

アニメの「聖地巡礼」を活用した 地域活性化についての一考察

永田 尚三

(武蔵野大学政治経済学部准教授)

一 はじめに

近年、アニメの舞台にファンが押しかける現象、「聖地巡礼（別名、オタクツーリズム）」が注目されている。^{（注）}アニメ「らき☆すた」の舞台となった埼玉県鷺宮町へは大勢の巡礼者が押しかけ、その結果活性化した鷺宮町の成功は、新聞・テレビ等でも報道され、広く知られるようになった。アニメを用いたまちおこし、「萌えおこし」という言葉も、注目を集めている。

そして鷺宮町の成功に続くという取り組みが、全国の地方公共団体、商工会議所を中心に、次々と出てきている。神奈川県箱根町は、舞台となった「新世紀エヴァンゲリオン」の聖地巡礼マップを配布し、埼玉新聞も「らき☆すた」人気に便乗し、埼玉全体の活性化を試みている（図表1）。

聖地巡礼の地域活性化におけるメリットは、その①動員力と②経済効果、そして③低コスト、④持続力である。「らき☆すた」の舞台となった鷺宮神社への初詣客は平成二〇年度が十二万人、平成二十一年度は四十二万人、平成二十二年度は四十五万人にも上っている。また鷺宮町では、版權を持っている角川書店と共同でオリジナルグッズを作成・販売をし、その売り上げで地元の街路灯の修繕等を行っている、利益の地域社会への還元を行っている。

さらに聖地巡礼では、既存の建物・町並みを目当てに来る巡礼者がほとんどなので、新たな施設等を作る等のコストがかからないで済む点もメリットである。中には聖地への「一〇〇回詣り」等、何度も訪れることに喜びを見出している巡礼者も多く、地域活性化という観点からはイベント時だけでなく巡礼者がコンスタントに来てくれる持続性も魅力である。

なお本学が位置する武蔵野地域には、アニメの制作スタジオが多く存在する。地元でロケハンを行うスタジオも多く、その結果アニメの聖地が多いというのが、本地域の地域特性である。武蔵野大学永田ゼミナールでは、この地域特性を活かすべく、平成二十一年度より「武蔵野地域聖地巡礼マップ」を作成し、HP上で無料配布している。聖地巡礼のモデルコースを提示し、本地域へ巡礼者を呼び込むことで、地域の活性化を促進す



図表1 らき☆すた in サイタマ (埼玉新聞)

出典：埼玉新聞2009年10月8日朝刊

る試みである。

またその途中経過を、平成二十一年十月に岐阜県多治見市で開催された日本公共政策学会学生コンペでも報告した。

本稿では、近年注目されている「聖地巡礼」の現状を概観し、更に平成二十二年時点で本学の本部キャンパスが位置する武蔵地域活性化への活用方法について検討したい。

二 武蔵野地域「聖域」巡礼マップ事業案の概要

最初に、永田ゼミナールが行っている武蔵野地域「聖域」巡礼マップ事業の概要説明から行いたい。

1 武蔵野地域が抱える問題

永田ゼミナールでは本事業を行うに先立ち、武蔵野地域が抱える問題について、分析を行った。本地域が抱える問題としては大きく二点挙げられる。

まず一点目としては、地域間の活性化に格差があるという点である。武蔵野地域と一言で言っても、複数の市町村によって成り立っている。図表2のグラフは、本学の学生たちにとったアンケートをグラフ化したものである。これを見るとわかるように、武蔵野地域で存在感がある自治体として、武蔵野市・三鷹市が上位にきている一方で、小平市・小金井市・西東京市の順位が低くなっている。このように、活力のある地域と無い地域が存在し、また活力の無い地域の住民が日常活動では、活力のある地域に集中するという、中心地域と周辺

