

大学地域連携がアニメ聖地の持続可能性に果たす役割

The Role of University–Local Government Partnership in Sustaining Anime Pilgrimage Sites

近藤歩夢¹, 深井大暉², 神田亮³

Ayumu Kondo¹, Daiki Fukai², and Ryo Kanda³

¹ 香川大学大学院創発科学研究科 / Graduate School of Science for Creative Emergence, Kagawa University

² 株式会社エビデント / Evident Corporation

³ 香川大学地域人材共創センター / Regional Human Resources Development Center, Kagawa University

Abstract

This study examines the role of the fan-participatory cleanup initiative “Real Hero Club” conducted in Kan’ onji City, Kagawa Prefecture, in sustaining the vitality of anime pilgrimage sites. By reviewing the outcomes of its ten past iterations and analyzing questionnaire responses from participants, the study investigates how such activities contribute to the long-term sustainability of the anime sacred site associated with Yuki Yuna Is a Hero. The analysis reveals that fans participate in Real Hero Club not only to relive the narrative experience of the anime but also to express gratitude for the hospitality received from the local community. Participation in this activity has served as a catalyst for repeated visits to Kan’ onji City and has fostered positive relationships between fans and residents, thereby facilitating the effective management of the anime pilgrimage site. Although fan-based cleanup events exist in other regions, Real Hero Club is distinctive in being continuously organized by Kagawa University with the cooperation of Kan’ onji City. While the anime marked its tenth anniversary in 2024, official collaboration projects have shown signs of decline as of October 2025. In this context, the continued implementation of Real Hero Club can be regarded as a valuable practice that promotes both the attraction of new visitors and the maintenance of community engagement, contributing to the sustainable development of anime pilgrimage destinations.

キーワード：アニメ聖地巡礼, コンテンツツーリズム, 持続可能性, 大学地域連携

Keywords: Anime Pilgrimage, Contents Tourism, Sustainability, University–Local Government Partnership

1. 緒言

1.1. 研究の目的と意義

今日、日本社会は少子高齢化の急速な進行により、地域の持続可能性がかつてないほど問われている。2024年の年間出生数は統計開始（1899年）以来初めて70万人を下回り、合計特殊出生率も過去最低水準となった（厚生労働省、2025）。この深刻な人口減少は、地域経済や福祉体制のみならず、地域社会そのものの維持に大きな影響を及ぼしている。とりわけ、限界集落の増加や環境保全、地域コミュニティの希薄化など、地方を中心に多様な課題が顕在化しており、その解決には地域の知的資源と人材を結集した新たな枠組みが求められている。

このような状況のもと、都道府県や地方公共団体と大学が連携し、地域の活性化を図る取り組みが全国的に進められている。大学は教育・研究・社会貢献の三つの機能を通じて地域課題の解決に寄与する「知の拠点」とし

ての役割を担い、行政・企業・市民団体など多様な主体との協働を通じて、地域課題解決型プロジェクトや人材育成プログラムを推進している。こうした取り組みは、地域の再生や若者の地元定着促進に寄与する可能性を秘めている一方で、その成果を持続的に発展させる仕組みづくりが課題とされている。実際に、吉田ほか（2022）は「官学連携によって効果的な魅力発信が実現したとしても、一時的なものに終われば認知度向上につながらない」と指摘しており、連携の継続性こそが地域社会における信頼形成と成果の定着に不可欠であることを示唆している。このことから、大学と地域が単発的なイベントやプロジェクトにとどまらず、相互理解と協働を基盤とした長期的な関係性を構築することの重要性が改めて認識されている。

21世紀に入ってアニメや漫画の舞台とされる場所やその作品や作者に関係のある場所が聖地として認知され始め、コンテンツツーリズムの一形態である「アニメ聖地巡礼」を目的とした観光客が増加している。聖地となったことを活かした町おこしを行う自治体も多くみられる。一方で、コンテンツの放送が終わることで、その盛り上がりは収まり、作品によっては聖地としての需要と

供給も喪失してしまうものもある（牧，2019）ことから、一過性に終わることが多く、継続性の部分に問題がある（増淵，2009）との指摘もある。宋ほか（2022）の研究においても同様の指摘があることから、アニメ聖地の黎明期から現在まで一過性は大きな課題の一つであると考ええる。

大学地域連携とアニメ聖地のいずれも「継続性」という課題を抱えていることを考慮し、本研究では、既にアニメシリーズの放送が終了している「結城友奈は勇者である（以下、ゆゆゆという）」とその舞台となった香川県観音寺市を研究対象とする。そして作品内の活動を産官学連携によって具現化し、継続して実施してきた取り組み「リアル勇者部」の第1回から第10回の成果を述べるとともに、参加者を対象にしたアンケート調査について分析した。そこから、「リアル勇者部」がアニメ聖地の持続可能性にどのように貢献し得るのか、その役割について考察を行った。

1.2. 一般教養科目としての地域教育

香川大学では、自治体等と連携した地域教育プログラム「瀬戸内地域活性化プロジェクト」を2013年度から香川大学全学共通科目として開講している（神田ほか，2024）。本授業は、文部科学省「地（知）の拠点整備事業（COC）」がきっかけとなり開講され、2017年の文部科学省補助期間終了以降の2024年現在も自治体等と協議の上、取り組みを継続している。また、この授業は全学部の学生が履修できる科目であるとともに、初年次教育として香川県内の地域理解や課題把握や解決手段の学習を取り入れ、地域の歴史や文化、経済状況、社会的な課題について深い洞察を得られるものである。具体的には、フィールドワークを通して自治体職員や地域住民との対話を通じて地域課題を直接体験し、それに基づいて具体的な解決策を専門の異なる学生間で提案に導くことで、理論だけではなく実践的・社会的なスキルを身に付ける機会を提供している。さらに、初年次教育で理解した地域課題を2年次以降の専門教育における研究プロジェクトに昇華することや、初年次教育で複数の学問分野に触れることで、自身の専門分野が他分野とどのように関連・連携できるかを理解するとともに、異なる分野での知識を統合する課題解決型学習を目指すことを目的としている。本稿では、「瀬戸内地域活性化プロジェクト」のうち観音寺市で活動する「観音寺班」の事例について取り上げる。なお、「瀬戸内地域活性化プロジェクト」は毎年度40～50名程度が履修しており、学部・学年を問わず幅広い学生が参加している。履修後のフィールド

