

MAPPs

Newsletter from MAPPS

頑張れ、ミュージアム。

No.17

2022.01



早稲田システム開発株式会社

東京都新宿区高田馬場4-40-17
TEL:03-6457-8585
<http://www.waseda.co.jp/>

CONTENTS

ミュージアムIT屋さん、現場を征く!

名作椅子のカード
北海道東川町

ミュージアムリサーチャー

おうちミュージアム
北海道博物館

ミュージアムITピック

展示シミュレーター
Virtualion

ミュージアムITピック

二つの公開機能を展覧会に。
高知県立美術館

ミュージアムITピック

ジャパンサーチ連携
大阪市立東洋陶磁美術館

お知らせ

I.B.MUSEUM SaaSの
全面リニューアル計画の
お知らせ

ミュージアムIT屋さん
現場を征く

さらに活気を増していた 創意と工夫の地域活動

北海道東川町 名作椅子のカード

2019年2月発行の本誌第12号でご紹介した北海道の東川町。家具づくりが盛んな町という予備知識のもとに訪れたところ、想像以上に活力ある地域活動に驚かされてから、はや3年。先ごろ再びお邪魔する機会に恵まれたのですが、さらに活気が増していました。

前回の訪問でも印象的だった、椅子研究家・織田憲嗣氏のコレクション。昨年、町が中心となり4月14日が『良い椅子の日』に制定されたのを機に存在感がアップし、毎月14日に「椅子のお話会」を開催することになったそうです。2016年から約3年間にわたり国内外より講師を招いて行っていたデザインスクールの開催が難しくなり、その後継的な役割も担うお話会は、コロナ禍のため当初は参加人数を絞ってスタート。8月からは本格的に開催告知を開始したのですが、その一環として、

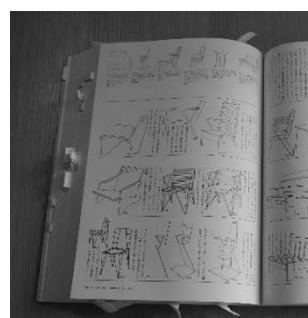
織田氏の名著『名作椅子大全』の中で織田氏ご自身が描いたイラストの原画をもとに、配布用オリジナルカードの制作を始めます。今回、その一部をいただいたのですが、これが思わずデスクに飾りたくなる見事な仕上がりのようです。

以前に東京で開催した展覧会の販売資料として作成したカードを参考にしたそうで、



厚めのスクエアな用紙にエンボス加工が施されています。郵送のほか、町内の店舗などにも置きやすいサイズ感に収めつつ、コレクターズマインドを刺激する統一感を重視しながら毎回のお話会に合わせて発行。反応は予想以上で、「過去の作品も欲しい」「全種コレクションしたい」という問い合わせが相次ぐなど、カード自体が「14日は椅子の日」を啓蒙するコンテンツへと成長中。東京をはじめ遠方のインテリアファンへのアピール材料ともなっているようです。

この秋からは旭川家具組合とのコラボ展示も開始。今後の展開が楽しみです。



2007年刊行の大労作『名作椅子大全』掲載のイラスト原画を活用。季節に合わせてカードの色を選ぶなど、制作者側も楽しみながら作っているそうです。



「全国のおうちに届け！」 学芸員の想いから始まった一大ムーブメント おうちミュージアム

北海道博物館

「ミュージアム関係者の間なら知らない人はいないのではないか」という評価が大げさに聞こえないほど、ちょっとしたブームとなった『おうちミュージアム』。その波及ぶりたるやまさに全国的で、コロナ禍の外出自粛で萎縮しがちの私たちを元気づけてくれました。

全国の博物館のみならず、一般の方々がミュージアムの楽しさを再発見する機会ともなった、ゆるやかなコラボ運動。今回は、発案者である北海道博物館の渋谷美月さんのご協力のもと、実際の資料をひもときながらここまでを改めて振り返ってみましょう。



自由参加だからこそ ポイントを押さえた 企画力

2020年2月末、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、全国の小中学校は臨時休校を余儀なくされました。家に閉じこもらざるを得なくなった当の子どもたちだけでなく、突如として学校に通わせることができなくなって動揺する家族のためにも、自宅で楽しく学べるアイデアを提供できないか。そんな想いから、北海道博物館が始めたのが『おうちミュージアム』と名付けられた取り組みでした。

ミュージアムならではの創意と工夫を活かして社会貢献を果たす姿勢に共感した全国の各館の参加によって、あっという間に全国へ。大きなポイントとなったのは、ゆるいながらも当初から明確な枠組みが決められていた点でした。参加自由の内容自由といった印象ですが、実はひとつの企画として成立するように綿密な作り込みがあったわけですね。ルールは、以下の3つでした。

1. 共通の企画名とロゴマークを使用すること
2. 情報を集約すること
3. 参加館のハードルを下げること

多数の館が自由行動的に参加するとなると、まとまりを欠きやすくなります。また、コンテンツの内容だけでなくネット公開の場所も方法も任意ですので、閲覧者に対してそれらが「同じ枠組み」の中にあることを伝えるにだけでなく、もしかしたらサイト上で見つけてもらうことすらできないかもしれません。そこで用意されたのが、全国共通の企画名とロゴマーク。さらにはSNSの文化であるハッシュタグを活用し、別の館のコンテンツでも見た瞬間にピンと来る仕組みへと仕上げられました。

