



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	あさひかわサイエンス・カフェを立ち上げて：科学で地域を盛り上げる試み
Author(s)	朝野，裕一
Citation	科学技術コミュニケーション，3，129-136
Issue Date	2008
DOI	https://doi.org/10.14943/30527
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/32380
Type	departmental bulletin paper
File Information	3_129-136.pdf



報告

あさひかわサイエンス・カフェを立ち上げて ～科学で地域を盛り上げる試み～

朝野 裕一

A Report on Asahikawa Science Café ; A Trial of Activating Science Communication in Local Community

ASANO Yuichi

Keywords: science cafe, Asahikawa, CoSTEP

1. はじめに

本稿では、有志が地方都市で企画・実施したサイエンス・カフェについて、立ち上げの理由、経緯および結果の検討について述べる。

企画した理由については、旭川市の地域性を背景に述べていく。次に、立ち上げるまでの経緯などを述べ、最後に、第1回目を実施した結果を考察し、今後の課題についても言及する。経緯については、今後同様のイベントを企画する際の参考にしてもらうため、実際の作業を中心に記述した。

2. サイエンス・カフェを立ち上げた理由

2008年1月14日、北海道、旭川市内のショッピングモールにおいて、サイエンス・カフェを実施した。このイベントは、北海道大学科学技術コミュニケーション養成ユニット (Communicators in Science and Technology Education Program 以下、北大CoSTEP) の受講生有志らによって、企画された。

ここでは、なぜこのイベントを立ち上げたかについて、旭川という地方都市の持つ特徴を背景に述べていく。

旭川市は約36万人の人口を持つ、北海道内では、札幌に次ぐ2番目の都市である。旭川の特徴的なのは、ここ数十年大きな人口変動を認めていない(<http://www.city.asahikawa.hokkaido.jp/top/outline/chisei.htm>参照)ことである。多くの就労者を受け入れる基幹産業を持たない旭川は、特に就労を迎える若い世代が市外に転出するといわれている。これは、他の地方都市にも共通する特徴であろう。一方で後述するように、様々な単科大学を有しているため、学生として市外から若い世代が転入し、一時的に住む場所ともなっている。このため結果的に人口変動が少ないのかもしれない。

また、旭川はイベントに対して「重たい」街という風評で有名である。「札幌では満員の聴衆を動員するロシアのバレエ団の公演が、旭川で開催された時には、関係者を含めて数十人しか集まらなかった。」といった話を、数年前知人から聞いたことがある。また、今回イベントを開催したショッピングモールのイベント企画担当者からは、「応募してもイベントの数が集まらない。」「イベントを遠巻きに見る人はいるが、こちらから声をかけてもなかなか会場の中までは入ってもらえない。」などの話を聞いている。すなわち、様々なイベントに、多くの人が参加する土壌が育まれていない、という特

2008年2月15日受付 2008年2月 日受理
国立大学法人 旭川医科大学病院理学療法部
連絡先: yasano@asahikawa-med.ac.jp

徴を持つということである。

一方、旭川は総合大学こそ有していないが、医療系、教育系、経済系、芸術(デザイン)系などの、特徴のある単科大学が存在している。また、古くから家具や酒造り、物資流通拠点の街として有名である。市内に旭川市科学館(サイバル)、三浦綾子記念文学館、北海道立林産試験場や、北海道立北方建築総合研究所(以下、北総研)などを有し、近年では、旭山動物園が全国的に名を知られるようになった。この様に、様々な大学や研究所、企業などを有する、知的資源の豊富な街としての顔を持っている。

以上の特徴を持つ街に、「一石を投じたい」と思う人も少なからずいることも事実である。新聞紙上の地方版には、街を活性化させるために活躍する人々の紹介が毎日掲載されている。我々有志一同も同様の意気込みで、サイエンス・カフェを立ち上げるようになった。科学の話題を切り口として、市民が気軽に語り合える場を提供し、地元旭川が「盛り上がる」きっかけの一つになることが目的である。

