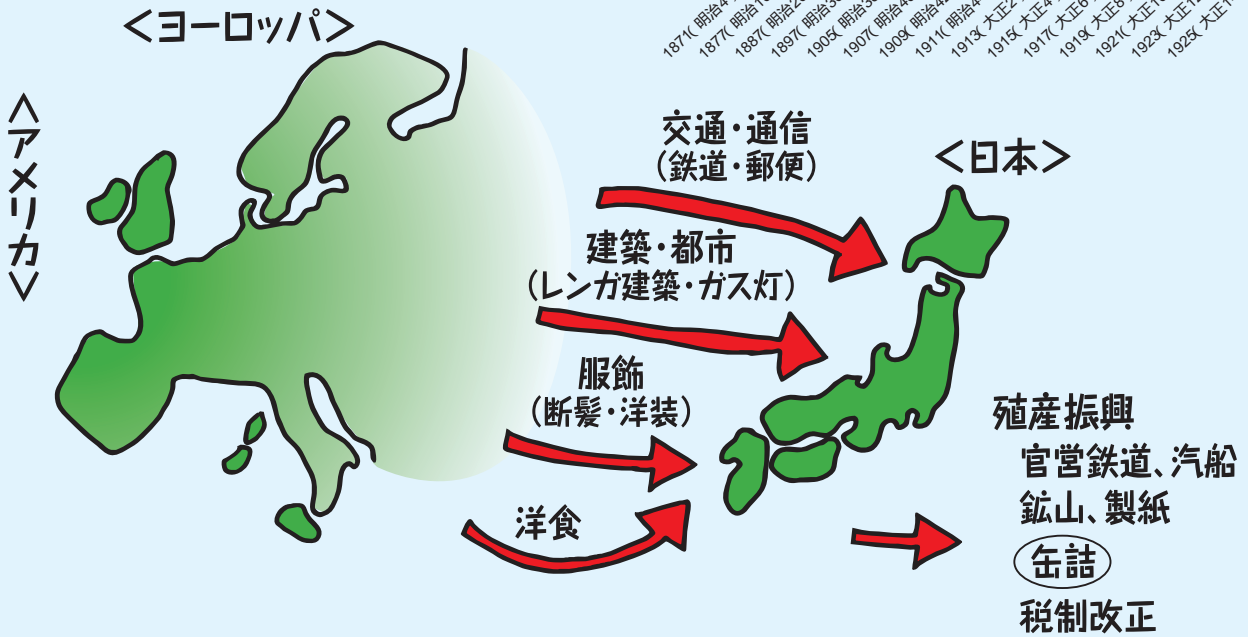
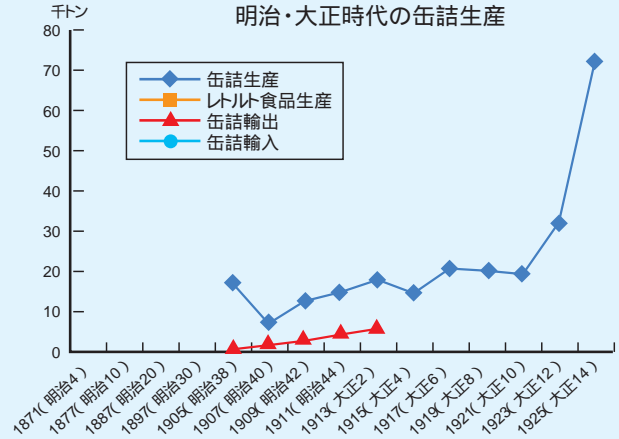


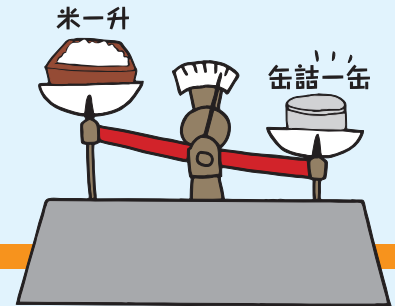
第一期 (明治初～) 産業可能領域の実践的研究

西洋文明の吸収、取り込みを積極的に行い、殖産振興が図られた時代。政府が振興を目指した産業の一つに「缶詰産業」があった。



松田雅典がイワシ油漬缶詰を試製(明治4年)

