

賞味期限延長・年月表示化調査
集計結果について

2014年3月13日(木)
公益財団法人 流通経済研究所

1. 調査の概要

■ 目的

- 2013年度の食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム(WT)の中間とりまとめにおいて、WTは賞味期限の延長および表示方法の見直しに取り組むこととした。
- これをふまえ、各業界団体の協力のもと、賞味期限の見直し・延長への取り組みや、賞味期限の年月表示化への取り組みについての調査を実施し、実態を把握した。

■ 調査方法

- 対象業界団体：風味調味料協議会、全日本菓子協会、全国清涼飲料工業会、全日本カレー工業協同組合、日本缶詰協会、日本乳業協会（日本醤油協会と日本即席食品工業協会からは、協会を中心とした業界ガイドラインに関する取り組みについて、両協会から回答を得た）
- 対象者：各業界団体参加企業
- 調査方法：メール調査
- 調査期間：2013年12月～2014年1月31日
- 回収数：合計243社

	調査票配布数 企業数)	調査票回収数 企業数)	回収率 (%)
合計	1,360	243	17.9%
風味調味料協議会	16	9	56.3%
全日本菓子協会	790	152	19.2%
全国清涼飲料工業会	18	17	94.4%
全日本カレー工業協同組合	21	20	95.2%
日本缶詰協会	15	6	40.0%
日本乳業協会	500	39	7.8%

■ 調査項目

- 賞味期限延長見直し
 - 商品カテゴリー
 - 変更前／変更後賞味期限
 - 商品アイテム数
 - 変更(予定)年月日

- 賞味期限の年月表示変更
 - 商品カテゴリー
 - 変更前賞味期限日数／変更後賞味期限月数
 - 商品アイテム数
 - 変更(予定)年月日

(注1)対象期間は、2009年1月以降である。

(注2)対象商品は、小売店向け商品で、外食・業務用向け商品等は対象外である。

2. 賞味期限延長の状況

■ 賞味期限の延長実施済/予定の社数および商品アイテム数

- アンケートに回答した243社中、賞味期限の延長実施済企業は68社(28.0%)で、商品アイテム数は958品であった。賞味期限延長の実施率が高いのは全国清涼飲料工業会と日本缶詰協会の会員企業である。一方、賞味期限延長実施商品アイテム数が多いのは、全日本菓子協会の会員企業である。
- 賞味期限の今後の延長予定のある企業は20社(8.2%)で、商品アイテム数は336品であった。

商品	アンケート回答企業数	賞味期限の延長実施済み			賞味期限の今後の延長予定あり		
		企業数	実施率	商品アイテム数	企業数	実施率	商品アイテム数
合計	243	68	28.0%	958	20	8.2%	336
風味調味料	9	0	0.0%	0	0	0.0%	0
菓子	152	27	17.8%	574	11	7.2%	293
清涼飲料	17	8	47.1%	63	0	0.0%	0
カレー	20	0	0.0%	0	1	5.0%	2
缶詰・レトルト	6	5	83.3%	25	2	33.3%	2
乳製品	39	28	71.8%	296	6	15.4%	39

■ カテゴリー/賞味期限別の賞味期限延長商品アイテム数

- 賞味期限延長商品アイテム数が多いのは、カテゴリーでは、スナック、米菓、および飲用牛乳等・白物乳飲料である。
- 賞味期限別にみて賞味期限延長商品アイテム数が多いのは、賞味期限180日未満、および180日～270日未満である。

商品		賞味期限延長実施 商品アイテム数				
		180日未満	180日～ 270日未満	270日～ 360日未満	360日以上	合計
清涼飲料	嗜好飲料	1	9	6	1	17
	果汁・野菜飲料	14	8	6	0	28
	清涼飲料	6	5	5	2	18
菓子	チョコレート	3	17	6	0	26
	ビスケット	9	11	8	3	31
	スナック	10	207	0	0	217
	キャンディ、グミ、ゼリー	0	7	0	0	7
	米菓	121	3	50	0	174
	焼菓子	1	5	0	0	6
	ガム、機能性食品	0	5	2	0	7
	和洋生菓子類	106	0	0	0	106
レトルト食品		0	3	2	20	25
乳製品	飲用牛乳等・白物乳飲料	172	0	0	0	172
	発酵乳	69	0	0	0	69
	チルドデザート	36	0	0	0	36
	バター・チーズ・マーガリン他	19	0	0	0	19
合計		567	280	85	26	958

備考：表の賞味期限の区分は、延長前の賞味期限で行っている。

■ 即席めんと醤油の業界団体による賞味期限延長についての取り組み

－ 醤油

- 醤油の賞味期限については、日本醤油協会において、これまで醤油の賞味期限測定委員会を設置して、長期にわたる理化学試験、官能試験を実施し、その結果をもとに「醤油の日付表示に関するガイドライン」として、事業者を示し、ほとんどの事業者がこのガイドラインを参考にして賞味期限を設定している。このことによって、トラブルやクレームにつながる事例はこれまで発生はしておらず、賞味期限測定委員会において、既に試験及び検討がなされてきたことから、賞味期限の延長について、現状ガイドラインを再検討する予定はない。

