

地域にとってドラマのロケ地は観光資源となりうるのか？

- NHK大河ドラマを事例として -

Can Location of the Television-Drama be the Tourism Resources? : Case Study of NHK
Historical Dramas

伊藤 寛幸*¹

ITO, Hiroyuki

近年、コンテンツ・ツーリズムが注目されている。しかし、これは、最近始まったことではなく、以前より、映画や小説の舞台を巡る旅や観光は存在した。コンテンツ・ツーリズムと称されるのは最近といえる。なかでも、NHK大河ドラマによる地域への影響は大きく、ゆかりの地における集客力は高い。これは、地域にとって、ドラマ放送による経済波及効果など地域経済への期待が大きいことを示している。一方で、放送終了後も継続した観光地化が望まれるものの実現せず、持続可能な地域振興が大きな課題ともなっている。こうした背景をうけて、本稿では、NHK大河ドラマを事例として、ドラマのゆかりの地が、地域にとって観光資源となりうるのかを探る。NHK大河ドラマゆかりの地における観光入込客数の経年変化の把握によって、地域が有する観光資源の利活用など、持続可能な観光地化へ向けた地域振興策を探るうえでの検討材料としたい。

キーワード：NHK大河ドラマ、ゆかりの地、観光入込客数

1. はじめに

近年、コンテンツ・ツーリズムが注目されている。しかし、これは、最近始まったことではなく、以前より、映画や小説の舞台を巡る旅や観光は存在した。コンテンツ・ツーリズムと称されるのは最近といえる。なかでも、映画やドラマの影響は大きく、ゆかりの地における集客力は高い。ドラマ放送開始前より、経済波及効果など地域経済への影響が話題となることも多い。そればかりか、放送期間中には、ロケ地における観光入込客数の増加も話題となる。放送終了後も継続した観光地化が望まれるものの実現せず、持続可能な地域振興が大きな課題ともなっている。

関連研究には、大河ドラマのほか、朝の連続テレビ小説を対象とした渡邊(2011)、有馬他(2012)、田島(2016)などがある。これらの多くは、特定の舞台およびロケ地を対象とした事例研究である。これらのコンテンツ・ツーリズム研究は、地域振興策へ多くの示唆を与えてきた。一方、本稿が参考とした先行類似研究には、北村(2016)がある。北村(2016)は、大河ドラマについて映像作品と観光客の入込数の関係に類型があることを指摘している(注1)。ただし、複数の大河ドラマを対象に、観光入込客数調査の2018年直近データを用いたコンテンツ・ツーリズム研究を、筆者の知る限り発見することができなかった。

こうした背景をうけて、本稿では、NHK大河ドラマを事例として、ドラマのゆかりの地が地域にとって観光資源となりうるのかを探る。なお、本稿の分析では、調査時点で、観光入込客数統

*¹ 北海商科大学

計データが入手可能な2010年から2017年までを分析対象期間とする。

2. データと方法

2.1 分析データ

本分析で用いるデータは、観光庁（2019）の「全国観光入込客統計に関する共通基準 集計表（Excel）」に掲載されている「1.都道府県別、観光入込客数（実）・観光消費額単価・観光消費額（日本人・観光目的）」、「2.都道府県別、観光入込客数（実）・観光消費額単価・観光消費額（日本人・ビジネス目的）」、「3.都道府県別、観光入込客数（実）・観光消費額単価・観光消費額（訪日外国人）」とする。NHK大河ドラマに関する情報は、NHK（n.d.）とする。

2.2 分析手法

はじめに、分析対象期間（観光入込客数統計データが入手可能な2010年から調査時点の2018年まで）のNHK大河ドラマに関する情報を整理する。分析対象の概要（タイトル、放送年、主人公、主要なゆかりの地）を表1に示す。主要なゆかりの地については、NHKプロモーション（n.d.）から、NHK大河ドラマと連動して開催された展覧会開催地（都道府県）とする。ただし、東京都、大阪府、京都府が展覧会開催地の場合には、展覧会開催が当該地域（東京都、大阪府、京都府）へ与える影響は少ないものと判断するとともに、都市の規模などを考慮して主要なゆかりの地とはしないこととする。

次に、展覧会開催地（都道府県）における放送前年、放送年、放送翌年の3カ年の観光入込客数を把握する。そのうえで、放送前年から放送年にかけての観光入込客数の増減、および、放送年から放送翌年にかけての観光入込客数の増減を把握する。

