香 川 大 学 経 済 論 叢
第90巻 第2号 2017年9月　47－91

異分野の課題解決を狙いとした交流拠点づくりの取り組みとその成果に関する研究

―― 屋島山上における社会実験を通じて ――

西　成　典　久

1章　はじめに

香川の老舗観光地である屋島は，1934年日本で最初期に指定された瀬戸内海国立公園の一部であり，多島海が眺められる風光明媚な土地柄である。また，源平合戦の古戦場であり，四国霊場八十八ヶ所の1つでもあることから，歴史資源もある観光拠点として，香川県内では栗林公園や琴平と並ぶ主要な観光地として発展してきた。吉田初三郎が描いた戦前の香川名所鳥瞰図(図1)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。また，1929年に屋島の麓から山上まで登山用のケーブルカーが設置されており，戦前の全国的な観光需要の高まりとともに屋島の観光開発も進められた。戦後には，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り，1969年には屋島山上水族館が

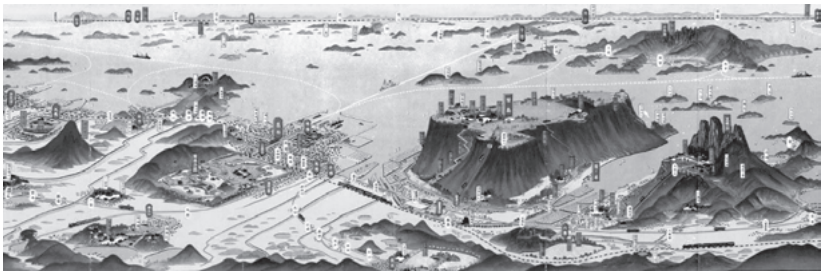


図1　香川県名所交通屋島史蹟鳥瞰図[(1)]**（1930）**

開館する。

このように，戦前から観光地として全国的に有名な屋島であるが，近年は旅行者が減少し続けており，高松市や香川県にとっての観光課題の１つとなっている。1972 年には過去最高となる年間 246 万人もの旅行者が訪れるが，屋島の旅行者はこれをピークとして減少に転じ，1988 年の瀬戸大橋開通や 1998 年の明石海峡大橋開通など社会環境の変化に応じて一時的に増加することはあっても，全体的には減少傾向にあり，近年は往時の約２割程度の旅行者数で推移している。また，2000 年代に入ってからは，屋島ケーブルの廃止，宿泊施設の廃業と廃屋放置問題など，旅行者減少に伴う地域課題が顕在化していった。しかし一方で，近年では古代の屋島城跡が発見・復元され，廃屋の除却が進むなど，屋島観光の再生に向けた新たな動きも始まっている。屋島観光の再生は屋島山上のみならず，高松市や香川県といった周辺地域への波及効果も高いことから，老舗観光地の活性化に向けた取り組みはより一層求められていると

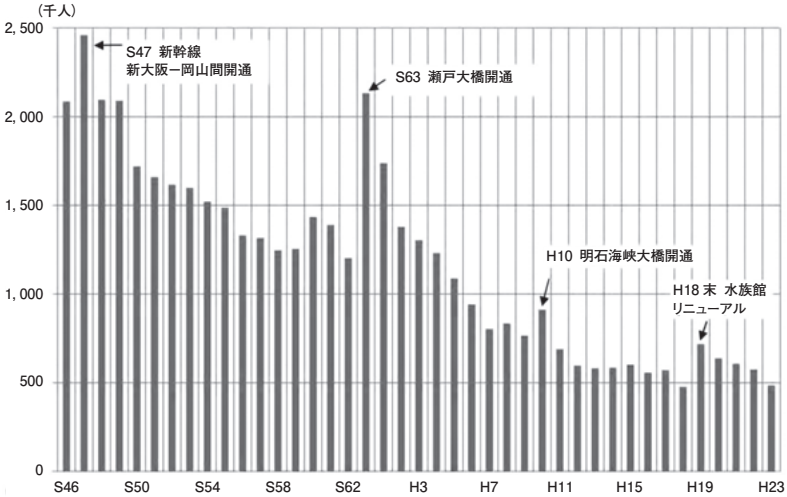


図２　屋島山上旅行者数の推移(2)

（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
（２）　屋島会議（2012）「屋島活性化基本構想最終報告」P. 1

いってよい。

こうした社会的背景をもとに，高松市では2011年に屋島会議を起ち上げ，産官学一体となって屋島の再生に向けた公的な検討が始められた。2012年には屋島活性化基本構想最終報告がまとめられ，2015年には屋島山上拠点整備事業にてビジターセンターの基本設計が国際プロポーザルによって決定した。2016年には屋島ドライブウェイの無料化社会実験が実施され，現在は無料化に向けた検討が進められている[(3)]。こうした官民あげての屋島再生に向けた動きのなかで，高松市と香川大学が連携した実践的教育プロジェクトも始められている。

本研究では，この実践的教育プロジェクトの1つである高松観光振興プロジェクト[(4)]を対象として，本プロジェクトによる屋島の観光再生に向けた取り組みの成果と課題について検討を深めていく。実践的取り組みの狙いや内容については2章以降で詳述するが，本研究の枠組みとなる研究の特色や着眼点について，先んじて以下の2点にまとめて説明していく。

