

(2) 量販店

1) 調査方法と調査対象者

全国の量販店を調査対象にして、調査票を郵送し記入後に返信封筒により回収する方法により実施し、30社から回答を得、これを集計対象数とした。

2) 調査結果

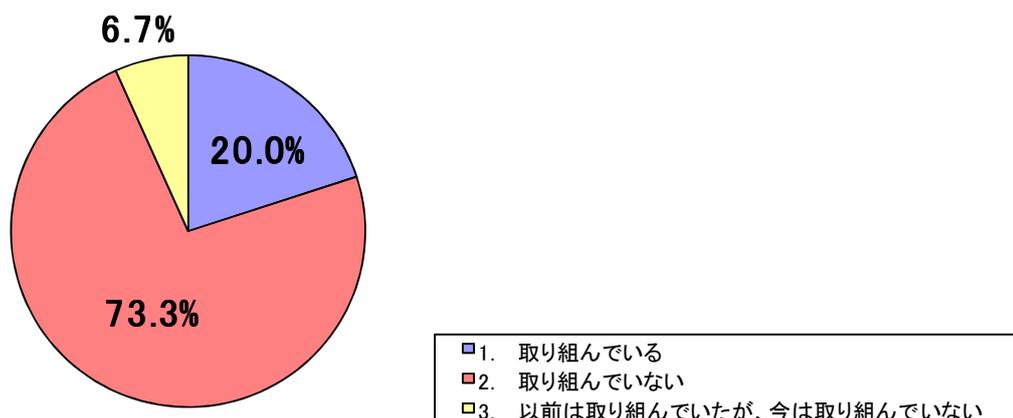
①栄養成分情報提供の実施状況と実施しての手応え (問1、問3)

現在、「野菜・果実の栄養成分の情報提供」の取り組み実施についての調査結果は、「取り組んでいない」が73.3%と圧倒的に多く、「取り組んでいる」は20.0% (6社) にすぎず、現段階での取組は少ない状況にある。(問1)

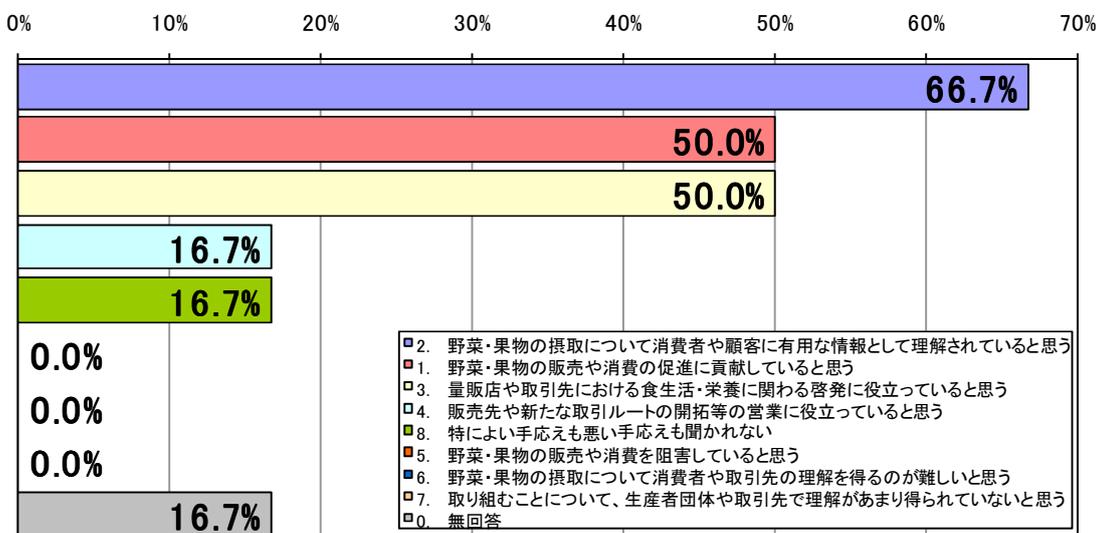
そこで、「取り組んでいる」と回答した6社に対して、取り組まれての手応えについては(複数回答)、「野菜・果実の摂取について消費者や顧客に有用な情報として理解されていると思う」は5社(66.7%)、「野菜・果実の販売や消費の促進に貢献していると思う」と「量販店や取引先における食生活・栄養に関わる啓発に役立っていると思う」がそれぞれ3社(50.0%)等である。一方で「特によい手応えも悪い手応えも聞かれない」との回答も1社みられた。(問3)

