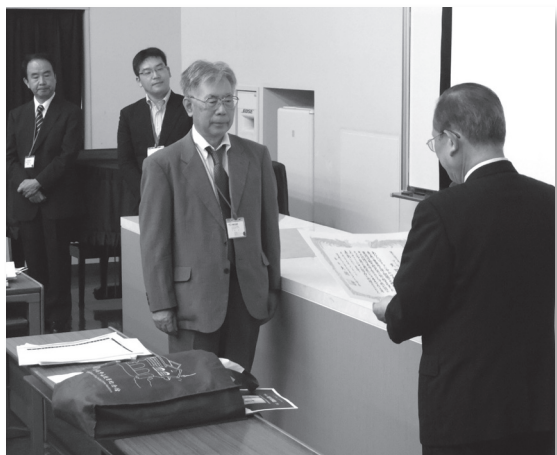


JMMA

JAPAN MUSEUM MANAGEMENT ACADEMY

No. **67** Vol.18-2
September 2013



Contents

特集 第18回大会 (第1日目)

- 2 プログラム
- 4 JMMA第18回大会 会長挨拶 大堀 哲 (日本ミュージアム・マネージメント学会会長/長崎歴史文化博物館館長)
- 5 JMMA第18回大会 開催の趣旨 高安 礼士 (大会実行委員長/千葉市科学館)
- 7 特別講演「デジタル時代の社会とつながる博物館の仕組み」 小木 哲朗 (慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科教授・博士(工学))
- 13 指定討論「SNSで何を伝えるのかー博物館活動をネット社会に送り込むツールとしての活用ー」 佐久間 大輔 (大阪市立自然史博物館)
- 16 指定討論「科学技術館におけるこれからのつながるミュージアムを目指して」 中野 良一 (科学技術館)
- 17 指定討論「多様化する「個」への認知・誘客のストラテジーー ー根津の美術館からの報告ー」 白原 由起子 (根津美術館 学芸第一課長)
- 20 指定討論「Webでみる博物館の可能性と利用の構造」 本間 浩一 (慶應義塾大学 システムデザイン・マネジメント研究所研究員)
- 22 指定討論「知の循環型社会における対話型博物館機能の提案」 小川 義和 (国立科学博物館 事業推進部 学習企画・調整課長)
- 24 JMMA第18回大会 基調講演およびフォーラムについて
- 32 【インフォメーション】 文献寄贈のお知らせ、新規入会者紹介、法人会員一覧

特集

2013年6月1日(土)・2日(日)に東京家政学院大学にて開催いたしましたJMMA第18回大会を2号にわたり特集して報告します。

日 程：平成25年6月1日(土)～2日(日)
 場 所：東京家政学院大学（東京都千代田区三番町22番地）
 共 催：学校法人東京家政学院
 テー マ：「社会のためのミュージアム—つながる仕組み—」
 参 加 費：個人会員・法人会員1,000円、学生会員500円
 非会員（一般）2,000円、非会員（学生）1,000円
 （当日入会者は会員扱いとする）
 情報交換会費：一般3,000円、学生1,500円
 参加者数：延べ269名

[プログラム]

● 第1日目(6月1日(土))／東京家政学院大学

時 間	内 容
13:00	総 会【4階・1407教室】 (1) 会長挨拶 (2) 平成24年度事業報告 (3) 平成24年度収支決算報告 (4) 平成25年度事業計画案 (5) 平成25年度収支予算案 (6) 学会賞受賞者の報告 (7) その他
13:40	開会式【4階・1407教室】 (1) 開会挨拶 大堀 哲（JMMA会長、長崎歴史文化博物館館長） (2) 挨拶 山口 孝（東京家政学院理事長） (3) 大会趣旨説明 高安礼士（JMMA副会長・大会実行委員長、千葉市科学館）
14:00	学会賞授与式【4階・1407教室】 受賞挨拶 天羽 弘（ソーラスピリット） 江水是仁（東海大学） 河原 孝（三重県生涯学習センター）
14:20	特別講演【4階・1407教室】 「デジタル時代の社会とつながる博物館の仕組み」 小木哲朗（慶應義塾大学 大学院システムデザイン・マネジメント研究科 教授・博士（工学））
15:40	シンポジウム（指定討論）【4階・1407教室】 テーマ：『社会のためのミュージアム—つながる仕組み—』 パネリスト：「SNSで何を伝えるのか—博物館活動をネット社会に送り込むツールとしての活用—」 佐久間大輔（大阪市立自然史博物館） 「科学技術館におけるこれからのつながるミュージアムを目指して」 中野良一（科学技術館） 「多様化する「個」への認知・誘客のストラテジー—根津の美術館からの報告—」 白原由起子（根津美術館 学芸第一課長） 「Webでみる博物館の可能性と利用の構造」 本間浩一（慶應義塾大学システムデザイン・マネジメント研究所研究員） 「知の循環型社会における対話型博物館機能の提案」 小川義和（国立科学博物館 事業推進部学習企画・調整課長） 司会：高安礼士（JMMA副会長・大会実行委員長、千葉市科学館）
18:00	情報交換会【ローズホール】 懇親会挨拶 堀由紀子（JMMA副会長、株式会社江ノ島マリンコーポレーション取締役会長）

● 第2日目 (6月2日 (日) / 東京家政学院大学)

時間	内 容
	会員研究発表
	第1会場【5階・1501教室】
9:30	①施設維持管理を考慮したコスト削減方策の一提言 田口昭夫 (株式会社田口企画)
9:45	②インバウンド観光から派生するミュージアム情報の共有について 吉田将義 (和歌山大学 大学院 観光学研究科)
10:00	③博物館を地域に結びつける～三重県立博物館のMMMプロジェクト～ 布谷知夫 (三重県立博物館)
10:15	④博物館の社会的な役割について 杉林真樹子 (京都橘大学大学院)
10:30	⑤小説にみるミュージアム 栗原祐司 (東京国立博物館)
10:45	休憩
11:00	⑥産業技術博物館データベース・HITNETによる産業技術史資料情報の共有 亀井 修 (国立科学博物館)
11:15	⑦ミュージアムが街へ出て行く仕組みをつくる、学生達の試み 山内利秋 (九州保健福祉大学)
11:30	⑧写真資料を用いた館種横断的な学びのプログラムの開発について ～過去の参加型イベントおよび写真展からの発展形として～ 芦谷美奈子、秋山廣光 (滋賀県立琵琶湖博物館)
11:45	⑨公益を実現する動物園のマネジメントとその振興政策に関する調査研究～基礎的検討～ 牧 慎一郎 (文部科学省科学技術政策研究所)
12:00	⑩ジェームズ・スミソンの足跡とスミソニアン背景 松本栄寿、小浜清子 (日本計量史学会、IEEE/JCHC会員)
	第2会場【5階・1502教室】
9:30	①対話を生み出す、展示での「付箋」の利用法再考 ～“紙版ツイッター”で来館者とつながり、来館者を つなげる～ 森田由子、荻田麻子、松山桃代、作田知樹、詫摩雅子、藪本晶子 (日本科学未来館)
9:45	②裁縫お細工物の再興活動 井上重義 (日本玩具博物館)
10:00	③マレーシア国立博物館における多国籍ボランティアの活動 ―異文化が出会い、交流するミュージアム― 島 絵里子 (マレーシア国立マラヤ大学大学院)
10:15	④利用者文脈に基づく博物館群の活用の提案 ―“自分史作成”のための材料としての博物館活用の事例― 本間浩一 (慶應義塾大学システムデザイン・マネジメント研究所)
10:30	⑤博物館教育における構成主義的転換 渡邊祐子 (東北大学大学院)
10:45	休憩
11:00	⑥施設×施設×施設 静岡サイエンスミュージアム研究会が切りひらく可能性 佐渡友 陽一、長澤友香 (静岡サイエンスミュージアム研究会)
11:15	⑦知の循環型社会における対話型博物館生涯学習システムの構築に関する基礎的研究 松尾美佳、庄中雅子、小川義和 (国立科学博物館)、本間浩一 (慶應義塾大学)
11:30	⑧人と人をつなぐミュージアム・エデュケーターの職能と博物館組織の可能性 大高 幸 (放送大学)
11:45	⑨学芸員養成課程の学生の意識に関する調査研究～効果的な博物館実習を検討するために～ 中村 隆 (公益財団法人日本科学技術振興財団科学技術館)
12:00	⑩学芸員養成課程における情報・教育・経営領域の概念マップの構築 嘉村哲郎 (東京藝術大学)、奥本素子 (総合研究大学院大学)、平井宏典 (和光大学)
12:20	閉会式【5階・1501教室】 閉会挨拶 沖吉和祐 (JMMA副会長、東京家政学院専務理事)
14:00	アフタヌーンミュージアム 「根津美術館見学ツアー」

JMMA第18回大会 会長挨拶

JMMA会長

大堀 哲 (長崎歴史文化博物館館長)

皆様こんにちは！ 今年もJMMA会員の皆様が一堂に会える日がやってきました。第18回大会に、このように全国各地から多数ご参加いただき大変うれしく思います。

また、昨年に引き続き大会の会場をご提供いただきました東京家政学院大学山口理事長先生はじめ、大学の皆様には心から感謝申し上げます。大学の先生、事務局、そして学生の皆様には私たちのために何かとご準備くださり、また本日から休日を返上してお世話いただくことになり、誠に恐縮に存じております。改めまして厚く御礼申し上げる次第であります。

本学会の年大会につきましては、一昨年の九州大会の成功を受けて北海道開催も検討され、また東北の仙台開催も話題に上りましたが、地域の実状や大震災による復旧・復興の困難な問題等で時期尚早という判断になりました。しかし、いずれ実現の機会があらうと思っております。

さて我が国における博物館経営に関する学術研究と実践研究の先駆をなした本学会（JMMA）は、ミュージアム・マネジメントが博物館の経営戦略樹立のための中心的な役割を果たすことを踏まえ、学会創設以来、会員皆様のご努力によって研究部会、個人研究、会報や研究紀要等を通して博物館の資料の収集・保管・調査研究・展示教育といった基本機能面のみならず、生涯学習社会における博物館の役割からまちづくりに果たす役割に至るまで多彩に、幅広く研究を重ね、成果を挙げて参りました。我が国の博物館の在り方を考える最も中心的な学会として、今後もさらなる進化を続けなければならないと思います。

昨年から学会の3年間の研究テーマを、「社会のためのミュージアム」とし、24年度は「心に残る新たな表現」を年間のサブテーマとして博物館の社会への発信の方法について取り組んでまいりました。今年度はさらに発展させてツイッターやフェイスブックなどの新たな機能を用いて、博物館と社会や大学など、或いは博物館相互をどのようにつなぎ、連携・交流し、博物館の活性化や新たな価値創造を図っていくか、「つながるしくみ」を考えてみようということにいたしております。

この博物館のつながる仕組みとか交流・連携にかかわって、この機会に博物館の国際化について敢えて申し上げてみたいと思います。今日、どの博物館も非常に多岐にわたる課題を抱えております。実はそうした博物館の中で生起している問題も、博物館の大小にかかわらず、グローバリ

ゼーションと無関係ではないという認識が必要だと思えます。博物館もグローバリゼーションの時代の中に在り、博物館の活動の多くは国際社会の中で展開されているという認識が必要だということでもあります。文化財返還問題や倫理に関わる資料収集、展示企画の際の国際交渉や外国語解説、災害時における救援、資料借用における保険制度、著作権・知的財産権の保護と関わるデジタル化など、どれをとっても博物館の様々な活動、業務が国際的な影響を受けているという理解が欠かせないことは言うまでもありません。研究や教育、またそれらに関する人の交流等々、国際交流は不可避の時代になっており、今後一層その重要性は増すものと思います。

こうした時に重要なことは、日頃からの国際的な人脈づくり、良好な人間関係の構築だと思えます。その点では本学会は、国際的な面でもこれまで活躍されてきている水嶋副会長はじめ役員の皆様の熱心な取り組みにより、一貫して我が国博物館界の国際化推進の中心的な役割を果たしてきたところであります。勿論、個別の博物館でも国際交流の仕組み、つなげる仕組みを模索しつつ、成果を挙げてきているところは少なくないと思います。

私の勤務する博物館のことで恐縮ですが、国際交流について、一つはオランダのライデン国立民族学博物館との交流協定にもとづいて資料や人的な面など、相互交流を順調に進めているところでございます。しかし、この国際交流は国と国との関係によっては必ずしも円滑に進まない事を昨年経験いたしました。

それは中国との関係で生じた問題であります。3年前に締結した中国福建博物院との交流協定に基づく展覧会開催にかかわることです。福建博物院の日本の国宝に当たる1級文物を含む多くの資料を借用し、長崎で「中国福建博物院展」を開催する計画を2年前から進めておりました。しかし、直前になって最終的に資料の確認・梱包等の作業のために派遣していた学芸員より、資料の搬出が困難になったとの連絡が入ったのです。10月6日オープン2週間前でポスター等の広報活動はすでに着手しております。国内博物館等からの資料借用にも学芸員を出張させている最中でした。尖閣諸島の日本国有化宣言で起こった日中間の対立が、もろに博物館の文化交流に影を落とすことになったわけです。詳細は省略いたしますが、たまたま中華人民共和国長崎総領事館の総領事とは個人的にも自宅にお招きするなど親しい関係をもっていたことも幸いしまして、総領事が強力にバックアップくださり、結果としてぎりぎりではありましたが予定通り展覧会の開催にこぎつけることができました。国立の博物館では中止せざるを得なかったところもあったと聞いておりますが、そのような状況下で長崎で実施できた意義は大きいと思います。この時ほど国際交流、国と国の問題が文化の問題にまで大き

く影響することを痛切に感じたことはありませんでした。

今また、私どもは10月下旬から「対馬藩と朝鮮通信使」の展覧会を予定しており、韓国釜山博物館から貴重な資料を借用することになっております。最近、韓国で作られ長崎県の対馬に保存されていた仏像が韓国人によって盗まれ、返還されていない問題が起りました。この問題もぎくしゃくしている日韓関係の中で影響がなければと願っております。2週間前に、長崎県知事や県議会議長などと釜山博物館を訪れた際、資料借用については快諾をいただいております。仏像盗難問題について釜山博物館の館長は「大変申し訳ない」といわれておりました。早晩、仏像は返還されるものと期待しておりますが、一刻も早い解決を願っているところでございます。

長崎は日本で早くから海外交流が始まり、特にアジアに最も近い位置にありますので、アジア諸国との博物館の国際交流を活発に展開する必要があります。従いまして国と国との対立はあってほしくありませんし、仮にそうした対立があろうとも、文化の交流に影響があってはならないと考えております。

文化の交流は、作家の村上春樹氏も指摘されているように、たとえお互いに話す言葉が違っていても、基本的には感情や感動を共有し合える人間同士であるという認識をもたらすことを一つの重要な目的にしていると思いますし、それはいわば国境を越えて魂が行き来する道筋なのだと思います。その道筋というのは、これまで多くの人々が長い歳月をかけ、血のにじむような努力を重ねてきた結果であり、豊かな文化交流を通して各国の人々の相互理解が深まっていく大切なものでありますから、これからも何があるとも維持していかなければならない道筋であり、その道筋を塞いではならないと思います。

こうした意味からも、私どもJMMAとしましては国際的なつながり、博物館の国際交流に関わるつながりの仕組みについても本格的に研究していく意義があると考えており、2年後の第20回記念大会に向けてこの国際的な視点を踏まえたプログラム展開に会員の皆様にご尽力いただければと考えております。

なお、既にご承知と思いますが、今申しました学会創設以来20周年を迎える2年後に、その記念事業として「ミュージアム・マネージメント事典」を出版することとしており、会員の皆様お一人お一人に多少なりともご執筆の参加をいただきたいと考えております。

この事業は困難な作業が伴いますが、既に構想がはじまって10年近くになります。困難から逃げることなく、実現したいと考えておりますので、会員皆様のご理解とご協力を心からお願いいたします。

いささか長くなりましたが、この後の特別講演、シンポジウム、夜の情報交換会、明日の会員研究発表会、

アフタヌーンミュージアムと展開されるプログラムを通して、会員皆様の交流、つながりを強めていただき、実り多い2日間を創り上げていただきますよう、心からお願い申し上げます。

最後になりましたが、本大会のために長いあいだ準備をしていただいて参りました高安実行委員長はじめ、役員、事務局の皆様へ深く感謝申し上げます。改めまして東京家政学院の皆様へ厚く御礼申し上げ、開会のごあいさつに代えさせていただきます。有難うございました。

JMMA第18回大会 開催の趣旨

JMMA副会長・大会実行委員長
高安 礼士（千葉市科学館）

1. はじめに

本日は日本ミュージアム・マネジメント学会第18回大会にお集まりいただきましてありがとうございます。JMMAの大会は、毎年東京で開催し、北海道、九州等の遠隔地からご参加いただいておりますが、これらの遠方の会員の皆様の負担軽減、あるいは支部活動の活性化を図る観点から、第16回大会は九州支部のご協力を得て、福岡市で開催いたしました。今年度は、北海道地区等の東京以外での開催を検討いたしましたが、諸般の事情から東京開催となり、新しくなった東京家政学院大学の会場をお借りして開催することとなりました。大学の関係者の皆様にお礼申し上げます。

本大会のテーマは、「社会のためのミュージアム—つながる仕組み—」でございます。JMMAにおけるこれまでの年間活動テーマは、平成8年度の「ミュージアムがつくる新しい文化」から、年毎に「新しい時代をつくるミュージアムの可能性」「時代の転換とミュージアム」「地域社会とミュージアム」、また平成12年度からは3年度ごとに「リレーションシップ—地域との連携—」「ミュージアム・コミュニケーション」「ミュージアム・マネージメントの再構築—継承と改革—」「—博物館法を考える—」「—博物館の課題と人材育成—」と実施し、平成21年度からの3年間の学会の活動テーマを「ミュージアム・リテラシー」とし、その第1年目の平成21年度は、「—学校と博物館—」との関係を、平成22年度は「—地域との連携—」を考えることとしていました。平成24年度からの3年間の学会活動の主テーマを「社会のためのミュージアム」とし、平成25年度は、これまでしばしば検討されてきた「地域との連携」のみならず、デジタル時代における「個人とつながるミュージアム

