

## 博物館施設の多目的利用とプラネタリウム上映会の意義

### The multipurpose use of museum institutions and significances of the event to show the planetarium in *Chiba museum of science and industry*.

\*橋本勝雄  
\*\*吉野健一  
\*\*中松満始

Katsuo HASHIMOTO  
Ken-ichi YOSHINO  
Mitsuji NAKAMATSU

**概要:**千葉県立現代産業科学館ではサイエンスドームにおける全天周大型映像の上映が、平成 15 年度末で廃止され、以後、当該施設は多目的ホールとして利用されてきた。利用策として、これまで、コンサート、講演会等に供されてきたが、その間、プラネタリウムとしての活用が内外から求められていた。このような要請を受けて、当館では、平成 18 年 8 月に移動式プラネタリウム「メガスター」の上映会を開催した。その結果、多数の集客を得て、当該施設の有効な利用法の一つであることが明らかとなった。本稿では、博物館事業に関わる事例研究の一環として、アンケート調査の結果をふまえ、上映会の成果と課題を検証する。

**Abstract :** The screening of a whole sky lap size type picture in "*Science Dome*" was abolished by the end of 2003 in *Chiba museum of science and industry*, and After April, 2004, the *Science Dome* has been used as a multipurpose hall. The *Science Dome* has been used for a concert, a lecture afterwards. It was to show a planetarium in *Science Dome* that many people expected. In response to such a request of many people, we showed a mobile planetarium "MEGASTAR-" in August, 2006 in this Museum. Because many visitors gathered for this event, it became clear to be one of the effective utilization of *Science Dome*. By this report, as a part of a case study about museum business, we inspected some results and problems of this event.

**キーワード:** サイエンスドーム 多目的利用 プラネタリウム メガスター

**Key words :** Science Dome multipurpose planetarium MEGASTAR-

#### はじめに

当館に設置されているサイエンスドームは、平成 15 年度末をもって、全天周型大型映像の上映が廃止された。これを受けて既存施設の有効利用の観点から、これまでビデオ上映、会議・講演会場及びコンサート等に利用してきたところであるが、当該施設は構造上、プラネタリウムの活用に適しており、この特性を活かした集客が内外から期待されていた。

そこで、平成 18 年度に、サイエンスドーム活性化事業の一環として、専門業者に委託し、可動的なプラネタリウム投影機（「メガスター」）を

ドーム内に持ち込み 期間限定のイベントとして、ドーム全体に星空を再現する上映会を実施した。

#### 1 サイエンスドームの規模

サイエンスドームは、径 23m のドーム型スクリーンを使った全天周の大型映像ホールで、臨場感あふれる音響と映像を楽しむことができる。座席数は 294 席で、配列は「一方向傾斜床」であり、その傾斜角は約 30° である。

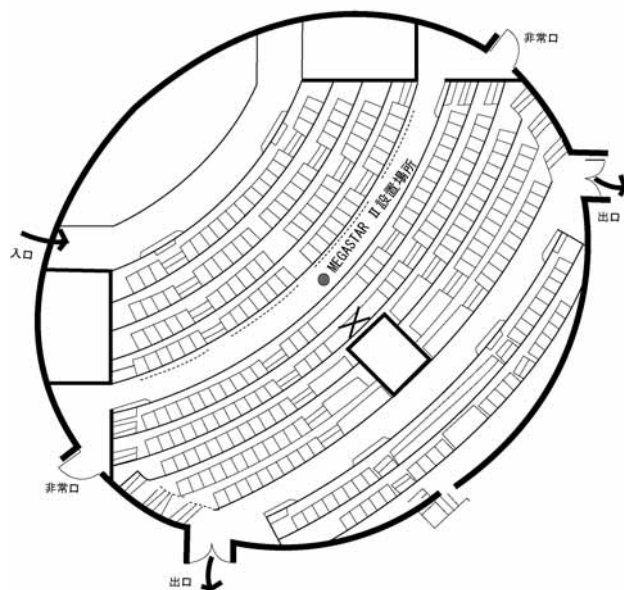
2005 年に発刊された「プラネタリウム白書（以下、「白書」という。）によれば、全国のプラネタリウム専門施設 357 館のうち 20m 以上は 13%（45

\* 千葉県立現代産業科学館普及課長

\*\* 千葉県立現代産業科学館上席研究員

館), 200 席以上の大規模な施設は 20%(70 館)となっている。ちなみに最大は, 愛媛県総合科学博物館の直径 30m である。

スーパープラネタリウムMEGASTAR II 上映会  
サイエンスドーム 座席配置図



第 1 図 サイエンスドーム平面図とメガスター の設置状況

(図の右下が高く、左上に向かって階段状に低くなっており、上段、中段、下段にテラス状の通路がある。中央よりやや右下の長方形が、平成 15 年度末まで全天周大型映像映写機が設置されていた場所である。)

