

食の安全・安心表示の店推進事業及び
販売アドバイザー育成事業に係る
アンケート調査業務

アンケート調査 報 告 書

平成 26 年 3 月

目 次

第1章 調査の目的と概要

1. 調査目的	1
2. アンケート調査概要	1

第2章 アンケート調査結果

1. 営業の形態	3
(1) 営業許可登録業種	(2) 営業形態
(3) 店頭での販売方法	
2. 表示について	6
(1) アレルギー物質の情報提供状況	(2) 原材料の産地に関する情報提供状況
(3) 札幌市「食の安全・安心表示の店」をPRする手段	
(4) 栄養成分表示やヘルシーメニュー提供の状況について	
3. 販売スタッフの育成について	21
(1) 販売スタッフの育成方法	
(2) 「食品販売アドバイザー」資格制度について	
4. 「安全・安心な食のまち・さっぽろ」を目指す取り組みについて.....	27
(1) 「札幌市安全・安心な食のまち推進条例」について	
(2) 「札幌市食品衛生管理認定制度」について	
(3) 「さっぽろ食の安全・安心推進協定」について	
5. その他の営業や店舗運営・管理について	29
(1) 禁煙・分煙	(2) 「バリアフリー」の対応状況
(3) 外国人への対応状況	

■資料編 調査対象事業者への送付資料一式

第1章 調査の目的と概要

1. 調査目的

札幌市では「札幌市安全・安心な食のまち推進条例」の推進計画（現「安全・安心な食のまち・さっぽろビジョン」）に基づき、市民・事業者・札幌市の連携・協働による「安全・安心な食のまち・さっぽろ」を目指す「安全・安心な食のまち・さっぽろ推進事業」（以下「しょくまち事業」という）を展開している。

本調査は、「しょくまち事業」の一環として、「食の安全・安心表示の店推進事業」^{※1}及び「(仮)食品販売アドバイザー育成事業」^{※2}の実施にむけて、現況やニーズを把握するための基礎資料として活用するため、アンケート調査とヒアリング調査を実施した。

※1「食の安全・安心表示の店推進事業」:

アレルギー物質や食材の産地表示等を積極的に行っている事業者・店舗情報を広く市民に発信することで、事業者の表示を推進する事業。

※2「(仮)食品販売アドバイザー育成事業」:

食品販売店等において表示内容の情報提供ができ、クレーム対応等の接客業務に精通した販売員を育成する資格制度の設立を目指すもの。

2. アンケート調査概要

(1) 調査実施方法

①調査方法:

○郵送アンケート調査（郵送による調査票の配布および回収）

②対象者・抽出方法:

○市内飲食店営業、菓子製造業、食品販売業の許可登録事業者から抽出

③実施期間:

○平成26年3月14日（木）～3月25日（火）※当日消印有効

④送付資料:

○送り状

○『「アレルギー物質等の表示」や「販売スタッフの育成」に関するアンケート調査票』^{※3}

○返信用封筒（切手不要）

○「さっぽろ食の安全・安心推進協定」参加事業者募集リーフレット

○同上・協定締結申出書

○「札幌市食品衛生管理認定制度」案内リーフレット

※3『「アレルギー物質等の表示」や「販売スタッフの育成」に関するアンケート調査票』:

アンケート調査票については、対象者に目的・内容が具体的に伝わることを企図し、業務名とは異なる標題としている。

(2) 配布・回収状況

①配布数

○4,965 件(うち不達数 540 件)

②回収数

○675 件

③回収率

○15.3% $[675 \div (4,965 - 540) \times 100]$

■アンケート調査結果の凡例・注記

【凡例】

○SA：シングルアンサー（単一回答）

○MA：マルチアンサー（複数回答）

○FA：フリーアンサー（自由記述回答）

○N：サンプル数

○非該当：その設問に回答する必要のないことをあらわす。

○不明：未回答・未記入などで回答内容が不明であることをあらわす。

【注記】

○非該当の件数は集計から除いている。

○MA（マルチアンサー）設問では、表記される割合の合計は 100%を超える。

○SA（シングルアンサー）設問でも、選択肢ごとに小数点第二位を四捨五入しているため、合計が 100%にならない場合がある。

3.ヒアリング調査概要

アンケートの回答事業者から下記の方針に基づいて、10 事業者を抽出し、電話によるヒアリング調査を実施した。

【抽出方針】

- 「アレルギー物質や原材料産地の表記」について、他事業者や今後の札幌市における施策の参考となりうる取り組みを行っている。
- 「アレルギー物質や原材料産地の表記」やそれらに関する「販売スタッフの育成」について問題意識が高い。
- 札幌市が取り組んでいる「安全・安心な食のまち・さっぽろ」への関心をもっている。

アンケート調査結果

1. 営業の形態

○回答者における営業許可登録業種・飲食店営業者の店舗営業形態別・販売方法別の割合は下記の通りである。

○なお、以降の主要な設問では、営業許可登録業種別・飲食店営業者の店舗営業形態別にクロス集計を行い、それらの比較を行っている。

(1) 営業許可登録業種

■問 1. 営業許可登録業種 (MA:N=656、不明 19 件を除く)

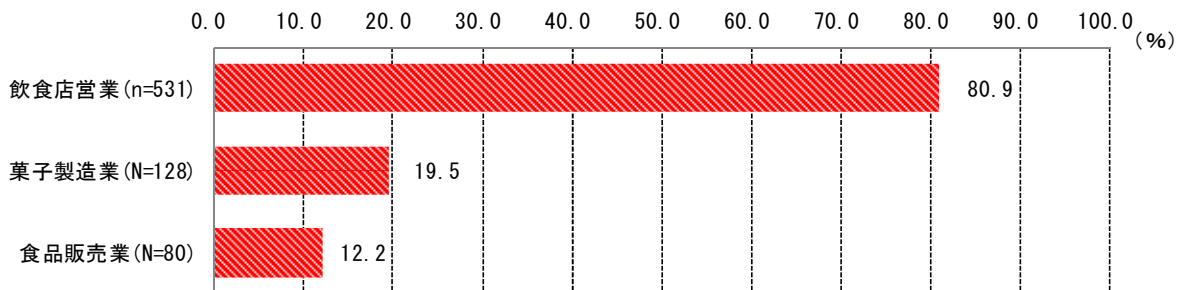


図 1: 営業許可登録業種 (N=656)

(2) 営業形態

■問 2. 飲食店営業者の店舗営業形態 (MA : N=531)

「問1.営業許可登録業種」で「1.飲食店営業」回答者限定

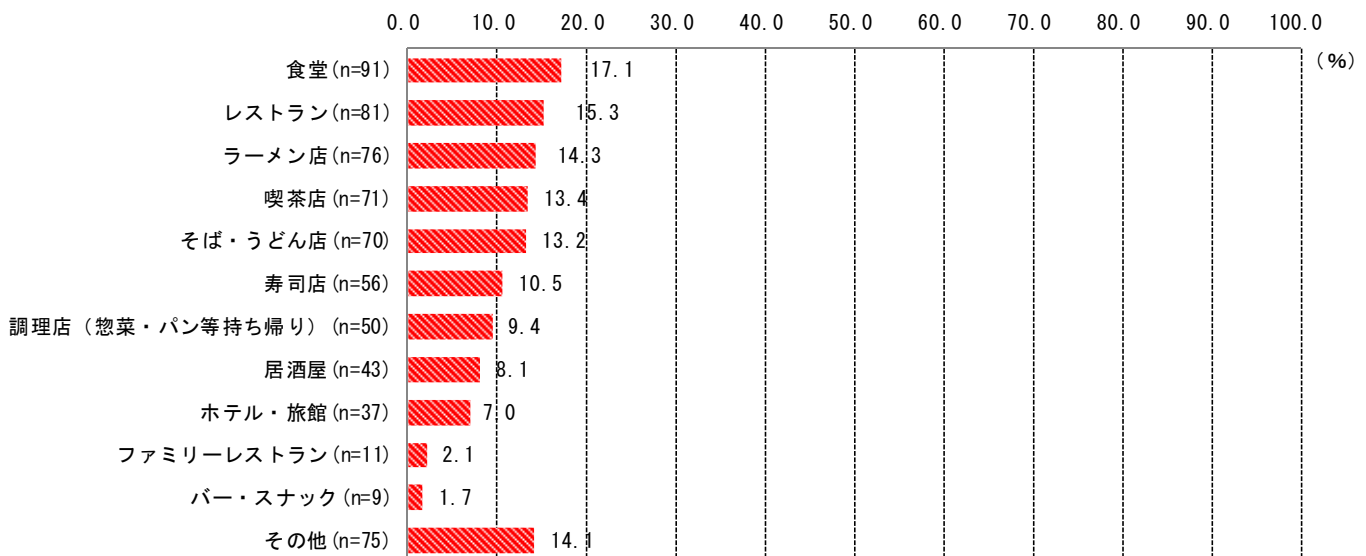


図 2: 飲食店営業者の店舗営業形態 (N=531)

【「その他 (N=71、不明 4 件を除く)」の回答】

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ○給食、施設内食堂 (13 件) <ul style="list-style-type: none"> ・給食委託施設・集団給食 (4 件) ・高齢者共同住宅給食 (2 件) ・病院給食 ・学生会館食堂 ・葬祭調理 (館内で飲食) ・大衆宴会場 ・簡易宿所 ・社員食堂 ・下宿 ○カレー専門店 (9 件) <ul style="list-style-type: none"> ・カレー専門店 (4 件) ・スープカレー専門店 (5 件) ○お好み焼・クレープ等 (8 件) <ul style="list-style-type: none"> ・お好み焼・焼そば・たこ焼・たい焼き等 (6 件) ・クレープ店 ・ソフトクリーム店 ○ジンギスカンなど肉料理 (8 件) <ul style="list-style-type: none"> ・ジンギスカン (2 件) ・すきやき、しゃぶしゃぶ、ステーキ等 (2 件) ・とんかつ専門店 (2 件) ・焼肉店 (2 件) | <ul style="list-style-type: none"> ○日本食・和食 (8 件) <ul style="list-style-type: none"> ・日本料理店 (3 件) ・和食店 ・ふぐ料理 ・すし屋酒屋 ・寿司懐石料理 ・そば、ごはんもの ○総菜・弁当 (4 件) <ul style="list-style-type: none"> ・弁当製造販売 (3 件) ・惣菜・弁当作業場 ○中華料理店 (3 件) ○パブ・ワイナリー (3 件) <ul style="list-style-type: none"> ・アイリッシュパブ ・ワイナリー ・ワイン専門ダイニング ○パン製造販売 (3 件) ○スパゲティ専門店 (2 件) ○カフェ (2 件) ○ファーストフード店 (2 件) ○その他 (6 件) <ul style="list-style-type: none"> ・キャンプ場 ・コミュニティカフェ ・スーパーマーケット ・売店 ・料理教室 ・珈琲のみ |
|--|--|

(3) 店頭での販売方法

■問 3. 商品の店頭販売方法 (MA : N=217、不明 26 件を除く)

「問 1. 営業許可登録業種」で「2. 菓子製造業」「3. 食品販売業」もしくは
 「問 2. 飲食店営業者の店舗営業形態」で「12. 調理店」回答者限定

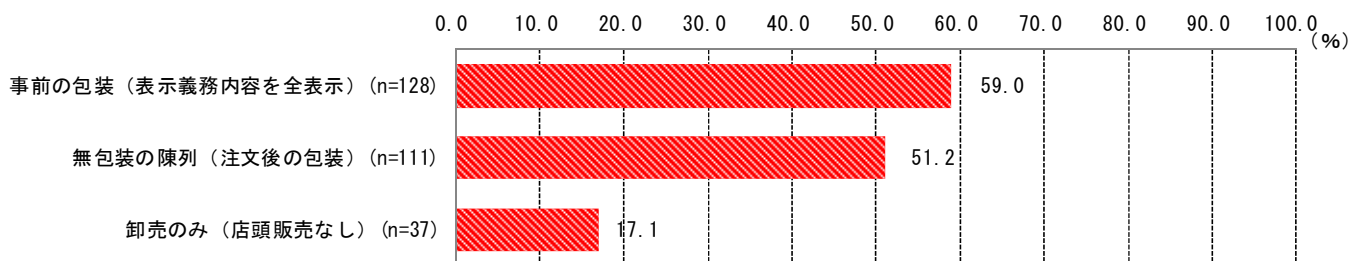


図 3: 商品の店頭販売方法 (N=217)

問3-1. 商品の店頭販売方法（クロス集計）

- 営業許可登録業種別にみると「食品販売業」の「事前の包装（表示義務内容）」が46.8%と全体と比して低く、またそれに比して「無包装の陳列（注文後の包装）」のほうが65.8%と多くなっている。
- 「菓子製造業」においても同様の傾向を示しており、「事前の包装（表示義務内容）（54.5%）」より「無包装の陳列（注文後の包装）（65.9%）」が多くなっている。
- なお「菓子製造業」の「無包装の陳列（注文後の包装）」65.9%が全体のなかで最も多くなっている。

表3-1: 商品の店頭販売方法(クロス集計・営業許可登録業種別)

	回答数 (n)	事前の包装 (表示義務内容)	無包装の陳列 (注文後の包装)	卸売のみ (店頭販売なし)
全体	204	51.0	60.3	17.2
飲食店営業 (店舗営業形態において調理店を含む回答者限定)	82	62.2	61.0	8.5
菓子製造業	123	54.5	→ 65.9	15.4
食品販売業	79	46.8	→ 65.8	20.3

2. 表示について

(1) アレルギー物質の情報提供状況

「問1.営業許可登録業種」で「飲食店営業(調理店を除く)」の回答者と、
 「問3.商品の店頭販売方法(菓子製造業・食品販売業、飲食店営業(調理店)のみ対象)」で「1.店頭に無包装で陳列し、客の注文後包装して販売」の回答者に限定

■問4. お客様へのアレルギー物質の情報提供方法 (SA : N=546、不明 46 件を除く)

- 「問合せがあれば口頭で説明」が 74.0%と最も多い。
- 「プライスカード・POP等に表記 (13.0%)」「メニューに表記 (3.7%)」とあわせた「表記している」は 16.7%となっている。

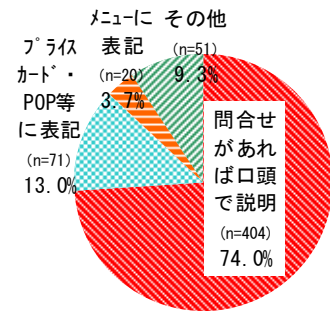


図4:アレルギー物質の情報提供方法 (N=546)

