

## Ⅱ メディアに描かれる「南国宮崎」 —宮崎新婚旅行ブームを中心に—

森 津 千 尋

はじめに

- 1 宮崎観光の歴史
- 2 メディアイベントとしての新婚旅行
- 3 メディアミックスによる「南国宮崎」戦略

おわりに

### はじめに

宮崎県が「新婚旅行のメッカ」といわれたのは、団塊の世代が結婚適齢期を迎えた1960年代後半から70年代後半までのおよそ10年間のことである。1974年のピーク時には、その年に結婚した100万455組のうち、約3分の1の37万184組が新婚旅行として宮崎を訪れた（白幡、1996：177）。

一般的に、新婚旅行が大衆化したのは、戦後復興の進んだ1950年頃からと言われている。1947年には、雑誌『旅』に新婚旅行記事が掲載され、その後1958年に日本交通公社が新婚旅行用ガイドブック『新婚旅行案内』を刊行、国鉄、航空会社等もが新婚旅行客の運賃を割り引く「ことぶき周遊券」を発売した（森、2010：153-156）。この頃になると、新婚旅行客向けのパッケージツアーも登場し、春・秋の結婚シーズンには、「新婚旅行のコツ」や「新婚旅行のプラン」など、新婚旅行に関する記事が新聞に掲載されるようになる<sup>1)</sup>。

また当初、新婚旅行先といえば、関東なら伊豆箱根、関西であれば南紀白浜など、近場の温泉地が主流であったが、1960年代後半以降、全国から宮崎に新婚旅行客が集まるようになる（白幡，1996：177）。

なぜ新婚旅行先として宮崎に人気が集まったのか、このきっかけとなったのは、1960年代前半の島津夫妻（1960年来宮）、皇太子夫妻（1962年来宮）の宮崎訪問であったといわれている（白幡，1996：180-181）。当時、「ミッチーブーム」といわれたように美智子妃の人気は高く、また島津貴子夫人（昭和天皇第五皇女清宮）も人気があった。特に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／夫婦のモデル」としても捉えられていた（河西，2010：180-184）。このように女性を中心に若い人たちの「憧れの的」であった二組の皇室カップルが、新婚旅行先として宮崎を選んだこと、またそれをマスコミが大きく報道したことで、宮崎のイメージは戦前の「皇祖の郷」から、「ロマンティックな南国」へと変わっていった。

本稿では、まず戦前戦後を通して、宮崎観光がどのように展開されてきたのかを概観した上で、戦後「南国宮崎」創出のため、現地にどのような疑似体験が「仕掛け」られていたのかを検討する。さらに、宮崎が「新婚旅行のメッカ」となっていく過程において、二組の皇室カップルの来宮報道等、メディアがどのように関わっていたかについても考察する。

## 1 宮崎観光の歴史

### (1) 戦前の宮崎観光

戦前戦後を通じて宮崎の観光事業を牽引してきたのは、岩切章太郎が初代社長を務めた宮崎交通株式会社であった。開業当初は、市民の足として、大淀駅（現南宮崎駅）から宮崎神宮間の定期バスを運行をしていたが、その後、観光客向けのバス・タクシーを中心に事業展開していく<sup>2)</sup>。

さらに1931年には、東京の青バス、大分県府の亀の井バスを参考に、県内の

観光地を巡る「遊覧バス」の運行を開始する。この「遊覧バス」は、県内をめぐりながら、車掌が、宮崎の歴史、産業、文化について紹介するものだが、その後「参宮バス」「聖地巡礼バス」と名前を変えている。また宮崎交通は、バス事業だけではなく、1939年には宮崎鉄道と共同出資で、宮崎市青島に「こどもの国」を開園し、県内での観光事業を拡大していく。

戦時下にもかかわらず、このように宮崎交通が観光事業を展開・拡大できたのは、宮崎が「皇祖発祥の地」と称し、「聖地巡拝」という名目で観光客を集めることができたからであった（白幡，1996：98-102，178-179）。

1933年、「祖国日向産業博覧会」が宮崎で開催され、23万人を越す入場者が来場するが、それ以降、宮崎は積極的に「皇祖発祥の地」として喧伝していく（宮崎観光協会，1997：25）。

