

研究機関における広報の目的と実践

南波直樹

理化学研究所 発生・再生科学総合研究センター 広報国際化室

■ 自己紹介

高校卒業後、救急救命士になりたいと思い、浪人。
生物学に目覚める。



大学、大学院（修士）で生命科学を学ぶ。比較的真面目な大学生活を過ごし、

- ・ 科学の領域融合
- ・ 科学と社会の関係（特に負の側面）

に興味を持つ。

■ 自己紹介



科学と社会をつなぐ仕事、研究分野間をつなぐ仕事に就きたいと思い、医学書の出版社に就職するも1年を待たず転職。



理研 発生・再生科学総合研究センター（CDB）に「科学コーディネーター」という職を見つけ、現在に至る。

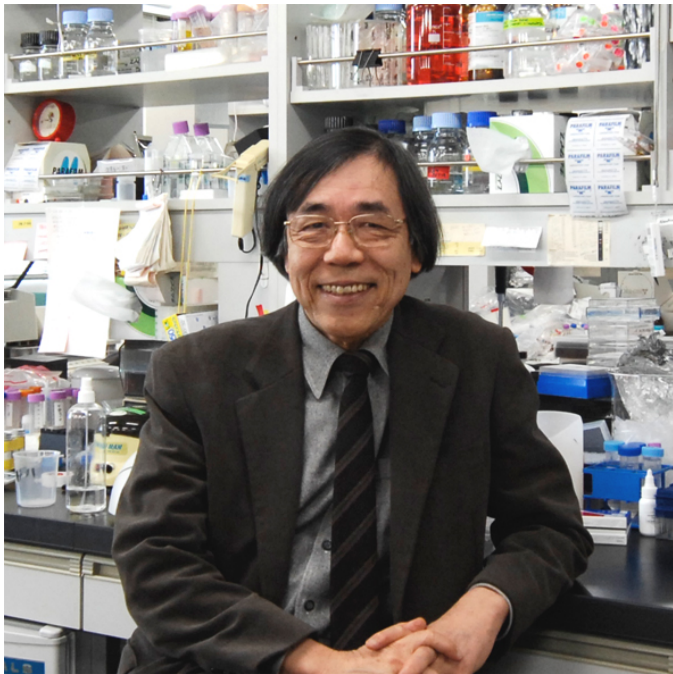
■理化学研究所とは？

