

大河ドラマの観光資源化と歴史イメージの創出 — コンテンツツーリズムのなかの大河ドラマ館 —

金子 淳

桜美林大学リベラルアーツ学群

Taiga Drama as a Tourism Resource and Creation of Historical Images :
Taiga Drama Museums in the Context of Contents Tourism

KANEKO Atsushi

College of Arts and Sciences, J. F. Oberlin University

キーワード：大河ドラマ、展示、観光資源、歴史イメージ、
コンテンツツーリズム

1 観光資源化する歴史

(1) 歴史・観光・まちづくり

2006年の観光立国推進基本法制定、2008年の観光庁設置、2020年の文化観光推進法制定など、「観光立国」を目指す一連の政策的動向のなかで、歴史や文化の観光活用の動きが加速している。

たとえば文化庁では、文化芸術振興基本法を改正して2017年に成立した文化芸術基本法において、新たに「文化芸術の固有の意義と価値を尊重しつつ、観光、まちづくり、国際交流、福祉、教育、産業その他の各関連分野における施策との有機的な連携」(第2条第10項)という項目を追加した。つまり、文化芸術の分野だけでなく、観光、まちづくり、国際交流、福祉、教育、産業など幅広い分野と連携して、総合的な文化政策をめざすというものである。

この方針を受けて、2018年に定められた文化芸術推進基本計画「文化芸術の『多様な価値』を活かして、未来をつくる(第1期)」では、今後5年間の文化芸術政策の基本的な方向性として、「クールジャパン戦略(内閣府)」「訪日プロモーション、文化観光資源の活用、多言語化解説整備支援(観光庁)」「歴史・文化を活かしたまちづくり、海外日本

庭園の再生(国交省)」など、文化庁の計画の中に、他省庁の名称が付された多数の政策が位置づけられた。こうして文化庁の施策だけでなく、省庁を越えた国レベルの施策においても、観光によって経済を牽引することが明確に位置づけられるようになったのである。

一方、第1期文化芸術推進基本計画において挙げられた「歴史・文化を活かしたまちづくり」が典型的なように、とりわけ歴史・文化に関しては、まちづくりと密接にかかわりつつ、地域振興・観光振興の一つのジャンルとして存在感を増しつつある。

なかでも国土交通省は、古都保存法による歴史的風土特別保存地区の指定、歴史的地区環境整備街路事業及び街なみ環境整備事業など、歴史的景観の保全に関わる多様な施策を展開し、これらを踏まえて、2008年には「地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律」(歴史まちづくり法)の制定にいたる。歴史的風致を後世に継承するまちづくりを国が支援するというもので、文化庁・国土交通省・農林水産省の共管で制定された。

このように、歴史がまちづくりと結びつきつつ、観光資源として活用・整備する省庁横断的な動きが、「観光立国」に舵を切り始めた2000年代初頭から本格化していくのである。

(2) 歴史をめぐるコンテンツツーリズム

こうした歴史を観光資源化する取り組みと親和的なのが、コンテンツツーリズムであろう。コンテンツツーリズムとは、一言でいえば、アニメ、小説、映画、ドラマ、マンガなどのコンテンツの舞台となった場所をめぐる観光行動のことを指す。

この概念が初めて提起されたのは、2005年に国土交通省・経済産業省・文化庁がまとめた『映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査報告書』においてであるとされ(石田2016:34)、同報告書ではコンテンツツーリズムについて、「地域に関するコンテンツ(映画、テレビドラマ、小説、まんが、ゲームなど)を活用して観光と関連産業の振興を図ることを意図したツーリズム」と定義した。また、その性格について以下のように規定した(国土交通省総合政策局観光地域振興課ほか2005:49)。

コンテンツツーリズムの根幹は、地域に「コンテンツを通して醸成された地域固有の雰囲気・イメージ」としての「物語性」「テーマ性」を付加し、その物語を観光資源として活用することである。

さらに、コンテンツツーリズムの成功事例として、①「北の国から」の富良野市、②映画「ラブレター」の函館・小樽市、③映画「世界の中心で、愛をさけぶ」の香川県、④「冬のソナタ」の複数の撮影地、⑤大河ドラマ「新選組!」の京都市、⑥「水木しげる記念館」の境港市を例示した上で、期待される効果として、地域の経済振興、住民の地域への愛着心の向上、地域独自の物語性の創出、時間消費型の余暇の過ごし方の提供などを挙げている。

コンテンツツーリズムはさらに細分化され、映画のロケ地をめぐる「フィルム(シネマ)ツーリズム」、小説などに描かれた舞台を訪ねる「ブックツーリズム」、歌や音楽の舞台を

訪ねる「ミュージックツーリズム」、マンガやアニメの舞台となった土地をめぐる「アニメツーリズム」「聖地巡礼」などの下位区分で語られることもある。こうしたコンテンツの中には、歴史上の人物や事象を題材としたものも多く、その媒体も、映画、ドラマ、小説、アニメ、ゲームなど多岐にわたっている。

(3) 「大河ドラマ」というコンテンツ

歴史に関わるコンテンツツーリズムの代表格が、1963年から放映が開始されたNHK大河ドラマである。大河ドラマとは、ある歴史上の人物の生涯を、1年を通して描いていく大型時代劇ドラマシリーズであり、1作目となる「花の生涯」から現在に至るまで絶え間なく続いている⁽¹⁾。平安後期から戦後に至るまで舞台となる時代幅は広いが、好まれる時代は「戦国、幕末、江戸中期」の三本柱であるという（鈴木2012：147）。

大河ドラマは、その人気や知名度において、時代劇、小説、マンガ、アニメなどの歴史作品のなかでも、社会的影響力は圧倒的に大きく（大石2012：1）、視聴率も平均して高いことから、舞台となる地域への経済波及効果も絶大で、「大河ドラマ効果」と称される。放送年には、多くの観光客が舞台となる地域を訪れ、ゆかりの史跡や名所をめぐる「大河ドラマ観光」が繰り広げられる。その経済波及効果は時に数百億円にのぼるため（表1）、官民ともに誘致合戦が展開されることはよく知られている⁽²⁾。

同じNHKの人気コンテンツである朝の連続テレビ小説（朝ドラ）も、大河ドラマと同様に、特定の地域と結びついた設定で描かれるが、朝ドラの場合は創作の比率が高く、主人公にモデルが存在する場合もあるものの基本的にはフィクションである。一方、大河ドラマは、創作は交えつつも登場人物の多くは実在しており、劇中で描かれるエピソードなども時代考証を経て史実との関係を重視して制作される。大石学（2013：9）は、「歴史作品は、史実的要素を期待される歴史作品と、娯楽的要素を期待される歴史作品とに大別される」とした上で、前者の代表が大河ドラマであるとしている。

