

1. コロナ禍、文化遺産の普及啓発をめぐる

— YouTube 配信の現在とこれから —

松葉竜司

1. はじめに

3年目を迎えたウィズ・コロナ時代において、インターネット環境を利用した文化遺産¹⁾の普及啓発の手段の一つとしてオンライン動画共有プラットフォームの一つ、YouTube による動画配信がある。YouTube 内で検索するとチャンネルをもつ博物館・資料館、教育委員会の文化財部局、(埋蔵)文化財センター等の機関(以下、「機関」「各機関」と総称し、それぞれ博物館・資料館等を「博物館等」、文化財保護部局を「文化財部局」、埋蔵文化財を含む文化財センター等を「文化財セ」という。)は百数十機関に及ぶ。

私は美浜町歴史文化館で実際に YouTube チャンネルの設置、動画作成・配信に携わったが、先々を見据えて戦略的に行ったわけでは決してなく、手探りでの試みが続いた。同じように試行錯誤する機関も多いであろう。

YouTube での動画配信は、ポスト・コロナ時代の文化遺産の普及啓発の一手段となり得るのか。本稿では、YouTube チャンネルを運営する各機関に行ったアンケート調査を踏まえ、YouTube を利用した文化遺産の普及啓発の実情を紹介するものである。アンケートでは、チャンネル運営に対する各機関の意識や体制、環境の実態を探り、その内容を各機関で共有することを主な目的とした。

なお、都道府県・市町村、独立行政法人、博物館等の指定管理者などが運営する 65 の機関から得たアンケート調査の回答を集計したが²⁾、紙幅の限りもあり、調査項目、回答の内容を本稿には収録できないため、私個人の Google ドライブ内で共有し、閲覧可能な状態とした。本稿での記述の前提となるため、ご高覧されたい。公開 URL (<https://drive.google.com/file/d/1KQENeZmh-SJSDghm0yCWR84V1998qLVr/view?usp=sharing>) の二次元 (QR) コードは図 1 に掲げた。



図 1 アンケート調査集計
二次元 (QR) コード

2. コロナ禍の YouTube チャンネルの設置とその背景

65 の各機関のうち、チャンネル設置時期は新型コロナウイルス感染拡大以後の 1～2 年前が 2/3 ほどを占めた。コロナ禍以前からチャンネル運営を行う機関が 1/4 ほどあり、文化遺産の普及啓発の一つの方法として存在していた(質問 15)。職員等の動画編集歴もほぼ同等の比率を示し(質問 5)、チャンネル設置に伴い職員等が動画の編集技術を習得し始めたのがコロナ以後、もともと備えていた編集技術を動画配信に活用していたのがコロナ以前という傾向があるのかもしれない。

類似館まで含めると全国 5,000 以上の博物館等があり、文化財部局、文化財セまで含めれば相当数の機関が存在する中で、検索してヒットする YouTube チャンネルは多くない。ごく短期間に、全体的に見ればかなり少ない機関が YouTube 配信を始めた背景として、既に SNS などを含めたインターネットを利用した普及啓発が図られていた土壌があったものと考えられる。65 機関のうち Facebook、Twitter、Instagram などの SNS での情報発信を行っていた機関は 70% ほどを占め（質問 21）、「令和元年度日本の博物館総合調査報告」では、情報発信の一手段として「Twitter や Facebook 等、SNS を使った広報」を行っている」と回答した 52.8%（1,000 館ほど）の数値を上回っている（日本博物館協会 2021）。

3. YouTube チャンネルでの動画配信と各機関の意識

配信動画のジャンルとして、展示解説、屋内の文化財紹介や施設紹介の動画が博物館等で比較的多く配信されている一方で、文化財部局や文化財セでは屋外の文化財紹介や社寺紹介を含めて一通りのジャンルの動画が配信されている（質問 10）。昭和後期や平成初期の映像、発掘調査の記録、郷土料理の作り方、文化財の制度解説など各機関において特色ある多様な動画が配信されており、各機関の理念、目的、方向性、特徴に応じた動画配信となっている。

