

デジタルアーカイブの構築と商業利用実例

清水 宏一

京都デジタルアーカイブ研究センター

京都市が「京都デジタルアーカイブ構想」を策定したのは、1997年4月のことである。その後1998年8月に京都デジタルアーカイブ推進機構を立ち上げ、さらに2000年8月には京都デジタルアーカイブ研究センターを設立して今に至っている。京都が何をめざし、何をどのようにアーカイブし、また今後にどうかしていくのかを解説する。

The Establishment of Kyoto Digital Archives and its Commercial Use

Hirokazu Shimizu

Kyoto Digital Archives Research Center

Kyoto City Government developed the “Kyoto Digital Archives Concept” in April, 1997. In the promotion of the Kyoto Digital Archives Project, the Kyoto Digital Archives Promotion Organization was established in 1998, then as a succeeding body of this organization, we started the Kyoto Digital Archives Research Center in August 2000. Now, I would like to describe what Kyoto aims for and how Kyoto develop toward the future with the use of “Digital Archives.

1 はじめに

デジタル技術の進展は、電子情報網で世界を一つにつなぎ、人々を時間と空間の制約から解放し、経済や社会、文化などあらゆる側面において、かつての産業革命に匹敵するほどの地殻変動をもたらそうとしている。その動きはまことに急速で、国にとっても、自治体にとっても、企業にとっても、大学にとっても、また市民生活の上でも、情報武装は必然の流れであり、もはや情報化を躊躇すべき時ではない。

京都市では、こうした情報革命の流れを今後の社会の当然の流れとしてとらえ、さらに新たな情報の流れを呼び込み、人と産業を活性化して、世界的規模に情報のフロンティアを拡大するために、「デジタル新都」を想定した都市のIT戦略として、1997年に「情報新世紀・京都21」なるアクションプランを策定した。

ここに盛り込まれたメニューは総花的だったが、計画の早期推進と施策の焦点化、さらには財政事情を勘案して、行政改革の観点からする「イ

ントラネット構築」と、都市経営戦略としての「デジタルアーカイブ」に目標が絞られてきた。

デジタル処理には、①安定性(変質しない)、②保存性(コンパクト収容が可能)、③伝達性(インターネットの利用など)、④加工性(切取、合成、改変、縮小、拡大が自由)、⑤検索性(瞬時の検索が可能)などの特性と利点がある。この特性を最大限に活かすことで、「千年の都」の文化資産の記録保存が可能になると考えられた。

2 京都デジタルアーカイブ推進機構の誕生

「京都の永い歴史と美しい自然、貴重な文化財、豊かな伝統文化、多彩な学術成果、産業技術等をデジタルでアーカイブ化して次世代に継承し、それらの資産を有効に活用して新産業の創出をめざす」とともに、「知的財産権を円滑に処理できる環境をつくる」ため、「京都デジタルアーカイブ構想」が策定されたのは、1997年秋のことである。

この“新しい文化と知の大地”が、地球市民たる京都の人々の自立と飛躍への知的基盤となることを願い、そのための推進母体として、京都商工会議所(稲盛和夫会頭)を中心に、「京都デジタルアーカイブ推進機構」が1998年8月に民間主導型の組織として結成された。

民間主導を志向したのは、当時京都市でも強力に行政改革が進められてはいたが、未だに縦割り行政の弊害や、既得権主張、結果の平等、理屈の先行など、「遅い」という役所としての古い体質が色濃く残っていたからで、官主導ではドッグイヤーの情報化の流れに到底付いて行けないと判断されたからである。「遅い」は、情報化の社会で致命傷になるのだ。

同推進機構は、全国組織であるデジタルアーカイブ推進協議会(JDAA)などとも連携して、設立以来わずか3年足らずの間に、研究啓発、産業育成、人材育成、市場形成の各分野で活発な活動を展開し、数多くのプロジェクトを推進するとともに、全国の先駆けとして「デジタルアーカイブ・ビッグバン京都」や、「デジタルアーカイブ全国大会」、「デジタルフロンティア京都」などを次々と成功させ、「京都宣言」を内外に示すなど、際立った成果をあげた。