1934年には、神武天皇が東征のため宮崎を発ってから2600年を記念し「御東遷記念二千六百年祭」を開催するが、これはほぼ宮崎だけに限られた祝典で、「皇祖発祥の地」としての宮崎の評判を高める上で大きな役割を果たした（ルオフ，2010：145）。「御東遷二千六百年祭全国協賛会」は、県内13カ所を「神武天皇聖跡」に指定し、宮崎交通の「遊覧バス」は、必ず宮崎神宮、鵜戸神宮やそれら聖跡を巡ることで、観光客から人気を得ていた（ルオフ，2010：146）。

さらにその6年後の1940年には、紀元2600年を記念した行事が全国各地で開催され、宮崎県内でも各種団体の全国大会が開催された。この時期、「八紘之基柱（あめつちのもとはしら）」への参拝客も重なり、国鉄は「聖地参拝臨時列車」を運行した（宮崎市観光協会，1997：29）<sup>3)</sup>。

また、これら記念祝典の開催とあわせて、日向観光協会ではメディアを利用した宣伝活動も行っていった。取材旅費を負担することで、作家たちに宮崎の聖蹟を巡る旅行記や宮崎を舞台にした小説を執筆してもらい、また著名人が宮崎を語る座談会を雑誌や新聞に掲載した（ルオフ，2010：152-156）。さらに当時は観光宣伝として映画もよく利用されており、宮崎を舞台とした『聖地高千穂』（鉄道省）、『聖地日向』（アシヤ映画製作所）が制作された（ルオフ，2010：

157)。

このような宣伝活動の結果、1939年頃から宮崎を訪れる「聖地巡拝」客が増え始める。ルオフは、こうした「聖地巡拝」の旅行は、軍国主義的政策のもと強制的に行われたばかりではなく、気晴らしを求めた自主的な余暇旅行の側面もあったと述べている（ルオフ、2010：169）。戦前の宮崎は、博覧会や祝典、またメディアを利用し、自らを「皇祖発祥の地」と位置付けることで、「聖地巡拝」という名目のもと、多数の観光客を誘致していた。

## (2) 「南国宮崎」の誕生

戦後、宮崎交通は、一時中断していた定期観光バス事業を1948年から再開する。さらに1949年に「宮崎ホテル（現宮崎観光ホテル）」を創業、その後、県内で行われた「南国宮崎産業観光大博覧会」（1954）に全面的に協力することで、順調に観光事業を再開していく。

また、「南国宮崎」の象徴である「日南海岸」も、この時期に「開発」されるが、そのきっかけは、毎日新聞社主催の「新日本観光地百選（1950年）」への応募であった。名前がなくては応募ができないということから、青島から都井岬にかけての海岸線を「日南海岸」と命名した。統一名称がつけられたことで、組織的な投票活動が可能となり、日南海岸は「海岸の部」で入選をはたした。その後「日南海岸ロードパーク」として、宮崎交通がフェニックス植樹などの整備をした結果、日南海岸は国定公園に指定される。さらに宮崎市と観光協会は「日南海岸」（1960年）という観光映画を制作する。この映画が全国松竹系映画館で上映されたことで、「日南海岸」は「南国宮崎の名所」として全国的に知られるようになる（宮崎市観光協会、1997：38）。

さらに、戦前戦中の皇国色を払しょくしようと、この時期より、宮崎では、レジャー中心の観光開発と「南国」演出を進めていく。この「南国情趣」の創造に積極的であった岩切章太郎は、1959年の講演で次のように述べている。

私は南国の情趣とは何だろうと考えました。そして青島のビロー樹に思いをこめました。…(中略)…青島のビローだけに腰をすえていると、南国日向はいつか吹っ飛んでしまう日が来るかもしれない、どうしても早くフェニックスを植えて、フェニックスを青島のビローと共に宮崎の代表的な木にしなければならないと考えました。私が日南海岸や堀切峠やその他にフェニックスを植えはじめたのは、全くこのためでした(岩切, 1990: 66)。

