

長崎国際大学大学院

人間社会学研究科

博士学位論文

大河ドラマ放映を活用した地域振興に関する研究

地域マネジメント専攻

1511D01

中村 容子

平成 29 年 12 月

目 次

第1章 序 論	1
第1節 研究の背景	1
第2節 従来の研究と問題点	2
1. 従来の研究内容	2
(1) メディアの活用に関する研究	2
(2) 旅行地選択におけるメディアの役割に関する研究	2
(3) メディアを活用した観光振興に関する研究	3
(4) 大河ドラマを活用した観光振興に関する研究	5
(5) 地域資源を活用した地域振興に関する研究	8
2. 問題の所在	9
第3節 研究の目的と方法および意義	9
第4節 研究の意義	10
第5節 研究の内容	10
第2章 テレビ放映とNHK大河ドラマ	15
第1節 テレビが国民生活に与えた影響	15
1. テレビの普及	15
2. テレビの視聴時間と娯楽性	16
(1) テレビ平均視聴率時間	16
(2) 娯楽メディアとしてのテレビ	16
第2節 NHK大河ドラマの作品	18
1. NHK大河ドラマの始まり	18
2. 大河ドラマの内容と視聴率	19
(1) 1963～1969年	19
(2) 1970年代	20
(3) 1980年代	21
(4) 1990年代	23
(5) 2000年代	24
(6) 2010～2016年	25
第3節 大河ドラマ視聴率低下の要因分析	27
1. 低下する年間平均視聴率	27
第4節 NHK大河ドラマと観光	32
1. NHK大河ドラマの舞台地	32
2. NHK大河ドラマと世相	35
3. NHK大河ドラマ観光の歴史	37
(1) 高度経済成長期：1963～1974年	37
(2) 安定経済成長期：1975～1984年	37

(3) バブル経済期：1985～1991年	38
(4) 1992年～2001年	39
(5) 2002年以降	41
第5節 むすび	42
第3章 大河ドラマの観光活用の変容	47
—山梨県の「天と地と」(1969年), 「武田信玄」(1987年), 「風林火山」 (2007年)—	
第1節 はじめに	47
第2節 山梨県の観光	49
1. 高度経済成長期：1955～1974年	49
(1) 高度経済成長期：1955～1974年	49
(2) 安定経済成長期：1975～1984年	51
(3) バブル経済期：1985～1991年	51
(4) 1992～1998年	51
(5) 1999～2009年	53
第3節 武田信玄を活用した大河ドラマの観光振興	54
1. 大河ドラマ放映前(～1968年)	54
2. 大河ドラマ「天と地と」の放映(1969年)	54
(1) 放映中	54
(2) 放映後	57
3. 大河ドラマ「武田信玄」の放映(1988年)	58
(1) 放映前	58
(2) 放映中	61
(3) 放映後	63
4. 大河ドラマ「風林火山」の放映(2007年)	63
(1) 放映前	63
(2) 放映中	64
(3) 放映後	66
第4節 3つの大河ドラマの観光活用に関する山梨県行政の見解	67
第5節 むすび	68
第4章 大河ドラマの観光活用	73
—高知県の「功名が辻」(2006年), 「龍馬伝」(2010年)—	
第1節 はじめに	73
第2節 大河ドラマの観光活用	74
1. 大河ドラマ「功名が辻」の観光活用	74
(1) 「功名が辻」の概略	74
(2) 「功名が辻」の放映前	75
(3) 土佐二十四万石博の開催	75

(4) 土佐二十四万石博の効果	77
2. 大河ドラマ「龍馬伝」の観光活用	77
(1) 「龍馬伝」の概略	77
(2) 「龍馬伝」の放映前	77
(3) 「龍馬伝」放映と「土佐・龍馬であい博」	79
(4) 「土佐龍馬であい博」の効果	79
3. 大河ドラマ「龍馬伝」を活用した観光の問題	79
4. 観光誘客の検証	80
(1) 「功名が辻」の場合	80
(2) 「龍馬伝」の場合	81
(3) 「功名が辻」と「龍馬伝」の誘客効果の相違	81
第3節 大河ドラマに関連した催事	82
1. 高知県観光振興部の取り組み	82
2. 観光客増加の要因	83
(1) 高速道路割引料金の効果	83
(2) 主演俳優による影響	84
(3) 自治体の継続的な誘客活動	84
3. 高知市内施設利用者の推移	84
第4節 むすび	86
第5章 「龍馬伝」放映年の観光客の実態	90
第1節 高知市の観光客の特性	90
1. 調査の目的と方法・内容	90
2. 集計結果	90
3. 高知市の観光客の特性	93
(1) 利用者の性別	93
(2) 年齢構成	93
(3) 同行者構成	94
(4) 交通機関	94
(5) 観光客の出発地	95
(6) 認知方法	97
(7) 滞在日数	97
(8) 高知城観光前後の高知市の訪問地	98
(9) 来訪回数	99
(10) 大河ドラマ放映による高知市来訪	100
第2節 高知市観光の評価	101
(1) 再来訪希望	101
(2) 高知市観光の印象	101
第3節 高知市観光に対する意見	103
第4節 まとめ	106

第6章 住民の高知市観光に対する意識	107
第1節 観光客と住民の意識の相違を考える意味	107
第2節 大学生の意識	109
1. 調査目的と方法・内容	109
2. 集計結果	109
3. 高知市の観光に関する大学生の意識	112
(1) 大学生の性別	112
(2) 学年構成	112
(3) 大学生の出身地	113
(4) 高知市の観光施設等の訪問者数	115
(5) 高知市の再来訪を希望する観光施設等	116
(6) 大学生が観光客に勧めたい観光施設等	118
(7) 高知市観光の持つ魅力	122
(8) 誘客が見込める観光活動	122
(9) 「龍馬伝」放映による観光客増加の感覚	123
(10) 放映終了後の観光客数の継続性	123
(11) 「龍馬伝」放映で建てられた建築物やイベントの継続性	124
(12) 高知市観光に対する大学生の意見	125
第3節 観光を学ぶ高校生の意識	131
(1) 高校生の性別	131
(2) 学年構成	131
(3) 高校生の出身地	132
(4) 高知市の観光施設等の訪問者数	132
(5) 高知市の再来訪を希望する観光施設等	134
(6) 観光客に勧めたい観光施設等	136
(7) 高知市観光の持つ魅力	139
(8) 誘客が見込める観光活動	139
(9) 「龍馬伝」放映による観光客増加の感覚	140
(10) 放映終了後の観光客数の継続性	140
(11) 「龍馬伝」放映で建てられた建築物やイベントの継続性	141
(12) 高知市観光に対する観光を学ぶ高校生の意見	143
第4節 高知市観光に対する評価・意見	146
(1) 良好な点	146
(2) 改善すべき点	147
第5節 まとめ	151
第7章 大河ドラマ「炎立つ」を活用した岩手県奥州市江刺区の地域振興	152
第1節 はじめに	152
第2節 大河ドラマ「炎立つ」の放映	153

1. 大河ドラマ「炎立つ」放映の経緯	153
2. 奥州藤原氏のドラマ化	154
3. 低い視聴率	155
第3節 大河ドラマ「炎立つ」の江刺市の取り組み	156
1. 大河ドラマロケ地誘致の経緯	156
2. 江刺市の取り組み	157
第4節 歴史公園「えさし藤原の郷」の整備事業の展開	159
1. 歴史公園「えさし藤原の郷」の整備	159
2. 歴史公園「えさし藤原の郷」の活用	161
3. 大河ドラマ放映が江刺市に与えた影響	163
第5節 むすび	164
第8章 大河ドラマ「篤姫」を活用した鹿児島県指宿市の地域振興	167
第1節 はじめに	167
第2節 大河ドラマ「篤姫」の放映	168
1. 大河ドラマ「篤姫」の制作者の見解	168
2. 篤姫のドラマ化	169
(1) 天璋院篤姫の生涯	169
(2) 大河ドラマの内容	170
第3節 篤姫の認知度	170
1. 大河ドラマ「篤姫」放映決定前の認知度	170
2. 「篤姫」放映決定後の認知度促進	171
3. 「篤姫」の視聴から考えられる認知度	172
第4節 大河ドラマ放映による観光の波及効果	174
1. 鹿児島県内の観光波及効果	174
2. 鹿児島県内の「篤姫」放映を契機とした活動	177
(1) 放映前の活動	177
(2) 放映中の活動	178
(3) 放映後の活動	178
第5節 指宿市の地域振興	180
1. 放映前の活動	180
2. 放映中の活動	181
3. 放映後の活動	181
第6節 むすび	184
第9章 大河ドラマ「八重の桜」を活用した福島県会津若松市の震災復興	188
第1節 はじめに	188
第2節 大河ドラマの誘客効果の類型	188
1. 大河ドラマの誘客効果の変遷	188
2. 大河ドラマを活用した観光客数の3分類	190

(1)一過型 石川県金沢市：「利家とまつ～加賀百万石物語～」(2002年) ……	190
(2)ベースアップ型 高知県高知市：「龍馬伝」(2010年) ……	192
(3)無関係型 熊本県：「武蔵 MUSASHI」(2003年) ……	194
第3節 大河ドラマ「八重の桜」を用いた観光振興 ……	197
1. 大河ドラマ「八重の桜」 ……	197
(1)「八重の桜」の概要 ……	197
(2)八重を大河ドラマの主人公にした理由 ……	197
2. 会津若松市の取り組み ……	198
(1)放映前 ……	198
(2)放映中 ……	199
(3)放映後の変化 ……	201
(4)地域に及ぼした影響 ……	198
第4節 むすび ……	204
第10章 大河ドラマを活用した地域振興の分類 ……	207
第1節 大河ドラマを契機とした自治体の地域振興 ……	207
第2節 地域振興に結び付く多様な継続活動 ……	215
第3節 むすび ……	217
第11章 結 論 ……	218
謝 辞 ……	221
参考文献 ……	221
巻末資料 ……	256

第1章 序 論

第1節 研究の背景

1953年2月1日にNHKがテレビ放送を開始した。テレビ放送開始当初は、ニュースや野球・大相撲のスポーツ中継を生放送で行っていた。1960年代に、テレビはニュースと併せて、クイズ・ドラマといった娯楽番組を放送するようになった。そして、1963年4月に2017年現在も続く大河ドラマ放映が始まった。

1963年当初、NHKが大河ドラマを企画・放映した目的は、映画に負けないテレビ番組を作り、視聴者に番組を楽しんでもらうことであった。この結果、NHKの目論見通り、大河ドラマ第1作「花の生涯」(1963)は年間平均20.2%の高視聴率を記録し、視聴者から反響を得た。また、番組内で映し出された滋賀県の彦根城には、例年を上回る観光客が訪れた。大河ドラマで取り上げられた舞台地に観光客が訪れるようになり、第7作「天と地と」(1969)放映時には、国鉄(現:JR)が大河ドラマの名を冠した団体旅行を催行した。このことから、大河ドラマが観光客の旅行地選択に影響を与えていることが分かる。とくに、第25作「独眼竜政宗」(1987)放映以降、舞台地となった自治体に観光客が急激に増加するようになり、自治体は例年にも増して観光広報活動を行い、誘客に取り組むようになった。

大河ドラマ舞台地の自治体では、番組で取り上げられる史跡や人物が再考され、美術館や博物館などでは、大河ドラマに関連した登場人物の特別展や企画展が催される。そして、自治体内では1年間を通じて大河ドラマに関連したイベントを催し、観光客の誘致を行う。しかし、これらは大河ドラマ放映年に限った誘客効果であることが多く、放映後は観光客が減少する一過性であることが多い。

放映後も大河ドラマの舞台地となった自治体に影響を与え続ける場合もある。大河ドラマ放映を契機に、沖縄県読谷村や岩手県奥州市江刺区のように、新たな観光施設が建設され、大河ドラマ放映後も継続的に活用されることで、観光客誘致の一助となる場合や、大河ドラマで映し出された伝統芸能が再認識されることによる伝統芸能の活発化や保存会の発足などがあげられる。

2000年以降では、大河ドラマの登場人物が舞台地で再認識され、自治体で活用されることが増加した。また、舞台地となった金沢市、南魚沼市、指宿市、鹿児島市などで大河ドラマ放映決定を契機に、自治体によるボランティアガイドの育成が行われ、住民が観光客を迎え入れる活動が行われるようになった。この活動は、自治体住民の新たな交流の場となり、自治体内のコミュニティの再生・創造に寄与している。これだけでなく、大河ドラマで取り上げられた人物が学校教育に取り入れる自治体もみられる。また、東日本大震災で被災した自治体の復興支援のために、2013年には大河ドラマが制作、放映された。

このように、大河ドラマ放映は時代とともに自治体の活動に変化をもたらしている。現在は、地域振興を推進し、大河ドラマで創出された自治体内での活動を一過性にしない試みがみられる。

第 2 節 従来の研究と問題の所在

1. 従来の研究内容

本研究に関する従来の研究を概説すると、以下のとおりである。

(1) メディアの活用に関する研究

メディア (media) という言葉は 16 世紀後期に使われ始めた。この言葉は、ラテン語の medium (中間) から派生した言葉であり、現在とは異なった意味合いで使われていた。しかし、18 世後半から 19 世紀にかけて、新聞をメディアとして理解する考えが広がり、20 世紀には新聞や映画、ラジオなど情報伝達機器をさす認識が強くなった。映像技術の発展が、写真や映像の活用を促し、人々に物事を認知させるのに大きく貢献するようになった。

大森康宏 (2000) は、20 世紀に入ると、写真、映画を見るといった視覚体験で、視聴者は物事を知ったと思い込むようになったと指摘した。さらに、映像は視聴者がアイデアやイメージを創出することに寄与していると論じた。

メディアを活用した人物について、山田登世子 (2006) は、ココ・シャネルをあげた。ココ・シャネルは、シャネルというブランド会社を 1909 年に設立した際、新聞メディアを活用し、多くの人々にシャネルという言葉を知ってもらうことに成功した。そして、現在では著名なブランド会社の 1 つになったことを事例としてあげ、メディアが人々に与える影響が大きいことについて述べた。

また、関口進 (2001) は、1923 年に日本で公開された映画の主題歌が、映画公開後に流行し、全国的に認知されたことを述べ、映像メディアの持つ影響力の大きさについて言及した。

21 世紀の現在でも、メディアという言葉は新聞や雑誌、テレビ、パソコン、インターネット、SNS など情報伝達機能を有する機器を指す言葉として使われており、本研究でも同定義とする。

(2) 旅行地選択におけるメディアの役割に関する研究

観光客の旅行地選択におけるメディアの重要性について、井上博文 (1998) は、観光情報発信の重要性を次のように論述している。観光需要者 (観光客) の情報収集手段には、旅行前のパンフレット、テレビなどの広告媒体、旅行会社窓口、書籍、観光ガイドブック、口コミ等があり、旅行中に観光客は、観光案内所、パンフレット、ガイドブックを利用していると述べている。

一方で、観光地の情報提供手段として、テレビ、ラジオ、新聞、旅行パンフレット、ガイドブック、旅行雑誌、電話、ファクス、インターネット等をあげている。情報提供先は、観光関係の事業者だけでなく、マスコミ、公的施設、流通関係など幅広い層を考えておくことが必要であると述べている。そして、観光客に観光情報をいかに効率よく届けるかが重要であると指摘している。

佐々木土師二 (2006) は、観光客が観光地を選定する要因を「(いろいろな生活行動の中で) 旅行という行動の範囲内で人々に具体的な目的地を選考させる動機や理由に

なる要因」であるとし、観光客がテレビドラマや映画のロケ地を訪れることが旅行目的の地選定の1つとなっていることを論じた。

内田純一（2009）は、メディアの力を活用して観光振興や地域発展を目指すための議論を提供している。映画やテレビドラマなど、メディアに影響を受けて創り出された地域イメージは物語性を持っているため、視聴者（観光客）の観光動機は、一般的な地域広告や地域広報よりも、格段に高いと指摘している。また、撮影地となった地域の観光商品開発に取り組み、そして地域を魅力あるものにすることを忘れてはならないと論じている。

このように、メディアは視聴だけに留まらず、旅行地選択においても大きな役割を果たしており、メディアを通さない観光誘客よりも効果的であり、地域に影響を与えている。

（3）メディアを活用した観光振興に関する研究

廻洋子（2001）は、「ローマの休日」（1953）を取り上げ、この映画が映画史上最も観光振興に寄与した作品と捉えている。その理由は、映画公開から50年以上たった現在もローマ観光PRの役割を担っているからとしている。また、映像による観光振興は、ロケが行われた地域を知る重要な役割を果たしていると述べており、ロケ誘致の狙いは、経済効果、地域の国際化、文化振興、国際的な観光振興等であると指摘している。しかし、ロケ誘致に成功したとしても、その効果は作品の出来栄えによって左右され、単に映像を流すだけではPR効果は期待できず、大切なのはあくまで作品の質であると言及している。

山村高淑（2008）のアニメ聖地の成立とその展開に関する研究では、以下のことを指摘している。DVD、インターネットなどメディア技術の発展に伴い、国境を越えてマンガやアニメ作品を視聴することが可能となった。それに伴い、同時代の人々が作品体験を共有できるようになり、作品の一部が国際的な人の動きを作りつつある。こうした状況を受け、自治体や観光関連業界はアニメーションを観光資源として捉え、今後のインバウンドマーケットにおいて重要な役割を果たすものと考えた。

そこで、この研究はアニメーション作品「らき☆すた」の舞台となった埼玉県北葛飾郡鷺宮町を対象に、ファン向けイベントがどのようにして成功したのかについて、聖地化のプロセス、地域社会の観光客受け入れプロセス、地域の旅行関連企業の役割を明らかにすることを目的としている。

その結果、いずれの過程においても、地元商工会が中核的な役割を果たして、商店・ファン・著作権者・域外企業など全体的に利益が得られる関係を構築したことが、今回の事業成功に至った大きな要因であると結論づけている。

鈴木晃志郎（2009）は、テレビや映画を活用したメディア誘発型観光の課題を論じた。メディア誘発型観光は、程度の差はあるが誘客に影響を及ぼし、観光客の観光目的地のイメージを創造する一助となっているが、誘客効果は4年間程度と短期間であると述べている。また、急激な観光客増加は、地域住民の生活環境に影響を与え、観光客と地域住民の軋轢が生じるので、この軋轢を最小化していくことがメディア誘発型観光の課題であることを指摘した。

鈴木晃志郎（2010）は、映画「男はつらいよ」（1992）や朝の連続ドラマ「わかば」のロケ地である宮崎県日南市飫肥地区を事例として、誘客効果を数量的に把握した。そして、映画やテレビを通じた誘客は一時的な知名度上昇に貢献しても、継続的な誘客には結び付きにくいことを指摘した。そこで鈴木は、肥地区はロケの受け入れだけでなく、地域住民が連携を図り、地域振興やまちづくりのための団体が結成したことに注目している。そして、既存の観光地に加え、地元商店街を散策してもらう「食べ歩き・まち歩き MAP」を作成して、観光客の滞留時間の長期化を図った結果、地元商店街の活性化につながったと述べている。このほかにも、地域住民が主体となって、ボランティアガイドの設立やイベントが開催され、誘客に導いたと論じている。

中谷哲弥（2007）は、映画というメディアが観光地イメージの構築にどのような形で関わっているか、さらにはいかなる観光経験が形成されているかを考察している。

具体的には、映画やテレビドラマなどの映像作品は、観光客が今まで抱いていた観光地のイメージを強化するなど、転換する力を持っていると指摘している。また、物語の内容は観光地選択を左右するだけでなく、観光客がロケ地を訪れる動機とも関連しており、フィルム・ツーリズムを「映像の世界を体験する観光」と捉えている。そして、小規模で既存のまとまりのある地域ほど、観光地イメージの構築において、より大きなインパクトが生じる可能性がある結論付けている。

岡本健（2010）は、地域ブランドの性質に着目し、アニメの聖地としてブランド化している埼玉県久喜市（旧鷲宮町：以下、鷲宮町）の事例をあげ、同町がアニメの聖地として、ブランドの創造・展開がどのように行われたかを分析した。

鷲宮町は、アニメ・マンガ「らき☆すた」を契機として地域振興を行った。マンガやテレビ、インターネットで鷲宮町の名前が取り上げられたことで、町内にある鷲宮神社では、初詣の参拝客数がアニメ放送前 2005 年の 65,000 人から放映後の 2010 年には 45 万人に増加した。この観光客数増加について、鷲宮町商工会が中心となり、協力的なファンの力を得て、「桐絵馬形ストラップ」、「飲食店スタンプラリー」、「土師祭」など様々なイベントを実施し、グッズを販売したことが要因であることを述べた。さらに、鷲宮町の活動がインターネットで取り上げられ、鷲宮町が認知されていったと考察している。

コンテンツを活用した観光をコンテンツ・ツーリズムと呼ぶ。この言葉は、広義にはメディアを活用した地域振興・観光振興を指し、狭義には主にアニメや漫画を活用した地域振興・観光振興を指す。この研究の先駆者に岡本健があげられる。岡本は、アニメの舞台地となった自治体の地域振興・観光振興、さらに、その自治体を訪れる観光客（アニメ聖地巡礼者）の観光行動を明らかにし、大河ドラマを活用した観光の違いを以下のように指摘した。

岡本健（2009a）は、アニメ聖地巡礼研究の動向を整理し、既往研究の分析を行った。日本各地で映画やドラマ・アニメなどの映像コンテンツを活用した観光振興が行われる。これらの映像コンテンツを視聴した視聴者が、舞台となった自治体へ旅行する契機となっていることを指摘した。また、舞台地となった自治体の観光地イメージを形成するにあたり、映画やドラマは役立ち、継続的な地域振興の一助となっている地域もあると述べている。

また、岡本健（2009b）は、従来、観光客は観光地や旅行会社、ガイドブックの情報を参考に旅行先を訪れているが、現在では情報媒体の多様化により、アニメ視聴も観光地を訪れる契機となっていることを述べた。アニメを活用した観光であるアニメ聖地巡礼は、アニメに登場する舞台地の自治体が明らかにされないため、アニメの視聴者が、舞台地を見つけ出し、当地を訪れることになる。そして、当地訪問後、視聴者自身が観光情報を発信する行為がみられると論じている。一方、大河ドラマを活用した観光は舞台地が番組内で明示され、また、他の番組でも取り上げられて、舞台地が広く認知されるとし、この点がアニメ聖地巡礼との大きな違いであると分析した。

さらに、岡本健（2009c）はアニメ視聴を旅行動機とした「アニメ聖地巡礼」と、大河ドラマを旅行動機とした「大河ドラマ観光」の比較研究を行っている。

まず、「アニメ聖地巡礼」は、アニメ視聴者の多くはDVDやインターネットを活用して視聴しており、アニメの舞台地（アニメ聖地）を訪れることが旅行の目的であると述べている。アニメ聖地訪問後は、SNSや同人誌を活用して情報発信する人が誘客の役目となり、地域振興の一助になっていることを論じた。これに対して、「大河ドラマ観光」の場合、観光客の情報源はテレビが多いとしている。大河ドラマは、内容が史実と結びついているため、大河ドラマ観光の動機付けに、大河ドラマの視聴は必要ないと述べている。

（4）大河ドラマの観光活用に関する研究

NHK 朝の連続テレビドラマと大河ドラマを活用した観光客誘致の取り組みについては、溝尾良隆（1994）が著書のなかで次のように論述している。

朝の連続テレビドラマは比較的現実の姿を伝えている。このため観光客はロケ地を訪れてもドラマの情景を想起させてくれることから予想外の観光効果を地域にもたらし、従来の高齢の観光客以外に若者や家族客が増加すると指摘している。これに対し大河ドラマは、江戸時代以前の武将や昭和初期など、テレビ用のセットの世界となるため観光客自身が持つ知識が支えになり、放送終了後は感動を得ることが少なくなると述べている。

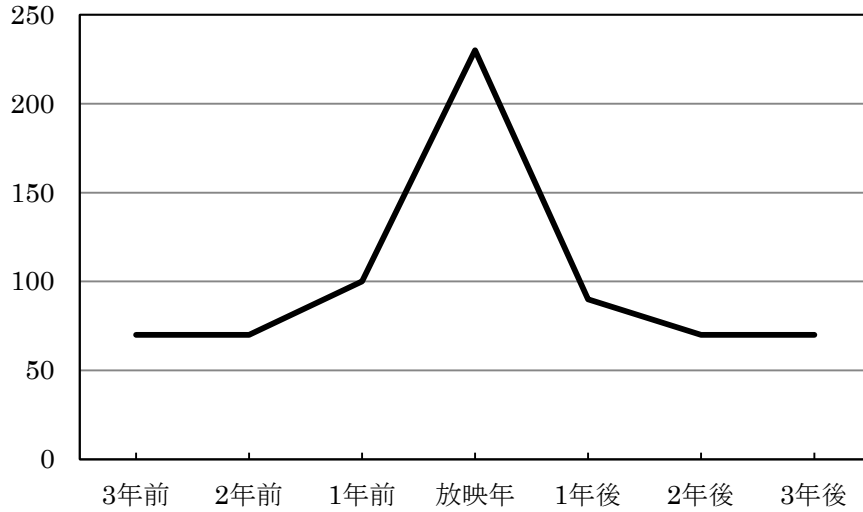
テレビ放映に関係なく、観光地としての魅力があれば観光客は好印象を持つが、そうでなければテレビ効果は長続きしないと分析している。また、大河ドラマの誘客の効果と限界を認識したうえで大河ドラマの観光活用が望ましいと述べている。

中村哲（2003）は、大河ドラマの誘客効果を観光客数の増減の視点から3つのタイプに類型化している（図1-1）。この類型は、大河ドラマ放映の3年前からの観光客数を表し、放映前年を観光客数の基準（100）としている。この基準から、翌年の大河ドラマ放映年、放映後の1年、2年、3年後の観光客数の変化を示したものである。

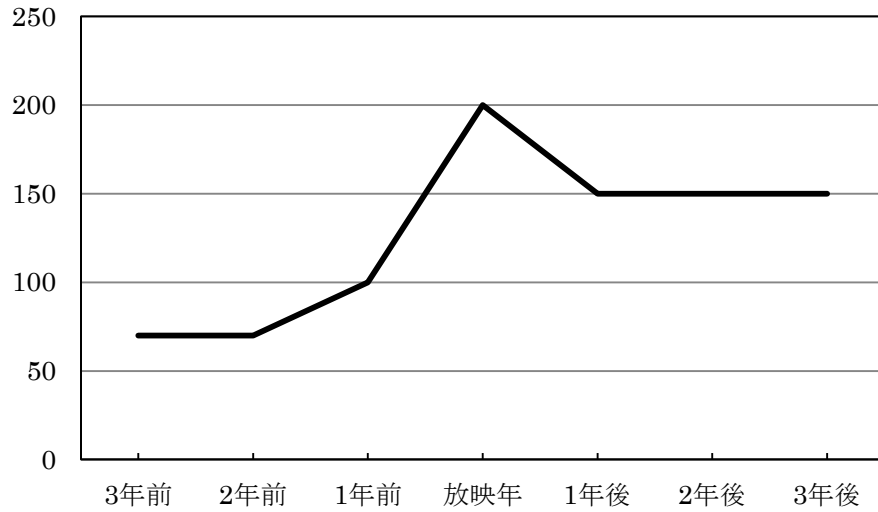
1つは「一過型」であり、放映前年ごろから観光客が増加し、放映年をピークに減少に転じ、再び放映開始前の水準に戻ってしまうタイプをさす。これは、新たに発表される作品に世間の注目が移ってしまうためにおこると考えられる。また、舞台地となった場所の魅力やアクセスなども関係している。

2つ目は、「ベースアップ型」がある。これは、放映前年ごろから観光客数が増加し、放映年にピークに達し、それ以降、観光客数は減少するものの、放映前より観光客が

〔一過型〕



〔ベースアップ型〕



〔無関係型〕

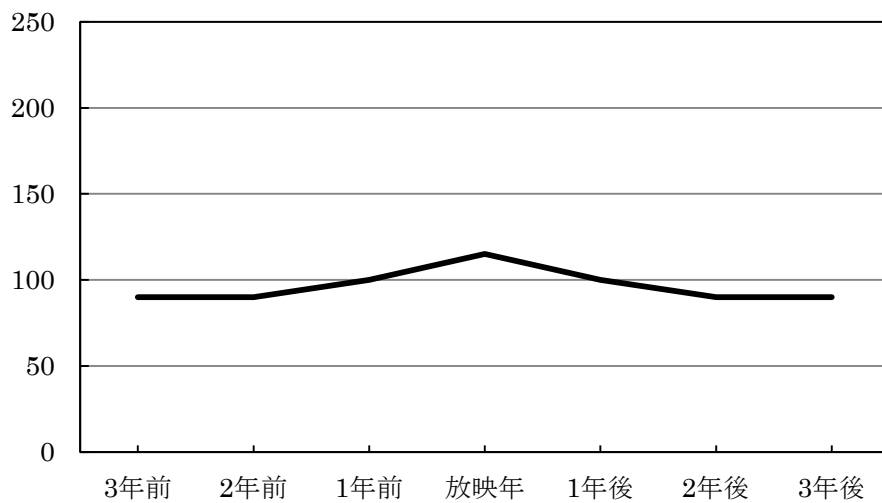


図 1-1 大河ドラマを契機とした観光客数への影響

資料：「観光におけるマスメディアの影響 ―映像媒体を中心に―」をもとに筆者作成

多くなるタイプである。これは、当該地域のイメージに大河ドラマで新たなイメージが付与されたことによる観光客が増加した事例、認知されていなかった地域のまちづくりが、観光客に知られることによる観光客の増加につながった事例がある。さらに、自治体が新しく観光施設やインフラを整備したことによる観光客の増加の事例があげられる。

3つ目は「無関係型」である。これは、大河ドラマ放映の舞台となった地域の観光客数に大きな影響を与えたとは考えられないタイプである。この類型は、大河ドラマの舞台となる前から知名度が高く、すでにある程度の観光客数が訪れていた場所であるところに見られるという。

また、中村は観光客がテレビドラマの舞台・撮影地を旅行の目的地として選択する傾向にあり、テレビ放映は舞台・撮影地となった地域の魅力を発信し、観光客誘致の起爆剤になっていると述べている。当該の自治体も全国放映を期待して地域の知名度を高め、観光客を誘引しようとする動きがさらに広がると論じている。しかし、テレビ番組として取り上げられることが必ずしも観光振興につながるとは限らないとし、人々の関心が常に新しい作品に移行することを認識する必要があると指摘している。

大河ドラマによる観光客誘致のメディアの影響について、前原正美（2008）は次の考察を行っている。テレビドラマのヒットにより、観光地として意識されていなかった地域の知名度が上がった例が多く、メディアが果たす役割は重要であることを指摘した。また、観光客の目的地選択の過程を以下のように示している。①認識：大河ドラマの放映によって、歴史上の人物とその舞台・撮影地を認識する。②情報収集：大河ドラマの各回の情報やそれ以外の特集番組からも情報を得る。③イメージ形成：継続的な視聴によって、舞台・撮影地へのイメージを形成する。④目的地選択：舞台・撮影地を旅行地として選択する。⑤旅行地としての情報検索：旅行会社のパンフレットや自治体のイベント情報を調べる。このような過程で、視聴者は自身が描いたイメージと期待を抱き、旅行地を選択するとしている。

さらに、前原は複数の大河ドラマの内容と視聴率を分析して、大河ドラマの舞台・撮影地となった自治体が、大河ドラマ放映を機に観光客誘致に取り組み、それを持続させることの必要性を強調している。

深見聡（2009a）は、「篤姫」（2008）を対象に、大河ドラマがもたらした鹿児島県の観光経済波及効果と観光形態の関わりについて論じている。『鹿児島県観光動向調査』を基礎資料とし、篤姫ブームの特徴を定量的に把握し、鹿児島市で展開されている「鹿児島ぶらりまち歩き」事業との関連性を分析した。

その結果、大河ドラマの放映を機にパックスツアーが登場し、鹿児島・指宿・霧島地区の観光客数は伸びたが、ドラマであまり取り上げられなかった種子屋久・奄美地区は効果が無かったと述べている。また、地域住民による大河ドラマ「篤姫」の物語性のある観光ボランティアガイドは機能したが、そうではない「まち歩き」は不振であったと考察している。

また、深見聡（2009b）は、観光を担う新しい可能性を持った存在としての観光ボランティアガイドについて、民放のテレビドラマや映画、NHKの大河ドラマと朝の連続ドラマの舞台となった場所を挙げている。とりわけ、大河ドラマは観光需要を高める

効果が大きいことから、過去 10 年間（1999～2008 年）の大河ドラマで最高の年間平均視聴率を記録した「篤姫」に焦点をあて、そのブームと観光への波及効果について述べている。

大河ドラマ「篤姫」の放映を機に、篤姫ゆかりの地を巡るまち歩きが企画され、篤姫の生誕地などを訪れる観光客が増加するようになった。このまち歩きには、2008 年度に 2,417 人の観光客が集まり、「薩摩が生んだファーストレディ」篤姫ゆかりの地を歩く」に全体の 5 割が参加したが、篤姫効果をうまく活用できなかった数字であると分析している。その理由として、長崎市のまち歩き「長崎さるく博'06」（2006 年）を例に挙げ、比較している。長崎市がまち歩き準備に 3 年の歳月をかけてボランティアを育成したことに対し、鹿児島県のまち歩き準備期間は数ヶ月と短いこと、篤姫ブームが去った後のまち歩きボランティア活動の存続など、今後の鹿児島県の課題を指摘している。

増淵敏之（2010）は、観光客の増加を期待して自治体や観光協会などが積極的に大河ドラマを誘致するようになったが、大河ドラマに誘発された観光は時代の流れとともに変化し、従来の中高年客の取り込みだけでは過不足な現状にあり、一過性の誘客にならない工夫が必要であると述べている。具体的には、大河ドラマ単体ではなく、他のメディアや関連するコンテンツが複合した新たな魅力が創出されれば、誘客の持続が可能になるとしている。

また、中村忠司（2016）は、「龍馬伝」（2010）から「花燃ゆ」（2015）の 6 年間に、大河ドラマ館を設置した各自治体の観光振興及び観光客数について考察している。具体的には、自治体に設置された大河ドラマ館の大きさ、場所、施設内容を整理し、放映中に訪れた観光客数について分析するとともに、大河ドラマ放映後に、自治体が大河ドラマ館をどのように活用しているかを明らかにした。

大河ドラマの観光活用に関する研究の多くは、舞台地の観光客数の増減や経済効果にとどまっている傾向がみられ、大河ドラマ放映を契機とした自治体内の活動について論述されたものは少ない。大河ドラマ放映が自治体の観光客数の増加に貢献していることは明らかである。しかし、多くの場合、観光客の増加は一時的なものにとどまり、継続性は低いと考える。他方、大河ドラマ放映を契機に、自治体で開始した活動の継続性、住民意識の影響、その他自治体内の波及効果など地域振興の寄与について、述べられることはなかった。

（5）地域資源を活用した地域振興に関する研究

寺岡伸悟（2008）は、地域の持つイメージや特産品、事象は人々に興味を持たせる力を有すると述べている。これらを観光資源として活用することが、地域振興に有効であるとしている。また、寺岡（2009）は奈良県に自生している柿の実と葉を商品として加工することで、奈良県の産業振興に役立つことを実証した。

堤悦子・飯澤理一郎（2012）は、北海道江別市の江別小麦を事例にあげ、地域ブランド化と地域活性化活動の関連性を論じている。つまり、江別小麦がブランド化される過程で、その事業に携わった人々によって地域活性化の気運が高まったことを述べている。また、江別小麦は地域住民の認知度は高いが、他の地域では知る人が少ない

のでブランド化が必要であることを指摘している。

関川靖ほか（2013）は、地域経済の振興に寄与する地域ブランド食品の地域外の販売や大学との連携による効果の検証を行った。地域ブランド食品がテレビ等のメディアに取り上げられると、来訪者の増加に伴い需要の増加が見込め、地域経済に好影響を与え、地域振興に効果をもたらすと述べている。なお、その際、地域ブランド食品を開発する人材育成が必要であることを指摘している。

中井治郎（2014）は、重要伝統的建造物群保存地区（以下、重伝建）に指定された京都府南丹市美山町を事例にあげ、農山村の地域振興に観光業が重要であることを論じている。同町の重伝建は茅葺屋根の住宅「かやぶきの里」を擁し、1993年に重伝建地区に指定されてから、多くの観光客が訪れるようになったと述べている。しかし、地域住民が観光客増加の弊害として、地域の素朴さ、田舎らしさが失われることに危機感を抱いていることを指摘している。

このように、地域資源を活用した地域振興が行われる一方で、2010年以降、地域出身の漫画家のキャラクターや、自治体が創作したキャラクターを活用した地域振興がみられるようになった。

池田拓生（2012）は、米子市と境港市のキャラクターを活用した地域振興の比較研究を行った。境港市が活用する水木しげる原作のキャラクターは、全国的に認知度が高く、観光客が多数訪れている。一方、米子市が創作したキャラクターは認知度が低いため、ソーシャルメディア（SNS）で情報発信していると述べている。

また、岩崎保道（2014）は、マンガやアニメといった文化資源を活用することで、地域の魅力を発信することが可能であるとしながらも、住民がそれらを活用したイベントに参加することが必要であるとしている。

このように、地域振興は、自治体イメージの具現化、伝統文化や特産物の活用、住民の参画など多角的な取り組みが必要である。これらの考えを踏まえ、本研究では地域振興を自治体の伝統文化や歴史の活用、住民による自治体の活動参画、自治体の新たな活動創出と定義する。

2. 問題の所在

上記のこれまでの研究内容を整理すると、メディアの活用、旅行地選択におけるメディアの役割、メディアを活用した観光振興、大河ドラマの観光活用、地域資源を活用した地域振興について様々な研究が行われている。しかし、大河ドラマを活用した地域振興は観光客誘致の取り組みにとどまっており、舞台地となった自治体内の活動を明らかにした研究した成果はみられない。このことを従来の研究の問題点として指摘できる。

第3節 研究の目的と方法

本研究の目的は、NHK大河ドラマを活用した自治体の観光客誘致の取り組みが、地域の社会・経済・文化の発展に寄与した地域振興について明らかにすることである。この目的を達成するために、8カ所12作品の舞台地を研究対象地域(図1-2)として、

以下の現地調査を実施した。

山梨県が舞台地になった「天と地と」(1969)は、大河ドラマに関連する文献・新聞記事、「武田信玄」(1988)については小淵沢町の刊行物「八ヶ岳ジャーナル」,「広報こぶちざわ」や新聞記事,「風林火山」(2007)は山梨県観光部観光振興課の提供資料を各々用いた。また,2015年6月に山梨県庁および甲府市役所において聞き取りを行うとともに,「風林火山」(2007)放映時にガイド活動を行っていたボランティアガイドからは,当時の観光客の動向を聴取した。

また,高知県が舞台地になった「功名が辻」(2006)では,高知県観光振興課,高知市役所,土佐観光ガイドボランティア協会に対して聞き取り調査を行った。さらに,「龍馬伝」(2010)観光客および地域住民に対して対面式のアンケート調査を実施した。

さらに,岩手県江刺市が舞台地となった「炎立つ」(1993 後半)は,江刺市大河ドラマ「炎立つ」協力実行委員会編『NHK 大河ドラマ炎立つ記録集』と,提供された歴史公園「えさし藤原の郷」の資料を分析した。現地調査は2015年9月に,奥州市ロケ推進室および歴史公園「えさし藤原の郷」に対して聞き取りを行い,大河ドラマ「炎立つ」実行委員(1993年当時)からは話を聞いた。

「篤姫」(2008)の舞台地となった鹿児島県指宿市では,鹿児島県観光交流局からの提供資料『大河ドラマ「篤姫」キャンペーン事業報告書』,指宿市観光協会から提供された資料を分析した。現地調査は2015年12月に鹿児島県観光交流局,指宿市観光協会篤姫観光ガイド,鹿児島市ボランティア協会に対して聞き取りを行った。その際,指宿市観光協会篤姫ボランティアガイド発足時から活動しているガイドから話を聞いた。

そして,「八重の桜」(2013)については,会津若松市提供の資料を分析するとともに,2015年9月1日に会津若松市観光課や地域住民に対する聞き取り調査を実施した。

なお,NHK 放送博物館においては,歴代の大河ドラマのダイジェスト版を視聴し,大河ドラマ放映の製作情報を収集した。また,大河ドラマ視聴者の動向を把握できる『文研月報』および『放送研究と調査』を基礎資料として活用した。

第4節 研究の意義

これまで,自治体における大河ドラマを活用した観光客誘致の取り組みが,地域資源の再発見や伝統芸能の再認識・継承,地域住民のコミュニティの再生や学校の新たな地域学習,震災の被災地復興に波及している。このことを鑑みて,大河ドラマを契機とした地域振興を明らかにすることは,今後,大河ドラマを地域振興に活用する自治体の具体的な取り組みに寄与できるものと考えられる。ここに本研究の意義を見出すことができる。

第5節 研究の内容

研究内容は,第2章で文献・資料を活用し,テレビが視聴者に与えた影響ならびに

テレビの普及について分析を行う。また、大河ドラマの歴史と併せて各大河ドラマ作品の概要を述べる。さらに、大河ドラマ視聴率の変遷と多メディアの台頭および大河ドラマ放映の地域性と時代背景について分析を行う。大河ドラマの観光活用については、1963年から2013年までの約50年間の変遷を分析するとともに、東日本大震災で被災した福島県会津若松市の復興支援を目的とした大河ドラマの制作についても論じる。

第3章から第9章までは、研究対象の大河ドラマ舞台地について分析を行う。

まず、第3章では、山梨県が舞台地の大河ドラマ「天と地と」(1969)、「武田信玄」(1988)、「風林火山」(2007)の3作品をあげ、各大河ドラマの観光活用の相違を分析し、どのような変化がみられるかを明らかにする。

第4章では、5年間で2度大河ドラマの舞台地になった高知県高知市を事例とし、「功名が辻」(2006)と「龍馬伝」(2010)の観光効果の違いを明らかにする。

「龍馬伝」(2010)放映が高知市の観光におよぼした影響を把握するために、第5章では観光客に対するアンケート調査結果から、観光客の特性や高知市観光の評価・意見を分析する。第6章において、自治体住民としての高知大学の学生と、高知市の観光を学習している高知県立伊野商業高等学校国際観光科の生徒に対して、高知市観光のアンケート調査を実施し、両者の評価や意見を分析する。そして、観光客と住民の意識の相違点を明らかにする。

第7章は、大河ドラマ「炎立つ」(1993 後半)放映を契機に、新たな観光施設の建設や伝統芸能の保存・活用が活発化した岩手県江刺市(現：奥州市江刺区)の取り組みを明らかにする。

第8章では、大河ドラマ「篤姫」(2008)を契機に、地域コミュニティの再生や、学校教育における地域学習に効果をもたらした鹿児島県指宿市の地域振興の取り組みを明らかにする。

そして、第9章は東日本大震災の被災地復興支援を目的に放映された「八重の桜」(2013)をあげ、大河ドラマが福島県会津若松市におよぼした影響を明らかにする。

第10章では、第3章から第9章を総観し、大河ドラマを活用した地域振興の共通点と相違点を明らかにする。そして、第11章で結論を述べる。

上記のように、大河ドラマを契機とした地域振興を明らかにすることは、大河ドラマを地域振興に活用する自治体の具体的な取り組みに寄与できるものと考えられる。ここに本研究の意義を見出すことができる。

なお、上述した自治体の他にも、地域振興の変遷および比較検討を行うため、「春日局」(1989)の埼玉県川越市、「琉球の風」(1993 前半)の沖縄県読谷村、「義経」(2005)の岩手県平泉町、「天地人」(2009)の新潟県南魚沼市の4カ所の舞台地を訪れ、文献・資料の収集および聞き取り調査を実施した。

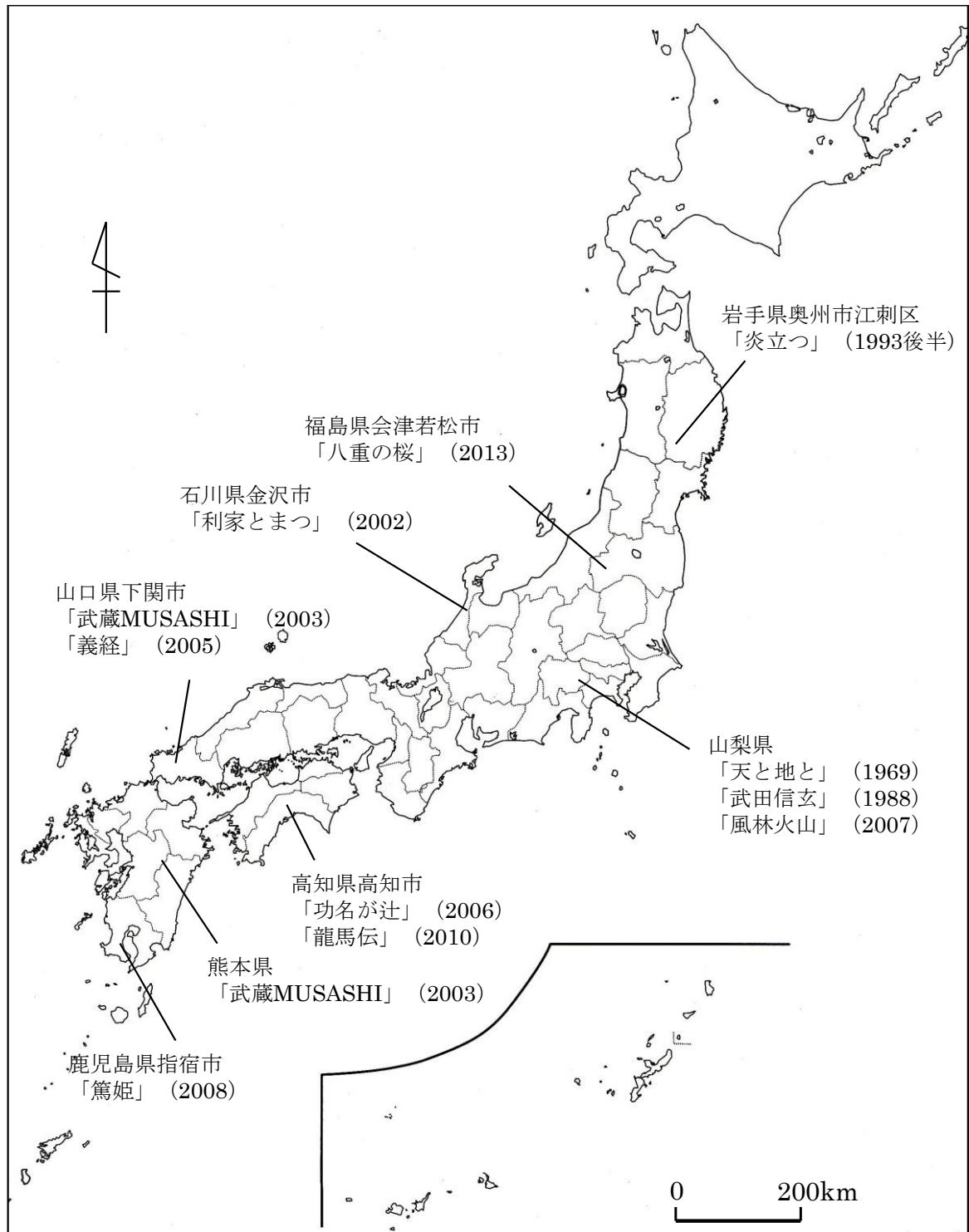


図 1-2 研究対象地域

(筆者作成)

参考文献

- 池田拓生 (2012) : 「地域振興におけるキャラクター運用に関する一考察－鳥取県米子市・境港市におけるキャラクターの活用－」『観光科学研究 (5)』, 127－135 頁。
- 井上博文 (1998) : 「観光情報提供」, 長谷政弘『観光振興論』, 税務管理協会, 69－83 頁。
- 岩崎保道 (2014) : 「マンガを活用した地域振興」『高知大学学術研究報告第 63 巻』, 106－112 頁。
- 内田純一 (2009) : 「フィルム・インスパイアード・ツーリズム - 映画による観光創出から地域イノベーションまで - 」『北海道大学文化資源マネジメント論集 vol.10』, 1-10 頁。
- 大森康宏編 (2000) : 『映像文化』ドメス出版, 31－38 頁。
- 岡本健 (2009a) : 「アニメ聖地巡礼の特徴と研究動向」『北海道大学』91-109 頁。
- 岡本健 (2009b) : 「アニメ聖地巡礼の誕生と展開」『メディアコンテンツとツーリズム』, CATS 叢書 Vol.1, 31－50 頁。
- 岡本健 (2009c) : 「情報社会における旅行行動の特徴に関する研究 : アニメ聖地巡礼と大河ドラマ観光の比較・検討を通して」『観光情報学会第 1 回研究発表会講演論文集』, ー52 頁。
- 岡本健 (2010) : 「観光地域ブランディングと旅行コミュニケーション」『日本ホスピタリティ・マネジメント学会第 19 回全国大会』
- 佐々木土師二 (2006) : 「旅する理由－引き寄せられて・後押しされて－」『観光の社会心理学ひと, もの, こと－3 つの視点から』北大路書房, 28－43 頁。
- 鈴木晃志郎 (2009) : 「メディア誘発型観光の研究と課題」『日本観光研究学会第 24 回全国大会論文集』, 85－88 頁。
- 鈴木晃志郎 (2010) : 「メディア誘発型観光現象後の地域振興にむけた地元住民たちの取り組み－飢肥を事例として」『観光科学研究第 3 号』, 31－39 頁。
- 関川靖・山田ゆかり・古田洋 (2011) : 「『食』の地域ブランドと地域振興」『名古屋文理大学紀要』第 11 号, 119－127 頁。
- 関口進 (2001) : 『大衆娯楽と文化』学文社, 184 頁。
- 堤悦子・飯澤理一郎 (2012) : 「地域ブランド化活動からみる地域振興－農商工連携で選定された江別の例から－」『農経論叢 vol.67』, 113－123 頁。
- 寺岡伸悟 (2008) : 「地域振興に関する一考察－表象への視点－」『奈良女子大学文学部研究教育年報 第 4 号』, 105－113 頁。
- 寺岡伸悟 (2009) : 「地域産業振興における文化資源調査の意義－奈良県のカキ紅葉を事例に－」『奈良女子大学部人間社会文化研究科年報 Vol.24』, 201－221 頁。
- 中井治郎 (2014) : 「〈ふるさと〉の文化遺産化と観光資源化－京都府南丹市美山町『かやぶきの里』をめぐって－」『龍谷大学社会学部紀要 第 44 号』, 114－126 頁。
- 中谷哲弥 (2007) : 「フィルム・ツーリズムに関する一考察－観光地イメージの構築と観光経験をめぐって－」『奈良県立大学研究季報第 18 巻 第 1・2 号合併号』, 41－56 頁。

- 中村忠司 (2016) : 「大河ドラマ館を活用した観光振興についての一考察：“龍馬伝”から“花燃ゆ”までの6年間を検証する」『日本観光研究学会全国大会学術論文集』, 21-24 頁。
- 中村哲 (2003) : 「観光におけるマスメディアの影響」前田勇編著『21世紀の観光学』学文社, 65-73 頁。
- 深見聡 (2009a) : 「大河ドラマ『篤姫』効果にみる観光形態への一考察」『長崎大学学術研究成果リポジトリ』, 57-64 頁。
- 深見聡 (2009b) : 「観光ボランティアガイドの台頭とその意義ー篤姫ブームを事例としてー」『地域総合研究第37号第1巻』, 45-56 頁。
- 前原正美 (2008) : 「メディア産業と観光産業ー大河ドラマと観光ビジネスー」『東洋大学学園紀要』, 165-141 頁。
- 増淵敏之 (2010) : 『物語を旅するひとびとーコンテンツ・ツーリズムとは何かー』, 彩流社, 59-73 頁。
- 溝尾良隆 (1994) : 『観光を読むー地域への提言ー』, 古今書院, 78-83 頁。
- 廻洋子 (2001) : 「作品の質が鍵握る, 映画による観光・文化振興」『観光文化 2001年7月号』, 28-31 頁。
- 山田登世子 (2006) : 「ブランドの誕生」, 「貴族のいない国のブランド」『ブランドの条件』岩波書店, 1-56, 101-156 頁。
- 山村高淑 (2008) : 「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 No.7』, 145-164 頁。

第2章 テレビ放送と大河ドラマ

第1節 テレビが国民生活に与えた影響

1. テレビの普及

1953年2月1日に、日本でテレビ放送が開始した。当時のテレビは白黒放送であり、受信契約数は866件、白黒テレビは1台当り175,000円で販売されていた。当時の高卒公務員の初任給平均が5,400円、第一勧業銀行の平均初任給6,000円であったことを鑑みると、白黒テレビは高価な家電製品であった¹⁾。その後、白黒テレビの販売価格は量産にともない低下し、テレビ放送開始5年後の1958(昭和33)年には、半値以下の66,500円になった。また、テレビの普及率は10%を超えた(図2-1)。

白黒テレビ普及率上昇の契機は、吉見(2004)も指摘しているように、1959(昭和34)年の皇太子(現：今上天皇)ご成婚である。同年、白黒テレビの普及率は前年の10.4%から23.6%に倍増し、2年後の1961(昭和36)年には62.5%となった。このような白黒テレビの急速な普及は、1964(昭和39)年開催の東京オリンピックのテレビ放送によるところが大きく、開催前年の普及率は88.7%であった。白黒テレビの普

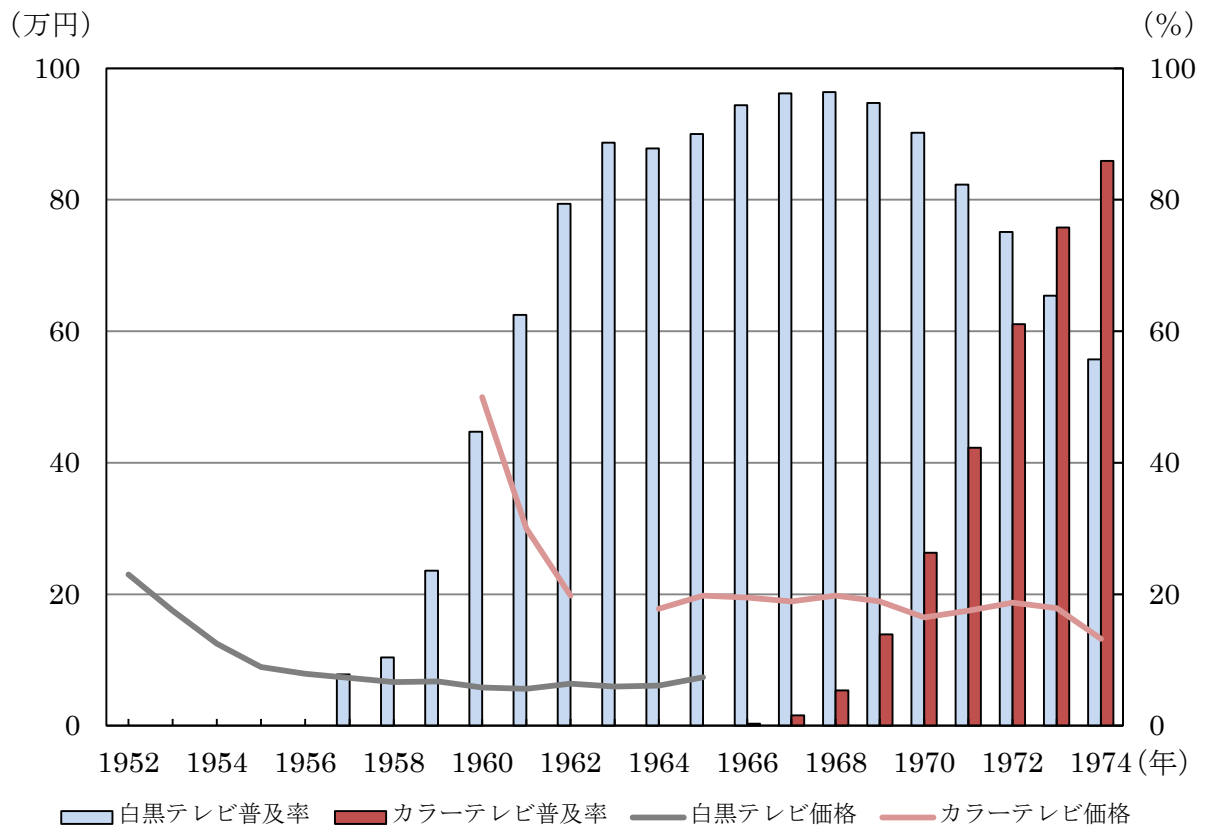


図2-1 テレビの価格推移と普及率(1952~1974年)

資料：戦後昭和史テレビの小売価格の推移，内閣府主要耐久消費財の普及率をもとに筆者作成

注：1963年のカラーテレビ小売価格は不明である。

及により、それまで家庭では見ることのできなかつた動く映像が、テレビを通して見ることが可能になった（田中・小川 2005）。

1965（昭和 40）年から 1970（昭和 45）年の 6 年間、白黒テレビの普及率は 90%を上回った。その後はカラーテレビの登場にともない低下して、1973（昭和 48）年には白黒テレビとカラーテレビの普及率が逆転した。1975（昭和 50）年に、カラーテレビの普及率が 90%を超え、1984（昭和 59）年には全国の 99.2%の家庭でカラーテレビが見られるようになった。このような急速なテレビの普及は、国民の生活に生きがいを与えることになった²⁾。

2. テレビの視聴時間と娯楽性

(1) テレビの平均視聴時間

三矢（2014）によれば、1960 年のテレビ視聴時間は 56 分であった。白黒テレビの普及率が 90%を上回った 1960 年代後半は、1 日 1 人当たりの自由行動時間³⁾は 4 時間程度であった⁴⁾。そのうち、平日のテレビ平均視聴時間は、1 日あたり 2 時間 42 分であり⁵⁾、自由行動時間の 70%を占めていた。

藤原・伊藤（2005）は、テレビの普及にともなうテレビ視聴と他の生活行動を同時に行う「ながら視聴」の傾向が、テレビ視聴時間を増加させたと述べている。このことは、1971（昭和 46）年に NHK 放送文化研究所が行った「テレビ視聴時間」の調査結果でも証明されており、1 日 1 人当たりの視聴時間は 3 時間 9 分であった。なお、1970 年代のテレビ平均視聴時間は 3 時間を超えていた。

1980 年代になると、前半の一時期テレビの平均視聴時間が 3 時間を下回ったが、1 日 1 人当たりの自由行動時間の 75%を占めていた。また、80 年代後半の BS 放送や衛星放送の開始は、視聴者の番組選択肢の増加をもたらした。

1990 年代は、前半の CS 放送の開始により番組選択肢がさらに増加し、インターネットや携帯電話など新たなメディアの普及により、若者を中心にテレビ離れが指摘されるようになったが、テレビの平均視聴時間は 3 時間半近くになった。

2000 年以降もテレビの平均視聴時間は 3 時間半を維持し、2015 年には 3 時間 41 分であった。これは、自由行動時間 4 時間 42 分の 78%を占めており、現在でもテレビが国民生活の必需品であることを物語っている。

(2) 娯楽メディアとしてのテレビ

NHK 放送文化研究所（1979）は、「家族とテレビ」の調査結果をもとに、家族のコミュニケーションの頻度とテレビ視聴時間の相関を分析し、テレビ視聴時間に比例してコミュニケーションが多いことを明らかにしている。これらに関連して、1950～1970 年代にテレビが急速に普及した理由について、藤原・伊藤（2005）は、テレビによる情報の可視化が、視聴者に物事の理解と確認を促す効果があったと考察している。また、テレビは子どもから大人まで、年齢や職業、学歴の違いを超えて楽しむことができる家電として、家族団らんに役立つ娯楽メディアであると述べている。三矢（2014）も NHK 放送文化研究所の「全国放送意識調査」（1976）をもとに、視聴者がテレビに求めていたのは娯楽性であったと述べている。

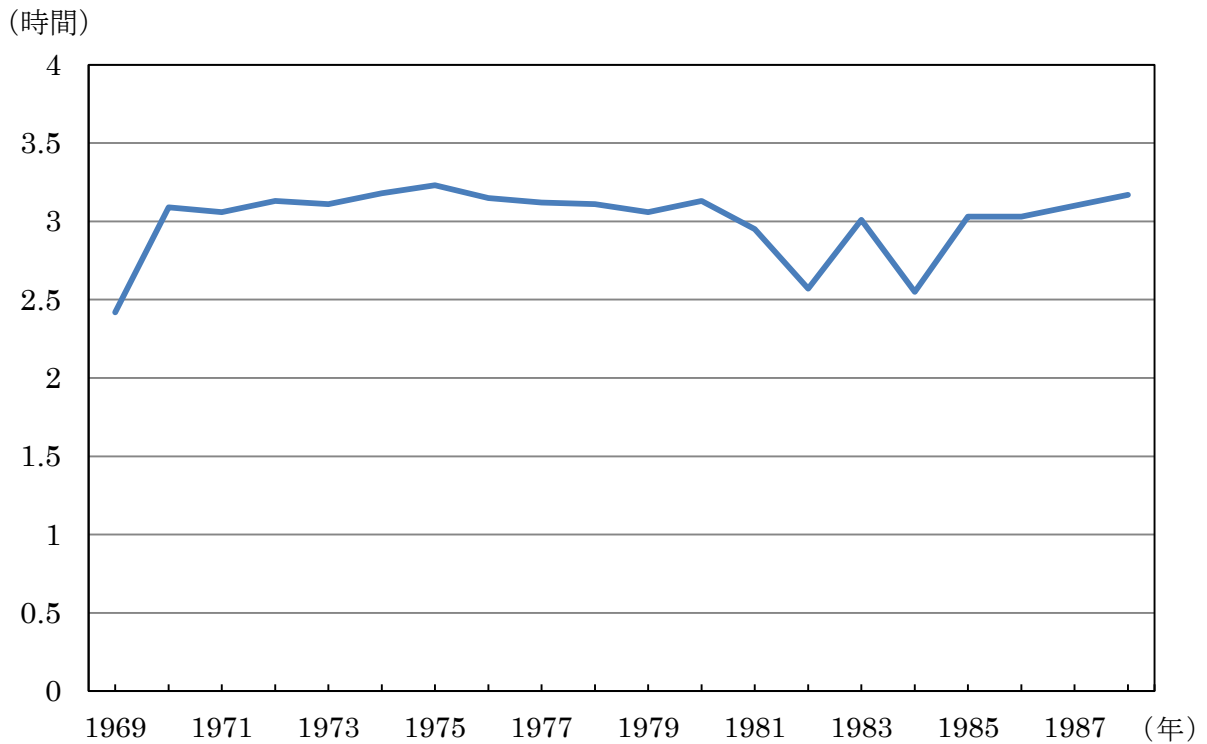


図 2-2 テレビの視聴時間推移 (1969~1988 年)

資料：『文献月報』、『放送研究と調査』をもとに筆者作成

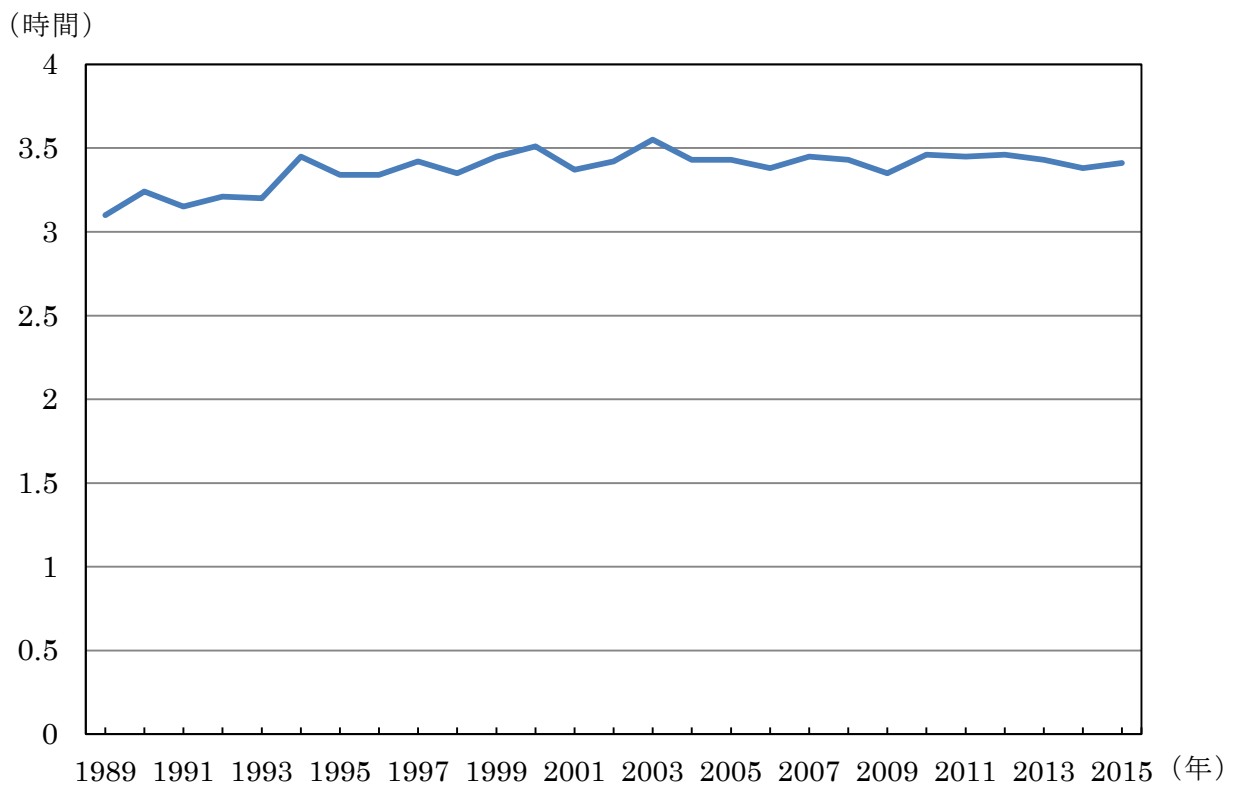


図 2-3 テレビの視聴時間推移 (1989~2015 年)

資料：『文献月報』、『放送研究と調査』をもとに筆者作成

注：1989 年から衛星放送が視聴時間に含まれている。



写真 2-1 1970 年代の茶の間（NHK 放送博物館内）

（2017 年 3 月 15 日 筆者撮影）

さらに、藤原・伊藤（2005）は、テレビが急速に普及した 1950～1970 年代における人気番組は、テレビの普及以前から小説、映画、ラジオ番組等に登場していた豊臣秀吉、源義経、銭形平次、宮本武蔵、大岡越前、赤穂浪士などの物語をドラマ化したことを指摘している⁶⁾。大河ドラマもこれに該当する。

第 2 節 NHK 大河ドラマの作品

1. NHK 大河ドラマの始まり

テレビが家庭に普及する前、国民の娯楽の 1 つは映画鑑賞であった。とくに 1950 年代後半は映画館が全国に増加し、1957～1960 年の 4 年間は毎年 100 万人を超える観客動員数であった（図 2-4）。

このように映画が隆盛を極めるなか、当時 NHK 芸能局長であった長沢泰治は、1961 年に「映画に負けない日本一の大型娯楽時代劇」を企画し、制作を開始した⁷⁾。しかし、当時はテレビの受信性能が悪く、テレビ画像に歪みが出ることから俳優や女優の出演拒否もみられた。また、映画会社の松竹、東宝、東映、日活、大映 5 社には、自社専属の俳優を他社の映画やテレビに出演させないことを定めた「五社協定」があり⁸⁾、NHK は映画会社を通して俳優や女優に出演交渉することができなかった⁹⁾。このため、大型娯楽時代劇、後の大河ドラマの出演者が決まらず制作が難航した。このような課題はあったが、NHK の職員が俳優や女優と直接交渉することでテレビ出演の許可を得た。

そして、1962（昭和 37）年に映画俳優の尾上松緑、佐田啓二、淡島千景など知名度の高い俳優・女優らの出演が決まり、制作が始まった。

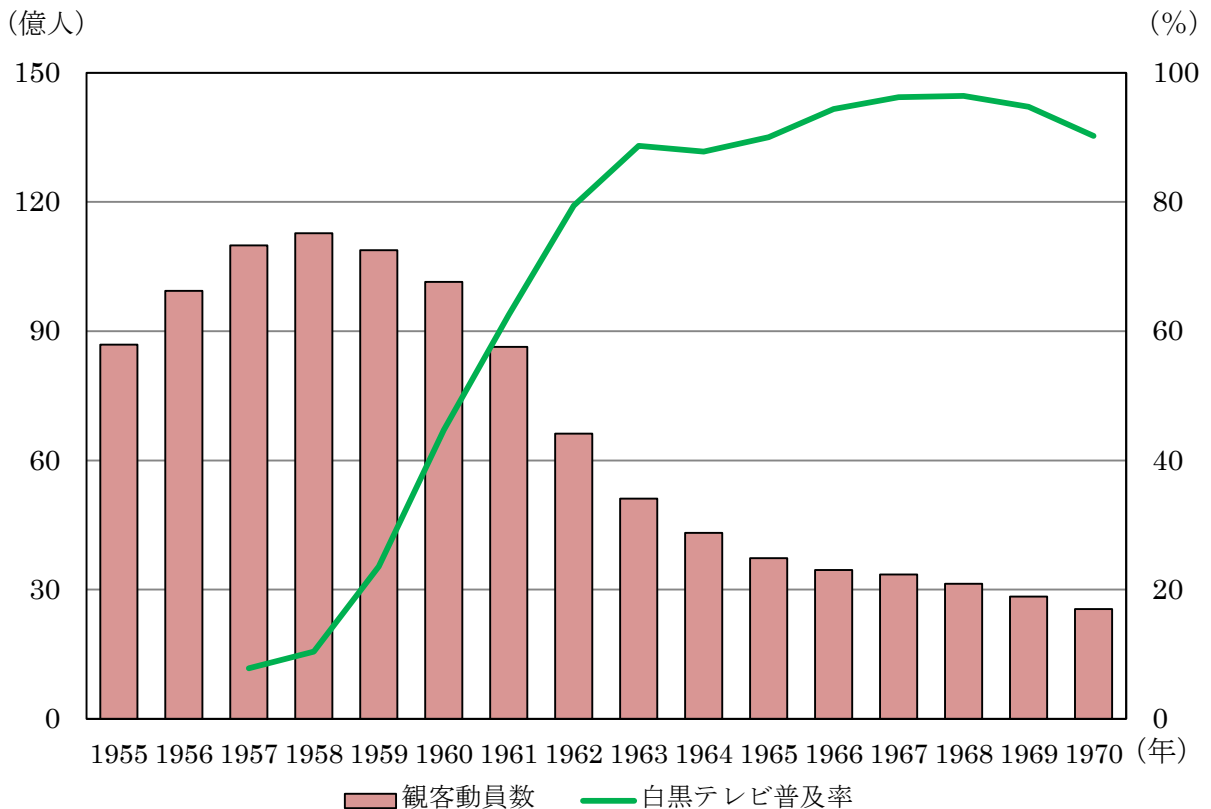


図 2-4 映画館の観客動員数と白黒テレビの普及率（1955～1970 年）

資料：日本映画産業統計，内閣府主要耐久消費財の普及率をもとに筆者作成

2. 大河ドラマの内容と視聴率

(1) 1963～1969 年

1963（昭和 38）年 4 月に、大型娯楽時代劇の名称で現在の大河ドラマ放映が開始した。第 1 作「花の生涯」は、井伊直弼の生涯を描いた作品であり、放映期間 9 ヶ月の平均視聴率は当時としては高視聴率の 20.2%であった（図 2-5）。翌年の第 2 作「赤穂浪士」は、日本人に親しまれてきた忠臣蔵を描いた作品であり、前作の「花の生涯」を上回る年間平均視聴率 31.9%を記録した。当初、2 作で終了予定であった大河ドラマは、国民の人気番組として制作の継続が決まり、第 3 作は豊臣秀吉が主人公の「太閤記」（1965）が放映された。この平均視聴率も 31.2%であった。続く第 4 作の「源義経」（1966）は、義経を守る弁慶の立ち往生の場面が話題となり、年間平均視聴率は前年を下回るものの 23.5%であった。

明治 100 年を記念して制作された第 5 作「三姉妹」（1967）と第 6 作「竜馬がゆく」（1968）では、視聴率が 20%を下回った。初めて架空の人物を主人公にした「三姉妹」（1967）の年間平均視聴率は 19.1%，登場人物が方言を使って台詞を言う「竜馬がゆく」（1968）は 14.5%であったことから、制作の打ち切りが持ち出された¹⁰⁾。しかし、武田信玄と上杉謙信を主人公とする第 7 作の「天と地と」（1969）では、年間平均視聴率は 25.0%に回復したことから制作の継続が決まった。

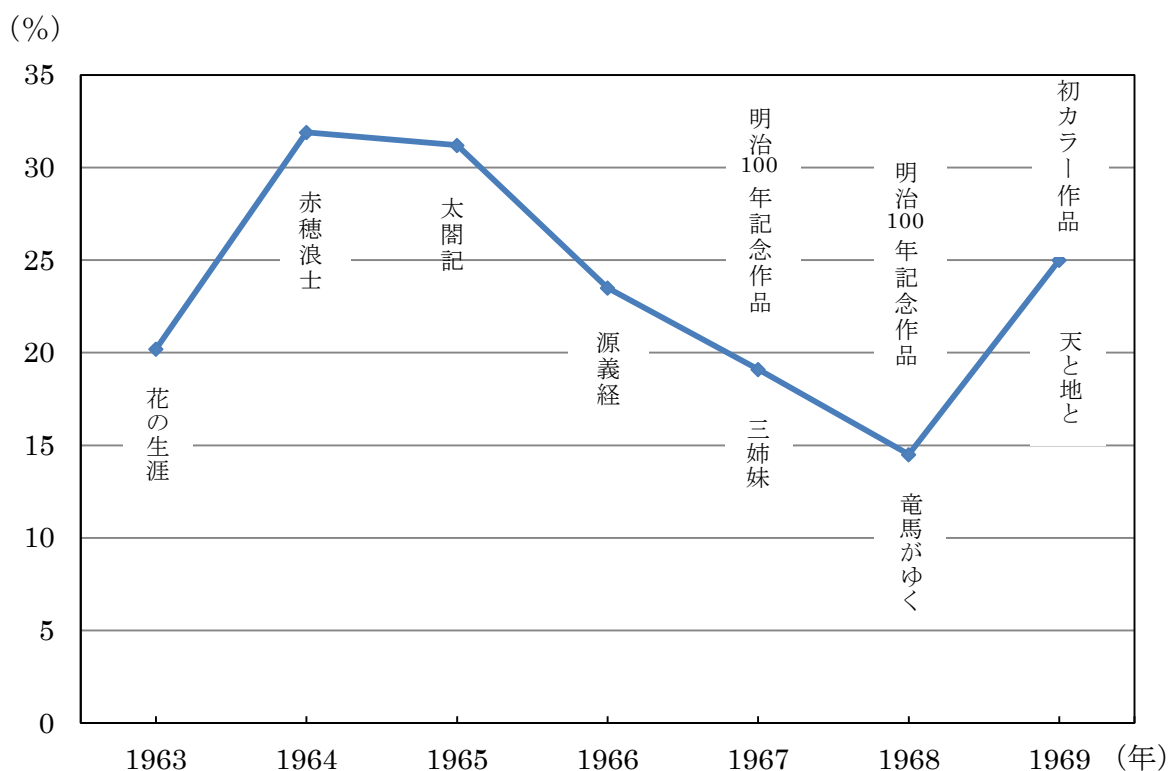


図 2-5 大河ドラマの視聴率の推移 (1963~1969 年)

資料：株式会社ビデオリサーチ社の関東地区視聴率調査をもとに筆者作成

(2) 1970 年代

1970 年代になると、大河ドラマは視聴率を高める意図から娯楽性を指向するようになった。1970 (昭和 45) 年に放映された第 8 作「縦ノ木は残った」は、三代藩主伊達綱宗の逼塞事件 (1660 年) から家老原田甲斐の刃傷事件 (1671 年)、いわゆる伊達騒動 (寛文事件) をドラマ化した作品である。主人公の原田甲斐は、江戸時代に歌舞伎や書物で悪人として取り上げられていたが¹¹⁾、「縦の木は残った」では仙台藩を守るため意図的に悪人を演じ、年間平均視聴率は 21.0% を示した。第 9 作「春の坂道」(1971) は、江戸初期の徳川将軍家の兵法指南役 柳生但馬守宗矩 (1571~1646) の人生を描いた作品であり、年間平均視聴率は 21.7% であった。そして、平家の栄枯盛衰を描いた第 10 作「新・平家物語」(1972) でも、年間平均視聴率は前 2 作品と同様の 21.4% であった。

美濃の戦国大名斎藤道三を主人公にした第 11 作「国盗り物語」(1973) は、従来のベテランに加え、若い俳優・女優を起用したことで、年間平均視聴率はやや向上して 22.4% となった。続く第 12 作「勝海舟」(1974) は、江戸城無血開城に導いた勝海舟の生涯を描いた作品であり、年間平均視聴率はさらに向上して 24.2% を示した。そして、第 13 作の「元禄太平記」(1975) は、1964 年に放映された「赤穂浪士」に続いて 2 度目の忠臣蔵を題材とした作品であった。五代将軍徳川綱吉の側用人柳沢吉保から見

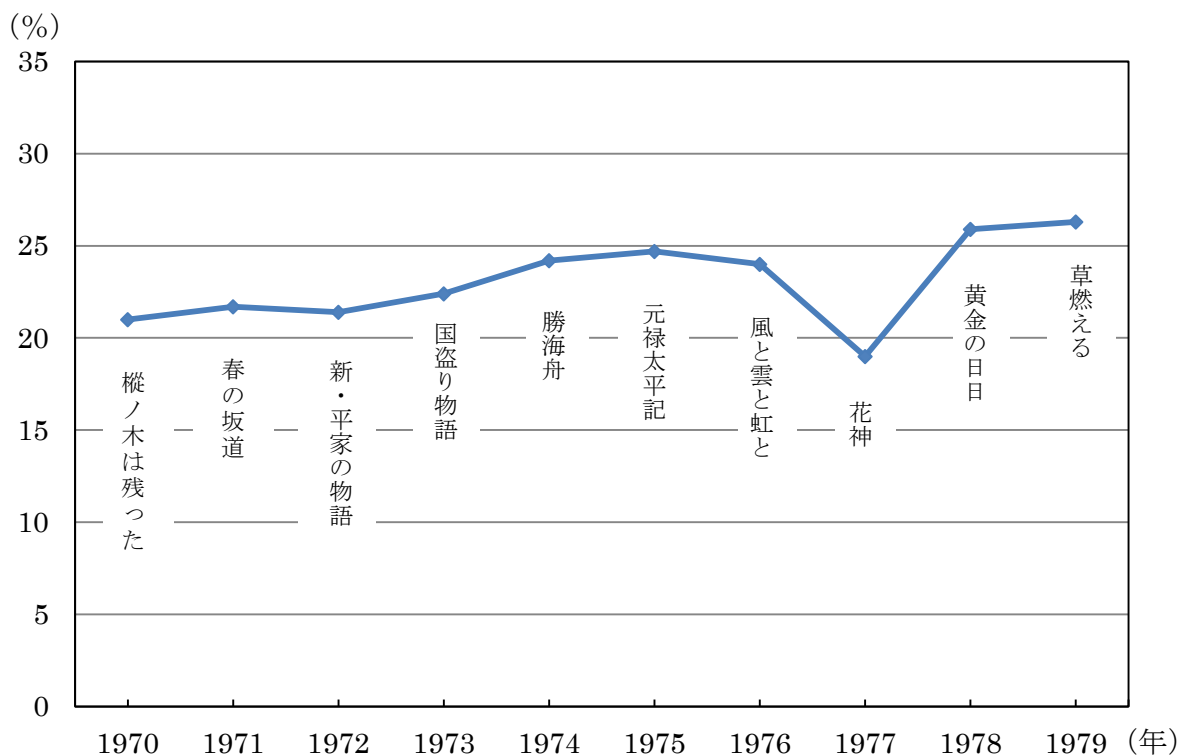


図 2-6 大河ドラマの視聴率の推移 (1970~1979 年)

資料：株式会社ビデオリサーチ社の関東地区視聴率調査をもとに筆者作成

た赤穂浪士の討ち入りを描き、年間平均視聴率は前年並みの 24.7%であった。なお、大河ドラマの名称が正式に使用されたのは第 13 作「元禄太平記」であり¹²⁾、以前は当初の「大型娯楽時代劇」が「大型時代劇」、「娯楽時代劇」、「NHK 日曜夜のドラマ」など様々呼称されていた。24.0%の年間平均視聴率を示した第 14 作「風と虹と雲と」(1976)は、平安時代の平将門 (?~940) の生涯を描いた作品であり、1970 年の第 8 作から 1976 (昭和 54) 年の第 14 作まで連続して年間平均視聴率 20%を上回った。

しかし、国民皆兵制にもとづく近代的軍隊の創設を提唱した大村益次郎 (1824~1869) の生涯を描いた第 15 作「花神」(1977)では、年間平均視聴率が前年より 5%低下して 19.0%になった。これは、大河ドラマの主人公が広く国民に認知されていなかったことが考えられる。

第 16 作「黄金の日日」(1978)は、戦国時代に生きた堺の商人^{る さんすけざえもん}呂宋助左衛門 (1565~?) のルソン貿易により、巨万の富を築く人生を描いた作品であり、年間平均視聴率は再び回復して 25.9%を記録した。そして、源頼朝と北条政子を描いた第 17 作「草燃える」(1979)では、年間平均視聴率は向上して 26.3%となった (図 2-6)。

(3) 1980 年代

1980 年代に入ると、大河ドラマで初めて明治・大正・昭和を取り上げる作品や女性を単独の主人公にした作品が制作・放映された。

大河ドラマで初めて明治時代を扱った第 18 作「獅子の時代」(1980)は、架空の主人公である会津藩士平沼銚二と薩摩藩士荻谷嘉頭の明治維新における活躍を描き、年

間平均視聴率は 21.0%を示した。この作品は、パリ、東京、鹿児島など 7 ヶ所の広範囲でロケが行われた。第 19 作「おんな太閤記」(1981) は、豊臣秀吉の正室ねねの生涯を描いた大河ドラマ史上初めての女性を主人公とした作品である。その年間平均視聴率は 31.8%を記録し、第 3 作「太閤記」(1965) 以来 26 年ぶりに 30%を超え、高視聴率であった。第 20 作「峠の群像」(1982) は、忠臣蔵を題材とした「赤穂浪士」(1964)、「元禄太平記」(1975) に続く、3 度目の大河ドラマである。これまで赤穂浪士の討ち入りは、美談として取り上げられてきたが、第 20 作では仇討ちの見解を異にした作品を描き、年間平均視聴率は 24.7%であった。そして、第 21 作「徳川家康」(1983) では、再び 31.2%の高視聴率を示した。

大河ドラマ第 22 作～第 24 作の 3 作品は、明治から昭和までを取り上げた作品であり、「近代大河」と称されている。第 22 作「山河燃ゆ」(1984) は、第二次世界大戦前後が舞台である。架空の人物であるアメリカ移民 2 世天羽賢治の生涯を描き、前作よりも 10.1%低い年間平均視聴率 21.1%を示した。この作品をアメリカで放映すると、日系アメリカ人とヨーロッパ系アメリカ人の関係の悪化が懸念されたため、アメリカでの放映は無期延期となった¹³⁾。第 23 作「春の波濤」(1985) は、日本の女優第 1 号といわれる川上貞奴と夫の川上音二郎が生きた明治から大正の日本社会を描き、年間平均視聴率 18.2%を示した。この作品は、国内ロケに留まらず、アメリカ、イギリス、フランスの複数の国でロケが行われた。さらに、第 24 作「いのち」(1986) は、架空の人物である女医の高原未希の生涯を描いた。この作品が放映された当時、日本はバブル景気であった。NHK は、物質主義、拝金主義に傾く社会に警鐘を鳴らし、視聴者に人の命や心を大切にしたいという意図から作品を制作した。年間平均視聴率は

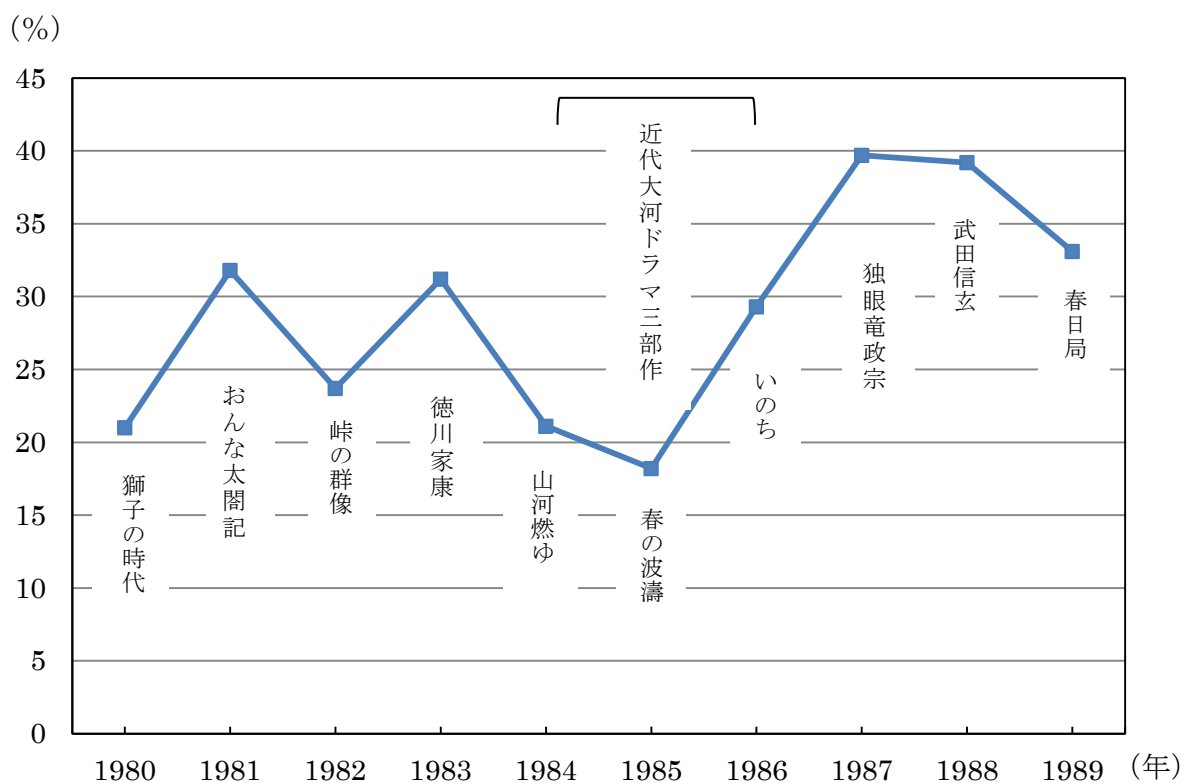


図 2-7 大河ドラマの視聴率の推移 (1980~1989 年)

資料：株式会社ビデオリサーチ社の関東地区視聴率調査をもとに筆者作成

前作を 10.1%上回る 29.3%の高視聴率を記録した。

そして、第 25 作「独眼竜政宗」(1987)で、大河ドラマは時代劇に回帰した。独眼竜政宗の人生を描いたこの作品は、大河ドラマ史上最高の年間平均視聴率 39.7%を記録し、舞台地となった宮城県仙台市の観光客増加に影響を与えた。続く第 26 作「武田信玄」(1988)は、武田信玄と上杉謙信の 5 回の川中島の戦いを描いた作品であり、前作とほぼ同じ年間平均視聴率 39.2%を示した。さらに、3 代将軍徳川家光の乳母である春日局を描いた第 27 作「春日局」(1989)は、前 2 作と比べると年間平均視聴率は低下したものの、32.4%であった。

1987～1989 年の 3 年間、大河ドラマの年間平均視聴率は 30%を上回り、高視聴率を記録した。なお、これらの作品が放映された舞台地では観光客が増加している。

(4) 1990 年代

1990 年代になると、バブル経済の崩壊により経済成長が停滞する一方で、インターネット通信による情報の多様化が進展するようになった。

第 28 作「翔ぶが如く」(1990)は、明治維新に活躍した西郷隆盛と大久保利通の 2 人が主役であり、年間平均視聴率は前作よりも 10.2%低い 23.2%であった。第 29 作「太平記」(1991)は、室町幕府の初代将軍足利尊氏の生涯を描き、年間平均視聴率はやや回復し 26.0%を示した。この作品から番組終了後にふるさとコーナーを設け、舞台地の名所・旧跡などの紹介を開始した¹⁴⁾。そして、第 30 作「信長 KING OF ZIPANG」(1992)では、ポルトガル宣教師ルイス・フロイスから見た戦国武将織田信長を描き、

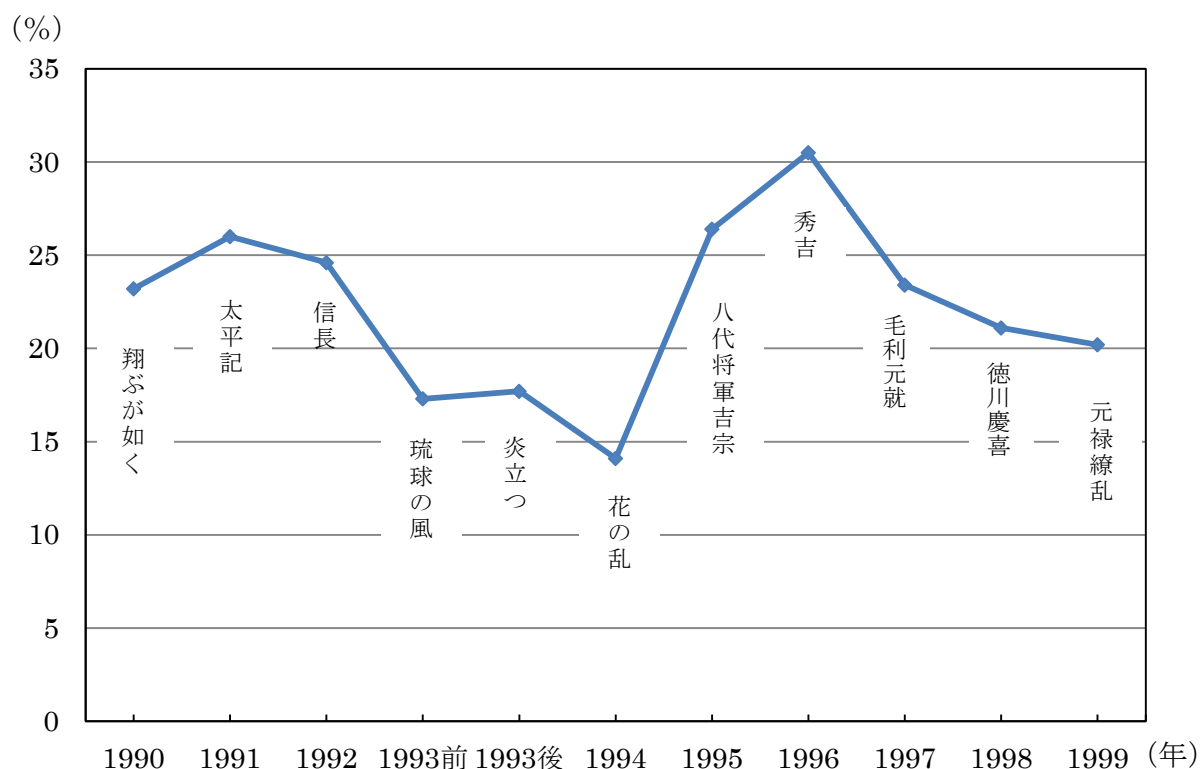


図 2-8 大河ドラマの視聴率の推移 (1990～1999 年)

資料：株式会社ビデオリサーチ社の関東地区視聴率調査をもとに筆者作成

前作よりやや低い年間平均視聴率 24.6%を示した。

1993年放映の大河ドラマから、作品の企画・制作をNHKエンタープライズが行うようになった。第31作は沖縄県を舞台にした「琉球の風」(1993前半)であり、初めて放映期間を半年間に短縮した作品である。この作品は琉球王国第二尚氏時代(1469年～1609年頃)を取り上げ、平均視聴率は前作より10.5%低い14.1%であった。この作品で、大河ドラマは初めて平均視聴率15%を下回った。これは沖縄県の歴史や主人公が視聴者に広く認知されていなかったことが要因として考えられる。

第32作「炎立つ」(1993後半)は、奥州藤原氏の始祖藤原経清と清衡・基衡・秀衡・泰衡(1040頃～1189年)を題材とした作品である。大河ドラマで最も長い140年間を取り上げて、前作より3%ほど高い平均視聴率17.7%を示した。第33作「花の乱」(1994)は、応仁の乱の10年間を題材に8代将軍足利義政と妻の日野富子の人生を描いた作品であり、平均視聴率は再び15%を下回る14.1%であった。

第34作「八代将軍吉宗」(1995)から大河ドラマは1年間の放映期間に戻った。この作品は、享保の改革を実行した徳川吉宗の生涯を描き、年間平均視聴率は前作より高い26.4%を示した。第35作「秀吉」(1996)は、第3作「太閤記」(1965)に続く、豊臣秀吉が主人公の2度目の大河ドラマである。農民出身の秀吉が天下統一を果たすまでの人生を描き、「春日局」(1989)以来、7年ぶりに年間平均視聴率30%を超える30.5%の高視聴率を示した。第36作「毛利元就」(1997)は、中国地方を治めた毛利元就(1497～1571)の生誕500年を記念した作品である。年間平均視聴率は前作を7.1%下回る23.4%を示した。第37作「徳川慶喜」(1998)は、大政奉還を行った江戸幕府最後の将軍慶喜の人生を描き、年間平均視聴率は前年よりやや低い21.1%であった。そして、赤穂事件に政治的な背景があったという新しい解釈で描いた第38作「元禄繚乱」(1999)は、大河ドラマで4度目の忠臣蔵を題材にした作品であり、年間平均視聴率は忠臣蔵4作品のうち最低の20.2%であった。

(5) 2000年代

2000年代は、インターネット通信機器の急速な普及やテレビの高品質映像、いわゆるハイビジョン化が進展した。第39作「葵徳川三代」(2000)は、江戸幕府創成期の将軍家康・秀忠・家光の生涯を描いた作品であったが、年間平均視聴率は18.5%に留まった。第40作「北条時宗」(2001)は、蒙古襲来に立ち向かった北条時宗の人生を描き、年間平均視聴率は前年と同じ18.5%を示した。第41作「利家とまつ～加賀百万石物語～」(2002)は、加賀藩主前田利家と妻のまつ夫婦愛を描き、年間平均視聴率は前年より3.6%高い22.1%であった。

NHKテレビ放送開始50周年の2003年は、第42作目「武蔵 MUSASHI」であった。これまで宮本武蔵の物語は、佐々木小次郎との巖流島の戦いまでを取り上げることが多かったが、この作品は宮本武蔵が巖流島の戦い後、『五輪の書』を著作するまでの物語である。年間平均視聴率は前作より5%低下して16.7%であった。

第43作「新選組！」(2004)は、新選組局長近藤勇の人生において重要であった1日を45分間の1話で表現し、49話放映した。また、アイドル歌手や若手俳優を起用し、年間平均視聴率は前作よりやや高い17.4%を示した。第44作「義経」(2005)は、

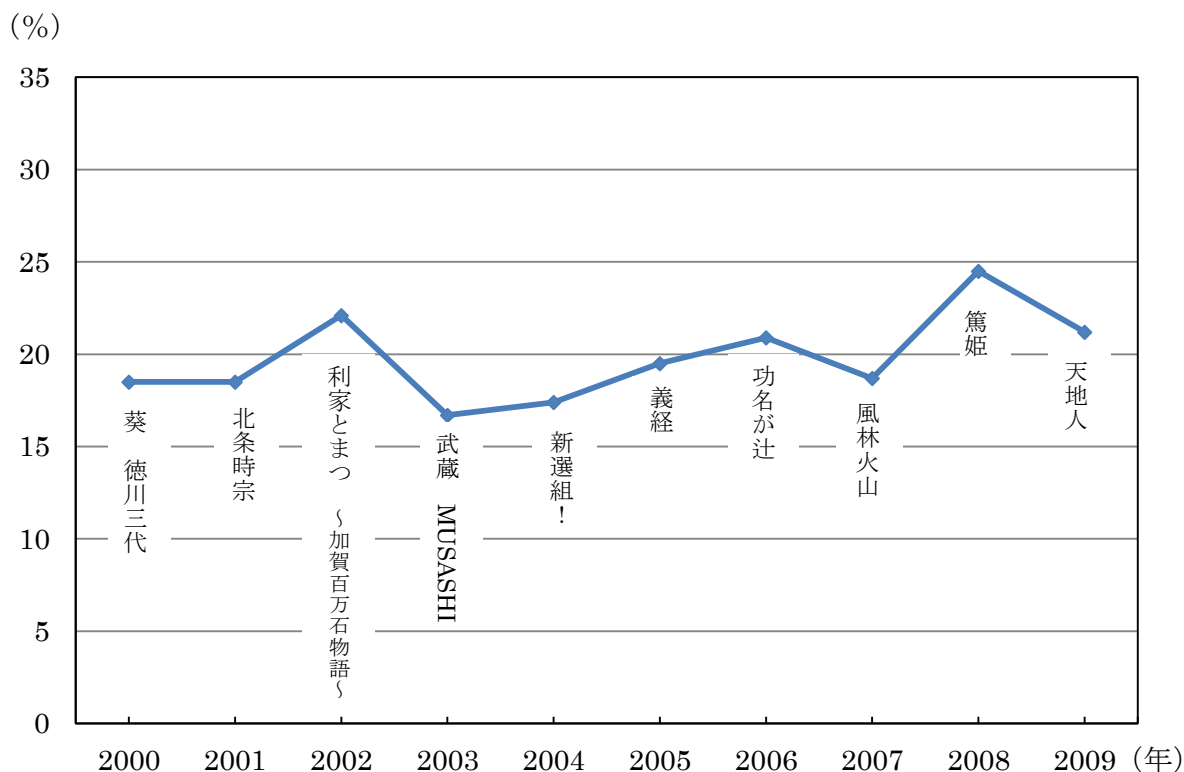


図 2-9 大河ドラマの視聴率の推移 (2000~2009 年)

