

大阪府食の安全安心推進協議会
第14回情報発信評価検証部会

日時：令和4年2月21日（月）
午後1時30分から
実施方法：Web会議（Microsoft Teams）
傍聴席等：赤十字会館 4階 402会議室

○事務局 それでは、定刻になりましたので、ただ今から、「大阪府食の安全安心推進協議会 第14回情報発信評価検証部会」を開催いたします。

本日は、何かとご多忙のところご出席いただき、誠にありがとうございます。

私は、本日の司会進行を務めます、大阪府健康医療部生活衛生室食の安全推進課の志村と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

まず、開催に先立ちまして、健康医療部生活衛生室の氏内室長より一言あいさつを申し上げます。

○事務局 生活衛生室の氏内と申します。本日はよろしくお願いいたします。

また、お忙しいなか、このような形でご参加いただき、誠にありがとうございます。

なにかと府政全般にわたりまして、ご理解・ご協力いただきますことを、重ねて御礼申し上げます。

新型コロナウイルスですが、（令和3年）12月中旬ぐらいから急激な感染拡大、オミクロン株の急拡大というものが起こっています。第1波から第5波にかけての感染状況とは全く異なる動きがございます。

まず、今現在、高齢者を中心に重症病床がかなり逼迫している状況です。報道でもご承知のとおり、軽症中等症も満杯状態、特にこの間、高齢者施設でのクラスターが多く発生しているということもあり、かなり厳しい状況が続いている状況です。

大阪府としては、高齢者の対応を中心に、医療提供体制、感染拡大防止に、引き続き全庁一丸となり取り組んでおります。

皆さま方におかれましては、ご協力よろしくお願いいたしますと思います。

こういう感染状況のなかではございますが、本日は Web 会議という形態を取らせていただきました。

本日は、この間の食に関する情報発信の取組と、食の安全安心メールマガジンの運用、とりわけ自主回収情報の取り扱いについて、事務局から見直し案についてご説明をさせていただくこととしております。

委員の皆さま方におかれましては、活発にご議論いただき、忌憚のないご意見をお伺いしたいと思っておりますので、どうかよろしくお願いいたします。

簡単ではございますが、開会にあたってのごあいさつとさせていただきます。よろしくお願いいたします。

○事務局 ありがとうございます。それでは、会議に入る前に、事前にメールで配布している本日の資料の確認をさせていただきます。画面を共有のほうにさせていただきます。

まず、次第、委員名簿になります。

本日、大滝委員さまより、所用で欠席とのご連絡をいただいております。

続きまして、配席図、

資料1「大阪府の食に関する情報発信について（令和2年～3年）概要」、

資料2「大阪府食の安全安心メールマガジン自主回収情報の変更案」、

その他、議事（1）の参考資料として、

参考資料1「大阪府の食に関する情報発信について」、

参考資料2「大阪府の食に関する情報収集について」、

議事（2）の参考資料として、

参考資料3「自主回収報告制度について」、

参考資料4「事業者の皆様へ（自主回収報告制度の事業者向けリーフレット）」、以上になります。不足等ございませんでしょうか。

特にないようですので、先に進めさせていただきます。

本日は、配布資料のほか、事務局からスライドを準備しており、画面共有して説明したいと思っております。

それでは、以降の進行につきましては、平川部会長にお願い申し上げます。よろしくお願いいたします。

○平川部会長 皆さま、あらためまして、お忙しいところお集まりいただきありがとうございます。

この部会、昨年は新型コロナウイルスの影響で飛んでしまいまして、2年振りの開催となりますが、委員の皆さんも、新しい方たちが参画いただいております。

本日は、TeamsでのWeb会議となりまして、議論しづらい部分もあるかもしれませんが、逆に、発言もしやすいところもあるかもしれません。ぜひ忌憚なくご意見、ご提案をいただき、大阪府の食の安全に関する情報発信について、また、情報収集について、よりよいものになっていくようにご協力いただければと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、次第に沿って進めてまいりますので、よろしくお願いします。

なお、本日の部会につきましては全て公開としておりますので、後ほど事務局のほうで議事録を作成し、大阪府のホームページ等で公表するようお願いいたします。

それでは、まず、「議事（1）大阪府の食に関する情報発信について」、事務局から説明をお願いいたします。

○事務局 それでは、事務局から説明いたします。

まず、本部会では、平川部会長からご説明いただきましたように、例年、直近1年間の大阪府の食に関する情報発信の取組状況を説明しております。令和2年度は、新型コロナウイルス禍により部会開催を見合わせていましたので、本日の部会では、令和2年・令和3年の2年間の情報発信の取組状況について説明いたします。よろしくお願いします。それでは、資料を共有しながら説明したいと思います。

「議事（1）」の資料としては、お配りしている資料1に、大阪府の食に関する情報発信の主な手法について4点ほど挙げています。今日は、特にこの四つの手法のそれぞれについて、どのような状況かという説明のスライドを用意していますので、そちらに沿って説明いたします。

そのほか参考資料として、参考資料1に、先ほどの四つの手法それぞれの取組状況のデータを数値化したものを用意していますので、こちらも適宜ご覧いただきながら聞いていただけたらと思います。

それから、参考資料2では、情報発信とあわせて、情報収集という面で、保健所等に寄せられた食中毒や健康被害につながる恐れのある食品に関する届出件数等の情報をデータ化したものを付けていますので、こちらも適宜、確認いただけたらと思います。

それでは、情報発信の取組状況の説明スライドを共有したいと思います。

まず、資料1に記載のとおり、食に関する情報発信の主な手法として、一つ目が「食の安全安心メールマガジンによる情報発信について」、二つ目が「ホームページ・Twitterによる情報発信について」、三つ目が「リスクコミュニケーション等による情報発信について」、最後、四つ目が「その他の食に関する情報発信の取組について」ということで、それぞれ主な手法に沿って説明いたします。