このように、岩切章太郎が社長を務める宮崎交通が中心となり、計画的に県内でのフェニックス植樹活動がおこなわれるようになる<sup>4)</sup>。さらに宮崎交通は、日南海岸沿いに「サボテン公園」を開園し、戦前からあった「こどもの国」には芭蕉、ハイビスカスなどの南国の植物を植え、蘇鉄群落やハマユウの道をつくり、宮崎の「南国情趣」を高めていった(宮崎交通社史編纂委員会編1997: 108)。

### (3) 宮崎交通の観光戦略

その後1960年代半ばからは新婚旅行客が徐々に増えて行くが、宮崎交通は県外の旅行社や交通機関とタイアップしながら「南国宮崎」を演出するツアーを企画していく。

「アロハで飛ぼう」(1964-1972)は、日本交通公社、全日空、宮崎交通の共同企画で、東京・大阪からアロハシャツを着用して飛行機に乗り、宮崎一鹿児島間を旅行するというツアーであった。空港では宮崎交通のバスガイドが出迎え、ツアー客にビロー樹の葉で作った「シャインハット」を贈り歓迎した(宮崎観光協会編, 1997: 52)。この「アロハで飛ぼう」は、初年1964年は約400人の参加だったが、翌1965年にはその三倍の約1200人が参加した(宮崎交通社史編纂委員会編1997: 170)。

また、西日本新聞社主催、宮崎交通企画の「太陽とあそぼう」(1965-1980)

では、九州各地の若い男女をターゲットに、日南海岸の観光や市内のプールサイドでのパーティーなどを企画し人気を得た（宮崎交通社史編纂委員会編 1997：172）。同時期に、市庁前に聖火台を設置し火をともし「サマーファイヤー」や、水着のままホテルとビーチを往復する「水着バス」も登場し、「南国情緒」を盛りたて新婚旅行客を迎えた。

白幡は、人生の至福のときとして心うきたたせている新婚カップルにとって、「南一すなわち南国・温暖・明るさ」は新婚旅行に欠かせないイメージであったというが、宮崎は、その「南国」のイメージを、街づくり、またツアー企画でも徹底してとりいれていた（白幡，1996：183）。そして、こうした宮崎の「南国情趣」は、島津夫妻と皇太子妃の来宮報道などメディアを通じて全国的に宣伝されていくのである。

## 2 メディアイベントとしての新婚旅行

### (1) 島津夫妻の来宮と報道

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「新しい皇室」のスターとして、女性週刊誌を中心としたマスコミで頻繁に取り上げられていた（石田，2006：226-229）。また夫の島津氏は、いつも「銀行マンスタイル」で、「旧華族とはいえ、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（『朝日新聞』1960.5.1）（石田，2006：173）。

その島津夫妻が、夫・久永氏の祖先の墓参りを兼ねた新婚旅行として宮崎を訪れたのは、1960年5月3日であった。往路の神戸一別府の航路では、神津善行・中村メイコ夫妻とともに読売テレビの番組に出演し、週刊誌の記者も同

行しながら、マスコミに注目された新婚旅行であった<sup>5)</sup>。

表1は島津夫妻の新婚旅行についての週刊誌記事見出し一覧だが、特に女性週刊誌に記事が掲載されていたことがわかる。例えば、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日号までの約一カ月、連続で島津夫妻の新婚旅行記事を掲載している。

記事の内容は、「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」(『週刊女性』1960.5.22号)、「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」(『週刊明星』1960.5.10号)というもので、島津夫妻は、「仲むつまじく幸せな若いカップル」として伝えられていた。また、貴子夫人のファッションを話題にする記事も多く、例えば、『毎日グラフ』では、貴子夫人が持参した靴やかばんを特集し、宮

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行記」	『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
「島津夫妻とハネムーンー空と海と陸と」	『週刊明星』1960.5.10号

出所) 筆者作成

崎を舞台にした貴子夫人の「ファッション」を伝えた（『毎日グラフ』1960.5.15）。

ここで、島津夫妻の旅の行程に従って、夫妻の新婚旅行の様子がメディアでどのように伝えられたかもう少し詳しく見ていきたい。

地元日刊紙の宮崎日日新聞によると、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、ヘヤー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と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ください。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「新婚気分の一日」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ッサーね”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、9日に飛行機にて帰京す



