

賞味期限延長における 包材等に関する取組事例

 市岡製菓株式会社

 IchioKaSeikaVietNam Co., Ltd.

海外部門責任者
市岡 志麻（Shima IchioKa）

1.企業概要

市岡製菓株式会社

日本国内で小売用菓子の製造・販売
海外への輸出は主にタイ・中国・など実績あり

- ・設立：1973年12月（1949年に創業）
- ・CEO：市岡沙織
- ・資本金：3,000万円
- ・事業：製菓製造販売（BtoB）



半生菓子（ソフトムーンケーキ、きんつば、
スイートポテト・・・etc）を販売

ハルルヤ

工場直営店にて市岡製菓Grの和洋菓子
商品を販売

- ・設立：2008年4月（1930年創業）
- ・CEO：市岡沙織
- ・資本金：3,000万円
- ・事業：製菓製造販売（BtoC および BtoB）



1930年からの定番商品と、ケーキなど
市岡Grの和菓子洋菓子を製造販売



IchiokaSeikaVietNam Co., Ltd.

ベトナム国内を中心に菓子製造販売

- ・設立：2017年11月(2018年8月操業開始)
- ・CEO：市岡志麻
- ・親会社：市岡製菓株式会社
- ・資本金：3000万円
- ・事業：菓子製造販売（BtoB）



日本の技術を使いながら、ASEANの方々の
嗜好に合うような商品を開発・販売

2.賞味期限延長に関する課題認識・取組の方向性

包材の変更（パッケージ・鮮度保持剤）

輸出には賞味期限が少なくとも6ヶ月以上が求められる
一定期間を超えてからの生地乾燥も課題

どら焼き



仕入の問題

適した素材がなかなか手に入らない

➡商社や海外展開している企業との連携

鮮度保持剤

今までの取組みの見直し

➡包材(パッケージ素材、鮮度保持剤)の見直し
脱酸素剤からエタノール蒸散剤+脱酸素剤へ

添加物・着色料

国ごとに違う規制

➡仕入先さまとの連携と、検証



ソフトムーンケーキ

3.賞味期限延長に関する取組のステップ

様々な取組を一步ずつ進めることで徐々に賞味期限の延長に成功。
それに伴い輸出先も着実に増加中。

輸出先国数



ソフトムーンケーキ

STEP 0

賞味期限課題の認識

- 日本市場の先細り感から、海外に目を向けるが、賞味期限が短く輸出商談のテーブルにすら乗らず、対応策の検討を開始
- 輸出先国：なし

STEP 1

包材・脱酸素剤の利用

- 生菓子は空気による菌の増殖を抑えることが重要なため、ガスバリア性の高い包材と脱酸素剤の組み合わせで賞味期限を延長
- 新規輸出先国：ベトナム・カンボジア

STEP 2

アルコール揮散剤・脱酸素剤両方の機能を持つ鮮度保持剤の活用

- 静菌と食品の乾燥に課題を感じていたため、アルコール揮散剤と脱酸素剤の両方の機能を持つ鮮度保持剤の活用を通じて更なる延長に成功
- 新規輸出先国：香港・台湾・中国

STEP 3

冷凍対応・レシピ改良

- 冷凍耐性のある資材調達が難航したが、調査を重ねることで利用可能な包材を見つけ、冷凍商品の輸出を実現。冷凍耐性を持たせるためレシピも一部改良
- 新規輸出先国：米国・オーストラリア・シンガポール・タイ

賞味期限

賞味期限：45日（常温）

賞味期限：60日（常温）

賞味期限：120日（常温）

賞味期限：365日（冷凍）
+ 解凍後180日（常温）

4.賞味期限に関する現在の課題

■更なる賞味期限延長による常温商品開発

冷凍配送(コンテナ)は混載が難しい場合が多いため、
小ロットで混載しやすい常温配送(コンテナ)に適応した商品仕様を目指す

■日本国内商品と海外製造商品の仕入・生産・検査調整

日本国内商品と海外製造商品では原料が異なるため、仕入調整や新規格による
検査開発・検査調整等に関して社内全体の理解を醸成することが必要

■海外規制に関する情報収集

仕入調整や新規商談国による国の規制について情報収集を常に意識。



市岡製菓株式会社



IchioKaSeikaVietNam Co., Ltd.