



月報

2

# 缶詰検

(51. 2. 7 No.110 VOL 10)

目	次
◇理事会で新団体づくりなど協議 .....	2
◇缶みかん懇話会（全体会議） .....	3
果実部会員にみかん缶詰生産状況についての文書連絡 .....	4
◇果実部会 .....	4
みかん缶詰 JAS 受検状況 .....	5
◇アスパラ懇談会 .....	5
◇蔬菜部会 .....	6
◇缶詰表示問題連絡協議会 .....	7
◇（第4回）フード・ウィーク（3月4日～17日2週間実施） .....	9
<b>事務局報知</b> .....	11
<b>会員消息</b> .....	11

〔特集（第2回）〕	
加工食品取引コードについて .....	特別寄稿 山本 勳 ..... 12

## 理事会で新団体づくりなど協議

1月28日、午前10時30分から松下鈴木榊東京支社会議室において年明け初の理事会を開催し、50年の当初から検討が続けられてきた全缶協の新組織化問題をはじめとする諸事業の経過報告、51年度の事業計画、予算計画、51年度農林省加工食品取引コード委託引受けに関する件、その他事務局移転7号議案につき協議した。なお1～2号議案に関連し、農林省商業課森課長補佐、松本係長が出席された。

### 1 新組織化の経過報告と今後の進め方

新組織化に関しては昨年の10月30日、第1回目の新組織化委員会を開催し、全缶協を母体として「(社)日本加工食品卸売協会」(仮称)を51年4月1日設立目標の線に沿って進めるという方向が検討され、定款(案)、設立趣意書案などの作業を急いでいたが、この時点において農林省商業課から他の卸団体をも含めた新組織にすべきであり、発起人にはそれらの団体の参画を得て進める必要があるとの指導が急になされてきたことにより、そこに根本的な考え方の相違が生じたため、12月1日、改めて商業課の課長を中心として在京委員と懇談会を開催、さらに12月9日午前中第2回目の新組織化委員会、午後理事会(農林省側2名出席)で引き続き協議し、加工食品卸団体の中でも比較的關係のあると見られる8団体に農林省の口添えを得て参加を呼びかけることとなり、出来ればスケジュールの関係から12月中にこれら事務局間で下打合せ会を開く手筈が話合われた。しかし、旧ろう呼びかけを行なったところは砂糖卸の2団体のみで、年内下打合せ会の開催は実現できなかった。その後小麦粉業界の団体にも呼びかけを行ない、いずれ準備会開催の段階を迎えれば相談に応ずるとの諒解を得ているが、現在までの砂糖、小麦粉の両団体に呼びかけを行なった感触では積極的な反応はなく、組織化

への今後の問題点としては、生産材食品と消費材食品との流通上でも大きな相違のある点をどうするかが団体間での議論の対象となるものとみられる。現在、他の団体への参加呼びかけは進行中であるが、事務局において以上の経過報告を行なったあと協議したが、結論としては、①他の団体はいずれも新組織化が実現しても団体解散の意志はなく、全缶協のみ解散というかたちを取ることは好ましい結果は得られない。従って全缶協も基本的には解散しない方針で臨む。②全缶協自体の原点を見失うことなく内部強化を図る。③新団体づくりについては他の団体と協調体制で進め、業界の組織化気運が醸成された段階で団体として参加する。④なお、4月1日設立目標は実質上困難となってきたが他団体との事務局間打合せは出来る限り早い機会に開催し、そのうえで今後の活動に対処する。以上の通り決定した。

### 2 51年度加工食品取引コードについて

農林省の委託で全缶協は昨年専門委員10名により加工食品取引コード普及促進調査を行ってきたが、すでに14回にのぼる委員会を開き、現在アンケート調査のとりまとめを終え、各委員分担による報告書の作成にとりかかっている。

取引コード第2年度目の事業としては、初年度の調査を踏まえシステム設計およびコードコンバージョンの実験が主体となると見られるが、51

年度も引き続き農林省は全缶協に委託するとの方針であり、全缶協も事業活動の一環として委託を受け、この理事会において承認された。

なお、51年度の委員構成については理事会社よりそれぞれ実務担当者を推薦願ひ、あらかじめ下打合会を開き、さらに2月24日の第15回専門委員会でも検討されることとなった。

### 3 全缶協50年度事業経過報告について

事務局において作成した4～12月までの活動状況一覧表をもととして経過報告を行なったが、特にその中で現在日本商工会議所で進められている統一伝票にかかわる「第3の伝票」につき酒類食品缶詰統一伝票協議会運営委員長太田潔氏より重点的な説明報告があった。

すでに食品業界においては協議会において様式案がまとめられ、日本商工会議所の問屋関係委員会にも意見具申中であるが、現在、業界案として同委員会に示されているのはB4長辺形の手書・タイプ用でヘッダー項目、配列、桁数等につき概略的に説明がなされた。

### 4 全缶協の51年事業・予算計画等について

新組織化とも関連があったため全缶協の51年度事業・予算計画等の組立てはまだ具体的に行なわれていないが、本理事会の第1号議案で新団体づくりには前向きでのぞむか、全缶協は解散しないことが確認されたことにより、改めて全缶協の新年度事業計画を東京木曜会などを通じてこの事業年度内に煮詰めて行くことになった。

なお、51年度は役員、部会員の改選年にあたるとともに全缶協創立10周年目を迎えることでもあり、スケジュール等については今後さらに検討が進められる。

### 5 全缶協の事務局移転について

全缶協事務局を江戸ビル新館4階に移転してはどうかとの相談が旧ろうビル所有者の小野正敏氏からあり、この件に関し正副会長の下打合せを行なったところ理事会に諮って決定することとなり、本理事会の開催の前に現場下見をしたあと協議を行なった。借室条件としては小野正敏氏の格別のご協力を得、全缶協予算に直接大きな影響が及ばない範囲でお借りできることになっている旨事務局より報告、全員異議なくこれを承認した。

新事務所の総坪数は50坪となっており、会議室、応接室もスペースどりされる。移動は1月29日より開始し、2月2日までには電話の配線も完了する手筈。

### 6 その他

事務局より50年度の共同宣伝に関する実施経過報告、第4回フードウィークの開催（実施要領は9頁に掲載）、缶詰のおいしく食べられる期間につき、全国の国民生活センター120カ所に缶詰業界の統一見解を正式文書として送り届けしたまでの経過説明を行なった。

## 缶みかん懇話会（全体会議）

日時 昭和51年1月14日 13:30～16:00時

場所 丸の内ホテル

主内容 昭和50年度内販みかん缶詰について

### ※ 缶みかん懇話会討議の概要

まず、蜜柑缶工組事務局より午前中に開かれた同組合の内販対策委員会におけるみかん缶詰製造状況について説明がなされた。それによると100万程度の過剰生産となることが懸念され、この自

