

アウトリーチ活動の推進について

—他の研究開発法人のアウトリーチ活動の調査—

原型炉設計合同特別チーム
池田 佳隆

1. 調査の方針
2. ホームページ調査
3. ヒアリング調査
4. 報道関係者との意見交換
5. アウトリーチ活動の強化

1. 調査の方針

「核融合原型炉研究開発の推進に向けて（平成29年12月18日 核融合科学技術委員会）」では、全日本的なアウトリーチ活動の強化を求めているが、今回の調査は「研究分野」ではなく、まず「研究開発法人」として、現在、どのような活動が、どのような体制で行われているかを調べ、それを基に原型炉推進の全日本体制である、特別チームへの展開をするものとした。

ホームページ調査

調査対象法人は、主に文科省所管の研究開発法人等、加えて以前、核融合研究を行っていた産業技術総合研究所（産総研）、更には最近設立した研究開発法人として日本医療研究開発機構に関して、まずはホームページでの公開情報を基に、各法人の広報活動を調査。

ヒアリング調査

ホームページ調査で、マスメディア対応で成果があがっている法人を選び、その法人について、広報担当者とヒアリングをさせて頂き、その広報実施体制などの具体的な内容を調査。

2. ホームページ調査

調査内容

ホームページにより、どのような広報活動を実施しているかを調べた。この際、インターネットやテレビ放送など**大多数の方への広報活動実績**に留意した。なお調査は平成29年8月頃のものであり、ホームページは、その後、適宜更新している。

調査対象法人

宇宙航空研究開発機構（JAXA）、海洋研究開発機構（JAMSTEC）、理化学研究所、物質材料研究機構、日本原子力研究開発機構（JAEA）、高エネルギー加速器研究機構（KEK）、自然科学研究機構 核融合科学研究所（NIFS）、量子科学技術研究開発機構（QST）、国立情報学研究所（NII）、産業技術総合研究所（産総研）、日本医療研究開発機構

ホームページ例（宇宙航空研究開発機構）

表紙

The screenshot shows the top section of the JAXA website. At the top is a banner for an interview with astronauts Takashi Otsu and Takahiro Yoshida. Below the banner is a navigation menu with buttons for 'メディア関係者向け' (For media), '広報関係者向け' (For public relations), '海外関係者向け' (For overseas), '研究関係者向け' (For researchers), '一般の方向け' (For general public), and '働き手の方向け' (For staff). Below the menu are sections for 'お知らせ' (News), 'プレスリリース' (Press releases), 'ピックアップ' (Pickups), and 'おすすめ' (Recommendations). The 'おすすめ' section includes 'トピックス' (Topics), 'イベント情報' (Event information), 'JAXA TV', and 'プロジェクト' (Projects).

メディア情報

The screenshot shows the 'メディア関係者の方向け' (For media) page. It includes a 'メディア関係者の向け' section with a link to 'プレスリリース' (Press releases). There are two columns of links: 'プレスリリース' (Press releases) and '記者会見' (Press conferences). The 'プレスリリース' column includes 'プレスリリース (報道関係者)' and 'プレスリリース (外部関係者)'. The '記者会見' column includes '記者会見' and '記者会見記録'. Below these are sections for '最新情報をお届け' (Deliver the latest information), 'イベント' (Events), 'ソーシャルメディア' (Social media), '画像や動画を見る・探す' (View and search for images and videos), and '組織や事業に関する主なページ' (Main pages related to organization and business).

ホームページ調査結果（1）

平成29年8月頃のホームページから

法人	ホームページの構成	広報関連ページ	インターネット配信等	テレビ等の放送	その他
JAXA	JAXAについて プロジェクト ファン!ファン!JAXA! サイトコンシェルジュ	「ファン!ファン!JAXA!」 トピックス イベント 施設見学 特集 JAXA TV メディア 「広報活動」 JAXAタウンミーティング 職員/宇宙飛行士の講演 展示品の貸出 映像ソフトの貸出 パンフレットダウンロード	メディアのなかに「ソーシャルメディア」があり以下の多くの情報発信を実施。 Facebook（3種類） Twitter（27種類） Instagram（2種類） Line（1種類） Lineスタンプ Google（2種類） YouTube（1種類） ニコニコチャンネル Ustream ブログ（3種類） またホームページの「見よう」では、「きぼう」「ロケット打上げ」「宇宙からの地球」「宇宙」などの画像が配信	ホームページには記載されていないが、多くのTV放送あり。	一般向けに様々な画像、図面、特集がされている。 また様々な切り口で、情報公開：「見よう」「知ろう」「行こう」「楽しもう」等
JAMSTEC	JAMSTECについて プレスリリース 広報活動 ミュージアム データベース キッズ	最新イベント情報 お知らせ（番組放送等） 施設や設備の公開 刊行物・グッズ JAMSTECグッズ セミナー 学生向けの教育活動 コンテスト	外部サービスのアカウントで Facebook Twitter（4種類） YouTube（2種類）	「番組放送のお知らせ」として内容紹介も含め掲載。 （2017年1月～7月で21件）	多くの画像コンテンツが用意。 子供向けのHP（キッズ）もあり。

