

# 食と放射能を考える意見交換会 ～ふくしまは、今～

消費者の立場から

2014.2.28

---

生活協同組合 コープこうべ 元理事

伊藤 潤子

# お話ししようと思うこと

---

- 東日本大震災・原発事故から3年を経て
- 意見交換会の企画の意図
- 「生産物の価格が震災以前の水準に回復するまでには至っていない」を念頭に置きつつ
- 消費者の立場から思うこと
  - 関西での取り扱い(ヒアリングから)
  - 被災地産の食品の受け止め方
  - 若干の提案

# 関西での福島県産品の取り扱い 震災・原発以前

---

- 産地リレー
- 夏場、きゅうり・スナップえんどう・トマトなど  
ex. 夏場の曲がりきゅうり
- 桃・梨
- 米店舗での取り扱いなし(お米友の会のみ)

関西においては、ブランド力はあまりなかった

# 関西での福島県産品の取り扱い 震災・原発後

---

- 市場価格低迷
- 農産物全般では、回復傾向にある
- 曲がり きゅうりなど9割がた回復
- 桃については、同時期の長野県産より割安感（2割程度）があり 増加
- 福島県産について、安全性についての問い合わせが数件あるが、残留放射性物質の検査など伝えている。
- 全国生協で、被災地支援

# 関西での被災県と福島県産品の取り扱い 応援企画

- 全国生協では、被災「県」を分担して支援  
(コープこうべ ⇒ コープみやぎ)



# 関西での被災県と福島県産品の取り扱い 福島県産品

- ❑ 他県産と同様の扱い
- ❑ 無店舗企画(共同購入・個配)
- ❑ 農産ボックス(2000限定)
- ❑ 協力したいと思っている人多い(注文3990)
- ❑ 課題:
  - ✓ 輸送(7.8月は路線便あり)
  - ✓ 品揃え
  - ✓ 利益