まったく別々に動いているのに「同一線上」にいるような印象を与えつつ、なおかつミュージアム同士も互いに刺激を与え合えるという、実によくできた鮮やかな仕掛けが施されたおうちミュージアム。開始早々に大評判となったのはご存知の通りですが、反響が大きくなるにつれて、多様な事情で不登校や自宅学習を続けてきた子どもやその家族を勇気づけていること

が分かり、コロナ対策の枠を超えた社会的ムーブメントへと育っていきます。

北海道博物館では、自館のホームページに参加館リストを掲載しています。各館のサイトへとダイレクトに飛べるリンクが用意されていますが、参加館が増えていくと、やがて情報を一元的に集約するポータルサイトとしての役割を果たすようになります。ミュージアムにとっても事例を具体的に知ることができる参考リンク集となり、さらに参加しやすい環境が整っていきました。



アンケートから 浮かび上がる 参加意義

最近ではWEBサイトやSNSでの情報発信も活発ではあるものの、ミュージアムは伝統的に「来館してもらう」ことを重視してきた施設です。コロナ禍では館自体も臨時



休館に追い込まれましたが、それ以上に来館者の方々が身動きできない状況が続けば、存在意義に関わることもなりかねません。全国の子どもたちを、そして日本中の人々を励まそうという企画者の想いは爆発的な勢いで伝播していくことになりましたが、その半面、ミュージアム関係者をも勇気づけることになりました。

そんな状況は、2020年の7月から8月にかけて参加館に向けて実施されたアンケート調査からも垣間見えます。たとえば、なぜこの企画に参加したのかについて訊ねる項目では、実に90%近い館が主旨に共感したためと回答しています。学芸員や館職員が、いかに同じ想いを抱えていたのかが伝わってきます。

ほかにも、いくつか非常に興味深い項目が。この企画のことをどこで知ったかという問いに対しては、最も多かったのが「ネットや新聞の記事」という回答でした。これは、開始初期は企画スタートのアナウンスが、それ以降は各地での人気ぶりや盛り上がりが各種メディアで報道されていたことを意味しますので、業界内だけでなく社会的な影響力が芽ばえていたことがよく分かります。

そして、極め付きは「ほかのミュージアムのコンテンツを参考にしたか」という設問に対する回答。「とても」「多少」を合わせると、何と約9割もの館が参考にしたと答えているのです。先のリンク集などを指していると思われるが、単に参考材料としただけでなく、ほかのミュージアムが頑張っていることを知って励まされたという声も。公共施設としての役割の一部が果たせなくなる中で感染防止対策に迫られるなど、毎日が混乱状態で疲れ切っていた学芸員の気持ちをも支えていたわけですね。



爆発的な広がりから、安定成長の段階へ

ここで時系列を整理しましょう。政府が小中学校に休校を要請する方針を発表したのは、2020年2月27日のこと。北海道博物館は、そこからわずか一週間足らずの3月4日に公式サイトに専用ページを開設し、同時にプレスリリースを配信しています。翌5日には他館に参加を呼び掛けるページを増設し、さっそく協力を申し出られたデザイナーの方とロゴのさらなる改良に着手。ここから全国200館以上のミュージアムが一斉に取り組むに至るまで、期間にしてわずか約3か月というのですから驚きます。この規模の横断型プロジェクトへと発展したこと自体も素晴らしいのですが、自由参加のミュージアムイベントでこのスピード感は、おそらく異例中の異例と呼べるのではないのでしょうか。

各館が制約を受けることなく、工夫を凝らしながら取り組んで、それぞれに手応えを得たおうちミュージアム。その「成果」については本当に多様な様子で、先のアンケートにもさまざまな声が寄せられています。

たとえば、5歳の子から作品が郵送されてきたというところでは、「開館したら遊びに来てね」とお礼の返事を送ったところ、営業再開後に本当に訊ねてくれたとか。また、博物館と連携している大学では、オンライン授業の素材としておうちミュージアムのコンテンツを使ったという事例も。さらには観光系のイベントでも活用例があったようで、「いつでも、どこでも、だれでも」簡単に利用できるオンラインならではの強みが存分に発揮されています。

対外的な成果が豊かに実る一方で、館内部への好影響についても報告が。職員の間でインターネット活用に対するモチベーションやリテラシーが形成された、コミュニケーションが活発になったという声のほか、企業系のミュージアムでは他部署の社員の家族がコンテンツを楽しんだことから館に対する

理解促進に役立ったという話もありました。

表にはなかなか見えづらいですが、SNSでの大反響を見てもミュージアムにプラス方面の効果をもたらしていることは確実な情勢。こうした企画は勢いも大事ですが、長く継続していくことで波及し、深まり、定着していくのが世の常でもありますので、ぜひ安定的に成長していく姿を期待したいところですね。



おうちミュージアムのこれから

順風満帆なおうちミュージアムですが、課題もなくはありません。と言っても、この企画固有の話ではなくオンラインイベント全般に当てはまる宿命のようなものですが、たとえばコンテンツを制作するマンパワーの不足。単純なように見えて深刻で、以前なら致命的な壁ともなっていたはずの問題です。ただ、近年のサポートツールの充実もあり、経験値が上がいけば応用力が育まれ、やがては時短化や省力化が見えてくる可能性も。また、IT文化の深化によって社会全体が習熟度を増せば、自然に解決につながることも考えられます。誰もがデジタルコンテンツを手がける時代になれば、いずれは現在の「特定の誰かに負担が偏る」問題も軽減されていくかも知れません。