表1 分析対象（大河ドラマ）の概要

タイトル	放送年	主人公	主要なゆかりの地
江～姫たちの戦国～	2011年	江	福井県
			滋賀県
平清盛	2012年	平清盛	兵庫県
			広島県
八重の桜	2013年	新島八重	福島県
軍師官兵衛	2014年	黒田官兵衛	兵庫県
			福岡県
花燃ゆ	2015年	杉文	山口県
			群馬県
真田丸	2016年	真田信繁	長野県
おんな城主 直虎	2017年	井伊直虎	静岡県
			滋賀県
西郷どん	2018年	西郷隆盛	鹿児島県

注) NHK（n.d.）およびNHKプロモーション（n.d.）により筆者が作成。

3. 分析結果と考察

観光入込客数統計データが入手可能な2010年から調査時点でデータの入手が可能な2017年までの、分析対象となる大河ドラマは、「江〜姫たちの戦国〜（2011年放送）」「平清盛（2012年放送）」「八重の桜（2013年放送）」「軍師官兵衛（2014年放送）」「花燃ゆ（2015年放送）」「真田丸（2016年放送）」の6作品である。この6作品のゆかりの地は7地域（注2）である。

分析に用いた集計結果を表2から表5および図1から図14に示す。表2は、「ゆかりの地の観光入込客数の推移（実数）[日本人・観光目的]」である。表3は、「ゆかりの地の観光入込客数の推移（実数）[日本人・観光目的] + [日本人・ビジネス目的] + [訪日外国人]」である。表4および表5は、表2および表3の内容をそれぞれ指数化したものである。

集計（表2から表5）からえられた7地域の、放送前年から放送年にかけての観光入込客数の増減、および、放送年から放送翌年にかけての観光入込客数の増減の結果は以下である。

[日本人・観光目的]

- ・放送前年から放送年にかけて観光入込客数が増加し、その後、放送年から放送翌年にかけて観光入込客数が減少した地域は、滋賀県（2010年～2012年）、兵庫県（2011年～2013年）、福島県（2012年～2014年）、兵庫県（2013年～2015年）であった。
- ・放送前年から放送年にかけて観光入込客数が増加し、その後も放送年から放送翌年にかけて観光入込客数が増加した地域は、広島県（2011年～2013年）、山口県（2014年～2016年）、群馬県（2014年～2016年）であった。

[日本人・観光目的] + [日本人・ビジネス目的] + [訪日外国人]

- ・放送前年から放送年にかけて観光入込客数が増加し、その後、放送年から放送翌年にかけて観光入込客数が減少した地域は、滋賀県（2010年～2012年）、福島県（2012年～2014年）、兵庫県（2013年～2015年）であった。
- ・放送前年から放送年にかけて観光入込客数が増加し、その後も放送年から放送翌年にかけて観光入込客数が増加した地域は、兵庫県（2011年～2013年）、広島県（2011年～2013年）、山口県（2014年～2016年）、群馬県（2014年～2016年）であった。

上記の分析結果より、放送前年、放送年、放送翌年の観光入込客数の増減は、必ずしも同じ傾向を示していないことがわかった。また、放送前年、放送年、放送翌年の観光入込客数の増減傾向は、兵庫県を除き、「日本人・観光目的」および「日本人・観光目的+日本人・ビジネス目的+訪日外国人」ともに同じ傾向を示している点も明らかとなった。

一方、群馬県については、富岡製糸場を含む絹産業遺産群が、2014年日本の近代産業遺産として世界遺産登録されたことから、「花燃ゆ（2015年放送）」との相乗効果によって観光入込客数の増加傾向が継続したものと推察される。

なお、6作品のゆかりの地7地域すべてにおいて、放送前年から放送年にかけて観光入込客数は増加した点は共通している。すなわち、大河ドラマの放送は、地域にとって、訪問客および観光客の増加が見込まれる機会である点が示唆された。

表2 ゆかりの地の観光入込客数の推移（実数）〔日本人・観光目的〕

単位：千人回

タイトル	主要なゆかりの地	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
江～姫たちの戦国～	福井県	-	-	-					
	滋賀県	20,722	21,063	17,025					
平清盛	兵庫県		62,430	65,163	63,813				
	広島県		15,431	17,777	17,801				
八重の桜	福島県			16,394	17,547	17,224			
軍師官兵衛	兵庫県				63,813	67,374	65,453		
	福岡県				-	91,279	93,047		
花燃ゆ	山口県					15,277	16,094	17,095	
	群馬県					25,674	26,029	27,232	
真田丸	長野県						37,837	33,866	-

