

食品のインターネット販売における 情報提供の在り方に関する調査 (事業者)

平成28年9月13日

消費者庁食品表示企画課

目次

1. 調査について	2
2. サンプルの特性	3
3. 調査結果		
・ 情報の提供状況	8
・ 情報の伝達・利用	18
・ 情報提供の方法	25
・ 情報提供の更新	34
・ 情報提供の方策	37
・ 情報提供によるメリット	39

調査について

■ 調査目的

食品のインターネット販売に取り組んでいる事業者から、自主的に取り組む食品の容器包装に表示される義務表示事項に係る情報*の提供の実態及びより良い食品に係る情報提供の促進のための方策並びにその実行可能性を調査する。

※義務表示事項に係る情報*：食品表示法によって表示が義務付けられている名称、アレルギー、保存方法、期限、原材料、添加物、栄養成分、原産地、原産国、遺伝子組換え等の表示を指す（以下同じ。）。

■ 調査会社

株式会社 イード

■ 調査手法

食品のインターネット販売に取り組む事業者に向けた定量調査
（インターネット調査、消費者庁から配信）

■ サンプル数

食品をインターネットで販売している事業者：321サンプル

※業態の構成比は今回のアンケートにおけるものであり、市場構成比とは異なる。

■ 回収期間

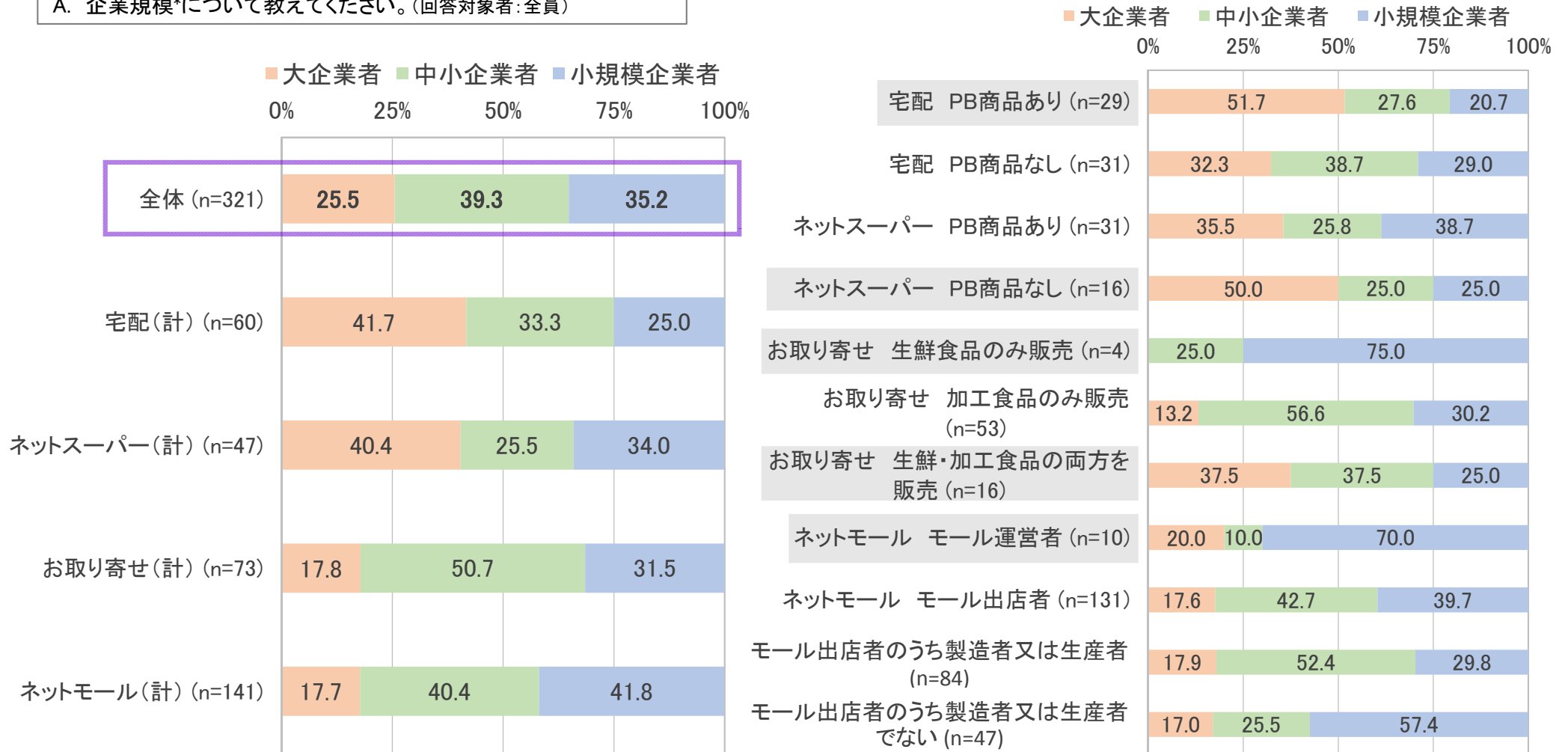
2016年6月29日（水）～ 同年8月1日（月）

サンプルの特性

企業規模

■ サンプル構成は、大企業者が25.5%、中小企業者が39.3%、小規模企業者が35.2%。

A. 企業規模*について教えてください。(回答対象者: 全員)



※企業規模*:「中小企業の事業活動の機会の確保のための大企業者の事業活動の調整に関する法律(昭和52年6月25日法律第74号)」及び「中小企業基本法(昭和38年7月20日法律第154号)」の定義に基づくもの

※ サンプル数の少ない属性(n=30未満)は参考値。
 ※ ラウンドにより合計が合わない場合がある。

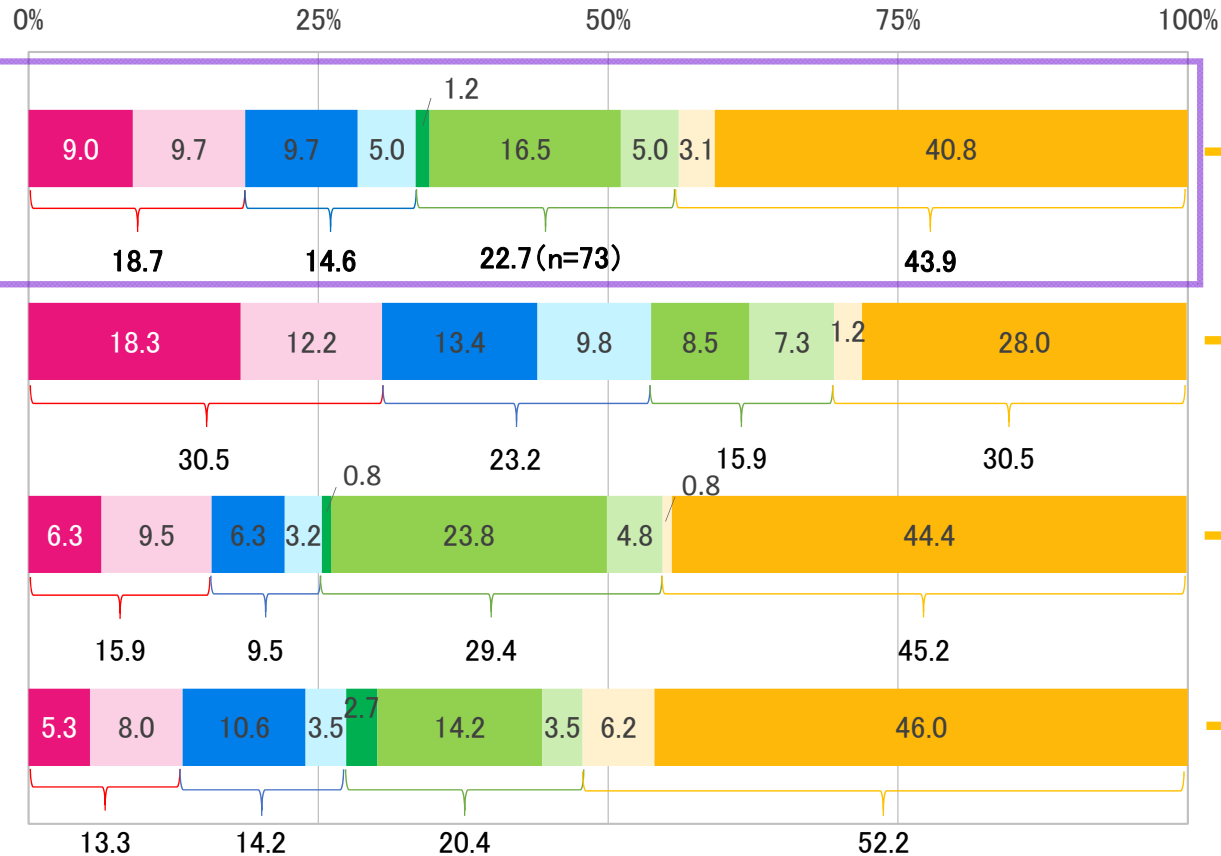
業態

■ サンプル構成比は、宅配が18.7%、ネットスーパーが14.6%、お取り寄せが22.7%、ネットモールが43.9%となっている。

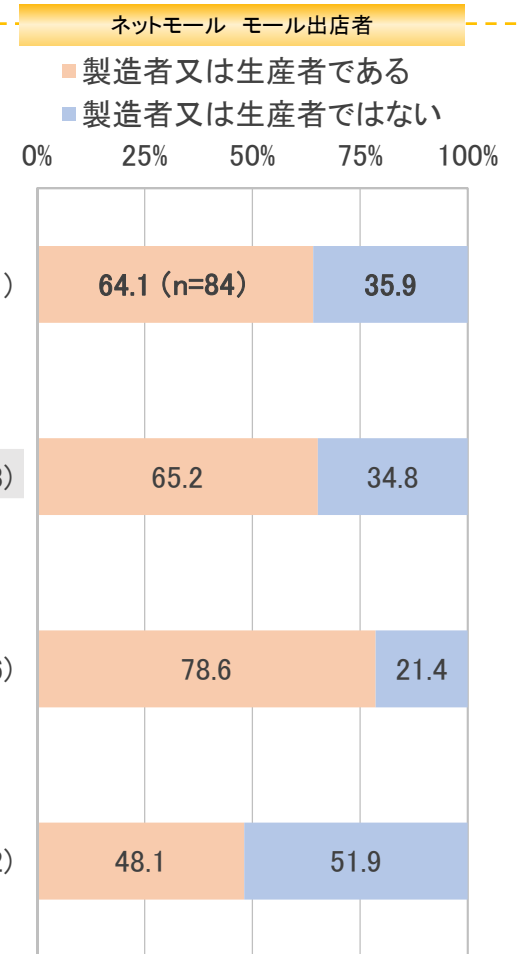
- ネットモール出店者のうち、製造者又は生産者が64.1%、非製造者又は非生産者が35.9%。
- 製造者又は生産者の合計は、全体の48.9%（お取り寄せ（n=73）とモール出店者の製造者又は生産者（n=84）の合計（n=157）が全体（n=321）に占める割合）。

C. インターネット販売の業態を教えてください。(回答対象者:全員)

- 宅配 PB商品あり
- ネットスーパー PB商品あり
- お取り寄せ 生鮮食品のみ販売
- お取り寄せ 生鮮・加工食品の両方を販売
- ネットモール モール出店者
- 宅配 PB商品なし
- ネットスーパー PB商品なし
- お取り寄せ 加工食品のみ販売
- ネットモール モール運営者



D. 食品の製造者又は生産者ですか。(回答対象者:ネットモール出店者)



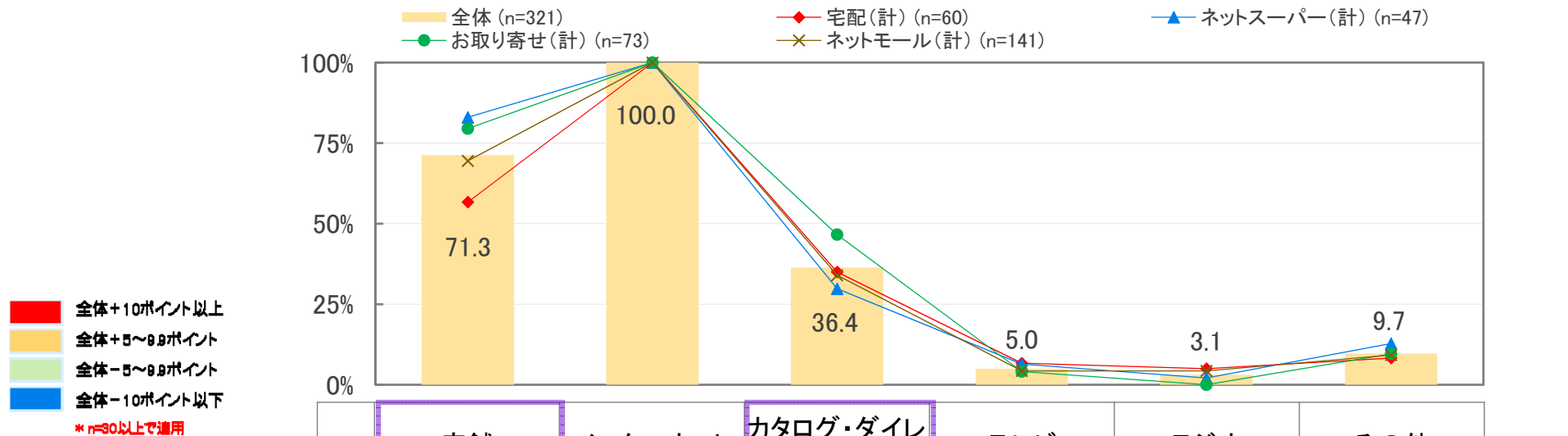
※ サンプル数の少ない属性 (n=30未満) は参考値。
 ※ ラウンドにより合計が合わない場合がある。

販売形態

■ インターネット以外での販売形態は、店舗が71.3%、カタログ・ダイレクトメールが36.4%。

- 企業規模別では、企業規模が大きいほどカタログ・ダイレクトメールの比率が高い。
- 業態別では、ネットスーパーで店舗の比率が高く、お取り寄せでカタログ・ダイレクトメールの比率が高い。

