


Contents

科学系博物館におけるソーシャル・メディア事情 ……	2
海外博物館事情 ……	10
9月10月の特別展等 ……	12
リニューアル情報 ……	14
トピックス ……	15



科学系博物館におけるソーシャル・メディア事情

今号の特集はソーシャル・メディアを取り上げる。Mixxi、ツイッター、フェイスブック、ライン、グーグルプラス、インスタグラムなどなど様々なサービスが現れ、「次は〇〇がはやりなのか～」と思っている間にまた新しいサービスが登場する、というめまぐるしい発展をしている競争の激しい分野でもある。一方でアカウント乗っ取りや誤解をもとにした炎上トラブルなども見聞きし、二の足を踏んでいる関係者もいるかもしれない。すでに、「博物館研究」(2013年9月号)や「日本ミュージアムマネジメント研究会会報」(67号)また「現代の図書館」(50巻2号)などにも様々な紹介があり、またこの特集とはほぼ同時に「博物館研究」(2014年9月号)にも関係の記事が載るなどしている。このように多くの特集が組まれる現状からみても、博物館の活動にソーシャル・メディアが無視できない存在になっている証左でもあるが、とはいえそのスタイルは実に様々である。博物館と広く博物館に興味を持ってくれる人とのコミュニケーションを目的としているもの、タイムリーな話題を送る広報的媒体として使っている例もあれば、特別展などのプロモーション、さらには教育的内容が主体となっているものもある。

今回の特集では仙台市天文台、鳥羽水族館さらに日本菌学会で白水貴氏らが率いる菌学若手の会が展開した取り組みについて紹介してみたい。紙面と合わせてまずは各アカウントに是非アクセスしてみしてほしい(いずれもSNSアカウントを取得してなくても通常のブラウザで見ることができる、公開アカウントとなっている)。各筆者から寄せられた記事は上記の各アカウント運用のビハインド・ザ・シーンとなっている。これらの取り組みはそれぞれにユニークであり、興味深い。ソーシャル・メディアの使い方に「これだけが正解」というものはない、ということが端的に示されている。

学芸員は博物館の最大のコンテンツである。出かける場所であれ、読んでいるものであれ、フツウの人々からはちょっと想像がつかないところもある。学芸員が個人の行動日録として公開できる印象やメモを綴っていくだけでも十分なコンテンツになる部分があるくらい価値のあるものである。そうした活動の積み重ねは等身大の博物館を見せていくことにつながり、活動への理解や興味を醸成する下地になっていくであろう。

表1には、今回の特集の候補としてあげながら依頼に至らなかったいくつかのアカウントを、編集者の独断で紹介させていただいた。博物館として、また博物館人個人として発信をしていく時の参考になれば幸いである。

(本誌編集委員 佐久間大輔 <https://twitter.com/sakumad2003>)

表1

組織名	アドレス	一言
旭山動物園	https://twitter.com/asahiyamazoo1	多様な活動を紹介する王道的アプローチ
北海道自然史研究会	https://twitter.com/natural_h	北海道の自然系博物館の学芸員を中心にしたネットワーク
陸前高田市立博物館	https://www.facebook.com/rikuzentakata.citymuseum	復興に向けて活動する日常
アクアマリンふくしま	https://www.facebook.com/aquamarinestaff	スタッフによる情報発信はBlog時代からの積み重ね
茨城県自然博物館 友の会	https://twitter.com/tomo_inm	博物館ではなく友の会による発信
全国科学博物館協議会	https://www.facebook.com/JapaneseCouncilofScienceMuseums	これからの発展に期待
静岡科学館る・くる	https://www.facebook.com/shizuoka.rukuru	子どもの利用が多いけど大人向けに発信
東京国立博物館 広報室	https://www.facebook.com/TokyoNationalMuseum	多様な画像資料が流れます
和歌山県立自然博物館	https://twitter.com/wmnh	博物館の日常を多様に紹介
大阪市立自然史博物館	https://twitter.com/osaka_shizenshi	半自動でもこの程度はできます

仙台市天文台におけるソーシャルメディアの活用

仙台市天文台 広報担当 熊田 美波

<https://twitter.com/SAO1300>

<https://www.facebook.com/pages/仙台市天文台/228101533929872>

仙台市天文台は、2008年に錦ヶ丘へ移転・リニューアルオープン後、2010年7月からTwitterを、2011年12月にはFacebookの運用を開始しました。開始のきっかけは、広報担当職員がTwitterやFacebookをやってみたいというチャレンジでした。その後、仙台市が全市に渡りソーシャルメディアの運用ポリシーを作成することになったことに伴い、仙台市にポリシーを作成していただき、それに基づく形で運用されるにたっています。開始から約4年が経ち、Twitterのフォロワー数は4,309件(2014/7/28現在)、Facebookの「いいね」ユーザー数は2,058件(2014/7/28現在)となっています。

運用の目的は、天文台の情報を市民のみならずより広くご提供するとともに、市民の方々と交流の場として活用するためです。どちらのソーシャルメディアも、天文台に興味をお持ちの方とダイレクトに繋がることができるため、闇雲に情報を出すのではなく、必要としている方へ情報をご提供できるという点に着目しました。特にTwitterでは、拡散機能を使って情報が広がることで、天文台を知らない人へも情報を見られる機会が増えます。そうして届けられた情報を利用者がどこまで「情報」として認識しているかは別として、まずは様々な媒体を使って「伝える」ということに重点を置き、開始しました。

それぞれの更新はどちらも広報担当が行っています。開始当初は広報担当が一人であったため、一人で全ての管理をしていました。現在は広報担当が二人になったことで、一人が主に更新を担当し、主担当が休みのときは、必要に応じてもう一人も更新するという形をとっています。更新頻度は日によって様々ですが、基本的に一日に一回以上は目を通すようにしています。

一日の流れとしては、出勤したらまず始めにTwitterとFacebook、どちらも立ち上げます。その際、投稿した記事にコメントが付いていないか、質問つきのリツイートがされていないか、メッセージが来ていないかなどを確認し、何らかのリアクションがあった場合には、返信やコメントするなど必要な対応をします。また、Twitterでは、キーワード検索を使い「仙台市天文台」などのキーワードを入力して検索し、ヒットした天文台についてつぶやいている人のつぶやきを公式リツイートします。一方的に発信するだけでなく、天文台に来てくださ



たことへの感謝の気持ちと、また来館してほしいという願いもこめてリツイートしています。中には、個人で素敵なお写真を撮って一緒にアップしてくださる方もいて、そういったつぶやきはリツイートすることで、フォロワーの方々に、より天文台の魅力が伝わるのではないかと考えています。個人の口コミを公式で上げるイメージです。

