

一般公開の宣伝活動と来場者数について

学術支援班 原田 美幸

大学で土木工学を専攻。建設コンサルタントに勤務後、平成16年より分子科学研究所技術課に広報担当として採用、現在に至る。



分子研では3年に一度、一般公開を行っています。例年の来場者数は千数百人ですが、3年前の一般公開2015は2500人、今年の一般公開2018は4000人近くの方が来場してくださいました。

何故増えているの？と疑問をお持ちの方もいらっしゃるようですので、ここで広報の観点から来場者が増加した要因についてご報告させていただきます。

1. ポスター配布先の見直し

私が初めて一般公開のポスターやwebサイトを作ったのが2006年、企画段階から携わるようになったのは2009年あたりでしょうか。まだその時はこなすことが精一杯で来場者数を気にした記憶はありません。次の2012年の一般公開が、企画だけでなく広報活動のことまで考えるきっかけになりました。鈴井技術課長（当時）と企画を行い、この企画内容なら多くの方々に楽しんでいただけたらと思っていたのですが、蓋を開けてみると、その年の一般公開の来場者数は1000名少々……。天気も悪く、インフルエンザが猛威を振るい学級閉鎖にもなっていたのですが、企画は気合いが入っていましたので、何故？という疑問だけが残りました。ご協力いただいた多くの方々に申し訳ない気持ちでいっぱいでした。そして、多くの方々に来ていただきたいとはじめて強く思いました。

そこで、次の2015年の一般公開では岡崎市民に人気のあるオカザえもんを呼ぶことから考えました。オカザえもんに出演依頼をしたところ快く引き受けて下さいました。そして、オカザえもんなら子供もよく知っているはず！との思いから、オカザえもんを載せたチラシを岡崎市内の小中学生全生徒に配布することを検討しました。問題は予算と配布手段でしたが、予算は特色1色刷りにし大きさもA5サイズにして何とか押さえました。配布は岡崎市の教育委員会に相談したところ、教育委員会を通じて各学校全生徒に配布していただけることになりました。その数な

んと35000枚！また、2012年の一般公開ではやめてしまった折り込みチラシも復活させたので合計で130000枚ほどのチラシを配布することになりました。これらの効果により2015年は2.5倍の2500名まで増えたのです（図1）。

ここまで来場者が増加した要因として、アンケート結果では、チラシを見てきた方がかなり増加しています（図2）。子供達一人一人の手にチラシが届き、家に持ち帰り保護者が見る、これが重要であるように思います。一般公開直前に行った岡崎市内の小中学生が集まる展示では「あっ、このチラシ見ましたよー」「行きたいと思っています」