肅体制についてはあらためて2月3日開催の理事会で方針を決めることになっているとの報告があり、全缶協側もこの理事会以前に果実部会を開き検討を行なうことになった。

なお、果実部会員に対してはこの日の懇談会の模様を伝え協力を得る方針も話合われた。

☆ ☆ ☆

① 工組の内販対策委員会では輸出向け300万函、内販600万函をバランスをとって製造することで出発したが、現状は内販先行型となっている。50年度初めにおいては品枯れ状況であったので市況も良かったが、現在はすでに軟調となっている。

② 2月に入ってから原料事情によっては製造にブレーキがかかることも考えられるが、現状で推移すれば内販品が過剰生産となり、48年度の二の舞を踏むことにもなるので週休2日制による生産自粛の意見もあり、これにはパッカーの自粛だけでなくブランドオーナーも発注自粛をしてほしいとの意見があった。

果実部会員にみかん缶詰生産状況についての文書連絡

1月14日の缶みかん懇話会での内容に関し、1月16日付で全缶協果実部会員に新物みかん缶の生産状況について、次の内容による文書連絡を行なった。

新物みかん缶詰の生産動向につきましては多大の関心が寄せられておりますが、現時点においては増産気配濃厚であり、先行き市場の混乱が危惧されるところから去る1月14日、丸の内ホテルにて缶みかん懇話会の全体

会議を開催し、情報の交換を致しましたところ本年は特に生販とも相協調して慎重な姿勢で臨むべきであるとの結論となりました。ここに懇談会の概略をお伝えしますが、市場安定のための適正供給にお互いつとめたいと存じます。

1. 1月10日現在のみかん缶JAS受検数量はすでにホールは実函320万%近くに達し、これは48年の大增産された年のパターンに似ており、市場暴落の同じ轍を踏む危険性ははらんでいる。
2. 1月中は輸出重点の製造となると見られるものの現在の生産状況生産能力からして当初適正量としてとらえられていたブロークンを含めての600万函どまりのラインよりさらに100万函以上超えることがほぼ確実な趨勢となってきている。
3. パッカーサイドにおいては今後の操業のぞむにあたり週休2日制で生産量の調整を図りたいとの考え方を持っているが、これに合わせてブランドオーナーにあっては適正流通のために前向きな協力をお願いしたい。

果 実 部 会

1月28日、午後1時半から松下鈴木榎東京支社5階会議室において、年明け初の果実部会を開催し、新物みかん缶詰に関する情報交換を行なった。

新物みかん缶詰の生産については1月14日開催の缶みかん懇話会全体会議においても検討され

だが、生産能力、原料事情等から見て内販向けとしてはブロークンを含め700万を越える可能性が強く、適正流通のためどのような方法を講ずることが最も望ましいかが話合われた。その結果、蜜柑缶工組に対し、①増産は生販ともに大いにいましめねばならないところであるが、操業期間の短縮を極力実施することが望ましい。②2月中は生産自体流動的であり、輸出300万函の全量生産も困難ではないかどみられるフシもあって量的には750万函前後の内販供給量となる公算が強い。③これは明らかに過剰数量であり仕切り価格も自然厳しくなってくるなどの見方を申し伝えることになった。

みかん缶詰の精度については、昨年すでにJAS改正の方向が検討されていたが、国際規格に準じ14°～18°未満とし、特に14°～15°未満のものについては低糖度品である旨の表示を行なう線今後の作業が進められようとの説明がなされた。

また、みかん缶のブロークン二色刷りの件は本年度は印刷缶の改版能力の点で間に合わなかったが、次年度からは全面的に歩調を揃えて実施するとの確認がなされた。

その他の事務局報告事項として、①缶みかん宣伝に関し本年度は1億円の予算でテレビスポットを中心に、関東、関西両地区でPRが行なわれる。②JAS品質表示基準につき、当初農林省では果実缶詰から品目ごとに順を追って設定する方針であったが、最近では缶詰すべてに対し一括して基準を設けたいとの意向を示しており、特にフルーツみつ豆缶などについての分類、区分など今後業界内部で十分な検討を行なう必要がある旨説明した。

## 〔みかん缶詰JAS受検状況〕

日本蜜柑缶詰工業組合がまとめた51年1月31日現在の内販向けホール品JAS受検状況は次の通りである。(実函)

1/06	327,826	2/24	386,062
3/24	14,737	4/24	2,340,536
5/48	1,193,034	5/24	48,370
計	4,310,565		

(前年1,329,962、前々年3,440,367)

## 〔ブロークン鑑定状況〕

1/06	2,233	2/24	648,720
3/24	1,922	5/48	355,585
5/24	996		
計	425,908		

(前年350,189、前々年537,825)

## 〔輸出向けみかん缶詰地区別出荷状況〕

1/06	46,560	2/24	90,853
4/24	217,432	5/24	1,447,497
5/48	70,215		
換算計	1,779,849		

(前年3,685,224、前々年2,555,644)

## アスパラ懇談会

日時 昭和51年1月20日 14:30～17:00時

場所 (社)日本缶詰協会会議室

内容 耕作者、パッカー、問屋による懇談会

出席 [全缶協側]和気会長、中山理事、

萩原副会長他9名

[北海道アスパラ協会側]

大野副会長他3名

[農産缶工組側]江川副会長他4名

〔役所〕北海道東京事務所 長谷田氏

## ※ アスパラ懇談会の概要

昨年は4月2日に同懇談会を開催しているが、  
本年は特に市況が悪いところから昨年の轍を踏ま  
ないよう早期に対策を講ずるため、北海道耕作者  
代表が上京し、問屋側の見解を聴取した。

☆ ☆ ☆

### 〔北海道アスパラガス協会側見解〕

生産者としてはすでに昨年原料20～25円位  
の安値でさらにそれよりも下げることになる、  
減反、さらに廃耕につながることになる。なんと  
か減産できるような体制を整えたい。従来採集期  
間を60日としていたが、この期日をさらに短縮  
する等いろいろな方向で生産を抑えることを考え  
ている。ただ廃耕にだけはつながらないようにし  
たい。そのためには原料価格はあまり下げないよ  
うに協力をお願いしたい。肥料も値上がりし他の  
農作物に比べ労力がかかる。現在は他の作物の方  
が率がよく、アスパラの耕作意欲を失なってきつ  
つある。

### 〔農産缶工組側見解〕

北海道のアスパラ、スイートコーン缶詰はいま  
までは比較的好調であったが、これはやはり高度  
成長の影響で売っていたものと思う。そうした中  
で年々増産となったが、しかし当時は供給が追い  
つかないほどに需要があった。また価格もいまま  
で値上りしない年はなかった。問屋のみなさんの  
反対を押し切って値上げしたことが悪い状況を招  
いた。問屋の警告を無視してやった点を残念に思  
うし、われわれはこのことを強く反省すべきであ  
る。去る16日北海道でアスパラ部会を開いたが  
減産体制で臨むことに一致し、その減産目標を昨