ワークでは、観音寺市を含む複数の自治体プロジェクト班が用意されており、学生は自身の興味や関心に応じて希望する自治体を選択する手挙げ方式でプロジェクト班に配属される。この仕組みにより、学生が主体的に地域課題に取り組む姿勢が促され、授業内容が形式的な受動学習にとどまらない実践的な学修機会となっている。

2. 香川県観音寺市と「結城友奈は勇者である」

2.1. 研究対象地域の概要

本研究の対象地域である香川県観音寺市は、香川県の最西に位置しており（図1）、人口は令和7年10月1日時点で55,699人である。特急列車の停車するJR観音寺駅のほか、豊浜駅、箕浦駅があり、通勤、通学等の要所になっている一方で、先行研究の多い他のアニメ聖地（埼玉県久喜市鷲宮「らき☆すた」や茨城県大洗町「ガールズ&パンツァー」、静岡県沼津市「ラブライブ！サンシャイン！！」など）と比較すると、東京都からのアクセスは良くない。

2.2. 「結城友奈は勇者である」の概要

「結城友奈は勇者である」はタカヒロ氏が企画・原案を手掛けるアニメ作品である。作品の概要は以下の通りである。

『時は神世紀300年。中学2年生の結城友奈は、ある日、所属する勇者部の仲間とともに、世界すべてが樹木へと



図1 観音寺市の位置

観音寺市（2023, July 5）市の概要 . Retrieved October 31, 2025, from <https://www.city.kanonji.kagawa.jp/soshiki/2/167.html> より引用

表1 アニメコンテンツと観音寺市での取り組み

年	月	事柄
2014	10	アニメ第1期放送開始
	11	第1回上市映像祭かんおんじ映像まつりでポニーキャニオンから無償提供された「結城友奈は勇者である」の1～3話を放映
	12	アニメファンが観光案内所・大正橋プラザへ巡礼ノートを寄贈する
2016	2	勇者部満開(同人誌即売イベント)が観音寺市で初めて開催される
	4	観音寺市で「アニメで地域活性化プロジェクト会議」が発足される
	8	道の駅とよはまで乃木園子誕生会が行われる(その後、他のキャラクターでも誕生会イベントが行われるようになる)
	11	香川大学が「リアル勇者部」の取り組みを開始
2017	1	観音寺市コラボレーション企画(「コラボポスター」、「スタンプラリー」など)が実施される
	1	第1回「スタンプラリー」が開催される(参加者:約2,000人)
	2	『讃州中学文化祭 in 観音寺市』が開催
	10	アニメ第2期放送開始
2018	3	第2回「スタンプラリー」が開催される(参加者:約2,300人)
2019	1	『讃州中学文化祭 in 観音寺市2』が開催
	1	第3回「スタンプラリー」が開催される(参加者:約3,000人)
2019	10	アニメ3期放送開始
2022	8	第4回「スタンプラリー」が開催される(参加者:約2,600人)
2024	11	アニメ放映10周年記念イベント『勇者部活動報告-反省会の章-』が観音寺グランドホテルで開催される
	11	第5回「スタンプラリー」が開催される(参加者:約2,000人)

変わる樹海化に巻き込まれる。そこで友奈たちは、世界を守る勇者に選ばれたということを知り、戸惑いながらも勇者へと変身。襲い来る巨大な異形・バーテックスと戦い、次々と封印していく。』(結城友奈は勇者である製作委員会, 2018)

アニメでは、友奈たちの通学路などの描写を通して、観音寺市の街並みを実際に見ることができるようになっている。名称は異なっているが、観音寺市立観音寺中学校が主人公たちの通う学校(作品内では「讃州中学校」)のモデルになったり、市内にある「手打ちうどん つるや」(作品内では「かめや」)で主人公たちがうどんを食べていたりするなど、観音寺市に実際に存在するものが登場している。コンテンツ製作側から舞台がどこであるか明示はされていなかったが、アニメ内の描写をもとに、香川県観音寺市が舞台とされていることに気付いたファンたちによるコンテンツツーリズムの一形態である「アニメ聖地巡礼」が観音寺市で展開されている。

「アニメ聖地巡礼」とは、「アニメ作品のロケ地、またはその作品・作者に関連する土地で、且つファンによってその価値が認められている場所を訪ねること」である(岡本, 2008)。2000年以降から「おねがい☆ティーチャー」(長野県大町市)や「涼宮ハルヒの憂鬱」(兵庫県西宮市)など一部の熱烈なアニメファンによって行われていた(津村ほか, 2024)。現在は、「君の名は。」や「鬼滅の刃」、「THE FIRST SLAM DUNK」などが高い評価を受け、広く受容されたことによって、アニメ聖地巡礼は、一般のアニメファンの行動や訪日外国人旅行者の目的の一つに

