

群馬県立歴史博物館イノベーション文化観光拠点計画

1. 実施体制

| 1-1. 計画作成主体 | | | | |
|---------------------------|---------------------|---|-----|-----------------------|
| 申請者 文化資源保存活用 施設の設定者 | 名称 | 群馬県 | 所在地 | 群馬県前橋市大手町1-1-1 |
| | 代表者 | 知事 山本一太 | | |
| | 地方公共 団体内部 の役割 | 【主担当部署】 文化振興課（文化振興）、観光魅力創出課（観光振興） 【連携する部署】 交通政策課（交通政策）、地域企業支援課（産業振興）、文化財保護課（文化財行政） | | |
| 1-2. 連携する文化観光推進事業者 | | | | |
| 共同申請者① 文化観光推進 事業者 | 名称 | 群馬県立歴史博物館 | 所在地 | 群馬県高崎市綿貫町992-1 |
| | 代表者 | 館長 今泉 一幸 | | |
| | 役割 | 施行規則第1条第2項第1号の文化観光推進事業者 | | |
| 共同申請者② 文化観光推進 事業者 | 名称 | （公財）群馬県観光物産 国際協会 | 所在地 | 群馬県前橋市大手町2-1-1 |
| | 代表者 | 理事長 市川捷次 | | |
| | 役割 | 施行規則第1条第2項第1号の文化観光推進事業者 | | |
| 共同申請者③ 文化観光推進 事業者 | 名称 | 群馬歴史文化遺産発掘・ 活用・発信実行委員会 | 所在地 | 群馬県前橋市大手町1-1-1 文化振興課内 |
| | 代表者 | 委員長 近藤 功 | | |
| | 役割 | 施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者 | | |

2. 機能の強化に関する基本的な方針

2-1. 文化資源保存活用施設を取り巻く現状

2-1-1. 主要な文化資源

【埴輪】

群馬県は、埴輪の質・量ともに日本一と言われており、国指定重要文化財の埴輪の実に4割が群馬県出土で、優品も多数出土している。埴輪で初めての国宝「挂甲武人埴輪（東京国立博物館収蔵）」も群馬県出土である。さらに、令和2年夏頃には、埴輪として国内2例目となる群馬県綿貫観音山古墳出土の埴輪が国宝となる予定である。

【榛名山噴火関連遺跡】

群馬県には、古墳時代に2度起こった榛名山の大噴火によって埋没した遺跡が数多く存在している。その中には、国内で初めて古墳時代の甲（よろい）を付けた状態の成人男性の骨が見つかったことから「奇跡の発掘」と称される金井東裏遺跡を始め、「日本のポンペイ」と呼ばれる黒井峯遺跡などがあり、これらの遺跡は古墳時代の文化を現代に伝えるタイムカプセルとなっている。

火山国である日本にとって極めて貴重な遺跡であり、火山関連遺跡は、世界的にみても稀有な遺跡であり、ヨーロッパ圏のイタリア「ポンペイ」、中南米のエルサルバドル「ホヤ・デ・セレン」のみで、いずれも世界文化遺産となっている。

【東アジアと群馬との強いつながりを示す国宝（令和2年夏頃登録予定）】

歴史博物館の北約1 kmに位置する国史跡・群馬県綿貫観音山古墳の石室からは、銅水瓶や獣帯鏡、金銅馬具など多種多様な副葬品が出土し、朝鮮半島や中国大陸と深いつながりを持つ資料が多数含まれている。

【フィールド（群馬県立歴史博物館を中心とする古墳、資料館）】

13,000基を超える古墳が造られていた群馬県。現在でも2,000基余りはその姿をとどめ、石室の中まで入ることができる「大室古墳群」をはじめ、貴重な古墳・遺跡が数多く残存している。歩いて、登って、触れて、リアルに体感することで1,500年以上前の古墳時代への想像を膨らませることができる空間を持っている。また、国内で整備された古墳の中で最大規模を誇る「保渡田古墳群」をはじめ、整備された古墳が多く点在している。さらに、古墳に隣接して歴史資料館も多く設置されている。

2-1-2. 主要な文化資源についての解説・紹介の状況

- ・文化資源の魅力に関する情報を適切に活用した解説・紹介（施行規則第1条第1項第1号）
 - ・年1回の収蔵品展や年複数回のテーマ展示を開催している。
 - ・展示物の解説パネルや、ジオラマ・映像などを用いて解説・紹介している。
 - ・来訪者には展示案内を配布している。また、子ども向けの展示ワークブックを配布している。
 - ・学芸員による展示解説や講演会を定期的で開催し、解説員による展示解説も常時行っている。
 - ・通史展示の解説書「常設展示図鑑」や「綿貫観音山古墳出土品ガイドブック」を当館オリジナル編集の上、刊行販売している。
- ・情報通信技術の活用を考慮した適切な方法を用いた解説・紹介（施行規則第1条第1項第2号）
 - ・ホームページにおける企画展示や主な展示資料の解説・紹介。
 - ・Facebookを活用し展示解説を動画等で紹介。
 - ・映像を使って展示物を解説・紹介。
- ・外国人観光客の来訪の状況に応じて、適切に外国語を用いた解説・紹介（施行規則第1条第1項第3号）
 - ・常設展示のパネルの一部を多言語（英・中・韓）で解説・紹介。
 - ・綿貫観音山古墳出土品を音声・映像ガイドを使って多言語で解説・紹介。

2-1-3. 来訪客の動向

平成26年度から改修工事を行い、平成28年7月にリニューアルオープンし、平成29年7月からグランドオープンした。

入館者数は、1年間を通して開館した平成30年度、令和元年度を平均すると約10万人である。

企画展ごとに行っているアンケート調査結果からは、県内：県外の比率は8：2であり、県外からの来館者の6割は首都圏（東京都、埼玉県、神奈川県、千葉県）である。

次に、リピート回数であるが、1年間で2～3回が約3割、4回以上が約1割といった状況である。

入館者の年齢層であるが、企画展によって左右されるが、来館者に占める子ども（中学生以下は無料）の割合は25%～45%であり、比較的子どもの来館が多い施設である。60歳以上の割合は約3割となっているが、20歳代の来館は5%程度であり、若者の来館者は極めて少ない状況になっている。

常設展示の満足度は「たいへん満足」が約4割、「満足」も約4割で、合わせて8割近くの来館者が「満足」以上の評価をしている。しかし、観覧料は一般300円、中学生以下は無料であることから、観覧料と比較した上での満足度であると考えられる。

外国人の来館状況であるが、来訪者アンケートの0.2～0.3%が外国人から回答を得ていることから、年間入館者数の平均10万人から推計すると、年間300人程度が外国人の入館者数と推測できる。中国、台湾などの東南アジアからの来館者が多数を占めており、ヨーロッパからの来館者はほとんどいない状況である。

