

埋蔵文化財行政における Twitter の利活用

村瀬陸（奈良市教育委員会文化財課埋蔵文化財調査センター）

Utilizing Twitter in the Administration of Buried Cultural Properties

Murase Riku (Nara City Board of Education Cultural Properties Division Buried Cultural Properties Research Center)

・ ツイッター／Twitter ・ スマートフォン／Smartphones
・ 行政／Administration ・ イノベーション／Innovation

はじめに

Twitter 社は 2006 年に創設され、アメリカ合衆国に本社を置く SNS サービスを提供する企業である。日本でも 2010 年代以降、スマートフォンの普及とともに多くの利用者がおり、Twitter Japan によると 2017 年時点で月間利用者数が約 4500 万人いるようである¹⁾。

筆者の肌感覚として、大学に入学した 2010 年はガラケーが主流であり、SNS は友達とのコミュニケーションツールとして掲示板や日記機能に優れていた mixi が流行っていた。Twitter は日常の眩きを共有できる程度であったため、活気があるとはいえなかった。その後、スマートフォンの普及やカメラ機能の向上が後押しして、簡単に写真共有とコメントがつけられる Twitter や Facebook、Instagram の利用者が増加した。実際、文化財関連の公式 Twitter も 2012 年ごろから増加傾向にある。

現在では、Twitter をはじめとする SNS ツールが企業ブランディング等で当たり前のように利用されている。こういった事例を参考にしながら、官公庁での活用も図られてきた。そのことは、埋蔵文化財行政においても同様であり、本稿では筆者の所属する奈良市埋蔵文化財調査センターでの事例をあげながら、利活用の実態を述べたい。

1. Twitter 利用の実態

(1) 概要

奈良市埋蔵文化財調査センターでは、公式アカウント（@naracity_maibun）を 2012 年 11 月より運用開始している。奈良市としても公式アカウントがあるほか、希望する部署ごとにアカウントを作成することができ、他の行政に比べると市役所全体として利用しようとする意識は高い。

運用については、秘書広報課が作成した「奈良市行政組織のソーシャルメディアの運用に関するガイドライン」に基づき行なっている。とくに変わったものではなく、メディアリテラシーに沿った範囲内の基本事項がまとめられたものである。

(2) 利用方法

Twitter の利用に関するフローは、①ツイート原稿の作成、②原稿を打ち出し、係員→係長→所長補佐→所長までの決裁、③ Twitter でのツイート投稿である。奈良市埋蔵文化財調査センターでは、調査・活用・管理係に分かれており、基本的な広報担当は活用係であるが、上記フローに従えば埋文アカウントからツイートすることは誰でも可能である。一般利用との大きな違いは、決裁を経てツイートする必要がある点だけで、その他制限があるということはない。

2. Twitter活用の実践と方法

(1) 2016年度以前の運用

筆者がアカウントの運用を担当しはじめたのは、調査係から活用係へ異動した2017年度以降である。それまでの運用については把握しきれていないが、筆者が引き継ぎを受けた内容をもとに記す。

現在の運用方法と大きく異なるのは、写真の投稿である。当時はパソコンのスペック等の問題から、デジカメで撮影した画像等を投稿する場合に、かなり圧縮をかけていたようである(図1)。筆者も2017年段階でそうするように教わっており、実際過去のツイートをみるとかなり画像が粗い。

また、投稿内容をみると、特別展等のイベントに際して事実を淡々と紹介するにとどめており、秘書広報課が推奨しているハッシュタグ等は活用されていなかった。いいねも概ね10程度が平均値であり、フォロワーも約2100人であったと記録している。

(2) 2017・2018年度の運用

2017年度より、筆者が主に運用をはじめた。行政機関としてTwitterを活用する主な目的は、事業内容を知ってもらい、ファンになってもらうことだと考え、それはフォロワー数に反映されるものであると自己分析した。そこで、筆者はまず身近な文化財課(@naracity_c_bunkazai)のフォロワーを上回ることを目標とする運用を目指した。2017年8月17日に記録を開始し、その段階でのフォロワー数は埋文センターが2170人、文化財課が2436人であった。

この段階で行なった努力は、とにかく月一回記録を確認することであった。その推移は表1の通りであるが、数値化して定期的に状況を確認することは、公務としてのTwitterをまず身近にするという点で重要なことだと感じた。つまり、Twitterはその当時、余剰時間でこなす優先度の低い仕事であった。なので、そこに労力をかけるより他の仕事にもっと力を入れるべきという雰囲気があり、自身もそのように考えていた。しかし、この間にも民間企業等ではSNSを活用したブランディングが大きな