まず、「メールマガジンによる情報発信について」です。

メールマガジンの登録者の推移を見ると、令和3年12月末時点で8,811件となっており、前年から比べると微増という状況です。

登録者の割合については、参考資料1にデータを記載していますが、事業者が約6割、消費者が約3割という状況になっています。

こちらのメールマガジンの登録者に関する課題として、前回の部会でも課題として、現行のメールマガジンシステムの契約上の理由から、登録者数が1万件を超える場合には、大阪府の共通のメールマガジンシステムというのが別でありますので、そちらへ移行することも含め検討していく必要があるということと、移行した場合には、現行システムのように、欲しい情報のカテゴリー等が選択できないというデメリットが生じることもあり、今後の食の安全安心メールマガジンのシステム運用についても、本部会でご意見を伺いたいということでご説明しました。

ただ、現状の登録者数の推移や、今の登録者の情報の整理等を行うことで、今すぐに1万件を超える状況ではなく、当面は現行のメールマガジンシステムを継続して使用していく予定で考えています。

また、メールマガジンの配信の状況については、だいたい年間約300件前後の配信を継続している状況です。

メールマガジンの配信のカテゴリー等の情報については、参考資料1に記載していますのでご覧いただけたらと思います。

続いて、「ホームページ・Twitterによる情報発信について」です。

前回の部会でもご紹介しましたが、2019年から大阪府の公式 Twitter を活用して、大阪府のホームページとあわせて、食の安全安心に関する情報の配信を行っていますので、現状についてご紹介します。

まず、大阪府の公式もずやん Twitter は、フォロワー数が約7万あり、他部局の原稿も含めて毎日だいたい1~6回程度、府政にまつわるさまざまな情報を発信しているというツールです。

2019年から、「#食の安全安心」を付けて、大阪府食の安全安心の情報を配信しています。

ちなみに2021年（昨年）の実績としては、ツイート回数としては23回で、食中毒予防をはじめ、さまざまな情報をツイートしており、コメント数・ツイート数は、若干ですが前々年度から比べると増えています。

右側が、実際の「もずやん twitter」になります。

Twitter での情報発信については、ツイートのなかに大阪府のホームページのURLを必ず貼ってツイートするように心掛けています。

そうすることで、前回の部会でも説明したように、やはりツイートした直後については、ホームページのアクセス数も増えるということで、ホームページでの啓発だけではなくて、こうした Twitter での啓発とあわせて行うことで、さまざまな情報を見ていただけるきっかけになるかということで考えています。

Twitter での情報発信については、前回の部会でも、「より多くの方の目に触れる工夫を」というご意見をいただいていた。

Twitter での食に関する情報発信の課題としては、どうしても食中毒予防に関する情報で、同じようなツイート内容になってしまうということで、閲覧者の目に止まらない、リツイートされないということが挙げられるかと考えています。

これに対しては、見せ方を工夫することで、閲覧者の日常とリンクさせて、より興味を持ってもらえるような内容にしていく必要がある。

例えば、「確かに普段そういう食品の取り扱いをしてしまっているかもしれない」とか、「そんな危険があるのか」という、閲覧者にとって新たな発見であるとか、共感を持ってもらうようなツイートが必要かと考えており、できるだけ季節イベントや、社会的に関心の高い内容に応じたツイートであるとか、また、Twitter 内で話題に上がっている情報に関連した原稿を作成していくことが必要かと。

また、大阪府のキャラクターである、「もずやん」のイラストを活用することで、興味を持ってもらうことも意識して、Twitter での情報発信を行っているところです。

こちらは、実際に食中毒予防の啓発としてツイートしたものになります。例えば、秋の味覚などでのキノコによる食中毒予防についてとか、新型コロナウイルス禍でテイクアウトやデリバリー等の需要も増加していますので、そういったことに対する注意喚起のツイートなどが挙げられます。

また、それぞれのツイートで使用している「もずやん」のイラストについても、規定の範囲内で担当者が工夫しながら、ツイート内容に沿うものに加工して添付しています。こうした工夫をしてツイートすることで、結果、該当するホームページのアクセス数も増えています。

こちらは、Twitter で話題になった食に関する情報へのツイートということで、Twitter やネットのなかで、「レア唐揚げ」が一時期話題となりました。「食べたい」というツイートのほか、「食中毒が心配」というツイートもそれぞれありまして、これに対して、「レア唐揚げのように、鶏肉については中心まで十分に加熱しないと、食中毒のリスクが高いですよ」ということで、大阪府の公式 Twitter でも発信して、今でも、Twitter で「#レア唐揚げ」と検索していただくと、レア唐揚げを紹介するツイートと並ぶように、大阪府の公式 Twitter での注意喚起の情報が表示されると。このように Twitter のトレンドに乗るような形での啓発も行っていきます。

実際この Twitter は、定期配信の内容ではありませんでしたが、Twitter 担当部局と調整して、臨時配信ということで対応しています。

今後も、効果的に啓発が府民の皆さまの目に触れるように、引き続き Twitter 内でのトレンドも意識しながら、必要に応じて臨時配信等工夫していきたいと考えているところです。

こちらは、リプライ、コメントの活用ということでの事例紹介です。左側のように、ノロウイルス食中毒予防について、つぶやいたツイートに対して、コメントで、「嘔吐物の適切な処理方法が勉強したいです」というコメントもいただいていますので、そういったコメントの内容を反映して、次に嘔吐物処理方法のツイートを実施したということで、このあたりは、メールマガジンやホームページと異なり、一方的に投稿して配信するのみではなくて、閲覧者の反応も見つつ、次の情報の発信につなげていけるということで、非常に効果的なことだと考えています。