3. あさひかわサイエンス・カフェを立ち上げるまでの経緯

北大CoSTEP3期生には、旭川在住の受講生が筆者と高田知哉(旭川工業高等専門学校教諭)の2名、札幌在住の旭川出身者で、藤井哲之進、定池祐季(いずれも北大大学院文学研究科所属)の2名がいる。この4名が本企画の当初のメンバーであった。さらに、CoSTEP教員の宮入隆・佐藤祐介両氏にアドバイザーとして参加してもらった。2期生の小樽出身者有志が、地元の商工会を巻き込み、小樽で独自のサイエンス・カフェを立ち上げた実例があることから、上記メンバーを中心に、旭川でもサイエンス・カフェを立ち上げる企画が持ち上がった。ここでは、企画立ち上げから実施準備に至る作業を、できるだけ簡潔に記述する。

3.1 実行委員会の設置

これから述べる様々な作業には、4名では対応人数が不足しており、また地元の学校関係や企業等の協力を得るために、旭川での協力者を募ることとした。4名それぞれの知人をあたり、旭川での趣意説明会をした上で、新たに3名の参加をみた。それぞれの所属は、旭川工業高等専門学校、旭川東高等学校、北海道教育大学旭川校である。前述の6名に加え、計9名で本企画の開催主体である「あさひかわサイエンス・カフェ実行委員会」を設置した。これは、企画書作成や他団体の後援・協力を得る時(いずれも後述)に、主体を明示した方が有用であると考えたからである。

3.2 企画書立案

旭川であらためてサイエンス・カフェを立ち上げる意義と目的、および今後を含めた計画について、関係各所に協力を仰ぐために、簡潔にまとめた企画書を作成した。今回は我々にとっては、初めての取り組みであるため、企画書の作成時からCoSTEPの協力と支援を得た。

今回の企画に先立つこと1年前に、小樽で「ビズ・サイエンス・カフェ小樽」という企画が開催されている。ここで得られた知見から、一回だけの単独のイベントではなく、継続性のある、地域に根差した企画であることを、企画書にも明示する必要があると考えた。

開催趣旨は、前述した旭川という街の特徴を背景に、サイエンス・カフェという手法を用いて、知的資源の共有を可能にする、という内容とした。

この時点で、より端的に本企画を表す言葉を考える必要や、初回のゲストとそれ以降のゲストの選定が、検討課題として明らかになった。

3.3サイエンス・カフェのコンセプトは簡潔な言葉で

実行委員の考えを摺り合わせるために、企画書を作る段階で、企画の趣旨を分かりやすい単語(キー・ワード)として、限られた数(3~5つ)にまとめあげる必要があった。これらは、企画を実行する上で、様々な判断を下す際の基準概念として重要であるとする。我々は、以下の3つの概念を、「あさひかわサイエンス・カフェ」のキー・ワードとして選定した。

