

第8回 ミュージアム日本美術専門家連携・交流事業

国際シンポジウム

「ミュージアムとオンライン 実践と展望」

2022.1.29

8th International Exchange Program for Curators of Japanese Art

International Symposium

Museums and Online Initiatives: Practice and Prospects

■主催者挨拶

はじめに、一昨年より続く新型コロナウイルスの世界的な感染拡大という大変な状況の中、一日も早くこの事態が収束し、今年こそは平穏な生活が取り戻せるよう、祈念いたします。

独立行政法人国立文化財機構及び東京国立博物館では、海外の美術館・博物館に在籍する日本美術を担当する学芸員等と交流の場を設け、日本美術専門家同士のネットワーク作りや人材の育成、また日本美術作品の所在確認等を目的とし、平成 26 年度から国際シンポジウム、ワークショップ、専門家会議等を実施しております。

今回のシンポジウムでは、「ミュージアムとオンライン 実践と展望」をテーマとし、昨年度に引き続きリモートで開催するはこびとなりました。

前回のシンポジウムでは、「日本美術がつなぐ博物館コミュニティ:ウィズ／ポスト・コロナ時代の挑戦」をテーマに、新型コロナウイルスのパンデミック下で、デジタル技術を活用していかに博物館活動を行い、コミュニティのつながりを保つのか、国内外の博物館の事例をもとに議論を行いました。

新型コロナウイルスの拡大からおよそ 2 年が経過し、実際に博物館を訪れての観覧も再開された現在、様々な館で実践されてきたオンライン事業は、各館においてどのような位置づけがなされているのでしょうか。今回のシンポジウムでは、国内外の博物館関係者 4 名に、それぞれの館の事例をご紹介します。

このシンポジウムが、ご視聴いただいている皆様に、オンライン事業の実践により見出された新しい価値や課題、そしてオンライン事業の今後について考える機会となれば幸いです。

なお、本事業は国内外の多くの関係者のご協力のもとに実施しております。ここに心よりお礼申し上げます。

令和 4 年 1 月 29 日

東京国立博物館長

銭谷真美

■ Foreword

I would like to begin by expressing my hope for a resolution to the coronavirus pandemic and for a return to normalcy this year.

Since 2014, the National Institutes for Cultural Heritage and the Tokyo National Museum have organized the annual International Exchange Program for Curators of Japanese Art. The goals of this program are to promote exchange between museum professionals involved in Japanese art, create a network of Japanese art curators, and conduct training, education, and surveys of Japanese art.

Tokyo National Museum hosts this year's symposium, "Museums and Online Initiatives: Practice and Prospects," as the eighth thus far remotely. In last year's symposium, "Creating a Global Museum Community through the Arts of Japan: Challenges in and after the Era of COVID-19," a group of international participants debated how museums can utilize digital technology and maintain strong communities during the pandemic.

About two years have passed since the pandemic began and museums have once again opened their doors to visitors. What is the relevance and purpose of the online initiatives undertaken at various museums? At this symposium, four international speakers will present case studies from their respective museums to explore this question.

We hope this symposium will provide an opportunity for attendees to think about the value of, as well as the challenges posed by, online initiatives, and consider how they may be utilized in the future.

This project was made possible by many international contributors. I would also like to take this opportunity to express my heartfelt gratitude to all of them.

January 29, 2022

Zeniya Masami

Executive Director

Tokyo National Museum

■開催趣旨

2019 年からはじまった COVID-19 の世界的流行により、世界中で人と人との交流は制限され、その暮らしの様相は一変しました。世界各国のミュージアムの多くで扉を閉めざるを得なくなり、来館者に門を閉ざすことになりました。実際に人々が訪れ、展示室で展示物に出会う場所であるミュージアムのリアルな活動の制限は、まさしくミュージアムの存在理由そのものが問われる事態をもたらしたのです。

そして昨年 2020 年度のシンポジウムでは、「日本美術がつなぐ博物館コミュニティ：ウィズ／ポスト・コロナ時代の挑戦」をテーマとして、感染症が世界を覆った事態を鑑み、完全にリモートで実施され、この困難な時代において、ミュージアムがいかに活動していくのかが討議されました。

