

「化学調味料無添加」商品実態調査 報告書

2025/5/20

調査の目的と概要

調査目的

「無添加」商品の商品実態を探るため、無添加訴求商品とその原材料実態(原材料に化学調味料類似成分の表記がある商品等)を把握する。

2022年3月30日に消費者庁より「食品添加物の不使用表示に関するガイドライン」が発表され、2024年3月末に経過措置期間を終了している。

それに伴い、「無添加」商品数がどう変化したかを

2018年2月、2022年2月、2024年2月、2025年2月時点にて比較した。

調査概要

- スーパーマーケット店頭における「無添加」訴求商品買出し
 - ・ 関東の大手スーパーマーケット10チェーンを対象
- 購入した「無添加」訴求商品の商品情報・画像を入力し、「無添加」訴求商品データベースを作成
 - ・ 品目、メーカー、商品名、包装・容器形態、「無添加」表示・商品コンセプト表示の内容と記載位置、原材料、購入店舗、PKG画像など

買出し対象商品となる表示

表示：「うま味調味料」、「化学調味料」が「使われていない」等と表記のあるもの

「使われていない」の具体例

××無添加、××不使用、××を含みません、××は一切使用していません、××を使っていません、××を添加していません 他

「無添加」属性

- ① 化学調味料のみ
- ② 化学調味料＋ 着色料
- ③ 化学調味料＋ 保存料
- ④ 化学調味料＋ 着色料＋ 保存料

※化学調味料：うま味調味料、調味料（アミノ酸等）を含む

※着色料：発色剤を含む

※保存料：防腐剤を含む

調査仕様

「無添加」訴求商品買出し調査

実施時期：2025年2月3日～9日

方法：調査員による買出し

対象店舗：関東に本部のある大手スーパーマーケット、コープ、などの10チェーンから、各1店舗を選出

1. チェーン選定

全国スーパーマーケット・生協の最新年度企業別売上高ランキングの上位20社以内から、関東（一都六県）いずれかをカバーする10チェーンを選定

2. 店舗選定

原則として、1で選定された各10チェーンの本部が所在する各都・県内で、売場面積上位20位以内の店舗から各チェーン1店舗を選定

対象品目：右記37品目

米飯類	焼肉シャブシャブの外	カレー	畜肉ソーセージ
唐揚げ粉	食酢	シチュー	魚肉ソーセージ
醤油	ぽん酢	パスタソース	ベーコン
味噌	和風だし系調味料	シチューベース	ちくわ
ソース	わかめ・こんぶ類	メニュー専用料理の素	はんぺん
ケチャップ	つゆ・煮物料理の素	スープ類	揚げ物
マヨネーズ	海苔	味噌汁・吸物類	煮豆
ドレッシング	ふりかけ	調理用スープ	
香辛料	まぜご飯の素	冷凍調理	
その他汎用調味料	その他合わせ調味料	魚貝類缶詰	

調査結果1-1：「化学調味料」無添加表示と使用原材料の内訳

		化学調味料無添加・ 不使用表示食品 総数	酵母エキス 使用品	たん白加水分解物 又はアミノ酸液 使用品	酵母エキス、又は たん白加水分解物 又はアミノ酸液使用品 ※2
商品数	2018年	543	351	114	368
	2022年	599	400	74	414
	2024年	192	126	18	132
	2025年	14	8	1	8
割合 ※1	2018年	100.0%	64.6%	21.0%	67.8%
	2022年	100.0%	66.8%	12.4%	69.1%
	2024年	100.0%	65.6%	9.4%	68.8%
	2025年	100.0%	57.1%	7.1%	57.1%

※1 割合算出式：各調査年の各表頭商品数÷化学調味料無添加・不使用表示商品総数
 ※2 「酵母エキス」と、「たん白加水分解物又はアミノ酸液」の両方を使用している商品は、1商品としてカウントしています

- ✓ 2025年調査の「化学調味料」無添加表示（化学調味料、うま味調味料、調味料（アミノ酸等）無添加表示）は、2018年、2022年、2024年に比べ、食品総数で14と大幅に減少した
- ✓ 14製品のうち、
 - 「化学調味料」を明記しているのは6製品（うま味調味料無添加、調味料（アミノ酸等）無添加等を含まない）
 - 酵母エキスを使用しているのは8製品
 - たん白加水分解物、又はアミノ酸液を使用しているのは1製品

・2025年は、2022年と比較して2%（98%減）、2024年と比較して7%（93%減）

・無添加表示製品については、「うま味調味料」は使用していなくても、代替素材である酵母エキスなどうま味調味料と同じ成分（グルタミン酸・核酸）を含む製品が含まれている
 これらの製品は、「食品添加物の不使用表示に関するガイドライン」の類型5に該当する恐れが大きい