①双方向

従来の市民講座や講演のように、一方的に知の伝達を行うのではなく、開かれた「双方向」のコミュニケーションの場を提供することを示す。

②再発見・再発掘

旭川にある様々な知的資源を市民と共に「再発見・再発掘」し、共有する場を提供することを意味する。

③橋渡し

市民と地元の研究者、研究者同士、および文化サークルなどをはじめとした市民間の交流を図る「橋渡し」としての場を提供することを意図する。

さらに、以上の概念を一目で分かるように図示化した(図1.参照)。

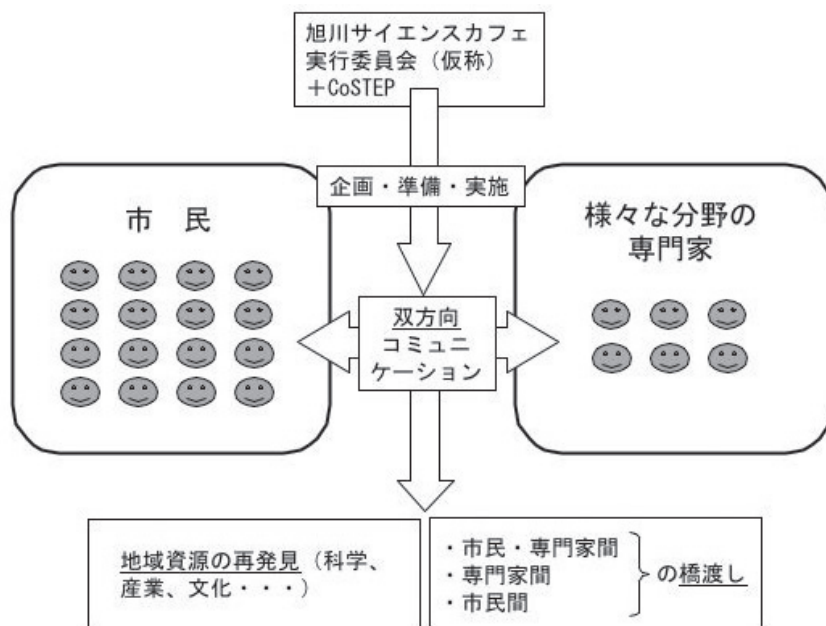


図1.あさひかわサイエンス・カフェのコンセプト

3.4 ゲストの選定と内容・タイトル決定

初回のゲストは、委員の知人に関連して決定した。それ以降のゲストに関しては、確定まで至らず、今後の予定として3ヶ月に1回程度の頻度で実施することのみ、企画書に明示した。

第1回目のゲストは、北総研、居住科学部長の福島明氏にお願いした。最初に顔合わせを主要委員一同で行った。ゲストが忙しい方だったため、その後の打ち合わせは、1度しか行えなかった。最終的には当日の打ち合わせで、話の内容と進行プランを摺り合わせた。今回のゲストは、一方的な講演よりも、自由に語り合うことを好む方だったので、打ち合わせの少なさをカバーできたと考える。サ

イエンス・カフェを実施する際には、「双方向」というキー・ワードを、充分にゲストに理解してもらうことが、最も重要な要素の一つであると考ええる。

話の主な内容は、北方型建築の機能的に優れた点や、その特徴の紹介と、環境に負担をかけない(二酸化炭素の消費量を増やさない)北海道での冬の暮らし方、についてである。冬の北海道は、暖房機器が必需品であるが、これらは二酸化炭素を排出する原因となる。一方現在世界的に、二酸化炭素排出による地球温暖化が問題となっている。冬の暮らしをいかに暖かく、かつ環境を考慮した生活ができるかが、これからの北海道の冬季生活でのテーマになると考えた。これらの内容を端的に示し、誰にも分かりやすいタイトルを決めることは、参加者の興味を引くために重要である。そこで、第1回目のサイエンス・カフェのタイトル名は「暖かいおうちは地球に優しい?」とした。

3.5 企画の名称について

今後継続的にサイエンス・カフェを実施して、一般の方にも周知してもらうために、覚えやすい企画名称を考えた。当初、「サイエンス」という言葉への一般市民の抵抗感が検討課題の中心になっていたが、その後旭川東高等学校の生徒へのアンケートを実行し、その意見を参考にした。その結果「あさひかわサイエンス・カフェ」という名称に落ち着いた。