B. 消費者への食品の販売形態について、あてはまるものを全てお選びください。(回答対象者: 全員)



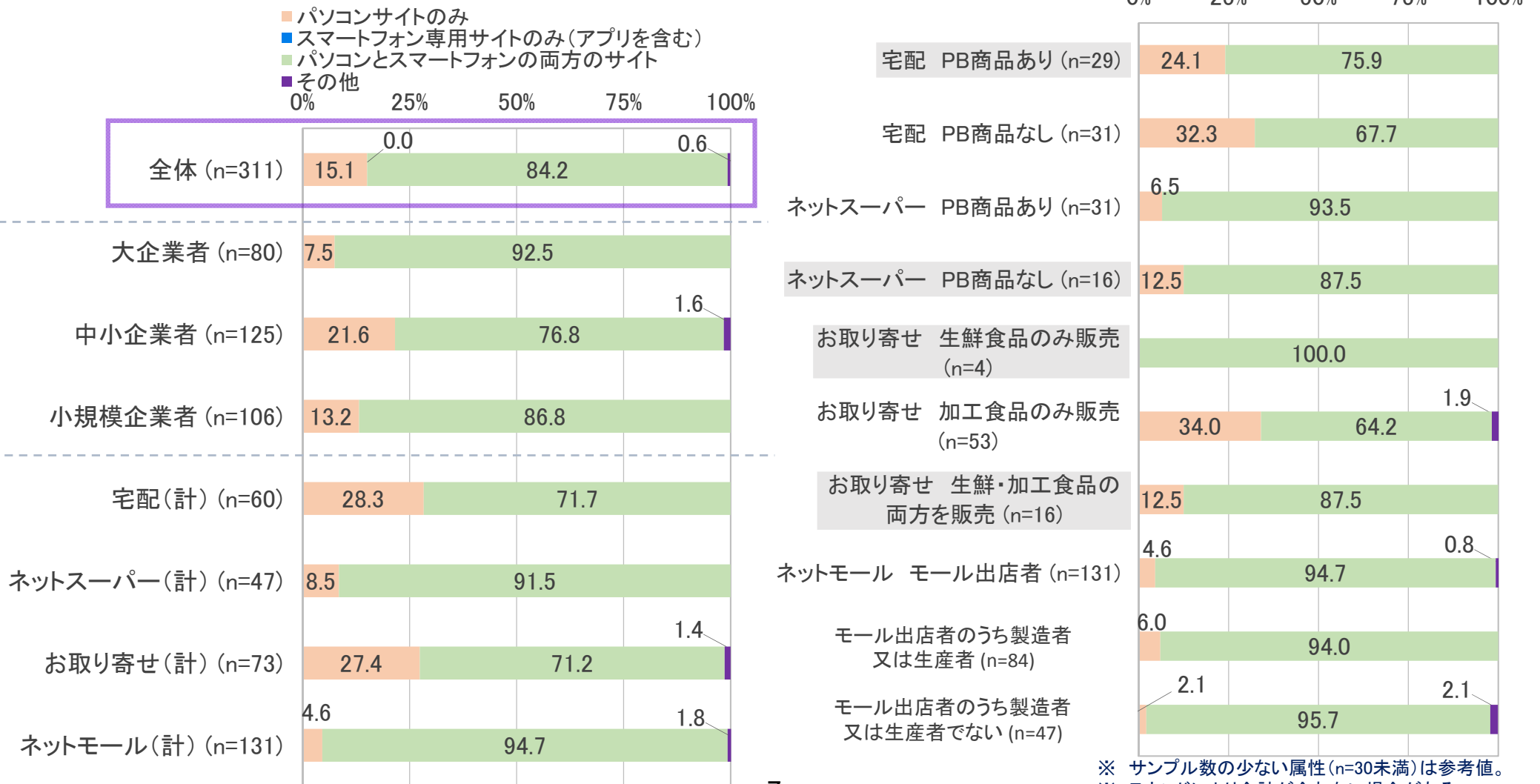
		n	店舗	インターネット	カタログ・ダイレクトメール	テレビ	ラジオ	その他	(%)
全体		321	71.3	100.0	36.4	5.0	3.1	9.7	
企業規模	大企業者	82	76.8	100.0	53.7	12.2	6.1	9.8	
	中小企業者	126	73.0	100.0	42.1	4.0	2.4	7.9	
	小規模企業者	113	65.5	100.0	17.7	0.9	1.8	11.5	
業態	宅配(計)	60	56.7	100.0	35.0	6.7	5.0	8.3	
	ネットスーパー(計)	47	83.0	100.0	29.8	6.4	2.1	12.8	
	お取り寄せ(計)	73	79.5	100.0	46.6	4.1	-	9.6	
	ネットモール(計)	141	69.5	100.0	34.0	4.3	4.3	9.2	

* n=30以上で適用

使用しているウェブサイトの種類

- インターネット販売で使用しているウェブサイトは、「パソコンとスマートフォンの両方のサイト」が84.2%。
- 「スマートフォン専用サイトのみ（アプリを含む）」は回答がなかった（0.0%）。
 - 業態別にみると、宅配及びお取り寄せでは「パソコンサイトのみ」の比率が3割弱であるが、ネットスーパー及びネットモールでは「パソコンとスマートフォンの両方のサイト」が9割超である。

Q9 どのようなウェブサイトでインターネット販売を展開していますか。（回答対象者：ネットモール運営者以外）



※ サンプル数の少ない属性 (n=30未満) は参考値。
 ※ ラウンドにより合計が合わない場合がある。

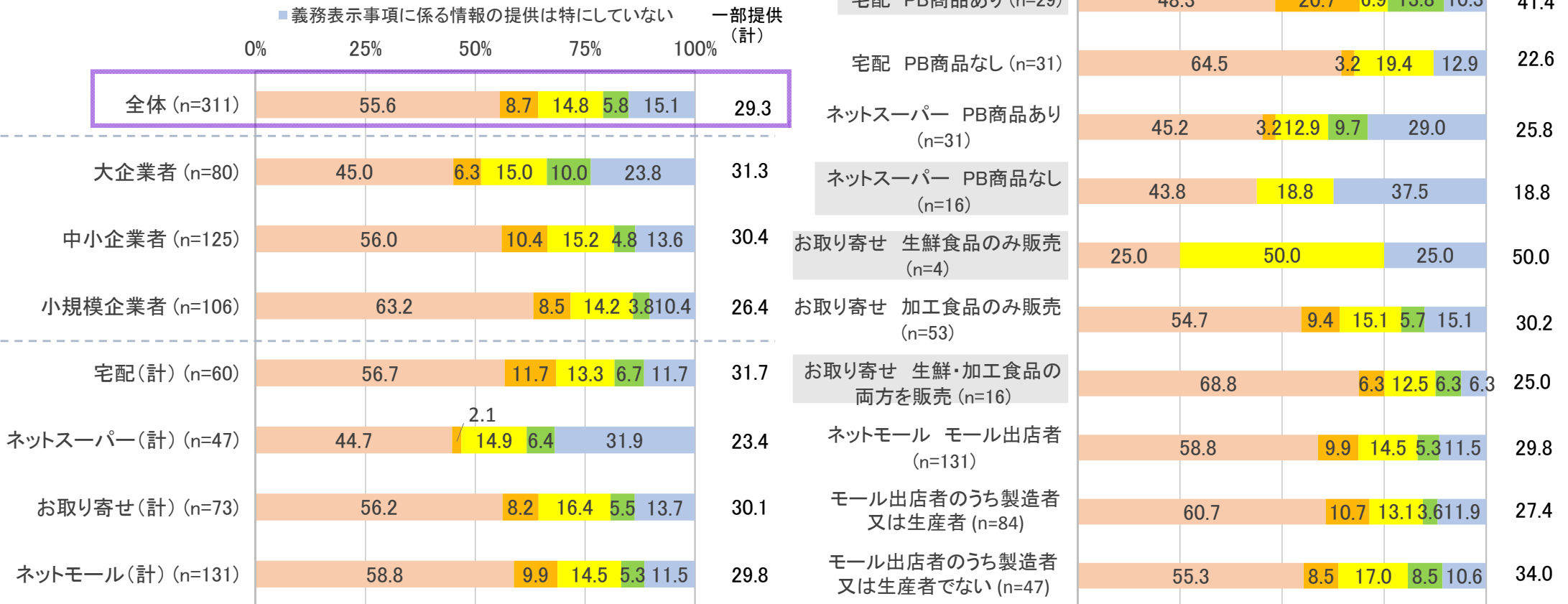
調査結果（情報の提供状況）

義務表示事項に係る情報の提供状況①

■ 義務表示事項に係る情報の提供状況は、「義務表示事項と同等の情報を提供している」が55.6%、「義務表示事項の一部の情報を提供している」が29.3%、「義務表示事項に係る情報の提供は特にしていない」は15.1%。

Q1 現在、食品の義務表示事項に係る情報について、インターネット販売に係るウェブページ上で情報提供を行っていますか。(回答対象者:ネットモール運営者以外)

- 義務表示事項と同等の情報を提供している
- 一部提供 - 主に安全性に関する事項と同等
- 一部提供 - 主に品質に関する事項と同等
- 一部提供 - その他
- 義務表示事項に係る情報の提供は特にしていない

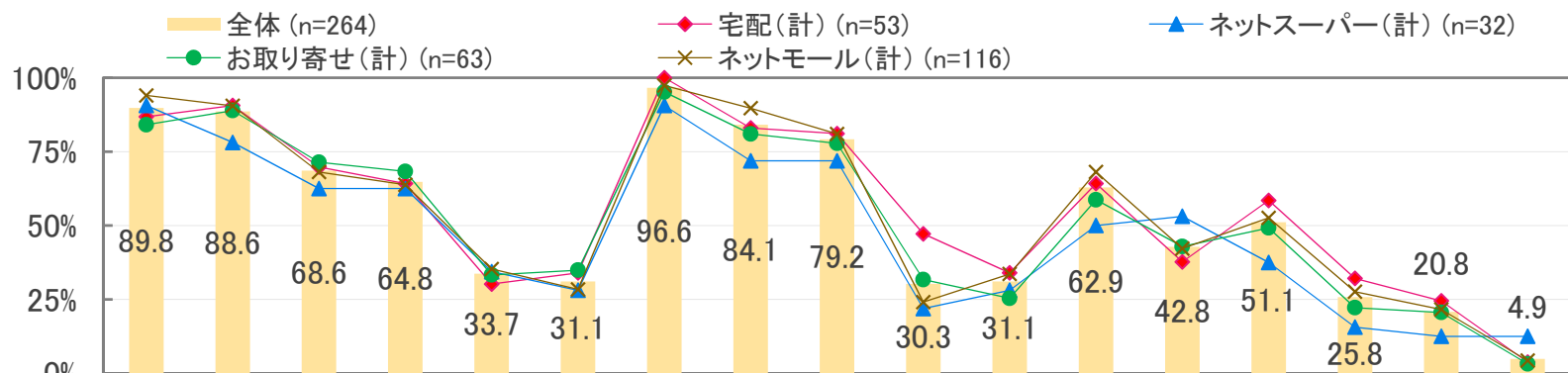


※ サンプル数の少ない属性(n=30未満)は参考値。
 ※ ラウンドにより合計が合わない場合がある。

義務表示事項に係る情報の提供状況②

- 提供されている義務表示事項に係る情報は、「内容量」(96.6%)、「名称」(89.8%)、「原材料」(88.6%)、「保存方法」(84.1%)、「消費期限・賞味期限(同等のものを含む)」(79.2%)の順に多い。

Q2 現在、義務表示事項に係るどのような情報について、提供を行っていますか。あてはまるものを全てお選びください。
(回答対象者: Q1において「義務表示事項と同等の情報を提供している」又は「義務表示事項の一部の情報を提供している」と回答した者(P7参照))



■ 全体+10ポイント以上
■ 全体+5~9.9ポイント
■ 全体-5~9.9ポイント
■ 全体-10ポイント以下
 * n=30以上で適用

n		名称	原材料	添加物	アレルゲン(計)	アレルゲン(7品目)	アレルゲン(27品目)	内容量	保存方法	消費期限・賞味期限	栄養成分	表示責任者	製造者	製造所	原産地・原料原産地	原産国(輸入品に限る)	遺伝子組換え	その他	(%)	
全体		264	89.8	88.6	68.6	64.8	33.7	31.1	96.6	84.1	79.2	30.3	31.1	62.9	42.8	51.1	25.8	20.8	4.9	
企業規模	大企業者	61	80.3	85.2	70.5	73.8	27.9	45.9	91.8	73.8	70.5	54.1	29.5	49.2	26.2	41.0	41.0	21.3	11.5	
	中小企業者	108	88.9	91.7	72.2	73.1	37.0	36.1	98.1	88.0	82.4	33.3	26.9	59.3	38.0	47.2	24.1	25.9	1.9	
	小規模企業者	95	96.8	87.4	63.2	49.5	33.7	15.8	97.9	86.3	81.1	11.6	36.8	75.8	58.9	62.1	17.9	14.7	4.2	
業態	宅配(計)	53	86.8	90.6	69.8	64.2	30.2	34.0	100.0	83.0	81.1	47.2	34.0	64.2	37.7	58.5	32.1	24.5	3.8	
	ネットスーパー(計)	32	90.6	78.1	62.5	62.5	34.4	28.1	90.6	71.9	71.9	21.9	28.1	50.0	53.1	37.5	15.6	12.5	12.5	
	お取り寄せ(計)	63	84.1	88.9	71.4	68.3	33.3	34.9	95.2	81.0	77.8	31.7	25.4	58.7	42.9	49.2	22.2	20.6	3.2	
	ネットモール(計)	116	94.0	90.5	68.1	63.8	35.3	28.4	97.4	89.7	81.0	24.1	33.6	68.1	42.2	52.6	27.6	21.6	4.3	

※1 アレルゲン(7品目): 特定原材料7品目を意味する(以下同じ)。
 ※2 アレルゲン(27品目): 特定原材料に準ずるものを含む27品目を意味する(以下同じ)。
 ※3 消費期限・賞味期限: 「お届けより〇日」等の情報を含む(以下同じ)。

義務表示事項に係る情報の提供方法の工夫例(提供資料から抜粋)

Q34 義務表示事項に係る情報提供について、取組の見本となる資料(販売画面に掲載されている食品表示に関する情報のキャプチャ画像やURL、義務表示事項に係る情報提供に関する社内指針等)を送付してください。(任意)
(回答対象者:Q1において「義務表示事項と同等の情報を提供している」又は「義務表示事項の一部の情報を提供している」と回答した者(P7参照))

事項名	表示方法
アレルギー	<ul style="list-style-type: none"> ・アイコン(特定原材料の旨も掲載) ・原材料の欄に「アレルギー表示:〇〇 ※製造ライン上で「△△」のコンタミがあります」 ・27品目名を記載し、該当するアレルギーを色分けやマーク
内容量	<ul style="list-style-type: none"> ・〇g(切り身×△個) ・外装サイズ 約〇mm×△mm×□mm
消費期限・賞味期限	<ul style="list-style-type: none"> ・賞味期間 冷凍〇日 ・「出荷日より約〇日以上のものでお届けします」

<アレルギーの掲載例①>

【特定原材料表記】 小麦

<アレルギーの掲載例②>

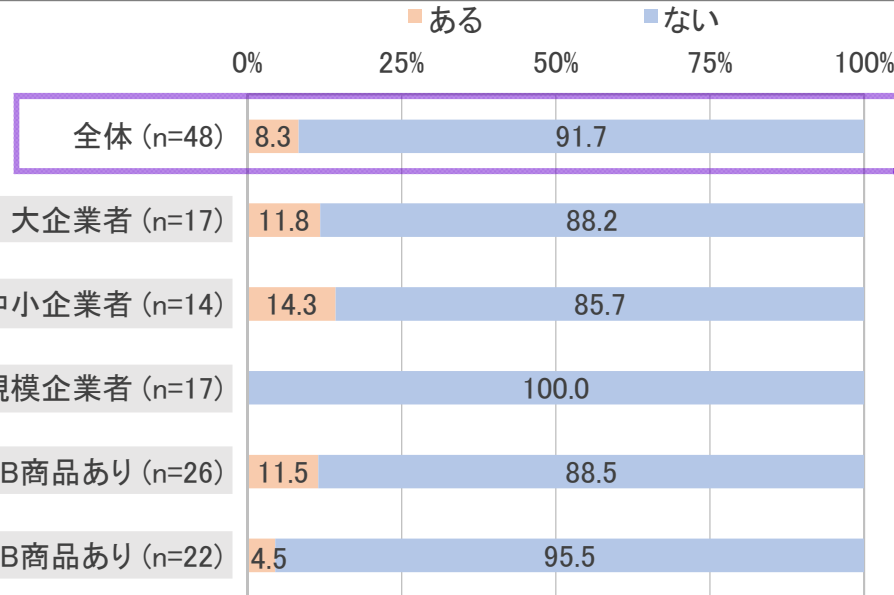
えび	かに	小麦	そば	卵
乳	落花生	あわび	いか	いくら
オレンジ	カシューナッツ	キウイフルーツ	牛肉	くるみ
ごま	さけ	さば	大豆	鶏肉
バナナ	豚肉	まつたけ	もも	やまいも
りんご	ゼラチン			