問1 現時点の「野菜・果物の栄養成分の情報提供」の取り組み・実施状況 (N=30)

図1



問3 取組の手応えについて (N=6)



②取り組んでいる具体的な取組内容 (問2)

取り組んでいる調査対象先のうち記入している4社の取扱品目と特徴ある栄養成分は、A社では季節野菜・果実を取り扱い、栄養成分を表示、B社ではバナナとキーウィフルーツは各種栄養素とカロリーを表示、C社ではたまねぎとブロッコリーはケルセチン、ビタミンC、カロテンを表示、D社ではトマトはリコピンの表示である。

次に取組の提案先については、食品メーカー1社、その他の取引先である輸入専門商社等3社である。さらに栄養成分の情報提供の取組内容としては、告知販促物 (POP等) は3社、ラベル (シール) 1社である。

問2 回答結果まとめ (順不同)

取組中の野菜・果物の品目、品種、特徴ある栄養成分。				提案先と取組み内容。		特徴ある栄養成分		
No	品目	品種	特徴ある栄養成分	取組み内容	提案先	分析機関	分析期間	回数
1	季節野菜	主な野菜	成分表示			※五訂を活用している		
1	季物果実 (りんご、いちご、グレープ他)		成分表示	告知販促物		※五訂を活用している		
2	バナナ	レギュラー 高糖度	各種栄養素 カロリー	告知販促物	その他:(ドール&ゼスプリ)	ドール&ゼスプリの依頼		
2	キーウィフルーツ	グリーン	各種栄養素 カロリー	告知販促物	その他:(ドール&ゼスプリ)	分析機関		
3	玉ねぎ		ケルセチン	告知販促物	その他:(青果物推進委員会)	青果物推進委員会様へ		1回のみ
3	ブロッコリー		ビタミンC カロテン	告知販促物	その他:(青果物推進委員会)	現物送付の為分析機関		1回のみ
4	現在取組みにかかっている状態	今現在なし		告知販促物	その他:(会社での取組み)			
5	トマト	カゴメ 高リコピントマト	リコピン	ラベル(シール)	食品メーカー	自社研究センター	毎月 ※高リコピントマトのみ毎週	
6						※各取引先による		

※品目回答者5名。2品目を挙げた回答者3名。

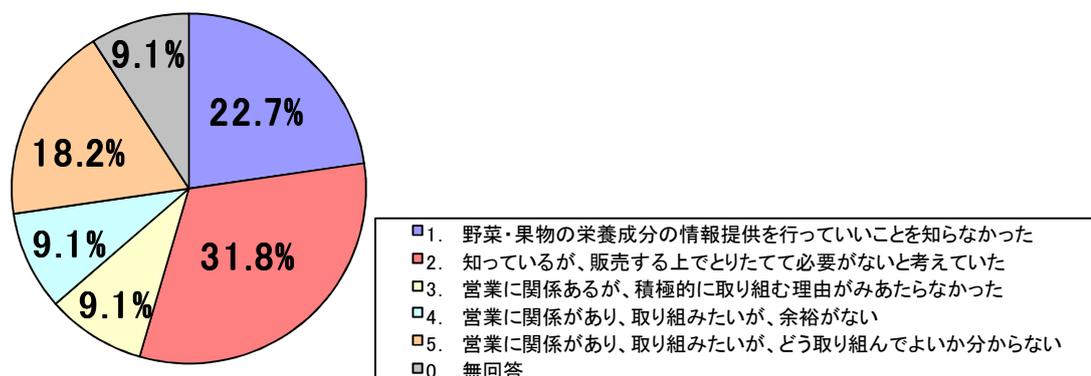
③取り組んでいない量販店の情報提供についての考え方（問4）

先の取組において「取り組んでいない」と回答した量販店に対して、「野菜・果実の栄養成分の情報提供」の取組について、これまでの考え方を調査した結果では、以下のとおりである。