ホームページ調査結果（2）

法人	ホームページの構成	広報関連ページ	インターネット配信等	テレビ等の放送	その他
理化学研	理研について 研究紹介 広報活動 外部連携 採用情報	プレスリリース(研究成果) トピックス イベント/シンポジウム 理研ブログ 刊行物 ビデオライブラリー 情報配信サービス お楽しみコンテンツ 施設見学 理研関係者向け 科学道100冊フェア 理研科学者の本棚	メールマガジン・メールニュース（3種類） RSSサービス YouTube（1） Twitter（1）		「お楽しみコンテンツ」では、科学に親しんでいただくための各種コンテンツを用意。
物材研	NIMSについて ニュース・プレス 研究情報 共用施設・技術 外部連携/大学院 広報活動	広報誌 NIMS NOW NIMSの刊行物 メールマガジン ムービーライブラリ イベント・セミナー NIMSイブニングセミナー 共催・後援等名義の使用許可 依頼について NIMSのFAQ	メールマガジン		HPは写真、図はあるが広報は文字中心。
JAEA	原子力情報ポータル 原子力機構のご紹介 発表・お知らせ 研究開発 事業の拠点 研究成果 産学連携 データベース	「こどもたち・先生方へ」に 施設見学 メールマガジン ビデオライブラリー イベント案内 JAEA図書館 パンフレット 広報誌 各部門の子どもたち向け情報	メールマガジン JAEA Channel ビデオライブラリ		単独の広報活動ページがない

ホームページ調査結果（3）

法人	ホームページの構成	広報関連ページ	インターネット配信等	テレビ等の放送	その他
KEK	KEKについて ニュースルーム 研究施設 研究 国際協力 教育 社会への貢献 広報・イベント	KEKコミュニケーションプラザ 見学 一般公開 カソクキッズ 各種講演会 インターネット情報発信	メールマガジン		「カソクキッズ」では漫画を配信
NIFS	Home 概要 お知らせ 研究活動 共同研究 教育 大学院 一般の方へ	プレスリリース NIFSニュース イベント情報(メールニュース) 研究活動状況(メールマガジン) 用語解説 プラズマくんだより 研究所紹介ビデオ 核融合へのとびら 施設見学 オープンキャンパス (研究所一般公開) うえぶCatch さんぽみち 交通アクセス 所内食堂『土岐っ子』 運動施設のご利用について 産学官連携 賢材塾 安全情報公開	メールマガジン Facebook Twitter		
QST	量研について 研究紹介 外部連携 お知らせ・ご案内 刊行物・データベース	プレスリリース ニュース イベント情報 採用情報 調達情報	部門ごとには一般の方向けのコンテンツはあるが、HPにはない		

ホームページ調査結果（４）

法人	ホームページの構成	広報関連ページ	インターネット配信等	テレビ等の放送	その他
国立情報学研究所 (NII)	NIIについて 研究事業 大学院教育	トピックス ニュースリリース イベント	NII動画チャンネル iTunes		HPに「注目コンテンツ」として、横断的な情報提供
産総研	一般の皆様向け 研究者・技術者・学生の皆様向け 産業界の皆様向け	産総研について イベント・講演会 見学施設 こんなところに産総研 動画ライブラリ 産総研レポート テレビ番組出演情報 キッズ向けコンテンツ サイエンスカフェ ソーシャルメディア 採用情報	Twitter YouTube	テレビ番組出演情報 (2017年1月～7月で32件)	様々な部門を有しているが、それとは別に「一般の皆様向け」として情報を発信している。
日本医療研	機構の紹介 事業の案内 公募情報 イベント 調達情報 採用情報 情報公開 お問い合わせ	広報的なコンテンツはない	メールマガジン（ただし、実務的な内容）		

評価

以上から、一般の方に向けた広報活動として外部発信を積極的に進めているのは、宇宙航空研究開発機構（JAXA）、海洋研究開発機構（JAMSTEC）、産業技術総合研究所（産総研）と考えられる。このためこの3法人に関し、具体的な広報体制などについて直接ヒヤリングを行うこととした。

3. ヒアリング調査

調査内容

ホームページ調査結果を踏まえ、3法人に関し、広報体制、メディア対応を含む広報活動実績等を先方の法人の担当者からヒアリングさせて頂いた（内容の一部は、各法人の事業報告書等からの情報も含む）。
なお記述内容については、当方の理解であり、正式には各法人に確認して頂きたい。

