

メディアイベントとしての新婚旅行 : 1960年から 1970年代の宮崎を事例に

著者	森津 千尋
雑誌名	セミナー年報
巻	2011
ページ	21-30
発行年	2012-03-31
その他のタイトル	Honeymoon as a Media Event : In the Case of Miyazaki from the 1960's to the 1970's
URL	http://hdl.handle.net/10112/7071

メディアイベントとしての新婚旅行 —1960 年から 1970 年代の宮崎を事例に—

森 津 千 尋

地域社会と情報環境研究班委嘱研究員
宮崎公立大学人文学部国際文化学科助教

はじめに

宮崎県では、官製談合事件による安藤忠恕前知事の辞職に伴い、2007 年、元お笑いタレントの東国原英夫氏が宮崎県知事に就任した¹⁾。東国原知事は、「トップセールス」として、積極的に全国メディアにて宮崎県の農畜産物や観光地の宣伝をおこない、その結果、2007 年は過去最高の 12,345,000 人の観光客が宮崎を訪れた（宮崎県，2011）。

このようなメディアを利用した観光地のイメージ戦略は、現在、他の地域でも行われているが、宮崎では、過去にも大規模に行われた時期があった。それは、1960 年代から 1970 年代まで、宮崎県が「新婚旅行のメッカ」といわれた時期である。

この時期、日本社会における「家族」や「結婚」に対する考え方が変化し、また全国的にも団塊世代が結婚適齢期を迎えたことで、「新婚旅行」へ出かける新婚夫婦が急増した。1974 年のピーク時には 37 万 184 組の新婚旅行客が宮崎を訪れ、その年結婚した新婚カップルの 3 組に 1 組が新婚旅行先として宮崎を訪れていた（白幡，1996：177）。

この宮崎新婚旅行ブームのきっかけとなったのは、島津夫妻、皇太子夫妻の二組の皇室カップルの宮崎訪問であった。当時美智子妃と島津貴子夫人は、そのファッションだけではなく、パーソナリティやライフスタイルまでもが若い女性の憧れの的となっていた（石田，2006：67-68）。また、皇太子と美智子妃の「恋愛結婚」は、「男女平等」や「婚姻の自由」の象徴とされ、新しい「家族モデル」としても捉えられていた（河西，2010：180-184）。

この新しい二組の皇室カップルの訪問を契機に、宮崎は観光地として、戦前の「皇祖の郷」から、「ロマンティックな南国」、「憧れの土地」へとイメージを転換させていくが、本稿では、そのイメージの転換に、当時のメディアがどのように関わっていたのかについて検討する。

1) その後 2010 年 1 月 20 日に任期満了し退任。現在の宮崎県知事は河野俊嗣氏（2011 年 1 月 21 日就任）。

1 メディアが報じた新婚旅行

(1) 島津夫妻の来宮

昭和天皇の第五皇女である清宮（貴子）が、婚約会見で「私の選んだ人を見てください」と言って、旧佐土原藩主家系の島津久永氏と結婚したのは1960年3月であった。「おスタちゃん」の愛称で親しまれていた清宮は、明るく気さくな人柄で知られており、結婚前から美智子妃と並ぶ「ファッションリーダー」、「新しい皇室」の「アイドル」として、女性週刊誌等のマスコミで頻繁に取り上げられていた（石田，2006：226-229）。また島津氏は「旧華族といはいえ、それほど裕福な暮らしぶりでもなく、大学時代はアルバイト、卒業後は勤勉な銀行員」の「平民」として報じられていた（石田，2006：173）

1959年の皇太子結婚、さらに続いての清宮の結婚と、マスコミの「皇室報道」がますます過熱するなか、島津夫妻は夫・久永氏の祖先の墓参りを兼ねた新婚旅行として、1960年5月3日宮崎を訪れた。往路の神戸一府別の航路では、神津善行・中村メイコ夫妻とともに在阪の読売テレビの番組に出演するなど、二人の新婚旅行には多くの取材記者が同行していた²⁾。

