

## 全日本一般缶工業団体連合会

## 一般缶イノベーションフォーラム2014

イノベーションの実現に向け初のフォーラム  
産官学の有識者が活発な議論を展開

全日本一般缶工業団体連合会は平成26年7月4日、東京・港区の浜松町東京會館で初となる「一般缶イノベーションフォーラム2014」を開催し、51社・134名が参加した。第1部では明治大学政治経済学部森下正教授による基調講演「中小製造業のイノベーション戦略〜持続可能な成長を目指して〜」、第2部では「一般缶業界のイノベーションをどう実現するか」をテーマに産官学を代表する4人の識者を交えパネルディスカッションを行った。なお、パネリストに当初予定の山下隆一・前鉄鋼課長が異動のため、就任当日、山下隆也・鉄鋼課長が急ぎよ出席した。（司会は神宮善太郎運営委員長）

## ■基調講演要旨

## ◎人口減とマーケット変化の認識を

外部環境は自己努力では変えられないが、内部環境なら社長、社員の努力で変えられる。でも人間の思考習慣を変えないとイノベーション（経営革新）はできない。

新パラダイムの一番重要なところは、人口減とマーケットの変化だ。国内市場は量的に縮小する一方、海外市場は大きく広がっていることを認識すべきだ。以前の海外市場なら欧米先進国相手でよかったが今は地球全体だ。

## ◎経営目的と社風を明確化し、意識改革・見える化・行動改革を

イノベーションの分野には、生産・技術面、マーケティング・営業活動面、組織運営面がある。生産数量は同じなのに売り上げや利益が減るのは、お客様や流通チャネルがマッチしていないためだ。販路開拓・物流系統等のマーケティング・営業活動は流通チャネルを変革させる。新しいチャネル作りは、今ある

製品がダメというのではなく、その製品の売り先の買い手がたまたま今売れなくなっているからで、皆様の製品が欲しい人たちはまだ別個にいるから、これを束にすれば密度が増えて利益も出てくるはずだ。

生産・技術のイノベーションの中で最も効果上がるのは新製品の開発だが、相手先ブランドの開発・製造と工業デザインを活用した差別化も重要だ。生産管理・改善活動では、顧客の要請に合わせた柔軟な生産体制、作業技術・ノウハウのデータベース化が必要だ。さらに、ジャスト・イン・タイムによる在庫削減とか小集団活動での改善活動も必要だ。

マーケティング・営業活動のイノベーションに、展示会出展によるPR活動があるがここで学生との出会いが生まれて採用につながるメリットもある。

組織運営のイノベーションでは、従業員自らによる目標・課題設定で従業員にやる気を持たせ、中間管理職にも教育プログラムを実

践させることが欠かせない。

経営理念を明文化させ、経営者の経営志向レベルを高くし、経営目的と社風を明確化させることが、中小企業を成長へと導く源泉だ。課題は意識改革・見える化・行動改革だ。

## ◎すべては従来の思考習慣を変えることから

第1に採用の思考習慣を変えること。「新卒者の採用はムリ」とあきらめてはいけない。第2に人材育成の思考習慣を変えること。新卒、中途に限らず採用した従業員を自らの手で育てることだ。第3に生産、技術の思考習慣を変えること。「できない」ことの理由に目を向けるのではなく、限られた経営資源の中で「できる」ことを考えることだ。第4に販売・顧客対応の思考習慣を変えること。お客様のクレームや悩み・相談ごとをヒントに、お客様の悩みや相談からお客様にとってのソリューション（問題解決）を実現する製品開発を心がける。新規顧客開拓の成功を裏付ける条件は現状を打開しようとする思考習慣だ。

## ◎イノベーション実現は一点集中突破戦略で

生産・技術、マーケティング・営業活動、組織運営のいずれか1つを手がければ、イノベーションの連鎖が起こり、すべてのイノベーションにつながる。

具体的には、とくに製品・技術に工業デザインを加えた差別化、改善活動や品質・環境経営に関わる外部評価や客観的指標の活用、企業群による強固なサプライチェーンの構築や認知度向上、新規顧客開拓、提案型営業、製品・技術のブランド化などに取り組んでいくことだ。このような戦略でイノベーションを実現していくことだ。

## パネルディスカッション

広浜 一般缶業界におけるイノベーションの考え方、方向性は。

森下 まず、多様な用途を開発していくこと。用途は自分たちだけではなく、お客様と一緒に何が求められているかを考えて開発する。今FacebookとかLINEを使って一般消費者に接近できるので、ITを積極的に活用しながら、そのニーズを具現化していく、いわば提案型の用途開発だ。

次に、お客様の求めているデザインが今までの考え方と少し違ってきているので、いかにデザイン力をアップしていくか、また大きなイノベーションとして、

鉄以外の新素材にチャレンジしていくことも一つの方向性と言える。

3つ目は、東大阪のロケット打ち上げみたいな「超特急」なことに挑戦してみる。そうすればマスコミも目をつけるし、新しいお客様も寄ってくる。そこから想定してなかった販路、新しいチャネルができる。ぜひ、こうしたイノベーションにチャレンジしてほしい。

広浜 一般缶業界の実情と自社の新たな取り組みは。

清水 当社は神戸を中心としたお菓子メーカーの缶を製造している。私は入社10年になるが、この10年で売り上げは80%ぐらいに落ちている。この20年でみれば、半分ぐらいだ。この落ち込みは、お中元

お歳暮といった贈答習慣が薄れてきたことによると思う。一方でテーマパークの需要が出てきたが、全体の売り上げは減少。ギフト市場が広がりを見せているので、そう悲観はしていない。

新たな取り組みの「カンカンマン」は当社で作ったキャラクター。見た目は戦隊ヒーローでちよつとした遊び心で作った。いわゆるSNSを利用して、カンカンマンというアイコンで顧客とつながるようなことを始めた。「カンカンマン」は私の中では小さなイノベーションだ。

このほか、当社では3年ほど前からインターネットのブログサイトを使った販売促進に力を入れている。飛び込み営業



将来に向けた考察や提言を語るパネリストの皆さん

は相手にされないことが多いが、インターネットのサイトでは情報を出しておくだけでお客様から探しにきてくれるすぐ便利なツールだ。例えば、製作実績、缶を作る手順の説明、実際の仕事内容などをブログで発信、サイトで説明、Facebook・Twitterで拡散する、こうしたことを続けている。そのかいあつてか、何の売り込みもしていないのお客様のほうからメールで、缶作りの問い合わせが1カ月に30件ぐらいは来る。

これまでにお客様から教えられた用途開発がたくさんある。想像もしないような需要の発見というのは、インターネットを使えば簡単にできることを学んだ。また、デザイナーと連携して自社オリジナルの商品作りに取り組んでいる。「お菓子のミカタ」という小さな自社ブランドを立ち上げ、お菓子の缶を小口で販売している。

