

日本原子力学会
「創立60周年シンポジウム」

特別講演「福島復興と今後の課題」

立命館大学衣笠総合研究機構准教授

開沼 博

hiroshikainuma@hotmail.com

本日の内容

1. 福島復興のこれまでと現状について
2. 今後の課題について－「信頼」を考える

本日の内容

1. 福島復興のこれまでと現状について
2. 今後の課題について—「信頼」を考える

^{人口} Q 1. 避難による 人口流出は何%？

What percentage of the population left Fukushima
due to evacuation?

震災前に福島県で暮らしていた人のうち、
現在福島県外に避難を余儀なく
される人の割合は？

農業 Q 2. コメの収穫量

の変化・回復は？

How much has total rice production
(i.e yield amount) recovered by?

震災前後の全国順位と
現在までの回復

食についての放射線

Q 3. 年間1000万袋
に及ぶコメの全量全袋検
査の結果、法定基準値
(100 Bq/kg) 超えは何
袋？

Of the over 10 million bags of rice
tested for radiation per year, how
many bags go over the 100bq/kg
legal limit?

産業構成

Q 4. 福島県の
一次／二次／三次の
割合（産業別就業者数構
成比）はどのくらい？
（それぞれ何％）

観光業

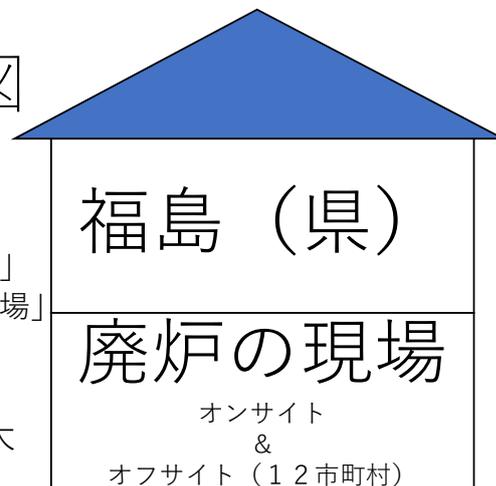
Q 5. 観光業の回
復は？
(2017)
How much has tourism
recovered by?

その他

- 景気動向は？
- 漁業、林業は
- 避難指示を経験した地域の帰還状況は？
- 医療・福祉は？
- 教育は？
- 産業再生は？
- 住民の不安は？
- 今後の大きな動きは？

福島問題の見取り図

- 「福島の問題」とは？
 - 1) 2階建て構造
 - 遠くからもよく見える「福島（県）」
 - 近くに行くとよく見える「廃炉の現場」
 - 1階が崩れると、2階も崩れる
 - 1階が安定すれば、2階は安心
 - 混同することによる二次被害の拡大
 - 「福島は全部汚染されている」
 - 対外的な「あの時のイメージ」の固定化
 - 2階の日常化&これから「復興」が終わっていく感
 - 1階部分のこれから手を付ける感



2) 「理科・数学の問題」から「社会・国語の問題」への移行

- 自然科学的な知見の蓄積に比べて、社会科学的な知見が足りない。共有されていない。
- 「原発事故そのもの」以上に「3・11前からあった問題が前面化」

福島に残るシンδροーム化した課題

1. 日本にとって普遍的な課題
少子高齢化、地域コミュニティの崩壊、既存産業の衰退
2. ポスト復興期の課題
土木建設業、医療・福祉サービス等
3. 風評
経済的損失 & デマ・偏見
4. 福島第一原発周辺地域の復興
1 2 市町村の自治体間格差、特定復興再生拠点区域
5. 社会的合意形成
除染廃棄物、汚染水、1 F 廃止措置

本日の内容

1. 福島復興のこれまでと現状について
2. 今後の課題についてー「信頼」を考える

風評って何？

最近の調査データから

家族や知人に福島県産の食べ物を
福島県への旅行をおすすめできる？

【三菱総合研究所2017年8月実施調査より】

- 放射線が気になるのでためらうのは3割5分ほど
福島産の食べ物
家族、子どもに35%
友人、知人に33.1%

- 福島への旅行
家族、子どもに36.9%
友人、知人に32.7%

- ただし、自分で食べ物食べる・旅行をする場合、
最大8.7%ほど減る

=> 結構な割合がためらってる
& 「自分は良いけど、人には・・・」と過剰な配慮

福島産品の流通の過程にも 「過剰な配慮」の連鎖が

【農林水産省が「平成30年度福島県産農作物等流通実態調査」報告書】

流通段階間の認識の齟齬（アンケート調査）

- 米・精肉・青果・水産物ごとに、卸売業者等と消費者に対し、自己評価・他者評価を調査した。
 - 卸売業者・仲卸業者は、原材料を納入する加工業者・小売業者・外食業者の自己評価（各3.1）に比べ、その取扱姿勢を低く評価（卸売：各2.8、仲卸：各2.5）している。
 - 加工業者は、商品を納入する小売業者・外食業者の自己評価（各3.1）に比べ、その取扱姿勢を低く評価（小売2.9、外食2.8）している。
 - 小売業者・外食業者は、消費者の自己評価（3.2）に比べ、その取扱姿勢を低く評価（各2.6）している。
- 関係業者は納入先の自己評価に比べて納入先の取扱姿勢をネガティブに評価しており、こうした流通段階ごとの認識の齟齬を解消していく必要がある。

		評価される側					
		卸売	仲卸	加工	小売	外食	消費者
評価する側	卸売	4.0 (104)	3.2 (77)	2.8 (78)	2.8 (91)	2.8 (79)	
	仲卸	3.0 (133)	3.5 (203)	2.5 (82)	2.5 (146)	2.5 (98)	
	加工	3.0 (68)	3.0 (50)	3.1 (176)	2.9 (60)	2.8 (47)	
	小売	3.2 (162)	3.2 (116)	2.9 (132)	3.1 (209)		2.6 (166)
	外食	3.0 (174)	2.9 (115)	2.9 (156)		3.1 (352)	2.6 (183)
	消費者						3.2 (-)