当時の週刊誌記事をみると、『週刊女性』（1960.5.22号）は、「ハネムーンは船にまかせて 島津夫妻初のお国入り」という見出しで、「豪華船くれない丸で夫君の故郷へお国入り。5月の空と海の奏でる伴奏はあたかもお二人を祝福しているようだ。本誌記者の見たナマの仲むつまじさはどんなものか」と報じた。さらに『週刊明星』（1960.89号）では「島津夫妻とハネムーン—空と海と陸と」というテーマでグラフ特集が生まれ、「島津夫妻は5月1日、サラリーマンらしく飛び石連休を利用して念願の夫君の故郷、砂土原（原分ママ）へ旅立たれた。お二人は幸せそのものといった表情」という記事が掲載された。

その他『週刊平凡』（1960.5.18号）でも特集記事が掲載されており、島津夫妻の新婚旅行に対するマスコミの注目は高く、特に女性週刊誌を中心に特集が組まれていた³⁾。当時、「皇室班」を設置し、皇室報道に力をいれていた『女性自身』では、5月11月号から6月1日号までの約一か月、連続で島津夫妻の新婚旅行の記事を掲載していた（表1参照）。

2) 『宮崎日日新聞』（1960.5.8）に掲載された「ABC本社記者座談会」という記事では、この新婚旅行に同行した記者たちの様子が次のように語られている。

A：こんどほど派手な報道戦をやったことはないね。

B：人気絶頂のおスタちゃんの新婚旅行だからね。雑誌、テレビニュースカメラ、それに各新聞社がつきつきりで、いつも三十台近い車がお供していた。雑誌社の記者は4社ぐらい東京から同行していたが、これは夫妻と特に親しく“親衛隊”を自称している。この連中が宮崎観光ホテルから夫妻をさそい出してヤキトリを食べさせたり夜の青島を見物させたり演出したわけだ。（後略）

3) 当時の女性週刊誌について、石田は「今日では芸能スキャンダルやセックス情報を掲載するセンセーショナルな雑誌としてのイメージが強い。だが創刊から1960年代を通じて読者に受容されたのは、読者の芸能スキャンダルへの好奇心以上に、若い女性の流行感覚に敏感な雑誌」であったと指摘している（石田，2006：219-220）。

表1 島津夫妻新婚旅行関連記事（週刊誌）

「島津夫妻の新婚旅行というので 東京→鹿児島間のこんな話あんな騒動」	『女性自身』1960.5.11号
「島津夫妻のハネムーン速報 永様のよか嫁女」	『女性自身』1960.5.18号
「島津夫妻のデザインする南九州」	『女性自身』1960.5.25号
「ようやく愛情がわかってきました。島津家の語らいーハネムーンの旅から帰って」	『女性自身』1960.5.25号
「お疲れさま！ご夫妻」	『女性自身』1960.5.25号
「組み合わせで活かすハネムーンモード」	『女性自身』1960.6.1号
「おスタちゃんの新婚旅行」	『週刊女性』1960.5.22号
「ハネムーンは船にまかせて 島津夫妻のお国入り」	『週刊女性』1960.5.22号
「おスタちゃんの新婚旅行」「島津夫妻の新婚旅行随記」	『平凡』1960.5.18号
「南のそよ風 島津夫妻のハネムーンアルバムより」	『平凡』1960.5.22号
「島津夫妻新婚旅行号」	『毎日グラフ』1960.5.15
「あるハネムーン」	『アサヒグラフ』1960.5.22号

出所) 筆者作成

ところで、石田によれば、当時の女性週刊誌は皇室女性たちを憧れの「モデル」として位置付けていたが、まずマスコミが注目したのは、「プリンセススタイル」「プリンセスルック」といわれるような「ファッション」の面であった（石田，2006：241-242）。

例えば、新婚旅行先の宮崎で行われた記者会見でも、記者たちの質問は、貴子夫人が「今回の旅行には何枚の服を持参したか」、また「そのコーディネートはどのようなものか」など、貴子夫人のファッションに関係するものが中心であった（『宮崎日日新聞』1965.5.5）。『毎日グラフ』でも、貴子夫人が持参した靴やかばんを特集し、宮崎を舞台にした貴子夫人の「ファッション」に注目があつまっていた（『毎日グラフ』1960.5.15号）。

また、貴子夫人のファッションを取り上げる一方で、マスコミは島津夫妻を「あたらしい夫婦」の「モデル」としても提示していた。ここからは、当時、夫妻の旅の様子を詳細に報じていた地元日刊紙の宮崎日日新聞を中心に、島津夫妻の関係がどのように伝えられたかについて見ていく。

