

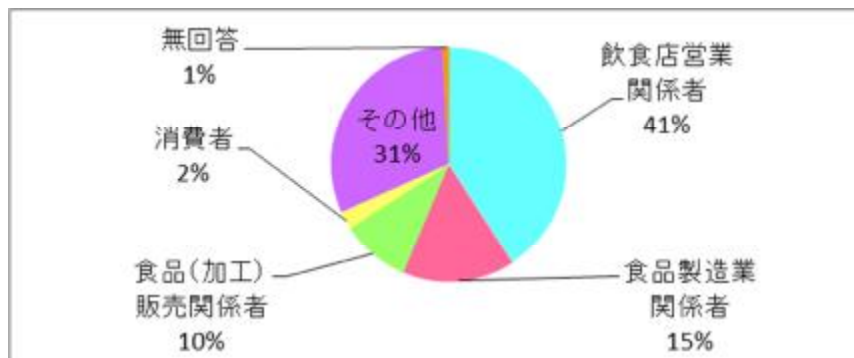
[関西] 外食ビジネスウィーク 2014 食の安全安心に関するアンケート集計結果

アンケート実施期間 : 平成26年5月20日～22日
回答者数 : 536名

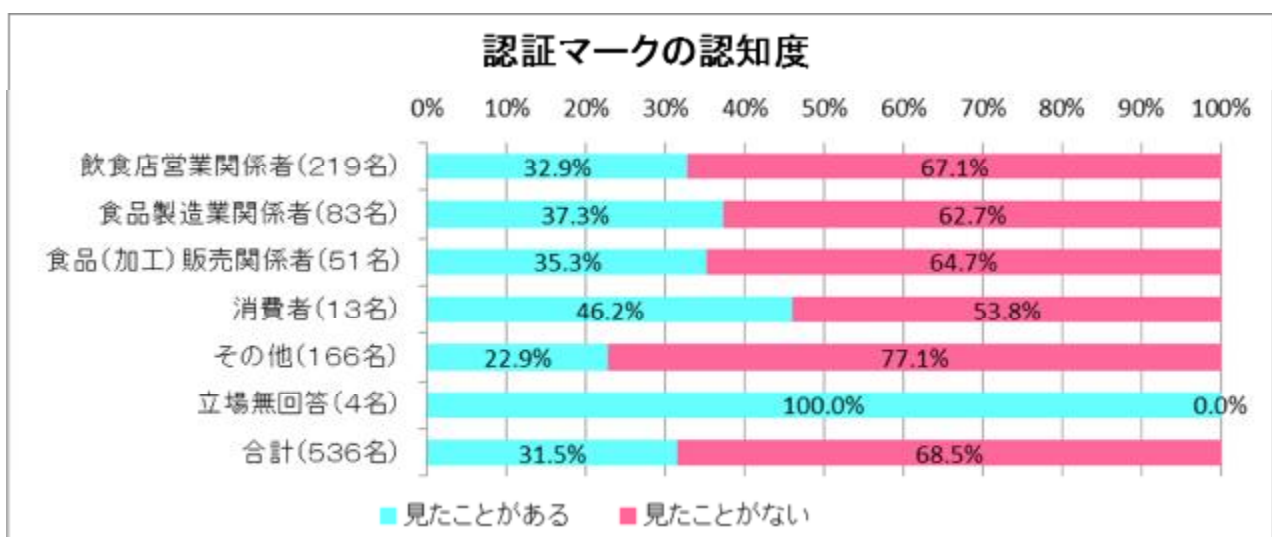
[関西] 外食ビジネスウィーク 2014 に参加された中の 536 名の方に、アンケートにご協力いただきました。大阪版食の安全安心認証制度や食の安全安心メールマガジンの認知度について問いかけるとともに、認証制度の効果的な周知方法等についてご意見を伺いました。

([関西] 外食ビジネスウィークは、昨年度まで NOODLE WORLD KANSAI の名称で開催されていた展示会で、内容は同様のものです。)

Q1. 本日は、次のどの立場でご来場されていますか。 (回答者 532名)

