

研究ノート

ローカルヒーローの「コラボ」にみる現状と課題

「コラボイベント」と「コラボショー」

石井 龍太

要 旨

地域キャラクターの一類型であるローカルヒーローにおいて、「コラボ」と呼ばれる活動が近年増加している。これらは大きく「コラボイベント」と「コラボショー」に分類される。コラボイベントはローカルヒーローの活動が発展した 2000 年代に登場し、その隆盛と共に推移し、ローカルヒーローが地域の催事の一演目からイベントの主催者へも転換する大きな意味を持っている。コラボショーは、多くの団体が共通して抱える人手や経済的課題を解決する術としても機能している。また両者はファンやマスコミの注目を集め、さらに団体間の交流の場として機能する等、様々な役割を果たしていることが確認された。

キーワード：ローカルヒーロー，コラボイベント，コラボショー

1. はじめに

「ローカルヒーロー」と呼ばれるキャラクターコンテンツが存在する。いまや全国で 200 以上の団体が活動しており、その活動母体や活動目的は多様で、ステージショーやグリーティング（練り歩き）、式典への参加の他、テレビ・劇場等での映像作品の放映、グッズ販売、教育活動、清掃活動や防犯等の啓発運動への参加、災害支援の福祉活動等々、活用可能性も幅広い。一般には「ゆるキャラ」⁽¹⁾等と同じ地域キャラクターの一つとされ、実際に一緒に活動するケースも見られるが、活用の幅広さをはじめ様々な特徴を持ち、他の地域キャラクターと一線を画す存在といえる。

一方で、ローカルヒーローを巡る環境は決して楽観視できない状況にあり、運営に課題を抱えている団体は少なくない。特に必須となる人手や資金面での困難がしばしば聞かれ、中にはこれ

らが原因となって、活動を休止する、縮小するといった動きも見られる。地域振興や福祉を重要なテーマのひとつとし、何年にも及ぶ長期間の継続的活動を通じて達成していく団体が多い一方で、人材の育成や経済的な安定が保証されていないため、運営は容易でないというのが現状であろう。

こうした逆境ともいえる環境下で、しかし様々な団体が創意工夫を重ね、課題を克服するための対策も生み出されてきている。本稿は、近年増加し注目されているローカルヒーローの「コラボ」について、実際の状況を踏まえて検討する。

2. 先行研究

2-1. 概要

ローカルヒーローに関する先行研究のうち、前号まで（石井 2015, 2016, 2017）にまとめたものについては本稿では略述に留める。これまでの研究事例としては、新しい福祉活動として取り上げるもの（岩崎 2008）、安定した地域ブランドとして存続していく地域活性化のシンボルの一つと位置づけるもの（水野 2012）、ローカルヒーロー運営のビジネスモデルの実践例を述べたものや舞台裏を描いたもの（海老名 2009, うるの 2013, 山口 2013）も出版されている。

また同じく地域キャラクターに分類される「ゆるキャラ」は総覧できる書籍が発行されているが、ローカルヒーローも網羅的に取り上げた図鑑が過去2回出版されている（ブルー・オレンジ・スタジアム 2006, ローカルヒーロー研究会 2013）。なお本稿と関わる大規模イベントである「ローカルヒーロー祭」（千葉県千葉市）では、最も多い時で100近い参加団体の詳細を記載したパンフレットが発行、販売されており、相当数のローカルヒーローの情報を把握できる媒体となっている（ヤツルギ魂編 2015, 2016, 2017）。

ローカルヒーローの活用可能性については、高橋潔氏による興味深い指摘がある。実践例として、南山大学総合政策学部総合政策学科の高橋潔研究室が運営した「ひまわり戦隊トヨタジャン」を取り上げ、「かけがえのない地球を守ろう」というメッセージには新興宗教の教義にあるような危うさを含んでいると指摘しつつ、「そこにヒーローという虚構性が付け加わることで、笑いとともに、安心して受け止められるようになる」としている。また「街のゴミを拾おう」というメッセージをカラフルなヒーローのショーの中に盛り込むことで、幅広い層の人々に伝えることができる、価値ある情報に一見無意味な要素を付け加えることによって、もともとのメッセージの重要性を高めていく付加価値のあり方だとしている（金井, 高橋 2004: 242-244）。これは「ローカルヒーロー」コンテンツの活用可能性に関する重要な指摘といえるだろう。

ローカルヒーローを地域文化として捉える矢島妙子氏は、「体現した地域文化を、よりストー

リーとして展開させることが可能」なものとしてローカルヒーローを挙げている。それまでのヒーローと異なり、実在する特定の地域が舞台となり、外見や言葉や敵の設定、仲間の設定、撮影場所等に地域性が多様に表出されているとし、また子ども向けにわかりやすい単純な設定はむしろ子どもに飽きられることから、複雑でも丁寧で細かい設定の方が面白がられ、大人も楽しめるものになっているとする。ただ地元の要素の取り入れ方、地域性表出の強度は団体ごとに違いがあると指摘し、その背景として、ローカルヒーローを観ている地域で生活している人々が納得できるリアリティが、表出される地域性に求められたためであるとする（矢島 2013: 129）。また矢島氏は、ローカルヒーローは地域文化の体現をより展開し、設定も広がる可能性が高いとする。地域性を強く表現したキャラクターたちの闘いは勧善懲悪に限らなかつたり、敵の目的が侵略や征服ではなかつたりと、設定が複雑化していることを指摘する。地域に対しての害という表面に出てくるものだけでなく、人々の内面、例えば、地域独自の精神的な世界観や地域独特の価値観への問題提起までもが、比喩的に表現されている構造がみられるとしている（矢島 2014: 107）。矢島氏の見解は、全国放送される TV 媒体を主体とするヒーローとローカルヒーローの間にある差異を指摘したものとして重要であり、そしてその要因に地域の人々のまなざしを挙げた点でさらに興味深いものとなっている。

筆者は特徴的な「ローカルヒーロー」の活動に興味を持ち、まずローカルヒーローに対する認識と現状について、2014年時点で収集できた情報を元に主に地域色の度合いに基づき大きく4つの類型に分類した（石井 2014）。すると類型①【食料品や名産物など、地域を直接連想させる要素を名称などの設定に盛り込んだもの】が最も多いものの減少傾向にあり、2010年代には類型②【地域の要素を内包するが表に出さず、背景に留めたもの】の方が多くなる年も見られるようになること、すなわちローカルヒーローがその大きな特徴としてきた地域性は希薄になりつつあることを確認した。またローカルヒーローの活動の一つとして、特に重視され注力されるステージショーを取り上げ、22団体を対象に2014年～2015年までに開催されたステージショーを分析しその特徴について検討を加えた（石井 2015）。その結果、担い手の多様性が進む一方で、ステージショーは定型化していること、団体、ヒーロー達の個性はステージショーよりも設定やデザインといった要素にまとめられていることが伺えた。こうした研究活動と同時に、石井研究室ではローカルヒーローの運営者にインタビューした「ローカルヒーロー通信」（城西大学経営学部石井龍太研究室 2016a, 2016b, 2017）の作成を行っている。