- ア. 「知っているが、貴社では販売する上でとりたてて必要がないと考えていた」(31.8%)と「貴社では営業に関係はあるが、積極的に取り組む理由がみあたらなかった」(9.1%)との消極的な考えの量販店が 40.9%みられる。
- イ. また、「貴社では営業に関係があり、取り組みたいが、どう取り組んだらよいか分からなかった」(18.2%)と「貴社では営業に関係があり、取り組みたいが、余裕がない」(9.1%)と、情報提供への取り組みに理解している量販店も 27.3%みられる。
- ウ. さらに、「野菜・果実の栄養成分の情報提供を可能なことを知らなかった」も 22.7%みられ、産地側と同様に情報提供に伴う取り組み方法などの普及啓蒙についても必要であることを示している。

以下の設問は問1で「取り組んでいない」と回答された方に伺っています。

問4 「野菜・果物の栄養成分の情報提供」を取組む前の意向 (N=22)



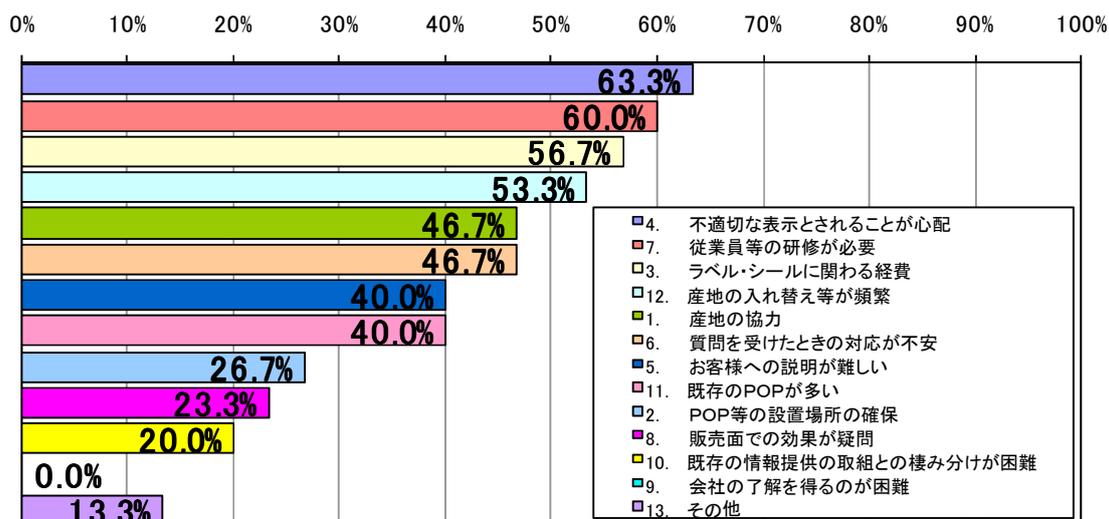
④今後の栄養成分情報提供を取り組む上での問題点と課題（問5）

今後、「野菜・果実の栄養成分の情報提供」の取組を進める上で、どのような問題点と課題があるのかについての調査結果は、以下のとおりである。

- ア. 「不適切な表示とされることが心配」(63.3%)、「お客様への説明が難しい」(40.0%)、「質問を受けたときの対応が不安」(46.7%)、「従業員等の研修が必要」(60.0%)などは、栄養成分を表示することによる表示内容を顧客への説明に説明することと、その内容を十分に説明できるのか不安視していること、そのための職員への研修への対応などが問題・課題となっている。
- イ. 次に、「ラベル・シールに関わる経費」(56.7%)にみられるように栄養成分の表示に伴う経費が嵩むことである。