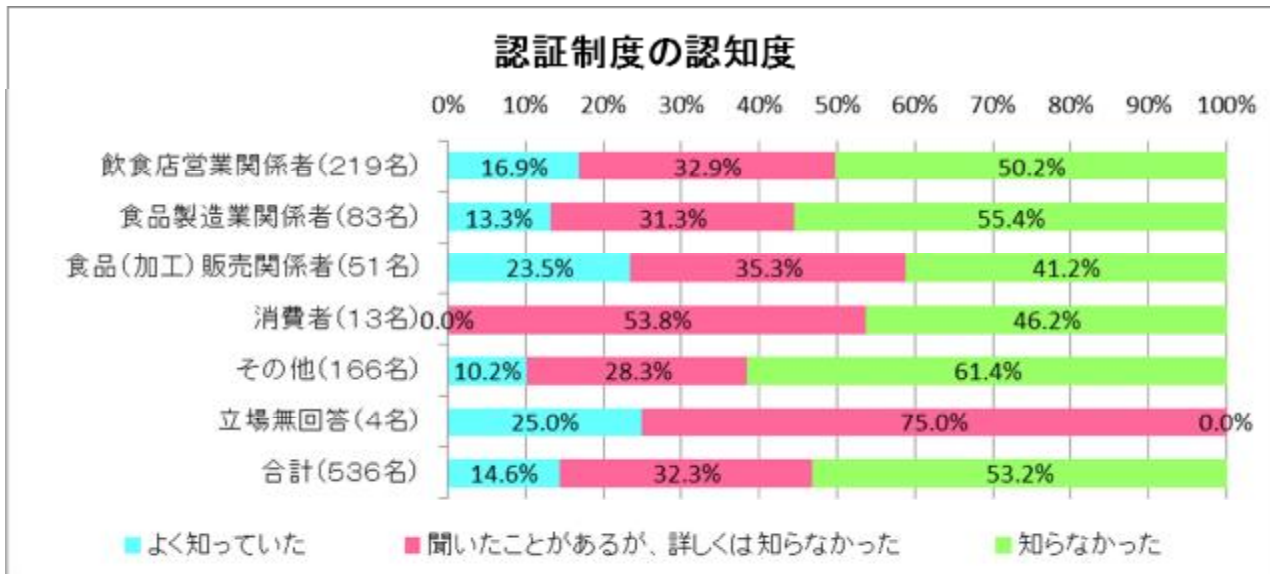


Q2. 認証マークをご覧になったことはありますか。 (回答者 536名)



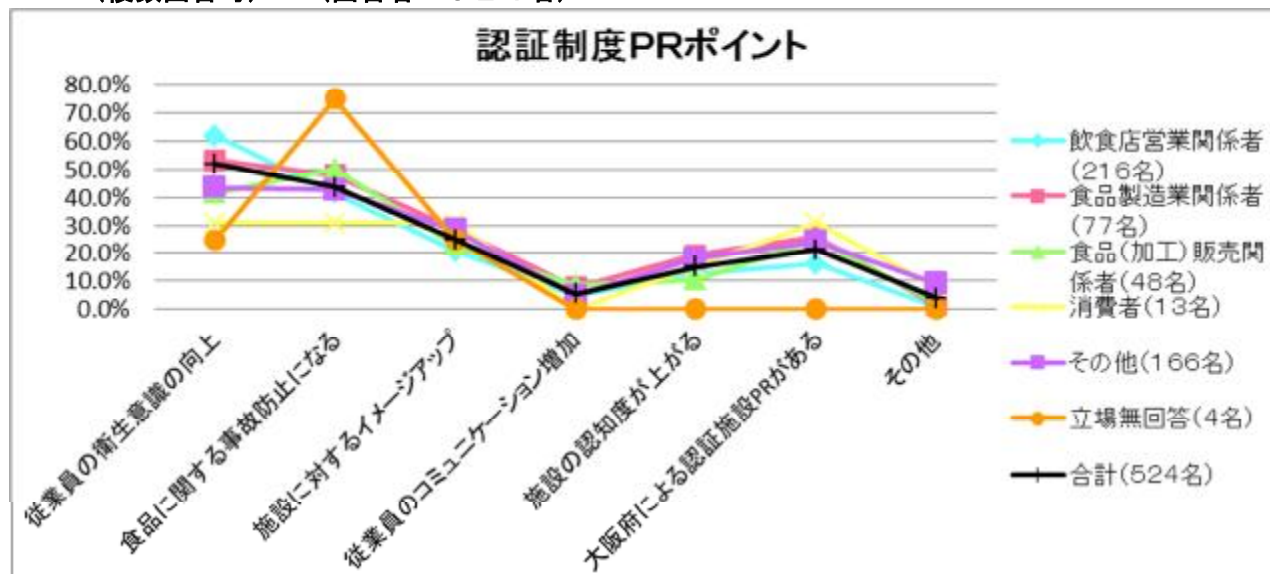
立場を回答いただかなかった方を除いて、いずれの立場の方も半数以上が認証マークを「見たことがない」と回答しました。全体としては、約70%の方に認証マークが知られていないことがわかり、昨年同様に周知の必要性を感じる結果となりました。

