

楽天市場における食品表示について

2016年5月24日
楽天株式会社

楽天会員数

(単位:百万人)

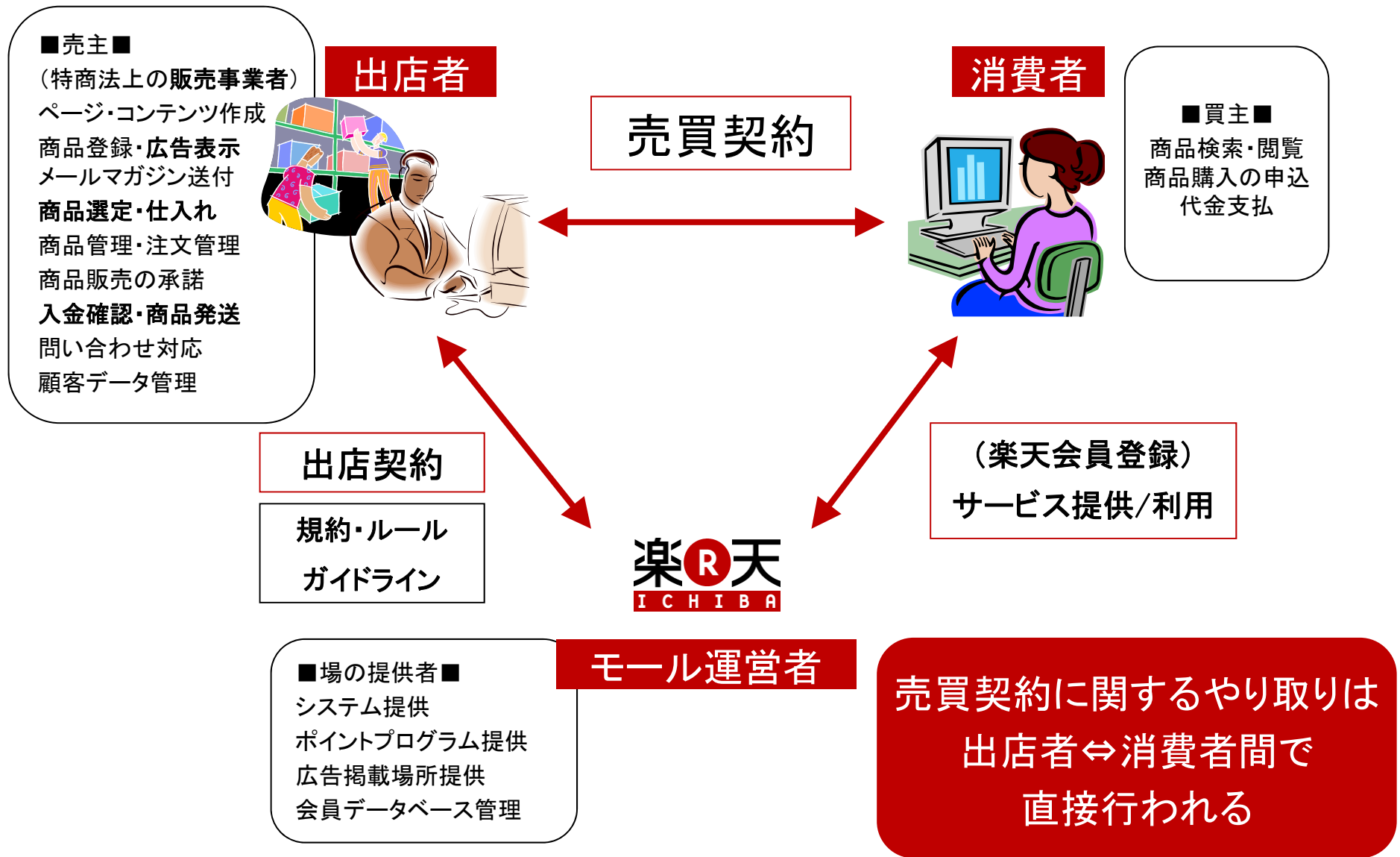
	15年3月	15年12月	16年3月	前年同期比
楽天会員(ログイン*)	72.3	78.8	81.0	+11.9%
楽天会員(累計)	99.8	105.9	108.4	+8.6%