表1 フォロワー数の推移

日付	埋文セ	差	文化財課
2017. 8.17	2170	-266	2436
9.12	2199	-263	2462
10.10	2235	-256	2491
11.17	2317	-220	2537
12.13	2388	-199	2587
2018. 1.15	2432	-185	2617
2.15	2477	-178	2655
3.30	2543	-139	2682
4.17	2566	-142	2708
5. 2	2592	-147	2739
6. 1	2641	-118	2759
7. 3	2670	-110	2780
8. 1	2713	-101	2814
9. 3	2747	-75	2822
10. 1	2765	-77	2842
11. 2	2814	-60	2874
2019. 1.15	2892	-42	2934
2. 4	2937	1	2936
4. 2	3015	22	2993
2022. 8. 9	5416	656	4760

力を発揮しはじめており、既往の広報手段に置き換わるものとして位置づけられるようになっていた。このような動向を頭の片隅におきながら、フォロワーを増やすことを意識するだけでも、Twitterを運用する際の発想力が変わってくると考える。

例えば、統計をとるなかでツイートに写真があるかないかでは、いいね数に大きな違いがあり、写真が重要だと考えた。そこで、これまで圧縮してきた画像を極力圧縮せずに、綺麗な画像を提供できるように意識を変えた。また、ハッシュタグや、口語に近い表現を少しずつ盛り込むことで親しみを感じてもらいやすいように努めた(図2)。これらの工夫により、フォロワーの増加傾向がみられるようになると、より頑張ろうという意識が芽生え、ツイート数の増加にも繋がった。結果的に2019年2月4日の統計でついに文化財課のフォロワー数を上回ることができた。

(3) 2019年度以降の運用

2019年度は調査係に戻ったため、筆者の運用を別の職員に引き継いだ。しかし、2019年度末に拡大し



奈良市 埋蔵文化財調査セ...・2017/03/15 ***

平松廃寺の軒丸瓦には、薬師寺と同じ范型で作られた瓦が出土していますが、焼き上がりや作り方は違います。

実物を見て、違いを確認してみてください。

くわしくはコチラ→

city.nara.lg.jp/www/contents/1...



🗨️ 10 ❤️ 13 ↗️

図1 2016年度のツイート事例



奈良市 埋蔵文化財調査セ...・2018/03/16 ***

速報展で展示中の弥生土器は、環濠の可能性がある溝から出土！よく残っていて見ごたえあり！なお、明日17日は土曜開館日です！ぜひお

越しください^^！詳細は→city.nara.lg.jp/www/contents/1...

#速報 #展示 #奈良 #弥生土器 #土曜

#開館

#富雄丸山古墳 #パンフレット #残部僅少



🗨️ 13 ❤️ 26 ↗️

図2 2017年度のツイート例

た Covid-19 により、「おうち時間」に代表される生活様式に大きな変化があった。

この影響は埋蔵文化財にも及び、奈良市では富雄丸山古墳の発掘調査体験事業を 2018 年度より行ってきたが、2020 年度は中止せざるを得なかった。しかし、これも SNS 運用には追い風になるのではと直感した。在宅時間が増えるということは、すなわち SNS に触れる機会が増えるということである。

こういったタイミングで、なにか新しいことを仕掛けるのはビジネスの鉄則である。そこで筆者は、これまでパンドラの箱であった発掘調査の経過をリアルタイムで発信するという企画を考案した。

発掘調査はこれまで、その成果を公表するのに慎重であった。それは主に出土品の防犯管理や、事業の進行に妨げがあってはならないとする暗黙の了解がある。しかし、富雄丸山古墳の発掘調査では過去 2 年に渡り、調査中に発掘体験者が調査状況を知る機会を提供しており、市の土地で市が主体の事業であることから、可能性の低い犯罪リスクへの対策をとるより、この機会を最大限活かせる方法を取るべきと説明を行い、結果として「富雄丸山古墳発掘調査通信」として 2 ヶ月の調査中に 30 回の投稿を行った²⁾。初回は、ただ草刈りをした絵的にもさほど面白いとは言えないツイート（図 3）に対して、当時としては破格の 200 越えのいいねが集まった点が期待値を素直に表しているといつてよい。

この一連の投稿では、従来より意識していた写真をさらに工夫した。それまで Twitter 界隈で発掘調査の写真がアップされるのは、基本的に報告書でみるようなカットが多かった。そこで、リアルタイムであることをより生々しく伝えるために、例えば埴輪を掘削中の学生をポートレート機能を駆使して「カッコよく」撮影することに注力した（図 3）。一方で、埋文関係者は、埴輪列がどうなっているのかといった基礎情報が得られず、いい写真だとは思わないかもしれない。しかし、報告書のような写真は情報量が多い一方で淡白である。Twitter で求められるのは、パッと見てインパクトのある画力なのである。

こういった写真は発掘現場をカッコよくみせることに成功し、いいね数やフォロワー数はこの期間に大幅に増加した。しかも、埋文関係者からは Twitter の通信では遺構の全体像が見えてこないとのこと批判もいただくことができた。大成功である。遺構の全体像が見えすぎてしまうと、記者発表でのインパクトが薄れてしまう。実際、2020 年度調査の目玉は墳



奈良市 埋蔵文化財調査セ...・2021/01/07 ...