今現在、世界中でワクチン接種が進み、この時代を脱する光が見えつつあります。そこで今回のシンポジウムは、感染拡大のなかで各国、各地域のミュージアムが挑戦し、実践した「オンライン事業」に注目して、その実践の様相とともに、展望を議論したいと思います。

イン・パーソンであることが本質的な活動であるミュージアムにおいて、昨年以来の実践を通して、それぞれのミュージアムにおける「オンライン事業」がどのような位置づけを持つことになったか、その当否も含めて将来的なミュージアムにおけるオンライン事業の展望をそれぞれの事例を紹介いただきながら、さまざまな視点から考えていきたいと思います。

東京国立博物館
学芸研究部 調査研究課長
松嶋 雅人

■ Introduction to the Symposium

COVID-19 drastically changed our lives and limited international exchange when it swept the globe in 2019. Museums around the world were forced to close their doors to visitors. No longer able to provide spaces for people to experience art in person, museums began to question their very purpose.

Our last symposium, “Creating a Global Museum Community through the Arts of Japan: Challenges in and after the Era of COVID-19” was held entirely online, with participants discussing how museums should respond to these challenging times. There is now a glimmer of hope with vaccines available throughout the world. However, the length and severity of the pandemic has forced museums to invent new strategies for providing services to the public. Our upcoming symposium will focus on online initiatives undertaken by museums during the pandemic.

Presenters from museums in the United States, Europe, and Japan will discuss their institutions’ strategies for implementing online events and other digital content, while sharing concrete examples and evaluating their effectiveness. Given how museums are geared for in-person activities, presenters will also examine how their museums have defined the purpose of online contents.

Matsushima Masato

Supervisor, Research Div., Curatorial Research Dept.,
Tokyo National Museum

■スケジュール

1 月 29 日 (土)

13:30-13:35	開会 主催者挨拶 銭谷眞美 東京国立博物館長 司会 松嶋雅人 東京国立博物館 学芸研究部 調査研究課長
13:35-13:55	発表 1 ジェーン・アレクサンダー クリーブランド美術館 デジタル情報部長 「生まれ変わる 21 世紀の美術館」
13:55-14:10	トークセッション シネード・ヴィルバー (クリーブランド美術館 日本美術担当学芸員) との 対談
14:10-14:20	発表 2 ナネット・ブーメル アムステルダム国立美術館 デジタル&マーケティング部長 「アムステルダム国立美術館: デジタルによる発信とコロナ禍で学んだこと」
14:20-14:30	トークセッション メンノ・フィツキ (アムステルダム国立美術館 アジア美術部長) との対談
	休憩
14:45-15:10	発表 3 土屋隆英 京都市京セラ美術館 事業企画推進室 展覧会プログラムディレクター 「コロナ下の開館、そして美術館の『オンライン活動』と『ニューノーマル』」
15:10-15:25	質疑応答
15:25-15:50	発表 4 小島有紀子 文化財活用センター企画担当研究員/東京国立博物館 「オンラインによるアウトリーチプログラムの実践」
15:50-16:05	質疑応答
16:10	閉会

■ Schedule

January 29, 2022

13:30-13:35	Opening Remarks By Mr. Zeniya Masami Executive Director, Tokyo National Museum Chairperson: Mr. Matsushima Masato Supervisor, Research Div., Curatorial Research Dept., Tokyo National Museum
13:35-13:55	Presentation 1: <i>Transforming the Art Museum in the 21st Century</i> Ms. Jane Alexander Chief Digital Information Officer, The Cleveland Museum of Art
13:55-14:10	Talk Session: with Dr. Sinéad Vilbar Curator of Japanese Art, The Cleveland Museum of Art
14:10-14:20	Presentation 2: <i>The Rijksmuseum: Storytelling & Covid Learnings</i> Ms. Nanet Beumer Head of Digital & Marketing, Rijksmuseum
14:20-14:30	Talk Session: with Mr. Menno Fitski Head of Asian Art, Rijksmuseum
	Break Time
14:45-15:10	Presentation 3: <i>What Does “New Normal” Mean to Art Museums? — Renewal Opening of Kyoto City KYOCERA Museum of Art and Online Activities under Pandemic</i> Mr. Tsuchiya Takahide Director of Exhibitions and Programs, Project Management Office, Kyoto City KYOCERA Museum of Art
15:10-15:25	Q & A
15:25-15:50	Presentation 4: <i>Online Outreach Programs at the National Center for the Promotion of Cultural Properties</i> Ms. Kojima Yukiko Assistant Curator, Planning, National Center for the Promotion of Cultural Properties / Tokyo National Museum
15:50-16:05	Q & A
16:10	Closing