*会員登録後1回以上ログインをしたことのある会員(退会者除く)

楽天市場について

- 創業:1997年
- 店舗数:約44,000店(2016年3月末時点)
- 取扱商品数:1億5千万点以上

楽天市場における取引



楽天市場での食品表示

- 商品ページ上の食品表示→原則として各出店者の自主的な取り組み（薬機法、健康増進法、景表法等を遵守することが前提）
- 2012年6月～容器包装への必須記載事項を、商品ページ上へも記載することを強く奨励。（他モールとの差別化・信頼度向上が目的）
- 店舗向けeラーニング「食品表示講座」
無料で受講可能。

→食品表示を行う出店店舗が増加。しかし、

- 表示方法は多種多様（スマホはどうか？も課題）
- 商品や項目によっては表示が難しいものもある
- メーカーから小売まで、データとして食品情報が伝わる仕組みがないため、小規模事業者・大規模事業者に関わらず、小売業者が正確な情報の入手・メンテナンスに苦勞している
- 「楽天市場だけ厳しく、負担増」という声も
→ウェブ上で食品表示を行う（負担増）モチベーションに繋がるメリットが重要

楽天市場での食品表示

■ 楽天市場独自のルール

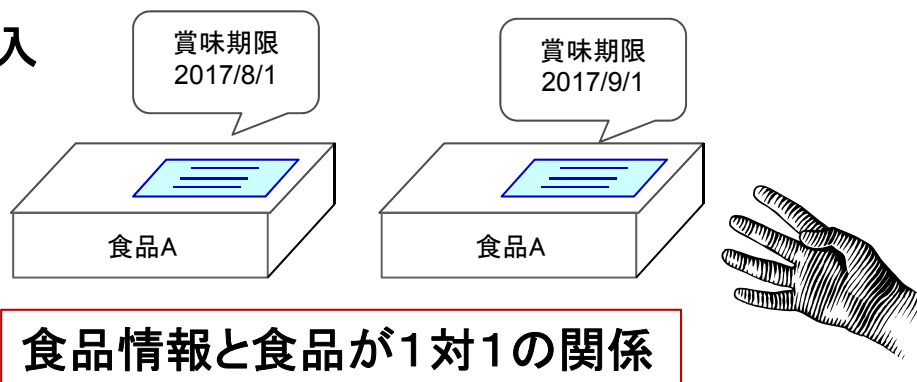
- ・おせち料理 → 事前に審査が必要 & 予約の段階で原材料表示
- ・有機食品 → 有機JASマークを取得していることがわかる
ロゴやパッケージ写真等の掲載必須

