

情報発信を意識した地域連携 ～コミュニティ放送と科学館のビーチクリーン・キャンペーン～

愛媛県総合科学博物館 専門学芸員 小林 真吾

はじめに

愛媛県総合科学博物館は、県内の自然科学に関する学習機会の提供と創造的風土の醸成、科学技術の進展と産業の発達に寄与する施設として、平成6年に開館した。開館から15年が経過した今年度から、管理運営部門が民間企業による指定管理運営となり、いわば半官半民の状態となった。当館では開館当初から、自然観察会や科学工作教室などの普及分野での活動に大きな力を注いできたが、指定管理運営への移行後も観察会などの普及事業とアウトリーチについては、県側の学芸員が主体的に実施している。また近年の傾向として、これらの普及事業では、外部団体の依頼を受けて出向くアウトリーチ型のものが増えている。年間の実施数には個人差があるが、筆者を例にすると館主催事業のメイン講師は年間5回程度だが、アウトリーチでは年間30回程度を実施している。

当館では、これまでも様々な形で「地域連携」の可能性を持つアウトリーチ活動を行ってきた。しかし当館と関わる学校やPTA、市民団体の多くは、単独かつ単発の形でプログラム提供を求めることが圧倒的に多い。依頼団体との相談を元にプログラムを練って、実施するものの、中には「とりあえず何かやって」というような、丸投げのものも散見される。さらに担当教諭の異動や団体の運営方針転換などで、プログラムの深化を図ることも出来ずにいた。これまでのアウトリーチを総括すると、基本的に依頼に対して対応する待ち受け体制であった。また外部に向けて、博物館・学芸員から積極的にアプローチすることも無かったといえる。このように地域において博物館の存在意義が高まっている中で、コミュニティ放送との連携という当館にとって新しい取り組みが生まれ、現在も進行中である。

愛媛唯一のコミュニティ放送・FM ラヂオバリバリ

コミュニティ放送は、市区町村や政令指定都市などの一部の地域を放送の対象地域とする放送形態で、基本的にFM周波数帯を利用していることから、コミュニティFMと呼ばれることもある。1992年の放送法改正に伴い制度化され、全国各地に開局された。ひとつの行政区域内に複数の局が存在する所もあるが、愛媛県では、今治市を中心に放送を行っている「FMラヂオバリバリ」1局のみが開設されている。コミュニティ放送の大きな特徴は、地域の時事情報と人材が集まる地域密着型の情報発信力にあり、災害時・緊急時の情報提供や交通情報の提供などの機能が特に重要である。

当館と連携事業を進めているFM ラヂオバリバリ（今治コミュニティ放送）は、瀬戸内海の西より今治市に立地するコミュニティ放送局である。今年で開通10周年を迎えた「瀬戸内しまなみ海道（西瀬戸自動車道）」の開通イベント時に設置された放送局を母体とし、現在に至っている。今治市では、12市町村が1市になるという、全国有数規模の市町村合併があった。その結果、広い島嶼部が市域となって世界最速の潮流を誇る来島海峡が町の中心に位置し、造船や海運などの海事産業が基幹産業となるなど、海や港を中心に町の一体感を考える機会が一気に増加した。FM ラヂオバリバリでは、これまでも今治ならではの海に関する情報提供、たとえば来島海峡の潮流情報や潮位情報、巨大船の航行情報などを放送してきた。そのような大きな社会情勢の変化の中で、コミュニティ放送としての新たな取り組みとして、地域の自然や環境を知るという視点で海を捉え、情報発信する方途を模索していたのが、今回の連携の出発点である。

思いを連携につなげる要素

連携のフィクサー

今回の連携は、コミュニティ放送と博物館だけである日突然に生み出されたものではなく、両者を引き合わせるという重要な働きをした人物が存在する。その方はFM ラヂオバリバリ開局以来のパーソナリティ藤原陽一郎氏で、県内の環境保全系NPO法人の理事を務める傍ら、ラジオ放送を通じて愛媛・今治の自然情報を発信している。

今治周辺の海域・瀬戸内海は日本でもっとも古い国立公園のひとつであり、その公園面積は日本最大である。国立公園内に人の生活域が多く含まれるのも、大きな特徴のひとつである。瀬戸内海の白砂青松は、その特有の気候と深く関わった製塩業に起因するが、開発の歴史の中で失われてきつつある。愛媛県は、日本の都道府県のうち海岸線延長が5番目に長いのだが、その大半は岩礁であって砂浜としての距離はそれほど長くはない。県内で規模の大きな砂浜海岸は今治に多く残っているのだが、そのこともあまり知られていない。目の前に、足下に、息をのむような豊かな自然が息づいているにもかかわらず、まったく見過ごされているのが愛媛の自然観の現状である。ある意味ではやむを得ないことなのかも知れないが、場所としてのポ