【「その他 (N=44、不明 7 件を除く)」の回答】

- 情報提供方法を組み合わせて実施 (8 件)
 - ・百貨店に出店する場合プライスカードに記入。
 - ・個々に合わせ対応。
 - ・主なものを表記 (乳・卵等) 後は口頭一部メニュー表記、HP に掲示。
 - ・プライスカード、口頭 (店頭、フリーダイヤル)。
 - ・ホームページ、携帯サイトで公開、店舗コンピューターからその都度プリントアウトしご説明する (プリントアウトしたものは廃棄)。
 - ・二業態ある為、業態により「プライスカードや店頭 POP に表記」、「メニューに表記」でそれぞれ情報提供している。
 - ・メニューに表記するとともに、アレルギー専用の成分表がある。
- お客様に確認 (7 件)
 - ・来店し着席された時に、食べれない物キライな物を必ず聞いています。
 - ・予約時およびオーダー時に確認する。
 - ・こちらから口頭で聞いている。
 - ・全てのお客様にアレルギーがないか聞いています。
 - ・来店の際、直接伺う。
 - ・こちらからお客様に確認する。
- ・一組ごとに確認をする。予約の時と来店時の 2 回。
- お客様の申告 (3 件)
 - ・お客様から申告に応じて対応します。
 - ・お客さんから指示があった時除きます。(たまごとかエビとか)
 - ・お客様の申し出により製品の原材料にアレルギー物質の使用有無を調べ使用しない。例) エビアレルギー、乳製品「禁」バター、牛乳、チーズ他。
- 一覧表を用意 (3 件)
 - ・アレルギー一覧表を店舗に設置。
 - ・お客様へアレルギー表をお持ちする。
- そば専門店 (3 件)
 - ・蕎麦単品なので事前に告知している。
 - ・そばアレルギーの方は来ません。
 - ・そばを扱ってるので、そばのみ入口に看板表示。
- ホームページに掲載 (3 件)
- 問い合わせ時に文章にて回答 (1 件)
- その他 (5 件)
 - ・一括表示ラベル、仕入先へ確認等
- なし (11 件)

問 4-1. お客様へのアレルギー物質の情報提供方法（クロス集計）

- 営業許可登録業種のうち「飲食店営業」では「問い合わせがあれば口頭で説明」が76.8%と他業種と比して多くなっている。
- 飲食店店舗営業形態では「ラーメン店（92.5%）」「居酒屋（91.7%）」で「問い合わせがあれば口頭で説明」が多い。
- 「プライスカード・POP等に表記」と「メニューに表記」をあわせた「表記している」が比較的多い営業形態は「調理店（うち”店頭で無包装で陳列、客の注文後包装して販売する”回答者に限定）（45.0%）」「ホテル・旅館（17.6%）」となっている。

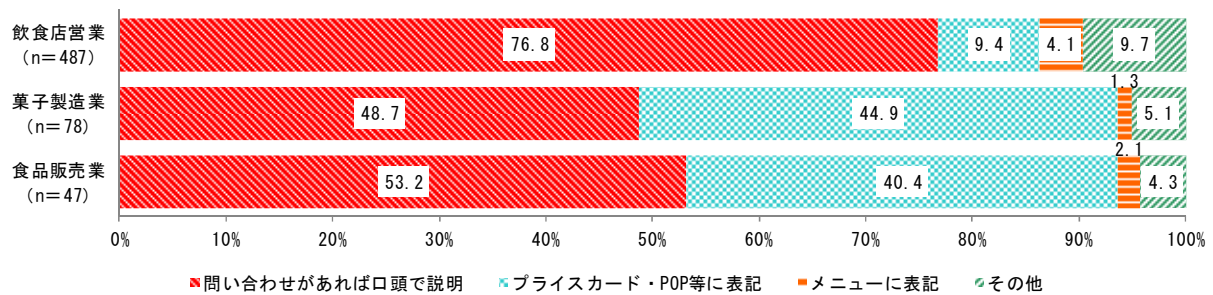


図 4-1: お客様へのアレルギー物質の情報提供方法(クロス集計・営業許可登録業種別)

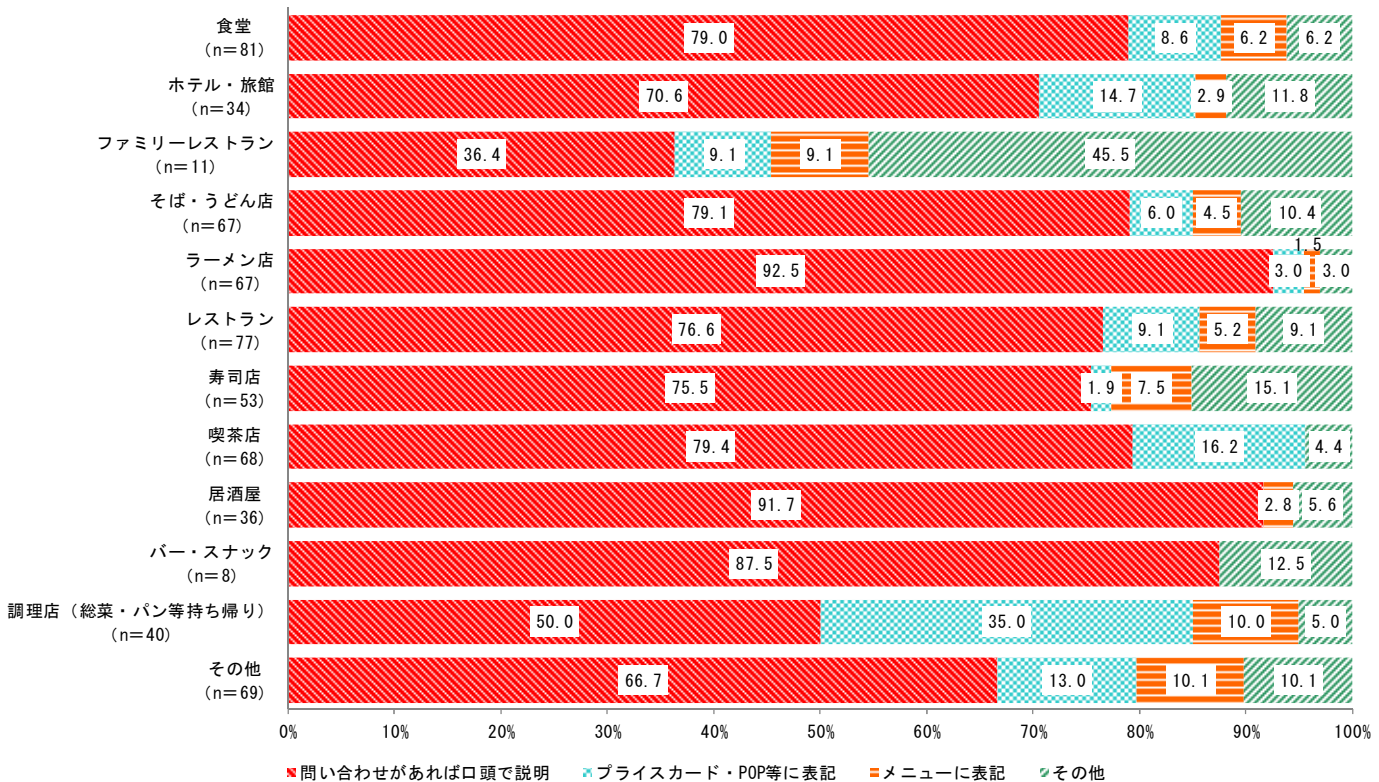


図 4-2: お客様へのアレルギー物質の情報提供方法(クロス集計・飲食店店舗営業形態別)

■問5. アレルギー物質情報提供における「口頭説明」のみの理由 (SA : N=401、不明3件を除く)

問4.アレルギー物質の情報提供方法で「1.問い合わせがあれば口頭で説明する」回答者限定

- 「口頭説明で充足している」が最も多く 48.4%、次いで「特に聞かれたことがない (38.9%)」となっている。
- これらをあわせた「現状の方法で充足している」と考えられる事業者は 87.3%となる。
- 「今後は表記を検討したい」事業者は 7.0%となっている。

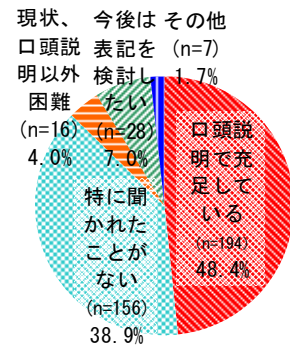


図5:アレルギー物質情報提供における「口頭説明」のみの理由 (N=401)

【「その他 (N=7)」の回答】

- 卵、乳、小麦以外の問い合わせは口頭で電話予約や来店される時に必ずきくようにしているため。
- 電話予約や来店される時に必ずきくようにしているため。
- 食べれない物があるかいつも聞いている。
- 出来るだけ表記したいと思う。
- 事前に、入居者（利用者）に確認している。
- プライスカード、製造シール併用。
- ごく一般的な食材を使用、専門的な加工材料はあまり使用していません。また新製品のために加工材料半製品を採用することもほぼゼロです。

問 5-1. アレルギー物質情報提供における「口頭説明」のみの理由（クロス集計）

- 営業許可登録業種別にみると、「菓子製造業」で「口頭説明で充足している」が他業種に比して多い。
- 飲食店店舗営業形態にみると、「口頭説明で充足している」「特に聞かれたことがない」をあわせた「現状の方法で充足している」と考えられる回答が最も多かったのは「食堂（93.6%）」「ラーメン店（93.5%）」「居酒屋（93.9%）」であった。
- また「今後は表記を検討したい」の回答が比較的多い事業者としては「ホテル・旅館（16.7%）」「調理店（15.0%）」が挙げられる。

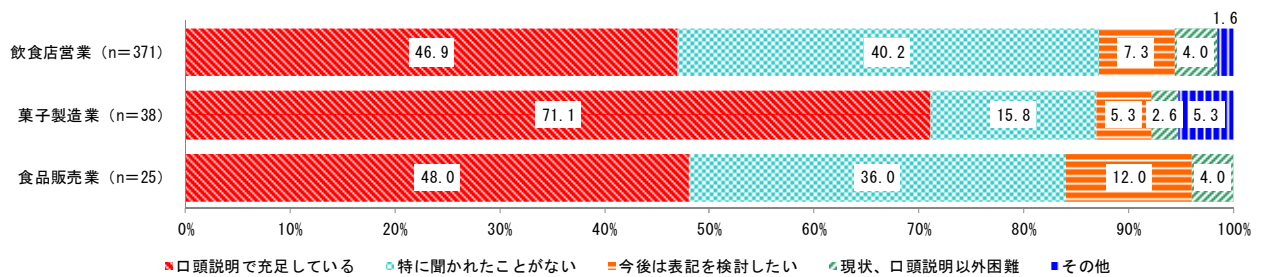


図 5-1: アレルギー物質情報提供における「口頭説明」のみの理由(クロス集計・営業許可登録業種別)

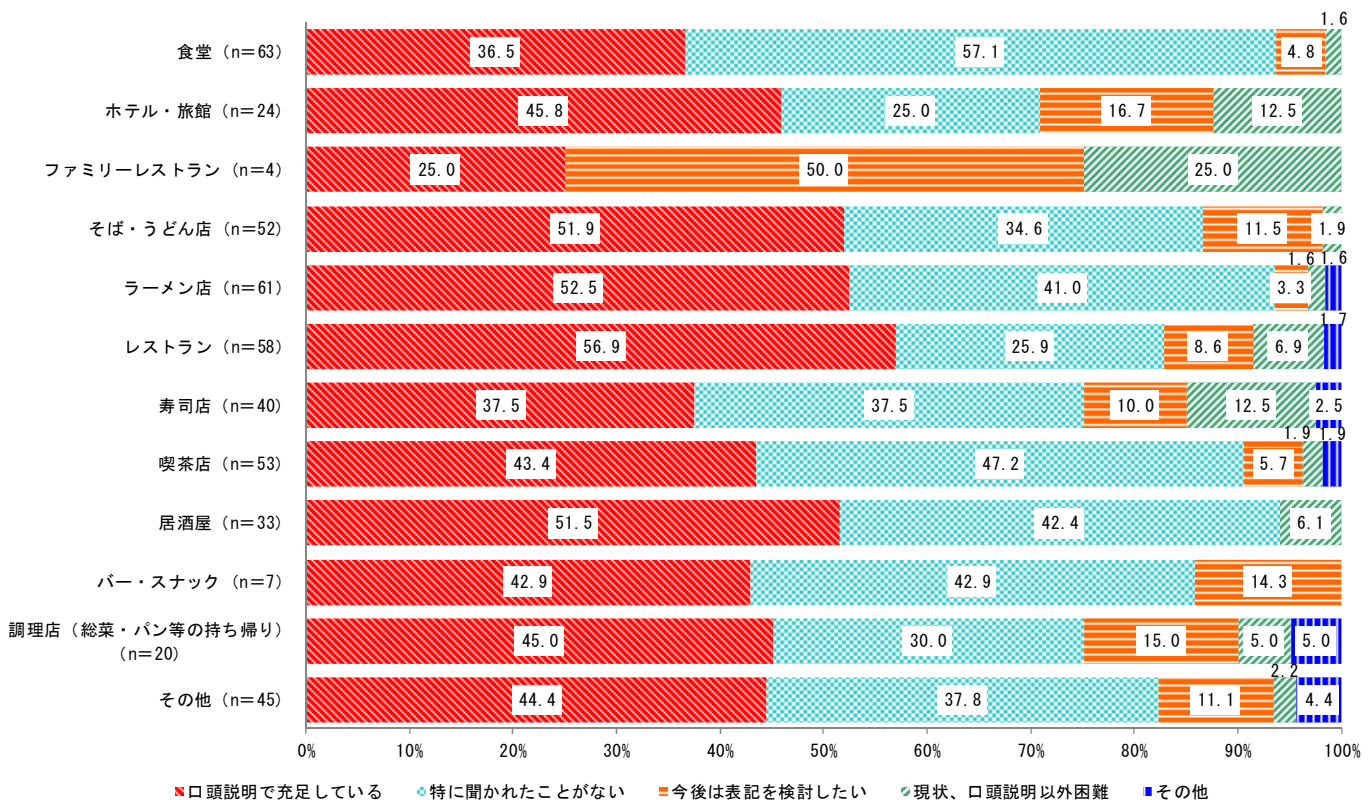


図 5-2: アレルギー物質情報提供における「口頭説明」のみの理由(クロス集計・飲食店店舗営業形態別)

■問 6. アレルギー物質情報の提供内容 (SA : N=130、不明 14 件を除く)

「問 4.アレルギー物質の情報提供方法」で「1.問い合わせがあれば口頭で説明する」以外の回答者限定

- 「アレルギー物質情報を表記している」事業者はその内容をたずねた。
- 「特定原材料 7 品目 (卵・乳・小麦・そば・落花生・えび・かに)」が最も多く 51.5%、次いで「7 品目+それに準じる 20 品目」が 30.8%となっている。

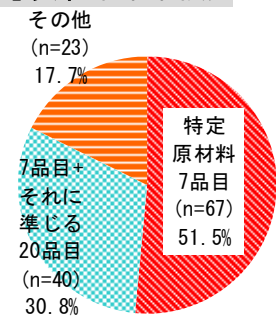


図 6:アレルギー物質情報提供の状況 (N=130)

【「その他 (N=19、不明 4 件を除く)」の回答】

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ○全てについて (5 件) <ul style="list-style-type: none"> ・入居者の申し出があった食材全て。 ・使用材料をすべて表記しています。 ・使用している原材料をメニューに表記 ・原材料全て。 ・アレルギー全般 ○特定の原材料について (4 件) <ul style="list-style-type: none"> ・卵に対して重要視。 ・卵、乳。 ・卵、えびのみ。 ・たまご、牛乳、大豆は色付丸シールを POP につけて説明書きの所にて材料を照会する。 | <ul style="list-style-type: none"> ○取り組んでいない (4 件) <ul style="list-style-type: none"> ・していない (3 件) ・まだメニューも少なく考えてはいなかった。 ○お客様に聞く (3 件) <ul style="list-style-type: none"> ・全て伺った上で調理しています。 ・何か食べられない物が有るか聞く。 ・お客様の申し出により対応 ○その他 (3 件) <ul style="list-style-type: none"> ・添加物 ・まだ営業していない。 ・食品の提供はしていません。 |
|---|--|

