

Title	積極的な成果の社会還元を促すための一方策：新聞報道における産総研研究成果のメディア露出度調査
Author(s)	山本, 哲也; 中村, 治
Citation	年次学術大会講演要旨集, 24: 135-138
Issue Date	2009-10-24
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	http://hdl.handle.net/10119/8596
Rights	本著作物は研究・技術計画学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Society for Science Policy and Research Management.
Description	一般講演要旨

積極的な成果の社会還元を促すための一方策 —新聞報道における産総研研究成果のメディア露出度調査—

○山本哲也、中村治(産総研)

学術的な活動の結果が、新聞報道等のメディアで取り上げられるなど、社会的な関心を集めていることも、その研究の社会からの注目度を測る一つの目安になる。研究成果の社会へのアピールは、特定の成果に対する社会への情報発信のみならず、成果の社会還元、産総研のプレゼンス向上、公衆への科学技術の理解増進にも資することが期待される。産総研評価部が開催する評価委員会においても、毎年度のように、委員から社会へのアピールの必要性に対するコメントが寄せられている。本稿では、産総研における研究成果の新聞への記事掲載の調査について報告する。また、特にその露出度が顕著であった研究成果についてもいくつかピックアップした。

1. はじめに

独立行政法人産業技術総合研究所(以下、「産総研」という)では、平成13年度の独法化への移行とともに評価方針を定め、評価を実施してきた。評価結果については事務局である評価部が取りまとめ、研究ユニット改廃等のために実施する審査委員会において活用されるとともに、独立行政法人評価委員会産業技術研究所部会にも資料として提出している。評価結果は、報告書として広く国民へ開示し、説明責任を果たすことに努めてきた。各研究ユニットに対しては、評価委員からのコメントをフィードバックし、次段の活動の改善に役立てて頂いている。

産総研評価部が実施している研究ユニット評価委員会における評価委員からの代表的なコメントの一つに、研究成果に対する積極的な社会へのアピールの推奨がある。これらの意見は、毎年、出版されている評価報告書にも記載されている[1]。また、最近では、研究評価の一環として、研究者自身によるアウトリーチ活動¹についても評価されるようになってきている[3]。研究者は論文等を執筆することで、自らの研究成果を世に問うているが、専門性の高い論文誌に目を通すのは、専門研究領域の一致した、ごく限られた研究者のみである場合がほとんどであり、一般の人々の目に直接触れることはほとんどない。産総研の技術を広く社会で利用して頂くためには、組織の技術を社会に対して手渡す必要があり、そのためには、特定の技術を必要としている人々に「気付き」を促す何らかの方策が必要である。

本稿では、評価委員からの指摘事項の一つである社会に向けてのアピール度を、研究機関におけるアウトリーチ活動の一種である新聞への露出度という観点から調査を行ったので、報告する。ま

た、メディアへの露出が特に顕著であった産総研における研究成果についても、いくつかピックアップを行い、その特徴についても検討を行った。

2. 公衆の科学技術に対する情報源

昨今、科学技術の社会への理解増進に資するサイエンスコミュニケーション(科学技術コミュニケーション)²[4-8]の必要性およびその活性化が、頻繁に叫ばれている。産総研としても広報部が中心となり、広報活動の一環としてのプレスリリースに加え、サイエンス・カフェ、施設一般公開、研究成果の施設展示等の取り組みを行っている。サイエンスコミュニケーションが声高に叫ばれるような状況に至った理由の一つに、国民の科学技術への関心の低下が挙げられ、「第3期科学技術基本計画」においても、当該事項が留意すべき課題として指摘されている。これを受けて、国としても、様々な活動により、科学技術への国民の関心を高めるきっかけ作りを志向している。

