

月・惑星探査広報のこれから

寺園 淳也
(てらきん)

<http://moonstation.jp>

今日お話しすること

- 月・惑星探査広報を巡って
 - 宇宙開発広報の現状認識
 - 「はやぶさ」のブームは広報が支えた
- なぜ広報が必要なのか
 - 広報活動の基本
 - 広報活動の要素...3つの段階
- 広報の教訓
 - 「はやぶさ」にあって「かぐや」になかったもの
 - 寺園が得た月・惑星探査広報の3つの教訓
- これからそれぞれは何をしていけばいいのか
 - JAXAなどの実施主体、非営利団体、個人...
 - これからの月・惑星探査広報に向けて

はじめに...月・惑星探査広報の周辺事情 ～宇宙開発広報の現状～

- 「はやぶさ」は帰還に伴って、まさに社会現象となる人気を博した。間違いなく、今年の十大ニュースの中にエントリーされるであろう。
- IKAROSはTwitterでのつぶやきなどが大好評。「Webクリエイションアワード」受賞のほか、「広報実証衛星」と呼ばれるまでの人気をもたらした。
- 一方、今年4月の独立行政法人を対象にした政府の事業仕分けでは、JAXAの広報施設「JAXAi」が取り上げられ、仕分けの結論として「廃止」が答申された。
- 文部科学省は、400件以上の存続の声にもかかわらず、9月にJAXAiの廃止を決定。今年12月いっぱいまで廃止される。

ブームを支えたのは広報だ

- 「はやぶさ」のブームを創り出したのは、間違いなく広報活動。
- もちろん素材がよかったことはだれも否定しないと思うが、それを適切にかつタイミングよく提供し、かつ感動を与えるような内容の広報を行ってきたことが、ここまでの大ブームを呼んだとって過言ではない。
- 「はやぶさ」においては、例えばCDアルバムの発売やメッセージキャンペーンなど、ミッション前からの広報が十分に行われていた。
- ミッション開始後も、JAXA衛星では考えられない広報、「初」が続出する内容で、月・惑星探査広報を主導してきた。
- ミッションの動きを的確かつわかりやすく伝えてきたことで、最終的に「はやぶさ」の大ムーブメントを作り上げることができた。

広報を少し整理しよう

- 一口に広報活動といっても、実際には時間軸は対象などによって内容は変わってくる。そこで、以下のように「(狭義の)広報」「アウトリーチ(普及啓発)」「教育」と分けて考えるとわかりやすくなってくる

	時間単位	直接の対象者	影響度
広報	数分～数時間	数人～数十人 (記者など、メディアが主)	短期的には大 (メディアを通して)
アウトリーチ	数時間～数日 数ヶ月という場合も	数十人以上 場合により数万人以上 (ネットメディアなど経由)	中 中・長期的には中～大
教育	数日～数ヶ月 ないしは数年	一般的には数十人	中

中須賀・川島(2002)に筆者一部加筆

月・惑星探査広報はなんのためにあるか？

- 事実を伝える
月・惑星探査において何がみつきり、どのようなことが進んでいるのかを国民に知らせる。納税者に対する告知義務ともいえる。
- 感動を伝える
研究成果などは直接のリターンは研究者に向かうが、国民に対しては、感動や驚きなど、無形の利益を享受してもらうことが可能である。
- 将来探査への支援・同調を得る
上記2つを行うことにより、将来的な月・惑星探査への国民の支持を得る。「支持」は、今後場合によっては予算など、より直接的な実施リソースとなる場合がある。

月・惑星探査広報の3つの段階

基本的な情報の発信

いま何が起きているのか、何を行おうとしているのかを正確に記述し、伝える。広報の基本である。

より深いストーリーへの誘導

英語でいえば”developing”。1次情報を元に、探査の背後にある人間模様や、科学の知識などを伝えていく。この段階で、「なぜ行うのか」という問いへの回答を出していく。

感動から実質へ

人々の心を動かし、感動、深い満足を得られた段階で、さらに次につなげていくための活動が求められる。また、感動や好奇心を知識に結びつけることで、社会全体の価値を高めることも可能であり、必要。