■発表 1 Presentation 1

生まれ変わる 21 世紀の美術館

Transforming the Art Museum in the 21st Century

ジェーン・アレクサンダー

クリーブランド美術館 デジタル情報部長、アメリカ

Ms. Jane Alexander

Chief Digital Information Officer, The Cleveland Museum of Art, U.S.A.



略歴 Profile

ジェーン・アレクサンダーはクリーブランド美術館 (CMA) のデジタル情報部長 (CDIO) である。CDIO としてのジェーンの任務は、人々に圧倒的な感銘を与える反復型のデジタル・プロジェクトを開発することにより、CMA のミッションを例示するような、イノベーション、テクノロジー導入、およびデジタル・トランスフォーメーションの構想を後押しすることである。これまで、ジェーンのリーダーシップの下で、CMA は総合的なオープンアクセス企画を発足させ、世界的に有名な革新的展示スペースである ARTLENS Gallery (初代は Gallery One) を開設し、賞を獲得したオンライン・ツールセットを新型コロナウイルス感染症拡大への対策として生み出した。ジェーンは、さまざまなギャラリー内における革新的デジタル体験の開発を主導している。その 1 つが、「Revealing Krishna: Journey to Cambodia's Sacred Mountain (クリシュナを知る: カンボジアの聖なる山への旅)」である。これは、アートと没入型複合現実 (MR) の体験が交差する前代未聞の学術展示である。

Jane Alexander is the chief digital information officer for the Cleveland Museum of Art. As CDIO, Jane is responsible for creating awe-inspiring and iterative digital projects that support a vision of innovation, technology implementation, and digital transformation exemplifying the CMA's mission. Under Jane's leadership, the CMA has launched a comprehensive Open Access initiative, iterated upon the world-renowned ARTLENS Gallery, (originally Gallery One), and created award winning online toolsets in response to the COVID-19 pandemic. Jane leads the development of groundbreaking in-gallery digital experiences, including Revealing Krishna: Journey to Cambodia's Sacred Mountain, an unprecedented scholarly exhibition intersection of art and immersive mix reality experiences.

要旨 Abstract

デジタル化は、イノベーションを促進する要因となる。その典型的な例が、クリーブランド美術館における最近の事業である。たとえば、アートとテクノロジーをシームレスに融合した最先端の展示であり、またデジタルを利用した包括的な感染拡大への対策としての *Home Is Where The Art Is*（自宅こそがアートの現場だ）の始動である。新型コロナウイルス感染症拡大の間に、CMA のコレクションの視聴数は 400% も増加した。これは、CMA が自らに発想の転換を課すことで、人々に感動を与える有意義なオンライン体験を生み出してきた結果である。2010 年以來、CMA は、訪問者の美術鑑賞体験を変革し、その意識を受動的な鑑賞者から、美術とテクノロジーが一体化した世界に没入する積極的かつ能動的な参加者へと変貌させてきた。ARTLENS Gallery（第 1 期の呼称は Gallery One）は、デジタルとフィジカルを融合した多面的で革新的な体験であり、人の動作に反応する対話機能や、人工知能（AI）、視線追跡などの先駆的なデジタル技術を使用して、豊富なコレクションをもっとじっくり見て、もっと深く探究したいという気持ちをあらゆる来館者の心に呼び覚ますものである。