【富雄丸山古墳発掘調査通信1】

残念ながら発掘体験が中止となったため、発掘調査の様子を担当者がつぶやいていきたいと思っています。皆様が発掘調査をしている気分になれるツイートを心がけます！今年度も造出しの構造解明を目的に進めていますので楽しみに^^ 草刈りを終え、いざ発掘開始です！



💬 4 🔄 46 ❤️ 203 📌



奈良市 埋蔵文化財調査セ...・2021/02/05 ...

【富雄丸山古墳発掘調査通信16】

発掘調査も終盤にさしかかり、空撮に備えて発掘区の掃除をしています。綺麗にしていると、掘り足りない部分もみえてくるため、その都度仕上げ作業をしながら進めていきます！



💬 3 🔄 26 ❤️ 139 📌

図3 富雄丸山古墳発掘調査通信ツイート例

丘裾で出土した盾形埴輪であったが、そのことは記者発表までうまく隠し通し、古墳を掘れば出るであろう埴輪列や葺石の検出状況を上記の方法でツイートしてきたのである。



奈良市 埋蔵文化財調査セ...・2021/03/06 ...

令和2年度春季発掘調査速報展で展示中の、秋篠阿弥陀谷遺跡の火葬墓に副葬されていた犬形土製品。全長4cm程の小さな土製品で、しっぽをくると巻くかわいい姿に癒されます。詳細は→city.nara.lg.jp/site/bunkazai/...



💬 8 🔄 1915 ❤️ 4687 📌

図4 バズったツイート例

このように工夫をすることでフォロワーも増加し、2020年度の春季発掘調査速報展のツイートでは、犬形土製品を遺物記録用写真とともに端的に紹介したツイート（図4）が「かわいい」とバズり、4000 いいねを超えることにも繋がった³⁾。フォロワー数の増加はそれだけなにかのきっかけを生む母数を増やすといういい事例であろう。

また、2021年度は筆者が担当した特別展「帯解の古墳時代とワニ氏」という非常にマニアックな展示を行った。人事異動により急遽活用係に戻るようになって企画した展示であったため、半ば自己満足な展示を強行した。それでも、個人的には面白いと思う自信のあるテーマであったため、これも「帯解古墳展通信」として14回の投稿を行った。やはり、通信として連続性をもたせること、見た目にいい写真をつかったことで、100以上のいいねはもちろん、500程度までのびたものも数ツイートあった。これまでは考えられなかった普及効果がTwitterを通して生まれ始めたことを実感した瞬間である。結果的にこれまで埋文センターが実施した特別展のなかでは入館者数が歴代2位と好評であった。

3. 効果的な Twitter 利活用と展望

(1) 写真のインパクトを大切に

筆者が埋蔵文化財行政の Twitter で最も大切だと考えるのは写真である。本来、Twitter は 140 字でいかに伝えるかが重要である。しかし、それはありふれたものではバズらず、トリッキーな内容でしかなかうけない。そんな内容が決裁を必要とする行政アカウントで許可されるとも思えない。

それであれば、いかに良い写真を思いつけるかに専念し、それを情報量多く 140 字でまとめる工夫をするほうが効果的である。

実際、筆者はあえて様々なパターンでのツイートを検証的に行ったことがある。それに基づく、写真のないツイート（図 5）はどんな内容であれ、いいね数が格段に減少する⁴⁾。また、写真付きの投稿であっても暗い写真は明るい写真よりいいね数が伸び悩む傾向にある。こういった基本的な増減関係を認識した上でツイートすることが、全体の底上げや無駄な労力を減らすことにも繋がる。そういった認識をもとに、富雄丸山古墳発掘調査通信の説明で述べたような工夫を実践していけば、自ずとのびてくると考える。

また、犬形土製品の写真がバズった際のツイートは至って普通にその説明をしているだけである。帯解展の際には土製管玉が、「ちくわ」みたいだと話題になった（図 6）。考古資料には我々が思ってもみななかった魅力が秘められており、それを「美しく」撮影さえすれば、魅力は見る人が感じ取ってくれる場合も往々にしてあるようである。



奈良市 埋蔵文化財調査セ... 2021/09/27 ...

【帯解古墳展通信 8】

特別展の内容に絡めて、令和 3 年度埋蔵文化財講演会「ペンション塚古墳を語る」を実施します！ペンション塚古墳の発掘担当者と若手気鋭の古墳時代研究者による講演の詳細は
→[city.nara.lg.jp/site/bunkazai/...](http://city.nara.lg.jp/site/bunkazai/)

2 1 19

図 5 人気通信であえての写真なしツイート例



奈良市 埋蔵文化財調査セ... 2021/09/13 ...