北海道開拓使石狩工場でサケ缶詰製造(明治10年、わが国初の商業生産) パリ万博に缶詰出品(明治11年) 欧州向け輸出に道筋

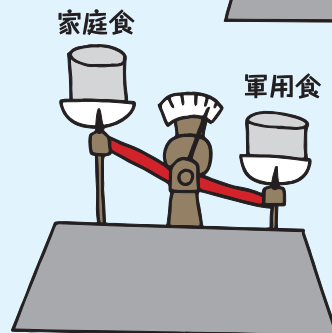


第二回内国勲業博覧会(明治14年開催)に多種多様な缶詰が出品される

出品物の過半は勲業の目的の下に官庁が試験的に製造したもの。

缶詰の価格 - 1缶(20~35銭)が白米1升の値段(7.65銭。10kg = 51銭)より高かった。

明治14、5年ごろまでの缶詰は「試験の時期」で普及未だし。



明治20年ごろから海軍が缶詰に注目

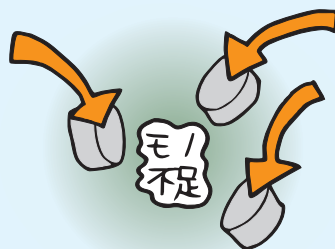
海軍の缶詰に対する注目点は、「常温での長期保存性」「即食性」「中身の多様性」「品質の均一性」「栄養価」「コンパクト携帯性」などである。後には、曜日感覚を失わないための食品としての利用もなされた(金曜日にカレー)。



明治時代の缶詰製造状況

第二期 (明治27, 8年~大正時代)

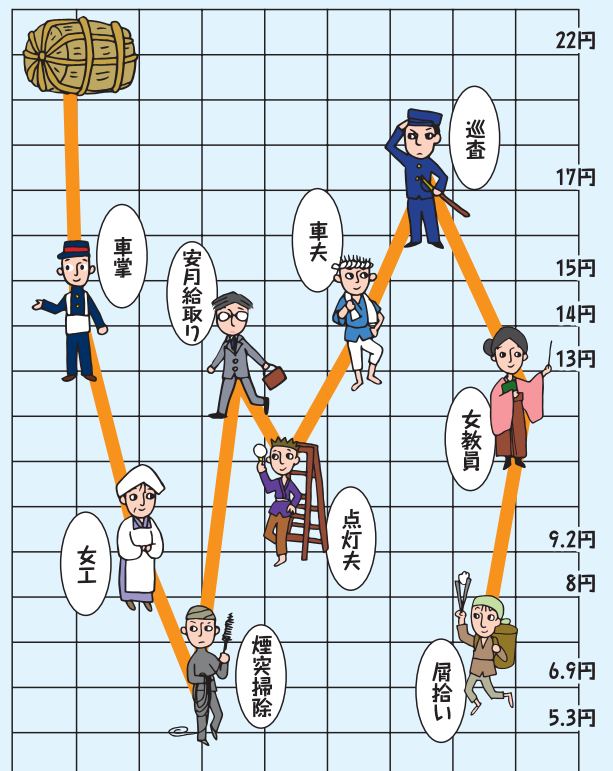
軍用食での缶詰利用とともに家庭用需要も起こる。物不足と物価騰貴(明治36年頃から)で市民の生活が困窮した。缶詰が徐々に市民の食生活のなかに入ってきた。(明治45年頃の缶詰1缶の値段は、牛肉缶25銭、サケ缶7銭程度)



缶詰普及協会設立

- ・物資欠乏を補う
- ・物価低下を図る

明治45年頃の給料の相場



軍用食として缶詰が不可欠に

日清戦争時(明治27,28年)に仕向けられた軍納缶詰は251万7,328円、明治27年生産量・4,443トン(148万5,678円)。

戦争終了で、陸軍が牛肉缶詰を払い下げ

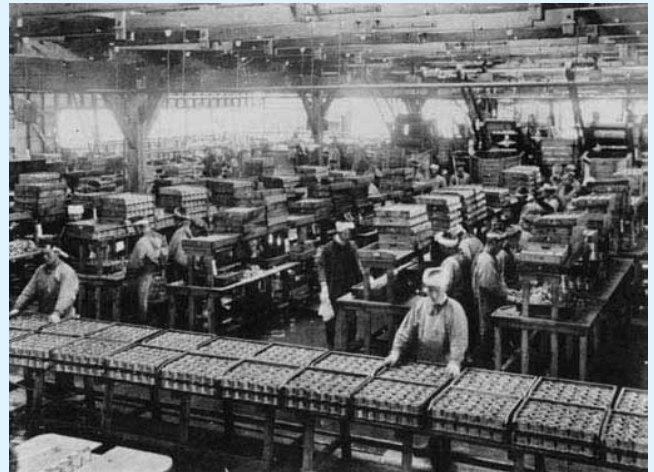
民需の勃興

明治30年生産量・1,550トン - 27年の3分の1になったのは軍需の減少。

日露戦争(明治36,7年)時の軍需缶詰は2,309万9,211円で日清戦争時の9倍強。

明治37年生産量・9,337トン、明治38年生産量・17,298トン、カムチャッカへの工場進出(明治43年に堤商会が缶詰生産開始)。

カムチャッカ産のサケ缶詰の内地販売。



サケ肉の缶への手詰工程(カムチャッカ缶詰工場)



