



月報

6

缶詰問屋協会

(44.6.80. №30 VOL. 3)

◇目次◇

6月の行事	1
◇食品衛生法省令改正に関する団体打合せ	2
◇蜜柑缶詰組とのみかん缶詰内販対策についての懇談会	5
◇「地区別一連番号制」を厚生省に陳情	11
◇日本農林規格もも、洋なし、和なし缶詰展示説明会	14
◇JASもも・洋なしかん詰の内容物品位について意見交換	19
◇全国食品缶詰公正取引協議会常任理事打合せ	19
◇チェリーに関する打合せ	24
◇第6回 缶詰キャンペーン委員会	26
◇第7回 缶詰キャンペーン委員会	27
◇普及宣伝部会	28
「缶詰食べましよう週間」実施要領	29
◇缶詰キャンペーン進行状況	31
◇テレビ宣伝番組スケジュール	37
◇第8回 缶詰キャンペーン委員会	38
会員消息	48
事務局報知	45

「缶詰食べましよう週間」実施

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

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 (278) 9 2 8 9 番

6 月 の 行 事 一 覧 表

行 事	月 日	時 間	場 所	出 席
食品衛生法省令改正に 関する団体打合せ	6月 3日	10.00～11.30時	全国ビスケット ト会館	
みかん缶詰対策青樹会 メンバーによる打合せ	6月 5日	9.00～11.00時	北 洋 商 会	10名
みかん缶詰対策正副部 会長下打合せ	6月 5日	11.00～12.00時	・	7名
「地区別一連番号制」を厚生省に陳情、6月9日厚生省、金光局長、野津課長				
蜜柑缶工組とのみかん 缶詰内販対策についての 懇談会	6月 5日	13.30～15.00時	丸ノ内ホテル	全缶協6名 缶工組
缶詰キャンペーン委員 会	6月 5日	13.30～16.00時	電 通	
JASもも・洋なしかん 詰内容物品位について 意見交換	6月11日	15.00～17.00時	日本農業 研究所	全缶協3名
日本農林規格もも、洋 なし、和なし、缶詰展 示説明会	6月12日	13.30～15.30時	健 保 会 館	(主催)日本缶 詰検査協会
缶詰キャンペーン委員 会	6月18日	13.30～16.00時	電 通	
公正取引協議会、常任 理事会	6月17日	10.30～13.00時	日 缶 協	3 常任理事
普及宣伝部会	6月17日	11.00～13.00時	北 洋 商 会	22名
業界新聞記者会見	6月17日	・	・	記者13名
チェリーに関する打合 会	6月17日	13.00～14.00時	・	19名
缶詰キャンペーン委員 会	6月20日	13.30～16.00時	電 通	
第82回開缶リサーチ	6月26日	13.00～16.00時	味の素 大阪支店	(主催)日缶協
第8回缶詰キャンペー ン委員会	6月30日	12.00～16.30時	電 通	

7 月 の 行 事 予 定

「缶詰食べましよう週間」北海道、東北、関東、中部地区 7月1日より				
近畿、四国、中国、九州地区 7月10日より				
もも・洋なしかん詰の JAS展示説明会	7月 2日	13.30～	静岡缶詰協会	(主催)日本 缶詰検査協会
・	7月 4日	・ ～	三の宮ビル 10階ホール	
・	7月 8日	・ ～	山形県立工業 試験所	

食品衛生法省令改正に関する団体打合せ

日 時	昭和44年6月3日 10.00～11.30時
場 所	全国ビスケット会館 8階
議 題	食品衛生法省令改正の件
出 席	食品加工全国団体連絡協議会の団体会員メンバーおよび缶詰 団体等の事務局22名。

食品衛生法の省令改正については厚生省は急ピッチに作業を進めているが、菓子、漬物、果汁清飲、缶詰、マヨネーズ、パン等に関する各団体事務局は食品加工全国団体連絡協議会の呼びかけで緊急に集まり、省令改正に伴う共通問題を打合わせた。

この打合せ会の進行は、全日本菓子工業協同組合会の山宮専務理事が担当した。

※ 打 合 会 の 概 要

表示に関する省令改正のポイントとされる点は次の通りである。

1. 表示対象となる加工食品について

現在表示義務のある加工食品はその食品の包装資材によつて限定しているが、厚生省の考え方としては包装資材に関係なく、密封した食品であつて復元できないものにはすべて表示を義務づけるとの意向である。

2. 製造者の住所、氏名について

加工食品はその製品の製造者の住所、氏名を表示する。

3. 製造年月日

例えば「44.6.3」のように原則としてはつきりと表示する。

4. 添加物の表示について

全品添加物については主原料に添加されたものまで表示するようにしたい。

例えば小麦粉の中に漂白剤が添加されていればパン、ビスケットのメーカーはその漂白剤を表示することとなる。

なお厚生省食品化学課では添加剤の~~劣~~も表示せよと強硬であるが、これは食品衛生課でおさえているとのこと。

5. 今後の進行について

厚生省では6月中に大臣決裁を取りつけ7月告示にもつてゆく方針である。

6. 以上これが告示となると経過措置6カ月以降はすべて流通禁止となる。

以上はいずれの業界に取つても重要な問題であるので6月4日までに各事務局において反対意見をまとめ、山宮氏にメモを提出する。

これをもとに缶詰、パン、清飲、菓子、マヨネーズ業界の代表者が対策委員となり厚生省への陳情書を作成し、6月9日午前10時各団体事務局こそつて厚生省、厚生大臣、環境衛生局長、同局食品衛生課長に陳情した。(別紙写の通り)

なおこれと併行し「おそろべき加工食品」「危険な食品」の著者の無責任な報道等についても対策を考えることになった。

昭和44年6月

殿

食品加工全国団体連絡協議会

会長 伊 東 正 義

食品衛生法の改正について陳情

食品衛生法の改正については次の要請を考慮の上実施されたく陳情いたし

ます。

1. 要 請

(1) 製造年月日の表示について新らしく表示を義務づける製品は次に該当するものは除外されたい。

- ① 水分含有量の少ない製品
- ② 長期保存に耐える製品
- ③ 小売店において回転率が高い製品

(2) 添加剤の表示について

- ① 添加剤の表示義務は食品加工業者が製造行程において添加したものに限る。

原料に添加されていたものについては表示を義務づけない。

(3) 準備期間について

実施の準備期間を1年としその間充分に業界を指導する。

但し告示前に製造したものは1年を経過しても適法を除外する。

陳 情 団 体

全国清涼飲料工業会

全国米菓工業組合

全国冷菓アイスクリーム工業組合

全国煮豆工業協同組合

全国ヤクルト製造協同組合

全国トマト工業会

全国乳酸菌協会

全国マヨネーズ協会

全国精餾協同組合

全日本カレー工業協同組合

全国銘産菓子協同組合

全日本パン協同組合連合会

全国油菓工業協同組合

全日本菓子工業組合連合会

全国菓子工業組合連合会

日本ソース工業会

全国ビスケット協会

日本ハムソーセージ工業組合

日本アイスクリーム協同組合

日本乳製品協会

日本佃煮工業協同組合

日本缶詰協会

日本ジャム工業協同組合

全国缶詰問屋協会

日本スープ協議会

日本果汁協会

日本パン工業会

日本製缶協会

日本マーガリン工業会

日本農産缶詰工業組合

日本粉末飲料協会

全国漬物協会

蜜柑缶工組とのみかん缶詰内販対策についての懇談会

日 時 昭和44年6月5日 13.30～15.00時

場 所 丸の内ホテル

議 題 みかん缶詰内販対策について

出 席 〔全缶協側〕

会 長 浅井二郎氏

果実部会長 野田喜三郎氏

副部会長 橋田春男氏

〃 山本伊作氏

〃 広瀬清氏

〔缶工組側〕

内販対策委員長 檜崎次男氏(太洋食品)

副委員長 廿日出多真夫氏(青旗缶詰)

〃 〃 稲葉由蔵氏(稲葉食品)

委員 芝野清一氏(清水水産)

〃 〃 酒井直一氏(和歌山缶詰)