海洋研究開発機構

主に広報部の事業説明資料を基に説明を受ける

宇宙航空研究開発機構

主にH28年度業務実績等報告書の資料
(<http://www.jaxa.jp/about/finance/pdf/28naibu.pdf>)
を基に説明を受ける

産業技術総合研究所

主にパンフレットを基に説明を受ける。
(なお現行の第4期中期計画の資料がないため、第3期中期事業報告「H22年4月～H27年3月」をここでは抜粋した)

ヒアリング調査結果（1）

項目	JAMSTEC	JAXA	産業技術総合研究所
広報体制	<p>本部組織に広報部が設置</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 広報課は、施設見学、人材育成・講師派遣、メディア、出版、WEB等、各担当者を設置。 ・ 出版物は、担当に元編集者を採用。出版社との年間契約により、サイエンスライターを連れてきて、研究者にインタビューすることで、研究者の負担を軽減し且つ分かり易い記事としている。 ・ 現場の研究者のアウトリーチ活動への協力は、不可欠であるが、これまでの経験で、研究者の資質とアウトリーチ活動の資質とは違うので、広報担当部署でアウトリーチ活動を統括する者が必ずしも研究者である必要はないと考えている（例外的な研究者もいるが）。 	<p>本部組織に広報部が設置</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ これに加え、技術系のスポークスパーソンを設け、技術的な説明を対応。また、各事業所、各事業部門にも広報担当を配置。 ・ 広報部は、JAXA全体の広報に係る総合調整及びとりまとめ、報道対応及びメディア対応の一元的実施。 ・ 理事長のプレス対応は月1回以上あり、最新のトピックスの紹介等を通して、「先進的な研究開発に取り組み、社会を先導する姿」「成果を活用し、社会課題の解決に貢献する姿」を理解して頂く大切な機会であるため、入念に事前準備を実施。 ・ 広報担当者、スポークスパーソンは、「伝わる」ための訓練を実施。 	<p>本部組織の企画本部に広報サービス室が設置</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 対外的情報発信に関するヘッドクォータとしては、企画本部のもとに、報道室と広報サービス室があり、アウトリーチ活動は広報サービス室で行っている。 ・ 現在、企画本部長並びに同副本部長が経営直轄として広報活動を実施している。 ・ アウトリーチ活動は、つくばセンターにある、サイエンススクエアや地質標本館における常設展示や、各拠点で年1回行う一般公開を通じて行っている。また、各種パンフレットやホームページを通じて行っている。 ・ 各種コンテンツを作る際、産総研の事業を「分かり易く示す」ことに留意している。 ・ 特に、パンフレットなど、分かり易さ、見やすさを重視してデザインに留意し、数種類を用意して対象によって配布物を選択している。対象機関等に郵送するとともに、それらがホームページで見やすいように工夫している。

海洋研究開発機構 (H28年度業務実績)

I 普及広報活動

2. 平成28年度業務実績

効果的・効率的な情報発信

- ・ マスメディアの有効活用（プレス発表48回（英語版有）、新聞掲載652件、番組放送118件等）
- ・ 研究成果の理解を深めるため、記者説明会を5回実施、またWebサイトで高校生以上を対象としたプレス発表の解説「話題の研究 謎解き解説」を12本掲載
- ・ 最新の研究成果などの発信のためにJAMSTECニュース「なつしま」を隔月で発行
- ・ 研究成果の発信や海の科学・技術の理解促進のため、番組・雑誌取材等を実施
- ・ NHKスペシャル「MEGA CRISIS 巨大危機～脅威と戦う者たち～」で南海トラフ長期孔内計測研究の成果が紹介された（広告換算値 46,246.6千円相当）
- ・ NHK Eテレ「サイエンスZERO」でIODP第370次研究航海「室戸沖限界生命圏掘削調査（T-リミット）」に密着取材した「生命の限界を探れ！“海底地下生命”大探査」が、南鳥島沖での海底資源研究に密着取材した「独占密着！海底に眠る巨大鉱床」が放映された。
- ・ BS朝日で JAMSTECの研究開発を紹介する2時間の特集番組「深海シリーズ」が年4回（平成28年2月、7月、12月、平成29年2月）放映された。2017年は正式シリーズ化を予定。

速報性・拡散性を重視した発信

- ・ 機構Webサイトには社会的関心の高いコラムを3回掲載するなど情報発信を強化し、約1,370※（1,251）万件のアクセス数を達成 ※カッコ内は昨年度実績
- ・ 海洋科学技術ファン拡大を目的にSNSを活用し、研究開発の紹介記事を投稿
新たにFacebookページを開設 登録者3,575件 総リーチ167万件 総エンゲージメント119,817件
Twitterで最新情報を配信 フォロワー8,317（5,274）件 総インプレッション3,478,373（3,047,609）件 総エンゲージメント99,697（77,767）件