問 6-1. アレルギー物質情報の提供内容（クロス集計）

○営業許可登録業種別にみると「食品販売業」で「7品目+それに準じる20品目」の表記率が比較的高い。

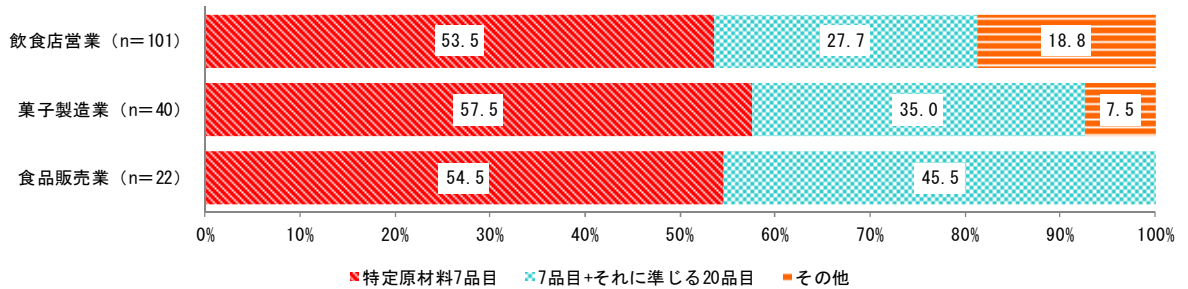


図 6-1: アレルギー物質情報の提供内容(クロス集計・営業許可登録業種別)

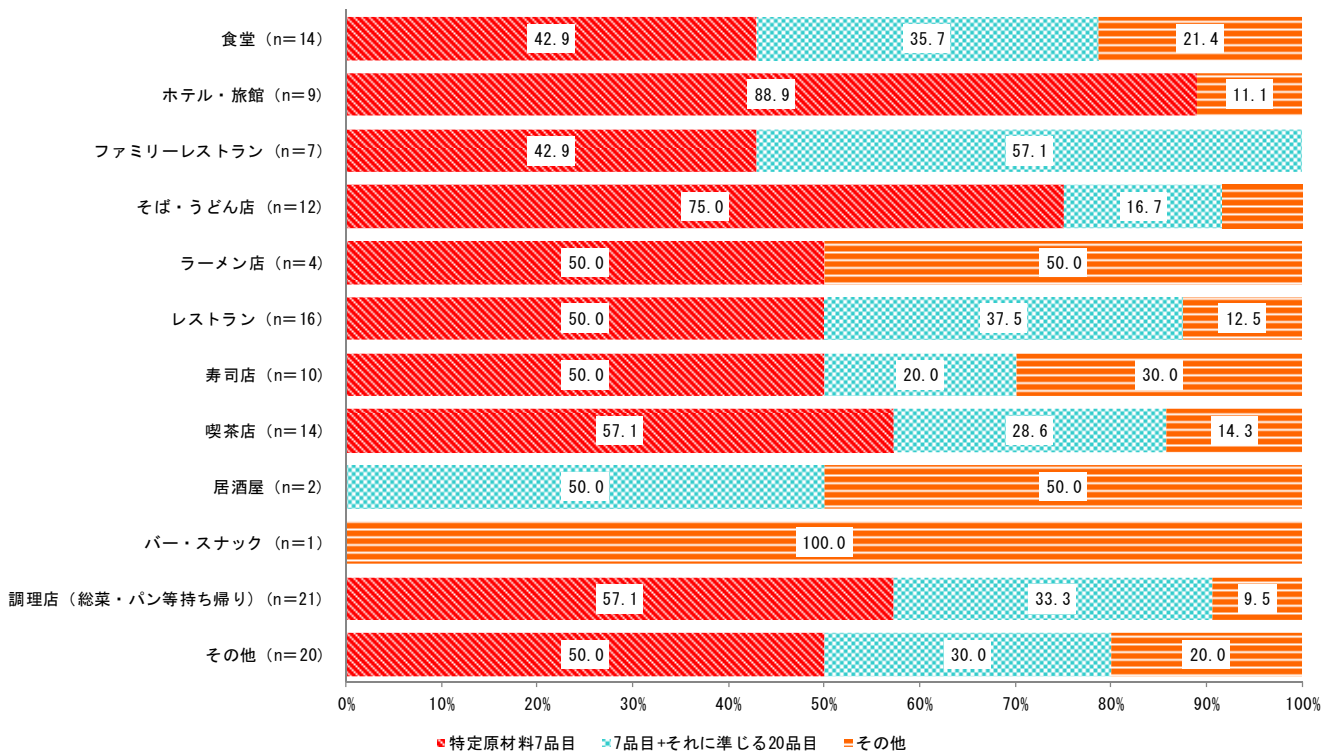


図 6-2: アレルギー物質情報の提供内容(クロス集計・飲食店店舗営業形態別)

■問 7. アレルギー物質の情報提供に関するトラブル経験の有無 (SA : N=663、不明 12 件を除く)

○トラブルの経験は「ない」が 97.6%を占めた。

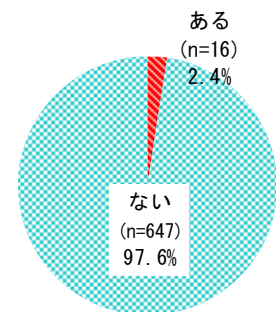


図 7: アレルギー物質の情報提供に関するトラブル経験の有無 (N=663)

■問8(1) . トラブルの原因となったアレルギー物質 (MA : N=16)

「問7.アレルギー物質の情報提供」で「1.(トラブル経験がある)」の回答者限定

○トラブルの経験が「ある (2.4%)」回答者に原因となった「アレルギー物質」をたずねた。

○最も多かったのが「乳 (50%)」、次いで「卵 (37.5%)」となっている。

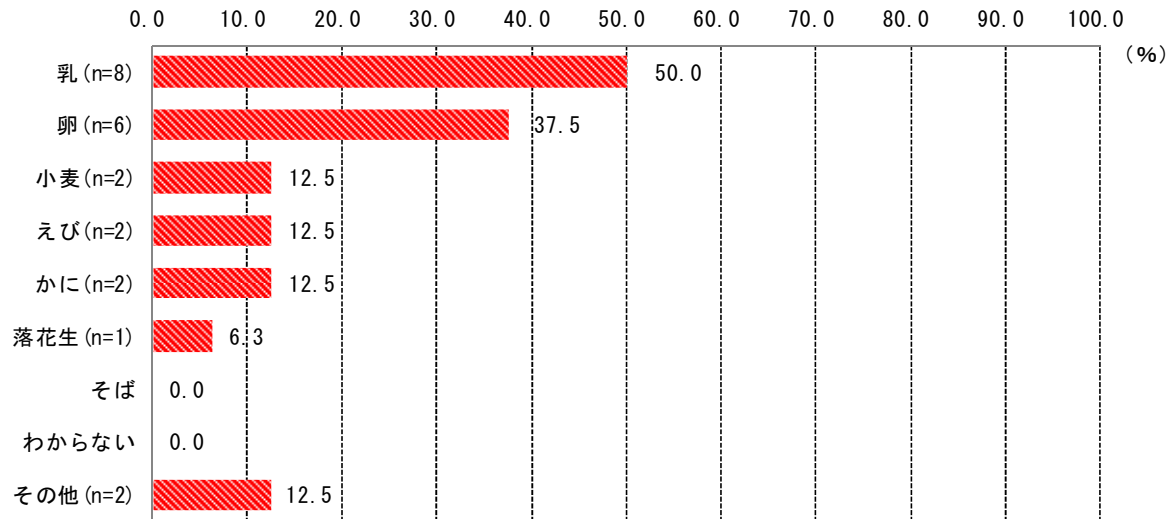


図8(1): トラブルの原因となったアレルギー物質 (N=16)

【「その他 (N=2)」の回答】

○品名誤表示。

○特定原材料に準じる 20 品目。

■問8 (2) .トラブルの内容 (FA : N=12、不明4件を除く)

「問7.アレルギー物質の情報提供」で「1.(トラブル経験がある)」の回答者限定

○表示の記入間違い、記入もれ (5件)

- ・〇〇店において、昨年8月に肉しゅうまいをお買い上げされたお客さまより2歳のお子さまが湿疹が出た旨連絡があり、社内調査の結果、商品表示登録上に不備があったことが判明。札幌市保健所広域さまに連絡報告の上、ご指導頂いた。
- ・プライスカードや包装の表示では特定原材料7品目のみ表示してあり、お客様が特定原材料に準じる20品目が含まれていないと認識され召し上がってしまった。
- ・メニューに卵の情報の欠落がありお子様にアレルギー症状が起こったケースがある。
- ・乳を使っている商品なのに、プライスカードに記入がなかった。
- ・惣菜インストアーえび重を誤ってカツ重と表示、類似案件年数件発生。

○口頭での伝達間違いや、相互の勘違い (3件)

- ・店舗での問い合わせに対し、商品の認識違いで誤って伝えてしまう。購入後に表示シールを見て、入っていることを指摘された。幸い口にしていなかったもので、防止できた。
- ・「魚介類が入っている？」との質問に対しカニを魚介類として説明しなかった。
- ・お客様の意図を理解せず、料理の一部分のみ聞かれていると思い、その部分については乳を含んでいないと答えたが、質問はもりつけた料理全てに対してであった。

○仕入れ商品の記載もれ・成分未確認 (2件)

- ・他社から仕入れた商品において一括表示に乳の記載がなされていなかった。
- ・市販の菓子をデザートに添えた(チョコ菓子類)の成分。

○その他 (2件)

- ・アレルギー物質の提供。
- ・「乳化剤」(添加物)は乳を使っているのではないかと。使っていないのに何故「乳」の文字が入っているのだ。

(2) 原材料の産地に関する情報提供状況

■問9. お客様への原材料の産地の情報提供方法 (SA : N=661、不明14件を除く)

- 「問合せがあれば口頭で説明」が52.0%と最も多く、次いで「特に行っていない(25.9%)」となった。
- 「プライスカード・POP等に表記(10.6%)」「メニューに表記(4.2%)」をあわせた「表記している」は14.8%となっている。

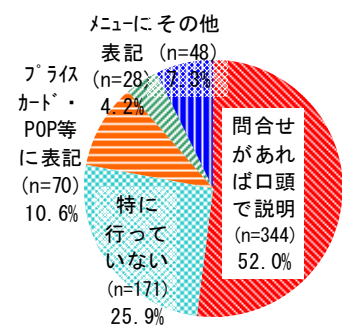


図9:原材料の産地の情報提供方法 (N=661)

【「その他」(N=47、不明1件を除く)の回答】

- 一部を表示している (10 件)
 - ・○○産とわかる範囲で紹介しているが、わからないものも多くあり、どの程度をいうのか悩む。例：バター（日本産だが県は不明、輸入バターも使っているはず）、小麦粉（カナダ、ヨーロッパ産としか記載されていない）。
 - ・可能な限りメニューに表記。
 - ・テイクアウト商品については産地表示しているが提供している食品の全てなのか一部でも可なのかが不明。
 - ・ライス米の産地のみ。
 - ・米については店頭POPで表記している。
 - ・一部表記（そば）「本日の蕎麦は○○産です」の板。
 - ・一部表示をしている物もある。
 - ・裏表示に一部記載。
 - ・旬の果物などは、産地をPOPに表記。
 - ・生野菜サラダのみ産地表示しています。
- 納品書等に表記 (8 件)
 - ・商品カタログに記載。
 - ・規格書・成分表・アレルギー別紙にても提出（要請があれば）。
 - ・証明書持参、提示の用意有り。
 - ・ラベル印字に表記又は納品伝票に表記。
 - ・見積り段階で明示。
 - ・見積書・価格表に表記。
 - ・納品伝票及び商品の一括表示にて、提供。
 - ・販売時情報提供と納品書等記入。
- 商品に記載 (7 件)
 - ・商品そのものに包装に表記してある。
 - ・商品に明記。
 - ・商品パッケージに記入してある。
 - ・商品にシールを貼っている。
 - ・商品規格の内に対応。
 - ・販売商品に記載。
 - ・表示義務内容に表記。
- ホームページに記載 (6 件)
- 常に口頭で説明 (4 件)
 - ・お客様へ産地表をお持ちする。
 - ・こちらからお客様へ説明することが多い。
 - ・提供する際に説明して、お出しする。
 - ・問い合わせがなくても口頭で説明している。
- パッケージに表記 (3 件)
 - ・表記したシールカードを入れている。
 - ・表示シールやPOPに表記。
 - ・包材表記。
- 個体識別番号 (2 件)
 - ・牛肉は個体識別番号を表示。
 - ・個体識別番号。
- その他 (7 件)
 - ・食品の提供はしてません。
 - ・インフォメールで問い合わせがあればメールや電話で説明。
 - ・メーカーの商品の販売なので、情報提供はメーカー問い合わせ。
 - ・問い合わせは、お客様相談室で伺う。
 - ・おもな原材料は道産品で有機栽培という事を当店に来て下さる、ほとんどのお客様が認知済である為、また新しいお客様にもその都度説明してご納得して食して頂けるように日々努力しています。
 - ・まだ営業していない。
 - ・下関。

問 9-1. 原材料の産地の情報提供方法（クロス集計）

○営業許可登録業種別にみると「菓子製造業」で「問い合わせがあれば口頭で説明（57.0%）」が比較的多い。

○飲食店店舗営業形態別にみると「寿司店（75.0%）」「居酒屋（61.9%）」「そば・うどん店（57.4%）」で「問い合わせがあれば口頭で説明」する率が他業種と比して多い。

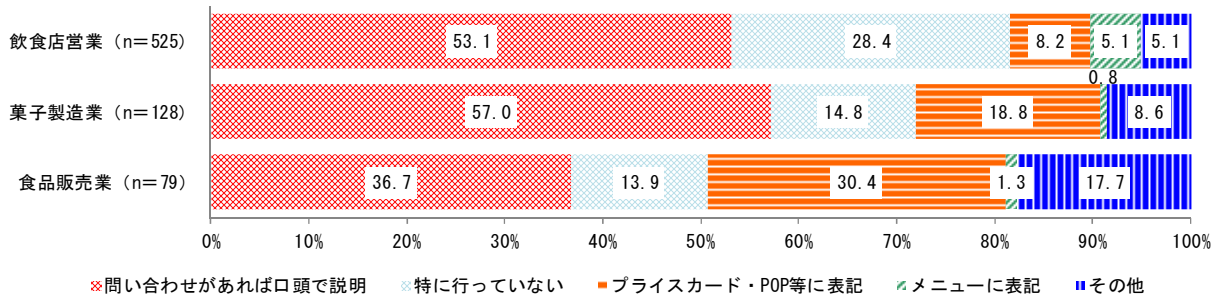


図 9-1. 原材料の産地の情報提供方法(クロス集計・飲食店店舗営業形態別)