そしてゼミナールに所属する3, 4年生の大学生たちと共に、実際に「ローカルヒーロー」を運営する教育実践を2015年から継続して行っている。最初の卒業生を送り出した2017年に、その教育効果の検証を行った（石井 2017）。一連の活動を通じて、ゼミ生達は自身の様々な能力、特に団体運営に必要な協調性やコミュニケーション能力が向上したという実感を得、また自分を

磨く向上心が増大するに至った。一方で社会問題への理解力やリーダーシップの向上にはばらつきがあり、課外活動に係る負担等の課題も明らかになった。

概して、ローカルヒーローの研究事例は少ない。しかし近年、大学の卒業論文のテーマとしてローカルヒーローを取り上げる研究活動が増加してきており、公表されている例もある（滝川2016）。今後、若手を含めた研究の活性化が期待される。

3. 分析

3-1. 「コラボ」の類型

本稿では、先行研究では触れられてこなかったローカルヒーローの活動のひとつとして、「コラボ」を取り上げて分析する。コラボとは Collaboration の略語であり、本来は共同、協働、協力を意味する言葉だが、ローカルヒーローの運営団体同士が共に活動する際にしばしばこの語が用いられる。こうした慣例に倣い、本稿でも複数のローカルヒーロー運営団体が協力して行う活動を指す用語として使用することとする。

なおコラボのあり方はかなり多様である。異なる運営団体間で行われる協働活動を指す用例が一般的だが、一つの運営団体内で別個の世界観や設定を持ったキャラクター群が複数運営されているケースがあり、そのキャラクター群が協働するコラボ活動も認められる。本稿では区別のため、同じ運営団体間で行われる例を「団体内コラボ」、他団体間でなされる例を「団体間コラボ」と呼称する^①。

この様にコラボの様態が大きく2つの類型に分かれることを踏まえ、さらに実際に行われている事例を踏まえて、現時点で大きく2分類が可能であると考えられる。本稿ではそれぞれ「コラボイベント」と「コラボショー」と呼称することとする。何れも、団体間コラボ、団体内コラボ共に確認される。また両者は有機的関係にあり、特にコラボイベントにおいてコラボショーが開催される例は多々見られる。順に検討することとする。

3-2. コラボイベント：複数団体が一つのイベントに集合し、それぞれ割り当てられた時間と場所において活動するもの

概要

複数のローカルヒーロー運営団体が集合し、ステージショーを始めとするそれぞれの活動を、終日に渡って一つのイベントの中で別個に行う例が見られる。これを本稿では「コラボイベント」と呼称してみたい。団体内コラボ、団体間コラボの両方が含まれるが、当然ながら参加団体が多くなるほど、団体間コラボの比率が高まることになる。

コラボイベントにおいて特に注目されるのが、参加団体数が二桁に達する規模の大きな例である。参加した団体の数や規模にもよるが、終日に近い時間、場合によっては数日に渡って開催される例もある。ただし開催日時が2日間に及ぶ例は少ない。1日開催だったイベントが延長されるものの、その後1日開催に戻す例も散見される。開催傾向としては一年に一回の例が多いものの、年2回開催される例も見られる。また開催時期がイベント毎に固定化されていることもうかがえる。そしてステージショーに留まらず、グッズ販売や、地域の特産物の物産展等を展開する場合は会場も相当な規模となる。場合によっては一会場を貸し切りとし、ステージショー、グリーティング、物販等、複数の活動を組み合わせて実施される。

コラボイベントの中には、2回、3回と開催を重ねていく例が見られる。大規模コラボイベントにはその傾向が特に見られる。連続で開催されてきた大規模コラボイベントをまとめる（表1）と、回を重ねる毎に参加団体が増え、発展しつつ展開している様子を見て取ることができる。ただし参加団体数は10団体前後に集中しており、それ以上となる例は少数である。

そして大規模コラボイベントは、主催もローカルヒーローの運営団体であることが多い点も特徴的である。自身に運営の経験があるからこそ、コラボイベント運営において有利な点は多いであろう。またこうした運営形態と関連して、主催団体のキャラクターやステージショーが中心的、あるいは要となる位置づけがなされる例が多い。

こうした終日に渡り一つの会場全体に展開する大規模コラボイベントの登場は、ローカルヒーローのイベントに大きな変化を引き起こしたといえるだろう。今日に至るも、ローカルヒーローのイベントの主流は「催事の中での一演目」として行われるアクションショーであり、他の地域団体による演奏やダンス、マジックショーといったステージイベントに交じる形で行われる。しかしローカルヒーローの大規模コラボイベントは「ローカルヒーローのイベント」として完結する形態を取っており⁽²⁾、運営団体が催事そのものの主催者になるという、立場の変化をも起している点が大きな特徴といえるだろう。

さらにこうしたコラボイベントにおいて、「ゆるキャラ」やローカルアイドルをはじめとするローカルヒーローとは異なるカテゴリーのステージイベントが組まれる例も見られ、注目される⁽³⁾。コラボイベントの隆盛と発展によって「催事の中での一演目」から主催者となり、今度は他分野に活動の場を提供するようになってきたと見ることもできよう。

課題

このようにコラボイベントは様々な新しい要素を含む注目すべき活動であるが、一方で懸念される課題も無い訳ではない。本稿では2つ取り上げておきたい。一つは来場者の内訳の変化である。催事の中の一演目として行われるステージショーの観客は、前後の演目が主目的であったり、出店を周るうちにたまたま行き当たったりと、必ずしもヒーロー目当てばかりではなく多様であ

表1 ローカルヒーローの大規模コラボイベント例

イベント名	開催場所	開催日時	参加団体数
北海道ヒーローサミット	道の駅あさひかわ	2015年7月28日(日)	8
		2016年12月11日(日)	10
		2018年1月28日(日)	10
IWATE ハチマンタイダイナマイト	松尾さくら公園	2009年9月21日(月祝)	10
		2010年9月20日(日)	14
		2011年9月23日(金), 24日(土)	13
		2012年9月16日(日)	8
		2013年9月15日(日)	9
		2014年9月15日(日)	8
		2015年9月13日(日)	10
		2016年9月11日(日)	9
日本ローカルヒーロー祭	フェスティバルウォーク蘇我	2014年10月12日(日)	40
	アリオ蘇我, フェスティバルウォーク蘇我	2015年11月21日(土), 22日(日)	83
		2016年10月1日(土), 2日(日)	77
集え!正義!! ローカルヒーロー祭り	新宿ロフトプラスワン	2006年10月14日(土)	3
		2007年9月8日(土)	6
埼玉 DE ヒーローフェス	行田市ものづくり大学体育館	2015年5月10日(日)	6
	春日部市ふれあいキューブ	2016年7月16日(土)	8
	春日部市ララガーデン 春日部店	2017年11月4日(土)	9
復興チャリティイベント in 飯能	飯能整形外科病院駐車場	2015年11月8日(日)	11
		2016年11月6日(日)	13
		2017年11月5日(日)	11
ローカルヒーロー大集合!	道の駅信濃路下條	2004年3月28日(日)	4
ローカルヒーロー大爆発!		2005年3月27日(日)	10
ローカルヒーロー大作戦!		2006年3月26日(日)	10
ローカルヒーロー大行進!		2007年3月25日(日)	10
ローカルヒーロー大進撃!		2008年3月23日(日)	14
ローカルヒーロー大決戦!		2009年3月29日(日)	11
ローカルヒーロー大冒険!		2010年3月20日(土), 21日(日)	20
ローカルヒーロー大爆走!		2011年3月27日(日)	11
ローカルヒーロー大革命!		2012年3月25日(日)	12
ローカルヒーロー大合体!		2013年3月24日(日)	17
ローカルヒーロー大逆転!		2014年3月16日(日)	19
ローカルヒーロー大激突!		2015年3月22日(日)	24
ローカルヒーロー大合戦!		2016年3月20日(日)	25
ローカルヒーロー大戦争!		2017年3月26日(日)	16