表3 ゆかりの地の観光入込客数の推移（実数）〔日本人・観光目的〕 + 〔日本人・ビジネス目的〕 + 〔訪日外国人〕

単位：千人回

タイトル	主要なゆかりの地	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
江～姫たちの戦国～	福井県	-	-	-					
	滋賀県	23,346	23,687	19,814					
平清盛	兵庫県		68,955	70,258	70,336				
	広島県		19,189	21,432	23,441				
八重の桜	福島県			21,727	22,162	21,465			
軍師官兵衛	兵庫県				70,336	73,987	72,243		
	福岡県				-	100,527	104,196		
花燃ゆ	山口県					17,536	18,132	18,891	
	群馬県					29,838	30,646	31,846	
真田丸	長野県						44,450	39,092	-

表4 ゆかりの地の観光入込客数の推移（指数） [日本人・観光目的]

タイトル	主要なゆかりの地	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
江～姫たちの戦国～	福井県	-	-	-					
	滋賀県	98.4	100.0	80.8					
平清盛	兵庫県		95.8	100.0	97.9				
	広島県		86.8	100.0	100.1				
八重の桜	福島県			93.4	100.0	98.2			
軍師官兵衛	兵庫県				94.7	100.0	97.1		
	福岡県				-	100.0	101.9		
花燃ゆ	山口県					94.9	100.0	106.2	
	群馬県					98.6	100.0	104.6	
真田丸	長野県						111.7	100.0	-

表5 ゆかりの地の観光入込客数の推移（指数） [日本人・観光目的] + [日本人・ビジネス目的] + [訪日外国人]

タイトル	主要なゆかりの地	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
江～姫たちの戦国～	福井県	-	-	-					
	滋賀県	98.6	100.0	83.6					
平清盛	兵庫県		98.1	100.0	100.1				
	広島県		89.5	100.0	109.4				
八重の桜	福島県			98.0	100.0	96.9			
軍師官兵衛	兵庫県				95.1	100.0	97.6		
	福岡県				-	100.0	103.6		
花燃ゆ	山口県					96.7	100.0	104.2	
	群馬県					97.4	100.0	103.9	
真田丸	長野県						113.7	100.0	-

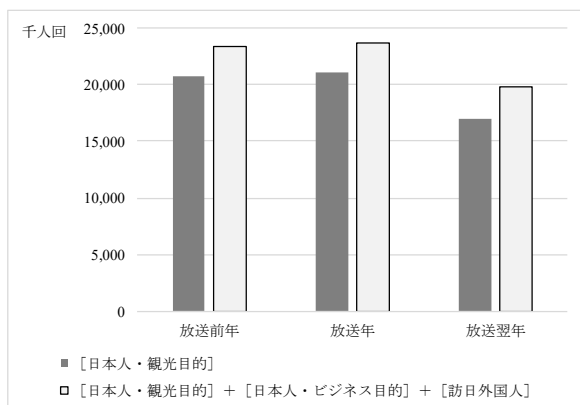


図1 観光入込客数の推移 (滋賀県)

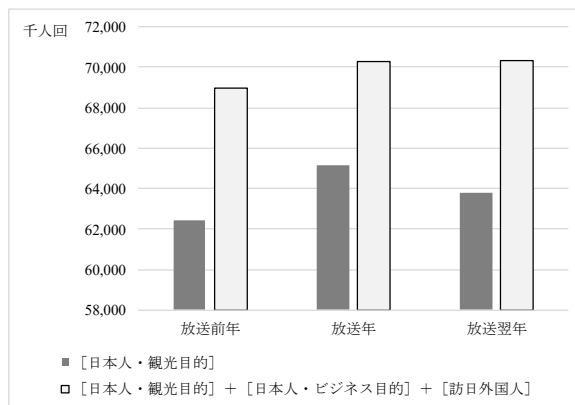


図2 観光入込客数の推移 (兵庫県)

