

**令和2年度  
賞味期限の延長、及び賞味期限表示の大括り化  
(年月表示、日まとめ表示)への切り替えに関する  
アンケート 結果報告書**

**令和3年3月9日(火)  
公益財団法人流通経済研究所**

# 報告書の構成

---

1. 調査概要
2. 調査対象企業数
3. 調査結果概要
4. 調査結果詳細(各カテゴリ別)
5. 調査結果まとめ

# 1 調査の概要

---

## ■ 調査目的

- **加工食品の賞味期限延長は、流通・家庭内在庫期間を伸ばし、食品ロス削減につながる。**
- **また、加工食品の賞味期限の大括り化(年月・日まとめ表示)は、日付逆転の発生頻度を減らし、手持ちの在庫を効率良くさばけるため、食品ロスの削減につながり、かつ製・配・販各層の保管・配送・入出荷等の作業の効率化にもつながり得る重要な取り組みである。**
- **このため、賞味期限延長・賞味期限表示の大括り化の品目拡大等に向け、食品メーカーの動向の把握等の各種情報を収集した。**

# 1 調査の概要

---

## ■ 調査方法

- 業界団体を通じた郵送・メール調査

## ■ 対象品目(11品目)

- 清涼飲料、菓子、風味調味料、レトルト食品、調味料(風味調味料以外)、チーズ・バター、冷凍食品、ビール・発泡酒・新ジャンル、缶詰、びん詰、その他加工食品

## ■ 実施期間

- 令和2年7月～令和2年9月

## ■ 留意事項

- 毎年、回答事業者が異なるため、調査結果の単純な経年比較はできない
- 調査実施時期が例年(11月～1月)より、早期であるため、予定数が過小となっている

## 2 調査対象企業数

対象品目(11品目)の調査対象企業数は以下の通りである。

品目	調査対象企業数
清涼飲料	25社
菓子	104社
風味調味料	6社
レトルト食品	45社
調味料(風味調味料以外)	24社
チーズ・バター	1社
冷凍食品	10社
ビール・発泡酒・新ジャンル	1社
缶詰	44社
びん詰	25社
その他加工食品	39社
合計	324社

### 3 調査結果概要

#### (1)今年度の状況

#### ■ 賞味期限延長について

- ・過去1年間の実施数は、1,580アイテムであり、ビール・発泡酒・新ジャンルの実施率が73.3%、缶詰の実施率が13.8%と高かった。
- ・今後の予定数は、776アイテムあり、冷凍食品が16.1%、レトルト食品が12.2%と拡大傾向にあった。

#### ■ 大括り化(年月表示・日まとめ表示)について

- ・大括り化率は27.3%となり、ビールが100%、缶詰が64%、清涼飲料が42.2%、菓子が25.7%、風味調味料が20%レトルト食品が19.9%と高かった。
- ・今後の切り替え予定は、全アイテムに対して2.5%であり、冷凍食品が16.1%、レトルト食品が10.4%と高かった。

業種	集計対象企業数	全商品アイテム数 (2020年6月末時点)	賞味期限の延長について				賞味期限表示の大括り化(年月表示、日まとめ表示)への切り替え					
			全商品アイテムの内、過去1年間に賞味期限を延長した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月) ※2020年7月～10月は予定数	全商品アイテムの内、今後賞味期限を延長する予定のある商品アイテム数 (2020年11月以降)	全商品アイテムの内、すでに「年月(月単位)」となっている商品アイテム数 (2020年10月末時点) ※2020年6月末時点のアイテム数に、2020年7月～10月は予定数を合算	全商品アイテムの内、過去1年間に賞味期限を「年月(月単位)」に切り替えたり、「年月(月単位)」で新たに発売した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月)	全商品アイテムの内、今後「年月(月単位)」に切り替え予定のある商品アイテム数 (2020年11月以降)					
清涼飲料	25社	3,053	105	3.4%	73	2.4%	1,287	42.2%	127	4.2%	39	1.3%
菓子	104社	11,529	789	6.8%	150	1.3%	2,967	25.7%	126	1.1%	152	1.3%
風味調味料	6社	566	2	0.4%	0	0.0%	113	20.0%	10	1.8%	0	0.0%
レトルト食品	45社	1,921	137	7.1%	235	12.2%	383	19.9%	130	6.8%	200	10.4%
調味料(風味調味料以外)	24社	2,497	83	3.3%	73	2.9%	147	5.9%	86	3.4%	12	0.5%
チーズ・バター	1社	21	2	9.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
冷凍食品	10社	993	0	0.0%	160	16.1%	61	6.1%	0	0.0%	160	16.1%
ビール・発泡酒・新ジャンル	1社	75	55	73.3%	0	0.0%	75	100.0%	0	0.0%	0	0.0%
缶詰	44社	1,972	273	13.8%	10	0.5%	1,263	64.0%	30	1.5%	10	0.5%
びん詰	25社	746	2	0.3%	0	0.0%	50	6.7%	3	0.4%	0	0.0%
その他加工食品	39社	3,955	132	3.3%	75	1.9%	1,105	27.9%	53	1.3%	102	2.6%
合計	324社	27,328	1,580	5.8%	776	2.8%	7,451	27.3%	565	2.1%	675	2.5%
合計(その他加工食品を除く)	285社	23,373	1,448	6.2%	701	3.0%	6,346	27.2%	512	2.2%	573	2.5%

### 3 調査結果概要

#### (2) 昨年度との比較

昨年度との比較は、今年度・昨年度とも回答があった企業を対象に、7品目(清涼飲料、菓子、風味調味料、レトルト食品、調味料(風味調味料以外)、チーズ・バター、冷凍食品)で行っている。尚、菓子は業界団体に実施頂いた結果を表示している為、今年度と昨年度の社数は同一ではない。