まず5月2日の朝、島津夫妻は神戸発の関西汽船「くれない丸」で別府に到着する。「船から降りた貴子夫人はベージュ色のツーピースに黒のハンドバッグ、ヘヤネットという明るいいでたち、続いてチェックグレーの久永さんが姿をみせ、かばい合うように手を取りあって自動車に乗り込んだ」（『宮崎日日新聞』1960.5.3）。

3日、島津夫妻はディーゼル準急「ひかり」にて別府を出発し、夕方に宮崎入りする。4日、夫妻は佐土原町にて島津家の墓参りをすませ、佐土原町の祝賀会に参加する。この日の「貴子さんは黒色の帽子、ダークグレーに黒タテジマのツーピース、黒いクツに黒ハンドバッグ、久永さんはチェックグレーの背広。車内の貴子さんは別府まで出迎えた島津慶祝会の人たちから

佐土原藩のこともいろいろと予備知識を受けていたが、明るい性格をそのままに「もうそんな話はよしましょうよ。もっと面白い話をして下さい。ネエー」と久永さんの手を握られ、旧家臣たちを恐れいらせる一幕もあった」（『宮崎日日新聞』1960.5.4）。

そして、5日夕方にはなじみの週刊誌記者だけを同行させ日南海岸を散歩する。「貴子夫人は袖なしブラウスで素足にサンダル、久永氏もカッター・シャツにサンダルという軽装で青島の海岸を散歩、日中のような歓迎陣への気遣いもなく、静かな波の音をきいた」と二人だけの散歩姿の写真とともに「新婚らしい」様子が伝えられた（『毎日グラフ』1960.5.15号）。

6日は「新婚気分の日」で鶴戸神宮・青島・サボテン園を見学する。鶴戸神宮では「八百段あまりの石段にさすがに汗ばんだか貴子さんが上着を脱ぐと、下は涼しそうな水玉模様のノースリーブ。“さすがにベストドレスサーね”と見物客の婦人たちがささやいていた」（『宮崎日日新聞』1960.5.7）。この後、島津夫妻はえびの高原を經由して鹿児島・桜島へと移動し、9日に飛行機にて帰京する。

ここまでの記事で、まず貴子夫人の「ファッション」について言及しているものが多いことがわかるが、同時に島津夫妻の「新婚らしい仲むつまじさ」も強調して伝えられている。白幡は清宮（貴子）の結婚について次のように述べている。

両親が相手を決め、不本意ながら結婚に至る女性もまだ少なくなかった時代。古い伝統にこりかたまっていると信じていた皇室のお姫様が自分の意志で相手を選び、しかも堂々と自信を持って「見てください」という。記者会見のときのこの言葉と島津貴子の明るい人柄は、周囲の圧力を多かれ少なかれ感じて結婚した夫婦、これから結婚しようというカップルに強い印象を与えた（白幡、1997：181）。

このような貴子夫人の態度は、先の記事の中でも表現されている。道中、佐土原藩の歴史を伝授する旧家臣を相手に、貴子夫人は「もっと面白い話を」と自分のはっきりと意見を言う一方で、久永氏の手を握り、二人で見つめ合う。また記者会見でも、貴子夫人が記者の質問への返答に困ると久永氏が助け舟をだし、ニッコリお互いほほ笑む様子が記事中でも細かく描写されている⁴⁾。

このように記事全般を通して、島津夫妻の関係は対等で、また人目をはばかりことなく仲むつまじいことが伝えられた。皇太子夫妻の「恋愛結婚」に対し、島津夫妻は「見合い結婚」で

4) 宮崎日日新聞 1965年5月4日の記者会見の様子を伝える記事。

「(宮崎の印象を聞かれ) 貴子さん：宿の前の景色がとてもよかった。川だけでなく熱帯樹との組み合わせも。(「大淀川、フェニックス」と久永さんが助太刀する。)……熱帯樹も葉っぱが大好き。花は色が毒々しいのであまり好きではないの。(チラリと久永さんの方をみると久永さんもうなずき返す)。(お互いに何と呼び合っているかの質問に) 久永さん：別に何とも呼びません。(お互いに顔を見合わせてニッコリほほえむ)」