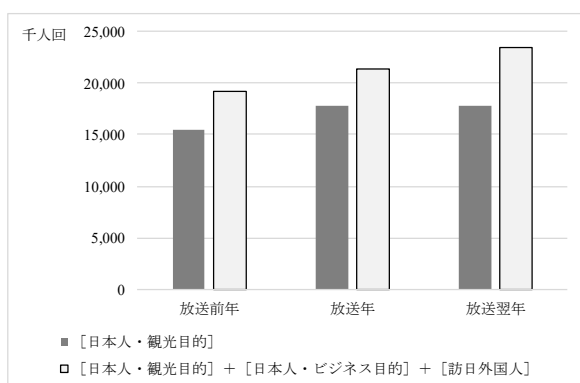


図3 観光入込客数の推移 (広島県)

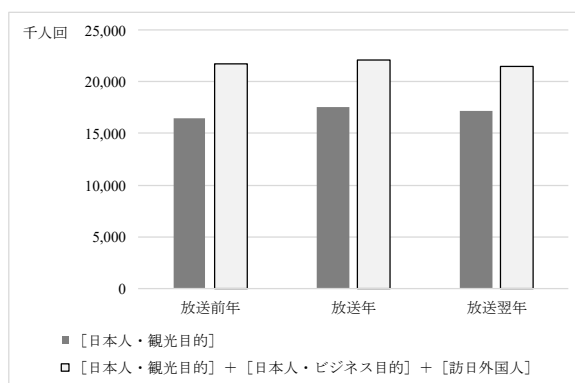


図4 観光入込客数の推移 (福島県)

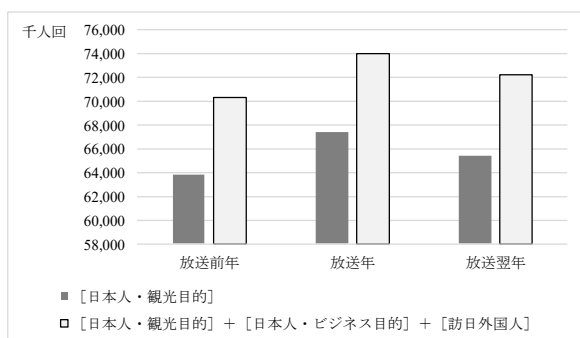


図5 観光入込客数の推移 (兵庫県)

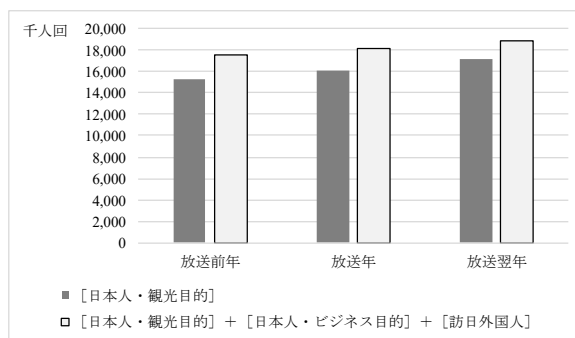


図6 観光入込客数の推移 (山口県)

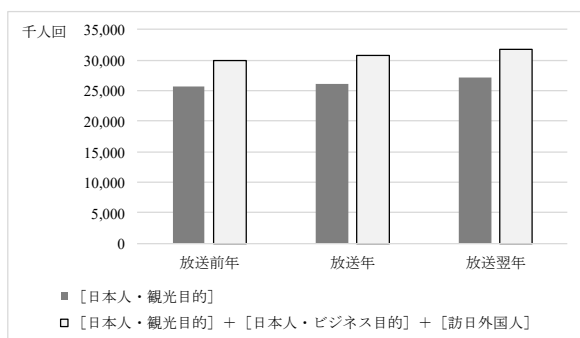


図7 観光入込客数の推移 (群馬県)

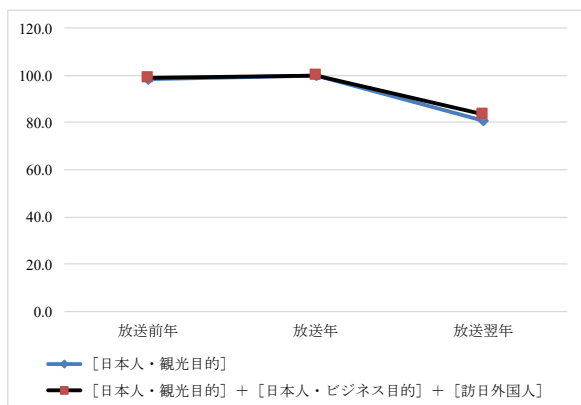


図8 観光入込客数の推移 (滋賀県)