#### ■ 賞味期限延長について

- ・過去1年間の実施数は、1,015アイテムであり、実施率が5.8%と昨年より、2.5%高かった
- ・今後の予定数は、432アイテムあった。特に冷凍食品では全アイテム数における予定数の割合が16.1%と昨年より、12.9%高かく拡大を予定している。

#### ■ 大括り化(年月表示・日まとめ表示)について

- ・大括り化率は26.4%となり、昨年より4.7%と高かった。
- ・今後の切り替え予定は、アイテムあった。特に冷凍食品では全アイテム数における予定数の割合が16.1%と昨年より、12.9%高かく拡大を予定している。

業種	集計対象企業数	全商品アイテム数 (2020年6月末時点)	賞味期限の延長について				賞味期限表示の大括り化(年月表示、日まとめ表示)への切り替え					
			全商品アイテムの内、過去1年間に賞味期限を延長した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月) ※2020年7月～10月は予定数		全商品アイテムの内、今後賞味期限を延長する予定のある商品アイテム数 (2020年11月以降)		全商品アイテムの内、すでに「年月(月単位)」となっている商品アイテム数 (2020年10月末時点) ※2020年6月末時点のアイテム数に、2020年7月～10月は予定数を合算		全商品アイテムの内、過去1年間に賞味期限を「年月(月単位)」に切り替えたり、「年月(月単位)」で新たに発売した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月)		全商品アイテムの内、今後「年月(月単位)」に切り替え予定のある商品アイテム数 (2020年11月以降)	
清涼飲料水	7社	1,693	77	4.5%	49	2.9%	1,237	73.1%	111	6.6%	0	0.0%
菓子	104社	11,529	789	6.8%	150	1.3%	2,967	25.7%	126	1.1%	152	1.3%
風味調味料	4社	378	0	0.0%	0	0.0%	103	27.2%	8	2.1%	0	0.0%
レトルト食品	7社	378	64	16.9%	0	0.0%	107	28.3%	54	14.3%	0	0.0%
調味料(風味調味料以外)	23社	2,496	83	3.3%	73	2.9%	147	5.9%	86	3.4%	12	0.5%
チーズ・バター	1社	21	2	9.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
冷凍食品	10社	993	0	0.0%	160	16.1%	61	6.1%	0	0.0%	160	16.1%
合計	152社	17,488	1,015	5.8%	432	2.5%	4,622	26.4%	385	2.2%	324	1.9%

(参考 昨年度との比較)

■令和元年度

清涼飲料水	7社	1,860	72	3.9%	132	7.1%	873	46.9%	60	3.2%	169	9.1%
菓子	99社	11,858	567	4.8%	435	3.7%	3,380	28.5%	375	3.2%	431	3.6%
風味調味料	4社	161	0	0.0%	0	0.0%	31	19.3%	0	0.0%	14	8.7%
レトルト食品	7社	365	5	1.4%	39	10.7%	56	15.3%	9	2.5%	23	6.3%
調味料(風味調味料以外)	23社	3,141	18	0.6%	102	3.2%	55	1.8%	2	0.1%	120	3.8%
チーズ・バター	1社	17	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
冷凍食品	10社	3,141	18	0.6%	102	3.2%	55	1.8%	2	0.1%	120	3.8%
合計	147社	20,543	680	3.3%	810	3.9%	4,450	21.7%	448	2.2%	877	4.3%

### 3 調査結果概要

#### (2) 昨年度との比較

(参考)業種・賞味期限日数毎の商品数の割合について  
各業種では、賞味期限日数毎に下記商品の割合であった。

業種	集計対象 企業数	全商品 アイテム数 (2020年6月末時点)	賞味期限日数毎の商品の割合		
			180日未満	180日～1年未満	1年以上
清涼飲料	25社	3,053	7%	62%	31%
菓子	104社	11,529	48%	32%	20%
風味調味料	6社	566	0%	5%	95%
レトルト食品	45社	1,921	2%	4%	94%
調味料(風味調味料以外)	24社	2,497	3%	46%	51%
チーズ・バター	1社	21	38%	57%	5%
冷凍食品	10社	993	36%	31%	32%
ビール・発泡酒・新ジャンル	1社	75	0%	0%	100%
缶詰	44社	1,972	0%	5%	95%
びん詰	25社	746	0%	8%	91%
その他加工食品	39社	3,955	8%	41%	52%
合計	324社	27,328	24%	33%	43%
合計(その他加工食品を除く)	285社	23,373	27%	31%	42%



# 4 調査結果詳細－品目別

## (1) 清涼飲料(今年の状況)

清涼飲料の調査対象企業数は25社であった。また、サブカテゴリーが炭酸飲料、茶系飲料、果実・野菜飲料、コーヒー飲料、その他の5種類あった。その他については、次頁に該当する商品を掲示する。

### ■ 賞味期限延長について

- ・過去1年間の実施数は、30アイテムと賞味期限日数が180日～1年未満年以上の炭酸飲料がもっとも高かった。
- ・今後の予定数は、果実・野菜飲料が最も多く22アイテムあり、賞味期限日数が1年以上のアイテムが拡大を予定している。

### ■ 大括り化(年月表示・日まとめ表示)について

- ・大括り化率は42.2%となり、中でも果実・野菜飲料が69.5%、炭酸飲料が55.2%と半分以上のアイテムが実施されていた。
- ・今後の切り替え予定は、全アイテムに対して1.3%であり、果実・野菜飲料が2.5%と最も拡大を予定している。

業種	賞味期間日数	全商品アイテム数 (2020年6月末時点)	賞味期限の延長について				賞味期限表示の大括り化(年月表示、日まとめ表示)への切り替え					
			全商品アイテムの内、過去1年間に賞味期限を延長した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月) ※2020年7月～10月は予定数		全商品アイテムの内、今後賞味期限を延長する予定のある商品アイテム数 (2020年11月以降)		全商品アイテムの内、すでに「年月(月単位)」となっている商品アイテム数 (2020年10月末時点) ※2020年6月末時点のアイテム数に、2020年7月～10月は予定数を合算		全商品アイテムの内、過去1年間に賞味期限を「年月(月単位)」に切り替えたり、「年月(月単位)」で新たに発売した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月)		全商品アイテムの内、今後「年月(月単位)」に切り替え予定のある商品アイテム数 (2020年11月以降)	
炭酸飲料	180日未満	49	0	0.0%	0	0.0%	5	10.2%	0	0.0%	0	0.0%
	180日～1年未満	196	30	15.3%	0	0.0%	88	44.9%	20	10.2%	0	0.0%
	1年以上	137	4	2.9%	9	6.6%	118	86.1%	19	13.9%	0	0.0%
	合計	382	34	8.9%	9	2.4%	211	55.2%	39	10.2%	0	0.0%
茶系飲料	180日未満	22	0	0.0%	0	0.0%	2	9.1%	0	0.0%	0	0.0%
	180日～1年未満	816	13	1.6%	1	0.1%	177	21.7%	28	3.4%	4	0.5%
	1年以上	117	2	1.7%	7	6.0%	88	75.2%	0	0.0%	6	5.1%
	合計	955	15	1.6%	8	0.8%	267	28.0%	28	2.9%	10	1.0%
果実・野菜飲料	180日未満	75	5	6.7%	0	0.0%	13	17.3%	0	0.0%	0	0.0%
	180日～1年未満	433	2	0.5%	0	0.0%	100	23.1%	6	1.4%	0	0.0%
	1年以上	57	4	7.0%	22	38.6%	53	93.0%	5	8.8%	14	24.6%
	合計	565	11	1.9%	22	3.9%	166	29.4%	11	1.9%	14	2.5%
コーヒー飲料	180日未満	17	1	5.9%	0	0.0%	2	11.8%	0	0.0%	0	0.0%
	180日～1年未満	90	1	1.1%	0	0.0%	36	40.0%	23	25.6%	0	0.0%
	1年以上	395	13	3.3%	12	3.0%	311	78.7%	0	0.0%	0	0.0%
	合計	502	15	3.0%	12	2.4%	349	69.5%	23	4.6%	0	0.0%
その他(清涼)飲料	180日未満	40	2	5.0%	0	0.0%	3	7.5%	0	0.0%	0	0.0%
	180日～1年未満	362	17	4.7%	3	0.8%	110	30.4%	20	5.5%	4	1.1%
	1年以上	247	11	4.5%	19	7.7%	181	73.3%	6	2.4%	11	4.5%
	合計	649	30	4.6%	22	3.4%	294	45.3%	26	4.0%	15	2.3%
合計	180日未満	203	8	3.9%	0	0.0%	25	12.3%	0	0.0%	0	0.0%
	180日～1年未満	1897	63	3.3%	4	0.2%	511	26.9%	97	5.1%	8	0.4%
	1年以上	953	34	3.6%	69	7.2%	751	78.8%	30	3.1%	31	3.3%
	合計	3053	105	3.4%	73	2.4%	1,287	42.2%	127	4.2%	39	1.3%

## 4 調査結果詳細－品目別

### (1) 清涼飲料(「その他」カテゴリの詳細)

「その他」のカテゴリは、調査結果より下記8種類に分類された。

「その他」のカテゴリ
お酢飲料
ココア類
スープ類
スポーツドリンク(機能性飲料)
ニアウォーター
乳性飲料
フレーバーウォーター
水

## 4 調査結果詳細－品目別

### (1) 清涼飲料(賞味期限日数別の昨年比較)

今年度の清涼飲料の調査対象企業数は8社であり、昨年度は7社であった。

比較対象企業は、今年度・昨年度の回答実績がある7社とした。

また、拡大予定については、調査実施時期が例年(11月～1月)より、早期であるため、昨年度より過小となった。

#### ■ 賞味期限延長について

・過去1年間の実施数は、77アイテム、実施率は4.5%となった。

また、賞味期限日数が180日以上アイテムの実施率が拡大する結果となった。

#### ■ 大括り化(年月表示・日まとめ表示)について

・大括り化率は72.9%となっているが、賞味期限日数が180日以上が対象となった。

賞味期間日数	全商品 アイテム数 (2020年6月 末時点)	賞味期限の延長について				賞味期限表示の大括り化(年月表示、日まとめ表示)への切り替え					
		全商品アイテムの内、 過去1年間に賞味期限を 延長した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月) ※2020年7月～10月は予定数		全商品アイテムの内、 今後賞味期限を延長する 予定のある商品アイテム数 (2020年11月以降)		全商品アイテムの内、 すでに「年月(月単位)」と なっている商品アイテム数 (2020年10月末時点) ※2020年6月末時点のアイテム数 に、2020年7月～10月は予定数 を合算		全商品アイテムの内、 過去1年間に賞味期限を 「年月(月単位)」に 切り替えたり、 「年月(月単位)」で 新たに発売した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月)		全商品アイテムの内、今後 「年月(月単位)」に 切り替え予定のある 商品アイテム数 (2020年11月以降)	
180日未満	75	1	1.3%	0	0.0%	25	33.3%	0	0.0%	0	0.0%
180日～1年未満	863	53	6.1%	1	0.1%	499	57.8%	89	10.3%	0	0.0%
1年以上	755	27	3.6%	44	5.8%	713	94.4%	22	2.9%	0	0.0%
合計	1,693	77	4.5%	49	2.9%	1,237	73.1%	111	6.6%	0	0.0%

(参考 令和元年度実績)

180日未満	91	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
180日～1年未満	1,148	22	1.9%	36	3.1%	409	35.6%	4	0.3%	81	7.1%
1年以上	621	50	8.1%	96	15.5%	464	74.7%	56	9.0%	88	14.2%
合計	1,860	72	3.9%	132	7.1%	873	46.9%	60	3.2%	169	9.1%

## 4 調査結果詳細－品目別

### (2) 菓子(今年の状況)

菓子の調査対象企業数は104社であった。また、サブカテゴリーがキャンディ・キャラメル、チョコレート、ガム、ビスケット・クッキー、米菓、スナック、焼菓子・油菓子、和生菓子、洋生菓子、その他の10種類あった。

#### ■ 賞味期限延長について

- ・過去1年間の実施数は、428アイテムとスナックがもっと高かった。
- ・今後の予定数も、スナックが最も多く63アイテムあり、拡大を予定している。

#### ■ 大括り化(年月表示・日まとめ表示)について

- ・大括り化率は25.7%となり、チョコレートが75.8%、ガムが70.0%と高かった。
- ・今後の切り替え予定は、全アイテムに対して1.3%であり、スナックが6.1%と拡大を予定している。

集計対象 企業数	全商品 アイテム数 (2020年6月 末時点)	賞味期限の延長について				賞味期限表示の大括り化(年月表示、日まとめ表示)への切り替え					
		全商品アイテムの内、 過去1年間に賞味期限を 延長した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月) ※2020年7月～10月は予定数		全商品アイテムの内、 今後賞味期限を延長する 予定のある商品アイテム数 (2020年11月以降)		全商品アイテムの内、 すでに「年月(月単位)」と なっている商品アイテム数 (2020年10月末時点) ※2020年6月末時点のアイテム数 に、2020年7月～10月は予定数を 合算		全商品アイテムの内、 過去1年間に賞味期限を 「年月(月単位)」に 切り替えたり、 「年月(月単位)」で 新たに発売した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月)		全商品アイテムの内、今後 「年月(月単位)」に 切り替え予定のある 商品アイテム数 (2020年11月以降)	
キャンディ・キャラメル	1,632	3	0.2%	0	0.0%	690	42.3%	2	0.1%	0	0.0%
チョコレート	1,510	47	3.1%	36	2.4%	1,150	76.2%	16	1.1%	14	0.9%
ガム	30	0	0.0%	0	0.0%	21	70.0%	0	0.0%	0	0.0%
ビスケット・クッキー	1,057	58	5.5%	1	0.1%	454	43.0%	14	1.3%	8	0.8%
米菓	3,331	157	4.7%	37	1.1%	28	0.8%	7	0.2%	50	1.5%
スナック	1,310	428	32.7%	63	4.8%	358	27.3%	43	3.3%	80	6.1%
焼菓子・油菓子	1,318	34	2.6%	9	0.7%	3	0.2%	0	0.0%	0	0.0%
和生菓子	799	44	5.5%	0	0.0%	184	23.0%	44	5.5%	0	0.0%
洋生菓子	445	8	1.8%	4	0.9%	20	4.5%	0	0.0%	0	0.0%
その他	97	10	10.3%	0	0.0%	59	60.8%	0	0.0%	0	0.0%
合計	11,529	789	6.8%	150	1.3%	2,967	25.7%	126	1.1%	152	1.3%

## 4 調査結果詳細－品目別

### (2) 菓子(賞味期限日数別の昨年比較)

今年度の菓子の調査対象企業数は104社であり、昨年度は99社であった。

また、予定数が昨年度より過小であるのは、調査機関及び企業の内訳が異なるためである。

#### ■ 賞味期限延長について

・過去1年間の実施数は、789アイテム、実施率は6.8%と昨年より2.2%拡大となった。

また、賞味期限日数が180日～1年未満のアイテムの実施率が拡大する結果となった。

#### ■ 大括り化(年月表示・日まとめ表示)について

・大括り化率は25.7%となっているが、賞味期限日数が180日以上アイテムが多くなった

賞味期限日数	全商品 アイテム数 (2020年6月 末時点)	賞味期限の延長について				賞味期限表示の大括り化(年月表示、日まとめ表示)への切り替え					
		全商品アイテムの内、 過去1年間に賞味期限を 延長した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月) ※2020年7月～10月は予定数		全商品アイテムの内、 今後賞味期限を延長する 予定のある商品アイテム数 (2020年11月以降)		全商品アイテムの内、 すでに「年月(月単位)」と なっている商品アイテム数 (2020年10月末時点) ※2020年6月末時点のアイテム数 に、2020年7月～10月は予定数を 合算		全商品アイテムの内、 過去1年間に賞味期限を 「年月(月単位)」に 切り替えたり、 「年月(月単位)」で 新たに発売した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月)		全商品アイテムの内、今後 「年月(月単位)」に 切り替え予定のある 商品アイテム数 (2020年11月以降)	
180日未満	5,528	80	1.4%	79	1.4%	97	1.8%	1	0.0%	110	2.0%
180日～1年未満	3,697	658	17.8%	71	1.9%	1,469	39.7%	70	1.9%	27	0.7%
1年以上	2,304	51	2.2%	0	0.0%	1,401	60.8%	55	2.4%	15	0.7%
合計	11,529	789	6.8%	150	1.3%	2,967	25.7%	126	1.1%	152	1.3%

(参考 令和元年度実施)

180日未満	6,924	378	5.5%	154	2.2%	744	10.7%	269	3.9%	169	2.4%
180日～1年未満	2,438	137	5.6%	169	6.9%	1,008	41.3%	48	2.0%	147	6.0%
1年以上	2,496	25	1.0%	112	4.5%	1,628	65.2%	58	2.3%	115	4.6%
合計	11,858	540	4.6%	435	3.7%	3,380	28.5%	375	3.2%	431	3.6%

# 4 調査結果詳細－品目別

## (2) 菓子(参考 サブカテゴリー・賞味期限日数)

集計対象 企業数	賞味期間日数	全商品 アイテム数 (2020年6月 末時点)	賞味期限の延長について				賞味期限表示の太括弧化(年月表示、日と月表示)への切り替え					
			全商品アイテムの内、 過去1年間に賞味期限を 延長した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月) ※2020年7月～10月は予定数		全商品アイテムの内、 今後賞味期限を延長する 予定のある商品アイテム数 (2020年11月以降)		全商品アイテムの内、 すでに「年月(月単位)」と なっている商品アイテム数 (2020年10月末時点) ※2020年6月末時点のアイテム数 に、2020年7月～10月は予定数を 合算		全商品アイテムの内、 過去1年間に賞味期限を 「年月(月単位)」に 切り替えたり 「年月(月単位)」で 新たに発売した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月)		全商品アイテムの内、今後 「年月(月単位)」に 切り替え予定のある 商品アイテム数 (2020年11月以降)	
キャンディ・キャラメル	180日未満	23	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	180日～1年未満	345	1	0.3%	0	0.0%	218	63.2%	0	0.0%	0	0.0%
	1年以上	1,264	2	0.2%	0	0.0%	472	37.3%	2	0.2%	0	0.0%
	合計	1,632	3	0.2%	0	0.0%	690	42.3%	2	0.1%	0	0.0%
チョコレート	180日未満	207	3	1.4%	0	0.0%	76	36.7%	0	0.0%	0	0.0%
	180日～1年未満	822	39	4.7%	36	4.4%	601	73.1%	11	1.3%	14	1.7%
	1年以上	481	5	1.0%	0	0.0%	478	99.4%	5	1.0%	0	0.0%
	合計	1,510	47	3.1%	36	2.4%	1,155	76.5%	16	1.1%	14	0.9%
ガム	180日未満	0	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	180日～1年未満	6	0	0.0%	0	0.0%	6	100.0%	0	0.0%	0	0.0%
	1年以上	24	0	0.0%	0	0.0%	15	62.5%	0	0.0%	0	0.0%
	合計	30	0	0.0%	0	0.0%	21	70.0%	0	0.0%	0	0.0%
ビスケット・クッキー	180日未満	297	1	0.3%	0	0.0%	8	2.7%	1	0.3%	0	0.0%
	180日～1年未満	561	57	10.2%	1	0.2%	265	47.2%	9	1.6%	8	1.4%
	1年以上	199	0	0.0%	0	0.0%	181	91.0%	4	2.0%	0	0.0%
	合計	1,057	58	5.5%	1	0.1%	454	43.0%	14	1.3%	8	0.8%
米菓	180日未満	2,576	32	1.2%	6	0.2%	17	0.7%	0	0.0%	50	1.9%
	180日～1年未満	706	125	17.7%	31	4.4%	10	1.4%	7	1.0%	0	0.0%
	1年以上	49	0	0.0%	0	0.0%	1	2.0%	0	0.0%	0	0.0%
	合計	3,331	157	4.7%	37	1.1%	28	0.8%	7	0.2%	50	1.5%
スナック	180日未満	154	2	1.3%	60	39.0%	0	0.0%	0	0.0%	60	39.0%
	180日～1年未満	1,114	426	38.2%	3	0.3%	333	29.9%	43	3.9%	5	0.4%
	1年以上	42	0	0.0%	0	0.0%	25	59.5%	0	0.0%	15	35.7%
	合計	1,310	428	32.7%	63	4.8%	358	27.3%	43	3.3%	80	6.1%
焼菓子・油菓子	180日未満	1,278	34	2.7%	9	0.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	180日～1年未満	30	0	0.0%	0	0.0%	1	3.3%	0	0.0%	0	0.0%
	1年以上	10	0	0.0%	0	0.0%	2	20.0%	0	0.0%	0	0.0%
	合計	1,318	34	2.6%	9	0.7%	3	0.2%	0	0.0%	0	0.0%
和生菓子	180日未満	550	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	180日～1年未満	65	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	1年以上	184	44	23.9%	0	0.0%	184	100.0%	44	23.9%	0	0.0%
	合計	799	44	5.5%	0	0.0%	184	23.0%	44	5.5%	0	0.0%
洋生菓子	180日未満	422	8	1.9%	4	0.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	180日～1年未満	23	0	0.0%	0	0.0%	20	87.0%	0	0.0%	0	0.0%
	1年以上	0	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	合計	445	8	1.8%	4	0.9%	20	4.5%	0	0.0%	0	0.0%
その他	180日未満	21	0	0.0%	0	0.0%	1	4.8%	0	0.0%	0	0.0%
	180日～1年未満	25	10	40.0%	0	0.0%	10	40.0%	0	0.0%	0	0.0%
	1年以上	51	0	0.0%	0	0.0%	48	94.1%	0	0.0%	0	0.0%
	合計	97	8	8.2%	4	4.1%	20	20.6%	0	0.0%	0	0.0%
合計	180日未満	5,528	80	1.4%	79	1.4%	102	1.8%	1	0.0%	110	2.0%
	180日～1年未満	3,697	658	17.8%	71	1.9%	1,464	39.6%	70	1.9%	27	0.7%
	1年以上	2,304	51	2.2%	0	0.0%	1,406	61.0%	55	2.4%	15	0.7%
	合計	11,529	787	6.8%	154	1.3%	2,972	25.8%	126	1.1%	152	1.3%

