

# テーマ：長岡のコンテンツ・ツーリズム ～コスプレイヤーは最強のクリエイター～

氏名：田宮 由紀子

## 1. 受講動機

### ※ 受講しようと思ったきっかけ

長岡市の出身で高校時代まで長岡におり、大学進学時に上京して20年弱都内で働いていました。

1年程前にこちらへ戻りましたが、久しぶりに住む長岡について、私が知らない多くの魅力があるはずだと思います。ぜひそれを学びたいと考えたためです。

## 2. 研究する地域資源

※どの地域資源を研究するか：長岡の独自性を生かしたコンテンツツーリズム

(名古屋の『世界コスプレサミット』を参考に、コスプレを中心とした聖地巡礼を含むマンガ・アニメ・ゲーム関連イベントを行う)

理由：現在日本のマンガ・アニメ・ゲーム等（日本という国自体も）の国際的な評価が非常に高く、その人気や影響力は今後更に高まっていくと予想されます。より多くの注目・反応を得ることに関し、最も適した手段だと考えています。

## 3. どのように価値を与えるか

### ※ 地域資源をどのような方法で継続する価値を与えるか

2で触れたように、コスプレを中心とした聖地巡礼を含むマンガ・アニメ・ゲーム関連イベントを毎年継続して行っていきたいと考えています。モデルにする名古屋市の『世界コスプレサミット』について、第1回目は2003年にTV番組の企画で3か国・5名の外国人コスプレイヤーを日本に招き、座談会をおこなうというものに過ぎませんでした。しかし、「世界一のコスプレイヤー」を決めるコスプレチャンピオンシップを開催するなど、年を追うごとに内容を充実させ、20年弱経った現在は世界40か国以上から30万人以上が現地に集結する国際的なイベントに成長しました。

また、新潟県は全国的にも有名な漫画家を多数輩出しており、特に『るろうに剣心』の和月伸宏さんは長岡市出身で、多くのキャラクターの名前に長岡の地名を使っています。例えば主要キャラクターの1人である『四乃森蒼紫』は悠久山(悠久山安慈というキャラクターもいます)の蒼紫神社が由来であるなど、長岡市内の各所を巡る聖地巡礼ツアーも充分におこなえようと考えています。

それに加え、クリエイター集団を結成して情報発信もしていきたいです。

## 4. 長岡のビジョン

長岡に全国から若者が群がってくる街になってほしいと願いますし、それにとどまらず今後20～30年位の間に、フランスにおけるカンヌのような、世界的にも知名度のある街、海外からも多くの人々が訪れる街になってほしいと願っています。

## 5. 参考文献

# 長岡のコンテンツツーリズム

## ～コスプレイヤーは最強のクリエイター～

令和3年度 まちなか大学院「地域資源研究コース」 田宮 由紀子

### 1、はじめに

まず、「コンテンツツーリズム」という言葉は、2005年に国土交通省総合政策局、経済産業省商務情報政策局、文化庁文化部がまとめた「映像等コンテンツの制作・活用による地域振興の在り方に関する調査」の中で、「地域に関わるコンテンツ(映画、テレビドラマ、小説、マンガ、ゲームなど)を活用して観光と関連産業の振興を図ることを意図したツーリズムを『コンテンツツーリズム』と呼ぶことにしたい」と記載され、初めて使用された。さらに同調査では、「コンテンツツーリズムの根幹は、地域に『コンテンツを通して醸成された地域固有の雰囲気・イメージ』としての『物語性』『テーマ性』を付加し、その物語性を観光資源として活用することである」としている。

まだ言葉としてはあまり浸透していないが、この「コンテンツツーリズム」は古くから各国に存在している。例えば、「世界で1番有名な住所」とも言われるシャーロック・ホームズの「ベーカー街221B」には連日世界各国から観光客が訪れ、映画「ローマの休日」の名場面を巡る旅は、人気の高いローマ観光の定番となっている。また、日本でのコンテンツツーリズムの起源は、古くは和歌の「歌枕」までさかのぼると言われている。さらに、中世以降も紀行文を中心として様々な媒体で「物語」と「旅」が結び付けられている。十返舎一九による「東海道中膝栗毛」は、滑稽本としてだけでなく「ガイドブック」の役割も果たし、日本初の「旅の大ブーム」の火付け役となった。

