

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</p> <p>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>	<p>→ <u>意見交換会</u> (参加者数: 12,712人)</p> <p>→ <u>啓発資料の配布</u> (パンフレット、リーフレットの配布数: 25,875冊)</p> <p>→ <u>食品中の放射性物質に関する意見交換会(福島県外)</u> (参加者数: 10,602人)</p> <p>※令和3年度実績</p>	<p>→ <u>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</u> (アンケート結果: 93.2%)</p> <p>→ <u>福島県産食品の購入をためらう人の割合</u> (意識調査: 6.5%)</p> <p>※令和3年度実績</p>	<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なる。</p>