年生産の3割とするとの意見も出ている。(昨年  
生産実績は100万函、実函では130万函)

### 〔全缶協側の見解〕

消費にはこの商品はこの位なら買ってもよいと  
いう、プライスゾーンがある。いまアスパラ缶は  
消費抵抗を受けて深刻な事態となっており、流通  
マージンどころでなく、損をしてほとんどのもの  
が売られている。50年ものだけでなく49年製  
品も一部にある。持越しは49年10万函、50  
年30万函、ことしは40～50万函持越されよ  
うという見方もされている。40～50万函持越  
されるとなると果してこの数量分の減産ができ  
るかどうかということが心配である。いずれにし  
てもこの分を国内市場から減らすことを考えるべき  
であり、それと合わせてアスパラガス缶詰の宣伝  
を積極的に進めていただきたい。

## 蔬 菜 部 会

日 時 昭和51年1月28日 14.30～16.00時

場 所 松下鈴木榊東京支社 5階会議室

議 題 ①新物缶詰に関する情報交換の件

②缶詰全国大会に関する件

③アスパラガス缶詰に関する情報交換の  
件

④その他

## ※ 部会討議の概要

缶詰の販売、在庫状況等の情報交換、新物缶詰  
詰に対する考え方を中心に討議を行ない、あとア  
スパラガス懇談会の内容報告と全缶協の姿勢につ  
いて萩原副部長から見解が述べられた。

## 1 筍缶の販売、在庫状況について

昨年は増産されたが各社それぞれの扱い数量はほとんど1昨年と変わらないと見られ、在庫は大物中心にかなりのものがストックされているとの意見であった（生産数量は農産缶工組調べでは昨年3,624,958函、1昨年2,797,970函）。

筍缶はここ数年、順調に消化し端境期の価格より更に高値となってきているが、これは多分に高度経済成長下に助けられたといえる。ところが昨年からは例外ではなく不況の影響を受け強気は通用しなかった。荷動きを見るとこれも賑わず、49年は7、8月の夏場の不需要期にも好調だったが、ことしはそうした空気もない。

在庫については60万本位、一説には100万本位との見方もあった。

## 2 新物筍缶詰について

作柄については藪の色がよく非常に豊作型である。芽もよくついている。11月末から12月に土入れを行なうが、農家は反収が非常によいので、丁寧に手入れをしている。ただここにきて降雨がなくカラカラ天気が続いており、これからの発育に一部危惧がある。

パッカーは自分の能力以上に生産をあげるため、仮詰めが非常に行なわれるようになった。筍シーズンが過ぎたあとで本詰めしているが、仮詰物は鮮度が落ち、風味が悪くなる。流通段階にあるものとして、これは歓迎できないことであり、この点をパッカーに申し入れる必要がある。高いうえに品質は悪いでは筍缶は売れなくなる。今後品質については強く訴えていくべきだ。

また、価格も下げないと消化しない。特に大物については、等級、サイズの格差をもっとつけるべきである。

## 3 筍缶詰全国大会について

51年筍缶詰全国大会は3月10日（水）徳島市スカイランド眉山で開催される。ことしは在庫量も多く不況下で荷動きも悪い。特に慎重を要する年であるということから、全缶協では大会に臨むにあたり2月17日改めて蔬菜部会を開き、データを持ち寄り検討を行なう。

☆ ☆ ☆

その他については、1月20日の北海道アスパラガス協会、農産缶工組とのアスパラ懇談会の模様について萩原副会長から報告を行ない、アスパラ耕作者、パッカーも減産体制で自粛することであるが、われわれもこれに協力する姿勢で臨みたいとの見解が述べられた。

## 缶詰表示問題連絡協議会

日時	昭和51年1月30日13.30～16.00時
場所	(社)日本缶詰協会 会議室
内容	1.缶詰の品質表示基準の設定の件 2.からふとます水煮缶詰品名表示について 3.レトルトパウチ食品の製造・流通基準について 4.その他

### ※ 連絡協議会討議の概要

全缶協の当番により1号議案を中心に、4号議案では赤色3号、計量法、嗜好テスト、もも缶糖度についての協議を行なった。

#### 1 缶詰の品質表示基準の設定について

日缶協平野常務から農林省の考え方について次のような説明を行なった。

48年に果実缶詰の一般原則に関し、まず業界の自主基準をつくり実施するとともに、農林省に品質表示基準を設定していただくよう申し入れた。最近、消費者サイドからの要望が強くなってきており、農林省もその後方針が変わり、個々品目ではなく缶詰全般ということで最終的に方針を決めた。いま農林省で品目ごとに整理を行なっており、これを包括的にまとめあげ告示する考えのようであり、3月末には農林省(案)を関係団体に示すべく作業を進めている。食料缶詰全体でだされるが業界のこまかい指導について各組合に骨折ってもらわなければならない。主要な品種は問題ないが新製品がどんどん開発され、それがどの組合に所属するのか、それぞれの組合の所管物資としてはっきりしてほしい、どこの組合にも所属しないものをどうするか意見調整してほしいといわれている。農林省(案)を見たらうてで十分検討し修正をしなければならないと思うが、施行は十分経過期間を設けてもらう必要がある。

このあと各氏から意見がだされ、缶詰全体の品質表示基準設定によりJAS改正が必要となる品目がでてくる。この改正によって、また改版しなければならない事態となり業界は迷惑であり十分に時間をかけてやるべきである。局長、通達で一般的な原則を指導してもらい、あと細部については業界内部の自主的ルールを設けるということが一番よい。この点に関し農林省に申し入れることになった。

## 2 からふとます水煮の缶詰品名表示について

JAS改正により一括表示欄の原材料からふとますと表示してあるが、品名には〇〇さけのみ表示していたが、今期シーズンから品名の下に

の大きさでからふとますと表示することで業界の方針が決まり、公取委の諒承を得た。同時にサケ科のサケ属という説明表示を場所自由で表示することになった。

## 3 レトルト・パウチ食品の製造、流通基準について

容器包装詰殺菌食品の規格基準について検討中であり、一応3月末までに告示したいとの意向である。厚生省もその作業を急いでいる。問題はアルミ箔以外の透明フィルムの取扱いである。

加熱殺菌し商業的無菌状態を保証出来るものであること、従って一部の製品に見られるような低温流通させなければならないような殺菌が十分でないものは除かれる。

①容器の基準、②製造にあたっての規定(酸化、過酸化)、③シェルフライフは企業の責任で適当と認められる期間を自主的に表示させるということで、以上、大きく別けて3つにより規定していこうという考え方である。流通基準の方は実態からみて無理のないところで規制されると思われる。