カムチャッカ缶詰工場

大日本缶詰業連合会設立(明治38年)

国産奨励策にもって各種事業が無秩序に立ち上げられた時代で、缶詰業への参入者も相次ぎ、玉石混淆する状態になった。市場には優良缶詰に混じり不良缶詰も流通し、混乱を来していた。この状態を業者が協同して是正するために生まれたのが同連合会である。

大日本缶詰業連合会の事業には

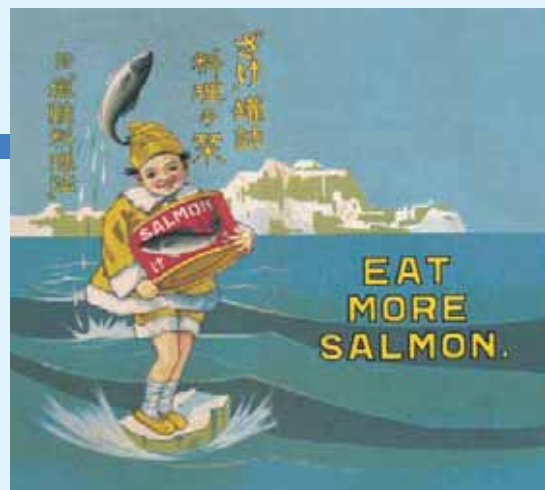
- ・缶詰試験・研究所を設置(大正11年)
- ・缶型内容量統一
- ・缶詰デーを設定して一般宣伝

などがある。

缶詰普及協会設立(大正11年、日本缶詰協会の前身)

物資欠乏を補い、物価低落を図ることを目的に設立された。不良品を排除し、品質向上を図るための事業を推進した。具体的には、次のようなものがある。

- ・市販缶詰開缶研究会の開催(業界の健康を保つために、みずから健康診断を受けるという主旨)
- ・商品への推奨マーク貼付(消費者二味方スルモノハ最後ノ勝利者ナリ)
- ・消費者への製品特性・利用法伝達



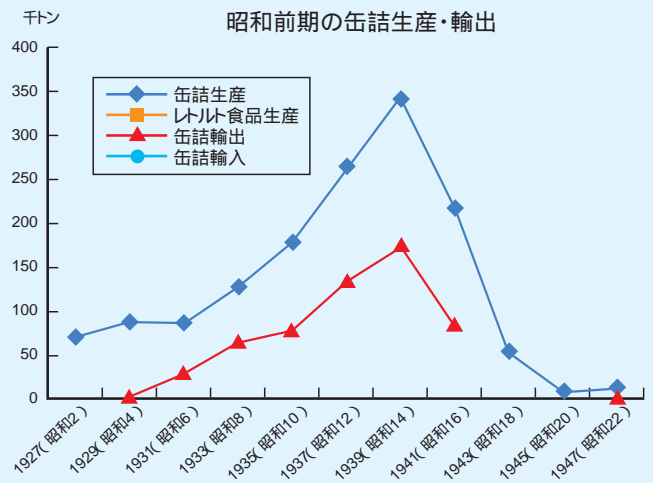
関東大震災発生(大正12年)

被災者数・340万4898人、死者・9万1344人、行方不明者・1万3275人。建物の消失・破壊、商品や資材類などの被害額は115億円余など未曾有の大災害。

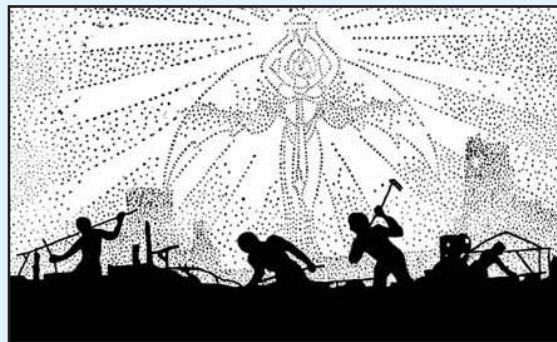
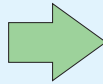
東京府下4郡への戒厳令公布、食糧確保のための非常徴発令、支払猶予令、暴利取締令、などが公布される。