地域の問題が本地域にも存在する。

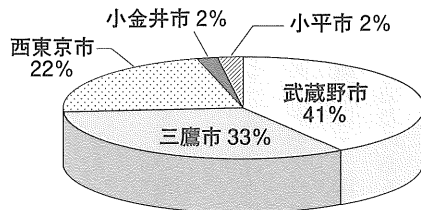
二点目目の問題点としては、聖地が多いという本地域の特性が十分に地域活性化に生かされていない点である。周辺自治体も以前から、アニメフェスタを行う等「萌えおこし」の取り組みを行ってきた。^(金澤)しかし図表3のグラフからもわかるように、その取り組みに対する認知度が非常に低いことが分かる。本調査は、やはり本学の学生（一三八人）に対して調査したものである。このように、地元の大学に通う学生たちの約9割が、アニメフェスタを知らないと答えている。

その原因としては、個々の自治体がそれぞれの管轄区域に縛られ、聖地が沢山あるという地域特性を生かしていないことにあるように思われる。

仮に境界線のすぐ隣に有名な聖地があつたとしても、管轄区域外なので自分たちの取り組みの中で活かすことはできないという、個々の自治体単位の取り組みの限界が指摘でき得る。また年に数日のアニメフェスティバルでは、その時は盛り上がりつつも、効果が断続的である。そのイベントに参加した人たちだけの内輪ウケで終わってしまったているのが現状のように思われる。

2 武蔵野地域「聖域」巡礼マップ事業案の概要

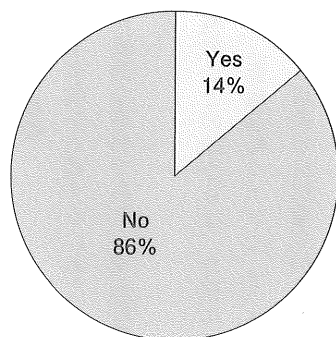
このように、聖地が沢山あるという地域特性を十分に活かしてない現状の打開策として、永田ゼミナ-



図表2 武蔵野地域で一番印象が強い市町村はどこですか？

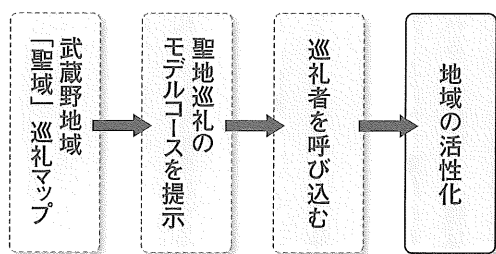
(本学学生を対象としたアンケート 計138人)

よって、作成したのが、本「武蔵野地域聖域マップ」である。その詳細については、後述したい。



図表3 以前より周辺自治体が萌えおこしの取り組みをしていることを知っていますか？

(本学学生を対象としたアンケート 計138人)



図表4 本事業の概略

ルが考えたのが、広域的な聖地マップの作成である。聖地の集中している地域ということで、本地域を「聖域」と命名した。「聖域マップ」で、より広域的な視点から聖地の紹介をすることで、本地域の活性化が推進可能であると考えている。

本事業の概要を簡略に図にまとめたのが、図表4である。これを見ると分かるように、まず聖域巡礼のモデルコースの設定と聖域巡礼マップの作成が重要となってくる。

三 先行事例

1 埼玉県鷺宮町の事例

① 事例の概要

なお、本事業を立案するにあたっては、いくつかの先行事例を調査し参考にした。まずその一つが、萌えおこしの代表的な事例である、埼玉県鷺宮町の取り組みである。巡礼マップを重要視するのも、鷺宮町を参考にしている。

本事例のことの始まりは、月刊ニュータイプ・二〇〇七年八月号の付録の『らき☆すた的「遠足のしおり」ポスター（聖地巡礼マップ）』で、鷺宮町が紹介されたことであつた。その後、本作品のファンが鷺宮町を巡礼するという現象が自然発生的に生じた。

埼玉県鷺宮町は当初よりその動きを認識しておらず、初めて認知したのは、隣町の春日部市の警察署からの通報がきっかけであつた。しかし実際に巡礼者たちに話しかけてみると常識的な人物ばかりだったので、徐々に巡礼者と鷺宮町の関係者の間の相互理解が進んだ。その後、地元の商工会議所の若手を中心となり、版元である角川書店とオリジナルグッズの開発や、イベントを企画するようになり、さらに巡礼者の数が増加していった。

