

## 【原子力ワンプoint】 広く利用されている放射線

### (129)社会的受容性(その5)

今回は、前回の本コラムで予告した通り東京電力の「風評被害に対する行動計画」の内容を探ってみましょう。

**ゆりちゃん:** 本題に入る前に、原子力事故の『発災事業者』である東京電力が、福島復興に取り組む姿勢を教えてください。

**タクさん:** 「発災」って? 「災害発生」という意味だね。このような馴染みの薄い言葉、よく知ってたね。ところで、東京電力・松本廃炉推進室長が、「多核種除去設備等処理水の取扱いに関する小委員会<sup>1</sup> (第7回) で、「風評被害に対する行動計画」の説明をしています。その冒頭で、「東京電力 (以下、「東電」という) では、昨年 (2017年) 6月に新しい経営陣に変わりました。しかしながら、賠償・復興・廃炉という福島事業に関して、これを貫徹するということが最大の使命であることは変わりません。新しい経営陣の下で『ひらく』、『つくる』、『やり遂げる』を合言葉にこの福島事業をやり遂げていくという覚悟でございます」と説明されました。表1を見て下さい。プレス発表された「新体制の経営方針」、ここに合言葉が明記されています。

**ゆりちゃん:** 『ひらく』、『つくる』、『やり遂げる』という3つの合言葉は、風評被害の払拭に向けた活動にも当てはまるの?

**タクさん:** 実は東電の小早川社長が、総合情報誌「ザ・ファクタ (FACTA)」2018年3月号のBUSINESS「インタビュー」で、次のように述べていました。「3つの合言葉は、風評被害の払拭に向けた活動にも当てはまります。事故後に閉ざされてしまった流通経路を『ひらき』、消費者の方々が福島産品に触れる機会を『つくり』、全社一丸となって、こうした取り組みを『やり遂げる』のです。役員会でも『それは閉じていないか?』『もっと開け!』などと議論しています。」

**ゆりちゃん:** 話を元に戻しますが、「風評被害に対する行動計画の内容」を具体的に教えてください。

**タクさん:** 松本室長は次のように述べています。「行動計画の策定にあたりましては、生産者の皆様、卸の皆様、消費者の皆様にお話を伺いながら行動計画を取りまとめております。行動計画は、『購買増強・流通促進』、それから『情報発信』、『共同事業』の3つで構成しております。」表2を見て下さい。『購買増強・流通促進』に関しては、「ふくしまに触れ体験する機会を増やす活動」ということで、東電のグループ企業を含め、福島県産品の購入拡大に努めていく計画となっております。また、『情報発信』に関しては、「安全性に関する正しい情報を効果的にPRしていこう」ということで、消費者、流通プロセスのキーマンを中心として情報発信すると同時に、「視察」の受け入れを拡大して、直接、福島第一原子力発電所の状況を見てもらう取組みを進める計画となっております。さらに、『共同事業』に関しては、「ふくしま」の生産・流通・消費事業への関わり方ということで、「農業・水産業を中心として発展を目指す方々と協業していくこと、それから付加価値、ブランド化を進めていく計画となっております。加えて、東電は2018年2月1日付で、福島復興本社内に新しい組織「ふくしま流通促進室」を設置しました。松本室長は、「(表2に示す) 行動計画の3本柱、『購買増強・流通促進』、『情報発信』、『共同事業』を『ふくしま流通促進室』が中心となって進めていきたい。特に、一方通行ではなくて、関係者の皆様と意見を交換しながら対応しつつ、具体的な内容に温めていきたいと思っています」と述べていました。

<sup>1</sup> 多核種除去設備等処理水の取扱いについて、風評被害など社会的な観点等も含めて総合的な検討を行う為に国が2016年9月に立ち上げた委員会。

ゆりちゃん：これまでにどのような成果が上がっているの？

タクさん：新聞を検索してみましたら次のような関連記事が見つかりました。

- ①『2018年9月7日には東電が発起人となり、100社超が加盟する福島応援企業ネットワークで初の会合が開かれた。福島県産品や観光への風評被害を払拭する活動を手掛ける企業が活動・取り組みを発表した。日本航空は、海外の旅行関係者を福島県内に呼ぶ取り組みなどを紹介した。キャノンの担当者は社内の情報サイトで福島に対する取り組みを積極的に発信している。参加企業は当初、原子力関連企業が中心だったが、JR東海やKDDIにも広がり、現在の会員は123社まで増えた。』<sup>ii</sup>
- ②『東京電力ホールディングスは2018年9月14日、都内のJR品川駅構内で福島県産品の販売会を開いた。イベントを通じて県産品の信頼回復を支援する姿をアピールした。』<sup>iii</sup>
- ③『東電はふくしま流通促進室を設置し、福島県産食材の魅力を知ってもらおうと様々な取り組みを進めている。2018年4月19日には羽田空港で、日本を出国する海外の観光客らを対象とした福島県産の日本酒の飲食・販売イベントも開かれた。流通促進室は今後も、都内の大手百貨店やスーパーマーケット、飲食店などと連携した取り組みを進めていく。』<sup>iv</sup>