写真1 漂着物解説の様子
ポップを持っているのが藤原氏

テンションが高いだけに、藤原氏と筆者は日頃の活動からジレンマをずっと抱いていた。

FM ラジオバリバリの発案に対し、藤原氏はその重要性をいち早く認識し、単なる一過性のイベントに陥らずに社会的な影響力を持つ継続的な仕組みを作ることを考え、双方を結ぶフィクサーとしての役割を果たした。そして筆者らを交えた企画会議を重ねる中で生み出された答えが、ラジオの持つ潜在的な人的ネットワークを生かした番組企画と野外イベント、webサイトをリンクさせた「FM ラジオバリバリ・ビーチクリーンキャンペーン」であった。そこでは、これまでありがちだった単なる外部講師としての依頼だけでなく、ラジオ局と博物館が協力関係を結びイベントを進めていくという仕組みが構築された。平日午前には放送される情報番組の中で、毎週金曜日に15分間程度キャンペーンのコーナーが設けられた。そこではイベントの告知や結果報告に加え、筆者や藤原氏などイベントに関わるスタッフのほか、海に関わる仕事に就いている方々にゲストとして出演していただいた。筆者もイベント前後には出演する機会が増えたが、その効果は大きく、各方面から番組を聴いたとの連絡を頂いた。

ビーチクリーンの仕組み

海岸清掃は、企業のCSRや地域の愛護活動など、もともと何らかの形で存在していた団体が、各種活動の一環として行うケースが多く、今回のように基礎となる人的集団が無いところで始められる事例は少ない。県内では海水浴場などの海開き前に行われる例が多く、ある種の経済活動に結びついている事例が多い。そのような中で、純粹に調査的な要素で立ち上げることは、参加者集めなどでの困難が予想されたが、単なる「ゴミ拾い」に終わらない仕掛けを考へることも、重要な課題であった。そこで我々が注目したのがJEAN（全国クリーンアップ事務局）方式の海岸漂着ゴミ調査である。この調査では、ゴミの定量的な分析が可能であるだけでなく、調査するゴミの項目が世界共通であることから、自分たちの地域と他地域（国内・世界）との比較が可能となる。この方式を選択することで、調査を通じて身近な海が世界とつながっている実感分かち合うことができるだけでなく、活動そのものに対するある種の信頼感が得られた。海岸美化活動の報道で、「ゴミ袋〇〇袋、トラック〇台分」という結果を見ることがあるが、単なる達成感以上の成果、海の環境変化を把握できるデータ収集があることで、環境問題に深い興味を持つ人々に対する広報効果も大きくなると考えられる。



写真2 漂着ゴミ調査の様子
所定の記入用紙が用意されている

情報発信のかたち

ラジオ局主催イベントは、ラジオで繰り返し予告され、実施後もイベントの様子がラジオで放送される。ラジオ放送という音声情報は、特別な操作をしない限り、基本的に1回性の伝達である。しかも、ラジオのチューニングを、特定の時間に合わせるという能動的な行為が前提にある。さらにコミュニティ放送の特性上から、可聴域は限られている。これをカバーするための方法として、webで音声情報の再放送をすることが可能であるが、この方法はすでにラヂオバリバリでも実施されている。Webでの情報提供は、放送で伝えきれなかった内容のフォローや、文字情報での伝達が可能となり、相乗効果を示している。しかしながら、webも基本的には能動的に情報を取得する人々が訪れる場所であり、不特定多数の人への伝達ツールとしては不完全である。このように整理すると、展示会はこれらの短所をカバーする仕組みとして、有効

であることが分かる。博物館の活動では「展示」を知ってもらうために「報道」があるのに対し、ラジオでは報道が先あって、それを補完する意味合いとして「展示」が機能していることに注意しておく必要がある。今回は、FMラヂオバリバリのサテライトスタジオがある農産物直売所で、ビーチクリーンの活動に関する展示会が企画された。展示内容はビーチクリーン調査の結果と漂着物クイズ、漂着物を用いたクラフトや海浜植物を用いた草木染め作品、生物や漂着ゴミの標本展示などコンパクトながらも充実した内容であった。地元JAが運営するこの施設は、県内でも比較的有名な店舗であり、市外からの買い物客が多い。今回の展示でも、可聴エリア外からの来店された多くの方々にイベントを紹介できた大きな成果をあげている。