担当が二人に増えたことで、これらの作業を閉館中はほぼ毎日できるようになりました。ソーシャルメディアの中でも、特にTwitterはリアルタイムでのやり取りが魅力のサービスなため、反応がありそうなツイートをした際には、できるだけ時間を見つけてこまめにチェックするようにしています。天文台のTwitterとFacebookはあえて「公式」とはうたわず、「広報担当」のものとするすることで、自由度を高くし、担当者の個性がより見えるような情報発信を目指しています。そのため、更新内容もイベント告知を主にするのはもちろんですが、天文台の日常やスタッフ紹介など親しみを持てる内容も取り上げるよう心がけています。

更新内容については、担当者がその時々で自由に発信できる仕組みです。TwitterもFacebookもコメントが来れば何らかのリアクションが必要となり、いかに迅速に対応できるかが重要となります。毎時気にしているわけではないので、他のスタッフからコメントが来ていることをおしえてもらうこともあります。他のスタッフの理解と協力があるからこそ、続けていけるのかもしれない。

また、TwitterとFacebookでは、伝える情報の内容も少し変えています。Twitterは字数に制限があることや、言

業の面白さが目を引くため、堅い文章になりすぎないように、Facebookと同じ情報を流す場合でも、より砕けた表現を用いるようにしています。イベント情報などは、情報そのものを伝えようとすると、文字数がどんどん多くなってしまいますので、どれだけそぎ落として、web サイトへと繋げられるかに重点を置いています。また、拡散のスピードが素早く、一度拡散されると何時の情報かフォロワーに伝わりにくくなることを考え、できるだけ「本日」という表現を使う場合は、その後に日付を入れるようにしています。このように、伝えたい情報を一目で読み取ってもらうにはどうしたらいいか、日々模索しています。

一方 Facebook では、ビジュアル画像が沢山載せられることや、web サイトのリンクも URL だけでなく、見た目で見られるように表示することができるため、ブログや web サイトのお知らせ更新、新番組開始や展示開始のお知らせなど、写真つきで紹介できる情報を中心に更新しています。現在レギュラー化している更新は、毎週土曜日に開催される天文台長の「トワイライトサロン」というイベント開始直前、スタッフブログの更新、天文情報の更新などがあります。トワイライトサロンについては、ユーーストリームでリアルタイムにご覧いただけるため、天文台に来られないお客様にも見ていただけるよう、お知らせしています。

Facebook や Twitter はそれ単体だけで更新するのでなく、web サイトやブログなど、その他の情報をリンクさせることで、更新の際、ネタに困ることが少なくなります。また、web サイトは天文台に関するあらゆる情報を掲載しているため、伝えたい情報を選定・強調して伝えるという面でも Facebook の利用は役に立っています。

実際に利用してみた効果は、まだ詳しく分析できていないものの、イベントの告知をしたものについては、アンケートを採り、お客さまが何で情報を得られたかを調査しています。やはり、まだまだ電話での問い合わせや市の広報誌を見て来られる方が多いので、沢山の方に伝えるというよりは、先に述べたように、

天文台が好きな人、興味を持っている人にダイレクトに伝えるという点で効果があるように感じています。

Facebook の機能もまだ使いこなせていないため、分析した結果、効果のある情報を更新できているわけでもありません。ただ、日々の更新の中で気づくのは、当たり前ですが、やはり天文台という施設であることから、天文に関する情報を提供した時の反応が大きいという事実はあります。

これまでの例で、最も反響が大きかったのは、「サモアへ日食グラスを送ろう」という記事でした。サモアで 2012 年 11 月 14 日に部分日食が起こることをきっかけに、サモアの日本人学校の先生が日食グラスを集めてサモアの子どもたちへ送ろうと働きかけていました。仙台市天文台でも、その運動に協力する形で、回収箱の設置や郵送での受付を行いました。Twitter でそのことをツイートするや、スタッフの予想を遥かに超えた反応があり、しばらくは対応に追われる事態となりました。結果、このツイートは開始以来最もツイート（拡散）された記事となり、大きな反響のおかげで、合計 246 個の日食グラスが日本各地から集まりました。

このことは、Twitter の拡散性と反響を実証するものとなり、天文台で伝えていくべき情報について考えさせられるものとなりました。話題性のある情報を提供すれば、それだけ拡散される可能性も高くなります。忙しい仕事の中、更新を続けていると、発信する情報がついイベント情報に偏りがちになってしまいます。けれども、そういった情報に加えて、自分たちの施設ではどんな情報を発信することが求められているのか、天文台ならではの情報とはどんなものか、それを模索し続け、発信し続けていくことがソーシャルメディアの有効利用に繋がるのかもしれない。

自分が利用していても感じるのですが、ソーシャルメディアの情報は必ずしも全ての情報が意味を持つ情報として伝わるとは限りません。流れていく情報の大半が、読み飛ばされてし

最先端 3D 天文シミュレーションと
高解像度+高コントラスト映像によるクラス最高のフルドーム映写システム!!

MEDIAGLOBE-III (メディアグローブIII)

「メディアグローブIII」は定評のあるコンパクトな本体設計を受け継ぎながら、小型ドーム対応した単眼映写方式においてトップレベルの解像度（ドーム直径方向1536ピクセル）とコントラスト比（最大200,000:1）を実現しています。映写品質を決定づける映写レンズには、コニカミノルタの優れた光学技術を駆使した新開発のドーム映写専用高精細フィッシュアイレンズを搭載。さらに新機能として「映像歪み補正機能」を採用しており、「メディアグローブIII」本体をドーム内の壁面近くに設置しても、映写映像を電子的に補正することでドームスクリーン全体に正確な全天周映写を映写いたします。

コニカミノルタ プラネタリウム株式会社
東京事業所 〒170-8630 東京都豊島区東池袋3-1-3
大阪事業所 〒550-0005 大阪府大阪市西区西本町2-3-10 西本町インテス11階
東海事業所 〒442-8558 愛知県豊川市金屋西町1-8
URL:<http://pla.konicaminolta.jp>

TEL (03) 5985-1711
TEL (06) 6110-0570
TEL (0533) 89-3570



■ NOMURA <http://www.nomurakougei.co.jp/>

Prosperity Partner
NOMURA
世界に、歓びと感動を

株式会社 乃村工藝社
本社：東京都港区台場2-3-4 TEL：03-5962-1171(代表)