の仕組み」により焦点化した議論や研究発表を呼びかけたものです。今後の一年間を、このデジタル時代の新しい「つながる仕組み」を考慮した各研究部会や支部の活動や研究を計画していただければ幸いです。

2. 主旨

世界的な経済の不安定さが深刻さを増し、我が国の経済・社会・行政制度の方向性が明確ではない今、ミュージアムには社会のために何ができるか、また新たな機能として何をなすべきかが問われています。

こうした状況下、本学会は、平成24年度からの3年間のテーマを「社会のためのミュージアム」とし、24年度は「一心に残る新たな表現」を年間テーマとして社会へ発信する方法について考えてきました。

本年度は、これをさらに発展させ、最近生まれたツイッターやフェイスブックなどの新たな機能や方法を用いて、博物館をどのように社会につなげて活性化し、新たな価値を創造していくかを取り上げ、「つながる仕組み」をサブテーマとして、取り組んでいきます。

本大会は、(財)日本博物館協会が実施している「国際博

物館の日」(5月18日を中心に1ヶ月間開催)の事業の一環として開催します。

JMMA第18回大会の役割分担

実行委員長	高安副会長
副実行委員長	小川理事、田代理事
○総会及び開会式担当	高橋副会長、土井理事、小笠原幹事、原幹事
総会・大会司会	齊藤理事、染川理事
記念講演担当	高安副会長
○学会表彰担当	高橋副会長、齊藤理事
◎指定討論(原稿等)	高安副会長、齊藤理事
○研究発表会担当	高橋副会長、染川理事、田代理事、亀井研究部会幹事、高尾研究部会幹事
部会・支部会報告、閉会式担当	高橋副会長、齊藤理事
懇親会担当	高橋副会長、染川理事(司会)
アフタヌーンミュージアム担当	齊藤理事、塚原理事
総務担当(資料・受付含む)	高橋副会長、齊藤理事、中野幹事
経理担当	小笠原幹事、原幹事
広報担当	齊藤理事、星合理事、高尾研究部会幹事
開会挨拶、学会表彰	大堀会長
懇親会挨拶	堀副会長
乾杯・閉会挨拶	沖吉副会長

JMMAにおける これまでの18年間活動テーマ

- ・平成8年度……「ミュージアムがつくる新しい文化」
- ・平成9年度……「新しい時代をつくるミュージアムの可能性」
- ・平成10年度……「時代の転換とミュージアム」
- ・平成11年度……「地域社会とミュージアム」
- ・平成12～14年度……「リレーションシップ—地域との連携—」
- ・平成15～17年度……「ミュージアム・コミュニケーション」
- ・平成18～20年度……「ミュージアム・マネージメントの再構築」
- ・平成21～23年度……「ミュージアム・リテラシー」
- ・平成24～26年度……「社会のためのミュージアム」

平成24～26年度のテーマ — 社会のためのミュージアム —

- ・国際社会や地域の中の博物館の意義は何か
- ・震災後の日本において、地域のために何ができるか
- ・時代の変化をどう読むか

→社会的な文脈から考える博物館の価値
→新たな表現:今日的社会が求める表現
→つながる仕組み:個人的文脈に基づく方法

大会テーマ:社会のためのミュージアム — つながる仕組み —

特別講演「デジタル時代の社会とつながる博物館の仕組み」
講師: 慶應義塾大学 小木 哲朗 教授

<シンポジウム(指定討論)における議論>
・「SNSで何を伝えるのか—博物館活動をネット社会に送り込むツールとしての活用—」
・「科学技術館におけるこれからのつながるミュージアムを目指して」
・「多様化する「価値」への認知—読者のストーリー— 一橋大学の美術館からの報告—」
・「Webでみる博物館の可能性と利用の構造」
・「知の循環型社会における対話型博物館機能の提案」

<会員による研究発表と質疑応答>
→2会場において開催

図1 ミュージアムにおける資料の価値

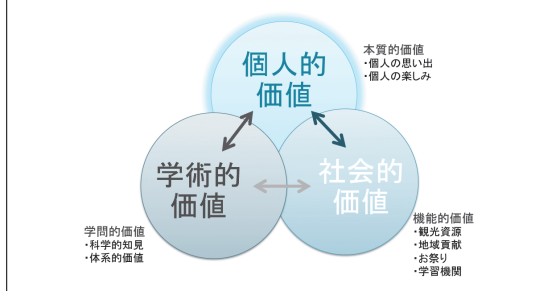


図2 新しい博物館機能の関係

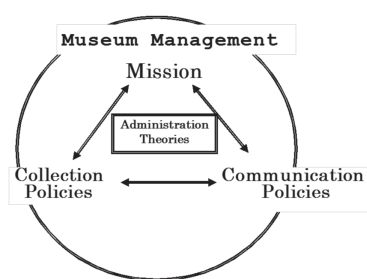


図3 従来の社会とのミュージアムの関係性

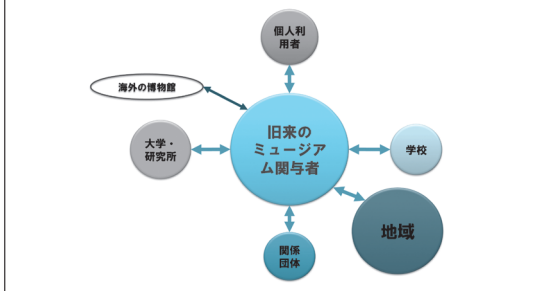
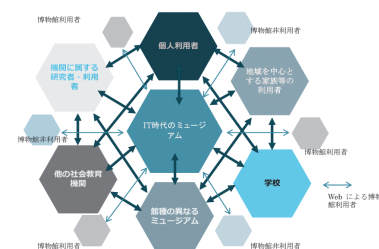


図4 デジタル社会におけるミュージアムと利用者の新しい関係性



〈特別講演〉

デジタル時代の社会とつながる 博物館の仕組み

小木 哲朗 (慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント
研究科教授・博士(工学))

慶應大学の小木と申します。今日はこういった機会をいただき、ありがとうございます。最初に私の立ち位置をご説明させていただきたいと思います。今ご紹介いただきましたけれども、元々私は「博物館学」の人間ではございません。情報、機械あたりからスタートしまして、現在は情報技術やメディア技術等をベースにした「システムデザイン」ということを研究テーマにしています。メディア技術系は博物館の展示と非常に深い関係がありまして、そういった意味でここ数年は私も博物館の方々と一緒に、情報技術・メディア技術を展示にどう活用していくかということをやらせていただいています。特に数年前から、文科省が「デジタルミュージアム」というプロジェクトをスタートさせましたけれども、このプロジェクトにも少し関わらせていただいております。

今日の私の話としましては、「デジタル時代の社会とつながる博物館の仕組み」というタイトルをつけさせていただきましたけれども、要は、情報技術やメディア技術等のデジタル技術を使って博物館をどう社会と、あるいは人と結び付けていくかという視点で話をさせていただきたいと思っています。

今日の話の概要ですが、私たちが情報技術を博物館に使っていこうとしたときに、まず、どういったことが重要なのか。研究スタート時にアンケート調査やヒアリング等を行いました。我々日本人は、海外旅行に行くと、必ず海外の大きな博物館・美術館を訪れるのですが、日常生活の中では博物館を訪れる機会が少ないというのは一般的な特徴だと思います。では何故なかなか博物館に日常的に行けないのか。まず一つは「予備知識なしに行くには敷居が高い」といった感想がありました。逆に「博物館に行っても対象に興味がない、展示そのものに魅力が足りない」などという厳しい意見もありました。ではデジタル技術を使って、いかに多くの人が、社会と、博物館とつながってくれるかが私たちの最終的な目標です。多くの人が訪れる、社会とつながりのある博物館を実現する。そのためにデジタル技術を利用することで博物館をいかに魅力的にできるか、ということを経営技術の視点から考えているところです。

今日は私達がここ数年携わっている研究をご紹介します。博物館と社会ということに対して、少し考えていただければと思います。今日の話の中で、デジタル技術はどういう社会と、あるいは人とのつながりに利用できそうかと

いうことで、「インタラクション技術」「VR技術／空間型AR技術」「ロケーションベースAR技術」「仮想空間共有技術」というキーワードをあげました。今回、こういったお話をする機会をいただきまして、私達が研究してきたことを少し整理してみました。私たちが研究してきた中で、博物館と人とのつながりを考えた時、「どういう技術をどういうシチュエーションで使えるか」ということを少し整理してみたいと思います。

博物館と人をつなげるといった時に、色々な状況がありますが、まず重要なことは、「博物館に興味を持てもらう」ことです。これがない限り、なかなかスタートできません。これは直接的でなくても、社会を経由したり、または大学を通して地域とつながったりして、博物館というものに興味を持てもらえれば良いと思います。次に博物館に足を運んだ時に、興味深い、要するに満足感を得られるかという点です。1回博物館を訪れただけで終わるのではなく、現実世界の中で普通の生活に戻った時に、博物館とつながって情報を得られる、あるいは、情報を得られると、現実世界の活動の中で、もう一度博物館を訪れて追体験をする。そういった仕組みができてくると、多くの人が博物館とつながりをもてるのではないかと考えています。こういった状況を私達が研究している技術で少しずつ支援できるのではないかと考えています。いかに博物館に興味を持てもらうか。今まで博物館というものに対して日常的に訪れる習慣のない人たちに、博物館というものに興味を持てもらう。そのためには、何か面白さのようなきっかけが必要なのではないか。そこで、デジタル技術や情報技術を使用した展示広告で、そこから面白味みたいなことをきっかけに、訪れてみたくなる仕組みが作れないか。その例の一つとして、「デジタル3D浮世絵」があります。

これは私がここ数年関わってきたプロジェクトです。長野県に浮世絵博物館がありますが、そこで2～3年位前に国際会議が開かれることがあったのですが、その際に浮世絵博物館の関係者の方から、せっかく多くの人が集まるので、浮世絵ということに対する興味を引き起こすきっかけになるような面白いものが作れないか、とお話をいただきました。そこからやってみようと思ったのが最初です。元々は浮世絵というものに、関係者だけではなく、一般の人にも興味を持てもらう。そのために、デジタル技術を使って、浮世絵の三次元表現が出来ないかと考えました。これを機会に色々調べてみました。

江戸時代の中頃、1700年代位は、西洋の遠近法が日本に伝わってきた時代です。それまでの日本の絵はどちらかというと、二次元的な要素を使って絵を構成していましたが、そこに遠近法が加わってきました。その影響で浮世絵もダイナミックに変わってきました。そのあたりを色々表現してみると面白いのではないかと。江戸時代に3Dというもの

はどういったものがあつたのか。実は結構色々ありまして、まず「立版古」。これは浮世絵を切り絵にして、立体的に組み立てる。こういったものがすでに江戸時代に存在していました。あるいは、「眼鏡絵」と称するものもあります。浮世絵に遠近法が使われ、その遠近法をいかに強調して見せるか、その時に、のぞき眼鏡、これも西洋から入ってきたものですが、こういったものを使って浮世絵を見ることが行われていました。これは具体的には鏡で反射させた絵を、凸レンズを使用して拡大して虚像を見る。そうすると、実際絵がある場所ではなく、空中に浮かんで見えるので、遠近法が非常に強調されます。そんな仕組みが江戸時代にすでに色々使われていました。これを現在の技術を使ってデジタル的に表現してみよう、これを使って多くの人に興味を持ってもらうきっかけにならないかなということで行ってみました。

それでは、浮世絵をどのようにしてデジタル的に3D表現するのか。遠近法が使われていない時代の遠近表現はどういったものがあるかといいますと、一般的に、直方体の絵を描けといいますと、遠くのものは斜め上に描きます。これは目で見たときの対象関係ではありません。表現としてはいくつかありますが、浮世絵の中でもこういった表現が使われています。レイヤー化していった、近景・中景・遠景といったことを表現していきますと、絵を立体的に配置することが可能です。ただし、そのまま配置してしまいますと、近くのものが大きくなりすぎますので、ある地点から見たときに、ちょうど形があうように、大きさを調整していきますと、視点を動かした時に、今まで隠れていたものが見えたりといったことになります。前後関係の表現になりますが、これが運動視差の効果を生むことで、立体的な感覚が作られます。例えば「蒲原夜之雪」という作品ですが、これを大きく、近景・中景・遠景・背景にわけて、デジタル的に仮想的に配置しているだけで、実際は一つのモニターの上です。そうすると、視点を動かすだけで、立体的な表現ができるのです。

あともう一つは、この時代、「幾何学的遠近法」というものが入ってきました。それをもとに立体的にできるかということにアプローチしてみました。写真のように正確な遠近法が表現されていれば、そこから三次元モデルというものを作りだすことができるのですが、浮世絵というものは写生をしているのではなく、見たものを後で思い出して書いているといった表現になります。右と左の仮想視点がズレていて、あわせてよく見ると、消失点が一致していないことが多いです。そうすると、三次元で正確に表現することは不可能なので、あとは部分的な幾何学形状を想定した時に画面と交わる点を制御点とします。消失点がズレたままの形でも見方が変わってくる。こんな表現をしてみますと、未完成な遠近法に関してもある程度立体表現ができる

のではないかと。例えば「芝居浮絵」という作品でも、消失点がズレています。ここから三次元モデルを復元するということはできないのですが、壁や床の角を制御点として、制御点を動かすことで、見かけ上は、視点が少しズレたりして再現することができる仕組みです。

次に、こういったものを見せる時の見せ方も重要になってきます。そこで、オーソドックスなやり方として、額縁に入った絵の想定で、展示をしています。ここでやるべきことは、視点位置に応じて見かけが変わるという効果を再現したいので、それをいかに簡単に実現するか。そこで、kinectというものを使います。Kinectというものはなじみのない方はご存知ないかもしれませんが、これはマイクロソフトがXboxというゲーム用に作ったセンサーです。元々は画像処理で視点をトラッキングするのですが、ゲーム用コントローラーとして、こういったものが出てくると、非常に簡単にかなり高精度にトラッキングができます。このデバイスを上手く使って、作っています。見ている人が視点を動かしてみると、立体的に見える。これをリアルタイムで絵を変形しながらできるわけです。これをどうやって見せるか。

次に作ってみたのが、鏡を使ったデジタル浮世絵というもので、これは先ほどご紹介した「眼鏡絵」のやり方をデジタル的にやってみようとしたものです。眼鏡絵というのは、床に浮世絵を置いて、それを鏡と凸レンズを介して、虚像を見るというやり方なのですが、それをデジタル的に再現する。モニターを床に置き表面鏡を使い反射をさせ虚像を見る。かつその時にkinectというセンサを視点に使う。そうすると、絵が空間に浮いているように感じられ、遠近感が強調されてくるという仕組みです。

あともう一つは、大画面でやってみる面白さ。これは「没入型デジタル浮世絵」と称したもので、これはディスプレイが180インチありますが、これぐらいのサイズになりますと、見ている人が絵の中に入っているような感じがする。そういった突入感を感じることができます。

同じような仕組みであっても見せ方の違いで、受け取り方が変わってくることがわかります。そこで、せっかくこういったものを作ったので、これがどれくらい効果があるかデータを取ってみました。まずこういったものをポスターや入口等に置いておくと、見た人に興味を持ってもらって、実際本物を見に行くという行動に結びつかないかという想定で、作ったものです。

まず、デジタル浮世絵というものの自体に説明があつてはいけな。説明なしでこれを見た人が、どれくらい楽しめるか。その辺をデータとして取りたかった。この装置は浮世絵博物館に3日間くらい置かせてもらったのですが、今は、横浜の中華街にトリックアートミュージアムというところがあるので、そこに展示として置かせてもらっ

ています。実際にこのデータは、横浜大世界の中で、1日の来館者の行動を分析しました。その日は287人が館を訪れたのですが、この装置の前を通った人がこの浮世絵を見たかどうか。それを計ってみたところ234人、約80%位の人が見てくれました。これは、人がくっついて計測したわけではなく、実は先程申し上げたkinectのセンサーを使いました。センサーが前の人を画像として取り込んで、センシングして絵を動かすということをやっていますので、この作品自体がセンサーなので、その前の人を全て撮っていると、どういう動きをしているかが記録できます。8割位の人が足を止めて見てくれましたが、鑑賞時間は6.9秒です。体を動かして体験した時間は5.4秒です。5秒位は大した手間ではないので、この位で興味を喚起できれば、結構うまくいくのではないかと思います。

あとは、どういった行動をとってくれたかということですが、一番期待した左右に動くという動作は、足を止めてくれた人の中の78%位の人が動いてくれました。左右だけではなく、前後上下の動きもした人はやや少なかった。手を動かす、回転する、ジャンプするといった行動もありましたが、手を動かしても反応はしません。最終的にこの作品をみて笑ってくれた人が約4割位いました。当初の目的の楽しんでもらい、興味を引き起こせたかと思えます。目を向けたくれども通り過ぎてしまった人が2割弱でしたが、8割の人が止まってきて、さらにその8割位の人を喜ばせることができたかと思えます。

