

コロナ禍で利用急拡大する食品EC

理事研究員 堀内芳彦

コロナ禍での外出自粛や在宅勤務増加による巣ごもり需要の発生で、ネットショッピングの利用が急拡大し、なかでも内食需要の増加などから食品のネット購入が急増している。

インターネットを利用した食品EC(電子商取引)について、近年の動向を踏まえたうえで、コロナ禍での利用急拡大の状況とその要因および今後の見通しについてみていく。

1 食品のEC化率は2.89%

経済産業省「電子商取引実態調査」によると食品のBtoC-EC(消費者向け電子商取引)市場規模は年々拡大し、2019年は前年比7.8%増の1兆8,233億円となった(第1図)。

この背景には、共働き世帯の増加による購買時間の節約や家事の簡便化ニーズの高まり、実店舗での買い物が負担となる高齢者の増加がある。

ただし、食品のEC化率(全ての商取引額に対するEC市場規模の割合)は2.89%で物販系分野全体の6.76%より低い水準にある。

この理由としては、まず、鮮度や品質を気にする生鮮食材等について自分の目で見て商

品を選べないことが挙げられ、このほか、送料が高い、すぐ欲しい商品は近くの実店舗での購入が便利などが挙げられる。

2 コロナ禍で食品ECの利用が急拡大

総務省「家計消費状況調査」によると、ネットショッピングの利用世帯割合は20年2月の42.5%から毎月上昇し、5月以降は50%を超え、食料品のネット購入額は3月が前年同月比27.8%増、4～7月は7～8割増と急増した。

業態別に食品取り扱いのあるEC事業者の公表情報をみると、ネットショッピングモールでは、楽天市場の20年4～6月期ショッピングEコマース流通総額が前年同期比48.1%増となった。

食品や日用品等の生活必需品を取り扱うスーパー・量販店では、イオンリテールの20年3～8月期ネットスーパー売上高が前年同期比2割増(うち生鮮売上は5割増)となった。

生鮮食材を中心に取り扱う食品宅配事業者では、オイシックス・ラ・大地(自然派食品宅配3ブランド)の20年4～6月期売上高が前年同期比33.8%増、全国65主要地域生協の個配事業の20年4～8月供給高が各月とも前年同月比約2割増となった。3～5月にかけては、多くの事業者が供給能力を超える利用申込みがあったことで、新規会員申込み停止や一部商品の欠品・遅配・数量制限等の措置を講じざるを得ない状況となった。

農林水産物の産直EC事業者では、ポケットマルシェの登録生産者数が20年3月の2,000件から9月3,300件に増加し、購入利用者数も2月52,000人から8月218,000人に増加した。ま

第1図 食品BtoC-EC市場規模とEC化率の推移



資料 経済産業省「電子商取引に関する市場調査」
 (注) 食品には飲料、酒類を含む。

た、食ベチョコは、登録生産者数が2月750件から9月2,500件に増加し、8月末の購入利用者数は2月末から17倍に増加した。

3 利用急拡大の要因

日本政策金融公庫の「消費者動向調査(20年7月調査)」によると、コロナ禍で利用が増えた食品購入方法は「インターネット購入(38.0%)」「スーパー・量販店(29.1%)」の順となっており、内食需要の高まりに対し、非接触であるECの利用者が最も増えている。

また、複数のEC事業者が、コロナ禍の影響が出始めた3月上旬に、いち早く、外食やインバウンド需要の減少等で販路を失った農林水産物の生産者支援のキャンペーンを企画し、併せて消費者が利用しやすいように価格や送料の割引サービスを提供したことが、応援消費を喚起した。

さらに、5月からは一部品目について農林水産省がネット購入の送料の全額補助を開始したことも後押しとなっている。

ネット購入品目は、これまで、主にショッピングモールやネットスーパーを利用して、米、果物、魚介類など保存がきくものや、飲料など重量がかさばるものの利用が多いとされてきた。しかし、今回のコロナ禍では、外食や旅行を自粛するなかで、自然派食品宅配事業者や産直ECのサイトを利用して、スーパーで手に入らない野菜や高級食材を購入し、生産者の思いに共感しつつプチぜいたくを楽しみ、会えない人へのカジュアルギフトとしても利用する消費者が増えている。

4 今後の見通し

— 利便性とサービス水準の向上で食品ECは
今後も拡大 —

コロナ禍での食品ECの利用急拡大は、菓ご

もり特需による面が大きいですが、上記の日本政策金融公庫の調査では、食品ネット購入を増やした人の52.0%がEC利用の利便性を実感しており、「今後も積極的に利用したい」と回答しており、保存性のきく食品や重量品の購入を中心に、ネット購入を増やした人の一定程度は定着する可能性がある。

ネットスーパーでは、宅配の受取時間がピンポイントで指定できないことや送料が高いことなどの消費者の不満に応じて、ネットで注文・決済して仕事帰りなどに最寄りの店舗で商品を受け取るサービスの提供を始めるスーパーとその取り扱い店舗数が増加している。こうしたサービス向上に取り組むことで、今後、共働き世帯を中心にネットスーパーの利用は拡大するとみられる。

生協や自然派食品宅配事業者は、安全性や環境保全に配慮し農薬や化学肥料の使用等について独自の農林水産物調達基準を設けており、コロナ禍で高まった消費者の健康意識や環境保全意識に応えることができる食材を提供している。また、会員制で定期購入を中心とした商品を提供しており、新規利用者の相当程度は定着する可能性がある。

産直ECは、飲食店やホテルなど予定していた販売先を失った中小規模の生産者がスマートフォンで簡単に登録申請ができる利便性と、事業者側も審査体制を強化したことで、短期間に登録生産者が増加し、応援消費等から利用者も急増した。これを一過性のブームで終わらせないために、事業者は、今回初めてサイト登録した生産者に対し、リピーター確保のノウハウ提供等の支援体制を一層強化することが重要であろう。

(ほりうち よしひこ)