

# 長期休館中も美術館ファンとつながり、 ファンを楽しませたい！

実証実験報告書

実証事業者：合同会社Mimir

×

県民文化局 愛知県陶磁美術館

# 目次

## ● 1. 実証実験の概要

- 背景・目的
- 実証実験の概要 ①～③
- 目標・KPI

## ● 2. 実証実験の結果

- KPIに関連する結果 ①～⑧
- 工夫したポイント ①～③
- 実証実験で得られた発見

## ● 3. 課題と今後の展開

- 3Dビューワーシステム導入課題及びコンテンツ内容選定に関する課題 ①～③
- 実証実験を踏まえた今後の展望 ①～②

## ● 4. 参考資料

- 実証実験成果物URL一覧 ①～②
- 制作物紹介 ①～③
- サービス / システムの紹介

# 1. 実証実験の概要

# 背景・目的

**オンラインで収蔵品を鑑賞できるようにするなど、休館中ならではのコンテンツを製作し、併せて効果的な広報を行う。**

愛知県陶磁美術館は6月で開館45周年を迎え、施設の老朽化による改修工事のため、**2025年3月31日までの約1年9か月間長期休館する。**

休館中は他施設での出張展示などを行うが、従来のような来館者との接点は限られてしまい、再開館の際に来館者を呼び寄せられる保証はない。

しかしながら、休館中は収蔵品をじっくり撮影し、オンライン上で公開する陶磁器のコンテンツを作ることができる。

そこで、既存のファンだけでなく、新規のファンも獲得できるような**魅力的なコンテンツをオンライン上で公開し、また美術館自体のイメージアップに繋げ、今までのSNSフォロワーを減らすことなく、むしろ増やし、再開館を楽しみにしてもらえようような広報対策をし、将来の来館に繋げることを目的とする。**

## 愛陶、しばらくお休みします

—改修工事に伴う長期休館のお知らせ—

2023年6/19 [月] >> 2025年3/31 [月]

休館中も  
県内各地で  
活動します!



# 実証実験の概要①

陶磁器作品の超高精細の3Dモデルやショートムービーなどを製作し、ウェブ上で鑑賞できるようにする。併せて、SNS発信を行い、休館中もファンを楽しませることができると検証した。

## 3Dモデル作品を10作品制作

各作品ごとに数百枚の撮影を行い、まずは基本となる3Dモデルを生成

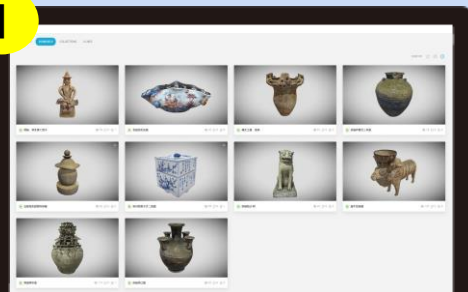


生成した10作品の3Dモデルを、目的に合わせて2つの方法で公開

既存のファン、陶磁器愛好家などへ  
向けてSketchfab/  
美術館サイト上での公開

新規ファン獲得のため、  
新たなイメージ作りとして  
2種類のコンテンツをSNSで配信

1



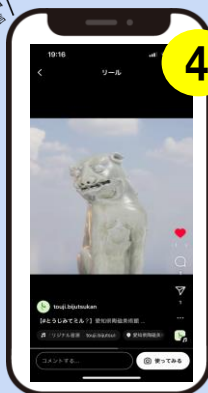
1回目  
配信

2



2回目  
配信

4



- 1 Sketchfab (スケッチファブ)** : 作品を拡大したり、回したりしてじっくり鑑賞できるネット上3Dモデルビューワーです。世界中の美術館、博物館も利用している。
- 2 マクロレンズ画像** : 陶磁器の目で捉えられない部分や特徴となる部分を撮影した画像のこと。実証実験では各作品4点ほどのマクロレンズ画像を撮影・配信した。
- 3 作品クイズ (1回目配信)** : どんな作品か質問することで、全体像公開 (2回目配信) の配信を閲覧してもらう企画としました。
- 4 3DCGアニメーション動画** : 3Dモデルにした作品にCGアニメーションを付けた30秒動画を制作し、SNSで作品を紹介した。

# 実証実験の概要②

## SNS配信リスト

	① 10/06. 10	② 10/13. 17	③ 10/20. 24	④ 10/27. 31	臨時 10/31	⑤ 11/02. 07
作品名	灰釉多口瓶	瘤牛形容器	青磁神亭壺	染付四君子文二段重	灰釉芦鷺文三耳壺	埴輪 琴を弾く男子
画像						
	⑥ 11/10. 14	⑦ 11/17. 21	⑧ 11/24. 28	⑨ 12/01. 05	⑩ 12/08. 12	各作品、 1回目：マクロレンズ 画像 2回目：3DCGアニメー ション動画 の各2回配信。
作品名	色絵貝形花器	縄文土器 深鉢	灰釉狛犬 阿	五輪塔形経筒外容器	灰釉芦鷺文三耳壺	
画像						



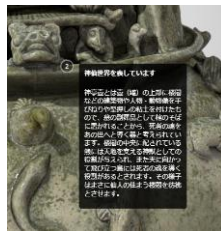
## Sketchfabについて

- Sketchfabはネット上で**3Dモデルを閲覧できる3Dビューワー**です。  
他類似プラットフォームはありますが、Sketchfabは特にリアルな表現が可能な優れたビューワーです。
- また、アート、文化遺産カテゴリーがあるので、**世界中の美術館、博物館が使用しており、閲覧者もその分野の関係者、深い興味をもつ人が多いのが特徴**です。  
各作品にコメントを投稿することも出来るので、使い方次第でよい広報活動が出来ます。
- 操作中の動画はこちら→<https://youtu.be/J906qxL0y5A?si=zhobiXHlKpEla7S->

