2019 年度【第 9 回】学生論文コンテスト
テーマ：A)世界が訪れたくなる観光立国ニッポンを目指して、私の提案

自然資源と文化資源を融合させた国立公園の利活用

～屋島山上ちょうちんカフェという社会実験を通じて～

香川大学　経済学部
観光・地域振興コース
西成ゼミ 3 年次
大森　皓太
天谷　梨夢
西原　歩祐翔

目次

1 章：はじめに

2 章：問題の所在　－国立公園観光の現状と利活用の必要性－

2-1. 国立公園をめぐる観光課題

2-2. 国立公園利活用の必要性

3 章：調査対象の分析　－瀬戸内海国立公園の屋島地区を対象として－

3-1. 瀬戸内海国立公園の概要

3-2. 観光からみた屋島の現状と歴史的経緯

3-3. 屋島の観光再生に向けた近年の動向

4 章：私たちの提案「屋島山上ちょうちんカフェ」

4-1. 提案の概要と狙い　－屋島山上関係者へのヒアリング調査を通して－

4-2. 文化資源である讃岐提灯の概要と課題点

4-3. 屋島山上ちょうちんカフェのコンセプト

5 章：私たちが取り組んだ社会実験の内容と成果

5-1. 活動概要

5-2. 4 年間の活動実績

5-3. 社会実験の成果

5-4. 小括

6 章：まとめ　－自然資源と文化資源の融合を狙いとした実践活動を通じて－

参考文献・資料

1章：はじめに

近年、訪日外国人旅行者の増加は著しく、2018年には2011年の622万人から約5倍まで増加し、3,119万人に拡大した。そして、2018年の訪日外国人の旅行消費額は4兆5064億円にもなり、インバウンド市場は高い成長性と経済効果を持っている。一方で、訪日外国人旅行者の都市集中が問題となっており、人口減少が深刻な地方へのインバウンド市場の拡大が喫緊の課題となっている。また、訪日外国人旅行者数が増加するだけでなく、その旅行動態に着目すれば、モノ消費（日本での買物に関わる消費）からコト消費（日本の観光・サービス・文化・習慣等の体験に関わる消費）への変化がみられる。このような現状を踏まえて、大都市圏になく、地方に固有の自然景観の鑑賞、伝統文化等の体験の環境を整備し、他の地域にはない魅力を訴求することは、外国人旅行者誘客の契機になりうると言える。

こうした地方をめぐる社会背景を受けて、私たちは「自然資源と文化資源を融合させた国立公園の利活用」をテーマとして、具体的な取り組みを通じた効果検証も踏まえたうえでの提案をしていきたい。特に私たちが重視した点は「持続可能な提案であること」であり、地域固有の魅力でかつ枯渇しにくい「自然資源」と地域の伝統工芸に代表される「文化資源」を融合させることで、他の地域では真似できない新しい魅力づくりを検討すると同時に、地域固有の資源を活用することで社会的価値が逓減しにくい持続可能な状況を生み出すことを狙いとしている。具体的には、日本初の国立公園である瀬戸内海国立公園に属する、香川県の老舗観光地である屋島を対象として、自然資源である屋島からの夕夜景と文化資源である伝統工芸・讃岐ちょうちんの融合による新たな観光資源の創造について提案し、実際に社会実験として実践することで、その効果について検証を行っていく。

本論文の構成は、まず、2章で国立公園観光の現状と利活用の必要性について整理していく。続いて、3章で香川県高松市の政策課題についての分析を行う。具体的には、瀬戸内海国立公園の中でも、歴史的価値の高い屋島について、観光からみた現状を整理し、観光再生に向けた取り組みについて述べる。そのうえで、4章では、国立公園の利活用に向けて、屋島を拠点に、自然資源と文化資源を融合させた人と人との交流の仕掛けとして、「屋島山上ちょうちんカフェ」を提案する。5章では、前章にて提案した「屋島山上ちょうちんカフェ」の4年間にわたる継続的開催で得られた実績、成果について詳述する。6章にて、自然資源と文化資源の融合を狙いとした実践活動を通じた、国立公園の利活用の必要性を再考察する。

2章：問題の所在　－国立公園観光の現状と利活用の必要性－

2-1. 国立公園をめぐる観光課題

日本において、昭和 9 年に国立公園が初めて指定されて以降、国立公園の利用者数は徐々に増加の傾向を示し、平成 2 年には 4 億人を突破した。その後は減少傾向にあり、平成 29 年の利用者総数は、前年に比べ 2.3%増の 3 億 6,747 万人であった。（図 1）

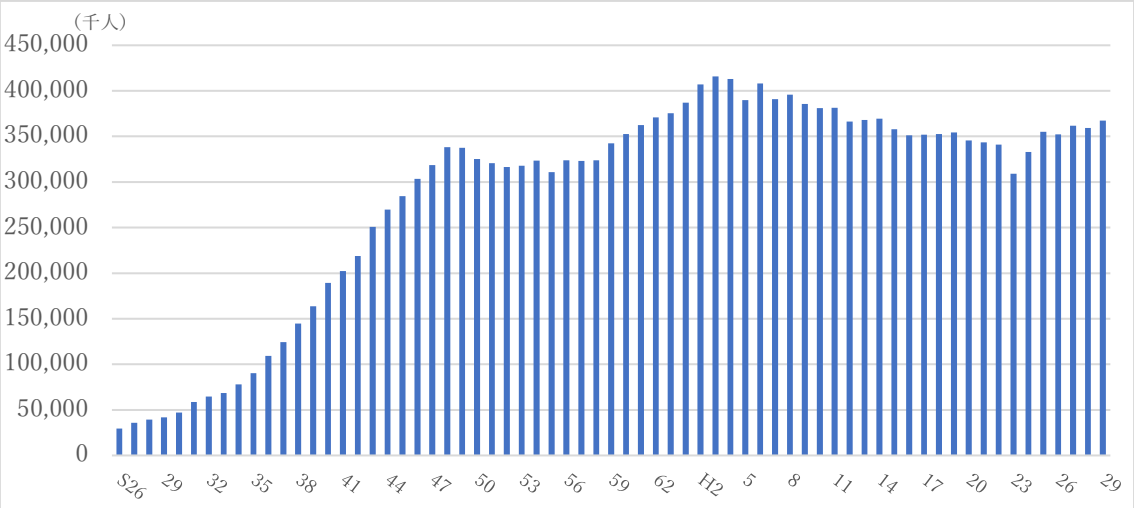


図 1 国立公園の年間利用者数の推移

（出典：環境省「自然公園の公園数、年間利用者数の推移」のデータを基に筆者作成）

また、政府が 2016 年 3 月にとりまとめた「明日の日本を支える観光ビジョン」に基づいて、環境省は、日本の国立公園を世界水準の「ナショナルパーク」としてのブランド化を図ることを目標に、「国立公園満喫プロジェクト」を策定した。同プロジェクトでは、8 カ所の国立公園で、2020 年までに訪日外国人を引き付ける取り組みを先行的、集中的に実施することとしている。このように、政府によって、日本の国立公園を世界の旅行者が長期滞在したいと憧れる旅行目的地とする取り組みが積極的に行われている。しかしながら、年間利用者数を訪日外国人についてみると、H28 には 593 万人（対前年比 12.3%増）、H29 には 648 万人（同 9.3%増）となっている。訪日外客数全体の推移と比較すると、伸び率には、H28 で 8.5%、H29 で 10.1%の差があり、訪日外客者数全体の伸び率に対して、国立公園利用者数の増加率が低いことがわかる。（表 1）