このように、「コンテンツ作品に興味を抱き、その舞台を巡る」という行為自体は決して目新しいものではない。しかし、現在のコンテンツツーリズムは単に観光的な文脈のみにとどまらず、「地域の再生や活性化」と結びついている点が重要である。増淵(2012)は「日本は長らく経済偏重の路線を歩み、どちらかという文化と経済は別物として扱われてきた。しかし近年文化と経済の関係性についての議論が活発化しており、『創造都市論』など、文化・芸術を活用した都市再生論が一般化することによって、地域文化資源などの活用が議論され、また実践されるようになってきた」と述べている。

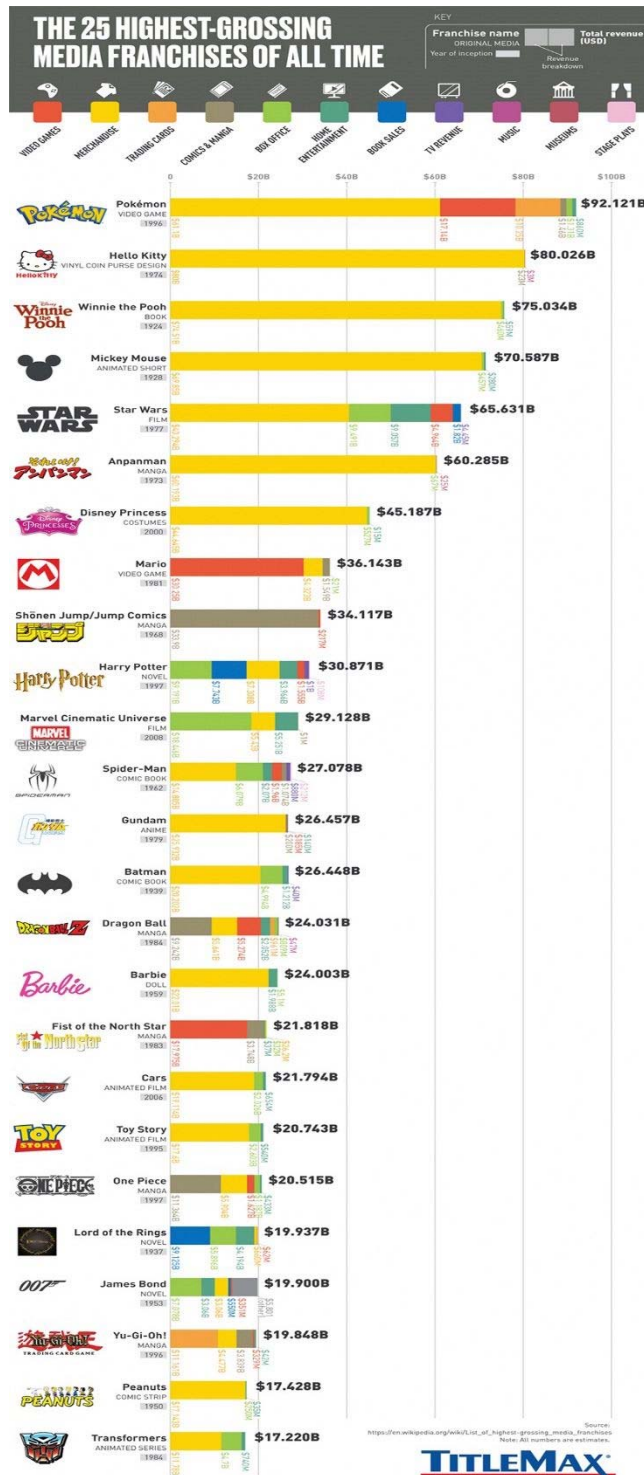
さて、新潟県中越地方に位置する施行時特例市である長岡市は、県内第2位の26万5891人(令和3年3月時点)の人口を抱え、古くは縄文時代に遡る歴史文化・生活産業文化・食と農の文化などの豊かさにおいて、日本有数の都市と言える。さらに、豊かな自然を持ちながら、東京から新幹線で約1時間半、高速道路で約3時間と交通アクセスも良く、4大学1高専の恵まれた教育環境、また、国が取り組む「地域包括ケアシステム」のモデル例にもなっている充実した医療・福祉環境を有している。