内 販 委 員 志 村 尚 穂 氏 (九州食糧品工業)
理 事 長 後 藤 磯 吉 氏 (後 藤 缶 詰)
副 理 事 長 伊 豆 川 武 雄 氏 (平 和 食 品)
・ 佐 高 京 一 郎 氏 (佐 高 缶 詰)
技 術 委 員 長 樋 口 辰 春 氏 (富 士 缶 詰)
専 務 理 事 村 上 延 衛 氏

※ 懇 談 会 の 概 要

この懇談会はさきに蜜柑缶工組の理事会、内販対策委員会できまとめた、みかん缶詰内販対策(案)に関して全缶協果実部会正副部会長にその考え方を説明し、意見を聞きたいとの工組側の意向に基づき懇談会開催となつたものである。全缶協としてはこの懇談会には全缶協全体の統一見解であるということに臨みたいとの方針から東京(青樹会メンバー7社)大阪(果実部会員4社)でそれぞれあらかじめ意見をまとめさらに果実部会正副部会長会議で煮詰めを行ない懇談会に臨んだ。

〔みかん缶詰内販対策案〕

1. J A S の 受 検

みかん缶詰の品質向上を図り、消費者のみかん缶詰に対するイメージアップをするためホールものについては全面的にJ A S の受検を行うものとする。

2. ブロックンの品質基準の設定と空缶意匠の統一

ブロックンの品質基準を設定し、空缶意匠を統一する。ただし、ブランドは個々のものを使用する。

3. 適正価格での販売

地域別或はブランドのグループ別にまとまって適正価格での販売につき話し合いをすること。また工業組合は適正価格で販売できるよう全缶協と話し合いを

するものとする。

4. 需要増進のための宣伝

国内の需要増進を図るための宣伝を実施すること。このため組合としては次年度から国内宣伝ができるよう宣伝費捻出の措置を講ずるほか、関係団体に協力を願うものとする。

5. 消費者動向調査

必要に応じ随時消費者動向の調査を行う。

6. 取引単位

従来の一缶単位の取引を一函単位の取引に改める。

以上の工組側の案に対して逐条に意見の交換が行われた。

1. 【缶工組】 JASの格落品に対してどういう販売をしたらよいか。JASとそうでないものとの価格差の点について問屋のご指導をお願いしたい。JASもそうでないものも同じだということではわざわざつけるといふ意欲がなくなる。またJASは品質管理面から手間が余計に掛り、例えば普通のみかん缶詰を1日2,000函製造する工場では規格品を詰める場合1,700缶位に落して造らなければならない。JAS格落品は最近のものを例にとれば193万～195万函受検のうち6,000函位が不合格となつている。JASマークは不滅インキで消して販売しなくてはならないが、これについては体裁よく消す方法を製缶会社と相談することにした。

【全缶協】 JAS全面受検は賛成であるとの全缶協側は全員一致した見解であつた。ただし現行JAS規格であつて、もしももの場合のように特級、標準となると問題である。価格についてはJASマークが付いたものが高く売れるのであるならばすでに普及していた筈であり、JASにメリットがないため受検しなかつたとの実情を説明した。これは団結の力でメリットをもたせるべきであるが、しかしそうだから

といつていま直ちに高く売れるという結論にはならない旨訴えた。

2. [缶工組] ブロークン空缶意匠の統一は3色以内にしておールとはつきり見分けがつくデザインにするがブランドは個々とするという考えである。このためにはブロークンの品質基準をはつきりと決め、品質に格差のないようにしたいという考えから内需向けみかん缶詰ブロークン品質基準を設けたい。その(案)は次の通りである。

[内需向みかん缶詰ブロークン品質基準 (案)]

- (1) 本基準は併用品(合成甘味料添加品)を対象とする。
- (2) 固形量及び内容総量は、現行みかん缶詰の日本農林規格に定められたサイズ品の缶型別の量目に適合するものであること。
- (3) 糖度は10%以上であること。
- (4) 原形の2分の1以上を保つ果肉粒で固形量の80%以上あるものであること。
- (5) 種子、じょうのう膜、すじその他のきょう雑物はあまり目立たないものであること。

その他の事項については、日本農林規格並びに食品缶詰の標示に関する公正競争規約に従うこと。

なお以前に全缶協意見としてブロークンは統一ブランドとし、みかん工組の名前でとの考えが示されたが、工組としてはブロークンに工組の名前を使うことには抵抗があり、一度に統一ブランドにすることは無理である。まず基準を設け、それを守るように努力し、一步一步前進させ、ブロークンのブランドをなるべく集約させていくという考えである。

—ブロークンの統一意見見本2点を示す—

どちらがよいか、みかんの色など修正させ、さらに検討したうえ決定したい。

〔全缶協〕 全缶協の名前で統一しようとの考えであつたが、食品衛生法の法律上問題があり、出来ないでそこでみかん缶工組の名前でということであつた。空缶意匠の統一は誠に結構なことであるが、最終目的はブランドの統一を図る方向で段階的に集約してゆくことであればよい。ブロークンの品質基準(案)には問題が多い。1～5項その他の事項とあるが特に5項の80%以上については現行より品質を悪くしようということになり大きな問題があり、全缶協の東京、大阪の意見も反対であつた。公正競争規約、農林規格の観点からいえば好ましくない。「すべての事項については、日本農林規格並びに食品缶詰の標示に関する公正競争規約に従ふこと。」でよくあらためて変更の必要はない。ブロークンは5号缶に限るとすることにし、4号缶はよいものだけを詰めるようにすべきだ。これから人手不足、機械化の傾向にあり、ブロークンは増加しよう。それを5号缶、場合によつては2号缶に詰めるという余地もありそうな気がする。みかん缶が多いとの感じは5号缶によるものである。ブロークンの定義の問題だが、公正規約についてはわれわれの部内で過去数十回検討を重ね何べんも訂正させた結果法文化されたわけであり、これを再び改めるということはそう簡単にはいかないと思うので、メーカー側もこうした規格を設けられる時に十分な検討をすべきである。

〔缶工組〕 4.の表現が悪く、品質の低下だと解釈されたがこれはむしろ品質の向上を図るためである。公正競争規約は100%であるが、現実に市販品を検査すると非常に品質にバラツキがあり、市販品の標準からみて80%がよく、実行できる範囲のもので、この辺が妥当な線である。これは技術委員会が開缶して見た結果の話である。20%は悪い

ものを入れるということではなく、初めは100%を詰めるが運送上
その他の事情から発生することを見込んで20%の許容範囲を認めて
もらおうということが目的だ。文書の表現が悪かつたのでその点誤解
のないよう訂正する。なお $\frac{1}{2}$ ということではSとLとでは大分違うの
で、1gという表現にしたらと考えている。これはSの $\frac{1}{2}$ が1gに該
当する。なおさき程の全缶協からのご意見のように、ブロークンは4
号缶には詰めないということで4号缶は除くという表現でうたいたい。

3. [缶工組] 適正価格での販売はブロークン、サイズを問わず全缶協との
話合いで進めていきたい。

[全缶協] 最低の標準価格を話合うのは結構である。地区別にまとまっ
て話合うということであるが、メーカー自体、もう少し統一していた
だきたい。ブロークンは輸出向け製造から派生的にできる。これは早
く格安に処分することによって本命であるサイズ物の販売につながる。

4. [缶工組] 需要増進のための宣伝を経済連、日園連の関係団体に協力を
願って推進していこうということであるが、全缶協の協力も是非お願
いしたい。

[全缶協] 本当の意味の共同宣伝なら結構だと思う。われわれとしては
直接販売につながる宣伝を考えるわけで、基本的には賛成である。

5. [缶工組] 取引単位は1函単位の取引に改めたい。

[全缶協] 1函単位は結構であるが、これと併行して10進法にしたい。
他の食品はほとんど10進法に改められており、労働力、合理化の面
から是非実施に移したい。

[缶工組] 輸出向けがダース換算であり、内地だけに10進法が採用で
きるか問題であるが、製缶会社にできるかどうか問合せたいので全缶
協からも働きかけていただきたい。

