

国際科学広報に関する ワークショップ2015報告書

Proceedings of the International Science Communication Workshop 2015
Increasing the Visibility of Japanese Science in the International Media



主催：沖縄科学技術大学院大学(OIST)・科学技術広報研究会(JACST) 協力：大学研究力強化ネットワーク(RUN)



国際科学広報に関するワークショップ 2015報告書

Proceedings of the International Science Communication Workshop 2015
Increasing the Visibility of Japanese Science in the International Media

目次

ワークショップ概要	2
スピーカー一覧	4
開会挨拶	7
口頭発表・質疑応答	8-22, 33-54
ディスカッション	23-32, 55-56
資料1 パネルディスカッション要約文	57
資料2 主なサイエンスイベント比較表	58
資料3 ワークショップ総括・提言（日英）	61
資料4 ポスターセッション参加者一覧・ポスター	63-74
資料5 ワークショップ参加者一覧	75
ワークショップ写真	78-84

国際科学広報に関するワークショップ 2015
International Science Communication Workshop 2015
Increasing the Visibility of Japanese Science in the International Media

報告書

主 催：沖縄科学技術大学院大学（OIST）・科学技術広報研究会（JACST）

協 力：大学研究力強化ネットワーク（RUN）

会 期：2015 年 3 月 19 ～ 20 日

場 所：沖縄科学技術大学院大学（沖縄県国頭郡恩納村谷茶 1919-1）センター棟 B250

日本の大学・研究機関において、国際化は重要な課題となっている。今後、国際化を一層推進するためには、研究力向上をはかるばかりでなく、広報情報発信力強化と連動した総合的な対策が必要となる。

日本の大学や研究機関における研究成果が海外で正当に評価されるためには、世界的に認知された学術誌に論文が掲載されるだけでなく、プレスリリース等を介した科学コミュニティや社会への訴求力が重要である。具体的には、論文の公開にタイミングを合わせたプレスリリースが大学の公式情報としてタイムリーに配信され、さらにそのプレスリリースに基づいて国内外の科学ジャーナリストによって速報記事や解説記事などが書かれ、社会に伝播していくための体制を構築することが不可欠となっている。

こうした国際的な広報の情報発信力強化を目的として、国内のいくつかの大学や研究機関等の広報担当部署においては、サイエンスライターなどの経験をもつ科学広報の専門家やインターンを採用し、最新の研究成果をわかりやすく魅力的な文章で即座に情報発信するための体制を整えつつある。しかし、研究成果を海外の科学ジャーナリストに幅広く取り上げてもらうためにはさまざまなノウハウが必要となり、これまではそれぞれの広報担当者が経験と勘に頼って情報発信の手法を確立してきた。

2015 年 3 月 19 ～ 20 日にかけて沖縄科学技術大学院大学（OIST）で開催された「国際科学広報に関するワークショップ」には、全国の大学や研究機関から広報担当者やリサーチ・アドミニストレーター（URA）などが 100 名近く集まり、海外から招聘した科学ジャーナリストやサイエンスライターを養成する高等教育機関の講師から、国外ではどのように科学記事が作られて伝播されるか、また、欧米ではどのようなサイエンスライティングのトレーニングが行われているかを学んだ。さらに、国内の各大学・研究機関が経験してきた国際情報発信のノウハウとコストを共有し、費用対効果や効率的な人材育成と配置などについても模索することで、大学や研究機関における国際情報発信の在り方について議論した。本報告書は、2 日間にわたる同ワークショップの口頭発表やポスター発表、議論の内容、総括・提言をまとめたものである。関係府省と地方公共団体、ひいては一般国民に対しても、ワークショップ参加者の取り組みを広く伝え、科学広報への理解を深める一助となれば幸甚である。

ワークショップ組織委員一同

組織委員：

OIST 副学長（広報担当） ニール・コルダー
OIST 准副学長（広報担当） 森田洋平
OIST メディアセクションリーダー 兼 JACST 国際担当副会長 名取 薫
JACST 会 長 高エネルギー加速器研究機構 広報室 室長 岡田小枝子
JACST 事務局 長 自然科学研究機構 特任教授 小泉 周
JACST 事務局次長 基礎生物学研究所 広報室 特任助教
広報・科学コミュニケーション担当 倉田智子

登壇者・パネリスト（プログラム記載順）：

OIST 副学長（広報担当） ニール・コルダー
ニューサイエンティスト エディトリアルコンテンツディレクター ヴァレリー・ジェイミーソン
米カリフォルニア大学サンタクルーズ校 サイエンスコミュニケーションプログラム講師 ロブ・イリオン
東京大学 本部広報室 ユアン・マッカー
広島大学 学術・社会産学連携室研究企画室 シニア URA 三代川典史
基礎生物学研究所 広報室特任助教 広報・科学コミュニケーション担当 倉田智子
高エネルギー加速器研究機構 広報室 広報室長 岡田小枝子
京都大学 学術研究支援室（KURA）今羽右左デヴィッド甫
国立天文台天文情報センター 広報室長 平松正顕
理化学研究所 外務・研究調整部 研究協力課 課長 大須賀 壮
理化学研究所 外務・研究調整部 研究協力課 ライター ジェンズ・ウィルキンソン
OIST メディアセクション 名取 薫
サイエンス誌 日本・アジア特派員 デニス・ノーマイル
OIST 准副学長（広報担当） 森田洋平

司会：

OIST 准副学長（広報担当） 森田洋平
OIST メディアセクションリーダー 兼 JACST 国際担当副会長 名取 薫

スピーカー一覧 (プログラム登壇順)



ニール・コルダー Neil Calder

沖縄科学技術大学院大学副学長 (広報担当)

Vice President for Communications and Public Relations, OIST

スイス・ジュネーブの欧州原子核研究機構 (CERN) で1989～2001年にかけて広報室長を務め、その後スタンフォード線形加速器センター (SLAC) に移り、2001～2008年まで広報ディレクターを務める。2008～2010年にかけてフランスのカダラッシュにある国際熱核融合実験炉 (ITER) のコミュニケーション部長を2年間務める。2010年OIST着任、現在に至る。スコットランド・アイラ島出身。



ヴァレリー・ジェイミーソン Valerie Jamieson

ニューサイエンティスト エディトリアル・コンテンツ・ディレクター

Editorial Content Director, New Scientist

高エネルギー物理学の研究者を経て、1999年に英国の科学誌 Physics Worldのフィーチャーズエディターに就任。2002年より英国の週刊科学誌ニューサイエンティストで物理、天文、数学といった分野の記事の編集者を務める。2015年、同誌初のエディトリアルコンテンツディレクターに着任、現在に至る。スコットランド・グラスゴー出身。



ロブ・イリオン Robert Irion

米国カリフォルニア州立大学サンタクルーズ校 サイエンスコミュニケーションプログラム 講師
Science Communication Program Director, University of California, Santa Cruz

マサチューセッツ工科大学 (MIT) にて学士号 (地球惑星科学) 取得後、米国カリフォルニア州立大学サンタクルーズ校サイエンスコミュニケーションプログラムを修了。1998～2006年にかけて科学誌サイエンスの天文学や天体物理学担当記者として活躍。その後、全米屈指の科学記者輩出機関とも言える同校サイエンスコミュニケーションプログラムのディレクターに着任、現在に至る。



小泉 周 Amane Koizumi

自然科学研究機構 研究力強化推進本部 特任教授 (統括URA)

自然科学研究機構 生理学研究所 細胞器官研究系 特任教授 (併任)

Project Professor/Associate Professor, National Institutes of Natural Sciences

慶応大学医学部卒業後、2002年、同大学で博士号を取得。内外で研究者として活躍後、2007年に生理学研究所に着任。広報アウトリーチ活動といった科学コミュニケーション活動にも積極的に関わる。専門は視覚科学、神経生理学。科学技術広報研究会 (JACST) 事務局長。



ユアン・マッカイ Euan McKay

東京大学本部広報室 特任研究員

Project Researcher, Public Relations Office, The University of Tokyo

東京大学本部広報室で東京大学の研究成果の国内外の発信を担当。2010 年より高祖歩美特任研究員と共に同大研究紹介ウェブサイト「UTokyo Research」や、研究室を紹介するイベント「UTokyo Research, on site」の企画運営に従事。これらの活動を通して、研究者と海外メディアや駐日大使館科学アタシェとの関係構築・強化に努めるほか、英語プレスリリースを担当。



三代川 典史 Norifumi Miyokawa

広島大学 学術・社会産学連携室研究企画室シニアURA

Senior URA, Research Planning Office, Hiroshima University

在日オーストラリア大使館勤務後、英国とシンガポールで修士号を取得。その後米国ペンシルベニア州立大学で博士号（高等教育学）を取得する。同大での勤務を経て広島大学に着任、現在に至る。現在は研究活動の国際情報発信強化に従事。



倉田 智子 Tomoko Kurata

自然科学研究機構 基礎生物学研究所広報室

Specially Appointed Assistant Professor (URA), Office of Public Relations,
National Institute for Basic Biology, National Institutes of Natural Science

2006年より現職。記事の執筆、写真撮影、映像制作、イベント企画、プレス対応から科学教育まで、幅広く活躍。毎夏、総合研究大学院大学で開催される合宿形式の科学コミュニケーション講座・実習の講師も務めている。科学技術広報研究会（JACST）事務局次長。



岡田 小枝子 Saeko Okada

高エネルギー加速器研究機構 広報室広報室長

Senior Press Officer, Public Relations Office, KEK

1985年に筑波大学農林学類を卒業後、日立製作所基礎研究所に入社。1995年より東京大学理学部で教授秘書を務めながら医療ライターとして執筆活動に従事。2003年より東京大学理学部広報室、2004年より理化学研究所にて広報業務に従事、国際広報業務を確立するとともに、科学に興味はあるが親しみのない若年文系層や女性層を対象とした広報業務を推進。2012年より高エネルギー加速器研究機構広報室勤務、現広報室長。2007年に科学技術広報研究会（JACST）を立ち上げ、現会長。



今羽右左 デイヴィッド 甫 David Hajime Kornhauser

京都大学 学術研究支援室（KURA）シニアURA

Senior URA, Kyoto University Research Administration Office(KURA)

米国国務省、東京電力本社広報、日本テレビワシントンDC支局を歴任した後、2008年に京都大学に着任。京都大学全体の国際広報、ブランディングなど、幅広くコンサル的に支援活動に従事。米国・ハワイ州出身。



平松 正顕 Masaaki Hiramatsu

国立天文台天文情報センター 広報室長

Chief Public Information Officer, National Astronomical Observatory of Japan

東京大学で天文学を専攻し、博士課程修了後、台湾でポスドクとして活躍。帰国後、国立天文台のALMA推進室に着任。2012年からは国立天文台チリ観測所の広報も担当。2014年12月から国立天文台天文情報センターの広報室長として、全ての広報業務を所管。



大須賀 壮 Soh Osuka

理化学研究所 外務・研究調整部研究協力課課長

Manager, Strategies and Communications Section, Global Relations and Research Coordination Office, RIKEN

1996年に理研脳科学総合研究センター（通称理研BSI）に技師として着任後、理研の事務部門に移り、研究プライオリティ会議を経て、2011年より現職。



ジェンズ・ウィルキンソン Jens Wilkinson

理化学研究所 外務・研究調整部研究協力課 ライター

Writer, Global Communications Officer, RIKEN

長らく翻訳者として活躍後、2011年に理研に着任。プレスリリースの執筆や英語ウェブサイトのコンテンツ、広報出版物やアニュアルレポート、ニュースレターなど、幅広い業務に従事。



名取 薫 Kaoru Natori

沖縄科学技術大学院大学 広報メディアセクションリーダー

Manager / Media Section Leader, OIST

早稲田大学商学部卒業、米国ミズーリ州立大学ジャーナリズム修士課程修了後、在日米国大使館報道室にて5年間勤務。OISTには独法時代の2007年に入構。現在は、主にウェブ記事やメディアとのやりとり、パンフレットなどの広報出版物の発行を担当。科学技術広報研究会（JACST）副会長（国際担当）。



デニス・ノーマイル Dennis Normile

サイエンス誌 日本・アジア特派員

Japan/Asia correspondent, Science

1995年からサイエンス誌日本・アジア特派員として日本およびアジア地域をカバー。SARSや鳥インフルエンザ、デング熱、大型台風、そして福島第一原発事故など数々の大きなニュース報道に従事。



森田洋平 Youhei Morita

沖縄科学技術大学院大学 准副学長（広報担当）

Associate Vice President for Communications and Public Relations, OIST

筑波大学大学院在学中に行った米国フェルミ国立加速器研究所（Fermilab）での実験で高エネルギー物理学の博士号を取得。高エネルギー加速器研究機構（KEK）に就職、CERNでのATLAS実験などにも参加。1992年に日本初のホームページを構築したことがきっかけで広報業務に携わるようになる。2003～2012年KEK広報室長を経て、2012年OIST着任。現在は国際会議やワークショップの開催誘致やサポートを担当するとともに、OISTの認知度向上のための広報活動の企画に従事。

OIST学長 ジョナサン・ドーファン

このワークショップは、国際メディアにおける日本の科学の認知度を高める目的で開催されている。新しい知能創造が古来より大学及び研究機関の役割であり、21世紀も同様である。しかし、これらの高等教育機関が発展し続けるためには、その使命もグローバルであり且つ相互につながった社会のニーズに合ったものでなければならない。地球を脅かす諸問題の解決方法が早急に求められている。気候変動の問題、化石燃料に頼った偏ったエネルギーの供給、汚染問題、不適切且つ過度に高額な疾病緩和策、貧困問題、食糧や水不足など。これらの解決への牽引役を担っている研究機関こそがその最強の武器であり、基礎研究や技術移転をとおして解決策を提示していかななくてはならない。この研究機関のエンジンを動かす燃料は、納税者が提供する公的資金である。そして最先端技術の研究コストを十分かつ安定的に支えられるのは政府ベースの資金である。公的資金の恩恵を受けているということを、大学や研究機関は忘れてはならない。その感謝を表す重要な方法は、研究成果を広く一般に知らせることである。投資をした納税者には知る権利がある。研究機関の長は研究成果の情報発信が最優先事項だと示していくことが必要である。

OISTではWebサイトにあるとおり、3つのコアバリュー、基本的価値観を掲げている。

その1つがオープンな研究環境である。それには2つの要素があり、1つは多様なグループによる研究への参加、研究資源へのアクセスを奨励している点である。市民権や国籍、民族による制限はない。

2つめの要素は、本学の教員や研究員の義務として、その研究成果を世界中の科学コミュニティや一般市民と共有することである。本学においては、広報部門もオープンな研究環境を重要視している。

科学技術の成果を一般向けに翻訳し発信していく経験豊かなプロ集団であり、メディアとの良好な関係が最重要であると認識している。学内でも、世界に向けてもこの点をアピールしてゆく証として、広報部門の長は、副学長が務めている。研究成果の情報発信のためにメディアに精通した広報チームがある。他の研究機関の参考となれることを願っている。

日本は世界レベルの研究をしているが、その成果が国内的にも世界的にもあまり知られていない。この相互依存なグローバル社会においては、世界に研究成果を届けることが重要である。これを機に日本の科学広報が変化をし、新たな広報のアプローチへのきっかけになることを願っている。

Evolution

OIST 副学長 (広報担当) ニール・コルダー

講演内容

日本の科学の研究成果をもっと世界に知らせることが重要であり、そのために我々がすることは沢山ある。まず、進化について話したい。科学の広報活動は生物の進化に似ている。変化していく環境に適応していくものが生き残るという理論だ。1989年、私が欧州原子核研究機構 (CERN) で初めて広報に勤めたころはまだ恐竜時代であった。原始的なコミュニケーションのレベルであった。世界最大の衝突型加速器を、イギリスの放送局 BBC が取材に来た。私は一番著名な物理学者を選び取材にあたさせた。BBC の若い女性記者が、“納税者の大金を使って出来たこの加速器とは？”と質問した。その学者は専門用語で説明すると記者に、もっとわかりやすく促された。それでもわからないので、合計で 12 回の説明になった。結局、その記者には加速器が何だかわからないままだった。私はこの時、科学広報の進化の必要性を感じた。

その後、いくつかの機関で広報の仕事をした後、OIST に至る。今私たちは、日本における新しい大学院大学のモデルを OIST で確立しようとしている。国際的な大学院大学であり、60 カ国から 800 人が集まっている。男女比も等しい。世界中の研究機関とのコラボレーションも確立している。

科学コミュニケーションの原始時代は郵送、配達が主な手段であった。紙やスライド、ビデオテープなどが媒体であった。情報の伝達スピードもゆっくりしたものであった。

それが、私の友人がインターネットを発明したことで大きく変わった。今のスピードは速く、メディアは、毎日お腹を空かせたハングリーモンスターのように常に新しいニュースをほしがっている状態である。そのメディアの欲求を満たすために、私たちは写真やビデオなども使ってニュースを与え続けていかなければならない。メディアは面白い科学のニュースを欲しがっている。OIST のホームページに掲載した科学ニュースが、海外の様々なメディアでとりあげられている。

ニュースが面白ければ、どんどん広がっていく。科学関係メディアにとどまらず、デザイン関係や科学専門以外のメディアにまで広がっていく。

今のメディアとはいったい何か？ もちろん、新聞や雑誌など様々なメディア形態があるが、例えば BBC の Web サイトは 1 日約 650 万件の閲覧数がある。一方、Facebook は約 8 億 9 千万である。なので、情報を発信していきたい、広げていきたい、シェアしてもらいたい場合、封筒に入れて送るプレスリリースはもはや役に立たない。また、今日ではプレスリリースを元に記事が掲載されることは、ネガティブなニュース以外ほとんどない。今や Facebook の時代である。この方向を目指していく必要がある。メディアの取材を沢山受けるには何が必要か？ もちろん、汚職や盗用などのスキャンダル以外で。

しかし、過度に恐れずに、研究成果は世間に知らせていくべきである。

1989年頃の広報グループは4～5名で十分であった。インターネットの登場以来、大きく進化した。

ここ10～20年で、今の広報部門は、多人数でプロのコミュニケーション集団になっている。広報部門に力をいれ、専門のいい人材を雇わなければ競争社会で負けてしまうという認識が広まった。OISTの広報部門の構成をみても分かるであろう。欧米の大きな研究機関は、概ねプロの広報部門を持っている。

海外の広報のプロは、サイエンスライター、科学広報官の訓練を養成機関で受けている。日本のいくつかの大学でも養成コースができています。

国際メディアにアピールするのに、一番重要なことは、個々の人脈である。ジャーナリストに会い、その人物を知ること、そのジャーナリストに同行して友好関係を築くこと。ヨーロッパは科学広報官の数が日本より圧倒的に多い。例えば、世界のトップ100のサイエンスライターを知っていれば、仕事がスムーズになる。そのためにアメリカ科学振興協会(AAAS)やユーロサイエンス・オープンフォーラム(ESOF)の年次会合など海外のサイエンスライターや科学ジャーナリストが集まる様々な国際会議に参加してほしい。メールだけではなく、会うこと、話すことが重要である。

Webサイトに載せる写真は考えて選ぶこと。AlphaGalileoやEurekAlert!を活用してほしい。また、国際メディアでは英語が共通言語であり不可欠である。日本でも訓練が必要だ。海外のメディア対応が英語のできる人材を大学、研究期間は確保しておくべきである。また広報室は、しっかりとしたビジョンの構築のために自分の大学や機

関の上層部との綿密な連携が必要となる。例えばTOYOTAは、予算の40%を広報に割り当てている。

広報の進化を考える上で協力体制の構築がゴールである。私たちはコミュニケーターとして、競合するのではなく、連携して活動していく。支援し合い、経験を共有し、そして友人として知り合うことが大事である。例えば、以前は、ヨーロッパでも素粒子物理学を研究する個々の機関はライバル視している関係であった。今では、世界中のこの分野の関連機関は半年に1回は会合を開き、共通のストーリーを書き、プレスリリースを出している。世界規模のコラボレーションが出来ている。

私たちの共通のミッションは日本の科学技術をもっと世界に認知してもらうことであり、その目的のために連携していくことが重要である。

質疑応答

今羽右左 デイヴィッド 甫より質問

CERNの物理学者は(BBCの取材のリテイクで)泣いた後どうなりましたか？

ニール・コルダーより回答

取材は全く時間の無駄になり、研究者もわかりやすく説明できることの必要性を学んだようです。

参加者より質問

広報の在り方がインターネットの登場以降変わり、追いついていけないのですが。

ニール・コルダーより回答

英語対応できる人材の確保と機関の上層部との連携が必要だ。



What do journalists really want?

ニューサイエンティスト エディトリアルコンテンツディレクター ヴァレリー・ジェイミーソン

講演内容

1) ニューサイエンティストについて:

- 520 万の読者を持つ世界で最も人気のある週刊の科学雑誌。Web にも掲載されており、英国、米国、オーストラリアで発行、ロンドン、ボストン、シドニーにオフィスがある。また、フランス語、オランダ語、ロシア語にも訳して発行している。読者は「科学に興味があり、その産業、商業、社会的影響に興味がある人すべて」というポリシーは 1956 年の創業以来変わらないが、雑誌は進化している。

2) ニューサイエンティストの特徴について:

- 読者は必ずしも現役の科学者でなく、かつて研究に従事していた人たちが多いため、読者はニューサイエンティストを必ずしも読む必要はなく、余暇に読んでいる。そのため、読みたいと思わせる必要があり、それが私たちのやり方を変えている。情報をどんどん発信し、しかも面白くないといけない。
- 多くの人が Web で記事を読み、Twitter をフォローする人も 154 万人で Twitter でも情報を発信しており、Facebook で「いいね」ボタンを押す人が 240 万人。多くの人が記事を共有することで、雑誌も多く売れる。従って新しいメディアが重要になっている。
- 現在、サイエンスジャーナリストにとっ

て読者がどんな人か追跡するチャンスがあるため、読者に人気のあるトピックを扱っている。

- 読者はどんどん新しいニュースをほしがり、そのスピードも加速しており、全てはコンテンツにかかっているため、インパクトのある写真を掲載したりしている。
- 記事は科学が好きな人が作成しているが、科学関連の仕事をしていない人にもどうしてそんなに科学が面白いのか説明している。科学雑誌や科学ブログは皆が読むので、ニューサイエンティストの特色を出すため、自分たちで記事のネタを作ったオリジナルストーリーの例を紹介する。同僚の結婚式の際、式の前後と最中の参列者のオキシトシンというホルモンの濃度変化について、その研究者の協力で調査を行い記事にしたが、これはその科学者との個人的なコネがあったから実現できた。

3) メディアが求めているものについて:

- メディアはスクープを狙っており、ニュース価値のある新しい、タイムリーな話が欲しい。記事を読むのは科学者だけではなく、一般の人であるため人々が関心を寄せる話あるいは物の見方を変えるような話、突拍子もないようなちょっと奇妙な話、常識を覆すような話、何かとてつもない大きなアイディア、

万人に共通する話題(例えば食ること、寝ること、死ぬこと等)、エキサイティングな話を提供して欲しい。

- ・私たちが望む新しい話とは、プレスリリースで先月このような会議があったというような内容ではなく、明日こういう会議があるから来て欲しいという内容を会議前に頂きたい。
- ・私たちジャーナリストは、科学者と話をしたいと思っているので、電話にも対応して欲しい。ジャーナリストを個人的に知り、そのジャーナリストがどんな記事を書いているか、出版物を良く知ることが大事であり、それによって皆さんがどのような情報を提供すべきか分かってくる。
- ・プレスリリースはたくさんあるため、私たちジャーナリストはどうしてもコネのある人から目を通すので、ジャーナリストとコネを作って欲しい。
- ・また、会議や討議の内容を英語にして頂く必要がある。
- ・取材者は専門知識が無いことを念頭に、情報の中では専門用語を避けて欲しい。
- ・ジャーナリスト、ジャーナリズムは近年大きく変化を遂げている。チャンスもたくさんある。サイエンスに対する需要も増えている。
- ・これまでの活字メディアだけではだめ。動画、写真が非常に大きなツールとしてあることを認識して欲しい。
- ・最後に、そして是非認識して欲しいのは、皆さんの意図とは違った報道がされることがあるということだ。またサイエンスは非常に素晴らしいものであるということを伝えるという気持ちを持つ

ていただきたい。

質疑応答

ネイチャー・パブリッシング・グループ トミー・イムより質問

IFLScience、ScienceAlert、BuzzFeedについて紹介されたが、これらのサービスは利用できるのか。

ヴァレリー・ジェイミーソンより回答

(会場に向かって) IFLScience、ScienceAlert、BuzzFeedを知っている人はいるか。余りいないようだが、まだまだたくさんあるが、この三つは非常に認知度が高いサイトである。

ジェンズ・ウィルキンソンより質問

科学ブログで180万の「いいね」ボタンを押した人があり、科学ブログについては例えばロスアラモス研究所は5000、カロリンスカ研究所は6000くらいの「いいね」だと思うが、このブログでそれだけの反応があるのはどうしてだと思うか。記事のバラエティーなのか、プロモーションにお金をかけた広報活動によるものなのか。

ヴァレリー・ジェイミーソンより回答

ニューサイエンティストでは様々な記事を掲載する。Facebookで多くの人に情報を配信できない時もあるが、どういうものが理解されているのかについて非常に良いアルゴリズムがあると思う。これがうまくヒットすればFacebookのフィードのトップに上がることができるが、理解されないと見てもらえない。トップに上がるのも大事だが、Facebookはシェアすることが特徴の一つで、猫の写真やインパクトのあるビデオとか、インパクトがあるほどシェアしてもらえるし、

