

## 忠勝プロジェクト資料

### ① 大河ドラマ放映を活用した地域振興に関する研究 中村容子（長崎国際大学大学院） 平成 29 年（2017）12 月

※本資料は、当該論文を適宜抜粋・要約したものであり、下線は当方で追加している。全文を閲覧されたい場合は下記サイトよりご覧いただきたい。

【長崎国際大学学術機関リポジトリ】 <https://niu.repo.nii.ac.jp/>

#### ●研究背景

テレビドラマや映画のロケ地を訪れることが旅行目的地選定の一つになっている。メディアに影響を受けて創り出されたイメージは、物語性を持っているため、観光動機になりやすい。

ロケ誘致の狙いは、経済効果・地域の国際化・文化振興・観光振興などである。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・域外企業など全面的に利益が得られる関係を構築したことが、事業成功の要因となっている。

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つきにくい。既存の観光客に加え、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例がある。

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。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。テレビに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。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。

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。ドラマやマンガ・アニメなどの媒体を使って、地域の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が、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。

地域振興は自治体イメージの具現化、伝統文化や特産品の活用、住民の参画など多角的な取り組みが必要である。

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復興を明らかとすることは、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。

#### ●大河ドラマの誘客効果の類型化 3 タイプ

①一過型 一時的に数字は増えるが、放送終了後に放送前の数字に戻る。

鹿児島市（飛ぶが如く：1990）・足利市（太平記：1991）・和歌山市（八代将軍吉宗：1995）

②ベースアップ型 数字が増え、放送終了後に減少するが放送前よりは増える。

仙台市（独眼竜政宗：1987）・江刺市（炎立つ：1993）・長浜市（秀吉：1996）

③無関係型 大河ドラマ放送が影響しなかったケースで、放送前から観光地としての知名度が高

かった地域。沖縄県（琉球の風：1993年）・名古屋市（信長：1992・秀吉：1996）・盛岡市（炎立つ：1993）

※中村哲「観光におけるマスメディアの影響」（『21世紀の観光学』2003年）からの引用

### ●ドラマ舞台地になっていない県—11県

秋田県・富山県・福井県・三重県・鳥取県・島根県・香川県・愛媛県・徳島県・佐賀県・宮崎県

※この数字は、中村容子（2017）で示されたものに、諸資料と突合して出したものである。実際に中村容子（2017）では別の数字が挙げられている。

### ●大河ドラマの時代背景

大河ドラマ観光のターニングポイントになった作品が「独眼竜政宗」で、それ以前は自治体による観光活用はされていなかった。「独眼竜政宗」が放映されて、宮城県全体に多くの観光客が訪れた。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。日本がバブル景気による好景気にあったことも背景としてあった。

逆にバブル崩壊後の1993年放送の「琉球の風」では、遠隔地ということもあ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。

### ●継続している事業

①川越市 「春日局」（1989年）で積極的な誘客活動を行い、88年に230万人だった観光客数が330万人になった。2010年では600万人。「春日局」を契機に始まった「川越春まつり」は現在も続いている。

②足利市 「太平記」（1991年）では、オープンセットが取り壊された後、1993年に「太平記館」をオープンさせた。現在も、観光情報発信の場、土産物屋として活用されている。

③奥州市（江刺市） 「炎立つ」（1993年）では、歴史公園「えさし藤原の郷」が約37億円をかけて大規模ロケ施設として建てられた。現在もロケ地兼テーマパークとして利用され、年間20万人が訪れる（開業初年度は、75万人）。

④指宿市 「篤姫」（2008年）では、当初想定以上の前年比100万人増の1,069万人だった。関連史跡を案内するボランティアガイドを育成し、観光客を迎え入れる準備を行った。放送を契機に観光振興が活発化し、その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。

### ●主な大河ドラマの動向

①山梨県 「武田信玄」（1988年）経済効果 350億円

②広島県 「毛利元就」（1997年）経済効果 547億円

② 鹿児島県「篤姫」（2008年） 経済効果 364億円

③ 高知県 「功名が辻」（2006年）経済効果 107億円・「龍馬伝」（2010年）経済効果 535億円

## ●結論

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。

山梨県では、過去に「天と地と」(1969)・「武田信玄」(1988)・「風林火山」(2007)が放送され、「天と地と」・「武田信玄」で、新たな観光地の整備が行われた。「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)・「龍馬伝」(2010)の舞台となった。「功名が辻」は観光客数の増加が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した。この要因は、博覧会を開催した高知県が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った。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。

長期的な施設の活用では、岩手県江刺市の「炎立つ」(1993)がある。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を計画した。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。

指宿市では、「篤姫」(2008)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。

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。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、地域振興の原動力になっている。

地域振興を行う上で、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。特に、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言える。

## ②大河ドラマ「本多忠勝」のドラマ化に向けた調査

日 時：令和元年 11 月 26 日に

場 所：浜松市役所（浜松市中区元城町 103-2）

訪問先：浜松市産業部観光・シティプロモーション課

内 容：

・課の体制としては、直虎グループとして正職が 5 人（一時的に増員したこともあった）、非常勤数名がいた。それから、信金からの出向が 2 人いた時期もあった。

・ 3 か年で約 10 億 4,000 万円かかっているが、ほとんどが一般財源。

・ 事前の予測では 195 億円の経済効果が見込まれていたが、それを超えて 207 億円の経済効果があった。

・ 予算は 27 年度の途中で発表されたため、補正で対応した。28・29 年度も毎回のように補正を出していた。

・ 議会からも大きな反対は出なかった。

・ 協議会に参加した団体から負担金を徴収してはいなかった。寄附金もなし。大河ドラマ館のチケット購入などで協力してもらった。

・ マスコットキャラクターは全国から公募した。すでに「家康くん」を 23 年度に作っており、ノウハウがあった。着ぐるみの管理は N P O に委託した。

・ 商品などへの使用は、すべて無料。申請してもらい中身を入念にチェックした。最初は、ラフなスケッチ程度で出してくるところもあり、途中でしっかりパッケージなどの案を出してもらっていた。格好などで修正してもらったこともしばしばあった。