まいます。現在の利用効果を分析するとともに、それをもとに膨大な情報の中でいかに引っかけりを持つ情報を提供できるかが、今後の課題です。

以上、実例をもとに仙台市天文台での運用方法をご紹介してきましたが、もちろん必ずしも全てできているというものでは

ありません。中には目指すものと実情が異なってしまう部分もあります。方法については、担当者も随時模索中というのが正直なところですが、けれども、どうしたら天文台のこともっと知ってもらえるか、ぜひ知ってもらいたいという思いを大切に、これからも様々なチャレンジを続けていければと思います。

鳥羽水族館におけるSNS利用事例

鳥羽水族館 企画広報室 室長 杉本 幹

🐦 https://twitter.com/TOBA_AQUARIUM

📘 <https://www.facebook.com/toba.aquarium>

SNSとは、Social Network Service（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）の略。人と人がつながったりコミュニケーションする環境を提供するWebサイトで日本ではMixiが始まりとなり、Twitter、Facebookと流行っていった。このSNSを博物館ではどう利用し、取り扱っていくのかについて鳥羽水族館の事例を紹介する。

■水族館とSNS

鳥羽水族館ではこれまで情報提供をテレビ、ラジオ、新聞、雑誌を中心としたマスメディアを利用し、集客にも繋げてきた。その中でインターネット関連ではHPを1996年4月に立ち上げ運用を開始し2013年1月の2度目のリニューアルの際、スマートフォンなどの普及でSNSによる情報拡散が急速に広まっていたことやSNSが特に若い年齢層への利用認知度が高いことからSNSをHPに導入することにした。

SNSの運用にあたっては本来、多くの場合マーケティング部や広報、PR部門がおこなうが、鳥羽水族館ではイベント企画、メディア対応、写真映像撮影など様々な広報業務を行う企画広報室がHP運営の中でSNSの管理もおこなっている。

■SNSアップまでの流れと狙い

SNSを始めるにあたってはまず今までに発信していた情報をSNSに反映することから始めた。その際、HP、ブログ、ツイッ

ター、フェイスブックがその特性を發揮して相乗効果が得られるように組み合わせを考えてみた。

鳥羽水族館のHPには当初より人気のコーナー「飼育日記」がある。これは飼育員が担当動物を含めた日々の様子を書いているブログでファンも多い。そこで、ブログを更新した際に、その情報（タイトルや本文＋記事へのリンクURLの計140文字）を自動的にツイッターに投稿しフェイスブックのファンにも伝達するよう設定している。それは逆にブログへの誘導にもなり、それに関心をもった人たちが次はHPへ飛び、水族館へ関心と親しみを持って貰う狙いがあり、さらにはHPで多くの情報と興味を持ちその後、来館に繋がることも期待している。

■SNSの利点

○自由に手軽に細かい話題も発信できる。
SNSは誰でも自由にいつでも、どんなことでも発信できる。通



こころを動かす空間をつくりあげるために。

調査・企画、デザイン・設計、制作・施工、運営

 **Tanseisha**

株式会社 丹青社 〒110-8549 東京都台東区上野 5-2-2
TEL. 03-3836-7221(代表) www.tanseisha.co.jp
札幌・仙台・新潟・名古屋・大阪・福岡・那覇・北京・上海

TOKYO SCIENCE CO., LTD.

ミュージアム・ショップ向／教育用地球学標本



地球学標本／化石・鉱物・岩石
古生物／レプリカ・復元模型
恐竜復元モデル

◆常設ショールーム：紀伊國屋書店・新宿本店1F TEL.03(3354)0131(代表)◆

Fossils, Minerals & Rocks
東京サイエンス TEL.03-3350-6725 FAX.03-3350-6745
http://www.tokyo-science.co.jp
E-mail:info@tokyo-science.co.jp
〒151-0051 渋谷区千駄ヶ谷5-8-2 イワオ・アネックスビル

Practical Specimens for Study of Earth Science

常メディアへの情報発信は企画広報室から「赤ちゃんが誕生」、「日本初の展示です」などの内容をプレスリリースしている。いわばニュースネタを送っているわけなので「今朝、カワウソがおもしろい寝相しました」、「イセエビが今、脱皮中」というような個々の小さな話題はおもしろくてもメディア向けに出すことはない。それが SNS では特に珍しくなくても、小さな出来事もリアルタイムに自由に誰にでも発信できる。

○拡散は広く、早く、コストがかからない

拡散する範囲は広く、伝わるスピードは今まで既存のメディアとは比べものにならないほど早い。朝 SNS で話題にしたことが、その日のうちに大きく広がって全国的なニュースになることもある。しかもツイッターを使う費用は基本的に通信費のみでありフェイスブックへの連動も無料のソフトを使っているためコストはかからない。(ただしブログからツイッターへの連動の仕組みについては技術的に難しいため HP 製作の業者に依頼している。)

○双方向のやりとりができる。

マスメディアが、一方的に情報発信され続けるのに対し、SNS やブログはお互いにネット上でコミュニケーションが取れるため親しみやすさを感じるができる。

■ SNS の評価と効果

SNS の導入ではツイッターやフェイスブックなどのフォロワーやリツイート数が成功や効果を決める1つの指標とも言われている。鳥羽水族館のフォロワー数は約 15000。これは SNS を導入している水族館としては多い方ではあるが、数字だけ見ればもっと多い施設もある。SNS は情報拡散や名前の認知度を上げるという意味では非常に効果のあるツールと言える。ただ直接の集客効果はということになると積極的に SNS に取り組み、面白いと評価されている水族館や博物館の来館者が必ずしも増加しているわけではなく、その点は今のところわからない。

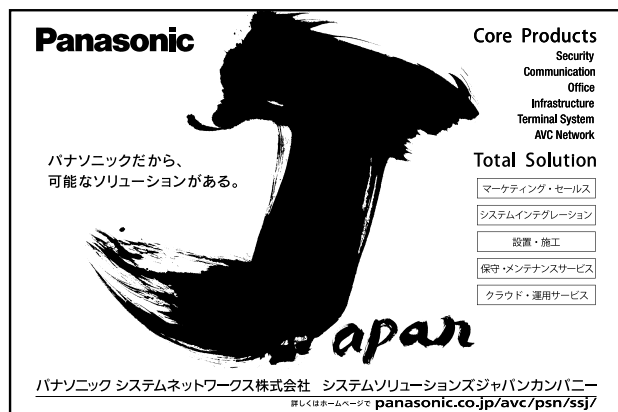
■利用における課題と対応

SNS は便利だが良い点ばかりではない。今まで述べてきた様々なメリットが全く反対に課題なりえる。これまで会社からの情報は広報など特定の部署から統一されたものがメディアや一般の人に発信されていた。しかし SNS の利用により、誰もが簡単に情報を発信できる便利さを得られる一方で、その情報が正しいかどうか、ふさわしいかどうかに関わらず社外へ、直接出てしまうことになる。当然個人として発信した情報であってもそれを見た第三者にはそう受け取られず、発言内容や写真が適切なものでないときは大きな問題となる。飲食店の従業員が芸能人のことをツイートしたり、コンビニの従業員が食品の入った冷蔵庫に入ってツイートしたことでいわゆる「炎上」が起きているのはご存じの通りである。