救援物資として各地から続々と寄贈缶詰が送られる(5万8千函 280万個) 臨時震災救護事務局では救援缶詰をみずから配給する手段を欠いていたため、缶詰普及協会と東京缶詰同業組合が「缶詰配給団」を結成、配給にあたった。

配給品を通じて缶詰を知る人が増加し、はからずも、その後の缶詰普及の契機ともなった



関東大震災・深川倒壊家屋



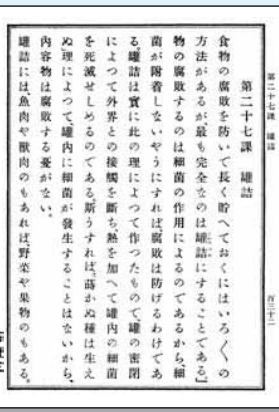
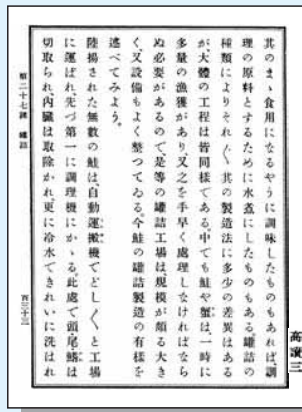
復旧に努める人々のイメージ画

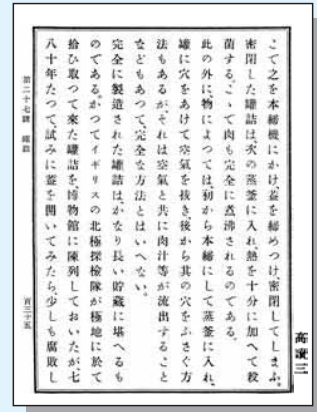
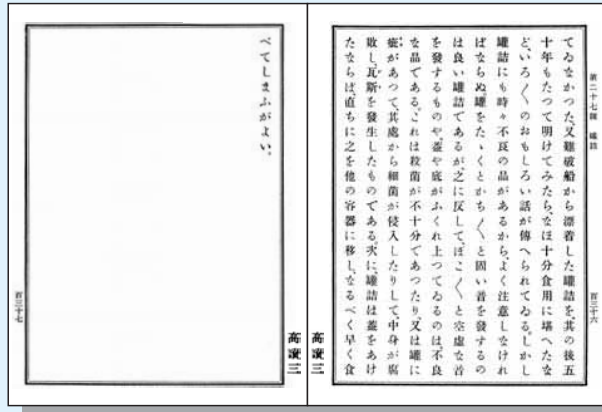
第三期 (昭和初年～終戦直後)

昭和2年発行の「高等小学読本 巻3」にも「缶詰」の項が設けられるなど、缶詰は徐々に消費生活に浸透していった。一層の普及を目指して、昭和2年に社団法人日本缶詰協会を設立、消費者からの信頼確保の諸対策を実行していった。

そのような折、昭和6年の満州事変に始まり、日中戦争、太平洋戦争へと進む厳しい15年を迎えることになった。缶詰は再び軍用、外貨獲得のための輸出が需要の中心となった。

「高等小学読本」に掲載された“缶詰の作り方”と“常温での保存性をもつ理由”など

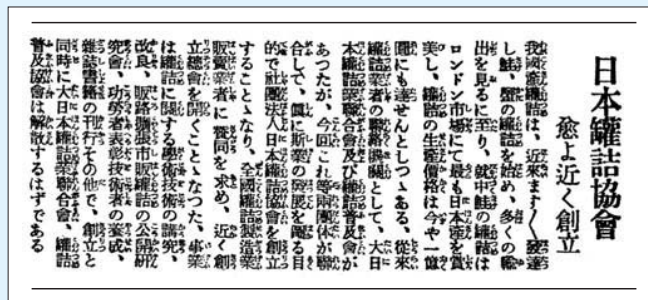




社団法人日本缶詰協会創立(昭和2年)

- ・製品品質の改善
- ・製造法指導
- ・缶型の統一、詰込み量の設定
- ・統計表の作成
- ・満州事変(昭和6年)