まず，1点目が「異分野の課題解決」を狙いとしている点である。より具体的に説明すれば，「異分野の地域資源を融合させることで，個別の地域資源をより魅力的にするとともに，それぞれの分野の課題解決につなげる」ということである。本研究の取り組み内容を先述することとなるが，本研究では，屋島で有効活用されているとは言い難い「屋島からの夕夜景」と香川の伝統工芸である「讃岐提灯（ちょうちん）」を融合させることで，個別の地域資源を相乗効果でより魅力的にするとともに，屋島観光という「観光振興分野」と伝統工芸という「産業振興分野」，それぞれの分野に対する課題解決に貢献していくことを狙いとしている。「屋島からの夕夜景」に関していえば，これまでその魅力を十二分に活用することができておらず，屋島における観光振興の課題点として挙げら

（3） 2017年6月の市議会にて屋島ドライブウェイ無料化の方針が決定し，同年7月21日から無料化することとなった。

（4） 文部科学省「地（知）の拠点整備事業」の一環として取り組んでいる実践的な地域志向・教育プロジェクトである。香川大学では県内の自治体と連携して約10程度のプロジェクトを進めており，正課内の活動として位置付けている。高松観光振興プロジェクトはその1つであり，詳しくは2-2-2.を参照のこと。

れていた。一方，「讃岐提灯」については，香川県内においてもその認知度は決して高くなく，伝統工芸の技と魅力を後世に伝えていくという観点から，この認知度の低さは産業振興分野の課題として挙げられる。こうしたそれぞれの分野における既存の課題を認識しつつ，一見関係ないと思われる地域資源を融合させることで，新たな魅力づくりを提案し，それぞれの分野の課題解決につなげることを１点目の着眼点とする。

続いて，２点目は「交流拠点づくり」である。近年，地域振興や観光まちづくりの現場において，地域住民だけでなく地域外から訪れる来訪者も含めて交流できる，いわゆる「交流拠点」を創出する取り組みが注目されている。内閣府や国土交通省，総務省においても「小さな拠点」[(5)]という用語を使用し，地区で交流できる拠点づくりを進めており，こうした取り組みに対して様々な政策支援が実施されている。本研究の取り組みでいえば，先述した「屋島からの夕夜景」と「讃岐提灯」を単に組み合わせるだけでなく，そこに「交流拠点」を設けることで，よりその魅力を味わいつつ，それぞれの課題解決につなげていくことを考えている。本研究では，屋島山上にこうした「交流拠点づくり」を実験的に試みることで，その効果や可能性について検証することを２点目の着眼点としている。

以上，２つの着眼点をもとに本研究を進めていく。あらためて本研究の目的を記せば，本研究では「屋島からの夕夜景」と「讃岐提灯」という異分野の地域資源を融合させた「交流拠点づくり」を屋島山上で取り組み，期間限定の社会実験として実施することで，その成果と課題を把握することを目的とする。そのうえで，異分野の地域資源を融合させることによる波及効果や持続的な交流拠点づくりに向けた課題と可能性について検討・考察を進めていく。

本研究の構成は，まず，２章で研究対象となる高松観光振興プロジェクトの

（５）　地域コミュニティを維持しつつ持続可能な地域づくりを目指すための取り組みとして「小さな拠点」づくりが注目されており，国土交通省では国土計画のなかで2012年頃から「小さな拠点」という用語を使用した事例集を公表している（『日常生活サービス機能が集約した「小さな拠点」事例集』2012年）。2017年現在では，内閣府や総務省でも政策的支援が実施されている。

狙いと取り組み内容について詳述していく。具体的には，屋島観光をめぐる地域課題を整理し，本研究で着目していく問題点と課題解決に向けた取り組み経緯を説明する。そのうえで，本研究で取り組む社会実験について，その狙いと内容を述べる。続いて，３章では実際に実施した社会実験の概要と成果を把握し，来訪者アンケートの結果を分析・考察する。４章にて，本研究で明らかになったことを整理するとともに，今後の課題や展望について考察する。

２章　対象プロジェクトの狙いと取り組み内容

本章では，高松観光振興プロジェクトが始められた経緯やその狙い，課題解決に向けた取り組み内容とともに，本研究で取り組む社会実験に至る過程やその概要について整理する。

２－１．屋島観光をめぐる地域課題

屋島観光をめぐる課題については１章にて先述した通りであるが，本節では屋島の課題点について既存の調査結果を整理したうえで，高松観光振興プロジェクトによる独自の調査をもとに，本プロジェクトとして着目していく具体的な課題点を整理していく。

まず初めに，高松市が主体となって取りまとめた「屋島活性化基本構想最終報告書」（2012）によれば，屋島の課題を以下のような観点で整理している。

表１　屋島をめぐる課題点[(6)]

総合的課題	個別的課題
①屋島全体の自然環境，景観および文化財の調査・把握・活用（未確認のものも含む） ②市民の屋島に対する価値の認識と愛着の醸成 ③屋島の持つ魅力の顕在化と屋島の活性化	①廃屋撤去後の更地の利活用 ②水族館の老朽化 ③ドライブウェイを含む屋島山上へのアクセス ④ケーブルまたはケーブル跡地，ケーブル跡施設の取扱い
共通課題	
自然環境・景観等の保全 推進体制の整備・構築	

大きくは総合的課題と個別的課題，共通課題に分けたうえで，課題内容を示している。このうち，廃屋撤去や水族館老朽化，ドライブウェイでのアクセスやケーブル跡地といった個別的課題については，別途高松市にて対応が図られている。こうした高松市による全体的な把握をもとに，高松観光振興プロジェクトでは2015年7月に屋島山上観光協会[(7)]を対象として学生によるヒアリング調査を実施した。ヒアリング調査の項目は5つで，結果を簡潔に示せば以下のとおりである（表2）。