Twitter での情報発信については、消費者向けだけではなく、事業者向けの情報にも効果があるのかと感じた事例の紹介です。こちらのツイートは、法改正で、新たに営業の届出制度が開始されましたので、期限までに届出を促すツイートだったのですが、実際にこのツイートした当日に、事業者の方から、「Twitter を見て届出制度を知ったのですが、詳細を教えてください」との問い合わせがあったり、同様に「Twitter で知った」というコメントも寄せられています。

こういう状況からも、今後は、消費者向けの情報だけではなく、事業者向けの周知等についても Twitter を活用していけるかと考えています。

次に、三つ目の「リスクコミュニケーション等による情報発信について」です。

まず、食の安全安心シンポジウムの開催についてです。シンポジウムについては、令和元年度は、「生で食べる文化を深く考える」をテーマに開催して、約120名の参加がありました。

一方、令和2年度、3年度については、新型コロナウイルス禍もあり開催を見送りしているという状況です。

令和4年度については、新型コロナウイルスの感染予防にも配慮しつつ、開催方法等も含めて、開催の可否を検討していくということで考えています。

次に、消費者や事業者に対する講習会等の開催状況です。講習会については、集合形式のものは、一部開催の見送りや、参加人数を減らすという感染対策に配慮した形での実施となっています。

参考資料1にも、開催回数等を掲載していますが、令和元年度に比べて、やはり令和2年度、3年度は実施回数が減少しているという状況です。

一方で、個別相談会や Web での講演という、新たな形式での実施に取り組んでいるところです。

こちらは、前回の部会でご紹介した、学校及び教育者向けの出前授業等の実施の様子になります。

一つは、「食と命」をテーマに、食中毒予防、食べ残しを減らす、命について考えるということを目的とした出前授業になります。府内の小中学校を対象に拡げていくことを考えているのですが、やはり新型コロナウイルス禍の状況もあり、現状は、年間2~3校と

いう件数ではありますが、継続して実施していくことで考えています。

こちらは、正しい手洗いや食中毒予防の啓発を目的とした食の安全教室の実施風景になります。こちらは、支援学校で実施している風景になります。

次に、「その他の食に関する情報提供の取組例」をご紹介します。

一つは、Webでの動画視聴型の HACCP セミナーの実施です。こちらは、公民連携での取組例にもなっています。大阪府と株式会社ダスキンとの包括連携協定の取組の一つとして Web セミナーを実施していますので、そちらのご紹介になります。

左側が、連携協定の締結式の写真です。右側が、「大阪府×ダスキン」ということで、共催の Web セミナーのチラシになっています。

こちらは、セミナー動画の閲覧用の Web サイトの様子です。

このように、大阪府から HACCP に関する情報と、株式会社ダスキン側からのお掃除や清掃に関連する衛生管理の情報などを連携して配信しているというところです。

最後ですが、子ども向けの食品表示に関する啓発媒体の例です。食物アレルギーなどの情報が記載されている食品表示ですので、子どもの頃から身近に感じながら学んでもらいたいということで、小学校の入学前後から小学生の高学年を対象とした啓発媒体として、絵本や食品パッケージの工作、〇×クイズ、こういった啓発媒体を作成してホームページで掲載して、学んでいただくきっかけをつくっています。

以上が、食に関する情報発信の取組になります。

その他、冒頭で説明したように、参考資料2では、情報の収集ということで、保健所等での食品の相談・届出の件数等を設けています。

事務局からの説明は以上になります。平川部会長、よろしく申し上げます。

○平川部会長 どうもありがとうございました。それでは、ただ今、事務局から情報発信に関する1年間の取組について説明がありましたが、これに対して、まず、ご質問等ありますでしょうか。いかがでしょうか。

では、私から1件、細かいと新型コロナウイルスのですけども。最初のほうで、メールマガジンによる情報発信のご説明がありましたが、メールマガジンの配信状況で、配信回数が、令和2年度は261件で、ほかはだいたい300件以上となっているのに対して、若干少ないなと思ったんですけども。これは、こういったところに、何か理由はありますでしょうか。新型コロナウイルスの影響で何かあったのかもしれませんが、ちょっと簡単にご説明いただければと思います。

○事務局 ありがとうございます。配信情報のカテゴリーとして、参考資料1に、令和元年との比較を見ているのですが、ここで見ていただくと、一つが、放射性物質に関する情報がカテゴリーとして、前回の部会でご意見もお伺いして、一つなくなっているところと、イベントに関する情報が、やはり新型コロナウイルス禍でイベント開催が見合わせているところも多くなっていますので、そういった件数等で若干令和2年が減っていると。

令和3年については、この後の「議事(2)」でも説明しますが、自主回収情報が、昨年6月から新たにほぼ毎日の形で情報発信していますので、そういう意味で、令和2年に比べて令和3年は若干配信回数がまた戻っているというところかと思えます。

○平川部会長 ありがとうございます。ほかの委員の皆さんからも何かご質問、さらに。丸山委員、お願いします。

○丸山委員 すみません。ちょっと初歩的な質問なんですけれども。コメントとかツイートしていらっしゃるということだったのですが、消費者からの反応というのはわかるのでしょうか、どのようなものでしょうか。

あと、これは、感想というか、コメントなんですけれども。関西消費者協会のほうでも、Webでよく情報発信とかしているのですが、こういうものを使って、何か一緒に効果のあることができることがないかなと考えた次第です。よろしく申し上げます。

○平川部会長 事務局のほう、いかがでしょうか。

○事務局 ありがとうございます。Twitterのコメントについては、先ほどご紹介したよ

うに、「ツイートで初めて知りました」とか、ただ、初めて知ったということで、「情報発信としてもう少し取り組んでいくべきではないか」というご意見等もいただいていますので、そういったご意見も踏まえて、ホームページの更新も重要なのですが、「更新した」というところを、こうした Twitter も含めて情報発信していけたらと考えています。

それから、さまざまな消費者団体さまとのコラボした情報発信についても、いろいろなやり方があるのかと考えていますので、ぜひ模索しながら検討を進めていけたらいいかと考えています。