表 1 国立公園の訪日外国人利用者数推計値等

年度	H27	H28	H29
合計（千人）	5,284	5,932	6,482
前年比		112.3%	109.3%
訪日外客数全体（千人）	19,737	24,039	28,691
前年比		121.8%	119.4%

（出典：環境省「国立公園別訪日外国人利用者数推計値等」のデータを基に筆者作成）

※平成 29 年 1 月-10 月の数値は暫定値、11 月、12 月の数値は推計値。

※標準誤差率が 30%以上の公園については、サンプル数が少なく信頼性が低いので、参考値とした。

2-2. 国立公園利活用の必要性

外国人旅行者の旅行動態は、モノ消費からコト消費へと移行傾向にあり、訪日外国人旅行消費額において、娯楽サービス費は、2018 年には 2012 年の 293 億円から、5.9 倍の 1,738 億円へと拡大し、他の費目と比較して伸び率が最も顕著である(表 2)。このデータから、地域においてコト消費の対象の一つである「自然資源」の活用は今後観光立国に向けた施策を推進していくうえで必要不可欠であることがわかる。また、日本が世界の旅行者から長期滞在したいと憧れる目的地であり続けるためには、持続可能な観光資源の創造が必要である。持続可能性を持たせるという点において、地域に古来の「自然資源」である国立公園を利活用することは、新たに外部から資源を取り入れるよりも価値が逓減しにくいことから、世界が訪れたくなる観光立国ニッポンの推進に向けて非常に有効的ではないだろうか。

以下、国立公園の一つである瀬戸内海国立公園について現状を整理するとともに、利活用の手法を提案し、その効果を検証していく。

表 2 訪日外国人旅行者及び旅行消費額の推移

	2012 年 (平成 24 年)	2018 年 (平成 30 年)	増加幅	倍
訪日外国人旅行者数	(万人) 836	(万人) 3,119	(万人) 2,283	3.7
訪日外国人旅行消費額	(億円) 10,846	(億円) 45,189	(億円) 34,343	4.2
宿泊費	3,713	13,212	9,499	3.6
飲食費	2,229	9,783	7,554	4.4
交通費	1,179	4,674	3,495	4.0
娯楽サービス費	293	1,738	1,445	5.9
買物代	3,406	15,763	12,357	4.6

（出典：観光庁「平成 30 年度観光の状況」及び「令和元年度観光施策」観光白書）

3 章：調査対象の分析　－瀬戸内海国立公園の屋島地区を対象として－

前章にて日本における国立公園の現状と課題を整理した。本論文では、具体的な調査対象として瀬戸内海国立公園に属する屋島地区を設定する。屋島地区を対象とした理由として、１つは屋島地区が香川大学の立地するエリア近傍に位置していること、もう１つは、高松市や香川県にとって屋島観光の再生が重要かつ喫緊の政策課題となっていること、これら２つの理由から屋島地区を分析対象とすることとした。

3-1. 瀬戸内海国立公園の概要

瀬戸内海国立公園は、昭和 9（1934）年に雲仙、霧島とともに日本で最初に国立公園に指定され、備讃瀬戸を中心に広い海域とそこに点在する島々、それを望む陸地の展望地が公園区域として指定されている。その範囲は１府 10 県にまたがり、国内で最も広い国立公園である。瀬戸内海一帯では早くから文化が栄え、人と自然が共存してきた地域であり、島々の段々畑や潮待ちの港町など、自然と暮らしが一体となった親しみやすい景観であることも大きな特徴の一つである。

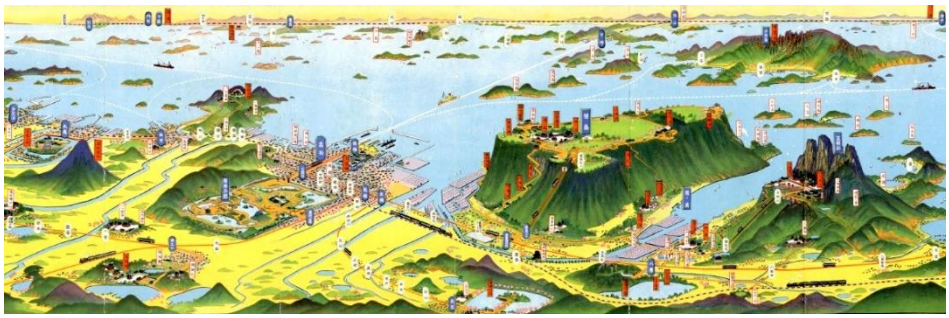


図 2 香川県名所交通屋島史蹟鳥瞰図[1]（1930）

3-2. 観光からみた屋島の現状と歴史的経緯

瀬戸内海国立公園に位置する屋島は、栗林公園や琴平と並んで、香川を代表する観光地である。また、源平合戦の古戦場や四国霊場八十八箇所の一つであり、多島美を望める景観的な価値だけでなく、歴史的にも非常に価値の高い観光地である。吉田初三郎が描いた戦前の香川名所鳥瞰図（図 2）では、屋島山上の観光資源が克明に描かれており、戦前から香川を代表する観光地であったことがわかる。戦前からの全国的な観光需要の高まりに伴って、1961 年に屋島ドライブウェイが開通し、屋島山上まで自動車でのアクセスが可能となった他、1969 年には山上に位置する全国的にも珍しい屋島山上水族館が開館した。

このように、観光地として価値の高い屋島であるが、近年の屋島の旅行者数は、山陽新

[1] 吉田初三郎（1930）「香川県名所交通屋島史蹟鳥瞰図」木村誉扇堂

幹線の新大阪―岡山間が開業した 1972 年に過去最高となる年間 246 万人を記録して以降、減少傾向にある（図 3)。1988 年の瀬戸大橋開通や、1998 年の明石海峡大橋の開通などにより、一時的な旅行者数の増加は見られるものの、近年は最盛期の 2 割前後の約 50 万人台で推移している。また、屋島山上においても各種施設の老朽化が進んでおり、営業が立ち行かなくなった旅館・ホテルなどの廃屋がいくつも放置される（図 4）などの問題が顕在化すると共に、2003 年には山上への重要なアクセス手段であったケーブルカーが運行を休止し、そのまま廃止に至った。山上施設の廃屋については、平成 21 年から環境省の自然公園等整備事業により、いくつかの廃屋の解体が進められた（旅館 7 軒、土産物店 3 軒）（図 5)。一時は 246 万人もの旅行者を記録していることから、屋島は観光地として非常に高いポテンシャルを有していることは間違いないが、現在においては多島景観美をはじめとする魅力を充分に活かすことができていない。今後の益々の観光立国の推進に向けて、こうした観光資源の活用は各地方において重要な施策であり、屋島観光の活性化は高松市にとって重要な政策課題であると言える。

