

林 成和, ○渡辺晶子, 岸 温子 (NEDO)

1. はじめに

新エネルギー・産業技術総合開発機構 (NEDO) のもつ事業のひとつ、産業技術研究助成事業では、国内の大学・研究機関等の研究者の助成を行っている。本事業は産業技術力強化の観点から研究者が取り組む産業応用を意図した研究開発を助成することによって、産業界及び社会のニーズに応える産業技術シーズの発掘・育成や産業技術研究人材の育成を図る、産学連携を狙った事業である。

当該事業の目的を達成させるため、またNEDO自身が成果を効果的に広報する方法を検討するために、平成17年度のNEDOの産業技術研究助成事業において、助成している研究者に対し、注意すべき知財管理等の研修を行うとともに、実際の情報発信の効果的な実施について支援を行った。ここではその研修、支援を通して得られた大学が行う情報発信の意義や手法について検討する。

2. 本取組の概要

大学等の研究者から産学連携を狙うには、市場関係者や潜在的な連携企業に研究者の研究成果を効果的にアピールすることが重要であるが、このためには、学会論文とは異なり、企業の産学連携のキーパーソンに理解しやすい情報でアピールすることが重要である。ここではNEDOで研究者に行った研修、支援について報告する。

3. 調査分析・手法

それぞれ研究者に的手説な支援レベルに合わせて新聞掲載取組のアプローチ、Web媒体上での掲載支援、個別コンサルティングの3種類のプログラムに分けて行った。それぞれのプログラムで行った具体的な支援策は以下の通り。(図1を参照のこと) また、各プログラムに参加した研究者の人数は(表1)を参照のこと。

・ 新聞掲載取組のアプローチプログラム

- ① 情報発信手段として、社会一般向けの情報発信手段であるプレスリリース、技術情報発信手段であるテクニカルノート of 発信に対して、それぞれの作成支援のリモートコーチングの実施。
- ② 上記作成物の投稿先媒体選定の支援、投稿支援の実施。
- ③ 上記作成物の NEDO の Web 媒体上での掲載

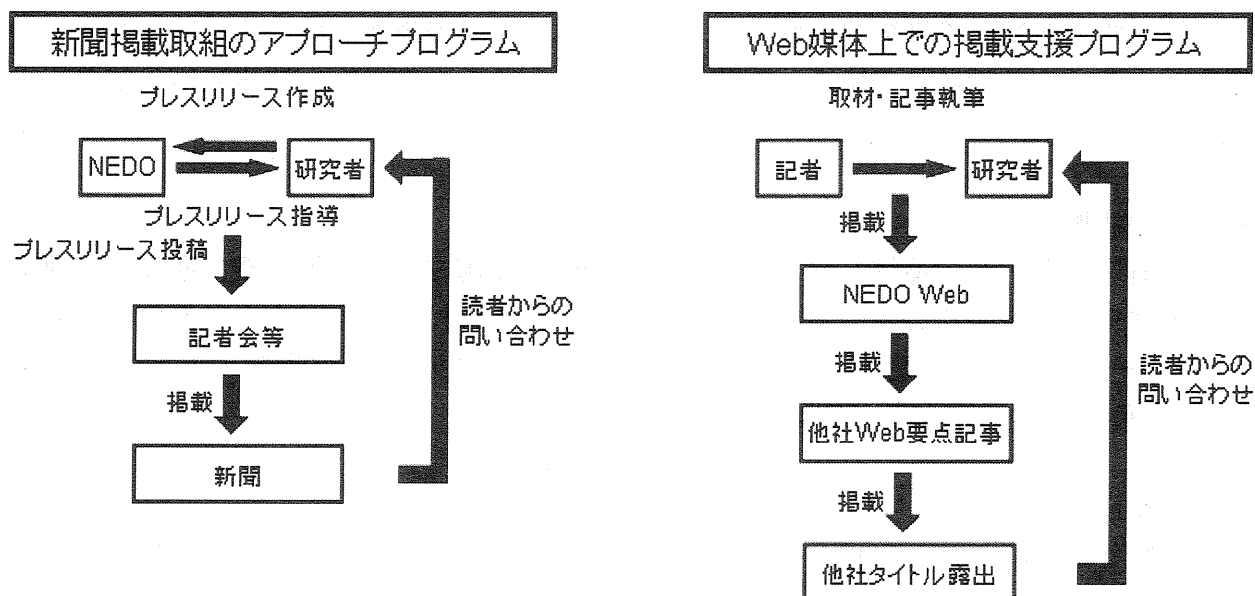
・ Web 媒体上での掲載支援プログラム

- ① 研究内容、進捗及び産業界への具体的な提案などに関する第3者記者の視点からの取材記事の作成
- ② 上記記事の NEDO の Web 媒体上での掲載
- ③ ビジネスユーザーの訪問数の多い Web 媒体上での掲載

・ 個別コンサルテーションプログラム

- ① 小セミナーの開催など、直接的な産業界への提案手法に関するコンサルテーション及び告知支援や開催概要決定などの実施支援
- ② 広報との連動による、直接的な産業界からの問い合わせ獲得及びその後のフォローアップに関する実施支援
- ③ デファクト化のための、コンサルテーション及びそのための手段に関する実施支援