3.6 場所の選定と決定まで

場所の選定も前述した高校生へのアンケートを参考にした。最終的に今回の趣旨に準じ、オープンな誰でも足を運べる空間として、ショッピングモールのイベント・コーナーを選んだ。しかし、資金調達をしておらず、無料で貸し出してもらう必要があった。交渉はまず、インターネット上でショッピングモールのホームページに掲載されていたイベント開催の募集要項宛に、メールを送ることから始めた。その後イベントを企画する広告会社から返信メールをもらい、後日直接担当者に会って交渉をした。北大CoSTEP主催の、札幌で定期的に行われている「サイエンス・カフェ札幌」を例として示し、サイエンス・カフェという企画の説明を行い、旭川の街の特徴と今回の趣旨を話すことで、担当者の理解を得ることができた。しかし、先方の事情により回答を得るまでには時間を要し、開催1ヶ月前にようやく無料で貸し出してもらうことになった。直接話しをしてこちらの意図を理解してもらうことの重要性を再認識した。

3.7 後援依頼

今回は、旭川市をはじめとした5団体に後援を依頼した。必要な手順は、申請書の記入と提出であるが、さらに事後の報告書提出を条件とする団体があることも注意しておくべきである。企画に理解を示し協力してもらう後援団体の存在は、その企画自体を広く社会的に認知してもらい、信頼性のあるものにするために重要であると考ええる。

3.8 広報について

広報は、その企画を広く世間に周知してもらい、興味を持つ人が参加しやすくするために、非常に重要な手段であると考ええる。特に今回は、初めて行う有志主導のサイエンス・カフェであるため、多くの市民に知ってもらう必要があった。広報と一言言っても様々な手段・方法が存在する。今回行った主な広報手段は以下の通りである。

3.8.1 ポスター、チラシのデザイン、印刷および配布・設置

一般市民が多く足を運ぶ場所への、ポスターとチラシの配布・設置自体は単純な手法である。

しかし、デザインを決め、印刷をする過程を考慮すると、実際は簡単には行えない。デザインの才能は誰でも有している訳ではないし、印刷には資金が必要である。今回は場所の決定が遅れたため、時間的な余裕が無く、デザインの骨子のみしか決められなかった。実際のデザインは、CoSTEP博士研究員でグラフィック・デザイナーの大津珠子氏に依頼した。デザイン依頼に際しては、いわゆる「丸投げ」にせず、デザイナーに、しっかりテーマのコンセプトを伝えることが重要である。印刷代金は、CoSTEPから自主制作作品として認めてもらい、支出してもらった。ポスター、チラシのデザインを誰が行うか、その印刷代金の捻出はどうするか、今後の大きな課題である(後述)。

配布先は、市内の主要な書店および図書館、科学館、高校などであった。テーマによっては、そのテーマに関連する団体の施設などにも配布することが、効果的ではないかと考える。

3.8.2 インターネット：ポータルサイトでの紹介

インターネット上への情報提供も、多くの人に企画を認知してもらう有効な手段である。今回は全国的な「サイエンス・カフェ」情報を掲載してくれる「サイエンス・ポータル」(<http://scienceportal.jp/>)というサイトに情報を提供した。

3.8.3 マスコミへのプレスリリース：新聞・テレビ・ラジオなど

A4用紙1枚程度のスペースに、簡潔な文面を作成し、これを各報道機関などにファックスで通知した。取材記事が少ないときなどは、記者がプレスリリースを見て、記事にすることがあるので、重要な手段であると考えた。

今回はCoSTEP受講生の中にも新聞記者がいて、直接旭川の記者に連絡をしてもらい、開催前と後に記事にしてもらった。また委員の知人が、地元新聞の記者をしていて、その関係でその紙上にも記事として掲載された。あらためて人脈の重要性を感じた。

テレビ・ラジオに関しては、取材の申し出はもらっていたが、諸般の事情で実現はしなかった。しかし、地元FMラジオは委員の知人関連で、企画終了後にコンタクトが取れ、事後報告と今後の市民への周知に関して、広報が可能であった(後述)。

3.9 その他

当日までに、会場の確認、イベント企画担当者との打ち合わせ、および当日の運営マニュアルの作成、会場内のBGM作曲(委員の一人が担当してくれた)など、他にも様々な作業があったが、今回は詳細を省くことにする。