平成16年度科学技術白書[9]「国民の科学技術情報の入手先と科学者等の情報発信場所について」によると、一般の国民の科学技術に関する情報源としては、テレビが90%、新聞が60%であり、それ以外の機会(媒体)、すなわち、ラジオ、雑誌、インターネット、家族や友人との会話は、全て10%程度である。そもそも、日常生活へのメディアの浸透度という観点から見れば、日本は「マスメディア大国」と呼ぶに相応しい国である[10]。例えば、人口1000人当たりの新聞発行部数や1日当たりのテレビ視聴時間では日本は世界のトップクラスである[10]。このように、科学技術を専門としていない一般の人々からすれば、少なくとも日本国内に関しては、テレビや新聞等のメディアが科学情報を伝えるメディアとして圧倒的である。成果の社会への発信およびその還元、組織のプレゼンス向上、延いては、科学技術に対する公

¹国民の研究活動・科学技術への興味や関心を高め、かつ国民との双方向的な対話を通じて国民のニーズを研究者が共有するため、研究者自身が国民一般に対して行う双方向的なコミュニケーション活動[2]

²国民全体あるいは個々のコミュニティの科学知識や科学に対する意識を高めるためのコミュニケーション[4]

衆の意識の向上のためには、一般の人々の目に良く触れるメディアへの研究成果の露出が、より適切であるといえる。

3. 新聞記事掲載までのプロセス[3, 5, 11, 13]

産総研の研究成果が、新聞記事として掲載されるまでの実際の手順としては、産総研広報部のプレス発表を通して報道機関に情報提供を行うケースが主である。新聞記事掲載までの基本的な流れとしては、まず、研究ユニット内の研究成果について、研究ユニット長の判断の下で、広報部を通してプレス発表を行う。プレス発表された情報は、速やかに産総研ホームページで公開されるとともに、全ての成果ではないが、広報誌「産総研 TODAY」にも記事が掲載されることとなる。また、新聞社等の報道機関へ情報提供（通信社による情報発信を含む）がなされ、新聞社内での判断の後に記事が掲載される。もちろん、新聞紙上への記事掲載は上記のプレス発表の手順のみではなく、日頃の研究者と報道記者等の不定期となるが、直接的なコンタクトを通して、記事掲載に至るケース等、多様である。

研究成果における産総研プレス発表の形態としては、記者を直接召集してレクチャー等を行う「記者発表」と、研究成果の記述された資料情報の提供を行う「資料提供」等がある[11]。なお、プレス発表を開催するに値する斬新な研究成果が出た場合、研究成果の重要度等により、「記者発表」で行うか、「資料提供」で行うかの判断がなされる。「記者発表」の場合には、研究ユニットによっては、レクチャーに併せてデモンストレーションを実施し、記者に対してより深い理解を得られるように工夫する場合もある[5]。「資料提供」については、研究ユニットから提示された技術資料を新聞社等の報道機関に提供する。ただ、研究者が記述すると、論文等でよく見られる様な一般には分かりにくい表現となっている場合がある。特に、専門用語については、それを多用すれば学問的には正確な表記となるが、広く一般に公開する際には、分かりやすさも重要な要素となるため、読者にできるだけ分かりやすく紹介するために、広報部から確認を行うことがある。

報道機関へ情報提供がなされた後は、各報道機関に判断が移ることになる。一般的な話になるが、新聞は、その日に集まったたくさんのニュースから選んでつくられるので、その日ごとに主として編集担当により順位づけがなされ、その記事の掲載の可否や、当日の紙面の都合で記事の大きさが判断される[3, 13]。なお、地方紙の場合については、科学担当記者をきっちりと持っている新聞社は極めて少なく、一般のニュースも含めて通信社の力を借りて紙面作りを行うことが多い[3]。

このように、研究成果の新聞報道等のメディアへの露出に関しては、紙面掲載の是非やその掲載の大きさ等も含めて、産総研内部の研究者や広報関係者のみならず、外部の報道機関においても、複数段階の審査(判断)のプロセスを経て実際に掲

載されることになるため、新聞報道という情報発信も、その成果への注目度を測る一つの目安（評価指標）になるものと考えられる。

4. メディアへの掲載件数と顕著な研究成果

図1に、産総研における新聞の報道件数を示す。この図は、実際に産総研の情報がどの程度、紙面に掲載されているのかを表しており、産業技術総合研究所年報[12]のデータを参考にしてしている。なお、それぞれの年度における新聞報道の件数には、研究成果以外の記事も含まれている。この図から、産総研からは1年間に1200～2400件程度の記事掲載がなされていることが分かる。特に、第1期中期目標期間においては、毎年度、その値が右肩上がりであり、期末である最終年度には、最多となっている。