様々なリンクを張ってもらえる。Facebook はとても変なもので、一夜にして「いいね」の数がすごく増えることがあり、理由が分からないことも多い。

今羽右左 デイヴィッド 甫より質問

面白かったのは女性の方が男性よりも感情をシェアする能力が高いと言われているが、女性の読者のことを考えて記事を出しているのか。

ヴァレリー・ジェイミーソンより回答

確かにソーシャルメディアに関して、女性の方が男性より共有するというのが多い。私たちは読者にどんな記事に興味があるか聞くのだが、男性は物理学、女性は健康とかに興味があるのが分かっている。片頭痛の話をしたが、このようなトピックは女性の方が患者が多く読者も多い。男女による傾向は、本当にあると思う。

日本学術振興会 (JSPS) 黒木 登志夫より質問

ジャーナリストだけではなく普通の人も科学の不正というものに非常に興味を持っていると思うが、それについてはどう思うか。

ヴァレリー・ジェイミーソンより回答

ニューサイエンティストでは科学の不正には、あまり興味が無い。最近 STAP 細胞の残念な例があったが、最初素晴らしいこと

だとかなり報道した。私たちは科学そのものに一番関心があり、この事件後の（関係スタッフの）自殺などについては報道していない。ネイチャーなどはそのような不正についてもどんどん追求していく傾向があると思うが、彼らの活動は私たちとは異なっている。ニューサイエンティストでは不正を追及する傾向はなく、このようなことは次週には忘れ去られるようなことである。これはニューサイエンティストとしての意見であり、ロブ・イリオンとは違う意見をもっているかもしれない。

岡田 小枝子より質問

EurekAlert! などどのように活用しているか。非常に量の多いプレスリリースをどのように処理しているのか。

ヴァレリー・ジェイミーソンより回答

EurekAlert!, AlphaGalileo など非常に多くのプレスリリースがあるが、タイトルだけざっと見ている。従って、Eメールの題名も含めタイトルというのは非常に重要だ。後で見ようと思わせるようなものではなく、目立つようなタイトルにすべきである。ニールが BBC について触れていたが、以前はレポーター、カメラ、照明係とか多くの人が取材に来ていたが、今では一人ですべてをこなすため、時間がないので情報のタイトルだけざっと見るのである。



発表資料 (PDF) をダウンロード <https://groups.oist.jp/ja/cpr/iscw2015>

Training Science Writers: The Professional Pipeline in America

米カリフォルニア大学サンタクルーズ校 サイエンスコミュニケーションプログラム 講師 ロブ・イリオン

講演内容

1999年2月ニューサイエンティストに記事を掲載し、その後フリーの記者活動をし、ニューサイエンティストの記者となる。アメリカでどのようにサイエンスジャーナリストを育成しているかについて話したいと思う。サイエンスライターの役割が、アメリカの大学や研究機関でどのように機能しているか、それによって一般市民がサイエンスをどのように理解するようになるのか、その私たちの役割の重要性について、事例も含めながら話したい。そしてアメリカにおいてどのようにサイエンスライティングのトレーニングが行われてきたかを紹介したい。

サイエンスアウトリーチプログラムにおいてアメリカの大学は中心的な役割を担っている。公立私立問わずサイエンスライターのチームがある。科学者とそのストーリーを書くチームがある。さまざまなメディアで広範囲な分野から素材を集めてきてニュースにする。最近10年間の特徴は、一般市民が大学や研究機関から直接ニュースを得るようになってきている点である。それは個々の機関が専用のWebサイトやFacebook、YouTube、雑誌、広報誌を使って情報を発信しているからである。それらを集めたものがScience Dailyに掲載されている。最近、アメリカでもヨーロッパでもライター自身が以前は科学者であった場合が多い。科学を研究する側から、解釈して発信する

側になった者たちである。私もその一人である。私の育成プログラムでは、元科学者に対してメディアというものがどう機能しているのか、広報とは何かを教えている。正確に詳しく、しかも格好よく記事を書くにはどうすればよいかを教えている。国際的に活躍してほしいので、そのための教育も行っている。

マサチューセッツ工科大学(MIT)に在学中、科学の研究以外にジャーナリズムの勉強もしており、キャンパス内の広報誌の記者をした。どちらも興味があり、組み合わせてみたらどうなるかと考え、27年前、育成プログラムに参加した。

その後、カリフォルニア州立大サンタクルーズ校で初めてのサイエンスライターとして雇われた。主にサイエンスで9年間天文学のライターをしたのち、2006年にサンタクルーズ校のサイエンスコミュニケーションプログラムのディレクターに就任した。

私が共著で2000年に米国科学アカデミーに書いた物理の法則についての記事、数年前のナショナルジオグラフィック誌に太陽系の歴史についてのカバーストーリー、NASAのニューホライズン計画に合わせて冥王星を取り上げ、Slate.comというニュースのサイトに掲載したエッセイを紹介する。最後のエッセイは一般の人にも楽しめる、皆が興味を持っているものにした。

米国でのサイエンスライティングの変遷

について。1950～1970年は、科学や医療分野のニュースを扱った記者は専門知識のない普通の記者であった。ジャーナリズムや文学は専攻していたが、科学のトレーニングは受けていなかった。1970～1980年代になり、扱う記事の内容が複雑で専門的になり普通の記者では困難になってきた。精度の高い、正確な記事を書く記者のニーズが高まり、メディアの中でもサイエンスがよく取り上げられ、科学雑誌も多数創刊された。この時代はサイエンスマガジンの黄金時代と呼ばれ、新聞の中でも科学記事は人気があった。ピーク時では、1週間の記事のうち100の記事が科学関連であった。

科学専門の記者の需要も高まり、キャリアとしても成立するようになった。編集社は、科学の知識がある記者を求めるようになった。今日のアメリカでは、米国科学著述協会(NASW)があり、加盟者数は2500人である。その数はまだ多くはない。それ以外の専門分野に環境ジャーナリスト協会、医療ジャーナリスト協会もある。この傾向の中、現在は科学の学位だけでなく、修士号や博士号を持つ記者を採用したがつている。

ブログやオンラインニュースの出現で過去にはなかった職業が生まれ、と同時に人気がなくなっている職業もある。以前は新聞社で働いていた記者が、オンラインニュースのメディアに採用されるようになってきている。大学や医学部、連邦政府の研究所や機関などでも内部のライターを持つようになってきている。このように、サイエンスライターの40%～50%は教育機関などで仕事をしている。

必ずしもメディアではない。博物館、水

族館なども広報を重要視し、科学広報担当者を採用している。一般向けの出版社もサイエンスライターを求めている。勿論、フリーランスのライターも存在している。

アメリカの大学でのサイエンスライター育成プログラムについて。毎年約100名が生まれている。

サンタクルーズ校では、1年のプログラムでブートキャンプのようにハードである。科学あるいは技術の学位を持っていること、そしてリサーチ経験があることが条件である。平均年齢は約30歳で毎年約10名が学ぶ。そのうち75%が女性である。教授陣はプロのジャーナリストたちであり、生徒達は実際の経験者から学ぶことができる。インターンシップ制度があり、地元や出張先で、編集者たちと実際の記事を書いてもらう。

今年で34年目であり、現在プロのうちの約300名のコミュニケーターがサンタクルーズ校の卒業生である。

サイエンスの知識があることは有利である。科学の仕組みを理解しているのだから、読者がどのような記事を欲しているのかがわかり、正確な記事を書いて読者に伝えることができる。また、原文も読め、理解し分析して記事を探することができる。そして重要なことは、元科学者は品格を持って記事を書くことができる点である。

サイエンスライターは、科学の発見をアピールすることができ、一般人の科学への理解を深めることができる素晴らしい仕事である。ライターになった後、科学者に戻るのは5%以下である。

質疑応答

参加者より質問

科学の知識を持っていることが重要ということであるが、その背景がない人は？
また異なった専攻出身の人の活用方法は？

るのは難しい。育成プログラムの中で、何でもよいので科学に関する記事を書かせる授業があるので難しい。また、研究者の専門知識を解釈して、一般に理解できるように記事を書くにはどうしても科学的な知識が必要である。

ロブ・イリオンより回答

科学を全く勉強したことがない人に教え



発表資料 (PDF) をダウンロード <https://groups.oist.jp/ja/cpr/iscw2015>

なぜ国際科学広報をするのか

モデレーター 自然科学研究機構 (NINS) 特任教授 小泉 周

講演内容:

1) 各パネリストの紹介。

大学が今直面している問題は国際化であり、それがなぜ必要か考えないと大学も資金が段々減っているため資金を出してもらえない。

2) 国際科学広報の目的は、国際的な大学に対する評価を高めランキングの位置を上げる(国際広報の主な目的)、国際協力の促進、海外の研究者や学生のリクルート、Altmetricsである。Altmetrics とは、論文引用指数だけではない研究評価の指標。ソーシャルメディアにどれくらい記事が出たかということであり、即時性がありメディアと連動している。ソーシャルメディアにおける露出の量と後々の文献引用の量には相関性があり、メディアに出れば出るほど引用されやすいので、Altmetrics も重要である。

3) JACST と科学技術振興機構 (JST) による大学関係者へのアンケートの結果、研究機関の半数の人が国際プレスリリース、英語による情報発信が問題と認識しているが、科学コミュニケーション促進のためには、組織的なサポート体制の強化が重要である。

4) 私たち自然科学研究機構は大学研究力強化ネットワークに携わっており、25 の大学が参加している。例えば EurekAlert! のジャパニーズポータ

ルを AAAS とともに作りプレスリリースを出しており、プレスリリース配信のマシーナリーを共同で使用している。ニールさんも話された AlphaGalileo や ResearchSEA などと一緒に使用しているとよいと考えている。これは Web ベースであり、日本には排他的で閉鎖的である伝統的な記者クラブというものがあり、特定の記者クラブだけにプレスリリースを出すのでよろしくというようなことがある。そうではなく、このような Web ベースのプレスリリースサイトは、これらを使うとサイエンスライターと直接コミュニケーションをとることができるので重要である。

・マルチメディアを使うのも重要であり、今回のように JACST で広報のノウハウを共有するのも大事であるため、岡田会長の下で皆で頑張っているところだ。

■パネリスト

東京大学における研究成果の国際広報

東京大学 本部広報室 ユアン・マッカイ

講演内容:

1) 大きい大学の立場から、東京大学の国際広報活動を紹介するため、本部広報室のプロジェクト「UTokyo Research」の Web 上の活動について主に Research News のコンテンツ作成

方法を話したい。

2) 東京大学は「世界を担う知の拠点」「グローバルキャンパスの形成」を目標として掲げているため、海外での知名度を上げる必要があり、これが UTokyo Research のミッションである。

- ・限られた予算の中で、各大学院・研究所と本部において Win-Win の仕組み、人事異動にも強い仕組みを作る必要があった。2010 年当時は、東京大学としては英語で研究成果を発信しておらず、RIKEN リサーチなどに使用されていたシステムは経済的に導入が難しい状態だった。そこで学内の広報担当の人材育成やノウハウの蓄積という観点から内製で研究成果を日英で発信することになった。

3) UTokyo Research の Web サイトのコンテンツは、海外大学の研究紹介サイトを調べ、駐日外国人記者のヒアリングをして決定した。編集部が企画立案する「トップダウン」のコンテンツは、Feature Stories が月一回（今二ヶ月に一回、18 本）、Editor's Choice が週一回（今は二ヶ月に一回、45 掲載）の二つと、研究者から頂く「ボトムアップ」のコンテンツである Research News（353 掲載）という計三種類である。

- ・画面はリキッドレイアウトで最先端であることをアピールし、携帯用のサイトも用意して、記事内にメディアが必要とする論文情報等を掲載している。全学サイトのトップページ（日 / 英）にも UTokyo Research のコンテンツは紹介されている。

4) Research News のコンテンツ作成方法は、既にプレスリリース用に学内に構

築されていた本部と各大学院等の広報担当者とのネットワークが重要な基盤になった。これに Research News 用のテンプレート提出を乗せることで各大学院等から本部へコンテンツを届けるルートが確保された。またそのテンプレートと和文リリースのテンプレートが整合するよう調整し、和文プレスリリースの発表概要に相当するセクションを Research News の和文本文として使用できるようにした。その結果、研究者の負担をなるべく減らすことができた。

- ・そして Research News は英語原稿提出を任意としたが、二年前に英語原稿の作成を必須にした。
- ・UTokyo Research 編集部では全てのコンテンツについて研究者自身あるいは外部のライターや翻訳者に協力して頂き、編集は私を含め二名が担当しているが、この二名の日本語ができる英語ネイティブと英語ができる日本語ネイティブのペアの活動が重要である。ネタ探しには学内ネットワークがとても重要であり、いくつかの大学のメンバーと連携を取っている。

5) 主な課題は、予算が非常に限られた二名体制で限界も感じているため、予算・人材をどうして増やしてもらおうかということだ。

6) 成果としては、4 年間の活動を通して毎月の英語一万、日本語二万ページビューのサイトになり、ニューサイエンティスト、ジャパントイムズ、ニューヨークタイムズ、BBC 等に記事が掲載されるようになった。また NHK ワールド、AFP 通信やシンガポールの Channel News Asia のテレビ報道、デンマーク

のラジオ番組等への露出にも繋がっている。またブログや Web のニュースサイトなら、数多くの掲載記事がある。今年から試験的に英語プレスリリースを本部広報室で書き、先生が確認後に

完成させて EurekAlert! から配信しており、現在平均して月一度、英語のプレスリリースを配信しているが、これは UTokyo Research の活動で得た専門知識があったから実現できたことである。



発表資料 (PDF) をダウンロード <https://groups.oist.jp/ja/cpr/iscw2015>

■パネリスト—— Hiroshima University— Enhancing its reputation in the world

広島大学 学術・社会産学連携室

研究企画室 シニア URA 三代川 典史

講演内容:

- 1) 広島大学が国際科学広報を始めたのは昨年 11 月からであり、初心者としての様に試行錯誤しているか他の大学の参考のためにご説明したい。また国際科学広報は重要であり、動き始めることが大事ということを伝えたい。
- 2) 最近文科省からの研究大学強化促進事業 2013 とスーパーグローバル(タイプ A) の二つの助成金を頂いたが、両方とも世界トップ 100 の大学を目指しているため、国際的に大学の評価を高める必要がある。そのために最も大事なものは国際科学広報である。
- ・広島大学の広報活動の目的は、社会への説明責任を果たす、本学の知名度の向上、本学のブランドイメージの確立、コンプライアンスイメージの確立である。また広報戦略は、本学が取り組んでいる教育、研究、医療及び社会貢献等の活動状況を広く学内外に積極的かつ的確、着実に伝達することである。国際科学広報を行うことで国際的評価を高め、外国人研究生や留学生も呼びこみ研究力や教育力アップを図って、世界トップ 100 を目指している。
- 3) 本学は東京から離れておりアクセス上不利ではあるが、Web ベースで広報することには問題が無いため日本の地方大学としては極力 EurekAlert! や

AlphaGalileo などを活用したい。

- ・本学は総合大学であるため、国際広報において人文社会系の研究成果をどうするのが問題である。学術的バックグラウンドのある URA が広報を担当しており、国際研究活動を活発にするのが URA の一つの活動であり、これが国際科学広報に結びついている。
- ・本学の URA のシステムは、戦略やマネジメント、研究拠点の形成の支援、国際研究活動の推進、の三つから構成されており、国際研究活動の推進への取り組みの一つが国際科学コミュニケーションである。そのため広報グループと私たち研究企画室が協働している。URA システムにおける二つの大きなターゲットは、可能性のある研究拠点を育てその拠点をいくつかに絞って支援する、また DP、DR という制度を設けて支援するということだ。また EurekAlert、AlphaGalileo を通じて、研究成果を発表している。まだ発展途上にあるインキュベーションステージの拠点を EurekAlert! や AlphaGalileo を使って世界へ発信していき知名度を上げていきたい。
- 4) 最後に、今の課題は、コンテンツ、つまりこういったニュースリリースの内容を書くか、英語で魅力的な国際広報の記事を書くかということである。URA だけで行うのはかなり負担がかかるため、例えば OIST のインターンシップのようなものを取り入れる必要がある。発信した記事に対する問合せについても、URA、あまり英語ができない研究者や事務方では対応できないため、もう少し人材が必要であり、ニュー

スリリースのためのストーリーの選択については、人文社会系のものをどうやって取り入れていくかという課題がある。また、広報グループと研究企画室 URA がもう少しうまくタッグを組んでやっていけば、良いプレスリリースがより多くできるのではないかと考える。我々はまだ勉強中であるため、OIST や他の国際科学広報が進んでいる組織に、勉強会等を通していろいろと教えて頂きたい。

■パネリスト

基礎生物学研究所における研究成果の海外発信

基礎生物学研究所 広報室特任助教

広報・科学コミュニケーション担当 倉田 智子

講演内容：

- 1) 他のパネリストの皆さんは研究成果の海外発信のご経験が豊かであるが、私たちの機関が国際広報に真面目に取り組み始めたのは昨年の9月からで、まだまだ初心者である。しかし、すでにいきなり、日本における国際広報担当者間のネットワーク形成が重要ではないかと感じさせられた事例にぶつかったので、今回はそれを紹介したい。
- 2) 昨年9月、私共の組織と国内の他機関との共同研究による論文成果が論文になることが決まり、日本語のプレスリリースはその機関と共同で作成を行った。報道解禁日時の直前になって、共同研究機関より「こちらは、独自の英語リリースを出しますと」連絡があり、論文画像をリリースに借用させて欲しいという依頼が届いた。そのリリースは、その機関の研究者のみのコメントが掲載されたものであった。そしてそれを見て、私達も自機関の研究者コメントを含んだ独自のリリースを用意することにした。というのも、この論文の筆頭著者と責任著者が私達の機関の研究者であることから、国際的なリリースに関しても私達には責任があると感じたためである。3番目の著者のために国際リリースを作成できる広報パワーを持つ研究機関があるというのに、自分達が筆頭著者や責任著者のために国際リリースが用意できないとしたら、これは広報担当として大変恥ずかしい事だと強く感じたためである。
- 3) 論文のWEB サイトで公開されている metrics のデータを見ていただきたい。このように、この論文をソースとした二つのリリースの存在が示されている。ここで、冷静になってこの事態を見つめ直してみると、機関がそれぞれの研究者をアピールする特色あるリリースを出すことよりも、二つの機関が合同でもっと良い一つのリリースを出すことの方が実は重要なのではと感じている。但し、日本では共同で英語のリリースを作成する体制が殆どできていない。今後、協働できる体制を構築していくことが重

要である。また、一つの論文を元にした様々なリリースが存在するのと、一つのリリースにまとめるのとでは、どちらが良いのか私には今は判断できないため、国際的に見てどうなのか教えて頂けると有難い。

- ・論文のサイトに metrics データとしてリリースや、どんなふうにニュースになったかまとめて表示されるという最近の傾向は面白いと感じている。広報活動の成果が、論文と共に可視化されるということは私たち広報担当者にとって嬉しいことである。
- ・英語リリースを出すというのは、ハードルが高いことかもしれない。(実際私達もやり始めるまでのハードルは大きかった。)しかし、やってみれば、作成の過程も、その手応えも、やって良かったと思えることが多かった。もし英語による国際リリースが、「本当に効果があるのか」と迷って躊躇している方がおられたら、一回やってみると楽しいということをお伝えしたい。
- 4) 英語と日本語でプレスリリースのスタイルは異なっており、研究内容ばかりの日本語のプレスリリースに比べて、英語リリースは自由度が高く、見栄えの良い写真を用意したり、研究者の楽しい写真や写真を載せたり、研究者の面白いコメントを引き出して入れたり、作っていて楽しく、日本語版には入れる余地の無い遊び心を入れることができるのが広報担当として楽しいと感じている。先ほど UTokyo Research でめだかの研究成果の紹介があったが、例えばこれは私達の組織との共同研究成果であるため、この機会に広報担当者間の繋がり

を作り、その成果と一緒に国際広報するという形ができれば良いと思う。

■パネリスト

理研における2004年からの 拡充期について

高エネルギー加速器研究機構 (KEK) 広報室長
岡田 小枝子

講演内容:

- 1) 最初に JACST について紹介すると、2007 年に何人かの仲間と立ち上げ、昨年私が会長、事務局長を小泉先生という体制になった。現在文科省下の大学や研究機関だけではなく、農水省や経済産業省下の研究機関の人や企業の人もいるので、興味があったら参加して欲しい。メーリングリストによる議論と年に 4、5 回会ってこのようなワークショップを行っている。
- 2) 今日は、前に理研で 8 年間広報を担当していた時の話をしたい。その時の広報のお客様は二種類で、海外の研究者と国内の納税者(科学に興味はあるがニュートンとか新聞の科学記事は読めない人)であった。理研とは理化学研究所のことであり 2017 年に創立 100 周年を迎える老舗の研究機関であり、日本で唯一の自然科学の総合研究機関で日本の代表的な研究機関である。
- 3) 野依理事長は経営方針の中で、見える理研ということで広報に力を入れることを真っ先に掲げられ、理事長目標として「PI の 30% を海外からの研究者に」を掲げて国際広報に力を入れることに決め、2004 年に私が広報担当に就いた。

- 2004 年時点で決まっていたのは「英文広報コンテンツを拡充する」ということであり、決まっていなかったことは英文広報コンテンツ拡充以外の戦略だった。対象範囲は全地域だったため、英語コンテンツで届く範囲を対象とした。
- 目標として「優れた研究成果の紹介を通じて知名度をマックス・プランク研究所並みに上げ、世界でもトップクラスの研究機関であると認識してもらうこと」と決定した。戦術としては、目標は、直接的には研究者であり、間接的にはマスメディアであった。いくつかの調査結果を見ると、マスメディアへの記事掲載が研究活動に及ぼす効果が分かるが、マスメディアでの報道が増えると論文の引用率が増えるとのことであり、国際広報においてマスメディアへの対応をきちんとやっといこうと考えた。
- 戦術は、Web サイトコンテンツの拡充、出版物の発行、プレスリリースの作成と配信、メディア対応や科学イベント等の利用である。
- Web サイトコンテンツについては、英文のプレスリリースは和文のプレスリリースを翻訳し後追いで解禁後に掲載していたが、RIKEN RESEARCH の作成が私のトッププライオリティーの仕事になった。この特色というと、2006 年に立ち上げ、海外出版社（ネイチャー）に制作を外注し、Web サイトへの記事掲載が先行、一カ月に一回、Web サイトの記事を集めて編集し冊子体を作成するというのである。
- 宣伝としては、メールアラートや科学イベント等で登録を募ったりしたが、刊行物としてアニュアルレポートやミニパンフレットも作り始めた。英文プレスリリースを作る体制も整え、2007 年より和文プレス英訳ではなく、海外のプレスの好みに合わせ論文からネイティブライターによる書き起こしを始めた。2009 年から ResearchSEA に依頼して Web サイトに掲載してもらったが、日本には英文プレスを作る体力のある組織が無いためそのサービスの開始を勧めたところ、ResearchSEA がサービスを開始した。
- 制作体制としては、東京在住の所外の英語ネイティブフリーランスエディターをコアに、三人の外人ライターを加えた執筆チームを組織し、論文から書き起こしてもらった。2009 年度からのことは、明日理研の私の後継者からお話するが、所内にライターを抱える体制になった。
- メディア対応については、英文プレスリリースを作成後は Web サイトに貼るだけでなく、ジャーナリストに積極的に接触して記事を書いてもらった。科学イベントへの参加については、明日お話ししたい。



発表資料 (PDF) をダウンロード <https://groups.oist.jp/ja/cpr/iscw2015>

ディスカッション(前半)

司 会：OIST 森田 洋平
 モデレーター：NINS 小泉 周
 記 録 係：OIST 名取 薫

小泉 周よりコメントと質問

パネリストの話をまとめると、何のために国際広報をやらなければいけないのかについて、国際的評価、ブランディングという話もあった。また日本の大学が受ける評価はその実力よりも低いのではないだろうかということがあったが、それはやはり露出度が少ないからというのもあると思う。また、Altmetrics への対応も含めて研究者がきちんとサービスを受けるための広報をやらなければいけない。理研という世界的なブランドを作るといった話もあったが、ここで、何のためにという観点から言い忘れたことは無い。

岡田 小枝子より回答

私がいた理研の本部の広報はセンターと性格が異なっており、センターには例えば去年 STAP 細胞で有名になってしまった理研 CDB というのがあり、そこはもっと発生学のコミュニティに直結する国際広報を目的としていた。しかし本部の広報は違う立ち位置でニューヨークタイムズとかガーディアンとかエコノミストを狙うということで、棲み分けをしてきた。

小泉 周より質問

その辺は、UTokyoResearch での本部と学部・研究科との関係に近いと思う。他に大学として、考えられる目的は無い。

今羽右左 デイヴィッド 甫より回答

凄く大ざっぱだが、学内の職員と教員にもっと視野を広げて欲しい。いつもの記者クラブへ行き、いつもの話をするだけでなく、もっといろいろな交流が海を渡ってできるということを理解して欲しい(つまり意識改革)。

