

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 27 年 6 月 5 日現在

機関番号：24402

研究種目：挑戦的萌芽研究

研究期間：2013～2014

課題番号：25630218

研究課題名(和文)美術館キュレーターズTVによる文化インフラの拡充

研究課題名(英文)Feasibility study on Curators TV to extend accessibility to cultural facilities

研究代表者

内田 敬 (UCHIDA, Takashi)

大阪市立大学・大学院工学研究科・教授

研究者番号：60203535

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,000,000円

研究成果の概要(和文)：「キュレーターズTV(CTV)」は、キュレーター(学芸員など)が行う作品解説などを動画コンテンツとして配信する。これによって、アートへの心理的アクセシビリティの向上や、実世界での来館行動へ波及することを目指して行っている研究活動である。以下の成果を得た：

対面調査結果：web配信版と高精細・高音質のBD版とを比較視聴する対面調査を行って、動画コンテンツに求められる解像度などの仕様や、シナリオなどに関する知見を得た。
web調査結果：を踏まえて新規作成した動画コンテンツを供試物として、東京・大阪在住者352名を回答者とする調査を行って、来館・来街行動への波及可能性を明らかにした。

研究成果の概要(英文)：We proposes a new social tool to enhance mental accessibility to arts, museums, and related locations. The tool is called "Curators TV (CTV)." A CTV program is an internet video contents which introduces museum's collections in order to promote visitors. This study conducted two types of experimental survey. Followings are obtained:

(1) Off-line comparison: two versions--internet version and Blu-ray Disc version--of the same programs are compared by 20 respondents. Required specifications of video contents are clarified.
(2) Web questionnaire: a new title of CTV is evaluated through web, which has been produced considering the findings mentioned above. The respondents of 352 individuals are recruited from residents both of Tokyo and Osaka. The result shows ability that CTV induces visit intentions to not only museum but also related locations (towns).

研究分野：土木計画

キーワード：交通工学・国土計画 芸術諸学 動画配信 webアンケート調査 集客

1. 研究開始当初の背景

ライフイノベーションや地域振興において、芸術・文化は重要な役割を占めることは論じるまでもない。その具体サービス提供で大きな役割を果たすことが期待されている美術館（博物館を含む）は、我が国においてはバブル経済時に急激に規模が拡大したものの、その後の（現在も引き続けている）経済停滞下にあつては、財政的な観点からの極めて大きな縮小圧力がかかっている。このように、定性的な必要性・意義は認められているにも関わらず財政面からの縮小圧力が高いのは、美術館等の「敷居」が高く、文化インフラとしての利活用が低調であることが大きい。

一方、申請者ら（研究代表者、連携研究者）は、学際センターである大阪市立大学・都市研究プラザの兼任研究員として、文化活動の社会への浸透に取り組んできた。その活動の一つが「美術館キュレーターズTV (CTV)」プロジェクトである。これは、「ギャラリートーク」——キュレーター（学芸員など）が作品解説などを行う美術館サービス——を録画・編集して、動画コンテンツとしてインターネット配信することで、美術館の魅力を社会にアピールすることをねらいとしている。2010年度から学内の競争的研究資金を獲得して動画コンテンツの作成に取り組み、既に約50編のコンテンツを作成している。この資産を活用・拡充して、既存の美術館資産を文化インフラとして有効活用するための方法論を明らかにすることが本研究の目標である。

2. 研究の目的

ギャラリートークは、キュレーターの「語り」の魅力から人気を集めている美術館サービスの代表であるが、実世界での開催頻度を高めることは困難なため「一期一会」コンテンツであり、アクセス可能な人の範囲・人数は極めて限定されている。CTVはギャラリートークという実世界での人気コンテンツをwebコンテンツに変換することで、飛躍的に多くの、かつ広範囲の人々のアクセスを可能にし、そのことで美術・アートなどへの心理的アクセシビリティの向上や、実世界での来館行動へと波及することを期待するものである。

研究の目的は次の2つである：

- ① CTVコンテンツへのアクセス状況の分析や利用者・会員へのヒアリングにより、心理的アクセシビリティ向上（「敷居」の低減）に資するコンテンツのあり方を明らかにする。
- ② 実空間におけるエリア（住民コミュニティ）を対象として、来館行動へのインパクトやコミュニティ活性化への波及効果などを調査・評価し、文化インフラ機能拡充の一手法としてのCTVのあり方を明らかにする。

3. 研究の方法

本研究は、新サービスである①CTVの実践的作成・配信がベースとなる。②インパクト評価は、サービスの提供—被提供を観察する立場であるから、CTV webサイトの運用が本格化されてから（2か年の研究期間の中盤から）評価のための準備活動に入ることとした。