NHK Eテレ「サイエンスZERO」



BS朝日 特集番組 深海シリーズ4回



海洋研究開発機構 (人材育成)

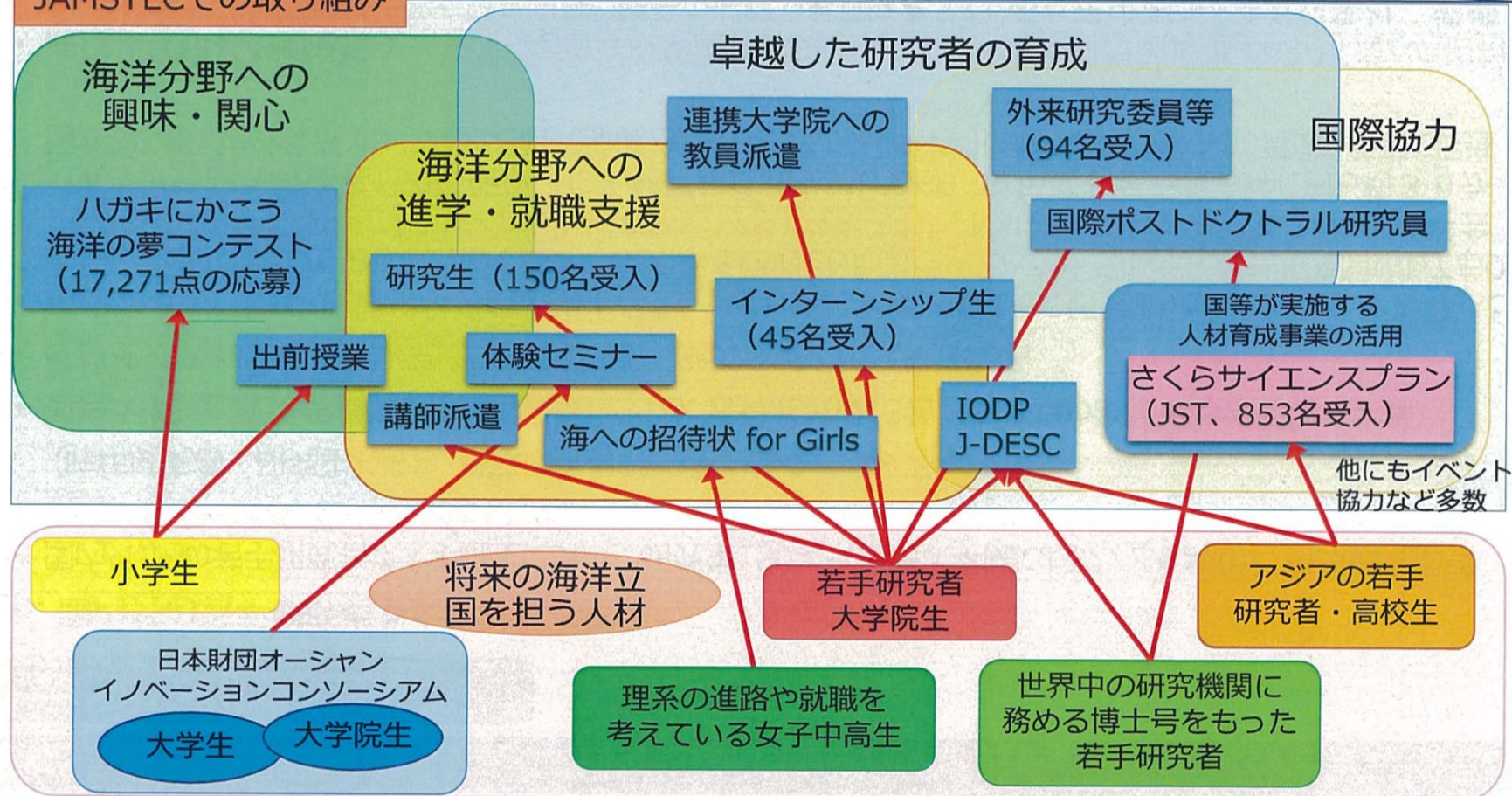
人材育成ビジョン

期待される出口

海洋・地球に関する研究の発展に
資するとともに、国民の理解を深める

海洋科学技術分野における
世界の頭脳循環の拠点として、
グローバルに活躍する研究者に貢献

JAMSTECでの取り組み



宇宙航空研究開発機

(H28年度業務実績等報告書から)



平成28 (2016) 年度実績 (概要)