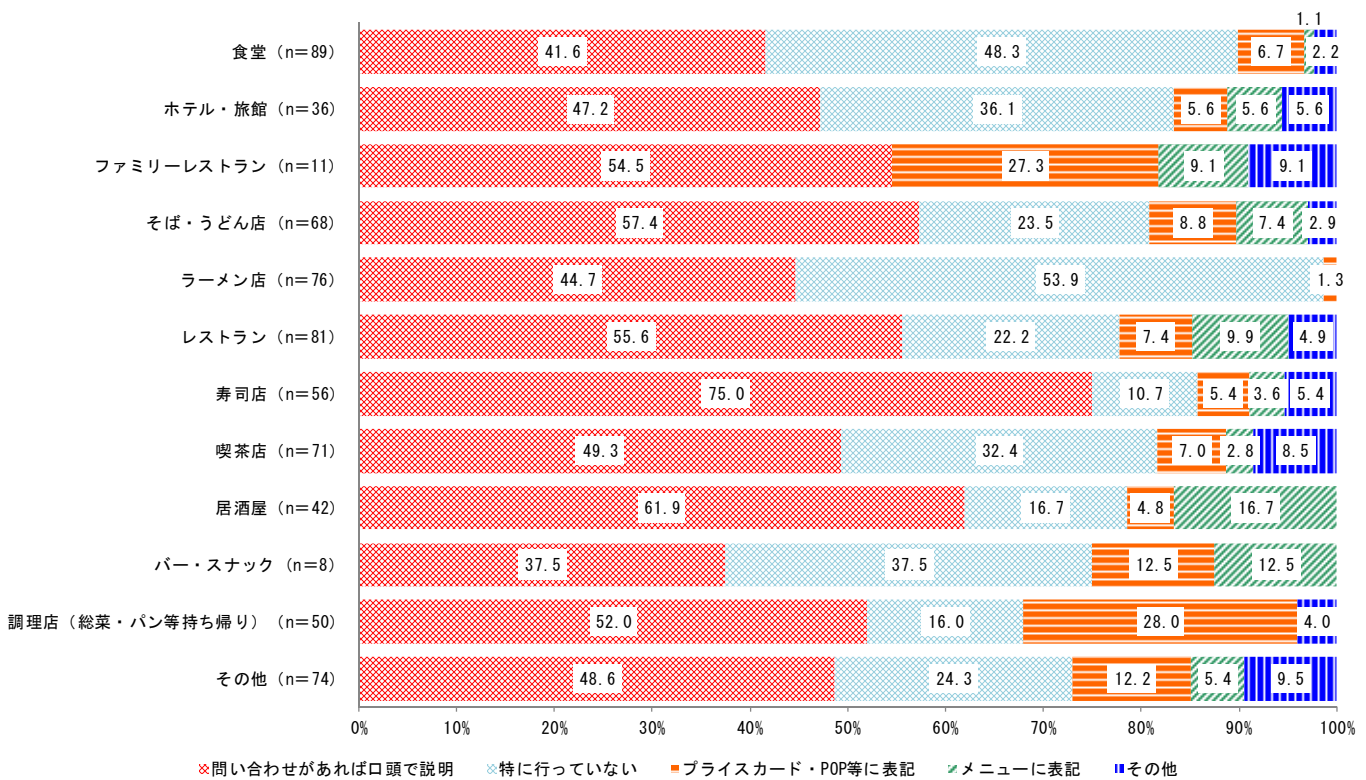


図 9-2. 原材料の産地の情報提供方法(クロス集計・飲食店店舗営業形態別)

■問 10. 原材料の産地の情報提供を「特に行っていない」「口頭説明（のみ）」の理由

(SA : N=508、不明 7 件を除く)

「問 9.原材料の産地の情報提供」で「1.特に行っていない」「2.問い合わせがあれば口頭で説明する」回答者限定

- 「口頭説明で充足している」が 52.4%と最も多く、次いで「特に聞かれたことがない (32.5%)」となった。
- これらを合わせた「現状の方法で充足している」と考えられる事業者は 95.3%となっている。
- 「今後は表記を検討したい」は 3.0%にとどまった。

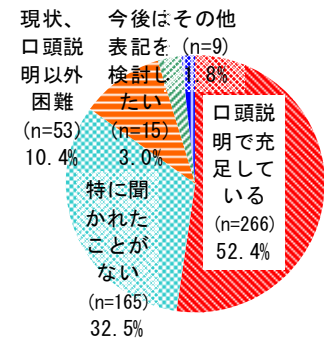


図 10: 原材料の産地の情報提供の対応理由 (N=508)

【「その他 (N=9)」の回答】

- 米に関しては POP 表記。
- HP やメニュー表などで米と小麦については表記している。
- 表示が必要なものは、原材料欄に記載。
- 表記するようにしている。
- 当店は店内に日本地図を作成して、産地をはりだしています。
- 店舗で把握できるものはその場で説明、その他は本部に確認。
- 主要原料が基本的に自社産であることは比較的明白なため。
- 原料の数が多し。また複数の産地から入ってくる。変動する。
- ネタの産地は聞かれるたびに答えている。

問10-1. 原材料の産地の情報提供を「特に行っていない」「口頭説明(のみ)」の理由(クロス集計)

○営業許可登録業種別にみると、「菓子製造業」で「口頭説明で充足している」割合が他業種と比較して高くなっている。

○飲食店店舗営業形態別にみると、他業種と比較して「そば・うどん店(75.9%)」では「口頭説明で充足している」が多く、「ラーメン店(64.9%)」「食堂(54.4%)」では「特に聞かれたことがない」が多い傾向がみられる。

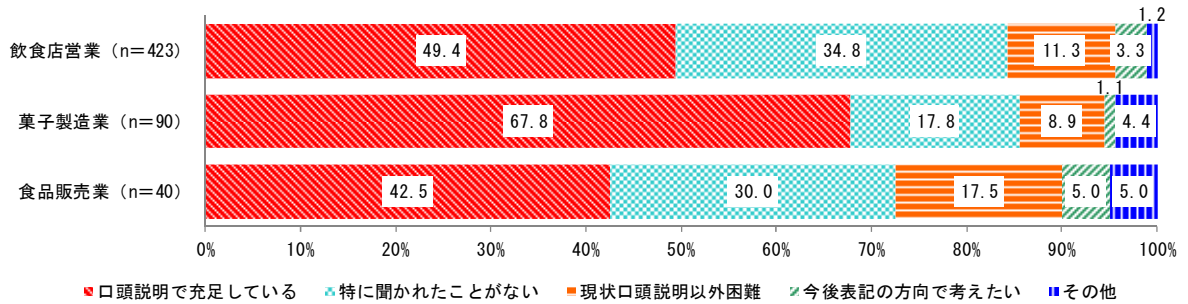


図10-1: 原材料の産地の情報提供を「特に行っていない」「口頭説明(のみ)」の理由(クロス集計・営業許可登録業種別)

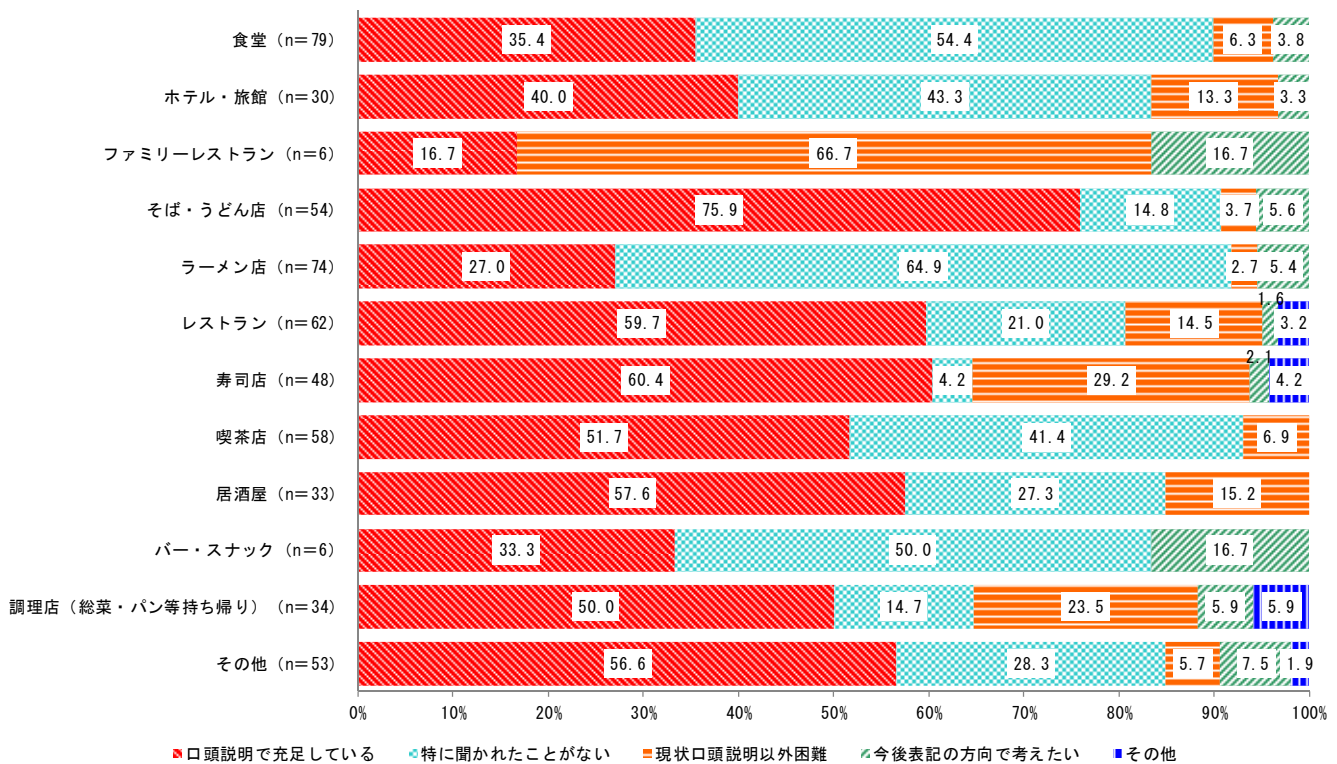


図10-2: 原材料の産地の情報提供を「特に行っていない」「口頭説明(のみ)」の理由(クロス集計・飲食店店舗営業形態別)

(3) 札幌市「食の安全・安心表示の店」※をPRする手段

※「食の安全・安心表示の店」: 札幌市で、アレルギー物質や原材料の産地について、積極的に表示している店舗について今後広く紹介することを検討している。

■問 11. 希望する手段 (MA : N=639、不明 36 件を除く)

○「市認定を示す”ステッカー”を店に掲示する」が 47.4%と最も多く、次いで「特に紹介・PRしなくてもよい (38.0%)」となっている。

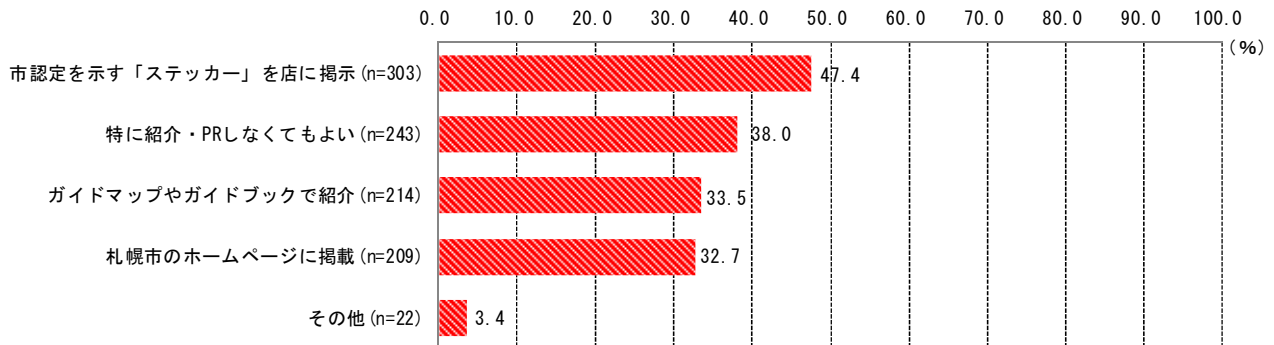


図 11:「食の安全・安心表示の店」として紹介される場合の希望媒体 (N=639)

【「その他 (N=18、不明 4 件を除く)」の回答】

- | | |
|-----------------------------------|---|
| ○自社で PR したい (6 件) | ・現在日本食品協会よりの「食の安心・安全」ステッカー掲示緑掲灯・5 つ星を掲示。 |
| ・自社ホームページやインターネット販売サイトに掲載など (4 件) | ・マスメディア対応。 |
| ・御来店頂いた方々に除々に浸透していけば良い! | ○あてはまらない (4 件) |
| ・「紹介」されることにより、かえって当店の親しみやすさが失われる。 | ・アレルギー物質は特定出来るが、産地の表示は難しい。 |
| ○札幌市の PR 媒体 (2 件) | ・病院、老健内での出店のため、「札幌市のホームページに掲載」「ガイドマップやガイドブックで紹介」は難しい。 |
| ・市公認の安心食品店の本を出す! | ・生産工場のため。 |
| ・ようこそさっぽろ | ・食品の提供はしていません。 |
| ○その他の方法 (2 件) | ○わからない・特になし (4 件) |

(4) 栄養成分表示やヘルシーメニュー提供の状況について

■問 12. エネルギー（カロリー）の表示状況（SA：N=648、不明 27 件を除く）

○「表示する予定はない」が 74.5%を占めている。

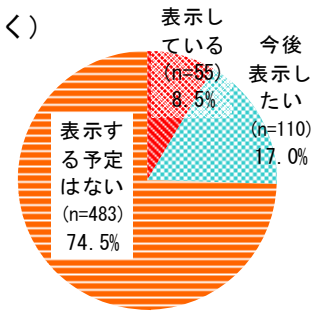


図 12: エネルギー(カロリー)の表示状況(N=648)

問 12-1. エネルギー（カロリー）の表示状況（クロス集計）

○営業許可登録業種別にみると「飲食店営業」で「エネルギー（カロリー）を表示する予定がない」が比較的多い。

○飲食店店舗営業形態別にみると、「表示している」「今後表示したいと思っている」をあわせた「表示への意識」が「ホテル・旅館 (30.5%)」「レストラン (30.1%)」で比較的高い傾向がみられる。

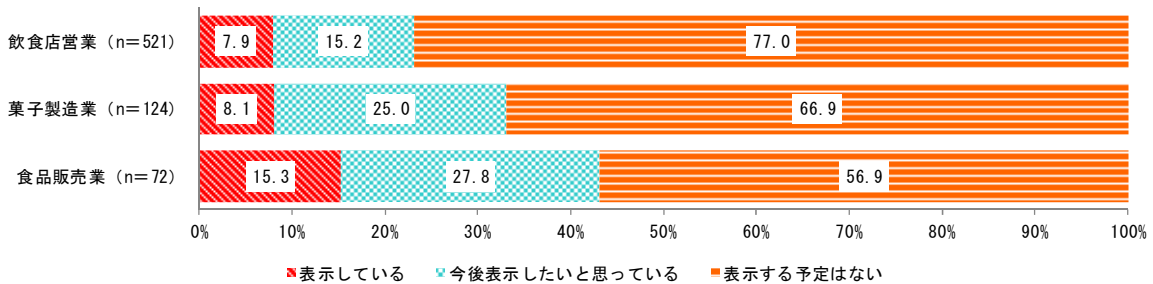


図 12-1: エネルギー(カロリー)の表示状況(クロス集計・営業許可登録業種別)