3 デジタルアーカイブの進展

デジタルアーカイブは、大きく「ためる」「つなぐ」「いかす」という3つのステップからなる。第1のステップは、日本文化の遺伝子をデジタル保存する(ためる)こと。第2番目はアーカイブされた資産をネットワークにのせる、すなわちインターネットを使って世界に発信する(つなぐ)こと。そして、3番目のステップは、アーカイブされた資産を展開し、活用する(いかす)ことである。

それらのうち、本来のねらいは、最初の「ためる」ということにあったが、実際上は3番目の「いかす」に重点を置かざるを得なかった。なぜなら、「ためる」「つなぐ」のステップには、非常に多くの資金と労力がかかるからであ

る。アーカイブは日本民族のアイデンティティにかかわる重要事なのだから、国家の手で何とかしてもらわなければならないと必要だし、当然そうあるべきだと信じているが、目前で風化していく歴史的遺産や文化の遺伝子を放置するわけにはいかず、自らが資金を生み出す「しくみ」を作らなければならないと考えた。産業化できると言わねば資金が調達できないからだ。従って、プロジェクトの最終点は、いつも「生かす」ことに置かざるを得なかった。

4 推進機構の主なプロジェクト

同推進機構が行ってきた主なプロジェクトは以下の通りである。

- ・デジタルミュージアム
- ・京都図鑑
- ・高精細静止画像配信システム
- ・マルチメディア美術館
- ・DVDソフト「五行五色」
- ・体感ヨーロッパ(VHM)
- ・染織デザインコンテンツ流通
- ・kyoDOSプロジェクト
- ・デジタル・テキスタイル染色
- ・教育コンテンツ開発
- ・デジタル化ワークフロー構築
- ・染織意匠図案のデジタル化
- ・デジタルシティ京都プロトタイプ
- ・コンテンツIDフォーラム
- ・知的財産権の研究
- ・推進機構の後継組織づくり

これらのなかでも一番重要事とされたのは、京都デジタルアーカイブ推進機構自身の後継組織づくりである。京都デジタルアーカイブ推進機構の設置期間は約3年間(2001年3月まで)であり、設立の当初から解散をいらんだの組織運営が続けられたのは特筆に値する。

5 京都デジタルアーカイブ研究センター

2001年3月の推進機構の解散を控え、後継組織として「京都デジタルアーカイブ研究セ

ンター」が2000年8月7日に設立された。産官学の実践的な連携組織として、京都市、京都商工会議所、大学コンソーシアム京都が中心となって発起し、研究機関として京都高度技術研究所（アステム）が加わり、企業会員、賛助会員を募って設立された。理事長には京都商工会議所会頭が就任し、副理事長、常任理事には産官学からそれぞれの代表者が選ばれた。設置期間は2004年3月までの約3年余で、場所は、平成12年9月に京都駅前にオープンした「大学のまち交流センター（キャンパスプラザ京都）」の最上階である。

大学コンソーシアム京都は、京都にある50の大学で構成される財団法人で、キャンパスプラザ京都は、京都市が100億円を投じて建設したものである。大学コンソーシアム京都は、このビルとの管理を行うと共に、大学履修単位の互換事業や共同講義、遠隔授業等のほか、大学の講座を社会人に開放した「シティーカレッジ」、「起業家学校」などを開講している。

またここには、「放送大学京都学習センター」も誘致され、「学問のみやこ・京都」のシンボル施設として、各大学の学術情報の集積と知的協働、産・官・学の実践的連携の場として、また人材育成機関として、さらにはインターネットを通じて海外へ情報発信する基地として活動し、繁盛している。

研究センターはここに、動画、静止画、テキストなどのデジタルコンテンツを体系的に管理する「画像管理システム」や、高精細画像取込装置、最新鋭プレゼン装置、高性能演算装置、技術研究・開発用のラボなどを配置し、新たに次のような事業を展開し始めた。