【帯解古墳展通信 6】

南紀寺遺跡では、石組護岸の溝や井泉がみつかり、水に関わる祭祀遺跡と考えられます。最近の調査で 4 世紀ごろまでさかのぼることがわかり、ワニ氏勢力の芽生えとともに遺跡が成立したようです。祭祀用の土製管玉は珍しいものです。

#考古学 #奈良



2 112 371



返信先: @naracity_maibun さん

大きいやつがちくわに見えました.....



15:29 · 2021/09/16 · Twitter for Android

図 6 想定外の反応があったツイート例

(2) 連続テーマ性による工夫を

写真の良さがいいね・フォロワー数に大きく関わると考えるが、2020 年度以降に実践した連続テーマ性を持たせることも効果があった。筆者は「通信」として実践したが、2021 年度に発掘調査体験に参加してくださったフォロワーの方々に伺ってみると、通信だと次はどんな投稿をしてくれるのか？という期待感ももてるとのご意見をいただいた。確かに連続テーマ性のないツイートであると、次があるのかわからないのでフォローも躊躇するかもしれない。しかし、次への期待感があればフォローしておこう、という行動に繋がるのであろう。

ただし、Twitter のタイムラインは基本的に投稿順になるため、2 つ以上を同時進行すると煩雑になる。そこはハッシュタグを用いるなど工夫することはできるが、個人的には同時進行せずに計画的な段

取りを組む方が総合的な効果も高いように感じる。

(3) イノベーションを発揮しよう

一般に、企業にとってイノベーションを成功させられる組織であるかは重要な課題である。埋蔵文化財行政は公務として担う立場である場合が多いため、どちらかといえば波風を立たせず保守的に進めるほうが安泰なのかもしれない。しかし、前述したように SNS は余剰時間でこなす 2010 年代から、イノベーションを成功させるツールとしての 2020 年代に突入していることに気がつく必要がある。

埋蔵文化財の業務には未知なる魅力がたくさんある一方、それを発信する場が限られてきた。発掘調査の成果は現地説明会、遺物の展示は博物館といった程度である。現地説明会は様々な都合で直前に広報される上に開催できない場合のほうが多い。博物館での展示もスペースに限りがあり、奈良市で借用対応をしても貸し出す遺物は比較的同じものに集中しやすい傾向がある。

Twitter をはじめとする SNS は、発信のプラットフォームを自ら構築できるところに強みがある。それを最大限活かすことができれば、現地説明会の開催が難しい小規模発掘であってもリアルタイムで周知することができるし、これまで陽の目をみなかった遺物も写真を撮って紹介するシリーズなどをすれば、やり方次第で面白いものになるのではなかろうか。いずれもリアルで開催・展示する手間と比べれば大幅に楽であるのに、場合によっては何千・何万人から簡単に見てもらえる発信になり得るのである。

既往の埋蔵文化財業務のなかでイノベーションを発揮することは、できるかもしれないがそう簡単でもない。しかし、SNS はそういった業種であった埋蔵文化財行政にイノベーションを生み出しうる最適手段であるといえる。

おわりに

以上、筆者の所属における Twitter の利活用と展望についてを述べてきた。今回は Twitter について主に述べてきたが、SNS 全般に言えることはスピード感と目新しさが重要であるという点である。この視点は埋蔵文化財業務を担ってきた専門職員にとっては、やや日常業務との乖離を感じる部分かもしれない。なぜなら、埋蔵文化財は地に足をつけた地道な調査・研究・保存・活用を遂行することこそが正統的なあり方だからである。この点は筆者もその通りだと考えているし、遵守して公務を進めるべきと考える。しかし、だからこそ日常業務とは異なるアプローチができる SNS には新たな可能性があり、時代を読みながら埋蔵文化財の地位を確立していくために重要な手段であると考えている。

とはいえ、SNS でさえも流行から約 10 年が経過した。これから SNS を行政として取り入れていくことは無駄にはならないが、次を見据えた集団はすでにメタバース（仮想空間）等の次世代プラットフォームの構築へ動き出している。どのようなツールを用いて埋蔵文化財の魅力を国民に発信するかは常に考えておく必要があるが、いずれにしてもイノベーションの意識をもっておくことが重要であろう。

【補註および参考文献】

- 1) twitter Japan 公式ツイート（2017 年 10 月 26 日）
- 2) 出土品の盗難やいたずらは発生しなかった
- 3) 該当ツイートは同僚が担当したものである
- 4) 図 5 のツイートは講演会の募集だが、コロナ対策で減員する必要があった。なので宣伝の必要がなく、人気であった「帯解古墳展通信」として連載物に含めながらも写真を入れなかったら反応がどうなるかを確認したツイートであった。