もうひとつの課題は、もう少し複雑な議論があるでしょう。入館料収入を重視せざるを得ない立場のミュージアムが「どこまでオンラインで公開できるのか」という問題です。これについてはさまざまな意見がありますが、概ね「広く公開すれば興味を持ってもらいやすくなる」「表に出し過ぎると来てもらえなくなる」というふたつの方向性に集約できるでしょう。オンラインでの情報提供はまさに時流である半面、実物を目の前にした感動の提供こそがミュージアムの真骨頂。両陣営に一定の説得力を感

じるものの、地域や館種、収蔵品の数や傾向など、それぞれの事情で方針が異なるかも知れません。

ほかにも課題はいくつかありますが、ここでもう一度、うちミュージアムに参加した各館の動機や動線を確認してみましょう。前述のアンケートでも「他館を参考にした」という声が多数寄せられていた通り、情報共有の場を欲しているミュージアムは、きっと想像以上に多いはず。また、前向きなコラボレーションの気運も高まっているようで、連携のアイデアも多く寄せられている様子。事実、北海道博物館では「あっちこっち湿地」という2021年の特別展に合わせて、湿地にまつわる各館のうちミュージアムをホームページで紹介中。コンテンツの相互利用は、思わぬ交流機会を呼び寄せるかもしれません。

最後に、もうひとつアンケートの声をご紹介します。うちミュージアムをコロナ禍の終息後も続けたいかという質問には、8割以上の館がポジティブな立場を堅持しています。前述の通り、うちミュージアム＝ミュージアムのオンライン活用は、さまざまな事情を背景とした不登校児童への学びやコミュニケーションの提供の契機ともなっています。それはきっと、子どもたちだけではありません。おそらくは、多様な理由でミュージアムに足を運ぶことが叶わない人々に対しても、希望や喜びをお届けする機会ともなるでしょう。

ひとりの学芸員の発案から始まり、社会現象的な盛り上がり呼び起こすに至ったうちミュージアム。非来館型サービスという新機軸を内包する力強いムーブメント、今後とも注目していきたいと思います。

うちミュージアム、やってみました。

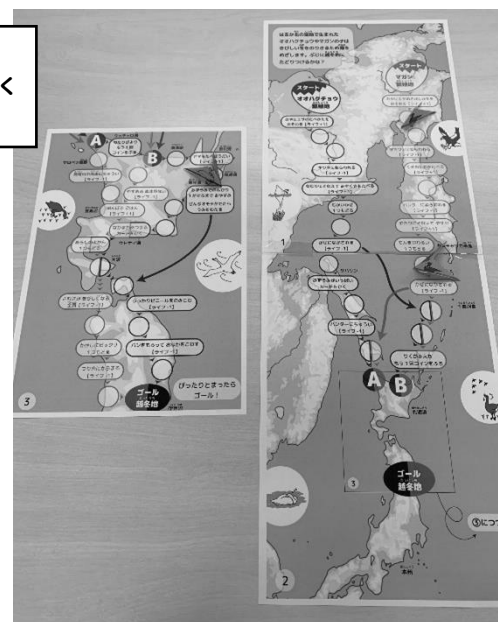


北海道博物館 第31弾
めざせ横綱! 恐竜紙ずもうを作ろう
2021年3月5日公開

オフィスにあった箱を土俵に、お馴染みのトントン相撲をやってみました。最強戦士のティラノサウルスと、鎧に覆われた草食のステゴサウルスの一騎打ちですが、ここでは後者がやすやすと勝利します。少し調べてみたら、ステゴサウルスは尾の先の4本の角を武器にしていたとの記事を見つけました。こうして見ると、割と強そうですね、ステゴサウルス。

北海道博物館 第32弾
あっちこっち湿地 わたり鳥すごろく
2021年7月31日公開

こちらは双六スタイルで渡り鳥たちの生態を学習。「ビニールをのみこむ」「ハンターにねらわれる」でライフのポイントがひとつずつ減ってしまいましたが、リアルならマイナス1どころではないでしょうね。「つり糸にかからまる」は納得としても、もらったパンでも同程度のダメージを受けるとは…。これは調べておく必要があります。



ミュージアム
ITピック理系と文系のハイブリッド！
「超新星」学生ベンチャーが示した解決策

展示シミュレーター Virtualion

多種多様な専門業者が多数存在するミュージアム周辺。毎年開催されるご存知「全国博物館大会」では、毎回10社ほどの企業がブースを出展するのが恒例となっています。展示ケースや免振装置、高精細画像ビューアやオンラインチケット発行システム…。毎年参加中の弊社としても、ふだんあまり見る機会のない専門技術の最新情報に触れるのは、この大会の大きな楽しみのひとつだったりします。

ミュージアムでの仕事は、地道でニッチな分野の業務が多いからでしょうか。出展社はどちらかと言えば業歴の長い企業が多く、ベンチャー系の若い会社は少ないように思います。これは博物館大会に限らず、博物館界全体の傾向とも感じますが、そんな中で、今年は別の場で元気いっぱい若い企業と知り合う機会に恵まれました。

若い企業どころか、代表は何と大阪大学大学院に在学中の現役の学生さん。製品は展示シミュレーターソフトで、学芸員の展示企画作業を劇的に変えるツールです。それどころか、環境次第で用途は多様。学芸員の道を目指す若者たちの学習教材に、非接触時代のミュージアムのオンライン展示に、リアルで開催した展覧会での展示内容のアーカイブ用途に…と、大きな可能性を秘めたシステムに仕上がっているのです。