このように、風評被害に対する行動計画の成果が少しずつですが現れてきています。今回は、国民を対象にした多核種除去設備等処理水の取扱いに係る説明・公聴会の様子を探ってみましょう。

(原産協会・人材育成部)

表1. 新体制の経営方針

[「http://www.tepco.co.jp/press/release/2017/1441560\\_8706.html」](http://www.tepco.co.jp/press/release/2017/1441560_8706.html)

<p><b>3つの合言葉</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>(1)「ひらく」</li><li>(2)「つくる」</li><li>(3)「やり遂げる」の3つを合言葉で経営改革にチャレンジ</li></ul>
<p><b>5つの宣言</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>(1)私たちは「主体性」をもって、福島事業をやり遂げる。</li><li>(2)私たちは、組織をひらき、信頼をつくる。 ・「安全最優先」「地元本位」「顧客体験」を普遍的な道理とする企業文化に改める。</li><li>(3)私たちは、自分の力で事業を切りひらく。 ・現地・現物経営に転換し、カイゼン活動を成長の源とする。</li><li>(4)私たちが「エネルギーの未来」をつくる。 ・技術と知恵を結集し、お客さまや社会の期待を生み出していく。</li><li>(5)私たちが「稼ぐ力」をつくる。 ・失敗を恐れず挑戦し、やり遂げるヒトを育てる。</li></ul>
<p><b>3つのアクション</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>(1)「主体性と責任を明確化した原子力事業の組織の在り方」の検討</li><li>(2)「みらい経営」に向けた検討体制の整備</li><li>(3)サービスプラットフォームの再構築</li></ul>

<sup>ii</sup> 日経新聞電子版 (2018年9月7日)

<sup>iii</sup> 日経新聞電子版 (2018年9月14日)

<sup>iv</sup> 電気新聞 (2018年4月26日)

表2. 行動計画は、「購買増強・流通促進」、「情報発信」、「共同事業」の三つを柱に策定  
[「http://www.tepco.co.jp/press/release/2018/pdf/180131j0101.pdf」](http://www.tepco.co.jp/press/release/2018/pdf/180131j0101.pdf)

<p>(1) 「ふくしま」に触れ体験する機会を増やす活動</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・グループ全体での福島県産品の購入拡大           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 企業内マルシェの開催</li> <li>- 企業内食堂での福島食材調達</li> <li>- 社員有志による定期購入活動</li> <li>- 首都圏における福島県産品取扱店のマップ化を展開(ふくしま応援企業ネットワークへの展開含む)</li> </ul> </li> <li>・ふくしま応援企業ネットワーク会員企業内での福島県産品の利用支援           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 応援企業ネットワーク主催イベントの企画・開催支援</li> <li>- 会員企業内でのマルシェ開催や食堂での利用拡大支援</li> <li>- 会員企業への福島県産品販売情報の提供</li> </ul> </li> <li>・外食業界、小売り・量販業界への福島県産品取扱促進活動           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 小売店・量販店での常時取扱いに向けた活動の実施</li> <li>- 外食店での取扱い拡大に向けた活動の実施</li> </ul> </li> </ul>	<p>「購買増強・流通促進」</p>
<p>(2) 安全性に関する正しい情報等の効果的なPR</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・福島第一原子力発電所に関する情報発信、放射線に関する理解活動の推進           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 消費者や流通プロセスのキーマン等を対象とした福島第一原子力発電所の情報発信、福島第一原子力発電所への視察受入れ拡充、放射線に関する理解活動の推進</li> </ul> </li> <li>・福島県産品の安全性や魅力に関する情報提供           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 各種イベントやブース等での福島県産品のご紹介</li> <li>- 多様なメディアへの福島県産品の安全性や魅力に関する情報提供</li> </ul> </li> </ul>	<p>「情報発信」</p>
<p>～以下、関係者のご意見を踏まえて具体化を検討～</p> <p>(3) 「ふくしま」の生産・流通・消費事業への関わり方</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ふくしまの農業・水産業の発展を目指す方々との協業のあり方</li> <li>- 福島県産品の高付加価値化(ブランド化)への関わり方</li> </ul>	<p>「共同事業」</p>