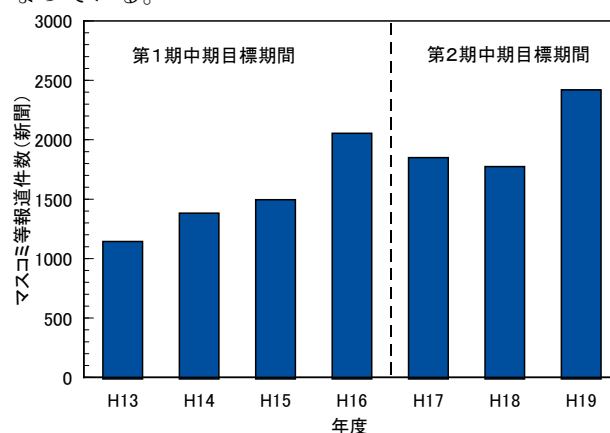


図1. 産総研における新聞報道の件数

図2に、各新聞社の第2期中期目標期間中の新聞報道件数を示す[12]。新聞社としては、5 大衆紙として知られている5新聞社（読売、朝日、毎日、産経、日経）と、業界紙（専門紙）として知られている7新聞社について取り上げた。この図から、多少の変動はあるが、1社当たり、各年度を通してほぼ同じ数の掲載がなされていることが分かる。また、業界紙における掲載数については、新聞社により、かなりの差があることが分かる。

次に、産総研の研究成果が、新聞記事として特に顕著に新聞紙面に現れたケースに関して、いくつかピックアップした。表1に、本調査結果を示す。産総研が掲載されている新聞記事は、そのほとんど全てが広報部にて保存されており、それらは、所内のみが対象ではあるが、データベース化されている。本調査に関しては、広報部にて保存されている資料を基に、同一の研究成果が元になった記事かどうかをチェックし、掲載頻度の確認を行った。なお、新聞記事の分類としては、研究成果以外にも、関連記事、経営的事項、人事、事件・事故、広告等があるが、ここでは、第2期(2005-2008)における「研究成果」のみを取り上げた。特に、数日中に同じ内容で異なる新聞の紙面（異なる10紙程度またはそれ以上）に掲載され、大

衆向けに瞬間的に露出の特に大きかったと思われる研究成果を拾い上げた。なお、紙面への掲載頻度が同じ位で判断に迷う場合は、5 大大衆紙に掲載されているかどうか判断材料とした。なお、産総研において有名なアザラシロボット「パロ」については、研究・開発成果が出た直後のみならず、第 2 期に限って言えば、期全体に渡って途絶えることなく記事になっており、極めて評価の高いテーマである。パロについては、「商品普及」の段階に既に入っており、むしろ研究成果以外の関連記事が多く、今回の表 1 からは外した。

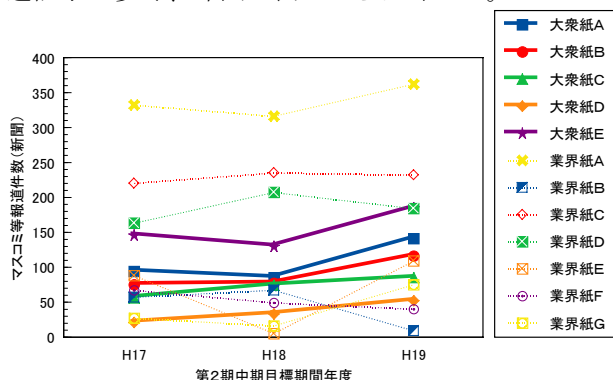


図 2. 産総研における新聞の報道件数
(第 2 期、新聞社別)

