

【計画名：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計画目標の達成状況

目標項目名(単位)	R2			R3			R4		R5		R6	
	目標	実績	達成率	目標	実績	達成率	目標	実績	目標	実績	目標	実績
来訪者の満足度(日本人)(%)	88	82	93%	90	89	99%	90		90		90	
来訪者の満足度(外国人)(%)	80	—	—	80	—	—	85		85		90	
来訪者数(日本人)(千人)	70	60	86%	120	74	62%	130		140		150	
来訪者数(外国人)(千人)	0.03	0.016	53%	0.15	0.025	17%	0.30		0.45		0.60	
来館者リピート率(%)	35	25	71%	40	38	95%	45		50		60	
関連行事・イベント参加者数(千人)	10	3.6	36%	30	6.2	21%	15		18		70	
デジタルコンテンツ満足度(%)	80	—	—	80	66	83%	88		90		90	

③計画で取り組んだ事業の進捗状況

事業番号	事業名	R2	R3	事業類型毎の実績額
事業1-①	埴輪3Dアーカイブ化事業	・県内埴輪50体の3Dアーカイブ化 ・3Dデータを活用したコンテンツ製作	・県内埴輪20体の3Dアーカイブ化	22.7百万円
事業1-②	「榛名山噴火関連遺跡」調査研究 ※群馬県予算	・榛名山噴火関連遺跡研究会を立ち上げ、2度の会議を開催	・2度の会議を開催	
事業1-③	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1-④	「群馬が世界に誇る文化資源」企画展事業	・新・すばらしき群馬の埴輪展を開催	・新・すばらしき群馬の埴輪展を開催	
事業1-⑤	GUNMA Ancient Living History事業	—	—	
事業2-①	常設展示デジタル化推進事業	・東国古墳文化展示室のデジタル化	・古代展示室のデジタル化	41.4百万円
事業2-②	AR・多言語アプリ開発事業	・アプリ「G-歴博なび」を開発	—	
		・東国古墳文化展示室のARコンテンツを開発	・古代展示室・デジタル埴輪展示室のARコンテンツを開発	
		・東国古墳文化展示室展示品の多言語解説を制作	・古代展示室・デジタル埴輪展示室の多言語解説を制作	
		・展示解説の多言語作成委員会を4回実施	・展示品解説の多言語作成委員会を4回実施	
事業2-③	「榛名山噴火関連遺跡」体験型コンテンツ制作事業	—	—	
事業2-④	歴博ストーリーづくり事業	・歴博ストーリーづくり検討委員会を設置、2回の会議を実施	・3回の会議を実施 ・成果報告書を刊行	
事業2-⑤	古墳等遺跡VR制作・案内看板デジタル化事業	・県内2箇所遺跡のVRを制作 ・県内10箇所古墳、遺跡の動画を作成、案内看板のデジタル化を実施	・県内2箇所遺跡のVRを制作 ・県内10箇所古墳、遺跡の動画を作成、案内看板のデジタル化を実施	
事業3-①	歴博×埴輪×古墳×群馬の食 古の群馬体感事業	—	・周遊バスツアーを実施	0.1百万円
事業4-①	文化資源を活用した商品企画開発事業	・県内企業と連携し、8商品を開発	・県内企業と連携し、4商品を開発	—
事業5-①	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6-①	デジタル埴輪展示室整備事業	—	・デジタル埴輪展示室整備を実施 ・埴輪の体験型デジタルコンテンツ制作を実施 ・3D埴輪パズル製作を実施	28.3百万円
事業6-②	榛名山噴火関連遺跡展示室整備事業	—	—	
各年度ごとの実績額→		43.9百万円	48.5百万円	92.5百万円