しかし、このように多くの地域資源を有しながら、「観光」という観点で見た場合、全国

的な知名度を獲得し、実際に多くの観光客を呼び込むことができているのは「長岡花火」(長岡まつり)のみと言っても過言ではない状況にある。例えば、平成 28 年の長岡市観光入込客数を見ると、8 月に 216 万人(年間観光客の 28.7%)が来訪、そのうち「長岡まつり」・「長岡花火」の 3 日間に約 107 万人(8 月全体の来訪者の約 5 割)が訪れている。

長岡市における今後の観光戦略をどうすべきか、そして、長岡市でのコンテンツツーリズムの可能性を考えてみたい。

## 2、マンガ・アニメ文化と「コスプレ」



近年、コンテンツツーリズムの研究や取り組みが盛んにおこなわれているのは、長らく「サブカルチャー」として低く見られる傾向にあった日本のマンガ・アニメが、サブカルの域を超えて国内外で大きな人気・影響力を獲得し、現在では非常に訴求力の高い「ポップカルチャー」と見做されていることが理由の一端となっている。

2019 年の日本アニメの国内外のユーザー市場合計(アニメ産業市場)は 2 兆 5112 億円に達している。前年比で 15.1%増と高い成長を実現し、8 年連続の過去最高を更新した。10 年前、2009 年の 1 兆 2661 億円に比べおよそ 2 倍にもなり、特に近年は海外での伸びが大きい。(2020,一般社団法人日本動画協会)

また、国内マンガ市場(紙と電子合計)は推計 6126 億円(2021,公益社団法人全国出版協会・出版科学研究所)、海外では約 1180 億円(2016,経済産業省)だが、アニメと同様に特に海外での伸びが著しく、各国 GDP から計算した海外マンガ市場規模のポテンシャルは 7 兆 6700 億円という算出もある(2016,芝辻)。

さらに左図のように、世界中で人気のメディアミックス(異種の媒体を複数用いて作品を広告する手法。マンガのアニメ化・ゲーム化・小説化など)作

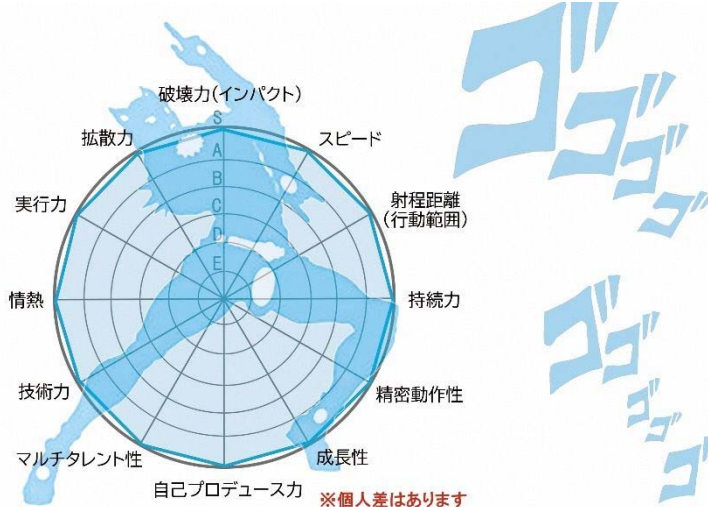
品の世界収益ランキング(2018,TitleMax)において、1位(ポケモン)、2位(ハローキティー)を始め、トップ25中10を日本のキャラクターが占めている(「Fist of The North Star」は「北斗の拳」)。

また、世界最大の博物館の1つとして知られるイギリス・ロンドンの大英博物館で、2019年5月23日(木)～8月26日(月)、マンガ展「The Citi exhibition Manga」が開催された。この展覧会は日本以外の国で開かれたマンガの展覧会としては最大規模であり、英国内外から注目を浴びた。約3カ月の会期中に約18万人が訪れ、大英博物館の企画展としては歴代最多来場者数を記録している。

私自身も、過去に様々な国内外のマンガ・アニメ・ゲームイベント等に招かれたことがあり、その中で特に目を引き、非常にユニークだと感じたのが「コスプレ(マンガ・アニメ・ゲーム・映画等の登場人物やキャラクター、また歴史上の人物・有名人等に扮すること。コスプレする人を『コスプレイヤー』と呼ぶ)」だった。例えば1つのマンガ作品について、アニメ、ゲーム、小説、舞台、映画、音楽、キャラクターグッズ、コラボカフェ等、様々な展開することができる。コスプレもその1つである。しかし「人」が衣装を着る＝必ず「人」が介在するという点において、他の方法とは決定的に異なっている。展開されたものを人が使用・利用するのは違い、コスプレは展開の時点で人がいなければ成り立たない。それゆえに大きなインパクトがあり、また引力がある。

