障害を全缶協の活動により乗り越えてゆき個々の企業の発展をめざし、同時に問屋パワーの確立に努めたい存念であり、みなさん方の一層の協力をお願いしたい。

それでは定時總會の議事に入る前に議事録署名人を恒例に従がい私から指名させていただきたい。議事録署名人に俵鈴木洋酒店、鈴木崇氏、(株)小網 杉崎一郎氏、の兩名をお願いしたい。早速、議案の審議に入りたい。

第 一 号 議 案

先ず第1号議案「昭和48年度事業報告に関する件」であるが、これは前年度全缶協が活動してきた事業の記録であり、この報告書を全部読むと時間もかなりかかるので要点だけを北田専務理事から報告致させたい。

専務理事 では昭和48年度事業報告をさせていただくが報告書が2冊に別れており、別冊の業務状況を含めて報告書としているのでご理解願いたい。要点は報告の概況でまとめており、これを読ませていただき事業報告と

したい。

専務理事、昭和43年度事業報告書のうち、報告の概況を朗読

昭和43年度 事業報告書

報告の概要

昭和43年度における全缶協の活動は缶詰産業の逼迫した諸情勢の中にあつて、国内市場の安定化のために常に積極的姿勢で需要量と供給量の調整、適正販売価格の位置付け、消費開発と宣伝問題、流通構造の合理化等重点的施策の推進に努力してきたが、43年5月30日、国会において消費者保護基本法の成立を見て以来、缶詰にとつて最も関連の深い農林規格法、食品衛生法、不当景品類及び不当表示防止法など業界関係法は消費者保護の基本的観点に立つて新しい角度からの再検討ないし強化が図られるようになり、全缶協もこの関係諸官庁の積極的消費者行政に即応して関連団体と緊密な連繋のもと販売団体としての独自性を失なうことなく、前向きに提起された諸問題に対処してきた。

ここに43年度における特筆すべき活動内容を掲げて見るに、まず缶詰業界の自主規制による公正競争規約の設定があげられる。この公正競争規約設定に当つては消費者と密接する販売団体の立場から常に実情に即した適正妥当な表示に留意しつつ関係団体とともに規約およびこれに伴う規則の設定に努力し、細部にわたる条文の検討を重ねたうえ公取委の認定を得て、ついに43年9月2日告示、44年3月2日施行となり、業界の重要課題の一つを実現するに至つた。またこの公正競争規約の告示に関連し、全国食品缶詰公正取引協議会が日本缶詰協会、日本製缶協会、全国缶詰問屋協会の缶詰3団体の手によつて43年11月26日創立されたことも活動事項の一つとして挙げられる。

一方、日本農林規格にあつては従来からのJAS規格を基本的に改正すること

となり、業界自体もいままで以上に農林省側との連絡の緊密化を図ることが要請され、昭和43年9月5日、缶詰関係14団体を会員とする缶詰規格連絡協議会が設けられ、缶詰の規格等に関する農林省との連絡の場がはかれることとなつた。この連絡協議会の発足とともに日本農林規格の農林省側の改正作業は積極的に進められ、まずその手はじめとしてたけのこ大型缶詰の日本農林規格が新しく設けられることになりこの案の検討は蔬菜部会、規格部会において慎重な協議がなされたうえ全缶協としての修正要望点を農林省に伝え農林物資調査会加工食品部会を経て44年3月1日正式告示となつた。このたけのこの新規格によつてJAS規格がどのような方向を目指しつつあるかがほぼ示されるところとなつたが、全缶協としては水産、果実、蔬菜、食肉の品種別各部会ならびに規格部会を通じ品質、規格、表示等について販売、消費サイドの実情を十分に反映した働きかけに努めてきた。また食品衛生法に関連して日本缶詰協会側より製造工場缶マークの整理、簡素化に協力ありたき旨の要請があり、全缶協はこの問題についてまず規格部会で検討し、さらに44年2月25日の理事会において「地区別一連番号制」を採用することに決定し、この旨を日本缶詰協会に回答した。しかし日本缶詰協会側ではローマ字組合せによるいわゆるパツカー固有のマークに固執し意見相対立するところとなつたため、日缶協案に対しあらためて反対意見書を提出するとともに全缶協決定の地区別一連番号制の実現にはあらゆる努力を傾注することになつた。この製造工場缶マークの整理は44年度の重要事業の一つとなつている。なお43年10月3日全糖品と表示した食品缶詰に人工甘味料が検出されたという主婦連調査発表により業界は大きなショックを受けたが、この全糖問題はむしろ手印ブランド所有の問題屋にとっては意外な出来ごとであり、被害者側に立つものとして下請工場に対しそれぞれ注意を促すとともに関連団体とも緊急な連絡を図り事態の拡大なきよう迅速な処置を行なつた。

以上は業界関係法に関連した主だつた事業内容であるが、これらの積極的な活

動は品質の向上とともに大衆に愛され信頼される缶詰として将来の発展に期せんとすることが根幹となつて実現し、改善され促進されたものであり、43年度はまさに缶詰の規格、表示等についての黎明期であつたといつても過言ではない。こうした多岐にわたる事業活動に合わせ、製鉄会社4社ならびに日本製缶協会の1億円拠出による缶詰の共同宣伝が実施されたことはまた缶詰史上に残る事業であつたといふことができよう。この共同宣伝の対象としては生産数量の多いもの、そして将来性のあるものに重点がおかれ、みかん、もも、フルーツみつ豆、ホワイトツナ油漬、アスパラガス、スイートコーンの6品種の缶詰に絞りテレビスポット、新聞、雑誌広告、電車中吊広告、百貨店、スーパー、団地等での料理実演が主として43年7月から同年9月にかけて「缶詰はおトクです」をキャッチフレーズに実施され、一般消費者の缶詰に対する関心を一層高めたことはとかく抑圧的環境におかれがちな缶詰業界にとつてこのうえない明るい話題となつた。この缶詰共同宣伝は44年、45年の2年間1億3千万円の予算で引續き実施されることになつてゐるが、こうしたかたちのものが実現したことは全缶協会員の切なる希いと実現のための努力の結晶であつたといふことができよう。

缶詰においてはこの缶詰共同宣伝に対応し、水産部会、蔬菜部会が中心となつてホワイトツナ油漬、アスパラガス、スイートコーンの3品種の缶詰の開缶展示、試食、販売促進懇談会を43年9月17日東京、同年10月18日大阪でそれぞれ開催し、販売促進の実を挙げたこと、さらには43年9月28日から11月30日の約60日間におたり向カ丘遊園地で開催された第1回フルーツショー（朝日新聞主催、農林省後援）に参加し、全缶協独自の共同売場を設営、土曜、日曜、祭日に展示即売を実施したこと等は普及宣伝部会の活動によるものである。

43年度の普及宣伝費は42年度に実施したみかん缶詰共同宣伝の半額借入れがあつたため活発なる活動はできなかつたまでもそれなりに充実した内容を

たらずことができたと見られる。政策調査部会関係では東京都食品卸同業会等と呼応し、缶詰の返品問題がとりあげられ、返品比率 $\frac{2}{1000}$ の実施がようやく個々取引きにおいて推進される運びとなり、また通産省のきも入りによる統一伝票促進懇話会（43年12月3日結成）にも全缶協は参加し、経営合理化の一環として統一販売伝票制度の実現化に協力、過去4回にわたる懇話会で伝票ホームの煮詰めを行ない、その結果を通産省に答申、44年度中に一応のメドがつけられるよう通産省は専門委員会を設けさらに具体的検討を行なうこととなった。

以上の事業は全缶協が43年度中に活動してきた事項のうちの主要分野を掲げて見た訳であるが、昭和43年度事業計画の三大方針、すなわち①共同宣伝に対応する販売の推進②業界安定化のための諸施策の推進③関連団体、諸官庁との連繫と協調は全缶協なりにその役割を果たしてきたと考察するものである。

果実部会、蔬菜部会の活動については事業計画の②にのっとり、終始積極的な活動が展開されてきたことはいうまでもないが、販売面において特に大きな波乱がなかつたこと自体その部会運営は適切妥当であつたと思われるし、その活動効果は会員の団結によつて証明し得たと考えられる。

以上をもつて全缶協の43年度事業活動の報告概況と致したい。

報 告 事 項

1. 公正競争規約の施行

食品缶詰の表示についてはすでに昭和36年12月25日に食品缶詰業の特殊指定を受け、以来業界が自主的に運用基準を設けて不当表示の防止に努めていたが、昭和37年5月に不当景品類及び不当表示防止法が公布され、これに伴つて日本缶詰協会では公正競争規約案の作成にとりかかつた。しかし

品種多岐にわたっているため成案を見るに至らず多くの時日を要し、この間に消費者団体等から精肉ならびにサケ・マス論争が持ちあがり、これを契機として規約の早期実現が要請されることとなり、全缶協創立当時からようやく本格的作業が開始され、42年度中に食肉表示の最終的案をまとめ、さらにたび重なる協議を續けたうえ43年5月23日日本缶詰協会、全国缶詰問屋協会、日本製缶協会3団体連名により規約認定申請書を公正取引委員会へ正式に提出、その公聴会が43年6月17日、まず大阪において開られ、續いて6月20日東京公聴会が公取委において開催された。その後公正競争規約案に対する公取委の一部修正意見に対しさらに協議を尽したすえ、43年9月2日、食品かん詰の表示に関する公正競争規約の告示がなされ、その6カ月後の44年3月2日から施行となつた。この公正競争規約の施行に伴ない消費者の商品選択の保護、不当な顧客の誘引防止、公正な競争の確保が積極的に図られることとなつた。

2. 全国食品缶詰公正取引協議会発足

食品かん詰の表示に関する公正競争規約の設定により同規約第12条の規定に基き規約第8条、第9条に定める全国食品缶詰公正取引協議会が設立される運びとなり、日缶協、全缶協、製缶協の3団体は規則第1号案、第2号案、第3号案にわたり慎重な審議をつくし、43年11月26日この創立総会が開催された。この協議会への加入は3団体に属する会員個々の申込みとなつているが3団体もそれぞれ協議会に加入し会費および徴収方法は規約申請の3団体の会員からは加入金および会費は徴収せず、3団体において処理することが決定した。43年度予算(43年12月~44年3月)は30万円、日缶協20万円、全缶協5万円、製缶協5万円の割合で負担されたが、創立時の会員数は製造業者210社、販売、輸入業者51社、容器製造業者11社、事業者団体6団体合計278社である。

なお3団体の会員以外の加入については加入金8万円、会費年額2万円が徴収されることになっている。

協議会役員は次の通り。

会 長	田 上 東 稻	日 缶 協 会 長
副 長	浅 井 二 郎	全 缶 協 会 長
”	高 碓 芳 郎	製 缶 協 会 長
”	西 村 健 次 郎	水 産 缶 輸 水 組 理 事 長
常任理事	隅 野 勇	日 缶 協 専 務 理 事
”	北 田 久 雄	全 缶 協 ”
”	阿 江 伸 三	製 缶 協 ”

理事40名、監事5名のうち全缶協側役員は次の通りである。

理 事	中 山 良 助	(株)逸見山陽堂	専務取締役
”	野 田 喜 三 郎	野田喜商事(株)	取締役社長
”	橋 田 巖 夫	(株)明治屋	専務取締役
”	山 本 伊 作	野崎産業(株)	取 締 役
監 事	竹 内 治 雄	(株)国分商店	取 締 役

なお昭和44年3月26日理事会が開催され、44年度予算、事業計画が決定されたが、予算については43年度と同額の30万円とし、会費および徴収方法も前年通りとなつた。会員数は創立後の新規加入を含め、製造業者246社、販売、輸入業者58社、容器製造業者11社、事業者団体8団体の合計323社となつた。

この理事会において規則第2号、同第3号の一部修正が承認されたが44年度事業計画は次の通りである。

- (1) 会員に対し、公正競争規約ならびに規則の周知徹底を図る。
- (2) 各地区より情報の蒐集につとめ、その調整を図る。
- (3) 製品の買取検査を行い、表示の適正を図る。

- (4) 消費者との接触につとめ、適正表示の普及を図る。
- (5) 苦情処理を行う。
- (6) 関係官庁ならびに関係団体との連絡を密にする。

3. 缶詰規格連絡協議会 設立

消費者保護基本法の成立後農林省では農林物資規格表示制度の改善、苦情処理体制の整備、消費者情報啓発活動の推進、行政組織の整備および予算措置の充実などについて対策強化のための作業を続けているが、これに呼応して業界が自主的に特に缶詰の規格に関し関係団体の規格整備のための意見調整機関を置き業界と農林省の連絡緊密化を図るべく、「缶詰規格連絡協議会」の設立準備会を43年8月28日に開き、9月5日正式に発足することとなった。

この協議会における事業は①缶詰の規格の整備に関する会員相互間ならびに関連団体との意見の調整②規格の制定、改廃に関する調査③缶詰の日本農林規格の普及向上のための対策の推進④缶詰産業の発展および製品の改良向上に資するための情報交換⑤政府に対する陳情、請願または意見となつていますが、この連絡協議会は団体をもつて会員とすることになつており、会員メンバーは日本蜜柑缶詰工業組合、日本農産缶詰工業組合等単一組合団体9団体のほか、日本缶詰協会、日本缶詰検査協会、日本缶詰輸出組合、日本製缶詰協会ならびに全国缶詰問屋協会の合計14団体で構成されている。

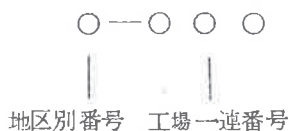
43年度はたけのこ大型缶の日本農林規格(案)などの協議がなされた。

4. 製造工場缶マークの「地区別一連番号制」決定

製造工場マークの整理、簡素化については44年1月11日付で日本缶詰協会より全缶詰宛に当局の要請に応えられるよう検討ありたいとの申入れがあつたが、当協会では事態の重要性に鑑み、まず在京規格部会を開き、さらに

規格部会で検討した結果、最も合理的な地区別一連番号制を採用することになり、44年2月25日の理事会において満場一致でこれを正式に決定し、2月26日付で日本缶詰協会に全缶協案の採用に協力ありき旨回答した。地区別一連番号制の要点は次の通りである。

- (1) 製造工場缶マークは製造者固有のマーク（ローマ字綴）ならびに販売者固有のマークは廃止し、「地区別一連番号制」を採用する。
但し缶胴に標示するブランド所有者（製造者又は販売者）の住所氏名の標示を行なえば差支えなきこととするを前提条件とする（現行通り）
- (2) 本規定の実施にあたっては施行日前までの製造にかかわる製品（旧缶マーク）の販売には影響を及ぼさぬものとする。
- (3) 地区別一連番号の地区の区分は全国を北海道、東北、関東、中部、近畿、中国、四国、九州の8地区とし、北部より順に「1.2.3……8」までの1桁の番号を当てる。また当該地区の工場番号は「001」からはじまる3桁標示とし、その組合わせは次の方式による。



- (4) 地区別一連番号の缶マーク使用は一工場一マークに限る。

この全缶協案に対し日本缶詰協会では3月26日の理事会で

- ① 一工場一個とする。
- ② マークは、ローマ字又はローマ字と数字の組合せとする。
- ③ 仮名文字等は一切使用しない。

との方針を決め、全缶協の地区別一連番号の採用には賛成しかねるとの文書が寄せられた。このため全缶協ではあらためて日本缶詰協会案に対する反対意見書を提出するとともに地区別一連番号制の実現に向つてあらゆる努力を払つてゆくことになつた。

日本缶詰協会案に対する反対意見要旨は次の通りである。

- (1) 缶マークの整理、簡素化のためにはその本質的観点に立脚すべきであり、缶詰の将来のためにも缶マークの既得権あるいは権利等を主張すべき内容ではない。
- (2) 日缶協案では、メーカー固有のマークのみを残すという立場であり、これはすでに現在までの過程において適切妥当でなかつたという実績を残してきた方法である。
- (3) 製造工場缶マークは社名又はブランドイメージを持つ記号であつて、ブランド的意味を持たせるべきでないとの基本姿勢から販売業者側は長年使用してきた愛着ある問屋缶マークを敢えて放棄し、合理的でしかもあらゆる面から考え合わせ唯一の方法である地区別一連番号制を採用することに踏み切つた。しかし、日缶協案のローマ字組み合わせによつた場合、その殆んどは缶マーク（記号）と称しながらブランドと共通する内容を持つものとなり、消費者サイドからはその商品自体が統一を欠くものとの印象を抱かれることになり缶詰の品位保持の観点において得策でない。しかも同一ブランドで下請製造工場数が複数にわたる場合、一つのブランドに各種のブランドイメージを持つ缶マークが打ち出されることとなり、缶マークとブランドの混乱を生ずる。これはやがて缶詰の品質低下感を与え消費拡大の途を阻む要因となる。従つて製造工場缶マークはあくまで地区別一連番号によるべきであつて、これを実施することにより、消費者に対しては缶胴に標示するブランドのイメージアップに一層役立つとも考えられる。
- (4) 日缶協案によると「マークはローマ字又はローマ字と数字の組み合わせとするとされているが、この方法では製造工場のチェックならびに整理が地区別一連番号制より複雑化する。
- (5) 缶詰の下請製造制度は今後ますます拡大の方向にあり、販売業者と直接

つながりのあるメーカー間では全缶協案の地区別一連番号制に賛成の意向を示している。この意味からしても全缶協案には妥当性がある。

- (6) 中途半端な改善は合理化にならないばかりでなく、食品衛生法上における標示の問題にまで禍根を及ぼすことになりかねない。

以上が製造工場マークの整理に関する日缶協案反対の要旨であるが、全缶協では関係官庁にも働きかけ、また販売業者と直接つながりのあるパツカーにも協力を呼びかけ地区別一連番号制の早期実現を図ることになった。

