

肉用鶏の衛生水準の向上等に関する検討会（第7回）議事概要

- I 日 時： 令和7年7月29日（火）10：00～12：00
II 場 所： ビジョンセンター東京虎ノ門 5F 501A ルーム
III 概 要：

- 中間取りまとめで整理した対応の方向性を踏まえた行政の取組状況について、議題に沿って資料を説明した。また、業界の取組状況として、（一社）日本食鳥協会から「国産チキンの安全・健やか宣言」に係る募集要領とガイドラインについて説明し、参加要件や宣言の記載内容について示し、委員から賛同が得られた。
- 委員からの主な意見については以下のとおり。

（技術面の課題）

- ・ 鶏肉の汚染状況は処理場ごとの管理状況による影響も大きい。全国的な保菌状況調査では採材する処理場が被ることになると思うが、処理場単位でどのような分析ができるかも考えて調査設計をする必要がある。
- ・ 生産衛生管理ハンドブック（改訂版）では、検査結果や改善策を公表することについて示されているが、生産者が取り組む内容としては難しいのではない。但し書きなどで公表する意義の説明を加えてはどうか。
- ・ 生産衛生管理ハンドブック（改訂版）は取組みが明示され、優先度で重みづけもされておりわかりやすい。また、肉用鶏農場の衛生管理に関する事例集では具体的な取組方法がわかるため、生産者にとって役に立つ強力なツールができたのではない。
- ・ 生産衛生管理ハンドブック（改訂版）と肉用鶏農場の衛生管理に関する事例集について、今後改訂することがあれば、それぞれの内容がどこに該当するかの対応関係を示せると合わせて使いやすくなるのではない。
- ・ 食品安全委員会が自ら評価を実施する状況も踏まえ、農林水産省の調査の実施にあたっては、食品安全委員会事務局ともコミュニケーションを取りながら進めてほしい。

（社会の意識向上の面の課題）

- ・ 応援サポーターとしては特に小売・外食事業者が重要と思うが、募集要領ではそれが分かりにくい。参加を促せるよう分かりやすい表現にしてはどうか。
- ・ あんすこ宣言の仕組みの構築にあたり、生産者団体がこれほど努力してることに、小売りや流通がしっかり理解して応援していけるような取組とすべき。

- ・ 企業の行う広告表現は様々であり、優良誤認にならないようどこまで許容するかの見極めは難しい。一方で、厳しく線引きすることで取組が広がりにくくなる可能性もあることから、当面は出てきたものについて判断してはどうか。
- ・ 正当な根拠がないのに他より「質が良い」や「優れている」といった表現になると優良誤認のリスクがある。記載されている内容が、事実かどうか、消費者を欺いていないかが重要であり、優良誤認につながるような出過ぎた表現については公正な競争を阻害しない範囲で注意していく必要がある。

（情報発信の面の課題）

- ・ 情報発信はニュースで話題になっているときなどタイミングが重要。引き続き省庁間で連携して行っていくとよい。
- ・ 啓発チラシやポスターは配布後にどう行動変容があったか、例えば飲食店であれば従業員の教育やメニューの変更などが想定されるが、効果を調べることで、次の企画につなげることができる。
- ・ 情報発信は行政にしかできないこともある。教育現場や業界団体へのアプローチも行政だからこそできる重要な取組。
- ・ かわいらしいイラストは小中学生にもカンピロバクターを知ってもらうのによい取組。イラストやキャラクターなどは特定の職員に依存した属人的な取組になりやすいので継続性の観点から注意が必要。
- ・ 川柳は標語のようになってしまわないようなやわらかい表現がよい。標語であれば子供たちから募集して作ってもらうことも有効。
- ・ 行政の仕事は縦割りで難しい部分もあるかもしれないが、協力できるものについては協力して、省庁間で連携しながら進めて欲しい。

（以上）