なっている。山村(2014)は、「アニメ聖地巡礼」が定着していくまでの過程を「ファン主導期(～2006)」、「タイアップ試行期(2007～2009)」、「タイアップ方式確立期(2009～2011)」、「地域重視・多角展開期(2011～)」の4つの時期に区分している。本研究の事例は、各アニメ聖地でコンテンツ製作側との多様なタイアップの方式が確立し、「アニメ聖地巡礼」を活用した地域づくりが定着した「地域重視・多角展開期(2011～)」に該当する。しかし、「ゆゆゆ」の事例の場合、正式なコラボレーション企画の実施は、アニメ第1期放映から約2年後となる。コラボレーションまでの期間に地域のファンが中心となり、後述する巡礼ノートの寄贈や同人誌即売会の開催など「アニメ聖地巡礼」の展開に寄与する活動が多くみられる。本研究の「リアル勇者部」は、アニメ聖地でスタンプラリーや声優を招聘したイベントなどの正式なコラボレーション企画より先に、大学・自治体・著作権元の3者が連携して実施した最初のイベントである。

2.3. 観音寺市におけるアニメコンテンツに関する取り組みの展開

2014年10月にアニメ第1期が放送され始めたが、当時香川県内での地上波放送はなかった。2024年でアニメ放映10周年を迎える「ゆゆゆ」は、モデルである観音寺市が地域をあげてコンテンツを活かした町おこしに取り組んできた(表1)。

2016年3月に内閣府から交付された地方創生加速化交付金を財源に観音寺市は「アニメを活かした町おこし」

の取り組みを始めた。同年4月には観音寺市の各種団体から構成される「アニメで地域活性化プロジェクト会議」が発足された。同年5月には、観音寺市が主体となって「コンテンツとは」というテーマで県内外のファンと意見交換会が行われた。こうした動きがあり、同年12月に「ゆゆゆ」とのコラボレーション企画第1弾が観音寺市と著作権元であるポニーキャニオンより発表された。このコラボレーション企画は、観音寺市内の名所にキャラクターが訪れた様子を描いた「コラボポスター」や「スタンプラリー」、市内事業者とのコラボグッズの販売などがある。「コラボポスター」のロケ地は、四国八十八箇所の札所である神恵院・観音寺など今までに12枚が作成されている。作成された「コラボポスター」は、観音寺市内各所に掲出されており、一部はふるさと納税の返礼品になっている。「スタンプラリー」の初回は、2017年1月28日から2月26日まで約1ヶ月にわたって観音寺市内を周遊する形で実施された。作品に登場する6人のキャラクターそれぞれが刻印されたスタンプが観音寺市内6ヶ所に設置され、コンプリートすると記念品をもらうことができた。同様の「スタンプラリー」は、現在までに計5回開催されている（2017、2018、2019、2022、2024年）。参加者数は毎年平均で約2,500人となっている（観音寺市商工観光課より口頭教示、2023）。このように「スタンプラリー」は、ファンにとって根強い人気のあるイベントとなっている。

一方で、コラボレーション企画が発表される前から観音寺市以外を主体とする「ゆゆゆ」に関連する動きがみられた。観音寺市内における最初の動きは、2014年11月2日に観音寺商店街で行われた「第1回上市映像祭かんおんじ映像まつり」内での「ゆゆゆ」1～3話の放映とされている（電撃G'sメディア編集部、2024）。当時、アニメ1期放送時は観音寺市では地上波放送されておらず、視聴するにはアニメ配信サイトを利用する必要があった。そのため、観音寺市民の多くはこの場で初めて「ゆゆゆ」の存在を知った。次にみられた大きな動きとしては、SDFが2016年2月28日に観音寺市内で開催した同人誌即売会（勇者部満開 - 勇者部心得、ふたあつ！-）がある。このイベントでは道の駅とよはまがしらす丼を販売するなど市内の店舗が屋台を出店してファンを楽しませた（道の駅とよはま駅長より口頭教示、2023）。この同人誌即売会は、現在までに31回開催されており、その約半数である15回が観音寺市内で行われている。他にも、ファンが観光案内所「大正橋プラザ」へ「巡礼ノート」を寄贈したり（観音寺市商工観光課より口頭教示、2023）、道の駅とよはままでキャラクター誕生会が開

催されたりするなど（道の駅とよはま駅長より口頭教示、2023）の多様な主体による動きがあった。

観音寺市内で行われたアニメ関連のイベントで特筆すべきは、「讃州中学文化祭 in 観音寺市」や「勇者部活動報告 - 反省会の章 -」である。これらのイベントは、観音寺市が主体となって行っているため入場料は無料である。内容としては、声優や監督が出演するトーク・ライブイベントなどが行われた。以上のように観音寺市全体としてアニメコンテンツを活かした取り組みを行ってきた。また、ファンなどの団体が観音寺市で様々な取り組みを現在まで継続して行っている。

3. リアル勇者部

3.1. リアル勇者部の概要

「リアル勇者部」とは、観音寺市を舞台としたアニメ「ゆゆゆ」の中で、主人公の結城友奈たちが所属している勇者部（ボランティア部）を先述した「瀬戸内地域活性化プロジェクト」で活動している観音寺班が具現化させた企画である。作品内で「勇者部」は、「人のためになることを勇んで行う」部活と表現されており、子猫の飼い主探しや幼稚園でのレクリエーションを行ったりしている。（結城友奈は勇者である製作委員会、2018）そこで「勇者部」の活動の一つであるゴミ拾いなどのボランティア活動とコンテンツツーリズムを掛け合わせた「リアル勇者部」が生まれた。「リアル勇者部」の活動は主に、作品で登場する同市有明浜の清掃活動を行ってきた。これにより、参加者は作品世界を現実空間において追体験する機会を得ることが可能となっている。ボランティア活動だけでなく、第7回は瀬戸内国際芸術祭が行われていたことから、「コラボポスター」でも選ばれている伊吹島のツアーを行った。また、第10回では同市一の宮海岸に場所を移して清掃活動を実施した。清掃活動では、アニメファン、地域住民、観音寺市職員、観音寺班が相互に協力し、海ごみを分別しながら収集した（図2）。このとき、掃除道具は参加人数より少し足りないものとして自然とアニメファン同士や地域住民との交流が生まれるようにした。清掃活動終了後には、普段は観音寺市観光協会に設置されているキャラクターの等身大パネルとの写真撮影を行ってきた。第10回（図3）では等身大パネルを借りることができなかったが、新しく作成されたコラボポスターとともに写真撮影を行った。これらの企画は、観音寺班がボランティア活動の実施場所や内容、日程などを企画書にまとめ、観音寺市ふるさと活力創生課へ提出し、アニメ著作権元のポニーキャニオンの許諾を得るという経緯を経て実現している。Yamamura (2015)

