

インターネットのミツバチ

その4

養蜂家による情報発信 (国内事情)

中村 純

これまでは、情報を収集するという立場からインターネットの利用について、ミツバチの病気と国際養蜂会議 Apimondia への参加という性格の異なるふたつの題材を具体例として、どのような情報がどこから入手できるかを、特に海外のサイトを中心に取り扱ってきた。今回は、視点を情報を求める側ではなく、発信する側に移して、ミツバチや養蜂に関係する情報が、日本でどのように発信されているか、国内の事情を紹介していく。これからホームページを公開しようという養蜂家の方々にはぜひ参考にさせていただきたい。

ミツバチ関連情報と養蜂家

インターネット上で、「ミツバチ」などをキーワードに検索できるサイトは、この1年でかなり増えている。表1にはその1で紹介した3種の検索エンジン（最近ではこのようなサイトをポータルサイトと呼んでいる、ポータルとは表玄関の意）でのミツバチの基本用語の検索結果を示した。使用した用語が、まったく養蜂産業とは関係のない団体名や呼称として用いられていることもあるので、すべてがミツバチ関連の

ものとはいえないが、多くは何らかの関係を持つページやサイトである。これらはいくつかの種類に分類することができる。一つは養蜂家によるホームページであり、もう一つは生産物、とりわけプロポリスの販売企業のそれである。このほか自治体が養蜂の振興のために設けているもの、研究機関が関連の情報を公開するために設けているもの、試験機関が技術情報として提供するものなどである。すべてを確認したわけではないが、養蜂家によるホームページは、全体の中では少ない方と思われる。

日本の養蜂家サイト

日本の養蜂家がどのような情報を公開しているかは、今後、読者がホームページを公開しようとする際の参考になるであろうし、筆者自身、ホームページを公開している立場から大変興味深い。個々に紹介するのは誌面の関係上できないが、全体としてどのようなものなのかを、明らかに養蜂家が関係していると思われる15のサイトについて、その内容構成から調べてみた(表2)。やはり消費者向けの製品紹介がインターネットの利用の大きな動機になっているらしく、すべてのサイトで商品の通信販売を目的とした商品カタログのページや注文受付に関する情報を含む構成となっている。付随する商品説明が、生産物の一般的な知識に及んでいるところも多い。商品説明以外の項目としては、商品の利用方法として、ハチミツを使った料理などのレシピが紹介されている。ハチミツの消費が増えることが、売り上げを向上させることであるから、当然のようにも思うが、実際、

表1 各ポータルサイトからの検索結果 (99年2月上旬)

キーワード	日本のサイト			アメリカのサイト	
	Goo	Infoseek	Yahoo	Infoseek	Yahoo
養蜂	1317	1054	20	7880	53
ミツバチ	3922	70995	18	15339	19
ハチミツ	8829	10231	47	66271	800
ローヤルゼリー	1660	54807	35	3112	17
プロポリス	2422	2677	107	3470	11

養蜂は「養蜂」(beekeeping)、ミツバチは「ミツバチ、みつばち、蜜蜂」(honeybee, honey bee)、ハチミツは「ハチミツ、はちみつ、蜂蜜」(honey)、ローヤルゼリーは「ローヤルゼリー」(royal jelly)、プロポリスは「プロポリス」(propolis)での検索結果 (括弧内は英語サイトでの検索キーワード)

表2 養蜂家のホームページが提供する情報

内容・項目	件数 (15件中)
養蜂	5
ミツバチ一般	5
生産物	
ハチミツ	12
ローヤルゼリー	10
プロポリス	10
蜂ろう	1
蜂針療法	1
花粉	3
利用法・レシピ	9
Q&A (主に生産物)	5
商品販売	15
掲示板	2
会社案内	10
リンク	8

ハチミツが家庭に普及するためにも、なるほどと思うような利用方法が得られる状況はありがたいといえるだろう。

ホームページの大きさは、商品を紹介した1ページだけのものから数十ページに及ぶ巨大なものまであり、大きなものほど提供する情報の種類が多いのはいうまでもない。情報の多いホームページは、情報を提供する側にとってはその情報を集めたり、構成を考えたり、頻繁な更新で多大な努力を強いられるが、情報を受ける側の立場では、そのサイトにあらゆる情報があって大変役に立つし、多くの場合、その多大な情報の配置に工夫があるので、楽しみながらミツバチや生産物のことを学ぶことができる。

そうした有用なサイトの中で、いわゆる「バーチャルテーマパーク」と呼ぶカテゴリーに含まれるものがある。

バーチャルテーマパーク

いまのところよく整備されているテーマパークとしては、熊本の森川ローヤルゼリー株式会社(森川治雄氏)が公開している「みつばち館」<http://web.infoweb.ne.jp/morikawa/menu/top.html> (今夏、変更予定)と兵庫の河合養蜂園(河合進氏)が公開している「みつばち牧場～KAWAI LAND～」<http://www.hyogo-iic.ne.jp/~kyoho/> のふたつがある。バーチャルテ

