

宇宙開発事業団

インターネットビジネス利用の現場から

NASDA



米国航空宇宙局（NASA）はインターネットをPRの手段として、おそらく世界でも積極的に利用してきた機関ではないか。はじめてWWWの世界に触れたとき、www.nasa.govとURLを打ち込んだ経験のある人も多いはずだ。単にそれがNASAのPRになるだけでなく、インターネットをWWWで利用するという楽しさを世界中の人に伝えた功績も大きい。

そのNASAに追いつけ追い越せとコンテンツの拡充を急いでいるのが、日本の宇宙開発事業団（NASDA）だ。「NASAの1000分の1」との評に発奮し、まずは100分の1まで持っていき、そこから分野によってはNASAを上回るまでステップアップしたいと、96年6月に大幅にページをリニューアルし、着実にアクセス数を伸ばしている。

民間企業の純然たる「ビジネス」とやや趣は異なるが、自らの業務や目的を多くの人に正確に伝え理解者を増やす“Public Relations”の営みとして見るなら、私企業と目的は変わらない。むしろ税金で運営される政府出資の特殊法人という立場からすれば「情報公開」は必須科目。

NASAに追いつけ追い越せとばかりに拡充を急いでいる宇宙開発事業団のホームページ。インターネットを使った広報によって単に情報の中身だけでなく、従来のニュースリリースや印刷物による広報にはない速報性と一般の人が自由に情報を入手できる開放性まで、強力にアピールしている。インターネットを広報メディアとして本気で使うNASDAは“宇宙の広報”を目指している。レポート 喜多充成

NASDAホームページの“編集長”、宇宙開発事業団広報室主査の鈴木明子さんに、まず現在のホームページができてきた経緯から聞いた。

詳しいFAQからうかがえるオープンな姿勢

「インターネットでの情報発信は95年の5月から始め、宇宙飛行士の募集要項を掲載したりしていました。現在のような形に大幅なリニューアルをしたのが今年（96年）の6月のこと。昨年（95年）の11月にホームページを広報室が担当することになり、広報ツールとして積極的な利用をはかろうと、年明

けから準備をすすめてきたんです」

以前のNASDAホームページは、パンフレットの文章や写真を二次利用した「よくあるタイプ」のホームページだった。が、リニューアルを経て「これはひと味違うぞ」と見る人を立ち止まらせる、よく練られたホームページとなってきた。なかでも出色なのが「FAQ（よくある質問）」のコーナー。官公庁や政府機関で、これだけ詳しく、しかも堂々とした受け答えをホームページに盛り込んでいる組織は、筆者の知る限りない。民間企業でもちょっとない。せっかくだから少々ご紹介する。

Q.宇宙飛行士や技術者の方に講演の依頼はできますか？

A.宇宙飛行士に係わる講師派遣依頼については、現在、毛利、向井、土井、若田、野口の宇宙飛行士全員が米国NASAで訓練のため、当分の間、講演の受け付けは行っておりませんので、ご了承願います。また、一般職員への講演依頼については、宇宙開発に対する理解を深めていただくために広報活動の一環として、「講演依頼申請書」にて受け付けておりますので、詳細については本社広報室（住所：〒105-60 東京都港区浜松町2-4-1世界貿易センタービル22F TEL：03-5470-4283、FAX：03-5402-6513）にお問い合わせください。

講演を依頼される方は、申請書フォーム（別紙）をご使用ください。

そうか、訓練中はダメなんだ、と納得するとともに「申し出があれば検討し、事情が許せば応じる」という原則OKの姿勢が伝わってくる。住所、電話などの連絡先は明示され「申請書フォーム（別紙）」にリンクで飛んでひな型をダウンロードできるようになっている。受け付けメールアドレスをそこに埋め込んでおいてくれればもっとよかったが、行き届いた構成であることに違いはない。

ほかにも、「衛星打ち上げに保険は？」という質問には「衛星保険の料率の具体的な数字」「保険の有無で生じる影響」「予算化は国会決議が必要で急には対策費が融通できない事情」「実際に打ち上げられた衛星の掛金と保険金額」などを例示しながら回答し、「なぜ夏と冬の2回しか打ち上げないの？」という質問には「豊富な漁場である種子島近海の漁業保護のため」と、きちんと答え、さらに「ロケットや衛星の命名法」や「毛利さんの飛んだ『ふわっと92』」は一般公募で付けられたプロジェクト名だが、シャトルの打ち上げ延期で『ふわっと