そのような状況下、鷺宮町が次に行ったのが、アニメの登場人物に実在の人物と同様に住民票を発行するという企画であつた。本取組みは、実は隣町の春日部市の「クレヨンしんちゃん」に対して住民票を発行したという先行事例を参考に行ったものであつた。

本企画にも、全国すべての都道府県から大勢の巡礼者が住民票購入のためだけに鷺宮町に押し掛けるという社会的反響があった。また地元の祭りに巡礼者を参加させ、「らき☆すた神輿」をかつがせるという取り組みや、巡礼者を聖地だけではなく町全体に周遊させるための飲食店スタンプラリーを行い、巡礼者から好評である。このような鷺宮町の取り組みは大変な成功を収め、その結果大勢の巡礼者が鷺宮町に集まり、高齢化と過疎が進んでいた地域が活性化する形となった。^(註1)

② 成功の内的要因

その成功の背景としては、内的要因と外的要因がある。

まず、成功の内的要因としては、4点指摘できる。

第一に、聖地巡礼者の誘導方法である。鷺宮町では、イラスト入り絵馬の携帯ストラップを十二種類作成し、一店舗で販売できるストラップを二種類までとした。結果、巡礼者を多くの店舗へと周遊させることに成功した。

第二に、収益の地元への還元により、住民の協力を取り付けたことも成功の原因の一つである。前述のストラップは二千個当日完売したが、その売上三百万円は商店街の街路灯の修繕に当てられた。収益が地元へ還元されるということで、地域住民の理解と協力を得られることとなった。

第三に、個人商店主と巡礼者のコミュニケーションづくりを重視したという点である。前述の「らき☆すた飲食店スタンプラリー」を実施することで、巡礼者の行動範囲を神社から商店街、町全体に広げることにより、個人商店主と巡礼者のコミュニケーションが深まり、「らき☆すたの聖地に行く」のではなく、「鷺宮町に

行く」リピーターが近年増加している^(※1)(図表5)。

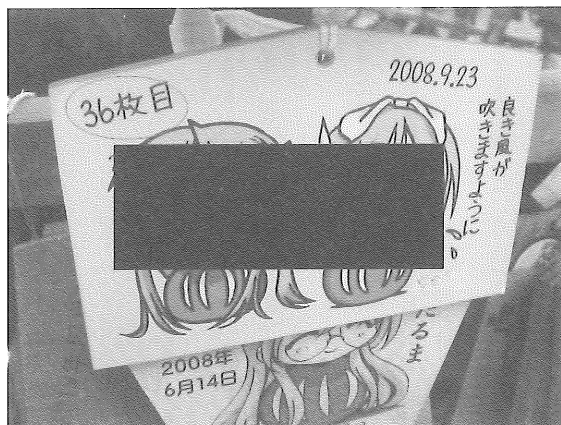
第四に、日常的な巡礼者の交流エリア・交流コーナーの提供である。鷺宮町を訪れると、イベントがない平日でも、鷺宮神社の駐車場・周辺に巡礼者が集まって、交流をしている光景を見かける。そこにいけば、仲間が誰かいるという同じ趣味を持った人たちの交流の場となっているのである。

③ 成功の外的要因

一方、鷺宮町の成功にはいくつかの幸運もあったように思われる。

第一に、「らき☆すた」が京都アニメーションという固定ファンを大勢持つ、人気アニメ製作会社社の作品だったという点である。

第二に、著作権を持っていたのが、著作権の使用に柔軟な角川書店であったということである。出版会社の中には、同人誌等のアニメキャラクターの二次創作を厳しく規制する企業もあるが、版元が著作権の活用積極的な角川書店であったことで、キャラクターグッズの制作、イベントの共同開催等が非常にスムーズに行えた。これが小学館等の著作権の使用に厳格な版元だったら、違った展開になっていた可能性がある。