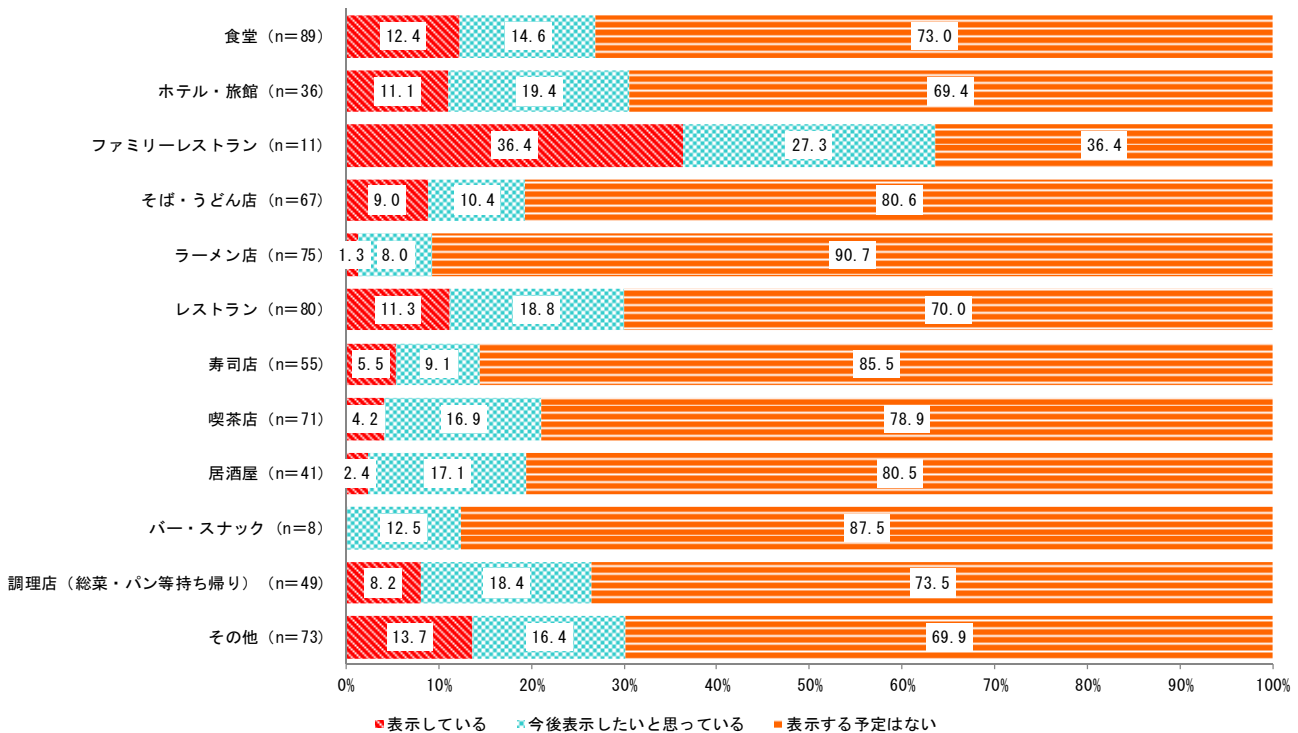


図 12-2: エネルギー(カロリー)の表示状況(クロス集計・飲食店店舗営業形態別)

■問 13. ヘルシーメニュー※の提供状況 (SA : N=630、不明 45 件を除く)

※ヘルシーメニューとは:1 食あたりのエネルギーが 500~650kcal、脂肪控えめ、野菜 100g、減塩に配慮した食事のこと

○「提供予定はない」が 72.1%をしめた。

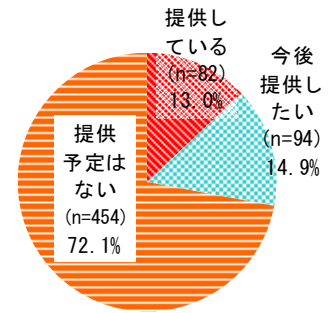


図 13:ヘルシーメニューの提供状況 (N=630)

問 13-1. ヘルシーメニューの提供状況 (クロス集計)

○営業許可登録業種別にみると、「食品販売業」のヘルシーメニューを「提供している」「今後提供したい」を合わせた「提供」への意識が 42.0%と比較的高い。

○飲食店営業形態別にみると、「レストラン (35.9%)」「居酒屋 (35.0%)」で「提供」への意識が比較的高くなっている。

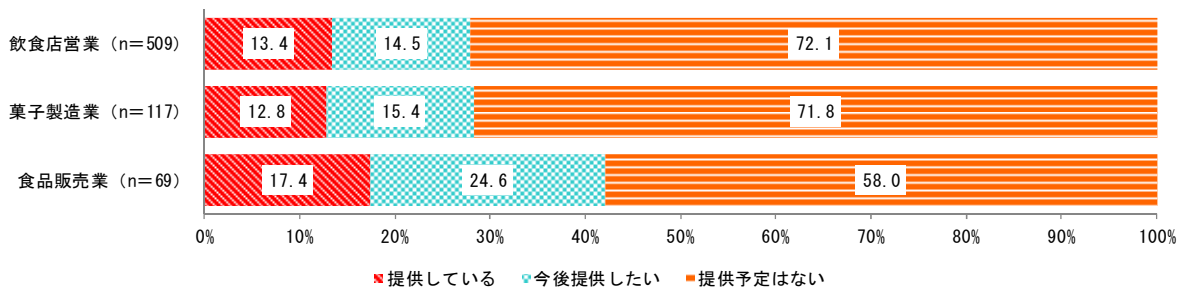


図 13-1:ヘルシーメニューの提供状況(クロス集計・営業許可登録業種別)

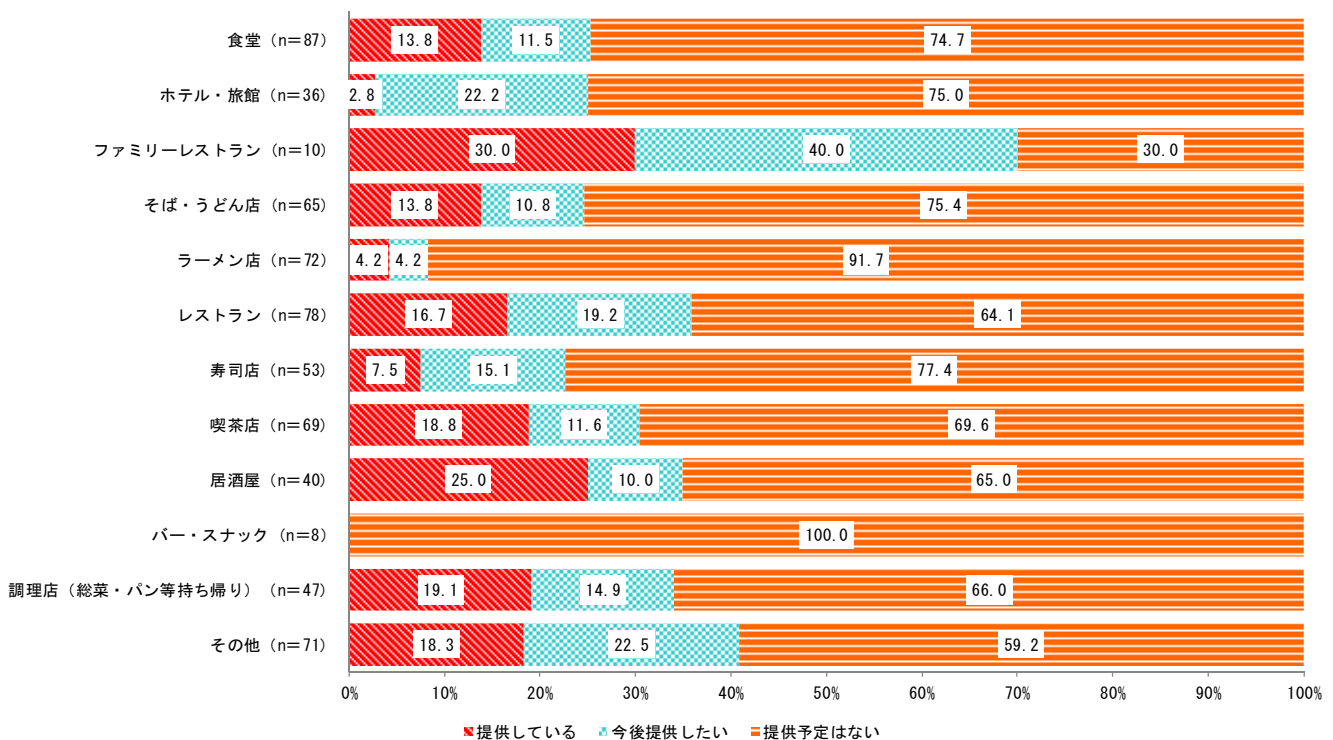


図 13-2:ヘルシーメニューの提供状況(クロス集計・飲食店店舗営業形態別)

3. 販売スタッフの育成について

「問1.営業許可登録業種」で「2.菓子製造業」「3.食品販売業」もしくは
「問2.飲食店店舗の営業形態」で「12.調理店」回答者に限定

(1) 販売スタッフの育成方法

■問 14. 販売スタッフの取得資格で業務に活かされているもの (MA:N=194、不明 20 件を除く)

○「特にない」が最も多く、84.5%を占めた。

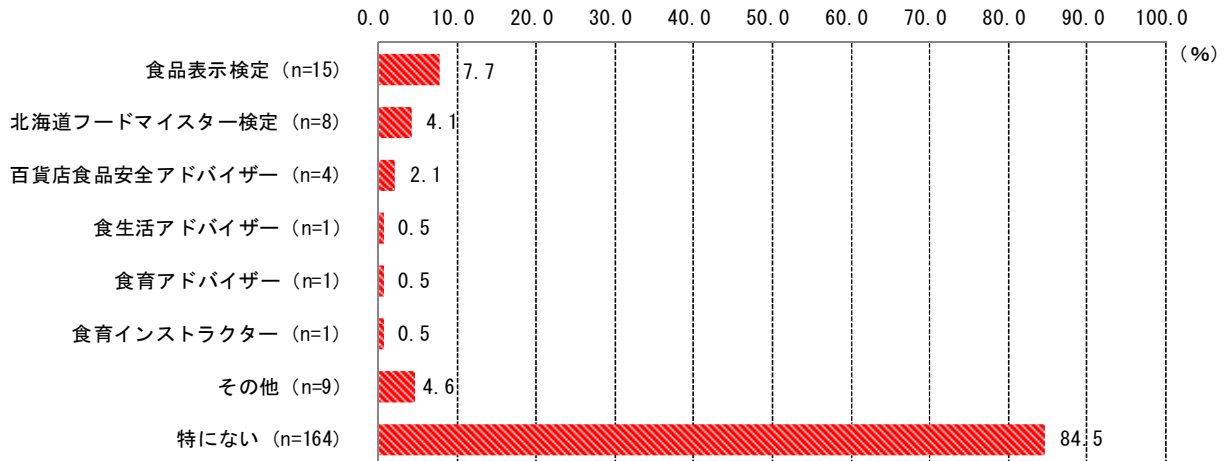


図 14: 販売スタッフの取得資格で業務に活かされているもの (N=194)

【「その他 (N=8、不明 1 件を除く)」の回答】

- 製菓衛生士 (3 件)
- 日本オーガニック推進協会
- 調理師免許、販売士
- 食品衛生責任者
- 管理栄養士
- ラッピングコーディネーター、色彩検定

■問 15. 販売スタッフに習得させた食品衛生に関わる知識・スキル (MA:N=195、不明 19 件を除く)

- 「食中毒予防方法」が 46.2%と最も多く、次いで「クレーム対応 (41.5%)」となった。
- 一方で「特にない (39.5%)」もほぼ同率の約 4 割を占めている。

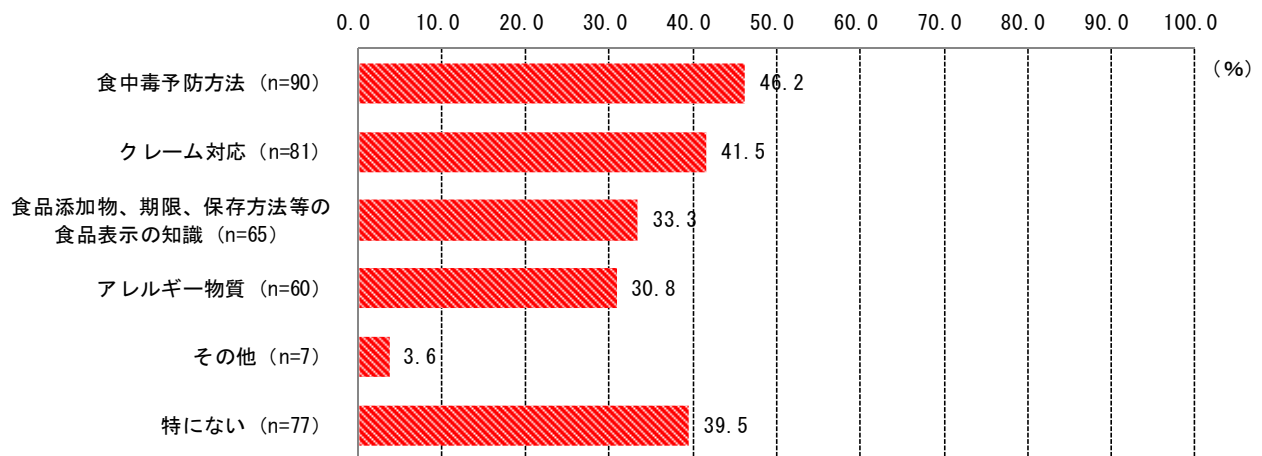


図 15: 販売スタッフに習得させた食品衛生に関わる知識・スキル(N=195)

【「その他 (N=7)」の回答】

- 店長・調理従事者を対象に教育を実施中。
- 製菓衛生師免許を社員は全員持っています。
- 食品衛生法・JAS 法について等。
- 食品衛生責任者、栄養士
- 酒類販売管理士講習
- 産地表示
- 管理栄養士、食生活アドバイザー

■問 16. 販売スタッフに習得させた方法 (MA:N=117、不明 6 件を除く)

問 15「販売スタッフに習得させた食品衛生に関する専門知識やスキルがある」回答者限定

- 「自社指定のマニュアルを読む」「社内の職員や外部講師による内部研修」がともに 43.6%、次いで「社外の講習・研修会等による外部研修 (37.6%)」がほぼ同率となっている。

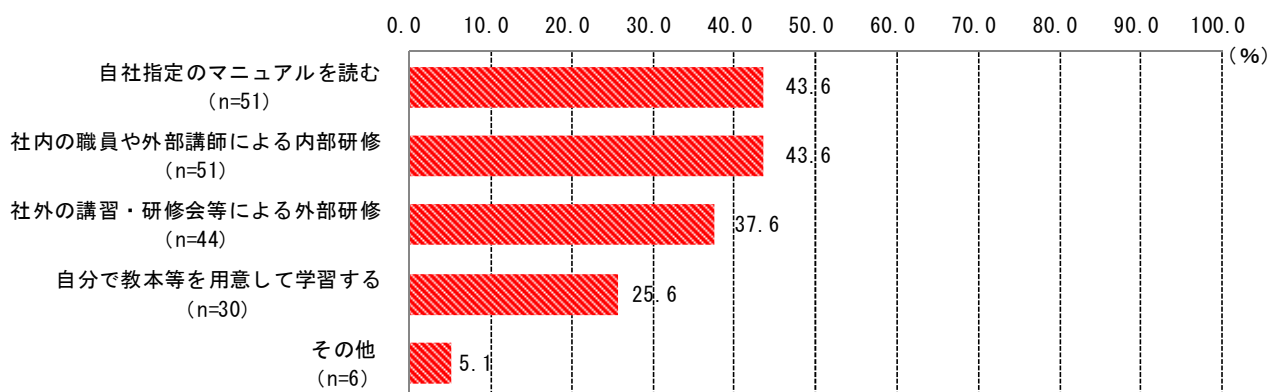


図 16: 販売スタッフに習得させた方法(N=117)