91』から名称変更された」という豆知識めいたものまで、なかなか読んでいて飽きない作りとなっている。

国会や地方議会での議員の「質問」が単なる質問ではなく自らの意見を表明する機会となっているのと同様に、NASDAホームページのFAQコーナーもQ&Aの形式をとりながら、組織として言うべきことを押さえている。

やって当たり前のことがやっとなってきた

「FAQの整備はホームページを始めた当初からの悲願でした。10月から始めたばかりのコーナーですが、内容は印刷媒体の流用ではなく、このために作ったコンテンツなんです。紙媒体でまとめるにはテーマが多すぎて散漫になるためなかなかできませんが、ホームページでならうまく提供できるのではないかと、リニューアルの計画段階からスケジュールに挙がっていたものです」（鈴木さん）

質問の項目は実際にあったものと、答えにくくても必ず聞かれることをセレクトし、スタッフが手分けして執筆した。

紙のファイルをひっくり返して答える手間が軽減されたのも大きかったようで、実際にスタッフが画面を見ながら電話の対応をすることもあったという。

「このために作ったとはいっても、答える内容はいつも電話などの問い合わせで答えていることと変わらないし、変わっていたらおかしな話になってしまいます。悲願はあっても、やって当たり前のことがやっとなってきたという淡々とした気持ちもあるんです」

官公庁・政府機関への問い合わせで「迷惑な」と言わんばかりの対応をされた経験は取材をやっているとなかなか出してくる。「当然のことができていない」組織、まだまだあると思うが、ここはひとつNASDAを見習ってほしいものだ。



宇宙開発事業団 鈴木明子さん

より少ない労力で素早く最新情報を
広報する体制が可能になった

見習うと言えば、お手本となるのはやっぱり米国NASA。筆者自身、数年前、別件の取材の合間に写真探して立ち寄ったワシントンDCの本部で、広報対応に感服した経験がある。日本からのジャーナリストだと告げてアポイントを入れて訪ねると、入り口でクリップボードと申し込み用紙を渡された。図書館の本棚のようにずらりと並ぶ引き出し式の写真キャビネットを見ながら、写真の番号を記入、それを終えて出口で係員に用紙に渡しておく、後日指定した番号の写真の複製が、申し込み用紙に記入した住所に、国際宅配便で、しかも送料はNASA負担で送られてくる。その寛容さに恐れ入ってしまった。しかも彼らにとってそれは昔から当たり前のことのようにある。昨今の緊縮財政の折、今もそのサービスが続いているかどうかは知らぬが、NASAの懐の深さを感じさせる出来事だった。

「現実に80種類ぐらいの印刷媒体を提供

NASDAのホームページ。



最新情報はもちろん、打ち上げのその後の経過など、マスコミでは取り上げられないことが少ない情報もカバーされている。



サーバーアドレス

URL <http://www.nasda.go.jp/>

していますし、素材はたくさんあるんです。でも『もっと情報公開してくれ』『まだ隠しているんじゃないか』という依頼が相次いでいます。人手や予算、作業量の問題でリクエストに応じ切れず、それが長い間悩みの種だったんです」(鈴木さん)

インターネット広報がその手詰まりを打破する決定打になれるかどうかはひとえにコンテンツの充実にかかっているが、より少ない手間暇で発表情報をアップトゥデートに更新していく体制は、とりあえずできあがった。

「広報では1人半日分の仕事でコンテンツの更新を行っていく体制ができました。ニュースリリースも記者発表と同時に、内容もまったく同等のものを『最新情報』のコーナーに登録しています」(鈴木さん)

実際、96年7月から8月にかけてオーストラリア・ウーメラ砂漠で行われた無人シャトルの小型自動着陸実験「ALFLEX」では、試験の結果が毎日毎日伝えられた。この実験は全長6.1m、幅3.78m、重さ750kgというちょっとしたリムジンほどの大きさのポツリとしたグライダーを1500m上空から落下させ、あるいは振動を与えて放り投げた後、この機体が自力で滑走路に戻ってこ

