

「全国美術館会議 第二十五回学芸員研修会」
美術館の情報発信

―参加する、つながる、共有する、ウェブの新時代―

Information and Resources Study Group
of the Japanese Council of Art Museums

平成 22 年度、全国美術館会議の第 25 回学芸員研修会は、情報・資料研究部会が担当し、「美術館の情報発信 ― 参加する、つながる、共有する、ウェブの新時代 ―」と題して開催いたします。

美術館資料のデジタル化やデータベース化の必要性が唱えられてから久しく、学術研究や、保存修復の分野で一定の成果をあげ、またインターネットの隆盛によってこれら美術館資料への研究者や一般利用者に対する検索の利便性は格段に進歩しました。しかし、残念ながら全国美術館会議の会員館があまねくこのようなデジタルアーカイブの整備へと足並みをそろえているわけではありません。整備を進めている美術館の方がむしろ少ないというのが現状ではないでしょうか。

一方、今日ほとんどの美術館がホームページを開設するなど、何らかの方法でインターネット上で美術館情報を発信しています。

今回の研修会は、このような情報をめぐる現状を認識していただき、おのおのが美術館における望ましい情報発信について再考していただく契機になればとの思いからプログラムを組みました。

会員館におけるウェブ環境は、規模においても内容においてもかなりの差があると思われます。そこには、美術館の方針だけではなく、経済的、人的要因があると思いますが、日々進化する情報技術の進展にこそ、そのようなギャップを埋めていく力があるのではないかと期待しているのです。

全国美術館会議 情報・資料研究部会長
山脇 佐江子
(姫路市立美術館長)

ごあいさつ	1
姫路市立美術館 館長 / 情報・資料研究部会 部会長 山脇 佐江子	
プログラム	3
全国美術館会議会員館の HP — 2005 年度部会調査結果から	4
財団法人 東京富士美術館 学芸員 / 情報・資料研究部会 幹事 鴨木 年泰	
美術館の情報発信 — 参加する、つながる、共有する、ウェブの新時代	8
独立行政法人国立美術館 国立新美術館 主任研究員（情報） 室屋 泰三	
国立美術館の情報発信 — 近年の展開と課題	12
独立行政法人国立美術館 東京国立近代美術館 情報資料室 室長 水谷 長志	
「情報の扉」のこちら側 実業史研究情報センターのブログを使った情報提供サービスについて	16
財団法人 渋沢栄一記念財団 実業史研究情報センター 専門司書 茂原 暢	
東京都現代美術館の情報発信	18
東京都現代美術館 事業企画課企画係 広報班 野口 玲子	

全国美術館会議 第 25 回学芸員研修会 プログラム

1. 名 称	全国美術館会議 第 25 回学芸員研修会
2. 主 催	全国美術館会議 担当：情報・資料研究部会
3. 日 時	平成 22 年 3 月 12 日（金） 13:30~17:30
4. 会 場	国立新美術館 講堂（3F） 〒106-8558 東京都港区六本木 7-22-2 TEL:03-6812-9900（代表）
5. テ ー マ	「美術館の情報発信 — 参加する、つながる、共有する、ウェブの新時代 —」
6. 開催趣旨	美術館のホームページを通じた情報発信のあり方について、情報・資料研究部会が行った全国美術館会議会員館の実態調査及び各館の具体的な事例に即して検討する。美術館の類縁機関における先端的活動をも取り上げて、多角的な視点からこの問題をとらえるきっかけとする。
7. 内 容	
13:00-13:30	受 付
13:30-13:35	挨 拶： 林田 英樹（国立新美術館長）
13:35-13:40	開会の挨拶： 山脇 佐江子（姫路市立美術館長 / 情報・資料研究部会長）
13:40-14:00	全国美術館会議会員館の HP — 2005 年度部会調査結果から 鴨木 年泰（財団法人 東京富士美術館 / 情報・資料研究部会幹事）
14:00-14:30	美術館の情報発信 — 参加する、つながる、共有する、ウェブの新時代 室屋 泰三（国立新美術館）
14:30-15:00	国立美術館の情報発信 — 近年の展開と課題 水谷 長志（東京国立近代美術館）
15:00-15:10	休 憩（10 分）
15:10-15:40	「情報の扉」のこちら側 実業史研究情報センターのブログを使った情報提供サービスについて 茂原 暢（財団法人 渋沢栄一記念財団 実業史研究情報センター）
15:40-16:10	東京都現代美術館の情報発信 野口 玲子（東京都現代美術館）
16:10-16:30	休 憩（20 分）
16:30-17:30	パネル・ディスカッション パネリスト：上記講師 司会進行：川口 雅子（国立西洋美術館 / 情報・資料研究部会幹事）
8. 美術館視察	アーティスト・ファイル 2010 — 現代の作家たち 研修会終了後～20:00（自由見学）

鴨木 年泰（財団法人 東京富士美術館）

はじめに

このたび情報・資料研究部会は、全国美術館会議の第 25 回学芸員研修会を担当する運びとなった。2005 年度に実施した全国美術館会議会員館へのホームページ開設状況アンケートの集計結果をこれまで記録に残す機会がなかったこともあり、今回の学芸員研修会のプログラム全体の基礎・出発点となるデータとして、アンケート調査実施までの経緯と最近の追跡調査のデータも加えてまとめて発表することにした。

1. 全国美術館会議 情報・資料研究部会の歩み

コンピュータの導入、所蔵品情報のデジタル化、作品データベースの構築、著作権問題など美術館における IT 技術についての議論の高まりを背景に、1993 年に第 1 回会合をもって活動を始めた情報処理ワーキンググループは、その後 10 年間にわたる活動を経て、2004 年度、「情報・資料研究部会」へと名称を改めた。以後、ホームページや作品データベースなど美術館活動を支える情報技術と、展覧会カタログをはじめとした様々な美術館刊行物などの資料について、著作権問題も含めて、美術館における情報コンテンツに関わる諸問題をテーマに活動を行っている。

近年、美術館でのホームページ等を活用した情報提供が進む反面、所蔵品データベースの公開状況の進展については部分的な動きにとどまるなど、美術館を取り巻く情報環境に一定の変化とともに現実的な課題もみえてきた。当研究部会ではこうした状況に注目し、特に美術館のホームページを対象として、情報発信のあり方やコンテンツの内容についての調査研究を進めながらディスカッションを行ってきた。

2. 2004 年 7 月 ホームページ調査

ワーキンググループから研究部会への移行について協議した 2004 年 5 月 21 日の会合で、「情報・資料研究部会」は情報技術に関することだけでなく、展覧会情報や刊行物、著作権問題など美術館における情報コンテンツに関する諸問題をテーマとしていくことが決まった。そして研究部会として発足する第一弾の具

体的な取り組みとして、全国美術館会議会員館が立ち上げているホームページのうち、**①所蔵作品、②所蔵図書、③所蔵写真、④展覧会情報の各データベース**を公開しているホームページを調査し、分析・研究に取り組むことになった。

7 月 2 日に開催された第 1 回部会では、部会メンバー 6 名によって行われたホームページ実見調査の結果が報告された。

2004 年 7 月 HP 実見調査結果

調査対象館	342 館	（2003 年版会員館名簿に基づく館数）	
ホームページ開設館	291 館	85%	※対象館 342 館中
データベース公開館			
①所蔵作品	29 館	9.9%	
②所蔵図書	10 館	3.4%	
③所蔵写真	2 館	0.7%	
④展覧会情報	3 館	1.0%	
※比率は HP 開設館 291 館中			