【「その他(N=4、不明2件を除く)」の回答】

- 口頭
- 販売スタッフ、個人々に初期対応方法を説明。
- 菓子製造の他社とか、経験者等に教わる。
- 講習会受講資料、食品衛生協会配付資料等

(2) 「食品販売アドバイザー」※資格制度について

※「食品販売アドバイザー」とは：

新しい資格を想定したもの。「アレルギー物質」+「食中毒予防法」+「食品表示」などの食品衛生に関する専門知識や「クレーム対応」などのスキルを総合的に認定する資格（現状ではこうした資格はない）

■問17. 「食品販売アドバイザー」資格を取得させたいか（SA：N=194、不明20件を除く）

- 「無料ならば取得させたい（51.5%）」「有料でも取得させたい（13.4%）」を合わせた「取得させたい」が64.9%となっている。
- 「無料ならば取得させたい」が回答者の過半数を占めた。

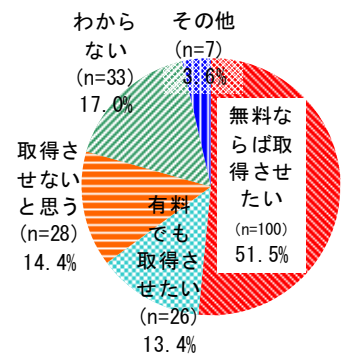


図17: 「食品販売アドバイザー」資格を取得させたいか(N=194)

【「その他(N=4、不明3件を除く)」の回答】

- 店長・副店長等対象を絞って取得を検討する。
- 販売スタッフはいません。(2件)
- 当店後次する者がいないため。

問17-1. 「食品販売アドバイザー」資格を取得させたいか（クロス集計）

○大きな差違はみられなかった。

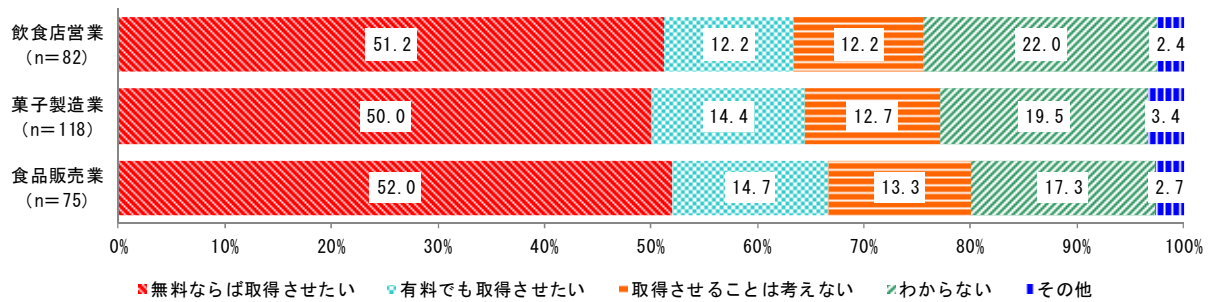


図17-1. 「食品販売アドバイザー」資格を取得させたいか(クロス集計・営業許可登録業種別)

問18(1). 「食品販売アドバイザー」をスタッフに取得させたい理由 (MA:N=126)

「問17.食品販売アドバイザーの資格を販売スタッフに取得させたいか」で、「1.無料であれば取得させたい」「2.有料であっても取得させたい」回答者限定

○「販売員の意識向上につながる」が92.9%と最も多く、次いで「食の安全・安心への意識の高さをPRできる」が62.6%であった。

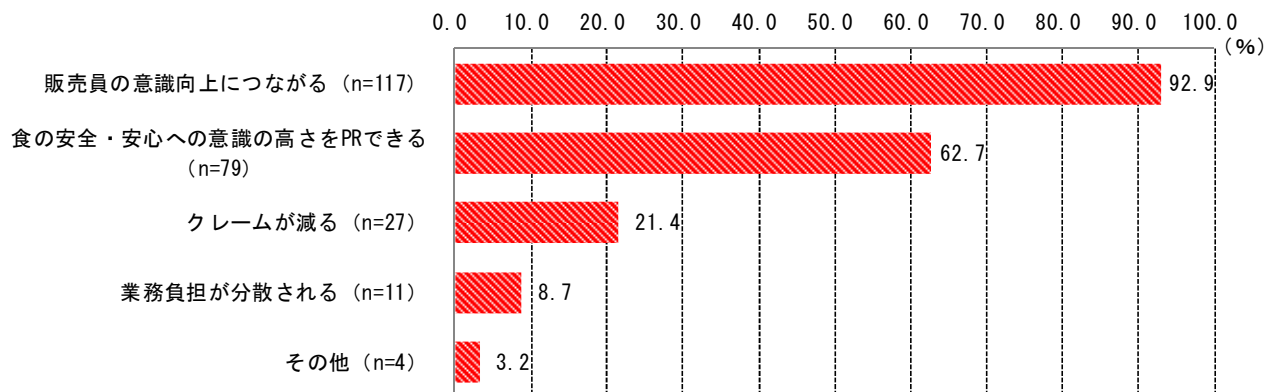


図18(1):「食品販売アドバイザー」資格をスタッフに取得させたい理由 (N=126)

【「その他(N=4)」の回答】

- 食品企業の従業員としての基礎知識。
- 食品衛生に係る網羅的な入門テキストが書店等で手に入ると好都合。
- 実務に活用できる。
- 顧客に必要な情報を正確に伝えることができる。

■問 18 (2) . 「食品販売アドバイザー」運営組織に適した機関・団体

(SA : N=125、不明 1 件を除く)

○「国の機関」が 40.0%と最も多く、次いで「札幌市（保健所） [32.8%]」となっている。

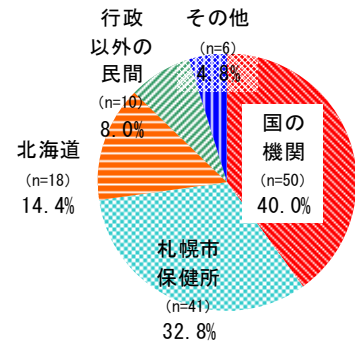


図 18(2):「食品販売アドバイザー」運営組織に適した機関・団体(N=125)

【「その他(N=6)」の回答】

- 統一性があった方がよいと思うが、小回りのきく地域策を考える。
- 的確な情報と知識が得られればどこでも良い。いずれでも可。(2 件)
- わからない / どの機関が適しているのか判断できない (2 件)
- 食品衛生協会

■問 19. 「食品販売アドバイザー」資格を取得させない理由

(MA : N=27、不明 1 件を除く)

「問17.食品販売アドバイザーの資格を販売スタッフに取得させたいか」で、「3.取得させることは考えない」回答者限定

○「必要性を感じない（ニーズが低い）」が 55.6%となっている。

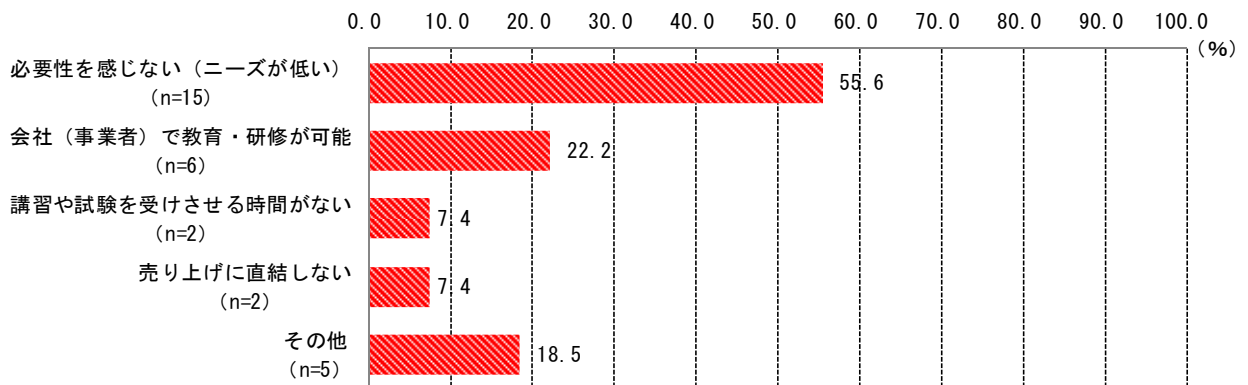


図 19:「食品販売アドバイザー」を取得させない理由(N=27)

【「その他(N=4、不明 1 件を除く)」の回答】

- 人数がいませんので時間がありません。
- 販売員をやとっていないから。
- 消費者への直接販売がない。
- うさんくさい資格制度をふりまわす人が多いので。レベルによると思います。

4. 「安全・安心な食のまち・さっぽろ」を目指す取り組みについて

(1) 「札幌市安全・安心な食のまち推進条例」について

■問 20. 「札幌市安全・安心な食のまち推進条例」の認知度 (SA : N=645、不明 30 件を除く)

- 「知っている (14.6%)」と「聞いたことはあるが、内容は不明 (42.5%)」をあわせた、「認知している」が 57.1% となっている。
- 一方で「知らない (42.9%)」と「聞いたことはあるが、内容は不明 (42.5%)」がほぼ同率を占めている。

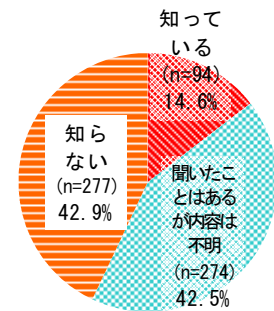


図 20:「札幌市安全・安心な食のまち推進条例」の認知度 (N=645)

(2) 「札幌市食品衛生管理認定制度」について

■問 21 (1) . 「札幌市食品衛生管理認定制度 (以下、しょくまる)」の認知度

(SA : N=647、不明 28 件を除く)

- 「知らなかった」が 75.9%を占めている。

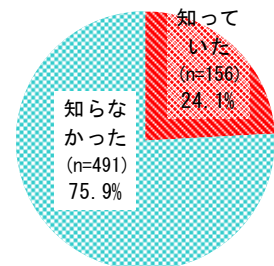


図 21(1):「しょくまる」の認知度 (N=647)

■問 21 (2) . 「しょくまる」の認定制度の申請・検討状況 (SA : N=639、不明 36 件を除く)

- 「今後検討したい」が 50.2%と最も多く、次いで「予定はない」が 44.3%となった。
- 「認定済み」「現在申請・検討中」をあわせた認定制度に取り組んでいる事業者は 5.4%であった。

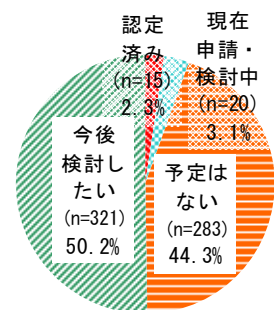


図 21(2):「しょくまる」の申請・検討状況 (N=639)

(3) 「さっぽろ食の安全・安心推進協定」について

■問 22 (1) . 「さっぽろ食の安全・安心推進協定 (以下、協定)」の認知度

(SA : N=645、不明 30 件を除く)

○ 「知らなかった」が 83.4%を占めている。

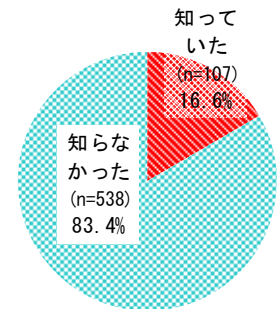


図 22(1):「協定」の認知度 (N=645)

■問 22 (2) 「協定」の締結状況・申請予定 (SA : N=640、不明 35 件を除く)

- 「予定はない (46.1%)」、「今後検討したい (45.8%)」がほぼ同率であった。
- 「協定済み」「現在申請・検討中」をあわせた協定締結に取り組んでいる事業者は 8.2%となっている。

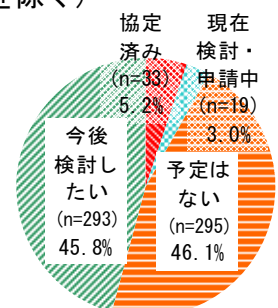


図 22(2):「協定」の締結状況・申請予定 (N=640)

■問 23. 「協定」締結者であることを PR する手段 (MA:N=52)

「問 22.今後[協定]を締結する予定はありますか」で「1.すでに協定を締結している」「2.現在検討・申請している」回答者限定

○ 「札幌市のホームページに掲載」が 61.5%と最も多く、次いで「広報誌等冊子の作成・配布 (51.9%)」となった。

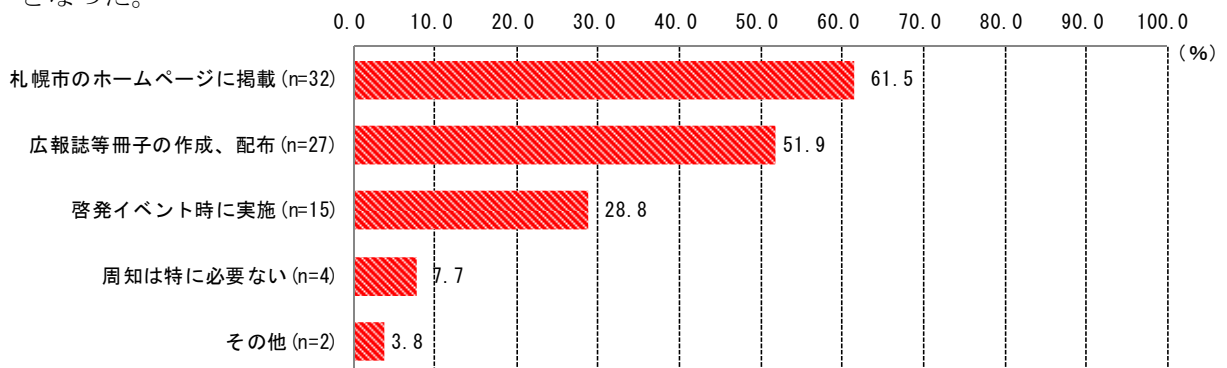


図 23:「協定」締結者であることを PR する手段 (N=52)

【「その他 (N=2)」の回答】

- 保健所さんから御通知頂いた。
- 市や道が手を組み本州へ強くアピールする。北海道 = 「食が一級品. 安全. おいしい」その一環として紹介、その後世界へ。

5. その他の営業や店舗運営・管理について

(1) 禁煙・分煙

■問 24. 「受動喫煙」対策の状況 (SA : N=612、不明 63 件を除く)

- 「対策済み(禁煙)」39.1%、「対策済み(完全分煙)」18.0%
を合わせた「対策済み」が 57.1%と過半数を超えた。
- 回答項目では「対策はしていない」の 43.0%が最も多かった。

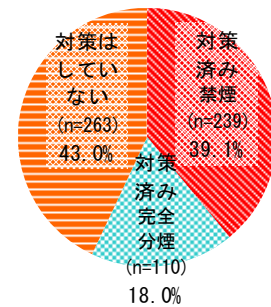


図 24:「受動喫煙」対策の状況(N=612)

