

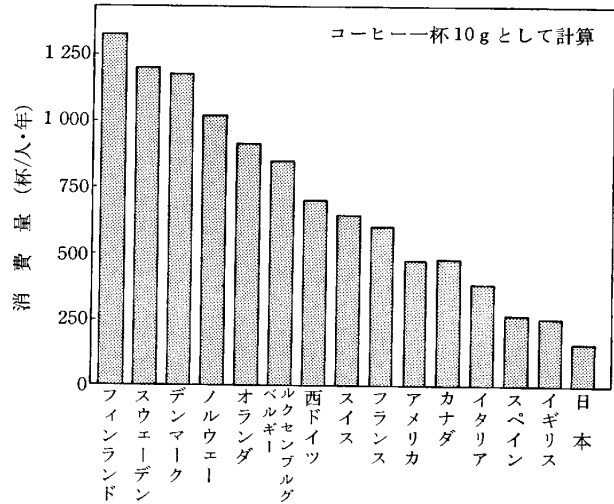
コ ラ ム

缶コーヒーは何故売れる？

どこの都市にも、小さい町にも喫茶店があり、コーヒーを飲むことができる。また、あらゆる所に自動販売機があり、缶コーヒーを飲むことができる。コーヒーの味は豆の種類、焙焼法、調合、入れ方、飲む雰囲気、飲む人の味覚など多くの要因で変化する。缶コーヒーの消費量は毎年 10% 程度増加し、昭和 59 年には約 1.6 億ケース (1 ケース : 30 缶) 消費されている。この量は飲料缶の約 40% を占め、消費された鋼材に換算すると、約 19 万トンに相当する。この缶コーヒーは日本特有なものであり、消費の増加はレトルト殺菌可能な TFS 接着缶の開発、自動販売機の普及にもよるが、日本人の気質及び現在の社会環境に適した飲料のように思われる。一見、コーヒーの消費量も大きく伸びていると考えがちであるが、コーヒーの輸入実績から計算した 1 人当たりの消費量は、日本コーヒー協会の発表によると、図に示されるように、先進国中で最低である。北欧諸国のコーヒー消費量は何故多いのであろうか、日本のコーヒー消費量は何故少ないのであろうか。ある外国人は缶コーヒーはコーヒーというよりも、コーヒーの香のした飲料であるという。また、缶コーヒーは大量生産された画一的な味を

もつ飲料ともいえる。スポーツドリンク、ウーロン茶などつぎつぎと新しい缶飲料が商品化される中で、缶コーヒーのよりいつそうの需要増には、味の多様化が望まれるのではないだろうか。

(東洋鋼鈹(株)技術研究所 乾 恒夫)



コーヒー主要消費国におけるコーヒー消費量 (I.C.O 調べ)

編集後記

毎年春秋 2 回開催される講演大会での発表件数は増加の一途をたどり、盛会裡に終わった第 110 回講演大会では、867 件の研究発表があつた。講演大会に参加し、自ら発表するとともに、興味のある講演を聴講することは、今後の研究開発活動に大いに参考になると思います。このように毎回多くの発表があるにもかかわらず、「鉄と鋼」へ論文、技術報告として投稿される件数は毎月 10~20 件程度である。10 数枚のスライドを使い、20 分で講演する内容に、多少肉付けすれば投稿できるものは数多くあると思われる。各分野で積極的な投稿を期待しています。

御存知のように、投稿された原稿は、その内容に関する専門家による校閲、その内容に近い専門分野の編集委員会による査読を経て、編集委員会にて掲載可否が決定される。しかしながら、投稿原稿の内容が不十分、

たとえば実験方法の記述が簡単であつたり、また実験結果より結論を導く過程に問題があつたりで、著者による修正、再校閲、再査読が繰り返されているのが現状である。非常に無駄な時間を費やしているように思われる。一般的に、投稿原稿の著者は数名であり、執筆は若い研究者によることが多いようである。しかし、その内容の専門分野で著名な方も共同著者となつていることも多い。原稿内容はその人達によつて熟読された後、投稿されたのであろうか疑問に思うことがしばしばである。投稿していただいた原稿を 1 日も早く掲載するために、編集委員会による査読は遅れ気味で、投稿者に迷惑をおかけしていることは大いに反省すべきであるが、著者による短期間での修正および著者の責任で十分推考された原稿の投稿を期待しています。(T. I.)