表 1 から、結果的に抽出された成果は、どれも産総研における研究成果として一般に広く知れ渡っている成果と一致した。新聞において多く取り上げられやすいテーマとしては、一般的に誰でも興味・関心を持ちやすい技術（ロボット、立体テレビ）や、安心・安全な社会生活実現のために万人に必要な情報（地震、プレート）であったり、現在、特にブームである最先端の科学技術テーマ（iPS 細胞、カーボンナノチューブ；CNT）等であった。平成 21 年 3 月発表の女性型ロボットは、研究成果という面では、当概年度に最も多くの新聞紙面上に掲載された成果である。平成 19 年度は、研究成果という点では、人々の興味を引きやすい「立体テレビ」の掲載が多かった。また、同年度における産総研からの紙面への掲載という点からは、5 月～10 月にかけての脱毛関連因子 FGF-5S に着目した薬用育毛剤の広告がかなり多く掲載されている。平成 18 年度は、全方位カメラ搭載車椅子、ウイルスチェックシステム開発の掲載が多い。それ以外にも、単層 CNT の大量生産開発の記事が、5 月と翌年の 2 月に掲載されている。第 2 期初年度である平成 17 年度については、関東地下における新プレートについての記事がかなり多く掲載されている。このように、紙面に掲載されやすい研究課題というのは、世界レベルの学術的な研究成果であるというだけでなく、むしろ、一般的に社会が関心を持ちやすいテーマであることが特徴的である。前述したように、新聞等のメディア浸透度は、日本国内ではかなり高い。このようなメディアへの露出を通して、社会からの産総研への興味・関心が形成され、なおかつ、科学技術に対して必ずしも専門ではない研究支援者や記者等によ

る何段階ものフィルターを通して研究成果が平易な言葉で記載されることで、特定の技術を必要としている人々に「気付き」を促し、延いては、成果の積極的な社会還元に資することになるのではないかと考えられる。もちろん、本調査は、新聞記事の掲載頻度という一側面での調査であり、個別の研究成果の中身までの十分な議論・検討を行っていないので、研究の質の良否の議論については注意する必要がある。

5. むすびと今後の課題

研究成果の社会へのアピールは、特定の成果に対する社会への情報発信やその還元のみならず、産総研のプレゼンス向上や、公衆への科学技術の理解増進にも資することが期待される。産総研評価部の開催する評価委員会においても、委員から社会へのアピールの必要性に対するコメントが寄せられている。本稿では、産総研における研究成果の新聞への記事掲載についての調査を行った。産総研からは、年間 2000 件程度の新聞記事への掲載がなされている。露出度が特に顕著であった研究成果については、産総研としてもよく取り上げられる代表的な研究成果と一致した。また、一般的に社会が関心を持ちやすいテーマが、メディアに多く取り上げられやすいことも分かった。

新聞等のメディアに取り上げられるかどうかは、何段階もの審査のステップを経ているので、広い意味での評価の一つの形態であると言えることができる。しかしながら一方で、読者がどのニュースをどれくらい実際に読んでいるのかという情報については直接的にカウントすることは不可能である。特に、大衆紙の購読者数が多いからと言って、その新聞を目にする人のうち、実際に、特定の研究成果に対する記事にどの程度の割合が関心を持つかはケースバイケースである。むしろ、例えば、購読者数が少なくても、特定の業界紙において掲載された科学技術関係の記事の方が、念入りに目を通すのかもしれない。実際に、「科学系雑誌」と「技術系雑誌」に関する広告の効果に対する比較として、科学誌では読者が多いほど広告を出す意味があるというビジネスモデルが成り立つため部数が重要であるが、技術誌は、どのような読者がいるかが重要であり、読者数の多い媒体に広告を出すよりも、読者のバックグラウンドに関連した広告をピンポイントで特定の媒体に出す方が、広告の効果は大きいという報告がある[3]。広報効果の測定、さらに加えて、広報効果と研究評価との関係については、今後の課題である。

参考文献

- [1]産総研評価部、「研究ユニット評価報告書」、(平成 17 年度版～平成 20 年度版)。
- [2]文部科学省、「アウトリーチの活動の推進について」、学術分科会学術研究推進部会(第 10 回)(平成 17 年 6 月 7 日)。
- [3]小林宏一、谷川建司、瀬川至朗、「ジャーナリ

