ArtTech Consulting REPORT

MUSEUM DX 01

MUSEUM DX

デジタル技術で変わるミュージアム体験と運営

4つの事例から考える、文化施設のDXと持続可能なデジタル活用

DISCOVERY → EXPERIENCE → INSIGHT → INFRASTRUCTURE

ふらっと博物館めぐり ／ Artlas ／ 東京藝術大学 ／ デジタル大阪ミュージアムズ

2026.10 / Vol.01

IT Business × Art × Strategy

都市空間で展開された写真フェスティバル（筆者の元ブログ掲載画像）

Ａｒｔｌａｓの地図・音声ガイド（元ブログ掲載画像）

ABOUT THIS REPORT

はじめに

ITを導入することではなく、文化体験と運営の仕組みを変える

ArtTech Consultingでは、美術館・博物館の現場観察とIT・事業企画の視点を組み合わせ、文化施設の新しい価値創造を調査しています。本レポートは公開済みの4つのブログ記事を再編集し、ミュージアムDXを来館者体験と運営基盤の両面から考察するものです。

> **本レポートの4つの視点**
> ① 発見：ふらっと博物館めぐり（施設との接点）
> ② 体験：Artlas（鑑賞・回遊・多言語案内）
> ③ 理解：東京藝術大学（鑑賞者の言葉のAI分析）
> ④ 基盤：デジタル大阪ミュージアムズ（収蔵品連携・継続運営）

本レポートの目的

デジタル化を「便利なサービスの追加」に終わらせず、誰にどのような価値を提供し、継続して運用するかという視点で整理します。各事例は独立した取り組みであり、本書の4領域モデルはArtTech Consultingによる比較・考察です。

想定読者

自治体の文化政策担当者、美術館・博物館の企画・運営担当者、ITベンダー、文化施設との協業を検討する企業の方々。

注記：Artlasについては筆者の現地利用体験を含みます。東京藝大は展覧会訪問・公開情報を踏まえ、大阪とポータルは公開情報・事例資料を主に用いています。機能・制度・数値は元記事の執筆時点の情報です。

4つのDX領域／ArtTech Consulting作成

CONTENTS / EXECUTIVE SUMMARY

4つのDX領域で捉えるミュージアムの変化

CASE	対象	主な論点
01	ふらっと博物館めぐり	発見・来館動機・検索体験
02	Artlas × T3 PHOTO FESTIVAL	鑑賞支援・回遊・AI・利用データ
03	東京藝術大学 大学美術館	鑑賞語のAI分析・参加型展示
04	デジタル大阪ミュージアムズ	データ連携・公開・持続運営

01 博物館の情報は「施設属性」から「体験価値」へ

専門分野や所在地だけでなく、「誰と何をしたいか」という利用者の行動を起点に再構成すると、新たな来館機会が生まれます。

02 AIは解説装置ではなく鑑賞プロセスの支援に使える

音声、地図、対話、回遊を結ぶことで、作品の理解だけでなく文化体験全体の設計を変えられます。

03 鑑賞者の言葉は文化施設の新しい知的資源になる

鑑賞者の反応を定量・定性の両面から可視化し、鑑賞の多様性を学ぶ教材や展示改善の手掛かりにできます。

04 継続するDXにはシステム連携と運用設計が必要

既存資産を活用し、完全統一よりも現実的な連携、補助金終了後の維持・利用促進を優先する発想が重要です。

Ａｒｔｌａｓの利用画面／元ブログ掲載画像

大阪市のＤＸ事例イメージ／ＡｒｔＴｅｃｈ　Ｃｏｎｓｕｌｔｉｎｇ作成

CASE 01 / DISCOVERY

ふらっと博物館めぐり

「どんな博物館か」から「どんな体験ができるか」へ

> KEY INSIGHT
> 利用者の関心・過ごし方に沿って情報を再編集することで、まだ訪れたことのない文化施設との偶然の出会いを生み出す。

日本博物館協会が運営する「ふらっと博物館めぐり」は、2026年2月に公開された博物館ポータルナビサイトです。全国の博物館を単に一覧化するのではなく、利用者にとっての選びやすさを重視しています。

施設類型よりも生活者の言葉を優先

「入場無料」「一人でも楽しめる」「カフェもおすすめ」「ワークショップが自慢」「親子で楽しむ」といったタグから探せます。従来の美術・歴史・科学などの分類では見つけにくかった施設を、利用目的から発見できる点が特徴です。

地図とお気に入りで訪問意欲を高める

地図検索、「MY行きたい博物館」、企画展や学芸員へのインタビュー記事が用意されています。情報を調べて終えるのではなく、行ってみたい施設を蓄積する導線として評価できます。