られるかどうかを確認するための試験だった。こういった「ALFLEX」の実験の概要や、そもそもこれがいったい何であり、今後の宇宙開発計画にどんな意味をもつものなのかという情報もリンクをたどっていけば理解できるしくみになっている。全部で13回の実験が行われたが、スケジュールの延期・再実施を伝えるリリースが合計46本。フォームの決まった発表文とはいえ、とにかく徹底して情報を伝える姿勢には好感が持たれた。

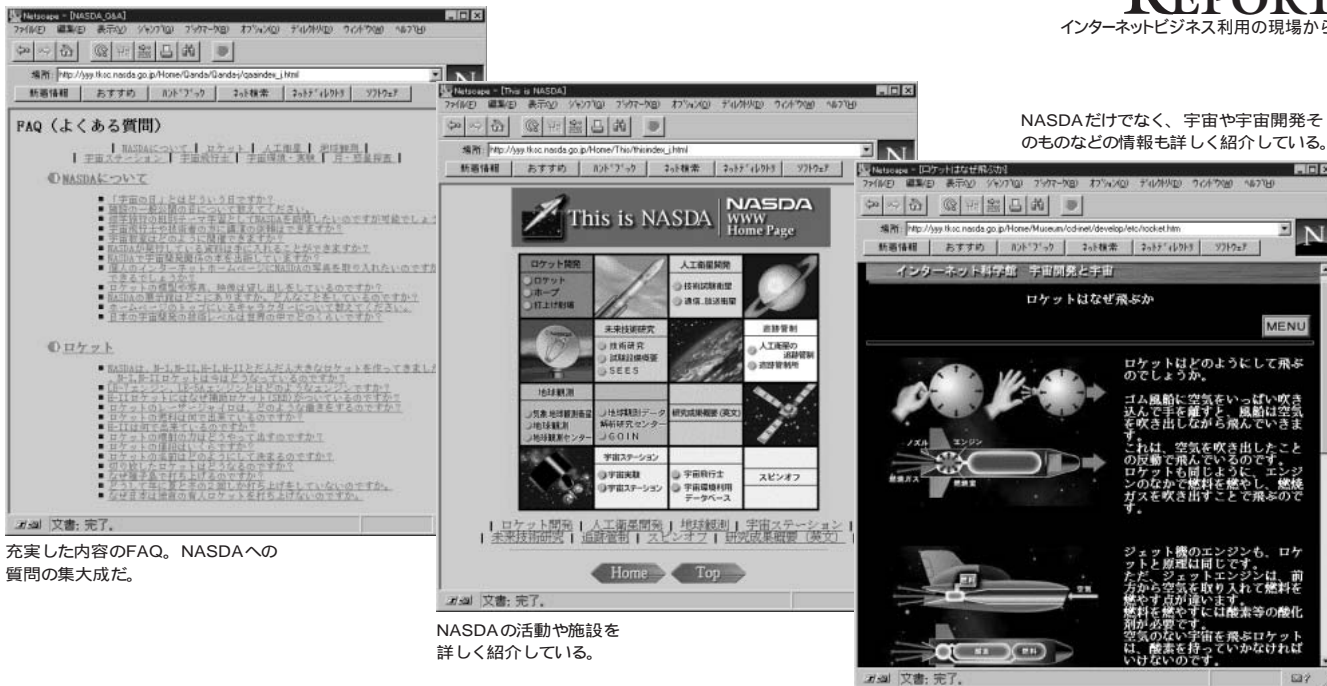
一方、現在進行形のWWW中継でアクセス数も激増したのが8月17日のH-ロケット4号機の打ち上げ速報だ。そもそもロケットの打ち上げとは延びるのが当たり前で、カウントダウンも途中で止まったり再開したりということが幾度となくあるものだ。

「打ち上げは午前10時53分でしたが、衛星経由で送られてくる情報を見ながら浜松町(東京都港区)の本社でカウントダウンの進行状況を、前日から徹夜体制で書き込んでいきました。今回の衛星はESA(欧州宇宙機関)や、NASAが作ったセンサーも積んでいる衛星でしたので、それらの機関の方々にもNASDAのホームページを通して打ち上げの進行状況を見てもらえまし