ズムは科学技術とどう向き合うか」、東京電機大学出版局、(平成 21 年 4 月)。

[4] 渡辺政隆、今井寛、「科学技術理解増進と科学コミュニケーションの活性化について」、科学技術政策研究所 調査資料-100、(平成 15 年 11 月)。

[5] 田柳恵美子、「研究組織のサイエンス・コミュニケーション—政府系研究機関 情報系研究部門の事例研究—」、北陸先端科学技術大学院大学 博士論文(平成 20 年 3 月)。

[6] 渡辺政隆、今井寛、「科学技術コミュニケーション拡大への取り組みについて」、科学技術政策研究所 DISCUSSION PAPER No. 39、(平成 17 年 2 月)。

[7] 北海道大学科学技術コミュニケーター養成ユニット、「はじめよう!科学技術コミュニケーション」、ナカニシヤ出版、(平成 19 年 12 月)。

[8] 梶雅範、西條美紀、野原佳代子、「科学技術コミュニケーション」、培風館、(平成 21 年 5 月)。

[9] 文部科学省、「平成 16 年度科学技術白書」、(平成 16 年 6 月)。

[10] 浜田純一、田島泰彦、桂敬一、「新訂 新聞学」、日本評論社、(平成 21 年 5 月)。

[11] 産総研プレス発表に係わった研究者からのインフォーマルなコメント。

[12] 産総研、「産業技術総合研究所年報」、(平成 13 年度～平成 19 年度版)。

[13] 日本科学技術ジャーナリスト会議、「科学ジャーナリストの手法—プロから学ぶ七つの仕事術」、(株) 化学同人、(平成 19 年 5 月)。

表 1. 新聞において掲載された産総研における顕著な研究成果 (第 2 期)

概要	研究ユニット名	研究内容
女性型ロボット	知能システム研究部門	人間に近い外観と動作性能を備えたロボットの開発に成功(2009 年 3 月)
歯の細胞から iPS 細胞	セルエンジニアリング研究部門	歯(親知らず)から iPS 細胞を樹立(2008 年 8 月)
立体描画	光技術研究部門	「空間立体描画(3Dディスプレイ)」技術の高性能化実験に成功—実用化に向けて前進—(2007 年 7 月)
界面活性剤による省エネ	エネルギー技術研究部門	界面活性剤を利用して循環ポンプ動力の 65%の省エネを達成—札幌市役所本庁舎の暖房用水循環ポンプで実証—(2007 年 5 月)
アスベスト無害化	エレクトロニクス研究部門	赤外線を使ったアスベスト溶融無害化技術の開発(2008 年 1 月)
ステレオカメラ搭載電動車いす	情報技術研究部門	全方向ステレオカメラを搭載したインテリジェント電動車いす—安心・安全な電動車いすの実現—(2006 年 9 月)
ウイルスチェックシステム開発	次世代半導体研究センター	書き換え可能なハードウェアによる高速ウイルスチェックシステムの開発—水際でコンピュータウイルスを撃退—(2006 年 11 月)
CNT 研究	ナノカーボン研究センター	単層カーボンナノチューブで高強度繊維の紡糸に成功—後処理なしで工業材料として高品位な単層ナノチューブ製造技術を確立—(2006 年 5 月)
関東下の新プレート	活断層研究センター	関東直下の新しいプレート構造の提案(2005 年 5 月)
人間型ロボット	知能システム研究部門	実環境で働く人間型ロボット試作機 HRP-3P の発表(2005 年 9 月)
歯の細胞から骨・肝細胞分化	セルエンジニアリング研究部門	たった一つの歯の細胞から骨、肝臓の再生に成功—抜歯時に捨てられていた歯の細胞から骨細胞と肝細胞への分化—(2006 年 3 月)
麹菌のゲノム解析	生物機能工学研究部門	麹菌のゲノム解析を完了—日本の伝統的発酵産業の発展に寄与—(2005 年 12 月)
音声認識	情報技術研究部門	人間型ロボットの実環境での音声認識を実現—生活雑音の中でも音声命令をピックアップ—(2005 年 6 月)