

2014年6月3日

清涼飲料の賞味期限の「年月表示」への移行に関するご案内(続報)
～ 2014年6月以降、対象品種を順次拡大 ～

サントリー食品インターナショナル株式会社(社長 鳥井信宏)は、消費財流通業界の企業が主体となって2011年8月に立ち上げた「日本TCGF」に参加して、日本国内での非競争分野における共通課題の解決に向けて活動しています。そのひとつの「サステナビリティプロジェクト委員会」では、製配販のバリューチェーンにおける環境課題(地球温暖化防止、廃棄物削減等)を整理し、解決することを目指し、清涼飲料の賞味期限の「年月表示」への移行について具体的に取り組んでいます。

2013年2月25日にその取り組み概要をお知らせしましたが、昨年の展開結果及び今後の進め方について、以下の通りご案内申し上げます。

1. 取り組みについて (1)概要 (2)期待効果	加工食品のうち清涼飲料について、 ・賞味期限が1年以上の賞味期限を「年月表示」とする。 ・賞味期限の表示方法を業界内で各社標準化し、かつ漢字表記とする(「〇年〇月」)。 賞味期限をもとに配送や保管、店陳を日別に管理していたものを、月別に管理することで、サプライチェーン上の環境負荷(物流拠点間の転送及び転送に由来するCO2排出等)や非効率(物流倉庫の保管スペース、店頭の先入先出作業等)を軽減できる。 また、お客様に分かりやすい賞味期限表示とする。
2. 2013年の展開結果 (1)賞味期限の表示方法 (2)対象品種 (3)対象アイテム (4)スケジュール (5)エリア (6)評価	[移行前] YYYYMMDDまたはYYYY.MM.DD (例)20131231または2013.12.31 [移行後] YYYY年MM月※漢字表記 (例)2013年12月 国産水 2Lペットボトル 各社*1主要商品 *1 アサヒ飲料、伊藤園、キリンビバレッジ、サントリー食品インターナショナル、日本コカ・コーラ 2013年5月以降メーカー製造日より順次切り替え済み 全国 ＜評価の目的＞ 対象品種を順次拡大するうえで、本取り組みに対するお客様のご反応を確認するため ＜評価手法＞ 展開後、プロジェクト参加各社に寄せられたお客様(消費者)の声を収集 ＜評価結果＞ お客様には取り組みの意義を概ねご理解いただけたものと考えています。 お客様からのお問合せは、表示の変更理由と賞味期限の読み方に関するご質問が中心でした。また、お問い合わせは移行直後の数ヶ月に集中しており、その後は減少して現在はほとんどありません。 □実際に頂戴した代表的な声 「賞味期限の表示が年月に変更になったのはなぜですか？」 「5月と書いてあった場合は、末日が期限ということですか？」 (参考)なお、小売店舗の店頭やバックヤードを定点観測し、同一商品で賞味期限が何種類あるかをカウントしました。移行後、その数は減少しており、製配販各層における商品の管理効率も改善されたことがうかがえます。
3. 今後の進め方	・「国産水小容量(500ml前後)の移行を次に検討する」としていました(2013年2月25日ニュースリリース)が、上記結果を踏まえて、国産水に限定せず、賞味期限が1年以上*2の商品について「年月表示」へ順次移行します。 ・なお、本表示方法の採否や具体的な移行アイテム等は、各社の判断により決定します。 ・また、広く加工食品業界に採用されることを期待して、業界団体等を通じてオープンに情報提供していきます。 *2 検討の幅を広くするため、今回以下の通り変更した。 (変更前)「賞味期限が1年を超える商品」→(変更後)「賞味期限が1年以上の商品」

4. 具体的な展開	現時点で移行が決定している商品群は以下の通りです。
(1)対象アイテム	キリンバレッジ 缶コーヒー「ファイア」など(ギフト用商品を除く) サントリー食品インターナショナル 缶コーヒー「ボス」、「サントリーウーロン茶」 など
(2)スケジュール	2014年6月製造以降順次
(3)補足事項	上記2社以外について、各社内で検討中です。
5.問い合わせ先	商品に関するお問い合わせは各社広報担当までお願いいたします。標準表示に関するお問い合わせはプロジェクトの委員長社までお願いいたします。 <委員長社> キリン株式会社 コーポレートコミュニケーション部 TEL:03-6837-7028

【賞味期限表示方法(イメージ)】

現状	移行後
	

日本TCGFとは

日本TCGFは、消費財流通業界の企業が主体となり、日本国内での非競争分野における共通課題の解決に向けて、製・配・販の協働取り組みをおこなう組織です。東日本大震災からの一刻も早い復旧・復興と新しい日本のかたちづくりのために、2011年3月より発足に向けて着手し、2011年8月に設立しました。

なお、日本TCGFはグローバルな消費財流通業界の組織体であるThe Consumer Goods Forumの理事会に参加している日本企業のメンバーが発起人となっています。

サステナビリティプロジェクトとは

日本TCGFの3つのプロジェクトのひとつであるサステナビリティプロジェクトは、消費財流通業界の15社が主体となって2010年10月に立ち上げたカーボンプロジェクトに参加した企業を中心となり、その活動範囲やテーマを発展させたものです。カーボンプロジェクトでは、環境サステナビリティへの貢献とサプライチェーンの作業効率向上を目指し、非競争分野の共通課題について製・配・販3層による協働取り組みを推進してまいりました。具体的なテーマとして、飲料市場の梱包資材(ダンボールカートン)の標準化・規格化を取り上げました。

この活動をベースとしながら、サステナビリティプロジェクトは、震災後の資材調達をめぐる諸課題をひとつのきっかけとして、原料・資材および原料・資材に関連するプロセスの標準化を検討しています。また、原料資材調達から消費・リサイクルという一連のバリューチェーンにおける環境課題(地球温暖化防止、廃棄物削減等)を整理し、解決することを目指しています。

参加企業

【メーカー】11社

アサヒグループホールディングス株式会社(アサヒ飲料株式会社)、味の素株式会社、株式会社伊藤園、花王株式会社、キユ

サステナビリティプロジェクトによる清涼飲料の賞味期限の「年月表示」への移行について サントリー
ービー株式会社、キリンホールディングス株式会社(キリンビバレッジ株式会社)*3、サッポロビール株式会社(ポッカサッポロフ
ード&ビバレッジ株式会社)、サントリー食品インターナショナル株式会社、日清食品ホールディングス株式会社、日本コカ・コー
ラ株式会社*4、ライオン株式会社

【卸】2社
国分株式会社*4、三菱食品株式会社

【小売】5社
イオン株式会社、イズミヤ株式会社、合同会社西友、株式会社ローソン、株式会社ライフコーポレーション*4
*3 委員長社、*4副委員長社

[サントリー食品インターナショナルトップ](#) [ソフトドリンク一覧](#) [企業情報](#) [株主・投資家情報](#)

[商品情報](#) [楽しむ・学ぶ](#) [地域・グルメ](#) [レシピ](#) [オンラインショップ](#) [環境活動](#) [文化・社会・スポーツ](#) [グループ企業情報](#) [お客様センター\(お問い合わせ\)](#)

[サイトマップ](#) |

[新商品](#) [キャンペーン](#) [マイページ\(サントリータウン\)](#)
[栄養成分](#) [CM・動画](#) [メールマガジン](#) [飲食店様へ](#)



[ご利用にあたって](#) | [プライバシーポリシー](#)