調査結果1-2：「化学調味料」無添加と他の不使用表示の併記

		化学調味料無添加・ 不使用表示食品 総数	①化学調味料のみ	②化学調味料 + 着色料	③化学調味料 + 保存料	④化学調味料 + 着色料 + 保存料
商品数	2018年	543	329	114	55	45
	2022年	599	383	103	38	75
	2024年	192	122	30	15	25
	2025年	14	8	2	0	4
割合 ※1	2018年	100.0%	60.6%	21.0%	10.1%	8.3%
	2022年	100.0%	63.9%	17.2%	6.3%	12.5%
	2024年	100.0%	63.5%	15.6%	7.8%	13.0%
	2025年	100.0%	57.1%	14.3%	0.0%	28.6%

※1 割合算出式：各調査年の各表頭商品数÷無添加属性トータル商品数

「化学調味料」無添加表示（化学調味料、うま味調味料、調味料（アミノ酸等）無添加表示）
14製品のうち、

- ✓ 8製品（57.1%）が化学調味料※2のみを記載
- ✓ 2製品（14.3%）が化学調味料+着色料※2を記載
- ✓ 化学調味料+保存料を記載しているものは無し
- ✓ 4製品（28.6%）が化学調味料+着色料+保存料※2を記載

※2

化学調味料：うま味調味料、調味料（アミノ酸等）を含む

着色料：発色剤を含む

保存料：防腐剤を含む

調査結果1-3：「化学調味料」無添加表示の記載例（原材料対象）

「化学調味料」無添加表示（化学調味料、うま味調味料、調味料（アミノ酸等）無添加表示）をし、酵母エキス、たん白加水分解物、またはアミノ酸液を使用した商品の記載例を以下に挙げる。

酵母エキス使用商品例

品目名称	無添加キーワード
その他汎用調味料	うま味調味料無添加
調理用スープ	香料・着色料無添加
醤油	化学調味料・保存料・着色料無添加
つゆ・煮物料理の素	化学調味料無添加

※対象キーワード
「酵母エキス」

たん白加水分解物使用商品例

品目名称	無添加キーワード
つゆ・煮物料理の素	化学調味料無添加

※対象キーワード
「たん白加工分解物」、「たん白加水分解物」、「たん白酵素分解物」、「たん白自己消化物」
「たんぱく加水分解物」、「たんぱく加水分解物加工品」、「蛋白加水分解物」

※アミノ酸使用商品例は該当なしのため、掲載割愛しています。

調査結果2-1：「化学調味料」無添加表示に関する記載詳細の内訳

		化学調味料無添加・ 不使用表示食品 総数	うま味調味料不使用	うま味調味料 不使用のみ	うま味調味料と 他の添加物の 不使用併記	グルタミン酸、核酸 不使用	調味料 (アミノ酸・核酸) 不使用
商品数	2018年	543	3	1	2	7	3
	2022年	599	1	0	1	0	7
	2024年	192	5	2	3	0	7
	2025年	14	5	5	0	2	8
割合 ※	2018年	100.0%	0.6%	0.2%	0.4%	1.3%	0.6%
	2022年	100.0%	0.2%	0.0%	0.2%	0.0%	1.2%
	2024年	100.0%	2.6%	1.0%	1.6%	0.0%	3.6%
	2025年	100.0%	35.7%	35.7%	0.0%	14.3%	57.1%

※割合算出式：各調査年の各表頭商品数÷無添加属性トータル商品数

「化学調味料」無添加表示（化学調味料、うま味調味料、調味料（アミノ酸等）無添加表示）
14製品のうち、

- ✓ 5製品(35.7%)が「うま味調味料」不使用を記載（5製品すべて酵母エキス使用）
- ✓ 2製品（14.3%）が「グルタミン酸」「核酸」不使用を記載
- ✓ 8製品（57.1%）が「調味料（アミノ酸・核酸）」不使用を記載
 ※「調味料（核酸等）」不使用表記は0製品、「調味料（アミノ酸等）」不使用表示は8製品。
 また、8製品中6製品が酵母エキス使用

・不使用表示製品については、「うま味調味料」「調味料（アミノ酸・核酸）」は使用していなくても、代替素材である酵母エキスといった、うま味調味料と同じ成分（グルタミン酸・核酸）を含む傾向は変わらず、「食品添加物の不使用表示に関するガイドライン」の類型5に該当するおそれが高い

調査結果2-2：「化学調味料」無添加表示の記載例

「うま味調味料」「調味料（アミノ酸等）」不使用表示商品の記載例を以下に挙げる。

うま味調味料不使用商品例

品目名称	無添加キーワード
その他汎用調味料	うま味調味料無添加

調味料（アミノ酸・核酸）不使用商品例

品目名称	無添加キーワード
その他汎用調味料	うまみ調味料無添加
調理用スープ	香料・着色料無添加
ふりかけ	調味料（アミノ酸）、着色料、保存料無添加



Create Consumer-centric Values

working together with clients in marketing, to deliver happiness to consumers

INTAGE Inc.