小泉 周より質問

具体的な目標を持っている大学があれば、話して欲しい。

三代川 典史より回答

先ほど述べたように、広島大学では広報のバックグラウンドを持っていない URA が書いたものを先生に見てもらい相談しながら作成している状況だ。英語の広報のノウハウを分かっている URA がいないため先生の方が強く、先生からこれはこうして欲しいと言われると、これは英語ではこうは言わないと思っても説得するだけの知識と説得力が無く、そこが問題だ。国際広報としての URA を採用すれば非常に大きな戦力となる。一方、そうではない URA がリリース記事を書くために先生に会いに行くことは、コミュニケーションを通して、その先生の研究をより理解する良い機会にもなっているかと思う。ただ英語での広報を URA がもっと学ぶ必要があり、国際広報を知っている人がサポートするかそのチームに入ってくれたらもっと良いものができるのではない

いだろうか。

小泉 周より質問

やはり組織的にどのように国際科学広報をやっていくかという点で、単にオフィサーではなく URA が入ることで強化できるのではないかということだと思う。東大も、マッカイさんなどが加わることで Win-Win になってきたと言えるか。

ユアン・マッカイより回答

高い質の研究紹介記事等を準備するに当たって、私たち二人の内、一人が日本語ネイティブで英語が流暢、もう一人が英語ネイティブで日本語が流暢と、チームとして働いていることが、非常に重要であり、それにならって別の発信の時に同じような体制を作るという例が本部内にもある。何のためにこのような活動をしているかについては広島大学も同じだと思うが、東大は「世界を担う知の拠点」と言っており、日本の大学というより世界の大学の一つという意識を持って日本だけでなく世界に還元し研究成果を届ける義務があるという見方もできる。

小泉 周よりコメント

何のためにという点で、日本の納税者だけに還元するのではなく世界中の人へ知の拠点として研究結果をきちんとシェアしていく意味での社会還元をしていかなければということだと思う。

ジェンズ・ウィルキンソンより質問

Altmetrics についてお聞きしたい。広報担当者として、私たちがやっていることが文献引用を増やすならとても良いことでそう

信じたいが、関連性はあっても因果関係はないというようなこともあるのではないだろうか。すでに取り上げられているものが引用されそうだったというケースもあるのではないか。

小泉 周より回答

確かに相関関係はあっても因果関係ではないという可能性は、勿論十分あると思う。Facebook に掲載されたから引用が増えたのではなく、実は関連性があるというだけというのは気を付けなければならない。

ネイチャー・パブリッシング・グループ トミー・イムより質問

UTokyo Research と RIKEN RESEARCH という違うプラットフォームが先ほど示されたが、各研究機関でプレスリリースを出すときは、もともとプレスリリースを作成するのか。

ユアン・マッカイより回答

私のところでは、もともとプレスリリースを出すということではなく、コンテンツはどういうリリースを出すか選択できるということが大事だ。その結果、大学内で技術が蓄積できるということだ。去年は、英語のリリースができるというスキルが向上した。今後は、両方のフォーマットが活用できるのではないかと考えている。

岡田 小枝子より回答

理研でプレスリリースを出していたのだが、どういうプレスリリースを出すかについては、慎重になるべきだと思う。理研の研究に関する記事は短めで大体 800 文字くらいであり、プレスリリースは例えば 400 文字に集約して出していた。まずプレスリリー

スを出していた。

大須賀 壮の回答

理研は最近プレスリリースを再度重点化し始めた。きちんとプレスリリースすると非常に大きな反響があるという成功例がいくつか出てきた。私たちが今求めているのは、人材獲得と共同研究の推進だが、日本に来るのを反対されていた学生に、親が新聞記事を見てオーケーを出したという事例があった。きちんとプレスリリースすることで理研のブランディングや評価を上げていくことが、若手研究者と学生の獲得に繋がるということが判明した。また今理研で進めているのが、海外の研究機関との共同研究または現地での連携研究の推進であり、これは現地の政府の後押しを受けなければなかなか実現しないフレームで、現地での一般紙や新聞の取り上げ方が非常に有意義に働いてくる。そのためプレスリリースをもう一度しっかりやってみようというのが我々の傾向だ。

岡田 小枝子よりコメント

私の時代もプレスリリースをちゃんとやっていたのだが、どのように改善されたか明日詳しくお聞きしたい。

ジェンズ・ウィルキンソンよりコメント

基本的に皆さん正しいことを言っていると思う。私たちの RIKEN RESEARCH は非常に見栄えの良い雑誌であり、プレスリリースも大事だが見栄えの良いものをこれが私たちの研究だと気軽に渡せるものがあるのも良いことだと思う。

Research SEA

マギー・ポーカーよりコメントと質問

マトリックスについてコメントすると、私たちはプレスリリースを書いて配信するのだが、プレスリリースが出た後には反響があり、4 か月ほどすると少なくなってきたりまた出すと反響が増えてくるものだ。メディアの場合、最初に英語で出すとわっと飛びつく傾向があると思う。出したプレスリリースがどこでアップされているのかモニターする必要があると思うが、モニターはしているか。どこで誰がそのプレスリリースを見ているのかということだ。いろいろな対象があるが、例えばヤフーニュースで掲載されたなら何百万人がそれを見たのかということを研究者にフィードバックすることができると思う。

小泉 周よりコメントと質問

モニタリング、プレスリリースの効果の評価のことだと思うが、それは明日話し合う予定だ。例えば、マッカーさん、UTokyoResearch では評価はしているか。

ユアン・マッカーより回答

どの UTokyo Research 記事があったかなど、詳細ではないが少し評価はやっており、毎月レポートを出している。英語のプレスリリースの場合、どんなメディアに取り上げられたかフォローアップをして、研究者へフィードバックしている。しかしこれをちゃんとやるのはタフな仕事であるため、まだ満足できているわけではない。またメディアに取り上げられなかったこともあるため、それをフィードバックするのは気が引けるものだ。とにかくこの分野を、もっと改善したい。

ヴァレリー・ジェイミーソンよりコメントと質問

モニタリングとして、非常にシンプルな方

法があるということを付け加えたい。プレスリリースを増やすために、例えばイースーグラフなどを使うのはどうだろうか。

ユアン・マッカイより回答

確かに、グーグルアラートなどもプレスリリースに活用している。

小泉 周よりコメントと質問

国際科学広報の目的に話を戻すと、先ほど理研の方が触れていて面白いと思ったのだが、海外の人をリクルートする時に海外の新聞に理研が取り上げられ、その親に理研が怪しい組織ではないと知ってもらおうということではないだろうか。現地のメディアに出るのが、重要ということだ。平松さん、アルマの広報のため、チリで国立天文台や自然科学研究機構の名前が現地で出て知られることが、国立天文台のアルマの広報として重要なのか。

平松 正顕より回答

明日お話をするが、国立天文台はアルマ望遠鏡（ALMA）というプロジェクトを世界21か国と一緒にやっており、この広報がどれくらい役に立ったかは分からないが、研究者やポストクの公募を出すときに応募の半分が海外からになった。これは研究者の中で、ALMAというプロジェクトがあって、それに日本が係っており、そこで研究することがキャリアパスにとってプラスであると認識してもらえるようになったということはあると思う。ただこれがプレスリリースなど国立天文台初の広報の効果か、広報とは関係なく凄い性能の望遠鏡があるということと自体が効いているのかは分からない。

森田 洋平よりコメントと質問

今回多くの人に集まって頂き非常に嬉しく思う。いろいろな方に意見を伺いところだが、日本学術振興会のWPIのプログラムディレクターである黒木先生に、WPIの観点から国際的な認知度の向上とか、何が大事かについてご意見を伺いたい。

日本学術振興会（JSPS）黒木 登志夫より回答

WPIは各拠点にアウトリーチの担当者を置き、今回もその殆どがこちらへ来ている。勉強し非常に一生懸命やっており認知度も非常に高くなっている。例えば外国人が50%以上になっており、若い人についてもポストクの80%以上を外国人が占めているが、これは各拠点が行っている広報活動によると思っている。それから若い研究者のブログの発信が非常に重要であると、聞いている。例えば研究者が日本に来る時に、日本での生活がよく分からないという場合、皆のブログに日本での生活の悪い所も良い所も正直に出ているため、そこで情報を得て安心して来日するということがある。多分OISTでもそのようなブログが随分出ていると思うが、そういう情報の発信がもの凄く大事だと思っている。

小泉 周よりコメントと質問

今の時代ソーシャルメディアを通じてパーソナルな情報発信はいろいろ広がるため、そこでの評判も重要ということかと思う。パネリストの中で、何のためということについて付け加えたいことは無いか。三代川先生、倉田さんはどうか。

倉田 智子より回答

研究者が各広報機関の差に影響を受けるのは、本当に申し訳ないと実感しており、日本のレベルを皆で上げていきたい。

三代川 典史より回答

さきほど UTokyo など Web に関する話題が出たが、広島大学でも広報グループと協力し Web 上の発信もしたいが、それは全学的な動きのためすぐには実施できない。そのような状況で国際広報をやっていかなければならない時に、EurekAlert!、AlphaGalileo などは非常にハンディーである。例えばそれらに一本出すと数時間で数千件の閲覧があり、今まで研究成果についての全学的な国際広報の発信は実質上ゼロだったのが、1になり、2になり、3になったとか目に見えるものがあるため、EurekAlert!、AlphaGalileo はとっつきやすく目に見え非常に良いと思う。

小泉 周よりコメント

例えば各大学が RIKEN RESEARCH みたいな物を作るのは、お金の問題などあり難しく現実的ではない。手前味噌だが EurekAlert! の日本語ポータルサイトができているため、皆で一個のサイトを使用して盛り上げていくのも一つの手だと思う。プレスリリースを送ってくれば、そこに載るといように。EurekAlert! の日本語ポータルサイトはそういう目的で、AAAS のホルスターさんと作ったという経緯がある。何か他には無いか。

大阪大学 伊藤雄一よりコメントと質問

皆さんの話は非常に面白いが、プレスリリースの観点ではなく、Web を作るときのターゲットをどうするかという問題だと思う。

本学ではターゲットを海外からの学部の留学生、大学院の留学生、ポスドク、海外の研究者、記者と五つに分けているのだが、使い分けが非常に難しい。今リサーチ系の研究のサイトを作っているが、ある先生からレベルが低すぎる、もっと論文をガンガン出すべきだという意見もあれば、ある先生からはそんなことをやると海外の学部希望者である高校生には響かないという意見もありいろいろな意見がある。その点について、各機関の皆さんに伺いたい。

小泉 周より質問

何のためにということについて、それではターゲットはどこなのかという議論が必ず必要ということだと思う。ターゲットのことで、まず岡田さんから理研について伺いたい。

岡田 小枝子より回答と質問

プレスリリースはメディア向けであり、RIKEN RESEARCH はメディアも若手を含む研究クラスも見る。しかし先ほどお見せした RIKEN の Web サイトの下方に、（今はあるか分からないが）Life at RIKEN というサイトがあって、それには理研での生活について書いてあった。そのようなサイトを別に作り、埼玉の和光での生活について情報が載っていた。また研究担当理事の希望でリポジトリのようなものを作成し、論文を全部さらって入れておくサイトも作った。しかし残念ながら自前でさうことができず、トムソンロイターのデータをそのまま引っ張ってくるということをしていた。その様にやはり階層に分けた構成にしていた。基生研はどうか。

倉田 智子より回答

うちは生物学であり比較的狭い分野の研究機関であるため大学院生は専門家扱いであり、本体を見てもらえば十分という意識が強い。そのためプレスリリース等は、もっと一般の方や記者の方に向けて発信するという位置づけになっている。しかしこれは本研究機関が狭い分野をサポートしているという特徴により、広く学生に向けてと言う視点が無いためそれでも良いと思っている。

小泉 周より質問

これは重要な議論であるため、広島大学と東京大学のご意見を聞いてから休憩時間を取りたい。

三代川 典史より回答

広島大学はまだEurekAlert!やAlphaGalileoを中心に使ってプレスリリースをやっているのですが、私自身は一般やマスメディアなどをあいまいに想定しており、ターゲットをよく考えて戦略的に書くというところまで考えることができていない。その場合記事自体が漠然としてうまく伝わらないと思うので、今後考えて行かなければならないと思っている。

ユアン・マッカイより回答

東京大学では、プレスリリースは勿論メディアをターゲットにして出している。UTokyo Researchはもともとスタートした時に、外国人研究者と留学生を意識して考えていたのだが、事実上は今のターゲットは海外メディアが中心である。しかし留学生を考慮しての情報発信も重要であるため、留学生を意識して全学のWebサイトを、三週間前に改良して構築した。

岡田 小枝子よりコメント

プレスリリースは、解禁までに出さなければと凄く気がせいて書くのが大半だと思うが、RIKEN RESEARCHのように解禁後にゆっくり書くストーリーでもEurekAlert!とかは受け付けてくれるし、非常に効果がある。私は海外の研究機関の所長から直接ファンレターをもらい、RIKEN RESEARCHは非常に面白いとのことだった。またKEKでも研究者の机の上にRIKEN RESEARCHが置いてあり、楽しみに読んでいたとのことだった。そのため、解禁前のプレスリリースに拘らずにハイライト記事などに絞って出していくのも良いのではないかと。

ユアン・マッカイより回答

先ほど倉田さんが言われたように、協力して一緒に情報を出さなければならぬことがあり、AAASの年会に参加した時に、いくつかの海外の大学と相談をして、例えば共同プレスリリースがある時に私たちは日本で作成し海外の大学は英語で作成するという連携を図れば私たちにとっても英語のリリースが増えるという話をした。二つの機関から英語のリリースがあるのをメディアはあまり好まないため、だぶらないようにするということだ。国内でもそのような協力体制を作ることができたら、凄く良いと思う。

小泉 周よりコメント

とても良くまとめて頂いたと思う。伊藤先生のご質問は非常に重要なポイントであるため、この後の議論でも話し合いたい。

参考：資料 1. パネルディスカッション「なぜ国際科学広報をするのか」要約文
：資料 2. 主なサイエンスイベント比較表



発表資料 (PDF) をダウンロード <https://groups.oist.jp/ja/cpr/iscw2015>

ディスカッション(後半)

司 会：OIST 森田 洋平
モデレーター：NINS 小泉 周
記 録 係：OIST 名取 薫

国際科学広報に関するワークショップ 2015 の第1回ということで、今後も第2回、第3回と続いていくことを望む。そこでこのワークショップの成果物をまとめたい。A4 サイズ1枚に、皆さんの合意のもとで国際科学広報の提言を作成する。まず目標を設定し皆で共通の戦略を持つ。その戦略を実現するためのリコメンデーションを最後に記入する。このゴール、ストラテジー、リコメンデーションの3つが書かれた成果物を明日作成する。今日はその準備段階として、ディスカッションする。まずは、今日を振り返って副学長のニール・コルダーより。

ニール・コルダーよりコメント

まず、日本の広報担当の方々が一堂に会したことはすばらしい。明日の終了までに成果を出したい。

第2回目以降に続く進捗が見られることを期待する。何を文章に盛り込むか、現状を改善するためには何が必要かを書き出し、それを大学や、研究機関の長に提案していきたい。今朝のロブさんの話の中にあった、大学発の情報が Web サイトに載り、そしてメディアに伝わるというのは興味深い。日本は教育を受けたサイエンスライターが少ないので、この点はまず改善していくべきである。これにより日本の大学は恩恵を受けるはずである。また、実践的な育成プログラムがあることを知った。また、ヴァレリーさ

んの偏頭痛の話で、Facebook などのツールを使うことの有効性を認識した。皆もクリエイティブに、広報に新しいメディアを活用することを考えてもらいたい。それから私の 20 年の経験から、インターンシップ制度を勧めたい。将来を担う若い人達を、長期的な投資と考えて、大学でインターンとして受け入れられたらと思う。これも提言の中に盛り込んでいけたらと思う。

もう一つは科学広報担当者によるコミュニティづくりを提案したい。日本だけに限ったことではないが、大学はそれぞれ別々に機能していて、他の機関と情報や研究を共有する機会が少ない。また大学の広報担当はもっと外に出て、科学者と話をし、友人になるべきである。E メールばかりはよくない。

ロブ・イリオンよりコメント

大学にはこの5年以内にネットワークを作してほしい。それに加えて広報担当は、国際会議に出て、研究者やレポーターと話をし、大学の存在感を高めてほしい。パンフレットを作り、学外に出て活動するべきである。

ニール・コルダーよりコメント

同意である。外に出てネットワーク作りをしてほしい。またプレスリリースを英語で書くことについて、書くこともだが、研究者に

対してフィードバックをすることが大切。そうすれば、いずれ研究者のほうから記事の依頼が来るようになる。日本では記事を書いてもらうために、記者クラブに行ったりと大変であるが、この現状を変える新システムが必要である。

今羽右左 デイヴィッド 甫よりコメント

京都でも、記者クラブがキャンパスにあり、その運営の仕方、私たちへの期待がある。サイエンスライティングはまず日本語で楽しくわかりやすく書くことから始めるべきであり、興味を持ってもらうことが大切である。それが出来ないうちに、英語で書くことは難しい。まずは、日本語で良いコンテンツを作ることが重要ではないか。

森田 洋平より質問

（国内対応も）非常に重要な議論だが、今回はまず国際科学広報に関する議論でよろしいでしょうか？

今羽右左 デイヴィッド 甫より回答

了解。

森田 洋平より質問

小泉さんが言ったように、日本の大学の状態はそんなに国際化から遠いのですか？そして将来のビジョンは？

小泉 周より回答

各大学でサイエンスライターを確保するのは雇用の条件上、ほぼ不可能だと思う。現実的には広報担当者であったり、URAが担当する。考えられるビジョンは、共有できるリソースは、皆で共有する。

サイエンスライターのグループや

EurekAlert! などは学外で共有するなど。また学内の研究者に国際意識を持たせることなど。

森田 洋平よりコメント

小泉さんののは、対照的なアプローチであるが、皆さんもリコメンデーションを明日までに考えてほしい。

日本学術振興会 (JSPS) 黒木 登志夫より質問

URA の設立の選考に関わったが、かなりの額のお金が22の有名大学に渡った。東大、京大はおそらく30～40名のURAをかかえているはずで、それを広報にどう使うかを大学に考えてほしい。その中からサイエンスライターが養成できればと思う。デイビッドさん、京都大学ではどうですか？

今羽右左 デイヴィッド 甫より回答

あいにくURAの人達や、組織の思いは別のところにある。URAの主たる任務は研究のための外部資金獲得で、広報はあくまで研究支援の一部での扱いになる。広報のためのURAはあまり存在しない。

参加者よりコメント

雇いたくないのではなく、雇えないのだと思う。お金の問題よりも人材が不足している。私たちの会社も毎年ライターを雇いたい毎年1人いるかないかである。そこでオフィスを東京からオーストラリアに移した。そこでは人材を確保することができた。しかし今現在は英語も話せてPh.D.もあり、サイエンスライターの経験がある人はほとんどいないと思う。

参加者より質問

人材を組織の内部に確保するののかという意見が出た時に、予算をどうするのかという話があった。大学では難しいと思う。科研費を利用するのはどうだろうか？ 科研費を得た研究者が、必ず英語で情報提供をするという条件を付ける方法である。そしてサイエンスライターへのアクセスルートを確保するのが大学の予算でというのはどうだろうか？

森田 洋平より回答

私たちが作ろうとしている成果物には何の権限も効力もないが、ここに集まっている皆さんは、現場の第一線で活躍されている方ばかりです。ここでの熱意が日本の現状を変えていくことを期待しています。まとめるのは難しいが皆で共有でき、目標になるもの、そして政府に届くようなものを作りたい。

大須賀 壮よりコメント

日本の科学技術は明らかにレベルが高い。海外からも共同研究のオファーがある。文科省にも話したことがあるが、科学外交と国際科学広報の接点が見えなかった。その点は残念である。プラットフォームの形成とコストダウンの問題をオールジャパンで取り組んでほしい。

森田 洋平より質問

午前にイギリスのニューサイエンティストとアメリカのサイエンスライティングの状況の説明をいただいた。そこでは日本語と英語でのサイエンスライティングの違いの話があったが、それについて何か質問は？

参加者よりコメント

フリーランスのライター三輪です。サイエンスライティングもします。以前は企業内の研究部門にいた、元研究者です。研究者が成果を発信したい場合、各大学において方法が異なり、ある大学では自己完結できないとします。その場合、研究者が国際広報をしたい時に相談できる窓口がない。このような悩みを共有できる仕組みがあると、国際広報は変わっていくと思います。

岡田 小枝子よりコメント

JACST は、互助会機能があり、また、特色のある科学広報官が何人かいて、TV 制作会社に会員が所属する機関の売り込みを可能にするような活動もしている。今日の話聞いて、会員以外にもサービスを広げられるような組織にしていけないといけないと感じた。明日のリコメンデーションに盛り込めたらと思う。具体的に考えていきたい。

倉田 智子よりコメント

日本語の例であるが、プレスリリースの経験のない大学から共同研究でのプレスリリースをお願いされることがある。これは研究者向けのサービスになると感じた。私たちは、英語でのリリースではまだ力不足ではあるが、得意とする他の機関が補っていくかたちで協力していけばよいのではないかと思う。

海外とだけでなく、日本の研究機関どうしでの共同リリースもアピールしていく意味があると思う。

森田 洋平よりコメント

素粒子実験の分野では私とニールさん他

で以前、共同プレスリリースのルールを作って発表したことがある。もともと顔見知りであることが、大いに助けになった。それぞれの得意、不得意分野の役割分担も出来た。

海洋研究開発機構 (JAMSTEC) 長谷部 喜八よりコメント

私は、分野は違いますがレコード会社の宣伝をしたり、広告代理店のメディア向けのプロモーションをしていた経験から、メディア側を知っている人間として、科学をコンテンツとするメディアと研究機関の接点を作ってきた。研究者と親密な人間関係を築くことが大切なのは日本でも海外でも同じだと感じた。共同であっても、最終的には自分たちをアピールしていかななくてはならない。

共同でできる部分とそうでない部分をクリアーにしていかななくてはならないと思う。

ニール・コルダーよりコメント

日本は世界第3位の経済大国である。私のハングリーモンスターの話を思い出してください。海外にもっと日本を知ってもらいましょう。国際科学広報のための共同センターを作っては始めるのです。

大学が協力すれば、コストもそんなに掛けずに変化を起こせます。

小泉 周よりコメント

海外に頼っているだけではいけない。Face to Face のコミュニケーションを。記者クラブの存在も問題である。意識改革と新しい仕組みを作らないといけない。



発表資料 (PDF) をダウンロード <https://groups.oist.jp/ja/cpr/iscw2015>

Hands On 海外広報 大学・研究機関開発 プレスリリースをどうつくるのか？

京都大学 学術研究支援室 (KURA) 今羽右左 デイヴィッド 甫

昨日はハイレベルな話だったが、今日は初歩的な話をする。英文のプレスリリースをどう書くか？自分の経験から話す。6年前から京都大学にいる。日本からの海外へのプレスリリースが、フィードバックされてよいサイクルが生まれることが理想である。どうすればよいのか？英語が必要ではあるが、単に日本語の文章を英語に訳すだけでは効果的ではない。書き方が違う。日本向けのプレスリリースは、基本的に元の学術的な論文が読めないメディアのための論文の和訳である。ということは、文が長く、情報が細かく、図が多く、専門用語が多い。一方、欧米向けのプレスリリースは、考え方から違い、プレスの人達に何かを知らせるよりも、忙しいプレスの人たちが楽にできるように作られている。それは、こちらが書いた文章をそのまま記事にできる状態である。そのまま、新聞やWebサイトに載せることができるもので、記者側の立場になって書かれている。また日本側がない特徴としては、研究者の声が入る点である。ではどのように作ればよいのか？サンタクルーズなどの学校に通うのも一策ではあるが、もっと簡単な方法は、記事の書き方をWeb検索することである。BBCなどの大手サイトなど、初心者用の解説サイトが沢山ある。研究発表向きではないが、かなり参考になる。

京都大学の例を参考に、分析をする。

2012年の研究成果発表でネイチャー・マテリアルに掲載された。もともとは日本語の文章であったものを、私が英文にした。見た目は同じようだが、情報の出し方を詳しく見てみる。組織と関係者の情報は、日本ではまず最初に出る。タイトルにも研究者の名前を出すことが慣例である。英文ではタイトルにも、最初の段落にもそのような情報は入っていない。組織や研究者の名前は、後に書かれている。それ以外に、研究成果と応用についても違いが見える。日本では、成果から書く。英文では応用から書く。社会的に今後どういう意味があるかを知らせることが重要である。応用の部分に紙面を割く理由は、そのあとの研究者の声に繋げていくためである。インタビューの記事が多いが、実際はインタビューをしていない。あらかじめ、こちらで考えて書いた文章に事後承諾をもらっているに過ぎない。インタビューを書くと広報側の出したイメージに先生の位置づけができる。何がしたいか、どこに向かっているかを想像して、広報としてストーリーを作っているのである。これが見せ方である。先生の承諾さえもらえれば、何でもできる。私からの提案は、1. タイトル、2. 図、3. キャプションの順で力を入れて、読者の目、心をつかむ。EurekAlert! でも同じ優先順位がある。人はまず、絵や写真に目が行くものである。