「地区別一連番号制」を厚生省に陳情

食品衛生法の省令改正については厚生省において急ピッチの検討が行なわれているが、今回の改正は加工食品全般にわたって製造年月日、製造者の住所、氏名、添加物等が再検討されている実情にあり、どのようなかたちで最終的に省令改正が行なわれるか詳細のことは不明とされている。しかし、現在缶詰業界で問題とされている工場缶マークの件についてはさきに全缶協で打ち出した「地区別一連番号制」と日缶協側のアルファベットの組合せ方式とは平行線をたどっているかたちで両者間の話し合いがなされておらず、しかも日缶協では去る5月26日付で「食品かん詰の缶記号による標示についてお願いのこと」と題する工場缶マークに関する日缶協案の陳情書を厚生省に提出されたので全缶協は6月9日付をもつて厚生省環境衛生局長金光克己氏および食品衛生課長野津聖氏に対し「食品缶詰の製造工場缶マーク標示に関するお願いの件」と題する地区別一連番号制採用のための陳情書を提出した。陳情要旨は次の通りである。

理 発 第 2 4 号

昭和44年6月9日

厚生省環境衛生局長

金 光 克 己 殿

東京都中央区日本橋通3～8

全 国 缶 詰 問 屋 協 会

会 長 浅 井 二 郎

食品缶詰の製造工場缶マーク標示に関するお願いの件

拝啓 時下ますますご清栄のこと大慶に存じます。

さて、食品缶詰の製造工場缶マークにつきましては、消費者保護基本法の建前から早急に現在の缶マークを簡素化すべきであるとのご指示を当業界にいただいておりますが、全国の有力な缶詰卸問屋で結成する弊協会は、当業界の中で最も消費者に密接している団体であり、それだけにこの製造工場缶マークの整理、簡素化には全会員あげて前向きな姿勢で真剣に取り組んでいる次第であります。

特に本件は国内産流通缶詰の大半を問屋手印ブランドによつて占める弊協会々員メンバーにとつて、その重要性を痛感するところであり、規格部会および理事会等を数度にわたり開催し、慎重なる審議を尽して参りました。その結果下記内容による製造工場缶マークの「地区別一連番号制」を立案致した次第です。

1. 製造工場缶マークは従来の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、あげて「地区別一連番号制」を採用する。

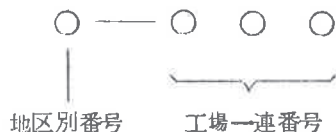
但し缶胴に標示するブランド所有者（製造者又は販売者）の住所、氏名の標示は、食品衛生法施行規則第5条の規定にもとづいた現行通りの標示で差支えないことを前提条件とする。

現行の製造工場缶マークは、社名またはブランドイメージを持つ記号であり、ブランド的イメージのあるアルファベットの組合せは絶対に避けるべきである。すなわち缶マーク（記号）をアルファベットの組み合わせとした場合、ブランドと共通する内容を持つものとなり、消費者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缶詰の品位保持の観点からも得策でない。

しかも、同一ブランドで下請製造工場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になり、缶マークとブランドの混乱を生ずる。

従つて缶マークの簡素化に当つては製造者、販売者のいかんを問わず従来の缶マークは一切使用を止め「一連番号」に整理しない限り実現は困難である。

2. この規定実施にあつては施行日前までの製造に係る製品（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桁標示としてその組合わせは次の方式による。



4. 前3項の地区別番号「1.2.3.…… 8。」は「A、B、C…… H。」のローマ字にても可。
5. 全国830カ所の保健所別の番号をもつてすることは地区別が3文字となりこれに一連番号が續くと5文字以上を越え缶詰の刻印技術上不可能と見られまた現実に830カ所の保健所所在地には缶詰工場は分散して存在しておらぬ故賛成致しかねる。
6. 地区別一連番号の数字をもつてする缶マークは1工場1マークに限る。

以上の通りであります。弊協会と致しましては缶詰という特殊性に鑑み、また前向きな合理化という点から見ましても「地区別一連番号制」が業界の将来に有益するものと信ずるところでありますので、ご当局のご賢察を賜わり弊協会の簡明直截な地区別一連番号をご支持下さいますよう重ねてお願い申し上げます。

敬 具

日本農林規格もも、洋なし、和なし 缶詰展示説明会

日時 昭和44年6月12日 13.30～15.30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. 規格の改正点について

日本缶詰検査協会常務理事 鈴木輝男氏

3. 展示品について

日本缶詰検査協会常務理事 池野真澄氏

〔鈴木理事長〕本日は近くJASが改正される、もも、洋なし、和なし

缶詰の展示説明会であり、昨日、検査協会の内部で現物を前に全国的な見方統一会を開いたが、パツカー問屋の代表の方もまじえご意見を聞き、採点した。きょうは現物をよくご覧になり、特に等級が設けられて変った点、「特級」「標準」といつたところをよく見ていただきたいと思う。

この説明会は仙台、清水、神戸の各地区で7月上旬に開く予定であるが、検査員の見方をより一層徹底させるため見方統制委員1名を置きその時期に各検査所を巡回するというを考えている。その委員には神戸検査所の池野所長があたる。

〔松月技官〕JASに関しては消費者保護行政の立場から検討がなされ、またJASをさらに普及させる意味からも等級を設ける必要があるのではないかとの考えに基づき今回の改正(案)を検討してきた。従来JASは一本であつたが、消費者の商品選択にあたり、JASマークのなかにも格差があり、購入のめやすとなるよう等級が設けられたものである。告示は当初6月1日を予定していたが、若干遅れ、6月20日告示を予定している。改正点の概略を申しあげると、まず定義で、『糖液(砂糖液又は砂糖とぶどう糖の混合液に限る。)]』ということのでいろいろと糖液についての討議がなされた。全糖と表示しているが、どんな糖類をつかつているか判らないため消費者から糖の種類をはつきり書けという要望があり、その場合水飴を糖液に認めると、価格が安いという点から砂糖の増量に使用したのではないかとの疑いをもたれ、やがては糖液の種類まで表示させられることが予想される。こうした表示はJASとしてどうか検討がなされたうえ、結局、水飴は加えないことになった。今回特級、標準が設定されたが、桃、洋なしの二つ割に限られ、四つ割スライスは合格のみで、特級はない。特級の基準は内容物の品位が平均点4.0点以上であること、また重点項目の肉質、香味、色沢が4点以上、その他の項目が2点、1点の項目がないこと。合成甘味料は特級には含まれないこと。合成甘味料を使用しながら全糖と表示することは標示の項目で検査し等外となる。審議会の過程において、サイクロミンサンは奇形児が生まれるというような報道がされており、添加物についてまだ無害だとはつきりしないものは使用出来ないようにすべきだとの議論もあつたが、合成甘味料を添加したものにあつては糖度を18%以上と現行の規格通りにした。品名については告示の段階で若干修正されると思うが「白もも」は「桃」という漢字でもかまわないように処置したいと考えている。

但し、単に「桃」でなく、白、黄を書き、かつ二つ割と明記してあること。これは従来は二つ割が基本的なものとの考えから規定はなかつたが、四つ割、スライセもある以上誤解を生ずる恐れがあり、新に追加した。

標示の5.缶マーク記号の打出し方で従来の規格では強制であつたが、印刷缶にはつきり缶胴に書いてあるものは缶マークを打ちださなくてもよい。ただ打ちたいという場合に統一してもらふということである。標準の標示4.シラップ漬はまだ定義がはつきりと決つておらず問題が少なくても合成甘味料使用のものにはやめてもらひ全糖に限り許される。採点基準の肉質及び香味は従来別項になつていたが、肉質、香味とは関連があり、一本にした。洋なしの規格はもともと同様であり、和なしは従来通り一本の規格となつている。なお附則で猶予期間があり、二つ割、内容個数の読み方の説明、表示がなくても、それぞれの等級に格付してもさしつかえない。手持の印刷缶を考慮に入れ今シーズンは従来の印刷缶を使用してもよい。ただしJASマークの表示の問題があり、今シーズンは標準については省略できるように、従来のものでよいということにしたい。しかし「特級」は書いていただくなりシールを貼つて欲しい。桃缶詰は国際規格とも関連するが、わが国が国際規格を受諾するには、JASもそれに合せる必要があり、なお国際規格を再検討しなければならないのでみなさんにご協力を願いたいと考えている。