ウ. さらに、「既存の POP が多い」(40.0%)、「POP 等の設置場所の確保」(26.7%)、「産地の入れ替え等が頻繁」(53.3%)などは、栄養成分の表示以外に価格表示、他の POP 等があるため、設置場所の確保とともに、産地の異なる商品の取り扱い販売に伴う栄養成分表示の入れ替え作業の煩雑さと作業量の増大を問題として取り上げている。

問5 「野菜・果物の栄養成分の情報提供」を取組む際の問題点・課題 (N=30)

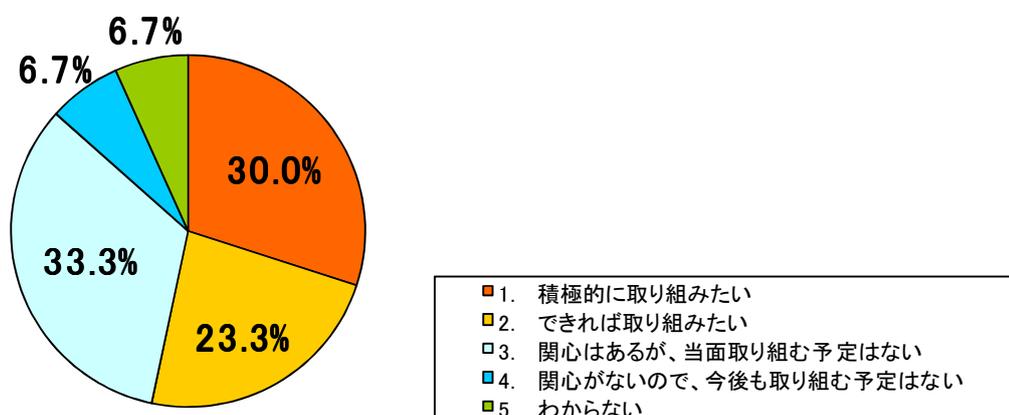


⑤栄養成分等自主表示ガイドライン策定についての考え方 (問6)

栄養成分等自主表示ガイドライン策定した場合に、今後の取組の考え方について調査結果では、「積極的に取り組みたい」(30.3%)と「できれば取り組みたい」(23.3%)を合わせた、取り組む考えのある量販店は53.3%と半数みられた。

一方、「関心がないので、今後も取り組む予定はない」は6.7%に過ぎず、「関心はあるが、当面は取り組む予定がない」とする量販店は33.3%みられ、こうした量販店に対して情報提供についての普及・啓蒙活動を働きかけていくことが重要と考えられる。

問6 「栄養成分自主表示ガイドライン策定」の取り組み意向 (N=30)



問1：現在、「野菜・果物の栄養成分の情報提供」の取組みについて、実施していますか。 [単一回答]

	比率	回答数
全 体	100.0%	30
1. 取り組んでいる	20.0%	6
2. 取り組んでいない	73.3%	22
3. 以前は取り組んでいたが、今は取り組んでいない	6.7%	2

問2-1-1-4：【問1で「1. 取り組んでいる」とお答えの方】産地側、仕入れ先の量販店或いは食品メーカー等、どこからの提案により取組みを始めることになりましたか。／取組み内容 [複数回答]

	比率	回答数
全 体	100.0%	6
1. 告知販促物	50.0%	3
2. ラベル(シール)	16.7%	1
3. その他	0.0%	0
0. 無回答	33.3%	2

問2-1-1-5：【問1で「1. 取り組んでいる」とお答えの方】提案先 [複数回答]

	比率	回答数
全 体	100.0%	6
1. 産地から	0.0%	0
2. 量販店から	0.0%	0
3. 食品メーカー	16.7%	1
4. その他	50.0%	3
0. 無回答	33.3%	2

