

EC サイト食品表示実証モデル構築事業 実施報告書の概要

(令和 2 年度地方消費者行政に関する先進的モデル事業)

1. 本事業の背景

近年、インターネットを介した電子商取引サイト（EC サイト）での商品の購買が着実に増加。令和 2 年度以降は新型コロナウイルスの感染拡大の影響により更に増加しており、特に食品分野における伸びが顕著。

このため、EC サイト上での食品基本情報※の提供の必要性が増大していると考えられるが、平成 28 年の「食品のインターネット販売における情報提供の在り方懇談会報告書」の調査以降、その実態が明らかとなっていない。

※ 食品表示基準（平成 27 年内閣府令第 10 号）において、食品の容器包装等に表示することが義務付けられている情報。

2. 本事業の実施内容

EC サイトにおける事業者による食品基本情報の提供実態や消費者の意向等を把握・分析するために次の調査を実施し、その結果を踏まえて、今後の検討事項について提言を取りまとめ。

- ・ 消費者調査（アンケート調査、座談会）

6,593 名の消費者を対象に、食品を購入する際の EC サイトの利用実態や食品基本情報に対するニーズ等を把握。

- ・ 事業者調査（アンケート調査、ヒアリング）

31 社を対象に、消費者への情報提供の実態と情報提供を実施する際の課題等を把握。

3. 調査の分析結果の概要

【消費者調査の分析結果】

- ① 「EC サイトを利用して食品を購入したことはあるか？」という設問に対し、「経験がある」という回答が 51.9%。特に、10 代～30 代の若い年齢層を中心としてモバイルデバイスでの利用が増加している。
- ② EC サイトでの食品の購入割合は、生鮮食品(35.8%)より加工食品(菓子類[47.8%]、その他(調味料、スパイス、だし、食用油、レトルト食品、缶詰、乾物、麺類など)[43.1%])の方が高くなっている。
- ③ EC サイト上で食品購入に当たり、知りたい食品基本情報として、「名称」、「内容量」、「消費・賞味期限」、「原材料名」、「原産地等」を多くの消費者が選択。特に「消費・賞味期限」に対するニーズが高い。
- ④ 消費者が購入時に知りたい食品基本情報のうち、「名称」と「内容量」については十分記載されているが、それ以外に関心の高い「消費・賞味期限」、「原材料名」、「原産地等」については、十分な記載がない、又は探しづらいため、これらの情報がない場合、消費者は実店舗で購入する以外に、食品製造事業者のサイトを検索するなどの各種情報収集をすることが明らかとなった。

【事業者調査（アンケート）の分析結果】

- ① 40%を超える企業で食品基本情報の提供に関するポリシーを明示していなかったが、アレルゲン情報と期限情報（消費期限・賞味期限・期限残）についてはそれぞれ 4 割、3 割を超える企業でポリシーを明示していた。
- ② 食品基本情報に関する情報提供の状況については、「内容量」は 83.9% と高い割合で記載されている一方、消費者のニーズが高い「期限情報」や「原材料名」を情報提供している企業の割合はそれぞれ 25.8%、45.2% と限られている。情報提供されている割合が低い事項の多くは、「タイムリーな商品情報の把握が困難」であることが情

報提供が難しい理由として挙げられている。

- ③ 食品基本情報の見やすさ、分かりやすさに係る取組状況については、テキストでのシンプルな情報提供を行っている事業者が多いものの、一部の事業者は画像情報の貼付やページ構成の分かりやすさにも配慮している。食品基本情報の見やすさ、分かりやすさにはECサイト間で大きな幅があると推測される。
- ④ スマートフォンサイトでPCサイト同様の情報提供がされているサイトは7割を超えており、消費者の使用デバイスの変遷に合わせた取組がなされている。
- ⑤ ほぼ全ての企業では食品基本情報に関して消費者から問合せを受けており、ネットスーパーではアレルゲン情報や原産地等について、宅配事業者ではこれに加えて原材料名や栄養成分についても問合せを受けている。

【事業者調査（ヒアリング）の分析結果】

＜食品基本情報の提供に関する取組の課題＞

ECサイトの管理や更新に当たって正確かつ適時な情報が入手できるとは限らないことから、誤った情報を掲載するリスクに鑑み、提供を控えている事業者が見られる。また、更新作業を手作業で行っているため迅速な情報更新ができない場合がある。

＜画像掲載など情報提供方法や見やすさに関する課題＞

容器包装の画像情報の掲載は、情報提供の一つの方法ではあるものの、多くの事業者が提供方法としている「テキスト情報」の代替手段とすることには慎重な意見が多かった。とりわけ取扱品目が多いECサイトでは実務上困難でないかとの指摘があった。