その出来栄も素晴らしいのですが、代表に話をうかがうと開発の背景や想いにもアツいものがありました。というわけで、若いベンチャー企業の参入で業界全体が活気づくことへの期待も込めつつ、今回はこの注目事例をご紹介します。

開発ストーリー

「理系脳と文系脳」を併せ持つ

Z世代の社長

展示シミュレーターと同じ名前を持つVirtualion株式会社の五十里（いかり）翔吾社長は、中学生の頃から市販ゲームソフトを解析に勤んでいたという理系脳の持ち主。大阪大学大学院では基礎工学研究科に在籍し、ロボット技術の研究を進めてきたそうです。いずれは日本のモノづくりを支えるであろう前途洋々の若者ですが、実は哲学や美術にも高い関心を持つ「二刀流」の人材。それどころか、阪大では美術部の部長として展覧会開催の経験もお持ちというのですから驚きです。

今回ご紹介するVirtualionは、まさに理系脳と文系脳を併せ持つ若き秀才が手掛けた

新発想の展示シミュレーター。ちなみに、社名も製品名も「ヴァーチャリオン」と読むそうです。命名の理由は、この後に。

開発の動機は後輩想いの優しさ

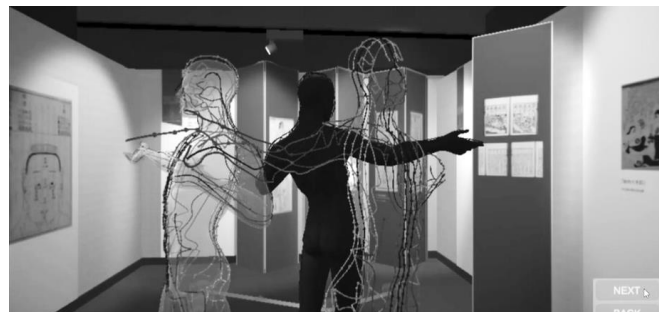
経験はなくても意欲で勝負できる学生たち。ただ、「実際に展示してみたら、机上で準備したイメージと大きく違っていた」ということもよくあるようです。もちろん、それも学生にとっては有益な経験なのですが、できれば回り道はしたくないのが人情。ならばPCで実際に近い展示空間を作り、資料の配置や照明などについて予め試行錯誤を繰り返しておけばもっとスムーズになり、確実性も増すのでは…。

Virtualionの開発背景には、五十里社長が自ら3回にわたり経験したという展覧会の準備作業がありました。リアルの設営現場で苦労した部分を事前にシミュレーションできるツールがあれば、今後、同じ轍を踏むこ

とはなくなるはず。つまり、美術部の後輩たちに快適な環境を提供したいという部長の素朴な思いやりが出発点だったわけですが、出来上がったシミュレーターはプロの学芸員が手放して絶賛するレベル。たとえば、自身が苦戦したという照明のシミュレーション法ひとつを取っても、何と（特に意識せずに！）特許技術にまで行き着いたというのですから業界各社は真っ青です。無論、弊社も。

法人設立から実践利用へ

社長自身がプログラムを書き、現行版が出来上がったのは2020年9月。完成したシステムを見て「新しいミュージアムの在り方の萌芽」と激賞した大阪大学博物館の先生の勧めもあり、大学のベンチャー支援制度を利用する形で2021年4月に会社を設立することになったそうです。社名・システム名は教授や後輩たちがアイデアを出し合って決



定したもので、バーチャル+パビリオンを意味しているそうです。ヴァーチャリオン…どこかで聞いたことがあるような言葉の響きは、社長のお名前から「五十里→いかり→礎」とかけていて、現在は会社の自己紹介時の持ちネタになっているとか。ですね(笑)。

話は前後しますが、現行版が完成した翌月、大阪大学総合学術博物館では第23回企画展『CHINA GRAPHY 日本のまなざしに映った中国』が始まりました。さっそくVirtualionの出番となり、会場の雰囲気を楽しめるオンライン展示コンテンツを試験的に公開。ここでの成功をきっかけに、国際日本文化研究センターのオンライン展示にも採用されるなど実践的な活動機会を拡大。学会での発表などを通してミュージアム周辺での認知も順調に拡大しているようですので、今後はさらに期待が高まりそうです。



システムの特徴

3つのポイント

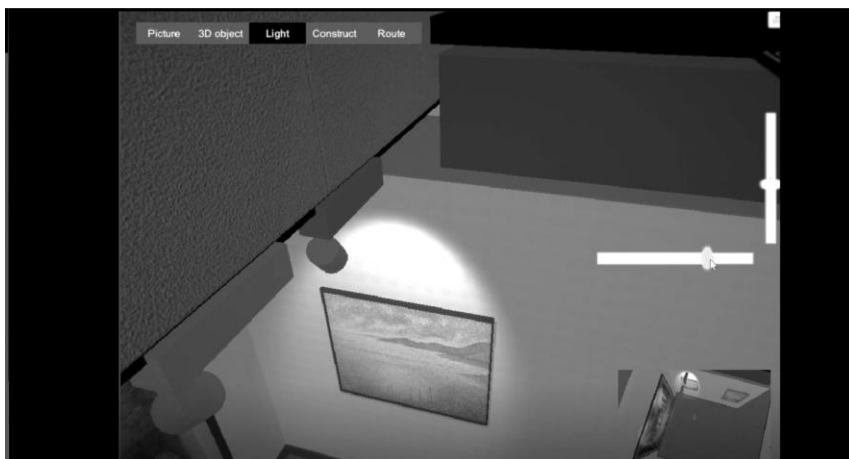
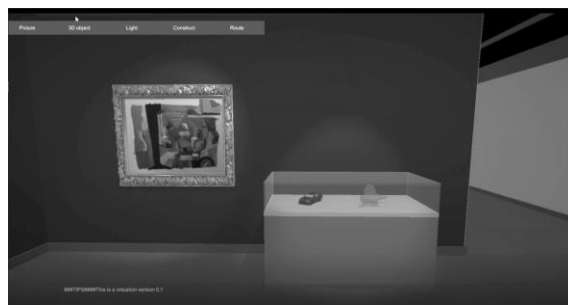
さて、誕生の経緯をざっくりとご紹介したところで、Virtualionの中身をチェックしてみましょう。大きな特徴としては、手軽な操作性と3D展示に対応したデザイン、実践的な照明・順路設定機能などが挙げられます。2次元の絵画を壁面に展示できるだけでなく、「立体物を展示ケースに入れる」といったリアルな操作も可能。展示室を3Dで再現し、順路を設定し、作品の照明を細かく調整し…と、現実の展示室での作業の前に思う存分「試行錯誤を楽しめる」わけですね。