②計画目標の達成状況に関する分析・評価

<p>(分析)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症の影響による臨時休館等で、来館者数は目標値を下回っているが、R2と比較するとR3は+14千人と大きく改善している。また、令和3年度はまん延防止措置や展示替えに伴う休館期間が長かったため、1日平均の来訪者数は355人/日となり、コロナ前であるH30が334人/日であったことを踏まえるとコロナ前の水準以上に回復している。 ・満足度は、新型コロナウイルス感染症の影響により、外国人来館者のアンケートが取れていない。 ・来訪者の満足度が令和3年度は89%（最上位評価では60%）に上がり、また、常設展示室(デジタル埴輪展示室含む)の満足度は92%(最上位評価で62%)となっており、これは事業2-①や2-②による効果と考える。 ・来館者リピート率は、新型コロナウイルス感染症の影響及び新規来館者の増加により目標に至らなかったものの、デジタル埴輪展示室整備後には、新規来館者が8割を超え、県外からの利用者も半数を超えるなど、新規顧客層の獲得に繋がった。 <p>(評価)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・来訪者の満足度(日本人)は概ね目標を達成できている。 ・来館者リピート率は目標達成には至らなかったものの、事業6-①により、これまでとは違った客層への訴求効果が認められ、今後の来館者・リピート率増加が期待できる。 ・新型コロナウイルス感染症の影響により、来訪者数(日本人)及び外国人来訪者にかかる項目は達成できていないものの、1日平均の来訪者数は、コロナ前であるH30を超えており、コロナ前の水準以上に回復できたことは、事業の成果と言える。 ・デジタルコンテンツ満足度については、AR多言語アプリと連動するQRコードの読み取りづらさで不満があったが、コンテンツ内容については好評であった。QRコードについても、改善済みである。
--

④事業の進捗状況に関する分析・評価

<p>(分析)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業1-①の埴輪3Dデータについては、県内出土の国宝や重要文化財を含む埴輪70体の高精細な埴輪デジタルデータを取得できた。 ・事業2-①の常設展示デジタル化については、上野三碑や県内古墳の3Dデータやドローン映像、VRを活用した映像コンテンツにより、群馬の歴史を魅力的に体感的に学ぶことのできるコンテンツを国宝展示室と古代展示室に導入した。 ・事業2-②のAR・多言語アプリ開発事業については、令和2年度事業としてリリースした「G-歴博なび」において、5言語(英語・ポルトガル語・韓国語・中国語(簡・繁体字))によるテキスト及び音声解説で整備し、また、群馬の古代を代表する綿貫観音山古墳の埴輪や黒井峯遺跡のジオラマを分かりやすく解説するARコンテンツを、国宝展示室、古代展示室、デジタル埴輪展示室の3室において運用開始できた。 ・事業2-④については、観光、インバウンド、教育、歴史など多分野の専門家から常設展示のストーリーやわかりやすい展示解説について意見をいただき、常設展示のデジタル化に反映した。さらに、「歴博ストーリーづくり検討委員会にかかる報告書」をまとめることができた。 ・事業3-①については、新型コロナウイルス感染症の影響により、バスの定員を乗車人数の半分以上の20名として実施したが、一部の便では満席での催行となるなど、来訪者のニーズに対応した事業となっている。また、コロナ禍における個人周遊観光の新しい取組として、県内観光事業者と連携して、本県の歴史遺産を観光資源として周遊するタクシーツアー企画のため、ドライバーを対象とした研修を実施した。 ・事業6-①のデジタル埴輪展示室整備については、埴輪3Dデータを活用したホログラム展示やインタラクティブな操作で埴輪を様々な方向から観察することが出来る埴輪スコープなど国内博物館では他に類を見ないデジタルコンテンツの導入など、より体感的にその魅力を伝えられる展示室を整備できた。また、展示室整備後には、複数のメディア関係者による取材や国内各地の博物館関係者の視察など、関係者からの反響も大きい。 <p>(評価)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業1-①により、埴輪という文化資源を館内外の様々な分野で利活用できる可能性を拡げることができた。 ・事業2-①により、各展示室の魅力をわかりやすく伝えることができ、来訪者の満足度アップにつなげることができた。 ・事業2-②により、日本語での分かりやすい解説や多言語作成委員会の検討を経た分かりやすい外国語解説を実現できたため、国内外の幅広い客層に対応したアプリが構築できたことから、今後の来館者の満足度向上が期待される。 ・事業2-④については、歴博ストーリーづくり検討委員会で各委員から提言を受けたことにより、文化観光施設として外国人を含む来館者満足度をあげるために、どの部分を機能強化すべきかの見通しを得ることができた。 ・事業3-①については、来訪者のニーズに対応した事業を実施することができた。また、計画完了後も民間事業者が主体となって自走していく環境ができてつある。 ・事業6-①については、実物とデジタル技術を融合させ、デジタル技術を全面的に活用した国内初の埴輪展示を整備することにより、群馬が世界に誇る文化資源「埴輪」の価値と魅力を力強く発信できることが期待できる。 ・上記のとおりデジタル技術を活用した館内の機能強化を実施したことにより、来訪者の満足度向上につながったと考える。