義務表示事項に係る情報のPB/NB商品による提供状況の違い

■ 義務表示事項に係る情報に「PB商品とNB商品で差はない」が91.7%。

※ 「PB」はプライベートブランド、「NB」はナショナルブランドを意味する。

Q4 PB商品とNB商品で義務表示事項に係る情報の提供について、差はありますか。
 (回答対象者: 宅配 (PB商品あり) 及びネットスーパー (PB商品あり) のうち、Q1において「義務表示事項と同等の情報を提供している」又は「義務表示事項の一部の情報を提供している」と回答した者 (P7参照))



Q5 PB商品とNB商品の情報に差がある理由で、あてはまるものを全てお選びください。
 (回答対象者: PB商品とNB商品で義務表示事項に係る情報に差がある者)

理由	全体(者)
合計	4
PB商品は十分な情報を持っているから (NB商品は情報が限られているから)	3
PB商品とNB商品では、情報管理システムが異なっているから	1
PB商品の情報を充実させることで、NB商品と差をつけるため	-
PB商品の方が表示に対する責任が重く感じるから	-
その他	1

※1 サンプル数の少ない属性 (n=30未満) は参考値。
 ※2 ラウンドにより合計が合わない場合がある。

Q2 現在、義務表示事項に係るどのような情報について、提供を行っていますか。あてはまるものを全てお選びください。
 (回答対象者: Q1において「義務表示事項と同等の情報を提供している」又は「義務表示事項の一部の情報を提供している」と回答した者 (P7参照))

■ 全体+10ポイント以上
 ■ 全体+5~9.9ポイント
 ■ 全体-5~9.9ポイント
 ■ 全体-10ポイント以下
 * n=30以上で適用

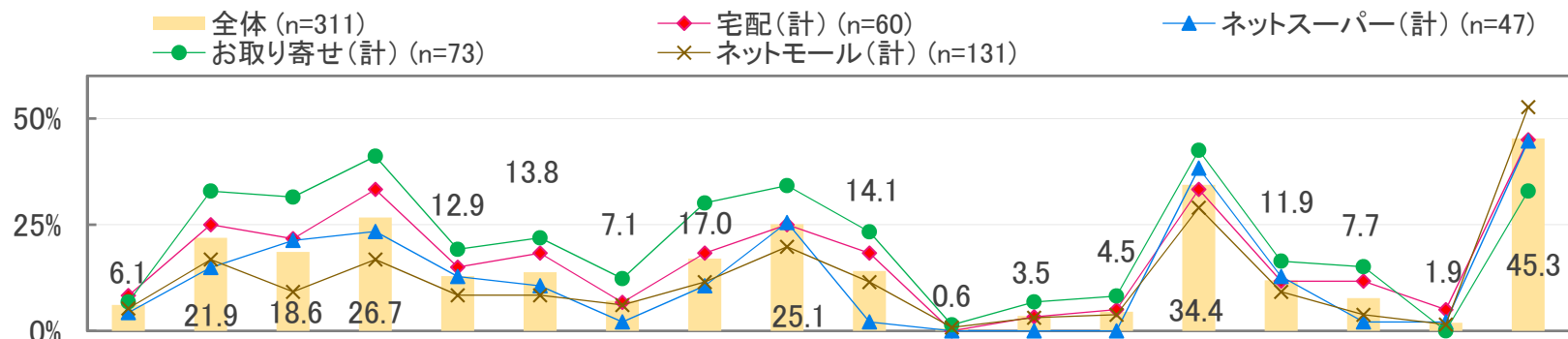
		n	名称	原材料	添加物	アレルギー (計)	アレルギー (7品目)	アレルギー (27品目)	内容量	保存方法	消費期限・賞味期限	栄養成分	表示責任者	製造者	製造所	原産地・原料原産地	原産国 (輸入品に限る)	遺伝子組換え	その他	(%)
全体		264	89.8	88.6	68.6	64.8	33.7	31.1	96.6	84.1	79.2	30.3	31.1	62.9	42.8	51.1	25.8	20.8	4.9	
業態	宅配 (計)	53	86.8	90.6	69.8	64.2	30.2	34.0	100.0	83.0	81.1	47.2	34.0	64.2	37.7	58.5	32.1	24.5	3.8	
	ネットスーパー (計)	32	90.6	78.1	62.5	62.5	34.4	28.1	90.6	71.9	71.9	21.9	28.1	50.0	53.1	37.5	15.6	12.5	12.5	
業態 (詳細)	宅配 PB商品あり	26	88.5	84.6	61.5	65.4	38.5	26.9	100.0	84.6	73.1	34.6	30.8	61.5	30.8	53.8	34.6	19.2	3.8	
	宅配 PB商品なし	27	85.2	96.3	77.8	63.0	22.2	40.7	100.0	81.5	88.9	59.3	37.0	66.7	44.4	63.0	29.6	29.6	3.7	
	ネットスーパー PB商品あり	22	90.9	77.3	63.6	59.1	40.9	18.2	90.9	77.3	72.7	18.2	27.3	63.6	54.5	40.9	13.6	13.6	13.6	
	ネットスーパー PB商品なし	10	90.0	80.0	60.0	70.0	20.0	50.0	90.0	60.0	70.0	30.0	30.0	20.0	50.0	30.0	20.0	10.0	10.0	

※ サンプル数の少ない属性 (n=30未満) は参考値。

義務表示事項に係る情報の消費者からの問合せ状況①

- 消費者から義務表示事項に係る情報の問合せは、「ない」が45.3%（何かしらの問合せがある者は54.7%）。
- 問合せが多い項目は、「原産地・原料原産地」（34.4%）、「アレルギー（計）」（26.7%）、「消費期限・賞味期限（同等のものを含む）」（25.1%）、「原材料」（21.9%）などの情報である。
 - 最も問合せが多い業態は「お取り寄せ」の67.1%（「ない」が32.9%）であり、全体と比べ「原材料」（32.9%）、「添加物」（31.5%）、「アレルギー（計）」（41.1%）、「保存方法」（30.1%）などの情報で問合せが多くなっている。

Q11 消費者から、義務表示事項に係る情報提供に関する問合せはありますか。あてはまるものを全てお選びください。（回答対象者：ネットモール運営者以外）



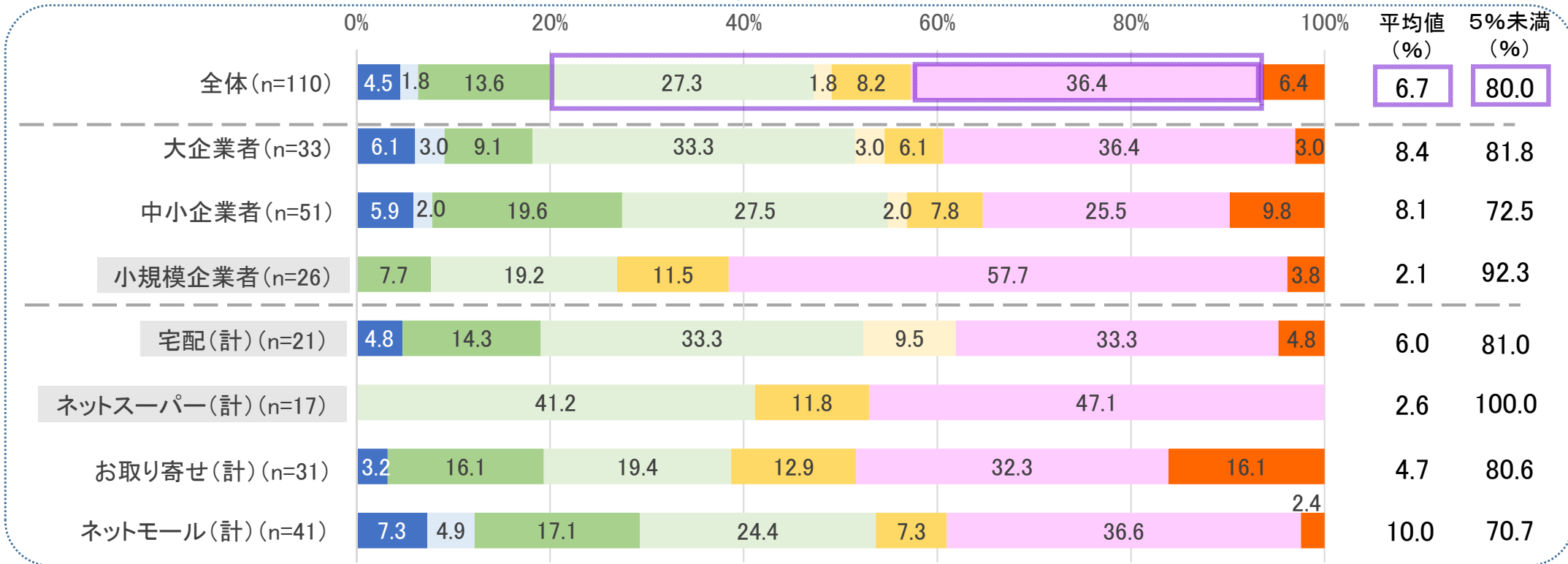
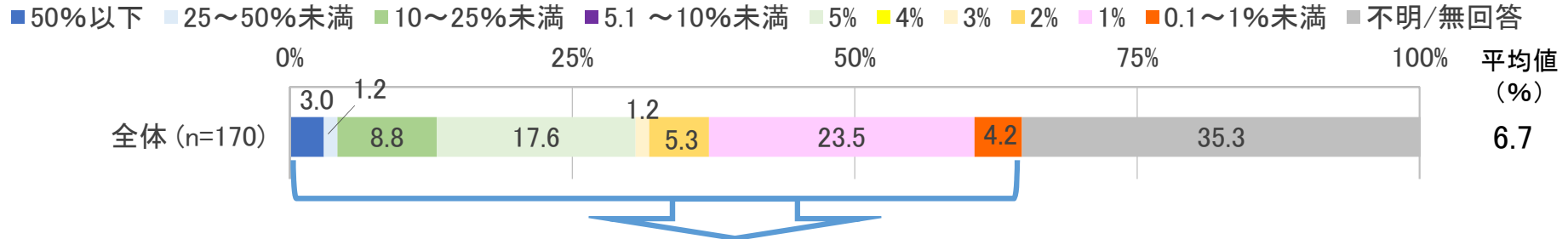
■ 全体+10ポイント以上
■ 全体+5~9.9ポイント
■ 全体-5~9.9ポイント
■ 全体-10ポイント以下
 * n=30以上で適用

業態	n	名称	項目																ない (%)	ある (%)	
			原材料	添加物	アレルギー(計)	アレルギー(7品目)	アレルギー(27品目)	内容量	保存方法	消費期限・賞味期限	栄養成分	表示責任者	製造者	製造所	原産地・原料原産地	原産国(輸入品に限る)	遺伝子組換え	その他			
全体	311	6.1	21.9	18.6	26.7	12.9	13.8	7.1	17.0	25.1	14.1	0.6	3.5	4.5	34.4	11.9	7.7	1.9	45.3	54.7	
企業規模	大企業者	80	6.3	23.8	18.8	38.8	15.0	23.8	8.8	17.5	35.0	20.0	1.3	5.0	3.8	48.8	22.5	11.3	5.0	31.3	68.7
	中小企業者	125	4.8	26.4	25.6	31.2	16.8	14.4	7.2	18.4	26.4	17.6	-	2.4	5.6	35.2	8.0	8.0	1.6	40.0	60.0
	小規模企業者	106	7.5	15.1	10.4	12.3	6.6	5.7	5.7	15.1	16.0	5.7	0.9	3.8	3.8	22.6	8.5	4.7	-	62.3	37.7
業態	宅配(計)	60	8.3	25.0	21.7	33.3	15.0	18.3	6.7	18.3	25.0	18.3	-	3.3	5.0	33.3	11.7	11.7	5.0	45.0	55.0
	ネットスーパー(計)	47	4.3	14.9	21.3	23.4	12.8	10.6	2.1	10.6	25.5	2.1	-	-	-	38.3	12.8	2.1	2.1	44.7	55.3
	お取り寄せ(計)	73	6.8	32.9	31.5	41.1	19.2	21.9	12.3	30.1	34.2	23.3	1.4	6.8	8.2	42.5	16.4	15.1	-	32.9	67.1
	ネットモール(計)	131	5.3	16.8	9.2	16.8	8.4	8.4	6.1	11.5	19.8	11.5	0.8	3.1	3.8	29.0	9.2	3.8	1.5	52.7	47.3

義務表示事項に係る情報の消費者からの問合せ状況②

■ 有効回答のうち、1か月当たりの義務表示事項に係る情報に関する問合せの占める割合は、1%との回答が36.4%と最も多く、5%未満が80.0%と過半数を占め、平均は6.7%。

Q12 1か月に寄せられる問合せのうち、義務表示事項に係る情報に関する問合せの占める割合はどのくらいですか。(任意)
(回答対象者: Q11で「ない」以外の回答をした者(P11参照))



※ 枠内は報告書(データを含む。)を基に消費者庁で作成。
 ※ サンプル数の少ない属性(n=30未満)は参考値。
 ※ ラウンドにより合計が合わない場合がある。

消費者からの要望への対応

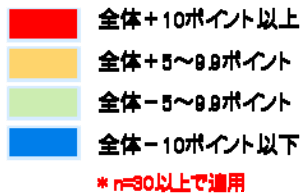
- 義務表示事項に係る情報提供について、消費者からの要望による提供は「ない」が65.9%（要望により対応した者は34.1%）。
- 要望に対応した情報では、「消費期限・賞味期限（同等のものを含む）」（18.9%）、「内容量」（18.2%）、「原材料」（17.8%）、「アレルギー（計）」（17.4%）、「保存方法」（16.3%）、「名称」（15.5%）の順が多い。

Q32 アンケートで回答いただいたこと以外に、義務表示事項に係る情報提供をより充実するための課題となっていること、又は過去にあった課題をどのような工夫によって解決したかを教えてください。（任意）

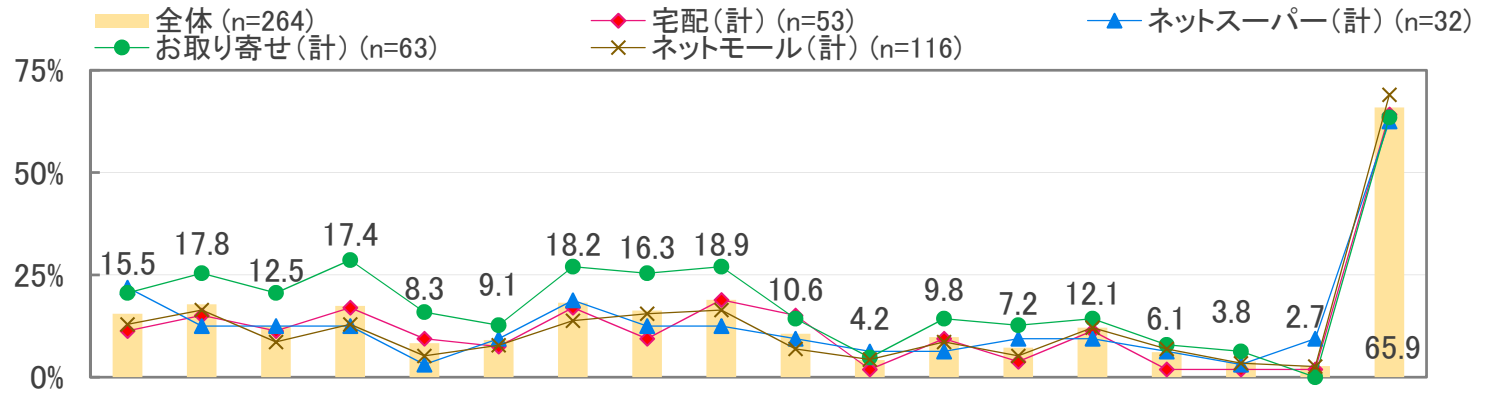
（回答対象者：Q1において「義務表示事項と同等の情報を提供している」又は「義務表示事項の一部の情報を提供している」と回答した者（P7参照）（以下同じ））