広浜 海外の一般缶事情、一般缶容器としての価値、販路開拓の可能性は。

菅井 まず海外事情から。今年2月にドイツ・フランクフルトの展示会に行ってきた。その際に、百貨店の食品売り場を視察したら、食品やお菓子の容器はやはり日本同様、紙やプラスチックが主流になっていた。しかし容器専門売場には、中身無しのさまざまな缶が入れ物として売られていた。ヨーロッパ

## パネルディスカッション

広浜 一般缶業界におけるイノベーションの考え方、方向性は。

森下 まず、多様な用途を開発していくこと。用途は自分たちだけではなく、お客様と一緒に何が求められているかを考えて開発する。今FacebookとかLINEを使って一般消費者に接近できるので、ITを積極的に活用しながら、そのニーズを具現化していく、いわば提案型の用途開発だ。

次に、お客様の求めているデザインが今までの考え方と少し違ってきているので、いかにデザイン力をアップしていくか、また大きなイノベーションとして、

鉄以外の新素材にチャレンジしていくことも一つの方向性と言える。

3つ目は、東大阪のロケット打ち上げみたいな「超特急」なことに挑戦してみる。そうすればマスコミも目をつけるし、新しいお客様も寄ってくる。そこから想定してなかった販路、新しいチャネルができる。ぜひ、こうしたイノベーションにチャレンジしてほしい。

広浜 一般缶業界の実情と自社の新たな取り組みは。

清水 当社は神戸を中心としたお菓子メーカーの缶を製造している。私は入社10年になるが、この10年で売り上げは80%ぐらいに落ちている。この20年でみれば、半分ぐらいだ。この落ち込みは、お中元

お歳暮といった贈答習慣が薄れてきたことによると思う。一方でテーマパークの需要が出てきたが、全体の売り上げは減少。ギフト市場が広がりを見せているので、そう悲観はしていない。

新たな取り組みの「カンカンマン」は当社で作ったキャラクター。見た目は戦隊ヒーローでちよつとした遊び心で作った。いわゆるSNSを利用して、カンカンマンというアイコンで顧客とつながるようなことを始めた。「カンカンマン」は私の中では小さなイノベーションだ。

このほか、当社では3年ほど前からインターネットのブログサイトを使った販売促進に力を入れている。飛び込み営業



将来に向けた考察や提言を語るパネリストの皆さん

は相手にされないことが多いが、インターネットのサイトでは情報を出しておくだけでお客様から探しにきてくれるすぐ便利なツールだ。例えば、製作実績、缶を作る手順の説明、実際の仕事内容などをブログで発信、サイトで説明、Facebook・Twitterで拡散する、こうしたことを続けている。そのかいあつてか、何の売り込みもしていないのお客様のほうからメールで、缶作りの問い合わせが1カ月に30件ぐらいは来る。

これまでにお客様から教えられた用途開発がたくさんある。想像もしないような需要の発見というのは、インターネットを使えば簡単にできることを学んだ。また、デザイナーと連携して自社オリジナルの商品作りに取り組んでいる。「お菓子のミカタ」という小さな自社ブランドを立ち上げ、お菓子の缶を小口で販売している。

広浜 海外の一般缶事情、一般缶容器としての価値、販路開拓の可能性は。

菅井 まず海外事情から。今年2月にドイツ・フランクフルトの展示会に行ってきた。その際に、百貨店の食品売り場を視察したら、食品やお菓子の容器はやはり日本同様、紙やプラスチックが主流になっていた。しかし容器専門売場には、中身無しのさまざまな缶が入れ物として売られていた。ヨーロッパ

では地場の製缶メーカーが非常に少なく、缶の調達について、企画はヨーロッパの本社で、製造は中国でということのようだ。台湾には以前一般缶メーカーがたくさんあったが、今はほとんど中国に移っている。台湾の統一実業は中国の福建、無錫にブリキのメッキ工場を持ち、上海と成都では製缶工場を経営している。中国では生活のレベルの向上に伴い缶の需要も盛んのようなのだ。

次に缶の価値について。LOFTや化粧品メーカーなどのお客様がブリキ容器の缶を調達しようとする、「どこに行けば買えるのかな?」「ミニマムロットはどのぐらいですかね?」「印刷数量は?」「金型代は?」など難しいことが多くて、もうあきらめている状況だ。最終消費者である家庭の主婦はゴミ出しのときに缶の扱いに困る場合が多い。こうしたことが容器としての缶の価値を低下させているのではないか。

今、日本人の生活の中にさまざまな記念日が増えてきた。そのイベントごとのギフト商品が増えていく。雑貨商品は成長市場と考えており、ここにぜひ一般缶製品を普及させていきたい。

最後に営業展開の可能性について。どんなお客様にも一般缶製品を利用していただけるように、当社事務所の中に「Tin Can Plaza」を開設し、世界中

から集めた多種多様なデザイン缶を展示している。きょう、その一部の缶を会場に展示させて頂いたのでご覧ください。今後、日本の一般缶メーカーと相互協力体制を取りながら一般缶製品の製作の手伝いをしていきたい。缶は使い終わったらあと捨てないで持ち続けたいという気持ちになるような、すばらしい缶を企画していきたい。そうすればブリキ缶の将来は決して暗くなく、むしろ明るい方向に進むはずだ。



基調講演に熱心に聞き入る参加者の皆さん

広浜 行政の立場から一般缶業界の強み、弱み、客観的な見方、発展の方向性は。山下 一般缶業界の優れている点は、現に業界挙げて新規需要の開拓に取り組んでいること。他方、改善の余地がある分野は3つ。1つは消費者のニーズをもつと的確にとらえること。2つ目は、さらなる新規需要の開拓と技術開発。3つ目は企業の体力向上。まず消費者ニーズを把握するには、スチール缶の優れた特性をしつかりとPRすることが基本。他方、

紙容器などに置き換わっている現状を詳細に分析、把握すること。さらに消費者の要求の変化を探ること。

新規需要の開拓と技術開発では、例えばコストを極力下げた安価な缶とか、スチール缶の特性をもっと生かせる隠れた需要分野を研究してほしい。私が10年ぐらい前に関わった繊維産業では、川下の付加価値のつく製品分野にデザインナーとのコラボで進出し、海外の国際見本市に出て自分たちの技術力、デザイン力をPRした例がある。製品輸出で市場拡大という手もある。

3つ目は企業体力の問題。新たな需要開拓や技術開発には



愛罐コーポレーションの桑田敬士社長が集めた缶コレクションの一部を会場内で展示

業界全体の体力向上が必須だ。そのためには業界の構造改革を進め、集中的な投資ができるような環境整備が必要だ。産業競争力強化法など国には、さまざまな支援策があるので活用してほしい。

広浜 まとめと一般缶業界に期待するところは。

清水 一般缶の仕事は受注が中心なのでお客様の意向が強く働く。そうした中で自らの手で売り上げや製品をコントロールできる取り組みが必要だ。飛び込み営業に行った先で何かに出会う、人と接して話の中でネタを拾う、というようなことから需要や市場が見えてくる。市場発見の仕方や需要の拾い方を絶えずインプットし続けることが大事。その中に市場