【 I : 中期計画上の目的】	A : 説明責任	B : 理解増進	C : プレゼンスの向上
【 II : 中期計画に掲げる戦略】 (どういう戦略で実現するか)	a : 情報開示、多様な手段	b : 双方向性の確保 c : 直接的な広報	d : 海外への情報発信
【 III : 中期計画で求められている手段と達成目標】 (中期計画上目標値がある場合は () 内に記載)	1 : We bサイトのアクセス性向上、再構築 2 : ネット中継	3 : ソーシャルメディア活用 4 : タウンミーティング (10回/年) 5 : 講演派遣 (400回/年) 6 : 査読付き論文 (350件/年)	7 : 意識調査 8 : 展示施設 9 : 英語版サイトの充実検討 10 : 在外公館等との協力

【達成目標に対する実績例】 (数値目標は全て達成)

- ・インターネット放送で大西飛行士の打ち上げと帰還、このとりに6号機やジオスペース探査衛星「あらせ」(ERG)等の打ち上げや軌道上イベントの様や、記者会見や説明会のライブ中継30件を実施。また、ウェブサイト上のインターネット放送チャンネルでは、28年度135本の新規コンテンツをアップし、310万回1517万時間の視聴を獲得。幅広いリーチを達成【上記2に対応】
- ・タウンミーティングを10回、講演を637回開催【4、5】
- ・査読付き論文を478件発表【6】
- ・種子島宇宙センター宇宙科学技術館リニューアル【8】
- ・海外機関への情報発信強化。展示等も実施。【9、10】

【世論へのインパクト】 (意識調査の速報値より)

JAXAの認知度(再生認知度)は高水準を維持 89%【7】
宇宙航空事業について、89%が 「役に立っている」と回答【7】

【参考】その他の取り組み、工夫の例

- ・外部機関との連携企画の実現や協力に積極的に取り組み、これまで困難であったリーチを実現。
- ・331回のプレスリリースや記者会見(記者に対する丁寧な記者説明会、勉強会や、経営層を交えた記者懇談会を含む)を通じ、メディアに対しJAXAの事業の意義・価値を伝える努力も実施。結果、メディアでの露出が向上。

宇宙航空研究開発機

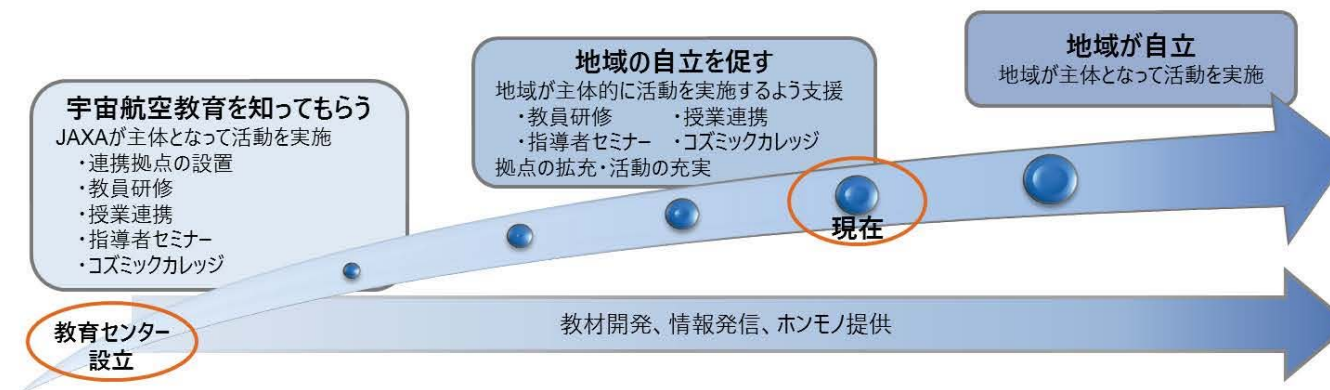
(H28年度業務実績等報告書から：人材育成に関して)



② 青少年への教育

宇宙航空教育の位置づけ

事業の目的	<ul style="list-style-type: none"> ・宇宙航空に興味・関心を抱く機会を提供し、青少年の人材育成・人格形成に貢献する。 ・宇宙航空教育の指導者の育成を的確に行う 	
最終目標	学校教育現場における取り入れと地域の社会教育における主体的実施	
戦略	学校教育支援 教員が宇宙航空を取り入れた授業を自立して実施できるよう支援する。	社会教育支援 学校外でも宇宙航空を取り入れた教育プログラムを自立して実施できるよう支援する。
具体的施策	教員研修・教員養成（年1000人）	指導者セミナー・宇宙教育ボランティアの育成
	授業連携（年80校）	年齢別・体験型科学教室 コスミックカレッジ（150回）
	主体的に活動する地域拠点（年1か所以上）	
	宇宙航空教育教材の開発・提供	
	国際活動（宇宙航空教育を手段とした国際協力）	