（抜粋）

- ・問合せが多い事項は、ウェブページの記載方法を変更するなどの改善を実施。
- ・商品情報に関わる問合せについては、随時電話及びメールで答えている。



Q13 義務表示事項に係る情報に関して、消費者からの要望で提供している情報はありますか。あてはまるものを全てお選びください。（回答対象者：Q1において「義務表示事項と同等の情報を提供している」又は「義務表示事項の一部の情報を提供している」と回答した者（P7参照））

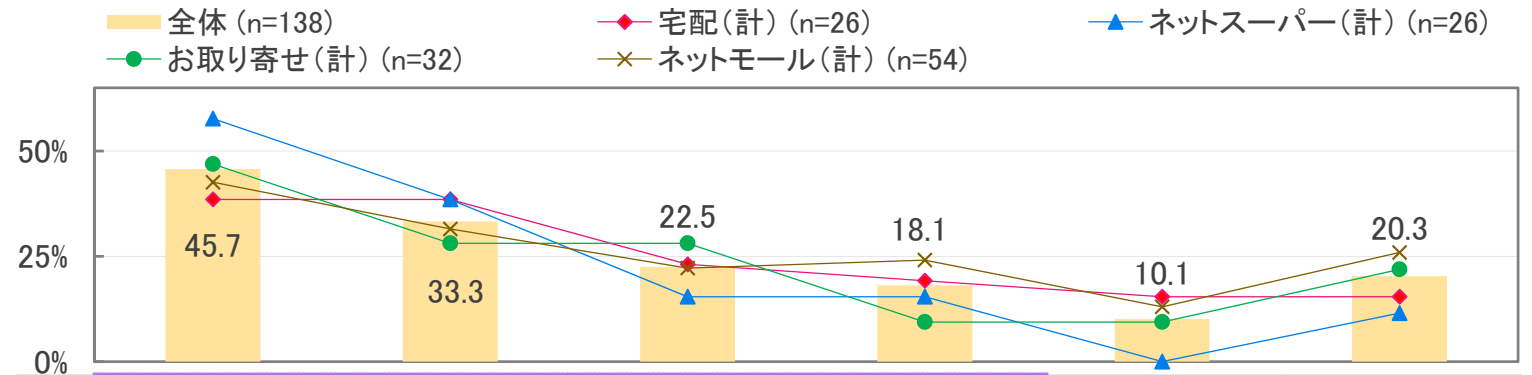


		n	名称	原材料	添加物	アレルギー(計)	アレルギー(7品目)	アレルギー(27品目)	内容量	保存方法	消費期限・賞味期限	栄養成分	表示責任者	製造者	製造所	原産地・原料原産地	原産国(輸入品に限る)	遺伝子組換え	その他	ない	ある
全体		264	15.5	17.8	12.5	17.4	8.3	9.1	18.2	16.3	18.9	10.6	4.2	9.8	7.2	12.1	6.1	3.8	2.7	65.9	34.1
企業規模	大企業者	61	13.1	18.0	16.4	19.7	6.6	13.1	18.0	13.1	21.3	21.3	3.3	8.2	3.3	11.5	13.1	8.2	9.8	57.4	42.6
	中小企業者	108	14.8	18.5	13.9	23.1	12.0	11.1	18.5	16.7	18.5	12.0	1.9	9.3	5.6	9.3	2.8	0.9	-	65.7	34.3
	小規模企業者	95	17.9	16.8	8.4	9.5	5.3	4.2	17.9	17.9	17.9	2.1	7.4	11.6	11.6	15.8	5.3	4.2	1.1	71.6	28.4
業態	宅配(計)	53	11.3	15.1	11.3	17.0	9.4	7.5	17.0	9.4	18.9	15.1	1.9	9.4	3.8	11.3	1.9	1.9	1.9	64.2	35.8
	ネットスーパー(計)	32	21.9	12.5	12.5	12.5	3.1	9.4	18.8	12.5	12.5	9.4	6.3	6.3	9.4	9.4	6.3	3.1	9.4	62.5	37.5
	お取り寄せ(計)	63	20.6	25.4	20.6	28.6	15.9	12.7	27.0	25.4	27.0	14.3	4.8	14.3	12.7	14.3	7.9	6.3	-	63.5	36.5
	ネットモール(計)	116	12.9	16.4	8.6	12.9	5.2	7.8	13.8	15.5	16.4	6.9	4.3	8.6	5.2	12.1	6.9	3.4	2.6	69.0	31.0

義務表示事項に係る情報の未提供理由

- 情報未提供の理由としては、「情報提供するための仕組みを見直す（変更する）必要があるから」が45.7%で最も多く、次いで「掲載できる情報量に制限があるから」（33.3%）、「人手が足りないから」（22.5%）、「手元に情報がないから」（18.1%）との理由があがった。
 - 情報提供を特にしていない者では、「情報提供するための仕組みを見直す（変更する）必要があるから」が59.6%であった。

Q3 義務表示事項に係る一部の情報提供ができていない、又は情報提供をしていない理由ではまるものを全てお選びください。
 (回答対象者: Q1において「義務表示事項の一部の情報を提供している」又は「義務表示事項に係る情報の提供は特にしていない」と回答した者(P7参照))



■ 全体+10ポイント以上
■ 全体+5~9.9ポイント
■ 全体-5~9.9ポイント
■ 全体-10ポイント以下
 * n=30以上で適用

		n	情報提供するための仕組みを見直す(変更する)必要があるから	掲載できる情報量に制限があるから	人手が足りないから	手元に情報がないから	コスト(人件費を除く)が増加するから	その他	(%)
全体		138	45.7	33.3	22.5	18.1	10.1	20.3	
企業規模	大企業者	44	61.4	43.2	18.2	20.5	6.8	13.6	
	中小企業者	55	45.5	25.5	27.3	14.5	9.1	20.0	
	小規模企業者	39	28.2	33.3	20.5	20.5	15.4	28.2	
業態	宅配(計)	26	38.5	38.5	23.1	19.2	15.4	15.4	
	ネットスーパー(計)	26	57.7	38.5	15.4	15.4	-	11.5	
	お取り寄せ(計)	32	46.9	28.1	28.1	9.4	9.4	21.9	
	ネットモール(計)	54	42.6	31.5	22.2	24.1	13.0	25.9	
情報提供の有無	一部の情報が提供できてない	91	38.5	35.2	19.8	20.9	8.8	23.1	
	情報の提供は特にしていない	47	59.6	29.8	27.7	12.8	12.8	14.9	

義務表示事項に係る情報の未提供理由及び情報提供の課題

Q3 義務表示事項に係る一部の情報提供ができていない、又は情報提供をしていない理由であてはまるものを全てお選びください。

Q32 アンケートで回答いただいたこと以外に、義務表示事項に係る情報提供をより充実するための課題となっていること、又は過去にあった課題をどのような工夫によって解決したかを教えてください。(任意)

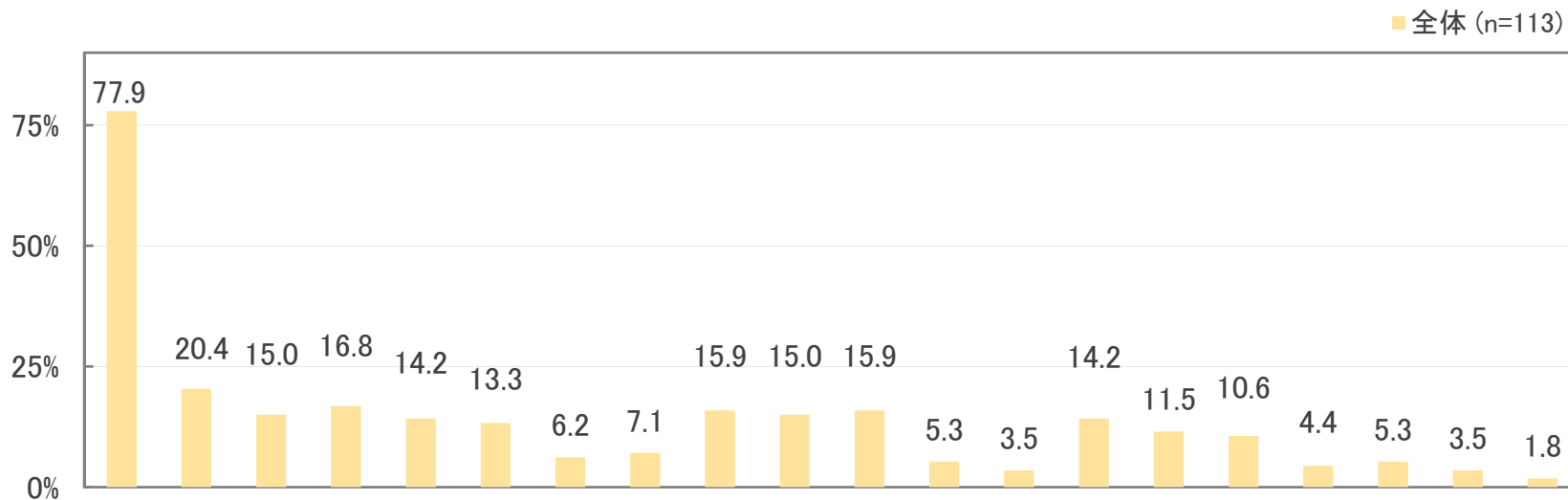
	未提供理由(「その他」から抜粋)	課題(自由記載の設問から抜粋)
「手元に情報が無い」に関する記述	<ul style="list-style-type: none"> ・栄養成分表示に対応していないため。 	<ul style="list-style-type: none"> ・アレルギー27品目への対応に課題(特定原材料に準ずるもの20品目については、製造者による表示自体が推奨であるため。)
「仕組みを見直す必要がある」に関する記述	<ul style="list-style-type: none"> ・外部委託の項目にないため。 ・都度変わる情報はメンテナンスができないため。 ・提供できる商品の賞味期限をリアルタイムで更新できないため。 ・出店サイトのガイドラインに従っているため。 	<ul style="list-style-type: none"> ・原料原産地表示は、ロット毎に表示を直す等は現実的に不可能なため、対応が困難。 ・システム連携等をしない限りは基本的に転記作業なので、作業ミスの懸念がある。 ・社内の基幹システムとウェブサイトの連携ができていないが、連携させるためには莫大なシステム投資が発生する。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・必要最低限の情報を記載しているため。 ・別途、PB専用ページに詳細情報を掲載しているため。 ・原料原産地は変更があるため問合せ対応としている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ギフト商品(多品種の詰め合わせ)においては義務表示事項に係る情報の記載が困難である。 ・製造者をウェブサイト上に掲載することで製造者に直接問合せが行くことが懸念される(販売者)。

調査結果（情報の伝達・利用）

流通業者への販売時の情報伝達①～状況～

■ 流通業者への販売時の情報伝達状況は、「義務表示事項に係る情報は全て伝達している」が77.9%、「義務表示事項に係る情報の一部を伝達している」が20.4%であった（合計98.2%）。

Q16 商品を流通業者へ販売する場合、義務表示事項に係る情報を伝達していますか。（回答対象者：お取り寄せ及びネットモール出店者（製造者又は生産者））



n	伝達状況		一部伝達																		伝達していない (%)	
	全て伝達している (%)	一部伝達 (計) (%)	名称	原材料	添加物	アレルギー (計)	アレルギー (7品目)	アレルギー (27品目)	内容量	保存方法	消費期限・賞味期限	栄養成分	表示責任者	製造者	製造所	原産地・原料原産地	原産国 (輸入品に限る)	遺伝子組換え	その他			
全体	113	77.9	20.4	15.0	16.8	14.2	13.3	6.2	7.1	15.9	15.0	15.9	5.3	3.5	14.2	11.5	10.6	4.4	5.3	3.5	1.8	
企業規模 (製造者及び生産者)																						
大企業者	15	73.3	26.7	6.7	20.0	13.3	20.0	6.7	13.3	13.3	13.3	13.3	13.3	-	13.3	13.3	6.7	6.7	6.7	13.3	-	
中小企業者	65	83.1	15.4	12.3	12.3	10.8	7.7	3.1	4.6	12.3	10.8	12.3	4.6	3.1	10.8	7.7	7.7	1.5	4.6	3.1	1.5	
小規模企業者	33	69.7	27.3	24.2	24.2	21.2	21.2	12.1	9.1	24.2	24.2	24.2	3.0	6.1	21.2	18.2	18.2	9.1	6.1	-	3.0	

注：インターネット販売に取り組んでいる製造者及び生産者が回答

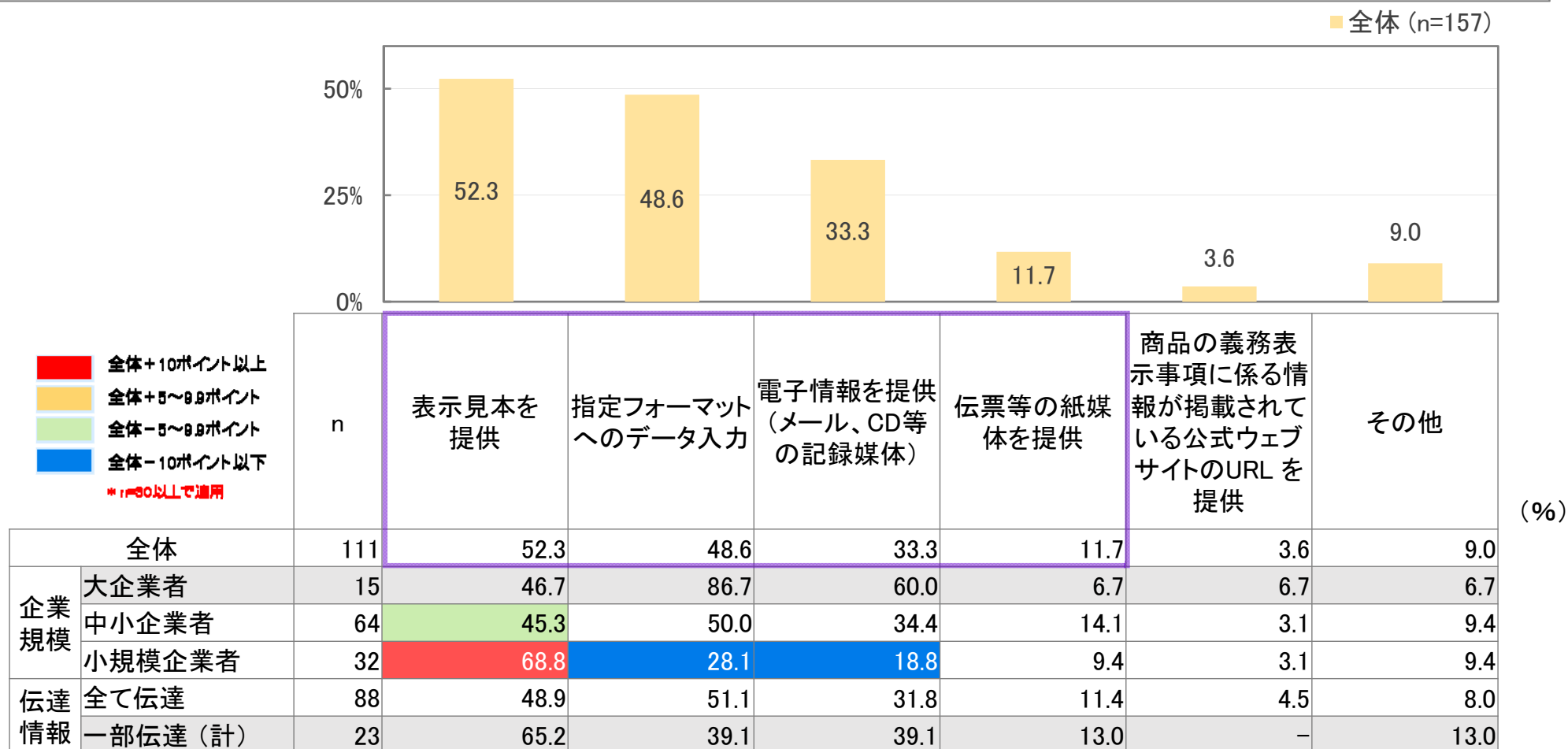
※1 「流通業者に販売していない」と回答した者を除くデータを示している。
 ※2 サンプル数の少ない属性(n=30未満)は参考値。
 ※3 ラウンドにより合計が合わない場合がある。