愛知ローカルヒーローステージ	愛知こどもの国	2015年5月15日(日)	10
		2016年5月15日(日)	11
		2017年5月28日(日)	11
大阪ジャスティス2013～春の陣～	すばるホール 小ホール	2013年5月3日(金祝)	6
大阪ジャスティス2013～夏の陣～	大阪南港 ATC 潮風のステージ	2013年8月18日(日)	11
大阪ジャスティス2014～冬の陣～	大阪南港 ATC ITM 棟2F 特設会場	2014年1月26日(日)	15
大阪ジャスティス2014～夏の陣～	大阪南港 ATC 潮風のステージ	2014年7月27日(日)	7
大阪ジャスティス2015～冬の陣～	大阪南港 ATC 潮風のステージ	2015年1月25日(日)	25
大阪ジャスティス2015～夏の陣～	大阪南港 ATC 海辺のステージ	2015年8月16日(日)	6
大阪ジャスティス2016～冬の陣～	大阪南港 ATC ITM 棟2F 特設会場	2016年01月31日(日)	14
ローカルヒーローフェスティバル in 平戸	平戸文化センター	2001年3月20日(火)	4
第2回ローカルヒーローサミット はえばる	第十一回はえばる2002 ふるさと博覧会, 第八回福祉まつり	2002年11月3日(日)	3

※「参加団体数」はHP等の情報を基に、ローカルヒーロー団体のみカウントした

る。しかし大規模コラボイベントの場合、ローカルヒーローに関わる内容に終始するが故に、それを主目的とする来場者に絞られてくると推察される。そのため、ローカルヒーローの新たなファンの獲得にはつながりにくいと考えられる。ただマスコミの注目を浴び広く報道される、あるいは上述した他分野のステージイベントと組み合わせる運営形態を発展させることで、来場者の多様化につなげられる可能性はあるだろう。

もう一つの課題として、ステージショーの回数を上げておきたい。コラボイベントが大規模化し参加団体が増加すると、終日開催されたとしても、概ね20～30分程度のステージショーを全ての参加団体が実施できるわけではない。図1は、継続的に開催されている大規模コラボイベントにおいて、ステージショーを実施した団体数を種類別に示したものである。実際に上演されたステージショーの回数は、参加団体全体の半分以下に留まる例が少なくないことが伺える。ただしこうしたコラボイベントに参加する団体の全てがステージショーの実施を望む、あるいは可能な状態にあるわけではないことも押さえておかなければならない。特に会場から遠方に拠点を持つ団体の場合、スタッフの確保、必要物品の送料、交通費、宿泊費等の諸経費を考えた時、ステージショーまで実施できる用意が整うとは限らないことも付言しておく。コラボイベントにおいては、参加団体がそれぞれの状況に応じて、多様な活動を行うことが許容される必要もあると言えよう。またこうした状況にあって、後述する「コラボショー」を積極的に行う、ステージショーを行わなかった団体がステージ上で短時間のパフォーマンスを行う「PRタイム」等と呼ばれる催しを実施する等、参加する団体が可能な限りステージに上がれる機会を提供する工夫が行われていることも、図1からうかがうことができる。