図表5 巡礼者によって鷺宮神社に奉納されているアニメキャラクターが描かれた絵馬(痛絵馬) 巡礼回数
が分かる

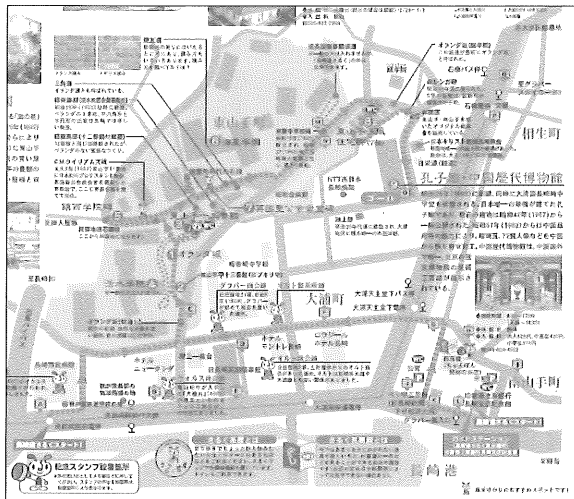
備考：平成20年11月5日鷺宮神社にて撮影。二次的創作物であるが著作権に配慮し、イラストの一部を隠した。

2 長崎県長崎市の事例

またマップの作成に当たっては、自治体主導で作成された観光マップである、長崎市の観光マップ「さるく」を参考にした。「さるく」は、長崎弁で「ぶらぶら歩く」という意味である。のんびり歩いて観光できるモデルコースを提示し、インターネットから無料ダウンロードが出来ようになっている。提案者は田上富久現市長で、観光客から好評を博している。

もともと、平成十八年に開催された「日本ではじめてのまち歩き博覧会長崎さるく博'06」が好評だったことを受け、平成十九年四月一日から「長崎さるく」として再スタートしたものである。

この「さるく」の地図（図表6）を見ると、コースの出発点・終点等が明記され、そのコース上の観光スポット等がわかりやすく表示されています。また、難易度、かかる時間等によってコースが分類されている。本聖域マップにおいても、そのような点を参考にした。



図表6 長崎さるく

出典：長崎さるくホームページ <http://www.saruku.info/>

四 武蔵野地域聖域巡礼マップ

1 武蔵野地域聖域巡礼マップの概要

永田ゼミナールが作成した「武蔵野地域聖域巡礼マップ」の概要であるが、四十ページにわたる冊子となっている。インターネット (<http://nzemi2009.web.fc2.com/>) では無料で配布すると同時に、冊子の形態でも希望者には配布出来るよう印刷、製本し、随時配布している。冊子に関しては、周辺自治体の役場からも、強い関心を寄せられている。市役所等での配布が、今後の課題である。^(注5)

なお、本マップは全十四コースをおすすめコースとして紹介している。これらのコースはスタート地点の駅、田無・吉祥寺・三鷹によって3グループに分類し、モデル所要時間などによって、上級者コース・中級者コース・初級者コースに分けられている。^(注6)

聖地周辺の写真、情報も載せられており、それによって聖地の周辺がどのような光景なのかや地元情報等がわかるようになっている。本マップはアニメの聖地が多い本地域の地域資源を最大限に活用しようとするものである。複数の自治体の管轄区域に跨った広域的マップとなっており、地域内の聖地を繋ぐパイプ役となることを期待している。

また、本事業は本年が初年度であるが、今後も継続的に行い、またその経過を研究調査し、学会の学生コンペ等で報告していきたいと考えている。その経過の中で、関連事業も行っていく予定である。