調査分析結果から

- 調査の主目的とした 4 種のデータベースのうち、所蔵図書と所蔵写真のデータベース公開については、ほとんど事例が見られなかった。美術図書資料の公開については、各館の美術図書室の有無なども考慮に入れなくてはならないのではないかと指摘があった。

- 単独の館、法人、団体がホームページを運用する事例とともに、いくつかの関連団体や、市や教育委員会などの単位で共用した形で開設、運用する事例が見られた。今後こうした事例が増えるのではないかと指摘があった。

- 本調査対象となる「データベース」の定義について、調査者により若干のぶれがあることが指摘された。検索窓に検索キーを入力させる典型的なキーワード入力型から、インターフェースやデザインの工夫により検索機能を意識させない事例、また逆に、一見すると検索機能があるように見える事例などがあり、外からの閲覧では判断が難しい事例が報告された。また公開点数についても議論があった。名品紹介と

して数十点の公開にとどまる事例から、所蔵作品の全点を公開している事例、またその中間的な事例などが報告された。

ユニークな事例

- 作品データベースによらず、所蔵作品リストのテキストデータをホームページ上に掲載している事例があった。（後述するが、これは該当する作品のテキストデータがグーグルなどの外部検索エンジンから検索されることで結果的に作品データベースに準じる、もしくは同様の情報提供を果たすことができる。）

所蔵作品のリストを掲載している美術館

板橋区立美術館 ※画像・解説ページへのリンクあり

三重県立美術館 ※画像・解説ページへのリンクあり

本調査のまとめ

各美術館のホームページを直接実見して調査にあたった部会メンバーからは、美術館 HP 上のデータベースを、一般の利用者がどのように利用するかという視点も重要ではとの感想が出た。今後の課題として利用者の目線で「検索結果がどのように利用・活用されるか」という点についても考慮していくべきではないかとの意見があったことを付言しておきたい。

3. 2005 年 5 月 ホームページ開設状況アンケートの実施

2004 年の研究部会メンバーによるホームページ実見調査の結果を受け、外部からのホームページ閲覧だけでは汲み取れない美術館の情報発信の実情を把握することを目的として、ドメインやプロバイダ、更新業務の担当や外注化の状況などを含めたホームページの開設状況について会員館にアンケートを実施することになった。2005 年 1 月～3 月にアンケートの実施内容について協議・準備を行い、4 月から 5 月にかけて会員館 339 館に対して郵送でアンケートを実施し、結果 223 館から回答を得た。

2005 年 5 月 HP 開設状況アンケート結果

アンケート送付館	339 館
アンケート回収館	223 館 66%

※送付館 339 館中

ホームページ開設館	214 館 63%
-----------	-----------

※送付館 339 館中

※以下各設問別の集計結果の比率は HP 開設と回答した館 214 館中

各設問別の集計結果

設問 1）ホームページのドメイン名について

独自ドメイン 132 館 62%

地域ドメイン 42 館 20%

プロバイダ等のドメイン 40 館 19%

設問 2）各国語への対応

英語ページあり 91 館 43%

英語ページなし 122 館 57%

英語以外のページあり 12 館 6% ※中国語、韓国語

英語以外のページなし 201 館 94%

設問 3）サーバーの設置場所

館内 45 館 21%

館外 169 館 79%

設問 3－1）館外設置の場合の内訳

レンタルサーバー 73 館 34%

その他 86 館 40% ※自治体（県庁）など

設問 4）HP 公開サーバーとインターネットの回線

通信速度 100M 以上の館 46 館 21%

設問 5）ホームページのデザイン

館内 121 館 57%

外部 111 館 52%

設問 5－1）館内の場合の担当部署

学芸系 54 館 25%

総務系・広報 22 館 10%

その他・無回答 45 館 21%

設問 5－2）館内の場合の担当者数

1 名 69 館 32%

2 名 26 館 12%

3 名以上 17 館 8%

設問 6）ホームページの更新

[原稿作成]

館内で作業 197 館 92%

館外に委託 17 館 8%

[HTML ファイル作成]

館内で作業 133 館 62%

館外に委託 71 館 33%

[サーバーへのファイル設置]

館内で作業 114 館 53%

館外に委託 81 館 38%

[更新費用（平均 円 / 月）]		
0 円と回答	76 館	36%
設問 7）HP で提供している情報——※重複回答あり		
展覧会情報	211 館	99%
所蔵作品検索	73 館	34%
図書検索	14 館	7%
教育普及関係	125 館	58%
自館刊行物	94 館	44%
その他	101 館	47%

調査分析結果から

- 設問 1）独自ドメインの館が 62%あり、これは予想以上に比率が高いと評価できる。美術館のイメージ戦略と独自ドメインの関連が窺える結果ではないか。

- 設問 3）美術館のホームページでは約 8 割にあたる 79%の館がサーバーを外部に置いている。外部設置サーバーの内、約 4 割がレンタルサーバー、5 割がその他という回答であるが、このその他の多くは自治体のホームページと共用サーバーのケース。サーバーの設置場所はホームページの制作・運営、業務委託などの状況を反映していると考えられる。

- 設問 5）ホームページのデザインを館内で行っている場合の担当者が 1～2 名という館がホームページを設置している館の 44%にあたり、学芸員の兼任や少ない人員の中での取り組みの状況が窺える。

- 設問 6）ホームページの更新作業について、元になる原稿作成はもとより、HTML ファイルの作成（62%）やサーバーへのアップ（53%）といった作業を館内で行っている比率が高く興味深い結果となった。

- 設問 7）所蔵品検索ありと回答した館が 73 館／34%という結果になった。2004 年度の HP 実見調査時には 29 館／約 10%であったことを考えると大きく伸びたといえる。ただし、今回のアンケートでは各回答館の回答に基づく集計結果となっており、実際に HP を実見すると「検索」という意味の取り方に幅があると思われ、必ずしも単純なデータベース公開の純増を示す数字とはとらえにくい印象も。作品情報の発信について「所蔵品検索」「作品データベース」にとどまらない情報発信の事例について幅広く実態調査を行う必要があるのではないか。

本アンケートのまとめ

ホームページで発信している情報の設問からは、「展覧会情報」を発信していると回答した館が 211 館／99%という結果となった。その一方で美術館の収蔵品情報については全体の 3 割（73 館／34%）にとどまっている状況がある。この比率を高いと見るか低いと見るかは意見が分かれるところかもしれないが、この 3 割の中で公開されている作品情報は、さらにその半数近くが全収蔵作品のデータではなく、主な代表作品の紹介にとどまる事例であることも指摘しておきたい。

また別の側面からはホームページの運営に関わる予算や人員等の環境面の課題が窺えるとともに、そうした各館各様の環境の中で工夫をしながら情報発信に努めている美術館の取り組みを見ることができる。

4. 国立新美術館 室屋氏による 2009 年 10 月の追跡調査

情報・資料研究部会は、昨年 2009 年 11 月 10 日—11 日に「美術情報・資料の活用法 ― 展覧会カタログから Web まで ―」と題し 2 日間 6 コマにわたり企画セミナーを開催した。本セミナーの第 6 講「作品情報のアクセスと発信」で講師をつとめた国立新美術館の室屋氏が「作品情報発信の現状」として下記のような追跡調査を行っているのでここで紹介したい。

