

令和6年度大阪府食の安全安心推進協議会 情報発信評価検証部会（第17回）

日時：令和 7 年 3 月 18 日（火）午後2時から午後3時 30 分

場所：大阪赤十字会館 3 階 302 会議室

○事務局 ただ今から、「令和6年度大阪府食の安全安心推進協議会情報発信評価検証部会」を開催いたします。私は、司会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長谷川です。開催にあたり、生活衛生室長の大西よりご挨拶を申し上げます。

○事務局（大西室長） 日頃は大阪府食の安全安心の取組みについてご理解とご協力をいただき、本当にありがとうございます。本日は年度末のお忙しい中、ご出席いただきありがとうございます。食の安全安心推進計画の重要な柱の一つとして、「情報の発信の充実」を位置づけています。情報の発信については、事業者向けのHACCPに沿った衛生管理に係る情報や消費者向けの食中毒の発生状況及びその予防方法に関する情報等を発信しています。また、3月10日（月曜日）には、リスクコミュニケーション事業の一環として、能登半島地震が発生したことを踏まえ「災害と食品衛生」をテーマとして、専門家を交えて、事業者、消費者及び行政による意見交換を行いました。個人の災害対策や事業者の取組等について有意義な情報交換ができました。

今後セミナーや講習会の開催の他、Web、SNS、動画など様々な手法で食の安全安心に関する情報提供に努めていきたいと考えています。

本日の部会では、情報発信の取組みについて説明し、各取組みが計画どおりに進んでいるかどうか、また改善点などについてご意見をいただき、PDCAサイクルを繰り返していきたいと考えていますので、よろしくお願いいたします。

また、開催26日前となりました大阪・関西万博に関しての取組みもありますので、その取組みについても紹介したいと思います。

本日は、委員の皆さまには、ご意見、ご提案をいただき、よりよい施策としていきたいと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

○事務局 本日の出席委員については、配席図のとおりです。なお、オブザーバーとして、堺市、豊中市、高槻市、枚方市、八尾市、東大阪市の皆さまに出席していただいております。会議に入る前に配布資料の確認をいたします。不足等あれば、事務局までお申し付けください。それでは、以降の進行については、平川部会長、よろしくお願いいたします。

○平川部会長 皆さま、年度末の大変お忙しいときにお集まりいただきありがとうございます。先ほど、大西室長からもご挨拶がありましたが、大阪・関西万博が間もなく開催され、海外や日本中からもたくさんの観光客が大阪に来られます。開催に向けて、来場者の食の安全が確保されるよう情報発信等様々な取組みが準備されています。本日は、その取組みについても報告していただき、この部会の中でも皆さま方と議論ができればと思って

います。

また、近年、有機フッ素化合物が問題視されています。日本でも様々な規制に向けた検討が行われています。本問題については、今後、消費者の皆さまの中でも話題になり、関心が高まってくると思いますので、情報発信について検討できればと考えています。

本日は、長期的視点でご意見をいただければと思います。

それでは、限られた時間ですので、円滑な議事進行に皆さまのご協力をお願いいたします。また、本日の部会については、すべて公開としていますので、事務局で議事録を作成し、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、議題１の「大阪府の食の安全安心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 資料１の「大阪府の食の安全安心に関する情報発信について」をご覧ください。第４期大阪府食の安全安心推進計画における情報提供関連の取組みについてまとめています。

まず、「情報の提供の充実」については、「（１）食の安全安心の情報発信の推進」として、ホームページやメールマガジン等のオンラインツールによる情報発信などの取組みを、「（２）リスクコミュニケーションの促進」については、食の安全に関するリスクコミュニケーションの促進などを記載しています。なお、下線が引いてある取組みについては、数値目標を設定しており、右側の表のとおりとなります。その他、生産から消費に至る各段階での食の安全性の確保として、「（３）食品表示の適正化の推進」を、事業者の自主的な取組促進として、「（２）HACCPの取組支援をはじめとする自主衛生管理の推進」を記載しています。なお、右上の点線の部分に昨年度の本部会での主な意見を記載しています。「動画作成をする場合に、視聴する対象を明確にしてはどうか。」、「YouTubeやLINE等の活用をしてもらいたい。」、「飲食店で働く外国人向けの衛生関係資料について、対応言語が増えれば。」などのご意見をいただきました。

次に資料１の２枚目をご覧ください。今年度の実績、取組み等を画像や動画と合せて紹介をさせていただきます。「オンラインツールを活用した情報発信」について、まず、「①メールマガジンによる情報発信」について説明いたします。こちらは、「ワクワク EXPO with 第１９回食育推進全国大会」と右側が「大阪府消費者フェア２０２４」にブース出展をした際の様子です。メールマガジンの登録者の募集を手洗い実習などと合わせて行いました。「ワクワク EXPO with 第１９回食育推進全国大会」では、２日間の実施で２００名、「大阪府消費者フェア２０２４」では、１日間の実施で２７名の方に登録いただきました。イベントのない月の新規登録者数は平均６０名程度ですから、直接お話ができるイベントでの募集は、とても効果が高く、次年度も引き続きイベント等で登録者募集に努めていくことができると考えています。