○丸山委員 ありがとうございます。

○平川部会長 ありがとうございます。ちなみに丸山委員のほうで取り組まれている Web での取組で、何か大阪府のほうにも参考になるようなこととかはございますか。

○丸山委員 関西消費者協会のほうでは、Web マガジンを発信しておりまして、そういったところで、エッセイとか情報発信の原稿を頂戴してアップするとか、そういったことはできるかと思うのですけれども。

また、話し合いの機会を持たせていただけるのなら、お互い情報交換して進めていければいいなと思っております。

○平川部会長 ありがとうございます。事務局のほうから、今の点で何かリプライはございますでしょうか。

○事務局 ぜひそういったツールを活用させていただいて、大阪府からも、発信したい情報等がありましたらご相談させていただいて、発信にご協力いただけたらと思っておりますので、よろしく願います。

○丸山委員 またよろしく願います。

○平川部会長 それでは、ここからは、質問だけではなくて、今、ちょうど丸山委員からもご提案も出てきましたので、今の大阪府の情報発信、結局2年間分ですが、その情報発信の取組についてのご説明に関して、全体的なご講評、評価であったりとか、あるいはご提案などがありましたら、いかがでしょう。では、順番に。

○石川委員 石川ですが。

○平川部会長 石川委員、願います。

○石川委員 質問の流れからちょっとお話しをと思っておりましたけれども。出前授業のお話があって、3校ほどと聞いたのですが、分母はどれぐらいの校数になるのですでしたか。

○事務局 すみません。志村です。府内の小学校は、これは高学年を対象としているわけですが、小学校が1,000校、中学校が500校、高校が250校あり、府内の全ての小学校を対象にしていますので、分母でいうとかなりあるかと思えます。

○石川委員 その点で、出前授業というのは、すごくインパクトがあっていいなと思うのですけれど。「やはり全部に回るのが難しいのでしょうか」というところで、こういった授業のビデオなどを再利用するとか、そういう方向で拡げるのか、何かもっとうまく活用できないのかなと思ったりもするのですけれど。

もう一つは、この授業の形態が、文部科学省のカリキュラムの関係で、どういう位置付けなのかなというのも気になりまして、弁護士会でも出前授業をやっていますが、限られた枠のなかに入れ込むので、どんどん高校などへ青年の育成なんかで行きたいのですが、なかなか時間を取っていただけないところを聞いていますので、そのあたりは、こういった授業というのは、普通のカリキュラムのなかでどういう位置付けになっているのでしょうか。そこをちょっと教えていただきたいのですけれど。

○事務局 ありがとうございます。カリキュラムとしては、一番多いのは総合の授業、小学校でいうと「総合」の授業なのかと思えます。年間2~3校ということなのですが、1回につき2コマやったりすることもあります。

中学校でいうと、一番多いのは、「キャリア教育」のほうで、出前授業というのは、生き物が食べ物になるというなかで、獣医師や薬剤師がどのような役割をしているかということで、キャリア教育の転用もできるので、中学生はほぼキャリア教育が多いかという

ころです。

で、一番最初のビデオとか、そういったところ、Webはまだしたことがないのですが、ビデオの展開ということについてなのですが。これは、先生方の研修でも、今まで2回していきまして、やり方としては、われわれがやってもいいし、先生方がされてもいいと、誰がやるかというところは柔軟にしてもいいかと思っているのですが。

ただ、結構先生方の感想のなかに、「やはりゲストティーチャーとして、実際に立ち会っている人からの言葉のほうが生徒はよく聞いてくれるだろう」という感想もあったり、あとは、例えば、内容がなかなかセンシティブなところもあるので、先生方のなかで、この授業をこのクラスにできるかできないかというところの判断もありまして、先生の感想のなかでは、「学年を一気に集めてやりたいのだけれど、さすがにそれはちょっと難しいよね」というところもあったりするので、今のところは、結構、授業の回数とはまた別に、先生方の研究発表の原稿に投稿したりということもやっていますので、今は知っていただくというか、「こういう授業もやっていますよ」という窓口を知っていただくような取組に終始しているところで、これから先、どんどん広げるとなったときに、DVDとかビデオとか、そういうことも考えていきたいと思います。ありがとうございます。

○石川委員 どうもありがとうございました。

○平川部会長 ありがとうございました。それでは、次、標葉さん、いかがでしょうか。

○標葉委員 先ほどあった Twitter での情報発信というところで、一つ事例として上がっていた、「レア唐揚げ」に対する注意喚起というのをされていたということで、これが非常に効果があったということ言われていたので、確かにこれはいい取組だなと。情報というのは、相手から一方的に与えられるよりも、何かのやりとりがあって、そこで気付かされるということがすごく印象に残るということもあると思うので、これはすごい事例だと思いますので、今後も活かせないかなと。

逆に、大阪府のほうが、主体的に情報発信するのではないので、逆にやりにくい部分はあると思うのですが、府民からのそういう、府民からにも限らないと思うのですが、そういう情報を拾ってきて、それにアクションすることによって、何かうまい情報を発信できるのではないかと、これを見ていて思ったので、今後、活かさせていただけたらなと感じました。以上です。

○平川部会長 そうですね。事務局から、何かリプライはございますでしょうか。

○事務局 ありがとうございます。またこういった啓発の事例を増やしていけるように心掛けていきたいと思います。

○平川部会長 ちなみにこうした、例えば、今回の場合の事例ですと、「レア唐揚げ」ということなのですが、何か食の安全に関連するようなキーワードで、例えば、定期的に Twitter での検索をやったりとか、あるいはトレンドとかを見ていて、そこから対応すべきものを何か探し出すという、そういうサーチは、そういう調査と言いますか、アンテナを張るようなことは何かされているのでしょうか。