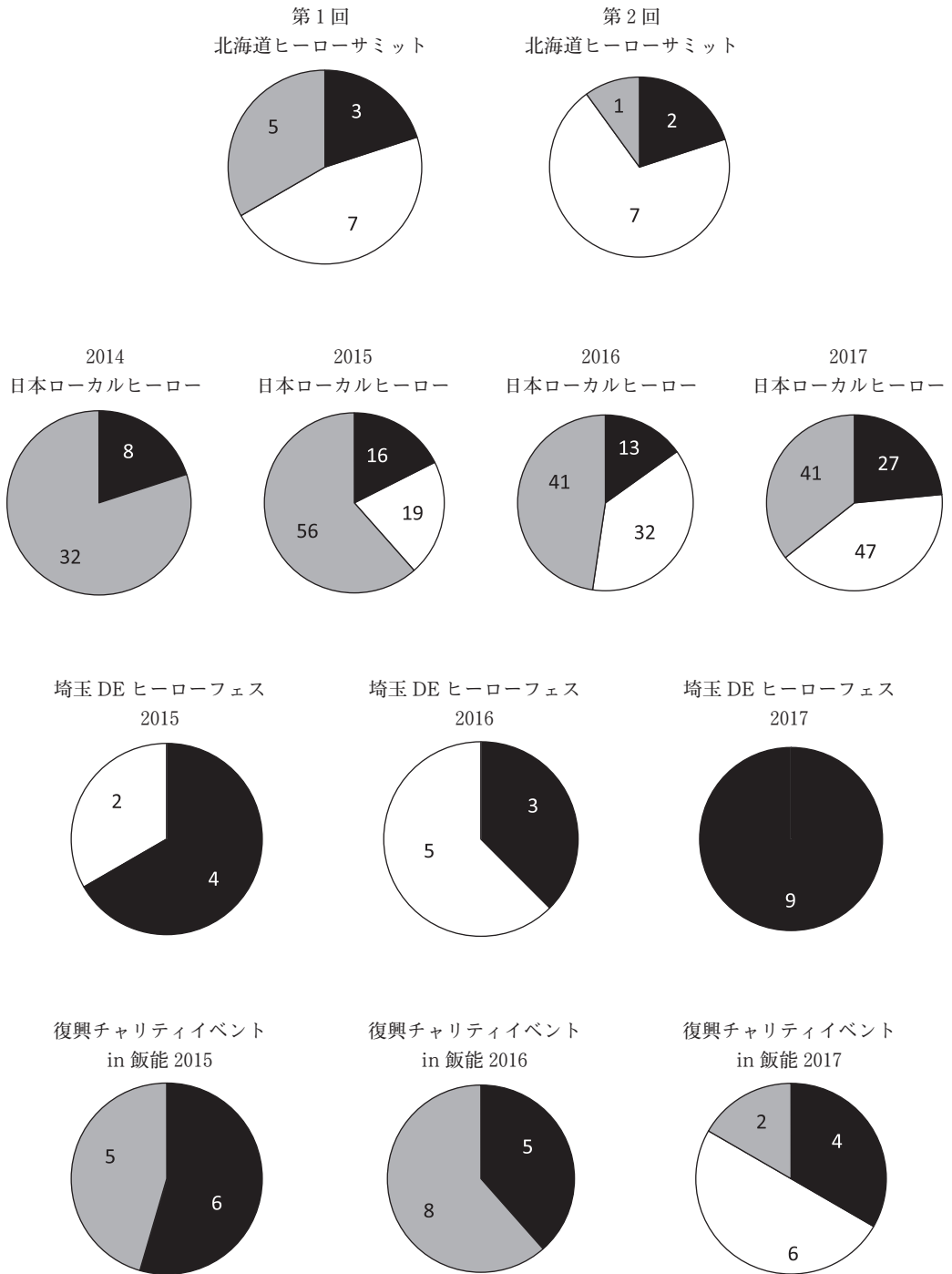


図1 ローカルヒーローのコラボイベントにおけるステージショーの種類別団体数

- 単体ショーを行った団体数
- コラボショーを行った団体数
- ステージショー以外の活動のみを行った団体数 (PR ステージや15分未満のステージイベント参加団体を含む)

実 例

本稿ではコラボイベントの実例として、2014年から開始された「日本ローカルヒーロー祭」を取り上げてみたい。筆者は2014年の第1回開催時には観客として、2015年の第2回以降はゼミ生達と出演団体として参加している。また2016年の第3回、2017年の第4回ではステージショーの機会も得ている。筆者の経験も含めて、イベントの様子を略述する。

日本ローカルヒーロー祭は、千葉県のローカルヒーロー『鳳神ヤツルギ』シリーズ等、複数のローカルヒーローを手がけている株式会社ヤツルギ魂が主催する。例年、千葉県千葉市のフェスティバルウォーク蘇我を主会場としつつ、近隣のアリオ蘇我も会場として加えられている。2015年からは会期が2日間となり、初日は近隣のGLOBOにて開催されるようになった。参加団体数は当初の40団体から現在は93団体まで増加し、参加団体が集合して行われるオープニング、エンディングイベントは壮観である（図2）。現在のところ全国で最大の規模を誇るローカルヒーローのコラボイベントである。

イベントの規模に比して来場者数も多く、2014年にのべ25000人、2016年には2日間で3万人を動員したとされる（ヤツルギ魂2015, 2016）。マスコミからの注目度も高く、SNSを通じた生中継も実施されている。また主催団体だけでなく、参加団体、さらに参加したファンたちが積極的に情報を発信することから、イベント開催中は勿論、終了後もしばらくの間は会場の模様等を伝える情報がSNSを中心に大量に発信され続けている。こうした傾向は、他の大規模コラボイベントにおいてもしばしば見られる。



図2 「2017日本ローカルヒーロー祭」の様子（2017年10月1日）

参加団体は北海道から沖縄県まで日本全域に渡っており、特に開催地に近い関東以北が多い傾向にある。4年間で参加団体数は倍以上となり、また新しい運営団体の参加が目立ち、全国的に知られるデビューの格好の機会となる。なお参加に当たっては、主にキャラクターの情報を説明する書類を準備し、申込手続きを行う必要がある。主催団体側が特定団体を招くことで参加団体を絞り込む方法を採用するコラボイベントもあるが、「ローカルヒーロー祭」では開放されているため、多くの団体が参加のチャンスを獲得し易く、参加団体数が増える形式となっている。

広い会場内には屋外ステージが複数設けられ、その間を物販コーナーが埋め、会場全体でグリーティングが実施されるのが例年の開催形態である。また大規模コラボイベントに付きまとう課題として、物理的に増やせないステージショーの効率的な運用が図られている。開催当初の2014年は、40近く上演されたステージイベントの6割以上が10分余りのミニステージとなり、短縮されたショーを行う団体や、地域PRを行う団体等が多かった。その後は参加団体の大幅な増加が続く中で15分～20分規模のステージを増やし、またコラボショーを積極的に開催することでかなりの団体がステージショーの機会を得ている。主催者である「ヤツルギ魂」のキャラクターがコラボショーに積極的に関与している点も注目される。

またファンにとっては中々観に行けない遠方のヒーローたちと出会う機会となっていることが、Twitter等への書き込みから見て取れる。そしてファンだけでなく、運営団体同士の交流の場としても機能しており、控え室が共用であることも手伝って、団体間の名刺交換や連絡を取り合う光景も見られる。当然ながら造形の技術や運営ノウハウのやり取りもなされ、参加を通じて着ぐるみの新調を行う等、刺激を受ける団体も出て来ている。ローカルヒーロー・コンテンツの発展において、こうした場の存在が寄与している証左と言えるだろう。

そしてローカルアイドルや、関連するミュージシャン、さらに主催のヤツルギ魂と連携している千葉県警のイベントを同時開催する試みも行われており、2017年度には千葉市長が登壇する場面も見られた。

3-3. コラボショー：複数団体が、一つのステージショーを共同で実施するもの

概要

上述のコラボイベントとは異なり、複数のローカルヒーロー運営団体がそれぞれの所属キャラクターとスタッフを持ち寄り、一つのステージショーを実施する例が見られる。これを本稿では「コラボショー」と呼称してみたい。これまで、筆者とゼミ生たちが客演として参加したコラボショーは4回（表2、図3）、主催者として実施したコラボショーが3回（表3、図4）ある。本稿ではこの事例に即し、ホストとゲストの両面からコラボショーを分析することとする。

団体内コラボ、団体間コラボの両方が認められるが、特に注目され、またコラボショーの特性

表2 石井ゼミナールが客演したコラボショー

日時	イベント名	参加団体（参加キャラクター） ※上段：主催団体，下段：客演団体
2016年 5月29日	第1回東京ローカルヒーローシアター （東京都江戸川区）	ヤツルギ魂（ライデンマル，シップウマル） 石井ゼミ（ユニベーターJ，ユニ，バッドバット，タン イヤペーナ2号，マインドマイン）
2017年 2月19日	児童養護施設 （東京都）	チームネリマックス（ネリマックス，マックスピンク， ゴロゴローネ，コーレイカーン，笹郎，ごかぼちゃん） 白銀の機神ガルディア（ガルディア） 石井ゼミ（モデル）
2017年 3月5日	うにくす上里 キッズフェスタ （埼玉県上里町）	チームネリマックス（ネリマックス，マックスピンク， カンフーキャットゴロちゃん，笹郎，ごかぼちゃん） 白銀の機神ガルディア（ガルディア） ドンファン（ドンファン） 石井ゼミ（モデル）
2017年 8月19日	戸田ふるさと祭り （埼玉県戸田市）	埼玉戦隊ドテレンジャー（すずめレッド，きりんブルー， ひよこイエロー，うさぎピンク，りすグリーン，コウモ リブラック，イランダー，シグナム人，戦闘員） 汰光闘士トゥエンティ（トゥエンティ） 怪獣同盟（早稲田戦士ウイング，早稲田天使ソウダルフオン ン） 星龍戦士コスモフラッシャー（コスモフラッシャー） 石井ゼミ（リベレスパーJ） イクメン戦士ネリマックス（ネリマックス） 怪獣ヴァベラ
2017年 11月5日	復興チャリティイベント in 飯能 （埼玉県飯能市）	DSL（骸696，カメレオール，イー・ランラン，ハニー・ ド・ファイブガード） 未完成ヒーローデブーマスク（デブーマスク） ギャラクシーケイビネコ・ギャネック（ギャネック，ゲー メイン） 石井ゼミ（リベレスパーJ，ルーガライザーJ） キズナクロス（正義番長バンビート，次元戦士オルファム） 星龍戦士コスモフラッシャー（コスモフラッシャー）

