

「添加物対応セミナー&マッチング」 事業者連携による添加物規制対応の推進

春日井製菓販売株式会社
特販部 海外事業課

井上 由香



企業概要（春日井製菓株式会社）

30年以上前から輸出の取組をスタート、グミ・キャンディ・豆菓子
子を米国やアジア圏に輸出。

グミ・キャンディ・豆菓子を45カ国へ輸出



- 30年以上前から輸出に取組んでおり、約10年前に貿易専門の部署を立ち上げ
- 現在、45の国と地域に輸出
 - 最大の輸出先国は米国、次いで韓国、その他中国・香港・台湾等への輸出が多い
 - 米国では日系・中華系・韓国系といったアジア人向け市場を中心に販売、米系マーケットにも販売している
- 輸出商品はグミを主力とし、キャンディ・豆菓子等、幅広い商品を取扱

輸出向け商品開発への体制整備

農林水産省の補助事業を活用することで、輸出向け商品の生産能力を拡充。また、包材変更により賞味期限の延長も実現。

農水省の補助事業をハード面、ソフト面ともに活用



- 今後農林水産省の補助事業を活用し、輸出用商品開発に向けた生産体制を強化
 - ハード面：工場への機械導入
 - ソフト面：海外向けの専用包材開発・テスト販売、海外向け商品ブランドサイトの作成等を実施
- 約3年の検討期間を経て、アルミ包材への変更等包装設備を工夫することで豆菓子¹の賞味期限を6カ月から12か月に延長

添加物規制への対応（着色料）

ベニバナ色素・クチナシ色素等の規制添加物は、輸出用商品では合成着色料に代替。

海外展開を見据え、対応した添加物の使用を検討



- 国内用商品ではベニバナ色素やクチナシ色素等を使用しているが、輸出用商品では合成着色料(青色1号、黄色4号等)で代替
 - 主要市場である、米国向け輸出へ対応
- 海外展開が期待される商品を開発する場合には、開発段階にて国内外共通で使用できる添加物の使用を優先している

添加物規制（着色料）に係る課題認識

着色料代替により海外向け商品を開発・輸出しているが、国内販売品と別途生産せざるを得ない状況。

国内向け販売との兼ね合いに課題

天然着色料との色価の違い

- 天然着色料と比較して一般に濃い色がついてしまい、自然な発色を表現することが困難
 - 代替に向け、商品に応じた試行錯誤が必要

国内販売商品との統合

- 国内販売においては、卸や小売の段階で合成着色料使用のものは扱ってもらえない場合も存在
 - 国内向け/海外向け商品の統合にハードル有

輸出先国における規制の差異

- 各国規制がそれぞれ違うため、米国に向けて開発した輸出専用商品を他国では販売できない場合もある
 - 商品化できる生産量を保ったうえで各国の規制にも対応することの両立難易度が高い

添加物規制への対応（その他添加物）

着色料以外には乳化剤、甘味料等についても国ごとに規制に対応する必要がある。

着色料以外に、幅広い添加物への対応が要求

- **乳化剤**については、過去の情報収集・輸出実績からターゲット国で使用できることが明らかな乳化剤を使用
 - 輸出用商品において、個別に特殊な乳化剤を使用する必要がある場合には、原料メーカーに問い合わせた上で使用可能な乳化剤を模索
- **甘味料**については各国において課題として認識しており、甘味料ステビアを含む商品は輸出不可の国がある

添加物メーカー等との連携

原料メーカーとの密なコミュニケーションを図り、規制対応について連携して取組み得る関係性を構築。

原料メーカー等との密接なコミュニケーション



- 原料(添加物等)については原料卸より購入するケースが多いが、原料メーカーとは直接/商社経由で随時問い合わせを実施

- 日頃から原料メーカーと密にコミュニケーションを取り、気軽に問い合わせができる関係性を構築している
- 乳化剤等、既往品での対応が難しい添加物においては、メーカーとの連携が不可欠

商社・業界団体の知見活用

商社や業界団体(メールマガジン)等の情報ソースを複数確立し、積極的に規制情報を収集。

商社や業界団体の知見を積極的に収集・活用

- 輸出量が多い米国、韓国の規制情報については社内で最新の情報を確認できる体制を構築
 - 但し、完全ではないため、協会等のメールマガジンへの登録や商社からの情報収集、相談を積極的に実施
- 国によって規制が違いため、商社とコミュニケーションをとりながら規制への対応を推進

Kasugai

春日井製菓株式会社