質疑応答

ロブ・イリオンよりコメント

良い記事ではあるが専門的な情報で、複雑で詳細が多い。研究者の声は重要であり、考慮すべき。

ヴァレリー・ジェイミーソンよりコメント

タイトルはいいです。どういう状況でエタノールでワインが水に戻るのか知りたい。写真もよい。

ロブ・イリオンよりコメント

ワインの話は、一般向けでよい。

小泉 周より質問

タイトルは 6 words 以内では？ サブタイトルと逆にしたほうがよかったのでは？

今羽右左 デイヴィッド 甫より回答

確かに。専門用語はタイトルに入れないというのが基本方針であるが、今回は京都大学物質-細胞統合システム拠点 (iCeMS) の方針で入れることになった。

ロブ・イリオンより質問

この記事は日米の記者に受けるかどうかについて、その後の反応を教えてください。

今羽右左 デイヴィッド 甫より回答

EurekAlert! がこの記事リリースしたのだが、配信サービスを利用すると文章がそのままニュースになることが多いので、タイトルの文字をそのまま検索にかけると多くヒットする。そしてどこに掲載されているかがすぐ分かる。このケースでは、科学関係の大きな Web サイトやウォールストリートジャーナルのブログにも取り上げられている

ことが分かったので満足である。確かに、本来ならタイトルには専門用語の使用は避けるべきである。

続いて本文の話をしたいと思う。私のテンプレートは、応用を先に書く、研究者の声を入れるなどである。専門用語をインタビューの“声”の中に入れるのは、読者への配慮からである。“”の部分は読み飛ばしてもよい部分である。また同時に広く内容も伝えることができ、一般にも読みやすくなる。内容によっては難しい場合もあるが、そこは広報の力量を示す場でもある。

次に MIT の記事を分析する。タイトルに組織名が入っているが、MIT はブランド名なので逆にインパクトがあってよい。この文章では結果が先に書いてあり、応用が後に続いている。

参加者より質問

2012 年に掲載された記事ですが、日本語の記事なのに英語も書いてあるのはなぜですか？

今羽右左 デイヴィッド 甫より回答

iCeMS の方針でインパクトを狙ったものです。

参加者よりコメントと質問

日本語でしっかりと論理的に書けていない文章は、英語にするともっとひどくなると思う。私たちは段落の書き方から学ぶべきである。質問は、自分の論文であっても以前の文章を転写してプレスリリースしようとすると、検査ソフトで無効とされるのには、どう対処したらよいのか？

今羽右左 デイヴィッド 甫より回答

日本語の文章ももっと上手に書けるようになるべきであるが、研究者や先生が書いた文章を手直しするのは勇気がいる。がしかし、よりよい広報の文章作成のほうが重要であると思う。コピー&ペーストに関しては、私はせず、一から書くようにしている。

な機関ともネゴシエーションが必要になってくるので、広報の手腕が求められる。自分の職を賭けてでも、対等に渡り合えるようになることが広報の仕事であると思う。質問は、プレスリリースをするときの読者層のイメージは、英文での場合どうなっていますか？

ResearchSEA**マギー・ポーকারよりコメント**

Facebook に見栄えの良いカラーの写真載せるのはいいと思う。多くのジャーナリストも Facebook での見栄えを考慮している。グラフや図が多いものはメディア的にはあまり良くない。

今羽右左 デイヴィッド 甫より回答

だいたいのイメージとしては、科学に興味のある一般読者です。大卒者で、科学のテーマに興味がある人達です。

森田 洋平よりコメントと質問

先生の文章の手直しはやりづらいということだが、それでは広報担当者として失格だと思う。広報担当者の一番重要な仕事は、広報のためにその点を先生とネゴシエーションすることである。先生だけでなく様々

北海道大学の参加者より質問

倫理的な観点からの質問ですが、共同でプレスリリースをした時に主に挙げられる研究者の名前が違う場合、どうなのでしょう？

今羽右左 デイヴィッド 甫より回答

事前交渉段階で、同じ名前でリリースすることに合意しておくべきである。



発表資料 (PDF) をダウンロード <https://groups.oist.jp/ja/cpr/iscw2015>

間接的な広報：メディアや広報誌を通して プレスリリースの発信 EurekaAlert!、AlphaGalileo、 ResearchSEA を使った発信と評価

情報発信側 1

国立天文台の対メディア広報と AlphaGalileo の利用

国立天文台天文情報センター広報室長
平松 正顕

講演内容：

- 1) 広報室長になってまだ四ヶ月ほどのため、まだ完全に使いこなしているわけではないのだが、国立天文台では AlphaGalileo を利用しており、それについて話したい。
- 2) 研究者のバックグラウンドのある者が広報を担当することの重要性については昨日も話があったのだが、「このプレスリリースはちょっと危険ではないか」とか嗅覚を働かせるには科学研究のバックグラウンドがあった方が良いと思う。私は 2011 年頃から広報に携わってきたが、これは日本を含む 21 か国が共同でチリに作った巨大な電波望遠鏡のプロジェクトがあり、国立天文台とヨーロッパ南天天文台、アメリカの国立電波天文台が共同で運用しているため広報活動は自然と国際広報になってくる。ジョイントプレスリリースもたくさんやっている。次のプレスリリースの日程、画像の作り方等についてメーリングリストでやり取りしたり、電話会議で議論したりしている。私はいきなり広報活動に飛び

込んだわけではなく、大学院生の頃からわりとこういう科学コミュニケーションに携わっており、国立天文台がやっている星を見る会のお手伝いを学部生の頃からやっており、学生のサークルも作っていた。2006 年にはサイエンスのデニス・ノーマイルさんから電話で取材を受け記事を掲載して頂いたこともある。

- 3) 国立天文台は自然科学研究機構の一員であり、「宇宙の謎に挑む国立天文台」というビジョンを持っている。また大学共同利用機関法人であるため、国立天文台の研究者が天文学を研究するのも勿論大事だが、世界中の大学の先生や大学院生に望遠鏡を提供し研究で成果を上げてもらうことが一番大事なミッションである。そのため国立天文台の外の研究者との共同リリースが非常に多い。ミッションの 3 番目として「天文に関する成果・情報提供を通じて、社会に資する」というものがあり、科学コミュニケーションや広報活動についてもトップマネジメントの理解も得て、昔から非常に強力に推進している。
- ・国立天文台は日本の各地、またハワイとチリに望遠鏡を持っている。ALMA 望遠鏡は日本、台湾、韓国、カナダ、欧州 14 か国とブラジルとチリという 21 の国と地域が一緒にやっている。また

昨年からはハワイに建設が始まった 30m 望遠鏡 TMT も日本、アメリカ、中国、インド、カナダと国際プロジェクトであるため、自然と広報が国際化している。特に ALMA の場合、アメリカもヨーロッパも入っているため、それぞれのプレスリリースの書き方を学びながら私もプレスリリースを書いている。私は正式なプレスリリースの書き方などメディアトレーニングを受けていないので、ヨーロッパ、アメリカのものを読みながら書き方を学んで書いている。実は研究機関が主語になるような日本の機関が出す典型的なプレスリリースは書いておらず、少し欧米の流儀に近いリリースを日本語でも出している。

- 4) 広報は非常に分厚い体制でやっている。Web サイト更新や講演会の企画の他、国立天文台が各地に持つ大きい望遠鏡の公開や星を見る会を開催している、また、東京の本部にあるプラネタリウムのようなドームシアターを毎月 3 回公開している。また一般の方からの質問電話も受けており、天文学のことなら取りあえずここに聞くという窓口として多くの方に認識して頂いているため、毎日専任の人が 2 名、午前 9 時から午後 6 時までずっと電話番をしている。また国際天文学連合 (IAU) の部門である Office for Astronomy Outreach が国立天文台に設置されており、これは国立天文台のというより世界に向けて IAU の広報をする組織である。これらの活動を企画運営する国立天文台天文情報センターには総勢 40 名弱おり、1994 年頃からどんどん規模を拡大しプレスリリースも始め、いろいろなイベントも行っ

ている。加えて、国立天文台内のさまざまな観測所やプロジェクトにそれぞれ広報担当者がある。広報専任の准教授がいるプロジェクトからパートタイムの職員の広報担当のいる所まで大小様々である。国立天文台の全職員約 550 人の 1 割に当たる 50 人ほどが情報センターを含めて広報に係っている。

- 5) プレスリリースの作り方については、大学共同利用機関であるため、大学の先生、大学院生から良い結果が出たのでプレスリリースを出したいという連絡がまずプロジェクト広報に入り、プロジェクト広報がプレスリリースを書いて研究者とやり取りをしながら画像を作成し天文情報センターに渡す。そして天文情報センターからいろいろな所へ配信するという形になっている。

・今回はメディアを使った間接的なリリースということでソーシャルネットワークの話は触れないのだが、天文情報センターに加え各プロジェクトで Twitter アカウントを持っており、それぞれ情報を出している。また天文情報センターとしても Facebook のアカウントを持っているので、Facebook にも画像付きで投稿している。メディアの投稿先としては、勿論、文部科学記者会には投稿しているが、国立天文台には独自にニュース配信を受けたい人が登録するメーリングリストがあり、これは記者会に入っていないフリーランスの方でも入って頂いている。ここまでは国内のメディアについてである。

- 6) 海外に対しては二つのパスを持っていて、一つがアメリカの天文学会であり、これは無料の配信サービスをやっ

ておりメールベースで画像が貼れないが非常に重宝している。二つ目は、AlphaGalileo であり、そこに投稿している。EurekAlert! には、小泉さんのいる自然科学研究機構を通して投稿できると聞いているが、体制が整い次第利用したいと考えている。

- Twitter については、たとえば ALMA 望遠鏡では日本語と英語のアカウントがあり、天文学の命である画像をつけると多くの人に見てもらえることができる。国立天文台から2月に出したプレスリリースを紹介する画像付き tweet が 300RT、インプレッションが5万であり、これだけでも非常に大きなメディアになっている。

7) 日本語のプレスリリースの書き方については、大体年間10~15件、論文著者とプロジェクト広報で作成したものを天文情報センター広報室で監修しメディアへ投げ込んでいる。大学の場合部局の広報と本部広報があるが、それと同じような形になっている。プレスリリースの書き方は、日本語版も記者以外でも分かり、楽しめるものにするというのが国立天文台の方針である。国立天文台のWebサイトは科学に興味のある人あるいは天文ファンが直接見に来てプレスリリースを読むことが非常に多いので、できるだけ専門用語は噛み砕いて書くようにしている。但し欧米向けの非常に噛み砕いたリリースを日本の記者へ投げてしまうと、情報が足りなくてそこから記者が自分で記事を起こすことができない。そのため日本の記者が自分で噛み砕いて面白いところを抽出し自分の記事にしてもらえよう、欧米向けに

比べるともう少し細かい事実を多く盛り込むようにしている。また研究者のリアルなコメントは日本語版にも入れるようにしており、やはり驚きとかこんな予想外のものが見つかったというようなことは一般の人が読んでも面白いのであった方が良くと思う。それから先ほども述べたが、画像が生命線である。幸いなことに望遠鏡できれいな観測画像が撮れることが多いので、それは必ずカラーで合成して出すことにしている。勿論、観測画像が出てこないようなものもあるが、でもほぼ必ずカラーのイラスト(想像図)、CG、動画を作成している。また研究者の2~3分のインタビューを録ってYouTubeに投稿することもある。オンラインメディアクリッピングとしては、Meltwater1を使っている。これは日本や海外向けのプレスリリースでWebなどに載った記事やブログ、ソーシャルメディアなどから関連する記事を拾ってくれるクリッピングサービスで、国内外のメディアを扱っている。日本の新聞紙面は、また別のクリッピングサービスを使って収集している。

8) 英語のプレスリリースについては、先ほどお伝えしたポリシーで書いた日本語を英訳することになっている。従って典型的な日本語と英語のプレスリリースの真ん中あたりのものができている。完全に欧米向けにカスタマイズしたものを作るのはマンパワー的にできないため、このような形で併用している。ただ原則として日本語と英語で同時にプレスリリースを出すよう心掛けている。国立天文台ハワイ観測所の場合、当初から日本語と英語とは完全に別バージョンで対

象を分けて準備しているが、それ以外の観測所やプロジェクトからのリリースは基本的に日本語から英語への翻訳となっている。天文情報センターには英文エディターができるURAを雇用しているが、アメリカ出身で、東北大で天文学の学位を取った人であり、サイエンスライティングのプロではないが、天文学のプロで英語のネイティブなので、英語の翻訳とか校正をやってもらっている。投稿先はAlphaGalileoとアメリカ天文学会であり、AlphaGalileoは画像1枚付けられるので天文学の成果としては非常に重宝している。

- 9) 効果を測定してプレゼンするのが今回のテーマだったが、これはなかなか難しいと思っている。それはAlphaGalileoとアメリカ天文学会に同時に投げているので、AlphaGalileoの効果が分からないとは言え今年1年間のプレスリリースのオンラインメディア掲載数(Meltwaterでの国内外での掲載数AlphaGalileoの記事のアクセス数、AlphaGalileoから画像をダウンロードした数)のグラフを見ると、AlphaGalileoへのアクセス数とメディア掲載数の相関はよくない。NatureとScienceに掲載されたリリースはAlphaGalileoの閲覧数は非常に多いが、必ずしもメディアにたくさん取り上げられたわけではない。Scienceに掲載された論文でAlphaGalileoに投稿しなかったプレスリリースでも、メディアにとっても多く取り上げられた例は存在する。また国際共同リリースになったALMAの観測成果は、日本からはAlphaGalileoやアメリカ天文学会に投げていないが、アメリカと

ヨーロッパの機関からそれぞれ英語やスペイン語でプレスリリースが出ているので記事の掲載数が多く、国内でも非常に大きく掲載されていた。もう少し中身を見てみると、Natureの掲載論文はAlphaGalileoのアクセス数が非常に多い。それでは何が受けているのかは正直に言ってよく分からないが、二つの大きなものがあった。一つは昨年11月にプレスリリースしてALMA望遠鏡が視力2000(人間の視力1.0の2000倍の解像度)で見た若い星の周りの画像であり、これは国際共同リリースだったため、日本、アメリカ、ヨーロッパ、チリの全部の国で出たため当然載るメディアの数も多かった。またこれまで天文学者でさえ想像図も描かなかったようなものがバッチリ見えたというこの画像のインパクトが非常に大きかったのと思う。それからもう一つは大発見では無かったが、写真が撮れたので掲載したところ大ヒットしたという話題として、地球66個分の大きさの太陽黒点がある。太陽黒点は世界中で観測しているため世界中の望遠鏡がこのような画像を出せるはずなのだが、何故か日本の国立天文台がこれを撮ったというのがもの凄くメディアに出た。タイトルが「地球66個分の巨大黒点」で、こんな巨大な物が身近な天体である太陽にあるということで、身近さと驚きが人気の理由だったのかなと思う。またこれは中国圏で非常に人気があった。こういうものはカオスのようなもので、何かのニュースに1回載るとそこから予想もしないくらいその国のメディアで拡大することがある。インドで非常に多く取り上げられたニュー

スというものもあり、そういったことは理由も分からないし、コントロールもできないため、今後どう生かすかは難しい。AlphaGalileo や Meltwater で掲載の統計をちゃんと見ていれば、何かしらヒントが得られるのかもしれない。

- 10) 国立天文台はプレスリリース以外にもいろいろな広報活動をやっている中で、実はあまり立ち止まって考える時間が無いというのが悩みで、ひたすら走り続けているところである。そのため今回のような機会に少し考える時間が持てたのは有難いことであり、我々は日常的に国際共同プレスリリースをやっているため、その点を皆さんと共有できたら良いと思いお話をさせて頂いた。ALMA のリリースについてはポスターセッションでまたお話をさせて頂きたい。

質疑応答

参加者よりコメント

プレゼンのオンラインメディア掲載件数のグラフについて、折れ線は AlphaGalileo のプレスリリースしか無いのだが、サイエンスとネイチャーもプレスリリースもやっていると思うし影響力があると思うのでできればその件数も書いた方が参考になるのではと思う。このグラフを見ると、やらなければ良かったかのように見えてしまい誤解を招くと思う。

平松 正顕よりコメント

了解した。ネイチャーやサイエンスのプレスリリースでは広報用の画像は勿論出ないが、国立天文台で重視しているのは広報用の画像を如何にきれいに作成するかと

いうことで、それはやはり機関からのプレスリリースに載るのでそこは非常に重視している。

情報発信側 2-1

RIKEN: Japan's Leading Comprehensive Research Institution for the Natural Sciences

理化学研究所 外務・研究調整部研究協力課

課長 大須賀 壮

講演内容 (戦略) :

- 1) 私はもともとテクニカルスタッフでありその後事務職に移ったのだが、課長として一番頭が痛いのが、こういった事業をやる上でどうやって人や予算といったリソースを確保するかということである。昨日岡田さんが理研の立ち上げの時の話をして下さったが、最近一般管理費抑制とか人材に関しても総人件費抑制とかでどんどん予算が削られてきており、岡田さんの時代の3分の2くらいの予算でやらなければならない状況である。私の立場は、何とかして予算と人を確保するという観点で仕事をしているところである。
- 2) 戦略を先ほど話したのだが、ポイントは理研全体の経営の中で如何に国際広報が大事だと言い切るかということで、そうしないとマネージャーとしては予算でお金が取れない。今第三期中期計画ということで5年の計画の中に入り込んでおり、国内外の協力に関する基本方針を三つの柱として立てている。最近頭脳循環というのがキーワードになっているが、一つ目は如何に国内外でリーダーシップをとれる人材を獲得し育てるかということで、これは皆さんと同じだと思う。二

番目は国際的なハブを意識した研究拠点の運営、国内外、理研の内外でやろうというのが大きな目的である。三つ目は理想ではあるが、持続可能な社会のための地球規模の問題への取り組みで、科学による解決が求められ、この点は私たちとしてはくいこんでいかねばならないことである。できればこの三つの方針の下に広報をしていきたい。

- 3) 人の獲得というのが一番重要になってくるのだが、これについては広報とは別にいろいろな取り組みをしてきた。一つは若手の人材に対するサポート制度として主に博士課程の学生に奨学金を与えて理研に来て頂くという国際プログラム・アソシエイト (IPA) と、ポスドクのための「国際特別研究員制度 (FPR)」というシステムがあり、現在は 180 名程度いる。また若手の研究者に代表研究者 (PI) のポジションを出す「国際主幹研究ユニット制度 (IRU)」というシステムがあり、今 3 名ほどが活躍している。その結果、現在 62 ヶ国から 665 名の外国人研究者が活躍している。その割合もアジアが最近では中心になってきたが、全世界からまんべんなく来ている。比率で言うと順調と信じたところで、増えてきたところだ。FPR や IRU という制度を導入したり、給料の問題 (外国とはシステムが異なるため) を少しずつ入れていって比率としては増やしてきた。そして 3 年後には数値目標として 20% と設定されているが、野依理事長は 2030 年までに 30% にするという目標を立てている。しかしこの図のように、グラフが寝てきており、PI の数はなかなか伸びてこない状態で、悩みが深いところだ。制度

を作る以外にも外国から来た研究者やその家族のサポートシステムとか、またなるべく外国水準に合わせようと給料とかもいじってきたが、やはり何らかの形で限界があるのかなと思われ、このあたりは国際広報にかけられてくる視点かと思う。外国人比率を伸ばすための一つの取り組みとして、外国の研究機関とジョイントリサーチセンターというものを設立する方向で話を進めている。これは理研と外国の共同研究先を想定しているが、両者が組んで日本と外国の政府機関からサポートを受けることで日本国内もしくは外国でジョイントリサーチセンターを設立することを考えている。

- 4) これはインドのケースで、インド政府の二つの組織とは 1 年半ほど前に協定を結んだが、ジョイントリサーチセンターをサポートすることが協定に書き込まれている。こういうことを後押しするには、昨日からキーワードに上がってきている「評判」というものが非常に効くものである。インドでは、わりと理研が研究者や政府機関に知られつつあるということを実感している。勿論それは理研の研究者が出す研究成果が一つの後押しになっているが、やはり広報を強めることで評判が上がっていることが後押しの一つの形になっていると思う。ジョイントリサーチセンターは、正直に言うと中身が無いバーチャルな形のものも多いのだが、インド、中国、ドイツとやっており、最近ではブラジルやカナダからもお声がかかる状態になってきて有難いと思っている。

- 5) 次にジェンズさんが具体的にどうやっ

ているかについて話をするが、バージョンアップグレードということをマネージャーとしては意識してやっている。理研は10年くらい前は国際広報のこの字も無かったと思うが、昨日岡田さんが話したように非常に苦労されて作り上げたと思う。システムやインフラを作っている、翻訳ベースだったプレスリリースをオリジナルに書き起こしていく作業をされたのだと思う。RIKEN RESEARCHなど、とにかく英語コンテンツを作っていくのにももの凄く苦労をされ、それが結実したのだと思っている。私が入ってからチームでいろいろと議論した中では、コンテンツをなるべく前面に押し出して世界中と繋げていこうと話した。また英文のコンテンツだけでなく理研全体のWeb自体がコンテンツマネジメントシステムになったということで、かなり簡略化していじれるようになった。それを契機に全体の広報体制をWebとSNS中心に持っていこうという取り組みをしている。それによってFacebookに公式英語サイトを作ったが、これ以外にもいろいろなものを作っていきたいと思っている。

- 6) その後どうするのか、実は我々の課題であり、理研は2017年に100周年を迎えられるかもしれないが、正直言って今何とか世界水準に並んできた意識をすることが多い。先ほどの基本方針の中にもあるが、現場を司るものとしてはパイオニアとしてやっていきたいという思いがある。2005年のトーマス・フリードマンの著書にある“The World is Flat.”を意識すると、個人的考えでは、研究者とパブリックを如何に有意義に

繋げていくかが今後の課題だ。じゃあそのためのツールは何かというと、SNSやFacebookはあるのだが、全く想像できない状態であるため、是非皆さんからアイデアを頂きたいと思っている。

情報発信側 2-2

Getting the Word Out: RIKEN's Experience

理化学研究所 外務・研究調整部 研究協力課
ジェンズ・ウィルキンソン

講演内容(戦術)：

- 1) 昨日ニールさんがメディアは(お腹をすかせた)モンスターだと言っていたが、今日は私たちがどういうふうにメディアへ情報を提供しているかお話をしたい。

いろいろなチャネルがあるが、まずWebサイトがあり、これはメインのものであり、RIKEN RESEARCHという雑誌もあってこれは活字版とインターネット版があるが、これは最初にオンラインに載せてから印刷をする。また、小さい手短に読める冊子、イベントも行い、ソーシャルメディアも使う、そしてプレスリリースもあるが、今日は主にプレスリリースについてお話ししたい。

- 2) 昨年40のプレスリリースがあり、どのように行ったかについて述べるが、まずは成功事例からお話しし、何故成功したかという理由に焦点を当てたい。これは「間違った記憶を植え付けられたマウス」という内容のものだが非常に良い反響があり、大手のBBCやニューヨークタイムズ、CNN、サイエンスなど50件ほど取り上げられた。また他にも大きく取り上げられたのが介護ロボットのロボットベアであり、フランス、ロシ

ア、台湾の雑誌、ディスカバリーニュース、イギリスのタブロイド紙などに載った。AFTというフランスのニュースサービスが掲載し、世界にぱっと広がった。ここで興味深いのが、新聞などこれまでの伝統的メディア、サイエンス、ネイチャーといった名だたる科学誌に掲載されたものではなく、AlphaGalileo もそうだが、会議とか論文で発表したものではないが凄く広がっていった。写真も良いものを使ったので、それも大きな理由かもしれない。

3) それではどのようにプレスリリースを出しているのかについてだが、一つはジャーナリストのリストを持っているので直接彼らに送ることである。ロボットベアの場合は Web サイト向けにやったのだが EurekAlert!、AlphaGalileo、Web サイトで拡散させていく、またソーシャルメディアとしては Facebook Twitter も使った。まずはジャーナリストに直接送るということで、コネを作っておくことが重要だ。様々な会議でジャーナリストの皆さんと名刺交換をし、メーリングリストを作成して直接送るのである。二つ目は EurekAlert! で、これは使いやすく、Web サイトに行きデータをインプットして送るだけだ。デイビットさんもお話しされたが、私の方からもお話ししたい。AlphaGalileo も同様だが EurekAlert! の良い点はプレスリリースがどのように受け取られたか、反響があったか分かるということだ。この画面に解禁日というところがあり、ジャーナリストが解禁日前にプレスリリースを見たもの、また一般の人が見たというものが分かる。ここではジャー

ナリストはたくさん見ているが、一般市民はそんなに見ていない。またこの量子力学に関するものはジャーナリストにはあまり面白くないと思っていたが、普通の人たちの方が見ていたことが分かる。このように結果を見ることができるといことで、何をどんな人が見ているのか分かる。また AlphaGalileo は EurekAlert! とよく似ているが、前者はヨーロッパで強く、後者はアメリカで強い。また Web サイトにも解禁日以降に載せ、CMS システムを使っている。この画面が解禁日に見られるが、ここに「いいね」ボタンがある。Facebook アカウントも持っており、ここにロボットベアの話が載っているが、YouTube にビデオも載せている。Facebook はまだ 2 か月前に始めたばかりのため「いいね」の数は増えていないのだが、数百万くらいに「いいね」が増えるよう願っている。他に Twitter があるが、Web サイトに載れば Twitter を使ってどういうふうに皆がレスポンスをしているかを見ることができる。