研究初年度にあたる平成25年度は①に関して、研究協力者らによってCTVコンテンツ作成ならびにweb公開を開始した。②インパクト評価に関しては、a)一般市民を対象とする対面調査、b)web調査を第2年度に実施するための準備として、a)オフライン環境で高精細画像を視聴・評価してもらうためのCTVコンテンツ作成、b)webアンケート基本設計、を実施した。

第2年度（平成26年度）の前半は、前年度に準備した a) 高精細動画コンテンツと b) webアンケートシステムを用いて、CTVコンテンツのあり方に重点を置いて調査・分析を行った（以下、「対面調査」と呼ぶ）。

後半には、上記の結果を踏まえて、仮説検証のために動画コンテンツを新規作成し、東京、大阪居住者を対象とするwebアンケート調査を実施した（以下、「web調査」と呼ぶ）。

新規作成した動画コンテンツは博物館所在地の歴史をテーマとしたものである。これを供試物とすることで、CTV視聴者へのインパクトを2側面、すなわちコンテンツ素材である博物資料や美術品に対する関心の喚起（上記の2.目的①に対応）と、コンテンツが表現する地域（実空間エリア）への心的近接性向上（上記の2.目的②に対応）とに区分して、調査・分析を可能とする実験を設計した。

4. 研究成果

(1) 対面調査の結果

① 調査概要

対面調査では、CTVサイトで実際に配信されている動画コンテンツ（web配信版）と、内容は同じであるが遥かに高精細・高音質のBD（Blu-ray Disc）版（オフライン環境）とを比較視聴してもらい、動画コンテンツのあり方に関する知見を得た。

回答者数等の調査概要を表1に示す。

表1 対面調査の概要

調査期間		2014年6月12日～18日		
調査場所		大阪市内		
回答者	年齢	男性	女性	計
	20代	3	3	6
	30～50代	4	4	8
	60代以上	3	3	6
計		10	10	20

② CTV コンテンツへの関心 (web 配信版)

図1に示すように、動画コンテンツは概ね興味をもって視聴されており(「動画を楽しめた(Q1-9)」)、その結果として「他の美術館を訪れてみたい」(Q1-12)という、美術鑑賞への意欲が喚起されていることがわかる。それに対して、動画コンテンツ閲覧行為や、対象美術に対する好悪が作用するため、「CTVをまた閲覧したいと思う(Q1-10)」、「対象の美術館を訪れてみたいと思う(Q1-11)」に関しては、否定的な回答の割合が相対的に高い。

図2に示すように、回答者は美術館来訪頻度が比較的高い層へ偏ってはいるものの、「2,3年に1回程度」以下の頻度の回答者が45%を占めている。この割合と比較して、「他の美術館を訪れたい」(Q1-12)と「思わない」割合(「どちらでもない」まで含んで15%)は極めて小さいことから、美術鑑賞意欲を喚起する効果を期待しても良いと思われる。

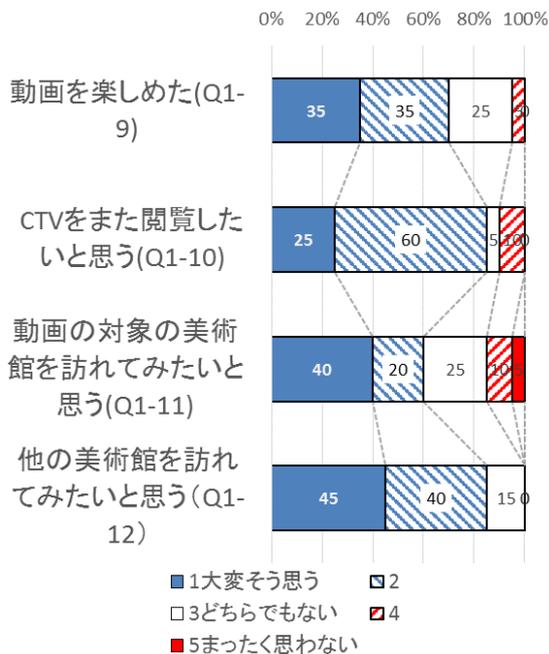


図1 web 配信版への評価 (N=20, %表示)

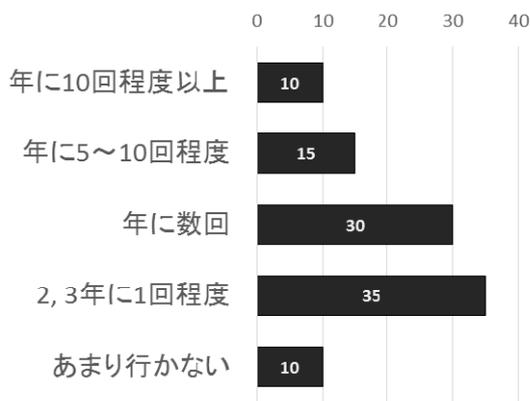


図2 回答者属性—美術館来訪頻度の分布 (N=20, %表示)