○事務局 そうですね。今、現状は、Twitter の配信の担当者レベルで、そういったアンテナを張ってというところではあるので、今回、高評価いただいているというところもありますので、もう少しそれを全体的に広げながら、「レア唐揚げ」については、テレビニュースでも取り上げられていたこともありまして配信したのですけれど、もう少し小規模なものについても、今後はそういったことに心掛けていきたいとは思っています。

○平川部会長 ありがとうございます。続きまして、中村委員、いかがでしょうか。

○中村委員 ありがとうございます。登録件数のところが、令和2年、令和3年と鈍化というか、あまり大きく増えていないのは、やはりイベントであったりシンポジウム、それから、先ほどありました出前の講習とかが少なくなっているせいかなという部分もあるのですが、割合を見ると、消費者のところ結構少なく、事業者の方が多いので、やはり消費者の方に読んで、先ほどの「レア唐揚げ」のこととかもあるように、消費者の方にもっと情報を発信して知っていただく必要があるかなと思いますので、第2の議題になる

かもしれませんが、登録件数を増やしていく取組の方法とか、何か考えられていることとかはあるのでしょうか。以上です。

○平川部会長 事務局のほう、いかがでしょうか。

○事務局 登録者数の増加については、おっしゃるようにイベントや講習会等の機会をとらまえて啓発をしてきていましたので、その分、令和2年、3年というのは、少し増加の推移が減少傾向にあるというところですよ。

また、消費者向けに増やしていく事業としては、先ほど丸山委員からご意見をいただいたように、消費者団体さんのほうで発信している情報ツールなども活用させていただきながら、消費者団体さんと連携したような形での消費者向けの登録者数の獲得というか、そういう取組もあるのかと、今、ご意見等お伺いしているなかで感じたところです。

○中村委員 はい。以上です。

○平川部会長 ありがとうございます。それでは、次は、津塩委員、いかがでしょうか。生産者の立場から、またいろいろとあるかと思いますが、いかがでしょう。

○事務局 津塩委員は機器の不具合のため、いったん進行を進めていただきまして、後ほど時間を設けさせていただいて、ご意見、講評等いただけたらと思いますので、平川部会長、すみません、続けてお願いします。

○平川部会長 そうですね。次の議事に進んでいる間も、もしも、いろいろとご意見、ご提案などがありましたら、こちらの会議チャット、「会話の表示」のところから、文字で書き込んでいただければ、後で共有させていただきたいと思います。

それでは、次の議題に移りたいと思います。皆さん、一つ目の議題について、いろいろとご提案、ご意見、ご質問、どうもありがとうございました。

それでは、議事の二つ目、先ほどもちょっと話題になりましたが、「(2) 食の安全安心メールマガジンの運用について」に移りたいと思います。それでは、まず最初に、事務局から説明をお願いします。

○事務局 食の安全推進課の木元と申します。私から、食の安全安心メールマガジンの変更案についてご説明しますので、今から画面を共有させていただきます。

それでは説明を始めます。配布資料は、資料2「大阪府食の安全安心メールマガジン自主回収情報の変更案」、参考資料3の自主回収報告制度の概要、参考資料4のリーフレットです。適宜、見ていただけたらと思います。それでは始めます。

大阪府では、食の安全安心メールマガジンの配信カテゴリーの一つとして、「自主回収情報」があります。平日のほぼ毎日、全国の自主回収情報を配信していますが、現在、配信内容について変更を検討しているところです。

本日は、自主回収情報の変更案について、委員の皆さまにご意見をいただきたいと思っています。

現在、こちらのスライドに示しているのが、事前にお配りしている資料2の自主回収情報の変更案になります。下側には、現在配信しているメールマガジンの現状と、その右側には、現状のなかで課題と考えていることを示しています。

まず、現状ですが、昨年6月に、法律に基づく自主回収報告制度がスタートし、事業者が自主回収を行った場合に、行政に届出ることが義務化されました。

届出された全国の自主回収情報は、国の食品衛生申請等システムに一元化され、オンライン上で自主回収情報を見ることができるようになったことから、昨年6月から、国の食品衛生申請等システムに掲載された全国の自主回収情報をメールマガジンとして配信しています。

一方で、全国の自主回収情報を配信しているなかで課題と考えている部分もあります。自主回収されている食品などの販売先が、大阪府外である自主回収情報が多く、メールマガジン登録者の方にとって、必要な情報が埋もれてしまう可能性があると考えています。

この課題を踏まえ、メールマガジンの変更案というのが、このスライドの上部の赤枠に示しているところです。変更案の内容は、現在配信している国の食品衛生申請等システム

に掲載された全国の自主回収情報の内容を精査して、「大阪府内で販売された可能性が高い自主回収情報」に情報を絞って配信するというものです。

「大阪府内で販売された可能性が高い自主回収情報」というのは、食品衛生申請等システムのなかで、販売地域に、大阪府内、大阪府を含む地域として関西又は全国等と届出された食品を指しています。

さらに、情報を絞ったうえで、身の回りにある食品が、自主回収の対象品であるかどうかをより特定しやすくするために、配信内容の項目に、「販売地域」と「販売先」を追加するというものです。

この変更案について、委員の皆さまにご意見を伺う前に、まず、現状として、自主回収報告制度の概要と、現在配信しているメールマガジンの内容について説明し、そのなかで課題と感じていることを説明してから、こちらの変更案についてご意見をいただきたいと思えます。

こちらのスライドは、事前にお配りしている参考資料の一つです。こちらの表の右側が、昨年6月に始まった、法律に基づく自主回収報告制度の概要です。

左側が、自主回収報告制度が始まる前に実施していた、大阪府の条例に基づく自主回収報告制度です。

各報告制度の根拠法令としては、昨年6月までが、大阪府の食の安全安心推進条例で、事業者が自主回収を行った場合の報告を規定していましたが、食品衛生法と食品表示法の改正により、昨年6月からは、これらの法律に基づく自主回収の届出が義務化されました。それに伴い、大阪府の自主回収の報告に関する規定が昨年5月末で廃止となっています。