3つが「ごっちゃ」になることから混乱が起きる

- 例えば、すべての段階を1つにまとめて広報しようとする、ものすごくわかりにくくなる。
 - プレスリリースの中に詳細な探査機器やデータの内容を入れようとしてしまったり、一般向けの本にできる限り最新の情報を詰めもうとしたりとすると、どうしてもこのような無理が起こる。
- さらにいえば、このような3つに関して、実施主体や役割分担なども自然に分かれるはずである。
 - JAXAは本来であれば、1次情報発信だけで十分であり、それ以降の部分は「もっとうまくやれる」ところに任せるべきである。自分で全部やろうとすると絶対にうまくいかないし、そのうまくいっていないのがいまの姿。
 - 「はやぶさ」の広報が見せつけたのは、もうJAXAが組織として動かなくても、しっかりとした情報さえ出せば(その体制さえ整えれば)、物事は自然に(?)動くという事実。

この3つをすべてJAXAが行う必要はない

- 探査の1次情報については、探査を実施しているJAXAが出す必要が(必ず)存在する。
- しかし、他の2つについては、必ずしもJAXAが実施主体となる必要はない。
- JAXAが主体にならなかったとしても、民間企業や非営利団体が、より効率的かつ良質な事業を実施してくれると思われる。
- まして、今後も探査主体がJAXAだけであるとは限らない。JAXA以外の民間団体などが月・惑星探査に加わることもあるだろうし、研究者が外国の探査機にセンサを搭載することもあるだろう。そういったことを考えれば、JAXAの役割はできるだけ最小限にしていく必要がある。

月・惑星探査広報の特殊性

- 探査内容や目的などが高度である。
 - 日常的な視点からはなかなか一般の人に理解してもらえない。
- スケールの大きさ(空間的、時間的)
 - ミッション1つが大体10年くらいかかるとすれば、そのスタートから実施に至るまでの広報活動にも同じだけの時間がかかってしまう。
 - 月・惑星探査では、一般の人たちにその大きさを実感してもらうことが難しい。
- 多くの月・惑星探査広報は、実は「手探り」のスタートだった。
 - 「月探査情報ステーション」もSELENE広報からのボランティア的な発展でここまでできている。
 - 「はやぶさ」対外活動の代表例の「冒険日誌」は、個人としての自発的活動がスタートであった。

「はやぶさ」にあって「かぐや」になかったもの

- どちらもJAXAの成功した月・惑星探査ではあるが、両者の広報活動には大きな違いがある。
- 「かぐや」広報はきわめてコントロールされ、情報元を絞るなど、調節が行われてきた。
- その結果、せっかくのタイミングを大きく逃してしまう事例が多くみられた。
 - 典型的なのがハイビジョン動画の公開。NHKとの権利問題があったとはいえ、結果的には後出しになってしまったことは、情報公開の姿勢に疑問符をつけざるを得ない結果となってしまった。
- コントロールされた少ない情報しかないことで、ミッションの中身は知られにくくなってしまった。
 - そして感動にも結びつかない。結果として、「かぐや」はいまや、「はやぶさ」の影で忘れ去られたミッションになりつつある(広報として)。

寺園が得た教訓1 ～人はドラマをみたがる～

- 「はやぶさ」「かぐや」とも、探査機そのものより、そこに携わる人に対しての興味が強いという傾向がある。
- これは、衛星を単なる機械とみたり、開発チームをひとかたまりの集団としてみるのではなく、その中の人たちを「自ら考え、動く主体」としてとらえたいという傾向が出ているのではないか。
 - あるいは単に日本人がドラマ好きなのか？
 - 欧米、特にアメリカの月・惑星探査では、実際に探査に関わっている人たちが直接メルマガやウェブで語りかけることが多い。
- ただ、このような傾向において、単なる人間ドラマに終わらせるのではなく、そこから月・惑星探査の意義、次世代への鼓舞といった面へ進むことが望ましい。

寺菌が得た教訓2

～情報は圧倒的かつ整然と～

- 月探査情報ステーションのHTMLファイルの数は12月1日現在で2864ページ。実際に動的に生成されるページもあるので、ページ数は(日本語だけで)3000ページを超えると推定される。
- このように情報が詰まったページは、情報に飢えている人々を満足させるだけのコンテンツを提供することが可能である。
- 整理されたナビゲーションと、いろいろなアトラクションなどにより、楽しみながら長時間滞在することが可能である。
- 情報を提供する側で「これは難しすぎる」「誰もみないだろう」と判断してはならない。むしろそれをどう提供するか、その腕前が重要なのである。
- デパートやスーパーと同じで、「ここに来れば何でもある」と思わせることが重要なのだ。