次に見せ方に応じてどのくらい違いがあったかということについてアンケートをとってみました。これは額縁版とどぞき眼鏡のミラー版とをそれぞれ使って、奥行きをどれくらい感じたかというアンケートをとったところ、絵そのものにも元々遠近感はあるのですが、絵を動かした時に、どちらが奥行きを感じたかという、実は、元々あまり遠近感がないほうに奥行きを感じたという人が多かったのが面白かったです。また、額縁版とミラー版を比較してみると、ややミラー型のほうが奥行きを多く感じてくれているという差が多少ありました。その後、これを通して、浮世絵そのものに興味を感じてくれているかという質問については、見せ方として手が込んでいて「絵」という感覚より離れているミラー型のほうが、より興味を引き起こしていました。最終的にデジタルコンテンツがある博物館に行ってみたくかという問いに対してもミラー型のほうが多いという結果が得られています。使用した技術は、インタラクションという技術を使っていますが、単に絵を置いて見せるということではなくて、そこにインタラクションを起こすことによって、対象に対する興味をどれくらい引き起こせるか。これまで浮世絵あるいは博物館というものにあまり興味を示していなかった人たちを振り向かせるといったことに使えるのではないかと思います。

では次に、実際ミュージアムに来た人たちに対して、いかに高い満足感を与えられるか、ということで色々やってみたことをご紹介します。ここでの話は従来の博物館展示に何が足りないのか。単にモノを展示しているだけで、展示物の背景等を知ろうとすると、展示物とは別の説明を読まなければならない。こういったことは初めて訪れる人に対して、敷居を高くしている。あるいは、何等かの予備知識がなければ足を踏み込めないといったことにつながっています。「モノ」の展示だけではなく、「コト」の展示。そういったことを同時に表現できないか。そうすると「モノ」ではなくて「コト」を表現する方法。こういうところにVR技術やAR技術が使えます。

先ほど少しお話した文科省のデジタルミュージアムのプロジェクトの中で行った研究のご紹介です。熊本の博物館という想定で「参勤交代」という表現をいかにできるか。これまでの博物館は「モノ」を展示することはできますが、参勤交代って一体どうやって行われていたのかという人の動きをどう伝えるか。これは人を見せることはできませんので、バーチャルな人の動きを表現して、当時の参勤交代はどんな風景だったのか、ということ表現しています。歴史の資料等を見ていくと、人が単に行進しているのではないという記録が残っています。その動きをモーションキャプチャーというやり方でキャプチャーをし、それをCGで動かす、ということを行いました。ただ、今のCGで一番苦手としているのは、実は人の表現です。熊本城のお城を再現するということは今のCGでは結構得意です。ところが、大多数の人、群衆を自然に見せるというのは、結構大変で、下手すると、規則正しい行進になってしまうのです。それを乱数や時間のズレをいれながら、いかに自然にみせるかということが群衆表現といったところなんです。これを表現することで、人がどういう行動をとっていたかということ、モノではないコトの表現にCGの技術が使えます。

さらに、このプロジェクトの時は、そこで終わってしまっただけは面白くないということになりました。このCGだけでは、you tubeかどっかで発表すればいい。これを博物館でやる意味とはいったい何かというと、ここでライブ感といったことを出したい。同時の動きを映像として見せるだけではなくて、歴史の研究者がこの世界の中に入って説明することができれば面白いのではないかと、ということで次の技術です。「ビデオアバタ」です。

ビデオアバタというのは、遠隔通信の手法として開発・研究してきた技術です。人の動きだけを切り出して、別の仮想世界へ合成するという技術です。これを動画としてリアルタイムに切り出して、三次元の中に作った仮想世界の中へ位置情報を含めて合成すると、仮想世界の中を動きまわる人物像ができます。この技術をCGの展示物の中に入られると、面白いのではないかと、ということで、先ほどの参

勤交代の映像の中に説明する人が合成される。そういうことを行いました。博物館ならではの見せ方、「モノ」を見せるだけではなく「コト」をいかに伝えるかということを考えると一つの博物館の中で面白さを引き起こす技術になりえるのではないかと思います。

もう一つ、見せ方の技術として、ARという技術があります。空間型ARといって、これはリアルな世界にコンピュータの情報を合成するというやり方です。私共が作ったAR型のディスプレイをAR Viewと呼んでいます。こういう中に展示物を置いて、その中にコンピュータの映像を入れこんで合成していく。モノの背景を展示と同時に視覚的に伝えていく。そういうようなやり方ができるのではないかといいところ。AR Viewは先ほどののぞき眼鏡のデジタル版と構造的には似ています。床面がスクリーンになっていて、ハーフミラー越しに見るので、見る人は反射した虚像が見えます。これは実際に空間として使えますので、例えばここに実際の展示物を置いておくと、展示物と仮想的な映像が合成されるというわけです。具体的には、仮想の映像と現実の物体の位置関係をうまく表現することが必要です。モノの前後関係を表現できないとバーチャルのリアリティは失われてしまいますので、バーチャルな物体が実際のものより前に出て見えるといったような表現がうまくできないかということです。私達が実際にモノを見る時には光があたっているから見えるので、欠けているものを見せたい時には、プロジェクターで見せたいところだけ光をあてる照明プロジェクターをあててやります。そうすると、CGとリアルな物体との前後関係が表現できます。こういった技術を上手く使うと、展示に三次元的な空間を使って、バーチャルな映像を重ね合わせるといったことができます。

こういったシーンが綺麗に見えるためには「スイートスポット」が必要になります。ある場所では境界線が見えたり、ある場所ではCGが展示物を隠したりする状況があります。こういう技術を展示に使うと、ある場所に人を誘導するということが必要になります。そのために何が使えるか。超指向性スピーカーというものを使いました。ある一定の場所しか音が聞こえないとすると、少し音が聞こえた人は音源を探すので誘導ができます。うまくスイートスポットに人を移動させてそこで展示を見せる。そんなことができるようになるのではないのでしょうか。

国立科学博物館とTBSの方と協力して行ったシカン文明の展示では、シカンの仮面をAR的に表現すると、どういう使い方ができるのかということを行っています。黄金の仮面がみつかった時の様子をCGで表現しました。来館者の視点で見ると、CGだと思っていたものが、いつの間にか実際の展示物に変わっています。最初から仮面だけを展示しているのではなく、背景をCGで合成することで説明してい

ます。こういった表現がAR技術を使ってできます。こういったことをやろうとすると、一つずつ作っていくのは開発がとても大変です。展示に重ね合わせるCGの映像を作るためには通常、CGのモデルを作って、それをコンピュータで動かしアニメーションを作るだけではなく、リアルの展示物のほうもデータとして持っていないといけないので、仮想の映像+展示物の映像というものを作って、その2つを映像と照明がうまく同期するようにしなくてはならない。3ds maxなどのツールを使って、データの作成だけで上手いような仕組みを使っていくようにする必要があります。

今ご紹介したような話は、博物館の展示という部分でいかに面白さ興味を引き起こせるかということです。今まで博物館に対して、予備知識がないと行きづらいといった人たちに対して、説明文を読ませるということではなくて、映像として触れることで、博物館の敷居を低くするとか、気楽に見られるようにできないか、そんなことを目指したプロジェクトです。

次は博物館から外に出た後のことです。外に出た後も、博物館とつながっていたい。その時にどういったことが考えられるかということ、一つは展示に関していうと、博物館の中では、場所（地域）と関係するものが結構多いと思います。例えば歴史博物館といったものでしたら、展示物とか歴史と関係する場所というのは現実の世界に存在します。そうすると実際のその場所に行きたくなる。そういった人たちに、勝手に見てくれということではなくて、いかに情報を伝えるかということをサポートしていきます。その時に最近の情報技術として利用できるのが、「ロケーションベースサービス」です。

ロケーションベースというのは、人がいる位置情報を計測して、その位置にあったサービスを行うということです。なぜそれができるかというと、スマートフォンの技術ですね。位置情報に関係づけたAR。例えばiphoneです。iphoneというのは、そのデバイスの中にGPSのセンサーや磁気センサーあるいは加速度センサーがあったりします。GPSは自分がどこにいて、磁気センサーはデバイスの方向を教えます。自分がどこにいてどっちを向いていて、加速度センサーでデバイス（自分）がどう傾いているかという情報を常に自分自身がみつけることができます。自分の位置情報に応じて必要な情報をどこかが提供してくれると、現実世界の中で、ロケーションに応じたサービスの利用が考えられます。この手の技術は、ここ数年AR用の開発ツールというのが世の中に出てきています。junaioやLayerというのは一般にユーザーがこういうロケーションベース用のアプリケーションを簡単につくることができます。一般ユーザーが何をするかというと、サーバーを自分で立ち上げられますので、クラウドを使ったり、大学みたいなところ

ろでは大学のサーバーを使ったりして、そこに画像や動画やテキスト情報等に位置情報をくっつけて登録します。そういうことを行ったら、ロケーションベースサービスというものは構築できます。そこにチャンネル登録を行えば、ユーザーはそのチャンネルにアクセスして誰かが作成した位置情報サービスを受ける。その仕組みがユーザーレベルでできます。

私どもの学生が「日吉歴史スポット」をつくりました。日吉キャンパスというのは元々周囲に博物館が存在せず、慶應大学も博物館を持っていません。ただ日吉は弥生時代の住戸跡など遺跡があります。最初に注目したのは、戦時中の地下壕が慶應大学の地下に張り巡らされています。年に何回か地下壕見学ツアーがあったりするのですが、それが現実の街を歩きながら、実はこの下に地下壕があることを解り易く表示できればいいなというところからスタートしました。これは先ほどもお話ししたjunaioというロケーションサービスを使っていますが、緯度経度の情報を登録して、その近くにくると情報が出てくるということです。こういったことを使うと、自分が今いる場所にどういう見場所があるか、ということが見えてきたり、あるいは、現実の今ある世界を見せるということもできることながら、その場所でリアルではない情報を重ね合わせることができるよう。

例えば慶應大学の高校の第一校舎内ですが、戦時中は軍の施設として使われていたと言われています。当時の写真が残っていたり、使われ方がわかったりして、現在の場所にくると昔はこういった場所だったと時間を遡って想像したりすることができます。あるいは、先ほど申し上げた地下壕ですが、現在の場所は普通の道路だったりします。現実の目の前の風景と時間を遡ったりする情報を結びつけながら楽しむことにロケーションベースというものが使えるのではないかな。こういったサービスは最近、観光目的で使われ始めています。博物館等でももう少し知識を与えるサービスとしてできたら面白いのではないのでしょうか。

今は、現実世界に戻った時に博物館がどう情報を与えられるかということをお話ししましたが、最後に、こういった人たちがもう一度博物館に戻りたくて、そんな仕組みを作れないかということで、「博物館で現実世界の追体験」ということをご紹介しています。

現実世界と博物館の中で作られているバーチャルな世界をいかに共有するか。そんな仕組みをつくれないうか。「ハイブリッド情報空間」。これは私どもの研究の考え方で、計算機のデータと目の前の現実の情報をうまくリンクができないか。コンピュータの中の情報というものは、データベースを想像するとわかりますように、大量のデータを色々なキーワードでアクセスするというのが得意な情報システムです。

一方、現実世界の目の前にあるものも非常に重要な情報です。特に遺跡などが目の前にある時には現実そのものが非常に価値ある情報です。そのリアルな情報とデータとしての情報、これをシームレスに使えることで、現実と仮想の間でシームレスなアクセス環境ができます。要は、現実世界にいる時に自由に計算機の情報を取り出したり、逆に仮想世界にいても手軽に現実世界の情報にアクセスできたり、そういうことを実現したいということです。そのためにはどうしたらよいか。現実世界からアクセスできる情報と仮想世界からアクセスできる情報を加味する共有的なデータベースをうまく利用できないか。例えば、現実世界の中では、スマートフォンをデバイスとして使い、写真をとってツイッターやフェイスブックのサーバーに送る。その時に、自分の位置情報というものがわかりますので、位置情報つきの写真だったり、位置情報つきのつぶやきだったりします。そうすると、送られたほうは、これは「誰が」「いつ」「どこで」という情報で整理しながら、カテゴリづけをします。カテゴリづけをしておいて、画像や動画あるいはコメントみたいなものを管理していきます。あとはこれを自由にアクセスして、ここから仮想世界を再構築します。そんなような仕組みを作りますと、ある種のデータベースを介して現実世界と仮想世界とがつながっていくのではないかと思います。実質的にはダイレクトにつながるのとは大変な情報量ですので、PC等を仲介させて、位置情報等を編集できます。実際に作ってみましたのが、このようなデータベースを介したシステムで、現実世界からコメントや写真に位置情報をつけて送りますと、それが地図の上で表現されます。地図の上で画像が開くというのは、今ではGoogleのサービスでもあります。そこに何らかのコメントを付け加えます。地図とコメントを結びつける。これはマップBBSと言われています。マップBBSというのは、地図とリンクされた掲示板ということです。つぶやきがどこでつぶやかれたかということを紐づけて示しているということです。これは例えば震災直後のような時に色々な人がツイッターでやりとりをしましたが、あのような情報が地図にリンクされていると、それを辿っていけば、今どこがどういう状況かがわかります。写真、画像、つぶやき、地図がつながってくると、ある種のマップBBSの形になります。マップBBSをここでは仲介として利用しています。PCで編集するというのは、このレベルで編集できます。位置がずれていけば地図を動かしたり、あるいはコメントを編集したかったら編集をするといった仕組みで情報を整理します。

次はこれを仮想世界で体験できるようにしたい。「没入型仮想世界」という概念でご説明します。一般にCAVEと名前がついたディスプレイがありますが、これは没入型のディスプレイです。大画面をいくつも組み合わせることで、中に入っている人の視野全体を3D映像で覆う。そうすると

中に入っている人は仮想世界を一人称的に体験している感覚をうまく作れます。こういったデバイスに先程の地図情報をくっつけられないか。その地図情報を元に仮想世界を構築していく。位置情報に紐づけられて、写真やテキストが登録されていますので、それを地図上に三次元的に配置します。それが集まってくると画像ができて、没入している人にはどんな世界が体験できるのかが一人称的に体験できます。あるいは写真をクリックすると、掲示板的な機能も使えるようになります。学生が倉敷に行った時に、写真を撮って、コメントと位置情報を写真にくっつけて、サーバーに投稿しました。それを大学の研究室内では、先ほどの没入型ディスプレイの中で表現してみると、その学生が通った軌跡がでるわけです。この学生は観光でしたが、実際に現実世界の中で遺跡を訪れたり、歴史スポットを見にいったような行動をこのような形で記録していくと、現実世界から博物館等に戻って自分自身の行動を追体験するということが可能です。あるいは友達同士で行っている場合には、友達の辿った軌跡を追体験する、あるいは学校等で皆で行き、グループ同士でやっても結構面白いのではないかと思います。この仕組みを現実と仮想の間でライブ感を出そうとすると、どういう風に感じるのかということで、外にいる人が写真を撮って送られてくると、パッと写真が追加される。仮想世界を見ている人にも更新されます。バーチャルな世界にいる人とリアルな世界にいる人が一緒にコミュニケーションをとれる。いわゆるハイブリッドな情報空間ができています。

最後に、没入型の世界というのはどういった効果があるかを実験的に評価をしてみました。10分間程度、本のガイドブックをみる、あるいは、Googleマップ上のデータを参照する、それと三次元の没入環境の中で情報を提供する、その時に25か所の観光スポットを10分間でどれだけ記録(記憶)できるかを実験してみたところ、没入環境はガイドブックやデジタル地図に比べ、場所に関する情報の理解・把握に有効でした。現実の世界とそれを情報として体験することを結びつけるような技術として、結構使えるのではないのでしょうか。

今日のお話は、「博物館と人をどう結び付けるか」というタイトルをいただいたのですが、いかに人に興味を持たせるか、あるいは博物館の中で満足させるか、あるいは現実世界と博物館をどうつなげるか、そこにどういう共有感を持たせるかといったテーマについて私どもがやっているアプローチについて述べさせていただきましたが、議論の参考にしていただければ幸いです。ありがとうございました。

〈指定討論〉

SNSで何を伝えるのか —博物館活動をネット社会に送り 込むツールとしての活用—

佐久間 大輔（大阪市立自然史博物館）

選挙での利用も解禁され、コミュニケーションの一つの手段として確立された感のあるSocial Network Service（以下SNS）。行政からの緊急情報を携帯などに配信する手段としての活用も進んでいる。広報手段として使っている博物館・美術館も少なくないが、もともと個人での運用で広がった感の強いTwitterやFacebookである。組織として用いる場合には留意しなければならない点もあるが、実態が先行している部分もある。広報戦略として過度に期待されている部分もあるように思うが、もう少し広く博物館活動を伝えるツールとしてはどうなのか。本稿では当館の事例も踏まえながら議論してみたい。

SNSに何を求めるのか

個人の活動の記録であるライフログの延長として発達したブログやTwitter。さらに就職活動などのツールとして始まったフェイスブック。どちらも個人向けのツールであるが、近年ビジネス利用、官公庁による利用もすすんでいる。これらの組織は、何をSNSに求めているのか。小川ら（2012）の企業など組織のSNS利用の日米比較調査によれば、利用目的のもっとも多いものが製品や組織からのアピール、情報提供などであるという。ホームページ上や検索エンジンなどへのバナー広告などが不特定多数へのアピールとすれば、TwitterやFacebookページなどは、固定顧客層への効果的なアピールとなる。従来のホームページやblogとSNSとの最大の違いは登録しておけば情報が自動的に登録者の端末へと送り込まれてくるPush型の情報提供にある。新鮮な情報が、常に持ち歩いているスマートフォンなどの携帯電話に届く、登録した人の懐深く入り込む情報配信のリーチの良さがSNS利用を促進している。登録者らは商品に関心を持った有力なファン層であり、近い将来の潜在顧客である。こうした層への情報提供でリピートを促すことはセグメントマーケティングとしても効果の高い手法であろう。SNSはシェア、リツイートなど最初から情報を広げる仕組みを備えていることから、ファン層に情報提供をすることで、口コミ的に広がる効果も期待できる。SNSはこれらの「口コミ」を数字として効果を測定できるところもまた、企業利用が進む所以であろう。