また、８月から９月にかけて、大阪府職員向けに庁内ウェブページで登録者の募集を行いました。引き続き呼びかけをしていきたいと考えています。

メールマガジンの登録者数の目標値ですが、令和9年度に1万5,000名で、今年度の見込みはおよそ1万名です。登録者数は伸び悩んでいる状況ですので、画像を活用するなど関心を引くような配信を行っていきたいと思っています。また、SNSによる発信も積極的に行いたいと思っています。

昨年度の部会でも説明をいたしましたHTML形式での配信ですが、昨年度まではテキスト形式で配信を行っていたのですが、昨年度末に実験的にHTML形式による配信を実施したところ、ホームページへのアクセス件数が増えたことから、今年度よりすべてHTML形式により配信することとしました。右の画像が実際に配信したメールですが、キーワードや画像などに、リンク先のボタンを設定しています。HTML形式での配信とこれまでのテキスト形式での配信を同じような情報、例えばカンピロバクターの予防啓発に関する情報で比較をしたのですが、やはり、HTML形式による配信の方が、最大で3倍、少なくとも1.3倍程度閲覧数が増加をしているという結果が出ました。読み手に関心を持ってもらえるよう視覚的な画像などを活用し、今後もメールマガジンの配信を引き続きHTML形式で続けていきたいと思っています。

続いて、「②SNSを活用した情報発信」を説明いたします。まずはXによる情報発信についてです。2019年から大阪府の公式Xを活用し、食の安全安心のハッシュタグを付けて情報発信を行っています。大阪府のXのフォロワー数は現在、少し増えて8.1万人。配信数は、19件です。閲覧数が多かった情報は、食中毒予防啓発によるものでした。

また、この2月から大阪府の食の安全推進課YouTubeチャンネルを開設いたしました。大阪・関西万博会場のデジタルサイネージで放映するために作成をした動画や、現在作成中の災害時の食品衛生についての動画を投稿する予定です。来年度、さらに動画の種類を増やしていく予定です。ここで実際に作成した動画を紹介いたします。こちらは、万博期間中に会場内のデジタルサイネージで放映する予定の動画です。デジタルサイネージのため、音はないのですが、約15秒間の来場者向けお弁当作りにおける食中毒予防の動画です。こちらは現在作成中の約15秒間の災害時の食中毒予防の動画で、避難所運営者向け、府民向けなど3つのバージョンを作成しています。動画数は現在3本ですが、今後、増やしていきたいと考えています。

続いて、来年度4月にLINEアカウントの開設を予定しています。発信頻度は、登録者数にもよるのですが、月2回から3回の配信を予定しています。配信内容は、食中毒予防の啓発関係や、イベント情報、クイズなどを考えています。イメージとしては、メールマガジンのような頻度や内容ではなくて、どちらかというとXに近い形式の発信を考えています。LINEによる情報発信について、後ほどぜひ、ご意見をいただきたいと思っています。こちらはイメージなのですが、食中毒予防の三原則の「つけない」、「ふやさない」、「やっつける」に関する情報の配信を予定しています。また、定期的な情報発信とともに、登録をいただいた方自身が能動的に情報を検索できるようにメニュー機能の活用も考えています。メニュー機能の項目としては、現在、6項目を予定しています。「食の安

全安心お役立ちポータルサイトへの案内」、「HACCP自主点検サイトへの案内」、「最寄りの保健所の検索」、「食の安全安心に関する情報検索」、「大阪版食の安全安心認証制度の紹介」、「メールマガジンへの登録、バックナンバーの確認」です。例えば「食の安全安心に関する情報検索」を押しますと、カテゴリー検索か、キーワード検索か選択肢が分岐して、検索ができるしくみです。配信内容やメニューについては、検討途中ですから、このようなメニューを増やしてはどうか、このように変えてはどうかなどご意見をいただきたいと思います。

次に3つ目、「食の安全安心関連のホームページ」について説明をいたします。今年度7月より、「食の安全安心お役立ちポータルサイト」を開設しています。左が事業者向けページで、HACCP自主点検サイトや営業許可関連など分野ごとのアイコンを設けております。また右側が、消費者向けのページで、キッズ向けサイト、妊娠中・育児中の方向けの食の安全情報サイトなどを設けています。一番、クリック数が多い関心の高いコンテンツは、食中毒・食品衛生法違反等の情報で、こちらのアイコンは、事業者向け、消費者向けの両方に設定しています。2番目に関心が高いものは、事業者向け動画で学ぶ衛生管理のサイトで、枚方市さんが作成したHACCP動画や、豊中市さんが作成をした異物混入についての動画を掲載しています。閲覧数は、事業者向けサイトの方が多いのですが、様々な情報を集約して、消費者向けサイトの充実も図りたいと思います。今年度見込みのページビュー数は、約45万PVと減っているのですが、その理由としては、今年度の5月末から大阪府庁のウェブページがリニューアルしたことに伴って、アクセスの集計方式が変更されたためです。変更により、検索エンジンのロボットによる機械的なアクセスやワードやPDFファイルへのアクセス数が集計の対象外となったため、昨年度は120万PV数があったのですが、今年度の見込みとしては、45万PV数と減少しています。