表2　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

（6）　屋島会議（2012）「屋島活性化基本構想最終報告」P. 37より転載

（7）　屋島山上観光協会は主に屋島山上にて旅館や喫茶，観光施設を運営しているメンバーで構成されている。具体的には，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施設である。（2015年7月時点）

表２を見れば，様々な意見があるものの，例えば「歴史だけのアピールでは限界がある」「源平合戦では足を止めてもらえない」といったような意見が現場の店舗経営者から挙げられている。また，「ぜひ活かしてほしい屋島の魅力」については，ほぼ全員が「屋島からの景観」を挙げており，特に「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」といったような特色が挙げられている。

また，「屋島活性化基本構想最終報告書」にて実施した市民アンケート[(8)]によれば，図３のような結果が得られており，屋島山上観光協会のみならず，一般市民においても「屋島からの景観」が群を抜いて屋島の魅力であると認識されていることがわかる。

このように屋島山上観光協会へのヒアリング調査や高松市による市民アンケートの結果からも，「屋島からの景観」が大きな魅力であると認識されていることが把握できた。しかし，一方で「現状ではそうした魅力が必ずしも活かし

屋島の魅力は何だと思うか？（複数回答）

屋島の魅力は，屋島からの景観（眺望）と回答した人が全回答者の74.6％と４人に３人の割合で，他の項目の２倍となっており，屋島からの眺望が，市民を惹きつける大きな魅力であることが推察される。

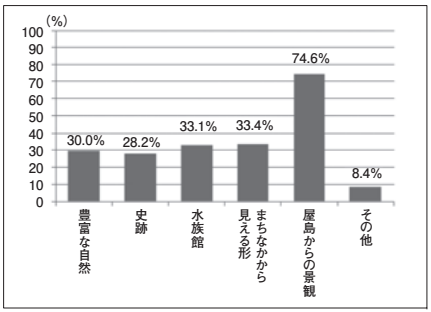


図３　市民アンケートによる「屋島の魅力」について[(9)]

（８）　調査概要は以下の通りである。
調査対象：高松市在住20歳以上の市民1,000人を無作為抽出し，郵送による配布・回収
調査期間：2011年11月21日～12月２日
回収結果：347人（男171人，女165人，不明11人）回収率は34.7％

（９）　屋島会議（2012）「屋島活性化基本構想最終報告」資料編P.29より転載

きれていない」という状況にあることもわかった。屋島山上の店舗はお昼の時間帯のみの営業が多く，17時以降，つまり，夕景と夜景の時間帯についてはほとんど活用されていない実態も把握できた（唯一，夏期間においては，屋島からの夕景と夜景を活用する夕夜景フェスタ[10]が実施されている）。こうした現地での状況と，大学として実施する教育プログラムとの兼ね合いを総合的に判断し，高松観光振興プロジェクトでは「屋島からの夕夜景が活かしきれていない」という課題点に狙いを絞ることとした。

2－2．課題解決に向けた取り組みとその経緯

高松観光振興プロジェクトでは，前節で記した通り，屋島観光の課題点を「屋島からの夕夜景が活かしきれていない」という点に絞り，その課題解決に向けた取り組みを大学の教育プログラムと連携させながら進めていった。本節では，2016年度に屋島山上にて実施した交流拠点の社会実験に至る経緯と取り組み内容を整理していく。

2－2－1．屋島山上ナイトツアーでの試み

今回実施した屋島山上での社会実験は，2016年の7月から9月に至る期間であるが，その狙いや内容に関わる構想自体は2013年度の取り組みまで遡る。2013年度に2回目となる瀬戸内国際芸術祭[11]が開催されることとなるが，その際に総合ディレクターである北川フラム氏から香川大学と何か連携できることはないかと打診があった。当初は正課外での取り組みとして教員有志と学生有志で集まり，教員の専門分野に依拠しつつ具体的な取り組みが始められた。当時，高松市との正式な連携はなかったものの，瀬戸内国際芸術祭の問題点の1つとして，高松本土側での観光波及効果が少ないという点が挙げられていた。多くの来訪者が高松港を拠点として様々な島を巡るが，高松本土側では単に宿

(10)　屋島山上観光協会が主催で始めた夏のイベントで，2016年度で14回目の開催となる。
(11)　瀬戸内海の島々を舞台に開催される現代美術の国際芸術祭。3年に1度開催されるトリエンナーレ形式で，第1回は2010年，第2回は2013年，第3回は2016年に開催された。

泊のみという来訪者が多く，市内の観光拠点との連携が進んでいない状況であった。そこで，瀬戸内国際芸術祭に訪れた来訪者が島から戻ってくる夕方以降の時間帯で楽しめるプロジェクトを考案し，屋島の夕夜景を活かした「屋島山上ナイトツアー」を企画するに至った。2013年度には正課内での教育プログラム[12]となり，本プロジェクトを選択した学生7名で実施した。結果のみを示せば，2013年度瀬戸内国際芸術祭夏季期間中，「屋島山上ナイトツアー」は計3回実施し[13]，ツアー参加者は3日間で計58名，うち県外者は34名となった。ツアー参加者にアンケートを実施し，ツアーに対するフィードバックをもらったところ，自由記述で最も多い回答が『学生による「手作り提灯」が良かった』という感想であった。ツアーを実施するにあたり，本プロジェクトの学生が屋島山上での夜の暗さを補うために「提灯」を使用することを企画し，当時は讃岐提灯ではなく，観音寺で開催していた「夜のまち歩き」で使用している「水のりで作る提灯」の作り方を教わり，学生達による「手作り提灯」をツアーで使用するに至った。実際のツアーでは，屋島山上で移動中にツアー参加者にこの「手作り提灯」を持ってもらい，旅館桃太郎で軽食を食べている際には，夜景が見える旅館前の広場に「手作り提灯」を飾るなどしてツアー参加者に楽し