まず、コスプレイヤーがいるだけでその空間は「非日常的」なものに変わる。言語不在で、見たその瞬間に相手が様々な情報を受け取る。そして自由に動き回り、コミュニケーションを取ることができる。そこでまた新たな反応が起こる。

加えて、「そのキャラクターになる」のだから、女性が男装し、男性が女装することもごく普通である。年齢も自由、人種も自由。さらには人間以外の宇宙人、ヒーロー、モンスター、まさに何にだってなれるのだ。アニメ・マンガキャラクターのビジュアルは、自然には存在しない髪色など、人種・国籍不明でファンタジックなものも多い。これらの要素は、言語・人種・ジェンダー・年齢といった現在盛んに取り上げられている制約を超えて、あらゆる人に参入の可能性を開いている。 【コスプレイヤーパラメータ図】



さらに、写真や動画撮影の形をとることの多いコスプレは、SNSを始めソーシャルメディアとの親和性が非常に高く、グローバルな拡散力を持っている点も重要だろう。

また、私が実際にコスプレイヤーと接したり、一緒に仕事をする中で最も感銘を受けたのは、その技術力の高さだった。勿論コスプレの楽しみ

方は人それぞれで、「こうしなければコスプレではない」というような制約はない。すべて既製品を使用する人もいれば、衣装やウィッグ、小物、武器など、細部に至るまでトータル

で自作し、メイクにもこだわり、よりキャラクターに近づくためにダイエットや筋トレなど肉体改造する人もいる。さらに、プロ顔負けの撮影技術や機材、編集やレタッチ技術等を持っている人も少なくない。各分野にエキスパートは多いが、衣装・造形物制作、ヘアメイク、撮影、編集、プロデュース力、パフォーマンス力など、これ程多彩な能力を高水準で備えている人はそうはいないという印象を強く持っている。素晴らしい『ヒューマンリソース』であり、コスプレイヤーこそが『最強のクリエイター』ではないだろうか。

そしてもう1つ、非常に圧倒されたのがその「情熱」だった。とにかくその作品やキャラクターに対する熱量が物凄いのだ。これも人によって本当に様々であるが、1つのシーン・1枚の写真を撮るために、相応しいロケーションを求めて日本全国、果ては外国にまで行ってしまおうという人もいる。その情熱は海外でも同様であり、こちらが気後れするほど作品の知識が豊富だったり、イベントで「〇〇は私の人生だ」と作品やキャラクターについて熱く語ってくる人にも多く出会った。

最近(2022年1月23日)も、COURRIER JAPONに「ドラゴンボールZ」の「トランクス」というキャラクターに近づくため厳しいトレーニングをし、実写映画に出演することを夢見て祖国を離れ、アメリカのロサンゼルスに移住、俳優になるための勉強をしているジュリアン・ロウという南アフリカ出身男性の記事が掲載されている。彼は「トランクスの格好をしている時は、凄く力強くて、凄くカリスマ性があって、格好良くて、冷静で、人々を驚かせ、笑顔にさせることができる気がします」、「トランクスは単なるコスプレではなく、『生き方』なのです」と語っている。

また、後述する「世界コスプレサミット」に2021年イギリス代表の1人として参加したクリス・ミニーは、「私は子供の頃肥満児で、何度もダイエットや筋肉をつけるを試みましたがいつも失敗しました。私の人生を変えたのは、俳優、モデル、映画スターではなく、マンガやアニメの話が私に影響を与え、彼らのキャラクターの『心』が私の目標を突き動かすきっかけになったのです」、「マンガやアニメは最終的に『人生を変える』と私が考えるものであり、私の性格にも多大な影響を与えました」と語っている。彼は現在、「BE MORE SHONEN(少年)」という会社を設立し、マンガ・アニメによる「自己啓発」に注目して、マンガ・アニメファンの支援を目的としたパーソナルトレーナーとして働いている。コスプレを通して自身が大きく変化した経験をもとに、ビジネスモデルが生まれたのだ。アニメにインスパイアされたトレーニングウェアの販売、憧れのキャラクターに近づくための筋トレ・栄養管理の電子書籍のプロデュースなど、取り組みは多岐に渡っている。

当然、コスプレイヤーが皆このような傾向にあるということではなく、何となく雰囲気を楽しんでいたり、よりカジュアルなファンの方が圧倒的に多い。しかし、これらの例は決して「極端」なものではないのだ。また、コスプレはしなくても、自身または周りに「子供の頃このマンガの影響を受けて〇〇を始めた」という人がいないだろうか。好きなスポーツ選手がインタビューで「このアニメを見て〇〇を目指した」と話してはいなかっただろうか。

人の行動変容を促したり、心の支えになったり、時には人生をも決定づけるほどの影響力・魅力がこのコンテンツにはあるのだ。その中でも特に、「自分自身を介して表現する」という無二の性質を持つコスプレは、このマンガ・アニメ文化を最大限に凝縮・具現化するようなエネルギー・熱・力強さを持っていると感じている。そして、『最強のクリエイター』に加え、私はコスプレイヤーは『最強の消費者』にもなり得ると考えている。



### 3、長岡のコンテンツツーリズム

これらの状況をふまえ、もし「長岡」でコンテンツツーリズムに取り組む場合、どのようにアプローチしていくのが良いだろうか。私は長岡に全国から若者が群がってくる街になってほしいと願っており、それにとどまらず、今後20～30年位の間には世界的にも知名度のある街、海外からも多くの観光客が集まる街になってほしいと願っている。

「若者」・「海外」をキーワードとし、ある程度の「期限」を設けるとするならば、より多くの反応を期待できるもの、全世界的に知名度があり、今人気があるものに着目する必要があるだろう。私はコスプレが1つのキーになると見ており、名古屋市の『世界コスプレサミット』を参考に、「コスプレを中心とした聖地巡礼を含むマンガ・アニメ・ゲーム関連イベント」を計画し、毎年おこなっていきたいと考えている。

#### 【世界コスプレサミットとは】

日本のマンガ・アニメ・ゲームなどのポップカルチャーを愛するコスプレイヤーが全世界から名古屋に集い、新しい形の国際交流・文化交流を創造するイベント。

第1回目は2003年にテレビ愛知の深夜番組の企画で、「3か国から5名の外国人コスプレイヤーを日本に招き、座談会をおこなう」というものに過ぎなかった。2年目には大須の商店街でパレードもおこなったものの、イベント参加者が50名ほどしかおらず、主催者が「惨澹たる結果」だったと語っているほどだ。しかし3年目の2005年から、各国の代表2人1組で「世界1のコスプレイヤー」を競う「コスプレチャンピオンシップ」を開催して注目を集め始め、年を追うごとに内容を充実させて協賛や参加国も増えていった。そして初回から20年弱経った現在は、世界のコスプレイヤーが目標とする、世界40か国以上・30万人以上が現地に集結する国際的なイベントに成長している。

#### 世界コスプレサミット参加国 (2019年9月の状況)

赤字は2019年からの新たな参加国



15年弱

**世界42か国・地域  
30万人以上が参加**

(2016年に来場者が30万人を突破)

## 世界コスプレサミットの歴史

<p>2003年</p> 	<p>2004年</p> 	<p>2005年</p> 	<p>2006年</p> 
<p>名古屋の大須・ローズコートホテルで初開催。外国人・日本人のコスプレイヤーの化学反応を見てみたいという深夜番組の企画が発端で、開かれたイベントではなく座談会の形を取っていた。</p>	<p>大須商店街で一般コスプレイヤーも参加するパレードを初開催。参加人数は50名程度で、主催者は「惨憺たる結果」、「日本のコスプレイヤーは凄く冷めた目で見ていた」と語っている。</p>	<p>万博「愛・地球博」内で初のコスプレチャンピオンシップが開催。各国代表のコスプレイヤーが2人1組で2分程度のパフォーマンスを行い世界一を決める。コスプレサミットの地位を確立し、世界のコスプレイヤーの目標の舞台に。</p>	<p>万博を機に世界への発信を強化することで、2005年にイベントが一気に世界に知れ渡り、2006年以降は外務省と国土交通省の後援を受けるようになる。</p>
<p>2007年</p> 	<p>2008年</p> 	<p>2009年</p> 	<p>2010年</p> 
<p>参加国が12か国・地域に増加。</p>	<p>大須商店街のコスプレパレードに約300名が参加。イベントの名物の1つとなっていく。</p>	<p>名古屋を代表する「錦通り」でレッドカーペットでのコスプレパレードが行われた。</p>	<p>来場者数が89,800名にのぼる。</p>
<p>2011年</p> 	<p>2012年</p> 	<p>2013年</p> 	<p>2014年</p> 
<p>コスプレチャンピオンシップでブラジルが3度目の優勝を果たす。</p>	<p>コスプレサミットが10周年を迎え、参加国・地域が20となる。日本代表が初優勝。</p>	<p>学生ボランティア組織「WCS(ワールドコスプレサミット)おもてなし実行委員会」が発足。</p>	<p>イベント来場者数が2日間で20万人を超える。</p>
<p>2015年</p> 	<p>2016年</p> 	<p>2017年</p> 	<p>2018年</p> 
<p>ラグーナテンボスや博物館明治村との共同イベントが初開催。</p>	<p>参加国・地域が30に達する。来場者数は30万人を突破。</p>	<p>15周年を迎え、名古屋市が「コスプレボスタウン」宣言を行う。</p>	<p>南アフリカが加わり、5大陸全てがコスプレサミットに参加。</p>