陸軍糧秣廠が缶詰企業数社の工場を指定制にする(指定工場は陸軍による軍需品製造指導、納入検査、機密保持に関する監督、などを受けた)。その後、指定工場が増加。



日本缶詰協会創立を伝える新聞記事

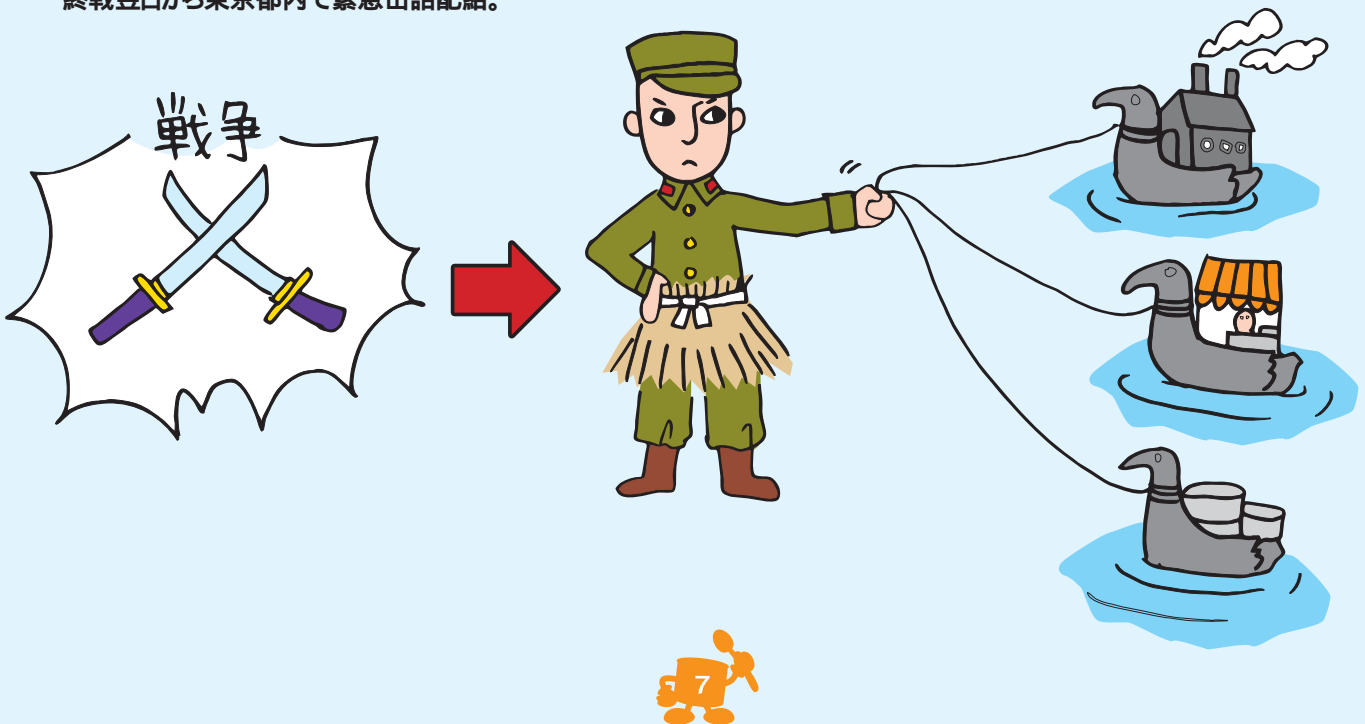
日中戦争(昭和12年) 太平洋戦争(昭和16年)

- 昭和14年に缶詰生産、輸出量が戦前での最高を記録。
- ・生産量・1712万函(約34万2300トン、2億8367万円)
- ・輸出量・867万函(17万3000トン、2億5000万円)
- 昭和16年の商品局通牒により、缶詰企業が整理統合され

る(府県ごとに原則1県1社に統合。この結果、2000社が104社に、2300工場が約570工場に圧縮された)。農林省が昭和16年にサケ・マス・カニなど非常時貯蔵用缶詰に公定価格を設定。