例えば飼育員が見たこともない生物を調査中に見つけ、その場で「新種ではないか」というような趣旨のツイートをしたとする。それは瞬間に広がり、新聞社や TV 局など各メディアが注目するが、そのことは発信者本人以外誰 1 人知らず、突然水族館にかかってきた電話に情報確認やその真偽が把握出来ぬまま対応に追われることとなる。

そのようなことを防ぐにはブログやツイートをする前にすべての内容を担当部署でチェックすることが確実な方法である。しかしながら手間と時間がかかる上に、書き手にとってそれが面倒と思えばアップしないだろうし、話題そのものがリアル感や面白みに欠ける情報になることも考えられる。このようなことから鳥羽水族館では書き込み制限をほとんどなくしているが、書き手の判断に任せた運用には悩む部分が多い。

対応として現在は企画広報室のメンバーが不定期ではあるがブログやツイッターを見返し不適當と判断したものについては、本人に伝え確認の上、削除している。これらを考えると、SNS の運用にはある程度の誰もが理解できる分かりやすいガイドラインは最低限必要であろう。



Panasonic

Core Products
Security
Communication
Office
Infrastructure
Terminal System
AVC Network

Total Solution
マーケティング・セールス
システムインテグレーション
設置・施工
保守・メンテナンスサービス
クラウド・運用サービス

panasonic

パナソニックシステムネットワークス株式会社 システムソリューションズジャパンカンパニー
詳しくはホームページで panasonic.co.jp/avc/psn/ssj/



— ご希望の恐竜・化石・動物・人類の
標本及び模型を探しご案内いたします —

マラウイサウルス
ティタノサウルス科
全長—10m

株式会社 ゼネラルサイエンス コーポレーション
〒170-0005 東京都豊島区南大塚3-11-8
TEL:03-5927-8356 / FAX:03-5927-8357
e-mail: sizensi@shibayama.co.jp
<http://www.shibayama.co.jp>

1. 適用範囲の明確化

公式アカウントと個人のアカウントを使い分ける。会社と関連する話題は公式アカウントから発信し、個人のアカウントからは発信しない。

2. 迷った場合は掲出前に上司あるいは責任担当者に確認・相談する。

さらに、
・何か問題が起きたときの対応方法の明確化
・SNS 利用者全員への事前の運用レクチャーなどの教育なども考えていかなければならない。

■おわりに

最近ではとにかく SNS を使って売り上げや集客をとという話が多い。本当にそうだろうか。SNS は他のマスメディアとも関連性が深く、SNS 発でなく他メディア発→SNS →拡散となるケースも実は多い。当館でも昨年ある変わった生物が全国的にブレイクして大変な話題となった。飼育担当者はブログに

の生物のことを再三書き込み、連動してツイッターやフェイスブックにも流れていたが、そのときはほとんど話題にはなっていなかった。ところが地元新聞社の記者がブログをたまたま見て面白いと web 上に「ユニークな生物がいる」と紹介した。それが、検索サイトのトップに掲載され、瞬間にこの生物が脚光を浴び、それがツイッターやフェイスブックを介してさらに増幅拡散し、その後も全国の各メディアでさらに大きく長く取り上げられることとなった。

その結果取材も増え、その生物の名前の認知度は上がり、飼育している鳥羽水族館へも足を運ぶ人が増えた。このように拡散のボタンは様々なメディアによって押される可能性がある。SNS の活用だけにとらわれず商品やイベントなどそのものの自体の魅力や楽しさを追求することが重要でありそれを発信し続けるのに手軽なツールが SNS であるというシンプルな考え方で利用すれば良いのではないだろうか。

ツイッターで珍奇な菌類を選ぶ—日本珍菌賞—

国立科学博物館植物研究部 日本学術振興会特別研究員 白水 貴

📄 https://twitter.com/young_mycol

珍菌賞設立の経緯

菌類は推定種数 150 万ともいわれる高い多様性を有し、有機物分解や他生物との共生・寄生を通して様々な生態系を支えている重要な生物群である。それにもかかわらず菌類が注目を浴びることは稀であり、大型の哺乳類や昆虫、花を咲かせる植物などに比べるとかなり地味な存在として扱われている。このような日陰者扱いだけならまだしも、バイキン(黴菌)などと呼ばれ、ネガティブな感情とともにイメージされることも決して少なくはない。菌類の研究者としては、このネガティブなイメージを払しょくし、菌類という生き物の面白さを多くの人々に知ってもらいたいわけである。

さて、菌類のイメージアップを成し遂げ、菌類とその研究のファンを増やすにはどうすればよいのだろうか? そう考えたとき、「菌類を中心に据えた楽しいイベントで人々を惹きつけ、その魅力に気づいてもらうことが一番の近道なのではないか」と思い至った。ここで重要なのは、菌類やその研究と縁の薄い人々をこそ惹きつけるということで、これが達成できれば菌類のイメージアップと新たなファン獲得の両方を実現できるはずである。このような菌学の外の人々を魅了できるようなスター性のある菌とはいったい何だろうか? そうして行き着いた答えが“珍菌”である。

ここでいう珍菌とは、真菌類¹であれ偽菌類²であれ、珍奇な形態、生態、宿主や発見の経緯などを有する菌のことである。人目を惹きやすい珍菌を起点とし、そこから他の菌類やその研究に興味を向けてもらえるよう展開していけば、菌類とその研究のファンを増やすことに少なからず貢献できるのではないだろうか? このような思惑のもと、菌学若手の会が中心となり、珍菌の日本一を決する賞“日本珍菌賞”を設立するに至った。

珍菌賞のルール

日本珍菌賞は以下の5つの条文に則って運営することとしている。なお、この条文は石川県立大学の田中栄爾先生に起案いただいた。

1. 菌学若手の会に、日本珍菌賞を設ける。本賞は、わくわくするような珍奇な生態や形態をもつ菌類の研究、またその珍奇な菌類を発見する能力を賞賛するものである
2. 本賞は、過去の学術論文または学会発表をもとに、その菌の発見者あるいは発表代表者に授与するものとする
3. 本賞の選考はソーシャルネットワーキングサービス(SNS)³などのオープンな場で行う。年に一回、推薦された真菌・偽菌類の中から最も感銘を与えた珍奇な菌の研究者を一件、授賞対象として選考する