ーマパークとは、実際に行ってみることのできる博物館ではなく、インターネット上のあくまで仮想の(バーチャルな)ものである。インターネットでアクセスしたユーザーが、「テーマパーク」の中を遊び回り、そこに「展示」されているものを自由に見ながら、ミツバチに関する情報を楽しく集められるような工夫が凝らしてある。こうしたテーマパークは他分野でもよくあるが、養蜂に関しては海外でも珍しい。

図1に示すように「みつばち館」の館内には、「みつばち博物館」、「養蜂場」など、ミツバチ、生産物、養蜂についての情報を得られるページが設けてある。「養蜂場」は少し写真が古いせいとか少しノスタルジックに養蜂を伝えていて楽しい(図2)。「みつばち牧場」では、「はちみつ資料館」、「神秘的館ローヤルゼリー」、「プロポリスの森」といった各生産物の成分、効果、利用法や保存法を紹介するページが小部屋としてあり、このほか、ハチミツの利用法を紹介する「はちみつカフェ」と「はちみつ療法」、そしてこの牧場の最大の特徴になっている「みつばちルーム」などの小部屋が用意されている(図3, 4)。「みつばちルーム」は毎月のミツバチの様子を写真で伝えたり、特集を組んでミツバチの紹介をしている。現在は「はちみつの歴史は人類の歴史」と題した特集を掲載中である。「みつばち牧場」は訪問者の都合によって、標準的なホームページの形式(HTML言語で書かれている)のほかに、ShockWaveという技術を駆使してアニメーションと音楽の入ったページもある。

技術的な問題もあって、誰もが片手間にこれだけのホームページを作るのはやさしいことではないし、公開のための管理も大変で、公開しているおふたりの努力は並大抵のものではない。「テーマパーク」方式は、一般の消費者がミツバチや生産物を理解する上でももちろん、例えば学校など教育現場でも利用できる有意義なものである。さらには養蜂業界全体のイメージアップにもつながるので、サイトの創設者には本当に頭が下がる思いがする。