資料：株式会社ビデオリサーチ社の関東地区視聴率調査をもとに筆者作成

第 5 作「源義経」(1966)以降、39 年ぶりに源義経が主人公に取り上げられ、前年よりやや高めの年間平均視聴率 19.5%を示した。第 45 作「功名が辻」(2006)は、土佐藩主山内一豊と妻の千代の生涯を描き、一豊が藩主になるまでの夫婦愛の物語である。この作品も前年よりやや高めの年間平均視聴率 20.9%であった。第 46 作「風林火山」(2007)は、武田家家臣の山本勘助を主人公とした川中島の戦いを描いた作品であり、年間平均視聴率は前年よりも低い 18.7%であった。第 47 作「篤姫」(2008)は、江戸時代末期の徳川将軍家存続に尽力した御台所天璋院篤姫の生涯を描いた。この作品は、年間平均視聴率 24.5%を記録し、2000 年以降に放映した大河ドラマで最も高い視聴率であった(2016 年現在)。大河ドラマで初めて関ヶ原の戦いの敗者として取り上げられたのが直江兼続であり、その第 48 作「天地人」(2009)は、前年同様に年間平均視聴率 20%を超える 21.2%であった。

2000~2009 年に放映された大河ドラマのうち、4 作品が年間平均視聴率 20%を上回ったが、前 10 年間の 1990~1999 年と比べると半数である。また、2000 年代の主人公は、全国的に広く認知されていない歴史上の人物であった。

(6) 2010~2016 年現在

2010 年代は、技術革新によるテレビの更なる高品質化やデジタル化が行われた。また、同じ画面で複数の番組視聴、有事の際の緊急事態にも対応が可能になった。

第 49 作「龍馬伝」(2010)は、三菱財閥の礎を築いた商人岩崎弥太郎の視点から描いた坂本龍馬の物語であり、前年よりも 2.5%低い年間平均視聴率 18.7%であった。そして、第 50 作「江-姫たちの戦国-」(2011)は、浅井三姉妹の末妹江の生涯に注

目した作品であり、年間平均視聴率は前作よりやや低い 17.7%であった。第 51 作「平清盛」(2012) は、第 10 作「新・平家物語」(1972) 以来、40 年ぶりに平清盛を主人公にした作品であったが、年間平均視聴率は過去最低の 12.0%を示した。この年は、SNS の twitter 上で、視聴率の低さを裏付けるような好ましくない話題が多く取り上げられた¹⁵⁾。そして、同志社大学創設者新島襄の妻八重を主人公にした第 53 作「八重の桜」(2013) は、前作より 2.6%高い年間平均視聴率 14.6%であった。この作品には、2011 年の東日本大震災の被災地の人々を激励する意図があった。

第 54 作「黒田官兵衛」(2014) は、織田信長や豊臣秀吉に仕えた後に、筑前国福岡藩の祖となる黒田孝高くろだよしたか(1546-1604) の生涯を描いた作品であり、年間平均視聴率は前作よりやや高い 15.8%を示した。第 55 作「花燃ゆ」(2015) は、吉田松陰を支えた末妹文ふみ(1843-1921) の生涯を描いた作品である。文は、兄松陰が松下村塾を開く手

助けをして、後に塾生の久坂玄瑞に嫁いだ。玄瑞死去後、群馬県の男爵楫取素彦かとりもとひこと 1883 (明治 16) 年に再婚し、楫取美和子と名前を改めた。この作品の年間平均視聴率は、12.0%であり、「平清盛」(2012) 同様、大河ドラマで最も低い視聴率となった。そして、大坂夏の陣で活躍した真田幸村を描いた第 56 作「真田丸」(2016) の年間平均視聴率は 16.6%であり、前作よりも 4.6%高い数値を示した。

2010 年以降、年間平均視聴率が 20%を越す作品はなく、視聴率は低下の一途をたどっている。

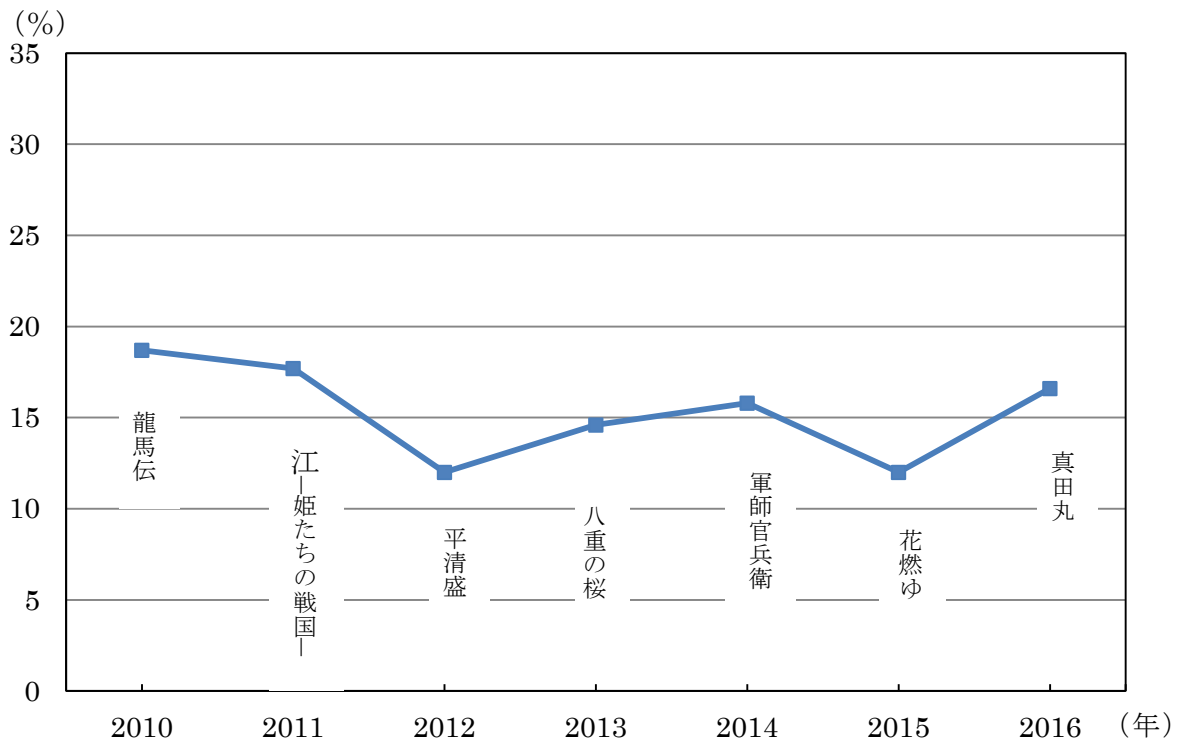


図 2-10 大河ドラマの視聴率の推移 (2010~2016 年)

資料：株式会社ビデオリサーチ社の関東地区視聴率調査をもとに筆者作成

第3節 大河ドラマ視聴率低下の要因分析

1. 低下する年間平均視聴率

1963年から2016年までの大河ドラマ55作品の年間平均視聴率を示すと、表2-1、2-2のとおりである。年間平均視聴率が最も高かった作品は「独眼竜政宗」（1987）の39.7%、最も低かった作品は「平清盛」（2012）と「花燃ゆ」（2015）の12.0%で

表2-1 大河ドラマの作品別年間平均視聴率（1）

回	放映年	作品名	作／原作	主役	平均視聴率 (%)
1	1963（昭和38）	花の生涯	船橋聖一	井伊直弼	20.2
2	1964（昭和39）	赤穂浪士	大佛次郎	大石内蔵助	31.9
3	1965（昭和40）	太閤記	吉川英治	豊臣秀吉	31.2
4	1966（昭和41）	源義経	村上元三	源義経	23.5
5	1967（昭和42）	三姉妹	大佛次郎	おむら	19.1
6	1968（昭和43）	竜馬がゆく	司馬遼太郎	坂本竜馬	14.5
7	1969（昭和44）	天と地と	海音寺潮五郎	長尾景虎＝謙信	25.0
8	1970（昭和45）	樅の木は残った	山本周五郎	原田甲斐	21.0
9	1971（昭和46）	春の坂道	山岡荘八	柳生但馬守宗矩	21.7
10	1972（昭和47）	新・平家物語	吉川英治	平清盛	21.4
11	1973（昭和48）	国盗り物語	司馬遼太郎	斎藤道三	22.4
12	1974（昭和49）	勝海舟	下母沢寛	勝麟太郎＝海舟	24.2
13	1975（昭和50）	元禄太平記	南条範夫	柳沢吉保	24.7
14	1976（昭和51）	風と雲と虹と	海音寺潮五郎	平将門	24.0
15	1977（昭和52）	花神	司馬遼太郎	村田蔵六＝大村益次郎	19.0
16	1978（昭和53）	黄金の日々	城山三郎	呂宋助左衛門	25.9
17	1979（昭和54）	草燃える	永井路子	源頼朝／北条義時	26.3
18	1980（昭和55）	獅子の時代	山田太一	平沼銚治	21.0
19	1981（昭和56）	おんな太閤記	橋田寿賀子	ねね＝北政所	31.8
20	1982（昭和57）	峠の群像	堺屋太一	大石内蔵助	23.7
21	1983（昭和58）	徳川家康	山岡荘八	徳川家康	31.2
22	1984（昭和59）	山河燃ゆ	山崎豊子	天羽賢治	21.1
23	1985（昭和60）	春の波濤	杉本苑子	川上貞奴	18.2
24	1986（昭和61）	いのち	橋田寿賀子	高原未希	29.3
25	1987（昭和62）	独眼竜政宗	山岡荘八	伊達政宗	39.7
26	1988（昭和63）	武田信玄	新田次郎	武田信玄	39.2
27	1989（平成元）	春日局	橋田寿賀子	春日局	33.1

表 2-2 大河ドラマの作品別年間平均視聴率（2）

回	放映年	作品名	作／原作	主役	平均視聴率 (%)
28	1990（平成 2）	翔ぶが如く	司馬遼太郎	西郷隆盛	23.2
29	1991（平成 3）	太平記	吉川英治	足利尊氏	26.0
30	1992（平成 4）	信長 King of Zipangu	田向正健	織田信長	24.6
31	1993（平成 5）	琉球の嵐	陳舜臣	啓泰	17.7
32	1993（平成 5）	炎立つ	高橋克彦	藤原経清、藤原 泰衡	17.3
33	1994（平成 6）	花の乱	市川森一	日野富子	14.1
34	1995（平成 7）	八代将軍 吉宗	ジェームス三木	徳川吉宗	26.4
35	1996（平成 8）	秀吉	堺屋太一	豊臣秀吉	30.5
36	1997（平成 9）	毛利元就	永井路子	毛利元就	23.4
37	1998（平成 10）	徳川慶喜	司馬遼太郎	徳川慶喜	21.1
38	1999（平成 11）	元禄繚乱	船橋聖一	大石内蔵助	20.2
39	2000（平成 12）	葵 徳川三代	ジェームス三木	徳川家康／徳川 秀忠	18.5
40	2001（平成 13）	北条時宗	高橋克彦	北条時宗	18.5
41	2002（平成 14）	利家とまつ ～加賀百万石物語～	竹山洋	前田利家／まつ	22.1
42	2003（平成 15）	武蔵 MUSASHI	吉川英治	宮本武蔵	16.7
43	2004（平成 16）	新選組！	三谷幸喜	近藤勇	17.4
44	2005（平成 17）	義経	宮尾登美子	源義経	19.5
45	2006（平成 18）	功名が辻	司馬遼太郎	千代／山内一豊	20.9
46	2007（平成 19）	風林火山	井上靖	山本勘助	18.7
47	2008（平成 20）	篤姫	宮尾登美子	天璋院篤姫	24.5
48	2009（平成 21）	天地人	火坂雅志	直江兼継	21.2
49	2010（平成 22）	龍馬伝	福田靖（脚本）	坂本龍馬	18.7
50	2011（平成 23）	江 ～姫たちの戦国～	田淵久美子	浅井江	17.7
51	2012（平成 24）	平清盛	藤本有紀	平清盛	12.0
52	2013（平成 25）	八重の桜	山本むつみ	山本／新島八重	14.6
53	2014（平成 26）	軍師官兵衛	前川洋一	山本官兵衛	15.8
54	2015（平成 27）	花燃ゆ	大島里美、宮村 優子	吉田文	12.0
55	2016（平成 28）	真田丸	三谷幸喜	真田幸村	16.6

資料：『NHK 大河ドラマ大全』、株式会社ビデオリサーチ社の関東地区視聴率調査をもとに筆者作成

あった。2000年以降、年間平均視聴率20%を上回るのは4作品であり、2010年からは皆無となっている。要因としては、以下のことが考えられる。

①録画機器の普及

内閣府は、1978（昭和53）年から一般家庭を対象にVTR普及率調査を開始した（図2-11）。VTRの普及率は1978年に1.3%であったが、10年後の1988年には普及率53.3%を示し、普及率調査終了年の2004年は、普及率82.6%に達した。なお、2011年7月24日のアナログ放送終了まで、VTRが利用可能であった。

2005年に内閣府は、光ディスク・プレーヤーの普及率調査を開始した（図2-12）。2005年に普及率49%の光ディスク・プレーヤーは、2016年には75.9%に高まった。

テレビ放送開始当初、録画機器は一般家庭で殆ど普及しておらず、番組放映時間に視聴するしかなかった。録画機器が普及したことで、番組を視聴しながら他の番組を録画して、自由な時間に視聴できるようになった。録画した番組は視聴率に反映されず、大河ドラマを録画で視聴する人が増えたことも視聴率低下の要因の1つである。

②大河ドラマ放映時間の分散

大河ドラマ開始当初、放映は日曜日20時だけであった。第2作「赤穂浪士」（1964）から再放映が土曜日の午後開始され、大河ドラマは週2度視聴できるようになった。

さらに、2011年4月から日曜日の18時～18時45分にBSプレミアムで大河ドラマの先行放映が開始された。このように、大河ドラマは日曜日20時の定時以外に視聴ができるようになったことも視聴率低下の要因としてあげられる。

③情報媒体の多様化とテレビ離れ

インターネットの普及は、若者を中心にテレビ離れを助長し、大河ドラマの視聴率低下を招くようになった。若年層を中心に、テレビを視聴しない人や短時間の視聴者が増加している¹⁶⁾。テレビの平均視聴時間は3時間を超えているが、長時間の視聴を行っているのは70歳以上の年齢層であり、若者層はテレビに毎日接触する割合が減少している。

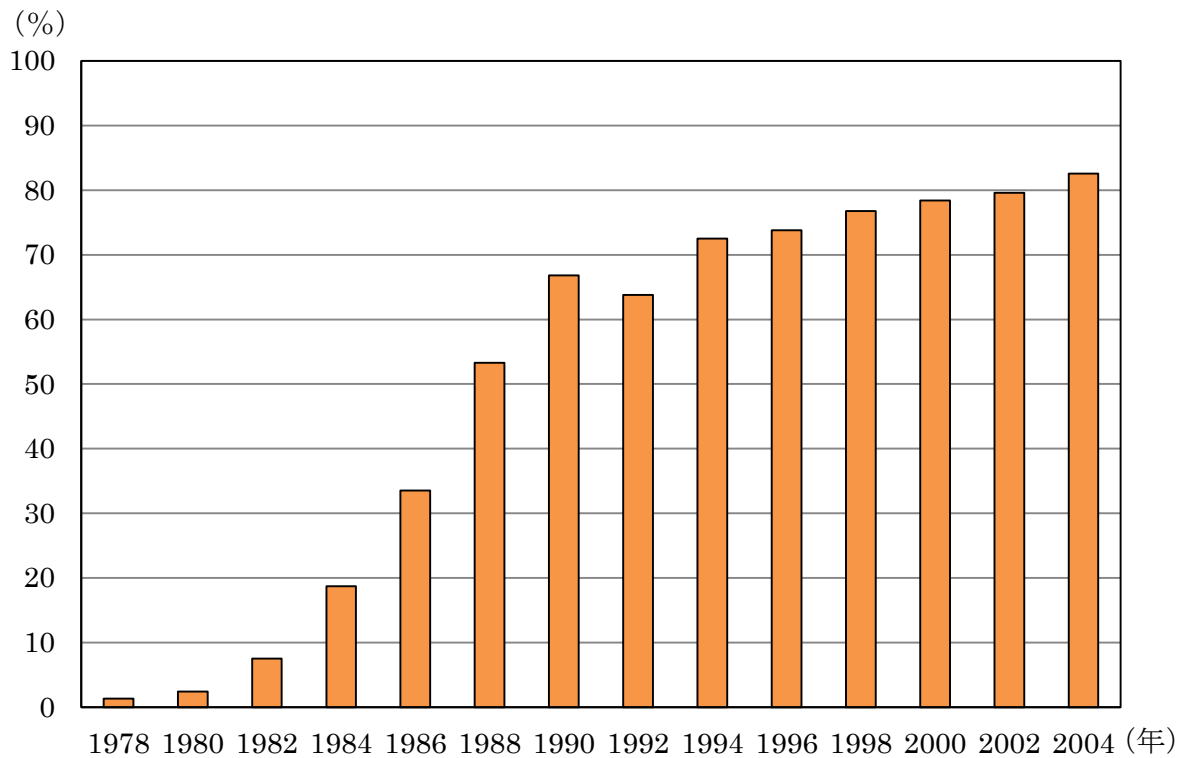


図 2-11 VTR 普及率の推移 (1978~2004 年)

資料：「消費者動向調査（全国月次）2004 年 3 月」内閣府経済社会総合研究所景気統計部
をもとに筆者作成

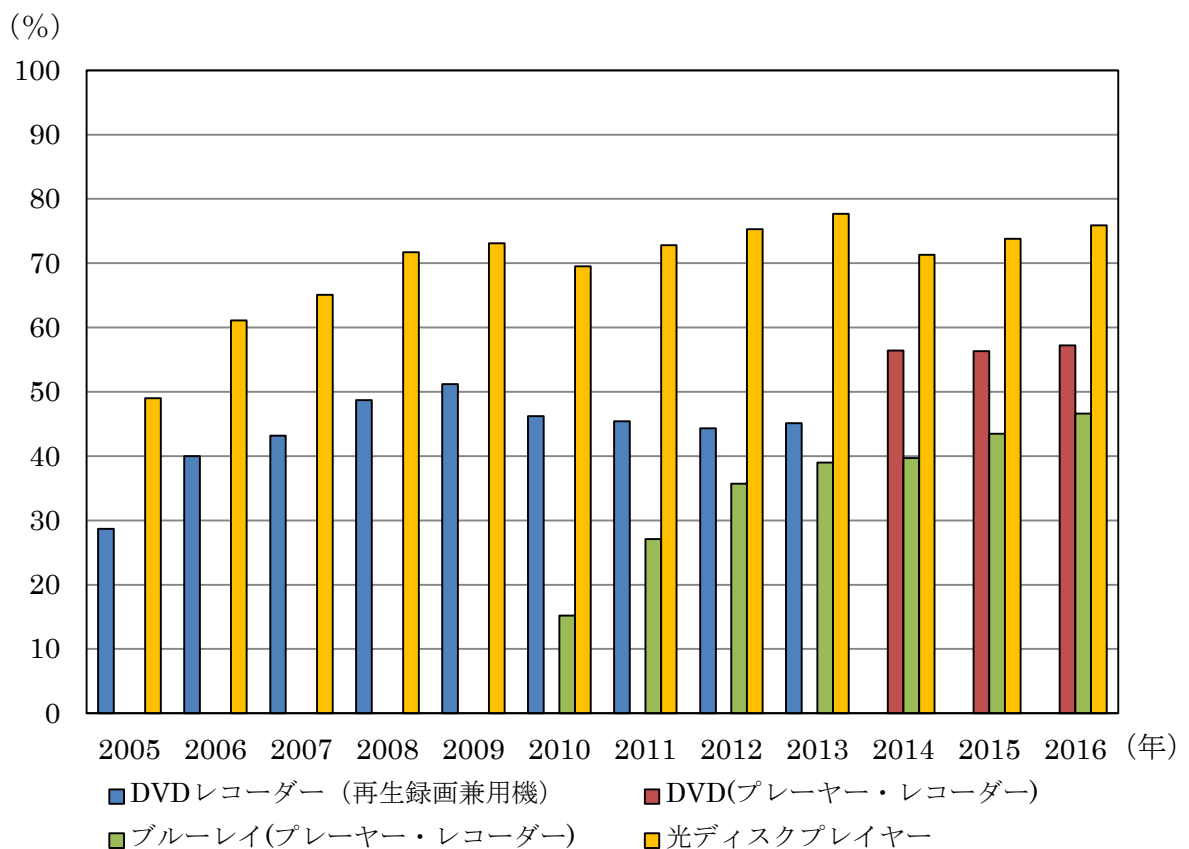


図 2-12 一般家庭における光ディスク・プレーヤー等普及率の推移

資料：「消費者動向調査（全国月次）2016 年 3 月」内閣府経済社会総合研究所景気統計部
をもとに筆者作成

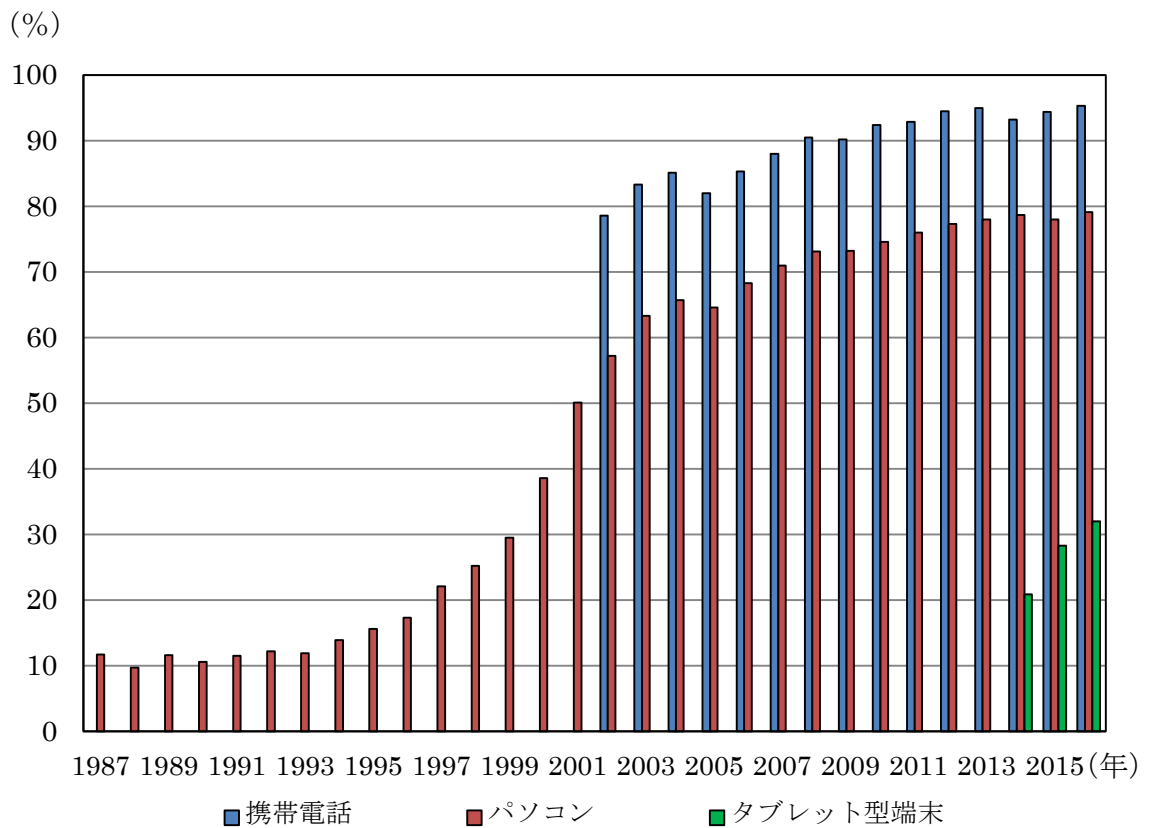


図 2-13 携帯電話・パソコン・タブレット型端末の普及率の推移

資料：「消費者動向調査（全国月次）2016年3月」内閣府経済社会総合研究所景気統計部
をもとに筆者作成

注：携帯電話にはスマートフォンも含まれる。



写真 2-2 携帯・パソコン・タブレット型端末

(2017年11月7日 筆者撮影)

第4節 大河ドラマと観光

1. NHK大河ドラマの舞台地

大河ドラマの舞台地として最も多く取り上げられたのは東京都の20回であり、次いで京都府の16回、愛知県10回の順となっている。一方で、大河ドラマの舞台地になっていない都道府県¹⁷⁾は、2016年現在で秋田県、群馬県、埼玉県、富山県、三重県、奈良県、鳥取県、島根県、岡山県、香川県、愛媛県、徳島県、佐賀県、大分県、宮崎県の15県存在する(図2-14、表2-3)。

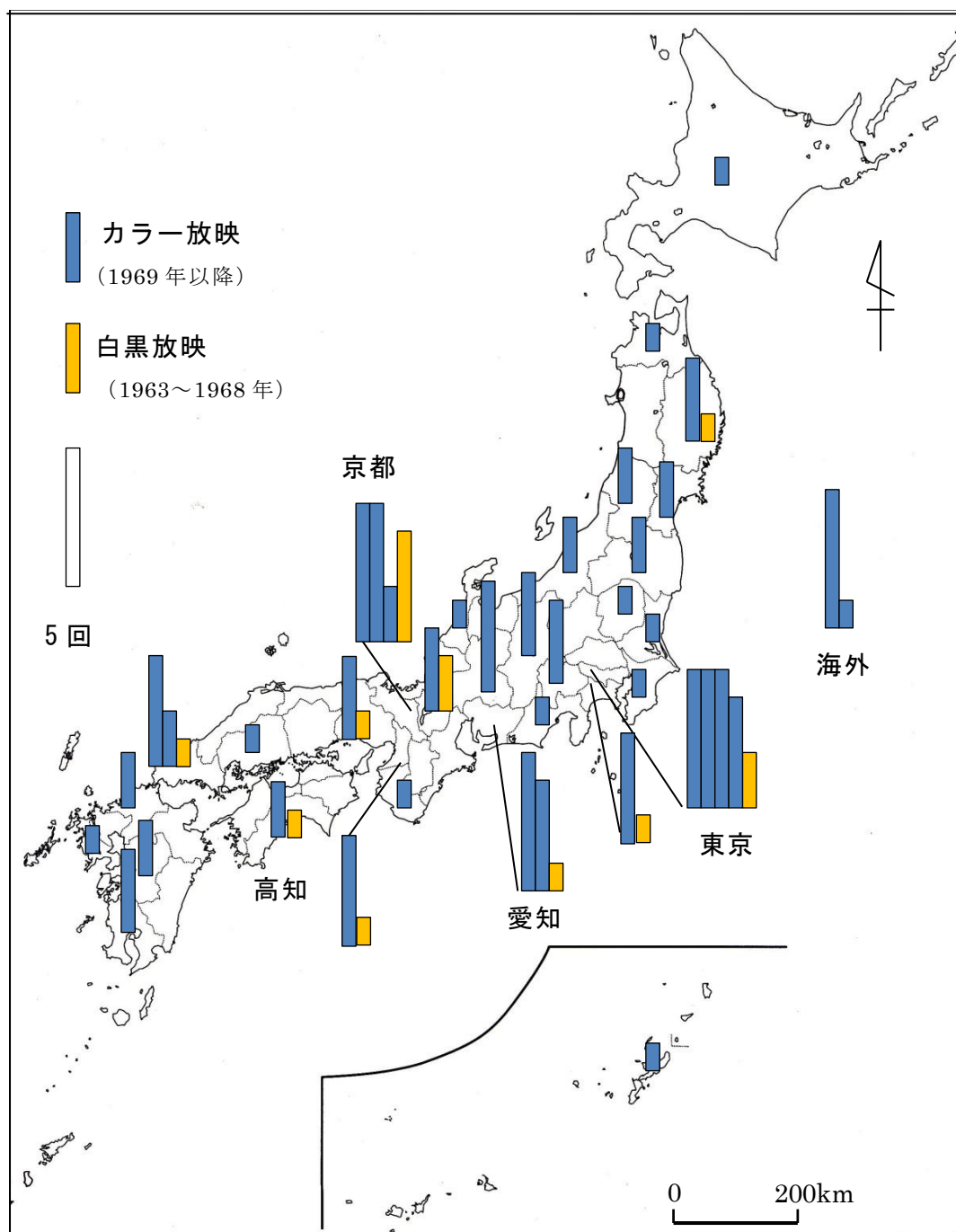


図2-14 都道府県別 NHK大河ドラマの舞台地数(1963~2016年)

資料:『NHK大河ドラマ大全』, NHK ONLINE をもとに筆者作成

表 2-3 NHK 大河ドラマの舞台地一覧（1963～2016 年）（1）

都道府県	舞台地	放映年	放映回数
北海道	北海道	1980	1
青森県	青森	1986	1
岩手県	平泉	1966, 1979, 1993, 2005	4
宮城県	仙台	1987	2
	柴田	1993	
山形県	米沢	1987, 2009	2
福島県	会津	1970, 2013	2
茨城県	水戸	1998	1
栃木県	足利	1991	1
千葉県	下総	1976	1
東京都	東京・江戸	1963, 1964, 1974, 1975, 1976, 1977, 1982, 1983, 1984, 1986, 1989, 1990, 1995, 1997, 1998, 1999, 2004, 2008, 2010, 2011	20
神奈川県	鎌倉	1966, 1979, 1991, 2001, 2005	5
新潟県	新潟	1969, 2009	2
石川県	金沢	2002	1
山梨県	甲府	1970, 1988, 2007	3
長野県	川中島	1970, 1988, 2007, 2016	4
岐阜県	岐阜	1973, 1992	4
	関ヶ原	1983, 2000	
静岡県	伊豆	1979	1
愛知県	尾張・三河	1966, 1973, 1981, 1983, 1992, 1996, 2000, 2002, 2006, 2011	10
滋賀県	近江	1963, 1965, 1981, 1996, 2011	5
京都府	京都	1965, 1966, 1967, 1968, 1973, 1974, 1981, 1989, 1991, 1992, 1994, 1996, 1998, 2004, 2005, 2010	16
大阪府	大阪・堺	1965, 1977, 1978, 1981, 1996	5
兵庫県	赤穂	1964, 1976, 1982, 1999	6
	神戸	1972, 2012	
奈良県	柳生	1971	1
和歌山県	紀州	1995	1
広島県	安芸	1997	1

表 2-3 NHK 大河ドラマ舞台地一覧（1963～2016 年）（2）

都道府県	舞台地	放映年	放映回数
山口県	壇ノ浦	1966, 2005, 2012	7
	長州	1977, 2010	
	巖流島	2003	
	萩	2015	
高知県	高知	1968, 2006, 2010	3
福岡県	博多	2001, 2014	2
長崎県	長崎	2010	1
熊本県	熊本	1990, 2003	2
鹿児島県	鹿児島	1980, 1990, 2008	3
沖縄県	琉球・沖縄	1993	1
海外	ルソン島	1978	6
	カンボジア	1978	
	パリ	1980	
	ロサンゼルス	1984	
	サンフランシスコ	1985	
	シアトル	1986	

資料：『NHK 大河ドラマ大全』, NHK ONLINE をもとに筆者作成

2. NHK 大河ドラマと世相

NHK 大河ドラマは日本経済の景気や社会情勢を反映して変化してきた。表 2-4 は、大河ドラマと当時の景気、主な観光面の出来事をまとめたものである。

表 2-4 NHK 大河ドラマと世相 (1)

放映年	大河ドラマ	平均視聴率 (%)	景気	主な観光面の出来事
1963 (昭和 38)	花の生涯	20.2	↑ 高度 経済 成長 期 (55) ↓	観光基本法制定
1964 (昭和 39)	赤穂浪士	31.9		東京オリンピック開催, 海外渡航自由化, 日本観光協会設立, 東海道新幹線 (東京~新大阪) 開業
1965 (昭和 40)	太閤記	31.2		名神高速道路全通
1966 (昭和 41)	源義経	23.5		東アジア観光協会 (EATA) 設立
1967 (昭和 42)	三姉妹	19.1		国際観光年
1968 (昭和 43)	竜馬がゆく	14.5		文化庁設置
1969 (昭和 44)	天と地と	25.0		東名高速道路 (東京~小牧) 全通
1970 (昭和 45)	樅の木は残った	21.0		日本万国博覧会開催, ディスカバージャパンキャンペーン
1971 (昭和 46)	春の坂道	21.7		旅行業法施行令
1972 (昭和 47)	新・平家物語	21.4		山陽新幹線 (新大阪~岡山) 開業, 沖縄返還, 札幌オリンピック開催
1973 (昭和 48)	国盗り物語	22.4	↓ 安定 経済 成長 期 ↑	振替休日制度実施
1974 (昭和 49)	勝海舟	24.2		
1975 (昭和 50)	元禄太平記	24.7		山陽新幹線 (岡山~博多) 開業 沖縄国際海洋博覧会開催
1976 (昭和 51)	風と雲と虹と	24.0		
1977 (昭和 52)	花神	19.0		
1978 (昭和 53)	黄金の日々	25.9		新東京国際空港 (成田空港) 開港, 世界観光機関 (WTO) 加盟
1979 (昭和 54)	草燃える	26.3		
1980 (昭和 55)	獅子の時代	21.0		
1981 (昭和 56)	おんな太閤記	31.8		
1982 (昭和 57)	峠の群像	23.7		東北新幹線 (大宮~盛岡) 開業, 上越新幹線 (大宮~新潟) 開業
1983 (昭和 58)	徳川家康	31.2	東京ディズニーランド開業	
1984 (昭和 59)	山河燃ゆ	21.1		
1985 (昭和 60)	春の波濤	18.2	↑	国際科学技術博覧会開催, 関越自動車道路全通

表 2-4 NHK 大河ドラマと世相 (2)

放映年	大河ドラマ	平均視聴率 (%)	景気	主な観光面の出来事
1986 (昭和 61)	いのち	29.3	バブル期 ↓	
1987 (昭和 62)	独眼竜政宗	39.7		日本国有鉄道分割民営化
1988 (昭和 63)	武田信玄	39.2		青函トンネル開通, 神戸大橋開通
1989 (平成元)	春日局	33.1		
1990 (平成 2)	飛ぶが如く	23.2		国際花と緑の博覧会開催
1991 (平成 3)	太平記	26.0		東北・上越新幹線東京駅乗入れ, 観光交流拡大計画策定
1992 (平成 4)	信 長 King of Zipangu	24.6		東海道新幹線「のぞみ」登場, 山形新幹線 (東京～山形) 開業, ハウステンボス開業
1993 (平成 5)	琉球の風, 炎立つ	17.7 17.3		新国際観光ホテル整備法施行
1994 (平成 6)	花の乱	14.1		関西国際空港開港
1995 (平成 7)	八代将軍 吉宗	26.4		高速道路: 青森～鹿児島・宮崎開 通
1996 (平成 8)	秀 吉	30.5	改正旅行業法施行	
1997 (平成 9)	毛利元就	23.4	外国人観光旅客の旅行の容易化等 の促進による国際観光の振興に関 する法律公布・施行	
1998 (平成 10)	徳川慶喜	21.1	神戸淡路鳴門自動車道 (明石海峡 大橋) 開通, 長野オリンピック開 催	
1999 (平成 11)	元禄繚乱	20.2	西瀬戸自動車道開通	
2000 (平成 12)	葵 徳川三代	18.5	「全国広域観光振興事業」開始	
2001 (平成 13)	北条時宗	18.5	USJ, 東京ディズニーシー開業	
2002 (平成 14)	利家とまつ ～加賀百万石物 語～	22.1	東北新幹線八戸延伸「はやて」開 業	
2003 (平成 15)	武蔵 MUSASHI	16.7	沖縄都市モノレール「ゆいれーる」 開業	
2004 (平成 16)	新撰組!	17.4	九州新幹線「つばめ」新八代～鹿 児島中央駅開業	
2005 (平成 17)	義 経	19.5	中部国際空港開港, 愛・地球博開 催 つくばエクスプレス開業	
2006 (平成 18)	功名が辻	20.9	神戸空港開港, 長崎さるく博開催	

表 2-4 NHK 大河ドラマと世相 (3)

放映年	大河ドラマ	平均視聴率 (%)	景気	主な観光面の出来事
2007 (平成 19)	風林火山	18.7		観光立国推進基本法施行
2008 (平成 20)	篤 姫	24.5		観光庁発足
2009 (平成 21)	天地人	21.2		
2010 (平成 22)	龍馬伝	18.7		東北新幹線全線開業
2011 (平成 23)	江 ～姫たちの戦国 ～	17.7		九州新幹線全線開業
2012 (平成 24)	平清盛	12.0		
2013 (平成 25)	八重の桜	14.6		
2014 (平成 26)	軍師官兵衛	15.8		
2015 (平成 27)	花燃ゆ	12.0		北陸新幹線開業
2016 (平成 28)	真田丸	16.6		

資料：「南英世の政治・経済学講義ノート 第4章 戦後日本経済論」、『NHK 大河ドラマ大全』、『2009
-2010 年度版 数字でみる観光』をもとに筆者作成

3. 大河ドラマ観光の歴史

(1) 高度経済成長期：1955～1974 年

大河ドラマ第1作「花の生涯」(1963)に使用されたタイトルバックは、彦根城であった。1963年当時、大河ドラマ放映が開始されると、彦根城を訪れる人が徐々に増加し、例年の3倍の観光客が訪れたといわれている¹⁸⁾。

NHK 大河ドラマの観光化の端緒は、「源義経」(1966)である。この年は舞台地である岩手県平泉市に観光客が押し寄せ、毎年11月に開催されている「藤原まつり」を5月に繰り上げた。また、山形県では、義経に関連する史跡ラインをつくり、観光客がその地を巡った。さらに同年、名古屋市や東京都のデパートでは「義経展」が催された。これらは後に「ご当地ブーム」と名づけられた観光ブームの先駆けとなった。「天と地と」(1969)では、カラー放映が開始された。同年、国鉄(現：JR)が“天と地めぐり”という旅行ツアーを開催した。しかし、放映翌年は舞台地であった上越市春日山の観光客が激減した¹⁹⁾。

「縦の木は残った」(1970)は、宮城県柴田町が観光客の受け入れに努めたが、同町が期待したほどの観光客は訪れなかった²⁰⁾。そして「春の坂道」(1971)では、大河ドラマ放映が誘客に自治体が思っていたほどの効果が無いと考えられたため、これ以降、大河ドラマの舞台となった自治体では観光活用に対し消極的になった²¹⁾。

(2) 安定経済成長期：1975～1984 年

「元禄太平記」(1975)では、登場人物柳沢吉保の関連地の東京六義園に観光客が急増した。しかし、急増した観光客に対して、トイレ不足やゴミの不法投棄など観光客

による観光公害が指摘された。この問題に対し、大河ドラマ放映による影響について、NHKは関与しないことを述べた²²⁾。

また、「風と虹と雲と」(1976)放映で、平将門の首塚がある東京の神田明神に参拝客が急増したことで、賽銭が増えたため、新たに賽銭箱を設置した²³⁾。

さらに、「草燃える」(1979)では、国鉄が切符に大河ドラマの名称を記載して販売した²⁴⁾。このように、大河ドラマの名前を冠した商法がみられた。しかし、「草燃える」(1979)以降は、朝日新聞に取り上げられていない。

(3) バブル期：1985～1991年

1986年までは、自治体による大河ドラマの観光活用は新聞では取り上げられなかった。しかし、「独眼竜政宗」(1987)が放映された際、宮城県全体に多く²⁵⁾の観光客が訪れた。宮城県の観光課では、それまで殆どなかった伊達政宗に対しての問い合わせが多く寄せられた。このため、職員は大河ドラマの原作となった山岡荘八の『伊達政宗』(1970)を全員で読み、ドラマの登場人物の人間関係や事実関係の把握に努めた。仙台市では、これまであまり注目されなかった史跡に観光客が訪れ、地域の歴史的遺産を観光資源として見直すきっかけとなった²⁶⁾。この「独眼竜政宗」放映に際し、観光客が多く訪れた理由として考えられるのが、日本のバブル景気初期の好景気によるものと、1989年に仙台市が政令指定都市化をするにあたりインフラ整備を行っていたこと、そして、大河ドラマが放映された年に「SENDAI 光のページェント」の開始、「'87 未来の東北博覧会」等のイベントが仙台市で開催されたことも理由として考えられ、大河ドラマ放映のみが与えた効果ではないと考えられる。しかし、この「独眼竜政宗」放映により、多くの観光客が訪れたことから以降の大河ドラマ関連地域は積極的に誘客に取り組み始めた²⁷⁾。

「武田信玄」(1988)の撮影に協力した山梨県小淵沢町は、現地を訪れても大河ドラマで見た映像に対し、具体的なイメージが浮かばない点を反省し、撮影用のオープンセット「躑躅が崎の館」を建設した。このため、放映年に小淵沢町には、300万人を誘客することができた。しかし、大河ドラマが終了した翌年に観光客が大幅に減少したため、「躑躅が崎の館」は取り壊された。観光客を呼び込めたのは一時的なものであったが、武田信玄ゆかりの地では、主要な地域ではない場所が具体的な形あるものを提示したことで、放映期間に多くの効果を生んだ点が評価された²⁸⁾。

また、「春日局」(1989)では、埼玉県川越市が誘客活動を積極的に開始するきっかけとなった。2010年には年間約600万人が訪れている川越市は、大河ドラマ放映以前は、積極的に観光客誘致に取り組むことがなかった。しかし、大河ドラマ「春日局」の放映をきっかけに、年間観光客数が1988年の230万人から1989年には330万人へ100万人増加した。このことについて、溝尾(1994)は、大河ドラマ「春日局」放映によって、舞台地となった喜多院を訪問する観光ブームが起き、これにより官民が一体となって観光振興に取り組むようになったことを述べた。そして、「春日局」放映を契機に創作された「川越春まつり」は、2017年現在も続いている²⁹⁾。

「太平記」(1991)の舞台となった足利市は、オープンセットが取り壊されてから、「太平記」の効果が継続するように、大河ドラマ放映後1年が経過した1993年に「太

平記館」をオープンさせた。放映から 20 年以上経過した 2017 年現在も、「太平記館」は土産物屋、足利市を訪れる人の観光情報提供の場となっており、活用されている³⁰⁾。

(4) 1992～2001 年

1993 年 1～6 月放映の「琉球の風」では、大河ドラマのセットを一時的なものにせず、地元民間企業が協力をして、撮影後にも利用できる本格的なテーマパークであるスタジオパーク琉球の風を建設した。このテーマパークが開園された当初は、大河ドラマ放映の影響もあり観光客が訪れたが、1994 年から減少しはじめ 1998 年 4 月に経営状態が悪化し、1999 年 3 月に閉鎖した。大河ドラマ「琉球の風」放映にあたり、一時的に注目は集まったものの継続した集客には繋がらなかった³¹⁾。また、沖縄県観光政策課の「月別・空海路別・国内外別の入域観光客数の一覧」では、大河ドラマ放映で沖縄県に観光客が増加したように見られない。これは、沖縄県が遠隔地であることと「琉球の風」が放映される前年ごろに、バブル経済が崩壊したことが要因としてあげられる。

1993 年 7 月～1994 年 3 月には「炎立つ」では、岩手県奥州市江刺区に歴史公園「えさし藤原の郷」が建てられた。1991 年に奥州藤原氏をテーマにした大河ドラマの概要が決定を受けた江刺市（現：奥州市江刺区）が、ボランティアによる大河ドラマ協力実行委員会を発足させた。大河ドラマでの誘客を、一過性のものに終わらせたくないという自治体の考えから、江刺市（当時）は、投資額約 37 億円をかけて大規模ロケ施設「えさし藤原の郷」を建設・開業した。開業初年度には 75 万人が訪れ、その後も 30 万人近い集客をしている。2016 年にも開業当時より入場者数は減少しているものの、約 20 万人の入場者を得ている³²⁾。さらに、同施設は時代劇の撮影場所として認知されるようになり、俳優や撮影スタッフが繰り返し同市を訪れるという副次的な経済効果をもたらしている³³⁾。この「炎立つ」（1993）を契機に、「えさし藤原の郷」は現在でもロケ地兼テーマパークとして利用されており、「花の乱」（1994）、「秀吉」（1996）、「義経」（2005）、「龍馬伝」（2010）などでもロケ地として利用されている。

和歌山市は、「八代将軍 吉宗」（1995）放映に際し、1994 年から観光客数が 200 万人増加した（1993 年の 502 万人から 1994 年は 710 万人となった）。これは、1994 年に開催された「国際リゾート博覧会」が影響していると考えられる。また、1995 年には和歌山マリーナシティに「吉宗館」が設置され、同年 2 月から 12 月まで「八代将軍吉宗展」を開催し、放映前年よりも 20 万人多い 729 万人を集客した。和歌山城には毎月 4 万人を超える観光客が訪れた。しかし、大河ドラマ放映後の和歌山城には、観光客が多い月で 3 万人程度に減少し、放映翌年には 670 万人になり、1999 年まで観光客数は緩やかに減少した³⁴⁾。

「秀吉」（1996）では、愛知県名古屋市、滋賀県長浜市などが舞台地となった。しかし、名古屋市では大きな観光客数の変化は見られない。一方、長浜市は大河ドラマ放映を契機に博覧会を開催し、観光客数が増加した。同市は、映画館を中央会場とし、大通寺、市立長浜城歴史博物館の 3 施設を利用した「北近江秀吉博覧会」（1996 年 4 月 7 日～11 月 30 日）を開催した。大河ドラマ放映終了後も同市は放映以前より観光客数が増加した。さらに、大河ドラマ放映後も観光客数は増加し続けた。これは、大

河ドラマ放映以前から行っていたまちづくりや、1996年の北陸本線直流化によりJRの新快速が長浜市まで延びたことなどが、観光客数増加と考えられる³⁵⁾。

「毛利元就」(1997)が放映された際、広島県では1997年3月から12月まで「毛利元就博」を広島城跡で開催した。博覧会開催当初、70万人の来場を見込んでいたが、約63万人の集客という結果となった。しかし、博覧会以外にも、吉田町の「元就村」(開催期間：422日間)には約50万人、関連イベントに約85万人が訪れ、同年の広島県の経済効果は547億円となった。広島市の宿泊者数を見ると、何も催しごとがなかった1995年には291万人、広島国体が開催された1996年に305万人、大河ドラマ放映年には310万人となった。その後、宿泊者数は放映前とほぼ同じ数に戻った。また、吉田町に関しては大河ドラマ放映後、観光客数は激減した³⁶⁾。

茨城県水戸市は「徳川慶喜」(1998)の舞台地となった。同市の民間企業は、放映前年から、NHK大河ドラマの効果にあやかろうと、弁当や製菓、酒、ワイン、生活用品など約40種類の商品に同大河ドラマの名称を使用した。また、自治体は県庁本庁舎、合同庁舎、JRの県内主要駅に大河ドラマ放映決定を周知する横断幕などを掲げ、大河ドラマ放映年には、茨城県と水戸市が費用を負担して「徳川慶喜」展示館を設置した。この展示館には、1998年1月～1999年3月末までに100万人の入場者数を見込み、最終的に予想を上回る133万人が入場した。また、「水戸藩時代まつり」が大河ドラマ放映年に始まった。同まつりは、大河ドラマ放映年には観光客を集めることができたものの、継続した観光客動員には繋がらなかったため、2002年を最後に無くなっている³⁷⁾。

1999年に放映された「元禄繚乱」では、兵庫県の赤穂市などが舞台となった。1999年度の兵庫県全体の観光客数は減少したが、赤穂市が含まれる西播磨地域の観光客数は前年度より増加した。とくに社寺参詣及び施設見学の伸びが顕著である。赤穂市は、大河ドラマ放映に際し、赤穂城跡公園に「元禄繚乱」あこう展示館、元禄時代村などをつくり、ドラマ放映年のみ設置した。赤穂市は、放映年に272万人の観光客を集客することができたが、放映後は150～160万人に減少した³⁸⁾。

2000年代に入り、最初に大河ドラマに取り上げられた「葵 徳川三代」(2000)は、東京都、愛知県、岐阜県関ヶ原が舞台地となった。大河ドラマの放映年は、関ヶ原の合戦から400年ということもあり「関ヶ原合戦400年祭」が催された。そして、大河ドラマ関連では、同祭と提携した「決戦関ヶ原 太垣博」(2000年3月25日～10月9日)が大垣市で開催され、観光客数が大幅に伸びた³⁹⁾。しかし、大河ドラマ放映による誘客効果であるのか、関ヶ原合戦400年祭の効果なのか不明である。岐阜県の観光統計では、大河ドラマで増加した等の記述はなかった。

2001年の大河ドラマ「北条時宗」の舞台地となったのは、神奈川県鎌倉市と福岡県福岡市であった。双方とも、大河ドラマが放映される前より観光客数が1,000万人を超しており、大河ドラマ放映の影響は見られないように思われるが、鎌倉市の観光客数は増加した。鎌倉市に最も観光客が訪れた1992年は2,275万人であった。同市の観光客数は、1992年以降減少傾向となっていたが、2001年に大河ドラマが放映されたことにより、観光客数は166万人増加し、1,845万人にまで回復した。しかし、大河

ドラマ放映後に観光客は再び減少した⁴⁰⁾。鎌倉市は、大河ドラマに関連した誘客の取り組みは行っていなかったように見られる。

(5) 2002 年以降

京都府や東京都を舞台地とした「新撰組！」(2004)に関しては、双方の地域が毎年何らかの形でテレビドラマや大河ドラマの舞台地となっており、観光地として十分に認知されている。また、中村(2003)が大河ドラマの舞台となる地域で、放映前から知名度が高く、ある程度の観光客を誘致している地域においては、大河ドラマ放映が誘客に影響を殆ど与えないと指摘している。

山梨県と長野県を舞台とした「風林火山」(2007)は、甲斐の国風林火山博実行委員会が主催して甲府市に「風林火山博」を開催した。山梨県は、先述したとおり1988年に大河ドラマ「武田信玄」が放映され、一過性ではあるものの観光客を誘致することに成功した。しかし、当時とは異なり自治体の財政に余裕が無かった。このため、地域の民間企業(計130社)が博覧会を開催する中心となって開催が決まった⁴¹⁾。

同大河ドラマ放映前年の「信玄公まつり」では65,000人を集客した。そして、放映年には、年間を通じて「風林火山博」を催し、43万人を集客することとなった。また、山梨県の武田信玄ゆかりの施設がある峡中圏と峡東圏では観光客数が伸びた⁴²⁾。

大河ドラマ放映終了翌年、他の地域では観光客数が大幅に減少するが多かったが、山梨県では観光客数の大きな減少にはならなかった。このことについて、山梨県観光企画課の職員は、大きな減少とならなかった理由として考えられることは、翌年のデスティネーションや、山梨県がフィルムコミッション活動に力を入れていること、また、歴史ブームのため、武田信玄ゆかりの場所を訪れる観光客がいることなどが考えられるとの見解を示した⁴³⁾。

地域住民に殆ど知られていなかった天障院篤姫を主役とした「篤姫」(2008)は、大河ドラマ放映年に364億円の経済効果(日本銀行鹿児島支店が試算)を生み出した。同大河ドラマ放映が決めた2007年に、鹿児島県は道路や標識等の整備を行った。

2008年に大河ドラマ放映が始まった当初、県外観光客数の増加はみられなかった。しかし、大河ドラマ放映が進むにつれて観光客数は増加し、鹿児島県内にある篤姫ゆかりの施設では、自治体が予想していた以上の観光客が訪れ、放映後、鹿児島市では篤姫の銅像が建立された⁴⁴⁾。また、指宿市においても大河ドラマ放映後、解散する予定であったボランティアガイドが現在も活動しており、篤姫の銅像も建立された⁴⁵⁾。

直江兼続を主人公にした「天地人」(2009)の舞台地である新潟県南魚沼市では、大河ドラマ放映年と翌2010年にも博覧会を開催し、誘客活動を行った。しかし、自治体が予想していた観光客は訪れなかった⁴⁶⁾。

岩崎弥太郎から見た坂本龍馬の人生を描いた「龍馬伝」(2010)では、舞台地となった高知県に、自治体の予想を上回る400万人の観光客が訪れた。これは、高知県が観光統計を開始して以降最も多い観光客数であった。そして、放映後も継続して博覧会を開催し誘客活動を行っている。これらの活動の効果もあり、「龍馬伝」(2010)放映前よりも観光客は増加した⁴⁷⁾。

「八重の桜」(2013)は、東日本大震災(2011)の被災地である福島県の復興支援

を目的に放映された⁴⁸⁾。福島県は、震災の影響のほかに原発事故も併発し、風評被害が起きた。このような中で、大河ドラマの主人公新島八重が観光資源として活用され、激減した観光客を誘致する一助になった。さらに、大河ドラマで放映された内容は、被災した福島県の人々に感動を与えた⁴⁹⁾。大河ドラマの影響は観光客誘致だけでなく、舞台地となった自治体の住民に好影響を与えた。

第5節 むすび

1953年に放送が開始されたテレビは、1958年の今上天皇ご成婚を契機に家庭へ普及し、1960年代後半に、普及率が90%を上回った。この急速なテレビの普及は、子どもから大人まで、年齢や職業、学歴の違いを超えて楽しむことができるためであった。当時の人気番組は、テレビ普及前から小説、映画、ラジオ番組等に登場していた人物の作品であり、大河ドラマもこれを踏襲して制作が始まった。

大河ドラマは1963年放映開始当初、高視聴率を記録して国民の人気番組になった。その後も日本の世相を反映した作品が制作され、2017年現在もNHKを代表する番組として継続している。しかし、現在の大河ドラマの視聴率は20%を下回っており、その要因として、大河ドラマの視聴時間の分散、情報媒体の多様化、視聴者のテレビ離れを指摘した。

大河ドラマは、テレビ視聴に留まらず、舞台地になった自治体に観光客増加の好影響を与えた。大河ドラマの観光の端緒は「源義経」である。しかし、高度経済成長が終了し、安定経済成長の時代に入る頃、自治体による大河ドラマの観光活用は消極的になった。再び大河ドラマの観光活用が活発化したのは、「独眼竜正宗」(1987)からである。これ以後、自治体でロケ地を建設する活動や博覧会を開催する傾向がみられ、多くの自治体が大河ドラマを活用し、継続的に誘客しようとしてきた。しかし、大河ドラマ放映年のみ観光客が訪れたのが実状であった。

NHKが積極的に自治体の観光客誘致に関与したのは、1993年放映の「琉球の風」(1993前半)と「炎立つ」(1993後半)であった。双方の大河ドラマの舞台地には、新たな観光施設が建設されたことで、放映後も観光客の継続的な誘致活動につながっている。

大河ドラマを活用した観光では、舞台地を訪れる観光客と受け入れる自治体、とくに観光業者が主軸となっており、自治体の住民に対する影響は看過されていた。しかし、2000年代に入ると自治体の観光業者だけでなく、住民が観光客を迎え入れるボランティアガイド活動が始まり、大河ドラマを活用した観光に変化がみられた。また、2013年に放映された「八重の桜」は、東日本大震災の被災地である福島県の支援のために制作され、激減した観光客を呼び戻す契機になった。さらに大河ドラマの内容は、福島県の人々に勇気を与えた。

現在の大河ドラマは、視聴の枠を超え、舞台地の観光客の誘致に寄与するとともに、住民の多様な活動の場を提供しているのである。

注

- 1) 朝日新聞社 (1995) : 『戦後値段史年表』, 「映画館入場料」, 「銀行の初任給」, 「公務員の初任給」。
- 2) 田中義久・小川文弥編 (2005) : 『テレビと日本人「テレビ 50 年」と生活・文化・意識』 法政大学出版局, 335 頁。
- 3) NHK は, 国民生活時間調査において, 1 日の時間を (1) 必需行動 (2) 拘束行動 (3) 自由行動の 3 つに分類した。自由行動時間とは, 人間性を維持向上させるために行う自由裁量性の高い行動であると定義した。マスメディア接触, 積極的活動であるレジャー活動, 人と会うこと・話すことが中心の会話・交際, 心身を休めることが中心の休息の 4 つを項目として定めている。
- 4) 三矢恵子 (2014) : 「誕生から 60 年を経たテレビ視聴」『NHK 放送文化研究所 2014』, 日本放送出版協会, 7-44 頁。
- 5) 『文研月報 1969 年 11 月号』 (1969) 1-14 頁。
- 6) 田中義久・小川文弥編 (2005) : 『テレビと日本人「テレビ 50 年」と生活・文化・意識』 法政大学出版局, 335 頁。
- 7) 大原誠 (1985) 『大河ドラマの歳月』 9-10 頁。
- 8) 五社協定は 1971 年に崩壊した。
- 9) 前掲 7), 16-20 頁。
- 10) 前掲 7), 16-20 頁。
- 11) 渡辺信夫・今泉隆雄・大石正直・難波信雄 (2004) 『宮城県の歴史』 190-199 頁。
- 12) 朝日新聞 2003 年 1 月 1 日付 「テレビ時代劇に時代あり」。
- 13) 朝日新聞 1984 年 3 月 31 日付 「‘山河燃ゆ’ ロス放送無期延期」。
- 14) 鈴木嘉一 (2011) : 『大河ドラマの 50 年』, 194 頁。
- 15) 『放送研究と調査 2013 年 3 月号』 (2013) 74-85 頁。
- 16) 『NHK 放送文化研究年報 2010』と『NHK 放送文化研究年報 2015』を比較した。
- 17) 埼玉県川越市は大河ドラマ「春日局」(1989) 放映時に春日局を活用して誘客を行ったが, NHK は舞台地としてみなしておらず, 江戸 (東京) という名称で取り上げられている。大分県は大河ドラマ「軍師官兵衛」(2015) 放映時に山本官兵衛を活用して誘客を行ったが, NHK から舞台地とみなされていない。また, 大河ドラマの登場人物に縁があるとして, 独自に誘客活動を行う自治体も存在する。
- 18) 大原誠 (1985) : 『大河ドラマの歳月』
- 19) 溝尾良隆 (1994) : 『観光を読む 地域振興への提言』, 81 頁。
- 20) 朝日新聞 1970 年 5 月 4 日付 「テレビ観光地の明暗」。
- 21) 前掲 19), 81 頁。
- 22) 朝日新聞 1975 年 7 月 14 日付 「‘六義園’ にわか人気」。
- 23) 朝日新聞 1976 年 2 月 3 日付 「テレビに乗って後絶えぬ参拝客」。
- 24) 朝日新聞 1979 年 2 月 8 日付 「草燃える便乗切符」。

- 25) 河野逸人 (2011) 『大河ドラマ大全』, 196 頁。
- 26) 河野逸人 (2011) 『大河ドラマ大全』, 196 頁。
- 27) 前掲 19), 82 頁。
- 28) 前掲 19), 82 頁。
- 29) 前掲 19), 82 頁。
川越市 <http://www.city.kawagoe.saitama.jp/welcome/event/harumatsuril.html>
(2017 年 11 月 15 日取得)。
- 30) 足利市観光協会公式サイト <https://www.ashikaga-kankou.jp/spot/taiheikikan>
(2017 年 11 月 15 日取得)。
- 31) 読谷村 (1999) 『読谷村観光振興計画 平成 11 年 3 月』, 49-55 頁。
- 32) 歴史公園えさし藤原の郷提供の資料による。
- 33) 2015 年 9 月と 2016 年 6 月に行った歴史公園「えさし藤原の郷」に対する聞き取り調査による。
- 34) 和歌山県商工観光労働部観光局 (2009) : 「和歌山県観光客動態調査報告書」7-12 頁。
- 35) 長浜市の概要 「長浜市中心市街地活性化基本計画」1-21 頁。
- 36) 中村 (2003) 「大河ドラマ (NHK 番組) 撮影地・主たる舞台への訪問者数の変化」による。
- 37) 前掲 36) および「水戸藩時代祭り」と検索した結果による。
「つくば周辺伝統行事カレンダー」
<http://tradevents.life.coocan.jp/wiki.cgi?p=%BF%E5%B8%CD%C8%CD%BB%FE%C2%E5%BA%D7%A4%EA> (2017 年 11 月 21 日取得) によると、水戸藩時代祭りは 1997~2002 年まで開催されていたとのことである。
- 38) 赤穂市の統計データ
- 39) 平成 12 年岐阜県観光レクリエーション動態調査結果概要による。
- 40) かまくら観光の観光客推移による。
<https://www.city.kamakura.kanagawa.jp/kamakura-kankou/0803kankoukyakusuu.html> (2017 年 11 月 21 日取得) の観光客数の推移による。
- 41) 河野逸人 (2011) 『大河ドラマ大全』, 201 頁。
- 42) 山梨県統計データバンクによる。
- 43) 2015 年 6 月に行った山梨県行政に対する大河ドラマを活用した観光の継続性の有無に関する聞き取り調査による。
- 44) 鹿児島市の篤姫像 (天璋院像) は、大河ドラマ放映翌 2009 年に鹿児島県により建立された。
- 45) 指宿市の篤姫像 (於一像) は、大河ドラマ放映 2 年後の 2010 年に指宿市民により建立された。
- 46) 河野逸人 (2011) 『大河ドラマ大全』の 196 頁および 2011 年 10 月に行った南魚沼市役所に対する聞き取り調査による。
- 47) 高知県観光部観光振興部観光政策課の 2012 年~2015 年の資料による。
- 48) 会津若松市提供の資料および NHK の回答による。

49) 2015年6月, 2016年7月に「八重の桜」(2013)放映時に, 観光客を受け入れた地域住民に対しての聞き取り調査による。

参考文献

- 一坂太郎・星亮一 (2015) : 『大河ドラマと日本人』 イースト・プレス社, 351 頁。
- 小川国治 (1998) : 『山口県の歴史』 山川出版社, 272 頁。
- 週刊朝日 (1995) : 『戦後値段史年表』 朝日新聞社, 23, 61, 77 頁。
- 関口進 (1996) : 『テレビ文化日本のかたち』 学文社, 153 頁。
- 世相風俗観察会編 (2009) : 『増補新版現代世相風俗史年表』 河出書房新社, 491 頁。
- 田中義久・小川文弥編 (2005) : 『テレビと日本人「テレビ 50 年」と生活・文化・意識』 法政大学出版局, 335 頁。
- 内閣府 (2004) : 「内閣府主要耐久消費財等の普及率調査 (平成 16 年 3 月で終了した品目)」
- 内閣府 (2017) : 「内閣府主要耐久消費財等の普及率調査 (平成 29 年 3 月現在)」
- 中村哲 (2003) ; 「観光におけるマスメディアの影響—映像媒体を中心に—」, 前田勇編著『21 世紀の観光学—展望と課題—』, 学文社, 83-100 頁。
- 中村容子 (2012) : 「NHK 大河ドラマを活用した観光振興に関する研究」長崎国際大学大学院修士論文, 8-22 頁。
- 平凡社編 (1997) : 『昭和・平成史年表』 平凡社, 210 頁。
- 溝尾義隆 (1994) : 「テレビドラマと観光地」『観光を読む—地域振興への提言—』古今書院, 78-89 頁。
- 三矢恵子 (2014) : 「誕生から 60 年を経たテレビ視聴」『NHK 放送文化研究所 2014』, 日本放送出版協会, 7-44 頁。
- 南英世 (2010) : 「南英世の政治・経済学講義ノート 第 4 章 戦後日本経済論」,
- 吉見俊哉 (2012) : 「テレビが家にやって来た」『メディア文化論改訂版』, 有斐閣アルマ, 175-192 頁。
- 和歌山県商工観光労働部観光局 (2009) : 「和歌山県観光客動態調査報告書」7-12 頁。
- 渡辺信夫・今泉隆雄・大石直正・難波信雄 (2004) : 『宮城県の歴史』 山川出版社, 190-199 頁。
- NHK 総合放送文化研究所 (1979) : 「家族とテレビ I」『文献月報 7 月号』, 1-10 頁。
- NHK 総合放送文化研究所 (1979) : 「家族とテレビ II」『文献月報 8 月号』, 1-9 頁。
- NHK 放送文化研究所 (2011) : 「2010 年国民生活時間調査報告書」, 58 頁。
- NHK 放送文化研究所 (2013) : 「2015 年国民生活時間調査報告書」, 58 頁。
- NHK 出版 (2010) : 『NHK 大河ドラマ大全 50 作品徹底ガイド』 NHK 出版, 207 頁。
- 株式会社ビデオリサーチ社 「NHK 大河ドラマ 関東地区」
http://www.videor.co.jp/tvrating/past_tvrating/drama/03/index.html (2017 年 11 月 21 日取得)
- かまくら観光の観光客推移

<https://www.city.kamakura.kanagawa.jp/kamakura-kankou/0803kankoukyakusu.html> (2017年11月21日取得)

戦後のテレビ小売価格の推移

<http://shouwashi.com/transition-tv.html> (2016年11月20日取得)

日本映画産業統計

<http://www.eiren.org/toukei/data.html> (2017年6月24日取得)

平成12年岐阜県観光レクリエーション動態調査結果概要

<http://www.pref.gifu.lg.jp/sangyo/kanko/kanko-tokei/s11334/12kekka.data/12kekka.pdf> (2017年11月21日取得)

NHK ONLINE

<http://www.nhk.or.jp/> (2017年7月25日取得)

NHK テレビ番組の50年

<http://www.nhk.or.jp/archives/nhk50years/foreword/index.html> (2015年2月13日取得)

第3章 大河ドラマの観光活用の変容

—山梨県の「天と地と」(1969年),「武田信玄」(1988年),「風林火山」(2007年)—

第1節 はじめに

大河ドラマは、2017年現在、50年以上続く長寿番組となっている。同番組は、1963年放映開始当初、多くの人にテレビを見てもらうことを目的として番組が制作された¹⁾。同番組が放映回数を重ねるごとに、視聴者に認知され、高視聴率を記録するようになった。そして、NHKが本来目的としていた「視聴者にテレビを見てもらう」という考えだけに留まらず、視聴者が舞台地を訪れる旅行形態が1965年からみられはじめた²⁾。このことをうけ、大河ドラマの舞台地では、大河ドラマに関連する人物や史跡の観光活用がはじまり誘客効果があらわれた。しかし、舞台地の誘客効果は、大河ドラマ放映年に限られたものが多かった³⁾。

このことに鑑みて、NHKは1980年代後半から1990年代前半にかけて、舞台地と協働し、ロケセットを建設した⁴⁾。これは、大河ドラマ放映後も舞台地の誘客に資することを目的としたものであった。1994年以降、ロケセットの建設は行われなくなったが、舞台地による観光活用は現在も続いている。現在は観光活用だけでなく、地域振興や災害復興支援を目的に、大河ドラマを活用する舞台地もみられるようになった⁵⁾。このように大河ドラマの観光活用は、時代により変化している。

山梨県は、1960年代、1980年代、2000年代の合計3度、大河ドラマの主な舞台地となり、3作品の主要登場人物は武田信玄であった。これらの大河ドラマに関する研究としては、以下のものがある。

及川(2011)は、武田信玄が山梨県の歴史上の人物として扱われるようになった経緯をまとめた。そして、現在も山梨県にとって武田信玄が特別な存在として位置づけ、象徴する人物であることを考察した。新谷(2005)は、1950年代頃に武田信玄の観光活用がはじまったことを指摘した。そして、1966(昭和41)年に甲府信玄公祭りが、観光誘客の手段として創作されたことを述べた。加えて、平山(2015)は、大河ドラマ「天と地と」(1969)の放映により武田信玄が全国的に認知され、山梨県で武田信玄の観光活用が活発化したことを指摘した。また、鈴木(2011)は、小淵沢町(現:北杜市)が「武田信玄」(1988)放映時に、10,000㎡の敷地にロケセットを建設し、同町に例年にも増して観光客が例訪れたことを指摘した。さらには、NHK(2011)の解説によると、「風林火山」放映時の誘客活動は、山梨県の民間企業や経済界が主導して博覧会を実施し、成果をあげたとしている。

このように山梨県を舞台とした大河ドラマは、時代とともに活用方法が異なっている。そこで本稿では、大河ドラマ「天と地と」(1969)、「武田信玄」(1988)、「風林火山」(2007)の3作品をとりあげ、舞台地となった山梨県における大河ドラマの観光活用の違いを明らかにする。

研究方法として、「天と地と」(1969)は大河ドラマに関連する文献・新聞記事、「武田信玄」(1988)については小淵沢町の刊行物「八ヶ岳ジャーナル」、「広報こぶちざわ」

や新聞記事、「風林火山」(2007)は山梨県観光部観光振興課の提供資料を各々用いた。また、2015年6月に山梨県庁及び甲府市役所において聞き取りを行うとともに、「風林火山」(2007)放映時にガイド活動を行っていたボランティアガイドからは、当時の観光客の動向を聴取した。なお、本研究におけるアンケート調査あるいは聞き取り調査については、本研究について詳細に説明した後、その結果は本論文作成のみのために使用することで承諾を得ている。また、調査を行った後、複数回やり取りを行い、内容に不備がないか確認のうえ、本論文に記載している。

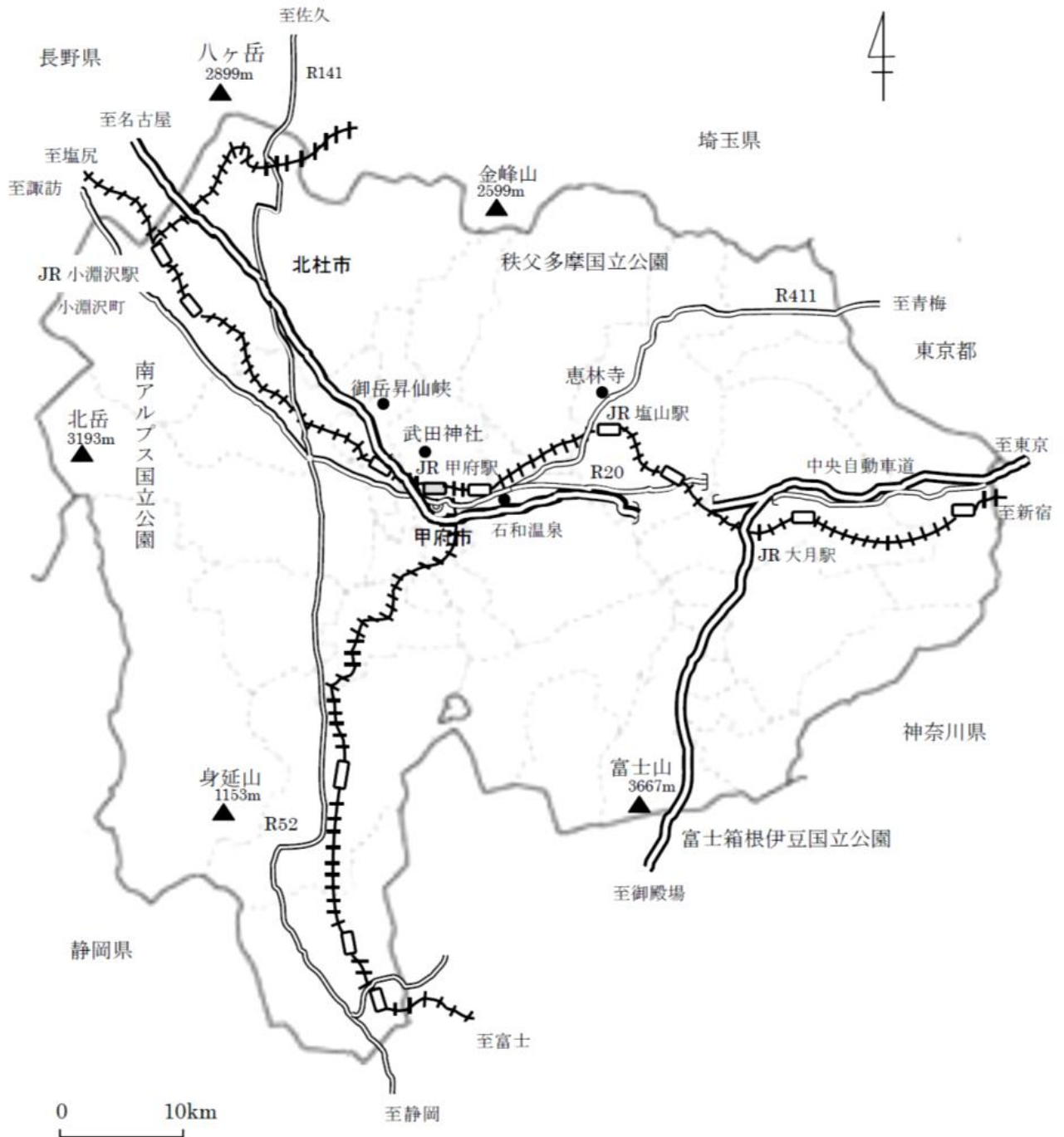


図 3-1 研究対象地域
(筆者作成)

第2節 山梨県の観光

1. 交通網の整備と観光客の推移

(1) 高度経済成長期（1955～1974年）

山梨県が観光地の開発を始めたのは、1950年代中頃からである。これは、第二次世界大戦後、県内の交通網の整備が始まった頃と同時期とされている⁶⁾。景勝地の昇仙峡や、歴史上の人物武田信玄が観光資源として活用されるようになった⁷⁾。また、1960（昭和35）年1月に東八代郡石和町（現：笛吹市）で、掘削により温泉が湧出したことを契機に、石和町の石和駅（現：石和温泉駅）周辺に旅館やホテルが建てられ、温泉地として整備された⁸⁾。

1958（昭和33）年に国道20号（甲州街道）の新笹子トンネル（全長2,953m）が開通したことで、甲府－東京間の移動が5時間20分から1時間40分短縮され、3時間40分となり⁹⁾、自動車の交通量が増加した（図3-2）。

『山梨県統計年鑑』（1965）によると、山梨県で観光統計が始まった1956年度に、721万人の観光客が訪れている。統計方法は、富士山や富士五湖などについては車の台数を観光客数に換算した観光客入込流量調査方式を採用している。年度統計の最後である1963年度には1,102万人となり、7年間で観光客数が1.5倍に増加した。

1964（昭和39）年4月に、県営富士山有料道路（富士スバルライン）が開通し、河口湖畔から富士5合目の標高2,340mまで自動車で行くことが可能になった。1967（昭和42）年には、新御坂トンネル（全長2,778m）が開通し、県庁所在地の甲府市と富士吉田市間の時間距離が短縮された。同年の山梨県の観光客数は、前年の1,431万人を189万人上回る1,602万人を数え、1968（昭和43）年以降も増加傾向を示した（図3-3）。

さらに、1969（昭和44）年に、中央自動車道富士吉田線の河口湖ICと相模湖IC区間の開通に伴い、甲府－東京間の所要時間がこれまでの2時間46分から1時間12分短縮の1時間34分、甲府－名古屋間の所要時間が6時間42分から3時間13分短縮の3時間29分となった¹⁰⁾。同年1月から大河ドラマ「天と地と」の放映が開始され、この年の観光客数は前年比361万人増加の2,085万人となった。

翌1970（昭和45）年には、国鉄中央本線新宿－甲府間の全線複線化により時間短縮となった。続く1971（昭和46）年の甲府バイパス完成と河口湖大橋の開通、1973（昭和48）年の甲府精進湖有料道路（現：国道358号）の開通などにより、山梨県の交通網が整備された¹¹⁾。

このように、山梨県の交通網整備に伴って観光客は増加し、1964（昭和39）年の1,301万人から1974（昭和49）年には2.1倍の2,705万人に増加した。

高度経済成長時代の1963（昭和38）年に観光基本法が制定され、大衆旅行が活発化した。高度経済成長がピークに達した1970（昭和45）年には、国鉄による「ディスカバリー・ジャパン」キャンペーンが行われ、レジャー・ブームが起きた。この結果、団体旅行だけでなく個人客による国内旅行も増加し、観光客の増加に拍車をかけた。

(2) 安定経済成長期（1975～1984年）

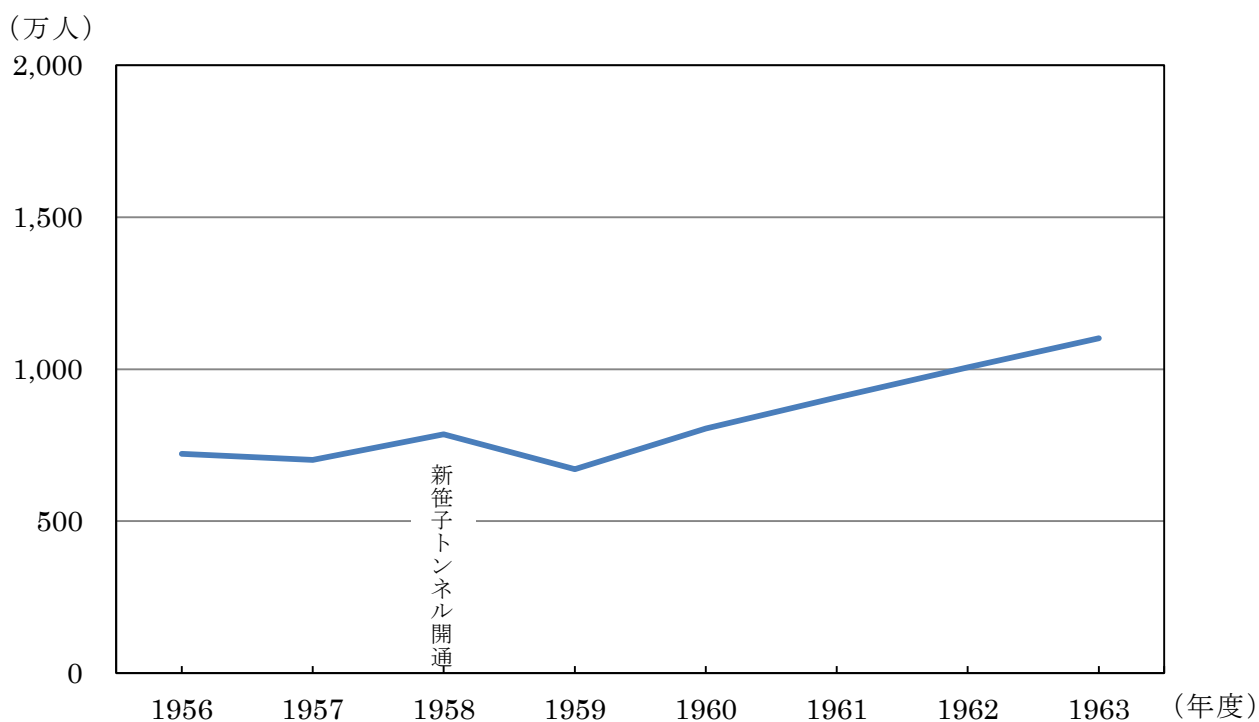


図 3-2 山梨県の観光客数の推移と交通網の整備 (1956～1963 年度)

資料：『山梨県の歴史 (県史 19)』および『山梨県観光統計年鑑昭和 38 年度版』をもとに筆者作成

注：1956～1963 年度の統計は年度単位であり，車の台数を観光客数に換算した観光客入込流量調査方式を採用している。

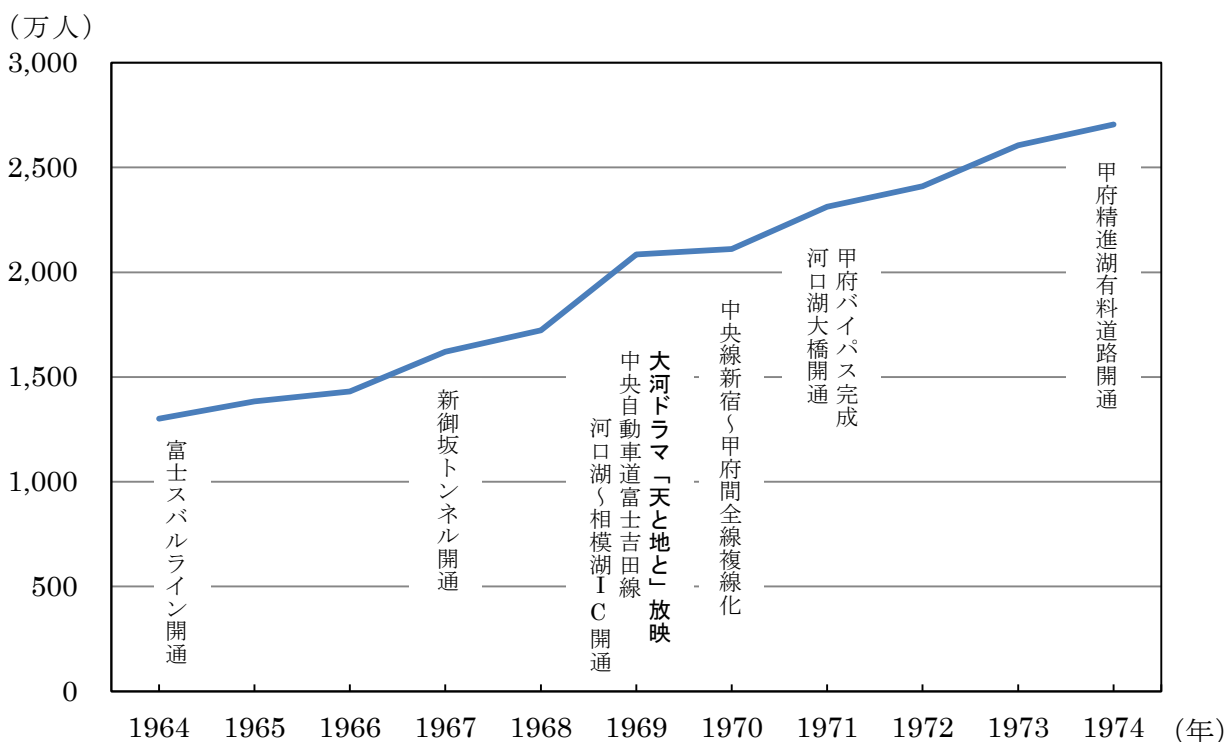


図 3-3 山梨県の観光客数の推移と交通網の整備 (1966～1974 年)

資料：『山梨県の歴史 (県史 19)』および山梨県統計データバンクをもとに筆者作成

注：1964 年以降の統計は年単位であり，車の台数を観光客数に換算した観光客入込流量調査方式を採用している。

785m) が開通，同年 12 月に甲府市勝沼町から笛吹市に至る勝沼バイパスが完成したことで¹²⁾，翌 1978 (昭和 53) 年に観光客が 165 万人増加の 2,986 万人を数えた (図 3-4)。さらに，1979 (昭和 54) 年には，赤石山脈北部を横断する南アルプススーパー林道が完成し，年間観光客数が 3,000 万人を突破した。1981 (昭和 56) 年は中央自動車道甲府以西，および甲府北バイパスの完成，翌 1982 年には勝沼 IC-甲府昭和 IC 間が完成し，これにより中央自動車道が全線開通した¹³⁾。

観光客数は，安定経済成長に移行した 1975 年は 2,729 万人であるが，1984 (昭和 59) 年には 3,398 万人を数え，9 年間で 1.2 倍の 669 万人の増加となった。高度経済成長時代と比較すると，観光客の増加率は低く留まったが，交通の発展に伴い観光客は増加傾向を示した。

(3) バブル経済期 (1985~1991 年)

1985 (昭和 60) 年以降，山梨県を訪れる観光客数は 3,400 万人を上回った (図 3-5)。そして，大河ドラマ「武田信玄」(1988) の放映年には，過去最高の 3,920 万人を数えた。しかし，翌 1989 年に観光客数は 285 万人減少し 3,635 万人となり，その後は 1991 年までほぼ横ばいの数値を示した。観光客数は，1985 年の 3,452 万人からバブル経済が終焉した 1991 年には 3,709 万人を示し，6 年間の増加率は 1.1 倍であった。

(4) 1992~1998 年

バブル経済期後は，景気が後退し平成不況と呼ばれる時代に入った。山梨県の観光

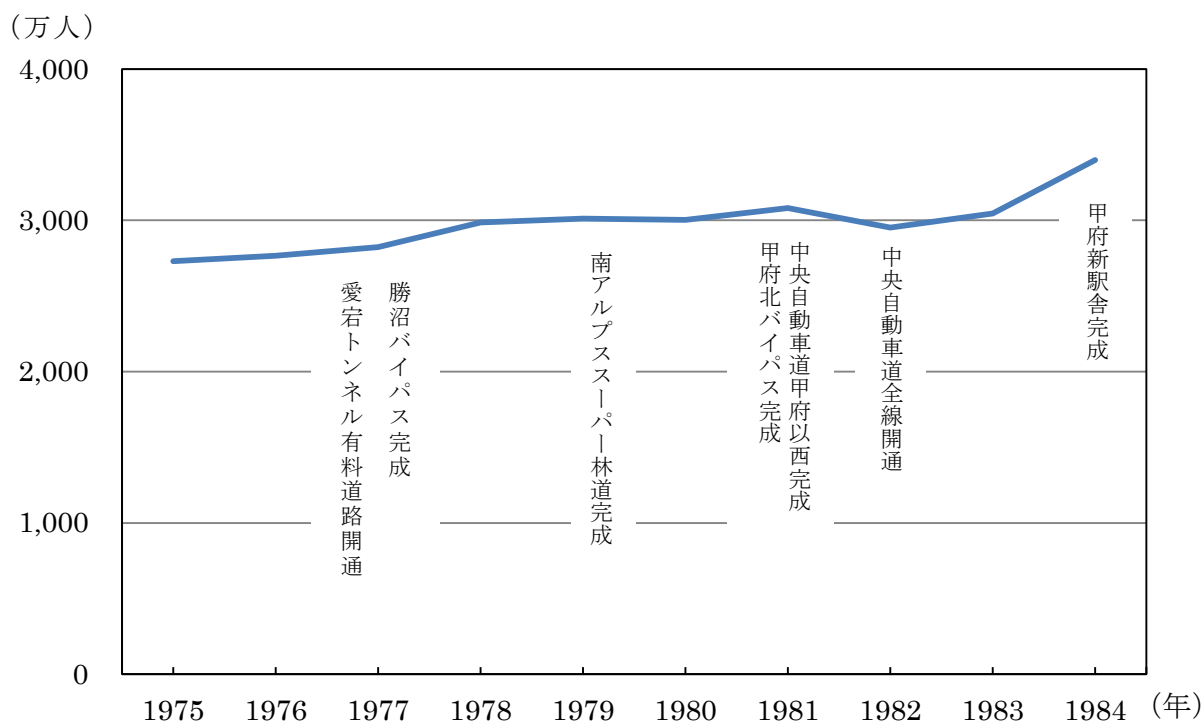


図 3-4 山梨県の観光客数の推移と交通網の整備 (1975~1984 年)

資料：『山梨県の歴史 (県史 19)』および山梨県統計データバンクをもとに筆者作成

注：統計方法は車の台数を観光客数に換算した観光客入込流量調査方式を採用している。

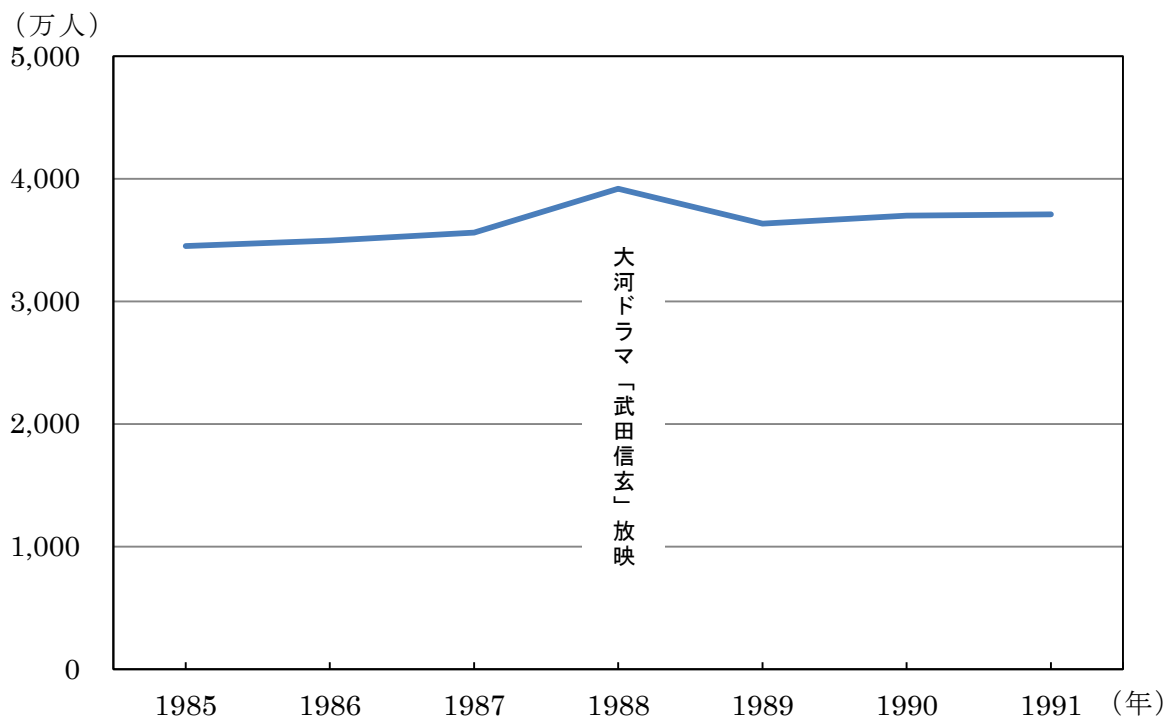


図 3-5 山梨県の観光客数の推移 (1985~1991 年)

資料：『山梨県の歴史 (県史 19)』および山梨県統計データバンクをもとに筆者作成

注：統計方法は車の台数を観光客数に換算した観光客入込流量調査方式を採用している。

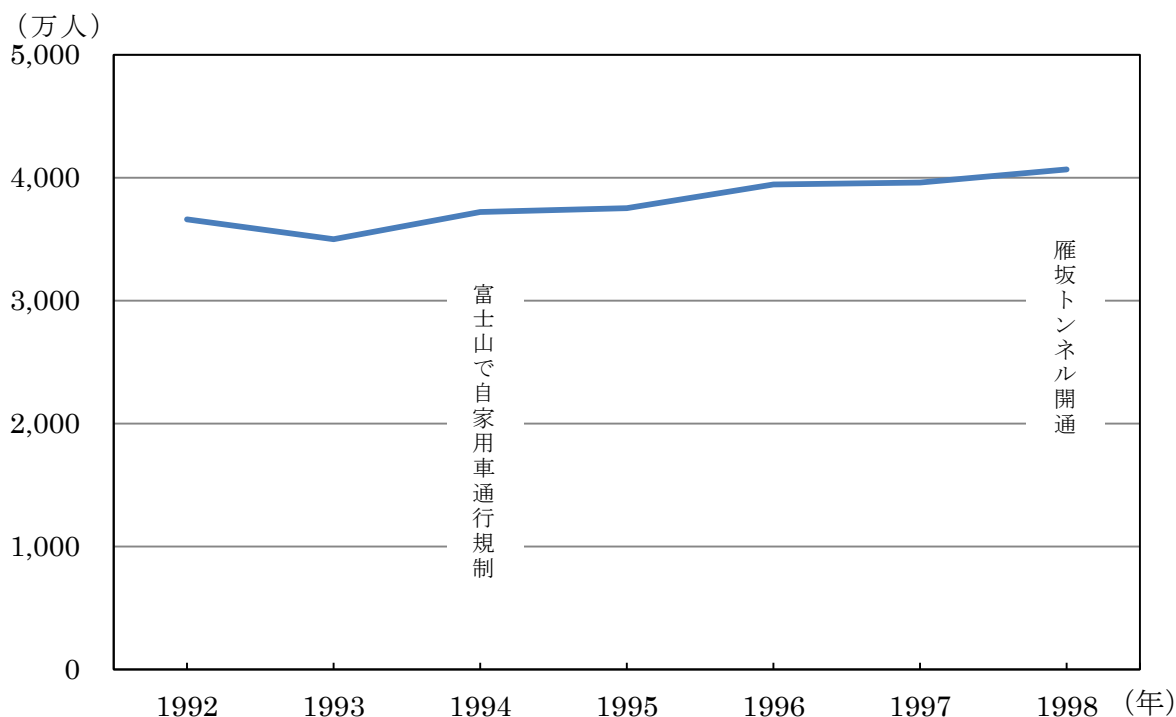


図 3-6 山梨県の観光客数の推移 (1992~1998 年)

資料：『山梨県の歴史 (県史 19)』および山梨県統計データバンクをもとに筆者作成

注：統計方法は車の台数を観光客数に換算した観光客入込流量調査方式を採用している。

1 台の乗車人員は路線バス 40.0 人，その他の乗り合い 50.0 人，乗用車 3.5 人，軽乗用車 2.5 人，単車 1.5 人，自転車 1.0 人である。

客数は、1992年に3,660万人、翌1993年は3,499万人と統計開始以降、初めて2年連続の減少を示した（図3-6）。

1994年に山梨県では富士山有料道路の沿道の自然保護を目的として、夏の一定期間（7月29日～31日、8月5日～7日、12日～16日）、富士山有料道路の自家用車通行規制が実施された。規制区間は、山梨県立北麓駐車場から富士スバルライン5合目の24kmであった¹⁴⁾。山梨県を代表する観光資源富士山の交通規制に対して、観光業者から観光客の減少が懸念されたが、この年の観光客数は微増し、その後も増加した。この要因として、1980年代後半に世界観光機関（WTO）がサステイナブル・ツーリズム（持続可能な観光）を提唱し、日本においても自然環境の保護の気運が高まるようになった背景がある。富士山では、処理能力を超えたゴミ投棄やし尿処理等が問題視されていた。そして、1998年に山梨県と埼玉県をつなぐ雁坂トンネル（全長6,625m）が開通し、観光客数は4,000万人を上回った。1992年から1998年の観光客の増加率はバブル期と同じ1.1倍を示し、不況と呼ばれる時代に入っても観光客は増加傾向にあった。

（5）1999～2009年

山梨県の観光客数は、既述のとおり1956年の統計調査開始から1998年まで、車の台数を観光客数に換算する観光入込流量調査を採用していた。翌1999～2009年は、高速道路・県営有料道路利用台数、警察本部発表山系登山者数、入湯税、観光・宿泊施設等の利用者数を用いることにした。このため、1998年以前と1999年以降の観光客数に継続性はない。