図表7は、武蔵野地域「聖域」巡礼マップの全体マップである。全体図の中にあるAからGまでの表記がなされた小さな囲いは、小マップのエリアを表している。

2 本事業の展開

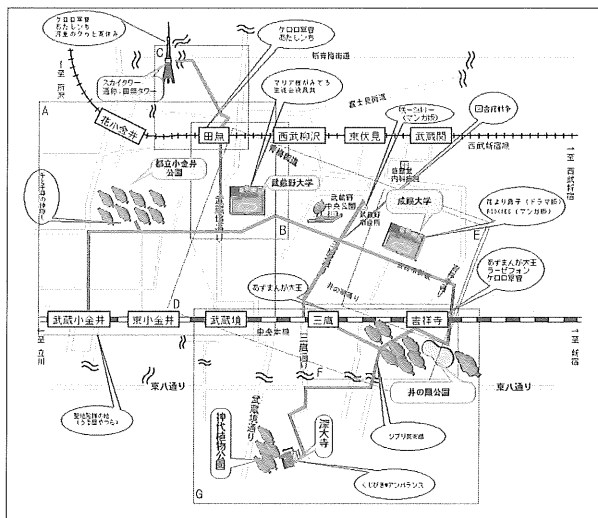
現在企画中の事業は以下の3つである。

企画第一弾としては、秋葉原の英語版マップが、外国人観光客に好評なのを受けて、本マップの英語版を作成公開し、外国からの巡礼者を本地域に呼び込みたいと考えている。

企画第二弾としては、驚宮町がまず聖地見学型のイベントを行って、社会的な認知度を上げたように、アニメ作品「マリア様がみてる」の本学が舞台である強みを生かし、原作者講演会等を開催できたらと考えている。ちなみに原作者は大学併設中高の卒業生である。

また企画第三弾として、十九世紀半ばから英国ダートムーアで行われてきた「レターボックス100」というスタンプラリーにならって、キャラクターのスタンプを隠し、その隠し場所を「賢者の秘伝書」を基に探すという形態のスタンプラリーをまず学内から行っていきなれと考えている。

ダートムーアでは三千個近いスタンプが地域に隠されており、一般の店舗などにも置かれていることによって、そのスタンプを目的とした観光客の広範囲な周遊を促進している。本地域でも大学内のみならず、徐々に



図表7 武蔵野地域「聖域」巡礼マップ（全体マップ）

出典：武蔵野地域「聖域」巡礼マップより
<http://nz E mi2009.web.fc2.com/>

範囲を拡大し、本取り組みによる聖域内の巡礼者の周遊を促進していきたい。

3 本事業による期待される成果

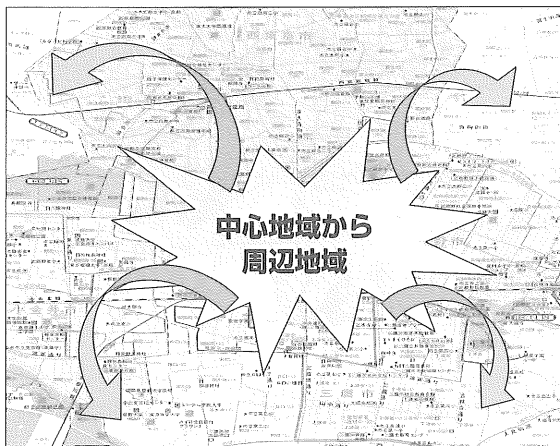
本事業による期待される成果であるが、本事業により、周辺地域から本地域の中心地域である吉祥寺や三鷹駅周辺へという現状における一方向の人の流れに、中心地域から周辺地域へという新しい人の流れを生み出し、周辺地域にも活力が生じることが期待される（図表8）。

周辺地域には、人を大勢呼び込めるランドマークとなるような施設等も無く、飲食店や商業施設も少なくほそぼそと営業している。店舗の数が少ない分、巡礼者が大勢集まるようになれば、バイの配分が大きくなるので、経済効果も大きいことが予想される。

またアニメの聖域という地域のブランドイメージが定着することで、自治体が個別に行なっている「萌えおこし」の取り組みが、活性化することも期待される。

4 本事業の課題

なお、本事業の課題であるが、



図表8 本事業に期待される成果のイメージ

一つ目に、オタクといわれるアニメ愛好家は一般的に特定の作品への思い入れが非常に強いと言われる。本聖地マップは、複数の作品の聖地を結んだモデルコースを設定しているので、このようなコース設定では、アニメ愛好者には受け入れられない可能性があることが懸念される。

二つ目として、本マップに記載されている聖地には「あたしんち」や「ケロロ軍曹」のように子供向けの作品と、比較的成人のアニメ愛好家向けの作品とが混在している形になっている。子供向けの作品の聖地の巡礼者は、主に家族連れの巡礼者が予測される一方、アニメ愛好者向けの作品の聖地に関しては、いわゆるオタクといわれているような人たちの巡礼者が多くなることが予想される。よってそれを混在することが果たして意味があるのかという点についても、今後もう少し検討の必要性がある。