画面の紹介

使い方は至って簡単です。バーチャルな展示空間の壁面に絵画作品を置く操作では、マウスですいすいと自在かつ直感的に動かすことが可能。実物に合わせてサイズを調整することもできます。

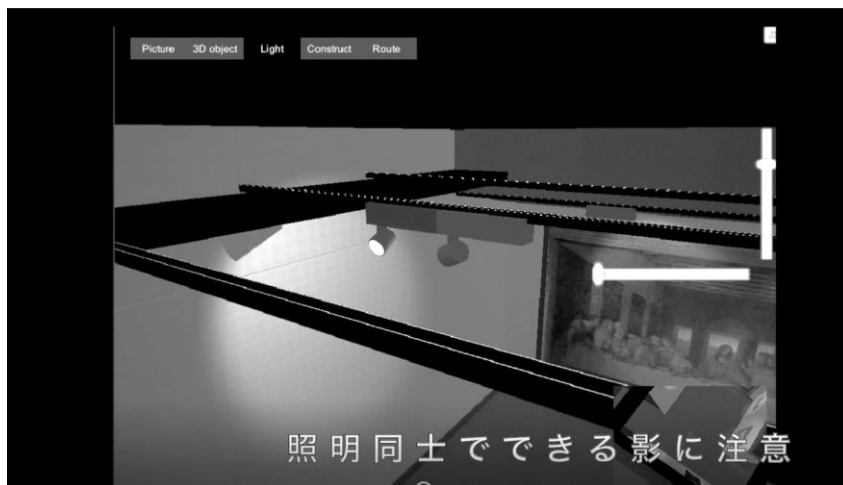


空間の中に展示ケースを設置して、立体物の資料や作品の3Dデータを並べることもできます。向きや角度も思いのまま、心ゆくまで「ベストな見せ方」にこだわる事が可能です。

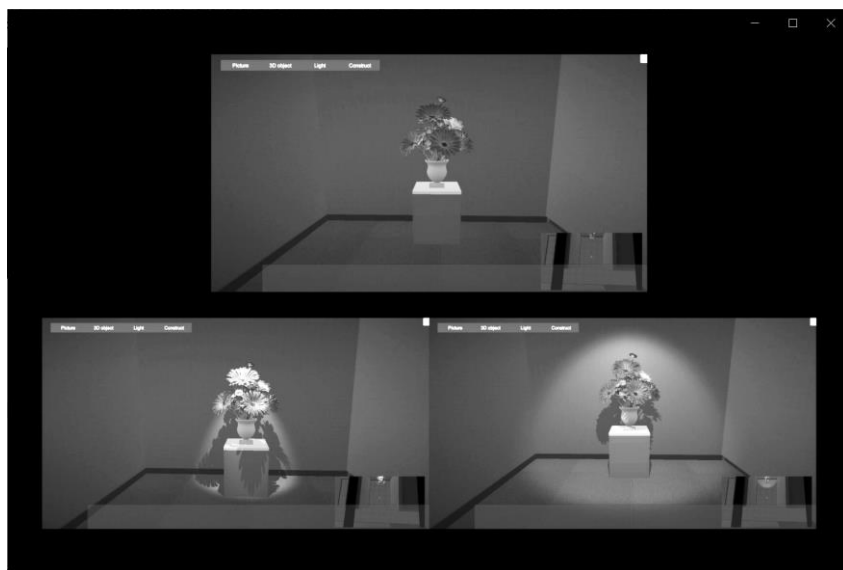


そして、大きなポイントである照明の調整。マウスを使って上下左右に角度を調整できるのですが、「どの部分を強調すべきか」「コントラストの強さは適切か」といった細かい設定を画面内で確認できるのがとにかく便利。光を広角で当てたり、照度や距離を調整したり…。ゲーム感覚と言うか、本物感覚と言うか、これは本当にすごいです。

ひとつの照明でカバーし切れない大作の場合は、複数の照明を使うことも可能。ここでも、注目すべきポイントがあります。



多数の照明を多様な角度で使用する場合、照明同士が影を作ってしまうことがありますよね。Virtualionは、こうした細部までリアルに再現してくれるので、意図しなかった「展示ミス」まで未然に防止することができるのです。



特に威力を発揮するのは、立体物への照明です。どこから光が入るとどこに影ができるのか、展示としてどう映るか、どんな印象で見えるのか。その場で議論が始まりそうなリアリティで、設営前に「結果」を出せるのですから驚きです。



