

CONSEOステージ2024 Springレポート

2024年3月18日（月）16:00-17:00、CONSEOステージ2024 Springを、対面（会場：ベルサール神田）およびオンラインのハイブリット形式にて開催いたしました。



このトークイベントでは、メディア側として気象予報士の井田 寛子氏とForbes JAPAN Web編集長 谷本有香氏、衛星地球観測側として株式会社Synspective代表取締役CEO 新井 元行氏とJAXA 第一宇宙技術部門 技術領域主幹/CONSEO事務局 村木 祐介氏が登壇しました。モデレータとして、同志社大学 ハリス理化学研究所/CONSEO広報アンバサダー 梶 太一氏にも登壇いただき、「衛星地球観測 x コミュニケーション」をテーマにディスカッションを行いました。

■衛星地球観測をどのように人々に伝えていくか？ どのように認知を獲得していくか？

まず、衛星地球観測の認知拡大に関する衛星地球観測業界側の目線として、村木氏から「衛星地球観測には、CONSEOの提言で示したような「見通せる社会」の実現が可能になるというアピールポイントがあります。政府からの予算獲得、国民への必要性の認識促進、衛星関連の学生や就職希望者の増加、投資家の関心獲得など、認知拡大に対する様々な目的意識のニーズがありますが、現状では他の業界での認知度がまだまだ低いという課題があります。」と紹介がありました。それを受けて、新井氏は「経営視点では、大きく3つのターゲットがあります。1人目は衛星事業に関心を持つ採用希望者で、彼らは情報を自ら獲得します。問題は、衛星に理解のない『投資家』と衛星の利用可能性を理解していない『顧客』で、彼らにアピールすることが課題です。」と述べました。

続いて、メディア側の衛星地球観測についての認識に対するインプットが井田氏と谷本氏からありました。井田氏からは気象衛星ひまわりを活用していた気象予報士としての経験談として、「メディアはデータに基づいて情報を伝えていますので、衛星の必要性は認識されています。ここ30年の日本の災害を受けて、気象衛星ひまわりを活用することも含め、天気予報の的中率が85%に向上しました。データの精度が向上したことで、より確かな予測と天気予報が可能になりました。」との話がありました。梶氏からの「天気予報は国民が日常的に利用しているにも関わらず、なぜ衛星が身近に感じられないのか？」という問いに対して井田氏は「おそらく、メディアが天気予報などのデータ利用時に「衛星」というプロセスを伝えていないの

かもしれません。」と述べました。

「国民はともかく、投資家や顧客には衛星の必要性が伝わるのではないか？」という問いに対して、谷本氏からは「実は、Forbesのトップ10記事の5記事くらいは宇宙の話題です。しかし、衛星関連のビジネスや産業に関する記事はトップ記事ほど読まれておらず、記事になる機会も少ないです。その理由は、①宇宙に関する記事を書けるライターが少ないこと、そして、多くの人から興味を引く内容を書けるライターが不足していること、②メディアが必要な情報について迅速な反応が得られない、つまり、宇宙側の窓口がないこと、などが考えられます。」と、メディアにおいて衛星データビジネス等に関心がありそうな投資家や企業などのビジネスパーソンに情報を伝えるうえでの課題について指摘がありました。

続けて、谷本氏は「衛星はインフラの一部であり、目に見えなくても機能します。『実はこれもあれも衛星が裏にあったんだ』と何ができるのかを知らせることで初めて伝わるものであると思います。」と、今後の衛星のPR方針に関する示唆を述べました。村木氏からの「では、防災やIoTなどの他の分野では、メディアがそのようなPRを行っているのでしょうか？」という質問に対して、谷本氏は「まだ起こっていない地震に関する情報については、読者はストレスを感じるために興味を持ちません。」と述べました。さらに梶氏が「起こっていない出来事や未来のことについて、人々はあまり関心を持ちません。残念ながら、南海トラフ地震のような可能性がある情報にはあまり注目しませんが、実際に発生した能登地震のニュースには注目する必要があると思います。」と、人々がメディアから情報を選択する際の現状に言及しました。

井田氏からは「だからこそ、災害が発生している『現在』や『事後』に衛星データを有効に活用してPRすることが重要だと思います。」と意見し、衛星側の村木氏からは「メディア制作や活用に携わる者が衛星について理解していなければ、必要性を理解してもらえません。衛星側としては、そうした人々へのアプローチも重要だと感じます。」と述べました。これに対し、梶氏からは「そのため、メディア側からJAXAや衛星関連の組織に出向いたり、逆にJAXAからテレビ局に出向いたりすることが有益だと感じます。」と、谷本氏が指摘した課題に対する解決策の提案がありました。さらに、村木氏からは、アジア開発銀行に出向いて途上国開発関係者に衛星地球観測の重要性を伝えた経験を踏まえ、「衛星側にも、メディア側に衛星について伝える、ザビエルのような『伝道師』や『エバンジェリスト』的な役割を担う人が必要ではないでしょうか？」という意見が出されました。