⑤拠点施設の要件に関する取組状況

	↓文化観光拠点施設名
要件	群馬県立歴史博物館
・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	<ul style="list-style-type: none"> ・群馬県が世界に誇る文化資源である「埴輪」の3Dデータについて、県内出土の国宝や重要文化財を含む埴輪70体の高精細な埴輪デジタルデータを取得できた。今後、オープンアーカイブとして幅広く活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たい。 ・観光、インバウンド、教育などの多分野の専門家と歴史学者、考古学者をメンバーとする「歴博ストーリーづくり検討委員会」を設置し、常設展示のストーリーやわかりやすい展示解説についての意見をいただき、常設展示のデジタル化に反映した。 ・国宝展示室では、VRやAR等のデジタル技術の効果的な活用とそれに伴う展示室のゾーニング変更により、国宝群馬県綿貫観音山古墳出土品の魅力を深くかつ分かりやすく伝える整備を実施した。 ・古代展示室では、高精細3Dデータやデジタル映像等の効果的な活用とそれに伴う展示室のゾーニングの変更により、大型古墳や上野三碑など群馬が誇る古代歴史資産の魅力を深くかつ分かりやすく伝える整備を実施した。 ・デジタル埴輪展示室では、高精細3Dデータを活用し、ホログラム等のデジタル技術を用いた国内初となる埴輪コンテンツの設置や、埴輪を様々な角度から観察したり、埴輪の発掘体験ができたりといった、来館者が埴輪の魅力を楽しみながら能動的に理解できる新たな展示室整備を実施した。
・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	<ul style="list-style-type: none"> ・AR・多言語アプリ「G-歴博なび」を開発し、ARコンテンツとして、群馬の古代を代表する綿貫観音山古墳の埴輪や黒井峯遺跡のジオラマを分かりやすく解説するコンテンツや埴輪3Dで出現させ、一緒に記念撮影も出来るコンテンツなどにより、群馬の歴史を広く楽しく学べる環境を整えた。さらに、一般的な解説（多言語含む）とより専門的な解説をワンタッチで切り替え、来訪者のレベルに合わせた解説を行うことが可能となった。 ・国宝展示室では、古墳の歴史の古さや質の高い埴輪や副葬品、中国や朝鮮とのつながりや当時の社会的背景などを、VRや埴輪の3Dデータを活用したデジタル映像や音響などを活かして、文字の説明を最小限とした上で視覚的にわかりやすく体感できるデジタルコンテンツを整備したことで、国宝である展示品の歴史的価値を没入感をもって体感できることができる。 ・古代展示室では、群馬が誇る古代展示品の歴史的価値を直感的に理解できる3Dデータを駆使したデジタル映像を制作した。 ・デジタル埴輪展示室では、埴輪3Dデータを活用したホログラム展示やインタラクティブな操作で埴輪を様々な方向から観察することが出来る埴輪スコープにより、「埴輪」を広く楽しく学べる展示空間を新たに整備した。