## Sketchfab作品ページ



番号をクリックすると、その箇所の**詳細説明**が表示される。



作品全体の解説、サイズ、制作年、制作地域などの**作品情報**を閲覧できる。

3Dモデルをクルクル回したり、拡大縮小したりして好きな部分をじっくり鑑賞出来る。



KPI  
1

## 各SNSのフォロワー数の変化

休館中であってもSNSフォロワー数を維持したい、という部分から実証実験を行ってどう変化するか？

KPI  
2

## SNS（X、Instagram、Facebook）の作品ごとの「いいね」などの推移

SNSユーザー（一般閲覧者）の作品ごとの好みを探る。

KPI  
3

## Sketchfabのビューとライクの数

今回配信した10作品の中でSketchfab閲覧者の好みを探る。

KPI  
4

## GoogleフォームによるSNS閲覧者アンケート実施

SNS配信で、美術館の作品により興味を抱くか、またそれをきっかけに美術館に来訪する意欲に繋がるかを調査

KPI  
5

## 実証実験開始前と比較したSNSデータ変化、その他のデータのまとめ

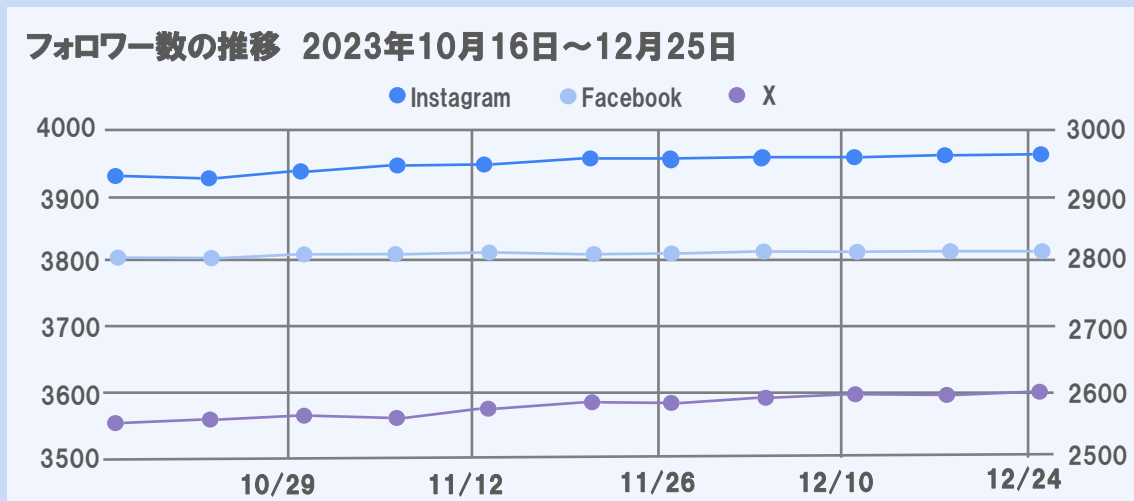


## 2. 実証実験の結果

## KPI 1

### 各SNSのフォロワー数の変化

休館中であってもSNSフォロワー数を維持したい、という部分から実証実験を行ってどう変化するか？



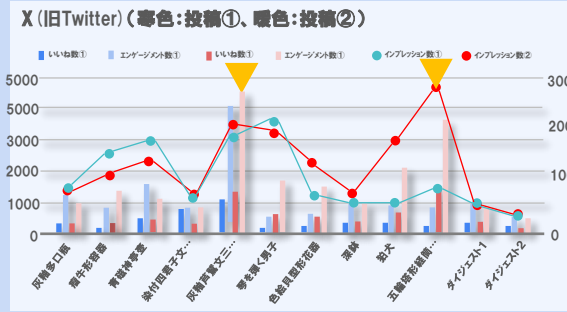
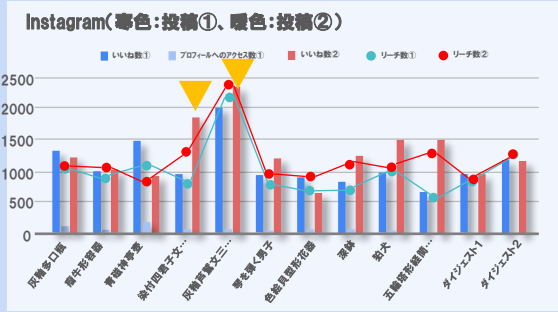
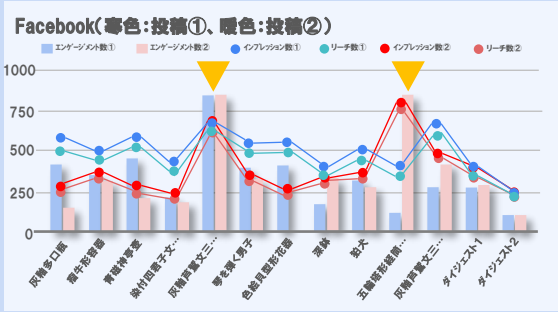
※Instagramは左側の数字、FacebookとXは右側の数字参照。計測は2023年10月16日～12月25日

- 実証実験開始前と比べ、各SNS全てにおいてフォロワー数は、**緩やかではあるが徐々に上がっている**。
- 上昇率を見るとFacebook 100.32%、Instagram 100.94%、X 101.76%となり、今回の実証実験は、SNS別で見ると、X向きであったことが推測される。
- 「フォロワー数を維持したい」という**当初の目標は実証実験の期間中では達成した**。