2005 年のアンケートで作品情報を発信していると回答した 73 館のその後の状況についての追跡調査

73 館の作品情報の発信のスタイル別分類

「キーワード検索」型	23 館
「索引」型	4 館
「紹介」型	36 館

※上記の内 10 館はサービス休止中であった

「キーワード検索」型は作家名や作品題名などのキーワードを入力することによる検索であり、「索引」型は作家名の頭文字を選択することや、作品題名、制作年、ジャンルなどによる「索引」から作品情報を探す方法を指している。作品情報は 1 作品 1 ページ（1 URL）となっている場合が多い。「紹介」型は主たる作品を紹介しており、10 数点から数十点程度の場合が多い。

さらに 2005 年時点では作品情報を発信していなかった館について追跡調査した結果、いくつかの館で新たにサービス開始をしていた。

新たなサービス開始館を加えた 2009 年 10 月時点での結果は最終的に下記ようになった。

「キーワード検索」型	26 館
「索引」型	11 館
「紹介」型	40 館

合計 77 館

これらの結果をまとめた上で室屋氏は、国立美術館 4 館のように「所蔵作品総合目録検索システム」を構築し、検索機能を 1 つのシステムに集約して提供している事例や、千葉県、鹿児島県など、地域の美術館、博物館、資料館などの情報を集約して検索可能とする「デジタルミュージアム」などの取り組み、そして、文化庁の「文化遺産オンライン」を利用している事例なども紹介され、自館ですべてをまかなうのではなく、外部サービスを利用して検索サービスを実現している事例について注目されると述べている。また自館で情報発信に取り組んでいる事例の内、「索引」型、「紹介」型が多いことについて、これらの方法が作品情報を HTML ファイルとして作成し、「索引」ページからリンクするという比較的容易な方法で構築可能であることを指摘するとともに、こうした作品情報のページが Google などの検索サービスから検索可能であり、データベースの利用に限らず、こうした外部検索サービスを利用する形での作品情報検索が成り立つことを指摘している。

まとめ

2005 年に実施したホームページ開設状況アンケートはその時点における美術館の情報発信のあり方を何う貴重な調査結果を見いだすことのできるものであった。またその後の追跡調査により、「作品情報の発信」という点について、データベース公開にとどまらない発信のスタイルに各館が工夫をしながら取り組んでいる実態が見えてきた。美術館の情報発信のプラットホームともいえるホームページの問題を考えることは、美術館の将来像を展望する上で大きなヒントになる可能性を秘めているのではないかと考えている。今後も当研究部会では美術館の現場に還元できる活動への取り組みを期して努力して行きたい。

1. 美術館の情報発信とウェブ

1-1. 美術館のホームページ

ホームページを通じて美術館はさまざまな情報を発信している。すなわち、

展覧会情報
イベント情報（講演会、アーティストトーク等）
所蔵作品情報
教育普及活動
所蔵図書資料
刊行物
交通案内
休館日
開館時間
料金
バリアフリー情報
付帯施設（レストラン、ミュージアムショップなど）
沿革、概要など館の紹介
その他（入札公告、公募など）

などである。これらの情報を

時間（年度、現在・過去・未来、・・・）
場所（展示室、講堂、ロビー、・・・）
分類

等といった情報を整理するための「軸」を明確にしつつ、利用者にとってわかりやすいように情報を配列する必要がある。その際には、最新情報を知りたい利用者、これまで美術館がどのような活動してきたのかを知りたい利用者、始めて美術館を訪れようとしている利用者・・・、さまざまな利用者のニーズに応えられるように配慮されなければならない。また、

文字が小さいので、大きくして閲覧したい
印刷して持ち出したい
携帯電話でも閲覧したい
低速な通信環境や古いパソコンでも閲覧したい
安全に閲覧したい

というような利用者の立場での利便性への配慮も重要となる。

1-2. ホームページを閲覧してもらうために

(1) 検索エンジンとホームページ

Google や Bing、Yahoo! 等の「検索エンジン」等と呼ばれる情報検索サービスにより、利用者は URL を入力しなくとも、例えば美術館や展覧会の名称を検索キーワードとして指定すれば、目的とするホームページにたどりつくことができる。

そのためには、検索エンジンに対してホームページのイン

デックス（索引情報）を提供する必要がある。多くの場合、検索エンジンはインデックスを自動的に生成するソフトウェアを使い、さまざまなホームページから検索に利用するインデックスを自動的に取得している。検索エンジンの情報収集がより円滑に、そして、美術館が発信したい情報がきちんと取得されるようにするためにはいくつかのポイントがある。そのいくつかをあげる。

- 「ウェブ標準」と呼ばれる、ホームページを HTML の規格に準じた記述を行う。

- 内容（＝検索して欲しい部分）とデザイン（＝「こんな見た目のホームページ」や「よいデザインを検索」等はまだ不可能なので、現時点で検索とはあまり関係の無い部分）をホームページの構造上、簡単に分離できるように制作する。

- 内容には見出し等を適切かつ HTML での表記上においても明示的につける。

- 検索して欲しくない情報を収集対象から除外する設定を行う。

などということである。これらにより、内容から検索キーワードを切り出したりする処理がより容易に行われることとなる。（ホームページのデザインや更新の委託を行う際の発注上のポイントとするとよいと思われる。）

また、検索エンジン向けの「サイトマップ」を作成しておくことにより、より明確に検索対象とするページを検索エンジンに指定することが可能となる。利用者向けのサイトマップ・ページと併せて、作成しておくともよい。

検索エンジン向け「サイトマップ」については
http://sitemaps.org/ja/

(2)"RSS" とホームページ

インターネット上で時々見かける「RSS」の3文字。このRSS とはホームページの更新情報を配信するための仕組みである。ホームページ上の更新されたウェブページについて、
更新日付
タイトル
アドレス (URL)
概要
といった情報を決まった書式で記述したものである。

いろいろなホームページを見て回り、どこが更新されたのかを確認するのは手間がかかる。ホームページがそれぞれ、RSS 形式で更新情報を配信していれば、それら更新情報を「RSS リーダー」と呼ばれるソフトウェア（もしくはインターネット上のサービス）でひとつの画面にまとめてタイトルや概要を一覧することができる。詳細が知りたいければ、当該ページをアクセスすることができる。RSS はシンプルなテキストファイル形式であるため、RSS リーダーはウェ

ブブラウザや携帯情報端末やスマートフォン、パソコンのソフトウェアなどさまざまな形で提供されており、さまざまなシーンで利用できる。

ホームページの更新管理に "CMS(コンテンツ管理システム)" を使用している場合には、RSS を自動作成できる CMS もあるので、比較的容易に RSS による更新情報の配信を実現できる。

RSS を配信している美術館は
岩手県立美術館
東京都現代美術館
東京都庭園美術館
世田谷美術館
京都国立近代美術館
等、多数である。

(3) 安全なホームページ運用
「カンブラー・ウィルス」（または「カンブラー攻撃」）と呼ばれるホームページを改ざんし、利用者を意図しない（場合によっては悪意のある）ウェブページに誘導したりする攻撃手法がインターネットに蔓延している。大手企業のホームページを次々と改ざんされ、新聞等でも広く報道されており、利用者は「はたして、このホームページを見ても安全なのだろうか？」という不安や疑念を持ちつつ、ウェブを利用していることもあるのではないだろうか。しかし、このようなホームページに対する攻撃手法を防ぐことは実は比較的容易である。以下に注意点のいくつかを参考として記す。

- ホームページ制作に用いる PC（以下、PC という）からホームページ公開サーバー（以下、サーバーという）へのファイル転送には暗号化された方法（SCP、SFTP）を使用すること