次に、「紙媒体を活用した情報発信」の取り組み内容を説明いたします。左はフグによる食中毒予防のポスターです。10月下旬から釣具店や漁業協同組合など約70カ所に掲示をしています。また、右はキノコによる食中毒予防ポスターです。8月下旬からキャンプ場やハイキングコースなど全80カ所に掲示しています。両ポスターとも、毎年度デザインを変えています。紙媒体での情報発信はスペースに限りがありますので、QRコード等を掲載し、詳細を知りたい場合は、ホームページにリンクできるよう設定しています。目標は達していまして、引き続き、効果的な情報発信をしていきたいと思います。

次に、「リスクコミュニケーション」の取り組み内容を説明いたします。今年度は、「災害と食品衛生」をテーマにリスクコミュニケーションを実施いたしました。昨年度に引き続き、公益社団法人大阪食品衛生協会と共催で開催し、当日は53名の参加がありました。専門家の先生方から、災害食などの在宅避難の備えや、災害発生時でも事業を継続するためのBCP（Business Continuity Planning：事業継続計画）などについて食品事業者様向けに基調講演をいただきました。その後、能登半島地震の被災地支援を行った事業者様、専門家の先生方、行政でそれぞれのパネリストによるパネルディスカッションを行い

ました。また、リスクコミュニケーションの中で、令和6年度食の安全安心顕彰制度大阪府知事賞表彰式を行いました。今年度は、優れた取り組みを行った事業者4組を対象に、来場している消費者・事業者の方へ取り組み内容を広く周知する場を設けました。左が授賞式の様子で、右のスライドが受賞者の取り組み内容の紹介です。その他、リスクコミュニケーションといたしまして、包括連携協定を結んでいるイオンリテール株式会社との共催で、小学生を対象とした食の安全安心体験学習会を実施いたしました。今年度は、前年度より1カ所増やしまして、和泉市と堺市で実施いたしました。食品売場や日頃見ることのできないバックヤードを見学して、事業者が取り組んでいる衛生管理などを実際に学習してもらいました。

左は、学童保育施設で出前授業を実施したときの様子です。生き物が食べ物になるまでの過程を知ること、非加熱食肉のリスクや加熱の重要性を知ってもらいました。右は、府立支援学校高等部2カ所で食の安全教室を実施したときの様子です。全員に手洗い実習を行い、汚れが取れにくい箇所を知ってもらいました。

このほかにも今年度、新たな取り組みとして、画像はないのですが、包括連携協定を結んでいる大阪いずみ市民生活協同組合との共催でリスクコミュニケーションを実施いたしました。

令和6年度リスクコミュニケーションへの参加者数は、見込みといたしましては、2,600名です。参加者は、順調に増えていますが、さらに多くの方が閲覧できるように集成型に加えて、Web等による配信も引き続き行っていく予定です。

次に、「食品表示制度の普及推進の取り組み」について、食品表示グループより説明いたします。

○事務局 続きまして、食品表示グループから令和6年度に実施をいたしました、「食品表示制度の普及推進」について説明をいたします。

主な取り組み状況です。食品表示には、大変多くの情報が含まれていますが、消費者の立場からすると、期限や産地表示は注意して見るけれども、それ以外の情報は見ないという方も多いかと思います。大阪府では、消費者に食品表示にどのような情報が載っているのかを知ってもらい、食品表示をもっと身近な情報源として活用していただくことを目的として事業を実施しています。また、食品事業者には、法令遵守のため、食品表示法や表示基準をしっかりと習得してもらうことを目的として研修等を行っています。

令和6年度の主な取り組み状況ですが、消費者向けの取り組みとして、今年度の主な啓発テーマとそれに基づいた啓発活動、消費者向けの食品表示学習会『食品表示まなびぷらす』について説明をいたします。また、事業者向けの取り組みとして、「事業者向け食品表示研修会」について説明いたします。

まず、消費者向けの取り組みですが、令和6年度の主な啓発テーマとして、期限表示を正しく理解することが食品ロス対策にもつながるという観点から、「賞味期限と消費期限の違い」をテーマに普及啓発を行いました。賞味期限は、おいしく食べることができる期限

で、期限が過ぎたからといってすぐに食べられなくなるわけではありません。消費期限は、安全に食べることができる期限で、期限が過ぎたものを食べると、お腹が痛くなる可能性があるので、食べることを止めておきましょうといった内容です。こちらがイベントでの府民啓発の様子です。6月に「ワクワク EXPO with 第19回食育推進全国大会」、10月に「大阪府消費者フェア」で啓発を実施いたしました。左の写真は、おにぎりやサンドイッチ、スナック菓子やレトルト食品のサンプルを並べて、「賞味期限の付いている食品はどれでしょうか」というクイズ形式で、サンプルを手にとって期限表示を学んでいただくことができるように工夫をいたしました。イベントにご来場の皆さまにも楽しみながら表示を学んでいただけたのではないかと考えています。