が良く発揮されるのは後者の例である。またコラボイベントでは主催者がローカルヒーローの運営団体である例が多いが，コラボショーにおいても主催団体が存在し，客演団体の勧誘やステージの確保，シナリオ作成，演出を担当する例が多い。そのため，往々にしてコラボショーの内容も主催団体を中心としてなされる例が認められる。

上述したコラボイベントと異なり，基本的な活動範囲はステージの枠内に収まる。また終日に渡るものではなく，30分前後の一般的な上演時間の範囲内で行われる。参加団体が増えることでキャラクター数も増加するが，それでも上演時間が大幅に延長される例は見られない。これは相対的にキャラクターの活躍時間が短縮されることも意味している。



図3 石井ゼミナールが客演したコラボショーの様子

1. 第1回東京ローカルヒーローシアター（2016年5月29日）
2. 復興チャリティーイベント in 飯能（2017年11月5日）

なお上述の通り、コラボイベント内でコラボショーが実施される例も多く、ステージショーのチャンスをなるべく多くの参加団体に分配する等、ステージの効率的な運用に一役買っている部分もあるといえよう。

こうしたコラボショーに客演する場合、参加団体に共通してステージ当日までに必要となる手続きがある。筆者および研究室所属のゼミ生の経験では、概ね4つの作業が共通して要求された。

① 写真の送付

告知用のチラシやポスターを作製するため、登場するキャラクターの写真を主催団体まで送付する。告知の担当が主催団体と別の場合はそちらに送付する。多くの場合、コラボショーへの参加が決定してから最初の実施され、参加の可否の返答と合わせて行われることもある。なお写真にキャラクターの名称が付される場合や写真の加工が行われる場合には、後日完成したチラシ等のチェックが依頼されることもある。

② シナリオのチェック

コラボショーへの参加確定後、主催団体からショーのシナリオが送付され、問題がないかをチェックする。シナリオ担当が主催団体と別である場合は、主催団体を踏まえつつ担当者とのやり取りが行われる。また複数団体が参加するコラボショーの場合は、全体のシナリオチェックを経て了承を得られてから完成版のシナリオを再送付し、その後アフレコへと作業が移行することもある。ただ言い回しの違い等、変更点が全体に影響しない場合は、各団体の判断でアフレコ時に修正するよう依頼される例が多い。実施のタイミングはまちまちであり、最も早い例でコラボショー当日の41日前、遅い例では4日前にシナリオチェックが行われた。

③ アフレコ

多くのローカルヒーローのステージショーは、キャラクターのセリフを事前に録音し、音楽や効果音と合わせて作成した音源が用意される。演者は音源に合わせてステージ上で芝居や殺陣を行うこととなる。コラボショーも例外ではなく、シナリオのチェックを経て最終稿が送付された後、主催団体の定める期日までに、自団体のキャラクターのセリフを録音し指定されたファイル形式で送付する。必要に応じて、武器等の効果音も用意する。なお録音環境によって音質が大きく変わるため、編集担当者によっては日時を指定して参加団体に集合を依頼しスタジオ録音を行う例もあるが、筆者の経験では1例のみと少数である。

シナリオ確定のタイミングと関わるため、アフレコのスケジュールもまちまちだが、最も早い例で20日前に各団体の担当者が集合してアフレコ作業を行った例もあった。また完成した音声ファイルが事前に主催団体から送られる場合と、当日に確認する例がある。参加団体ごとに事前練習が必要な場合や、音声の加工が行われる場合はあらかじめ送付されることが望ましいものの、スケジュールの都合次第となる例が多い。

④ 練習

指定された時間、場所に集合し、事前練習を実施する。団体を超えて行われる殺陣シーンがある場合や、コラボショーへの参加が初めてとなる団体がある場合、本番より前の日時に実施されることもあるようだが、筆者は経験したことがなく、当日の練習が最初で最後となる例が多い。

当日は概ね上演の3～4時間前に集合し、団体間の簡単な挨拶を行った上で、まずは舞台の確認を全体で行い、次いで主催団体が中心となって演出がつけられる。時間を睨みつつ、また休憩を挟みながら、全体の演出を確認した後で音源を伴ったリハーサルが行われる。その後は着替え、ステージへの移動が行われ、コラボショーの開幕を迎えることとなる。

実例（客演）

石井研究室のキャラクターが最も多く客演したコラボショーは、関東圏の児童養護施設を中心に活動している『イクメン戦士ネリマックス』主催のコラボショーである⁽⁴⁾。一連のコラボショー参加に先立って、2016年9月に団体代表にインタビューする機会を得た（城西大学経営学部石井龍太研究室2017: 1-2）。主役キャラクターであるネリマックスを中心に2012年から活動しているが、2016年以降は主催するステージショーのほぼ全てがコラボショーとなっており、主催団体のヒーローであるネリマックスと、敵対する「ムカンシン帝国」の怪人を中心としつつ、特にヒーローを他団体から募って実施しているという。

また主催団体となっている「チームネリマックス」を構成するメンバー、およびキャラクター

たちも、それぞれが単体で活動している点は注目される。すなわち主催団体自体が、継続的であるとは言え団体間コラボの様相を呈しているのである。そしてチーム内で役割分担がなされており、シナリオは代表が、ステージ演出は「チームネリマックス」の一員である「コスモフラッシャー」が担当することが多い（石井研究室 2017: 2）。こうした緩やかで継続的な団体間コラボを核として、実際の運営時には一過性の他団体を加えての団体間コラボが行われるという、入れ子構造が展開している。ただし一過性とはいえ、ネリマックスのコラボショーへの参加が常連化している団体も多い。

代表へのインタビューでは、コラボショーを展開する理由として「話が狭くならないように、誰でも喜べるような、色々なキャラクターが個性を謳歌できるような、ディズニーランドのようなステージショーを目指して」実施しているという。また観客の反応にも変化があり、「ヒーローが一人より二人、二人より三人の方が、子供の目の輝きが全然違うんです。」としている。

コラボショーの実例（主催）

こうしたコラボショーへ客演する経験を踏まえつつ、石井ゼミナールもコラボショーを主催してきた（表3、図4）。これまでに団体内コラボ（2016年11月13日 第31回鶴ヶ島産業まつり）