## 4 その他

### 1) 缶詰のおいしく食べられる期間の文書について

日缶協では1月14日付で理事宛に文書をだし、それに別添し、食べ頃についての統一見解を同封、その地区の消費者センターに直接挨拶方々情報交換する意味合いから出向いてもらうべく依頼した。理事のいない地区の消費者センターにはやむを得ず直送した。

### 2) 赤色2号について

米国での赤色2号使用禁止の報道により、一部のデパート、スーパーから問合せがきている。缶



詰には以前から赤色2号は全く使用しておらず、この点について機会あるごとにPRをする、特に業界紙に積極的に書いてもらおうということになった。

### 3) もも缶詰の精度について

農産缶工組山内専務から次のような見解が述べられた。

1月23日パッカーサイドで検討したが18%以上～22%未満、ヘビーシラップというように国際規格になるべく早い機会に業界の態勢をととのえたいということである。ただし、特級、並級の現在のJASはそのまゝ生かしておきたい。精度についてはことしの新物から実施したい。近く農林省の方にも申入れたいと思う。

### 4) 計量法について

量目公差について以前から審議が続けられていた。品目分類もかなり重要なものが落ちていた。そこで今回、多少の品目を補充するとともに量目公差の改正が行なわれた。缶詰については上限の規制は行なわれない。

### 5) 嗜好テストについて

日缶協平野常務から次のような考えが述べられた。

嗜好テストはいままで、もも、みかん缶詰5回、サバ水煮、コンビーフ3回、マグロ油漬、赤貝味付、アスパラ、スイートコーン、マッシュルーム、パイソ、いわし、さんま味付2回実施し、だいたい重要な品目は全部取り挙げた。日缶協としては品目の追加はこの辺にして、取り敢えず打ち切り、2回のはあと1回実施し、3回にしてデータをまとめたい。これで打ち切るということではなく、今後消費者団体等から具体的資料を要求された時に提出できるよう、いままでやった取

りまとめをやらないといけないので、嗜好テスト自体は一応51年3月末迄で打ち切らしてもらい、データのとりまとめをやりたい。必要があればあらたに実施していくという考え方である。

## 第4回フード・ウィーク

(3月4日～17日の2週間)

第4回フードウィークについては下記の要領により実施されることとなった。

要 領	備 考
1. 趣 旨 物価の安定が国民生活の重要な課題であることにかんがみ、広く食料品の生産、製造、販売関係事業者の参加協力の下に、主要大都市において特別の期間を設けて、食料品の特別セールを行うとともに、食料品に関する消費者の啓発を図り、国民食生活の安定に資するものとする。	
2. 期 間 昭和51年3月4日(木)から3月17日(水)までの2週間とする。	
3. 実施地域 札幌市、東京都、川崎市、横浜市、名古屋市、京都市、大阪府、神戸市、北九州市及び福岡市の区域とする。	
4. 参加店舗等 (1) 実施地域内の百貨店、スーパー及び小売店の参加を	

<p>求める。このほか、製造業者、卸売業者又はこれらの者の構成する団体等が特設会場を設置する場合がある。</p>			<p>上)に限ること もやむを得ない。</p>
<p>(2) 参加希望店舗及び特設会場設置希望者は、あらかじめ事務局に申し出るものとする。</p>	<p>申し込みは、事務局(財)食品産業センター内(〒105)東京都港区芝西久保明舟町25</p>	<p>6. 出荷、販売方法等 原則として、既存の流通ルートを利用する。</p>	<p>商品の出荷、搬入、販売はそれぞれの製造、流通、販売業者の責任で行うものとする。</p>
	<p>(秋山ビル1階) (電話03-501-4501、591-7451 ~3)に2月14日までに 行なうものとする。</p>	<p>7. 価格 価格については、製造業者、卸売業者(食品問屋、仲卸業者を含む)、小売店の各段階の協力により、原則として各小売店舗における通常の販売価格の5%以上の割引を行なうものとする。</p>	<p>① 業務用又は期間後への流用は禁止する。 ② フード・ウィークの実施状況についてモニタリング等の措置を別に講ずる。</p>
<p>(3) 参加店舗及び特設会場は統一ポスター及びシンボルマーク入り店頭チラシ等を掲示する。また、シンボルマーク入り包装を使用することもできるものとする。</p>	<p>① 店頭チラシには、参加品目等を明示するものとする。 ② 販売期間を限定した場合は店頭ポスター掲示はその期間に限るものとする。</p>	<p>8. 消費者啓発事業 関係都府市、参加団体等の協力を得て、消費者の合理的な購買行動の助長、新しい食生活のあり方等に関する消費者啓発事業を実施するものとする。</p>	
<p>5. 品目及び数量</p>		<p>9. 広告、宣伝等 広告、宣伝は新聞広告及び店頭売場におけるポスター掲示等により行うものとする。</p>	
<p>(1) 加工食品及び生鮮食品全般の参加を求める。</p>	<p>品目によってはその販売期間</p>		<p>① 広告、宣伝に要する費用は、原則として国が負担するものとする。</p>
<p>(2) 参加品目については、事務局において、品目、販売期間等を確認する。</p>	<p>をフード・ウィークの一部の期日(最低3日以</p>		<p>② 参加団体が</p>

## 10. 主催

主催は、フード・ウィーク実行委員会及び財団法人食品産業センターとする。

## 11. 事務局

フード・ウィーク実行委員会事務局を、財団法人食品産業センター内に設け、フード・ウィークの実施計画の推進及び運営の統括を行うものとする。

## 12. 後援

後援は、農林省、経済企画庁及び総理府並びに関係都府市とする。

## 13. 地方公共団体の指導

実施都府市は、フード・ウィークの実施について、農林省との連携のもとに、関係団体、事業者を指導するものとする。

・ 行う試食会、料理講習会等については会場費等の助成をする。

③ 個別メーカー・商社等の行うフェアについては、申出に応じ農林省の後援名義を付与する。

生鮮食料品小売店その他の一般小売店の参加については、社団法人食料品流通改善協会で庶務を行う。

団法人日本ボランティアチェーン協会、社団法人日本セルフサービス協会、社団法人食料品流通改善協会、全国商店街振興組合連合会、社団法人食料品流通システム協会、全国缶詰問屋協会（食品卸同業会）、全国農業協同組合中央会、大日本水産会、財団法人食品産業センター