4. 本賞の授賞式は、その年の日本菌学会年次大会の懇親会の場を借りて行う

5. 本賞は、複数回の受賞を妨げない。ただし、3回受賞した者は以降、殿堂入りとする

珍菌賞の目指すところは菌学の外への情報発信なので、その選考はSNSなどのオープンな場で行うこととしている。主にツイッターを選考の場として活用しているが、これには以下の3つの理由がある。

1. アカウントが無料で簡単に作れる
2. 約2,000万人のアクティブユーザー⁴がいる
3. リツイート (retweet)⁵により情報が拡散される

それぞれの利点を一言でいえば、1は“手軽さ”、2は“情報の受け手の多さ”、3は“情報拡散効率の良さ”だろうか。ツイッターと同様に有名なSNSにフェイスブックがあるが、こちらでのコミュニケーションは現実の人間関係の枠内にとどまっていることが多く、その枠外への情報拡散効率において前者に後れを取ると感じている。

ツイッターはそのリツイート機能が秀逸で、面白いと思ったツイートを自分のフォロワー⁶に容易に伝達することができる。多くのフォロワーを有するユーザーにリツイートされれば、それだけで万単位のユーザーに情報が届くという仕組みである。このような特徴を有するツイッターは珍菌賞の選考を行う場としてうってつけなのである。

さて、珍菌賞の選考方法に話を戻そう。遊び心あふれる企画とはいえ学術的な土台はしっかり据えておきたいので、選考対象とする菌は過去に学術論文や学会で発表されたものに限定している。選考においては、珍菌候補をツイッターで募り、その“珍奇性に対する反応”に基づき珍菌日本一を決する。この“珍奇性に対する反応”は珍菌候補のツイートに対する以下の数字に基づいて評価している。

表1. 上位3種に寄せられた反響 (選考期間終了時点)

	第1位	第2位	第3位
第一回 (2013)	<i>Aenigmatomyces ampullisporus</i> 89RT 54Fav	ヤブニッケイもち病菌 35RT 23Fav	タケリタケ 40RT 13Fav
第二回 (2014)	<i>Mattiolomyces terfezioides</i> 166RT 133Fav	<i>Cordyceps ignota</i> 153RT 86Fav	<i>Thaxterogaster porphyreus</i> 84RT 97Fav

● RT (retweet) 数：珍菌候補のツイートがリツイートされた回数

● Fav (favorite) 数：珍菌候補のツイートがお気に入りになった回数

珍菌候補の受付と選考を行う期間は授賞式 (6月上旬) までの1ヶ月間としている。この間、プロ・アマチュア問わず様々なユーザーから珍菌に関するツイートが寄せられる。これらの珍菌ツイートを菌学若手の会のアカウント (@young_mycol) にてリツイートすることで、選考期間中の情報共有を図っている。また、選考の中間報告や結果もこのアカウントから発信している。

珍菌賞への反響

珍菌賞の選考を始めて今年 (2014年) で二年目となる。2013年に行った第一回選考では34種、翌年の第二回選考では20種の珍菌候補がエントリーされた。結果、一回目はトビムシの精包に寄生する *Aenigmatomyces ampullisporus*、二回目はサッカリンなみに甘いトリュフである *Mattiolomyces terfezioides* が見事珍菌賞に輝いた (選考過程や結果の詳細については文末のサイトを参照)。

第二回選考にエントリーされた種数は第一回のそれに比べて減少したが、そのかわり前者に寄せられた反響は後者を上回った (表1、2)。

第二回選考では、すでに3位入賞菌の時点で第一回選考の1位入賞菌を上回る反響を得ており、今回の注目度が前回のそれを上回っていたことがうかがえる (表1)。また、フェイスブックの「いいね!」の数字から、今回の珍菌賞記事は少なくとも6,000人近くの様々な方々に閲覧いただき、関心を持っていただけたことが見てとれる (表2)。ツイッターなど他のSNSやまとめサイトを介した情報伝達も加算すると、上記の数字よりもさらに多くの方々に菌類とその研究の面白さを知っていただくきっかけになったといえるのではないかな。

表2. ハフィントンポストの珍菌賞記事に寄せられた反響 (2014年7月22日時点)

	フェイスブック		ツイッター
	いいね!	シェア	ツイート
第一回 (2013)	1,283	217	489
第二回 (2014)	5,868	499	244

図1. *Thaxterogaster porphyreus*



撮影者：白水貴

図2. *Cordyceps ignota*



撮影者：Ian Suzuki
http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Cordyceps_ignota.JPG

図3. 第二回日本珍菌賞の選考過程の一例



珍菌賞の今後

今回エントリーされなかった菌の中にもまだまだたくさんの珍菌候補が潜在している。推定種数 150 万といわれる真菌類に加え、偽菌類も選考対象となっているからにはその母数は膨大である。これに加えて珍菌候補になりうる新種も毎年報告されている。今後も珍菌賞の選考過程で予想外の珍菌に出会うことができると期待している。

来年の菌学会年次大会は沖縄で開催されるが、その懇親会のお借りして「第三回日本珍菌賞」の授賞式を行

うことになっている。それに先立ち珍菌賞の選考を予定しているの、ツイッターアカウントをお持ちの方はぜひご参加いただきたい。開催地にちなみ熱帯・亜熱帯の珍菌候補が多数登場するのではないかと楽しみにしている。

広報活動においては、伝えたい情報を繰り返し発信することが肝要である。菌類に対する興味関心は近年高まっているように感じるが、爆発的に流行る必要はなく、このひそかなブームが続くくらいでちょうどよいと思っている。地味にでも繰り返し情報発信することで、菌類とその研究の魅力を確実に伝え広めていくことができるだろう。その方が菌類の生き様らしくてよいと思う。

【脚注】

¹ 真菌類：菌界 (Kingdom Fungi) に属する真核生物。主にかびや酵母、きのこから構成されている。

² 偽菌類：かつて菌界に属していたが後に他の界に転属させられた生物。卵菌や変形菌など。

³ ソーシャルネットワーキングサービス (Social Networking Service: SNS)：インターネット上に構築された社会的ネットワーク。個人間の活発なコミュニケーションが特徴。

⁴ アクティブユーザー：そのサービスを利用しているユーザー。ここでは日本のアクティブユーザー数 (2013 年 11 月時点) を示している。

⁵ リツイート：自分のフォロワーに他者のツイートを伝達する機能。

⁶ フォロワー：自分のツイートをフォローしている人。

【珍菌賞に関するサイト】

珍奇な菌類 “珍菌” の日本一が決定!

