

いわき市の「見せる」安全性

(1) 福島県いわき市の概要

福島県いわき市は、1966（昭和41年）14市町村の対等合併により発足した。福島県の東南端、茨城県と境を接する、広大な面積を持つまちで、人口32万人を有している。地域ごとの気候や地形を生かし、様々な農業が展開されていた。しかし東日本大震災により、東北地方全体の中心産業である農業は多大な被害を受けた。特に福島県の農業は、地震・津波による被害に加え、東京電力福島第一原子力発電所の放射性物質による農地、農作物等の汚染、加えてそれによる風評被害と厳しい状況に置かれており、現時点でも営農を再開できない地域がある。さらに、汚染の恐れのない農作物についても買控えや価格の低迷など風評被害が生じ、その影響はいわき市をはじめとして福島県に広範囲に及んだ。

(2) いわき市の農業被害の特徴と現状

被災前の福島県の農業は、全国47都道府県の総農家数・農業就業人口共に3位となっており、農業に関わる人口の比率が高かった。その後2011年に起こった東日本大震災による福島県の農業関係被害総額は2455億円であり、農業経営体の約1/3が被害を受けた。津波による流失・冠水は県全体の農地の3.6%が県南部に位置し、内陸方面にも広がるいわき市の津波被害は農地の5.3%であった。一方、原発事故による避難地域を含む12市町村（いわき市は該当しない）の耕地面積は、県全体の17.6%を占めている。福島県は浜通り、阿武隈高地、中通り、会津地方の4地域に区分されており、いわき市が属する浜通りは津波被害・営業停止から復旧中の地域、原発事故による長期避難のため営農再開の目処が立たない地域、避難先から帰還し作付けを自棄または再開地域した地域、営農継続可能な地域が混在している。

震災から4年が過ぎ、農業の普及・復興のための各種施策が講じられているものの、いまだに被災地の農業を取り巻く環境には厳しいものがある。しかし、そのような状況に下でも被災地各地においては、農業の復興に向けて様々な取組が行われている。本稿においては、特に厳しい状況に置かれている福島県の農業について、私の生まれ故郷である福島県いわき市に依拠してこれまでの復旧・復興の状況をみていきたい。

(3) いわき市における復旧・復興の状況

震災の年に前年比で約20%落ち込んだ福島県農業産出額は、翌年の2012年には、若干持ち直した。平成26年2月1日時点で、福島県の農業経営体の営農再開率は60.9%である。営農を再開できない理由としては、直接的・間接的な「原発事故の影響」が96.6%と最も多い。実際、直接的に原発事故被害を受けた地域である阿武隈高地は、再開した農業経営体はほぼないに等しい。一方で津波被害のあった農業経営体についてみ

ても、原発事故の影響の少ないいわき市では再開した割合が高い。しかし、いわき市は直接的な放射能被害は受けていないが、汚染の恐れのない農作物についても買控えや価格の低迷など深刻な風評被害が生じている。

(4) 「見せる課」の概要と活動

そのような原発事故の影響を受けていた中で、福島県いわき市役所内独自の風評被害対策を目的とした「見せます！いわき情報局見せる課」が誕生した。「いわき農作物見える化プロジェクト」の取り組みを、発展的に継続していくため設置したプロジェクトチームである同プロジェクトは、消費者に向けて農産物、農地、水道、空間線量、定時降下物の検査結果を徹底して公開してきた。現在では当初と比べ、水産物や観光まで対象の範囲を広げている。現場を見てもらおうと、農業の生産現場や放射性物質検査の様子を視察できるバスツアーも企画しており、近日では2016年2月に予定している。その様子をドキュメンタリー調にまとめたテレビCMもウェブサイトで公開中である。見せる課という大胆な名前となった背景を東北復興新聞ウェブページによると、『「今までのやり方では課題解決できない。変わらなければという大きな危機感があった。やれることはすべてやる、という意識が役場内に生まれた」と同課の西丸課長は言う。震災直後の情報が入らない中で、農家のもとへ直接足を運び、いわき市の野菜が選んでもらえないという現状を把握。若い職員たちを抜擢して、震災翌月におこなった新橋でのキャンペーンを皮切りに取り組みを開始した。』ということである。実際に私がいわき市のスーパーマーケットに足を運んだ際、「いわき見える課プロジェクト」の取り組みである、いわき産ブランド米「I w a k i L a i k i」を目にすることができた。いわき産米の信頼回復とブランド化を推進するため、ハワイ語で「神聖な食べ物である米」を意味する言葉である「L a i k i」をネーミングし、パッケージに、復興のシンボルであるスパリゾートハワイアンズダンシングチームのフラガールなどをデザインした平成26年産のいわき産コシヒカリの上白米「I w a k i L a i k i」の販売を開始した。ネット販売も行っており、平成27年1月には1万袋の売り上げを達成し、いわき産ブランド米として知名度をあげつつあり、復興に貢献しているといえる。

(5) 結論

以上のことから風評問題対策風評問題の解決には、消費者が安心できる「理由」と安全を担保する「根拠」を提示することが必要で「事実」、「検査体制」・「吸収抑制策」を伝えることが重要である。地域によって、地震・津波・原発事故による被災の状態は異なるが、原発事故の影響により、福島県の農業の復興に向けた動きは遅れているといわざるをえない。震災復興とは即座に完了するものではなく、根強く残る風評被害に対し、農産物関連情報を開示することにより信頼回復を図ろうとする努力も続けていくべきであると共に、それに継続的に長期スパンを見通して対応していかなければならない。