

Ⅲ.情報提供の課題 1. 基本的な考え方

- 農水省は、ホームページ等を活用した情報提供により、消費者・食品関連事業者の行動変容を促してきたところ。
- 他方、鶏肉の消費段階においては、厚生労働省の食中毒統計によると、細菌性食中毒の中では例年最も発生届出件数が多く、さらなる情報提供と情報に基づく行動変容を促す取組が必要。
- 具体的な取組を検討する場合、①**情報を効果的に届ける取組と、②情報を理解し行動変容を促す取組**。両者とも、**業界と行政の協働による対応**が重要。前者の場合、行政機関のホームページなどに必要な情報が掲載されているものの、**情報アクセスの改善を含め効果的な情報提供の取組**が重要。後者の場合、嗜好性の訴求、リスクの軽視や飲食店の思い込みなどが原因と考えられ、**飲食店などに対する情報理解の促進の取組**が重要。
- これらの課題解決に向けて、**小中学生に対しては「理解のしやすさ」（関心の誘引）と「学習機会」、20～30歳代に対しては「情報へのアクセス（リーチ）」**を視점에検討。さらに、幅広い情報提供を目的に**「表現の工夫」**を検討。
- 飲食店従業員に対しては、飲食店等の業界団体と連携した情報発信・行動変容につなげる教育の方策等について検討。

課題解決には、関係省庁の緊密な連携、業界と行政の協働などによる取組が重要

Ⅲ. 情報提供の面の課題 2. ホームページによる情報提供

ホームページによる情報提供

○ 農林水産省 消費・安全局「安全で健やかな食生活を送るために」



左記のホームページにおいて、食品安全に関する情報を提供。具体的には、食中毒予防のポイント、食中毒の症状、子供向け手洗い啓発、消費者との意見交換の概要、チラシなどのお知らせを掲載。

行政機関のホームページは、行政機関にとって有効な情報提供ツールであるとともに、幅広い情報提供が可能である媒体。

他方、同媒体は、情報を正確に提供するため、①**情報量が多くなる傾向**にあること、②**利用者に応えるため、全ての属性を対象**にした情報提供であること、③**頻繁に閲覧している者でなければ、必要な情報にアクセスまでに時間・手間**を要することなどが課題。

この結果、利用者は「理解しづらい」、「使いにくい」という感想を持ち、**必要な情報を得ても理解できない、あるいは必要な情報を得ることをあきらめてしまう**などが考えられる。

Ⅲ.情報提供の面の課題 3. 20～30歳代の情報アクセス

20～30歳代の情報アクセス

- 行政機関のホームページは、正確な情報を提供する必要があることから、一定の情報量は必要。
- 食品安全に比較的無関心と言われる若年層（20～30歳代）と行政情報をどう結び付けるのかが課題。
- 若年層の特性からみて、ソーシャル・ネットワーク・サービスによるホームページへの誘導が重要。

SNS利用者（年代別）2022年

(%)

全体	7～12歳	13～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
59	34	90	94	88	89	78	60	17

Twitter利用率（年代別 男/女）2022年

(%)

全体	7～12歳	13～19歳	20・30代	40代	50代	60代	70歳以上
18	5	44	47/55	29/23	21/20	5/7	1/2

YouTube利用率（年代別）2022年

(%)

7～12歳	13～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
81	92	94	83	80	70	50	14

出所：NHK放送文化研究所
「人々は放送局のコンテンツ、サービスにどのように接しているのか～「2021～2022年全国放送サービス接触動向調査」の結果から」
NHK放送文化研究所
保高隆之 内堀諒太 芳賀紫苑

Ⅲ. 情報提供の面の課題 3. 20～30歳代の情報アクセス

20～30歳代の情報アクセス

ホームページへの誘導

SNS・YouTubeの活用によるホームページへの誘導

- X (旧Twitter) を活用し、時宜を得た情報を発信しホームページに誘導。消費・安全局は、農林水産省の中でも、高いインプレッション。また、関係省庁が当省の投稿へのリポストによるさらなる情報の波及。Xによる情報発信を強化するため、**食品安全分野等のアカウントを別途設け**、より一層のホームページへの誘導に取り組む。
- 今後、日本語による投稿に加え、**日本語と英語の併記による投稿**も試みて、若年層を含め幅広い層への情報提供を検討。**「安全で健やかな食生活を送るために」の一部のウェブページを英訳（当面は機械翻訳で対応）**したものを掲載することも検討。
- 現在、YouTubeの動画は、5分程度の解説を中心に掲載、今後、若者の特性に合わせて、**30秒程度のショート動画も掲載**。トピックスへの関心を惹起。