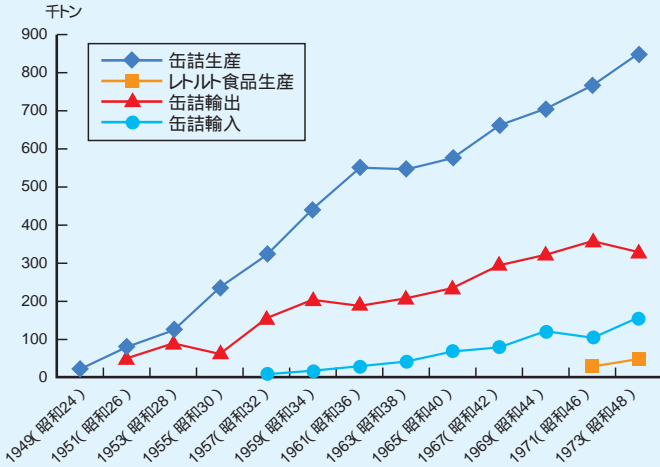
昭和17年に日本缶詰統制(株)設立

農林省の指導監督の下、食料品缶びん詰の生産・販売を一元統制(生産資材および製品の配給機構)。終戦翌日から東京都内で緊急缶詰配給。



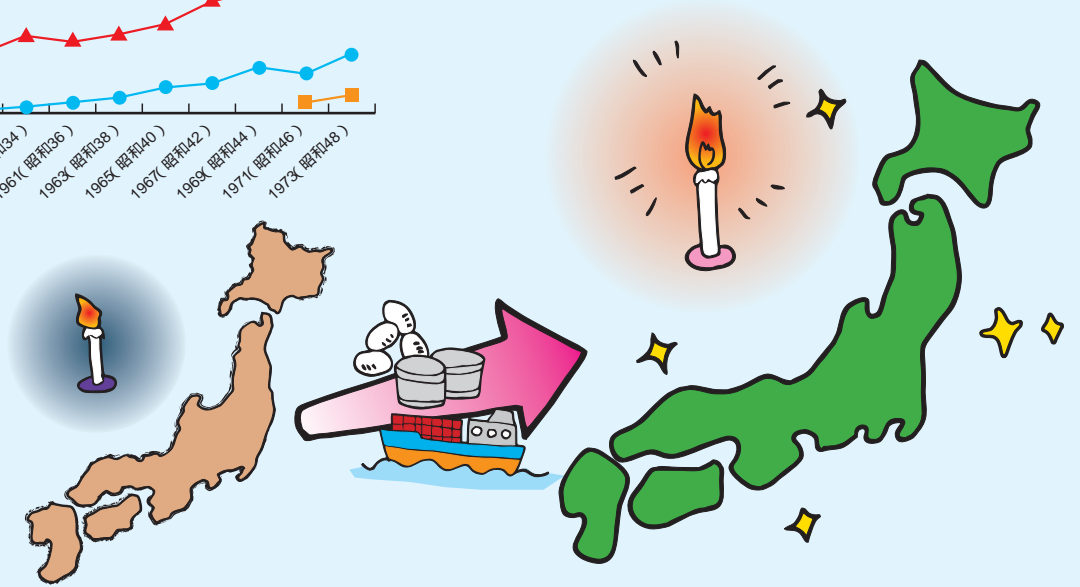
第四期 戦後復興、輸出の時代（昭和20年～29年）

戦後～石油ショック期の缶詰、レトルト食品生産、輸出入



缶詰は、重要な輸出物資として戦後経済復興を果たす役割を担うと同時に、国民の食糧確保の役割を求められた。このことから、缶詰産業は重点産業に位置づけられたが、技術導入や設備更新などに要する資金不足、原料調達難でなかなか実効性をあげることが難しかった。

昭和20年の缶詰生産は最盛時の40分の1程度の38万箱(日露戦争前とほぼ同水準)に落ち込んだ。



輸出の再開

- ・昭和22年の缶詰輸出量2,059トン
- ・昭和25年の缶詰輸出高が生糸に次いで第二位（輸出物資としての地位を高める）

缶詰協会が誕生(昭和23年)

(社)日本缶詰研究所(昭和21年設立)と日本缶詰製造業組合(昭和20年設立。22年に缶詰振興会に改称)と当時休眠状態にあった日本缶詰協会との3団体を一体化した昭和25年5月に「日本缶詰協会」に改称。昭和27年に「日本缶詰協会」と改称して、創立当時の名称に戻る。事業目的には、

- 国民生活の安定のための食糧確保
- 戦争被災缶詰工場の復興援護
- 国民の栄養摂取に対する方策
- 食糧増産施設への支援、が挙げられた。



日本缶詰協会が中心になった統制撤廃運動

缶詰の統制撤廃(昭和24年)、缶詰の物品税と空缶の統制撤廃(昭和25年)。

第五期（昭和30年～48年）

第一次高度成長時代。昭和30年ごろから高度成長が始まり、主要エネルギーは石炭から石油に変わった。輸出に有利な円安相場（固定制）、消費意欲の拡大、安価な石油、安定した投資資金を融通する間接金融、所得倍増計画などにより経済成長がもたらされた。昭和43年には国内総生産が資本主義国家の中で第2位に達した。缶詰の生産も右肩上が

りで推移した。

即席ラーメンやレトルト食品の登場、家庭への冷凍食品普及などで加工食品市場が多彩になった。昭和40年代後半にはファストフード店も開店し、食生活が多様になった。「大量生産・大量消費」の時代で、モノを作れば、ある程度は売りさばける供給主導型の時代でもあった。