た。従来なら報道発表の写真も、打ち上げ翌日朝一番の飛行機で東京に持ち帰り、大急ぎで複製して配布するのが常でしたが、これだと新聞の紙面に載るのが打ち上げの翌々日になってしまい利用価値がありません。今回は写真も通信回線で送りましたし、筑波宇宙センターでは衛星経由のビデオ画像をコンピュータに取り込んで編集し、打ち上げ後1時間以内にホームページから提供することができました」(鈴木さん)

CU-SeeMeやStreamWorksのような動画のリアルタイム提供も検討はしたというのが、過剰なトラフィックの原因となることを懸念して今回は見合わせた。ネットワークの容量に不安がなくなれば実現可能なのだろうが、それならいっせ衛星で種子島から本社に送っているビデオ生画像を公開してほしい。ホームページでそのチャンネルや放映予定の案内を出すことも考えられるのではないかと。事業団の主管省には郵政省も入っているが、規制緩和で通信・放送の境目がなくなりつつあるこの時代、前向きな姿勢を示す事例として試してみる価値はあると思うのだが。

「上がるにしろ延期になるにしろ、ロケットという実物がそこにあるわけですから隠



NASDAだけでなく、宇宙や宇宙開発そのものなどの情報も詳しく紹介している。

充実した内容のFAQ。NASDAへの質問の集大成だ。

NASDAの活動や施設を詳しく紹介している。

そうとしたって隠せるものじゃありませんよね。衛星放送の世界も変わりつつありますし、多チャンネル時代になってCATVでNASDAの画像が流れるというのは、私個人としてはあっていいことじゃないかと思えます。たくさんの方が興味を持って見て下さるのは嬉しいことです。(鈴木さん)

NASDA 顔負けの個人ページの充実が刺激に

興味を持って見るだけではなく、自ら情報発信のため現場に向かう人もいます。ニフティサーブの宇宙フォーラムで宇宙開発会議室のボードオペをつとめるS.MATSUこと松浦晋也さん(<http://www.bekkoame.or.jp/smatsu/index.html>)は、ノートパソコンとデジタルカメラを携えて南米ギアナまで出向き、アリアン5ロケットの打ち上げ(結果的に失敗して爆破)を中継したこともあるツワモノだ。宇宙ジャーナリストとしてのキャリアもある彼は執筆パートナーと2人のチームで8月17日の打ち上げを種子島から中継、NASDA オフィシャルサーバーに負けず混み合った。ほかにティーン

エイジャーの個人ページなどもあり、宇宙開発というテーマには熱心なファンが多い。これが刺激にならないはずはない。

「来年の3月からは、NASDAの業務やニュースの紹介だけでなく、宇宙情報の拠点としての役割を果たそうと『宇宙情報センター』というコーナーを開設する予定で準備をすすめています。宇宙開発史や太陽系、銀河系、宇宙のしくみなどについて、専門用語を極力減らし、中学生レベルの理解力を基準にページづくりをし、各種データベースの検索サービスも加えます。また内容は日本語と英文の両方で構成し、世界中の人に使ってもらえる、言ってみれば『宇宙の広報』をしたいんです。(鈴木さん)

宇宙の広報。いい言葉である。来年の夏休みの終わりには「宿題に追われた小中学生のアクセスで大混雑」になってしまうかもしれない。

従来のメディアからの変質が本格化しつつある

宇宙開発のメインイベントであるロケット打ち上げそのものは、言ってみれば大きなお祭りだ。このため取材陣も注目するが、

ロケットで打ち上げられた衛星が宇宙でどんな仕事をしているのかについてはマスメディアの扱いは急に小さくなる。本来なら衛星が主役で、打ち上げ後の情報のほうが意義は大きいはずなのに。

また、当初の軌道に乗れなかった衛星のその後や、回収できなかった実験モジュールで失った情報と得られた情報、回収失敗の理由などもNASDAからは「ニュースリリース」として発表されるが、「その後のお話」であるためマスメディアの手からはこぼれ、一般の耳目に届きにくい情報だ。

それらも含めた潤沢なオフィシャル情報がホームページで提供されれば、「発表ジャーナリズム」と一部と呼ばれる「発表文をリライトしただけの記事」は意味を失う。同時に、情報の蓄積や価値判断の基準を持った者なら、従来のメディアに頼ることなく広く支持を集めることができる。

インターネットというメディアの登場当初から言われてきたメディアの変質が本格化してきた…。NASDAホームページや熱心なウオッチャーの個人ホームページを見ていてその思いを強くする。



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp