

親子食育ワークショップでの放射線リスク・コミュニケーションの試み

Case report on food education workshop targeting parents and children

○山口 一郎¹、金子 浩子²、加野 有美³、露木 啓⁴、半谷 輝己⁵ (¹国立保健医療科学院、²キッチンの科学プロジェクト、³恵比寿子どもキッチン、⁴バイオコスモ、⁵Benton)

○I. Yamaguchi¹, H. Kaneko², Y. Kano³, H. Tsuyuki⁴, T. Hagai⁵ (¹NIPH, ²KKP, ³Kids Kitchen Ebisu, ⁴BIO COSMO, ⁵Benton)

1. 背景と目的

北海道大学 CoSTEP の 2017 年度の実習が 9/23-25 に川内村などで開催された。村では菌床しいたけを栽培している生産者から実情の説明があり、安全を伝えるために、商品に検査済シールを貼るべきかどうかの悩みも語られた。

米に関して JA 概算金が 2017 年度には原発事故前の水準に回復する一方で、生産者が向き合っている課題は社会としてどう解決するかが問われる。この課題に取り組むために、消費者と放射線リスクを考えるイベントを企画・運営した。

2. 方法

プログラムは食育関係者や地域での活動を実践してきたコミュニケーターと検討した。クイズ形式でのキノコの食育講座、出汁の味覚体験を交えた科学講座を行い、キノコに放射性物質がたまりやすい理由やおいしさの科学を説明したあとに子どもは福島県産の菌床栽培しいたけや群馬県産の有機米を用いたきのこ料理づくり体験、大人は放射線に関する学びや意見交換を体験するプログラムとした。講義終了後、親子そろって料理を食べながら、専門家・参加者を交えたリスク・コミュニケーションを行った。このプログラムは研究であることを明示し、原発事故の理不尽さを踏まえつつ当時の対応の混乱を振りかえり、対応が容易ではないリスク情報も提示した。また、生産者の努力や葛藤も伝えた。

3. 結果

都内で 4 回のイベントを開催し、いずれも定員を満了す応募があり、参加者数は 19(4)名、24(8)

名、21(5)名、21(13)名であった(括弧内は子ども)。参加者は 30 歳代が最も多く半数は高校生以下の子どもがいた。福島県産を避ける参加者は 26%と消費者庁調査(2017 年 8 月)に比べ倍程度であったが事後は 14%になった(p=0.16)。参加直後の満足度は 8.6/10 点であった。リスク情報を盛り込んだ放射線の話が理解できたと回答したのは「だいたい」を含めて 7 割に留まったが、内容の正確性や都合の悪いことを隠蔽していないには 9 割が賛同し、コンテンツとして「食品の放射線」は 67%が興味を持ったと回答した。福島産の安全なしいたけを用いることへの拒否反応はアンケート上でも見当たらなかった。

4. 考察・まとめ

消費者庁の「風評被害に関する消費者意識の実態調査」では「情報は特に得ていない」は平成 30 年 3 月の調査でも 43%と変化がなく、原子力災害後の現存被ばく状況での放射線コミュニケーションが課題となっているが本イベントでは情報が不足しているとの回答は 5%に低下した。

社会的な課題を解決する方策としてソーシャルキャピタルとして食育関係者と連携した地域での実践的な取り組みは成立し、放射線のコミュニケーションは首都圏の消費者にも受け入れられると考えられた。

本調査は平成 29 年度原子力災害影響調査等事業放射線健康管理・健康不安対策事業として実施し、特定非営利活動法人元気になろう福島の支援を受けました。研究への参加者や関係各位に感謝します。また、このイベントを題材にして動画教材を作成しました。