課題：情報の網羅性と更新性

元記事では掲載施設がまだ限定的と指摘しています。価値を高めるには掲載施設の充実に加え、タグの品質、イベント情報の鮮度、運営側の情報更新負荷を抑える仕組みが重要になります。

SOURCE：元のブログ記事を読む

利用者起点の施設検索を示す概念図／ＡｒｔＴｅｃｈ　Ｃｏｎｓｕｌｔｉｎｇ作成

CASE 01 / CUSTOMER JOURNEY

発見のDXは「来館前」から始まる

施設が保有する情報と、生活者が知りたい情報は必ずしも一致しません。ミュージアムDXの第一歩は、博物館を「分類」するためのデータを、博物館に「行きたくなる」ための情報へ翻訳することです。

従来の探し方	体験起点の探し方
所在地／設置主体／ジャンル	誰と行くか／何を楽しむか／どのくらい滞在するか
専門分野や収蔵品から検索	無料・体験・カフェ・撮影などから探索
施設の説明を読む	気になる施設を保存し、訪問につなぐ

> **ArtTech Consultingの視点**
> 検索サービスの成果を単純なPVだけで判断しない。掲載施設への遷移、行きたい登録、実来館への波及など「発見→訪問」の導線で見ることが望ましい。ただし訪問転換率を把握するには施設側との計測連携が必要となります。

実装上の論点

博物館側の情報更新手段、タグの標準化と自由度、掲載基準の透明性、少規模施設でも参加できる運営体制が鍵です。ポータルだけでなく各館の公式情報と矛盾しないデータ運用が求められます。

来館前の行動プロセス／ＡｒｔＴｅｃｈ　Ｃｏｎｓｕｌｔｉｎｇ作成

CASE 02 / VISITOR EXPERIENCE

Artlas × T3 PHOTO FESTIVAL TOKYO 2026

作品理解から、街全体の文化体験支援へ

> KEY INSIGHT
> 鑑賞ガイド、位置情報、AI対話、スタンプラリーを一体化することで、展示が分散する都市型アートイベントでも「理解しながら巡る」体験をつくる。

Artlasは、スマートフォンで利用する文化体験用AI搭載プラットフォームです。筆者はT3 PHOTO FESTIVAL TOKYO 2026で実際に使用し、展示場所の確認、ルート提案、音声解説、AIへの質問などを試しました。

散在する展示を、一つの鑑賞導線へ

T3は東京駅周辺のビル、通路、商業施設などに作品が点在します。Artlasでは展示マップに加え、利用時間や鑑賞スタイルに応じたルート提案を利用でき、筆者の利用時には約2時間・5スポット・約1.6kmの提案が表示されました。

「目で見て耳で理解する」鑑賞

展示解説を音声で聞けることで、作品を眺めながら作家の意図や背景を理解できます。T3での音声ガイドは25言語に対応すると記事で紹介しています。

AI対話が次の問いを生む

AIコンシェルジュ「Metti」への質問を通じて、作品の背景やさらに深く鑑賞するための問いが得られます。固定されたキャプションの一方向的解説とは異なる価値があります。

Ａｒｔｌａｓの地図案内・音声ガイド／元ブログ掲載画像

CASE 02 / SERVICE DESIGN

利用して分かった強みと制約

観点	体験から得られた知見
鑑賞の理解	作品を見ながら音声解説を聞けるため、テキストを読む負担が少ない
会場回遊	建物内の展示位置を含む情報が確認しやすい
対話機能	追加質問から作品理解を深められる
制約	体験時の無料AI質問回数は5回、画像添付質問や生成回答の音声再生は確認できず
効果測定	スタンプ取得・利用状況・アンケートを運営改善に活用し得る

鑑賞サービスから運営基盤へ

元記事では、スタンプ取得履歴や利用状況の統計、来訪目的・交通手段・地域内での飲食や買物などのアンケートが、文化イベントの効果測定に役立つ可能性を指摘しています。ただし、実来場者全員の行動を網羅するものではなく、アプリ利用者に偏る点にも注意が必要です。

> **ArtTech Consultingの視点**
> 導入時にはコンテンツ制作負荷、AIの回答品質、通信環境、アクセシビリティ、個人情報の取り扱い、継続費用を確認する必要があります。機能の多さよりも、現場の利用率と運用可能性を重視すべきです。

