

BS日テレ「ニッポンの神業ミュージアムプロジェクト」

群馬県桐生市 × 株式会社 BS日本

取組概要

BS日テレが“テレビ局とまちづくり”を具現化したプロジェクト。『日本の伝統技術の凄さ』を実感、番組内容も直接“見て・触って・体験できる”場を創るという思いから「ニッポンの神業ミュージアム」を群馬県桐生市に今年6月開館、4か月半 TV局と桐生市が一体となり様々なイベントを実施し桐生市の地域活性化に貢献。



古民家を改装し、展示等を行なうメイン会場



桐生市地域振興に繋がる数々のイベント告知

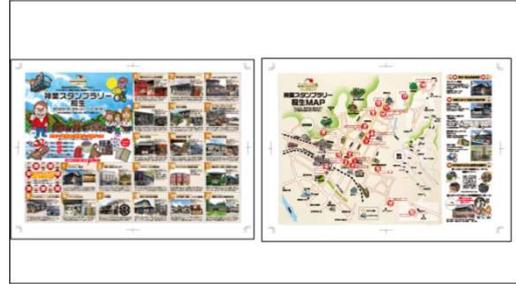
基本情報

代表地方公共団体	群馬県桐生市
代表民間団体	株式会社 BS日本
他の連携団体等	なし
カテゴリ	観光客の誘致／地域振興・交流／文化・コミュニティ対策
事業費	
めざすSDGsゴール	
事業化までの期間	2021年10月より原案開始、開催期間は2022年6月25日～11月6日の約4か月半

取組内容



小学生による桐生の民話 紙芝居コンテスト



神業スタンプラリーのパンフレット

この取組で解決した課題	群馬県桐生市は、かつては絹織物を中心とした産業で栄えた歴史ある町でしたが、繊維産業の衰退と共に人口は減少の一途を辿り、ニーズの減少、後継者問題などにより、長年受け継がれてきた伝統技術の多くが存続の危機を迎えております。今回の日本の神業ミュージアムでは、シリーズ特番「発見！ニッポンの神業SP」と連動し、番組MCのヒロミが名誉館長となって桐生に伝わる様々な伝統技術を展示。また、タレントを招いてのイベントを多数開催、市内20箇所を巡るスタンプラリーも企画。すでに約1万5千人の人が桐生を訪れ、特に市外、県外からの誘客向上に成功。さらにBS日テレの他番組でも桐生でのロケや公開収録・放送する事で桐生の町の魅力を全国の視聴者に伝える事に大きく貢献。過疎化対策としては、桐生の伝承民話を紙芝居にした桐生の小学生による民話コンテストや、コロナ禍で本格的な文化祭ができなかった桐生の高校全6校と隣のみどり市の大間々高校が参加する合同文化祭を開催。桐生清桜高校にて「外から見た桐生の魅力」をテーマとした講演等、桐生の未来を担う若者たちに自分達の町の魅力を知る機会を作り、関心を持たせることにも寄与しました。
解決に向けた手法	2022年2月にBS日本と桐生市、さらに商工会議所、商店街連盟、観光物産協会、織物協同組合などの民間団体を組織化した実行委員会を結成。地元の方達とともに企画・運営を行なうことで、それまでは官民バラバラだった桐生市をまとめ、今後の町づくりをしていく上での土壌づくり、意識改革に大きな影響を与えました。テレビ局での経験を生かした企画・演出、やタレント承知など、我々が持っているノウハウを提供し、また地元の方達が知る桐生の魅力、これまでの経験を生かすことで相乗効果生まれ、双方一体となったからこそ成立する企画をいくつも実現できました。