あったが、マスコミではどちらも「古いしきたり」から解き放たれた「新しい皇室」の「新しい夫婦」の形として描いていた。

(2) 皇太子夫妻の来宮

皇太子明仁親王と美智子妃の結婚式が行われたのは、1959年4月10日であった。当時、旧皇族や元華族とは全く関係のない「平民」の女性が、皇太子と「恋愛」し、結婚へ発展したということに、世間の人々は驚いた。特に皇太子や美智子妃と同世代の若い人々は、古い習慣を打ち破った二人の結婚を歓迎し、美智子妃は「ミッチー」の愛称で親しまれていた。

そして、島津夫妻の新婚旅行から二年後の1962年5月2日、皇太子夫妻は宮崎を訪れた。夫妻の宮崎入りには島津夫妻を上回るマスコミが殺到したが、その報道内容は、島津夫妻の時と同様に、美智子妃のファッションや皇太子夫妻の仲むつまじい様子が中心であった⁵⁾。

地元日刊紙の宮崎日日新聞によれば、まず、皇太子夫妻は、前年の1961年に開通したばかりの大阪―宮崎間の航空便にて宮崎に到着した。5月2日は宮崎県庁・宮崎神宮、平和台を訪れた後、列車で延岡まで移動し旭化成工場を見学した。この時、宮崎日日新聞は「コゲ茶のダブルにグレーのソフト帽姿の皇太子、白いスーツに白い帽子、白いハンドバッグ、白いくつ、真珠のネックレス、黒のコート姿の美智子さまは、旅の疲れも一向にみられないほど元気に初めての日向路入りをされた」と報じた（『宮崎日日新聞』1962.5.3）。

翌3日は延岡から都農、高等営農研究所、児童福祉園等を見学してから青島にて宿泊。4日は宮崎交通の観光バスにて日南海岸、こどもの国、サボテン園、鶴戸神宮をめぐり、宮崎観光ホテルにて宿泊。5日は西都城から霧島、そして6日に鹿児島から帰京した⁶⁾。

宮崎日日新聞（1962.5.4）は、次のように美智子妃を迎えた宮崎の人々の声を掲載しているが、そこから、清宮の新婚旅行同様、人々が美智子妃のファッションに注目していることがわかる。

お召しになられているツーピースに帽子、手袋、くつにいたるまでホワイト一色で、胸にスマイルの造花がグッと引き立ち、やさしく美しく、気品をそえておられました。からりと晴れ上がった青い空の下で、南国情緒豊かなフェニックスをバックに立たれたお姿は旅行着にマッチしていて印象的でした。（宮崎市橘通りローズマリー洋装店 38才）

5) 『みやざきの観光物語』の筆者は、「この時、皇太子夫妻に同行して鶴戸神宮へ行ったが、その1週間後、神戸の知人が、「皇太子夫妻の旅行の様子を伝える女性週刊誌に君（筆者）と一緒に写っている」と週刊誌を送ってきた」というエピソードを紹介しながら、当時の週刊誌の情報ネットワークのはやさ、さらに皇太子夫妻の「宣伝媒体」として影響力の大きさに驚いたと述べている。（宮崎観光協会1997：41）

6) 皇太子夫妻の通った宮崎―霧島―鹿児島―鹿島のルートは、「プリンスライン」と名付けられた。

親類の家に泊まって二日間とも奉迎に出ましたが、ご立派ですね。服装の点で美智子さまがスマートなのに比べ、皇太子さまは無造作にすぎたような感じがしました。「殿下もつとおしゃれに」と声をかけたくなくなったほどでした（東白杵郡北川村熊田農業 29 才）

さらに「皇太子ご夫妻 宮崎の休日」と題された5月5日の記事では、皇太子夫妻の姿を映した写真が数枚掲載されている。美智子妃の「波状岩をバックに八ミリで記念の姿を（青島）」撮影する皇太子、「ピロウの葉陰でむつまじくおささやき（青島）」になる夫妻の様子、また「園児たちの遊戯をカメラに収められるご夫妻（こどもの国）」、「薄日をロンブルでさけてご昼食まえのひととき（サボテン園）」を捉えた写真などである（『宮崎日日新聞』1962.5.5）。