## 事務局報知

※ 事務局移転

全缶協事務局を江戸ビル2階より同ビル新館4階（50坪）に移転した。

移転日 51年2月1日

住所、電話番号は従来通り。

## 会員消息

### 村(株)佐藤商店社長佐藤伝吉氏ご逝去

村(株)佐藤商店代表取締役社長、佐藤伝吉氏は永らく病氣療養中のところ、2月7日午前2時53分急性心不全のため、郡山市熱海病院にて逝去された。享年58。

葬儀および告別式は合同社葬をもって2月17日(火)葬儀午後1時～2時、告別式 午後2時～3時。

郡山市公会堂にて執り行なわれる。

葬儀委員長 村(株)佐藤商店副社長 佐藤達夫氏  
喪主 佐藤よし子女史

自宅は郡山市麓山2-10-5

㈱ 第4回フード・ウィーク実行委員会メンバー  
日本百貨店協会、日本チェーンストア協会、社

## 《特集》

# 加工食品取引コードについて

※ 新しい時代の卸機能；林教授は言われる、「問屋の地位はさいきんいちじるしく低下した。各業界とも、有力メーカーや進歩的小売商たちは、問屋をうとんずる傾向がとみに顕著になり、焦燥感に駆られる問屋側も問屋連盟などの名で「問屋無用論に反駁する」などという鬱憤ばらしの声明文（それらの内容は、今日の問屋経営者の頭脳レベルを反映して、論理の貧弱なものが多い。）を発表したりする有様である。こういう声明が出現すること自体「問屋斜陽」はいまや問屋自身にとっても切実な動向だといっていてよかろう。」と。しかしながらこれまで卸売業の現状としてみてきたように、その数は減るよりはむしろ確実に増えており、その年間販売額においても（加工食品卸売業では若干スローペースではあるけれども）増加の傾向にあることは間違いない。「事実小説より奇なり」ではなかろうか。

ここで考える必要のあるのは、「無用論」「滅亡論」に対する反駁ではなくて、このような卸売業の増加しつつあるという現実の中に盛り込まれた新しい時代の流通の担い手としての卸売業への期待を読みとることである。それは、「問屋がなくなれば多くの小売商が困る」式の感覚論ではなくて、新しい時代のありうるべき卸売業の姿、いかなる機能がそこには期待され、そして必要なか、を洞察することでなければならない。

このような観点からする新しい卸売業の担うべき仕事には次のようなものが考えられよう。（但し、ここではこれまでも卸売業によって担うべきであると考えられて来たし、不十分であったかもしれないが、様々な形でたされてきた機能、例えば、商品の数量的調整、時間的調整、空間的（距離的）調整等の需給変動調整及び危険負担等々の所謂需給調整機能、あるいは、資金と人と情報による自らの上流下流の指導、教育、援助の機能等については改めて述べたい。と、言うのは、いかなる形であったにせよ、これらの諸機能が発揮しえなかったような卸売業が現実に存在し続けることなど考えられないからである。従ってここでは、新しい時代の卸売業に期待される機能と、改めて強調される必要のあるものに限って考えることにする。）

① 新しい卸売業は「物流」の近代化の旗手でなければならない。卸売業は「モノとしての商品の流れ」言い換えれば「商品の保管と荷役と輸送」近代化、合理化によって「モノの値段の半分以上は流通コスト」という現状を打破するべく物的流通のコストダウンをはからなければならない。そのためは、物流ルートの短縮、物流拠点の集約化、拠点規模の適正化、選択的在庫保有、補給期間の短縮、あるいは物流機能の再配分等々がはたされる必要があろう。さらに、このような課題を解決しようとするれば、輸

送手段と輸送方式の改善、倉庫立地の再検討そして倉庫それ自体の機械化（ハンドラーのコストを除いた自動倉庫等々）あるいは最低注文高制度（minimum order system）の採用、パレチゼーション、輸送ロットの増大化等々が必要となろうが、新しい卸売業はこれらの困難に進んで立ち向かうものでなければならない。そして、

- ② 新しい卸売業は「商流」の近代化に努力しなければならない。「商流」とは「物流」に対する言葉として、受注・発注、出荷指示・出荷、納品・検品、売上処理・仕入処理、請求・支払といった business of distribution はもとより、予測・計画・指令・統制等をも含めた一連のビジネス処理の意であるが、卸売業はこれの合理化によって流通コストのダウンをはかる必要があるが、これには企業内及び企業間事務処理の標準化そして機械化（コンピュータの活用はそれの一つの具体化である）等の所謂「システム化」と、不当返品リベート制度、支払・決済の長期化、建値払込制度、デタラメな発注、景品付特売、だきあわせ販売というような非合理的伝統的取引慣行や営業感覚の改革を断行しなければならないが、この点でも新しい卸売業に期待される任務は極めて重大と言わなければならないだろう。というのは、「物流」の近代化にせよ、「商流」の近代化にせよ、流通の近代化は、メーカー、小売という流通の上流、下流に挟まれた最も長い中流たる卸売業にして初めて、真なる意味においてはたしうる課題であるからである。そして、この「物流」「商流」という両面からの近代化による流通の生産性向上に寄与することによってのみ、卸売業の流通における新しい「場」が保証されるのである。このことを卸売業は片時も忘れてはなるまい。さらに、
- ③ 新しい卸売業は組織者たらなければならない。これについては、既に述べたところである。1つは垂直的統合であり、この種の統合としては卸売と小売とによる機能統合を実現したボランティアチェーンの例を挙げることができ、他の1つは水平的統合であり、市街地の機能障害に陥った卸売業者による流通センター設立がその例である。その他、
- ④ 新しい卸売業はマーチャンダイザーたらなければならない。卸売業がマーチャンダイザーでなければならないという主張は決して新しいものではないかもしれないが、今日程、卸売業が優秀なマーチャンダイザーたることを要請された時はなかったのではなかろうか。新しい卸売業は、優秀なメーカーとその商品を選定し、それを合理的に仕入れ、効率的な在庫管理をなし、適時に適量の適正な商品を小売店に流しつつ、しかも自ら望ましい商品開発をするという、需要調整機能、倉庫貯蔵機能、品揃え機能、生産指導機能、生産安定機能、商品開発機能、品質保証機能、情報提供機能、展示機能、市場開拓機能等々の一連のマーチャンダイジング機能を発揮することを要請されるだろう。それは流通における生産性向上機能とともに新しい卸売業に不可欠の要素となるだろう。最後に、
- ⑤ 新しい卸売業はプロモータ兼エデュケイターたらなければならない。新しい卸売業は小売業の販売促進のために進んで協力する体制を持つ必要があり、そこでは小売店に対しては、顧客情報提供をし、教育・啓蒙・訓練をなし、消費者に対しては新製品紹介と適正な情報提供と教育が望まれよう。さて、これまで新しい時代の卸売業の担うべき仕事（機能）をそのプライオリティを考慮しないで挙げ

