

3

文化遺産オンライン



▲ 図8 文化遺産オンライン トップ

Platform Data

正式名称	文化遺産オンライン
URL	https://bunka.nii.ac.jp/
公開年月	2008年3月（2004年 試験公開版公開）

プラットフォームの概要

『文化遺産オンライン』は、全国の指定文化財や美術館・博物館などの収蔵品にまつわる情報を広く閲覧できるポータルサイトです。文化庁と国立情報学研究所による共同運営で、来年には公開から15周年を迎えます。今回ご紹介している3つのサービスの中では群を抜いて歴史が長く、文化財に関連するサイトの中でも老舗のひとつとして、歴史ファンやアートファンに広く知られています。

有形・無形を問わず、歴史的な価値を有する文化的所産を広い意味での「文化遺産」として捉える懐の深さもひとつの特徴。全国の世界遺産(文化遺産)から国が指定・選定・登録した文化財、ミュージアム各館が収蔵する資料に至るまで、多様な情報を横断的に閲覧することができます。また、Webサイトは画像がよく映えるデザインが採用されており、一般の利用者たちが文化財を楽しみ、その価値を認識する場に相応しいプラットフォームへと成長しています。

【コンテンツの構成】

ギャラリー(画像の閲覧が可能)	全国の博物館の所蔵品、国指定等文化財について画像、名称、年代、解説文等の情報を公開
文化遺産データベース	ギャラリーの掲載情報に加え、画像が添付されていない国指定等文化財のデータや、すべての文化財データを掲載 コンテンツの点数:約27万点(2022年4月時点) 所蔵品情報登録館数:約240(2021年11月時点)
全国の美術館・博物館情報	情報登録館数:約1,000(2021年11月時点)

プラットフォームが 目指していること

文化遺産オンラインは、ミュージアム関係者や研究者ではなく、一般の人々を対象に開設されました。日本が誇る多様な文化財の魅力に気軽に触れられる場として機能することに主眼が置かれており、そこから文化財の保存・継承・発展に取り組む気運を醸成し、同時にコンテンツの利活用や情報発信の活性化に貢献することを目的としています。

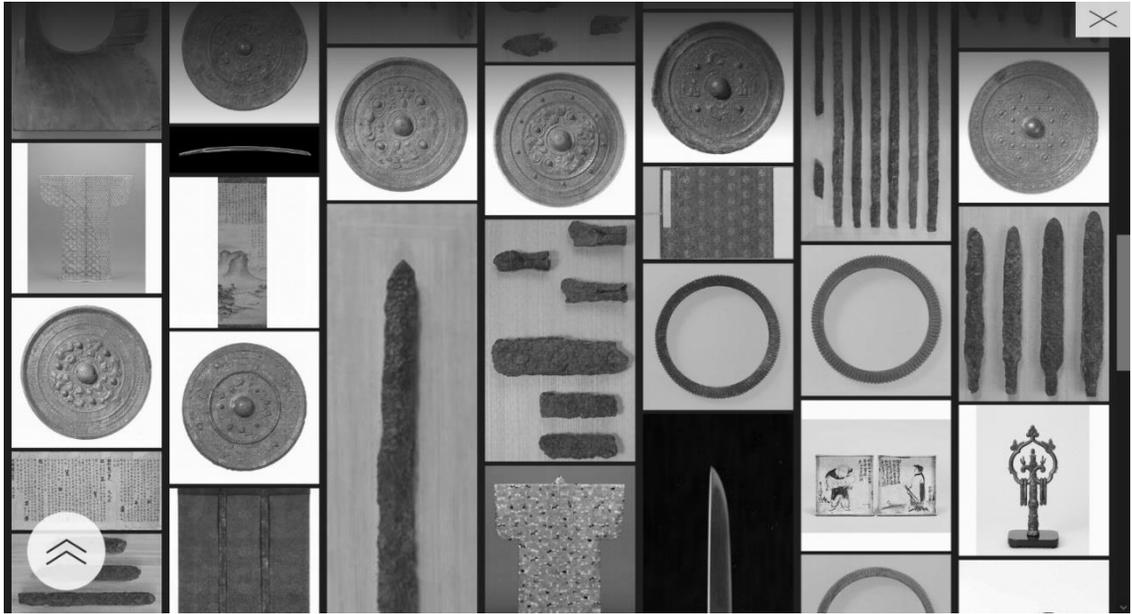
すでに多数の利用者から信頼を獲得するWebサービスとして認知されていますが、2022年春には「文化財との新しい出会い」をコンセプトにリニューアルを実施。情報検索の利便性など直接的な機能向上だけでなく、さらに広く一般に開放された文化財情報への入り口となるべく、利用者の興味・関心の向上や知的好奇心の喚起に資するポータルサイトを目指す意気込みが伝わってくる仕上がりです。

