



新潟デジタルアーカイブシンポジウム開催



■と き／平成17年2月2日(水)

■ところ／朱鷺メッセ(新潟コンベンションセンター)中会議室201

◆第1部：講演

「デジタル技術の進化とアーカイブの可能性」
加茂 竜一氏(凸版印刷(株)文化事業戦略部 部長)

◆第2部：パネルディスカッション

「地域文化とデジタルアーカイブー文化の再創造と地域活性ー」

[パネリスト] 幸物 正晃氏
(経済産業省 関東経済産業局 情報企画係長)

笠羽 晴夫氏
(デジタルアーカイブ推進協議会 事務局長)

吉川 美貴氏
(味匠 虎つ川 取締役)

加茂 竜一氏
(凸版印刷(株)文化事業戦略部 部長)

[コーディネーター] 田中カツイ氏(ライフコーディネーター)

第1部 講演 「デジタル技術の進化とアーカイブの可能性」 加茂 竜一氏



加茂 竜一氏

凸版印刷株式会社で文化財・美術工芸品・歴史的建造物等のデジタルアーカイブとコンテンツ制作を担当している加茂氏。今回は映像や写真を用いて、印刷博物館やウフィッツィ美術館などでのデジタルアーカイブの事例、中国古宮博物院でのバーチャルリアリティの事例、フィールドミュージアムの事例などを紹介して頂きました。また、デジタルアーカイブの注意点や問題点といったことについても講演していただきました。

第2部 パネルディスカッション 「地域文化とデジタルアーカイブー文化の再創造と地域活性ー」

田中 カツイ氏



ライフコーディネーターとして、県内各地の地域作り活動をコーディネートしている田中氏。地域文化/地域振興とデジタルアーカイブのつながりに焦点を当てていきました。

笠羽 晴夫氏

デジタルアーカイブ推進協議会の事務局長を務める笠羽氏。デジタルアーカイブの普及・推進に従事してきたことから、全国各地の事例の紹介と、地域振興とデジタルアーカイブについてお話していただきました。

幸物 正晃氏

経済産業省 関東経済産業局でアニメーション・ゲーム・CG・キャラクターといったコンテンツ産業を担当している幸物氏。市場と接点をもつコンテンツ産業という視点について、また経済産業省の施策・姿勢についてお話していただきました。



吉川 美貴氏

千年前から続く鮭製品製造加工販売を営む吉川氏。村上市の「町屋の人形さま巡り」を立ち上げ、村上の町づくりを推進してきました。現在に至るまでの過程を、写真を用いてお話していただきました。

第2部 パネルディスカッション 「地域文化とデジタルアーカイブ文化の再創造と地域活性」

■地域文化から地域振興へ―村上の事例

田中 さて第2部は、地域文化と地域振興をどう結び付ければ良いのか、デジタルアーカイブとどう結び付ければ良いのか、そういった融合について話し合っていきたいと思います。まずは村上の事例にヒントがあるように思いますので、吉川さんからお話を伺いたいと思います。

吉川 村上市は人口3万人程の何の変哲もない田舎町で、衰退の一途を辿っていました。私は主人と一緒に全国260カ所見学し、村上の財産は外観ではなく内部空間の町屋だと気付きました。そこで「村上の町屋に遊びにこいっしょ」というマップチラシを作成して新聞に折込みました。これが非常に反響を呼び、村上の町中に人の流れが出来始めました。さらに活性化の起爆剤として「町屋の人形さま巡り」を企画しました。この催しは様々な人形を民家に飾り、観光客に巡って貰おうというものです。これが大ヒットし、約3万人の観光客の誘致に成功しました。

この催しは滞留時間が長いという特徴があります。60軒廻るのに1日掛かりなので、ご飯を食べたりお土産を買ったりとお金を使ってくれます。この結果1億円の経済効果が生まれました。また、お年寄りが出て来て観光客に説明するなど、お年寄りの活性化にも繋がり思わぬ波及効果が生まれました。これに加え秋には「町屋の屏風まつり」を企画しました。こうした取り組みを行うことで、現在は5億円の経済効果に至っています。しかし掛かる経費は毎年35万円。今までの町づくりは箱ものをつくる傾向にありましたが、村上の催しは今有る物を活かしました。よって多くの市民が参加でき、町作りに対する気運が高まってきました。