流通業者への販売時の情報伝達②～方法～

■ 流通業者への販売時の情報伝達方法は、「表示見本を提供」が52.3%で最も多く、次いで「指定フォーマットへのデータ入力」が48.6%、「電子情報を提供（メール、CD等の記録媒体）」が33.3%、「伝票等の紙媒体を提供」が11.7%と続く。

- 企業規模別で見ると、小規模企業者では「表示見本を提供」が68.8%を占め、他の伝達方法での比率は低い。

Q17 前問で回答した情報は、どのような手段を用いて流通業者へ伝達していますか。あてはまるものを全てお選びください。（回答対象者：お取り寄せ及びネットモール出店者（製造者又は生産者）のうち、Q16で「義務表示事項に係る情報は全て伝達している」又は「義務表示事項に係る情報の一部を伝達している」と回答した者（P17参照））



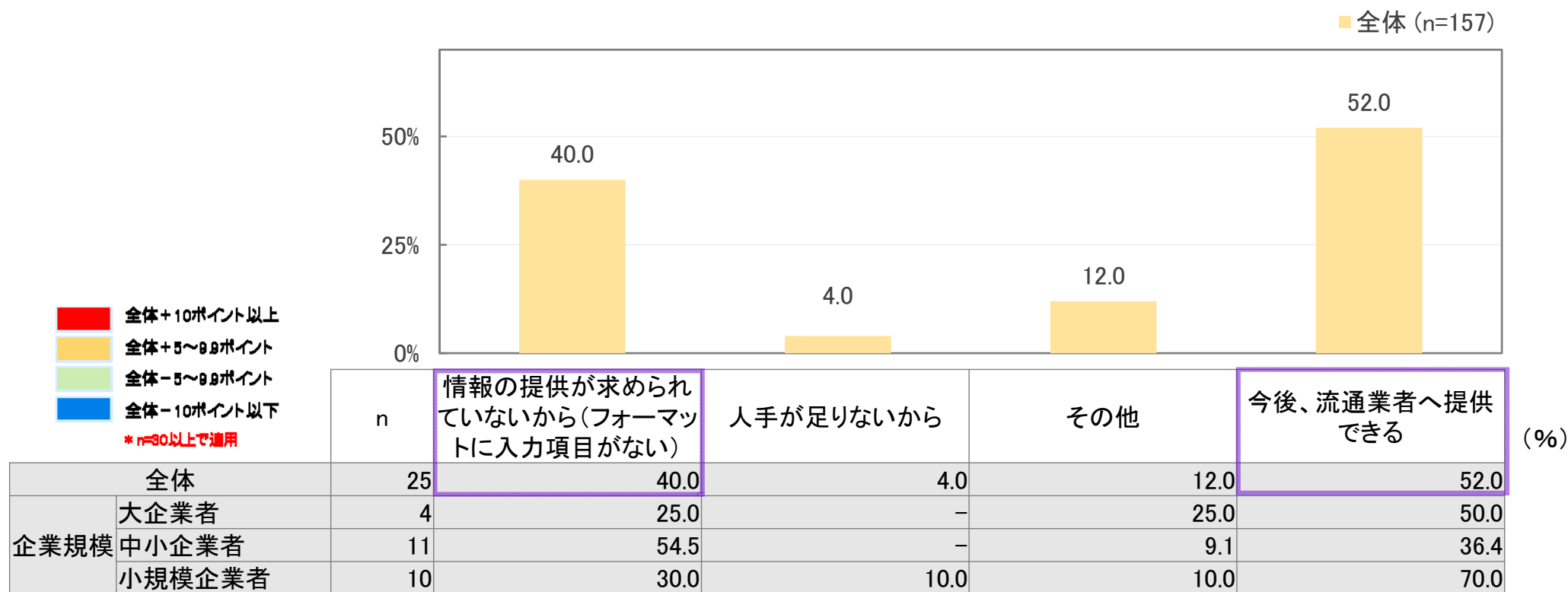
注：インターネット販売に取り組んでいる製造者及び生産者が回答

※ サンプル数の少ない属性(n=30未満)は参考値。

流通業者への販売時の情報伝達③～今後の対応可否～

- 現在提供できていない義務表示事項に係る情報については、「今後、流通業者へ提供できる」が52.0%。
- 今後もしない理由としては、「情報の提供が求められていないから（フォーマットに入力項目がない）」が40.0%。

Q18 現在提供できていない義務表示事項に係る情報について、今後、流通業者へ提供することはできますか。できない理由で、あてはまるものを全てお選びください。
 (回答対象者: お取り寄せ及びネットモール出店者(製造者又は生産者)のうち、Q16で「義務表示事項に係る情報の一部を伝達している」又は「義務表示事項に係る情報は伝達していない」と回答した者(P17参照))



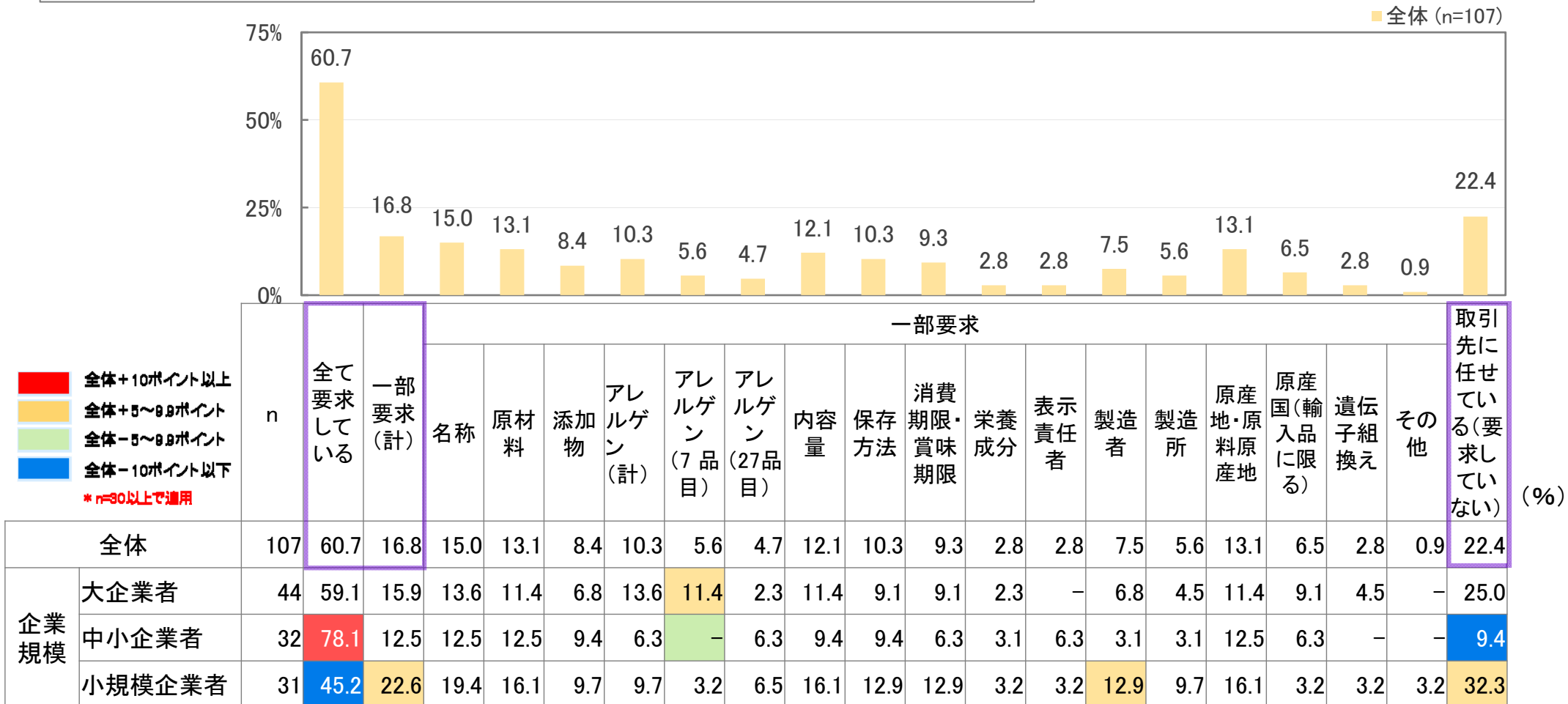
注: インターネット販売に取り組んでいる製造者及び生産者が回答

※ サンプル数の少ない属性(n=30未満)は参考値。

仕入先から購入時の情報伝達①～要求～

- 流通業者から仕入先への情報の要求は、「義務表示事項に係る情報は全て要求している」が60.7%、「義務表示事項に係る情報の一部を要求している」が16.8%であった（合計77.6%）。
- 「提供される情報は取引先に任せている（要求していない）」が22.4%。

Q19 商品の仕入れ先に義務表示事項に係る情報を要求していますか。(回答対象者: 宅配及びネットスーパー)



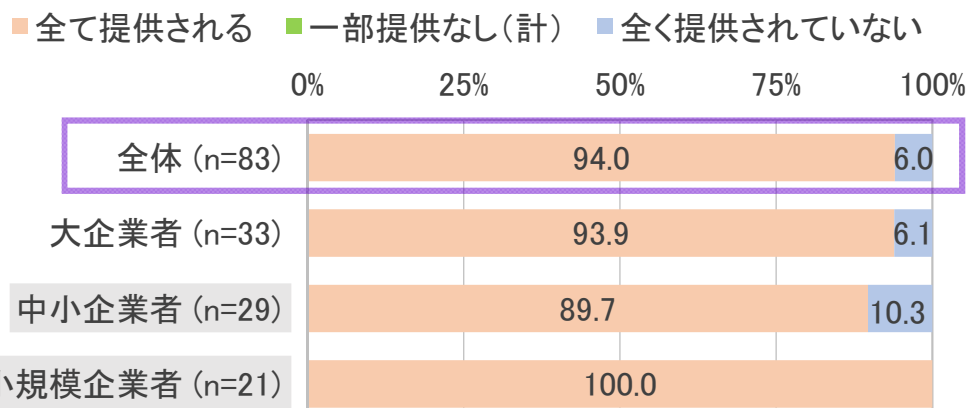
注: ネットモール出店者の流通業者は未回答

※1 サンプル数の少ない属性(n=30未満)は参考値。
 ※2 ラウンドにより合計が合わない場合がある。

仕入先から購入時の情報伝達②～方法～

- 要求した情報は、「全て提供される」が94.0%、「全く提供されていない」が6.0%だった。
- その情報の伝達手段は、「電子情報で提供される（メール、CD等の記録媒体）」が39.7%、「指定フォーマットにデータ入力をしてもらう」が38.5%、「伝票等の紙媒体で提供される」が35.9%、「表示見本で提供される」が33.3%などである。

Q20 前ページで回答した全ての情報を提供してもらえていますか。(回答対象者: 宅配及びネットスーパーのうち、Q19で「義務表示事項に係る情報は全て要求している」又は「義務表示事項に係る情報の一部を要求している」と回答した者(P20参照))

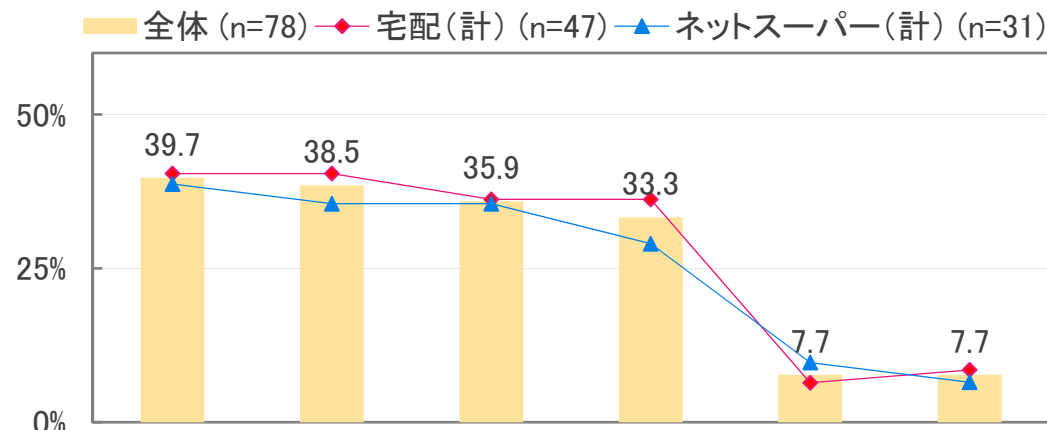


注: ネットモール出店者の流通業者は未回答。
 ※1 サンプル数の少ない属性(n=30未満)は参考値。
 ※2 ラウンドにより合計が合わない場合がある。



	n	伝達手段 (%)					商品の義務表示事項に係る情報が掲載されている公式ウェブサイトのURLを教えている (%)	その他 (%)
		電子情報で提供される (メール、CD等の記録媒体)	指定フォーマットにデータ入力をしてもらう	伝票等の紙媒体で提供される	表示見本で提供される	その他		
全体	78	39.7	38.5	35.9	33.3	7.7	7.7	
企業規模	大企業者	31	48.4	51.6	29.0	38.7	9.7	-
	中小企業者	26	34.6	46.2	38.5	26.9	3.8	7.7
	小規模企業者	21	33.3	9.5	42.9	33.3	9.5	19.0
	業態	宅配(計)	47	40.4	40.4	36.2	36.2	6.4
	ネットスーパー(計)	31	38.7	35.5	35.5	29.0	9.7	6.5

Q21 商品の仕入れ先に要求している情報は、どのような手段を用いて伝達されていますか。あてはまるものを全てお選びください。(回答対象者: 宅配及びネットスーパーのうち、Q20で「全て提供される」又は「一部、提供されていない」を選択した者)