1日限りの展示・体験イベントは、各地の博物館で日常的に行われるものと思われる。しかし1日限りゆえに、事前広報を、どの媒体で、どの程度行うかといったバランスを考えるのは悩みの種であり、共感いただけるものと思う。しかしラジオ局との連携では、このような問題は矮小化し、従来のように準備に追われながら誘客に頭を悩ませることはなかった。



写真3・4 展示会の様子
来場者に資料やイベントの説明を

新たなカウンターパートとしてのコミュニティ放送

メディアとの連携

当館では、これまでも県内の大手マスメディアとの間で、連携的な事業が存在しなかった訳ではないが、それらは「連携」の意識が低いものであった。この数年、地元新聞社やショッピングモール主催の夏季イベントでサイエンスショーや工作教室を実施している。しかしこれらは、基本的に主催者側がコーディネートを行っているため、博物館としての立場は幾人かの講師のうちの一入という扱いである。これらイベントの情報は事前の募集広告と開催記事のみで、情報発信的な要素は少ない。一方、コミュニティ放送と形態的に似通っている全国ネットのテレビや県域放送FM局の場合は、館主催イベント時の取材が中心で、連携の機会はない。これは、博物館の立地環境が大きく影響している。愛媛県では、テレビ局や新聞社による実行委員会形式の事業は収益性重視の要素が強く、県都に立地する施設で行われるものがほとんどと言って良い。従って当館では、収益性の要素が強く働く組織やイベントでは、「連携」や「地域」という視点でのカウンターパートには成りにくい。

コミュニティ放送のメリット

一方FM ラヂオバリバリは、愛媛県総合科学博物館のある新居浜市から、北西に約40キロ離れた今治市に立地している。今治市は、当館の集客エリアとして大きなウェイトを占める県都・松山市と大差のない距離にあるにもかかわらず、統計的にみると当館の広報効果が高くない地域であった。そのような事情もあり、この地域での来館者を掘り起こすことは博物館にとっても重要な課題であったが、これまで有効な打開策が見いだせずいた。今回のFM ラヂオバリバリとの連携は、この点で重要な可能性を秘めていたのであるが、集客が全てではない。当館での連携事業を考えるうえで最も重要なのは、企画の方向性が館や学芸員の活動の方向性とマッチするか、という点である。身近な環境の問題を考えるうえで、何をすべきか。単なる海岸清掃には自然科学の要素を見出すことは難しいが、そこに定量調査の形式を加えて観察会にすることが出来たのは、重要な点であった。ここに博物館としての「科学」の部分を生かすことができる要素が生まれた。このような場合、従来では単発の観察会の講師は個人レベルでの協力することが多かったが、今回は事業全体に博物館が協力という形で関わることとなった。下心という用語弊がある



写真5 ミニライブの様子
演奏者もゴミ調査に参加した

かもしれないが、双方に何らかの利益が生まれるところに、カウンターパートとしての可能性があるのは間違いない。FM ラヂオバリバリ側が博物館の科学的な部分に期待するように、博物館はFM ラヂオバリバリの地域に根ざした情報発信力に大きな期待を抱いた。誘客の起爆剤はどこにあるか分からないが、もしかするとこの連携の行く先に、大きな来館者の掘り起こしが待っているかもしれない。この期待感が背景で強く作用したことは間違いないが、いずれにしても博物館としてのコミットメントが得られたことは、企画段階から放送、展示などの事業も含めて、FM ラヂオバリバリと筆者の双方にとって非常に大きな意味を持った。

発信源の中へ

ミニライブなどのイベントは、ともすれば館側にとってあまり意味の無いものと片づけられてしまいがちである。これらはラジオの持つファッション性であり、集客のツールと見ることが出来るが、それは裏を返せば、科学館に興味をあまり持たない、関わりのない世代のニーズと言い換えても良いだろう。ここにも博物館にとって新たな顧客を獲得する可能性が見いだせる。博物館がこれまで行ってきた広報媒体で情報が普く届く範囲は、義務教育課程の児童と保護者、学校教育・社会教育機関関係者である。かれらは能動的にこれらの情報を取得しようとしているわけではないが、結果的に情報を得ている。それ以外の人々は、情報取得のソースもツールも異なっている。ある意味では当然なことであるが、これらの人々は能動的に様々な情報を得ている人々であり、博物館の情報を日常的かつ能動的に選択している顧客は少数と考えられる。このようなターゲットに対しては、固定的な立ち位置から情報発信をして待ち受けるのではなく、それらターゲットの中に飛び込んでいく必要がある。

