

お知らせ

 「ミュージアムはシステムにお金を使うべきではない」
本音で解説するガイドブック

弊社関連会社である株式会社ミュージアムメディア研究所では、「ミュージアム／文化財／史跡担当者のためのICT活用事業企画の手引」を刊行いたしました。

本書は、ミュージアムや文化財の担当者がデジタルアーカイブに取り組むための、またはICTを活用した情報発信を行うための手引書として制作した、独自編集のレポートブックです。デジタルデータではなく実物・現物を扱うミュージアムは、その成り立ちや業務内容からデジタルツールとは相性が良いとは言えませんが、デジタルベースの受発信へとシフトする社会全体に歩調を合わせる上では何が必要となるのか、どう対応すればよいのかを具体的に提言する内容となっています。

本書では、デジタルアーカイブ事業やICT活用事業を進めるための予算を上手に押さえる方法、失敗を事前に回避する方法、持続可能な事業を企画立案する方法などについて、さまざまな切り口から検証を試みました。また、執筆・編集にあたり、以下の3点には特に留意し、応用しやすい内容とすることに主眼を置いています。

1. 統計データなどを駆使しながら、各事項の背景事情までしっかりと解説しています。
2. 事業を組み立てる流れだけでなく、「予算申請の材料」という観点も重視しています。
3. 成功のポイントだけでなく、失敗を招きやすい要素にも焦点を当てています。

ミュージアムや文化財に関わる方々が、ICTを活用した情報発信に積極的に取り組める環境を得ることができれば、「ミュージアムは本当に楽しい」と思う人も増えるはず。そんな未来づくりのために、上の見出しおよに「本音」でまとめた自信作となっておりますので、ぜひご高覧ください。

本書は、ミュージアム関係者に限り、無償にてお届けしています。ご希望の方はミュージアムメディア研究所のホームページ・「REPORT」欄よりお申し込みください。

本書がわずかでもお役に立つことができるなら幸いです。

<http://www.museummedialabo.jp/>



編・集・後・記

都道府県単位の博物館職員の集まり、博物館と地元の高校、そして美術館と地元の企業。偶然なのですが、今回掲載の記事は、「つながり」というキーワードでくくることができます。そして、いずれの事例でも、1+1の「つながり」が3にも4にも成果を広げる可能性を有していることを実感します。

SNSを通じて面識のない人とつながり、簡単に人の輪が広がっていく時代。今回お伝えした「つながり」は、ただつながっているだけではなく、補完しあう関係であ

 www.facebook.com/wasedasys
早稲田システム開発株式会社

ることがポイントです。考えてみれば、企業が提携する際にもお互いの得意分野を出し合って大きな力を生むもの。一時期は「シナジー」という言葉が流行りましたが、まさに相乗効果というわけですね。

博物館も同じこと。単体では到達できない成果も、補完しある相手を見つければ、不可能ではないかも知れません。自館のポテンシャルを見つめ直しながら、潜在能力を分け合う「パートナー」を思い描いてみると、いろいろな立場の人の顔が見えてくるかも知れませんね。

MAPPS press

News Letter from MAPPS
2018.08
No.11

頑張れ、ミュージアム。



発行元:早稲田システム開発 株式会社
東京都新宿区高田馬場4丁目40番17号
TEL.03-6457-8585 FAX.03-6279-3333
www.waseda.co.jp/

CONTENTS

- 参加レポート
第57回北海道博物館大会
七飯町文化センター・スターホール
平成30年7月20日(金)~21日(土)
- ミュージアムITピック
県内の高校とのコラボレーション
-神奈川県立歴史博物館-
- ミュージアムIT屋さん、現場を往く!
地元企業協力の「フリーフライデー」
-中山道広重美術館-
- ⚙ 新機能レビュー
I.B.MUSEUM SaaS、12月実装!
待望の! 帳票レイアウト機能

□ お知らせ
刊行情報:ミュージアム／文化財／史跡担当者のための
ICT活用事業企画の手引



北海道の博物館関係者が 七飯町に大集合!

第57回北海道博物館大会
七飯町文化センター・スターホール 平成30年7月20日(金)~21日(土)



実に100名ほどの参加の中、盛大に開催された第57回北海道博物館大会。会場は函館から鉄道で20分ほどの七飯町、空路で参加された方も多いようにお見受けしました。

当日は、今年・来年と大きなイベントを控えた日本博物館協会、開館準備真っ最中の国立アイヌ民族博物館設立準備室、国立科学博物館の特別報告など、いずれも内容の濃い発表ばかり。また、今大会のテーマ「芸術に学ぶ、伝える技術－講談－」に合わせた基調講演では、講談師の宝井琴柑さんがご登壇。宝井さんは閉会後の懇親会にもご参加になり、とても和やかな雰囲気でした。