こうした広報活動をミュージアムに当てはめるとどうなるだろう。リピーターの確保、自館の展示テーマや活動に注目してくれるセグメント化された市民に確実に博物館の

ニュースを届けることは、来場者確保などの観点のみならず、普及教育効果としても学びを深めてもらう観点から魅力的である。実際、Fletcher & Lee（2012）の調査によっても、アメリカのミュージアムのSNSの利用目的は広報が目的である。行事情報、特別展の情報、様々なイベントのビハインドザシーンなど様々な情報がニュースとして送り込まれ、注目を集め、来場へつなげている。

情報の送出は計画的・戦略的に行うことができる。しかし、それがどのように広がっていくのかは口コミ同様に計算できない。マスコミの広告が一定の費用を出せばどれだけ人目に触れるのかが計算できるのに比べると、話題になるかならないかで露出が異なるSNSは時にコントロールできないメディアともいわれる。まずい提供の仕方をすれば最悪「炎上」すらしてしまう。どれだけ自らのミュージアムの魅力、利用者に沿ったメッセージ発信ができるのかは、企業が自社の製品・顧客をどれだけ熟知しているのかと同様、博物館スタッフがどれだけ自分の館の魅力や来館者を理解しているのかという問いにつながる。この点において、（未開拓の顧客に向けた広報・宣伝にまして）SNSの場合には広報担当者のみで行うのではなく、顧客との接点の多い教育普及担当者及び学芸員との連携が欠かせない。

大学・行政組織もFacebookページ、Twitterなどを活用し情報発信を行っている。Push型であり、メールマガジンに比べて即時性が高く操作も容易であること、先の震災時にも比較的障害に強かったことなども広がった要因であろう。しかも導入コストもほぼゼロであり、学生や地域住民などの伝えなければならない固定顧客層も明確で、相手が望めば容易に情報を送り込めるため、一気に広がったようだ（伊藤2013）。ミュージアムはこうした組織に比べ、伝えなければならない相手の母集団は少し曖昧になる。大学と学生の関係ほど、ミュージアムは利用者を組織化できていない。利用者は必ずしも行政区内の住民ばかりではない。ミュージアムは自然史なら自然史に興味のある人々など、情報の受け手を自らが養成し組織化していくことが必要になる。従来は友の会、メルマガなどで行われていた活動だが、SNSもまた、人々がミュージアムにゆるくつながることのできるツールとして有用である。

コミュニティ形成ツールとしてのSNS

2013年8月末現在、大阪市立自然史博物館の公式Twitterアカウント@osaka_shizenshiはフォロワー3,150件、430リストに登録されている。自然史博物館友の会の1,700世帯とは重なりあいながらも、また違うひろがりを持つ。各学芸員が持つフォロワーやFacebookなどを合わせていけばそれなりの情報発信力をもつメディアになる。大阪市立自然史博物館は、もとより普及教育活動によって周辺に友の会コミュニティを形成し、そのコミュニティを社会との

接点として社会に自然史科学の普及を図り、また博物館の活力の源とする、という戦略をとってきた。そしてこの戦略はネット時代になっても同様である。これまで大阪市立自然史博物館で展開してきたメーリングリストなどの活用については佐久間（2000、2010a）、和田（2003、2005）などに掲載されているので参考にして欲しい。

SNSのもう一つの特性は市民側の発信力の強さである。実際特別展についても様々な感想や意見などを見ることができる。さらに市民が興味を持ち、共感したホームページやブログなどの情報を広げていく。いままでのメーリングリストや雑誌購読者と圧倒的に異なるのがこの拡散力にある。本間（2009、2013）はこの点に着目してSNS時代に拡散されるべき情報源を作り出すことがさらに重要になると論じている。国立科学博物館などオフィシャルにSNSを利用していない機関でも特別展の情報などにSNSで発信するためのボタンをつけているのは同様の着眼であろう。しかし、この方法ではそのボタンを付けたページをユーザーに見つけてもらわない限り、生きてこない。博物館アカウントの運用によるSNS上での発信はこの最初のプロセスをPush型の配信で必要とするユーザーに送りつけるためのものだ。当館のTwitterアカウントでは半自動とでも言うべき運用状況で、新着情報などに掲載すると、そこから見出しを自動切り出しで配信する、という仕掛けになっている。発信の原則は面白いツイートをすることではない。日常の活動を魅力的に展開し、それを発信するホームページをSNSを使って手元に送り出し、情報へのアクセス、さらには博物館そのものへのアクセスの敷居を下げるという仕組みと捉えて運用している。

公式アカウントだけの運用の限界

当館にかぎらず、様々なミュージアムで広報担当者を中心に公式アカウントを積極的に運用している例が見られる。しかし、それら多くのアカウントで一般の方へのフォロー返し、返信をおこなっていない例をよく見かける。これは、公的アカウントそのもののコミュニケーションの難しさが背景にある。博物館アカウントの周りにフォロワーというゆるやかなコミュニティがせっかく出来ても、SNSならではの、とでもいうべきオープンなコミュニケーションを取っていない。これではもったいないことは皆意識しているが、公式アカウントから個人の意見や問い合わせに返事をするのが時に困難であることもまた多くの管理職の理解するところだろう。公式アカウントからの発言は公式見解ととられてしまう難しさがある。公式アカウントに寄せられた意見をスルーするということすら、理解されない場合もあるだろう。こうした硬直化しやすい状況为了避免するためにはいくつかの手法がある。@NHK_PRなどのように企業アカウントであっても公式見解を担う「硬式アカウント」（NHK

__PR1号 2012）とコミュニケーションを取ることが目的のアカウント（「軟式アカウント」）を分けてしまうという手法もある。第二には公式見解はメールなどほかのメディアに任せ、SNSには口調の設定などゆるキャラ色などを帯びさせて公式アカウントの色彩を薄める努力をしている場合も多い。この手法なら複数の人間が担っても固定した口調の設定などで統一感を持たせることも可能だ。第三にはアカウントを担っている広報担当なり学芸員なり中の人の存在を明らかにし、個人の見解と明示してコミュニケーションを担う場合である。この手法は担当者が変化すると外部からみても明らかにつぶやきのトーンが変わる場合がしばしばである。しかし個人アカウントの運用が難しい場合には博物館のスタッフが担う個性を示す次善の策ではある。

いずれの場合にも、トラブルを避けるためには研修などによるメディアリテラシーやコミュニケーションスキルの向上とともに、職場内の統一的な理解がないと困難である。

学芸員の発信の重要性

ユニバーサルサービスである図書館と異なり、博物館は個性的な施設である。何が博物館を個性的たらしめるかといえば地域性であり、収藏品であり、それらの価値を読み取り社会に知らせる専門性や経験を持つ学芸員の個性である。学芸員による情報発信は観察会やギャラリートーク、質問への対応から著作や論文を通じての発信まで様々であるが、記名で発信されることが基本だ。論文など完成品でのアウトプットも研究者として大切だが、学芸員の教育的役割から言えば自然科学探求の「プロセスを見せる」事が非常に重要になる。それがblogやTwitterでの発信である。小規模博物館であれば館の公式アカウント＝学芸員の個性ある発信という手法もあるだろう。中規模館以上なら、複数の異なる専門性や研究へのアプローチを持つ多様な学芸員の存在は博物館の多様な魅力に直結する。ならば、個々の学芸員の専門的な情報発信をいかに進めるかが重要な戦略になるだろう。学芸員の専門性が露出することで館の社会からの信頼にも、資料の寄贈などにもつながる。

近年、公務員の職務中のSNS利用に否定的な報道及び見解も出されている状況ではあるが、学術研究や教育普及を職務とする学芸員が教育普及や博物館への理解促進を目的とする学術情報や博物館活動を流す範囲においては何ら後ろめたいことはない。なにも悪口や食事のメニューをつぶやくことを目的にしているわけではないのだ。そうは言っても記名であれ匿名であれ、ネット活動についての館内コンセンサスは決定的に重要だ。職務時間中に「勝手に」情報発信しているのではなく、スタッフが相互に誰が何をしているのかお互いのことを知っていることが重要なのは、多くの館外活動や外部組織との打ち合わせと同様である。特別なことではない。余程でない限り届け出や決裁などに

馴染むようなものではないだろう。組織の側が了解することと同様に博物館スタッフが館のミッションや固有の価値、今動いているイベントやプロジェクトの状況などについて意識を共有しその大目標を共有してウェブ上での活動をすることも重要である。これもまた、現実の博物館の中での行動と大差ない。SNSが個人向けツールとして発達したのは事実であるが、組織や業務にも影響をあたえるツールとして活用していくためには組織内の理解を高めること、同時に個人も職務との関連性をしっかり意識することが重要だ。ネットリテラシーの向上やトラブル対処手順の共有もその一端である。問題意識の共有がないとトラブルは防げない。館でSNSを利用していなくても、SNS上で話題の対象となり「炎上」することは普通にあることであり、SNSへの理解を進めておくことは重要である。過去のトラブルから学び取り、ネット社会で生き延びていく知恵をミュージアムも学び取らねばならない。マスメディアなどに掲載された場合に報道を補う情報発信（重要なのに省略されたことの補足や当事者としての事実の提示、必要な周辺情報の提示など）なども可能になる。SNSは情報の伝わり方はコントロールできなくても、根拠ある情報発信を自ら行っていくことが可能なメディアでもある。ふだんからの情報発信こそが、自らを救うことも少なくない。

学術情報発信ツールとしてのSNS

ミュージアムにとって大きな使命の一つに学術的成果の社会還元がある。自然史系博物館は自然への理解を社会に築いていくために、アマチュアやボランティアら多くの人々とともに学界と実社会の間に渡された橋のようなものであるともされる（畑田ら2008）。誕生のきっかけは軍事用であっても学術用ネットワークとして発達をしたインターネットは論文、予稿集からデータベースに至るまで学術情報の宝庫でもある。学芸員や博物館がSNSを利用することで、より多くの市民に親しみやすい学術情報を提供することもできるのではないかと考えている。研究者は自分の過去の論文や学会発表を元に講演することが多い。イベントをTwitterで中継するときにはそうした背景をリンクで紹介することで、自分にとっても、参加者にとっても、もちろん参加できずにネットの向こうで見ているオーディエンスにとってもリッチなコンテンツに高めることができる。例えばJMMAの18回大会をTwitter上からながめたらどのように見えるのか、次のリンクをたどれば理解いただけよう（<http://togetter.com/li/512058> 2013年8月31日確認）。こうした学術情報発信に活用できるツールは近年非常に充実をしている。ノートパソコン一台、あるいはスマートフォンで使えるものばかりだ。外部の研究会ばかりではない。博物館で催される講演に適用することで、博物館自身も学術情報の発信拠点として強化していくことができる。

まずは学芸員自身の講演からスタートしてみてもいいだろう。中身は非常に充実しているのだけれど、参加者が少なくてもったいないというイベントの経験はこの博物館にも残念ながらあるだろう。こうした活動を記録し、アーカイブとして博物館のコンテンツにしていくことはUstream、Togetter、Slideshare、Facebookなどの無料のコンテンツを組み合わせることで簡単に出来てしまう。どれも二、三度試せば十分に活用できる簡単なものだ。活用すれば博物館活動を新時代のより価値の高いコンテンツにすることができる（佐久間2012）。挑戦しない手はない。

個人の研究活動においても活用可能だ。実は私にとってツイートは着想を紡いでいくKJ法の小札（こざね）のようなものだ。思いついたアイデア、気になった論文、日々の観察で目についた植物やキノコの生態の記録や写真などを、140字のコメントを付けてネットに放り投げる。後にそのメモをつなぎあわせて原稿のタネにしている。多様な仕事に忙殺されがちな学芸員の日常を記録し、その中の気づきを自分や周囲の仲間たちが資産として活用していくためのライフログそのものである。

ここまで当館の経験に基づいた見解を書いてきたが、SNSがライフログとして発達してきたものである事を踏まえて言えば、博物館活動を充実させ、それをよく記録し、よくネット社会に伝えるためのツールとしてSNSがあるのである。伝えられるべき自らの博物館活動を充実させ、何が魅力なのかその伝え方をしっかりと把握し、館内のコンセンサスを作ることがまず先決であろう。それなしにSNSという広報戦略だけを着飾ることは、伝えるメッセージのない空虚なつぶやきにすぎない。

【参考資料】

- 伊藤 穰（2013）大学や自治体の広報とソーシャルメディア。コミュニケーション文化 7, 149-157
- NHK_PR1号（2012）中の人などいない@NHK広報のツイートはなぜユルい？新潮社
- 小川 美香子、アモロソ ドナルド、向日 恒喜、田名部 元成、佐藤 修（2012）仕事でのソーシャルメディア利用：日米比較。経営情報学会2012年春季全国研究発表大会予稿集：A2-2
- 佐久間 大輔（2000）博物館コミュニティとインターネット。羅針盤No.71 <http://www.ne.jp/asahi/coffee/house/ARG/071.html>
- 佐久間 大輔（2010a）博物館とインターネット—学術情報の発信を中心に。博物館研究 46(1):5-7
- 佐久間 大輔（2010b）学芸員の顔（＝専門性）が見える博物館へ。Museum Data76:10-13
- 佐久間 大輔（2012）都市における「食」と生産地の「生物多様性」の2つの課題を結びつける教育実践研究。月刊生涯学習 5(7):10-11.
- 畑田 彩、鈴木 まほろ、三橋 弘宗（2008）連載「博物館と生態学」を振り返って。日本生態学会誌 58(1), 57-61
- Fletcher, Adrienne & Moon J. Lee（2012）Current social media uses and evaluations in American museums. Museum Management and Curatorship 27, (5): 505-521
- 本間 浩一（2009）公立博物館のウェブサイトの現状と課題—一般市民からの視点による分析と、価値向上のための施策の提案—。博物館学雑誌 35(1):1-23
- 本間 浩一（2013）SNSは博物館の実装を変える力になるか。博物館研究 48(9):6-9
- 和田 岳（2003）日本の家屋に生息するヤモリの分布調査—ヤモリアンケートの結果報告—。自然史研究 3(2):1-20
- 和田 岳（2005）博物館における市民を巻き込んだ調査研究：大阪市立自然史博物館の事例。日本生態学会誌 55(3), 466-473

(指定討論)

科学技術館におけるこれからのつながるミュージアムを目指して

中野 良一 (科学技術館)

科学技術館では、昨年度、大きく入館者が減りました。博物館以外にスカイツリーなどの魅力的な施設にお客さんを奪われたとも考えられます。しかしながら、他施設と比較して相対的な魅力度が下がったのが一番の原因と考えています。

このような状況の中で、本来、科学技術館が社会に対して果たすべき役割を見つめ直すという視点で、科学技術館における「つながる」ミュージアムとはどんなモノであるのかを検討した。

1. 科学技術館の諸活動をつながりという視点で整理する

科学技術館では、青少年に科学や技術に興味関心を持ってもらうことを目指して、様々な活動を推進している。展示活動に加え、様々なタイプの事業を行っている。これらの活動を「個人とのつながり」、「グループとのつながり」、「組織とのつながり」という視点で整理した。

科学技術館の事業		
事業名	事業内容	関係者及びつながり
ユニバース	研究者らによる科学ライブショーの開催(1回/週)	・チモンズ(学生ボランティア集団) ・館とグループとのつながり ・グループのメンバー同士のつながり
IBM Try Science	日本IBMボランティアスタッフによる実験教室の開催(1回/月)	・日本IBM ・日本IBM社員 ・館と会社とのつながり ・館とIBM社員とのつながり
サイエンス友の会	友の会のメンバーを対象とした各種教室の開催(300回/年)単発、シリーズ両方ある	・友の会のメンバー(1300人) ・つながりは希薄
企業08(役員クラス)により構成される組織	社員による各種教室の開催(随時)館外へも進出	・ディレクトフォースなど ・会社の社員(20人~30人) ・館と組織とのつながり
その他:「青少年科学のための科学の祭典」サイエンス・キャンプなど(ISTの委託事業)		

2. 上記の諸活動を、活動の目的(ねらい)や内容に基づいて類型を試みてみた

さらに、それぞれの類型毎に、どのような「つながり」が望まれるかを検討した。

類型/ねらい	望まれる(強化されるべき)つながり
単発型(イベント、一話完結の教室の類) - 興味・関心の喚起、一定の理解	・参加者と講師とのつながり
継続型(シリーズ性のある連続した教室の類) - より深い理解、動機づけ	・参加者と講師とのつながり ・参加者同士のつながり
ネットワーク型 (活動の拠点が増殖していくイベント、教室の類) - 事業の拡大、より多くの方に参加してもらう	・異なる拠点間の主催者側同士のつながり ・異なる拠点間の参加者同士のつながり

3. マネージメントの視点

経営トップから見ると経済的な問題がクローズアップされることが多いが、それだけでなく、本来、館が目指そうとしているが今まで出来ていない以下の課題について述べ、また、それを克服するために乗り越えなければならない障害についても触れた。

マネージメントの視点

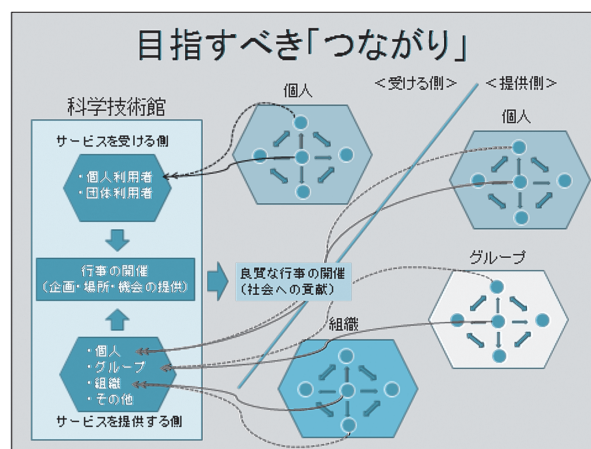
- ・入館者数をどれだけ増やせたか?
- ・科学や技術に対してどれだけ理解を深めてもらったか?
- ・学校の授業と関連付けられているか?
- ・才能ある子ども達をさらに引き上げることができたか?
- ・ミッションの明確化
- ・運営スタッフの育成
- ・IT技術の進歩についていけるか?