この日南海岸観光の際には、当時宮崎観光を牽引していた宮崎交通の岩切社長も同行した。そして「テニスコートで出会い」、「恋愛結婚」した戦後「ロマンティッククラブ」の象徴である新婚の皇室カップルの様子を、宮崎の観光名所に配置し、マスコミが撮影しやすいよう配慮した。また週刊誌『女性自身』『週刊女性』などでも、宮崎訪問の様子が連続してカラーグラビア特集として掲載された（表2参照）。

表2 皇太子夫妻宮崎訪問関連記事（週刊誌）

「薫風の五月の訪れ」	『女性自身』1962.5.14号
「九州路の皇太子ご夫妻 また来てね徳ちゃんのママ」	『女性自身』1962.5.21号
「皇太子夫妻にはなしたこと、話せなかったこと 宮崎県の若い代表11人が膝をつきあわせての2時間」	『女性自身』1962.5.21号
「さよなら南国の人たち」	『女性自身』1962.5.28号
「よるこびの日に」	『週刊女性』1962.5.16号
「皇太子ご夫妻の九州旅行 五月晴れの南国へ」	『週刊女性』1962.5.23号
「皇太子ご夫妻九州旅行第二報 わらべ子とともに」	『週刊女性』1962.5.30号
「こどもの国建設地をご視察の皇太子夫妻」	『平凡』1962.5.18号
「南国の旅 宮崎県青島の皇太子夫妻」	『平凡』1962.5.25号
「カメラがとらえた3年間（増刊号）」	『平凡』1962.5.31号
「歓迎 九州の皇太子ご夫妻」	『アサヒグラフ』1962.5.25号

出所) 筆者作成

このように「民間」から皇室に嫁がれた美智子妃と、皇室から「民間」へ嫁いだ貴子夫人が、女性週刊誌の中で繰り返し「ファッション」と「新しい夫婦」のモデルとして提示されることで、若い人々の間で、戦後が実感され、民主主義のイメージと婚姻の自由という意識の共有を進んでいったことが考えられる。特に皇太子夫妻の結婚は、「テニスコートの恋」というように、マスコミは「恋愛結婚」であることを強調していたが、実際、社会全体においても、1965

年から1969年にかけて、次第に「見合い結婚」よりも「恋愛結婚」の割合が増えていく⁷⁾。

女性週刊誌がつくりだした「ミッチー／おスタちゃんブーム」のなかで、若い女性の間で「プリンセスルック」が流行したのと同様に、新婚旅行先として二人が訪問したことで、宮崎に注目が集まり、宮崎は戦前の「皇祖の郷」から、「ロマンティックな南国」としてイメージを転換させていく。

ところで、宮崎市に新婚旅行客が訪れるピークは1974年（37万組）、その後も1981年まで15万組を保ち続ける⁸⁾。つまり、宮崎の新婚旅行ブームは、皇室カップル訪問からほぼ10年たってからピークを迎え、さらにその後10年ほど継続する。その期間、皇室カップルの訪問のみが影響を与えていたとは考えにくい。

この20年間の「宮崎・新婚旅行ブーム」を支えていたのは何だろうか。次に、皇室カップルの報道以外で、宮崎がメディアに登場していたか事例について整理をおこなう。

2 メディアミックスによる「南国宮崎」イメージの創出

(1) 映画「100万人の娘たち」

皇太子夫妻が来宮した翌年の1963年9月、監督・五所平之助、脚本・久坂栄二郎、キャストは岩下志麻、笠智衆、乙葉信子、津川雅彦で『100万人の娘たち』（松竹）が公開された⁹⁾。松竹社長・大谷竹次郎の希望で「宮崎交通のバスガイド」が主人公で、宮崎観光ホテルでロケを行い、宮崎交通の全面協力のもとバスガイドの制服や腕章も実際のものを使用した（宮崎観光協会編、1997：40）。

映画のオープニングは、日南海岸を何台もの観光バスが走るシーンからはじまる。その車内では岩下志麻扮するバスガイドの一ノ瀬悠子が観光アナウンスを行い、鬼の洗濯岩、こどもの国、サボテン公園などの観光名所が、彼女のアナウンスとともにカットインされる。さらにシーンの各所では「南国宮崎」の象徴であるフェニックスやロンブル（日よけのついたベンチ）が映り、主人公たちはその下を歩き、語り合い、時には殴り合いの喧嘩もする。「遊び場」としてダンスホールやバー、スナックが登場し、彼女達はそこでタバコを吸い、「ハイボール」やビ