まとめ

いかがでしょうか。実は、今回の取材は、とある学芸員から「今後が楽しみなツールがあるよ」と教えていただいたのがきっかけでした。展示の準備に最適なVirtualionですが、一方で展覧会の記録としても有益な情報を提供してくれることになるでしょう。特に注目したいのは、開発者が学生ということもさることながら、短期間でこれだけ「かゆいところに手が届く機能」を実現したこと。技術力も凄いのですが、それ以上に「視点の正確さ」に着目したいのです。

ミュージアムに限らず、業務用のシステム開発には発注者・使用者へのヒアリングが欠かせません。それに基づく要件定義を反復しながら全体の仕様を固めていくのがセオリーです。ところが、Virtualionを作った五十里社長は、実は「ヒアリングされる側」を経験していました。実際の展示現場で直面した困難を踏まえ、後進のための解決策として作られているのですから、「使い手に優しい仕上がり」になるのも当然なのですね。

理系脳と文系脳のハイブリッドな人材が、彼の仲間とともに作り上げた展示シミュレーターは、上手く発展すればきっとミュージアムの将来に貢献するツールになるでしょう。いきなり成果を出した超新星の学生ベンチャーに拍手を贈ると同時に、弊社も「負けていけない」と気合いを入れ直すのでした。



Virtualion株式会社
<https://virtualion.co.jp/>



限定と一般。 二つの公開機能を展覧会に活用

高知県立美術館

2021年1月16日から3月14日まで、高知県立美術館で『生誕100年 石元泰博写真展』が開催されました。この展覧会は、国際的に評価の高い写真家・石元泰博の足跡を過去最大規模で回顧するもので、東京都写真美術館および東京オペラシティアートギャラリーとの共同企画。準備にあたっては、作品を所蔵する高知県立美術館がI.B.MUSEUM SaaSの限定公開機能を活用し、各館との共同作業で臨みました。

この事例では、同時に一般公開機能を応用する形で展覧会アーカイブを制作し、オンラインで公開しています。データベース内に登録された情報をもとに、同時期に複数の用途に活用した好例ですので、ここで紹介させていただきます。



一般公開と限定公開

機能の特徴

I.B.MUSEUM SaaSは、インターネット上に資料データベースと検索ページを設置する公開機能を備えています。システムの機能の一部なので利用は無料、日常の学芸業務で蓄積する資料情報をもとにごく簡単な操作でそのまま「当館のコレクション」的なコンテンツの原稿に転用できることから、多くのミュージアムで活用事例が相次いでいます。

不特定多数のネットユーザーに資料情報の閲覧を促すための一般公開機能ですが、それとは逆に、特定少数との情報共有で使える機能もあります。2019年2月に追加で実装した限定公開機能は、あらかじめ館が指定した情報にオンラインでアクセスできるという点は一般公開機能と同様で、こちらはIDとパスワードを自由に設定することが可能。情報を共有したい相手に

だけアクセスを許可することで、データベース内の特定情報に招待するような限定的な情報共有が実現します。

二つの公開機能の長所を引き出す

今回の事例では、高知県立美術館が展覧会で連携する2館のみに対し、この限定公開機能を使つての情報公開を行いました。「一般には公開できないけれども関係者であればお見せしてよい情報」について、展覧会の準備にかかわる関係者だけの情報共有環境を構築しつつ、一般公開機能で広く情報公開中の作品ページへのリンクを展覧会のテーマごとに設置することで専用のアーカイブページまで実現。同じ作品データベース内の情報を、手間をかけずにそれぞれの用途に合わせてフル活用する形となりました。

広く多くの人々に情報を発信する一般公開機能と、限られた相手と限られた情報だけを共有する限定公開。それぞれの長所を適切に活用し、データベースの持つ力を引き出した好事例。では、それぞれの活用法について、もう少し詳しく見ていきましょう。



限定公開の活用

展覧会関係者向けデータベース

高知県立美術館が多数所蔵する石元泰博の作品をほかの2館に貸し出し、順次開催された今回の共同企画。限定公開機能は、2館が借り受ける作品を選定する際に閲覧できる限定公開ページの作成に活用されました。

同館が所蔵する石元作品は約3万5千枚にのぼりますので、展覧会のテーマに合わせて選ぶにしても、ノーヒントで自力かつ手動で探すというのは、さすがに現実的ではありません。となると、既刊の図録や写真集から選ぶか、所蔵館側に絞り込んでもらった「おすすめ」リストの提供を仰ぐか。システムを活用した今回は、主要なシリーズを「中分類」として登録していたデータベース構造を手掛かりに、シリーズごとにひもとくようにして作品を選ぶことになりました。



なぜ一般公開ではなく

「限定」公開なのか

こうした手法が使えたのは、貸出先の2館も石元作品の知識を有していたからです。データベースの情報の中には、一般公開できるレベルの精度ではないデータもありましたが、展覧会を企画できるレベルの基礎知識を持つ学芸員なら、不完全な情報も適切に判断できるはず。そんな信頼関係から、試験的な取り組みとして2館の企画担当学芸員にのみ限定公開することになったのです。ちなみに、同館では、目録作成のプロセスにも、委託先業者を対象に応用しているそうです。

限定公開の効果

データベースには作品IDや箱番号なども記録されていますので、所蔵館と貸出先の間でのコミュニケーションの際に情報が混乱する心配はありません。同じデータベースの情報をもとに会話できる分、相互の確認事務は大幅に軽減されました。

