

福岡市科学館 第19回 サイエンスコミュニケーション開発会議		作成日:2023年6月29日(木)
月日: 2023年6月29日(木)	時間: 13:00~16:00	場所: 福岡市科学館 6階サイエンスホール

出席者:

【委員】

- 福岡市小学校理科研究会・福岡市立東若久小学校 学校長 荒木
- 日本ボーイスカウト福岡県連盟 理事長・粕屋第10団 団委員長 井手
- 九州大学 大学院 人間環境学研究院 准教授・博士(人間環境学) 木下
- 科学コミュニケーター 本田
- 九州大学 大学院 芸術工学研究院 ストラテジックデザイン部門 教授 平井
- 独立行政法人 国立科学博物館 産業技術史資料情報センター 参事役・博士(工学) 亀井
- 学校法人 産業医科大学 医学部医科物理学 准教授・博士(理学) 吉田
- 株式会社トータルメディア開発研究所 西日本事業本部事業推進部 チームリーダー 姉川
- 株式会社西日本新聞社 取締役 社長室長 大久保
- 国立情報学研究所 名誉教授・理学博士 立命館大学アトリサーチセンター 客員教授 高野
- 大学共同利用機関法人 自然科学研究機構 共創戦略統括本部 特任准教授・博士(医学) 坂本
- 株式会社HUMIコンサルティング 代表取締役/コーディネータ 中村
- 福岡大学 産学官連携コーディネーター 客員教授・社会連携センター コーディネーター 中川
- 公立大学法人福岡女子大学 教授・博士(工学、技術経営)・女性リーダーシップセンター副センター長 品川
- 福岡テンジン大学 学長 岩永
- 日本サイエンスコミュニケーション協会 会長特別補佐・福岡市科学館 プロジェクトアドバイザー 高安
- 福岡市科学館 館長 矢原

【オブザーバー】

- 福岡市子ども未来局 子ども政策部子ども健全育成課 香月 鐘ヶ江 興梠

【特定事業者/指定管理者】

- 株式会社福岡サイエンス&クリエイティブ 代表取締役 佐藤
- 株式会社福岡サイエンス&クリエイティブ 取締役 森岡
- 株式会社福岡サイエンス&クリエイティブ 取締役 佐藤

【事務局】

- 福岡市科学館 事業管理者 吉武 野上 上田 高山
- 福岡市科学館 職員 井上 林 田中 丹野
- 藤瀬 川添 板垣 西澤
- 日下部(司会) 新谷(記録) (敬称略)

※当会議は、福岡市科学館特定事業の事業者並びに指定管理者である株式会社福岡サイエンス&クリエイティブが設置し、運営する会議である。

配付資料:

- ・次第 ・資料4 福岡市科学館運営状況報告
- ・資料1 委員名簿 ・資料5 サイエンスコミュニケーション開発会議運営方針
- ・資料2 サイエンスコミュニケーション開発会議報酬及び費用弁償規定 ・資料6 分科会の運営方針
- ・資料3 前回議事録 ・資料7 サイエンスコミュニケーション開発会議体制図

■議事内容(概要)

●第1部

1. 委員のご紹介(資料1)

発言

日下部

2. 議長・副議長の選任(資料1)

日下部

3. 報酬及び交通費に関する規定について報告(資料2)

野上

4. 2022年度のふりかえり(資料3)

高安

5. 福岡市科学館運営状況報告(資料4)

【管理運営責任者 野上から説明】

- ・2022年度の利用者数は、614,081人で達成率111.7%、前年度比160%となった。開館からの累計は4,116,277人。
- ・開館時間や運用をコロナ前の通常営業に少しずつ戻していった。
- ・特別展では「アインシュタイン展」「ヒコキ展」「ティラノサウルス展」「ゴジラ展」などを開催した。「ヒコキ展」では地域で活躍した方、「ゴジラ展」では技術を探求する心など、科学だけではなくクリエイティブな部分を紹介したことが、当館ならではの特徴と考える。
- ・企画展は、無料・短期間で開催。「小惑星リュウグウのレプリカ展示」「トリの飛び方 Zoo展」「ポスター展」などを実施した。
- ・ドームシアター(プラネタリウム)は、11月より放映回数を増やした。専門家の講演や天文台との中継、ライブイベントなども延べ70回開催した。
- ・教育普及事業として、来館者とコミュニケーションを取りながら基本展示室内でのサイエンスショーを行った。
- ・当館スタッフだけではなく、ボランティアスタッフであるサポーターなどにも協力してもらい参加型の「テーブルサイエンス」を実施した。
- ・週末には体験型の科学実験プログラム、ものづくりプログラムやセミナー・講座、フィールドワークなど年間5,000回程開催している。
- ・セミナー・講座は、オンラインとリアル(来館)のハイブリット開催で実施しており、認知症をテーマにしたセミナーなどはオンライン参加も多数あった。クラブ活動は、8クラブが月2回のペースで活動している。
- ・「サイエンスカフェ」では、大学院生に講師として来ていただき、小中学生が多数参加するなど、講座後も熱い議論が交わされた。
- ・フィールドワークは、通常1日のみの開催であるが、昨年度は複数日程で開催し、発表会まで実施することができた。
- ・福岡市科学館の運営体制は、管理運営グループと事業推進グループで構成される。ドームシアターチームが今年度より事業推進グループへ移った。全体としては50名程度が在籍、更にボランティアスタッフやアルバイトスタッフなど、シフトの関係で一日に3~40名のスタッフが出勤する。