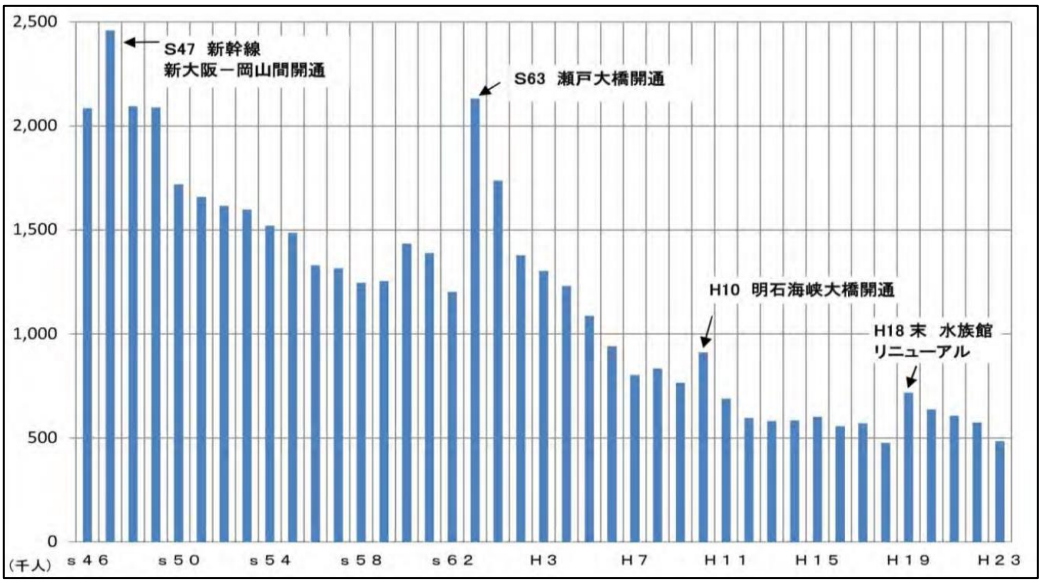
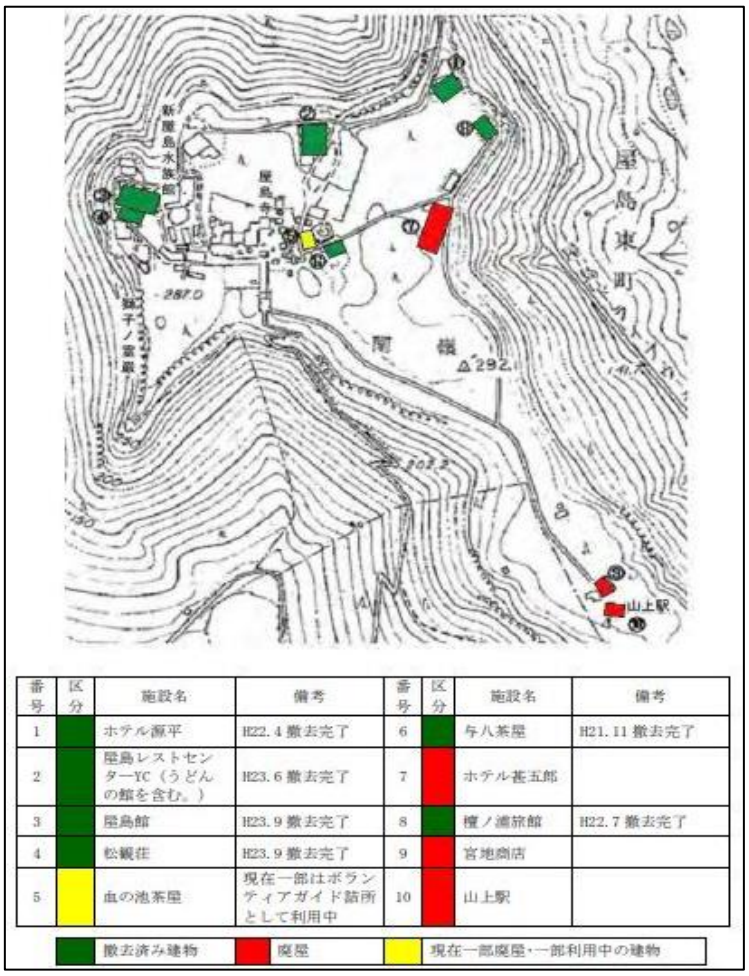


図 3 屋島山上旅行者数年別推移

（出典：平成 23 年度第 4 回屋島会議　配布資料「屋島活性化基本構想中間報告書（案)」）

図 4 廃屋となった山上の施設



番号	区分	施設名	備考	番号	区分	施設名	備考
1		ホテル源平	H22.4 撤去完了	6		与八茶屋	H21.11 撤去完了
2		屋島レストセンターYC（うどんの館を含む。）	H23.6 撤去完了	7		ホテル蒼五郎	
3		屋島館	H23.9 撤去完了	8		檀ノ浦旅館	H22.7 撤去完了
4		松観荘	H23.9 撤去完了	9		宮地商店	
5		血の池茶屋	現在一部はボランティアガイド詰所として利用中	10		山上駅	

撤去済み建物　廃屋　現在一部廃屋・一部利用中の建物

図 5 屋島山上廃屋施設の状況

（平成 24 年 10 月 1 日現在　高松市観光交流課調べ）

3-3. 屋島の観光再生に向けた近年の動き

前述した屋島観光を取り巻く現状をもとに、高松市では平成 25 年 1 月に「屋島活性化基本構想」が策定され、屋島の活性化に向けて取り組むべき 44 の具体的施策・事業が掲げられた。この中で、屋島の活性化に関して重要なキーワードである「屋島の優れた特性・価値」、「拠点施設」、「歩いて楽しむ」、「継承」の 4 つの内、「拠点施設」に該当する情報発信拠点として、「ビジターセンター〔ガイダンス施設〕の整備」に取り組むことが決定された。その他、可能な限り速やかな着手が必要な施策・事業に、「現代源平合戦絵巻の開催」が挙げられ、歴史や文化を中心に活性化策の方向性がまとめられている。平成 28 年には、屋島山上交通アクセス向上対策事業として、屋島ドライブウェイの無料化実験が実施され、平成 29 年 7 月には本格的に通行料が無料となった。こうした官民一体の屋島観光活性化に向けた取り組みがなされる中、高松市と香川大学が連携した実践的教育プロジェクトが始まり、地域の課題解決に向けた活動が行われている。

4 章：私たちの提案「屋島山上ちょうちんカフェ」

これまで述べて来た、国立公園観光や屋島観光の現状と、以下で述べるヒアリング調査の結果を踏まえ、屋島山上を「交流拠点」として、自然資源と文化資源の融合により、新たな観光的魅力の創造、発信を目的とした『屋島山上ちょうちんカフェ』を提案する。

4-1. 提案の概要と狙い　－屋島山上関係者へのヒアリング調査を通じて－

観光からみた屋島の現状については、3 章で述べた通りであるが、本節では独自の調査を基に、「屋島山上ちょうちんカフェ」が狙いとする屋島観光の活性化に向けた課題解決について述べる。まず、屋島観光を活性化させるうえでの課題を再整理するために、2015 年 7 月に屋島山上観光協会[2]を対象として、香川大学の学生が実施したヒアリング調査の結果を以下にまとめる。(表 3)

表 3　屋島山上観光協会へのヒアリング調査結果概要（2015 年 7 月実施）

①屋島活性化に向けてご自身が考える現状の問題点について ・山上での店舗数が減少している為、屋島全体が暗い雰囲気になっている ・店舗減少と店舗の方の高齢化によることが原因で、行動力、思考力が低下 ・お客さんの数は多いが、手ぶらで帰る人が多い＝お金が落ちない ・地元の人でも屋島の良さを理解している人が少ない ・観光客減少→宿泊施設減少→宿泊施設がないため観光客がさらに減少 ・アピールポイントが歴史だけではインパクトに欠ける　など
②屋島活性化に向けて、ぜひ活かしてほしい屋島の魅力について ・景色（季節、時間によって全然違う） ・朝日と夕日、夜景、多島美が一緒に見ることができる場所は他にない ・宿泊するお客さんなどは、屋島を散歩し、屋島の自然に感動している ・屋島は遊歩 100 選にも選ばれているため、今のままの状態をできるだけ保ってほしい など
③これまでの屋島活性化に向けた取り組みについて感じていること ・源平合戦についての劇をしたこともあるが、足を止めてもらえなかった ・歴史だけのアピールでは限界があり、何か新しいものが必要 ・様々なイベントが屋島で行われているが、山上でお店を開いている人達にとっては、あまり役に立っていない　など
④これからの屋島活性化に向けた取り組みについて期待すること ・地元の人に屋島の魅力を気づいてもらいたい ・特に、夜の屋島は地元の人はほとんど来ない ・屋島のよさを生かした、屋島でしかできないことをする　など
⑤大学の取り組みに期待すること ・SNS やホームページで屋島の魅力を発信してほしい ・香大生がお店の手伝いをすることで、屋島の雰囲気が明るくなる ・若者目線で新しい屋島の魅力探し　など