大河ドラマは確かに歴史的な人物や事象を題材にし、史実的要素が数多く含まれるが、ドキュメンタリーや教養番組ではなく、ドラマ作りのフォーマットで制作されるため、あくまでも「ドラマ」である。ただし、時代考証その他さまざまな「考証」や「監修」「指導」など「あらゆるプロセスに時代考証をはじめとする専門家が関わって作品が成立しており、市民の歴史意識への影響力からも『歴史叙述』として位置づけられるべき」ものであるという（三野2013：28-29）。

つまり、さまざまな専門家による時代考証を経て、信頼に足る史実が提示されていると視聴者に受け取られるからこそ、その地域への関わりについてリアリティが生じ、時代劇や他の創作的な歴史作品以上に、地域への影響力がもたらされるといえるだろう。そして、その舞台となる地域に対して、歴史イメージの創出とともに観光資源としての機能が担わされる。そこで以下、大河ドラマを例に、観光資源化された「歴史」が、地域における歴史イメージの創出とどのように関係するのかを検討していく。

(表1) 大河ドラマの経済効果(2006年以降)

放送年	タイトル	視聴率	対象地域	経済効果	公表機関
2006	功名が辻	20.9	高知県	135億円	「功名が辻」高知県推進委員会
2007	風林火山	18.7	長野県	109億円	日本銀行松本支店
2008	篤姫	24.5	鹿児島県	262億円	鹿児島地域経済研究所
2009	天地人	21.2	新潟県	204億円	日本銀行新潟支店
			山形県	116億円	山形県
2010	龍馬伝	18.7	高知県	535億円	日本銀行高知支店
			長崎市	182億円	長崎経済研究所
2011	江	17.7	滋賀県	162億円	滋賀県
2012	平清盛	12.0	広島県	202億円	中国電力エネルギー総合研究所
			神戸市	193億円	兵庫県立大学政策科学研究所
2013	八重の桜	14.6	福島県	215億円	日本銀行福島支店
2014	軍師官兵衛	15.8	兵庫県	240億円	兵庫県立大学政策科学研究所
2015	花燃ゆ	12.0	山口県	138億円	日本銀行下関支店
2016	真田丸	16.6	長野県	200億円	上田市
2017	おんな城主直虎	12.8	静岡県	248億円	浜松市
2018	西郷どん	12.7	鹿児島県	258億円	九州経済研究所
2019	いだてん	8.2	熊本県	102億円	日本銀行熊本支店
2020	麒麟がくる	14.4	岐阜県	73億円	十六総合研究所

(出所) 中村忠司(2016) もとに筆者が補足して作成。

(注) 視聴率は、ビデオリサーチ社の関東地区視聴率調査による。

2 研究対象として的大河ドラマ

(1) 大河ドラマに関する先行研究の概観

大河ドラマに関する研究は、多様な側面を含んでいるために多岐にわたる。古くは、番組制作に携わっていた関係者が回顧する形で大河ドラマを語ることが多かったが⁽³⁾、その時点では、大河ドラマ自体が研究対象となっていたわけではなかった。

朴順愛は、「日本の歴史大河ドラマに関する研究は、その経済的効果の分析を除外すれば、日本内外を問わず十分とは言えない」と指摘しているが(朴2010:72)、逆に言えば、朴が除外した「経済的効果の分析」こそが大河ドラマ研究の多くを担ってきたともいえる。すなわち、観光振興やコンテンツツーリズムといった観点から、行政や民間による大河ドラマの観光活用、地域振興の方策について関心が寄せられ、大河ドラマが放映されることによる地域への経済波及効果に関する研究が積極的になされてきたのである。

一方、先に触れたように、大河ドラマというコンテンツそのものが歴史叙述であること

から、時代考証のあり方や、史実と創作との関係性について問う動きも見られる。また、大河ドラマによるナショナルイメージの構築に注目した社会学的な研究や、テレビドラマというマスメディアの特性からメディア論的に読み解こうとする研究、さらに、大河ドラマを歴史学習の教材としての活用を図る教育学（歴史教育・社会科教育）からのアプローチもある⁽⁴⁾。

ただし、いずれも一部の例外を除き、大河ドラマそのものというより、個別の作品に限定して調査したものが多く、これは、1963年の第1作から60年近くにわたって放映が継続しており、しかもその時々々の社会状況に応じて変化を重ねていくという大河ドラマの性質を考えれば、全作品を包括的に対象化することがあまり現実的ではないからだろう。

こうした研究状況を概観した上で、以下、先行研究の主要なアプローチとその概要について確認しておきたい。

(2) 観光客誘致・経済波及効果に関する研究

先述したとおり、大河ドラマに関する研究の中でも、もっとも旺盛に取り組まれてきたのが、大河ドラマの経済波及効果に関する研究であった。大河ドラマを活用した観光客誘致の取り組みについて言及した溝尾良隆（1994）の研究が、比較的早い段階のものであるといえる。

その後、「観光立国」政策の動きと軌を一にするかのように、2000年代に入ってから本格化していく。中村哲（2003）は、大河ドラマ放映前後の観光客数の変化の分析を通して、大河ドラマの放映が、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結論づける一方で、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も指摘している。

大河ドラマの放映による観光客の目的地選択に注目し、観光客誘致の具体的な方策について言及することは、その後も大河ドラマ研究の定番となる。前原正美（2008）は、大河ドラマの放映が、舞台となった観光地のネームバリューを上げ持続的な観光誘致をもたらすために、地方自治体の観光戦略だけでなく、民間企業（観光業者、ホテル・旅館業界など）と地域住民を巻き込んでいくことにより、地域の潜在的観光資源が発掘され、具体的な観光誘致の政策が立案できると提案した。

さらに、コンテンツツーリズム研究の一翼を担う形で大河ドラマが注目されるようになったのは先述のとおりである。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不十分であるため、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。

そのほか、大河ドラマの誘致活動と地域活性化の動きに注目した北村純 (2016) のほか、大河ドラマを活用した観光振興に関して中村忠司 (2014・2016・2019 ほか)、中村容子 (2016・2018 ほか) による継続的な研究も注目される。特に 2010 年代に入ってから、大河ドラマに関する研究が増えてきたが、おそらくその背景にはコンテンツツーリズムに関する研究の隆盛が関係しているものと思われる。

いずれも、大河ドラマの舞台となっている地域の観光客数の増減や経済波及効果について取り上げ、今後、観光客数の増加に寄与していくためにはどうすればいいかといった実利的な関心から研究が進められている。また多くの場合、観光客の増加は一時的なものであり、継続性には乏しいと指摘されていることも共通している。これはコンテンツツーリズム全般にも通じる課題でもあるが、この問題については後述する。