ヒアリング調査結果（2）

項目	JAMSTEC	JAXA	産業技術総合研究所
メディア対応	<ul style="list-style-type: none"> ・ H28年度実績：プレス発表48回、新聞掲載652件、番組報道118件。 ・ 記者説明会：5回実施。理事長が行うもの3回。約30名位の参加あり。 ・ これまでの活動を通じて、科学番組の制作担当者と情報交換を行っており、研究活動や成果のコミュニケーションを図っている。 ・ 各種シンポジウムを通じて（例えば、地球温暖化）メディアとネットワークづくりを行う。 ・ BS放送は、地上波よりも専門的な科学に関する話題を取り上げていただけの傾向があり、番組の企画時から相談を頂くことがある。 ・ 独法評価においては、NHKスペシャルの番組を、広告換算値として評価。（専門業者に、視聴率などから広告費を算出） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ プレスリリース・お知らせ：264件 ・ 記者会見：理事長会見（月1回）を含み34回。 ・ 記者勉強会：33回。対象は主に科学技術担当のプレス ・ Webサイトを積極的に利用。双方向性を高めるため、記者会見、打上げなどをライブ中継で配信。サイトへの書き込み機能を活用し、透明性と視聴者との双方向性、即時性を確保。すなわち、記者会見など、Web上に公式チャンネルを設け動画配信し、その反応（書き込み）を調査・分析し、その後の広報活動に反映。 ・ H28年度の動画公開数は135本。累計約1200本のコンテンツを公開。H28年度の総視聴回数約324万回。 ・ Twitter：786件を行い、約840万件の閲覧。 ・ 視聴率から広告換算値としてTV放送を評価し、H28年度は全国5位（約160億円に相当）。 ・ メディアとの連携協力案件として、2017年8月放送のNHKサンデースポーツ（日曜日の21時50分～）にマンスリーキャスターとして油井宇宙飛行士が登壇。同番組の視聴率は6～7%あり、JAXAにとっても貴重なアウトリーチの機会となった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ マスメディアとの連携としては、特につくばのマスコミとは密に連携をとっている。 ・ プレス懇談会は、産総研全体で年3～4回程度は実施。 ・ 最近では一般向けに関心のある内容で開催し報道関係者に発信している。 <p>参考情報（古いが） 第3期中期実績（（H22年4月-27年3月）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ プレス発表：393件 ・ 各地の記者懇談会 ・ 日刊工業新聞への週1回掲載、計239回

ヒアリング調査結果（3）

項目	JAMSTEC	JAXA	産業技術総合研究所
広報活動実績（メディア等を除く）	<p>H28年度実績</p> <p>① 施設見学</p> <ul style="list-style-type: none"> ・5か所の拠点で、来場者数43311名（年度目標は、35000名程度/年）。 ・うち横須賀本部で5617名。 ・10名以上で一般見学受入れ。 <p>② 船舶への見学</p> <ul style="list-style-type: none"> ・延べ6船で、22375名。 ・昨年度から、自治体からの要望を船舶の運航計画に入れ、自治体の方で宣伝。 <p>③ 広報誌</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「Blue Earth」：日本語版6巻、英語版1巻（年度目標は、6回/年） <p>④ 出前授業・講師派遣</p> <ul style="list-style-type: none"> ・出前授業：63件、講師派遣：133件 ・派遣講師は人数は143名。 ・色々な博物館からの依頼が多い。WEBで募集を行う。SSHからの要請も多い。旅費は先方持ち。 <p>⑤ 人材育成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全国の小学生を対象とした「児童はがきの絵葉書コンテスト」。 ・上位10名を乗船。 ・小学校間を結んだ合同学習会 ・科学の伝達技術向上のための周辺水族館の職員との交流 	<p>H28年度実績</p> <p>① 施設見学</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全国の展示館に、合計52万9千人。 <p>② シンポジウム・タウンミーティング、講師派遣</p> <ul style="list-style-type: none"> ・宇宙飛行士のミッション報告会。 ・タウンミーティングの主催は自治体で、先方が地元で宣伝。（JAXAはHPで提案及び講師派遣のみ）。 ・地元とは密な関係と作る。例えば、山口県宇部市に事業所を設置した際、宇部市が「JAXAが宇部にやってきた」と宣伝してタウンミーティングを実施。 ・全国の科学博物館とは、密に連携。 <p>③ 外部機関との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ・LINE七タブプロジェクト：LINEでのごと募集。そこに大西宇宙飛行士のライブ中継（延べ140万人視聴） ・川崎フロンターレクラブ創立20周年：サッカー場に大西宇宙飛行士のライブ中継 	<p>第3期中期事業報告（H22年4月-27年3月）の「企業や一般国民との直接対話を通じた広報の強化」から抜粋</p> <p>① 施設見学</p> <ul style="list-style-type: none"> ・つくばセンター他、各拠点公開：約14000人/年。 ・常設展示施設「サイエンス・スクエアつくば」：18万人/5年間 <p>② 広報誌</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「産総研TODAY」「産総研レポート」「Synthesiology」 <p>③ 出前授業・講師派遣</p> <ul style="list-style-type: none"> ・出前講義、実験教室：409回 ・サイエンスカフェ：42回。 ・サイエンスアゴラ等の外部連携イベント：57回。 <p>④ SNS</p> <ul style="list-style-type: none"> ・Twitter、ホームページ、メールマガジン（月2回） ・Youtube産総研チャンネル（コンテンツ208本）。