4. サイエンス・カフェという方法について

「サイエンス・カフェ」の由来は他著に譲るが、日本でも各地でサイエンス・カフェ企画が立ち上がり、2005年から2006年になりブームとして定着しつつある(杉山 2007, 23)。「サイエンス」という堅苦しいイメージを持つ言葉に、「カフェ」という気軽な雰囲気の言葉を重ねることで、研究者の難しい話を拝聴することから解放された、気安く語りやすいコミュニケーションの場が連想できる。まさに双方向の対話を可能とする概念がその背景にあると考える。このような文化はヨーロッパではいつからともなく古い時代から根付いているようである。一方日本では別の意味で、新しいコミュニケーション・ツールとしての期待が膨らみ、現在のブームを形成しているのではないと思われる。現在、様々な大学や研究機関、さらにはNPOとしてのサイエンス・カフェ企画が実行されている(福西 2007, 52)。これらが全て双方向のコミュニケーションを達成しているか否かは不明であるが、

しばらくこの傾向は続くのではないと思われる。

しかしブームは必ず廃れるもので、日本でこの形のコミュニケーションが定着するには、いくつかの条件があるのではないかと考える。一つは、企画する側により広いコミュニケーションの意志があることである。これは多くの聴衆を前に、語りたい意志のある特定の人間が一方向的に話す、従来からの講演形式を意味するのではない。広いコミュニケーションとは、一つの知識なり事例なりを参加している皆が、お互いに理解することにより達成されることを示す。さらに、そのことは場所の選定(いかにオープンで話しやすい環境か)の重要性和、参加者の数だけに頼るのではなく、少数でもどれだけコミュニケーションとしての双方向性が確保できたか、が問われることにもつながる。これらの条件を満たすことを、企画者側が意識的に(良い意味で)「仕掛け」ないと、「サイエンス・カフェ」とは名ばかりの、形骸化した企画になってしまう危険性もあるのではないかと考える。

今回の「あさひかわサイエンス・カフェ」の場合、最初の開催であるため、前述した広報の重要性を意識し、より多くの人に認知してもらうことを目標とした。場所の選定は前項で述べたように、できるだけオープンで、誰でも足を運べる環境として、ショッピングモールとした。また今回、参加者の人数に関しては、イベント開催担当者に、ある程度の人が集まることで次の開催も無料で行ってもらうという意図で、50名という具体的な目標を掲げた。今後の継続性を考えると、この様な条件設定も今回の場合必要であったと考える。

5. 実施報告

ここでは、第1回目の「あさひかわサイエンス・カフェ」を実施した結果を報告する。

5.1 参加人数

当日は約60名の参加を認めたが、最後まで会場に残っていた人数は、35名であった。



写真.あさひかわサイエンス・カフェの様子

5.2 参加者のアンケート結果

当日参加者にアンケートの記入をお願いし、25名の方から回答を得た。概略は以下の通りである。

①参加者のプロフィール

男女比は半々、年代は30代と50代が最も多く、あとは10代から60代まで満遍なく存在した。また、これまでサイエンス・カフェに参加した経験がない者が、17名と比較的多かった。

②参加するきっかけおよび理由

友人知人の情報から参加した者が14名と多く、一方、たまたま通りかかって参加した者が3名存在した。サイエンス・カフェそのものに興味を持って参加した者が10名であった。

③参加者の満足度

不満との答えはなく、満足およびとても満足と答えた者は18名であった。

④参加者の感想など

概ねオープンな場所の雰囲気に関心を持った意見が多かった一方で、別の場所での開催を希望する意見も散見された。ショッピングモールという環境のせいか、案内等の音声気が気になったという意見もあった。

5.3 企画者側の感想・反省

ゲストとの打ち合わせが当日ぎりぎりになり、慌ただしくなったが、実際は質問コーナーでの話が盛り上がり、内容もとても興味深かった。その点では、双方向のコミュニケーションが成立していたと考える。前半が進行役とゲストのやり取りのみであったため、質問の時間を最初から取り入れた方が良かったのではないかと考えられた。