- PC からサーバーへのファイル転送の際のユーザー認証には、少なくとも 8 文字程度の英数字が混在したパスワードを使用すること

- PC 上で用いるファイル転送ソフトウェア等にファイル転送のためのパスワード等の情報を保存しないこと

- PC をできる限り特定し、不特定の PC では作業しないこと

- PC にセキュリティソフトウェアを導入し、常時、ウィルス検出・駆除のための情報を最新のものとすること

- PC の OS に不具合の修正などが公開された場合には速やかに適用すること

- PC 上で使用するソフトウェア (Adobe Reader、Flash Player、ウェブブラウザ等) について、不具合の修正などが公開された場合には速やかに適用すること

- PC 及び当該 PC が設置されているネットワークについて、適切な通信制限を行い、不正な通信が行なわれないようにすること

制作を外部に業務委託する等の場合において、仕様として以上のような内容を盛り込んでおくことで、被害の拡大を防ぐことができる。インフルエンザと同様で1つ1つの美術館やウェブ制作業者の注意の積み重ねで、「カンブラー」のような手法を無力化することが可能となる。

2. 新しいウェブの姿と美術館

2-1. 参加するウェブ

(1) ブログ

HTML(ウェブページを記述するための言語) を知らなくても、手軽に情報をインターネットに発信し、その情報に対するコメントを受け付けたりすることができる「ブログ」は現在、インターネット上で非常に広く使われている。ブログには

- 画面の構成やデザインを「テンプレート（デザイン・パターン）」から選択。
色や画像などの変更（カスタマイズ）ができる。

- 情報の管理は基本的には「時系列」。
何月何日の情報というように取り扱われる。

- 情報は「カテゴリ」による記事の分類ができる。

という特徴がある。また、無償もしくは低価格で利用できるブログ・サービスも数多く存在し、通常のホームページ開設に比べて、短時間・低コストでの実現が可能である。

美術館におけるブログの利用は
展覧会ブログ
スタッフブログ
という美術館からの情報発信で使われている例が多い。

「公式ブログ」を持っている美術館は多く、
森美術館
東京都現代美術館
愛知県美術館

等であり、展覧会ブログとしては
大三国志展（東京富士美術館）
野村仁 変化する相―時・場・身体（国立新美術館）

等がある。このほかにもブログは「ブロガー向け内覧会」という形でも利用されている。「ブロガー」とはブログの作者のことで、ブロガーを通して、来館者の目線でのより親しみやすい雰囲気のリポートが紹介されることとなる。ブログには同じ趣味・嗜好を持つ閲覧者が集まることから、口コミ効果が期待でき、よりターゲットを絞った情報発信につながると考えられる。これまでに、
「ボックスアート～プラモデルパッケージ原画と戦後の日本文化」展（青森県立美術館）
「メアリー・ブレア展」（東京都現代美術館）
「河口龍夫展 言葉・時間・生命」（東京国立近代美術館）

で開催されている。

(2)"Twitter"
「tweet」、「つぶやき」と呼ばれる最長でも 140 文字の記事を書き込んでいき、それを利用者が共有するというサービス。「つぶやき」が時系列に並んだ「タイムライン」を利用者全員で共有し、「つぶやき」を全文検索したり、投稿者や「ハッシュタグ」と呼ばれる記事につけられたキーワードを手がかりに「つぶやき」を選択し、閲覧（「フォロー」）することができる。

140 文字のテキストだけという手軽さ、情報の並び方の単純さにより手軽に情報発信・交換・共有ができるのが特徴で、また、その手軽さゆえにブログに対して高いリアル

タイム性を持つ。それゆえにライブ感のある情報発信となる。 2009 年に最も使われた英単語が "Twitter" であるという調査結果があるくらいに広く使われている。	
展覧会や美術館での Twitter の利用は広がり始めている。 河口龍夫展（東京国立近代美術館） http://twitter.com/KawaguchiTatsuo	
文化庁メディア芸術祭 http://twitter.com/JMediaArtsFes	
京都国立近代美術館 http://twitter.com/MoMAKyoto	
山口情報芸術センター http://twitter.com/ycam_jp などで、展覧会の記者発表、内覧会や会期中のイベントの様子を伝えるというように使われている。	
2009 年度文化庁メディア芸術祭では 《午後3時40分からの『サマーウォーズ』の上映整理券は配布終了になりました。》	
というような情報も同展事務局から Twitter を通じて発信されている。Twitter は PC 以外に携帯電話でも利用できるの、情報発信する側も受け手も積極的に利用することで、その手軽さゆえにきめ細かな情報共有ができる。	
(3) SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス) 掲示板や画像共有など、インターネット上でのさまざまなコミュニケーション手段がまとめて提供されているサービス。会員制で「招待」されないと利用できないものもある。	
利用者は関心のあるトピックスを扱うグループ (「コミュニティ」) に属して、情報を交換・共有する。国内最大規模の SNS サービスである mixi (ミクシィ) で「美術館」と検索すると 400 件ほどのコミュニティがあるが、美術館自身が作った「公式」のものは未確認である。「国立新美術館」、「東京都写真美術館」、「原美術館」、「東京都現代美術館」など、各館の「ファン」が集まって情報交換している。ほかにも「美術館・博物館展示情報」、「東京美術館巡り」や「美術館とカフェ」などのコミュニティが作られている。	
美術館の SNS の利用の事例はまだ少ないが、 京都国立近代美術館 http://www.facebook.com/MoMAJapan (facebook) があり、「掲示板」機能を使い、展覧会に関連した情報を発信している。	
また、インターネット上のコミュニケーションサービスとして注目すべきは「だれかの疑問にだれかが答える」というスタイルの「Q&A コミュニティサイト」である。この種のサービスのひとつである "OKWave" においても「○○に出かけるがお勧めの美術館は？」等、美術館や展覧会に関する疑問・質問が多数寄せられている。	

2-2. つながるウェブ

ウェブはそもそも情報 (ウェブページ) と情報 (ウェブページ) をつなぐ (リンクする) ための仕組みであるが、現在では、ホームページに他者がウェブ上で提供しているさまざまなサービス・機能をつなぎ、自分のホームページの機能を強化することができる。例えば、Google 等が提供する「検索」や「地図」という機能を自らのホームページにリンクし、一体化させてみせるということである。これにより、利用者により高い利便性を提供することができる。

(1) サイト内検索、地図表示

サイト内検索、周辺地図を Google が提供する機能を利用することで実現している美術館は多い。例えば、

京都国立近代美術館
ちひろ美術館
飯田市川本喜八郎人形美術館

などである。美術館に限らず利用者の求める地図の範囲や詳細さは様々であることから、すべてのニーズに合った地図を掲載することは難しい。簡略化されたり、デザイン化された地図が見にくいと感じる利用者もいれば、もっと広い範囲の地図が必要であるという利用者もいる。Google マップでは表示範囲や縮尺を自在に変更することができる上に、使い勝手がほかの (Google マップを採用している) ウェブサイトと同じになるというメリットも生じる。

川村記念美術館のように周辺地図は通常の画像として提供し、広域地図として Google マップを採用するというような例もある。Google マップが提供しているような詳細な地図では読みにくいという利用者にとってはある程度簡略化された (デザインされた) 地図の方が便利であるし、また、サービス提供が何らかの事情で停止してしまっても、館自体で地図画像を提供していれば、その影響を最小限とすることができる。

サイト内検索についても Google が提供するサイト内検索が、

独立行政法人国立美術館
東京都現代美術館
神戸市立博物館

など多数の美術館で利用されている。これまでは "Namazu"、"Lucene" などの全文検索ソフトウェアを導入して実現されることが多かったサイト内検索であるが、Google が提供するサービスを使うことにより、わずかな手間でサイト内検索をホームページに追加することができる。サイト内にある PDF ファイルを含む全文検索や画像ファイル検索も同時に実現できるというメリットは大きい。(逆に、検索結果表示のカスタマイズなどがあまりできないことがデメリットといえばデメリットである。)

(2) 展覧会情報と図書情報をつなぐ

国立新美術館では、日本国内で開催された展覧会情報を収集・提供している「アートコモンズ」と国立情報学研究所「Webcat plus」の連携により、展覧会情報を図書情報をつないでいる。展覧会情報ページから、展覧会タイトルや展覧会概要に含まれる語句から関連すると類推される書籍を検索できる。このようなサービスを一から構築することは困難であるが、Webcat Plus との連携により、ごくわずかなシステムの改修でこのような機能を「アートコモンズ」に組み込むことが可能となった。

国立新美術館 アートコモンズ
http://artcommons.nact.jp/

Webcat Plus
http://webcatplus.nii.ac.jp/

2-3. 共有するウェブ

(1) ポッドキャスト—音声情報を発信

ポッドキャストはデジタルオーディオプレイヤーや携帯電話で再生可能な音声ファイル (または音楽ファイル) をインターネット上で配布するサービスである。

多くの場合、いったんパソコンに音声ファイルをダウンロードし、それをデジタルオーディオプレイヤーにコピーして利用する。

配信用の音声ファイルは、IC レコーダーや録音可能なデジタルオーディオプレイヤーを使って比較的簡単に作成できる。録音した音声ファイルを編集するソフトウェアは無料〜数千円程度である。自館のホームページ上に音声ファイルを置いておくことで最低限の公開は完了となる。さらに番組名や配信日などを記したファイルを一緒に配布することにより、iTunes や Windows Media Player 等の音楽再生ソフト上で、配信した音声ファイルに自動的に適切な名前を付けて管理できるようになる。

東京都現代美術館のポッドキャストによる音声ガイド「MOT the Guide」(現在は携帯電話向け音声ガイド「ITSUMOt」) を始めとして、アーティストトークの様子やインタビューなど利用の事例は多い。

岩手県立美術館
(ポッドキャスト作品解説)

金沢 21 世紀美術館
(「MARUBI on the RADIO」、ニュースやインタビュー)

新津美術館
(新潟市内の FM 放送局とのコラボレーションで、インタビューや講演会を配信)

国立新美術館
(安齋重雄展連続アーティストトークの一部を配信) 等である。

なお、録音したファイルをインターネットで公開するにあたり、事前に講演者から許諾を取ることが技術的な問題よりも重要である。

(2) 画像・動画共有サイトの利用

美術館における映像アーカイブとして、注目されるのは NTT インターコミュニケーションセンター (ICC) の HiVE である。HiVE では ICC で開催されたワークショップや講演会、またインタビューなどの映像を「クリエイティブ・コモンズ」の下で公開している。このようなアーカイブを構築するには、映像制作や公開のための権利処理のほかにサーバー管理や高速な通信回線の維持管理を行う必要がある。しかし、YouTube といった既存の動画共有サービスを利用することにより、極めて簡単に映像を配信することが可能となる。映像配信 (動画共有サービス) の利用も美術館では広まりつつある。

YouTube には、

京都国立近代美術館

東京国立近代美術館
「ビデオを待ちながら—映像、60 年代から今日へ」

横浜美術館+城西国際大学メディア学部
などの「チャンネル」がある。

また、文化庁メディア芸術祭では画像共有サービス "Flickr" で展示作品や展示室風景、シンポジウムなどイベントの様子を公開している。
http://www.flickr.com/photos/jmediaartsfes/

(3) 作品情報の発信

所蔵作品の情報を発信するため、美術館は所蔵作品検索システムを構築・公開している。例えば、

岩手県立美術館
横浜美術館
東京富士美術館
金沢 21 世紀美術館
愛知県美術館
独立行政法人国立美術館

等の館であるが、所蔵作品検索システムの構築、運用には相応のコストや時間を必要とする。

一方、1 作品 1 ウェブページのような形で作品情報をインターネットに公開し、作品の「目次」や「インデックス」を併せて掲載することでも作品情報の発信が実現できる。例えば、練馬区立美術館の「所蔵品データベース」では「年代」、「作家」、「主題」等のインデックスから作品情報を検索することができる。逆に、Google で「練馬区立美術館」と作品題名や作家名で検索すると、作品情報ページが得られる。これは作品情報のウェブページが Google の検索性インデックスに登録されているからである。多くの美術館において、作品情報自体は PC の中に EXCEL やファイルメーカー等のファイルとして、すでに電子化されていることが多いであろう。そのようなデータをインターネットに公開できるようなファイルに変換し、ホームページ公開サーバーに置いてアクセス可能な状態にしておき、検索自体には Google 等の情報検索サービスを利用するという方法もある。このような方法ならば、比較的ローコストに作品情報の発信が可能となる。例えば、各作品の情報が WORD ファイルで作成されているならば、それらを PDF ファイルに変換し、ホームページ公開サーバーに置き、Google 等検索エンジンからの情報収集を受け入れれば、しばらくすると Google から作品情報が検索可能となる。前述の Google を用いたサイト内検索を採用すれば、自館のホームページ上でも作品情報が検索可能となる。

3. まとめ

美術館の情報発信のひとつとしてホームページの利用が定着する一方で、ウェブ自体も大きく変化している。これまで、多くの利用者にとって読むだけのメディアであったウェブは、ブログにより自ら情報発信できる「書き込めるメディア」となり、Twitter のような手軽に使えるサービスによりリアルタイム性や双方向性のあるメディアともなっている。情報共有の場としても、YouTube や Twitter のように多くの利用者にとって共通の「情報インフラ」といえるサービスが稼働し、Google はその検索技術により、さまざまサービスをつないでいる。このような状況は決して一過性のものとはいえない。美術館が自身のホームページによる情報発信に加え、双方向性や情報の幅広い共有等の「+α」の要素を考える上で、これらのウェブ上のサービスは十分検討に値する材料といえる。

水谷 長志（東京国立近代美術館）

Resume:

まず、美術館の情報発信を美術館コンテンツ（所蔵品、展覧会、図書資料、アーカイブ etc.）の提供可能性：accessibility と見える化（可視化）度：visibility の向上策としてとらえる。アクセスと見えの向上は機関のプレゼンスを世に顕著なものとするものであり、機関存立の説明責任 (accountability) の実現策として今後一層重要度を増す。あわせて多様な美術館コンテンツがより有効に発信されるための情報〈連携〉を、**MLA+E*** の視点から試行する国立美術館の事例を紹介し、さらに国立情報学研究所、国立国会図書館など外部情報関連機関との連携について、今後の展望を報告する。

***M**(useum), **L**(ibrary), **A**(rchives)+**E**(xhibition)**1. 全美術館・資料研究部企画セミナー「美術情報・資料の活用法—展覧会カタログから Web まで」から**

2009 年 11 月 11 日 (水) — 12 (木)