る。

ここまで、地元日刊紙の記事を中心に、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。石田は、当時の女性週刊誌を分析し、そこでは皇室女性たちを憧れの「モデル」として位置づけ、まず「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」に注目していたと指摘しているが、それは新聞でも同じことであった（石田，2006：241-242）。

さらに記事では、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。記者会見でも、島津夫妻は手を握り見つめ合い、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みながら、記者の質問に耳をかたむける様子が伝えられる<sup>6)</sup>。白幡は、清宮（貴子）の結婚が、当時どのように捉えられていたのかについて、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）。

皇太子夫妻の「恋愛結婚」に対し、島津夫妻は「見合い結婚」であったが、マスコミではどちらも、白幡の述べている通り、「古いしきたり」から解放された「新しい皇室」の「新しい夫婦」の形として二つの皇室カップルを位置づけていた。また当時の女性週刊誌は、「若い女性の流行感覚に敏感な雑誌」であり、この後女性週刊誌を通じて、ファッションだけではなく、新婚旅行を含めた皇室カップルの結婚のスタイルも、若い女性の間で「流行」していくのであ

る（石田，2006：219-220）。

## (2) 皇太子夫妻の来宮と報道

島津夫妻の新婚旅行から二年後の1962年5月2日、今度は皇太子夫妻が宮崎を訪問する。当時、皇太子と美智子妃の結婚は、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で、世間の人々を驚かせていた。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、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。

週刊誌でも、『女性自身』『週刊女性』等で、皇太子夫妻来宮のカラーグラビア特集が掲載された(表2参照)。また、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と皇太子夫妻の仲むつまじい様子を中心であった。さらに、島津夫妻来宮の2年前と比べ、記事見出しに「南国」という表現が多く使われており、宮崎の「南国」イメージの定着も伺える。

次に、地元の宮崎日日新聞をもとに、新婚旅行中の皇太子夫妻がどのように

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パパ」	『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
「よろこびの日に」	『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

語られたかについて見ていく。まず、皇太子夫妻は、訪問の前年、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。この時の様子を、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」と伝えた（『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。そして5日は西都城から霧島へ移動し、6日鹿児島から帰京した<sup>7)</sup>。

また「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）」の写真等である（『宮崎日日新聞』1962.5.5）。それらは、「テニスコートで出会い」、そして「恋愛結婚」した戦後「ロマンティックラブ」の象徴である新婚の皇室カップルを、宮崎の「南国情趣」あふれる観光名所に配置した写真であった。このような写真は、宮崎日日新聞だけではなく、他の新聞や週刊誌を介しても全国に伝えられた。

当時の皇太子夫妻来宮の報道について、『宮崎の観光物語』の筆者は、次のように述べている。

このとき筆者も「こどものくに」から鶴戸神宮まで同行、取材にあたった。それから1週間ほど経ったある日、神戸の知人から一冊の女性週刊誌が送られてきた。同封の手紙には「書店で何気なく手にとってみたら君が

写っていたので」としたためであった。…（中略）…週刊誌をはじめ各新聞、それに加えてこの頃、NHK、民放ともテレビのネットワークがほぼ完成していたから、その情報媒体としての宣伝力はすさまじいものであった。（宮崎市観光協会，1997：41）

1960年前後の皇室報道を通じて、「民間」から皇室に嫁いだ美智子妃と、皇室から「民間」へと嫁いだ貴子夫人が、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、当時の若い人々の間で、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が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、「恋愛結婚」であることを強調し報じていたが、その後1965年から1969年にかけて、社会全体においても、次第に「見合い結婚」よりも「恋愛結婚」の割合が多くなっていく（湯沢、宮本2008：93）。

しかし「恋愛結婚」への憧れが増す一方で、実際には何が「恋愛結婚」なのかという客観的な定義が存在せず、人々は自分達が「恋愛結婚」である理由づけを求めている（加藤2004：12）。そのようななか、皇室カップルの来宮報道を通して、宮崎が「恋愛結婚」カップルの新婚旅行先として宣伝され、当時の新婚カップルにとっては、「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」であるというひとつの証になっていたのではないだろうか。