以上のデータから、当館のサイエンスドームは、ドーム直径及び定員から見れば、大型館に属することが理解できる。ちなみに、当館の規模を凌駕する施設は、関東一円ではわずか 5 か所に過ぎない<sup>1)</sup>。

## 2 運 営

### (1) 組 織

全館的な取り組みと位置づけ、副館長 1 名と庶務課、普及課、学芸課の 3 課の代表からなる「千葉県立現代産業科学館 開館時間延長プロジェクトチーム」を結成し、企画・運営について総合的

な検討を行った。

### (2) 実施時期

最も集客が見込まれる夏季(8月11日から20日)に「サマーナイトミュージアム」と銘打って、開館時間を2時間延長した。当該プラネタリウム上映会は、集客への効果を図るために、後半の5日間に開催した。

今回のイベントの準備から開催までのスケジュール、概要は下記の通りである。

### 実施スケジュール

準備開始：平成 18 年 7 月 1 日  
 広報開始：7 月 20 日  
 設営期間：8 月 10 日から 8 月 15 日  
 実施期間：8 月 16 日(水)から 20 日(日)  
 撤収期間：8 月 20 日から

### (3) イベントの概要

今回行った上映会の概要は次の通りである。

行事名:「スーパープラネタリウムMEGASTAR 上映会」

番組名:「七夕ランデブー」

内 容:小学生の男女が主人公で、CGを駆使した子ども向けの番組

番組上映時間:30分

使用機材:メガスター タイタン

(有限会社大平技研) プロジェクタ 3 台

1 回の定員:280 名<sup>2)</sup>

入場料:一般 300 円(団体料金 240 円), 高校・大学生 150 円(団体料金 120 円), 中学生以下・65 歳以上無料(当館入場料にプラネタリウム観覧料込み)<sup>3)</sup>

### 実施期間中のスケジュール

9:30 - 10:00      11:00 - 11:30

14:00 - 14:30      15:30 - 16:00

17:00 - 17:30      18:30 - 19:00

当日の配布資料:リーフレット「七夕ランデブー」

(資料 1 参照)

#### (4) 延長時間と職員の勤務体制

閉館時間延長に伴い職員の勤務体制の変更を行い、常勤職員を対象として、勤務の二交代制（早番 8:30～、遅番 11:30～）を実施した。この場合の職員の退勤時刻は、遅番の 20:15 が限度と考えられることから、閉館時間を 19:30、関連イベントの終了時刻を 19:00 とした。

#### (4) 広報等

今回は開催決定の遅れにより、広報時期が小・中学校の夏休み直前となったため、学校関係への広報は断念せざるを得なかったが、それ以外は通常の配布計画にしたがって、全県的に広報を展開した。また、これに加えて当館ホームページ及びメガスターホームページ（大平技研）による告知も行った。

ポスター・チラシは、「サマーナイトミュージアム」と「スーパープラネタリウム MEGASTAR-1 上映会」の2種類を館内にて作成した（第2図）。

今回は、マスコミ各社の反応がきわめて良好であった。その成果として、ラジオ（NHK FM）、新聞各紙（朝日新聞、日本経済新聞、千葉日報）及び多数のミニコミ紙で掲載された。アンケートの結果では、新聞等の効果がどの世代でも大きく、特に朝日新聞の記事は効果的であった（第9図）。



第2図 サマーナイトミュージアムポスター（左）とプラネタリウム上映会ポスター（右）

#### (5) 期間中の運営

上映会の運営にあたっては、機材の設営および上映については、有限会社大平技研のスタッフが

行い、受付および会場でのアナウンスについては、当館職員が行った。また会場案内・誘導は、当館職員及びボランティアスタッフが行った。会場案内係が不足することが予想されたため、新たにボランティアスタッフを募集した。

来館者の受付は、予約は受けず、当日来館時に、希望する回の整理券をチケットカウンターで、当館入場券販売時に配布した。サイエンスドームは、各回の上映 30 分前に開場し、サイエンスドーム入り口でその回の整理券と引き換えに入場してもらった。会場内は全席を自由席とした。

#### (6) 上映会開催時の状況

上映会に先だって、大平技研のスタッフは6日間を設営に費やし、メガスターと周辺機材を当館サイエンスドームの環境に適合させるため、徹夜で作業を行った。

初日の8月16日は、閉館時間の朝9時前から開場待ちの方々の姿があった。今回の上映会でサイエンスドームの定員を280名と設定したが、初日は、6回の上映中4回が200名を超える盛況ぶりであった。2日目以降についても同様で、特に午後2時からの上映は全て満席となった。一方、入場者が少なかった時間帯は、第1回目と第5回目、第6回目だったが、それでも100名前後の入場があった。

