

第51回原産年次大会 開催報告

2018年4月9、10日の両日、東京都千代田区の都市センターホテルにおいて、「原子力が未来を担うエネルギーたり得るには」を基調テーマに、「第51回原産年次大会」を開催しました。国内外から約740名が参加し、原子力が有するポテンシャルを最大限に発揮し、将来にわたってエネルギーの安定供給や地球温暖化防止への貢献を果たし、社会経済の安定・発展に最大限寄与し続けるには何が必要かについて考える機会となりました。

当協会の今井敬会長は、東日本大震災発生からの7年を振り返り、福島第一原子力発電所の廃炉における今後の使用済み燃料取り出しや浄化処理水の処分に取り組んでいく必要性や福島復興において依然と多くの課題が残る現状から、「原子力産業界は引き続き一体となって、福島の復興・再生に取り組んでいかなければならない」と述べました。

エネルギー政策については、地球環境問題と向き合いながら安価で安定的な電力を使っていくためには「再生可能エネルギーと原子力の共存が不可欠である」とした上で、「2050年までにCO2を80%削減するには原子力発電所の新增設が不可欠である」と強調しました。

今回は、OECD/NEA事務局長のウィリアム・マグウッド氏と米国核物理学者のテイラー・ウィルソン氏が特別講演を行いました。

「核融合で遊んだ少年」として知られる米国の天才物理学者で、弱冠23歳の気鋭の起業家でもあるテイラー・ウィルソン氏は、「世界中の人々の生活向上に貢献したい」と、自らの科学技術への取り組みや将来展望について力強く語りました。

同氏が描く原子力技術の明るい未来、そして医療やエネルギー、宇宙探査などの分野への応用を予見する熱い思いに多くの人材や民間資金が引き寄せられており、自身が設立したプロメテウス社では小型の受動的安全原子力電池(原子炉)を開発中であるとのこと。そのような小型原子炉での発電が実用化される日が来れば、「明るい未来がわれわれの前に広がっていると思う。私自身、そして私たちの世代もそう信じています」と語りました。



日本原子力産業協会 今井敬 会長



「核融合で遊んだ少年」として知られる米国の天才物理学者 テイラー・ウィルソン氏



OECD/NEA事務局長 ウィリアム・マグウッド氏

ホームページの動画「テイラーの日本滞在7日間を4分30秒で!」もご覧ください

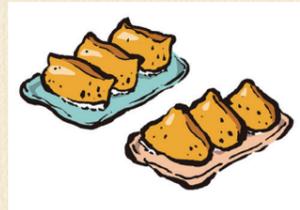
お耳を拝借

食の境界線 俵型いなり V.S. 三角型いなり

いなりずしが生まれたのは1800年代の尾張の国(名古屋)との説があり、最初はシャリの上に油揚げを乗せた長細い形だったようです。それが食べやすい形になって、江戸では当時のファストフードとして流行したのだとか。

さて、いなりずしの形が関東と関西で違うのをご存じでしたか? 関東は五穀豊穡の俵型、関西はキツネの耳をかたどった三角型が主流といわれています。味付けは、地方によってさまざま。関東では酢飯のみを油揚げに詰めますが、関西ではニンジンやゴボウなどを甘辛く煮た五目飯を詰めます。また、紅しょうがを加えたピンクの酢飯の青森県、酢飯にからしを塗ったからしいなりの長野県といった例も。

ところで、いなりずしにはたんぱく質・脂質・炭水化物の三大栄養素が含まれているそうです。簡単に作れ、手軽にバランス良く栄養を取れるので、運動会や遠足のお弁当の一品として重宝されているのかもしれない。