報告の対象となる主な食品ですが、大阪府の条例と国の報告制度では、おおむね同じとなっています。

例えば、食品衛生法違反の場合、事業者が自社製品の自主的な検査を行った結果、規格基準の値を超えるような添加物が検出された場合や、食品表示法違反の場合、アレルギー表示の欠落や、期限表示という安全性に関する表示違反が判明した場合が報告の対象になります。

次に、報告の対象ですが、大阪府の条例では、府内に所在地を有する製造者や輸入者などが自主回収を行った場合が報告の対象となっていました。

一方、国の報告制度では、食品衛生法は最も効率的に回収できる事業者が報告の対象であり、食品表示法では食品関連事業者、つまり表示責任者が報告の対象になっています。

この二つの違いに関しては、例えば、大阪府の条例では、府内で製造や加工、流通していない食品などは報告の対象外でしたが、国の制度に基づく自主回収報告制度では、府内で製造や加工、流通していない食品であっても、例えば、最も効率よく回収できる本社が大阪府内にあった場合は、大阪府に届出される場合があります。

また、逆に、府内で製造や加工、流通している食品であっても、他府県で届出されて、大阪府へ届出されないことがあるという違いがあります。

次に、公表の方法ですが、大阪府の自主回収報告制度では、大阪府のホームページで公表していましたが、新しい国の制度では、食品衛生申請等システムで一元化され、オンラインで公表されます。

次に、メールマガジンの運用の違いです。大阪府の条例に基づく報告制度では、府内に流通している又はその可能性が高い自主回収情報を配信していましたが、国の報告制度ができた昨年6月からは、平日の10時時点の食品衛生申請等システムに掲載された全国の自主回収情報を当日中に配信しています。

次に、こちらのスライドに示しているのが、現在、食の安全安心メールマガジンの自主回収情報で配信している全国の自主回収情報の内容です。こちらは、9件分の自主回収情報を配信している内容を掲載しています。9件というのは、1回に配信する自主回収情報の平均的な件数です。

配信している自主回収情報は、商品を特定しやすいように、商品名、自主回収情報と関

係が深い製造者又は販売者、どのような理由で回収されたかがわかるように回収理由、国のシステムで特定して検索しやすいように自主回収情報の整理番号を掲載しています。

また、メール本文の最後には、国のシステムにリンクしているURLを記載して、こちらをクリックすることでシステムに飛びことができます。

次に、こちらのスライドでは、左側に、現在、配信している全国の自主回収情報のメールマガジンの内容を、簡略した内容で記載しています。その右側には、配信内容に関するメリット、デメリットを記載しています。

メリットとしては、日々の自主回収情報について、大阪府内にとどまらず、ほかの都道府県で自主回収されている全国の情報が、国の食品衛生申請等システムへわざわざ検索しにいかなくても、自動的に手元に情報が届くというメリットがあります。

一方、課題と考えているデメリットとしては、自主回収情報は一日平均8～9件ぐらいですが、多くて20件ぐらいの件数を配信することがあります。もし、このなかに、メールマガジン登録者の方の身の回りにある自主回収対象品が含まれていた場合、配信件数が多いことで、身の回りの自主回収対象品が埋もれてしまい、見逃してしまう可能性が考えられます。

また、自主回収情報は、平日に毎日のように配信していますので、メールマガジン登録者にとって関係ない自主回収情報に慣れすぎてしまうと、そもそもメールマガジン自体を見つけないという可能性があります。

こちらが、課題と考えているデメリットの部分について、実際の配信状況の一部を分析したものがこちらのスライドになります。昨年（2021年）12月1日から今年（2022年）1月31日の2カ月間に、食の安全安心メールマガジンの自主回収情報として配信した325件について、自主回収の対象品の販売地域を分析したところ、大阪府内であると届出があったものが15件、また、大阪府を含むものとして、販売地域が全国や関西・近畿に届出があったものが24件、そのほか販売地域が大阪府外であると届出があったものが286件でした。この325件のなかで、販売地域として大阪府内が含まれている可能性が高い食品として、大阪府内と大阪府を含む全国・関西圏を合わせると39件となり、割合としては全体の約12%でした。また、販売地域が大阪府外であるものは286件で、全体の88%でした。この2カ月間の配信状況で見た場合ですが、販売地域に大阪府内が含まれる可能性が高い食品が12%というのは、大阪府外の情報の88%に埋もれてしまう可能性があることも数字においても現れているかと思われます。

ここで、スライドの2枚目に戻りまして、これらの現状と課題を踏まえ、委員の皆さまにご意見をいただきたいのが、こちらの変更案です。現在、配信している全国の自主回収の内容を精査して、販売地域に、大阪府内もしくは関西・全国と届出された食品を、大阪府内で販売された可能性が高い自主回収情報として、情報を絞って配信することとし、さらにそのうえで、身の回りにある食品が自主回収対象品であるかをより特定しやすくするために、配信情報の項目として、「販売地域」と「販売先」を追加するものです。

以上、こちらの変更案について、委員の皆さまのご意見をいただきたいと思っております。説明は以上になります。

○平川部会長 ありがとうございます。それでは、今の説明にありましたメールマガジンの運用の変更案について、皆さんからご意見をいただきたいと思っておりますが、いかがでしょうか。津塩委員、お願いします。

○津塩委員 メールマガジンの関係については、従来、食品表示の関係、あるいは最近でしたらHACCPの関係、タイムリーな話題を提供していただいておりますが、先ほど委員の皆さまからもありましたとおり、登録者数が事業者に偏っているところで、食の安全安心については、最近でも熊本県のアサリとの関係でありますとか、産地偽装等の問題が定期的に出てくるのですが、やはり消費者には一番興味のあるところであり、関心も高いところでもあります。

