

東日本大震災10年 風化に危機感 広がる

被災地に対する国民の関心が薄れていると感じるか



震災を風化させないために必要な取り組みを10項目の中からいくつでも選んでもらうと、「学校など教育現場で子どもに伝える」が70%で最も多く、「新聞やテレビなどが被災地の現状

をもちと伝える」と「震災の被害や復興の記録を残す」の各59%、「普段から家族で震災のことを話し合う」の34%などが続いた。震災について感じていることを自由に書いてもらった回答でも、「被災地のユースが少なくなっている」（東京都、50歳代女性）などの指摘が目立った。高校の修学旅行で被災地を訪れた佐賀県の20歳代女性は、「報道だけでは伝わらない被災者の苦しみや被災地の現状を知った。子どもたちに伝え、災害への危機感や対応策について考えてもらいたい」との声を寄せた。

今後、被災地に何らかの形で支援したいと思う人は

「学校で教えて」70%

読売新聞社が行った「東日本大震災10年」に関する全国世論調査※では、「風化」を感じている人が9割を超えた。震災が話題に上ることが減っているなど、危機感を訴える意見もあった。震災の教訓を継承していけるかどうかの分岐点にあるといえそうだ。



震災の被害を伝えるパネル展（徳島県北島町で）

- 1 記事が説明する「風化」とはどのような状況を指していますか。□にあてはまる2文字を記事中から抜き出しましょう。

東日本大震災に対する□□が薄れていること

- 2 次の割合について、「地域で差が出たもの」にはア、「年代で差が出たもの」にはイ、「地域と年代の両方で差が出たもの」はウ、「差が出なかったもの」にはエを書きましょう。

- () 「風化」を感じている割合
() 被災地に支援をしたいと思う割合
() 被災地に支援をしなかった割合

- 3 世論調査は結果を分析して、課題を浮きぼりにし、問題意識を持ってもらうのも目的のひとつです。今回の調査結果や記事から読み取れることとして、最も適切なものを選び、番号を書きましょう。

- ① 大きな災害であっても、次第に風化していくことは仕方がないということ。
② 被災地でつくられた特産品を買うのに、不安を感じる人がいるということ。
③ 教訓を語り継ぐために、子どもや若い世代への働きかけが大切だということ。
④ 被災地から遠い地域の人、防災への意識が弱まってしまったということ。

8割を超えた。地域別では、北海道・東北で87%、関東で83%と中部以西の地域より高かった。年代別で

は、全ての年代で8割前後と大きな差はなかった。この10年間で被災地にどのような支援をしたか、複数の回答で聞くと、「被災地の物産品を買った」44%、「被災した自治体に寄付をした（ふるさと納税を除く）」16%などの順だった。年代別でも、「物産品を買った」は全ての年代でトップを占めた。「とくに

ない」は全体の31%で、若年層の18〜39歳に限ると40%に上った。地域別では、近畿、中国・四国、九州の3地域で「とくにない」が約4割で、被災地からの距離も影響していることがみてとれる。

※世論調査Ⅱ報道機関や官公庁が、国民の意識や考え（世論）を知り、分析するために行う調査

(2021年3月9日 読売新聞朝刊より)