(3) 歴史叙述・時代考証に関する研究

大河ドラマは、歴史を素材にしているとはいえ、ドキュメンタリーではなくあくまでも「ドラマ」であるから、そこには必ず創作が含まれる。場合によっては、架空の人物や架空のエピソードを盛り込みつつ主人公の人生を描き出していく。そのため、歴史学においては、大河ドラマをはじめとする時代劇について長らく研究対象と認めてこなかったという経緯がある⁽⁵⁾。

そのようななか、元禄・享保時代を専門とする歴史学者・大石学が 2009 年に「時代考証学会」を設立し、市民や行政、時代劇制作者などを幅広く巻き込みながら、シンポジウムの開催、書籍の発行など精力的に活動を展開し、「時代考証」の方法論の確立とともに、歴史学と時代劇との橋渡し役を果たそうとしている。

時代考証学会では、シンポジウムやフォーラムなどの催しにおいて、研究者、放送関係者、演者、自治体職員などさまざまな立場の人々がパネリストとして登壇し、その成果の多くは書籍化されている。議論されている内容は多岐にわたり、一つの傾向として見出すことは困難だが、主要な論点として、大河ドラマが歴史叙述の一つとして歴史学とどのような関わりを見出せるのか⁽⁶⁾、そして大河ドラマが地域や市民とどのような接点を持ちうるのか⁽⁷⁾といった点が挙げられている。

一方で、たとえば 2013 年には『歴史評論』753 号で「映画をめぐる歴史と時間」という特集が生まれ、同年の『人民の歴史学』195 号においても歴史ドラマや戦後映画が取り上げられ、さらに日本史研究会 2013 年 6 月例会では「映画と歴史研究——史実／考証／創作」がテーマになるなど、映画・ドラマといったメディアにおける史実／創作の問題が歴史学においても議論の俎上に載りつつあるにもかかわらず、佐藤宏之 (2017:9) が「これらの取り組み〔歴史学界の動向を指す——引用者注〕のなかに時代考証学会の研究成果は取り上げられてはいない」と不満を表明しているように、まだ十分に相互の対話が進んでいないという現状もある。時代考証学会の取り組みはまだ緒についたばかりであるように思われる。

(4) ナショナリズムの構築

大河ドラマは、テレビドラマというマスメディアの一形態であり、しかも大河ドラマ＝「国民の歴史」として、ナショナル・イメージの形成に寄与する側面もあることから、社会学やメディア論、メディア史などの観点から論及されることもある。

朴順愛(2010)は、日本人の価値観と生活層をもっとも直接的に反映するものとして大河ドラマに注目し、戦後日本のナショナリズムの再構築にマスメディアがどのように関与したのかを検討している。朴は、1990年代以降の日本人の大衆的価値観と社会認識の変化を知るために、大河ドラマにおいて好んで描かれる時代・人物の特徴や、大衆的価値観を反映する視聴率から見る日本人の歴史選好などの検討を通して、

1990年代以降の大河ドラマを総括してみると、時代的な敗者に対する再認識、歴史のなかのマイナー主人公の登場が著しい。この現象は、90年代の日本経済の沈滞期にあって、社会文化的な側面で多くの認識の変化を提供した。

という特徴を見出した(朴2010:86)。また、歴史上の敗者である徳川慶喜、新選組などが題材として選ばれるようになったのは、「戦後、敗者としてアメリカの影の下で安全な経済成長を成し遂げ、国際的に大きな力をつけた日本が、90年代に入るとともに国際貢献というキャッチ・フレーズを掲げ、世界という舞台へ進出を図っていくのと相まっている」とその社会的背景を説明する。こうして朴は、「大河ドラマは日本的価値観の変化を代弁する存在となってきた」と結論づけるのである(朴2010:87)。

李受美(2010)は、戦後日本においてテレビがもっとも影響力をもつナショナル・メディアとして定着してきたことを踏まえ、大河ドラマを題材に、日本人がテレビを媒介として自国の経済成長とともに日本国民としてのアイデンティティを構築してきたことを明らかにした。李はまず、大河ドラマのオープニング映像に注目し、「日本の国土」「日本の歴史」「日本人・日本の英雄」「日本の美・精神」といった象徴記号を用いて、視聴者を「日本人」という歴史的な主体として呼び出すと同時に、視聴者の居場所を「日本」というナショナルな空間と時間に編成し、「過去の日本を記憶させ記念させることによって現在の日本を奨励・統合しようとするイデオロギーが作動していた」と分析する。次いで、大河ドラマで描かれる主人公の「個人的な成功」が「国家の成功・発展」に変換されることで、現実の視聴者である日本人の思考において「私＝個人的レベル」から「公＝ナショナルなレベル」へのシフトを促すようなイデオロギーが働いていたと結論づけた。

(5) 展示メディアのなかの大河ドラマ

以上、大河ドラマをめぐる研究状況について、ここでは便宜的に、①観光客誘致や経済波及効果からのアプローチ、②歴史叙述や時代考証からのアプローチ、そして、③ナショナル・アイデンティティの構築といった側面からのアプローチに分けて、それぞれについ

て概観してきた。これらの作業を通して気づかされるのは、大河ドラマという研究対象は共通しているものの、それぞれのアプローチを横断するような相互参照がほとんど見られないことである。もちろん、関心の所在や研究の目的がそれぞれ別のところにあるため、相互の研究成果を参照する必要性も生じないのだろう。

このような研究状況を踏まえ、本論文においては、大河ドラマと展示メディアの関係に注目する。展示メディアは、先の①～③のアプローチのいずれとも親和性が高く、それぞれの議論を架橋することも可能になると考えるからである。

大河ドラマが放映されると、舞台となった地域では、常設・仮設問わずさまざまな施設で大河ドラマにあやかった展覧会が行われることは周知の事実であろう。竹村誠(2012: 33-34)は、2008年放映の「篤姫」を例に、関連する展覧会の開催状況について調査し、14箇所の博物館およびその類縁機関で「篤姫」にまつわる何らかの展覧会が行われたことを明らかにしている。そして、①新発見、再発見された資料を展示するもの、②ドラマのセットや小道具を展示するもの、③ドラマ『篤姫』人気にあやかって展示内容が直接は篤姫と関連がないのに展覧会タイトルに「篤姫」と入ったもの、という3類型に分けられると指摘する。これはおそらく「篤姫」だけでなく、大河ドラマの舞台となった地域では、程度の差こそあれどこでも同じようなことが起こっていると思われる。

江戸東京博物館では、大河ドラマとタイアップした特別展を毎年のように開催していることもよく知られている(表2)⁽⁸⁾。同館学芸員の市川寛明(2012)は、こうしたタイアップ企画は、展覧会の名前、ロゴが大河ドラマと同一であること、主催者が同館に加えてNHKおよびNHKプロモーションの三者の主催となっているという特徴を挙げるとともに、その背景には来館者数を稼がなければならないという経営的な問題があることも明かしている。なお主催者であるNHKプロモーションは、大河ドラマと連動した巡回展を、江

(表2) 江戸東京博物館における大河ドラマとのタイアップ展覧会 (2004年以降)

開始日	終了日	日数	展覧会名	対応する大河ドラマ	入場者数	1日平均
2004/04/03	2004/05/23	47	新選組!展	新選組!	127,473	2,712
2005/12/23	2006/02/05	38	山内一豊とその妻	功名が辻	64,950	1,709
2008/02/19	2008/04/06	42	天璋院篤姫	篤姫	159,842	3,806
2010/04/27	2010/06/06	38	龍馬伝	龍馬伝	141,131	3,714
2011/01/02	2011/02/20	46	江～姫たちの戦国～	江～姫たちの戦国～	95,891	2,085
2012/01/02	2012/02/05	33	平清盛	平清盛	81,548	2,471
2013/03/12	2013/05/06	51	八重の桜	八重の桜	73,581	1,442
2014/05/27	2014/07/13	42	軍師官兵衛	軍師官兵衛	75,272	1,792
2015/06/04	2015/07/20	41	花燃ゆ	花燃ゆ	49,961	1,219
2016/04/29	2016/06/19	47	真田丸	真田丸	111,775	2,378
2017/07/04	2017/08/06	30	戦国! 井伊直虎から直政へ	おんな城主直虎	55,635	1,855

(出所) 江戸東京博物館公式サイトの情報をもとに筆者作成。

戸東京博物館だけでなく全国で展開している (NHK プロモーション 2021)。

このように、大河ドラマにとって展示というメディアは大河ドラマの世界観を再現する場として重宝されるとともに、「大河ドラマ観光」を支える重要なメディアでもあるのである。そして、その典型的な存在が、大河ドラマの放映に合わせて設置される「大河ドラマ館」である。

大河ドラマ館は、観光客誘致のためにその舞台となった地域に設置され、経済波及効果が期待されるものであるとともに、そこでは大河ドラマの世界観が展示によって表現される。そこで次章においては、この大河ドラマ館に注目した上で、展示というメディアにおいて大河ドラマを表象することの意味について考えることとしたい。

3 「大河ドラマ館」における歴史の表象

(1) 大河ドラマ館の概要

大河ドラマ館とは、大河ドラマが放映される年に、舞台となった地域に設置される仮設展示施設である。その多くは、放映開始前後にオープンし放映終了時に閉鎖される期間限定型で、開設期間はほぼ放映時期と重なる⁽⁹⁾。表3は、2010年以降の大河ドラマ館をまとめたものだが、大河ドラマの放映と完全にリンクしたタイアップ型の催しであることが分かるだろう。

大河ドラマ館では、一部例外はあるものの、多くの場合、大河ドラマの撮影で使用した台本や小道具、役者や制作スタッフのサインなどが展示される。あくまで大河ドラマで描かれた情景に触れ、ドラマのなかの世界に自らを同化させる一種の装置であり、その意味で、必ずしもその地域の歴史を展示したものではない (工藤 2013: 309)。

展示はアミューズメント的な要素が強く、また施設そのものが観光案内所的な機能を有しているため、「大河ドラマ観光」の拠点施設としての性格が強い。なお会場は、新たに仮設の建物を建設する場合と、既存の建物を利用する場合がある。

大河ドラマ館を訪れる観光客層については、村瀬慶紀 (2019) が、2017年に放映された「おんな城主直虎」の舞台となった浜松市において大河ドラマ館の来場者を対象に実施したアンケート調査によって、ある程度明らかになっている。すなわち、来場者の多くが「日帰り観光客」であることに加え、観光行動 (立ち寄り先) が大河ドラマ関連の狭い範囲に集中しており、必ずしも舞台となった浜松市あるいは静岡県内全体に観光行動が広がっていなかったというのである。また、来場者の属性については、男女とも中高年が多いが、10代の若年層および60代・70代の高齢層に関しては女性の割合が高い傾向にあるという。さらに、大河ドラマ館の来場者は必ずしも大河ドラマの恒常的な視聴者ばかりではなく、登場人物や出演者のファン、さらには「歴女」など多様な動機で来訪しているという。

(表3) 大河ドラマ館の来館者数 (2010年以降)

作品名	施設名	開始日	終了日	所在地	会場	来館者数
龍馬伝	長崎奉行所・龍馬伝館	2010/1/9	2011/1/10	長崎県長崎市	長崎歴史文化博物館	466,995
	長崎まちなか龍馬館	2010/1/2	2011/2/28	長崎県長崎市	パトリエ21ビル	202,794
	土佐・龍馬であい博	2010/1/13	2011/1/10	高知県高知市ほか	高知龍馬ロマン社中ほか	924,903
江	江・浅井三姉妹博覧会	2011/1/15	2011/12/4	滋賀県長浜市ほか	浅井ふれあいの里・プラザふくらの森ほか	1,183,627
平清盛	KOBE de 清盛「ドラマ館」	2012/1/21	2013/1/14	兵庫県神戸市	神戸ハーバーランド	260,694
	音戸の瀬戸ドラマ館	2012/1/14	2013/1/14	広島県呉市	おんど観光文化会館うずしお	92,401
	平清盛館	2012/1/14	2013/1/14	広島県廿日市市	宮島歴史民俗資料館	203,567
八重の桜	ハンサムウーマン八重と会津博ドラマ館	2013/1/14	2014/1/14	福島県会津市	旧会津図書館	611,558
軍師官兵衛	ひめじの黒田官兵衛大河ドラマ館	2014/1/12	2015/1/10	兵庫県姫路市	姫路城南・家老屋敷公園テント	611,576
花燃ゆ	ほうふ花燃ゆ大河ドラマ館「文の防府日和。」	2015/1/11	2016/1/11	山口県防府市	ルルサス防府	61,544
	ぐんま花燃ゆ大河ドラマ館	2015/1/10	2016/1/31	群馬県前橋市	群馬県庁昭和庁舎	145,936
	文と萩物語 花燃ゆ大河ドラマ館	2015/1/11	2016/1/10	山口県萩市	旧明倫小学校校体育館	312,649
真田丸	くどやま「真田丸」大河ドラマ展	2016/3/13	2017/2/28	和歌山県伊都郡九度山町	九度山・真田ミュージアム	258,406
	信州上田真田丸ドラマ館	2016/1/17	2017/1/15	長野県上田市	旧上田市民会館	1,035,208
おんな城主直虎	おんな城主直虎大河ドラマ館	2017/1/15	2018/1/14	静岡県浜松市	浜松市みをつくし文化センター	780,923
西郷どん	西郷どん大河ドラマ館	2018/1/13	2019/1/14	鹿児島県鹿児島市	鹿児島市立病院跡地	553,052
	いぶすき西郷どん館	2018/1/12	2019/1/14	鹿児島県指宿市	指宿市考古博物館時遊館 COCCOはしむれ内	63,699
いだてん	いだてん大河ドラマ館	2019/1/11	2020/1/13	熊本県玉名市	旧玉名市役所庁舎跡地	117,310
	金粟四三ミュージアム	2019/1/11	2020/1/13	熊本県玉名郡和水町	三加和温泉ふるさと交流センター	91,184
麒麟がくる	麒麟がくる 京都大河ドラマ館	2020/1/11	2021/2/14	京都府亀岡市	京都スタジアム	101,260
	福知山光秀ミュージアム	2020/1/11	2021/2/7	京都府福知山市	福知山市佐藤太清記念美術館	91,400
	麒麟がくる ぎふ恵那大河ドラマ館	2020/1/11	2021/2/14	岐阜県恵那市	日本大正村大正ロマン館	52,089
	麒麟がくる ぎふ可児大河ドラマ館	2020/1/11	2021/2/14	岐阜県可児市	花フェスタ記念公園	89,381

(出所) 中村忠司 (2018) および鄭年皓 (2021) をもとに筆者作成

(2) 大河ドラマ館を評価する視点

大河ドラマ館に関しては、いくつかの例外を除き、その展示内容や歴史叙述としての妥当性にまで踏み込んで分析されることはほとんどない。たとえば中村忠司 (2016) は、「大河ドラマ館自体の内容」について「筆者の分析」と断った上で、館の規模や展示の工夫などを考慮して、A (高い)、B (中間)、C (低い) と評価することを試みている。その結果は、「高知・龍馬ロマン社中」= A、「浅井・江のドラマ館」= C、「平清盛館」= B、「ハンサムウーマン八重と会津博ドラマ館」= B、「ひめじの黒田官兵衛大河ドラマ館」= B、「文と萩物語 花燃ゆ大河ドラマ館」= B、となっている。ただし、その根拠として「展示が充実している」「オーソドックスな展示」「展示に工夫が凝らされている」「展示も比較的凝った作りになっている」という簡素な言及にとどまっているため、展示内容に踏み込

んだものではなく、あくまでも主観的な印象論の域を出ない。

一方、工藤航平（2013：308-309）は、2010年の「龍馬伝」の放映にあわせて設置された「長崎まちなか龍馬館」と「長崎奉行所・龍馬伝館」という2つの大河ドラマ館について、歴史学の立場から興味深い考察をしている。まず、「長崎まちなか龍馬館」はいわゆるタイアップ型の展示で、あくまでもドラマで描かれたストーリーに沿って展示されるため、たとえば「龍馬の意志を継いだのは岩崎弥太郎」というように、必ずしも歴史学研究成果を反映したものではない内容も含まれていたという。また、市民や観光客にとって「地域の歴史展示ではなく、あくまでもドラマの展示」ということは理解されにくいとも指摘している。他方、「長崎奉行所・龍馬伝館」の方は、長崎歴史文化博物館の一部を使った大河ドラマ館であり、歴史展示ではなく、大河ドラマの歴史や裏側を紹介する展示で、いわば「大河ドラマそのもの」を展示対象としている。直接的には長崎と関係ないものの、大河ドラマで描かれた時代の長崎などを関連展示としてフォローしたものとなっているという。

さらに工藤（2017：174-175）は、2012年に放映された「平清盛」の大河ドラマ館として、宮島歴史民俗資料館の一部に設置された「平清盛館」についても検討を加えている。「平清盛館」では、宮島歴史民俗資料館の展示施設の1階部分を使用し、第一部でドラマ解説を中心としたパネルや台本、小道具を展示し、第二部では「平清盛の時代と紹介」というテーマでパネルによる歴史解説、第三部ではシアターにおいて「永遠の夢をこめた海上社殿 平清盛と厳島神社」と題する映像が流されていた。

同館は古民家を活用した施設で、入口から直接ドラマ館へ出入りできるルートはなく、通常の順路に従ってドラマ館に向かうという構造になっているため、ドラマ館の見学を目的とした人であっても必然的に常設展示を目にすることになるという施設上の特徴があった。実際、工藤による観察においても、常設展示をまったく見ることなくドラマ館へ進む人はおらず、少しでも立ち止まって展示資料へ目を受けていたとして、ドラマ館のみを目的とした人に対しても、おのずと宮島特有の歴史や文化へ関心を向けさせる効果があったと評価している。このことについて工藤（2017：176）は、「博物館施設に大河ドラマのストーリーを展示する施設を併設することは、観光客や地域住民に対して、大河ドラマのストーリーからは洩れてしまうような、その地域特有の歴史や文化に触れてもらう契機となる」とそのメリットを指摘している。

滋賀県長浜市では、1996年の「秀吉」に合わせた「北近江秀吉博覧会」、2006年の「功名が辻」に合わせた「北近江一豊・千代博覧会」、そして「江～姫たちの戦国～」に合わせた「江・浅井三姉妹博覧会」と、過去3回にわたって大河ドラマ館を設置した。長浜市職員として3つの大河ドラマ館に関わってきた北川賀寿男（2012）は、その成果として、①地域連携の推進、②まちづくり主体の創出、③余剰金を次のまちづくりの資金としたことを挙げている。この場合の余剰金とは、「人件費や設備費などをボランティアによってできるだけ抑え、生み出したお金」のことを指し、「北近江秀吉博覧会」では5,000万円、「北

近江一豊・千代博覧会」では3,000万円、「江・浅井三姉妹博覧会」では1億4,000万円の余剰金が発生し、それぞれ市に寄付または返戻され、市はこれを基金に積み立てて新たなまちづくりの資金として再投資されているという。

大河ドラマ館自体、NHKとタイアップしつつ、「大河ドラマの世界観」を忠実になぞるものであるため、大河ドラマの世界への没入感や一体感を求めて来訪する来館者にとっては満足度の高いものとなるだろう。また、仕掛ける側は、「大河ドラマ観光」にターゲットを絞った上で、大河ドラマの経済波及効果を最大化するための観光拠点として位置づけるため、舞台となった地域全体の来訪者数や経済効果が指標となって評価される。しかし、展示そのものの内容や質、そして「歴史叙述」をめぐる問題について議論されることはきわめて少ない。展示メディアと密接に関係する博物館学においても、そもそも大河ドラマ館が研究対象になることはほとんどなく、観光振興の一環として注目される程度というのが現状である⁽¹⁰⁾。