によれば、埼玉県鷲宮と『らき☆すた』の事例においては、鷲宮の地域振興計画の推進と、角川にとっての出版物の知名度向上および売上増加のために、著作権使用料の体系を緩和することを厭わない角川の姿勢によって、「地域振興×販売促進」というモデルへと発展したとある。このことから、本研究の事例においても「ゆゆゆ」の知名度向上と売上増加のために許諾が出され続けていると考える。アニメ版権元より許諾を得ることにより、一般的に地域で実施されるボランティア清掃活動が「公式イベント」として位置付けられることで、地域住民のみならずファンも参加する場となり、両者が協働する機会が創出されている。

活動の広報については、観音寺班による SNS (X (旧 Twitter) と Facebook) を用いた告知が中心である。

「リアル勇者部」は 2016 年 11 月から実施しており、表 1 に記した観音寺市のコラボレーション企画などよりも早くに本企画が実施されていたことが分かる。開催初期は、アニメファンと地域住民との交流を目的としていたが、第 5 回からは参加者の増加を目的に「オンリーイベント (同人誌販売会)」などの開催に合わせて実施した。「リアル勇者部」の活動を同様のアニメイベントの近くの日程で実施することによって、観音寺市周辺への宿泊を促すことができていると考えられる。

3.2. アンケート収集方法

「リアル勇者部」の活動は 2016 年から開始されており、各回活動終了時に参加者を対象としたアンケートを実施している。2016 年の第 1 回から 2017 年の第 4 回までは質問紙法によるアンケートを実施している。2018 年の第 5 回は質問紙法と、web 上に用意したアンケートフォームを併用させて実施し、2019 年の第 6 回からは web 回答式に移行した。アンケートは無記名式で、口頭でアンケートの目的や任意による回答であることの説明を行なった。

アンケート項目は回毎に若干の違いはあるが、参加者の住んでいる都道府県・「リアル勇者部」の参加回数・観音寺市に移住したいか・「リアル勇者部」にまた参加したいか、等について選択式や自由記述で回答を得た。なお、本研究では実施日程と参加人数の記録が残っている 2016 年の第 1 回から 2017 年の第 4 回のデータ²⁾とアンケートの全回答データが残っている 2018 年の第 6 回から 2024 年の第 10 回の回答結果を使用し分析する。

3.3. 参加人数の推移

図 4 は第 1 回から第 10 回の「リアル勇者部」の参加

者の推移を示している。参加者の数値は過去のデータとの整合性によりアンケート回答データから抽出しており実際の参加者数とは異なる。参加者数には、プロジェクトを実施する側の人数は含まれておらず、地域住民は含まれている。先述したように、第 5 回「リアル勇者部」からは前後の日程で同作品に関連するイベントとの抱き合わせ開催としている。これにより「リアル勇者部」のために来県してもらうのではなく、イベント参加のついでに「リアル勇者部」に参加してもらえようになり参加者が急増した。第 7 回は瀬戸内国際芸術祭に抱き合わせで開催したが、同日に横浜で大型のアニメ同人誌即売会が開催されており参加者数は少数であった。しかし、「リアル勇者部」の参加者に限定しないフォトコンテストでは、111 件の伊吹島の写真が寄せられた。2020 年、2021 年はコロナ禍ということもあり香川大学・観音寺市・株式会社ポニーキャニオンの三者で協議の上で開催を見送った。2022 年の第 8 回以降はこれまでと同様に「リアル勇者部」の前後にイベントがある日程で開催した。第 10 回に関しては同日の午後からイベントが開催されることから、午前中に「リアル勇者部」を開催した。第 10 回の開催は、午後からのイベントの物品販売が「リアル勇者部」と同時刻で行われており、参加を諦めたという声が X (旧 Twitter) で見られた。人数の変動はあるが、中四国の近隣県だけでなく、全国各地から「リアル勇者