この手法は、所蔵館に思わぬ効果を生みました。というのも、これまで展示される機会が少なかった珍しい作品が多く選ばれることになったということです。前記の通り、貸し出しの際に「おすすめ」として絞り込むと、所蔵館側の視点を基準にして選定が進むことになります。その点、今回はデータベースをもとに自由に探せるスタイルを採ったため、ほぼ無名に近い作品が選ばれることもあったとか。新しい視点が、新しい価値を見出したわけです。



一般公開の活用

展覧会アーカイブへのデータベースの活用

さて、同展覧会では専用の公開ページが制作されました。『生誕100年 石元泰博

写真展 アーカイブページ』と名付けられたこのコンテンツでは、展示室内の順路をたどるように20のテーマに沿って解説を読み進めることができます。また、テーマごとに「作品を見る」というボタンが配置されていて、クリックするとそのテーマをキーワードにデータベース内を検索した結果を一覧で表示。こちらは、そのコーナーに掲出されたパネルの解説文を読んだ後に作品展示を鑑賞するような感覚ですね。

ポイントは、展覧会の情報自体はWebサイトの1ページとしてコンパクトに収められている点。工夫すれば館のホームページ内に設置することも可能な分量なので、何ページも増設するようなコストは要しません。なお、このように特定のルールで作品・資料の情報を集めたテーマ性の強いページづくりは、データベースを通じて公開されていれば応用可能です。データベース内の情報と、企

画展など一定の切り口で制作した詳細な解説や参考画像を組み合わせれば、公式サイト内の持続可能な枠組みの中での展覧会アーカイブとしてシリーズ化することもできます。



まとめ

特定の目的に即して関係者間で共有する限定公開機能、誰もが簡単にアクセスできる一般公開機能。それぞれの長所を用途に掛け合わせ、使い分けたこの事例は、スマートかつ効率的なスタイルで3館共同の大型企画を見事に成功へと導きました。目的や状況によっては想像以上に効果を発揮する好事例ですので、ぜひ情報発信のヒントとしてお役立てください。



高知県立美術館 石元泰博フォトセンター <https://iypc.moak.jp/>

特集 生誕100年 石元泰博写真展 アーカイブページ <https://iypc.moak.jp/?p=3446>

石元泰博 写真プリントデータベース <https://jmapps.ne.jp/iypc.moak/>

[illegible]



これからトライされる館の皆様へ

ジャパンサーチに読み込ませるデータのありかを伝えておけば、あとは向こうからデータの確認にやって来て、更新された情報を拾い集めて持ち帰ってくれる。さすがIT時代、実に便利ではあるのですが、見方

を変えれば設定作業は一度しかありませんので、操作に慣れて覚える機会もないということになります。しかも、ジャパンサーチとI.B.MUSEUM SaaSの両方のシステムを使うことになりますので、作業上で躓いた時、どちらのシステムの担当領域なのかを瞬時に判断することは容易ではありません。実際、大阪市立東洋陶磁美術館の巖さんも、この点ではかなりのご苦労があったようです。

双方のシステムを操作するだけでなく、質問も双方に繰り返しながらの作業では疲弊してしまいます。そこで、これから連携にチャレンジされる際は、明らかにジャパンサーチ側の機能である時を除き、ひとまず弊社がご相談を承ります。もちろん弊社で

はお答えできない場合もあるでしょうが、少なくともジャパンサーチの管理画面についての基本的な内容は理解しております。国立国会図書館のジャパンサーチ連携担当がI.B.MUSEUM SaaSの詳細をご存じとは考えにくいので、一次受付窓口はやはり弊社が務めるべきでしょう。巖さんのお話では、ジャパンサーチもデータ項目の柔軟性などかなり工夫の跡が見られるようで、「これなら少し特殊な資料をお持ちのミュージアムでも連携させることは可能だろう」とお感じになったとのこと。事実、多種多様な連携機関が続々と誕生中です。ぜひI.B.MUSEUM SaaSの連携機能をご確認いただき、参加のご検討を。



大阪市立東洋陶磁美術館収蔵品画像オープンデータ <https://websites.jmapps.ne.jp/mocoor/>

ジャパンサーチ内の大阪市立東洋陶磁美術館のページ https://jpsearch.go.jp/organization/moco_toyotoji

ジャパンサーチを使ってみました

というわけで、実際にジャパンサーチを利用して、その魅力を体験してみましょう。

ジャパンサーチには、IDの取得やログインなしでお気に入りやブックマークできる「マイノート」機能があります。また、自分だけのWeb展覧会「マイギャラリー」を楽しむことも可能。そこで、今回はお話を聞かせていただいた大阪市立東洋陶磁美術館の作品データから、マイノート&マイギャラリーを作ってみました。

まずは下の陶磁器の写真をご覧ください。繊細な絵付けが美しいもの、造形が素晴らしいもの…と個性的な作品が並んでいますね。



そこで、いくつか作品を選んで「マイノート」に登録してみましょう。操作方法は？ 何とハートマークをクリック／タップするだけ。これ以上ない簡単さです。ピンと来たものにポンポンとハートを点灯させるだけで、「カラフルな焼き物」という個人ノートの出来上がりです。選んだアイテムにメモをつけることもできます。閲覧者や来館者はもちろんですが、これなら館のスタッフも仕事に使えるそうですね。