また参加者が、必ずしも地元の人だけではなく、委員の知人に頼った部分も多かったことは否めない。この点では、必ずしも地域の再発見や、人々の橋渡しまでは達成されなかったと考える。

質問用紙のテーマ振り分けの作業については、内容の吟味をしながら適切な質問を選んで、参加者の興味を引く話題に持っていく工夫が、もっと必要であったと考える。会場内の全体チェックに目が行き過ぎて、必ずしも内容の進行を把握していなかったことからくるミスである。質問選定の難しさを感じた。

また、会場付近の広告の音がうるさく不評であったが、会場の最高責任者に直接依頼すると消してくれたので、最初から交渉すべきだった。

会場決定が遅れたため、全ての作業が期限ぎりぎりで行われた点は、今後反省すべき点であるが、第1回目としては何とか満足のいくものができたと考える。

6. 今後の課題・展望

今後もこの企画は3ヶ月に1回の頻度で開催する予定であるが、前述の反省を生かして、必要な作業を早めに実行していく必要があると考える。

一番の問題は資金である。様々な団体や企業の助成に応募して、資金を獲得することや、地域活性化を望む団体との協力を条件に、支援をしてもらう方法などを考えている。

開催場所に関しては、他の企画会社から次回のオファーをもらえた。当初の趣旨であるオープンな場所を条件に、検討する予定である。さらに、終了後にラジオ番組に招いてもらい、宣伝の機会を得られた。初回の広報が功を奏したためか、これらの反応が予想以上に得られたことは、今後への明るい展望である。次回以降、地元の人よりも多くの参加を期待でき、双方向・再発見・橋渡しというコンセプトを実現する可能性も見えてきた。「情報を得るために最も有効な方法は、まず自分自身が発信をすることである」という言葉を思い出した。

7. おわりに

今回、有志での「サイエンス・カフェ」立ち上げを経験した。科学という切り口で、自分たちの住む

街を盛り上げていこうとする意図が達成されたか否かは、今回の企画では必ずしも確認できなかった。しかし、地元の反応は我々の予想以上に大きく、今後の地域の活性化を考えている人たちとのコンタクトも取れつつある。これから、この企画を継続することで、目的を実現する機会を得ることが期待できる。当初抱いた意志を失わず、新たなメンバーを増やして、今後とも地域に定着するイベントになれば幸いである。

謝辞

「あさひかわサイエンス・カフェ」の企画立ち上げから実施、本稿執筆にいたるまで、多大なご協力・ご教授をいただきました北大CoSTEP教員の皆様に感謝申し上げます。また、企画名等の決定に参考となるアンケートにご協力いただいた、旭川東高等学校の生徒の皆様にお礼申し上げます。今回ゲストとして参加いただいた福島明氏、実行委員として参加してくれた富樫巖氏、水野雅文氏、渡壁誠氏に感謝いたします。他にも、開催前および当日ご協力・お手伝いをいただいた多くの皆様に、あらためて深謝いたします。

なお、本稿は、科学技術振興調整費振興分野人材養成プログラム「科学技術コミュニケーション養成ユニット」における成果の一部である。本稿の構想および執筆は、2007年度テーマ演習「科学技術コミュニケーションの実践をどう書くか」の一環として行った。

●文献：

福西浩 2007：「サイエンスカフェの全国的な取り組み」『パリティ』22(3), 51-53.

三井恵津子 2007：「科学者と対話しながら文化として科学を楽しむ カフェ・デ・サイエンス」『現代化学』(6月), 52-54.

杉山滋郎 2007：「サイエンス・カフェの歴史と理念を紐解く」『化学』62(2), 22-24.

本稿は、科学技術振興調整費 新興分野人材養成プログラム「科学技術コミュニケーター養成ユニット」における活動成果の一部である。