図 2 ゴミ拾い中の参加者の様子



図 3 活動終了後の写真撮影

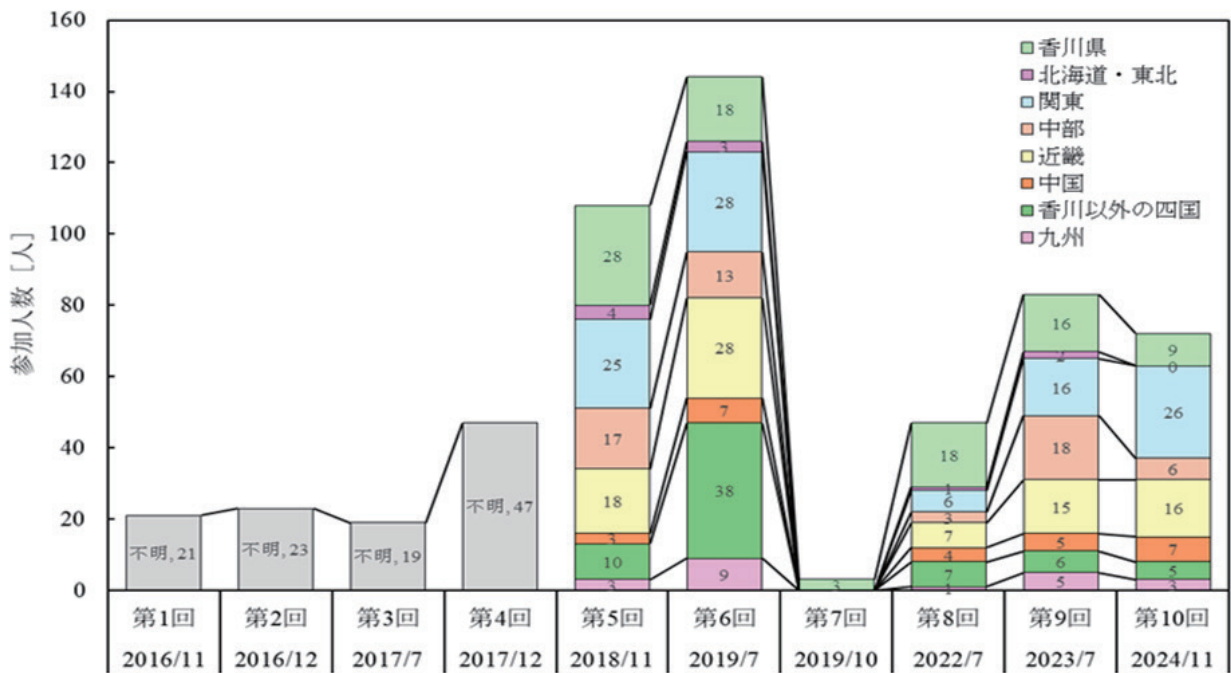


図4 「リアル勇者部」の参加者数の推移

部」に参加されていることが分かる。

3.4. アンケート結果と考察

2018年の第6回から2024年の第10回の参加理由に関する自由記述338文を対象に共起ネットワーク分析を行うため、KH Coder (Ver.3.02c)を使用した。分析の際には、名詞系語(名詞, サ変名詞, 組織名, 人名, 地名, 未知語), 動詞, 形容詞, 形容動詞, 副詞, ナイ形容, 副詞可能, 感動詞に加え, 本研究の分析上重要であるにもかかわらず自動抽出されにくい語(主な清掃場所の「有明浜」, 作品の略称の「ゆゆゆ」, 主人公の名前の「結城友奈」)を強制抽出語として事前に登録した。自由記述データをKH Coderに取り込み, 前述の品詞および強制抽出語を対象として形態素解析を行った。単語の最小出現数を5とし, 抽出された48語を対象として共起ネットワーク(図5)を構築した。

Subgraph01は作品愛, Subgraph02は聖地巡礼の一環としての参加を示している。ファンの「ゆゆゆが好き」といった作品に対する愛や、「勇者部なので」や「勇者部のように清掃活動を通じて海をきれいにしたいと思ったから」といったアニメの追体験を行うという目的で参加している人が多くみられた。森(2023)でも言及されているとおり主人公の生き方を再現する体験を提供することによって主人公と舞台モデルへの心理的所有感を深める可能性が高くなっていることが考えられる。さらに, 岩崎ほか(2018)によると, アニメ聖地巡礼者の行動は「アニメ作品への興味, 愛着により生起し, その行動の過程で関心の対象がアニメ作品から聖地が存在する地域

そのものへと波及していき, その結果として再訪行動が引き起こされること」が示されている。一般的な観光におけるリピーター形成の要因には, 観光産業に従事するスタッフとのつながりやその地域に住む一般の人との出会いといった「(1) 人的なつながり」, その地域にお気に入りの場所があるという「(2) 空間的なつながり」, 「(3) 食事」, 仮にその旅行に不満な項目があったとしても, それをはねのけるほどの威力を持っている「(4) 感動」, 「(5) 最初の印象」の5つが重要であるとされている(JTB総合研究所, 2008)³⁾。アニメ聖地巡礼者も「人的なつながり」や「空間的なつながり」から再訪行動が引き起こされるという点において一般的な観光におけるリピーター形成の要因と類似しているが, 聖地巡礼者はあるキャラクターが暮らしている設定のマンションや通学路となっている道など一般的な観光では気にもかけられないような聖地を巡礼するだけでなく, 一般的な観光地にも訪問していることから, 「空間的なつながり」ができやすいといったリピーター形成の要因に優位な点があるといえる。本事例では, 活動の中でアニメファン同士や地域住民との交流が生まれるため, 「人的なつながり」ができる。また, 主人公たちと関係のある場所であり, 自身が清掃活動を行った場所でもあることから心理的所有感が深まる。その結果, 他のアニメ聖地における巡礼者の事例よりも地域への愛着がわきやすく, 「空間的なつながり」が形成されやすい。したがって, 再訪行動を引き起こす可能性が高まるといえる。