【補足】

- ・昨年度61万人の利用者数とのことだが、通常であれば80万人くらいの集客がある科学館である。
- ・コロナ禍では、全国の博物館、科学館の利用者数が6割減少する館が多い中、福岡市科学館は4割程度の減少で済んでいる。
- ・「ヒコキ展」など良い内容の特別展があったが、たまたまコロナ感染拡大の影響で入場者数が伸びなかったと考える。
- ・科学館関係の専門家からは、質の高い教育普及事業ができていると評判が高い。

6. 2023年度サイエンスコミュニケーション開発会議の運営方針(案)(資料5)

【事業推進責任者 上田から説明】

- ・運営基本理念や、事業コンセプト(サイエンス&クリエイティブFUKUOKA)、6つの活動目標について説明。展示やアクティビティが子どもたちのクリエイティブにつながることをスタッフは日々目指している。
- ・15年間の運営ビジョンについて、今年度は第二次期に当たり「インクルーシブ」「Well-being」「文化をつなぐミュージアム」「総合知による社会課題解決」など、これからの科学館に求められる科学館機能の拡張を目指している。
- ・5年後の目標「次世代型地域科学館としてのイノベーションを実施する」ため、有識者のみなさんのアドバイスをいただき、科学館の事業を考えていきたい。
- ・福岡市へ提案した4つのミッション「未来創造」については、産学官連携を目指し、「ヒコキ展」など地域を巻き込んだ特別展や、国立科学博物館や日本航空と連携した事業などを行っている。「人材育成」については、「ジュニア科学者養成講座(ダーウィンコース・ニュートンコース)」などスーパーサイエンスジュニアの育成に取り組んでいる。「産業振興」「都市活性化」については、今後の課題となっている。
- ・現段階での各分科会テーマは、事務局の提案である。今後、協議していく中で、科学館の基本理念、事業コンセプトをもとにミッションを達成していくため、軌道修正も可能である。

7. 2023年度分科会の運営方針(案)(資料6)

<第一分科会> 多様な学習プログラムの展開—

- ・今日的キーワード「イノベーション」「インクルーシブ」「Well-being」に配慮した、新たな多様な教育普及プログラムを考える必要がある。
- ・科学館が社会的に求められていること、現場目線の課題、福岡市科学館のありたい姿を話し合い、過去5年間に指標としてきた「科学リテラシー涵養活動」の体系表(国立科学博物館 科学リテラシー涵養に関する有識者会議 平成22年3月)をベースに、次の5カ年に活かせるプログラムの指標を作成する。

<第二分科会> 一次世代の展示やプラネタリウムのあり方—

- ・基本展示室は、科学館の理念を「宇宙」「環境」「生活」「生命」と「未来」の5つのコーナーで楽しく学べるように構築されている。
- ・これまでの分科会の議論の中で、若田名誉館長へのヒアリングや利用者のモニタリングなどをもとに基本展示室のリニューアルを実施した。
- ・展示のテーマにおける解決すべき課題や描かれる未来は、時代とともに変動している。また、昨今日本では「総合知を目指す科学」が志向されてきている。
- ・展示は、興味を持たせるためのきっかけにしかない。利用者からは、「もっととっつきやすい展示がよい」などの意見がある。
- ・展示室内だけでなくドームシアター(プラネタリウム)と連携し、今後の展示更新に向けて、様々な観点から展示手法を検討する。

<第三分科会> 自発的学びが生まれる科学情報の提供—

- ・現在サイエンスナビコーナーでは、地域とともに人が育つ科学館として、一人一人の成長をサポートするため様々なプログラムを実施しているだけではなく、科学の本質につながる思索をより深められるように、利用者の方々をナビゲートしている。
- ・昨年度は、「科学について心くすぐる何かと、それをさらに広げたり、深めたりできる情報」「サイエンスナビに限らず館全体規模での体系的な科学情報提供の仕組み」の必要性があるという課題が見えた。
- ・今回は、自発的な学びが生まれる「科学情報とは何か」を明確化し、科学館活動のアーカイブを含め「福岡市科学館らしい科学情報の提供の仕組み」を模索する。

<第四分科会> ブランディングの確立によるイノベーションの創生—

- ・昨年度は、科学館機能の整理と焦点化の議論を深め、インナーブランディングを行い、福岡市科学館に求めるブランドを定義した。
- ・第二次五カ年計画の「科学館連携ネットワークと連携した科学館事業の拡張」に向け、科学館の活動で地域住民が日常的に科学を文化として捉え、エアブランドが向上することを目指す。
- ・次世代型地域科学館としてのイノベーションの実施について、その定義、何に重きを置かかを議論する。