全日本一般缶工業団体連合会は6月13日、愛知県蒲郡市三谷町「ホテル明山荘」で第36回定時総会を開催した。出席者は15名。池田祥三副会長が開会の辞を述べ、渋谷明彦会長が挨拶したのち、渋谷会長が議長となり(1)平成25年度事業報告書及び決算関係書類承認の件(2)平成26年度事業計画、収支予算並びに経費の賦課及び徴収方法決定の件(3)全日本一般缶PR活動推進協議会の件が上程された。いずれも原案通り可決承認され、最後に西日本、中部、東日本の各理事長から近況報告を受けたのち、定村光副会長が開会の辞を述べ終了した。

### ◆平成26年度事業方針◆

本年度は「キャンパックイノベーション元年」と位置づけ、一般缶PR事業を中心に諸事業を展開します。

まず、需要喚起事業では、オリジナル缶商品の企画製作第2弾「世界遺産の富士山」を商品化し更なる業界活性化を図ります。また、「消費者座談会」及び「記者懇談会」を新規に開催します。「消費者座談会」では一般消費者から一般缶に関する理解度、知識、これまでの体験、商品への要望等、生の声を聴取し、「記者懇談会」では容器包装、菓子食品等の業界紙(誌)記者から一般缶の需要先業界の動向等を把握します。展示会では、環境展「エコプロダクツ2014」に加えて今回初めて埼玉県川越市主催の「エコプロダクツ川越2014」に出展します。教育情報事業では初企画「一般缶イノベーションフォーラム2014」を開催します。「一般缶業界のイノベーションをどう実現するか」について4名の識者に話し合ってください。このほか「優CANレポート」の発行、一般缶リーフレットの新規作成、ホームページによるPR、調査研究、福利厚生各事業を着実に実施していきます。



総会終了後に出席の皆さんと記念撮影

全日本一般缶工業団体連合会

「エコプロダクツ川越2014」に初出展

## 来場者に一般缶をPR! 「オリジナルクッキー缶」の展示販売も好評

全日本一般缶工業団体連合会は、平成26年7月19日、埼玉県川越市主催・同市環境プラザ「つばさ館」で行われた「エコプロダクツ川越2014」に初めて、スチール缶リサイクル協会、全国十八リットル缶工業組合連合会と共同出展した。

同展示会の趣旨は、市民の方々に「エコプロダクツ(環境配慮型製品)」や「エコサービス」について知ってもらい、ライフスタイルに取り入れてもらうというもので、当ブースでは「一般缶」「十八リットル缶」を展示したほか、屋外の模擬店コーナーでオリジナルクッキー缶「歌麿の美人画」と「世界遺産の富士山」を展示販売した。終了間際、会場に来ていたロシア人女性がクッキーを試食して「とてもおいしい!」「お友達へのお土産にピッタリ」「ネットで買えますか?」と流ちょうな日本語で話しながら1缶購入した。来場者は1,283人。当ブースには5百人近い親子連れが訪れ、「缶釣りゲーム」を楽しみながらスチールの特性を知ってもらい、エコに貢献する「一般缶」を大いにPRした。



来場者で賑わう会場内



オリジナルクッキー缶を手に笑顔のロシア人女性

## 会員組合通常総会報告

### 東日本一般缶工業協同組合

東日本一般缶工業協同組合は5月16日、文京区湯島・鉄二健保会館で第36回通常総会を開催した。出席者は書面を含め41名。竹内雅夫理事の司会で進行し、志賀正人副理事長が開会を宣し、定村光理事長が挨拶したのち議長となり(1)平成25年度事業報告書及び決算関係書類承認の件(2)平成26年度事業計画、収支予算並びに経費の賦課及び徴収方法決定の件(3)平成26年度借入金残高の最高限度決定の件(4)賛助会員規約変更の件が上程され、提出議案はいずれも原案通り可決承認された。広浜泰久副理事長の閉会の辞で終了した。

### 西日本一般缶工業協同組合

西日本一般缶工業協同組合は、5月22日、大阪市北区・ANACPホテルで第46回通常総会を開催した。出席者は委任状を含め24名。事務局の開会宣言のあと、洪谷明彦理事長が挨拶したのち議長となり(1)平成25年度事業並びに決算報告書の承認の件(2)平成26年度予算案並びに事業計画承認の件(3)役員選任の件が上程され、提出議案はいずれも原案通り可決承認された。

役員選任は役員(理事)2名が辞任のため、指名推選制により新理事2名が承認された。新理事は次の通り。  
岩橋 徹(株)ライトハウス金属工場)  
小西康晴(生野金属株)  
辻副理事長の閉会の辞で終了した。

### 中部製罐工業協同組合

中部製罐工業協同組合は5月22日、名古屋・名古屋国鉄会館で第64回通常総会を開催した。出席者は委任状を含め8名。事務局が開会を宣し、池田祥三理事長が挨拶したのち議長となり(1)平成25年度事業報告、収支決算報告及び剰余金処分案の件(2)平成26年度事業計画案及び収支予算案の承認に関する件(3)その他賛助会員新加入の件が上程され、提出議案はいずれも原案通り可決承認された。石川博章副理事長の閉会の辞で終了した。

同組合では第64回通常総会に先立ち、同日、組合員及び賛助会員16名が新日鐵住金(株)名古屋製鉄所を見学した。

午後1時、名鉄太田川駅に集合し、見学者用研修センターに到着。担当者の挨拶、ビデオでの会社説明及び概要等を受けたのち、工場に向かう専用のバスの中から、鉄鉱石、燃焼コークスの集積場を見て回りました。工場の敷地に入ってから目に入るのは道路が濡れていること。粉塵が舞うため散水車が逐次水を撒いているとの説明があり、また広大な工場の中に緑の森林ベルト地帯があり、こちらにあり、環境にも十分配慮していることが見てとれた。見学のメインである熱延鋼板の現場では、見学場所から10m程も離れているのに大変な熱気で、25cm厚の真鍮赤板が圧延機で数回の繰り返しで5cmに延ばされ、さらに仕上げ圧延機で3mmの厚さまでコイルに巻きとられてゆく工程には驚くばかりでした。最後にブリキの製品になる過程、冷延、亜鉛メッキ、錫メッキの主要設備と製造工程を専門スタッフの方から説明を受けました。初めて工場あまりの広さと設備機械の巨大さに、圧倒されてしまいました。

### 一般缶連合会

## エコプロダクツ2014に出展します

平成26年12月11日(木)～13日(土)  
東京ビッグサイト東ホール全館

消費財や生産財、エネルギー、流通、サービスまで、あらゆる分野での環境への取り組みが一堂に集まる、日本を代表する環境総合展示会です。16回目となる今回もスチール缶リサイクル協会、全国十八リットル缶工業組合連合会と共同出展します。

## 定村理事長から優良従業員11名に表彰状を授与

### 東日本一般缶工業協同組合 第34回優良従業員表彰式を開催

東日本一般缶工業協同組合は平成26年2月21日、東京・中央区の明治座「菊の間」で第34回優良従業員表彰式を開催した。来賓として関東経済産業局産業部製造産業課の国分健男課長補佐と東京都中小企業団体中央会の堀内忠専務理事が出席し、組合員各社から推薦された優良従業員11名を表彰した。