表3 石井ゼミナールが主催したコラボショー

日時	イベント名	参加団体（参加キャラクター） ※上段：主催団体，下段：客演団体
2016年 11月13日	第31回鶴ヶ島産業まつり (埼玉県鶴ヶ島市)	石井ゼミ4年生（ユニバーターJ，ユニ，タンイヤバーナ2，デフレクター）
		石井ゼミ3年生（リベレスパーJ，スナッチ）
2017年 4月1日	第33回鶴ヶ島桜まつり (埼玉県鶴ヶ島市)	石井ゼミ（リベレスパーJ，スナッチ）
		玩装戦士サンガイア（サンガイア） 東京大学特撮映像研究会（トーダイン，雀兵（2体）） 日本芸術大学特撮部（ニチゲリヨン1号，ニチゲリヨン3号） 女子美術大学特撮同好会（ヨウガレッド，ダクトブルー）
2017年 10月1日	2017日本ローカルヒーロー祭 (千葉県千葉市)	石井ゼミ（リベレスパーJ，ルーガライザーJ，パスト，マンキンド，火炎大將軍） 映像企画団体ヘリオス（スターナイザー，キャットC，クロンクルセイダー，服部鷹音） 玩装戦士サンガイア（サンガイア） 女子美術大学特撮サークル（ヨウガレッド，ダクトブルー，マルコフ） 超流戦士ダライザー（ダライザー） 筑波大学ヒーローアクション同好会（ツクバダイン，Mr.ファクトリーヘッド・スクリュウ巻島，巻島部下1，シュート，カラス） 日本大学芸術学部特撮部（ニチゲリヨン1号，ニチゲリヨン2号，ニチゲリヨン3号，バーディアン，ダード，アソサンタン）



図4 石井ゼミナールが主催したコラボショーの様子

1. 第33回鶴ヶ島桜まつり（2017年4月1日）
2. 2017日本ローカルヒーロー祭（2017年10月1日）

と団体間コラボ（2017年4月1日 第33回鶴ヶ島桜まつり，2017年10月1日 2017日本ローカルヒーロー祭）の両方を行ってきたが，本稿では団体間コラボを中心に述べる。

石井ゼミにてコラボショーを主催するに到った動機としては，先ず各地で増加しつつあるコラボショーの実態を，主催者として参与しつつ調査する目的があった。また開催時に石井ゼミだけではメンバーが乏しく，満足なステージショーの実施が危ぶまれたことも動機のひとつである。そして他団体主催のコラボショーへの参加経験から，多くのキャラクターが出演するステージショーを展開することで観客の注目を集められるという期待もあった。特に大規模なコラボイベントである「2017日本ローカルヒーロー祭」においては，100近い参加団体の中に埋没しないよう，過去にない規模のコラボショーを実施することとした。石井ゼミは講義であり，大学生によって構成されていることから，主に大学で運営されているローカルヒーローを中心に参加を打診した。こうすることで，大学を超えた学生間の交流の場としてコラボショーが機能することも期待した。

主催に当たっても，上述した4項目の事前準備が必要となる点は変わらない。この内，最も時間がかかるのが「②シナリオのチェック」と「③アフレコ」であることは，経験上予想された。そこで各団体へのシナリオ送付はステージ当日のおよそ2ヶ月前から実施し，シナリオチェックを経た後，アフレコ音源の提出締め切りを約1ヶ月前に設定した。①告知チラシのための写真提供は，シナリオ，アフレコ作業と同時進行とした。

コラボショーを企画した時点で，当日以外に各団体が集合して行う事前練習は難しいことが予想された。そこでシナリオ作成に当たっては，各団体が個別に練習することが可能なように，参加団体それぞれのキャラクターのみで構成されるシーンを増やし，団体を超えてキャラクター達と同じ場面に集合するシーンは終盤のみとした。また各団体が個別にアフレコを行うことを想定し，団体を超えたキャラクター同士のセリフの掛け合いは極力控える工夫を行った。

④練習は，一部に合同練習を要望する団体もあったが，結局実現は叶わなかった。但し団体ご

との殺陣の様子を撮影して参加団体間で共有する、各団体の練習にこちらから出向いて立ち会うといった工夫を行った。当日は上演の3~4時間前に集合し、全体の演出をつけた後、音源を伴ったリハーサルを実施した。

以上を踏まえ、実際に主催者としてコラボショーを実施してみた結果、参与しての实地調査、観客からの注目、学生間の交流といった目的は概ね達成されたものと考えている。特に大勢集まったキャラクターが次々と名乗りを上げるシーンや、複数の団体がステージの上下で同時に殺陣を進行する合戦シーンでは、観客が集まる、客席から歓声が上がるといった効果が明瞭に確認された(城西大学経営学部石井龍太ゼミ 2017)。

またキャラクター数の増加のみならず、各団体からスタッフが参加して裏方が増加し、とりわけ当日の記録作業において充実が見られた。同じステージショーが複数のカメラによって撮影され、ステージ終了後には団体間での共有も行われた。このように大学を超えて協働で汗を流して一つの活動を作り上げる経験は、参加した大学生にとって得難いものになったといえるだろう。2017年4月1日開催の「鶴ヶ島桜まつり」終了後の懇親会で、団体を超えていつまでも話し込んでいた学生達の姿は印象深い。

4. 考察

以上、ローカルヒーローを巡る「コラボ」について分析を行った。次いでこうしたコラボ活動の隆盛が起きた理由と、今後の課題について考察してみたい。

4-1. 隆盛の理由

表1に見る様に、コラボイベントの嚆矢は2000年代前半にあったと考えられる。この時期はローカルヒーローの一年当たりの新規結成数が一気に増加した時期であり(石井 2015: 124)、コラボイベントの始まりと無関係ではないと考えられる。コラボイベントは、ローカルヒーローが各地で増加し、一定数の団体がひとところに集合できるようになったことを背景として、成立したと解釈されよう。多くのコラボイベントは開催地近辺の団体が参加母体となる傾向にあるため、一定の地域内に複数のローカルヒーローが存在する状況がなければ成立し難い。そして大規模なコラボイベントが継続的に開催されている現在の状況は、ローカルヒーローの活動が継続し、また新規参入が相次いでいることで維持されていると考えられる。コラボイベントは、ローカルヒーローの隆盛と直接の関係にあると見ることができよう。

またローカルヒーローがステージショーを重視して運営されてきたことにより、コラボイベントが実現し易かった可能性も指摘しておきたい。同じ地域キャラクターである「ゆるキャラ」と

比べて、30分程度のステージショーの経験を各団体とも共通して持っていることで、ステージショーを連続して実施し終日のイベントを成立させることが可能となる。さらにグッズ販売等の出店やグリーティングを同時に開催することで、大きな会場を埋める大規模イベントに展開することも可能となる。ステージショー中心というローカルヒーローの運営の特質は、こうしたコラボイベントの実施に有利に働いてきたと考えられよう。

さらに複数のヒーロー、キャラクターが集うことで、イベントの賑わいを増し、来場者にアピールできる点が重要である。単一団体のイベントでは作り出せない程の注目を獲得し、マスコミを集め、さらにファンが自らSNSで情報を拡散する生産消費者となることで話題性を増していく。参加する運営団体、特に活動を開始したばかりの団体にとっては大舞台でのデビューを飾る場となる。そして団体相互の交流の場としても機能し、切磋琢磨する機会になっていると考えられる。