・外国人観光旅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	<ul style="list-style-type: none"> ・AR・多言語アプリ「G-歴博なび」を新たに開発し、5言語（英語・ポルトガル語・韓国語・中国語簡体・繁体）での展示品解説（文字と音声）する環境を国宝展示室、古代展示室、デジタル埴輪展示室の3室で整備した。多言語化にあたっては、「Howto多言語解説文整備」を参考に多言語作成委員会を設置し、一般外国人と専門家、双方のネイティブ・スピーカーの知見を取り入れるとともに、委託業者もネイティブライター等の専門人材を活用して、外国人目線での解説文作成を進めた。
・文化観光の推進に関する多様な関係者との連携体制の構築	<ul style="list-style-type: none"> ・計画立案の段階からDMOでもある(公財)群馬県観光物産国際協会とは適宜相談を行い、事業実施においてもバスルートの検討や多言語作成委員会のメンバーとなるネイティブの紹介など助言をもらい、連携して事業を進めることが出来た。 ・県内で活動する歴史文化団体等と県で構成する歴史文化遺産発見・発掘・発信実行委員会が制作したコンテンツを素材とした新たなコンテンツを制作するなど共同申請者とは密に連携しながら事業を遂行している。特に歴史文化遺産発見・発掘・発信実行委員会は事業2-⑤を実施し、古墳・遺跡の周遊に寄与することが出来た。 ・群馬県観光物産国際協会のアドバイスを受けながら博物館を拠点として、関連する古墳や史跡、資料館を巡る周遊バスを運行した。 ・県内観光事業者と連携したコロナ禍における周遊観光の新しい取組として、本県の歴史遺産を観光資源として活用し、県内を周遊するタクシーツアー企画のため、ドライバーを対象とした研修を実施した。 ・埴輪の3Dアーカイブ化事業においては、県内市町村や埴輪所蔵施設の協力を得て、群馬を代表する本県出土埴輪の3Dアーカイブ化を実施した。 ・そのほか、群馬県が商標登録している「HANI」を冠したオリジナル商品の開発に際しては、東和銀行や県内食品・繊維・木工事業者等幅広い事業者と連携しこれまでに12商品を開発した。 ・このように、拠点計画ではあるが、観光事業者や市町村、民間事業者など多様な関係者との連携体制を構築し、事業を推進している。
・文化観光の推進に関する各種データの収集・整理・分析	<ul style="list-style-type: none"> ・博物館来訪者へのアンケート調査を通年で実施しており、来訪者の満足度を把握している。事業完了後は、アンケート内容も併せて見直しを図り、展示室のデジタル化や多言語化、新設したデジタル埴輪展示室等の満足度についても把握している。デジタル埴輪展示室は、来館者満足度の最上位評価が58%と好評を得ている。 ・今後外部でのアンケート調査等による市場ニーズの把握や、館外でのデジタルサテライト展示などを行うことで、新規来館者層の獲得につなげたい。
・文化観光の推進に関する事業の方針の策定及びKPIの設定・PDCAサイクルの確立	<ul style="list-style-type: none"> ・事業は認定計画に基づいて、計画的に実施している。KPIの早期達成に向けて、榛名山噴火関連遺跡展示室については、展示室整備を前倒しで実施し、整備後にコンテンツの充実を進める。個別事業の実施においては、企画段階で時間をかけ、複数の関係者の意見を聞きつつ、検討を重ねながら実施した。 ・コーチング事業を活かしながら、計画に基づく事業の遂行により、来館者満足度を上げることで来館者の増加、入場料収入の増加を図っていく。