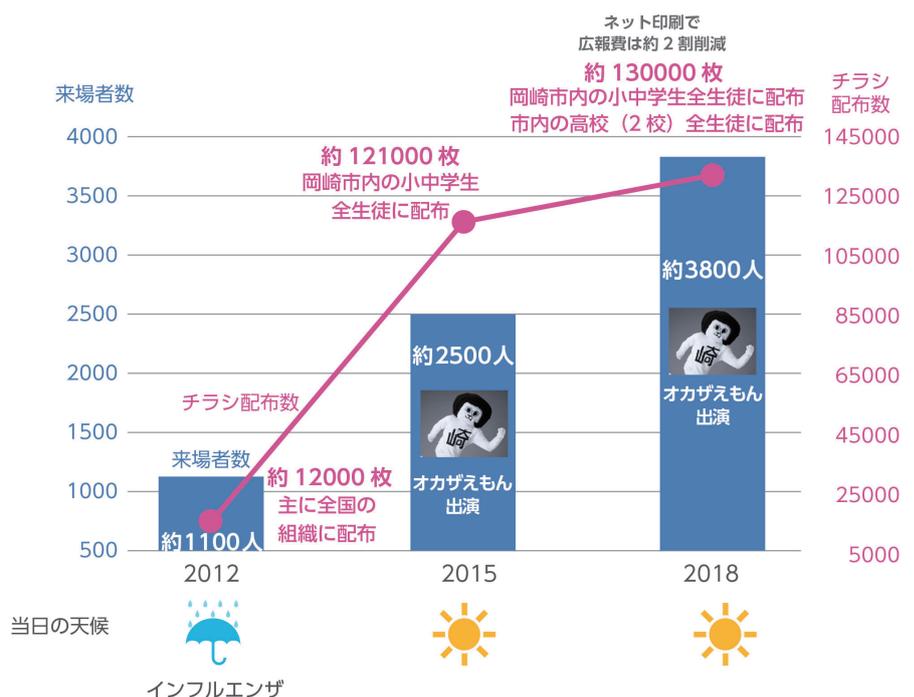


図1 来場者数とチラシ配布数

等保護者の方からもかなりのお声をいただきました。親子でチラシを共有していただいたことはとても大きな要因だと思います。

今年の一般公開2018でも小中学生全生徒にA5サイズのチラシを配布し、A4サイズのチラシは前回の約2倍配布したところ、4000名近くの方が来て下さいました。多くても3000名かなあと考えていたので、この人数はかなりの上乗れでした。チラシの配布増加分に比べ、来場者数が爆発的に増えた背景には、研究所に興味を持って下さっている方が潜在的にかなりいて、さらに前回来て下さった方が「楽しかったよ」と伝えてくださった可能性もかなりあると思っています。

また、毎回一般公開では特別講演会も同時開催していますが、こちらも2015年ははやぶさ、2018年は近大マグロと認知度が高い内容だったため、展示会等でチラシを配布する際に「おっ、近大マグロの話が聞けるの？」等かなり多くの方に反応を頂きました。認知度が高い講演会をポスターに掲載することで更に興味を持っていただけ

ることを改めて確認出来ました。分子研が年4回（2008年までは年6回）開催している市民公開講座もチラシの配布数の増加とともに、来場者数は確実に増えています（当初は100枚弱でしたが今は3500枚前後配布しています）。そして常連の方も確実に増えています。やはり内容の話題性や広報活動により、来場者数は増えるのではないかと感じています。配布部数の増加とコストはいつも悩みでしたが、ネット印刷に切り替えることで、配布部数が増えても費用は削減できるようになり、新たな配布先も躊躇なく開拓が出来るようになりました。

2. ポスターデザインの見直し

一般公開のポスターは、毎回テーマを決めてからデザインを決めています。前々回の2012年のテーマは「行こう！分子探しへの旅へ」でした。小中学生にも来て欲しかったので、子供をよぶためにはアニメキャラクターが良いのではないか？と思い、広報室長に提案しました。例えばハウジングセンターのチラシは、アニメキャラクターが必

ずと言っていいほど掲載されています。大島康裕広報室長（当時）に了承を得たので、テーマにそってアニメのワンピース風のデザインにしました（図3）。ところが……、研究所の施設の写真は一枚も掲載しなかったため、研究所のポスターであることがわかってもらえず「あれって、研究所だったの？」と言われる始末でした。

そこで2015年版では、ポスターにUVSOR等の施設写真、岡崎市の人気キャラクターオカザえもんを掲載、さらに小中学生向けのチラシにはオカザえもんを大きく配置しました。これが大ヒット！子供から大人までチラシに興味を持っていただけ、オカザえもんに関する問い合わせも多く頂きました。2018年も同様に施設の写真とオカザえもんを掲載しました。今年は小中学生向けのチラシをフルカラーにしたため、小中学生への効果は更に高かったと思われる。もちろん最終的には子供たちにも分子科学に興味を持ってもらいたい訳ですが、気にとめてもらう契機として、オカザえもんの威力は絶大です。