もともとお仕事を通じてのお知り合いと思われる方々、初対面の相手との名刺交換に追われる方々。どこを見ても笑顔が絶えず、北海道らしい温かみのある「人のつながり」が実感できる2日間となりました。

ミュージアムITトピック



県内の高校とのコラボレーションで「一石三鳥」を実現 高校生ナレーターの起用

神奈川県立歴史博物館



当日、博物館に集まった高校生たち。後ろ姿はごく普通の学生に見えますが、ひとたび喋りはじめると…いやはや、凄い方々でした。

長期にわたる工事休館を経て、今年4月28日に新たに開館を果たした神奈川県立歴史博物館。このタイミングで、従来型の音声ガイド専用機器から、来館者の端末に直接配信するスマートフォンアプリへの切り替えを実施。加えて、コンテンツづくりで「もうひと工夫」しているのですが、これがなかなかのアイデアなので、ご紹介いたします。

同館の音声ガイドで解説を読み上げる美声の主は、何と現役の高校生！なるほど、ナレーションは意外に難しいので、いま勉強中の学生さんたちは、まさに適任。高品質な音声データを低成本で実現できる上に、生徒さんご本人にとっては「腕試し」の場を得られる一石二鳥の試み…と思いつきや、現場で見たのは「一石三鳥」の効果でした。

「展示解説のナレーションは誰が読む？」その手があったか！と思わずヒザを打つ名案、ぜひご参考に



Ep01 音声ガイドのナレーション、多くの館が悩む課題とは？

展示ガイド用アプリ「ポケット学芸員」は、すでに全国40館近いミュージアムに導入されています。音声を配信する館も少なくないのですが、そこで使用するナレーションはどう制作しているのでしょうか。

調べてみると、多くの場合は学芸員を含む職員が読み上げていることがわかりました。典型的な理由は、「専門業者にナレーション制作を委託する予算がなかった」ため。また、開館時に導入した専用端末で配信していた音声データをそのまま「ポケット学芸員」に流

用しているケースもあります。この場合は、「昔のデータ」がない展示の解説はテキストのみ、上手く行つても画像どまりとなります。

大規模な企画展であれば、音声ガイドのためのナレーション収録を含めた制作予算が確保できることもあるでしょう。しかし、こうした特殊なケースならともかく、継続的な予算確保は難しいもの。「誰がナレーター役になるか」は意外に頭の痛い問題。音声ガイドサービス導入を検討する際のひとつつの「壁」になっていることは間違ひなさそうです。



展示室内が暗くても、音声なら展示の内容がすんなり頭に入ってくる…ですが、問題は「誰が読むのか」。これ、実はよく耳にする悩みなのです。



Ep02 とある職員が閃いた妙案、それは地元高校生たちとのコラボレーション！

この「壁」の存在は、再開館を控えた神奈川県立歴史博物館でも同じでした。再開館準備の予算にナレーション制作費を組み込むことは可能でも、年に何回かの特別展、そして企画展を開催するたびに制作費を確保することは困難。さて、どうしたものか…。「高校生ナレーター」のアイデアは、ある職員の閃きがきっかけだったそうです。

県立博物館だけに、県内の高校とのコラボレーションはよくなじみそう。収録の予算にしても、専門業者にすべて任せるとほど大掛かりにはならないはず。また、高校の放送部は文化部ながら技術を競う全国大会も開かれているので、自分たちよりもずっと上手に原

稿を読めるのでは。また、担当してくれる高校生にとっても、「多くの県民が注目する地元博物館の再オープン、そこで流れる音声ガイドに自分のナレーションが使用される」のだから、きっと嬉しく思ってくれるはず。

そんな目論見は結果的にドンピシャ。こうして、大当たりの企画が始まったのです。



Ep03 高校に直接電話してまわるのが一番早い？ いいえ、もっと早い「近道」がありました

県立の博物館の地元の高校との連携事業なら、高校に直接打診すればいい…と思いや、実はそうではありませんでした。まず、県内高校生の芸術文化活動を支援する「神奈川県高等学校文化連盟」に相談したのだ

そうです。こうした活動に積極的な学校をご存じでしょうし、どの放送部にアプローチすればよいのかもお任せできる心強い存在。段取りも実施も断然スムーズだったようです。

集まったメンバーに、博物館関係者は驚き

ます。何と、「NHK杯全国高校放送コンテスト神奈川県大会」の上位ランカーたちが集結。ふだんは互いにヨクライバルの高校生たちが、公立・私立や地区の垣根を越えて力を合わせるプロジェクトが実現したのです。



Ep04 声質、発音、抑揚…現代の高校放送部、おそるべし！

出来上がったナレーションは、想像をはるかに超える出来栄えとなりました。余裕たっぷりの落ち着いた話しぶり、きれいに聞き取りやすい発音、ほどよい抑揚…。これはもはや誰がどう聞いても「プロのアナウンサー」にしか聴こえないレベルです。彼らが高校生であることを事前に知っていても、知らなくても

(後で知っても)驚くクオリティですので、神奈川県内にお出かけの際はぜひ県立歴史博物館の館内で確認してみてください。

少し暗めの照明の中、スッと耳に入つてくる解説を聴きながら展示物を観賞する充足感。実際に展示の前で博物館の魅力を再確認するような気分を味わうことができました。

The screenshots show the app's main screen with the museum's name, a building image, and a search function. The middle screen shows a list of exhibits under the 'Architecture' category. The right screen shows a numeric keypad for dialing a phone number.