2019年にはチャンピオンシップの予選ラウンドを初めて東京(東京ドームシティ)で開催し、2020年は新型コロナウイルスの影響で初のオンライン開催、そして2021年は各国代表のパフォーマンス動画でチャンピオンシップが行われ、現地イベント+オンラインのハイブリット開催となった。

長岡で行うとした場合も、始めは非常に苦勞すると予想される。現在でもマンガ・アニメ等を「劣等文化」と考える人はおり、コスプレに偏見を持つ人もいる。地域活性化のテーマとしてアニメ・マンガ等を活用することに対し、主催側や参加者は良くても、地域住民がどう感じるか、その意向に特別に留意すべきである。特に開始から数年は、アニメ・マンガ等を目当てに大人数が集まること、イベント自体にも住民がネガティブな反応を示す可能性がある。これは「継続すること」で徐々に理解を得ていく必要があるだろう。

また、世界コスプレサミットをモデルにするとしても、長岡でおこなう「独自性」を出すべきであり、あくまでコスプレイベント、コスプレチャンピオンシップ中心の世界コスプレサミットに対し、より聖地巡礼色を濃くするのが良いのではないかと考えている(『聖地巡礼』はコンテンツツーリズムに含まれ、マンガ・アニメ等の熱心なファン心理から、自身の好きな著作物等に縁のある土地を『聖地』とし、実際に訪れること)。理由として、新潟県は全国的にも有名な漫画家を多数輩出しており、特に『るろうに剣心』の作者・和月伸宏さんは長岡市出身で、多くのキャラクター名に長岡市の地名を使っていることが挙げられる。

### 【るろうに剣心とは】

日本のマンガを代表する作品の1つであり、国内外で非常に高い人気を誇る。いったん完結しているが、「新章」として現在も集英社の月刊マンガ雑誌「ジャンプスクエア」にて、「るろうに剣心 北海道編」が連載されている。長期に渡って何度もアニメ化、実写映画化、舞台化等されており、佐藤健主演の最新の実写映画が昨年2021年に公開された。この新潟県の「新潟市美術館」でも、2021年6月19日(土)～8月29日(日)に「25周年記念 るろうに剣心展」が開催されている。また今後も、今年2022年の5月17日(火)～6月24日(金)、IHI ステージアROUND東京にて、小池徹平主演のミュージカル「るろうに剣心 京都編」が上演決定している。

聖地巡礼として特に有名なのは、アニメ「らき☆すた」による埼玉県鷲宮町の例だろう。「らき☆すた」の舞台は鷲宮町・幸手市・春日部市など複数あるが、登場人物の1人が神社の巫女をしていることから鷲宮神社も舞台になり、2007年に12万人だった初詣客が2008年には30万人、2009年には42万人にもものぼっている。

るろうに剣心の初連載は1994年～1999年であり、現在が作品の「最盛期」と言うことは難しいだろうが、例えば当時の読者で小・中・高・大学生だった人たちであれば、今は20代後半～40代半ばと、体力的・金銭的にも比較的自由に「観光」できる年代ではないだろうか。また、現在の北海道編連載や実写映画経由の新規ファンも多数獲得している。