# 整理と課題

---

- ◆ 広範囲の地域が放射性物質に汚染されるという深刻な事態
- ◆ 農産物も例外ではなかった

3年経過

- 確かなものの生産
- 生産地で行われている詳細な検査
- 食事を通しての調査
- 学習

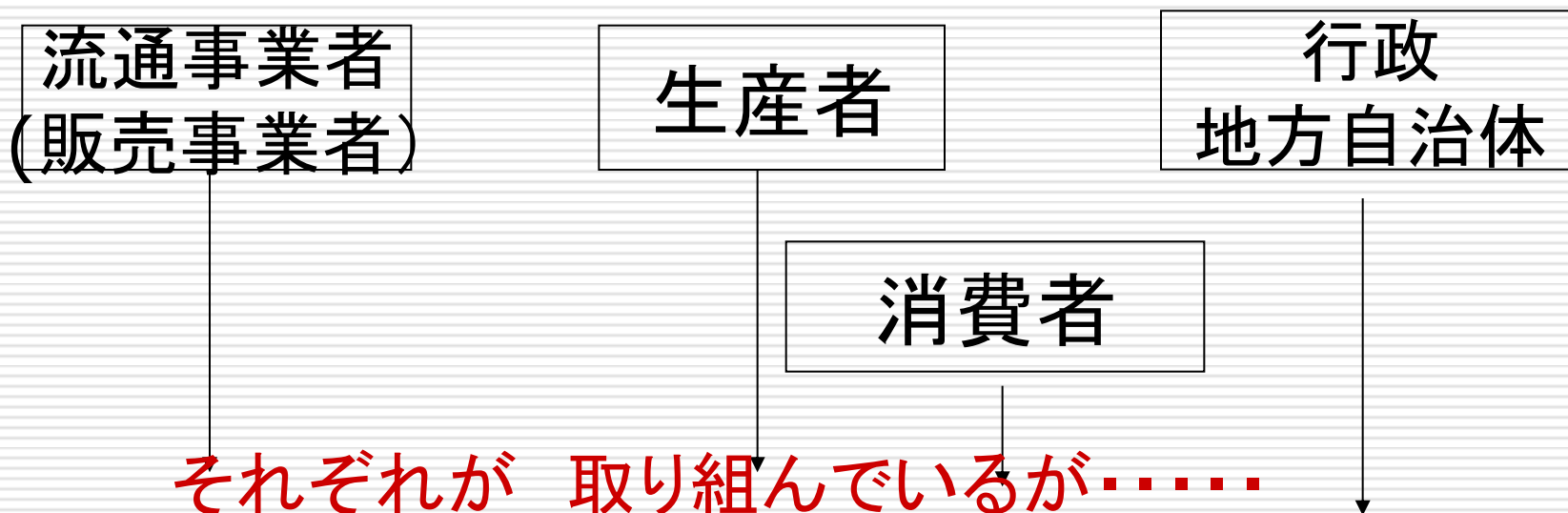
♠ 困難な放射性物質・放射能への理解

♠ 払拭しきれない不安

生産物の価格が震災以前の水準に回復するまでには至らないという現実



# 意見交換会の問題意識



生産物の価格が 震災以前の水準に  
回復するまでには至っていない  
**どうすればいい？**

# 食品への影響(安全性)について 関係者それぞれの認識

- 生産者 → ■ 安全は確保されている
- 流通事業者(販売事業者) → ■ 確保されているだろう
- 消費者 → ■ 多様な認識
- 行政・地方自治体 → ■ 規則が守られていれば安全は確保されているだろう

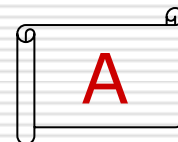
消費者の意識は無視できない

い

目を向けてみては・・・

# 消費者の多様な意識

- 東北県産の物を買いたくない(扱うな)
- 県・産地の検査は信用できない
- 基準値・検出限界を厳しく

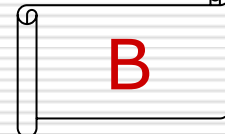


- 2011年
- 同じ人

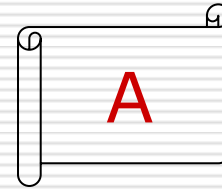
- 原料・原産地の確認(数件/月)

協力したいという思い

- ほとんど意識せず購入(価格・品質・鮮度で選ぶ)



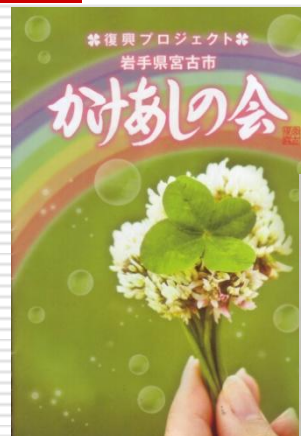
# 多様性に適した工夫



- リスクコミュニケーションの地道な継続
  - わかりやすい情報提供の工夫
  - 出席への工夫
  - 窓口になる担当者(職員)への教育
- メディアへの働きかけ
  - ✓ 販売促進を目的とするような表現の自粛
  - ✓ 安全性をアピールしたいがための表現の自粛

# 私の経験

- 日本生協連の総会でパンフレット配布 **きっかけ**
- 半年ぶりに見つけた
- 注文 **商品の魅力**
- 商品代より送料が高かった **迷った**
- 規格と異なった商品 & 味噌漏れ
- 対応 **恐縮**



# 送料の違い ……例えば…… (冷蔵・冷凍は除外)

---

## はこboon

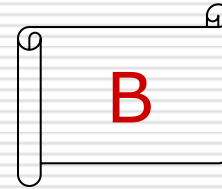
- 岩手⇔兵庫
- 2kg以内…… 780円
- 5kg以内…… 980円  
(3辺計160cm以内)

## ゆうパック

- 岩手⇔兵庫
- 60cm以内 900円
- 80cm以内 1100円  
(重量制限なし)

**商品に合わせた最適な方法を選ぶ**

# 多様性に適した工夫



- \* 価格・品質で選ぶ層へ
- \* 新たな販売の試み
- \* 「○○フェア」から通常取引へ

## 生産者

- 知らせる工夫
- 価格設定の工夫
- 送料の工夫(運送業者の選定)
- グループ化・関係者の協力
- 販売者としての意識と努力

## 消費者

- 個人
- グループ購入(職場など)
- 情報(食べ方)

# おわりに

---

- 消費者を見る目を「更新」
- 消費者は「購入を重ねる」ことで意識が変わる
- 福島県産との出会いをふやす
- 販売促進は大切だが…**思わぬところで逆作用**
- ○○フェアーから通常取引へ



---

**ご静聴ありがとうございました**