[2] 屋島山上協会は主に屋島山上にて観光施設等を運営しているメンバーで構成されている。(れいがん茶屋、南山、扇誉亭、清風亭、登臨、旅館桃太郎、望海荘、屋島ドライブウェイ、新屋島水族館の 9 施設)

表 3 を見れば、「これまでの屋島活性化に向けた取り組みについて感じていること」として、「歴史だけのアピールでは限界があり、何か新しいものが必要」といった意見がある。また、「屋島活性化に向けて、ぜひ活かしてほしい屋島の魅力」については「朝日と夕日、夜景、多島美が一緒に見ることできる場所は他にはない」といった意見のように、ほぼ全員が「屋島からの景観」を挙げており、「屋島の夕夜景が活かしきれていない」という認識を持っていることがわかる。以上のことから、「源平合戦の地」のような歴史中心の PR ではなく、「瀬戸内海の夕夜景」という自然資源を中心に活用すること（図 6）が課題であると把握できる。

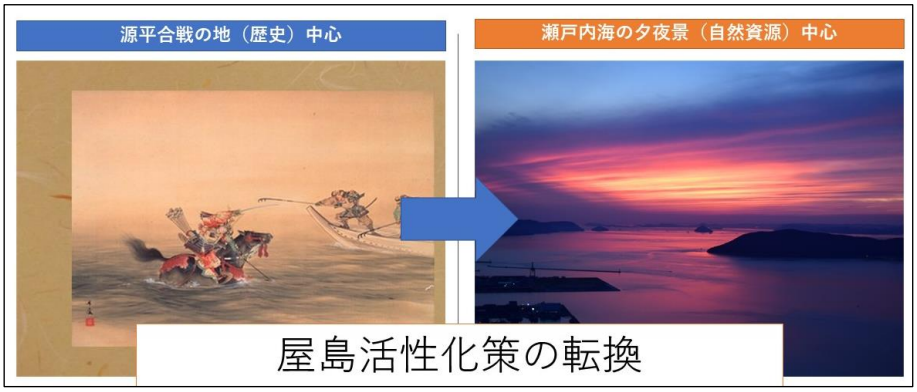


図 6 屋島活性化策の転換イメージ

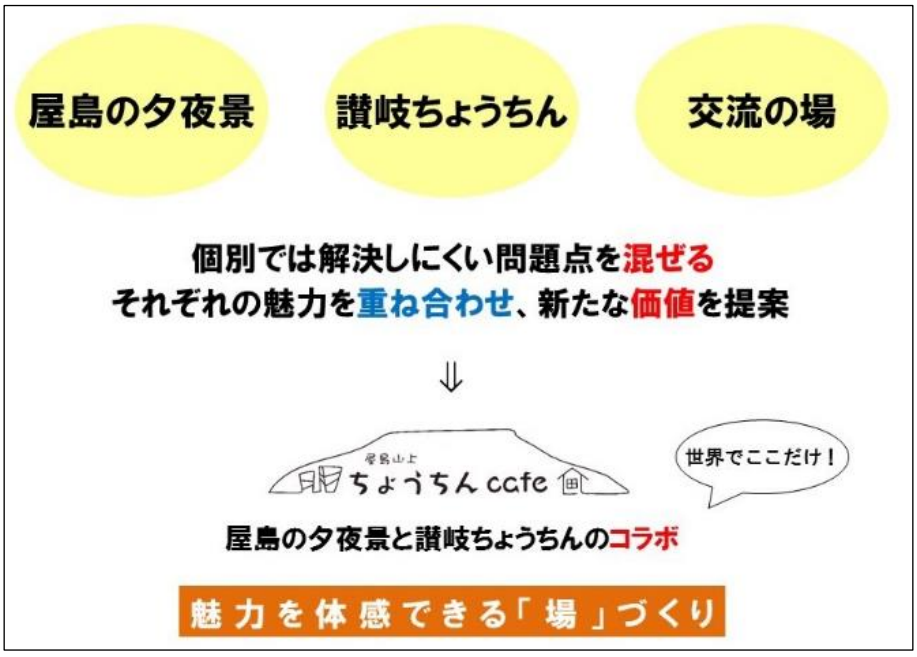


図 7　課題解決のプロセス

「屋島からの夕夜景が活かしきれていない」という課題をもとに、「屋島山上ちょうちんカフェ」では、夕夜景と相性の良い、高松市の文化資源である「讃岐提灯」を活用することに着目した。「讃岐提灯」については、次節で詳述するが、1985 年に香川県の伝統的工芸品に選出されているものの、その歴史や文化が香川県民に広く認知されていないという課題を抱えている。高松の自然資源である「屋島の夕夜景」と、文化資源である「讃岐提灯」を組み合わせ、ここにしかない魅力を創造するとともに、来訪者の「交流拠点」として「カフェ」を学生が主体となり期間限定で運営することで、「屋島の観光振興」と「讃岐提灯の産業振興」という異分野の課題解決を図ることを狙いとする（図 7)。

4-2. 文化資源である讃岐提灯の概要と課題点

讃岐提灯は 1985 年に香川県の伝統的工芸品に選ばれており、かつて弘法大師が中国からその技法を伝承し、香川県で発生したもので、約 1,000 年の歴史を持つ日本最古の提灯である。四国八十八箇所の奉納提灯として使用された歴史も長く、寺社特有の図柄や紋様を用い、絢爛極彩色に飾られた讃岐提灯は、現在も多数神社仏閣に残されている。また、技法のひとつである「折提灯」は、四国八十八箇所を巡るお遍路さんにより考案され、野山の竹や笹を利用して作られた、提灯の原型となったものである。

こうした伝統と歴史を持つ「讃岐提灯」であるが、一子相伝の技で全工程を一人の職人が制作していることから、依頼者以外に知られる機会が少なく、結果として香川でもその認知が進んでいない。また、仕事内容も天皇家に奉納する提灯や出雲大社に奉納する提灯を制作するなど、香川と縁の深い仕事ばかりでなはいことも一つの要因である。讃岐提灯の魅力とともに、その歴史や文化が認知されていない状況に加えて、一子相伝の技法であるために、継承者不足が問題となっており、「讃岐提灯の産業振興」は、地域の伝統工芸品を後世につなぐという意味においても重要な地域課題である。(図 8)

図 8　異分野の課題解決イメージ

4-3. 屋島山上ちょうちんカフェのコンセプト

「屋島の夕夜景」と「讃岐提灯」という異なる分野の資源を融合させた「交流拠点」として、「屋島山上ちょうちんカフェ」を提案するにあたって、3つのコンセプトを設定した。

①開催準備から本番まで学生主体で進めるプロジェクト体制であること
②提供メニューについて、香川産の材料にこだわった開発や価格検討を進めること
③讃岐提灯の展示と作成を工夫し、来訪者にわかりやすく魅力を伝えること

①については準備段階で、それぞれ準備段階で学生をマネジメント、おもてなし（広報や接客、お客様との交流の仕掛けを担当)、メニュー、ちょうちんの4つの班に分け、マネジメント班の学生を中心に、メンバー全体の目標から進捗管理を実施していく。ホール班では、チラシ、Webサイトの整備、SNSでの発信にて案内・広報を進めることとした。