SOURCE：元のブログ記事を読む

ＡＩガイド「Ｍｅｔｔｉ」の紹介／元ブログ掲載画像

CASE 03 / VISITOR INSIGHT

東京藝術大学｜「鑑賞者の言葉」のAI分析

鑑賞の多様性をデータとして可視化する

> KEY INSIGHT
> 来場者の感じた言葉を記録・分析することで、作品そのものの情報に加えて、人が作品をどう見たかという新しいデータを得られる。

東京藝術大学大学美術館で2026年7〜9月に開催された「藝大式 美術の“ ミカタ ”―この夏、藝大生になる―」では、12の講義を模した展示の一つとしてデジタル技術と鑑賞の関係が扱われました。

言葉を入力し、「ミカタ」を知る

来場者が作品を見て思い浮かべた言葉を入力すると、AIが関心の傾向を分析し、美術史・保存修復・デザイン・制作などの視点として可視化する体験がありました。結果は鑑賞力の優劣ではなく、入力語に表れた視点を示すものです。

自分と他者の視点を比べる

他の鑑賞者が使った言葉や視点の分布を見られることで、自分では気づかなかった作品の特徴を考えるきっかけになります。ユーザーの公開記録では、回答者の年齢層や鑑賞前後の変化などの分析にも注目しています。

アンケートの先へ進む可能性

満足・不満足という評価だけでは捉えられない、作品が喚起した言語や関心の違いを分析できれば、教育普及プログラムや解説表現の改善につながる可能性があります。

ＡＩ活用のイメージビジュアル／ＡＩ生成・ＡｒｔＴｅｃｈ　Ｃｏｎｓｕｌｔｉｎｇ作成

CASE 03 / DATA & ETHICS

鑑賞者データを「測る」前に考えること

鑑賞体験は多義的であり、AIが返した分類結果を鑑賞者の固定的な属性や能力として解釈するべきではありません。回答は作品・提示条件・入力語・分類方式に影響される一時点の記録です。

設計論点	具体的に確認したいこと
取得目的	教育支援か、展示改善か、研究か。収集目的を明示する
解釈の限界	短い入力語やAIモデルによる分類の揺らぎを理解する
説明責任	どの分類基準でどの結果が出たかを説明できるか
個人情報	年齢等との組み合わせ時の匿名性・同意・保管期限
展示への還元	得られた傾向を解説改善や次回企画にどう使うか

> ArtTech Consultingの視点
> 来場者分析の価値は分析レポートそのものではなく、次回展示で「何を変えたか」にあります。調査項目、集計、効果検証を企画段階から一体設計することが重要です。

参考：東京藝術大学大学美術館の展覧会案内、企画展の第8限に関する公開レポート、筆者による現地訪問記事・SNS投稿。

鑑賞の「言葉」を学びに変える

※ 入力語の表現例。実際の分析結果や発言頻度を示すものではありません。

鑑賞語の例を示す概念図（実測値ではありません）

CASE 04 / DIGITAL COLLECTIONS

デジタル大阪ミュージアムズ

6館の収蔵品を、既存システムを生かして社会へ開く

> KEY INSIGHT
> 理想的なシステム統一を追うより、既存資産を活かした横断検索と利用促進、運用負荷を抑えた継続可能性を優先する。

大阪市博物館機構の6館による「デジタル大阪ミュージアムズ」は、200万点以上の収蔵資料を背景に、各館の異なる管理システムとデータを活用した連携基盤を構築した事例です。

統一ではなく連携

各館の資料の種類、管理方法、既存システムは異なります。全館を同一システムへ置き換えず、横断検索・閲覧を可能にする方法を採用した点に、実務的な示唆があります。

データをストーリーで届ける

「大阪コレクションズ・アーカイブ」による横断検索に加え、「大阪の宝」では選定した120点をテーマ別の物語とともに紹介。ARや3D、音声など、資料の特性に合わせた表現も活用しています。

公的支援から運用の自走へ

元記事では2023年度の文化庁Innovate MUSEUM事業の補助（3,200万円）による基盤構築後、採択されなかった年度も別予算と低負荷設計で継続し、2025年度以降は「自走＋利用促進」を重視していると整理しています。

デジタル大阪ミュージアムズの解説図／ＡｒｔＴｅｃｈ　Ｃｏｎｓｕｌｔｉｎｇ作成

CASE 04 / IT PROJECT MANAGEMENT

文化施設DXに必要なプロジェクト推進力

大阪市の事例が示すのは、収蔵品デジタル化の技術だけではなく、複数施設・部門が参加する事業を現実的に進めることの重要性です。

プロジェクト観点	対応すべき課題
構想・要求整理	文化的価値の公開・学習・研究・来館促進、どの目的を優先するか
現行システム調査	各館のデータ構造、権限、運用、保守契約を把握
データ連携	検索用の共通項目、権利情報、品質管理、更新手順
合意形成	学芸・情報システム・広報・管理部門の役割分担
維持運用	助成終了後の費用、人員、改善要望への対応、利用促進