また, Subgraph04は社会貢献への意欲を示しており, 観音寺市に貢献したいという思いや恩返しをしたいとい

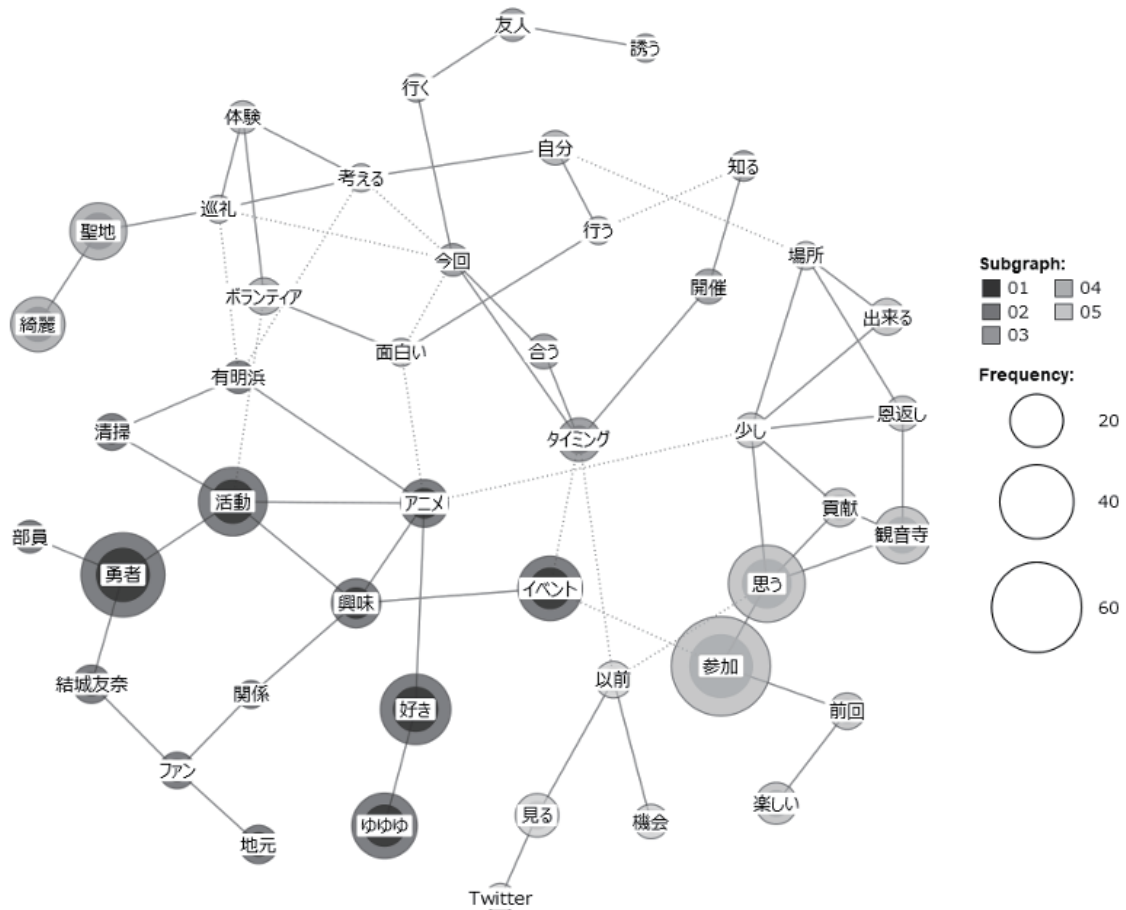


図5 「リアル勇者部」の参加理由の共起ネットワーク

う感情、さらに聖地を綺麗にしたいという動機が存在することが読み取れる。ファン個人でも「貢献」や「恩返し」のために清掃を行うことは可能である。しかし、2025年5月に道の駅とよはまの協力のもとキャラクター誕生日会の際にアンケート調査を実施し、『これまでに香川県観音寺市内の「ゆゆゆ」シリーズに関係する場所を1人で清掃したことがあるか』と質問したところ、「回収したゴミの捨て場（持ち込み先）が不明である」や「1で行うのはハードルが高い」といった理由から「したことがない」と回答する者もみられた。これらの結果から、大学と地域が連携し、大人数で清掃活動を開催することには意義があるといえる。

図5で示した共起ネットワークは参加者の動機や意識を可視化したものであり、実際の再訪回数や再訪率を直接示すものではない。しかし、岩永（2020）の「親しみやアイデンティファイなどの地域愛着が高まるほどに、もう一度訪れたいという再訪意向が喚起されていく」（p.22）と述べているように、地域への愛着と再訪行動には関連が示されている。「リアル勇者部」への参加は、聖地となった地域に対する心理的所有感を高め、その結果として地域への愛着を形成する。このことから、共起

ネットワークは間接的に「心理的所有感」の深まりと他の聖地よりも「再訪行動を引き起こす可能性を高めている」ことの関係を示すものとして考えている。

今後は、参加者の再訪の意向が、「リアル勇者部」に参加したことによりどの程度高まったのか、他のイベントのみの参加者と比較することで、より直接的な検証を行うことが課題となる。

4. 「リアル勇者部」と地域との関わり方

高木（2020）はコンテンツツーリズムに関わっている住民の作品に対する意識と態度は、コンテンツツーリズムの成功にも影響する原因の一つとも言え、コンテンツツーリズムとしてどのように成功したのかを明らかにするには、企画を担う地域住民への調査を行うことが必要であると考えたと述べている。そのため本研究では、コラボ商品を販売している株式会社紀州屋、宝石・時計・メガネ野原、道の駅とよはま、株式会社みとよ、ミュージックセンターオオサカヤ、有限会社森一誠堂の6社に、『①「リアル勇者部」の活動を認知しているか、②地域貢献を大学とファンで行っていることについての印象、③ファンに対する思い』についてインタビュー調

査を行った。

①については、インタビュー調査を行った6社すべてが「リアル勇者部」の活動を認知していた。観音寺班が活動の告知を行っているX(旧Twitter)とFacebookで知ったという回答だけでなく、新聞や「リアル勇者部」の参加者が来店した際に話を聞いたという回答もあった。

②については、6社すべてに非常に良い取り組みであると評価してもらった一方で、現在のSNSでの告知だけでなく、紙をはじめとした多様な媒体での情報発信を行う必要があるといった活動の告知の手段を改善した方が良いという意見ももらった。