5. 缶詰共同宣伝の実施

43年3月8日、製缶協会高碕会長、日本缶詰協会田上会長、全缶協浅井会長の3者があい寄り、缶詰の共同宣伝につき協議の結果、43年度は1億円、44年、45年は各1億3千万円の予算で3カ年間、製缶協会、製鉄会社側からの拠出によつて実施されることが決定し、43年3月26日第1回目の実行委員会が開催されてより、本格的作業が進められ、全缶協創立以来提唱つづけてきた共同宣伝がいよいよ実施されることとなつた。宣伝対象はみかん、もも、フルーツみつ豆、ホワイトツナ油漬、アスパラガス、スイートコーン、缶詰の6品目で、博報堂、電通の両広告代理店を通じ「缶詰はおトクです」をキャッチフレーズとし、テレビ、雑誌広告、電車中吊広告、百貨店、スーパー、団地等への料理実演を7月から9月にかけての缶詰実需期を主力に開始した。

まず共同宣伝の幕開けとして43年6月28日、「36階禮ケ関ビル缶詰1,000人パーティー」と題し一般消費者1,000人、報道関係者100名を招待し缶詰の料理試食パーティーを開催したのをはじめ、各宣伝媒体を通じ積極的なPR活動が行なわれた。主だった活動内容は次の通りである。

〔新聞広告〕

毎日新聞 7月15日 東京夕刊 全7段

毎日新聞	7月16日	大阪夕刊	全7段
読売新聞	7月16日	東京	" "
"	7月15日	大阪	" "
産経新聞	7月15日	東京	" "
中日新聞	7月17日	"	" "
聖教新聞	7月15日	"	" "
THE KEY	全5段	6回	
奥様新聞	"	"	

〔交通広告車内吊広告〕

札幌、仙台、京浜地区、名古屋地区、京阪神地区、広島、福岡の主要地区対象に7月中旬に実施。

〔雑誌広告〕

女性自身、女性セブン、婦人倶楽部、主婦の友、婦人生活、栄養と料理、BOOK。

7月～9月号(各4色1頁)

〔テレビ〕

※15秒スポット

期 間 7月15日～31日の月～土

関東地区 フジテレビ (100本)

中部地区 C B C (122本)

関西地区 朝日放送 (120本)

※ニュースショー

TBS おはようにつぼん(7月1日～31日)

" ヤング720(7月3日)

その他

〔料理実演、試食、即売〕

※東京地区

- (百貨店) 小田急デパート(7月26日～7月31日)
大丸東京店 (8月30日～9月4日)
その他
- (スーパー) 東光ストア大型店舗10店(7月19日から8日間)
西友ストア39店舗(9月上旬)
その他サンコー等
- (団地) ひばりが丘団地
小平団地
常盤平団地
浜見平団地
- (社宅) 富士製鉄南平台社宅
八幡製鉄吉祥寺社宅

※名古屋地区

- (百貨店) オリエンタル中村(9月中旬)
丸栄百貨店 ()
- (スーパー) 名古屋シビ(9月下旬)
ほてい ()
西川屋等 (9月初旬)
- (団地) 鳴子、岩倉、知立等10団地(9月中旬)

※大阪地区

- (百貨店) 大丸(大阪、神戸、京都店)(10月中旬)
阪急 (10月下旬)
- (スーパー) 京都厚生会 (9月下旬)
神戸ダイエー (10月中旬)
ナダ生協5店 (10月下旬)

大阪ダイエー

そ の 他

(団 地) 香里、浜甲子園等 6 団地

その他司厨士関係、フルーツショー等においてそれぞれ料理実演、試食研究会等を行なう。

なおこの缶詰共同宣伝の追跡調査については中央調査社が担当した。

6. 普及宣伝部会

缶詰共同宣伝の実施に伴い、普及宣伝部会はその宣伝方法について、販売業者の立場から実物宣伝に力を入れたい旨提案し、テレビ、雑誌広告のほかに主要都市の百貨店、スーパー、団地等で缶詰の即売、料理実演が取りあげられることとなつた。また、全缶協独自の宣伝活動も推進し、朝日新聞、小田急電鉄主催、農林省後援による第 1 回向ヶ丘遊園フルーツショーに参加し果実缶詰の消費宣伝を積極的に行なつた。

開催期間は 43 年 9 月 28 日から 43 年 11 月 30 日までの約 60 日間であつたが全缶協は催し場出口外側に 18 m × 3 m のテントを張り独自の立場で共同即売場を開設し期間中の土曜、日曜、祭日の 20 日間、全缶協会員 10 店参加し展示、即売を行なつた。この催しに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の協賛を得、効果的な宣伝活動を行なつた。

7. 果実部会

みかん、もも、レッドチェリー、フルーツみつ豆等、果実缶詰の代表的品目を中心に果実部会は市場安定化のため、極めて意欲的にその都度部会を開催し充実した部会活動を展開してきた。

まず 43 年度に入り、山形缶協提案によるレッドチェリー缶詰の共同販売制についてその実現化のため協議を行なつた。この案の基本的な考え方として

は窓口は工業組合として一括販売しようという制度であるが、全缶協としては細部的には種々問題はあるとしても共同受注しようという姿勢には賛成であり、部会活動の一つに取りあげ協議を行なってきた。ただこれが実現のためにはブランドの制約化と共通ブランドの使用法、あるいは原料の問題等もからみ非常に困難な点があり、結局今後の課題とされることになったが、こうしたことをきつかけとして43年度のレッドチェリー缶詰は生販両者とも真剣に諸問題と取り組んでいった。特に原料価格については42年度がキロ155円であつたのに対し43年度は山形県需給安定委員会において安定価格帯を設け下限キロ当たり145円、上限175円と決め共同購入方式により生産期を迎えることとなつたが、この価格安定帯を設けたことについては、下限価格で圧えることが建前とされるなら全缶協としても前年度価格とそれほど大差がないとして一応この制度に賛成の意向を示した。チェリー缶詰の消費は60万函程度が年間消費能力と見られるが、43年度は前年度と異なり、在庫も7~8万函残されていたため、50万函前後にとどまることが望ましいとした。生産終了期に入つてからは43年7月5日の緊急果実部会で原料高騰により状況一変した新物チェリー缶詰の仕切りについて打合せを行ない山形缶協ならびに福島缶協に宛て生産量は50万函から55万函と推察されること、前半もの95円以下、後半ものは100円以下にとどまらなければ販売消化は困難であり、その点を十分認識のうえ原料価格をまとめられたい旨、打電した。これに対し山形缶協からはすでに半数以上は値決めのうえ買い付けを行なつた状況であるため全缶協要望には十分にそえ兼ねるとの返電が寄せられた。つづいて43年7月11日、山形缶協と打合せ会を開き、原料状況の説明、生産状況等が話し合われたが、山形缶協側は仕切り価格を4号併用で100円以上を希望したのに対し、全缶協側の限界線はさきに打電した通りであり、その考慮は個々取引きにゆだねられることとなつた。もも缶詰に関してはまず43年5月27日に果実部会と農産缶工組桃部

会との懇談会を開き昭和43年における桃缶詰の生産と需要見通し、原料ならびに製品の国内市況安定策等について積極的な話し合いを行なった。特にこの懇談会で桃原料の長期安定対策について全缶協側の要望として4号缶併用2ツ割の小売価格が60円に見合う原料価格、すなわち小売から逆算してキロ30円がのぞましいとの考えを述べ、日本農産缶工組側も、そうした点の検討に入る旨の話し合いがなされたことは注目される。また43年6月6日には山形缶協側と果実部会との果実缶詰懇談会が山形市において開催されチェリー缶詰ならびに新物もも缶詰について懇談がなされ、早生ももの出方の問題、もも原料価格の下限キロ25円、上限キロ35円等の問題につき具体的懇談を行なったことも活動内容に含めることができる。しかしこのもも原料の価格安定対策もチェリーと同様、実際生産期に入るとキロ40円の高値が出て破算のような状況となつた場面もあつたがその後安定し、大体期待通りの平均原料価格となつたことは成功であつたといえる。なお生産数量は450万函程度の見方がなされこのため43年7月5日開催の緊急果実部会では4号缶併用の仕切り価格について45円の全缶協希望を若干修正し47円50銭を基準として販売開始することになり、さらに43年8月23日の果実部会では平均1本の価格を50円前後の線を前提に個々取引さすという方向に話が進められていつた。

みかん缶詰については43年5月27日果実部会と静岡缶協内地部会との懇談会を静岡缶詰協会で行なつたが、サイズものの値段が伸び悩んでいる点が話題となり、その原因にブロークンの存在があることを全缶協側は説明し、

このブロークン対策の一つとしてサイズものとの色分けあるいは缶型の変更などについて意見交換がなされた。このみかん缶詰のブロークン問題は43年7月10日正式に打合せ会が開かれ、さらに7月22日、蜜柑缶工組理事長と全缶協会長との間で話し合いがなされたが、全缶協側提案の蜜柑缶工組を発売元とすることに工組自体踏み切ることが出来なかつたため、第1段階と

して品質の向上を図り、色刷りの方法などにつき検討を進めるとともに一応今後の課題とされることになった。

みかん缶詰の生産販売に関しては43年10月17日の大阪味の素における果実部会で新物みかん缶詰の受入体制が検討されて以来、43年12月6日、44年2月7日にそれぞれ新物みかん缶詰に関する部会を開催し慎重な協議を重ねてきた。43年度は原料が豊富であり、製造する気がかかれば大量生産も可能な状況にあつたため、全缶協は終始慎重な姿勢で活動に入つた。結果的には全缶協が希望していた600万函にほぼ近い線で製造が完了したが、これによつて市況もようやく明るいきざしを見せはじめ44年度はもも缶同様非常に好ましい商材となつていることは果実部会の活動によるところ大であつたと考えられる。

なお43年10月3日、公取委の委嘱による全糖表示についての主婦連調査結果の発表が行なわれ、全糖品の中にズルチン、サツカリンなど人工甘味料が混入していたとのショッキングな事件が持ちあがつたが、販売業者としては予想もしない意外な出来ごとであり、全缶協はただちに在京有志懇談会、在京果実部会、さらに果実部会等数度にわたり開催し、この問題に対する迅速適切な処置を行なつた。

なお44年3月25日、日本蜜柑缶詰工業組合内販委員会と在京果実部会員との懇談会を開催したが品質の向上と規格の統一あるいはブロークン対策等について意見を交換したが全缶協側は消費の実態とその将来を見きわめたいとの積極的な発言を行ない蜜柑缶工組側もまず手近な問題から手がけよりよい方向に善処してゆきたいとの態度を示し有意義な会合となつた。

〔 部会長、副部会長決定 〕

43年6月5日の果実部会において任期満了に伴う部会長、副部会長の選出を行なつた結果全員留任と決定した。

なお副部会長秋間健次氏は社内異動によりその後山本伊作氏と交替、榎祭原

の宮軒治兵衛氏は広瀬清氏と交替した。また株式会社矢口屋商会在部会員として加入し合計19社となった。

部 会 長 野 田 喜三郎 野田喜商事(株) 取締役社長
副 部 会 長 橋 田 春 男 (株)逸見山陽堂 缶詰部長
 ▪ 山 本 伊 作 野崎産業(株) 缶詰部長
 ▪ 北 村 伝 司 (株)北村商店 取締役社長
 ▪ 広 瀬 清 (株)祭 原 業務部長

8. 蔬 菜 部 会

まずアスパラガス缶詰に関しては43年4月19日新物アスパラガス缶詰について在京蔬菜部会を開き、日本農産缶工組アスパラガス部会、日缶協アスパラガス委員会より要望のあつた国内販売の円滑化について協議し意見の統一を行ない、さらに43年5月9日農産缶工組アスパラガス部会との懇談会を開催しメーカー側のホーム缶価格値上げ要望の問題を中心に意見交換した。全缶協の意見としてはアスパラガスはパツカーによつて価格に相当のひらきがあり、特に4号缶などは全缶協の示した価格よりさらに下押した製品が出回つているため、これを防ぐためにもパツカー間同志の横の連絡を密にし全缶協と協力して販売するよう呼びかけ、またホーム缶については家庭用であり、消費の増大を図る意味からも小売100円は崩すべきではない旨訴えた。なお44年4月1日から施行となるアスパラガスかん缶の日本農林規格の一部改正に関し、特に現行のホワイト、ペールチップド、グリーンチップドの区分をホワイトとグリーンチップドの2区分にする点を検討し、規格部会でさらに協議のうえ、改正案通りで異議のないことが確認された。

スイートコーン缶詰については43年7月31日在京蔬菜部会を開き作柄、生産見通し、および在庫と新物価格等を協議した。

在庫は15万函から20万函近くと推定され前年同期より1割5分以上の在

庫と見られるところから小売価格は前年の価格が限界であり、それ以上の高値となると輸入ものが多量に出回り市場混乱を招く恐れがあることなどを訴え同時に品質の向上についてメーカー、団体に強い要望を行なった。

43年11月18日、在京蔬菜部会でマツシユルーム缶詰に関し協議し、つづいて日本農産缶工組マツシユルーム部会、全国マツシユルーム缶詰協議会との懇談会で意見交換を行なった。特に業務用は伸び悩みほぼ限界にあると見られ今後は家庭用に力を入れるべきであること。漂白問題は段階的解消が望ましいなどを訴えた。

缶詰については43年5月9日の蔬菜部会で新物缶詰に関し協議し、意見統一を行なつたうえ関係団体へ要望書を提出した。

その要旨は①原料出回り量少なく、価格は前年より高値で減産は避けられないこと、②製品の高騰が懸念されるが末端消費者価格にはおのずから限界があること、③台湾缶詰は国産缶詰が減産、高値気配にあるところからその輸入量は前年の2倍以上に増加すると見込まれること、従つて国産缶詰が高値となる場合は輸入缶詰が国産品に取つてかわること。など現状とその先行きについて訴えた。

また44年度新物缶詰に関しては44年2月7日の蔬菜部会においてヒネものの需給情勢を検討したうえ2月18日東部地区、2月19日中部地区、2月20日西部地区とそれぞれ3地区の懇談会を開催、2月25日の部会においてこれら地区別の缶詰懇談会の経過報告を行ない新物対策について検討を進めた。その結果、ヒネものの在庫は新物生産期までには一掃される見通しであるが、作柄は各産地とも豊作ないし大豊作との予想であつた。しかし昨年の減産による有史以来の製品高値により、これが新物缶詰にわざわざする可能性が多分にうかがわれ、少なくとも3月末頃までの原料の見通しがつくまでは自重してゆこうという方向が示された。44年3月8日島原市にて開催の缶詰全国大会には蔬菜部会の見解を積極的に述べたが、その大要は

次の通りである。

- (1) 現状における筍缶詰の年間消費量は輸入ものを含め200万本が適正限界量であると観察する。
- (2) 41年、42年度生産の筍缶詰は消費にマッチした販売価格であつたと見られ消費階層の拡大が図られた。
- (3) 43年度は極端な減産であつたため反動的に異常高値を見たが、絶対量不足のため43年の価格でも一応消化することが出来た。しかしA及びBのM級以上の製品(上物)の業務用消費量は逆に減少の傾向を見せつつある。また同時に中華料飲店向け需要及び裾物大量消費層である給食弁当材料等の筍は逐次台湾物が根強い需要拡大の傾向を見せており、国産筍裾物の価格の適正化が図られぬ以上、この傾向は今後も深まつて行くものと予想されるので裾物価格については台湾産筍の価格を十分考慮のうえ生産販売することが必要である。
- (4) 43年度の価格は行き過ぎであり、新物筍缶詰の生産に当つては特に慎重を要する。

以上のような見解をのべ全缶協メンバーは極力早積みを自粛して青果向け原料価格の安定した時期に買付けを開始したい旨要望した。また年度別筍水煮18㍓缶生産者価格の推移について全缶協調べを示し消費の実態と新物価格の適正化を訴えた。

なお43年9月13日の缶詰規格連絡協議会においてたけのこ大型缶詰の日本農林規格(案)が示されたが、全缶協側は規格部会とともに数回にわたり細部的に検討を行ない修正すべき点を農林省に要望、殆んど全缶協の希望が入れられ丸缶の規格改正とともに44年4月1日から実施されることとなつた。このたけのこ大型缶詰の新規格は消費者保護基本法に伴ない、農林省が新しい農林規格の方向として最初に手かけた規格であり、その意味においても注目に値する新規格であつたといえる。

〔 部会長、副部会長決定 〕

43年7月5日の蔬菜部会において任期満了に伴う部会長、副部会長の選出を行なった結果、全員留任と決定した。

なおその後宮軒治兵衛氏は社内異動により広瀬清氏と副部会長を交替となった。

部会長	大橋庄三郎	大橋(株)	取締役社長
副部会長	萩原弥重	(株)矢口屋商会	代表取締役
・	北村伝司	(株)北村商店	取締役社長
・	広瀬清	(株)祭原	取締役

9. 規格部会

43年度の規格部会の活動は公正競争規約の設定と、公正取引協議会の設立、缶詰規格連絡協議会の発足とそれに伴うたけのこ缶詰アスパラガス缶詰の規格の検討等多岐にわたる活動を行ない各部会の中でも最も開催回数が多かつた点で注目されるべき年度となった。特に食品かん詰の表示に関する公正競争規約の設定については缶詰業界あげて永い期間とたび重ねた会議の結果、ついに自主規制による缶詰表示の公正競争規約実現を成し遂げ同時に全国食品缶詰公正取引協議会の設立を見たことは規格部会にとりまさに歴史的年度であつたということが出来る。