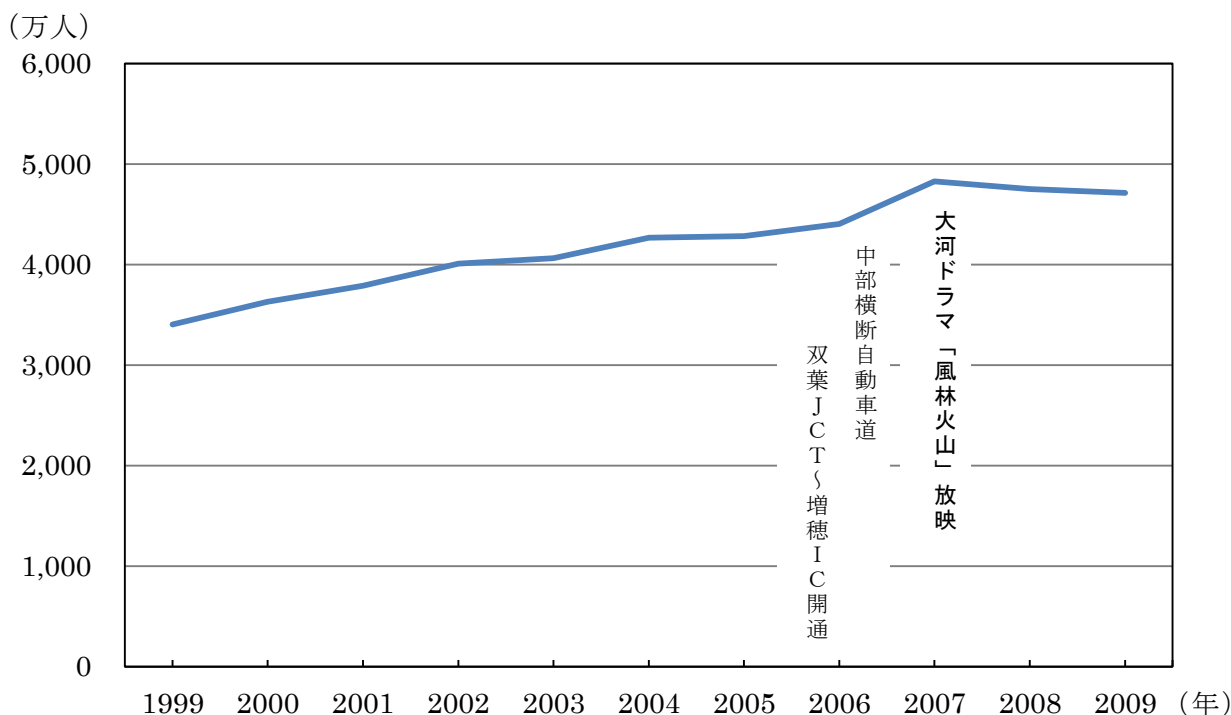


図3-7 山梨県の観光客数の推移（1999～2009年）

資料：『山梨県の歴史（県史19）』および「山梨県観光客動態調査結果」をもとに筆者作成

注：1999年以降、観光・宿泊施設等に対し調査票を送付する観光客動態調査に変更された。

山梨県には、上記の統計方法変更直後の1999年に3,403万人の観光客が訪れた(図3-7)。翌2000年以降も観光客は増加傾向を示し、2002年には4,000万人を上回った。2006年に、山梨県の中央自動車道西宮線から静岡県東名高速道路を結ぶ中部横断自動車道の一部である双葉JCT-増穂ICが開通したこともあり、過去最高4,404万人の観光客が訪れた。翌2007年に大河ドラマ「風林火山」が放映され、前年比424万人増加の4,828万人の観光客を数えた。その後の2008年と2009年は減少したが、1999～2009年の観光客数の増加率は高度経済成長期に次ぐ1.4倍であった。

第3節 武田信玄を活用した大河ドラマの観光振興

1. 大河ドラマ放映前(～1968年)

新谷(2005)は、戦国武将の武田信玄を活用した観光事業について次のように述べている。1919(大正8)年に、山梨県甲府市に武田信玄を祭神とする武田神社が創建された。武田信玄の命日とされる4月12日に例大祭が催され、当日は神社での祭礼後、市中で神輿の御渡りが行われ、神輿の後ろに地元の相川地区の住民が扮する武田二十四将の騎馬行列が従って歩いた。

山梨県では、1956(昭和31)年4月に開始された観光事業振興5ヵ年計画の中に、戦国武将武田信玄の観光活用が明記された。10年後の1966(昭和41)年には、甲府市の桜祭りや武田神社の祭礼を同時に催す甲府信玄祭りが誕生した。この祭りの開催当初は、武田二十四将騎馬行列、民謡、踊り、剣道大会、遺跡巡りなど様々な催し物が行われたが、1968(昭和43)年からは数多くの催しが整理され、武田二十四将騎馬行列が主体の祭りになった。そして、この年に初めて県内を舞台とした大河ドラマ「天と地と」の放映が決まった¹⁵⁾。

このように、山梨県では大河ドラマ放映前の1956(昭和31)年から武田信玄の観光活用を行っていた。

2. 大河ドラマ「天と地と」の放映(1969年)

(1) 放映中

大河ドラマ「天と地と」(1969)は、1969年1月5日～12月14日まで放映された初のカラー作品であり、年間平均視聴率は25.0%であった。主人公の武田信玄を高橋幸治、上杉謙信を石坂浩二が演じた¹⁶⁾。大河ドラマ放映により、武田信玄と上杉謙信のブームが起き、4月に山梨県の甲府駅前に武田信玄の銅像(高さ3.1m)、新潟県直江津市(現：上越市)の春日山城跡に上杉謙信の銅像(高さ3m)が建立された¹⁷⁾。この武田信玄像は駅前の観光名所となり、当時の山梨日日新聞によると多くの観光客が写真を撮りに訪れていた¹⁸⁾。そして、同年4月に開催された甲府信玄祭りは、例年がない盛り上がりを見せた¹⁹⁾と記されている。さらに、国鉄が大河ドラマの名を冠した「天と地とめぐり」ツアーを催し²⁰⁾、この年の山梨県の観光客数は、前年比1.21の2,084万人となった。地域別の増加率で見ると、富士山と五湖1.29倍が最も高く、峡東果実温泉1.18倍、金峰山系秩父多摩1.15倍、そして武田信玄関連の史跡が残っている甲府・湯村温泉は1.13倍であった(図3-8)。このように観光客は増加している



図 3-8 山梨県の観光区域（1956～1991 年）

（筆者作成）

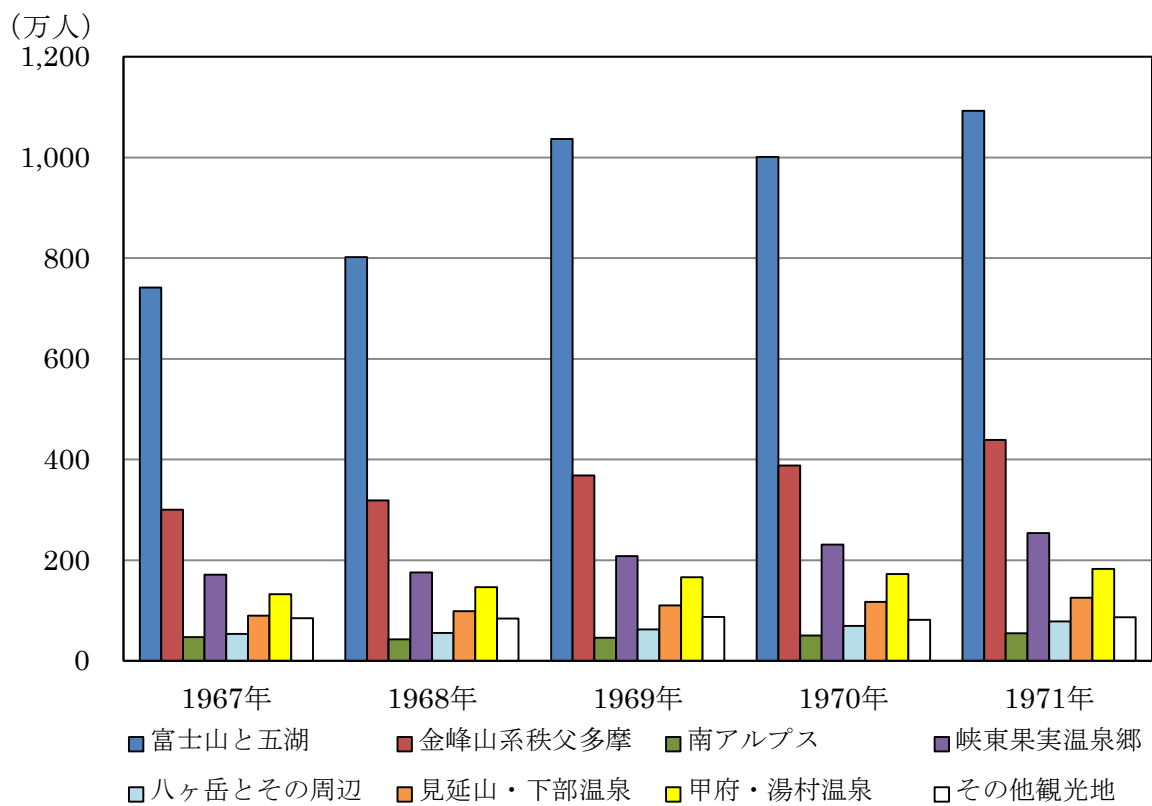


図 3-9 山梨県区域別観光客数の推移（1967～1971 年）

資料：「山梨県統計データバンク」をもとに筆者作成

注：統計方法は車の台数を観光客数に換算した観光客入込流量調査方式を採用している。



写真 3-1 武田信玄像建立

(「朝日新聞」 1969年3月10日より転載)



写真 3-2 甲府駅前の武田信玄の銅像

(サムライ銅像研究所のホームページより引用)

が、武田信玄像や武田信玄関連史跡のある甲府・湯村温泉に集中していないことが読み取れる。

また、テレビ放映だけでなく、原作の『天と地と』（海音寺潮五郎作）が増刷され、さらに、1969年4月11日～23日まで朝日新聞社主催の「天と地と」展が東急百貨日本橋店²¹⁾や各地で開催される²²⁾などの波及効果がみられた。

上述した大河ドラマを活用した催し物が行われた一方で、武田信玄に興味を持った人々の中には、武田信玄の子孫武田昌信氏の邸宅に押し寄せる、電話をかけるなどの迷惑行為がみられた²³⁾。

(2) 放映後

「天と地と」(1969)放映の翌1970年に、山梨県および甲府市は、甲府信玄祭りをこれまでの信玄という呼び捨てから、信玄を敬うため公という敬称をつけた信玄公祭りに改名した。従来の甲府信玄祭りは、4月12日の1日開催であったが、新しく始まった信玄公祭りは宿泊客の誘致を目的に、開催期間を4月11・12日の2日間とした。行政は、信玄公祭り開催に際し、信玄公祭り特別委員会を設置した。そして祭り開催にあたり行政だけでなく24の企業・団体から資金提供を受けた²⁴⁾。

信玄公祭り特別委員会は、祭りを盛り上げるため祭り当日の夜間に武田信玄の出陣風景の再現を試みようとした。そのための準備として、平和通りの甲府駅前～甲府市役所：県道約500m、甲府市役所～甲府地方裁判所：国道20号（現：国道52号）約100mの区間を約3時間半通行止めにして、車道の両側に14,000席（有料席とスポンサー席）を設ける計画を立てた²⁵⁾。しかし、建設省（現：国土交通省）は国道約100mの通行止めに関し、許可しないという見解を示した。このため、国道を信玄公祭りの見物席として使うことはできず、県道にのみ有料席を設置した²⁶⁾。

山梨県と甲府市が有料席を設置する計画に対し、市民から見物ができる人、できない人が表れ、市民の祭りではないと非難の声があがった。さらに、祭り開催にかかる費用約4,000万円が巨額であることに対しても批判的な意見が述べられた²⁷⁾。

このように、祭り開催前には市民や建設省の批判的な意見もみられたが、2日間の信玄公祭りの観光客数は20万人、経済効果は2億円と推計された。また、塩山市の恵林寺では、武田信玄の供養に3万人が訪れ²⁸⁾、山梨県観光に大きな影響を与えた。

上述したように、山梨県と甲府市が信玄公祭り開催に尽力する一方、朝日新聞で「荒れ放題の信玄史跡」と題した記事が掲載された。これは、「天と地と」(1969)でブームになった武田信玄に過度に注目が集まり、関連する史跡に被害があったことを記した内容であった。この記事には、「天と地と」(1969)放映の翌1970年2月下旬、甲府市内にある武田信玄の関連史跡が荒らされたことや、甲府市中心部から離れている武田信玄の関連史跡が、史跡の整備対象にならず荒廃し、放置されていることが指摘されている。この問題に対して古長禅寺の住職は、信玄公祭りの開催費用の一部を史跡の整備や保存に充当することを主張した。また、大泉寺の住職が史跡保存について山梨県教育委員会に相談したところ、武田信玄の関連史跡だけを優遇することはできないとの返答であった²⁹⁾。

このように、高度経済成長時代に放映された「天と地と」(1969)は、山梨県の誘客

促進と経済効果をもたらした反面、武田信玄の関連史跡の荒廃をまねいた。

3. 大河ドラマ「武田信玄」の放映（1988年）

(1) 放映前

大河ドラマを活用した観光客の誘致は、1970年代には全国的な傾向として一時沈静化した。しかし、「独眼竜政宗」（1987）の放映を契機に、舞台地の宮城県仙台市に、前年を大幅に上回る観光客が訪れ、大河ドラマを活用した誘客が再び活発化した³⁰⁾。また、当時はバブル景気であり、旅行の需要が増大した時代であった。このような時代背景の中、1987年3月12日に1988年放映の大河ドラマが「武田信玄」に決定し、翌13日に山梨県内における撮影計画が立てられた。放映前年の山梨県内の「武田信玄」に関連した主な活動を整理すると、表3-1のとおりである。なお、小淵沢町はロケ地誘致活動を積極的に行ったため、山梨県内の活動と併記した。

4月に小淵沢町長がNHKを訪問し、ロケ地誘致の陳情を行った。5月に山梨県が市町村や観光協会の協力を得て、県内各地で武田信玄に関連する教養講座の開催を決定した³¹⁾。この教養講座は、開催各市町村で開始時期が異なる。7月には、県内各地で

表3-1 「武田信玄」に関連した主な活動（1987年）

時期	山梨県内の活動	小淵沢町の活動
4月		・小淵沢町長がNHK訪問。ロケ地誘致の陳情。
5月	・山梨県観光連盟が武田氏に関連する史跡の広報活動を開始。 ・県内各地で教養講座を開催。	
7月	・武田信玄の名前を物産品につける動きが活発化。	・小淵沢町商工会、観光協会など24団体によるNHK大河ドラマ「武田信玄」撮影協力推進協議会の設立。 ・小淵沢町がロケ地に決定。
9月	・塩山市でNHK大河ドラマ「武田信玄」関連事業等推進協議会が発足。 ・白根町（現：南アルプス市）で「名将武田信玄公展」が開催。	
10月		・大河ドラマの撮影が開始。 ・ロケセット躑躅ヶ崎の館を一般客に公開。
11月	・竜王町（現：甲斐市）が観光パンフレット作成。	

資料：「朝日新聞」、「山梨日日新聞」をもとに筆者作成。

大河ドラマにちなみ武田信玄の名前を物産品につける動きが活発化した。しかし、「武田信玄」、「武田二十四将」、「武田武士」、「信玄の宴」、「信玄公」などの名称は既に物産品に商標登録されているため、新たに武田信玄の名前を使った商品名の登録が困難であった³²⁾。また、同月小淵沢町では商工会、観光協会など24団体がNHK大河ドラマ「武田信玄」撮影協力推進協議会を設立した。そして、ロケ地決定前であったがエキストラや撮影に使う馬なども用意し、大河ドラマの撮影協力体制を整えた³³⁾。ロケ地の候補は小淵沢町の他にもあったが、7月下旬、最終的に小淵沢町に決定した³⁴⁾。その後、ロケセット躑躅ヶ崎の館の建設が始まった。9月は、大河ドラマを契機とした観光振興のために、武田信玄の菩提寺がある塩山市で、NHK大河ドラマ「武田信玄」関連観光事業等推進協議会が発足した³⁵⁾。また、白根町（現：南アルプス市）の白根桃源美術館では、企画展「名将武田信玄公展」（1987年9月26日～1988年9月30日）が開催された³⁶⁾。小淵沢町篠原にロケセット躑躅ヶ崎の館が完成し、10月から県内で初めて同町で大河ドラマの撮影が始まった。このロケセットの建設費用は総額4,500万円であり、この費用を小淵沢町が負担した。このセットをNHKが1,500万円で借り上げた。ロケセットは、10,000㎡の敷地に4,000㎡を占める武田館を建設し、その中に大手門、番所、見張りやぐら、馬小屋、主殿を原寸と同じ大きさで再現した。ロケセットの入場は無料で、平日には300～500人、土日は2,000人を超える観光客が訪れた³⁷⁾。撮影期間は、1987年10月～翌年10月までであり、ロケセットの公開

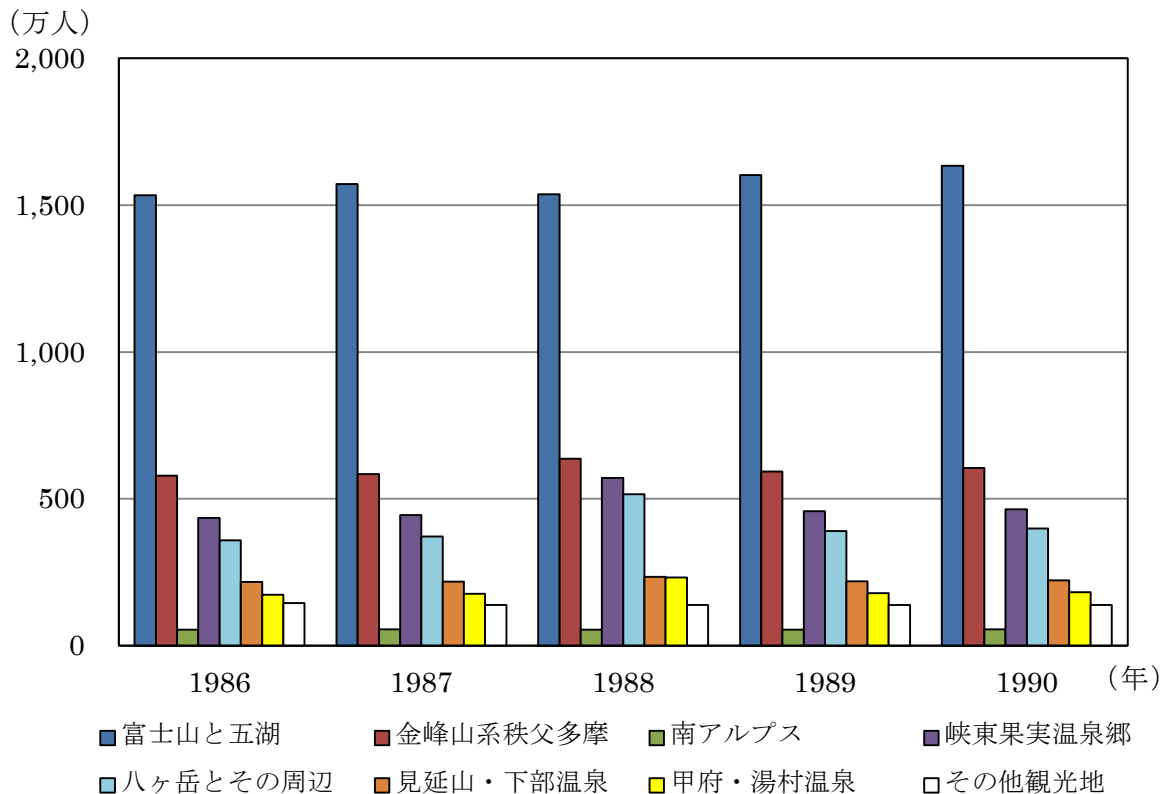


図 3-10 山梨県区域別観光客数の推移（1986～1990年）

資料：「山梨県統計データバンク」をもとに筆者作成

注：統計方法は車の台数を観光客数に換算した観光客入込流量調査方式を採用している。

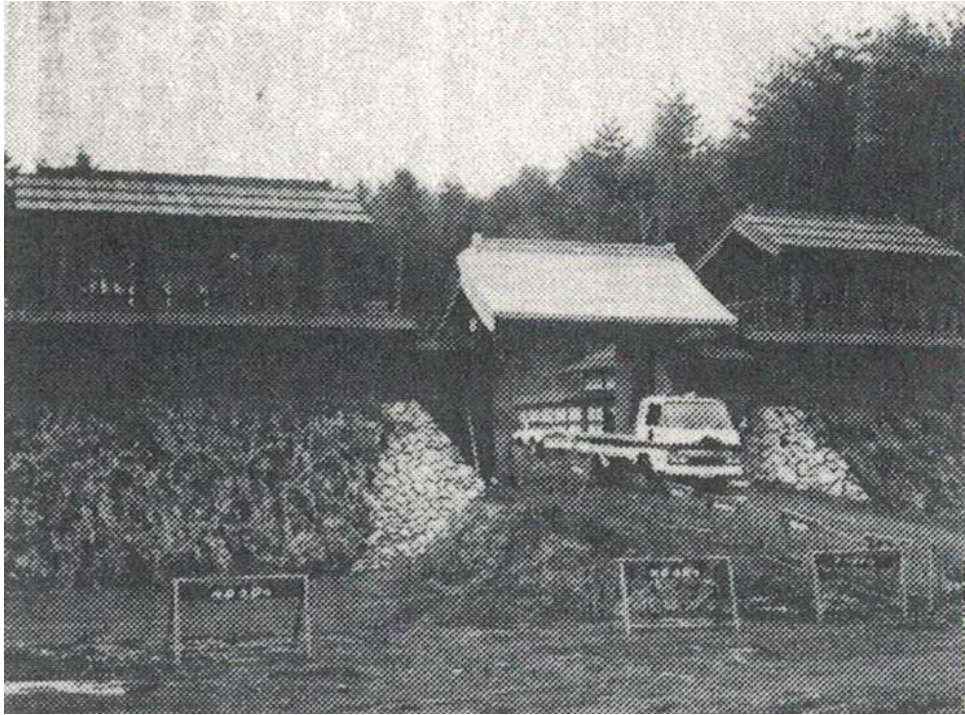


写真 3-3 小淵沢町に建てられたロケ地「躑躅が崎の館」
(「八ヶ岳ジャーナル第 60 号」より転載)



写真 3-4 大河ドラマ放映中に小淵沢町を訪れた観光客の様子
(「八ヶ岳ジャーナル第 66 号」より転載)

終了期間は当時未定であった。

このように、山梨県内の各自治体で大河ドラマを活用した観光客の誘致が活発化し、ロケ地となった小淵沢町が含まれる八ヶ岳とその周辺の観光地は、1986年の359万人の観光客が、放映前の1987年には13万人増加の372万人（増加率1.03倍）となった（図3-9）。これは県内他区域の増加率に比べて高く、大河ドラマのロケ地になったことによる誘客効果と考える。

こうした取り組みの一方で、問題点もあげられた。甲府市は武田神社に観光客を迎え入れるため、神社周辺に新たに駐車場やトイレの設置を考えていた。しかし、武田神社が国指定史跡であるため、神社周辺に新たな施設を整備することに国の許可が下りなかった。この対策に、甲府市は近隣の地域住民の土地を借りることを考えたが、大河ドラマ放映後財政的に原状回復が困難であると判断して、この問題は、翌1988年に持ち越されることになった³⁸⁾。しかし、放映前から観光客が増加したことで駐車場不足になり、近隣住民の土地で迷惑駐車が行われた。さらに観光客によるゴミの投棄、トイレ不足による立小便がみられ、地域住民に迷惑をかけることになった。

(2) 放映中

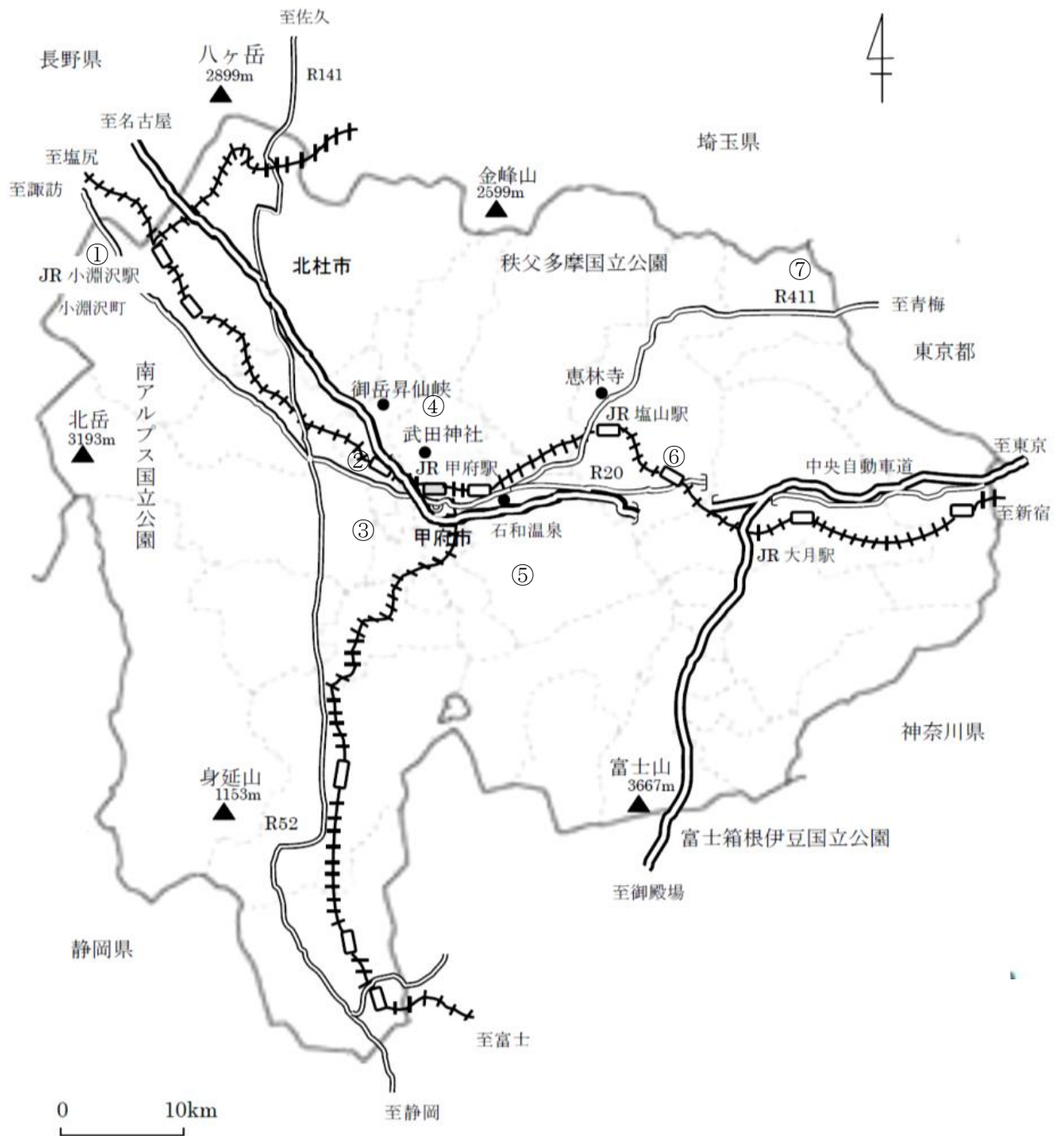
大河ドラマ「武田信玄」は、1988年1月10日～12月18日まで放映された。年間平均視聴率は39.2%であり、大河ドラマ歴代第2位を記録している（2017年現在）。なお、主人公の武田信玄を俳優の中井貴一が演じた³⁹⁾。

先述した「天と地と」（1969）放映と同様に、山梨県内で武田信玄ブームが起き、各自治体による誘客の取り組みが行われた。1月に甲府市は、市内の武田信玄にゆかりのある寺社に観光案内板の設置を決めた⁴⁰⁾。また、隣接する竜王町（現：甲斐市）では神明神社の武田信玄肖像画が開封され、竜王町による調査・保存が決定した⁴¹⁾。さらに、春日居町（現：笛吹市）では、「武田信玄」春日居町推進協議会が発足し、観光客の受け入れ態勢を整えた⁴²⁾。このように、放映開始後に大河ドラマ関連の取り組みを行う自治体もみられた。

4月に甲府市では恒例の「信玄公祭り」が開催され、観光客は前年1987年の20万人を4万人上回る24万人となった。そのうち県外観光客は8万人と推計され、遠方の北海道や九州からも来訪した⁴³⁾。

さらに、甲府市の宿泊施設で「信玄定食」や「勝頼定食」が提供され、商店街では風林火山の旗を飾り⁴⁴⁾、観光客の受け入れにつとめた。そして、7月に北都留郡丹波山村で、武田信玄の名を冠した武田信玄隠し金山祭りが開かれた⁴⁵⁾。

「武田信玄」（1988）放映年の観光客の前年比は、ロケ地であった小淵沢町が含まれる八ヶ岳とその周辺が1.38倍で最も高く、放映前の1987年の372万人から放映年には515万人に増加し、小淵沢町だけで200万人の観光客が訪れたとされている⁴⁶⁾。次いで武田信玄関連の史跡が多い甲府・湯村温泉が、放映前年の177万人から1.3倍の231万人に増加し、峡東果実温泉郷が445万人から1.28倍の517万人に増加した。そして、金峰山系秩父多摩が584万人から1.08倍の636万人、身延山・下部温泉が218万人から1.07倍の235万人の増加と続いた。一方、南アルプスは0.99倍、富士山と五湖は0.97倍と前年より低い数値を示した。



- ①NHK大河ドラマ「武田信玄」撮影協力推進協議会設立・ロケセット建設（小淵沢町）
- ②観光パンフレット作成（竜王町）
- ③企画展「名称武田信玄公展」開催（白根町）
- ④観光案内板・史跡整備（甲府市）
- ⑤「武田信玄」春日居町推進協議会（春日居町）
- ⑥NHK大河ドラマ「武田信玄」関連観光事業等推進協議会発足（甲州市）
- ⑦武田信玄隠し金山祭り開催（丹波山村）

図 3-11 「武田信玄」(1988) 放映を契機に観光振興を行った主な地域

資料：「朝日新聞」, 「山梨日日新聞」をもとに筆者作成

「天と地と」(1969)と「武田信玄」(1988)では、観光客が増加した地域に違いがみられる。「天と地と」放映年次は、富士山と五湖、峡東果実温泉郷、金峰山系秩父多摩の自然観光資源を主とした地域に観光客が増加した。一方の「武田信玄」放映年次は、大河ドラマのロケ地の八ヶ岳とその周辺、武田信玄関連史跡が多い甲府・湯村温泉、峡東果実温泉郷のように、主に大河ドラマに関連した地域に観光客が増加した。

このように、観光客が増加した一方で問題点もみられた。1988年2月に、広告業者が無許可で国指定史跡武田神社の正面に大型の絵看板や仮設トイレなどを設置し、山梨県教育委員会に文化財保護法違反で告発された⁴⁷⁾。また、同月下旬、大河ドラマのロケ地である小淵沢町では観光客によるゴミの投棄が問題となり⁴⁸⁾、「天と地と」放映年に問題視されていなかった史跡の保存活用や環境問題が指摘された。さらに、大河ドラマ放映に便乗した催しが県内各地で行われ、観光客の増加をまねいたが、これは、大河ドラマ放映中の一時的な現象であり、放映後の誘客の持続性が低いことも論調されている⁴⁹⁾。

(3) 放映後

「武田信玄」放映による経済効果は、山梨県の試算で推計350億円とされ⁵⁰⁾、大河ドラマ放映が山梨県の経済に大きな影響を与えた。しかし、放映翌年の1989年には、「武田信玄」に関連した新聞記事等はほとんど見られなくなった。『大河ドラマの50年』(2011)に、小淵沢町に建てられたロケセットの取り壊しの記述⁵¹⁾が見られるだけである。大河ドラマ放映後、小淵沢町は500万円の費用を投じてロケセットを改造し、新たに展示室を設けて誘客を図った⁵²⁾。しかし、思うように観光客は来訪せず、ロケセットの取り壊しが1990年頃に行われた⁵³⁾。

当時の山梨県観光客数は放映前とほぼ同数の3,635万人となり、「武田信玄」の放映による観光客増加は一過性であった。

4. 大河ドラマ「風林火山」の放映(2007年)

(1) 放映前

2005年9月5日に、2007年放映の大河ドラマが山梨県と長野県を舞台とする「風林火山」に決定した⁵⁴⁾。放映決定後、山梨県各地では、大河ドラマを観光活用する取り組みが行われるようになった(表3-2)。

2006年3月から山梨県立博物館で「よみがえる信玄の世界」展(2006年3月28日～5月14日)が催され、武田氏関連の絵図や武具、文書など約130点が展示された。この展示品には、武田晴信画像や武田信玄画像、武田信玄と上杉謙信の戦いを描いた川中島合戦図屏風が含まれていた⁵⁵⁾。4月には、株式会社丸政が「風林火山」の名を冠した駅弁の料理内容を変更し、約10年ぶりに販売を開始した⁵⁶⁾。弁当の中身は栗おこわ、鉄火みそが入ったおにぎりなど、具材に山梨県産品を使用する地産地消がみられた。5月に、山梨県内の民間企業経営者らにより、甲斐の国風林火山博実行委員会と推進協議会が設立され、「甲斐の国風林火山博」の概要を明らかにした。博覧会の開催にあたり、山梨県と甲府市は各々6,000万円の補助金の拠出を決めた。また、山梨県民情報プラザ地下1階に、大河ドラマの撮影に使われた衣装や道具の展示、川中島の

表 3-2 「風林火山」に関連した主な活動（2006 年）

時期	山梨県内の活動
1 月	・山梨県タクシー協会が、2007 年の大河ドラマ放映を契機に観光客が増加すること予測し、観光客に対するサービス向上を図るため利用者のモニター募集を開始。
2 月	・山梨県行政が大河ドラマに関連した観光振興事業費 1 億 1000 万円の予算を計上。
3 月	・山梨県立博物館で「よみがえる武田信玄の世界」展（2006 年 3 月 28 日～5 月 14 日）を開催。
4 月	・「風林火山」弁当の販売が再開。
5 月	・「甲斐の国風林火山博」概要の明示。
6 月	・神の湯温泉で山梨県産品の食材を使い「風林火山」をイメージした創作料理の提供が決定。
7 月	・北杜市でロケセット「北杜風林火山館」の建設が決定。
8 月	・北杜市のロケセット完成。
9 月	・北杜市のロケセットの公開。

資料：「山梨日日新聞」、「朝日新聞」をもとに筆者作成

合戦を視聴できるコーナーを設ける計画を立てられた⁵⁷⁾。6 月には、神の湯温泉ホテル（甲斐市）で、「風林火山」をイメージした料理が作られた⁵⁸⁾。それは、小麦粉を練って作る郷土食みみ、ブドウ粕を飼料に使い育成した甲州ワインビーフ、武田信玄が考案したとされるあわびの煮貝など郷土色豊かな料理である。

7 月に北杜市長坂町小荒間に、ロケセット「北杜風林火山館」を 1 億 7700 万円の費用で建設することが決まり、翌 8 月末に完成して 9 月 7 日に公開された⁵⁹⁾。そして、ロケセットの開館期間は 5 年間と定めて誘客を試みた⁶⁰⁾。

山梨県行政は広報活動の一環として、観光情報誌『富士の国やまなしイベントブック』を作成し、JR 東日本や JR 東海、高速道路の SA などに配布した。また、ポスターを JR の駅舎や 500 ヶ所の公共施設等で掲示するとともに、甲斐の国風林火山博協議会のホームページを作成して観光情報を発信した。さらに、二次元バーコードを活用したスタンプラリーの実施や、県内外の旅行会社に情報を提供して誘客を図った⁶¹⁾。

(2) 放映中

大河ドラマ「風林火山」は、2007 年 1 月 7 日～12 月 16 日まで放映され、年間平均視聴率は 18.7%であった。主人公の山本勘助を俳優の内野聖洋が、武田晴信（信玄）を歌舞伎役者の市川亀治郎（現：市川猿之助）が演じた⁶²⁾。

大河ドラマ放映に伴い、山梨県は 1 月 20 日から甲府市の山梨県民情報プラザで「風林火山博」を開始した。博覧会開始から 11 日目には、同博の入場者数が 1 万人を超えた⁶³⁾。しかし、同博を訪れた観光客からは、博覧会は楽しめたが甲府市の印象が薄い

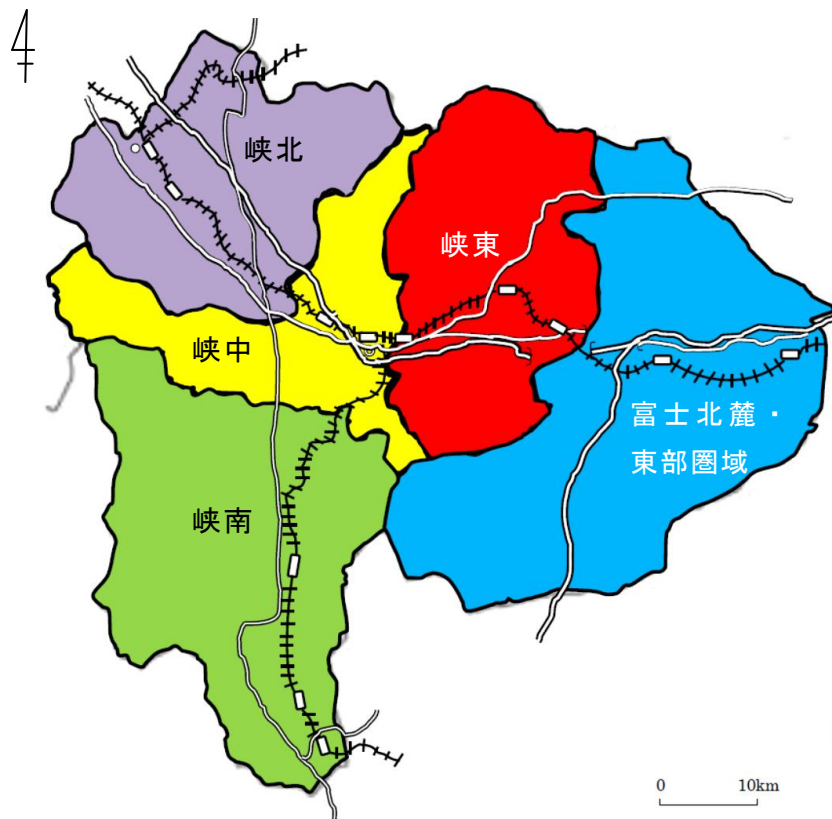


図 3-12 山梨県の観光区域（1999年～現在）

「山梨県観光入込客数調査」をもとに筆者作成

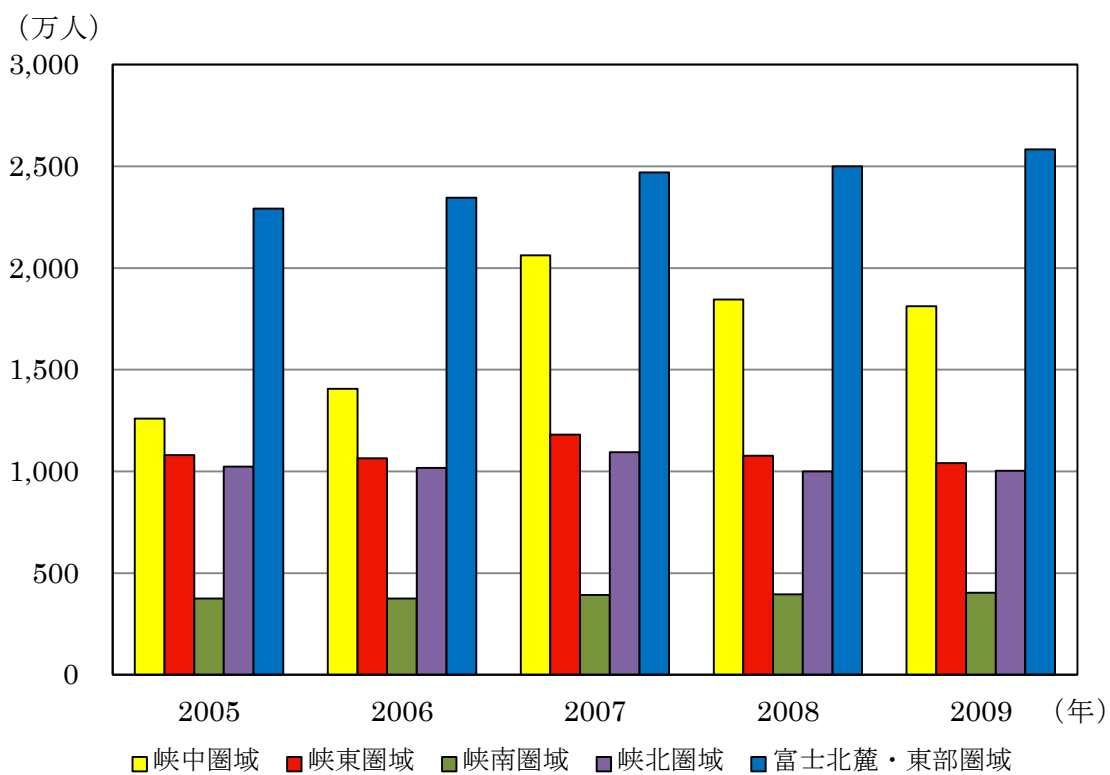


図 3-13 山梨県区域別観光客数の推移（2005～2009年）

資料：「山梨県統計データバンク」をもとに筆者作成

注：1999年より調査区域が変更になった。また、統計方法も観光・宿泊施設等を対象に調査票を送付・回答する観光客動態調査に変更された。

ので、大河ドラマ関連のイベントだけでなく、甲府市の魅力が感じられるまちづくりを希望する意見が出された⁶³⁾。

3月には山梨県が観光客増加を見込んで、甲府市の湯村温泉とJR塩山駅間を結ぶ「風林火山号」の期間限定バス路線を設定した(2007年3月17日～11月26日運行)⁶⁴⁾。巡回先には武田信玄ゆかりの武田神社や恵林寺の名所がある。

そして、4月に山梨県立博物館において「風林火山」特別展「信玄・謙信、そして伝説の軍師」(2007年4月6日～5月20日)が開催された。また、甲府市中心街では観光客を誘うための「甲府中央商店街MAPぶらり街歩き!」が発行された⁶⁵⁾。さらに、毎年4月に開催されている信玄公祭りに、大河ドラマ出演者の内野聖陽と市川亀治郎が招かれた。このような誘客の取り組みにより、信玄公祭りの2007年の観光客数は、前年の観光客65,000人から42,000人増の107,000人となった。

5月に、甲斐善光寺(甲府市)で約80年ぶりに峯薬師像が公開された。この像は、武田信玄が1571(元亀2)年に三河へ侵攻した際、鳳来寺(現:愛知県新城市)から、甲斐に持ち帰ってきたと言われている⁶⁶⁾。峯薬師像は、傷みが激しいため収蔵庫に保管されていたが、甲斐善光寺が東京都の仏教造形研究所に修復を依頼し、「風林火山」放映を機に、同寺が参拝者に公開した。また、5月に行われた観光客数調査によると、甲府市の風林火山博、甲斐善光寺、甲州市の恵林寺、北杜市の風林火山館など、武田信玄ゆかりの場所で観光客が増加した⁶⁷⁾。そして、8月には道の駅富士吉田において、武田二十四将道の駅記念きっぷが販売された⁶⁸⁾。

このような積極的な誘客の取り組みは、山梨県の全域で観光客の増加をもたらした(図3-13)。2007年の観光客数は、武田神社や昇仙峡・湯村温泉を有する峡中圏域が最も多く、前年比1.47倍の2,063万人であった。これに次ぐのが、大菩薩峠・恵林寺を含む峡東圏域の1,180万人(1.10倍)である。以下、八ヶ岳や北杜市を含む峡北圏域が1,095万人(1.08倍)、身延山を含む峡南圏域が3,972万人(1.05倍)、富士山5合目や大月市などを含む富士北麓・東部圏域が2,470万人(1.05倍)である。

甲府市観光協会のボランティアガイドの話によると、「風林火山」放映年の2007年は、武田神社やJR甲府駅前の武田信玄像付近は、多くの観光客で賑わっていたという。

(3) 放映後

放映の翌2008年に、山梨県行政は当初の予定通り、大河ドラマを観光活用した広報は行わず、「風林火山博」で使用した展示物を山梨県民情報プラザ地下1階に移し、「風林火山博なるほど時代館」のコーナーを設けて無料公開した⁶⁹⁾。大河ドラマ放映後の山梨県の観光客数は、富士北麓・東部圏域、峡南圏域は増加し、峡東圏域と峡北圏域は、大河ドラマ放映前とほぼ同じ数値に戻るなど、地域別に増減が生じた。峡中圏域については、前年の2,063万人を下回ったが、山梨県行政がJRと提携してデスティネーションキャンペーン(2008年4～6月)を実施したことで、観光客の大幅な減少を抑えることができ、放映前よりも440万人多い1,846万人を数えた。

また、北杜市のロケセット「北杜風林火山館」は、観光客減少に伴い2008年11月に公開を中止した⁷⁰⁾。「北杜風林火山館」の開館期間は2年3ヵ月となり、当初予定の5年間の半分であった。閉館した「北杜風林火山館」は、映画やテレビのロケ地と

して再び利用されることが決まった。しかし、利用回数は月に1回程度であり、これは北杜市行政の期待とは大きくかけ離れる結果となった。同館は2009年まで利用された後、2010年に解体が行われ設備の一部が山形県鶴岡市の庄内映画村に移築された⁷¹⁾。

第4節 3つの大河ドラマの観光活用に関する山梨県行政の見解

山梨県を舞台とした大河ドラマは、既述のように「天と地と」(1969)、「武田信玄」(1988)、「風林火山」(2007)である。これらの観光活用に関する山梨県行政の見解を整理すると表3-3のとおりである。

高度経済成長期に放映された「天と地と」(1969)は、山梨県行政が歴史上の人物武田信玄を観光活用して観光客の誘致を図った。その一環として、1968年に大河ドラマの放映が決まると、山梨県は甲府駅前に武田信玄像を建立した。放映中は武田信玄の認知度が高まり、観光客の増加につながった。放映後も信玄公祭りを創作し、継続した誘客の取り組みがなされた。

次に、バブル経済期に放映された「武田信玄」(1988)は、武田信玄が再び広く認知される契機となり、観光客が増加して観光振興に寄与することになった。放映後も大河ドラマを活用して誘客を図ろうとした市町村もあったが、観光客は放映前の数値に戻り、現在まで利用されている建物や継続した催事は残っていない。

そして、「風林火山」(2007)では過去2回の大河ドラマ放映による誘客の取り組みに鑑みて、放映中に限定した既述の催事が行われ、放映後は大河ドラマを活用した誘

表3-3 大河ドラマの観光活用に関する山梨県行政の見解

大河ドラマ 内容	天と地と (1969年)	武田信玄 (1988年)	風林火山 (2007年)
武田信玄の認知度	低い：全国的認知度向上を求める。	低迷：全国的な認知度低迷。再認知を望む。	高い：既に全国的に認知されている。
武田信玄の観光活用	観光資源として認知・活用を望む。	観光資源として活用を望む。	常に観光資源として活用。
大河ドラマ放映の影響	認知・誘客に貢献。	再認知・誘客に貢献。	誘客に貢献。
放映前の期待	武田信玄の全国的認知度向上の機会。	武田信玄の再認知・観光振興の機会。	観光振興の機会。
放映後の対応	新たな観光資源の創出。	継続誘客，観光資源の創出。	継続活用せず。
継続活用希望の有無	不明	有	無
継続の有無	有	無	無

資料：山梨県行政の資料，山梨日日新聞，朝日新聞の記事，2015年の山梨県観光振興課に対する聞き取りをもとに筆者作成。

客の取り組みは実施されなかった。

山梨県における大河ドラマ 3 作品の観光活用の効果は、放映時の誘客に寄与した点である。一方、歴史上の人物武田信玄の認知度や観光活用、放映前の期待や放映後の対応、継続活用の有無などは、各大河ドラマの放映で異なった。これは、大河ドラマが放映された時期の社会情勢や観光行政の違いであると考えられる。

第 5 節 むすび

本稿は、大河ドラマ「天と地と」(1969)、「武田信玄」(1988)、「風林火山」(2007)の 3 作品をとりあげ、舞台地となった山梨県における大河ドラマの観光活用の違いを明らかにすることを目的とした。このため、3 作品に関連する文献・資料・新聞記事を詳細に分析し、山梨県庁、甲府市役所において聞き取り調査を行うとともに、甲府市のボランティアガイドから当時の観光客の動向を聴取した。

山梨県では、1956 年に観光事業振興 5 ヶ年計画を立て、戦国武将武田信玄の観光活用を開始した。高度経済成長期の最盛期である 13 年後の 1969 年に、大河ドラマ「天と地と」が放映されると、同年に武田信玄の銅像の建立、放映後の 1970 年に「信玄公祭り」が創作され、これらは観光客の増加に拍車をかけることになった。その反面、武田信玄関連の史跡の荒廃が問題視された。

次作品の「武田信玄」放映に際しては、バブル経済の好景気を背景に、大河ドラマのロケ地建設や武田信玄関連史跡の整備が行われ、大河ドラマの主人公武田信玄の継続した観光活用がなされた。とりわけ小淵沢町は、風林火山館を建設して観光客誘致に積極的に取り組んだ。しかし、放映後の観光客数は放映前の数値に戻り、小淵沢町の継続した誘客は期待はずれとなった。大河ドラマ放映による負の効果としては、観光客によるゴミ投棄や違法駐車など地域住民に対する迷惑行為があげられる。

そして、3 作品目となる 2007 年の「風林火山」においては、大河ドラマ放映の前年と当年に限定した観光活用であり、それは利用者減少による経営不振の甲府市中心商店街の活性化を意図した観光客誘致の新たな取り組みであった。

山梨県では、19 年間隔で大河ドラマ 3 作品が放映され、いずれの作品においても主人公の武田信玄という歴史上の人物が観光活用された。しかし、そこには大河ドラマの作品内容の違いや当時の社会情勢を反映して、個々に異なる観光活用であったといえる。

注

- 1) 大原誠 (1985) : 『NHK 大河ドラマの歳月』, 9-14 頁。
- 2) 前掲 1), 85 頁。
- 3) 鈴木嘉一 (2011) : 『NHK 大河ドラマ大全』, 207 頁。
- 4) 沖縄県読谷村のむら咲きむらや岩手県奥州市江刺区の歴史公園えさし藤原の郷があげられる。
- 5) NHK の資料によると、「八重の桜」(2013) 放映は、東日本大震災の被災地の 1

つである福島県の復興を目的としたものであると述べている。

- 6) 山梨県 (2006) : 『山梨県史通史編 6 近現代 2』, 656 頁。
- 7) 前掲 6), 837-838 頁。
- 8) 前掲 6), 837-838 頁。
- 9) トヨタ自動車株式会社 『高速道路と地域づくり』 (1985), 27 頁。
- 10) 前掲 9) 27 頁。
- 11) 飯田文弥・秋山敬・笹本正治・斉藤康彦 (2012) : 『山梨県の歴史』 年表, 25 頁。
- 12) 前掲 11), 26 頁。
- 13) 前掲 13), 26 頁。
- 14) 富士山 NET <http://www.fujisan-net.jp/data/article/2.html> (2017 年 1 月 16 日取得)。
- 15) 朝日新聞 1968 年 5 月 10 日付「海音寺作の‘天と地と’」。
- 16) 前掲 3), 94-95 頁。
- 17) 朝日新聞 1969 年 3 月 10 日付「このブーム…信玄と謙信」。
- 18) 山梨日日新聞 1969 年 12 月 10 日付「県内 10 大ニュース ‘69⑦戦国ブームで甲府駅前信玄像」。
- 19) 山梨日日新聞 1969 年 4 月 13 日付「信玄公が出陣 甲府駅前広場で除幕式」。
- 20) 大原 (1985) によると、このブームにより、舞台地では「〇〇煎餅」, 「××饅頭」といった新たな商品がつけられたとされている。
- 21) 朝日新聞 1969 年 4 月 9 日付「天と地と」展。
- 22) 朝日新聞 1970 年 1 月 4 日付「謙信のよろい東京で発見」。
- 23) 朝日新聞 1969 年 4 月 18 日付「ブームうんざり信玄の子孫」。
- 24) 山梨日日新聞 1970 年 3 月 29 日付「信玄公祭り 講習軍団の波紋②」。
- 25) 前掲 19)。
- 26) 前掲 24)。
- 27) 朝日新聞 1970 年 3 月 20 日付「国道で‘出陣’お断り」。
- 28) 山梨日日新聞 1970 年 4 月 19 日付「初めての試み軍団出陣には、ケチをつけたり足をひっぱったりするものもいた」。
- 29) 朝日新聞 1970 年 4 月 24 日付「荒れ放題の信玄史跡」。
- 30) 溝尾 (1994) : 『観光を読む地域振興への提言』 78-93 頁。
- 31) 山梨日日新聞 1987 年 5 月 31 日付「武田史跡の PR 強化」。
- 32) 山梨日日新聞 1987 年 7 月 23 日付「信玄ブランドは‘満席’」。
- 33) 「広報こぶちざわ」 昭和 62 年 8 月 1 日, 561 頁。
- 34) 「八ヶ岳ジャーナル」 第 57 号 233 頁。
- 35) 山梨日日新聞 1987 年 9 月 10 日付「信玄ブームに乗り市内の観光地 PR」。
- 36) 山梨日日新聞 1987 年 9 月 6 日付「信玄ゆかりの品 一堂に」。
- 37) 朝日新聞 1987 年 11 月 28 日付「町が信玄館 大河ドラマ便乗商法？」。
- 38) 山梨日日新聞 1987 年 12 月 4 日付「武田ブームの武田信玄神社 マナー悪いぞ観光客」。
- 39) 前掲 3), 136-137 頁。

- 40) 山梨日日新聞 1988 年 1 月 27 日付「温泉と史跡 PR へ‘武田信玄’推進協」。
- 41) 山梨日日新聞 1988 年 1 月 13 日付「掛け軸に信玄公の顔」。
- 42) 山梨日日新聞 1988 年 1 月 27 日付「人気高まる武田神社」。
- 43) 山梨日日新聞 1988 年 4 月 10 日付「意気高く講習軍団出陣信玄公祭りスタート」。
- 44) 朝日新聞 1988 年 4 月 10 日付「ブームに乗って軍団燃える」。
- 45) 朝日新聞 1988 年 6 月 15 日付「山梨・丹波山村で祭り 多摩川清流の里で宝探し・砂金採り」。
- 46) 朝日新聞 1990 年 9 月 14 日付「大河ドラマ‘太平記’の尊氏さま熱烈歓迎 一族ゆかりの足利市」。
- 47) 朝日新聞 1988 年 2 月 17 日付。この業者は告発された後、文化庁による除去命令も聞き入れなかったため、看板等は 4 月 8 日に強制撤去された。
- 48) 朝日新聞 1988 年 2 月 24 日付「信玄旋風 人走らす」。
- 49) 山梨日日新聞 1988 年 12 月 31 日付「観光業者ホクホク無許可看板が波紋」。
- 50) 朝日新聞 1990 年 12 月 6 日付「来るか太田に太平記ブーム」。
- 51) 鈴木嘉一 (2011) :『大河ドラマの 50 年』, 173 頁。
- 52) 山梨日日新聞 1988 年 12 月 31 日付。
- 53) 2017 年 2 月 20 日に小淵沢町総合支所に電話調査を行った際、取り壊しの時期に関しては、現在資料が残っていないため、1990～1991 年頃であると記憶しているが、明確な取り壊し時期は不明であるという回答であった。
- 54) 朝日新聞 2005 年 9 月 6 日付「再来年の大河ドラマ‘風林火山’に‘ぜひロケ地に’地域おこし県期待」。
- 55) 朝日新聞 2006 年 3 月 28 日付「ブーム再燃、熱い期待 きょうから県立博物館‘信玄の世界’展」。
- 56) 朝日新聞 2006 年 4 月 13 日付「NHK 大河ドラマ‘風林火山’期待早くも 企業・自治体、知恵絞る」。
- 57) 朝日新聞 2006 年 5 月 30 日付「風林火山博、来年 1 月から開催 県民情報プラザで、ドラマ衣裳展示など」。
- 58) 朝日新聞 2006 年 6 月 26 日付「飾り、商店街に続々 巨大信玄も 甲府夏祭り、来月 1 日から」。
- 59) 朝日新聞 2006 年 7 月 27 日付「観光客呼び込め‘北杜風林火山館’1 億 7 千万円かけて北杜市がロケセット」。
- 60) 朝日新聞 2006 年 9 月 1 日付「‘風林火山館’が開館 7 日から一般公開」。
- 61) 山梨県行政提供資料。
- 62) 前掲 3), 180-181 頁。
- 63) 朝日新聞 2007 年 2 月 1 日付「風林火山博好調、入場 1 万人超す リピーター確保は…微妙」。
- 64) 朝日新聞 2007 年 3 月 17 日付「武田信玄ゆかりの地など巡るバス‘風林火山号’スタート きょう山梨交通」。
- 65) 朝日新聞 2007 年 4 月 13 日付「街歩きマップ発行‘風林火山博’と連動 甲府商議所など」, 「大河ドラマの舞台・甲府 空洞化問題、山のごとし」。

- 66) 朝日新聞 2007 年 5 月 21 日付「‘家康生んだ仏’戦後初の姿 甲府・甲斐善光寺で‘峰薬師像’一般公開」。
- 67) 朝日新聞 2007 年 6 月 4 日付「GW 県内への観光客、前年比 5%増 274 万人 武田家ゆかりの寺など人気」。
- 68) 朝日新聞 2007 年 8 月 29 日付「道の駅記念きっぷ、武田二十四将が登場 富士吉田」。
- 69) 朝日新聞 2008 年 4 月 8 日付「‘風林火山’効果観光客 4 年ぶり増えたが…」。
- 70) 朝日新聞 2009 年 4 月 11 日付「北杜市フィルムコミッション設立 1 年、苦闘続くエキストラ・ロケ候補地」。
- 71) 「北杜市風林火山館」
<http://www.mapbinder.com/Map/Japan/Yamanashi/HokutoShi/Kazan/Kazan.html>
(2017 年 5 月 17 日取得)

参考文献

- 飯田文弥・秋山敬・笹本正治・齋藤康彦 (2012) : 『山梨県の歴史』 山川出版, 9-47 頁。
- 及川祥平 (2012) : 「祭礼的なる場における歴史表象と偉人表象—山梨県の祭礼・イベントにおける状況を中心に—」 『信濃第 67 巻第 1 号』, 1-18 頁。
- 及川祥平 (2013) : 「『武田信玄の祭祀・表象史』 考察—偉人理想化, 社会背景密接に」 中外日報
- 大原誠 (1985) : 『NHK 大河ドラマの歳月』 日本放送出版協会, 385 頁。
- 河野逸人 (2008) : 『NHK 大河ドラマ大全』 NHK 出版, 94-95, 136-137, 180-181, 200-201 頁。
- 小淵沢町 (1987) : 「広報こぶちざわ」 8 月号, 10 月号
- 小淵沢町 (1988) : 「広報こぶちざわ」 1 月号, 2 月号, 6 月号, 11 月号
- 鈴木嘉一 (2011) : 『大河ドラマの 50 年』 中央公論新社, 337 頁。
- 新谷尚紀 (2010) : 「資源化される歴史—戦国武将と創出される都市祭礼/戦国武将と伝承される民俗芸能—」 『武士と騎士—日欧比較中近世史の研究—』 思文閣出版, 449-476 頁。
- トヨタ自動車株式会社 (1985) : 『高速道路と地域づくり』 トヨタ交通環境レポート, 27 頁。
- 溝尾良隆 (1994) : 「テレビドラマと観光地」 『観光を読む地域振興への提言』, 古今書院, 78-83 頁。
- 八ヶ岳ジャーナル社 (1987) : 「八ヶ岳ジャーナル」 第 57 号, 第 59 号, 第 60 号
- 八ヶ岳ジャーナル社 (1988) : 「八ヶ岳ジャーナル」 第 66 号
- やまなし観光推進機構信玄公祭り実行委員会 「信玄公祭りパンフレット 2015 年」
- 山梨県 (2006) : 『山梨県史通史編 6 近現代 2』 山梨日日新聞社, 798-804, 837-838 頁。
- 山梨県観光部観光企画課 (2005) : 「山梨県観光客動態調査結果」
- 山梨県観光部観光企画課 (2006) : 「山梨県観光客動態調査結果」

山梨県観光部観光企画課（2007）：「山梨県観光客動態調査結果」

山梨県観光部観光企画課（2008）：「山梨県観光客動態調査結果」

山梨県観光部観光企画課（2009）：「山梨県観光客動態調査結果」

山梨県観光部観光企画課（2005）：「全体事業計画」，2-35 頁。

山梨県総務部調査統計課（1965）：「観光」，316 頁。

山梨県観光部観光企画課（2007）「全体事業計画」

風林火山リンク集

http://ictkofu.xii.jp/expo2007/expo2007_link.html（2017 年 4 月 26 日取得）

富士山 NET

<https://www.fujisan-net.jp/data/artcle/2.html>（2017 年 1 月 16 日取得）

北杜市・風林火山館・議事録

<http://www.mapbinder.com/Map/Japan/Yamanashi/HokutoShi/Kazan/Kazan.html>

（2017 年 5 月 17 日取得）

山梨県統計データバンク

https://www.pref.yamanashi.jp/toukei_2/DB/dbindex.html（2016 年 12 月 15 日取得）

歴史のはなし「武田信玄とアワビ」

<http://awab-club.jimdo.com/>（2017 年 4 月 26 日取得）

第4章 大河ドラマの観光活用

—高知県の「功名が辻」(2006年)と「龍馬伝」(2010年)—

第1節 はじめに

1963年から放映が開始した大河ドラマは、2017年現在も放映され、国民に親しまれている。そして、ドラマをテレビ視聴だけでなく、ドラマで舞台地や撮影地となった自治体に訪れる観光客もいる。

大河ドラマが舞台となった自治体に観光客が訪れる現象は、1969年頃からみられるようになり、自治体は誘客に力を入れはじめた(大原1985)。

大河ドラマを活用した自治体の観光活用が活発化したのは、1987年に放映された「独眼竜正宗」からである¹⁾。この大河ドラマの舞台地である宮城県仙台市には多くの観光客が訪れた。これ以降、大河ドラマの舞台地となった自治体では観光活用が推進されることになった。1990年代には、大河ドラマのもつ一時的な誘客効果を継続させようとする自治体が増加し、とくに、「炎立つ」(1993前半)で舞台地となった岩手県奥州市(旧江刺市)では、大河ドラマ放映を契機に、歴史公園えさし藤原の郷が建設され、現在でも大河ドラマや時代劇のロケ地として活用され、誘客の一助となっている²⁾。大河ドラマを活用した観光について、溝尾(1994)が、メディアの持つ流動性が原因となり一過性が強いことを指摘し、継続性の低さを論じている。大河ドラマの影響が一時的なものであることが多い一方、自治体により観光振興は多様であり、影響も異なる。大河ドラマ放映による自治体の影響について考察した、中村(2003)によれば、大河ドラマの舞台地に放映前から訪問者数が増加し、放映年はピークに達するが、放映後は放映前の水準に戻る「一過型」。舞台地に放映前から訪問者数が増加し、放映年がピークになるものの、放映後は放映前より訪問者数が増加する「ベースアップ型」。そして、舞台地に訪問者数の増減がほとんどみられない「無関係型」の3つに分類した。また、前原(2008)は、大河ドラマ放映が観光地のイメージ形成に寄与し、観光地の知名度を高め、持続的な誘客をもたらし、その舞台撮影地への観光客増加のきっかけとして多大な貢献をしていると述べている。さらに、前原(2010)は、大河ドラマ放映は、知名度が高い歴史上の人物のイメージを強化し、知名度の低い人物の掘り起こしにつながると指摘している。

本研究の対象地域である高知市では、2つの大河ドラマで観光誘客に大きな違いがみられた。「功名が辻」では、大河ドラマ放映中、高知市を訪れた観光客数の変化は少なく、放映後の継続性はなかった。しかし、「龍馬伝」では、大河ドラマ放映前から観光客数が増加し、放映中に観光客数がピークを迎え、放映後も観光客数は放映前より高い数値に留まることとなった³⁾。

前掲の大河ドラマを活用した研究は、観光客数の増減に着目した事例が多く、自治体による観光振興の詳細な言及はみられない。このことから、大河ドラマの舞台地となった自治体による観光振興が、観光誘客に影響の有無を考察する必要がある。さらに、大河ドラマの舞台地となった地域住民の意識が観光誘客に影響を与えるかを検討し、自治体による観光振興と地域住民の意識の相互関係が明らかにすることも重要と

考えられる。

以上の点を踏まえ、本稿では、高知市を対象に、大河ドラマ「功名が辻」(2006)と「龍馬伝」(2010)の際に行われた自治体の観光振興と地域住民の意識について報告する。

研究方法は、関連機関を通じた関連文献・資料の収集、大河ドラマ放映を契機に活動を行った行政、市民団体、各種法人、企業などに対する聞き取り調査および観光客へのアンケート調査である。聞き取り調査は、2010年9月、2011年2月、6月、9月に行った。具体的には、2つの大河ドラマ放映時の地域住民の反応、放映時の観光客の特性、高知市の観光振興の継続性について聞き取り調査を行った。また、2010年9月に観光客に対して行ったアンケート調査は、観光客の高知市訪問にあたり、大河ドラマ視聴が有効であるかに着目して行った。なお、本研究におけるアンケート調査あるいは聞き取り調査については、本研究について詳細に説明した後、その結果は本論文作成のみのために使用することで承諾を得ている。また、調査を行った後、複数回やり取りを行い、内容に不備がないか確認のうえ、本論文に記載している。

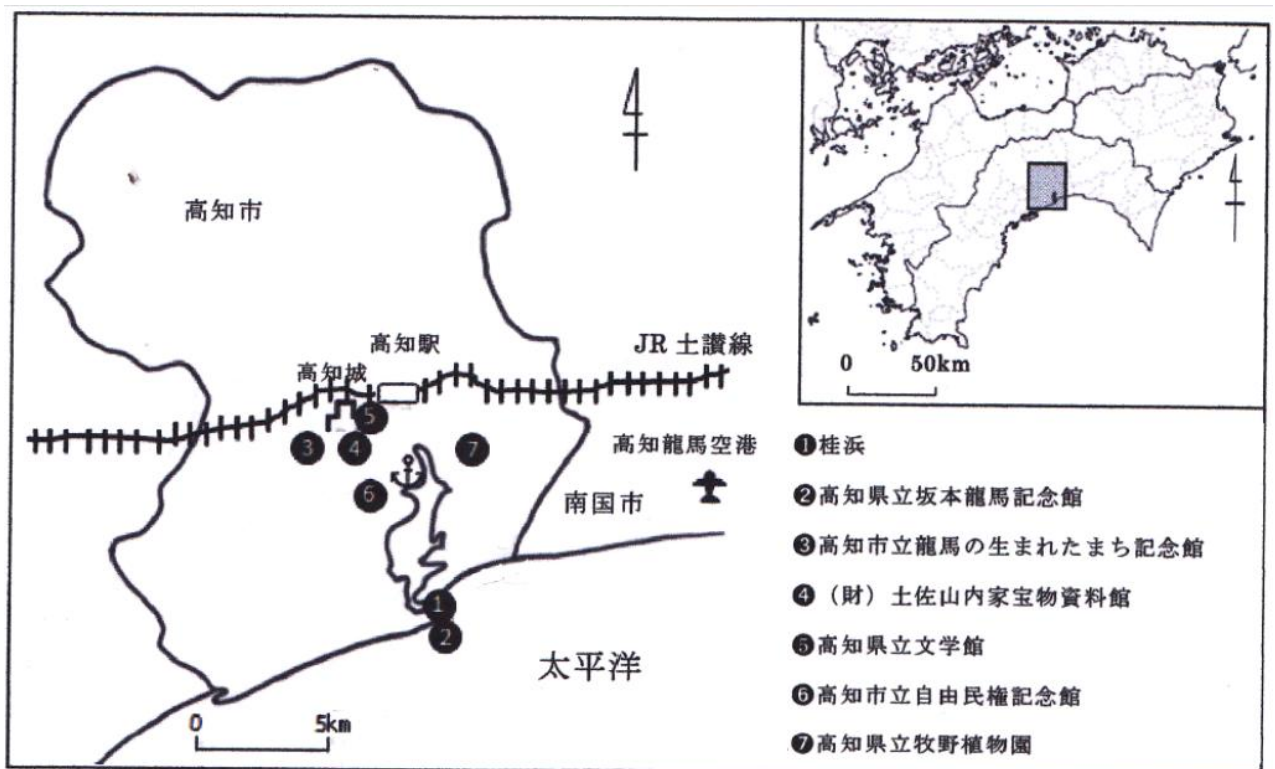


図 4-1 研究対象地域

資料：「公益財団法人高知市観光協会」の地図をもとに筆者作成

第 2 節 大河ドラマの観光活用

1. 大河ドラマ「功名が辻」の観光活用

(1) 「功名が辻」の概略

「功名が辻」は、2006年1月8日から12月10日まで全49話で放映された。主役

の山内一豊役を上川隆也，千代役を仲間由紀恵が演じた。山内一豊が土佐で一国一城の主となる夢を叶えた夫婦の物語であった⁴⁾。

土佐山内家の祖である山内一豊は，1600年の関ヶ原の戦いで徳川方に味方しており，勝利の際，土佐藩を拝領した。しかし，山内一豊の前に土佐を治めていた長宗我部元親の遺臣から反発があり，山内一豊は土佐藩統治に苦しんだ。

その後，山内一豊は大高坂城（現：高知城）の築城をはじめ，土佐藩内の主要地へ有力家臣の配置，土佐藩の支配体制の構築に取り組み現在の城下町の基礎を築いた⁵⁾。

(2)「功名が辻」放映前

高知県は大河ドラマを誘致するために，岐阜県，滋賀県，高知県の3県と協働して大河ドラマ誘致活動を行っていた。そして，2004年に2006年大河ドラマ「功名が辻」放映が決定した⁶⁾。

これを受け，高知県は高知市を中心とした土佐二十四万石博が開催を決定した。しかし，同博の開催を巡り，行政間や民間企業，地域住民から山内家の全国的な知名度の低さが問題点としてあげられ，博覧会を催しても観光客が訪れないのではないかと指摘された。

また，NHKの大河ドラマの内容を反映した大河ドラマ館の建設を提起した際，採算面の理由で行政から建設中止も意見がでた⁷⁾。

2005年9月まで行政と企業での話し合いが続いた結果，博覧会の開催と大河ドラマ館の建設は行われることに決まった。しかし，決定後も行政では，大河ドラマで訪れる観光客を県全体に波及させるため花博を行う提案もされた⁸⁾。



写真4-1 山内一豊の騎馬像
(2010年5月3日 宮本晋之教諭撮影)



写真 4-2 土佐二十四万石博の状況
(2006年4月29日 宮本晋之教諭撮影)



写真 4-3 「二十四万石博」の大型連休中に高知城を訪れた観光客
(2006年5月4日 宮本晋之教諭撮影)

(3) 土佐二十四万石博の開催

土佐二十四万石博は、2006年4月1日から2007年1月8日まで高知城に設置したパビリオン大河ドラマ館を中心として、高知城懐徳館、高知県立文学館の3館で開催された⁹⁾。

同博覧会開催当初、大河ドラマ館の入館者数を40万人と見込んでいたが、6月には目標入館者数を32万人に下方修正を行った。また、博覧会開催期間中には、地域住民から山内家を中心とした博覧会に対する抗議もあった¹⁰⁾。

最終的に博覧会開催期間中の9カ月間で、大河ドラマ館の入館者数は26万人となった。これは、行政が6月に示した目標入館者数を6万人下回った¹¹⁾。

(4) 土佐二十四万石博の効果

この博覧会開催によって2006年の高知県の経済波及効果は、約107億8500万円となった。内訳は、直接効果「土佐二十四万石博」による高知県内直接支出額69億9900万円、間接1次波及効果が23億9000万円であり、間接2次波及効果は18億9600万円となった¹²⁾。

2006年に大河ドラマ放映が終了した後、高知県は大河ドラマに関連し、継続した観光振興を行わなかった。これは、当時高知県行政が、大河ドラマの効果は一過性であると考えていたことが要因である¹³⁾。

以上のことから、「功名が辻」放映後は継続的な誘客は行われず、大河ドラマの効果は一時的なものにとどまった。

2. 大河ドラマ「龍馬伝」の観光活用

(1) 「龍馬伝」の概略

「龍馬伝」は、2010年1月3日から11月28日まで全48話で放映された。主役の坂本龍馬を演じたのは俳優の福山雅治であった。

幕末の志士である坂本龍馬の人生を岩崎弥太郎の視点から描いた内容が放映された¹⁴⁾。

坂本龍馬は、1835年に土佐藩（現：高知県）に生まれた。龍馬は剣術を学ぶために江戸へ上り、一度土佐藩に戻る。その後、1861年に武市半平太と一緒に土佐勤王党を結成し、翌1862年には土佐藩を脱藩した。脱藩後、1865年に商社の亀山社中の設立や、翌1866年の薩長同盟に尽力した。坂本龍馬が起案した「船中八策」は、土佐藩主山内容堂によって幕府に建白され、1867年10月15日に大政奉還が行われた。しかし、坂本龍馬は同年11月に京都近江屋で刺客に襲われ死亡した（松浦2008）。

(2) 「龍馬伝」放映前

大河ドラマ「龍馬伝」の関連イベントとして、2009年8月から高知県全域でプレイイベントが開催された。高知県行政の聞き取り調査によると、坂本龍馬に限らず、大河ドラマの誘致活動は行っていなかった。地方自治体が、短い期間で大河ドラマの主な舞台地となることがなかったためと見解を示した¹⁵⁾。

「龍馬伝」放映決定後、前回の「功名が辻」と同様に、博覧会を開催することが決



写真 4-4 高知県情報発信館「とさてらす」の外観
(2011年10月7日 筆者撮影)



写真 4-5 「とさてらす」に並ぶ観光客
(2010年9月26日 筆者撮影)

まった。この博覧会は「土佐・龍馬であい博」と銘打ち、坂本龍馬を中心に彼に関わる人物の掘り起こしも目的とした¹⁶⁾。

また、高知県全域で2009年に「龍馬伝」関連のイベントが催されはじめ、2009年秋ごろから高知市に観光客が増加し始めた¹⁷⁾。

(3) 「龍馬伝」放映と「土佐・龍馬であい博」

高知県行政は「龍馬伝」放映中に、「土佐・龍馬であい博」を開催した。観光広報活動として旅行会社訪問や街頭宣伝、パンフレットの配布、マスコミ訪問などを行った。並びに、企業とタイアップした広報活動として、ラッピングバスやラッピングジェット、ラッピング列車、レジ袋や名刺などに龍馬伝に関わるキャラクターを使用した。また、公式ガイドブックを発行し、年間で65万部が発行された。さらに、同年、高知市に県内各地の観光地を紹介する高知県観光情報発信館「とさてらす」が開館し、同館に延べ130万人以上が入館した¹⁸⁾。

(4) 「土佐・龍馬であい博」の効果

この博覧会を催すにあたり、日本銀行高知支店は当初、高知県内への経済効果を234億円と試算していた。しかし、2010年4月には経済効果を409億円と上方修正し、最終的には、上方修正した経済効果を上回る535億円の経済効果を高知県にもたらした¹⁹⁾。

「龍馬伝」を契機として、高知県観光情報発信館が高知駅前に開館し、2016年現在も運営されている。大河ドラマ放映後の2011年3月から「志国高知龍馬ふるさと博」が催された(2011年3月5日～2012年3月31日)。これは、高知県が「龍馬伝」で全国的に注目されたことから、継続的な誘客を目的としたものである²⁰⁾。

高知県が「龍馬伝」放映を機に全国的に注目されたため、2011年も坂本龍馬の名前を使用し誘客を試み、博覧会を催した。この博覧会は、花を中心として自然資源を活用した「花咲く高知をめぐる。龍馬のふるさと花絵巻」、体験型観光を中心とした「ほんものの感動にであえる旅。龍馬のふるさとまるごと体験」、高知の偉人を顕彰した「事実はドラマより奇なり。龍馬のふるさと志の偉人伝」、高知の食文化を活用した「こじゃんと旨い！ごちそう天国。龍馬のふるさと食まつり」の四つを中心に展開した博覧会であった²¹⁾。

このように「龍馬伝」を契機に坂本龍馬を活用した観光が高知市および高知県全域で行われた。

3. 「龍馬伝」を活用した観光の問題

高知市では、大河ドラマ放映により観光客が増加し、経済効果もみられた。しかし、地域住民にとって、大河ドラマが及ぼした影響が良かったとはいえない。

高知県行政は、「龍馬伝」効果を継続させるため「志国高知龍馬ふるさと博」を開催した。この博覧会の開催にあたり、当初高知県は、観光客に対する話題提供のため、桂浜に立つ坂本龍馬像の隣に、武市半平太と中岡慎太郎のプラスチック像を並べる企画を立てた。しかし、この企画は高知県民から反発が相次いだ。博覧会運営委員会には、インターネットや電話などで多数の県民の反対意見が寄せられた。このことから



写真 4-6 県民から批判を受けたプラスチック像

(2011 年 10 月 7 日 筆者撮影)

高知県行政は、プラスチック像を桂浜に並べることを延期した。さらに、ツイッターでもこの企画に対して「銅像並べ事件」、「ハリボテ像問題」などの反対や批判の書き込みが多数を占めた²²⁾。

その結果、プラスチック像が桂浜に設置する計画は中止され、当初予定していた武市半平太と中岡慎太郎の両像に坂本龍馬像を追加し、2011 年に高知駅前に設置した。高知県によるこのような「龍馬」ばかりを推進した観光は、地域住民や民間企業も消極的、批判的であった²³⁾。

旅行関連会社の支店長（2011 年当時）は、行政が龍馬中心の観光広報や継続的な観光誘客に対して、同じことを繰り返しても観光客が飽きると意見を述べた²⁴⁾。

また、新聞社が地域住民を対象に行ったインタビュー記事では、実際に話したことと異なった記事が掲載された。地域住民が話した内容は、坂本龍馬は素晴らしいが、坂本龍馬に頼るだけでなく、ほかの観光資源に目を向けることも必要であるといった内容であった。しかし、実際の記事では、坂本龍馬中心の観光を推進しているような意見として記された²⁵⁾。

大河ドラマを継続活用することに、地域住民と民間企業から否定的な意見がだされた。これは、行政による観光振興が坂本龍馬に偏りをみせたためと思われる。

4. 誘客効果の検証

(1) 「功名が辻」の場合

「功名が辻」が放映された 2006 年の高知県の観光客数は 322 万人であった。放映前の 2004 年と 2005 年の観光客数が各々 307 万人であったことから、「功名が辻」放映時には、県全体の観光客数が 15 万人増加していることが分かる。放映終了後の 2007

年と2008年の観光客数は、県全体で305万人となり、放映前よりも2万人減少している。これは、2007年に高知―大阪間のフェリー運航が廃止されたことが原因の一つであると考えられる²⁶⁾。

次に、高知市の観光客数をみると、2004、2005年は200万人であり、放映年次の2006年には209万人が高知市を訪れている。しかし、その後の2007、2008年には198万人となり、同市への観光客数の減少がみてとれる。

(2)「龍馬伝」の場合

前述したように、2007、2008年の訪問者数は県全体で305万人であり、2007、2008年の高知市訪問者数は約198万人である。同大河ドラマ放映前年の2009年に高知市訪問者数は205万人となった。さらに、同大河ドラマが放映された2010年に高知市訪問者数は283万人となり、2009年比138%となった。これは、2003年に高知県観光振興部観光政策課が県外観光客入込調査の推計方法を見直して以来、最も多い入込者数となった²⁷⁾。

これだけ多くの観光客を誘引できたのは、大河ドラマの内容、坂本龍馬という大河ドラマ放映前から知名度の高い人物を扱っただけでなく、坂本龍馬役を演じた福山雅治の人気も寄与していると考えられる。佐々木(2000)の述べる誘引要因²⁸⁾として、2006年よりも2010年の大河ドラマの方が強かったことが考えられる。これは、主人公となった龍馬関連施設の入込者数からも推察することができる。「龍馬伝」の主役である坂本龍馬に直接関連する施設「高知県立坂本龍馬記念館」と「高知市立龍馬の生まれたまち記念館」は、2009年から利用者数を伸ばし、大河ドラマ放映年には、2009年を大きく上回った²⁹⁾。

また、2010年11月は龍馬月間と称し、桂浜公園全体を会場として、龍馬をテーマにしたイベント「第37回龍馬まつり in 桂浜」を催した。加えて、坂本龍馬が生まれ育った地域を見直し、龍馬の功績をふり返る神事を行う「第32回龍馬誕生祭」を龍馬誕生地碑前でとり行った。また、「龍馬ゆかりの道ツーデーウォーク in 高知」は、龍馬が生まれたまち、鏡川、坂本家墓所などを自分の足で訪ねるイベントを開催し、桂浜公園内の坂本龍馬像の隣に特設展望台を設置し、太平洋を臨むイベント「龍馬に大接近」が催された。

さらに、「幕末ゆめ道場『幕末維新の土佐』～博物館学芸員巡回講座～」を開催し、土佐が輩出した偉人の活躍や、彼らを育んだ土佐の文化について地域住民や観光客が学べる場を設けた。高知市では、高知電気ビルで、「郷土のくらし」と「龍馬ブームの変遷汗血千里の駒～日露戦争～龍馬伝」が2010年12月に行われた³⁰⁾。まさに、1年間を通して「龍馬伝」放映を活用し続け、高知市を中心に、県内各地で誘客に力を入れた年と言える。

(3)「功名が辻」と「龍馬伝」の誘客効果の相違

地域住民の関心度の高さも「功名が辻」と「龍馬伝」では異なっているようにみうけられる。この両大河ドラマ放映前年(2005年と2009年)に土佐観光ボランティアガイド協会がボランティアガイドを募集した。「功名が辻」放映前年の2005年にボラ

ンティアガイドを募集した際には、募集定員数に満たなかったが、「龍馬伝」放映前年の2009年は募集定員数を上回る応募があった³¹⁾。このことから、地域住民の関心度の高さの違いが考えられる。

「功名が辻」放映の際は、高知県が大河ドラマを目的に訪れる観光客に対しては、大河ドラマ関連施設以外の紹介は不要であると考えた³²⁾。これは、前原（2008）の論じる「大河ドラマの内容や歴史上の人物の影響力」が関係してくる。筆者はさらに、原作も影響していると考ええる。大河ドラマ「功名が辻」の原作者である司馬遼太郎は多くの作品を著し、多くの国民に知られた作家である。2006年に大河ドラマになった「功名が辻」の原作『功名が辻』全4巻（1965）は、累計発行部数395万部である（『ダカーポ』2005年9月7日号）。これは、司馬の最も累計発行部数が多い『竜馬がゆく』全8巻（1963-1966）の累計発行部数2,125万部と5倍以上のひらきがある。累計発行部数が知名度に直接影響すると断定はできないが、多少の影響があることを推察できる。

第3節 大河ドラマに関連した催事

表4-1 高知市における大河ドラマに関連した催事

年	博覧会・イベント	主催	開催期間
2005	特になし	—	—
2006	土佐二十四万石博	高知県土佐二十四万石博推進協議会	2006年4月1日～ 2007年1月8日
2007	プレ花・人・土佐であい博	高知県花・人・土佐であい博推進協議会	2007年10月1～ 11月30日
2008	花・人・土佐であい博	高知県花・人・土佐であい博推進協議会	2008年3月1日～ 2009年2月1日
2009	土佐・龍馬であい博 プレイベント	高知県土佐・龍馬であい博推進協議会	2009年8月1日～ 2010年3月27日
2010	土佐・龍馬であい博	高知県土佐・龍馬であい博推進協議会	2010年1月16～ 2011年1月10日
2011	志国高知龍馬 ふるさと博	高知県志国高知龍馬ふるさと博推進協議会	2011年3月5日～ 2012年3月31日
2012 2013	リョーマの休日	高知県観光 コンベンション協会	2012年4月1日～ 2014年3月31日
2014 2015	リョーマの休日 ～高知家の食卓～	高知県観光 コンベンション協会	2014年4月1日～ 2015年展開

資料：高知県観光振興部の資料をもとに筆者作成

1. 高知県観光振興部の取り組み

2005年から2015年³³⁾までの主な博覧会・イベントは、表4-1に示すとおりである。2006年の「功名が辻」放映を契機に、高知県は博覧会の取り組みを開始した。それ以前は、年間を通して博覧会やイベントは行っていない。

大河ドラマの舞台となった地域は、各自治体により規模の大小はあるものの、全国的な傾向として、大河ドラマに関する博覧会やイベントを催している。「功名が辻」が放映された2006年には、高知県が主催となり各種博覧会やイベントを催した。しかし、博覧会の会場となった高知市では取り組みを行わなかった。高知市では、「功名が辻」が放映された年に観光客が例年より10万人程多い209万人となった。しかし、放映後の観光客数は、放映前より微減し、197万人となった。

2010年に放映された「龍馬伝」の場合は、放映前年から高知県行政が主催となり、県内全域で取り組みを行い、県全域の自治体で各種博覧会やイベントが催された。

大河ドラマ放映後、高知市の観光客数は250万人程度で推移している(図4-2)。一方、「龍馬伝」が放映年には高知市に283万人の観光客が訪れた。「龍馬伝」放映前まで高知市の観光客数が200万人程度であったことを考えると、放映中は観光客が83万増加し、放映後は50万人程増加し、推移している。これは、「龍馬伝」放映が契機となって観光客が増加したと考えられる。同じ高知市を舞台とした2つの大河ドラマでも、誘客数に大きな違いが出た。

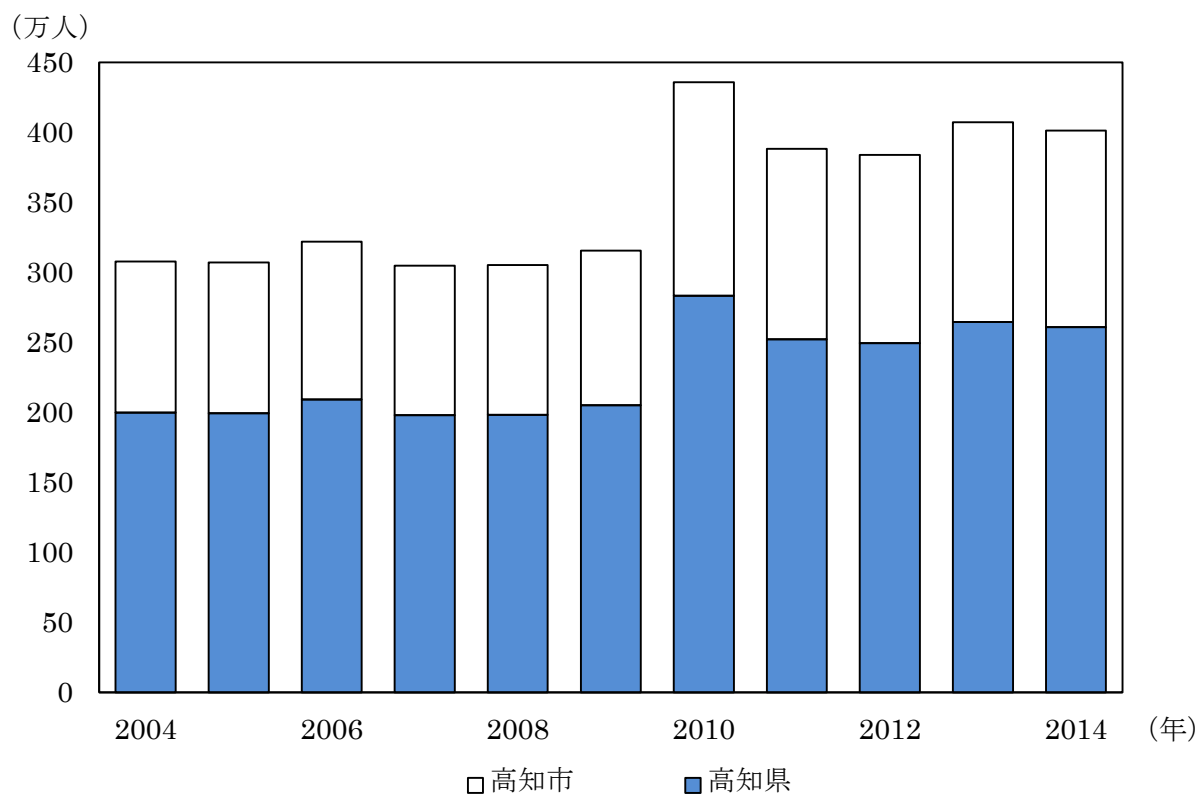


図4-2 高知県と高知市の観光客数の推移

資料：高知市商工観光振興部観光振興課の資料をもとに筆者作成

2. 観光客増加の要因

(1) 高速道路割引料金の効果

「龍馬伝」放映の際には「功名が辻」放映時にはなかった、高速道路休日割引制度（2009年3月28日～2011年6月19日）が実施されていたことがあげられる³⁴⁾。この割引制度を利用した自動車は高速道路料金が軽減されていた。このことが2010年に観光客数が増加した要因になったと考えられる。

(2) 主演俳優による影響

大河ドラマの舞台地を訪れる年齢層は、50代、60代が多い。この年齢層は、大河ドラマを多く視聴している層である。「放送研究と調査」（2001～2015）をもとに、筆者が大河ドラマ視聴者層の割合を算出した結果によると、大河ドラマ視聴者は50代以上が多くなる傾向がみられた。「功名が辻」は例年と同様の傾向がみられ、「龍馬伝」放映では、視聴者層は50代、60代が多かった一方、20代、30代の視聴者も微増しており、比較的若い年齢層の視聴者を獲得していた³⁵⁾。

資料や分析方法は異なるものの、高知県観光振興部が「功名が辻」放映中の2006年6月に行ったアンケート結果も、観光客の年齢層は50代、60代が多いという共通点がみられた。³⁶⁾

一方、筆者が2010年9月に行った「龍馬伝」のアンケート調査（256人）³⁷⁾では、高知市を訪れた観光客は、20代、30代が123名（47%）であり、2006年に訪れた観光客の年齢層と比較して低く、視聴者層と比例している傾向がみられた。これには、主役の坂本龍馬を演じた福山雅治の人気の高さが影響したと考える。なお、インターネットの記事でも、福山雅治の人気の高さが大河ドラマ舞台地の誘客に影響があったことが述べられていた³⁸⁾。また、2011年2月の聞き取り調査の際、土佐観光ボランティアガイド協会では、観光客に対応していたガイドも次のように述べた。

「龍馬伝に関しては、坂本龍馬を福山雅治さんが主役を演じたということも大きいと思います。お客さんも比較的若い人が多かったように感じます。」

以上のことから、自治体の誘客活動だけでなく、大河ドラマの登場人物を演じている俳優も誘客に影響を与えていることが考えられる。

(3) 自治体の継続的な誘客活動

「功名が辻」の際には、継続的な誘客活動は行わなかった。しかし、「龍馬伝」では、観光客の増加を見据え、放映後にも継続的な誘客活動を行った。また、高知県行政の誘客は、話題性のある坂本龍馬を中心としているが、観光客が高知県の自然や偉人、体験観光、伝統料理などにも興味を抱ける博覧会に展開していた。この博覧会は名称を「高知の食卓」に変え、2016年現在も継続して事業展開をしている。

3. 高知市内施設利用者の推移

高知市内の大河ドラマに直接関連する施設の利用者数の推移を表すと、以下のとお

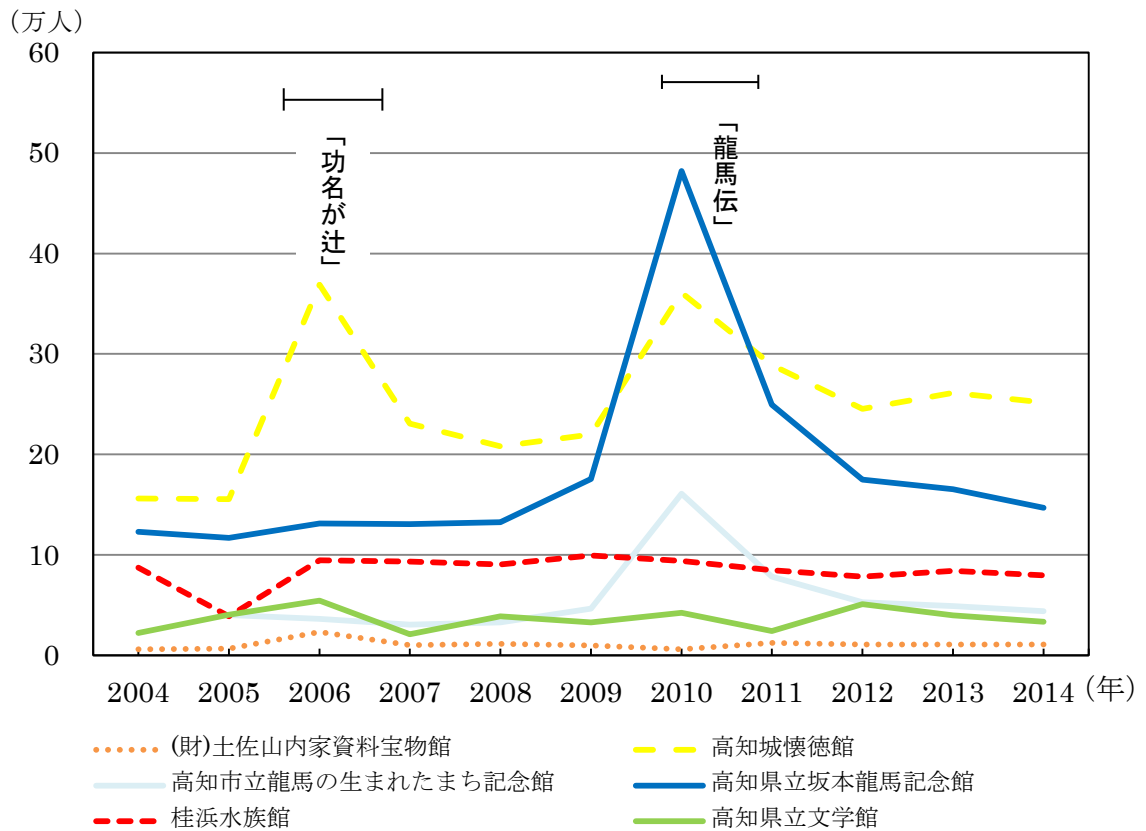


図 4-3 大河ドラマ関連施設利用者数の推移

高知県観光振興部観光政策課の資料をもとに筆者作成

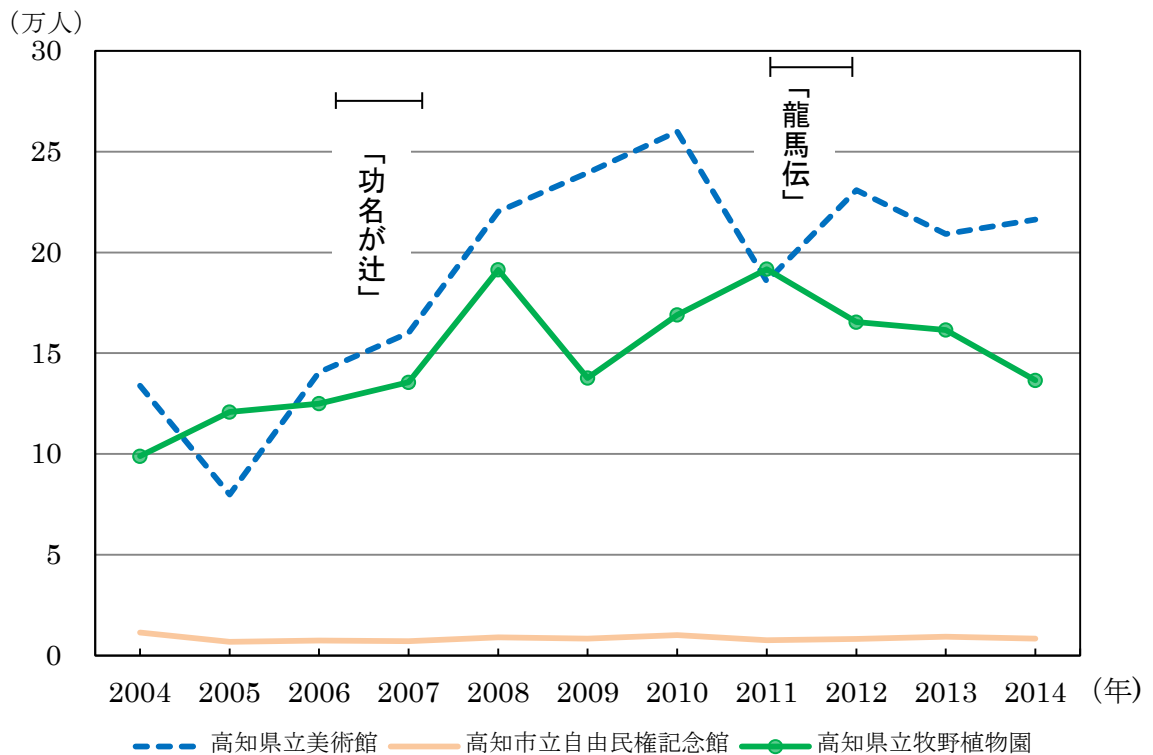


図 4-4 大河ドラマ関連施設以外の利用者数の推移

資料：高知県観光振興部観光政策課の資料をもとに筆者作成

注：高知県立美術館の利用者増加理由は、貸館事業の入館者数を加えるようになったためである。

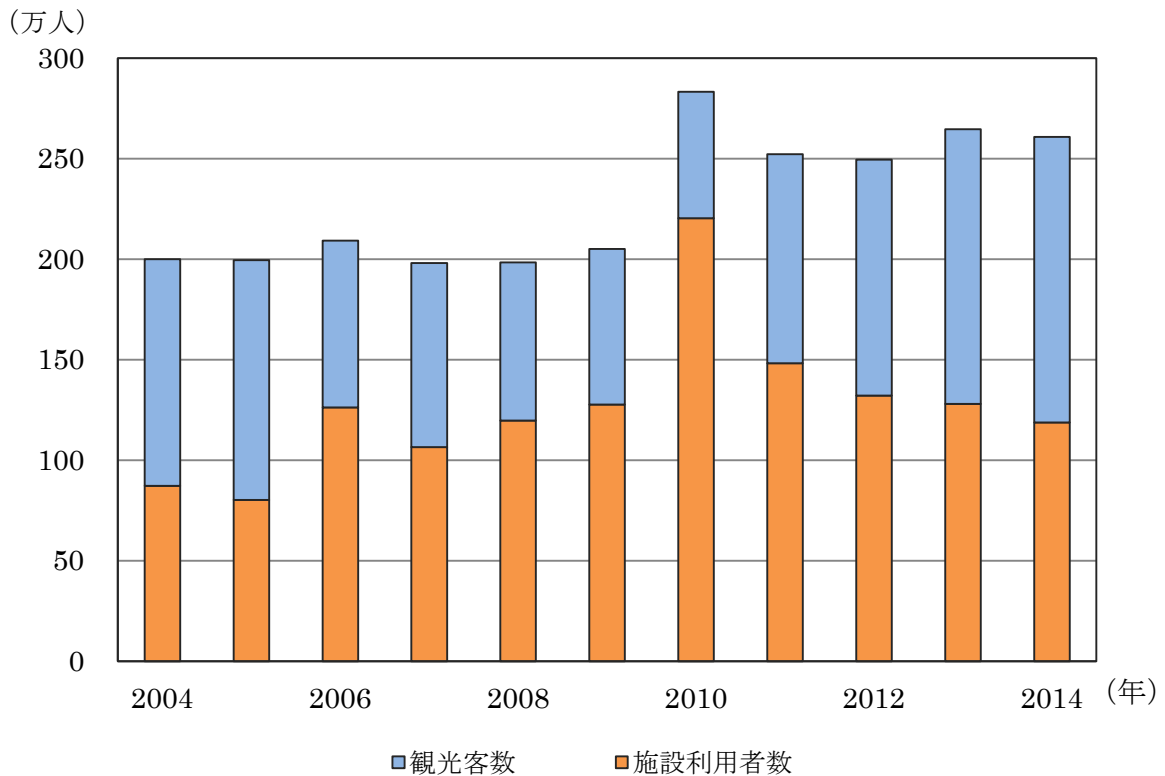


図 4-5 高知市の観光客数と施設利用者数の推移

資料：高知県観光振興部観光政策課の資料をもとに筆者作成

りである。

「功名が辻」放映の 2006 年には、主会場となった高知城懐徳館の利用者数が 15 万人（2005 年）から 37 万人（2006 年）に増加している。また、財団法人土佐山内家宝資料館（6 千人から 2 万人に増加）と高知県立文学館（4 万人から 5 万人に増加）も同年に利用者増加の傾向がみられた。これは、高知城と高知城文学館が博覧会の中心となったことが大きな要因である（図 4-3）。