■問 25. 禁煙・分煙施設の紹介サイト「ここから健康づくり応援団」※への登録希望

(SA : N=335、不明 14 件を除く)

「問 24.[受動喫煙]に関する対策をとっていますか」で「1.対策をしている(禁煙)」「2.対策をしている(完全分煙)」
回答者限定

※「ここから健康づくり応援団」とは:

健康増進法に基づく禁煙または分煙施設を、札幌市が「ここから健康づくり応援団」として認証・登録し、ホームページ等で紹介する仕組み

- 「登録予定なし」が 68.1%を占めた。

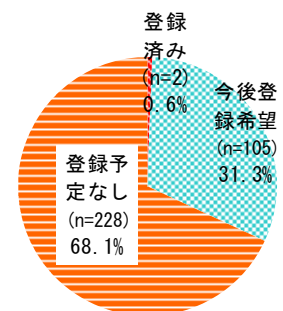


図 25:「ここから健康づくり応援団」の登録希望(N=335)

問 25-1. 禁煙・分煙施設の紹介サイト「ここから健康づくり応援団」への登録希望（クロス集計）

○飲食店店舗営業形態別にみると「ラーメン店（53.6%）」「レストラン（47.2%）」の登録希望が多かった。

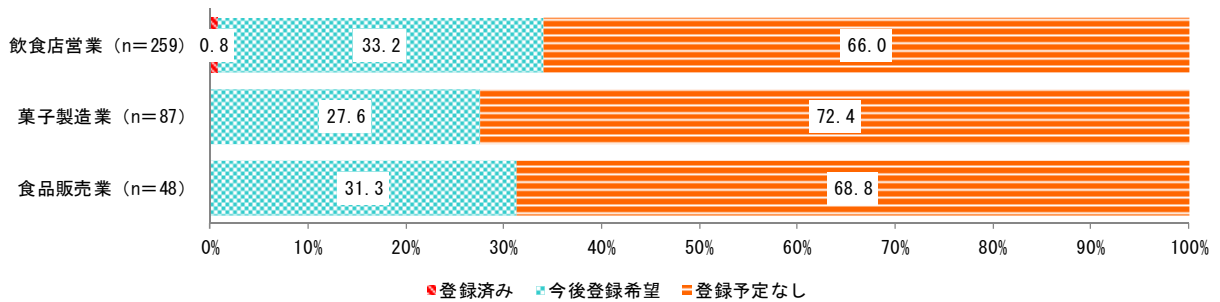


図 25-1: 禁煙・分煙施設の紹介サイト「ここから健康づくり応援団」への登録希望（クロス集計・営業許可登録業種別）

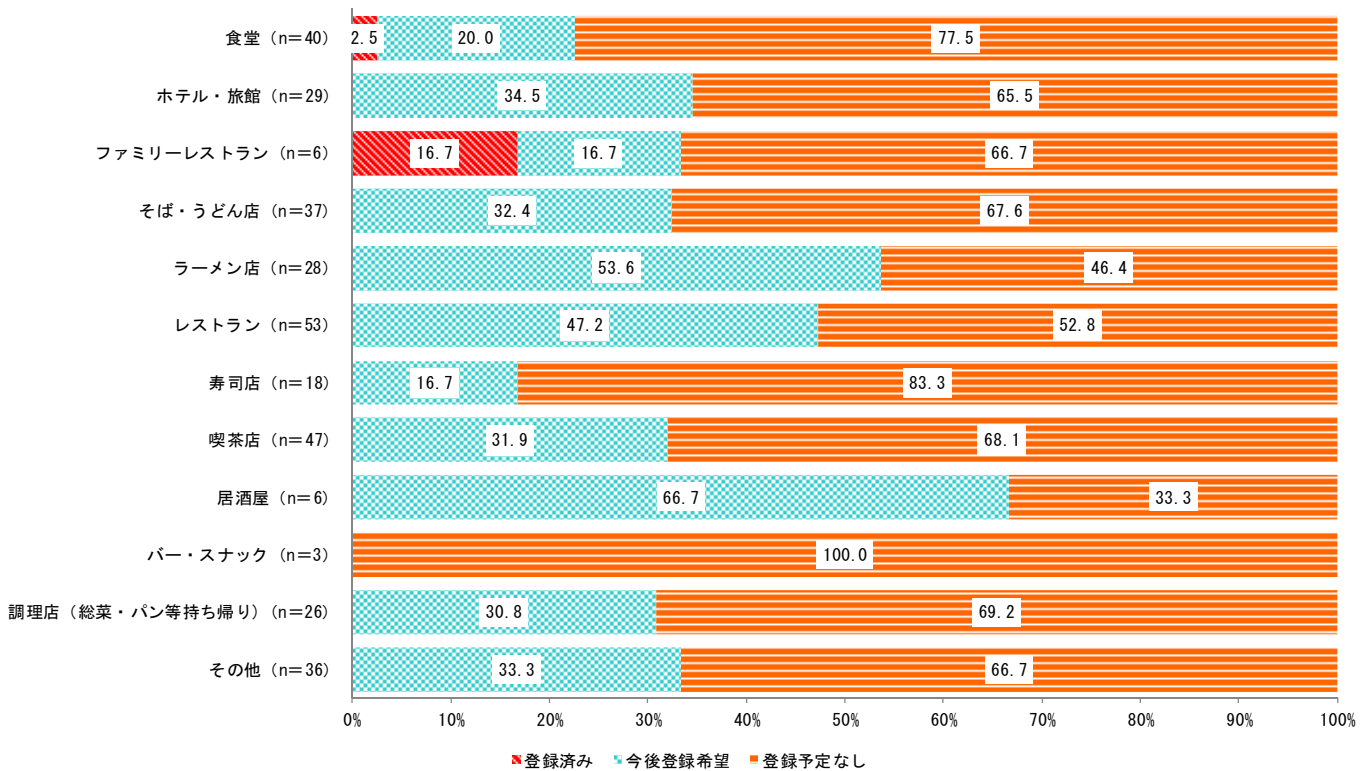


図 25-2: 禁煙・分煙施設の紹介サイト「ここから健康づくり応援団」への登録希望（クロス集計・飲食店店舗営業形態別）

(2) 「バリアフリー」の対応状況

■問 26. 車椅子のお客様の来店有無（SA：N=629、不明 46 件を除く）

○車椅子のお客様の来店は「ある」が 56.6%と過半数を占めている。

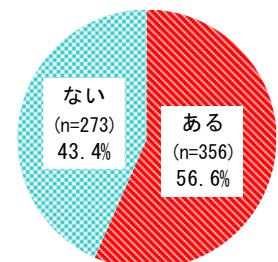


図 26: 車椅子のお客様の有無 (N=629)

■問 27 (1) . 「バリアフリー」の対応状況 (SA : N=602、不明 73 件を除く)

※本設問での「バリアフリー」の対応とは、「①障がい者用駐車場、②自動ドア、③スロープ(段差なし)、④車いす対応トイレ」を準備・設置していることとした。よって「全てに対応」している場合には上記の①～④全てを準備・設置していることを意味する。以下同様の内容を示している。

- 「対応できていない」が最も多く 62.3%を占め、次いで「一部に対応 (23.6%)」となっている。
- 「全てに対応」「一部に対応」をあわせた「対応している」事業者は 34.7%であった。

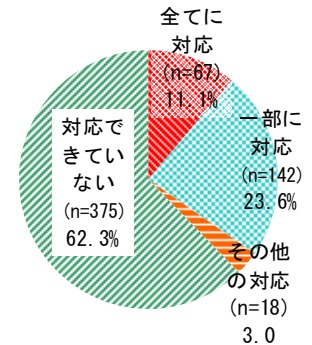


図 27(1): バリアフリーの対応状況 (N=602)

問 27 (1) -1. 「バリアフリー」の対応状況 (クロス集計)

○登録業種別にみると「食品販売業」の「対応している (全てに対応・一部に対応)」が 52.8%と比較的高い。

○飲食店店舗営業形態にみると「ホテル・旅館」の「対応している」が 73.6%と高くなっている。

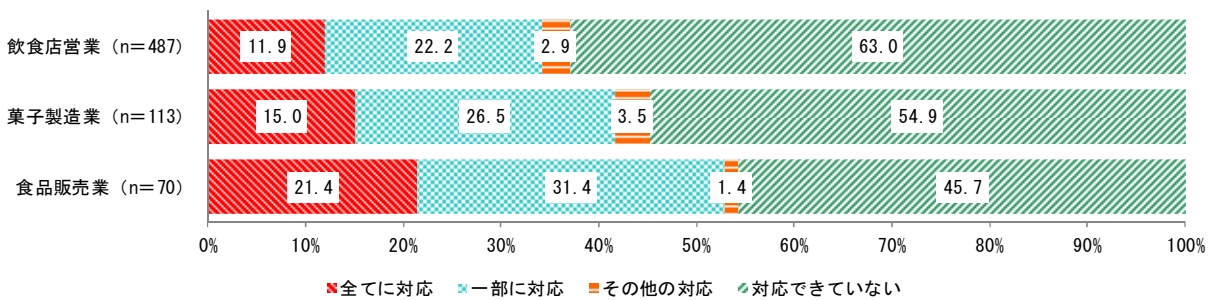


図 27(1)-1: 「バリアフリー」対応状況 (クロス集計・営業許可登録業種別)

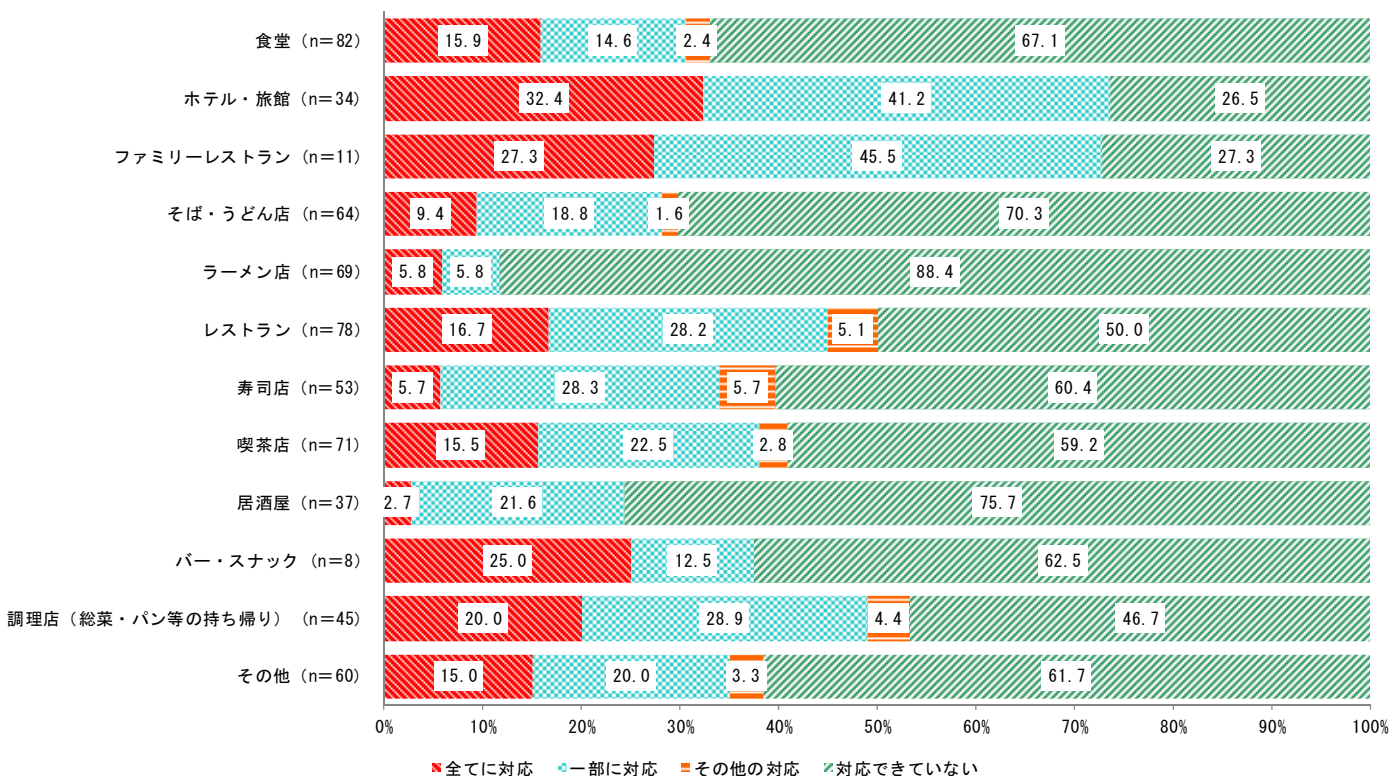


図 27(1)-2: 「バリアフリー」対応状況 (クロス集計・飲食店店舗営業形態別)

■問 27 (2) . 「バリアフリー」の「一部に対応」している内容 (MA : N=117、不明 25 件を除く)

「問 27(1)「バリアフリーには対応していますか」で「2.一部に対応している」回答者限定

- 「バリアフリー」の「一部に対応」している事業者に、対応している内容項目をたずねた。
- 「スロープ (段差なし)」が 66.7%と最も多く、次いで「自動ドア (47.0%)」となった。
- 「車いす対応トイレ」は 27.4%の設置率である。

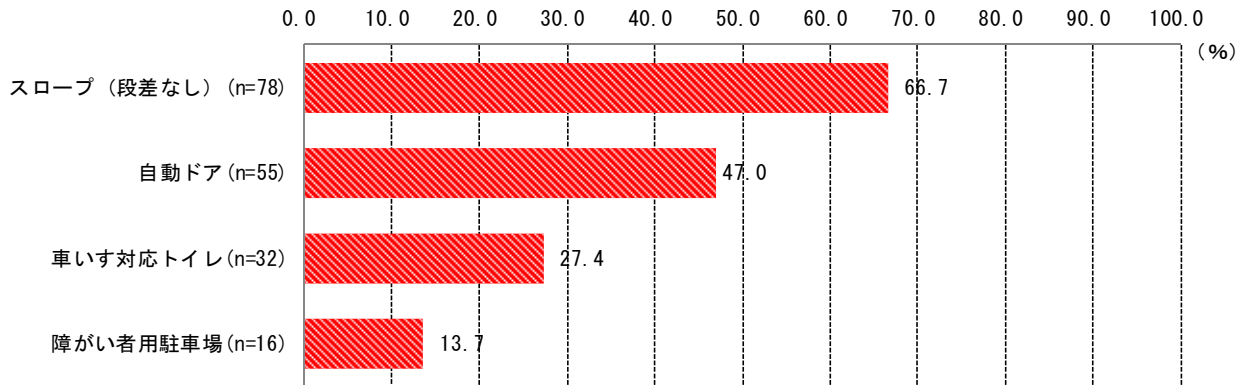


図 27(2) : バリアフリーの「一部への対応」状況 (N=117)

【「その他 (N=11、不明 7 件を除く)」の回答】

- 付き添いの方がついて来られる。
- 店舗に出入りする時にお手伝い。
- スタッフが 1 名ついて補助する (車イスや目の不自由な方の品えらび、出入りにおいて)
- 店舗においては床はフラット。他は施設に準ずる。
- 抵抗なく入店出来るようになっています。
- 出入口、スロープ、トイレ出入口段差なし。
- 自動ドア (〇〇店)。
- 店内はバリアフリーですが、施設内が全て対応しているかは確認できていません。
- 玄関、トイレなどの扉を広く設置。
- スロープ (一店舗のみ)
- エレベーター

