

Y04a 「はやぶさ 2」のメディアリレーション

生田ちさと（宇宙航空研究開発機構 宇宙科学研究所）

小惑星探査機「はやぶさ 2」は国内の認知率が 90%を超える (JAXA による調査) ほど、認知度の高いミッションである。社会的な関心の高さから、小惑星近傍でのタッチダウンやローバ分離などの特殊運用や地球近傍でのカプセル分離運用は、宇宙科学のアウトリーチを行う絶好のチャンスでもあった。同時に、発信する情報が不十分だとメディアや一般の人々から受け止められた場合には、説明責任を果たしていないとして、批判されるリスクもあった。本講演では、「はやぶさ 2」の小惑星到着から地球帰還までのアウトリーチについて、マスメディアとソーシャルメディアでの反響を中心に報告する。

海外宇宙機関が行うアウトリーチとは違い、完成された動画やキャッチーな図版などの公開数は少なかった。一方で、頻繁に記者説明会が開催され、報道用資料は日・英で公開されるなど、マスメディアに対して「透明な」情報提供が行われた。小惑星近傍運用中の特殊運用時、報道用資料として使用できる写真・映像素材が抱負に準備され、提供された。

結果、国内外で多くの記事（小惑星近傍運用期間での総記事件数は 53000 件以上）で取り上げられた。国別での記事件数は、日本が最多であったが、北米や欧州、中国でも多くの記事が掲載された。同じ記事が複数のニュースサイトに掲載されていることもわかった。そのため、ユニークな記事件数は、小惑星近傍運用時は約半分、地球帰還時は三分の一程度になる。Twitter のトラフィックも特殊運用時には一日一万件を優に超えた。特に帰還時は、ツイート数とリツイート数の合計が一日 7 万を超えた。ただし、このうち少なくとも約一万件は、トレンド入りするキーワードをつぶやくことで宣伝効果を高める広告用ツイートだったこともわかった。