三つ目に、本聖地には「らき☆すた」ほどの旬な作品の聖地がない点も懸念材料である。

四つ目には、聖地でよく見られる絵馬にイラストを描いて奉納した「痛絵馬（図表9）」への批判に象徴されるように、一般人と巡礼者の住み分けをどのようにするかという点である。巡礼者が、聖地を巡礼した証として残していく痛絵馬に対しては、はじめに神社にお参りする一般人に対して失礼ではないかという批判が以前より存在する。



図表9 鷺宮神社の痛絵馬

備考：平成20年11月5日鷺宮神社にて撮影。

本事業でも、本地域の多くが住宅地域であるだけに、一般居住者、通学者等の日常生活に混乱をきたさないようにする配慮が必要である。

これらの改善策として、今後コースの吟味等を行ってよりユーザー目線でのマップ作成に努めると同時に、地域として人気作品のロケハンを誘致する等のフィルムコミッションの試みを強化していくことである程度対応していくことが可能であると考ええる。地域への公益が大きければ、地域住民の理解も進むものと思われる。

本事業に対しては、周辺地方自治体の中にも関心を示す動きがある。今後の社会的反応を見て、更なる改善を加え、この武蔵野地域の活性化のために貢献できればと考ええる。

注

注1

聖地巡礼に最も早く注目したのは、観光学の研究者達である。近年、若者層の観光者が減少傾向にあり、そのような状況下、聖地巡礼は若者の観光客が主体であるという点で珍しい現象であるという。観光学からの聖地巡礼に関する専門論文としては、山村高淑「アニメ聖地の成立とその展開に関する研究―アニメ作品「らき☆すた」による埼玉県鷲宮町の旅客誘致に関する一考察」『国際広報メディア・観光学ジャーナル』北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院（2008）、山村高淑「観光情報革命が変える日本のまちづくり―インターネット時代の若者の旅文化と新たなコミュニケーションの可能性」『まちづくり』学芸出版（2009）等がある。昨年度あたりからは、聖地巡礼を地域活性化に活用しようとする地方公共団体が出現し始めていることから、今後公共政策、行政学等からも本現象に対してアプローチしていく余地があるように思われる。

注2

平成十一年より武蔵野市では、吉祥寺アニメワンダーランドが毎年開催されている。吉祥寺駅開業百周年記念事業として開始したものである。武蔵野市にはアニメスタジオだけでなく漫画家も多く在住しており、市在住漫画家の協力を得てカード等の発行や、仮装パレード、アニメ名所ツアー等を行ってきた。また平成二十一年三月には、東京ビッグサイトで開催された東京国際アニメフェスタ2009と合わせて、武蔵野市と三鷹市はそれぞれ吉祥寺アニメフェスティバルと三鷹の森アニメフェスタ2009を開催し連動イベントを行った。この動きにはやはりアニメ産業の多い杉並区と練馬区も加わった。

注3

平成二〇年十一月五日埼玉県鷲宮商工会議所にてヒアリング。

注4

平成二〇年十一月五日埼玉県鷲宮商工会議所にてヒアリング。

注5

本地域の武蔵野市、三鷹市、西東京市、小平市共、それぞれ通常の観光マップは作成している。例えば武蔵野市では、武蔵野商工会議所へ協力して「むさしの観光まつぷ」を作成している。見開きポスターサイズ一枚のマップで、携帯がしやすいよう折られている。両面印刷で実質表紙を入れて十六枚ほどの情報量がある。平成二十一年三月に開

催された東京国際アニメフェスタ2009で、武蔵野市、三鷹市、杉並区、練馬区の二区二市で「アニメ観光マップ」を設置し、各自治体のアニメに関する取組みを紹介したが、アニメ関連のマップはまだ作成されていない。

注6

本マップでは、全十四コースをお勧めコースとして紹介している。これらのコースは、スタート地点の駅（田無駅、吉祥寺駅、三鷹駅）によって3グループに分類され、更にモデル所要時間等によって、①上級者コース、②中級者コース、③初級者コースに分類されている。コース名に表示されたA〜Gまで表記は、そのコースのあるエリアのマップ（資料参照）を示している。利用者には、スタート駅、時間の余裕、目的等から、自由に選択可能となっている。十四コースの内訳は、以下の通りである。