4) 課題としては、皆さんも同じかと思うが、私たちの機関の名前を覚えてもらうのはとても大変ということがある。STAP 細胞の不正のスキャンダルがあったため、私が理研と言うと、相手はすぐに分かると言う。しかしロボットベアの話をする、それが理研だとは分からなかったりする。MIT の研究者なら MIT と堂々と載せるとデイビットさんが述べたように、私も理研と堂々と載せたいのだが、なかなか名前を覚えてもらうのは難しいことである。例えば超伝導性などの大きなサイエンスのトピックが

あり、ジャーナリストとコンタクトを取りたい時に、どのようにプレスリリースを利用しようかという話をするかということだ。AlphaGalileo や EurekAlert! では統計を見て Altmetrics、トピックが受け入れられているのか見られる。私は Yahoo や Google で理研と検索をして、どのくらいものが出てくるか状況を見ている。しかしテレビで取り上げられているかということについては、Web で検索しても統計を見ることができない。私たちは4名で理研の本部で広報の仕事をしているが、国際広報室には国内向けの広報活動をする広報室と、国際的な活動をするグローバルコミュニケーションチームがある。このようにたくさんの人と共同で仕事をしている。

質疑応答

ResearchSEA

マギー・ポーカーより質問

解禁についてはどのようにしているのか。

ジェンズ・ウィルキンソンより回答

これはジャーナリスト側の問題だ。海外のメディアに解禁日を破られたことがあり、破られたとの電話を受けたのだが、私たちの問題ではないと思う。ただ他にコメントがあったら、是非伺いたい。

ニール・コルダーより回答

解禁日を破るのも一つの傾向と言える。ところで、先程京都大学の名前が知られていないという謙遜があったが、京都大学であれば理研とか MIT のように非常に誇りを持っていいと思う。

ジェンズ・ウィルキンソンより回答

私が先ほど話した解禁日が破られたという話だが、その中の一人と会議で会った時に「すみません、あれは私です」と言っており、その件でそのジャーナルは職を辞さなければならなかったとも言っていた。

今羽右左 デイヴィッド 甫より質問

理研のブランディングについては、どのようにしているのか。また理研は日本ではよく知られているが、「リケン」と言っても海外では「ライケン」と発音しなければ通じないことがある。

ジェンズ・ウィルキンソンより回答

これは問題だと思う。私は、この理研という名前が好きではなく、最近日本のニュースで理研という名前が出るとトヨタのように会社の名前のように思われてしまう。本当は理研研究所なら良いと思うのだが、私は所長でもなく単なる広報スタッフのため、決めることはできない。

情報発信側 3

沖縄科学技術大学院大学紹介 ～前例のない真に国際的な大学の広報戦略とは～

OIST メディアセクションリーダー 名取 薫

講演内容：

- 1) 私はここにおられる多くの方とは異なり、サイエンスのバックグラウンドがなくコミュニケーションやジャーナリスト畑を歩いてきた。今日は「前例のない真に国際的な大学の広報戦略」というタイトルで話をしたい。
- 2) OIST は沖縄振興策の施策の一つとして、世界の科学技術の発展と、沖縄の自立的発展に寄与することを目的として

設立された。設立のコンセプトは、世界最高水準、学際性、国際性（教員は約15か国から集まっている）、世界的連携、産学連携ということである。研究は学際性を持っており様々な分野があるため、広報も様々な分野をカバーしている。

3) 広報活動は、メディア、Web（公式HP・内部サイト・ソーシャルメディア）、ワークショップ・カンファランス、大学院（学生）リクルート、地域連携のように大きく五つに分けられる。大学のWebサイトは、例えば調達情報と政府関連の情報は日本語でしか存在しないが、その他は全て日英呼応して掲載している。Webサイトの一つの特徴は、ニュースセンターであり、ここに行けば記事、ニュースリリース、写真、ビデオ等が閲覧でき、検索もできるようになっている。広報担当者にはよく、メディアの方とか企業の方から大学の写真を使わせてもらいたいという問い合わせが来ると思うが、我々の場合は写真使用許可依頼を出して頂くことは全く必要無い。自由に写真をダウンロードできるよう、情報公開している。Webサイトに載せた記事、ビデオとかは月に一度電子版ニュースレターとしてリアセンブルし登録している方々へパッケージとして発信している。また国際的な機関の非常に重要なWebを扱ったものとして、コミュニティ構築がある。外国から研究員が家族同伴で来るのだが、本人は研究生活が有意義でも家族にとって沖縄や日本の生活が快適ではない場合、帰ってしまうということがあるため、広報チームの一つの大きな役目として

コミュニティ構築がある。これは内部サイトでありアカウントを持っている人は誰でもアクセスできて、イベント情報や引っ越しによる洗濯機などの販売情報、ペットの情報等も共有している。

4) 実際ここで、OISTのWebサイトを紹介したい。日英呼応しているというのは、上方の言語切り替えができるということで、例えばトップ記事をクリックするとここでビデオや写真を見ることができる。写真はクリックすると拡大し、解像度を開くとダウンロードできる。各ページで言語切り替えできるのでわざわざトップページに戻らなくても良い。これが先ほどお伝えしたニュースセンターであり、このように科学記事がメインとしてあり、過去に紹介した記事が見られるようになっている。例えば写真を使いたい場合、Photoというところへ行くと、このように本学の写真があり、キャプションも付いているので殆どの方がそのまま使用することが多い。

5) このようなWebサイト記事をAlphaGalileoやEurekAlert!に再掲載している。たいがいは昼間のうちに外向けサイトに公開した後、夕方帰宅する前にこのようにのっけておくと、朝出勤した時には大体世界の国々が再掲載しているということがMeltwaterを通じて分かるようになっている。

6) これは本学でアリの研究をしている人物の研究成果だが、先ほど小泉先生の方からタイトルは6ワード以内の方が良いとのことだったが、これは6ワード以内になっている。このように大体1週間のうちに1個、2個と増えていき、1か月も前の記事がどこかで取り上げられ

ることがある。これは TIDA (ティーダ) という内部サイトに情報を集めているため、協力してくれた研究者も時々そこにアクセスすれば、もうこんなに増えていると状況を見ることができる。また学内の人たちもこれを見て、自分も広報へ取り上げてもらい世界のメディアに取り上げてもらえるような研究を頑張ろうと思えるインセンティブになっていると思う。

7) ここでは、いくつかの比較的大きな注目されている研究成果についてご紹介したい。これは台風が沖縄にやって来る時に海の中でどんなことが起きているかということを研究している海洋科学者の研究成果であり、これを EurekAlert! に載せると、右側が私の名前になっており、たいがい一人がこのログインアカウントを持ってやっている。彼女の研究はニューサイエンティストも含めてこのように取り上げられた。これは次世代型太陽電池について研究しているグループだが、これも1週間くらいの間に上げる所が増え、オランダの媒体でも取り上げてくれた。このワークショップでタイムキーパーを務めてくれているインターンのローラさんが書いたこの神経科学に関する研究成果は、このようにメジャーなところにも取り上げられつつ、OIST の Twitter アカウントを通じてリツイートされるというような反響もあった(以下の研究成果紹介事例は省略)。

8) (各インターンの紹介は省略)。インターンシップの期間は6か月間であるが、インターンの方々はフレッシュなマインドを持って来るので、同じような研究成果が同じグループから出ても違う人がそこにアプローチすることで全く違っ

た視点、ライティングスタイルになっていると思う。給与の面で言うと、英語人材確保ということがどの大学や研究機関でも課題だが、インターンの方々は OIST の顔とも言える一番重要な外向きサイトに、低い給与にも拘らず、インターンシップということで、一生懸命やってくれている。また彼らにとってもこれだけの記事を書いたと分厚いポートフォリオを持参することで、誰もが知っているような機関、雑誌社とかのフルタイムポジションが得られると思う。

質疑応答

小泉 周より質問

名取さんだけではなく、平松さん、ジェンズさんにも質問だが、モニタリングはどのように行っているのか。EurekAlert!、AlphaGalileo、ResearchSEA などを使った後にどれだけ引用されたかモニタリングしているか。平松さんは Meltwater を使ってモニタリングしていると思うのだが。

名取 薫より回答

OIST も同じである。

ジェンズ・ウィルキンソンより回答

1年間だけ使ったがやり方が不勉強で、余り正確にはわからなかったため結局使うのを止めた。

名取 薫より回答

私のスライドの中でそれぞれのメディア機関の名前をリストしていたが、Meltwater を使うと朝夕にレポートが届き、それで追っている情報だ。今回メトリクスはお見せしなかったが、EurekAlert! と AlphaGalileo を

使い始めてから私たちの海外のカバレッジはほぼ倍になった。

小泉 周より質問

Meltwater も ResearchSEA もモニタリングをやっていると思うが、中国の新華社通信も Meltwater とかが拾ってくれるのか。それともジェンズさんは、Google でいちいち中国語とかスペイン語とか入れて調べたりしているのか。

ジェンズ・ウィルキンソンより回答

Google はスリムで素晴らしいと思う。Google で RIKEN とか入れたら中国語とか韓国語とか出てきたが、どういう仕組みかは分からない。理研自体の問題もあるのだが、昔は理研ビタミンとかいろいろな会社があり、Melwater を使っていたら理研では

ない RIKEN もヒットしていた。

参加者より質問

ポートフォリオとして OIST の目指しているものを組み合わせているのは素晴らしいと思う。どのように組み合わせるかという分析はどのようにしているか。また誰をターゲットにするとかは誰が決めたのか。

名取 薫より回答

海外メディアは、それこそ大きな所に取り上げられる時は、個人的なコネクションが大事だと感じている。ターゲットは、年度初めにディビジョン全体でミーティングをしてブレインストーミングをし、ステークホルダーが誰であるか分析していくが、知的好奇心の高い一般の方々向けに記事を書くことになっている。



発表資料 (PDF) をダウンロード <https://groups.oist.jp/ja/cpr/iscw2015>

情報受け手側

How Science Covers the News in Japan and Asia

サイエンス 日本・アジア特派員 デニス・ノーマイル

日本およびアジアに関するサイエンスの報道について、どのように科学のストーリーを見つけて取り上げていくのか、またいろいろな機関の広報室とどのようにつき合っているかを話したい。サイエンスは、1880年にはじまり、雑誌媒体は、現在活動中の科学者をターゲットにしている。オンラインニュースでは科学者以外もターゲットにしている。アジアチームのメンバーは北京、上海、インド、東京で構成されていて、特派員たちは現地の言葉で仕事をしている。私は日本語のプレスリリースや新聞も読むので、怪しいニュースがあって日本語だけで書かれていたとしても発見するので、隠すことは無理である。サイエンスオンラインは、一部は有料だが、全体が見られる。Daily News のメニューには2つのタイプのニュースがあり、レポート形式とインサイドストーリー形式である。レポートはその日のものをプレスリリースの5分後に掲載する。その情報は私たちが記事を書くので解禁日前にソースをもらっている。

この例は、私の1年前の記事で、天体のガスの組成についてのものである。イラストもよく、チリにあるALMAのデータを活用した。このトピックを選んだのは、東京大学のリサーチチームが関連している。まずネイチャーに掲載されているものを見つけ、次に東大での解禁前の会見に参加できた。この件は以前にインタビューをしたこと

があったため、記事にすることができた。次の例は、ポリネシア人の航海方法の記事と、ウミガメの彫刻があるカヌーである。

このあと米国科学アカデミー紀要(PNAS)で2つの論文が掲載された。これも解禁日の前に見つけていたし、オーストラリアにコンタクトもあったので、調べた結果記事にする価値があると判断した。7つの記事を書き、そのうちの6つがプレスリリースやネイチャーやEurekAlert!に掲載された。ある時は、大学からコンタクトがあり、そこで情報を得たこともあるが、これは稀なケースと言える。たいていの場合は、プレスリリースが情報源である。外部の専門家に頼るケースが多いと思うが、広報室担当には重要な役割がある。以前につながりのあった人に尋ねたり、論文の最後の部分の引用をみて、そこにコンタクトをとってみる。

もうひとつのインサイドストーリーについては、議論を呼ぶものが多い。ニュースのトップとして出てくるものを科学的な面からみることを心掛けたい。

私が書いた記事のほとんどは、いつも私が見ているニュースから、又はプレスリリースから探している。ほとんどの記事は私が長年気にしているトピックからである。広報室を通さず、学者と直接コンタクトをとって記事を書いたこともある。

特集記事では、ロボットの社交性をとりあげた。良い反響があった。記事にするポ

イントは、どうやったら大手にとりあげてもらえるかを考えることである。

質疑応答

ジェンズ・ウィルキンソンより質問

短い記事を書くときにかかる時間は？

デニス・ノーマイルより回答

ネイチャーやPNASのプレスリリースに関しては約1週間前に連絡が来る。研究者から連絡を受ける場合、解禁日は守るが、事前に連絡がほしいことを伝える。記事を書くスペースを確保するため、エディターを説得する時間が必要なためである。

小泉 周より

情報を得るために、EurekAlert!、AlphaGalileo、ResearchSEAなどは使っていますか？

デニス・ノーマイルより回答

ネイチャーやPNASのプレスリリースに関しては登録記者であるので、解禁日も守る。EurekAlert!、AlphaGalileoにも登録がされている。雑誌によってルールが違う。

参加者より質問

解禁日の規制がある場合の仕事の手順は？

デニス・ノーマイルより回答

まず、プレスリリースがある。そして論文へのリンクがある。ここにジャーナル紙と記者との合意がある。選ばれた者が規制を守るという条件のもと、情報を得る。

ディスカッション

司会：OIST 森田 洋平

本日の午前のセッションに関する質問等ありましたらどうぞ。

小泉 周よりコメント

プレスリリースのスタイルは日本語・英語で違うのは理解した。国際科学広報のために、日本式をやめて全て英語式に変えてしまえばいいと思う。

今羽右左 デイヴィッド 甫より回答

同意である。しかし日本のメディアにとっては物足りなさを感じるかもしれない。若い記者たちは英米スタイルが好きであるし、これからはこの形式で進めていく必要がある。

大阪大学 伊藤 雄一より質問

プレスリリースは古いメディアであり、天文台はTwitterやFacebookを使っている。拡散する方法が重要になってくると同様に、俗に言う炎上も問題になってくると思う。このことを、メディアではなく発信側はどのように考えているか？

ジェンズ・ウィルキンソンより回答

大きな問題ではあるが、科学のジャーナリズムではあまり見ないと思う。

名取 薫より回答

OISTの場合は、内部ルールで誹謗中傷は禁止されているから炎上しにくい。

京都大学の参加者より質問

SNSで公式のアカウントを持っている機

関が多いが、Facebook と Twitter をどのよう
に使い分けているのか？

平松 正顕より回答

軽い話題は Twitter で、それ以外は両方
を使用している。

ジェンズ・ウィルキンソンより回答

使い分けはしていない。

名取 薫より回答

OIST も同じで、区別はない。英語での
返事はネイティブのインターンに任せている
が。

理研の参加者より質問

プレスリリースの内容の長さはどのように
決めているのか？

デニス・ノーマイルより回答

難しいが、スペースの制約がある場合は
それに従う。多くの人にアピールできれば、
短くても問題ない。

参加者より質問

公的資金の問題でもあるが、自分たちの
研究を認めさせるためには？

ヴァレリー・ジェイミーソンより回答

まず、自問してみてください。なぜこれが
面白いのか、誰がこれを読みたいのかとい
うことを。研究者にとっては面白くても、一
般に受け入れられなければ駄目だと思う。

ロブ・イリオンより回答

ヴァレリーと同じく、一般に興味を持た
れるものであること。

参加者より質問

情報の入手はソースが重要であるが、そ
のソースの信用度は？

デニス・ノーマイルより回答

Twitter をフォローしたりする。ある場合
は現地の科学者が情報を送ってくれた。情
報源をいくつか持つことも大切である。



発表資料 (PDF) をダウンロード <https://groups.oist.jp/ja/cpr/iscw2015>

直接的な広報：イベントを通して

高エネルギー加速器研究機構広報室 室長 岡田 小枝子

講演内容：

- 1) ここでは、直接的な国際広報、イベントを通して話をしたい。これまでは日本にいて発信するにはどうしたらよいのか話してきて、殆どの方がそれすらもできてないということであり、そこが最初のステップとして大事ということだ。しかし日本のプレスリリースも作ってそれでオーケーを出すだけでなく、直接的に個人的に出すのが凄く大事だと思う。ここでは、私の経験について紹介したい。
- 2) 昨日お伝えしたように、頭脳循環のために国際広報は大事である。トップが熱い言葉を語っていたら、それを言葉にしてあげるのも広報の役目かと思う。戦術としては、間接的なコミュニケーションには Web サイトコンテンツの拡充、出版物の発行があり、間接的で直接的なコミュニケーションとしてはプレスリリースの作成と配信があり、直接的なコミュニケーションとしては、人の心を直接動かすことによって、モノゴトを動かせるということで、配信先へのメディア対応、科学イベント等の利用がある。
- 3) 科学イベントについては、AAAS の年会についてはたくさんの方が参加されることがあると思うが、これは 120 以上の基調講演、一般講演、セミナーワークショップが並行して開催され、50 以上の国から 8000 人を超える参加登録

があり、世界中のマスメディアから多数のジャーナリストや大学生、ポスドクが参加する。

- 4) 理研の出展については、国内初で 2008 年に AAAS (研究者による NPO) にブース出展したが、私は 2011 年までその出展に係った。2008 年と 2010 年にブース展示、サイエンスセッション、キャリアプログラムに出展した(出展の様子をスライドで紹介)。またヨーロッパの ESOF が年会を隔年で行っており、参加研究者の半数以上が 35 歳以下の若手研究者で 82 ヶ国から 4300 人の参加登録者がおり、ジャーナリストは 400 人以上である。内容は基調講演、セミナー、ワークショップ、産学連携プログラム、ポスドク向けのキャリアプログラム等である。世界科学ジャーナリス会議は、2～3 年おきに世界各地で開催され、世界 50 ヶ国以上から 600 名のジャーナリストが参加しているため、そこへ行けばかなり訴求力がある。2007 年から理研は出展し始めた。

- 5) イベントの企画と運営のポイントは、開催地の研究者やモデレーターを入れるということと、デザイン性の高いチラシや団扇を作ってブースやプレスルーム、当日までの他の会場、当日の会場前での配布である。

- 6) ブース展示やセッションの効果としては、研究者への広報、ジャーナリストと

のコネクション形成、企業家との接触、研究団地への誘致。同業者のネットワーク、現地メディアへの露出がある。科学イベントに出展することで、たとえば理研が発生学ばかりやっているわけではなく、他の研究やいろいろな面白いことをしていることを世界的にも権威のある研究者にアピールすることもできた。

7) 但し、イベント出展の費用は安くはないため元を取るにはどうしたら良いかについては、最大限に外交することであり、いろいろな人と話をして顔を売っていくこと、それが大事だ。

最後に、海外の広報担当者とのネットワークの活用事例をスライドを使って紹介するが、個人的な関係を作るのは大変有益である。

ディスカッション

司会: OIST 名取

小泉 周よりコメント

AAAS への参加について、旅費やスポンサーの費用で 100 万や 200 万円かかると思うが、費用対効果というのは難しいことだと思う。

岡田 小枝子より回答

EurekAlert! も記事になると、1 本くらいと見積もるのかということもあるかと思うが、どんな広報活動も費用対効果の算出は等しく難しいと思う。私も効果をどのように測ったらいいか考えながら進めてきた。ただ、知り合った一人を押すと凄い波及効果があるということで、ある程度の効果があったとは思っている。とにかく漫然と出展してはだめであり、外交のできる PR パーソンを雇うのも手だと思う。

大須賀 壮よりコメント

理研は、予算が削られた為に去年から止めた。

ニール・コルダーよりコメント

小泉さんが参加費を百万と言われたが、例えばサンフランシスコへの航空運賃は 150 ドルくらいで、そんなに高くないと思う。国際プレスとのコンタクトがとれるのだから、やはり行くべきだと思う。

科学技術振興機構 (JST) 小長井 敬介よりコメント

ESOF に参加したが、ESOF も AAAS もコアとなるのはやはりサイエンスセッションであると思う。JST も毎回出展しているが、やはりエキシビションはエキシビションとしは見られない。

岡田 小枝子よりコメント

勿論サイエンスセッションが効果的なら記事にもつながるため効果は高い。しかしそのプロポーザルが通れば良いが、通るとは限らない。日本人はシャイで話しかけることがなかなかできないので、ブースをベースとして持っておくのが良いと思う。

森田 洋平よりコメント

OIST は一昨年のボストンの時に AAAS に参加して、JST とは別に出席した。目的は、優秀な学生のリクルートとワークショップと一緒にやるよう呼びかけることだった。しかしブースに来る人が予想と異なっていたため次の年から出席を止めた。しかしプレスルームへどんどん出かけて行ってコネクションを作るようにしており、名取さんが呼びかけた人が実際インターンに応募してきた。ま

た今年サンノゼでの AAAS での JST のブースで黒木先生に会い、このワークショップの事をお知らせしたところ WPI の各機関に周知して頂き今回の顔ぶれになっている。そのため AAAS は、私にとってはかけがえのない機会になっている。サイエンスセッションに出すのも大事だし、ブースに人を引き込むのも大事である。

岡田 小枝子よりコメント

ジャーナリストが来るように工夫できると、良いと思う。

今羽右左 デイヴィッド 甫よりコメント

私も今年初めて URA として AAAS に参加して、非常に勉強になった。来年のサイエンスセッションに向けて主催できないかなと思い AAAS の本部に相談したところセクションミーティングに参加しロビー活動をするようにとのことだった。実際参加したところ、来年のテーマが国際共同研究ということもあり、私がプレゼンとしたときに是非出すように言われ、仮オーケーが出た。しかしシンポジウムの締め切りが 4 月末であり、研修者を集めてプロポーザルを書き、海外も巻き込むには結構時間がかかるため、今から 1 か月後というところちょっときついと思っている。

岡田 小枝子よりコメント

私たちは英語のハンディーもあるため、同じ共同研究をしている広報担当者の力も借りた方がよい。

海洋研究開発機構 (JAMSTEC) 長谷部 喜八よりコメント

サンフランシスコでのアメリカ地球物理

学連合 (AGU) の学会に何回か参加しているが、広報を目的にブースを出すのはなかなか理解を得られない。研究者には広報マインドを持っている人がなかなかいないので、共同でやったりアゴラへ行くのもありだと思う。

ResearchSEA 角林 元子よりコメントと質問

ESOF や AAAS に参加した時、現地の人にアドバイスを頂き、ジャーナリストを呼び込むためにプレスルームを使ったらと勧められそこでチラシを配ったらどうかと言われた。また ESOF は進化しておりセッションもジョイントでやったりするようだ。ところで岡田さんに質問だが、これまでいろいろなイベントに参加してきて、準備にどれくらい時間をかけたのか、また一番注意すべき大事な点は何か。

岡田 小枝子よりコメント

国際広報体制については、私と派遣職員のひとり、事務職員 0.5 人で、合計 2.5 人体制でやっているが、四隅をおさえればできないことはないと思う。ブース出展については、例えばアメリカの場合出展業者との役割分担がはっきりしているため、勝手に (セットを) 動かしたりしてはいけないとかあって、文化の差はあると思う。また人事戦略と国際広報は直結してくるため人事とかと一緒にやったら良いと思う。

森田 洋平よりコメント

サイエンスアゴラも、ジャーナリストが集まる場に拡張していったら良いと思う。

岡田 小枝子よりコメント

サイエンスアゴラは、最初はサイエンスコミュニケーターがサイエンスコミュニケーションについて話し合う場だった。しかし場所が未来館だったため、私たちが理研の展示を始めたりしたこともあり、研究所広報の場にもなっていったと思う。アゴラについては、AAAS などのように、ノーベル賞受賞者クラスの研究者も呼ぶなどして、研究者も集まる場にしたら良いと思う。

大須賀 壮よりコメント

いろいろ調べた結果、アジア圏の ESOF

や AAAS というものは無いことが分かった。幅広い分野をカバーするものはシンガポールを含めて無いと思う。ただ中国が若干考えているようだ。しかし、是非日本でやって欲しいと思う。

岡田 小枝子よりコメント

多分 OIST でやったら良いと思う。

森田 洋平よりコメント

それでは、OIST を中心に考えていくという事で、このセッションを終了したい。



発表資料 (PDF) をダウンロード <https://groups.oist.jp/ja/cpr/iscw2015>

モデレーター：OIST 森田 洋平
記録係：OIST 名取 薫

今回の最大の成果は、国際科学広報に関心を持っている皆様に集まっていたことです。昨日話した成果物も A4 用紙にまとめていきますが、まずその前に2日間を振り返った感想からお願いします。

岡田 小枝子よりコメント

いろいろな事例が国内でも積み重なっていることを感じたし、問題点もまだ沢山あることがわかった。私たち JACST も、これから中心的な役割ができたかと考えています。

倉田 智子よりコメント

9年前に国内の広報をどうしていくかと考え、チームができた。そして今回、国際広報のことを考えている時にこのような集まりが開催できたことは嬉しい。

小泉 周よりコメント

国際科学広報をやるということは、いろいろな大学がプレッシャーを受けている証拠でもある。

漠然とはじまった会議ではあるが、目的が整理できて、具体的な目標が見えてきそうである。皆さんができることから始められれば良いと思う。

岡田 小枝子よりコメント

物事を動かすのは、人間力、コミュニケーション力である。枠組を作れば良いというものではなく、アグレッシブな国際的交渉

力も大事だと思う。

名取 薫よりコメント

控え目な方でも、先輩方のネットワークや、このようなワークショップを利用することで成果は出せると思う。インターンシップはいい制度だと思う。

森田 洋平よりコメント

昨日のキーワードがここにあります。そして、議論をして、まとめに入りたいと思います。まだ発言をしていない方、ぜひどうぞ。

ディスカッション

東京工業大学 岡村 典よりコメント

広報はトップの意向によって位置付けが違ってくるので、その重要性を理解してもらうことを何らかの形で合意書に入れてほしい。広報はトップの意向を支援することであるから。