続いて、ホームページのコンテンツです。当課ホームページの中に食品表示に関するページがありまして、その中に子どもと保護者が一緒に食品表示を学ぶことができるコーナーである「食品表示を学んでみよう」を掲載しています。未就学児から小学校高学年の子どもが遊びながら食品表示を学ぶことができるようにそれぞれの年齢層に合わせた、コンテンツをオリジナルで作成し、公開しています。右側の写真の食品表示パッケージのサンプルは、工作をしながら表示も知って欲しいという意図で作成をしています。少し複雑な形があるので、大人でも楽しむことができる内容になっています。今年度は、ホームページコンテンツに学習シート「賞味期限と消費期限の違い」と「食品表示パッケージサンプル」を2点追加いたしました。スライド向かって左が、期限表示について学ぶことができる学習シートになっています。迷路形式で、小学校低学年の児童を対象にしています。

「消費期限は長持ちしない食品に、賞味期限は長持ちする食品に表示されているよ。」というヒントを出して、どちらが長持ちしない食品か、言い換えれば、消費期限が表示されている食品かを選択しながらゴールに進むといったような学習シートになっています。右側は、「作って遊ぼう食品サンプル」で、レトルトカレーのパッケージと「ビタミンCたっぷり」と書かれた栄養機能食品のキャンディのパッケージが工作で作ることができるようになっています。ホームページでもダウンロードできるのですが、私の手元にありますが、三つ折りで紙に印刷することができますので、来年度の消費者向けイベントで配布をする予定です。また、賞味期限と消費期限の違いについて学ぶことができる啓発動画を作成いたしました。1月にYouTubeで配信を開始したことをメールマガジンでお知らせをするとともに、「食品表示を学んでみよう」というホームページからも視聴ができるようにいたしました。動画については、説明の最後に上映をさせていただきます。視聴回数が3月6日時点で189回です。動画については、まだまだこれから情報発信が必要であると思っていますし、今後の課題は、視聴回数を増やすことだと思っています。皆さまが見たいと思って笑えるような動画のアイデアや情報発信についてのアドバイスがあればいただければと思っています。

続いて、当グループの主要消費者向け啓発事業である「食品表示まなびぶらす」について説明をいたします。こちらは、令和4年度からの継続事業で食品表示の学習と販売店で

実際に表示を見て確認をしていただく消費者教育プログラムです。消費者が自ら、生活の中で何気なく目に見ている食品表示をルールを理解した上で確認し、商品を選ぶことができるようになってもらうことをめざしています。また、学習をきっかけに食品表示全般に関心を持ってもらうことも目的としています。流れとしては、講義形式の学習会で、食品表示の基本を学び、学習会終了後、普段の買い物時に生鮮食品の表示をチェックしていただきます。チェックの結果は、感想などのアンケートと併せて、「まなびぶらすレポート」として提出をしていただきます。チェック時にこの表示はもしかすると不適切かも知れないと思った場合には、「はてな報告」として当グループに報告をしていただきます。ただ学ぶだけではなく、実際の販売店で表示を見てもらい、チェックするということがプログラムに組み込んでいます。ちなみに、はてな報告により報告していただいた内容については、必要に応じて行政が改めて販売店を確認し、指導を行っています。今年度は、9月に「食品表示学びぶらす」を実施いたしまして、大阪市内の3会場で計5回の学習会を開催いたしました。学習会は、午前及び午後と時間を分けて、平日と土曜日に開催し、平日に参加できる人も土曜日・日曜日であれば参加できる人もどちらも参加していただくことができるように設定をしています。今年度の学習会では、主に生鮮食品の表示の基本ルールの紹介、栄養成分表示の紹介、賞味期限と消費期限の違いについての内容を解説いたしました。学習会では、クイズで復習をしながら、楽しんで学ぶことができるようにいたしました。こちらが学習会の様子です。学習会後の販売店でのチェックは、右下にある「ついでにチェックシート」を作成し、学習会で学んだルールを見直しながら食品表示をチェックできるようにしています。学習会後の「学びぶらすレポート」の提出は、書面ではなくオンラインシステムへの入力としています。スマートフォンからも入力が可能です。なお、学習会の参加者とレポート提出者にはそれぞれ、食品表示まなびぶらすオリジナルもずやんグッズを進呈いたしました。学習会では150mlのクリアボトルをレポート提出ではクリアボトルを入れることができるサコッシュを進呈いたしました。私の手元にあるものがクリアボトルとこちらがサコッシュです。いずれも食品表示グループの職員がデザインをしたオリジナルの限定品になっています。今年度の学びプラスの募集定員は、100名のところ116名の応募があり、参加人数は95名、レポートまで提出をしていただいた方は51名でした。