2010 年の「龍馬伝」放映時には、高知県立坂本龍馬記念館には 17 万人（2009）から 48 万人（2010）と高知市立龍馬が生まれたまち記念館の坂本龍馬関連施設の利用者数が 4 万人（2009）から 16 万人（2010）に急増した。両施設とも前年比 250%以上の伸びがみられる。また、高知城懐徳館も 2009 年の 22 万人から 36 万人に利用者が増加している。

一方、大河ドラマに直接関連しない施設利用者数の推移をみると、大河ドラマ放映年に関係なく増減している（図 4-4）。これにより、大河ドラマに直接関連しない施設の数には、大河ドラマは大きな影響を与えないことが分かる。

大河ドラマに関連した情報は提供できるが、ドラマの内容や人物に関連しない情報提供は極めて少なく、限定された情報だけが発信される。これにより、大河ドラマに関連しない施設等に関しては、同じ自治体内でも、利用者数に影響が少ないことが認められた。

第4節 むすび

高知市は、「功名が辻」（2010）と「龍馬伝」（2010）の2つの大河ドラマの舞台地となった。しかし、両大河ドラマで誘客数と行政の取り組みに違いが表れた。「功名が辻」は土佐藩主山内氏、「龍馬伝」は坂本龍馬がそれぞれ主人公であり、両者に関連した博覧会・イベントが高知県主催で開催された。「功名が辻」の場合、観光客数の増加は一時的なものにとどまり、高知市及び高知県は継続した観光誘客を行うことを考えていなかった。

一方、「龍馬伝」は放映前年から観光客数が徐々に増加し、放映後も観光客の増加が続いた。この要因として、高知県が2006年の反省をふまえ、放映後も坂本龍馬に関連した博覧会を催し、誘客を行っていることが考えられる。ただし、坂本龍馬に関連した施設利用者数は、放映前の数値に戻っている。このことから、観光客は坂本龍馬を目的に訪れているだけではなく、高知市内の他の観光資源に興味を持ち、訪れている可能性が指摘できる。

しかし、「龍馬伝」放映が契機となり、放映後も県や市が坂本龍馬の名を冠したイベントを継続して行ったことが、高知市の観光誘客の一助になったといえる。

注

- 1) 河野（2011）：『NHK大河ドラマ大全』，195頁。
- 2) 前掲1)と同様および2015年7月2016年6月に行った筆者の聞き取り調査による。
- 3) 高知県観光振興部（2005～2015）の資料より引用。
- 4) 前掲1) 178－179頁。
- 5) 工藤（2004）：『藩と城下町の事典』，555－559頁。
- 6) 土佐二十四万石博実行委員長に対して、2010年に行った筆者の聞き取り調査による。
- 7) 前掲6)。
- 8) 高知県観光振興部の資料より引用。
- 9) 前掲8)。
- 10) 前掲6)。
- 11) 前掲8)。
- 12) 四国銀行キャピタルリサーチの資料を引用。
- 13) 前掲6)。
- 14) 前掲1)。
- 15) 2010年と2011年に高知県観光振興部に対して行った筆者の聞き取り調査による。
- 16) 前掲15)。
- 17) 高知県観光振興部の「県外観光入込調査結果2010年」より増加傾向がみられる。また、土佐観光ガイドボランティア協会、高知県観光振興課に対する筆者の聞き取り調査による。

- 18) 前掲 8)。
- 19) 日本銀行高知支店の資料より引用。
- 20) 前掲 15)。
- 21) 前掲 15) および高知県観光振興部の資料による。
- 22) 2011 年に地域住民に対して行った筆者の聞き取り調査および「朝日新聞」2月24日付より一部引用。
- 23) 前掲 22)。
- 24) 2011 年 6 月に筆者が行った聞き取り調査による。
- 25) 前掲 24)。
- 26) 前掲 8)。
- 27) 前掲 8)。
- 28) 佐々木 (2000) によると「旅行という行動の範囲内で人々に具体的な目的地を選好させる動機や理由になる要因」として定義している。
- 29) 前掲 8)。
- 30) 前掲 8)。
- 31) 2010 年 9 月と 2011 年 6 月と 9 月に土佐観光ガイドボランティア協会に対して筆者が行った聞き取り調査による。
- 32) 前掲 6)。
- 33) 高知県行政による、大河ドラマ放映を活用した観光政策を総観するため「功名が辻」放映前から「龍馬伝」放映後 2016 年現在に至るまでを一覧とした。
- 34) 2010 年当時、この高速道路休日割引制度を自動車で利用すると、四国島外の観光客は、2,000 円～3000 円程、四国内の観光客は 1,000 円で高知市を訪れることができた。

2006 年に、自家用車で高速道路を利用して高知市を訪れた場合、福岡 IC から瀬戸大橋経由で高知 IC まで片道 15,050 円。また、都内から瀬戸大橋経由で高知 IC までの 19,400 円であった。しかし、2010 年に高速料金休日特別割引で訪れた場合、福岡 IC から高知 IC の区間は 2,000 円、都内から高知 IC は、2,200～2,500 円程で利用することができた。
- 35) 「放送研究と調査」(2001～2015) の資料をもとに、筆者が大河ドラマ視聴者層の割合を算出した結果による。この結果によると、大河ドラマ視聴者は 50 代以上が多くなる傾向がみられた。「功名が辻」は例年と同様の傾向がみられ、一方「龍馬伝」放映では、20 代、30 代の視聴者が微増し、比較的若い年齢層の視聴者を獲得していた。
- 36) 高知県観光振興部が 2006 年 6 月に行ったアンケート調査結果である。
- 37) 筆者が 2010 年 9 月に観光客に対してアンケート調査を行った (265 名)。回答者の年齢層は、10 代 (3%), 20 代 (23%), 30 代 (25%), 40 代 (13%), 50 代 (18%), 60 代 (14%), 70 代 (4%) であった。
- 38) <http://diamond.jp/articles/-/8398> (2011 年 1 月 7 日取得) より一部引用。

参考文献

- 大原誠（1985）：『NHK 大河ドラマの歳月』，日本放送出版協会，385 頁。
- 工藤寛正編（2004）：『国別藩と城下町の事典』，東京堂出版，656 頁。
- 河野逸人（2011）：『NHK 大河ドラマ大全』，NHK 出版，197－228 頁。
- 佐々木土師二（2000）：『旅行者行動の心理学』，関西大学出版，410 頁。
- 鈴木嘉一（2011）：『大河ドラマの 50 年』，中央公論新社，337 頁。
- 中村哲（2003）：「観光におけるマスメディアの影響—映像媒体を中心に—」前田勇編『21 世紀の観光学—展望と課題—』学文社，83－100 頁。
- 前原正美（2008）：「メディア産業と観光産業—大河ドラマと観光ビジネス—」『東洋学園大学紀要 16』，131－150 頁。
- 前原正美（2010）：「メディアによる観光誘致の現状と課題—石田光成の旗印「大一大万台吉」の意義とマスメディア—」『日本観光研究学会第 25 回全国大会論文集』，301－304 頁。
- 松浦玲（2008）：『坂本龍馬』，岩波新書，220 頁。
- 溝尾良隆（1994）：『観光を読む—地域振興への提言—』，古今書院 78－89 頁。

第5章 「龍馬伝」放映年の観光客の実態

第1章 高知市の観光客の特性

1. 調査の目的と方法・内容

本調査は、高知市の観光客の特性を明らかにするために、観光客に対するアンケート調査を実施した。

場 所：高知城追手門

実施日：2010年9月10日（金）〔晴〕，11日（土）〔晴〕，12日（日）〔晴〕

方 法：面接方式によるアンケート

内 容：後掲の高知市観光客に対するアンケート調査票のとおり

2. 集計結果

高知市を訪れた観光客に対するアンケート調査では、256人からの回答を得た。集計結果を整理すると表5-1のとおりである。

表5-1 高知市観光客のアンケート調査結果（1）

（単位：人）

質問	性別		年齢							同行者						
	男性	女性	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	一人	友人	家族	学校の団体	職場の団体	旅行会社ツアー	その他
合計	151	105	8	59	64	35	47	37	11	49	59	103	1	20	4	16

質問	交通手段										
回答区分	自家用車	観光バス	高速バス	路線バス	JR	タクシー	飛行機	フェリー	路面電車	バイク	その他
合計	111	19	21	16	33	4	60	4	10	3	36

表 5-1 高知市観光客のアンケート調査結果（2）

（単位：人）

質問	出発地															
	東京都	神奈川県	兵庫県	大阪府	愛知県	埼玉県	高知県	京都府	愛媛県	千葉県	広島県	茨城県	滋賀県	岡山県	徳島県	奈良県
回答区分																
合計	22	19	19	18	15	12	12	11	11	9	9	8	7	7	7	6
回答区分	大分県	宮城県	香川県	群馬県	栃木県	長野県	岐阜県	静岡県	和歌山県	鳥取県	石川県	三重県	山口県	福岡県	鹿児島県	沖縄県
合計	6	5	5	4	4	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2
回答区分	北海道	青森県	山形県	新潟県	富山県	福井県	島根県	宮崎県	アメリカ	オランダ	スイス					
合計	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1					

質問	高知市の観光認知手段								滞在日数（含予定）				
	以前に 来訪	知人・ 家族の 紹介	イン ター ネッ ト	パン フレ ット	テレ ビ	新聞・ 雑誌	ラジ オ	その 他	日帰 り	1泊 2日	2泊 3日	3泊 4日	4泊 5日 以上
回答区分													
合計	45	38	31	14	53	26	0	65	40	119	69	10	7

表 5-1 高知市観光客のアンケート調査結果（3）

（単位：人）

質問	高知城観光前後の高知市の訪問地（観光地）													
	桂浜		高知市立龍馬の 生まれたまち記念館		高知県立美術館		高知県立文学館		高知県立坂本龍馬記念館		高知県立牧野植物園		桂浜水族館	
回答区分	前	後	前	後	前	後	前	後	前	後	前	後	前	後
合計	121	64	29	23	5	5	4	6	51	30	5	2	8	4
質問	高知城観光前後の高知市の訪問地（観光地）													
	記念館 高知市立自由民権		はりまや橋		横山隆一記念まんが館		日曜市		その他					
回答区分	前	後	前	後	前	後	前	後	前	後				
合計	1	5	60	29	0	0	20	8	55	67				

質問	訪問回数					大河ドラマ放映 による来訪		再来訪希望		
	はじめて	2回	3回	4回	5回以上	はい	いいえ	ぜひ来たい	機会があれば来たい	来たくない
回答区分										
合計	135	47	22	8	34	121	126	95	139	2

3. 高知市の観光客の特性

観光客に対するアンケート調査結果をもとに、高知市の観光客の特性を分析すると、以下のとおりである。

(1) 利用者の性別

高知市を訪れる観光客は、「男性」が256人中151人(59.0%),「女性」は105人(41.0%)であり、男性の方が女性よりもやや多い(図5-1)。

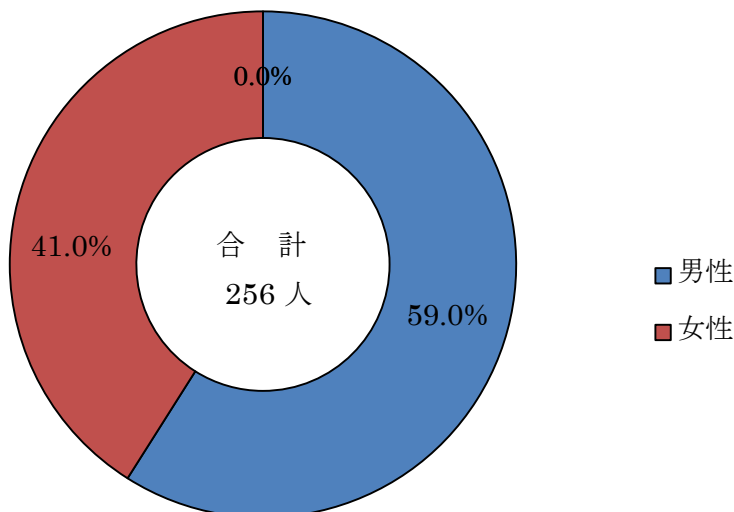


図5-1 高知市を訪れる観光客の性別

資料：2010年9月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

(2) 年齢構成

年齢構成をみると「30代」が最も多く256人中64人(24.5%)である。続いて「20代」が59人(22.6%)である。以下、「50代」が47人(18.0%)で、60代が37人(14.2%),「40代」が13.4%,「70代」が4.2%,「10代」が3.1%の順となっている。今回の調査結果では、20代と30代の観光客が2割以上であり、10代と70代の観光客は、双方とも5%に満たない(図5-2)。

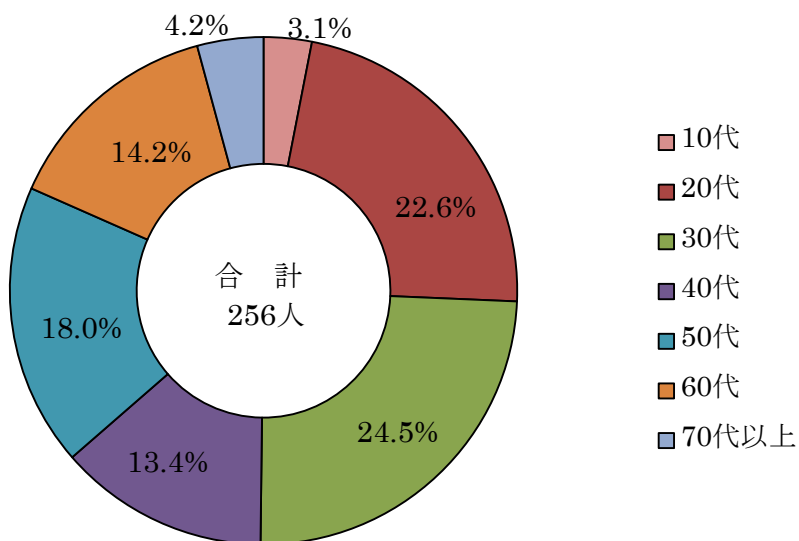


図5-2 高知市を訪れる観光客の年齢構成

資料：2010年9月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

(3) 同行者構成

同行者構成で最も多い回答は「家族」であり、256人中103人(40.9%)となった。次いで、「友人」が59人(23.4%)、以下、「一人」が49人(19.4%)、「職場の団体」が20人(7.9%)、「その他」が16人(6.3%)、「旅行会社ツアー」が4人(1.6%)、「学校の団体」が1人(0.4%)である(図5-3)。なお、「旅行会社ツアー」と「学校の団体」の回答数が少ないことについては、双方とも団体旅行のため滞在時間が制限されており、アンケートに回答する時間がなかったことをあげておく。

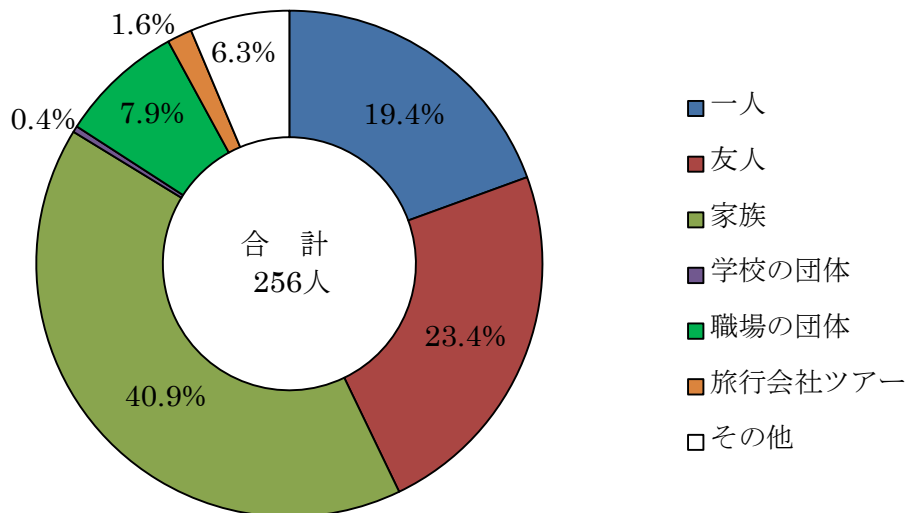


図5-3 高知市を訪れる観光各の同行者

資料：2010年9月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

(4) 交通機関

高知市を訪れる交通機関については、複数回答方式で調査した。最も多い回答は「自家用車」111回答(34.7%)であり、続いて「飛行機」が60回答(18.8%)、「その他」が36回答(11.3%)、「JR」が33回答(10.3%)、以下、「高速バス」が21回答(6.6%)、「観光バス」が19回答(5.9%)、「路線バス」が16回答(5.0%)、「路面電車」が10回答(3.1%)、「バイク」が6回答(1.9%)、「タクシー」と「フェリー」が各4回答(1.3%)となっている(図5-4)。

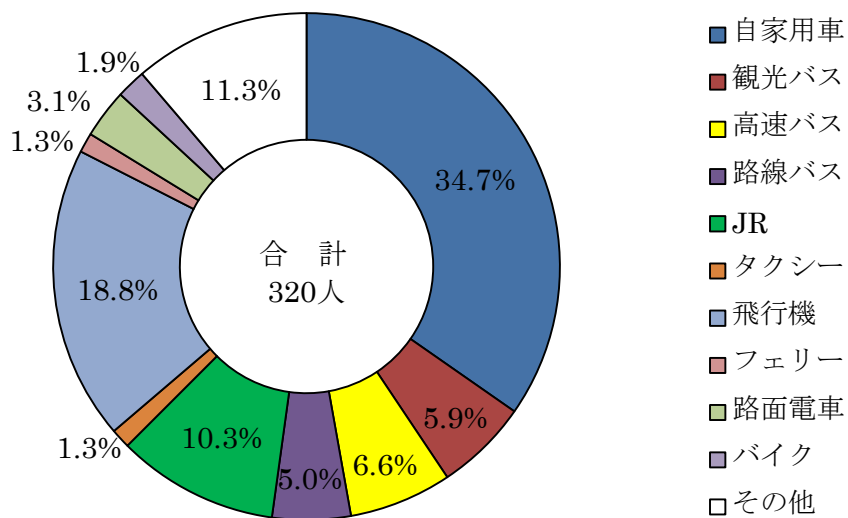


図5-4 高知市を訪れる観光客の利用交通機関

資料：2010年9月のアンケート調査をもとに筆者作成

(5) 観光客の出発地

観光客の出発地で最も多いのは「東京都」の22人(8.6%)、次いで「神奈川県」、「兵庫県」が19人(7.4%)、「大阪府」が18人(7.0%)、「愛知県」が15人(5.9%)であり、大都市から訪れた人が多いことが分かる。また、海外客の回答もあった(図5-5)。

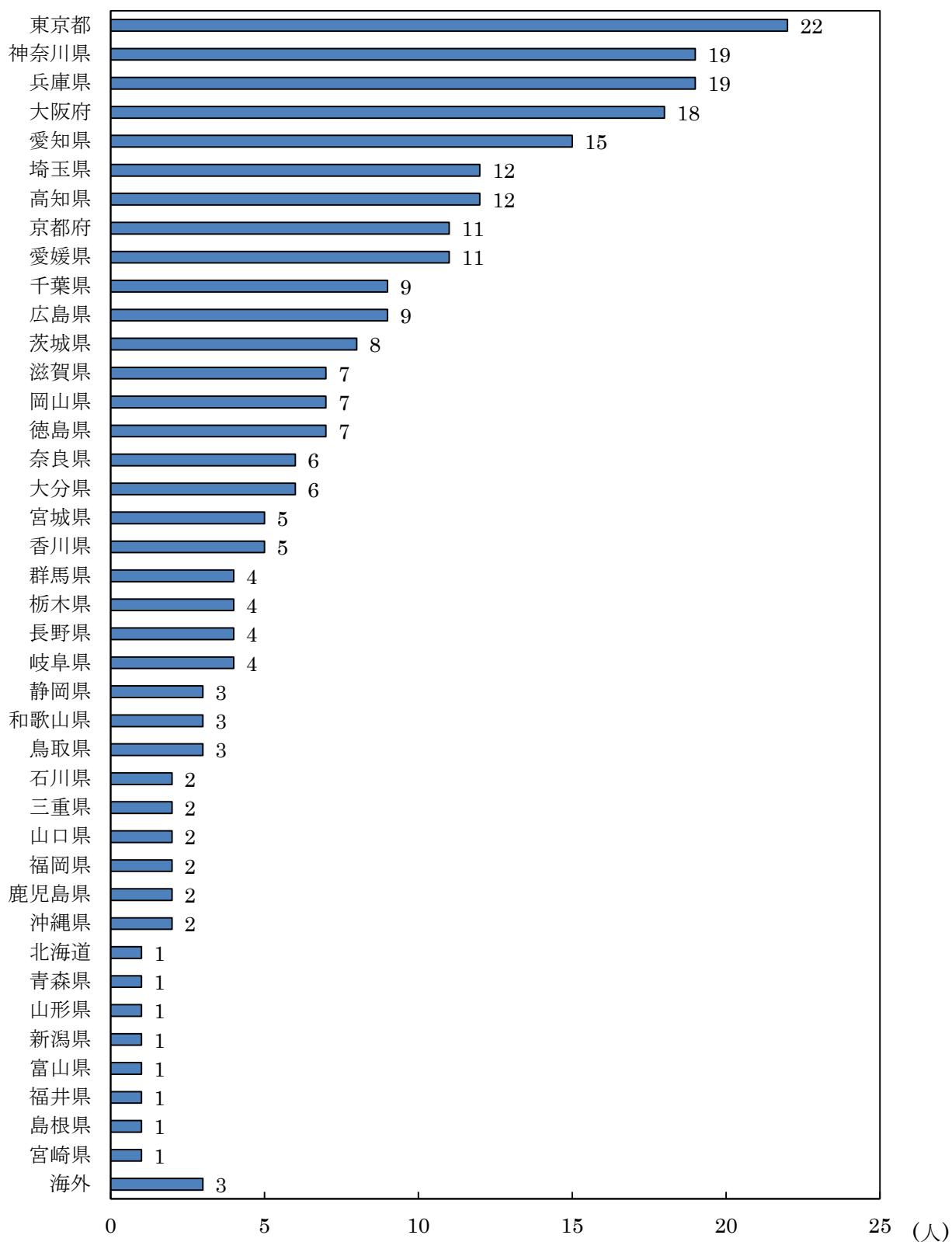


図5-5 高知市を訪れる観光客の出発地(グラフ)

資料：2010年9月のアンケート調査をもとに筆者作成

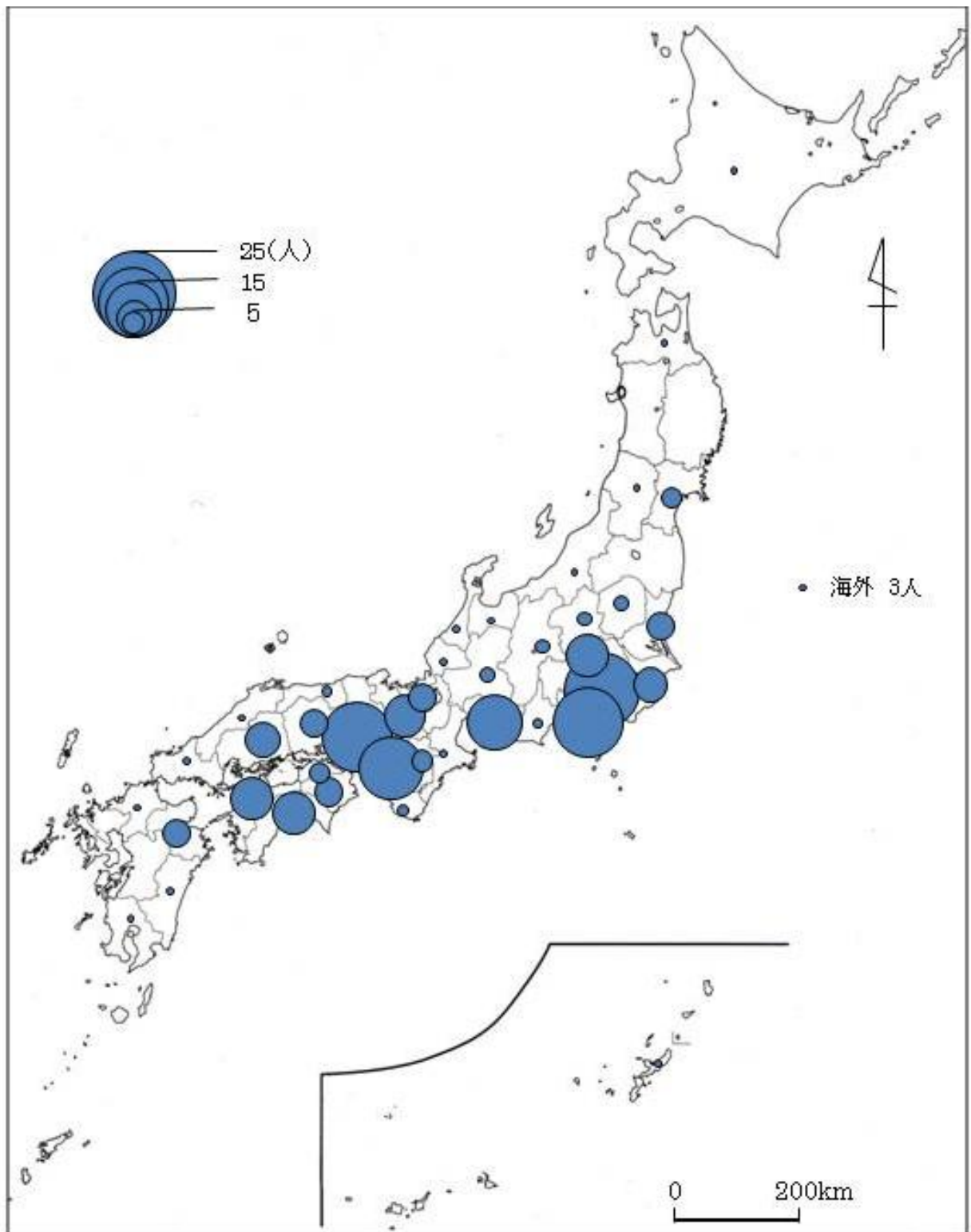


図 5-6 高知市を訪れる観光客の出発地（地図）

資料：2010年9月のアンケート調査をもとに筆者作成

(6) 認知方法

高知市をどのような方法で知ったかについては、複数回答方式で調査した。271 回答中 65 回答 (24.0%) が「その他」であり、次いで「テレビ」が 53 回答 (19.6%)、「以前に来た」が 45 回答 (16.6%)、「知人などの紹介」が 37 回答 (13.7%)、「インターネット」が 31 回答 (11.4%)、「新聞・雑誌」が 26 回答 (9.6%)、「パンフレット」が 14 回答 (5.2%)、「ラジオ」は 0 回答 (0%) という結果である (図 5-7)。

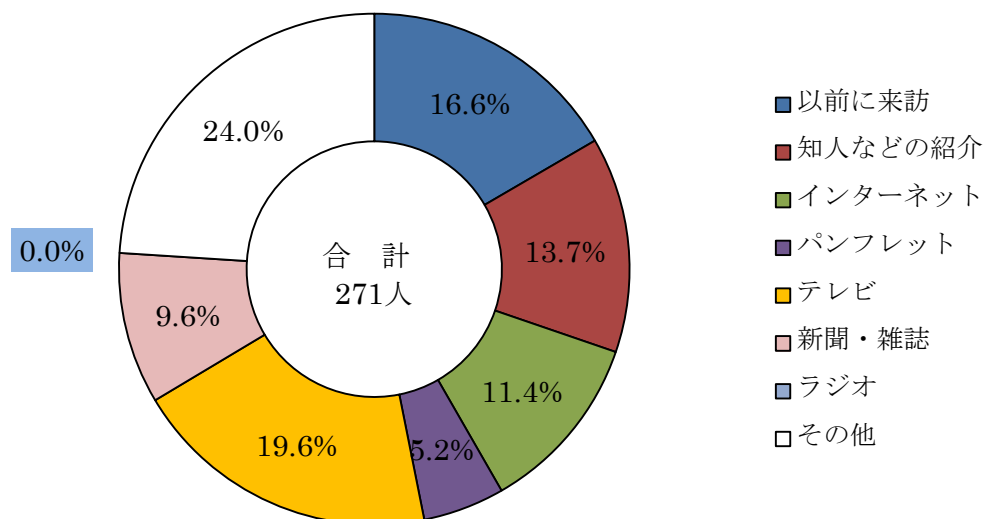


図 5-7 高知市を訪れる観光客の情報源

資料：2010 年 9 月のアンケート調査をもとに筆者作成

(7) 滞在日数

滞在日数は滞在予定を含めて、256 人中 120 人 (46.9%) が「1泊2日」であり、ほぼ半数を占めている。次いで「2泊3日」が 69 人 (27.0%)、「日帰り」が 40 人 (15.6%)、3泊4日が 10 人 (3.9%)、4泊5日以上が 7 人 (2.7%) という結果である (図 5-8)。

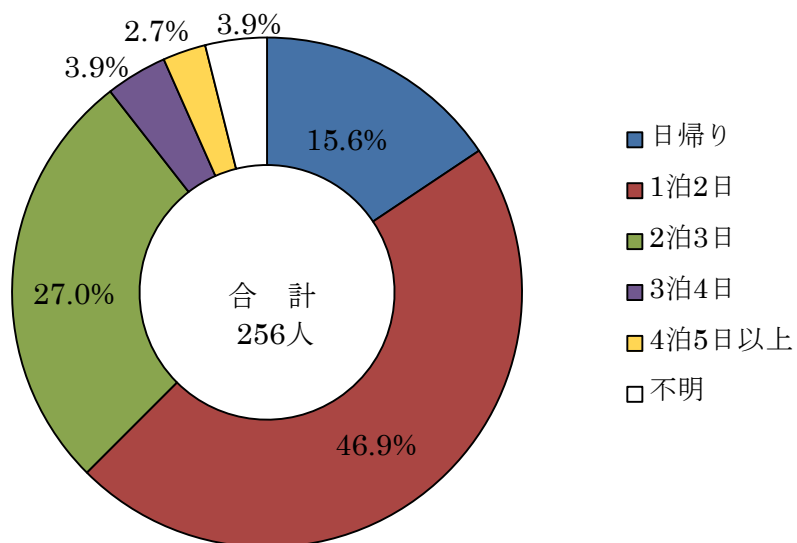


図 5-8 高知市を訪れる観光客の滞在日数

資料：2010 年 9 月のアンケート調査をもとに筆者作成

(8) 高知城観光前後の高知市の訪問地

高知城前後の高知市の訪問地への流動形態は図 5-9 に示すとおりである。最も多いのは、「桂浜」(185 人)であり、以下「はりまや橋」(89 人),「高知県立坂本龍馬記念館」(81 人),「高知市立龍馬が生まれたまち記念館」(52 人)の順に多い。また、日曜日には日曜市を訪れる人も多くみられる。このことから、高知市の観光客が多く訪れる観光地は、全国的に知名度の高い桂浜、はりまや橋、坂本龍馬関連施設であることが分かる。

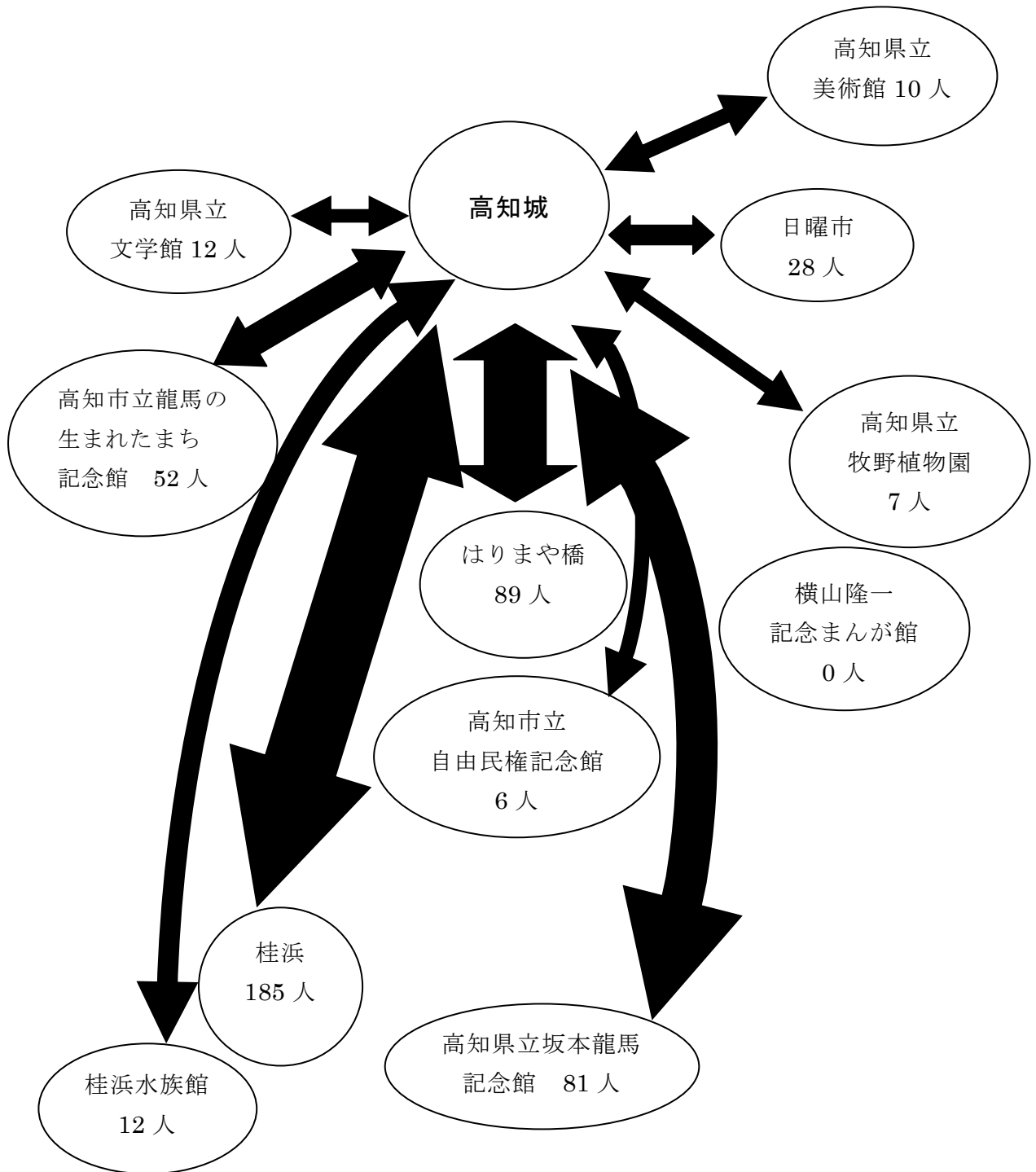


図 5-9 高知城観光前後の高知市の訪問地

資料：2010年9月のアンケート調査をもとに筆者作成

(9) 来訪回数

来訪回数については、「はじめて」が最も多く、256人中135人(52.7%)の回答を得て、半数以上を占めた。次に「2回」が47人(18.4%)、「5回以上」が34人(13.3%)、「3回」が22人(8.6%)、「4回」が8人(3.1%)である。また無回答が10人(3.9%)である(図5-10)。

また、来訪回数が「5回以上」という回答をした人は、出身地が高知市、もしくは高知県内と答えた人が多かった。

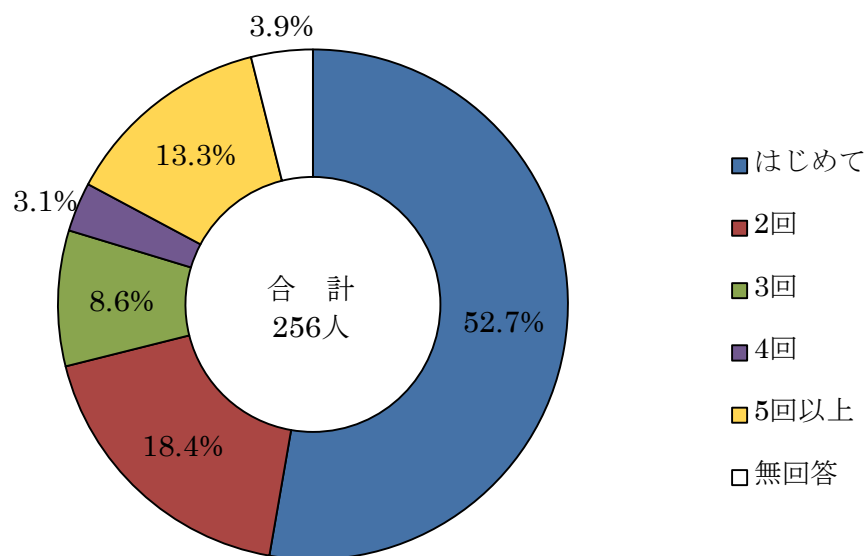


図5-10 高知市を訪れる観光客の来訪回数

資料：2010年9月のアンケート調査をもとに筆者作成

(10) 大河ドラマ放映による高知市来訪

大河ドラマ放映をきっかけとして、高知市に来訪したか否かについては、「はい」の回答が 121 人 (47.3%)、「いいえ」の回答が 125 人 (48.8%) と、ほぼ同じ比率である。このことにより、大河ドラマ放映の影響が大きいことが分かる。また、無回答は 10 人 (3.9%) である (図 5-11)。また、大河ドラマ放映のきっかけとした高知市への訪問を、訪問回数ごとに分析すると以下の結果が得られた。高知市を「はじめて」訪れた観光客の 52.6% (71 人) が、大河ドラマ放映の影響を受けている。以下、「2 回」40.4% (19 人)、「3 回」50.0% (11 人)、「4 回」37.5% (3 人)、「5 回以上」35.2% (12 人) といったように大河ドラマ放映に影響を受け、高知市を訪問している (図 5-12)。

高知市への訪問回数が多くなるにつれて、大河ドラマ放映が旅行目的地選択に与える影響は低いことが分かる。

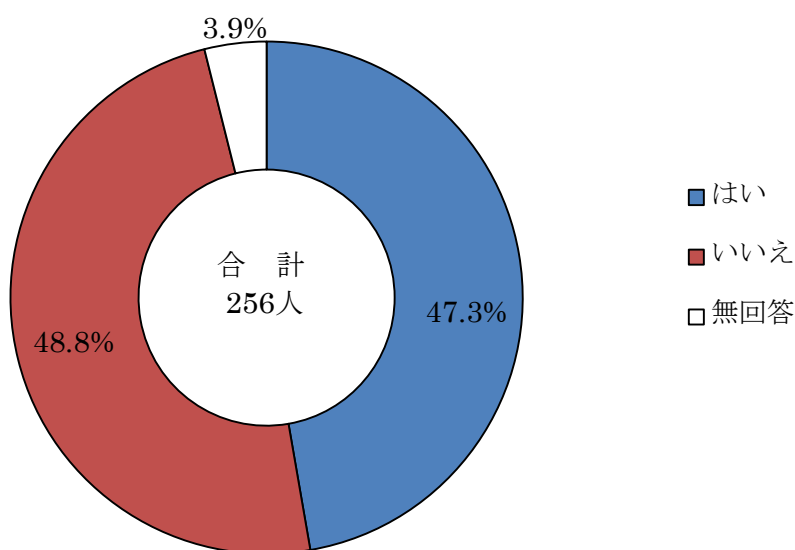


図 5-11 大河ドラマ放映をきっかけとした高知市の来訪比率

資料：2010 年 9 月のアンケート調査をもとに筆者作成

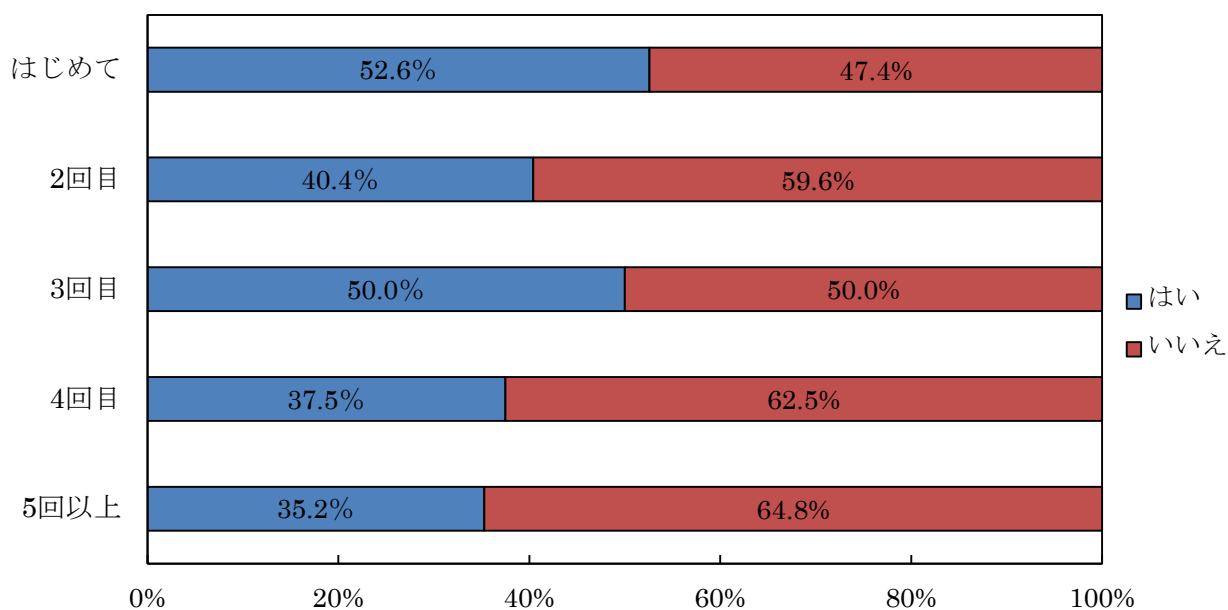


図 5-12 訪問回数別大河ドラマ放映をきっかけとした高知市の来訪比率

資料：2010 年 9 月のアンケート調査をもとに筆者作成

第2節 高知市観光の評価

(1) 再来訪希望

高知市の再来訪希望は、256人中139人(58.9%)が「機会があればまた来たい」と回答している。次いで「ぜひ来たい」が95人(40.3%)、「来たくない」という回答は2人(0.8%)となっており、全体の1%に満たない(図5-13)。

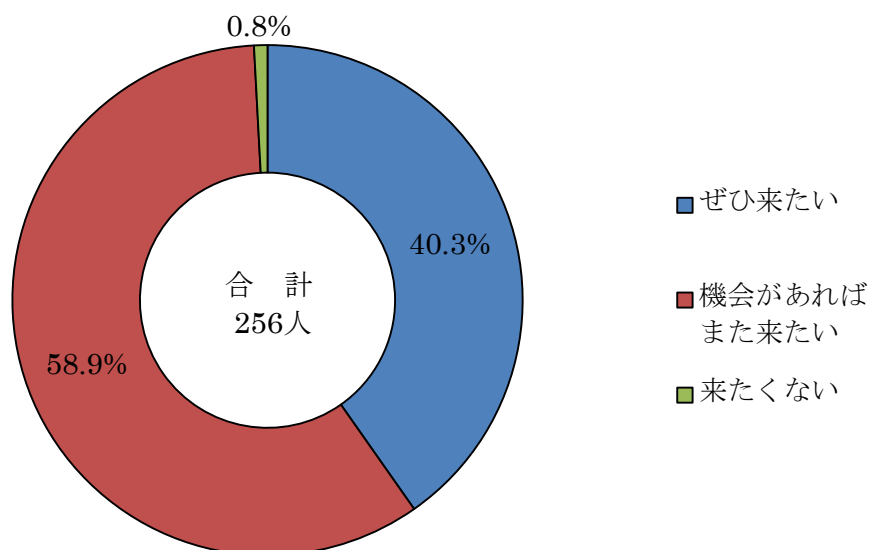


図5-13 高知市の再来訪希望

資料：2010年9月のアンケート調査をもとに筆者作成

(2) 高知市観光の印象

高知市を観光するなかで、観光客の印象に残っているもの(複数回答)は、「自然・景観・環境」が全体の27.1%を占める。以下「高知城・城下町」(22.7%)、「食べ物」(17.4%)、「歴史・史跡」(13.5%)と続いている。これらは高知市が現在まで育んできた自然・人文資源である(図5-14)。

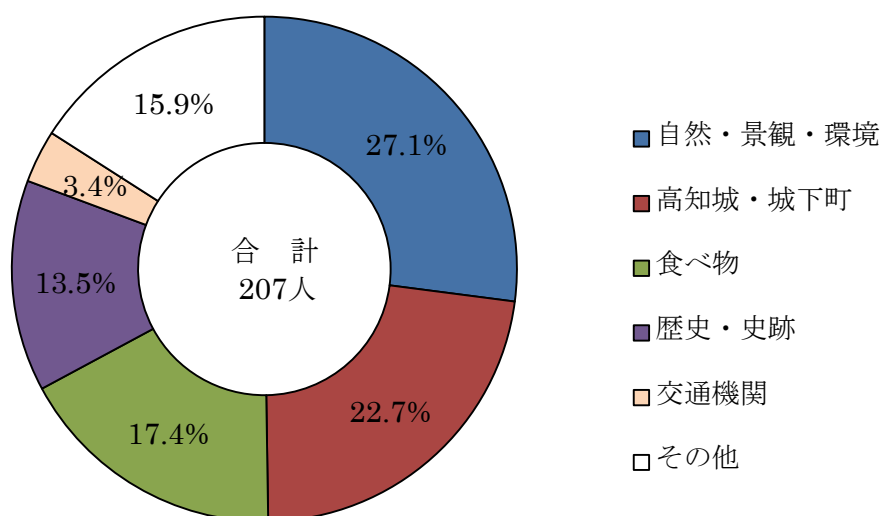


図5-14 高知市を訪れる観光客の印象に残ったもの

資料：2010年9月のアンケート調査をもとに筆者作成

表 5-2 高知市観光で印象に残ったもの

No.	指摘内容	人数
1	自然・景観・環境	56
	・ 桂浜（海）	32
	・ 美しい自然景観と町	11
	・ 人が親切	7
	・ のどかで落ち着いた田舎	3
	・ 南国	2
	・ 都会	1
2	高知城・城下町	47
	・ 高知城が印象	38
	・ 高知城の石垣	4
	・ 高知城でのおしぼりサービス	4
	・ 城下町の雰囲気	1
3	食べ物	36
	・ 鯉のたたき，塩たたき	21
	・ 食べ物が印象	13
	・ 皿鉢料理	2
4	歴史・史跡	28
	・ 坂本龍馬	18
	・ 歴史	5
	・ 日曜市	4
	・ 史跡	1
5	交通機関	7
	・ 路面電車が印象に残った	7
6	その他	33
	・ 高知市内の観光地，イベント，銅像	18
	・ ひろめ市場	5
	・ 高知市外の観光地	3
	・ 観光ポスター，案内板，リーフレット	3
	・ 暑い	3
	・ 長宗我部元親	1
合 計		207

第3節 高知市観光に対する観光客の意見

高知市観光に対する観光客の自由意見（複数回答）をまとめると以下のようなものである。良好な点としては、「観光地として全体的に良好」29.2%、「景観・環境が良好」20.8%、「住民が親切」19.8%など高知市の観光地としての特性がうかがえる。

その一方で、改善すべき点としてあげられる最も多い意見が「交通面の整備・改善」59.8%であり、全体の半数以上を占めている。次いで「休憩所・トイレ・案内板の整備・改善」13.8%、「駐車場の施設整備」10.3%であり、交通面での整備不足が指摘されている。

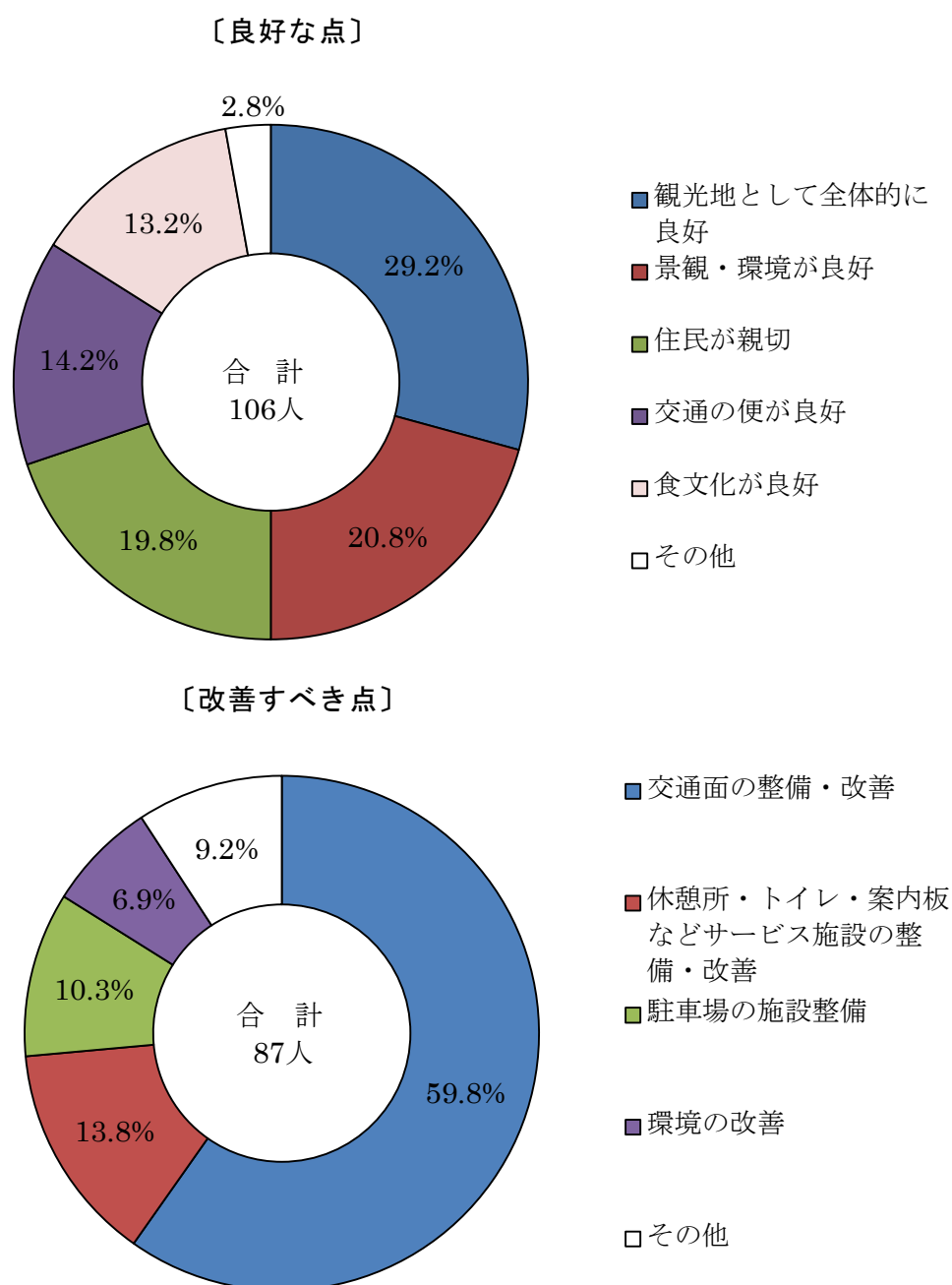


図5-15 高知市を訪れる観光客の意見

資料：2010年9月のアンケート調査をもとに筆者作成

表 5-3 高知市観光の良好な点

No.	指摘内容	人数
1	観光地として全体的に良好	31
	・ 高知城や桂浜など観光スポットが多い。	10
	・ 高知城内のおしぼりが嬉しい。	8
	・ 観光パンフレットや看板が分かりやすい。	8
	・ 歴史があり，偉人が多い。	4
	・ トイレが整備されている。	1
2	景観・環境が良好	22
	・ 活気があり，雰囲気が良い。	7
	・ 自然が多く，環境や景観が良い。	7
	・ のどかである。	3
	・ 清潔である。	3
	・ 不自由を感じず，安心感がある。	2
3	住民が親切	21
	・ 住民が親切・優しい。	16
	・ ボランティアガイドが親切である。	4
	・ 観光案内所が親切である。	1
4	交通の便が良好	15
	・ 交通機関が使いやすい。	7
	・ 道路がよく，観光地へ行きやすい。	5
	・ 車の運転マナーが良い。	3
5	食文化が良好	14
	・ 食べ物がおいしい。	8
	・ 海産物（鰹）がおいしい。	4
	・ 芋けんぴやお酒がおいしい。	2
6	その他	3
	・ ICカードが使いやすい。	1
	・ 商売上手である。	1
	・ どれも良かった。	1
合 計		106

表 5-4 高知市観光の改善すべき点

No.	指摘内容	人数
1	交通面の整備・改善	52
	・ 看板や案内標識，路面電車の乗降場所を分かりやすくする。	21
	・ バスや JR の交通の便が悪く，車がないと不便である。	20
	・ 高速道路，一般道路の整備をする。	7
	・ 車や自転車の運転マナーを向上させる。	3
	・ レンタサイクルショップを設置する。	1
2	休憩所・トイレ・案内板などサービス施設の整備・改善	12
	・ 広告や宣伝を上手くする。	6
	・ 休憩所，ベンチなどの設置をする。	3
	・ トイレを清潔にする。	1
	・ 各駅に観光パンフレットを設置すべきである。	1
	・ 地図を設置すべきである。	1
3	駐車場の施設整備	9
	・ 駐車場の案内を分かりやすくする。	8
	・ 駐車場の価格を安くする。	1
4	環境の改善	6
	・ 煙草やゴミのポイ捨てを改善する。	2
	・ 高知城の北側に張り巡らされている電線を改善すべきである。	2
	・ 古い町並みを清潔にする。	1
	・ コンビニを増加する。	1
5	その他	8
	・ よさこいと龍馬に頼り過ぎないようにする。	3
	・ 高知城に空調を設置する。	1
	・ お城の階段を改善してほしい。	1
	・ 食べ物屋のジャンル分けをしたパンフレットを製作すべきである。	1
	・ テレビ番組を増やすべきである。	1
	・ 料金を低く抑えるべきである。	1
合 計		87

第4節 まとめ

以上の分析結果をもとに、高知市を訪れる観光客の特性について考察すると次のとおりである。

高知市を訪れる観光客は、男女の比率は男性がやや高い。また年齢層で見ると、20代と30代が全体の40%以上を占めており、青年層が多いことが分かる。これに対し、10代と70代の双方は、合計しても10%に満たず、訪れる人が少ないといえる。

同行者で多いのは、家族・友人・一人であり、今回の調査では団体旅行客の回答は少なかった。これは、団体客の行動には時間規制が伴い、アンケートに答える時間がなかったためであり、アンケート調査期間中に一般の団体旅行客や修学旅行生の往来はあった。

交通機関の利用は自家用車(34.7%)が最も多い。また、その他の回答ではあるが、飛行機やJRを利用したのち、レンタカーを利用する観光客も多い。このことから、高知市の観光は車の利用率が高いことが分かる。

観光客の出発地としては、県内のほかは人口の多い三大都市圏や瀬戸内海側に面した愛媛、広島、岡山、徳島、大分の各県が多い。大分県からの観光客が多いのは高知(宿毛)―大分(臼杵)間に航路を有するためであると考えられる。ちなみに、外国人観光客は少ない。

また、2010年の大河ドラマ「龍馬伝」の放映を機に、高知市を訪れた人は全体の47.3%(121人)を占めており、大河ドラマ放映の影響により観光客が旅行目的地を選択することが分かる。来訪回数で「はじめて」と答えた人が全体の52.7%(135人)となっており、高知市を複数回訪問した数を上回っている。ここにも、大河ドラマ放映の影響がみられる。しかし、高知市への訪問回数が多くなるほど、大河ドラマ放映が旅行地選択における影響が少なくなる現象がうかがえる。さらに、99.2%の人が再び高知市を訪問したい意思を示している。

高知市の観光に対する自由意見について分析すると、観光地としての観光情報や景観・環境、住民の親切な対応などが良好であることが述べられている。これに対して改善すべき点は、交通面の整備を指摘する意見が半数以上を占めている。また、休憩所・トイレ・案内板などサービス施設の整備を希望しており、この点の改善が必要であると考えられる。

以上のことから、高知市の観光について、観光客は概ね満足していることがうかがえる。今後、交通面の整備、公共交通機関の整備を行えば観光客の満足度がさらに向上し、高知市の観光客の増加につながるものと考えられる。

第6章 住民の高知市観光に対する意識

第1節 観光客と住民の意識の相違を考える意味

司馬遼太郎の『竜馬がゆく（全8巻）』（1963－1966）により、坂本龍馬が高知市出身の人物として全国的に知られる契機となり、高知市だけでなく高知県を代表する観光資源の1つとなった。司馬の作品発表以前も、坂本龍馬は高知市の観光資源の1つではあったものの、今日ほど地域や全国に知られていなかった。これは、先述した『高知県の歴史』（2001）に述べられており、さらに『高知市の案内』（1961）の市内観光地で、坂本龍馬の名前を確認することができないことから明らかである。その一方、坂本龍馬が観光面で著名になったため、他の県出身の人物や観光施設等が県外観光客はもとより地域住民に知られていないことが考えられる。

2010年に放映された「龍馬伝」の場合、全国的に知られている坂本龍馬という人物を主演に据え、さらに、高速道路休日割引制度も誘客に拍車をかけた。このため、山内家を主演とした「功名が辻」（2006）放映時よりも誘客が容易であった。しかし、高速道路休日割引制度が終了し、インフラ整備はなされていない。また、大河ドラマ放映前から周知されていた坂本龍馬を取り扱った「龍馬伝」（2010）の場合、大きく地域に影響を与えた地域影響型でもない。このため、高知県が継続的に誘客を行うためには「イベント・施設・まちづくり型」と考えられる。

深見（2010）は、観光を成り立たせるためには観光客、観光資本（産業）、観光対象（資源）に加え、地域住民が重要であり、観光客を迎える側（地域住民）にとって、自らが暮らすまちのもつ特質を知ることが不可欠であると述べている。筆者は、第5章および第6章のアンケート調査や聞き取り調査の結果を利用し、深見（2009）の呈する「自らが暮らすまちのもつ特質」に高知市のもつ観光資源を「住民が利用する、観光客に勧める観光施設等」および「高知市観光の主な魅力」、「誘客が見込める観光活動」を当てはめ、観光客が実際訪れた観光施設等との違いを考察していく。

しかし、長年当地に在住している地域住民は、当地のもつ観光資源が生活の一部となっており、それらが観光資源となると考えない場合がある。高知市の場合は事例として「よさこい祭り」があげられる。現在では全国的に知られている「よさこい祭り」は、北海道から高知県を訪れていた大学生が見て、北海道でも行いたいと考えた。そして「よさこいソーラン祭り」が北海道で催されたことにより、「よさこい祭り」が全国的に知られるようになった。このことによる弊害（「よさこい祭り」発祥の地が北海道であるという考え等）もあるが、現在、高知市は多くの観光客を集客することとなっており、さらに高知県外でも開催されている。

このため、住民が気付かない観光客から見た高知市のもつ観光資源とは何なのかを考える必要がある。したがって、高知市がもつ資源とは何かを考えていくため、年齢の偏りはあるものの高知大学の学生を対象とした。大学生を対象とした理由は、大学生の多くは高知市外または県外から訪れ、多くの学生は、現在高知市内に居住しており、観光客と住民双方の意見を持つと考えたためである。

この一方、高知市で生まれ育った住民の意見も必要である。このことから、高知市の

観光を主として学習している高知県立伊野商業高等学校国際観光科の生徒を対象にアンケート調査を行った。また、年齢の偏りを解消するために、一般住民に対して聞き取り調査を実施した。

第1章で述べたように、大河ドラマを利用した観光は一過性である場合が多い。しかし、大河ドラマ放映を契機として観光客数が増加した地域もある。その地域では、インフラ整備や大河ドラマ放映時につくられたイベント、大河ドラマ以前から行われていたまちづくりが観光客に受け入れられている。

イベントやまちづくりが成功し、観光などに継続活用されていくには、地域住民と観光客双方が「利益」を実感しなければならない。そして、その「利益」には心理的価値が含まれており、経済的利益に限られるものではないと佐々木（2003）は述べる。

ここで重要となってくるのは、舞台地（観光地）を訪れる観光客ではなく、地域住民の考えや意見である。イベントやまちづくり事業は、地域住民が中心となって行うものであり、それらに興味を持ち観光客は訪れる。しかし、イベントやまちづくり事業は、地域住民が力を注いでも認知されるきっかけがなければ、観光客増加は見込めない。大河ドラマは、イベントやまちづくり事業行っている舞台地を知る景気となる。大河ドラマ放映期間中は、舞台地の広報活動を行ってもらっていると同じである。しかし、それを継続的な集客に結び付けていくためには、大河ドラマで著名となった人物だけでなく、その他の観光活動が重要になる。

第2節 大学生の意識

1. 調査目的と方法・内容

本調査は、高知市の観光に対する大学生の意識を明らかにするために、高知大学の学生に対してアンケート調査を実施した。

場 所：高知大学 朝倉キャンパス

実施日：2010年9月～10月末日

方 法：配布方式によるアンケート

内 容：後掲の高知市観光に関する大学生のアンケート調査票のとおり

2. 集計結果

高知市の観光に対する大学生のアンケート調査では、148人からの回答を得た。集計結果を整理すると表6-1とおりである。

表6-1 高知市の観光に対する大学生のアンケート調査結果（1）

（単位：人）

質問	性別			学年					出身地							
	男性	女性	無回答	1年生	2年生	3年生	4年生	無回答	高知県	徳島県	兵庫県	愛媛県	鳥取県	岡山県	香川県	広島県
合計	80	67	1	85	24	31	6	2	25	16	15	12	6	6	6	5

質問	出身地															
	大阪府	長崎県	宮崎県	鹿児島県	沖縄県	愛知県	京都府	北海道	茨城県	神奈川県	長野県	岐阜県	静岡県	三重県	奈良県	島根県
合計	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2

質問	出身地										
	福岡県	大分県	埼玉県	東京都	新潟県	石川県	福井県	和歌山県	山口県	熊本県	無回答
合計	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1

表 6-1 高知市の観光に対する大学生のアンケート調査結果（2）

（単位：人）

質問	高知市の観光施設等の訪問者数（複数回答）												
回答区分	桂浜	高知市立龍馬の 生まれたまち記念館	高知県立美術館	高知県立文学館	高知県立坂本龍馬記念館	高知県立牧野植物園	桂浜水族館	高知市立自由民権記念館	はりまや橋	横山隆一記念まんが館	日曜市	高知城	その他
合計	124	13	40	9	23	34	47	32	135	11	92	109	9

質問	高知市の観光施設等の再来訪希望（複数回答）												
回答区分	桂浜	高知市立龍馬の 生まれたまち記念館	高知県立美術館	高知県立文学館	高知県立坂本龍馬記念館	高知県立牧野植物園	桂浜水族館	高知市立自由民権記念館	はりまや橋	横山隆一記念まんが館	日曜市	高知城	その他
合計	92	6	23	1	3	23	22	7	39	3	53	58	9

質問	観光客に勧めたい観光施設等（複数回答）												
回答区分	桂浜	高知市立龍馬の 生まれたまち記念館	高知県立美術館	高知県立文学館	高知県立坂本龍馬記念館	高知県立牧野植物園	桂浜水族館	高知市立自由民権記念館	はりまや橋	横山隆一記念まんが館	日曜市	高知城	その他
合計	77	6	6	1	11	21	12	4	28	2	54	41	7

表 6-1 高知市の観光に対する大学生のアンケート調査結果（3）

（単位：人）

質問	高知市観光の主な魅力（複数回答）								誘客が見込める観光活動（複数回答）						
	山	海	川	地域住民の人柄	歴史・文化	食べ物	町並み景観	その他	歴史観光	近代文化観光	農山村観光	漁村観光	伝統文化観光	食文化観光	その他
合計	45	60	57	39	63	75	12	5	53	27	26	37	94	87	9

質問	龍馬伝放映による観光客増加の感覚			放映終了後の観光客数の継続性			龍馬伝関連イベント・施設の継続性		
	はい	いいえ	無回答	はい	いいえ	無回答	はい	いいえ	無回答
合計	142	5	1	17	130	1	67	76	5

【誘客が見込める観光活動の概念】

歴史観光……………郷土出身の人物，市の歴史，文化財など細かい指定はしていない。

近代文化観光……高知県は高知市だけでなく多くの漫画家を輩出している県であり，高知県および高知市行政はこれに注目し観光誘客を行っている。このため，近代文化では漫画・アニメを例にあげた。

農山村観光……………農業体験，ハイキングなど主に農村，山村を中心とした体験ができる観光とした。

漁村観光……………地引網，ホエールウォッチングなどを例にあげ，主に漁村や海辺で体験ができる観光とした。

伝統文化観光……よさこい祭りや地域の祭りを例にあげた。今回のアンケート調査では参加型・見物型の指定はしていない。

食文化観光……………その地域の食べ物を目的に訪れる観光とし，例として皿鉢料理，鯉のたたき，芋ケンピ，アイスクリンをあげた。

3. 高知市の観光に関する大学生の意識

アンケート調査結果をもとに、大学生の意識を分析すると、以下のとおりである。

(1) 大学生の性別

アンケート調査に協力いただいた高知大学生の性別は、「男性」が80人(54.1%)、「女性」が67人(45.3%)、無回答が1人(0.7%)であった。男子学生の回答がやや多い(図6-1)。

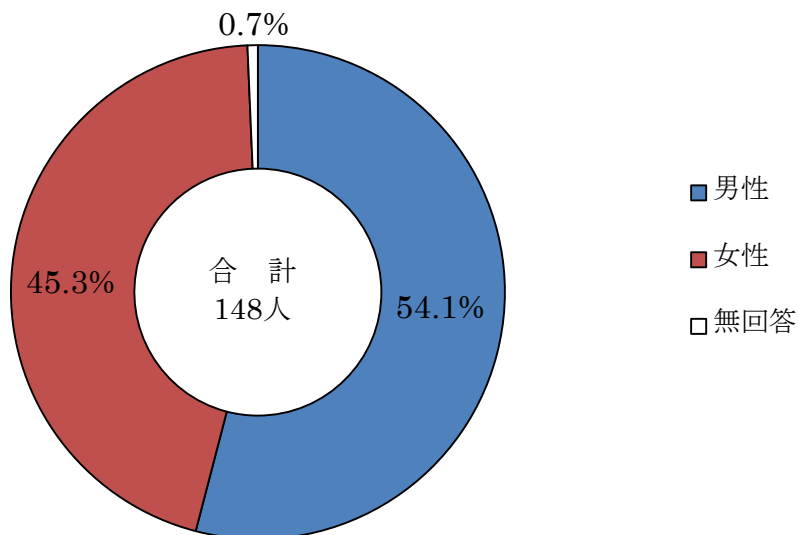


図6-1 大学生の性別

資料：2010年9月～10月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

(2) 学年構成

回答を学年別に分けると以下のとおりとなる。「1年生」が85人(57.4%)、「2年生」が24人(16.2%)、「3年生」が31人(20.9%)、「4年生」が6人(4.1%)、「無回答」が2人(1.4%)である。回答者は全体的に「1年生」の割合が高い(図6-2)。

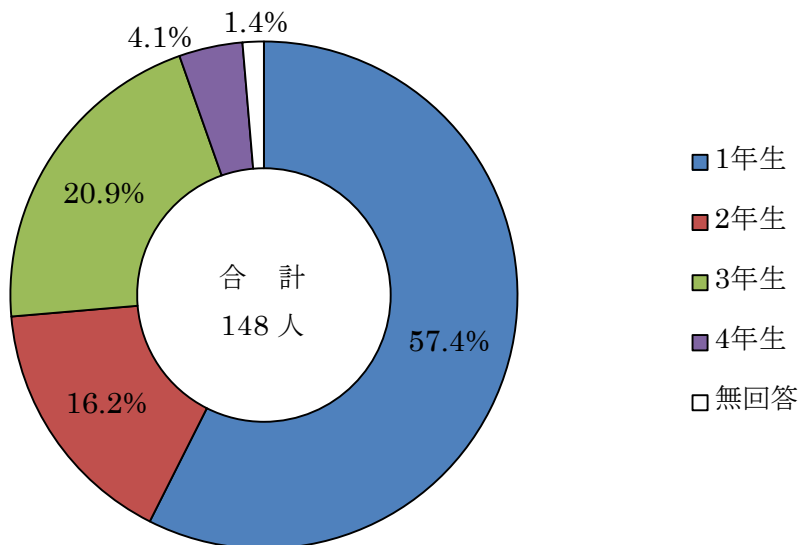


図6-2 学年構成

資料：2010年9月～10月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

(3) 大学生の出身地

大学生の出身地は以下のとおりである。最も多い回答は、「高知県」の25人(16.9%)である。次いで「徳島県」16人(10.8%),「兵庫県」15人(10.1%),「愛媛県」12人(8.1%)と続いている(図6-3)。

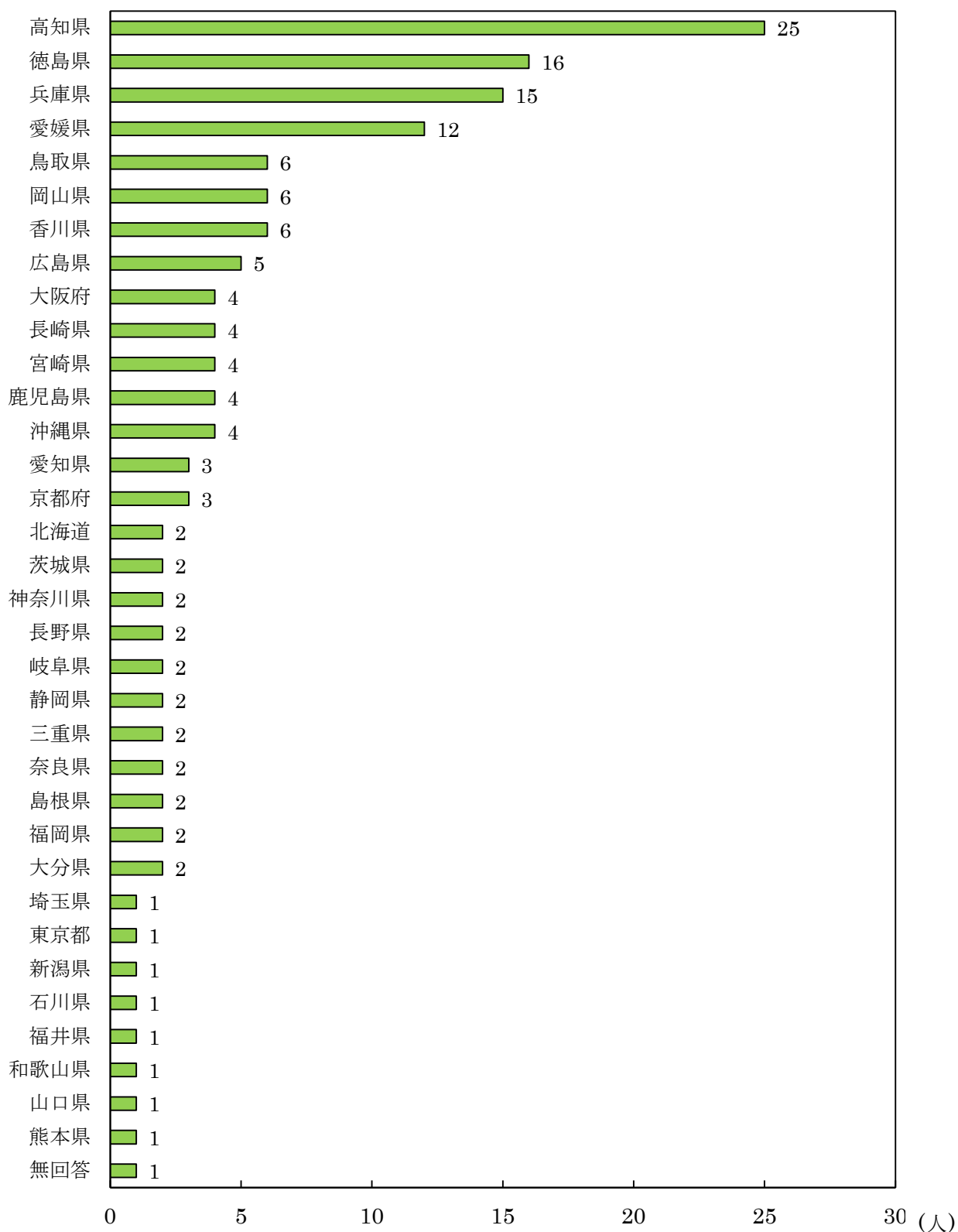


図6-3 大学生の出身地(グラフ)

資料: 2010年9月~10月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

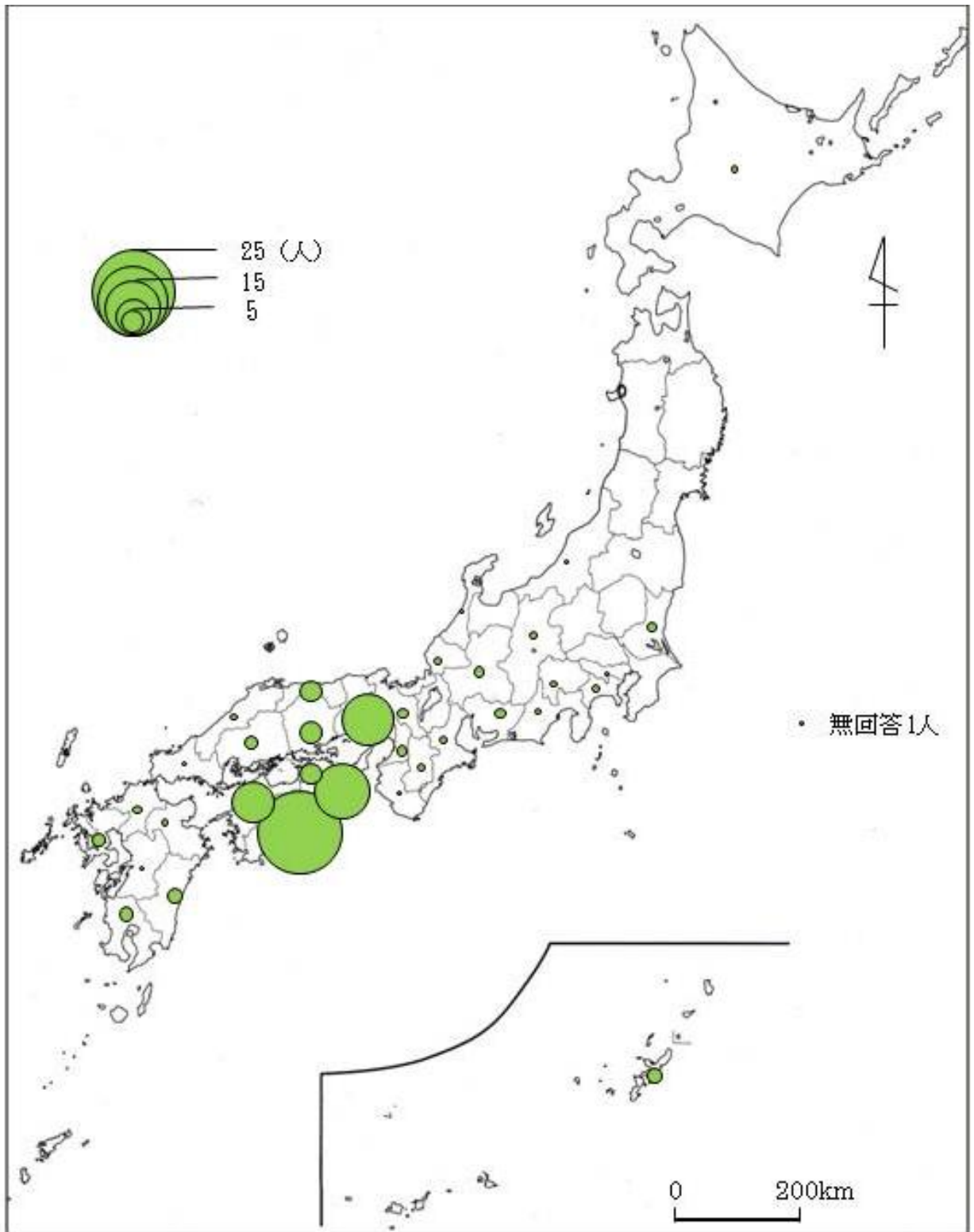


図 6-4 大学生の出身地 (地図)

資料：2010年9月～10月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

(4) 高知市の観光施設等の訪問者数

回答者 148 名のすべてが高知市にあるいずれかの観光施設等を訪問している。訪問者数（複数回答）は「はりまや橋」の 135 人（91.2%）が最も多く、以下、「桂浜」が 124 人（83.7%）、「高知城」は 109 人（73.6%）となっている。これは、高知市外において知名度の高い観光施設等であることによるものと考えられる。また、「日曜市」も 92 人（62.1%）と比較的訪れている人が多い。しかし、美術館・博物館・博物館相当施設などの文化施設を訪れている人は少ない（図 6-5）。

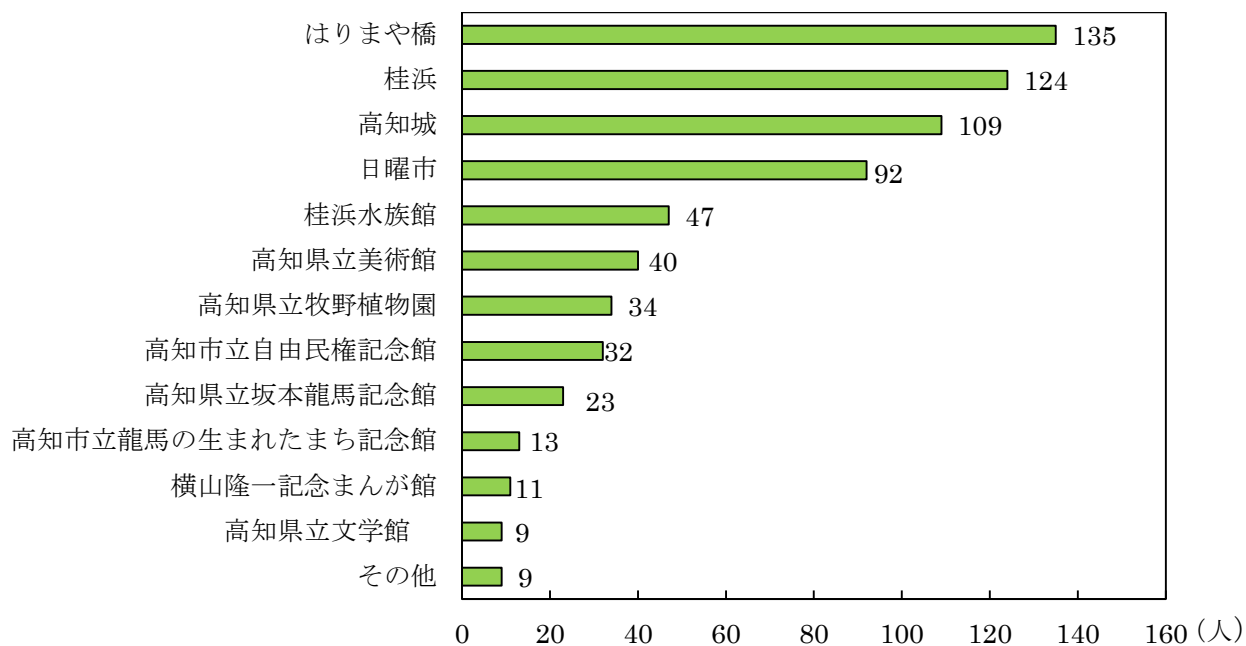


図 6-5 高知市の観光施設等の訪問者数

資料：2010 年 9 月～10 月のアンケート調査結果をもとに筆者作成



写真 6-1 観光施設等で訪れた人が最も多かった「はりまや橋」

(2009 年 8 月 20 日 筆者撮影)

(5) 高知市の再来訪を希望する観光施設等

高知市の観光施設等を訪問した大学生に対して、再び訪れたい観光施設等をあげてもらった。回答は以下のとおりである。「桂浜」が92人と最も多い。次いで「高知城」が58人となっており、「日曜市」が53人と続いている。訪問した観光施設等のうち、回答者数が最も多かった「はりまや橋」は39人とどまった(図6-6)。また、比率別で見ると「桂浜」が74.1%と一番高く、次いで「高知県立牧野植物園」が67.6%である。それに反して、「はりまや橋」の再来訪希望者は28.6%と低いことが分かる(図6-7)。

図6-6と図6-7の結果をみると、大学生からみた再来訪を希望する高知市の観光施設等は、年間を通じ季節変化のある自然観光施設等の人気が高いことがうかがえる。

しかし、高知県立牧野植物園以外は美術館・博物館・博物館相当施設の再来訪希望はそれほど多くない。高知県立牧野植物園に再来訪希望者が多いのは、年間を通じてイベントや子供向けの教室を催していること、温室などの設備が充実していること、そして四国八十八カ所の一つである竹林寺(三十一番札所)から近い距離にあることなどの理由が考えられる。

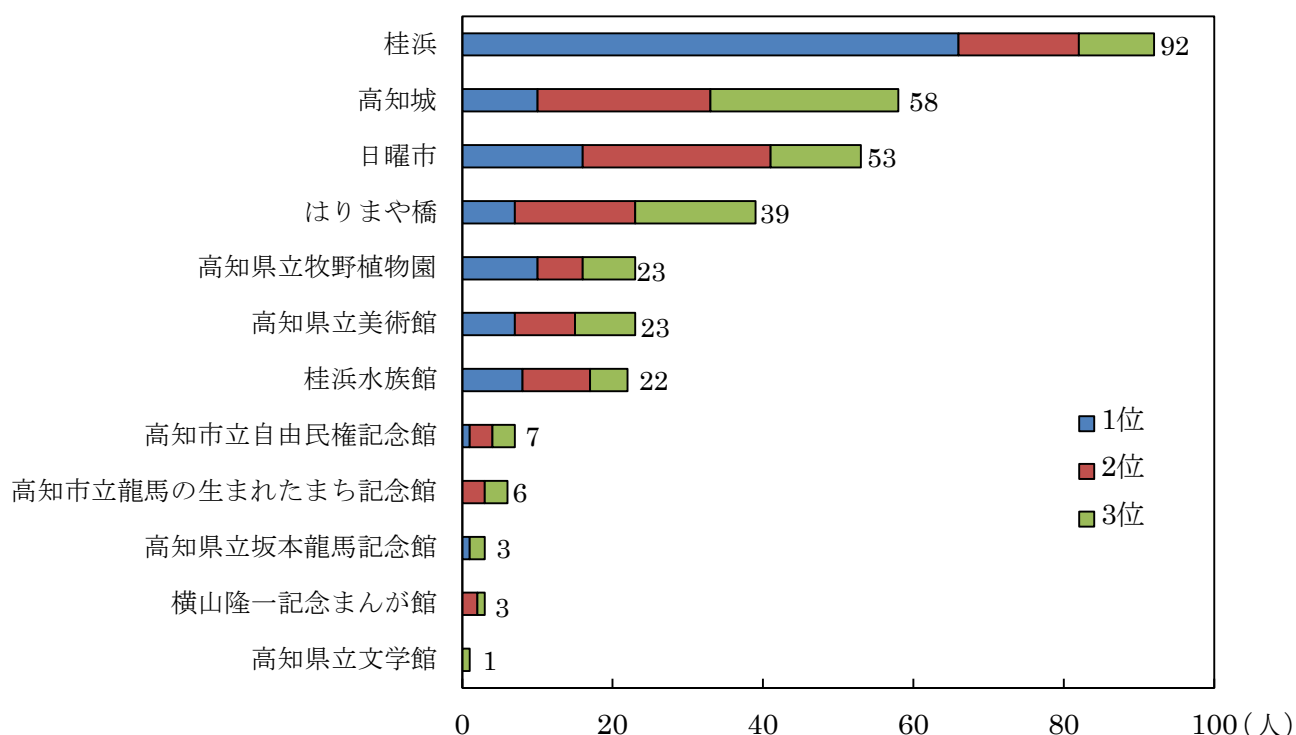


図6-6 高知市の再来訪を希望する上位3観光施設等の人数

資料：2010年9月～10月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

注：その他を除く

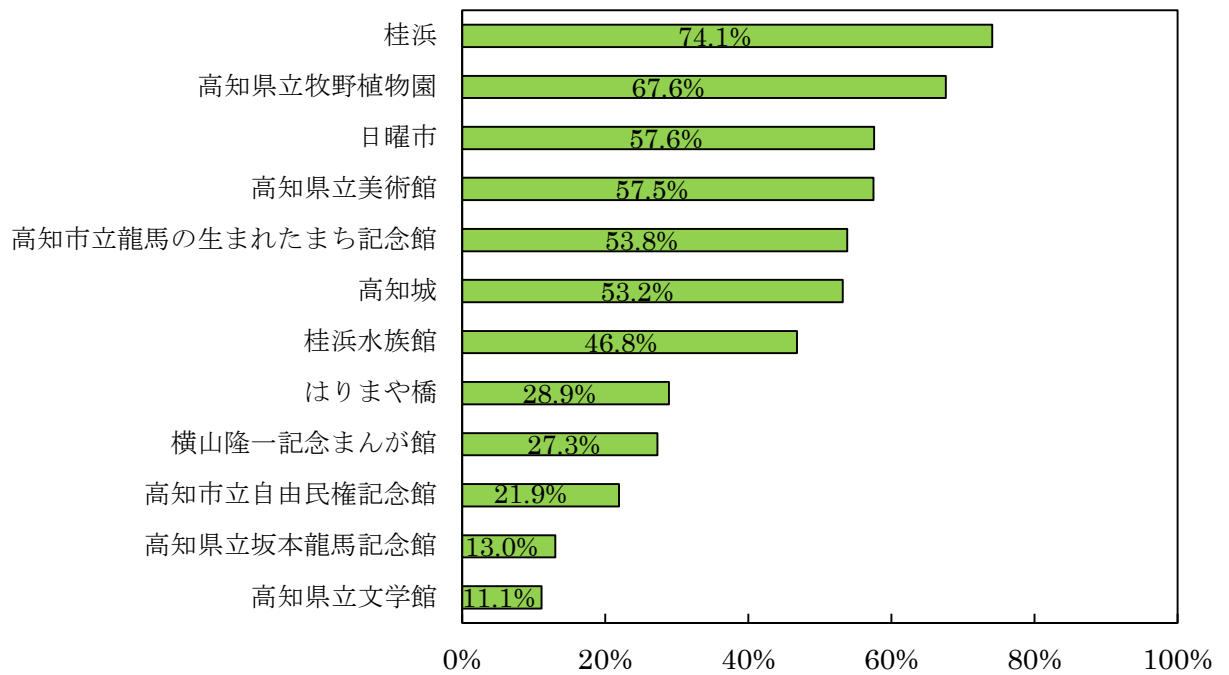


図 6-7 高知市の観光施設等の再来訪希望比率

資料：2010年9月～10月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

注：「その他」を除く



写真 6-2 再来訪を希望する観光施設等で大学生に最も人気の高い「桂浜」

(2009年8月13日 筆者撮影)

(6) 大学生が観光客に勧めたい観光施設等

大学生が訪れたことのある観光施設等で観光客に勧めたい施設等（複数回答）は、以下のとおりである。「桂浜」が77人と最も多く、「日曜市」が54人と続き「高知城」が41人、「はりまや橋」は28人である（図6-8）。観光客に勧めたい施設等の比率が高いのは「桂浜」62.0%、「高知県立牧野植物園」61.7%、「日曜市」58.6%の3施設である（図6-9）。

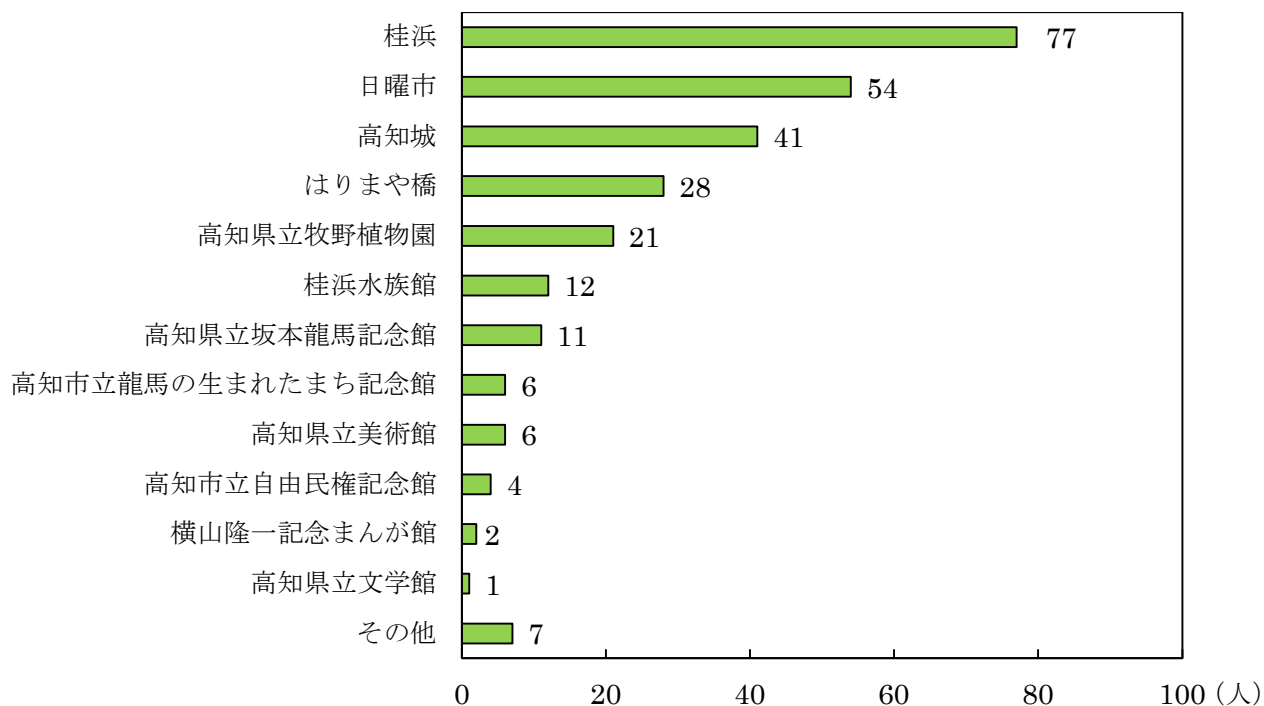


図6-8 大学生が観光客に勧める観光施設等の人数

資料：2010年9月～10月のアンケート調査結果をもとに筆者作成



写真6-3 牧野植物園内にある牧野富太郎が詠んだ都都逸

(2011年2月19日 筆者撮影)

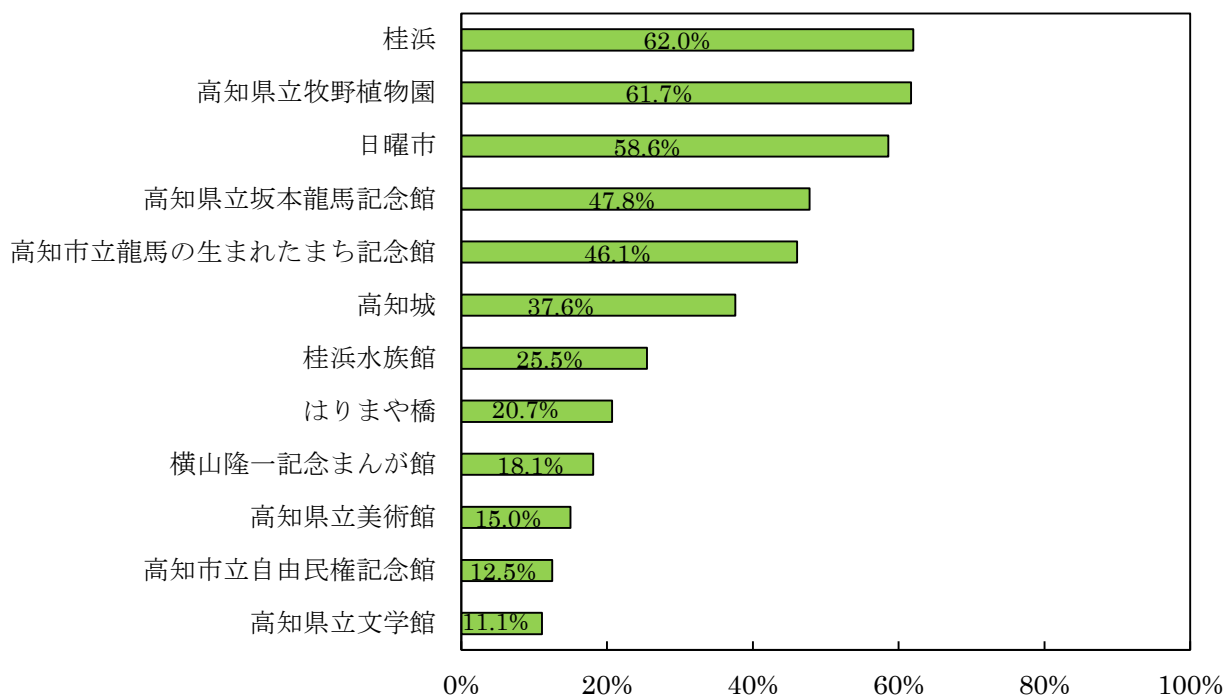


図 6-9 大学生が観光客に勧める観光施設等の割合

資料：2010年9月～10月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

注：「その他」を除く



写真 6-4 高知県立牧野植物園近くから中心市街地を望む

(2009年8月13日 筆者撮影)

