

「生活者視点で斬る環境・エネルギー最前線」 (第 11 回)

～原発事故で浮上する『透明性』という課題～

主任研究員 井上岳一

「Generation R」。今年 15 歳になる息子の世代はそう呼ばれている。「R」は「Radiation」の頭文字。つまり「放射能世代」という意味である。10 年前の 2011 年 3 月 11 日の福島第一原発の事故当時に就学前児童だった世代のことを指して、こう言われるようになったのは、この世代がネットで自分の考えを表明するようになったここ数年のことだ。

物心ついた頃からガイガーカウンターに親しみ、声がわりをする前から実名ソーシャルメディアを介して多様な人々と真剣な議論をしてきたこの世代は、放射能のことをまさに“自分事”として受けとめている。自分の健康や家族の問題のみならず、エネルギーのあり方や企業のあり方まで、とても明確な問題意識を持っているのだ。この世代とどう向き合っていくのが、コミュニケーションやマーケティング担当者の重要な課題になっている…。

### 見えない不安を抱えて

3.11 から 10 ヶ月以上が過ぎ、福島第一原発の「冷温停止」が宣言されたものの、依然として放射能問題についての先行きは不透明なままである。一生活者としては、何よりも自分の子ども達の世代への影響が心配だ。何も明確なことはわからない中で見えない不安だけが広がっていく。この先何年続くかわからない、この見えない不安と私たちは付き合っていくことになるのだ。

ちょうど 70 年前の敗戦間際も、今と似たような感じだったのではないかと最近よく考える。泥沼の戦いには終わりが見えず、男たちは次々に兵隊にとられていく。米軍機の来襲も日ごとに激しくなる。なのに、軍部の情報統制で、何が起きているのか皆目わからない。いよいよ敗色が濃厚になってからも、「退却」を「転進」、「全滅」を「玉砕」と言い換えることで、事実は歪曲された。

事故後の東電や政府の対応には、この敗戦間際の軍部の「大本営発表」を思い起こさせるものがある。とにかく何が起きているのか一向にわからない。特に事故直後は、首都圏にパニックが起きることを何よりも恐れ、公開する情報の内容と表現ぶりには細心の注意が払われたのだと思うが、その慎重な姿勢が災いし、逆に隠蔽ではないかとの憶測を呼ぶこととなってしまった。

「不都合な真実」が隠されている。そう確信した人々は、隠されているはずの「真実」を「ツイッター」などのソーシャルメディアやブログに求め、デマを含む膨大な情報を交換し合い、拡散し合ったのだった。

不安を呼ばないようにとの配慮が、不安と不信につながってしまうという逆説。確かに目立ったパニックは起きなかったが、その代償として、東電や政府に対する信頼は決定的

に損なわれることとなってしまった。

### 求められる透明性

もっとも、企業や政府への不信は今に始まったことではない。1990年代以降に相次いだ不祥事とインターネットの普及で、企業や政府の言うことを真正直に信じる人は少なくなっている。特に、インターネットの普及が大きかった。既存のメディアがつくる「表」のイメージ（虚像）に対し、インターネットには内部告発も含めて膨大な「裏」の情報（実像）が流通する。いわば「失望のメディア」であるインターネットに慣れ親しんだ人々にとって、「きれいごとには裏がある」というのはもはや常識なのである。

こうなると、むしろ先手を打って、正負両面を明かにしていったほうがいい。「不都合な真実」も含め正直に開示し、対話を通じて解決を図る姿勢こそが信頼を勝ち取るのである。このようなコミュニケーションのあり方は、近年、欧米では「transparency（透明性）」と呼ばれ、企業や政府が信頼を得る上で不可欠な条件と認識されるようになってきている。実際、2011年11月1日に発行された「ISO26000（社会的責任に対するガイドライン）」でも、透明性が社会的責任の原則として位置づけられている。（囲み参照）