学びぶらす参加者のアンケートの内容について少し紹介します。受講者の年代は、50歳代、60歳代の参加率が高く、50歳代以上の年齢層が70%を占めていました。これは、前年度と同様で、やはり時間を作りやすい年配の方に受講をしていただきやすい傾向にあるようです。次に、「食品表示まなびぶらすをどこで知りましたか。」というアンケートの回答結果です。食の安全安心メールマガジンが最も多く、続いてホームページ、知人からの紹介、おおさか健活マイレージアスマイル等となっています。今年度は、地域情報誌の「ぱど」や「まみたん」などにも情報を掲載していただきました。次に、「食品表示の項目について最も関心のある項目を一つだけ選んでください。」という質問項目では、「原産

地・原料原産地」と答えた方が最も多く、2番目は「添加物」、3番目は「栄養成分表示」という結果になりました。この結果を踏まえて、来年度の学習内容に何を取り上げるかを検討したいと思っています。また、「今後、賞味期限と消費期限の違いを意識した上で食べる、食べないを判断しようと思いませんか。」という質問に対しては、約99%が「意識をして判断する」という回答で、賞味期限と消費期限の違いを啓発し、食品表示の正しい知識を身に着けることで食品ロス対策にも一定の効果があるのではないかと考えることができました。「食品表示まなびぷらす」については、来年度も引き続き、継続の予定です。

続いて、事業者向けの取組み内容を説明いたします。食品表示法が施行されて以来、コロナ禍を除いて、大阪府主催、府内政令指定都市及び中核市共催で事業者向けの食品表示研修会を毎年開催し、事業者向けに食品表示法の周知と適正表示の推進を図っています。

今年度は、事業者からの相談が多かった「内容量表示」、健康的な食生活のために注目度の高い「栄養成分表示」、令和5年度、6年度に義務及び推奨表示の品目が変更になった「食物アレルギー表示」を主に取り上げて開催をいたしました。194名の申込みがあり、参加者数は合計175名でした。参加者アンケートで理解度を5段階で評価をしていたところ、理解度の高かった上位の4、5を選んだのは全体の80%でした。講義資料は、食の安全推進課のホームページに掲載をし、研修会に参加できなかった方もダウンロードができるようにしています。内容量表示については、内容量に表示できる単位や誤差の範囲を栄養成分表示については、基本の表示方法や保健機能食品の表示などについて説明をいたしました。食物アレルギーについては、令和5年3月にくるみが特定原材料に追加されたこと、令和6年3月に特定原材料に準ずるものにマカダミアナッツが追加、マツタケが削除されたことなどについて解説をいたしました。講義後は、当グループの職員及び各市の職員が事業者の質問に対応をいたしました。事業者の皆さんは表示方法において疑問点が多々あるようで、研修会終了後には、多数の個別質問がありました。事業者に表示制度の研修を行うことは、適正表示の啓発に有意義であり、自主的な点検にもつながるため、今後も引き続き研修会を継続する予定です。

最後に、「食品表示学習会について」です。当グループでは、消費者、事業者を問わず、表示の学習会を開催したいというご要望がありましたら、職員を講師として派遣しています。今年度は、消費生活センター様、大阪いずみ市民生活協同組合様、JA様、各種食品業界団体等に講師派遣のご依頼をいただきました。来年度も継続して職員派遣の予定です。ご要望があれば当グループまでご相談いただければと思います。

それでは最後に、賞味期限と消費期限の違いについて作成をした動画についてです。視聴時間は約2分20秒です。

表示グループからの取組み説明に関しましては以上です。ありがとうございました。
○事務局 次に「食品等事業者向け食品衛生講習会開催」の取組み内容を説明いたします。今年度は、大阪・関西万博の開催に向けて、事業者の方を対象にノロウイルスなどの

食中毒について、HACCPの考え方を取り入れた衛生管理によりどのように対策をすればよいかセミナーを開催いたしました。政令市や中核市と連携をして、府内6カ所で計10回開催をいたしました。全部で572名の方にご参加をいただきました。受講をされた方には、受講済ステッカーを配布いたしました。また、現在作成中ですが、セミナー動画をホームページから視聴できるようにする予定です。

右は、包括連携協定を結んでいる株式会社ダスキンと共催で実施をいたしました食品衛生セミナーの様子です。大阪府からは、HACCPの考え方を取り入れた衛生管理による食中毒対策を、株式会社ダスキンからは、手洗いの取扱いを説明するとともに、来店客の手洗いの意識と、化粧室からの汚染拡大について事例を交えて説明をしていただきました。

また、インターネット視聴型の実務講習会についても、継続をして取り組んでおり、営業許可施設や給食施設の食品衛生責任者を対象に最新の知識や食品衛生関係法規などについて講習会を行っています。専用サイトから申込みをしていただき、限定公開のYouTubeのURLをお伝えし、事業者の方の都合のよい時間に受講できるようにしています。目標指標は、資料1の2枚目ですが、令和6年度見込みは7,200名と参加者数は増加していますので、引き続き政令市や中核市と連携し、取り組んでいきたいと思っています。