編集後記

第6号は4月の年次大会中に行われた「JAIF地域ネットワーク第18回意見交換会」の様態を特集しました。「女性のココロをつかむ理解活動とは?」をテーマに、エネルギーに対する関心が低い女性層や次世代層に関心を持ってもらうにはどのようなアプローチを行えば良いかに焦点を当て、原子力業界と民間企業から講師をお迎えし、お話を伺いました。女性層への共感マインドや次世代層へのデジタルネイティブ認識など、ストンと胸に落ちる内容と軽妙な語り口に、ご参加いただいた皆さんからは大変参考になったとのお声を多くいただきました。

誌面作成に当たりご協力いただいた皆さまには、この場を借りて改めてお礼を申し上げます。皆さまの活動にお役立ていただけるような内容を目指して頑張りますので、ご意見等どんどんお寄せください。これからもよろしくお願ひ申し上げます。(ノムリエKS.)

JAIF Regional Network TIMES

人をつなぐ・地域をつなぐーいっしょに明日の原子力を考える

2018年6月 Vol.

6

女性と若者のココロに響く コミュニケーションを!



JAIF地域ネットワーク 第18回意見交換会 概要

原産協会JAIF地域ネットワークでは、4月9日(月)に「女性のココロをつかむ理解活動とは?」をテーマに、立地地域および消費地のメンバー15名他、電力会社の広報担当者等総勢30名が参加し、「第18回意見交換会」を開催しました。

ウイスキーをソーダで割ることで飲みやすく食事にも合せやすくなったことから、「ウイスキー=おじさんの飲み物」というイメージを見事に覆し、若者への訴求をきっかけに市民権を得たハイボール。民間企業からは、そんなヒット商品を生み出したサントリーマーケティング&コマース株式会社の富岡伸一氏をお迎えし、女性・若者のココロをつかむ理解活動のポイントをお話いただきました。

一方、原子力分野からは、難しいエネルギーや放射線などの話を誰にでも分かりやすく解説くださることで定評のある、国立研究開発法人量子科学技術研究開発機構の鈴木國弘氏より、分かりやすく伝えるためには何を意識すべきか、具体例を交えながら楽しくお話いただき、お二方と意見交換をすることで、今後の地域での理解活動や情報発信活動につなげるヒントを見つける場となりました。

分かりやすく伝えるために

鈴木國弘氏
講演概要



鈴木國弘氏
国立研究開発法人
量子科学技術研究開発機構
経営企画部 総括参事(広報課長)

1979年、日本原子力研究所(現・日本原子力研究開発機構)入所。一貫して大型研究施設建設プロジェクトの全体調整やマネジメント、広報に携わる。2012年より日本原子力研究開発機構にて広報部長などを歴任し、2017年より現職。

理解を得るためには何を意識して伝えたいか、これまでの経験を踏まえて鈴木國弘氏にお話しいただきました。

- ポイント 1 男女の違いを意識する**
 - 女性: 共感を求める「ねえねえ、聞いて聞いて」。感性に訴え理解を得る「何となく分かる～」
 - 男性: 結論を求める「結果は何?」。論理を重要視する「その表現は正確じゃない」
- ポイント 2 正確さより分かりやすさに重点を置く**
 - 相手が「イメージできる」たとえを使う
 - 誰でも知っていると思わないで、当然すぎる(と知っている)ことを疑う
- ポイント 3 理解される/されないを知る**
 - どんなに素晴らしい科学・技術も社会の理解を得られなければ受け入れてもらえない
 - 例えば、火は火事も起こせば、やけどもするが、どういう状況だと危ないのか、反対に大丈夫なのか。火の性質や扱い方を知っていれば対処できる
 - 原子力や放射線も同じことで、その性質を理解し安全に取り扱えば、決して危ないものではない
 - 情報の送り手は分かりやすく説明して、受け手の理解を得る努力をする
- ポイント 4 説明の極意に従う**
 - 相手へのリスペクトとは、相手の立場に立った説明である
 - 熱意とは「納得・理解してもらおう!」ではなく、気持ちをお伝えする。まさにプロポーズだ(説明で心掛けていること)
 - 相手が知りたいことは何か?: 「分からない」情報は「要らない」情報になる
 - 身近なものにたとえる: 簡単にイメージできるものにたとえることが大切
 - 平易な言葉を使う: 難しい言葉や専門用語、数式は避ける
 - 伝えたい情報を欲張らない: 何か1つに絞る
 - 相手(女性)が関心を寄せてくれそうな話題を考える: 自分(女性)に深く関わりそうな話題 = 化粧品、食品など、自分や家族に影響しそうな話題 = がん治療など、安全や安心に関する話題
- ポイント 5 良い点だけでなく、悪い点もしっかり伝える**
 - 原子力発電所の良い点・悪い点とは?
 - 良い点: ①少ない燃料で大きなエネルギーを出す ②燃料が比較的安い ③発電時に二酸化炭素を排出せず、発電量も大きい
 - 悪い点: ①事故が起きると広い範囲に多大な影響がある ②放射性廃棄物処分問題が未解決