第1章 写真

> 神奈川県立歴史博物館のWebサイトへ



写真術は19世紀前半に発明され、瞬く間に全世界へ広がっていきます。日本にも幕末に渡来し、ほぼ同時発生的に長崎、横浜、函館といった開港場を中心に、その技術習得が図られました。本展冒頭で紹介した横山松三郎が象徴的のように、幕末明治の頃は、洋画と写真、石版画や錫版画などの印刷技術も含めて、西



Ep05 収録したナレーションの出来もさることながら…

この高校生ナレーションによる音声ガイドサービスは、新しくなった常設展での初お披露目により、2018年8月4日から9月30日まで開催の特別展「明治150年記念 真明解・明治美術／増殖する新メディア —神奈川県立博物館50年の精華—」でも踏襲されました。今回は、音声収録の準備風景を見学することができましたが、何よりも目を引いたのは高校生たちの「プロ意識」でした。

これからナレーションを読む展示について学芸員から説明を受けて控室に戻った彼らは、席に着くやいなや「リハーサル」を開始。大勢のアナウンサーが同じ部屋で別々の原稿を練習しているような風景は、まるで報道番組の舞台裏を見ているような気分です。真剣な表情、心地よい緊張感。ナレーションそのものだけでなく、取り組む姿勢からして「どう考えてもプロ」という彼らの姿を見て、まさに頭が下がる思いでした。

目を閉じて聞くと、本当にプロとしか思えない高校生たち。「仕事」に向かう姿勢も、こちらが見習いたくなるほどでした…。

Ep06 一石三鳥、「三羽目の鳥」とは、つまり…

そんな彼らも、原稿の前から離れれば普通の高校生です。特別展の開催に向けて準備が進む展示室内を案内され、学芸員の解説に聞き入る彼らは、展示内容に興味津々の様子。学芸員の話そのものが滅法おもしろいこともあり、「おー」と声をあげたり、食い入るように展示に見入ったりしていました。

これから自分たちが解説原稿を読む対象物ということもあるでしょうが、この日の彼らは「博物館の楽しさに気づいた」ように見えました。そのキラキラした表情を見ていると、展覧会が始まつたら、きっと仲のいい友達を連れてやってくると確信せずにはいられませ

んでした。スマホの操作を説明しながら少し誇らしげにナレーションを聞かせて、その後は一緒に展示を楽しむのだろうなあと…。

冒頭の「一石三鳥」この三羽目の鳥は、ここにいました。ナレーター本人はもちろんですが、その家族やクラスメイトたちも、きっと「博物館の魅力に気付く」というPR効果です。高品質なナレーターを確保しながら集客にもつながる、何とも素敵な事業。神奈川県立歴史博物館の皆さん、そして素晴らしいナレーションを提供してくれた高校生の皆さんに、心から拍手を贈りたいと思います。



館内にも、県内の高校の放送部員が原稿を読んでいることがしっかりと告知されています。ぜひ多くの方々に聞いて欲しいものです。



神奈川県立歴史博物館 <http://ch.kanagawa-museum.jp>

ミュージアム IT 屋さん、現場を往く！



無料なのに収入増？ 地元企業がミュージアムを支える中山道広重美術館の「フリーフライデー」



MoMAとユニクロのコラボレーションによる「ユニクロ・フリー・フライデー・ナイト」をご存じでしょうか。ニューヨークで目の当たりにした岐阜県の企業経営者は、「自分たちもこんな仕組みを作れないか」と考えます…。

中山道広重美術館では、いま、新たな試みにチャレンジしています。企業経営者たちの「地元への想い」からスタートしたこのプロジェクトは、「入場料を無料化したのに収入増加」というミラクルな導入効果を実現。博物館運営の新しい時代を予感させる好事例ということで、今回は現地を取材してきました。

1 きっかけは岐阜企業の海外視察

MoMAことニューヨーク近代美術館は、金曜日の16時から閉館時間までなら無料で入館できることをご存じでしょうか。これは、実は日本のアパレル企業「ユニクロ」がスポンサーとなって実現しているサービスなのだと。