表彰式は杉浦由記夫担当理事の司会で進行。広浜泰久副理事長が開会の辞を述べ、定村光理事長が受賞者の今後の活躍を期待する旨の挨拶を行った。続いて同理事長から受賞者全員に表彰状と記念品が渡され、金方堂松本工業(株)の小宮哲義氏が謝辞を述べた。このあと関東経済産業局の国分課長補佐、東京中央会の堀内専務理事から祝辞が述べられた。志賀正人副理事長が閉会の辞を述べ、記念撮影ののち表彰式は終了。その後は明治座「川中美幸特別公演」を楽しんだ。

受賞者は以下の通り。

小宮哲義(金方堂松本工業(株))、杉浦明子(金方堂松本工業(株))、新井ゆう子(金方堂松本工業(株))、星野広幸(齋藤製罐(株))、茂木藤吉(株)トーカー)、静三枝子(株)東都製缶)、篠原真裕美(株)東都製缶)、増田きよ子(株)ヒロハマ)、中浦康一(株)ヒロハマ)、松野朗(水戸部製缶(株))、渡會かおり(水戸部製缶(株)) (敬称略)



定村理事長より表彰状を受け取る受賞者

# 各専門分野から営業戦略をアドバイス

東日本一般缶工業協同組合は平成26年5月16日、東京・文京区の鉄二健保会館で「一般缶営業戦略シンポジウム」を開催し、組合員、特別会員、協力会員など70名が参加した。第1部は菓子食品新聞編集長の三橋直人氏が「菓子食品業界の本音を探る」と題して基調講演を行った。第2部はパネルトーク。最上裕光流通委員長がナビゲーターを務め、「一般缶の営業戦略〜起死回生策はあるのか〜」をテーマに4人の識者が討論を展開した。(司会は福室義昭流通副委員長)

## ■ パネルトーク

最上 今後目指すべき方向性、可能性は。

**三橋** 缶を粗大ゴミとしてしか見ていない現実があるのは、業界の広報の部分での働きかけが足りないのではと感じる。このような缶のデメリットの部分メリットに転換していくようなアピールを積極的にしていくべきだ。



真剣な表情で話を聞く参加者の皆さん

**瀧田** 「戦略」とは何か。これは戦争用語で、敵が動いたら、その環境の中で自分がどう動けばいいのかということ。その「敵」に置き換わるのは「市場」であるから、マーケットの動きを知る必要がある。日本茶メーカーの例だが、ニューヨークで十坪弱の店を開いて、日本茶を「自分の会社名+ニューヨーク」というブランドを作って販売した。そのあとに「ニューヨークで認められた日本茶」として日本に逆輸入して、商売を始めた。つまり海外進出といっても単純に海外で成功し、そこで儲けるのではなく、そのブランドなり実績を日本に逆輸入するというやり方だ。日本人は欧米ブランドに弱いから、缶でも十分使える営業戦略だ。

**田中** ある地方で竹炭が入ったマンゴーピューレのロールケーキを「お役所仕事」という商品名で売り出した。パッケージには、お役所仕事だから、縦割り禁止、たらい回し禁止と書いてある。値段は894円(やくしよ)。その地方に行った人がお土産に買ったがるそうで、記憶に残る、口コミをしたくなるものには、お金を払うという例だ。こういう商品開発がいい。

**三越** でバイヤーをしていた98年頃、三越のプライベートブランド「金缶海苔」の容器がエコの観点から紙パッケージに変えられた。ところが、「金の缶」と書いてあるのに紙にすると何事だとお客様に怒られ、一部を缶に戻したことがあった。

**三越** には、クリスマスサンタ柄のお菓子缶があるが、その缶を大事にとっておき、毎年集めるのが楽しみにしているというお客様が結構いる。これは紙箱ではできないことで、お客様からすれば、ものすごい価値がある。

**三越** には、クリスマスサンタ柄のお菓子缶があるが、その缶を大事にとっておき、毎年集めるのが楽しみにしているというお客様が結構いる。これは紙箱ではできないことで、お客様からすれば、ものすごい価値がある。



今後の方向性、可能性を語るパネリストの皆さん

値あることだと思う。こうしたお客様のメッセージを大切にし、要は自分たちの限界を自分たちで決めないことだ。

**多田** 経営者の方への伝言メッセージを4点。①常に良いほうに解釈するポジティブシンキング②二乗、三乗の価値を生み出すコラボレーション③提案型営業戦略④長期的な視点。缶は江戸時代からリサイクルされ、

環境問題の最先端をいっていたので、業界はいわゆる江戸文化の一翼を担ってきたという自信と誇りを持つことがポジティブシンキングになる。コラボレーションでは、蕎麦屋にある唐辛子の容器、楊枝入れ、プレート、箸入れなどを缶、金属製品に置き換えていく外食産業とのコラボやスチールの磁石機能を利用して靴と缶、ブックカバーと缶のコラボも考えられる。長期的な視点とは目先の利益より子や孫に伝えていくような方向性を探ること。自信と元氣を持つてすれば、どういう時代が来ても大丈夫だ。

最上 最後のまとめとして。

- 缶のデメリットをメリットに換えるアピールを(三橋氏)
- いい商品・技術や話題作り武器に戦う営業を(瀧田氏)
- 記憶に残る、口コミをしたくなる商品開発を(田中氏)
- 学校で使う備蓄容器を一般缶で対応する運動を(多田氏)

**三橋** 菓子メーカーは今の厳しい状況下でも缶は無くならないと言う。多分、作り上げられたブランド缶は無くなることはないだろう。缶としての絶対的な良さがあり、子どもたちに夢を与える缶業界は将来があると思う。

**瀧田** 営業戦略は「戦略」という言葉を使う以上は戦わないといけない。それくらい気持ちで営業をやることだ。やると決めれば方法論はある。ただ丸腰で行っても勝てないので、戦うには、いい商品、すばらしい技術、話題作りといった武器が必要だ。さらに加えると人脈も。一般缶は世界を見渡せば、まだまだ営業できるところがたくさんあると思うし、日本で展開する作戦もいろいろ考えられる。

**田中** 「私は法人営業には向いてない」とか、「俺はアイデア出しには向いてない」とか、人それぞれに事情がある。「向き不向きより前向きに」という言葉がある。気に入って自分にも言い聞かせているが、向いてないけど前向きでいいのだと思ったら、やってみようかなと思える。1人10個でも20個でもアイデアを出し全員で1000個の壁を超えてほしい。

**多田** 学校教育との関わりから提言したい。各学校の倉庫には賞味期限4〜5年の水や食料が入っている。缶の対応は18リットル缶だが、大きな災害を考えれば、水や食料以外に、子どもたちが使う医薬品、文房具類の備蓄も必要だ。防災の視点から、小さいものから大きいものまで一般缶容器で対応できるように学校当局とぜひ接触をしていただきたい。