Q3. 認証制度をご存知でしたか。 (回答者 536名)



立場を回答いただかなかった方を除いて、飲食店営業関係者、食品製造業関係者、その他の方は半数以上が、食品（加工）販売関係者、消費者の方も約40%が、認証制度を「知らなかった」と回答しました。全体としては、約半数の方に認証制度が知られてないことがわかり、認証マークと同じくさらなる周知の必要性を感じる結果でした。

Q4. この制度について、どのような点をPRすれば認証を取得する施設が増えると思いますか。 (複数回答可) (回答者 524名)

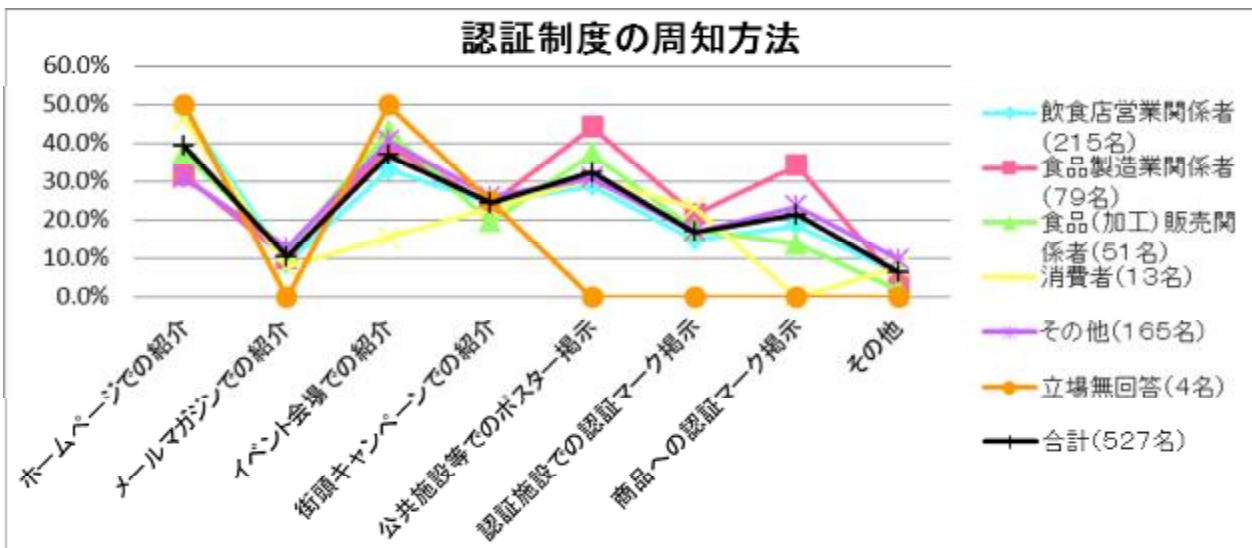


どの立場の方も似たご意見となっており、「従業員の衛生意識の向上」、「食品に関する事故防止になる」点をPRするべきとのご意見が多くあがりました。次いで、「施設に対するイメージアップ」、「大阪府による認証施設PRがある」、「施設の認知度が上がる」といった点をPRするのがいいというご意見でした。

<その他の主なご意見>

- ・事業者と消費者にとって共に役立つ認証であることをPR。
取得しても消費者が知らないのでは意味がないと思われるため。
- ・ユーザーが安心安全と思うこと。
- ・メリットの見える化等。
- ・販促にいかせる。

Q5. この制度を周知するには、どのような方法がいいと思いますか。(複数選択可)
 (回答者 527名)