(1) 田無駅スタートルート

(上級者コース)

A1コース あたしんち・ケロロ軍曹・マリア様がみてる・生徒会役員共・千と千尋の神隠し上級者コース (半日)

田無駅(徒歩) ↓ 武蔵野大学(徒歩かバス) ↓ 小金井公園(徒歩かバス) ↓ 花小金井(終点)

A2コース あたしんち・ケロロ軍曹・マリア様がみてる・生徒会役員共・千と千尋の神隠し・うる星やつら上級者コース

(半日)

田無駅(徒歩) ↓ 武蔵野大学(徒歩かバス) ↓ 小金井公園(徒歩かバス) ↓ 武蔵小金井(終点)

(中級者コース)

D1コース あたしんち・ケロロ軍曹・マリア様がみてる・生徒会役員共・図書館戦争・咲・ROOKIES・花より男

子・あずまんが大王・ラーゼフォン中級者コース (三時間)

田無駅(徒歩) ↓ 武蔵野大学(バス) ↓ 武蔵野中央図書館(徒歩) ↓ 武蔵野総合体育館(徒歩) ↓ 成蹊大学

(徒歩) ↓ 吉祥寺(終点)

(初級者コース)

B1コース あたしんち・ケロロ軍曹・マリア様がみてる・生徒会役員共初級コース (二時間半)

田無駅(徒歩) ↓ 武蔵野大学(バス) ↓ 田無駅(終点)

B2コース あたしんち・ケロロ軍曹・マリア様がみてる・生徒会役員共・あずまんが大王初級者コース (二時間半)

田無駅(徒歩) ↓ 武蔵野大学(バス) ↓ 三鷹(終点)

C1コース あたしんち・ケロロ軍曹・河童のクウと夏休み (二時間半)

田無駅(バス) ↓ スカイタワー西東京(バス) ↓ 田無駅(終点)

(2) 吉祥寺駅スタートルート

(上級者コース)

F1コース ラーゼフォン・あずまんが大王・ケロロ軍曹・ジブリ美術館上級者コース (三時間)

吉祥寺(徒歩) ↓ 井の頭公園(徒歩) ↓ 三鷹の森ジブリ美術館(徒歩) ↓ 三鷹駅(終点)

(中級者コース)

D2コース (D1の逆コース) ラーゼフォン・あずまんが大王・花より男子・ROOKIES・マリア様がみてる・生徒

会役員共・ケロロ軍曹・あたしんち中級者コース (二時間半)

吉祥寺(徒歩) ↓ 成蹊大学(バス) ↓ 武蔵野大学(徒歩) ↓ 田無駅(終点)

G1コース ラーゼフォン・あずまんが大王・ケロロ軍曹・くじびきアンバランス (二時間半)

吉祥寺(バス) ↓ 深大寺(バス) ↓ 吉祥寺(終点)

(初級者コース)

E1コース ラーゼフォン・あずまんが大王・ケロロ軍曹・ROOKIES・花より男子初級者コース(二時間)

吉祥寺(徒歩) ↓成蹊大学(徒歩) ↓吉祥寺(終点)

F3コース ラーゼフォン・あずまんが大王・ケロロ軍曹初級者コース(二時間)

吉祥寺(徒歩) ↓井の頭公園(徒歩) ↓吉祥寺(終点)

(3) 三鷹駅スタートルート

(上級者コース)

F2コース (F1の逆コース) ジブリ美術館・あずまんが大王・ラーゼフォン・ケロロ軍曹上級者コース(三時間)

三鷹駅(バス) ↓三鷹の森ジブリ美術館(徒歩) ↓井の頭公園(徒歩) ↓吉祥寺(終点)

(中級者コース)

D3コース あずまんが大王・マリア様がみてる・生徒会役員共・図書館戦争・咲・ROOKIES・花より男子・ラーゼフォン中級コース(三時間)

三鷹駅(バス) ↓武蔵野大学(バス) ↓武蔵野中央図書館(徒歩) ↓武蔵野総合体育館(徒歩) ↓成蹊大学(徒歩) ↓吉祥寺(終点)