古墳を巡る大手旅行会社によるツアーも近年企画されており、今年4～6月のディステーションキャンペーンでは、大人の休日倶楽部のPRで、古墳が紹介されるなど、新たな観光資源として注目を集めている。

群馬県における観光入込客数は、2016年に63,933千人、2017年に64,487千人、2018年に65,196千人と増加を続けており、平均して64,000千人前後の観光客が訪れている。

宿泊者数は、2017年までは概ね増加傾向で推移していたものの、2018年は2013年以降では最も低い実績となる831万人泊となり減少している。

本県宿泊者を居住地別に見ると、東京都、埼玉県、神奈川県、千葉県などの首都圏からが多く、2018年には、首都圏からの宿泊者で約64%以上を占めている。

外国人宿泊者数は、増加を続けていたものの、2018年はほぼ前年並みの28.9万人泊となっており、平成30年の都道府県別の延べ外国人宿泊者数では全国34位にとどまっている。外国人宿泊者数を国・地域別に見ると、台湾が半数近くを占め、そのほか中国、香港、タイなど、東アジア・東南アジア地域からの宿泊者が上位を占めており、欧米豪の外国人観光客の割合は、10%以下にとどまっている。

群馬県を訪れる外国人が、日本を訪れる外国人の割合から考えると少ないのが現状であり、伸びしろがある地域であると考えている。

【入館者の推移】

平成28年度 76,581人 平成29年度 79,200人 平成30年度 88,636人
令和元年度 110,152人

2-1-4. 他の文化資源保存活用施設との比較

・群馬県内の歴史系博物館（資料館）の中核施設であり、国宝登録予定の群馬県綿貫観音山古墳出土品や国重要文化財などを多く展示・収蔵している。群馬の歴史を原始時代から近現代まで通史展示しており、本県の最大の強みの一つである古墳時代の研究の第一人者を特別館長として委嘱し、本県の特徴的な文化資源である古代（古墳・埴輪）・近現代（世界遺産）・民俗の学芸員3名のほか、時代ごとに研究職職員を配置しており、調査研究体制も整っている。

・「埴輪」の収蔵では、国立系の博物館も含めて国内トップクラスである。

特に、群馬県綿貫観音山古墳出土の埴輪が国宝に登録されると、東京国立博物館で収蔵している「挂甲武人埴輪」を除けば、国宝の埴輪を見ることができるのは、ここだけである。

また、国重要文化財「上野塚廻り古墳群出土埴輪」も収蔵しており、質・量ともに日本一の埴輪館と言える。

・火山噴火関連の遺跡は、世界中でも極めて希少な遺跡であり、5～6世紀に2度の噴火した榛名山に関連する遺跡群が本県には数多く点在している。博物館では、日本のポンペイと呼ばれている「黒井峯遺跡」のジオラマを常設展示しているほか、世紀の大発見と言われた「金井東裏遺跡」の「甲を着た古墳人」の復顔像、復元甲冑、復元紹介映像などを制作している。

（金井東裏遺跡の出土品は、現在調査中で、発掘調査をした県埋蔵文化財調査事業団で保管している）

・歴史博物館の北1 kmほどには、今年の夏頃、出土品が国宝となる予定の国史跡「群馬県綿貫観音山古墳」があり、この他にも群馬県内には、極めて保存状態が良い古墳が数多く点在している。その中には、東日本最大の大きさの国史跡「太田天神山古墳（太田市）」や当時の姿に整備された国史跡「保渡田古墳群（高崎市）」などがあり、そうした古墳に隣接する形で歴史系博物館（文化資源保存活用施設）が設置されており、実際の古墳を見て、そこから出土した品々を見たり、歴史を学んだりすることができる。また、群馬の石舞台と呼ばれる国史跡「観音塚古墳（高崎市）」や日本でも最大規模の石室を持つ国史跡「群馬県綿貫観音山古墳（高崎市）」などの古墳は、石室の中に入ることができることも大きな売りの一つである。

さらに、榛名山噴火関連遺跡としては、火山灰の下から、古墳時代の豪族の館跡「三ツ寺Ⅰ遺跡（高崎市）」や住居跡を復元した群馬県史跡「中筋遺跡（渋川市）」などもある。

歴史博物館で出土品の展示解説や歴史を学ぶだけでなく、実際のフィールド全体で、古代の人々の暮らしを実感でき、歴史の壮大さを体感できる空間を有している。

東京国立博物館では、2019年2月に「トーハク新時代プラン」を発表し、「世界中の人々が楽しめるリーディング博物館」となるための改革プランを進めている。

その中で、

- 1 世界に開かれた博物館としての取組（多言語対応の改善・充実）
- 2 付加価値の高い多彩なプログラムの提供
 - ・レプリカ・VR・8K映像等を活用した新感覚の展示の拡大
- 3 快適な鑑賞環境の実現
- 4 プランを実現するための基盤の確保（入館料の見直しの検討）

の4つの柱を立てて、改革に取り組んでおり、本拠点計画でも大いに参考としているところである。

特に、外国人向けのわかりやすい展示解説の工夫を進めることは、歴史に興味・関心が少ない来館者や子どもたちへの展示解説と共通の課題である。

また、各展示室にそれぞれの時代を紹介するジオラマの設置やパネル展示はされているが、VR（仮想現実）・AR（拡張現実）、高精細デジタル画像など最新デジタル技術を駆使した展示やレプリカ等を活用したハンズオン展示はあまりされていない。

2-2. 課題

歴史博物館の来訪者に占める外国人の割合は、アンケート調査から推測すると年間300人程度と考えられ、中国、台湾などの東南アジアからの来訪者がほとんどであり、ヨーロッパからの来館者はほとんどいない状況である。そこで、最終的なメインターゲットとする来訪者を「知的好奇心が強い欧米豪人」とすることで、計画当初は同じような価値観を持つ「知的好奇心が強い日本人＝シニア層」とする。

また、社会情勢を踏まえながら、メインターゲットとする来訪者を、シニア層→子ども、親、祖父母の3世代→東南アジアの旅行者→欧米豪の旅行者へと段階的に拡大していく。

課題1

世界に誇るべき文化資源である「埴輪」や「榛名山噴火関連遺跡」について、その価値や魅力を分かりやすく解説、紹介する取組や戦略的な発信ができておらず、文化資源の保存・活用が進んでいない。

課題2

日本の歴史を知らない外国人観光客が展示している文化資源を理解できる内容となっておらず、多くの解説・紹介は多言語化をされていない。また、外国人向けの体験プログラムも提供されていない。