消費者保護基本法の成立以後日本農林規格法食品衛生法など缶詰の関係法は消費者保護の基本的建前にたつて積極的な手直しが行なわれるようになり、特に規格に関する農林省との連絡機関として缶詰規格連絡協議会が発足したこと、その連絡協議会に唯一の販売団体として全缶協が参加したことは販売業者の独自性を反映する立場からも意欲的活動を續けて行つた。

たけのこ大型缶詰の日本農林規格の新設とたけのこ丸缶ならびにアスパラガス缶詰の規格一部改正などいずれも蔬菜部会とともに慎重に検討してきた。

この告示は44年4月1日からとなつており、新物からこの規格にそつて製造が行なわれることとなつた。なおたけのこ丸缶およびアスパラガス缶詰に対しては6カ月の猶予期間が認められている。

43年8月26日農林省とのJAS懇談会が開催され、全缶協在京規格部会員が中心となつてこれに出席したが、農林省側は消費者保護対策の強化について農林物資規格表示制度の改善、苦情処理機構の確立、消費者情報啓発活動の推進等の説明があり全缶協側も積極的な意見の交換を行なつた。

また43年12月24日在京規格部会において果実飲料の表示に関する公正競争規約(案)の検討を行ない、日本果汁協会、日本缶詰協会を窓口とし規約設定に力を注いできた。ただこの規約に関しては日本果汁協会を窓口とする缶詰業界側の案と日本果汁農業協同組合連合会、日園達が代表する生産者側との間に、ジュース品名表示に関して大きな相違があり、保留となつているが、全缶協では農林規格に沿つて作成されている案をあくまで支持し、またこれが設定の暁には協議会に団体加入することも規格部会、理事会で承認されている。製造工場缶マークの簡素化に対しては部会員團結して缶詰の将来のための前向きな姿勢で取り組み「地区別一連番号制」採用を決定したが、これが実現にはあらゆる努力を払つておし進めてゆく構えである。

〔 部 会 長、 副 部 会 長 決 定 〕

任期満了に伴い部会長、副部会長の選出を行なつた結果全員留任と決定した。なお(株)祭原取締役宮軒治兵衛氏は社内異動によりその後広瀬清氏と交替した。

部 会 長	桶 田 春 男	(株)逸見山陽堂	缶詰部長
副 部 会 長	広 田 正	(株)北洋商会	商品部長
	広 瀬 清	(株)祭 原	取 締 役

10. 水 産 部 会

水産缶詰は年々輸出向けがあまり期待できない状況下にあるところから全缶

協としては国内消費の伸びに特に力を入れることになり、43年度の事業方針である「共同宣伝に対応する販売の推進」に沿ってホワイトツナ油漬缶を表面に押し出し拡売につとめた。すなわち43年度から実施された缶詰共同宣伝の対象品目に取りあげ、百貨店、スーパー、団地、料理学校等で料理実演、試食に重点をおいたが、この共同宣伝活動に水産部会も積極的に応えて東京、大阪で開缶展示、試食、販売促進懇談会を開き実際に販売に携わる数多くの関係者の認識を高める活動を展開した。

また水産缶詰のうち数量的に相当のウエイトをもつサバ缶詰は価値のある商品であり、将来はサケ缶に変る商品として伸ばすべきであるとの見方により水産部会として積極的に販売していく姿勢が示された。

〔 部 会 長、 副 部 会 長 決 定 〕

43年12月6日の部会において部会長の三井物産株式会社第1部長代理坂下長作氏が同社仙台支店長代理に栄転のため、その後任に株式会社北洋商会広田正氏をまた副部長に川崎末生氏を選出した。

部 会 長	広 田 正	株式会社北洋商会	商品部長
副 部 会 長	小 穴 重 忠	株式会社古屋商店	常務取締役
”	川 崎 末 生	三井物産株式会社	食品部長代理
”	西 馬 武	加藤産業株式会社	専務取締役

11. 食 肉 部 会

42年10月2日付官報にハム・ソーセージ類の製造年月日の表示に関して告示があり同法によつて食肉缶詰にも製造年月日を表示しなければならなくなつたが、これに対して缶詰の本来の性格から同法により缶詰のハム・ソーセージまでが規定されることは問題であり、またこのことはやがて缶詰全体にも影響してくるとの見方から43年11月27日に全缶協の食肉部会有志が懇談、対策を協議しこれに引續いて日缶協、食肉缶工組、全缶協の3団体

は12月2日日缶協会議室でさらに問題を煮詰め、ハム・ソーセージおよびベーコンかん詰の製造年月日の標示に関する要望書を東京都衛生局長宛に3団体の連名で差し出すことを決定、12月5日日缶協平野常務、食肉缶工組淵専務、全缶協北田専務が都衛生局を訪問し文書を提出した。また長年懸案であつた食肉缶詰の表示問題もついにこれを解決し昭和44年3月2日「食品かん詰公正競争規約」施行にあわせ新表示の改版作業が積極的に進められていった。

[部会長、副部会長決定]

任期満了に伴う部会長、副部会長選出の結果全員留任と決定した。なおその後部会長の野崎産業(株)秋間健次氏は社内の人事異動に伴い後任の同社缶詰第2部長の山本伊作氏に部会長が交替となつた。

部会長	山本伊作	野崎産業(株)	缶詰第2部長
副部会長	竹内治雄	(株)国分商店	取締役
	橘田厳夫	(株)明治屋	専務取締役
	今井重太郎	(株)松下商店	取締役社長

12. 東部，西部政策調査部会

43年7月8日西部、7月9日東部の政策調査部会を開きそれぞれ部会長、副部会長を選出した後、43年度の部会活動方針として企業合理化のための缶詰返品問題、リベート制の廃止等を取りあげることになり、その方針に従つて43年度の事業活動が展開された。東京都食品卸同業会では43年8月下旬に本部会を開き缶詰の返品問題を協議の結果缶詰による返品率が多い実情から、その改善策について関係団体に要望書を提出したがこれに対して全缶協も賛成の立場から全面的に同調、協力していく姿勢を示し、缶詰返品に伴う $\frac{2}{1,000}$ 歩引きを推進すべく43年11月28日付で日缶協田上会長宛全缶協浅井会長名で「缶詰の包装改善並びに返品歩引きに関するお願いの件」

の要望書を提出、同時にその写を各県缶詰協会に送付しメーカーサイドにも協力を呼びかけた。またこれと同時に政策調査部会はリベート制度についても段階的に廃止する方向に努力してゆくことを申合せた。なお返品問題はその後同業会、日缶協、製缶協会、全缶協の4団体間での打合せを行ない、いよいよその実行段階に入り、食品同業会では44年4月1日からその実施に踏み切る旨の文書を関係先に送付し同時に小売販売店には凹缶、錆缶等販売店の責任にかかわる返品には応じない旨の文書を全缶協の連名で提出した。各企業における事務合理化はすべての企業の共通課題でありその合理化の一環として統一伝票について通産省が中心となり織物卸業界、食品業界、金物業界等の団体あい寄り、43年12月13日6団体で統一伝票促進懇話会を結成。全缶協もその一員に加わった。その後参加は12団体となり4回にわたり統一伝票のホームについて検討し、44年4月中に通商産業省企業局局長宛統一伝票促進懇話会名で当初の予定通り44年度内に伝票モデルを決定し、速やかに普及指導に着手されたき旨の要望書を提出することになった。全缶協としては統一伝票の主旨には賛成であるがまだ具体的決定事項はなくこれから通産省が業界の要望により統一伝票のモデル作成にかかるという研究段階にあるので部会としては43年度は特に方針を打ち出さず今後の動向を見つめてゆくという姿勢を取っている。

〔 部会長、副部会長決定 〕

任期満了に伴う部会長、副部会長選出の結果東部、西部の両部会とも全員留任と決定した。なおその後西部調査部会の部会長は㈱祭原宮軒治兵衛氏の同社内人事異動により、同社取締役広瀬清氏と交替した。

※東部政策調査部会

部会長	鈴木 崇	㈱鈴木洋酒店	取締役社長
副部会長	小穴 重忠	㈱古屋商店	常務取締役
・	岸田 直人	日缶商事㈱	専務取締役
・	萩原 弥重	㈱矢口屋商会	代表取締役

※ 西部政策調査部会

部会長	広瀬 清	(株)祭原	取締役
副会長	大橋 庄三郎	大橋 (株)	取締役社長
"	今井 重太郎	(株)松下商店	取締役社長
"	西出 忠義	(株)吉川商店	取締役会長

13. 全缶協役員改選

昭和43年5月9日の定時總會において任期満了に伴う役員改選の結果。(株)トーヨー社の廃業による理事退任のほかは全理事留任と決定し、会長には浅井二郎氏を再選、副会長は(株)逸見山陽堂専務取締役中山良助氏、野田喜商事(株)取締役社長野田喜三郎氏の両氏が決定した。

14. 中島董一郎氏 全缶協顧問を承諾

株式会社中島董商店代表取締役中島董一郎氏は全缶協会会長委嘱により全缶協顧問を承諾された。

15. 全缶協顧問 岩井感吾氏ご逝去

全缶協顧問株式会社松下商店取締役社長は昭和43年3月2日腹部腫瘍のため大阪府池田市石橋2〜9〜2の自宅で逝去された。享年73。

16. 会員総数

昭和43年度の会員数は賛助会員を含め292社であるがその県別会員状況は次の通りである。

県 別 会 員 一 覧 表

(賛助会員2社を含む)

(昭和43年4月1日現在)

県名	会員数	県名	会員数	県名	会員数
北海道	8	静岡県	7	大阪府	25
秋田県	5	長野県	18	兵庫県	16
岩手県	5	山梨県	2	岡山県	4
山形県	2	新潟県	10	鳥取県	1
宮城県	6	愛知県	19	広島県	5
福島県	6	岐阜県	3	山口県	2
東京都	70	富山県	5	愛媛県	2
神奈川県	11	石川県	5	高知県	1
埼玉県	2	福井県	2	福岡県	8
千葉県	6	滋賀県	6	大分県	1
茨城県	3	京都府	15	熊本県	3
群馬県	3	奈良県	1	鹿児島県	1
栃木県	3	三重県	5	合計	292

なおこの292社のうち年度内退会および44年3月31日をもって退会
 手続中のものは68社である。

昭和43年度における業務状況

会議	年月日	場所	主議題
普及宣伝部会	43. 4. 5	北洋商会	缶詰共同宣伝に関する件
理事会	43. 4. 5	"	定時總會提出議案
公取委事務局との打合せ	43. 4. 8	公取委	食品缶詰の表示に関する件
共同宣伝実行委員会	43. 4. 8	日缶協	缶詰共同宣伝実施について
共同宣伝果実缶小委員会	43. 4. 8	"	みかん、もも、みつ豆の 宣伝基本検討の件

公取委5人委員会 業界側打合せ	43.	4.	9	公 取 委	公正競争規約(案)、施行規則(案)に関する件
共同宣伝スローガン 打合せ	43.	4.	10	製 缶 協	共同宣伝スローガンの件
共同宣伝まぐろ小委 員会	43.	4.	11	鮪 輸 水 組	ツナ缶詰の共同宣伝に関する件
共同宣伝代理店共同 会見	43.	4.	12	"	共同宣伝に関する主旨伝達の件
共同宣伝事務局打合 会	43.	4.	12	日 缶 協	キャッチフレーズ作成、小委員会の決定事項の説明
共同宣伝野菜小委員 会	43.	4.	15	"	スイートコーン、アスパラ 缶詰 共同宣伝に関する件
農林省との流通問題 懇談会	43.	4.	17	農 林 省	加工食品卸売業の最近の経営動向と問題点について
チェリー缶詰正副会 長会議	43.	4.	18	北 洋 商 会	新物チェリー缶詰について
在京蔬菜部会	43.	4.	19	"	新物アスパラガス缶詰に関する件
共同宣伝実行委員会	43.	4.	23	ステーション ホテル	品目別宣伝基本方針の件
共同宣伝打合せ	43.	4.	24	日 缶 協	共同宣伝のオリエンテーションに関する件
公正競争規約申請手 続打合せ	43.	4.	30	"	公正競争規約認定申請書の件
公正競争規約認定申 請書の下打合せ	43.	5.	7	"	公正競争規約認定申請書に関する件
共同宣伝専門委員会	43.	5.	8	"	プレゼンテーション協議の件

定 時 總 会	43.	5.	9	東京商工会 議所	42.43年度事業報告、 計画、役員改選、その他
理 事 会	43.	5.	9	"	役員改選に伴う顧問および 部会、部会員に関する件
蔬 菜 部 会	43.	5.	9	"	新物筍缶詰情報交換
農産缶工組アスパラ部 会との懇談会	43.	5.	9	"	新物アスパラ缶詰に関する 件
規 格 部 会	43.	5.	13	北 洋 商 会	規約ならびに施行規則に関 する件
共同宣伝プレゼンテー ション打合会	43.	5.	13	日 缶 協	プレゼンテーション打合せ
共同宣伝専門小委員会	43.	5.	15	"	缶詰共同宣伝具体案打合せ
理 事 会	43.	5.	20	北 洋 商 会	公正規約認定申請承認の件
共同宣伝委員会トップ 会談	43.	5.	20	日 缶 協	缶詰共同宣伝実施方法決定 の件
共同宣伝事務局打合会	43.	5.	22	"	共同宣伝に関する代理店へ の連絡
	[43.	5.	23]	一公正競争規約認定申請書公取委提出一	
農産缶工組桃部会との 懇談会	43.	5.	27	静岡缶詰 協 会	43年における桃缶の生産 と需要の見通しについて
静岡缶詰協会内地部会 との懇談会	43.	5.	27	"	みかん、みつ豆缶等の市況 について
共同宣伝打合会	43.	5.	30	北 海 製 缶	共同宣伝に関する宣伝方法 の件
公正競争規約公聴会下 打合会	43.	6.	4	日 缶 協	公正競争規約に関する公聴 会の件

果実部会	43.	6.	5	北洋商会	正副部長選出、新物チェリー、桃缶詰に関する件
山形缶協との果実缶詰懇談会	43.	6.	6	山形市 食糧会館	新物チェリー、桃缶詰について
公正競争規約公聴会下打合会	43.	6.	8	日缶協	公聴会公述人に関する件
公正競争規約についての記者会見	43.	6.	13	"	公正競争規約についての説明
共同宣伝打合会	43.	6.	14	製缶協	共同宣伝開幕 1,000人パーティの件
公正競争規約公聴会(大阪)	43.	6.	17	大阪 商工会議所	公正競争規約(案)の認定等に関する公聴会
東京公聴会下打合会	43.	6.	18	日缶協	東京公聴会のための打合会
公正競争規約公聴会(東京)	43.	6.	20	経済企画庁 会議室	公正競争規約(案)の認定等に関する公聴会
普及宣伝部会	43.	6.	25	北洋商会	正副部長選出、部会活動方針
果実部会	43.	6.	25	"	新物桃缶詰について
水産部会	43.	6.	25	"	正副部長選出、部会活動方針
パインチップジュース打合会	43.	6.	26	製缶協	パインチップジュース缶について
公正競争規約に関するパイン缶表示打合会	43.	6.	27	北洋商会	公正競争規約施行規則のパインアップル缶詰表示基準に関する件
霞ガ関ビル缶詰 1,000人パーティ	43.	6.	28	霞ガ関ビル 36階	

公正競争規約事務局 打合会	43.	6. 29	製 缶 協	公聴会後の公取委側意見に 関する件
規約公取打診結果の 打合会	43.	7. 4	日 缶 協	
食 肉 部 会	43.	7. 5	北 洋 商 会	正副部会長選出、部会活動 に関する件
蔬 菜 部 会	43.	7. 5	#	#
緊急果実部会	43.	7. 5	#	新物チェリー、桃缶詰につ いて
規 格 部 会	43.	7. 5	#	正副部会長選出、部会活動 に関する件
西部政策調査部会	43.	7. 8	大阪会館	正副部会長選出、部会活動 に関する件
共同宣伝委員会	43.	7. 8	製 缶 協	
東部政策調査部会	43.	7. 9	日本橋 精養軒	正副部会長選出、部会活動 に関する件
公取委の意見事項に ついての打合会	43.	7. 9	北 洋 商 会	公取委の意見事項に対する 説明、検討
みかんブロークン対 策に関する打合会	43.	7. 10	#	ブロークン対策に関する件
山形缶協との懇談会	43.	7. 11	#	新物チェリー缶詰に関する 件
協議会設立準備委員 会	43.	7. 18	日 缶 協	規約(案)ならびに施行規 則に記載すべき事項、内容 についての検討
協議会事務局打合会	43.	7. 19	製 缶 協	協議会設立についての諸議 案

浅井会長、後藤理事 長会談	43.	7. 22	全 缶 協	みかん缶詰ブローケン対策 について
取引協議会打合会	43.	7. 25	北洋商会	協議会規則について
協議会事務局間打合 会	43.	7. 26	製 缶 協	・
公正取引協議会全缶 協下打合会	43.	8 5	北洋商会	食品缶詰取引協議会規則の 件
共同宣伝展示即売打 合会	43.	8 6	製 缶 協	
公正取引協議会団体 間打合会	43.	8 6	北洋商会	食品缶詰取引協議会規則の 件
共同宣伝専門小委員 会	43.	8. 14	製 缶 協	
果 実 部 会	43.	8 23	北洋商会	新物桃缶詰に関する情報交 換
農林省とのJAS懇 談会	43.	8. 26	松 本 楼	JASの現状、改訂、整備 について
共同宣伝大阪地区報 告会	43.	8 26	日 缶 協 関西支部	スケジュール及び内容報告 会
共同宣伝打合会	43.	8 27	製 缶 協	
フルーツショー打合 会	43.	8. 28	北洋商会	「フルーツショー」協賛参 加について
JAS連絡協議会準 備会	43.	8 28	日 缶 協	缶詰JAS連絡協議会設立 について
公正競争規約の認定	43.	8. 30		9月2日官報に告示
在京蔬菜部会	43.	8. 31	北洋商会	新物スイートコーン缶詰に 関する件