国内最大の自然科学の総合的な公的研究機関



■理研CDBとは？

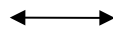
動物の発生メカニズムを解明し、
再生医療を始めとする医学応用に貢献する



■発生学とは？



■発生学とは？

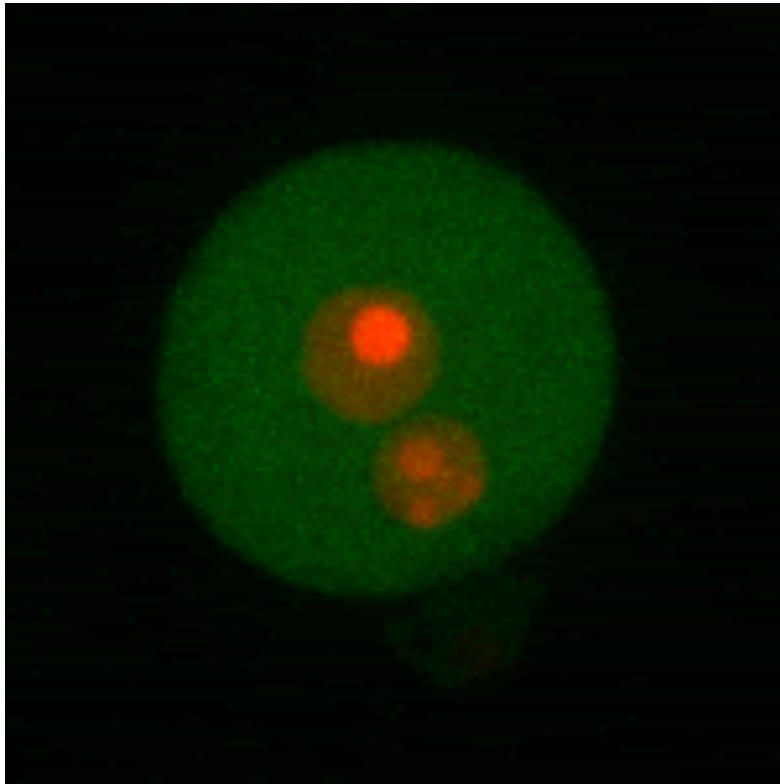


受精卵
約●●mm

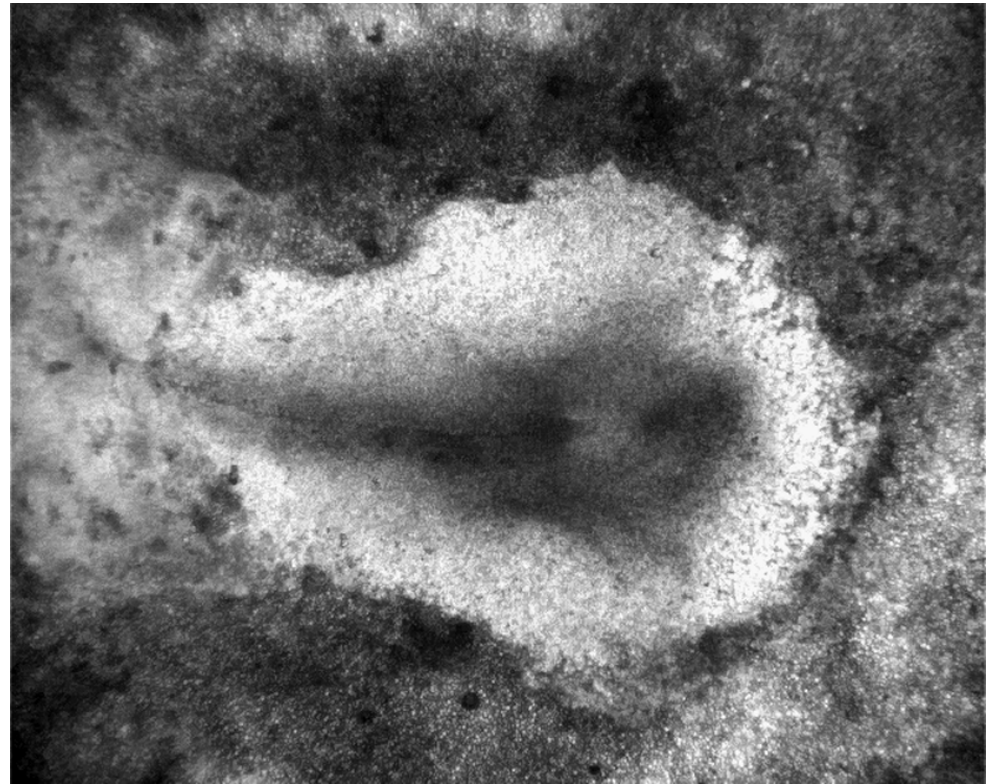


成人
●●個・230種類以上の細胞
「複雑な細胞社会」

■ 発生不思議

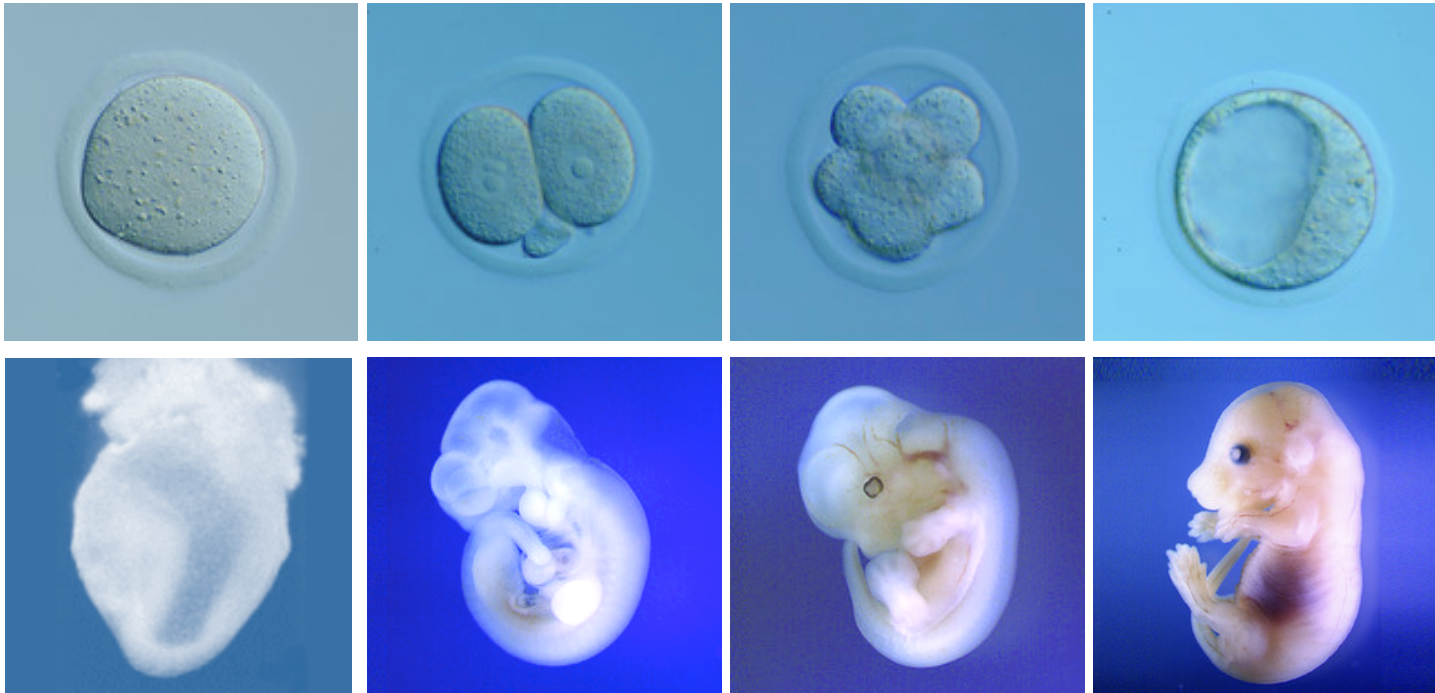


マウスの卵割



ニワトリ胚の発生

■ 発生不思議



細胞分裂

どうやって正確に
分裂するのか？

細胞分化