主要キャラクターの1人、「四乃森蒼紫」は悠久山(「悠久山安慈」というキャラクターもいる)の蒼紫神社が由来であるなど、蒼紫神社や悠久山公園、また長岡市内各所のキャラクター名縁の場所を巡る「聖地巡礼ツアー」も、充分におこなえようと考えている。

## 4、おわりに

今後イベント、それに付随する聖地巡礼ツアーをおこなっていくとして、軌道に乗るまでにはかなりの忍耐・時間・資金を要すると思われる。

今の時代に最も重要なのは「コンテンツ創造力」と「発信力」だと考えており、クリエイター集団を結成してソーシャルメディアで情報発信もしていきたいと考えている。

この「イベントの立ち上げ」と「情報発信」を2本の柱として、今後もし何らかの形で長岡の発展の一助となることができれば幸いである。



# 今後おこなっていきたいこと

## 1、イベントの立ち上げ

■世界コスプレサミットをモデルに、コスプレを中心としたコンテンツツーリズムを確立させたい  
3年→5年→10年を目標に、継続するイベントに

■長岡市出身の漫画家、和月伸宏さんの『るろうに剣心』は世界的にも人気・知名度のある非常に強力なコンテンツであり、多くの登場キャラクターに長岡市の地名を使用していることから、ぜひ何らかの形で組み込みたい

## 2、クリエイター集団を発足

■今最も重要なのはコンテンツ創造力と発信力だと考えている  
各分野で卓越した能力・技術を持つ人は多いが、それを高いクオリティで発信までできている人は殆どいない  
各自の得意なことを集結させて映像などの作品にし、海外も強く意識して発信していく  
始めは全く別もので良いが、後には1のイベントとも関連させていく

1、2を目標達成のための  
2本の柱にする

---

まだ長岡に戻って日の浅い私にとって、今回この「地域資源研究コース」で学んだ内容、そして素晴らしい学友を得たことは、長岡を知る上でも、今後こちらで仕事をしていく上でも、大きな財産となりました。

ディレクターのお2人、講師の皆様、いつも支えてくださった本望さん、そしてこの講座の企画や、関わっていらっしゃる全ての方に心より感謝申し上げます。

これだけ充実した内容ですので、少数では勿体なく、もっと多くの市民が広く聴講し、また意見を交わすことができればいいのになと思っています。

---

### 【参照】

増淵敏之, pp.20-23, 2012, 『コンテンツツーリズムの現状とその課題』, 都市計画 第295号 観光・交流と地域ブランディング

国土交通省 WEB サイト > 国土計画 > 国土施策創発調査 > 映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査 2022年1月28日アクセス

<https://www.mlit.go.jp/kokudokeikaku/souhatu/h16seika/12eizou/12eizou.htm>

国土交通省 WEB サイト > 国土計画 > 国土施策創発調査 > 日本のアニメを活用した国際観光交流等の拡大による地域活性化調査 2022年1月28日アクセス

<https://www.mlit.go.jp/kokudokeikaku/souhatu/h18seika/01anime/01anime.html>

長岡市 WEB サイト > 市政 > 計画・事業 > 「長岡市観光戦略プラン～長岡ツーリズムイノベーション～」を策定しました 2022年1月28日アクセス

<https://www.city.nagaoka.niigata.jp/shisei/cate01/kanko-plan.html>

日本語版 Wikipedia 「コンテンツツーリズム」 2022年1月28日アクセス

<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%82%B3%E3%83%B3%E3%83%86%E3%83%B3%E3%83%84%E3%83%84%E3%83%BC%E3%83%AA%E3%82%BA%E3%83%A0>

TITLEMAX WEB サイト > Discoveries > Money & Finance > The 25 Highest-Grossing Media Franchises of All Time 2022年1月28日アクセス

<https://www.titlemax.com/discovery-center/money-finance/the-25-highest-grossing-media-franchises-of-all-time/>

COURRIER JAPON WEB サイト > カルチャー > 南ア出身の『ドラゴンボール』ファン、壮絶な肉体改造でリアルキャラに変身 2022年1月28日アクセス

<https://courrier.jp/news/archives/276114/>

Chris 'Cosplay' Minney facebook 2022年1月28日アクセス

<https://www.facebook.com/bemoreshonen>

世界コスプレサミット WEB サイト 2022年1月28日アクセス

<https://www.worldcosplaysummit.jp/>