[43. 9. 2] 一公正競争規約告示一

台湾産筍缶詰 開缶研究会 第 1 回	43. 9. 3	東京 都 中小企業 会 館	主催、日本農産缶詰輸入商 社協議会
第 2 回	43. 9. 25		
在京普及宣伝果実部 会	43. 9. 5	北洋商 会	フルーツショー協賛参加の 件
缶詰規格連絡協議会 連絡会	43. 9. 5	日 缶 協	協議会規則について
在京規格部会	43. 9. 5	北洋商 会	公正競争規約、缶詰規格連 絡協議会設立について
「フルーツショー」 現地見学	43. 9. 7	向ガ丘遊園	
在京普及宣伝果実部 会	43. 9. 13	北洋商 会	フルーツショー展示即売参 加申込、その他
第 1 回缶詰規格連絡 協議会	43. 9. 13	日 缶 協	道産さば、筍 5 G 缶の表示 及び規格について
開缶展示、試食販売 促進懇談会（東京会 場）	43. 9. 17	東京商工会 議所	ツナ油漬、アスパラ、スイ ートコーン缶詰の販売促進
フルーツショー参加 店 打合会	43. 9. 20	北洋商 会	フルーツショー参加につい て
共同宣伝缶詰料理試 食研究会	43. 9. 26	ワールド・ クッキング スクール	ツナ油漬、アスパラ、スイ ートコーン缶詰を中心とし た缶詰料理
フルーツショー開幕 式	43. 9. 28	向ガ丘遊園	
公正取引協議会下打 合会	43. 9. 30	製 缶 協	協議会規則、委員会規定の 件

公正取引協議会規則下 打合せ	43. 10. 5	製 缶 協	協議会規則、委員会規定 の件
在京有志懇談会	43. 10. 7	北洋商會	「全糖」表示についての 主婦連調査に関する件
在京果実部会	43. 10. 15	・	全糖品の人甘検出問題の 件
協議会規則に関する弁 護士懇談会	43. 10. 15	丸ビル 精養軒	協議会規則(案)につい て
蔬菜・規格合同部会	43. 10. 17	味の素 大阪支店	筍大型缶農林規格に関す る件
果実部会	43. 10. 17	・	新物みかん缶詰に関する 件
共同宣伝司厨向料理研 究会	43. 10. 17	京都大和料 理専門学校	業務用缶詰の料理実習、 開缶展示試食
・	43. 10. 18	大阪日本調 理士学校	・
開缶展示、試食販売促 進懇談会(大阪会場)	43. 10. 18	味の素大阪 支店5階ホ ール	ツナ油漬、アスパラ、ス イートコーン缶詰の販売 促進
公正取引協議会事務局 間打合せ	43. 10. 21	製 缶 協	規則(3)に関する確認事項
缶詰規格連絡協議会	43. 10. 22	日 缶 協	筍大型農林規格、その他
日缶協、全缶協会会長 談	43. 10. 24	日魯漁業 会 長 室	全糖問題今後の対策
缶詰返品問題 4 団体打 合せ	43. 10. 25	製 缶 協	同業会提案の缶詰返品問 題について
規約説明会	43. 11. 4	大 阪 合同ビル	公正競争規約についての 説明

公正取引協議会発起人会	43. 11. 7	日 缶 協	協議会設立についての諸議案
新年名刺交換会打合せ	43. 11. 8	"	日時、会場、会費等打合せ
在京蔬菜部会	43. 11. 18	北洋商会	マツシユルーム缶詰、筍大型缶詰規格(案)に関する件
缶詰規格連絡協議会	43. 11. 21	日 缶 協	筍大型缶詰規格(案)について
規約説明会	43. 11. 21	東京都勤労福祉会館	公正競争規約についての説明
マツシユルーム懇談会	43. 11. 21	日 缶 協	マツシユルーム缶詰市況、品質等について
内規事項確認事務局打合せ	43. 11. 22	"	規約、内規に規定すべき内容に関する打合せ
東部政策調査部会	43. 11. 25	北洋商会	返品問題、缶詰歩引に関する件
理 事 会	43. 11. 25	"	公正取引協議会全缶協負担金の件、その他
全国食品缶詰公正取引協議会創立總會	43. 11. 26	赤坂三会堂	諸議案を可決
規約説明会	43. 11. 27	門 司 中央公民館	公正競争規約についての説明
食肉缶詰打合せ	43. 11. 27	北洋商会	食肉缶詰製造年月日の表示について
規約説明会	43. 11. 28	尾道公会堂	公正競争規約についての説明
第1回フルーツショー終了	43. 11. 30	向ガ丘遊園	

食品缶詰の製造年月日 打合会	43. 12. 2	日 缶 協	日缶協、全缶協、食肉缶工 組、3団体が協議
水 産 部 会	43. 12. 6	北 洋 商 会	正副部会長異動に関する件 その他
果 実 部 会	43. 12. 6	"	新物みかん缶詰に関する件
蔬 菜 部 会	43. 12. 6	"	筍大型缶詰規格(案)に ついて
チクロ問題説明会	43. 12. 6	"	チクロ問題についての説明 及び今後の動向
果汁規約説明会	43. 12. 12	製 缶 協	果実飲料の表示に関する公 正競争規約要綱(案)につ いて
共同宣伝決算の件打合 会	43. 12. 19	"	缶詰共同宣伝に関する決算 の件
規約説明会	43. 12. 21	静 岡 缶 詰 協 会	公正競争規約についての説 明
在京規格部会	43. 12. 24	北 洋 商 会	公正競争規約内規事項確認 製造缶マーク、その他
果実飲料規約打合会	44. 1. 8	果 汁 協 会	果実飲料の表示に関する公 正競争規約(案)について
価格に関する不当表示 防止法説明会	44. 1. 9	公 取 委	価格についての不当品類 及び不当表示防止法
規約説明会	44. 1. 11	カゴメ本社 ビ ル	公正競争規約についての説 明
常任理事連絡会	44. 1. 16	日 缶 協	経過報告、内規事項その他
在京規格部会	44. 1. 27	北 洋 商 会	製造工場缶マーク、アスパ ラ缶規格一部改正、その 他

統一伝票促進懇話会	44.	1. 29	日本商工会 議所	統一伝票モデル(案)統一 可能範囲について
缶詰用黄桃に関する検 討会	44.	2. 3	畿協ビル	主催全販連、浅井会長出席
果実部会	44.	2. 7	北洋商会	新物みかん缶詰の需給情勢 に関する件
蔬菜部会	44.	2. 7	"	新物缶詰需給情勢に関する 件
規格部会	44.	2. 10	"	製造工場缶マーク
缶詰規格連絡協議会	44.	2. 12	日缶協	特選標示、旧表示缶届出 その他
規約説明会	44.	2. 12	富士銀行 仙台支店	公正競争規約についての説 明
規約説明会	44.	2. 14	函館市 共愛会館	公正競争規約についての説 明
缶詰東部地区懇談会	44.	2. 18	北洋商会	新物缶詰受入態勢その他
缶詰中部地区懇談会	44.	2. 19	名古屋 都ホテル	"
缶詰西部地区懇談会	44.	2. 20	味の素 大阪支店	"
理事会	44.	2. 25	北洋商会	製造工場缶マークその他
蔬菜部会	44.	2. 25	"	新物缶詰意見統一その他
規約説明会	44.	2. 26	都福社会館	缶詰検査協会対象
第3回統一伝票懇話会	44.	2. 27	日本商工会 議所	伝票様式その他
公正取引協議会常任理 事連絡会	44.	3. 1	製缶協	規約、付則の経過措置につ いて

[44. 3. 2] 公正競争規約施行

[44. 3. 3] 果~~実~~飲料の表示に関する陳情書
全缶協連名で提出

公正取引協議会商社打 合会	44. 3. 5	日 缶 協	規則第2号の一部改正につ いて
缶詰全国大会	44. 3. 7	島原市立 体 育 館	
公正取引協議会常任理 事会	44. 3. 17	製 缶 協	取引協議会理事会提出資料 について
日本ドライビース缶詰 製造協議会創立總會	44. 3. 19	名古屋市 ホテルニュー ーナゴヤ	大橋、北村正副部長、北 田専務理事出席
缶詰返品問題4団体打 合会	44. 3. 20	国分商店	返品問題対策についての主 旨説明、3団体に対する要 請
みかん缶工組内販対策 委員との懇談会	44. 3. 25	丸の内 ホテル	内販みかん缶詰の市場の安 定、消費拡大
公正取引協議会理事会	44. 3. 26	ルビーホール	予算、決算、事業計画その他
第4回統一伝票懇話会	44. 3. 27	日本商工会 議所	通産省に提出の要望書の件
規約説明会	44. 3. 31	長 野 市 産 業 会 館	競争規約の説明

議 長 昭和43年度事業報告に関する件はただいま専務理事から報告申し上げたような内容であるが、なにか質問があればご発言いただきたい。第1号議案について質問がないようなので原案の通り承認いただいたものとしたい。

————— 全 員 異 議 な し —————

第 2 号 議 案

議 長 引き続き第2号議案「昭和43年度決算報告に関する件。①収支決算書、②財産目録、③貸借対照表」を一括でご審議願いたい。決算諸表について北田専務理事から読みあげてもらい報告致したい。

————— 専務理事、決算諸表につき説明 —————

昭和43年度収支決算書

(自昭和43年4月1日～至昭和44年3月31日)

所 入 の 部

項 目	予算額	決算額	対比(増減)	備 考
前年度繰越金	2,199,223	2,199,223	—	
会 費	8,540,000	7,560,000	△980,000	会 員 290社
賛 助 会 費	2,200,000	2,200,000	—	賛助会員 2団体
そ の 他	30,000	189,166	159,166	銀行利息他
合 計	12,969,223	12,148,389	△820,834	

支 出 の 部

項 目	予 算 額	決 算 額	対 比 (増 減)	財 産 目 録 計 上 額
1. 事業費	7,600,000	5,738,292	△1,866,708	
① 旅 費	3,000,000	2,846,800	△ 153,200	
② 会 議 費	1,000,000	897,040	△ 602,960	
③ 広 報 費	1,500,000	1,134,935	△ 365,065	
④ 調 査 費	100,000	0	△ 100,000	
⑤ 宣 伝 費	4,500,000	3,722,060	△ 777,940	
⑥ 交 際 費	100,000	94,577	△ 5,423	
⑦ 賛 助 費	100,000	100,000	—	
2. 事務費	4,465,000	3,909,007	△ 555,993	
① 人 件 費	2,450,000	2,399,569	△ 50,431	
② 退 職 積 立 金	245,000	254,863	9,863	254,863
③ 借 室 費	500,000	497,700	△ 2,300	
④ 什 器 備 品 費	150,000	39,400	△ 110,600	39,400
⑤ 電 話 料	120,000	95,505	△ 24,495	
⑥ 交 通 費	200,000	113,470	△ 86,530	
⑦ 図 書 費	100,000	26,150	△ 73,850	
⑧ 消 耗 費	150,000	99,371	△ 50,629	
⑨ 厚 生 費	250,000	241,499	△ 8,501	
⑩ 諸 雑 費	300,000	141,480	△ 158,520	
3. 予 備 費	904,223	100,000	△ 804,223	
① 予 備 費	904,223	100,000	△ 804,223	
合 計	12,969,223	9,742,299	△3,226,924	294,263

△印は減を表わす

収入の部合計	12,148,389
支出の部合計	9,742,299
差引当年度剰余金	2,406,090

◎会費収入のうち予算外収入、前年度分10社20万円、退会取消4社8万円計28万円が含まれております。

◎当年度未収会員60社、未納会費126万円

◎その他の収入のうち日本バイナツブル輸入協会、沖縄バイナツブル缶詰輸入協会より頂きましたフルーツヨー分担金計10万円が含まれております。

◎退職積立金支出額には前年度分に対する受取利息14,863円が含まれております。

財 産 目 録

(昭和 44 年 3 月 31 日現在)

科 目	摘 要	要	金 額
現 金	期末手元有高	68,151	68,151
銀行預金	神戸銀行八重洲口支店 普通預金	2,057,779	
	三井銀行 " "	168,054	
	三菱銀行日本橋支店 " "	61,240	
	富士銀行八重洲口支店 " "	50,866	2,337,939
	小 計		2,406,090

基 金

什器備品	ゲーハ輪転機	1	146,596	
	リコピー	1	57,120	
	日経タイプ(机、スタンド他舎)	1	55,680	
	事務机	4	32,100	
	事務用椅子	5	10,200	
	宛名印刷機(机、カードケース共)	1	28,200	
	応接セット	1	11,820	
	ロッカー	2	11,160	
	缶詰陳列戸棚	1	12,000	
	書庫	1	10,800	
		その他1万円以下9点		34,314
電話加入権	電話架設費用		10,300	10,300
退職積立金	神戸銀行八重洲口支店 定期預金		570,182	570,182
前払費用	借 室 費 4月分		41,475	41,475
	小 計			1,031,947
	合 計			3,438,037

当年度減価償却実施額(定額20%)

貸 借 対 照 表

(昭和44年3月31日現在)

資 産 の 部		負 債 の 部	
科 目	金 額	科 目	金 額
現 金	68,151	当年度剰余金	2,406,090
銀行預金	2,337,939	基 金	1,031,947
什器備品	409,990		
電話加入権	10,300		
退職積立金	570,182		
前払費用	41,475		
合 計	3,438,037	合 計	3,438,037

次年度繰越金	2,406,090
当年度基金繰入額	294,263

議 長 昭和43年度決算諸表の内容はただいま北田専務理事から報告致した通りであるが、監事店の柳矢口屋商会、萩原弥重氏から監査の報告を願いたい。

萩原氏 過日、監事の柳ヤマムロさんとともに会計監査を行なったが、ただいま専務理事の報告の通り収支決算書、財産目録、貸借対照表に相違なく、また銀行の残高証明も年度末の3月31日にとつてあり、間違いないことを合せ報告する。

議 長 昭和43年度の決算に関する監査の結果はただいま監事からの報告の通りである。この収支決算書にもある通り、各項目にわたつて予算を残しているが、これは全缶協の活動を怠つたためでなく、むしろ活動は活

発に展開してきた。従来協会、組合といった団体は形式的にとらわれていたが、全缶協は会社的な動き方をし、実質的な仕事に結びつく活動をする方針で進めた結果であるのご理解いただきたい。ただいまの決算諸表に関してなにか質問があればご発言願いたい。

—— 全 員 異 議 な し ——

第 3 号 議 案

議 長 それでは第2号議案は原案の通りご承認いただき、第3号議案「昭和44年度事業計画(案)承認の件」の審議をお願いしたい。先ず北田専務理事から報告いたしたい。

—— 専務理事、昭和44年度事業計画(案)を朗読 ——

昭和44年度事業計画(案)

当協会の43年度事業計画は①共同宣伝に対応する販売の推進、②業界安定化のための諸施策の推進、③関連団体、諸官庁との連絡と協調の三大方針を軸として積極的な姿勢で取り組んできた。

新年度は創立以来第4回目の年度を迎え、2年5カ月を経てきたことになるが、44事業年度は42、43事業年度における基礎づくりの段階からこの2年5カ月の実績をもととして実質の内容の充実を図り、有力問屋の全国団体にふさわしい前進をすべき年度であると思われる。この意味において各部会の部会活動はいよいよ重要性を帯び、その作業はますます多岐にわたるものと見られるが、水産部会、果実部会、蔬菜部会、食肉部会の品種別4部会を中心にこれら

部会に関連する規格部会の活動をより具体化し、時流に即応した普及宣伝を実施するとともに各地区別の政策調査部会においては流通段階における合理化問題を意欲的にとりあげ、この苦難多き業界の道を拓き開くべく、新しい姿勢で組織の強化と業界安定化のための諸施策の推進を図り、当協会としての責務を果す存念である。44事業年度は当協会の価値性を高める年度であり、また業界の推進力となつて活動すべき年度であるとも思考されるが、強力な団結のもと、次に掲げる事業を遂行せんと念願する。

1. 共同宣伝に対応する販売の促進

缶詰の共同宣伝については全缶協創立以来その実現が最も大きな眼目の一つとされていたが、関係業界に積極的に働きかけることにより、42年度にはみかん缶詰を續いて43年度はみかん、もも、フルーツみつ豆、まぐろ油漬、アスパラガス、スイートコーンの6品種が共同宣伝の宣伝対象として取りあげられ、多大の成果をあげた。44年度も引續き消費拡大のための共同宣伝が新しい角度から取りあげられ実施されることになつてゐるが、この共同宣伝に対応してより意欲的な販売の促進を図ることは全缶協の当然の責務であり、将来性ある缶詰の育成、新商品の開発にも力を注ぎ、希望のある缶詰業界に大きく成長させるべく努力致したい。そのためには共同宣伝に依存するばかりでなく、当協会独自の普及宣伝、すなわち直接消費につながる宣伝活動も実施してゆく方針である。