〔鈴木常務理事〕 いま松月技官から改正点につき説明があつたので、省略するが、第2条でスライスの定義が従来八つ割以上であつたのが、今回六つ割以上と変つているのでその点間違ひのないように。また合成甘味料の項が新に設けられ検査協会としても合成甘味料のチェックをやるうと考えている。特級品には合成甘味料を絶対に含まないもの

とする。採点基準で新しく、形態、割の状態が入つたのでこの点もご注意ありたい。また肉質、香味で熟度の項目が入つた。色沢の事項で褐変、紫変が加わつた。従つて褐変、紫変しているものは取り挙げられる。なお缶型では1号缶が新しく加えられた。

〔池野常務理事〕この展示品は市販品を買い集め検査したものである。香味については実際に食べていないが食べて見てうまかろうということとで採点し、肉質も指先でさわつた程度、スプーンで容易に切れるものは4点以上とした。肉質、香味については若干喰い違いがあるかもしれないが検査の結果は次の通りである。

〔白桃缶詰〕二つ割25点中、特級6点。四つ割が(平均点が4点上)1点、標準が11点、等外が7点であり、等外は肉質が非常に固いもの、逆に軟か過ぎて崩れているもの、斑点、変色(熟度の問題だと思う。)形の不均一等が目立つ。また皮の残存が非常に多いので十分洗滌するようにされたい。

〔黄桃缶詰〕11点中、特級3点。標準7点。等外1点。成績はよいが、もつと軟かいものを造つてもらいたい。最近特に固くなる傾向にある。これは問屋の注文だということであり、使い方によると思うが、やはり味も大切である。もつと熟度を高めてもらいたい。すなわちもつと追熟した原料を使用してもらいたい。

〔洋なし缶詰〕全般的には非常によくなり固い物はなくなつた。ただ斑点、皮の除去が不十分なものがあつた。なるべく機械、手剥ものを1缶に混ぜないでもらいたい。

昭和43年度 もも・洋なしかん詰 JAS 検査数量

(財)日本在詰検査協会

もも

種類別	各検査所	小樽	仙	台	東京	横浜	清水	神戸	戸	門	司	合	計
PWY	合格 不合格		228,949 190	23,836 1,087		77,005	25,667 1,950	84	355,541 3,227				
PYY	合格 不合格		88,988	10,777 460		15,052	48,611		69,623 460				
PWYT	合格 不合格		934						934				
PWZ	合格 不合格		715	2,808		16,580	300		20,403				
PYZ	合格 不合格		540	1,386					1,926				
合計	合格 不合格		270,071 190	38,807 1,547		108,637 0	30,828 1,950	84	448,427 3,687				

洋なし

BPY	合格 不合格		52,876	11,279		13,332			77,487				
BPZ	合格 不合格		7,506	491		25,770			33,767				
合計	合格 不合格		60,382	11,770		39,102			111,254				

J A S もも・洋なしかん詰等の内容物 品位について意見交換

日 時 昭和44年6月11日 15.00～17.00時
場 所 日本農業研究所 会議室
千代田区紀尾井町3
主 催 日本缶詰検査協会

※ 意見交換会の概要

もも、洋なしかん詰等のJ A S改正にともなう展示説明会が6月12日に開催されるのでこれに先き立ち、それらの内容物の品位に関し、メーカー、問屋の代表者から意見を聴取し参考にしたいとの考えにもとづき開催されたもの。

この日は各検査所の検査員も出席し検査協会内部の全国的な見方統一会でありメーカー、問屋の意見も十分考慮された。

なお全缶協からの出席は主催者側の意向によりメーカー、問屋各3名ということで規格部会長橋田春男氏、同副部会長広田正氏、(株)国分商店安田銀次郎氏が出席した。

全国食品缶詰公正取引協議会 常任理事打合せ

日 時 昭和44年6月17日 10.30～13.00時
場 所 日本缶詰協会 応接室
議 題 1. J A S改正にともなう規約との関連性について

(1) もも、洋なし、和なしのJ A Sと規約、規則との相違点に

ついて

- (2) アスパラガスの形状の基準変更について
- (3) 今後のJAS改正との関係について
- (4) 規約第3条缶記号の基準について
- (5) ジャムの全糖表示、のりつくだ煮特級表示について
2. 沖縄パインアップルのスライスの表示について
3. 地区委員承諾状況について
4. 委員長選任に際しての対策と事務局の委員会運営の見解統一について
5. 新規加入会員について
6. その他

出席 阿江伸三、隅野勇、北田久雄の常任理事ほか、平野孝三郎、山崎力、井上忠三郎、渡辺謙太郎の各氏。

※ 打合会の概要

1. JAS改正にもなる規約との関連性について

(1) もも、洋なし、和なしのJASと規約、規則との相違点については別表(1)の通りであるが、「缶マーク等」の相違点としては公正競争規約ではその第3条で品名、原材料名は示すこととなっており、これに対しJASは品名記号の表示は任意とされている。従つてJASで記号省略した場合、規約では不当表示とされる部分が生じるので、なるべくJAS受検するに当つては省略しないように呼びかける旨話合つた。

いずれにしても(1)の件は規約がスタートしたばかりであり、従つて取引協議会としては現規約通りで進むこととし、むしろJASを規約に合わせるよう運動しつづけることになつた。

(2) アスパラガスの形状の基準変更については別表(2)の通り、現行基準は

44年3月26日の協議会理事会5月19日の総会で基準改正が承認されていたが、若干字句上の表現で問題点があるので改正基準案のような内容に改めたいとの提案がなされた。しかしこの点については一応現行通りとし、シーズン終了後に検討することになった。

(3) 今後のJAS改正との関係について

規則との相違点についてはその都度チェックし検討を加えるが、規則を無条件で改正するようなことはしない。JAS規格が規約と一致するよう、またJAS改正案は業界に立案させてもらうよう農林省に働きかける。

(4) 規約第3条缶記号の基準について

JAS改正案によれば、内容個数の記号のみ打出すよう規定し、品名記号の表示は任意となつている。しかし規約の姿勢としては従来そのままとし、規約に合致の方向に努力する。

(5) ジャムの全糖表示、のりつくだ煮特級表示について

ジャムの全糖表示は規則でも、JAS規格でも全糖表示は規定されていない。従つてジャム全糖表示品を受検するに当つて検査協会としてもどのような取扱いをすべきか問題となる点があり、検討の結果、全糖表示しても他の項目が合格点以上あればJASマークがつけられるよう申し合わせた。のりつくだ煮で「特級」と表示している製品に対して缶検神戸検査所池野所長の指導で「特選」と変更された事実があつたが一方、ブランドによっては依然として特級表示をし、しかもJAS検査を受けていないものがある。これに対し缶検より規約の趣旨を尊重し、正しい表示に変更するよう指導されたいと取引協議会に申入れがあつたので特級と表示してあるブランドメーカーに規約に協力されるよう話しかけることになった。

2. 沖繩パインアップルのスライスの表示について

規則第3号ではスライス（輪切り）と表示することになつているが沖繩のあるパッカーが日本国内の製缶会社で作つた空缶に規則3号通りの表示をした

パイン缶を受検したところ、琉球物産検査所では「ホールスライス」または「スパイラルスライス」と表示する沖縄の輸出規則に従って表示を訂正するよう申入れがあつたといわれる。この件に関し沖縄輸出パインアップル缶詰組合では琉球政府に対し、輸出検査の運用面を考慮するよう問題の解決に当たっていると状況説明がなされた。

3. 地区委員に関する件

各地区に出向き、地区委員の使命、規約、規則等の周知徹底を図るが、そのためには各地区委員会の有力委員と十分に下打合わせをして各地区委員が自発的に盛り上げ、会合が持てるような方策を考えてゆくことになった。

4. 委員長選任について

委員長の選任についてはまず各地別に懇談会を開いたうえで検討するとのお話合いがなされた。

5. 新規加入会員

事業者団体として日本農産缶詰輸入商社協議会、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加入があつた旨報告された。

6. その他

会費については輸入業者団体の加入によつて会費増収となるが、日缶協、全缶協、製缶協3団体の割当額は変更せず本年度は据置くことになった。

なお日缶協、全缶協、製缶協の会員外の者よりこの協議会に加入申込みのあつた場合は、まず該当する団体に加入をするよう勧誘するか、またはその団体と打合せのうえ処理することになった。