**最上 缶容器のファンである柴田佳代子様から一言。**

**柴田** 私は、ただの缶好きの一消費者。大英博物館のミュージアムショップでミイラ

型の缶ケースを買って今でも小物入れに使っている。20年前にロンドンで買った紅茶缶はイタリアンレストランをモチーフに作られていて、職場の机の上に置いて切手入れに使っている。サンリオの半分に入った丸い缶も気に入っている。最近では花柄の缶に入ったファンデーションがはやっていて、化粧品入れなど、ちょっと目先の変わった形の缶を開発すれば、結構女性に人気が出ると思う。

**最上** 本日パネラーの皆様から様々な視点や立場で参考になる話を聞きながら多くのことを学んだ。この中で「缶は絶対に無くない」と言う。まさしくその通りだと思いが、我々がその方向に向けて一所懸命努力しなければ、缶の市場は、これからますます縮小していくという思いもある。この先、いろいろな意見を真摯に受け止め、自らが実践していけば、缶の復権はあるだろう。

### パネラー略歴

**三橋直人**(みはし なおと)氏  
菓子食品新聞編集長

1947年山梨県甲府生まれ。1971年法政大学社会学部卒。1974年東京タイムズ入社、編集部勤務。国会、官公庁、首都圏、運動部など担当。1995年(株)菓子食品新報社(現菓子食品新聞(株))入社。菓子メーカー、卸、小売など担当を経て現職。



**瀧田理康**(たきた さとやす)氏  
(株)デミパブリックリレーションズ代表取締役・中小企業診断士

1963年東京都生まれ。東京理科大学工学部電気工学科卒。大学卒業後、建築設備関連の仕事に従事。1995年中小企業診断士取得。2000年新規事業開発とマーケティングプロデュース会社を設立。2007年より広報PR会社を統合して現職。



**田中聡子**(たなか さとこ)氏  
中小企業診断士・一級販売士

1971年新潟県生まれ。1993年青山学院大学経済学部経済学科卒。1993年(株)三越入社、本店及び商品本部を中心に販売、バイイング、ブランディング、商品開発など17年間経験。2008年中小企業診断士登録、2010年中小企業診断士として独立。経営戦略、マーケティング、販売力・接客力強化、創業支援を行う。



**多田 統一**(ただ どういち)氏  
産業考古学会評議員・東日本一般缶工業協同組合特別顧問

1952年徳島県生まれ。東京都立大学大学院理学研究科修士課程地理学専攻修了。長く都立高校の社会科教諭として勤務。現在、都立浅草高校非常勤教員。東京産業考古学会理事。著書に「一般缶製造業の技術と歩み」誠総合企画(単著)他がある。



### ナビゲーター略歴

**最上裕光**(もがみ ひろみつ)氏  
東日本一般缶工業協同組合常任理事

1961年東京都生まれ。1980年4月最上製缶(現最上CAN(株))入社。1996年8月同社代表取締役。2004年8月から2008年7月まで一般缶友会会長。2005年5月東日本一般缶工業協同組合理事。2013年5月同組合常任理事、流通委員長。



### ■基調講演要旨

菓子業界では「缶は絶対なくなるならない」と言う。ただ、ブリキ缶のギフトは限りなく紙箱へと移行。今では缶は粗大ゴミの象徴にされ、90%を超えるリサイクル率なのに消費者にその認識がまるでない。業界自体のアピールが消費者に届いていない証しだ。ある米菓会社の話では、せんべいを缶に入れる場合、小さなチップ類だと個包装の上に一括りの包装をする手間がかかるという。缶は中身が見えないので商品写真を印刷する。プラスチックなら、その手間が省ける。紙箱だとすぐ湿気てしまうので缶を使うのだが、そもそも缶に入れて長持ちするほどの菓子が必要かと言っていた。缶を使つてのメリット、デメリットがある一方で、保存

入りの売り上げが落ちたそうだ。ビスケット会社の話では、紙やプラスチックなら畳んでおけるが、缶はできないので使い勝手が悪いと言う。缶は印刷と納期の問題からロットが大きく、製造ラインの都合で型も変えられない。紙やプラスチックなら融通が利くそうだ。一方で、菓子は長期保存より、なるべく賞味期限の短いものを選ぶ会社もあり、こういう場合は、缶の利用は敬遠される。一般缶のオリジナル缶を、あるメーカーに見せたところ、ブリキの持つ質感と印刷の美しさに感心していた。だから缶のすばらしさをもっとアピールすれば、需要を伸ばせる要素がある。リユースの問題では漠然と訴えるだけではなく、書類入れ、鍵入れ、箸入れ、ペンシルケースなど、具体的な使用例を示すことが大事だ。

「新日鐵住金株名古屋製鉄所工場見学 研修旅行を終えて」  
**新鮮な驚きと、強烈な印象に  
満ちた2日間**  
明祐工業(株) 太田洋行

平成26年2月21日、22日一般缶友会主催の新日鐵住金株名古屋製鉄所工場見学、研修旅行に参加させて頂きました。

総勢20社24名が参加し、JR名古屋駅よりバスで移動しました。

最初に熱田神宮に参拝してから、同社名古屋製鉄所に向かいました。始めに会議室でご挨拶、工場説明、ビデオ説明を受けたあと、バスに乗り、ガイダンスで同社の沿革や事業内容、具体的な製品説明や緑化等の社会貢献活動についてのお話がありました。

ここで驚いたのは名古屋ドーム130個分という広大な敷地面積や働く人々の多さ(1万3500人)です。桁違いの数字にとてもびっくりさせられました。

さて、いよいよ工場見学です。工場内は安全が第一なので、ヘルメット、軍手、無線機とイヤホン(説明を聞くためのもの)をお借りしました。名古屋製鉄所はまるで一つの街のように機能していて、事務所、工場以外にもコンビニ、ATM、病院等もあり驚くことに火力発電所までもがあるそうです。

1日に1万台の車が通過するという門をくぐると、原材料や溶かした鉄を運ぶための鉄道が設けられ、スラブ(溶かした鉄を固めた厚い板)を運ぶための不思議な形をした180トンキャリアーカーという運搬車が行き来しています。説明によるとこのキャリアーカーはタイヤが50本以上も付いていて燃費はリッター2000mで価格は1億7000万円もするとのことでした。そ

のスケールの大きさに、ただただ驚いてしまいました。

次に高炉に案内されました。ここで見たものは実際の高炉の4分の1の大きさでしたが、とにかく大きい一言で、さらにたくさんの小さい穴が開いていてそこには実際はセンサーが取り付けられるように温度調節等、全て管理しており、とても立派なものでした。

このあと、この見学で自分が一番印象に残った熱延工場に行きました。ここでは、厚い板状になった鉄を薄く伸ばしてわずか数分でコイル状に巻くという工程なのですが、とにかく熱で赤くなった鉄が流れる迫力にはとても圧倒されました。

また冷間圧延工場に案内されました。こちらでは試運転中で実際の稼働は残念ながら詳しく見ることは出来ませんでした。ここは先程のコイルを酸で洗い、常温でより薄く、均一に圧延したもので厚さ0.15mmから34mmの冷延鋼板を作る工場でした。