於、東京国立博物館＋国立西洋美術館

総論「美術情報・資料の活用法—提供と利用のはざまにおいて」

全レジュメは

<http://www.zenbi.jp/topics/10/pdf/100106.pdf>

にて掲載

2) 美術館図書室」(Art Museum Library, 以下 AML)の課題と責任

- ・ Museum as publisher
- ・ Museum publications
- ・ Access to Museum publications

3) 提供と利用のはざまにおいて

ミュージアムに携わるすべての人が publisher

(writer) であり user (reader) であることを踏まえた上でミュージアムの資料担当の課題と責任を問うならば

- ・ publisher (writer) として：自館刊行物の 提供可能性の範囲：accessibility を自覚する
- ・ user (reader) として：必要とする資料の 利用可能性：availability の回路 を保証する

2. 美術館の情報発信

美術館コンテンツ（所蔵品、展覧会、図書資料、アーカイブ etc.）の提供可能性：accessibility/ 見える化（可視化）度：visibility の向上

≒プレゼンス向上

≒組織存立の説明責任 accountability の実現策として

3. 法人全体としての情報施策—独立行政法人国立美術館本部事務局情報企画室の設置

- ・ 2001 年 4 月 1 日 国立美術館の独立行政法人化
- ・ 2001-2005 年度 第 1 期中期 5 年
- ・ 2006 年 4 月 1 日 第 2 期中期開始 情報企画室設置

背景：

文部科学省独立行政法人評価委員会文化分科会国立美術館部会「独立行政法人国立美術館の平成 18 年度に係る業務の実績に関する評価」²⁾

第 2 中期初年の法人評価：「法人全体」という視点から、全体と部分（各館）との間での連携協力の推進と役割分担の明確化

実施策：

独立行政法人国立美術館のホームページの改良

- 1) 独立行政法人国立美術館所蔵作品総合目録検索システム（略称「4 館総合目録」）
- 2) 展覧会年間スケジュール表ならびに現在開催中の展覧会一覧
- 3) 法人ならびに 5 館トピックス一覧

4. 国立美術館の公開情報資源—プレゼンス向上策としての外部情報提供システムとの情報〈連携〉

- 1) 所蔵作品情報＝独立行政法人国立美術館所蔵作品総合目録検索システム（略称「4 館総合目録」）
URL=<http://search.artmuseums.go.jp/>
《連携対象》
文化遺産オンライン [文化遺産 DB]
URL=<http://bunka.nii.ac.jp/>

2) 所蔵図書情報

東京国立近代美術館 / 国立新美術館の合同運営による図書検索システム

URL=<http://libopac.momat.go.jp/>

国立西洋美術館の運営による図書検索システム

URL=<http://opac.nmwa.go.jp/>

《連携対象》

[1]：美術図書館横断検索 ALC

URL [1]=<http://alc.opac.jp>

[2]：NACSIS-CAT(目録所在情報サービス) ならびに Webcat

URL [2]=<http://webcat.nii.ac.jp>

3) 展覧会情報＝国立新美術館の運営によるアートコモンズ

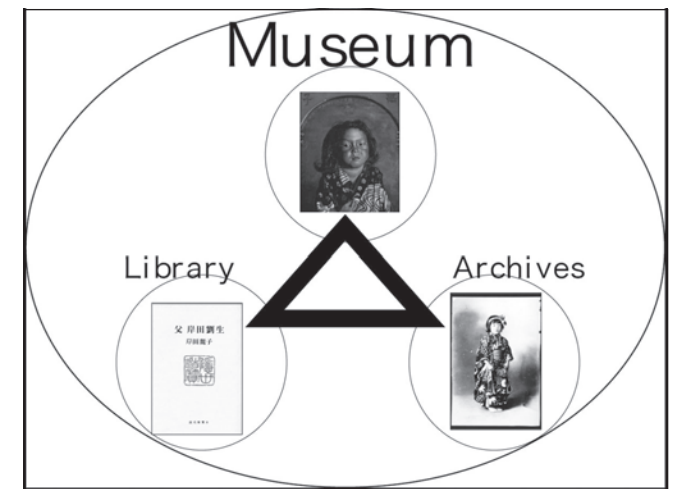
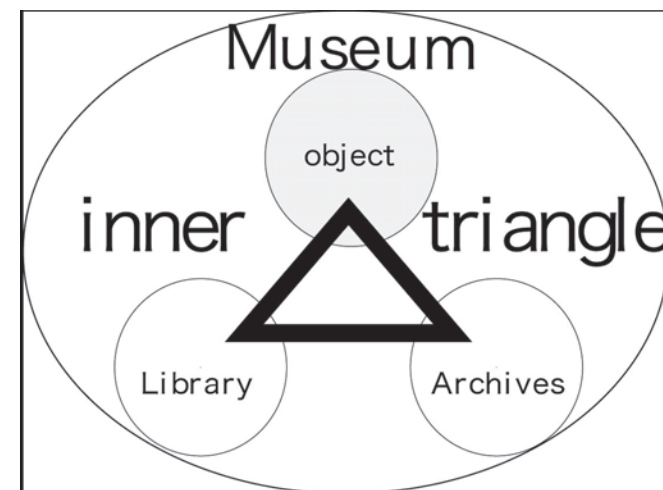
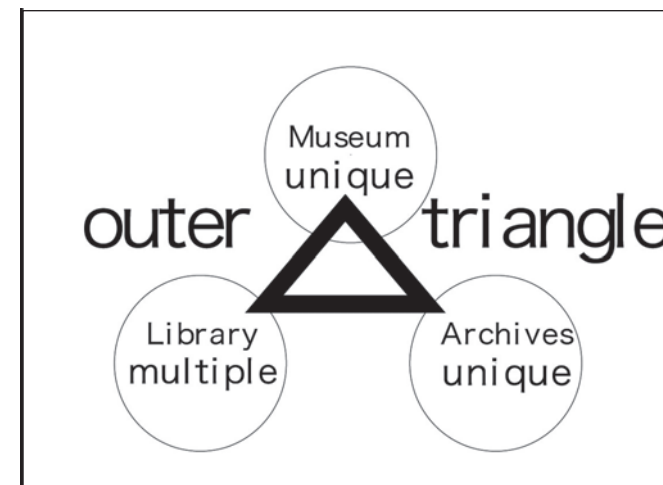
URL=<http://artcommons.nact.jp/>

《連携対象》

[1]：Webcat Plus

URL[1]= <http://webcatplus.nii.ac.jp/>

[2]：「想—IMAGINE Arts」

URL[2]：<http://imagine.nii.ac.jp>（予定）**5. <外なる / 内なる>MLA 連携³⁾****6. MLA+E 試論 - 松本竣介《並木道》(1943)をめぐって⁴⁾****M/モノ**【主体：作品 :object 〈Museum〉】

松本竣介 (1912-1948)

並木道

1943 油彩・キャンバス 33.0x41.0cm

2 回新人画会展 (東京, 日本楽器画廊 1943)

1989 年度 購入 O-970

L/もの【参照：図書 :book 〈Library〉】

- ・ 朝日晃著『松本竣介』日動出版部, 1977.
- ・ 中野淳著「青い絵具の匂い」『美術の窓』1994.10.