缶詰産業の成長は輸出がけん引

生産に占める輸出比率は、

昭和35年で35.8%、水産缶詰では同年47.8%。生産量が戦後最高を記録した昭和55年で36.6%。水産缶詰で

は同年68.7%。

各種魚類缶詰輸出水産業組合が創立され（昭和30年ごろ）、輸出調整規定を運用。

缶詰が国内加工食品市場の主役

昭和30年代は家庭への冷蔵庫普及率が未だ低く、加工食品には「常温で流通・保管できる」ことが求められた。この

機能を備えた量販型の加工食品は缶詰以外には少なかった。

・缶ジュースが脚光を浴びる（昭和32年ごろから）

即席ラーメン登場（昭和33年）

後のインスタント食品ブームのさきがけとなる。同年に缶ビールも登場。都内百貨店のほとんどが冷凍食品売場を設置。（昭和30年代前半）

和30年代前半）

レトルト食品登場

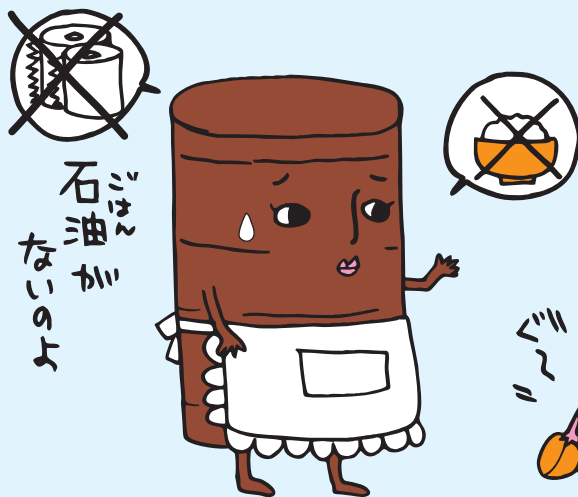
昭和43年に透明パウチ詰のレトルト食品発売。（翌年にアルミ箔ネットパウチ詰）

コーヒー飲料缶詰登場（昭和44年）

ファストフード店登場

昭和46年にマクドナルド・ハンバーガーが日本に第1号店を開店。

第一次石油ショック（昭和48年）



第4次中東戦争をきっかけに、原油価格が急騰。

わが国経済が戦後初めて実質マイナス成長に。

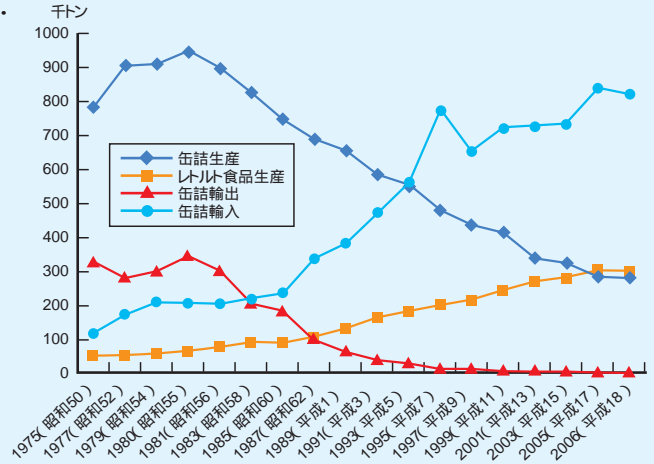
この頃から海外市場での日本産缶詰の価格競争力が低下、水産缶詰の一部（サバ、イワシ、マグロなど）を除き輸出が困難になった。内需転換。

団体の活動も製造に直接関連する「主原料取引」「IQ品目・輸入牛肉の割当斡旋など」「容器等資材」などに関する業界での情報交換や要望、「規制問題」等についての役所への要望、連絡調整業務が中心になった。

第六期（昭和49年～昭和60年）

高度経済成長の終焉。石油ショックによりスタグフレーションに突入、戦後世界経済の成長体制は破壊された。開発途上国の債務返済遅延などで国際金融市場が大混乱におちいった。この過程で、ドル高是正のための各国協調介入が行われて円が急騰、缶詰の輸出競争力が著しく低下したため、本格的な内需転換策が図られた。

昭和50年～平成18年の缶詰レトルト食品生産、輸出入



第二次石油ショック(昭和53年)

アメリカで貿易赤字拡大、開発途上国の債務遅延
日本缶詰協会が大規模「消費拡大キャンペーン」実施(昭和56年から3年間)



Enjoy CAN Cooking

プラザ合意(昭和60年9月)