コラボショーの隆盛も、コラボイベントと同じく、ローカルヒーローが増加し、一定数の団体がひとところに集合できるようになったことを背景としていられる。一つのステージイベントに複数のローカルヒーロー団体が集うためには、地域内に複数の団体が存在する状況が必要となる。そして上述した『イクメン戦士ネリマックス』代表のインタビューにあった通り、設定、デザインの異なるキャラクターを数多く出演させ、豪華で彩のあるショーを展開できるというメリットも、コラボイベントと共通する理由として挙げられる。コラボイベントもコラボショーも、観客に対し「特別」であると言う印象を与え易く、成功例は多いといえよう。

そしてコラボショーでは、団体間の交流がコラボイベント以上に必要かつ密なものとなる。場を共有するのみのコラボイベントと異なり、異なる団体の構成員が共に一つのステージに上がり、アクションを含めたショーを作り出すためには、当然ながら相当なコミュニケーション能力が要求されることとなる。これは時にデメリットにもなり得ると推察されるが、一方でコラボショーを運営する側のメリットとしては、30分前後のステージショーを運営できるだけのキャラクター数とスタッフを、団体を超えて集められる点を挙げられよう。ステージショーの運営には経費と手間がかかるものの、多くのローカルヒーロー運営団体が共通して資金不足、人手不足の課題を抱えている中で、コラボショーはその解決法のひとつとして機能していると考えられる。少数キャラクター、少数スタッフの団体でも、コラボショーに参加することでステージの機会を獲得できる。これは特別なショーを実施できる、団体同士の相互交流の場を得られるといったメリットと共に、コラボショーが盛んに行われる理由になっていると考えられる。

そしてコラボイベントの隆盛の中で、参加団体が多くのステージショーのチャンスが得られるよう、コラボショーがステージ時間を確保する方策として有効に機能していることが、実際の運営からうかがえる。両者は有機的に結びつきながら、相互発展しているといえよう。

4-2. 課題

コラボ活動が盛んに行われる中で、課題も浮かび上がってきている。コラボ活動は「特別」であることで注目を集めているが、現在のように各地で頻繁に開催される状況はインフレにつながり、関心は下がっていくであろう。これを回避するためには、コラボという状況から更に新たな活動を生み出していく不断の努力が求められる。コラボイベントにおいてコラボショー以外の協働活動を行う試みは既に始められており⁵⁾、今後の展開が注目される。

またコラボイベント、コラボショーとも、性質の異なる多くの団体がまとまらなければ作り上げることはできない。そしてその実現のためには、運営の中心となる主催団体に強力なリーダーシップが必要となり、参加団体側には協調が求められることとなる。加えて経済的にもまた労力の面においても、主催団体にかかりの負荷がかかることは否めない。特にコラボイベント以上に、団体相互の密な連携が必要となるコラボショーにおいて、こうしたコミュニケーションの課題はさらに切実なものとなる。ステージショーの見せ場の一つとなるアクションシーンでは敵味方役の間で阿吽の呼吸が要求されるが、異なる団体間で成立させるのは決して容易なことではない。そして事前準備の課題も大きい。団体が異なるため、音源作成、殺陣練習のスケジュール調整もまた容易でない。音源はデータを送ることで対応する例が多いが、上述の通り録音環境の相違はそのまま音質の違いに反映されてしまうため、これも課題となっている。その結果として、練習不足、準備不足のまま、また情報共有が不十分のまま、本番のステージショーを行わなければならなくなるリスクが内在することとなる。

またコラボショーにおいては、団体相互の協力、協調はキャスト、スタッフの実際の運用だけでなく、キャラクターの設定や世界観にも求められる。異なる世界観を持つ多くのキャラクターを統合して一つのステージを作り上げるには、やはり主催団体のリーダーシップと、参加団体の協調、調整が必須となる。強力な個性を持ち協調や妥協が難しい、あるいは独特の閉じた世界観を展開しているといった団体の場合、コラボショーへの参加は難しいと推察されるが、裏を返せば、コラボショーを前提として設定や世界観を構築しない限り、厳格で緻密な設定を伴わないキャラクター活動の方が、コラボショーに適しているということになる。活動のチャンスを得るために、こうしたある種の妥協を甘受した活動が増加する可能性は、今後の懸念のひとつといえるだろう。

これと関連して、主催した経験を踏まえて取り上げておきたいのが、ステージショーのテーマと強く関わるシナリオを巡る課題である。シナリオ作成は主催者に一任されることが多いが、そのため客演団体の掲げるテーマや主張、また世界観にまつわるニュアンスを必ずしも十分に吸い上げて生かすことができない。これはショーの時間を物理的に延ばせないことから、各団体のテー

マを語る時間的余裕が参加団体の数に比例して切り詰められてしまうことも遠因となっている。ステージショーを通じて観客に強力なメッセージを届けるのがローカルヒーローの大きな特徴であり有効性だが、コラボショーはテーマの散逸や希薄化を招いてしまう危うさを内包していると言えるだろう。

コラボショーが隆盛する昨今、こうしたテーマを巡る課題は無視できない。上述した事前準備の課題と合わせ、テーマ性も希薄なコラボショーに墮することを避けるには、参加団体を超えて共有できるテーマを絞り込んでステージショーに反映させていく必要があり、団体間のコミュニケーション能力が一層要求されることとなる。

5. 小 結

ローカルヒーローを取り巻くまさに現在進行形の話題として、コラボイベントとコラボショーを取り上げて論じた。本稿は特に運用面に焦点を当てたため、扱いきれなかった部分は少なくない。しかし本稿の分析でも、ローカルヒーローを巡る様々な要素が絡み合いながら、展開している事象であることを明らかにし得たと考えている。

ローカルヒーローの現状を鑑みた時、コラボ活動は今後も継続されていくと予想される。一方で顕在化してきた課題を克服する手段を見出し続けなければ、今後下火になっていく懸念もある。ローカルヒーローの隆盛によって成立したコラボ活動が、ローカルヒーローのさらなる隆盛に寄与するという好循環が維持されるためにも、関係者の努力が引き続き求められている。

《註》

- (1) 団体間コラボも様々な様態が認められる。別個に活動している運営団体間で、特別な活動として行われる例が典型例であるが、別個の団体でありながら共同での運営が重なるうちに団体間の緩やかな提携がなされ、一まとまりの団体として運営される例もある。逐一分類することも不可能ではないが、用語が煩雑になるため必要に応じ区分することとする。
- (2) また終日の規模でなくとも、一定数の団体が同日同会場の催事においてステージショーやグリーンティングといった活動を行う場合、特に異なる団体の演目が連続して行われることで、一時的にせよイベントがローカルヒーローに特化した催事と化すこととなる。2017年10月7、8日に愛知県西尾市文化会館で行われた「秋の西尾城址まつり」では、8日のステージイベントのほぼ全てがローカルヒーローのショーとなるタイムテーブルが組まれていた（西部発展会・西尾市商業協同組合2017）。
- (3) 八幡平市商工会青年部による「IWATEハチマンタイダイナマイト」では、「全国からローカルヒーローが八幡平市に大集合!!」というキャッチコピーが示すようにローカルヒーローが前面に出ているが、ゆるキャラやご当地アイドル、さらには幼児向けテレビ番組のキャラクターショーも実施されている（IWATEハチマンタイダイナマイト2017）。また埼玉県飯能市にて2015年から毎年開催されている「復興チャリティイベント in 飯能」は、開催当初はローカルヒーローに特化したイベントで