総合研究大学院大学 眞山 聡よりコメント

大学のトップと同様に学内の教員の意識改革も最重要である。

たとえ数十年かかってもやっていくべきである。それに対して広報が寄与できることがあればと考えている。

岡田 小枝子よりコメント

トップに頼るだけでなく、上から戦略が示されなければ、下から戦略を作ってトップに持ちかけていくなどのボトムアップの行動

も必要だと思う。

ジェンズ・ウィルキンソンより回答

全体的に、日本には専門部署がなく、総務部が引き受けている。それではキャリアが開発されない。OISTのように、コミュニケーション部を作りPRしていく。

ニール・コルダーよりコメント

学長と強い絆がないと広報は難しい。賢い広報は大学の成功に直結している。体制を変えるのは大変だが、構造改革は必要である。

今羽右左 デイヴィッド 甫より回答

京大では、広報は情報発信部としてしか考えられていない。企業はモノづくりの段

階から広報がかかわっている。広報部は、執行部に何も言えない状態である。

岡田 小枝子よりコメント

国際科学広報にフォーカスして議論をしたほうがよい。国内・国外は分けて問題点を考える。ノウハウの共有は広報の中でやり、リクルートは人事で行うなど。

森田 洋平よりコメント

提案ですが、文章は、私たちオーガナイザーで仕上げて、全員で合意したのち、EメールやWeb その他の方法で参加者の皆さんと共有するのはどうでしょうか？ 日本語の翻訳も付けて公式な合意書とさせていただきたい。



発表資料 (PDF) をダウンロード <https://groups.oist.jp/ja/cpr/iscw2015>

「国際科学広報の目的 なぜ国際科学広報をするのか？」

パネリスト ユアン・マッカイ 特任研究員（東京大学）
三代川 典 史 シニアURA（広島大学）
倉 田 智 子 特任助教（自然科学研究機構基礎生物学研究所）
岡 田 小枝子 広報室長（高エネルギー加速器研究機構）

座 長 小 泉 周 特任教授（自然科学研究機構）

（セッションにおける議論のまとめ）

「日本の大学や研究機関における国際科学広報の目的とは？」

日本の大学や研究機関にとって、国際化は喫緊の課題となっているが、日本の大学や研究機関の国際的な知名度は、実際の研究力等に比して、決して高くない。

正当な評価を受けるためにも、まず、大学や研究機関の国際的なブランドイメージの確立、それに伴う知名度及びReputationの向上は重要である。それによって、国際的な研究者や大学生・大学院生などの人材確保、国際共同研究の推進など様々な面での進展が期待できる。また、海外の現地での認知度の向上は、フィールド調査などを伴う国際共同研究や大型プロジェクト推進にとって、大きな後押しとなる。

さらに、研究者の研究活動の評価にとっても、いまや既存のメディアをしのぐ視聴者数のあるソーシャルメディア等を用いた国際的な情報発信は、Altmetricsを用いた研究評価などに寄与する可能性も無視できない。このように、大学や研究機関における国際科学広報は、組織にとっても研究者個人にとっても、その活動を国際的に広め、研究力を高め、正当な評価を受ける重要な手段であるといえる。

そのためにも、大学や研究機関においては、それぞれの経営指針に照らした広報目標、対象、手法の設定について、今後のさらなる検討が必要である。

主なサイエンスイベント比較表

出典：科学技術振興機構（JST）

イベント名称 Name of Events	基礎的なデータ Basic Data	
	主催者 Organizer	開催趣旨
AAAS Annual Meeting 	The American Association for the Advancement of Science (AAAS)	科学分野の包括的な会議で、分野横断的、多数の先導的科学者、技術者、政策立案者、ジャーナリストが世界中から集まり、最近の科学技術の発展について議論をする。また、科学技術分野でのキャリア発展のためのワークショップや参加者間のネットワーキング、学生や研究者の研究発展のための大局観を得る機会も提供される。 The AAAS Annual Meeting is a widely recognized global science gathering, bringing thousands of scientists, engineers, policymakers, educators, and journalists together to discuss the most recent developments in science and technology. The AAAS Annual Meeting offers a unique, exciting, interdisciplinary blend of more than 150 symposia, plenary and topical lectures, specialized seminars, poster sessions, and international Exhibit Hall.
開始年 Year of first conferences	1848 (181 times in the past)	
開催頻度・時期 (近年の状況) Held frequency, time	Once a year, 2nd week of February (米国大統領 予算教書演説の直後)	
Euroscience Open Forum (ESOF) 	Euroscience ※ただし、ESOF開催にあたっては開催地の行政機関等が全面的に事務局を務める。2014は、デンマーク科学・イノベーション・高等教育省	・自然科学分野から人文社会科学分野までの最先端の科学技術上の発展の展示 ・科学技術へのパブリックエンゲージメントの促進 ・分野を横断した交流やコミュニケーションの場を提供することによる科学技術、社会、および製作に関する対話の発展 ・若手科学者への進路相談を含む多様なリソースの提供 AN INTERDISCIPLINARY SCIENCE AND INNOVATION MEETING OPEN TO ALL PUBLICS showcase the cutting-edge science and technology developments in all disciplines, from natural sciences to social sciences and humanities, stimulate and provoke public interest, excitement and debate about science and technology, promote a European dialogue on the role of science and technology in society and public policy, by offering a meeting platform for scientists, industry, policy-makers, media, and the general public, provide a valuable resource, including career advice, for young scientists.
開始年 Year of first conferences	2004 (6 times in the past)	
開催頻度・時期 (近年の状況) Held frequency, time	Biannually, late June-July	
Science Agora 	独立行政法人科学技術振興機構 Japan science and Technology Agency	今年で9回目の開催となるサイエンスアゴラは、子ども向けの理科実験、トップ科学者との対話、市民参加の科学議論など、誰もが参加でき、科学と社会の関係を築く日本最大級の科学イベントです。 科学技術の楽しさを伝え、興味関心を喚起するだけでなく、科学技術の未来像について、政治家、行政、マスコミ、産業界、研究者、その他科学コミュニケーションに関わる方々、一般の方々など、さまざまな立場の方々が参加し、情報共有、対話を行う場をつくることを目指しています。 Science Agora is an annual event aimed at linking science and society through science communication. In 2014, the theme of Science Agora is "Building relations between future society and science". The word "Agora" is Greek for "gathering place", and so we invite the public, researchers, media, industries, policymakers, and any other stakeholders to "gather in one place to have a conversation about science as it is currently, and what we hope for in the future".
開始年 Year of first conferences	2006 (9 times in the past)	
開催頻度・時期 (近年の状況) Held frequency, time	Once a year, November	

開催場所 area	Cities in United States (基本的には東西海岸を往復。AAASが決定)	Cities in EU (候補地からの提案をもとにEuroscienceが決定。)	Odaiba district, Tokyo, Japan 東京・お台場地区
(最近の開催都市 Host Cities in recent years)	181th San Jose, California, February 2015 180th Chicago, Illinois, February 2014 179th Boston, Massachusetts, February 2013 178th Vancouver, Canada, February 2012	6th Copenhagen, Denmark, June 2014 5th Dublin, Ireland, July 2012 4th Torino, Italy, July 2010 3rd Barcelona, Spain, July 2008	Odaiba district, Tokyo, Japan November, 2006-2014
主要な参加者層 Main target of participants	Scientists, Policy Maker, Journalists	Scientists, Policy Maker, Politician, Industries, General public	Scientists, Stakeholders (Policy Maker, Politician, Industries, Media, General public, Science Communicators)
出典	http://meetings.aaas.org/program/about-the-meeting/ http://archives.aaas.org/exhibit/origins2.php	http://esof2014.org/programme-1 http://www.esof.eu/db/images/document/fichier/145/programme_print_116s1d.pdf	http://www.jst.go.jp/csc/scienceagora/pdf/scienceagora_2014_scope.pdf http://www.jst.go.jp/csc/scienceagora/reports/scienceagora2012.jp.pdf

直近の開催データ等 Data of the Latest Events

開催場所 Venue	San Jose, California, US	Copenhagen, Denmark	Odaiba district, Tokyo, Japan
開催日 Dates	12-16, February, 2015	21-26, June, 2014	7-9, November, 2014
開催テーマ Theme	Innovations, Information, and Imaging	Science Building Bridges	あなたと創るこれからの科学と社会 Building relations between future society and science
参加者数 Participants	Total 9,000 people (2014 Data) ◆Scientists, engineers, educators, and policymakers 5000. ・ About 40% are under 45 years of age ・ 20% are administrators and managers; 15% are from government ◆Journalists (and PIOs) 1000. ◆Family Science Days 3000 general public	Total 44,500 people ◆Conferences (general 4000, Journalists 500) Senior scientists 2000, Young scientists 1000, Industries/Policy Maker 1000, Journalists 500 ◆Science in the City 40,000 general public	Total 10,142 people (including Exhibitor) Exhibitor 2710, Press 27, Invitation 27, General 7378 (Research Institution 7%, Industries 15%, Media 1%, Policy Maker 3%, Students 33%, Educator 7%, Other (Public) 34%) **general 1845, Press 101, public 5460
出展件数 A Number of Sessions and Exhibitions	Total 445 programs 356 Sessions (Including Social session) 61 Exhibitions 51 FSD Exhibitions 38 Newsroom Activities	Total 418 and over programs ~150 Sessions 68 Exhibitions ~200 Science in the City Exhibition No data: Press Activities	Total 190 programs 69 Sessions (Including Social session) 131 Exhibitions 1 Press Activities

プログラム内訳 Programs

1) President's Address, Plenary Lectures, Topical Lectures 13	1) Opening Ceremony and Panel Debate, Keynote and Plenary Lectures 16	1) Opening Symposium, Keynote Lectures 8
2) Seminars 11	2) Science Programme 85	2) Sessions 68
3) Symposia 159	3) Science Policy Programme 12	3) Exhibitions 131
4) Career Development Workshops 21	4) Science to Business Programme 14	4) Press Activities 1
5) Poster Sessions, Exhibition, Exhibitor-Sponsored Workshops 68	5) Career Programme 13	
6) Business Meeting 39	6) Exhibition 68	
7) Special Events, Special Sessions 45	7) Social Programme ~10 (No Data)	
8) Newsroom 38	8) Science in the City Programme ~200 (No Data)	
9) Family Science Days 51		

参加登録料 Registration fee	Professional 399USD (AAAS Member: 295USD) Journalists, Public Information Officer: Free Family Science Days Participants: Free	Regular delegates 390€ Euroscience members 250€ Journalists, Public Information Officer: Free Science in the City Participants: Free	Free (Actual expense needed partially) 無料 (一部、実験教室の企画によっては実費負担あり)
出展料 Exhibition Fee	1 booth: 3m×3m • Corner Booth: 2,600USD • Non-Corner Booth: 2,350USD Exhibition 6m×9m (Visitor: 544 people) Exhibitor-Sponsored Workshops (Title: <i>Science and Society in Japan</i> , 60min, 50 audiences) Symposia (Title: <i>Wise Computing: Collaboration Between People and Machines</i> , 90min, 60 audiences) Special Event "Forum of Global Fora" General Poster Session	No Data	Free
JSTの参加状況 Participation of JST		Audience	• Host • Total 41 programs from 18 Divisions of JST 26 Sessions, 15 Exhibitions
今後の予定 Schedule of Next Events			
次回開催地 Venue	Washington, DC, US	Petersfield, Manchester, UK	Odaiba district, Tokyo, Japan
次回開催日 Dates	11-15, February, 2016	22-27, July, 2016	13-15, November, 2015
開催テーマ Theme	Global Science Engagement [Symposia & Career development workshop] • Now Submission website is opened. • Deadline: symposia April 24, CDW proposals May 11 • Notification proposal acceptance Early July [Poster submission] • Submission May 13 ~ October 22 [Exhibition] • Now submission is opened. • Dead Line is not described. [Family Science Days] • Submission Early June ~ Early September http://meetings.aaas.org/	Science as Revolution [Science programme] • Now Submission website is opened. • Deadline 1 June 2015 at 10:00 am CET. • Be aware to cross-culling themes. • Reliance on conference themes. • Quality, originality and opportunity in order to attract delegates and ensure they benefit from new insights and discussion.* • Interdisciplinary approach and, where relevant, policy perspectives. • Polymia to all relevant media interest. (Exhibition) • Web site will be opened, soon. http://www.esof.eu/	Will be decided Submission Web site will be opened early April, 2015. http://www.ist.go.jp/csc/scienceagora/
今後のスケジュール Schedule			
Webサイト Web Sites			

国際科学広報に関するワークショップ2015

提言

序文

本ワークショップの参加者は国際科学広報の重要性を認識し、下記の目標、戦略、提言に合意する。

目的

日本がその真価にふさわしい国際的な認知を受けることによって優秀な人材を獲得し、卓越した研究環境を維持できるよう、研究成果の発信力を強化させる。

戦略

上記目的を達成するため、日本の大学・研究機関の広報担当者は戦略的に協働する。

提言

1. 実行計画

- 進捗を確認するための会合を年2回開催するとともに、上記目的を達成するための計画を立案する。
- 実績のある国内外の有識者をこれらの会合に招聘する。
- 効果的なプレスリリースの書き方を含め、実践的なサイエンスコミュニケーションに関するサマースクールを開催する。
- 国内のその他の科学コミュニケーションの団体などと情報を共有し、協働する。

2. 長期目標

- 各大学・研究機関の執行部が国際科学広報の重要性を認識し、専門的技能の訓練を受けた科学広報担当者を配置することを奨励する。
- 大学が国際科学広報について学ぶ教育プログラムを開催することを奨励する。
- 英語で科学記事を書くサイエンスライターを養成する専門的なトレーニングについて精査する。
- 全ての大学がクオリティの高い科学記事を英語で公開するための最適手法について精査する。



International Science Communication Workshop 2015

Recommendations

Preamble: Participants of this workshop recognize the importance of international science communication and agree on the following objective, strategy and recommendations.

Objective: Improve the visibility of scientific achievements so Japan receives the international recognition it deserves and attracts the best people to Japanese universities and research institutes so that they can continue conducting excellent research.

Strategy: The communications community of Japan's universities and research institutions collaborate strategically to achieve this objective.

Recommendations:

1. Near-term action items

- Organize two meetings per year to examine our progress and propose actions to realize the objective.
- Invite recognized experts from within and outside Japan to these meetings.
- Organize a hands-on science communication summer school, including writing effective press releases in English.
- Share information and collaborate with other science communication organizations in Japan.

2. Long-term goals

- Encourage each organization's top management to recognize the importance of international science communication and appoint press officers with appropriate training.
- Encourage universities to develop programs to help people communicate science to international audiences.
- Examine how to train professional science writers who can communicate science in English.
- Examine the best procedures to help all universities produce and distribute high-quality science stories in English.

ポスタータイトル (アルファベット順・敬称略) **Poster Titles** (*in alphabetical order*)

(ポスターセッション: 3月19日 13:30~14:15 / Poster Session on March 19th)

Shingo EBATA & Miho NAMBA, Hokkaido University / 北海道大学 難波 美帆 & 江端 新吾

A History of Science Communication Education in Japan

日本におけるサイエンスコミュニケーション教育の歴史

Shingo EBATA & Miho NAMBA, Hokkaido University / 北海道大学 難波 美帆 & 江端 新吾

Does International Science Communication Need the View of Public Engagement?

国際科学広報にパブリックエンゲージメントの視点はありますか?

Takao FUJIYOSHI, Hokkaido University / 北海道大学 藤吉 隆雄

Research & Communication Ethics Education for Graduate Students in Materials Science

Masaaki HIRAMATSU, National Astronomical Observatory of Japan / 国立天文台 平松 正顕

International Framework of Public Outreach Activities in ALMA

Keisuke KONAGAI, Japan Science and Technology Agency (JST) / 独立行政法人科学技術振興機構 小長井 敬介

Features of Science Agora, EU and US Science Events --- How can we use them?

サイエンスアゴラと国際的な科学イベントの特徴、参加意義

David KORNHAUSER, Kyoto University / 京都大学 今羽右左 デイヴィッド

Getting Noticed: Writing an Effective Press Release

Ayumi KOSO, University of Tokyo / 東京大学 高祖 歩美

UTokyo Research, on site

研究の現場を体験する研究室ツアー

Tomoko KURATA, National Institute for Basic Biology / 基礎生物学研究所 倉田 智子

Public Relations Activities of National Institute for Basic Biology

Satoshi MAYAMA, SOKENDAI (The Graduate University for Advanced Studies) / 総合研究大学院大学 眞山 聡

SOKENDAI International Science Communication Activities

総研大における国際広報の取組

Kaoru NATORI, OIST / 沖縄科学技術大学院大学 名取 薫

OIST's Communication and Public Relations Structure

OIST の広報体制

Adam PHILLIPS, RIKEN / 理化学研究所 フィリップス・アダム

RIKEN の国際広報 Strengthening our Global Footprint

Satomi TAKI, Kyushu University / 九州大学 瀧 聡美

Who's My Neighbor? ~研究者をつなぐ Internal Communication を目指して~

Charles YOKOYAMA & Tazu AOKI, RIKEN / 理化学研究所 横山 チャールズ & 青木 田鶴

RIKEN Brain Science Institute: Connecting Brains: from Research to Society

日本におけるサイエンスコミュニケーション教育(ざっくりと)

A History of Science Communication Education in Japan



* 本資料は、2005年～科学コミュニケーション教育に携わった著者から見える範囲の概要であり、学術的な検討を行ったものではありません。
また、ここでは、サイエンス・ライティングの実技演習を含むものを主に取り上げます。

2004年 科学コミュニケーション教育の夜明け

「科学技術・学術審議会人材委員会 第三次提言」
「2004年版、科学技術白書—これからの科学技術と社会—」
「サイエンス・ライティング講座@東大駒場キャンパス」
主催：NPO法人サイエンス・コミュニケーション(全9回)
→日本で初めての体系だったサイエンスライティング講座
その後の高等教育機関でのサイエンスコミュニケーション教育に少なからぬ影響を与える。

2005年 サイエンスコミュニケーション教育元年

文部科学省科学技術振興調整費「新興分野人材養成領域」
の1つとして、科学技術コミュニケーションの養成が高等教育機関において始まる。(2005年～2009年)

「科学技術振興調整費」科学コミュニケーター養成3拠点

- ・ 早稲田大学「科学技術ジャーナリスト養成プログラム」
- ・ 東京大学「科学技術インタープリター養成プログラム」
- ・ 北海道大学「科学技術コミュニケーター養成ユニット」

その他にライティング実技演習を含まないが、
大阪大学「コミュニケーション・デザインセンター」
国立科学博物館「サイエンスコミュニケーター養成実践講座」
日本科学未来館「科学コミュニケーター人材養成」
などが実施されている

高等教育機関における実践の概要

早稲田大学「科学技術ジャーナリスト養成プログラム」 →「政治学研究科ジャーナリズムコース」に吸収される 修士課程2年間

【特徴】科学ジャーナリストの養成に特化
【対象】修士学生の主選考として
【修了要件】修士論文の執筆
【毎年の養成人数】19人、20人、20人、7人(現在は60名)
【実技教育の内容】ジャーナリズム実習(ライティング)、メディア制作実習
(ビデオジャーナリズム、Webジャーナリズムなど)、インターンシップ
【修了後の進路】フリーランス6名、新聞社6名、テレビ局4名など。

東京大学「科学技術インタープリター養成プログラム」 大学院生の副専攻として(1年半で修了)

【特徴】東大生を対象、少数精鋭のエリート教育を自認
【対象】選抜(書類と面接)を経た、学内の大学院生
【修了要件】修了研究論文の執筆を含む20単位
【毎年の養成人数】10名前後
【実技教育の内容】ライティング(記事執筆)の授業、博物館展示について
のワークショップなど
【修了後の進路】出版等メディア関係が7名、文部科学省・3名、JSTに1名、
科学博物館に1名など

北海道大学「科学技術コミュニケーター養成ユニット」 修士課程相当の1年コース 大学院生と市民が一緒に学ぶ

【特徴】「楽しい科学コミュニケーション」(啓蒙、実験教室、サイエンス・カフェなど)、「楽しくないコミュニケーション」(遺伝子組み換え食品など社会でコンフリクトが生じている科学技術のコミュニケーション)両方大事
【対象】大学院生と社会人(できがよければ学部生も)
【修了要件】本科：講義モジュールレポート8本提出と実習。選科：講義モジュールレポート8本提出と集中演習(3日間)
【毎年の養成人数】約70名程度(本科25名、選科45名程度)
【実技教育の内容】ライティング、編集、音声映像、グラフィックデザイン、対話の場のデザイン・ファシリテーションなどから選択
【修了後の進路】社会人は自分の職場で生かす。大学院生はフリーランス12人、新聞記者・編集者11人、研究機関のコミュニケーター10人、研究者2人など

<参考資料>

「高等教育での科学技術コミュニケーション関連実践についての一考察」
都築章子ほか
京都大学高等教育研究第15号(2009)

科学技術コミュニケーション入門1

小林傳司

大阪大学コミュニケーションデザイン・センター(2009)講義スライド

JST> 科学技術プログラム推進部科学技術イノベーション創出基盤構築事業
> プログラムについて> 旧科学技術振興調整費> 新興分野人材養成> 平成17年度採
択課題 (<http://www.jst.go.jp/shincho/program/jinzai.html>) 各大学報告書

CoSTEP サイエンスライティング実習の成果事例



「さっぽろサイエンス観光マップ」「はてな」ブログを使った位置情報と科学の両方から情報とどれる読み物(2006)



「十七文字のサイエンス」俳句を起点に俳句の切り取った森羅万象に科学を見だし俳句の心証を映しとる。北海道新聞に連載(2007)



「シンカのかたち 進化で読み解くふしぎな生き物」受講生が中心になり、企画・構成・執筆した一般書。2刷り3万部(2005)

みなさんがご存知のサイエンスコミュニケーション教育プログラムがあれば、お書き下さい。

国際科学広報にパブリックエンゲージメントの視点はありますか？ Dose International Science Communication Need the View of Public Engagement?



北海道大学が国際社会の中で目指す姿 「世界の課題解決に貢献する北海道大学」

研究力の観点で10年間で目指す姿	強化する3つの柱
イノベーション・社会実装で先進する大学	次世代型産学連携の推進 (組織対組織型連携の展開)
世界の頭脳が行き交う大学	研究人材の多様化の推進 (若手、女性、外国人等の人事制度改革)
優れた研究ガバナンスを誇るモデル大学	組織連携による国際共同研究の拡大 (海外研究ユニット誘致)

*北海道大学 研究力強化実現構想より

姿は見えなくちゃね！

従来の大学広報

メディアへの情報発信

Webサイトを使った情報発信

オープンキャンパス・実験教室

公開講座・一般向けシンポジウム

広報誌の発行

パブリック・リレーションからパブリック・エンゲージメントへ

世界最大のPR会社エデルマンは、「パブリック・リレーション(PR)からパブリック・エンゲージメントへ」という考えを提唱。「行動」と「対話」により、信頼を得、目的を共有し、より良い関係を構築するのが「パブリック・エンゲージメント」です。大学が、地域を中心とする市民社会や産業界から信頼を得、目的を共有し、よりよい関係を築くために、一方的な広報から、パブリックリレーションを超えて、さらにパブリック・エンゲージメントへ。

イギリスの大学における取組み

北大URAでは2014年7月にイギリスの大学・研究機関を訪問し、イギリスの大学におけるパブリック・エンゲージメント(PE)の考え方やURAの関わりを取材した。学生の獲得、優秀な研究者の獲得、研究資金の獲得などにおいてグローバルな大学間の競争が熾烈になるに連れ、国際的なレピュテーションを高めるために、イギリスの大学では、PEに力を入れている。一方向的な広報活動ではなく、双方向であること、共に価値創造をすることなどが含まれる。URAがこれを担っている。

お客様(ステイクホルダー)は誰なんだい？
君の大学の強みは何だい？
今一番ホットな研究(者)は？
解決すべき「世界の課題」って何なんだい？
「目指す姿」はステイクホルダーと一緒に作ったのかい？



世界最大のPR会社エデルマンのCEO、リチャード・エデルマン氏

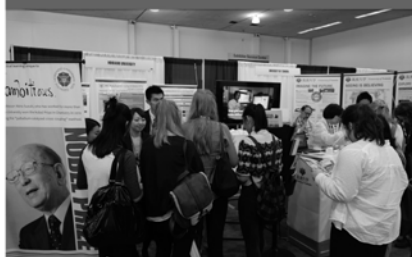
World 100 Reputation Network

It is designed for those senior staff in world-class universities responsible for managing reputation through communications and relationships with international stakeholders.

NCCPE :National Co-ordinating Centre for Public Engagement

Their vision is of a higher education sector making a vital, strategic and valued contribution to 21st-century society through its public engagement activity. Their mission is to support universities to increase the quality and impact of their public engagement activity.