ついでメッキ工場に案内されました。先程の冷延された材料の表面をメッキすることにより耐食性を向上させ、表面をよりきれいにし、塗装や印刷をしやすくするため、美しくする工程です。コントロール室からの遠隔操作で作業が行われていました。

現場には大きな「安全第一」の看板があり、いろいろなどころに事故防止を呼びかける注意書きがありました。今現在この工場が一番薄く出来る鉄の厚みは0.1mmだそうです。

見学を終え、会議室へ戻り質疑応答を行い、無事に終了しました。

2日目は日本の聖地と言われる伊勢神宮を参拝しました。

伊勢神宮はとても広く内宮と外宮に分かれており昨年は社殿を造り替える20年に一度の大祭ということもあり、建物もとてもきれいで、新鮮な気持ちになりました。所々にパワースポットがあり、以前、K元首相がここにパワーを感じると発言した場所が名所になり、たくさんの方が集まっていました。伊勢神宮にはおみくじがなく、ここに来たことが大吉なのだそうです。二礼二拍一礼で参拝をし、とても気持ちよく研修を終えました。

最後になりましたが貴重な機会を設けて頂いた新日鐵住金株様の方々、並びに大変充実した研修旅行を企画して頂いた幹事の皆様、ご手配して下さいました方々に深く感謝申し上げます。本当にありがとうございます。



工場見学に参加された皆さん

**経済産業省山下前鉄鋼課長 水戸部製缶(株)船橋工場を視察**

経済産業省製造産業局山下前鉄鋼課長以下、鉄鋼課の幹部5名が平成26年6月25日、水戸部製缶(株)船橋工場(千葉県船橋市習志野)を視察した。同社の水戸部武寿社長、水戸部伸寿専務が応接室で工場の概況について説明したあと、2班に分かれて製缶工場と隣接する(株)日本金属印刷所の工場に向かった。製缶工場では丸缶、角缶の製造ラインを見学した。金属印刷工場では同社の若松孝太郎社長が印刷の仕組みやインキの種類などについて説明した。山下前鉄鋼課長は視察後の質疑応答の中で「一般缶の工場見学は初めて。貴重な勉強をさせていただき感謝します」と語った。



工場視察の一行と入口にて(右側から5人目が山下前鉄鋼課長)

# 暑中お見舞

## 申し上げます

(順不同)