> **ArtTech Consultingの視点**
> 文化施設のDXは、文化資源 × 現場業務 × 利用者体験 × IT × 運営財源を横断するプロジェクトです。IT営業・サービス企画・PM/PMOの経験が活かせる領域は、課題定義、調達・提案整理、部門間調整、導入・定着支援にあります。

SOURCE：元のブログ記事を読む

博物館ＤＸのプロジェクト工程／ＡｒｔＴｅｃｈ　Ｃｏｎｓｕｌｔｉｎｇ作成

SYNTHESIS

4事例から見える、MUSEUM DXの5つの論点

01 施設情報から利用者体験へ

「施設が何を持っているか」に加え、「利用者が何をしたいか」から情報とサービスを設計する。

02 単館の施策から文化体験の導線へ

来館前の発見、鑑賞中の理解、鑑賞後の学び・再訪まで、異なる接点をつなげて考える。

03 一方向の解説から対話・鑑賞者理解へ

AIの対話や鑑賞語の分析によって、一人ひとりの見方を尊重した多様な鑑賞を支援する。

04 データ整備からデータ活用へ

収蔵品情報や鑑賞者の反応を蓄積するだけでなく、公開・教育・運営改善に還元する。

05 導入プロジェクトから継続運営へ

予算・現場負荷・更新体制・利用促進を初期構想から設計し、補助事業終了後も価値を生み続ける。

> **本レポートの結論**
> **MUSEUM DXの本質は技術の導入量ではなく、「文化資源へのアクセス」「鑑賞の質」「施設運営の持続可能性」を、デジタルと現場運営の両輪で改善することにある。**

T3 PHOTO FESTIVAL × Artlas／元ブログ掲載画像

COMPARISON / IMPLEMENTATION

4事例の比較と導入検討の枠組み

事例	主な利用者	価値	導入時の重要論点
ふらっと	来館検討者	発見・来訪意欲	情報更新・網羅性
Artlas	来場者／主催者	鑑賞・回遊・分析	品質・費用・データ利用
東京藝大	鑑賞者／企画担当	見方の可視化	解釈・同意・分析の活用
大阪市	利用者／施設職員	文化資源の共有	連携・権限・継続運用

実務で検討すべき5つの質問

1. 何を改善するDXか（認知、回遊、学習、資料公開、業務効率など）

2. どのユーザーの不便や現場負荷を解決するか

3. 既存の業務・データ・システムとどう接続するか

4. 成果をどう測定し、次の改善につなげるか

5. 誰が予算・運用・更新を担い、何年続けられるか

導入前にKPIを定めることは有効ですが、アクセス数・利用数の増加だけを成功と見なすと本来の文化的価値を見落とします。利便性・鑑賞理解・学び・再訪・職員負荷を、定量・定性の両面で評価する必要があります。

ＭｕｓｅｕｍＤＸの実装サイクル／ＡｒｔＴｅｃｈ　Ｃｏｎｓｕｌｔｉｎｇ作成

ABOUT ARTTECH CONSULTING

ArtTech Consulting

IT・事業開発・アートの視点を組み合わせ、曖昧な課題を実行可能な企画へ。

ArtTech Consultingは、ITビジネス、プロジェクト推進、事業企画の実務経験と、アート・文化施設に関する調査を組み合わせ、企業・文化領域の新しい取り組みを構想から実行へつなげるコンサルティング活動を行っています。

IT CONSULTING	ARTTECH CONSULTING
IT営業戦略・提案整理 新規事業／ITサービス企画 PM・PMO・要件整理 プロジェクト改善	文化施設のIT／AI活用 アート・文化事業の企画 顧客体験・コミュニティ設計 IT × アートの新規サービス

ご相談テーマの例
文化施設DX構想／AI活用の企画整理／収蔵品・来場者データ利活用／文化施設向けシステム構想／プロジェクト推進・調整支援／文化施設と企業の連携

編集方針と出典

本書はArtTech Consultingブログの4記事を中心に再編集した研究レポートです。事実記述と、筆者の解釈・導入可能性の提案を区別するよう努めています。施設による施策実施や効果達成を保証するものではありません。

参照：ArtTech Consultingブログ（Artlas、東京藝術大学、ふらっと博物館めぐり、デジタル大阪ミュージアムズ）、東京藝術大学大学美術館「藝大式 美術の“ミカタ”」展覧会案内。

CONTACT

www.arttech-consulting.com

© 2026 ArtTech Consulting. 本資料は情報提供を目的として作成しています。

都市型写真フェスティバルの展示／元ブログ掲載画像

Ａｒｔｌａｓを使った回遊施策／元ブログ掲載画像