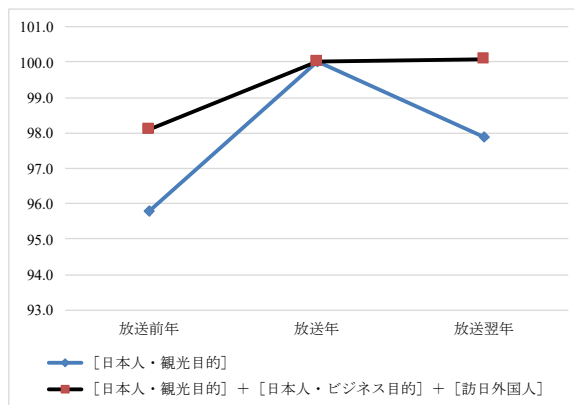


図9 観光入込客数の推移 (兵庫県)

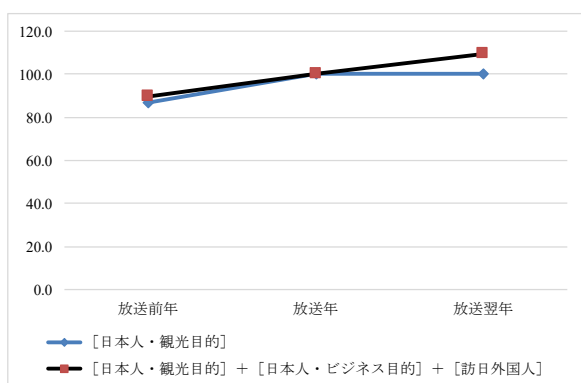


図10 観光入込客数の推移 (広島県)

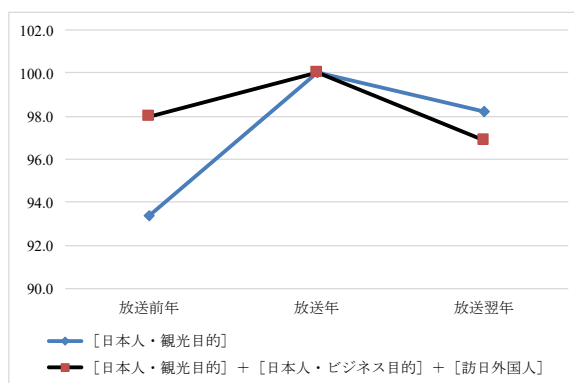


図11 観光入込客数の推移 (福島県)

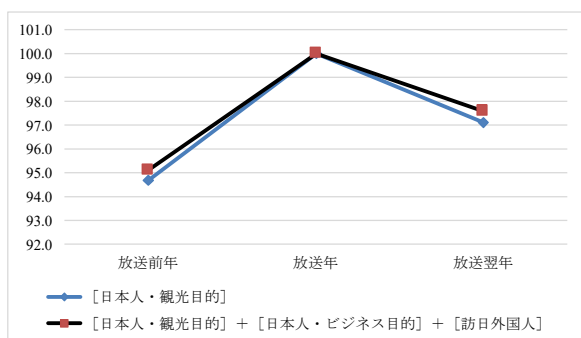


図12 観光入込客数の推移 (兵庫県)

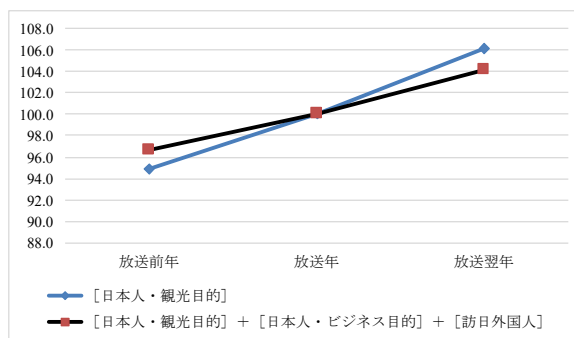


図13 観光入込客数の推移 (山口県)