— 第一回日本珍菌賞 — (ハフィントンポスト)

http://www.huffingtonpost.jp/takashi-shirouzu/-_11_b_3432753.html

珍奇な菌類 “珍菌” の日本一が決定!

— 第二回日本珍菌賞 — (ハフィントンポスト)

http://www.huffingtonpost.jp/takashi-shirouzu/rare-fungi_b_5513850.html?utm_hp_ref=japan

神々しい、感染がユニーク…「珍菌賞」若手研究者ら創設 (朝日新聞デジタル)

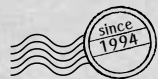
http://www.asahi.com/tech_science/update/0828/TKY201308280082.html

無視され続けてきた「菌類学」、ネット発で増殖 (BLOGOS)

http://blogos.com/article/78276/?ignore_lite

TUKUBA FUTURE (筑波大学)

<http://www.tsukuba.ac.jp/notes/012/>



■ 新設館

デンマーク海事博物館が2013年10月に開館

コペンハーゲンから30キロ北の距離にあるヘルシンオー（日本語でヘルシグアー、ヘルシグー、ヘルシグとも表記される）には、ユネスコ世界遺産になっているクロンボー城（1585年完成）がある。シェークスピアの代表作『ハムレット』の舞台でもあり、夏季には城内の中庭で『ハムレット』の野外劇が行われ、世界中から多くの観光客が訪れている。このクロンボー城に隣接して、長く使われていなかった古いドライドックがあり、それを活用したデンマーク海事博物館が2013年10月5日に開館した。ドライドックはヘルシンオーにかつてあったヘルシンオー造船所が1882年に完成させた「第1号ドック」であり、造船所が経営不振により1984年に閉鎖するまで船舶修理のために使われていた。ちなみに海上保安庁の旧練習船「栗橋」（1954年解役）の前身は、同造船所で1897年に竣工したスウェーデンの救難船ヘラクレスである。

新しく完成した延べ床面積が7,000㎡の施設は、コンクリート造りのドライドック（長さ150m×幅22m×深さ9m）を丸ごと使った、世界でも珍しい博物館だ。収蔵品は中世から現代までのデンマークの船の歴史に関連した資料が中心になっており、多くの船舶模型、ナポレオン戦争やデンマークの中国・インドとの交易を描いた絵画等によって構成されている。中でも1880年から撮影されたデンマークの船舶の写真が33,000点以上保管され、この種のコレクションとしては欧州では有数とされている。11室からなる展示室では、デンマークの航海史、デンマークの救難活動、灯台、造船、16世紀以降の船乗りの洋上生活等をテーマとして取り上げている。講演会や映画が上映されるホールの他、ショップとカフェも設けられている。総工費：5,400万ドル。建築設計：ビャルケ・インゲルス・グループ（本社・コペンハーゲン）。展示設計：コスマン・デヨング（本社・アムステルダム）。施工：ランボル社（本社・コペンハーゲン）。設置者・運営者：海事博物館財団（民間団体）。

Museet for Søfart, Helsingør.

<http://www.mfs.dk/>



デンマーク海事博物館の外観 (Photo: Rasmus Hjortshoj)

メキシコにチクシュループ・クレーター博物館が開館

チクシュループ・クレーターは、メキシコのユカタン半島にある約6,550万年前の小惑星衝突跡。直径は約180km。既知の地球上のクレーター（隕石衝突跡）では三番目の規模である。この衝突が、恐竜を含む大型爬虫類はじめとする多くの生物が絶滅した白亜紀末の大量絶滅の最も有力な原因とする説がある。一方で、そうではないという説もあり、まだ決着がついていない。

そのチクシュループ・クレーターを紹介した科学博物館が、現地のメリダ市（ユカタン州）に2014年6月5日に開館した。新しい施設の常設展示は、「小惑星衝突の影響」をはじめ、「宇宙と太陽系」「生物の進化と生物多様性」「ユカタン半島の自然環境」によって構成されている。同館は、学校団体への啓蒙普及に力を入れていることもあり、平日の午前8時から10時までは学校からの見学に公開され、一般の公開は10時から午後5時となっている。設置者・運営者：ユカタン州政府。

Museo de Ciencias del Cráter Chicxulub, Merida.

<https://www.facebook.com/MuseoDelCrater/>

香港に地球温暖化博物館が開館

香港の公立大学である香港中文大学(1963年設立)に、このほど地球温暖化をテーマにした「塞馬会気候変化博物館」が2013年12月16日に開館した。同館は、香港の公営ギャンブルである競馬の運営団体「香港ジョッキークラブ」(1884年創立)の寄付によって整備され、沙田区のキャンパスの教育棟「康本国際学術園(Yasumoto International Academic Park)」の8階に設けられている。800㎡の常設展示は、「極地圏の環境と地球の温暖化問題」「リモートセンシングと環境モニタリング」「香港中文大学における地球温暖化研究の紹介」、そして同館の整備資金を寄付した「香港ジョッキークラブの地球温暖化への取り組みの紹介」で構成されている。同館はもちろん学生や教官を主な来館者としているが、寄付者の意向を受けて、最寄り駅である香港鉄路東鉄線の「大学駅」から歩いて3分の近さに設けられ、学外からも多くの一般入場者の来館が期待されている。

Jockey Club Museum of Climate Change, Hong Kong.

http://www.50.cuhk.edu.hk/zh_tw/events/mocc

韓国にサムスン社イノベーション博物館が開館

サムスン電子は、周知の通り、韓国が産んだ世界的な企業であり、韓国国内最大の総合家電・電子部品・電子製品メーカーで、サムングループの中核企業である。同社は企業活動だけでなく、企業メッセにも今まで力を入れてきた。1995年5月には韓国にとって最初のサムスン子ども博物館開館(2012年末に閉館)をソウル市内に設け、1998年4月にサムスン交通博物館を京畿道龍仁市に設けた。さらに2004年10月にはサムスン美術館をソウル市内に設けた。そして4番目のミュージアムとして、このほど2014年4月21日に、サムスン電子の創業45周年記念事業として、サムスン社イノベーション博物館を京畿道水原市に設けた。5層からなる新しい施設は、10,950㎡の延べ面積を擁している。五つの展示ホールからなる常設展示は、「発明者の時代：18世紀から19世紀までの世界の電子産業の発展」「産業革新の時代：半導体技術・ディスプレイ技術・モバイル技術」「創造の時代：サムソンの最先端技術と未来の展望」「サムソンの歴史」「サムソン製品の新製品紹介」によって構成されている。入館料：無料。

Samsung Innovation Museum, Suwon.