## 4 調査結果詳細－品目別

### (3) 風味調味料(状況)

今年度の風味調味料の調査対象企業数は6社であり、昨年度は5社であった。

比較対象企業は、今年度・昨年度の回答実績がある4社とした。

また、拡大予定については、調査実施時期が例年(11月～1月)より、早期であるため、昨年度より過小となった。

#### ■ 賞味期限延長について

・賞味会館日数が1年以上のアイテムが大半を占め、賞味期限延長の実施は予定していない。

#### ■ 大括り化(年月表示・日まとめ表示)について

・大括り化率は27.2%となっている。

賞味期間日数	全商品 アイテム数 (2020年6月 末時点)	賞味期限の延長について				賞味期限表示の大括り化(年月表示、日まとめ表示)への切り替え					
		全商品アイテムの内、 過去1年間に賞味期限を 延長した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月) ※2020年7月～10月は予定数		全商品アイテムの内、 今後賞味期限を延長する 予定のある商品アイテム数 (2020年11月以降)		全商品アイテムの内、 すでに「年月(月単位)」と なっている商品アイテム数 (2020年10月末時点) ※2020年6月末時点のアイテム数 に、2020年7月～10月は予定数 を合算		全商品アイテムの内、 過去1年間に賞味期限を 「年月(月単位)」に 切り替えたり、 「年月(月単位)」で 新たに発売した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月)		全商品アイテムの内、今後 「年月(月単位)」に 切り替え予定のある 商品アイテム数 (2020年11月以降)	
180日未満	0	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
180日～1年未満	11	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
1年以上	367	0	0.0%	0	0.0%	111	30.2%	8	2.2%	0	0.0%
合計	378	0	0.0%	0	0.0%	111	29.4%	8	2.1%	0	0.0%

(参考 令和元年度実績)

180日未満	0	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
180日～1年未満	5	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
1年以上	156	0	0.0%	0	0.0%	31	19.9%	0	0.0%	14	9.0%
合計	161	0	0.0%	0	0.0%	31	19.3%	0	0.0%	14	8.7%

## 4 調査結果詳細－品目別

### (4)レトルト食品(状況)

今年度のレトルト食品の調査対象企業数は45社であり、昨年度は58社であった。

比較対象企業は、今年度・昨年度の回答実績がある7社とした。

また、拡大予定については、調査実施時期が例年(11月～1月)より、早期であるため、昨年度より過小となった。

#### ■ 賞味期限延長について

・過去1年間の実施数は、64アイテムと実施率は19.4%あり、昨年より18.0%拡大している。

#### ■ 大括り化(年月表示・日まとめ表示)について

・大括り化率は35.2%となり、昨年より19.9%拡大している。

賞味期間日数	全商品 アイテム数 (2020年6月 末時点)	賞味期限の延長について				賞味期限表示の大括り化(年月表示、日まとめ表示)への切り替え					
		全商品アイテムの内、 過去1年間に賞味期限を 延長した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月) ※2020年7月～10月は予定数		全商品アイテムの内、 今後賞味期限を延長する 予定のある商品アイテム数 (2020年11月以降)		全商品アイテムの内、 すでに「年月(月単位)」と なっている商品アイテム数 (2020年10月末時点) ※2020年6月末時点のアイテム数 に、2020年7月～10月は予定数 を合算		全商品アイテムの内、 過去1年間に賞味期限を 「年月(月単位)」に 切り替えたり、 「年月(月単位)」で 新たに発売した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月)		全商品アイテムの内、今後 「年月(月単位)」に 切り替え予定のある 商品アイテム数 (2020年11月以降)	
180日未満	2	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
180日～1年未満	17	0	0.0%	0	0.0%	4	23.5%	0	0.0%	0	0.0%
1年以上	311	64	20.6%	0	0.0%	112	36.0%	54	17.4%	0	0.0%
合計	330	64	19.4%	0	0.0%	116	35.2%	54	16.4%	0	0.0%

(参考 令和元年度実績)

180日未満	0	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
180日～1年未満	25	0	0.0%	1	4.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.0%
1年以上	340	5	1.5%	38	11.2%	56	16.5%	9	2.6%	22	6.5%
合計	365	5	1.4%	39	10.7%	56	15.3%	9	2.5%	23	6.3%



## 4 調査結果詳細－品目別

### (5)調味料(風味調味料以外)

今年度の調味料(風味調味料以外)の調査対象企業数は24社であり、昨年度は91社であった。

比較対象企業は、今年度・昨年度の回答実績がある23社とした。

また、拡大予定については、調査実施時期が例年(11月～1月)より、早期であるため、昨年度より過小となった。

#### ■ 賞味期限延長について

・過去1年間の実施数は、83アイテムと実施率は3.3%であり、昨年より2.7%拡大している。

#### ■ 大括り化(年月表示・日まとめ表示)について

・大括り化率は5.9%となり、昨年より4.1%拡大している。

賞味期間日数	全商品 アイテム数 (2020年6月 末時点)	賞味期限の延長について				賞味期限表示の大括り化(年月表示、日まとめ表示)への切り替え					
		全商品アイテムの内、 過去1年間に賞味期限を 延長した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月) ※2020年7月～10月は予定数		全商品アイテムの内、 今後賞味期限を延長する 予定のある商品アイテム数 (2020年11月以降)		全商品アイテムの内、 すでに「年月(月単位)」と なっている商品アイテム数 (2020年10月末時点) ※2020年6月末時点のアイテム数 に、2020年7月～10月は予定数 を合算		全商品アイテムの内、 過去1年間に賞味期限を 「年月(月単位)」に 切り替えたり、 「年月(月単位)」で 新たに発売した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月)		全商品アイテムの内、今後 「年月(月単位)」に 切り替え予定のある 商品アイテム数 (2020年11月以降)	
180日未満	85	0	0.0%	2	2.4%	0	0.0%	1	1.2%	5	5.9%
180日～1年未満	1,136	0	0.0%	70	6.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
1年以上	1,275	83	6.5%	1	0.1%	147	11.5%	85	6.7%	7	0.5%
合計	2,496	83	3.3%	73	2.9%	147	5.9%	86	3.4%	12	0.5%

