

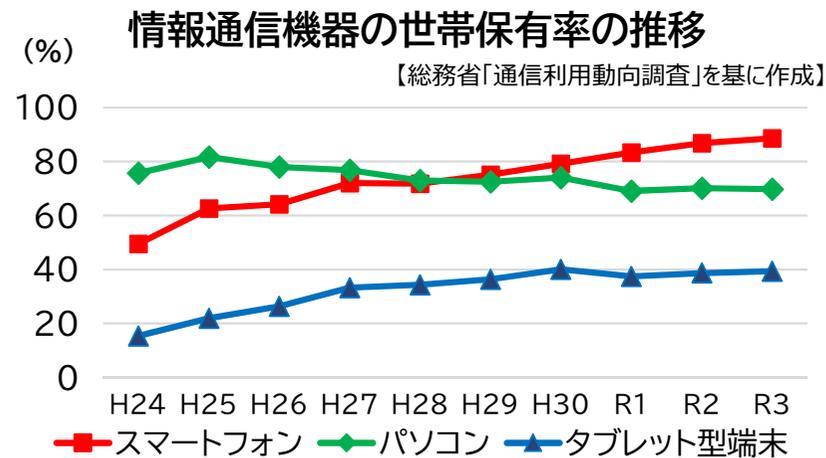
②7 ホームページやメールマガジン等のオンラインツールによる情報発信

(現状・社会背景)

◆スマートフォン・SNSの普及

- ・スマートフォンの世帯保有率:88.6%、個人保有率:74.3%
- ・SNSの個人の利用率:78.7%

◆インターネットやSNSでの誤情報やリスクのある情報の投稿・拡散



○誤った情報や過度に不安をあおる情報

- ・食品添加物、農薬、輸入食品などに関する危険性をあおる情報

○食中毒のリスクのある情報

- ・注意が必要な自己流レシピの投稿や拡散など

(例) ヨーグルトメーカーや炊飯器を使った食肉の低温調理
離乳食にハチミツを加えるレシピ

(課題)

◇SNSやオンラインコミュニケーションツールを活用した、より効果的で分かりやすい情報発信

(今後の取組例)

- ◎府の各部局や、他の行政・研究機関等が公表する食の安全安心に関する情報を網羅的に閲覧できる府HPを作成
- ◎動画による啓発媒体を充実させ、より効果的で分かりやすい情報発信に繋げる。
- ◎メールマガジン、TwitterなどのSNSの配信により、府HPの閲覧数の増加をめざす。

〔食の安全安心の情報発信の推進〕

② 外国人に対応した啓発媒体による情報発信

(現状・社会背景)

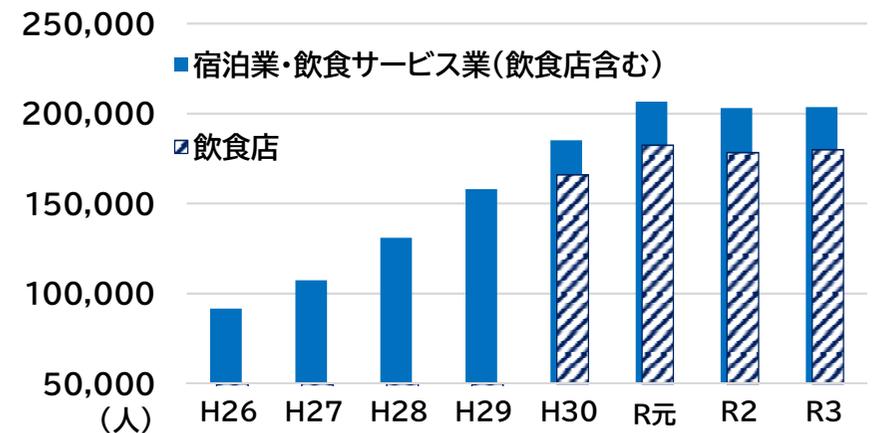
㊦ 飲食業に従事する外国人の増加

- 飲食店の外国人労働者数は直近7年で約2倍に増加
- 言語による情報伝達や作業マニュアルの周知徹底の難しさ

㊦ 外国人観光客のさらなる増加

- 万博の開催年（令和7年）には、1,500万人のインバウンドの来阪者を目指す（大阪 観光復興ロードマップ）

【飲食業に従事する外国人労働者数の推移(全国)】



※ H29年以前は飲食店の内訳データなし

※ 厚生労働省発表資料「外国人雇用状況の届出状況について」を基に作成

(課題)

◇ 食品関係の外国人労働者への衛生指導及び外国人観光客への食中毒予防啓発

(今後の取組例)

◎ 多言語に対応した啓発媒体の作成（ホームページ、リーフレットなど）

○ 外国人労働者向けの衛生教育教材の充実（一般的な衛生管理のポイント、日本の法律・ルールの周知など）

○ 外国人観光客への啓発媒体の充実（手洗い励行、テイクアウト品を購入・食べる際の注意点など）

〔食の安全安心の情報発信の推進〕

③ 食に関する社会の動向を踏まえた情報の提供

(現状・社会背景)

U食品ロス削減への関心の高まり

- ・ 食べ残しの持ち帰り等の食品ロス削減の取組で懸念される食中毒のリスク

(参考) 食品ロス削減に繋がる内容として、食品衛生情報※に興味がある人の割合：42.4% (令和2年度おおさかQネット調査) ※ 賞味期限・消費期限の基礎知識、食中毒など

Uプラスチックごみ削減への取組促進

- ・ エコバッグ、マイ容器やマイボトルの利用促進に伴う衛生上の懸念

U食生活・食トレンドの変化

- ・ 外食利用の減少、中食や内食の割合の増加などの食生活の変化
- ・ アウトドアでの料理や、温度管理が難しい低温調理の流行

(課題)

◇ 食生活・食トレンドの変化による新たな食中毒リスクの発生

(今後の取組例)

- ◎ 飲食店での食べ残しの持ち帰りに伴う食中毒リスクの低減に向け、事業者、消費者の双方への啓発を実施
- ◎ エコバッグ、マイ容器やマイボトルの衛生的な取扱いの啓発を実施
- ◎ 食生活や食トレンドの変化をインターネットやSNSなどの情報から把握し、必要な食中毒予防の啓発を実施