取組詳細

事業推進上の各団体の役割分担	桐生市と桐生市スポーツ文化事業団＝広報活動やイベント施設の提供。桐生商工会議所＝企画立案・現地スタッフの提供、資金調達・広報活動など 商店街連盟＝イベント施設・備品の提供、広報活動など 観光物産協会＝物販における地場産商品提供と管理 織物協同組合＝展示の企画・運営、階催場所の提供、景品提供など 桐生信用金庫＝クラウドファンディングの管理 その他、多数の地元企業・団体・個人が参加しました。
地域関係者との連携方法	まず桐生市長に企画プレゼン、桐生市の後援・全面的支援を頂き、市の広報監にご紹介頂いたギャラリー榊林（二階建古民家）のオーナーにご賛同頂き、無償でミュージアムとして使わせて頂きました。商工会議所の会頭・副会頭、桐生信用金庫の理事長、商店街連盟の理事長、観光物産協会の理事長等、一人一人挨拶まわりと共に企画説明、実行委員会を組織化。スタンプラリー対象施設も一軒毎ご挨拶ご説明に伺い、20軒参加頂きました。
資金調達方法	弊社予算の他に、ファンディング桐生協力のもと、クラウドファンディングを創設、寄付金募集。地元企業を一軒一軒回ってご挨拶と企画説明を行い、商工会議所や観光物産協会の会議に参加、協賛をお願いしました。
資金調達方法の補足	100万円以上ご協賛頂いた企業（計6社）は、ミュージアム内の立札に企業名を掲載させて頂きました（一社は無記名希望）。クラウドファンディングをただ立ち上げただけでは、なかなか寄付が集まらず、直接訪ねて、我々の熱意を丁寧に伝える事が人の心を動かすという事を実感しました。30以上の企業や団体と様々な会議などで説明を行ない、目標額の1000万円を達成する事ができました。
事業推進上の課題・工夫	東京から離れた桐生で4か月に及ぶ事業を行なうに辺り、地元の方達にいかに参加してもらえるか、さらに言えば、この神業ミュージアムを“自分事”として、強い参加意識をもって携わってもらえるかが大きなポイントでした。地元の方達の情報と人脈は、地方で長期の事業を行なう上で必要不可欠です。地元の方々に、その力を存分に発揮して頂くために、時には食事や酒を付き合いながらコミュニケーションを頻繁にとり、信頼関係を築いていきました。我々の熱意が伝わったことで、多くの桐生市長が意欲的に参加してくれたと実感しています。また、今回はポマト・プロというイベント会社に運営を委託しておりますが、毎週のように桐生に足を運び、地元の方々ともしっかりとコミュニケーションを取りながら、本当によくやって頂いております。運営を推進していくに辺り、イベント会社との信頼関係は特に重要であり、まず我々が任せて下さりではなく誰よりも率先して動き、意欲と熱意をもって臨むことが、信頼関係の構築に繋がったと思っております。

担当者のコメント

今回の事業は、日本の伝統文化を未来に繋ぐというコンセプトのもと、1300年の歴史を持つ織物のまち・桐生市を舞台とし、桐生市の町おこしにも繋がればとの想いでやってきましたが、我々にとっても貴重な体験となりました。テレビ番組と地方創生事業との連動という全く新しい試みは、たくさんの発見がありました。テレビ局のこれからを考えた時、テレビ局の強みであるプロデュース能力や演出能力を、地方創生事業に生かしていくことは非常に意義があり、大きな効果を発揮できる可能性を感じました。そのためには、町の方達とコミュニケーションを取ることで信頼関係を構築することが必要不可欠です。何度も現場に足を運び、こちらの熱意を伝えることでしか信頼関係は生まれません。それは決して片手間でできない事ではありますが、非常にやりがいのある仕事だと実感致しました。我々もこのような長期に渡る大規模な地方創生事業は初めての経験でしたが、今回の事業を通して、多くのノウハウを身につける事ができたと実感しています。そして今回の経験・学んだノウハウを広く伝え、次の新たな地方創生事業に生かしていければと思っております。



桐生FWでオープンファクトリー実施

優良事例応募項目

取組のポイント（3つの視点）	<p>①地方創生SDGsの視点 シリーズ特番「発見！ニッポンの神業SP」と連動し、番組MCのヒロミが名誉館長となって桐生に伝わる様々な伝統技術を展示。また、タレントを招いてのイベントを多数開催、市内20箇所を巡るスタンプラリーも企画。すでに約1万5千人の人が桐生を訪れ、特に市外、県外からの誘客向上に成功。さらにBS日テレの他番組でも桐生でのロケや公開収録・放送する事で桐生の魅力を全国の視聴者に伝える事に大きく貢献。過疎化対策として、桐生の伝承民話を紙芝居にした桐生の小学生による民話コンテストや、コロナ禍で本格的な文化祭ができなかった桐生の高校全6校と隣のみどり市の大間々高校が参加する合同文化祭を開催。桐生清桜高校にて「外から見た桐生の魅力」をテーマとした講演等、桐生の未来を担う若者たちに自分達の町の魅力を知る機会を作り、関心を持たせることにも寄与。</p> <p>②ステークホルダーとの連携 桐生市の後援・全面的支援、商工会議所の会頭・副会頭、桐生信用金庫の理事長、商店街連盟の理事長、観光物産協会の理事長、織物協同組合の皆様と実行委員会を組織化。スタンプラリー対象施設もご説明に伺い、20軒参加頂きました。</p> <p>③モデル性・波及性 BS日テレ内の様々な番組（歌番組や紀行番組）で桐生市を取り上げることで、波及的に情報伝達が行われ神業ミュージアムの誘因・来客に繋がった。</p>
----------------	---