A/もの【参照：アーカイブ :archives 〈Archives〉】

- ・ 15-9 の記号 (日付?) の入ったスケッチ
- ・ 2 回新人画会展案内葉書, 1943
- ・ 第 12 回自由美術展目録 / 別紙: 故松本竣介遺作特別陳列 [目録]
- ・ 伊東深水筆 松本禎子夫人宛書簡 (1949.2.24)

E/こと【出来事：展覧会 :exhibition 〈Event〉】

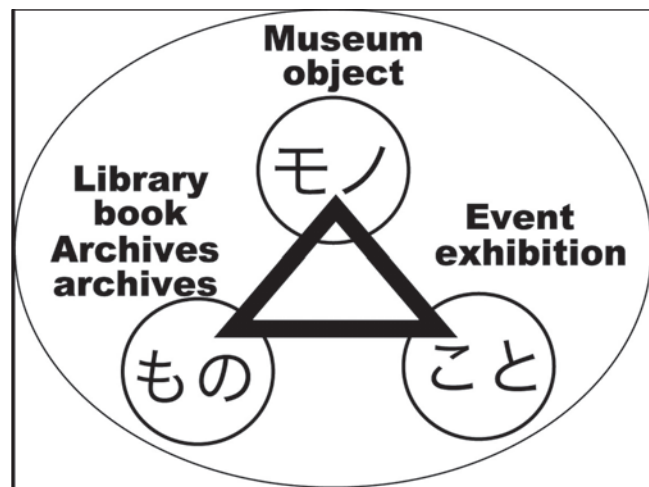
MLA のいずれにもかかわる事象としての「こと：展覧会」

- ・ 2 回新人画会展 東京, 日本楽器画廊 1943.11.19-24
- ・ 第 12 回自由美術展 故松本竣介遺作特別陳列 東京都美術館, 1948.10.4-10.17

7. 美術館情報資源の三位一体的情報〈連携〉

独立行政法人国立美術館の公開情報資源

- 1) **M/** 所蔵作品情報＝独立行政法人国立美術館所蔵作品総合目録検索システム（略称「4 館総合目録」）
- 2) **L+A/** 所蔵図書（アーカイブ）情報＝東京国立近代美術館 / 国立新美術館の合同運営による図書検索システム
- 3) **E/** 展覧会情報＝国立新美術館の運営によるアートコモンズ



MLA の〈連携〉構造に E を架橋する

「近現代美術が常に展示（展覧）と移動の中で進むことを考えれば、「こと」を「もの」に連携させることは、情報〈連携〉に時間軸を獲得すること、すなわち歴史を孕んだシステムへ向かうことの可能性を持つことであると期待できるだろう 5)」

8. 方法としての「想－IMAGINE Arts」から国立美術館版「想－IMAGINE Arts」へ

MLA+E＝

M/ 所蔵作品情報：4 館総合目録
L+A/ 所蔵図書（アーカイブ）情報：公開 OPAC
E/ 展覧会情報：アートコモンズ



9. 国立国会図書館デジタルアーカイブポータル (PORTA) と 4 館総合目録の連携



註

- 1) 本発表は次の文献を再論しつつ、MLA+E の意義を提案するものである。水谷ほか「独立行政法人国立美術館における情報〈連携〉の試み－美術館情報資源の利活用試案ならびに他関連機構との連携について」『東京国立近代美術館研究紀要』12,2008.3, p.5-26,93.<http://www.momat.go.jp/research/kiyo/12/pp.5-26,93.pdf> より全文の入手可。
 また、下記特集（東京国立近代美術館ニュース誌『現代の眼』576 号，2009 年 6-7 月）も深く関係する。
 特集 1: <連携>する美術情報
 <連携>する美術館図書室（アートライブラリ）：『展覧会カタログ総覧』から見るアートライブラリの展開と課題 / 水谷長志, p.2-3.
 国立美術館版「想--IMAGINE」の開発 / 丸川雄三, p.4-5.
 国立美術館所蔵作品総合目録検索システムと国立国会図書館デジタルアーカイブポータル (PORTA) との連携 / 柴田昌樹, p.5.
 MLA 連携に向けた国立国会図書館の取組み / 佐藤毅彦, p.6.

2)http://www.mext.go.jp/a_menu/hyoka/d_kekka/07101219/002/025.pdf

3) 「アート・アーカイヴ再考－〈外なる / 内なる〉二つのトライアングルをめぐって」科研費『戦後の日本における芸術とテクノロジー』報告書』, 2007.3, p.88-93.; 「美術資料における〈外なる / 内なる〉ネットワークを考える」『現代の図書館』vol. 34, no. 3, 1996.9, p.151-154.

4) 田中淳「研究ノート 松本竣介〈並木道〉をめぐって」『現代の眼』437, 1991.4, p.6-7. に基づく。

5) 前掲 1)p.24.

1. 実業史研究情報センターについて

財団法人渋沢栄一記念財団（以下「財団」）は、日本に近代経済社会の基礎を築いた渋沢栄一（しぶさわ・えいいち、1840-1931）が常に主張し、実践していた「道徳経済合一主義」に基づき、経済道義を高揚することを目的とする財団法人である。

現在、財団は渋沢栄一関連文書や錦絵をはじめとする20,000点以上の資料、および30,000冊以上の図書・雑誌を所蔵しているが、2003年11月に設立された「実業史研究情報センター」（以下「センター」）は、渋沢栄一や実業史に関するレファレンス・ツールの制作に特化したバーチャル・ライブラリーとしての活動を行っている。

2. ブログ開設の経緯

2008年2月13日、センターは財団としては初めてブログによる情報提供サービスを開始した。また、その実績を踏まえ、2009年9月1日には渡米実業団関連コンテンツのひとつとして「渡米実業団」日録をブログを使って公開した。

・実業史研究情報センター・ブログ

「情報の扉の、そのまた向こう」

<http://d.hatena.ne.jp/tobira/>

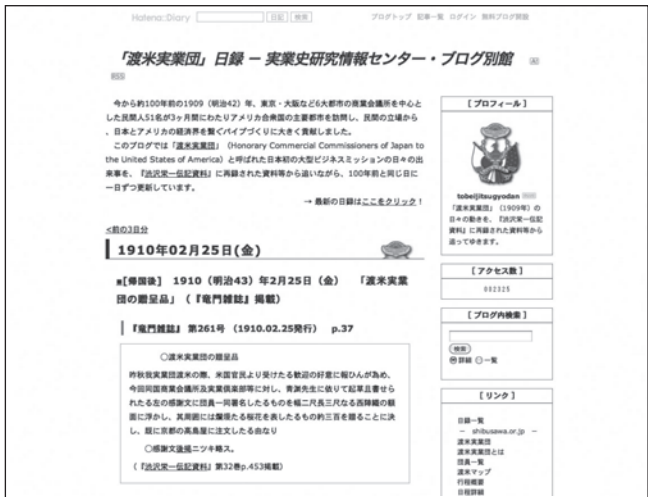


実業史研究情報センター・ブログ「情報の扉の、そのまた向こう」（以下「扉」）は、揮発性の高いウェブ上の渋沢情報を記録すること、センターのプロジェクトで作成した情報を鮮度を保ちながら広く発信すること、などを目的として設置された「情報ブログ」である。

開設に当たっては、2007年6月にセンター職員のみアクセス可能なアルファ版を設置して掲載内容の方針を固め、ブログ設置に関する決裁書を同年9月に提出すると同時に、まず決裁者全員への内部公開を行った。11月に決裁が下りてからは全ての職員へと公開範囲を広げて周知を図り、2008年2月に一般公開を行った。

・「渡米実業団」日録

<http://d.hatena.ne.jp/tobeijitsugyodan/>



一方、「渡米実業団」日録（以下「日録」）は、テキスト化した『渋沢栄一伝記資料』の本文を解体し、項目ごとにまとめられていた出来事を日付順に再構成したコンテンツである。公開に当たってはブログの「日記」としての機能を利用し、100年前と同じ日に一日分ずつ更新している。