- デジタルミュージアム（学校歴史博物館）
- 博物館美術館データベース構築（市立美術館など）
- 染織デザインコンテンツ流通（クロスザポイント）
- 大学などとの共同プロジェクト
 - ・京都大学「デジタルシティ京都」
 - ・東京大学「cID「メタデータ」「バーチャル試着室」
 - ・東京大学「ブランディング京都」

- ・比較法研究センター「コピーマート実践研究」
- ・北陸先端大学「超高精細画像再生実験」
- ・国際日本文化研究センター「古地図アーカイブ」
- ・京都市立芸術大学「日本古典音楽アーカイブ」

このほか、3D京都デジタルプラットフォームの構築、海外流出日本文化資源デジタル里帰りプロジェクト、劣化散逸画像の復元プロジェクト等への取り組みが始まっている。

6 デジタルアーカイブの商業利用

デジタルアーカイブは根気の要る力仕事であり、最高の知識や技術とともに、膨大な労力と潤沢な資金が必要である。そうした労力と資金の調達、デジタルアーカイブの裏面での重大事であり、国家や自治体の理解と見識にかかっている。コンテンツの劣化や流出、散逸、消失を免れるため、デジタルアーカイブ化が急がれる一方、現在の財政的危機状態の中では、国家や自治体に多くを望むことは出来ない。

そのためにも必要なのが、デジタルアーカイブの商業的利用で、コンテンツそのものがデジタルアーカイブの資金を生むシステムの構築である。

京都デジタルアーカイブ研究センターでは、国宝二条城二の丸御殿障壁画のアーカイブをはじめ、友禅・西陣織等のデザイン資源、清水焼・京扇子・京縫・京漆・京細工などの伝統工芸技術、茶道・華道・香道などの伝統文化、ならびに京舞・能狂言・声明・古典芸能などの無形文化財のデジタルアーカイブに取り組み、その商業的利用を追及してきた。

それらのなかから、最近になっていくつかの成功事例が出始めており、商業利用の先例をなすものとして内外からの注目が集まっている。

7 二条城プロジェクト

二条城の障壁画のデジタルアーカイブプロジェクトは、世界文化遺産に登録されている元離宮二条城の障壁画をデジタルで収録し、保存するとともに、データを各種商業製品のデザ

インとして活用し、画像データの使用許諾料収入を二条城の修復・保存費用に充てるというシステムを構築した。障壁画は、狩野探幽率いる狩野派一門の手になるもので、3411面のうち954面が重要文化財に指定されており、このうちの324面を1億3000万画素の超高精細画像としてアーカイブした。

文化財をデジタル画像化し商業利用に供するのは全国で初めてのことであり、また、その収入を当該文化財の保全に充てるというシステムが世界的にも注目されている。徐々に収録数を増やし、ゆくゆくは3411面全てをデジタル化する予定である。また、彫金類、欄間、建物、庭園など、アーカイブすべきものはまだまだ残っており、いずれは全て丸ごとアーカイブすることになっている。

(1) 活用例

二条城アーカイブの活用は、対象を限定しないことにしている。絵画として使っても良く、壁紙に使っても良い。あるいは床のタイル、敷布、壁掛け、屏風など、色々な利用が考えられる。また、場所やシチュエーションも問わない。

これまでの具体的な活用例としては、襖絵、掛軸、デパートの展示装飾、ホテルの壁、地下鉄の車体、タペストリー、花嫁衣装、布団カバー、風呂敷、ハンカチ等の例がある。このほか、工事現場の目隠し、ジグソーパズル、ゲーム、扇子、包装紙などに使うアイデアもある。

(2) ビジネスモデル

具体的なビジネスモデルとしては、まずデジタル処理業者（仮にA社とする）がコンテンツをデジタルデータ化し、それをインテリア会社（仮にB社とする）など他の企業に利用させる。B社は、これをホテルの内装などに使い、代金（仮に100万円とする）をホテルから受け取ると、その販売額の一定割合（約40%、仮に40万円とする）を画像の使用料としてA社に支払う。A社はこれを折半し、半分の20万円を手許に、残りの20万円を京都市に納入する。京都市は、この収入の全てを京都市文化事業基