どうやって色々な
細胞ができるのか？

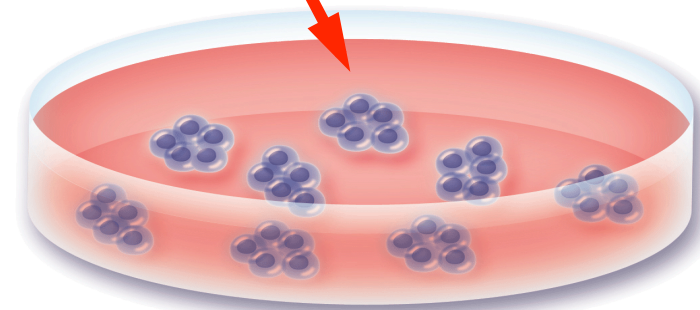
臓器形成

複雑な臓器がどう
やってできるのか？

ES細胞と再生医療

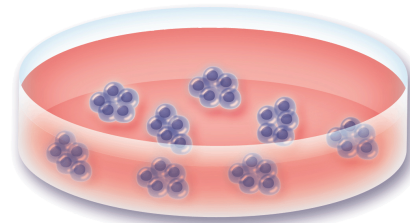


ES細胞
Embryonic Stem Cells



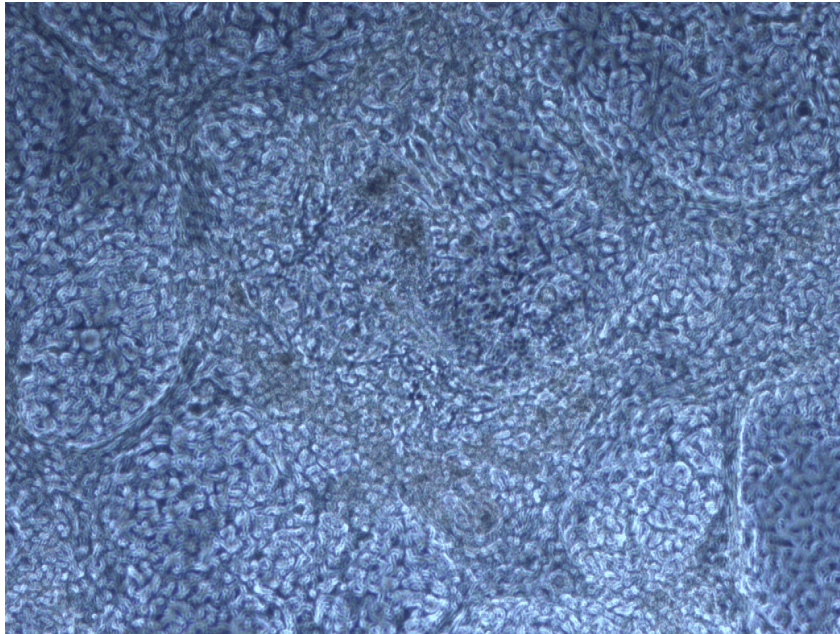
高い増殖力：半無限的に増える
多分化能：どんな細胞にもなれる

ES細胞と再生医療



ES細胞

培養条件によって
様々な細胞に分化する

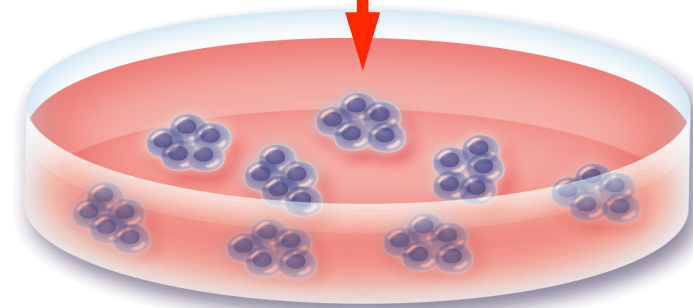
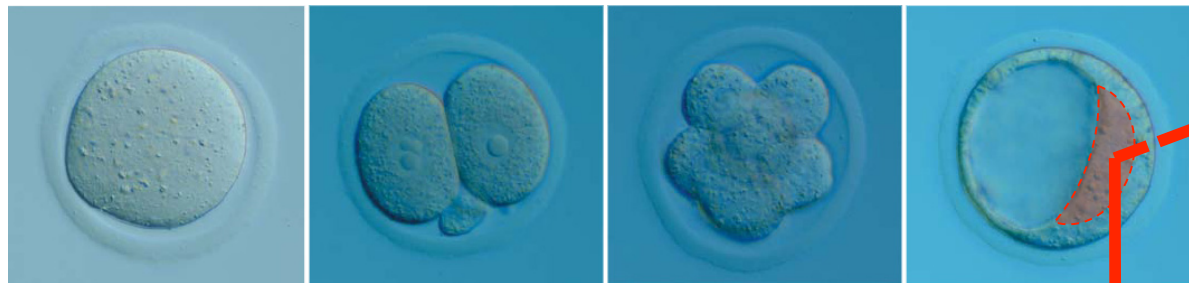