施設内のジオラマや展示物の歴史的・文化的背景や基本情報（専門用語の説明）などの解説がなされていない。

外国人への課題と共通して言えることであるが、歴史への知識が乏しい来館者や、子どもに対しても展示している文化資源をわかりやすく伝える工夫が少ない。

課題3

国内外からの来館者の知的好奇心に応え、展示されている文化資源への理解を深めるための、デジタルディスプレイ、オーディオガイド、スマートフォン・タブレット端末といった情報機器、高精細デジタル画像、映像コンテンツ、VR（仮想現実）・AR（拡張現実）などの情報通信技術を活用した展示解説や最先端デジタル技術を活用した展示がほとんどされていない。また、収蔵品も含めて、地域の文化資源のデジタルアーカイブ化が進んでいない。

課題4

障がい者向けの展示解説や体験プログラムが提供されていない。

課題5

県外向けのプロモーションは、ぐんまちゃん家（群馬県における東京での情報発信拠点）でのPRや県外博物館等へのチラシ配布などに止まっており、戦略的にプロモーションを展開したことはない。また、外国人旅行者の誘客促進に向けた海外向けプロモーションを展開したことはない。

課題6

群馬の歴史を学び、文化観光の中核施設として、地域の文化資源や歴史資料館（文化資源保存活用施設）などをつなぎ、県内周遊を促す機能が弱い。また、これまで地域の祭りや行事、食文化、伝統工芸等との連携による博物館活動はほとんど行われていない。

課題7

キャッシュレス決済や開館時間の延長、交通アクセスなど、旅行者がストレスなく県内を周遊することができる文化観光の基盤が整備されていない。

2-3. 文化観光拠点施設としての機能強化に向けて取組を強化すべき事項及び基本的な方向性

群馬が世界に誇る文化資源である「埴輪」「榛名山噴火関連遺跡」を核として、あらゆる来訪者からのニーズに応え、満足が得られる、そして、地域の文化資源へと誘う、群馬県における中心的な文化観光拠点施設としての機能を担うとともに、文化観光推進事業者や市町村、地域住民、民間団体などと連携しながら、総合的かつ一体的に文化観光施策に取り組むことで、群馬県立歴史博物館を起点とした、観光の振興、地域の活性化の好循環を創出する。

来訪者が地域の文化資源の理解を深めるため、文化資源の魅力を歴史的・文化的背景やストーリー性のあるわかりやすい解説・紹介を行うとともに、日本の最先端デジタル技術を活用した展示や多言語化、ICT活用環境の整備などのイノベーションを進める。

次世代の博物館モデル「シン・レキシ・ミュージアム」として、知的好奇心の強いシニア層はもとより、子ども、障がい者、外国人など、世界中の人々が「わくわく、ドキドキ、感動する博物館」を目指し、来訪者へのサービスの向上を図る。

また、群馬が世界に誇る文化資源である「埴輪」「榛名山噴火関連遺跡」の価値を余すことなく国内外に情報発信するとともに、古墳時代を中心に県内の歴史系博物館や古墳などの遺跡をつなぐハブ施設としての機能を強化する。

さらに、DX化を推進することで、自宅や学校、世界中のどこからでも群馬の歴史や文化を見て学ぶことができる、ウィズコロナ、ニューノーマルにも対応できるデジタルミュージアムとしての機能を整備する。

当拠点計画における目標については、10年後の来訪者数の目標を現在の2倍にあたる年間20万人とし、外国人の来訪者も知的好奇心が強い欧米豪の来訪者を含め、現在の10倍あたる3千人とする。

なお、新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえて、情勢に応じて目標値は変更するものとする。

来訪者へのサービスが大幅に向上することから、国内外の参考事例などを踏まえ、観覧料をその魅力にあった現在の2倍以上（600円以上）に改定するとともに、民間企業・団体等との多様な連携（技術提供、協働事業など）、来訪者を惹きつける企画展開催費の寄附金やクラウドファンディングによる資金調達方式の活用により、収益の大幅な改善を図り、持続可能な博物館運営につなげる。

拠点計画の推進にあたっては、群馬県総合計画（令和2年度策定中）や第2次群馬県文化振興指針、群馬県文化財保存活用大綱を踏まえ、群馬県本県共同申請者である（公財）群馬県観光物産国際協会などの文化観光推進事業者や群馬県観光部署などと密に連携して、群馬県における地域計画「文化観光～魅力・活力・感動～イノベーション推進地域計画」と整合をとりながら、文化観光の推進に関する関係者間の連携体制の整備、情報の収集、整理及び分析、事業の方針の策定、事業の実施状況の評価を行い、各年度でPDCAサイクルを実施し、当拠点計画における目標の達成に向けて、各事業の企画及び実施に取り組むものとする。また、貴重な文化財等を活用した事業を展開する場合は、防災対策に重文配慮して取り組むものとする。

取組強化事項1：「世界にここだけの博物館」へのイノベーション（課題1関連）

群馬が世界に誇る文化資源である「埴輪」「榛名山噴火関連遺跡」の価値を余すことなく伝えるための環境を整備する。

① デジタル埴輪展示室の新設(事業番号6-①)

埴輪3Dデジタル展示や国宝「武人埴輪」レプリカ等のハンズオン展示、VR・ARを駆使した体感型の展示、多言語解説などに、現在常設展示されていない国重要文化財「上野塚廻り古墳群出土埴輪」を展示した「デジタル埴輪館」を新たに整備する。

・埴輪3Dアーカイブ化(事業番号1-①)

・世界プロモーション映像の制作(事業番号5-①)

- ・企画展「群馬の埴輪展(仮称)」の開催(事業番号1-④)
- ・埴輪シンポジウムの開催(事業番号5-①)

② 榛名山噴火関連遺跡展示室の施設(事業番号6-②)

出土品のレプリカ等のハンズオン展示、VR・ARを駆使した体感型の展示、多言語解説などに、出土した文化財を新たに展示する「榛名山噴火関連遺跡展示室」を整備する。

- ・榛名山噴火関連遺跡の調査研究(事業番号1-②)
- ・榛名山噴火関連遺跡出土品デジタルアーカイブ化(事業番号1-③)
- ・榛名山噴火関連遺跡シンポジウムの開催(事業番号5-①)
- ・榛名山噴火関連遺跡体験型コンテンツの制作(事業番号2-③)
- ・世界プロモーション映像の制作(事業番号5-①)
- ・企画展「今、解き明かさせる榛名山噴火関連遺跡のすべて(仮称)」の開催(事業番号1-④)

取組強化事項2：「日本の最先端技術を駆使した博物館」へのイノベーション(課題2及び3、4関連)

子どもから高齢者、外国人旅行者など、だれでも興味・関心が持てるストーリー性のあるわかりやすい内容に見直しを行い、多言語化を進めるとともに、日本の最先端デジタル技術を駆使した展示、ICT活用環境の整備などのイノベーションを進め、あっと驚く展示や、すごいと感じる展示など、常設展示の魅力を最大限に引き出し、来訪者の満足度を大きく向上させる。

- ・歴博ストーリーづくり(事業番号2-④)
- ・常設展示のデジタル化・多言語化(事業番号2-①、2-②)