(図1)



(表1)

	参加人数	備考
新聞掲載取組のアプローチ	23	希望する研究者全員に実施
Web 媒体上での掲載支援	10	希望する研究者、NEDOとの間で調整
個別コンサルテーション	5	希望する研究者、NEDOとの間で調整

4. 取材記事掲載後の閲覧者数におよぼす効果

(1) 本文閲覧者数

実施した新聞掲載取組のアプローチプログラム、Web 媒体上での掲載支援プログラムの効果

は（表 2）の通りである。

新聞掲載取組のアプローチプログラムの閲覧のおおよそは記事の掲載されている Web ページ自体をブックマークさせるなどして達成した読者による読者数である。

NEDO の Web サイトでは広報支援プログラムの記事と NEDO 関連記事とをあわせ、月間 30,000 PV 以上を達成している。

なお、掲載期間に応じて読者数の変化が予想されるが、今回は過去の掲載記事でも多くの読者を獲得するため、本サイト内では関連記事が継続的に掲載され、格納されていくことにより、他の記事を読読させる効果を狙った。これにより、1 年前の企業広報記事も平均して 100 PV/月・本と、高い露出効果を保持している。

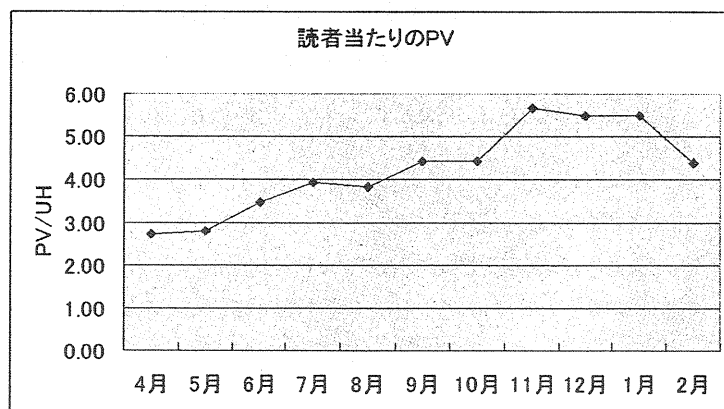
（表 2）

	プレスリリース テクニカルノート	掲載期間（日）	合計 PV	平均 PV/月・本
新聞掲載取組のアプローチ	43	40	4600	85
Web 媒体上での掲載支援	12	14	8000	1428

（2）長期掲載に対する露出効果

Web 媒体上での掲載支援のプログラムの掲載記事において、NEDO の Web サイトにおける月間での読者あたりの PV 推移を見ると、（表 3）のように徐々に増えてきている。これは、掲載記事本数が累積されていく中で、一つの記事を見た読者が続けて関連の記事を閲覧する本数が増えてきているという傾向を示していると考えられる。

（表 3）



（3）要点読者数

Web 媒体上での掲載支援のプログラムでは掲載記事の全記事が、1,000 人以上、平均では 2000 人以上の読者数を獲得している。

今回のような専門性の高い特定記分野の記事の場合、1,000 人程度の読者を獲得すること

は新聞・雑誌等の紙媒体への掲載へ踏み切るラインになっており、業界から高い関心を持たれたと判断する基準を満たしたと言える。

（４）企業からの引き合い件数による各手法の効果測定

新聞掲載取組のアプローチプログラム、Web 媒体上での掲載支援プログラム、個別コンサルティングプログラムにより相当数の企業側からの問い合わせがあった。Web 媒体上での掲載支援プログラム、個別コンサルティングプログラムの一部に実施した、詳細資料のダウンロードの際の引き合い情報として 29 件獲得した。新聞掲載取組のアプローチプログラム、Web 媒体上での掲載支援プログラムの情報発信からの電話等による問い合わせ件数も合わせると、50 件以上になると推定される。

（５）新聞媒体での効果の測定

新聞掲載取組のアプローチプログラムにより実施したニュースリリースの媒体向け発信により、13 研究者が発信したところ、そのうち 11 研究者が記事として取り上げられた。この記事掲載は総計で 32 百万部の紙媒体での発行にのぼる。Web サイトでの掲載は、NEDO の Web、ビジネスユーザーの訪問数の多い Web でのサイトでは 33 媒体で実施された。

5. 考察

露出先として主に活用したビジネスユーザーの訪問数の多い Web サイトだが、ここの読者の約 80%が新製品のサービスの導入や、新技術のハンティングに関与する層である。「3. 広報支援企画」の（１）、（２）から示されたとおり、高い読者数の獲得は産業技術研究助成事業の目指す目的を満足させる結果であると言える。

また、このプログラムを通して、以前は新聞等に記事が掲載されてもほとんどが同業の研究者からのみの反響しかなかったところを産業界からの反響も得られる研究者の増加がみとめられ、研究者も産業界がどのようなところに興味を持っているのかがつかめるようになったと考えられる。すなわち、より産学連携を進めやすい人材が育成できたといえる。