補足

- ・通常、外部委員による協議会は、事務局などからテーマが与えられることが多いが、科学館運営の現場からのテーマ提案に基づき、4つの分科会という形になっている。
- ・これらのテーマが、分科会間で重なって議論をすることもある。事務局と調整しながら現在の設定になっている。

質疑応答

- ・経営理念の上位概念はどういうところにあるのか、行動指針はどう組み立てられ、抜けているのはどこなのか初めての人には分かりにくい。問いや課題は網羅されていたが、現在どの段階にいるのか理想との差が分からなかった。
- ・科学館の今の状況やミッション、目指していることについて知りたい。
- 今、目指していること・・・「インクルーシブ」「Well-being」など。ただ、それがはつきりしないので、分科会の中で詰めてほしいということだと理解している。

8. 分科会委員の検討(資料7)

<休憩> 15分

野上

高安

上田

井上

田中

藤瀬

西澤

高安

品川

高安

高安

●第2部

9. 協議:各分科会について 60分

※第一分科会、第二分科会は、合同でテーマの協議を行うこととした。

10. 報告:協議の内容について

<第一分科会> 一多様な学習プログラムの展開一

<第二分科会> 一次世代の展示やプラネタリウムのあり方一

- 全体の理念などを先に理解してから、それから「学習プログラム」や「展示」の検討に移る方がいいため、第一・第二分科会は合同で協議した。
- 達成目標とミッションの関係性を整理した。大きなパーパス(理想の社会像)として「インクルーシブ」「Well-being」などの4つのキーワードがあり、館として取り組むべき目標が、福岡市へ提案している4つのミッションである。
- サイエンス&クリエイティブ(以下、S&C)ということは、科学知識を表現していくプログラムだということを再確認した。過去の分科会ではこれまで館内でダーウィンゼミやニュートンゼミを行ってきたが、館外への実施がなかったため、別のプログラムで出前授業などを実施してきた。他の分科会での若田名誉館長のフィードバックなどから、「自分も宇宙に行けるかも」と実感ができることや、他者との対話が大事というキーワードをもらったことなど、これまでのそれぞれの分科会の流れを復習した。
- 人を介する展示が大事としているが、あまり人が必要な展示になってはいけない。科学館の人員も少ない中でどうやって人を介するのか定義する必要がある。
- 学習プログラム、展示、ドームシアター(プラネタリウム)、サイエンスナビ機能の4つが、うまくつながっていない可能性があるため、科学体験のツールとして有機的につなげる仕組みづくりが必要。
- S&Cというテーマがあるので、サイエンスナビでは知識を得るだけでなく、表現をしていけるような部分もあると良いと思う。科学館はあくまでも科学の知識を得るところである。しかしながら、S&Cの定義を理解した上で、確信犯的にサイエンスとクリエイティブを行き来するコミュニケーションを実施することもできると思われる。

<第三分科会> 一自発的学びが生まれる科学情報の提供一

- 「科学情報とはなにか」というテーマを出し合っていくうちに、私たちが話しているのは「科学に導く情報とは何か」ではないかと気づいた。
- 一日学習プログラムで来ている小学校4年生だけではなく、来館はしているが交流室で自主勉強する中高生をいかに科学に目を向けてもらうか、アプローチ方法を考えていくことも課題である。
- HPやSNS発信等で、こんなに自由に表現している科学館は珍しいので、これからも何でも有りという姿勢で表現していく事も視野に入れる。

<第四分科会> 一ブランディングの確立によるイノベーションの創生一

- どのレベルのブランディングが必要なのかという話をした。今回は福岡市科学館独自のブランドはどのようなもので、それをどう確立していくか議論することとした。
- 既に良いブランドになりそうな「芽」があることを科学館スタッフが自覚し、外部に発信していくことが今後考えられる。
- ブランド確立に実のある事業を計画しないといけない中で、福岡市科学館は何を中核の考え方としていくか。今、世界は、考える力を育成していく時代なので、身の周りにある災いや問いを課題として構造化して問うこと、言語化をする力を育成していく講座などが、科学館の新しい機能として必要ではないか。
- 科学館スタッフのインナーブランディングの意識醸成という面では、科学館の運営や経営的なところもいずれ課題となるかもしれない。
- 「入口と出口が自由だから、何が出るのかお楽しみ」なのが、福岡市科学館のブランドであり、プラットフォームとしての存在でもあるということを経営スタッフが理解すると解決するのではないか。

まとめ

- 開館から6年目、現在は15年間の運営ビジョンの第二期。第三期でイノベーションを起こすために、第二期はそれに向かって幅広く検討してほしい。

12. 次回開催の連絡

- 次回は2024年1月に実施予定。10月ごろに日程連絡予定。

平井

藤瀬

高安

中川

高安

日下部