北海道大学の国際科学広報



- ・プレスリリースを英語でも配信
- ・部局国際化支援室の広報活動
- ・北大英語サイトが、9th QS-APPLE Creative Awards Best International Website Page "GOLD" を受賞
- ・Elizabeth Tasker 准教授が、研究者紹介ブログ "Spotlight on Research" を継続して執筆
- ・AAAAS Annual Meeting (2007, 2014, 2015) ヘブス出席

国際科学広報の難しさ

- ・お客様(ステイクホルダー)は誰？
- ・どこにいるの？
- ・どうやってリレーションを作る？
- ・どうやって目的を共有する？
- ・どうやってコミュニティを作っていく？



Miho Namba and Shingo Ebata, Hokkaido University

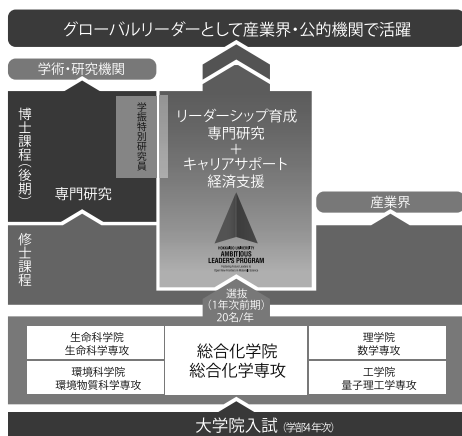


博士課程教育リーディングプログラム 複合領域型【物質】(平成25年度採択) 物質科学フロンティアを開拓する Ambitious リーダー育成プログラム

ABOUT リーディングプログラムとは

知のフロンティアが育むこれからのグローバルリーダー

本プログラムは文部科学省の支援を受けてスタートした、5年一貫の大学院教育プログラムです。エネルギー資源の枯渇、地球規模の災害や伝染病など人類がかつて体験したことのない問題に直面している今、化学・生命科学・物質工学を基盤とする物質科学こそが世界が抱える課題を解決する研究分野であることは疑う余地がありません。1876年の札幌農学校設立以来、北海道大学は時代を切り拓くフロンティア精神をモットーとしてきました。強靱な意思でグローバルな課題＝フロンティアに挑む、新時代のリーダーを目指す皆さんを歓迎します。



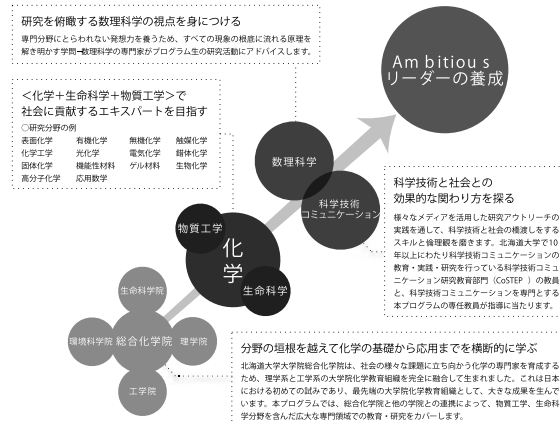
研究以外のフィールドでも即戦力となる博士を育成

北海道大学大学院「総合化学院・総合化学専攻」、「生命科学院・生命科学専攻」、「環境科学院・環境物質科学専攻」、「理学院・数学専攻」、「工学院・量子理工学専攻」に所属する大学院生が対象です。修士課程1年次夏に選抜試験を受けた後、主指導教員とメンターの助言を受けながら5年一貫の教育研究カリキュラムを履修します。月15万円～20万円程度の経済支援、インターンシップ等企業と連携した就職支援も充実しています。

OUTLINE プログラムの概要

先進の融合教育プログラム

プログラム生は、連携する組織、機関が提供する幅広い分野の講義を履修することが出来ます。カリキュラムを通じて、異分野の研究者との意見交換、共同研究や技術指導を受ける機会を豊富に設定。横断的知識と考え方を備えた専門家を目指します。



本プログラムで獲得できるグローバルリーダーの5つの力



CURRICULUM カリキュラム

努力の先に続くグローバルリーダーへの道

総合化学院、生命科学院、理学院、工学院、環境科学院が連携して分野横断的なカリキュラムを運用。幅広い視点をも身につけるための5人1組のグループ活動、学内外の研究機関や企業と連携した海外研修、企業インターンシップ、アウトリッチ活動などの機会を豊富に用意しています。

MASTER 1 修士課程1年	MASTER 2 修士課程2年	DOCTOR 1 博士課程1年	DOCTOR 2 博士課程2年	DOCTOR 3 博士課程3年
各学院、所属研究室での研究指導	異分野交流	異分野交流	異分野交流	異分野交流
企業交流	企業交流	企業交流	企業交流	企業交流
海外研修	海外研修	海外研修	海外研修	海外研修
科学技術コミュニケーション	科学技術コミュニケーション	科学技術コミュニケーション	科学技術コミュニケーション	科学技術コミュニケーション

産業界も注目のグローバルリーダーとは

高い専門性を武器に世界をフィールドとしたプロジェクトを牽引し、チームの多様なメンバーをまとめて課題を解決に導くリーダーが求められています。本プログラムでは化学を中心に物質科学を分野横断的に学ぶとともに幅広い能力を養い、学位取得後は学術・研究機関だけでなく民間企業でも活躍できる人材を育成します。

REPORT プログラム生の活動

平成25年度に採用したプログラムパイロット生11名に加えて、平成26年度は10月にプログラム1期生20名を採用しました。それぞれの大学院にて研鑽を積むことで専門力を蓄えながら、リーディングプログラムにおける5ヶ年間のカリキュラムでグローバルリーダーを目指す彼らの活動を紹介します。

研究だけでなくアウトリッチ能力も必要
～AAAS (全米科学振興協会) 2014年度年次総会～

生命科学 プログラムパイロット生 T.R.

様々な科学者や企業関係者が集まるAAASの年次総会に参加。昨年度は2年連続で参加し、今年も参加しました。総会では、最新の科学技術に関する発表や、産業界との交流が行われました。また、総会では、最新の科学技術に関する発表や、産業界との交流が行われました。また、総会では、最新の科学技術に関する発表や、産業界との交流が行われました。

米国家衛生研究所とスローン・ケタリング記念癌センターへ

総合化学院 プログラムパイロット生 T.R.

平成26年3月にアメリカの首都ワシントンD.C.にある米国家衛生研究所(NIH)とスローン・ケタリング記念癌センターに訪問しました。訪問先では、最新の科学技術に関する発表や、産業界との交流が行われました。また、総会では、最新の科学技術に関する発表や、産業界との交流が行われました。

異分野交流

異分野交流

異分野交流

異分野交流

異分野交流

生物製造技術の神髄
～遺伝子工学を学ぶ～

環境科学院 プログラムパイロット生 C.M.

生物製造技術の神髄を学ぶ。遺伝子工学を学ぶ。生物製造技術の神髄を学ぶ。遺伝子工学を学ぶ。生物製造技術の神髄を学ぶ。遺伝子工学を学ぶ。生物製造技術の神髄を学ぶ。遺伝子工学を学ぶ。

研究力と組織マネジメント力
～OIC企業セミナーと座談会～

工学院 プログラム1期生 S.S.

研究力と組織マネジメント力を学ぶ。OIC企業セミナーと座談会。研究力と組織マネジメント力を学ぶ。OIC企業セミナーと座談会。研究力と組織マネジメント力を学ぶ。OIC企業セミナーと座談会。

異分野への視野が広がった
ニュージーランドでの英語研修

理学院 プログラムパイロット生 N.F.

異分野への視野が広がった。ニュージーランドでの英語研修。異分野への視野が広がった。ニュージーランドでの英語研修。異分野への視野が広がった。ニュージーランドでの英語研修。

北海道大学 物質科学フロンティアを開拓する Ambitious リーダー育成プログラム

リーディングプログラム事務局 〒060-0810 札幌市北区北10 条西8 丁目北海道大学大学院 理学院化学部門内

TEL: 011-706-3359/3360

FAX: 011-706-4924

E-mail: leading@sci.hokudai.ac.jp

URL: http://ambitious-lp.sci.hokudai.ac.jp/



アルマ望遠鏡における国際共同広報活動

International Framework of Public Outreach Activities in ALMA

平松正顕（国立天文台） / Masaaki HIRAMATSU (National Astronomical Observatory of Japan)

1. アルマ望遠鏡とは

アルマ望遠鏡は、日本をはじめとする東アジアと、北米・欧州が国際協力で運用する高性能電波望遠鏡です。南米チリの標高 5000m の砂漠に直径 12m と 7m のパラボラアンテナを合計 66 台、最大で直径 15km 以上の範囲に展開し、超高解像度・超高感度の巨大な電波望遠鏡として機能します。

日本は 1983 年に世界に先駆けてこの巨大望遠鏡を構想し、2001 年に日米欧の国際協力で建設されることになりました。2011 年の科学観測開始以降、その比類なき高性能を活かし、銀河の誕生と進化、星や惑星の誕生、そして宇宙における生命関連物質の探索などの分野で画期的な成果をもたらしつつあります。

2. アルマ望遠鏡の国際広報活動

アルマ望遠鏡は、国立天文台・欧州南天天文台・米国立電波天文台がそれぞれ東アジア・欧州・北米の執行機関となって運用しています。装置開発・人的貢献・金銭的貢献を総合して各地域の value が算出され、それに基づいて観測時間が配分されます。チリでの運用は、合同アルマ観測所が担います。

望遠鏡オペレーションやメンテナンスなどと同様、広報活動においても緊密な国際連携を必要とします。各執行機関と合同アルマ観測所の広報担当者は Integrated Education and Public Outreach Team (IEPOT) として、毎月の電話会議・年に 1 度程度の face-to-face 会議と日々のメーリングリストでの情報共有・議論を行っています。

3. 広報活動の実際

3.1 各地域の事情に合わせた自由度の高い広報活動

アルマ望遠鏡は『国際共同利用』の望遠鏡であるため、各地域の研究者が各々観測提案を提出し、観測を実行して成果を出します。プレスリリースは研究者が属する地域の実行機関広報担当者がリードし、リリースの作成と地域内 / 地域間の調整を行います。ある地域がリードしたプレスリリースが他地域にとっても興味深いものであれば、他地域の実行機関が流用してリリースすることも可能であり、多様なメディアへのチャンネルを活用した広報が実現できます。その他、各地域内でのメディア対応やイベントは各地域で対応し、チリ現地での広報活動は合同アルマ観測所が担当します。

3.2 コンテンツの共有による効率的な広報活動

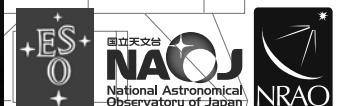
広報用に作成した文章 / 画像 / 映像は、基本的に Creative Commons Attribution 4.0 International License に基づいて、クレジット表示すれば相互に自由に利用可能としており、広報に関する人材やリソースを相互に融通することにつながっています。アルマ望遠鏡の場合、欧州が強みを持つ美麗な画像合成技術、日本が持っている歴史的な記録映像と最新デジタル技術の活用、サイエンスライターを擁する米国の文章術などを相互に利用することで、単独ではできない厚みのある広報が実現可能です。



Japan's contribution to ALMA

Japanese researchers first started conceptual planning of a huge telescope array for short wavelength radio waves in 1983. This is one of the origins of the current Atacama Large Millimeter/submillimeter Array (ALMA). Now, together with the international partners, the National Astronomical Observatory of Japan (NAOJ) operates ALMA to opening a new window to the cool universe.

NAOJ is responsible for the development of 16 ultrahigh-precision antennas, collectively called "ACA (Atacama Compact Array, or Morita Array)" as well as that of three receiver bands (frequency bands) including terahertz band whose development is supposed to be especially difficult. By summing up those items, NAOJ contributes 25% of the whole project.



The Atacama Large Millimeter/submillimeter Array (ALMA), an international partnership of the European Organisation for Astronomical Research in the Southern Hemisphere (ESO), the U.S. National Science Foundation (NSF) and the National Institutes of Natural Sciences (NINS) of Japan in cooperation with the Republic of Chile.

サイエンスアゴラと国際的な科学イベントの特徴、参加意義 Features of Science Agora, EU and US Science Events— How can we use them?

Keisuke KONAGAI (JST-CSC) Email : konagai@jst.go.jp

科学イベントへの参加意義

USおよびEUにおいては、右記のような大規模な科学イベントが実施されており、このようなイベントを通じ、
✓ 欧米における研究機関のプレゼンス向上
✓ 優秀な人材のリクルーティング
✓ 現地の研究機関・プレスとのネットワーキングなどに貢献する。



Fig.1 Exhibitor Sponsored Workshop@ AAAS2015
(Title: Science and Society in Japan, 60min, 50 audiences, hosted by JST)

科学イベントの出展は、個別イベントの開催に比べて、

- ✓ 集客等が比較的容易
- ✓ 出展の場合には広い対象とコンタクトできる、
- ✓ 他のセッションなども聴講できるなどのメリットがある。



Fig.2 Exhibition JST Booth @ AAAS2015
(6mx9m Booth, 544 visitors)

サイエンスアゴラのこれから

日本においてもサイエンスアゴラは、通常の活動などを社会や他の分野・機関に共有する場としての機能を有しており、今後の機能を拡充しつつ、US・EUの関係機関と連携を深めていく。



Fig.3 "Forum of Global Fora" @AAAS2015
From left side, Delegates of ESOF(EU), Science Agora(Japan), World Science Forum(Hungary), South African Science Forum(South Africa), Peter Gluckman(New Zealand, Chief Science Advisor)

★Share Information of Each Events! (Using Post-it)

*Feature of Each Events
*Desired Function for Science Agora ... Any Comments Welcome

★各イベントの特徴・TIPSなどを共有してください！
サイエンスアゴラへの要望なども歓迎します！

Table1. Features of Science Events

イベント名称 Name of Events	AAAS Annual Meeting	Euroscience Open Forum (ESOF)	サイエンスアゴラ Science Agora
	AAAS 2016 ANNUAL MEETING GLOBAL SCIENCE ENGAGEMENT	ESOF 2016 MANCHESTER	サイエンスアゴラ
基礎的なデータ Basic Data			
主催者 Organizer	The American Association for the Advancement of Science (AAAS)	Euroscience 欧州の、ESOF開催に当たっては開催地の自治体機関が主要な共催者となる。	独立行政法人科学技術振興機構 Japan science and Technology Agency
開催趣旨	The AAAS Annual Meeting is a widely recognized global science gathering, bringing thousands of scientists, engineers, policymakers, educators, and journalists together to discuss the most recent developments in science and technology. The AAAS Annual Meeting offers a unique, multidisciplinary blend of more than 100 symposia, primary and topical lectures, specialized seminars, poster sessions, and international Exhibit Hall.	AN INTERDISCIPLINARY SCIENCE AND INNOVATION MEETING OPEN TO ALL PUBLICS showcase the cutting-edge science and technology developments in all disciplines, from natural sciences to social sciences and humanities, stimulate and provoke public interest, excitement and debate about science and technology, promote a European dialogue on the role of science and technology in society and public policy, by offering a meeting platform for scientists, industry, policy-makers, media, and the general public, provide a valuable resource, including career advice, for young scientists.	Science Agora is an annual event aimed at linking science and society through science communication. In 2014, the theme of Science Agora is "Building relations between future society and science". The word "Agora" is Greek for "gathering place", and we invite the public, researchers, media, industries, policymakers, and any other stakeholders to "gather in one place to have a conversation about science as it is currently, and what we hope for in the future".
開始年/開催頻度	from 1848 (181 times in the past) Once a year, 2nd week of February	2004 (8 times in the past) Biannually, late June-July	2006 (9 times in the past) Once a year, November
主要な参加者層 Main target of participants	Scientists, Policy Maker, Journalists	Scientists, Policy Maker, Politician, Industries, General public	Scientists, Stakeholders (Policy Maker, Politician, Industries, Media, General public, Science Communicators)
直近の開催データ等 Data of the Latest Events			
開催場所 Venue	San Jose, California, US	Copenhagen, Denmark	Odaiba district, Tokyo, Japan
開催日 Dates	12-16 February, 2015	21-26 June, 2014	7-9 November, 2014
参加者数 Participants	Total 9,000 people (2014 Data) ◆Scientists, engineers, educators, and policymakers: 5000. - About 40% are under 40 years of age - 30% are administrators and managers (10% are from government) ◆Journalists and PIOs: 1000. ◆Family Science Days: 2000 general public	Total 44,500 people ◆Conferences (general: 1000, Journalists: 300) ◆Senior scientists: 2000, Young scientists: 1000. ◆Industries, Policy Maker: 1000, Journalists: 500 ◆Science in the City: 40,000 general public	Total 10,142 people (including Exhibitor) Exhibitor: 2710, Press: 27, Invitation: 27, General: 1210 (Research Exhibition: 7%, Sciences: 15%, Media/Policy Maker: 0%, Students: 33%, Educator: 7%, Other(Public): 34%) ◆General: 1845, Press: 101, public: 5400
出展件数 A Number of Sessions and Exhibitions	Total 445 programs 386 Sessions (Including Social session) 61 Exhibitions 51 FSD Exhibitions 38 Newsroom Activities	Total 418 and over programs ~130 Sessions 88 Exhibitions ~200 Science in the City Exhibition No data: Press Activities	Total 190 programs 69 Sessions (Including Social session) 131 Exhibitions 1 Press Activities
プログラム内訳 Programs	1) President's Address, Plenary Lectures, Topical Lectures: 13 2) Seminars: 11 3) Symposium: 150 4) Career Development Workshops: 21 5) Poster Sessions, Exhibition, Exhibitor-Sponsored Workshops: 68 6) Business Meeting: 39 7) Special Events, Special Sessions: 45 8) Newsroom: 38 9) Family Science Days: 51	1) Opening Ceremony and Panel Debate, Keynote and Plenary Lectures: 16 2) Science Programs: 85 3) Science Policy Programs: 12 4) Science to Business Programs: 14 5) Career Programs: 13 6) Exhibitions: 88 7) Social Programs: ~10 (No Data) 8) Science in the City Programs: ~200 (No Data)	1) Opening Symposium, Keynote Lectures: 8 2) ... Sessions: 68 3) Exhibitions: 131 4) Press Activities: 1
参加登録料 Registration Fee	390USD	390 €	Free (Actual expense needed partially)
出展料 Exhibition Fee	1 booth: 3m*3m: 2,350USD~	No Data	Free
今後の予定 Schedule of Next Events			
次回開催地 Venue	Washington, DC, US	Petersfield, Manchester, UK	Odaiba district, Tokyo, Japan
次回開催日 Dates	11-15, February, 2016	22-27, July, 2016	13-15, November, 2015

UTokyo Research



UTokyo Research, on site

研究の現場を体験する研究室ツアー

背景と目的

2012年末までUTokyo Researchの活動はウェブサイト上だけで展開していたため、国外の記者との関係構築や国際的なメディア露出はそれほど多くはなかった。また、記者からも東京大学の様子がわからず、研究者にアプローチしにくいとの声が聞かれた。そのため、駐日の記者や大使館の科学アタッチェを東京大学構内に招いて、研究の現場を体験してもらうことで、これらの課題を解決すべく、特定の研究テーマを題材に研究紹介を行う英語のイベント「UTokyo Research, on site」の開催を開始した。

対象・開催頻度

駐日の記者や大使館の科学アタッチェ 20名
2013年1月から半年に1度開催

参加者の募集方法

- 1 公益財団法人フォーリン・プレスセンター(FPCJ)のプレスリリース配信サービス
- 2 S&TDCメーリングリスト(大使館の科学アタッチェ用)
- 3 独自に保有している駐日の記者や大使館の科学アタッチェのリスト

開催実績

【第1回】医療と工学
Japanese medical technology R&D:
from interdisciplinary cooperation
to clinical application
■本都キャンパス ■2013年1月8日(火)14時~17時
■参加人数:14名(記者:8名、大使館:6名)

【第2回】防災
Saving tomorrow by preparing today:
Today's approach to total disaster management
■本都キャンパス ■2013年7月5日(金)15時~20時
■参加人数:22名(記者:13名、大使館:9名)

【第3回】神経科学
Top Down, Bottom up:
Neuroscience at the University of Tokyo
■本都キャンパス ■2014年1月30日(木)15時~20時
■参加人数:14名(記者:12名、大使館:2名)

【第4回】エネルギー
Energy generation, energy management:
Energy frontiers at the University of Tokyo
■駒場キャンパス ■2014年7月8日(火)14時~17時10分
■参加人数:9名(記者:2名、大使館:7名)

【第5回】火山
Flying into the frying pan:
Volcano research at the University of Tokyo
■本都キャンパス ■2015年2月27日(金)14時~16時50分
■参加人数:19名(記者:14名、大使館:5名)

※各回の開催報告をUTokyo Researchウェブサイトの記事として掲載

これまでの参加者

【記者】
Science, Bloomberg News, TV Globo(ブラジル), RTL放送(フランスラジオ局), Shapahik(ハンガリー), National Weekly Magazine, Spanish TVE and Mexican Televisa, Wirtschaftswoche(ドイツ), Weekly Business News Magazine, Vietnam News Agency(ベトナム), New Scientist記者, Channel NewsAsia, Trouw(オランダ新聞), Foreign Press Center/Japan, China Central Television, Thomson Reuters, 人民日報, Al Jazeera Tokyo(中東放送), Fortune Magazine, AFP通信, Japan Times, WIPO Japan Office, AP通信, DPA

【科学アタッチェの所属】
Embassy of Brazil, Royal Embassy of Saudi Arabia, Embassy of Chile, U.S. Embassy Tokyo, British Embassy Tokyo, Ambassade de France au Japon, 在日本中国大使館教育処, Australian Embassy, Embassy of Switzerland, Embassy of Sweden, Embassy of Mexico, Embassy of the Argentine Republic in Japan, Embassy of the Republic of Poland, Embassy of the Republic of South Africa, Embassy of Italy, Embajada de Nicaragua en Tokio

■ 記者
■ 大使館



イベントの構成

- 1) プリーフィングと質疑応答(1-2件、計1時間程度)
● 東大の○○に関する研究の概要を説明
● 参加者が全員同じ部屋で聴講
- 2) コーヒーブレイク (30分程度)
● 名刺交換や質疑応答の続き
- 3) 研究室ツアー(2-3箇所、30分程度×2-3回)
● 参加者は複数のグループに分かれて複数の研究室を見学
● 前半15~20分程度: 研究紹介(スライドなどは任意)
● 後半10~15分程度: 質疑応答

※開始当初は、コーヒーブレイクの代わりに研究室ツアー後に懇談会を行っていた。しかし、懇談会の参加者数が直前まで決まらなかったこと、参加希望者がそれほど多くないこと、イベント全体の拘束時間が長くなることなどを踏まえて、第4回から現在の構成とした。

テーマ選定や協力依頼の留意点

- 1) 雨になるものがあるか
ビデオ録画や写真撮影がなされるため参加者が濡ったり、体験できるものが必須
- 2) 最新の大学院や研究センターでの研究活動を横断するようなテーマか
- 3) 英語での発表や説明等が苦にならない研究者か
- 4) 海外メディアとのネットワーク形成に積極的な研究者か
当日の撮影だけで記事や番組には必ずしもならず、メディアは後日の取材を希望することがあるため
- 5) 開催場所は特定のキャンパスに偏っていないか
本郷、駒場、池、白金各キャンパスで開催し、東大の各キャンパスについて知ってもらうため

成果

【直接的なもの】

- AFP通信による太陽電池研究の報道(記事と動画)
英語、フランス語、ドイツ語、イタリア語、タイ語、日本語
Green power blooms as Japan unveils 'hydrangea solar cell'
<https://www.youtube.com/watch?v=fgmUWjv4jME>
- 無人飛行機についてITWORLD記事
Fukushima disaster spurs Japan to mass-produce its own drones
<http://www.itworld.com/article/2895274/fukushima-disaster-spurs-japan-to-mass-produce-its-own-drones.html>
- 地震学研究所をニカラグアの大匠が来日訪問(2015.3.19の予定)

【間接的なもの】

- 配布資料を参考に福島沖の浮体式の風力発電についてNew Scientist記事
Japan to build world's largest offshore wind farm
<http://www.newscientist.com/article/dn23082-japan-to-build-worlds-largest-offshore-wind-farm.html#VP17-WPLarM>

見えてきたこと

- イベントを開催したこと自体が記事になることを期待して始めたが、イベント開催についての記事化率は低いことがわかった。
- UTokyo Research, on siteは、記者や大使館の科学アタッチェが刺戟を受けて、顔見知りになる場、将来的に連絡を取る必要性が出てきたときの敷居を下げる役割と位置づけられている。
- 記者と大使館の科学アタッチェとは、興味や関心のあるテーマが異なる可能性がある。エネルギーがテーマの時には科学アタッチェが参加した割合が高く、その他のテーマの時には記者が参加した割合が高かった。
- 毎回のアンケート調査の結果、イベントのテーマや運営は好評。
- アンケート調査による参加者の関心テーマは医療、ロボット、高齢社会、IT系(IoT、ウェアラブルデバイス)、気象、エネルギー、材料科学、知財。
- アンケート調査によれば、プリーフィングでは扱っている研究テーマについて東大ではどの点が優れているのか、特徴的なものを説明してほしいとの要望がある。

課題

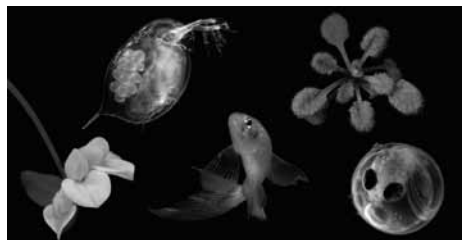
- テーマ選定の実績は、協力いただける先生や組織の要因によって決まることが多い。参加者の関心の高いテーマありきでイベントが企画できるようになることが理想。
- より効果的なテーマ選定、学内のネットワークの構築と利用。
- コーヒーブレイクなどの時間中に参加者を研究者に紹介し、つなぐこと。
- 白金各キャンパス、駒場キャンパスでの開催。



【UTokyo Research】高橋美幸、マイカウアン
utokyo-research@ml.adm.u-tokyo.ac.jp
国際科学広場に関するワークショップ2015 沖縄科学技術大学院大学 2015.3.19.20.