(参考 令和元年度実施)

180日未満	83	1	1.2%	2	2.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
180日～1年未満	1187	15	1.3%	40	3.4%	0	0.0%	0	0.0%	40	3.4%
1年以上	1871	2	0.1%	60	3.2%	55	2.9%	2	0.1%	80	4.3%
合計	3,141	18	0.6%	102	3.2%	55	1.8%	2	0.1%	120	3.8%

## 4 調査結果詳細－品目別

### (6) チーズ・バター

今年度のチーズ・バターの調査対象企業数は1社であり、昨年度は7社であった。

比較対象企業は、今年度・昨年度の回答実績がある1社とした。

#### ■ 賞味期限延長について

・過去1年間の実施数は、2アイテムと実施率は9.5%であり、昨年より4.1%拡大している。

#### ■ 大括り化(年月表示・日まとめ表示)について

・大括り化は予定していない。

賞味期間日数	全商品 アイテム数 (2020年6月 末時点)	賞味期限の延長について				賞味期限表示の大括り化(年月表示、日まとめ表示)への切り替え					
		全商品アイテムの内、 過去1年間に賞味期限を 延長した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月) ※2020年7月～10月は予定数		全商品アイテムの内、 今後賞味期限を延長する 予定のある商品アイテム数 (2020年11月以降)		全商品アイテムの内、 すでに「年月(月単位)」と なっている商品アイテム数 (2020年10月末時点) ※2020年6月末時点のアイテム数 に、2020年7月～10月は予定数 を合算		全商品アイテムの内、 過去1年間に賞味期限を 「年月(月単位)」に 切り替えたり、 「年月(月単位)」で 新たに発売した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月)		全商品アイテムの内、今後 「年月(月単位)」に 切り替え予定のある 商品アイテム数 (2020年11月以降)	
180日未満	8	1	12.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
180日～1年未満	12	1	8.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
1年以上	1	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	21	2	9.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

(参考 令和元年度実施)

180日未満	8	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
180日～1年未満	9	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
1年以上	0	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	17	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

## 4 調査結果詳細－品目別

### (7)冷凍食品

今年度の冷凍食品の調査対象企業数は10社であり、昨年度は38社であった。

比較対象企業は、今年度・昨年度の回答実績がある10社とした。

また、拡大予定については、調査実施時期が例年(11月～1月)より、早期であるため、昨年度より過小となった。

#### ■ 賞味期限延長について

- ・今後は160アイテムの拡大を予定している。

#### ■ 大括り化(年月表示・日まとめ表示)について

- ・今後は160アイテムの拡大を予定している。

賞味期間日数	全商品 アイテム数 (2020年6月 末時点)	賞味期限の延長について				賞味期限表示の大括り化(年月表示、日まとめ表示)への切り替え					
		全商品アイテムの内、 過去1年間に賞味期限を 延長した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月) ※2020年7月～10月は予定数		全商品アイテムの内、 今後賞味期限を延長する 予定のある商品アイテム数 (2020年11月以降)		全商品アイテムの内、 すでに「年月(月単位)」と なっている商品アイテム数 (2020年10月末時点) ※2020年6月末時点のアイテム数 に、2020年7月～10月は予定数 を合算		全商品アイテムの内、 過去1年間に賞味期限を 「年月(月単位)」に 切り替えたり、 「年月(月単位)」で 新たに発売した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月)		全商品アイテムの内、今後 「年月(月単位)」に 切り替え予定のある 商品アイテム数 (2020年11月以降)	
180日未満	360	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
180日～1年未満	311	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
1年以上	322	0	0.0%	160	49.7%	61	18.9%	0	0.0%	160	49.7%
合計	993	0	0.0%	160	16.1%	61	6.1%	0	0.0%	160	16.1%

(参考 令和元年度実施)

180日未満	1	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
180日～1年未満	38	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
1年以上	277	0	0.0%	100	36.1%	78	28.2%	12	4.3%	94	33.9%
合計	316	0	0.0%	100	31.6%	78	24.7%	12	3.8%	94	29.7%

## 4 調査結果詳細－品目別 (8)ビール、発泡酒、新ジャンル

今年度のビール、発泡酒、新ジャンルの調査対象企業数は1社であり、昨年度は2社であった。  
昨年度の実績は全て0であったため、本年度の実績のみ確認した。

### ■ 賞味期限延長について

- ・過去1年間の実施数は、55アイテムと実施率は73.3%であり、拡大している。
- ・今後は拡大を予定していない。

### ■ 大括り化(年月表示・日まとめ表示)について

- ・過去1年間の実施数は、75アイテムと全ての商品が対応済みである。

賞味期間日数	全商品 アイテム数 (2020年6月 末時点)	賞味期限の延長について				賞味期限表示の大括り化(年月表示、日まとめ表示)への切り替え					
		全商品アイテムの内、 過去1年間に賞味期限を 延長した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月) ※2020年7月～10月は予定数		全商品アイテムの内、 今後賞味期限を延長する 予定のある商品アイテム数 (2020年11月以降)		全商品アイテムの内、 すでに「年月(月単位)」と なっている商品アイテム数 (2020年10月末時点) ※2020年6月末時点のアイテム数 に、2020年7月～10月は予定数 を合算		全商品アイテムの内、 過去1年間に賞味期限を 「年月(月単位)」に 切り替えたり、 「年月(月単位)」で 新たに発売した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月)		全商品アイテムの内、今後 「年月(月単位)」に 切り替え予定のある 商品アイテム数 (2020年11月以降)	
180日未満	0	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
180日～1年未満	0	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
1年以上	75	55	73.3%	0	0.0%	75	100.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	75	55	73.3%	0	0.0%	75	100.0%	0	0.0%	0	0.0%