※「5 前向き」「4 やや前向き」「3 どちらともいえない」「2 やや後向き」「1 後向き」の5段階評価の平均値。

※カッコ内の数値は、評価する側とされる側の組み合わせごとの回答数。

※消費者の自身の姿勢については、全国の消費者への調査での9,496人の回答。

12

風評って何？

最近の調査データから

信頼

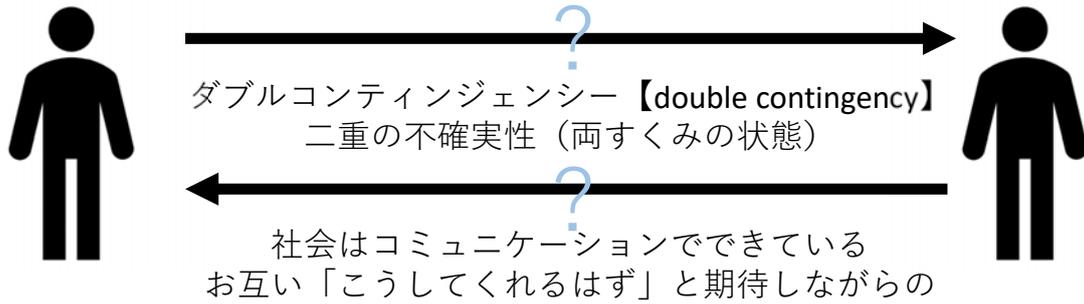
=

複雑性縮減の装置

(N. ルーマン)

の破壊

信頼 = 複雑性の縮減の装置



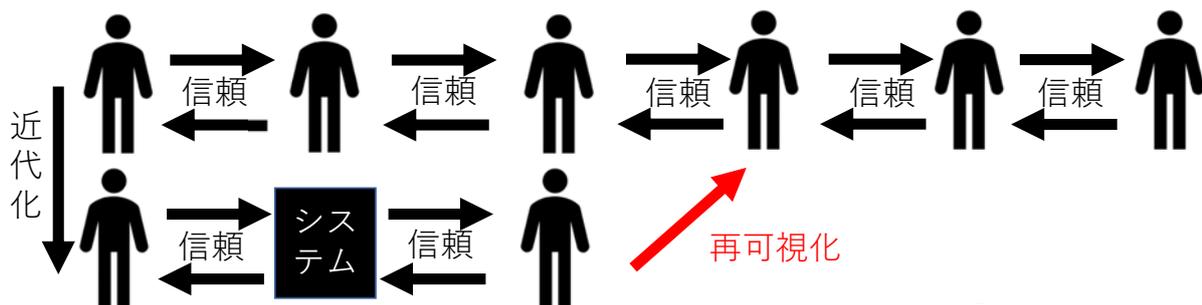
本来、このコミュニケーションが成立することは困難

にもかかわらず、それを成立させるのは信頼

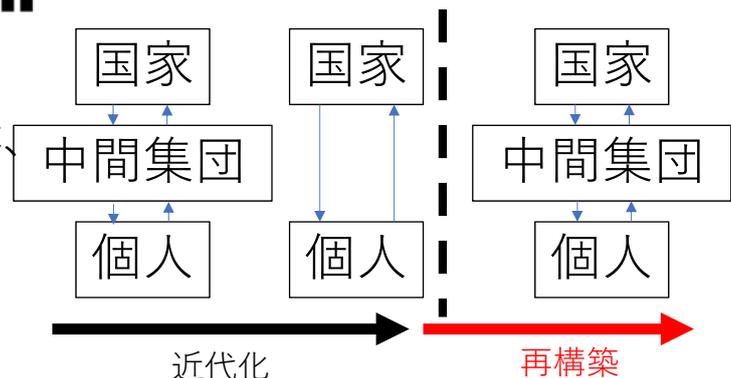


「信頼」を取り戻すには

- 信頼のプロセスの再可視化



- 中間集団の再構築
中間集団とは、
地域共同体、職業団体、
経営者団体、組合、
宗教団体・・・



- 地道に、コミュニケーションの見直し

ディスコミュニケーション打開の10原則 10 principle

1. 「リスクコミュニケーション」? => 「信頼形成のコミュニケーション」!
"Risk communication"? => "Trust communication"!
2. 学術的定義とか原理の説明とか、聞かれてもないのに答えない!
Don't talk definition of scientific words or theorem, before being asked.
3. 「ご説明」とか「双方向性」とか諦める!
Abandon "Explain" and "Interactive".
4. 住民（ただし声の大きな少数者ではない）の不安・不満からはじめる!
Start from "anxiety" and "dissatisfaction" of residents(≠loud minority).
5. 調査主体は住民。視点を反転させる!
Subject of research is residents. Flip view point.
6. 全ての出発点は「何が分からないかが分からない」におく!
All starting point is "Unknown unknowns".
7. 誰も読んだり聞いたりしたくない。それでもできることを考える!
Nobody want to read and listen. Nevertheless, think what you can do.
8. 「手触り感」が求められている（論理や情緒ではない）。CUI、GUIの先のTUIへ
They need "tangible"(≠logical, emotional).CUI,GUI=>TangibleUI
9. 情報と知識は違う
"Information"≠"knowledge"
10. パターナリズムが終わった先を！「リバタリアン・パターナリズム」（R・セイラー）
Paternalism is over. [Cf. Libertarian Paternalism(Richard H. Thaler)]

ご清聴ありがとうございました