(3) 外国人への対応状況

■問 28. 外国人のお客様の来店有無 (SA : N=627、不明 48 件を除く)

- 外国人のお客様の来店について「ある」が 61.6%を占めた。

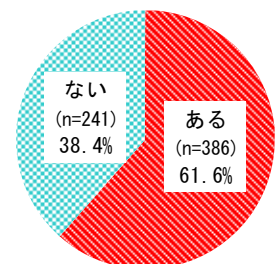


図 28 : 外国人のお客様の有無 (N=627)

■問 29 (1) . 外国人のお客様に向けた「メニュー表記」の対応 (MA:N=274、不明 112 件を除く)

「問 28.外国人のお客様の来店有無」で「1.(来店がある)」回答者限定

- 「英語」が最も多く、44.9%となっている。
- 「中国語（繁体字・簡体字）」「韓国語」はともに約 1 割であった。

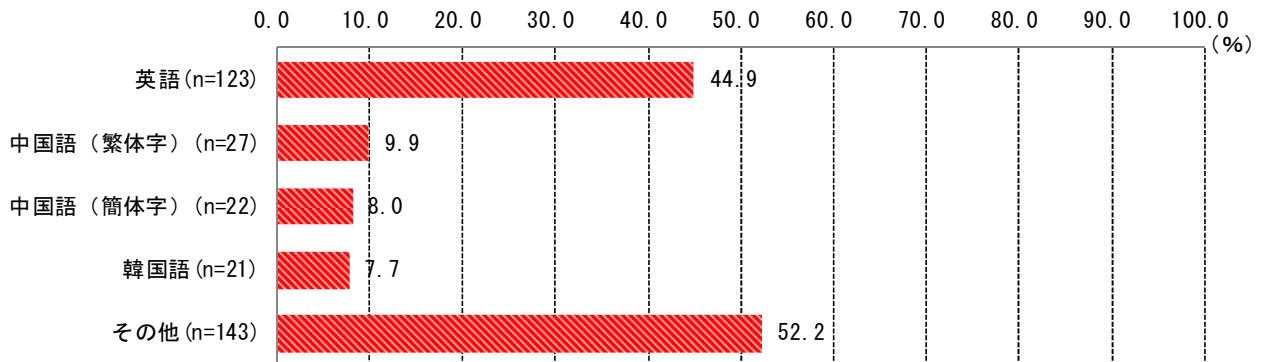


図 29(1):外国人のお客様に向けた「メニュー表記」の対応 (N=274)

【「その他 (N=130、不明 13 件を除く)」の回答】

- 日本語で対応、日本語のみ (31 件)
 - ・日本語のみ。(24 件)
 - ・日本語が話せる。/ 在日の方ばかりで日本語が通じる。(3 件)
 - ・完全でないが説明で理解あり。/ 何とか。(2 件)
 - ・日本語がほとんどです。
 - ・日本語&英語&電卓
- 他の言語・表記の対応 (10 件)
 - ・フランス語 (2 件)
 - ・ロシア語 (2 件)
 - ・イタリア語 (2 件)
 - ・ローマ字 (2 件)
 - ・タイ語 (1 件)
 - ・ドイツ・ロシア・フランス語 (各 1 件)
- 一部で表示、別途表示している (9 件)
 - ・別途カタログ。
 - ・写真にて。
 - ・朝食buffet会場は四カ国語にて表示しています。
- ・朝・夕食をおまかせメニューで提供。
- ・一部写真、英語。
- ・一部英語表記。
- ・一部英語対応 (テイクアウト用のみ)
- ・一部英語、中国語あり。
- ・一部店舗のみ。
- 同伴者がいる (7 件)
 - ・同伴者と一緒。
 - ・御一緒の方がいらっしゃるの。
 - ・わかる方がついて来ます。
 - ・母国語のみの方の来店はない。
 - ・添乗員が通訳しますの。
 - ・通訳の方が一緒。
- その他 (1 件)
 - ・表記無し、サンプルで対応。
- 特になし (72 件)
 - ・特になし。(59 件)
 - ・対応していない・できない、来店が年に 1~2 回くらいなので特になし。(12 件)
 - ・食品の提供はしていません。

■問 29 (2) . 外国語の会話が可能なスタッフによる対応 (MA : N=253、不明 133 件を除く)

「問 28.外国人のお客様の来店有無」で「1.(来店がある)」回答者限定

- 「英語」が最も多く 51.8%、次いで「中国語」は 9.5%であった。
- 「韓国語 (2.4%)」の会話ができるスタッフは「メニュー表記」と比較すると少なくなっている。

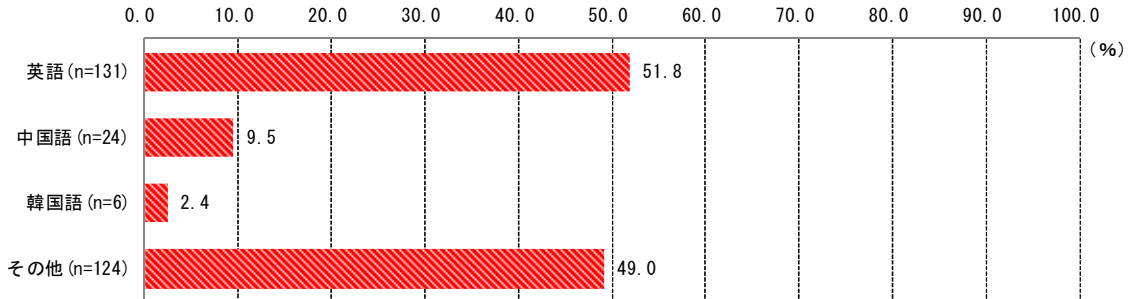


図 29(2) :外国語の会話が可能なスタッフによる対応 (N=253)

【「その他(49.0%、108 件、不明 18 件を除く)」の回答】

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ○会話可能なスタッフはいない (16 件) ○片言の英語で対応 (12 件) <ul style="list-style-type: none"> ・基本的に日本語もしくは簡単な英語 (10 件) ・片言の会話にて。(2 件) ・従業員が流動的なので、会話は単語の羅列やジェスチャーになる。(1 件) ○その他の言語に対応 (8 件) <ul style="list-style-type: none"> ・イタリア語 (2 件) ・フランス語 (2 件) ・ドイツ語、インドネシア語、ヒンディー語・マラティ語、タイ語少々 (各 1 件) ○同行者がいる (7 件) <ul style="list-style-type: none"> ・通訳の方が一緒に来店する。 ・添乗員が通訳します。 ・ツアー添乗員の方が対応、メニュー表にて指さし。 ・わかる方がついて来ます。 ・外国人一人ではなく、必ず誰かと来店する。 ・外国人一人の来店はまだない。 | <ul style="list-style-type: none"> ・常連さんのお連れ様の為、問題なし。 ○日本語で対応 (5 件) <ul style="list-style-type: none"> ・日本語。(4 件) ・在日の方ばかりで、日本語が通じる。 ○ジェスチャーで対応 (4 件) <ul style="list-style-type: none"> ・ジェスチャー、身振り手振り。(3 件) ・未対応・簡単な会話・ジェスチャー (1 件) ○一部の従業員・店舗 (3 件) <ul style="list-style-type: none"> ・一部従業員のみ。 ・店舗ごとに異なる。 ・特にいない。時間帯によってはいる。 ○ツールの活用 (2 件) <ul style="list-style-type: none"> ・翻訳電話通話サービス ・スマートフォンで… ○外国人の来店が少ない (1 件) <ul style="list-style-type: none"> ・今はそれほど来店してくださっている方が少ないので。 ○特になし (50 件) |
|--|--|

■問 29 (3) . 指さし会話集などのツールによる対応 (MA : N=184、不明 202 件を除く)

「問 28.外国人のお客様の来店有無」で「1.(来店がある)」回答者限定

○「英語」が最も多く 42.4%、「中国語」「韓国語」はそれぞれ約 1 割と「メニュー表記」と概ね同傾向を示した。

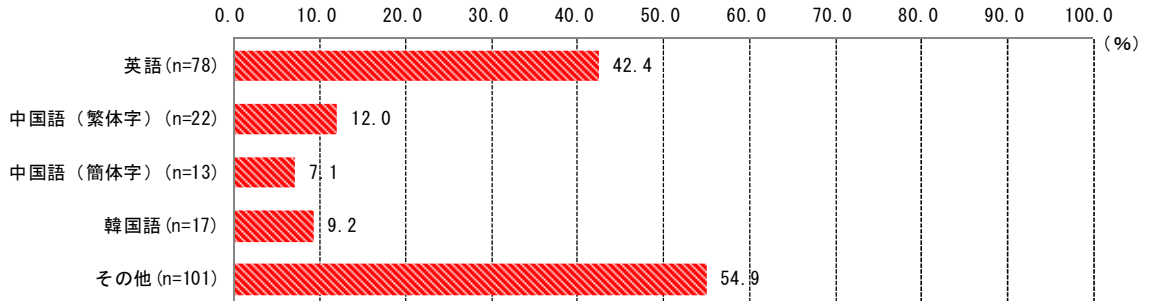


図 29(3) : 指さし会話集などのツールによる、外国人のお客様への対応 (N=184)

【「その他 (N=84、不明 17 件を除く)」の回答】

- | | |
|---------------------|----------------------------|
| ○メニューや写真の指さし (5 件) | ○食品サンプル (1 件) |
| ○アプリなど通信・電化製品 (4 件) | ○なし (72 件) |
| ・電話等の翻訳ソフト。 | ・特になし (65 件) |
| ・iPad で全ての言語対応。 | ・添乗員やご友人など同行者がいるのでなし。(5 件) |
| ・ネット翻訳などで何とかなる。 | ・日本語 (1 件) |
| ・電卓。 | ・ロシア語 (1 件) |
| ○一部の言語に対応 (2 件) | |
| ・一部英語、中国語あり。 | |

■問 30. 外国人のお客様への対応を積極的に推進する予定の有無 (SA : N=600、不明 75 件を除く)

○「積極的に進める予定はない」が 78.5%を占めた。

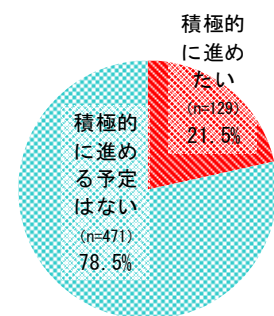


図 30: 外国人のお客様への対応推進予定の有無 (N=600)

■問 31. 外国人のお客様への対応を推進する予定の内容 (MA:N=126、不明 3 件を除く)

「問 30.外国人のお客様への対応を推進する予定の有無」で「1.積極的に進めたい」回答者限定

- 「メニューの外国語表記」が 60.3%と最も多い。
- 「ムスリム対応を進めたい」とする事業者が 11.9%みられた。

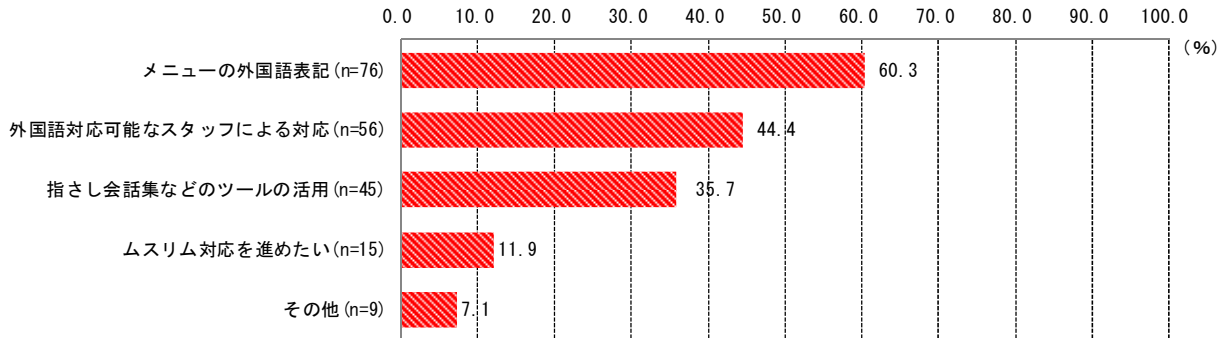


図 31:外国人のお客様への対応を推進する予定の内容 (N=126)

【「その他 (N=8、不明 1 件を除く)」の回答】

- そば打ち体験・日本酒飲み比べ・コース料理の日本食体験オプションツアーの販売。
- 本物の和牛を出す。
- 片言の英語で対応する。
- 各ショップごとに対応。
- 何かで対応したい。
- 英会話講師を週一で招き、スタッフ全員が学習中。
- ロシア語を勉強中。
- スマホにて対応。

■問 32 (1) . ムスリム対応の実施予定内容 (MA:N=13、不明 2 件を除く)

「問 31.外国人のお客様への対応を推進する予定の内容」で「2.ムスリム対応について進めたい」回答者限定

- 「豚やアルコールの有無を表示」が 53.8%と最も多かった。

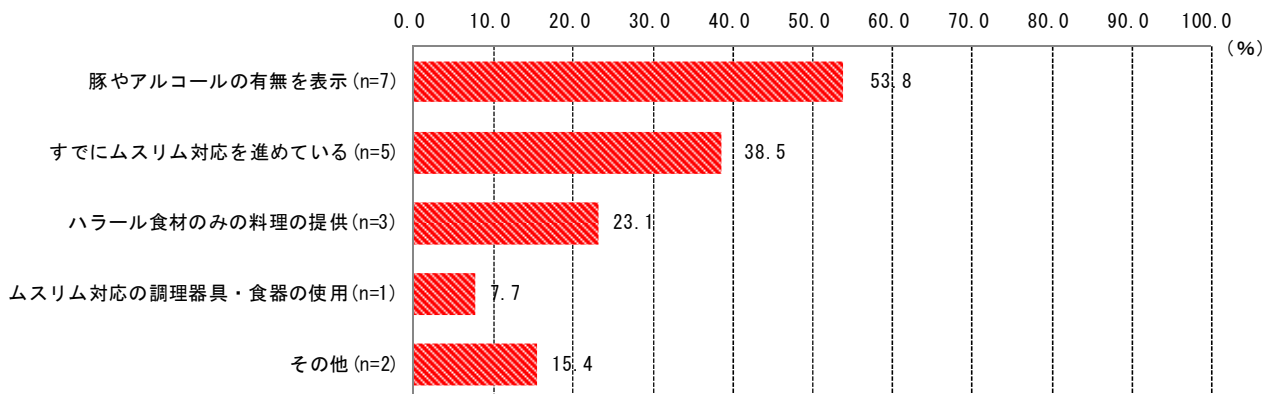


図 32(2):ムスリム対応の実施予定内容 (N=13)

【「その他(N=2)」の回答】

- 対応可能か否か本格的に調査したい。
- どの程度含まれると問題なのか知った上で検討したい（情報があいまいで決めかねる）。

■問 32 (2) . ムスリム対応ですでに実施している内容 (MA:N=2、不明 3 件を除く)

「問 32(1).ムスリム対応の実施予定内容」で「4.すでにムスリム対応を進めている」回答者限定

- 「豚やアルコールの有無を表示」「ハラール食材のみの料理の提供」それぞれ 1 件の回答があった。