双方向のコミュニケーション

- 従来から、関係府省が協働して食品安全に関するリスクコミュニケーションを実施。この取組を通じ、ホームページへ誘導を含め情報提供。今後、大学の協力を得た上で、**大学への出前講座の取組を強化**し、双方向のコミュニケーションに取り組み、ホームページへ誘導を促す。



Ⅲ. 情報提供の面の課題 4. 小中学生向け情報提供

小中学生向け情報提供

学校教育現場で活用できる素材の提供

学校の現場で食品安全の知識・技能を身につけられる教育動画を作成・配布予定。



子供向けウェブページの開設

子供を対象に正しい手洗いの方法に関心を誘引するための専用のウェブページ（公益社団法人日本食品衛生協会 の協力）。農水省のホームページに関心を持ってもらうことに期待。



小中学校への出前講座

地方農政局等を通じ、正しい手洗いの方法と食品安全の基本的な事柄を併せて、小中学校に出前講義。

双方向のコミュニケーション

毎年8月、こども霞ヶ関見学デーを開催。子供たちが正しい手洗いの方法を学べるコンテンツを提供。



関係府省のリスクコミュニケーションの一環で、親子参加型イベントに出展し、小学生とその保護者を対象に食品安全に関する情報を提供。食品の安全性に関心を持ってもらう取組。



Ⅲ. 情報提供の面の課題 5. 協働した取組と料理サイトの活用

業界・行政の協働した取組

検討会において、カンピロバクターの認識は、アンケート調査結果（第2回検討会）よりも、実際は低い可能性が指摘。消費者・飲食店などの認識を高めるためには、**業界と行政の協働した幅広い情報提供の取組が必要**。

当面、民間事業者団体と連携し、ポスター等の作成・配布などによる啓発活動を通じ、消費者や飲食店の認識を向上。また、**団体等が主催するセミナーへの講師派遣**などを検討。

料理サイトの活用



料理サイトのひとつであるクックパッドにおいて、**食品安全に関する知識や技能（コツ）などを入れたレシピを試行的に投稿**。投稿の反応などを分析した上で、投稿の内容や表現等を工夫した上で継続的な投稿を検討。

カンピロバクターに限らず、1歳未満の乳児に、はちみつを与えてはいけないことなど、従来食経験で得てきた知識を提供できる場として活用を検討。



【食品安全】ハフハフハラハ（鶏唐揚げ）

◎ はじめてのつくれぽをする

農林水産省 @cook_40053737

米粉を使ったサクサクな鶏の唐揚げを作りました。
調理過程の安全のポイントにも注目！（農林水産省）

1



■調理前は必ず手を洗いましょう。また、調理器具は、清潔なものを使いましょう。

2

■生の鶏肉は洗うのはNGです。鶏肉に食中毒の原因となる菌が付いていたら、水と一緒に食中毒菌が飛び散ってしまいます。

9



■調理が済んだ後も、調理器具は洗剤での洗浄に加え、熱湯や塩素系漂白剤で消毒をしましょう。

10



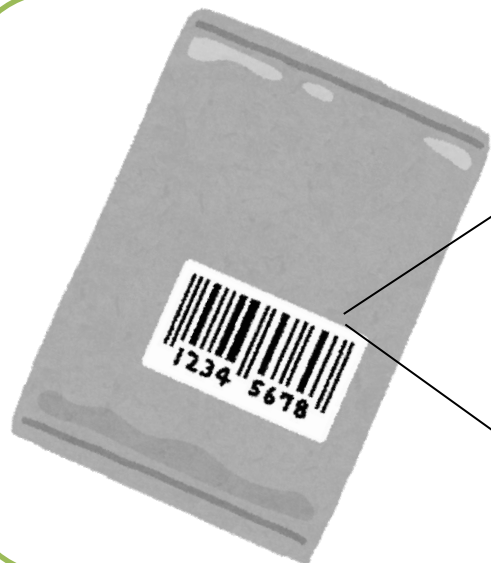
洗浄・消毒した後は、良く乾燥させましょう。

Ⅲ. 情報提供の面の課題 6. ピクトグラムを活用

ピクトグラムは、絵文字または絵を使った図表のことで、デザイン力を借りて、幅広い世代・母国語の人たちに対し、わかりやすい情報発信や一目で理解して正しく行動することができる表示方法。**言葉に代わる伝達手段としての役割**も担う。

活用例としては、案内図記号として道路・施設などで幅広く使用されているほか、原子力防災ピクトグラムなど防災にも活用されるなど、社会に幅広く定着しているコミュニケーションツールとして認知。

デザインなどを業界団体等のホームページにも掲載し、事業者が容器包装に利用可能とすることを検討



ピクトグラムイメージ

(略)

※「加熱用」の表示等に加え、ピクトグラムを活用