てきたが、もとよりこれらの期待される機能はバラバラに在りうるものではなく、相互に継り合って初めて十分に発揮されるものであろうし、これら挙げた諸機能だけで十分だというものでもない。産業構造審議会流通部会「流通活動のシステム化について ― 中間報告 ―」によれば、「流通活動は生産と消費を媒介するものであって、本来的に多数の生産者・卸売業者・小売業者・サービス機関などにまたがるものであり、加うるにこれらの企業の内部でも多数の事業所や部門が連動している。これらの企業、事業所、部門などは複雑に他の企業・事業所・部門などに関連しており、1つの分野で問題を解決しようとするれば、必ず他の分野へ影響がおよび、さらにそれから反響がはね返ってくることはいうまでもない。個々の企業、事業所部門の流通活動の機能高度化と生産性向上も、こうした連関性を考慮に入れ、さらに新しい連関関係を創造しながらこれを推進しなければ限られた範囲の効果しかあがらなかったり、他の企業、事業所部門などにコストや負担が転嫁されるだけで、流通活動全体の効率を向上させることは期待できない」と言う。その通りであろう。

また、先に断ったように、これらの諸機能は全てが卸売業にとって新しいというわけでもない。例えば組織者機能はボランティアチェーンや流通センター設立等において具体化され、発揮されつつある。そして発揮されつつあるからこそ卸売業は「問屋滅亡論」を一蹴して着実に成長しているのである。いずれにせよ今後卸売業が新しく「再生」しようとするならば、これら諸機能をはたし、新しい時代の流通の担い手として「変身」ととげる以外にはない筈であるが、ここでは本委託事業「加工食品取引コード普及促進調査」報告に必要と思われる最少の範囲の説明にとどめることにしたい。

**加工食品卸売業にとっての問題点；新しい時代の卸機能の「あらまし」について述べてきた。基本的な点では加工食品卸売業も卸売業に間違いのないわけであり、そこで期待される諸機能は同じものであることと**考えてよいだろう。しかしながら、システムというものは、それが同一の処理を前提としているものであったとしても、しばしばそれが置かれる環境によって、微妙に（時には大幅に）変更を必要とするものなのである。例えば、今、商品の在庫管理について考えたとすれば、システムはその対象とする商品（取扱商品）それ自体の性質、次にその商品の取扱われ方、所謂「風土」により当然のことながら違ってくるし、また、「モノ」自体というよりは、それに続く事務処理の仕方、事務管理のレベルにより異ってくるものなのである。そこで、ここでは新しい時代の卸機能という基本的要請を踏まえつつ、加工食品卸売業にとっての特有の問題についてふれておきたいと思う。

まず、①流通経路の錯綜性が挙げられよう。「流通は暗黒大陸」という問題の上に加工食品流通には同一商品についても仕入先が複数であるという「おまけ」が付くのである。周知のように今日の加工食品流通の根幹は、(1)メーカー→量販店、(2)メーカー→一般小売店、(3)メーカー→一次卸→量販店、(4)メーカー→一次卸→一般小売店、(5)メーカー→一次卸→二次卸→量販店、(6)メーカー→一次卸→二次卸→一般小売店という6本である。これですら十分に錯綜しているのに、加工食品の多くの

場合、同一商品にも「複数」の仕入先を考えなければならず、これでルートは「複数」倍されよう。これを加工食品流通の二次元的問題とすれば、三次元的問題として、

次に、②流通の多重構造による複雑さが挙げられなければならない。これは或る局面では「物流」と「商流」の分断と見ることができ（日本商工会議所「商業流通構造調査報告書」）、他の局面では、「物流」の所謂「サイクルタイム」と「商流」のそれの違いによる取引の多元化と見ることができるだろう。この多元化によって、例えば、物流に比べて商流が複雑になること、そして「帳合」が重複し錯綜してくること、その他、債権リスクの集中化、需給調整機能の硬直化等々の望ましからざる問題が発生する。これは流通全般にあてはまる問題であって、特に加工食品流通に限ったものではないだろうが、いずれにせよ、この流通の多重構造がもたらす問題は少くない。

③その他、加工食品流通には、取扱い商品それ自体に伴う幾つかの問題がある。例えば、取扱い商品点数が非常に多いこと、小口で、取引件数が多いこと、しかもピークがあること、（酒はその一つの典型である）等々である。

これらの問題は、企業内の「システム化」によって解決される問題というよりは、むしろシステム化される以前に前提として解決されるべき問題であろう。あるいは同時に解決されるべき問題であるにせよ、これらの問題が解決されない限り、「システム」はその期待されたレベルの効果をあげることは不可能であろう。

④最後に労働力問題にも触れておこう。労働需給、とくに若年労働力の需給逼迫はますます厳しいものとなっている。特に卸売段階での若い労働力確保は極めて困難となってきている。

	昭和43年		昭和45年		伸び率	表④従業員数伸び率 商業統計43年45年による
	従業員数	構成比	従業員数	構成比		
卸売部門全体	2,180,073人	10.0%	2,325,721人	10.0%	6.7%	
加工食品卸売業	298,916人	13.7%	307,786人	13.2%	3.0%	
非農林業就業者数	40,680,000人		42,510,000人		4.5%	表⑤総理府統計局 「労働力調査報告」
中高卒就職者数	1,328,000人		1,088,000人		-18.1%	表⑥文部省 「学校基本調査速報」

表⑥に見られるように、最近の傾向としては、中学、高校を卒業して直ぐに就職する人の数は減少の傾向にあるのである。これに対して非農林業就業者数の方は4.5%の増加であるが、これは離農者も含む。相対的な傾向からいえば、就業者は農業から非農業へ、そして第一次、二次産業から第三次産業への移動をみせている。しかしながら、加工食品卸売業についてはこの間の従業員数の増加は3%にとどまっております。こうして見ると第三次産業へ流入した就業者も加工食品卸売業に就職することが少いのであろうと考えなければならない。このような労働力需給の逼迫はかなりのテンポで進んでおり、しかもこれが人件費の高騰と結びついて行く時、この労働力問題は流通生産性の低下に経営効率の悪化に至らざるをえないの

である。企業内・企業間システムの不可欠な所似である。

これらの加工食品卸売業にとっての特有の問題を解決しようとするのは、あるいは加工食品卸売業の本質に触れることであるかもしれない。しかしながら卸売業が、新しい時代の流通の担い手として再生するためには幾つかの機能の再開発と幾つかの機能の新たな獲得が不可欠であったように、ここでも加工食品卸売業は先の基本的課題の上にさらにその特有の問題の解決を避けて通ることはできないだろう。

「目先の利に追われ」「長期的視野をもとうとせず」解決を避けて通ろうとしたり、あるいは遅らせたりすることは必ずや自らの「凋落」を招くだろう。その意味でも加工食品卸売業は、これらの問題の一つ一つを着実に解決するべく勇を鼓して当らなければならないのである。

※ 流通近代化5カ年計画；これまで卸売業ならびに加工食品卸売業について、統計的あるいは歴史的にその位置を明らかにしてきた。続いて卸売業ならびに加工食品卸売業が新しい時代の流通の担い手として「再生」するためには、いかなる機能を備えなければならないか、いかなる問題を乗り越えなければならないか、について触れた。ここでは流通部門に対して政府はどのような政策（施策）を採り上げてきたのか、その目的とするのは何か、そしてそこでの問題は何なのか、考えてみたい。