ヒアリング調査結果（４）

項目	JAMSTEC	JAXA	産業技術総合研究所
広報活動実績（メディア等を除く）	<p>H28年度実績</p> <p>⑥ 業界へ向けた発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・無人潜水船の国際コンテストに、民間/大学/JAMSTECの合同チーム「Team KUROSHIO」で参加。資金は一般から募集 <p>⑦ SNS</p> <ul style="list-style-type: none"> ・Face Book、Twitterでファンづくり。自前で作成。Twitterは各部門に任せる。 ・ニコニコ動画（しんかい6500のライブ中継：視聴者30万人以上）は、担当の研究者が企画し、広報担当者が調整した。ライブの場合、視聴者である国民と研究現場の一体感が伝達できる。 	<p>H28年度実績</p> <ul style="list-style-type: none"> ・汐留デジタルサイネージで画像放映：汐留駅のサイネージにJAXA提供画像を放映。 ・ポーチ化粧品<small>の広報誌</small>にJAXA記事。発行部数60万部（全国4800店舗に配布） ・女性誌「アンアン」に、大西飛行士インタビュー（発行数17万部） ・東京コミックコンベンションへのブース出展：映画・コミックの人気イベント。JAXAはブース及びコスプレとして宇宙服を提供。Web、テレビ、新聞などに露出。来場者数約3万2千人。 <p>④ 国民の意識調査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・JAXAが設立した2003年以降、毎年、JAXAの認知度等に関する意識調査を実施。 ・当初は、JAXAの認知度は23%（2004年）であったが、小惑星探査機「はやぶさ」帰還の年には79%（2010年）、現在では89%と高い認知度を得ている。 ・意識調査は、専門業者に委託。約千名で無作為抽出。 <p>⑤ 学校教育</p> <ul style="list-style-type: none"> ・宇宙航空を授業に取り入れる連携校を年80校以上、そのための教員研修・教員養成を年1000人以上。 	

ヒアリング調査結果（5）

項目	JAMSTEC	JAXA	産業技術総合研究所
その他	<ul style="list-style-type: none"> 当機構の研究開発法人としての広報活動の最終目的は、国民の海洋に関する理解増進に貢献することであるが、具体的な目標の設定には工夫が必要であり、日々検討を続けている。 昔は、新聞に掲載したことが指標であったが、最近では若い人は新聞を読まない。むしろSNSが主流である。 JAMSTECに来て頂く方は、もちろん海洋に興味のある方であるが、その方々は科学一般に興味を持っている方が多い。JAXAの広報担当者とも話したことがあるが、海洋、宇宙も連携してより多くの方に来て頂く合同説明会などを企画も考えたい。そこに核融合も加わると良いのではないか。 	<ul style="list-style-type: none"> JAXAの事業は国家予算により賄われていることから、国民をはじめとするステークホルダーに対する「説明責任を果たすこと」「JAXA事業に対する認知・理解・支持を得ること」の2点を広報の重要な項目と考えている。 認知・理解・支持について、一足飛びに支持を得ることは困難であるため、まず認知度を上げ、さらに事業内容等に対する理解を深めて頂き、最終的に支持して頂く、という3段階を意識しつつ、広報活動を実施。 海外に向けた情報発信の必要性も認識しており、英語版の公開HP等のインフラを整備。 毎年、目標を設定。2017年度は、「国際宇宙ステーション(ISS)と将来の宇宙探査計画」「地球規模課題に取り組む姿」「H3ロケット開発を通じてこれからの宇宙活動の推進に貢献する姿」の3つを重点事項として設定。 	<p>参考情報</p> <ul style="list-style-type: none"> 第3期中長期目標（H22年4月-27年3月）では、「企業や一般国民との直接対話を通じた広報の強化」との項目があり、「オープンラボ等を通じた積極的な広報により、研究者や国民に対し産総研の成果を直接アピールする機会を拡大し、認知度を高める」としていた。第4期中長期計画（H27年4月-32年3月）では、「研究開発の成果の最大化その他の業務の質の向上に関する事項」として「【橋渡し】機能の強化」が明記され、より具体的に産総研の成果を民間企業に橋渡しすることを強化し、受託研究収入を第3期（46億円/年）から、第4期では3倍の（138億円/年）としている。