4. 目指すべき「つながり」とは何か?

科学技術館の目的をよりよく達成するためには、また、博物館としての価値を高めるために何をすべきか? また、どのようにIT技術を活用したらよいのか、その結果としてどのように「つながり」を深め、広げていけるのかを説明した。

具体的には、今まで、自分たちだけ(自分たちが主体となって)で、館の活動を推進してきたが、さらに他者(個人、グループ、組織)を巻き込むなどして、つながりを深めていく努力をしたい。

IT技術の活動という点においては、個人やグループなどが立ち上げたブログやFacebookなどを起点として、活動が紹介され、さらに仲間を呼び込み、それが、「つながり」となって広がっていくことも期待しています。



〔指定討論〕

多様化する「個」への認知・誘客の
ストラテジー

ー 根津の美術館からの報告 ー

白原 由起子（根津美術館 学芸第一課長）

「デジタル化」「IT時代」とよばれる現代において、日本・東洋古美術を扱う美術館では、美術館や展覧会の認知や誘客、教育といった“社会とのつながり”のために、多様なデジタルメディアをどのように活用しているだろうか。それは、いいかえれば、新たなメディアの採用や運用に際して、現実的にどのような課題や問題に直面しているか、ということもある。

日本の美術館業界においてデジタルメディアを使った情報発信は、現代美術の分野が先んじている。その理由として、現代美術の分野の愛好者が最新メディアに対する好奇心や意識が高いこと、またそうしたメディアをいち早く購入・活用する若年層が愛好者層の主翼を担っていることが、美術館の積極的な情報発信やインタラクティブな活動へとつながり、高い効果を得ていると考えられるからである。これに対し、古典美術を扱う私立美術館の参入は、どちらかといえば後発で、業界の動向や運用コストを鑑みながら、段階的に運用、コンテンツの深化へと進み、活用化を進めている。

1941年に開館した私立美術館・根津美術館（東京都港区）は、日本を中心として中国・朝鮮美術の古美術品を収蔵し、年7回の展覧会を開催する美術館である。本美術館の事例をとりあげ、認知・誘客のツールとしてもデジタルメディア活用の現状や課題を述べる。大型予算を組むことのできる国公立博物館ではない私立美術館、しかも作品の性質上、きわめて短期間の展覧会を多数開催する古美術の美術館において、デジタルメディアの有用性や特異性、制作段階での現実的問題あるいはまた限界を検討する材料となれば幸いである。

1. 美術館のデジタルフェイスーホームページ

根津美術館では、2009年10月の新創開館を機に内容を再検討し、従来のホームページを大幅に刷新した。改善のポイントは、美術館のアイデンティティやアップデートした情報を、いかにわかりやすく、魅力的に伝え、それにより美術館を認知させ、実際に誘客に結び付けるか、という目標を明確に立てることにある。それは、美術館の規模や展覧会の頻度、それに伴うコンテンツ更新の作業にかかる労力や時間を考慮しながら、“魅力的なコンテンツ”と考えられる多彩なアイディアのなかから優先順位をつけ、それらをどの程度の深

さの内容で継続できるかを考えることである。多すぎるコンテンツは、発信したい館のメッセージの軸を失うことになりかねないし、またコンテンツすべてを常に魅力的で、一定の深度に保つためには、相応の努力が必要となるからである。

この方針に沿って数社によるコンセプトやデザインのコンペを行い、デジタルコンテンツを編集・デザインする企業を決定した。学芸部での検討、デザイン変更を加えた結果、基本方針として、シンプルな画面構成でファーストスクリーンでのビジュアル性を重視し、内容としては、展覧会、関連イベント、刊行物、ミュージアムショップやNEZUCAFÉの新商品を含めた情報を、展覧会ごとに更新することとした。古美術愛好者の大半が中高年層であることを考慮した、見やすさ、読みやすさはなにより重要である。また根津美術館の場合は、その立地から、来館者の7～10%が外国人であるため、国内外からアクセスする外国人に対し、“外国人に対する配慮（具体的には、英文による表示や解説）を行っている美術館である”ことを伝えられるよう、全コンテンツの英訳によるバイリンガル化を行うこととした。

根津美術館のホームページの閲覧回数は、2012年度の63万回から2013年3月末現在の年間75万回へと増加しており、これによれば、美術館認知度アップのツールとして定着し、一定の成果があることが認められる。

また、英文化は、翻訳者から出された原稿を仔細に校正する段階で学芸員のかなりの労力を必要とするものであるが、こうした努力の効果は、ここ1～2年、在日大使館や在日企業関係者のみならず、海外からのツーリストや在日外国人の家族来館者のアップに繋がっていると思われる。

美術館ホームページは、美術館のデジタルフェイスであるばかりでない。東京の小さな私立美術館の存在が、グローバルな座標の上に置かれることを意味する。次項に述べる



図1 根津美術館のホームページとウェブアプリのURL、ホームページのトップページ

ウェブアプリやツイッターといった新たなメディアを採用するとしても、ホームページは、美術館のインターネット情報発信の基幹と位置づけられる。

2. 美術館の今を手許に届ける—ウェブアプリ

2011年秋、スマートフォンおよびiPhone対応のウェブアプリの送信を開始した。かねてよりiPhoneメディアに関心はあったが、メインターゲットである中高年齢層へのiPhoneの浸透や使用法の状況を観察していたというのが実情である。2011年になり、同一コンテンツを、スマートフォン市場のみならずiPhoneにも掲載することのできるウェブアプリのシステムが整ったことを機会に、低コストで広く美術館情報を発信できるチャンネルとして、またこれまでに以上に若年層でのファン獲得を狙う目的から、運用に踏み切ることとなった。

内容は、ホームページのコンテンツをもとに、さらにウェブのみで展開するオリジナルプログラムとして、インタビュー動画（館長・根津公一の5話、建築家・隈研吾氏の6話、それぞれ英訳字幕付）、360度パノラマ画像による施設紹介（美術館施設と庭園の360度写真により、規模や雰囲気をみせる）、館蔵作品のデジタル・ギャラリー（代表作品の画像と作品解説、高画質画像を使用することで細部を拡大してみることができる）を組み込んだもので、プログラムの大半にあたる展覧会やショップなどの情報は、やはり年7回の展覧会毎に更新する。なお、同時に運用を開始したツイッターとフェイスブックは、基本的にこのニュースのテキストや画像を加工したものである。

スマートフォンやiPhoneのメディアで期待されるコンテンツのひとつが〈ニュース性〉であることはいうまでもない。それゆえ、ここでも展覧会、庭園、ショップ、刊行物、混雑状況、休館情報などの“美術館の今”を、和文・英文の2か国語でアップする。皇室や各国要人の来館ニュースは、画像を添えて即日掲載することで、美術館のイメージアップ、展覧会の認知度アップにつなげたいところである。

ウェブへの加工は専門業者に依頼するが、そのためのテキストや画像は、やはり館員が準備することになる。前述したホームページとの関連を含め、各メディアのチャンネルで扱う情報の選択やボリュームを設定し、作業の単純化や効率化を図ることが重要である。また、ニュースの内容は、あらかじめ用意できるテキストを準備したり、想定できる内容をリストにしておくと、時期や状況をみて発信する際に便利である。ニュースはそれぞれのメディアの閲覧者の好奇心に応えるという以前に、的確で役立つ情報を提供することであり、その有用性からリピーター、そして固定ファンへ繋がるよう更新性を重視し、継続可能なペースを維持することが肝要である。

3. 「個」と美術館をつなぐ多様な関係

— NEZUNETと根津倶楽部

2009年10月、ホームページの改装と同時に、美術館情報を定期的に送信するメルリスト「NEZUNET」の募集を開始した。会員（入会金は無料）向けの限定情報を含めた展覧会情報を適宜送信（昨年度は号外を含め11回）し、美術館や展覧会をリマインドするものである。無料ということもあり、ホームページを通し、加入者は着実に増えている。2012年度に750名余が増加したことで、2013年3月末現在約3500名が加入する。

一方、もうひとつの「根津倶楽部」は、有料の会員組織である。この申込みは、美術館に来館して行うものである。従来この組織は、年会費3,000円で入会すると、「会員証」を提示することで会員と同伴1名の入館料が割引となり、ミュージアムショップでの購入も割引になるものであったが、高額になってでも〈年間パス〉のような特典が欲しいとの声が寄せられたことで、2012年7月より入会費3,000円＋年会費8,000円にて、会員証提示で何度でも入館無料、ショップでの購入に1割引の特典を提供する組織に改めた。予想以上に旧会員からの移行や新会員の加入があり、現在も会員数は着実に増加傾向にある。

生活の一部に美術を楽しもうとする人々が、各自のライフスタイルや価値観に基づき、生活の中にどのように〈美術館へ行くこと〉を位置づけるか、またどのようなチャンネルから情報を得るか、そして美術館はどのようなチャンネルを設けることが有効なのか。「NEZUNET」と「根津倶楽部」は、それぞれのニーズと対価を検討した結果として、双方ともに一定の成果を挙げたプロジェクトといえる。その一方で、今回の発表では詳しくはとりあげなかったが、ポスターやチラシといった紙媒体による訴求戦略が重要であることはいうまでもない。近年、美術館が行ったアンケートによれば、講演会参加者（往復はがきによる申し込み制の講演会なので、積極的な愛好者といえる）が情報源としてあげたメディアは、ホームページがチラシをわずかに上回るとはいえ、両者がほぼ二分する結果であった。

4. コレクション情報の開示—文化遺産オンライン

文化庁が平成20年に公式公開した「文化遺産オンライン」は、国宝・重要文化財・重要美術品を中心とする文化財を検索、解説を読み、またその所蔵先情報を得ることのできるサイトである。コレクションから美術館へというルートで、研究者や愛好者に、美術館コレクションや活動の情報を提供するメディアとして有効と考え、2012年、根津美術館も参加した。本オンラインには、2013年3月末現在、約11万件の文化財が登録されている（うち根津美術館の登録件数は、国宝7、重要文化財87、有用美術品94、計188件）。しかし、オンラインに掲載される作品数が、文化財全体を

網羅する、あるいは全容を把握するほどのレベルに至っていないのが現状といわねばならない。

2012年9月、国立新美術館にて、全国美術館会議 情報・資料研究部会 企画ワークショップ「所蔵作品情報の発信—《文化遺産オンライン》による実践」が開催された^(注1)。このワークショップへの応募者が少なかったことからわかるように、博物館・美術館側の本プロジェクトに対する認知度はまだ低い。このプロジェクトのコンセプトや展望がみえないことも、参加を躊躇させる原因となっているといえよう。ただ根津美術館の場合は、こうした機会を、館内に集積されていた情報を更新し、整理するチャンスと考えた。国レベルでのこうした事業が必要であることはいうまでもなく、文化庁が長期的展望と目標をもってこのプロジェクトを継続し、充実化の方向性を示すことが望まれる。



図2 文化遺産オンライン トップページ

5. 美術館同士をつなぐ新たな試み— CountArt

2012年6月、森美術館（東京都港区）^(注2) は自館のみならず美術館業界の活性化を目的として、iPhone、iPad対応のアプリ「CountArt」の運営を開始した。これは本企画に参加しているいずれかの美術館のエリア内でこのアプリに“Check in”すると、自動的に抽選が行われ、当選した者には、参加する他の館の招待券やグッズが郵送される、ゲーム感覚を取り入れたシステムである。根津美術館ははじめ19館が参加している（2013年3月末現在）。

博物館・美術館同士の協同プロジェクトには、共通チケット、相互割引の特典、スタンプラリー、周遊パスなどがあるが、デジタルを広報活動の中核メディアに据える現代美術分野の森美術館が、技術を駆使した連携プロジェクトをたちあげた意義は大きい。本業界の牽引役がやはり現代美術分野にあることを改めて認識させられる。



図3 CountArt 森美術館公式ページより

6. 何のためにデジタルメディアを使うのか

前項までに述べたように、根津美術館は、自館ならではの独自のネットワークや会員組織作り、そして業界上での縦軸・横軸のつながりを活用した連携プロジェクトを行っている。

第3項では、広報活動においてデジタルと非デジタルの広報宣伝活動が、現段階においては、車の両輪のように重要であることを述べた。いいかえるならば、インターネットを駆使する活動が美術館の存在を国際的座標の上に置く一方で、ポスターやチラシを近隣の商店や団体に手渡しで届け、彼らからの生の声を聞くコミュニケーションや、美術館が所属する港区ミュージアム・ネットワークという地域コミュニティのプログラムに参画するといった、ローカル文化施設としての活動が重要であるということである。重要なことは、美術館の特色をどのように認識し、国際性と地域性といった両軸がつくる座標の上で、どのようなメディアの活用がふさわしく、効果的であるかを検討する、俯瞰的な視点をもつことではないだろうか。検討の結果、有効と考えられる戦略を採用し、優先順位の低い、あるいは現実的に難しいと判断されるメディアやチャンネルは使わないという決断をしなければならない。

最後に述べておきたいことは、美術館において、デジタルをはじめとする伝達ツールを使う究極の目的が、美術作品と人との“一期一会の出会い” いいかえれば“美的体験”を実現させることを目指している、ということである。美しく再現されたデジタル画像を使ったコンテンツ教育・普及効果はきわめて高いが、それによって作品を“見た”気にはしてはならない。デジタルでどのような作品であるかを

示しつつも、唯一無二である美術作品の存在には代えられないことを知らせてはならないのである。このことが、高性能なデジタル技術を扱う美術館が注意すべき点である。

この点について根津美術館はリニューアルによる新たな施設に助けを得たといえるかもしれない。すなわち、美術館という建築物（設計：隈研吾氏）や広大な日本庭園が、この場に来なければ体験することのできないサイト・スペシフィックな“作品”であり、この環境のなかで古美術を鑑賞する、唯一無二の美的体験のすばらしさを伝えることである。作品の中に来館者自身を組み込むという、非日常かつ美的好奇心を刺激する体験の機会を、美術館という場は提供する、という考え方である。



図4 根津美術館
正門と美術館玄関をつなぐ石畳のアプローチ。街の喧騒を離れ、美術品を鑑賞するモードへと気持ちを転換させる装置となる。

(注1) 本ワークショップの概要や報告については、川口雅子「ワークショップ『所蔵作品情報の発信—《文化遺産オンライン》による実践』開催報告」http://www.zenbi.jp/data_list.php?g=17&d=50、植木啓子「所蔵作品情報の発信—《文化遺産オンライン》による実践ワークショップに参加して」『アート・ドキュメンテーション通信』85号、2012年10月 (http://www.zenbi.jp/data_list.php?g=3&d=312 に転載) を参照。

(注2) 森美術館のSNS活用状況については、西山有子「森美術館におけるSNSの有効活用」『博物館研究』Vol.48 No.8 (2013年9月) を参照されたい。

〈指定討論〉

Webでみる博物館の可能性と利用の構造

本間 浩一（慶應義塾大学 システムデザイン・マネジメント研究所 研究員）

はじめに

クリステンセンは、高品質な製品が、質は劣っても新たな特色を持つ製品の前に力を失う理由を「イノベーションのジレンマ」として示した（資料1）。既存プレーヤーはその強みを生かそうとすればするほど新しい価値を生み出す破壊的イノベーションを行えない、というジレンマである。

Webの普及によって破壊的イノベーションが行われたビジネスのひとつが旅行業界である。観光旅行の消費者と、宿泊施設・交通手段・体験／見学／鑑賞等、価値を生む最終的なオブジェクトとを結びつけるパスは過去15年ほどで様変わりした。

- ▲Web登場以前：旅行代理店がオブジェクトを標準的なパッケージにして提供
- ▲Webの普及で生じたこと：消費者が個別商材に直接アクセスして自ら組み合わせ

社会の変化を追うイノベーションは継続中であり、試行錯誤の提案の中には成功事例も出てきている（例：希少オブジェクト調達・専門ガイドによる付加価値、等の付加価値企画の立案）。

この旅行業界／商材の事例を、ミュージアム／資料に置き換えて考えたとき、いま何が起きているか、これから何が生じ得るのかを考えてみたい。

市民とミュージアムの関係の構造変化

ネットの普及によって可能になったのは市民の情報収集能力だけではない。ミュージアムも市民の動向をより容易に情報収集できるようになってきている。大量の実データに基づいて市民とミュージアムの関係を研究できる可能性が芽生えたのである。例えば、「ミュージアム」「博物館」「美術館」にどのくらい市民が関心を持っているのか、ネットで検索される回数の推移という形で過去数年間にわたって簡単に参照することができる（図1）。そして、検索回数の長期トレンドや季節変動（5月と8月のピーク）の出現等のパターンからは、ミュージアムと市民の関係の構造について既存の仮説の検証や新仮説の示唆を得られる。新たな研究アプローチの可能性が広がりつつあるのである。

さて、ミュージアムが自らのWebを立ち上げていた段階では、Webは単なる新しい広報ツールにすぎなかった。しかし、市民側がWeb空間に自らのエージェントを持つことが、市民とミュージアムの関係に構造変化を引き起こし

つつある。ブログやSNSといった新世代のツールによって市民のエージェントは質・量ともに無視することができない段階に入った。Web空間上の複数階層に出現した多数のノードにより、特定の個人と特定のミュージアムを結ぶパスの数は急激に増加している(図2)。ひとつひとつのパスの影響は小さくとも、圧倒的な数の集積による効果は、市民による博物館／資料へのアクセスと利用の形態にまで大きな変化を及ぼすのではないだろうか。筆者は、その様子を定量的に評価する試みを続けてきた(資料2)。