所謂、「安定成長時代」に入ってから、「それ、みたことか！」式の論議が到る所で聞かれる。戦後、政府の採った「生産第一主義」政策にも、しばしばこれと同種の論議がなされる。これらの論議における最大の問題はいずれの場合も、その政策を、その政策を生み出した時代において評価することをしない点にある。いかなる決定もその決定がなされた地点において最も「重い」ものなのである。もとより、その「重さ」が現実に歴史的に持続しうるかどうかは一つの問題ではあろう。しかしながら一つの決定についての評価は、その決定がなされたその瞬間において他に — 当然のことながら、そこでの歴史的持続性への洞察がなされた上で — それより「重い」決定がなかったかということになされなければならないだろう。それ以外にありえなかったという意味では、戦後日本の「生産第一主義」はそれなりに認めなければならないのではなかろうか。

☆

☆

☆

戦後、政府が採った「生産第一主義」が、生産から消費へというトータルな国民経済の中で流通問題を欠落させていたのは否めない。その結果、跛行的であったにせよ一応の近代化の全体的結実の中で、流通だけは旧態依然という状態にとどまったのである。これに対し、通産省ではこのような流通の生産性を上げるべく「流通近代化5カ年計画」を発表した。これは流通への幾つか試みられた「救済策」が、むしろ流通の成長を遅らせてしまい、真に流通を救済することにはならなかったという反省と、いずれ資本の自由化を認めざるをえないという国際経済環境への対応から、流通は「保護する」よりは「強く育てる」必要があると判断されたためであった。

昭和43年、産業構造審議会流通部会により、とりまとめられた「流通近代化の展望と課題」はその基



本的課題を次のように表明している。「新しい状況が出現しても、有効かつ公正な競争秩序の下で流通の機能が適切に発揮されるような基礎の形成を図る」と。そしてその具体的施策として次のものを掲げているのである。

① 流通機能担当者の強化と近代化のために、(1)組織化、協業化、(2)経営方式および施設の近代化、(3)労働力の確保と人材の育成をはかること。(1)組織化、協業化については、ボランタリーチェーン化あるいは寄合スーパー、総合市場等の小売業の店の共同化、あるいは商店街の開発と、卸売業の流通センター設立が進められなければならない。(2)経営方式および施設の近代化については、Management Information System — MISへMISへと草木も靡いた時代、その反動で“MIS is miss”云われた時代を経て、最近やっと「MISとは何なのか」地道な論議が積み重ねられつつある。 — の研究、導入、あるいは事務合理化の障害となっている多種多様の専用伝票の統一伝票化 — これについては周知のように、日本百貨店協会、日本チェーンストア協会による仕入れ統一伝票が決められ、また、これらと取引のない小売・卸売間の所謂「第三の伝票」の研究が日本商工会議所の肝いりで進められている。 — 等々がはからなければならない。(3)労働力の確保と人材の育成については、パートタイマー、中高年労働力の採用によって、若年労働力カバーをはかること、およびこれらの積極的再開発の努力が必要である。

② 市場条件整備のために、取引慣行および取引体制の適正化をはかること。これの具体的内容については、加工食品卸売業の解決して行かなければならない問題として挙げたこととほぼ同じである。

③ 物的流通の合理化のために、物的流通技術の革新をはかること。物的流通全体を合理化するユニット・ロード・システム — コンテナリゼーションやパレチゼーションはその例である — の推進をはかること。

④ これらを通ずる環境の整備のために、(1)立地条件の適正化、(2)流通情報網の形成と統計の改善、(3)流通金融の円滑化をはかること。特に流通金融の円滑化については、流通活動も生産活動同様、その近代化のためには施設の整備が必要であり、資金需要が増大する。このために関連企業全般にとって基本的なプロジェクトや将来のモデルとなるようなプロジェクトに対して重点的に長期安定資金を供給する。また、運転資金の円滑化のために担保制度や信用補完制度の拡充などにより短期資金を供給する。

そして、「答申」ではこれに続けて次のように言っている。「これらの具体的な施策をすすめるにあたって留意することは、第1に、政策対象が膨大な数にのぼることを考慮して、大局的な方向を全般に浸透させ、各企業のおかれている位置と、とるべき方策を自ら認識するよう一般的な広報・普及・指導をあらゆる施策の第一歩とすること。第2に、保護を求めるよりも自ら合理化に努力するという意識を醸成するように誘導し、とくに合理化の意欲に燃えている中小企業を積極的に支援するよう配慮する。云々」と。

この答申を受けた通産省では、これを二つの方向から具体化に着手した。これらはトータルシステムの中のサブシステムと言うべきもので、一つは各地域単位からの、言わば水平的流通の近代化であり、

他の一つは、業界別の垂直的流通の近代化である。前者は「地域別流通システム化推進会議」の下に日本商工会議所によって昭和46年「商業流通構造調査報告書」として発表され、後者に関しては官民一体の「流通システム化推進会議」が「流通システム化基本方針」をまとめ、これに基き通産省は以下の諸施策を推進することとなった。

①流通情報ネットワーク・物流ネットワークの形成に向けての研究。②産業構造審議会流通部会の提言にもあった。伝票の統一化、取引条件の標準化、コードの統一化の推進、シミュレーション・モデルの開発、流通システム化マニュアル作成。③人材開発事業、流通情報提供事業、普及指導事業等々を実施するための専門的常設機関 — (財)流通システム開発センター — の設立。④流通システム化拠点施設の設置に対する開銀融資の充実。⑤パレット・プール機構の設立。⑥その他、機械・設備の設置についての税制上の優遇措置、関係法令・制度・慣行改善等々の考慮。

このようにして、通産省では最後に残され、今やスムーズな生産から消費への流れを妨げるまでになっている「流通」の近代化をはかるべく様々な施策を採り上げつつあるのである。

※ 農林省食品流通局商業課による施策；ここでは、通産省による流通近代化5ヶ年計画に呼応して農林省ではどのような流通近代化のための施策が採られてきたか、本委託事業「加工食品取引コード普及促進調査」発足の導入部として簡単に触れておきたいと思う。

最近は、『流通システム云々』『流通情報システム云々』『流通革命云々』『流通機構云々』という種の出版物を大量に見掛けるようになった。また、雑誌でも「流通システムにおける情報管理云々」とか、「流通業の新しい端末機器云々」という種の特集がかなり頻繁に組まれている。このことは、流通の近代化が今や緊急の課題となっていること、そして、これへの関心が高まりつつあること、しかも、この高まりがかなり広範なものであること、逆に言えば、今日、流通は近代化されなくては「にっちもさっちも」行かなくなっていること、流通に携さわる者が自らの近代化を自らの課題であると認識しはじめたことの証左であると考えてよいだろう。何故ならヘーゲルではないが「種がなければリンゴの実にはならない」、あるいは毛沢東流に言えば「石ころを暖めてみても鶏にはならない」からである。しかしながら、一度騙されたと思ってこれらの本を手にとって見ていただきたい。行政からの流通の近代化の施策について触れられる場合、全くといっていいほど農林行政については触れられていないのである。では、農林省はこれまで流通の近代化に関しては手を拱いて見ているだけだったのであろうか。否、断じて否である。その意味からも是非農林行政について触れておきたいのである。