②についてはカフェという「交流拠点」を活用して、食からも香川の魅力を発信することを目的とする。

③については店内の灯りを、讃岐提灯の中でも最もシンプルな「折提灯」で統一するだけでなく、讃岐提灯の魅力をより分かりやすく伝えるために、来訪者が「折提灯」を作成して持ち帰ることができる提灯づくりワークショップの開催を検討する。

5 章：私たちが取り組んだ社会実験の内容と成果

前章にて、「屋島山上ちょうちんカフェ」の狙いや 3 つのコンセプトについて述べた。本章では、実際に 2016 年度から 2019 年度まで実施した、4 年間の継続的活動の実績とともに、成果の分析を行う。

5-1. 活動概要

2016 年度の開催期間の設定にあたって、3 回目の瀬戸内国際芸術祭が開催されることが分かっていたため、県外の来訪者への PR も兼ねて、瀬戸内国際芸術祭の夏季開催期間（7 月 18 日～9 月 4 日）に合わせるとともに、麓の屋島駅から屋島山上へのシャトルバスが夜の時間帯にも特別増便されて運行する、夕夜景フェスタの開催期間（7 月 22 日～9 月 10 日の毎週金土）とも合わせて開催期間を検討することとなった。本プロジェクトメンバーとともに高松市観光交流課や連携先であるれいがん茶屋など関係者との協議の結果、2016 年度は 7 月 23 日（土）にプレオープン、その後、8 月 18 日（木）から 9 月 3 日（土）までの毎週木金土で開催することになった。交流拠点となるカフェの開催時間は、夕夜景が見ることができる時間帯とれいがん茶屋の閉店後（17 時以降）の時間帯で検討し、18 時開始 21 時終了という時間帯での開催とした。2017 年度以降は、2016 年度の開催期間をベースとして、その年のマネジメント班と関係者との協議を経て決定した。（図 9 参照）

図 9 社会実験で配布したカフェのチラシ（左）と説明（右）

5-2. 4 年間の活動実績（2016 年度-2019 年度）

2016 年度からの 4 年間にわたる、社会実験「屋島山上ちょうちんカフェ」に至る経緯や取り組み内容はこれまでに記した通りである。本節では、社会実験に内容を絞ったうえで、活動実績を次ページ以降にまとめる。（図 10）

2016 年度

社会実験名称	屋島山上ちょうちんカフェ
場所	屋島山上れいがん茶屋内（店舗閉店後）
日程	2016 年 7 月 23 日、8 月 18 日、19 日、20 日、25 日、26 日、27 日、 9 月 1 日、2 日、3 日（計 10 日間）
時間	各開催日の 18 時～21 時
累計来客者数	1,027 名

ちょうちんワークショップ

カフェ店内

和室を利用した展示スペース

2017 年度

社会実験名称	屋島山上ちょうちんカフェ
場所	屋島山上れいがん茶屋内（店舗閉店後）
日程	2017 年 7 月 22 日、8 月 11 日、12 日、18 日、19 日、25 日、26 日、9 月 1 日、8 日、9 日（計 10 日間）
時間	各開催日の 18 時～21 時
累計来客者数	2,279 名

来訪者参加の仕掛け
（「あなたを笑顔にするもの」を記入）

カフェ店内

カフェ店外の展望台から望む瀬戸内海

2018 年度

社会実験名称	屋島山上ちょうちんカフェ
場所	屋島山上れいがん茶屋内（店舗閉店後）
日程	2018 年 8 月 10 日、11 日、17 日、18 日、24 日、25 日、31 日、9 月 1 日（計 8 日間）
時間	各開催日の 18 時～21 時
累計来客者数	1,686 名

カフェ店内

和室を利用した展示スペース

カフェ店外から見た夜景

2019 年度

社会実験名称	屋島山上ちょうちんカフェ
場所	屋島山上れいがん茶屋内（店舗閉店後）
日程	2019 年 8 月 9 日、10 日、16 日、17 日、23 日、24 日、30 日、31 日（計 8 日間）
時間	各開催日の 18 時～21 時
累計来客者数	2,374 名

図 10 屋島山上における交流拠点社会実験概要(2016-2019 年度)

5-3. 社会実験の成果

本節では、2016 年度から 2019 年度にかけて行った社会実験「屋島山上ちょうちんカフェ」の成果について、①来訪者アンケート、②社会実験への来訪者数の 2 つの観点から分析を行う。

① 来訪者アンケート

屋島山上ちょうちんカフェ来訪者に対するアンケート内容を大きく 4 つの観点（1. ちょうちんカフェに対する感想、2. 屋島に対する印象変化、3. 来訪者属性、4. 今回の取り組みに対する自由意見記述）で検討し、図 7 のアンケート票として質問項目を整理した。また、アンケートはカフェを体験した来訪者を対象として、任意での回答を依頼した。次ページにて、2016 年度のアンケート票を掲載する。（図 11）

屋島山上ちょうちんカフェ･アンケート　2016年夏

本日は「屋島山上ちょうちんカフェ」にお越しいただき、誠にありがとうございました。今後の活動をより良いものとするためにも、アンケートへのご協力をよろしくお願いします。(☑でお答えください。)

1. ちょうちんカフェについて、あなたのご感想をお聞かせください。

a. 讃岐ちょうちんを活用したカフェの雰囲気

☐非常に良い　☐良い　☐普通　☐良くなかった　☐非常に良くなかった

b. 讃岐ちょうちんと夕夜景のコラボ

☐非常に良い　☐良い　☐普通　☐良くなかった　☐非常に良くなかった

c. カフェの飲食メニュー

☐非常に良い　☐良い　☐普通　☐良くなかった　☐非常に良くなかった

d. 「ちょうちんの間」の雰囲気、展示内容

☐非常に良い　☐良い　☐普通　☐良くなかった　☐非常に良くなかった

e. 総合的に「屋島山上ちょうちんカフェ」はいかがでしたか？

☐非常に良い　☐良い　☐普通　☐良くなかった　☐非常に良くなかった

2. 屋島に対する印象(イメージ)についてお聞かせください。

f. 今回のちょうちんカフェを通じて、屋島の印象(イメージ)は変わりましたが？

☐特に変わらない　☐変わった（どのような点が変わりましたか？＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿）

※☐初めて屋島にお越しの方(どのような点に屋島の魅力を感じましたか？＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿)

3. お客様についてお聞かせください。

g. 本日のちょうちんカフェは何を見てお越しになられましたか？(複数回答可)

☐チラシ　☐Facebook　☐Twitter　☐Web　☐観光案内所　☐現地の案内

☐知人の紹介　☐口コミ　☐新聞･雑誌(＿＿＿＿＿＿)　☐その他(＿＿＿＿＿＿)

h. 本日は何人でお越しになられましたか？また、複数人の方はどのようなグループでお越しですか？

①人数：☐1人　☐2人　☐3人　☐4人　☐5人以上(＿＿＿人)

②グループ：☐友人･知人　☐家族　☐その他(＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿)

i. 本日はどこからお越しになられましたか？

☐高松市内　☐香川県内(高松市以外)　☐香川県外(都市名：＿＿＿＿＿＿)

☐観光で香川を訪れている方(どこからお越しですか？都市名：＿＿＿＿＿＿)

j. あなたの性別、ご年齢をお聞かせください。

①性別：　☐男性　☐女性

②年齢：　☐9 歳以下　☐10 代　☐20 代　☐30 代　☐40 代　☐50 代　☐60 代以上

4. 今回の取り組みを通じて、良かった点、改善点、今後の活動に対する提案など、何でも自由にご記入ください。

以上、ご回答いただき、ありがとうございました。香川大学高松観光振興プロジェクト

図 11 来訪者アンケート票

② 社会実験への来訪者数

屋島山上での交流拠点づくりとして実施した社会実験「屋島山上ちょうちんカフェ」であるが、2016 年度から 2019 年度までの継続的開催の結果、総計 36 日間の運営で述べ 7,366 人の来訪者がカフェに入店することとなった[3]。1 日平均 204.6 人の来訪者が 18 時から 21 時（ラストオーダー20 時 30 分）の間にカフェを利用したことになり、屋島山上ちょうちんカフェへの来訪者数は、本社会実験の成果指標の 1 つと言える。