あったものの、2017年には福島のフラダンスチームのステージや福島の名産品販売といった、その開催趣旨に沿った催しが盛り込まれている（武蔵忍法伝忍者烈風2017）。同じく埼玉で2015年から開催されている「埼玉DEヒーローフェス」でも、2017年には音楽ライブステージや、手形アート、パステルシャインアート、手づくりおもちゃ、射的ゲームといった出店がなされている。「埼玉DEヒーローフェス」は、2017年の告知チラシによれば「子どもたちの笑顔を中心に埼玉県の魅力を発信したり共有したりするイベント」と定義付けられており（埼玉DEヒーローフェス2017）、趣旨に沿って枠を広げ、ローカルヒーローに特化しない発展を見せているといえるだろう。

- (4) なお筆者個人は、2016年9月22日（板橋区児童養護施設西台こども館まつり）と9月25日（都内児童養護施設）に開催された「ネリマックス」主催のコラボショーに「チームネリマックス」所属キャラクターの演者としても参加している。
- (5) 東京都を拠点とする「Dark Side Line」が演出した「2017日本ローカルヒーロー祭」のイエローステージでは、参加団体が地域や活動内容等のPRを含めたクイズを出題する「クイズアタック」や、引いたカードの条件を満たした観客をヒーローと敵がそれぞれステージへ上げて行う「いきなりヒーローショー」、キャラクター達による「ヒーロー大縄跳び」といった、コラボイベント特有の状況において一般的なステージショーとは異なる企画が実施された。同団体は様々なコラボイベントで新しい実践を試み続けており、注目される。

参考文献

- 石井龍太（2015）「多様化するローカルヒーローの認識と実態」、『城西大学経営紀要』11: 109-132
- 石井龍太（2016）「ローカルヒーローのステージショーに関する現状分析」、『城西大学経営紀要』（12）: 127-144
- 石井龍太（2017）「ローカルヒーローによる教育実践の検証：城西大学経営学部石井龍太ゼミナールの事例から」、『城西大学経営紀要』（13）: 115-143
- 犬山明彦・杉元政光（2012）『ゆるキャラ論 ゆるくない「ゆるキャラ」の実態』ポイジャー
- 岩崎雅美（2008）「コミュニティ・ソーシャルワーカーの養成課程における「実践力」のとらえ方について——市場原理に与しないローカル・ヒーローに関する考察から——」、『上智社会福祉専門学校紀要』3: 63-70
- IWATE ハチマンタイダイナマイト（2017）「イベント内容」『IWATE ハチマンタイダイナマイト』HP <http://www.shokokai.com/hachimantai/hero/dynamite/event.html>（閲覧日 2017年12月26日）
- 大倉真人（2014）「『社会人基礎力』育成のための教育プログラム——「ゆるキャラ作成」を題材として——」『経営と経済』94（1-2）: 41-56
- 金井壽宏、高橋潔（2004）『組織行動の考え方 ひとを活かし組織力を高める9つのキーコンセプト』東洋経済新報社
- 埼玉DEヒーローフェス（2017）「2017年 ステージスケジュール」『埼玉DEヒーローフェス』HP <https://saitamadeherofes.web.fc2.com/schedule.html>（閲覧日 2017年12月26日）
- 城西大学経営学部石井龍太研究室（2016a）「ローカルヒーロー通信」(1)
- 城西大学経営学部石井龍太研究室（2016b）「ローカルヒーロー通信」(2)
- 城西大学経営学部石井龍太研究室（2017）『ローカルヒーロー通信』(3)
- 城西大学経営学部石井龍太ゼミ（2017）「『リベレスパーJ』「学生&社会人ヒーローコラボショー」後編」<https://www.youtube.com/watch?v=DO6NRdAvkyk>（閲覧日 2017年12月27日）
- 西部発展会・西尾市商業協同組合（2017）『秋の西尾城址まつり』チラシ

- 滝川翼 (2016) 「ローカルヒーローの実態とその未来」平成 28 年度宇都宮大学卒業論文 (http://www.edu.utsunomiya-u.ac.jp/sociology/2017_takigawa.pdf) (閲覧日 2017 年 12 月 12 日)
- ブルー・オレンジ・スタジアム (2006) 『ローカルヒーロー大図鑑』水曜社
- 水野 博介 (2012) 「都市メディア論 (9) 地方都市の新たなシンボルづくり: 「ゆるキャラ」などの意味や意義」『埼玉大学紀要. 教養学部』48(2): 211-218
- 武蔵忍法伝忍者烈風 (2017) 「2017. 11. 02 20: 38 秋のイベント 復興チャリティ in 飯能〜追加情報です」『武蔵忍法伝忍者烈風』HP <https://ninjya-reppu.themedia.jp/posts/3182680> (閲覧日 2017 年 12 月 26 日)
- 矢島妙子 (2013) 「地域文化の体現と展開」『日本文化人類学会研究大会発表要旨集』2013 (0), 129
- 矢島妙子 (2014) 「地域文化表象の展開の分析」『日本文化人類学会研究大会発表要旨集』2014 (0), 107
- ヤツルギ魂 (2015) 「プレスリリース」『2015 日本ローカルヒーロー祭』HP <http://yatsutama.com/localherojp/archive/2015/press.php> (閲覧日 2017 年 12 月 20 日)
- ヤツルギ魂編 (2015) 『2015 日本ローカルヒーロー祭公式パンフレット』
- ヤツルギ魂編 (2016) 『2016 日本ローカルヒーロー祭公式パンフレット』
- ヤツルギ魂 (2017) 「プレスリリース」『2017 日本ローカルヒーロー祭』HP <http://yatsutama.com/localherojp/press.php> (閲覧日 2017 年 12 月 20 日)
- ヤツルギ魂編 (2017) 『2016 日本ローカルヒーロー祭公式パンフレット』
- ローカルヒーロー研究会 (2013) 『超ローカルヒーロー大図鑑』水曜社

The present situation and the problems
of Local Hero Collaboration activities:
About Collaboration events and Collaboration shows

Ryota Ishii

Abstract

Collaboration activities of the “Local Hero” that is one of local character contents are increasing recently. The activities are largely classified as collaboration events and collaboration shows. Collaboration events appeared in the 2000s when the Local Hero increased, and it has been growing with its prosperity. And it has big meaning in that the local hero organizations convert to the organizer of the event. Collaboration shows also functions as a technique to solve problems in many organizations such as shortage of manpower. In addition, both Collaboration activities play a variety of roles, such as gathering the attention of fans and of mass communication, and acting as a place of exchange between groups.

Keywords: Local Hero, Collaboration Event, Collaboration Show