2. 適正価格形成への諸施策の推進

缶詰業界はここ数年の間多難な道を歩みつづけてきたが、こうした業界の現状打破は、われわれ有力販売業者こそが旗がしらとなつて打開すべきであると考察する。そのためにはまず過当競争を排除し、販売効率と利益率の引上げを行ない、価値ある缶詰が価値どおりの価格で取引きされる業界に育ちゆ

くよう全体観に立つて尽力したい。特に最近における流通構造の変革はわれわれ販売業者にとつて厳しい試練を要請しており、巨大なる生産者の力と小売部門におけるビッグストアーの力との間にあつて、いかにしてこれらと均衡を保ち、将来への道を開拓するか。このことがわれわれ有力問屋業者にとつて最大の課題として提起されている点である。これを克服するためには問屋の権威と近代の間屋パワーを確立することであり、当協会会員挙げての団結によつて需要と供給量の調整を図り、適正価格の位置づけに努力をおしまぬ存念であり、市場調査をはじめ流通機構の合理化等を推進し、共存共栄の精神を貫きたい。

3. 品質向上と信頼性の強化

消費者保護基本法の成立によつて食品衛生法、農林物資規格法など関係法の内容が改められる方向にあるが、缶詰業界自体も新姿勢でこれを受け入れなければならない情勢にあり、缶詰の表示と規格は益々重要度を増し、これを無視しては販売は成り立たない状況となつてきた。

43年度においては「食品かん詰の表示に関する公正競争規約」が設定され、これに伴い全国食品缶詰公正取引協議会が発足し、また缶詰規格連絡協議会も創立されたが、この両協議会に参加している全缶協は、消費者に最も密接しているただ一つの有力な全国問屋団体であり、表示ならびに規格等の整備、改廃、設定に関しては前向きな姿勢で取り組み、品質向上に専念するとともに、適正な表示によつて消費者への信頼性を高めてゆくことを使命とするものと心がけたい。

また同時に、より緊密に関連団体、関連諸官庁との連繫、協調を図り、もつて缶詰産業の健全なる繁栄を期するものである。

以上の事業計画をもととして年度内の作業編成をなし、適確、迅速な処置を行ないたい。

議長 第3号議案昭和44年度事業計画(案)はただいまご報告の通りであるが、毎年、全缶協はテーマをなるべく少なく、予言して実行しないということではなく、実行出来るものを一つ一つ実施に移していく姿勢である。「1共同宣伝に対応する販売の促進」はわれわれ問屋として当然の使命であり、共同宣伝を裏づけとしてわれわれは販売の面で消費促進を図るという考えで第1に掲げた。全缶協の全体の立場として部会員、役員店以外は月報の他に全缶協の活動を知らせる機会がないわけで、従つて地方会員に対しての直接販売に繋つたメリットも考える必要があり、その方法として10数年前の缶詰祭り式の方法もあるがやはり新しい時代には新しい方法で当協会独自の宣伝も取り上げていきたい。このことに関しては第5号議案の収支予算にも宣伝費として組入れてあるが、普及宣伝部会で立案し、理事会にかけて決定いただいた。当協会独自の宣伝費350万円を基金に同額を全缶協会員の手を借り主力取引メーカーに最低1万円から最高10万円の賛助を願ひ合計700万円で全缶協独自の宣伝を行う。その宣伝方法は125万個の缶切と、それにPOP広告を缶切50個に1枚の割で作成し、7月1日を期して1週間「缶詰食べましょう週間」を設けて缶詰を買い上げた一般消費者に缶切(小売価格1個15円)を無償で提供する方法である。これはメーカーの賛助金の如何によらず推進していく方針で、すでに実行に移つている。

この事業は全缶協会員店のみの手によつて小売店に配ることにしてゐる。会員への缶切分配方法は平等割 $\frac{1}{3}$ 、会費割を $\frac{2}{3}$ という基準で行なう。従つて全缶協の会費のランクは、年間会費2万円、3万円、4万円、6万円、7万円、8万円、10万円、12万円、15万円のランクになつてゐるが、いまの基準で配ると2万円 会費 1社4,000個づつ配分されることになる。

3万円の会員には1社5,000個、 4万円—7,000個、6万円—

9,000個、7万円ー10,000個、8万円ー11,000個、10万円ー13,000個、12万円ー15,000個、15万円ー18,000個、合計234社 1,246,000個という数字であるが、缶切りの注文は125万個申込んでいる。缶切には「缶詰食べましょう」と刻印しその下に全国缶詰問屋協会の名前を入れている。「2.適正価格形成への諸施策の推進」はメーカーもわれわれも缶詰を儲かる商品に育成することであり、問屋機能の充実も適正価格の形成が基礎となるとの考えから全缶協の活動方針として推進していきたい。「3.品質向上と信頼性の強化」については消費者保護基本法が成立したことはご承知の通りだが、これによつて食品衛生法、農林物資規格法など一層食品に関しては強化され特に缶詰は主婦連などから集中攻撃を受けているので、われわれは先手を打つて食品行政に対処していくことが必要であるとする。

本年度は以上3つを柱として活動を開始したい。この第3号議案についてなにかご意見があればご発言いただきたい。ご質問もないようなので原案通り決定させていただいてよいか。

————— 全 員 異 議 な し —————

議 長 それでは原案通り決定させていただきたい。丁度時間も12時15分となつたので1時まで中断させていただき昼食休憩に致し、1時から再開したい。

————— 12.15～13.00時 昼食休憩 —————

————— 13.00時 再 開 —————

第 4 号 議 案

議 長 定刻1時になるので会議を續行させていただきたい第3号議案まで午前中に審議決定いただいたので、第4号議案「昭和44年度会費賦課徴収方法に関する件」をお諮りしたい。会費の額については、東京は株北洋商会、日缶商事株、株逸見山陽堂。名古屋は株北村商店、山田商事株。関西は大橋株、株祭原、野田喜商事株の以上8社によつて会費査定委員が設けられているが、昭和44年度の会費の査定額は前年と同額とこの委員で決定しこれを理事会に諮り、従来通りということになった。また会費の賦課徴収方法も、本年は特に缶詰食べましよう運動の700万円、缶切配布案の半額を缶詰協が負担するので、この總會終了後直ちに年間会費を1回払いで願うという方法を理事会で決定している。会費は2万円160社、3万円21社、4万円9社、6万円18社、7万円1社、8万円2社、10万円8社、12万円3社、15万円5社（合計222社、711万円）の段階になつており、第4号議案は理事会決定の通り年1回払いということでご承認いただきたいと思うがいかがか。

———— 全 員 異 議 な し ————

第 5 号 議 案

議 長 第4号議案は原案の通り決定いただき、第5号議案昭和44年度収支予算決定の件で先ず北田専務理事からその内容を報告致したい。

———— 専務理事、昭和44年度収支予算（案）を報告 ————

昭和44年度収支予算(案)

(自昭和44年4月1日 至昭和45年3月31日)

収入の部

項 目	予 算 額	備 考
繰越金	2,406,090	
会費	7,110,000	会員 222社
賛助会費	2,200,000	2団体
その他	50,000	
合 計	11,766,090	

支出の部

項 目	予 算 額	備 考
1. 事業費	6,600,000	
① 旅 費	400,000	会長、副会長、専務理事、職員の出張旅費
② 会 議 費	800,000	總會、理事会、部会、懇談会などの会場費経費
③ 広 報 費	1,400,000	月報、談事録、定款など事業の印刷費、発送費
④ 宣 伝 費	3,700,000	新聞、その他の広告料、普及活動費
⑤ 交 際 費	150,000	会長、副会長、専務理事の対外折衝に伴う費用
⑥ 賛助費、会費	150,000	日 伍協賛助費、取引協議会々費
2. 事務費	4,600,000	
① 人 件 費	2,700,000	役職員の給与、賞与、手当
② 退職積立金	270,000	年間給与の10分の1以上
③ 借 室 費	500,000	12カ月分の家賃(光熱費を含む)
④ 什器備品費	100,000	備品、什器
⑤ 電 話 料	130,000	電話、電報、その他
⑥ 交 通 費	200,000	役職員の定期、都内交通費
⑦ 函 書 費	50,000	年鑑、新聞、その他、専門書
⑧ 消 耗 費	150,000	事務用品、日用雑貨、その他
⑨ 厚 生 費	300,000	職員の保険料、保健衛生費、その他弔慰金等
⑩ 諸 雑 費	200,000	修繕費、その他雑費
3. 予 備 費	566,090	
合 計	11,766,090	

(注) 但し上記の款項目流用は認めず。

議長 昭和44年度収支予算決定の件は以上の通りであるが、収入の部はさきほども報告したように、繰越金が2,406,090円、会費は222社7,110,000円。賛助会費は製缶協会、日缶協の2団体で220万円となっており製缶協会の200万円についてはこの予算を編成する前にあらかじめ諒承を得た。大体収入の部について本年は狂いはないと思う。昨年是一般会費で100万円の狂いがでたが、本年は2万円の会費に対し小売価格で6万円相当の缶切が無料で配布されるので会員が増えても減らないのではないかと見ている。会費は予算通りに入つてくると見ている。

支出の部は前年と比較して広報費、会議費が若干多くなっているが、これは全缶協の活動が活発になればなるほど部会、理事会その他打合会、懇談会といった会議がより多く開かれ、それに伴い広報活動も活発となるということを見込んで予算を編成した。宣伝費は先刻報告したように共同宣伝は製缶、製鉄の拠出により1億3千万円の予算で実施するが、メーカーとわれわれはこの共同宣伝に資金の面でも参加出来るような方向に順次もつていかななくてはならないと考えている。こうした過程において、やはり全缶協独自の宣伝は必要であるということで7月1日から「缶詰食べましよう週間」を設定した。宣伝費予算の870万円のうちから350万円をこれに支出する。事務費の内容は人件費、退職積立金が増えているが、1割強の昇給を行なっている。その他は前年度の決算額に見合った額で編成しており、残りは全部予備費に持つていつた。昭和44年収支予算は以上の通りであるがこの原案についてご異議があればご発言願いたい。

——— 全 員 異 議 な し ———

第 6 号 議 案

議長 ただいまご賛成をいただいたので第5号議案は原案通り可決させてい

ただき、第6号議案の「退会々員に関する件」に移りたい。なお退会会員60社については北田専務理事から報告いたしたい。

専務理事 43年度の当初会員数290社であつたが、43年度中に会費未納の会社が60社あつた。当協会は会費未納会社はその翌年は退会の形をとつていただくという建前から、この60社(126万円)は退会となり結局3月31日の年度末には230社になつた。さらに新年度は12社の退会通知があり新年度は222社、711万円ということで予算を編成した。なおその後4社が会費納入により会員復活というかたちとなつている。

議長 会員の異動については以上であるが、ここでご承認を得たいことは未納会費についてその会員店に退会手続をとつていただくと同時にその未納金も切り捨てるというように致したいと思う。

———— 全 員 異 議 な し ————

第 7 号 議 案

議長 第6号議案はそのように処理することをご承認いただく。第7号議案の「その他」については事務局としては特に協議事項はないが、みなさんからなにかご意見があればお聞せ願いたい。

本日、賛助会員の日本製缶協会の阿江専務理事がお見えであり、共同宣伝の予算1億3千万円を製缶、鉄鋼から拠出いただいて、共同宣伝の推進役としてご尽力を願つているので、この共同宣伝に関し、阿江専務から報告いただくと同時に消費者保護基本法の成立に伴い、食品衛生法、表示問題、農林規格の改正といったことと製缶協会の立場からも、悩んでおられる点もあり、そうした問題はすべて全缶協と密接な連繫のもとに対策を練つているが、問屋に対して製缶協会としての要望

もあろうかと思うのでいま申しあげた主旨でご発言願いたい。

阿江専務理事 全缶協が発足してから第4年目に当ると思うが、われわれの期待通りに着々と業績を残されており、心からお喜びを申し上げたい。まず缶詰共同宣伝であるが、本年の共同キャンペーンの要綱をお話しする前に基本的なものとして1昨年、製缶協、日缶協、全缶協でみかん缶詰の共同宣伝を3,000万円で実施した昨年1億円の予算で共同宣伝を実施したが、43年の缶詰はよく売れ、先ず成功だつたと思う。本年度は1億3千万円の予算で共同宣伝を実施するが、内部的には製缶、製鉄側だけの負担でことしもやるのかといった声もある。しかしブリキメーカーと流通段階との宣伝のイメージには差があり、問屋は2次、3次、小売店の協力を得て、流通面の宣伝といったキメの細かい消費宣伝を考えるのは当然であり、製鉄の素材メーカーの考えるPRとは違いこれと一緒に考えようとするには無理がある。それにしても問屋は結集力があり、金を集めようとすれば集まるが、メーカーは出来ないと思う。現実に問屋は昨年朝日新聞主催の向ヶ丘遊園地のフルーツショーに全缶協として一つのよい場所をとり、販売促進を行なつたが、本年も全缶協の独自の宣伝として缶切を無料配布するといったキメの細かい宣伝を実施するということであり、こうした宣伝も共同宣伝に結びつくのではないかと私は理解している。昨年は媒体として總花式であつたが、ことしはテレビを中心に1億円を当て、残りの3千万円は総合的に消費者に教育宣伝する方法を考えたい。例えばフィルムを20～30分物で店頭や集会所で自由自在に映写、説明出来るカセット、フィルム(8ミリ用)もできており、それを使つてはどうかと思う。ことしの委員には全缶協の中山副会長、北田専務理事に参加願つているが、日本水産の原さんが委員長、中山さんが副委員長となり、缶詰キャンペーン委員会という名称で呼ぶことにしている。企画は電通に任せ、東京は6月、関西は7月、

それぞれの中元期にスポットが間に合うよう作業を進めている。7月以降はもう少し落ち着いてやり、年間を通じプロモーションを展開したい。なお品物がない地域に宣伝しても意味がなく、全缶協の協力を得て、どこの地域で荷もたれしているか、また品薄か、みなさん方にテーブルを提供しようと思うわけで情報とアドバイスを今後お願いしたい。ことしは1年365日、12ヶ月を通じコンスタントにPRを流していくが、秋、歳暮時期といった缶詰需要期に重点を置くようにしたらよいと思う。製造工場缶マーク、製造年月日の問題で農林物資規格法をなし崩しに改正されつつあるが、たけのこ、アスパラガス、もも、なしと全く不意打ちに業界で検討する間もなく農林省が提起し、また厚生省もこれと同様である。一方業界側もトマト工業会では缶マークを単独で決定し、果汁組合も別個にきめ、個々バラバラで農林省、厚生省に直接交渉しており、それらが決められた後では問屋、われわれが文句をいつても遅いといった面がある。公正競争規約がこの春から実施され、それに沿って製缶会社も改版を進めているわけであるが、今度は農林省が公正規約の上を行くような改正を行なってくる。これは消費者を欺瞞する以外の問題であると思う。缶詰の農林規格法にも等級を設けようとの意向であるが、国鉄などは1等をなくしてグリーンカーを設けている時代であり、いまだき等級を設けようとする姿勢ではどうかと考える。ももの表示問題も農林規格は特級、流通するのは特選で読み変えることは出来ないものか。私はそれは出来る主張している。缶マークについても製缶協会としては直接ではないが関心があり、厚生省から内示があつても業界で結論が出なければ話し合がつくまで十分に時間をかけて検討すべきである。

鈴木氏 5月30日農林省諮問機関として流通対策専門部会があり、第1回目の会合を開くが、農林省企業流通部大河原部長も細かいことでも言論してよらしいとのことであり、これには日水の村上専務、後藤缶詰の後藤

社長なども出席されている。折角こうした会もあり、村上氏、後藤氏から発言していたら記録にも載ると思うのでお打ち合せ願つたらどうか。

阿江氏 とにかく公取委、厚生省、農林省に対し業界は弱く、すぐイエスサマーといつてしまう。商売のためにこれは駄目だとはつきりといえるようにわれわれ業界が団結しなければいけない。

議長 われわれとして一番困るのは、公正規約にそつてやつたらよいのか、農林規格でやるのかという問題である。食品衛生法、公正規約、農林規格といつた三様にも違つた表示があつてはわれわれはたまらない。公正規約は「特選」で農林規格は「特級」となると、われわれの手マークにこの2つを書くことになり、消費者が買って疑問が当然起こる。これをどちらかに統一せよという議論をやるべきだ。

阿江専務理事 「2つ割」といつた細かい点は流通対策専門部会の場ではいえないかも知れないが、長期にわたつて慎重審議をしたいということである。

議長 本日は業界紙の記者の方にも来ていただいたが、特に業界紙で大きく取り挙げていたときたいことは、全缶協の独自の宣伝ということで「缶詰食べましょう週間」を設け125万個の缶切を消費者に無料で提供するわけだが、7月1日から実施することになっている。すでに缶切の注文、ポンターの作成、メーカーへの協賛呼び掛けも済んでおり、これを大きく新聞に取り挙げ協力いたときたいと思う。それではみなさんのご協力で昭和43年度定時総会もスムーズに進んだのでこれをもつて終了致したい。

————— 14.30時 終了 —————

昭和44年5月23日

議長 浅井二郎
署名人 鈴木 崇
署名人 杉崎 一郎

缶詰共同宣伝実行委員会

- 日時 昭和44年5月7日 13.30～17.00時
- 場所 日本缶詰協会 会議室
- 議題 ① 43年度缶詰共同宣伝結果報告
② 44年度缶詰共同宣伝実施について
③ その他
- 出席 原喜三郎氏、中山良助氏、阿江伸三氏、隅野勇氏外15名。