# KPIに関連する結果②

## KPI 2

### SNS(X、Instagram、Facebook)の作品ごとの「いいね」などの推移 SNSユーザー(一般閲覧者)の作品ごとの好みを探る。



※グラフ内の色分け 青系:1回目配信(マクロレンズ画像)赤系:2回目配信(動画)。グラフ左側は折れ線グラフの数字、右側は棒グラフの数字



3つのSNSで共通してよく見られているのは、ハロウィンに合わせて骸骨ダンス動画を配信した「灰釉芦鶯文三耳壺」である。



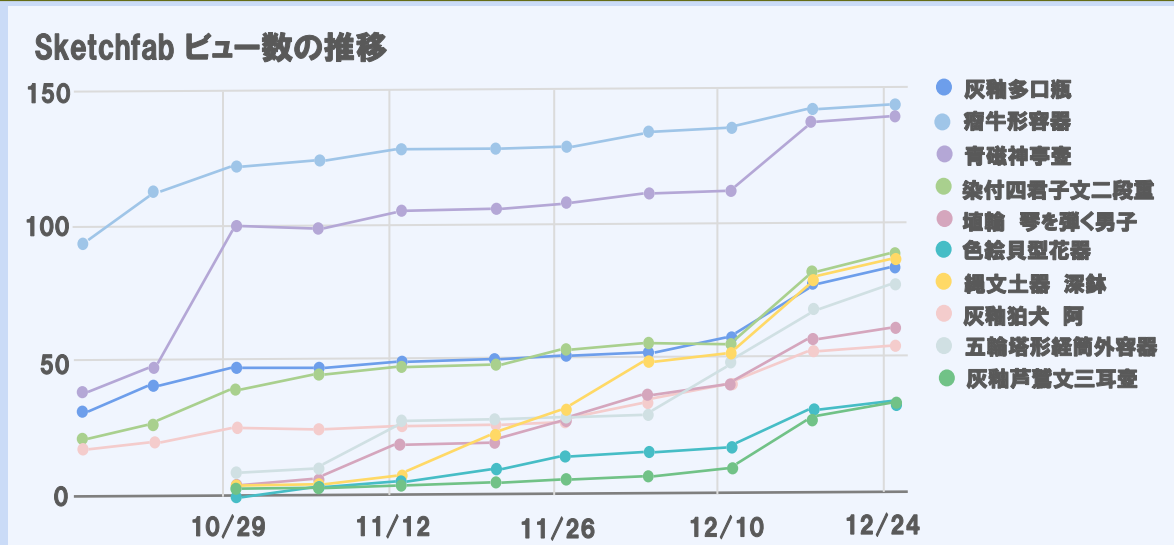
【人気の高い3DCG動画】  
 ・左:染付四君子文二段重 (Instagram)  
 ・中:狛犬(Facebook)  
 ・右:五輪塔形経筒外容器 (X)

- 各SNSそれぞれ動きが違い、好みが分かれている。季節ネタ以外の作品別では、Facebookでは狛犬の動画、Instagramでは染付四君子文二段重の動画、Xでは五輪塔形経筒外容器の動画が人気が高かった。これは石川県立歴史博物館や考古学研究者などフォロワーの多いアカウントにリポスト(引用)されている。
- 全体的に見ると、回を重ねるごとに動画への反応が多くなっている。

KPI  
3

## Sketchfabのビューとライクの数

今回配信した10作品の中でSketchfab閲覧者の好みを探る。



- SNSでの人気作品と大きく違い、「**瘤牛形容器**」と「**青磁神亭壺**」の2作品が飛びぬけてビュー数を獲得している。「瘤牛形容器」は基本的に知名度が高く人気のある作品ということからよく見られていると推測される。また「青磁神亭壺」は形の装飾具合が高く3Dモデル向きの作品であるため、Sketchfabフォロワーの多いアカウントから ライク（「いいね」と同様の反応）を付けられたことでビューが伸びたと推測できる。
- アカウント内のNotifications（お知らせ）を見ると、**考古学研究者、3D技術者、文化財施設**などからフォローされている。

KPI  
4

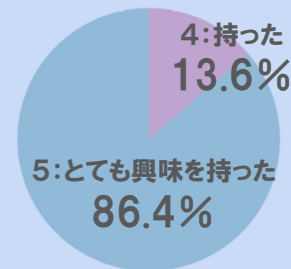
## GoogleフォームによるSNS閲覧者アンケート実施

SNS配信で、美術館の作品により興味を抱くか、またそれをきっかけに美術館に来訪する意欲に繋がるかを調査

- 作品の部分拡大写真を見て作品に興味を持ちましたか？
- 3Dモデルの動画を見て作品に興味を持ちましたか？

各質問、5段階評価で両質問共に下記の同じ結果を獲得

とても興味を持った **19**/22人



### コンテンツ閲覧による作品への興味

動画の長さもちょうどよく、作品の新しい魅力に気づいてくれたり、3DCG動画を楽しんで頂けたりしたコメントが多かった。美術館のイメージアップにもつながっているようなコメントもあった。

- せっかく面白いので、県の広報部局が意識的に発信してくれると良いですね。
- 背中や内部の空洞まで見られるので楽しかったです！実物はこんな風に気軽にくるくる回せませんね。
- 動きのある紹介が新鮮ですごく面白いです。焼き物が喋りだしそうな気がしますね。
- 陶器の中などが見られる3Dのものがあつた気がします。直接手では触れない作品などを細部まで見られるので、有難いです。
- 実際の展示では見ることが難しいので、3D画像はととてもありがたいと思います。これからも素敵なアイデアをお願いします。
- とても意外だった。こういうユーモアがあるとは。短さも良く、面白かった。
- 視点が変わりました。とても興味深く面白いです。
- ポップでかわいかったです！この企画を実施するに至った経緯を知りたくなりました。やきものの美術館はお堅いイメージなので…