サントリーグループが考える理解活動について、富岡伸一氏にそのポイントをお話しいただきました。

富岡伸一氏
講演概要



富岡伸一氏
サントリーマーケティング&コマース株式会社
品質保証事業部 技術顧問

1952年京都生まれ。サントリー株式会社に入社し、白州蒸留所でウイスキー原酒の開発・製造に従事。チーフディスタイラーを経験し、メキシコの現地法人に転出。その後世界各地の蒸留所に滞在し、ブランデー原酒の開発研究に従事。ブランデーのチーフディスタイラーとして活躍した後、品質保証部門に異動し、国の内外を問わずサントリーグループ全体の品質保証を担当。

- ポイント 1 理解活動を考える**
 - 一方通行なのか、双方向なのか ●誰に、何を、いつ、どうやって?
 - 「伝えたい!」という情熱が重要
 - 社会・お客さまが変化の中で、お客さまの信頼を獲得し続けるために、お客さまの声を基に「お客さま視点」に立ち戻る
- ポイント 2 プレゼンテーションの基本を押さえる**
 - 「難しいことを易しく、易しいことを深く、深いことを面白く、面白いことを真面目に、真面目なことを愉快地、そして愉快なことはあくまでも愉快地に」(故・井上ひささんの言葉)
 - 話し方: つかみで引き込む。分かりやすく。間が大事。短文で言い切る。迷子を出さず(ムラ言葉を使わない)。スライドを読むな
 - 見せ方: 多過ぎる文字情報は避ける。アイキャッチ(スライドの注目点を強調)。タイトルが重要など
- ポイント 3 コミュニケーションを考える**
 - 女性にとっては「自己充足的」が大切で、目的は思いを共有すること
 - 男性にとっては「道具的」が大切で、目的は何かを得ること
 - コミュニケーションの男女差
女性は視野角度が男性より広く、聴力も女性のほうが優れている(女性はマルチタスク)。言語能力も女性のほうが上
 - SNSによる新たなお客さまとのリレーション構築
 - 若者(デジタルネイティブ)とは: 生まれた時からデジタル環境があり、そこで育った世代。SNSが生活の一部となっており、情報や出会いもSNSから入る。若者へのアプローチはSNSの利用が必須であり、仲間を増やす突破口もSNS

おまけ ウイスキーのおいしい飲み方講座～ぜひお試しあれ!～ トワイスアップ

トワイスアップとは、氷を入れずにウイスキーを“ウイスキー1対水1”の水割りで飲む方法。人が官能するアルコール度数は20%なので、こうすることでアルコール度数が約40%のウイスキーをおいしく飲むことができます。そして、この飲み方のいいところはウイスキー本来の香りと味を十分に楽しめること。そのときのチェイサー(強い酒を飲む際に添える水・炭酸水など)はソーダがGood! バーテンダーに一目置かれること間違いなしです。
※トワイスアップ(TWICE UP:2倍にアップする)