5-3-1. 来訪者アンケートの結果と考察

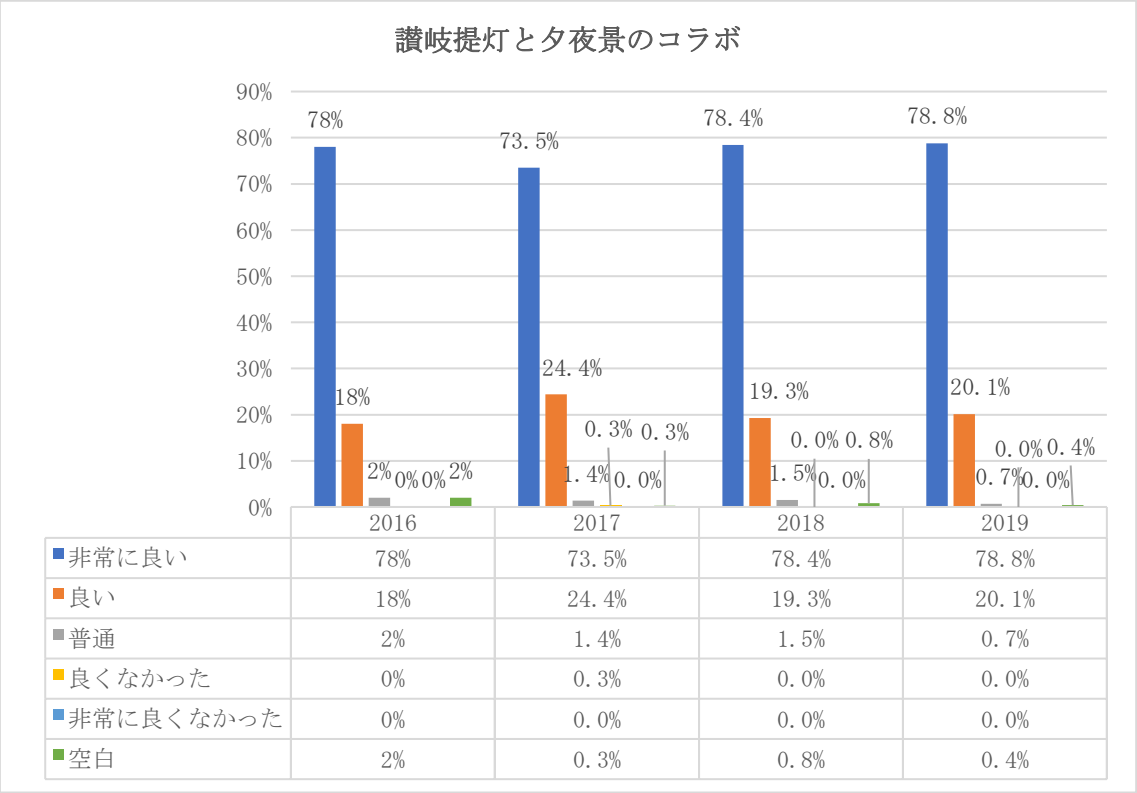
2016 年度から 2019 年度までの屋島山上ちょうちんカフェ開催期間中、任意回答での来訪者アンケートを実施したところ、36 日間で計 1,151 票の回答が得られた。これは来訪者の累計 7,366 人に対して、15.6%の回収率となった。

続いて、アンケートの集計結果を示していくが、ここでは、全ての質問項目の中で、特筆すべき「総合満足度」、「屋島の印象変化」と「今回の取り組みに対する自由記述」について示す。なお、「総合満足度」（図 11-a～e）については、2017 年度の質問項目改訂を考慮して、a. 讃岐提灯と夕夜景のコラボ（ちょうちんの間やカフェ全体の雰囲気）、b. カフェの飲食メニュー、c. 総合的に「屋島山上ちょうちんカフェ」はいかがでしたか？の 3 項目に再整理したうえで、以下で分析を行う。

[3] 7,366 人の来訪者はあくまでレジで注文した人の総計である。実際にはレジで注文せず夜景や讃岐提灯の展示等を見に来た来訪者も多く、正確な来訪者数は把握できていない。

①総合満足度

a. 讃岐提灯と夕夜景のコラボ

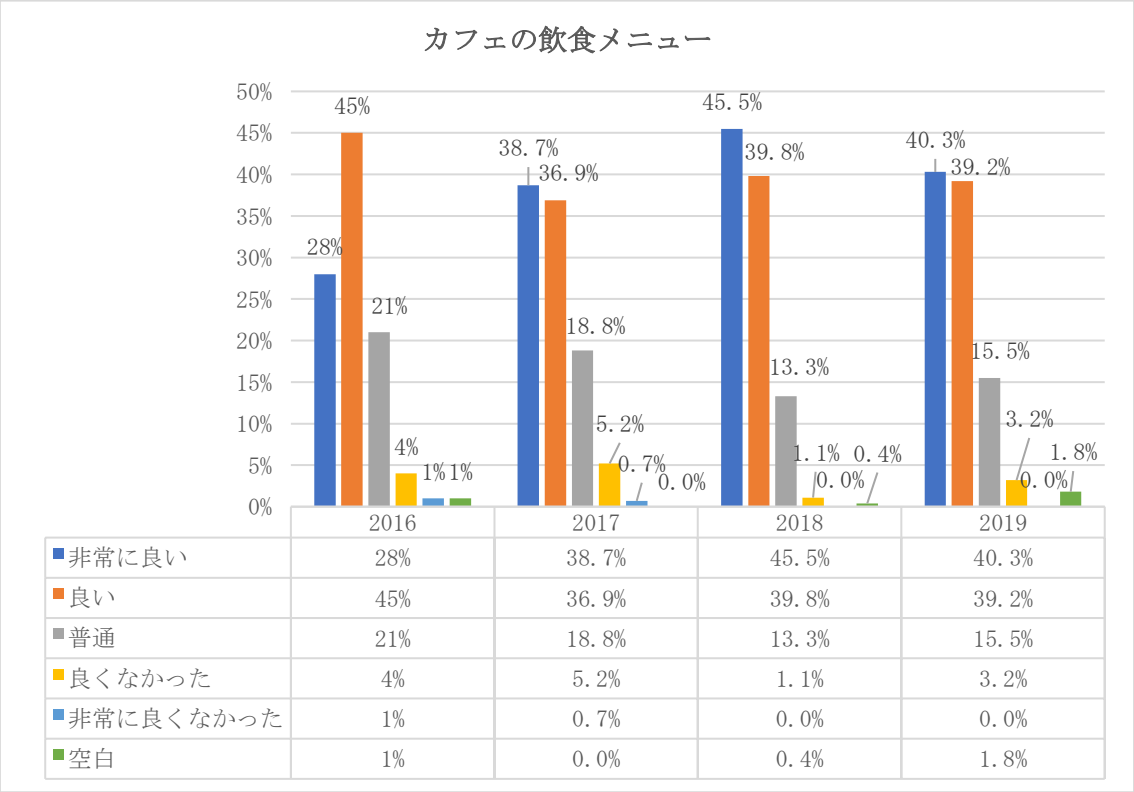


	2016	2017	2018	2019
非常に良い	78%	73.5%	78.4%	78.8%
良い	18%	24.4%	19.3%	20.1%
普通	2%	1.4%	1.5%	0.7%
良くなかった	0%	0.3%	0.0%	0.0%
非常に良くなかった	0%	0.0%	0.0%	0.0%
空白	2%	0.3%	0.8%	0.4%