KPI  
4

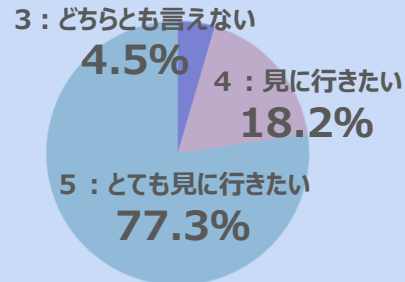
## GoogleフォームによるSNS閲覧者アンケート実施

SNS配信で、美術館の作品により興味を抱くか、またそれをきっかけに美術館に来訪する意欲に繋がるかを調査

- 3Dモデルや部分拡大写真になった作品の実物が展示してあれば、見に行きたいと思いましたが？

5段階評価

とても見に行きたい **17**/22人



## コンテンツ閲覧による美術館来訪への意欲

SNSの3D動画を見て、美術館に訪れて実際の作品を見たいというコメントを多くいただいた。

- すごく興味があるので、ぜひ観てみたいです。
- ぜひ観に行きたいです。
- とても素晴らしい美術品ばかりで映像を拝見しても胸を打たれるばかりです。
- 機会を見つけてぜひ美術館のほうに出向きたいと思います。
- 縄文の土器や土偶が好きなので展示があれば観に行きたいです。
- 愛知県に引越してSNSを拝見しました 再開されたら行ってみたいです。



KPI  
4

## SNS閲覧者アンケート実施

SNS配信で、美術館の作品により興味を抱くか、またそれをきっかけに美術館に来訪する意欲に繋がるかを調査

### 改善についてのコメント

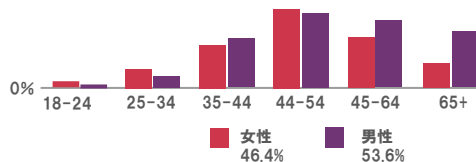
- 脇に四つの口の有る瓶 ゆっくり回す部分も欲しかった(裏もじっくり観てみたい)
- できれば修復で補った箇所などの解説もあると嬉しいです。

## KPI 5

### 実証実験開始前と比較したSNSデータ変化、その他のデータのまとめ



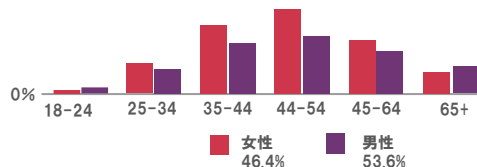
投稿のリーチ **3.8K** ↑145%



Facebook性別・年齢層



投稿のリーチ **6.6K** ↓16.9%



Instagram別・年齢層



**156.4K** ↑74.6%

※各SNSの計測はFacebook、Instagramは10/6-12/24、とそれ以前で同じ日数の期間のリーチ数。

Xはシステム上同じような計測が出来ないため、10/8-12/24と7・8・9月の合計インプレッション数との比較とした。

- 実証実験3ヵ月間では、Facebookはフォロワーの伸びは少なかったが、全体のリーチは532.8%、投稿のリーチも145%とかなり伸びている。それに比べ、Instagramは全体のリーチ、投稿のリーチも下がっている。
- Xは実証実験以前との比較データは取れなかったが80日間では1,564,000件のインプレッション数を出している。
- 年齢ではFacebook、Instagram共に45~54歳が一番多いが、Facebookはそれ以上の年齢層も多く、Instagramはその逆でそれ以下が多い。性別はFacebookは男性、Instagramは女性が多いというデータが出ている。
- その他、愛知県陶磁美術館のFacebook、Instagramを閲覧する人は圧倒的に日本人が多い。

KPI  
まとめ

KPI 1～5の総括(実証実験期間 2023年10月～12月の約3ヵ月間)

各SNSのフォロワー数

穏やかな上昇

当初の目的である「フォロワー数の維持」は達成



SNSによって好まれる作品が違う

- Instagram: 染付四君子文二段重
- Facebook: 狛犬
- X: 五輪塔形経筒外容器

「Sketchfab」では  
SNSと好み異なる

「瘤牛形容器」と「青磁神亭壺」がビューが多い

部分拡大写真や3Dモデルの閲覧で

- 作品への興味
- 美術館来訪への意欲



実証実験前と比べたSNSデータの変化



リーチ数

大幅  
アップ



リーチ数

小幅  
ダウン



インプレッション数

大幅  
アップ

- 実証実験では目線を上回り、全体的にはフォロワー、リーチ上昇に繋がった。
- SNSによって閲覧者の好み異なる傾向が把握でき、今後のコンテンツ内容選定に向けてのデータを収集出来た。

# 工夫したポイント①

## ① 通常の実験館の展示では出来ない見せ方

- いくつかのパーツで構成されているもの、何らかの用途のための小さな穴をもつもの、内部に装飾などがあるものなど、**美術館の展示でうまく見せられない特徴的な部分を強調して見せられるように3DCG動画の構成を工夫した。**



- Sketchfab上で公開した高精細3Dモデルでは、**数パーツで構成されている作品は再生ボタンを押すとアニメーションがスタートし、それぞれどのように外れるか見せられるように3DCG動画の構成を工夫した。**



## ② SNS閲覧獲得の工夫

- 1回目配信では全体像は見せずマクロレンズ画像による細部のチラ見せをし、どんな作品の一部かクイズ的な質問テキストを添え、2回目配信の3DCGアニメーション動画で公開する作品の全体像を期待してもらえるように企画画面を工夫をした。
- 陶磁器への新発見要素として、マクロレンズで陶磁器の細部をズームインした画像で、気が付かないような美しい部分、驚くような部分を各作品の1回目のSNS配信で流すこととした。

※SNSの1回目配信で掲載したマクロレンズ画像の例 ▶



- 作品の3DCGアニメーション動画では、これまで陶磁器作品との接点がなかった人たちへも入口を広げ、楽しんでもらうため、その作品の学術的ポイントではなく、それぞれの作品の個性を強調しつつ、現実ではありえないアイデアも入れ、ユニークなイメージを企画に取り入れた。