4 「単純化したストーリー」と歴史イメージの創出

(1) 大河ドラマが地域に及ぼす影響とその両義性

大河ドラマが放映されることにより、その舞台となった地域の歴史イメージにはどのような影響がもたらされるのだろうか。工藤航平(2013:310)は、大河ドラマが地域史に果たす効果について、「大河ドラマという絶大な知名度を誇る時代劇メディアの制作により、当該分野の専門家だけでなく、地域博物館の学芸員や郷土史研究家をはじめ、全国各地の人々が関心を抱く」ことにより、①地域固有の人物や歴史事象、文化の再発見・再検証の進展、②地域に関する新資料の発見、③地域文化の担い手の裾野拡大、という3点を挙げている⁽¹¹⁾。つまり、大河ドラマという強力なメディアを通して、より広くより濃く伝達されるからこそ、関心を持つ層の拡大を促し、地域史研究の深化にもつながっていくというわけである。

しかし、もちろんその効果はポジティブな側面だけではない。あわせて工藤(2012:177)は、「経済効果を期待する観光中心の地域振興で語られる“地域の歴史”の危険性は、歴史作品で取り上げられた人物・集団や時代のみ一つの歴史事象がクローズアップされることで、『歴史作品で描かれた歴史＝地域の歴史』と認識されてしまう恐れがあることである」と釘を刺す。それは大河ドラマ館においても同様であり、「大河ドラマを理解するためには役立つが、そこから地域の歴史や文化を理解することは困難である」という指摘は、大河ドラマの地域に対する両義的な影響を的確に言い当てている。

大河ドラマが地域の歴史にバイアスを掛けてしまう危険性については、2013年放映の「八重の桜」における「幕末会津」のストーリー化の陥穽を丹念に検証した須賀忠芳(2018)の研究が参考になる。須賀は、「幕末会津」のストーリー化が「地域住民の歴史観、また同地を訪れる観光者の歴史観」に大きな影響を与えるとして、以下の3点を挙げている。

第一に、「白虎隊の悲劇」が可視的に強調されることで、その現実性がむしろ喪失されてしまうという点である。その弊害の例として、学校行事において披露される「白虎隊剣舞」を挙げ、「慰霊を目的とした奉納剣舞のその本来の意図を逸脱し、そのイベント性のみが認識されている」という現状について、以下のように指摘している。

同時に少年 19 人が一度に自殺するという悲劇の現実性は置き去りにされ、「会津戦争＝白虎隊」としての単純な図式の中にあてはめられていく中で、白虎隊は一つの偶像と化し、単純に「地域の誇るべき存在」にまつり上げられ、藩当局の失策により戦争が開始され、年少の彼らが戦場に動員されて命を落とすこととなる歴史上の客観的要因の遡及は手つかずのままに、その惨状の地と墓地とが単なる観光資源と化していることになるのである。

第二に、白虎隊に代表される一部の犠牲のみが強調されることで、戦争全体を客観視する態度が失われたという点である。会津戦争が民衆の経済的負担と人的犠牲の上に成り立っていることから、人々は武士層に対する根強い不信感の下で戦争をとらえていたにもかかわらず、観光客、地域住民はともに、悲劇の下で藩を挙げて戦争にあたったとする単純化されたストーリーを追っているというのである。

第三に、地域のために命をかけて戦ったとする「白虎隊」のイメージは、戦前の政府によって戦争完遂のために意識的に強調されたものであるにもかかわらず、地域住民はその事実を受け入れることなく白虎隊を誇らしく捉えるのみとなってしまう点である。

同じく「八重の桜」を題材に、白虎隊の物語が東日本大震災後の社会状況と重ね合わせながら再生・復興の物語になっていくプロセスを検証した神谷大介 (2017: 209) も、須賀と同様に「地域の歴史を掘り起こす起爆剤になる反面、史実とは異なる歴史叙述が無自覚のうちに人々の間に広がっていく側面があることには十分な注意が必要となる」と警鐘を鳴らす。

(2) 観光資源と「単純化されたストーリー」

確かに、大河ドラマで提示されたストーリーに身を委ね、歴史の解釈を大河ドラマのストーリーと同一化させれば、心地よくその世界観に没入することができる。しかし、そのストーリーは、さまざまな解釈のうちの一つでしかない。しかも、白虎隊の事例で具体的に示されたように、地域固有の論理から脱文脈化され、「白虎隊の悲劇」としてお決まりの物語の中に収斂していってしまう危険性もある。

このような過度に単純化されたストーリーは、冒頭で示したような「観光立国」を旗印に掲げたさまざまな観光政策と地続きであり、なかでも文化庁が中心となって進めている日本遺産におけるストーリーや、経済産業省が進める「地域ストーリー」はその最たるものである。

日本遺産とは、日本の文化・伝統を国際展開する「クール・ジャパン戦略」の一環として2015年から推進されているもので、地域の歴史的の魅力や特色を通じて、海外での知名度を高め、観光資源として活用することを目的に、日本の文化・伝統を語る「ストーリー」を日本遺産として認定するという制度である。ここでは、文化財や文化遺産ではなく、「ストーリー」そのものを認定の対象としているところに最大の特徴がある。しかもそのストーリーは、「活用」を前提にコンパクトに絞り込まれていなければならない、単純化したアウトプットが求められている（金子2020）。

経済産業省においても、2014年に「地域ストーリー作り研究会」を発足させている。その説明資料（第1回）では、「地域ストーリー創造」について以下の通り規定している（経済産業省地域経済産業グループ2014）。

- 個々の地域資源を組み合わせ、その関連性や文脈を興味深い物語に仕立て上げることにより、地域全体の魅力やブランド力を高め、地域を訪れる人々の関心や注目を集めること。
- 地域ストーリーの創造により、当該地域を訪れる観光客の数を増やすだけでなく、様々な地域資源を関連づけることから、当該地域の経済や産業に及ぼす波及効果を大きくすることができる。
- 地域資源の関連性や文脈を形作る材料として、当該地域の歴史や伝承のみならず、現在も残る生活様式や文化、復興、再生など未来に向かっての新たな物語の創作も含まれる

さらに、2015年に発行した取りまとめとなる報告書では、「地域が制作した経験ストーリーを検証するためにマーケティング調査を実施し、そのデータを分析して得られたマーケティング視点を踏まえてストーリーの修正を行う」と述べている（経済産業省地域経済産業グループ2015）。つまり、ストーリー修正の主導権はマーケティング調査にあるわけであり、この「ストーリー」自体きわめて作為的なものと言わざるを得ない。

冒頭で取り上げたように、コンテンツツウリズムを初めて提唱した国土交通省・経済産業省・文化庁の報告書においても、「物語性」がその性格として規定されていたが、これも同様の理解に基づくものとみていいだろう。

日本遺産における「ストーリー」が文化庁によって認定されたものであり、経済産業省の「地域ストーリー」がマーケティング調査に基づいて修正を加えられたものであったように、いずれも特定の主体の手により観光目的で恣意的に策定され得るものであるといえる。