### 全日本一般缶工業団体連合会

会長 渋谷明彦

東京都台東区台東一六一六  
第一古茂田ビル2F  
電話 〇三(五八一七)七三八八  
FAX 〇六(三三三三)九三五〇

### 東日本一般缶工業協同組合

理事長 定村 光

東京都台東区台東一六一六  
第一古茂田ビル2F  
電話 〇三(五八一七)七三八八  
FAX 〇三(三三三三)九三五〇

### 西日本一般缶工業協同組合

理事長 渋谷明彦

大阪府大阪市北区天神橋一四一七  
千代田第一ビル  
電話 〇六(六三三三)一九七三  
FAX 〇六(六三三三)一九六七

### 中部製罐工業協同組合

理事長 池田祥三

愛知県瀬戸市安戸町一三一八  
電話 〇五六(一八四)四八五八  
FAX 〇五六(一八四)四八五八

### 東京都鉄力地金商業協同組合

理事長 國分 滋

東京都中央区日本橋大伝馬町一一七  
電話 〇三(三六六三)八三五七  
FAX 〇三(三六六三)八三五八

### 全日本金属印刷工業協同組合連合会

会長 中田正和

東京都墨田区業平一一二一六  
本所ビル二階  
電話 〇三(三六二六)二四一一  
FAX 〇三(三六二六)二五〇二

### 寺島製缶工業株式会社

代表取締役 定村 光

東京都葛飾区立石一一二五一一  
電話 〇三(三六九三)〇八四一  
FAX 〇三(三六九四)七七五九

### 株式会社ヒロハマ

代表取締役社長 本多三郎

東京都墨田区石原一一二八一  
電話 〇三(三六二五)一六八〇  
FAX 〇三(三六二五)一六八八

### 工又工金属工業株式会社

代表取締役社長 中田則彦

茨城県つくば市緑ヶ原四一六  
電話 〇二九(八四七)七二二〇  
FAX 〇二九(八四七)六七七九

### 江戸川製罐株式会社

代表取締役 加島 裕

東京都江戸川区平井五十四六一九  
電話 〇三(三六一二)四一三一  
FAX 〇三(三六一七)五〇三四

### 金方堂松本工業株式会社

代表取締役社長 竹内雅夫

東京都台東区東上野一一二八一  
電話 〇三(三三三三)一一九一  
FAX 〇三(三三三三)七一四四

### 齋藤製罐株式会社

代表取締役 齋藤 光由

神奈川県横浜市瀬谷区本郷  
電話 〇四五(三〇一)五九一一  
FAX 〇四五(三〇一)五九三五

### 株式会社神宮製作所

代表取締役 神宮善太郎

千葉県野田市上三ヶ尾二六一  
電話 〇四(七二五)一二六一  
FAX 〇四(七二五)三六三七

### 杉浦製罐株式会社

代表取締役 杉浦由記夫

茨城県守谷市百合ヶ丘二四八〇七  
電話 〇二九(七四八)二五五一  
FAX 〇二九(七四八)二五五二

### 東邦金属工業株式会社

代表取締役社長 澤田 武史

東京都江戸川区松島四一三七一六  
電話 〇三(三六五四)八九一一  
FAX 〇三(三六五五)七三四八

### 中川製罐株式会社

代表取締役社長 中川 太郎

東京都文京区湯島三一六一一三  
電話 〇三(三八三六)〇六九一  
FAX 〇三(三八三六)〇六九三

### 日進製缶株式会社

代表取締役 小黒保満

埼玉県八潮市南後谷五〇八一二  
電話 〇四八(九三五)三五六一  
FAX 〇四八(九三一)一八四九

### 水戸部製缶株式会社

代表取締役 水戸部 武寿

東京都千代田区神田和泉町  
電話 〇三(三八六六)一一六六  
FAX 〇三(三八六六)二三八八

### 明和金属工業株式会社

代表取締役 渋谷明彦

大阪府高石市取石七一一一六  
電話 〇七二(二七四)一一〇一  
FAX 〇七二(二七四)六三六五

### 三国金属工業株式会社

代表取締役 辻 巨彦

大阪府豊中市豊南町西四一七一一〇  
電話 〇六(六三三三)〇二五一  
FAX 〇六(六三三三)〇二五五

### 平和製罐株式会社

代表取締役 中田成一

大阪府大阪市中央区道修町  
電話 〇六(六三三三)二二八八  
FAX 〇六(六三三三)二二八九

### 生野金属株式会社

代表取締役 小西康晴

大阪府高石市高砂三二二四  
電話 〇七二(二六八)〇七七七  
FAX 〇七二(二六八)〇七八二

### 江戸川製罐工業株式会社

代表取締役 渡邊 静雄

大阪府大阪市鶴見区今津北  
電話 〇六(六九六八)六七六一  
FAX 〇六(六九六二)三二五八

### 大阪製罐株式会社

代表取締役社長 清水雄一郎

大阪府東大阪市岩田町二一三二二八  
電話 〇六(六七二三)五五四五  
FAX 〇六(六七二五)三四七〇

### 奥村製罐株式会社

代表取締役 奥村康彦

京都府綴喜郡井手町大字多賀  
小字西松ヶ花一  
電話 〇七七(八二二)〇七八  
FAX 〇七七(八二二)四三二四

### 下宮金属工業株式会社

代表取締役 下宮正裕

大阪府堺市堺区南島町三丁一三一  
電話 〇七二(二二三)八一二〇  
FAX 〇七二(二二三)八一四〇

### 新高垣製缶株式会社

代表取締役 高垣悦夫

奈良県天理市永原町五五  
電話 〇七四(三六七)三一一一  
FAX 〇七四(三六七)三一一一

### 善友金属株式会社

代表取締役 馬場康之

大阪府大阪市淀川区加島  
電話 〇六(六三〇九)四〇三一  
FAX 〇六(六三〇九)二一〇〇

### 山雄製缶工業株式会社

代表取締役 山本浩之

大阪府大阪市北区大淀中  
電話 〇六(六四五)五一四一  
FAX 〇六(六四五)〇八二一

# 暑中お見舞

## 申し上げます

(順不同)

### 明邦鋼業株式会社

代表取締役社長 田中 康

埼玉県越谷市新川町一―一四五  
電話 〇四八(九八七)〇七〇一  
FAX 〇四八(九八七)〇七三〇

### 富安金属印刷株式会社

代表取締役社長 菊井 治

埼玉県草加市苗塚町五七七  
電話 〇四八(九二五)一五八一  
FAX 〇四八(九二八)二六二〇

### 松本金属工業株式会社

代表取締役 松本勝俊

大阪府大阪市北区天満二―二二一八  
電話 〇六(六三三)〇九四一  
FAX 〇六(六三三)九四四九

### 西部容器株式会社

代表取締役社長 川島 湊

大阪府摂津市別府二―三二―一八  
電話 〇六(六三四九)一六五一  
FAX 〇六(六三四九)七二二八

### 株式会社ライトハウス

金属工場

代表取締役 岩橋 徹

大阪府大阪市鶴見区今津中  
電話 〇六(六九六三)〇四四一  
FAX 〇六(六九六八)二二九八

### スチールリーフ株式会社

代表取締役社長 茂木孝之

東京都葛飾区亀有五―四八―一五  
電話 〇三(三六二)八〇三〇  
FAX 〇三(三六二)八〇六〇

### 二橋プリント株式会社

代表取締役 二橋英之

埼玉県三郷市彦川戸一―三八―六  
電話 〇四八(九五三)二三六一  
FAX 〇四八(九五三)五四二一

### 株式会社井上博商店

代表取締役社長 井上紀人

大阪府大阪市住吉区万代東  
電話 〇六(六六九)一一二二五  
FAX 〇六(六六九)一一二二七

### 日東製罐販売株式会社

代表取締役社長 安藤宏行

愛知県岡崎市宮地町字郷東三九  
電話 〇五六四(五一)一五六一  
FAX 〇五六四(五一)一五六三

### エイコー株式会社

代表取締役社長 菊井 治

埼玉県草加市苗塚町五七七  
電話 〇四八(九二二)八三七三  
FAX 〇四八(九二二)八三七五

### 株式会社城北鋳力印刷工業所

代表取締役 竹腰忠臣

千葉県野田市木間ヶ瀬二五〇―一―  
電話 〇四(七一)九八二六一一  
FAX 〇四(七一)九八二七七九

### 新キヨイ鋼業株式会社

代表取締役 渡邊治樹

大阪府松原市三宅西四―五四三―一  
電話 〇七(三三三)二二八一  
FAX 〇七(三三三)〇二五二

### 高野興業株式会社

代表取締役社長 高野康弘

東京都墨田区本所一―二―一三  
電話 〇三(三六二)一一一六六  
FAX 〇三(三六二)二六二六四

### 株式会社MOBY

代表取締役社長 清野泰樹

千葉県市川市塩浜一―一四  
電話 〇四七(三〇六)〇二一〇  
FAX 〇四七(三〇六)〇二一九

### 株式会社江連金属印刷所

代表取締役 江連 一

千葉県松戸市上本郷八一  
電話 〇四七(三六二)〇一三五  
FAX 〇四七(三六二)八七一五

### 是松鋼商株式会社

代表取締役 是松重敏

大阪府東大阪市楠根二―六―一三  
電話 〇六(六七四)二三六一  
FAX 〇六(六七四)〇四〇〇

### 富安株式会社

代表取締役社長 強口照雄

東京都墨田区太平四―五―一五  
電話 〇三(五六二)七七七〇  
FAX 〇三(五六二)七七七〇

### 大成ブリーキ印刷株式会社

代表取締役 中田正和

茨城県稲敷郡河内町長竿富田四四六二  
電話 〇二九七(八六)二二〇一  
FAX 〇二九七(八六)二四二〇

### 新里機工株式会社

代表取締役 金澤幸一

埼玉県川口市東領家四―七―一  
電話 〇四八(二九)九〇九七  
FAX 〇四八(二九)九〇九八

### 三幸商事株式会社

代表取締役 武田有広

大阪府大阪市西区北堀江  
電話 〇六(六五四)九三三一  
FAX 〇六(六五四)三五八八

### 中村商事株式会社

代表取締役社長 中村 定

東京都千代田区神田和泉町一―七一  
電話 〇三(五六八七)五九一一  
FAX 〇三(五六八七)六一五五

### 東都金属印刷株式会社

代表取締役 菅谷誠一

千葉県船橋市小野田町一五二―一三  
電話 〇四七(四五七)五四六一  
FAX 〇四七(四五七)七二三八

### 株式会社N・P・W技研

代表取締役社長 山本健士

三重県伊勢市佐八町八九四  
電話 〇五九六(三九)一一三三  
FAX 〇五九六(三九)一一三六

### 日東金属工業株式会社

代表取締役 大久保八城

大阪府八尾市太田七―一六  
電話 〇七(九九九)六七一一  
FAX 〇七(九九九)六七五九



#### ◆東日本一般缶工業協同組合

#### CPSM会

平成26年4月16日、取手国際ゴルフ倶楽部で第56回CPSM会を開催した。今回の参加者は23名。

上位入賞者は次の通り。

優勝 高野康弘氏(高野興業)

二位 松村善治氏(松村製罐)

三位 井上 明氏(大日製罐)

44・46・90・16・74

40・47・87・12・75

47・48・95・19・76

今回は平成26年11月に行う予定。

#### ◆西日本一般缶工業協同組合

#### 缶友会ゴルフ会

平成26年5月15日大阪府の池田カンツリー倶楽部で、第143回のゴルフ会を開催した。

上位入賞者は次の通り。

優勝 武田和久氏(三幸商事)

二位 増田竜介氏(井上博商店)

三位 山田 稔氏(富安)