金に積み立て、二条城の修復と保全に使用しようというのだ。

(3) 二条城のデジタルアーカイブの目的

二条城デジタルアーカイブの目的は、①文化財の保存と継承（記録）、②レプリカの制作、③ミュージアムグッズや図録の制作、④もしかの場合への備え、⑤デジタル画像の活用と転用などである。デジタルアーカイブの目的は何と言ってもアーカイブをすること自体にあるが、レプリカの制作も大きな目的だ。

現在、二条城には壁画の模写チームというプロジェクトがある。二条城には多くの観光客が訪れるが、文化財は人との接触で痛むし、また自然に退色し、劣化し、損耗する。つい先日、イベントの際に機材が接触し、「松鷹図」が大きく損傷したが、文化財を展覧に供している限り、その損傷は避けられない運命にある。

そのため、陳列品をレプリカに差し替えようと、二条城では30年前から「障壁画の模写チーム」が複製画の制作に当たってきた。絵師による手作業と予算に制限のある人海戦術であるため、現在時点でやっと半数の模写が完成したところで、出来あがったところから部屋単位で順次、複製画に差し替えられている。これに、デジタルアーカイブの技術を使えば、瞬時に、本物と寸分変わらないレプリカに全体を差し替えることも可能になる。

ミュージアムグッズや図録の制作も大事だ。欧米の美術館、博物館では多種多様なミュージアムグッズを販売している。その収入はばかにならず、それだけで美術館、博物館の維持経費をひねり出しているところさえある。

もしかの場合にも備えねばならない。大変残念なことだが、少し前に寂光院のお堂が焼失した。デジタルアーカイブさえ終わっておれば、復興は比較的簡単であっただろうが、間に合わなかった。何とか今までの記録から復元しようとしているが、記録そのものが不充分だ。

同じように、金閣寺も一度は全焼した。これは、三島幸夫の同名の小説でご存知だろう。し

かし、今では元の形に復元できている。建物にも、金箔にも、障壁にも、あらゆる技術と努力が払われたと聞いているが、何と言っても詳細なデータが残っていたことが大きい。

デジタルアーカイブされた画像の活用と転用は、現在の課題だ。先にも述べたように、その代価で文化財を維持し、修復して行かなければならない。さらに、⑥デジタルアーカイブの模範例を作ることも極めて大事だ。

(4) 二条城の利点

では、なぜ二条城を選んだのかである。①二条城は、世界文化遺産であり、②二の丸御殿は国宝であり、③その障壁画の多くは重要文化財であり、④作者は、狩野探幽ら狩野派の画家で、⑤超有名であり、芸術性も最高であるからだ。しかも、⑥死後50年とされる著作権がすでに切れている。すなわち、インパクトは非常に強いが、インフラクションがない。さらに、⑦全てが京都市の所有であり、どこからも争いが起きない。おまけに⑧文化財を大切な物として、国民市民自らのものとして、尊重して貰える、などの利点がある。

(5) ビジネスモデル

二条城プロジェクトは、我々自らが、サクセスストーリーを演出し、ビジネスモデルを創出するのがねらいだ。京都には多くの寺院と文化財があり、家元があり、学術、芸術、芸能がある。いわば、日本文化の結晶が京都にあると言って良いが、その多くがの滅失の危機にある。

移ろいゆく時代の中で、歴史、建造物、彫刻、文化、文芸、芸術、芸能、学術、自然、風物、風俗、産業、人物、食生活、さらには、気質、時代のいろ、匂い、雰囲気、空気まで、我々はアーカイブしておくべきだと思っている。

バーミ안의石仏のように、人為的に損壊されて行くものもあるが、文化財はやがて老朽化し、劣化し、退色し、あるいは散逸して失われて行く運命にある。無形文化財やテクニク、ノウハウのように、人の死と共に無くなるものも多い。