7) 湯沢雍彦、宮本みち子（2008）『新版データで読む家族問題』p.93より

8) 宮崎市観光課作成「宮崎市新婚旅行宿泊者数」資料より

全国的には、1947年～1949年生まれのベビーブーム世代、いわゆる団塊世代が結婚年齢に達するのは、1960年後半から1970年前半で、婚姻件数が史上最大になるのは1972年（1,099,984組）である。

9) 映画の題名にある「100万人」については、五所監督らがサボテン公園を訪れた際、サボテンが100万本も植えられているとの案内に監督が驚き、そこで題名が決まったという説がある（宮崎市観光協会、1997：40）。しかし映画の中では、後半、主人公が研修で東京を訪れた際、そこには「100万人のBG（ビジネスガール）」がいきいきと働いており、恋に破れた主人公は彼女達の姿に感銘を受け、自分も東京で働くことを決心するという描写がある。

ールを飲む。当時、都会と同じような若者の風俗が描かれていた。

また戦前、紀元2600年記念行事のひとつとして建設された「八紘之基柱」は、「平和の塔」として登場し、歴史的なことは一切ふれられず、ただタイマツの燃え上がる炎を背景に、主人公の姉とその恋人の「ロマンティックな逢瀬の場」として登場する。

宮崎と宮崎交通の宣伝映画ともいえるこの映画は、日南海岸等の観光名所と、宮崎観光ホテルや大淀河畔のシーンがほとんどだが、それらのシーンは皇室カップルの来宮報道写真と重ねられ、この映画を通して、さらに「宮崎＝ロマンティックな南国」というイメージが再生産されていったことが考えられる。

この時期には、その他にも池部良・司葉子主演の「忘却の花びら」（1957 東宝）や、小林旭・浅丘ルリ子主演の「口笛が流れる港町」（1960 日活）など、宮崎の観光地を舞台にした人気俳優主演の映画が公開された。

(2) 連続テレビ小説「たまゆら」

さらに1965年4月より、NHK朝の連続テレビ小説として「たまゆら」が放送される。当時、一般家庭におけるテレビ普及率はすでに8割程度となっており、特に朝の連続テレビ小説の人気は高かった。連続テレビ小説第5作目である「たまゆら」は、前作に「うずしお」、次回作が「おはなはん」といずれも人気の高い作品にはさまれていたが、「たまゆら」自体も平均視聴率33.6%と人気が高かった。また、その放送期間は1965年4月5日から1966年4月2日の約一年間であったため、その宣伝効果は絶大であった¹⁰⁾。

「たまゆら」は、後にノーベル文学賞を受賞する川端康成がテレビドラマのために書き下ろした作品で、笠智衆演じる会社重役を引退した直木老人が、日本各地に埋もれた民俗・民謡を探求する、彼を中心とした家族の物語である。その直木老人が新婚夫婦とともに宮崎を訪れるという設定であったが、青島、こどもの国、橘公園、平和台、宮崎観光ホテル等でロケが行われた（宮崎観光協会、1997：46）。

川端が描いた「たまゆら」は、NHKの連続ドラマということもあり全国的に多くの視聴者に受け入れられた。ロケ地には、連日観光客が押し寄せ、放送が始まって一ヵ月後の連休初日には「日南海岸は爆発的な自動車ラッシュで交通マヒが起こり、この日の観光バスは定期96台、貸し切りの県外分53台、タクシー、自家用車が一時に押しかけたので、道路幅の狭い宮崎―サボテン公園間は、各所で交通マヒ」するほどであった（『宮崎日日新聞』1965年5月3日）。

10) ただし、宮崎だけが物語の舞台となっているわけではなく、宮崎でロケが行われたのは5日程度である（宮崎観光協会、1997：46）。

(3) 歌謡曲「フェニックス・ハネムーン」

また1967年には、作詞永六輔、作曲いずみたく、唄デュークエイセスで、「フェニックス・ハネムーン」が発売された。この曲はデュークエイセスの「にほんのうた」シリーズの一環として制作され、A面の秋田県「紺がすり」のカップリングとしてB面に収録されていた。曲調は、当時のハワイアンやラテンをベースにした「ムード歌謡」のスタイルで「南国の雰囲気」をイメージさせるものであった。