取組強化事項3：「世界につながる博物館」へのイノベーション(課題5関連)

群馬が世界に誇る文化資源である「埴輪」「榛名山噴火関連遺跡」の価値や魅力を余すことなく世界へ情報発信する。

- ・通訳案内士等のガイドツアーの導入(総合計画の中で一体的に実施)
- ・群馬の「埴輪」「榛名山噴火関連遺跡」の世界プロモーションの展開(事業番号5-①)

取組強化事項4：「地域をつなぐハブ博物館」へのイノベーション(課題6関連)

古墳時代を中心に県内の歴史系博物館や古墳などの遺跡をつなぐハブ施設としての機能を強化する。歴史博物館とフィールド全体で古墳時代を中心に群馬の文化遺産を体感できるコンテンツを提供する。

- ・歴史体感イベントの開催(GUNMA Ancient Living History事業)(事業番号1-⑤)
- ・古墳等遺跡VR制作・案内看板デジタル化(事業番号2-⑤)
- ・群馬の歴史文化遺産を体感できる文化観光の整備(事業番号3-①)

取組強化事項5：「DX(デジタルトランスフォーメーション)化で社会とつながるハブ博物館」へのイノベーション(課題7関連)

鑑賞アクセス・時間アクセス・交通アクセス・支払アクセスの4つのレスを解消することで、だれもストレスなく博物館にアクセスできる環境を整備する。また、自宅や学校、世界中のどこからでも群馬の歴史や文化を見て学ぶことができる、ウィズコロナ、ニューノーマルにも対応できるデジタルミュージアムとしての機能を整備する。

- ・来訪者の移動の利便性向上(地域計画の中で一体的に取組)
- ・キャッシュレス、チケットレス等のシステム導入(地域計画の中で一体的に整備)
- ・開館時間の延長(地域計画の中で一体的に実施)

- ・ I C T技術の活用（地域計画の中で一体的に整備）

取組強化事項6：文化資源に関する商品企画（課題6関連）

埴輪や古墳などの文化資源を使ったミュージアムショップ、カフェ、レストラン等の来訪者の満足度向上に向けた商品等の開発（企画立案）を民間事業と協働で行う。

- ・ オリジナル商品の企画開発（事業番号4－①）
- ・ 埴輪工房の設置（事業番号4－①）

3. 目標

3-1. 本計画で達成する目標

| 指 標 | 実績値 | | 目標 | | | | |
|---|-------|-------|------------|------------|-------|------------|--------------|
| | H30年 | 元年 | 2年 | 3年 | 4年 | 5年 | 6年 |
| ①来訪者の満足度（日本人） 単位：％（5段階） | 85％ | 85％ | 88％ | 90％ | 90％ | 90％ | 90％ （4.5） |
| （指標の把握方法） 来訪者アンケート調査 | | | | | | | |
| ②来訪者の満足度（外国人） 単位：％（5段階） | — | — | 80％ | 80％ | 85％ | 85％ | 90％ （4.5） |
| （指標の把握方法） 来訪者アンケート調査 | | | | | | | |
| ③来訪者数（日本人） 単位：千人 | 88千人 | 110千人 | 70千人 | 120千人 | 130千人 | 140千人 | 150千人 |
| （指標の把握方法） 入館者統計 | | | | | | | |
| ④来訪者数（外国人） 単位：千人 | 0.3千人 | 0.3千人 | 0.03 千人 | 0.15 千人 | 0.3千人 | 0.45 千人 | 0.6 千人 |
| （指標の把握方法） 来訪者アンケート調査 | | | | | | | |
| （10年後の目標値及び計画期間中の目標値との関係） 10年後の目標値は現在の5倍にあたる1.5千人としており、新型コロナウイルスの影響でインバウンド需要の回復が見通せないが現在の2倍にあたる0.6千人とした。 | | | | | | | |
| ⑤来館者のリピート率 単位：％ | 30％ | 30％ | 35％ | 40％ | 45％ | 50％ | 60％ |
| （指標の把握方法）1年間に複数回利用の来訪者の比率把握。 来訪者アンケートに新たな項目を設定して把握する。 | | | | | | | |
| ⑥関連展示・イベント参加者 数 単位：千人 | — | — | 10千人 | 30千人 | 15千人 | 18千人 | 70千人 |
| （指標の把握方法）令和2年度は企画初年度のため、—。令和3年と6年度に特別展開催予定。 来訪者数のカウント及び来訪者アンケートに新たな項目を設定して把握する。 | | | | | | | |
| ⑦デジタルコンテンツ満足度 単位：％ | — | — | 80％ | 80％ | 88％ | 90％ | 90％ （4.5） |
| （指標の把握方法）年度毎にコンテンツが増加するため、アンケート回答内容を年度毎に改訂予定。 コンテンツの利用数及び来訪者アンケートに新たな項目を設定して把握する。 | | | | | | | |

3-2. 目標の達成状況の評価

来訪者へのアンケート調査を通年で実施することで、来訪者の満足度（日本人）（外国人）を把握する。
また、来訪者数は、毎日の入館者統計により正確に把握する。

特に、展示室のデジタル化や多言語化を実施した展示室をアンケートの重点項目として満足度を調査することで、効果測定を行う。

専門業者によるアンケート調査及び入館者統計に社会情勢を踏まえた分析を毎年行い、歴史博物館内に本拠点計画達成のために設置した検証評価委員会において、設定にした目標の達成状況を評価するとともに必要な事業改善・展開や情報発信などを行い、3年後に行う中間評価や計画の終了時に向けて、PDCAサイクルによる進行管理を着実にを行う。

4. 文化観光拠点施設機能強化事業

4-1. 事業の内容

4-1-1. 文化資源の魅力の増進に関する事業

(事業番号 1-①)

| | |
|----------|---|
| 事業名 | 埴輪3Dアーカイブ化事業 |
| 事業内容 | 群馬県出土の埴輪100体の人気投票したHANI-1 グランプリエントリーの埴輪70体及び県外の希少価値の高い埴輪10体の3Dアーカイブ化を行う。 令和2年度 群馬県内の博物館に展示されている埴輪50体 令和3年度 群馬県内の博物館に展示されている埴輪20体 令和4年度 東京国立博物館所蔵の県内出土埴輪を含む10体 3Dアーカイブ化した埴輪画像は、新設する「デジタル埴輪展示室」で3D展示を行うとともに、スタンプラリー等の景品としてARを活用して埴輪を立体的に見ることができるカード等で様々なコンテンツ素材として使用する。 |
| 実施主体 | 群馬県立歴史博物館 |
| 実施時期 | 令和2年度～令和4年度 |
| 継続見込 | コンテンツ素材として使用（財源：入館料） |
| アウトプット目標 | 3Dアーカイブ数 令和2年度 50体 令和3年度 20体 令和4年度10体 |
| 関連目標 | 取組強化事項1 「世界にここだけの博物館」へのイノベーション 達成する目標 ①来訪者の満足度（日本人） |