しかし、それぞれの所有者からは、コンテンツをなかなか表には出してもらえない。デジタルアーカイブをしたいと言うと、何の役に立つのか、値打ちが下がったりしないか、勝手に他に転用されはしないか、アーカイブの代金は誰が負担するのか、画像権としてどのくらいが適当なのか、などと心配する。

さらには、コンテンツの所有権と著作権の問題、デジタル化技術の進化の速さ、デジタルアーカイブされたものの管理などについても、問題が多い。要は、コンテンツホルダーの足が重いのだ。これらを克服するために、我々はサクセスストーリーを演出する必要がある。

(6) 分散型アーカイブへの誘導

京都が京都でありつづけるために、京都をデジタルアーカイブの宝庫にするために、コンテンツホルダー自身がアーカイブする仕組みを育てる必要がある。我々は、まず種を撒き、コンテンツホルダーの自発的な取り組みを誘導して行こうとしているのだ。

すなわち、二条城サクセスストーリーを展開することで、コンテンツホルダーやデジタルアーカイブ企業の模範となり、コンテンツホルダー自身がアーカイブの主体となる分散型デジタルアーカイブを構築し、いわばクラスター型デジタルアーカイブの完成をめざそうというわけだ。そしてさらにそれを日本全国に、やがては世界にデジタルアーカイブのうねりを作っていこうと考えている。

8 染織伝統模様の応用プロジェクト

デジタルコンテンツ利用のもう一つ成功例が、染織伝統模様の応用プロジェクトだ。友禅の伝統デザインを、「SPEEDO」と言うブランド商品に転用した水着である。実は、この他にも多くの商談があるが、成功例の多くを業者は口にしながらない。すぐに他人が参入して、市場を荒らされたり、値下げ競争になるからで、成功が公表されるのは、自らが一定の地歩を固めてからになる。

これらのデザインは、友禅の伝統紋様をデジタルアーカイブ化し、それをモチーフに制作したのだが、以下のいくつかの秘訣がある。

(1) 描き起こし

一つ目は、デジタル化された素材をそのまま使っていないことだ。全てコンピュータで一から描き直し、構成し直している。その理由は、無用な著作権争いの論議を避けるため、伝統的意匠が誰に属するかは論議が有り、あとで問題になるのを避けるためだ。

(2) 肉筆タッチ

二つ目は、コンピュータを使ってグラフィック作図するのに、機械的な直線、曲線、太さを多用せず、肉筆に近いタッチを大切に作図していることだ。この方法により、コンピュータ独特の機械的な冷たさを避け、京情緒や、ふうあい、人間味、温かみを持つ作品として仕上がっている。

(3) 培われたノウハウとセンス

三つ目は、この技術の最も重要なポイントが図案や意匠のそれぞれにあるのではなく、そうした図柄をどのように組み合わせ、衣装のどこに配置するかというノウハウとセンスにあるということだ。ノウハウやセンスは、単なる画像やテキストデータなどではなく、長年の経験と勘、熟練に近いものなので、盗むことが出来ない。すなわち、システムがどうの、セキュリティがどうの、著作権がどうのと言うようなヤワなものではない。

9 コンテンツビジネスの二つの側面

これらの経験から、コンテンツ流通ビジネスには二つの側面があるのがわかる。一つは、コンテンツ流通ビジネスがシステムとして成り立つかという側面であり、もう一つは、それが商売として成り立つかという側面である。

すなわち、システムとして成り立っても、それは「出来る」と言うことであって、必ずしも「儲かる」にはつながらない。儲かりもしないところで、いくらシステムの良さや、セキュリ

ティの高さ、法制度としての確かさを論じてもどこか空虚で、やはり、何が求められているか、どのように構成するのが経済的か、どうやって代金を集めたらよいか、どうしたら儲かるかを考えるのが先決だ。