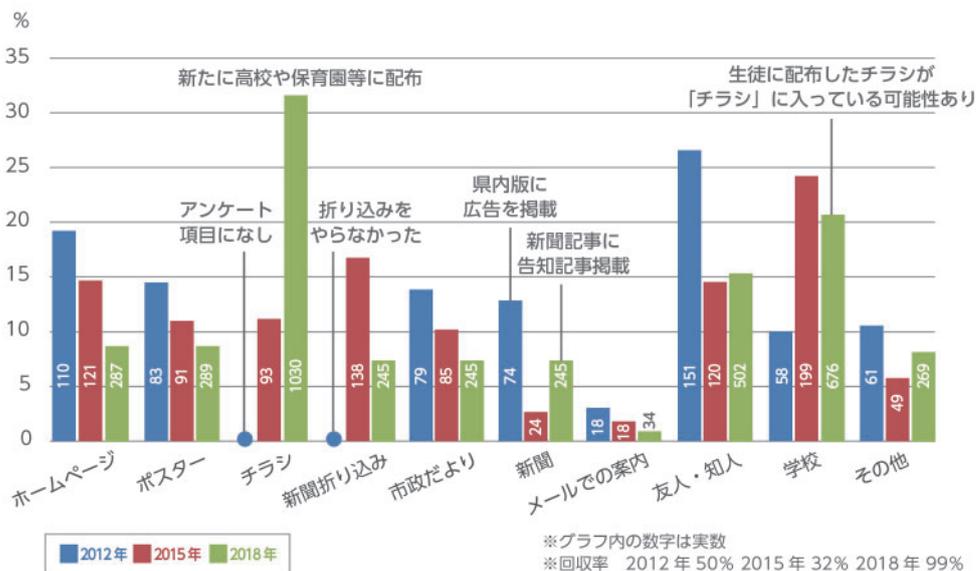


図2 一般公開を知った媒体（複数回答）

2012年



2015年



2018年



上：ポスター（A2とA4サイズ）
下：小中学生に配布したA5サイズのチラシ



図3 一般公開ポスター

3. 岡崎市との連携

岡崎市と自然科学研究機構は2016年に連携協定を結びました。連携協定以前から、小中学校や市民講座への講師の派遣など交流を行っていましたが、今回は岡崎市から一般公開で何か連携出来ないかと申し出をいただきました。前回、岡崎市に広報でいくつかお願い事をしましたが、最終的にあまり連携が上手くいかなかったのが、大変嬉しい提案でした。

一緒に何が出来るか、打ち合わせをする度にトントン拍子で決まり、まずは岡崎市発行の広報誌「市政だより」（市内ほぼ全世帯に配布）に川合所長と岡崎市教育委員長の対談特集を組んで

いただきました。また、記者へ売り込みが出来るPRタイムという岡崎市主催の記者会見で市役所の方と一緒に一般公開を宣伝し、数社の新聞に一般公開の告知記事を掲載していただきました。当日は、岡崎市観光協会がキッチンカーを出店して下さり、軽食やデザート等来場者に楽しんでいただくことが出来ました（売り上げも想像以上で出展したお店にも大変喜んでいただけました）。

岡崎市との連携で展開した新たな広報活動は、今年一般公開の来場者数の増加に少なからず寄与していると思いますし、分子科学研究所という名が市民にさらに広く知られたのではないかと思います。

4. 今後の課題

広報としては、市民の方々に興味を持っていただけることが大変有り難く、今後も来場者数を増やしていきたい気持ちは強くあり、また、研究所を一般向けに説明していくのは責務だと思っています。来場者数を増やすためには岡崎市内

にチラシを多数配布、学生には一人一枚配布すると効果が高いことがわかりました。しかしながら、スペースとスタッフには限界がありますので、どこまで対応すべきか検討する段階に来ています。今年も想定以上の来場者数で、長蛇の列になったり、満足に見て頂くことが出来なかったり……。せっかく来ていただいたなら、楽しんで帰っていただきたいと思えますし、スタッフの皆様は前回に続き大変な一日になったと思います。また、来場者数が増えるほど事故防止の対策をしっかりと取らなければなりません。

来場者数増加で考えなければいけない問題は多くなりますが、アンケート結果では、「楽しかった!」のお声も多く頂きました。企画班や設営班等と協力し、次回は来場者もスタッフも満足度がさらに上がる一般公開となるよう努めていきたいと思えます。

最後になりますが、広報活動にご協力いただいた所内外の多くの皆様、当日多くの来場者に対応くださった職員の皆様に心よりお礼を申し上げます。



大盛況だったキッチンカー。