このリストを「マイギャラリー」に展開すればさらに楽しいものになるようですので、試してみましょう。こちらでも、作成画面でタイトルやイメージ画像とともに「マイノート」に登録（インポート）するだけ。出来上がったマイギャラリーは、他の人と共有して、共同で編集することもできます。



ジャパンサーチ <https://jpsearch.go.jp/>



ちょっとお試しのつもりが、意外に熱が入ります。「次は好きな浮世絵作品のカタログを」「出張で出かけた街の風景画コレクションなども面白そう」と、しばし没頭してしまいました。

ジャパンサーチは研究用途にも最適ですが、この気軽さなら、今まで文化財や博物館とあまり接点がなかった方々も親しんでくださるデータベースに育っていくかもしれません。となれば、自館のコレクション情報をアピールできる格好の舞台。新規ファン開拓のための有力なチャンネルとして、ぜひ多数のミュージアムにご活用いただきたいものです。

I.B.MUSEUM SaaSの全面リニューアル計画が 2022年12月頃を目標に進行中

約2年の開発期間を経て、自社のパッケージソフトウェア〈I.B.MUSEUM〉をベースとしたクラウドサービスを開始したのは2010年11月のこと。翌年1月に最初のユーザをお迎えしてから400館を超えた今日まで、数えるのに苦労するほど多数の機能改善・追加を繰り返してきました。その一方、デザイン面でのご指摘をいただくことは少なく、基本的な使い勝手ほぼ不変。現在では「この画面に慣れてしまった」という方も多いようです。

しかしながら、タブレットやスマートフォンが当然となった現在は、アクセスする場所も端末も急速に多様化が進んでいます。そこで、I.B.MUSEUM SaaSでは、以下の3点を焦点とする全面リニューアルを実施する運びとなりました。

1. 作業スピードをアップ

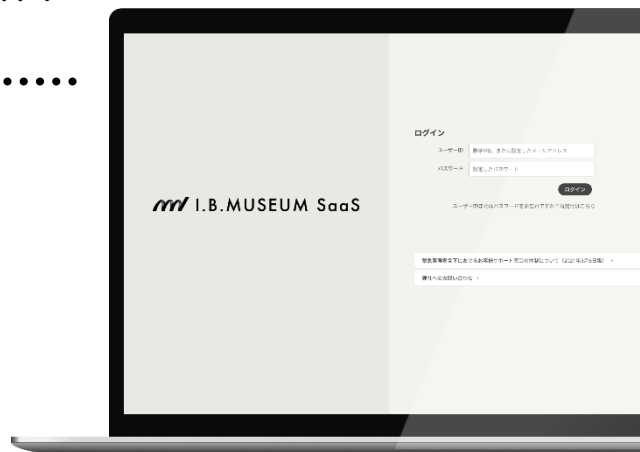
たとえば特定の資料情報を探す際、現在は概ね以下の段階を経ることになります。

①ログイン ②エントランスからシステムへ ③メニューがあるホーム画面へ ④資料検索

こうしたプロセスをもっと簡易化・時短化できないか。そんな視点から、社外専門家も交えて改善点や方向性を激論中。ユーザインターフェイスの基本部分から大幅なリニューアルを行うことになりそうです。

2. すっきり見やすく

過去10年余にわたり、時代の趨勢や皆様のご要望に合わせて多数の機能を追加してきた分、そろそろ整理整頓が必要な時期。また、開発当時と現在では、主流となるディスプレイのサイズや画面の解像度がまったく異なるため、環境によってはシステム画面を窮屈にお感じの方も多いことでしょう。そこで



今回のリニューアルでは、より効率的に、より快適な作業のための「見え方の改善」も大きなポイントに。併せて、システムのロゴも一新します。

 I.B.MUSEUM SaaS

3. デバイスを選ばない

現在のI.B.MUSEUM SaaSはスマートフォンでアクセスできますが、画面は最適化されません。拡大・縮小の操作を繰り返さなければならないのは、やはり不便。持ち歩くデバイスが定着し、収蔵庫をはじめ館内のどこにいてもデータにアクセスしたい場面が増えていることから、小さな画面でもできるだけ使いやすい環境づくりを目指します。

現在の機能は、原則としてすべて踏襲。操作プロセスの短縮などで操作感が変わった印象を受けることもあるかもしれませんが、並行運用期間を設ける予定です。リニューアル時期は、現在のところ2022年12月ごろの見込み。それまでの間、開発の進捗を随時ご報告する専用のニュースレターの発行準備を進めています。

長かった緊急事態宣言が明け、全国のミュージアムを駆け回る毎日が再開した弊社営業&サポートスタッフ。訪問先で多くの学芸員のお話をうかがうと、以前よりも「ミュージアム同士のつながり」を感じる機会が増えているように思います。民間企業で同業者と言えば「競争」を意味しますが、博物館界では「同士」。かつて、異業種からこの世界へと移った頃にも感じたことですが、このコロナ禍の2年間で互助の機運が高まっているのでしょうか。「情報やノウハウを共有したい」という意思が強まっているような気がします。

今回のMAPPS Pressでも、「館と人のネットワーク」の話題が集まる形となりました。『おうちミュージアム』では館同士が参考にし合う動きを確認できましたし、日本中のコレクションデータを横断する『ジャパンサーチ』も連携のプラットフォームですね。ともに未来へ歩んでいこうという意識が強まる風潮は心強い限りですが、弊社も負けていられません。新型コロナウイルスの感染状況に大きな動きがない限り、これからスタッフの訪問活動も本格化して参りますので、うかがう機会がございましたら何とぞよろしく願いいたします。