10 「儲かる」コンテンツ

「儲かる」コンテンツは4種類である。1つは、極端に凄いコンテンツで、例えば歴史性や芸術性に富み、系譜が確かで、人気の高いものは、絶対的に儲かる。2つ目は、大量に継続的に売れるもので、例えば日用品、消費財、学用品。3つ目は、付加価値の高いもので、新発明、新技術、実用新案。4つ目は、他の用途に転用されたもので、アーカイブされたコンテンツの観光利用などがその例である。ラスベガスのホテル群や、テーマパーク、ゲーム、デジタルミュージアム、バーチャル観光などのように、コピーの商品化をはかれば良い。

すなわち、コンテンツ配信の方法やセキュリティ技術、代金の徴収方策、著作権制度などは、こうした儲かるコンテンツを前提に考えればよいので、システム構築を先に論ずるのは主客転倒である。

11 コンテンツIDの二つの側面

研究センターの共同研究の一つに、コンテンツIDフォーラムがある。コンテンツのIDの論議では、認識番号やセキュリティ技術としてウォーターマークに重点が置かれて解説されることが多く、コンテンツIDには二つの目的が有ることを論じる人は意外に少ない。

コンテンツIDの目的の一つは、コンテンツの利用者を判別し、著作権を保護するということにあるが、もう一つ、コンテンツの所有者を明らかにし、利用の条件を知らせると言う目的もある。

すなわち、前者は所有者の側から利用者を見、後者は利用者の側から所有者を見ているのだ。で、どちらが大事なのかというと、明らかに後

者、すなわち利用者の側から見たコンテンツ所有者の情報が重要なのだ。

12 性悪説と性善説

コンテンツの所有者は、自分の財産権を守ることに躍起になる余り、前者の観点からしかコンテンツIDを見ていない。そうした傾向が強いのは、売れないクリエイターや、偏狭なコレクターで、コンテンツに法外な値段をふっかけたり、利用を独占したりして、ひんしゆくを買っている。

だが、故意、かつ不法に著作権を侵害しようとする人々がいることも事実で、こうした立場からのみ著作権をうんぬんすると、これは一種の性悪説で、セキュリティばかりの議論になる。

しかし、その見方は極めて一面的である。世の中は、そのようなコンテンツホルダーや利用者ばかりではないからだ。自分の作品を知って貰いたいクリエイター、広く人々に良いものを使って欲しいと願うコンテンツホルダー、人類共通の歴史資産など、良質のコンテンツは世の中に溢れている。

また、利用者の方でも、コンテンツの利用代金が安価で正当なものなら、ちゃんと利用料を払って使おうとするであろう。世の中は、善良な人の方がずっと多いからである。

13 ナップスターとグヌーテラ

ここで注目したいのは、ナップスター、グヌーテラ問題である。ナップスター問題は、訴訟になり、現にナップスターは活動を停止している。だがP2Pの問題はそれで解決したわけではなく、新たにオーディオギャラクシーやAOLのエイムスターなどのサイトが出来ているし、オランダのファストトラック社の技術を使ったミュージックシティやカザー、グヌーテラをベースにしたベアシェアー、ライムワイヤーなどP2P技術を使ったソフトが登場し、音楽コンテンツの交換を平然と行っている。

業界ではこうした著作権侵害を防止しようと、デジタル機器にコピー制限をかけたり、コピー料金を機器代金に上乗せするなどの対策を講じてきたが、P2Pは新しい展開で、問題はむしろ深刻になっている。つまり、この流れは止められないということだ。

音楽や映像、テキストなどのコンテンツの個人利用に、著作権料がなぜ発生しないかを考えねばならない。個人利用が無料なのは、現実としてその利用実態が捉えきれないからであり、著作権者が著作権料を放棄したからではない。

ナップスターの場合は、プラットフォームがあったため、これを目標に争いになったままで、P2Pであるため捕捉のしようがないファストトラックやグヌーテラなどでは著作権料を徴収する対象ものがない。

14 消費者のモラル

なら、どうするかである。高価なコンテンツが商業利用された場合には、損害賠償を求めるべきだが、ネット上の音楽や画像は宣伝用のサンプルだと割り切って著作権料をとらないようにし、実演や実作品で稼ぐか、高速で良質なサイトから通信料程度の安い料金でダウンロードできるようにするしかない。