そういったところから、先ほど意見として出ておりましたが、やはり消費者に対する周

知徹底、この辺については、JAでは農産物を取り扱っておりますので、農薬の関係でありますとか、ここで違反が出れば、当然ホームページ等に公開しておりますが、そういったことを、いかに消費者のほうに届けていくかというようなことが、やはり課題として出てくると思います。

そういう意味では、大阪府民の数からいけば、まだまだ少ない登録者数ということになりますので、その辺は、今後、われわれも一緒になって努力していきたいと思いますが、一層、登録者数増に向けて対応をお願いしたいと思います。よろしくお願いたします。
○平川部会長 ありがとうございます。事務局のほうから、何かリプライはございますでしょうか。

○事務局 ご意見ありがとうございます。ぜひご協力いただきまして、消費者向けの購読者確保にも努めていきたいと思っております。よろしくお願いたします。

○平川部会長 ありがとうございます。ほかの委員の方からいかがでしょう。丸山委員、いかがでしょうか。では、先に標葉委員からお願いします。

○標葉委員 すみません。僕も、このメールマガジンをずっと見ているのですが、確かに言われるように、変わってから見る回数が減ってきたのと、ちょっと見にくくなったというのは、僕、言われて初めて気付いたのですけれど。確かに量が増えて埋もれてくるので、前は大阪に関連のあるものが中心だったので、自分に関連するところを見るということで、割りと何かないかと見ていたのですけれども。確かにちょっと最近は見回数が減っているというか、後でまとめてはあっと見るというような見方になっていて、さらっと索引というか、あまりじっくり見れなくなってきたので、言われていることは確かに正しいなど、事務局さんが言われているように、情報が埋もれやすくなってきているというのは、言われて初めて気付きましたけれども。そういうところはあると思うので、今回、変更されるというのは、自分としては全然賛成の意見です。以上です。

○平川部会長 ありがとうございます。先ほど石川委員も手を挙げていらっしゃったと思いますが、よろしくお願いたします。

○石川委員 石川です。自主回収については、メールマガジンですっと送られてきているのを確認はしているのですが、やはり漫然と見てしまっ、あまり自分の生活には役立っていないというのがあって。

で、字面がざあっとあると、何となくわかりにくいのですが、商品のラベルであるとか、商品が画像としてあれば、ぱっと目に付くのかなと。

で、今、自主回収の厚生労働省のホームページを横で見たら、わざわざダウンロードしないといけません、商品表示の写真を一応見れると。そうすると、「あ、この商品はスーパーとかで見たことがあるな」ということで、すぐに自分が関係している商品との関連性というのが、自主回収とのつながりがよくわかるのではないかなと。

そういう意味でいくと、画像を貼り付けていただくのはありがたいなと思ったのですが、それは、またシステム上いろいろ難しいのかもしれませんが、消費者がわかりやすいという点では、そうかなと。

あとは、八つとか九つとかというのが最近来ていますが、上のほうは見ると、下のほうまで見ないみたいな、そのあたりは順番も、結構、どういう順番にしたらいのかというのは、何かルールがあるのでしょうか。ちょっと上のほうしか見ないと、Zの方式か何かで、左上から右に行き、下に行きという感じでいくと、やはり上から見ていくと、結局、下のほうまで見ない人が多いのかなという点で、重要な情報が下のほうにいつていると、見落とされてしまうかもしれないというのはちょっと感じました。

以上、2点です。商品ラベルとかの表示、画像があればいいなということ、順番も何か工夫できないかなというのを思いました。以上です。

○平川部会長 ありがとうございます。それでは、事務局のほうから、レスポンスはいかがでしょう。

○事務局 ご意見いただきありがとうございます。われわれのほうで、確かに課題と感じ

ている点を、委員の皆さまも思っていたということなので、ますます検討を進めたほうが良いとされているところでは。

あと、石川委員さまよりご質問がありました画像の添付ですが、今現在、お送りしているのは、どうしてもシステム上はなかなか難しいということもあわせて、画像の添付までは難しいというのが現状です。

ですので、なるべく厚生労働省のシステムのほうに飛びやすいように、リンク先と整理番号を添付しているところでは。

あと、メールマガジンの順番なのですが、今現在は、届出された整理番号の順番にしているところですが、今後、大阪府域に限定したような情報を精査して提供する場合には、情報の順番というのでも検討させていただきたいと思います。

○平川部会長 ありがとうございます。それでは、今度は中村委員、いかがでしょう。

○中村委員 ありがとうございます。私も、結構、自主回収の情報はあまり関係ないなと思いつつ、見れていないことが多いので、確かに情報が埋もれてしまうところの見やすさを考慮していただくのは、すごくありがたいなと思いました。以上です。

○平川部会長 ありがとうございます。丸山委員、いかがでしょうか。

○丸山委員 自主回収情報について変更があるということで、販売地域と店舗が並記されるようになって、非常にわかりやすく有益な情報が追加されるのでいいなと思うのですが。

そこで、先ほどの関西消費者協会の話の続きになるのですが、関西消費者協会が配信しています、「消費者情報」という Web マガジンがあるのですが、例えば、制度がこのようによくなったと、変更されたという点について、大阪府の取組などをアピールする場みたいな感じで、原稿を頂戴して配信していけば、お互いにとっていいかもしれないなと思いました。

ただし、年4回ぐらいしか配信していませんので、タイムリーにはいかないのです。その分、全国の消費者問題の専門家が閲覧しておりますので、即戦力にはならないかもしれませんが、少しアカデミックな感じで配信していただけるという特色がありますので、その辺の特性を理解していただいて、お互いに協働していければいいなと思いました。以上です。

○平川部会長 ありがとうございます。今のご提案を受けて、事務局のほうからも何かいかがですか。

○事務局 ご意見ありがとうございます。われわれとしても、そのようないろいろな可能性というのを検討しながら、できる限り情報を必要な方に届けたいという思いがありますので、また今後ともよろしくお願いいたします。