縄文土器をピクセルアートに ▶



磁器のコブウシを動かしてみた ▶



## ③ プロジェクト中の改善工夫

- 2回目配信の3DCGアニメーション動画について、数回配信した際に冒頭部5秒以内に作品の全貌が出ていないことが、動画閲覧回数、視聴時間の低下につながっているのではないかと予測立てし、**4作品目から冒頭に全体像を入れるよう改善した。**
- SNSにコンテンツを配信した際の陶磁器ファンからの反応を受け、陶磁器に関する解説をより詳細にした。
- 一部の動画は季節イベントなどに合わせた内容にし、ターゲット以外の人にもつくように配信した。
- **配信スケジュールの最後では、各動画のハイライト部分5秒程を5作品ずつ繋げ、ダイジェスト版パート1、2として制作し直して配信した。**

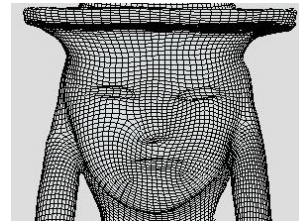
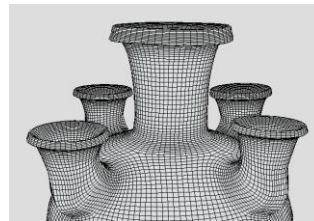
灰釉芦鶯文三耳壺をハロウィンに合わせて骸骨ダンスの動画に ▶



## ④ 制作技術上の工夫

- **出来るだけ高精細に制作し、将来的に二次利用に対応**できるよう3Dモデルを作っている。  
出来るものにはワイヤーフレームを整理して、他コンテンツで使いやすく仕上げている。

ワイヤーフレームはSketchfab上で閲覧可能 ▶





# 実証実験で得られた発見

陶磁器作品の超高精細の3Dモデルやショートムービーの定期的な広報発信により、SNSフォロワー数を向上することができ、効果的な広報手段であることがわかった。

## SNS配信での発見

- SNSでは、一般の視聴者は動画冒頭5秒以内で興味を持つかどうか判断することが分かった。
- 分解できる作品は、仕組みがわかると反応がよいことが分かった。
- 陶磁美術館では、これまでSNSを集計し反応を調査することをあまりせず、月1回データをとるにとどまっていた。使えるツール・使えないツールを見極めること、自分たちでできるノウハウを蓄積することができた。
- 初めからライト層に見てもらうことを目的とすることは難しく、まずコアなファンに見てもらい拡散してもらうことで、ライト層にも訴求するということが効果的であると分かった。
- Facebookグループへの投稿によって、日本国内での美術、文化作品に対する興味の具合が分かった。日本国内だけだと、文化美術関係のグループ自体少なく、グループ登録人数も少なく芸術自体に興味のある層の絶対数が少ないことが分かった。

## 制作上の発見

- パーツ毎に撮影が必要であり、3Dモデル制作が大変であることが分かった(今後の作品選定に活かせる)。
- SNS配信のテキスト構成、制作時間(仕事量):週2回配信のための原稿作成は分担したほうがよい。
- 3Dモデルを作成するのにかかる期間がわかった。所蔵品10点の場合では、
  - 美術館での作品撮影:2日間
  - コンテンツの制作 :1~2か月(作品自体の装飾度、素材による)

### **3. 課題と今後の展開**

# 3Dビューワーシステム導入及びコンテンツ内容選定に関する課題①

## 課題 1

Sketchfabは3Dモデルをより詳しく見るため、様々なツールが備わっている。例えば「照明の角度を変えて見たい部分を明るくする」、「各作品の説明ポイントを表示させる」、「再生ボタンでパーツが分かれるアニメーションを見る」、「ノーマルマップなどから表面の凸凹感を詳細を見る」などがあり、**初見では使い方や閲覧方法が分かりにくい部分もあった。**



**Sketchfabの便利な操作方法などの動画を制作し、配信する。**  
**もしくは使い方マニュアルを美術館サイトに掲載する。**



## 課題 2

Sketchfabは作品を見せるために最適なプラットフォームであるが、現状3D自体がスマホでの閲覧に向いていないので、データ量の重いモデルや古い機種スマホではロードエラーが起きる。



3Dをスマホやタブレットなどでスムーズに閲覧できるようになるには、近い将来の機器やデータ送信のインフラの進化が必要となるが、**現段階ではWi-Fi環境や使用機器の推奨環境を明記する。**



## 課題 3

大きい作品は動かす(・ひっくり返す)のが大変で、全方向から撮影することが難しいため、3Dモデル化が難しい。

- 作品によってはドローン撮影などで解決する。
- 大きな作品の3Dモデル化自体は技術的には難しいわけではないので、作品の周りを歩いて撮影できるスペースが作れる場合は対応可能である。
- 通常3Dモデル化をするにあたって、大きな作品で裏に特記する部分がない場合、裏に蓋を付けるなどの対応をするので、ひっくり返す判断をしないものも多くなる。



20万㎡以上の面積の3Dモデル制作のためのドローン撮影風景

## 課題 4

今回はフォトグラメトリによる3Dモデル制作で行ったが、一般的にフォトグラメトリ技術自体に限界があり、真っ白や真っ黒で何も特徴がないもの、ガラス質の強い部分や金属素材などでツヤや反射が激しいものはキャプチャーが難しい。

3Dキャプチャー方法は急速な進化を続け、この1年ほどの間にもNeRF(Neural Radiance Fields)やGaussian Splattingといった方法がどんどん現れており、それらも現段階では一般向けの表示方法などに問題がある。近い将来の技術の進歩が期待される。現段階では作品の選定で対応する必要がある。

