

加工食品の期限表示設定に関する実態調査 ヒアリング結果報告

(第2回検討会後にヒアリングした3社を追記)

令和6年12月
消費者庁食品表示課

ヒアリング調査概要

実施時期	2024年9月3日～12月4日
方法	対面（一部ウェブ）でのヒアリング調査
委託先	株式会社MOVER&COMPANY
対象	加工食品を製造する食品関連事業者 11社
項目	<u>①期限表示設定について</u> ・優先する試験や指標についての考え方、根拠 ・安全係数の設定根拠 ・消費期限の定義や設定根拠についての詳細 ・期限延長の阻害要因となる/不要な指標 <u>②食ロス削減に向けた取組について</u> ・期限延長の取組実施状況と取組内容、及び課題 ・期限を過ぎた食品の食用活用の実施状況と取組内容、及び課題

※以下まとめにおいて、カテゴリーによる特徴が見られたコメントには＜ ＞内に食品カテゴリーを記載。
記載のないコメントは、共通意見。

【ヒアリング】 期限設定について

【消費期限についての各社の解釈】＜チルド＞

- 「当該期限を超えると腐敗し食べられない期限」「安全に食べられる期限」と定義し、試験結果をもとに期限を設定。
- 現在は消費期限の商品はないが、自社基準で（業界基準にならい）5日以下を消費期限としている企業もあった。

【消費期限の指標】＜チルド＞

- 旧衛生規範に基づき一般生菌数等を指標にしている。工場でも最も検査しやすいのは一般生菌数。
食中毒菌が陰性である場合、一般生菌数は10の6乗までであれば問題ない認識であるが、食中毒菌まで検査することは難しいため、一般生菌数は10の5乗までであることを確認。
- 基本的に食中毒菌を根拠に設定している企業も、一般生菌も見ている。
- 水分活性値は微生物の増殖具合と比例するため、微生物試験と水分活性試験の結果から期限設定。
- 知見のない新商品は保存試験等を行うが、既存商品についての様々なデータを蓄積・管理し、類似品のデータをもとに経験則など総合的な判断で期限設定する場合もある。
- 微生物試験の結果を優先するが、腐敗するタイミングと味や色味等が劣化するタイミングは殆ど同じ。
- プライベートブランド商品は、顧客（小売、卸等）から消費期限（時間指定含む）、指標を指定されるものが多い。
- 業界ガイドラインに従って設定。主な指標は微生物項目（一般生菌数、大腸菌、黄色ブドウ球菌、卵を使用するのはサルモネラ属菌）。官能評価（味、香り等）も行う。理化学項目（水分活性、pH等）は、期限設定のためではなく商品設計の指標として使用している。＜チルド、常温＞

【ヒアリング】 期限設定について

【フローズンチルド品の期限設定】

- 基本は**自社で保存試験を行い、温度帯変更後の期限も設定**。一部、流通先が期限を設定する商品もあるが、**流通先に解凍後の期限をヒアリングし、自社の検査結果と照らし合わせて安全性に問題がないことを確認**。
- 冷凍保管品について、解凍後出荷する場合は「消費期限」を表示し、出荷先で解凍される場合は、解凍後何日間安全に食べられるかを表す「解凍消費期限」を表示。

【賞味期限の指標】

- 微生物試験の結果急速に腐敗しないものは、**官能検査で劣化する期限を設定している企業が多い**。
官能検査は、食品により最初に劣化する項目が異なるため、食品ごとに項目・基準を設定。（風味劣化、分離 等）
＜缶詰、レトルト、冷凍、常温（調味料、フリーズドライ、清涼飲料など）＞
- 調味料や冷凍食品は、**微生物が増殖しないことを確認しており、「微生物試験は必要か」という意見も出ている**。
- **冷凍食品をいつまで保つか試験することは難しい**。理論上 5 - 10 年保つため、1 年半程で保存試験は終了。
常温品については、安全係数を設定した上で加速度試験を実施。
- 冷凍食品（1 年）や缶詰（3 年）等は、業界標準とされる賞味期限を設定。
- 業界ガイドラインを参考に、自社データや知見を積み上げて自社基準を策定している。食品特性に応じて、官能項目（味や見た目）での指標・基準をつくっている。微生物・理化学試験も行っており、基本的には全項目クリアが条件。
安全面がOKでも、商品価値に寄与する官能項目がクリアできなければダメ。＜レトルト、冷凍食品＞
- 海外本社で自社ガイドラインをつくっており、それに従って試験を行う。経時劣化を官能検査で評価することが基本。
商品により、理化学項目（酸度、水分、pH、粘度等）も見ているが、微生物項目は確認していない。＜常温＞

