



Title	工芸を世界に発信する : Google カルチュラル・インスティテュートによる実践を例に
Author(s)	山本, 真紗子
Citation	デザイン理論. 2017, 69, p. 74-75
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/65027
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

工芸を世界に発信する

— Google カルチュラル・インスティテュートによる実践を例に

山本真紗子／立命館大学非常勤講師、立命館大学先端総合学術研究科研究指導助手

地場産業としての工芸は、需要の減退による経営環境の悪化などの厳しい状況にある。他方、昨今の外国人観光客の増加や2020年の東京オリンピック開催を新たな商機として、期待が寄せられている業界でもある。このような背景からとくに日本工芸の海外への積極的な情報発信は不可欠である。しかし、工芸の世界では中小・零細企業や個人経営が多く、コンテンツ制作やウェブサイトの構築・更新作業などは負担が大きい。本発表では、このような課題を克服するための地方の工芸の海外への情報発信の実践例として、Google カルチュラル・インスティテュート (Google Cultural Institute)¹ 「Made in Japan：日本の匠」(2016年1月26日公開開始)をとりあげる。

Google カルチュラル・インスティテュートでは、世界中の美術館、アーカイブの所蔵資料や作品、世界遺産等の高画質の画像をウェブ上で閲覧できる。2011年の公開時は、美術作品の超高解像度画像の鑑賞、ストリートビューによる世界遺産のアーカイブ、館内のバーチャルツアーをウェブ公開するサービスとして始まった。海外のパートナー（参加施設・機関）にはメトロポリタン美術館・オルセー美術館など、日本国内では東京国立博物館・国立西洋美術館・宝塚市立手塚治虫記念館・広島平和記念資料館などが参加しており、すでに1,200以上を数える。そして各館の所蔵するアイテム（作品画像）が公開されており、これらはGoogle 検索から検索・閲覧することも可能である。平面・立体作品以外にも、360度動画を利用したダンスや演劇

等のアーカイブ化にも取り組んでいる。

「Made in Japan：日本の匠」は、カルチュラル・インスティテュート内の日本の工芸についてのプロジェクトである。「トピック」では、Google マップ上からパートナー施設や展示を探すことができる。「オンライン展示」では、専門家による解説文と動画・画像等により、概要を簡単に知ることができる。「Made in Japan：日本の匠」内だけで1,435個のアイテムが掲載されている（2016年6月現在）ほか、動画もある。本プロジェクトは2016年1月26日に公開が開始。公開時は6パートナー、27都府県82種の展示からスタートした²。

【1】青森県 観光国際戦略局 観光企画課

…こぎん刺し、津軽塗、南部裂織、ブナコ、あけび蔓細工、津軽金山焼、八幡馬、きみがらスリッパ

【2】秋田県 産業労働部 地域産業振興課

…川連漆器、樺細工、大館曲げわっぱ

【3】仙台観光国際協会…仙台箪笥、堤焼乾馬窯、玉虫塗

【4】伊勢半紅ミュージアム…化粧紅

【5】立命館大学アート・リサーチセンター…西陣織、九谷焼、京焼、京友禅、京漆、京唐紙、自在置物、伊勢型紙、和更紗、山中漆器など55件

【6】立花家史料館…芦屋釜、蒲池焼、賀茂人形、明治時代の有田焼、雛調度、蒔絵盃、小笠原流折形、日本の線香花火など13件

(順不同)

発表者は【5】立命館大学アート・リサーチセンターの研究員として、本プロジェクトの展示の企画や選定、実際の制作を担当。展示では「西陣織」「京友禅〈手描き友禅〉」「京友禅〈型友禅〉」「和鏡」「花かんざし」「京つげ櫛」「伊勢型紙」を主に担当した。

このサービスでは、パートナー（施設・機関）が展示やアイテム・解説文等を作成し、ウェブ上で公開する³。Googleはフォーマットを提供するのみ（非営利事業）で、展示される動画・画像のデータの所有権はもたず、著作権も主張しない。解説は英文が必須のバイリンガル仕様である（ただし、端末が日本語で設定されている場合は日文解説が表示されるため、日文・英文を同時に閲覧することはできない）。今回の展示では、研究者や学芸員等専門家による解説と、カメラマンが撮影した画像や動画を使用している。情報発信だけでなく、教育や初歩的な研究のツールとして使用できるものを目指した。また、展示はGoogleマップやストリートビューなどGoogleの他のサービスとの連携が可能である。博物館・美術館であれば自館のサイトやコンテンツとの相互利用も可能で、実際に大英博物館のサイト等でそうしたサービスが提供されている。

このサイトの最大の特色は、世界中から博物館・美術館・研究機関が参加し、その所蔵品の画像や情報を順次追加・公開していることである。Googleカルチャーラル・インスティテュートへの参加は、すなわちこの世界的規模のデジタル・アーカイブに参加することを意味する。著作権の問題や外国語でのコンテンツ制作の負担から日本での参加の動きは鈍いと思われたが、今後は多くの美術館・博物館で（どのような形をとるにせよ）対応を迫られることになるだろう。

先に見たように、このサイトでは展示を入口に、Googleの別のサービスのような複層的な情報にアクセスすることが可能である。非営利のサービスという性格上、展示と商業的なサービスと直接連結させることはできないが、マップをうまく活用するなどすれば、観光客誘致などにも十分効果が見込まれる。Googleからフォーマットは無償で提供されるため、サイトのメンテナンスやサーバーの維持管理といった技術面の問題も解消される。

Googleカルチャーラル・インスティテュートは、空間（海外）・時間（歴史）をこえた巨大な美術・工芸・歴史資料のデジタル・アーカイブとして成長を続けている。これに参加することで、規模の大小や有名・無名にかかわらず、新たな世界的情報発信とネットワークの構築を手にすることが可能である。一方で、あまたある展示やパートナーのなかからウェブ閲覧者の目を引くためには、ほかに負けない魅力や価値のあるコンテンツとして情報を発信していく必要がある。従来の日本人向の情報発信や文脈にとらわれず、特に海外からの関心や要請にこたえるような展示が提供できれば、これまでの人気や知名度に左右されず、評価を受ける産地や工芸品も出現するだろう。その結果、日本の工芸の世界が再編成されていく可能性もあるだろう。

註

- 1 これは発表申請当時の名称で、2016年8月現在、「Google Arts & Culture」に変更されている。
アドレス（2016年8月現在）：<https://www.google.com/culturalinstitute/beta/?hl=ja>
- 2 現在も順次新たなパートナー・展示が追加されている。
- 3 展示の制作・公開は、パートナーとなるか、パートナー施設に参加する形でおこなう必要がある。パートナーとなるためにはいくつかの条件があり、Googleと契約を結ぶ必要がある。