○丸山委員 よろしくお願ひします。

○平川部会長 ありがとうございます。そうしましたら、どうでしょう、まず、変更案については、この変更案の方向で変更するというので、皆さん、よろしいでしょうか。

その際に情報の見せ方として、現在のシステムでは画像情報は難しいということですが、画像情報を補うような形で、厚生労働省のほうにうまくリンクをつないでいくところで工夫をするのか、あるいは表示する順番としてわかりやすいようにするか、そういう工夫。

あと、最後に丸山委員からもご提案があったような形で、いわば官と民、民間の消費者団体のほう、さらに生産者側のほう、それぞれとうまく連携しながら、できるだけ多くの人に周知できるような、そういう取組をしていただければと思います。そういう形でまとめさせていただいてよろしいですか。

○事務局 ありがとうございます。

○平川部会長 では、そういう形で、事務局のほうも、今後は進めていただければと思います。

それでは、最後の議題ですが、「(3) その他」になります。その他で、とくに準備し

ている議題はございませんが、委員の皆さんのほうから、何かご提案や問題提起などがあれば、それについて飛んでいけると思いますが、いかがでしょうか。

○石川委員 石川です。

○平川部会長 はい。

○石川委員 安全安心というレベルではないのですが、今、表示で大もめにもめている、「熊本県産アサリ」などの原産地に対する消費者の不信というものをどうやって払拭するか。

アサリに関しては、データがあって偽装だろうということでしょうが、その他の農産物についてまで広まっている部分については、やはり過剰反応になってしまっている部分もあるかなと思うのですけれど。

そういう混乱を早めに収める方法として、何か情報発信のあり方というのを考えたほうがいいのかなと思うのですけれども。抜本的にはトレーサビリティを義務化しないと解決しないとは思っているのですが、それは、法制度の改正の話なので、当面、何かいいアイデアがないのかなというのをちょっと考えたらどうかと思いました。

○平川部会長 事務局のほうでは、今、その表示に関しては、どのようなお考えで取り組まれていますでしょうか。

○事務局 食の安全推進課食品表示グループの安部と申します。よろしくお願ひいたします。

昨今のいろいろ騒がせているアサリの問題をはじめ、ウナギであったり、いろいろ偽装の事件が、定期的にポコポコ、ポコポコ、発生しているような状態ではあるのですけれども。食品表示の観点から言いますと、産地に関しては、どうしても我々大阪府は、生産地というよりは消費地というところで、生産地から上がってくる情報をしっかり情報収集して、それを確実に次の販売先や消費者の方にお伝えするというのが一番大事なことになるのです。

ただ、食品表示法という法律では、やはりそこが我々のできる限界ではありますので、そこは、生産地であるとか、製造過程、流通の拠点であるところとか、そこを管轄している部署や自治体としっかり情報共有を図り、それぞれの管轄のところだけ担当していればいいという形ではなくて、やはりアンテナをしっかりと張って、お互いにそれぞれ情報交換をし合って、疑わしい情報とか、何か新たな情報があれば、コール・アンド・レスポンスができて、新しい仕組みづくりに何か役立てていけるものがあればいいかと考えている次第です。

この辺の取組は、まだまだ我々もいろいろ課題と考えているところもありますし、このような協議会とか、皆さまのお力もお借りして、よりよい体制づくりに連携してやっていければいいなと考えています。すみません、ちょっと急にこういう形でご提案をいただき、まだ私どものなかで、あまり考えががちと固まっていないなかでのご回答となりますが、また今後の課題として、皆さまのご協力も賜りつつ進めていければと考えています。よろしくお願ひいたします。

○平川部会長 ありがとうございました。今の件について、ほかの委員の皆さんからも、何かご提案なり、ご意見なりありますでしょうか。

先ほど石川委員がおっしゃったように、抜本的には本当に法律改正で、トレーサビリティを確立していかないと、なかなかそれぞれの部署、それぞれのお立場の関係者の皆さんの間で、情報共有というその努力だけではうまくいかない部分もあるかもしれませんけれども。

この話題というのは、たぶん今後もいろいろと引き続き重要な話題になってくると思いますので、またこの部会を通して、皆さんからもいろいろと意見をいただいて、何か。これも官と民の協力で、もしかしたら、何かできることもあるかもしれませんので、そのあたり、皆さんからもいろいろとご意見をいただければと思います。

それでは、この場で特にご意見等がなければ、今日の議題は全て終わったということで

審議を終わりたいと思います。

大阪府では、今日の各取組についての委員の皆さんのご意見、ご提案を踏まえて、ぜひ今後も積極的に情報発信に努めていただければと思います。

最後に、本日評価検証したこれらの内容については、次回の「大阪府食の安全安心推進協議会」で報告させていただきます。

それでは、ここから先はまた事務局にお返しします。どうもありがとうございました。

○事務局 ありがとうございます。 それでは、最後、食の安全推進課長から、終了のごあいさつをさせていただきます。

○事務局 平川部会長、どうもありがとうございました。

また、本日、委員の皆さま方には、何かとご多忙のところ、会議にご出席いただきましてありがとうございました。

また、活発なご議論をいただきまして、事務局一同、心より感謝申し上げます。

今回、この会議を初めて Web により開催させていただきましたが、途中不手際もありご不便をおかけしました。何かご意見がございましたら、また事務局までお伝えいただきますようお願いいたします。

それでは、本日いただいた貴重なご意見やご提言を参考にさせていただき、今後も食の安全安心に関しまして、府民の皆さまに、わかりやすく役に立つ情報発信に努めてまいりたいと存じますので、今後とも、どうぞよろしくお願いいたします。本日はありがとうございました。

○事務局 それでは、本日は、これもちまして閉会といたします。本日はどうもありがとうございました。

(終了)