■ 利用者からの声

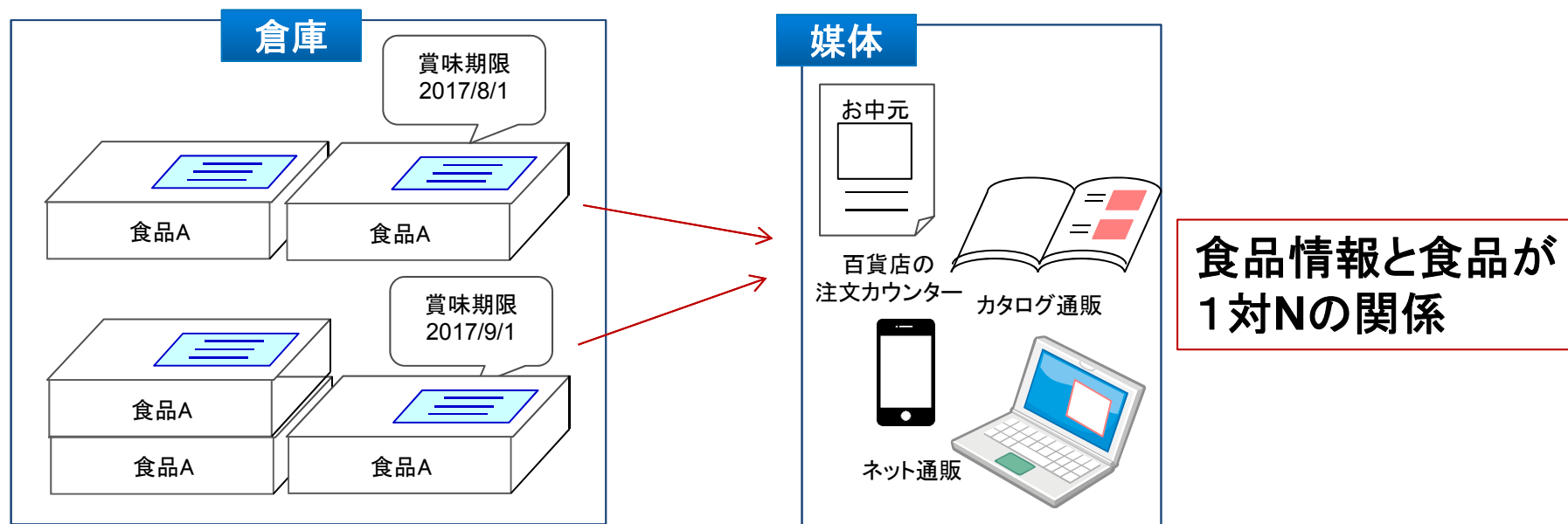
- ・容器包装への必須記載事項の表示に関する楽天へのご意見は極めて少ない
- ・お買い物レビュー(口コミ)に「原産地表示がされていたので安心して購入できた」「アレルギー表示があってよかった」等の書き込みがされることがある。
- ・「訳あり」等、定義が決まっていない表示に関してトラブルが発生しやすい

