

再生水農業利用に関するリスクコミュニケーションのあり方 —沖縄県糸満市における取り組みを事例として—

三輪千晴

キーワード：下水再生水、リスクコミュニケーション、アンケート、消費者行動、潜在クラス分析

1. 研究の背景と目的

現在、世界中で上質な水の需要が高まっており、その解決策のひとつとして、下水処理水を再処理した再生水が注目される。日本でも沖縄県糸満市北部地域において、深刻な農業用水不足を解決するため、再生水の利用可能性が検討されている。しかし、再生水を利用した農産物については、いかに高度な水処理・安全管理がなされたとしても、その安全性に対し不安を感じる消費者がいれば、買い控え等の問題、いわゆる風評被害が生じる可能性がある。そこで本研究では、市民に再生水について理解、安心してもらうためのリスクコミュニケーションのあり方を構築することを目的とした。リスクコミュニケーションとは、リスクをめぐる関係主体間の情報伝達の総称で、広い意味で使われる概念である。本研究では、「関係主体間で素直に相手の理解や懸念に耳を傾け、望んでいる情報に誠実に応えること」をリスクコミュニケーションの第一歩とした。

2. 研究の方法

(1) 糸満市民へのアンケート調査：再生水事業受益地区である糸満市の住民を対象に、2015年10月から12月にかけて、アンケート調査を実施し、再生水事業への賛否、再生水に対する不安や懸念、再生水で栽培された野菜の購入意欲を調査した。本調査では、異なる種類の情報を提供した場合、市民のリスク認知や態度がどのように変化するか調べるため、調査票にて1.簡単な事業説明、2.再生水の水質や先行事例等の安全性の説明、3.再生水がサンゴ礁保全や地産地消に繋がるといった便益の説明、を質問の間に順に記載し、その都度、回答者のリスク認知や再生水野菜の購入意欲を尋ねた。

(2) アメリカ・カリフォルニア州における事例調査：再生水利用先進地の水事業体にインタビュー調査を行い、再生水のリスクコミュニケーションに関して糸満市における取り組みに有用な情報や知見を探った。約60年以上前から再生水の農業利用を行う事業体をはじめとし、再生水を管理する計7つの水事業体に、再生水の市民広報における注意点等を尋ねた。

3. 結果と考察

(1) 調査票は471部回収され（回収率：89%）、回答者の属性は男性約6割、女性約4割、職業は会社員が回答者の約半数を占めた。属性に偏りがみられたが、属性によるリスク認知・野菜購入意欲の違いは、ほぼ認められなかった。情報提供が消費者にもたらす影響について、情報提示前と全ての情報提示後では、野菜の購入意欲を示す人が4割から6割へと増加し、情報を提示するほど、購入意欲が高まることが示唆された。また、消費者のリスク認知に関しては、安全性の説明後に、再生水について安心を感じた点とより詳しく聞きたい点を尋ねた結果、「蓄積性化学物質」「管理体制」「事故時の対応」の3点に回答が集中したことから、リスクコミュニケーション時には、特にこの3点を丁寧にわかりやすく説明することが消費者の不安解消に繋がることが示唆された。

(2) カリフォルニア州の水事業体では、再生水を市民に理解してもらうため、単なるリスクコミュニケーションではなく、市民の行動変容を促す活動（アウトリーチ）も積極的に行っていた。つまり、再生水のリスクに関する情報のみを提示するのではなく、節水の心得や現在の干ばつの深刻度を伝えるパンフレットやイベントを積極的に発信していた。こうした情報も、市民の水環境や再生水事業に対する理解を深め、再生水への不安や懸念を払拭することに繋がるようだ。さらに、具体的な情報公開手段として、新聞やニュース等のメディアを用いた発信、プラント見学ツアー、講演会の実施に力を入れ、市民と顔の見えるコミュニケーションを大切にしていることがわかった。PR費用を多く賄えない行政にとって、コストの低いメディアを利用して再生水の事業説明を行うことや、実際に厳正に管理されているプラントを市民に直接見てもらうことは、市民に再生水を受容してもらうには大変有効だと考えられた。