## 4 調査結果詳細－品目別

### (9) 缶詰

今年度の缶詰の調査対象企業数は44社であった。

#### ■ 賞味期限延長について

- ・過去1年間の実施数は、273アイテムと実施率は13.8%であった。
- ・今後は拡大を予定していない。

#### ■ 大括り化(年月表示・日まとめ表示)について

- ・大括り化率は64.0%となっている。
- ・今後は10アイテムの拡大を予定している。

賞味期間日数	全商品 アイテム数 (2020年6月 末時点)	賞味期限の延長について				賞味期限表示の大括り化(年月表示、日まとめ表示)への切り替え					
		全商品アイテムの内、 過去1年間に賞味期限を 延長した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月) ※2020年7月～10月は予定数		全商品アイテムの内、 今後賞味期限を延長する 予定のある商品アイテム数 (2020年11月以降)		全商品アイテムの内、 すでに「年月(月単位)」と なっている商品アイテム数 (2020年10月末時点) ※2020年6月末時点のアイテム数 に、2020年7月～10月は予定数 を合算		全商品アイテムの内、 過去1年間に賞味期限を 「年月(月単位)」に 切り替えたり、 「年月(月単位)」で 新たに発売した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月)		全商品アイテムの内、今後 「年月(月単位)」に 切り替え予定のある 商品アイテム数 (2020年11月以降)	
180日未満	1	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
180日～1年未満	102	0	0.0%	0	0.0%	4	3.9%	0	0.0%	0	0.0%
1年以上	1869	273	14.6%	10	0.5%	1259	67.4%	30	1.6%	10	0.5%
合計	1,972	273	13.8%	10	0.5%	1,263	64.0%	30	1.5%	10	0.5%

## 4 調査結果詳細－品目別 (10)びん詰

今年度のびん詰の調査対象企業数は25社であった。

### ■ 賞味期限延長について

・過去1年間の実施数は、2アイテムと実施率は0.3%であった。

### ■ 大括り化(年月表示・日まとめ表示)について

・大括り化率は6.7%となっている。

賞味期間日数	全商品 アイテム数 (2020年6月 末時点)	賞味期限の延長について				賞味期限表示の大括り化(年月表示、日まとめ表示)への切り替え					
		全商品アイテムの内、 過去1年間に賞味期限を 延長した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月) ※2020年7月～10月は予定数		全商品アイテムの内、 今後賞味期限を延長する 予定のある商品アイテム数 (2020年11月以降)		全商品アイテムの内、 すでに「年月(月単位)」と なっている商品アイテム数 (2020年10月末時点) ※2020年6月末時点のアイテム数 に、2020年7月～10月は予定数 を合算		全商品アイテムの内、 過去1年間に賞味期限を 「年月(月単位)」に 切り替えたり、 「年月(月単位)」で 新たに発売した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月)		全商品アイテムの内、今後 「年月(月単位)」に 切り替え予定のある 商品アイテム数 (2020年11月以降)	
180日未満	2	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
180日～1年未満	62	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
1年以上	682	2	0.3%	0	0.0%	50	7.3%	3	0.4%	0	0.0%
合計	746	2	0.3%	0	0.0%	50	6.7%	3	0.4%	0	0.0%

## 4 調査結果詳細－品目別 (11) その他の品目(状況)

その他の品目の調査対象企業数は39社であった。

### ■ 賞味期限延長について

- ・過去1年間の実施数は、132アイテムと3.3%であった。
- ・今後の予定数は、75アイテムと1.9%であった。

### ■ 大括り化(年月表示・日まとめ表示)について

- ・大括り化の実施数は、1097アイテムと27.7%であった。
- ・今後、102アイテムを予定している。

賞味期間日数	全商品 アイテム数 (2020年6月 末時点)	賞味期限の延長について				賞味期限表示の大括り化(年月表示、日まとめ表示)への切り替え					
		全商品アイテムの内、 過去1年間に賞味期限を 延長した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月) ※2020年7月～10月は予定数		全商品アイテムの内、 今後賞味期限を延長する 予定のある商品アイテム数 (2020年11月以降)		全商品アイテムの内、 すでに「年月(月単位)」と なっている商品アイテム数 (2020年10月末時点) ※2020年6月末時点のアイテム数 に、2020年7月～10月は予定数 を合算		全商品アイテムの内、 過去1年間に賞味期限を 「年月(月単位)」に 切り替えたり、 「年月(月単位)」で 新たに発売した商品アイテム数 (2019年11月～2020年10月)		全商品アイテムの内、今後 「年月(月単位)」に 切り替え予定のある 商品アイテム数 (2020年11月以降)	
180日未満	309	41	13.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
180日～1年未満	1603	8	0.5%	75	4.7%	17	1.1%	0	0.0%	70	4.4%
1年以上	2043	83	4.1%	0	0.0%	1088	53.3%	53	2.6%	32	1.6%
合計	3,955	132	3.3%	75	1.9%	1,105	27.9%	53	1.3%	102	2.6%

## 4 調査結果詳細－品目別

### (11) その他の品目の詳細

その他の品目は、調査結果より下記11種類に分類された。

その他の品目
食用油
粉類
スプレッド
ホームメイキング
乾物
乾麺
スパゲティ
スープ
米
雑穀
珍味