寺菌が得た教訓3

～人は基本的にせっかち～

- 2004年5月の「はやぶさ」地球スイングバイでは、管制室で得られた地球画像をJAXAトップページに掲載するまで、わずか3時間というスピード記録を作った。
- 人間は基本的にせっかち。だから、ブログ、Twitterと、より早く情報が伝わるメディアが欲しいのだ。
 - 従って、いまや「プレスリリース」というのは遅すぎるメディアとなってしまう。これは、ロケット打ち上げからリリース発出時刻までのタイムラグを考えれば自明であろう。
- 確実に定まった情報を後から出す、というやり方はもはや時代遅れ。少しずつでもいいから、その時点で確実に出せる情報を出していく、というのがいま流の考え方。
- 現時点で最も早い情報伝達手段に合わせ、情報の出し方、判断体系などを見直していくことが必要だ。

実際に月・惑星探査広報を行っているのは？

- 大規模組織(実施主体)
 - JAXA, ISAS(一応別組織として考えて)、文部科学省
 - 各研究機関(大学、実施グループ。すなわち、予算を受領している実体)
 - それを支えている団体(JSTなど)
- NPO、非営利活動団体
 - 財団法人など(例: 日本宇宙フォーラム、RESTEC)
 - NPO(例: 日本スペースガード協会、ちばサイエンスの会、日本惑星協会、KU-MA)
- 個人、グループ
 - ニコニコ動画などで作品を作る人たち
 - Twitterやブログなどへの書き込み、などなど
 - CGM (Consumer Generated Media)と言い換えてもよい

それぞれがそれぞれの役割で動く必要がある

- それぞれの組織が、それぞれしか出せない情報を出すことが、これからの広報の基本になる。
- 特に、月・惑星探査のように専門性が高くかつ時間がかかる分野は、専門家を交えた少人数の「特命集団」による広報が理想的だろう。
- JAXA(あるいは探査主体)の1次情報の提供があれば、あとは自然に広報の流れが広まっていく。それもまさに「はやぶさ」が生み出した大きな資産といえるだろう。
 - 資産は使わなければ劣化する。このままもし放っておけば、またいずれ熱は冷めるだろう。鉄は熱いうちに打て。ブームも熱いうちに固めておく。
- 各分野の人たちがが、それぞれのところでできることを、最大限の努力で実行していくべき。

JAXAへのおねがい -JAXAデジタルアーカイブス-

- JAXAデジタルアーカイブス (JDA)は、JAXAが所有する動画や写真などを一堂に集め、検索してみる事ができるサイト。
- すでに数え切れない量の写真や動画が集まっていて、JAXAの月・惑星探査に関してもこれを参考にしている人は多い。
- ところが、このサイトが実に使いにくい。



JAXAデジタルアーカイブス
(<http://jda.jaxa.jp>)



わんくま同盟 東京勉強会 #54

JAXAへのお願い -JAXAデジタルアーカイブス-

- JDAは、もともとJAXA発足時に、鳴り物入りでスタートしたシステム。
- しかし、本来の目的は、記者やメディア関係者が、画像を見て、それを報道目的に使えるようにすること。一般の人が相手ではもともとないし、そもそも使いにくい。
- これでは、せっかくのJAXAのリソースを一般の人たちが生かし切れないことになってしまう(というより、なっている)。
- 改善策としては、JDAは今のままでかまわないので、2次的に「もっとわかりやすい」サイトを作ることを提案したい(NASAにおけるnasaimages.orgのような役割)。そのための支援と理解をJAXAにはお願いしたいのだ。

JAXAへのおねがい —写真使用—

- JDAを利用して写真利用を申請すると、その目的をJAXAが審査した上で、利用料などを払った上で利用できるようになる、というのがいまのシステム。
- この仕組みは、JAXAが宇宙関係のすべてのイベントを営利か非営利か判断するという、きわめて官僚的かつ特権的なシステムである。
- しかも値段表はない。
 - 従って、出版社の中には、JAXAの写真の使用をあきらめ、類似の素材があるNASAのページから題材をとったりしたところも多い。
- このような教科書的殿様商売はすぐ止めるべき。
- 原則商業利用や2次利用を含めて利用を開放し、高解像度のデータのみ課金するシステムを作ればよい
 - それすら好ましくないとは私は思っているが、中間解として。