2021 年 11 月、CMA は、史上初の没入型複合現実（MR）展示として、「Revealing Krishna, Journey to Cambodia's Sacred Mountain（クリシュナを知る：カンボジアの聖なる山への旅）」を公開した。これは、美術品の学術的な展示に没入型デジタル技術を適用した過去に類例のない企画である。「Revealing Krishna」展の主眼は、フィジカルとデジタルの体験を融合することで訪問者の没入体験を生み出すことにある。私たちが期待しているのは、訪問者が、運河を下る旅を体験し、クリシュナがかつて安置されていた洞窟寺院を探訪し、堂々としたプノン・ダの神々の前に立つという形で、その神像を鑑賞することだ。テクノロジーは、フィジカルとデジタルの境界を消し去ることで、カンボジアの彫像がたどってきた来歴へと訪問者をシームレスに誘い込み、美しく的確な映像、没入型の複合現実、そして対話型の経験によって、複雑な物語の意味と意義を解き明かしていく。訪問者は、効果的なイノベーションによって世界中を運ばれていき、やがてクリーブランドのクリシュナ像を、そしてプノン・ダに由来する他の 7 つの彫像を見出す。複合現実、3D モデリング、そして動作に反応する対話型ディスプレイの助けによって、訪問者は、彫像の歴史、伝説、保護、およびその復元の共同作業を体験することができる。この発表では、CMA がどのようにデジタル技術を利用して訪問者の鑑賞体験を変革し、美術をすべての人々にとって身近で有意義なものへと変えてきたかを説明する。

Digitization is the catalyst for innovation, exemplified in recent projects at the Cleveland Museum of Art, including a state-of-the-art exhibition seamlessly blending art and technology and the launch of a comprehensive digital pandemic response, *Home Is Where The Art Is*. Through the COVID-19 pandemic, CMA collection views increased by 400% as the museum charged itself to think differently, creating inspiring and relevant

online experiences. Since 2010, CMA has transformed the visitor experience from passive observer to engaged and active, immersed in the integration of art and technology. ARTLENS Gallery (formerly Gallery One), is a multi-faceted, innovative digital and physical experience using pioneering digital technology, such as gesture-based interaction, AI, and eye-tracking that inspires all museum visitors to look closer and dive deeper into the extensive collection.

In November 2021, CMA opened *Revealing Krishna: Journey to Cambodia's Sacred Mountain*, an unprecedented, immersive mixed-reality exhibition. This is a first-of-its-kind application of immersive digital in a scholarly art exhibition. Merging the physical with digital experiences, *Revealing Krishna* focuses on visitors' immersion: we want them to experience traveling down a canal, exploring Krishna's original cave temple, and standing before the monumental Gods of Phnom Da to view their iconography. Technology removes the boundaries between the physical and digital, seamlessly bringing visitors into the lives of the Cambodian sculptures, relaying the meaning and significance of a complex story with elegant projections, immersive mixed-reality, and interactive experiences. Meaningful innovation transports visitors around the world, to discover the Cleveland Krishna, and 7 other sculptures from Phnom Da. Mixed reality, 3-D modeling, and gesture-based interactive displays help visitors experience the history, legend, conservation, and collaboration. Jane will explain how CMA has been using digital to transform the visitor experience, making art matter for all.

■発表 2 Presentation 2

アムステルダム国立美術館：デジタルによる発信とコロナ禍で学んだこと The Rijksmuseum: Storytelling & Covid Learnings

ナネット・ブーメル

アムステルダム国立美術館 デジタル&マーケティング部長、オランダ

Ms. Nanet Beumer

Head of Digital & Marketing, Rijksmuseum, Netherland



略歴 Profile

私の仕事に対する原動力は、知識とインスピレーションの共有によって人々の絆をもっと強めたい、という思いである。アムステルダム国立美術館のデジタル&マーケティング部長としての任務の中で、私は、美術と歴史という分野を通じてこの思いを実現している。このミュージアムにまつわる様々な物語は、多様なチャンネルを使用することで、場所を問わずに人々にインスピレーションと感動を与えるような方法で伝達することができる。私たちは、世界中の美術愛好家と関わり合うために、またあらゆる境遇の人々が国立美術館を訪れるように働きかけるために、「Stories」という企画を立ち上げた。デジタル・ミュージアムの体験は、たしかに実物との体験と同じではあり得ないが、それでもやはり貴重なものであり、「Stories」は、たとえ遠方からでも、私たちが人々を触発し、結び付ける手段となっている。

Bringing people closer together by sharing knowledge and inspiration is what drives me forward. In my role as Head of Digital & Marketing at the Rijksmuseum I am able to achieve this through the disciplines of art and history. The stories of the museum can be communicated using various channels in a way that inspires and touches people everywhere. We have set up an initiative of 'Stories' to engage with art lovers all over the world, as well as to encourage people from all backgrounds to visit the Rijksmuseum. A digital museum experience, while never the same as the real thing, is nonetheless valuable, and stories enable us to inspire and connect, even from a distance.

