

## 「酒造好適米吟烏帽子展」

－科学コミュニケーションに基づく地方公設試験研究機関による技術開発のPR手法－

“GinEboshi Exhibition”

－ PR method for R&D process of local public research institutes based on scientific communication －

工藤 洋司、鳴海 藍、赤田 朝子

地方公設試験研究機関（以下、公設試）の役割は地域企業に対する技術支援であり、これまでは「縁の下の力持ち」と呼ばれる黒子的存在であった。しかし近年では、公的資金活用の説明責任や開発した技術の普及に伴う市場課題の解決も求められるようになった。これに応えるため、自らの研究成果をPRし、ブランド化を意識した成果の社会実装を企画／デザインするなど、公設試には進化が必要となっている。そこで、耐冷性酒造好適米の開発過程を事例とし、「吟烏帽子展」を企画・開催した。県民との良好な科学コミュニケーションの実現と市民参加型意思決定による研究成果のブランド展開を目標とし、展示会は、農家・醸造元・販売・消費者が新しい酒米を当事者として学習できる場として、以下のとおり構築した。

- (1) 当事者意識：分野を跨る研究員が連携した研究の成果で、その社会実装には更に農家、醸造元、消費者らの当事者意識の醸成が必要であり、デザイン部門の研究員がそのコーディネータ役を務め意識づけを行った。
- (2) 科学コミュニケーション：デザイン部門としては、吟烏帽子のブランド化を目標にプロジェクト化し、名称（商標）の公募企画から日本酒PRに関する企画展まで、県民（消費者）参加を意識して事業化に取り組んだ。展示では来場者が技術開発を五感で体験できる工夫を施した。
- (3) 見える化：研究成果情報発信は県民への説明責任であるため、公設試と社会が良好な関係を構築することを意図し、県民参加型の見せ方により研究過程の一端を提示した。

その結果、来場者の酒造好適米認知度は4割であったが、来場後は9割が酒米に興味を持ち、9割が青森産技に対しても関心を持つ結果となった。



図 吟烏帽子展ポスター



写真 展示（2019.10.18～20）八戸ポータルミュージアムはっち