図4　屋島山上ナイトツアーの様子

図5　手作り提灯と夜景

(12)　全学共通教育科目「地域活動」の枠内で実施した。
(13)　企画した屋島山上ナイトツアーは高松駅集合解散する形式のバスツアーであり，ガイドは学生が全て行い，屋島山上での夜景観賞や旅館桃太郎での軽食を含むツアーを実施した。開催日は2013年7月26日㈮，8月23日㈮，8月30日㈮に実施した。

んでいただいた。こうした試みに対して参加者からの評価がとても高く，あらためて夕夜景の活かし方の可能性を知ることとなり，2014 年度以降の取り組みにつながることとなる。

2－2－2．高松観光振興プロジェクトでの取り組み

文部科学省による「地（知）の拠点整備事業」[14]に香川大学が採択され，自治体との連携による地域振興・教育プログラムが 2013 年度に開始となった。2014 年度には全学共通教育科目のなかに「瀬戸内地域活性化プロジェクトⅠ」，経済学部の専門科目のなかに「瀬戸内地域活性化プロジェクトⅡ～Ⅳ」が設置され，複数の担当教員で各自治体と連携しつつ，地域振興を狙いとする教育プログラムが始められた。著者が担当教員として高松市と連携し，高松観光振興プロジェクトに取り組むこととなったのは 2015 年度からである。初年度，本プロジェクトを選択した学生は 1 年生 13 人，3 年生 7 人の計 20 人であった。

まずは，学生とともに現地踏査を開始し，屋島山上観光協会へのヒアリング調査を実施するとともに（結果は表 2 参照），屋島の魅力や課題を把握していった。屋島の魅力としては，四国八十八ヶ所である屋島寺や，三大展望台とそこから見える瀬戸内海の景観などが挙げられる一方で，現状では「源平合戦の地」というイメージが強く，若年層に屋島の魅力が届いていないという課題が浮き彫りとなった。また，学生目線からいえば「屋島の夕夜景」が最大の資源であるにも関わらず，現状ではそうした資源がほとんど活用されていない，という課題も見つかった。そこで，先述した屋島山上ナイトツアーでの取り組みを参考としつつ，「屋島の夕夜景」を活用するアイデアを本プロジェクトで検討を重ねた結果，香川の伝統工芸である「讃岐提灯」に目をつけることとなった。

---

(14)「地（知）の拠点整備事業」は，文部科学省が国内の大学を対象として，「地域社会との連携強化による地域の課題解決」や「地域振興策の立案・実施を視野に入れた取り組み」を推進するための施策である。「地（知）の拠点整備事業」は“Center of Community”の頭文字を取った略語で“COC”とも略される。2013 年度より全国で開始された。

①讃岐提灯との連携

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，現在は三好提灯店[15]がその伝統を引き継いでいる。三好提灯店にヒアリング調査[16]を実施し，以下にヒアリングで把握した讃岐提灯の歴史や特色をまとめる。まず，讃岐提灯の始まりは，中国から弘法大師が仏具として灯篭型の提灯を伝来したところから発生したとされている。四国八十八ヶ所の奉納提灯として使用された歴史も長く，絢爛極彩色に飾られた様々な提灯が神社仏閣に奉納され，現在もその多数が寺社に残されている。また，四国八十八ヶ所を巡るお遍路さんが考案したとされる「折提灯（おりちょうちん）[17]」も伝承され，野山の竹や笹を利用して作られた提灯の原型ともいわれている。江戸時代初期から宗教的な用途で「一本掛け」が作られるようになり，江戸時代中後期から新しい技法で作られた和提灯が登場し，美観のあるものが好まれ，盆提灯としてもさまざまな形の提灯が流行した。一方で，貧しいお遍路さんに「折提灯」は重宝され続け，江戸後期まで使用されていたとしている。この「折提灯」は，讃岐提灯を継承する職人の技術向上の登竜門として代々研究され，現在に至っている。また，戦後，イサムノグチが香川県牟礼町に日本での制作拠点を設けたことから讃岐提灯との交流も始まり，「折提灯」を参考として世界的にも有名な照明シリーズ「AKARI[18]」を制作したとされている。

こうした伝統と歴史をもつ「讃岐提灯」であるが，ヒアリングの結果，「讃岐提灯」が香川県内の人々にあまり認知されていない，という問題意識を三好

---

(15)　三好提灯店は1610年創業とされ，現在は三好正信氏が讃岐提灯11代目としてその伝統と技術を継いでいる。

(16)　三好提灯店へのヒアリングは三好正信氏を対象として，2015年7月14日，8月20日に学生も交えて実施した。

(17)　「折提灯」は最も原始的な「折技法」で制作される提灯であり，お遍路のなかで生み出されたとされる「折提灯」は約千年の歴史がある。現在は香川県にのみ残るとされている。