(事業番号 1-②)

| | |
|----------|---|
| 事業名 | 「榛名山噴火関連遺跡」調査研究 |
| 事業内容 | 榛名山噴火関連遺跡「黒井峯遺跡」「金井東裏遺跡」などの世界的な価値を県内外の研究者で検証する。 令和3年度 榛名山噴火関連遺跡研究会の立ち上げ（～令和5年度） テーマを毎年設定し、調査研究を実施 令和5年度 研究成果の取りまとめ・報告書の作成 研究の成果をもとに、シンポジウムの開催やAR・VRを駆使したコンテンツ、映像コンテンツなどを制作する。 |
| 実施主体 | 群馬県（文化振興課歴史文化遺産室） |
| 実施時期 | 令和3年度～令和5年度 |
| 継続見込 | 研究成果を継続して実施（財源：群馬県の予算） |
| アウトプット目標 | 研究会の開催数 令和3年度 4回 令和4年度 4回 令和5年度 4回 |
| 関連目標 | 取組強化事項1 「世界にここだけの博物館」へのイノベーション 達成する目標 ①来訪者の満足度（日本人） |

(事業番号 1-③)

| | |
|----------|---|
| 事業名 | 榛名山噴火関連遺跡出土品デジタルアーカイブ化事業 |
| 事業内容 | <p>榛名山噴火関連遺跡（黒井峯遺跡、金井東裏遺跡など）から出土している文化財のデジタルアーカイブ化を行う。</p> <p>令和5年度 20点（予定） 令和6年度 20点（予定）</p> <p>デジタルアーカイブ化した画像は、新設する「榛名山噴火関連展示室」で映像コンテンツとして使用するなど、様々なコンテンツ素材として使用する。</p> |
| 実施主体 | 群馬県立歴史博物館 |
| 実施時期 | 令和4年度～令和5年度 |
| 継続見込 | コンテンツ素材として使用（財源：入館料） |
| アウトプット目標 | デジタルアーカイブ数 令和5年度 20点 令和6年度 20点 |
| 関連目標 | 取組強化事項1 「世界にここだけの博物館」へのイノベーション 達成する目標 ①来訪者の満足度（日本人）②来訪者の満足度（外国人） |

(事業番号 1-④)

| | |
|----------|--|
| 事業名 | 「群馬が世界に誇る文化資源」企画展事業 |
| 事業内容 | <p>① 企画展「群馬の埴輪展（仮称）」の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開催時期 令和3年 春 ・内容 東京国立博物館収蔵の群馬県出土の埴輪など一堂に集めた企画展を開催する。 <p>※「地域ゆかりの文化資産を活用した展覧会支援事業」の活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国立美術館・博物館等の収蔵品「埴輪」を貸与する。 ・国宝武人埴輪のレプリカや当時の衣装を製作する。 <p>② 企画展「榛名山噴火関連遺跡のすべて（仮称）」の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開催時期 令和6年 秋 <p>※「地域ゆかりの文化資産を活用した展覧会支援事業」の活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国立美術館・博物館等の収蔵品「関連文化財」を貸与する。 |
| 実施主体 | 群馬県立歴史博物館 |
| 実施時期 | 令和3年度、令和6年度 |
| 継続見込 | 企画展での展示物を常設展示で活用（財源：入館料） |
| アウトプット目標 | 埴輪展 企画展来訪者数 2万人 榛名山 企画展来訪者数 4万人 |
| 関連目標 | 取組強化事項1 「世界にここだけの博物館」へのイノベーション 達成する目標 ⑥関連展示・イベント参加者数 |

(事業番号1-⑤)

| | |
|----------|--|
| 事業名 | GUNMA Ancient Living History事業 |
| 事業内容 | 史跡等であつて行われた往事の再現、衣装・食等の復元など、榛名山関連遺跡を中心に、古墳時代を体感できる歴史イベントを、地元市町村や住民、歴史愛好家などと協働で歴史体感イベントを開催する。 ・令和2～6年度までに1カ所以上で実施。 ※「Living History促進事業」を活用 |
| 実施主体 | 群馬歴史文化遺産発掘・活用・発信実行委員会（群馬県文化振興課事務局） |
| 実施時期 | 令和2年度～令和6年度 1カ所以上で実施 |
| 継続見込 | 各事業実施主体により継続して実施（財源：各活動団体の自主財源） |
| アウトプット目標 | 歴史イベントへの来場者数 歴史体感イベント実施時に設定 |
| 関連目標 | 取組強化事項4 「地域をつなぐハブ博物館」へのイノベーション 達成する目標 ⑥関連展示・イベント参加者数 |

4-1-2. 情報通信技術を活用した展示、外国語による情報の提供その他の国内外からの観光旅客が文化についての理解を深めることに資する措置に関する事業

(事業番号 2-①)

| | |
|----------|---|
| 事業名 | 常設展示デジタル化推進事業 |
| 事業内容 | <p>VRを駆使した体感型コンテンツやハンズオン展示を制作し、見て、感じて、遊べる博物館を展開する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・内容（予定） <ul style="list-style-type: none"> ① 展示ケースのデジタルサイネージ化 など 展示物の歴史的、文化的背景を解説・紹介する映像を展示ケースに投射する。 ② ハンズオン展示の制作 文化財への興味、関心を深めるための、見て、触れるコンテンツを制作する。 視覚障がい者、聴覚障がい者も楽しめるコンテンツとする。 ・スケジュール 令和2年度 東国古墳文化展示室 (国宝登録予定の群馬綿貫観音山古墳出土品を展示) 令和3～6年度 原始、古代、中世、近世、近現代 |
| 実施主体 | 群馬県立歴史博物館 |
| 実施時期 | 令和2年度～令和6年度 |
| 継続見込 | 常設展示で活用（財源：入館料） |
| アウトプット目標 | <p>デジタル化が完了した展示室の満足度 80%（4.0以上）</p> <p>全展示室デジタル化完了後 観覧料の改定 現在の観覧料の2倍以上（600円以上）</p> |
| 関連目標 | <p>取組強化事項2 「日本の最先端技術を駆使した博物館」へのイノベーション</p> <p>達成する目標 ⑦デジタルコンテンツ満足度</p> |