図1 森川ローヤルゼリーの「みつばち館」
もっと下方に解説つきのメニューボタンがある

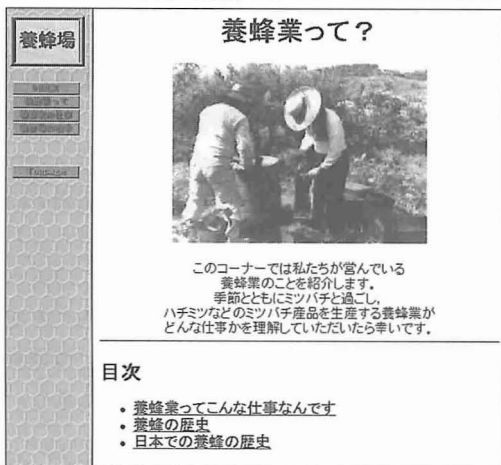


図2 「みつばち館」のノスタルジックな養蜂場



図3 河合養蜂園の「ミツバチ牧場」
Shockwave 利用なら音楽も奏でられる

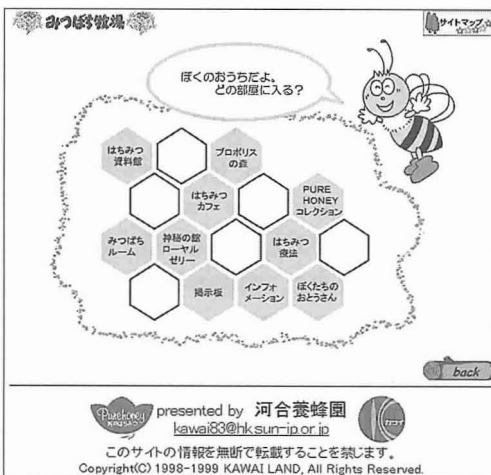


図4 「ミツバチ牧場」では巣房がメニューボタンとなる



図5 升田養蜂場のホームページ
盛りだくさんのメニューだが、さらに奥が深い

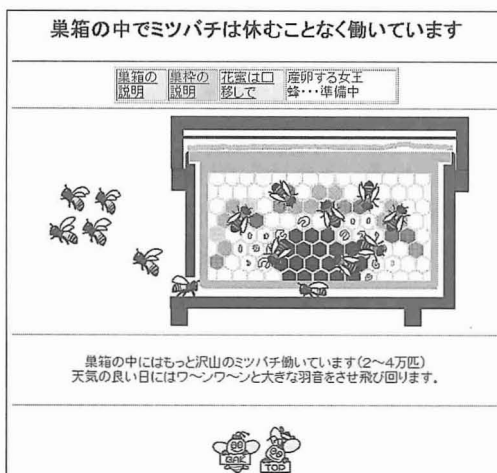


図6 巣箱の中と外で動き回る蜂たちの動きを誌面ではお見せできないのが残念

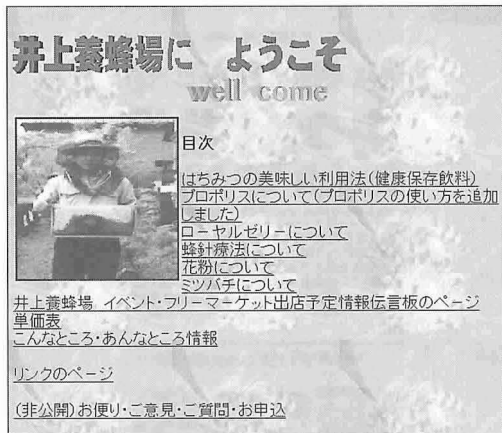


図7 井上養蜂場のホームページ
井上さん自身もメニューボタンになっている

養蜂家ならではの情報発信

そのほかのホームページも、いかにもミツバチを愛する養蜂家らしい情報発信源となっていて楽しめる。なかでも、広島県の升田養蜂場 <http://plaza8.mbn.or.jp/~msdyoho/> のホームページは秀逸である(図5, 6)。公開して2年ということながら、前述のテーマパークに勝るとも劣らない情報量、とりわけ画像が多くて、公開している升田氏のいうとおり「子供から大人までが楽しめる」養蜂ホームページとなっている。アニメーションの多用が功を奏しているのだが、その素人っぽいところがかえって好印象である。採蜜風景などいろいろなサイトに見られるが、このサイトには巣箱の製作や巣礎張りなどといった養蜂家でなければ決して発信できない、特殊な情報もふんだんに盛り込まれていて、養蜂業を理解する上では大変有用となっている。入り込んでいくと奥が深く、つい長時間のアクセスとなりがちである。

このほかにも、移動養蜂を紹介する西澤養蜂場 <http://www.gsquare.or.jp/nishizawa/index.htm> や、蜂針療法を紹介する兵庫県の井上養蜂場 <http://www2.nkansai.or.jp/users/honey/> (図7) など、なかなかユニークな情報を手造りで提供しているサイトがある。こうしたサイトが、Yahooのようなポータルサイトから簡単に入れたり、「ミツバチ」や「養蜂」といった単純なキーワードで検索できることもあ

りがたい。

通信販売の一形態としてのアクセスも多いだろうし、メールでのやりとりがあって、販売者の人柄を確認した上で、商品を求めたいという消費者も多いようだが、商品情報にとどまらないミツバチ全般、養蜂全般への理解を促すような情報発信は、それができる唯一の養蜂家の手によってなされるのが望ましい。情報を提供しきれないという場合には、互いに商売敵ではあるかも知れないが、有用な情報を提供するサイトへのリンクを設けてもいい。当施設へのリンクを張っていただいているサイトも多いが、現状では、おおむね、地域の関連情報や、ご自分の趣味の世界?に関係するものへのリンクが中心のようである。

個人の養蜂家ではないが、奈良県の畜産のページには奈良県養蜂組合を紹介するページ <http://cali.lin.go.jp/nara/youhou/hyousi.htm> があって、ここに、ミツバチや生産物の紹介が掲載されている。自治体レベルでのこうした取り組みは、県の生産物の普及という位置づけでは、養蜂家が自家商品を取り上げると変わらないが、公共性の高い広報ページで養蜂が取り上げられるのは歓迎すべきことであるし、ぜひ全国レベルに拡大して欲しい。

個人のページで今後の展開が気になるのは、愛知県春日井市の赤阪泰志氏による「蜜蜂を飼おう」 <http://www.bekkoame.or.jp/~sinken/> で、趣味として養蜂を始める人の同好会的な位置づけに成長するのではと期待したりしているが、今のところ、明確な方向性が現れていない。

全体を見回すと、やはりミツバチ生産物に関する情報は得られやすいのに対して、ミツバチの飼育や養蜂全般に関する情報は乏しいと感じられる。特に飼育に関しては、海外に較べて際だって少ない。趣味養蜂が今後どのような展開を見せるかによって変わってくるのだろうが、ミツバチを飼うという点については、プロである養蜂家にまさる情報発信者がいないことも事実で、今後、ぜひ増えていくことに期待したい。

※なお、今回紹介しきれなかったホームページのアドレスは次号(最終回)に掲載予定(次号に続く)