また、一部の事業者からは、一律に全ての情報をスクロールなしで確認できる必要性はなく、消費者が情報にアクセスしやすくなるよう各ECサイトにおいて工夫がなさればよいのではないか、という意見が示された。

＜期限情報提供に関する課題（特に期限残情報）＞

「到着日から●日」等の期限残情報の提供について、消費者ニーズを踏まえ必要な情報であると認識している事業者は多く見られた。また、その実現に注力するECサイトも見られた。ただし、これを実現するためにはECサイト上の情報と配送される実商品がひも付き、かつ正確に配送されることが鍵であり、在庫管理と配送の連携についての課題が指摘された。

4. 検討委員会*でのまとめ

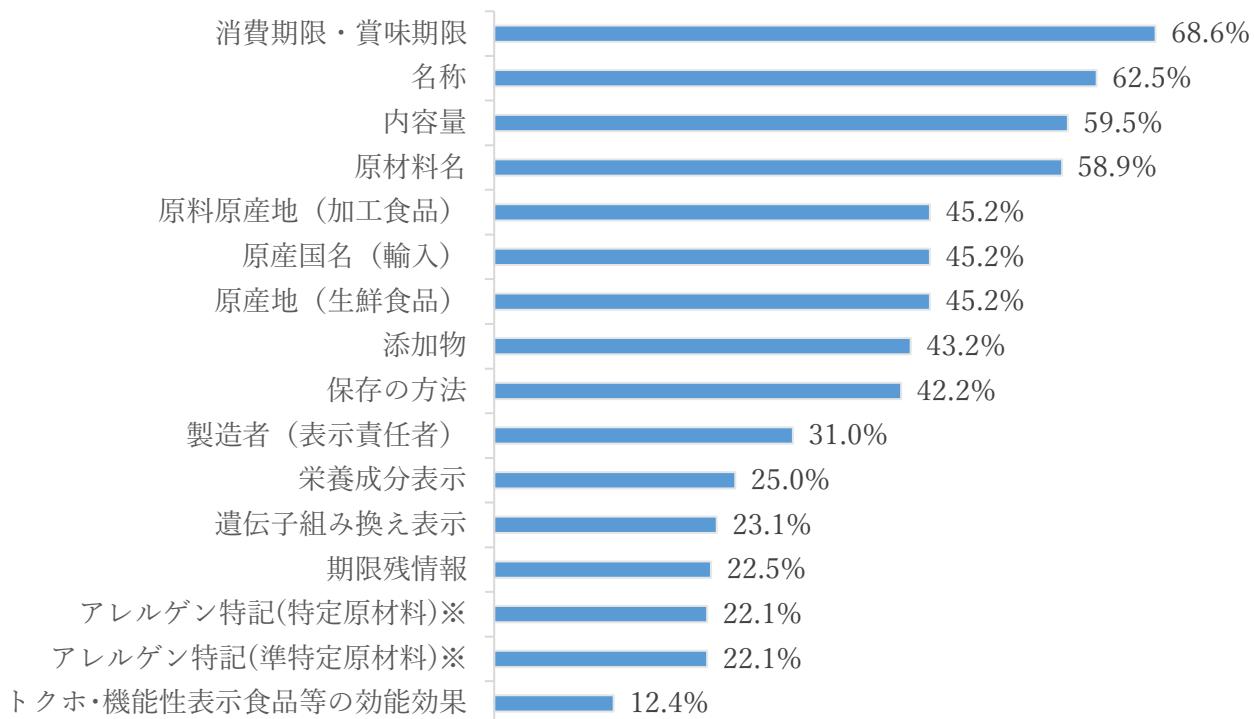
今回の調査を通じて、消費者が求めている情報と事業者が実際に提供できる情報にギャップが生じていることが明らかになった。このため、今後は、食品基本情報をタイムリーに把握することが困難等の事業者の様々な課題について、具体的かつ詳細な内容を更に把握するとともに、消費者が求める食品基本情報のうち、ECサイト上の表示が必要不可欠な事項、事業者の実行可能性の観点から提供しないことが許容される事項などについて更に把握する必要がある。

これらを踏まえ検討を進め、どのような食品基本情報について、どのような形でECサイト上に提供することが望ましいのか一定の考え方を整理し、提示していくことが求められる。

* 本事業で設置された検討委員会（池戸重信（公立大学法人宮城大学名誉教授）委員長ほか、消費者、事業者、学識経験者で構成）

<消費者アンケート結果>

食品表示に係る基本情報のうち、必ず購入時に知りたい情報はありますか（複数回答）



※食物アレルギー患者（家族が患者の場合を含む。）に限っての結果は4割程度となっている。

<事業者アンケート結果>

食品表示法関連の主要な項目の情報提供状況