(18)　イサムノグチが制作した照明「AKARI」シリーズはニューヨーク近代美術館のパーマネントコレクションに選ばれており，世界的にも有名な照明である。1950年代から岐阜で制作が始められ，35年で200種類以上もの「AKARI」が生み出された。現在は岐阜の㈱オゼキが一手に「AKARI」シリーズを制作・販売している。

氏が持っていることがわかった。讃岐提灯を一子相伝で受け継いでいるため，大きな工場を持たず，家庭内手工業で制作をしていることから，依頼者以外に知られる機会が少なく，結果として地元である香川でもその認知が進んでいない状況になっている，と三好氏は言う。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はないことも１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は，地元香川にとっても地域資源の未活用という産業振興分野の課題ともなり，地域の伝統工芸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といえる。

そこで，本プロジェクトでは，屋島山上での課題解決に主眼をおきつつ，異分野となる讃岐提灯の課題解決にもつなげていくことを狙いとして，プロジェクトの活動方針を固めていくこととなった。「屋島の夕夜景」と「讃岐提灯」という，それぞれ香川にしかない魅力を組み合わせることで，ここにしかない魅力づくりを進めていくとともに，来訪者にこの組み合わせを体感してもらうことで，「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につなげていこうというのが本プロジェクトの狙いとなっていった。

まずは，讃岐提灯の課題解決につなげるために，学生自身で手軽に作成できる讃岐提灯について三好氏に相談したところ，三好提灯店が讃岐提灯を一般の人向けにわかりやすく理解してもらうために開発した「折提灯体験」があるこ

図６　讃岐提灯 11 代目三好正信氏

図７　折提灯づくり体験の指導

とがわかり，この「折提灯体験」を指導してもらうところから活動を開始した。

②屋島天空ミュージックと連携した提灯飾り

「折提灯」づくりの体験講習会を受け，慣れれば30分程度で折提灯1つが制作できることもわかり，学生とともに本プロジェクトでの取り組み内容を再度検討した。その結果，関係者の協力も得たうえで，まずは屋島山上で行われる音楽イベント「天空ミュージック」[19]と連携し，この「折提灯」を活用する実験的取り組みを始めることとした。「天空ミュージック」では2015年9月に1,000人規模のコンサートを企画しており，運営主体である屋島山上ライブイベント実行委員会の鹿庭氏から，屋島山上の駐車場から会場となる県木園までの道のりが暗いため提灯でお客様を誘導できないか，と相談を受けていた。そこで，本プロジェクトにて「折提灯」の大きさや光源，風で飛ばない工夫など検討を重ね，結果的に様々な折り方の「折提灯」を111個制作し，ライブイベント当日に屋島山上の駐車場から県木園までの道のりを誘導する灯りとして提灯を設置した。設置した「折提灯」は暗い道のりを照らす役割を果たすと同時に，1,000人を超えるイベント参加者に関心を持ってもらえる機会となった。

図8　天空ミュージックの様子

図9　折提灯を活用した誘導灯

(19)「天空ミュージック」は屋島観光活性化を目的として2012年から始められ，屋島山上ライブイベント実行委員会が主催，一般社団法人街角に音楽を@香川が企画運営している。

③一夜かぎりのちょうちんカフェ

2015年夏の取り組みを終え，本プロジェクトにて振り返りと今後の取り組みを検討し，次の取り組みとしては「屋島からの夕夜景を活用する」点と「自分たちの取り組みで屋島山上まで来訪者に来てもらう」という点に絞って取り組み内容を検討することとなった。そこで出て来たアイデアが「交流拠点」（カフェ）である。「屋島からの夕夜景」はそれだけでも素晴らしい資源であるが，そこに「讃岐提灯」を飾るだけではなかなか人は来てくれないと考え，「讃岐提灯」と「夕夜景」を見ながらゆったりと時間を過ごしてもらうために，「交流拠点」（カフェ）を実験的に設置することを次の取り組み目標とした。

まず，「交流拠点」（カフェ）となる場所の検討から始め，屋島山上で唯一夕夜景が見える店舗である「れいがん茶屋」に協力いただくこととなり，店舗閉店後のスペースをお借りすることとなった。また，一般の来訪者を対象としたカフェをやるにはプロジェクトメンバーの経験も少なかったため，まずは市役所関係者や屋島山上観光協会，地元マスコミや大学関係者など，呼びかけをプロジェクト関係者に絞った実験的イベントとして実施することとなった。

れいがん茶屋内での提灯飾りから，カフェのメニュー検討，イベントの告知，当日の進行などを学生自身で検討し，「一夜かぎりのちょうちんカフェ」（2016年1月25日実施）と題する取り組みとして関係者へ告知した（図10）。また，れいがん茶屋内にある夕夜景が見える和室には約200個の提灯を飾り，和室を「ちょうちんの間」として夕夜景と讃岐提灯のコラボが楽しめる空間づくりを行った（図11）。メニューでは，カフェ実験を真冬に行うことから温かい軽食としてシチューを検討し，「屋島シチューライス」と題するメニューを提供することとした。

結果として，関係者に限定した「一夜かぎりのちょうちんカフェ」には28名が参加し，イベントについては地元マスコミ[20]に大きく採りあげていただくこととなった。また，参加者にはアンケートを実施し，アンケートでは「ガイド

