

第1章 被災地産畜産物に関する情報提供・理解醸成事業 (福島県の畜産業復興のための国内外調査と情報提供事業)の概要

¹ 東京大学大学院農学生命科学研究科附属食の安全研究センター

² 同農業資源・経済学専攻

関崎 勉¹、細野ひろみ²

平成23年3月に発生した東日本大震災から早くも5年が経過した。この震災では、古くから畜産業が盛んな東北地方が地震による直接被害だけでなく、東京電力福島第一原子力発電所の津波被害による事故からの放射性物質の拡散により、想像も出来なかった甚大な被害を被った。初期に検出された半減期の短いI¹³¹およびCs¹³⁴は検出されなくなったものの、半減期が長いCs¹³⁷の汚染に対する戦いは、あと数十年は続くと思われる。しかし、一方では、農畜産物への汚染の検査や耕作地の除染が進み、市場に出回る時点では、原発事故由来の放射性物質は全く検出できない状況になっていると言える。このような状況にも関わらず、被災地の中でも福島県の畜産業は依然として危機的な状況が続いている。これは、震災直後の夏に、汚染稲わらを給飼した牛の肉から暫定規制値を超える放射性物質が検出されたことが、今でも被災地の畜産物に対する印象を悪くし続けているものと思われる。これらは、畜産業関係者の事業意欲の減退につながり、被災地の畜産の活性化及び復旧・復興を大きく妨げているだけでなく、東京電力を通じた国からの補助を無くすことができない状況を作り出している。国の補助とは、言うまでもなく税金の投入であり、この状況が続くことは、我が国の国力の低下に直結するものである。従って、なんとしてもこの状況を改善せねばならない。

このような被災地の畜産物の現状を消費者に正しく理解してもらうには、正しい情報の把握と整理、さらにその理解を促すための適切な伝達手段の整備が不可欠である。しかし、適切な科学的判断がなされた情報の収集・解析、そして生産者・事業者から消費者までとのリスクコミュニケーションを行うためのツールは、現在でも不足しており、その充実に継続的に取り組む必要がある。我々は、日本中央競馬会特別振興資金助成事業を平成23年度から平成27年度まで単年度ごとに5年間受託し、被災地の畜産業の復興を促すため、いくつかの活動を継続的に実施してきた。本章では、これまでの経緯を踏まえて、平成27年度に実施した本事業の概要についてまとめた。なお、これまでの活動については、平成24年度～26年度に作成した報告書にも詳しく記載されており、その内容はウェブ上でも公開しているので (http://www.frc.a.u-tokyo.ac.jp/safety/radioactive_

material/media/)、本報告書と合わせて一読されることを願う。

(1) 事業推進委員会の組織と開催

事業遂行の前提として外部の学識経験者等を評価検証委員に委嘱し、事業の全体計画と進行についての助言を受け、最終的にはその成果の検証と評価を行うことになっている。平成27年度は、放射性物質の生物への影響の専門家、消費者の意見を代表して述べることのできる専門家、微生物性食中毒の専門家、食品の分析に関係する公的機関の専門家の方々に委員になって戴き、事業推進委員会を構成した。委員会では、我々の発信する情報に対する科学的検証や、消費者の意識に関する調査の方法についての助言を受け、リスクコミュニケーションに関する専門的意見も聴取し、事業の円滑な進行を目指した。そして、年度の終わりには、事業の進め方とその成果について助言と講評を頂戴した。

(2) 消費者意識調査

平成23年度から毎年、インターネットによる消費者行動調査を実施し、平成27年度も同様に国内の消費者意識に関する調査を行った。これらの調査では、得られた情報をもとに、ウェブ上で公開する資料の修正や改訂を行い、その効果についてさらにインターネット調査を行ってきた。平成24年度には、平成23年度の調査を参考に新たな設問を設定して、消費者の意識の変化を細かく追う調査を行った。平成25年度には、放射性物質だけではなく、他の危害因子についても並列して問うなど、多くの危害因子に対する相対的なリスク認知についても詳しく解析できるような調査を行った。また、平成26年度には、学校給食における被災地の農畜産物の利用に関する調査を新しい調査項目に加えて、首都圏および福島県の学校を対象に実施した。同時に、全国の消費者を対象として、放射性物質に関する検査体制に対する満足度と被災地の食品を避けるか受け入れるかについてなど、社会体制の整備、消費者のリスクに対する認知度、それに対する消費行動との関連などを調べた。そこで、平成27年度には、全国の消費者意識がこれまでと比べてどう変化したかに焦点を当てると共に、年齢・性別・家族状況などをもとにいくつかのグループに分けた消費者に対して、直接インタビューするフォーカスグループインタビューを実施した。これらの調査の進め方やその解析結果については、第2章に記載した。