Web空間では、一般の市民がより簡単に参加できる各種のサービスが次々と登場している。その一つとして、キュレーションサービスと呼ばれるサービスもここ数年でユーザー数を増やしてきている(資料3)。国内の代表的な事例である『NAVER まとめ』(資料4)で作成された、ミュージアム関連の“まとめ”を見ていくと中にはきわめて多くのアクセスを短期間に集めているものも目に付く(図3)。“まとめ”が語る文脈は、市民とミュージアムの関係の構造をどのように反映しているのだろうか。引き続き研究を進めていきたい。

まとめ

ミュージアムの視点から見える“あたりまえの社会構造”が永続する保証などともどこにもない。ネットの普及や利用形態の拡張・進化は、既存の社会構造の内で生起している事象のひとつにすぎないという見方もあるだろうが、一方で、ヒトとヒト・ヒトとモノのコミュニケーション方法における量的な変化は質的な差を生み出す予感に満ちている。その差は、社会の構造の分解と再構成を促すものかもしれない。長い歴史を持つミュージアムというフォーマットに含まれる本質は、今後も時代に合わせて繰り返し実装がリニューアルされ続けることを信じたい。

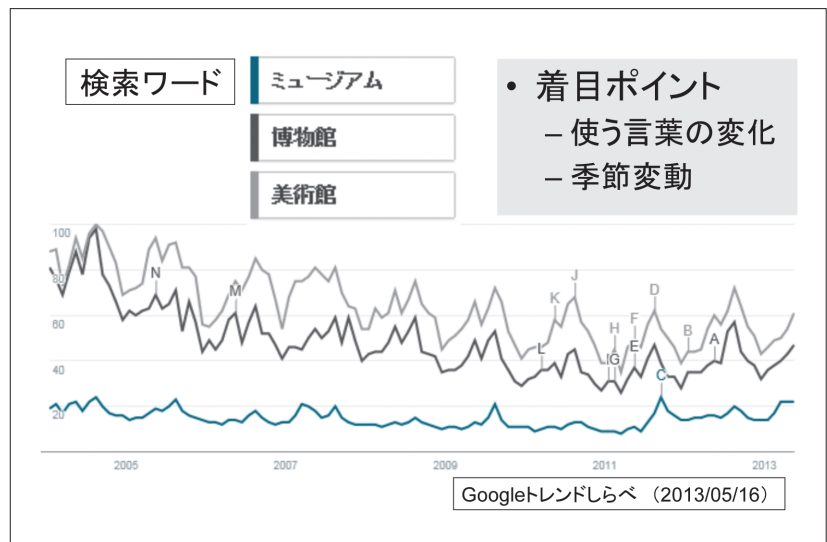


図1 ワードごとの検索回数(相対値)

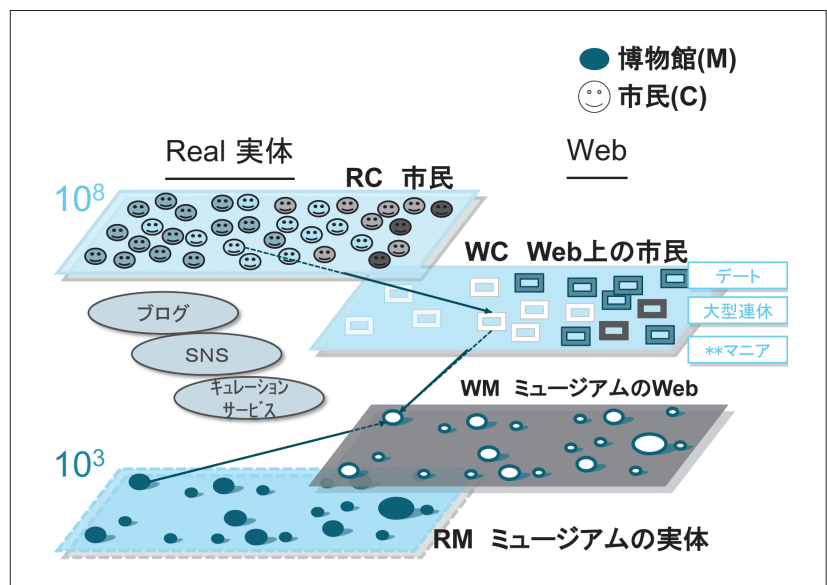


図2 市民とミュージアムのパス

・「NAVER まとめ」トピック事例

ー トピック博物館

まとめ 99件、最大ビュー 233,428view

“人混みが嫌いな人におすすめなGWの穴場スポット【関東】”

ー トピック美術館

まとめ 218件、最大ビュー 263,472view

“「詐欺だ!」「インチキ!」ツタンカーメン展に非難殺到の理由”

2013/05/26 18:31 調べ

図3 キュレーションサービス

【参考資料】

- (1) クレイトン・クリステンセン 『イノベーションのジレンマ—技術革新が巨大企業を滅ぼすとき』 玉田俊平太(監修)、伊豆原弓(翻訳) 翔泳社;増補改訂版(2001/07)
- (2) 本間浩一、西村秀和 「博物館に関心を持つ市民に関する調査手法の提案ーブログの解析ー」 『日本ミュージアム・マネジメント学会研究紀要』第15号, 2011, pp.15-24.
- (3) スティーブン・ローゼンバウム 『キュレーション 収集し、選別し、編集し、共有する技術』 監訳・解説: 田中洋、翻訳: 野田牧人 プレジデント社(2011/12/20)
- (4) Web NAVERまとめ <http://matome.naver.jp/>

〈指定討論〉

知の循環型社会における 対話型博物館機能の提案

小川 義和 (国立科学博物館 事業推進部 学習企画・調整課長)

1. 背景

2006年に改正された教育基本法において生涯学習の理念が明記され、2008年の中央教育審議会答申において、知の循環型社会の構築を目指し、自立した個人や地域社会の形成に向けた生涯学習振興の重要性が強調されている¹⁾。

第4期科学技術基本計画では、従来の政策的なサイエンスコミュニケーションから、地域に根差したサイエンスコミュニケーションを推進し、人々が対話を通じて科学技術の知識を活用できる科学リテラシーの向上を目指している。当初サイエンスコミュニケーションについては、専門家と一般の人々の間の対話のように、科学と社会を相対する関係として捉え、両者をつなぐための機能と位置づけられていた。しかし震災後の日本を考えれば、専門家と一般の人々の間をつなぐだけでは課題の解決には至らないことは明らかである。そこでは、専門家と一般の人々という対立モデルだけではなく、多様な専門家が社会を構成し、変革をもたらす²⁾ような、人々の多様性を踏まえたモデルを想定する必要がある。地域において知の循環型のシステムが機能するためには、多様な人々の対話による知の還元が求められており、それを支えるミュージアムの役割の解明と構築が必要である。

2. ミュージアムの価値

昨年度の第17回JMMA大会において「社会における

ミュージアムの価値」について、議論され、ミュージアムの文化的価値をどのように高めていくのか、が大きな課題となっている。

ミュージアムは、人類共有の財産である資料を収集保管し、将来に継承するとともに、資料に基づく調査研究を行い、これらの成果をもとにして、一般の人々に対し資料の公開・展示と関連する教育活動を営んでいる。ミュージアムは、社会の中の、社会のための文化装置であり、自ずと文化的な価値を持っている。筆者は、従来の文化的価値の議論³⁾を踏まえ、ミュージアムには、個人がミュージアムを楽しみ、知的な体験をするという個人的価値（本質的価値）、ミュージアムが貴重な標本資料を収集管理し、調査研究の成果を発信している学術的価値（組織的価値）、そして結果としてミュージアムの活動が社会、経済、文化、教育に影響を及ぼす社会的価値（手段的価値）があると考えている（スライド1）。

3. ミュージアムと社会をつなげるために

震災後の課題は、明らかに公的な機関だけでは解決することは困難で、市民一人一人の参画とそれぞれの意見に基づいた合意形成が必要である。一人一人が課題に対し、自立的に判断し、対話を通じて、合意形成し、協働して解決していく市民参画型社会が必要であろう。現代社会におけるミュージアムの位置づけを、「多様な人々の対話を促進することにより、自立した個人が地域の課題に対して協働して解決し、新しい価値を創造していく地域社会の実現に寄与する。」と仮定できる。そこで、社会におけるミュージアムの役割を考えてみよう。

NPOはボランティアや寄付によって活動が支援され、社会の課題に対し社会変革を実現することを役割としている。その過程で活動を支援したボランティア自身に市民性が育成されるというもう一つの社会的役割を見出すことができる。ミュージアムも同様に、来館する市民やボランティアによって支えられ、社会の課題に対し、解決を目指した新たな価値を創造することができる。その過程で、市民もミュージアムも共に成長し、市民と学芸員の相互理解（ML：ミュージアムリテラシー）が深まる。ミュージアムを利用する市民はミュージアムの多様な個人的価値を主張し、ミュージアムの関係者はミュージアムの学術的価値を主張する。さらに政策決定者は社会の課題を解決する社会的価値をミュージアムに求める。三つの価値を理解し、結びつけ、新たな価値創造をするミュージアムの機能が求められている（スライド2）。

ミュージアムの文化的価値

■ 学術的価値(組織的価値)

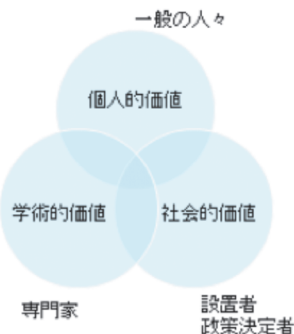
学芸員・専門家が主張する価値。
標本資料に基づく学術研究。資料は人類共有の財産。

■ 個人的価値(本質的価値)

利用者が求める価値。
資料に基づき学ぶ、個人レベルで博物館を楽しむ。楽しみ、感性的、知的な体験。

■ 社会的価値(手段的価値)

政策決定者・設置者が求める価値。
博物館活動が文化、社会、教育、経済等に影響を与える。博物館の社会的機能の充実。

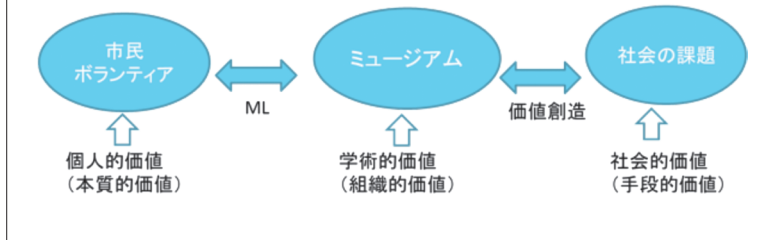


出典：小川義和・社会のためのミュージアム - 心に響く新たな表現 -
日本ミュージアム・マネージメント学会会報、17(2)、15-16、2012

スライド1 ミュージアムの文化的価値

ミュージアムの役割

出典：小川義和・公益財団法人かながわ国際交流財団フォーラム21世紀ミュージアム・サミット，2013

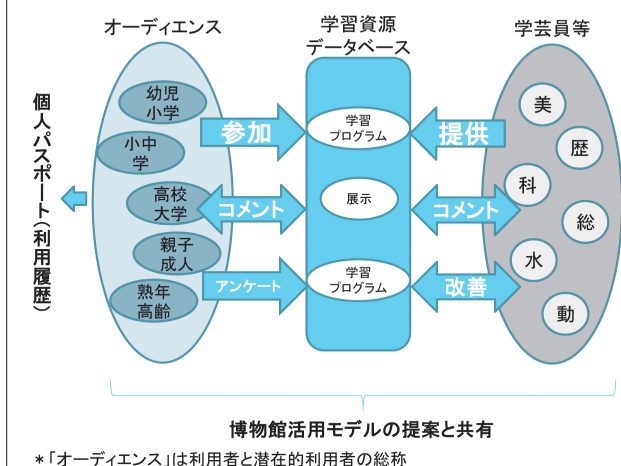


スライド2 社会におけるミュージアムの役割

4. 対話型データベースの構築

上記のような議論をもとに、筆者はオーディエンス（博物館利用者と潜在的利用者の総称）と博物館をつなぐ対話型データベースの運用を試みている。まず博物館の学習プログラムのデータベースを構築し、オーディエンスが学習プログラムを体験し、その成果を確認する「科学リテラシーパスポートβ」システムを構築した。これはオーディエンス間、学芸員間、そしてオーディエンスと学芸員の間をつなぐデータベースである。オーディエンスが自分の学習履歴を把握するとともに、博物館側が複数のオーディエンスの利用傾向を横断的に把握できる。学芸員はオーディエンスや他の学芸員からのコメントを参考に、学習プログラムの改善を行う。博物館側は、本システムを博物館活用事例のデータベースとして活用でき、オーディエンスの活用傾向を分析して、人々が求める博物館の連携、課題を抽出し、世代や館種の別に博物館活用事例を集積する。オーディエンスはそれらを共有し、次の学習への道筋を展望する（スライド3）。

対話型データベース（科学リテラシーパスポートβ）システムの概念図

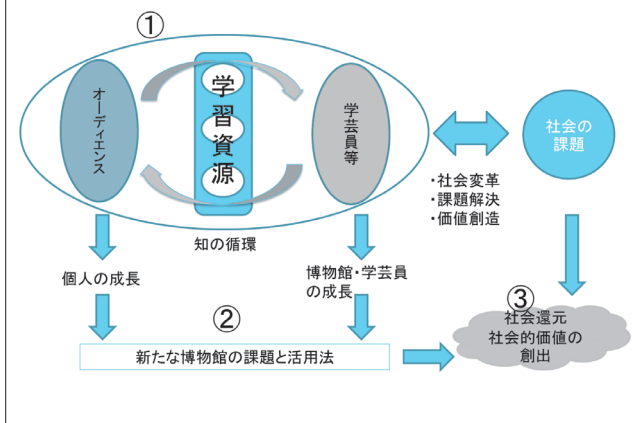


スライド3 対話型データベースシステムの概念図

本プロジェクトでは対話型データベースを活用して、①世代別・館種別等の博物館活用モデルを提示し、双方向性の博物館活用モデルの提案を行い、博物館における事業戦略に指針を提示する。②個人の成長の過程で科学リテラシーの向上を評価することで、科学リテラシーの共有を実証的に示す。③地域の課題解決のため、知の循環型社会を担うプラットフォームとしての博物館の新たな社会的機能を提案することを目的として取り組んでいく（スライド4）。現在、

科学博物館、総合博物館、美術館、動物園、水族館、歴史博物館の協力により、国内外6地区17館のネットワークが構築されている。

対話型博物館生涯学習システムの社会的効果



スライド4 本プロジェクトが目指すミュージアムの社会的役割

付記

本発表の一部は、平成24年度科学研究費補助金基盤研究(S)「知の循環型社会における対話型博物館生涯学習システムの構築に関する基礎的研究」(研究代表者：小川義和、課題番号24220013)の成果による。

【主な引用文献】

- 1) 中央教育審議会：新しい時代を切り拓く生涯学習の振興方策について～知の循環型社会の構築を目指して～（答申）、2008
- 2) 吉川弘之：社会の中の科学、社会のための科学、日本サイエンスコミュニケーション協会誌、1（1）、44-49、2012
- 3) Holden, J. "Cultural Value and the Crisis of Legitimacy: Why culture needs a democratic mandate", Demos, 2006

JMMA平成25年度（第18回）大会 基調講演およびフォーラムについて

1. 本シンポジウムのねらい：

コーディネータ 高安 礼士

今日、博物館は広く社会に浸透し、人々の余暇や学習活動に大きく寄与するようになってきました。しかしながら博物館を取り巻く環境の変化に十分に対応しているとはいえない状況が続いています。特に、経済的沈滞が地域社会にもたらした今日の博物館を取り巻く環境や情報技術の進歩によってもたらされた事態を正確に把握し、地域社会と博物館の双方が適切に対処し、自己変革して今日の新しい社会状況に適応していくための「新しいミュージアム・マネジメント」を構築していくことが課題となっています。この課題に取り組むには、グローバル時代における博物館の国際的動向はもとより、地域社会と博物館の双方の側の関与者の積極的な参画が不可欠であり、大きく変化した社会状況の中で、博物館の新しい関与者とは誰であるかを認識し直す必要があります。

これまで日本の博物館界では、古くは「博学連携」や「地域社会との連携」、最近では「大学等の研究機関との連携」「館種の異なる博物館の連携」などが言われてきましたが、社会構造の変化をもたらししている情報技術の発展にともない「博物館の利用法の多様化」「博物館連携の形態の変化」等へ

の対応、即ち「博物館の社会的役割」の変化に喫緊に対応する必要性が生じています。

これらに対応するために、博物館と博物館の専門家や研究者あるいは行政・協会・学会を「ミュージアム関与者」として置き、博物館の利用者たる地域の市民・生活者や外部利用者たる学校、大学・研究者等を「受益者」として置く構造が従来から考えられてきました。

また、これまでの博物館の「つながる仕組み」は、主として「機関」と「機関」の連携であり、博物館利用者との個別のつながりではありませんでした。博物館情報の提供についても、博物館の管理する情報データベースを一部の外部研究者に提供するもので、個別の利用者の直接的な利活用を想定するものではありませんでした。

しかし今日のデジタル技術の発達した社会においては、利用者の一人ひとりとつながったり、利用者同士がつながって学習効果を上げていくことなども可能となる状況が整ってきました。このような情報社会は、これまでの「大量生産大量消費」時代の大規模な生産システムによる「寡占的支配」による「財の提供システム」から、分散的で個別のニーズに対応する「ネットワーク型システム」が求められる時代となり、博物館利用に関しても全く同様なシステムが求められることとなりました。