(別表1)

もも、洋なし、和なし表示事項の規約とJASの相違点

規 約		J	A	S
全糖 (糖類)	しよ糖、ぶどう糖、果糖 水あめ	(糖液)	砂糖液、砂糖とぶどう糖の 混合液	

	全糖と標示することができ シラップ(規格表示委員会)		全糖と明記すること シラップづけの表示は全糖に限る
二つ割 ピース	示さなくてよい ももの不整形肉		二つ割と明記すること JAS規格適用外
特 選	平均点4.0点以上で1.2 点項目のないもの 全糖、併用、形状の別を 問わない 任意標示事項	特 級	平均点4.0点以上で肉質、 香味、色沢が4点以上で、 その他の項目に1.2点項目 のないもの 二つ割、全糖品必ず標示 する
缶マーク等	示すこと		品名記号の表示は任意内容 個数の記号のみ
内容個数	示さなくてよい		二つ割にあつては記号の読 み方を明記する
印刷缶の 共通使用	四つ割、スライスは缶記 号の読み方を説明するこ とにより共通使用可能		各形状を明記するため共通 使用できない
糖 度	全糖のみ規定		併用品は13%以上

[アスパラガス]

(別表2)

規則第3号別表3形状の基準改正案

現 行 基 準	改 正 基 準(案)
頭部が白色又はわずかに帯色したものを基部の太さにより6段階に分けたも	乳白色のもの又は乳白色のものと頭頂から全長の20%未満の部分が淡

のにあつては「選別詰」、頭部が緑色のもの又は緑色のものにわずかに帯色したものと及び白色のものを混合したものを、基部の太さにより8段階に分けたものにあつては「混合詰」と示すこと。

4.4.3.2.6 理事会

乳白色のもの又は乳白色のものと頭頂から全長の20%未満の部分が淡緑色のどん茎を混合したものにあっては、「ホワイト」、頭頂から全長の50%未満の部分が紫色、淡緑色又は緑色のどん茎にあつては「グリーンチップド」頭頂から全長の50%以上が帯色したものと50%未満の部分が帯色しているどん茎を混合したものにあっては「グリーン」約5センチメートルの長さに切断したものを詰めたものにあつては「カット」と示すこと。

緑色のどん茎を混合したものにあっては「ホワイト」、頭頂から50%未満の部分が紫色、淡緑色又は緑色のどん茎にあつては「グリーンチップド」、頭頂から全長の50%以上が緑色のどん茎又はこれと50%未満の部分が緑色のどん茎を混合したものにあっては「グリーン」、3センチメートルから5センチメートルまでの程度の長さに切断したどん茎にあつては「カット」と示すこと。

チェリーに関する打合せ

日 時 昭和44年6月19日 13.00~14.00時

場 所 榊北洋商会 7階会議室

議 題 新物チェリー缶詰の原料状況、販売対策についての打合せ

※ 打 合 会 の 概 要

この打合会は午前中に開かれた普及宣伝部会が予定より早く終了したので引続き部会出席者により臨時果実部会という形でチェリーに関する打合会が開かれたもの。

1. 原料状況について

去年の生産数量はリバックを含めて約65万函であり、ことしは作柄状況から見てこれ以上つくことは問屋として製品価格に影響するので回避したいが現時点では大分加熱ムードとなつている。作柄については当初花咲きはよく、着果も良好で史上最高の年といわれたが、5月上旬2度にわたる晩霜で高地が被害を受けた。しかしその他地区には影響はなかつた。パツカーは昨年比1割位減を予想していたが6月5日の最終の作況調査でこれは山形県庁、山形缶協合同で調査し比較的正確なものであるがパツカーの期待を裏切り前年比98%と発表した。パツカーはこれまで強気一本で終始して来たが生産者とある程度話し合つた方がよいということで商連と山形缶協とで打合を行なつた。6月7日に第1回の原料入荷がありスタートは遅れていない。商連との話合いで最低キロ200円と決め、高い価格だがまず妥当な線でスタートし15日～17日位までは8割方その線で入荷したが18日には250円で一斉に買付けが行なわれ200円を堅持しているところには荷が入つてこない、佐藤錦は19日あたりがピークで、あと6-7日で終るが、ナポレオンは2～3日遅れている。なお農林省の調査では前年比92%と見ている。平年原料価格はキロ150円見当であり、250円以上になれば青果向から加工用に回り、これが高値増産につながり十分警戒しなければならない。現在生と競合して買っている状況であり、キロ200円は守られていない。

2. 製品価格について

原料価格がキロ250円とすると昨年より約50円高で1缶当り15円高値

の計算となる。パツカーはチェリーは採算がよいが、120円～125円の生れ値になる可能性があり、前半が高値に引かれると売れ残る危険性が多分にある。いまパツカーは120円位を前提として127～128円（名古屋は2円高さらに大阪は2円高）の要望があり、小卸135～140円位で売ってくれということである。

製品はポツポツ入荷してきている。パツカーは関西、特に2次店クラスの1～2店が120円～180円という価格をだしたと聞いて、大手工場は批判的だが、中小工場はこれに引きづられ原料高を招いている。みつ豆用にはイタリー物で十分にまかなえるし、キロ200円の原料であれば輸入の方が得であり、またことしの生産数量もかなり青果向から加工に回り、相当の増産が予想されるのでことしのチェリーについては十分慎重にやる必要があるとの見解であった。

3. 全缶協の姿勢について

ことしのチェリーに関して団体間（全缶協—山形缶協）での話し合いは持たれなかつたが、これは昨年、山形缶協で団体行動をとり、パツカーは損したのでことしはパツカー個々でやろうということになつたもの。

全缶協からの要望なり、話し合は原料をおさえられるという時期に行なうならば効果もあるがすでに一部製品もでて取引が始まつており、間に合わないため今の時点で話し合を行なつても意味がないとの見解から全缶協としては静観の立場をとることになつたが、会員個々では加熱ムードをおさえる方向で進めていこうということになつた。

(第6回) 缶詰キャンペーン委員会

日 時 昭和44年6月13日 13.30～17.30時

場 所 電通プレゼンテーションルーム

議 題 テレビ宣伝に関する件

出 席 【業界側】

中山良助氏、外山雅也氏、隅野勇氏、阿江伸三氏、北田久雄氏、成田豊氏、吉田博邦氏、村井武夫氏。

〔電通側〕

安東爾氏、村上昌氏、久井健一郎氏、佐々木芳子氏。

☆ ☆ ☆

第6回缶詰キャンペーン委員会は6月15日から開始される東京地区中元用テレビスポットの実施計画、および関西中元用U.F.のシングル4種についての検討、テレビ番組の提供等に関し意見の交換を行なった。また電通側よりオープニングショーおよびパンフレットなどにつき説明があり、これらの内容はさらに次回委員会において協議されることになった。

(第7回) 缶詰キャンペーン委員会

日 時 昭和44年6月20日 13.00～17.30時

場 所 日本缶詰協会 会議室

議 題 共同宣伝に関する催物その他の件

出 席 【業界側】

原喜三郎氏、中山良助氏、外山雅也氏、阿江伸三氏、隅野勇氏、北田久雄氏、結城俊輔氏、東峰勝雄氏、村井武夫氏

〔電通側〕

吉田 浩氏、橋本篤治氏

☆ ☆ ☆

第7回缶詰キャンペーン委員会は主として共同宣伝に伴う催し物について意見の交換と検討がなされた。この催し物として一応考えられているものにフルーツショー、朝日女性教室、全日本司樹士協会とのタイアップ、追跡調査等があげられているが、今後さらに予算の面ともからみ合わせ具体案を練つてゆくことになつた。なおその他にパンフレット等についても検討されたが、さらに次回委員会で打合せすることになつた。また缶詰キャンペーンのスローガンについては、本年は「いつでもどこでもハイ缶詰」を使用することにした。