### 3 アンケートの集計結果

#### (1) アンケートの概要

今回の上映会を実施するに際し、観覧者にアンケートを実施した。アンケートは観覧終了後、出口にアンケート用紙を設置し、任意で記入していただいた。

回答者は、全観覧者の約14%であり、年齢、居住する地域といった基礎情報、上映会を知った広報媒体及び上映会の感想について調査を行った（資料2）。

#### (2) 上映会観覧者の基礎情報

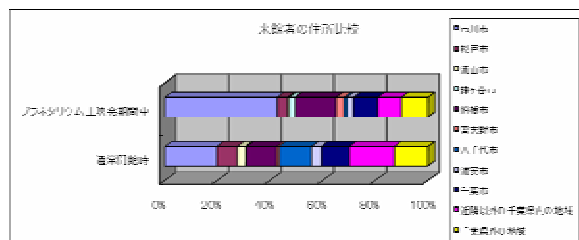
##### a. 観覧者の居住する地域

千葉県内では35市町村から、県外では9都県からの来館者があった（第3図・第4図）。

千葉県内からの来館者を市町村ごとに見ると、

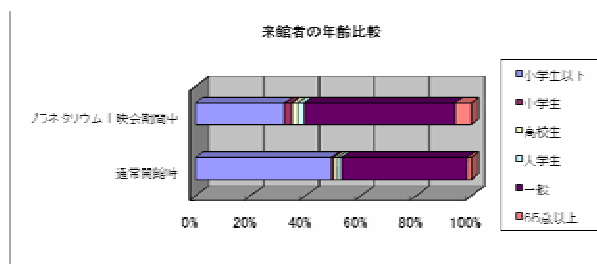


図)。



第6図 通常開館時とプラネタリウム上映時の来館者の居住地比較

また、年齢構成について通常開館時と上映会開催時とを比較すると、「小学生以下」と比較して、それ以外の年齢層の割合がいずれも大きくなっている。その中でも特に「一般」「65歳以上」の割合が大きい(第7図)。



第7図 通常開館時とプラネタリウム上映会時の来館者の年齢比較

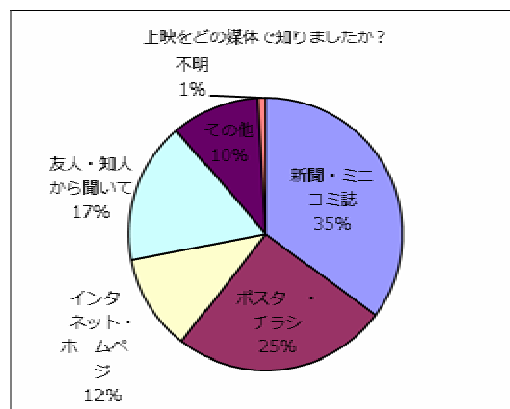
### (3) 広告媒体について

広報媒体の中で最も影響力があったのが、「新聞・ミニコミ誌」で約35%、次いでポスター・チラシで約25%であった。インターネットを見ての来館は約11%で、いわゆる口コミの約16%を下回った。テレビ・ラジオ等での情報案内もあったが、影響力は小さかった(第8図)。

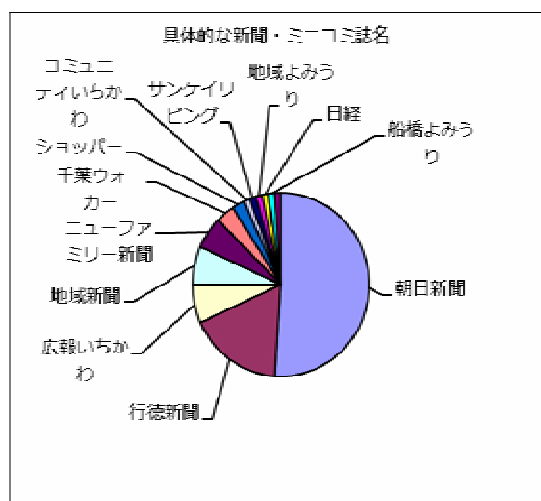
また、「新聞・ミニコミ誌」の中で最も影響力があったのが全国紙(朝日新聞)で約52%を占めた。これは全体の中でも約18%を占め、口コミ、インターネットを上回っている。当館周辺の配布されている地域紙の影響も大きく、各紙が名を連ねている(第9図)。