The National Institute for Basic Biology Public Relations Activities

The National Institute for Basic Biology (NIBB) was founded in 1977 to promote and stimulate studies in the field of biology. As a center of excellence (COE), NIBB promotes biological sciences by conducting first-rate research on its own as well as in cooperation with other universities and research organizations. Research at NIBB covers a wide variety of biological fields, such as cell biology, developmental biology, neurobiology, evolutionary biology, environmental biology, and theoretical biology, and is conducted to elucidate general and fundamental mechanisms underlying various biological phenomena.



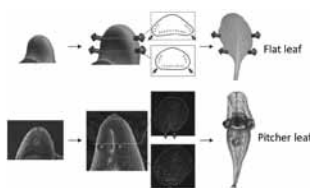
Office of Public Relations, NIBB



Tomoko Kurata
Colin Kawaguchi
Kyoko Ota
Misato Ban

Recent Press Releases

Development of a carnivorous pitcher leaf



Carnivorous plants have strange-shaped leaves, and they can grow on nutrient-poor environments by trapping and eating small animals. Charles Darwin, often called "the father of evolution", was also interested in carnivorous plants, and he wrote a book titled "Insectivorous Plants" published in 1875. Since then a lot of researches have been done, but how such strange-shaped leaves were altered during evolution remained unknown.

A research team in Japan has revealed how carnivorous pitcher leaves are formed in *Sarracenia purpurea*, a carnivorous plant native to North America. They thoroughly examined the process of pitcher leaf development by scanning electron microscopy, gene expression analyses, cell division pattern analyses, and a mathematical reconstruction of pitcher morphogenesis. They showed that a tissue-specific regulation of oriented cell division is the key factor for pitcher development. A computational modeling of leaf morphogenesis also supports these results. Their findings were published in *Nature Communications* on the 16th of March 2015.

The Yellow "Phantom Morning Glory"



The research group of Assistant Professor Hoshino Atsushi of the National Institute for Basic Biology, a member institute of the National Institutes of Natural Sciences, in collaboration with Kagoshima University, and Suntory Global Innovation Center Ltd., was able to take the genes of the Snapdragon and induce their function in Morning Glories, thus creating what has been called "The Phantom Morning Glory" in Japan.

Long-distance communication from leaves to roots

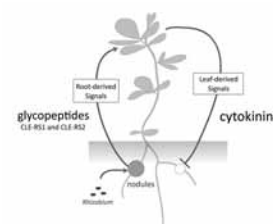
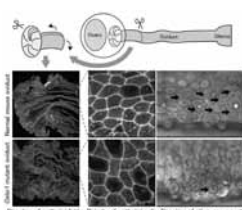
Leguminous plants are able to grow well in infertile land, and bear many beans that are important to humans. The reason for this is because most legumes have a symbiotic relationship with bacteria, called rhizobia, that can fix nitrogen in the air and then supply the host plant with ammonia as a nutrient.

The plants create symbiotic organs called nodules in their roots. However, if too many root nodules are made it will adversely affect the growth of the plants, because the energy cost of maintaining excessive nodules is too large. Therefore legumes must have a mechanism to maintain the proper number of root nodules, but this system has been poorly understood.

Graduate Student Takema Sasaki and Professor Masayoshi Kawaguchi of the National Institute for Basic Biology, a member institute of the National Institutes of Natural Sciences, in collaboration with RIKEN, have shown that cytokinins, a kind of plant hormone, play an important role in preserving proper root nodule numbers using the model plant *Lotus japonicus*. The results of this work were published in the journal *Nature Communications* titled "Shoot-derived cytokinins systemically regulate root nodulation".



How Fallopian Tubes Carry Eggs Unidirectionally





OIST

Communication and Public Relations Division
コミュニケーション・広報ディビジョン



メディアセクション / Media Section

- スタッフ4名 (ウェブアドミニストレーター1名・サイエンスコミュニケーションインターン2名含む)
4 staff including Web administrator and 2 science communication interns
- メディア対応 / Handles the press
- 広報出版物 発行 / Publications
- ウェブ (公式サイト・内部サイト・ソーシャルメディア) / Web (external, internal, social media)

地域連携セクション / Community Relations Section

- スタッフ4名 / 4 staff
- OISTオープンキャンパス、一般公開講演、文化イベントの企画・開催
Organizes OIST's events including Open Campus, public lectures, cultural events
- キャンパスツアー (県内高校招聘プログラム含む) 実施 / Guides Campus Tour including school visits

カンファレンス・ワークショップ・セクション / Conference & Workshop Section

- スタッフ6名 (オーディオ・ビジュアルテクニシャン1名含む) / 6 staff including 1 A/V technician
- 国際ワークショップやシンポジウムの誘致・運営 / Organization of int'l workshops and symposia

ランゲージセクション / Language Section

- スタッフ9名 (日英通訳兼翻訳者3名、テクニカルエディター1名、日本語教師3名・英語教師2名)
9 staff including 2 translators, 1 technical editor, 3 Japanese teachers, 2 English teachers
- 翻訳者はウェブ記事をはじめとする日英言語の通訳兼翻訳 / Translators deal with JE translation
エディターは提出前の研究論文校正 / Editor work with researchers on scientific manuscripts etc.
語学教師は教員・学生・研究員・事務職員の語学力向上に寄与 / Teachers provide language classes

OKINAWA INSTITUTE OF SCIENCE AND TECHNOLOGY GRADUATE UNIVERSITY
沖縄科学技術大学院大学

1919-1 Tancha, Onna-sen, Okinawa, 904-0495 Japan Phone: +81-98-966-8711
〒904-0495 沖縄県田舎郡恩納村字谷茶 1919-1 Phone: 098-966-8711
<http://www.oist.jp>

Our Mission

- Increase **general awareness** and support of RIKEN and our scientific endeavors outside Japan
- **Attract** talented students and researchers
- Increase **collaborations** with other institutions outside of Japan
- Make sure that the international community **trusts** the integrity of our research

Press Releases

Japanese and English press releases are handled differently at RIKEN

- Japanese press releases are handled by the **Japanese PR office**.
- Researchers fill out an **online application** for a press release. If they also want an English press release, they can indicate it there.
- The **researchers write a draft** of the press release themselves, and submit it to the Japanese PR office
- Japanese press releases are distributed through the **Japanese press club**.

Our Tools

- **RIKEN websites**
 - The English website
 - Social media websites (Facebook, Twitter)
 - Staff Blog (*coming soon*)
- **Press releases to news outlets** (also available on the website)
 - Eureka Alerts
 - Alpha Galileo
 - Our personal list of journalist and reporters
- **Publications** (also available on the website)
 - RIKEN research (quarterly)
 - Annual Report
 - RIKEN at a Glance



- English press releases are handled by the **Global Communications team** (us).
- Many Japanese researchers do not consider English press releases. Therefore, we **actively seek out** exciting and newsworthy research, and **contact the researchers**.
- **We read the papers** and decide if a study is interesting enough for a press release if so, **we go ahead and write it**.
- We go back and forth with the authors a few times **and get a few quotes** to make the release more interesting.
- We **distribute English press releases ourselves** through international media outlets and private communications.



Contact: Global Communications Team
Email: pr@riken.jp Like us on Facebook



Who's My Neighbor? ～研Q者をつなぐInternal Communicationを目指して～

九州大学 学術研究推進支援機構 広報グループ
○瀧URA、房URA、三和SURA、橋本助教(以上、研究戦略企画室)、松園URA(産学官連携本部)、長谷川(学術研究推進課)

■ 研Q者のニーズ&大学のミッション

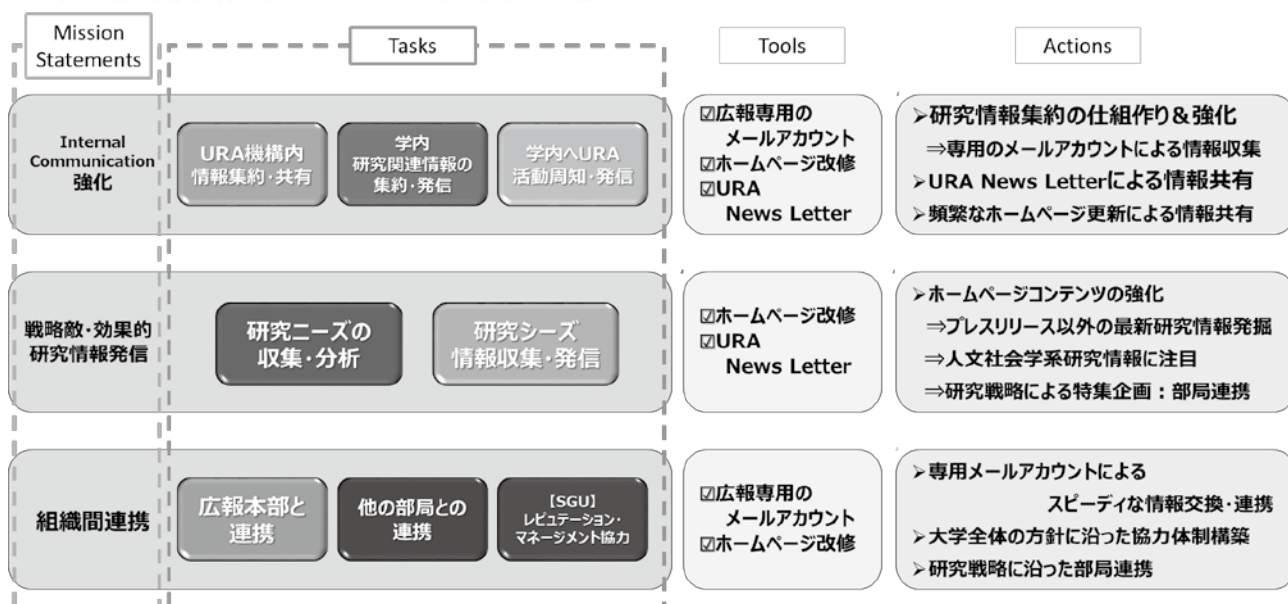


躍進百大

◆大学の研究力強化に取り組む

- トップレベルの研究の更なる加速
- 先端・融合研究の加速
- 将来のスター研究者育成による持続的な研究力向上
- 国際人材の獲得・連携によるグローバルな研究力強化
- 研究・教育ポートフォリオの戦略的組み換え
- 教育・研究の国際的レピュテーション強化

■ 広報戦略WG H26年度活動計画



<URA News Letter の発行>

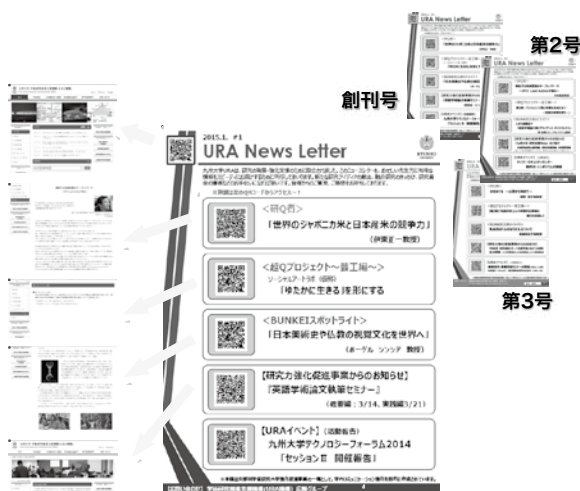
- 毎月発行
- 部局掲示板へ掲載
- 部局を通じたメールでの配信
⇒ 教職員・学生へ斉メール

<ホームページコンテンツの強化>

- 更新頻度アップ
- 人文社会学系研究に注目
- 戦略的情報発信
⇒ 特集企画による部局連携

<部局との戦略的連携>

- URA機構として注目する部局の特集企画を掲載
⇒ URA機構広報戦略WGから広報枠を提案
⇒ 人文社会学系、芸術工学研究院
- 戦略的情報発信：芸術工学研究院
⇒ 部局PRしたい内容を取り上げ、執行部会議にて決定



■ 今後の取り組み予定

- ホームページコンテンツの強化
⇒ 英語ページの充実化
：従来の日本語ページの英訳によらない、英語サイトのコンテンツ作成
- 広報本部との連携
⇒ 定期的な打合せにより広報戦略及び方針の共有
⇒ 九州大学広報誌『九大広報』
：研究ページの企画、執筆全般の担当
⇒ 発掘した研究(者)情報の共有、記者懇談会への取り上げ等連携体制の強化に取り組んでいく予定



RIKEN Brain Science Institute Connecting brains: from Research to Society

Our aim

The objective of the BSI Outreach Team is to engage people all over the world with neuroscience. Our mission involves communicating research discoveries and our passion for basic research to the public, but also to the global research community. To achieve this, our outreach activities are targeted with unique communication platforms to different stakeholders.

For domestic outreach, we reach out to the general public with press releases, featured articles, and videos. We also help to inform school children with specialized web pages and events, and policy makers with targeted materials

For global outreach, we also reach the general public with press releases, featured articles, and videos, and researchers by promoting a summer school, collaborations, conferences and PI visits or receptions at universities abroad.

Staff



RIKEN
Public Relation Office
RIKEN
Global Relation Office

Activities: Global outreach

Site visits

US senate appropriations committee, National Science Foundation (NSF), Pasteur Institute, President of Thüringen University, Dutch Vice-Minister etc...

Global tour

20 international universities and institutes
Presentations Receptions

English press releases

18 press releases (2014-current)

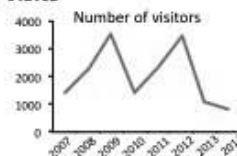


Scientific community oriented outreach

News letters, Scientific community platform

Activities: Domestic outreach

Site visits



Categories of visitors



Japanese press releases

28 press releases (2014-current)
Coverage by major domestic newspapers.

Videos/Events

TV programs

NHK "BAKUMON"
"Science ZERO"

Video production

Press release video
Lab close up video

Events

High school day
Open day

Web site

Target the general public



BSI Youth!

Target mainly High school students



Brain Science Teaching



Summer School



Meetings



国際科学広報に関するワークショップ 2015

International Science Communication Workshop 2015

Increasing the Visibility of Japanese Science in the International Media

参加者リスト (アルファベット順)

List of Participants (in alphabetical order)

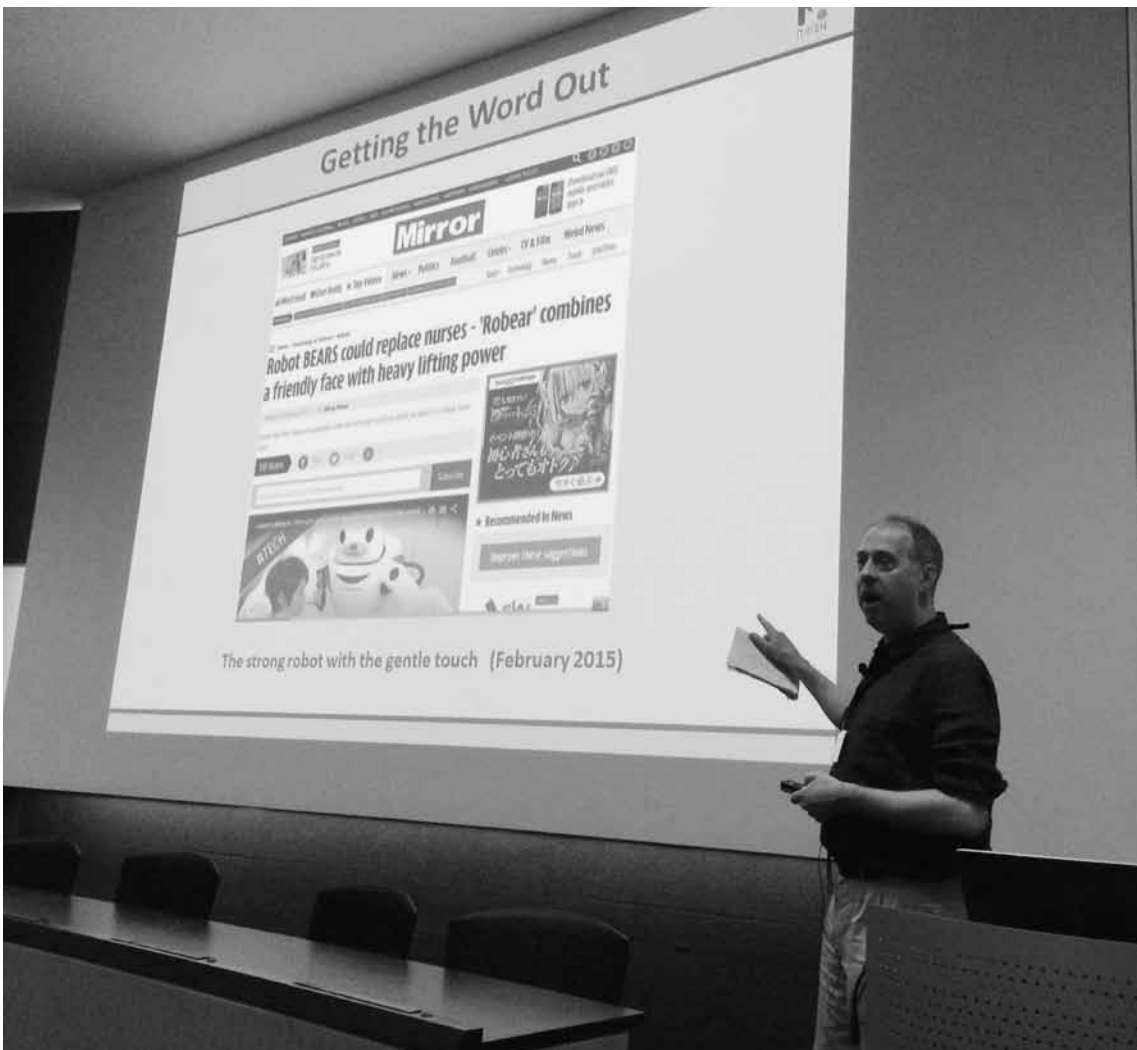
	Family Name	Given Name	Affiliation
1	ABE	Kiriko	Tokyo Metropolitan University
2	AKITOMO	Toyoka	Tokyo Institute of Technology
3	AOKI	Tazu	RIKEN
4	BAN	Masumi	Kyoto University
5	BANG	Hyunjung	Kyushu University
6	CALDER	Neil	OIST
7	CHENEVIER	Bernard	Okayama University
8	CHIBANA	Chiaki	OIST
9	CLEMENTE	Hiroyo	OIST
10	COOPER	Micheal	OIST
11	EBATA	Shingo	Hokkaido University
12	FUJIMATSU	Yoshiteru	OIST
13	FUJIYOSHI	Takao	Hokkaido University
14	FURUKORI	Etsuko	Sci-Tech Communications Inc.
15	HARUKI	Atsushi	Kyoto University
16	HASEBE	Kihachi	JAMSTEC
17	HAYAMA	Miyabi	National Institute for Materials Science (NIMS)
18	HIRAGA	Hazuki Sherry	RIKEN
19	HIRAMATSU	Masaaki	National Astronomical Observatory of Japan
20	HIRASHIMA	Ruri	Kyushu University
21	HIROKAWA	Mayumi	Okayama University
22	IRION	Robert	University of California, Santa Cruz
23	ITO	Yuko	Toyohashi University of Technology
24	ITOH	Yuichi	Osaka University
25	IWASAKI	Takuya	Osaka University
26	IWASAKI	Yukiwo	Kobe University
27	JAMIESON	Valerie	New Scientist
28	KAKUBAYASHI	Motoko	Science Media Centre of Japan

29	KAWAHITO	Yoshie	Osaka University
30	KAWANO	Emiko	University of the Ryukyus
31	KIKUCHI	Kazushige	JAMSTEC
32	KINOSHITA	Masato	Kobe University
33	KITAZAKI	Michiteru	Toyohashi University of Technology
34	KOIZUMI	Amane	National Institutes of Natural Sciences
35	KOMA	Tomomi	Japan Society for the Promotion of Science (JSPS)
36	KOMORI	Marina	University of Tokyo
37	KON	Takeshi	University of the Ryukyus
38	KONAGAI	Keisuke	Japan Science and Technology Agency (JST)
39	KORNHAUSER	David	Kyoto University
40	KOSO	Ayumi	University of Tokyo
41	KOTOBUKI	Sakurako	Japan Science and Technology Agency (JST)
42	KURATA	Tomoko	National Institute for Basic Biology
43	KUROKI	Toshio	Japan Society for the Promotion of Science (JSPS)
44	MAEDA	Kenichiro	Osaka University
45	MAKO	Aya	Kyushu University
46	MAYAMA	Satoshi	SOKENDAI (The Graduate University for Advanced Studies)
47	MCKAY	Euan	University of Tokyo
48	MITRA	Joykrit	OIST
49	MIURA	Yoshie	Hiroshima University
50	MIWA	Yoshiko	Freelance
51	MIYAKODA	Kengo	Hiroshima University
52	MIYAZAKI	Ayako	Nagoya University
53	MIYOKAWA	Norifumi	Hiroshima University
54	MORITA	Youhei	OIST
55	MURAOKA	Yumi	Hokkaido University
56	NAGASE	Keisuke	Kanazawa University
57	NAGATA	Yumiko	Kanazawa University
58	NAKAHODO	Ayano	OIST
59	NAKANISHI	Yoshinobu	Kanazawa University
60	NAMBA	Miho	Hokkaido University
61	NATORI	Kaoru	OIST
62	NISHIOKA	Mayumi	JST Miraikan
63	NORMILE	Dennis	Science
64	OBAYASHI	Saori	Kobe University
65	OKADA	Yoshio	OIST
66	OKADA	Saeko	High Energy Accelerator Research Organization (KEK)
67	OKAMURA	Tadashi	Tokyo Institute of Technology
68	OKANO	Keiko	Kyoto University

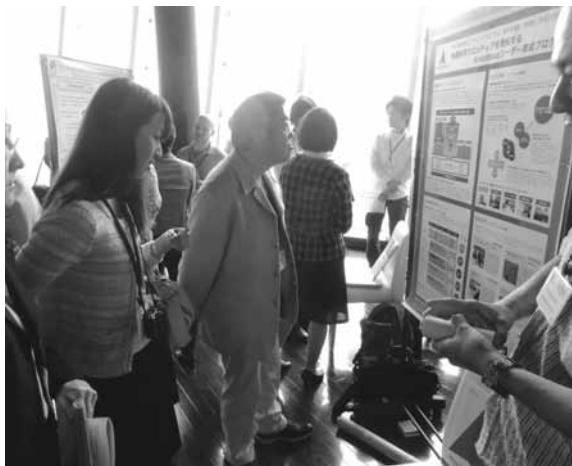
69	OSUKA	Soh	RIKEN
70	OTAKE	Shigeyuki	OIST
71	PETERSEN	Laura	OIST
72	PHILLIPS	Adam	RIKEN
73	POKAR	Magdeline	ResearchSEA
74	SAKANOUÉ	Jun	Osaka University
75	SATO	Ayato	Nagoya University
76	SHIBATA	Yukiko	National Astronomical Observatory of Japan
77	SHIMAZOE	Junko	IDE-JETRO (AJIKEN)
78	SUZUKI	Asuka	Tokyo Institute of Technology
79	TAKAHASHI	Yuya	MEXT
80	TAKAI	YUKO	Nature Publishing Group
81	TAKEDA	Kotaro	Tohoku University
82	TAKEUCHI	Kyoko	JAMSTEC
83	TAKI	Satomi	Kyushu University
84	TANAKA	Izumi	Kyushu University
85	TOKUMITSU	Yujiro	Hiroshima University
86	TSUMURA	Akiko	Osaka University
87	TU	Ping	Okayama University
88	WADA	Arisu	Japan Society for the Promotion of Science (JSPS)
89	WAKI	Mitsue	Hiroshima University
90	WATANABE	Masataka	University of Tsukuba
91	WILKINSON	Jens	RIKEN
92	YAMASHINA	Naoko	University of Tsukuba
93	YIM	Tommy	Nature Publishing Group
94	YOKOYAMA	Charles	RIKEN
95	YOSHIOKA	Sachiko	Kyoto University
96	YURI	Shinko	Sci-Tech Communications Inc.















発 行：沖縄科学技術大学院大学
〒904-0495 沖縄県国頭郡恩納村字谷茶1919-1

発行日：2015年6月1日

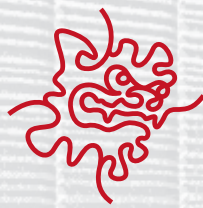
企 画：沖縄科学技術大学院大学
コミュニケーション広報ディビジョン
TEL: 098-966-2389 <http://www.oist.jp>

編 者：名取 薫

本冊子の図版及び文章の無断転載を禁ずる。

All material contained in this report is copyright OIST Graduate University. No part of this report may be reproduced or copied in any form or by any process without written permission.





OIST