<http://www.samsunginnovationmuseum.com/>

コンゴに生物多様性標本館が開館

アフリカ諸国の多くがヨーロッパから独立したにもかかわらず、依然として旧宗主国とのつながりが経済面、資源の供給等の領域にあり、ある見方からすると、それらのつながりが縛りとなって国の発展の足枷になっている。長くベルギーの植民地だったコンゴ民主共和国も例外ではない。1960年のベルギーからの武力独立、そしてその後の長い内戦を経験したコンゴ民主共和国に、ベルギーの政府開発援助を受けた博物館的施設が同国の国立キサンガニ大学に2014年6月14日に開館した。新しい施設は、キサンガニ大学生物多様性研究所(所長:ベンジャミン・ドゥドゥ・ミグミル・アカイベ教授)。コンゴ民主共和国の多様な動植物相の研究と保護を目的に、標本展示室を備えた施設として整備された。整備資金として、日本のODAにあたるベルギーの政府開発援助をはじめ、ベルギーの国営宝くじとベルギー科学政策庁からの助成が供与された。またベルギーの王立中央アフリカ博物館、ベルギー国立自然科学研究所とメイズ植物園も設立の協力した。Centre de Surveillance de la Biodiversite, Kisangani. <http://www.congobiodiv.org/fr/infrastructure/csb/lire-plus>

■ 企画展・特別展

米オシュコシュ市立博物館で、吸血生物展を開催中

「吸血生物の侵略」と題したユニークな巡回展が、オシュコシュ市立博物館(ウィスコンシン州オシュコシュ市)で開催されている。同展では、蚊をはじめ、ノミ、ダニ、ヒルやその他の吸血生物の生態を紹介し、彼らからの攻撃をどのように防ぐか、また攻撃を受けた後の治療を紹介している。エール大学ピーボディ自然史博物館での開催を皮切りに2011年から北米各地で開催されており、2014年だけでも10ヶ所以上の子どもの博物館、健康博物館、科学館、大学博物館で開催が予定されている。監修：エール大学ピーボディ自然史博物館のレオナード・ミュンスターマン学芸員(昆虫学)。企画制作：イサカ科学館。会期：2014年5月31日～9月7日。

Invasion of Bloodsuckers.

Oshkosh Public Museum, Oshkosh.

<http://www.oshkoshmuseum.org/>

<http://www.sciencenter.org/bloodsuckers/educators/exhibitdescriptions.asp>

11月12月の特別展等

開催館	展覧会名	開催期間
釧路市子ども遊学館	宇宙の日イベント	9月13日～9月15日
	遊びんピック	10月11日～10月13日
仙台市天文台	富谷隕石特別展示「富谷隕石がやってきた!」	7月1日～11月3日
	宇宙の日作文絵画コンテスト入賞作品展	9月1日～9月30日
郡山市ふれあい科学館	ホワイエ企画展「郡山から見上げた星空」	9月2日～10月31日
つくばエキスポセンター	特別展「かたちの科学」	7月19日～9月15日
産業技術総合研究所 地質標本館	地質標本館 2014年夏の特別展「地質アナログ模型の世界」	7月15日～10月13日
ミュージアムパーク 茨城県自然博物館	新茨城風土記-ひとと自然のものがたり-	7月12日～11月24日
群馬県立自然史博物館	第47回企画展「闇夜の動物たち」	10月4日～11月30日
群馬県立ぐんま昆虫の森	季節展「秋の野山の昆虫展」	9月6日～10月28日
所沢航空発祥記念館	夏季特別展「アニメフェスタ in 所沢2014」	7月26日～9月28日
埼玉県立自然の博物館	特別展「恐竜時代～海と陸の支配者たち～」	6月11日～10月26日
国立科学博物館	特別展「太古の哺乳類展」	7月12日～10月5日
NHK放送博物館	昭和の名アナウンサー列伝	7月8日～10月13日
	「花子」が残したラジオ番組	8月1日～9月28日
	オリンピックが放送の進化を導いた	9月9日～12月7日
多摩六都科学館	第14回 日本万華鏡大賞 多摩展	10月11日～11月3日
横須賀市自然・人文博物館	特別展示 開館60周年記念展「第I部ヨコスカの宝」	7月19日～9月7日
	特別展示 開館60周年記念展「第II部ヨコスカ50's」	9月20日～11月9日
立山カルデラ砂防博物館	企画展「立山登山-山岳の魅力とリスクを考える-」	7月19日～9月28日
	特別展「立山温泉をめぐる人々と歴史」	10月4日～12月27日
富山県 立山博物館	布橋灌頂会がわかる!!-あの世とこの世を渡す白道-	9月13日～9月23日
	近代の文人と立山	10月4日～11月16日
岐阜県博物館	特別展 里山いま昔 -人と自然 あらたな“絆”を求めて-	9月12日～11月16日

開催館	展覧会名	開催期間
内藤記念くすり博物館	企画展「がん ～古から未来へ～」	4月23日～ 平成27年3月31日
大垣市スイトピアセンター 学習館	南天の星空と皆既月食	9月27日～11月30日
東海大学海洋科学博物館	特別展「博物画に見る南海の生きものたち」	6月21日～ 平成27年3月31日
鳳来寺山自然科学博物館	きのこ展	9月28日～10月31日
豊橋市自然史博物館	第10回 自然史博物館自由研究展	10月11日～11月3日
トヨタ産業技術記念館	豊田喜一郎生誕120周年特別展「喜一郎の夢」	6月28日～9月15日
	開館20周年「トヨタの進化 喜一郎の夢、その後」	10月15日～12月14日
滋賀県立琵琶湖博物館	企画展示「魚米之郷(ぎょまいのさと) -太湖・洞庭湖と琵琶湖の水辺の暮らし-」	7月19日～11月24日
倉敷市立自然史博物館	秋の鳴く虫展	8月30日～9月15日
	新着資料展	9月20日～12月25日
広島市交通科学館	秋季企画展「進化するカーデザイン」	10月16日～11月30日
大和ミュージアム 呉市海事歴史科学館	戦艦大和・武蔵の進水式展-戦前戦後の時代を飾った船たち-	7月12日～9月23日
防府市青少年科学館	「究めて達人!は・か・る展」～きみは正確にはかれる?～	10月25日～12月7日
美祢市歴史民俗資料館	奈良東大寺の大仏と長登銅山跡	8月5日～11月23日
北九州市立自然史・ 歴史博物館	夏の特別展「THEモンスター展～自然界の怪物たち～」	7月19日～9月23日
北九州イノベーション ギャラリー	山川健次郎と藤田哲也 ～工学教育の先駆者と竜巻研究の開拓者 ふたり展～	9月27日～10月19日
福岡県青少年科学館	小・中学生理科研究コンクール	10月18日～11月3日
宮崎県総合博物館	どんぐりとまつぼっくり	10月18日～12月7日
沖縄県立博物館・美術館	平成26年度沖縄県立博物館・美術館 企画展 久米崇聖会創立100周年記念「久米村(クニンダ) -琉球と中国の架け橋-」	9月12日～10月19日