チラシ・ポスターについては、配布した範囲が狭く、枚数も少なかったが、効果が高く、あらためてポスター・チラシの影響力の大きさが明らか

になった。



第8図 上映会を知った広報媒体

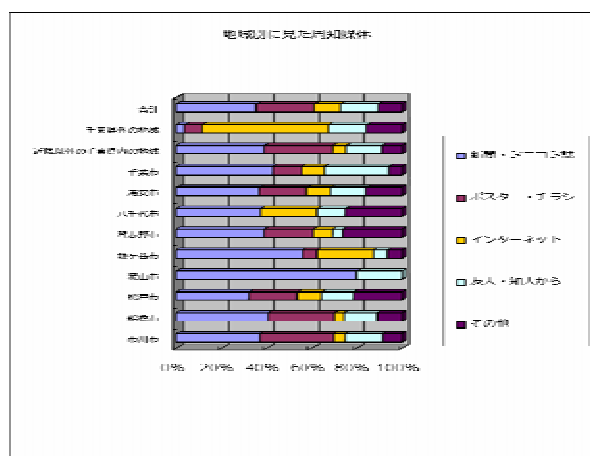


第9図 「新聞・ミニコミ誌」における各誌の割合

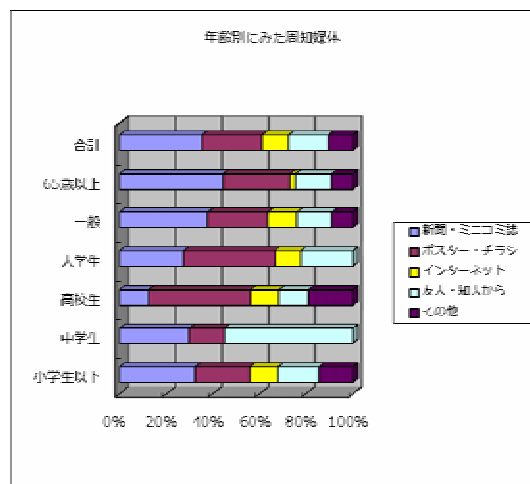
### b. 地域別にみた広報媒体の違い(第10図)

来館者の住んでいる地域ごとに、広報媒体をみると、市川市、船橋市においてはポスター・チラシの割合が高く、インターネットの割合が小さいのに対し、当館から比較的遠く来館者が多い千葉市ではポスター・チラシの割合が小さく、新聞・ミニコミ誌の割合が大きい。また、千葉県以外の地域では圧倒的にインターネットの占める割合が大きい。

このデータは、今回の上映会の広報活動におけるそれぞれのメディアの特徴をよく表しているといえる。



第10図 地域別にみた広報媒体の違い



第11図 年齢別にみた広報媒体

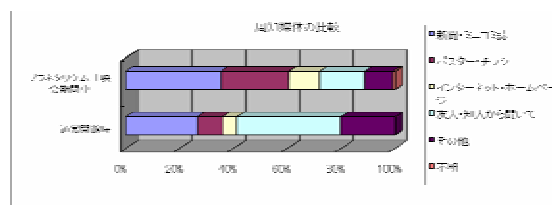
チラシ・ポスターは配布に労力、費用、時間が必要なため、広範囲に拡散しにくい。それに対し、インターネットは広範囲に情報が流布されるが、閲覧するのは能動的に情報収集する人に限定されるため、受動的な不特定多数への影響力は得られない。新聞は、その記事が掲載された紙面が配布されるエリアにおいて有効であり、高い集客力を持つが、情報の掲載方法や掲載の可否は新聞社に委ねられるため、確実性は低くなる。今回の上映会は、全国紙を中心に多数の新聞に掲載されたため、成果をあげることができたが、掲載するか否かの選択権は当方にはないので、より能動的な広報を行うためには、ポスター・チラシを効果的に配布する方法を検討する必要がある。

c. 年齢別にみた広報媒体 (第11図)

年齢層別に広報媒体をみてみると、65歳以上においてインターネットの割合が極端に小さく、年齢が上昇するに従い、「新聞・ミニコミ誌」の割合がやや大きくなる傾向がある。それ以外は、小学生以下、一般、65歳以上を比較してみても広報媒体の順位自体には大きな違いがない。

これは、対象となる年齢層に合わせて、発信するメディアを選択する必要がないこと、インターネットの広報力が低年齢層ほど高いわけではないことを示していると考えられる。

d. 通常開館時との広報媒体の比較 (第12図)



第12図 通常開館時とプラネタリウム上映会時の広報媒体の比較

広報媒体について、通常開館時と上映会開催時とを比較すると、通常開館時においては「友人・知人から聞いて」の割合が約40%をしめるのに対し、上映会開催時には、それ以外の媒体の割合が大きくなっており、特にポスター・チラシの割合の増加が目立つ。このことから、イベント周知においてポスター・チラシの影響力が大きいことがわかる。

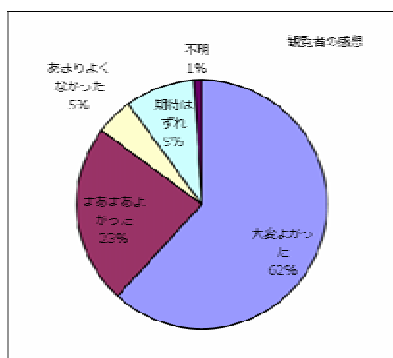
(4) 上映会に対する感想 (第13図)