このように、地域の活性化や観光開発のために、特定の「ストーリー」や「物語」が選び取られ、制度的承認をもってオーソライズされていくと、それが地域にとっては「支配的な語り」となる。しかもその「ストーリー」や「物語」は閉鎖的で自己完結的なもので

あり、解釈の余地のないきわめて固定的なものであることは、以前別稿において指摘したとおりである（金子 2020）。

(3) 「構築された歴史像」のゆくえ

では、大河ドラマ観光において、このような「単純化したストーリー」の問題をどのように考えていけばいいのだろうか。先述したとおり、大河ドラマは歴史叙述であり、歴史の一つの解釈に過ぎない。しかもそれは、原作者、脚本家、演者など多様な主体によってさまざまに解釈されて提示された、ひとつの「構築された歴史像」である。つまり、いくつもあり得る解釈のうちの一つが、大河ドラマという強力なメディアによって増幅され、さらに大河ドラマ館では展示というメディアによって権威づけられていくわけである。奥野卓司（2014:227）が、江戸東京博物館における「江戸文化繁栄論」を例に引きながら「博物館の表象は、人々のイメージをあまりにも固定化してしまう。江戸時代のすべてがそうであったかのように観客に刷り込んでしまう」と警鐘を鳴らすように、展示というメディアで表象されることによって多様な読みや解釈の可能性が閉じられていくような事態は避けなければならないだろう。

この点に関し、須賀忠芳（2018:170）はこの「構築された歴史像」そのものを、「構築されたもの」として提示する必要性を指摘する。「客観的視野に立脚した地域の歴史像の考察を促すことは、「一面的な理解ではない歴史認識の深淵に触れることへとつながり、それは安易に消費されえない、サステナブルな地域資源、文化資源を構築することとなる」という。同様に古池嘉和（2018:185）も、「地域資源への深い関心や理解に基づいた『編集』過程への参加が求められる。加えて、来訪者側にも、それぞれの想いを『意味づけ』していけるような柔軟な『物語』の構築が必要になるであろう」と、いずれも一つの公定的な歴史像をそのまま受け止めるのではなく、そこから意味を読み解き自らの手で解釈していくことの重要性を説いている点で共通している。

大河ドラマの舞台になったことにより地域の歴史や文化への関心が高まったとすれば、地域研究の拠点となるべき博物館が、NHKのタイアップ的な企画に邁進したり、大河ドラマの世界観に収斂させるようなストーリーを自ら発信しようとするべきではないだろう。むしろ、地域固有の論理に基づいた多様な読み、あるいは「読み直し」を、地域住民とともにいかに形作っていけるかが問われている。

大河ドラマは、放映期間が終了すれば視聴者の関心が急速に薄れるため、大河ドラマ観光は一過性であると言われる。これはコンテンツツーリズム全般に共通する弱みでもある。しかし、大河ドラマというメディアに依存し続けている限り、同様の事態は今後も続くだろう。一過性のものにしないためには、大河ドラマだけに依存することなく、あるいは短期的な観光需要に目がくらむことなく、地域住民、ボランティアや地域史研究団体、そして博物館をはじめ他の類縁機関など、地域の歴史を何らかの形で支えるさまざまな主体が地域の歴史に目を向け、継続的に掘り起こしていくような地道な作業を着実に続けて

いくしかない。それが長期的に見れば、広い意味での地域活性化にもつながっていくはずである。

注

- (1) 李受美 (2006) によれば、当初はシリーズ化される予定はなかったが、その後、シリーズを重ね、1970年前後に「大河ドラマ」というジャンルが確立するに至ったという。
- (2) 北村純 (2016) は、大河ドラマの誘致活動について丹念に集めて分析をおこなっている。
- (3) たとえば大原誠 (1985) など。
- (4) 一例として、丸山仁 (2009)、鈴木崇資 (2012) などが挙げられる。
- (5) 市川寛明 (2012: 47) と三野行徳 (2011: 166) はともに、新選組を研究したいという学生が大学の近世史研究室に入ってきたら、新選組の研究は歴史学ではないから新選組研究を諦めさせるところから歴史学が始まるというエピソードを披露している。
- (6) 三野行徳 (2013: 29-30) は、「新選組!」への時代考証への参加経験を通して、大河ドラマは他の歴史作品と違って、「週刊誌等でさまざまな人々が、あるべき歴史叙述との違いを批判する現象が起こる」ことを例に、大河ドラマにおける時代考証の役割として「作品作りへの具体的な関わりを通じて、大河ドラマという歴史叙述がより正確 (史実や歴史背景に忠実) で、誤解や偏見を再生産しないものとするために、専門的な知識を活用して作品作りにコミットすること」と位置づけているが、歴史叙述と時代考証の関係の難しさを端的に示している。
- (7) 大河ドラマと地域社会との関係について、工藤航平 (2012: 180) は「歴史学研究だけでなく、大河ドラマや時代劇も、同じ一つの歴史叙述であるということを認識する必要がある。そのため、一つの歴史事象について多様な評価を認識し、複眼的・多角的に見ることが求められる。それを担保するものとして、地域研究の進展・深化、市民がそれらに容易にアクセスできる環境の整備が必要となる」と述べ、その方向性を提案する。
- (8) 江戸東京博物館で大河ドラマとのタイアップ企画を大々的に始めたのは「元禄繚乱」の時からという (市川 2012: 41)。
- (9) ただし、2016年の「真田丸」は放映日とずれ、2016年3月13日から2017年2月28日までの開催だった。
- (10) 安高啓明 (2015: 74) は、「ミュージアム都市」という概念をもとに、「龍馬伝」の舞台となった高知市について、「高知市のミュージアム都市としての成功要件は、わかりやすく、そして日本人に広く浸透されているテーマ設定にある。坂本龍馬については、歴史上の人物として多くの日本人が認識しており、小説の題材にもしばしば取り上げられている。なにより、2010 (平成22) 年に放映されたNHK大河ドラマ『龍馬伝』によって、その認知度をさらに高める結果となった。これを反映するかのように、観光客数にも大きな伸び率としてあらわれている」と評価している。そして、高知城懐徳館と高知県立坂本龍馬記念館の入場者数が、大河ドラマの放映をきっかけに高止まりを続けており、高知市がミュージアム都市として定着していると結論づける。しかし、「ミュージアム都市」の要件として、①学術的位置付けがなされていること、②基幹交通網 (= JR 駅) を中心としていること、③官民連携、およびボランティアなどの積極活用があること、を挙げているにもかかわらず (安高 2015: 11)、①の学術的位置づけに関する検討をすることなく高知市をミュージアムの成功事例とし、そこに大河ドラマ放映の影響を位置づけている。そもそも「ミュージアム都市」の定義そのものが判然としない上、「観光客数」の「伸び率」や「入場者数」の「高止まり」をもって成功と結論づけるのは、学問的にも適切ではないだろう。
- (11) このような地域への影響については、竹村誠 (2012) が「篤姫」を事例に詳細に検討している。