### 3 メディアミックスによる「南国宮崎」戦略

ところで、先に述べたように、皇室カップルの宮崎訪問は1960年代前半だが、新婚旅行客が宮崎を訪れるピークは1974年（約37万組が訪問）である。つまり、宮崎新婚旅ブームは、皇室カップル訪問から約10年かけてピークを迎え、その後1980年代前半にかけて次第に減少していく<sup>8)</sup>。このように新婚旅行ブームが継続した要因について、岩切章太郎は、皇室カップルの来宮のほか、NHKの「たまゆら」による宣伝効果をあげているが、ここでは「たまゆ

ら」ほか、宮崎がどのようなメディアに登場していたかについてみていく（岩切，1990：130-132）。

### (1) 連続テレビ小説「たまゆら」

まず先述の「たまゆら」は、1965年4月より放送されたNHK朝の連続テレビ小説である。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。その第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」と人気作品にはさまれていたが、「たまゆら」自体も平均33.6%と高視聴率であった。また、放送期間が1965年4月5日から1966年4月2日の一年間であったため、その宣伝効果は絶大であった<sup>9)</sup>。

「たまゆら」は、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・民謡を探求する物語である。その直木老人が新婚夫婦とともに訪れるのが宮崎で、青島、こどもの国、平和台、宮崎観光ホテルなどでロケが行われた（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5月連休初日には「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』1965.5.3）。

### (2) 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、宮崎を舞台にした『100万人の娘たち』（松竹）が公開された<sup>10)</sup>。松竹社長であった大谷竹次郎の希望で「宮崎交通のバスガイド」が主人公となり、映画は宮崎交通の全面協力のもとロケを行っ

た。また、主人公が着用する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し、鬼の洗濯岩、こどもの国、サボテン公園などの観光名所が、次々と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をする。「遊び場」としてダンスホールやバー、スナックも登場し、彼女達はそこでタバコを吸い、「ハイボール」やビールを飲み、都会と同様の若者の風俗も描かれている。

宮崎と宮崎交通の宣伝映画ともいえるこの作品は、日南海岸、平和の塔などの観光名所と、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来宮時の報道と重ねあわされ、全国的に「宮崎＝ロマンティックな南国」イメージを再生産していくこととなった。

この時期には、その他にも池部良・司葉子主演で日南海岸でロケが行われた「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。

### (3) 歌謡曲「フェニックス・ハネムーン」

また歌謡曲では、1967年に作詞永六輔、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」シリーズのひとつとして制作され、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」の歌詞では、「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<sup>11)</sup>。歌詞では「君は今日

から妻という名の僕の恋人」「僕は今日から夫という名の君の恋人」「僕ら明日から夫婦という名の男と女」と、結婚してからもなお「恋人」「男と女」として続いていく「ロマンティックラブ」を歌っている。この曲の内容から、「フェニックスハネムーン」は、「恋愛結婚」をし、新婚旅行で宮崎を訪れるカップルのテーマ曲となった。

このほか宮崎を舞台にした歌として、1962年発表の「思い出のスカイライン」（作曲:服部良一、作詞:青木吉久）がある。そのB面には日南海岸を歌った「アイアイブルーロード」が収録されているが、この2曲は宮崎交通の観光バスの愛唱歌となり、先の『100万人の娘たち』でも登場する。

以上のように、皇室カップルの来宮時期以降、宮崎はいくつかのメディアに登場し、それと並行して宮崎を新婚旅行先として選ぶ若い夫婦が増えていく。新聞でも、東京発着の「新婚旅行3つのコース」として、伊豆、高山と並び南九州の宮崎・別府コースが紹介されるようになる（『朝日新聞』1965.4.11）。また、1966年には東京一宮崎間にローカルで初めてのジェット機の運航が開始、同年10月11月の結婚シーズンには、大阪一宮崎・鹿児島で4000組、東京一宮崎で900組の新婚カップルが宮崎を訪れるのである（『朝日新聞』1966.9.14）。