感想については、「大変よかった」「まあまあよかった」「あまりよくなかった」「期待はずれ」の4つの中から選択し、さらに具体的な内容については、自由に記述していただいた。

a. 「よかった」と「悪かった」の割合

「大変よかった」が約62%、まあまあよかったが約23%で合計約85%が「よかった」と回答している。一方で約14%が「あまりよくなかった」

「期待はずれ」と回答した。おおむね好評であったといえる。



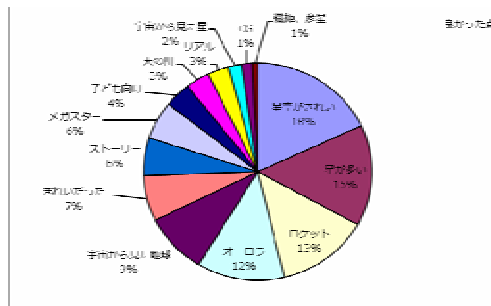
第13図 上映会観覧者の感想

b. 「良かった点」と「悪かった点」

良かった点と悪かった点については、自由記述であったため、4択で「良かった」と答えた中にも悪かった点を記載している人や、複数の事項について言及している人もいた。このような状況から、すべての記載の中で多く見られたものについてピックアップし、その件数をカウントし、集計を行った。よって、本節で示すデータは、いわゆる「複数回答あり」の状況下でまとめたものである。示されたパーセンテージはあくまでもこれらを集計した中でのものであり、回答者の中での割合ではなく、あくまでも目安であることをあらかじめ断っておく。

良かった点 (第14図)

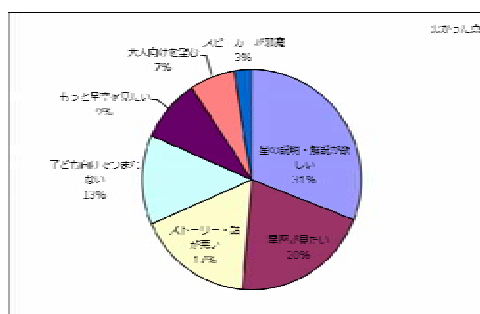
良かった点で最も多かったのは「星空がきれい」、次いで「星が多い」と、プラネタリウムそのものについての評価であった。次いで、「ロケット」「オーロラ」「宇宙から見た地球」といったCGに関するものであった。「ストーリー」や「子ども向けの内容」についても評価する傾向が見られた。



第14図 上映会を観て良かった点

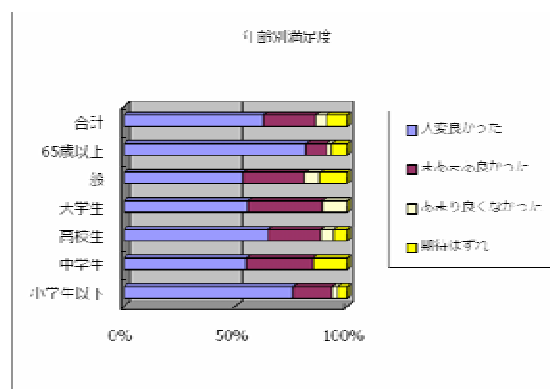
悪かった点 (第15図)

一方、悪かった点で最も多かったのが、「星の説明・解説が欲しい」、次いで「星座が見たい」であった。そのほかにも、「星空がもっと見たい」といった意見も寄せられており、ロケット、オーロラといったCGよりも星空自体を望む声が目立った。また、「ストーリー・話が悪い」「子ども向けでつまらない」「大人向けを望む」という、今回の子ども向けのストーリーや構成に対する不満も少なからず見られた。



第15図 上映会を観て悪かった点

c. 年齢別にみた満足度 (第16図)



第16図 年齢別にみた満足度

4 択の問いで得られた満足度のデータを年齢層別にみると、小学生以下と 65 歳以上の「大変よかった」の割合が非常に高いのに対して、一般における「あまり良くなかった」「期待はずれ」の割合が相対的に高い。前節で示した「大人向けを望む」という不満と一般層の不満が一致するものと考えられる。

#### d. その他の意見

少数の意見の中で、「プラネタリウム上映会を通して、はじめて現代産業科学館を知った」というものが複数あった。

#### (5) アンケート集計結果のまとめ

これまで、プラネタリウム上映会で回収されたアンケートの集計結果を項目別に見てきた。その結果、今後の当館で開催するイベントや、広報活動を行う上で貴重なデータを得ることができた。これらをまとめると、以下のようになる。