社員研修でNYを訪れていた株式会社サラダコスモの社長は、この試みに感銘を受けます。同社は、岐阜県中津川市に本拠を置き、主に地元の農産物にまつわる事業を展開する企業。こうした仕組みをわが街でも…と、地域のミュージアムに話してみることにしたそうです。

創業60年余、もともと地域の文化に貢献することに意欲があった同社の想いと、斬新な提案内容。これに大いに共感し、実現に向けてともに動き出したのが、お隣の恵那市にある中山道広重美術館でした。

2 多数のハードルをクリアした数々の工夫とは

当時の館長は、地元企業の支援を市民に直接還元できる点を評価。とは言え、どれだけ企業と美術館が共鳴し、足並みを揃えることができるとしても、そこは公立館。当然ながら、いくつものハードルがありました。

まず、条例で定められている観覧料を無料にするという難題は、行政の理解を得ながら何

● 3コマの時間配分とスポンサー料

| | 9時30分～正午 | 正午～14時30分 | 14時30分～17時 |
|-----|----------|-----------|------------|
| 火曜日 | 50万円 | 50万円 | 50万円 |
| 水曜日 | 50万円 | 50万円 | 50万円 |
| 木曜日 | 50万円 | 50万円 | 50万円 |
| 金曜日 | 50万円 | 50万円 | 50万円 |

もうひとつ、改めて向きあうことになったのが、「ミュージアムと民間企業の関係」でした。想いがいくら通じ合っていても、公共機関であ

とかクリア。具体的には、条例に付随する規則の改正で対応したそうです。また、スポンサーに依頼する金額設定も、採算管理が求められる美術館にとってデリケートな問題でした。そこで、土日を除く営業日を対象に、1日を3コマに分けて1コマあたりの年間スポンサー料を設定。過去の実績から50万円と定めます。

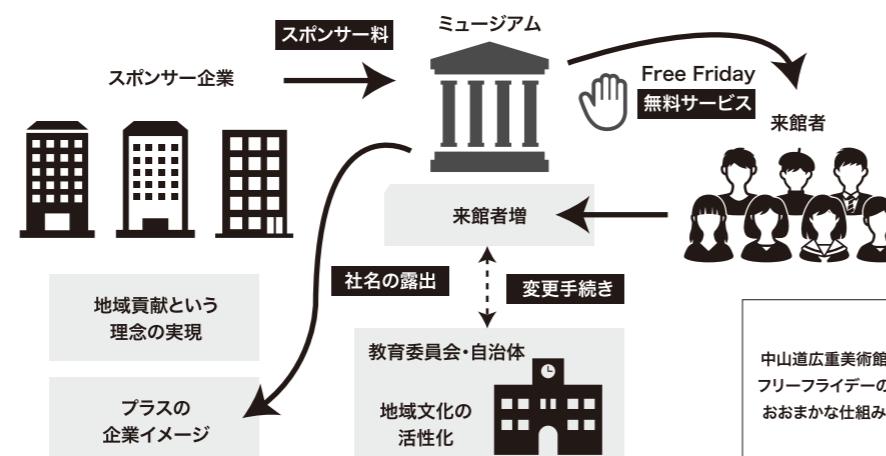
る以上は「想い」だけでパートナーを選ぶわけにはいきません。また、隣接する中津川市と言え、なぜ恵那市内の企業ではないのかという

疑問の声があがるかもしれません。

そこで、提案者であるサラダコスモ社の了解を得て、スポンサーの募集綱領を作成。すると、同社のほかに、地元・恵那市の木曽物産株式会社、株式会社銀の森コーポレーションが手をあげました。主旨に賛同した各社の協力によって、「地元3社でひとつの美術館を支える」という理想的な形態が出来上がったのです。

では、次は仕組みそのものを詳しく見て見ましょう。各ステークホルダーは何を提供し、何を得るのでしょうか。

まず、スポンサー料を負担する3社は、地元文化に貢献するという社の姿勢を明確に示すことができます。一方の美術館は、スポンサー収入分を利用者の入場料に充て、「入場無料」というサービスによって来館者の増加を期待



できます。利用者は、もちろん無料で展覧会を鑑賞できるというメリットを得ます。そして、手続き上、教育委員会や自治体が関わることになりますが、彼らは地域文化の活性化という役