ネットで手に入れた音楽のうち、気に入った作品に関しては、CDを買い直す人が多いらしい。もっと消費者のコンテンツ利用のモラルやマナーを信頼しても良いのではないか。

15 今後のプロジェクト

今後のプロジェクトとしては、世界遺産などの歴史アーカイブ、美術館・博物館などの芸術アーカイブ、西陣織友禅などの意匠アーカイブ、伝統産業などの技術アーカイブ、図書記録などの書肆アーカイブ、研究論文などの学術アーカイブ、ことばや漢字の言語アーカイブなどが考えられており、いっせいにプロジェクトが始まっている。世界丸ごとアーカイブがよいよスタートし始めた。

16 知識と技術、芸術の融合

デジタルアーカイブを行う上で重要なのは、コンテンツである。デジタルアーカイブするためのツールは情報技術だが、対象となるのは、歴史、文化、芸術、風俗、自然など人文科学の知識であり、知識と技術の好ましい融合が絶対要件である。また、その管理や運用の上で必要なのは、知的財産としての法制度や、経済的利用の上でのマネジメント能力であり、体系的整理と構成のプロデュース能力である。また、こうしたものを総合し、コラボレーションするプロデューサー、ディレクター、コーディネーター、プランナー、エディターの存在が大事だ。

一口に知的財産とか知的資源とか言うが、人文科学としてのナレッジと理工学としてのテクノロジーは質が違う。アートはさらに個性を持ち、それぞれの価値観も微妙に異なっている。

デジタルアーカイブの将来に向けては、こうした情報技術と人文科学の双方に通じ、さらには芸術的センスに秀でた人材の育成が不可欠であり、現在の大学制度の下では、こうした要求に応ずることが出来ないのは明らかである。

17 全国的展開の必然性

日本の各地域には、地域特有のアイデンティティに溢れた優れた文化が創造されており、これらをそのままデジタルアーカイブすることは日本の文化的遺伝子の保存にとって非常に重要である。

地域にはそれぞれにデジタルアーカイブ推進団体が生育しつつあり、これら地域団体の現状を把握し、相互の連携強化をはかると共に、技術開発や共同研究を進めることが強く求められている。

そのため、このたび京都デジタルアーカイブ研究センターが中心になって、連合組織の結成を全国に呼びかけ、このほど「地域デジタルアーカイブ推進団体全国協議会」として組織されることになった。

18 電子政府とデジタルアーカイブ

電子政府や電子自治体の論議の中では、電子申請や住民票や印鑑証明の電子交付などが論議の中心になっていることが多い。また、それがためのセキュリティ技術が話題になったりする。

だが、官庁への申請や、証明書の交付が長い人生のうちで何度必要になるであろうか。駅や主要なターミナルには証明書の発行コーナーがあり、今のままでもほとんど不自由を感じない。

論議の全てが、現状の国の組織、地方の組織、さらには現状の事務管理を前提に置いた話になっている。この問題はそう考えると方向を見誤る。将来に向けて、今のような行政組織や事務機構が永久にあり続けるはずがない。

大事なのは、国にとっても、自治体にとっても、今後は何を発信していくかというコンテンツそのもので、デジタルアーカイブはまさにそのキラーコンテンツになりうる。

19 終りに

推進機構も研究センターも、我々の目標はいつも3年間、約1000日の短いプロジェクトとなっている。ITの世界は技術の進化が激しく、旧技術は瞬く間に陳腐化する。ドッグイヤーと言われるこの時代に適応するためには、プロジェクトの目標をできるだけ短かく定めることが重要だ。

それはプロジェクトに参加する企業にとっても、人にとっても大切で、終りの目途がはっきりしている方が良い。また、組織は長く存続すると維持の方に力点が移り、本業がおろそかになる。さらに、新規参入の余地や、脱退のチャンスも大事で、組織は常に活性化していかなければならない。残余財産を清算し、顧問も交代させることが肝要だ。さらに大事なのは集中力で、長くて3年、約1000日、これが限度であろう。