通常開館時においても、当館利用者は館周辺に居住する人だが、今回の上映会ではさらにその割合が大きくなった。

通常開館時には、「一般」年齢層よりも、小学生以下および 65 歳以上の来館がかなり多いが、今回の上映会では「一般」層が通常よりも多く来館した。

通常開館時と比較して当館近隣の市町村からの来客が増加した。また総武線、京成線沿線の市町村から比較的多く来館していることが明らかになった。

広報媒体の効果は、「新聞・ミニコミ誌」が最も大きく、ポスター・チラシがそれに次ぎ、インターネットは口コミを下回った。

広報媒体の影響力は、ポスター・チラシ、新聞、インターネットの順に広範囲に広がるが、同じ順番で影響力は小さくなった。

来館者全体からみると、今回の上映会は好評を博した。

通常開館時によく来館する年齢層（小学生以

下、65 歳以上）には極めて好評であったが、通常来館しない一般層の中には、より大人向けの内容を望む声があった。

上映会を通して、始めて当館を知った来館者が見られた。

#### 4 効果と課題

今回の上映会の効果と課題を昨年度の同時期の実績やアンケート調査の結果を総合すると、次のような効果と課題が明らかとなった。

##### (1) 効果

##### 入場者数の増加

上映期間中の入場者数は 9,572 人（前年度比 5,655 人増）、上映会の観覧者 5,341 人に達した。このように期間中の入場者数は、大幅に増加しており、今回の上映会は集客に大いに貢献した。

ちなみに充席率は、上映時間帯によって異なるが、全体では約 64%であった。「白書」によれば座席数 200 以上を有するプラネタリウム館における年間の平均充席率は約 25%であることから、今回の上映会における充席率は高率であるといえる。

収益性の向上  
プラネタリウム上映会では、入場料収入はもとより、駐車場使用料、自動販売機、ミュージアムショップ等の収入への波及効果がみられ、特に、自動販売機については売り切れの商品が続出した。

利用者の満足度の向上  
アンケート調査の集計結果から、イベント内容に対する評価が高く、好評を博した。具体的には、約 85%の方が「良かった」と回答している。また、「期待はずれ」と答えた方についても、より良い内容を期待する意見が多く、上映会に対する期待の大きさがうかがえた。

##### 当館の周知

アンケート調査の結果から、プラネタリウム上映会期間中に当館を初めて来館した利用者が多く見られた。上映会が当館の周知に貢献した。

##### 活性化方策の実現

活性化方策の一環である「開館日、開館時間の弾力的運用」と「既存施設の有効利用」が実現し



た。

ボランティアの拡充（活動範囲と登録者数）

プラネタリウム上映会を契機として、それまでボランティア登録者数が5名であったのが、9名に増加した。またボランティア活動の内容に、新たに行事支援が加わり、活動範囲を拡大することができた。

客層の拡大

当館の課題となっている、いわゆる子ども以外の来館者の拡大という点で、今回の上映会は大きく貢献した。

## （2）課題

収益性の向上

今回の上映会は、通常開館時と同様の入場料で開催した。また今回は準備期間が短かったため、ミュージアムショップにおいてイベント関連商品をそろえることができなかった。今後同様のイベントを行う場合は、収益性の観点から、これらの点において改善する必要がある。

期間中の人員配置

今回は、開催決定の遅れにより職員の出勤をはじめとした人員配置に支障を来した。そのため結果的に休日の振替等で対応せざるを得なかった。好評のため電話による問い合わせが相次ぎ、会場運営とのかねあいから、対応者の確保に苦慮した。今後は、早期の開催決定が望まれる。

開催期間の再検討

今回の上映会は、予算の関係で開催期間を5日間とし、土日等の休日を考慮したうえで開催期間を8月16日（水）～20日（日）とした。しかしながら、平成17年度の入場者数を念頭に置くと、曜日とは無関係に盆休みの12日から17日（15日がピーク）に来館者が突出していた。今後、このようなイベントを行うにあたっては、曜日に関係なく盆休みを含めた期間に設定するのが効果的であると考えられる。

プラネタリウム上映会の上映回数・時間帯等の再検討

上映回数は1日6回で、上映時間30分、1時間

おきに実施した。5回目、6回目が夜間開館延長時間帯である5時以降の実施であった。通常開館時に比べ夜間延長の時間帯の充席率は著しく低下し、充席率は半数に満たなかった。経費・労力等のコストと収益・集客を勘案すると、夜間開館延長には、あまり大きな効果が期待できないことから、今後同様のイベントを実施する場合でも、通常開館の枠内で、1日に5回程度実施するのが有効であると考えられる。

プラネタリウム上映会の番組（コンセプト）・対象

今回の番組「七ツランデブー」は、子ども向けの番組であった。アンケートによれば、概ね好評であったが、一部の方から、「より高度な内容」という要望が出され、特に大人を中心として星の説明を望む声が多かった。大人の来館者を継続して増加定着させるためには、今後は大人も含めた広い年齢層を対象とした相応のプログラムの上映を検討する必要がある。