## 課題 5

今回は実証実験であったため、閲覧者の反応を見てターゲット層を探る目的もあり、3DCGアニメーション動画は様々な趣向で制作した。  
アンケートのコメントを読むと、楽しんで頂いているポジティブな内容が多かったのだが、狛犬の3DCG動画についてInstagramで「面白いけど、ちょっとやりすぎ？」というコメントを頂いた。  
閲覧者によって好みが多様であることを強く感じた。



PRLしたいターゲット層の好み、ペルソナを掘り下げ、コンテンツ内容を練る必要がある。

## 課題 6

現代の作品は著作権の問題があるので、コンテンツ作成には障壁が多い。



- この問題は3Dアーカイブを作成する上で現代作品を扱う美術館全てに共通する課題であるが、**原則著作権が存続している作品は、著作権者の方から許諾を得る必要がある。**
- 著作権が消滅している作品については3Dアーカイブ化に問題はない。

## 継続的なSNS広報

- SNSでは3か月で結果に繋げるのは難しいものの、現在緩やかではあるが少しずつ上向いてきているので、美術館コンテンツを定着させるには今後も地道な広報活動を続けていく必要がある。
- 最終的には1年強ほど先の再開館に向けて、しっかりとしたファンを作るため、今回の結果を踏まえ、基本的にはコアなファンに向けて、ユニークさより作品自体が美しく見えることを重視したり、展示会では見られないポイントにフォーカスしたりしてコンテンツを作り配信する。一部季節イベントでは、一般の閲覧者にも届くようなユニークなコンテンツを配信するなど、はっきりとしたコンテンツの計画を立ててターゲットに届くようにする
- Sketchfab上では今のところ数少ないが、かなり有名な外国たちがこのアカウントをフォローしているので、相互フォローしたり、同じ分野のアカウントをフォローしたり、ライク(他SNSで使用する「いいね」と同意味の反応)を入れたりすることで、コアな人たちへ愛知県陶磁美術館の認知度を上げていく。

## 日本にとどまらない国際的な発信

- FacebookとInstagramの閲覧者の地域属性を見たところ、日本人以外の閲覧者が極端に少ないので、日英表記にしてこの部分を少しPRをするとかなり変化があると予想される。
- 2025年に開催される国際芸術祭「あいち2025」に向けても外国人ファンを増やしていく。
- 今回の実証実験ではFacebookグループへのアプローチによって芸術に興味がある層の絶対数が少ないことが分かったので、確実なファンを増やすためには海外へのPRを考えていく。

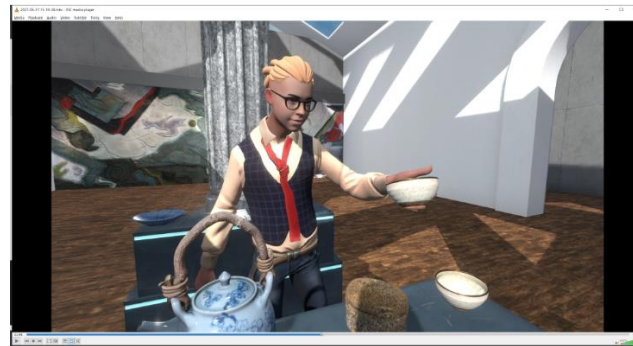




### デジタル展示

- 3Dモデルを制作したことで、海外の美術館などが企画しているデジタルミュージアムイベントなどへ3Dモデルや3DCGアニメーション動画を提供したりと公開するフィールドを増やすことができる。