※ 実行委員会の概要

43年度缶詰共同宣伝の追跡調査結果について中央調査社の大貫氏より概略の説明があつたあと、原委員長より、5月2日、日本製缶協会々長高碓芳郎氏、日本缶詰協会々長田上東稻氏、全国缶詰問屋協会々長浅井二郎氏の3者で44年度缶詰共同宣伝実施についての話し合い結果の報告があつた。このトップ会談では44年度は1億3千万円の予算で関西テレビを軸とし、東京フジテレビ、東海テレビ等のネットに1日平均5～6回のスポット(タレントは例えばコント55号等)5カ月から6カ月継続する構想であるが、それをもとに協議した結果、本年度は委員を10名程度にしぼり、その実施の具体案に関しては5月13日、あらためて打合せを行なうこととなつた。

食品衛生法に基づく標示説明会

- 日時 昭和44年5月7日 10.00～12.00時
- 場所 全国ビスケット会館 8階 会議室
- 議題 食品衛生法に基づく標示説明の件

出席 厚生省環境衛生局食品衛生課 野津課長

沢栗技官

〔業界側〕

食品加工全国団体連絡協議会の会員団体である全日本菓子工業協同組合連合会外12団体。ならびに果実野菜飲料缶詰関連団体連絡会の8団体。

※ 説明会の概要

野津課長 談

最近の食品の動向をながめたとき新しい食品が次々と生れ、また技術革新によつて高率化し、多種多様となつてきた。

このため従来の食品とは大分趣きを異にしているが、厚生省では国民のためになる規制が現行法で間に合うかどうかを検討してきた。現在、監視員は5,000名であり、これに対する施設は全国に256万もある。従つて食品製造に携わつているみなさんが、自主的にやつていたとく以外に方法はない現状である。

そこで自主的規制の考え方が重要となつてくるわけであるが、食品衛生法だけでは担保できない幾つかの問題があり、その面で消費者に対する情報の提供が大事となつてくる。例えば消費者の食品に対する不満として着色、漂白等の手を加えることによつて製品を高く買わされるといつたことなどであるが、こうした経済的損失、だまされたの感覚を食品衛生法で取りあげるのはむずかしいことである。現在の食品衛生法ではそれをどうすることもできない。

このように色々検討した結果、現在の食品衛生法はそのまゝにして、政令、省令、告示の3段階で手を加え、食品衛生法の面から安心して国民に接触できるような体制とすることにした。しかし、だからといつて出来ないことを

お願いするということではない。

実行出来ないこと、技術的に解決しなければ不可能なものは多々ある。そこであくまで衛生的な問題、安全であるとの情報提供から出発した条令としたい。

表示の対象となる食品ならびにその表示事項について説明致したい。現在、厚生省の許可対象業種は32業種あり、施設基準に合うものを許可しているが、この32業種が必ずしも妥当かどうかを考え、整理又は整備するつもりである。食品衛生管理者は乳製品、添加物、食肉に置いているが、この制度をどこまで抜けてゆくか。管理者の資格を厳しくしてゆくつもりだが、政令により業種の拡大と管理者の増員を図ることも考えている。表示については公衆衛生の見地から必要な事項を定めることが出来ることになっているが、表示の目的は一般消費者（中間消費者も含む）の安全のため、正常な食品であるものを選ぶことのできる表示、判断の出来る表示を眼目としており、また食中毒を防止するために表示が義務づけられ、その意味で弁当などは造つた時間まで表示し、製造年月日書き入れられている。またジュース等の食中毒等の例のように原因追求のためロットごとに表示が規制されているが、事故拡大防止のための表示があり、以上2つの目的で表示が行なわれている。ところで表示事項は現在のものより巾広く対象を広げたい。

各団体も多種多様であるが、少くともそのものが何であるかは表示できると思う。

- ① 名称—どこのだれが造つたか。（住所、氏名）
- ② 製造年月日
- ③ 合成甘味料、合成着色料、合成保存料、合成殺菌料、合成糊料のほか必要な添加物を増したい。

例えば酸化防止剤、漂白剤等の表示に関し別表第5を広げたい。

以上の3点がポイントである。

現在冷凍のステックは-15℃以下で保存するという基準があり、それを表示することになっているが、いままで単品ものと包装形態の二つの流れがあり、表示はこれらのものと併行して行なうが、単品ものとなると何千何万種とあるので大変である。

この表示問題はみなさんの立場で解決していただきたいと考えているが、出来るだけ早く返事して欲しい。施行するのは何カ月か後となり、また今日決めたから違反になるということではない。

猶予期間はものによつてちがうが、大体半年は必要だろう。

食品衛生法はそのまゝにしておき、政令の改正を今月1杯に、その告示を6月目標として詰めたい。

缶詰は2～8年経つても保存がきゝまた製造年月日が入つているのでその点を十分考慮し、出来ないことを役所が押しつけるという馬鹿なことは致したくない。またJASとの喰い違いは出ないようにそれを前提として作業を進めている。同様に公正競争規約の定義の喰い違いも公取委と連絡をとり、そのようなことのないよう努力している。

製造年月日は缶詰のように保存性のあるものには必要なしとの考えがあるようだが、そういうことにかゝりなく考えてゆきたい。

しかし沢庵のようにバラウリされるものに年月日を入れさせることは困難である。

生菓子は製造直後水分40%以上を含んでいるものをいうが、食品衛生法ではそうした生菓子にも製造年月日を表示せよとなつている。

ポリエチレン容器に詰めた食品は現在年月日の表示義務ははずされており、これらも今後加えることにしたい。

マヨネーズなどのネジ蓋ものも入れなくてよいようになつており、途中であけて、使用するものに事故の責任を取れというのは過酷と思うが、一度あけたもので駄目になる食品も増えてきているので表示すべきだと考えている。

セロファンあるいはラミネートなどの外装ものには自主的扱いにしているが、すべての容器包装、すなわち紙であろうと合成樹脂であろうとすべて今後は製造者の氏名と住所を表示していただく。

略号の問題もあるが、出来るだけ廃止の方向へもつてゆきたい。

年月日は西暦年の終り2桁に考えており、昭和年号は連続性が欠けるので歓迎できない。

輸入食品は例外をつけないように検討しており、輸入国の表示に従った表示をしなければいけないという姿勢で進めたい。

製造工場マークは全国に保健所が830カ所あり、これを缶記号の頭に一連番号で記すようにしたい。県別の考えもあるがそうなるとすべての食品を対象に考えている関係上重複するおそれがある。現在飲食店は70万店あり、また製造にたずさわっているものは20万～30万社に達し、従つて保健所別とするのが好ましいと思う。

☆ ☆ ☆

野津課長は大要以上のような説明を行なつたが、意見交換を行なつたうえ各団体に持ちかえりそれぞれの立場でなお検討を加えることになつた。

規 格 部 会

日 時 昭和44年5月8日 10.30～12.00時

場 所 北洋商会 7階 会議室

議 題 【規格部会】

1. もも缶詰農林規格(案)要望事項の件
2. 赤貝粒数に関する件

3. その他

〔農林省側と意見交換会〕

農林省消費経済局消費経済課松岡課長補佐との意見交換。

1. 農林物資一部改正について

2. もも缶詰の農林規格について

3. その他

出席 規格部会員

〔オブザーバー〕

農林省農林経済局消費経済課々長補佐 松岡正次氏

係長 松月典昭氏

※ 部会討議の概要

この部会の中心議題は、もも缶詰農林規格（案）に関する要望事項の件であり、農林省から松岡課長補佐、松月係長を迎え、全缶協の要望事項を伝えるとともに、疑問点についての質問を行ない、農林省の改正案に関する考え方の説明を受けた。

1. 松岡課長補佐のJASに関する農林省の考え方等についての発言要旨

「消費者保護基本法ができたのも缶詰食品がもとなっており、かなり重要な商品をみなさんが取り扱われているわけである。みなさんからJASはどのような方向にあるのかといった心配もあり、農林省としても説明の場が必要となり、缶詰のなかに缶詰規格連絡協議会を設けた。この協議会には全缶協にも入っていただいている。こゝはあくまでも情報交換の場であり、農林省としても早く情報を提供しなければならないと考えている。

この協議会は缶詰に関しての厚生省公取委といった関連官庁の動き等につい

て情報提供する場であり、そのためには缶詰業界の全体を網羅したもので構成しようという考えで設けた。全缶協の創立總會にも招かれているが、全缶協に規格部会といったものがあるのを今日知つたわけで、正式にこうした席に呼んでいただいたのは始めてである。みなさんと相談することは決してやぶさかではなく、いままで決して全缶協をないがしろにしたわけではないので今後は話し合いをしながらスムーズに進めて参りたい。

J A S は 25 年にできたがその考え方には変遷がある。

規格は国が定めるが使うのはみなさんである。今度の新しい規格は指導のための規格という考え方で内容がかなり理想的にできている。35年8月のニセ缶事件以来、表示基準についての消費者の意識も高まり、やがてこれが消費者保護基本法の設定にもつながり、J A S も標示については強制法にという考え方で進めている。缶詰は外見的にながが入っているのか判らず、それだけに内容表示が非常に厳しく、従つて J A S も始めの時点とはかなり違つて来ている。従来 J A S は生産の合理化に合せるといった考え方であつたが、今後は消費者保護基本法の立場から、はつきりと法律で規制することになり、消費者保護の観点から J A S を推進させたい。はつきり消費者保護の基本をとり入れた規格となつており、農林省自体頑固に通ずる考えである。これは消費者団体でなく、一般国民の意識であり、自分で商品を選択する意味からも、内容をはつきり書かせることになる。これを推進するものは政府であり、また政府の責任でもある。業者はやはり企業であるから自分の都合のよい考えを持つので政府の力で国家的に強く押し進めたい。いままでは農林省は業界の味方と見られていたが、業界の見方と同時に消費者の味方という2枚看板で進むと思う。こんどのももの規格も意識して外部に話さず農林省は押し進めたので色々と抵抗があると思うが、もし悪い点があれば手直ししていこうという、従来とは逆のやり方で進めている。いずれにしても一つ理想的につくつてみてこれではついてこれないということであれば直す

いう考え方であれよ、あれよという間に出来たのが現実であるが、いろいろな角度から見て問題があれば直すことはやぶさかでない。ここでいろいろと話し合えばお互いに理解すると思う。こんどの規格の改正は、消費者に物を提供するのにどうすべきであるかということ、もう一つは特級設定で消費者のメリットを考えるとことである。いまのスタンダードのJASでは駄目だという業界内部からの意見も出ており、良い物は良い物なりに手取りもよくなるわけだけつして悪く考えず、善意にもとずき特級を設定した。個々の内容についてはディスカッション願いたい、基本的には等級設定はわれわれは降りない。等級は設定できるものから発展させてゆく考えて、従来の規格と違う点が散見されるが、それはそれなりに一つ一つ理屈を持っている」

2. もも缶詰の日本農林規格改正案(案)についての問題点

(1) ももかん詰の定義

「ももの果実の皮及び核を除去した果肉(以下単に「果肉」という。)を糖液(砂糖液又は砂糖とぶどう糖の混合液に限る。)とともにかんに密封し、加熱殺菌したものをいう。」定義に関連し現在主に輸出品として丸桃の缶詰がでている。また低カロリーの食品を要求する傾向にあり、水漬といつた商品も将来は内地で売られる可能性が強いとの発言に対して、農林省はその時点で改正を考えていくという説明であつた。また糖液を砂糖とぶどう糖の2つに限定したことについて、農林省は糖液を限定することによつて、その砂糖の種類を表示しなくてもよいとの考えであり、水飴も糖液に含めるとなると、糖液の種類を表示しなければならなくなる。全缶協の

意見はそうなるとパーセントまで書けということになる恐れがあり、それなら原案の方が好ましいとの見解であった。

(2) 特級、標準について

公正競争規約では「特選」以外の表示は認められていないが、農林規格の表示と通りの表示がでてくる。これは必ず消費者が疑問を持ち、問題にされるので「特級」「特選」どちらかに統一し、また標準のマークをつけることはその缶詰の品位性からいっても好ましくないでこれは単にJAマークだけとしたいとの全缶協の意見に対して、農林省の見解は「特級」はあくまでも通すが「標準」については考える余地があるとの説明であった。

(3) 標準の「特級に該当しないものであること」の解釈

- この文言を入れた理由について農林省は標準の規定には天井がないわけで特級と区別する意味であるとの説明あり。

(4) 品名を「白もも」「黄もも」と明記することについて

全缶協から従来通り漢字、平仮名のいずれでも使えるようにしたいとの要望に対して農林省としてはこれからの表示はどちらかに統一したい考えであり、それならば全缶協は漢字がよいとの意向を述べた。

(5) 『「2つ割」と明記してあること』について

- 従来の印刷缶には殆んど2つ割と表示したものはなく従来通りとしたいとの希望に対し、農林省は消費者に一見して判る表示をするということが目的でありその意味から2つ割と明記させる。ただし図柄は丸桃の絵でも差支えないと思うと述べた。

(6) 『「全糖」と明記してあること』について

農林省は(5)と同様の考え方で明記させる方針。

(7) シラップづけの表示について

「合成甘味料を添加したものにあつてはシラップづけと表示していないも

のであること」となっているが、これはシラップ漬けの定義がまだ決っていないためでペンディングとするとの説明あり。

(8) 商品名の表示について

「商品名を表示したものにあつては、その文字の高さの8分の2以上の高さの文字で品名を併記してあること」とあり、これを1.5倍の大きさという解釈をしてよいかとの質問に対して農林省はJ A 日は従来から8分の2以上の高さとしており、これを変更するつもりはないと述べた。

(9) スライス表示について

スライス(薄切り)については、公正規約では6つ割以上の整形肉を詰めたものをスライスというとの規定があるが、実際には6つ割以上は整形肉はなくピースという表示に印刷缶を改版したばかりであるとの意見を述べたところ、農林省はスライス(薄切り)という用語は適切ではないので、他によい邦文があればそれに変えたいが、調査会で現物を示し薄切りの説明はしなくてよいようにしたい。またピースという用語は農林規格ではなくこれからも設けることは考えていないとの説明であつた。

普 及 宣 伝 部 会

- 日 時 昭和44年5月8日 13.30~16.00時
- 場 所 ㈱北洋商会 7階 会議室
- 議 題
1. 缶詰消費促進運動週間名称および実施日決定の件
 2. メーカー別協賛額および担当会員決定の件
 3. 協賛金納入期日の件
 4. 缶切り発注方法の件
- ① 缶切りの種類

㊦ 缶切り注文個数

㊧ 注文期日

㊨ 発送期限

㊩ 代金支払い方法

5. 会員に対する缶切り割当方法の件
6. POP広告の内容、枚数および配布方法
7. 43年度缶詰共同宣伝報告の件
8. 44年度缶詰共同宣伝の件
9. その他

※ 部会討議の概要

4月24日の理事会で全缶協の普及宣伝活動として会員のメリットを考え「缶詰販売促進週間」（仮称）を設け会員から小売店の手を通じ缶詰を購入した一般消費者に缶切を無料配布する宣伝方法（全缶協予算350万円と同額を有力メーカーから協賛を得る。）が正式に承認されたのでこの部会で具体的宣伝方法につき協議した結果、次の要領で実施することになった。

「缶詰食べましよう週間」実施要項

全国缶詰問屋協会では44年度事業計画の一環として下記要領により缶詰の消費促進のための積極的な普及宣伝を実施する。

1. 缶詰の需要期である44年7月1日（火）を期し「缶詰食べましよう週間」を設定する。
 - A地区 北海道、東北、関東、中部地区 7月1日より
 - B地区 近畿、四国、中国、九州地区 7月10日より
2. 運動週間に缶詰購入者（一般消費者）に対して缶切を無料提供する。

3. 小売店への缶切り配布は全缶協会員のみによつて行なう。
なお期間中であつても予定の缶切り消化の日をもつて終了することとし、小売店への缶切り追加は行なわない。
4. 会員に対する缶切り配布数は均等割 $\frac{1}{3}$ および会費割 $\frac{2}{3}$ によるものとする。
なお小売店への缶切り配布方法は会員店の任意とする。
5. この運動週間における予算は全缶協の44年度普及宣伝費のうちより350万円を拠出し、これと同額の350万円は有力メーカーより協賛を得るものとし、計700万円にて実施する。ただし缶切り配布に要するPOP広告、缶切り運送費その他の必要経費はこの予算の中から支出するものとする。
6. 缶切りは新考社に発注する。(発注個数は125万個)
7. POP広告の配布は缶切り50個単位1枚を基準とする。
8. 有力メーカーへの協賛の呼びかけは最も深い取引関係にある会員店がそれぞれ個々に行なうものとする。
9. 缶詰の有力メーカーよりの協賛額はそのメーカーに応じ10万円、5万円、3万円、1万円の4段階とする。
10. 協賛金の納入期日は5月31日までとし担当会員会社において徴収し全缶協取引銀行に振込むものとする。なお領収証は全缶協で発行し事務局より協賛会社へ送付する。

〔会員別缶切配布数量〕

まず缶切配布数量120万個を基礎におき、均等割 $\frac{1}{3}$ 、会費割 $\frac{2}{3}$ で算出、端数を切り上げ1,000単位とした結果、缶切總数125万個となり、会費別1社当り缶切配布数量は次の通りとなる。

(会 費)	(缶切配布数量)
2万円	4,000個
3万	5,000

4万円	7,000個
6万 "	9,000 "
7万 "	10,000 "
8万 "	11,000 "
10万 "	13,000 "
12万 "	15,000 "
15万 "	18,000 "

