

グリーン購入法基本指針「缶詰・レトルト食品」 の見直しについて

平成 2 4 年 1 0 月 2 4 日
農林水産省食料産業局食品製造卸売課

1. 標記について、缶詰・レトルト食品の流通状況等に関し、日本缶詰協会からの回答は別紙のとおりであり、概要は以下のとおりである。
 - (1) 現在市場に流通している缶詰・レトルト食品は、容器メーカーによる缶の保証期間が最長で3年となっていることから、3年以下となっている。なお、一部特殊な物品（自衛隊用の缶詰等）には賞味期限が5年以上になっているものもある。
 - (2) 仮に賞味期限5年の商品を製造するには、現在主流となっているイージーオープン式ではなく、完全に密閉されている製品で、且つ缶自体にも厚みを持たせなければならず、コスト増となる。また、レトルト食品についても、コスト等を考慮すると賞味期限5年の商品は想定できず、新たに開発することになると開発費等が製品に転嫁される。
2. 日本缶詰協会からの聞き取りによれば、災害備蓄用として賞味期限5年の製品を製造・販売しているごく一部のメーカーの製品は、通常よりも多くの資材が必要になることから、コストが製品単価に跳ね返り、市場に流通している製品の4～5倍にもなっていることから、賞味期限5年以上の缶詰・レトルト食品の開発・普及には限界があると考えられる。
3. グリーン購入法の特定調達品目及びその判断の基準等では、特定調達品目の開発・普及の状況、科学的知見の充実等に応じて適宜見直しを行うこととしていることから、判断の基準を5年から3年にすることが適当であると考えられる。

グリーン購入法基本指針「缶詰・レトルト食品」の見直しについて

(1) 賞味期限5年と3年の缶詰の市場普及状況について

缶詰：

平成 23 年の缶詰協会会員企業（以下、会員と言う）の缶詰の生産量は、324 万 t（缶詰協会調）であり、我が国の缶詰生産量の 95%以上を捕捉しているところです。

会員の販売している缶詰の賞味期限は全て3年以下となっています。

レトルト食品：

平成 23 年の会員のレトルト食品の生産量は、33 万 t（缶詰協会調）であり、我が国のレトルト食品生産量の 95%以上を捕捉しているところです。

会員の販売しているレトルト食品の賞味期限は全て3年以下となっています。

賞味期限 5 年の商品を製造するには、現在主流となっているイージーオープン式ではなく、完全に密閉されている製品で、且つ缶自体にも厚みを持たせなければならず、コスト増となることから会員では対応していません。

会員以外においても、コスト増となることから、ごく一部の特殊な商品を除き、賞味期限 5 年の商品の普及はしていないものと思われます。

(2) 缶詰協会以外の事業者の賞味期限への対応状況について

缶詰：賞味期限はごく一部を除き3年以下で対応しているとみられます。

レトルト食品：賞味期限はごく一部を除き3年以下で対応しているとみられます。

(3) 災害備蓄用缶詰における缶詰協会のシェアについて

缶詰：

国等の機関のグリーン購入調達実績では購入実績が公表されているが、企業名が不明なため、シェアは不明です。

仮に備蓄されている製品が賞味期限 5 年以上とした場合、会員のシェアは相当低いものと思われます。

レトルト食品：

国等の機関のグリーン購入調達実績では購入実績が公表されているが、企業名が不明な

ため、シェアは不明です。

仮に備蓄されている製品が賞味期限 5 年以上とした場合、会員のシェアは相当低いもの
と思われます。

(4) 缶容器の耐用年数に関する各メーカーの具体的な保証内容について

缶詰：

会員の使用している製品については、空缶検査を行っており、缶詰製品の製造後 3 年ま
でについて、缶自体を保証する内容になっています。

レトルトパウチ（袋）：

レトルトパウチ（袋）についても空袋検査を行っており、製袋会社としては、適正なレ
トルト食品製品の製造後 3 年以内とみているところです。

(5) 上記 (4) のメーカーが缶容器業界全体に占めるシェアについて

缶詰：95%以上

レトルトパウチ（袋）：95%以上

(6) その他

以上