図 12 屋島山上ちょうちんカフェ感想[讃岐提灯と夕夜景のコラボ]アンケート結果

2016 年度から 2019 年度までの 4 年間の活動を通して、非常に良いと回答した人が 77.1%、良いが 20.4%、計 97.5%が屋島の夕夜景と讃岐提灯を活用したカフェを評価しており、満足度が非常に高いことがわかる。（平均値：4.8）

b. カフェの飲食メニュー

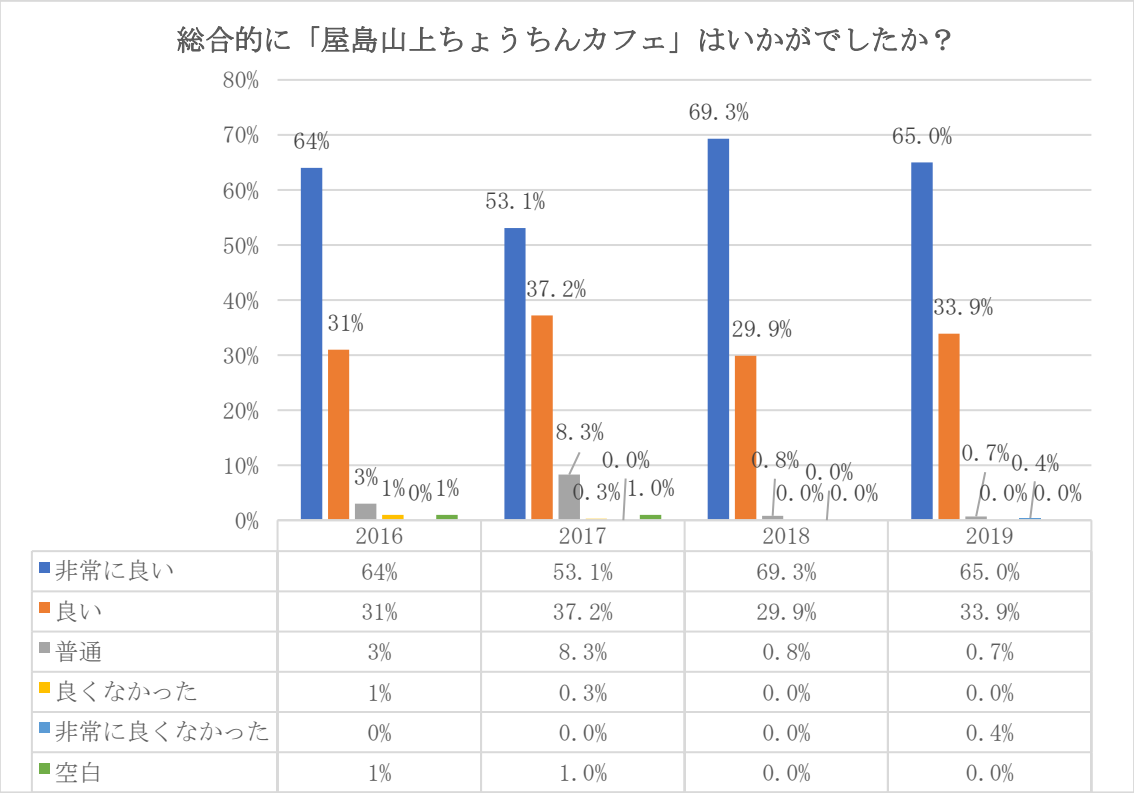


	2016	2017	2018	2019
非常に良い	28%	38. 7%	45. 5%	40. 3%
良い	45%	36. 9%	39. 8%	39. 2%
普通	21%	18. 8%	13. 3%	15. 5%
良くなかった	4%	5. 2%	1. 1%	3. 2%
非常に良くなかった	1%	0. 7%	0. 0%	0. 0%
空白	1%	0. 0%	0. 4%	1. 8%

図 13 屋島山上ちょうちんカフェ感想[カフェの飲食メニュー]アンケート結果

「カフェの飲食メニュー」については、4 年間を通して、非常に良いと回答した人が 38. 1%。良いと回答した人が 40. 2%と、他の感想項目と比較して、若干低い評価となった。(平均値：4. 3)

c. 総合的に「屋島山上ちょうちんカフェ」はいかがでしたか？



	2016	2017	2018	2019
非常に良い	64%	53.1%	69.3%	65.0%
良い	31%	37.2%	29.9%	33.9%
普通	3%	8.3%	0.8%	0.7%
良くなかった	1%	0.3%	0.0%	0.0%
非常に良くなかった	0%	0.0%	0.0%	0.4%
空白	1%	1.0%	0.0%	0.0%

図 14 屋島山上ちょうちんカフェ感想

［総合的に「屋島山上ちょうちんカフェ」はいかがでしたか？」］アンケート結果

総合的に非常に良いと回答した人が 62.8%、良いと回答した人が 33.0%と、全体の 95.8%となり、総合満足度は高い評価となった。（平均値：4.6）

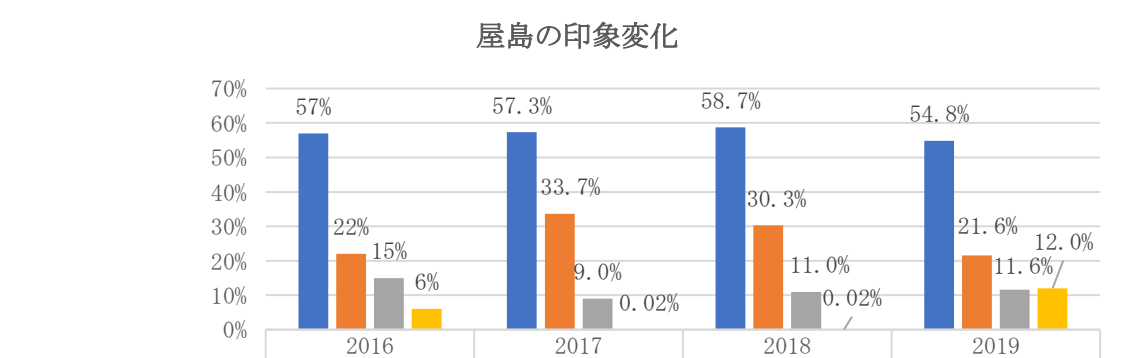
②屋島の印象変化

f．今回のちょうちんカフェを通して、屋島の印象(イメージ)は変わりましたか？

この問いでは、初めて屋島を訪れた方と二回以上屋島を訪れている方で質問内容を変えており、初めて屋島を訪れた方には「どんな点が屋島の魅力と感じましたか？（自由記述)」と問い、二回以上訪れている方には「屋島の印象が変わった」もしくは「特に変わらない」のどちらかに回答いただき、「変わった」と答えていただいた方には「どんな点が変わりましたか？（自由記述)」と問う質問項目とした。結果を以下に示す。

まず、屋島山上ちょうちんカフェを通して屋島山上を初めて訪れた方は全体の 11.6%であり、二回以上屋島山上を訪れている方は全体の 83.8%となった。また、二回以上訪れている方を対象として、今回屋島山上ちょうちんカフェを訪れたことをきっかけとして屋島の印象が変わったかどうか質問したところ、68.5%の方に「印象が変わった」と回答いただいた。(図 15 参照)