プラットフォームの 「推し」のポイント、機能

最大のポイントは、文化財ポータルとしての経験値です。これまで広く利用者を集め、移り変わりの早いインターネット空間で15年近く親しまれてきた実績は、何物にも代えがたいものがあります。

サイト運営者としての豊富な知識は、画面のデザインや操作性にもよく表れています。予備知識を持たない人が初めてアクセスしてもすぐに楽しむことができる画面づくりは、長い時間の中で磨かれてきた賜物と言えるでしょう。また、コンテンツづくりでも独自のノウハウを蓄積しており、たとえば今回のリニューアルで搭載された「日本列島タイムマシンナビ」では画像がタイル状に並んで少しずつ上に流れていくという独特のスタイルを採用。全体をぼんやりと眺め、ピンと来たものを選ぶだけで新鮮な知的体験が生まれるインターフェイスを実現しています。

そのほか、時代やエリアを自由に動かせるスライダーバーなど、文化財のデジタルアーカイブとしてはあまり見かけない直感的な機能を多数採用。新奇性だけでなく、老舗サービスとしての信頼性の下支えがあるわけですから、文字通り「誰もが安心して利用できる文化財サイト」の完成形を見る思いです。



▲ 図 9 タイムマシンナビ 初期状態



▲ 図 10 タイムマシンナビ スライダーバーで時代を動かす

ミュージアムにとってのコンテンツを提供する（データを連携する）メリット

自館の来館者とも重なる一般層が親しみやすい環境で収藏品情報を発信できることは、それだけでもミュージアムにとって大きなメリットと言えます。しかし、もうひとつ特筆すべき利点があります。と言うのも、文化遺産オンラインは、そのまま「自館の情報公開サイト」としても利用できるのです。

館内で専用データベースを構築しておらず、またホームページで収藏品情報を公開できない場合は、まず文化遺産オンラインで収藏品情報を公開しておき、自館のホームページからリンクボタンを設置することで、容易に情報公開環境を整えることができます。実際にこのスタイルをすでに採用している館もあり、検討中の館は全国に多数あるとのこと。これも、長年の運営実績の賜物のひとつと言えるでしょう。

また、文化遺産オンライン内には、館情報の発信ページも用意されています。所在地や問い合わせ先、休館日などの基本情報だけでなく、展覧会情報の告知などにも活用できますので、極端に言えば館のホームページとして使うこともできます。また、外部連携機能（検索用API）を活用することで、自館のサイト内に収藏品検索機能を持たせて文化遺産オンライン側に誘導することもできるなど、柔軟な応用が可能です。

ミュージアムに対するプラットフォーム側からのアピールポイント

もうひとつ、重要なポイントがあります。実は、文化遺産オンラインに登録した情報は、ジャパンサーチからの検索・閲覧にヒットさせることが可能なのです。文化遺産オンラインの担当者によれば、すでに約4万件のデータが同サイト経由でジャパンサーチに自動登