現在は「黒塀1枚1,000円運動」を企画し、外観再生を行っています。これは全て市民の手作りで、既存のブロック塀に板を貼付けて黒のペンキを塗ります。簡易で安価ながらも少しずつ景観が形成されます。またお金を寄付して頂いた方の名前を塀に書くので、その方が又見に来ます。このように、如何に1人でも多くの人を巻き込むのか、行政任せではなく自分達でやれる事は自分達でやるという事が地域に大きな力をもたらすと思います。

私の店舗では、アーケードやショーウィンドを取っ払い昔風に外観を変えただけで来客数が10倍以上になりました。町中にこうした建物が増えてくると、催し以外の時も確実に観光客が流れて来ます。

景観形成に関してですが、安易な和風に流れるのではなく、日本ナショナルトラストなどの機関に調査を依頼し、その報告書を元に歴史的口承に沿った再生を行うのがポイントだと思います。無いものを持ってくるのではなく、その地に根付いてきたものを活かしながらそこに付加価値を付けていく、再創造していくことが大切だと思います。

田中 地域文化が地域振興に発展していった良い事例だと思います。これは第1部の加茂さんのお話に通じると感じますのでお願いします。

加茂 昔使っていた物や掘り起こされた物など、人の営みの中で生まれた物はエネルギーを持っています。このエネルギーをどう蘇らせるか、どう伝えるか、どう表に出すか、言い換えるとこういう取り組みが村上の事例だと思います。人形や屏風は終わっていてもそのエネルギーは無くなる、だから出した時見た人に伝わるのだと思います。

しかし伝えるのは人でなくてはならないと思う。人形や屏風は一つのメディアだと考えますが、このメディアが伝えたい事を、関わった人が伝えることが大事だと思います。関わった本人である吉川さんが昔から現在までのプロセスを語りましたが、このプロセスはデジタルアーカイブに関わる時にも同じだと言えます。デジタルなどの技術に流されず、それを上手く利用していくのが良いと思います。

■「可視化」する

田中 次に全国の沢山の事例に触れてきた笠羽さんから、地域文化／地域振興とデジタルアーカイブとの繋がりをクリアにして頂きたいと思っています。

笠羽 地域振興には「魅力度」が影響してきます。まずは住民が自分

達の地域を意識する必要があります。その上でどうアピールするか考えていけば良いと思います。この時加茂さんがおっしゃった可視化することが重要だと思います。

データベースを作る事はよく聞きますが、コンテンツが増えれば増える程味気無いものになっていきます。よって魅力を気付かせる方が大事です。よく「映画は演劇の記録ではない」と言いますが、地域振興にも同じく言えることで、編集したりクローズアップしたりする必要があります。

このとき「デザイン力」が大事になってきます。これは地域ブランドとも言われますが、地域の特色を明確に出していく事です。このデザイン力を育てるには、外から見る目・外から見て評価する事が必要です。またデザインには文脈・背景・物語が必要ですが、これらを可視化し関係付けることがデジタルアーカイブの得意とする事です。

吉川 加茂さんのおっしゃるように、客観的に見極める目が必要だと思います。そしてただ気付くのではなく、徹底的に光を当てる・磨きをかけることが大切だと思います。

■国の施策について

田中 さて次は国の施策や具体的な見直しなどを幸物さんから紹介して頂きたいと思います。

幸物 現在地域産業政策という観点から、地域ブランドという論点が盛り上がりを見せています。経済産業省も今までは如何に作るかという事に重きを置いてきましたが、これからは如何に学んで／買って頂くかという観点で施策に反映しなければならないと考え、平成17年度予算に関しても出口の部分(どういったビジネスの形態・地域振興になるのか)を意識したビジネスプランに対して包括的に支援していきます。

■会場からの質問

田中 ありがとうございます。ではここで会場から質問を受け付けたいと思います。

質問者1 デジタルが進めば進むほど冷たい感じを受けます。高齢者などの弱者の視点が抜けているように感じるのですが。

加茂 情報のバリアフリーについて近年話題になっていますが、お年寄りだけでなく子供にも伝えたい事がきちんと伝わるかという問題があります。デジタルは冷たいものだと思って、実際に使って貰うにはどうしたらいいのかを考えなければならないと思います。日本は情報に対して過度の期待がありますが、情報やデジタル技術に頼るだけでなく、人によるサポートが必要です。そうすると問題はどんどん膨らんでいきます(ボランティアなどの教育／アルバイトなどの雇用／お金の問題など)。しかしそれを解決していけば用途は広がっていきます。