農林省では、食品流通局商業課、市場課、流通企画課、そして消費者の側からの消費経済課等の流通問題に携わるセクションがあるが、ここでは加工食品卸売業に対する施策を担当しているという意味で、商業課に限ってその施策の大枠について見ておこう。

商業課では、①商品取引所の運営管理の適正化と商品取引員の受託業務の適正化を図るため、商品取引所及び取引員の業務、財務のチェックと取引員への委託者に対する調査を実施する。②食料品流通業の近

代化対策として小売店の実情を調査し、卸売業については卸主宰のボランタリーチェーンの動向を調査する。③食料品小売店の資金事情を調査し、金融の円滑化をはかる。④生鮮食品等の流通の合理化と価格安定に資するための方策をたてるべく推進会議を設ける。⑤生鮮食料品の末端流通状況の迅速な把握及び加工食品卸売業の需給動向把握のためのモニターを設置する。⑥小売業の近代化をはかるため地域別近代化計画を策定する。⑦生鮮食料品等の流通の合理化と関係事業者の経営の近代化促進のための事業について補助する。⑧その他。

このように、農林省では商業課に限ってみても、流通の近代化に様々の形で尽力して来ているのである。しかしながらここで問題と思われるのは、その担ってきた役割の歴史的な位置とでもいうべきものである。先に述べたように、戦後日本の行政は「流通」を欠落させていたのだが、農林省もまたその例外ではありえなかったようである。上記の商業課による施策を見ると、①加工食品に比して生鮮食品に対する施策のウェイトが高いこと、②卸売部門に比して小売部門に対する施策のウェイトが高いことに気付くだろう。しかしながら周知のように、流通におけるウェイトでは生鮮食品より加工食品の方が、小売業より卸売業の方が高いのである。もとより小売業を欠いては全き流通システムなどありうる筈がないのだが、現在から見るならばその経済活動の大きさから考えても、卸売業こそ流通の主軸であると考えなければならぬだろう。しかしながらあらゆる存在は歴史的である。このような農林行政も歴史的なものとして捉えれば、悉く戦後日本の行政の流れと辻褃が合うように思われる。その意味では農林省もまた真摯にその歴史的課題をはたしてきたのだというかもしれない。しかしながら農林行政には徐々にではあるが明白な変化が現われ始めているのである。例えば「加工食品取引コード普及促進調査」委託事業もその一つだが、流通の全き「革命」——これこそ今日の歴史的課題なのである——を目差して卸売業の近代化に取り組み始めているからである。流通の近代化は、この主事由である卸売業の近代化をなくしては真に、そしてトータルな近代化はありえないからである。間もなく「行政からの流通の近代化の施策について触れられる場合、必ず農林省は登場してくる」ということになるだろう。

※ 農林省委託事業「加工食品取引コード普及促進調査」発足；先に述べたように、流通の近代化は「保護」によってではなく、「育成」することによってのみ達成されうるものである。その意味では、今日の加工食品卸売業ほどその育成に適しているものは他になく、その加工食品卸売業それ自身にとっても今こそ最高の時であると考えられる。あるいは、この時期を逸すれば加工食品卸売業の近代化は当分の間考えられなくなるとさえ言えるだろう。

今、加工食品卸売業は、意識革命を成し遂げつつあり、それは近代化「育成」のための最もよい素質を提供することになろう。と言うのは、「激変する経済環境の中、しかも食料危機が危惧される今日、加工食品卸売業の『社会的責任』は、これまでも増して大きくなっており」、加工食品卸売業者は「流通システムの合理化によって、流通機構全体の生産性を高め、延ては来るべき将来の社会経済構造に対処しうる流通機構を確立し、消費者に『安くて良いものを安定的に供給する』という重大な使命を全うすべく決

意を新たに」しつあるからである。卸売業は今何をなすべきかを認識しつある。そして今や予言ではなくなりつつある食料危機を考える時、卸売業はその役割の重さを感じつつ逆にその任務に携わりうることからくる自信を深めつつあると言えるのである。実際この機会でなければ施策は「育成」とはなりえず、「保護」となるだろう。「保護」は決して流通の近代化を誕み出すことはないだろう。

さて、このような時に委託事業が発足したのである。それは真に時宜を得たものであったと言えよう。もとより、この委託事業が発足するには農林省食品流通局の時を観る確かな目と加工食品卸売業界、ことに全国缶詰問屋協会のそれに応えうるだけの情熱がなければならなかったのは言うまでもないことであろう。その点でも誠に幸せであった。

尚、事業発足までの詳しい経過については『全缶協月報8月号；No.104号』を参照されたい。

## 昭和51年缶詰全国大会開催ご案内

本年の缶詰生産期を控えて下記により昭和51年缶詰全国大会を開催することになりました。近年になく、51年産の缶詰はむずかしい情勢にあり、関係者多数の参加により意義ある大会といたしたく存じますので、ご出席下さいますようご案内申し上げます。

- 1 日 時；昭和51年3月10日、13時00分（受付開始12時30分）
- 2 場 所；徳島市 スカイランド眉山（徳島市眉山山頂）（電話 0886-22-5260）
- 3 議 事；(1)報告、①缶詰をめぐる情勢報告、②各地区報告（51年産缶詰生産予想を中心に）  
(2)討議（スローガン別に討議を進行）、生産加工両面からの原料対策、需要量を考慮した販売対策を中心に  
(3)大会宣言及び決議の採択  
(4)次期開催地の選定、また、大会終了後、午後6時30分より懇親パーティを開催いたします。
- 4 会 費；13,000円
- 5 参加申込要領；大会参加希望者は代金を添えて2月25日まで、日本缶詰協会業務課宛必着するようお申し込み下さい。
- 6 送迎バスの運行；会場が駅から離れていますので、開催当日のみ、下記により送迎バスを運行します。  
徳島駅正門左側南海ビル前発スカイ  
ランド眉山のマイクロバス、時間  
10:00、11:00、12:00、(12:40)

宛先；〒100 東京都千代田区丸の内2の4の1

丸ビル567区 社団法人日本缶詰協会

送金先（上記現金送金のほか）

富士銀行（丸の内）260097

事務局；日本缶詰協会業務課

<b>全国缶詰問屋協会</b> <b>Japan Canned Food Wholesalers Association</b> 〒103 東京都中央区日本橋室町2丁目6番地 江戸ビル2階 電話 東京03(241) 6568・6569番
---