(初級者コース)

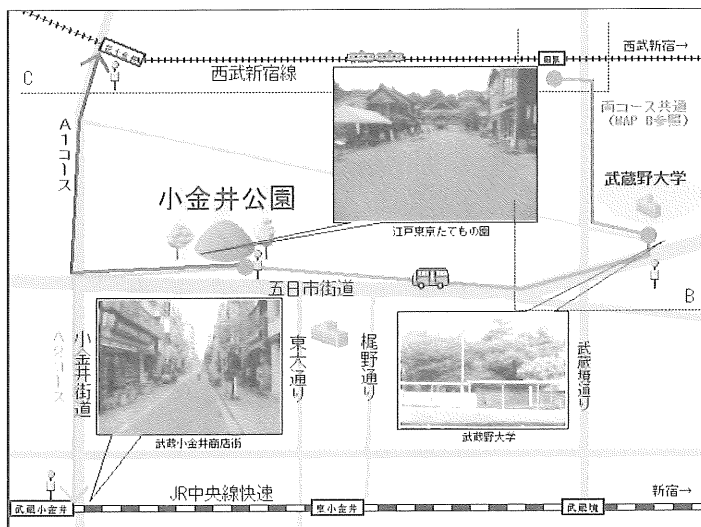
B3コース (B2の逆コース) あずまんが大王・マリア様がみてる・生徒会役員共・ケロロ軍曹・あたしんち初級者コース(二時間半)

三鷹駅(バス) ↓武蔵野大学(徒歩) ↓田無駅(終点)

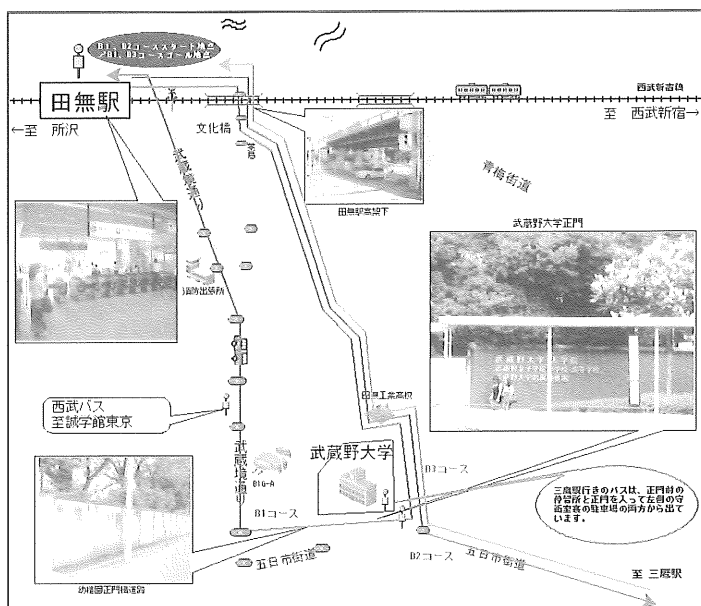
参考文献

- 株式会社メディアクリエイト「オタク産業白書2008」株式会社メディアクリエイト(2007)
- 野村総合研究所オタク市場予測チーム「オタク市場の研究」野村総合研究所(2005)
- 山村高淑「アニメ聖地の成立とその展開に関する研究——アニメ作品「らき☆すた」による埼玉県鷲宮町の旅客誘致に関する一考察」『国際広報メディア・観光学ジャーナル』北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院(2008)
- 山村高淑「観光情報革命が変える日本のまちづくり——インターネット時代の若者の旅文化と新たなコミュニティの可能性」『まちづくり』学芸出版(2009)

※本稿は、平成二十一年十月十七日に日本公共政策学会と多治見市共催で行なわれた「公共政策フォーラム2009 in 多治見」で、永田ゼミナール生が永田の研究計画、指導の下に研究調査し学会報告した内容を、一部加筆し論文化したものである。全国十六大学・二十チーム参加した学生コンペの中で、永田ゼミナールの報告は大変注目を集めた。



MAP A



MAP B

アニメの「聖地巡礼」を活用した地域活性化についての一考察