今大会ではこの点に注目し、組織と組織がつながることも考慮しながらこれまで博物館に来館することのなかった「博物館非利用者」も含む「新たな博物館の社会的機能」を実現するための方策を「つながる仕組み」として考えてみようとなりました。

そこで本大会では、平成24年度大会やその後に行われた

図1 従来の社会におけるミュージアムの関係性

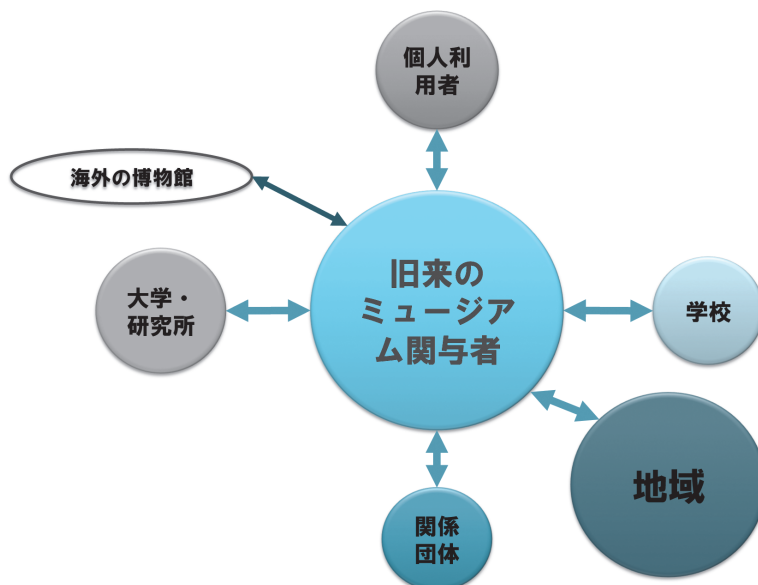
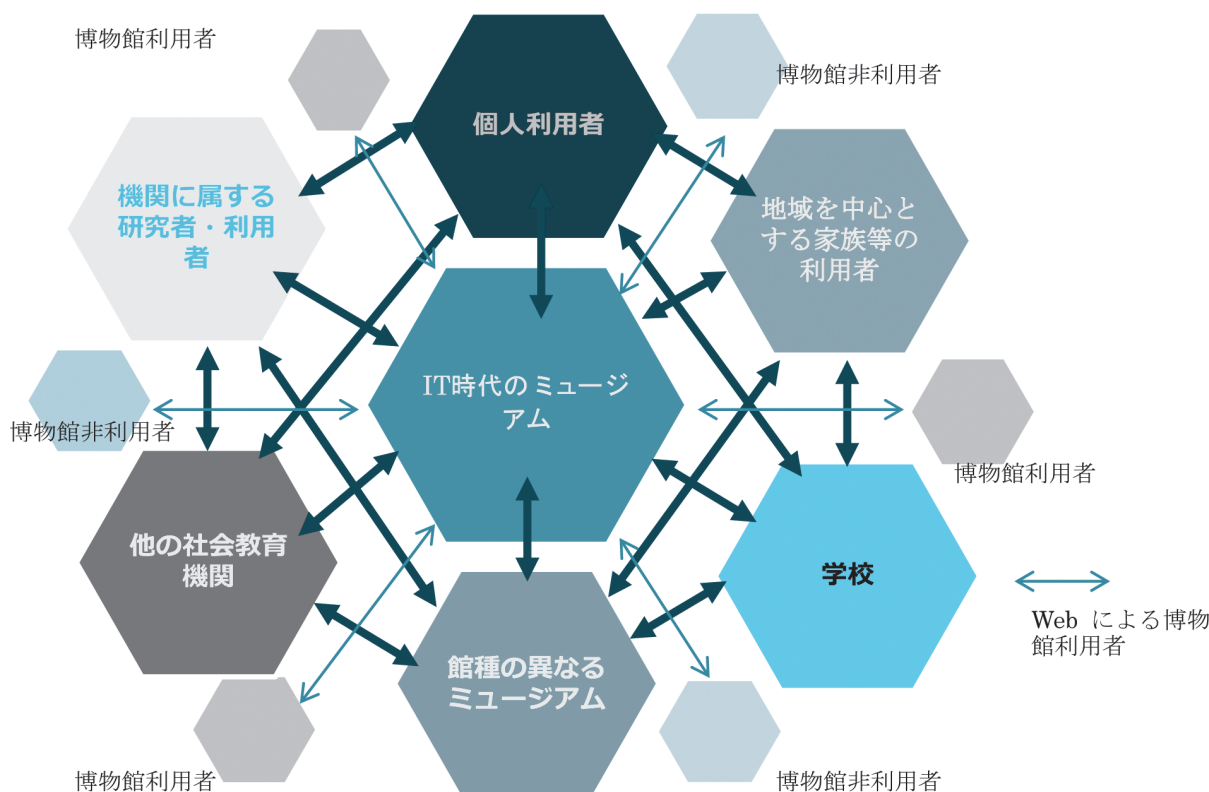


図2 デジタル社会におけるミュージアムと利用者の新しい関係性



さまざまな研究発表等における提案・議論を更に発展させ、「心に残る新たな表現」から「(今日的状況に応じた) つながる仕組み」を考えることとしました。

基調講演の小木教授には、バーチャルミュージアムにおける展示や博物館活動を地域に展開して地域の生情報と結びつける活動事例などを開発し、地域おこし等のプログラムを実施するなどの経験から、今後のミュージアムマネジメントの在り方を提言していただきます。特に、「個とつながる博物館」や「デジタル時代の社会とつながる博物館 (Museums in the digital age)」についての提言をお願いしました。

また、その後に行われるパネルディスカッション (指定討論) においては、各研究部会からの推薦された3名の方々とテーマについて特に詳しい実践者をパネリストとしてお招きし、基本的な考え方とともに具体的手法などについての提言をお願いいたしました。会場のかたがたとの議論も予定しています。

2. 特別講演

「デジタル時代の社会とつながる博物館の仕組み」

慶應義塾大学 小木 哲朗 (おぎ てつろう) 教授

3. パネルディスカッション (指定討論): パネリストの提言

(1) 佐久間大輔氏 (大阪市立自然史博物館)

「SNSで何を伝えるのか 博物館活動をネット社会に送り込むツールとしての活用」

学芸員からの提言: (フェイスブックやブログによるミュージアムとのつながりの実践と課題)

(2) 中野良一氏 (科学技術館)

「科学技術館におけるこれからのつながるミュージアムを目指して」

科学館の試み: (新たな事業形態を通して新たなつながりを模索する)

(3) 白原由起子氏 (根津美術館)

「美術館: 多様化する「個」への認知・誘客の戦略」

美術館の試み: (美術館と人々をつなぎ、誘客に結びつける私立美術館の実践)

(4) 本間浩一氏 (慶應義塾大学)

「Webでみる博物館の可能性と利用の構造」

利用者の実態と博物館利用: (これからの博物館利用の拡がり可能性を考える)

(5) 小川義和氏（国立科学博物館）

「知の循環型社会における対話型博物館機能の提案」

次世代型博物館学習のデザイン：(科学リテラシーパスポートの活用と知が循環する仕組み)

4. 討論

パネリストの方の提言の後、以下の論点整理に基づき議論を行った。

(1) 議論1

「社会とつながる博物館とはどのようなものか？」

- ・デジタル時代の博物館活動の社会的受容・活用に関する「つながるマネジメント」
- ・将来の博物館における情報技術に関する影響と課題とその対応

(2) 議論2

「個人とつながる博物館の仕組みとはどのようなものか？」

- ・地域固有の課題に対応する博物館活動への情報技術の実践的活用方策
- ・市民の情報リテラシーに関する博物館の役割と対応方策の提言

佐久間氏：

小人数しか集まらなかった講演会等でも、可能な場合には発表したスライドを「スライドシェア」に保存・公開しています。あるいは講演会などをUstream中継することもあります。博物館の中で閉じられた講演会をネットを使って社会の中にコンテンツとして提示することに他ならないと考えているからです。今日の発表も既にアップロードしていますが、レジュメより関連論部などにリンクも貼れるので情報提供には便利です。動画中継も最低限スマートフォンがあればできます。アーカイブ化すれば後になっても見られ、少人数の講演会が後に100人・1000人に伝えることができます。そういった形で博物館は良いコンテンツプロバイダーとしてうまくつながっていけるのではないのでしょうか。社会の中の博物館として価値を発揮していくためには、面白いコンテンツ・オリジナルなコンテンツをきちんと出していくことが大事だとも思います。ただ発信しているだけではだめで、うまく届けるためのいろいろな工夫が必要でしょう。残念ながら、コミュニケーションにはトラブル、「炎上」もつきものです。「炎上」した時に、慌てず対処でき自分たちの考えや主張をきちんと周囲に通じる世界を築いていると全然違います。「自分の声」を日常から出

しておくことで、誤報をされた時に自分で「違う」と発信し修正することも可能になります。そういう幅広いコミュニケーション活動が大事だと思います。情報ツールを持つておくことは必要ですが、新しければいいというのとも違います。コンテンツの中身がテクノロジーに負けてしまうと、そのテクノロジーが古びたときに悲惨なことになると思います。そしてたいていはすぐに古びます。テクノロジーがどうあれ、コンテンツの良さが勝っていれば十分通用するので、やはりコンテンツである通常の博物館活動の質のよさが大事だと思います。

司会（高安）：

博物館に係っている学芸員や利用している方々の人間としての関わりを発見することが大事だというお話があったが、中野さんと白原さんの提案は、その個人と組織の中でどういう風に仕組みを作っていくかという点で、先程の提言では言えなかった苦労やメリットをご紹介下さい。

中野氏：

科学技術館でのコンテンツは、2つに大きく分かれます。一つは展示物などの実体があるものと、もう一つは学習活動とかの活動がベースになっているものがあります。先ほど、小木先生から実物をどう見せるかという技術をご紹介いただいたが、白原先生からは「やはり本物を見てもらわないとダメですね」というお話もありました。ただ、科学館の立場から言いますと、学習活動などの実体のないものをわかってもらえるようなツールがあると良いというのが切実な願いです。というのは、我々が良いと思っても、実際外側から見るとその良さを全然わかってくれない場合もある。そういったギャップを上手く伝えてくれる仕組みがあるとすごくありがたい。個人とのつながりという意味で、SNSのようなツールがあるとすごく発展するのではないかと思います。

白原氏：

苦労という点で申しますと、Webアプリを立ち上げた時に業者さんが張り切って、「あれもやろう」「これもやろう」ということになり、様々なアイデアをもとに試作に時間を費やしたことでしょうか。アイデアのひとつは、展示会のテーマに合わせて、奈良の春日大社の鳥居から本殿に至るまでの景観を描いた「春日宮曼荼羅」を3Dで表し、あたかもこの絵の中を歩くように見せようというものでした。絵の中の境内には木が数本描かれ、それは境内の深い森を表現しているのですが、制作途中の画像を見ると、絵のとおり木を描いたため、森はおろか砂漠のような画像

になってしまい、絵の意味をまったく失っていました。こうしたコンテンツの制作には、テクノロジーとアカデミックの協同作業が必要であり、そのための時間と労力がかかること、また内容により向き・不向きがあることなどを考える機会となり、もちろんお断りしました。そして、このような番組作りに時間やコストをかけるのではなく、美術館の基本情報をいかにわかりやすく日本語と英語で出すか、また展覧会や季節に応じて多様な情報を出すことで、いかに誘客に結びつけるか、という原点に立ち返りました。結局、その時に制作したコンテンツは、館長と建築家・隈研吾さんのインタビュー動画と、グーグルのストリートビューのように美術館の中を360度撮影した画像を指で動かすことで、展示室や庭園の施設案内を見せる、というものとなりました。

司会（高安）：

スミソニアン博物館やドイツ博物館などでは、フロアマップと展示物がWeb上でも見るできるようになっていますが、日本にはフロアマップが見られる博物館がほとんどないです。今日のような話題について、小川さん、本間さんは海外の事例を調査していると思いますので、利用者につながるためにどのような仕組みやWebをどう活用しているか、また教育プログラムが海外でどういう状況にあるか、などもご紹介下さい。

小川氏：

明日、科博の松尾さんが発表する内容に近いので、明日詳しく聞いていただければと思いますが、海外の事例は色々と状況が違うので、一概に比較はできません。ヨーロッパの科学系博物館では、OSR（Open Science Resources）というプログラムをやっているようです。ヨーロッパは言語がそれぞれあるので、その多言語を結びつけ、コンテンツ同士を結び付けるということのようです。アメリカでは、ASTCという科学系の博物館のネットワークがあるのですが、そこでは科学教育として、Informal Commonsというネットワークを作って、それぞれの科学博物館の取り組みを一つのサイトとして見られるようになっている「つながり」を作っています。同じASTCでは、Exhibit Filesという学芸員がどういう苦労をしたかとか、この展示物はどういうもので出来ているかとかをサイトに載せて、他の学芸員がコメントを寄せるというサイトがあります。これらの目的は多様です。OSRの目的は、児童生徒や一般の人の博物館等の利用を促すことで、その指導者等がサイトを利用しています。Informal Commonsは、科学教育指導者同士が博物館等の教育成果や研究情報を共有するためのサイト

で、全米の科学教育コミュニティの形成・強化に貢献しています。Exhibit Filesのように学芸員相互のコミュニケーションを促し、展示をよりよくしていくことを目的としているシステムもあります。

（3）会場からのご意見・質問

【質問1】

WebやSNSを使って色々な活動ということですが、ミュージアムが持っている情報をWebという大きなものに埋め込んでしまうことによって、Web上でその情報を消費してしまって、リアルなラインにつながらないということがありますよね。たぶんもう一つ仕掛けを入れないと、リアルなところにつながらないと思います。リアルに引き込んでいく仕掛けをどういう風にお考えかということが1点と、もう1点は、私は動物園マニアですが、マニアの世界はディープな人たちがいっぱいいて、いろんなところに発信しまくっている人がいっぱいいますが、そういうことを是非活用していただければと思います。一方で、対立というものが業界によってはあるのかなと思います。動物園界では動物を展示することについての対立がありますし、今日私は会場にくる前に靖国神社の博物館に行ってきたところですが、ああいったところも右と左で対立している世界ですけれども、特定の集団を利用者として捕まえるべきというお話があったけれども、一方で逆サイドの人たちの関係ということもあるかと思いますが、そういった例があるかということも含めてご感想をお聞かせいただければと思います。

【質問2】

佐久間さん、白原さんにお伺いします。うちの館はフェイスブックを始めました。これまで入館していた幼児とその親の世代以外の来館を促すべく始めたのですが、公式フェイスブックのページに担当を何人かつけて、掲載したい内容の決裁を得る必要があります。起案から決裁がおりて掲載するまでに非常に時間がかかります。1週間位かかります。何か改善策はないかと考えています。公的機関であることの運用の難しさが、これからは身軽な運用をしたいと思っています。うちの職員はわりと古風で、個人のフェイスブックのページの個人の感想を掲載することに抵抗を感じています。私も勉強がてら始めたのですが、そういった職員にこれから時代の流れということで促していけたら良いなと思いながら話を伺いました。そのあたりの個人とオフィシャルといったことでご意見を伺えればと思います。

【質問3】

先程高安さんから「ミュージアムと利用者の新しい関係性」というネットワークの図の提案がありましたが、確かに「学校があり機関があり、他の社会教育施設がある」というネットワークがある程度出来ていると思います。一方で、ITメディアという観点からは、個人と博物館のつながりはSNSやホームページあるいはWebアプリということにつながるといえるのですが、他の一般的な博物館では、先ほど小川さんが話されているようなトラウマ状態ではないだろうか。さらに学校とのことを考えると、スカイプを使った授業がいいのではないかと私個人的には思います。そういう意味でいうと、実際今日お話を聞いてみると「社会のための」というよりも「個人」に寄っている気がします。そこで、学校とどうつながっていくのかあるいは他の社会教育施設とどうつながっていくのかなどの事例あるいは展望があればお聞かせ下さい。

【質問4】

私もSNSを利用していまして、よく愚痴を書いたり独り言を言ったりできるので、個人的には独り言ヘッダーという要素があると思います。そういう意味でSNSの良さというのは、リアルな社会で人とつながるよりも、SNSとしてのバーチャルなツールを介することで、リアルな人間関係を作りやすいという利点があります。実際、来館者からもそういった話をいただいたり、私を訪ねてこられたという実際の効果が上がった話もあります。そこでひとつ問題がありまして、SNSを活用したいのですが、上司を説得できないのです。それは、SNS上の情報発信について、リスク管理について私がうまく説明できないからです。例えば、情報発信上のルールですとか、セキュリティの関係とか、そういったところがうまく説明できないので、説得できないということがあるのですが、その辺をどうやってクリアされたか、ご説明いただければと思います。

【回答】

佐久間氏：

うちの博物館の場合は、公式ツイッターは博物館のホームページの新着情報が自動的に流れこみます。行事情報に掲載されたのも自動的に流れ込むほか、博物館の記録をのせるブログなどがあるのですが、それらの新着も自動で流れるようにしています。それだけで1日に2～3ツイートがあります。その部分はなるべく自動化しています。台風などの臨時休館等はもちろん手入力します。それから関