続いて、屋島の印象（イメージ）に関する記述式の項目については、コメントを内容毎に類型化した上で集計した。なお、1 つのコメントに複数の要素が入っている場合は、それぞれ一つのコメントとして集計した。結果的に、記述総数は 648 件で、そのうち「オシャレなイメージになった」に類似する意見が 48 件、「景色が綺麗」に類似する意見が 321 件であった。「景色が綺麗」に類似する意見については、全記述数の 49.5%を占めた。全体的に肯定的なコメントが多く、その他にも、「観光名所として、他の人にも勧められると思う」「これほど魅力的な場所だとは思わなかった」「親しみやすく活気あるイメージに変わった」などといったコメントが寄せられた。



	2016	2017	2018	2019
変わった	57%	57.3%	58.7%	54.8%
特に変わらない	22%	33.7%	30.3%	21.6%
初めて来られた方	15%	9.0%	11.0%	11.6%
空白	6%	0.02%	0.02%	12.0%

図 15 屋島に対する印象変化

これらの結果は、本社会実験の主軸である「異なる地域資源（讃岐提灯と屋島の夕夜景）の融合」、「魅力を体感する場所づくり」という試みが、屋島の印象を変化させていくうえで大きな効果を生み出していることを示しているといえる。

③屋島山上ちょうちんカフェの取り組みに対する自由記述欄

今回の社会実験に対する感想やコメントを自由記述で求めたところ、本質問に対する回答者数は全1,115人中781人となり、総コメント数は1,000件であった。

肯定的なコメントでは「夜景が綺麗だということを知らなかった」「初めて讃岐提灯のことを知り、伝統工芸に触れる良い機会となった」など新しい魅力を発見できたというコメントが多く見受けられた。さらに、「屋島の夕夜景と讃岐提灯のコラボ」がよかったというコメントも多く寄せられた。また、「毎年来ていて、これからの活動に期待する」といったコメントも散見され、恒例のイベントとして定着しつつあることがわかる。

一方、否定的あるいは改善点を指摘するコメントとしては、「飲食メニューをもう少し充実させてほしい」「売り切れることのないようにして欲しい」といったカフェメニューあるいはカフェ運営に対する指摘が最も多く寄せられた。しかし、本社会実験の狙いである「屋島の夕夜景の魅力を伝える上で、讃岐提灯を活用することの有効性やカフェという交流拠点を設けることの有効性を把握する」といった点については、特に否定的なコメントは見当たらず、「屋島の夕夜景と讃岐提灯の灯りの魅力に気付いた」といった肯定的感想が多く寄せられた。また、2019年度には「この場所だけでなく、周辺の施設にも人が波及する様な取り組みを期待する」というコメントも寄せられ、本社会実験が期間限定のカフェとしての機能だけでなく、地区全体を巻き込んだ取り組みとして発展していくことが期待されていることも把握できた。

5-4. 小括

本章では、屋島山上ちょうちんカフェの活動概要から、実施による成果について述べて来た。前述したように、本社会実験への来訪者数が総計36日間の運営で述べ7,366人であることや前節で分析した来訪者アンケートの結果から、自然資源と文化資源を融合させ、新たな価値を創造するという国立公園の利活用は非常に有効的であると把握できる。また、新たに生み出された価値を体感できる「場所づくり」として、4年間継続して社会実験を実施する中で新たな課題も浮き彫りとなってきており、それについては6章で詳しく述べることとする。

6章：まとめ　−自然資源と文化資源の融合を狙いとした実践活動を通じて−

本論文は、国立公園の利活用に関する課題解決を目的として、屋島山上ちょうちんカフェという社会実験を通じて「自然資源と文化資源の融合」による新たな観光の魅力づくりについて提案・検証したものである。前章でも述べたように、来訪者数とアンケート分析の結果から、瀬戸内海国立公園の屋島地区に対して、「新たな観光資源の創造」による一定の成果を提示することができたと考えている。

本社会実験では、国立公園の利活用の手法として、「自然資源と文化資源の融合」と「その魅力を体感する場所づくり」を学生が主体となって実施した。「自然資源」と「文化資源」がそれぞれ抱える課題点を混ぜ、固有の魅力を重ね合わせることで、各々の課題解決につなげるだけでなく、個別の分野のみで課題解決を図るよりも大きな価値を生み出すことができたと考えている。また、実施主体である地元の大学生が対象地区の方々と連携して「場所づくり」を行うことで、新しいことに踏み込めない昔ながらの観光地のコミュニティの現状を打破すると同時に、若い世代が地域の別世代の方々との関わりを持つことで、次世代を担う地域人材の育成につなげることができたとも考えている。

一方で、現在の課題として、イベントを実施する主体が学生中心となっており、これは長所ではあるものの、短所としては今後も同様の取り組みを続けていくことが困難である点が挙げられる。価値として枯渇しにくい「自然資源」と「文化資源」を融合させ、その魅力を体感できる「場所づくり」を行う上で、地元の方々と緊密な関係を築き、情報共有をすることは、他の地域には真似できない新しい魅力づくりを行う上で必要不可欠である。そこで、今後の展望としては、活動主体を大学のみならず、学生やステークホルダーを中心として、その他多くの方々へと活動主体を広げることで、より持続的かつ発展的な「場所づくり」を行っていきたいと考えている。世界が訪れたくなる観光立国ニッポンを目指すためには、活用しきれていない地域固有の資源を活性化させ、旧態依然とした地域の観光に関する現状を打破することなど、課題が多く挙げられる。こうした課題を１つ１つ改善していくうえで、今回提案・実施した屋島山上ちょうちんカフェのような「自然資源」と「文化資源」を融合させる取り組みは、地域固有の価値をかけ合わせることで新しい観光価値を創造するとともに、社会的価値が逓減しにくい持続可能な状況を生み出すことにもつながると考えられ、とても有効な方法であると私たちは考えている。

最後に、本論文を執筆するにあたり、多大なるご協力を頂いた屋島山上観光協会様、屋島山上ちょうちんカフェに来訪してくださった皆様、アンケート調査にご協力いただいた皆様に心から感謝の意を表します。

参考文献・資料

- 環境省　『国立公園満喫プロジェクト』
  http://www.env.go.jp/nature/mankitsu-project/

- 環境省　『国立公園別訪日外国人利用者数推計値等』
  https://www.env.go.jp/press/files/jp/108615.pdf

- 環境省　『自然公園等利用者数の概要（H29 版）』
  http://www.env.go.jp/park/doc/data/natural/data/naturalpark_gaiyo.pdf

- 環境省　『自然公園の公園数、年間利用者数の推移』
  http://www.env.go.jp/park/doc/data/natural/data/naturalpark_2.pdf

- 吉田初三郎（1930）『香川県名所交通屋島史蹟鳥瞰図』木村誉扇堂

- 高松市　『屋島活性化基本構想』
  https://www.city.takamatsu.kagawa.jp/kurashi/shinotorikumi/keikaku/sonota/yashima/kasseika.files/20528_L16_yashima_kihonkousou.pdf

- 日本政府観光局（JNTO）　インバウンド戦略部
  『訪日外国人旅行者の消費動向とニーズについて』
  https://www.jnto.go.jp/jpn/projects/research_consulting/cq6g7o0000002hw5-att/project_data.pdf

- 日本政府観光局（JNTO）
  『訪日外客数・出国日本人数データ　国籍/月別 訪日外客数(2003 年～2019 年)』
  https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor_trends/

- 観光庁
  『観光白書（令和元年度版）本文第Ⅱ部　すそ野が拡がる観光の経済効果』
  https://www.mlit.go.jp/common/001294375.pdf

- 有限会社　三好商店　HP　『讃岐提灯の歴史と弘法大使』
  http://www.netwave.or.jp/~cyouchin/history.htm