割を担っているため、美術館が賑わう下地づくりはひとつの成果と見なすことができます。このように、関わる人すべてに利益をもたらすとても優れた仕組みとなったのです。

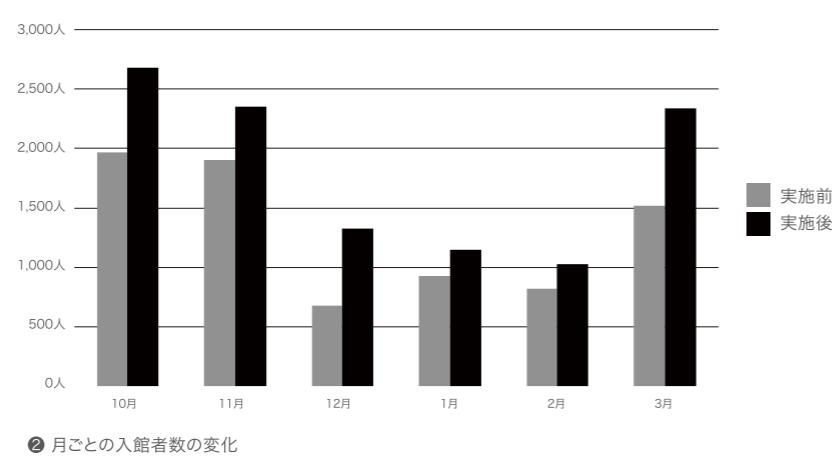
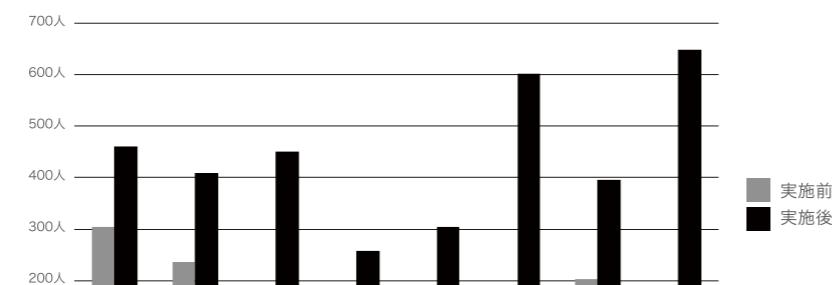
3 誰もが目を丸くするプロジェクトの成果

ミュージアムにとっては願ってもない話ですが、では実際に成果は出ているのでしょうか。ここでは、データとともに検証してみましょう。

まず、無料デーとなる金曜日に、来館者数が増えていくかどうか。制度を導入したのは平成29年10月のことですが、平成30年5月に集計された「金曜日の入館者数」は、前年比で実に2.7倍という「倍増」以上の数字を示しています。

「金曜日の入館者が増えて、それは無料だからであって、その分ほかの曜日が減ったら意味がない」という向きもあるかも知れません。というわけで、全曜日合計のデータも検証してみます。

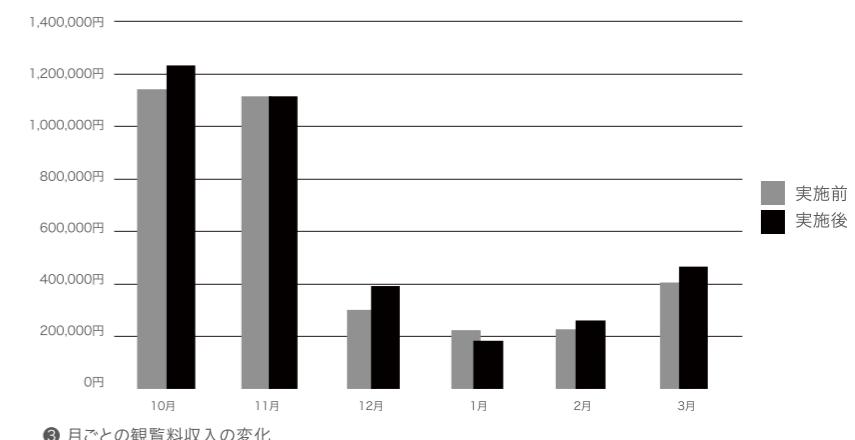
すると、驚いたことに、何と前年比で4割増という結果を弾き出していました。中山道広重美術館によれば、無料デー前日となる木曜を除き、全曜日で少しづつ増えているそうです。しかし、これはまだ序の口。サプライズはほかにもありました。



金曜は人訪れても無料。ほかの曜日は大きく増加傾向。となると入館料収入が気になるところです。

データによれば、制度実施後半年間の実績では、前年比で7%増。有料入館者が入る曜日が1日減っているにも関わらず、全体では増えているのです。加えて、スポンサー料があります。入館料収入は上がり、別途スポンサー料も入ることにより、館全体の事業採算が大きく向上することになったわけです。

これは、誰もが目を丸くする成果と言えるでしょう。献身的に努力を費やした関係者たちの歓びは、想像に難くありません。



4 取材を終えて

それでもうひとつ。金曜に訪れる来館者たちが入場無料の「浮いた分」を活用しているのでしょうか、最近は買い物をする人の姿が目立つとのこと。そう、ショップの売上まで増加傾向にあるのだそうです。