プラネタリウム上映会に係るチケットカウンター業務

上映会の整理券の配布と入場券の販売を同時に行ったため、来客が多かった時間帯には、チケットカウンターは多忙となり、人手が不足した。

今後、同様のイベントを行う際は、混雑時を想定し、チケットの販売から整理券の発券・入場までのシステムの効率化・省力化を検討する必要がある。

広報

上映会実施の決定が遅れたため、広報活動全般に遅れをきたした。広報期間が限られたために、ポスター・チラシを配布できた範囲が限定された。アンケートによれば、チラシを多く配った地域からの利用者が、他より約10%多く、チラシの効果が再認識されたことから、今後は、より広範囲にチラシを配布する必要がある。

## 5 結語

今回のイベントについては、開催決定の遅れのため、準備不足の感があったが、実施した結果、予想以上の反響があり、当館の集客及び収益に大

きく貢献し、全体的には大きな成果が得られたと考える。アンケートの集計結果等から、利用者の期待が大きいことが明らかとなったため、今後も継続の方向で検討し、さらなる創意・工夫により、実施計画の質的な向上を図る必要がある。

連絡協議会・日本プラネタリウム研究会・白書  
編さん委員会「プラネタリウム白書 2005」  
(2005)

[注]

- 1) 関東地方のプラネタリウム上映館で、当館を上回るサイズのものは次の通りである。  
茨城県つくば市「つくばエキスポセンター」  
直径25.6m 334席  
埼玉県さいたま市「さいたま市宇宙劇場」  
直径23.0m 290席  
東京都府中市「府中市郷土の森博物館」  
直径23.0m 300席  
東京都西東京市「多摩六都科学館」  
直径27.5m 254席  
神奈川県横浜市「横浜子ども科学館」  
直径23.0m 300席
- 2) サイエンスドームの定員は通常294席としているが、今回の上映会では、ドーム中央の通路にメガスターを設置したため、その後方の座席が観覧に不向きとなったことから、これらの席を使用しないことにした。
- 3) 場内が暗くなり足元が危険なため、上映会への入場は、小学校4年生以下は保護者同伴とした。また友の会会員も一般入場者と同様の料金とした。
- 4) 当館の最寄り駅はJR 総武線下総中山駅、本八幡駅と、京成線鬼越駅である。当館の所在する市川市に隣接している市区は、船橋市、浦安市、松戸市、鎌ヶ谷市、江戸川区である。

[参考文献]

- 大平貴之「プラネタリウムを作りました。7 畳間で生まれた410万の星」株式会社エクスナレッジ(2003)  
日本プラネタリウム協会・全日本プラネタリウム

資料1 上映会用に作成したリーフレット(配布分はモノクロ印刷)

**STAFF**

原案・監督：大平貴之 (大平技研)  
 脚本：辻本幸七 (マルチボックス)  
 構成・進行：隈田敏之 (ムクウーグラフィック)

声の出演

すばる：江口秀子 (ぶろだくしょんバオバブ)  
 はるか：那須めぐみ (ぶろだくしょんバオバブ)  
 司令官：田中雅之 (ヴィーヴ)  
 番組ナビゲーター：大槻マキ  
 ニュースキャスター：天谷由佳 (J-WAVE)

C G 制作：大平貴之 (大平技研) /  
 平野友美子 (ソニーテック/クリエイト) / (有) マジカル

イラスト：マルチボックス/ムクウーグラフィック  
 タイトル：熊谷幸雄 (Kuma design room)  
 星座挿入曲：ナナムジカ  
 音楽：原 正美  
 効果音：森 賢一 (Sound Effect)  
 収録スタジオ：ヴィジュアルベイ meets  
 河合崇亮 (REC.) 灰谷美香 (VISUAL BAY)  
 境 源子 (VISUAL BAY) 安藤 朝 (VISUAL BAY)

資料提供：(C)NTT DATA / CNES / Spot Image /  
 (C)日本スペースイメージング (株)

協力：坂戸市/J-WAVE/ワーナーミュージックジャパン/  
 六本木ヒルズ 東京シティービュー

企画：千葉県立現代産業科学館  
 制作・著作：(有) 大平技研

スーパープラネタリウム  
**MEGASTAR-II 上映会**  
 たのびました  
**七夕ランデブー**

500万の星が  
 子どもたちに贈る宇宙のロマン

番組紹介

「七夕ランデブー」は、小学生の男女が主人公、やんちゃ坊主の「すばる」は、憧れの女の子「はるか」と共に、七夕の星を探しに郊外へ出る。織姫と彦星の出会いを見たいという「はるか」に、もっときれいな星を見せたくなくて、あるとんでもない計画を思いついたのだった・・・スーパープラネタリウム「メガスターII」が作り出す500万個の星空と宇宙のロマンをお楽しみ下さい。