(3) ウェブコンテンツの改善

食の安全研究センターのホームページを利用して、放射性物質と食の安全に関する情報提供を平成23年度から続けている。平成25年度からは、「食の安全クイズ(入門編)」

を試行的に公開し、遊びながら放射性物質、BSE、食中毒の3つの分野についての科学的知識を学べるようにした。平成26年度は「食の安全クイズ(入門編)」の閲覧状況の解析からその効果を推定し、さらに設問数を増やして「入門編」および「発展編」に分けて公開する作業を行った。これまでの、情報を一方的に公開するウェブ上での情報提供に比べて、閲覧者が考え、手を動かして回答するクイズ形式の情報提供は、高い効果が期待できるとの成績が見られた。平成27年度では、可能な限りのウェブコンテンツを英訳し、海外へも情報提供できる基盤作りを開始した。また、Facebookを通じてイベント開催などの情報を逐次迅速に公開していたが、ようやくこれを經由した様々な問い合わせが増加して、その効果が現れてきた。平成26年度に公開した「食の安全クイズ」については、引き続き多くのアクセスがあったが、これらの詳細については第3章に述べた。

(4) サイエンスカフェ開催

平成23-25年度には、様々な角度から企画したシンポジウム・パネルディスカッションを合計4回主催した。また、平成24-26年度には、少人数の一般消費者を集めたサイエンスカフェを通算で12回開催した。このサイエンスカフェでは、近い距離で講師の説明を聞き、話の途中でいつでも質問を受け付けるようにし、ファシリテーターの誘導にも助けられて、活発な討論が展開される実り多いものであった。そこで、平成27年度は、平成26年度と同様に、放射性物質とその他様々な危害因子だけではなく、危害を加えないものもテーマに加えて合計6回のサイエンスカフェを開催した。第13回では「農薬」、第14回では「桃の栽培」、第15回では「ポストハーベスト」、第16回には「食品照射」、第17回には「食と健康」、第18回には「キノコの放射性物質汚染」をテーマとした。このように、様々な観点から消費者の興味を引く話題を集めてきた結果、このサイエンスカフェというイベントの開催自体が参加者等を通じて広く周知されてきたのか、後半では参加希望者が定員を超えて、空席待ちとなる事態が続いた。これらの概要と開催報告については、第4章に詳しく説明されている。

(5) その他の活動

本事業「被災地産畜産物に関する情報提供・理解醸成事業」は、国立大学法人東京大学が受けた「福島県の畜産業復興のための国内外調査と情報提供事業」に加えて、「被災地産食肉消費回復支援事業(公益財団法人日本食肉消費総合センター)」および「被災地食肉需要拡大復興支援事業(全国食肉事業協同組合連合会)」の3つの事業により構成されている。これら3つの事業間において、適時連携して活動するよう期待されていたことから、

全国食肉事業協同組合連合会と福島県食肉事業協同組合連合会が主催したイベント「“食べて応援しよう！東北の畜産”～福島県産食肉&特産品 大抽選会～」(平成27年5月23日～24日)に協力した。このイベントは、日本中央競馬会東京競馬場日吉ヶ丘公園付近を会場として、被災地食肉のPR理解醸成(パネル展示等及びアンケート調査)に福島県産食肉と特産品の抽選会を催したものである。全国食肉事業協同組合連合会からのお誘いを頂戴し、このイベント会場をお借りして、これまでに作成した放射性物質汚染と畜産物の安全についての3つ折りパンフレットを配布した。幸い晴天に恵まれ、多くの来場者にパンフレットを手渡すことができ、用意したパンフレットは2日間で完全に配布できた。全国食肉事業協同組合連合会には、これまでも過去の本事業で作成したパンフレット等の肉小売店や業界イベントでの配布にご協力戴いていたが、両者の関係が互いに深まるイベントとなった。



また、平成24年度から毎年、JRA 畜産振興事業に関する調査研究発表会を、東京大学農学部弥生講堂を会場として公益財団法人全国競馬・畜産振興会と共同開催している。これについては、平成27年度も引き続き開催し、東京大学からは平成26年度事業「福島県の畜産復興のための調査及び情報提供事業」の成果として、「畜産物の放射性物質汚染に関する消費者の対応意識調査等について」と題して、調査結果の概要を報告した。



以上、本年度で5年間継続して調査および情報提供事業を続けることができたが、未だこれらの活動が直接被災地の復興に役だったという実感は十分でない。しかし、上記の平成26年度事業報告会でも示したが、しっかりした知識を持つ消費者は被災地の農畜産物に対して必要以上に怖がることはせず、一方、中途半端な知識を持つ消費者の忌避行動が著しかった。従って、これまで展開してきた我々の情報提供活動はこれからも粘り強く継続していく必要があるものと考えている。