表 6-2 大学生が観光客に勧める観光施設等の理由（1）

観光施設等	理由	人数
桂浜	桂浜の海岸美と龍馬の銅像	72
	・ 龍馬像もあり，有名	28
	・ 海がきれい	19
	・ 海が楽しめる	9
	・ 景色が美しい	5
	・ 高知でしか見られない	2
	・ 龍馬ゆかりの地	2
	・ その他	7
高知市立 龍馬の生まれたまち 記念館	龍馬が生まれ育った場所	4
	・ 坂本龍馬の偉人像を学べる	2
	・ 龍馬ブーム	1
	・ 龍馬ゆかりの地	1
高知県立美術館	シャガールなどの常設展	3
	・ 楽しめる	2
	・ 常設展以外の企画展も面白い	1
高知県立文学館	回答なし	0
高知県立 坂本龍馬記念館	龍馬の書簡や遺品などを展示	5
	・ 龍馬が有名	2
	・ 坂本龍馬について詳しく知れる場所	1
	・ 龍馬ブーム	1
	・ 高知特有のもの	1
高知県立牧野植物園	施設設備の充実，教育，普及	18
	・ 1日いても飽きない	3
	・ 有名	3
	・ 眺めがよい	3
	・ 変わった植物が見られ，知識が得られる	3
	・ 温室などの設備が素晴らしい	2
	・ 楽しめる	2
	・ その他	2
桂浜水族館	海について楽しく学べる	9
	・ 楽しめる	4
	・ 高知の海のことをよくわかる	1
	・ ナマコに触れる	1
	・ その他	3

表 6-2 大学生が観光客へ勧める観光施設等の理由（2）

観光施設等	理由	人数
高知市立 自由民権記念館	展示物が見やすく、高知の歴史が学べる	5
	・ 高知の歴史を知ることができる	2
	・ 展示物が見やすい	1
	・ 学芸員の対応が丁寧	1
	・ その他	1
はりまや橋	本物を見てほしい	21
	・ がっかりするから	7
	・ 名所、有名	7
	・ 本物を見てほしい	3
	・ その他	4
横山隆一記念まんが館	回答なし	0
日曜市	飾らない高知を知ることができる	40
	・ 活気があり、面白く、楽しめる	19
	・ 高知の特産をまとめて見られる	9
	・ 新鮮で美味しいものが沢山ある	7
	・ 高知を知ることができる	4
	・ その他	11
高知城	歴史的建造物	33
	・ 景色や眺めがよく、楽しめる	10
	・ 立派な歴史的建造物	10
	・ 名所、有名	4
	・ その他	9
合 計		210

資料：2010年9月～10月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

(7) 高知市観光の持つ魅力

高知市観光が持つ主な魅力(複数回答)として、最も多い回答が「食べ物」で75人(21.2%)である。次いで「歴史・文化」が63人(17.8%)となっており、「海」が60人(17.0%)、「川」が57人(16.1%)、「山」が45人(12.7%)となり、食べ物や歴史、自然に高知市の魅力が高いことが分かる(図6-10)。

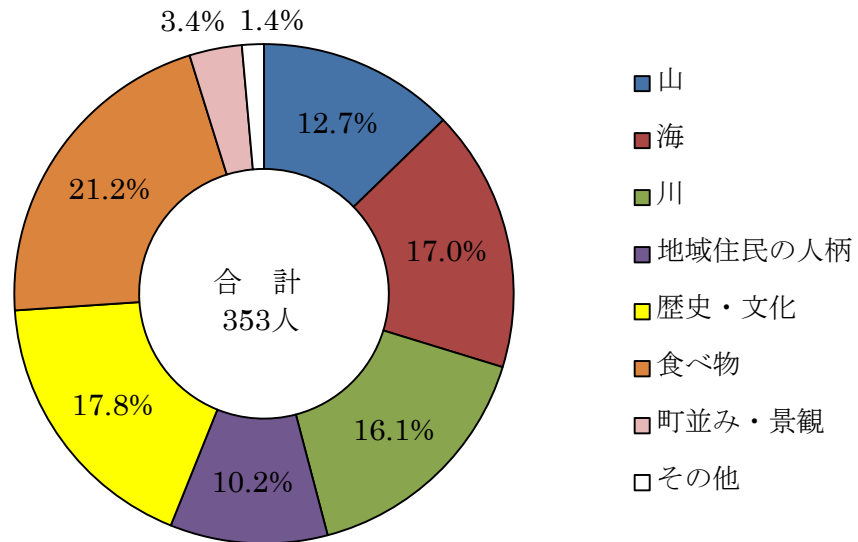


図6-10 高知市観光の持つ主な魅力

資料：2010年9月～10月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

(8) 誘客が見込める観光活動

高知市では、主にどのような観光活動に取り組みば観光客が増加すると思うか(複数回答)の質問に対して、「伝統文化観光」の回答が94人(28.2%)で最も多い。次に「食文化観光」87人(26.1%)が続いている。上記2つの回答で全体の半数を超えている。また、「伝統文化観光」には「よさこい、祭りなど」の具体例をあげ、「食文化観光」では「皿鉢料理、鰹のたたき、芋ケンピなど」と例を示している(図6-11)。

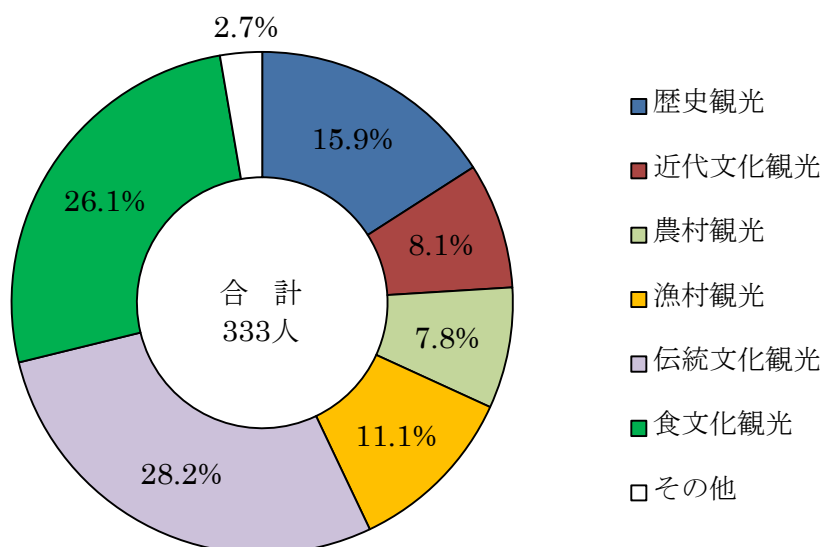


図6-11 誘客が見込める観光活動

資料：2010年9月～10月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

(9) 「龍馬伝」放映による観光客増加の感覚

「龍馬伝」の放映で高知市を訪れる観光客は増加したと思うか、の質問に対し、「はい」が142人(95.9%)、「いいえ」が5人(3.4%)、無回答1人(0.7%)である。このことから、大河ドラマ放映により、住民の感覚としても観光客が増加していることが伺える(図6-12)。

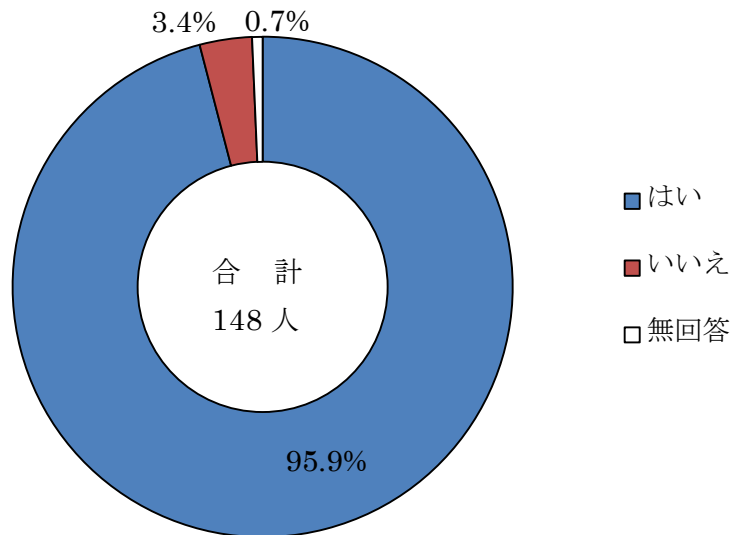


図6-12 「龍馬伝」放映による観光客増加の感覚

資料：2010年9月～10月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

(10) 放映終了後の観光客数の継続性

「龍馬伝」の終了後、放映年と同様に翌年も観光客が訪れると思うか、に対する回答は「はい」が12人(11.5%)、「いいえ」が130人(87.8%)、無回答1人(0.7%)である。おおよそ9割の人が、大河ドラマの放映翌年には観光客が減少すると予測している。これは、一般的な傾向と考えられる(図6-13)。

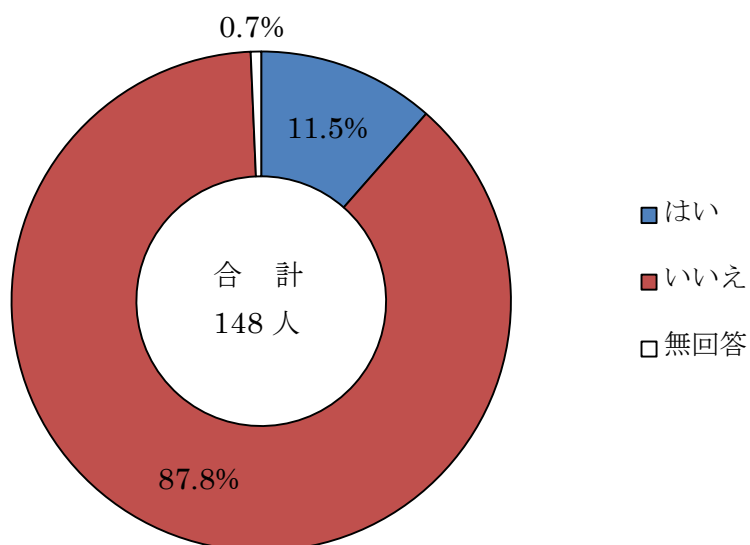


図6-13 放映終了後の観光客数の継続性

資料：2010年9月～10月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

(11) 「龍馬伝」放映で建てられた建築物やイベントの継続性

「龍馬伝」の放映に伴いイベントの開催や新たな建築物が造られた。これらを放映終了後も継続的に活用できるか、という質問に対し、「はい」と回答した人は67人(45.3%)、「いいえ」が76人(51.4%)、無回答が5人(3.4%)となっている。継続活用の是非について賛否両論がみられる。

継続活用に「はい」(できる)と回答した人の理由は大きく分けて3つある。ひとつは「観光客が来るだろう」という希望的観測である。次に「龍馬もしくは龍馬伝で興味を持った人がいる」という予測がある。また、「観光客、地域住民問わず活用してほしい」という要望があげられる。最後に述べた「観光客、地域住民問わず活用してほしい」以外の2つの理由は、地域住民ではなく、観光客に目を向けたもので、地域が現在の建築物やイベントを活用するという意見はみられない。これにより建築物やイベントが観光客向けに造られていることがうかがえる。

他方、「いいえ」(できない)と回答した人の理由は以下のとおりである。最も多い回答として、「ブームや流行だから今後活用はできない」と建物やイベントに対して一過性の指摘がされている。また、「観光客が減少する・来なくなる」があげられる。これも、大河ドラマの集客が一過性のものであると考える。これにより、大河ドラマがもつ集客性は期間が限られており、その期間も短いと考えられていることが分かる。さらに「継続するには財源に問題がある」という指摘もされ、自治体がもつ問題もあげられた。加えて、少数ではあるが「何が造られたか分からない。また、どのような所か知らない」という理由があげられており、建築物やイベントが大きく興味を惹くものではなかったように見受けられる。

上述したように様々な理由をうかがうことができる。上記の質問に対しては、継続的に活用できない(いいえ)と回答した人がやや多い(図6-14)。

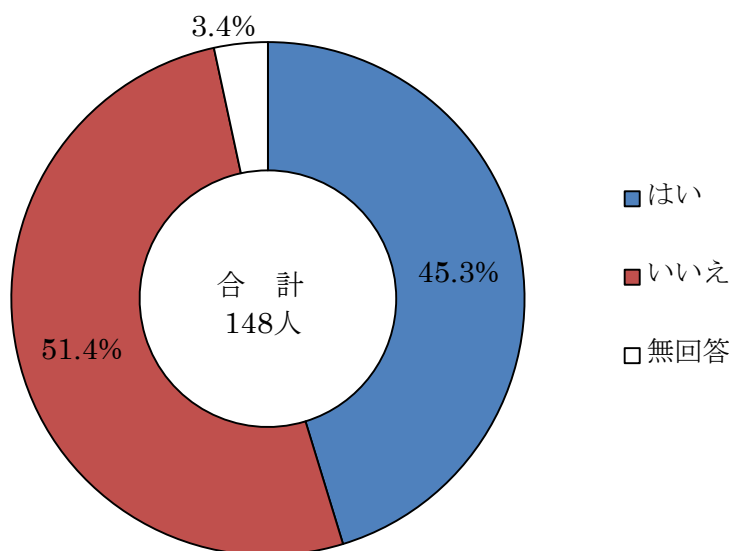


図6-14 「龍馬伝」放映で建てられた建築物やイベントの継続活用

資料：2010年9月～10月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

(12) 高知市観光に対する大学生の意見

高知市観光に対する大学生の自由意見（複数回答）をまとめると以下のようなものである。良好な点としては、「景観・環境が良好」26人（30.6%）が最も多く、次いで「歴史・文化が良好」16人（18.8%）、「食文化が良好」15人（17.6%）となっている。また、「住民の人柄が良好」12人（14.1%）もあげられている。

その一方で、改善すべき点で「交通面の整備」が47人（47.0%）と最も多くあげられている。続いて「観光面の整備・改善」が（44人）44.0%と、ほぼ同率となっている。また、4.0%と少ないが「環境面の改善」も指摘されている。指摘内容の詳細は表6-3、6-4のとおりである。このように大学生の視点から見た高知市の観光像がうかがえる。

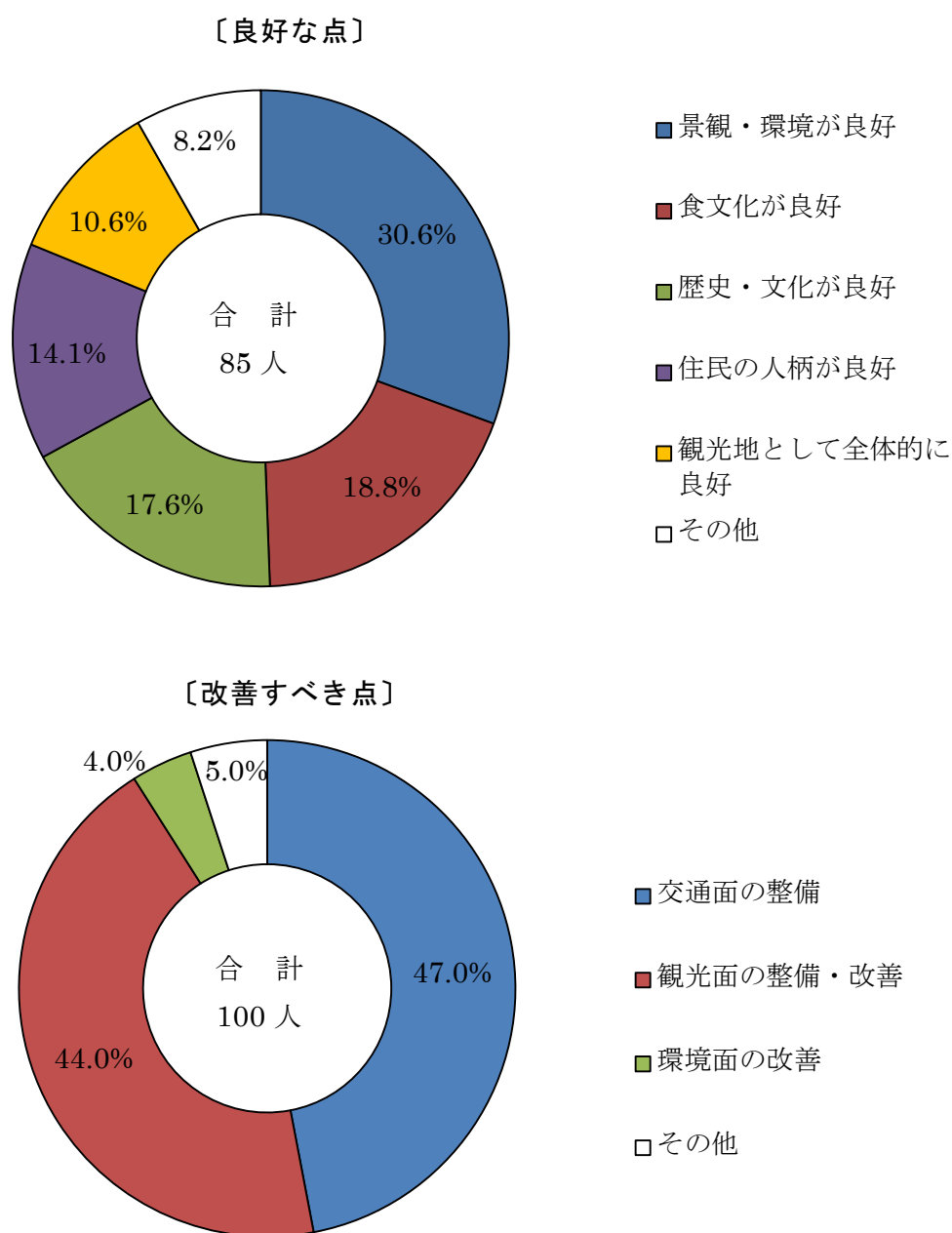


図6-15 高知市観光に対する大学生の意見

資料：2010年9月～10月のアンケート調査をもとに筆者作成

表 6-3 大学生からみた高知市観光の良好な点

No.	指摘内容	人数
1	景観・環境が良好	26
	・ 自然が多い	15
	・ 空気が良い	3
	・ 安全, のどか, おだやか	3
	・ 景色が綺麗	3
	・ ゴミが少ない	2
2	食文化が良好	16
	・ 坂本龍馬	7
	・ 歴史がある	6
	・ 路面電車	2
3	文化・歴史が良好	15
	・ 食べ物がおいしい	7
	・ 魚介類がおいしい	4
	・ 食べ物が多い	3
4	・ 居酒屋が多い	1
	住民の人柄が良好	12
5	・ 人柄がよい	11
	・ 人が親切, あったかい	1
	観光地として全体的に良好	9
	・ 観光名所が多い	2
	・ 見所が沢山ある	2
	・ まだ取り上げていない所がある	1
	・ 観光への備え	1
	・ 観光地を回りつくせる	1
・ 宣伝がうまい	1	
6	・ よさこい	1
	その他	9
	・ 交通の便が良い	4
	・ 路面電車	2
	・ プロ野球キャンプ	1
	・ キャラクターが多い	1
・ 地元愛がある	1	
合 計		85

表 6-4 大学生からみた高知市観光の改善すべき点

No.	指摘内容	人数
1	交通面の整備	47
	・ 交通アクセスの整備	28
	・ 道路・駐車場の整備	15
	・ 交通費を安くする	2
	・ JR を電化	1
	・ 観光地間を行きやすくする	1
2	観光面の整備・改善	44
	・ 旅行・観光施設の整備・充実	15
	・ 龍馬に頼り過ぎない	12
	・ 自慢できる商品をつくる	6
	・ アピールする	3
	・ 行くところをつくる	3
	・ 市街地の活性化	1
	・ 良好な点の利用	1
	・ 観光を市民に頼り過ぎない	1
	・ ホテルの接客を改善	1
・ 年齢に関係ない観光地づくり	1	
3	環境の改善	4
	・ ゴミのポイ捨てを改善	3
	・ 高知駅周辺だけでなく全体を清潔に保つ	1
4	その他	5
	・ 金銭的に厳しい	1
	・ 刺激に乏しい	1
	・ 閉店が早い	1
	・ 金儲けできてない	1
	・ 田舎	1
合 計		100

第3節 観光を学ぶ高校生の意識

1. 調査目的と方法・内容

本調査は、高知市の観光に対する高校生の意識を明らかにするために、高知県立伊野商業高等学校の国際観光科の生徒を対象にアンケート調査を実施した。

場 所：高知県立伊野商業高等学校

実施日：2010年9月中旬～末日

方 法：配布方式によるアンケート

内 容：後掲の高知市観光に関する高校生のアンケート調査票のとおり

2. 集計結果

高知市の観光に対する高校生のアンケート調査では、83人からの回答を得た。集計結果を整理すると表6-5のとおりである。

なお、回答者ごとの集計は、アンケート調査票とともに巻末資料として後掲した。

表6-5 高知市の観光に対する高校生のアンケート調査結果（1）

（単位：人）

質問	性別		学年			出身地						
	男性	女性	1年生	2年生	3年生	高知県	大阪府	神奈川県	和歌山県	香川県	徳島県	中国
合計	24	59	38	27	18	76	2	1	1	1	1	1

回答区分	高知県							大阪府	神奈川県	和歌山県	
	高知市	日高村	いの町	須崎市	香美市	本川村	無回答	東大阪市	枚方市	横浜市	無回答
合計	61	4	3	2	1	1	3	1	1	1	1
回答区分	香川県		徳島県		中国						
	丸亀市		無回答		無回答						
合計	1		1		1						

表 6-5 高知市の観光に対する高校生のアンケート調査結果（2）

（単位：人）

質問	高知市の観光施設等の訪問者数（複数回答）												
回答区分	桂浜	高知市立龍馬の 生まれたまち記念館	高知県立美術館	高知県立文学館	高知県立坂本龍馬記念館	高知県立牧野植物園	桂浜水族館	高知市立自由民権記念館	はりまや橋	横山隆一記念まんが館	日曜市	高知城	その他
合計	69	27	39	8	29	55	47	17	73	5	65	78	1

質問	高知市の観光施設等の再来訪希望（複数回答）												
回答区分	桂浜	高知市立龍馬の 生まれたまち記念館	高知県立美術館	高知県立文学館	高知県立坂本龍馬記念館	高知県立牧野植物園	桂浜水族館	高知市立自由民権記念館	はりまや橋	横山隆一記念まんが館	日曜市	高知城	その他
合計	55	6	13	1	4	23	24	1	19	0	37	38	0

質問	観光客に勧めたい観光施設等（複数回答）												
回答区分	桂浜	高知市立龍馬の 生まれたまち記念館	高知県立美術館	高知県立文学館	高知県立坂本龍馬記念館	高知県立牧野植物園	桂浜水族館	高知市立自由民権記念館	はりまや橋	横山隆一記念まんが館	日曜市	高知城	その他
合計	47	10	10	2	13	15	14	2	16	2	33	47	0

表 6-5 高知市の観光に対する高校生のアンケート調査結果（3）

（単位：人）

質問	高知市観光の主な魅力（複数回答）								誘客が見込める観光活動（複数回答）						
	山	海	川	地域住民の人柄	歴史・文化	食べ物	町並み景観	その他	歴史観光	近代文化観光	農山村観光	漁村観光	伝統文化観光	食文化観光	その他
合計	34	31	29	24	37	33	11	2	22	9	14	15	59	38	1

質問	龍馬伝放映による観光客増加の感覚			放映終了後の観光客数の継続性			龍馬伝関連のイベント施設の継続性		
	はい	いいえ	無回答	はい	いいえ	無回答	はい	いいえ	無回答
合計	77	1	5	22	54	7	40	33	10

第3節 観光を学ぶ高校生の意識

アンケート調査結果をもとに観光を学ぶ高校生の意識を分析すると、以下のとおりである。

(1) 高校生の性別

高知県立伊野商業高等学校の国際観光科の生徒の性別の割合は、83人中「男性」が24人（28.9%）、「女性」が59人（71.1%）であり、女性の比率が高い（図6-16）。

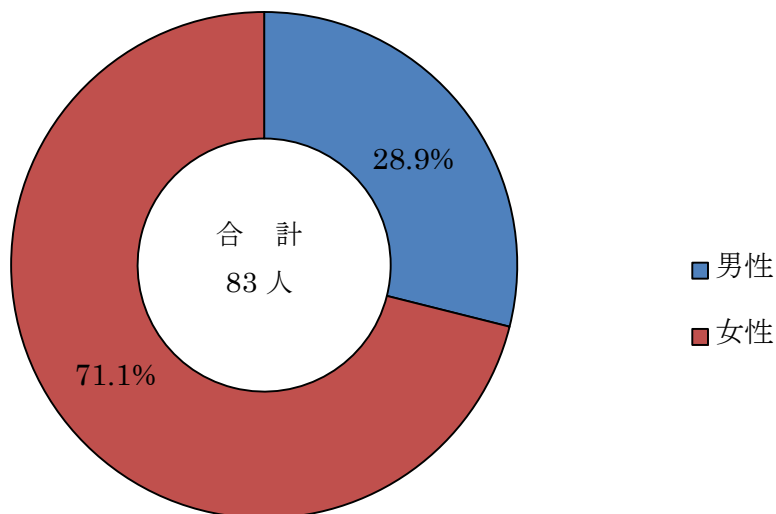


図6-16 高校生の性別割合

資料：2010年9月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

(2) 学年構成

学年別に回答者を分けると以下のとおりである。「1年生」が38人（45.8%）、「2年生」が27人（32.5%）、「3年生」が18人（21.7%）となっており、1年生の回答者数がほぼ半数を占めている（図6-17）。

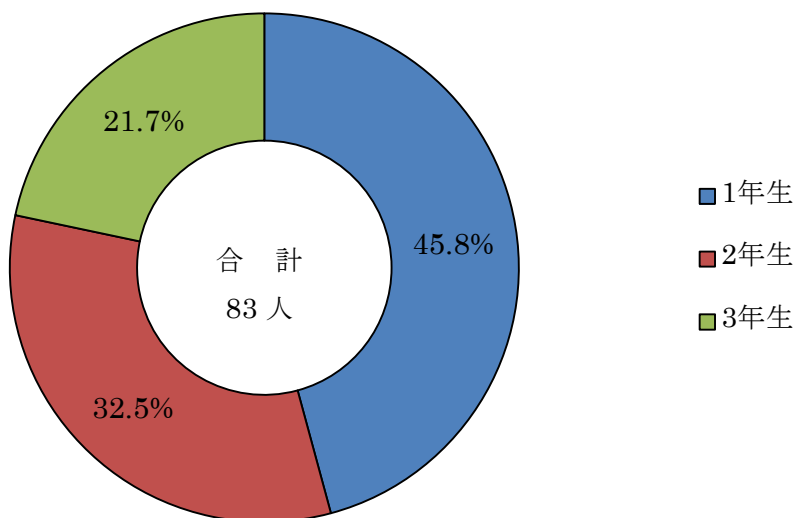


図6-17 学年構成

資料：2010年9月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

(3) 高校生の出身地

高校生の出身地は以下のとおりである。最も多い回答は、高校の所在地である「高知県」で 76 人 (91.6%) となっている (図 6-18)。また、市町村別出身地の内訳は図 6-19 に示すとおりである。「高知市」の出身者が 76 人中 61 人 (80.3%) と最も多く、次いで「日高村」が 4 人 (5.3%), 「いの町」が 3 人 (3.9%) と続いている。出身地は県外となっているが、アンケートに回答してくれた生徒は、全員高知市周辺に在住している。

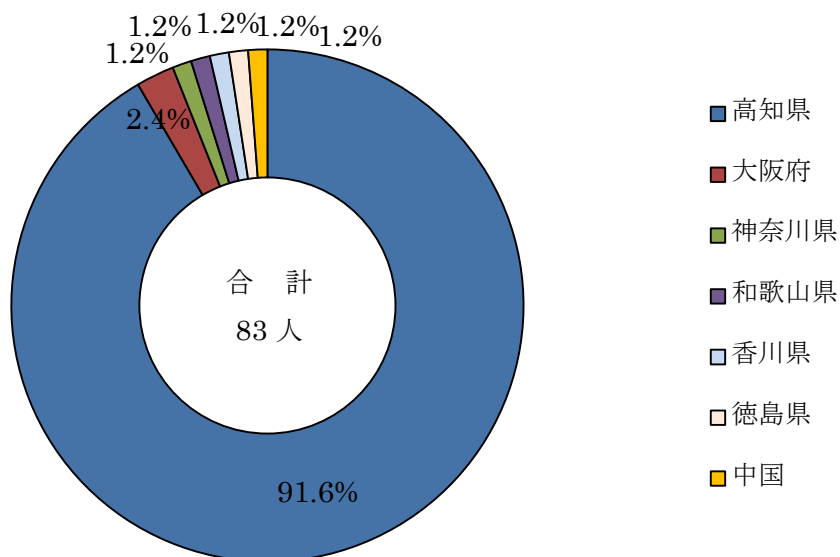


図 6-18 高校生の出身地

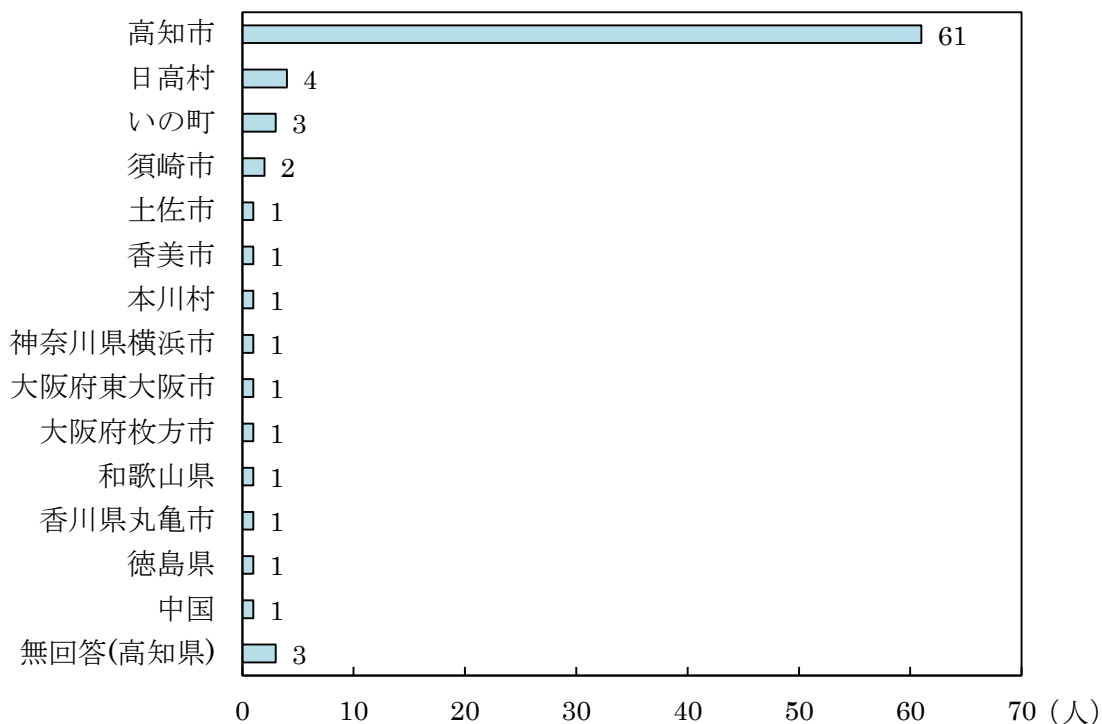


図 6-19 高校生の市町村別出身地 (グラフ)

資料：2010 年 9 月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

(4) 高知市の観光施設等の訪問者数

回答者 83 名のすべてが、高知市にある観光施設等を訪問している。高知市にある観光施設等の訪問者数（複数回答）は図 6-20 に示すとおりである。訪問場所では「高知城」が最も多く 78 人（94.0%）となっている。これは、高校 2 年生時に高知城ガイド案内の実習が行われているためである。また、「はりまや橋」は 73 人（88.0%）, 「桂浜」が 69 人（83.1%）, 日曜市には 65 人（78.3%）の人が訪れている。

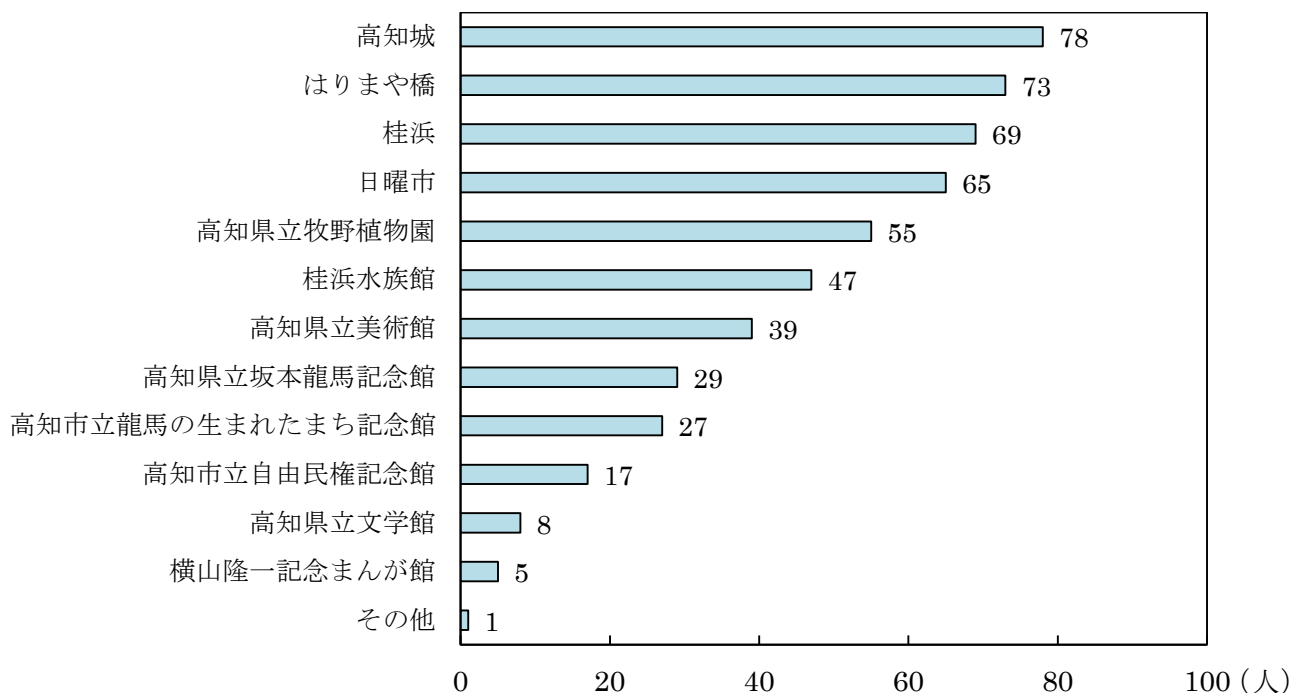


図 6-20 高校生の観光施設等の訪問者数

資料：2010 年 9 月のアンケート調査結果をもとに筆者作成



写真 6-5 観光施設等で訪れた人が最も多かった「高知城」

(2010 年 9 月 11 日 筆者撮影)

(5) 高知市の再来訪を希望する観光施設等

高知市の観光施設等を訪問した高校生に対して、再び訪れたい観光施設等をあげてもらった。詳細は図 6-21 に示すとおりである。「桂浜」が 55 人と最も多く、これに続く「高知城」38 人と「日曜市」37 人は「桂浜」と 10 人以上の開きがある。高知市または高知市周辺に在住する高校生にとっても、「桂浜」は訪れたい場所となっていることが分かる。並びに、再来訪を希望する観光施設等の順位付けでも、「桂浜」を 1 位とした人が最も多い。また、2 位に最も得票が多かったのは「日曜市」、3 位に最も票を得たのは「高知城」である。しかし、全国的に知名度が高い「はりまや橋」や、坂本龍馬の資料などを展示している「高知県立坂本龍馬記念館」と「高知市立龍馬の生まれたまち記念館」は、再来訪を希望する人は少ない。

さらに再来訪希望比率（図 6-22）をみると「桂浜」が 79.7%となっており、得票数だけでなく高い比率を示している。次いで「日曜市」56.9%、「桂浜水族館」51.1%も再来訪希望の比率が高い。これに対して、「横山隆一記念まんが館」、「高知市立自由民権記念館」、「高知県立文学館」は、再来訪を希望する人の比率は低い。この要因としては、施設の場所が分かりにくく、認知されていないことが考えられる。

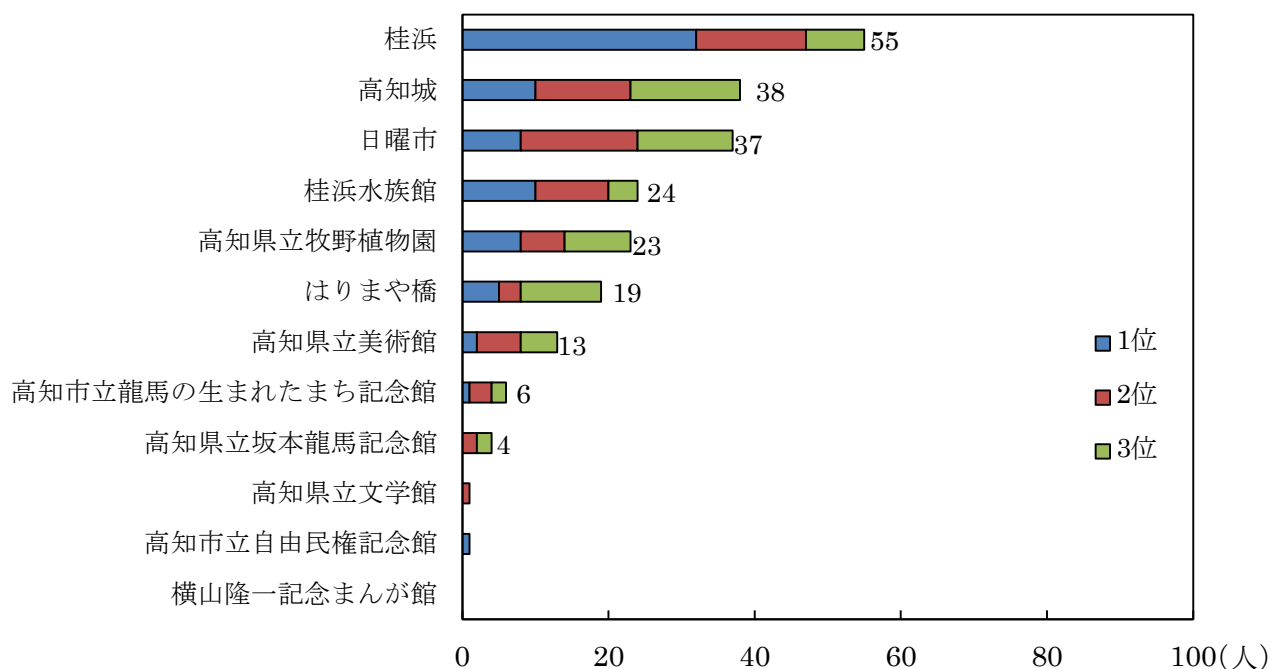


図 6-21 高知市の再来訪を希望する観光施設等

資料：2010年9月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

注：その他を除く

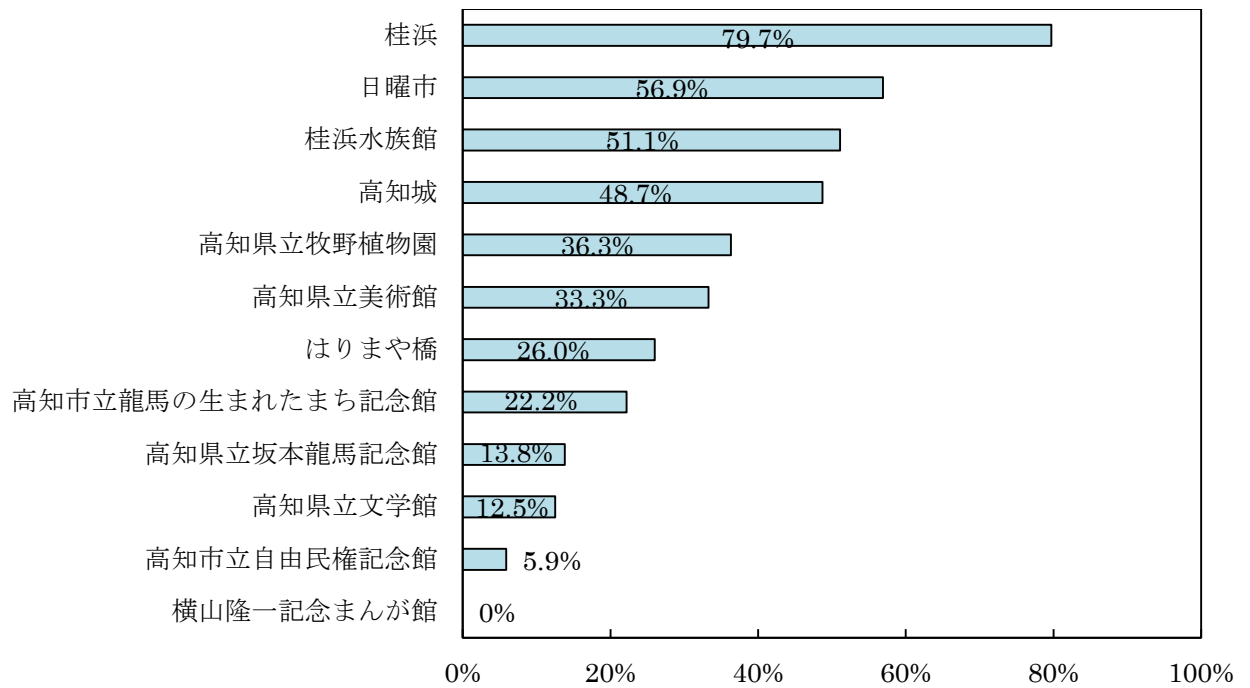


図 6-22 高知市の観光施設等の再来訪希望比率

資料：2010年9月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

注：その他を除く



写真 6-6 ゴールデンウィーク中に観光案内をする国際観光科の生徒

(2010年5月2日 伊野商業高等学校国際観光科 宮本普之教諭撮影)

(6) 観光客に勧めたい観光施設等

観光を学ぶ高校生が、観光客に勧める観光施設等（複数回答）は以下のとおりである。「高知城」と「桂浜」が47人と最も多く、「高知城」が33人である（図6-23）。また、割合別でみると「桂浜」が68.1%と最も多く、続いて「高知城」60.2%、「日曜市」が50.8%となっている。その一方で「はりまや橋」は21.9%と低い数値を表している（図6-24）。

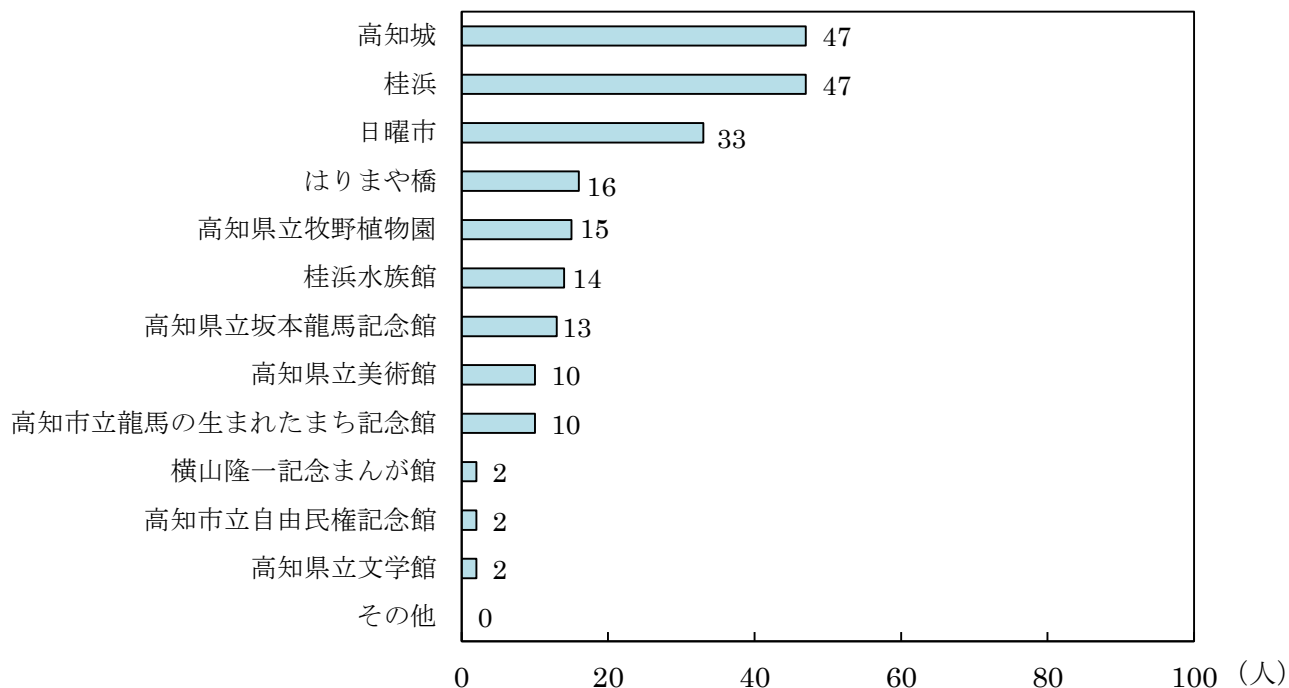


図6-23 観光客に勧めたい観光施設等

資料：2010年9月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

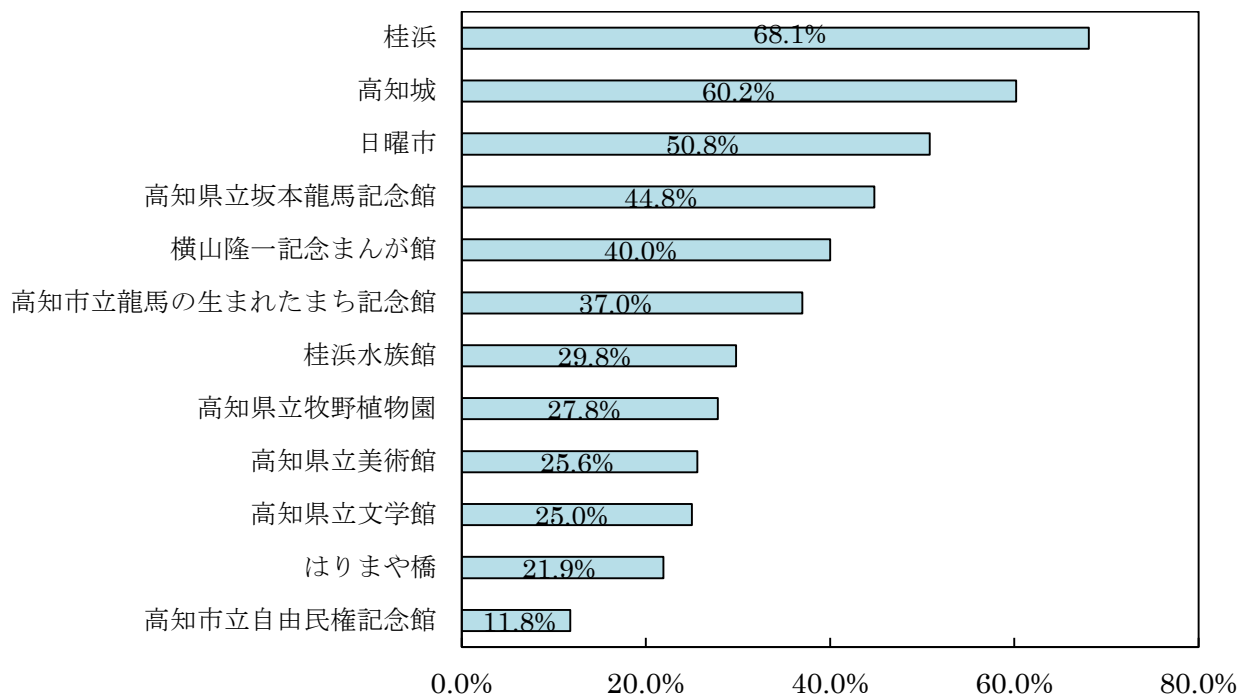


図6-24 観光客に勧めたい観光施設等の比率

資料：2010年9月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

注：「その他」を除く

表 6-6 観光を学ぶ高校生が観光客に勧めたい観光施設等の理由 (1)

観光施設等	理由	人数
桂浜	桂浜の美しさと龍馬の銅像	36
	・ 海が綺麗	17
	・ 龍馬像を間近で見てほしい	7
	・ 龍馬に会える	4
	・ 全国的に有名	3
	・ 月の名所	2
	・ 高知と言えば桂浜	1
	・ その他	2
高知市立 龍馬の生まれたまち 記念館	龍馬のことを知ることができる	5
	・ 龍馬のことが学べる	2
	・ 高知を代表する人物を身近に感じることができる	1
	・ その他	2
高知県立美術館	色々なアート	5
	・ 色々なアートがある	2
	・ 綺麗	1
	・ その他	2
高知県立文学館	回答なし	0
高知県立 坂本龍馬記念館	高知を代表する人物	8
	・ 坂本龍馬に会える	2
	・ やっぱり龍馬のことを知ってもらい	2
	・ 坂本龍馬がとても有名だから	2
	・ その他	2
高知県立牧野植物園	植物が多く、美しい	4
	・ 実際に体験でき、見て、楽しめる	1
	・ 植物が多く、綺麗	1
	・ 高知が生み出した植物学者 (牧野富太郎)	1
	・ 名所	1
桂浜水族館	子供が嬉しい	7
	・ 楽しめる	2
	・ 子供が嬉しい	2
	・ その他	3

表 6-7 観光を学ぶ高校生が観光客に勧めたい観光施設等の理由 (2)

観光施設等	理由	人数
高知市立 自由民権記念館	自由民権運動の流れが分かる	1
	・ 板垣退助のことを知ることができる	1
はりまや橋	全国的に有名	10
	・ 全国的に有名	7
	・ がっかり名所	1
	・ 映画になった	1
	・ よさこい節で有名	1
横山隆一記念まんが館	横山隆一を顕彰するまんが館	1
	本が沢山ある	1
日曜市	飾らない高知を知ることができる	19
	・ 高知にしかないもの、色々なものが売られている	4
	・ 人とふれあえ、実際に見て楽しめる	4
	・ 高知の美味しいものが沢山ある	3
	・ 手軽に買い物ができる	2
	・ 日本で一番長い市	1
	・ その他	5
高知城	高知を代表する歴史的建造物	23
	・ 高知を代表する歴史的建造物	10
	・ 景色が良い	3
	・ 名所、有名	3
	・ 高知の中心	1
	・ 山内一豊で有名	1
	・ その他	5
合 計		119

資料：2010年9月～10月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

(7) 高知市観光の持つ主な魅力

観光を学ぶ高校生が抱く、高知市観光の主な魅力（複数回答）は、「歴史・文化」が37人（18.4%）で最多となった。また、「山」が34人（16.9%）、「食べ物」に33人（16.4%）、「川」が31人（15.4%）、「海」が29人（14.4%）と続いており、高校生からみた高知市の主な魅力は、歴史・文化や食べ物、自然であることが伺える（図6-25）。

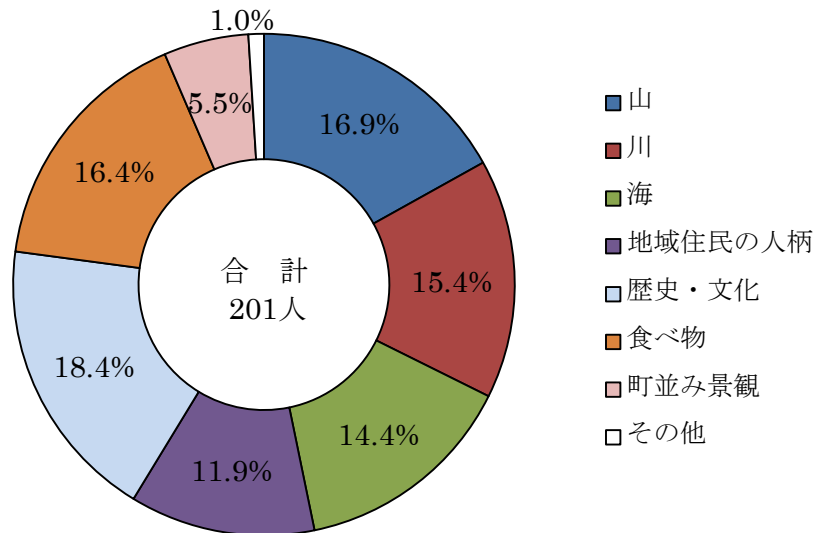


図6-25 高知市観光の持つ主な魅力

資料：2010年9月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

(8) 誘客が見込める観光活動

高知市では主にどのような観光活動に取り組めば、観光客が増加すると思うか（複数回答）の質問に対しては、「伝統文化観光」の59人（37.3%）が最も多い。これは、質問の際に例としてあげた「よさこい祭り」のことであるようである。次いで、「食文化観光」が38人（24.1%）、「歴史観光」が22人（13.9%）となっている（図6-26）。

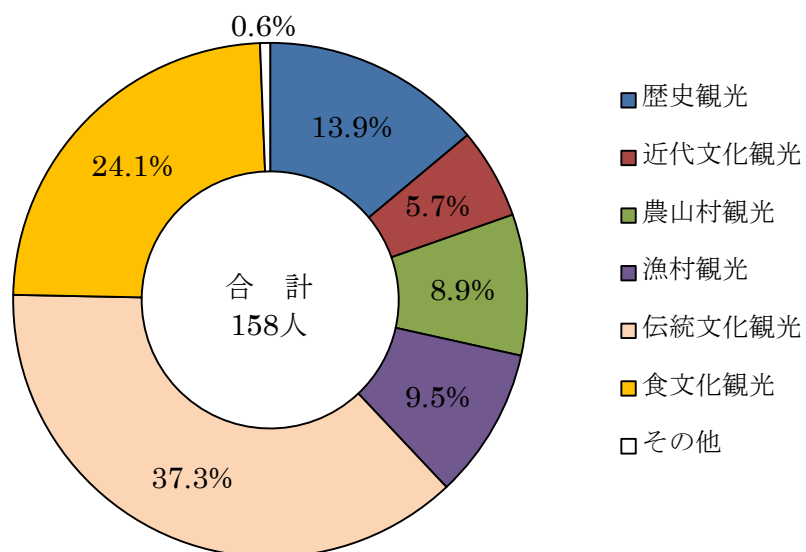


図6-26 誘客が見込める観光活動

資料：2010年9月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

(9) 「龍馬伝」放映による観光客増加の感覚

「龍馬伝」放映で高知市を訪れる観光客は増加したと思うか、の質問に対し、「はい」という回答が77人(97.0%)、「いいえ」は1人(1.3%)に過ぎなかった(図6-27)。観光を学ぶ高校生の大部分が「龍馬伝」放映による観光客増加を感じている。

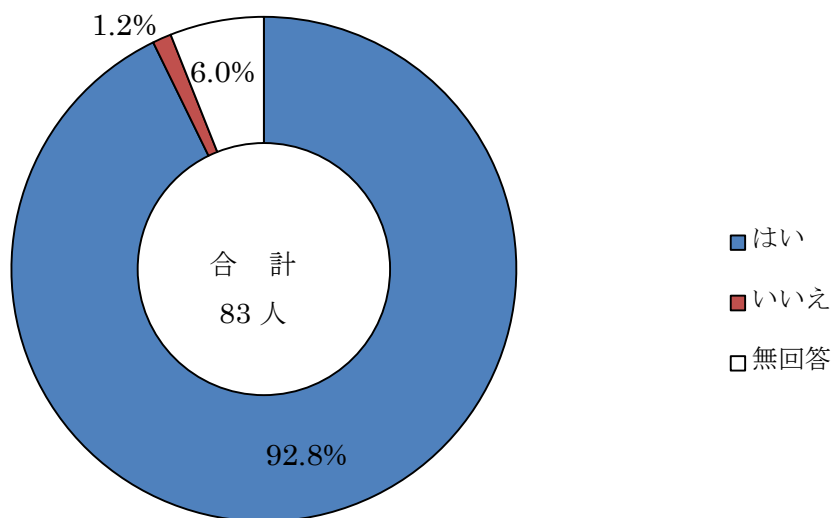


図6-27 「龍馬伝」放映による観光客増加の感覚

資料：2010年9月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

(10) 放映終了後の観光客数の継続性

「龍馬伝」の放映終了後、放映年同様観光客が訪れるかという質問に対して、「はい」が22人(26.5%)、「いいえ」が54人(65.1%)である。

「はい」の回答の理由としてあげられるのが、「今回の放映で高知が知られたから」、「そんなに早くブームは去らないと思うから」等があげられ、他方、「いいえ」の回答では「一時期のものだから」、「ブームは去るのが早いから」などがあげられる。大河ドラマの放映翌年には観光客が減少すると予測している回答者が多く、大学生から得た回答と同様、一般的な傾向がみられる(図6-28)。

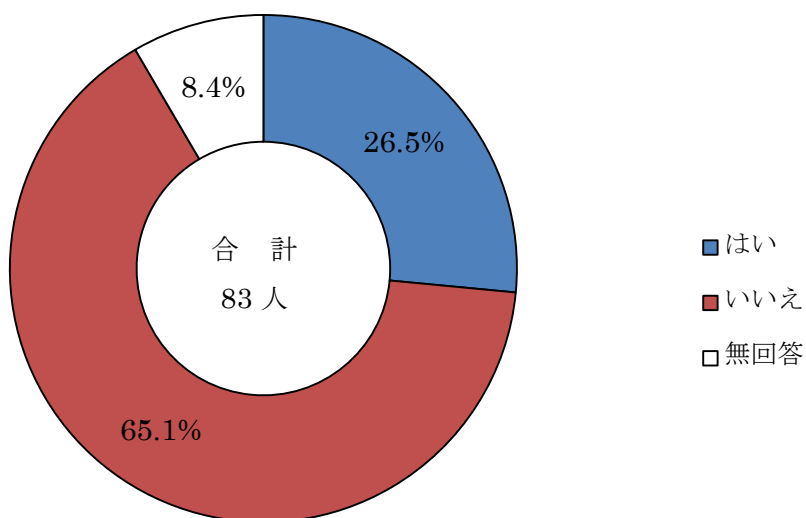


図6-28 放映終了後の観光客数の継続性

資料：2010年9月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

(11) 「龍馬伝」放映で建てられた建築物やイベントの継続性

「龍馬伝」放映で建てられた建築物やイベントが今後継続して利用できる（はい）と回答した人は40人（50.6%）、できない（いいえ）と答えた人が33人（41.8%）である（図6-29）。こちらも大学生と同様、建築物やイベントの継続活用について賛否両論がみられる。

利用できる（はい）と回答した人の理由としてあげられるのが、「イベントなどやることによって人気になると思うから」、「他のことに使ったらよい」などがあげられ、観光客と地域住民の双方が使用または活用することを目的とした回答である。

一方で、利用できない（いいえ）と回答した人の理由には「ブームは去るから」、「人が減って活用出来なくなる」などがあげられ、イベントや建築物の使用対象者を主に観光客としていることが伺え、地域での活用という考えはみられない。

しかし、「龍馬伝」放映で建てられた建築物やイベントが今後活用できる（はい）と回答した人がやや多く、大学生との違いがみられる。

また、「龍馬伝」放映で建てられた建築物は写真6-7のとおりである。これは、放映終了後取り壊されたが大河ドラマ「龍馬伝」にちなんだパビリオン「高知・龍馬ろまん社中」であった。館内の撮影は著作権の関係があるため殆どの場所で禁止されている。展示内容は、出演者が着た衣装や大河ドラマの内容、当時の土佐の様子を地図やジオラマなどで表現していた。また、主人公である坂本龍馬の生涯を紹介していた。加えて大河ドラマ出演者のサインが展示されており、他の展示品と比べ人が集まっていた。

さらに、「龍馬伝」放映の毎週日曜日には、写真6-8の路面電車「イベント号」が特別走行していた。日曜日以外はJR高知駅前南口の路面電車停留所に停車しており、電車内の見学が可能であった。

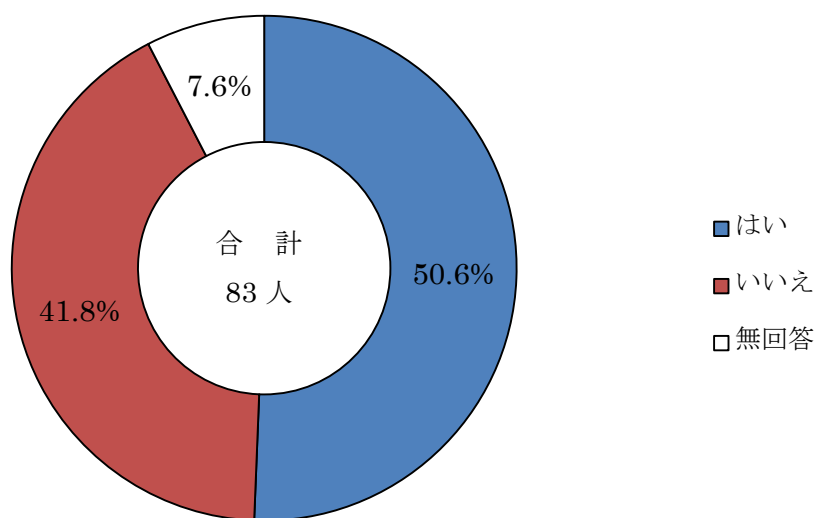


図6-29 「龍馬伝」放映で建てられた建築物やイベントの継続性

資料：2010年9月のアンケート調査結果をもとに筆者作成



写真 6-7 「龍馬伝」放映のために造られた高知・龍馬ろまん社中
(2010年9月26日 筆者撮影)



写真 6-8 「龍馬伝」放映期間の日曜日に特別走行していた「イベント号」
(2010年9月26日 筆者撮影)

(12) 高知市観光に対する観光を学ぶ高校生の意見

高知市観光に対する観光を学ぶ高校生の自由意見（複数回答）をまとめると以下のようである。良好な点として「自然景観や環境が良好」40.5%が最も多く、「観光地として良好」18.9%、「住民の人柄が良好」が16.2%と続いている（図6-30）。

一方、改善すべき点で「観光面の整備」が41.2%と最も多くあげられており、そのなかでもとりわけ、「もっと高知市をPRすべきである」という意見が比較的多い。続いて「住環境の整備・改善」と「交通の整備・改善」が23.5%となっている。指摘内容の詳細は表6-8、6-9のとおりである。これにより、観光を学ぶ高校生が高知市に対して観光面でも、とくに広報活動に力を入れることの望んでいることが分かる。

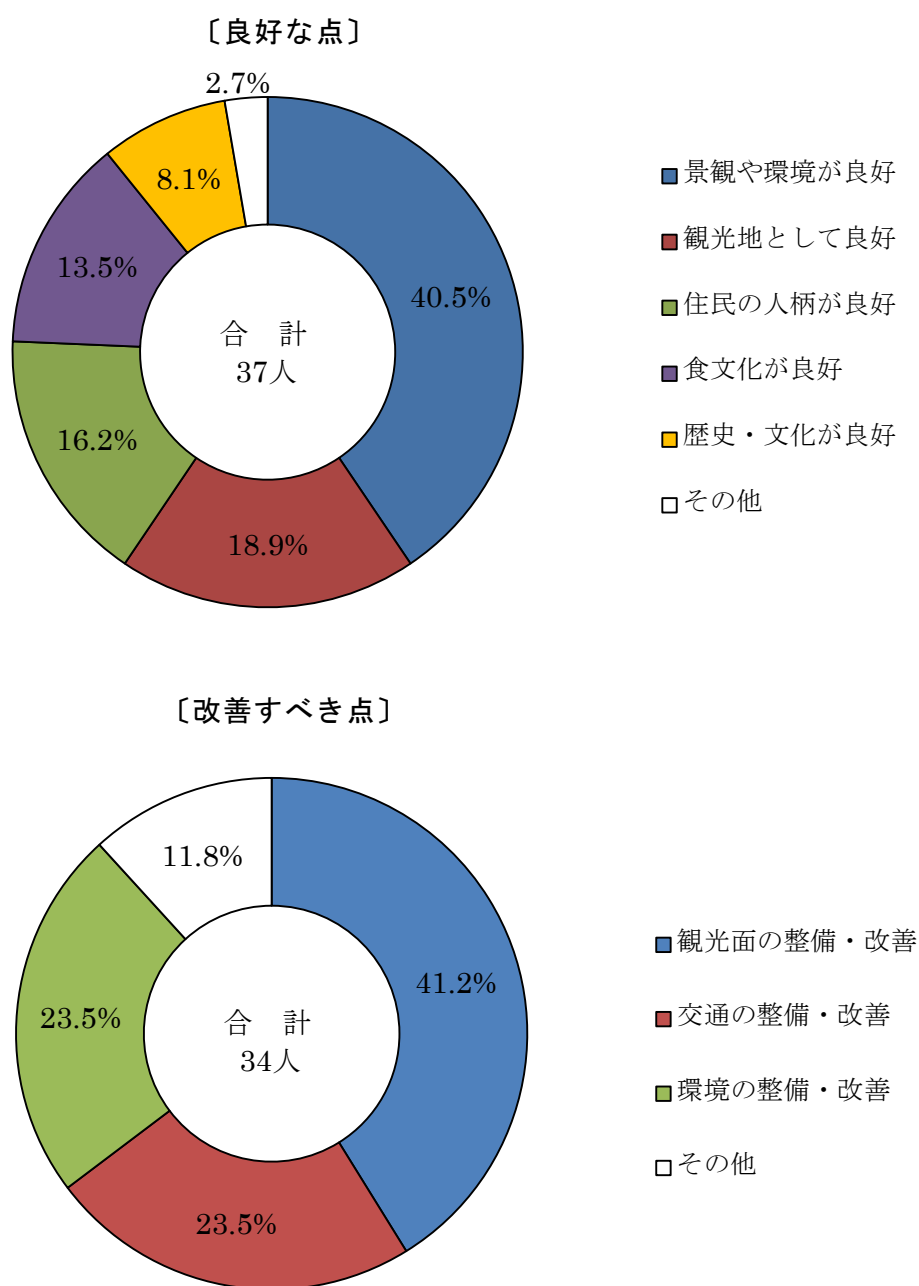


図6-30 高知市観光に対する観光を学ぶ高校生の意見

資料：2010年9月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

表 6-8 観光を学ぶ高校生から見た高知市観光の良好な点

No.	指摘内容	人数
1	景観・環境が良好	15
	・ 自然が多く，綺麗	12
	・ 海が綺麗	1
	・ 景色がいい	1
	・ 田舎ならではののんびりした空気がある	1
2	観光地として良好	7
	・ よさこい祭り	4
	・ 行事が楽しい	1
	・ 住民と一緒にやっている	1
	・ 観光できる所が多い	1
3	住民の人柄が良好	6
	・ 人柄がよい	5
	・ 人が明るい	1
4	食文化が良好	5
	・ 昔ながらの食べ物がおいしい	5
5	歴史・文化が良好	3
	・ 歴史を知ることができる	1
	・ 歴史観が多い	1
	・ 路面電車	1
6	その他	1
	・ 人混みが少ない	1
合 計		37

表 6-9 観光を学ぶ高校生から見た高知市観光の改善すべき点

No.	指摘内容	人数
1	観光面の整備・改善	14
	・ もっと PR すべき	5
	・ 有名なものを作り出す	2
	・ 人が興味を示すような施設をつくる	2
	・ よさこい祭りの開催期間の延長	2
	・ 費用を抑える	2
2	・ はりまや橋を何とかする	1
	交通の整備・改善	8
	・ 交通手段が少ない	5
	・ 道が分かりづらい	1
	・ 歩道と車道を明確にする	1
3	・ 無駄な道路工事をなくす	1
	環境の整備・改善	8
	・ もっと住民が興味を持ち自発的に行くところを作る	5
	・ シャッター通りをなくす	1
4	・ ゴミを減らす	1
	その他	4
	・ 方言がきつい	1
	・ 態度が悪い	1
	・ 場所によって臭いがあるのでそれを改善する	1
	・ 山が多い	1
	合 計	34

資料：2010年9月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

第4節 高知市観光に対する評価・意見

(1) 良好な点

高知市観光に対する大学生と観光を学ぶ高校生の意見（自由回答）は、良好な点の項目を大きく分けると「その他」を除いて5つに集約できる（図6-31）。そのなかで最も高い比率を示したのは、大学生と高校生ともに「景観・環境が良好」である。この項目の意見として「自然が多い」、「空気が良い」、「景色が良い」など大学生と高校生の双方とも同じ指摘がされている。このことから大学生、高校生ともに、高知市観光において「景観・環境」が重要であると考えていることがうかがえる。

次に比率の高いものとして、大学生は「歴史・文化が良好」である。そのなかでも「坂本龍馬」をあげた人が約半数を占めている。これにより、坂本龍馬が高知市観光に大きな影響を与えていることや龍馬の知名度の高さがうかがえる。同項目は、高校生では最も低い比率となっているが、大学生の回答のように固有名詞はなく、回答者数も10%に満たず、それほど興味が示されていないことが分かる。

また、観光を学ぶ高校生は「観光地として良好」を「景観・環境が良好」に次いであげている。その意見を見ると、観光客だけではなく地域住民として参加できる行事、とくに「よさこい祭り」について述べている。しかし、高知市にある観光施設等への言及は殆どない。高知市または高知市周辺に在住している高校生にとっては、施設等は日常圏内にあるため、観光地として特別視していないものとする。同項目が最も低い比率となった大学生の意見は、観光地に対するものが大半を占めており、イベントや行事に

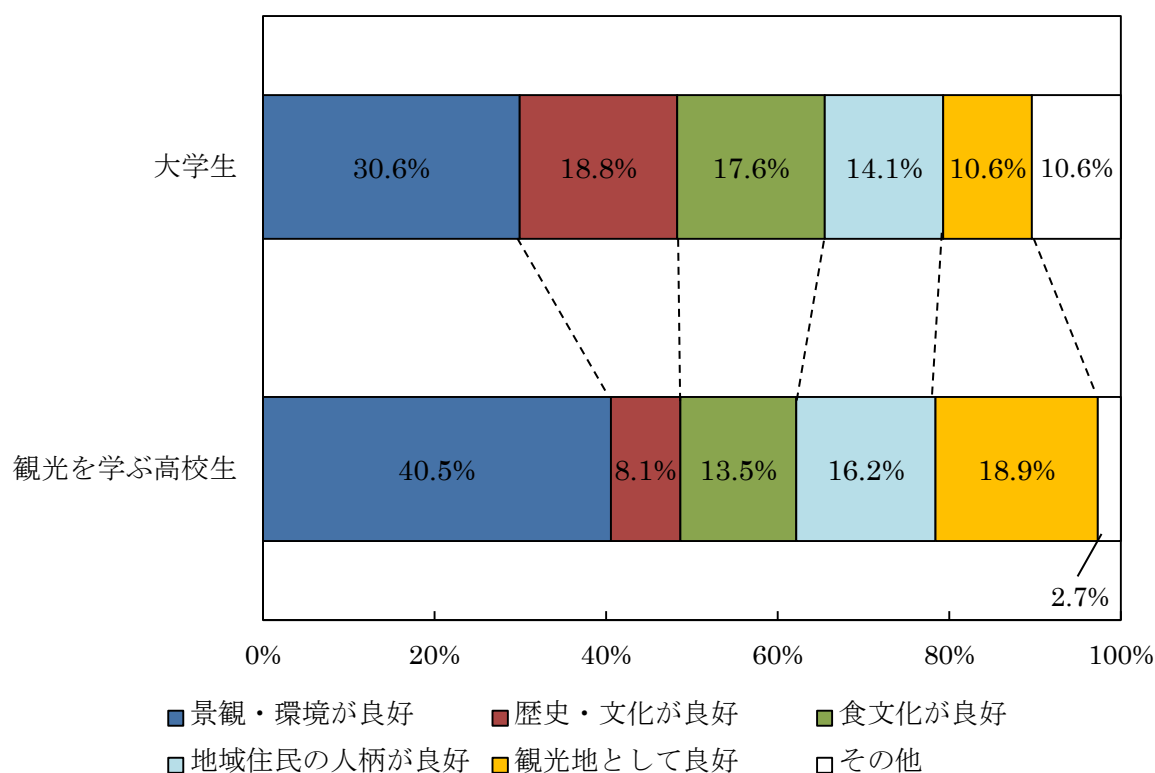


図6-31 高知市観光に対する良好な点の意見比較

資料：2010年9月～10月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

関する指摘は皆無に等しい。これは、観光客寄りの意見であるように考える。イベントや行事は年中開催しておらず、一時的なものである。年間を通して住んでいないと分からないイベントや行事等もあり、同じ項目でも意見に相違がみられる。

3番目に高い比率として大学生があげているのは「食文化が良好」である。意見の具体例をあげると「食べ物がおいしい」、「魚介類がおいしい」がある。今回のアンケート調査に協力してくれた大学生の約8割は、県外出身者であることから自分が慣れ親しんだ食文化と比較していると考察できる。「食文化が良好」が4番目の比率となった高校生の意見は、回答者全員が「昔ながらの食べ物がおいしい」とあげており、特定の食品をあげての回答はない。回答をした殆どの高校生が高知市で生まれ育ったため、他地域の食文化と比較要素が少ないためであると推察する。「昔ながら」という言葉が何を指すのか推察することはできないが、伝統的に高知市で食べられている食品が好まれているように考える。ちなみに、じゃらん宿泊調査が毎年行っているアンケート調査によると、2010年に高知県は「地元ならではの食べ物がおいしい」の第1位となっている。

高校生が3番目に高い比率としてあげているのが「住民の人柄が良好」である。同項目は、大学生には4番目に高いものとなっており、意見も「人柄がよい」、「人が親切、あったかい」と同じ意見が並んでいる。このことから観光客を迎えるにあたって、良好な関係を築くことが可能であると推察できる。

(2) 改善すべき点

高知市観光の改善すべき点について大学生と観光を勉強する高校生の自由意見を集約すると、図6-32のとおり、「その他」を除き3つに大別できる。

①交通面の整備・改善

大学生が、最も改善すべき点としてあげているのが「交通面の整備・改善」である。意見の約半数が「交通アクセスの整備」であり、高知市へのアクセスに不満を持っていることが分かる。高知県外や高知市外から訪れる人には、高知市は訪れにくい場所であることがうかがえる。また、高知市の公共交通の利用料金は高いと指摘している人もおり、交通面の持つ課題がアクセスだけでなく、利用料金にも表れていることが分かる。加えて、同じ項目内で「道路・駐車場の整備」の指摘がある。これは、大学生には、自家用車、二輪車、原動付自転車などを運転する人がいるためであると考えられる。併せて、「地域住民の交通マナーが悪い、とくに車の運転があらい」と意見が出されている。

また、高校生も「交通面の整備・改善」を2番目にあげている。意見の半数以上が「交通手段が少ない」となっており、これは運転免許証などを持っていない高校生ならではの指摘であると考えられる。

高知市の中心部は、JR、路面電車、路線バスなどの公共交通機関が整備されているが、郊外は路線バスが主要な公共交通機関であり、運行本数も1時間に1本程度にまで減少する。さらに公共交通機関の最終便の時間は早い。このことは、観光地の往来にも問題が波及すると考える。観光客の中には、公共交通機関のみを利用して観光地を巡る人もいる。大都市のように、公共交通機関が発達している場合、時間を気にせず、観光地を気楽に訪れることができ、行きやすいと感じる。さらに、現在は、「安・近・短」の旅行

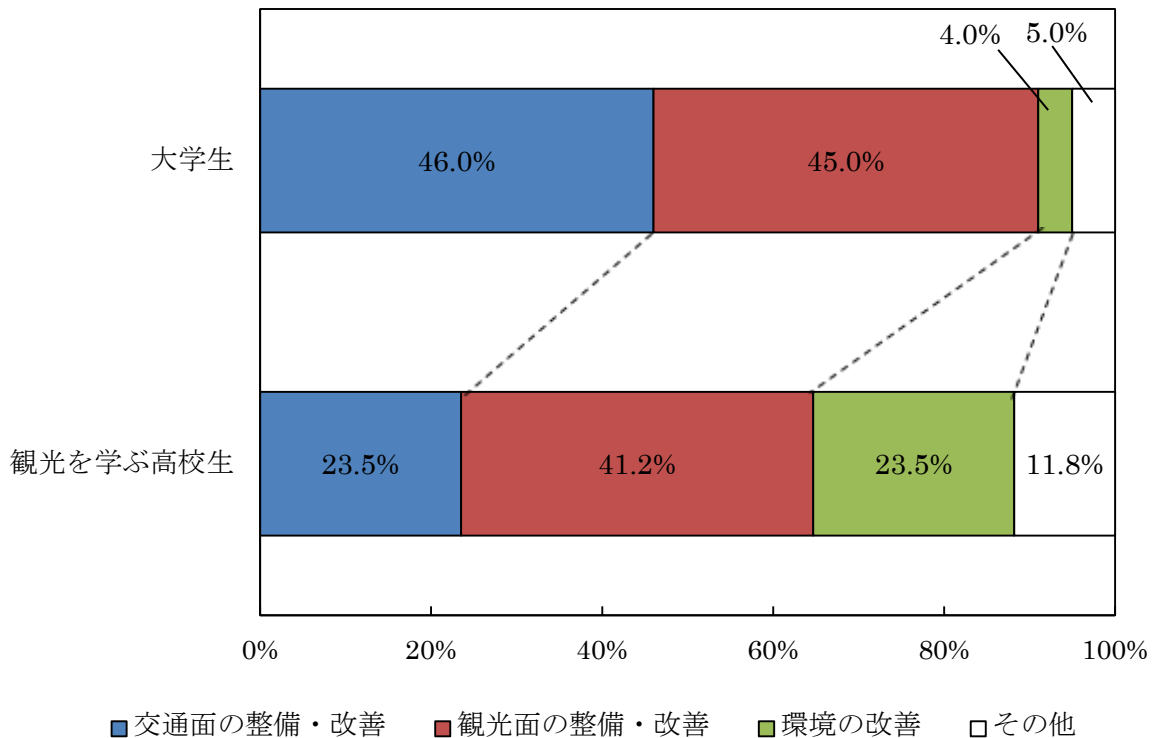


図 6-32 高知市観光に対する改善すべき点の意見比較

資料：2010年9月～10月のアンケート調査結果をもとに筆者作成

傾向にあるため、料金が高くなると観光地への訪問、もしくはその地域への訪問がなくなるのではないかと危惧される。このことについて、石川（2001）は、

「観光施設は、施設単独で自己完結的に観光サービスを提供しているわけではない。観光地を訪れるために、また観光施設を利用するためにはそこへのアクセスのための道路や交通機関が整備される必要がある。（後略）」

（『現代観光とツーリズム』より引用）

と述べ、インフラストラクチャー整備の必要性、並びにインフラストラクチャー整備が観光地におよぼす環境破壊などについて論述している。

高知市を観光する場合、第 5 章第 1 節でも示しているとおり、自家用車の利用率が 34.7% となっており、他の交通機関と比べ多いことが分かる。以前より、高知市だけでなく高知県全体で交通面の整備に取り組んでいるが、自治体の予算の関係上、観光客と住民の双方が満足する交通整備は難しいと考える。

②観光面の整備・改善

高校生が改善すべき点として最も多くあげているのは「観光面の整備・改善」である。同項目は、大学生では 2 番目に位置付けられている。観光を学ぶ高校生の意見は本章第 2 節（12）で述べたように、主に「広報活動に力を入れる」である。次いで「有名なものをつくる」、「人が興味を示すような施設をつくる」、「よさこい祭り開催の期間延長」

などの意見がある。

「広報活動に力を入れる」以外の意見は、実現するのは難しいと考える。また、広報活動についても、広報のどの部分に力を入れると観光客が訪れるかについては、自治体や観光施設等にとっても大きな問題となっている。

「有名なものをつくる」、「人が興味を示すような施設をつくる」について例をあげると、2001年に、横山隆一記念まんが館を併設する「高知市文化プラザかるぽーと（愛称かるぽーと）」が竣工した。この高知市文化プラザかるぽーとは、工事開始当初には、高知市民も興味を持っており、高知市の文化を創造・発信する施設となる予定であった。しかしその後、場所の悪さ、駐車料金の高さ、造りの悪さが市民から指摘された。加えて、「県民や市民は、音楽ホール以外にどのような施設が併設されているか知らない人もいる。開館当初から殆ど使用されていない部屋もあり、施設の活用は十分されていないように思う」と、かるぽーとの職員は語っている。新しい施設や名物をつくる時の話題性は大きい。しかし、新しい施設や名物が継続して話題性を保つかは別の問題であり、多くは一過性で終わるように考える。加えていえば、新しい施設や名物とされるものが長期的に新たな観光資源となりうるかは、さらに別の問題である。

また、よさこい祭り開催の期間延長の意見であるが、8月9日から12日の4日間で約120万人の観光客数を集めるよさこい祭りは、高知市で行う最も大きなイベントである。しかし、4日間に集中して観光客が訪れるため、地域住民や宿泊施設等にかかる負担は少なくない。毎年地域住民から苦情が絶えず、問題点を抱えている。上記の問題点を踏まえたうえで、よさこい祭りの開催期間を考えるべきである。

「観光面の整備・改善」の項目について、大学生の意見内容を見ると次のとおりである。大きな意見内容として「旅行・観光施設の整備・充実」、「坂本龍馬に頼り過ぎない」、「自慢できる商品をつくる」をあげている。「旅行・観光施設の整備・充実」を細かく分けると、「宣伝（PR）が下手」、「案内板（地図）が少ない」などがある。宣伝（PR）が下手という意見は、高校生と同じであるが、案内板（地図）が少ないという意見は、高知市に長く在住している地域住民からは出にくい。これは、大学入学時から高知市で生活するようになった大学生ならではの指摘であると考えられる。

さらに、同項目内で大学生から「（観光を）坂本龍馬に頼り過ぎない」という意見も多くみられた。良好な点で「歴史・文化が良好」の項目に坂本龍馬をあげた学生が多数いるが、坂本龍馬を観光の前面に押ししていることに対して、不満を抱いている学生もいることが分かる。

高校生からは、大学生が述べた意見は出なかったが、筆者が聞き取り調査をした際に以下のような話を聞くことができた。土佐ボランティアガイド協会の方の話では、「坂本龍馬は、確かに高知が輩出した全国的有名人であるが、（坂本）龍馬を育んだ地域や人に目を向けてほしい。高知が輩出した人は他にもいる。板垣退助、植木枝盛が行った自由民権運動も高知から起こっている。教科書（無償）運動も高知から。また、（高知県立）牧野植物園の牧野富太郎博士がいる。しかし、それを知る人は少ない。あまり興味も持たれていないようだ。高知イコール龍馬というイメージはどうだろうか」（話者は高知市とは限定せずに話をした）。また、高知県立牧野植物園の職員からは「こちらの施設は、（坂本）龍馬と関係がないのに電話をしてくる観光客がいて、困る時がある」という意

見があがった。さらに横山隆一記念まんが館の学芸員からは「人を集めるために坂本龍馬に頼らざるを得ない」と、現在の状況をやや悲観的に見た話をうかがった。加えて、自由民権記念館発行の友の会だより「民権の炎」のなかで「土佐観光は龍馬に頼るだけで良いのか」のタイトルを用い、次のように述べている。

「今、土佐観光は、まさに龍馬ブームの頂点にある。県民所得が全国四十六位の高知県にしてみれば、この龍馬ブームは喜ぶべきかもしれない。マスコミ報道によると、観光関係者は来年の“龍馬後”の観光事業についても検討し、やはり龍馬一本の方針を決めたい。龍馬ファン以外は、この半年の龍馬ブームにうんざりしているのに、まだ来年も続けるのか。土佐には龍馬以外に人物はいないのか、との疑問の声も聞かえてくる。(後略)」

(「民権の炎」No.40, 2010年7月1日発行より引用)

上述した人が、高知市民全ての意見であるとは考えないが、高知市観光のもつ課題に、坂本龍馬と高知県と高知市の観光広報活動の考え方に課題が含まれていることが分かる。

坂本龍馬の知名度は全国的に高く、2010年に放映された大河ドラマで、坂本龍馬と彼に関わる人物の知名度が上がったと容易に推察できる。しかしながら、坂本龍馬ばかりを観光の前面に押し出し、高知市が輩出した他の著名人の存在が薄れている。また、住民の一部が、坂本龍馬ブームに対して食傷気味になっていることがうかがえる。加えて、坂本龍馬に興味がない人にとっては、関心に欠ける観光振興となっていることが見られる。

③環境の改善

最後に、大学生と高校生ともに「環境の改善」をあげている。大学生は、全体の4.0%と比率的に低い数値となっている。大学生の意見は「ポイ捨てをなくす」、「高知駅だけでなく全体的に清潔に保つ」であり、環境の改善の中でも衛生面を指摘している。一方、高校生は23.5%となっており、「交通面の整備・改善」と並ぶ数値である。高校生の意見をあげると、「もっと住民が興味を持ち自発的に行くところをつくる」、「シャッター通りをなくす」、「ゴミを減らす」であり、大部分が観光面からではなく、地域住民から見た自治体や地域に対する意見である。また、高校生が指摘している「もっと住民が興味を持ち自発的に行くところをつくる」、「シャッター通りをなくす」について、高知県と高知市の行政で第1回「はりまや橋周辺から高知城までの東西軸エリア活性化に係るプラン検討会」が2010年1月に開催され、2011年3月には、第8回「はりまや橋周辺から高知城までの東西軸エリア活性化に係るプラン検討会」で議論がなされた。このように、高知市中心地についての活性化の取り組みが行われている。

第5節 まとめ

地域住民のアンケート調査結果を分析すると、高知市内にある観光施設等の殆どで「観光客に勧める観光施設等」と「地域住民が再来訪を希望する観光施設等」の割合が、ほぼ比例する現象が見られた。しかし、坂本龍馬関連施設に関しては、「観光客に勧める観光施設等」の比率は高いが「地域住民が再来訪を希望する観光施設等」は低い比率になっている。

また、地域住民が最も多く訪れた観光施設等は「桂浜」である。同地は、「観光客に勧める観光施設等」としても高い比率を示した。実際、観光客の72.2%が同地を訪れており、地域住民と観光客の意見が一致している。しかし、「桂浜」のように、地域住民と観光客の意見が高い比率で一致している観光施設等は、他に見られない。とくに、「高知県立牧野植物園」は、大学生から観光客に勧める観光施設等として67.6%と高い比率を示したものの、観光客の利用は極めて少なく2.7%となった。加えて、観光を学ぶ高校生からは「観光客に勧める観光施設等」として「日曜市」があげられた。こちらも、観光客の利用は少ない(10.9%)。これは、「日曜市」が日曜日での開催であるためと考えられる。そして、一般住民からの聞き取りでは、観光客に勧める観光施設等はなかったが、海や川といった自然があげられた。

観光客、地域住民の双方から見た高知市観光の良好な点、改善すべき点は、ほぼ同じように分類できた。改善すべき点で多く指摘されたのは、交通面の整備・改善である。この項目では、とくに交通アクセスや交通機関の料金について指摘された。そして、観光の広報活動や新たな観光施設の整備・改善の指摘が地域住民からあるものの、既存の観光施設等については殆ど言及されなかった。

なお、大河ドラマ放映を契機として、高知市を訪れた観光客が約半数(121人)を占めた。しかし、聞き取り調査の結果、大河ドラマ関連以外の観光施設等にも興味があったことがうかがえる。

第7章 大河ドラマ「炎立つ」(1993年後半)放映を活用した岩手県奥州市江刺区の地域振興

第1節 はじめに

映画やテレビドラマを活用した観光は、近年ではフィルム・ツーリズム、メディア・ツーリズム、コンテンツ・ツーリズムと称され、観光客を誘致する地域が増えている。映画やテレビでとりあげられた人物や建造物、伝統芸能などは、視聴者だけでなく、住民の関心の高まりがみられる地域もある。大河ドラマ放映の舞台となった多くの地域では、その機会を利用した誘客効果が認められる。また、大河ドラマによって、地域住民が知らなかった歴史を掘り起こして観光活用する傾向もみられる。大河ドラマの主人公の名前を聞いただけで、物語の内容が分かる人もいれば、実際にドラマを視聴していない人でも、観光客として舞台地を訪れることもある。

大河ドラマの誘客効果の特徴は、放映年に観光客が増加し、その後は放映前の観光客数に戻るといったものである。これは、映像を含めすべてのメディアの有する特徴である。放映から時間が経過すると映像自体が消えてしまい、視聴者(観光客)から忘れられるため、メディアで取り上げられた観光施設等に対する興味も低下し、訪れる人々が減少する(浜野 2000)。

メディアを使った観光について、アーリ(1995)は現代社会の多様な事象が観光対象となっていることを指摘し、観光客がもつ固有のものを見方を観光客の「まなざし」と呼んだ。この「まなざし」とは、観光客が日常的に取り囲われている事象とは異なった尺度や意味に対しての期待を指し、この期待はメディアを視聴するという非観光的な活動によって作り上げられると述べている。

山口(2014)は、映像が地域の独自性をたくす新たな観光資源を創出する可能性があるとしながら、メディアには風化による観光資源の知名度低下という難問があることを指摘している。そして、メディアが誘発する観光資源には経済的価値¹⁾と社会的価値²⁾の2つが存在し、両者は区別して捉えるべきであると述べている。

大河ドラマ観光の多くの研究が観光客数、経済効果といった経済的価値に重点を置いたものであり、山口(2014)が指摘する地域住民の意識変化といった社会的価値について言及した研究成果は少ない。メディアは風化による認知度低下の問題はあるものの、地域住民の意識で持続的な地域振興が行われる可能性もあげられる。このことから地域住民の意識を明らかにすることは重要であると考えられる。

本稿は、大河ドラマ「^{ほむら}炎立つ」(1993)をとりあげ、舞台地およびロケ地となった岩手県奥州市江刺区(旧江刺市)における地域住民の意識変化を明らかにする。

具体的には、江刺市大河ドラマ「炎立つ」協力実行委員会編『NHK大河ドラマ炎立つ記録集』、歴史公園「^{さと}えさし藤原の郷」の提供資料、『放送研究と調査』などの文献・資料を分析する。また、現地調査は2015年9月に、奥州市ロケ推進室および歴史公園「^{さと}えさし藤原の郷」において聞き取りを行った。その際、大河ドラマ「炎立つ」実行

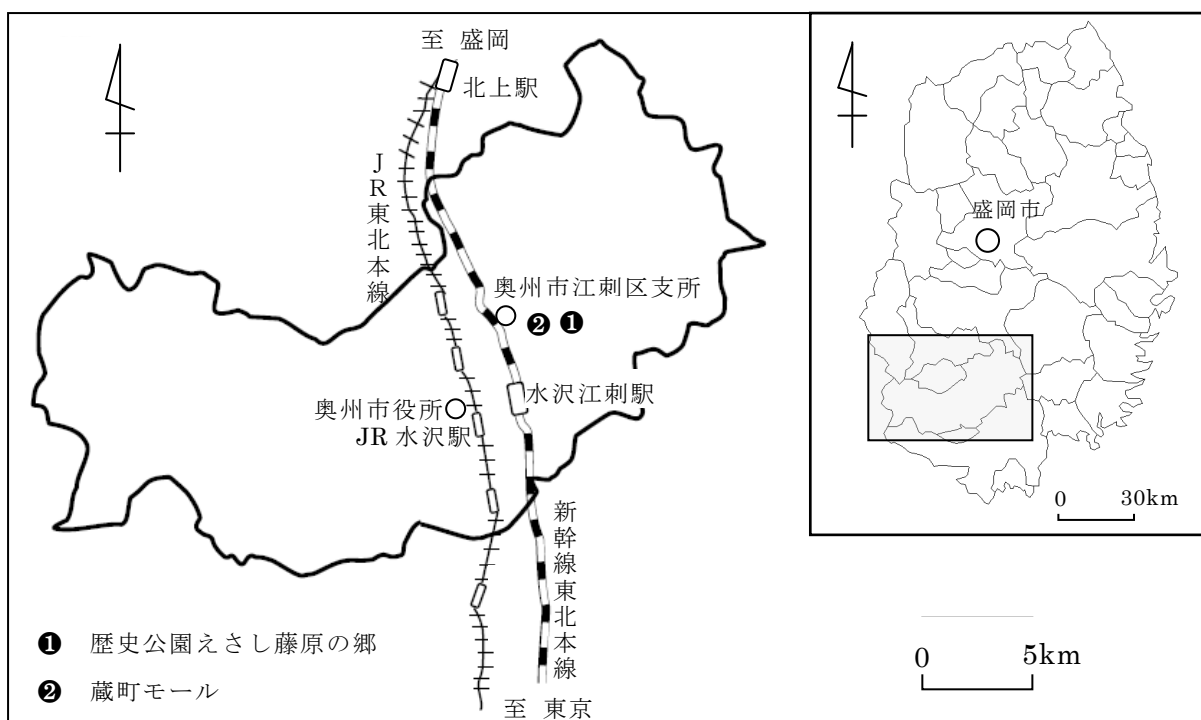


図 7-1 岩手県奥州市江刺区（旧江刺市）の位置

（筆者作成）

委員（1993年当時）からも話を聞くことができた。なお、本研究におけるアンケート調査あるいは聞き取り調査については、本研究について詳細に説明した後、その結果は本論文作成のみのために使用することで承諾を得ている。また、調査を行った後、複数回やり取りを行い、内容に不備がないか確認のうえ、本論文に記載している。

第 2 節 大河ドラマ「炎立つ」の放映

1. 大河ドラマ「炎立つ」放映の経緯

大河ドラマ「炎立つ」が放映された 1993 年は、大河ドラマ放映が始まって以来、暦年で 1 年作の形式をとらなかった唯一の年である（2017 年現在）。1993 年 1 月 10 日～6 月 13 日の半年間は、沖縄が舞台となった「琉球の風」が全 23 話で放映され、その後「炎立つ」が 1993 年 7 月 4 日～1994 年 3 月 13 日までの 9 ヶ月間で全 35 話放映された。この変則的な放映方式の導入については、当時両作品のチーフ・プロデューサーであった音成正人氏が次のように述べている。

「これまで（1992 年まで）の大河ドラマは、歴史上のスターの一代記になりがちで、中央の勝者側からみる形式が多かった。そして、日本の歴史を地方の視点から見直すため、ドラマの題材を南と北に求めた。琉球王朝の物語は 1 年間ではきついが、半年間なら扱える。奥州の方は 140 年間という、大河ドラマ史上最も長い期間のドラマになるので、半年では収まらず、9 か月間を提案した。」

（『大河ドラマの 50 年』 p.213 より引用）

このような考えから「炎立つ」の放映期間は9ヵ月となり、これまでとは異なった地方政権を題材とした大河ドラマが制作されることとなった。東北地方が舞台となった大河ドラマ「炎立つ」は、奥州藤原氏が活躍した平安時代の140年間をとりあげた。大河ドラマでは最も長い期間であったことから、物語は3部構成とし、これまでの大河ドラマと異なり、時代が移り変わるとともに主人公が入れ替わる新たな取り組みが行われた。

2. 奥州藤原氏のドラマ化

①奥州藤原氏の興亡

平安時代に、奥州藤原氏の祖である藤原経清は郡司として奥州に送られ、^{わたり}亘郡（宮城県）に拠点を構えた。その当時、現在の岩手県中央部から南部は、豪族安倍氏が勢力を拡大し、支配域を広げていた。これに危機感をもった朝廷は、源頼義を陸奥守として派遣し、安倍氏と戦いを始めた（前九年の役）。当初、経清は国府の役人として安倍軍と戦っていたが、後に安倍氏の味方につき、朝廷軍と戦った。

この戦いで安倍氏は滅亡し、彼らに味方をした藤原経清は殺された。しかし、経清の妻は生き残り、息子の清衡を連れて敵方の出羽の豪族である清原武貞に嫁いだ。この清原家には、すでに真衡という長男がおり、後に清経の元妻と武貞との間に清原家三男の家衡が生まれた。このため、真衡、清衡、家衡は、家庭内でも父母が異なる兄弟であった。

清原武貞の死後、清原家を継いだのは長男の真衡であったが、真衡と清衡・家衡の間で争いがおきた。この争いは、真衡が病死したことで沈静化した。その後、清衡と家衡の間で争いがおき、清衡は妻子と親族を家衡によって殺害された。清衡は敵であった源義家に助けをもとめ、家衡を倒すことに成功した（後三年の役）。後に清衡は平泉（岩手県）に屋敷を移した。ここから奥州藤原氏の歴史が始まる。

平泉に館を移した清衡は、争いのない仏国土を目指し、中尊寺を建立した。この中尊寺は、堂塔、堂内の装飾や仏像、経文など各地から技術者を呼び寄せてつくられた。そして、1124（天治元）年に中尊寺金色堂が完成し、その4年後に清衡が亡くなった。

争いのない仏国土を目指した清衡の願いとは裏腹に、清衡が死ぬと藤原家の家督相続争いが兄弟間でおきた。この結果、藤原家の2代目は基衡となった。基衡は、清衡の考えを受け継ぎ、仏教の教えを反映したまちづくりを行い、晩年には毛越寺の建立を開始した。

基衡の死後、3代目を継いだのは秀衡であった。秀衡は毛越寺を完成させ、さらに無量光院を建立した。そして、まちの整備を行いながら平泉を都市へと発展させていった。秀衡は1170（嘉応2）年に平家から鎮守将軍³⁾、1181（養和元）年には朝廷から陸奥守の地位を与えられた。

そして、1180（治承4）年から1185（元暦2）年にかけて複数の争いがおき、頼朝は、当時秀衡のもとにいた弟の義経とともに平家を滅ぼした（治承・寿永の乱）。朝廷は軍事に優れた義経を重用したが、頼朝は義経を評価しなかったため、義経は再び秀衡のもとに戻って来た。これを知った頼朝は、秀衡に対し義経を引き渡すよう働きか