今回の連携では、従来の広報のように情報源に対して博物館が単に情報を流すのではなく、その情報源の中に学芸員が進んで入り込み、情報の内容と発信方法を考えながら発信したのが大きな特徴と言える。当館の従来の広報＝固定的な情報発信を、表面的だけでなくより深い意味で乗り越える可能性を、この連携の中に見いだすことができる。それはコミュニティ放送・FM ラヂオバリバリに、多くのパーソナリティが思い思いのゲストを引き連れて集まり、にぎやかに情報を発信するというスタイルがすでに確立され、成果を上げているからこそ可能だったのである。

コミュニティ放送・海岸漂着ゴミ調査の連携に未来はあるか

科学館の立場から

当館の立場からこの連携の未来を考えると、放送への関わり方やプログラムデザインなどの面で、今後どの程度深化させるかが大きな課題と言える。今年度の連携が当初の目論見に近い形で成功裏に進んでいることから、次年度以降には参加者の増加やイベントの増加など、規模の拡大が予想される。そのような状況を踏まえ、イベント全体を俯瞰し続けなければならない。またラジオ側主体のイベントとリンクして、館側でのイベントとして展示企画を考えることも、

博物館本来の目的として考えなければならない。そこで新たに、ラジオと博物館の双方向的な新しい取り組みが生み出されることが期待される。

漂着物調査から

一方、ビーチクリーンイベントの方向性を考える上で大きなポイントとなるのは、法整備に基づく社会情勢の変化である。昨年7月に、海岸漂着物処理推進法が閣議決定し、施行された。これによって地方自治体（県）は、海岸漂着ごみの対策組織を設置するとともに、海岸管理者や市町村、市民と協力し漂着物の処理を推進することとなった。これは日本の海岸行政の中でもひとつの転機と言える画期的なものであり、愛媛県では来年度以降に具体的な取り組みが始動する見込みである。一方、コミュニティ放送の地元・今治では、昨年3月に環境基本計画が策定された。その流れで環境パートナーシップ会議が設置され、3つのリーディングプロジェクトのひとつに海の環境保全が明記された。以上の状況のみから考えても、ビーチクリーンキャンペーンの機運が衰退する要素は見あたらない。

他所での応用

他所での応用の可能性はどうか。地域に根ざした情報発信を行うメディアとして、コミュニティ放送とよく似たものにケーブルテレビがある。コミュニティ放送が無い地域でも、ケーブルテレビがあれば、本稿で紹介したような事例を応用することは可能だと思われる。しかもその場合には、映像の配信までも視程に入れることができる。コミュニティ放送を取り巻く情勢としては、現在のテレビ放送の地上波デジタル化移行に伴って、FM放送帯の周波数に余裕が生じることが何らかの意味を持つかも知れない。放送の無い地域でも新たに放送局が開設されるチャンスが生まれ、科学館などで新たに施設整備を進める際にサテライトスタジオを併設するのも、夢物語ではないかもしれない。

おわりに

上記の事例は、あくまでも愛媛の今治を中心とした非常にローカルなものである。どのようなメディアが、どのような形でカウンターパートになるかによって、事業の切り口や規模は様々に変化する。各地の博物館・科学館とコミュニティ放送が置かれている事情は様々であり、応用できる部分や思想を見出して換骨奪胎していただければ幸いである。これまで何となくおつきあいしていた相手が、ある時、何かを契機に重要なカウンターパートとなる可能性はどこにもある。重要なのは、常にそのような視点で周囲を見渡していることにあると思われる。またその際に、フィクサーとして誰が双方をつなぐかも、意外と重要な点だと言える。そのような人材がすでに身近にいれば良いが、いない場合でも連携の過程で運命的に出会えるかもしれない。今回の連携では、コミュニティ放送と博物館双方の事業と利点に対する理解のバランスが重要であり、それが非常に良い形で合意したことで成功に繋がったと言える。どのような連携でも必要不可欠なのは地域を巻き込む素材と人材であり、何よりも「連携したい」という意

識である。これは本稿で紹介した連携が特別ということではなく、全ての連携について当てはまることと言って良いだろう。

写真提供：FM ラヂオバリバリ，NPO 法人愛媛生態系保全管理・藤原陽一郎氏

なお、本稿の内容に興味を持たれた方は、ぜひ以下の web サイトもご覧下さい。

FM ラヂオバリバリのサイト

<http://www.baribari789.com/>

同ビーチクリーンキャンペーンサイト

<http://fmbari-umi.jugem.jp/>

JEAN クリーンアップ全国事務局サイト

<http://www.jean.jp/>

愛媛県総合科学博物館

<http://www.i-kahaku.jp>