録されているとのこと。収藏品情報を文化遺産オンラインに登録しておけば、ジャパンサーチの利用者にも発信できるので、文字通りの一石二鳥ということになります。

まとめ

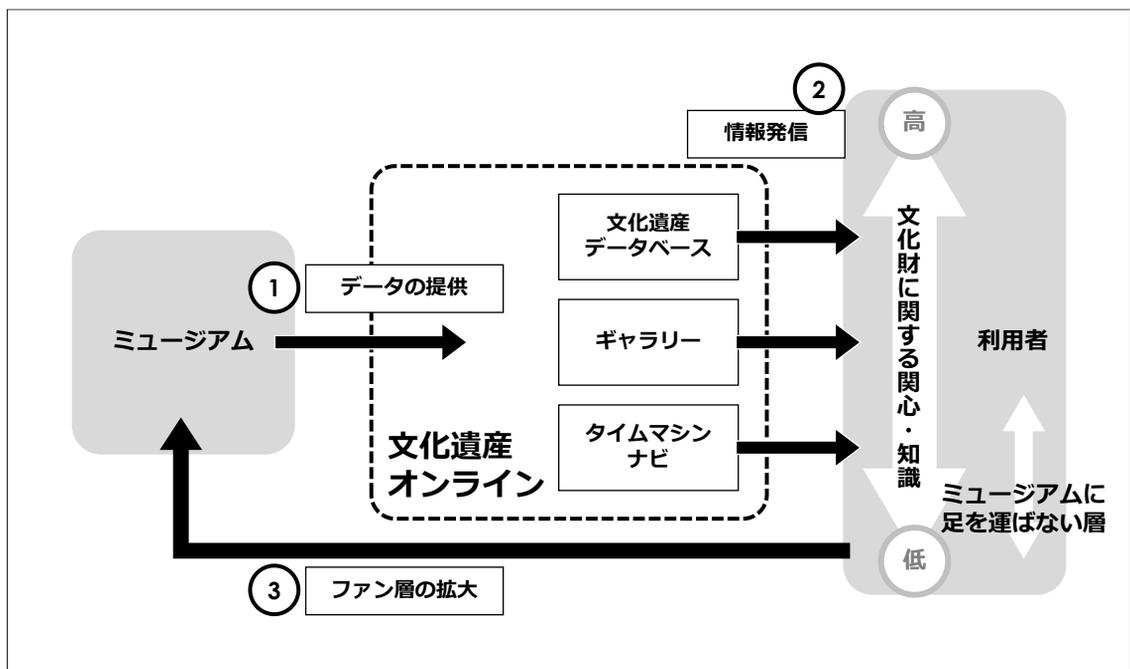
ここまで繰り返してきましたが、文化遺産オンラインは非常に長い歴史を有しています。公開からは来年で15年ですが、その発端は文化庁と総務省が連携して「文化遺産オンライン構想」を発表した2003年にまで遡ることができますので、実に約20年もの時間を積み重ねてきた計算になるわけです。その間、一貫して「我が国の文化財について広く一般に親しんでもらうポータルサイト」に特化してきましたので、機能面や実用性では一日の長を感じます。

これはミュージアムに限った話ではありませんが、マーケティングや広報活動にあたってまず重要な課題となるのは、「情報を到達させることができる範囲をいかに拡大できるか」に尽きます。自社の製品やサービスを知らない層に分け入ってアピールすることがプロモーション活動の第一歩ですが、それはもちろんミュージアムにおいても変わりません。

普段は足を運ばない人々にどう自館の魅力を伝えるか、どう来館動機を刺激するか。宣伝戦略に長けた一般企業でも容易ではないミッションですから、文化施設であるミュージアムにはさらに難易度の高い課題となります。そこに特効薬はなく、ひたすらに地道な努力が問われるわけですが、文化遺産オンラインは「日常的に文化財情報を探す習慣がない層」へのアプローチも可能とします。その歴史や認知度もさることながら、親しみやすく、見て楽しく、用事がなくても長居したくなる情報量とインターフェイス。そこには、

文化財の魅力を楽しむ仕組みと工夫が溢れているほか、他のポータルとの競争を勝ち抜いてきたコンテンツ性も利用者層から高い評価を獲得する理由と言えるでしょう。

文化遺産オンラインは、「ITを活用して文化財情報の裾野を広げよう」という国の取り組みとしては、最も初期に始動したプロジェクトのひとつです。ミュージアムは文化財情報の「提供者」という位置づけになりますが、ここまで進化したからには、データの拡充に協力すると言うよりも積極的に自館のPRを行う舞台と考えるべきではないでしょうか。ファンの裾野を広げるために各種施策を行う上での旗艦ツールと捉え、「活用者」として積極的に使いこなす。歴史あるプラットフォームのポテンシャルを自館のチカラに利用するというスタンスがおすすめです。



▲ 図 11 文化遺産オンラインの効果のイメージ(筆者作成)