要旨 Abstract

アムステルダム国立美術館は、オランダの美術と歴史を展示する国立美術館である。80 のギャラリーに展示された 8,000 点の美術品によって、西暦 1200 年から現在に至るまでの 800 年に及ぶオランダの歴史と美術の物語を伝えている。2019 年に、当館は 300 万人を超える

来館者を迎えたが、2020 年、欧州が新型コロナウイルス感染症の感染拡大に見舞われる中で、第二次世界大戦以降初めて、閉館という事態に直面した。

それは、まるで世界が動きを止めてしまったかのような感覚だった。課題は、表現やコミュニケーションのために創造性を発揮することであり、みな士の気を高める方法を見出すことであった。当館は、コレクション全体のデジタル化に熱心に取り組んできたが、今、ここに至って、この大量のデジタル資料を全世界の鑑賞者のために活用する絶好の機会が到来したのだ。この感染拡大の中から誕生したのが「Stories」である。これは、オンラインで物語を伝えるプラットフォームであり、この美術館にまつわるあらゆる物語を人々に伝えるための基盤である。私たちは、ビデオストーリーミングとその他の視覚的に物語を伝える方式、たとえば、スクロール形式の記事、ツアー、Zoom ミーティング、ライブイベント、ポッドキャストなどを利用して、若者から高齢者まで、好奇心旺盛な訪問者、そして熱心な愛好家に適したコンテンツを配信している。

新たな専門的コンテンツや実体験のコンテンツはもちろん、当館が誇る主要な作品の多くを、デジタルで訪れた人の自宅という居心地の良い環境から、玄関を一步も出ることなく世界中を巡りながら楽しむことができるのだ。

The Rijksmuseum is the national museum of the art and history of the Netherlands. It tells the story of 800 years of Dutch history and art from 1200 to the present day, with 8,000 objects in 80 galleries. In 2019 the museum attracted more than 3 million visitors, but in 2020 we were faced with closure for the first time since World War 2 as the Covid-19 pandemic hit Europe.

It felt like the world had ground to a halt. The challenge for the museum was to find a way to use creativity for expression, communication, and to lift our spirits. The Rijksmuseum, which had been working hard at digitizing the entire collection, now had the perfect opportunity to use this wealth of digital material for worldwide audiences. Out of the pandemic came Stories: an online storytelling platform and a basis for sharing all the museum's stories. We use video streaming and other visual storytelling forms, such as scrolling-style articles, tours, 'zoomers', live events and podcasts, to communicate content suitable for young and old, for the curious visitor and for the enthusiast. Many of the museum's masterworks, as well as new expert and lived-experience content, can be enjoyed from the comfort of the digital visitor's own home, as they travel around the globe without ever leaving their front door.

■発表 3 Presentation 3

コロナ下の開館、そして美術館の「オンライン活動」と「ニューノーマル」

What Does “New Normal” Mean to Art Museums? —

Renewal Opening of Kyoto City KYOCERA Museum of Art
and Online Activities under Pandemic

土屋 隆英

京都市京セラ美術館 事業企画推進室 展覧会プログラムディレクター、
日本

Mr. Tsuchiya Takahide

Director of Exhibitions and Programs, Project Management Office,
Kyoto City KYOCERA Museum of Art, Japan



Photo: Shinichiro Mikuriya

略歴 Profile

京都市京セラ美術館事業企画推進室展覧会プログラムディレクター。関西学院大学経済学部卒業。出版社勤務の後、カーネギーメロン大学公共政策大学院修了（アーツマネジメント修士）。ワシントン・ナショナル・ギャラリー、ジャパン・ソサエティ（ニューヨーク）等を経て、2000年森ビル株式会社入社（森美術館準備室）。森美術館では展覧会や関連プログラムの企画・制作、国際交流事業、「六本木アートナイト」等、美術館のマネジメントに幅広く携わる。2018年より現職。慶應義塾大学非常勤講師。共著に『文化で地域をデザインする』（学芸出版社、2020年）がある。

