

(2) 情報は求め・求められるものを

東日本大震災以後の原発事故によって被災地以外の野菜や果実なども、いわゆる風評被害を受けていますが、時を同じくしてドイツを中心に欧州でも野菜などに付いたとみられる病原性大腸菌の感染が広がったことで、政策当局や農家の混乱が続いています。感染源と疑われた作物が検査で陰性と相次いで判定され、スペイン産キュウリなど風評被害が広がったの減収補填策が話題となっていますし、ロシアなどでは、EU全域からの野菜輸入を停止させるなど貿易面にも悪影響を及ぼしています。対策への政府の反応の遅さや危機管理など批判されることが多いだけに、消費者は疑われた野菜ばかりが幅広い野菜・果実を買い控えに走ってしまったことなど、洋の東西を問わず同じように風評被害の拡大を招いています。

今は消費地でも動きは表面的には波静かの状況にありますが、皆の心の内は相変わらず不安感でいっぱいと言わざるをえないのではないのでしょうか。国や東電の発表は安心できないからでしょうか。東京都をはじめ、各自治体が独自に放射能検査に踏み切って、情報が種々と発信されるようになりました。また、メーカーや小売企業なども独自の尺度で検査をし、製品や商材の安全性を強調しています。情報量が増えてきめ細かく知ることができるのは歓迎されますが、一般人には理解しにくい曖昧な言い回しが相変わらずおおいのではないのでしょうか。判り難いと思えば良い方に及ぶのではなく、逆に悪い結果を類推してしまうこともあると思います。

情報は一方通行のものではなく、まずは相手があることを前提としたものであり、求め・求められるべきものだと思います。そして、状況に応じた判断や行動をするのに必要なものとして利用されなければならないものではないのでしょうか。とすれば、受け手が使い易いように、素早く・正確に・キメ細かく・定期的に発信してもらわなければならないと思います。「俺が村の野菜は大丈夫」と打って出るキャンペーンもすばらしいのですが、それだけでは消費者を惹きつけることができないことです。求められるのは担保できる安全であり、直接的な利害関係を感じさない第三者機関が、消費者や流通関係者に発信していくことではないのでしょうか。

(鈴木重雄 筆)