通販(ネット・カタログ含む)における食品表示の特徴

■ リアル店舗での購入

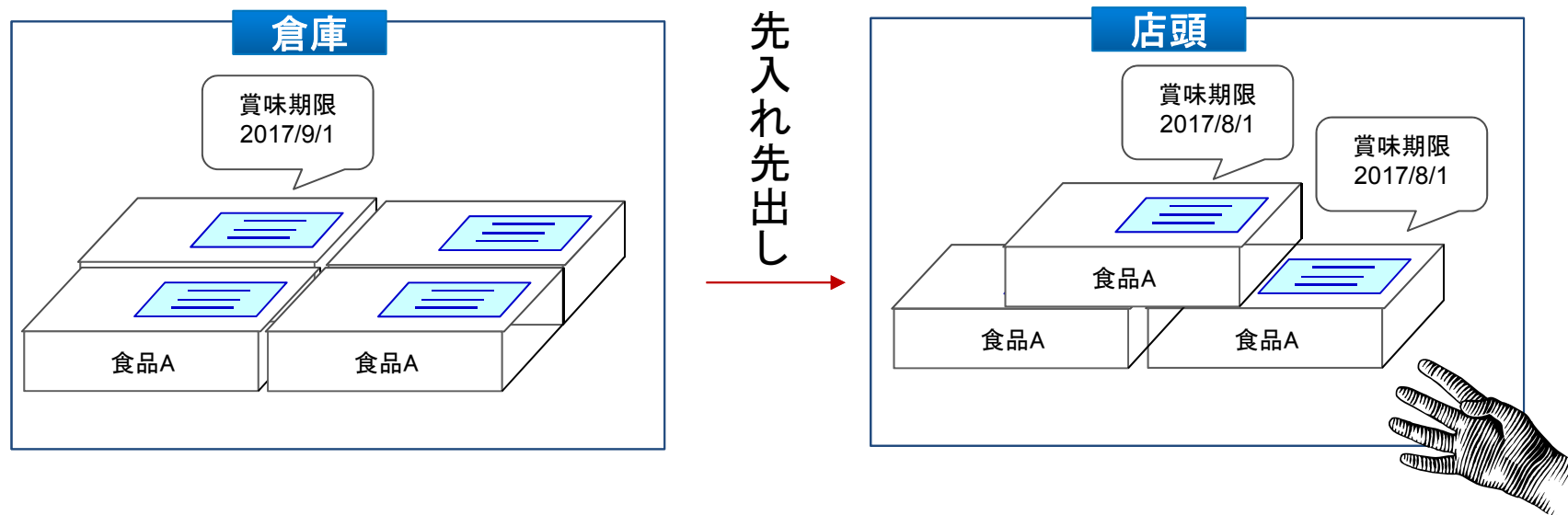


■ 通信販売での購入



通販(ネット・カタログ含む)における食品表示の特徴

■ リアル店舗での購入

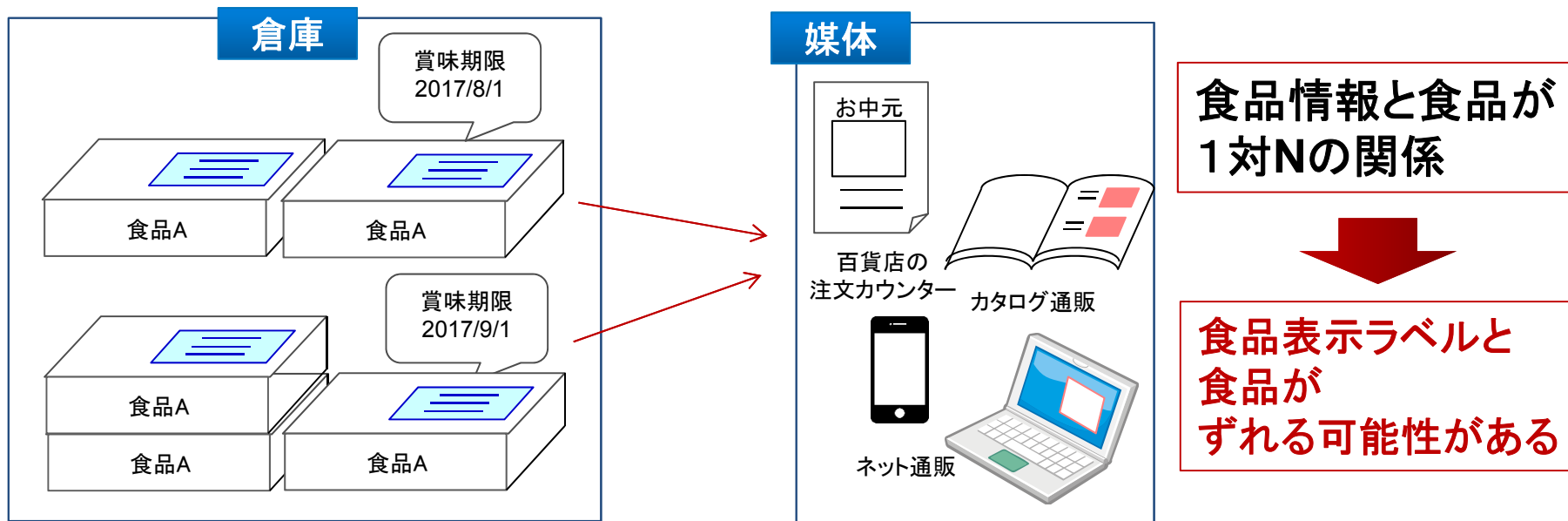


食品情報と食品が1対1の関係

食品表示ラベルと食品がずれることはない
基本的には、出した順番で購入されていく

通販(ネット・カタログ含む)における食品表示の特徴

■ 通信販売での購入



例: 倉庫に食品Aが109商品
うち、
2017/8/1賞味期限が残り9
2017/9/1賞味期限が100

消費者①→食品Aを5袋注文
消費者②→食品Aを8袋注文
消費者③→食品Aを3袋注文

ほぼ同時
だった場合

賞味期限?

消費者①②③がページを見る段階で、
どの賞味期限の商品になるか予め予測し、
出し分けることは、今の技術では不可能