⑥観光関係者（DMOなど）からの評価

<p>((公財)群馬県観光物産国際協会(DMO))</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルスの影響で地域における観光の状況は、観光入込客数(R2)は、40,216千人で、R1年比▲39.1%(H30年比▲38.3%)と大幅な下落となった(R3年度の入込客数は集計中)。歴史博物館のR3来訪者数は74千人でR2年比123.3%と大きく回復したものの、コロナ前の水準にはまだ届いていない。コロナ禍において臨時休館や入館制限がある中で、歴史博物館所蔵の「綿貫観音山古墳出土品」の国宝指定に伴う「国宝展示室」の整備(事業2-①)や、「デジタル埴輪展示室」の整備(事業6-①)により、来訪者数を一定程度維持できたと考えている。また、歴史博物館における来訪者満足度は89%と、これまでと比較しても高くなっている。 ・また、R2年度のグーグルの国内検索ワードランキングで、本県の1位は古墳となり、さらに群馬県企画・制作アニメ「ぐんまちゃん」でも古墳や埴輪がキャラクターとして登場していることから、群馬の古墳・埴輪に対する注目度は大きい。コロナ禍で県内観光客が大幅に落ち込む一方で、県内古墳や関連する資料館等への問合せや来訪者は増加しており、ウィズコロナにおいて、屋外である古墳の周遊は観光客に安全に楽しんでもらえるコンテンツでもある。古墳や埴輪が群馬県のキラコンテンツとして、県が力を入れているリトリートやワーケーションの一環として、周遊観光に結びつくことを期待している。 ・当協会としても、2020年に群馬DC（デスクティネーションキャンペーン）で、古墳を観光素材の1つとして発信し、ツアー造成支援なども行ったことから、今後も本計画と連動して、本県の貴重な歴史資産である古墳や文化施設などを活用した周遊観光の促進などに力を入れていきたい。 ・コロナ収束後においては、日本を訪れる外国人観光客の本県への誘客を図り、インバウンド観光を促進するため、埴輪や榛名山噴火関連遺跡の魅力を紹介する海外向けプロモーションなどの情報発信をしっかりと進めていく必要があると考えている。 ・R4年度には上野三碑がユネスコ「世界の記憶」登録5周年となることから臨時バス運行など関連事業を行う中で、面的な盛り上がりが作れるよう協力していきたい。
--

⑦今後の改善の方向性

<ul style="list-style-type: none"> ・事業1-①については、コロナ禍で取得できなかった東京国立博物館の国宝武人埴輪を始めとした県外施設収蔵の埴輪3Dアーカイブ化を行う。 ・事業2-④については、外国人観光旅客の来訪に適切に対応できるよう、事業2-②と連動して、館内サインや解説パネルに英語を付記するなどの多言語化を進めていく。また、来館者目線で歴史の背景を解説するパネルについても順次整備を行う。 ・事業3-①については、コロナ禍でツアー催行が減少する中、計画終了後には旅行者主催のツアーとして催行してもらえるよう、県内バス事業者やタクシー事業者に働きかける。計画内で実施した事業行程及び成果をアピールポイントに旅行者のニーズを伝えていきたい。 ・事業4-①については、これまで商標「HANI」の裾野を広げる取組として民間主導での商品開発を進めてきたが、今後は博物館オリジナル商品の開発・販売を行うことで収益化を目指す。 ・事業6-②については、来訪者満足度を高め、目標を早期に達成するため、展示室整備を前倒しで行うこととする。 ・これまで事業ごとの年度末時点の目標値として、満足度やリピーター率を目標値として設定していたが、年度末に事業が完了すると目標達成が難しいという課題があるため、事業ごとの目標値の設定については検討したい。 ・事業2-①、6-①など、デジタル化したコンテンツについては、館内での利用にとどまらず、高崎駅等でのサテライト展示など積極的な館外利用に努めたい。 ・来訪者アンケートについて、これまでの取組成果を把握するため、DMOとも連携してアンケート項目・対象者・取得方法を再検討する。 ・さらに、外部の意見も把握し、さらなる新規来館者数の増加につなげるため、博物館外におけるアンケート実施を検討する。
--