(20)　四国新聞2016年1月28日掲載，読売新聞2016年2月6日掲載，KSBスーパーJチャンネル2016年1月27日放送。

説明」「メニュー」「カフェの雰囲気」など8項目を5段階評価で記入，最後に自由記述にて改善点や感想を記述していただいた。アンケート結果（図12参照）では，「ちょうちんの間の雰囲気，展示内容」について「非常に良い」と回答した人の割合が57%と最も高かった。一方，「カフェの飲食メニュー」については「非常に良い」と回答した人の割合が14%と最も低く，改善の余地があることがわかった。自由記述では，提灯と夜景のコラボに関する肯定的なコメントが多く，「こうした取り組みを今後も続けてほしい」「提灯の説明がもう少しほしい」といった今後につながる感想をいただいた。

図10　一夜かぎりのちょうちんカフェチラシ

図11　「ちょうちんの間」の様子

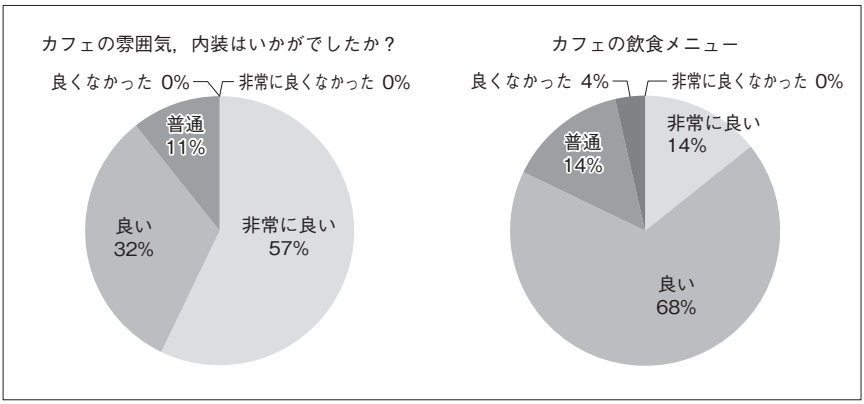


図12　「カフェの雰囲気，内装」「カフェの飲食メニュー」のアンケート結果

2－2－3．屋島山上ちょうちんカフェの取り組み

2015年度末に実施した「一夜かぎりのちょうちんカフェ」は，関係者に限定した実験イベントではあったが，参加関係者の反応はとても良く，協力先のれいがん茶屋店主である森氏からも「お店の新しい可能性に気づかせてもらえた，今後も続けていきたい」という感想をいただいた。実行側である本プロジェクトの学生メンバーにとっても今後の可能性が感じられる取り組みとなり，連携先である高松市からも「ぜひ開催期間を長くして続けてほしい」という反応をもらった。そこで，2016年度は「一夜かぎりのちょうちんカフェ」での取り組み内容を改善しつつ，一般の方々を対象とした取り組みとして拡大開催する方針で検討を進めることとなった。2016年度の本プロジェクトメンバーは，1年生15人，2年生6人，3年生10人，4年生7人の計38人となった。

まず，開催期間の検討から始めた。2016年度は3回目の瀬戸内国際芸術祭が開催されることがわかっていたため，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バスが夜の時間帯も運行する夕夜景フェスタの開催時期（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を重ねた結果，2016年度は7月23日㈯にプレオープン，その後，8月18日㈭から9月3日㈯までの毎週木金土で開催することとなった。プレオープンも含めれば計10日間の開催となり，毎週木金土としたのは，夜の時間帯もバスが運行する金土に加えて，夜のバスが運行しない平日木曜の来訪者数も実験的に把握することを目的とするために，木金土と設定した。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開店することとした。

2016年度の取り組みの特徴は3点あり，まず1点目，は開催準備から社会実験本番まで学生主体で進めるプロジェクト体制で実施した点である。[21] 準備段

階では，それぞれ学生チームをマネジメント班，広報班，メニュー班，ちょうちん班に分け，マネジメント班を中心にメンバー全体の目標設定から進捗管理等を実施していくことで，全体の準備を進めていった。広報班では，チラシの作成から SNS や Web での案内・広報を進めていき，地元メディアにも取材してもらうことで，社会実験となるカフェの存在を広く知ってもらう取り組みを続けた。また，カフェ本番ではそれぞれ役割分担を考え直し，ホール班，調理班，ちょうちん班という役割分担を行うことで，交流拠点づくりを実現していった。

続いて，２点目はカフェで提供するメニューの工夫である。食からも香川の魅力を知ってもらいたいというコンセプトのもと，香川産の材料にこだわったメニュー開発や価格検討などを学生主体で進めていった。結果的に，食事には小豆島産の素麺を使用した「サラダ風黒ごまそうめん」と「甘辛肉そぼろそうめん」，ドリンクには地元香川のコーヒー専門店と連携した「カフェオレ」と「アイスコーヒー」，瀬戸内産のレモンを使用した手作りの「レモンサイダー」，その他にも「手作りわらび餅」や「コーヒーゼリー」などを提供した[22]。

３点目は讃岐提灯の展示と作成を工夫した点である。「①讃岐提灯との連携」で記した通り，讃岐提灯の中でも最もシンプルな「折提灯」を学生自身で作成するところから具体的な活動が始まっていった。こうした活動のなかから，讃岐提灯の魅力を活かして地域の魅力づくりに貢献する学生プロジェクト「TERASU[23]」が始動することとなり，2016 年度の屋島山上ちょうちんカフェではこの「TERASU」チームが店内の灯りを企画・作成することとなった。2015 年度に実施した「一夜かぎりのちょうちんカフェ」と同じように，来訪者に屋島の夕夜景とちょうちんのコラボを体験してもらうことを狙いとして，カフェ