## おわりに

今回は、1960年代後半から1970年代後半にかけて、宮崎が「新婚旅行のメッカ」となっていく過程で、現地にてどのような演出が「仕掛け」られていたのか、またそれをメディアがどのように伝えていたのかについて検討してきた。

その結果、確認できたことは、現地では宮崎交通が中心となり、積極的に「南国情趣」が作り出されていたということである。町中に植樹されたフェニックスや、日南海岸に配置された「こどもの国」「さぼてん公園」、またツアー企画等を通して、旅行者は「南国宮崎」を体験することができた。

さらに、この「南国宮崎」と「新婚旅行」を結びつけたのが二組の皇室カッ

ブルの来宮であった。当時、「恋愛結婚」や「あたらしい夫婦」のシンボルであった若い皇室カップルが宮崎を訪れたことで、人々が憧れる「南国」の「新婚旅行地」として宮崎が位置づけられていった。またその後も、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、宮崎は「ロマンティック」な「南国」の「新婚旅行地」というイメージが再生産された。このメディアミックスによるイメージの再生産と、現地における疑似体験により、宮崎は「新婚旅行のメッカ」として認知されるようになったのではないだろうか。

今後はさらに宮崎を舞台としたメディア資料の収集・分析を進めるとともに、1960年代から1970年代まで全国的に広がった「新婚旅行ブーム」の社会的意味についても考えていきたい。

## 注 記

- 1) 「上手な新婚旅行のコツー好みをはっきり、「案内所」の利用が無難」（『朝日新聞』1959.4.2）、「新婚旅行のプランー無理な日程は避ける、周遊券の利用も便利」（『朝日新聞』1960.10.2）など。
- 2) その前身は1926年に設立した宮崎市街自動車株式会社で、1929年宮崎バス株式会社に改称、さらに1942年宮崎鉄道、都城自動車と合併し、社名を宮崎交通株式会社に変更した。
- 3) 「八紘之基柱」は、「八紘一宇」の思想のもと、東遷二千六百年の記念事業として建設され、戦後は「平和の塔」と名を変え、現在も宮崎観光の一つに加えられている。
- 4) 一方、県内在住者からは、「この土地のものではないフェニックスを育て並木を造ったまではよいとしても、日南海岸と称する美しい自然の中にサボテン公園を造り、そこにメキシコのつばひろ帽子にだんだら織りの布を肩からかけた男を出没させるに至ってはまさに噴飯ものである」というような批判もあった（「変転する神話の国ー観光ブームにゆらぐ宮崎」『朝日新聞』1966.5.13）。
- 5) 『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っきりで、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)

- 6) 『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コリほほえむ)」
- 7) 皇太子夫妻の通った宮崎—霧島—鹿児島—鹿兒島のルートは、島津夫妻の新婚旅行ルートと同様であった。島津夫妻の来訪の際には「島津ライン」と名付けられたが、皇太子夫妻来訪後には、改めて「プリンスライン」と名付けられた。
- 8) 宮崎市観光課作成「宮崎市新婚旅行宿泊者数」資料より
- 9) 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)。
- 10) 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、津川雅彦ほか。
- 11) 「フェニックスハネムーン」歌詞  
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

### 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 岩切章太郎講演集』鉦脈社  
岩切章太郎(2004)『心配するな工夫せよ 岩切章太郎翁半生を語る』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  
斉藤美奈子(2006)『冠婚葬祭のひみつ』岩波書店  
白幡洋三郎(1996)『旅行ノススメ』中央公論社 1996  
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

宮崎交通社史編纂委員会編（1997）『宮崎交通70年史』宮崎交通  
宮崎市観光協会（1997）『みやぎきの観光物語』宮崎市観光協会  
森正人（2010）『昭和旅行誌 雑誌『旅』を読む』中央公論新社  
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  
湯沢雍彦、宮本みち子（2008）『新版 データで読む家族問題』NHKブックス  
ケネス・ルオフ著、木村剛久訳（2010）『紀元二千六百年—消費と観光のナショナリズム』朝  
日新聞出版

### 映像資料

五所平之助（1963）『百万人の娘たち』松竹株式会社