(事業番号 2-②)

| | |
|----------|--|
| 事業名 | AR・多言語アプリ開発事業 |
| 事業内容 | <p>ARを使った体感型コンテンツ等が楽しめるとともに、展示物を多言語で解説・紹介するアプリを開発する。</p> <p>・内容（予定）</p> <p>① 各展示室（時代）にあるジオラマにARを使って当時の様子を再現 例えば、原始・弥生時代のジオラマでは、当時の狩りの様子や稲作の様子などを再現することで、各時代をよりリアルに体感できるコンテンツを制作する。</p> <p>② 展示解説・紹介の多言語対応</p> <p>・多言語解説を「文字」と「言葉」で提供し、日本語解説も提供することで、視覚障がい者や聴覚障がい者の方もストレスなく展示を楽しめる環境を整える。</p> <p>・どのような国・地域からの来訪者が多いかや、誘客のターゲットとしている国・地域はどこか等を踏まえた上で、多言語化する言語を決定する。</p> <p>③ 子ども向けクイズなどの機能</p> <p>・スケジュール</p> <p>令和2年度 東国文化古墳展示室 （国宝登録予定の群馬綿貫観音山古墳出土品を展示） 多言語化する言語 （英語、中国語（簡体字）、中国語（繁体字）、韓国語、ポルトガル語）</p> <p>令和3～6年度 原始、古代、中世、近世、近現代、榛名山噴火関連遺跡展示室、 デジタル埴輪展示室</p> |
| 実施主体 | 群馬県立歴史博物館 |
| 実施時期 | 令和2年度～令和6年度 |
| 継続見込 | 常設展示で活用（財源：入館料） |
| アウトプット目標 | AR・多言語化が完了した展示室の満足度 80%（4.0以上） 全展示室多言語化完了後 観覧料の改定 現在の観覧料の2倍以上（600円以上） |
| 関連目標 | 取組強化事項2 「日本の最先端技術を駆使した博物館」へのイノベーション 達成する目標 ⑦デジタルコンテンツ満足度 |

(事業番号2-③)

| | |
|----------|---|
| 事業名 | 「榛名山噴火関連遺跡」体験型コンテンツ制作事業 |
| 事業内容 | 榛名山噴火関連遺跡の世界的な価値や魅力を余すことなく体感できる体験型コンテンツをVR・ARを駆使して制作する。 ・内容（予定） 令和5年度 黒井峯遺跡 古墳時代の生活を体感 令和6年度 金井東裏遺跡 火山災害を被った古墳人 世界一の規模を誇る水田遺構 古墳時代の水田の仕組みを体感 制作したコンテンツは歴史博物館の新たな体験型コンテンツとして常設展示。 |
| 実施主体 | 群馬県立歴史博物館 |
| 実施時期 | 令和5年度～令和6年度 |
| 継続見込 | 常設展示で活用（財源：入館料） |
| アウトプット目標 | 体験型コンテンツ制作数 令和4年度 1 令和5年度 1 令和6年度 1 |
| 関連目標 | 取組強化事項1 「世界にここだけの博物館」へのイノベーション 達成する目標 ⑦デジタルコンテンツ満足度 |

(事業番号2-④)

| | |
|----------|--|
| 事業名 | 歴博ストーリーづくり事業 |
| 事業内容 | 展示物の歴史的、文化的背景を映像でビジュアル的に解説するとともに、「埴輪」「古墳」などの専門用語がわからない外国人や子ども向けの基本情報の充実を図る。 ・内容 ① 外国人をはじめ、子どもからお年寄りまで、さらに歴史に関心がない人たちなど、だれでも興味・関心を持てるコンセプトを統一したストーリー性のあるわかりやすい内容に見直す。 ② 小学生、中学生以上、歴史マニアの3つのレベルで展示解説を用意する。 ・スケジュール 令和2～3年度 歴博ストーリーづくり検討会の設置 各時代の専門家の意見を聞きながら展示解説の見直しを行い、AR・多言語アプリで活用する。 令和4～6年度 群馬県のマスコットキャラクター「ぐんまちゃん」のアニメーションなどを使った展示解説やパネルの整備 事業2-②の多言語解説アプリ事業と連動してインバウンド向けの英語併記パネルを整備する。 |
| 実施主体 | 群馬県立歴史博物館 |
| 実施時期 | 令和2年度～令和6年度 |
| 継続見込 | 常設展示の展示解説として使用（財源：入館料） |
| アウトプット目標 | 展示解説リニューアル後の展示室の満足度 令和4年度 90%（4.5） |
| 関連目標 | 取組強化事項1 「世界にここだけの博物館」へのイノベーション 達成する目標 ①来訪者の満足度（日本人） ②来訪者の満足度（外国人） |

(事業番号 2-⑤)

| | |
|----------|--|
| 事業名 | 古墳等遺跡VR制作・案内看板デジタル化事業 |
| 事業内容 | 古墳の築造当時の様子を再現するVRを制作する。また、各遺跡に設置している案内看板にQRコードをつけて読み込むとドローンなどを使った映像で遺跡の解説・紹介を行う機能を追加する。 ・古墳等遺跡VR制作 令和元～6年度までに10カ所 ※「地域文化財総合活用推進事業」を活用 ・案内看板のデジタル化 令和元～3年度までに30カ所 ※「地域文化財総合活用推進事業」を活用 |
| 実施主体 | 群馬歴史文化遺産発掘・活用・発信実行委員会（群馬県文化振興課事務局） |
| 実施時期 | 令和2年度～令和6年度 |
| 継続見込 | 継続して使用（財源：群馬県の予算） |
| アウトプット目標 | 古墳等遺跡VR制作 コンテンツ制作数 毎年2カ所 案内看板デジタル化 毎年10カ所 |
| 関連目標 | 取組強化事項4 「地域をつなぐハブ博物館」へのイノベーション 達成する目標 ⑥関連展示・イベント参加者数 |

4-1-3. 国内外からの観光旅客の移動の利便の増進その他の文化資源保存活用施設の利用に係る文化観光に関する利便の増進に関する事業

(事業番号 3-①)

| | |
|----------|--|
| 事業名 | 歴博×埴輪×古墳×群馬の食 古(いにしえ)の群馬体感事業 |
| 事業内容 | <p>県内の歴史系博物館(文化資源保存活用施設)や埴輪、古墳などの遺跡を周遊し、歴史博物館とフィールド全体で古墳時代を中心に群馬の歴史文化遺産を体感できる文化観光を整備する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・内容 <ol style="list-style-type: none"> ① 古の群馬体感パンフレットの制作 県内の歴史系博物館(文化資源保存活用施設)や埴輪、古墳などの遺跡の紹介に、歴史体感イベント情報や群馬の食を加えたパンフレットを制作する。 ※歴史博物館ホームページで同じ情報を発信。 ② 古の群馬を巡る周遊バスの運行 歴史博物館を中心に、エリア別に歴史系博物館や古墳などを周遊するバスを運行する。 ※土日・平日での運行を行い、平日の観光促進を促す。 ③ 高崎駅←→群馬の森の臨時バスの運行 「群馬が世界に誇る文化資源」企画展の開催時に併せて、関連する史跡を巡る臨時バスを運行する。 ・スケジュール 令和3年度 臨時バスの運行(毎年期間を決めて運行) 令和4年度 古の群馬体感パンフレットの制作 令和5～6年度 古の群馬を巡る周遊バスの運行 |
| 実施主体 | 群馬県(文化振興課歴史文化遺産室) |
| 実施時期 | 令和3年度～令和6年度 |
| 継続見込 | バス事業者による運行(財源:乗車料) |
| アウトプット目標 | <p>パンフレット制作部数 2万部</p> <p>周遊バス運行 乗車人数 延べ50名/日</p> <p>臨時バス運行 乗車人数 10名/便</p> |
| 関連目標 | <p>取組強化事項4 「地域をつなぐハブ博物館」へのイノベーション</p> <p>達成する目標 ⑥関連展示・イベント参加者数</p> |