連学芸員がツイートしたことをリツイートするということをやりますが、公式のところはどうしても「公式」と捉えられるので、決裁はとっていませんがかなり公式な情報を流します。事前にこういった形で情報を出すからねと口頭了解でやっていくという制度にしています。Webに関しては決裁をとらないという方針です。他のプレス発表とかに準じて、公式の約束事は守るという部分を重んじてやっていて、それを決裁という形に押し込めるのではなく、館内の情報リテラシーとかインターネットのリスクとかをみんなで勉強しようね、研修しようねということも重視です。結局ヒューマンエラーの問題なので、人間に関して教育しましょう、これだけ教育して、それで責任もってやろうねということで公式は運用しています。個人の発信のほうも、基本的にダメとか決裁とかではなく、リスクをこうすれば避けられるよねということで、やります。例えば、ツイッターでツッコミがあった時にも、ツイッター上では議論しないといったことです。原則論で反駁を行うと炎上のリスクは高いので、公式アカウントからはさけた方がいいでしょう。反論するのであれば、ひと呼吸おいて、公式見解を別に書いて引いた方がいいと思います。論文を書いたり過去に書かれた論文を引用するのもいいでしょう。その方が周辺状況や背景を示せます。そこで見たものだけで判断される情緒的議論は非常に危険です。

先ほどの個人でも発信していいよ、背中を押してということでしたが、基本的に私達学芸員が発信しやすいというのは、専門によってたっているということです。これがあるからオリジナル情報を発信できる。学術的見解をあわせて発表するのが良いです。それから博物館の運用に関しても、我々は博物館学というバックグラウンドがあります。こういったことから判断しています。

司会（高安）：

江戸東京博物館でも、利用者からの質問やクレームについては1日以内に答えを出すそう。内部決裁についても、出来る範囲での決裁にして即応できる体制にしていると聞いていたが、似たような感じですね。Webの炎上も含めて、個人とリスク管理という問題もあります。

白原氏：

私どももツイッターとかフェイスブックをやっておりますが、返信はしておりません。また、館の名のもと、現段階で、個人的な感想（学芸員のつぶやき、あるいはお気に入りのようなコメント）は掲載していません。根津美術館の場合は、まずWebアプリ用のニュースを制作し、そのエッセンスをもとに短文を作りツイッターやフェイスブックで

送信しています。具体的には、事前に展覧会会期中に発信する項目をリストアップしておき、時期や状況をみながら、会場の混雑状況、刊行物の紹介、天候や開花の情報、カフェやショップの人気商品情報などをニュースにしてゆく方法です。2009年の新創開館時、ツイッターやフェイスブックにこころない批判や中傷が掲載されたことがありましたが、このことをきっかけに、美術館という存在がかかえるリスク、情報を発信することのリスクを考えながら、まずは確実なコメントを出していこうという段階にあります。

司会（高安）：

先程、特定の団体に対しても配慮が必要ではないかという質問がありましたが、その件についてはいかがですか。

佐久間氏：

ツイッターといったようなことでいうと、僕らはそこにいる研究者の考えをなるべく出すようにしています。展示には企画者の主張が絶対出ています。もちろん私たちと同じ考え方ではない人がいるというのも事実です。例えばうちの博物館でいうと、「なにわホネホネ団」という骨格標本を作るチームが非常にアクティブです。彼らの主な活動は交通事故などで犠牲となった野生哺乳動物を標本として残していること。動物を殺しているのではなく、貴重な学術標本を残す活動であり、獣医さんの監修のもとで、安全性に気を付けてやっています。この活動を紹介するときに実際やっていることをビビッドにおどろおどろしく公表する必要はなく、だけど一方でやっていることの意義をきちんと伝えることは必要です。隠れてやる必要はない。でも血みどろの画像を出す必要は全くなくて、見ている人の気持ちになって出すことが大事。いろいろな感じ方をする人たちがいることを意識した表現というのはやはり情報発信として非常に大切なところだと思います。全く情報を出さないということであれば、逆に不信感を生むことになります。全員の理解を得ることは難しいかもしれませんが、6～8割の人の理解を得ていくことが大事だと思いますし、それをサポートしてくれている人たちがたくさんいるということを把握し紹介することが、トラブル防止にもつながると思います。

司会（高安）：

先程、小川さんのほうからサイエンスコミュニケーションのお話が出ましたが、その領域内にリスクコミュニケーションという領域があります。その領域のガイドラインには、科学的（学術的）な議論の部分と価値判断をわけないとコミュニケーションが成り立たないとなっています。今、

ご説明の話は、学術的な話はきちんとすべきであるが、社会的な文脈でどちらに価値があるのかということについては、個人的な意見はあったとしてもそれを館の意見とするのはなかなか難しいということですね。それから、牧さんのご質問にあった特定の考えのある集団についてはなかなか難しいのではないかとありますが、今のリスクコミュニケーションと同じような原理をきちんと持って、学術的な議論と社会運動的な議論をきちんとわけていくことが必要ではないかなと思います。

それと、田代さんから出た、これまでやってきた連携とSNSの関係はどうなっているかというご質問ですが、これに対して何かコメントございますか。私の個人的な意見を言えば、中野さんのご発表も田代さんのご質問もどちらかというと、館の意図をどう伝えるかという立場での議論ではないかと思いましたが、いかがですか。

小川氏：

答えになるかどうかわかりませんが、私が今考えているのは、ある距離感をもって関係性を保つという考え方です。実際、今回参加していただいている地域は、親子で行けるまたは個人で行ける距離感の中で行っています。場合によっては学芸員と見知りあっている人たちが博物館を利用する、それくらいの距離感でやるのがいいのではないかと思います。わりとその中に学校の先生が入っているという可能性もある。キーパーソンを探す旅みたいですね。その人たちがどこかに旅行に行ったときに、体験した人たちが東京に来たときには、科博に来てくれるかもしれない、そういう個人的な記録を残していこうということで、個人の利用履歴やおすすめの博物館活用法を他人と共有して、体験や学んだ成果を周りの人や地元に戻元していく、そこから始めようかなと思っています。ちょっと先が長い話で、お答えになってないかもしれませんが。スケールが小さいところから始めていきたいと思っています。

5. まとめ

最後に、会場からの意見等を受け各パネリストからまとめの言葉をいただいた。

小木氏：

確かにリスクマネジメントという問題が出てきますが、それを技術や思考だけでなく、どうやって使っていっていかということが非常に重要になります。先ほど、どちらかというと組織的というお話がありましたが、個人が自由に情報発信するところが良さだと思うので、組織でそこを規制するというには反対意見ですが、あとは使う人間が

それを意識して使うことが大切です。ちょっとつぶやいたことが誰に行き着くかわからない、そこをちゃんと意識して行うことが求められます。これは大学でもよくある話で、二十歳前の学生が宴会の画像を入れてしまったりすることがあります。情報のリテラシー教育というのを大学でも最近非常に意識しています。誰でも情報発信できるので、情報発信する人が使い方を意識しながらうまくやっていくことが非常に重要なのだと思います。

佐久間氏：

今日の小木先生のお話を聞いていて、現場学芸員の皆さんはこれは現場でどう使えるか、これは昔のこの展示技術の延長線上だよなと批判しながら聴ける部分があると思います。そういう感覚をもってこういったやり口が今のテクノロジーであり得るのだと、これに関しては費用対効果がどうなのかとか、シミュレーションを自分の中で持っておくのは大切です。例えば展示をリニューアルするときに、「新しいもの」というだけで売りこんでくる業者さんとか必ずいるので、僕らはテクノロジーの背景をしまった上でそこと戦わなければならない。戦うというか、より良いモノをつくるための努力をしなくてはならない。だから、今日の小木先生のお話を自分の中でどう消化できるのか、という点がすごく大きなテーマです。消化したうえでないと使いこなせないというのがまた一方での真実で、そのための自分の視野の広さというものが必要になります。今日のSNSの話も同じ。パーソナルに、SNSを使ってみてもいいし、その流儀を吸収していくようにして、次にはそこで自分の専門バックグラウンドを社会の中にちゃんとフィードバックしていければ、そうやってステップアップして博物館情報も発信できれば、やがて博物館が「次に行きたい場所リスト」にのるかもしれない。学校で「次に使いたいリスト」にのるかもしれない。今はもしかしたら、そのリストにすら乗っていないかもしれないのが現状だと思うので、社会の中の博物館の位置をきちんと押さえ、ネット上でも存在感を発揮していくことが大事だと思っています。そのための発信力として「学芸員に自由を」を大切にということで頑張っていきたいと思っています。

中野氏：

先ほど、リスクコミュニケーションという言葉が出てきたが、我々としては深刻な問題として、例えば原子力の問題があります。これは当然、色々な方から色々な意見が出てきて、ツイッターとかをやろうとした時に、そういう問題が出てきた時にどういう風にするのか、といったことが非常に大きな障害になっていて、前に進まない部分が実は

あります。もう少しわかりやすく言いますと、科学技術館の展示の「原子力の部屋」というのは、我々が単独で作ったものではなくて、電力事業者さんから資金をいただいて作っています。当然、電力事業者さんの意見も踏まえて色々やらなくてはいけないのですが、現実問題として電力事業者さんの考えと来館者の方の意見はかなり乖離があります。それが現実問題です。そういったことをどうやって切り抜けていくかが今課題になってきています。今日色々聞かせていただいたので、また振り出しに戻って、色々考えたいと思います。

白原氏：

美術作品との出会いは、一期一会の美的体験というべきなのですが、デジタル画像やインターネットといったツールは、それにより人々が作品を見たかのように思う点で、深刻な問題をはらんでいると思います。大学生に、展覧会に出展している作品についてレポートを書かせると、美術館に行かず、デジタル画像をみて、しかもネットに掲載されている作品情報から書く学生がいます。レポートに、入館日の印を押した入館券を添付することを義務づけているという先生の話もあります。教育の現場で、こうした苦勞をしていることからわかるように、美術館における情報発信が、美術館で唯一無二の作品を見せることを目的にしている、ということを見失わないようにしたいと思います。

その一方で、私が海外の美術館に勤めていた時に企画したプロジェクトで面白かったのは、日本の絵巻物の作品を、来館者やネット利用者が、指やマウスの動きにより絵巻物の楽しみ方を疑似体験し、英訳したテキストとともに絵画を鑑賞するという、インタラクティブな動画プログラムを制作したことです。絵巻物は、日本の美術館においても全部をみせることが難しい作品です。実際には、自分の肩幅ぐらいの幅で、広げては巻き、また次の場面を広げ…というビデオテープのように楽しむものですが、展覧会場では、巻物なるべく長く広げ、来館者がその前を歩いてみてゆくということにならざるをえません。このプロジェクトで、複数の所蔵者が分蔵する断片の画像をコンピューターの中でつなげ、鑑賞者の操作によって絵巻物を展開できるようにしたことは、美術作品展示の物理的限界を超えるひとつの答として、また本来の鑑賞法を提示するという方法として、有効であったと考えています。この点において、デジタル技術やインターネットの活用は、より積極的にとりくむべき課題ではないかと思っています。

本間氏：

私は、ユーザー側視点の話をしました。東京国立博物館が4月に「大神社展」のブロッガー内覧会を企画し、私もブロッガー50人の一人として選ばれ参加してきました。専門の研究者が説明してくれる個々の資料についての詳しい話も材料にして、50人が自分なりの解釈と編集を加えて記事にしてブログに掲載しました。研究者の説明一つが50人に伝わり、再編集を経て相当な人数に伝わったと思います。こういう連携の試みにはまだまだ可能性があるのではないかと思います。例えば、この展覧会では卷子が広げて展示されていましたが、先日根津美術館にうかがった時に白原さんに巻物というのは時間の経過が巻き込まれており一部を広げながら鑑賞するものだと言われていただきました。今回の展示のように実際には扱われることはないのです。卷子というメディアの持つ鑑賞フォーマットに感銘を受けその話を知人とやりとりしたところ、後日学生がグループでサントリー美術館の「『もののあはれ』と日本の美」展にでかけて、たしかに日本の画の中の時間表現を感じたと教えてくれました。ユーザーが媒介者となって他のユーザーを触発することがありえるのです。ユーザーだからできることはまだまだあります。その視点の情報交換の活発化を博物館・美術館側も意識してケアしていただけると、一般人もミュージアムの業界の活性化に貢献できるようになるのではないかなと思います。

小川氏：

皆さんのお話を聞いて、これから私も色々なSNSを使おうと思いました。色々とお話いただき、ありがとうございました。先ほど、リアリティとバーチャルの話がでしたが、両者間には連続性があり、その度合いだと思います。例えば自然史系の博物館では、自然の中から取りだしてきた実物または実物に近いものが、あるストーリーに従って展示されております。模型や写真と比較するとリアリティは高いですが、自然の状態に比較するとリアリティは低いです。標本資料が無く、写真や動画になるとさらにリアリティから離れていきます。ですので、色々な媒体を使うということはいいことだと思いますが、結局はどうやって最終的なリアルな部分にいきつくかといういくつかの入口を我々が探していく必要があるかなと思います。その一つとして、Webを使うということもあると思います。Webという媒体を通じて様々な意見が交換されることで、資料に対して多様な解釈が生まれる。このことがよりリアルな資料・体験への入口につながる。Web上にはそのような可能性があるのではないかと感じました。従来のように学芸員がその入口を準備するだけでなく、これからは利用者側がそれ

らを提案したり発見したりできるようになると良いですね。ありがとうございました。

司会（高安）：まとめ

今大会におけるテーマが「社会のためのミュージアム—つながる仕組み—」であることから、あくまでも「社会とつながるミュージアムの姿」を見定めようとするものです。これまで言われてきた「博学連携」「博博連携」「研究機関との連携」「地域との連携」は勿論のこと、地域またはグローバルな社会的課題について「何らかのものを寄与できるミュージアム」を「つながる仕組み」から考えようと思いました。

基調講演と指定討論からさまざまなミュージアムの可能性が提案されました。それらによると、単に博物館がモノを展示し、それにまつわる情報を一方的に提供する「コントロールする時代」は終わり、市民の知的要望に応えるミュージアムのマネジメントが求められると言うことが分かりました。珍しいモノを見せる「キャビネット型ミュージアム」、自国の成り立ちを示す「体系・系統展示ミュージアム」、ミュージアムからのメッセージを議論する「フォーラムミュージアム」の時代は過去のものとなり、市民・地域の求める個別テーマに関する情報を提供する「ソーシャル・ミュージアム」「ミュージアムVer.2.0」とでもいうべきものが今後のモデルとなるであろう。

そこでは、単に学びや楽しみのためばかりではなく「直接的に社会に還元する活動」が行われることとなる。そのような、地域や人々の個別テーマに関する学習要望に応えるためには単一のミュージアムでは答えることができず、さまざまな機関と連携する情報ネットワークをもつことが不可欠となるであろう。

今後は、

- ミュージアム利用者が価値を創造する
- 統制型経営から生態系経営への変換
- 利用者同士がつながる仕組みを具備
- 博物館情報のマネー化の仕組み構築
- 開放情報とオリジナル情報の価値保全
- 最大の課題はビジョン形成と人材育成（館内のマネージメント）

等が本学会をはじめとするさまざまな機関において検討されるべきであろう、とまとめた。

INFORMATION

文献寄贈のお知らせ

- 岩波書店『吉田憲司著 文化の「肖像」ネットワーク型ミュージオロジーの試み』
- 三重県環境生活部 新博物館整備推進プロジェクトチーム『新視点 三重県の歴史』
- 明治大学学芸員養成課程『Museum Study 24号』『Museologist 28号』
- 長崎歴史文化博物館
『長崎歴史文化博物館研究紀要 第6号 2011』『長崎歴史文化博物館研究紀要 第7号 2012』
『長崎歴史文化博物館 教育実践報告書 出会いが生み出す学びのレシピ ～学校×博物館＝∞～』
- 入間市博物館『入間市博物館紀要 第10号 2013年3月』
- 大阪市立自然史博物館
『「博学連携ワークショップ～博物館と学校のよりよい関係を、聞いて話して一緒に考えよう～」報告書』
- 地域博物館活性化実行委員会『地域ミュージアムとまちづくりフォーラム報告書』
- 美濃加茂市民ミュージアム
『美濃加茂市民ミュージアム紀要 第12集 2013』
『～平成25年度の活用に向けて～ みのかも文化の森 活用の手引き・活用実践集 平成24年度版』
- 千葉県立中央博物館（一場郁夫氏）
『博学連携による博物館学習の推進に関する研究 ―博物館と学校との実質的な連携による推進体制の構築について―』

新規入会者のご紹介

【個人会員】

江藤 祐子
 蔭山 麻里子
 菊池 秀一（千葉市科学館）
 酒井 敦子（森美術館）
 辻 裕剛
 西 記代子
 額田 雅裕（和歌山市立博物館）
 原嶋 千榛
 古川 百香（清瀬市役所）
 増田 勝（東京家政学院大学）
 マントン・セラ・アン（公益財団法人 渋沢栄一記念財団）
 山崎 真理子（中野区立歴史民俗資料館）
 山田 仁美（公益財団法人 渋沢栄一記念財団）

【法人会員】

サントリーパブリシティサービス株式会社

【学生会員】

伊藤 宏（玉川大学）
 北村 大輔（慶應義塾大学）
 木下 仁瑞佳（首都大学東京大学院）
 中島 優子（日本女子大学）

（五十音順・敬称略）

日本ミュージアム・マネジメント学会
法人会員一覧（2013年9月現在）

株式会社アートプリントジャパン
 アクティオ株式会社
 公益財団法人阿蘇火山博物館久木文化財団
 株式会社江ノ島マリンコーポレーション
 カロラータ株式会社
 交通科学博物館
 佐賀県立宇宙科学館
 サントリーパブリシティサービス株式会社
 公益財団法人竹中大工道具館
 公益財団法人多摩市文化振興財団
 株式会社丹青研究所
 株式会社丹青社
 公益財団法人つくば科学万博記念財団
 東京家政学院大学
 東京家政大学 人文学部 教育福祉学科
 株式会社トータルメディア開発研究所
 内藤記念くすり博物館
 長崎歴史文化博物館
 株式会社西尾製作所
 株式会社乃村工藝社
 株式会社文化環境研究所
 ミュージアムパーク茨城県自然博物館
 UCCコーヒー博物館
 早稲田システム開発株式会社

（五十音順・敬称略）

学会活動に協賛していただいております