「フェニックス・ハネムーン」の歌詞には「南国宮崎」の象徴である「フェニックスの木陰」で語り合う新婚カップルが登場する。

君は今日から妻という名の僕の恋人 夢を語ろうハネムーン
フェニックスの木陰 宮崎の二人
僕は今日から夫という名の君の恋人 二人だけだよハネムーン
フェニックスの木陰 宮崎の二人
僕ら明日から夫婦という名の男と女抱きしめ会おうよハネムーン
フェニックスの木陰 宮崎の二人

ここでは、結婚してからもなお続く「ロマンティックラブ」が歌われている。1960年代後半以降は、結婚に対し「親の判断」よりも「本人の判断」が重視されるようになり、見合い結婚と恋愛結婚の割合が逆転していく。この時期に結婚をめぐる価値観が歴史的に大転換し、恋愛結婚への憧れは増す一方で、実際には何が恋愛結婚かという客観的な定義などありはしなかった。この「フェニックス・ハネムーン」がヒットしたことで、宮崎は「恋愛結婚」をした人々を受け入れる土地として宣伝された。そのため「新婚旅行で宮崎を訪れる」ということが、自分達は「恋愛結婚」であるという証となったことも考えられる（加藤，2004：12）。

このほか宮崎を舞台にした歌として、えびの高原が舞台の「思い出のスカイライン」（作曲：服部良一、作詞：青木吉久）が1962年に発表されており、そのB面には日南海岸を歌った「アイアイブルーロード」が収録されている。この2曲は宮崎交通の観光バスの愛唱歌となっており、先の『100万人の娘たち』でも登場している。

おわりに

今回は、1960年代の島津夫妻・皇太子夫妻の宮崎来訪についてのマスコミ報道、またその前後においてメディアで描かれた「宮崎」イメージについて整理した。

その結果、確認できたことは、当時の他の皇室報道と同様に、来宮報道でも、島津夫妻・皇

太子夫妻は「ファッション」や「新しい夫婦」のモデルとして語られていたということである。こうした「新しい」皇室カップルについての報道が、戦前からの「宮崎＝皇祖の地」というイメージを転換させる契機となったことが考えられた。

さらに皇室カップル訪問後も、宮崎を舞台にした映画やドラマ、歌謡曲等のメディアミックスによって、「宮崎＝ロマンティックな南国」イメージが、再生産されたことで、宮崎の「新婚旅行ブーム」が、継続維持したことも考えられた。

以上の仮説を検討するため、今後はさらに皇室報道の言説分析や、宮崎を舞台としたメディア資料の収集・分析をすすめたい。また、当時宮崎において観光事業を展開していた宮崎交通の戦略についても調査をおこないたい。

参考・引用文献

- 石田あゆ（2006）『ミッチーブーム』岩波書店
岩切章太郎（1990）『自然の美 人工の美 人情の美』鉦脈社
加藤秀一（2008）『恋愛結婚は何をもたらしたか―性道徳と優性思想の百年間』筑摩書房
河西秀哉（2010）『「象徴天皇」の戦後史』講談社
白幡洋三郎（1996）『旅行ノススメ』中央公論社
田崎拓郎（2008）『新婚旅行ブームにみる南国宮崎の創造』関西大学社会学部卒業論文
津金澤聰廣編（2002）『戦後日本のメディアイベント1945-1960年』世界思想社
宮崎市観光協会（1997）『みやざきの観光物語』宮崎市観光協会
宮崎交通社史編纂委員会編（1997）『宮崎交通70年史』宮崎交通
宮崎県（2011）『宮崎県観光要覧 2010年度版』
山口誠（2007）『グアムと日本人』岩波新書
山中速人（1992）『イメージの〈楽園〉観光ハワイの文化史』筑摩書房
湯沢雅彦、宮本みち子（2008）『新版 データで読む家族問題』NHKブックス

映像資料

- 五所平之助（1963）『百万人の娘たち』（映画）松竹株式会社