最後に、「その他」の取り組み内容を説明いたします。その他の取り組み内容といたしまして、多言語に対応をした啓発リーフレットを説明いたします。こちらは、「家庭でできる食中毒予防6つのポイント」、「食中毒予防の3原則・手洗いの手順」をインドネシア語に翻訳をしたものです。昨年度、英語、韓国・朝鮮語、中国語（繁体字）、中国語（簡体字）、ベトナム語の5言語を翻訳いたしました。今年度は、インドネシア語、スペイン語、タイ語、フランス語、ポルトガル語の5言語をさらに追加いたしました。今後の対応としては、啓発資料の種類をさらに増やしていきたいと考えています。

続いて、こちらは、日本語を含む11言語に対応をした「食物アレルギーコミュニケーションシート」です。委員の先生方のところに印刷をしたものをお配りしています。来月に開幕する大阪・関西万博の開催にあたり、増加する来阪外国人が飲食店で安全安心に食事を楽しんでもらえるように食物アレルギーに係るピクトグラムを活用したもので、飲食店での活用を推進しています。A3カラー2つ折りで、紙は耐水性のものを使用しています。表面は「食物アレルギーの有無」を問う文言と食材をピクトグラムで掲載し、裏面には「料理にアレルギー食材は含まれているか」、「別の料理に変更をするか」など基本的なコミュニケーションを載せています。約2万部を作成し、万博会場内の飲食店や大阪府内の飲食店に配布をしています。また、ホームページにもデータを掲載しており、ダウンロードをすることでタブレットでも使用ができるようにしています。また、より多くの事業者にご利用していただくことができるように食物アレルギーコミュニケーションシートの説明動画及び活用動画の2種類を作成して、ホームページに掲載をしています。1つ目の動

画は、使用方法をアニメーションにして詳しく説明をしたもので、2つ目の動画は、コミュニケーションシートを活用した際の相手とのやり取りのイメージができるよう、実際に飲食店にご協力をいただき、活用場面を動画にしたものです。

取組み内容の説明は以上です。

○平川部会長　たくさんの説明ありがとうございました。ただ今の事務局からの説明について、委員の皆さまからご意見、ご質問はありますでしょうか。実状の確認でも結構ですし、先ほどの説明の中でもありましたが、来年度の春から活用予定のLINEについて、何かご意見等ありましたらお願いいたします。もう一度、簡単にLINEの説明をお願いします。

○事務局　LINEは、登録者数にもよりますが、現在実施しているメールマガジンによる情報発信と同じ頻度で配信を行うことがなかなか難しく、およそ月に2、3回の配信を想定しています。同じように発信をしているものが、Xによる情報発信で、内容としては同じような形式で、季節ごとに特に注意したい食中毒の啓発情報、食品関係のイベント情報、食の安全安心について楽しく学ぶことができるクイズなどを配信できないかと考えています。このような情報以外で配信してはどうかという情報やXと重複するなど、何かご意見をいただけますと大変助かります。

また、配信と併せて、メニュー機能を設定する予定です。大阪府が配信をしていない情報であっても、調べたい食品に関する情報があったときに、登録者は、このLINE画面のメニュー機能から情報を入手できるようにし、6つの項目を設定する予定です。構成は、食の安全安心お役立ちポータルサイト、事業者向けのHACCP自主点検サイトなど、またメールマガジンにもリンクし、バックナンバーを見ることができるよう設定する予定です。6項目については、現在作成途中ですので、この項目を取り入れた方がよいなどご意見をいただくことができればとても助かります。

○平川部会長　はい。ありがとうございます。では、ご意見等、いかがでしょうか。順番に聞いてまいります。まず、植村委員からお願いいたします。

○植村委員　ありがとうございます。たくさんのご報告をいただき、知らない情報もたくさんありました。LINEについてですが、日本人のほとんどの方が使用していますし、活用している企業も非常に多いですので、素晴らしい取り組みだと思いました。ただ、LINEは、消費者が能動的に友だちになりたいと思い、友だち追加して、初めてその方々向けに情報が発信できるというものです。今日の説明では、ターゲットが誰なのか、事業者なのか消費者なのか、よくわからないと思いました。メニュー機能を6項目にするのであれば、上が事業者向け、下が消費者向けといった構成にするなど、事業者役に役立つ情報、消費者役に役立つ情報が明確になっている方がよいかと思いました。非常に多くの企業がLINEを活用していますので、友だちをたくさん登録している状態に皆さんあると思います。配信回数が少ないと、友だちリストの下の方へ移行してしまい、結果、閲覧されず削除されます。広報活動でLINEを活用するのは非常に難しいと事業者の中でも、話題にな