(21)　本プロジェクトは学生の社会的スキル向上を目標とした教育プログラムとしても実施している。
(22)　小豆島産の素麺は銀四郎麺業と連携し，香川のコーヒー専門店はそれぞれアロバーコーヒーとスコップビーンと連携し，メニュー内容は学生が企画考案した。
(23)　2016 年度に募集した香川大学経済学部学生チャレンジプロジェクトに採択され，学生プロジェクトとして活動を開始した。「TERASU」というチーム名は「讃岐提灯で香川の魅力を照らす」という活動コンセプトを反映している。

スペースの他に「ちょうちんの間」というスペースを作った。また，讃岐提灯の魅力をよりよく伝えるために，来訪者が「折提灯」を作成して持ち帰ることができる讃岐提灯づくりワークショップも開催することとした。

その他にも工夫した点は多く挙げられるが，大きくはこの3点が2016年度の取り組み内容の特徴であり，屋島山上における交流拠点づくりの社会実験として10日間にわたり実施した。本社会実験の概要や成果の把握については，次章で詳しく述べていくこととする。

図13　カフェ内の様子

図14　「屋島山上ちょうちんカフェ2016」チラシ

3章　屋島山上における社会実験の概要と成果

前章にて，対象となる高松観光振興プロジェクトの狙いや取り組み経緯を整理した。本章では，2016年度に実施した屋島山上における社会実験の概要とともにその成果の把握・分析を試みる。

3－1．社会実験の概要と成果の把握

①社会実験概要

2016年度の社会実験「屋島山上ちょうちんカフェ」に至る経緯や取り組み内容については前章で記した通りである。ここでは，内容を社会実験に絞ったうえで，その狙いと概要，成果の把握について整理していく。まず，社会実験の概要を以下の表にまとめる。

表3　屋島山上における交流拠点社会実験概要

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
社会実験目的	本社会実験では，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ことを目的としている。また，屋島山上ちょうちんカフェでの体験を通じて，屋島に対する印象変化がどの程度おきたのか把握する。
成果把握	来訪者アンケート（任意回答）

続いて，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15のアンケート票として質問項目を整理した。本アンケートは，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，回収率を上げるための工夫としてA４用紙１枚に質問項目をまとめることとした。

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 15　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，計10日間の運営で延べ1,027人の来訪者がカフェに入店[24]することとなった。1日平均102.7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となるが，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つといえる。場所を提供いただいた「れいがん茶屋」の来訪者数[25]を参照すれば，9時から17時までの営業時間（8時間）で，閑散月は40人程度（1日平均），繁忙月は90人程度（1日平均）の来訪者数となった。営業場所は同じであっても営業時間が大きく異なるため，単純な数字の比較はできないが，屋島山上ちょうちんカフェの来訪者数は夜間営業3時間で1日平均100人以上が来店することとなり，これは周囲の拠点施設（屋島寺や水族館など）が全て閉まっているなかで，「れいがん

図16　社会実験の様子

図17　社会実験で配布したカフェの説明

(24)　1,027人の来訪者数はあくまでレジで注文した人の総計（グループでの注文は可能な限り人数を把握した）であり，実際には注文せずに提灯の展示等を見に来た来訪者も多く，実際の来訪者数は正確に把握できていない。

(25)　れいがん茶屋への正確な来訪者数は把握できなかったため，月別売上データから来訪者数を推計することとした。

茶屋」繁忙月の１日平均来訪者数よりも多く来店していることは特筆に値するといえよう。

３－２．来訪者アンケートの結果と考察

社会実験の概要については前節で整理した通りである。任意回答での来訪者アンケートを実施したところ，10 日間で計 317 票の回答が得られた。これは来訪者の総計 1,027 人に対して，30.9％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，まず，全ての項目について単純集計の結果を示すこととする。そのうえで，全ての質問項目に対してクロス集計を実施し，特に本研究の目的に照らし合わせて特筆すべき項目間の関連性についてはより分析を深めていく。

３－２－１．単純集計結果

本項では，各質問項目に対する単純集計結果を示していく。

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（図 18-a 参照）

非常に良いと回答した人が 69％，良いが 26％，計 95％がちょうちんを活用したカフェの雰囲気に満足していることが分かった。（平均値：4.7）

ｂ．讃岐ちょうちんと夕夜景のコラボ（図 18-b 参照）

非常に良いと回答した人が全体の 78％を占めたことから，満足度が非常に高いことが分かる。（平均値：4.8）

ｃ．カフェの飲食メニュー（図 18-c 参照）

非常に良いと回答した人が 28％，良いが 45％という結果となり，他の感想項目に比べれば，若干低い評価となった。（平均値：4.0）

ｄ．「ちょうちんの間」の雰囲気，展示内容（図 18-d 参照）

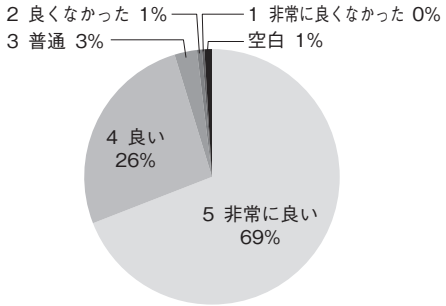
非常に良いと回答した人が全体の 57％で，良いを合わせると 88％になり，満足度が高いことが分かる。（平均値：4.5）