缶切には「缶詰食べましょう」その下に全国缶詰問屋協会と刻印を入れる。
缶切発送は期間に十分間に合うよう新考社から各会員店宛直送する。

〔POP広告作成について〕

POP広告は缶切50個に1枚の割りで配布するがデザインは専門家に依頼する。このPOPも缶切同様実施期間内に間に合うよう直送する。

西部政策調査部会

- 日 時 昭和44年5月9日 13.00～17.00時
- 場 所 新阪急ビル12階 スカイルーム
(大阪市北区梅田町8番地)
- 出 席 西部政策調査部会員
大阪缶詰同業会
京都缶詰卸業協会
神戸缶詰同業会
東京都食品卸同業会
- 議 題 「缶詰 定率歩引による返品なし取引」の実施についての意見交換

※ 部会討議の概要

この部会は合同缶詰返品問題意見交換会といった主旨により開かれた。缶詰返品問題はかなり以前から関西地区でもちあがり、これが東京で取り上げられ4月1日から $\frac{2}{1000}$ 歩引き実施となつたので東京を参考にして、大阪、京都、神戸の3都市と近県を含めた範囲で出来るだけ早い時期に実施に移したいとの考えに基づき検討が行なわれた。この会合では特に結論がでなかつたが、今後前向の姿勢で対処していくことになった。

1. 今後も討議を重ねてその実現を期すること。
2. 地区別に（大阪、京都、神戸、と近県を含めた各ブロック）部会を設けて討議を重ね、それを盛りあげまとめていく。

なおこの部会で、野田喜商事㈱の返品荷受分類数字の発表と説明があつたが、この数字は東京都卸売同業会調査の4品目返品分類表とほぼ合致していた。

もも、洋なし規格に関する団体打合会

日時	昭和44年5月10日 10.00～12.00時
場所	日本缶詰協会 応接室
議題	もも、洋なしの日本農林規格改正の件
出席	〔日缶協〕 隅野専務理事、平野常務理事 〔製缶協〕 阿江専務理事 〔農産缶工組〕 山内専務理事 〔蜜柑工組〕 村上専務理事 〔全缶協〕 北田専務理事

※ 打合会の概要

全缶協においては5月8日の規格部会に、農林省消費経済課の松岡課長補佐、

および松月技官を招き、もも、洋なしに関する日本農林規格改正の問題点について説明を得たうえ全缶協側より修正要望を行なったが、5月15日に調査会が開られ、そこで正式に改正案が決定されることになっているため、さらに関係団体間の意見統一を図る意味でこの日の打合会が開催されたものである。打合せの結果、規格改正案のなかの要望すべき共通事項を整理し、調査会開催前に要望書として団体連名で農林省側に提出しようという話合いがなされた。

J A S アスパラガス缶詰展示説明会

日 時 昭和44年5月12日 14.00～16.30時

場 所 健 保 会 館 （港区南青山1～24～4）

主 催 日本缶詰検査協会

内 容 1. 挨拶

日本缶詰検査協会 理事長 鈴木一美氏

農林省農林経済局企業流通部消費経済課 松月技官

2. アスパラガスJ A S改正点について

日本缶詰検査協会 常務理事 鈴木輝男氏

3. 質疑応答

〔鈴木理事長〕

本日はアスパラガスJ A Sの改正にともないその見方統一と説明会を開くことになった。本年度の現物を検査し展示したが、このような方向で検査を実施していきたい。この説明会は北海道でも開いてもらいたいので今回は青森以西の方々にお集り願った。

〔農林省 松月技官〕

アスパラ缶詰のJASは従来選別詰、ホワイト、ペール、混合詰とあつたが、これは煩雑であるということからホワイト、グリーンの2つの規格にした。即ちホワイト、ペールを一本にし従来の混合詰、選別詰の表示をなくしたので今後はホワイト、グリーンに分けて製造していただくことになつた。農林省では今後の規格改正は桃、洋なしなどに等級を設けてはつきり区分される方向にある。また併せて標示の基準を明確化するため農林物資規格法を改正し、規格と標示を改めるべく手続中である。標示についてはJASを受検するしないにかかわらず規制していこうということである。

〔鈴木常務の説明〕

JASの第1の改正点はホワイト、グリーンの定義を設け、混合の程度を淡緑色の物が内容本数の20%までであればホワイトに、それ以上越えたものは「固有の色沢が著しく劣る」として1点に採点される。これも混入が1本なら5点、2本なら3点といった採点方法ではなく全体の20%で採点する。従来のペールはなくなつたわけで、ペールのうち帯色が20%までのものはホワイトに入れ色の濃いものはグリーンに入れてもらうという考え方である。

〔須原小樽検査所々長〕

展示の8缶はことし工場で改正規格の内容で製造したものを採点したものである。初めの3缶はホワイトで合格、次の3缶はグリーンで合格。色の限度についてはホワイト、グリーンの色を限度を示したものを展示してある。1缶の不合格はグリーンでも帯色が50%を越えたとみなされるものである。

【質疑応答】

問) いままで輸出のサイズについてはアロアンスがあつたが……。

答) J A S の場合は現在のところ考えていない。

問) 附則で「4 4年9月30日までは従前の例によることができる。」とあるが……。

答) 検査する時点で9月30日まではホワイト、グリーン、ペールの3つが出るわけで従来の印刷缶は従来の基準で検査する。

問) ペールでよいか。

答) 従来のペールの印刷缶にはペールの規格をつける。

問) 本年は5種類になるのか。

答) そうだ。改正の転換期のため仕方がないが、なるべく旧印刷缶は早めに詰めて出荷されたい。

問) ペールの上物20%をホワイトに入れ、80%はグリーンに落ちる結果になる。

答) 20%が上り、80%が落ちるといふ考えはおかしい。薄い物は20%までホワイトに詰めることができ、ホワイトに回す分が多ければペールから60%位回わせることもある。

問) サイズのアロアンスは規定にないがお願いしたい。

答) 本数を表示するわけで表示の本数と合わないはずい。

問) 緑色の場合はホワイトに考えるか。

答) それはグリーンの方に入れるという約束だ。

問) 等外のマークの標示はないか。

答) 合格の基準しかなく、等外にマークはつけられない。

問) グリーンから落ちるものはどう表示したらよいか問題になる。

答) 松月技官(談) = 今度法律の改正によつて品質の基準は強制しないが標示の部分は強制法となる。従つてJ A S に合わせて製造していただきたい。

問) 2級品も出てくるわけで初めからJASに適用しない商品もあるが、そういうものの標示もモデルとなるべき考えを提示されるようお願いしたい。

答) 今後はそうしたものはやめていただきたいということである。

アスパラガスかん詰年度別・検査所別JAS受検数量

(財) 日本缶詰検査協会

		合計 (箱)	小樽 (箱)	仙台 (箱)	東京 (箱)	横浜 (箱)	清水 (箱)	神戸 (箱)	門司 (箱)
40 年 度	選別詰	69,839	62,234	4,270			2,643	200	193
	混合詰	66,775	46,829	19,946					
	合計	136,614	109,063	24,216	—	—	2,643	200	193
41 年 度	選別詰	65,227	62,455	566			2,006	200	
	混合詰	55,055	52,483	2,504			68		
	合計	120,282	114,938	3,070	—	—	2,074	200	
42 年 度	選別詰	102,420	97,613	1,474	188		1,134	2,011	
	混合詰	53,373	49,049	4,315			9		
	合計	155,793	146,662	5,789	188	—	1,143	2,011	
43 年 度	選別詰	135,955	122,487	2,934	500		1,363	8,671	
	混合詰	116,239	99,640	7,274			62	9,263	
	合計	252,194	222,127	10,208	500	—	1,425	17,934	—

アスパラ缶詰について農産缶工組との懇談会

日 時 昭和44年5月12日 15.00～16.30時

場 所 健 保 会 館

懇談内容 新物アスパラガス缶詰に関する生販意見交換

出席者 〔農産缶工組側〕

山内専務他販売対策委員 9名

〔全缶協側〕

萩原蔬菜副部長

橋 田 春 男 氏

横 田 哲 雄 氏

安 田 銀次郎 氏

下 妻 俊 和 氏

中 沢 和 雄

※ 懇 談 内 容

1. アスパラ缶詰の生産実績及び44年度生産予想について

アスパラ缶詰の生産予想は別表の通りとなつているが本年度のこの生産予想は煮つめられた数字でなく、北海道、本州の今日までの状況を農産缶工組でまとめ推定したもの。また41年、42年の実績は昨年農産缶工組との懇談会でも提出された数字である。なお43年実績は昨年当初は80万函と推定していたが、この年度当初の予想と大差ないだろうとの見方であつた。本年の予想は2~3月頃は前年横這いと見ていたが、その後低温がつづきやや前年より減産とみられ771,000函という数字が示された。今年は岩手、福島が2万2千函の減産のため、内地は11万3千函である。全国的に5月は高温であつたが4月が異常に低かつたため7日~10日遅れている。内地の作付面積は減つており、労働不足のため野放しの状態にされているところも多く、また内地は生出しもかなり多い。

2. 在庫について

全缶協はさきの蔬菜部会で生産量の約1割、8万函程度の流通在庫として残されているという見方であつた旨を伝え、パツカーの見解を求めたところクレードル興農では8月31日の時点で特約店関係で2万函の在庫であつたがそれからかなり消化されているという説明をしていた。しかし全缶協は残つている物の内容の問題で特に4号缶はなくなるという数字ではなく、2万函の消化は余り進んでいないのが実情であるとの意見を述べた。その理由として前々年、前年と比較的よかつたものが価格的に合わなくなり残つたということであり、余り高くては売れないことを実証しているとの見解を披歴した。しかしいずれにしてもそう心配する程の在庫ではないということは両者の一致した見方であつた。

3. 原料価格及び製品価格について

原料価格は相当高くなる気配が強い。パツカー側の説明によると新海アスパラ缶詰(株)では2~3割高となつているが、農家側してみるとそれでもなおかつ他の作物に比べ採算が合わないため栽培を止めたいといつているとのことである。また4号缶は台湾物と競合し、そう値上げはできないだろうとメーカー側からも見解が示された。しかしジュース缶はある程度の値上げは可能な状況であるが北海道では手間がかかるため敬遠するところが多いとのこと。また全缶協側よりジュース缶はどの位の値上げを希望するかと打診したのに対して原料だけで9円高になり、その他経費、労賃も上つているためそれに見合う価格を希望していた。これに対し全缶協はあくまで安く買いたいということではなく、みんなが損をしないためにもパツカー自体の競争で原料を吊上げることのないよう、減収分をうめる程度の値上げはやむを得ないとしてもそれ以上に加熱した原料価格は台湾との競合、消費価格の限度からいつて十分に慎んでもらいたいと要請。またジュース缶は120円小売では消化は極めて困難でありこれが売れなければ4号缶にも影響してくる。従つてジュース缶は90円以上の仕切りはいかなる場合でも考えられないとの意見をのべた。

アスパラガスかん詰資料

缶型入数	41年度実績	次年度へ繰越	42年度実績	42年度輸出	43年度実績	43年度輸出
ストロークス	角	82,678		116,000	117,000	53,500
	1/2	181,682	40,000	228,000	248,000	17,000
	3/4	44,291		28,000	15,000	10,700
	J 250 ¹ / ₄	297,944	80,000	290,000	270,000	300
その他	23,763		13,000		20,000	
計	630,358	120,000	675,000	111,500	670,000	81,500
カット	2/1	78,932		106,000	110,000	90,000
	3/2	30,000		12,000	24,000	11,000
	計	108,932		118,000	134,000	101,000
合計	739,290		793,000	213,900	804,000	182,500

(註) 生産実績及び繰越数量は推定

アスバラガスかん詰資料

昭和44年度生産予想

(ストークス)

缶型入数	生産予想数量
角	100,000
$\frac{1}{2}$	250,000
$\frac{3}{4}$	20,000
J $250\frac{1}{4}$	250,000
その他	20,000
計	640,000

(カッツト)

$\frac{1}{2}$	111,000
$\frac{3}{4}$	20,000
計	131,000

合計	771,000
----	---------

産地別生産数量内訳予想

	ストークス	カッツト	合計	増減
内地	105,000	8,000	113,000	△22,000
北海道	535,000	123,000	658,000	△11,000
計	640,000	131,000	771,000	

缶詰キャンペーン委員会下打合会

日 時 昭和44年5月13日 17.30～20.00時
場 所 丸ビル 精養軒
議 題 缶詰キャンペーン要綱に関する件
出 席 日本製缶協会 専務理事 阿江 伸三氏
日本缶詰協会 〃 隅野 勇氏
〃 部長代理 村井 武夫氏
全国缶詰問屋協会 副会長 中山 良助氏
〃 専務理事 北田 久雄氏

※ 下打合会の概要

去る5月7日の缶詰共同宣伝実行委員会で43年度の決算ならびに追跡調査結果の説明があつたのち、44年度の共同宣伝の構想、委員のメンバー等について意見の交換を行なつたが、この実行委員会の打合せ結果をもとに、新委員により、44年度缶詰キャンペーン要綱の作成にとりかかつた。

なお44年度の委員構成は次の通りである。

原 喜三郎 氏 (日本缶詰協会消費拡大委員長)
中山 良助 氏 (全国缶詰問屋協会 副会長)
隅野 勇 氏 (日本缶詰協会 専務理事)
阿江 伸三 氏 (日本製缶協会 専務理事)
北田 久雄 氏 (全国缶詰問屋協会 専務理事)
明治製菓(株) (宣伝部)
森永製菓(株) (〃)

以上7名

☆ ☆ ☆

44年度缶詰キャンペーン要綱

1. 主催者の名称および事務所

名 称 缶詰キャンペーン委員会

場 所 日本缶詰協会内

2. 方 針

加工食品としての缶詰のもつ特徴ならびに正しい知識をPRして缶詰の消費拡大を図る。

3. 予 算

1億3,000万円

4. 期 間

6月より翌年5月に至る1年間。

ただし中元、お歳暮時期および行楽シーズンに重点をおく。

5. 媒 体

① テレビを中心とする。

KTVを軸としCX、THK等の同系列をネットとする。

② KTVに総合企画をゆだねる。

③ 教育的PRフィルム、展博催し物参加、その他相乗的効果をもたらすための適切な企画。

6. オープニングセレモニー

テレビ、ラジオ、新聞等の報道機関に対するPR対策。

7. 行 事

① 展博催し物参加

② 消費者向け直接宣伝

8. 効果調査

効果調査の実施

9. 【附 記】

所定のシンボルマークを使用すること。

以上が44年度缶詰キャンペーンの要綱であるが、これをもとに来る5月16日午後1時から日缶協において缶詰キャンペーン委員会を開きKTV側と具体的打合せを行なうことになった。

なお当日①キャッチフレーズの検討、②缶詰ソング、③シンボルマークの愛称、④予算配分等につき、さらにきめこまかに打合せしたうえオリエンテーションの作成にかかる。缶詰宣伝の品目は前年度の6品目に加えマツシユルム、さば缶も取りあげたい旨全缶協より要望した。

以 上

(第2回) 缶詰キャンペーン委員会

日 時	昭和44年5月16日	13.00～16.00時
場 所	日本缶詰協会	会 議 室
議 題	44年度缶詰キャンペーンについて基本案の検討	
出 席	缶詰キャンペーン委員会 委員	中山良助氏(全缶協)
	・	・ 阿江伸三氏(製缶協)
	・	・ 隅野 勇氏(日缶協)
	・	・ 島居 勇氏(明治)
	・	・ 北田久雄氏(全缶協)
	㈱電通本社第3連絡局	安東 肅氏
	ラジオ・テレビ局企画室	村上 昌氏

（株）電通大阪支社	児玉哲男氏
、	中尾順二氏
関西テレビ東京支社	井村正行氏
関西テレビ	今村清氏
、	笹井氏
大和製缶（株）	成田豊氏
森永製菓（株）	稲垣武志氏
東洋製缶（株）	結城俊輔氏
委員会事務局	東峰勝雄氏
、	村井武夫氏

※ 委員会打合の概要

この委員会は5月13日の第1回下打合会に引続き開かれたもので、缶詰共同キャンペーンについてKTVの関係者も出席し基本的問題が話合わされた。その要旨次の通り。

1. 基本計画

(1) 目的

食品缶詰のすべてについて、新しいイメージを訴求し、認識を一新させ需要の飛躍的な増大をはかる。

(2) 期間

44年6月より45年5月までの1カ年

(3) 訴求対象

都市を中心とするが全国、主として主婦を対象とする。

(4) 予算

約1億3千万円。

(5) その他

- テレビを中心とした強力な訴求を行なう。
- 個別商品の直接的な売上げ向上策よりも全体的なイメージアップと需要開発を優先。
- パブリシティその他についてタイアップを積極的に行なう。

テレビの缶詰パブリシティー

㈱電通では共同宣伝の予算外として、次の日程で缶詰を取りあげたタイアップ場面を放映する。

- ※ 5月27日 23:00時 KTV (関西テレビ) およびフジテレビナイトショー「缶詰あそび」
- ※ TBS (他20局ネット) 6月5日 12:00～12:40時、「川崎敬三のお屋で逢いましょう」お料理入門に缶詰を取り入れる。
- ※ KTV およびフジテレビ
 - 7月 3日 木曜日 10:30時 缶詰の歴史
 - 7月10日 " " 缶マークの説明
 - 7月17日 " " 缶詰の種類
 - 7月23日 " " 缶詰良否の見分け方
 - 7月30日 " " 開缶して冷蔵で何日もつか