ります。事業者の立場としては、HACCPに関する項目があれば助かります。ありがとうございます。

○事務局 ありがとうございます。大変、参考になりました。明確に事業者向け、消費者向けという構成にしたいと思います。

○平川部会長 ありがとうございます。次に田野委員、いかがでしょうか。

○田野委員 ありがとうございます。昨年度の課題がこの1年間でここまで達成されていることに驚きました。私も植村委員と同じ意見で、事業者向けと消費者向けは分けた方がよいと思います。ホームページなどでも、事業者向け情報と消費者向け情報が混在していると、情報を探しにくく、使いにくいですし、とても見にくいです。明確にされている方がよいと思います。LINEを活用した情報発信を本当に検討してくださって、この1年でここまで進めていただいたことに、私としてはとても感動しています。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。続きまして、米田委員、お願いいたします。

○米田委員 報告ありがとうございます。LINEは、必須だと思いますので、ぜひ、進めていただきたいのですが、今想定されている発信頻度をもう少し増やした方がよいのではと思います。私からは2点要望があります。「今さら聞くことができない情報」を取り上げていただきたい。また、タイムリーではないですが、基本的な知識を習得できるメニューを設定していただきたい。LINEは、身近に情報を入手することができるので、ぜひ、実行し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。確かに、発信頻度は重要です。先ほどもご指摘がありましたが、発信頻度が少ないと、友だちリストの下の方に移行してしまうので、削除されてしまう可能性があります。では次、津塩委員お願いいたします。

○津塩委員 昨年度の意見を取り入れ、対応をいただき本当にありがとうございました。非常に実行していただいたというのが率直な感想です。LINEの6項目のメニュー機能についてですが、自分目線でどのメニューを使用するかを考えていたのですが、私の要望としては、スマートフォンでどの媒体の情報も見ることができる構成にしていきたいと思います。また、使用する方がどのような立場の方なのかによって、使用方法が違いますので、使用者側から知りたいことをキーワードによる検索などができるのは、私はすごく活用できるのではと思います。また、自分が知らない情報を入手できるのは有益なことなので、先の話にも出ていましたが、発信頻度は増やしていただければと思います。

○平川部会長 ありがとうございます。事務局から何かありますか。

○米田委員 補足します。注意喚起情報は迅速性が重要ですので、非常に有益な情報かと思いますが。

○平川部会長 ありがとうございます。事務局お願いします。

○事務局 いただいた意見等を参考にさせていただきます。発信頻度については、予算に限りがあるので、登録者数によって配信できる回数は変わりますが、検討したいと思いま

す。また、配信内容や構成についても、いただきました意見を取り入れて進めていきたいと思っています。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。この LINE に関して効果の検証という意味で、単独で登録者数の推移を計っていかれると思います。この推進計画の全体像で見ますと、ウェブなどのオンラインツールを活用した情報発信の数値目標を挙げています。これはまだ LINE を導入する前の数値目標ですが、場合によっては、メールマガジンよりも LINE のほうが助かるというかもしれないし、LINE だけ登録する方もいると思いますので、最終的には、従来のメールマガジンの登録者数と LINE の登録者数を合わせた総数をカウントすれば良いと思いました。

他に気になった点がありますか。また、質問などがありますか。このようにすれば良くなるなど、ご意見をいただければと思います。

○米田委員 メールマガジンによる情報発信ですが、HTML 形式による配信に変えて、とてもわかりやすい情報発信になったと思います。またそれに連動して閲覧数も増え、結果に結びついているので、工夫をして配信の質を上げていくことは非常に重要であると思いました。また、『食品表示学びぷらす』をどこで知りましたか」の回答でメールマガジンが一番多かったということからも結果が出ていますし、登録者数を増やし、目標を達成するためにも、より配信の質を上げて消費者にとってわかりやすい配信内容にしていいただければと思います。

○平川部会長 その他の新しい取り組みでは、YouTube での情報発信もありますが、それについて何かありますか。どのようなコンテンツがあればよいかなどありますか。食物アレルギーコミュニケーションシートの説明動画、賞味期限と消費期限の違いについて学ぶことができる啓発動画は、有用なコンテンツとして見ていただきたいと思います。今後のコンテンツについて、事業者目線又は消費者目線で提案があればお願いします。

○田野委員 動画の中で、もずやんが中心に出てきて、文字と音楽だけが流れていた動画があったと思うのですが、音声を流さない理由が何かあるのでしょうか。

○事務局 ありがとうございます。もずやんを主に使った動画です。大阪府のルールでは、もずやんは喋ってはいけないとことと定められており、そのため音声を入れることができなかったのです。今後は、もずやんを使わずに、音声を入れるなどについて検討していきたいと思っています。

○植村委員 すみません。私たち事業者も注目を集めることに非常に努力し、工夫をしています。例えば動画を目が見えない方々に発信する場合など、実際に目が見えない方の意見を聞き参考にしています。また、今はInstagramを活用している方が多いので、私たち事業者団体もInstagramやフェイスブックを昨年からはじめました。Instagramなどは、20秒、30秒程の短い動画を配信できます。そうすると、関心を引くことができ、さらにリンク先やLINEのIDを掲載することで消費者を誘導することができます。本日の動画は、少し長いのではと思いました。作られた動画は、YouTubeで配信するだけ