普及宣伝部会

日時 昭和44年6月19日 11.00～13.00時

場所 榊北洋商会 7階会議室

議題 1. 缶詰食べましよう週間に関する件

- ① 進行状況について
- ② 賛助費納入状況について
- ③ アンケートについて

2. 缶詰共同宣伝進行状況について

3. その他

※ 部会討議の概要

本年度全缶協の普及宣伝活動として「缶詰食べましよう週間」を実施することになり、缶切、POPも出来上りすでに中部以東の地区には発送を開始したので、その経過報告と宣伝開始の打合せのため部会開催となつたもの、同時に業界新聞記者（出席13社）を招き、この全缶協自からの手による宣伝の主旨、実施要領等につき説明を行なつた。

〔 実 施 要 項 〕

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)に対して缶切りを無料提供する。
(小売1個15円)

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わない。また小売店にあつては缶詰の特定の銘柄ならびに特定の品目に限定せず缶詰買上げのお客に対し漏れなく進呈することとする。

4. 会員に対する缶切り配布数は均等割および会費割によるものとする。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し発注個数は125万個。

7. POP広告(2色刷53cm×26cm)の配布は缶切り42個単位1枚を基準とし、3万枚を印刷する。

1. 業界紙記者に紙面での協力を要請

この部会に業界紙記者を招き、会議の模様を傍聴したが、席上浅井会長は全缶協の「缶詰食べましよう週間」の主旨を説明し、紙面での協力を要請した。

〔浅井会長談〕

「全缶協はかねがね共同宣伝以外に全缶協独自で缶詰の消費促進につながる宣伝を実施すべきだとの会員からの要望があり、予算の面等でいまままで実現しなかつたが、本年度は会員各位の協力によりこの運動が実現できた。業界紙のみなさんはどうかこの全缶協の普及宣伝運動の効果が挙るよう報道の面でご協力いただきたい。小売15円の缶切を缶詰買い上げの一般消費者に無料進呈するわけで、その金額は1,850万円になる。その他に缶切の運送料、POP印刷代、郵送料があり、送り先は支店を含め300社になる。中部以東は7月1日から、近畿以西は7月10日から一斉に開始されるが、各社の労力を見ると2,000万円のキャンペーンといえるわけで、全缶協の第1回目のキャンペーンでもあり、大いに報道の面でご協力いただきたい。」

2. アンケートについて

この運動が終了次第、会員ならびに主だった小売店にこの運動の効果、意見といったことを中心にアンケートを取り今後の参考にすることになり、その内容は会員店、小売店も同じ様式で出来るだけ簡潔にしたものにすることに決定。

3. 賛助費納入状況について

全缶協「缶詰食べましよう週間」実施にあたり、全缶協の宣伝費予算から350万円、その同額を有力メーカーからそれぞれ協賛を得ているが、呼びかけた協賛メーカーは148社でこのうち6月18日現在の時点での協賛金入金状況は53社185万円である。なおまだ入金はされていないが協賛申込書がきているところが9社となっている。しかしまだ予算額に比べかなり入金額が低いのもう一度担当会員会社からプッシュしていただくことにな

つた。

缶詰キャンペーン進行状況

1. 缶詰キャンペーン委員会

〔開催日〕	〔内 容〕	〔場所〕
44年5月13日	要綱について	丸ビル 精養軒
44年5月16日	関西テレビ、電通との打合せ	日 缶 協
44年5月21日	関東地区中元用テレビスポット等	・
44年5月28日	・ テレビタイアツプ番組	製 缶 協 会
44年6月 5日	テレビスポット試写、その他	電 通
44年6月13日	関西地区中元用CFジングルその他	・
44年6月20日	スポット、タイアツプ番組 その他	・

2. テレビ スポット実施計画

地区	局 名	タイム区分別本数										合計 本数	期 間		
		A		特B		B		C		D				15" 5"	15" 5"
		15" 5"	15" 5"	15" 5"	15" 5"	15" 5"	15" 5"	15" 5"	15" 5"						
東 京	東京放送 (TBS)	6	8	11	56	28	109	109	6.15～7.5						
	日本テレビ (NTV)	10	7	15	38		70	70	6.15～7.5						
	フジテレビ (CX)	3	5	6			14	14	7.1～7.5						
大 阪	NETテレビ (NET)	2	4	7	20		33	33	6.15～6.30						
	関西テレビ (KTV)	27	24	8	78		137	137	7.5～7.25						
	東海テレビ (THK)	16	14	7	31		68	68	6.26～7.15						
名古屋	中部日本放送 (CBC)	10	6	15	29	15	75	75	6.25～7.15						

なお中元用スポットのほか常時使用できるCF案のコンテを検討中。

3. テレビ番組の提供

7月、8月にTBSの新番組「QアンドQ」で缶詰の常識コーナーを放映。
10月～12月をメインとし夜のゴールデンアワーに週1回のハコ物又はベルト物を使用し、1～5月には単発等を適時放映する。
なお8月にはフジテレビのランニングクイズ(PM 7.00～7.30)なども交渉中。

4. オープニング セレモニー

7月中旬以降にホテルニューオータニで開催できるよう交渉中。
フジテレビ、サンケイまたは女性誌とタイアップし予告させる。なおフジテレビにはパーティーの場面を流させることも考える。
一般客は100組のペア200人を募集し、報道陣は新聞の家庭、文化、社会欄担当記者120名位を招き、主催者の挨拶を行ないパーティーの模様を記者に取材してもらう。このパーティーには東畑朝子氏に料理の説明を依頼するほか、犬養智子、高島忠夫夫妻も招く予定。

5. パンフレット

パンフレットについては電通より雛型提示と内容説明あり、委員よりバラエティーに富む作業を進めるよう指示。なおこの編集にあたってはそのパンフレットに盛り込む内容を委員会でも検討することになっている。

缶詰の知識普及パブリシティを行う一般番組（交渉継続中増加の可能性あり）

キー局	番組名	放送曜日、時間	ネット局	内容（概要）	実施回数
CX	ママとあそぼうピンポンパン	8:00～8:45 (月～土)	東阪名 他5局	子供向けゲーム番組	1回程度
・	小川宏ショー	9:00～10:30 (月～金)	東阪名 他14局	ワイドバラエティショー	・
・	8時のあなた	13:00～14:00 (月～金)	東阪名 他16局	・	・
・	勝抜きスビードクイズ	14:00～14:30 (月～金)	東阪名 他14局	公開クイズ番組	未定
・	ビートポップス	15:00～16:00 (土)	東 他1局	スタジオジャズショー	・
KTV	テレビナイトショー	23:10～23:55 (火)	東阪名 他5局	深夜ワイドバラエティー	・
・	ハイ!土曜日です	9:00～10:30 (土)	東阪名 他14局	ワイドバラエティー	・
・	宝塚シックスオナー	18:00～18:30 (木)	東阪名 他1局	ミュージック	・
・	ランニング、クイズ	19:00～19:30 (土)	東阪名 他11局	スタジオクイズ	・
・	お台所入門	10:30～10:45 (月～金)	阪 他2局		・
TBS	ヤング720	7:30～8:10 (月～金)	東阪名 他21局	スタジオバラエティー	1～2月

TBS	Q アンド Q (仮)	12.00 ~ 12.40 (月~金)	東阪名 他15局	クイズ番組	7月30日 より
N TV	青島、ノックのワイドショー	12.30 ~ 13.30 (月~土)	東阪名 他18局	ワイドバラエティー	未定
・	3分間クッキング	11.50 ~ 11.55 (月~金)		料理番組	・
・	暮しの豆辞典	11.55 ~ 12.00 (月~金)		実用番組	・
N E T	土曜ショー	12.00 ~ 12.55 (土)	東阪名 他5局	ワイドバラエティー	1回程度
・	奥様そごがコップです	9.30 ~ 9.35 (月~金)	東阪 他7局	実用番組	未定

プレゼント或いは賞品として缶詰を使い番組

キー局	番組名	放送曜日、時間	ネット局	内容(概要)	利用のしかた	実施回数
C X	料理の窓	10.30 ~ 10.45 (水)	東	料理番組	プレゼント	未定
・	ビートポップス	15.00 ~ 16.00 (土)	東 他1局	ジャズショー	・	・
・	ズバリ当てましょう	21.00 ~ 21.30 (土)	東阪名 他4局	クイズ	問題商品	1回程度
K T V	ハイ!土曜日です	9.00 ~ 10.30 (土)	東阪名 他14局	ワイドショー	プレゼント	未定

