

食品安全に関するリスクコミュニケーション等の推進

資料6-2

現状把握 ・課題設定	インプット (資源)	アクティビティ (活動)	アウトプット (活動目標・実績)	アウトカム (成果目標・実績)	インパクト (国民・社会への影響)
<p>食品安全に関しては、その真偽の程を問わず様々な情報が流布されている状況にある。</p> <p>消費者が食品安全に係る正確な情報に接し、リスクに関する理解を深め、自らの判断により消費行動が行えるよう、リスクコミュニケーションを推進することが重要。</p>	<p>消費者安全の啓発のための必要な経費 42百万円（令和3年度）</p>	<p>消費者を対象に、双方向の意見交換会や正確な情報提供を行う。特に、食品中の放射性物質のテーマを重点的に行う。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・意見交換会 (参加者数: 12,712人) ・啓発資料の配布 (パンフレット、リーフレットの配布数: 25,875冊) ・食品中の放射性物質に関する意見交換会 (福島県外) (参加者数: 10,602人) 	<ul style="list-style-type: none"> ・意見交換会における参加者アンケートの結果からみる参加者の理解度 (アンケート結果: 93.2%) ・福島県産食品の購入をためらう人の割合 (意識調査: 6.5%) 	<p>消費者が正確な情報に接し、リスクに関する理解を深め、自らの判断により消費行動を行えるようにする。</p>