3. ブログを使った情報発信の特色

ブログによる情報発信の特色として、1) 即時性、2) RSSによるプッシュ型情報発信、3) 検索エンジンで見つけられやすいこと、4) モバイル環境との相性の良さ、などがよく指摘される。センターではその他に、5) 情報を検索可能な形で蓄積できるデータベース、としての側面を特に重視している。

4. ブログで発信している内容

「扉」では10のカテゴリーに分けて情報の提供を行っているが、それらは1) 渋沢関連情報、2) 社史プロジェクト関連情報、3) センター・財団関連情報（広報）、4) アーカイブズ・図書館関連情報、の4つに大別することができる。1) および2) においては、『渋沢栄一伝記資料』や社史など、書籍に掲載されている情報をウェブ上のリソースと共にまとめるエントリーを作成することで、レファレンス・ツールとしての活用も進んでいる。

「日録」に掲載しているのは、ほとんどが『渋沢栄一伝記資料』第32巻の本文である。ブログでテキストを公開することにより、特別なシステムを組むことなく、Googleなどを使って書籍本文を検索することが可能となっている。

5. ブログ開設による効果

ブログによる情報提供サービスを開始したことにより、1) 情報発信の頻度・速度が飛躍的に向上し、財団やセンターの知名度が上がった、のはもちろんのこと、2) 財団内外から情報が集まるようになった、3) 財団内にセンターの事業内容が明確に伝わるようになった、ということは重要なポイントであると考えている。なお、ブログの更新後にメールで職員全員に更新内容の告知を行っているが、このことにより、図らずも財団全体に対して別形態のチャンネルを得る形となっている。

さらに、4) アクセス・ログを解析することにより、ユーザーのニーズを探ることができる、5) 将来公開するサービスの内容をテスト・改良していくことができる、等のメリットも感じている。

6. まとめ

ブログによる情報提供サービスは、初期投資にかかるコストを低く抑えることが可能であり、「ウェブ」という世界への貢献度も高い。アイディア次第で様々な効果を得ることもできるが、ブログは継続することが前提のサービスであり、エントリーの作成には人的な労力がかかる。

身の丈にあったサービス内容を見極め、継続可能な運用のプランを立てることができれば、ブログは情報発信ツールとして以上の役割を果たす、強力なメディア／プラットフォームとなるであろう。

野口 玲子（東京都現代美術館）

東京都現代美術館における美術館 web サイトの位置づけ

・限られた広告・広報予算

大規模なプロモーションは予算的に不可能。駅貼り広告を数駅に1～2週間掲出するのがやっと、という現状

・来館者の特徴

10代～30代が半数以上。20代が約半数を占める展覧会も。

・美術館に対する「パツとしない」印象

「どこにある美術館?」「現代美術って、おもしろいの?」という声多数。どんなところか、何があるのか、どんな展示をしているか、をビジュアル含めじっくり見せる必要あり

* その他館スタッフや監視・受付スタッフ等が情報を共有するためのツールとしても機能

携帯サイト

→2009年4月スタート。展覧会紹介と交通アクセス等の基本情報が中心。

ブログ

→美術館全体のものと教育普及プログラム関係の2種。不定期更新。美術館サイト内に設置。

メールニュース

→美術館全体のものと教育普及プログラム関係の2種。

メールニュース配信用のシステムで、登録者名簿管理、原稿作成、配信。不定期配信。

YouTube

→2009年12月に美術館のアカウント作成。展覧会スペシャルサイトで展開していたプロモーション動画を中心にアップ。

Twitter

→2010年「サイバーアーツジャパン」展で採用。

ITUMOt（イツモ）

→IHI エスキューブ社が運営する、東京都現代美術館専用の携帯サイト。作家インタビューや簡易音声ガイドなどの音声データを配信するサービス。

<http://www.mot-art-museum.jp/radio/>

Podcastでアーティストインタビューなどを編集した番組を配信したものから移行し、携帯サイトでの音声配信に集約。

持ち運び可能な、簡易版の音声ガイドとして利用されることを期待。

ダウンロードした音声データを来館前・鑑賞中・自宅で楽しめるようなコンテンツを作成。

（関連する音声データがある展覧会の場合は、会場入口で希望者へ携帯電話用のイヤホンを無料貸出）

美術館ホームページ等 運営方法

美術館HP:

トップページの「展覧会最新情報」「お知らせ」と企画展の基本情報は美術館スタッフが更新。

その他Flashや動きの少ないページ、システム管理は制作会社へ委託。

専任スタッフは不在。広報スタッフが他業務と兼務。

→日々のチェック、メンテナンスで手一杯で有効活用できていない

企画展スペシャルサイト:

フォーマットが一定の美術館HPのほかに情報発信をするときにサイト開設。独自ドメインを取得した、美術館HPのサーバーの外に設置。終了後、美術館HPのサーバー内にデータを移設しアーカイブ。

美術館からその都度選定した制作会社へ委託し、進行管理。

ブログ:

美術館HPのトップページにバナーを設置。更新した際は、HPのトップにも見だしをつけブログへ誘導。

広報スタッフ、教育普及プログラムスタッフが随時更新。イベントレポート、展覧会準備風景などを主にアップ。

場合によっては、インターンも原稿作成。

今後の検討・課題事項

・音声読み上げシステム等のサポート機能

→リニューアル時に文字サイズを変更できる機能を加えるか検討し見送った経緯あり。

・Twitter

→「サイバーアーツジャパン」展で試験的に実施。

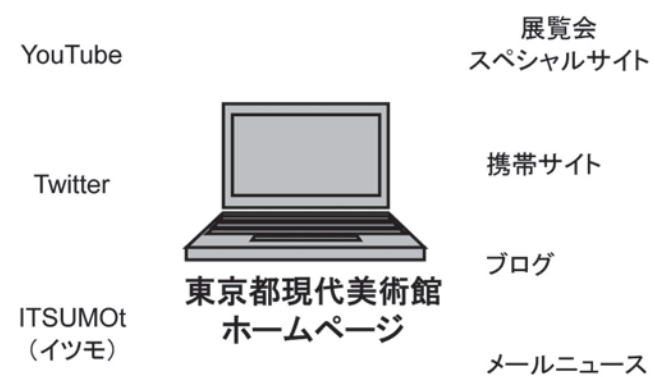
美術館ホームページ、ブログとの使い分けや、「つぶやく」作業量の多さ・・・。

・携帯サイトの展開

→音声データ配信（ITSUMOtに代わるものとして）

画像配信

ナビ機能



美術館ホームページ

→2009年4月にリニューアル。

新制作会社決定は企画コンペを実施。

新ホームページに盛り込んだもの

スタッフが更新しやすいシステム / 多言語化（日英中韓） / サイトデザイン・構成の改善 / 過去展覧会のアーカイブ / 検索機能 / 携帯サイト立ち上げ

全国美術館会議 第 25 回学芸員研修会 予稿集
美術館の情報発信 ― 参加する、つながる、共有する、ウェブの新時代 ―

発行 / 編集	全国美術館会議 情報・資料研究部会 (全国美術館会議 事務局)〒110-0007 東京都台東区上野公園 7-7 国立西洋美術館内 TEL : 03-3828-0290 FAX : 03-3828-0295 URL : http://www.zenbi.jp
発行日	2010 年 3 月 12 日
印 刷	株式会社 プリンテック