ではなく、もう少し短縮して、例えばトピックスだけインスタグラムなどに配信してはどうかと思いました。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。確かにそうですね。インスタグラムで短い20秒くらいのストーリー動画が流れてきて、関心を引き、より長い動画を見るため、YouTubeに誘導されるということがあります。ぜひ検討してほしいです。

もずやんは音声の設定はないのですか。

○事務局 文字で表現することはあるのですが、誰かが喋るということはできません。

○平川部会長 委員の皆さん、他に意見はありますか。

○米田委員 植村委員のお話でもありましたが、バリアフリーの観点は重要であると思います。ポスターを貼るだけでなく、放送によりアナウンスするという方法もあります。例えば、電車の中で、「大阪府からのお知らせです」などのように。通勤中に大阪府からのお知らせなどを聞くことができれば、効率がよいと思います。

また、別件ではありますが、3月10日に実施されましたリスクコミュニケーションですが、準備は大変だとは思いますが、できればもう少し早めに告知をしていただければと思います。内容は後から付け加えることもできるので、早めに告知をしていただくと、参加者がもう少し増えるのではないかと思います。

○平川部会長 ありがとうございます。

○塩見委員 お話を聞いて気付かされたのですが、障がい者の方に対する配慮は必要なことだと思いました。音声という方法もありますが、色々な障がいを持った方がいますので、それに応じた対応が必要だと思います。今後は、そのような配慮をして啓発の方法を考えていかなければならないと思いました。

○平川部会長 ありがとうございます。電車内のモニターで放映するというのも効果的な方法かと思いました。また、その映像にQRコードが掲載されていると、スマートフォンでアクセスする方もいるかと思います。また、電車内の広告スペースを利用することも関心を引くことができ、有効かと思います。

○田野委員 年齢によって使用するSNSに傾向があり、50歳代以上の方は、フェイスブックを使用している方が多いようです。私の周りでは、Xを使用している方が少なく、インスタグラムが多いです。ですので、Xだけではなくて他のSNSも活用していただきたいです。また、食物アレルギーコミュニケーションシートの説明動画に関してですが、少し懸念する点がありました。「卵が入っていないか」や「牛乳が入っていないか」との問いに、単に「ノー」、「イエス」で回答するのではなくて、料理に何が含まれているのかと何の食物アレルギーがあるのかの2点を必ず確認してから回答する必要があります。なので、スムーズにコミュニケーションがとれるのか気になりました。

○平川部会長 コミュニケーションを取るときに確認が必要ですね。

○田野委員 そうです。単なる「ノー」「イエス」だけの口頭確認では、事故が起こってしまう可能性があります。実際は、動画のようなスムーズなコミュニケーションになるの

かどうか心配に思いました。

○平川部会長 対応者がアルバイトなどであれば、料理に何が含まれているか把握をしていないこともあるので、料理人に確認するという手順になりますね。確認を怠ると、事故が起こってしまう可能性があります。

○田野委員 はい。

○平川部会長 現場への注意喚起をお願いします。他に何かありますか。

それでは、皆さま、様々な意見をいただきありがとうございました。昨年度、本部会で提案した LINE や YouTube など、この一年で整備されて進行しましたが、来年度、さらに前進し、利用者が増えていくことを期待します。本日提案された意見を活かし、運営していただければと思います。

○事務局 ご意見をいただきありがとうございました。気が付いていない視点やバリアフリーの観点など、いただいた意見を取り入れて、来年度に反映できればと思います。

○平川部会長 ありがとうございました。

○事務局（大西室長）冒頭に、部会長から有機フッ素化合物の話がありましたが、国が食品安全委員会で検討されていて、昨年、一定の方向性が示されています。現在水道水については、 50 ng/L 以下とする暫定目標値が定められています。これを令和8年4月から水質基準に設定することを国が進めており、法律で義務づけられることになります。井戸水を使った水道水やミネラルウォーターなども対象になります。冒頭の話にありましたので、参考までの説明させていただきました。

○平川部会長 ありがとうございます。

それでは、皆さん、長い時間ありがとうございました。これで本日の審議は終了いたします。委員の皆さん、円滑な進行、たくさんの活発な意見をいただきありがとうございました。それでは、事務局にお返しをいたします。

○事務局 ありがとうございました。閉会にあたり、生活衛生室食の安全推進課長の塩野よりご挨拶いたします。

○事務局（塩野課長）課長の塩野です。平川部会長、本当にありがとうございました。本日いただきました委員の皆さま方のご意見を参考に、引き続き大阪府食の安全安心に関する情報発信の推進に努めていきます。本日は、多忙に関わらず、委員の皆さま、本部会にご出席賜り、活発な議論をいただいたこと、事務局一同心から御礼申し上げます。

○事務局 以上で「令和6年度情報発信評価検証部会」を閉会いたします。本日は誠にありがとうございました。

（終了）