けるが、秀衡はこの要求を無視した。この後、秀衡は病死する。

秀衡の後を継いだのは 4 代目泰衡である。泰衡は義経とともに頼朝と戦ったが、頼朝の圧力は強まる一方で、義経をかくまっていることで奥州は追討を受ける。このため泰衡は義経を襲撃し、自害に追い込んだ。その後、泰衡は頼朝と戦うが敗北し、平泉に火を放ち逃亡した。しかし、逃亡している最中に、家臣の裏切りにより泰衡は殺害され、1189（文治 5）年に奥州藤原氏は滅亡する。

②大河ドラマでの取り上げられ方

奥州藤原氏は一般に 3 代とされているが、大河ドラマ「炎立つ」では、奥州藤原氏の祖である藤原経清から滅亡する 4 代泰衡まで取り上げ、2 代基衡を除いて放映された。第 1 部では、藤原経清が主人公の物語であり、前九年の役を含めた奥州藤原氏の前史を主に取り上げている。

第 2 部は、藤原氏の初代とされている清衡が主人公である。清衡と兄弟の戦いである後三年の役が描かれており、清衡が奥州制覇を成し遂げるまでの話である。

最終の第 3 部は、3 代秀衡が源義経を預かるところから物語が始まる。源氏と平家の戦いで、義経が源氏を勝利に導くが、既述のように奥州藤原氏は頼朝の怒りをかうことになる。

義経を平泉に迎えた秀衡は亡くなり、泰衡が後を継いだ。戦を避けるために頼朝とも話し合いをしたが、義経を匿ったことに頼朝の怒りは変わらなかった。泰衡は義経が自害したと見せかけて、弟の忠衡の首を頼朝に送る。しかし、このことは失敗して頼朝の奥州攻めに発展した。泰衡は自分の命と引き換えに平泉の民と平和を守ろうとし、頼朝に平泉を明け渡したが、奥州藤原氏が滅亡していく物語となっている。

(3) 低い視聴率

1993 年下半期に放映された大河ドラマ「炎立つ」の平均視聴率は、17.7%であった。当時の NHK では、大河ドラマの平均視聴率は 20%が通常であり、25%を超せば成功、30%以上であれば大当たり⁴⁾と考えられていた。このことから、「炎立つ」は低視聴率に留まったといえよう。また、1988 年～1998 年の大河ドラマ視聴率の推移をみると、「炎立つ」は 12 作品のうち 10 番目の視聴率であった。

これらの数値から、「炎立つ」は視聴者の関心が低かったことがうかがえる。「炎立つ」の視聴率の低さは、題材に対する視聴者のなじみの薄さと物語の展開が分かりにくかったことが指摘されている⁵⁾。

表 7-1 1988～1998 年の大河ドラマの年間視聴率の変化

放映年月	番組名	平均視聴率 (%)
1988 年	武田信玄	39.2
1989 年	春日局	32.4
1990 年	翔ぶが如く	23.2
1991 年	太平記	26.0
1992 年	信長 King of Zipang	24.6
1993 年 1 月～6 月	琉球の風	17.3
1993 年 7 月～ 1994 年 3 月	炎立つ	17.7
1994 年 4 月～12 月	花の乱	14.1
1995 年	八代将軍吉宗	26.4
1996 年	秀吉	30.5
1997 年	毛利元就	23.4
1998 年	徳川慶喜	21.1

資料：『NHK 大河ドラマ大全』をもとに筆者作成

第 3 節 大河ドラマ「炎立つ」の江刺市の取り組み

1. 大河ドラマロケ地誘致の経緯

江刺市は、大河ドラマ放映が決定する前から、岩手県内の 13 市のうち 1971 年に唯一過疎指定を受けた自治体である⁶⁾。江刺市の人口は 1950（昭和 25）年の 49,619 人をピークに減少し、1960（昭和 35）年には 47,363 人から 1970（昭和 45）年 38,176 人となり約 1 万人減少した。

人口減少の要因は、高度経済成長期における若者の流出と、1978 年の赤金鉱山（金・銀・銅・鉄鉱山）の閉山による影響が大きかった。当時、第 1 次産業が江刺市の主要な産業であったため、雇用を求める人々が江刺市から流出していった。1980 年以降は、江刺中核工業団地に企業が進出すると雇用が創出できるようになり、人口減少は緩やかになった。

1990 年代前半の江刺市は、地域活性化の対策に取り組んでいた。1991 年 5 月に、江刺青年会議所が「清衡の郷・江刺」運動を提唱し、藤原清衡の人物像と歴史的背景などの勉強会を開始した。この勉強会が地方新聞に取り上げられたことで、「江刺と清衡」、「清衡と豊田館」を市外の人に認知してもらうきっかけとなった。同年 8 月には、直木賞作家の三好京三氏による「清衡と豊田館」と題した講演会が行われた。9 月には、江刺青年会議所主催の「奥州江刺・歴史ミステリーツアー」（地域の史跡ツアー）が催された。このツアーは、古代東北の英雄アテルイ、人首丸、藤原清衡、源義経の北行伝説に関連した史跡や神社を巡る内容であった。この活動も地方新聞で報道され、「清衡の里・江刺」が江刺市外に発信されるとともに、地域住民の関心も高まっていった。

このことが、大河ドラマロケ地誘致の契機となったのである。

2. 江刺市の取り組み

①大河ドラマ放映前の誘致活動

1991年9月25日に、1993年度後半の大河ドラマは、奥州藤原氏が題材になることになった。当時はまだタイトルが決まっておらず、「奥州藤原四代」（仮称）が用いられた。大河ドラマ放映が決定した時は、江刺市が舞台地やロケ地になることも未定であった。そこで江刺市は、この大河ドラマ放映の機会を地域活性化に活用する意図から、ロケ地誘致に取り組むことにした。

江刺市青年会議所は、大河ドラマ決定の同年11月に、岐阜県青年会議所に対して大河ドラマ「信長 King of Zipang」（1992）のロケセットに関する資料収集を開始した。

表 7-2 大河ドラマ「炎立つ」協力実行委員会の事業内容

区分	事業内容
①	官・民・議会が一体となり、地元江刺の歴史をできるだけ多く NHK に取り上げてもらうとともに、ロケの実施に協力する。
②	藤原清衡と江刺に関わる観光パンフレットを作成する。
③	源義経北行コースの整備と紹介を行う。
④	五位塚に通じる旧東街道をロケに使えるよう整備する。

資料：『NHK大河ドラマ炎立つ記録集』をもとに筆者作成

表 7-3 専門部会と取り組み

部会名	部会長	取り組み内容
総務部会	江刺市企画調整課長	庶務，財務，宣伝広報，イベント企画，関係機関調整など。
ロケ対策部会	江刺市総務課長	エキストラ対策，入場者対策，ロケ地の選定，駐車場対策など。
会場建設部会	江刺市財政課長	歴史公園「藤原の郷」建設，関連施設の整備，出店舗建設など。
会場運営部会	佐々木市観光協会常任理事	施設管理，売店対策，安全衛生対策，会場内イベントなど歴史公園「藤原の郷」の管理運営など。
物産観光部会	江刺市商工観光課長	入場券の販売促進，物産開発，観光資源開発など。
歴史顕彰部会	富士沢市文化財調査委員	史跡の調査，保存，顕彰，歴史イベントなど。
交通対策部会	江刺市市民課	駐車場管理，交通安全対策，案内標識の設置，周辺苦情対策など。

資料：『NHK大河ドラマ炎立つ記録集』をもとに筆者作成

また、NHK 盛岡放送局とも協働し始めた。同時期に、NHK エンタープライズ役員が岩手県平泉町を訪問した。この時、江刺市にある豊田館^{とよだのたち}も内密で訪れていたという⁷⁾。

12月28日に、原作者の高橋氏とNHKは藤原氏関連の調査のため江刺市を訪れ、史跡調査を行った。その際、江刺市青年会議所の役員が案内役をつとめた。1992年1月7日に、江刺市がロケ地となることが決まった。3日後の1月10日には、江刺市をはじめ、市内の観光団体、青年団体など24名で構成する大河ドラマ「炎立つ」協力実行委員会が発足した。そして、次の事業で実施されることになった(表7-2)。

大河ドラマ「炎立つ」協力実行委員会では、エキストラ約600人の確保やロケ時における警備や臨時施設の設置、備品の確保、観光客の誘致、宣伝活動、歴史公園「えさし藤原の郷」の運営協力、炎立つゆかりの地との広域的事業などを実施した。さらに、地域特産品開発支援として、「炎立つ」や「えさし藤原の郷」の商品化を支援した。この事業を推進したのが7つの専門部会である(表7-3)。1992年4月1日には、江刺市大河ドラマ対策室が市役所内に設置された。大河ドラマの協力と大河ドラマ実行委員会に関する事務を行っており、1995年3月まで活動を実施した。

また、観光客や旅行者に対する誘客の取り組みだけでなく、地域住民に対しても放映前から放映終了まで「炎通信」を月2回発行して情報提供をした。この「炎通信」は、江刺市全世帯と関係機関に配布し、江刺市が大河ドラマの舞台であることの認知と、地域住民の意識高揚を図った。

②放映中の取り組み

1993年1月より、表7-3に示した7つの部会を再編して3つのプロジェクトを組織した。その中の1つに「地域活動プロジェクト」がある(表7-4)。これは地域活動の推進として地域住民と行政がともに活動し、取り組んだものである。多くの大河ドラマの舞台地では、主に観光客向けに広報活動を行っていることが多いなか、江刺市は地域住民と協働した活動がなされた。

江刺市では、市長をはじめ、大人から子供まで全市民が「炎立つ」のロケに協力した。例を示すと、スタッフへの炊き出し、エキストラとして出演、冬場の雪の中の撮

表7-4 地域活動プロジェクト

事業名	事業内容
1. 市民活動事業	①炎立つ関連事業 PR ②観光客受け入れ態勢の充実 ③地域歴史文化の顕彰 ④地域と商品業界への支援
2. 広域タイアップ事業	①実行委員会イベント「炎フェスティバル」
3. 奥州藤原時代祭りオープニングイベント「炎の幕開け」	①江刺が一つになる日「人文字じゃだい」 ②「えさし藤原の郷」オープン記念プレイベント ③大河ドラマ「炎立つ」放送開始記念ベント

資料：『NHK大河ドラマ炎立つ記録集』をもとに筆者作成

影では外用暖房器の設置，風呂の提供などが行われた。このことは，読売新聞（1993年2月28日付）に取り上げられた。また，地方紙では岩手日日新聞，胆江日日新聞（両紙1994年2月5日付）でも，江刺市民の大河ドラマの協力活動を記事にしていた。

③江刺市とNHKの協働による歴史公園「えさし藤原の郷」の整備

NHKは，これまで制作してきた大河ドラマは，舞台地との関わりが一時的なものであることを鑑み，オープンセットを作るのであれば，従来の仮設のオープンセットではなく，その後も継続して活用でき，長期的に地域振興に貢献できる施設を作ることを計画した。

この計画に賛同した江刺市は，大河ドラマを一過性に終わらせることなく，地域の歴史を顕彰しながら，将来の地域振興に結び付けようと考えたことにした。そして，自治省（当時）に「地域づくり推進事業」の計画書を提出して，事業案が採択され，平安時代の建造物群である歴史公園「えさし藤原の郷」が再現されることになったのである。

第4節 歴史公園「えさし藤原の郷」の整備事業の展開

1. 歴史公園「えさし藤原の郷」の整備

江刺市では，国と県，そしてNHKの支援を受け，歴史公園「えさし藤原の郷」の建設が1992年8月13日に始まった。この事業は，江刺市の向山公園整備事業と一体化し，公園東側20haに経清館，清衡館，歴史学習館，資料館を中心に114棟を建設することで，奥州藤原氏が繁栄した時代の街並みを再現建設することであった。建設計画の中で，工事は10ヵ月という短期間のため，撮影と工事が並行して行われること



写真7-1 歴史公園「えさし藤原の郷」

(2015年9月2日 筆者撮影)



図 7-2 歴史公園「えさし藤原の郷」の概要

(資料：1993年のパンフレットより転載)

表 7-5 歴史公園「えさし藤原の郷」の事業概要

項目	内容
施設の性質	歴史公園（野外博物館）：歴史建造物の再現と展示による学習体験施設 テーマパーク：時代の楽しさを味わうことができるエンターテインメント性が高い施設 地域文化センター：地域の紹介，地域物産の販売，地域イベント施設
事業規模	面積：20ha 建設規模：114棟（2004年に117棟） 開園：1993年7月4日 総事業費：36億8千万円 財源：県補助金1億5千万円 起債（地域づくり推進）16億6400万円 ふるさと特別対策8億5千万円 一般財源10億1600万円 2004年施設の追加（義経屋敷，義経持仏堂，安宅関）1億600万円

資料：江刺開発振興株式会社提供の資料をもとに筆者作成

もあった。

この工事には、岩手県内の気仙大工⁸⁾や京都、青森の宮大工、会津のカヤ葺き職人が携わった。工事従事者は延べ25,000人、そのうち職人が約200人参加した。翌1993年4月13日に政庁の上棟式が行われ、施設全体の早期完成と工事の安全が祈願された。この工事では、時代によって異なる造りとなるため設計者が立ち合い、確認をしながら作業を進めた。また、平安時代の寝殿造りの資料などが少なかったため、文献や絵巻物を参考にして再現した。時代考証には、東京工業大学名誉教授平井聖氏のグループが携わった。建設終了後、甲冑や武具、御簾、几帳などの調度品が館内に展示され、6月29日に歴史公園「えさし藤原の郷」は完成した。そして開園は大河ドラマ放映と同日の1993年7月4日であった。

東北地方の古代の城柵や中世初期の寝殿造りなどから構成された歴史公園「えさし藤原の郷」は、総工費36億8千万円を費やした国内唯一の平安時代の建造物群であるといわれている（表7-5）。

2. 歴史公園「えさし藤原の郷」の活用

歴史公園「えさし藤原の郷」開園当日には、団体客や個人客合わせて15,000人が訪れ、開園後22日目には10万人が入場した。この数値は、当初の見込みより1ヵ月早く、大河ドラマ放映が終了する翌1994年3月までに80万人が同園を訪れ、放映中、江刺市で最もにぎわった場所であったという。

開園以前の江刺市を訪れる県外観光客は、全体の15%程度であったが、開園後は40%が県外客となり、県外観光客の誘致に奏功したことが分かる⁹⁾。

大河ドラマ「炎立つ」放映から20年以上経った2016年現在も、同園は時代劇のロ

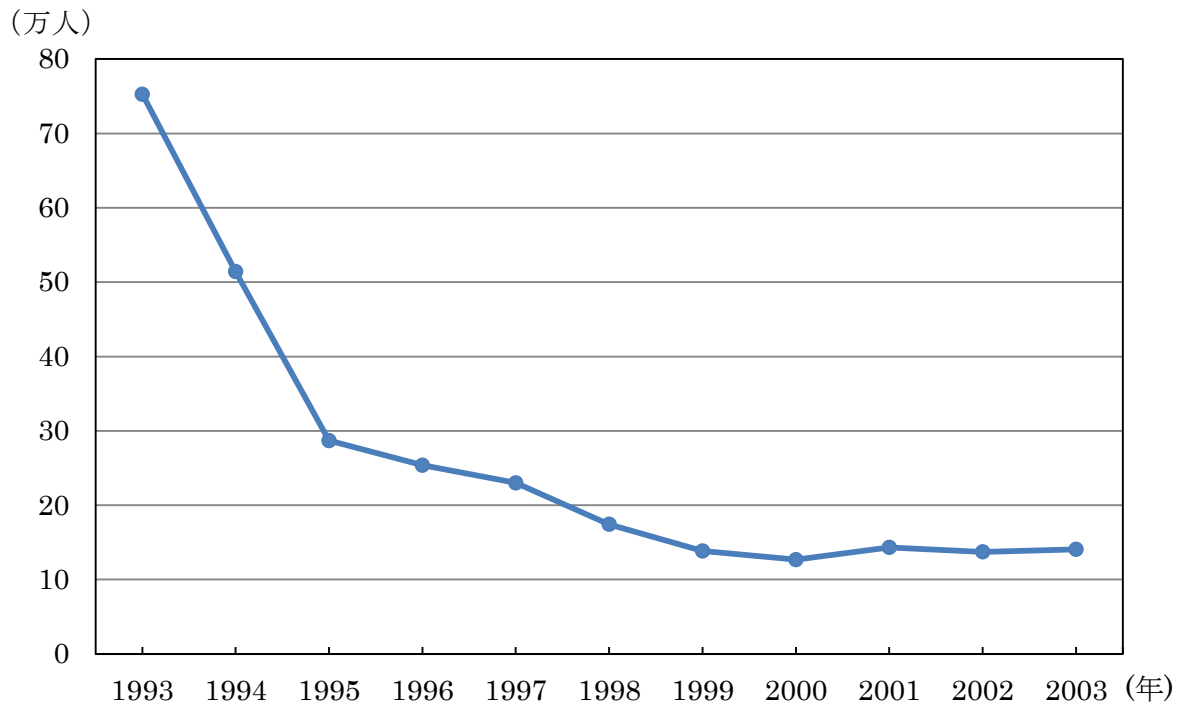


図 7-3 歴史公園「えさし藤原の郷」観光客数の推移（1993～2003 年）

資料：江刺開発振興株式会社の提供資料をもとに筆者作成

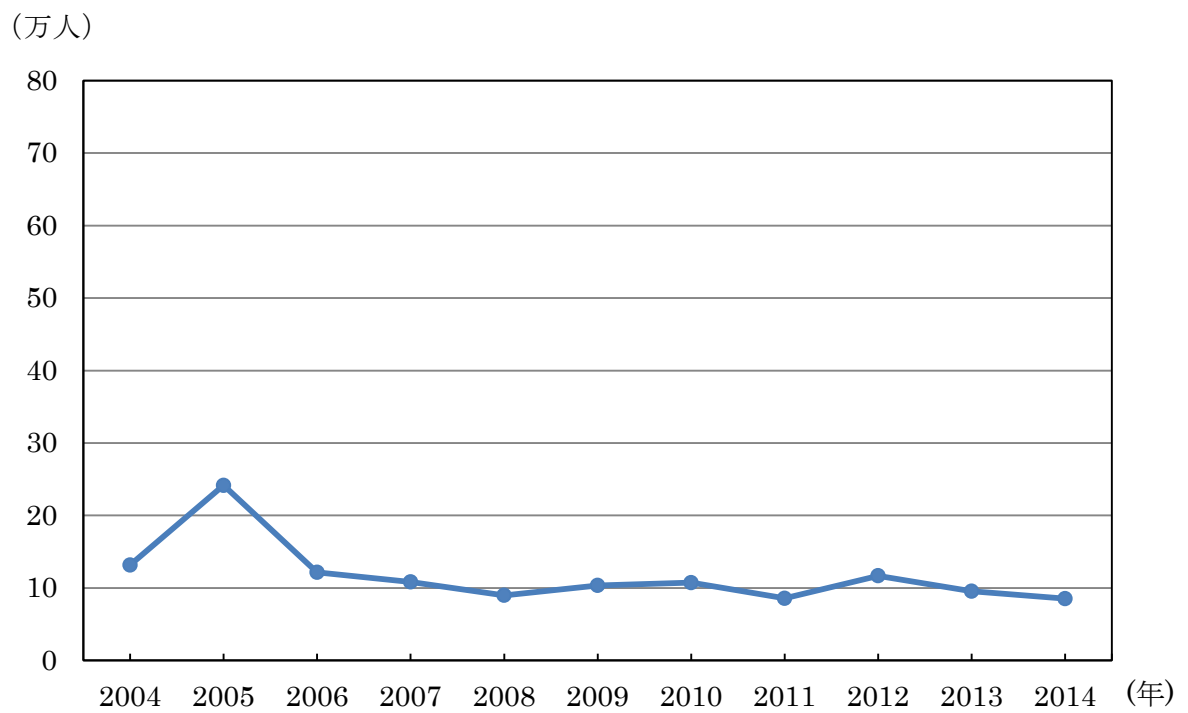


図 7-4 歴史公園「えさし藤原の郷」観光客数の推移（2004～2014 年）

資料：江刺開発振興株式会社提供の資料をもとに筆者作成

ケ地として NHK だけでなく民放ドラマでも活用されている。大河ドラマのロケ地としては「真田丸」(2016)を含め 12 本のドラマで活用された。また、ドラマのロケ地として活用されることにより、同園に観光客が訪れている。これは、NHK が考えていた長期的な地域振興に貢献しているといえる。

観光客数の推移をみると、開園した 1993 年は 75 万人が訪れたが、翌 1994 年には 51 万人に減少している(図 7-3)。その後も観光客は緩やかに減少し、2003 年には 14 万人となった。2005 年には、歴史上の人物である源義経に関する 3 つの施設が 1 億 600 万円かけて建築された。大河ドラマ「義経」が放映されたため、前年比 11 万人増の 24 万人の観光客が訪れた。しかし、その後は再び減少が続き、2014 年の観光客数は 8 万 5000 人であり、21 年前の 1993 年の 11%にまで減少した(図 7-4)。歴史公園「えさし藤原の郷」を訪れる観光客は減少傾向にあるが、江刺市観光の拠点として活用されている。

3. 大河ドラマ放映が江刺市に与えた影響

①大河ドラマを活用した地域振興の継続性

大河ドラマを活用した地域振興は、放映終了後継続している地域は少ない。その理由として、放映終了後、観光客の興味が次のドラマに移ることがあげられる。また、舞台地となった地域では、観光客誘致の継続した取り組みが行われないことによる。

江刺市の場合は大河ドラマ放映から 20 年以上経った 2017 年現在も、歴史公園「えさし藤原の郷」を拠点として、市内の新たな観光資源の整備を実施し、継続的な地域振興を行っている。これは他の大河ドラマの舞台地ではみられない、極めて珍しい例といえる。

②奥州藤原氏の再認識

大河ドラマ「炎立つ」の放映が江刺市に与えた影響は、歴史公園「えさし藤原の郷」の整備事業だけではない。藤原清衡が平泉の中尊寺や金色堂を建立したことや、青年期を江刺で過ごしたことは地域住民に以前から知られていた。しかし、奥州藤原氏の祖である藤原経清は、出生地である餅田地区の住民¹⁰⁾を除くと広く認知されていなかった。

同大河ドラマ放映を機に経清の認知度も高まり、1991 年 12 月には、経清の供養碑が建立された。放映前年の 1992 年から経清の命日である 9 月 17 日には、餅田史跡保存会が主催する経清公命日祭が毎年開催され、奥州市長、平泉町長、中尊寺大僧正などの要人が出席している。

③奥州藤原氏に対する地域住民の意識変化

大河ドラマ放映前に NHK の取材者が岩手県内を訪れ、奥州藤原氏について取材を行った。その際、地域住民は奥州藤原氏を「藤原三代」と呼び、4 代泰衡を「源義経を殺したうえ、平泉を滅ぼした張本人」と罵倒していた¹¹⁾という。NHK の取材を証明するように、菊池氏(江刺開発振興株式会社常務取締役)から次のことを聞くことができた。

「奥州藤原氏の歴史は、江刺（市）にとっては敗者の歴史です。地域に住む人々は、大河ドラマが放映されるまで良い歴史ではないと思っていました。

ですが、大河ドラマに奥州藤原氏が取り上げられたことにより、地域に住む人の考えが変わったように思います。テレビには人の気持ちを変える力があるのだと思いました。」

この聞き取りから、大河ドラマ放映前まで、地域住民が抱いていた奥州藤原氏に対する意識が、放映後に変化したことがうかがえる。意識変化の要因として、史実とは異なる内容が放映されたことが推察できる。この推察を実証するために、史実と大河ドラマの内容を比較してみた（表 7-6）。

大河ドラマは、史実をそのまま放映しているのではなく、視聴率を考慮した演出を行っている。大河ドラマ「炎立つ」の場合は、放映前に地域住民が抱いていた奥州藤原氏に対する認識を覆すような内容が放映された。その結果、地域住民の奥州藤原氏に対する意識が放映前より良好になったことが考えられる¹²⁾。

表 7-6 大河ドラマ「炎立つ」放映による地域住民の意識変化

史実	放映描写	地域住民の意識変化
1. 秀衡の死後、泰衡が義経を自害に追い込んだ。	泰衡は、義経の首の代わりに弟の首を頼朝に差し出し、義経を逃がした。	奥州藤原氏のことを良い歴史と考えていなかった。しかし、大河ドラマ放映により、奥州藤原氏に対する考え方が変わった。
2. 泰衡は平泉に火を放ち、逃亡している間に家臣に裏切られ、殺害された。	泰衡は平泉の人々を守るために、自分の命と引き換えに頼朝に平泉を明け渡し、逃亡した。	

資料：『大河ドラマの 50 年』、『NHK 大河ドラマ炎立つ記録集』、聞き取り調査をもとに筆者作成

④ 伝統芸能「鹿踊り」

大河ドラマ放映内容には関係はないが、「炎立つ」放映時のオープニングに岩手県の伝統芸能である鹿踊りが映し出され、全国的に認知された。江刺市では、岩手県内の他の地域よりも多くの鹿踊りが市内の各地域で継承されている。2017 年現在でも、江刺市では鹿踊りの保存会が 15 存在し、継承団体によって定期演舞が行われている。また、歴史公園「えさし藤原の郷」においても定期的に公演が行われている。これらのことから、大河ドラマは、鹿踊りの活動の場を増加させるとともに、伝統芸能の保存活用に寄与している。

第 5 節 むすび

本稿では、大河ドラマ「炎立つ」を契機とした岩手県奥州市江刺区（旧江刺市）の地域住民の意識変化を明らかにすることを目的とした。このため、資料・文献を分析するとともに、1993 年当時大河ドラマ「炎立つ」の関係者および奥州市江刺区役所に対して聞き取り調査を行った。

江刺市は、1990年代前半に地域活性化の取り組みを開始した。当初の試みは、江刺市出身の藤原清衡を活用した運動であった。この活動は地方新聞に取り上げられ、大河ドラマロケ地誘致の発端となった。そして、1991年には大河ドラマが奥州藤原氏を題材にすることが決まり、江刺市がロケ地および舞台地に決定した。

当時のNHKは、大河ドラマの舞台地と地域との関わりが一時的なものであることを鑑み、長期的に貢献できる施設を作ること計画した。この計画に賛同した江刺市は、歴史公園「えさし藤原の郷」の整備を行った。さらに、歴史公園「えさし藤原の郷」整備だけでなく、江刺市民の協力を得て撮影を実施した。

大河ドラマ放映から20年以上経った2017年現在も、歴史公園「えさし藤原の郷」は大河ドラマの撮影舞台地として活用されており、さらに同地を拠点に、市内に新たな観光資源の整備を行い、誘客につなげようとしている。

また、大河ドラマ「炎立つ」(1993)は、地域住民の意識変化に大きな役割を果たした。大河ドラマ放映前まで、地域住民の中には、奥州藤原氏に対して良い意識を持っておらず、罵倒する人もいた。しかし、大河ドラマが放映されたことにより、奥州藤原氏に対する意識が、放映前よりも良い方へ変化したことが聞き取り調査により明らかとなった。これにより、大河ドラマ放映が、地域住民の意識変化に影響を与えることが認められた。地域住民が観光資源に対する意識が良好であることは、継続的な地域振興を行う際に重要である。

さらに、大河ドラマで伝統芸能「鹿踊り」が映し出されたことで、全国的な認知度が高まった。大河ドラマの役割は観光客誘致だけでなく、江刺市の伝統芸能の保存・活用に寄与している。

注

- 1) ロケ地や舞台地がメディアに取り上げられ、観光客が訪れることで得られる収入である。
- 2) 商業的問題とは異なる地域住民の意識と地域のアイデンティティを指す。
- 3) 古代蝦夷経営の郡政府にあたる軍政長官であり、奈良・平安初期までの律令時代に「鎮守将軍」と称した。平安後期になり名目化しても、もっとも権威のある武門の栄職とされた。源頼朝が征夷大將軍に任命されてからは、この称は廃された。
- 4) 河野(2011):『大河ドラマの50年』, 217頁。
- 5) 前掲4), 224頁。
- 6) 江刺市の過疎指定は、1971(昭和46)年から始まっており、奥州市江刺区となった2017年現在でも継続して指定されている。
- 7) 歴史公園「えさし藤原の郷」提供の資料。
- 8) 陸前高田市が発祥と言われる気仙地方の大工集団である。農民が生活を支えるために建設関係の仕事に従事し、次第に独自の技能集団が形成された。家大工でありながら神社仏閣の建設も手がけ、建具や彫刻もこなす技量を持っている。
- 9) 筆者の質問「大河ドラマ放映後、観光で変化したこと」に対する回答である。
- 10) 岩手県奥州市江刺区岩谷堂の一部地域である。

11) 前掲 4), 219 頁。

12) 『NHK 大河ドラマ「炎立つ」記録集』によると、大河ドラマが放映される前まで、安部一族は「よからぬ奴等」という考え方が江刺市住民にあった。しかし、その考え方は朝廷側からの見方で、陸奥からの見方では異なる。住民は大河ドラマ放映により、安部一族は素晴らしい一族であると認識をあらたにし、江刺市に住む人々の精神の活性化につながった。

江刺市の場合は地域住民が大河ドラマ制作に実際に関わりを持ったことも意識変化の要因に影響を与えた。

参考文献

えさし開発振興株式会社 (2015) : 「歴史公園えさし藤原の郷とえさし開発振興株式会社」, 6 頁。

江刺市役所市民課窓口案内 (1984) : 『江刺市』, 1-3 頁。

江刺市大河ドラマ「炎立つ」協力実行委員会 (1994) : 『NHK 大河ドラマ「炎立つ」記録集』, 163 頁。

江刺市史編纂委員会 (1983) : 『江刺市 第 1 巻通史篇 原子・古代・中世』, 383-395 頁。

河野逸人編 (2010) : 「炎立つ」『NHK 大河ドラマ大全』NHK 出版, 150-151 頁。

五味文彦・鳥海靖編 (2011) : 『もういちど読む 山川日本史』山川出版社, 67-74 頁。

佐藤信・五味文彦・高埜利彦・鳥海靖 (2008) : 『詳細 日本史研究 改訂版』山川出版社, 551 頁。

佐藤利夫 (1992) : 「奥州藤原三代と平泉」『平泉 よみがえる中世都市』岩波新書, 2-56 頁。

鈴木嘉一 (2011) : 「第 8 章 外注化の波紋」『大河ドラマの 50 年』中央公論新社, 197-228 頁。

棚橋光男 (1992) : 「奥羽の兵乱」, 「平泉王国の成立」『体系日本の歴史 4 王朝の社会』小学館ライブラリー, 220-235 頁。

浜口保樹 (2000) : 「映像表現のテクノロジーを」『映像文化』ドメス出版, 69-81 頁。

細井計・伊藤博幸・管理文夫・鈴木宏 (2009) : 「鎮守府と奥六群の世界」, 「北からの中世」, 「幕府政治と動乱」『岩手県の歴史 (県史 3)』山川出版社, 88-124 頁。

山口誠 (2014) : 「映画観光と住民運動」『観光メディア論』ナカニシヤ出版, 19-41 頁。

アーリ, ジョン 著・加太宏邦 訳 (1995) : 『観光のまなざし』法政大学出版, 282 頁。

奥州市 Web 博物館 奥州市の歴史

<http://www.city.oshu.iwate.jp/htm/webmuse/readall.html> (2016 年 3 月 15 日取得)

第8章 大河ドラマ「篤姫」(2008年)を活用した鹿児島県指宿市の地域振興

第1節 はじめに

2000年以降、多くの放送局でテレビ番組の視聴率の低迷が深刻化してきた。この視聴率の低迷は、NHKの大河ドラマも同様であった¹⁾。

1990年代まで、大河ドラマの年間平均視聴率が20%を下回る時には、ドラマの題材に対する視聴者のなじみの薄さや、物語の分かりにくさが指摘されていた²⁾。この指摘がある一方、2000～2009年の大河ドラマの年間平均視聴率が20%を上回ったのは、「利家とまつ」(2002)、「功名が辻」(2006)、「篤姫」(2008)、「天地人」(2009)の4作品であった³⁾。この作品の主人公らは、歴史の教科書や小説の題材として取り上げられることは少なく、視聴者のなじみは薄いと考える。

とくに「篤姫」(2008)は、出身地の鹿児島県内でも大河ドラマ放映まで殆ど知られていなかった人物であった⁴⁾。しかし、年間平均視聴率は24.5%となり⁵⁾、大河ドラマ放映後には、鹿児島市と指宿市の両市で篤姫の銅像が建立された⁶⁾。さらに指宿市では、大河ドラマ放映中から地域住民の観光客に対する意識変化がみられた。また、放映後は、指宿市内の小学校で、篤姫に関する教育が行われるようになり、観光活用だけでなく、地域の教育に広がりを見せ、地域振興につながっている。

深見(2009)は、「篤姫」(2008)を活用した鹿児島県内の観光動向や波及効果について述べている。その中で、大河ドラマが持つマス・ツーリズム的要素と、まち歩きという景観や街並みを地域資源として捉えるスモール・ツーリズム的な観光形態が融合するためには、地域住民が主体となり、住民自身が暮らしているまちの特質を知ることが必要であると指摘している。

中谷(2007)は、メディアが与える観光地のイメージ形成に関して、観光地に訪れようとする人々が訪問先を選択する際に、メディアが大きな影響力を持ち、さらに、メディアで紹介された場所が新たに観光地化される可能性をも含むと指摘している。

また、中西(2011)は、これまでメディアという情報媒体は、観光資源を媒介することに利用されてきたことを複数の事例をあげて示した。しかし、近年ではメディアが観光地を創造するという現象がみられ、メディアが観光地のイメージ形成の一助となっていると論じている。

神田(2014)も、テレビや映画、アニメなどのメディアが、地域のイメージをつくることで、誘客に有効であると述べている。一方、メディアが作りだしたイメージが必ずしも地域住民に肯定的に受け入れられず、観光客による一方的な地域イメージがつけられることにより、地域住民に被害があることも指摘している。

下平尾(1997)は、地域振興について、産業振興、若者の定着、地域住民が郷土に対し誇りを育む政策推進、基盤整備を総合的に推進することと定義しており、本稿では、この定義を当てはめる。

本稿は、大河ドラマ「篤姫」(2008)をとりあげ、舞台地となった鹿児島県指宿市における地域振興を明らかにする。

具体的には、鹿児島県観光交流局からの提供資料『大河ドラマ「篤姫」キャンペーン事業報告書』、指宿市観光協会から提供された資料などの文献・資料を整理し、分析する。また、現地調査は2015年12月に鹿児島県観光交流局、指宿市観光協会篤姫観光ガイド、鹿児島市ボランティア協会に対して聞き取り調査を行った。その際、指宿市観光協会篤姫ボランティアガイド発足時から活動されているガイドからも話を聞いた。なお、本研究におけるアンケート調査あるいは聞き取り調査については、本研究について詳細に説明した後、その結果は本論文作成のみのために使用することで承諾を得ている。また、調査を行った後、複数回やり取りを行い、内容に不備がないか確認のうえ、本論文に記載している。

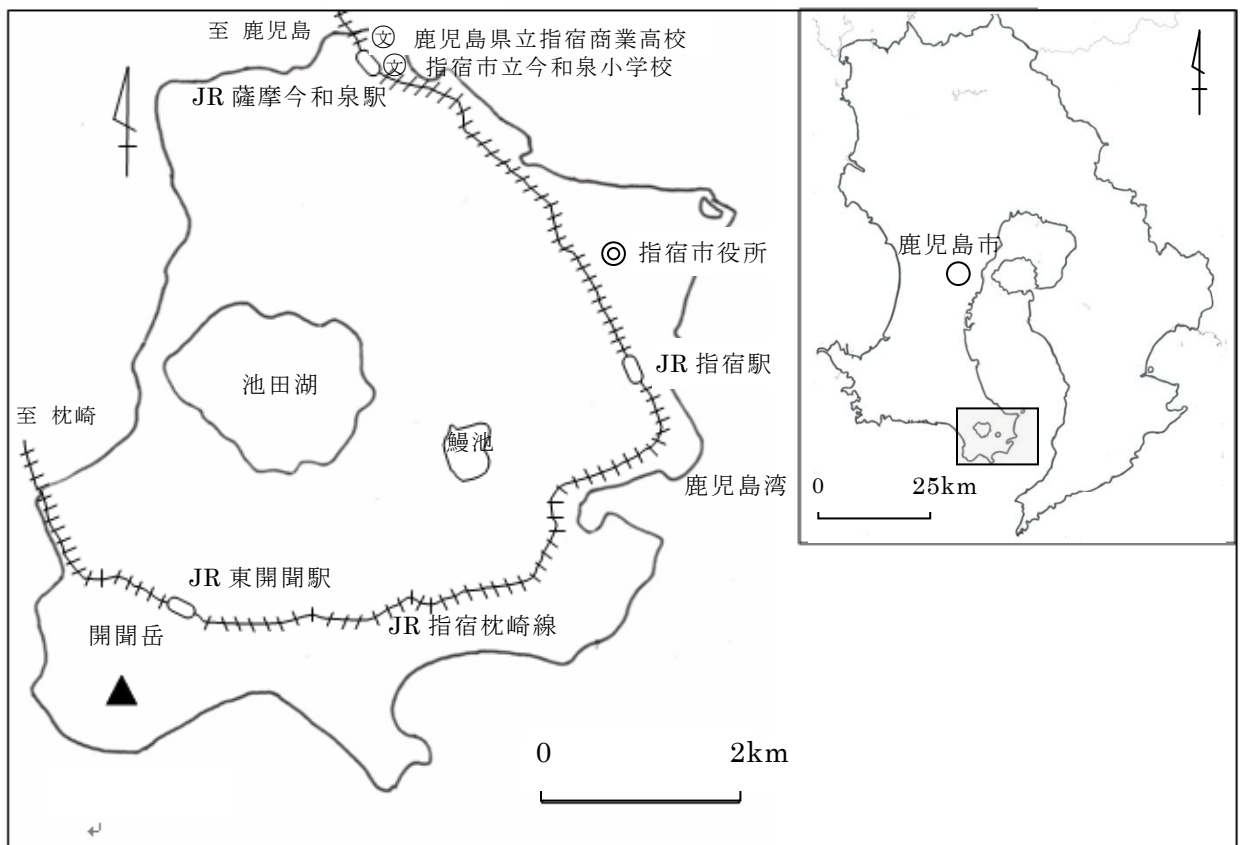


図 8-1 鹿児島県指宿市の位置

(筆者作成)

第 2 節 大河ドラマ「篤姫」の放映

1. 大河ドラマ「篤姫」の制作者の見解

大河ドラマ「篤姫」は、鹿児島県出身の天璋院篤姫を主人公にした作品である。2008年1月6日から12月14日までに、全50回放映された。幕末を舞台にした大河ドラマは、視聴率が低い状況にあるなかでの女性を主人公にした作品であった。この「篤姫」の脚本を担当した田淵久美子は、作品に対する考えを次のように述べている。

「この国が混乱を極めていた時代に、最後まで『誇り』と『覚悟』を失わなかった

女性、篤姫。愛する故郷である薩摩が、そして皮肉にも婚礼の仕度役だった西郷が刃を向けてきたとき、実家よりも婚家を守り通そうとしたその姿勢に、日本人が失ってしまった、そして、今の日本人になによりも必要な『何か』が秘められているのではないか。（後略）」⁷⁾

また、チーフ・プロデューサーをつとめた佐野元彦は、女性を主人公にした「篤姫」放映の意義を次のように述べている。

「坂本龍馬，高杉晋作，勝海舟……。幕末の英雄といえば，男性ばかりにしか目がいっていなかった私にとって，『天璋院篤姫』は本当に新鮮な驚きでした。（中略）

もし，江戸城に薩摩藩出身の篤姫がいなかったら，薩摩藩を中心とした討幕軍は，江戸城を総攻撃した可能性があったのでは。もしそうになっていたならば，幕末はさなる長い大混乱に陥ったのでは — そう思えてならないのです。」⁸⁾

これまでの大河ドラマは，幕末の主人公は男性が多く，男性の視点から幕末の世相を描かれることが多かった。しかし，「篤姫」は女性の活躍に着目し，女性の視点から幕末を描いた。そして，これまでテレビで取り上げられることが少なかった人物にも，着目した作品であった。

2. 篤姫のドラマ化

(1) 天璋院篤姫の生涯

指宿市の資料⁹⁾には，篤姫の生家である今和泉家は，薩摩藩主島津家の一門であると記されている。鎌倉時代の1318（文保2）年に，今和泉家の祖である和泉家が島津第4代当主忠宗の次男忠氏によって構えられた。1417（応永23）年に和泉家の第5代当主直久が戦死したことで，和泉家は断絶した。327年後の1744（延享元）年に，島津家第22代当主継豊の弟忠郷が今和泉家を再興した。

篤姫は，1835（天保6）年12月19日に，今和泉家第5代当主忠剛^{ただたけ}の第4子一子^{かつこ}として，現在の鹿児島市大龍町で誕生した。当時，今和泉家の本邸は，生誕地と同じ場所であり，今和泉家の別邸が，現在の指宿市今和泉地区にあった。この別邸で，篤姫は18歳で嫁ぐまで過ごしたといわれている。

第13代将軍徳川家定の妻に島津家が候補となった。しかし，当時の島津家には適齢の娘がおらず，島津家一門である今和泉家の篤姫が選ばれた。そして，島津家の養女となった篤姫は，島津家第28代当主斉彬の実子として幕府に届け出された。

1853（嘉永6）年に，篤姫は薩摩藩をたち，京都の近衛家で再び養女となった。そして，1856（安政3）年12月18日に徳川家に輿入れをし，家定の正室となった。しかし，2年後の1858（安政5）年7月に家定が亡くなったため，落飾して天璋院と号し，前将軍の妻として大奥をとりまとめることになったのである。

1866（慶応2）年の薩長同盟討幕派の形成により，島津家が徳川家の敵となった。そこで薩摩藩が，天璋院に対して薩摩藩に戻ってくるよう諭したが，天璋院は戻るこ

とはなかった。

1867（慶応3）年10月に第15代将軍徳川慶喜が大政奉還したことで江戸幕府は終焉した。翌1868（明治元）年に、天璋院は官軍の西郷隆盛に対して嘆願書をしたため、江戸城無血開城と徳川家存続のために尽力した。同年、新政府による天皇を主権とする新政権が成立し、明治に改元された。

明治維新後も、天璋院は薩摩藩へ戻る機会があった。しかし、天璋院は終生故郷には戻らず、一橋邸で余生を送り1883（明治16）年11月20日に49歳の生涯を閉じた¹⁰⁾。

(2) 大河ドラマの内容

大河ドラマの内容¹¹⁾をまとめると、篤姫は、島津家の分家である今和泉島津家で生まれ育った。そして、幼馴染には肝付尚五郎（後の薩摩藩家老小松帯刀）がいた。幼少の頃から島津本家の養女になるまで、西郷隆盛や大久保利通など後の明治維新の立役者となる人物と出会い、交流を深めていく。

篤姫は19歳の時、薩摩藩当主の島津斉彬の養女となり、島津本家の娘としての教育を受けた。その後、徳川家第13代将軍家定に輿入れをすることになる。一方、篤姫の幼馴染である肝付尚五郎は、小松家の養子になり小松帯刀と名前を変える。

篤姫の輿入れは、次期将軍に徳川慶喜を推挙することであり、これは島津斉彬の考えであった。しかし、篤姫は養父の斉彬の考えとは異なり、慶喜よりも慶福（後の徳川家茂）の方が将軍にふさわしいと考え推挙する。そのころ篤姫は、家定をハリスに会見させたが、その後、家定は病状が悪化して死亡した。

家定の死後、篤姫は落飾し天璋院と名を改める。そして、天璋院の望んだとおり、徳川家茂が第14代将軍となった。その後、幕府が公武合体を考え、家茂の妻に皇女和宮が降嫁してきた。和宮と天璋院の間で、公家と武家のしきたりの違いから、大奥で様々な諍いが起きる。

この間に、日本は開国に向けて進んでいく。これは、幕府の考え方とは異なっていた。開国に向けて活動していたのは、天璋院の故郷である薩摩藩であった。その後、西郷隆盛が主導して徳川家を取り潰そうと江戸城総攻撃を考えるが、天璋院から送られた手紙を読み、西郷は考えを改める。そして、江戸城無血開城が行われる。

元号が明治に変わり、廃藩置県が行われた。大奥がなくなり、天璋院は住居を移した。天璋院の転居先に、小松帯刀や西郷隆盛、勝海舟が訪れ、さらに天璋院の母と兄も訪れ、天璋院を見舞う。誰もが自由に人と会うことができる世の中になったのである。

そして、薩摩藩の家老であり、天璋院の幼馴染である小松帯刀が亡くなり、西郷隆盛も大久保利通と考え方の違いから西南戦争を起こし戦死する。天璋院は、49歳の天寿をまっとうし、魂が故郷の薩摩へと帰っていく物語である。

第3節 篤姫の認知度

1. 大河ドラマ「篤姫」放映決定前の認知度

篤姫が主人公として取り上げられたのは、宮尾登美子の小説『天璋院篤姫』（1984）である。この小説は、1983～1984年の日経新聞夕刊に連載され、1984年に講談社より単行本が上下巻で出版された。そして、翌1985年には、この原作をもとにテレビ朝日が新春ドラマスペシャル「天璋院篤姫」を放送した。その後、天璋院篤姫が登場した作品は、大河ドラマ「翔ぶが如く」（1990）と「徳川慶喜」（1998）の2作品であり、両作品とも篤姫は「天璋院」として脇役で登場した。また、フジテレビでも篤姫を主役にした「大奥」（2003）が連続時代劇として放送された。

このように、NHK大河ドラマをはじめ、他局でも複数回取り上げられている一方、篤姫は全国的に知られていなかった。さらに、出身地である鹿児島県内においても、大河ドラマ「篤姫」（2008）が放映されるまで、篤姫の認知度は低かった¹²⁾。鹿児島県は、2003年にNHK大河ドラマ誘致する会を発足し、誘致活動を展開した。この誘致活動では、とくに特定の人物を定めず鹿児島県出身者という考えで活動を行った。そして、2006年8月1日に、薩摩藩の今和泉島津家出身である篤姫が大河ドラマになることが決定した。しかし、誘致活動の最中、篤姫が話題となったことはなかった。このため、大河ドラマの誘致活動を行っていた人達は、大河ドラマの主人公である篤姫が、どのような人物であるか分からなかった。原口（2008）も、篤姫は歴史上の人物のなかでもあまり知られていない存在であったと述べている。これらのことから、鹿児島県内でも篤姫の認知度は低かったことが分かる。これは、篤姫と生家の今和泉島津家の史料が少ないことが、主な要因としてあげられる。篤姫は徳川家に嫁いだ後に、徳川家存続や江戸城無血開城に尽力した功績がある一方、篤姫の出生地である薩摩藩での功績は見受けられない。このため、大河ドラマ決定まで鹿児島県内で篤姫を顕彰する機会がなく、篤姫の認知度が低かったものとする。

2. 「篤姫」放映決定後の認知度促進

国立国会図書館を活用した検索¹³⁾では、初めて篤姫が小説の題材となった1984年から大河ドラマ放映決定前の2006年の22年間で、篤姫に関する図書は7冊出版されている。しかし、大河ドラマ放映決定後の2007年には、年間に20冊の書籍が出版され、多くの人々が篤姫という名称に接触する機会が増えた。このことから、認知度向上の一助となったことが考えられる。

鹿児島県提供の資料¹⁴⁾によると、鹿児島県は大河ドラマ放映決定を契機に、篤姫に関するホームページを開設し、篤姫のキャラクターも作成して、広報活動を開始した。篤姫を県民に周知させるため、「県政かわら版」2007年10月号では1ページ、県広報誌「グラフかごしま」同年11月号では6ページを使い、篤姫に関する記事を掲載した。また、鹿児島県内のテレビ放送で、県政番組「ふるさとかごしま」において篤姫を活用した鹿児島県の取り組みを紹介した。この他にも、篤姫のパネル展や大河ドラマ関連の講演会を催すなど、鹿児島県民に対して認知度の向上を図った。

また、県外におけるパネル展の開催、旅行会社に対しては県内着地型旅行商品の販売を依頼した。さらに、JR九州は篤姫のパフレットを作成して配布した。加えて、日本航空および全日空の機関紙でも篤姫を紹介し、鹿児島県が2008年の大河ドラマの舞台地であることを全国に周知させるよう努めた。

3. 「篤姫」の視聴から考えられる認知度

「篤姫」は、2008年1月6日より放映を開始した。「篤姫」の視聴率は初回20.3%、最終回は28.7%であった¹⁵⁾。同大河ドラマの視聴率は、年間を通じて20%を下回ることはなかった(図8-2)。これは2016年現在、2001年以降に放映された大河ドラマで最高視聴率を記録している¹⁶⁾。さらに、視聴者の要望により大河ドラマ本放映期間中に再放映が行われた。例年であれば、大河ドラマ本放映期間中に再放映が行われることはなく、視聴者の「篤姫」に対する関心が高かったことがうかがえる。放映前に認知度が低いとされていた篤姫は、放映後は全国的な認知度の高まりをみせたのである。

NHK放送文化研究所の「テレビ・ラジオ視聴の現況」調査によると、例年の大河ドラマ視聴者は、男性の割合が多い。また、視聴している年代別では、60歳以上が最も多く、50代、40代、30代と続いている(図8-3)。年齢の低さに比例して視聴者が減少する傾向がみられる。とくに30代以下の年代別では、大河ドラマ視聴者は10%を下回っており、30代以下の年齢層は、大河ドラマに対する興味関心は低いことがうかがえる。

大河ドラマ「篤姫」の視聴率が高まった理由として、女性視聴者の増加が考えられる。2001年～2010年6月に行われた調査では、20代女性における大河ドラマ平均視聴率は4%であった。しかし、「篤姫」は2008年6月の調査では、20代女性は11%(12名/117名)が視聴しており、高い数値が示された。このことから、「篤姫」はこれまで視聴者が少なかった若い年代層を獲得したことが考えられる。さらに同月調査では、

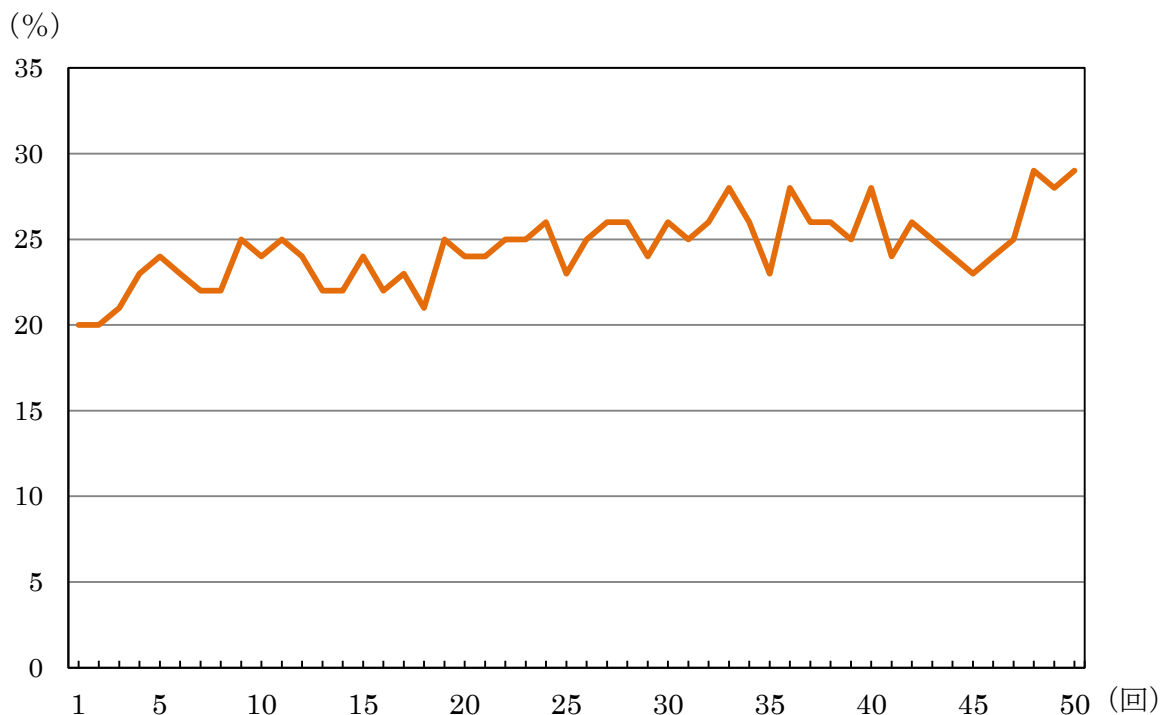
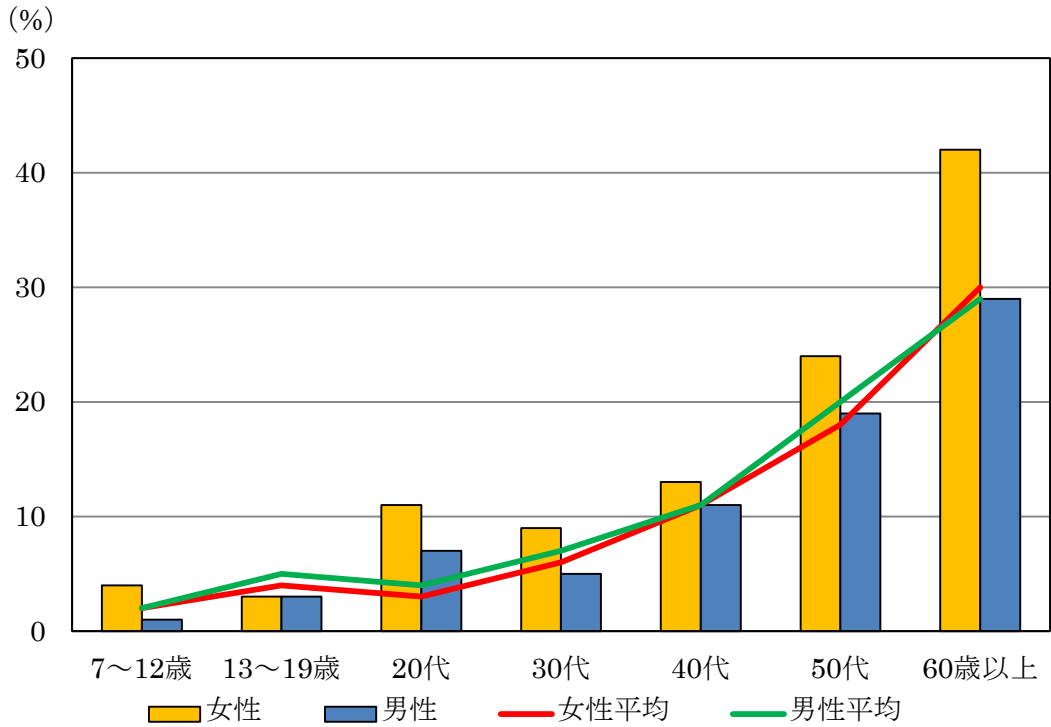


図8-2 大河ドラマ「篤姫」の視聴率の推移

資料：「Audience Rating TV～ドラマ視聴率～」をもとに筆者作成

【2008年6月】



【2008年11月】

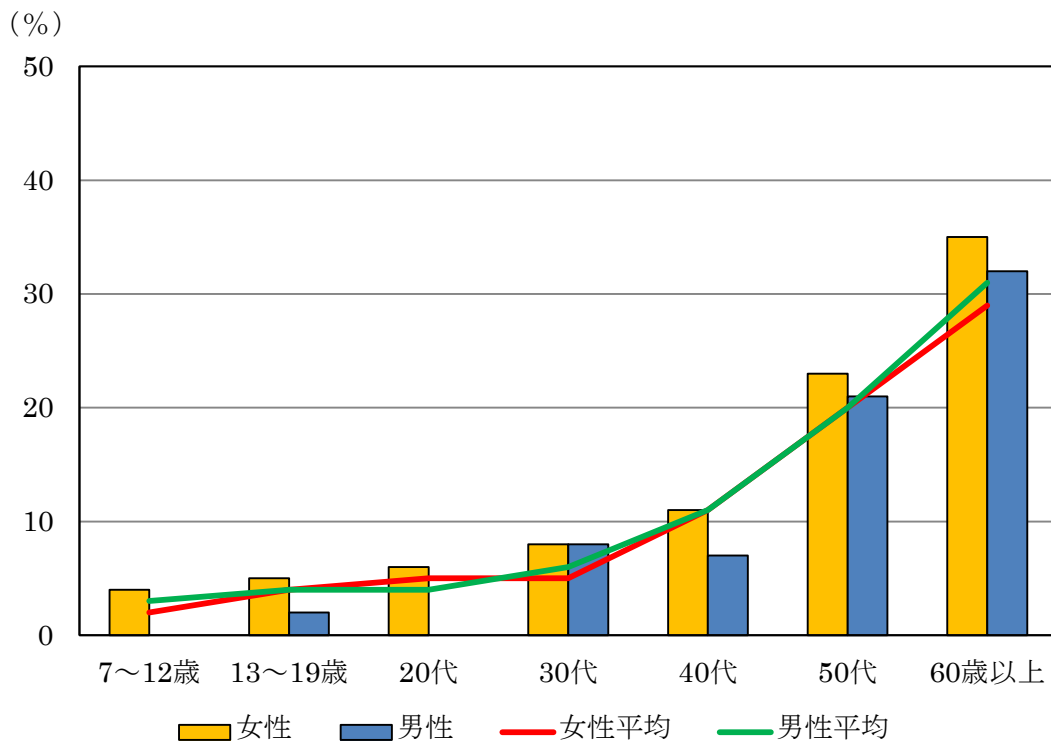


図8-3 大河ドラマ「篤姫」の年齢層別視聴率

資料：『放送研究と調査』2001年～2010年9月号，3月号をもとに筆者作成

注：女性平均と男性平均は2001年～2010年の大河ドラマの年齢層別平均視聴率を示した。

60歳代以上の女性も42%（181名／431名）が「篤姫」を視聴した。2001年～2010年の大河ドラマ女性平均視聴者は60歳代以上で27%である。「篤姫」は、これまでの平均視聴者を15ポイント上回る高い数値が示された。同年11月の調査では、視聴者数が全体的に低下したが、50代、60歳以上の女性視聴者は平均を上回る数値を示した。

一方、「篤姫」の男性視聴者は6月調査時には例年とほぼ同様の傾向がみられ、11月調査では、20代以下は平均視聴者が例年を下回り、7～12歳、20代の視聴者数は0%となった。これは、20代以下の年齢層にまれにみられる傾向であり、他の大河ドラマと同様である。他の年代では、例年の大河ドラマ視聴者と同様の傾向がみられる。

6月と11月双方の調査結果で、女性視聴者が男性視聴者を上回る結果となった。このことから「篤姫」は、女性が関心を持って視聴していたといえる。女性視聴者が増加した要因として、篤姫役を演じた女優宮崎あおいの人気も一助として考えられる。「篤姫」の全国的な知名度向上は、鹿児島県の観光客誘致にも有利に働いたと考える。

第4節 大河ドラマ放映による観光効果

1. 鹿児島県内の観光効果

鹿児島県は、既述のとおり当初「篤姫」の認知度が低かったため、「篤姫」の放映による誘客効果は期待していなかった。そうした中、「篤姫」の年間平均視聴率は2000年以降で最高値24.5%を記録し、全国的な認知度の高まりにより、予想外の誘客効果が表れた。

とくに県内では鹿児島地区、指宿地区、霧島地区で観光客数が増加した。観光客数の変化をみると、鹿児島地区は、2006年の1,673万人が2007年には1,697万人、2008年は1785万人となり2年間で105万人増加した。指宿地区では、2006年は919万人、2007年には967万人、2008年に1069万人となり2年間の増加数は150万人であった。霧島地区では、2006年698万人、2007年727万人、2008年745万人となり、2年間で47万人増加した（図8-4、図8-5）。次に、宿泊客数の変化をみると、鹿児島地区では、2006年の289万人から2007年に306万人に増加し、2008年には15万人増加の321万人となった。指宿地区では、2006年と2007年は同様の143万人であったが、2008年に159万人となり16万人増加した。これは県内で最多の宿泊客増加数であった。また、霧島地区は2006年の100万人が、2007年には103万人に微増し、2008年に107万人に増加した（図8-6、図8-7）。

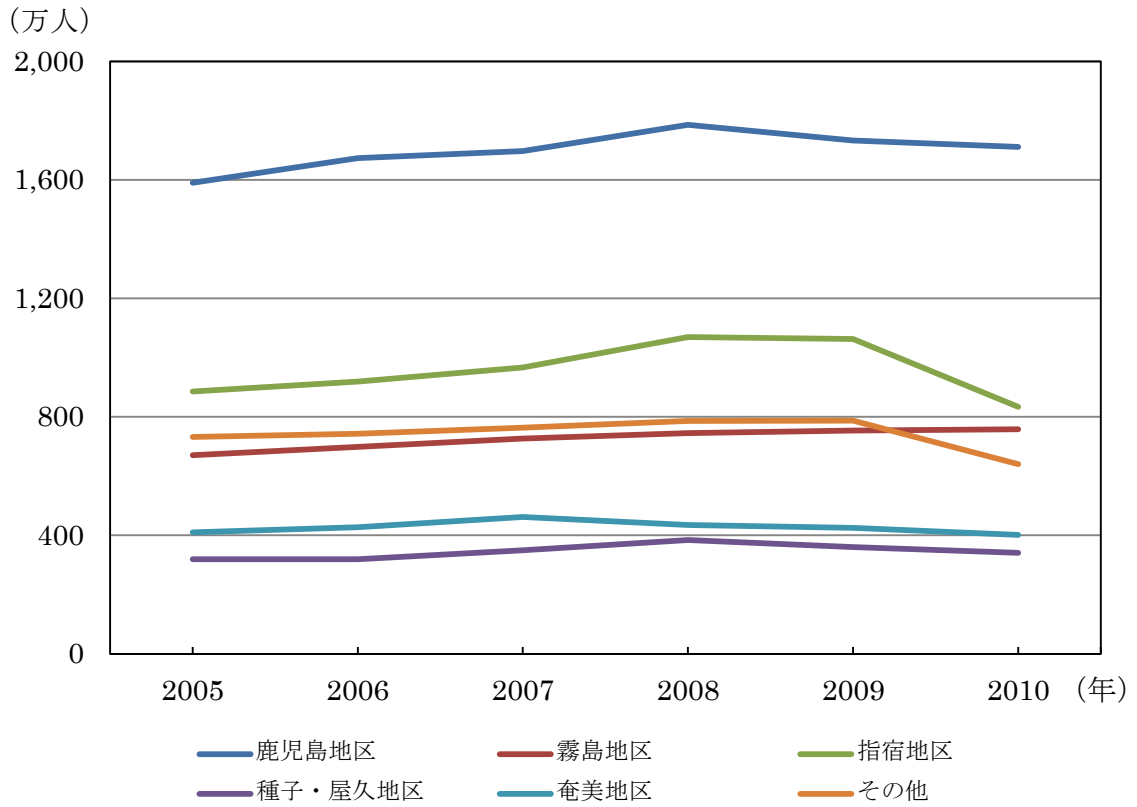


図 8-4 地区別観光客数の推移 (2005～2010年)

資料：鹿児島県観光統計平成 17 年～23 年をもとに筆者作成

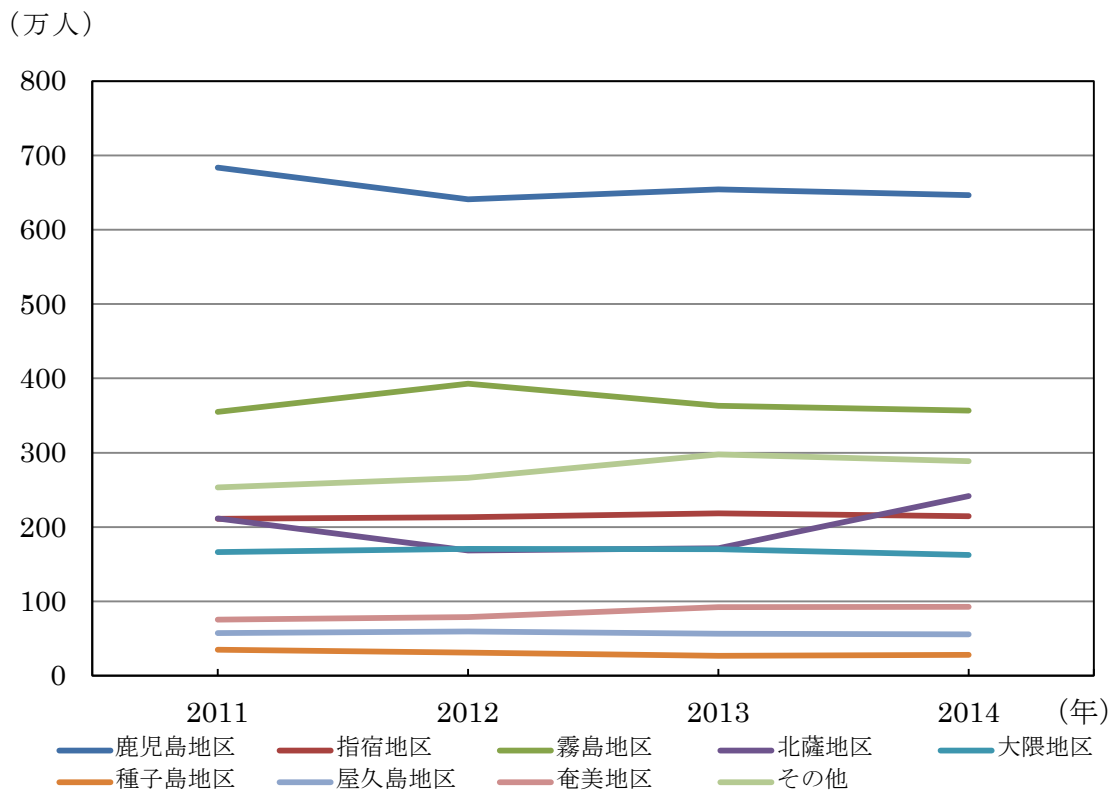


図 8-5 地区別観光客数の推移 (2011～2014年)

資料：鹿児島県観光統計平成 24 年～27 年をもとに筆者作成

注：2011 (平成 23) 年に統計方法が変更された。

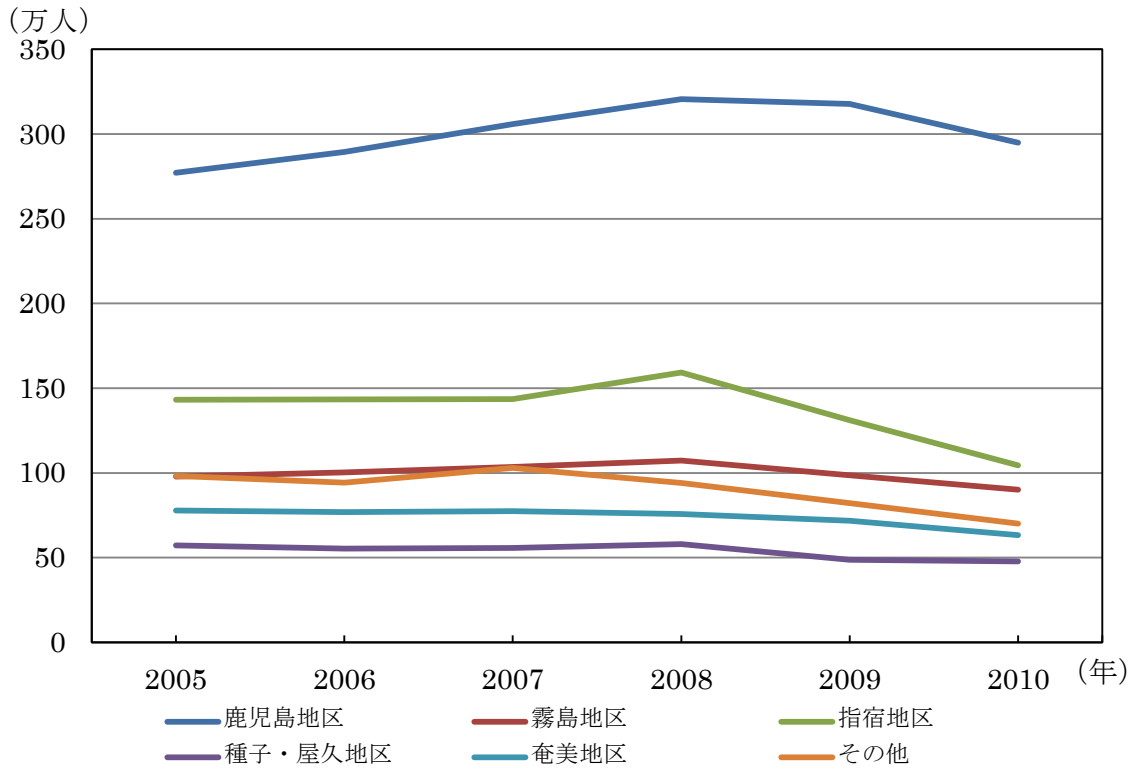


図 8-6 地区別宿泊客数の推移 (2005～2010年)

資料：鹿児島県観光統計平成 18 年～23 年により筆者作成

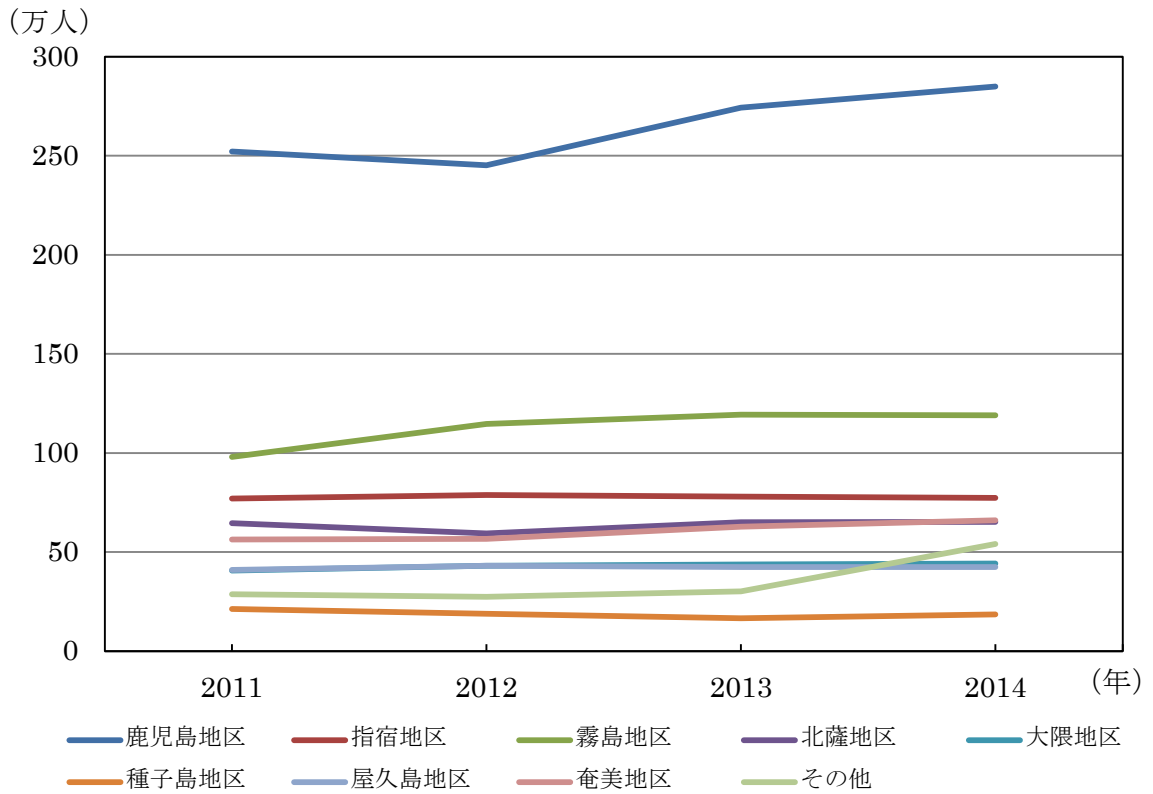


図 8-7 地区別宿泊客数の推移 (2011～2014年)

資料：鹿児島県観光統計平成 24 年～27 年により筆者作成

注：2011 (平成 23) 年に統計方法が変更された。

2. 鹿児島県の「篤姫」放映を契機とした活動

(1) 放映前の活動

鹿児島県は、「篤姫」放映決定を契機に、翌2007年には表8-1のように篤姫を活用した誘客を図るため、東京や鹿児島県内において、篤姫と舞台地の鹿児島県の周知につとめた。鹿児島市では、かごしま近代文学館で宮尾登美子の著書『天璋院篤姫』

表8-1 「篤姫」に関連した主な活動（2007年）

時期	活動事項	事業主体	内 容
5月	大河ドラマの内容を再現した展示施設の篤姫館の設置を決定	鹿児島県	鹿児島市および指宿市を訪れる観光客のために、大河ドラマの内容を展示した大河ドラマ館を設置した。
6月	かごしま近代文学館で『天璋院篤姫』講座を開始	かごしま近代文学館	地域住民が「篤姫」に親しめるように、原作の『天璋院篤姫』を読む講座を6月～10月まで月に1度開講した。
7月	「篤姫」関連の特産品づくりを学ぶセミナー開催	特許庁	篤姫を使った土産物や篤姫が好んだ枇杷を使った商品を作成した。
8月	高速バス鹿児島―福岡線で「篤姫」の登場人物を描いたラッピングバスを運行	民間企業と志学館大学	長嶋研醸、志学館大学、薩摩蒸気屋、こしき海洋深層水の4事業所が協賛して、南国交通の高速バス1台の車両にラッピングをした。
9月	ボランティアガイド常駐を決定	指宿市	「篤姫」放映に先駆け、観光客に篤姫関連の史跡を案内するため、JR薩摩今和泉駅にボランティアガイドを常駐させた。
10月	篤姫に関連する歴史上の人物や史跡を紹介するパンフレットを作成	霧島市	坂本龍馬とお龍、小松帯刀が訪れた犬飼の滝、塩浸温泉、日当山温泉などを解説した。
11月	篤姫のシールを発行	鹿児島県商工会連合会など4団体	篤姫を広報する一環として、土産物や郵便物に貼るシールを販売した。
12月	JR九州がリレーつばめの車両に「篤姫」をラッピング	JR九州	鹿児島本線の博多―新八代間を走る特急リレーつばめの車両に、「篤姫」の主演女優宮崎あおい、霧島連山、開聞岳などの写真を施した。この車両は、2007年12月末～2008年6月末まで走行した。

資料：『大河ドラマ「篤姫」キャンペーン事業報告書』をもとに筆者作成

を学ぶ講座が開かれた。当初の受講予定者数は 80 名であったが、実際は 143 名が受講した。このことから、地域住民の「篤姫」に対する関心の高さがうかがえる。

また、7月に特許庁は鹿児島県内の企業を対象に、「篤姫」関連の特産品づくりのセミナーを催した。このセミナーは、「篤姫」放映を契機に鹿児島県産品の販売促進を目的としたものである。セミナーに参加した多くの企業が商品名に「篤姫」の使用を希望したが、「篤姫」という名称はNHKエンタープライズが既に商標登録をしており、「篤姫」の名称を使う場合は、商品価格の3%~5%の使用料が必要であった。このため、県内企業の多くで、「篤姫」を使った商標申請が通らない事態が発生し、後にNHKエンタープライズは鹿児島県で説明会を開き、企業の理解を求めた。

(2) 放映中の活動

2008年1月6日に、「篤姫」の放映が始まった。放映日に鹿児島市では「篤姫館」、12日には指宿市に「いぶすき篤姫館」がそれぞれオープンした。両館とも大河ドラマで使用した物品が展示された。

2月には、鹿児島市の仙巖園に、大河ドラマ舞台のセットに似せて造られた茶屋が休憩施設として建てられ、観光客の利用を促した。2月19日から、東京都の江戸東京博物館においても篤姫展が開催された（2008年2月19日~4月6日）。この企画展は、大河ドラマの内容と連動したもので、篤姫と篤姫を取り巻く人物に関連する品や史料が展示された。その後、この企画展は大阪市の大阪歴史博物館（4月19日~6月1日）と、鹿児島市の黎明館（9月6日~10月17日）で開催された。

4月になると、熊本県と鹿児島県を結ぶ肥薩おれんじ鉄道は、観光かごしま大キャンペーン推進協議会との共同事業により、篤姫をラッピングした電車が運行を開始し、篤姫の観光情報発信と鉄道利用者の促進を図った。また、鹿児島市でもボランティアガイドによる「鹿児島ぶらりまち歩き」を始め、観光客を迎え入れた。

5月には、観光かごしま大キャンペーン推進協議会が、「篤姫」キャンペーン特別事業に対し9,300万円の予算を計上することを決定した。

6月上旬に、「篤姫館」の入館者数が20万人を超えた。当初、同市は「篤姫館」の年間入館者数目標を20万人に設定していたが、オープンして153日目で目標数値を達成した。同月下旬には、「いぶすき篤姫館」もオープンから170日目で、当初見込んでいた年間入館者数8万人という数値を達成した。このように、半年ほどで両館の入館者数は当初の目標を上回る結果となった。

7月には、西日本新聞で「篤姫ブーム」（2008年7月25日付）という言葉が使われるほど、「篤姫」は人気の高まりをみせた。そして、鹿児島県行政は県民の協力を得て「篤姫からの手紙」事業を行った。この事業は、鹿児島県内に在住する小学生向けの事業で、篤姫のキャラクターなどが印刷された便箋や封筒を使い、県外の親戚や友達に手紙を出すというものであった。また、同月に、鹿児島市は篤姫役の女優宮崎あおいと家定役の俳優堺雅人を招いて篤姫トークショーを催した。

8月は、「篤姫館」が再び目標としていた入館者数30万人を達成した。この時点で、鹿児島市は同館の開館を2ヵ月半延長し、2009年3月末にすることを決定した。また、4月から行ってきたボランティアガイドツアーの「鹿児島ぶらりまち歩き」を刷新した。

これは、県外観光客の誘客につなげることを目的としたものである。

9月になると、鹿児島県は「篤姫」放映後の2009年も、歴史観光を中心に展開していく考えを示した。

11月に、鹿児島市の「篤姫館」は入館者数50万人に達し、当初の目標数値であった20万人の2.5倍の数値を示した。

12月には、鹿児島県行政が「篤姫に感謝する会」を催した。これは、「篤姫」が鹿児島県の観光のイメージアップに寄与したことから開催された。そして、県行政が選ぶ「2008年かごしま10大ニュース」において、「篤姫」の効果で鹿児島県が盛り上がったことがとりあげられた。このように「篤姫」が鹿児島県の観光に好影響を及ぼしたことをうかがい知ることができる。

このように「篤姫」放映の2008年は、鹿児島県の予想を上回る観光客が訪れた。とくに、鹿児島市の「篤姫館」と指宿市の「いぶすき篤姫館」は、予想以上の入館者数が訪れ、観光客の篤姫に対する関心の高さがうかがえた。また、7月に「篤姫ブーム」という言葉が使用され、全国的な知名度の高まりがみられた。「篤姫」が鹿児島県の予想を上回る誘客効果を得たことで、篤姫を活用した地域振興が2009年も継続されることになった。

これまで、観光資源として利用されていなかった篤姫が、大河ドラマの題材として取り上げられたことで、鹿児島県の観光客誘致に大きく寄与したと考えられる。

(3) 放映後の活動

「篤姫」放映の翌2009年1月には、鹿児島市の「篤姫館」がリニューアルオープンした。館内には、大河ドラマ放映中あまり紹介されていなかった新たに島津斉彬のパネルが展示された。

2月には、熊本県人吉市と協働して「篤姫とひなまつり」キャンペーンを開催し、JR九州や観光施設や武家屋敷などでひな人形を飾るなど、観光客の受け入れにつとめた。また、大河ドラマ放映は終了したが、舞台地の1つであった指宿市には、放映後も1日平均200人を超す観光客が訪れた。

このため3月には、指宿市で、観光客から好評を博した篤姫ガイドの延長が決まり、継続的に活動することになった。一方、鹿児島市では2カ月半延長された「篤姫館」が閉館し、総入館者数667,535人（2008年1月～2009年3月を記録した。これは、当初目標の3.3倍となった。同館の展示品は、市内の黎明館に引き継がれ、展示されることになった。

4月には、指宿市を訪れる台湾人観光客が増加した。これは、台湾で「篤姫」が放映され、人気を博し、鹿児島県を訪れるツアーが催行されたためである。台湾では3月からケーブルテレビで「篤姫」が毎日放映され、110以上あるチャンネルでベスト20に入り、視聴率は1%を超え、高い数値を示した¹⁷⁾。

5月になると、鹿児島県は篤姫ブームが過ぎ去る前に、他の事業と併せて推進しようと活動を開始した。

このように、鹿児島県は「篤姫」放映後の2009年に、篤姫と併せて鹿児島県内の種々の観光資源を連係させた誘客活動を行った。

第5節 指宿市の地域振興

1. 放映前の活動

指宿市は、「篤姫」放映決定を機に、「篤姫」関連史跡の観光活用を計画した¹⁸⁾。指宿市には、篤姫が幼少のころに過ごした今和泉島津家の別邸があった。別邸のあった場所は、現在、保育園、小学校、高等学校などの建物と民家が並んでいる。小学校の校庭に、篤姫が使ったとされる手水鉢が残っており、徒歩15分の場所には今和泉島津家の墓地がある。この2つを観光資源として活用するため、指宿市は2006年に現地調査を行った¹⁹⁾。手水鉢は風雨にさらされていたが、状態は良好であった。一方の今和泉島津家の墓石は倒れており、苔むした状態であった。手水鉢には、来歴を記した看板を設置した。そして、今和泉島津家の墓地周辺は、墓地の整備、看板の設置、道路の舗装、駐車場・トイレの整備など観光客を迎え入れるための整備事業を行った²⁰⁾。

表8-2 指宿市のボランティアガイドの事業内容

年月日	事業内容
2007年2月14日	ボランティアガイド講習会の修了。 受講生の中から27名のガイド候補者を決定。
2月	新たなガイド養成のため、引き続き講習会やコース選定等を実施。
3月	ガイド養成の講習会参加者が、今和泉地区の研修を兼ねて訪問。 篤姫ガイドブックの製作開始。
4月27日	篤姫観光ガイドの発足式（ガイド27名で開始） 月に1度の篤姫観光ガイド定例会を開始。
8月	観光客の増加を見込み、ガイドの追加募集及び講習会の開始。
10月	旅行会社が「篤姫」の名を冠したツアーを開始。
2008年3月	1ヵ月の案内人数が8,188人を記録。 第1回九州ボランティアガイド大会 in 宮崎に参加。
3月16日	1日で最高案内人数655人を記録。
4月27日	篤姫観光ガイド発足1周年記念イベント開催。
5月4日	1日の最高案内件数81件を記録。
11月	1ヵ月の案内人数が過去最高の10,790人を記録。
12月22日	案内人数10万人達成。
2009年1月	篤姫観光ガイドの活動を継続。
2011年3月	指宿まるごと観光ガイドの発足。
3月10日	九州新幹線全線開通・観光特急「指宿のたまて箱」運行開始。
2012年1月	JR指宿駅を拠点とするボランティアガイドの開始。
2月	JR指宿駅に指宿おもてなしステーションを設置。

資料：指宿市観光協会の資料をもとに筆者作成

指宿市は、大河ドラマを活用した誘客は一過性になることが多いことを念頭におき、NHK エンタープライズから提案された大河ドラマ館以外の建設は行わず、大河ドラマ放映が終了しても活用できる史跡を整備した。整備内容には、案内板の設置や砂浜の美化、ボランティアガイドの育成、駅での湯茶サービスなどである。とくにボランティアガイドの育成に力を入れ、指宿市観光協会が指宿市と協働し、2006年11月から翌2007年2月までボランティアガイド講習会を開催した。受講生は講習会修了後の2月からガイド活動を開始し、ボランティアガイドは、同年4月に名称を篤姫観光ガイドと定めた（表8-2）。

2. 放映中

先述のとおり、2008年に指宿市を訪れた観光客数は1,069万人であり、2007年の969万人に比べ、観光客は100万人増加し、指宿市の予想を上回る観光客が訪れた。そして、「篤姫いぶすき館」の年間入館者数が17万人を記録した。これは、市が当初予定していた入館者数10万人を7万人上回る数値であった。

また、指宿市を訪れた観光客の多くが、ボランティアガイドと篤姫関連史跡を巡る案内を希望した。この篤姫関連史跡を巡るまち歩きの一箇所に、篤姫が使ったとされる手水鉢が含まれていた。この手水鉢は、今和泉小学校の校庭に現存しており、「篤姫」放映が始まった当初は、観光客はボランティアガイドとともに校庭内に入って手水鉢を見ることができた。しかし、予想以上に多くの観光客が訪れたことから、小学校の授業に支障をきたした。このため、指宿市が手水鉢のレプリカを校門前に設置し、そこに観光客を案内することにした。

この他にも、観光客数に対してガイドの人数が足りなくなることもあった。その時は、地域住民がボランティアガイドに代わり、篤姫に関連する史跡案内や、ボランティアガイドが戻ってくるまでの間、観光客の話し相手になった。このような地域住民の対応は、「篤姫」放映前にはみられなかったことである。加えて、「篤姫」の主な舞台地となった今和泉地区では、「篤姫」放映を契機に篤姫という歴史上の人物が存在したことが認知されるようになり、新たな観光資源として篤姫像の建立の動きがみられるようになった。

3. 放映後

指宿市は、篤姫観光ガイド発足当時、ガイド活動は一時的なものと考えており、「篤姫」放映終了と同時に活動を終える予定であった。しかし、「篤姫」放映の翌2009年も、継続して篤姫を目的に訪れる観光客がいたことから、指宿市は篤姫観光ガイドの継続活動を決定した。そして、2009年に指宿市を訪れた観光客数は1,063万人であり2008年の1,069万人とほぼ同じ数値を示した。大河ドラマの舞台地が、放映翌年も高数値で推移した例はこれまでになく、指宿市は特異な地域といえる。

しかし、放映2年後の2010年には観光客が減少した。そこで指宿市は、2011年に指宿まるごと観光ガイドを発足させ、各観光地でガイド活動を行うようになった。さらに2012年は、JR指宿駅で観光客の迎え入れボランティアを開始し、活動が今日まで継続している。



写真 8-1 JR 指宿駅で列車を迎え入れる篤姫観光ガイド

(2016年7月24日 篤姫観光ガイド吉留紀代子氏撮影)

2017年現在は、観光客の減少に伴い、篤姫観光ガイドはJR薩摩今和泉駅およびJR指宿駅に常駐するガイドをなくし、事前申し込みによるガイドに変更した。その後、篤姫観光ガイドの活動は指宿市に関する語り部やJR指宿駅、篤姫観光ガイドはJR薩摩今和泉駅での観光客の迎え入れが行われている(写真8-1)。また、市内の小中学校との交流も行っており、篤姫観光ガイドは内容を変化させながら現在も活動している。同年、「篤姫観光ガイド」開始から10年が経過した。2007年からガイド活動に参加しているガイド6名に対して、観光客を迎え入れる意識変化の聞き取り調査を行った。その結果、ボランティアガイドに参加することにより、観光客を迎え入れる考え方に変化が表れ、「篤姫」放映前に比べ、観光客に対して自発的に挨拶や声をかけるなど、積極的な行動ができるようになったことが明らかになった。さらに、ガイド活動に加わったことで、観光客だけでなく地域住民と協働する場が増加したこともあげられた。これらのことから「篤姫」放映は、誘客効果のみならず、地域住民の意識にも変化があったといえる。

「篤姫」放映後、指宿市では幼少のころの篤姫(於一)像が建立された。これは地域住民が篤姫を顕彰し、後世に残すという意図があったためである。篤姫像建立は、2008年の「篤姫」放映中に計画が立てられていたが、終了に伴い頓挫した。しかし、「篤姫」放映から4年経った2012年に、再度地域住民から篤姫像建立の要望が出され、「篤姫(於一)銅像実行委員会」が設立された。そして、地域住民から寄付金を募り、指宿市内の美術講師であった田原迫華が製作し、同年9月に篤姫(於一)像が建立された(写真8-2)。2016年現在、像は指宿市の観光資源の1つとなっている。

上記の活動が推進された一方、指宿市では、篤姫を中心とした地域振興が過剰ではないかという意見が出された。これは「篤姫」放映後も、篤姫に重きを置いた地域振興を行ったため、市内にある他の観光資源を活用する機会が減少しているのではない



写真 8-2 2012 年に建立された篤姫（於一）像
(2015 年 12 月 15 日 筆者撮影)



写真 8-3 鹿児島県立指宿商業高等学校生徒による観光客迎え入れ活動
(2016 年 9 月 30 日 篤姫観光ガイド吉留紀代子氏撮影)

かという指摘であった。

このような篤姫を活用した地域振興に対し、批判的な意見はあるものの、現在では、篤姫が大河ドラマ放映を機に新たな観光資源となり、指宿市の地域振興に影響を与えていることを地域住民も認めている。とくに、市内の小学校では篤姫を学習する時間ができ、篤姫に関する知識を身に付ける機会が増加した。また、高等学校の教育活動の一環として JR の駅舎で、観光客の迎え入れ活動が行われていることは既述のとおりである（写真 8-3）。

当初、観光誘客を目的に行われた「篤姫」を活用した指宿市の政策は、観光誘客だけでなく、地域住民の活動の場の創造および学校教育に広がりをもせた（表 8-3）。

表 8-3 指宿市の大河ドラマを契機とした活動（2006～2016 年）

活動内容 \ 活動年	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
大河ドラマ「篤姫」放映			→								
篤姫関連史跡の整備			→								
ボランティアガイドの育成・活動											→
小学生の篤姫学習											→
高校生の観光客迎え入れ活動											→
篤姫像建立							→				

資料：指宿市の資料，指宿市観光協会篤姫観光ガイド，鹿児島県立指宿商業高等学校に対する聞き取り調査をもとに筆者作成。

注：鹿児島県立指宿商業高等学校によると，観光客迎え入れ活動は 2009 年～2010 頃に始まったとのことである。なお，網掛け部分は大河ドラマ放映年次である。

第 6 節 むすび

本稿では、大河ドラマ「篤姫」（2008）をとりあげ、舞台地となった鹿児島県指宿市における地域振興を明らかにすることを目的とした。このため、篤姫関連の文献・資料を分析するとともに、鹿児島県観光交流局，指宿市観光協会篤姫観光ガイド，鹿児島市ボランティア協会に対して聞き取り調査を行った。

大河ドラマ「篤姫」放映決定前には、主人公である篤姫は、出身地である鹿児島県内でも認知されていなかった。しかし、大河ドラマ放映決定に伴い、鹿児島県内外で認知度促進活動を行い、知名度向上を図った。さらに、大河ドラマ放映に伴い、知名度は全国的に向上した。

指宿市では、「篤姫」放映の決定後、篤姫を観光客誘致に活用することが計画され、

篤姫関連史跡の今和泉島津家の墓地や篤姫が使ったとされる手水鉢の整備を行った。また、篤姫関連史跡を説明するボランティアガイドの育成を開始し、観光客を迎え入れる準備をした。

そして、「篤姫」放映中には、指宿市が想定していた以上の前年比 100 万人増の 1,069 万人の観光客が訪れた。このため、1 年で活動を停止する予定であったボランティアガイドの活動の継続が決まった。放映後の翌 2009 年も、指宿市の観光客数は 1,063 万人とほぼ同じ数値を示した。これは他の大河ドラマ舞台地とは異なった現象である。この現象は、大河ドラマ放映終了後も、「篤姫」を視聴した国内観光客が訪れたこと、台湾から訪れる海外観光客が増加したことが要因としてあげられる。しかし、放映 2 年後の 2010 年から観光客が減少したため、ボランティアガイドの活動は曜日を限定して行うことになった。減少はしたものの、ボランティアガイドは語り部や観光客の迎え入れを行うなど、内容を変化させながら 2017 年現在も活動が継続している。

また、「篤姫」放映 4 年後の 2012 年に、地域住民が篤姫像の建立を希望し、地域住民による寄付金で篤姫（於一）像が建立されたことは、放映後も地域住民の篤姫に対する関心があったと捉えることができる。そして篤姫（於一）像は、現在では新たな観光資源となり、観光客が訪れる場所になっている。

加えて、「篤姫」放映後、指宿市内の小学校では、篤姫を指宿市の歴史上の人物として学習する時間が設けられた。そして、市内にある高等学校の教育活動の一環として、JR 指宿駅と JR 薩摩今和泉駅において観光客を迎え入れる活動がはじまった。「篤姫」放映は、ボランティアガイドの観光活用にとどまらず、学校教育にも影響を及ぼした。このように大河ドラマ放映後、継続して地域振興に影響する現象は、他の大河ドラマの舞台地では少ない。

指宿市は、2008 年の大河ドラマ「篤姫」放映を契機に観光振興が活発化した。その際開始した活動が地域住民の交流を促し、さらに自治体内の他の活動にも波及し、地域振興につながった舞台地といえる。

注

- 1) 1963 年～2015 年の大河ドラマの視聴率を総観した結果による。
- 2) 鈴木嘉一（2011）：『大河ドラマの 50 年』、217－220 頁。
- 3) 前掲 1)。
- 4) 大石学・時代考証学会（2012）：『大河ドラマと地域文化―「篤姫」「龍馬伝」と鹿児島―』51 頁より引用。
- 5) 前掲 1)。
- 6) 鹿児島県および指宿市提供の資料による。
- 7) NHK ONLINE より引用。
- 8) 前掲 7)。
- 9) 魅力ある指宿まちづくり協議会「薩摩が生んだ幕末の才女 天璋院篤姫」より引用。
- 10) 指宿市史より引用。

- 11) 『NHK 大河ドラマ・ストーリー』（全3巻）をもとにまとめた。
- 12) 前掲4), 51頁。
- 13) 国立国会図書館蔵書検索 NDL-OPAC の詳細機能において、「篤姫」というキーワードで検索したのち、出版年で検索した。その後、資料種別で図書のみを検索した結果である。
- 14) 鹿児島県提供資料の「大河ドラマ『篤姫』キャンペーン」をもとに筆者がまとめた。
- 15) 前掲1)。
- 16) 2001年から2015年までの大河ドラマの視聴率を総観した結果である。
- 17) 南日本新聞 2009年4月30日付「台湾でも‘篤姫’人気」。
- 18) 指宿市提供の資料と筆者の聞き取り調査による。
- 19) 2016年6月に筆者が行った指宿市役所に対する聞き取り調査による。
- 20) 指宿市提供の資料による。

参考文献

- 指宿市役所総務課市史編さん室（1986）：『指宿市史』第一法規出版株式会社，328－329頁。
- NHK 放送文化研究所（2001～2016）：「テレビ・ラジオ視聴の現況」『放送研究と調査』大石学・時代考証学会編（2012）：『大河ドラマと地域文化—「篤姫」「龍馬伝」と鹿児島—』高城書房，312頁。
- 大島敏男（2011）：『大河ドラマ 50 作パーフェクトガイド』NHK サービスセンター，84頁。
- 鹿児島県観光交流局観光課国内誘致係（2009）：「大河ドラマ『篤姫』キャンペーン」，65頁。
- 神田孝治（2014）：「観光地と場所イメージ」『観光メディア論』ナカニシヤ出版，43－62頁。
- 河野逸人（2008）：『NHK 大河ドラマ・ストーリー篤姫前編』NHK 出版，207頁。
- 河野逸人（2008）：『NHK 大河ドラマ・ストーリー篤姫後編』NHK 出版，175頁。
- 河野逸人（2008）：『NHK 大河ドラマ・ストーリー篤姫完結編』NHK 出版，125頁。
- 河野逸人（2008）：『NHK 大河ドラマ大全』NHK 出版，182－183頁。
- 佐々木土師二（2006）：『観光の社会心理学』北大路書房，201－216頁。
- 佐藤信・五味文彦・高埜利彦・鳥海靖（2008）：「開国と幕末の動乱」，「明治維新と富国強兵」，『詳説 日本史研究』山川出版社，314－345頁。
- 下平尾勲（1997）：「地域振興」，『観光学辞典』同文館，112頁。
- 鈴木嘉一（2011）：『大河ドラマの50年』NHK 出版，182－183，206－207頁。
- 中谷哲弥（2007）：「フィルム・ツーリズムに関する一考察 —観光地イメージの構築と観光経験をめぐって—」『奈良県立大学研究季報第18巻 第1・2号合併号』，41－56頁。
- 中西裕二（2014）：「メディア —観光地の創造」『観光学キーワード』有斐社，82－83

頁。

原口泉（2008）：『篤姫 私こと一命にかけ』グラフ社，239頁。

原口泉・日隈 正守・松尾千歳・皆村武一・永山修一（2011）：『鹿児島県の歴史』山川出版社，366頁。

深見聡（2009）：「大河ドラマ『篤姫』効果と観光形態に関する一考察」『長崎大学環境科学部環境教育研究マネジメントセンター年報・地球環境研究 創刊号』，57－64頁。