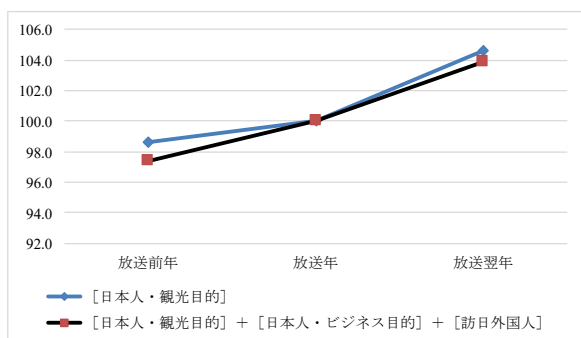


図14 観光入込客数の推移 (群馬県)

4. おわりに

本稿では、NHK大河ドラマを事例として、ドラマのゆかりの地が地域にとって観光資源となりうるのかを探った。本分析によって、NHK大河ドラマゆかりの地における観光入込客数の経年変化を把握することができた。本稿のアプローチによって以下の結果がえられた。

ドラマのゆかりの地は、放送によって、地域の観光資源となりえたと推察される。ただし、放送終了後、観光入込客数が持続的に増加しない地域も確認された。本稿で用いたデータは、都道府県レベルのデータであり、NHK大河ドラマゆかりの地など、地域性を検討するにはかなり大胆な解釈を必要とした。しかし、地域の傾向をとらえることができた。放送終了後も継続した観光地化による持続可能な地域の発展が望まれることはいうまでもない。

なお、残された課題は以下である。本稿は、3か年の観光入込客数データ分析にとどまっている。今後は、都道府県の統計データに加え、大河ドラマの舞台およびロケ地におけるフィールド調査によって、市区町村レベルまでに掘り下げたデータ取得を試みたい。そのうえで、地域が有する観光資源を最大限に活かしたコンテンツ・ツーリズムを地域に定着させたい。

注

注1) 北村(2016)が指摘している映像作品と観光客の入込数の3類型は以下である。映像作品放映後に観光地としての定評を確立し、放映以前よりも観光客が増加した状態で安定するベースアップ型の例は少ない。作品がヒットした場合でも一過型の影響をとることが多い。無関係型は、作品に魅力がなく観光客の入込数に影響が生じない場合、または地域がもともと観光地として定評があり映像作品の影響をほとんど受けない場合である。

注2) 6作品7地域とは、「江～姫たちの戦国～」滋賀県、「平清盛」兵庫県および広島県、「八重の桜」福島県、「軍師官兵衛」兵庫県、「花燃ゆ」山口県、群馬県である。兵庫県については、異なる作品(「平清盛」および「軍師官兵衛」)において別途登場することから2地域として計上する。なお、「軍師官兵衛」福岡県(2013年～2015年)、「真田丸」長野県(2015年～2017年)に関しては、データの制約上分析対象外とする。さらに、「おんな城主 直虎」および「西郷どん」に関しても、放送が終了している作品として表1に提示はしているが、分析時点において、観光入込客数統計データが未公表のため分析対象外とする。

【引用文献】

- 有馬貴之・菊地俊夫・新井風音・大野一・桜澤明樹・真田風・戸川奈美・中島一優・長谷川晃一・山口ともみ・山田将彰(2012)「長野県安曇野市におけるメディアの効果と地域の再編: NHK連続テレビ小説『おひさま』がもたらすもの」『観光科学研究』(5)、pp.1-14.
- 北村純(2016)「大河ドラマの誘致ー映像作品と地域活性化ー」『群馬大学社会情報学部研究論集』23、pp.15-32.
- 田島悠来(2016)「NHK朝の連続テレビ小説『あまちゃん』の久慈市における受容」『評論・社会科学』(116)、pp.15-40.
- 渡邊公章(2011)「ロケ地誘致による「経済効果に結びつける観光客誘導戦略」NHK連続テレビ小説「ゲゲゲの女房」にみる安来市を事例として。」『国際研究論叢: 大阪国際大学紀要』25(1)、pp.79-98.

【引用サイト】

NHK (n.d.) 「大河ドラマ一覧」 (<https://www.nhk.or.jp/idaden/taiga/>) [2019年3月11日参照].

NHK プロモーション (n.d.) 「展覧会」 (www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/irikomi.html) [2019年3月11日参照].

観光庁 (2019) 「共通基準による観光入込客統計」 (www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/irikomi.html) [2019年3月11日参照].

【参考文献】

増淵敏之・溝尾良隆・安田亘宏・中村忠司・橋本英重・岩崎達也・吉口克利・浅田ますみ (2014) 『コンテンツツーリズム入門』、古今書院.

(2020年2月27日受理)