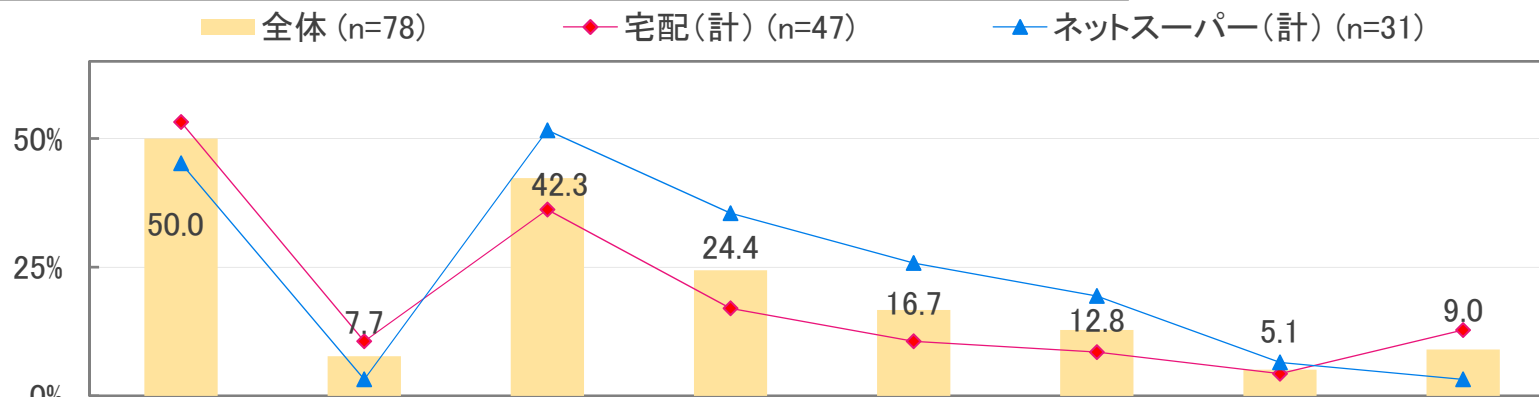
注: ネットモール出店者の流通業者は未回答

※ サンプル数の少ない属性(n=30未満)は参考値。

仕入先から購入時の情報伝達③～利用～

- 製造者から伝達された情報を全てウェブページで提供「している」は57.7%。
- 入手したすべての情報を提供していない理由は、「伝達された情報を管理するシステムとウェブページ掲載のシステムが連動していないから」(24.4%)が最も多く、次いで「ウェブページに掲載した情報を最新のものに保つことが困難だから」(16.7%)であった。

Q22 製造者から伝達された義務表示事項に係る情報を全てウェブページで提供していますか。
 (回答対象者: 宅配及びネットスーパーのうち、Q20で「全て提供される」又は「一部、提供されていない」を選択した者(P21参照))



■ 全体+10ポイント以上
■ 全体+5～9.9ポイント
■ 全体-5～9.9ポイント
■ 全体-10ポイント以下
 * n=30以上で適用

n	している(次の選択肢の場合を除く)	製造者から伝達された商品の義務表示事項に係る情報が掲載されている公式ウェブサイトのURLを掲載している	していない							
			伝達された情報を管理するシステムとウェブページ掲載のシステムが連動していないから	ウェブページに掲載した情報を最新のものに保つことが困難だから	消費者からの要望がないから	人手が足りないから	その他			
全体	78	50.0	7.7	42.3	24.4	16.7	12.8	5.1	9.0	
企業規模	大企業者	31	51.6	9.7	38.7	25.8	19.4	12.9	6.5	6.5
	中小企業者	26	38.5	11.5	50.0	26.9	11.5	11.5	7.7	15.4
	小規模企業者	21	61.9	-	38.1	19.0	19.0	14.3	-	4.8
業態	宅配(計)	47	53.2	10.6	36.2	17.0	10.6	8.5	4.3	12.8
	ネットスーパー(計)	31	45.2	3.2	51.6	35.5	25.8	19.4	6.5	3.2

注: ネットモール出店者の流通業者は未回答

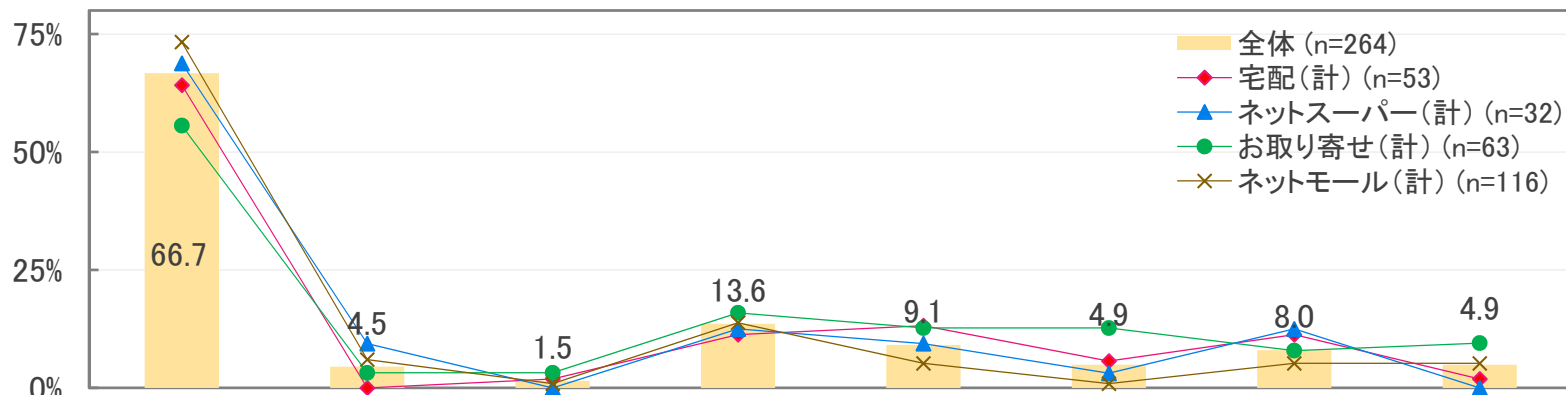
※1 サンプル数の少ない属性(n=30未満)は参考値。
 ※2 ラウンドにより合計が合わない場合がある。

調査結果（情報提供の方法）

義務表示事項に係る情報の提供方法の方針

- 情報提供方針としては、「ラベル表示と同様に一括して（まとめて）記載」が最も多く66.7%。
 - お取り寄せでは、「ラベル表示と同様に一括して（まとめて）記載」（55.6%）が他の業態に比べ低く、「義務表示事項に係る情報の詳細は別ページで確認できるようにしている」（12.7%）が他の業態に比べて高い傾向がある。

Q14 提供している情報については、どのような方針や考え方を基にウェブページに記載をしていますか。あてはまるものを全てお選びください。
 （回答対象者：ネットモール運営者以外であり、Q1で「義務表示事項と同等の情報を提供している」又は「義務表示事項の一部の情報を提供している」と回答した者（P7参照））



■ 全体+10ポイント以上
■ 全体+5~9.9ポイント
■ 全体-5~9.9ポイント
■ 全体-10ポイント以下
 * n=30以上で適用

		n	一括して記載	写真掲載 - 拡大可	写真掲載 - 拡大不可	明記	商品ページに記載	別ページで確認可能	目立つように記載	その他	(%)
全体		264	66.7	4.5	1.5	13.6	9.1	4.9	8.0	4.9	
企業規模	大企業者	61	50.8	11.5	-	21.3	9.8	9.8	13.1	6.6	
	中小企業者	108	69.4	1.9	1.9	13.0	6.5	5.6	6.5	3.7	
	小規模企業者	95	73.7	3.2	2.1	9.5	11.6	1.1	6.3	5.3	
業態	宅配(計)	53	64.2	-	1.9	11.3	13.2	5.7	11.3	1.9	
	ネットスーパー(計)	32	68.8	9.4	-	12.5	9.4	3.1	12.5	-	
	お取り寄せ(計)	63	55.6	3.2	3.2	15.9	12.7	12.7	7.9	9.5	
	ネットモール(計)	116	73.3	6.0	0.9	13.8	5.2	0.9	5.2	5.2	

義務表示事項に係る情報の提供方法の方針(自由記載から抜粋)

Q14 提供している情報については、どのような方針や考え方を基にウェブページに記載をしていますか。あてはまるものを全てお選びください。

「安全性に関する事項に係る情報は目立つように記載する」の具体例

- 特定原材料は色分けしている。
- 文字の色やスペース、文字サイズに注意して掲載している。
- フォントを変えている。
- ページ内にタブを設定して情報を見られるようにしている。
- 商品注文ボタンのそばに掲載している。
- 商品購入欄(ページ)に掲載している。
- 商品画像のすぐ下に掲載している。

情報提供の方針等(「その他」から抜粋)

- PDFファイルの一覧表を別ページで確認できるようにしている。
- 全商品同一フォーマットで掲載している。

Q32 アンケートで回答いただいたこと以外に、義務表示事項に係る情報提供をより充実するための課題となっていること、又は過去にあった課題をどのような工夫によって解決したかを教えてください。(任意)

Q33 義務表示事項に係る情報を提供するために、特に工夫している取組(情報管理の方法や物品と食品情報をリンクさせるための仕組み等)を具体的に教えてください。(任意)

(回答対象者:Q1において「義務表示事項と同等の情報を提供している」又は「義務表示事項の一部の情報を提供している」と回答した者(P7参照))

情報提供の方針や工夫(自由記載の設問から抜粋)

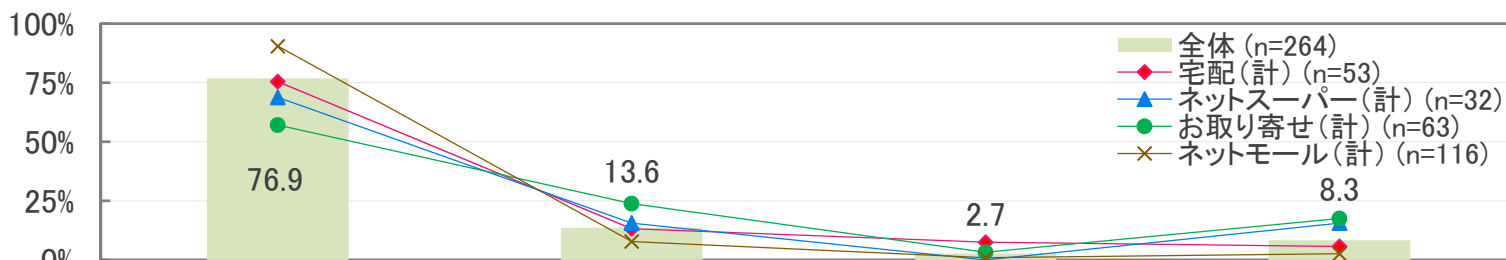
- 目に留まりやすくするためにも、必要十分な情報をコンパクトに分かりやすく掲載することが重要である。
- アレルゲンについて、別ページで一覧表を示している。

義務表示事項に係る情報の掲載方法

■ ウェブページへの掲載方法は、「ウェブページに義務表示事項に係る情報を手入力している（委託を含む）」が76.9%を占めている。

- 企業規模別でみると、大企業者では「ウェブページと商品マスタが連動しており、義務表示事項に係る情報が自動で入力される」が26.2%であり、中小企業者（7.4%）、小規模企業者（12.6%）と比べ割合が高い。
- 業態別では、お取り寄せで「ウェブページに義務表示事項に係る情報を手入力している」割合が57.1%と全体と比較して低く、「ウェブページと商品マスタが連動しており、義務表示事項に係る情報が自動で入力される」の比率が23.8%と高い。

Q23 義務表示事項に係る情報をどのような方法でウェブページに掲載していますか。あてはまるものを全てお選びください。（回答対象者：Q1において「義務表示事項と同等の情報を提供している」又は「義務表示事項の一部の情報を提供している」と回答した者（P7参照））



■ 全体+10ポイント以上
■ 全体+5~9.9ポイント
■ 全体-5~9.9ポイント
■ 全体-10ポイント以下
 * n=30以上で適用

		n	ウェブページ(モール出店者の場合、モール運営者が示すフォーマットを含む)に義務表示事項に係る情報を手入力している(委託を含む)。	ウェブページと商品マスタ(商品の情報管理システム)が連動しており、義務表示事項に係る情報が自動で入力される	商品の義務表示事項に係る情報が掲載されているメーカーのウェブページのリンクを貼る	その他	(%)
全体		264	76.9	13.6	2.7	8.3	
企業規模	大企業者	61	67.2	26.2	6.6	4.9	
	中小企業者	108	81.5	7.4	2.8	8.3	
	小規模企業者	95	77.9	12.6	-	10.5	
業態	宅配(計)	53	75.5	13.2	7.5	5.7	
	ネットスーパー(計)	32	68.8	15.6	-	15.6	
	お取り寄せ(計)	63	57.1	23.8	3.2	17.5	
	ネットモール(計)	116	90.5	7.8	0.9	2.6	

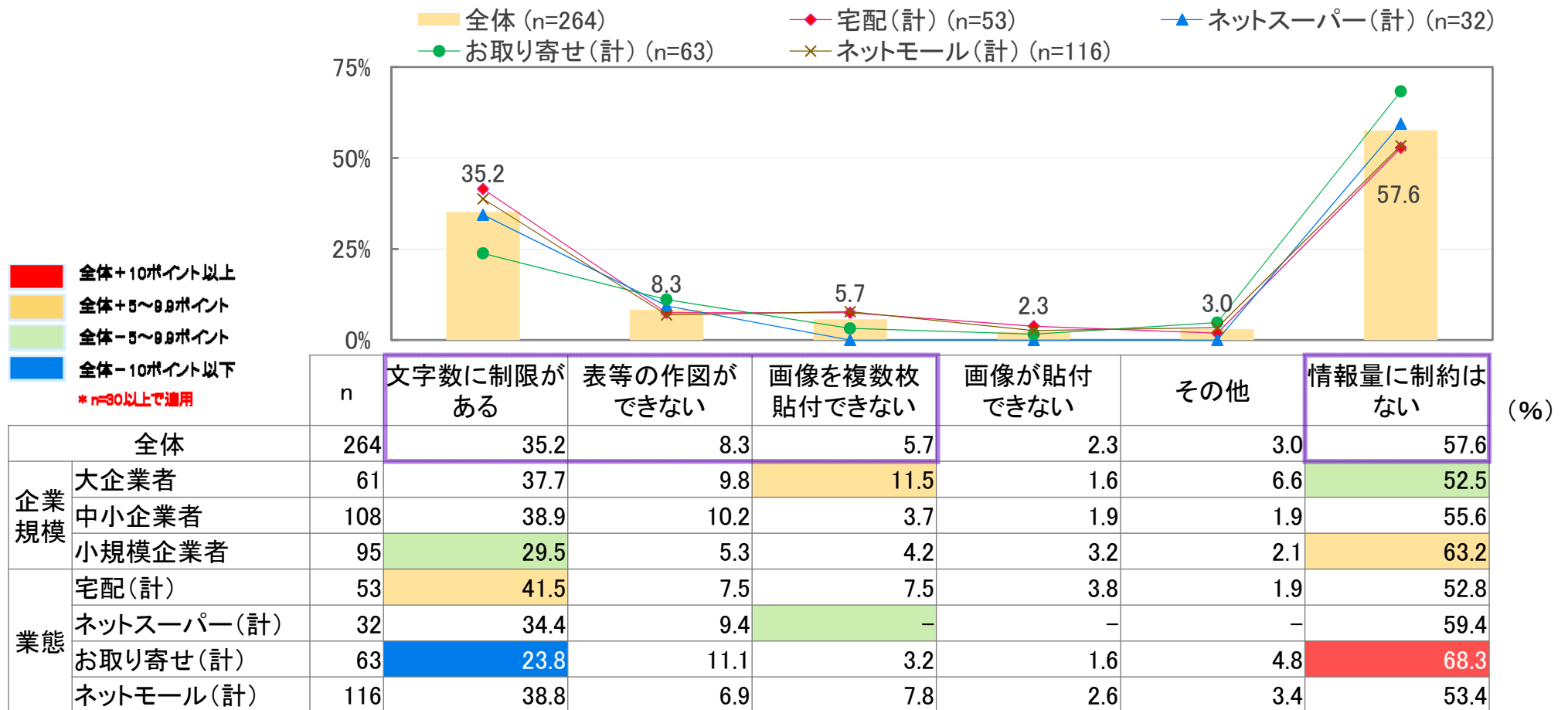
<その他(自由記載より抜粋)>

- 義務表示事項に係る情報を掲載したファイルを作成しリンクを貼る。
- メールでの質問フォームを設置している。

掲載情報の制約

- ウェブページに掲載する際の情報量については、「情報量に制約はない」が57.6%（42.4%が情報量に制約がある。）。
- 情報量に制約がある中では、「文字数に制限がある」が35.2%で最も多く、「表等の作図ができない」が8.3%、「画像を複数枚貼付できない」が5.7%など。