※佐賀県立宇宙科学館は、天井耐震工事及びリニューアル工事のため、平成26年9月1日～平成27年4月中旬まで臨時休館します。

リニューアル情報

産業技術研究所 地質標本館

[更新箇所] 地熱解説コーナー

[更新内容] 約30年前に設置した、岩手県、秋田県にまたがる八幡平火山群を中心とした仙岩地熱地域の地熱貯留層・地熱発電モデル展示を、最新の地質及び地熱探査の知見に基づく地下地質断面に更新しました。あわせて、ボーリングのカッティングスを利用した地質柱状図を展示しました。また、日本の地熱発電所を説明するパネルも一新し、さらに地熱資源開発の流れについて紹介する液晶ビジョンを設置しました。階段をなくし、バリアフリーに配慮した展示となりました。

[公開日] 平成26年7月11日



科学技術館

[更新箇所] ものづくりの部屋

[更新内容] わたしたちの生活・産業に欠かせない「ものづくり」。その技術はより高度にかつ身近になってきました。その結果、何が起きているのでしょうか？ここでは、「ものづくり」を身近にしてくれる「3Dプリンター」や「レーザー加工機」などをご覧いただけます。

[公開日] 平成26年7月19日



防府市青少年科学館

[更新箇所] 常設展示

[更新内容] 常設展示「生活の領域」を「光の謎を解き明かせ」に変更

[施工業者] (株) ウチダテクノ (既存展示物撤去他)、
(株) 丹青社 (新展示物設置)

[更新面積] 約270㎡

[公開日] 平成26年7月19日



平成26年度 東レ理科教育賞の募集

- 対象：東レ理科教育賞は、理科教育を人間形成の一環として位置づけた上で、中学校・高等学校レベルでの理科教育における新しい発想と工夫考案にもとづいた教育事例を対象としています。論説や提案だけではなく、教育の現場で実績のあるものを期待しています。例えば次のような事項が考えられます。
 1. 生徒の科学に対する興味を深めるなど、よりよい理科教育のための指導展開。
 2. 効果的な実験法、器材の活用法、自発的学習をうながす工夫など。
 3. 実験・観察、演示などの教材・教具の開発とその実践例。
 (注) 理科教育賞には、学校のクラブ活動や、博物館などの自然科学教育も含まれます。
- 応募資格：中学校・高等学校の理科教育を担当、指導、または研究する方。(中学校・高等学校・高等専門学校・大学などの教員、指導主事、教育研究所・教育センター・博物館の所員など)
- 締切日：平成26年9月30日 必着
- 詳細は、東レ理科教育賞応募要領 (http://www.toray.co.jp/tsf/info/inf_005.html) をご覧下さい。



笹川科学研究助成の募集

1. 学術研究部門
 - A 一般科学研究：人文・社会科学および自然科学（医学を除く）に関する研究
 - B 海洋・船舶科学研究：「海洋学および海洋関連科学」ならびに「船舶および船舶関連科学」の研究で、その成果が海洋・船舶関係に直結する研究（人文・社会科学を含む）
 募集期間：平成26年10月1日～10月15日 必着
2. 実践研究部門
 - A 実践研究：博物館や学校、NPOなどに所属している者が、その活動において直面している社会的諸問題の解決に向けて事例研究や実証実験を行い、その結果を検証報告としてまとめ、社会に公開するまでのプロセス
 - B 学芸員・司書等が行う調査・研究：
 - 学芸員・司書等が行う生涯学習施設の活性化に資する調査・研究
 募集期間：平成26年11月1日～11月14日 必着



•詳細は、笹川科学研究助成 (<http://www.jss.or.jp/ikusei/sasakawa/>) をご覧下さい。

全科協メーリングリストの運用開始

全科協活性化の方策のひとつとしてメーリングリストを開設しました。加盟館園の皆様が日常的に各館園の業務上の情報交換を行うことが可能な場所として活用いただければと思います。またこんな場面でメーリングリストを活用したい、などのご意見もあわせて募集しています。

登録のご希望やご意見は、事務局宛にメールでお知らせください。



事務局メールアドレス: info@jcs.jp

加盟館園の相互広報

国立科学博物館において、加盟館園の広報ポスター等をデジタルスライドショーにより掲出できる場を設けました。こちらも全科協活性化の方策のひとつとして実施するものです。詳細は7月28日付け事務連絡でお知らせしています。ご不明な点等あれば、事務局宛メールにてご連絡ください。また相互広報について良いアイデアがあればあわせてお願いいたします。



第2回総会・第22回研究発表大会開催日決定

日 程：平成 27 年 2 月 26 日(木)・27 日(金)

場 所：札幌市青少年科学館

2月26日開催の総会における記念講演では、2010年にノーベル化学賞を受賞された鈴木章先生(北海道大学名誉教授)にご講演いただく予定です。また、27日開催の研究発表大会での事例発表については10月頃募集を行います。皆様の参加をお待ちしています。



全国科学博物館協議会

全科協ニュース編集委員

大島 光春(神奈川県立生命の星地球博物館主任学芸員)

杓名 貴彦(国立科学博物館理工学研究部研究員)

佐久間大輔(大阪市立自然史博物館学芸課学芸員)

田代 英俊(公益財団法人日本科学技術振興財団
経営企画室グループリーダー)

中井 紗織(科学技術振興機構理数学習推進部教員支援グループ)

畠山 泰英(株式会社キウイラボ代表取締役)

平濱美紀子(ディスカバリーパーク焼津主任主査)

高尾 敏史(国立科学博物館事業推進部連携協力課長)

全科協事務局

国立科学博物館 事業推進部 連携協力課(担当:園山、中島) TEL 03-5814-9863 FAX 03-5814-9898 info@jcs.jp

発行日 平成 26 年 9 月 1 日

発行 全国科学博物館協議会 © 〒110-8718 台東区上野公園7-20 国立科学博物館内

印刷 株式会社セイコー社