③については、「接していてお行儀が良い、マナーが良い」とファンのことを好意的に受け止めている回答が多くあった。また、「スタンプラリーの際に、シールを無料で配布していた⁴⁾が、ファンたちはそれでは忍びないからと店の商品を購入してくれたことから、ファンたちは律儀であると感じ、おもてなしをしてあげたいと思うようになった」という回答もあった。

地域住民の「おもてなし」をしてあげたいという気持ちがコラボグッズの販売や道の駅とよはまのキャラクター誕生会のような独自のイベントの開催などにつながっている。地域住民の遠方から来訪するファンを「おもてなし」をしてあげたいという気持ちとファンの観音寺市や地域住民に対して「貢献したい」という気持ちや「恩返しをしたい」という気持ちが相互に作用することによってアニメ放送終了後も関係が継続している。ファンたちの普段の礼儀の良さに加えて、「リアル勇者部」もファンと地域との良好な関係の構築に寄与していることが明らかになった。

5. 結論

本研究は、「リアル勇者部」の過去10回の成果を述べるとともに、参加者を対象にしたアンケート調査について分析し、「リアル勇者部」がアニメ聖地の持続可能性にどのように貢献し得るのか、その役割について考察を行った。ファンは「リアル勇者部」に、作品の追体験や地域から受けた「おもてなし」に対するお返しをする場を求めて参加しており、観音寺市に継続的に来訪する機会を創出する役割を果たしていた。また、活動を通じてファンと地域との良好な関係の構築に寄与しているといった点で、アニメ聖地の円滑な運営にも貢献していることが明らかになった。現在、地方圏では人口減少や高齢化の進行により地域づくりの担い手不足が深刻化しており、その解決策として二地域居住者や関係人口といった地域外人材が新たな担い手となることが期待されてい

る(総務省)。こうした状況を踏まえ、田原ほか(2023)は、観光客が地域で関係者と協働し、積極的に地域づくり活動に関わることで、地域の新たな主体、すなわち関係人口へと転換し得ると指摘している。

以上を踏まえると、「リアル勇者部」は地域と協働しながら継続的に清掃活動を実施しており、ファン(観光客)が作品の追体験や地域から受けた「おもてなし」に対するお返しとして主体的に参加している点に特徴がある。つまり、単なる来訪者にとどまらず、地域課題の一端を担う実践的な関わりを通じて関係人口へと変化しているといえる。その結果、「リアル勇者部」は地域外のファンが継続的に地域づくりへ参画する仕組みを形成し、地域づくりの担い手不足の課題解決に寄与している事例として位置づけることができる。

なお、アニメ聖地における清掃活動の事例としては、「けいおん!」の舞台とされる滋賀県豊郷町の豊郷小学校旧校舎で、県内外のファンが集まり清掃を行う取り組みなどが知られている⁵⁾。このように、聖地を清掃するイベント自体は決して珍しいものではない。しかし、筆者の調査の範囲では、いずれの清掃イベントも主催団体が明確でなく、現在も継続的に実施されている事例は確認できなかった。その点において、「リアル勇者部」は観音寺市の協力のもと香川大学が主催として実施しており、アニメ放映終了後も活動を継続している点で、他地域の事例とは一線を画しているといえる。本モデルを他地域で再現するためには、①コンテンツ製作者側から舞台が明示されていること(追体験する機会を得ることができるようにするため)、②地域住民の理解と良好な関係性が確保されていること、③著作権許諾が得られること(公式イベントとして実施するため)、④安全管理体制の整備、⑤効果測定(参加者アンケート等)の実施が条件として挙げられる。

「ゆゆゆ」は、2024年にアニメ放映10周年を迎え、アニメ聖地である観音寺市では、スタンプラリーや声優を招聘したイベント等が開催された。しかし、2025年10月時点でコラボレーション企画の継続は告知されておらず、9月30日にふるさと納税で観音寺市から提供されていた「ゆゆゆ」コラボグッズの受付が終了するなど、アニメ聖地としての活動が終息しつつある。「リアル勇者部」は、動画配信サービスなどで新たにファンになった人にとっての追体験やファン同士・地域住民と交流をすることができる場であるため、継続して実施することでアニメ聖地へのファンの来訪が見込めることから、持続可能性に貢献することができる。

大学地域連携の実践への示唆

本研究の結果は、大学が主体となって実施する継続的な地域連携活動が、コンテンツツーリズムの持続可能性に寄与し得ることを示唆している。「リアル勇者部」の事例は、行政との協働のもと大学が主催として関与し続けることにより、アニメ放映終了後もファン同士やファンと地域を結びつける機会を継続して提供できる点に特徴がある。他のアニメ聖地にみられる清掃活動は単発的・非公式的に行われる傾向があるのに対し、本事例では大学が基盤となることで継続性・信頼性を確保している。

このことは、大学が地域連携活動を行う際、単なる協力者ではなく、実施主体として関与することの重要性を示している。また、学生の参加やSNSによる発信を通じて若年層の地域参画を促し、ファンと地域住民との新たな関係構築や既存の関係を深化させる役割も果たしている。今後の大学地域連携実践においては、地域資源を活用した「関係人口」創出の基盤として大学が機能するモデルとして、本事例は有効な示唆を与えるものである。

謝辞

アンケート調査に協力してくださった「リアル勇者部」参加者の皆様、インタビュー調査に協力してくださった観音寺市の方々に深く感謝申し上げます。「リアル勇者部」実施にあたり、観音寺市役所の方々に協力をいただきました。改めて、お礼申し上げます。