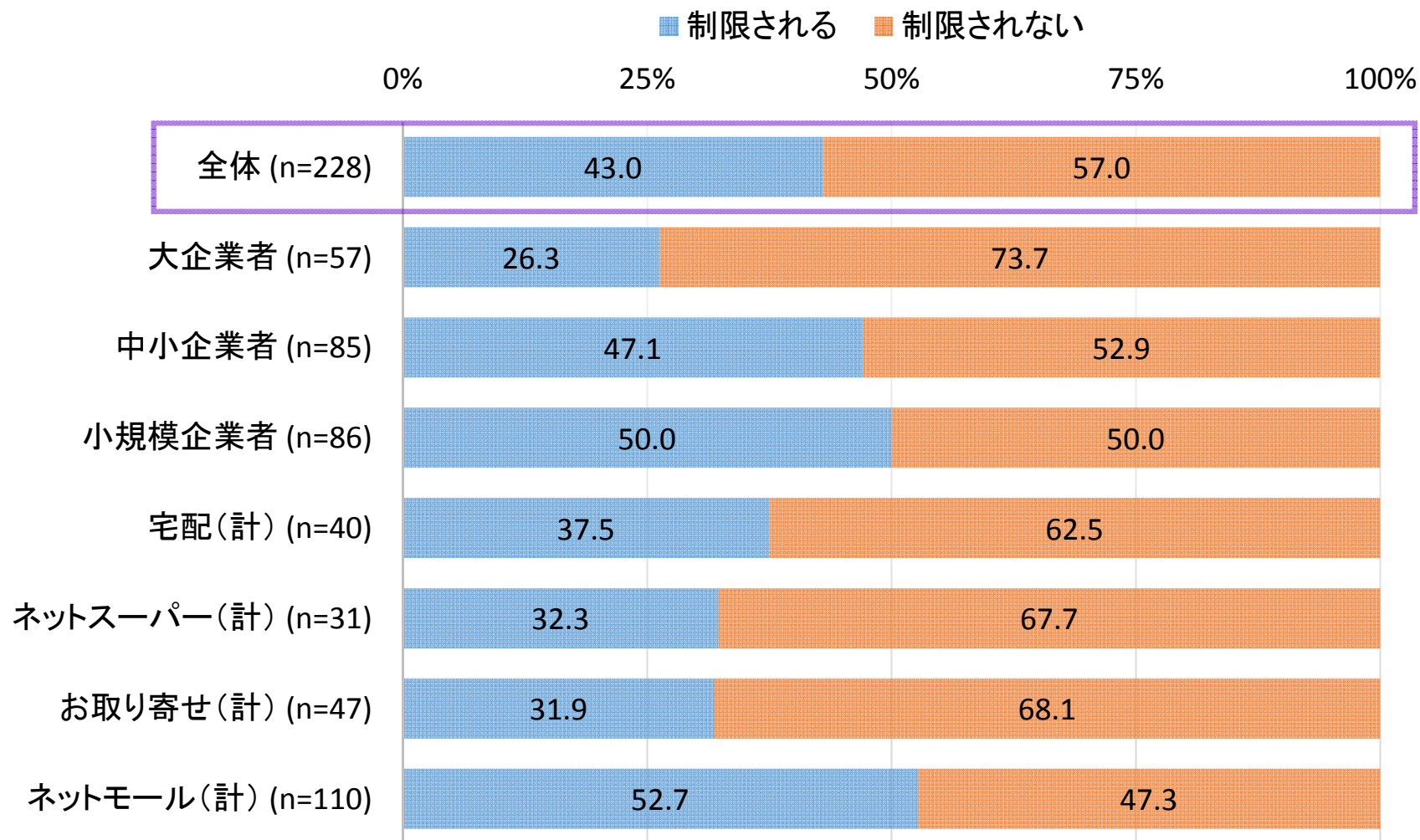
Q24 ウェブページで情報を提供するに当たって、掲載できる情報量に制約はありますか。あてはまるものを全てお選びください。（回答対象者：Q1において「義務表示事項と同等の情報を提供している」又は「義務表示事項の一部の情報を提供している」と回答した者（P7参照））



スマートフォンページの掲載情報の制約

■ スマートフォンページに掲載できる情報量については、パソコンページと比べて「制限される」が43.0%。

Q25 スマートフォンのページは、パソコンのページと比べて掲載できる情報量が制限されますか。(回答対象者: Q9で「パソコンとスマートフォンの両方のサイト」と回答した者(P5参照)のうち、Q1で「義務表示事項と同等の情報を提供している」又は「義務表示事項の一部の情報を提供している」と回答した者(P7参照))



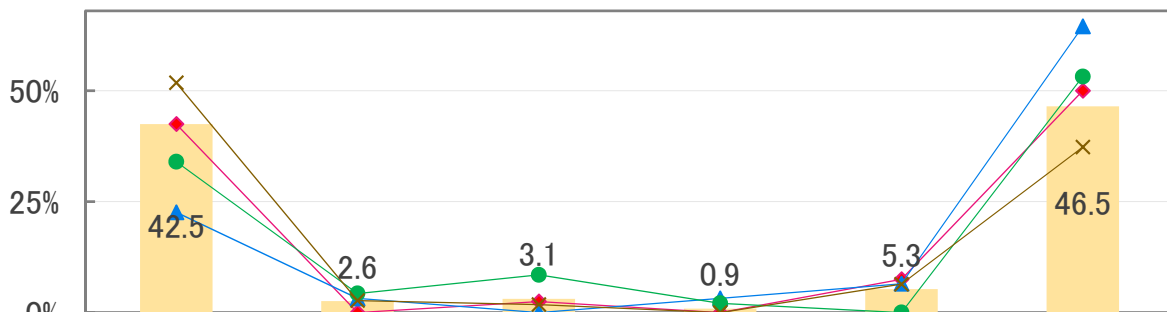
※ ラウンドにより合計が合わない場合がある。

スマートフォンページの掲載情報の提供方法の工夫

- スマートフォンページで義務表示事項に係る情報の見せ方を「特に工夫していない」が46.5%（53.5%が工夫している。）。
- 「義務表示事項に係る情報に一覧性を持たせて記載している」が42.5%であった。

Q10 スマートフォンは、パソコンと比べ画面が小さいですが、義務表示事項に係る情報の見せ方の工夫をしていますか。工夫しているものを全てお選びください。
 (回答対象者: Q9で「パソコンとスマートフォンの両方のサイト」と回答した者(P5参照)のうち、Q1で「義務表示事項と同等の情報を提供している」又は「義務表示事項の一部の情報を提供している」と回答した者(P7参照))

全体 (n=228) 宅配(計) (n=40) ネットスーパー(計) (n=31)
 お取り寄せ(計) (n=47) ネットモール(計) (n=110)



■ 全体+10ポイント以上
 ■ 全体+5~9.9ポイント
 ■ 全体-5~9.9ポイント
 ■ 全体-10ポイント以下
 * n=30以上で適用

		n	義務表示事項に係る情報に一覧性を持たせて記載している	義務表示事項に係る情報は商品ページの最初に記載	義務表示事項に係る情報の詳細は別ページ(メーカーサイトを含む)で確認できるようにしている	安全性に関する事項に係る情報は目立つように記載	その他	特に工夫していない
全体		228	42.5	2.6	3.1	0.9	5.3	46.5
企業規模	大企業者	57	33.3	3.5	5.3	-	8.8	49.1
	中小企業者	85	44.7	1.2	3.5	1.2	3.5	47.1
	小規模企業者	86	46.5	3.5	1.2	1.2	4.7	44.2
業態	宅配(計)	40	42.5	-	2.5	-	7.5	50.0
	ネットスーパー(計)	31	22.6	3.2	-	3.2	6.5	64.5
	お取り寄せ(計)	47	34.0	4.3	8.5	2.1	-	53.2
	ネットモール(計)	110	51.8	2.7	1.8	-	6.4	37.3

<「安全性に関する事項に係る情報は目立つように記載する」の具体例(自由記載欄から抜粋)>

- 見やすいようにスペースを確保したり、文字サイズを工夫している。
- 説明を加える。

<情報提供の方法の工夫例(その他)>

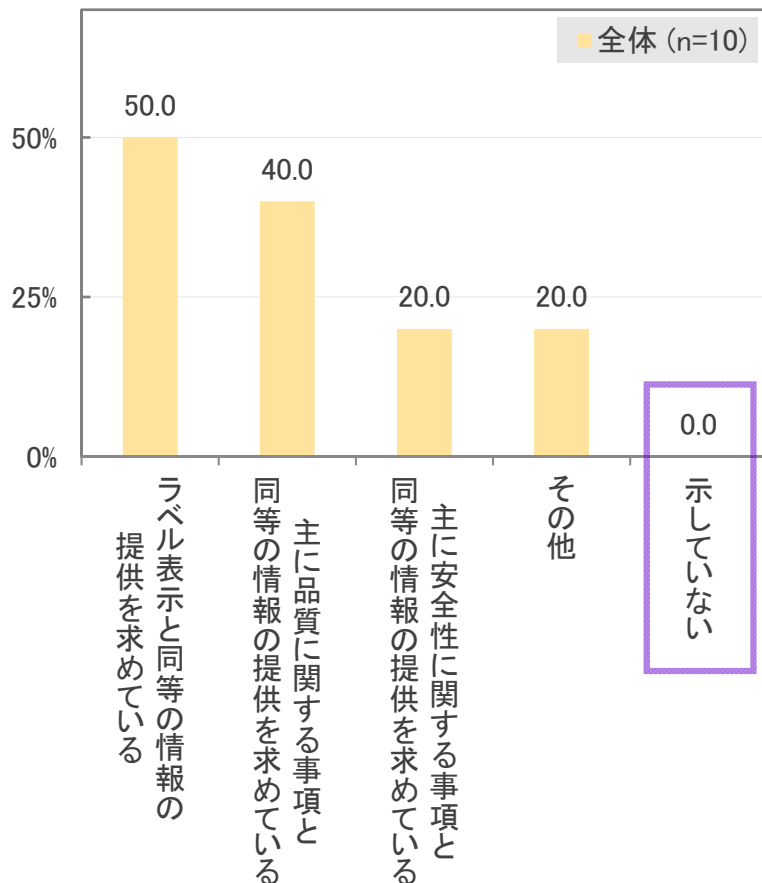
- テキスト表示で分かりやすく記載している。
- 最終購入決定直前のページに記載している。
- メールでの質問フォームを設置している。
- パソコンと同じ情報をスマートフォンサイトでは、フォントサイズやデザインを見やすくしている。
- レスポンシブデザインによりサイトを作成している。

(%)

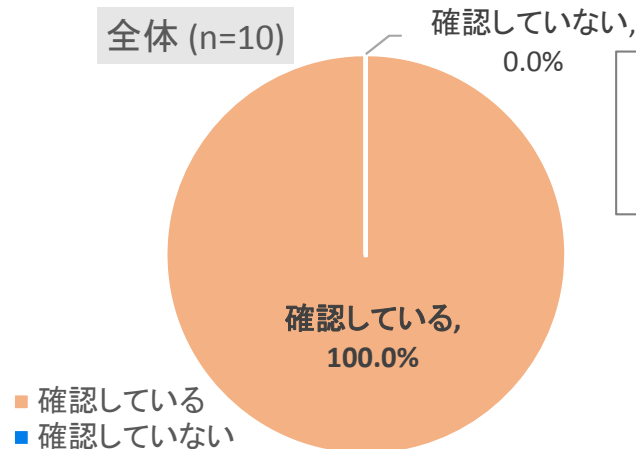
ネットモール運営者による義務表示事項に係る情報に関する指針等

- ネットモール出店者に対して示している義務表示事項に係る情報提供に関する指針等は、「示していない」が0.0%（回答のあった全てのネットモール運営者が指針等を示している。）。
- また、回答のあった全てのネットモール運営者が、出店者に対して指針等に従った情報提供をしているかの確認や、指針等に従った情報提供をしていない場合の注意喚起等の指導を行っている。

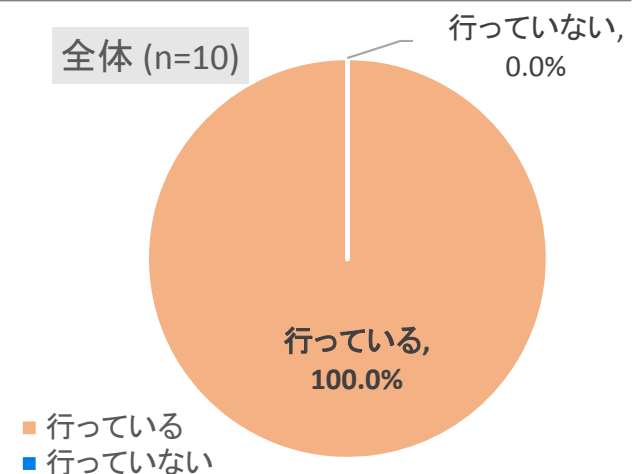
Q27 出店者に対し、義務表示事項に係る情報提供に関して指針等を示していますか。示しているものを全てお選びください。（回答対象者：ネットモール運営者）



