

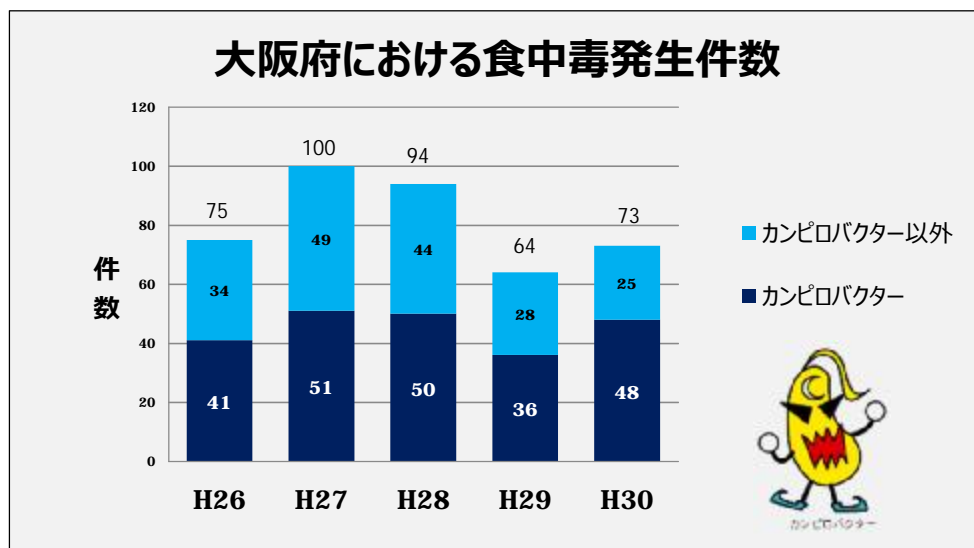
カンピロバクター食中毒 予防啓発について



H31.2.12情報発信評価検証部会資料

1

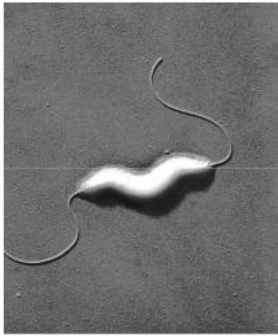
大阪府におけるカンピロバクター食中毒発生状況



2



カンピロバクターとは？



カンピロバクターの電子顕微鏡写真
提供：地方独立行政法人
大阪健康安全基盤研究所

- ・ニワトリやウシ、ブタ等の腸管内に存在する細菌
- ・市販の鶏肉から高い割合で検出される
- ・少ない菌量でも食中毒を起こす
- ・加熱をすると、菌は死滅する

3

カンピロバクター食中毒の主な症状

- ・腹痛、下痢（まれに血便）、発熱、頭痛、おう吐、倦怠感など
- ・食ってから1～7日で発症
- ・子ども、高齢者、抵抗力の弱い方は重症化することがある
- ・感染して数週間後に、「ギラン・バレー症候群」を発症することもある



4

カンピロバクター食中毒の主な原因食品

生や加熱不十分な鶏肉料理



鶏刺し



鶏タタキ

5

これまでの啓発・取組み

u イベントによる啓発活動

★大阪府消費者フェア

(平成30年11月4日 来場者2,792人)

模型の展示

クイズの実施 (大人向け・子供向け)

パネル展示



6

これまでの啓発・取組み

u 消費者向けリーフレット作成

H29 42,000部

H30 10,000部



7

課題

若い世代への啓発

- ❖ 食品衛生に対する関心が低い傾向
- ❖ 長文の文字を嫌う傾向

今までの取組みとは異なるアプローチが必要

年度	大阪府管内における、学生グループの カンピロバクター食中毒事例の割合
27	18件中6件 (33%)
28	16件中5件 (31%)
29	13件中6件 (46%)

8

若い世代へのアプローチ検討① 大学生を対象とした食中毒予防啓発

府内の大学及び短期大学 31校へ啓発協力可能な方法についてアンケートを実施

〈結果〉

掲示板	28校
メール配信	12校
学校HPや学内情報共有サイトに掲示	8校
SNSによる周知	1校
アプリによる周知	1校

協力可能な大学へ、啓発ポスターの掲示、
学生への啓発メッセージの配信を依頼

9

「生で食べたなら **あかん**、ピロバクター」

トリ肉は 中までよく焼いてな！

カンピロバクター食中毒に注意やで！



©2014 大阪府ちずちゃん

＜カンピロバクターって？＞
ニトリ等の生肉の接触が原因となる細菌です。加熱すれば菌は死滅
しますが、鶏の生肉や鶏肉、生肉の肉汁が手や調理器具に付着する
ことによる食中毒が多発しています！
※生肉の生食、下痢、嘔吐、発熱等（生肉で汚らへば手で殺菌）

詳しくはこちらをご覧ください

大阪府 五七〇「クワ」食中毒 検索



大阪府健康医療政策の安全推進課
〒540-8570 大阪府吹上区大平2丁目



10

掲示物に対するSNS上の反応



11

掲示物に対するSNS上の反応



12

Twitter記事に対するSNS上の反応



13

若い世代へのアプローチ検討② -SNSの活用-

出典：H29年度版 情報通信白書（総務省）

	LINE@	facebook	twitter
利用率 10代男 (2016)	70.8%	16.7%	54.2%
利用率 10代女 (2016)	88.2%	20.6%	69.1%
利用率 20代男 (2016)	94.6%	50.5%	53.2%
利用率 20代女 (2016)	98.1%	59.4%	67.0%
利用率 30代男 (2016)	86.0%	46.3%	30.1%
利用率 30代女 (2016)	94.7%	57.3%	29.8%
利用率 40代男 (2016)	68.6%	36.5%	21.4%
利用率 40代女 (2016)	79.9%	32.5%	20.1%
利用率 50代男 (2016)	49.2%	24.6%	11.5%
利用率 50代女 (2016)	58.5%	22.3%	16.9%
利用率 60代男 (2016)	23.6%	14.2%	4.1%
利用率 60代女 (2016)	23.9%	7.1%	5.2%
利用目的 (20代聞き取り結果)	友人・同僚等との会話やメールの代わり	友人・同僚等の近況を知らせあうツールとして利用twitterやInstagramは、自分より上の年代はあまり使っていないので、上の年代の人とやり取りするとき利用	友人・同僚等と、日常のつぶやきや些細な出来事をやりとりするのに利用している。ネット上で知り合った人（合ったことのない人）と、自分の趣味や好きなものの情報交換をするのに利用している。
不特定多数への拡散性	×友人知人のみ (友達登録してもらわないと伝わらない)	△友人知人関係者 (友達の友達程度。個人の日記的要素が強いため、広くシェアすることはtwitterより少ない)	◎非常に高い リツイートで不特定多数に拡散

* Instagramは、上記3つのSNSよりも利用率が低く（20代女性以外は利用率50%以下）、画像主体の媒体であるため比較から除外

14

Twitterによる啓発開始に向けての課題

- u フォロワー数の獲得
- u 発信の頻度

15

フォロワー数の獲得と発信頻度

大阪府公式twitter
もずやん@大阪府広報担当副知事
フォロワー数：約34,000
ツイート頻度：3～4回/日



平成31年1月8日より
大阪府の食の安全安心情報を
定期配信開始
(毎週火曜日/1回)



16



リツイートアカウント52件の
総フォロワー数：32,472

今後の課題

u 拡散しやすい発信方法の検討

「#タタキ」「#鶏刺身」
等検索ワードの工夫

u 知るから行動するへ

より実践的な情報の発信





ありがとうございました