メタバース内に制作したギャラリー空間で  
作品を眺めている様子 ▶



### 展示での3Dモデル画像や動画の活用

- 3Dモデル画像をパネルにして展示作品の側に掲示したり、3Dモデル動画へのリンクをQRコードにして展示作品に添え、観覧者をより楽しませることができる。











愛知県美術館での出張展示  
における3Dモデル画像・動画の活用 ▶




動画へのリンクをQRコードで掲示

## 4. 参考資料

# 実証実験成果物URL一覧①

	画像	作品名	Sketchfab	Facebook	Instagram	X
1		灰釉多口瓶	<a href="https://skfb.ly/oLVUj">https://skfb.ly/oLVUj</a>	1回目 <a href="https://x.gd/AINJm">https://x.gd/AINJm</a> 2回目 <a href="https://x.gd/o4rhu">https://x.gd/o4rhu</a>	1回目 <a href="https://x.gd/l7fZT">https://x.gd/l7fZT</a> 2回目 <a href="https://x.gd/3HAWZ">https://x.gd/3HAWZ</a>	1回目 <a href="https://x.gd/vLoGk">https://x.gd/vLoGk</a> 2回目 <a href="https://x.gd/M69Bc">https://x.gd/M69Bc</a>
2		瘤牛形容器	<a href="https://skfb.ly/oLVUV">https://skfb.ly/oLVUV</a>	1回目 <a href="https://x.gd/o0nLU">https://x.gd/o0nLU</a> 2回目 <a href="https://x.gd/Am2mU">https://x.gd/Am2mU</a>	1回目 <a href="https://x.gd/TC9JC">https://x.gd/TC9JC</a> 2回目 <a href="https://x.gd/Y8OG4">https://x.gd/Y8OG4</a>	1回目 <a href="https://x.gd/Ogppm">https://x.gd/Ogppm</a> 2回目 <a href="https://x.gd/nNkCy">https://x.gd/nNkCy</a>
3		青磁神亭壺	<a href="https://skfb.ly/oLVUU">https://skfb.ly/oLVUU</a>	1回目 <a href="https://x.gd/nqx Dz">https://x.gd/nqx Dz</a> 2回目 <a href="https://x.gd/V6LOh">https://x.gd/V6LOh</a>	1回目 <a href="https://x.gd/5XtGd">https://x.gd/5XtGd</a> 2回目 <a href="https://x.gd/Lq5KT">https://x.gd/Lq5KT</a>	1回目 <a href="https://x.gd/drmJS">https://x.gd/drmJS</a> 2回目 <a href="https://x.gd/irPEG">https://x.gd/irPEG</a>
4		染付四君子文二段重	<a href="https://skfb.ly/oMtBU">https://skfb.ly/oMtBU</a>	1回目 <a href="https://x.gd/7EKQb">https://x.gd/7EKQb</a> 2回目 <a href="https://x.gd/xB16x">https://x.gd/xB16x</a>	1回目 <a href="https://x.gd/yqlyD">https://x.gd/yqlyD</a> 2回目 <a href="https://x.gd/wHASg">https://x.gd/wHASg</a>	1回目 <a href="https://x.gd/HvcrZ">https://x.gd/HvcrZ</a> 2回目 <a href="https://x.gd/we5U4">https://x.gd/we5U4</a>
5		埴輪 琴を弾く男子	<a href="https://skfb.ly/oMRLK">https://skfb.ly/oMRLK</a>	1回目 <a href="https://x.gd/MLdai">https://x.gd/MLdai</a> 2回目 <a href="https://x.gd/qo6H4">https://x.gd/qo6H4</a>	1回目 <a href="https://x.gd/Seabi">https://x.gd/Seabi</a> 2回目 <a href="https://x.gd/c41iO">https://x.gd/c41iO</a>	1回目 <a href="https://x.gd/dOoOz">https://x.gd/dOoOz</a> 2回目 <a href="https://x.gd/kAAT4">https://x.gd/kAAT4</a>
6		色絵貝形花器	<a href="https://skfb.ly/oMRLJ">https://skfb.ly/oMRLJ</a>	1回目 <a href="https://x.gd/RS7sW">https://x.gd/RS7sW</a> 2回目 <a href="https://x.gd/aINNa">https://x.gd/aINNa</a>	1回目 <a href="https://x.gd/2PnUx">https://x.gd/2PnUx</a> 2回目 <a href="https://x.gd/PToVo">https://x.gd/PToVo</a>	1回目 <a href="https://x.gd/3PH7L">https://x.gd/3PH7L</a> 2回目 <a href="https://x.gd/qmW7A">https://x.gd/qmW7A</a>
7		縄文土器 深鉢	<a href="https://skfb.ly/oMRLI">https://skfb.ly/oMRLI</a>	1回目 <a href="https://x.gd/Cb13c">https://x.gd/Cb13c</a> 2回目 <a href="https://x.gd/ZoeOa">https://x.gd/ZoeOa</a>	1回目 <a href="https://x.gd/h4Cpl">https://x.gd/h4Cpl</a> 2回目 <a href="https://x.gd/8UXJy">https://x.gd/8UXJy</a>	1回目 <a href="https://x.gd/wAt1p">https://x.gd/wAt1p</a> 2回目 <a href="https://x.gd/5iis8">https://x.gd/5iis8</a>
8		灰釉狛犬 阿	<a href="https://skfb.ly/oNZNn">https://skfb.ly/oNZNn</a>	1回目 <a href="https://x.gd/cuzlA">https://x.gd/cuzlA</a> 2回目 <a href="https://x.gd/uO66x">https://x.gd/uO66x</a>	1回目 <a href="https://x.gd/OsW0d">https://x.gd/OsW0d</a> 2回目 <a href="https://x.gd/LlRrk">https://x.gd/LlRrk</a>	1回目 <a href="https://x.gd/SRhec">https://x.gd/SRhec</a> 2回目 <a href="https://x.gd/ONgKa">https://x.gd/ONgKa</a>
9		五輪塔形経筒外容器	<a href="https://skfb.ly/oMRLG">https://skfb.ly/oMRLG</a>	1回目 <a href="https://x.gd/b3bzf">https://x.gd/b3bzf</a> 2回目 <a href="https://x.gd/G4shv">https://x.gd/G4shv</a>	1回目 <a href="https://x.gd/VmNOQ">https://x.gd/VmNOQ</a> 2回目 <a href="https://x.gd/PoCUUp">https://x.gd/PoCUUp</a>	1回目 <a href="https://x.gd/VvHPH">https://x.gd/VvHPH</a> 2回目 <a href="https://x.gd/onidS">https://x.gd/onidS</a>
10		灰釉芦薺文三耳壺	<a href="https://skfb.ly/oMRLH">https://skfb.ly/oMRLH</a>	1回目 <a href="https://x.gd/uWlO">https://x.gd/uWlO</a> 2回目 <a href="https://x.gd/VXfyg">https://x.gd/VXfyg</a>	1回目 <a href="https://x.gd/x6pli">https://x.gd/x6pli</a> 2回目 <a href="https://x.gd/xNy8q">https://x.gd/xNy8q</a>	1回目 <a href="https://x.gd/5rUjN">https://x.gd/5rUjN</a> 2回目 <a href="https://x.gd/thRDA">https://x.gd/thRDA</a>

# 実証実験成果物URL一覧②

	画像	作品名	Sketchfab	Facebook	Instagram	X
ハロウィン 臨時配信		灰釉芦鷺文三耳壺	<a href="https://skfb.ly/oMRLH">https://skfb.ly/oMRLH</a>	<a href="https://x.gd/LHY7g">https://x.gd/LHY7g</a>	<a href="https://x.gd/1kR1R">https://x.gd/1kR1R</a>	<a href="https://x.gd/aEFvV">https://x.gd/aEFvV</a>
ダイジェスト版①	—	縄文土器 深鉢 瘤牛形容器 埴輪 琴を弾く男子 灰釉多口瓶 青磁神亭壺	—	<a href="https://x.gd/VymDs">https://x.gd/VymDs</a>	<a href="https://x.gd/YhWgA">https://x.gd/YhWgA</a>	<a href="https://x.gd/VwbP5">https://x.gd/VwbP5</a>
ダイジェスト版②	—	灰釉芦鷺文三耳壺 色絵貝形花器 染付四君子文二段重 灰釉狛犬 阿 五輪塔形経筒外容器	—	<a href="https://x.gd/YgQaH">https://x.gd/YgQaH</a>	<a href="https://x.gd/BNfkc">https://x.gd/BNfkc</a>	<a href="https://x.gd/5Qe4T">https://x.gd/5Qe4T</a>