③ web 配信版とBD版との視聴感の比較

通信環境が向上しているとはいえ、多様な環境を考慮するとweb配信版は通信データ量を小さく抑える必要がある。そこで、より高精細なBD版と比較して、差異を知覚できるか、また差異がコンテンツ評価において重要視されるかを調査した。

図3に示すように「再生のスムーズさ」においてあまり差異が感じられない程度のデータ量とすると、「解像度」、「色彩の鮮明さ」において「非常に差がある」と感じられてしまう。そして、それらは「非常に重要」な差異と評価される(図4)。

一方、「音声の聞き取りやすさ」に関しては、人によって評価が分かれる。「BD動画は、(リアルであるがゆえに)音の抑揚がありすぎて、PCでは聴きづらかった。」との感想(自由回答)もあった。

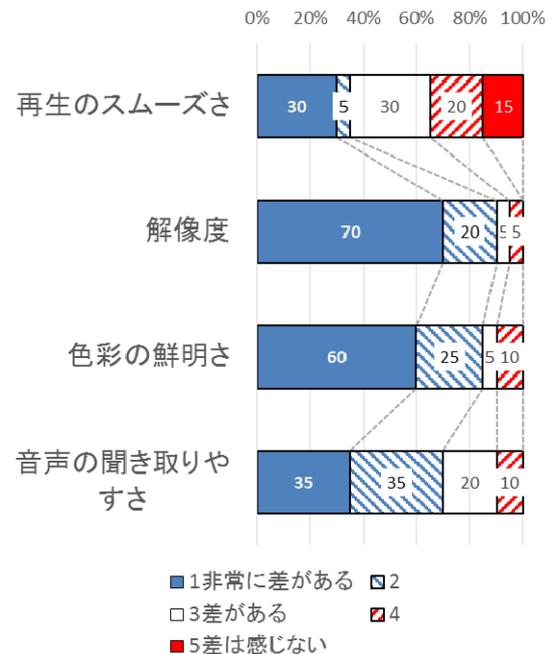


図3 web 配信版とBD版との視聴感の差異 (N=20, %表示)

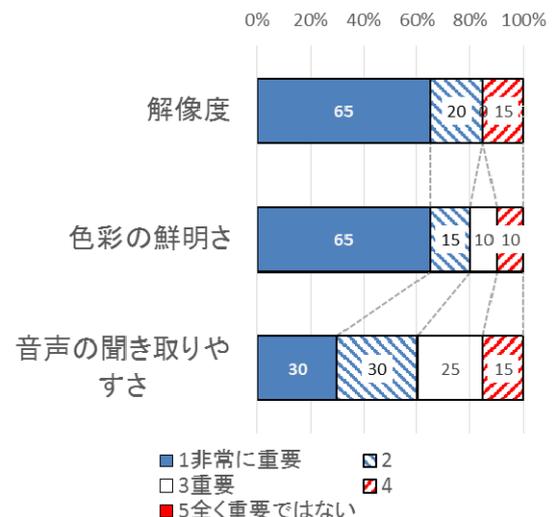


図4 視聴感差異の重要性 (N=20, %表示)

(2) web 調査の結果

① 調査概要

コンテンツが表現する地域（実空間エリア）への心的近接性向上の可能性を検討するため、web 調査においては、古地図・写真などの画像資料を用いて地域の歴史などを解説する動画コンテンツ（新規作成）を視聴・評価してもらった。

回答者数等の調査概要を表 2 に示す。なお、コンテンツが対象とする地域（大阪市 N 区）に関する知識・馴染みの違いによる反応の差異をみるため、web 調査回答者は大阪府居住者、東京都居住者を対象として募った。

② 心的近親性への CTV コンテンツの効果

大阪市 N 区の歴史をテーマとする動画コンテンツを視聴後、図 5 に示すように東京で 40%、大阪で 45% の回答者が「また視聴したい」と回答している。さらに、資料所蔵館（図 6）、対象地域（図 7）へも 3 割強が訪ねてみたいとの回答であった。コンテンツへの評価と訪問意向が強く関連していることがわかる。

表 2 web 調査の概要

調査期間		2015 年 1 月 14 日～17 日			
回答者	大阪府居住者	年齢	男性	女性	計
		20 代	13	24	37
		30～50 代	30	40	70
		60 代以上	32	30	62
		計	75	94	169
	東京都居住者	年齢	男性	女性	計
		20 代	30	30	60
		30～50 代	30	32	62
		60 代以上	30	31	61
		計	90	93	183
合計		165	187	352	