質問者2 郷土料理や食べ物の歴史など、食べ物について何か考えていることはありますか。

笠羽 食の魅力は地域の魅力であり、観光に大いに役立つとされています。また食べ物・飲み物は文化財であり、残していきたいと思っています。この時文脈を含めて記録することが大事です。つまりレシピだけ記録するのではなく、どういう行事の時にどういうものを食べるのかといったように、体系立てて作ることが求められます。

幸物 ファッションと食は世界に誇れる日本の文化-「Japan Brand」として、知的財産戦略本部は明言しています。当たり前のように見過ごしてきたものの中に、もっと評価されるべきものが手元に眠っているのではないかとこの視点で見直していきたいと思っています。

質問者3 デジタルアーカイブを進めるにあたって、人材不足が問題となります。地域で継続していくためのキーはありますか。

笠羽 学芸員や司書と



■アーカイブとは

もともとアーカイブとは、古文書やそれらを保存する場所を指します。私が最も相応しいと思うアーカイブの定義は、「記録とアーカイブスの作成と管理から使用までの全ての活動を指し、人間の活動と経験の正直な証拠を、時を超えて伝達することを意味する」というものです。

■デジタルアーカイブの考え方と目的

デジタルアーカイブに取り組む際には、①一つの情報から沢山のメディアに展開出来るような高精細のものを指す事、②様々なメディアに高品質に変換出来るようなカラーマネジメントシステムを取り入れていく事が必要になります。

カラーマネジメントとは、世界中どこで見てもどのデバイス(印刷物、モニター等)で見ても近似的にする技術で、基本的には色を数字で測っていきます。色には発色空間があり、出力物によって表現出来るものは異なるのでこうした技術が必要となるのです。

デジタルアーカイブを行う目的は、収蔵品が劣化してきたので保存したい、写真撮影するとどんどん傷むのでデジタル化したものを使いたい等色々な目的がありますが、最近では用途の方に目的がシフトしてきています。例えば、蓄積したデータを使って情報を交流させたい、コンテンツに展開させたい、というような目的です。

■ウフィッツ美術館での事例

イタリアにあるウフィッツ美術館の資料2000点をデジタル化して保存し、様々なことに使っていくというプロジェクトを行いました。

このプロジェクトにはカラーマネジメントシステムを導入して、保存する色を決定しました。また、撮影時のライト・太陽光など環境光のスペクトル、モニター・レンズ・CCDの特製も保存しました。これは、将来の様々なメディアへの正確な色調再現を実現するために行われました。ただ見るだけという目的ならばここまで必要ありませんが、100年後資料を修復するという目的の時は、細かい情報が大事になります。目的によって保存する情報が違って来る訳です。

■印刷博物館の事例

凸版印刷の印刷博物館では、情報と資料は同じものという考え方で収集しています。よって資料だけでなく情報も収集の対象になっており、現物がなく情報だけの資料もあります。

グーテンベルクの42行聖書はその一例です。聖書をデジタル化したコンテンツは、拡大表示したり、ラテン語を日本語に訳したものを見ることが出来たり、ページがめくれるようにしてあります。また聖書にまつわる美術品のデータベースをアートギャラリーとして別に作ってあり、関連する箇所とリンク出来る様になっています。このように現物の前に情報端末を置いてデジタルコンテンツを使ってアシストすることで、見る側が全ての情報を受けることができるようになっています。

本来の博物館学では、どちらの資料も(本も絵画も)本来は一緒のものでしたが、管理の問題から絵画は美術館、本は図書館と別々に保管されるようになっていきました。しかし、情報や文化はその時代の中で繋がっています。デジタルを単なる技術として捉えるのではなく道具として捉えれば、このように文化と情報を関連付けることが出来ます。

■デジタルアーカイブの注意点

デジタルデータはメンテナンスをしっかりと行っていれば、ほぼ永久に残すことが出来ます。また、インターネットメディアを通じて一度に沢山の人の伝えることが出来ます。但し、メディアに依存してデータを持つと、メディアの中で陳腐化してしまいます。このスピードは非常に速く、時代と共にどんどん変化していきます。揺れる舟から揺れる舟へ飛び移っていくように、メディアの中を渡っていかなければなりません。