お話を伺うに、この金曜日は「初めて美術館に来た」という層がかなりいるようです。中山道広重美術館は浮世絵専門の美術館ですので、作品保護上の理由もあり、展示の入れ替えが多いという特徴があります。したがって、来館者に「来るたびに新しい発見がある」とアピールできるわけです。金曜日に魅力を知り、何度も通ううちに、ほかの曜日にも足を運ぶ…。ファンづくりにはもってこいの企画です。

本家のニューヨーク近代美術館&ユニクロでは、単なるスポンサーだけに留まることなく、さらなるコラボレーションも始まっているとか。中山道広重美術館でも、今後は浮世絵の美術館という強みを活かしたショップ展開なども視野に入ってくることになるでしょう。しかも、2020年には東京五輪があります。浮世絵は外国人にも人気ですので、さまざまな機会を通して、「自国の魅力」に気付く層の裾野はまだまだ拡大しそうです。

また、同社とともにプロジェクト実現に大きく貢献した2社にも拍手を送りたいと思います。木曽物産株式会社は、内モンゴルの天然素材をベースとした岩塩や味噌・醤油などを扱う企業で、同地の砂漠緑化のための植林プロジェクトなど社会貢献事業には非常に積極的とか。株式会社銀の森コーポレーションは、「おいしいもので人の幸せを作る」がモット

トの会長の元、自然派の業務用冷凍食品などを展開。こちらも、総合公園施設「銀の森」の運営に携わっているそうです。

サラダコスモ、木曽物産、銀の森コーポレーション。いずれも、岐阜県の経済を支えるビジョナリーカンパニー。この3社が集まることは、この「フリーフライデー」プロジェクトにとって僥倖でした。各社のWEBサイトの内容を眺めながら今回のプロジェクトの流れを整理するにつけて、企業経営の何たるかを教わる気分です。

困難を乗り越える形で設計され、着実な成果を上げている中山道広重美術館のスポンサー制度ですが、何よりの原動力、成功の秘訣は、関わる人々の想いにあります。今回の取材では、それを肌で実感することができました。こうした想いと仕組みが、ともに全国に広がっていくことを願うばかりです。

さて、今回の取材は、ミュージアムにとって

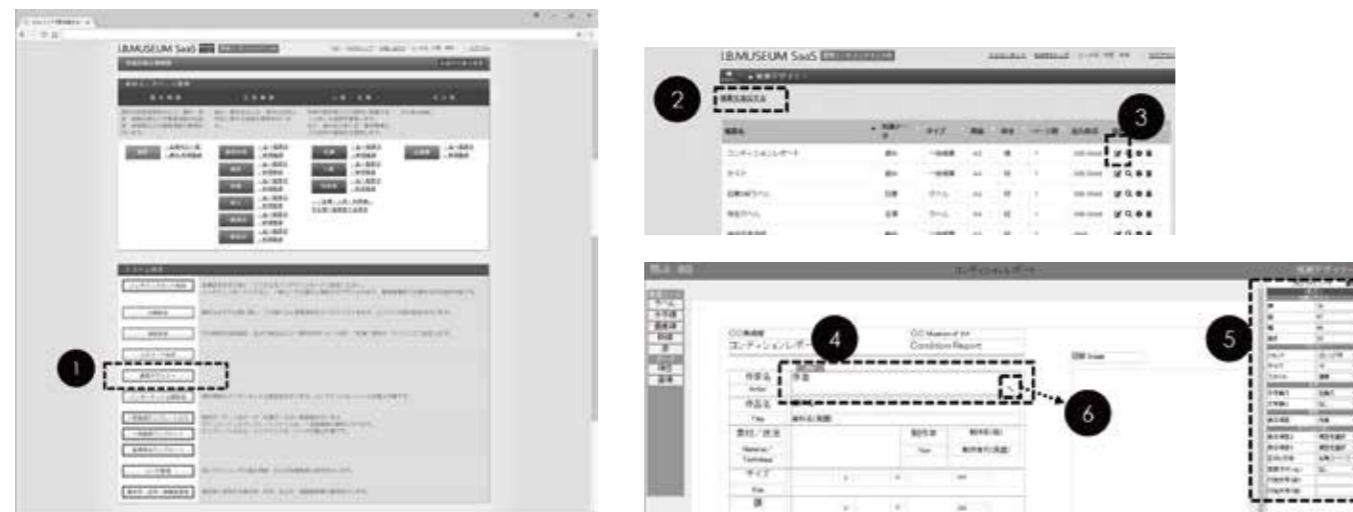
I.B.MUSEUM SaaS 新機能レビュー

ついに実装へ！館独自の文書をシステム上で作成できる 待望の！ 帳票レイアウト機能

大半が公共施設である博物館では、組織の意思決定や稟議など、いまも書類の提出を求める場面が少なくありません。これを「収蔵品管理システムから直接出力できないか」というご相談は多数いただいてきましたが、実は、I.B.MUSEUM SaaS では非常に困難でした。書式は館ごとにまったく異なるため、クラウドシステムであるI.B.MUSEUM SaaS では、個別に対応できなかったのです。

