

NHK 朝の連続テレビ小説と地域活性化

—『あまちゃん』のコンテンツツーリズムの発生とマスメディア報道—

早稲田大学政治経済学部政治学科 1A121303-7 福島はるか

概要

2013 年の 4 月から 9 月、NHK 朝の連続テレビ小説の 88 作品目として『あまちゃん』が放送された。宮藤官九郎が脚本を担当し、東北の漁師町と東京のアメ横で海女さんやアイドルを目指して奮闘する女子高生の青春を描いたこの喜劇は、日本全国で大きな反響を呼んだ。「あま絵」、「あまロス」、「じぇじぇじぇ」などの社会現象を生み、ロケ地の岩手県久慈市を中心に東北地方へ多くの観光客を誘致した。これにより岩手県全体で約 33 億円の経済効果があったと推計されている。

漫画やアニメ、ドラマ、小説などのコンテンツによって生まれる観光行動は「コンテンツツーリズム」と呼ばれ、地域活性化に有効な手段として近年様々な学問分野から研究されている。ただ、取り上げられているコンテンツツーリズムの成功例は、漫画やアニメのコアなファンによるものが多く、あまり一般的な話題ではなかった。これに対し『あまちゃん』は日本全国で注目度が高まり、大規模なコンテンツツーリズムが生まれた事例である。私は『あまちゃん』の例から、コンテンツツーリズムの大規模化に、マスメディアによる盛んな報道が関係しているのではないかと考えた。

本論文ではマスメディア報道とコンテンツツーリズムの関係性を明らかにするため、田島悠来 (2014) の分析手法¹をもとに新聞分析を行っている。朝日新聞・読売新聞・毎日新聞の全国紙三紙で、『あまちゃん』というキーワードで記事検索を行い、報道量の推移と報道内容の分析を行った。『あまちゃん』報道の特徴を明確にするため、同様の検索を『おひさま』と『梅ちゃん先生』に対しても行い、比較した。

そして、『あまちゃん』のロケ地となった岩手県久慈市の観光入れ込み客数の推移をまとめ、マスメディア報道との関係性を分析した。報道量と観光客数の増減には相関関係が認められるか、掲載されている記事内容によって観光誘致効果は変わるのかに注目し分析を行った。

分析の結果、『あまちゃん』は他の 2 作品より 2~3 倍も多く新聞報道されており、放送終了後も盛んに報道されていたことが明らかとなった。報道内容は、ロケ地やドラマの制作情報に加え、作品に関係する観光資源を取り上げた記事が他の 2 作品よりも多く見られた。また、ロケ地の観光客数と『あまちゃん』の報道量は似たような推移をしていることが明らかとなった。ロケ地の盛況と報道量増加の間には相乗効果が認められた。この効果を生み出すには条件があり、マスメディアが継続的に報道し、かつ作品に関係する観光資源を盛んに取り上げることが重要であることも明らかとなった。

¹田島悠来 (2014) 「ドラマ『あまちゃん』の新聞報道に見るロケ地との関係性」『メディア学—文化とコミュニケーション—』同志社大学大学院メディア学研究会、第 29 号