デジタル化やデジタルアーカイブといったものは、明日使うものもあれば50年後使うものもあるので、この点には気を付けなければいけません。

アーカイブを進めていく時には、どういう対象物を、どういう目的で、どういうメディアで、どれくらい保存するのかといった事を考えて、アーカイブのスペック(仕様)を決めていかなければなりません。



■デジタルアーカイブの問題点

デジタルアーカイブを行っていく上で問題になるのが、著作権、所有権、道義的問題、そしてマネジメントの問題です。著作権など権利の面がクリアになっても、道義的な問題で揉める事もあるので注意が必要です。後々トラブルにならないために、最初にこうした問題をきちんとクリアしておく事が大事です。

とはいえ一番重要なのはマネジメント、つまりお金です。なぜならデジタルアーカイブは国の補正予算が出たから作る、という類いのものではないからです。継続して積み重ねて研究の流れに乗せなければならず、これには長い時間が掛かります。誰がアーカイブの利益を享受するのかによって、どこがお金を出すのか=どうマネジメントするのかを決めることが大事です。これをきちんとやらないと1年目で失敗することもあります。

■バーチャルリアリティ(VR)

立体物をデジタルアーカイブする際、7年前からバーチャルリアリティ(VR)という手法を用いるようになりました。中国古宮博物院との共同研究で作成した「紫禁城・天子の宮殿」もこのVRを用いています。建築物・文物のデータを収集してデジタル化するだけでなく、徐々に中国側に技術移転していくという非常に長期のプロジェクトでした。

VRを行っていく上で悩んだのは、それがバーチャルとリアリティの中間のものなのか、バーチャルもリアリティも両方含んでいるものなのかということでした。それによってコンテンツの作り方も違って来るからです。結局、私はバーチャルなものだと思ふことにしました。

よって「伝える」という時には人が大事になってきます。メディアが例えどんなに進化したとしても、人が伝えるのに勝るものはありません。冷たい感じがするバーチャルな空間を、人に近付けることが大事です。この時、お寺の住職さんや学芸員など深く関わっている人が説明すると伝わりやすいです。

■フィールドミュージアム

2000年から早稲田大学との共同研究で「フィールドミュージアム」と名付けた「AR(Augmented Reality)=複合現実」の実証実験に取り組みました。このフィールドミュージアムとは、現実世界(発見された場所や文化財)に情報を付加することによって、元の作品なり場所の情報をより深く・多く伝える仕組みで、発見された資料を公開施設などに持ち込んで公開する事が多い従来のミュージアムとは異なります。

この実験では「双眼鏡型」、「ボード型」、「ヘッドフォン型」の3つのタイプの機器を用いました。場所や文化財に情報のチップをつけて、モノと情報が一緒に動いているという遍在型のデータベースと言う事ができます。

■おわりに

デジタルアーカイブはそれぞれの立場で行う事が出来ます。写真を撮影して集めるだけで充分アーカイブと言えるし、その集めたものをパソコンに取り込んでいくだけで充分デジタルアーカイブと言えます。

自分達で出来る事から行っていく、継続していくことが大事です。地域文化を蓄積し、是非公開して行って欲しいと思います。

いった国家資格を持った方だけでなく、ボランティアやNPO、大学などを巻き込む必要があります。全国の事例を見ても、ボランティアをうまく活用しています。

幸物 俗な言い方ですが、コンテンツでお金儲けを考

えてくれるプロデューサー育成という観点で、経済産業省がカリキュラムを作成しています。そしてプロデューサーの方には、各地で教育して頂いています。これは今後も継続していきますので、必ずしも地方の自前主義で人材育成を行わなくても良いと思います。



■おわりに

田中 ありがとうございます。では取りまとめとして、笠羽さんからは全国の事例の紹介、そして幸物さんからは、地域文化と産業興しについてお話して頂きたいと思います。そして最後にパネリストの皆様から、これからのデジタルアーカイブ／地域文化／地域振興、地域の再創造に対する願い、ご自分の哲学等をお聞かせ頂きたいと思います。

笠羽 地域のデジタルアーカイブの形態は、主体／目的／対象とする物／何処に溜めているのかによって様々です。代表的な事例として山梨の地域資料デジタル化研究会が挙げられます。市民が資料を持ち寄ってデジタル化し、国の援助でログハウスの図書館を作り、指定管理者制度を利用してNPOが受託して24時間住民サービスの図書館を運営しています。