利益相反

申告すべき利益相反なし

注

- 1) 観音寺市 (2023, July 5) 市の概要 . Retrieved October 31, 2025, from <https://www.city.kanonji.kagawa.jp/soshiki/2/167.html>
- 2) 当時のアンケートは紙媒体のみで実施をしていた。加えて、当時と現在で担当教員が異なるため、第1回～第4回のアンケートの記録が残っていない。
- 3) JTB 総合研究所 (2014, n.d.) リピーターの形成過程に関する研究 . Retrieved October 31, 2025, from https://jtb.or.jp/wp-content/uploads/2014/11/report2007_2008_1-2.pdf
- 4) 観音寺市内のスタンプラリー協力店舗では、スタンプラリー開催期間中にスタンプの代わりとして使用することができるシールを無料で配布している。
- 5) 朝日新聞「旧校舎アニメの聖地に(2009年11月10日)」

参考文献

- 電撃 G's メディア編集部 (2024) 電撃 G's magazine 特別編集 祝 10 周年! まるごと一冊『結城友奈は勇者である』. KADOKAWA.
- 岩永洋平 (2020) 観光リピーター意向と関係人口はいかに形成されるか: リピーター循環モデルによる検証, 地域活性研究, 12:15-24.
- 岩崎達也・大方優子・津村将章 (2018) アニメ聖地巡礼におけるリピーター行動分析—『夏目友人帳』熊本県人吉市における巡礼行動を事例として—. コンテンツツーリズム学会論文集, 5:12-24.
- 岩崎達也・津村将章 (2018) 高関与旅行者の行動分析—『夏目友人帳』における聖地巡礼行動を事例として—. 産業経営研究所報, 50:63-81.
- 観音寺市 (2023, July 5) 市の概要 . Retrieved October 31, 2025, from <https://www.city.kanonji.kagawa.jp/soshiki/2/167.html>
- 神田亮・梅津彩音・大村隆史 (2024) 瀬戸内地域活性化プロジェクトの実践記録 . 香川大学地域人材共創センター研究報告, 29:105-118.
- 厚生労働省 (2025, September 16) 令和 6 年 (2024) 人口動態統計月報年計 (概数) の概況 . Retrieved October 31, 2025, from <https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/jinkou/geppo/nengai24/dl/gaikyouR6.pdf>
- 牧和生 (2019) コンテンツツーリズムへの批判と展望 . 現代ビジネス学会『九州国際大学国際・経済論集』, 3:99-120.
- 増淵敏行 (2009) コンテンツツーリズムとその現状 . 都市計画, 61:33-40.
- 森裕亮 (2017) 茨城県大洗町『ガールズ&パンツァー』聖地巡礼調査記 . 北九州市立大学法政論文集, 44(3・4):91(293)-107(309).
- 森裕亮 (2021) アニメファンは「よそ者」である: アニメ聖地巡礼は地域の担い手を生み出すか . 地方自治ふくおか, 73:6-29.
- 森裕亮 (2023) 忠誠を誓う ゴミを拾う 地域を担う: アニメ聖地巡礼から始める地域貢献 . 都市とガバナンス, 40:53-62.
- 中塚雅也・小田切徳美 (2016) 大学地域連携の実態と課題 . 農村計画学会誌, 35(1):6-11.
- 野澤一博 (2016) 大学の地域連携の活動領域と課題 . 産学連携学, 13(1):1-8.
- 岡本健 (2008) アニメ聖地における巡礼者の動向把握方法の検討: 聖地巡礼ノート分析の有効性と課題について . 観光創造研究, 2:1-13.

- 岡本健(編)(2019)コンテンツツーリズム研究 アニメ・マンガ・ゲームと観光・文化・社会. 福村出版.
- 佐藤壮太・渡辺隼矢・坂本優紀・川添航・喜馬佳也乃・松井圭介(2018)リピーターの観光行動からみたアニメツーリズムの持続性—茨城県大洗町「ガールズ&パンツァー」を事例として—.人文地理学研究, 38:13-43.
- 宋思佳・倪卉・章立・野田哲夫(2022)アニメ聖地巡礼を活用した地域振興の課題と可能性—全国アニメ聖地アンケート調査と事例調査を通じて—, 2022年度社会情報学会(SSI)学会大会予稿集:「情報と文化」:125-130.
- 総務省(2018, August 1). 二地域居住・関係人口ポータルサイト, Retrieved March 6, 2026, from <https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/index.html>
- 田原洋樹・敷田麻実(2023), 交流人口から関係人口への変容可能性の検討—観光経験による関与意識醸成と地域への継続的な関わり意向との関係—. 観光研究, 34, 2.
- 高木今日太(2020)アニメ作品の舞台になった地域における住民意識の地域差—京都府宇治市と静岡県沼津市を事例に—. 国土館大学地理学報告, 28:43-54.
- 津村将章・大方優子・岩崎達也・豊田裕貴(2024)移動距離によるアニメ聖地巡礼者の行動特徴—聖地巡礼ノートの分析から—. マーケティングジャーナル, 44(1):47-57.
- 山村高淑(2014)「アニメ聖地巡礼」と「コンテンツ・ツーリズム」: 作品への愛と旅することの本質について考える. 全国アニメ聖地サミット in 豊郷 基調講演レジュメ(2014年11月23日).
- Takayoshi Yamamura(2015) Contents tourism and local community response: Lucky star and collaborative anime-induced tourism in Washimiya, Japan Forum, 27:1, 59-81, DOI: 10.1080/09555803.2014.962567
- 山村高淑(2023)コンテンツツーリズムと自治体: コンテンツツーリズムの定義・歴史・特性と自治体のかかわり方. 都市とガバナンス, 40:44-52.
- 結城友奈は勇者である製作委員会(2018)結城友奈は勇者である メモリアルブック. KADOKAWA.
- 吉田大輝・早岡英介(2022)官学連携による地域振興—北海道でのジオパークに関する科学コミュニケーションを事例に—. 地域活性研究 = Journal of the Japan Association of Regional Development and Vitalization, 17:107-116.