宮尾登美子（2007）：『篤姫の生涯』NHK出版，219頁。

魅力ある指宿まちづくり協議会（2015）：「薩摩が生んだ幕末の才女 天璋院篤姫」，20頁。

Audience Rating TV ～ドラマ視聴率～

<http://artv.info/taiga.html>（2016年5月19日取得）

NHK ONLINE

<https://www.nhk.or.jp/dramatopics-blog/2470/15284.html>（2016年6月15日取得）

第9章 大河ドラマ「八重の桜」(2013年)を活用した 福島県会津若松市の震災復興

第1節 はじめに

2011年3月11日に東日本大震災が起きた。この震災により、東北地方、とくに福島県は原発事故を併発し、甚大な被害をこうむった。この震災と原発事故による風評被害で、福島県の観光客は大きく減少した。

このことを受け、NHKはテレビを使って被災地を支援しようと、2013年の大河ドラマの主な舞台地を福島県とした。1963年から放映を開始した大河ドラマの舞台地が、このような背景から決定したことはなく、またNHKが舞台地選定の理由を明言することは、これまでになかったことである。

大河ドラマで取り上げられた主人公である新島八重は、これまでに地域に知られていなかった人物である。彼女を取り上げた理由としてNHKは、父や弟を亡くし、さらに戊辰戦争で敗戦を経験しながらも懸命に生きた八重と、東日本大震災の被害から復興に向けて頑張っている被災地の人々を重ね合わせたとしている。

大河ドラマの舞台となった地域について、観光振興の視点からの研究成果は多くある(中村哲:2003, 深見:2009a, 2009b, 中村:2010)。しかし、大河ドラマが地域の観光振興に利用されているにもかかわらず、地域の歴史的背景や住民の意見を交えた観光振興の研究成果は少なく、研究の多くは、経済効果や観光誘客数を分析としたものとなっている(前原:2008)。このことを従来の研究の問題点として指摘できる。本研究は、2013年に放映された「八重の桜」を対象とし、主な舞台地となった会津若松市の観光にどのような影響があったかを明らかにすることを目的とする。研究方法は、文献・資料の分析を行うとともに、2015年9月1日に会津若松市観光課や地域住民に対する聞き取り調査を実施した。なお、本研究におけるアンケート調査あるいは聞き取り調査については、本研究について詳細に説明した後、その結果は本論文作成のみのために使用することで承諾を得ている。また、調査を行った後、複数回やり取りを行い、内容に不備がないか確認のうえ、本論文に記載している。

第2節 大河ドラマの誘客効果

1. 大河ドラマの誘客効果

(1) 大河ドラマ誘客効果の変遷

2017年現在、大河ドラマは56作品となった。大原(1985)によると、大河ドラマの観光活用は1966年の第4作「源義経」が端緒になったとしている。そして、大河ドラマ放映中に観光客が増加し始めたのは1969年の「天と地と」である(溝尾1994)。その翌年(1970年)と翌々年(1971年)も自治体による観光活用を行ったものの、自治体が期待していたほどの誘客効果がないと考えられたため、これ以降、自治体での大河ドラマを使った観光振興は消極的になった。

大河ドラマを使った誘客が再度見直されたのは、1987年の「独眼竜正宗」で、仙台市が大きく観光客数を伸ばしたことによる。その後の、1988年「武田信玄」の山梨県小淵沢町（現：北杜市）や1989年「春日局」の埼玉県川越市なども誘客に成功した自治体である。以降、多くの自治体で大河ドラマを契機に観光振興を行っている。

とくに、1993年7月～1994年3月に放映された「炎立つ」の舞台地である江刺市（現：奥州市）では、歴史公園「えさし藤原の郷」が新しい観光施設となった。これは、大河ドラマによる誘客を一過性に終わらせたくないと考えた自治体によって建設され、2015年現在も奥州市の中心的な観光施設として活用されている。その後、舞台地となった自治体の多くで、積極的に大河ドラマを契機に観光振興を行っている。

本稿では、2000年以降に放映された大河ドラマの観光活用に着目した。主な舞台地をあげると表9-1のようになる。また、中村哲（2003）の提唱する3つの類型「一過型」、「ベースアップ型」、「無関係型」に当てはめて3つの地域を事例として取り上げた。

表9-1 大河ドラマの舞台地となった主な地域

放映年	大河ドラマ	舞台地
2000(平成12)	葵 徳川三代	東京, 三河, 関ヶ原
2001(平成13)	北条時宗	鎌倉, 博多
2002(平成14)	利家とまつ～加賀百万石物語～	金沢, 三河
2003(平成15)	武 蔵 MUSASHI	巖流島, 熊本
2004(平成16)	新撰組!	東京, 京都
2005(平成17)	義 経	平泉, 鎌倉, 京都, 壇ノ浦
2006(平成18)	功名が辻	三河, 高知
2007(平成19)	風林火山	甲府, 川中島
2008(平成20)	篤 姫	東京, 鹿児島
2009(平成21)	天地人	米沢, 新潟
2010(平成22)	龍馬伝	東京, 京都, 高知, 長州, 長崎
2011(平成23)	江 ～姫たちの戦国～	東京, 三河, 近江
2012(平成24)	平清盛	兵庫, 広島, 京都
2013(平成25)	八重の桜	福島, 京都
2014(平成26)	軍師官兵衛	福岡
2015(平成27)	花燃ゆ	山口

資料：『NHK大河ドラマ大全 50 作品』, 「Audience Rating TV ～ドラマ視聴率～」, NHK大河ドラマ一覧 <http://www9.nhk.or.jp/taiga> をもとに筆者作成

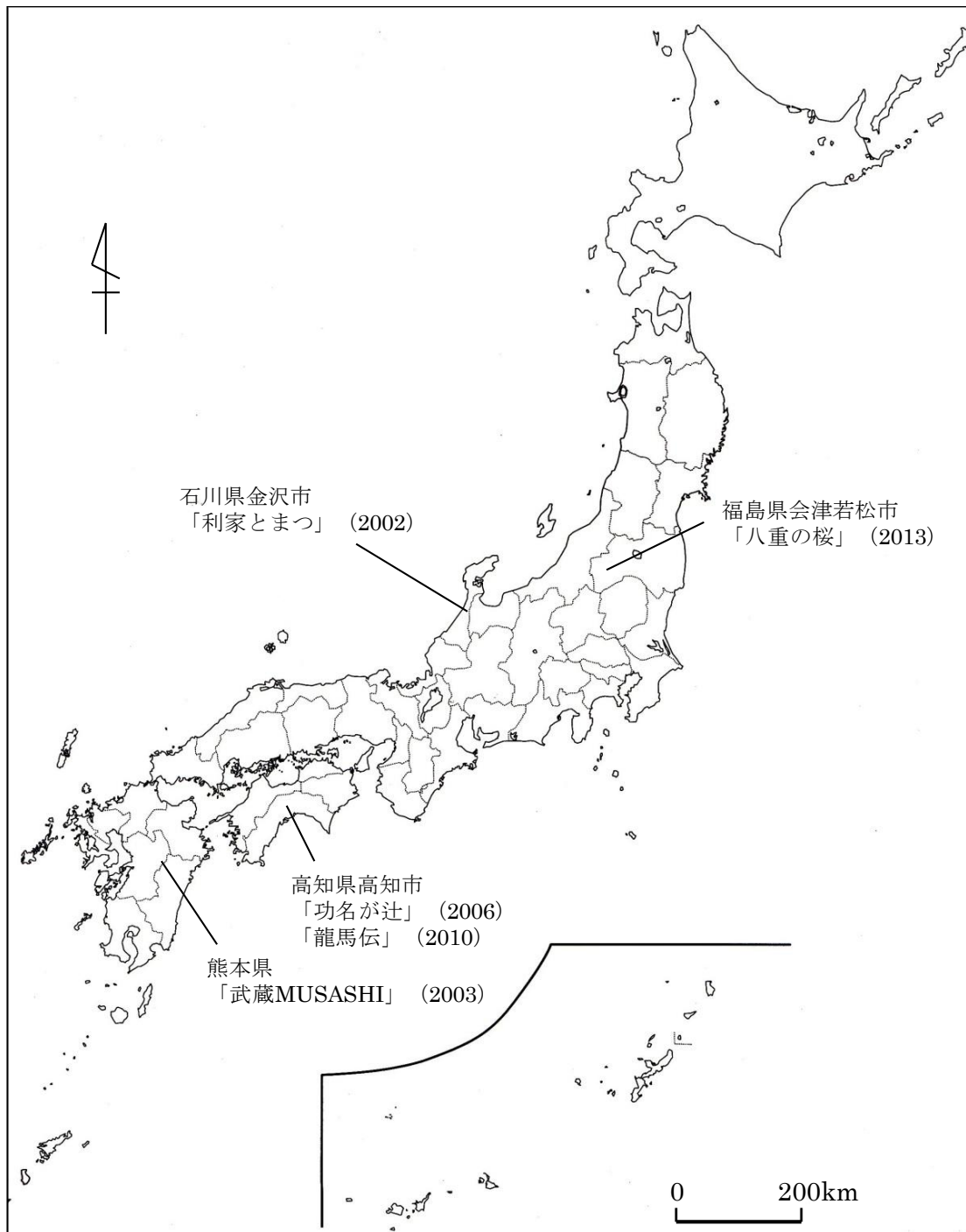


図 9-1 NHK 大河ドラマ舞台地

資料：『NHK 大河ドラマ大全』をもとに筆者作成

2. 大河ドラマを活用した観光客数の3分類

(1) 一過型 石川県金沢市：「利家とまつ～加賀百万石物語～」(2002年)

2002年に放映された「利家とまつ～加賀百万石物語～」は、石川県金沢市が舞台地となった。この年、石川県の観光客数は多少ではあるが増加し、金沢地域では前年比111.7%を示した。とくに金沢市にある金沢城公園では132%と大きな伸びを示した(図9-2)。中村哲(2003)の類型に当てはめると、「一過型」の事例である。

①放映前

石川県は、大河ドラマを誘致する前に誘致推進協議会を立ち上げ、1997（平成 9）年に活動の研究を始めた。この推進協議会で、前田家を大河ドラマに取り上げてもらうため、NHK に要望することを決定した。

その後、1999（平成 11）年の NHK 正月時代劇として「加賀百万石～母と子の戦国サバイバル～」が放送された。NHK 正月時代劇に取り上げられたが、引き続き、NHK 会長に対する陳情や大河ドラマの魅力語る会、講演会、加賀藩前田家のリーフレットを発行、イベントによる PR などの誘致活動を行った。様々な誘致活動を行った石川県であったが、NHK からは「1 年間の放送となると前田家では難しい」という返答であった。しかし、2000（平成 12）年 4 月に「利家とまつ～加賀百万石物語～」放映の決定を受けた。

②放映中

2002 年 3 月 23 日～2003 年 1 月 5 日（289 日間）に「加賀百万石博」を開催した。この大河ドラマ放映中に、金沢市は、加賀百万石博を開催した。これは、仮施設を建設し、2001 年 9 月に復元した金沢城の一部と隣接させたものである。その際、建築されたものは、大河ドラマ館、百万石シアター館、石川まるごと館など計 5 館である。このほかに、特別展示として石川県立歴史博物館所蔵の参勤交代絵図等の実物を展示するとともに、創作菓子、正月料理、人間国宝の作品展示を行った。

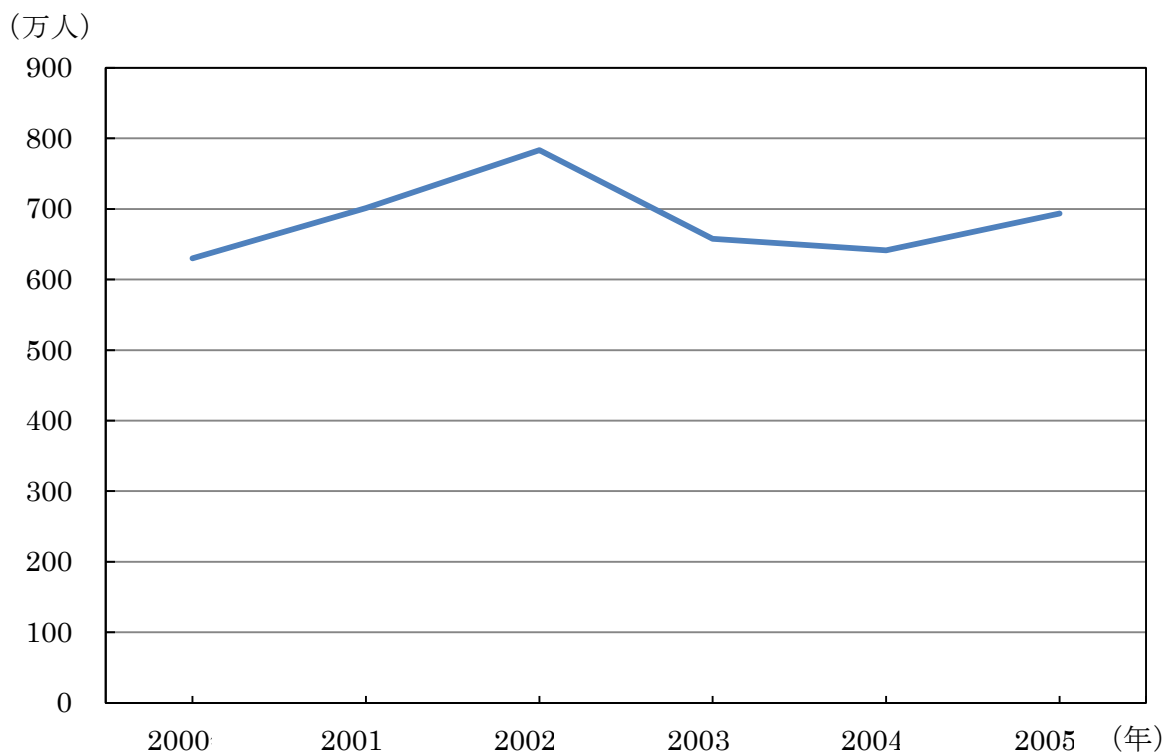


図 9-2 「金沢地域」の観光客数の推移

資料：「統計からみた石川県の観光 平成 13 年～18 年」をもとに筆者作成

注：「金沢地域」とは金沢市、かほく市、白山市（旧松任市、旧美川町）、野々市町、津幡町、内灘町を指す。

加賀百万石博覧会開催当初、石川県観光推進総室は特別展を催す予定はなかった。しかし、石川県会議員から「加賀百万石博には、本物がない」という指摘を受け、特別展示を行った。その一方、この意見があった際に、観光客の一方所集中を懸念する日本銀行金沢支店長から、「加賀百万石博で観光客の足を留めてはいけない。本物は本物を見せる施設でよいのではないか。ただし、本物はいらぬというわけではなく最小限でいい。」という意味合いの意見が出された。これらの意見を鑑み、石川県立歴史博物館で特別展を開催した。

博覧会開催当初、入場者数の目標を100万人に設定していたが、最終入場者数は156万人となり、石川県が目標としていた入場者数を上回るようになった。

③放映後

大河ドラマ放映後、日本銀行金沢支店が算出した2002年の石川県内の経済波及効果は355億円であった。また、石川県は、大河ドラマ放映で得た観光客数を一過性に終わらせないための施策として、大河ドラマで「加賀百万石」という名称が全国に浸透したことを受け、その効果を持続・発展させるために同年9月に加賀百万石誘客キャンペーン推進会議を立ち上げた。

そして、大河ドラマを契機に、10年以上続いている政策が加賀百万石ウォークである。これは、石川県全体で組織されており、地域住民のボランティアと隠れた名所を2時間ほどで巡る内容となっており、毎年コースが編成されている。大河ドラマで主役となった利家とまつの名前を使った「利家とまつコース」が、金沢地域で3種類設けられている。この取り組みは、地域の隠れた観光資源を掘り起こし、人（観光客と地域住民）との触れ合い、さらに、地域の観光関連産業との関わりを深めることを考えたという。

観光客数をみると、金沢地域の場合は、一過性とはなっているものの、大河ドラマ終了後も、地域の人々と観光客を繋ぐ観光政策の1つとなっており、地域に影響を与えたことが分かる。

(2) ベースアップ型 高知県高知市：「龍馬伝」(2010)

高知県高知市は、2010年に「龍馬伝」の舞台地となり、放映年に多くの観光客が訪れた。そして放映翌年の2011年以降も観光客数が増加し、大河ドラマ放映前を上回る結果となり、2015年現在も継続した取り組みが行われている。これは、「ベースアップ型」のタイプに当てはめることができる。

①放映前

2009年1月に放映が決定した大河ドラマ「龍馬伝」の関連イベントとして、「土佐・龍馬 であい博」が開催された。「土佐・龍馬 であい博」の本開催は2010年であるが、放映前の2009年8月から高知県全域でプレイイベントが開催された。

2010年の土佐・龍馬であい博推進課のチーフ・国沢氏に、次のような話を聞いた。「龍馬伝に関しては、降って湧いたような話でした。大河ドラマ誘致活動などは全く行っていません。このような短い期間で、同じ市が大河ドラマで取り上げられるとい

うことは無かったですから（注：高知市は 2006 年にも大河ドラマ「功名が辻」の舞台地となっている）。（坂本）龍馬というのは全国的に知名度が高い。また龍馬を演じる人が福山雅治ということで、放映が始まる前から観光客が増加すると確信しました。実際、2009 年秋ごろから観光客が増加しました」

2010 年に大河ドラマ放映に際し、博覧会を催し、パビリオン建設に関して反対意見が出たこともあったという。これは、2006 年時に行政側が期待した以上に観光客が訪れなかったことが影響していた。しかし、採算が見込めたため、高知県行政は高知市に大河ドラマ館「高知・龍馬ろまん社中」を建設した。また、観光客の一極集中化を防ぐため、安芸市に「安芸・岩崎弥太郎こころざし社中」、梶原町に「ゆすはら・維新の道社中」、土佐清水市に「土佐清水・ジョン万次郎くろしお社中」を建設した。

②放映中

高知県行政は、観光 PR として旅行会社訪問や街頭宣伝、パンフレットの配布、マスコミ訪問などを行った。並びに、企業とタイアップした広報活動として、ラッピングバスやラッピングジェット、ラッピング列車、レジ袋や名刺などに龍馬伝に関わるキャラクターを使用した。

高知市だけでなく高知県は、以前から 2 次交通が大きな問題となっている。このことを鑑み、「土佐・龍馬であい博」では、2 次交通の充実として、My 遊バス、土佐・龍馬であい博号、高知東海岸観光周遊バス、周遊観光バスしまんと・あしずり号、土佐清水市では、サテライト会場である「土佐清水・ジョン万次郎くろしお社中」へ無料送迎タクシーを運行した。

今回の「龍馬伝」放映で、龍馬像がある桂浜の交通渋滞が懸念されていた。例年、

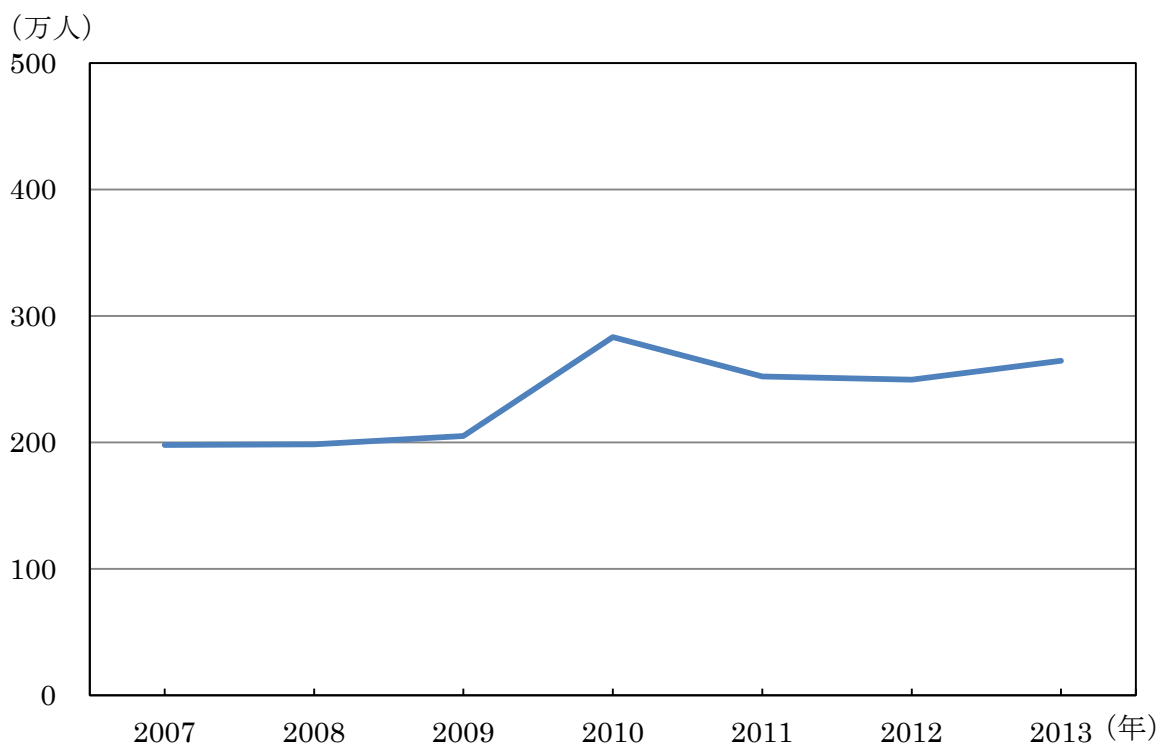


図 9-3 高知市の観光客数の推移

資料：「平成 19 年～25 年 高知県観光振興部観光政策課」をもとに筆者作成

大型連休に渋滞が起きる桂浜では、大河ドラマ放映を機に、例年より多くの観光客が桂浜を訪れ、渋滞問題が深刻化することが予想された。この渋滞対策として 2010 年 5 月 1 日～5 日の 5 日間、一般車両に対して通行規制を行い、高知競馬場と高知新港に設けた特設駐車場からは、土佐観光ガイドボランティア協会のガイド付き無料シャトルバスを運行した。この結果、渋滞は起こらず、ガイド付き無料シャトルバスは利用者から好評を得た。

行政担当者は、高知市を訪れた観光客の動向について次のように話した。

「(坂本) 龍馬は、話題性が大きかったです。視聴率に関しては奮っていませんが、番組の前評判が良すぎたというのも問題があるように思います。内容に関して、期待をしすぎたわけです。今回の‘龍馬伝’では、(坂本) 龍馬だけではなく、ドラマの関係で、その周辺人物が掘り起こされました。岩崎弥太郎であったり、武市半平太であったりですね。その人物に興味がある人は、パンフレットなどで紹介している場所以外も行っているようです。そういうマニアックな人が多かったです。2006 年(大河ドラマ「功名が辻」)にはなかったものだと思います。これからも、龍馬関連で観光客が来ると考えています。」

このことから、「龍馬伝」では、坂本龍馬だけでなく、他の登場人物にも目を向け、その地を訪れる傾向があったことがうかがえる。

③放映後

大河ドラマを契機として、観光客数が放映前の 200 万人前後から放映中は 290 万人に増加し、その後は 250 万人程度で推移している。放映前より観光客数が 50 万人増加したことが分かる(図 9-3)。

高知県観光情報発信館が高知駅前に開館し、2015 年現在も継続して運営をしている。また、よさこい祭りでは 40 年ぶりに演舞場として復活した高知駅前会場は、放映翌年以降も演舞場として利用されている。

そして、大河ドラマ放映終了後の 2011 年 3 月から「志国高知 龍馬ふるさと博」が催された(2011 年 3 月 5 日～2012 年 3 月 31 日)。これは、大河ドラマ「龍馬伝」で注目され、観光客が増加した高知県に、継続して訪れてもらおうと催した博覧会である。この博覧会は、2015 年現在も毎年名称を変えて催されており、高知県の観光誘客の一助となっていると考えられる。しかし、大河ドラマ以前から著名であった坂本龍馬を取り上げ、継続的に推進している行政側に対して、地域住民からは「また龍馬か」、「龍馬しかないのか」などの批判的な意見も出ていることを記しておく。

(3)無関係型 熊本県：「武蔵 MUSASHI」(2003 年)

熊本県は、2003 年に大河ドラマ「武蔵 MUSASHI」の舞台地となった。しかし、大きな観光客数の変化は見られなかった(図 9-4)。この事例は、「無関係型」に類型される。

①放映前

2002 年に、「武蔵 MUSASHI」の大河ドラマ放映が決定したことから、熊本県や熊

本市は同年 10 月から宮本武蔵に関連したイベントや観光 PR を行った。熊本県では「武蔵と心眼の技展」、シンポジウム「宮本武蔵からのメッセージ～今なぜ武蔵か～」、「図書に見る宮本武蔵の世界展」、観光関連マスコミ招待事業が行われた。

また、熊本市では、くまもとお城まつりで薪能「五輪書 武蔵伝」（10 月 30 日）が披露された。加えて、基盤整理事業として、観光標識整備事業や公園の観光整備事業を行った。

②放映中および放映後

大河ドラマ「武蔵 MUSASHI」放映が開始した 2003 年に、熊本県は大型観光キャンペーン事業「武蔵ゆかりの地巡りバスツアー」を 1 月 19 日～3 月 30 日の毎日曜日（計 11 回）に実施した。さらに、「週刊新潮」、「旅行読売」、「朝日新聞」、「日経新聞」に宮本武蔵と熊本県の間係を掲載、紹介を行い、全国に向けて広報活動を行った。

加えて、国立能楽堂で薪能「五輪書 武蔵伝」（2003 年 4 月 2 日）を開催し、岡山県、山口県、熊本県の三県合同観光展を大阪と東京で行った。また熊本県立美術館、八代市博物館、島田美術館の三館合同で「三館共同企画・宮本武蔵展」を開催した。熊本市では 2003 年の年間を通じて羽田空港に大河ドラマのパネル展示、熊本市内に宮本武蔵関連施設等パネル展示を行った。また、大河ドラマ出演者によるトークショー、熊本お城まつりを 8 月に行い、福岡オーシャンドームにおいて熊本市観光展を催した。加えて、宮本武蔵と熊本の関係紹介のテレビ番組の制作、宮本武蔵がこもり五輪書を書き上げた霊巖洞への路線バスの増便、市内の路面電車にペイントを施すなど取り組みを行った。さらに、熊本県の補助を受け、熊本市が霊巖洞などの案内標識を整備した。民間でも様々な取り組みが行われたが、図 9-4 に示したとおり、熊本県の観光客数はほぼ横ばいという結果であった。また、熊本市にいたっては観光客数が減少している（図 9-5）。

熊本市の観光客数は減少したものの、霊巖洞に観光客、とくに中高年層が増加したということである。この現象に対して、熊本県職員は次のように答えた。

「大河ドラマで、熊本県の露出が少なかったことが（誘客につながらなかった）要因として考えられます。ドラマ自体の視聴率も高くなかったように記憶しています。また、県民に（宮本）武蔵は知られているものの、他県の方は晩年の武蔵が熊本で過ごしたということは知らないと思います。皆さん大体、佐々木小次郎と宮本武蔵の決闘、巖流島でお話が終わると思っているのではないのでしょうか。熊本は、武蔵が老後を過ごした場所で、メインにはならないのでしょうか。大河ドラマ放映で、期待したほどの効果は得られなかったです。」

加えて、当時の熊本県伝統工芸館職員に話を聞いた際、大河ドラマの効果に関して次のような意見を聞くことができた。

「何かを発掘するのに大河ドラマは 1 つのきっかけです。県民の意識や郷土に誇りが持てるようになる。ですが、誘客に大河ドラマは絶対ではない。群を抜いてブームにならなかつたら誘客は無理でしょう。ドラマの内容も関係あると思います。内容がその時代に受け入れられるか、今の人の心に届くような考え方ができているのかも問題になると思います」

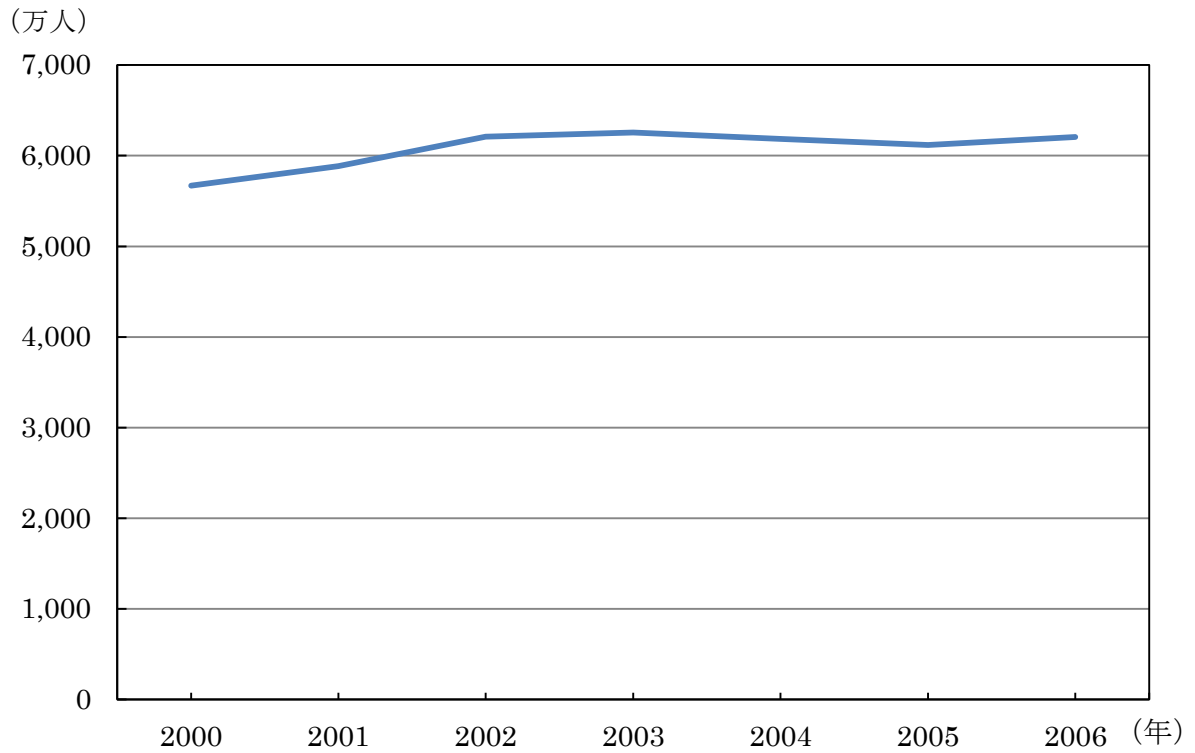


図 9-4 熊本県の観光客数の推移

資料：「平成 19,21,25 年 熊本県観光統計表」をもとに筆者作成

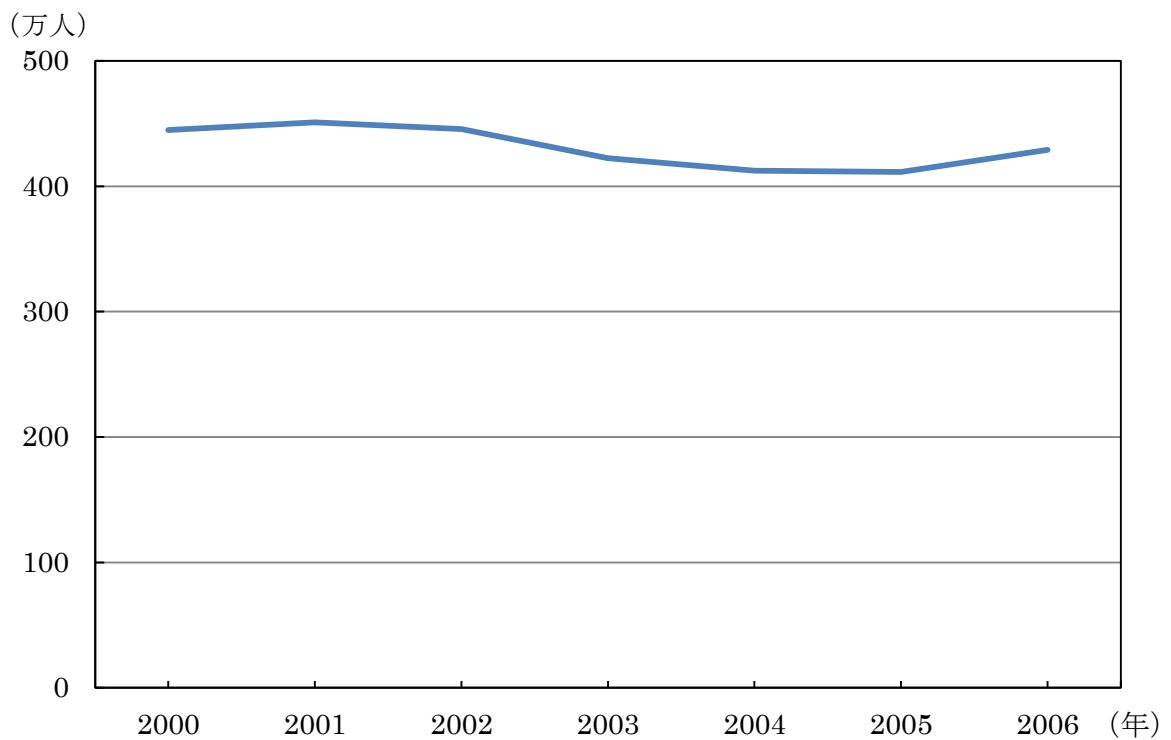


図 9-5 熊本市の観光客数の推移

資料：「平成 19,21,25 年 熊本県観光統計表」をもとに筆者作成

大河ドラマの舞台地として取り上げられ、それに対し誘客の取り組みを行ったからといって、必ずしも誘客効果が得られるわけではないことが今回の事例で分かる。現在では、大河ドラマを彷彿とさせるものはみられない。

第3節 大河ドラマ「八重の桜」を用いた観光振興

1. 大河ドラマ「八重の桜」

(1) 「八重の桜」の概要

以下の概要は、NHK大河ドラマの内容より引用したものである。

会津藩の砲術指南の山本家に生まれた八重は、裁縫よりも鉄砲に興味を示した。会津の人材育成の指南"什の誓ひ"にある「ならぬことはならぬもの」という教えのもと、八重は会津の女性として育っていく。

八重が18歳の頃(1862年)、会津藩主・松平容保が京都守護職に任命されたことで会津藩の悲劇は始まる。兄の覚馬らは西郷隆盛率いる薩摩藩と禁門の変で長州軍を破るも、薩摩藩の寝返り、日和見主義の諸藩の動きの中にあつて忠義を貫く会津藩であった。しかし、鳥羽伏見の戦いで幕府軍は敗れ、会津は新政府軍から「逆賊」として扱われる。新政府軍との力の差は歴然であった。女性や子供を含め、多くの仲間が次々と死んでいく中、鶴ヶ城籠城戦で男装し、自ら銃を持ち夫・川崎尚之助とともに最後まで奮戦した八重だったが、白虎隊の死や、夫との別れを経て、会津戦争の敗北を受け入れ、八重はそれまでの生きがいであった鉄砲をやめた。

逆賊、時代遅れと世間に罵られる中、八重と会津の仲間たちは新たな生き方を模索するうち、再び兄の導きにより京都へ赴く。そこで「知識」という新たな生きがいを得る。鉄砲から知識へと八重の興味が変わった。手にする武器は変われども、女だてらに「ならぬことはならぬもの」と会津のプライドを貫く八重は、アメリカで西洋文化にふれた青年・新島襄と結婚する。封建的風潮の残る中、男女の平等を望む八重は、西洋婦りの夫を「ジョー」と呼び捨てにし、レディーファーストを貫く。その奇妙でおかしくもある夫婦関係を世間が罵っても、八重はまるで気にしない。その生きざまを夫は「ハンサムウーマン」と称した。

夫の死後、日清、日露戦争が起こると、会津戦争の原風景が残る八重は、仲間とともに篤志看護婦として名乗りをあげる。戦場に女が行くなど考えられなかった時代、八重たちは果敢に行動していく。

(2) 八重を大河ドラマの主人公にした理由

新島八重を取り上げた理由について、「八重の桜」の脚本を担当した山本むつみは、福島県のために大河ドラマに何が出来るかを考えたと述べている。

「どの時代もどの世界でも、人が生きることは困難だし、世の中は理不尽なことだらけです。とりわけ、八重さんが生きた時代の会津は、絶望的とも思える苦しい状況に陥っていました。賊軍の汚名を着せられ、多くの人が命を落とし、家族を失い、故郷を追われ……。そんな苦難な時をあふれるばかりの情熱と、凛々しさと知性をもって、さっそうと生き抜いた八重さんの生涯が、私には、闇を照らす小さな明

かりのように思えます。

地震、津波、そして原発事故。あまりに大きな被害を前にして、自分自身が不安で一杯になり、途方に暮れる思いでいました。そんな時に、『さあ、仕事に向かおう』と背中を押してくれたのは、報道で見聞きした被災地の方々の言葉だったのです。

大きな破壊の後に、よりよい世界を作り出そうと立ち上がる人たちの言葉は、幕末の動乱ですべてを無くしたところから、新しい世界へと踏み出した人々の魂と、響き合うような気がします。だから、これは歴史の彼方に眠る過去の話ではなく、今を生きる私たちが共有できる、現在の物語になりうると思うのです」

(会津若松市提供資料および NHK ふれあいセンターの回答より引用)

これまで大河ドラマでも、多くの作品で明治維新を取り上げてきた。しかし、会津の視点から、また女性の視点で描かれるものは多くなかった。今回の大河ドラマでは、戊辰戦争に敗れ、どん底から立ち上がり、希望を捨てない八重に力をもらい、懸命に生きる会津の人々を描いた。震災から復興に向けて歩む福島県や被災地の人々をこれに重ね、作品を通して少しでも被災地の力になれば、と考えたという。

そして、プロデューサーを担当した内藤慎介氏は次のように述べている。

『八重の桜』には、いつもの大河とは違う、特別な意味合いもあります。それは、福島はもとより東北を元気にするための『祭り』を起こすこと。実際に東北を訪れること、あるいは、ただ思うことでもいい。このドラマを見ている方々にとって何かのきっかけになれば」

(会津若松市提供資料より引用)

このような、被災地を支援する意味を含んだ大河ドラマが「八重の桜」であった。

2. 会津若松市の取り組み

(1) 放映前

舞台地となった会津若松市は、2013年に大河ドラマ「八重の桜」の舞台となる前までは、会津藩主の保科正之を主人公とした大河ドラマの誘致を図っていた。その誘致活動期間は10年ほどであったという。しかし、東日本大震災がきっかけで決定した大河ドラマの主人公は新島八重であり、同市が誘致していた人物とは異なった。さらに、新島八重は、大河ドラマ放映決定前まで地域住民にほとんど知られておらず、同市に残る資料は少ない。

放映決定を受け、会津若松市は「八重の桜」プロジェクト協議会を設立した。この協議会は、同市の観光復興シンボルと事業として、2013年のNHK大河ドラマ「八重の桜」の制作・放映に合わせて観光誘客を図ることが必要であるとし、PRの強化、撮影支援、地域の機運醸成などを目的として運営された。このことを受け、同市は地域住民に対して新島八重を知ってもらおうと市民向けの講演会や広報活動、副読本の作成を行った(表9-2)。また、観光客誘客に向けて看板の作成、大河ドラマ館の建設を行った。さらに、富士通と連携して、旅行者向けの着地型観光周遊ルート計画支援サービスであるWEBルートガイドを2012年に立ちあげた。

表 9-2 市民向け講演会等の実施

開催日	内 容	会 場
平成 24 年 6 月 23 日～ 12 月 22 日	「八重の桜」講座（全 7 回）	東公民館
平成 24 年 10 月 28 日	「清らかにたかく」作者松尾しより原画展	會津稽古堂
平成 25 年 1 月 6 日	「八重の桜」パブリックビューイング	會津稽古堂
平成 25 年 1 月 12 日	「八重の桜」トークショー	會津稽古堂
平成 25 年 2 月 17 日	NHK 公開セミナー 「新島八重と会津の女性たち」	文化センター
平成 25 年 2 月 1 日～ 2 月 28 日	大河ドラマ館市民招待デー (2 月中の毎週水曜日)	大河ドラマ館
平成 25 年 12 月 15 日	「八重の桜」最終回パブリックビューイング	会津大学
平成 26 年 1 月 6 日～ 1 月 8 日	大河ドラマ市民招待デー	大河ドラマ館

資料：「ハンサムウーマン八重と会津博事業実績報告書」をもとに筆者作成

(2) 放映中

会津若松市は、大河ドラマ放映期間中、大河ドラマ館を開館し、「ハンサムウーマン八重と会津博」を開催した。そして、市内の各種施設が協働し、大河ドラマの主人公である新島八重を中心とした特別展やイベントを催し、観光客の受け入れにつとめた（表 9-3）。旅行会社に対しては、旅行商品のモデルコースの提供やモニターツアー

表 9-3 主な文化施設におけるイベント事業

文化施設	内 容	期 間
鶴ヶ城天守閣	「守護職拜命 150 年と新島八重」	平成 24 年 9 月 14 日～11 月 4 日
	「会津人戊辰戦争のまえとあと」	平成 25 年 4 月 12 日～ 9 月 9 日
	「戊辰戦争優品展」	平成 25 年 9 月 13 日～11 月 4 日
県立博物館	「八重の生涯と戊辰戦争」 ～白河・二本松同時開催～	平成 24 年 9 月 14 日～11 月 4 日
	NHK 大河ドラマ特別展 「八重の桜」	平成 25 年 5 月 17 日～ 7 月 3 日
会津武家屋敷	「幕末に生きた会津の女性展」	平成 24 年 5 月 1 日～11 月 30 日
	「山本八重と会津藩の人々 —幕末・明治、その群像—」	平成 24 年 5 月 1 日～11 月 30 日
會津藩校日新館	パネル展「山本覚馬と妹、八重」	平成 24 年 5 月～
會津新選組記念館	「山本八重と鉄砲展」	通年
白虎隊記念館	新島八重関連常設展示開催	通年
白虎隊伝承志学館	新島八重資料を常設展示	通年

資料：「ハンサムウーマン八重と会津博事業実績報告書」をもとに筆者作成



写真 9-1 福島県立博物館で行われた特別企画展のパフレット

(会津若松市提供資料)

を行い、テレビ、ラジオ、新聞などのメディアやフェイスブック、ツイッターといった SNS を活用した情報発信を行った。また、会津地域の店舗や施設で働く 18 歳以上の女性を対象に「ハンサムウーマン」に認定し、認定されたハンサムウーマンが観光客に対しておもてなしを行った。行政は、ハンサムウーマンが働く店舗を「ハンサムウーマン」マップと題し、地図を作成した。これにより、観光客を観光地だけに留まらせるのではなく、会津若松地域全体に誘客をつなげようと試みた。この地図をもとに、観光客は「ハンサムウーマン」を訪ねることができた。この結果、人物観光として、ハンサムウーマンに会いに行く旅行商品の企画化、福島県の「ハンサムウーマン」紹介企画と連携し、福島民報・福島民友新聞などへの記事掲載やフジテレビ・BS フジの番組で特集コーナーが放送されるなど、各種メディアを通して広域的な情報発信が図られた。

さらに、「ハンサムウーマン」コンシェルジュ事業として「旅の駅」、「旅のサロン」を拠点としている地域観光案内人に、地域の観光情報の発信をするとともに、八重に関する情報提供を行い、受け入れ体制の充実を図った。加えて、ガイド事業として、八重ゆかりの地への案内を実施し、新島八重についても理解を深めることができる受け入れ体制を整えた。

これらの活動により、2013年に395万人（前年比134%）の観光客が訪れた。これは、東日本大震災以前と比べても増加となった（2010年比142%、2009年比115%）。

地域住民からの聞き取りによると、今までにないほど観光客が来訪したという。

大型バス駐車場が少ない同市では、大河ドラマ放映期間中、観光客が急増したため、交通渋滞が多発した。この他にもトイレ不足、ごみ問題など、地域住民の日常生活に支障をきたすこともあった。しかし、これらによる地域住民から苦情は殆どなかったという。

(3) 放映後の変化

図 9-6 に示すとおり、大河ドラマ放映の翌年に観光客数は、2010 年および 2012 年とほぼ同数に戻った。これは、中村哲（2003）が類型したものに当てはめると「一過型」となる。図 9-7 のように、大河ドラマ放映年は市内施設の利用者数が増加した。とくに利用者数が増加したのは、鶴ヶ城天守閣である。これは、ドラマ内でも鶴ヶ城が舞台となったことが考えられる。

会津若松市の観光で、震災前と異なっているのは、震災発生後、外国人観光客が半数以下に減少し、修学旅行生も大きく減少したものの、2014 年は、2010 年とほぼ同じ観光客数を維持していることである。このことから、2014 年に同市を訪れた観光客の多くは日本人であり、年齢層が高い人が訪れていることが推察できる。このことから、震災前と客層が変化したことがうかがえる。また、2014 年に観光客数を維持できた理由として、大河ドラマの効果だけでなく、JR がデスティネーションキャンペーンを行ったことが考えられる。

また、ボランティアガイドからは、大河ドラマは一過性のものではないか。大河ドラマから 2 年経った現在では、少しずつ観光客は戻ってきているものの、観光客のほとんどは（新島）八重が目当てではなくなっている。もともと新島八重の全国的な知名度は低く、会津でも知られていなかったうえ、八重を彷彿させるものは、会津若松市にほとんどないため、継続性はないのではないかという意見があった。大河ドラマが終了して 2 年目の 2015 年現在、大河ドラマに関連する継続した観光振興は行われていないように見受けられる。しかし、観光パンフレットには、新島八重と兄の山本覚馬が取り上げられており、少なからず観光に影響を与えていることが考えられる。

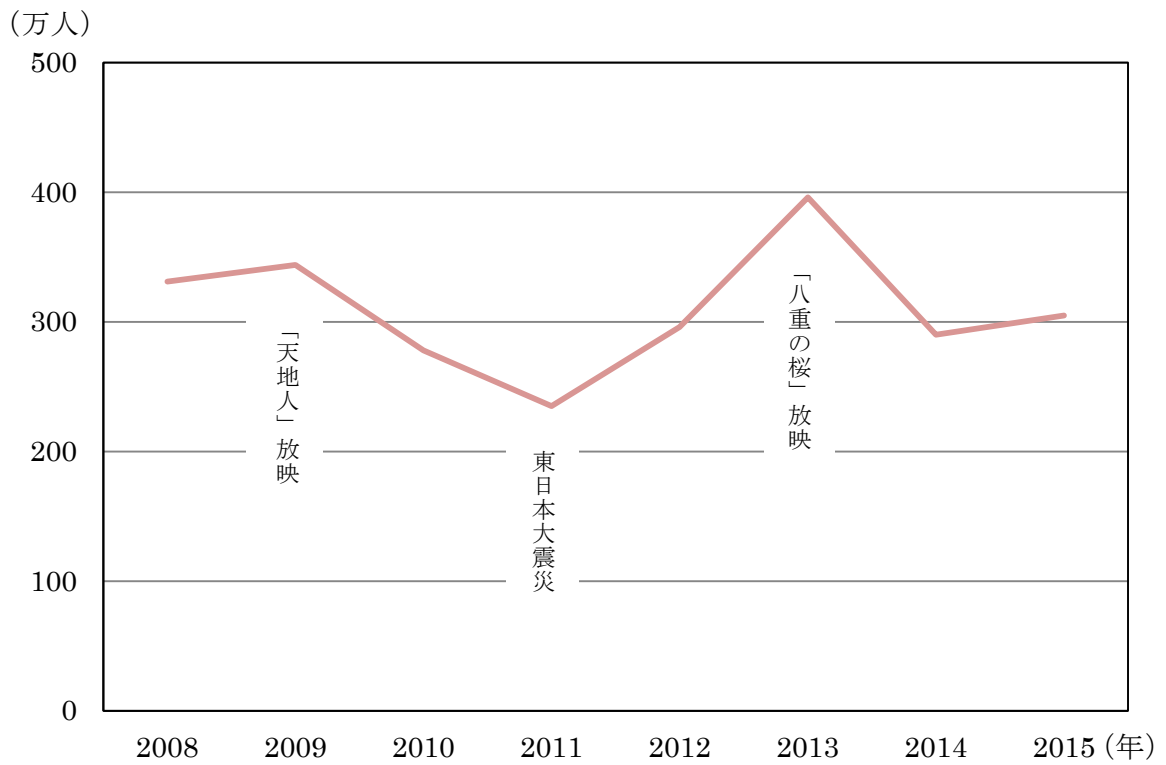


図 9-6 会津若松市の観光客数推移

資料：会津若松市観光課の資料により筆者作成

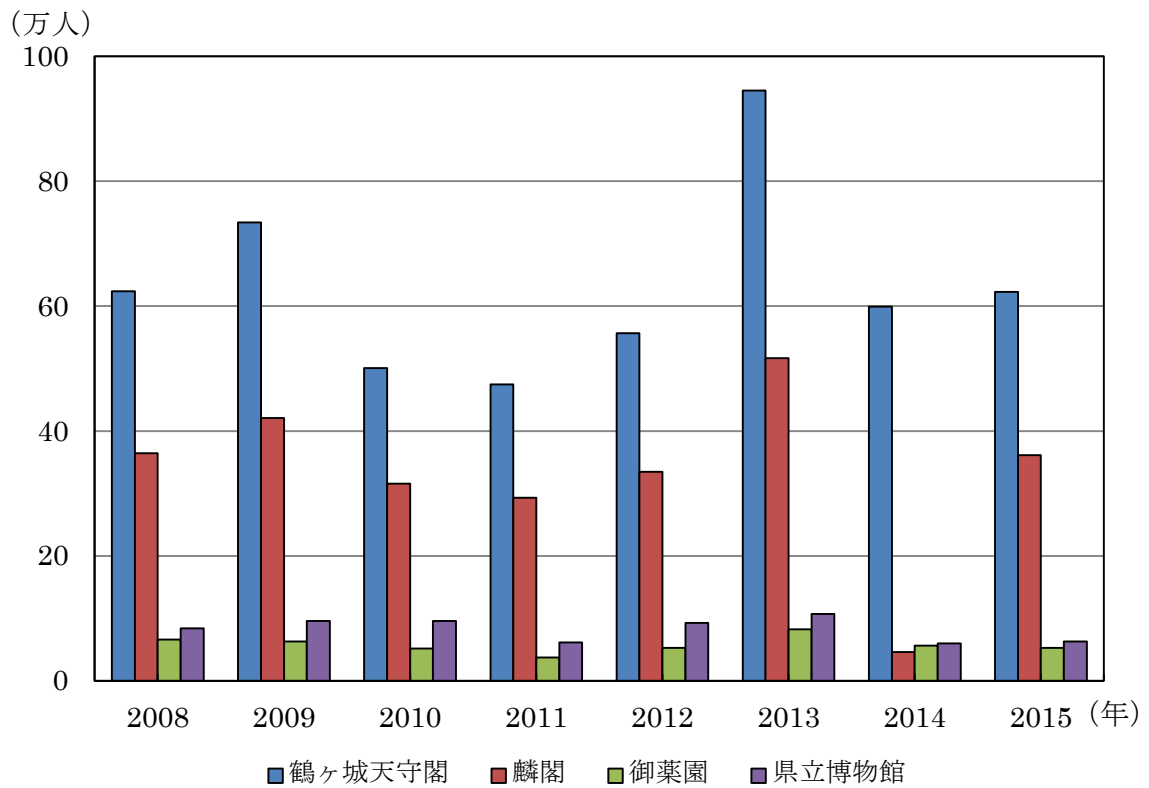


図 9-7 会津若松市の主な施設利用者の推移

資料：福島県商工労働部資料をもとに筆者作成

注：2014年の麟閣の利用者数減少は、改修工事のためである。



写真 10-2 放映後に鶴ヶ城内に飾られた「八重の桜」の衣装

(2016年6月16日 筆者撮影)

(4) 地域に及ぼした影響

新島八重が大河ドラマに取り上げられたことで、会津若松市の新たな観光資源となった。また、先述したように、同市は地域住民と協働して「ハンサムウーマン」マップを制作した。これは、地域住民を現代の八重に例え、実際にその人物に会いに行くことができる企画であり、メディアにも取り上げられ、情報発信がなされた。これにより、観光客が会津若松市の人々と交流すること機会が設けられたことになった。

実際、「ハンサムウーマン」の1人として、2013年の事業に関わった「稲忠」の女将に話を聞くことができた。女将いわく、震災後は原発被害とは関係ない会津若松市も観光客が減少した。さらに、観光客が減少しただけではなく、自分たちが旅行をする際も「福島県民」ということで宿泊を断られたことがあったという。

このような中、大河ドラマの舞台地として決定し、「八重の桜」が放映され、そのドラマを見た際、会津の女は違うのだ。何があっても負けないのだと思い、勇気づけられた。そして、ドラマの舞台地となった会津若松市に対して多くの観光客が訪れてくれたことに対して、非常に感謝をしたという。

また、同市は、市民総ガイド運動を20年以上行っている。大河ドラマ放映により、「市民みなでお客様をおもてなししよう」と原点に立ち還る契機となったのではないか、と同市観光課は考えを示した。



写真 9-3 放映後に建立された新島八重の像

(2016年6月16日 筆者撮影)

第4節 むすび

本稿は、大河ドラマ「八重の桜」が会津若松市における観光に及ぼす影響を考察した。同大河ドラマは、被災地を支援する意味で舞台地が決定し、放映されたことで、誘客に一定の効果が表れた。観光客数の経年変化を見ると、観光客が一時的に増加した一過性のブームに見受けられる。これは、全国の多くの地域で見られる現象である。

大河ドラマの舞台地となったことで、同市に多くの観光客が訪れたため、地域住民の日常生活に支障が出た。しかし、誘客に対して否定的な意見は殆ど聞かれず、地域住民は観光客の受け入れにつとめた。2013年に、観光客を実際に受け入れた人物からは、大河ドラマの舞台となったことで、会津若松市に多くの観光客が来訪してくれて嬉しかったと意見を示した。行政は、会津若松市が取り組んでいる「市民総ガイド運動」が見直されるきっかけとなり、地域住民の意識変化につながったと見解を示された。一方、大河ドラマの影響は一過性のものであり、継続性はないと考えを示している人も少なからずいる。

大河ドラマ放映後、2年経った現在では、大河ドラマや新島八重を観光の目的に訪れる人は減少しているように感じられる。そして、行政も広報活動を積極的にしているようには見受けられない。しかし、全国的に新島八重の知名度が上がり、会津若松市

に新たな観光資源が増加し、地域に影響を与えたことは事実である。

今後、新島八重を観光活用していこうと考えるのであれば、同市の既存の観光資源と併せて誘客を行うことで、観光活用に広がりが見られるのではないかと考える。

参考文献

- 会津若松市観光商工部観光課（2014）：「平成 25 年度観光客入込数とその実態調査」。
- 会津若松市観光商工部観光課（2015）：「平成 26 年度観光客入込数とその実態調査」。
- 石川県商工労働部観光推進総室（2001）：「統計からみた石川県の観光 平成 13 年」。
- 石川県商工労働部観光推進総室（2002）：「統計からみた石川県の観光 平成 14 年」。
- 石川県商工労働部観光推進総室（2003）：「統計からみた石川県の観光 平成 15 年」。
- 石川県観光交流局交流政策課（2004）：「統計からみた石川県の観光 平成 16 年」。
- 石川県観光交流局交流政策課（2005）：「統計からみた石川県の観光 平成 17 年」。
- 大原 誠（1985）：『大河ドラマの歳月』，日本放送出版協会。
- 熊本県商工労働観光部観光経済交流局観光交流国際課（2000）：「平成 21 年 熊本県観光統計表」。
- 熊本県商工労働観光部観光経済交流局観光交流国際課（2002）：「平成 23 年 熊本県観光統計表」。
- 高知県観光部観光振興課（2007）：「平成 18 年 県外観光客入込・動態調査報告書」。
- 高知県観光部観光振興部観光政策課（2008）：「平成 19 年 県外観光客入込調査結果の概要について」。
- 高知県観光部観光振興部観光政策課（2009）：「平成 20 年 県外観光客入込調査結果の概要について」。
- 高知県観光部観光振興部観光政策課（2010）：「平成 21 年 県外観光客入込調査結果の概要について」。
- 高知県観光部観光振興部観光政策課（2011）：「平成 22 年 県外観光客入込調査結果の概要について」。
- 高知県観光部観光振興部観光政策課（2012）：「平成 23 年 県外観光客入込調査結果の概要について」。
- 高知県観光部観光振興部観光政策課（2013）：「平成 24 年 県外観光客入込調査結果の概要について」。
- 高知県観光部観光振興部観光政策課（2014）：「平成 25 年 県外観光客入込調査結果の概要について」。
- 高知県観光部観光振興部観光政策課（2015）：「平成 26 年 県外観光客入込調査結果の概要について」。
- 谷口俊彦（2010）：『NHK 大河ドラマ 50 作 パーフェクトガイド』（財）NHK サービスセンター。
- 中村哲（2003）：「観光におけるマスメディアの影響」前田勇編著『21 世紀の観光学』，学文社，65－73 頁。
- 中村容子（2011）：「NHK 大河ドラマを契機とした高知市の観光の取り組み」『観光学

論集 6 号』, 91-99 頁。

深見聡 (2009a) : 「大河ドラマ『篤姫』効果にみる観光形態への一考察」『長崎大学環境科学部環境教育マネジメントセンター年報・地球環境研究, 創刊号』, 57-64 頁。

深見聡 (2009b) : 「観光ボランティアガイドの台頭とその意義—篤姫ブームを事例として—」『地域総合研究第 37 卷 1 号』, 46-56 頁。

福島県商工労働部観光交流局観光交流課 (2011) : 「福島県観光客入込状況 平成 22 年」。

福島県商工労働部観光交流局観光交流課 (2012) : 「福島県観光客入込状況 平成 23 年」。

福島県商工労働部観光交流局観光交流課 (2013) : 「福島県観光客入込状況 平成 24 年」。

福島県商工労働部観光交流局観光交流課 (2014) : 「福島県観光客入込状況 平成 25 年」。

福島県商工労働部観光交流局観光交流課 (2015) : 「福島県観光客入込状況 平成 26 年」。

前原正美 (2008) : 「メディア産業と観光産業—大河ドラマと観光ビジネス—」『東洋学園大学紀要 16 号』, 135-141 頁。

溝尾良隆 (1994) : 『観光を読む—地域振興への提言—』古今書院, 78-83 頁。

Audience Rating TV ～ドラマ視聴率～

<http://artv.info/taiga.html> (2015 年 9 月 15 日取得)

NHK 大河ドラマ一覧

<http://www9.nhk.or.jp/taiga> (2015 年 9 月 12 日取得)

第10章 大河ドラマを活用した地域振興の類型

第1節 大河ドラマ放映を契機とした自治体の地域振興

1. 大河ドラマの舞台地となった自治体の活動

第2章から第9章に述べたように、大河ドラマは放映とともに舞台地となった自治体の観光客増加や、一時的な経済波及効果がみられた。これは、大河ドラマ放映が始まった当初からの傾向である。1990年代になると、舞台地となった自治体において、一時的な観光客増加や経済効果だけでなく、持続可能な誘客の取り組みが行われるようになった。それは、自治体や観光業者だけでなく、舞台地の住民が観光客を迎え入れる活動が盛んになったことによる。さらに、大河ドラマ放映で舞台地の伝統芸能や人物が取り上げられたことが、住民の意識に変化をもたらすようになった。2000年以降は、住民による観光客の受け入れ活動が一層活発化し、大河ドラマ放映後も継続的な活動を行う自治体が多くなった。住民の主体的活動が地域のコミュニティの再生や創造に波及して、大河ドラマの影響は観光客誘致や経済効果だけに留まらず、地域振興に寄与することになったのである。

大河ドラマの舞台地となった自治体の活動を整理すると、以下のとおりである。

①1969年「天と地と」山梨県

1969年に放映された「天と地と」では、山梨県を代表する武将武田信玄像が大河ドラマを契機に建立された。この像は現在、甲府駅西口に設置されており、山梨県の観光名所の1つになっている。そして、大河ドラマ放映翌年に開催が始まった信玄公祭りは、1970年当初、自治体内の行政や企業・団体から協力を得て祭りを開催した。信玄公祭りは、1976年のオイルショック、2011年の東日本大震災による自粛の2度の中断があったものの、現在も継続して開催されており、47年の歴史を有している（表10-1）。

表10-1 天と地と（1969）山梨県

継続年 活動内容	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977
大河ドラマ 誘致活動										
武田信玄像建立	→									
信玄公祭り						2017年現在も継続中				→

資料：第3章をもとに筆者作成

②1988年「武田信玄」山梨県

大河ドラマ「武田信玄」放映決定を契機に、山梨県小淵沢町ではロケ地を建設し、継続誘客を試みた。しかし、放映後2～3年でロケ地は解体され、継続誘客にはつながらなかった。また、山梨県内の各自治体において、大河ドラマを契機に催し物やパンフレットを作製し

たが、催し物は一時的な開催に留まった。

これらのことから、武田信玄（1988）放映の際には、継続的な活動につながるものはなかった（表 10-2）

表 10-2 武田信玄（1988）山梨県

活動年 活動内容	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
大河ドラマ 誘致活動										
ロケ地建設・活用 (小淵沢町)										
物産品に命名										
山梨県内の各自 治体の活動										

資料：第 3 章をもとに筆者作成

③1993 年前半「琉球の風」沖縄県

大河ドラマ放映決定を契機に、読谷村にある民間企業うみの園により、大河ドラマのロケ地であるスタジオパーク「琉球の風」が建設された。同スタジオパークは、大河ドラマ放映前の開園から放映中には観光客が訪れた。しかし、放映後、うみの園が予想していた以上に観光客が訪れず、1999 年 1 月に閉園した。同年 4 月に経営主体を読谷村に変え、沖縄文化体験活動施設「むら咲むら」として開園した。

2017 年現在、同園は修学旅行の沖縄文化を体験する施設として活用をされている。この体験学習の講師は読谷村の住民であり、地域住民の活動の場・雇用の場が創出されている。

表 10-3 琉球の風（1993 前半）沖縄県

活動年 活動内容	'92	'93	'94	'95	'96	'97	'98	'99	'00	'05	'10	'15	'17
大河ドラマ 誘致活動													
ロケ地「琉球の 風」建設・活用													
地域住民の活動 の場													
物産品に命名													

資料：沖縄県読谷村の資料と聞き取り調査をもとに筆者作成

④1993 年後半「炎立つ」岩手県江刺市（現：奥州市江刺区）

1991 年に、大河ドラマの舞台が東北地方になることが決定された際、江刺市は誘致活動を開始した。NHK に陳情を行い、江刺市も舞台地の 1 つとなることが決まった。

大河ドラマ「炎立つ」放映決定を契機に、歴史公園えさし藤原の郷が建設された。同園開園により、これまで観光資源が少なかった江刺市に観光客が増加した。現在は、観光客は減少傾向にあるものの、修学旅行などの歴史学習に活用されている。また、自治体内の雇用の創出にもつながっている。2017 年現在も、大河ドラマや時代劇を撮影する場合は、えさし藤原の郷を活用している。

また、大河ドラマを契機に、江刺市では名物を作るため、市内の企業に土産物の公募を行った。その際、菓子処菊正堂によりパイ生地の中に餡を使用した菓子「藤原四代」が作られ、現在も販売されている。

大河ドラマのオープニング映像に、伝統芸能「鹿踊り」が映し出されたことで、鹿踊りが注目を浴び、演舞する機会や場所が増加した。大河ドラマ放映当時の江刺市住民のなかには、鹿踊りが全国的に認知されたことが嬉しかったという意見があった。大河ドラマ「炎立つ」は、江刺市の観光客増加だけでなく、伝統芸能が外部に認知されたことにより、自治体住民の意識に好影響を与えたといえる。

なお、大河ドラマ「炎立つ」放映 12 年後の 2005 年に、江刺市中心部に蔵を整備した。江刺市の中心部と歴史公園えさし藤原の郷を連携させた観光客誘致を行っており、2016 年現在も継続している。

表 10-4 炎立つ（1993 後半）岩手県江刺市（現：奥州市江刺区）

活動年 活動内容	'92	'93	'94	'95	'96	'97	'98	'99	'00	'05	'10	'15	'17
大河ドラマ 誘致活動	→												
ロケ地歴史公園 「えさし藤原の 郷」建設・活用 (江刺市)													→
特産菓子 「藤原四代」													→
伝統芸能「鹿踊り」 の活発化		→											
蔵の町										→			→

資料：第 7 章をもとに筆者作成

⑤2002 年「利家とまつ」石川県

石川県では、1990 年代から行っていた大河ドラマの誘致活動が結実し、2002 年の大河ドラマ放映が決定した。大河ドラマは、前田家藩主の利家とまつを題材としたものであった。

この大河ドラマ放映を契機に、大河ドラマ舞台地の石川県金沢市を中心に、加賀百万石博を開催した。また、自治体住民が市内を案内するまち歩き加賀百万石ウォークが始まった。

2002年から2011年の10年間は、まち歩きのコース名に大河ドラマの「利家とまつ」の名称が付けられた。しかし、2017年現在「利家とまつ」の名を冠したまち歩きコースはなくなり、「前田家ゆかりの・・・」という名称が新たに付けられている。まち歩きが開始された当初よりもコースが増加しており、活動が継続していることが分かる（表10-5）。

表10-5 利家とまつ（2002）石川県

活動年 活動内容	'01	'02	'03	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10	'15	'17
大河ドラマ 誘致活動	※ 1990年代から行っていた。											
博覧会開催		→										
まち歩き (加賀百万石ウォーク)												→

資料：第9章をもとに筆者作成

⑥2003年「武蔵 MUSASHI」山口県下関市

山口県や舞台地の下関市では、大河ドラマの誘致活動は行われなかった。大河ドラマ放映を契機に、当時無人島であった巖流島（船島）が整備された。また、下関市と対岸の福岡県門司港を結ぶ定期遊覧船の運航を開始して、巖流島の観光客増加を図った。この遊覧船は、2017年現在も運航している。

2002年12月に、巖流島の展望広場に佐々木小次郎像が建立され、4ヵ月後の2003年4月に、宮本武蔵の銅像が建立された。宮本武蔵の銅像建立の遅れには、決闘時に武蔵が遅れてきた物語性を反映させている。2つの銅像の除幕式には、大河ドラマで佐々木小次郎役を演じた松岡昌宏と宮本武蔵役を演じた市川新之助（現：市川海老蔵）が出席した。このよう

表10-6 武蔵 MUSASHI（2003）山口県

活動年 活動内容	'01	'02	'03	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10	'15	'17
大河ドラマ 誘致活動												
巖流島の整備		→										
武蔵と小次郎像 設置		→										
定期遊覧船開始												→

資料：第9章をもとに筆者作成

に大河ドラマを契機として新たな観光名所がつけられ、現在も利用されている（表 10-6）。

⑦2005 年「義経」岩手県

岩手県が大河ドラマの誘致活動を行ったかは不明である。

大河ドラマ「義経」放映決定後、2004～2005 年に義経プロジェクト推進事業が始まった。そして、「義経北行伝説 1 万人誘客作戦事業」（2005 年 4 月～2006 年 3 月）が実施され、大河ドラマ放映年の 2005 年には、岩手県立博物館において「義経展～源氏・平氏・奥州藤原氏の至宝～」が開催された。また、地域伝統芸能フェスティバル「杜の賑わい」（2005 年 6 月 3 日）が催され、観光客の誘致に取り組んだ。さらに、JR が、SL 奥州義経号 D51-498 号機（2005 年 10 月 8～10 日の 3 日間）を岩手県内の一ノ関駅～盛岡駅間で走行させた。

岩手県内の複数の自治体には、義経伝説が残っている。平泉町の中尊寺は、義経が最期を過ごした伝説があり、大河ドラマの舞台地になったため、観光客が増加した。

表 10-7 「義経」（2005）岩手県

活動年 活動内容	'03	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10	'11	'12 ～'16	'17
大河ドラマ 誘致活動											
自治体内の活動		→									

資料：平泉町観光協会の資料と聞き取りをもとに筆者作成

⑧2006 年「功名が辻」高知県

2000 年代前半から岐阜県と協働し行っていた大河ドラマ誘致活動が結実し、2006 年の大河ドラマが決定した。

大河ドラマ放映から 4 ヶ月遅れの 2006 年 4 月より、大河ドラマに関連する博覧会が行政主催で高知市を中心に開催された。しかし、開催にあたり自治体内で否定的な意見も出たことから、大河ドラマ放映後に博覧会や史跡公開は終了し、継続した活動は行われなかった。

ところが、博覧会を開催することで観光客が訪れたことから、大河ドラマ放映終了の 2 年後に高知県行政は博覧会を再び開催した。そして、2008 年に大河ドラマ「龍馬伝」（2010）

表 10-8 「功名が辻」（2006）高知県

活動年 活動内容	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10	'11	'12	'13	'14
大河ドラマ 誘致活動	※ 1990 年代から他の自治体と ともに行っていた。						大河ドラマ「龍馬伝」放映				
博覧会開催			→		→						→
史跡公開			→								

資料：第 4 章をもとに筆者作成

の放映が決定し、2009年以降の博覧会は「龍馬伝」関連に引き継がれた。現在も継続している（表10-8）。

⑨2007年「風林火山」山梨県

山梨県は、大河ドラマの誘致活動は行わなかったが、2007年の大河ドラマ放映年に博覧会を開催し、観光客誘致を図った。北杜市ではロケ地を建設して、観光施設として5年間活用する予定であったが利用客が少なく、実際は2年半の活用で終了した。大河ドラマ放映後、継続した観光客の誘致活動はみられない。

表10-9 「風林火山」(2007) 山梨県

活動年 活動内容	'06	'07	'08	'09	'10	'11	'12	'13	'12 ~'16	'17
大河ドラマ 誘致活動										
ロケ地建設・活用 (北杜市)		→								
博覧会開催		→								

資料：第3章をもとに筆者作成

⑩2008年「篤姫」鹿児島県

鹿児島県は、大河ドラマの誘致活動を行っていたが、主人公は篤姫ではなく別の人物であった。当時の篤姫の認知度は、出生地である鹿児島県内でも低かったため、鹿児島県行政は観光客が訪れるとは予想していなかった。

鹿児島県内の活動を総観すると、放映前2007年に、県庁所在地である鹿児島市で鹿児島ぶらりまち歩きが開始された。まち歩きのコース内容を変化させながら、現在も活動が継続している。大河ドラマ放映年の2008年には、鹿児島県行政が中心となって博覧会を開催した。放映翌2009年には鹿児島市内に天璋院篤姫像が建立された。

また、篤姫が幼少の頃過ごした指宿市では篤姫に関連した史跡整備が行われ、ボランティアガイド協会（現：篤姫観光ガイド）を設立した。指宿市のボランティアガイドは、語り部活動や駅舎での観光客の迎え入れ活動なども行いながら活動を継続している。

指宿市では、大河ドラマ放映後に観光客が減少したが、大河ドラマ放映4年目の2012年に、篤姫を顕彰するため、自治体住民の寄付金で銅像が建立された。さらに、放映翌2009年頃から指宿市内の高等学校で観光客を迎え入れる活動が始まり、現在も継続して活動が行われている（表10-10）。

大河ドラマ放映前から放映後にかけて、鹿児島県は観光客の誘致活動を行った。大河ドラマ放映後、活動が継続しているのは、指宿市の住民による篤姫観光ガイドと、同市の高校生による指宿市内のJR駅舎での観光客迎え入れである。

表 10-10 「篤姫」(2008) 鹿児島県

活動年 活動内容	'06	'07	'08	'09	'10	'11	'12	'13	'14	'15	'16	'17
大河ドラマ 誘致活動	→											
博覧会開催			→									
史跡整備	→											
まち歩き (篤姫ガイド)	→											→
物産品に命名		→										
篤姫像建立							→					
高校生の観光客 迎え入れ活動					→							→
学校教育で活用				→								→

資料：第9章をもとに筆者作成

⑪2009年「天地人」新潟県

新潟県と山形県が協働して、大河ドラマの誘致活動を10年以上行っていた。2007年に大河ドラマ放映が決定し、新潟県南魚沼市が舞台地の1つとなった。南魚沼市は他の自治体と異なり、大河ドラマを活用して2年続けて博覧会を開催した。大河ドラマ放映年の2009年には、大河ドラマの主人公直江兼続を活用した。翌2010年には、南魚沼市に戦国武将のフィギュアを5体（直江兼続、上杉謙信、石田三成、真田幸村、上杉景勝）設置し、観光客の継続誘致を図った（表10-11）。

表 10-11 天地人(2009) 新潟県

活動年 活動内容	'07	'08	'09	'10	'11	'12	'13	'14	'15	'16	'17
大河ドラマ 誘致活動	→										
博覧会開催			→	→							
フィギュア設置			→								
まち歩き (天地人ガイド の会)											→

資料：第2章をもとに筆者作成

また、大河ドラマを契機に自治体住民がまち歩き天地人ガイドの会を開始し、現在も継続した活動となっている。しかし、観光客の減少に伴い、活動回数は減少している。

⑫2010年「龍馬伝」高知県

高知県は、2006年に大河ドラマの舞台地になっていたことから、誘致活動は行っていなかったが、2008年に大河ドラマ「龍馬伝」が決定した。そして、2006年の大河ドラマ「功名が辻」で問題となった観光客の集中を防ぐために、県庁所在地の高知市だけでなく、大河ドラマ関連の会場を高知市、安芸市、梶原町、土佐清水市の4カ所に設けた。これらの会場は、大河ドラマ放映後も高知県や各自治体の観光情報発信の場として活用されている。また、「功名が辻」時から開催されている博覧会も高知県行政が主催して継続活用されている（表10-12）。

表 10-12 龍馬伝（2010）高知県

活動年 活動内容	'08	'09	'10	'11	'12	'13	'14	'15	'16	'17
大河ドラマ 誘致活動										
博覧会開催										→
博覧会会場										→

資料：第4章をもとに筆者作成

⑬2013年「八重の桜」会津若松市

2011年の東日本大震災の後、2013年の大河ドラマの舞台地が会津若松市に決まった。これを契機に、2012年に大河ドラマの主人公新島八重関連の史跡整備を行い、放映年の2013年には博覧会を開催した。放映翌年の2014年には新島八重の銅像が建立された。しかし、その後、大河ドラマを活用した観光客の誘致活動は行っておらず、一時的な活動に留まった。

表 10-13 八重の桜（2013）会津若松市

活動年 活動内容	'11	'12	'13	'14	'15	'16	'17
大河ドラマ 誘致活動							
博覧会開催				→			
新島八重像建立				→			
史跡整備		→					

資料：第9章をもとに筆者作成

2. 地域資源の観光整備

前項の分類をもとに、大河ドラマを契機に整備された観光資源を表 10-13 に示した。舞台地では、ロケ地の建設や銅像の建立、新たな観光名所・施設の設置などが行われた。この活動の多くは、自治体主催によるものである。なお、⑩の篤姫像は、指宿市の住民により建立された珍しい整備活動である。

表 10-13 大河ドラマを契機とした地域資源の観光整備

年次	大河ドラマ	整備内容	事業主体
1969年	天と地と	武田信玄像の建立	山梨県行政
1988年	武田信玄	ロケ地建設	山梨県小淵沢町
1993年前半	琉球の風	ロケ地建設	沖縄県企業
1993年後半	炎立つ	ロケ地建設	岩手県江刺市行政
2005年	炎立つ関連	地域資源「蔵の町」整備	岩手県江刺市行政
2003年	武蔵 MUSASHI	宮本武蔵像と佐々木小次郎像の建立	山口県下関市行政
2007年	風林火山	ロケ地建設	山梨県北杜市行政
2008年	篤姫	篤姫像建立	指宿市住民
2009年	天地人	戦国フィギュア設置	新潟県南魚沼市
2010年	龍馬伝	博覧会会場設置	高知県行政
2013年	八重の桜	新島八重像の建立	福島県会津若松市行政

資料：第 10 章第 2 節第 1 項をもとに筆者作成

第 2 節 地域振興に結び付く多様な継続活動

大河ドラマを契機とした地域振興の活動期間は、5年以上の活動を長期活動、5年未満を短期活動として分類した（表 10-14）。5年以上継続した活動には、信玄公祭りの創出、ロケ地活用による地域住民の活動・雇用の場の創出・まち歩き・博覧会開催・観光客迎え入れ活動・学校教育で大河ドラマの人物を学習することがあげられる。

大河ドラマの舞台地では大河ドラマ放映前から放映中にかけて、大河ドラマに登場した人物像の建立、博覧会の開催、博物館・美術館の特別展や企画展の開催などが行われた。このような取り組みは、観光客の増加と地域経済に効果をもたらした。しかし、これらは、大河ドラマ放映前から放映中の一時的な現象に留まる場合が多い。

一方、5年以上継続している活動には、新たな観光資源の継続活用、ロケ地を活用した新たな雇用の創出、伝統芸能の活発化、観光客の迎え入れ活動、学校教育の地域学習などがあげられる。これらは、住民が活動に参加することで継続している。

表 10-14 地域振興に結び付く活動の分類

分類	年次	大河ドラマ	活動内容	事業主体
長期活動 (5年以上)	1969年	天と地と	武田信玄祭り	山梨県行政・企業・住民
	1993年 前半	琉球の風	ロケ地活用による地域住民の活動・雇用の場の創出	沖縄県読谷村行政・住民
	1993年 後半	炎立つ	ロケ地活用による地域住民の活動・雇用の場の創出	岩手県江刺市行政・住民
	1993年 後半	炎立つ	大河ドラマロケ地と連携した観光資源整備(2005年)	岩手県江刺市行政・住民
	1993年 後半	炎立つ	伝統芸能の活発化に寄与	岩手県江刺市行政・住民
	2002年	利家とまつ	まち歩き	石川県行政・住民
	2006年	功名が辻	博覧会開催	高知県行政
	2008年	篤姫	まち歩き	鹿児島県指宿市住民
	2008年	篤姫	高校生による迎え入れ活動	鹿児島県指宿市住民
	2008年	篤姫	学校教育での地域学習	鹿児島県指宿市住民
	2009年	天地人	まち歩き	新潟県南魚沼市行政・住民
	2010年	龍馬伝	博覧会開催	高知県行政
短期活動 (5年未満)	1988年	武田信玄	物産品に命名	山梨県企業
	1988年	武田信玄	自治体内の活動	山梨県内各行政
	1993年 前半	琉球の風	物産品に命名	沖縄県企業
	2002年	利家とまつ	博覧会開催	石川県行政
	2005年	義経	自治体内の活動	岩手県内各自治体
	2006年	功名が辻	史跡公開	高知県行政
	2007年	武蔵 MUSASHI	博覧会開催	山口県行政
	2008年	篤姫	博覧会開催	鹿児島県行政
	2009年	天地人	博覧会開催	新潟県行政
	2009年	天地人	大河ドラマの人物を学習	新潟県南魚沼市行政
	2013年	八重の桜	博覧会開催	福島県行政
	2013年	八重の桜	史跡整備	福島県会津若松市行政

資料：第10章第2節をもとに筆者作成

第3節 むすび

大河ドラマを契機に舞台地となった自治体では、大河ドラマ放映が開始して間もない1969年から地域の観光資源が整備されるようになった。とくに、ロケ地の建設や大河ドラマに登場する人物像の建立、観光施設等の整備が多い。

また、舞台地になった自治体の活動期間を分類した結果、5年未満の短期に留まった活動は自治体主体であることが多く、大河ドラマ放映年前後に限定した観光客向けのイベントであり、一時的な観光客増加や地域経済の効果である。

一方、5年以上継続している長期活動は、自治体主体で行われることは少なく、住民が積極的に参加していることが共通点としてあげられる。これらは観光客の受け入れ活動のみならず、自治体のコミュニティの創造や再生、歴史上の人物の再認識、伝統芸能の保存・活発化に寄与している。

このような多様な影響が地域にもたらされるNHK大河ドラマは、観光客の誘致だけにとどまらず、自治体内における住民の活動の場を創造するなど、地域振興の一助としても活用されるようになったのである。

第11章 結 論

本研究は、NHK大河ドラマを活用した自治体の観光客誘致の取り組みが、地域の社会・経済・文化の発展に寄与した地域振興について明らかにすることを目的とした。この目的を達成するために、大河ドラマの舞台地となった自治体に関する文献・資料の分析を行うとともに、関係機関や住民に対する聞き取り調査を行った。その結果、以下の点が明らかになった。

大河ドラマは1963年放映開始当初、高視聴率を記録して国民の人気番組になった。その後も日本の世相を反映した作品が制作され、2017年現在もNHKを代表する番組として放映されている。

大河ドラマを活用した観光では、舞台地を訪れる観光客と受け入れる自治体、とくに観光業者が主軸となっており、自治体の住民に対する影響は看過されていた。しかし、2000年代に入ると自治体の観光業者だけでなく、住民が観光客を迎え入れるボランティアガイド活動が始まり、大河ドラマを活用した観光に変化がみられた。さらに、2013年に放映された「八重の桜」は、東日本大震災の被災地である福島県の支援を目的に制作され、大河ドラマは観光客増加および被災地の復興に寄与した。

このように現在の大河ドラマは、視聴の枠を超え、舞台地の観光客誘致に寄与するとともに、住民に多様な活動の場を提供している。

大河ドラマを活用した観光振興の事例として、山梨県と高知市をあげた。山梨県では、高度経済成長期に「天と地と」(1969)、バブル経済期に「武田信玄」(1988)、平成不況と呼ばれる時代に「風林火山」(2007)が放映された。19年間隔の時代背景が異なるなか大河ドラマ3作品が放映され、いずれの作品においても主人公の武田信玄が観光活用された。大河ドラマ「天と地と」、「武田信玄」は、新たな観光資源の創出や整備が行われた、「風林火山」では、自治体内にある資源を活用した誘客や地域活性化が企画され、当時の社会情勢を反映した個々に異なる観光活用が行われた。

高知市は、「功名が辻」(2006)と「龍馬伝」(2010)の5年間に2つの大河ドラマの舞台地となった。しかし、両大河ドラマで誘客数と行政の取り組みに違いが表れた。「功名が辻」は土佐藩主山内一豊、「龍馬伝」は坂本龍馬がそれぞれ主人公であり、両者に関連した博覧会・イベントが高知県主催で開催された。「功名が辻」は、観光客数の増加は一時的なもので継続性はなかった。一方、「龍馬伝」は放映前年から観光客数が徐々に増加し、放映後も観光客は放映前より増加をした。この要因として、博覧会を催した高知県が2006年の反省をふまえた取り組みを行い、放映後も坂本龍馬に関連した博覧会を催し、継続して県や市が観光客誘致を行ったことで、高知市の観光客誘致に一定の効果があつた。

大河ドラマ「龍馬伝」放映年次に筆者が実施したアンケート調査結果によると、「龍馬伝」の放映を機に、高知市を訪れた観光客は全体の47%であった。このことから、大河ドラマ放映の影響により観光客が旅行目的地を選択することが分かった。しかし、同市の訪問回数が多くなるほど、大河ドラマ放映が旅行地選択における影響が少なくなることも明らかになった。また、大河ドラマ放映を契機に高知市を訪れた観光客が約半数

を占めたが、聞き取り調査の結果、観光客は大河ドラマ関連以外の観光施設等にも興味を示していたことが分かった。

大河ドラマを活用して地域振興を行った事例として、岩手県江刺市（現：奥州市江刺区）、鹿児島県指宿市、そして福島県会津若松市をあげた。

まず、江刺市は 1990 年代前半に地域活性化の取り組みを開始した。当初の試みは江刺市出身の藤原清衡を活用したものであった。この活動は地方新聞に取り上げられ、大河ドラマロケ地誘致の発端となった。当時の NHK は、大河ドラマの舞台地と地域との関わりが一時的なものであることに鑑みて、長期的に貢献できる施設を作ること計画した。この考えに賛同した江刺市は、歴史公園「えさし藤原の郷」を整備して、持続的な観光客誘致を行い、現在も継続活用している。

また、観光客誘致だけでなく、大河ドラマ「炎立つ」（1993 後半）は、住民の意識変化に大きな役割を果たした。放映前まで住民の中には、奥州藤原氏に対して良い意識を持っておらず罵倒する人もいた。しかし、大河ドラマ放映により、奥州藤原氏に対する意識が良い方へ変化したことが明らかとなり、大河ドラマが住民の意識変化に影響を与えることが分かった。さらに、伝統芸能「鹿踊り」が大河ドラマオープニングで取り上げられ、全国的に認知されたことで、住民が鹿踊りを演舞する場が増加した。

次に指宿市では、「篤姫」（2008）放映の決定後、篤姫を観光客誘致に活用することが計画され、篤姫関連史跡の整備を行った。また、篤姫関連史跡を説明するボランティアガイドの育成を開始し、観光客を迎え入れる体制を整えた。

「篤姫」放映中に、指宿市の想定以上の観光客が訪れたため、放映年の 1 年で活動を停止する予定であったボランティアガイドの継続が決まった。ボランティアガイドは、活動内容を変化させながら現在も継続している。加えて「篤姫」放映後、指宿市内の小学校では、篤姫を歴史上の人物として学習する時間が設けられた。このように指宿市では、2008 年の大河ドラマ「篤姫」放映を契機に始めた観光振興が地域住民の交流・コミュニティの創造、地域学習につながった。

さらに、上記のような地域振興のほかに、東日本大震災の被災地となった福島県を支援する目的で、「八重の桜」（2013）の放映が決定した。この結果、東日本大震災で減少していた観光客が大河ドラマ放映年には増加し、観光客誘致に一定の効果が表れた。放映後は、継続的な活動には繋がらなかったが、大河ドラマの主人公である新島八重が同市の新たな観光資源としてパンフレットなどに掲載されるようになった。

大河ドラマを契機に舞台地となった自治体では、大河ドラマ放映が開始して間もない 1969 年から自治体では観光資源の整備がみられるようになった。とくに、ロケ地の建設や大河ドラマに登場する人物像の建立、観光地の整備が多い。

また、舞台地となった自治体の大河ドラマを活用した活動期間を分類した結果、5 年未満の短期に留まった活動は自治体主体であることが多く、大河ドラマ放映年前後に限定した観光客向けのイベントであり、一時的な観光客増加や地域経済の効果であることが示された。

一方、5 年以上継続している長期活動は、自治体主体で行われることは少なく、住民が積極的に参加していることが共通点としてあげられる。これらは観光客の受け入れ

活動のみならず、自治体のコミュニティの創造、歴史上の人物の再認識、伝統芸能の活発化に貢献している。これは、国策として地方創生が推進される現代社会において、重要な役割を担っている。

半世紀の歴史を有する大河ドラマは、テレビ視聴から舞台地となった観光客誘致の効果がみられるようになった。現在ではさらに、舞台地となった自治体の活動の広がり、活動の活発化がみられ、地域振興の原動力として活用されている。

これは、大河ドラマが日本を代表するテレビ番組であり、舞台地となる自治体の名前を全国的に広く認知させることが可能なためである。大河ドラマを契機に、観光客は舞台地を訪れる機会が造成される。また、自治体住民は、大河ドラマで自治体の歴史上の人物がとりあげられることで、自治体に対する意識や地域資源に対する考え方が変化する。さらに、自治体内では大河ドラマの内容や登場人物に関連した新たな活動、いわゆる自治体内におけるイベント活動の創造やボランティアガイド活動の始動などがあげられる。これらは、自治体住民により行われており、大河ドラマ放映後も継続的な活動となる場合もある。

したがって、地域振興を行ううえで、自治体は観光客の受け入れ活動だけでなく、住民による活動や取り組みを把握し、協働することが必要である。とくに、住民が主体性を持って活動を行うことが継続的なものに発展していくために重要であるといえる。

謝 辞

本稿の作成にあたり、池永正人教授、坂本雅俊教授、滝知則教授に終始ご指導をいただきました。また、高知大学、高知県立伊野商業高等学校国際観光科の大原信男教諭、宮本普之教諭には、大学生および高校生のアンケート調査に協力していただきました。そして、本研究の趣旨を理解し、快く協力していただいた高知県庁、石川県庁、熊本県庁、山梨県庁、鹿児島県庁、高知市役所、南魚沼市役所、下関市役所、荒尾市役所、甲府市役所、指宿市役所、江刺区役所、会津若松市役所、指宿市観光協会、高知県立牧野植物園、高知県立文学館、沖縄県立図書館、那覇市立図書館、江刺区立図書館、山梨県立図書館、北杜市立図書館小淵沢支所、歴史公園えさし藤原の郷、むら咲むら、指宿市観光協会篤姫観光ガイド、JAL 高知支店、NPO 法人土佐観光ガイドボランティア協会の方々には、ひとかたならぬお世話になりました。さらに、株式会社ビデオリサーチの方からは多くの情報提供にご協力いただきました。多くの方々の支えにより、本論文を書き上げることができました。ここに記し感謝の意を申し上げます。

参考文献

- アーリ, ジョン 著・加太宏邦 訳 (1995):『観光のまなざし』法政大学出版, 282 頁。
- アームス, ロイ 著・瓜生忠夫・佐藤孝己・瓜生忠久 訳 (1985):『映画と現実 歴史的展望』法政大学出版, 278 頁。
- 愛・天地人博南魚沼プロジェクト (2009):「愛天地人生誕の地南魚沼紀行」, 51 頁。
- 青木美智男 (1989):「寛政の改革」, 「開国の前兆」『体系日本の歴史 11 近代の予兆』小学館, 14-42, 362-384 頁。
- 朝尾直弘 (1988):『体系日本の歴史 8 天下統一』小学館, 350 頁。
- 有馬哲夫 (2013):『こうしてテレビは始まった—占領・冷戦・再軍備のはざままで—』ミネルヴァ書房, 318 頁。
- 李受美 (2006):「大河ドラマ (ジャンルの登場とその社会的意味の形成過程)」, 『東京大学大学院情報学紀要情報学研究 No.70』, 147-169 頁。
- 飯田文弥・秋山敬・笹本正治・斉藤康彦 (2012):『山梨県の歴史』山川出版社, 2-298 頁。
- 池田拓生 (2012):「地域振興におけるキャラクター運用に関する一考察—鳥取県米子市・境港市におけるキャラクターの活用—」『観光科学研究 (5)』, 127-135 頁。
- 石井寛治 (1989):『体系日本の歴史 12 開国と維新』小学館, 350 頁。
- 石井研士 (1998):「情報化と年中行事」島藺進・越智貢編『情報社会の文化 4 心情の変容』東京大学出版, 79-98 頁。
- 石川真澄 (2001):「観光地のライフサイクルと持続可能性」, 多方一成・田淵幸親編『現代社会とツーリズム』東海大学出版, 99-117 頁。

- 石月静江(2010):「大河ドラマと女性」『桜花学園大学人文学部研究紀要第12号2010』, 146-163頁。
- 石森秀三編(1996):『観光の二〇世紀』ドメス出版, 273頁。
- 石森秀三(2015):「国力の源泉としてのコンテンツ」旅の文化研究所編『まほら No.84』旅の文化研究所, 8-13頁。
- 井上茂編(2003):『テレビ50年あの日あの時,そして未来へ』NHKサービスセンター, 26-27, 72-85頁。
- 井上裕務(2013):『大河ドラマ読本-21世紀のNHK大河ドラマを大特集!-』洋泉社, 179頁。
- 井上博文(1998):「観光情報提供」長谷政弘編『観光振興論』税務管理協会, 69-83頁。
- 指宿市役所総務課市誌編さん室(1985):『指宿市史』第一法規出版, 329頁。
- 今野勉・是枝裕和・境真理子・音好宏(2010):『それでもテレビは終わらない』岩波ブックレット, 79頁。
- 岩崎保道(2014):「マンガを活用した地域振興」『高知大学学術研究報告第63巻』, 106-112頁。
- 岩松義秀(2016):「過疎地域を支える地域振興の組織及び連携-美山における地域振興システムの分析から-」『龍谷大学大学院政策学研究(5)』, 龍谷大学大学院政策学研究編集委員会, 1-19頁。
- 岩見利勝・田中美子(1992):『地域イメージとまちづくり』技報堂出版, 178頁。
- 上田史談会(2010):『遺績世に輝く』, 144頁。
- 白井順子(2002):「情報技術が変える観光」『月刊観光2002年1月号』27-31頁。
- 内田純一(2009):「フィルム・インスパイアード・ツーリズム-映画による観光出から地域イノベーションまで-」『北海道大学文化資源マネジメント論集 vol.10』1-10頁。
- 江刺市大河ドラマ「炎立つ」協力実行委員会(1994):『NHK大河ドラマ「炎立つ」記録集』, 163頁。
- 江刺市史編纂委員会(1983):『江刺市 第1巻通史篇 原子・古代・中世』, 383-395頁。
- 遠藤英樹(1996):「「観光地に対する印象」の形成と効果-奈良の調査から-」『奈良県立商科大学研究季報大7巻第3号』, 11-21頁。
- 及川祥平(2012):「祭礼的なる場における歴史表象と偉人表象-山梨県かの祭礼・イベントにおける状況を中心に-」『信濃第67巻第1号』1-18頁。
- 大石学・時代考証学会編(2012):『大河ドラマと地域文化-「篤姫」「龍馬伝」と鹿児島-』高城書房, 312頁。
- 大石学・時代考証学会編(2012):『地域と語る大河ドラマ・時代劇歴史都市彦根からの発信』サンライズ出版, 267頁。
- 大島敏男(2011):『大河ドラマ50作パーフェクトガイド』NHKサービスセンター, 84頁。
- 大橋昭一編(2013):『現代の観光とブランド』同文館出版, 198頁。

- 大橋昭一・橋本和也・遠藤英樹・神田孝治編（2014）：『観光学ガイドブック』ナカニシヤ出版，303頁。
- 大原誠（1985）：『大河ドラマの歳月』日本放送出版協会，385頁。
- 大森康弘（2000）：『映像文化』ドメス出版，273頁。
- 岡本健（2009）：「情報社会における旅行行動の特徴に関する研究—アニメ聖地巡礼と大河ドラマ観光の比較・検討を通して—」『観光情報学会第1回研究発表講演論文集』，45—52頁。
- 岡本健（2009）：「アニメ聖地巡礼の誕生と展開」『メディアコンテンツとツーリズム第2集』，31—50頁。
- 岡本健編（2015）：『コンテンツツーリズム研究 情報社会の観光行動と地域振興』福村出版，213頁。
- 岡本健（2016）：「「マンガ」と「観光」の重層的関係」，小山昌宏・玉川博章・小池隆太編『マンガ研究13講』水声社，328—358頁。
- 小川国治（1998）：『山口県の歴史』山川出版社，272頁。
- 荻慎一郎・森公章・市村高男・下村公彦・田村安興（2001）：『高知の歴史』山川出版社，328頁。
- 春日太一（2014）：『なぜ時代劇は滅びるのか』新潮新書，207頁。
- 神田孝治（2014）：「観光地と場所イメージ」『観光メディア論』ナカニシヤ出版，43—62頁。
- 神田孝治（2012）：『観光空間の生産と地理的想像力』ナカニシヤ出版，240頁。
- 北川宗忠編（2004）：『観光文化論』ミネルヴァ書房，234頁。
- 北川宗忠編（2008）：『観光・旅行用語辞典』ミネルヴァ書房，258頁。
- 北村純（2016）：「大河ドラマの誘致—映像作品と地域活性化—」『群馬大学社会情報学部研究論集』，15—32頁。
- 公益財団法人日本交通公社編（2000）：『旅行年報2000』，95頁。
- 公益財団法人日本交通公社編（2002）：『旅行年報2002』，84頁。
- 公益財団法人日本交通公社編（2003）：『旅行年報2003』，78頁。
- 公益財団法人日本交通公社編（2003）：『旅行者動向2003 国内・海外旅行者の意識と行動』，73頁。
- 公益財団法人日本交通公社編（2004）：『旅行年報2004』，84頁。
- 公益財団法人日本交通公社編（2005）：『旅行年報2005』，86頁。
- 公益財団法人日本交通公社編（2005）：『旅行者動向2005 国内・海外旅行者の意識と行動』，111頁。
- 公益財団法人日本交通公社編（2006）：『旅行年報2006』，80頁。
- 公益財団法人日本交通公社編（2006）：『旅行者動向2006 国内・海外旅行者の意識と行動』，119頁。
- 公益財団法人日本交通公社編（2007）：『旅行年報2007』，80頁。
- 公益財団法人日本交通公社編（2007）：『旅行者動向2007 国内・海外旅行者の意識と行動』，119頁。
- 公益財団法人日本交通公社編（2008）：『旅行年報2008』，82頁。