以上料理法等を挿入してPRする。

全国食品缶詰公正取引協議会理事会、定時総会

日 時 昭和44年5月19日 14:30～16:00時

場 所 鉄道会館 12階 ルビーホール

議 案 1. 議決事項

- (1) 昭和43年度事業報告の件
- (2) 昭和43年度収支決算および財産目録の件
- (3) 昭和44年度事業計画の件
- (4) 昭和44年度収支予算ならびに会費の額および徴収方法の件
- (5) 規則第2号一部改正の件
- (6) 規則第3号一部改正の件
- (7) 理事および監事選任の件

2. 報告事項

- (1) 食品かん詰の表示に関する公正競争規約付則（経過措置）の件
- (2) 委員会設置の件
- (3) 会員異動の状況
- (4) 一般情勢報告

昭和43年度事業報告

〔食品かん詰の表示に関する公正競争規約の設定〕

食品缶詰の表示に関する公正競争規約を設定することにより、一般消費者の適正な商品選択を保護し、食品缶詰業における不当な顧客の誘引を防止し、公正な競争を確保することを目的とし、(社)日本缶詰協会、全国缶詰問屋協会および日本製缶協会等は、規約案を審議、昭和43年5月28日、上記三団体連名で公正取引委員会に規約の認定申請を行った。同年6月、大阪および東京において公聴会が開催され、昭和43年9月2日告示第59号により告示され、昭和44年3月2日より施行となつた。

〔取引協議会の設立経過〕

この規約を適正に施行するため全国食品缶詰公正取引協議会を設置することになり、同準備委員会を結成。数回にわたり審議し、諸規則の成案を得て、昭和43年11月7日発起人会を開催し、規則、事業計画、収支予算等の原案を審議立案し、関係事業者および事業者団体に加入勧誘を行ない11月26日創立總會を開催、設立をみた。

公正取引委員会に対し昭和43年12月10日、設立の届出および規則の認定申請書を提出した。

〔会 員 異 動〕

業 種	創立總會時	加 入	脱 会	現 在
製 造 業 者	210	99	1	308
販売及び輸入業者	51	17		68
容器製造業者	11			11
事業者団体	6	2		8
計	278	118	1	395

〔事 業 概 況〕

1. 規約及び規則の説明を各地区で開催し、その周知徹底につとめた。
2. 規則第2号の輸入缶詰の標示事項の改正につき、関係官庁および関係団体と緊密な連絡のもとに、内販品の表示に準じた規則改正案を作成した。
3. 規則第3号については、日本農林規格の一部改正に伴い、それに関連する事項および、業界の実情を勘案し、一部改正案を作成した。
4. 規約付則の経過措置の取扱方法、特に旧表示の在庫印刷缶の取扱いについては、その手持の状況を調査し、また、特選表示の印刷缶の経過措

置等につき対策を講じた。

昭和44年度事業計画

(自昭和44年4月1日 至昭和45年3月31日)

1. 会員に対し、公正競争規約ならびに規則の周知徹底を図る。
2. 各地区より情報の蒐集につとめ、その調整を図る。
3. 製品の買取検査を行い、表示の適正を図る。
4. 消費者との接触につとめ、適正表示の普及を図る。
5. 苦情処理を行う。
6. 関係官庁ならびに関係団体との連絡を密にする。

〔理事および監事は全員留任と決定〕

会長	田上 束 稲	理事	細 谷 広 介	理事	岩 井 敏 之
副会長	浅 井 二 郎	同	宮 崎 敏 吉	同	金 子 昇
同	高 碓 芳 郎	同	井 上 有 次 郎	同	桐 野 忠 兵 衛
同	西 村 健 次 郎	同	小 出 孝 之	同	中 山 良 助
常任理事	隅 野 勇	同	高 橋 操	同	野 田 喜 三 郎
同	北 田 久 雄	同	天 野 茂 一	同	橘 田 敏 夫
同	阿 江 伸 三	同	根 本 和 三 郎	同	山 本 伊 作
理事	碓 氷 勝 三 郎	同	岩 下 弥 作	同	石 川 堅 一 郎
同	矢 住 清 亮	同	芝 野 清 一	同	大 久 保 秀 雄
同	末 永 保 蔵	同	後 藤 磯 吉	同	広 田 慎 吾
同	小 泉 武 雄	同	稻 葉 由 蔵	同	柏 村 茂
同	原 喜 三 郎	同	川 口 仲 三 郎		
同	江 口 次 作	同	板 倉 乾		

監 事	美濃羽 久 義	監 事	大 平 秀 雄	監 事	石 橋 喜 二
同	堀 口 晃	同	竹 内 治 雄		

〔地区委員会の設置〕

公取委およびその支所は北海道から九州まで全国に8箇所あるが、この地区に地区委員会を設け、地区的な問題はその地区委員会で協議し、中央機関に報告するとの運営方法が取られることになり、この地区委員会の設置についての報告がなされた。その地区は、北海道、東北、関東、中部、近畿、中国、四国、九州の8地区であるが全缶協所属の委員は次の通りである。

北海道 スト一缶詰(株)

東北 (株)土谷宗吉商店

関東 (株)北洋商会 (株)逸見山陽堂、野崎産業(株)、(株)明治屋、(株)国分商店

中部 山田商事(株)、(株)北村商店、(株)メイカン、(株)山本商店、富山中央食品(株)

近畿 大橋(株)、寿産業(株)、(株)祭原、(株)長井藤商店、野田喜商事(株)

中国 新見義広商店

九州 新生商事(株)、玉屋産業(株)、山城屋商事(株)

アスパラガス缶詰打合せ

日時 昭和44年5月20日 13.30～15.00時

場所 (株)北洋商会 7階 会議室

打合せ内容 アスパラガス缶詰に関する要望文書に関する件

出席者 (株)矢口屋商会 代表取締役 萩原 弥重氏

(株)逸見山陽堂 缶詰部長 橘田 春男氏

(株)明治屋 食品課長 高崎 康二氏

(株)北洋商会 商品部長 広田 正氏

(株)国分商店 商品計画課 下妻 俊和氏

日 岳 商 事 株 仕 入 課 長 梅 林 陽 氏
三 井 物 産 株 缶 詰 第 三 課 福 永 安 男 氏
全 国 缶 詰 問 屋 協 会 専 務 理 事 北 田 久 雄 氏

※ 打合会の概要

北海道のアスパラガス缶詰は、原料加熱の空気が濃厚で、最低130円でおさえようとの話し合いが150円で買いに入っているところがあるとの情報であり、メーカーも全缶協からの方向づけを望む声があり在京の有志会員が集まりこの件を協議した。

なおこの打合会において赤貝粒数に関して問屋としての考え方を話し合った。

新物アスパラガス缶詰に関する件（要望書）

〔新物アスパラガス缶詰の要望書〕

新物アスパラ缶に関しては5月21日付で、要望書を農産缶工組アスパラ部会、北海道アスパラ缶詰製造協議会宛またその（写）を日本缶詰協会、北海製缶株野菜部会員に送付したが、その内容は次の通りである。

新物アスパラガス缶詰に関する件

拝啓 ますますご隆昌にてお慶び申し上げます。

さて、本格的生産期を迎えた新物アスパラガス缶詰は生販両面において極めて重要な時点に置かれておりますが、特に本年はあらゆる観点から慎重を要する年と考えられますので弊協会の立場より次の点に関しご協力賜わりたいく要望申し上げます。

1. 原料についての情報によると本年の原料価格は最低保証価格を相当上

回つた価格で取引きされ、原料争奪の様相を呈しているようであるが、全缶協としてこれは最も憂慮するところである。

原料高値気配の一つの原因としてムード的に後に控えている万国博覧会目当ての思惑もあるやにうかがえるが、このような1年限りの仮需要に期待を寄せることは誠に危険であると言わざるを得ない。

かつて41年産アスパラガス缶詰で生販両者ともども苦境に立たされ、多大の犠牲を払つてきたことはなお記憶に新しいところであるが、本年度の情勢はこの年次と酷似しておりこれと同じようなあやまちを起す可能性が充分考察される所である。この41年産アスパラガスの苦い経験によつて、その後積極的な原料対策が講ぜられ、多大の損害を払つてようやく安定化の方向に進められていたアスパラ缶詰の需給が僅か1カ年の仮需要を思惑して崩れ去るようなことはあくまで回避すべきで、こうした年にこそ長期的原料対策を推進することが要請される。

2. 一度び高値となつた原料価格は翌年これを引き下げることは極めて困難であり、この点原料価格決定には充分の考慮が必要である。

3. 250gホーム缶の価格については下記小売価格が限界とされる。

ホ　ワ　イ　ト　　130円

グ　リ　ー　ン　チ　ャ　ッ　ド　　120円

4. 4号缶の価格については現在台湾もののホワイトLⅢで函当たり7ドルないし7ドル10セント程度で輸入され、1缶140円前後の仲間価格で取引きされており、もし国産ものが高値出回りとなると、この台湾アスパラ缶詰に取つかわられ市況を圧迫されることは明らかである。

従つて従来 of 価格より高値となることは危険であり、価格据置きが望ましい。

以上の通り、新物アスパラガス缶詰は決して樂觀を許さない実情にありますので、特に原料購入に当つては慎重なご配慮を賜わりたく重ねてお願い申し

あげます。

敬 具

〔赤貝粒数に関する問題点〕

従来、九州缶詰製造協会で設けている柳川規格と称するものがあるが、これは任意団体の取り決めであり、流動的でしかも消費者サイドからではなく、メーカーが自からの手をつくつた規格である。ここで全般的に見た時、これで決めてしまつてよいのかどうか大きな疑問がある。柳川規格のG 22、L 23～35といった場合に問屋の扱の面でも非常に混乱をまねいており、10進法がよいとの意見もあつた。例えば20までG、21～30L、31～40M、41以上S、といった方法で、従つて缶マークの読み方を表示すべきである。

超大粒の表示についてはどうしても「超大粒」という表示をしたいならば少なくとも5粒以内が望ましい。一部メーカー側の意向では20粒以内を超大粒と表示したいと伝えられるが、これは大きな問題で誇大表示とされる恐れがあり、全缶協としては「超大粒」という表示は避けるべきであるとの結論であつた。

なお柳川規格と称するような流動的、地方的なものでなく、全般的な正式な規格を設定すべきであり、問屋、メーカーが赤貝の規格について緊急に話し合い取り決めるべきだとの意見であつた。また中共産の赤貝原料は固いうえに粒がこまかく、解凍するとうま味が失なわれるためこうした中共産の原料を使用した場合に、中共産と表示しなくてもよいということでは公正規格の精神からしても矛盾がある。内地産との品質の違いが生じ、赤貝缶詰全体に悪い影響をもたらすので、中共産原料の表示はすべきである

との話し合いもあつた。

(第3回) 缶詰キャンペーン委員会

日時	昭和44年5月21日	13.30～16.00時
場所	日本缶詰協会	会議室
議題	44年度缶詰キャンペーン電通案の件	
出席	缶詰キャンペーン委員会 委員長	原 喜三郎氏 (日本水産)
	委員	中山 良助氏 (全缶協)
		阿江 伸三氏 (製缶協)
		北田 久雄氏 (全缶協)
		外山 雅也氏 (森永)
		鳥居 勇氏 (明治)
電通本社	第3連絡局	安東 爾氏
	プランニングセンター	吉田 浩氏
	ラジオ、テレビ局企画室	村上 昌氏
大和製缶(株)		成田 豊氏
東洋製缶(株)		結城 俊輔氏
東洋鋼板(株)		吉田 博邦氏
委員会事務局		東峰 勝雄氏
		村井 武夫氏

※ 委員会打合の概要

去る5月16日第2回目の缶詰キャンペーン委員会においてはじめて関西テレビ、電通担当者を招き、宣伝の実施内容の打合せを行なつたが、この打合せ終

了後、委員のみでさらに具体的検討に入り、①関西テレビに総合企画をゆだねる件については電通にかたがえする。②宣伝媒体は一応第1回の委員会で作成したキャンペーン要綱から削除し、電通に総合PRキャンペーンの基本方針案の作成を委嘱することに決定。5月21日の第3回キャンペーン委員会で電通側よりその案の提示を求めることになつていたところ、案の作成が完了したので、この日の打合せ開催となつたもの。

なおキャンペーンの展開についてはお中元広告を早急に進めなければならない状況にあるが、電通側で示したテレビ局は東京、大阪エリアのみとなつていたが、全缶協側で名古屋地区も加えたい旨希望を述べこれが採用されることになつた。

その他レギュラーキャンペーン、お歳暮広告、予算等については来る5月28日に第4回の委員会を開催し具体的な協議を行なうことになつている。

(第4回) 缶詰キャンペーン委員会

日時	昭和44年5月28日	13.30～16.30時
場所	日本製缶協会	会議室
議題	缶詰キャンペーン	第2案について
出席	缶詰キャンペーン委員会	委員長 原 喜三郎 氏
	"	副委員長 中山良助 氏
	"	委員 阿江伸三 氏
	"	" 隅野 勇 氏
	"	" 北田久雄 氏
	"	" 鳥居 勇 氏
	"	" 外山雅也 氏

缶詰キャンペーン委員会 委員 吉田博邦氏
、 、 結城俊輔氏
、 事務局 村井武夫氏
電通本社第3連絡局 安東 肅氏
、 ラジオ、テレビ局企画室 村上 昌氏

☆ ☆ ☆

第3回缶詰キャンペーン委員会において電通で作成した第1案のうち特にお中元用スポットについては時期が目前に迫っているので早速にこの具体案作成に取りかゝるよう指示していたが、今回のキャンペーン委員会で電通が示した第2案のお中元用スポットを中心に協議した。

※ 協議の概要

1. シンボルマーク

昨年の共同宣伝で使用した6品種の缶詰シンボルマークを若干手直しし、本年の缶詰キャンペーンに利用することになった。

2. お中元向けテレビスポット

すでに中元時期も逼迫しているため、新しくスポットを作成するには東京地区は余裕期間がなく、JAS協会のフィルムを活用し、その内容を一部手直ししたうえで使用することになった。

なおお中元向けテレビスポットは、東京地区がフジテレビ中心に6月20日から、また西部地区は東海テレビ、関西テレビが予定され、7月初旬から新しいフィルムを作成しお中元スポットが放映されることになった。

3. スポットの 内容

テレビスポットの内容については東京地区は一応JAS協会のスポットを手直しして実施されることになっているが、西部地区のスポット、および常時PRされるスポット内容は電通より、シングル案、アニメーション案が示されたが、なお検討し、具体化したうえで次回委員会で決定することになった。

4. テレビタイアップ 番組 目

テレビのタイアップ番組目についてはフジテレビ、TBS、NETなど各局の目星しい番組目が示されたが、なお十分な検討を行なつたうえ、具体化してゆくよう話合つた。

5. そ の 他

展博催し物、その他に参加し、缶詰の知識を一般消費者に与える意味において新しく売り出されているポータブルカセットを20台購入し、缶詰のPRにふさわしい8ミリカラーフィルムを作成し普及宣伝の推進を図る案が検討された。

また缶詰共同宣伝のフタ明けと、マスコミの協力を得る目的でオープニングセレモニーも開催する案が練られた。

なお第5回キャンペーン委員会は6月5日午後1時半より電通本社において開催されることになっている。

全日本ホテル・レストラン料理フェスティバル

社団法人全日本司厨士協会では、創立10周年を記念して、5月20日(火)

～25日(日)の6日間、銀座三越百貨店の8階の催し場で「全日本ホテル・レストラン料理フェスティバル」を開催した。

日缶協、全缶協はこれに協賛し、次の8社により缶詰の展示即売を行ない、缶詰PRに努めた。

缶詰関係参加店

㈱北洋商会、野崎産業㈱、ほてい缶詰㈱、明治製菓㈱、清水水産㈱、㈱鈴木洋酒店、関東缶詰㈱、㈱二幸、日本冷蔵㈱、日本水産㈱、以上8社。

第3回 東急缶詰まつり

東急東横店、日本橋の両店で、5月28日～6月4日の2週間にわたり「第3回東急缶詰まつり」を開催中で、立食コーナー、缶詰試食コーナー開設し、缶詰料理実演も行なわれている。

参加店

三井物産㈱、㈱明治屋、㈱北洋商会、㈱逸見山陽堂、㈱国分商店、㈱鈴木洋酒店、㈱中島董商店、日本水産㈱、日魯漁業㈱、日本冷蔵㈱、雪印食品工業㈱、㈱桃屋、関東食品㈱、ゴールドバック㈱、以上14社。

会 員 消 息

【電話番号変更】

※ 寿商事㈱ 鹿児島出張所

(鹿児島市宇宿町185番319号)

の電話番号が5月18日から変更になった。

鹿児島局(0992)55-3105(代表)

【移 転】

※ 株式会社二幸商事部は、5月18日下記に移転した。

新 住 所

東京都中央区日本橋本町3丁目9番地の9

電話番号 279-0291~8

合名会社 刀 禰 商店 代表社員

刀 禰 健 二 氏 ご 逝 去

刀禰健二氏は正月以来静養中のところ、5月4日老衰のため死去された。
享年79。告別式は5月7日14.00時から大阪市東区島町二丁目長光寺
において執り行なわれた。
喪主(長男)刀禰晴雄氏。

(株)逸見山陽堂 沢田社長

母 堂 ご 逝 去

(株)逸見山陽堂沢田社長の母堂大倉十三さんは、病氣加療中のところ、5月
13日死去された。享年89。
(とみ)
お通夜は5月14日19.00時から、告別式は5月15日11.00~12.
00時、杉並区永福町98番地の自宅執り行なわれた。