## 高精度3Dコンテンツ(1)

### 【愛知県岡崎市成道山大樹寺大方丈】

大樹寺大方丈襖絵保存のためレプリカを制作する期間5年間に渡り、大方丈の襖絵が撤去されてしまうので、観光客に体験してもらうための措置として高精細VRコンテンツで大方丈のデジタルツインを制作。

令和3年度文化庁採択事業

岡崎市ナイトタイムエコノミー推進協議会

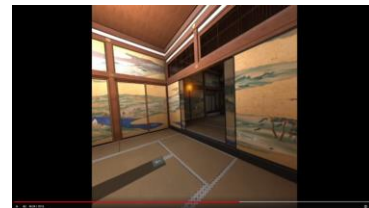
徳川将軍家菩提寺 成道山大樹寺 重要文化財・大方丈障壁画

超高精細撮影・VR・超高輝度プロジェクションマッピング事業 内 VRコンテンツ制作

<https://sentan.bunka.go.jp/reportr3/19/>



VRコンテンツ内の全体像



VRコンテンツ内の実際の体験時の動画

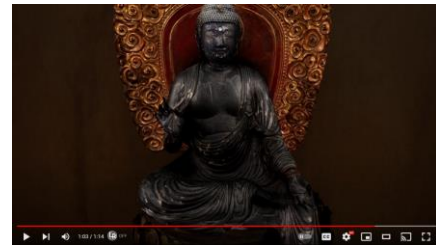
### 【岐阜県下呂市要仲山玉龍寺】

玉龍寺本堂建立12代目雲嶺和尚の250年忌記念で奉納された襖絵のデジタルアーカイブ事業として、現在のVRヘッドセットで閲覧可能な最高精細に挑んで制作した3DVRコンテンツ。

本堂3部屋と由里本出画伯による襖絵4作品及び文化財指定の木造釈迦如来坐像などを制作。また、この高精細コンテンツを元にメタバース空間も制作。

また、この高精細コンテンツを元にメタバース空間も制作。(後述)

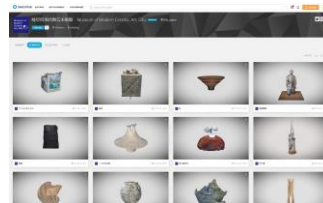
<https://youtu.be/RbK1dKpd84M?si=S0uwNB6GHakX1n1y>



## 高精度3Dコンテンツ(2)

### 【岐阜県現代陶芸美術館収蔵品3Dモデル】

2年間に渡る委託事業で、収蔵作品全62作品を高精細3Dモデル化。超精密装飾の作品から1.4Mを超える大型作品まで様々なタイプの作品の3Dモデルを制作。



## メタバース

### 【メタバース玉龍寺】

高精細3Dコンテンツとして制作した玉龍寺を最適化し、メタバースプラットフォームENGAGE内に設置。  
メタバースイベントでは玉龍寺住職がアバターで登場し、禅の話など行う。  
イベントが無い時は住職のホログラムに合うことができる。





## 3DCGアニメーション動画

### 【多治見市医師会糖尿病啓発ショートムービー】

多治見市医師会の糖尿病デーイベントのための糖尿病啓発ショートムービーを制作。  
従来は一般市民が参加するイベントであったが、コロナ禍のためネット上で啓発動画配信という形で行われた。  
[https://youtu.be/\\_ZnHtXwGrfU?si=I5AVo7mnuOcTZSyQ](https://youtu.be/_ZnHtXwGrfU?si=I5AVo7mnuOcTZSyQ)



## インバウンド向けシティプロモーション

### 【多治見市観光協会インバウンドPR】

多治見市観光協会の委託事業として2017年より海外向けの多治見プロモーションを行っている。  
ウェブサイト、YouTube、SNS、VR、メタバースを駆使して様々なコンテンツで多治見市をPR。  
7年のPRの結果、陶磁器に関係した外国人観光客は増加傾向にあり、ある長期滞在施設では1年先の予約まで埋まるほどになった。  
ウェブサイト <https://www.discovertajimi.com/>  
29万回再生動画 <https://youtu.be/OGv96OJ8yc8>



## 合同会社Mimirの取り扱い業務

### 3Dモデル

フォトグラメトリによるものから、モデリングによる3Dモデルまで幅広く制作します。  
対象物は盃ほどの小さなものから工場敷地全域などの大きなものまで3Dモデルに仕立て上げます。

### VRコンテンツ

建物 / 広範囲3Dモデル内をVRヘッドセットを装着して歩き回れるVRコンテンツを制作します。  
高精細なPC-VRコンテンツからスタンドアロンVRコンテンツまで対応します。

### メタバース

メタバース空間制作から運営・管理まで承ります。  
目的に合わせたメタバースプラットフォーム選びのお手伝いもいたします。

### 海外VR/メタバースプラットフォーム導入サポート

建築用VRプラットフォームArkio、メタバースプラットフォームENGAGEなど海外の優れた3D関連プラットフォームを紹介し、導入サポートをいたします。

### 3DCGアニメーション動画

完全3DCGのショートムービー、プロモーション動画などあらゆる3DCGアニメーション動画を制作します。  
建設業界向け事故状況を再現する安全啓発動画も制作しています。

### 360° ウォークスルー

美術館の展览会向けに高精細360° ウォークスルーを承っています。  
一眼カメラで撮影するので、美しい仕上がりとなります。