…そう、これはもう過去形です。今回、このクラウドの弱点を克服することに成功。システム上で館独自の帳票をレイアウトする機能を搭載することが可能となったのです。まもなく実装予定ですので、ここでは開発中の画面をご紹介します。

帳票レイアウトの操作はカンタン。詳細は追ってお知らせしますが、以下のようなイメージで進めます。



まずは、オリジナル帳票を作ってみましょう。トップ画面から「帳票デザイナー（仮称）」のボタンをクリック。その後は、データ項目をどこにどう配置するかを設定します。

右下の画面は、③で選んだコンディション

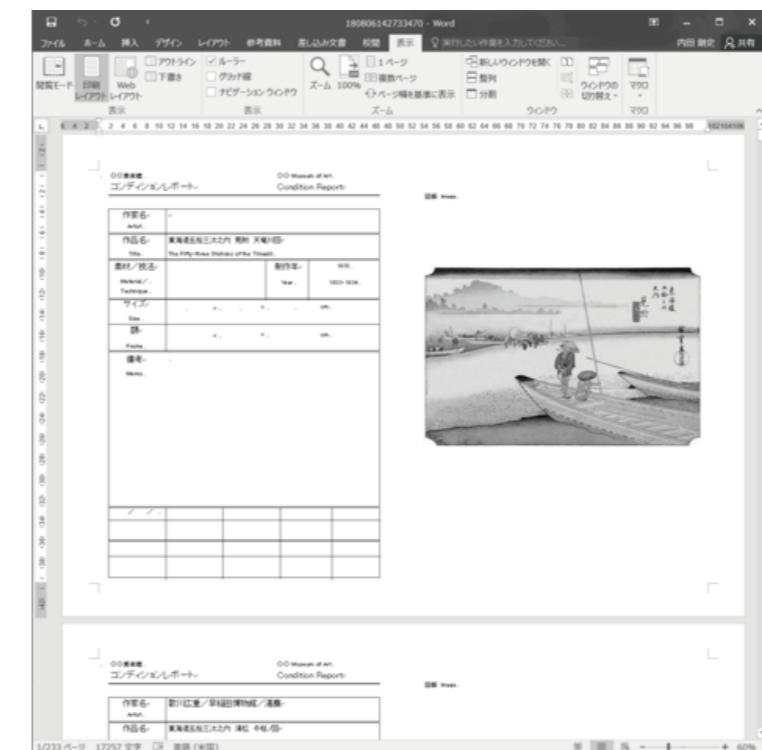
レポートの項目をレイアウトしているシーンです。⑤で位置やサイズ、フォント、文字揃えなどをひとつずつ指定し、⑥の矢印マークでその欄の大きさを変更します。

作業はさほど難しくありませんが、とは言

え、ゼロからひとつひとつ作り込むには、それなりに手間が発生します。そこで、この帳票レイアウト機能を実装する際にはいくつかのサンプルを用意し、これをアレンジする形で作業を進められる環境づくりを検討しています。

それはさておき。ここまで操作で作った帳票の書式に、コンディションレポートを出力してみます。

まず、検索結果一覧で「印刷」ボタンをクリックします。すると、印刷できる帳票のレイアウトが⑦のように一覧表示されますので、ここからコンディションレポートに当たる書式を選びます。



すると、システム上に登録されているデータが書式通りに転記され、Wordファイルとしてコンディションレポートが出力されます。書式は①～⑥の作業でいくつでも追加できますので、その後は常に⑦の出力ボタンから帳票を「選ぶだけ」というワークフローとなります。なお、掲載の画像は開発中のものですので、ぜひご期待ください。

いかがでしょうか。こちらの機能は2018年12月に実装予定。その後は、待望の「直接出力」が可能になりますので、オリジナルの帳票を作るたびにExcelなどで加工する必要はなくなります。

早めに慣れれば、年度末など、たくさんの書類作成が必要な時に役立つはず。実装時にはまた別途お知らせいたしますので、ぜひ有効にご活用ください。

実装予定は平成30年12月!
改めて告知しますので、どうぞお楽しみに!