■衛星地球観測のデータとメディアが連携することで、どのようなワクワクする未来が訪れるのか？

井田氏からは、「衛星の強みは『視覚化できる』ことです。温室効果ガスの排出や紅葉・桜の開花状況なども、衛星を使ってはっきりと観察できます。しかし、我々メディアも一般の人々も、これらの事実について十分な認知を持っていないと思います。」との意見がありました。それに対し、榊氏からは「衛星の大きな利点は『どの国も隠せない』ということです。例えばウクライナ侵攻に関する情報について、メディアはロシアの発表を参照するのではなく、衛星データを直接活用して(一次データを活用して)ニュースを作成することができます。」と、衛星データの活用がニュース報道の新しい手法を生み出す可能性について述べられました。

衛星データのコンテンツの活用について、谷本氏から「ユースケースが非常に重要。例えば滋賀県で地域創生をしたい場合、琵琶湖で衛星データを取り込んだらこんな数値のデータが出て、最終的にどのくらいよくなりました！というのを出せるとよく、また、私は『お金の動き』が非常に重要だと考えています。例えば、外国人を案内する際には桜の開花状況を確認して最適な場所に案内したり、衛星データから最も適した産地で収穫されたお米を使ったお酒を製造したりなど、実際のビジネスに活かすことができます。例えば、気候データから特定の地域で育ったお米が美味しいと分かれば、そのお米で高価なお酒を製造するビジネスも成り立つでしょう。こうした具体的なユースケースをメディアが取り上げるべきだと思います。」と述べました。

さらに、新井氏からは「人類がデータを活用して課題解決をした例が2つあります。1つはフロンガス問題、もう1つはコロナ対策です。最初は定性的な情報で、トイレトペーパーの買い占めなどが発生しましたが、感染者数や病床数などの定量データを活用することで、ワクチン接種の促進やロックダウンの必要性の判断などが行われました。衛星地球観測がもたらす定量データの活用により、あらゆることの透明性が確保され、新しい未来社会につながる可能性が考えられます。」と述べました。この話に対し、榊氏は「たとえばSDGsにおいても、定量的なデータが不足しており、定性的に『よくわからないけど、木を植えています』という事例が多数存在します。」と、定量的データを活用する重要性について触れました。

一方、榊氏からの「これまでの話で、定量的データ(数字)を出せば伝わるだろう、という話があったが、一般の方が数値を出せば心が動くわけではないとアナウンサーの経験から感じている。」という問題提起に対して、井田氏は「たしかに、単に数字を提示すれば理解されるというわけではないと感じます。例えば、『雨量が200ml』という数字を伝えても、一般の人にとってそれが多いのかどうか、また、その地域ではその雨量が災害を引き起こしやすいのかどうかはわかりません。メディアは数字だけでなく、情報の「温度」を伝えることが重要です。」と述べました。

衛星地球観測を「社会のムーブメント」にするための方法についての議論では、災害情報の有効性が取り上げられましたが、一般の人々と専門家の間を結ぶ、魚業界の『さかなクン』のようなスターが必要ではないかという提案が出されました。その中で、谷本氏からは「関係人口の幅を広げることも重要です。たとえば、カープ女子や山ガールのように、参加がファッション感覚であり、一般の人々が気軽に参加できる要素を取り入れることで、衛星業界がエンジニアのものだけでないことを示すことが重要です。」と述べられました。

■最後に

谷本氏は「まず、メディアが衛星について学ぶ必要があります。Forbesには宇宙専門のライターがいません。宇宙分野に精通した方が講師として出向いてくださると良いと思います。」と述べました。井田氏からは、「気象はマスメディアの中で衛星に近い位置にありますが、将来的には『宇宙天気予報士制度』が導入されるかもしれません。天気予報から宇宙へ、そして衛星へとつながる機会が訪れると考えています。気象と衛星のコミュニケーションを促進していくことが重要です。」というコメントがありました。

新井氏は、「データが重要だとは思いますが、単にデータを提示するだけでは多くの人に理解されないと感じます。宇宙産業のエンジニアは真実を伝えれば理解されると信じがちですが、他の分野の人々との反応を見て、それが難しいことを理解しました。情報を相手に合わせてカスタマイズすることが必要ですが、現在この業界ではそのノウハウが不足していると感じます。情報を伝えるためにはマーケティングを行う必要があると感じました。」と述べました。

村木氏から、「将来的には『データに基づいた行動が重要だ』や『気候変動やESGなどが重要だ』といったように人々の価値観が変わっていくことで、衛星地球観測の重要性がより高まる可能性があり、新しい価値観に基づくよりよい未来社会を作るため、衛星地球観測の情報とメディアのコミュニケーションの連携が重要であると今日の議論を通して感じた。」という言葉がありました。最後に村木氏より「CONSEOが異分野と他流試合をして認知拡大していくなかで、スマートシティなど異業種の展示会などで衛星をやっていることをビジュアル的に『見える化』をしたいなと思って試作品（SAR衛星の被り物）を作ってもってきたのだが、恥ずかしくて出すタイミングを見損なったが最後に見ていただきたい」と紹介がありました。村木氏が被り物を身に着けると、大きな歓声とカメラのシャッター音が響き渡りました。



衛星地球観測とメディアが連携することでの課題と連携を促進するための方策、そして課題を乗り越えていくことで築ける未来社会の可能性について示されたCONSEOステージ、盛況のうちに幕が閉じられました。



左から梶氏、村木氏、新井氏、井田氏、谷本氏

以上