また、動画の作成にあたっての意識・心がけとして、文化財の魅力・面白さ・楽しさを知ってもらうことを大半の機関が重視しており、施設や組織の周知、宣伝等に対してもかなり関心が強い（質問 14）。博物館等では、施設や学芸員などの職員を知ってもらうこと、施設や組織がもつ写真・映像等を含む文化財等の情報を配信してアーカイブとして活用することも意識され、また学芸員の顔（研究、活動等）を見せること、映像を含めた所蔵資料をアーカイブとして公開することも重視されているなど、博物館等ならではの配信事情も垣間見える。

動画 1 本あたりのシナリオ作成・撮影・編集・配信までに要するおおよその期間は、1 か月ほどまでと比較的短期間に動画の作成や配信がされているようである（質問 12）。また、作成動画の配信頻度は不定期という機関も多いが、1/3 ほどの機関は 1 か月以内での動画配信がされており（質問 16）、チャンネルが放置されると登録者や視聴回数が減少するという YouTube そのものもつ特性に苦心されている様子もうかがえる。

チャンネル運営上、チャンネル登録者数やグッドボタン数、視聴回数といった YouTube ならではの指標が重視されているが（質問 17）、実際にはこれらの YouTube の分析数値に対してあまり満足していない状況がうかがえる（質問 18）。ただ、博物館等では視聴維持率、コメントの内容などにも注意が払われており、分析機能を積極的に活用して動画視聴の動向を探ろうと試みられており、戦略的に YouTube を活用しようという兆しも見受けられる。

ちなみに、奈良文化財研究所「全国遺跡報告総覧」では文化財動画ライブラリーのサービスを提供しているが、その利用（アップロード）頻度はあまり高くない（質問 22）。特に博物館等でその傾向が強く、あまり広く文化財動画ライブラリーが周知されていないようだ。

また、自治体等の公式チャンネルが存在しているにも関わらず、独自のチャンネルで動画配信を行っている機関が半数に及んでいる（質問 23）。公式チャンネルとの棲み分け、動画配信の自由度やスピード感が重視される一方で、自治体内での横との連携が取れていない、合意形成が図られていないという側面もあるようである（質問 24）。

4. YouTube チャンネルでの動画配信と職員の役割

シナリオ作成・撮影・編集等の配信動画の作成にあたる実務者は、約7割が学芸員等の正規の専門職員が占め、事務系職員を含めるとほぼすべての機関で作業に関わっている（質問1）。会計年度任用職員・アルバイト等の非正規職員や、外部の個人・ボランティア等は正規職員との共同作業の中で関わっていることがうかがえる。また、配信動画への出演についても、同様な傾向が見て取れ、職員がかなりマルチに動画作成に携わっていることが理解できるが、一部では無償での外部の個人・ボランティア等の活用が進んでいるようだ（質問13）。

コロナ禍以前と比べれば、動画作成から配信、チャンネル運営という点のみにおいても単純に業務量の増加、職員の負担増が予想できるが、配信動画の編集等の実務に際して、9割に近い機関では、職場の業務として認識され、動画編集等に対しても職場や上司の理解があると職員が感じている（質問6）。また、動画の作成・配信（シナリオ作成・収録・出演・動画編集・ナレーション・アップロード等）に携わっている人数として、少なくとも2人以上の複数職員の体制で進められている機関がほとんどで、1人のみで全ての作業を行っている機関は全体の1割ほどであるなど（質問2）、事業の一つとして動画作成から配信までが位置づけられている機関が多い。コロナ禍のこの1、2年でYouTube動画配信を支える職場環境は整備されつつあるものと理解できる。

このことは、各機関での動画作成等の備品環境にもうかがえる。動画のシナリオ作成や撮影、動画編集等の備品として、基本的には勤務時間内に備品パソコンを使用してシナリオを作成し、備品のビデオカメラ等で撮影するところが65機関の2/3を占め、一部には勤務時間内での私物備品の使用や勤務時間外での私物備品の使用など個人に頼る例も見受けられるが（質問3・4）、少なくとも職場に必要な備品が備え付けられ、複数の職員が業務として動画作成に関わり、各機関の業務の一環として位置づけられた環境であることが最大公約数的に見て取れる。動画配信への期待増に比して今後の職員の負担増も予測されるが、今後も自ら動画作成を続けるとする機関は半数にのぼり、既に外注している、また外注予定の機関は全体の1/4ほどに留まる（質問7）。予算措置が図れないという負の事情と、内製した方が意図する動画が作成できるという正の事情が絡み合っているが（質問8）、動画作成の外注化は一定の経費を必要としており（質問9）、当面は動画作成の外注化がさほど進まないことが予測される。