42・45・15.4・71.6

39・43・8.3・73.7

47・44・15.4・75.6

今回は平成26年10月に行う予定。

平成26年2月から  
平成26年7月までの行事

- 〔東日本一般缶工業協同組合〕
  - 2/6 東京都経営支援課「中小企業支援・施策説明会」
  - 2/6 事務局長協会「新年交流会」
  - 2/18 教育技術講習会「プレス加工のトラブル対策」(2回目/全4回)
  - 2/18 すみだ中小企業センター「営業力強化講習会」
  - 2/21 第34回優良従業員表彰式
  - 2/21 第3回活路開拓委員会
  - 3/7 第3回総務委員会
  - 3/7 第7回理事会(役員会)
  - 3/17 東京中央会「平成25年度下期情報連絡員報告会」
  - 3/24 第3回流通委員会
  - 3/28 東京都紙器工業協同組合三役懇談会
  - 4/3 C P S M会打ち合わせ
  - 4/16 第56回C P S M会
  - 4/18 監事会
  - 4/23 組合士協会「役員会」
  - 4/24 第1回理事会(役員会)
  - 4/25 東京中央会「役員・評議員合同会議」
  - 5/16 一般缶営業戦略シンポジウム
  - 5/16 第36回通常総会
  - 5/27 教育技術講習会「プレス加工のトラブル対策」(3回目/全4回)
  - 5/29 東京中央会「第62回通常総会」
  - 6/12 鉄二健保組合「算定基礎説明会」
  - 6/19 東京中央会「組織委員会」
  - 6/20 全国中央会「組合士フォーラム2014」
  - 7/2 東京中央会「役員・評議員合同会議」
  - 7/4 第2回理事会(役員会)
- 〔西日本一般缶工業協同組合〕
  - 3/25 役員会
  - 5/15 缶友会ゴルフ会

- 5/22 第46期通常総会
- 2/6 〔全日本一般缶工業団体連合会〕
  - 鉄鋼製品団体協会「研修会・新年会」
  - 2/14 第6回東日本一般缶P R活動推進協議会
  - 2/20 経済産業省鉄鋼課工場見学会(金方堂松本工業(株)安行工場)
  - 3/7 第4回全日本一般缶P R活動推進協議会
  - 3/7 役員会
  - 4/25 スチール缶連絡協議会
  - 5/14 一般缶イノベーションフォーラム2014「打ち合わせ(明大森下教授)」
  - 5/22 会計監査
  - 6/12 一般缶イノベーションフォーラム2014「打ち合わせ(株)愛罐コーポレーション菅井部長)」
  - 6/13 第36回定時総会
  - 6/13 第1回全日本一般缶P R活動推進協議会
  - 6/16 鉄鋼製品団体協会「第52期通常総会」
  - 6/19 一般缶イノベーションフォーラム2014「打ち合わせ(山下鉄鋼課長)」
  - 6/25 経済産業省鉄鋼課工場見学会(水戸部製缶(株)船橋工場・(株)日本金属印刷所)
  - 6/26 経済産業省鉄鋼課「平成26年度ヒアリング」
  - 7/4 一般缶イノベーションフォーラム2014
  - 7/4 ラム2014
  - 7/4 経済産業省鉄鋼課「職員異動歓迎会」
  - 7/15 全国十八リットル缶工業組合連合会「第16回フォーラム18」
  - 7/19 エコプロダクツ川越2014
- 2/12 〔一般缶友会〕
  - 東京都中小企業団体青年部協議会「新年会・チャリティバナー」

- 2/21~22 研修旅行「新日鐵住金(株)名古屋製鉄所」
- 3/15 ゴルフコンペ
- 6/11 東京都中小企業団体青年部協議会「第39回通常総会」
- 平成26年8月から  
平成27年1月までの行事予定
- 〔東日本一般缶工業協同組合〕
  - 8/28 森下明大教授との懇談会
  - 9/12 東京中央会「中小企業トップセミナー」
  - 9/17 第3回理事会(役員会)
  - 9/19 東京中央会「平成26年度上期情報連絡員報告会」
  - 11/ 第57回C P S M会
  - 11/ 一般缶技術戦略シンポジウム忘年会
  - 12/ 忘年会
  - 平成27年
    - 1/16 第4回理事会(役員会)
- 〔西日本一般缶工業協同組合〕
  - 8/8 役員会
  - 8/21 合同部会
  - 10/9 4 S会
  - 10/16 缶友会ゴルフ
  - 12/5 役員会
  - 平成27年
    - 1/8 大阪金属印刷互礼会
    - 1/13 新春懇親会
    - 1/22 合同部会新年会
- 〔全日本一般缶工業団体連合会〕
  - 8/8 スチール缶連絡協議会
  - 8/19 鉄鋼製品団体協会「幹事会」
  - 9/11 「エコプロダクツ2014」
  - 9/17 出展者説明会
  - 9/17 消費者座談会
  - 10/3 第2回全日本一般缶P R活動推進協議会
  - 10/3 第39回全国流通委員会・部会協議会
  - 10/ 業界紙記者懇談会
  - 12/11~13 「エコプロダクツ2014」

平成25年12月~平成26年5月迄の一般缶生産出荷実績 (単位:ト)

年月	生産	出荷		在庫	
		販売	その他		
経済産業省データ	25.12	7,059 (6,560)	7,039 (6,561)	122 (109)	7,119 (7,814)
	26.1	4,649 (5,885)	4,175 (5,432)	84 (110)	6,791 (8,182)
	2	4,813 (5,614)	4,487 (5,583)	85 (94)	7,048 (8,069)
	3	5,487 (6,092)	5,299 (6,092)	91 (115)	7,211 (7,977)
	4	5,019 (6,090)	4,869 (5,820)	101 (107)	7,320 (8,129)
5	4,739 (5,941)	5,002 (5,898)	94 (112)	7,008 (8,024)	
連合会データ	25.12	4,488 (4,169)	4,642 (4,287)		3,820 (3,861)
	26.1	3,625 (3,468)	3,515 (3,356)		3,933 (3,972)
	2	3,807 (3,462)	3,744 (3,397)		3,989 (3,964)
	3	4,195 (3,614)	4,173 (3,559)		3,974 (4,041)
	4	3,883 (3,737)	3,801 (3,581)		4,098 (4,078)
5	3,745 (3,633)	3,619 (3,541)		4,205 (4,104)	

( )内は前年同月実績  
経済産業省データは同省大臣官房調査統計グループ缶工業動態統計室編鉄鋼統計月報より転載

**組合伝言板**

〔賛助会員加入〕  
 (中部賛助会員) 株式会社博商店 平成26年4月  
 (東日本組合員) 古茂田製罐(株) 平成26年3月31日

〔組合員脱退〕

〔代表者交代〕  
 (東日本協力会員) 富安(株) 代表取締役社長 強口照雄 平成26年6月  
 (西日本組合) (株)ライトハウス金属工場 代表取締役 岩橋 徹 平成26年4月  
 下宮金属工業(株) 代表取締役 下宮正裕 平成26年5月  
 生野金属(株) 代表取締役 小西康晴 平成26年6月