ES細胞から作った心筋細胞



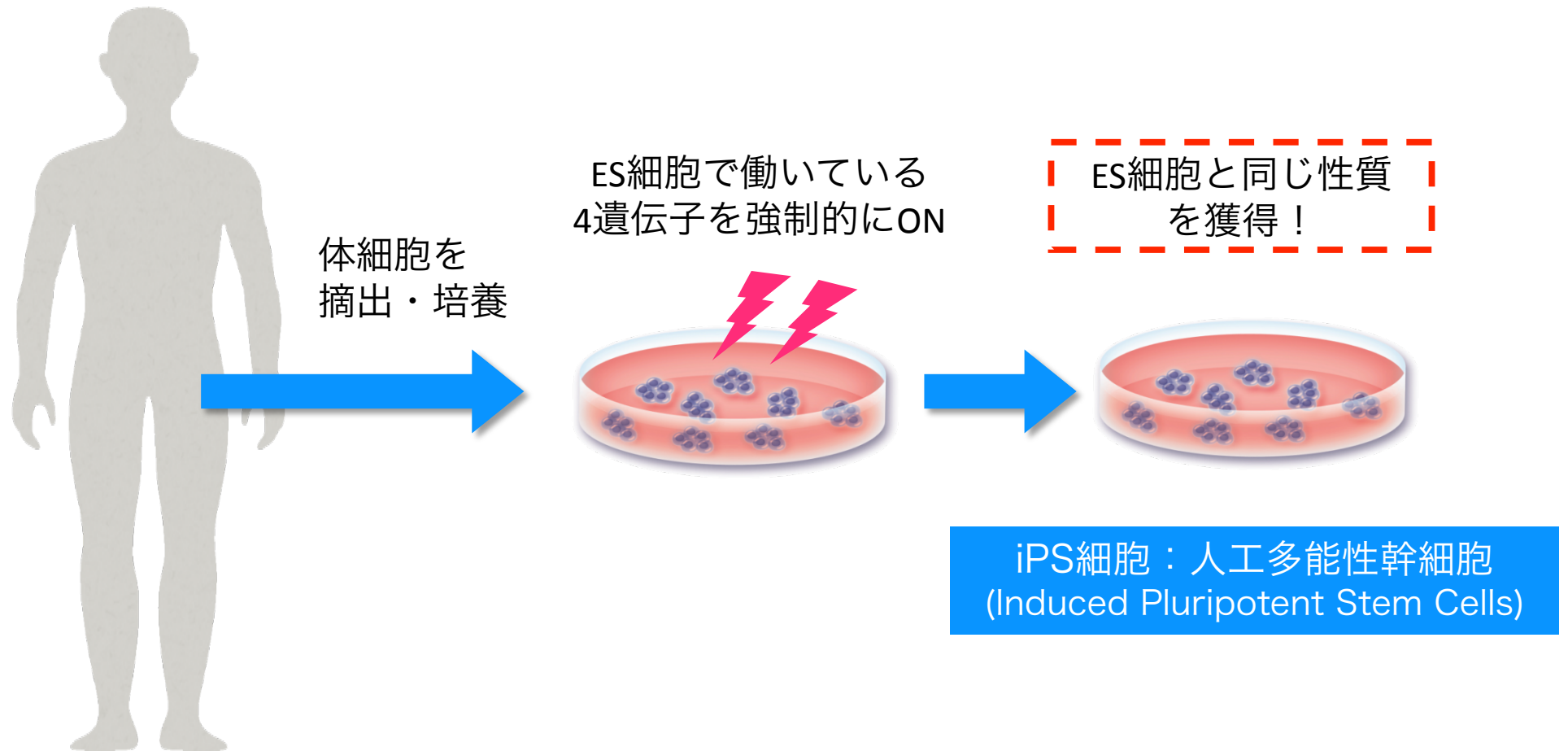
ES細胞から作った血管

ES細胞と再生医療



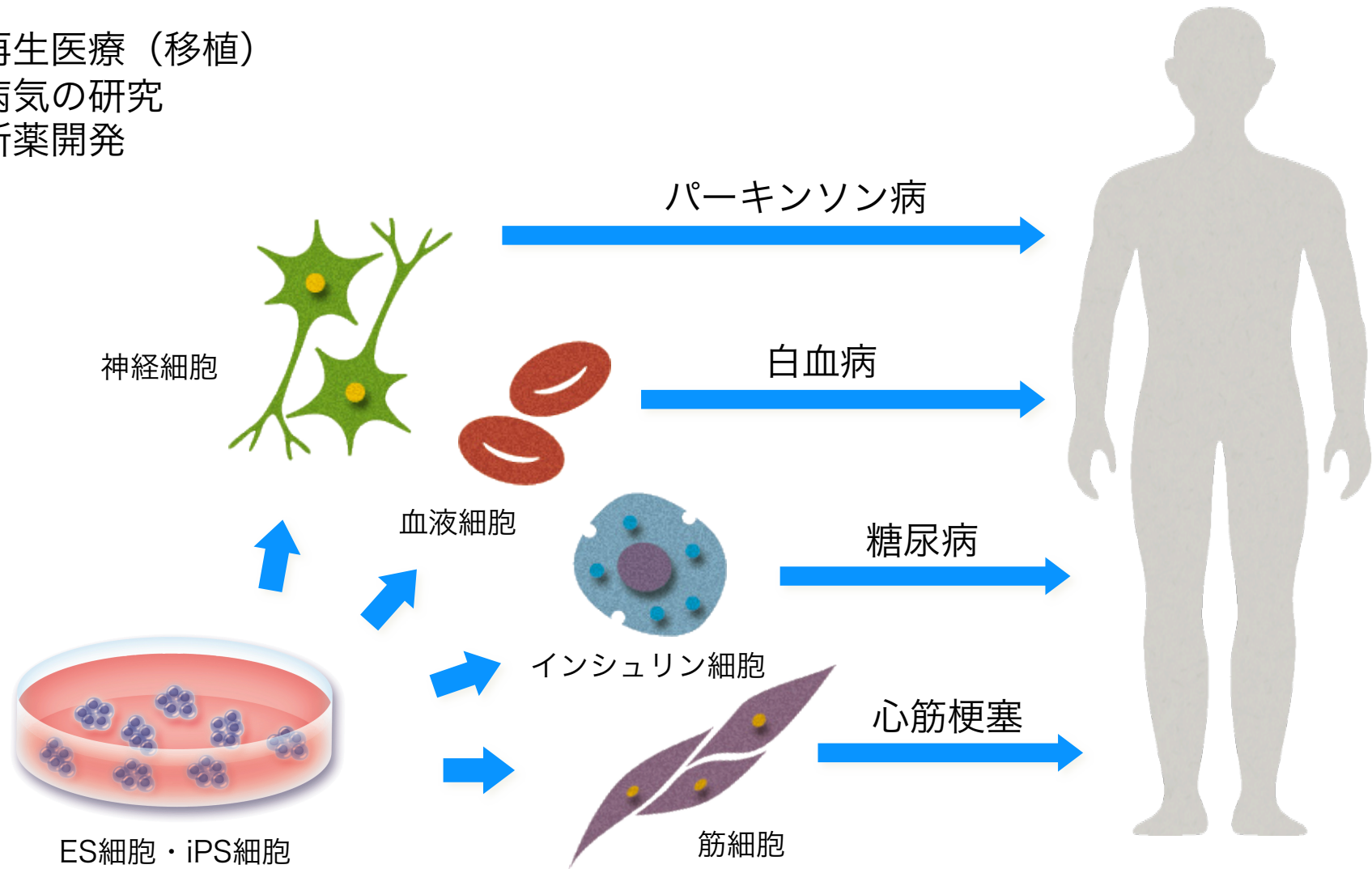
ES細胞

待ち望まれたiPS細胞の誕生