モデレーター
NPO法人あすかエネルギーフォーラム 理事長
秋庭悦子氏

当日の意見交換から

- Q1** 一般市民の方への説明として、放射線について100ミリシーベルト以下の被ばくをどのように表現されているのでしょうか? 私は「日常、私たちが受けているさまざまなリスクに紛れてしまうほど影響が小さいといわれている」という表現をしていますが、これでは表現が足りないということでしたので、お聞きしました。
- A1-1** 「100ミリシーベルトを1回で浴びると、がんになる方が0.5%増えますよ」ということはお話ししています。とはいつても、それが一般の方々にちゃんと伝わって

るかは難しいと思っています。

- A1-2** 国立がん研究センターで出したデータですが、「野菜を取らないのは100ミリシーベルトの被ばくと同じですよ」といった表があります。このように具体的な例をご覧いただくと、少し理解を深めていただけるかもしれません。
- Q2** 原子力や放射線と聞いただけで、講演会には人が集まりません。SNSを使える人を駆使したいのですが、それ以前に毛嫌いされている現状があります。どのようにしたら良いのでしょうか?
- A2** 「面白い情報があるよ」といった興味を持たれるような仕掛けをせざるを得ないと思います。次世代層にとってSNSは生活の一部であり、出会いなので、そ

にしてこくアプローチするのも大事だと思います。

- Q3** 無関心、興味がない。これが一番駄目だと思っていますが、その昔、水は水道をひねれば出るという認識で買うものではありませんでした。そういった常識の中、どのように水(ミネラルウォーター)の販売につながったのか、興味がないところをぐっと押し上げたのは何だったのか、お聞かせください。
- A3-1** 水は非常に簡単で、汚染の問題が大きかったと思います。また、水の本来的おいしさが出てきたということもあると思います。
- A3-2** 興味がない方に対して、私は必ず女性を引きこむようなタイトルを入れ

- ます。つまり、「学術的な話ではなく、もっとあなたの興味がある面白い話をするよ」ということ。例えば「美肌の秘訣から宇宙の始まりの謎までが中性子で分かる」のように、女性を意識したタイトルにするようなことはやっています。
- Q4** 鈴木さんご講演の中で、「プロポーズするように話す」とおっしゃったのですが、これはどういうことでしょうか? それも女性のココロをつかむということですか?
- A4-1** プロポーズというのは、相手に自分の思いを伝えるわけですよね。どうやって伝えたら自分のことを分かってもらえるのだろうと、いろいろ考える。原子力も放射線も同じ。相手に興味を持ってもらえるように話すことが大切で、まさにこれはプロポーズです。

- A4-2** 女性の場合、無関心が介在すると、私事のために「～する」という思いと行動が繋がりにくい。でも、「子どもたちの未来のため、この国を良くしていくため、私たちが学ばなくてはいけない」という発想を入れると、私自身は関心がなくても、「子どもたちの将来を考えると、何とかしなくちゃ!」という思いが女性には出てくるのではないかと思います。そうすれば、女性のココロをつかめるかもしれません。
- Q5** 教育に携わっている者としてお聞きします。どんな問題でも正しく判断でき、理解し、正しく怖がって判断できる人を育てたいと考えていますが、どのような意識で取り組まれているのでしょうか?
- A5-1** 説得するのではなく、できるだけ分かりやすく話をしてご理解いた

- く。その上で、判断するのはご自身なのだという方向に導いていこうと思っています。
- A5-2** いろいろな啓蒙の仕掛け、例えばホームページを見て勉強していただくといったことは行っています。
- Q6** 若者向けの広報手段についてですが、SNSなのか、インスタグラムなのか。でも、すぐに古くなってしまいうので、難しいと感じています。人材がたくさんいればいいのですが、何か良いアイデアがあったら教えてください。
- A6** 私たちも人が少なく苦勞していますが、「広報課だけが広報担当ではないよ」ということでボランティア的に募ったり、一人一人が広報パーソンであることをモットーにしています。

お客さまコミュニケーションの取り組み