問2-1-2-4：【問1で「1. 取り組んでいる」とお答えの方】産地側、仕入れ先の量販店或いは食品メーカー等、どこからの提案により取組みを始めることになりましたか。／取組み内容 [複数回答]

	比率	回答数
全 体	100.0%	6
1. 告知販促物	50.0%	3
2. ラベル(シール)	0.0%	0
3. その他	0.0%	0
0. 無回答	50.0%	3

問2-1-2-5：【問1で「1. 取り組んでいる」とお答えの方】提案先 [複数回答]

	比率	回答数
全 体	100.0%	6
1. 産地から	0.0%	0
2. 量販店から	0.0%	0
3. 食品メーカー	0.0%	0
4. その他	33.3%	2
0. 無回答	66.7%	4

問3：【問1で「1. 取り組んでいる」とお答えの方】取り組まれての手応えについて、該当するものすべてに○印をつけて下さい。 [複数回答]

	比率	回答数
全 体	100.0%	6
1. 野菜・果物の販売や消費の促進に貢献していると思う	50.0%	3
2. 消費者や顧客に有用な情報そして理解されていると思う	66.7%	4
3. 量販店や取引先における食生活・栄養に関わる啓発に役立っている	50.0%	3
4. 販売先や新たな取引ルートの開拓等の営業に役立っていると思う	16.7%	1
5. 野菜・果物の販売や消費を阻害していると思う	0.0%	0
6. 摂取について消費者や取引先の理解を得るのが難しいと思う	0.0%	0
7. 生産者団体や取引先で理解があまり得られていないと思う	0.0%	0
8. 特により手応えも悪い手応えも聞かれない	16.7%	1
0. 無回答	16.7%	1

問4：【問1で「2. 取り組んでいない」とお答えの方】「野菜・果物の栄養成分の情報提供」の取組みについて、貴社では、これまでどのようなお考えをお持ちでしたか。 [単一回答]

	比率	回答数
全 体	100.0%	22
1. 野菜・果物の栄養成分の情報提供を行っていないことを知らなかった	22.7%	5
2. 知っているが、販売する上でとりたてて必要がないと考えていた	31.8%	7
3. 営業に関係あるが、積極的に取り組む理由がみあたらなかった	9.1%	2
4. 営業に関係があり、取り組みたいが、余裕がない	9.1%	2
5. 営業に関係があり取り組みたいがどう取り組んでよいか分からない	18.2%	4
0. 無回答	9.1%	2

問5：「野菜・果物の栄養成分の情報提供」の取組みについて、どのような問題点と、課題がありますか、また考えられますか。 [複数回答]

	比率	回答数
全 体	100.0%	30
1. 産地の協力	46.7%	14
2. POP等の設置場所の確保	26.7%	8
3. ラベル・シールに関わる経費	56.7%	17
4. 不適切な表示とされることが心配	63.3%	19
5. お客様への説明が難しい	40.0%	12
6. 質問を受けたときの対応が不安	46.7%	14
7. 従業員等の研修が必要	60.0%	18
8. 販売面での効果が疑問	23.3%	7
9. 会社の理解を得るのが困難	0.0%	0
10. 既存の情報提供の取組みとの棲み分けが困難	20.0%	6
11. 既存のPOPが多い	40.0%	12
12. 産地の入れ替え等が頻繁	53.3%	16
13. その他	13.3%	4

問6：栄養成分等自主表示ガイドラインを策定した場合、あなたの団体は今後取組を行って行きたいですか。 [単一回答]

	比率	回答数
全 体	100.0%	30
1. 積極的に取り組みたい	30.0%	9
2. できれば取り組みたい	23.3%	7
3. 関心があるが、当面取り組む予定はない	33.3%	10
4. 関心がないので、今後も取り組む予定はない	6.7%	2
5. わからない	6.7%	2