幹細胞と再生医療

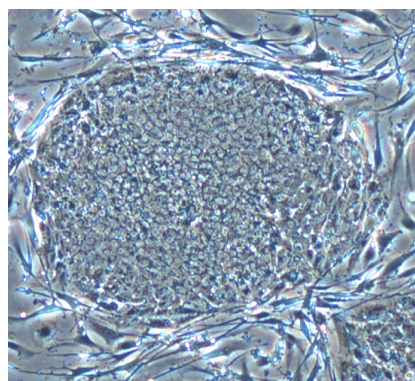
- ・再生医療（移植）
- ・病気の研究
- ・新薬開発



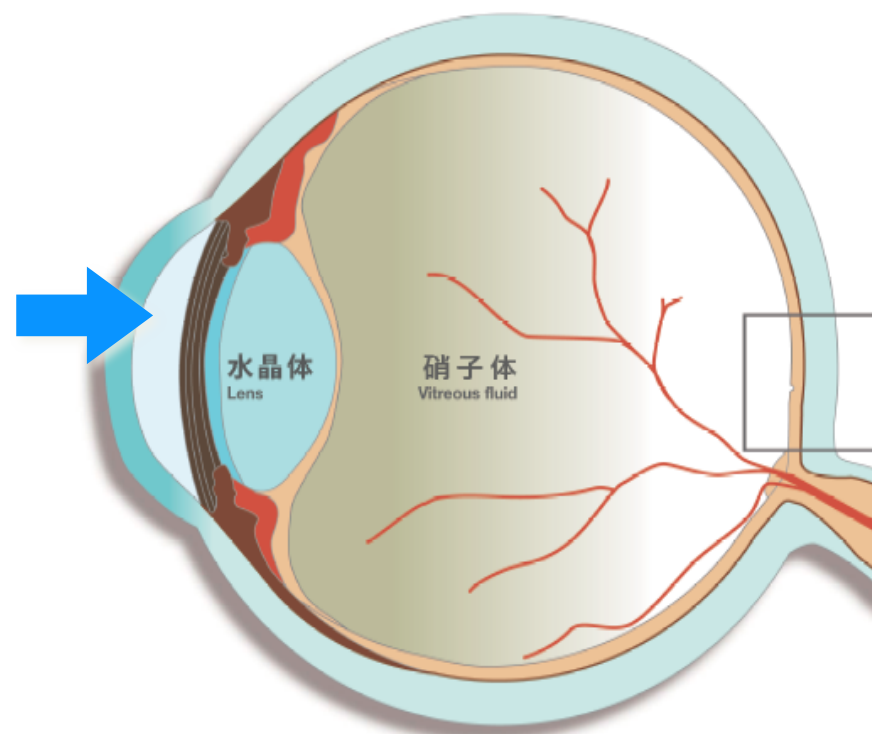
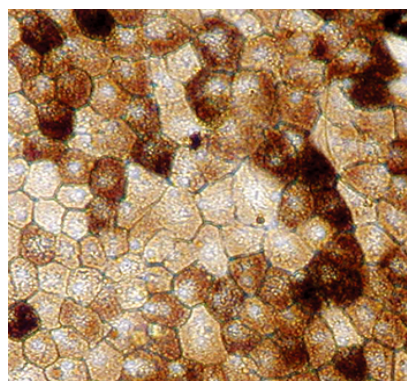
CDBの再生医療研究

加齢黄斑変性の治療

iPS細胞



網膜色素上皮細胞



2013年度の臨床研究開始を目指す

理研CDB

基礎研究＋先端医学研究

なぜ研究機関が広報を行うのか？

(モノを売ってるわけでもないのに)