4-1-4. 文化資源に関する工芸品、食品その他の物品の販売又は提供に関する事業

(事業番号 4-①)

| | |
|----------|---|
| 事業名 | 文化資源を活用した商品企画開発事業 |
| 事業内容 | <p>埴輪や古墳などの文化資源を使ったミュージアムショップ、カフェ、レストラン等の来訪者の満足度向上に向けた商品等の開発（企画立案）を民間事業者と協働で行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・内容（予定） <ul style="list-style-type: none"> ① ミュージアムショップ等オリジナル商品の企画開発 埴輪グッズなど、ミュージアムショップや県内事業者と協働して、来訪者の満足度向上につながるオリジナル商品等の開発（企画立案）を行う。 ② 埴輪工房の設置 来館者への新たなサービスとして、お土産となる「手作り埴輪」を制作できる工房を設置する。 ・スケジュール 令和2～6年度 オリジナル商品の開発 令和5年度 埴輪工房の設置 |
| 実施主体 | 群馬県（文化振興課歴史文化遺産室） |
| 実施時期 | 令和2年度～令和6年度 |
| 継続見込 | ミュージアムショップやカフェ等での商品提供・販売（財源：各事業者負担） |
| アウトプット目標 | 商品開発数 令和4年度 2 令和5年度 2 令和6年度 2 令和5年度 埴輪工房の設置 |
| 関連目標 | 取組強化事項6 文化資源に関する商品開発 達成する目標 ①来訪者の満足度（日本人） ②来訪者の満足度（外国人） |

4-1-5. 国内外における文化資源保存活用施設の宣伝に関する事業

(事業番号 5-①)

| | |
|----------|--|
| 事業名 | 群馬の文化資源「埴輪」「榛名山噴火関連遺跡」世界プロモーション展開事業 |
| 事業内容 | <p>群馬県が世界に誇る文化資源である「埴輪」と「榛名山噴火関連遺跡」の世界的な価値と魅力を県内外に伝える世界プロモーション用の映像を制作するとともに、世界に情報発信する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・内容（予定） ① シンポジウムの開催 <ul style="list-style-type: none"> ・埴輪シンポジウムの開催 県内外の考古研究者や造形作家とともに埴輪の価値を語るシンポジウムを開催する。 ・榛名山噴火関連遺跡シンポジウムの開催 世界的な価値をテーマ別にシリーズで語るシンポジウムを開催する。 ※シンポジウム概要を群馬県動画・放送スタジオ「tsulunos（ツルノス）」で配信 ② 世界プロモーション映像（多言語対応）の制作 <ul style="list-style-type: none"> ・埴輪の世界プロモーション映像の制作 埴輪が作られた背景・種類、造形美など、埴輪の魅力を県内外に伝える世界プロモーション用の映像を制作し、「埴輪王国・群馬」を県内外に発信する。 ・榛名山噴火関連遺跡の世界プロモーション映像の制作 榛名山噴火関連遺跡の世界的な価値を県内外に伝える世界プロモーション用の映像を制作し、「日本のポンペイ・黒井峯遺跡」などを県内外に発信する。 ※「tsulunos（ツルノス）」で配信。 ③ 世界プロモーションの展開 <ul style="list-style-type: none"> ・日本政府観光局（JNTO）による海外宣伝等への依頼や海外メディア等への売り込み。 ・知事のトップセールスによる海外への売り込み。 ・スケジュール <ul style="list-style-type: none"> 令和3年度～ 埴輪シンポジウムの開催 埴輪の世界プロモーション映像の制作 令和4年度～ 榛名山噴火関連遺跡シンポジウムの開催 令和5年度～ 榛名山噴火関連遺跡の世界プロモーションの展開 ※新型コロナウイルスの感染状況を勘案して実施 令和6年度～ 榛名山噴火関連遺跡の世界プロモーション映像の制作 |
| 実施主体 | 群馬県（文化振興課歴史文化遺産室） |
| 実施時期 | 令和3年度～令和6年度 |
| 継続見込 | 群馬県動画・情報スタジオ等で配信（財源：群馬県の予算） 群馬県観光セクション（財源：群馬県の予算）や旅行業者によるプロモーションの展開（財源：旅行業者負担） |
| アウトプット目標 | シンポジウムの開催 参加人数 埴輪 500人 榛名山噴火関連遺跡 毎回500人 映像制作 視聴回数 1千回再生 |
| 関連目標 | 取組強化事項3 「世界につながる博物館」へのイノベーション 達成する目標 ③来訪者数（日本人） ④来訪者数（外国人） |

4-1-6. (1) ~ (5) の事業に必要な施設又は設備の整備に関する事業

(事業番号6-①)

| | |
|----------|---|
| 事業名 | デジタル埴輪展示室整備事業 |
| 事業内容 | 埴輪3Dデジタル展示や国宝「武人埴輪」レプリカ等のハンズオン展示、VR・ARを駆使した体感型の展示、多言語解説などに、現在常設展示されていない国重要文化財「塚廻り古墳出土埴輪」を展示した「デジタル埴輪展示室」を新たに整備する。 ・新設時期 令和3年度 ・関連事業 1-① |
| 実施主体 | 群馬県立歴史博物館 |
| 実施時期 | 令和3年度～令和6年度 |
| 継続見込 | 常設展示室として活用(財源:入館料) |
| アウトプット目標 | 「デジタル埴輪展示室」の新設 新設後の来訪者数 令和4年度 |
| 関連目標 | 取組強化事項1 「世界にここだけの博物館」へのイノベーション 達成する目標 ⑤来館者のリピート率 |

(事業番号6-②)

| | |
|----------|---|
| 事業名 | 榛名山噴火関連遺跡展示室整備事業 |
| 事業内容 | 出土品のレプリカ等のハンズオン展示、VR・ARを駆使した体感型の展示、多言語解説などに、出土した文化財を新たに展示する「榛名山噴火関連遺跡展示室」を整備する。 令和4年度に展示室を新設し、令和5～6年度にかけて制作した体験型コンテンツを随時追加していくものとする。 ・新設時期 令和4年度 ・関連事業 1-③、2-③ |
| 実施主体 | 群馬県立歴史博物館 |
| 実施時期 | 令和6年度 |
| 継続見込 | 常設展示室として活用(財源:入館料) |
| アウトプット目標 | 「榛名山噴火関連遺跡展示室」の新設 新設後の来訪者数 令和7年度 未定 |
| 関連目標 | 取組強化事項1 「世界にここだけの博物館」へのイノベーション 達成する目標 ⑤来館者のリピート率 |