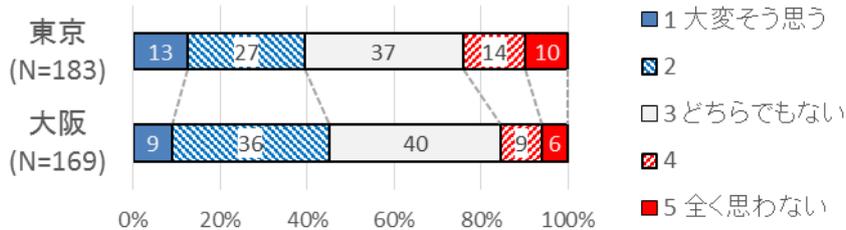


図 5 web 調査「また視聴したいと思うか？」(Q18)

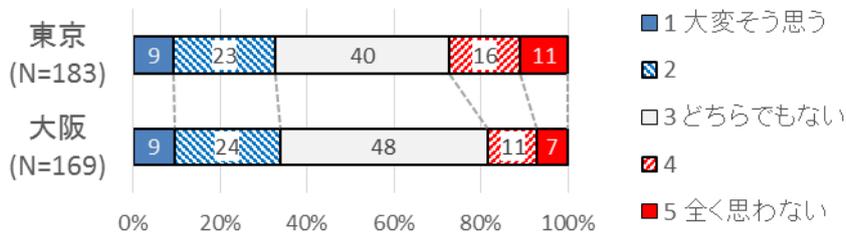


図 6 web 調査「館を訪ねてみたいと思うか？」(Q19)

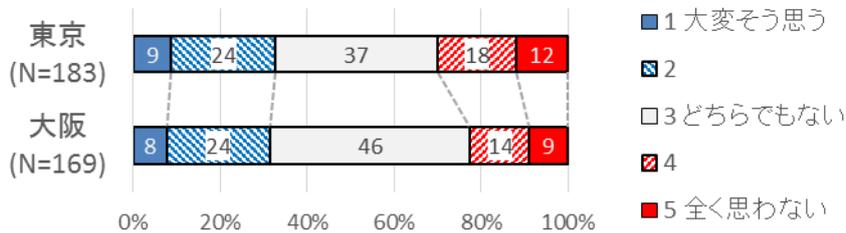


図 7 web 調査「地域を訪ねてみたいと思うか？」(Q20)

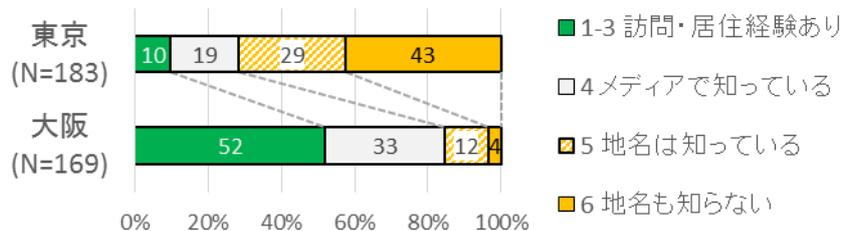


図 8 web 調査 回答者の地域との関わり・知識 (Q24)

回答者の地域（大阪市N区）との関わり・知識の程度を図8を見ると、東京都居住回答者においては72%（29+43）が、地名を超える知識は有さない。これに対して大阪府居住回答者の過半は訪問・居住の経験がある。このように両回答者群は、対象地域（大阪市N区）に対する基盤的な近親性が大きく異なる。

このことと、図7に典型的に表れている、両群に共通する地域訪問意欲の発現状況を考え合わせると、web配信動画であってもテーマ設定次第で、リアルな地域への関心・訪問意欲を喚起することが可能であるということができよう。

5. 主な発表論文等

（研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線）

〔雑誌論文〕（計 1件）

- ① Shin NAKAGAWA: Art as a Mechanism for Increasing Social Accessibility, *Journal of Urban Culture Research*, Chulalongkorn University, Vol.7, pp.43-50, 2013 [査読有]

〔学会発表〕（計 2件）

- ① Shin NAKAGAWA: Locating arts carefully — Mechanism for increasing social accessibility, The 2nd International Conference for Asia Pacific Arts Studies, 31 October 2014, Indonesia (Yogyakarta)
- ② 中川 眞: 世界の表現活動・市民活動とつながる結節点、全国アート NPO フォーラム in 神戸、2013年11月9日、ArtTheater dB KOBE（兵庫県・神戸市）

〔図書〕（計 1件）

- ① 中川 眞: 和泉書院、アートの力、2013、203

〔その他〕

ホームページ等

<http://www.coc-osaka.jp/news/20141211001.html>

<http://www.curatorstv.com/>

6. 研究組織

(1) 研究代表者

内田 敬 (UCHIDA, Takashi)

大阪市立大学・大学院工学研究科・教授

研究者番号：60203535

(2) 研究分担者

(なし)

(3) 連携研究者

中川 眞 (NAKAGAWA, Shin)

大阪市立大学・大学院文学研究科・教授

研究者番号：40135637