なぜ研究機関が広報を行うのか？

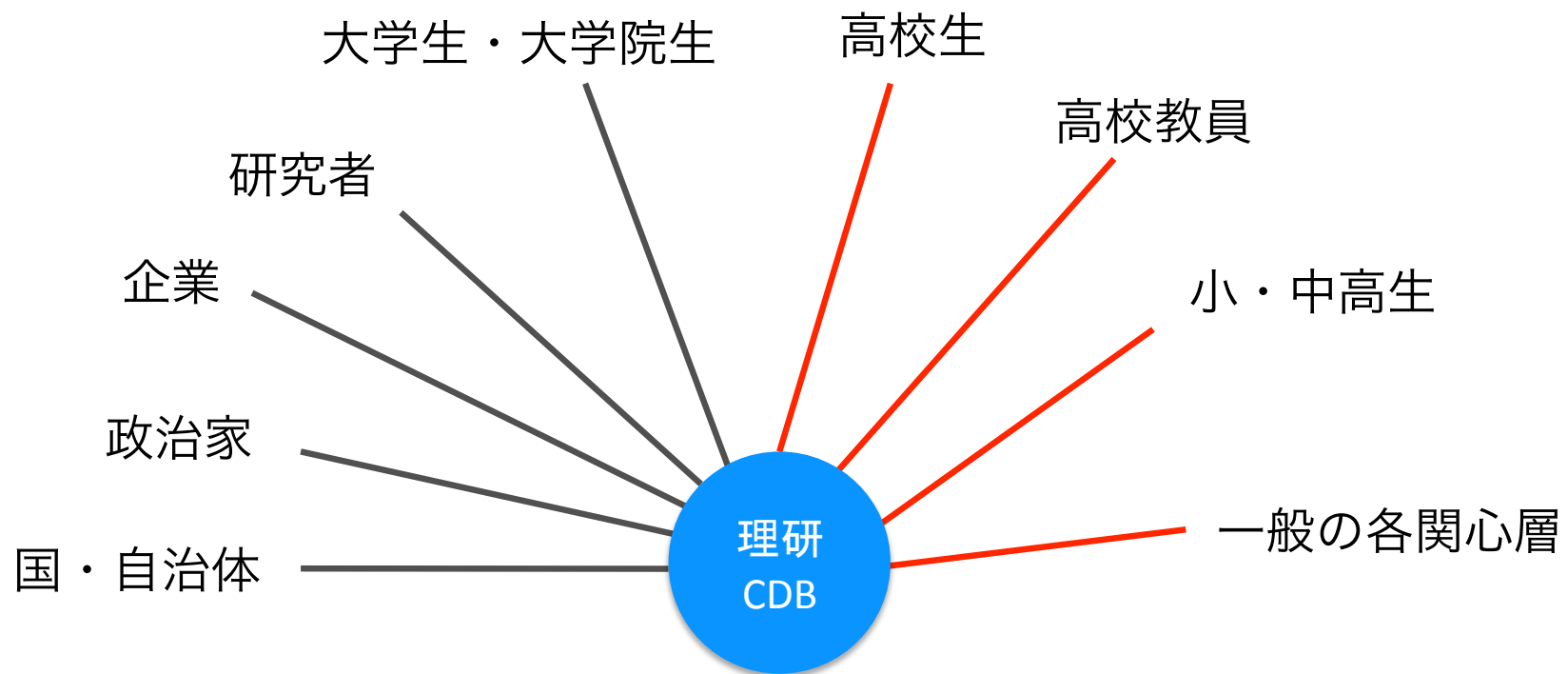
- 科学研究の価値を理解してもらいたい。

～社会との信頼構築、支援意識の醸成、予算獲得～

- 良い人材を育成し、獲得したい。

理研CDBの広報ターゲット

- 科学研究の価値を理解してもらいたい。
- 良い人材を育成し、獲得したい。



理研CDBの広報ターゲット

■ 科学研究の価値を理解してもらいたい。

■ 良い人材を育成し、獲得したい。

小・中学生 ----- 科学グッズの作、イベントの開催

高校生 ----- 体験講座の開催、出張講義

高校教員 ----- ワークショップの開催

大学生・大学院生 ----- 教育プログラムの開催

研究者 ----- 研究成果の発信

一般の各関心層 ----- イベントの開催、読み物の制作

国・自治体 ----- 視察の受入れ

研究者だけではできない！

任期制、成果主義など、研究職も色々と厳しい。

なぜ研究機関が広報を行うのか？

■ 広報・国際化室の設置（2002年）

- ・ 理研では初めてのセンター専属広報部門
- ・ センターの広報と国際化を目的に、2名でスタート
- ・ 現在、広報担当2名を含む、合計9名

ターゲット別の目的設定と工夫

大原則：

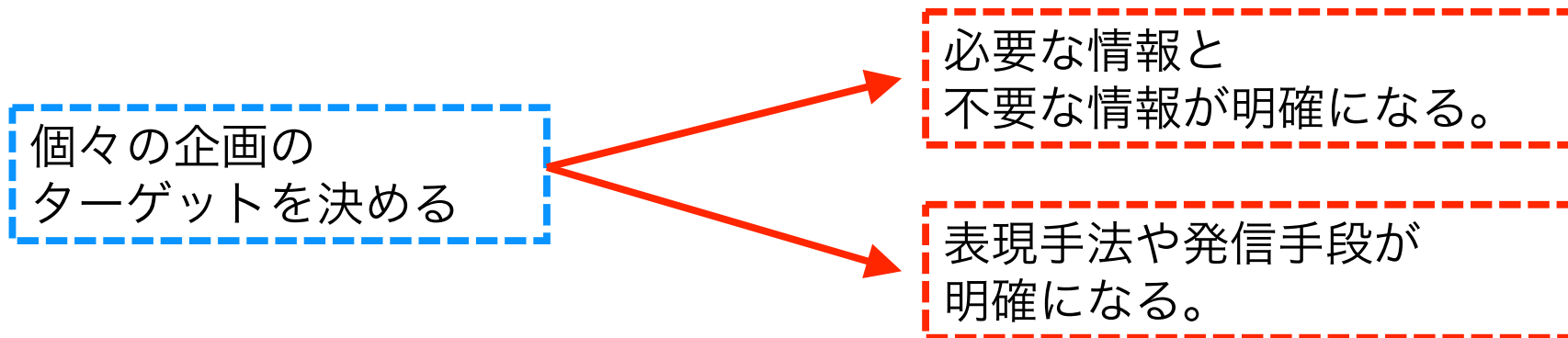
相手の立場にたつ

(出来そうで出来ない)