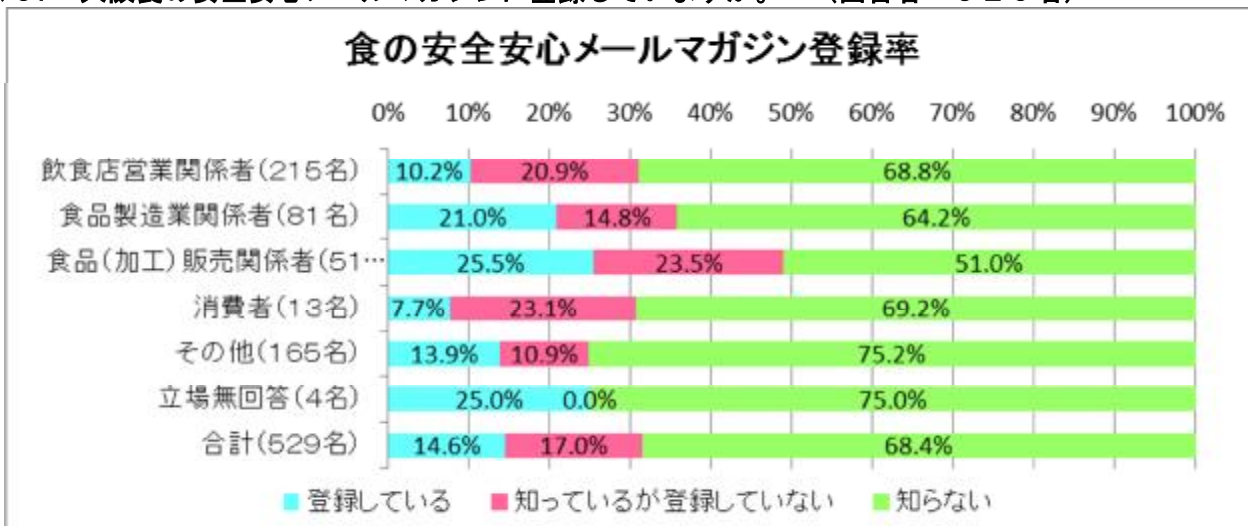


どの立場の方も似たご意見となり、「ホームページでの紹介」、「イベント会場での紹介」、「公共施設等でのポスター掲示」がいいというご意見が上位を占めました。立場による特徴としては、食品製造関係者の方は上位3つのうち「ホームページでの紹介」以上に「商品への認証マーク掲示」がいいというご意見が多く、消費者の方は「イベント会場での紹介」以上に「認証施設での認証マーク掲示」がいいというご意見が多くみられました。

<その他の主なご意見>

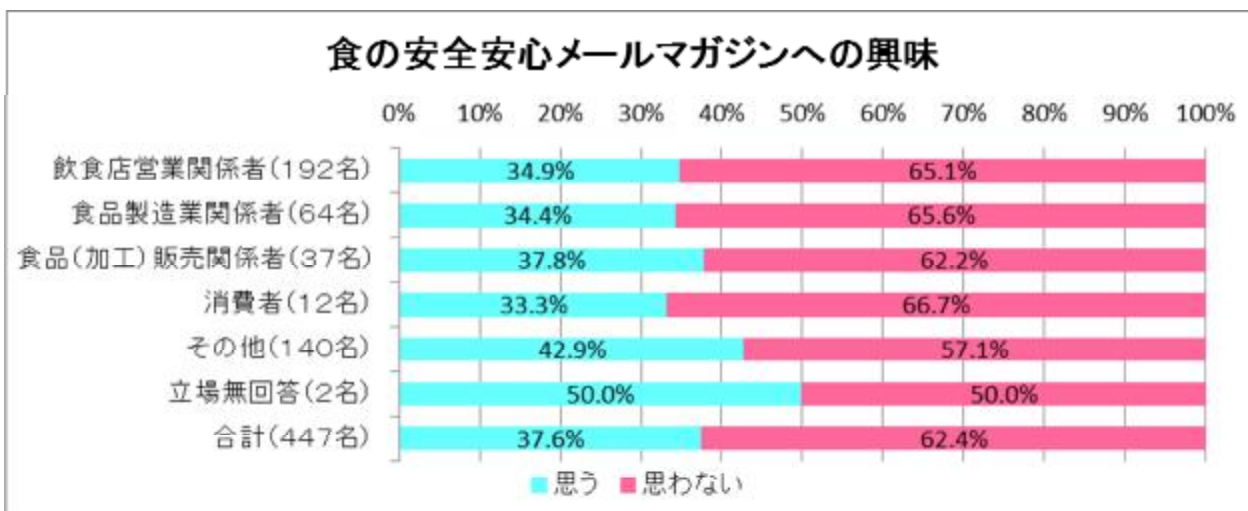
- ・店舗へ案内を送る。
- ・TV、CM、ラジオ、新聞等のあらゆるメディア。
- ・府民だより、市民だよりに広告、市場スーパーで広告。
- ・飲食業の営業許可申請時にしっかりとアピール。
- ・SNS
- ・優良店の紹介。
- ・組合団体への周知。

Q6. 大阪食の安全安心メールマガジンに登録していますか。 (回答者 529名)