(事業番号6-③)

| | |
|----------|--|
| 事業名 | 3Dアーカイブスタジオの新設 |
| 事業内容 | <p>歴史博物館に収蔵している数々の収蔵品を3D、2Dでスキャンするミニスタジオを整備する。</p> <p>本計画で埴輪など一部の収蔵品については、3Dアーカイブ化を進めるが、将来的にデジタルコンテンツをパブリックドメインとして活用を図る上で、今後、継続的なコンテンツの拡充が求められる。</p> <p>博物館が独自で3Dデータを取得することができれば、継続的なコンテンツの拡充が可能となり、オープンアーカイブとして、観光事業者や広告代理店、商品開発事業など、幅広く利用できるよう、コンテンツのパブリックドメイン化を適正に進める。その上で、各種コンテンツを汎用性の高いデータとして整備し、公的機関、学校、民間団体等が幅広く活用できるようなデータの提供を目指す。</p> <ul style="list-style-type: none">・新設時期 令和6年度・関連事業 1-③ |
| 実施主体 | 群馬県立歴史博物館 |
| 実施時期 | 令和6年度 |
| 継続見込 | 継続的に展示品のデジタルコンテンツ化を実施 |
| アウトプット目標 | 令和6年度のデジタルアーカイブ 10点 |

4-2. 特別の措置に関する事項

4-2-1. 必要とする特例措置の内容

| | |
|-----------------------|--------------------|
| 事業番号・事業名 | |
| 必要とする特例の根拠 | 文化観光推進法第 条 (法の特例) |
| 特例措置を受けようとする主体 | |
| 特例措置を受けようとする事業内容 | |
| 当該事業実施による文化観光推進に対する効果 | |

※現時点では該当なし

4-3. 必要な資金の額及び調達方法

| | 総事業費 | 所要資金額 | | 調達方法 |
|-------|------------|-----------------------|-------------------------------------|------------------------------|
| | | 自己資金 | その他 | |
| 令和2年度 | 92,853 千円 | 22,817 千円 2,503 千円 | 45,633 千円 2,498 千円 19,402 千円 | 文化クラスター 地域ゆかり 地域文化財 |
| 令和3年度 | 104,000 千円 | 25,000 千円 3,000 千円 | 50,000 千円 6,000 千円 20,000 千円 | 文化クラスター 地域ゆかり 地域文化財 |
| 令和4年度 | 75,000 千円 | 25,000 千円 | 50,000 千円 | 文化クラスター |
| 令和5年度 | 80,000 千円 | 20,000 千円 | 40,000 千円 20,000 千円 | 文化クラスター 地域文化財 |
| 令和6年度 | 97,000 千円 | 20,000 千円 5,000 千円 | 40,000 千円 12,000 千円 20,000 千円 | 文化クラスター 地域ゆかり・寄付 地域文化財 |
| 合計 | 450,731 千円 | 123,946 千円 | 326,785 千円 | |

地域ゆかり：地域ゆかりの文化遺産を活用した展覧会支援事業

地域文化財：地域文化財総合活用推進事業

「Living History促進事業」の活用については、採択時に加算

5. 計画期間

【令和2年度】

- ・群馬が世界に誇る文化資源である「埴輪」の3Dアーカイブ化に着手する（令和3年度までに70体）。
- ・歴史的・社会的背景がわかり、子どもから高齢者、外国人旅行客など、だれでも興味・関心が持てるストーリーづくりに着手する（～令和3年度）。
- ・「榛名山噴火関連遺跡」の世界的な価値を、県内外の研究者を集めて調査研究する（～令和5年度）。
- ・VRを駆使した体感型コンテンツやハンズオン展示など、常設展示室のデジタル化を計画的に進める。
（令和2年度 国宝登録予定の群馬県綿貫観音山古墳出土品を展示している東国古墳文化展示室、令和3年度原始、令和4年度古代、令和5年度中世、令和6年度近世の順にデジタル化）。
- ・ARを使った体感型コンテンツが楽しめ、展示物の多言語化対応ができるアプリを開発し、計画的に常設展示室の多言語化などを進める。
（令和2年度 国宝登録予定の群馬県綿貫観音山古墳出土品を展示している東国古墳文化展示室、令和3年度原始、令和4年度古代、令和5年度中世、令和6年度近世の順にデジタル化）。
- ・古墳や遺跡などで古墳時代を体感するため、VRコンテンツの制作や案内看板のデジタル化を進める（～令和6年度）。

【令和3年度】

- ・東京国立博物館所蔵の群馬県出土の埴輪などを一堂に集めた企画展「群馬の埴輪展（仮称）」を開催する。また、前年度事業で制作した国宝武人埴輪のレプリカや古代の衣装をハンズオン展示する。
- ・埴輪の魅力を語るシンポジウムを開催するとともに、世界プロモーション映像を制作し、県内外に「埴輪王国・群馬」を発信する。
- ・群馬の埴輪3Dデジタル展示や国宝「武人埴輪」レプリカ等のハンズオン展示、VR・ARを駆使した体感型の展示、多言語解説などに、現在常設展示されていない国重要文化財「上野塚廻り古墳群出土埴輪」を展示した「デジタル埴輪館」を新たに整備する。
- ・県内の歴史系博物館や埴輪、古墳等の遺跡などを周遊するバスの運行や、高崎駅と群馬の森を結ぶ臨時バスを運行する（～令和6年度）。

【令和4年度】

- ・新たな歴博ストーリーに基づき、群馬県のマスコットキャラクター「ぐんまちゃん」のアニメーションなどをつかった展示解説やパネルを整備する（～令和6年度）。
- ・榛名山噴火関連遺跡の世界的な価値を語るシンポジウムを開催するとともに、出土品のデジタルアーカイブ化（令和5年度までに40体）や体験型コンテンツの制作（令和6年度までに3コンテンツを制作）に着手する。
- ・埴輪や古墳を使ったミュージアムショップ等で販売・提供する商品を民間事業者と開発する（令和6年度までに6つの商品を開発）。
- ・来館者への新たなサービスとして、お土産となる「手作り埴輪」を制作できる埴輪工房を設置する。

【令和5年度】

- ・榛名山噴火関連遺跡の世界的な価値を県内外に伝える世界プロモーション用の映像を制作する。

【令和6年度】

- ・企画展「今、解き明かさせる榛名山噴火関連遺跡のすべて（仮称）」を開催する。

- ・ 出土品のレプリカ等のハンズオン展示、VR・ARを駆使した体感型の展示、多言語解説などに、出土した文化財を新たに展示する「榛名山噴火関連遺跡展示室」を整備する。