しょうゆの賞味期限(保存方法:直射日光や高温の場所をさけ、常温で保存)

包装形態	賞味期限までの期間		
	こいくちしょうゆ	うすくちしょうゆ	しろしょうゆ
プラスチックボトル	18カ月	12カ月	—
ガラスびん	24カ月	18カ月	8カ月
缶	24カ月	18カ月	8カ月

(注1)たまりしょうゆ、さいしこみしょうゆはこいくちしょうゆに準ずる。

(注2)実際の賞味期限は、使用原材料、製造方法又は容器包装等の特性に応じて製造業者等が適正に定める。特に缶、小袋詰め等の特殊容器については、充分配慮すること。

－ 即席めん

- 日本即席食品工業協会では技術委員会(大手・準大手など11社からなる委員会)で、平成24年年初から即席めんの賞味期限延長について検討を重ね、同時に保存試験を実施し、各種データを検討した結果、現行より少なくとも1～2ヶ月は賞味期限を延ばせるとの結論を得た。これを踏まえ、平成25年6月にガイドラインを改訂し、例えば袋めんでは8ヶ月(従来は6ヶ月が主流)、カップめんでは6ヶ月(従来は5ヶ月が主流)といった賞味期限を延長した製品が今春より登場予定。

3. 賞味期限年月表示化の状況

■ 賞味期限の年月表示化実施済/予定の社数および商品アイテム数

- アンケートに回答した243社中、賞味期限の年月表示化実施済企業は12社(4.9%)で、商品アイテム数は50品であった。賞味期限の年月表示化の実施実績があるのは、全日本菓子協会と全国清涼飲料工業会の会員企業であった。賞味期限年月表示化の実施率が高いのは全国清涼飲料工業会の会員企業である。
- 賞味期限の今後の年月表示化予定のある企業は7社(2.9%)で、商品アイテム数は311品であった。賞味期限の今後の年月表示化は全日本菓子協会会員企業で309品の予定がある。

	アンケート 回答企業数	賞味期限の年月表示化実施済み			賞味期限の今後の年月表示化予定あり		
		企業数	実施率	商品アイテム数	企業数	実施率	商品アイテム数
合計	243	12	4.9%	50	7	2.9%	311
風味調味料	9	0	0.0%	0	0	0.0%	0
菓子	152	4	2.6%	10	6	3.9%	309
清涼飲料	17	8	47.1%	40	0	0.0%	0
カレー	20	0	0.0%	0	1	5.0%	2
缶詰・レトルト	6	0	0.0%	0	0	0.0%	0
乳製品	39	0	0.0%	0	0	0.0%	0

備考：今回の調査対象ではないが、菓子については2008年12月以前に年月表示化の実績(菓子主要5社で合計565品)がある。

■ 賞味期限の年月表示化実施済/予定の社数および商品アイテム数

- 賞味期限年月表示化商品アイテム数が多いのは、カテゴリーでは、嗜好飲料、果汁・野菜飲料、および清涼飲料である。
- 賞味期限別にみて年月表示化商品アイテム数が多いのは、賞味期限180日～270日未満である。

商品		賞味期限の年月表示化実施 商品アイテム数				
		180日未満	180日～ 270日未満	270日～ 360日未満	360日以上	合計
清涼飲料	嗜好飲料	0	6	6	1	13
	果汁・野菜飲料	0	8	6	0	14
	清涼飲料	0	6	0	7	13
菓子	チョコレート	0	2	0	0	2
	ビスケット	0	2	0	0	2
	清涼菓子	0	3	0	0	3
	和洋生菓子類	0	3	0	0	3
合計		0	30	12	8	50

備考：表の賞味期限の区分は、延長前の賞味期限で行っている。

今回の調査対象ではないが、菓子については2008年12月以前に年月表示化の実績（菓子主要5社で合計565品）がある。

■ 醤油の賞味期限年月表示化についての取り組み

- 日本醤油協会では、「醤油の日付表示に関するガイドライン」を作成する際に、過度に厳しい日付管理による深夜・早朝操業や返品等の原因となっていたということに鑑み、賞味期限が3か月を超えるものについては、原則として年月で表示することとしている。
- 各県組合に置かれている表示指導員が、各事業者に対しこのガイドラインに基づいて指導している。

4. まとめ

- 業界団体を通じて、食品メーカーの賞味期限延長・年月表示化の取り組みを調べたところ、賞味期限延長の取り組みは企業数68社、商品アイテム数958品の実績があり、一定程度進んでおり、今後の延長予定は企業数20社、商品アイテム数336品であることが確認された。
- 一方で、賞味期限の年月表示化の実績は、企業数12社、商品アイテム数50品であり、賞味期限延長に比べると取り組み件数が少ないが、今後の年月表示化予定は企業数7社、商品アイテム数311品であることが確認された。
- また、賞味期限延長・年月表示化の取り組みは、商品によって取り組み状況に差があることが確認された。
- 今後は、賞味期限延長の取り組みが一層進むように努めるとともに、醤油、菓子など既に一定程度年月表示化の取り組みが進んだ商品での事例を参考に、賞味期限の年月表示化の取り組みが広がるように努めることが望ましい。