- 公益財団法人日本交通公社編（2009）：『旅行年報 2009』, 84 頁。
- 公益財団法人日本交通公社編（2009）：『旅行者動向 2009 国内・海外旅行者の意識と行動』, 101 頁。
- 公益財団法人日本交通公社編（2010）：『旅行年報 2010』, 86 頁。
- 公益財団法人日本交通公社編（2010）：『旅行者動向 2010 国内・海外旅行者の意識と行動』, 103 頁。
- 公益財団法人日本交通公社編（2010）：『旅行者動向別冊 旅行者の行動と意識の変化 1999～2008』, 119 頁。
- 公益財団法人日本交通公社編（2011）：『旅行年報 2011』, 81 頁。
- 公益財団法人日本交通公社編（2011）：『旅行者動向 2011 国内・海外旅行者の意識と行動』, 95 頁。
- 公益財団法人日本交通公社編（2012）：『旅行年報 2012』, 83 頁。
- 公益財団法人日本交通公社編（2012）：『旅行者動向 2012 国内・海外旅行者の意識と行動』, 95 頁。
- 公益財団法人日本交通公社編（2013）：『旅行年報 2013』, 81 頁。
- 公益財団法人日本交通公社観光文化事業部（2012）：『訪れるに値する価値を自ら創る今, 求められるビジットデザイン発想』, 46 頁。
- 高知市議会事務所（1961）：『高知市の案内』, 116-119 頁。
- 高知新聞社（1976）：『高知県百科事典』高知新聞社高新企業出版部高新企業, 169-170 頁。
- 河野逸人（2008）：『NHK 大河ドラマ・ストーリー篤姫前編』NHK 出版, 207 頁。
- 河野逸人（2008）：『NHK 大河ドラマ・ストーリー篤姫後編』NHK 出版, 175 頁。
- 河野逸人（2008）：『NHK 大河ドラマ・ストーリー篤姫完結編』NHK 出版, 125 頁。
- 河野逸人（2008）：『NHK 大河ドラマ大全』NHK 出版, 150-151, 182-183, 197-228 頁。
- 五味文彦（1988）：「源平の争乱」, 「蒙古襲来」『体系日本の歴史 5 鎌倉と京』小学館, 68-102, 316-344 頁。
- 五味文彦・鳥海靖編（2011）：『もういちど読む 山川日本史』山川出版社, 67-74 頁。
- 今野勉（2009）：『テレビの青春』NTT 出版, 511 頁。
- 佐々木壮太郎（2013）：「ブランドの現代的役割」大橋昭一編『現代の観光とブランド』同文館出版, 101-108 頁。
- 佐々木土師二（2000）：『旅行者行動の心理学』関西大学出版, 83-124 頁。
- 佐々木土師二（2006）：『観光の社会心理学』北大路書房, 201-216 頁。
- 佐藤喜子光・齋藤明子・平居謙（2011）：「映画・ドラマと観光——尾道と安曇野」学芸出版社, 139-149 頁。
- 佐藤信・五味文彦・高埜利彦・鳥海靖（2008）：「開国と幕末の動乱」, 「明治維新と富国強兵」, 『詳説 日本史研究』山川出版社, 314-345, 551 頁。
- 佐藤卓己（2008）：『テレビ的教養一億総博知化への系譜』NTT 出版, 316 頁。
- 佐藤利夫（1992）：「奥州藤原三代と平泉」『平泉 よみがえる中世都市』岩波新書, 2-56 頁。

- 志賀信夫（1990）：『昭和テレビ放送史 上』早川書房，363頁。
- 志賀信夫（1990）：『昭和テレビ放送史 下』早川書房，368頁。
- 敷田麻美・内田純一・森重昌之（2009）：『観光の地域ブランディング』学芸出版社，190頁。
- 島野功緒（1993）：「ドラマが事実を超えた忠臣蔵」『時代劇博物館』教養文庫，203－226頁。
- 島野功緒（1993）：「醜女の闇総理・春日局」，「原田甲斐は罪人か忠臣か」『時代劇博物館Ⅱ』教養文庫，11－34，199－220頁。
- 澁谷恵男（2007）：「街並み整備による地域活性化」『アイビクト情報 vol.79 2007年9月号』42－45頁。
- 週刊朝日編（1995）：『戦後値段史年表』朝日新聞社，23，61，77頁。
- 自律的まちづくりモデル創出支援事業委員会（2003）：『百鹿繚乱 えさし鹿踊図鑑』有限会社江刺プリント社，96頁。
- 新谷尚紀（2010）：「資源化される歴史—戦国武将と創出される都市祭礼/戦国武将と伝承される民俗芸能—」『武士と騎士—日欧比較中近世史の研究—』思文閣出版，449－476頁。
- 鈴木嘉一（2011）：『大河ドラマの50年』，NHK出版。
- 鈴木晃志郎（2009）：「メディア誘発型観光の研究動向と課題」『日本観光研究学会第24回全国大会論文集』，85－88頁。
- 鈴木晃志郎（2010）：「メディア誘発型観光現象後の地域振興に向けた地元住民の取り組み—飢肥を事例として」『観光科学研究第3号』，31－39頁。
- 関川靖・山田ゆかり・古田洋（2011）：「『食』の地域ブランドと地域振興」『名古屋文理大学紀要』第11号，119－127頁。
- 関口進（1996）：『テレビ文化日本のかたち』学文社，158頁。
- 関口進（2001）：『大衆娯楽と文化』学文社，184頁。
- 世相風俗観察会（2009）：『増補新版現代世相風俗史年表 1945→2008』河出書房新社，頁。
- 高本清彦・富山栄子（2016）：「地域活性化に向けた佐渡氏の構造改革特区の現状と課題—新潟県内の特区による事例研究—」『事業創造大学院大学紀要第7巻第1号』，33－47頁。
- 武山憲明（2008）：『“天地人”探訪直江兼続〈上〉疾風編』音羽出版，278頁。
- 武山憲明（2008）：『“天地人”探訪直江兼続〈下〉怒涛編』音羽出版，246頁。
- 田中義久・小川文弥編（2005）：『テレビと日本人「テレビ50年」と生活・文化・意識』法政大学出版局，335頁。
- 谷口俊彦（2010）：『NHK大河ドラマ50作パーフェクトガイド』（財）NHKサービスセンター。
- 田畑暁生（2003）：『映像と社会 表現・地域・監視』北樹出版，57－65頁。
- トヨタ自動車株式会社（1985）：『高速道路と地域づくり』トヨタ交通環境レポート，27頁。
- 堤悦子・飯澤理一郎（2012）：「地域ブランド化活動からみる地域振興—農商工連携で

- 選定された江別の例からー』『農経論叢 vol.67』, 113-123 頁。
- 鶴見俊輔 (2001):『戦後日本の大衆文化史 1945~1980 年』岩波現代文庫, 294 頁。
- 鶴見俊輔・関川夏央 (2015):「日本人の未来像」『日本人は何を捨ててきたのか』ちくま学芸文庫 299-308 頁。
- 寺岡伸悟 (2008):「地域振興に関する一考察ー表象への視点ー」『奈良女子大学文学部研究教育年報 第 4 号』, 105-113 頁。
- 寺岡伸悟 (2009):「地域産業振興における文化資源調査の意義ー奈良県のカキ紅葉を事例にー」『奈良女子大学部人間社会文化研究科年報 Vol.24』, 201-221 頁。
- 戸所隆 (2010):『日常空間を活かした観光まちづくり』古今書院, 180 頁。
- 内藤嘉明 (1996):『観光と現代』近代文芸社, 101-115 頁。
- 中井治郎 (2014):「〈ふるさと〉の文化遺産化と観光資源化ー京都府南丹市美山町“かやぶきの里”をめぐってー」『龍谷大学社会学部紀要 第 44 号』, 114-126 頁。
- 中谷哲弥 (2007):「フィルム・ツーリズムに関する一考察ー観光地イメージの構築と観光経験をめぐってー」『奈良県立大学研究季報第 18 巻 第 1・2 号合併号』, 41-56 頁。
- 中西裕二 (2014):「メディアー観光地の創造ー」『観光学キーワード』有斐社, 82-83 頁。
- 中村貞雄 (2002):「マスコミと観光プロモーション」『月刊観光 2002 年 5 月号』29-32 頁。
- 中村忠司 (2016):「大河ドラマ館を活用した観光振興についての一考察:“龍馬伝”から“花燃ゆ”までの 6 年間の検証する」『日本観光研究学会全国大会学術論文集』, 21-24 頁。
- 中村哲 (2003):「観光におけるマスメディアの影響」前田勇編著『21 世紀の観光学』学文社, 65-73 頁。
- 中村容子 (2011):「NHK 大河ドラマを契機とした高知市の観光の取り組み」『観光学論集 6 号』, 91-99 頁。
- 中村容子 (2012):「NHK 大河ドラマを契機とした観光振興に関する研究」長崎国際大学大学院修士論文, 172 頁。
- 中村容子 (2016a):「NHK 大河ドラマが観光に及ぼす影響」『観光学論集 11 号』, 31-46 頁。
- 中村容子 (2016b):「高知市の NHK 大河ドラマによる観光振興」『地理空間第 9 巻 2 号』221-232 頁。
- 中村容子 (2017):「大河ドラマ「篤姫」を活用した鹿児島県指宿市の地域振興」『観光学論集 12 号』, 29-46 頁。
- 日本史広辞典編集委員会編 (1997):『日本史広辞典』, 2275 頁。
- 棚橋光男 (1992):「奥羽の兵乱」,「平泉王国の成立」『体系日本の歴史 4 王朝の社会』小学館ライブラリー, 220-235 頁。
- 萩原滋編 (2013):『テレビという記憶テレビ視聴の社会史』226 頁。
- 浜口保樹 (2000):「映像表現のテクノロジーを」『映像文化』ドメス出版, 69-81 頁。
- 原口泉 (2008):『篤姫 私こと一命にかけ』グラフ社, 239 頁。

- 原口泉 (2008) : 『維新の系譜 家に、国に、命を尽くした薩摩藩・三人の功臣たち』
グラフ社, 231 頁。
- 原口泉・日隈 正守・松尾 千歳・皆村 武一・永山修一 (2011) : 『鹿児島県の歴史』山
川出版社, 366 頁。
- 原真志 (2013) : 「映画・コンテンツ産業と地域活性化—課題と可能性—」『地理科学
vol.66 no.3』, 211—221 頁。
- 原真志・山本健太・和田崇編 (2015) : 『コンテンツと地域 映画・テレビ・アニメ』
ナカニシヤ出版, 188 頁。
- 比嘉良雄 (1993) : 「琉球の風Ⅰ」「琉球の風Ⅱ」沖縄タイムス社編『21 世紀への模索』
沖縄タイムス社, 120—126 頁。
- ビデオリサーチ編 (2013) : 『「視聴率」50 の物語 テレビの歴史を創った 50 人が語る
50 の物語』小学館, 343 頁。
- 平尾道雄 (1965) : 『土佐藩』吉川弘文館, 259 頁。
- ブーアスティン, ダニエル J 著・星野郁美・後藤和彦訳 (1964) : 『幻影の時代 マス
コミが製造する事実』東京創元社, 340 頁。
- 深見聡 (2009a) : 「大河ドラマ『篤姫』効果と観光形態に関する一考察」『長崎大学環
境科学部環境教育研究マネジメントセンター年報・地球環境研究 創刊号』, 57—64
頁。
- 深見聡 (2009b) : 「観光ボランティアガイドの台頭とその意義—篤姫ブームを事例とし
て—」『地域総合研究第 37 巻 1 号』, 46—56 頁。
- 藤原功達・伊藤守 (2005) : 「生活世界とテレビ視聴」田中義久・小川文弥編『テレビ
と日本人「テレビ 50 年」と生活・分化・意識』法政大学出版局, 33—80 頁。
- 古池嘉和 (2007) : 『観光地の賞味期限「暮らしと観光」の文化論』春風社, 211 頁。
- 古田尚輝 (2006) : 「劇映画“空白の 6 年間”(その 1)」『成城文藝』, 75—100 頁。
- 平凡社編 (1997) : 『昭和・平成史年表』平凡社, 207 頁。
- 外間守善 (1984) : 『沖縄の歴史と文化』中公新書, 248 頁。
- 星亮一, 一坂太郎 (2015) : 『大河ドラマと日本人』イースト・プレス, 351 頁。
- 細井計・伊藤博幸・管理文夫・鈴木宏 (2009) : 「鎮守府と奥六群の世界」, 「北からの
中世」, 「幕府政治と動乱」『岩手県の歴史 (県史 3)』山川出版社, 88—124 頁。
- 前田勇編 (1998) : 『現代観光学キーワード事典』学文社, 161 頁。
- 前原直子 (2010) : 「観光産業の発展とメディアの役割—長野市の観光誘致とメディア
の活用—」『日本観光研究学会第 25 回全国大会論文集』, 305—308 頁。
- 前原正美 (2008) : 「メディア産業と観光産業—大河ドラマと観光ビジネス—」『東洋学
園大学紀要 16 号』, 135—141 頁。
- 前原正美 (2010) : 「メディアによる観光誘致の現状と課題—石田三成の旗印「大一大
万大吉」の意義とマスメディア—」『日本観光研究学会第 25 回全国大会論文集』, 301
—304 頁。
- マクルーハン, マーシャル著・栗原裕・河本伸聖訳 (1987) : 『メディア論』みすず書
房, 381 頁。
- 益本仁雄・宇都宮由佳・スィワナーソン・パタニ (2001) : 「テレビの普及による情報

- 化の進展と生活・文化の変容」『情報文化学会論文誌 vol.8 No.1』, 45-59 頁。
- 増淵敏之 (2010): 「大河ドラマの魅力」『物語を旅するひとびとーコンテンツ・ツーリズムとは何かー』彩流社, 59-74 頁。
- 増淵敏之 (2011): 『物語を旅するひとびとⅡーご当地ソングの歩き方ー』彩流社, 217 頁。
- 増淵敏之 (2014): 『物語を旅するひとびとⅢーコンテンツツーリズムとしての文学巡りー』彩流社, 191 頁。
- 松本健太郎 (2016): 「メディアの媒介性と、その透明性を考える」松本健太郎編『理論で読むメディア文化』新曜社, 80-103 頁。
- 三矢恵子 (2014): 「誕生から 60 年を経たテレビ視聴」日本放送協会。総合放送文化研究所編『NHK 放送文化研究所年報 2014』日本放送出版協会, 7-44 頁。
- 溝尾良隆 (1994): 『観光を読むー地域振興への提言ー』古今書院, 78-83 頁。
- 宮尾登美子 (2007): 『篤姫の生涯』NHK 出版, 219 頁。
- 森信之 (2016): 「地域振興のための方策にけるツーリズムの特性ー地域的視点に基づく論点ー」『大阪観光大学紀要第 16 号』, 55-63 頁。
- 安村克己 (2006): 「観光まちづくりの力学観光と地域の社会学的研究」学文社, 165 頁。
- 安村克己 (2010): 「観光社会学における実践の可能性」『観光社会学のアクチュアリティ』晃洋書房, 102-122 頁。
- 山口博 (2009): 『NHK 大河ドラマ天地人完全ガイドブック』(株) 東京ニュース通信社, 165 頁。
- 山口誠 (2014): 「映画観光と住民運動」『観光メディア論』ナカニシヤ出版, 19-41 頁。
- 山下裕作・八木洋憲・大呂興平・横山秀紀 (2003): 「“村がら” と地域振興」『農業土木学会誌』第 71 巻第 10 号, 21-26 頁。
- 山田登世子 (2006): 「ブランドの誕生」, 「貴族のいない国のブランド」『ブランドの条件』岩波書店, 1-56, 101-156 頁。
- 山梨県 (2006): 『山梨県史通史編 6 近現代 2』山梨日日新聞社, 798-804, 837-838 頁。
- 山本博文 (2015): 『江戸三〇〇藩物語藩史中国四国編』洋泉社, 222 頁。
- 山村高淑 (2008): 「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 No.7』, 145-164 頁。
- 湯本隆信編 (2008): 『月間レジャー産業資料 5 月号』総合ユニコム株式会社, 186 頁。
- 洋泉社編集部 (2012): 『私が愛した大河ドラマ』洋泉社, 222 頁。
- 吉田直哉 (2003): 『映像とは何だろうかーテレビ制作者の挑戦ー』岩波新書, 230 頁。
- 吉見俊哉 (2004): 『メディア文化論 (改訂版)』有斐閣, 285 頁。
- 吉見俊哉・土屋礼子編 (2010): 『大衆文化とメディア』ミネルヴァ書房, 386 頁。
- 歴史研究会 (2015): 「全国の大河ドラマ誘致活動」『歴史研究平成 27 年 6 月号第 632 号』36-39 頁。

- 歴史と旅（1988）：『新編 藩史総覧』秋田書店，306頁。
- 脇田晴子（1988）：『体系日本の歴史 7 戦国大名』小学館，374頁。
- 渡辺信夫・今泉隆雄・大石直正・難波信雄（2004）：「伊達騒動」『宮城県の歴史』山川出版社，190－199頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1960）：「ラジオ番組は どのくらいきかれているかー34年11月－12月 全国聴取率調査の結果」『文研月報 1月号』日本放送出版協会，19－23頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1960）：「聴取動機と聴取態度についての研究」『文研月報 3月号』日本放送出版協会，2－3頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1960）：「テレビジョンの発達とラジオ放送」『文研月報 3月号』日本放送出版協会，4－10頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1960）：「ラジオ聴取状況の推移と現状ー35年6－7月調査結果を中心にー」『文研月報 9月号』日本放送出版協会，24－31頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1960）：「生活にとけこんだテレビ」『文研月報 10月号』日本放送出版協会，5－19頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1961）：「テレビはどのようにみられているかー36年6－7月視聴率調査の結果からー」『文研月報 9月号』日本放送出版協会，9－11頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1962）：「テレビはどのようにみられているかー36年11月視聴率調査の結果からー」『文研月報 3月号』日本放送出版協会，14－16頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1962）：「最近のラジオ聴取の傾向ー過去5年間のNHK第1放送全国聴取率の変動ー」『文研月報 4月号』日本放送出版協会，11－14頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1962）：「最近のテレビ視聴の傾向ー36年度の調査結果からー」『文研月報 4月号』日本放送出版協会，15－18頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1962）：「ラジオ・テレビ番組視聴調査の結果のあらましー37年7月の全国調査結果からー」『文研月報 11月号』日本放送出版協会，1－10頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1963）：「テレビの視聴率は府県によってどう異なるかー37年7月の調査結果からー」『文研月報 1月号』日本放送出版協会，28－35頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1963）：「ラジオ・テレビ番組視聴調査の結果のあらましー37年11－12月の全国調査結果からー」『文研月報 3/4月号』日本放送出版協会，1－8頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1963）：「ラジオのきかれ方とテレビのみられ方」『文研月報 3/4月号』日本放送出版協会，9－25頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1963）：「放送研究史の方向」『文研月報 7月号』日本放送出版協会，1－3頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1963）：「テレビをみる理由」『文研月報 10月号』日本放送出版協会，5－19頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1963）：「38年度夏の聴視率調査の結果から」『文研月報 11月号』日本放送出版協会，1－44頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1964）：「ゴールデン・アワーのテレビ番組の視聴状況」

- 『文研月報 1 月号』日本放送出版協会，13-23 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1964）：「ラジオ・テレビ指向と放送時間量との関係」『文研月報 2 月号』日本放送出版協会，26-33 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1964）：「ゴールデンアワーのテレビのダイヤルリーダー—38 年 6 月意向調査から（その 2）—」『文研月報 3 月号』日本放送出版協会，27-33 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1964）：「38 年度冬の聴視率調査の結果から 1 全国の調査結果について」『文研月報 4 月号』日本放送出版協会，15-25 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1964）：「38 年度冬の聴視率調査の結果から 2 関東地区の調査結果について」『文研月報 5 月号』日本放送出版協会，1-5 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1964）：「放送の社会的責任」『文研月報 8 月号』日本放送出版協会，1-10 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1965）：「39 年度冬の聴視率調査の結果から」『文研月報 3 月号』日本放送出版協会，1-14 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1965）：「生活にとけこんだテレビ」『文研月報 10 月号』日本放送出版協会，5-19 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1965）：「テレビはどのようにみられているか」『文研月報 11 月号』日本放送出版協会，2-17 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1965）：「夏のテレビ・ラジオ番組聴視率調査（続）」『文研月報 12 月号』日本放送出版協会，1-31 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1966）：「40 年度冬の聴視率調査の結果から」『文研月報 3 月号』日本放送出版協会，25-35 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1966）：「地域別にみた生活時間とテレビ視聴—国民生活時間調査から—」『文研月報 5 月号』日本放送出版協会，18-24 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1966）：「テレビをみることが出来る時間は何時ごろか」『文研月報 8 月号』日本放送出版協会，33-37 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1966）：「41 年度夏の聴視率調査」『文研月報 11 月号』日本放送出版協会，1-35 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1966）：「夏のテレビ・ラジオ番組聴視率調査（続）」『文研月報 12 月号』日本放送出版協会，1-36 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1967）：「41 年度冬の聴視率調査」『文研月報 3 月号』日本放送出版協会，11-20 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1967）：「人びとはテレビ・ラジオをどのようにみききしているか—42 年 6 月聴視率調査から—」『文研月報 12 月号』日本放送出版協会，1-16 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1968）：「放送とはなにか」『文研月報 1 月号』日本放送出版協会，1-13 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1968）：「42 年 11 月全国聴視率ならびに意向調査の結果から」『文研月報 3 月号』日本放送出版協会，1-35 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1968）：「カラーテレビ視聴者の現況—43 年 5 月全国カ

- ラーテレビ視聴状況調査の結果からー」『文研月報 10 月号』日本放送出版協会，13
ー21 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1968）：「テレビ・ラジオ聴視の現況と変化ー43 年 7 月
全国聴視率調査の結果からー」『文研月報 12 月号』日本放送出版協会，1ー16 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1969）：「冬のテレビ視聴ー43 年 12 月全国聴視率調査の
結果からー」『文研月報 4 月号』日本放送出版協会，58ー69 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1969）：「カラーテレビ世帯におけるテレビ視聴」『文研
月報 10 月号』日本放送出版協会，1ー13 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1969）：「テレビ・ラジオ聴視の概況ー44 年 7 月全国聴
視率調査の結果からー」『文研月報 11 月号』日本放送出版協会，1ー14 頁。
結果からー」『文研月報 4 月号』日本放送出版協会，58ー69 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1970）：「調査結果からみたテレビの問題点ーこれから
の放送を考えるためにー」『文研月報 2 月号』日本放送出版協会，25ー39 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1970）：「冬のテレビ・ラジオ聴視状況ー44 年 11 月全国
聴視率調査の結果からー」『文研月報 3 月号』日本放送出版協会，13ー23 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1970）：「どんなテレビ番組が好まれているかー現状と
変容ー」『文研月報 5 月号』日本放送出版協会，1ー19 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1970）：「夏のテレビ・ラジオ聴視状況＝45 年 6 月全国
聴視率調査の結果から＝」『文研月報 11 月号』日本放送出版協会，1ー13 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1971）：「冬のテレビ・ラジオ聴視状況 45 年 11 月全国
聴視率調査の結果から」『文研月報 3 月号』日本放送出版協会，13ー23 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1971）：「マスコミ倫理の諸問題」『文研月報 5 月号』日
本放送出版協会，46ー53 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1971）：「日本人の生活行動とマスメディア」『文研月報
7 月号』日本放送出版協会，1ー28 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1971）：「最近の聴視状況を分析する」『文研月報 11 月
号』日本放送出版協会，1ー33 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1972）：「情報接触の実態からみた報道機能」『文研月報
2 月号』日本放送出版協会，11ー28 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1972）：「テレビ・ラジオ聴視の概況《46 年 11 月全国聴
視率調査の結果から》」『文研月報 3 月号』日本放送出版協会，1ー14 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1972）：「青少年の意識とテレビ視聴態度」『文研月報 4
月号』日本放送出版協会，1ー28 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1972）：「余暇とマス・メディア 余暇と日本の一つの
断面」『文研月報 5 月号』日本放送出版協会，36ー44 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1972）：「余暇行動の分類をめぐって」『文研月報 7 月号』
日本放送出版協会，13ー23 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1972）：「番組選択と嗜好」『文研月報 9 月号』日本放送
出版協会，1ー12 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1972）：「テレビ・ラジオ聴視の状況 《47 年 6 月全国

- 聴視率調査の結果から》『文研月報 11 月号』日本放送出版協会，1-20 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1972）：「世代と関心＝関心領域調査結果から＝」『文研月報 12 月号』日本放送出版協会，44-55 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1973）：「テレビ・ラジオ聴視の状況 《47 年 10 月全国聴視率調査の結果から》」『文研月報 3 月号』日本放送出版協会，1-14 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1973）：「最近におけるテレビ視聴の傾向」『文研月報 6 月号』日本放送出版協会，1-11 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1973）：「情報欲求の実態と構造」『文研月報 7 月号』日本放送出版協会，10-38 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1973）：「番組種目から見た視聴のタイプ」『文研月報 7 月号』日本放送出版協会，39-45 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1973）：「テレビ研究の 20 年－日本新聞学会シンポジウムに出席して－」『文研月報 8 月号』日本放送出版協会，1-4 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1973）：「日本人による日本のイメージ」『文研月報 8 月号』日本放送出版協会，5-17 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1973）：「人々はどのようにして番組を選ぶか」『文研月報 9 月号』日本放送出版協会，31-45 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1973）：「テレビ・ラジオ聴視の状況 《48 年 6 月全国聴視率調査の結果から》」『文研月報 11 月号』日本放送出版協会，1-14 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1974）：「放送の将来（1）」『文研月報 2 月号』日本放送出版協会，11-15 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1974）：「テレビ・ラジオ聴視の状況 《48 年 11 月全国聴視率調査の結果から》」『文研月報 3 月号』日本放送出版協会，1-13 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1974）：「放送の将来《その検討作業のための覚え書き（1）》」『文研月報 3 月号』日本放送出版協会，39-43 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1974）：「日本人の生活時間の変遷」『文研月報 5 月号』日本放送出版協会，1-8 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1974）：「マスコミュニケーション・テレビジョン・人間」『文研月報 6 月号』日本放送出版協会，39-47 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1974）：「日本人の余暇生活の場（1）」『文研月報 9 月号』日本放送出版協会，10-19 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1974）：「テレビ・ラジオ聴視の現況とこどものテレビ視聴《49 年 5 月全国聴視率調査の結果を中心に》」『文研月報 10 月号』日本放送出版協会，1-13 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1974）：「テレビ番組の嗜好と属性」『文研月報 10 月号』日本放送出版協会，14-26 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1974）：「日本人の余暇生活の場（2）」『文研月報 10 月号』日本放送出版協会，37-46 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1974）：「今日のテレビー視聴者の意識を中心に－」『文研月報 12 月号』日本放送出版協会，10-21 頁。

- NHK 総合放送文化研究所編 (1975) : 「テレビ・ラジオ聴視の現況と関東・近畿におけるテレビ視聴《49年11月全国聴視率調査の結果を中心に》」『文研月報3月号』日本放送出版協会, 1-17頁。
- NHK 総合放送文化研究所編 (1975) : 「年表 世界の放送50年のあゆみ」『文研月報3月号』日本放送出版協会, 35-49頁。
- NHK 総合放送文化研究所編 (1975) : 「夜のテレビ娯楽の現況」『文研月報5月号』日本放送出版協会, 11-20頁。
- NHK 総合放送文化研究所編 (1975) : 「テレビラジオ視聴態様—娯楽番組意向調査より—」『文研月報7月号』日本放送出版協会, 1-8頁。
- NHK 総合放送文化研究所編 (1975) : 「テレビ視聴に関する諸要因とその将来変化」『文研月報8月号』日本放送出版協会, 21-35頁。
- NHK 総合放送文化研究所編 (1975) : 「テレビ・ラジオ聴視の現況—50年6月全国聴視率調査の結果を中心に—」『文研月報9月号』日本放送出版協会, 1-10頁。
- NHK 総合放送文化研究所編 (1975) : 「テレビドラマの描く女性像」『文研月報10月号』日本放送出版協会, 10-29頁。
- NHK 総合放送文化研究所編 (1976) : 「時刻別に見た人々の生活行動」『文研月報2月号』日本放送出版協会, 7-15頁。
- NHK 総合放送文化研究所編 (1976) : 「テレビ・ラジオ聴視の現況—50年11月全国聴視率調査の結果を中心に—」『文研月報3月号』日本放送出版協会, 1-10頁。
- NHK 総合放送文化研究所編 (1976) : 「日本人の生活時間の現況と変化“昭和50年国民生活時間調査報告”」『文研月報8月号』日本放送出版協会, 1-12頁。
- NHK 総合放送文化研究所編 (1976) : 「テレビ娯楽の受けとめ方〈ケーススタディの結果から〉」『文研月報8月号』日本放送出版協会, 28-37頁。
- NHK 総合放送文化研究所編 (1976) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況—51年6月全国聴視率調査の結果を中心に—」『文研月報9月号』日本放送出版協会, 1-10頁。
- NHK 総合放送文化研究所編 (1976) : 「テレビドラマと女性(その1)」『文研月報9月号』日本放送出版協会, 23-37頁。
- NHK 総合放送文化研究所編 (1976) : 「テレビドラマと女性(その2)」『文研月報12月号』日本放送出版協会, 11-25頁。
- NHK 総合放送文化研究所編 (1977) : 「テレビ娯楽の受けとめ方Ⅱ〈夢と夢の結晶としてのテレビ・ドラマ〉」『文研月報1月号』日本放送出版協会, 48-55頁。
- NHK 総合放送文化研究所編 (1977) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況—51年11月全国聴視率調査の結果を中心に—」『文研月報3月号』日本放送出版協会, 1-10頁。
- NHK 総合放送文化研究所編 (1977) : 「昭和40年代のマスコミ(1)メディアの特質と普及」『文研月報6月号』日本放送出版協会, 1-18頁。
- NHK 総合放送文化研究所編 (1977) : 「昭和40年代のマスコミ(2)マスコミ内容の変化」『文研月報7月号』日本放送出版協会, 11-26頁。
- NHK 総合放送文化研究所編 (1977) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況—52年6月全国聴視率調査の結果を中心に—」『文研月報9月号』日本放送出版協会, 1-10頁。
- NHK 総合放送文化研究所編 (1978) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況—52年11月全国聴

- 視率調査の結果を中心にー」『文研月報 3月号』日本放送出版協会，1-10頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1978）：「日本人のテレビ観—国民世論調査の結果からー」『文研月報 5月号』日本放送出版協会，1-13頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1978）：「テレビ・ラジオ視聴の現況—53年6月全国聴視率調査の結果を中心にー」『文研月報 10月号』日本放送出版協会，1-10頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1978）：「個人視聴率と世帯視聴率の関係—NHK調査とビデオ・リサーチ調査—」『文研月報 10月号』日本放送出版協会，11-21頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1978）：「放送番組のテンポをどのように考えるか」『文研月報 12月号』日本放送出版協会，1-11頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1978）：「テレビ・ラジオ視聴の現況—53年11月全国聴視率調査の結果を中心にー」『文研月報 10月号』日本放送出版協会，1-10頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1979）：「家族とテレビⅠ」『文研月報 7月号』日本放送出版協会，1-10頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1979）：「家族とテレビⅡ」『文研月報 7月号』日本放送出版協会，1-9頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1979）：「テレビ・ラジオ視聴の現況—54年6月全国聴視率調査の結果を中心にー」『文研月報 10月号』日本放送出版協会，1-10頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1979）：「テレビ番組への嗜好と日常の関心」『文研月報 11月号』日本放送出版協会，11-25頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1980）：「テレビ・ラジオ視聴の現況—54年11月全国聴視率調査の結果を中心にー」『文研月報 3月号』日本放送出版協会，22-31頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1980）：「日本人とテレビ（1）「調査のあらまし」と「年齢別にみた視聴の特徴」」『文研月報 5月号』日本放送出版協会，1-21頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1980）：「“ニューメディア”と放送」『文研月報 5月号』日本放送出版協会，22-27頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1980）：「日本人とテレビ（2）テレビ視聴に介在する要因を中心に」『文研月報 8月号』日本放送出版協会，27-42頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1980）：「日本人とテレビ（3）視聴者としての日本人」『文研月報 9月号』日本放送出版協会，27-33頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1980）：「テレビ・ラジオ視聴の現況—55年6月全国聴視率調査からー」『文研月報 10月号』日本放送出版協会，1-13頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1980）：「テレビ番組の継続的視聴—54年3月，6月，11月パネル調査の結果からー」『文研月報 11月号』日本放送出版協会，9-16頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1980）：「慣習的行動と日常生活」『文研月報 11月号』日本放送出版協会，17-26頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1980）：「日本人とテレビ（4）視聴者としての日本人（その2）」『文研月報 12月号』日本放送出版協会，45-56頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1981）：「テレビ・ラジオ視聴の現況—55年11月全国聴視率調査からー」『文研月報 3月号』日本放送出版協会，1-13頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1981）：「地域生活とローカル放送（1）」『文研月報 3月

- 号』日本放送出版協会，14-25 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1981）：「地域生活とローカル放送（2）」『文研月報 4 月号』日本放送出版協会，30-42 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1981）：「地域生活とローカル放送（3）」『文研月報 5 月号』日本放送出版協会，37-48 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1981）：「日本人とテレビ（5）テレビ視聴の構造（その1）」『文研月報 7 月号』日本放送出版協会，1-20 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1981）：「番組選択を規定する視聴者特性-1-福井県調査の結果から-」『文研月報 8 月号』日本放送出版協会，1-12 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1981）：「日本人とテレビ（6）テレビ視聴の構造（その2）」『文研月報 8 月号』日本放送出版協会，13-27 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1981）「知覚から想像へ-テレビドラマの視聴者モデル論への試み-」『文研月報 9 月号』日本放送出版協会，14-32 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1981）：「テレビ・ラジオ視聴の現況-56 年 6 月全国聴視率調査から-」『文研月報 10 月号』日本放送出版協会，1-12 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1981）：「番組選択を規定する視聴者特性-2-福井県調査の結果から-」『文研月報 10 月号』日本放送出版協会，13-32 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1981）：「番組選択を規定する視聴者特性-3-福井県調査の結果から-」『文研月報 12 月号』日本放送出版協会，6-11 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1982）：「ニューメディア，放送，社会，そして人間」『文研月報 1 月号』日本放送出版協会，25-30 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1982）：「テレビドラマの現在-創造と受容のはざままで……」『文研月報 1 月号』日本放送出版協会，31-45 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1982）：「テレビ・ラジオ視聴の現況-全国聴視率調査から-」『文研月報 3 月号』日本放送出版協会，1-12 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1982）：「変わってきたテレビ視聴-最近 10 年間の調査結果から-」『文研月報 7 月号』日本放送出版協会，24-33 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1982）：「テレビ・ラジオ視聴の現況-57 年 6 月全国聴視率調査から-」『文研月報 9 月号』日本放送出版協会，14-22 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1982）：「「テレビ視聴理論」体系化への試み」『文研月報 9 月号』日本放送出版協会，23-30 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1982）：「ゴールデンアワー番組の視聴者タイプ-1」『文研月報 10 月号』日本放送出版協会，26-37 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1982）：「受け手のメディア・ミックスの実態（1）-テレビ・ラジオ・新聞・雑誌の接触状況から-」『文研月報 11 月号』日本放送出版協会，11-22 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1982）：「「テレビ視聴理論」体系化への試み（2）視聴者の「主体性」はどうとらえられたか」『文研月報 11 月号』日本放送出版協会，23-30 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1982）：「ゴールデンアワー番組の視聴者タイプ-2」『文

- 研月報 12 月号』日本放送出版協会，29－40 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1983）：「テレビの過去・現在・そして未来へ」『文研月報 1 月号』日本放送出版協会，1－2 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1983）：「これまでのテレビ，これからのテレビ」『文研月報 1 月号』日本放送出版協会，3－9 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1983）：「図表 テレビ 30 年」『文研月報 1 月号』日本放送出版協会，10－13 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1983）：「テレビドラマ前史－幻のテレビオリンピック－」『文研月報 1 月号』日本放送出版協会，14－21 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1983）：「「テレビ視聴理論」体系化への試み（3）「子どもとテレビを中心に」」『文研月報 1 月号』日本放送出版協会，32－37 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1983）：「受け手のメディア・ミックスの実態（2）－テレビ・ラジオ・新聞・雑誌の接触状況から－」『文研月報 1 月号』日本放送出版協会，38－49 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1983）：「テレビと社会－テレビの基本的民主化作用－」『文研月報 2 月号』日本放送出版協会，1－8 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1983）：「テレビ・ラジオ視聴の現況－昭和 57 年 11 月全国聴視率調査の結果から－」『文研月報 2 月号』日本放送出版協会，25－34 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1983）：「ゴールデンアワー番組の視聴者タイプ－3」『文研月報 2 月号』日本放送出版協会，34－46 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1982）：「人びとは，テレビをどう見ているか－「テレビ 30 年」調査から－」『文研月報 3 月号』日本放送出版協会，1－10 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1983）：「受け手のメディア・ミックスの実態（3）－テレビ・ラジオ・新聞・雑誌の接触状況から－」『文研月報 3 月号』日本放送出版協会，38－49 頁。
- NHK 総合放送文化研究所編（1983）：「「テレビ視聴理論」体系化への試み（4）「並行期」における理論研究を中心に」『文研月報 1 月号』日本放送出版協会，32－37 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1983）：「テレビドラマの 30 年」『放送研究と調査 6 月号』日本放送出版協会，2－21 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1983）：「地域积淀における放送の役割」『放送研究と調査 8 月号』日本放送出版協会，2－37 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1983）：「テレビ・ラジオ視聴の現況－58 年 6 月全国聴視率調査の結果から－」『放送研究と調査 9 月号』日本放送出版協会，12－21 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1983）：「子どもたちは「おしん」をどう受けとったか」『放送研究と調査 10 月号』日本放送出版協会，14－19 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1983）：「テレビ調査の領域と問題点（1）－テレビに対する態度について－」『放送研究と調査 10 月号』日本放送出版協会，8－15 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1983）：「テレビ調査の領域と問題点（2）－テレビに対する態度について－」『放送研究と調査 11 月号』日本放送出版協会，26－33 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1983）：「日本アニメのヒーローたち－テレビ番組の国際化

- を考えるー」『放送研究と調査 12 月号』日本放送出版協会，2-21 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1983）：「おしんブームを探るー「おしんと日本人」調査からー」『放送研究と調査 12 月号』日本放送出版協会，21-28 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1983）：「テレビ調査の領域と問題点（3）ーテレビに対する態度についてー」『放送研究と調査 11 月号』日本放送出版協会，29-37 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1983）：「テレビ 30 年にみる「家族・テレビ」ーホームドラマを中心に」『放送研究と調査 12 月号』日本放送出版協会，44-53 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1984）：「テレビドラマ，その原点ー次代への証言ー」『放送研究と調査 2 月号』日本放送出版協会，18-34 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1984）：「テレビ・ラジオ視聴の現況ー58 年 11 月全国聴視率調査の結果からー」『放送研究と調査 2 月号』日本放送出版協会，42-51 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1984）：「テレビ視聴の記号学的考察ー受け手から読みとり手へー」『放送研究と調査 5 月号』日本放送出版協会，43-49 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1984）：「女性の生活とテレビー“テレビ離れ”の背景を探るー」『放送研究と調査 7 月号』日本放送出版協会，2-25 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1984）：「テレビ育ちのおとなたちは〈テレビ〉に何を求めているか「テレビ娯楽調査」の結果からその 1」『放送研究と調査 8 月号』日本放送出版協会，2-19 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1984）：「テレビ・ラジオ視聴の現況ー昭和 59 年 6 月全国聴視率調査の結果からー」『放送研究と調査 9 月号』日本放送出版協会，19-28 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1984）：「テレビ育ちのおとなたちは〈テレビ〉に何を求めているか「テレビ娯楽調査」の結果から〈その 2〉」『放送研究と調査 9 月号』日本放送出版協会，29-44 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1984）：「春から夏にかけての視聴の変化ー視聴率連続調査からー」『放送研究と調査 10 月号』日本放送出版協会，26-33 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1985）：「テレビ・ラジオ視聴の現況ー昭和 59 年 11 月全国聴視率調査の結果からー」『放送研究と調査 2 月号』日本放送出版協会，24-33 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1985）：「テレビドラマにみる今日の家族像」『放送研究と調査 3 月号』日本放送出版協会，2-21 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1985）：「放送の 60 年ーラジオからニューメディアまでー」『放送研究と調査 3 月号』日本放送出版協会，46-55 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1985）：「日本人とテレビ・1985」『放送研究と調査 8 月号』日本放送出版協会，2-17 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1985）：「春の番組改定と視聴状況」『放送研究と調査 8 月号』日本放送出版協会，36-45 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1985）：「今，テレビドラマは何を描いているか（1）」『放送研究と調査 9 月号』日本放送出版協会，2-11 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1985）：「テレビ・ラジオ視聴の現況ー昭和 60 年 6 月全国聴視率調査の結果からー」『放送研究と調査 9 月号』日本放送出版協会，22-31 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1985）：「マスコミ内容の変化昭和五〇年代の動向」『放送研

- 究と調査 9月号』日本放送出版協会，33-45頁。
- NHK 放送文化研究所編（1985）：「テレビ視聴をどうとらえるか」『放送研究と調査 9月号』日本放送出版協会，46-51頁。
- NHK 放送文化研究所編（1985）：「今，テレビドラマは何を描いているか（2）登場人物の特性について」『放送研究と調査 10月号』日本放送出版協会，26-37頁。
- NHK 放送文化研究所編（1985）：「今日の映像文化とビデオライブラリー」『放送研究と調査 11月号』日本放送出版協会，14-29頁。
- NHK 放送文化研究所編（1985）：「今，テレビドラマは何を描いているか（3）家族の描き方について」『放送研究と調査 11月号』日本放送出版協会，30-45頁。
- NHK 放送文化研究所編（1986）：「テレビ・ラジオ視聴の現況－昭和 60 年 11 月全国聴視率調査の結果から－」『放送研究と調査 3月号』日本放送出版協会，22-31頁。
- NHK 放送文化研究所編（1986）：「春の番組改定と視聴状況」『放送研究と調査 8月号』日本放送出版協会，36-43頁。
- NHK 放送文化研究所編（1986）：「テレビ・ラジオ視聴の現況－昭和 61 年 6 月全国聴視率調査の結果から－」『放送研究と調査 9月号』日本放送出版協会，30-39頁。
- NHK 放送文化研究所編（1986）：「テレビ視聴者の変化と現在」『放送研究と調査 11月号』日本放送出版協会，46-53頁。
- NHK 放送文化研究所編（1986）：「秋の番組改定と視聴状況」『放送研究と調査 12月号』日本放送出版協会，33-37頁。
- NHK 放送文化研究所編（1986）：「過去は未来に光を投げる－国際ビデオライブラリーフォーラムから－」『放送研究と調査 12月号』日本放送出版協会，38-45頁。
- NHK 放送文化研究所編（1987）：「アニメと子ども」『放送研究と調査 1月号』日本放送出版協会，41-45頁。
- NHK 放送文化研究所編（1987）：「テレビ・ラジオ視聴の現況－昭和 61 年 11 月全国聴視率調査の結果から－」『放送研究と調査 3月号』日本放送出版協会，38-47頁。
- NHK 放送文化研究所編（1987）：「見られない番組をビデオで－全国ホームビデオ利用実態調査から」『放送研究と調査 4月号』日本放送出版協会，46-51頁。
- NHK 放送文化研究所編（1987）：「春の番組改定と視聴状況」『放送研究と調査 6月号』日本放送出版協会，27-31頁。
- NHK 放送文化研究所編（1987）：「ホームドラマと高度成長〈テレビドラマの時代史的考察〉」『放送研究と調査 9月号』日本放送出版協会，23-39頁。
- NHK 放送文化研究所編（1987）：「テレビ・ラジオ視聴の現況－昭和 62 年 6 月全国聴視率調査の結果から－」『放送研究と調査 9月号』日本放送出版協会，40-49頁。
- NHK 放送文化研究所編（1987）：「視聴率ベストテン番組・この 10 年」『放送研究と調査 11月号』日本放送出版協会，36-41頁。
- NHK 放送文化研究所編（1987）：「秋の番組改定と視聴状況」『放送研究と調査 12月号』日本放送出版協会，20-24頁。
- NHK 放送文化研究所編（1988）：「テレビ・ラジオ視聴の現況－昭和 62 年 11 月全国聴視率調査の結果から－」『放送研究と調査 3月号』日本放送出版協会，2-11頁。
- NHK 放送文化研究所編（1988）：「視聴者意識に新しいきざし」『放送研究と調査 6月

- 号』日本放送出版協会，2－13頁。
- NHK 放送文化研究所編（1988）：「番組改定とテレビ視聴状況」『放送研究と調査 7月号』日本放送出版協会，40－45頁。
- NHK 放送文化研究所編（1988）：「テレビ・ラジオ視聴の現況－昭和 63年 6月全国聴視率調査の結果から－」『放送研究と調査 9月号』日本放送出版協会，2－11頁。
- NHK 放送文化研究所編（1989）：「番組改定と視聴状況」『放送研究と調査 1月号』日本放送出版協会，26－31頁。
- NHK 放送文化研究所編（1989）：「テレビ・ラジオ視聴の現況－昭和 63年 11月全国聴視率調査の結果から－」『放送研究と調査 2月号』日本放送出版協会，42－51頁。
- NHK 放送文化研究所編（1988）：「ホームビデオはどう使われているか－全国ホームビデオ調査から－」『放送研究と調査 9月号』日本放送出版協会，30－35頁。
- NHK 放送文化研究所編（1989）：「春の番組改定と視聴状況」『放送研究と調査 7月号』日本放送出版協会，2－7頁。
- NHK 放送文化研究所編（1989）：「テレビ・ラジオ視聴の現況－平成元年 6月全国聴視率調査の結果から－」『放送研究と調査 10月号』日本放送出版協会，14－23頁。
- NHK 放送文化研究所編（1989）：「衛星放送の視聴状況と視聴感想」『放送研究と調査 11月号』日本放送出版協会，10－19頁。
- NHK 放送文化研究所編（1990）：「番組改定と視聴状況」『放送研究と調査 1月号』日本放送出版協会，2－7頁。
- NHK 放送文化研究所編（1990）：「テレビ・ラジオ視聴の現況－平成元年 11月全国聴視率調査の結果から－」『放送研究と調査 2月号』日本放送出版協会，2－11頁。
- NHK 放送文化研究所編（1990）：「地域活性化時代の住民と放送」『放送研究と調査 3月月号』日本放送出版協会，12－18頁。
- NHK 放送文化研究所編（1990）：「すすむホームビデオの利用」『放送研究と調査 4月号』日本放送出版協会，20－33頁。
- NHK 放送文化研究所編（1990）：「衛星放送の視聴状況－平成 2年 2月衛星放送受信契約世帯視聴率調査から－」『放送研究と調査 6月号』日本放送出版協会，10－15頁。
- NHK 放送文化研究所編（1990）：「変わる日本人の意識」『放送研究と調査 6月号』日本放送出版協会，16－27頁。
- NHK 放送文化研究所編（1990）：「春の番組改定と視聴状況」『放送研究と調査 7月号』日本放送出版協会，14－17頁。
- NHK 放送文化研究所編（1990）：「日本人とテレビ・1990（1）」『放送研究と調査 8月号』日本放送出版協会，14－17頁。
- NHK 放送文化研究所編（1990）：「テレビ・ラジオ視聴の現況－平成 2年 6月全国聴視率調査の結果から－」『放送研究と調査 9月号』日本放送出版協会，2－11頁。
- NHK 放送文化研究所編（1990）：「日本人とテレビ・1990（2）」『放送研究と調査 9月号』日本放送出版協会，12－19頁。
- NHK 放送文化研究所編（1990）：「衛星放送の視聴状況－平成 2年 6月衛星放送受信契約世帯視聴率調査から－」『放送研究と調査 10月号』日本放送出版協会，16－19頁。

- 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1991):「秋の番組改定と視聴状況」『放送研究と調査 1月号』日本放送出版協会, 20-23 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1991):「テレビ・ラジオ視聴の現況—平成2年11月全国聴視率調査の結果から—」『放送研究と調査 2月号』日本放送出版協会, 2-11 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1991):「衛星放送の視聴状況—平成2年11月衛星放送受信契約世帯視聴率調査から—」『放送研究と調査 3月号』日本放送出版協会, 16-19 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1991):「ホームビデオの使用実態と変化—全国ホームビデオ'90から—」『放送研究と調査 10月号』日本放送出版協会, 16-21 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1991):「日本人の生活時間—1990年度「国民生活時間調査」—」『放送研究と調査 5月号』日本放送出版協会, 2-17 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1991):「データにみる 80年代のテレビ視聴動向 (その1) テレビ視聴の変化」『放送研究と調査 6月号』日本放送出版協会, 58-67 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1991):「秋の番組改定と視聴状況」『放送研究と調査 7月号』日本放送出版協会, 22-25 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1991):「データにみる 80年代のテレビ視聴動向 (その2) 視聴動向の特徴」『放送研究と調査 8月号』日本放送出版協会, 48-60 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1991):「テレビ・ラジオ視聴の現況—平成2年11月全国聴視率調査の結果から—」『放送研究と調査 9月号』日本放送出版協会, 2-11 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1992):「秋の番組改定と視聴状況」『放送研究と調査 1月号』日本放送出版協会, 40-43 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1992):「テレビ・ラジオ視聴の現況—平成3年11月全国聴視率調査の結果から—」『放送研究と調査 3月号』日本放送出版協会, 2-11 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1992):「アニメはどう変わったか」『放送研究と調査 3月号』日本放送出版協会, 50-53 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1992):「衛星放送はどのように見られているか—平成3年11月衛星放送受信契約世帯視聴率調査から—」『放送研究と調査 4月号』日本放送出版協会, 18-23 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1992):「多チャンネル時代のテレビ視聴—国際シンポジウム「21世紀のテレビ視聴」から—」『放送研究と調査 6月号』日本放送出版協会, 2-18 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1992):「春の番組改定と視聴状況—平成4年4月関東地区視聴率調査から—」『放送研究と調査 7月号』日本放送出版協会, 14-17 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1992):「睡眠時間減少の意味するもの—1990年国民生活時間調査から—」『放送研究と調査 7月号』日本放送出版協会, 30-37 頁
- NHK 放送文化研究所編 (1992):「テレビ・ラジオ視聴の現況—平成4年6月全国聴視率調査の結果から—」『放送研究と調査 9月号』日本放送出版協会, 38-47 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1992):「テレビ・ラジオ視聴の現況—平成4年6月全国聴視率調査の結果から—」『放送研究と調査 10月号』日本放送出版協会, 22-27 頁。

- NHK 放送文化研究所編（1992）：「データで見る NHK テレビニュースー23 年間のニュース項目を分析してー」『放送研究と調査 12 月号』日本放送出版協会，34ー47 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1993）：「秋の番組改定と視聴状況」『放送研究と調査 1 月号』日本放送出版協会，28ー31 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1993）：「今，人びとはテレビをどのように視聴・評価・期待しているか」『放送研究と調査 2 月号』日本放送出版協会，4ー13 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1993）：「テレビ編成 40 年の軌跡」『放送研究と調査 2 月号』日本放送出版協会，4ー13 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1993）：「テレビ・ラジオ視聴の現況ー平成 4 年 11 月全国聴視率調査の結果からー」『放送研究と調査 2 月号』日本放送出版協会，36ー45 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1993）：「衛星放送はどのように見られているかー平成 4 年 11 月衛星放送世帯内個人視聴率調査からー」『放送研究と調査 3 月号』日本放送出版協会，40ー45 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1993）：「いまなぜ“20 世紀放送史”なのか」『放送研究と調査 4 月号』日本放送出版協会，2ー3 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1993）：「『ひらり』はどう見られたか」『放送研究と調査 5 月号』日本放送出版協会，38ー39 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1993）：「テレビはどこへ行こうとしているのか」『放送研究と調査 6 月号』日本放送出版協会，2ー23 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1993）：「春の番組改定とテレビ視聴状況ー平成 5 年 4 月関東個人視聴率調査からー」『放送研究と調査 7 月号』日本放送出版協会，30ー33 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1993）：「若者がテレビに求めるもの」『放送研究と調査 7 月号』日本放送出版協会，44ー51 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1993）：「街頭テレビがつくったテレビブーム」『放送研究と調査 8 月号』日本放送出版協会，50ー51 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1993）：「“休日”が変える曜日のイメージと生活」『放送研究と調査 9 月号』日本放送出版協会，52ー57 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1993）：「国民のテレビ・ラジオ視聴ー平成 5 年 6 月全国個人視聴率調査からー」『放送研究と調査 10 月号』日本放送出版協会，29ー38 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1993）：「BS 契約者の衛星放送視聴ー平成 5 年 6 月衛星放送世帯内個人視聴率調査からー」『放送研究と調査 10 月号』日本放送出版協会，39ー42 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1993）：「秋の番組改定とテレビ視聴状況ー平成 5 年 10 月関東個人視聴率調査からー」『放送研究と調査 7 月号』日本放送出版協会，18ー21 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1994）：「多チャンネル化と「放送」の分化」『放送研究と調査 2 月号』日本放送出版協会，24ー39 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1994）：「放送用 VTR の発展」『放送研究と調査 2 月号』日本放送出版協会，54ー55 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1994）：「国民のテレビ・ラジオ視聴ー平成 5 年 11 月全国個人視聴率調査からー」『放送研究と調査 3 月号』日本放送出版協会，26ー35 頁。

- NHK 放送文化研究所編 (1994) : 「BS 契約者の衛星視聴ー’93 年 11 月衛星放送世帯内個人視聴率調査からー」『放送研究と調査 4 月号』日本放送出版協会, 44-49 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1994) : 「秋の番組改定とテレビ視聴状況ー平成 6 年 4 月関東個人視聴率調査からー」『放送研究と調査 7 月号』日本放送出版協会, 46-49 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1994) : 「放送の調査も 70 年ー放送開始直後から調査は始まったー」『放送研究と調査 7 月号』日本放送出版協会, 58-59 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1994) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況ー平成 6 年 6 月全国個人視聴率調査からー」『放送研究と調査 9 月号』日本放送出版協会, 24-34 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1994) : 「テレビは家庭の会話を助けるか?ー第 8 回現代人の言語環境調査「家庭のコミュニケーションとテレビ」ー」『放送研究と調査 11 月号』日本放送出版協会, 18-25, 60-63 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1994) : 「CS はなにを放送しているのか」『放送研究と調査 12 月号』日本放送出版協会, 2-25 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1995) : 「秋の番組改定とテレビ視聴状況ー平成 6 年 10 月関東個人視聴率調査からー」『放送研究と調査 1 月号』日本放送出版協会, 24-27 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1995) : 「テレビ時代の幕開けー“遠くのものを見る”その夢が現実にー」『放送研究と調査 3 月号』日本放送出版協会, 30-31 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1995) : 「国民のテレビ・ラジオ視聴の現況ー平成 6 年 11 月全国個人視聴率調査からー」『放送研究と調査 9 月号』日本放送出版協会, 32-43 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1995) : 「トレンドィ・ドラマとデジタル世代ー「若者とテレビドラマ」調査からー」『放送研究と調査 6 月号』日本放送出版協会, 14-21 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1995) : 「日本人とテレビ・1995ーその 1 テレビ視聴の現況ー」『放送研究と調査 7 月号』日本放送出版協会, 2-13, 56-69 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1995) : 「春の番組改定とテレビ視聴状況ー平成 7 年 4 月関東個人視聴率調査からー」『放送研究と調査 7 月号』日本放送出版協会, 2-13 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1995) : 「日本人とテレビ・1995ーその 2 テレビ視聴とその背景ー」『放送研究と調査 7 月号』日本放送出版協会, 2-15 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1995) : 「国民のテレビ・ラジオ視聴の現況ー平成 7 年 6 月全国個人視聴率調査からー」『放送研究と調査 9 月号』日本放送出版協会, 2-13 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1995) : 「新しい方式による NHK 国民生活時間調査について」『放送研究と調査 10 月号』日本放送出版協会, 32-37 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1996) : 「秋の番組改定とテレビ視聴状況ー平成 7 年 10 月関東個人視聴率調査からー」『放送研究と調査 1 月号』日本放送出版協会, 32-34 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1996) : 「「鉄腕アトム」, 国産テレビアニメ誕生」『放送研究と調査 1 月号』日本放送出版協会, 52-53 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1996) : 「日本人の生活時間・1995 年ー新方式調査の結果からー」『放送研究と調査 3 月号』日本放送出版協会, 30-45 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1996) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況ー平成 7 年 11 月全国個人視聴率調査からー」『放送研究と調査 3 月号』日本放送出版協会, 46-56 頁。

- NHK 放送文化研究所編 (1996) : 「“一億総白痴化” —テレビ功罪論のはしり—」『放送研究と調査 4月号』日本放送出版協会, 52—53 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1996) : 「春の番組改定とテレビ視聴状況—平成 8 年 4 月関東個人視聴率調査から—」『放送研究と調査 7月号』日本放送出版協会, 20—24 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1996) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況—平成 8 年 6 月全国個人視聴率調査から—」『放送研究と調査 9月号』日本放送出版協会, 40—51 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1996) : 「増える「超現実的」アニメ—アニメ番組の内容の変化—」『放送研究と調査 12月号』日本放送出版協会, 48—53 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1996) : 「テレビ時代に生き残りをかけたラジオ番組」『放送研究と調査 12月号』日本放送出版協会, 56—57 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1997) : 「テレビはどこへゆくのか?」—マルチメディア型テレビの開發現状と展望—」『放送研究と調査 1月号』日本放送出版協会, 2—25 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1997) : 「娯楽時代劇から歴史ドラマへ—「大河ドラマ」の誕生—」『放送研究と調査 1月号』日本放送出版協会, 58—59 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1997) : 「生活時間の曜日別比較分析」『放送研究と調査 2月号』日本放送出版協会, 50—55 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1997) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況—平成 8 年 11 月全国個人視聴率調査から—」『放送研究と調査 3月号』日本放送出版協会, 18—27 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1997) : 「生活時間調査にみる「ながら」行動の分析—テレビの「ながら」視聴の現況と変化—」『放送研究と調査 4月号』日本放送出版協会, 54—59 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1997) : 「ハイビジョン—感動の見えるテレビを作る—」『放送研究と調査 9月号』日本放送出版協会, 40—51 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1997) : 「春の番組改定とテレビ視聴状況—平成 9 年 4 月関東個人視聴率調査から—」『放送研究と調査 7月号』日本放送出版協会, 52—55 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1997) : 「『テレビ世代』の現在 I 人びとの情報行動—「テレビと情報行動」調査から—」『放送研究と調査 9月号』日本放送出版協会, 2—19 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1997) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況—平成 9 年 6 月全国個人視聴率調査から—」『放送研究と調査 9月号』日本放送出版協会, 30—39 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1997) : 「メディアが起こした地震津波デマ騒ぎ」『放送研究と調査 9月号』日本放送出版協会, 54—55 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1997) : 「『テレビ世代』の現在 I 人びとの情報行動—「テレビと情報行動」調査から—」『放送研究と調査 10月号』日本放送出版協会, 42—51 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1997) : 「衛星放送の普及と視聴状況」『放送研究と調査 11月号』日本放送出版協会, 40—45 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1998) : 「マルチメディア型のテレビの開発と ISTV—PC か TV か。鍵を握る視聴者選択—」『放送研究と調査 1月号』日本放送出版協会, 2—33 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (1998) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況—平成 9 年 11 月全国個

- 人視聴率調査からー」『放送研究と調査 3 月号』日本放送出版協会，16－25 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1998）：「“つきあい”にも欠かせないテレビとテレビゲームー「小学生の生活とテレビ’97」調査からー」『放送研究と調査 4 月号』日本放送出版協会，2－19 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1998）：「激突したベータと VHSーホームビデオの発展ー」『放送研究と調査 4 月号』日本放送出版協会，2－19 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1998）：「デジタル時代・テレビはどこへ行くのか」『放送研究と調査 6 月号』日本放送出版協会，2－33 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1998）：「マルチメディアサービスの検証（1）インタラクティブ型テレビの行方」『放送研究と調査 7 月号』日本放送出版協会，8－17 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1998）：「ニューメディアの“星”衛星放送の開始」『放送研究と調査 4 月号』日本放送出版協会，58－59 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1998）：「テレビ・ラジオ視聴の現況ー平成 10 年 6 月全国個人視聴率調査からー」『放送研究と調査 9 月号』日本放送出版協会，66－77 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1998）：「世界を泣かせた『おしん』」『放送研究と調査 10 月号』日本放送出版協会，74－75 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1998）：「テレビの普及に拍車ー1959・皇太子ご結婚の中継放送ー」『放送研究と調査 12 月号』日本放送出版協会，68－69 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1999）：「テレビ・ラジオ視聴の現況ー平成 10 年 11 月全国個人視聴率調査からー」『放送研究と調査 3 月号』日本放送出版協会，30－41 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1999）：「高まるメディアの有用性ーメディアと中学・高校生・1998 調査からー」『放送研究と調査 4 月号』日本放送出版協会，30－47 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1999）：「新メディアの利用と情報への支出ー「デジタル時代の視聴者」調査からー」『放送研究と調査 5 月号』日本放送出版協会，32－51 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1999）：「人々は新しいメディアをどう受け入れているかー「デジタル時代の視聴者」行動からー」『放送研究と調査 7 月号』日本放送出版協会，30－41 頁。
- NHK 放送文化研究所編（1999）：「テレビ・ラジオ視聴の現況ー平成 11 年 6 月全国個人視聴率調査からー」『放送研究と調査 9 月号』日本放送出版協会，40－51 頁。
- NHK 放送文化研究所編（2000）：「デジタルって何だ？」『放送研究と調査 1 月号』日本放送出版協会，52－59 頁。
- NHK 放送文化研究所編（2000）：「近づいた関東と近畿のテレビ視聴ー「全国個人視聴率調査」20 年の分析からー」『放送研究と調査 1 月号』日本放送出版協会，60－71 頁。
- NHK 放送文化研究所編（2000）：「放送は日本語にどういふ影響を与えたか「放送と日本語」全国調査からー」『放送研究と調査 3 月号』日本放送出版協会，24－43 頁。
- NHK 放送文化研究所編（2000）：「テレビ・ラジオ視聴ー平成 11 年 11 月全国個人視聴率調査からー」『放送研究と調査 3 月号』日本放送出版協会，60－71 頁。
- NHK 放送文化研究所編（2000）：「メディア大競争の時代」『放送研究と調査 5 月号』日本放送出版協会，2－43 頁。

- NHK 放送文化研究所編 (2000) : 「21 世紀の放送・メディア研究の課題」『放送研究と調査 6 月号』日本放送出版協会, 2-29 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2000) : 「日本人とテレビ・2000-テレビ視聴の現在」『放送研究と調査 8 月号』日本放送出版協会, 2-35 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2000) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況-平成 12 年 7 月全国個人視聴率調査から」『放送研究と調査 10 月号』日本放送出版協会, 2-13 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2000) : 「インターネットユーザーはどうテレビを見るのか-日本人とテレビ・2000 より」『放送研究と調査 11 月号』日本放送出版協会, 26-35 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2001) : 「デジタル放送が築く新時代」『放送研究と調査 1 月号』日本放送出版協会, 60-71 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2001) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況-平成 12 年 11 月全国個人視聴率調査から」『放送研究と調査 3 月号』日本放送出版協会, 56-67 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2001) : 「テレビ視聴に 1 時間を超える県間差-2000 年 NHK 県別生活時間調査から」『放送研究と調査 5 月号』日本放送出版協会, 12-31 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2001) : 「視聴者は BS デジタル放送をどのように見ているか-視聴者動向調査から」『放送研究と調査 7 月号』日本放送出版協会, 38-70 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2001) : 「テレビは欠かせないインターネット・携帯電話でも多彩な情報行動-「デジタル情報社会における青少年とメディア」調査から」『放送研究と調査 7 月号』日本放送出版協会, 70-97 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2001) : 「携帯電話とインターネットの利用状況-「メディアと生活」」『放送研究と調査 8 月号』日本放送出版協会, 40-61 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2001) : 「動き出したデジタル放送-国内放送事業者の戦略 2001-」『放送研究と調査 9 月号』日本放送出版協会, 2-39 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2001) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況-平成 13 年 6 月全国個人視聴率調査から」『放送研究と調査 9 月号』日本放送出版協会, 40-51 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2001) : 「「時間快適化装置」としてのテレビ視聴態度と番組宋バラエティー化の関係」『放送研究と調査 11 月号』日本放送出版協会, 2-17 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2001) : 「女性で伸びた地上波のテレビ視聴時間-90 年代の全国個人視聴率調査から」『放送研究と調査 12 月号』日本放送出版協会, 36-47 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2001) : 「インターネットはテレビと置きかわるか-「メディアと生活」調査から」『放送研究と調査 12 月号』日本放送出版協会, 48-61 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2002) : 「「テレビ視聴理論」研究 50 年史 (その 1) 1950 年代=「期待」と「おそれ」の間で」『放送研究と調査 2 月号』日本放送出版協会, 20-31 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2002) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況-平成 13 年 11 月全国個人視聴率調査から」『放送研究と調査 3 月号』日本放送出版協会, 14-25 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2002) : 「広がるインターネット, しかしテレビとは大差-

- 「IT時代の生活時間」調査からー」『放送研究と調査 4月号』日本放送出版協会，2-21頁。
- NHK 放送文化研究所編（2002）：「ブロードバンド時代のテレビとインターネットー競合か，融合かー」『放送研究と調査 6月号』日本放送出版協会，2-13頁。
- NHK 放送文化研究所編（2002）：「インターネットユーザーのテレビ観ー視聴行動変化の兆しを探るー」『放送研究と調査 6月号』日本放送出版協会，13-27頁。
- NHK 放送文化研究所編（2002）：「インターネット利用とテレビ視聴の今後ー新しいメディアの登場期の比較ー」『放送研究と調査 7月号』日本放送出版協会，22-35頁。
- NHK 放送文化研究所編（2002）：「インターネット利用とテレビ視聴の今後ー新しいメディアの登場期の比較ー「IT時代の生活時間」調査から②ー」『放送研究と調査 7月号』日本放送出版協会，22-35頁。
- NHK 放送文化研究所編（2002）：「「テレビ視聴理論」研究 50年史（その2）1960年代＝「受け手」に生命を吹き込む」『放送研究と調査 7月号』日本放送出版協会，80-97頁。
- NHK 放送文化研究所編（2002）：「テレビの家族視聴の実態ー「家族の中のテレビ・2002調査」からー」『放送研究と調査 8月号』日本放送出版協会，70-87頁。
- NHK 放送文化研究所編（2002）：「インターネット利用とテレビ視聴の今後ー携帯電話による若者のコミュニケーション革命ー「IT時代の生活時間調査」から③ー」『放送研究と調査 8月号』日本放送出版協会，126-137頁。
- NHK 放送文化研究所編（2002）：「テレビ・ラジオの視聴ー平成14年6月全国個人視聴率調査からー」『放送研究と調査 9月号』日本放送出版協会，62-71頁。
- NHK 放送文化研究所編（2002）：「インターネット利用とテレビ視聴の今後ーインターネット利用者の生活行動ー「IT時代の生活時間調査」から④ー」『放送研究と調査 9月号』日本放送出版協会，72-81頁。
- NHK 放送文化研究所編（2002）：「「テレビ視聴理論」研究 50年史（その3）1970年代＝「情報化」の進行に対応して」『放送研究と調査 11月号』日本放送出版協会，62-77頁。
- NHK 放送文化研究所編（2003）：「テレビ・ラジオ視聴の現況ー平成14年11月全国個人視聴率調査からー」『放送研究と調査 3月号』日本放送出版協会，38-49頁。
- NHK 放送文化研究所編（2003）：「テレビ・ラジオ視聴の現況ー平成15年6月全国個人視聴率調査からー」『放送研究と調査 9月号』日本放送出版協会，77-87頁。
- NHK 放送文化研究所編（2004）：「テレビ・ラジオ視聴の現況ー平成15年11月全国個人視聴率調査からー」『放送研究と調査 2月号』日本放送出版協会，102-113頁。
- NHK 放送文化研究所編（2004）：「平成16年11月全国個人視聴率調査」『放送研究と調査 9月号』日本放送出版協会，1-2頁。
- NHK 放送文化研究所編（2005）：「テレビ・ラジオ視聴の現況ー平成17年6月全国個人視聴率調査からー」『放送研究と調査 11月号』日本放送出版協会，46-57頁。
- NHK 放送文化研究所編（2006）：「テレビ・ラジオ視聴の現況ー平成17年11月全国個人視聴率調査からー」『放送研究と調査 2月号』日本放送出版協会，54-65頁。

- NHK 放送文化研究所編 (2006) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況－平成 18 年 6 月全国個人視聴率調査から－」『放送研究と調査 9 月号』日本放送出版協会, 42－53 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2006) : 「生活時間調査からみたメディア利用の変遷と現在－2005 年国民生活時間調査より－」『放送研究と調査 9 月号』日本放送出版協会, 64－74 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2007) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況－平成 18 年 11 月全国個人視聴率調査から－」『放送研究と調査 2 月号』日本放送出版協会, 46－57 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2007) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況－平成 19 年 6 月全国個人視聴率調査から－」『放送研究と調査 9 月号』日本放送出版協会, 20－31 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2008) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況－平成 19 年 11 月全国個人視聴率調査から－」『放送研究と調査 2 月号』日本放送出版協会, 30－41 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2008) : 「人々は「番組」をどのように評価しているか－2007 年 6 月“番組総合調査”から－」『放送研究と調査 2 月号』日本放送出版協会, 42－51 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2008) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況－平成 20 年 6 月全国個人視聴率調査から－」『放送研究と調査 9 月号』日本放送出版協会, 30－41 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2009) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況－平成 20 年 11 月全国個人視聴率調査から－」『放送研究と調査 2 月号』日本放送出版協会, 74－85 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2009) : 「テレビ番組に対する意識・評価の現況－2009 年 6 月“番組総合調査”から－」『放送研究と調査 2 月号』日本放送出版協会, 36－46 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2009) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況－平成 21 年 6 月全国個人視聴率調査から－」『放送研究と調査 9 月号』日本放送出版協会, 66－77 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2010) : 「テレビ番組に対する意識・評価の現況－2009 年 6 月“番組総合調査”から－」『放送研究と調査 2 月号』日本放送出版協会, 56－67 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2010) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況－平成 20 年 11 月全国個人視聴率調査から－」『放送研究と調査 3 月号』日本放送出版協会, 92－103 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2010) : 「テレビ視聴とメディア利用の現在 (1) 「日本人とテレビ・2010」調査から－」『放送研究と調査 8 月号』日本放送出版協会, 2－29 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2010) : 「テレビ視聴とメディア利用の現在 (2) 「日本人とテレビ・2010」調査から－」『放送研究と調査 9 月号』日本放送出版協会, 2－27 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2010) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況－平成 22 年 6 月全国個人視聴率調査から－」『放送研究と調査 9 月号』日本放送出版協会, 14－25 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2010) : 「若者はテレビをどう位置づけているか－若者のテレビ視聴とメディア利用「日本人とテレビ・2010」調査から－」『放送研究と調査 12 月号』日本放送出版協会, 2－11 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2011) : 「テレビ番組に対する意識・評価の現況－2010 年 6 月“番組総合調査”から－」『放送研究と調査 2 月号』日本放送出版協会, 56－67 頁。

- NHK 放送文化研究所編 (2011) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況－平成 22 年 11 月全国個人視聴率調査から－」『放送研究と調査 3 月号』日本放送出版協会, 90－101 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2011) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況－平成 23 年 6 月全国個人視聴率調査から－」『放送研究と調査 9 月号』日本放送出版協会, 76－87 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2012) : 「テレビ番組に対する意識・評価の現況－2011 年 6 月“番組総合調査”から－」『放送研究と調査 2 月号』日本放送出版協会, 22－32 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2012) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況－2011 年 11 月全国個人視聴率調査から－」『放送研究と調査 3 月号』日本放送出版協会, 102－113 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2012) : 「衛星放送はどのように見られているのか」『放送研究と調査 5 月号』日本放送出版協会, 18－27 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2012) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況－2012 年 3 月全国個人視聴率調査から－」『放送研究と調査 9 月号』日本放送出版協会, 60－71 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2013) : 「テレビ番組に対する意識・評価の現況－2012 年 6 月“番組総合調査”から－」『放送研究と調査 2 月号』日本放送出版協会, 36－45 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2013) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況－2012 年 11 月全国個人視聴率調査から－」『放送研究と調査 3 月号』日本放送出版協会, 74－85 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2013) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況－2013 年 6 月全国個人視聴率調査から－」『放送研究と調査 9 月号』日本放送出版協会, 68－77 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2013) : 「第 4 回ドラマ論－“お茶の間”をめぐる葛藤－」『放送研究と調査 12 月号』日本放送出版協会, 54－72 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2014) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況－2013 年 11 月全国個人視聴率調査から－」『放送研究と調査 3 月号』日本放送出版協会, 68－78 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2014) : 「朝ドラ『あまちゃん』はどう見られたか－4 つの調査を通して探る視聴のひろがりと視聴熱－」『放送研究と調査 3 月号』日本放送出版協会, 12－41 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2014) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況－2014 年 6 月全国個人視聴率調査から－」『放送研究と調査 9 月号』日本放送出版協会, 58－67 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2014) : 「“ソーシャル”が生むテレビ視聴熱?!－あまちゃん現象が投げかけたもの－」『放送研究と調査 6 月号』日本放送出版協会, 2－17 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2015) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況－2014 年 11 月全国個人視聴率調査から－」『放送研究と調査 3 月号』日本放送出版協会, 64－75 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2015) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況－2015 年 6 月全国個人視聴率調査から－」『放送研究と調査 9 月号』日本放送出版協会, 64－75 頁。
- NHK 放送文化研究所編 (2016) : 「テレビ・ラジオ視聴の現況－2015 年 11 月全国個人視聴率調査から－」『放送研究と調査 3 月号』日本放送出版協会, 54－65 頁。
- NHK 放送文化研究所 (2011) : 「2010 年国民生活時間調査報告書」, 58 頁。
- NHK 放送文化研究所 (2013) : 「2015 年国民生活時間調査報告書」, 58 頁。
- Connell, Joanne, Meyer Denny (2009) : 「Balamory revisited: An evaluation of the

screen tourism destination – tourist nexus」『Tourism Management 30』, 194 – 207 頁。

Riley,Roger, Baker,Dwayne, Carlton S.Van Doren (1998) :「MOVIE INDUCED TOURISM」『Annals of Tourism Reseach,vol.25, No.4』, 919 – 935 頁。

Rittichainuwat, Bongkosh, Rattanaphinanchai, Suphaporn (2015) 「Applying a mixed method of quantitative and qualitative design in explaining the travel motivation of film tourists in visiting a film – shooting destination」『Tourism Management 46』, 136 – 147 頁。

Xinran ,Y.Lehto, O’Leary, Joseph T, Morrison,Alastair M. (2004) :「THE EFFECT OF PRIOR EXPERIENCE ON VACATION BEHAVIOR」『Annals of Tourism Reseach, vol.31,No.4』, 801 – 818 頁。

(参考資料)

会津若松市観光商工部観光課 (2014) :「平成 25 年度観光客入込数とその実態調査」。
会津若松市観光商工部観光課 (2015) :「平成 26 年度観光客入込数とその実態調査」。
会津若松市「八重の桜」プロジェクト協議会 (2014) :「ハンサムウーマン八重と会津博事業実績報告書」。

会津若松市「八重の桜」プロジェクト協議会 (2014) :「平成 25 年度ハンサムウーマン八重と会津博経済波及効果調査事業報告書」。

石川県商工労働部観光推進総室 (2001) :「統計からみた石川県の観光 平成 13 年」。

石川県商工労働部観光推進総室 (2002) :「統計からみた石川県の観光 平成 14 年」。

石川県商工労働部観光推進総室 (2003) :「統計からみた石川県の観光 平成 15 年」。

石川県観光交流局交流政策課 (2004) :「統計からみた石川県の観光 平成 16 年」。

石川県観光交流局交流政策課 (2005) :「統計からみた石川県の観光 平成 17 年」。

指宿市まるごと観光ガイド事務局 (2007) :「天璋院篤姫」

指宿市 (2007) :「篤姫効果地域振興に活かそう」『広報いぶすき 12 月号』。

えさし開発振興株式会社 (2015) :「歴史公園えさし藤原の郷とえさし開発振興株式会社」, 6 頁。

江刺市役所市民窓口案内 (1984) :「江刺市」, 3 頁。

及川祥平 (2013) :「“武田信玄の祭祀・表象史” 考察 – 偉人理想化, 社会背景密接に」
中外日報

奥州市・江刺商工会議所 (2008) :「江刺区中心街活性化に向けて 蔵の街, 音・水・緑のまちづくり」, 1 – 8 頁。

沖縄県 (1993) :「大きな和」7 頁。

沖縄県 (1994) :「月刊自治新報」64 – 97 頁。

沖縄県 (2005) :「沖縄県の概況」1 – 69 頁。

沖縄県歴史協議会 (1993) :「琉球の風アンケートから」『歴史と実践 第 15 号』48 – 49 頁。

鹿児島県観光交流局観光課国内誘致係「大河ドラマ “篤姫” キャンペーン」

鹿児島県観光交流局観光課（2006）：「鹿児島県観光統計 平成 17 年」。

鹿児島県観光交流局観光課（2007）：「鹿児島県観光統計 平成 18 年」。

鹿児島県観光交流局観光課（2008）：「鹿児島県観光統計 平成 19 年」。

鹿児島県観光交流局観光課（2009）：「鹿児島県観光統計 平成 20 年」。

鹿児島県観光交流局観光課（2010）：「鹿児島県観光統計 平成 21 年」。

鹿児島県広報協会（2007）：「グラフかごしま」vol.461。

熊本県商工労働観光部観光経済交流局観光交流国際課（2000）：「平成 21 年 熊本県観光統計表」。

熊本県商工労働観光部観光経済交流局観光交流国際課（2002）：「平成 23 年 熊本県観光統計表」。

月刊観光編（1991）：「太平記ゆかりのまち 1991 年 11 月号」，24－29 頁。

月刊観光編（1992）：「「太平記」イン足利②1992 年 2 月号」，42－45 頁。

月刊観光編（1992）：「「太平記」イン足利③1992 年 3 月号」，38－41 頁。

高知県観光部観光振興課（2007）：「平成 18 年 県外観光客入込・動態調査報告書」。

高知県観光部観光振興部観光政策課（2008）：「平成 19 年 県外観光客入込調査結果の概要について」。

高知県観光部観光振興部観光政策課（2009）：「平成 20 年 県外観光客入込調査結果の概要について」。

高知県観光部観光振興部観光政策課（2010）：「平成 21 年 県外観光客入込調査結果の概要について」。

高知県観光部観光振興部観光政策課（2011）：「平成 22 年 県外観光客入込調査結果の概要について」。

高知県観光部観光振興部観光政策課（2012）：「平成 23 年 県外観光客入込調査結果の概要について」。

高知県観光部観光振興部観光政策課（2013）：「平成 24 年 県外観光客入込調査結果の概要について」。

高知県観光部観光振興部観光政策課（2014）：「平成 25 年 県外観光客入込調査結果の概要について」。

高知県観光部観光振興部観光政策課（2015）：「平成 26 年 県外観光客入込調査結果の概要について」。

小淵沢町（1987）：「広報こぶちざわ」（8 月号，10 月号）

小淵沢町（1988）：「広報こぶちざわ」（1 月号，2 月号，6 月号，11 月号）

大河ドラマ「功名が辻」高知県推進協議会（2007）：『土佐二十四万石博記録集』。

「炎立つ」推進プロジェクト（1992）：「大河ドラマ「炎立つ」情報誌」『炎』vol.2，22－23，30－31 頁。

東京沖縄県人会（1996）：『月刊おきなわの声縮刷版』728－731，760－761 頁。

とうほう地域総合研究所（2013）：「「八重の桜」で盛り上がる会津若松市の観光動向について」1－4 頁。

とうほう地域総合研究所（2015）：「大河ドラマ後の観光動向について－「八重の桜」後の福島観光を考える－」，9－21 頁。

土佐観光ガイドボランティア協会（2009）：「20年の歩み」，94頁。
那覇市（1992）：「広報なは市民の友」500号，501号，502号，503号，504号，505号。
兵庫県産業労働部観光・国際局観光交流課（2010）：「平成21年度 兵庫県観光客動態調査報告書」。
兵庫県産業労働部観光・国際局観光交流課（2011）：「平成22年度 兵庫県観光客動態調査報告書」。
兵庫県産業労働部国際局観光交流課（2012）：「平成23年度 兵庫県観光客動態調査報告書」。
兵庫県産業労働部国際局観光交流課（2013）：「平成24年度 兵庫県観光客動態調査報告書」。
福島県商工労働部観光交流局観光交流課（2011）：「福島県観光客入込状況 平成22年」。
福島県商工労働部観光交流局観光交流課（2012）：「福島県観光客入込状況 平成23年」。
福島県商工労働部観光交流局観光交流課（2013）：「福島県観光客入込状況 平成24年」。
福島県商工労働部観光交流局観光交流課（2014）：「福島県観光客入込状況 平成25年」。
福島県商工労働部観光交流局観光交流課（2015）：「福島県観光客入込状況 平成26年」。
魅力ある指宿まちづくり協議会『薩摩が生んだ幕末の才女 天璋院篤姫』。
八ヶ岳ジャーナル社（1987）：「八ヶ岳ジャーナル」第57号，第59号，第60号。
八ヶ岳ジャーナル社（1988）：「八ヶ岳ジャーナル」第66号。
山梨県観光部観光企画課（2006）：「山梨県観光客動態調査 平成17年」。
山梨県観光部観光企画課（2007）：「山梨県観光客動態調査 平成18年」。
山梨県観光部観光企画課（2008）：「山梨県観光客動態調査 平成19年」。
山梨県観光部観光企画課（2009）：「山梨県観光客動態調査 平成20年」。
山梨県観光部観光企画課（2010）：「山梨県観光客動態調査 平成21年」。
山梨県観光部観光企画課（2011）：「山梨県観光客動態調査 平成22年」。
山梨県観光部観光企画課（2005）：「全体事業計画」，2－35頁。
山梨県総務部調査統計課（1965）：「観光」，316頁。
読谷村（1999）：『読谷村観光振興計画平成11年3月』，49－55頁
和歌山県商工観光労働部観光局（2009）：「和歌山県観光客動態調査報告書」7－12頁。

朝日新聞 1963年－2015年

岩手日日新聞 1992年－1994年

岩手日報 1992年－1994年

沖縄県「観光とけいざい」1992－1993年

高知新聞 2005年－2007年，2009年－2011年

胆江日日新聞 1992年－1994年

南日本新聞 2007年－2010年

山梨日日新聞 1987年－1988年

琉球新報 1992年－1993年

奥州市 Web 博物館 奥州市の歴史

<http://www.city.oshu.iwate.jp/htm/webmuse/readall.html> (2016年3月15日取得)
かまくら観光の観光客推移。

<https://www.city.kamakura.kanagawa.jp/kamakura-kankou/0803kankoukyakusu.html> (2017年11月21日取得)

広告景気年表 1952～1980年 (2015年6月26日取得)

1952年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1952.html

1953年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1953.html

1954年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1954.html

1955年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1955.html

1956年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1956.html

1957年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1957.html

1958年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1958.html

1959年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1959.html

1960年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1960.html

1961年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1961.html

1962年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1962.html

1963年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1963.html

1964年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1964.html

1965年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1965.html

1966年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1966.html

1967年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1967.html

1968年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1968.html

1969 年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1969.html

1970 年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1970.html

1971 年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1971.html

1972 年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1972.html

1973 年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1973.html

1974 年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1974.html

1975 年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1975.html

1976 年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1976.html

1977 年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1977.html

1978 年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1978.html

1979 年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1979.html

1980 年

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_nenpyo/r1980.html

戦後昭和史テレビの小売価格の推移

<http://shouwashi.com/transition-tv.html> (2017 年 5 月 31 日取得)

内閣府主要耐久消費財

<http://www.esri.cao.go.jp/jp/stat/shouhi/shouhi.html> (2017 年 5 月 31 日取得)

日本映画産業統計

<http://www.eiren.org/toukei/data.html> (2017 年 6 月 24 日取得)

風林火山リンク集

http://ictkofu.xii.jp/expo2007/expo2007_link.html (2017 年 4 月 26 日取得)

富士山 NET

<https://www.fujisan-net.jp/data/article/2.html> (2017 年 1 月 16 日取得)

平成 12 年岐阜県観光レクリエーション動態調査結果概要による。

<http://www.pref.gifu.lg.jp/sangyo/kanko/kanko-tokei/s11334/12kekka.data/12kekka.pdf> (2017 年 11 月 21 日取得)

北杜市・風林火山館・議事録

<http://www.mapbinder.com/Map/Japan/Yamanashi/HokutoShi/Kazan/Kazan.html>
(2017 年 5 月 17 日取得)

山梨県統計データバンク

https://www.pref.yamanashi.jp/toukei_2/DB/dbindex.html (2016年12月15日取得)

歴史のはなし『武田信玄とアワビ』

<http://awab-club.jimdo.com/> (2017年4月26日取得)

Audience Rating TV — ドラマ視聴率 —

<http://artv.info/taiga.html> (2016年5月19日取得)

NHK 大河ドラマ一覧

<http://www9.nhk.or.jp/taiga> (2017年5月31日取得)

NHKは何を伝えてきたか—NHKテレビ番組の50年 (2015年2月13日取得)

<http://www.nhk.or.jp/archives/nhk50years/index.html>

時代を分ける「テレビ以前」と「テレビ以後」

<http://www.nhk.or.jp/archives/nhk50years/history/p05/index.html>

テレビはすべて生放送テレビ本放送開始

<http://www.nhk.or.jp/archives/nhk50years/history/p06/index.html>

新しい家庭の娯楽の登場

<http://www.nhk.or.jp/archives/nhk50years/history/p08/index.html>

報道、教養番組が毎日茶の間に

<http://www.nhk.or.jp/archives/nhk50years/history/p09/index.html>

カラーテレビ時代がやってきた

<http://www.nhk.or.jp/archives/nhk50years/history/p10/index.html>

家庭に居ながら世界の動きとドラマが

<http://www.nhk.or.jp/archives/nhk50years/history/p11/index.html>

歴史的出来事を共通体験する

<http://www.nhk.or.jp/archives/nhk50years/history/p12/index.html>

大阪万博、番組がすべてカラーに超大型番組の登場

<http://www.nhk.or.jp/archives/nhk50years/history/p14/index.html>

テレビがもたらした新しい時代テレビで歴史を同時進行で見た

<http://www.nhk.or.jp/archives/nhk50years/history/p15/index.html>

カテゴリー史①スペシャル番組

<http://www.nhk.or.jp/archives/nhk50years/categories/p28/index.html>

カテゴリー史⑨ドラマ番組

<http://www.nhk.or.jp/archives/nhk50years/categories/p50/index.html>

<http://www.nhk.or.jp/archives/nhk50years/categories/p51/index.html>

カテゴリー史⑩ハイビジョン番組

<http://www.nhk.or.jp/archives/nhk50years/categories/p58/index.html>

<http://www.nhk.or.jp/archives/nhk50years/categories/p59/index.html>

NHK テレビ番組年表 (2015年5月29日取得)

1950—1954年

<http://www.nhk.or.jp/archives/nhk50years/programs/50s/50index.html>

1955－1959 年

<http://www.nhk.or.jp/archives/nhk50years/programs/50s/55index.html>

1960－1964 年

<http://www.nhk.or.jp/archives/nhk50years/programs/60s/60index.html>

1965－1969 年

<http://www.nhk.or.jp/archives/nhk50years/programs/60s/65index.html>

1970－1974 年

<http://www.nhk.or.jp/archives/nhk50years/programs/70s/70index.html>

1975－1979 年

<http://www.nhk.or.jp/archives/nhk50years/programs/70s/75index.html>

1980－1984 年

<http://www.nhk.or.jp/archives/nhk50years/programs/80s/80index.html>

1985－1989 年

<http://www.nhk.or.jp/archives/nhk50years/programs/80s/85index.html>

1990－1994 年

<http://www.nhk.or.jp/archives/nhk50years/programs/90s/90index.html>

1995－1999 年

<http://www.nhk.or.jp/archives/nhk50years/programs/90s/95index.html>

2000－2003 年

<http://www.nhk.or.jp/archives/nhk50years/programs/21st/00index.html>

巻末資料

高知市観光客のアンケート調査票

このアンケートは高知市観光客の実態を明らかにし、修士論文の資料として活用するものです。まことに恐縮ですが、ご協力くださいますようお願い申し上げます。

長崎国際大学大学院 人間社会学研究科
観光学専攻 修士課程 中村 容子
調査日 2010年9月 日

- 性別をお答えください。
①男 ②女
- 年齢はいくつですか？
①10代 ②20代 ③30代 ④40代 ⑤50代 ⑥60代 ⑦70歳以上
- どちらから来られましたか？
() 都・道・府・県 () 区・市・町・村、外国 ()
- どのような方と来られましたか？
①一人 ②友人 ③家族 ④学校の団体 ⑤職場の団体 ⑥旅行会社のツアー ⑦その他
- 主にどのような交通機関を利用しましたか？（複数回答可）
①自家用車 ②観光バス ③高速バス ④路線バス ⑤JR ⑥タクシー
⑦飛行機 ⑧フェリー ⑨路面電車 ⑩バイク ⑪その他 ()
- 高知市の観光をどのようにして知りましたか？
①以前に来たことがある ②知人・家族の紹介 ③インターネット ④パンフレット
⑤テレビ ⑥新聞・雑誌 ⑦ラジオ ⑧その他 ()
- 何日滞在の予定ですか？
①日帰り ②1泊2日 ③2泊3日 ④3泊4日 ⑤4泊5日以上
- 高知城観光前後の高知市の訪問地（観光地）はどこですか？
①桂浜 ②龍馬の生まれたまち記念館 ③県立美術館 ④県立文学館
⑤県立坂本龍馬記念館 ⑥牧野植物園 ⑦桂浜水族館 ⑧自由民権記念館
⑨はりまや橋 ⑩横山隆一記念まんが館 ⑪日曜市 ⑫その他 ()

() → () → () → () → 高知城 → () → () → () → ()
- これまで高知市に何回来られましたか？
①初めて ②2回 ③3回 ④4回 ⑤5回以上 ()
- NHK 大河ドラマ『龍馬伝』の放送は、今回あなたが高知市を訪れるきっかけとなりましたか？
①はい ②いいえ
- 高知市に再び来たいと思いますか？
①ぜひ来たい ②機会があればまた来たい ③来たくない
- 高知市の観光で印象に残ったものは何でしょうか？具体的にお答えください。
()
- 高知市の観光の良好な点、改善すべき点をお答えください。
良好な点
()
改善すべき点
()

ご協力ありがとうございました。

高知市の観光に対する大学生へのアンケート調査

このアンケートは高知市の観光客に対する大学生の意識を明らかにし、修士論文の資料として活用するものです。誠に恐縮ですが、ご協力くださいますようお願い申し上げます。

長崎国際大学大学院 人間社会学研究科
観光学専攻 修士課程 中村容子
調査日 2010年 月 日

1. 性別 ①男性 ②女性
 2. 学年 () 年
 3. 出身地はどちらですか?
() 都・道・府・県 () 区・市・町・村, 外国 ()
 4. 高知市内の以下の観光施設等を訪れたことがありますか? (複数回答可)
①桂浜 ②龍馬の生まれたまち記念館 ③県立美術館 ④県立文学館
⑤県立坂本龍馬記念館 ⑥牧野植物園 ⑦桂浜水族館 ⑧自由民権記念館
⑨はりまや橋 ⑩横山隆一記念まんが館 ⑪日曜市 ⑫高知城 ⑬その他 ()
 5. 4の観光施設等で再び訪れたい場所はどこですか? 上位3カ所を番号で教えてください。
1位: () 2位: () 3位: ()
 6. 観光客に勧めたい高知市の観光施設等はどれですか? (複数回答可)
①桂浜 ②龍馬の生まれたまち記念館 ③県立美術館 ④県立文学館
⑤県立坂本龍馬記念館 ⑥牧野植物園 ⑦桂浜水族館 ⑧自由民権記念館
⑨はりまや橋 ⑩横山隆一記念まんが館 ⑪日曜市 ⑫高知城 ⑬その他 ()
 7. 6で選択した理由を教えてください。(例: ③シャガールのコレクションで有名だから)
()
()
()
 8. 高知市観光の主な魅力はどこにあると考えますか? (複数回答可)
①山 ②海 ③川 ④地域住民の人柄 ⑤歴史・文化 ⑥食べ物 ⑦町並み景観
⑧その他 ()
 9. 高知市では主にどのような観光活動に取り組めば、観光客が増加すると思いますか? (複数回答可)
①歴史観光 ②近代文化観光(漫画・アニメなど) ③農山村観光(農業体験、ハイキング)
④漁村観光(地引網・ホエールウォッチングなど) ⑤伝統文化観光(よさこい、祭りなど)
⑥食文化観光(皿鉢料理、鯉のたたき、芋ケンピなど) ⑦その他 ()
- 裏面に続きます。
10. 9で答えた代表的な例を挙げてください。(例: ⑥アイスクリン)
() () ()
 11. NHK大河ドラマ『龍馬伝』の放送で高知市を訪れる観光客は増加したと思いますか?
①はい ②いいえ
 12. 『龍馬伝』の終了後、次の年も今年と同じくらい観光客が訪れると思いますか?
理由もお答えください。
①はい ②いいえ
()

13. 『龍馬伝』の放送に伴い、多くのイベントや建物が造られました。放送終了後、継続して活用できると思いますか？ 理由もお答えください。

- ①はい ②いいえ

()

14. 高知市観光の良好な点、改善すべき点をお書きください。

良好な点

()

改善すべき点

()

15. あなたが旅行をする主な理由は何ですか？（複数回答可、帰省を除く。）

- ①気分転換 ②県外の友達の家へ遊びに行く ③イベント・展覧会 ④本・マンガを読んで
⑤テレビを見て ⑥インターネットを見て ⑦学習 ⑧食べ物 ⑨その他 ()

😊アンケートにご協力ありがとうございました😊

高知市の観光に対する高校生へのアンケート調査

このアンケートは高知市の観光客に対する大学生の意識を明らかにし、修士論文の資料として活用するものです。誠に恐縮ですが、ご協力くださいますようお願い申し上げます。

長崎国際大学大学院 人間社会学研究科
観光学専攻 修士課程 中村容子
調査日 2010年 月 日

1. 性別 ①男性 ②女性
 2. 学年 () 年
 3. 出身地はどちらですか?
() 都・道・府・県 () 区・市・町・村, 外国 ()
 4. 高知市内の以下の観光施設等を訪れたことがありますか? (複数回答可)
①桂浜 ②龍馬の生まれたまち記念館 ③県立美術館 ④県立文学館
⑤県立坂本龍馬記念館 ⑥牧野植物園 ⑦桂浜水族館 ⑧自由民権記念館
⑨はりまや橋 ⑩横山隆一記念まんが館 ⑪日曜市 ⑫高知城 ⑬その他 ()
 5. 4の観光施設等で再び訪れたい場所はどこですか? 上位3カ所を番号で教えてください。
1位: () 2位: () 3位: ()
 6. 観光客に勧めたい高知市の観光施設等はどれですか? (複数回答可)
①桂浜 ②龍馬の生まれたまち記念館 ③県立美術館 ④県立文学館
⑤県立坂本龍馬記念館 ⑥牧野植物園 ⑦桂浜水族館 ⑧自由民権記念館
⑨はりまや橋 ⑩横山隆一記念まんが館 ⑪日曜市 ⑫高知城 ⑬その他 ()
 7. 6で選択した理由を教えてください。(例: ③シャガールのコレクションで有名だから)
()
()
()
 8. 高知市観光の主な魅力はどこにあると考えますか? (複数回答可)
①山 ②海 ③川 ④地域住民の人柄 ⑤歴史・文化 ⑥食べ物 ⑦町並み景観
⑧その他 ()
 9. 高知市では主にどのような観光活動に取り組めば、観光客が増加すると思いますか? (複数回答可)
①歴史観光 ②近代文化観光(漫画・アニメなど) ③農山村観光(農業体験、ハイキング)
④漁村観光(地引網・ホエールウォッチングなど) ⑤伝統文化観光(よさこい、祭りなど)
⑥食文化観光(皿鉢料理、鯉のたたき、芋ケンピなど) ⑦その他 ()
- 裏面に続きます。
10. 9で答えた代表的な例を挙げてください。(例: ⑥アイスクリン)
() () ()
 11. NHK大河ドラマ『龍馬伝』の放送で高知市を訪れる観光客は増加したと思いますか?
①はい ②いいえ
 12. 『龍馬伝』の終了後、次の年も今年と同じくらい観光客が訪れると思いますか?
理由もお答えください。
①はい ②いいえ
()

13. 『龍馬伝』の放送に伴い、多くのイベントや建物が造られました。放送終了後、継続して活用できる
と思いますか？ 理由もお答えください。

- ①はい ②いいえ

()

14. 高知市観光の良好な点、改善すべき点をお書きください。

良好な点

()

改善すべき点

()

15. あなたが旅行をする主な理由は何ですか？（複数回答可、帰省を除く。）

- ①気分転換 ②県外の友達の家へ遊びに行く ③イベント・展覧会 ④本・マンガを読んで
⑤テレビを見て ⑥インターネットを見て ⑦学習 ⑧食べ物 ⑨その他 ()

😊アンケートにご協力ありがとうございました😊