文献

- 石田もとな (2016) 「コンテンツツーリズムの概念についての研究ノート」『コンテンツツーリズム学会論文集』3
- NHK プロモーション (2021) 「主な実績・過去の一覧」<https://www.nhk-p.co.jp/kikaku/achievement.html> (2021/10/20 閲覧)
- 大石学 (2012) 「はじめに」『大河ドラマをつくるということ——時代考証学の提唱』名著出版
- 大石学 (2013) 「歴史作品と時代考証」『大河ドラマと市民の歴史意識』岩田書院
- 大原誠 (1985) 『大河ドラマの歳月』日本放送出版協会
- 奥野卓司 (2014) 『江戸〈メディア表象〉論——イメージとしての〈江戸〉を問う』岩波書店
- 金子淳 (2020) 「博物館を取り巻く『物語性』をめぐって——『観光立国』政策と日本遺産を中心に」『桜美林論叢 人文研究』11
- 神谷大介 (2017) 「会津若松の観光と大河ドラマ『八重の桜』——悲劇からの復興という物語」『時代劇メディアが語る歴史——表象とリアリズム』岩田書院
- 北川賀寿男 (2012) 「大河ドラマ博の成果と課題——観光まちづくりの現場から」『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
- 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』23
- 工藤航平 (2012) 「市民による地域文化の深化・再生産と大河ドラマ・時代劇——時代考証学会第二回フォーラムの成果と課題」『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
- 工藤航平 (2013) 「長崎市におけるNHK大河ドラマ『龍馬伝』の影響——市民の歴史認識構築と地域文化の再生産」『大河ドラマと市民の歴史意識』岩田書院
- 工藤航平 (2017) 「大河ドラマ『平清盛』放映と宮島——宮島の特質と地域文化」『時代劇メディアが語る歴史——表象とリアリズム』岩田書院
- 経済産業省地域経済産業グループ (2014) 「地域ストーリー作り研究会 (第1回) 事務局説明資料」https://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/chiiki/chiiki_story/pdf/001_03_00.pdf (2021/10/20 閲覧)
- 経済産業省地域経済産業グループ (2015) 「『地域ストーリー作り研究会』とりまとめ——経験可能な地域ストーリーによる顧客満足と地域活性化」https://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/chiiki/chiiki_story/pdf/report_01_02.pdf (2021/10/20 閲覧)
- 古池嘉和 (2018) 「物語、観光と文化資本」『名古屋学院大学論集 社会科学篇』54(4)
- 国土交通省総合政策局観光地域振興課・経済産業省商務情報政策局文化情報関連産業課・文化庁文化芸術文化課 (2005) 『映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査報告書』
- 佐藤宏之 (2017) 「趣旨説明」『時代劇メディアが語る歴史——表象とリアリズム』岩田書院
- 鄭年皓 (2021) 「『大河ドラマ『麒麟がくる』の放映が福知山および北近畿地域における地域活性化に与える影響に関する研究』研究成果報告書」https://www.fukuchiyama.ac.jp/img/report/2020/2020_report11.pdf (2021/10/20 閲覧)
- 須賀忠芳 (2018) 「ストーリー化された歴史観光素材の功罪をめぐって——『幕末会津』をめぐると言説を中心に」『観光学研究』17、東洋大学国際観光学部
- 鈴木崇資 (2012) 「大河ドラマと学校教育現場」『大河ドラマをつくるということ——時代考証学の提唱』名著出版
- 鈴木嘉一 (2012) 「『歴史の語り部』としての大河ドラマ——歴史ドラマの制作方式と特徴について」『大河ドラマをつくるということ——時代考証学の提唱』名著出版
- 竹村誠 (2012) 「歴史学と時代考証との関わり——大河ドラマ『篤姫』を題材に」『大河ドラマをつ

- くるといふこと——時代考証学の提唱』名著出版
- 中村 哲 (2003) 「観光におけるマスメディアの影響」『21世紀の観光学』学文社
- 中村忠司 (2014) 「大河ドラマを活用した観光振興についての一考察——広島県廿日市市における大河ドラマ『平清盛』後の持続性を中心に」『日本観光研究学会全国大会学術論文集』29
- 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』31
- 中村忠司 (2018) 「大河ドラマを活用した観光・シティプロモーションについて」『コンテンツツーリズム学会論文集』5
- 中村忠司 (2019) 「大河ドラマの舞台地となった自治体の施策について」『大阪観光大学観光学研究 所観光研究論集』17
- 中村容子 (2016) 「NHK大河ドラマ放映が観光に及ぼす影響」『観光学論集』11
- 中村容子 (2018) 「大河ドラマの観光活用の変容——山梨県を事例として」『コンテンツツーリズム学会論文集』5
- 朴 順愛 (2010) 「日本における大衆文化のグローバル化と変容——NHK大河ドラマ分析を通じて」『サブカルで読むナショナリズム——可視化されるアイデンティティ』青弓社
- 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
- 増淵敏之 (2010) 『物語を旅するひとびと——コンテンツ・ツーリズムとは何か』彩流社
- 丸山 仁 (2009) 「日本史に対する興味・関心を高めるにはどうするか——大河ドラマを切り口として」『キリスト教文化研究所研究年報』43
- 溝尾良隆 (1994) 『観光を読む——地域への提言』古今書院
- 三野行徳 (2011) 『「新選組！」 剣術家集団の実像』『時代考証にみる新江戸意識——大河ドラマ「新選組！」「篤姫」「龍馬伝」の実践から』名著出版
- 三野行徳 (2013) 「大河ドラマのなかの新選組と幕末——時代考証を通じて」『大河ドラマと市民の歴史意識』岩田書院
- 村瀬慶紀 (2019) 大河ドラマ放映地における観光行動の実証分析 NHK大河ドラマ「おんな城主 直虎」を事例として『余暇ツーリズム学会誌』6
- 安高啓明 (2015) 『実践的博物館学の研究』(西南学院大学博士論文) <http://repository.seinan-gu.ac.jp/handle/123456789/1225> (2021/10/20 閲覧)
- 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」『情報学研究』70
- 李 受美 (2010) 「大河ドラマの文化政治学——テレビ・メディア研究に対する一つの提案」『大衆文化とメディア』(叢書 現代のメディアとジャーナリズム 第4巻) ミネルヴァ書房

付記

本稿は、筆者を研究代表者とする2018～2022年度科学研究費補助金基盤研究(C)「コンテンツツーリズムにおける歴史像の構築と歴史系博物館の役割に関する実証的研究」(課題番号:18K11846)による研究成果の一部である。