Tsuchiya Takahide is Director of Exhibitions and Programs at Kyoto City KYOCERA Museum of Art's Project Management Office. He graduated from the School of Economics at Kwansei Gakuin University. After working in the publishing industry, he obtained an MA in Arts Management at Carnegie Mellon University's H. John Heinz III School of Public Policy and Management. He then worked at the National Gallery of Art, Washington, and the Japan Society, New York before assuming a position at Mori Art Museum Project Office, a division at Mori Building Co., Ltd. At the Mori, he was involved with various aspects of museum management, including planning and organizing exhibitions and their related programs, international projects, “Roppongi Art Night” (an all-night event in central Tokyo jointly organized by several art institutions, corporations and Tokyo Metropolitan Government), among other duties. He assumed his current position in 2018. He is also a part-time lecturer at Keio University.

要旨 Abstract

京都市京セラ美術館（「大礼記念京都美術館」として 1933 [昭和 8] 年開館）は、増改築工事のため 2017 年から閉館し、2020 年 3 月にリニューアル開館の予定であったが、ほぼ時を一にして新型コロナ感染症の流行に襲われ、開館延期を余儀なくされた。

コロナ以前から、時代の趨勢を見据えて自館ウェブサイトでの情報発信の充実や動画サイトの活用などは想定されていたものの、各種プログラムは館内での「リアルな」対面での活動がメインであり、「オンライン・コンテンツ」は、アーカイブ的機能や参加を逃した人々への補完的なものと捉えられていたように思われる。

コロナ状況下での開館となり、「予約制入館」などの施策と相俟って「来館が困難な」人々のために「オンライン活動」の必要性が世界中で叫ばれるなか、当館でも人的・時間的・予算的制約の下で急遽対応に迫られた。今般の発表では、オンライン活動の現状や課題などについて事例を交えながらその経緯を辿るとともに、美術館・博物館における「ニューノーマル」とは何か改めて考えてみたい。

Kyoto City KYOCERA Museum of Art opened in 1933 (Showa 8) as the Kyoto Enthronement Memorial Museum of Art. The museum closed in 2017 for repair and expansion work. It was scheduled to reopen in March 2020, but the reopening was delayed by the COVID-19 outbreak.

Even before the pandemic, we envisaged a need to keep up with the times by utilizing video streaming sites and improving the dissemination of information on our website, for example. However, our programs remained focused on “real, face-to-face” activities within the museum, with our online content mainly taking the form of archives or supplementary material for people who couldn’t visit in person.

The pandemic saw museums introducing entry reservation systems and other measures, but it also prompted a global realization about the importance of online activities for people who have difficulty visiting museums. Our museum also had to respond to the situation swiftly while facing various personnel, time, and budget constraints. This presentation will reconsider the “new normal” facing museums while using case studies to explore the current situation regarding online activities and related challenges.

■発表 4 Presentation 4

オンラインによるアウトリーチプログラムの実践

Online Outreach Programs at the National Center for the Promotion of Cultural Properties



小島 有紀子

文化財活用センター企画担当研究員/ 東京国立博物館

Ms. Kojima Yukiko

Assistant Curator, Planning, National Center for the Promotion of Cultural Properties /
Tokyo National Museum

略歴 Profile

玉川大学文学部卒、日本マクドナルド株式会社（現・日本マクドナルドホールディングス株式会社）勤務を経て、國學院大學大学院博士課程前期修了（歴史学修士）、後期課程満期退学。2012 年より東京国立博物館に勤務、2018 年 7 月より現職。

専門は博物館学。文化財活用センターでは高精細複製品の制作や文化財に親しむための企画などを行っている。共著に『人文系 博物館展示論』『博物館学史研究事典』『21 世紀の博物館学・考古学』（いずれも雄山閣）など。

Kojima Yukiko graduated from Tamagawa University's College of Humanities. After working at McDonald's Company (Japan), Ltd. (now McDonald's Holdings Company (Japan), Ltd.), she obtained an MA in history at the Graduate School of Kokugakuin University and left the school after obtaining the required credits for the doctoral program. She began working at Tokyo National Museum in 2012 and she assumed her current position in July 2018.