登録者は、全体としては約15%と少ないですが、昨年度(約10%)より増加していることがわかりました。中でも食品(加工)販売関係者の登録率が昨年より伸びていました。しかし、「知らない」と答えた方は、約70%と昨年と同様に多く、より一層周知していく必要があると感じました。また、昨年同様、消費者の登録率が最も低く、消費者への周知が必要だと考えられました。

Q7. (登録していない方対象) このメールマガジンに登録してみたいと思いますか。(回答者 447名)

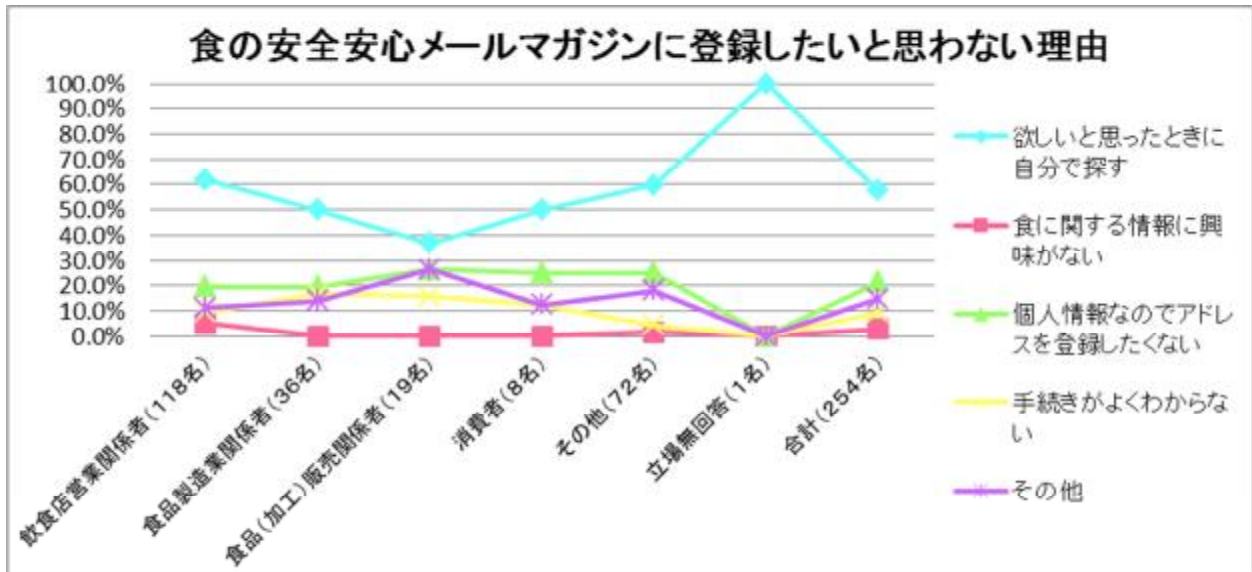


登録してみたいと思う方は約38%と低いですが、約38%の方はメールマガジンを知ること興味を持ってくださっていることがわかったため、周知に努めることで登録していただける方の増加が少しは望めると考えられました。

また、登録してみたいと思わない方が半数以上を占めていることから、メールマガジンの周知に努めることはもちろんですが、メールマガジンを知ることにより多くの方に登録したいと思っていただけるよう、メールマガジンの魅力、有用性を伝えられるような周知方法を検討する必要がありますと感じました。特に消費者の興味が最も低いので、消費者に魅力を感じてもらえるような配慮が必要だと感じました。

(昨年度の約60%より登録してみたいと思う方が減っていましたが、今年度から登録したいと思わない理由を選んでいただくQ8を追加したため、「思わない」を選択しやすくなったことが一つの原因と考えられます。)

Q8. (登録したいと思わない方対象) Q7で「思わない」と答えた理由を教えてください。
(回答者 254名)



どの立場の方も「欲しいと思った時に自分で探す」と答えた方が最も多く、次いで「個人情報なのでアドレスを登録したくない」と答えた方が多いという結果でした。「食に関する情報に興味がない」方はほとんどいないことから、メールマガジンについての説明の仕方によっては、登録したいと思ってもらえる可能性があるかと推測されました。今後は、「自らで検索するよりも、行政で把握する正確な情報を一早くお届けしていること」や、「本メールマガジンの配信以外には個人情報を利用せず、しっかり管理していること」等をお伝えする等、登録者拡大方法を検討したいと思います。また、手続きがよくわからないとの声もあったため、登録方法について、よりわかりやすく説明していく必要があると考えられました。

<その他の主なご意見>

- ・ 県外のため。
- ・ メールBOXのチェックがまにあわない時が多いため。
- ・ 既に多くの情報が入ってくる手段があるため。
- ・ 面倒だから。