JAXAへのおねがい

ーウェブコンテンツを整理し、民間移管をー

- JAXA及び周辺機関が作っているウェブサイトには魅力的なものが多数存在する。
 - 宇宙情報センターは宇宙に関する圧倒的な情報量で、いわば「宇宙開発の百科事典」
 - UNIVERSEはディレクトリサービスとコラムの提供
- しかし、これらをすべてJAXA配下で面倒をみる必要はもはやない。
 - そもそも面倒をみていないページすら存在している
- こういったサイトは、他機関などが作っているサイトと統合した上で、ショッピングモール方式で1運営主体の下での運営に変更すべきである。
 - そしてJAXAから切り離すべき。それにより、広告導入などによる収益やセキュリティレベル緩和による柔軟な運用などのメリットが得られる。

NPO、非営利団体の方におねがい

- 自分たちが月・惑星探査広報を主導しているのだということをよりいっそう認識して欲しい。
- 役割としては、一般の人たちと大規模組織(JAXAやNASAなど)を結びつけること、そして自らが何らかのアクションを起こしていくこと。
- 一般の人では資金力やノウハウなどでできない、しかしJAXAなどの組織には小回りがきかない。こういったことに積極的に関与していく必要がある。
- いちばん必要なのは、月・惑星探査に関し、知識と経験を持った人材。そういった人たちを支える仕組みを作っていくのがこういった非営利団体の役割。
 - 具体的にいえば、(有期でもかまわないので)雇用、資金提供などの枠組みになる。それをさらに上位に求めていくことも必要ではある。

一般の方におねがい

- まず、大いに活動して欲しい。
 - 皆さんが作っているものが日本の月・惑星探査を動かしている(動かした)のだ、というくらいの気概を持ってかまわない。
- マニアを自任する人たちは、さらに一般の人たちを先導する役割を果たして欲しい。
 - 自己満足で終わるのではなく、さらに発展していくような方向に導くことが必要だ。
- 一般の人たちは、積極的に声を上げていく必要がある。
 - 具体的には、パブリックコメントの提出、政治家への働きかけなど。黙っていれば誰かが何とかしてくれる時代は終わった。
- 探査はえらい人がやるものではない。私たちの代表である科学者や技術者が行っている活動なのだ。だから我々もより積極的にコミットすべきなのだ。

これからの月・惑星探査広報に必要なもの

- 実は、以上をまとめると、特に上位組織(JAXAなど実際に探査を行っている組織)が本当に整備すべきものは、いわば広報に必要な「インフラ」といってもよいことがわかる。
 - 社会インフラが整備されていれば自然に経済活動が活発になるのと同じで、広報インフラが整備されれば、広報活動も自然に活発になる。関係者の異常な努力とは、このインフラ整備と実際の経済活動の両方を同時に行っていることに他ならない、
- さらに、これまで述べてきた視点での広報活動の視点に加え、今後はいわばIRといってもいいような内容が必要になる。
- 今後、探査活動が資金を集めて行われるようになってくれば、投資家に対しての適切な説明が必要になる。そのような状況も見越して、準備を進めていかなければならない。
 - 今回政治家は入れていなかったが、政治層へのアプローチも必要。

おわりに...いまこそ月・惑星探査広報の「インフラ」整備を

- 「はやぶさ」の探査成功、そして広報の成功は、これからの月・惑星探査広報を導くという意味で大きなチャンスを我々に与えてくれた。
- 教訓は、一般の人たちが盛り上げる、いわばCGM的な広報が自分たちにもできるんだ、という前例と教訓、勇気を与えてくれたこと。
- しかし探査同様、その実態は、やっている人たちによる異常な努力と幸運に支えられている、実にはかないもの。
- いま、みんなが認めて(求めて)いるうちに、これからの月・惑星探査広報に必要なインフラを整えるべき。
- 私たち1人1人も、個々に与えられた役割を積極的に果たしていくように努力していくべき。