Q28 出店者が当該指針等に従った情報提供をしているかどうか、確認をしていますか。（回答対象者：ネットモール運営者）



Q29 出店者が当該指針等に従った情報提供をしていない場合、出店者に対して注意喚起等の指導を行っていますか。（回答対象者：ネットモール運営者）

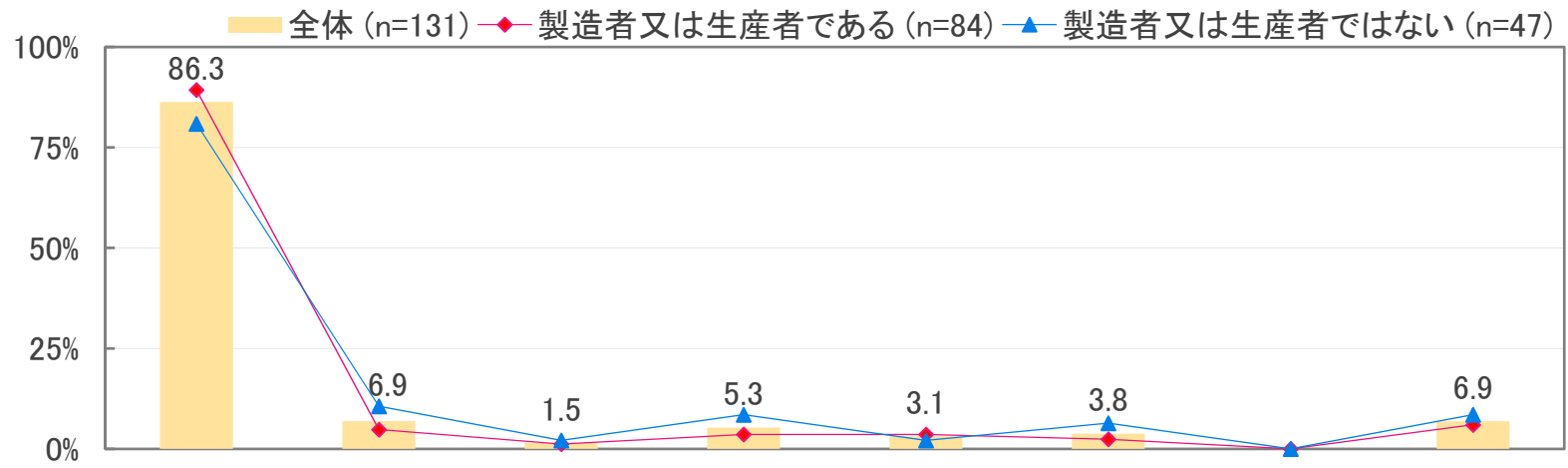


※ サンプル数の少ない属性 (n=30未満) は参考値。

ネットモール運営者からの指針等による義務表示事項に係る情報の提供状況

■ ネットモール出店者によるネットモール運営者からの義務表示事項に係る情報提供の指針等に従った情報提供は、「している」が86.3%、「していない」が6.9%、「指針がない」が6.9%だった。

Q8 モールを利用する際、モール運営者が設定した情報提供に関する指針に従って義務表示事項に係る情報を提供していますか。(回答対象者:ネットモール出店者)



■ 全体+10ポイント以上
■ 全体+5~9.9ポイント
■ 全体-5~9.9ポイント
■ 全体-10ポイント以下
 * n=30以上で適用

	n	している		していない					指針がない (%)	
		している	していない (計)	人手が足りないから	情報を提供するための仕組みを見直す(変更する)必要があるから	コスト(人件費を除く)が増加するから	手元に情報がないから	その他		
全体	131	86.3	6.9	1.5	5.3	3.1	3.8	-	6.9	
企業規模	大企業者	23	78.3	13.0	-	13.0	-	4.3	-	8.7
	中小企業者	56	89.3	3.6	1.8	3.6	3.6	1.8	-	7.1
	小規模企業者	52	86.5	7.7	1.9	3.8	3.8	5.8	-	5.8
業態	製造者又は生産者である	84	89.3	4.8	1.2	3.6	3.6	2.4	-	6.0
	製造者又は生産者ではない	47	80.9	10.6	2.1	8.5	2.1	6.4	-	8.5

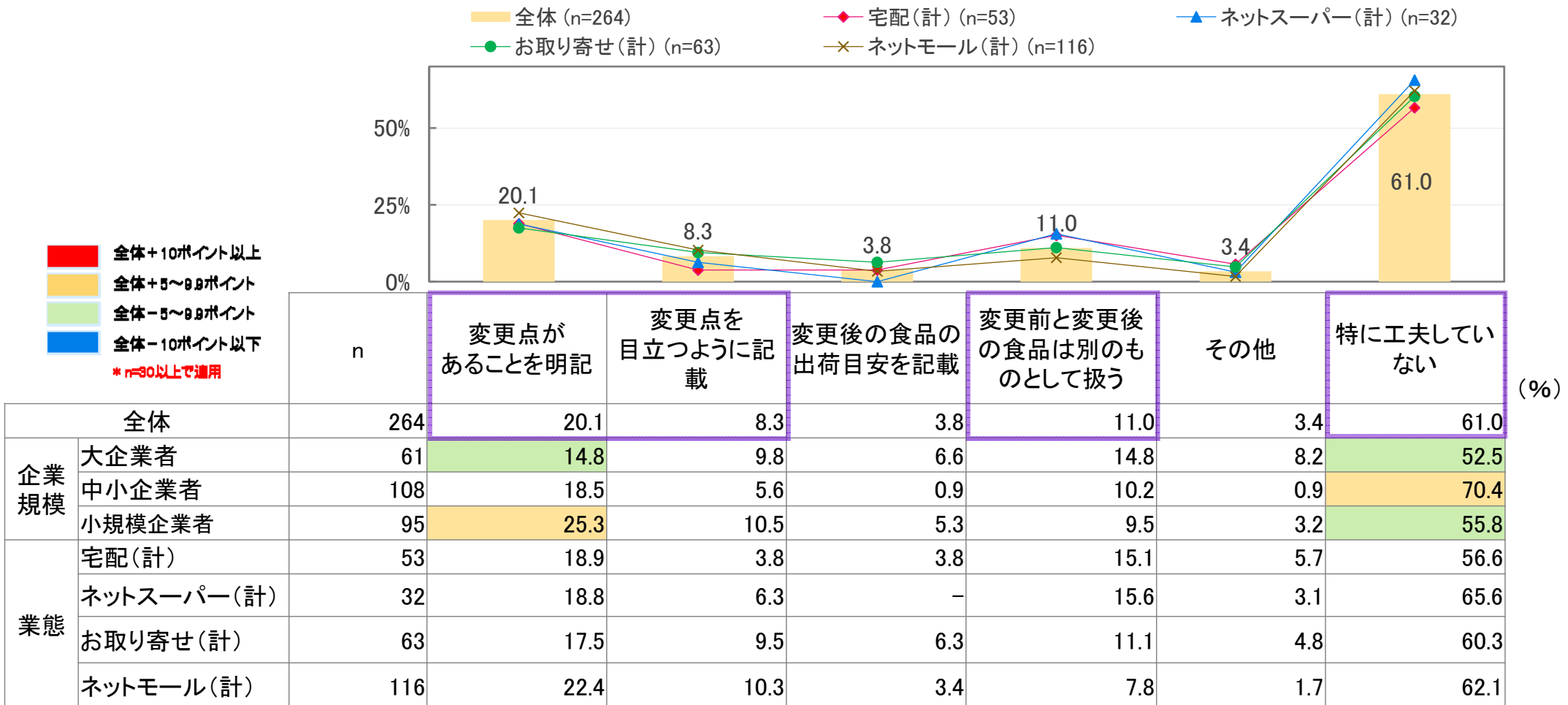
※ サンプル数の少ない属性(n=30未満)は参考値。
 ※ ラウンドにより合計が合わない場合がある。

調査結果（情報提供の更新）

提供している義務表示事項に係る情報の変更時の対応

- 提供している義務表示事項に係る情報の内容が変更になった場合、「特に工夫をしていない」が61.0%（39.0%が工夫をしている。）。
- 工夫する点として多い回答は、「変更点があることを明記」が20.1%、「変更前と変更後の食品は別のもものとして扱う」が11.0%、「変更点を目立つように記載」が8.3%であった。

Q15 情報提供の内容が変更になった場合、変更したことが分かるような工夫をしていますか。あてはまるものを全てお選びください。（回答対象者：Q1で「義務表示事項と同等の情報を提供している」又は「義務表示事項の一部の情報を提供している」と回答した者（P7参照））



提供情報変更時の対応(自由記載から抜粋)

Q15 情報提供の内容が変更になった場合、変更したことが分かるような工夫をしていますか。あてはまるものを全てお選びください。

情報更新の工夫の例(「その他」から抜粋)

- 定期購入者には事前に変更のお知らせをする。
- 変更前にリニューアル告知を打つ。
- ホームページに変更があった旨を掲載する。
- 一時的に販売を中止し、情報を更新して販売を再開する。

※「これまで情報が変更になったことはない」との回答もあった。

Q32 アンケートで回答いただいたこと以外に、義務表示事項に係る情報提供をより充実するための課題となっていること、又は過去にあった課題をどのような工夫によって解決したかを教えてください。(任意)

情報更新の課題(自由記載の設問から抜粋)

- 仕入先からの情報提供のタイムラグがあるため、リニューアル商品の情報が更新されておらず、ウェブページで掲載していたパッケージとは別の新しいパッケージの商品が消費者の元に届き、問合せをもらったことがある。
- システム連携ができていないため、情報の更新が手作業となり手間であり、作業ミスの懸念がある。
- JANコードを変更することなくラベルの表示内容が変更となることがあり、全てを把握することが不可能である。

調査結果（情報提供の方策）

方策の例等

Q32 アンケートで回答いただいたこと以外に、義務表示事項に係る情報提供をより充実するための課題となっていること、又は過去にあった課題をどのような工夫によって解決したかを教えてください。(任意)

方策の例及び取組の案(自由記載の設問から抜粋)

- 製品情報の登録、改訂に関し、共通フォーマットで確認するシステムを導入しており、担当部署の確認、承認が済まない限り、次の部署への情報が提供されない仕組みとなっている。(宅配)
- 一番古い在庫の期限を代表して記載している(メンテナンスが大変)。(ネットスーパー)
- 仕入先から情報をもらうフォーマットについて、全て記入してもらえるように工夫している。(ネットスーパー)

※フォーマットは、商品名、規格、外装形態・サイズ、内装形態・サイズ、商品寸法、商品量目、製造時加熱の有無、調理時加熱の要否、賞味期間、保管温度、製造元名、製造工場、所在地、栄養成分(表形式)、原材料名・原産地、微生物規格、ラベルの写真、特定原材料及びコンタミの可能性の有無、JANコード、製造工程図、商品特徴を表形式で記載できるようなもの。

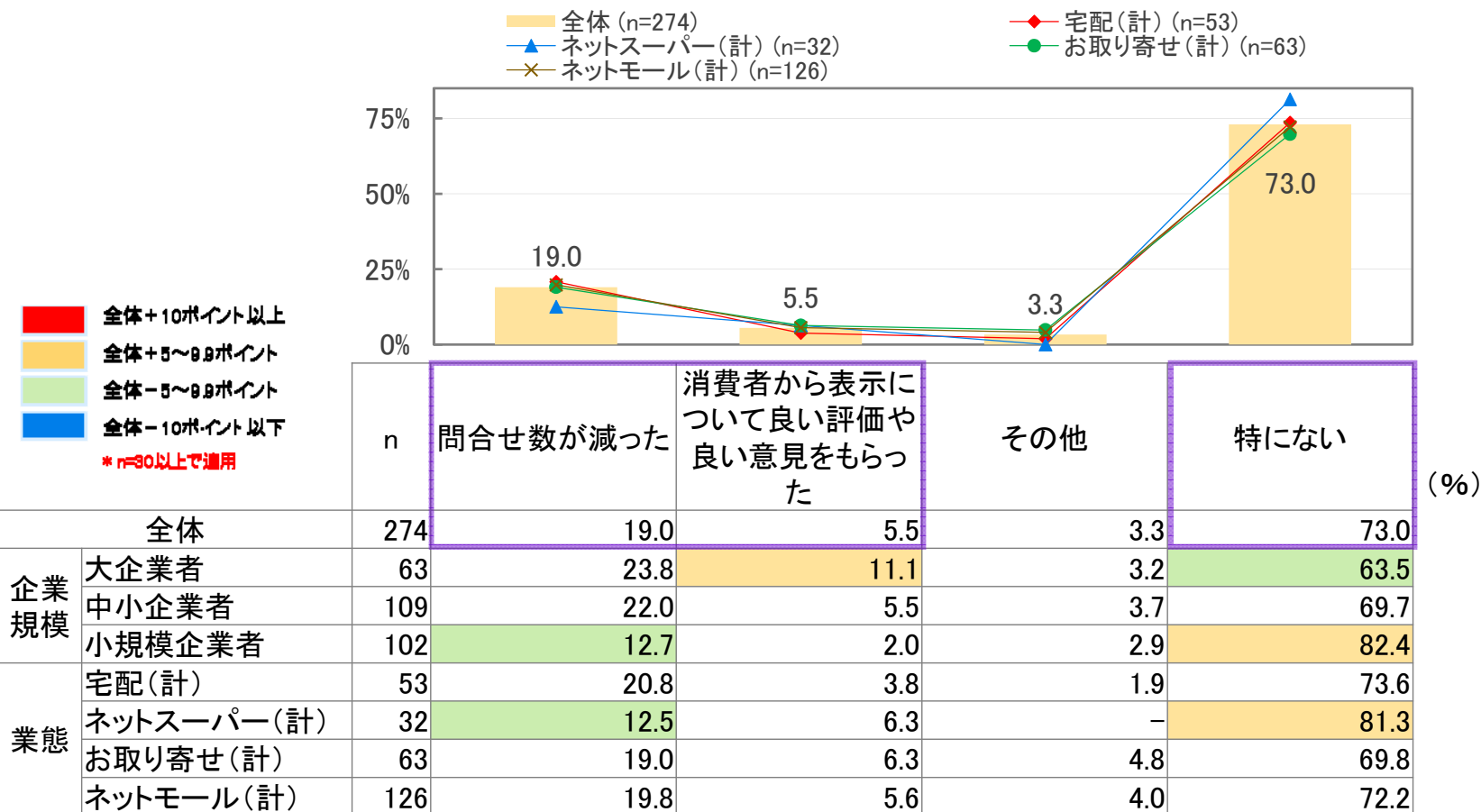
- 各商品の原材料規格保証書(仕様)を作成することで、より正確な情報を消費者に提供していく事に取り組んでいる。(お取り寄せ)
- 品質管理担当者を付けて、情報に間違いがないように情報提供している。(ネットモール出店者)
- 掲載前に情報が適正かどうかを専門部署がチェックしている。(ネットモール出店者)
- 掲載する情報に入カミスが無いようにできるだけ実物画像を掲載したい。(ネットモール出店者)
- メーカーサイトのリンクを貼れるようになると作業負担が減り、消費者に分かりやすく情報が行き渡ると考える。(ネットモール出店者)

調査結果（情報提供によるメリット）

義務表示事項に係る情報の提供によるメリット

■ 義務表示事項に係る情報を提供することによるメリットは、「問合せ数が減った」が19.0%、次いで「消費者から表示について良い評価や良い意見をもらった」が5.5%、「特にない」が73.0%。

Q31 食品の義務表示事項に係る情報を提供して(始めてから)よかったことはありますか。あてはまるものを全てお選びください。(回答対象者: Q1で「義務表示事項と同等の情報を提供している」又は「義務表示事項の一部の情報を提供している」と回答した者(P7参照)及びモール運営者)



Q32 アンケートで回答いただいたこと以外に、義務表示事項に係る情報提供をより充実するための課題となっていること、又は過去にあった課題をどのような工夫によって解決したかを教えてください。(任意)

<抜粋>

- ・アレルギー表示を掲載することで安心して購入いただくことができ、販売促進につながる。
- ・表示をしっかりと行うことで、クレームに対して適切な対応ができる。

<具体的な良い評価等>

- ・ 安心できると評価をもらった。
- ・ アレルギーコンタミの可能性の掲載に感謝された。