- 伝えたいことより、相手が欲していることを優先する。
- 世の中、科学だけでないことを忘れない。

ターゲット別の目的設定と工夫

全てのターゲットを同時に満たす、表現手法、伝達手段は、
普通、無い。



ターゲット別の目的設定と工夫

既存の研究所広報に捕われず、新たな表現手段、
発信方法を模索する。

科学は一般の人にとってもっと面白くなれる。

ケース 1

■ 学生・研究者に最新の成果を発信する。

例) ホームページ上の科学ニュース



▶ 日本語でタイムリーに発信する。

▶ 読み易さ（難易度、フォーマットの一貫性）を保つために、広報で記事を作成する。

▶ Twitter等のソーシャルメディアを活用する。

ケース 2

■ 海外の研究人材にアピールする。

例) 学会でのブース展示



- ▶ 対面コミュニケーションで、研究環境、生活環境の不安を取り除く。
- ▶ 具体的な情報を提示する。
(募集中の職種、待遇、受入れ制度など)
- ▶ 和風ノベルティーの人寄せ効果を活用。

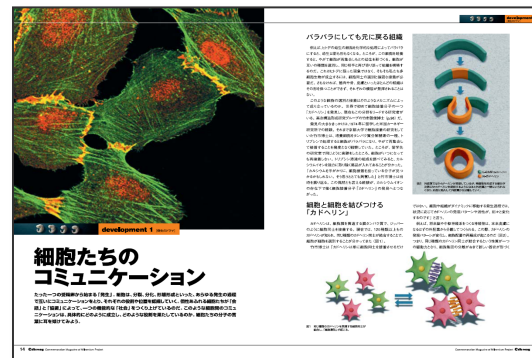
ケース 3

■一般の関心者層に研究内容を伝える

例) 発生学読本の配布



- ▶ 研究の魅力を深く掘り下げて紹介。
- ▶ 手に取り易いようにビジュアルを工夫。



ケース5

■小学生の子供に興味を持ち、親しんでもらう。

＊子供が喜ぶことは、親への宣伝にもなる。

例) パラパラメモ帳、カードゲーム「エンブリ王」、
ウェブゲーム「ラボパニック」



- ▶ 科学への「入口」コンテンツと位置づけ、情報量は恐れずに省く。
- ▶ 表現したいことを感覚的に伝える。
- ▶ ゲームにして競わせる。コレクションさせる。

ケース 4

■新たなターゲットを開拓する。

例) 異分野交流イベントの企画

- ▶ 科学を直球で見せるのではなく、音楽、スポーツなどとの組み合わせの中で見せる。



円滑な広報に必要なこと

- 研究分野ごとの専門職広報の配置。
- 組織トップによるリーダーシップ。
- 研究者の参加を促す仕組み。

報道対応

嬉しくも悩ましい、報道対応



嬉しくも悩ましい、報道対応



世界初のiPS臨床応用？！

プレス発表

■研究成果を広く世間に発表する重要な手段。

悩み：取り上げて欲しいのに取り上げてくれない。

研究者と記者の誤解が一因？

■研究者

例) あの記者は何も分かっていない。勉強不足だ。

例) 自分が意図したのと違う書き方をされた。心外だ。

▶研究者のメディアリテラシーが必要。

■記者

例) あの研究者は一般に説明するのが下手だ。

例) 研究者は自分の成果を過大評価している。研究者のために書いているのではない。

▶記者の科学リテラシーが重要。

プレス発表

■研究成果を広く世間に発表する重要な手段。

上手く付き合うには・・・

- ▶ メディアにとっての「ニュースバリュー」を理解する。
(科学的価値と社会的関心は必ずしも一致しない)
- ▶ ニュースバリューのあるネタに絞ってプレス発表を行い、
メディアとの関係を構築する。
- ▶ メディアの独立性を尊重する（特に報道の場合）。
- ▶ 広報が記者のサポートをする（事前解説、資料提供など）。
- ▶ 熱心な記者には個別に情報を提供する。

報道対応

■注目案件の「加熱報道」を防ぐ工夫。

悩み：取り上げて欲しくないのに報道される。

- ▶ メディア各社に均一に情報が届くようにする。
(情報管理の徹底)
- ▶ プレス発表を通じて定期的に情報が届くようにする。
- ▶ 日頃から記者や論説委員との意思疎通を行う。
- ▶ メディアに頼らない一次情報の発信を行う。

＊PR会社と連携し、そのノウハウを活用する。

■研究機関のブランディング

所内広報の重要性

▶ 所内の縦横のコミュニケーションを促進し、意思疎通、情報共有を図る。

例) 研究者と事務の仲人役