  
 千葉県立  
**現代産業科学館**  
 CHIBA MUSEUM OF SCIENCE AND INDUSTRY  
 〒272-0015 千葉県市川市金島1-1-1 Tel. 347-379-2055 <http://www.chiba-mus.or.jp>

**プラネタリウムクリエイター 大平貴之氏**

小学生のころに作った蛍光塗料の星空をきっかけに、数々のプラネタリウムを自作し、大学時代には、個人開発では前例のないレンズ投映式プラネタリウム「アストロライナー」を完成しました。

1998年には、恒星数100万個の「メガスター」をISP(国際プラネタリウム協会)ロンドン大会で発表し、2000年にスパイラル(表参道)での一般公開を皮切りに、公演活動をはじめました。

2003年5月、勤めていた電機メーカーを退社しフリーになると、同年メガスターIIを発表し、東急文化会館8F(旧五輪プラネタリウム)での初公開をへて、日本科学未来館や川崎市青少年科学館に機体を設置しました。その後、愛知万博ささしまサテライト会場はじめとした各地での移動公演、松任谷由実やKIRORO、ナナムジカといったアーティストとのコラボレーションなど、様々な分野で活動を展開されています。

メガスターIIは従来にないコンセプトでリアルな星空を再現できる由が評価され、「世界で最も先進的なプラネタリウム」としてギネスワールドレコードに登録されました。

このような活動が認められ、大平氏は日本大学優秀賞、川崎アゼリア賞、日経BP社の日本イノベーション大賞の優秀賞、文部科学大臣表彰を受賞されています。

著書には「プラネタリウムを作りました。」があります。

**スーパープラネタリウム「メガスターII」**

プラネタリウム投映器機は、恒星投映数が数千個から数万個の投映能力を持っています。今回現代産業科学館で特別投映する「メガスターII」は500万個以上の星を再現することができます。まさに他を全く寄せ付けない桁外れの表現力を実現しています。

メガスターIIは、これまでのプラネタリウムではとうてい表現できなかった本物の星空の奥行きを再現し、天の川すら星の集まりとして表現することを可能にしました。

  
**制作協力**

このリーフレットに使用記載したメガスター関連写真は著作者の許諾をいただいて使用しております。無断使用は堅くお断りします。また、説明文の一部及びプロフィールは、大平貴之氏が公開しているホームページから引用しました。写真撮影：市川勝弘氏  
 「メガスターII」(MEGASTAR-II)は、大平貴之氏の登録商標です。  
 大平貴之氏ホームページ <http://www.megastar-net.com>

資料2 アンケート用紙

MEGASTAR・II 上映会 観覧アンケート

本日は「スーパープラネタリウム MEGASTAR・II 上映会」にお越しくささいまして誠にありがとうございました。千葉県立現代産業科学館では、今後の事業運営のためのアンケートをお願いしていますのでご協力下さい。

該当する項目に○を付けて、空欄にご記入下さい。

1. お客様のことについてお伺いいたします。

(1) お住まいはどちらですか？

- a.市川市内 b.松戸市 c.流山市 d.鎌ヶ谷市 e.船橋市 f.習志野市
- g.八千代市 h.浦安市 i.千葉市
- j.上記以外の他の千葉県内の地域 (市町村名) )
- k.千葉県外の地域 (地域名) )

(2) あなたの年齢を教えてください。

- a.小学生 b.中学生 c.高校生 d.大学生 e.一般 f.65 歳以上

2. 今回の MEGASTAR・II 上映会をどのように知りましたか？

- a.新聞・ミニコミ誌 (紙名) )
- b.ポスター・チラシで )
- c.インターネット・ホームページで )
- d.友人・知人から聞いて )
- e.その他 ( )

3. 今までプラネタリウムを見たことがありましたか？

- a. MEGASTAR・MEGASTAR・II を見たことがある
- b. MEGASTAR 以外のプラネタリウムを見たことがある
- c. 見たことがない

4. 今回の上映会の感想はいかがでしたか？

- a. 大変よかった
- b. まあまあよかった
- ※どのような点がよかったですか？

[ ]

- c. あまりよくなかった
- d. 期待はずれ
- どのような点が期待はずれでしたか？

[ ]

ありがとうございました。

写真 1



サイエンスドーム入り口のレイアウト



入り口看板



館内ポスターの掲示



チケットカウンター前の掲示



チケットカウンターでの発券の様子



サイエンスドーム前の受付の様子



サイエンスドーム受付



パンフレット

写真 2



サイエンスドーム前の行列



入場の様子  
(整理券の回収・パンフレット配布)



開演前の観客席  
(開演前のトイレ案内アナウンス)



開演前の観客席



大平貴之氏舞台挨拶 (20日18:30~)



大平貴之氏近影



2階観客退場口の様子



アンケートにご協力下さった方々