5. これからのYouTube動画配信と文化遺産の普及啓発

YouTube動画配信と各機関への来館・来場者等の増減に関する問題がある。動画を配信するほど来館者等が増加する、減少する、どちらの声もよく聞く。コロナ禍の来館・来場制限があったこともあり、単純な比較は難しいが、19の機関が動画配信前とあまり変わらないとする（質問19・20）。配信前より増加したという機関も4あり、多くの機関では来館・来場者等が実質的に減少したと想定される中で注目される現象である。YouTube動画配信との相関はあきらかではないが、YouTubeに限らず、SNSなどを含めたさまざまな情報発信の努力がそのような結果に結びついているのであろう。

今後の文化遺産の普及啓発において、YouTubeでの動画配信は有効か。この問いに対して、

有効、または配信の方法や内容などによっては有効と考える機関がほとんどを占めた（質問26）。興味がない人達や実際に足を運ぶことができない来場・来館者へのアプローチができる、永続的・拡大的な普及啓発が展開できる、アーカイブとして、あるいは学校教育で活用できるといった理由を挙げる意見が多く、SNSと並ぶ手段の一つとして既に成立している、YouTubeそのものが時代の流れといった現代の情報社会のあり方を踏まえた意見もみられる。

今回のアンケート調査では、動画配信にあたって総じて前向きで建設的な意見が多く、機関や職員等の負担増にもかかわらず業務として成立した背景、また積極的な展開についても改めて理解することができた。そもそも YouTube 動画配信による文化遺産の普及啓発はコロナ禍以前にはあまり注目されなかった手段の一つである。博物館学の概説書で YouTube での普及啓発を取り上げたものは皆無である。「令和元年度日本の博物館総合調査報告」では、博物館で作成・刊行するものの中で少ないものの一つに「ビデオ、DVDなどの映像ソフト」がある（回答率8.3%）。このような欠点も補いつつ、図2に例示したように、どのような事業に対しても動画配信によって補完し得る YouTube は、今後、さまざまな事業展開を行う上で大きな可能性を秘めた一つのツールとして注目される。また、今後ますます拡大が予測されるインターネット社会において、デジタルフレンドリーを実践できる機会ともなり得る。

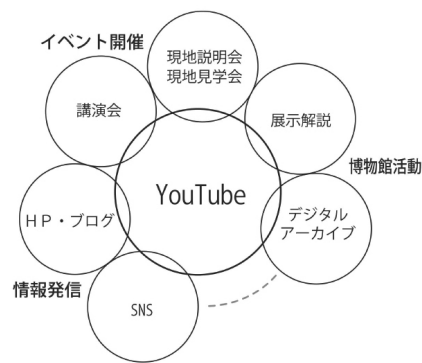


図2 YouTube 利用の可能性

謝辞

膨大なアンケート調査にご理解、ご協力いただいた65の各機関並びに担当者、関係者の皆様には改めて感謝申し上げます。また、本稿をまとめるにあたって菱田哲郎先生、諫早直人先生のご指導を賜りました。記して感謝申し上げます。

註

- 1) ここでいう「文化遺産」とは、文化財、文化遺産、博物館資料などの総称である。
- 2) 今回の調査では、組織規模も大きく、単純比較が難しいことから国立（旧国立）の関係機関は対象から除外した。また、自治体公式チャンネル内で文化遺産関連動画を配信する自治体も多いが、独自に動画配信する各機関とは配信にかかる行政上の仕組み、取り決め、考え方などが異なることが想定されるため、自治体公式チャンネル（で動画配信する各機関）も調査の対象外とした。

引用・参考文献

- 公益財団法人日本博物館協会 2020「第3章 調査結果」『令和元年度日本の博物館総合調査報告書』
- 渋谷美月 2021「コロナ禍をきっかけとした「おうちミュージアム」の試み」『歴史学研究』No.1004 歴史学研究会
- 洞田眞晋一郎 2021「博物館のSNS活用とこれから」『博物館研究』Vol.56 No.1 通巻632号 公益財団法人日本博物館協会