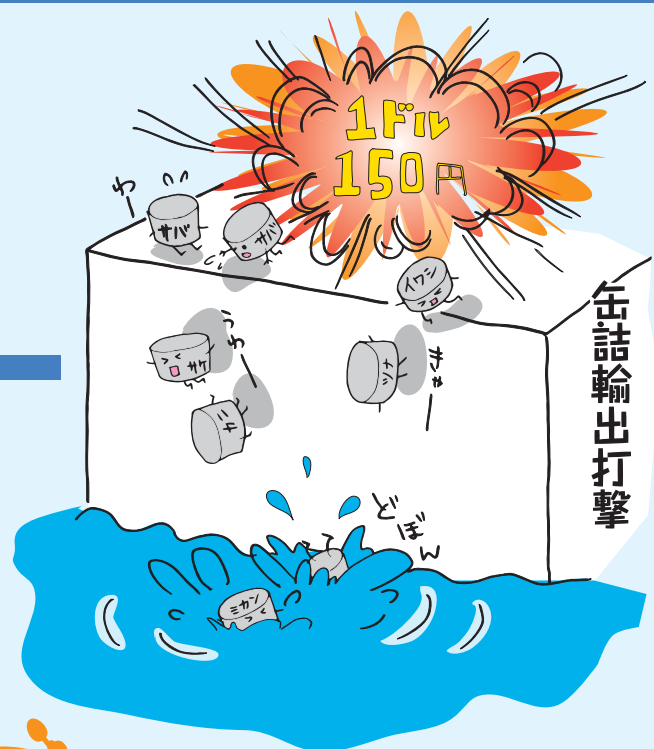
合意に基づき、各国の通貨当局がドル高是正のための協調介入を実施、我が国も積極的にドル売り介入を行った。協調介入で外国為替市場がパニック状態になった。

日米合同による協調介入により、わずか2週間で31円ものドル安円高が進行、昭和60年11月25日には1ドル = 200円を突破し、昭和62年1月19日には1ドル = 150円を突破した。これは、プラザ合意から、わずか1年4カ月の出来事。

円高で缶詰の輸出競争力が著しく低下

昭和62年の缶詰輸出は、数量で最高だった昭和55年(34.6万トン)より24.4万トン減少し10.2万トンになった。

輸出品目として残されていた水産缶詰にあっても、本格的な内需転換策を講じる必要性が高まった。

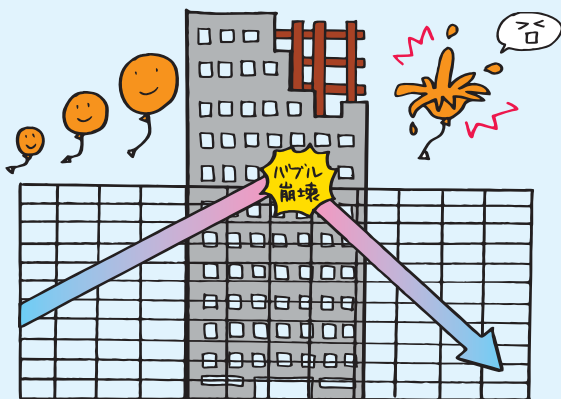


第七期（昭和61年～）

バブル景気と平成不況。いざなぎ景気(昭和40年11月～45年7月の4年9ヵ月間)に次ぐ戦後2番目の好景気期間が到来(昭和61年12月～平成3年2月の4年3ヵ月間)。過剰な投機熱が支えたバブル景気とも称され、バブル破裂で平成不

況に突入した。この間に、農産物の自由化、関税引下げなどが実施され、缶詰の国内生産が漸減、輸入が漸増している。環境や安全・安心問題への対応がより一層、重要な課題になっている。

- ・農産物輸入自由化(平成元年～4年)
トマトジュース、パインアップル、牛肉・オレンジ、オレンジ果汁など
- ・ガット・ウルグアイラウンド妥結(平成5年)
缶詰を含めた多数の品目の段階的関税引き下げ開始
- ・加工食品生産拠点の海外移転が加速
- ・バブル崩壊、デフレを伴う平成不況
平成10年に金融再生関連法成立



- ・缶詰生産漸減
平成16年にはレトルト食品の生産が一般食料缶詰の生産をはじめて上回る
- ・環境法規施行
容器包装リサイクル法、食品リサイクル法など
- ・狂牛病、残留農薬問題発生などで「安全・安心」気運高まる
消費安全基本法施行、食品安全委員会発足(平成15年)
残留農薬等ポジティブリスト制度施行(平成18年)
- ・FTA等国際貿易交渉が進展
- ・原油価格上昇と資源事情逼迫
資材、原材料価格の値上がり、製造コスト上昇
川上インフレ、川下デフレ