最後に、災害に関してお話したいと思います。阪神大震災の際、当時の通産省は市民が撮影したビデオを集めてアーカイブするというプロジェクトを行いました。また神戸市は復興の様子を定点観測した写真を

WEBで公開しています。昔あった大事な物を保存するのもアーカイブですが、壊れた物がどう復興していったのかという事も大事なアーカイブになります。

幸物 地域文化／地域ブランドを発信していくための手段として、デジタルアーカイブは極めて有効だと思います。経済産業省の視点でいくと、デジタルアーカイブの制作は自治体がお金を落とす行政主導型では決して有り得ません。その地域でどういったムーブメントが起こっているのか／起きてくるかが重要で、行政の支援が止まると終わるものには予算を付け難いと言えます。ムーブメントが起こっている所に後押しして、さらに活性化させるという観点から支援するという考え方で。

吉川 村上を元気にしよう＝経済の活性化を狙うことからスタートしましたが、様々な波及効果が生まれました。幸物さんがおっしゃるように「ムーブメント」になってきています。今後の活動では多方面の広がりや意図的に盛り込んで、総合的な取り組みを意識していきたいと思います。

加茂 地域文化を再生していく事とデジタルアーカイブは近い関係にあると再確認しました。デジタルアーカイブは人が文化を残していくという行為そのもので、決して難しいものではありません。大切なのは多くの人に参加して頂く事で、続けていく力にもなります。来て頂けるような「種」を住民が見つけて、温めて発信して欲しいと思います。

田中 皆様ありがとうございます。一人一人が守り育ててきた地域文化に対する思いに、デジタルアーカイブという戦略を入れた時、専門家や行政の役割も大きいと改めて感じました。また専門家が情報を発信していく上で、情報をどのように整理するのかということも、戦略としてのデジタルアーカイブでは大きな役割を果たすのではないかと感じました。本日のシンポジウムを通じて、脈々と受け継がれてきた人の熱い志を、次の地域振興にどう活かすのか考えていきたいと感じました。パネリストの皆様、会場の皆様、本日はありがとうございました。

参加者の声

当日の参加者に対するアンケートの一部をご紹介します。

「地域文化の保存・継承～活用において「デジタル化」の必要性を感じますか?」という問いに対して、必要と答えた方の割合は100%でした。しかしその反面、「「デジタル化」という手法に関して、問題・不安だと思いませんか?」という問いに対して、問題や不安があると答えた方の割合は59.2%にも及びました。

「デジタル化」という技術に期待する面とは裏腹に、技術面・セキュリティ・人材や利活用の問題や不安と、参加者の抱える問題はまだまだ大きいことが明らかになりました。

新潟地域文化デジタル化研究会としては、これらの問題・不安を解消する為に今後も活動を継続し、地域文化の保存・継承～活用における手段としてのデジタル化＝デジタルアーカイブを推進していきたいと考えております。

応援します!新潟の地域文化デジタル化

新潟地域文化デジタル化研究会

現在日本各地には、その土地に根付いた素晴らしい地域文化が存在しますが、近年の生活様式・価値観の変化、過疎化・高齢化の進展から、その継承が困難になっているものもあり、地域文化の保存のための取組みが求められています。また、その土地独自の文化をキーとした地域開発によって、地域の活性化・ブランド化を図ることは一層その重要性を増すことと思われます。

このような社会的現状を背景として、地域間における交流を目的としたネットワークを構築し、21世紀における新潟の新たな価値の創造を目指すべく、産業・学術・文化の各分野から主旨に賛同する方々を中心に、2001年12月に「新潟地域文化デジタル化研究会」が発足いたしました。

今後は、研究会の活動として新潟県内へ向けて地域文化の見直しと財産としての活用を訴えるために、県内各地でのセミナーの開催や、研究会での産官学の交流、情報発信事業などを計画しております。

また地域文化デジタル化の実現に向けた財政各種制度のご案内や手段・体制構築のご相談など、お気軽にお問合せください。

当研究会やこの会報誌に関するお問い合わせは下記事務局まで。

新潟地域文化デジタル化研究会事務局

〒950-0078 新潟市万代島5番1号 朱鷺メッセ万代島ビル2F 情報工房DOC内 事務局担当:阿部・中村

TEL.025-283-6222(第一印刷所内) FAX.025-282-1784

Email degiken@the-niigata.com URL <http://www.the-niigata.com/degiken/>