KTV	ランニングクイズ	19.00~19.30 (土)	東阪名 他11局	クイズ	賞品	未定
TBS	でつかくいこう	19.00~19.30 (火)	東阪名 他19局	"	"	1 回程度
NTV	おはよう!こどもショー	7.15~8.25 (月~土)	東阪名 他7局		プレゼント	"
"	巨泉まとめて百万円	19.30~20.00 (火)	東阪名 他8局	クイズ	賞品	"
"	ものまねパンパン	21.00~21.30 (木)	東阪名 他11局	バラエティ	"	"
"	奥様寄席	13.30~13.55 (月~金)	東阪 他1局		プレゼント	未定
NET	土曜ショー	12.00~12.55 (土)	東阪名 他5局	ワイドショー	"	"
"	ばつちり当てよう	13.00~13.30 (月~金)	東阪名 他4局	クイズ	賞品	"
"	インスピレーションクイズ	19.00~19.30 (土)	東阪名 他2局	"	"	"

ドラマなどの番組のなかに自然に缶詰を登場させる（現物不用）

キー局	番組名	放送曜日、時間	ネット局	内容（概要）
KTV	男ぢやないか	21.30～22.15 (日)	東阪名 他10局	ドラマ
・	愛されたい時	17.30～18.00	東阪名 他5局	・
・	火曜劇場	22.00～22.45 (火)	東阪名 他9局	・
・	わが恋やまず	22.30～23.00 (金)	東阪 他1局	・
TBS	肝つ玉かあさん	20.00～20.56 (木)	東阪名 他19局	・
・	奇妙な仲	21.30～22.30 (水)	東阪名 他18局	・
・	妻をメトラバ	21.00～21.30 (木)	東阪名 他19局	・
・	東京日曜劇場	21.30～22.30 (日)	東阪名 他29局	・
NTV	脱線ゲーム	19.30～20.00 (水)	東阪名 他14局	バラエティ
・	コント5.5号 裏番組をブツとばせ	20.00～20.56 (日)	東阪名 他21局	・
・	ものまねパンパン	21.00～21.30 (木)	東阪 他12局	・
CY及びNETは現在検討中				
6月実施決定分				
TBS	お屋にまいましよう	6/5(木) 12.00～12.40	東阪名 他15局	お料理入門として缶詰の 話とする
NET	奥様そこがコッです	6/8W 9.30～9.35	東阪 他7局	缶詰の使い方を 取りあげる

テレビ宣伝決定番組スケジュール

中元用テレビスポットに関するスケジュールは本号 81頁に掲載の通り東京地区は6月15日から7月5日まで東京放送(TBS)、日本テレビ(NTV)、フジテレビ(CX)、NETテレビで実施中であり、6月25日から7月15日にかけては、中部地区に対し東海テレビ(THK)、中部日本放送(CBC)で放映中。また関西地区は関西テレビ(KTV)で7月5日から7月25日にかけて、いずれも15秒のスポットが放送されるが、このほどこのテレビスポットのほかテレビ番組として次の番組が決定した。

① テレビ局

TBS

ABC

② 番組名および時間

「Q and Q」 ウィークデーの12.00～12.40時

③ 宣伝期間

7月～8月の2カ月間

④ 宣伝内容

缶詰知識コーナーを中心とする。

⑤ スケジュール

	(内容)
[TBS] 6月30日(月)	衛生的
7月4日(金)	合理的
7月8日(火)	缶詰は保存食の王様
7月10日(木)	缶詰の特性
7月14日(月)	内容検討中
7月18日(金)	”

	7月22日(火)	内容検討中
	7月24日(木)	"
	7月28日(月)	"
	8月1日(金)	"
	8月5日(火)	"
	8月7日(木)	"
	8月11日(月)	"
	8月15日(金)	"
	8月19日(火)	"
	8月21日(木)	"
	8月25日(月)	"
	8月29日(金)	"
[A B C]	7月2日(水)	保存食の王様
	7月16日(火)	内容検討中
	7月30日(火)	"
	8月13日(火)	"
	8月27日(火)	"

(第8回) 缶詰キャンペーン委員会

日 時	昭和44年6月30日	12.00時～16.30時
場 所	㈱ 電 通	4階会議室
議 案	キャンペーンの基本方針(第4案)について	
出 席	日本製缶協会	阿江伸三氏
	日本缶詰協会	隅野 勇氏

全国缶詰問屋協会	中山良助氏
・	北田久雄氏
東洋製缶(株)	結城俊輔氏
東洋鋼鋸(株)	吉田博邦氏
日本水産(株)	大内光氏
(事務局)	村井武夫氏
(　　・　　)	納富則夫氏
(株)電通	安東肅氏
・	吉田浩氏
・	村上昌氏
・	佐々木芳子氏

第8回缶詰キャンペーン委員会はTBSの新番組である「Q & Q」(毎週月曜日から金曜日の12.00～12.40時)が6月30日からスタートしこの番組に45秒の「缶詰知識コーナー」が共同宣伝としてはじめて放送されることになっており、そのテレビ放送を見学、意見の交換を行なったあと、電通より提示されたキャンペーンの基本方針(第4案)について検討した。

※ 協 議 の 概 要

1. 決定事項の確認

(1) スローガン

「いつでも どこでも ハイ缶詰!」

(2) マーク

略

(3) 広告主体名称

缶詰キャンペーン委員会

2. キャラクター

キャラクターについては缶型あるいは缶蓋の開き具合など検討中であつたが第3案(略)を採用することになった。

3. 雑誌広告

雑誌広告は比較的若い購読層を持つ「婦人生活」とタイアップすることになったが、10月号から翌年2月号まで5回にわたり缶詰PR記事のシリーズを実施する。各号のテーマは次の通り。

[10月号] 4色カラー3頁 本文活版2頁

「食卓を楽しくする缶詰料理」

アイデアに富んだ料理7～8点を用意。その材料、種類は缶詰をメインとし、カラー頁と本文で美しい写真説明と作り方を掲げる。

[11月号] 本文活版3頁

「家計と缶詰」で缶詰はおトクなことを強調する。さらに保存法、簡便性、利用価値、その他の特性を併せ訴求する。また読者に呼びかけて料理のアイデア、利用保存のアイデア、その他のアイデアを募集し2月号の特集につなぐ。

[12月号] 4色カラー3頁 本文活版2頁

「ホームパーティを缶詰で豪華に」

お客様のおもてなし、クリスマスパーティをにぎやかに豪華にするための缶詰料理の作り方をPRする。(10～12点)

[新年号] 1色オフセット 4頁

「缶詰便利帖 缶詰のすべて」

缶詰の特徴を簡単にまとめ、見分け方、JASマーク、保存法をカットや図解で詳しくわかりやすく説明。さらに人気のある缶詰とその使い方の紹介。有名人の缶詰の利用法や、わが家のアイデア缶詰料理、缶詰こぼれ

話など。

〔 2 月 号 〕 本文活版 3 頁

■ 缶詰利用者の声 ■

1 1 月募集の読者の声をまとめ、これに専門家の意見を加え特集する。

また海外の缶詰に関連する食生活の紹介などを行なう。

なお今回の雑誌広告に関してはキャンペーン委員会では直接出稿は行なわ

ず、各協会に加盟する各社の広告出稿とタイアップすることになった。

〔 広告料金 〕

			委員会補助	広告主負担
カラー	1 頁	8 5 万円	2 0 万円	6 5 万円
オフ	1 頁	5 5 万円	1 0 万円	4 5 万円
本文	1 頁	4 0 万円	5 万円	3 5 万円

以上のうち委員会負担分の合計を 3 0 0 万円とする。

(例) カラー (2 0 万円) × 1 0 本 = 2 0 0 万円

オフ (1 0 万円) × 8 本 = 8 0 万円

本文 (5 万円) × 4 本 = 2 0 万円

但し 3 0 0 万円の負担分を消化したのちも委員会のタイアップした広告についてはこの広告主割引料金を適用する。

委員会のタイアップは広告の 4 隅のどの部分でも 1 か所 5 cm × 5 cm の三角形を広告主から委員会に提供する。

なお広告はカラー、オフセット、本文とも 1 頁単位とし、参加呼びかけは電通にて資料を作成し、個々に交渉するが、各団体からも協力参加を呼びかけることになった。

4. パンフレットについて

パンフレットについてはタイトルとして「缶詰ものしり帖」とし、缶詰に関

し問答形式で20頁(10頁分は4色カラー)20cm×20cm(A6変型)にまとめる。内容としては大体次のようなことが考えられているが、さらに各団体間で十分検討する。