【ヒアリング】 期限設定について

【安全係数】

- ガイドラインや出荷後リスクを踏まえ**全商品一律に0.8**としている事業者が8社中3社。
＜チルド2社、チルド・冷凍・缶詰・レトルトを扱う1社＞
- **牛乳・乳製品のガイドラインでは「0.7-1未満（賞味期限6か月未満は0.7）」**となっており、従来より業界的には冷蔵品は0.7としている事業者が多そう。ただし、現在、安全係数を見直して期限を延長するという動きはある。
- **期限が10か月や1年以上の商品は、安全係数ではなく、約1か月の猶予期間**を設けて設定。＜常温＞
- 指標がなくなると、外部から根拠を求められた時に困るため、**安全係数の数値の明示はある方がよい**。＜チルド・中小＞
- 安全係数は、業界ガイドラインで0.8又は0.85を推奨しているため、0.85としている。＜チルド、常温＞
- 各業界団体のガイドラインに基づき、商品カテゴリーごとに環境等の変動要因を踏まえ定めている。冷蔵保管品は0.7-0.8、常温品は0.9-0.95と高めに設定。
- 保存試験は、どの商品も一律にターゲットとする期限の110%まで見ていて、安全率で言うと約0.9となる。＜常温＞

【保存温度】

- **冷蔵品は10℃が主**。
- 大手外資系流通A社では7℃での管理を求めており、A社用商品は7℃で管理している。
（通常商品の約2倍の期限にできる）
- 保存温度**8℃以下は社内だけなら管理できるが、流通等のコントロールができない**。コストもかかり困難という声が殆ど。
- 冷蔵品は10℃管理。「要冷蔵（10℃以下）」と表示しているが、流通等で一部15℃になることも想定し、試験は15℃保存しても保証できるよう確認している。
- 常温保存品は20℃、冷蔵品は10℃、冷凍品は-18℃で管理。
- 常温品は「基本的な室温で保管」ということになっており、商品により、18℃、20℃、25℃に設定。

【ヒアリング】食品ロス削減の取組

【期限延長の取組み】

- 安全係数の見直しや包材・原材料・殺菌剤の変更、pH調整等により、各社、期限を延ばす取組を実施。
- 現状これ以上期限をのばすとすれば技術革新が起きるか包材を変える程度しか考えられないが、サステナ観点から包材を複雑なものにするのは難しい。
- 冷蔵品の期限延長に最も効果的であるのは商品の温度帯を下げることでありと認識しているが、物流や小売店等では低温度での保存が担保されないことが課題。
- 出荷期限に関して、1/3ルールから1/2への変更は進んでいる印象があるものの、受け入れてくれない小売りは存在。
- 期間は延ばしたいと思うが、一歩間違えると危険であり、また、品質が落ちたものを消費者に食べてほしくないという思いもある。 <チルド>
- 小売店から期限延長の要望もあるが、商品の価格高騰や新たな機械導入によるコスト等が課題。 <チルド・中小>
- 発売時に12ヶ月と設定していたものを、工場サンプルを継続評価するなどして、15ヶ月や18ヶ月まで期限を延ばそうという取組はしている。
- 包材変更や配合の工夫について検討はしているが、コストがかかるので判断が難しい。保存料の表示は好まれず、添加物を積極的に使う方針はない。添加物の使用により期限を延ばすことは考えていない。。

【ヒアリング】食品ロス削減の取組

【期限を過ぎた食品の活用】

- 賞味期限を過ぎた食品を食用活用している事業者はなし（アンケートの回答は、出荷期限切れの間違い）。
- 出荷期限切れ（賞味期限内）商品は、ディスカウントに回す、社員への提供、フードバンクに寄附する等。
- 期限を過ぎた食品の寄附はしていない。いつまで食べられるか期限を設定することは難しい。
- 店頭販売期限は切れているものの安全面の保証期間内である商品は、こども食堂などへの寄附を始めているが、期限以外の問題もあり、実際には数件しか実績がない。安全係数をかけていても、期限を過ぎた商品の活用は社内の理解を得るのも難しい。

【賞味期限切れ食品の食べられる期限、お客様からの問合せ】

- 賞味期限切れの商品についてお客様から問合せがあった場合、保存状態にもよるので「食べても大丈夫」と断言はできないが、「おいしさの目安が切れたものである」「香りなどを確認して問題なければ使用することも可能」等と案内。
（状態の確認、安全係数が1となる期限等を目安に回答）
- 期限切れ商品の品質は劣化している可能性があり、企業のブランド価値が低下することを避けるためにも積極的に使用を推奨することは難しい。
- お客様から「期限が切れたが食べられるか」と問合せがあった場合には、「食べられるが風味は落ちる」と答えている。
- お客様から問合せがあった場合には、「すぐに食べられないものではない」と答えるが、積極的にはおすすめしない。食べることができる期限を開示することになった場合、実質的には賞味期限と消費期限の両方を設定する必要があり、手間など負担がかかり困る。
- 安全係数は公開したくない。「ここまで食べられる」と言ってしまった場合の責任が生じる。その情報がSNS等で広がってしまう懸念もありリスクが生じる。