Yukiko specializes in museum studies. At the National Center for the Promotion of Cultural Properties she is involved in the creation of high-definition reproductions and the planning of events to facilitate the enjoyment of cultural properties.

要旨 Abstract

文化財活用センターでは 2019 年度より、「ぶんかつアウトリーチプログラム」を実施している。本物と寸分たがわぬ高精細複製品を学校などへ輸送し、露出・至近距離で鑑賞するプログラムで、鑑賞を通じて自らに問いかけ、考える力を養い、自分たちの地域や身の回りにある、人の手から手へ受け継がれてきた文化財を守り受け継いでいく力を育むためのひと

つの方法として実施しているものである。今回の発表では、本プログラムをオンライン（双方向同時配信）で実施した2つの事例を紹介する。

ひとつめの事例は大分県の姫島（離島）にある小学校・中学校でのプログラムで、事前に高精細複製品の屏風を学校へ輸送し、通常のプログラムを改変して2部構成とした。学校と東京国立博物館をオンラインで結ぶため、ANA ホールディングス アバターイン（現・avatarin）を2セット使用。プログラム前半は姫島の学校にあるPCを使用して、東京国立博物館に設置されたアバターインにアクセスし、展示室で文化財を鑑賞。後半は文化財活用センターのPCを使用して、研究員が姫島の学校にあるアバターインにアクセスし「ぶんかつアウトリーチプログラム」を実施。機材の確認、それに伴うプログラムの改変などの準備・調整に約2か月を要したものの、満足のいく鑑賞体験を提供することはできなかった。

ふたつめの事例は三重県立四日市高等学校でのプログラムで、こちらも事前に高精細複製品の屏風を学校へ輸送し、当日は文化財活用センターのiPadと学校のPC（とモニター）を繋ぎ、google meetsを使用して通常通りのプログラムを実施。準備・調整は約2日、講師が訪問する方法とほぼ変わらない体験の提供が可能であった。

本事例は画面越しに鑑賞する方法論とは全く違った体験であった一方で、機材の精度によって理解の度合いも変化するため、リアルタイムで鑑賞を実施する際には機材やアプリケーションの選択が重要になると考える。

The National Center for the Promotion of Cultural Properties (CPCP) has been running the CPCP Outreach Program since FY2019. The program, for example, loans high-resolution reproductions to schools so students can experience famous artworks up close. It also teaches art appreciation to encourage people to think for themselves about the cultural properties carefully passed down in the areas where they live. The aim is to nurture a desire to protect these artworks and pass them down to future generations. This presentation introduces two examples of online (two-way simultaneous transmission) activities undertaken as part of this program.

One example involved an elementary school and junior-high school on the remote island of Himeshima in Oita Prefecture. A high-resolution reproduction of a folding screen was sent to the schools first, with the regular program modified so it could be split into two parts. The schools were connected with Tokyo National Museum (TNM) via two “robotic avatars” set up by Avatarin (a company established by ANA Holdings). The first half of the program gave students the chance to view cultural properties at TNM by using their school PC to control an avatar at TNM. The second half saw researchers implementing the CPCP Outreach Program using a PC at the CPCP to control an avatar at the schools. It took about two months to check the equipment, revise the program, and make other necessary preparations and adjustments, but in the end we were unable to

provide a fulfilling experience.

The second example involved Mie Prefectural Yokkaichi High School. Once again, a high-resolution reproduction of a folding screen was sent to the school beforehand, with a regular program carried out on the day using Google Meet to connect an iPad at the CPCP with PCs and monitors at the school. The preparation and coordination took about two days and we managed to provide essentially the same experience as a visiting lecturer would have.

These activities provided totally different experiences compared to just viewing artworks through a screen, but the level of comprehension was affected by the precision of the equipment used. Thus, it is vital to choose the right equipment and software when implementing real-time art appreciation programs.