- ① 缶詰はいつごろ発明されたのですか。
- ② 缶詰にするとなぜ食品が長持ちするのですか。
- ③ 長持ちすることはわかりましたが、加熱殺菌のために栄養や味が落ちることはありませんか。
- ④ 缶詰はおいしいけれど、ときどき缶の臭みを感じます。この臭いを防ぐ工夫はありませんか。
- ⑤ かんづめは便利でおいしいけれど大変高いものにつくのではないのでしょうか。
- ⑥ 中身の見えない缶詰を買うのは不安なものです。品質のよしあしを見分ける方法はありませんか。
- ⑦ 缶がへこんだり、さびたりしているものがありますが、食べても心配ないものでしょうか。
- ⑧ ちかごろ、食品の人工着色が問題になっていますが、缶詰も着色していますか。
- ⑨ かんづめにも防腐剤のような添加物が使われているのでしょうか。
- ⑩ かんづめにはずいぶんいろいろの大きさがあるようですが、はつきりした規格があるのでしょうか。
- ⑪ 缶詰には、いつたいどのくらいの種類があるのですか。また日本では1人年間どのくらいの缶詰を食べているのでしょうか。
- ⑫ 不良品や事故があつた場合どこに問合わせたらよいのでしょうか。
- ⑬ そ の 他

以上のような点を大体の骨組みとし編集するが、料理については3分クッキ

ング、5分クッキング、15分クッキングといった形式で紹介する。

なお配布先は現在計画中であるフルーツショー、朝日女性教室、タイアツプデモ店、テレビタイアツプ中継脚本用、テレビタイアツプの視聴者、参加者その他に配布する。部数についてはなお検討する。

5. オープニングショウ

現在具体的検討に入っているオープニングショウは開催場所をホテルニューオータニとし開催日は7月29日と内定した。

なお7月9日12時よりホテルニューオータニの会場下見をしたうえ午後1時からキャンペーン委員会を同ホテルにおいて開催することになっている。

会 員 消 息

[組 織 変 更]

※ (株)東食食品部では最近の食品流通業界の趨勢に対処するため6月1日から食品部を2部に分割、食品第2部は主として直消食品類の国内販売業務を担当し缶詰に関しても同部担当となつた。

人事は次の通り。

食品第1部	部 長	須 藤 泰 敏 氏
	次 長	鶴 裕 輔 氏
	部長代理	中 原 三 治 氏
		三 井 敏 夫 氏
	総務課々長	鶴 裕 輔 氏(兼)
	塩業課 "	中 原 三 治 氏(兼)
	畜産食品課 "	千 川 昭 夫 氏

乳製品課々長	高橋 肇 氏
農産課 "	香椎 正明 氏
食品課 " (旧食品第1課)	北条 明 氏
食品機械課 "	荒木 岑隆 氏
食品第2部 部長	橋口 真 氏
部長代理	森井 喜代一 氏
"	宮崎 貫太郎 氏
總務課々長	宮崎 貫太郎 氏(兼)
食品第1課 " (旧食品第4課)	大森 一郎 氏
食品第2課 "	藤田 豊久 氏
食品第3課 "	齊藤 方雄 氏

〔代表者変更〕

※ 東興食品株（千葉市新宿町1～48）では5月31日の定時株主総会取締役会で取締役任期満了となり、取締役社長秋間健次氏は退任し、後任には佐藤金助氏が取締役社長に就任した。

〔会社合併〕

※ ~~株~~松屋（久留米市大手町5番地 代表取締役 鶴田松男氏）は、~~株~~梅沢（本社 名古屋市中区錦3～21～12）の九州支店として従来の食品関係業務を継続することになり、鶴田松男氏は~~株~~梅沢の代表取締役に就任し、九州地区を担当することになった。

事務局報知

※ 浅井会長 日本缶詰検査協会の評議員を承諾

財団法人日本缶詰検査協会では、評議員の任期満了に伴い5月22日理事会を開催して、全缶協も評議員に委嘱したいとの決定により6月18日付で検査協会鈴木理事長名で全缶協に正式文書が寄せられたが、このほど浅井会長は検査協会の評議員就任を承諾した。

缶詰共同宣伝用缶詰ご提供のお願いについて

第2年目の缶詰共同宣伝は6月15日より関東地区への中元用テレビスポット(15秒もの)を皮切りに本格的PRが実施されておりますが、今年の缶詰共同宣伝は昨年のように6品種(みかん、もも、フルーツみつ豆、ホワイトツナ油漬、アスパラガン、スイートコーン)に限定せず、国産缶詰で大量に消費されている缶詰、あるいは将来性のある缶詰を広く取りあげ、本号81頁掲載の「缶詰キャンペーン進行状況」の通り主としてテレビを中心とした共同宣伝が展開されます。

つきましては、本年も宣伝媒体に使用する缶詰に関しましては手印ブランドご所有の会員店各位より現物の無償提供にご協力願いたいと存じますが、今回の共同宣伝は44年6月から、翌45年5月までの1カ年間を通じての宣伝であり、缶詰宣伝の対象品目も国産缶詰であれば特に限定もされていない関係上、ご提供願う時期を前期(6月~10月)と後期(11月~翌年5月)に分け、また使用した缶詰のチェックは事務局にて行ないその状況を適宜ご報告申しあげたいと存じます。

まずご提供願った缶詰がどのような番組、企画の中で使用されるかについてお知らせ致します。

〔共同宣伝に無償提供された缶詰の使途〕

1. オープニングショー

共同宣伝の実施に伴い、報道関係者120名と一般客100組のペアーを7月29日(予定)にホテルニューオータニに招き記者会見と缶詰試食を中心としたオープニングショーを開催する。この模様はフジテレビで放映される予定であるが、パーティー会場には1,000缶にのぼる各ブランドの缶詰ディスプレイがなされる。ショー終了後はこのディスプレイされた缶詰は他のテレビタイアップ番組等にも使用される。

2. テレビタイアップ番組

本号88頁掲載の「缶詰の知識普及パブリシティーを行なう一般番組」「プレゼントあるいは賞品として使う番組」(84頁掲載)および現物は不要との電通側の説明であるが、「ドラマなどの番組の中に自然に缶詰を登場させる」(86頁掲載)の各番組に無償提供による缶詰が使用される。

3. パンフレット

この共同宣伝にはパンフレット10万冊(色刷り20頁)が用意される予定であるが、その写真撮りに提供された缶詰が使われる。

4. その他

料理教室その他催し物等必要に応じ使用される。

なおタイアップ番組は番組の性格上放送日はその数日前に決定されるものが多いが、出来得る限り速やかにその都度連絡するよう電通側とも話合っているので、その点よろしくご諒承願いたい。

以上の通りであります。何卒この共同宣伝の趣旨にご賛同賜わり手印プ

ランドご所有の各位におかれましては下記要領に基づきご提供下さいます
ようお願い申し上げます。

缶詰提供要領

1. 提供缶詰使用期間

前期（44年6月より同年10月まで）

後期（44年11月より翌年5月まで）

まず前期分をご提供いただく。

2. 前期分提供数量

主要製品のブランド一品種につき各1打。

3. 送り先

缶詰キャンペーン委員会事務局宛

東京都千代田区丸の内2～2 丸ビル5階

日本缶詰協会内

4. 締切り

44年7月15日

なお諸媒体にはご提供のブランドものは出来るだけ公平に取扱うよう注意致しますが、場所、画面等の関係で適当に調整させていただくこともございますので予めご了承のほどお願い致します。

おつて、後期分は前期分の使用状況とにらみ合わせたうえで改めてお知らせ申しあげたいと存じますが、その折は前期分の使用状況をご報告申しあげるとどもにご協力願わなければならぬ場合は10月初旬ごろご連絡致したいと思っておりますのでよろしくご諒承のほどお願い申し上げます。