評価

3法人においても、本部組織（理事長直轄）の中に、広報専門体制を構築している。またメディア対応としては、日常的に密な連絡をとるネットワークの構築が重要であり、このため責任者を対外的に明確化している。加えて博物館や他の機関との連携を密にとることで、より広い分野の方にも研究活動を知って頂く企画を提案、実施している。

4. 報道関係者との意見交換

核融合に関する認識

- ・世の中の人々は、核融合について殆ど知らないであろう。

報道として取り上げるには

- ・人は、どんな時に、他分野（新しい分野）を知りたいと思うか？それが報道の立場。
- ・国際協力や先端科学の話・記事は、年がら年中、送られてくる。報道で、それを取り上げるには、「なぜ今なのか」が重要。

アウトリーチ活動へのコメント

- ・普段科学に興味を持たない幅広い層が面白いと思う内容が重要。我々の暮らしに何の役に立つのかを結びつけることはできないのか。例えば医療とか。
- ・資料は1枚程度。それ以上は見ない。またタイトルは非常に重要で、タイトルを見て、ひっかかるものがないと見ない。週刊誌の見出しを勉強すると良い。
- ・核融合に関係しそうなイベントが起こり、世の中が核融合に何か関心を持った際に、直ぐ出せる用意をしておくこと。
- ・研究現場の方が、地元のメディアへの説明会、子供たちへの説明会等、地道な活動を通じて、どうすれば一般の方に分かって頂くのかのスキルを上げることも重要。

5. アウトリーチ活動の強化

ITER建設も含め多額な国家予算を投入している核融合研究開発において、その活動状況を遅滞なく的確に一般の方々に知っていただく必要がある。このためには、施設見学等、**限られた地域だけではなく、メディアやSNSなどを積極的に活用した幅広い活動**が求められる。

今回の調査を踏まえると、メディア等を積極的に活用するためには、研究現場と一般の方々との間をとりもつ**専従の実施組織が鍵**であり、そこにおいて一般の方々に分かり易い**コンテンツを企画制作**するとともに、**メディア等の外部関係者と密なネットワークを構築し、コンテンツの普及、SNS整備等の活動**が必要である。

JAMSTECやJAXAで代表される海洋研究開発、宇宙研究開発における法人の広報体制を考えると、核融合研究開発において同様のアウトリーチ活動を行うためには、**専従組織**が必要であり、またその構成要員には一般の方々と研究現場との橋渡しを行うため**広報技能を持つ**ことが必要であると考えられる。このため核融合研究者とは別に広報活動の**専門家を外部から招へい**、そのための**経費も確保**する必要がある。

この専従組織を中核に、メディア等の外部関係者との密なネットワークを構築し、世の中の動き（**何故今か**）を意識した、働きかけの強化が求められる。

強化例

欧州製JT-60SA超伝導コイルの輸送を ニコニコ生放送でライブ配信

QSTの核融合研究開発の最前線をライブ配信（ニコニコ動画に提案・持ち込む）

- 世界最大級の輸送機（アントノフ）ということもあり、配信会社との打合せの場で配信が決定
- H30年2月17日に、中部国際空港において、仏国から空輸されたJT-60SA用超伝導コイルの船舶への載せ替え作業を9時間47分間ライブ放送。延べ視聴者数は50,159人、コメント総数は35,914件であった。
- 番組終了後の評価アンケートにおいて、95.6%の方が、「まあまあよい」以上の高い評価であり、核融合の広報活動に大きく寄与した。

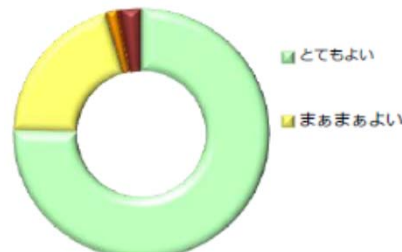
ニコニコ生放送



放送後のアンケート調査

- 放送時間：
9時間47分(6:50-16:37)
- 延べ視聴者数：50,159人
- コメント総数：35,914件

■ 番組アンケート	
とてもよい	75.5%
まあまあよい	20.1%
ふつう	1.5%
あまりよくない	0.5%
よくない	2.5%



放送内容

仏国から空輸されたJT-60SA超伝導コイルの船舶への載せ替え作業（破線括弧内）



2/17 中部国際空港発
2/18 日立港着
2/21 那珂核融合研究所着