#### ISO26000における透明性の原則

##### 4.3 透明性（transparency）

原則：組織は、社会及び環境に影響を与える自らの決定及び活動に関して、透明であるべきである。

組織は、社会及び環境に対する既知の影響及び起こり得る影響を含めて、自らが責任をもつ方針、決定及び活動について、明確で、正確かつ完全な方法によって、適切かつ十分な程度まで、情報を開示すべきである。これらの情報は、その組織によって重大な影響を受けた人々、又は重大な影響を受けるかもしれない人々に直ちに提供し、それらの人々が直接入手し、理解できるようにしておくべきである。その組織の決定及び活動がステークホルダーそれぞれの利害に与える影響について、ステークホルダーが正確に評価することができるように、情報は、時宜にかなった、事実に基づいたもので、明確かつ客観的な方法で提示すべきである。

透明性の原則は、機密情報の開示を要求するものではなく、また、部外秘の情報、又は公表すると法的な義務、商業上の義務、安全上の義務若しくは個人のプライバシーに関する義務に違反することになるような情報の提供を要求するものでもない。

（出所）『日本語訳 ISO26000：2010』（日本規格協会編）

### 3つの背景

欧米で透明性が重視される背景には大きく分けて3つのことがあると考える。1つ目は、上述したように、「どうせばれるなら最初から開示してしまったほうがいい」という、インターネット時代のオープンな情報観・倫理観だ。特に、ソーシャルメディアの普及で、情報拡散のスピードは飛躍的に高まっている。「あの企業は嘘つきだ」という悪評が立とうものなら、今までとは比べものにならないスピードで広範囲に広まってしまう。だったら、最初から隠し立てをせず、突っ込まれどころを少なくしたほうがいい。それが組織を守る上での賢明な判断となる。

2つ目は、ソーシャルメディアへの対応である。既に国民の半分以上が「フェイスブック」を利用している米国や英国では、この新たなコミュニケーションインフラを介して、どのように生活者と関わり合うかを企業や政府組織が真剣に考えている。ソーシャルメディアで重要なのは、顔の見える、あたかも個人対個人のようなコミュニケーションを心がけることだ。その際、決め手となるのは、相手の話をよく聞くこと（傾聴）と自己開示である。人の話を聞かず、自分の都合の良いことばかり言って、それ以外のことについては口を閉ざすような人よりも、裏表がなく、きちんと話を聞いてくれる人のほうが信用されるのは当然だ。自己開示＝透明性は、いわばソーシャルメディア時代における関係づくりのための作法なのである。

3つ目は、リスクマネジメントへの対応である。何事にもリスクはつきものだから、リスクが現実化したとき、それをどう最小化するか、と考えるのが欧米流のリスクマネジメントである。その出発点は可能な限りのリスクの把握・特定にあるから、リスク情報が開示されないと始まらない。したがって、透明な情報開示に努めることが、影響を受けるであろう全てのステークホルダーに対する企業や政府の責務とされる。ISO26000における透明性の原則も、主としてこの観点からの組織の責任を問うものである。

#### 透明性は生活者に寄り添うための一歩

インターネット、ソーシャルメディア、リスクマネジメントという背景を考えると、今後、日本でも間違いなく透明性に対する要求は高まっていくだろう。特に、今の20代以下は、早くからインターネットに親しんできた「デジタルネイティブ」であり、放射能問題への関心も高い。ソーシャルメディアを自在に使いこなし、発言力もある。彼・彼女等の存在感が増すほどに、透明性への圧力が高まっていくはずだ。

エネルギー関連産業としては、この透明性への圧力を、むしろチャンスと捉えたい。これまでのエネルギー業界はどうしても閉鎖的・保守的になりがちで、供給者側の論理が優先されがちだった。しかし、スマート化などこれからの成長分野では生活者目線、需要者側の論理が最優先になる。つまりはどこまで生活者に近づけるかが鍵となるわけで、透明性はそのための一歩なのである。

以上