ミュージアムITトピック～番外編～

● ● Coffee Break 取材メモ 「学芸員問答」の楽しさについて

私たちには仕事柄、全国の博物館を巡回する機会に恵まれています。軽い打ち合わせだけの訪問まで含めると、営業&サポートスタッフは1人あたり年間でのべ200回近くはお邪魔している計算になります。

弊社のFacebookで報告している通り、時には運よく展示を見学することもあり、さらに運がよければ学芸員の解説を聞きながら…。と言つても、大半は時間に追われてアタフタと次の訪問先に向かうことになるのですが。

学芸員についてまわると、たとえばこんな話題を振られることがあります。館の関係者の方ならお馴染みのスタイルですよね。



焼き物を作るときに、
備前焼に使う土を
越前焼の製法で作ったら
どうなると思いますか？

見比べてみてください。
違いが分かりますか？

東海道五十三次の
『日本橋 朝之景』の画面右、
衝立の向こうで
犬は何をしていると
思いますか？

多くの画家は
作品が完成したときに
サインを入れますが、
この画家のアトリエからは、
サインのない作品が
たくさん見つかっています。
なぜだと思いますか？

この地図は江戸時代、
藩の会議で
埋め立てを進言するために
作られたものです。
一方、こちらの地図は
埋め立て後の地図です。

…と、こんな「問答」を交わしながら展示を観る楽しさ。これを味わうだけでも、「この仕事をやれてよかった」と思えてきます。
テレビ番組『ぶらタモリ』のタモリさん役を、撮影なしで一人で独占させてもらっていました

るような気分。その博物館への関心は何十倍にも高まった結果、「次回はぜひ仕事抜きで」と願つたりするわけです。

実は、私はまったく異なる業界からの転職組です。若い頃はさほどミュージアムに親しんでいたわけではありませんでしたが、今なら1冊の本を書けるくらいの「博物館ネタ」を持っているつもりです。これは、前述の学芸員との「問答」の積み重ねのおかげ。

前職は、非常に広範囲な職業の方と接する仕事だったのですが、ここではよく「どんな世界でもプロの話は興味深いものだ」ということを実感させられました。しかし、博物館の学芸員トークは、一段上でした。恐らく、1、2を争うレベルではないでしょうか。

いまこの仕事に就いているという最頂目を

抜きにしても、いや、本当に面白いのです。

* * * * *

本と言えば、博物館ネタを題材にした書籍は、実は少なくありません。左のページの写真は、弊社の本棚から一部を取り出したもの。最近はマンガ作品もかなりあります。私が楽しいと感じた「ミュージアム問答」系のテーマのものも、すでにかなり作品化されています。

ところで、愛媛県上島町の文化資源情報を公開する「上島町デジタルアーカイブ」には、「上島Stories」という読み物のコーナーがあります。ある写真が紹介されているページでは、以下のような主旨のエピソードが紹介されていました。

かつて、燃料を
森林に求めていた時代には、
森がキレイに管理され、

I.B.MUSEUM SaaS 新機能情報

機能開発 ロードマップの 公開について

弊社では、平成30年度より、半期ごとの追加機能開発計画を弊社WEBサイト上で公開することといたしました。すでに専用ページ「開発課題データベース」ページ内で検索サービスを開始いたしておりますが、もうご覧いただけましたでしょうか。

これまで、I.B.MUSEUM SaaS では弊社の判断によって機能の追加を重ねて参りました。ユーザ館の皆様より寄せられた機能についてのさまざまご要望を蓄積し、社内のディスカッションなどを経て、原則としてニーズが高く実現可能なものから随時実施しておりますが、この開発はあくまで「任意」

のものと位置づけております。

これまでの機能追加は、契約に基づく納期が設定されたものではありませんので、スケジュールも「隨時」となっておりました。この開発スタイルの前提は今後も継続して参りますが、「どんな機能がいつごろ搭載されるのか」について、可能な範囲で皆様に事前に知りたいことを目的に、年度の初めに上半期・下半期それぞれの開発計画を開示することとしたものです。

検索ページでは、予定時期だけでもご指定いただければ、開発中の機能の一覧をご覧になれます。URLは下の通りです。

 I.B.MUSEUM SaaS 開発課題データベース <http://jmaps.ne.jp/devtaskdb/index.html>

子どもでもマツタケを取りに行けるほどだった。
ところが、家庭用のプロパンガスが普及するにつれ、山は荒れていった。

たとえば、ギャラリートークを楽しんだ来館者が、SNSを通じて拡散できるようなフローも込みで…。

専門性を背骨とした「学芸員力」がうまく働けば、きっと人々を惹きつける。これについては、もはや確信を抱いています。

この点については、私だけでなく、左の書籍の著者や編集者たちも賛同してくださるはずです。その証拠は、まるで申し合わせたように全作品から読み取れる「熱量」。いずれの書籍も例外なく、著者が感じた「ミュージアムの楽しさ、面白さ」がめいっぱいに詰め込まれているのですから。

この「熱」を、もっと多くの方々へと広げるには、どうすればよいのか。システム開発会社として、末席ながら博物館業界に関わる者として、学芸員のチカラの周知徹底を目指す上ではどんな貢献が可能なのだろうか。

う~ん…と頭をひねり続ける毎日です。