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？（図 18-e 参照）

総合的に非常に良い・良いと回答した人が全体の 95％となり，総合満足度は高い評価となった。（平均値：4.6）

a．讃岐ちょうちんを活用したカフェの雰囲気

回答項目	回答数
5　非常に良い	219
4　良い	83
3　普通	9
2　良くなかった	2
1　非常に良くなかった	1
空白	3
合　　計	317



b．讃岐ちょうちんと夕夜景のコラボ

回答項目	回答数
5　非常に良い	248
4　良い	58
3　普通	5
2　良くなかった	0
1　非常に良くなかった	1
空白	5
合　　計	317

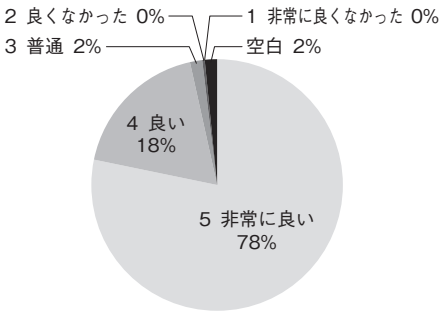
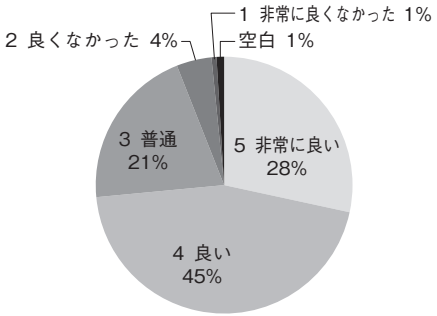


図 18　ちょうちんカフェ感想 5 項目アンケート結果（a～e）

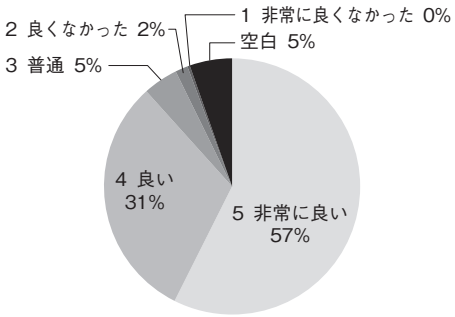
c．カフェの飲食メニュー

回答項目	回答数
5　非常に良い	90
4　良い	143
3　普通	65
2　良くなかった	14
1　非常に良くなかった	2
空白	3
合　　計	317



d．「ちょうちんの間」の雰囲気，展示内容

回答項目	回答数
5　非常に良い	182
4　良い	98
3　普通	14
2　良くなかった	5
1　非常に良くなかった	1
空白	17
合　　計	317



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？

回答項目	回答数
5　非常に良い	203
4　良い	99
3　普通	10
2　良くなかった	1
1　非常に良くなかった	1
空白	3
合　　計	317

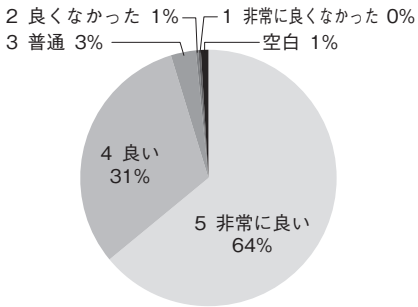


図 18　ちょうちんカフェ感想 5 項目アンケート結果（a～e）（つづき）

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，初めて屋島に訪れた方と二回以上屋島に訪れている方で質問内容を変えており，初めて屋島に訪れた方には「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）」と問う質問内容とした。結果を以下に示していく。

まず，屋島山上ちょうちんカフェを通じて屋島山上に初めて訪れた方は全体の15.1％であり，二回以上屋島山上を訪れている方は全体の83％となった（表4参照）。また，二回以上訪れている方を対象として今回ちょうちんカフェに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，72％の方が「印象が変わった」と回答いただいた（図19参照）。

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うえで集計した。なお，1つのコメントに複数の要素が入っている場合は，それぞれを1つのコメントとして集計した。結果的に，本質問に対する回答者数は全317人中206人となり，内容

表4　質問項目fの結果

回答項目	回答数	割合
1　特に変わらない	74	23.4％
2　変わった	189	59.6％
3　初めて来られた方	48	15.1％
空白	6	1.9％
合　　計	317	100％

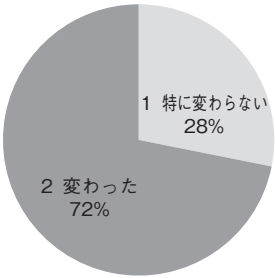


図19　屋島に対する印象変化
（二回以上屋島山上を訪れている人を対象）

毎に類型化し集計した結果，総コメント数は231件，そのうち肯定的なコメントは228件，否定的なコメントは3件となった。以下にその内容を示していく。

項目fに対する肯定的コメント

【夜景】　計108件

・夜景がこんなに綺麗だとは知らなかった　・山というイメージだったけど，綺麗な夜景が見える所のイメージになった　・高松の夜景が一望できる　など

【景色】　計17件

・広く美しい景色でよかったです　・瀬戸内海の美しい風景　など

【お洒落】　計17件

・オシャレなイメージになった　・古いイメージからちょっとおしゃれな感じにイメージが変わりました　など

【夕景について】　計8件

・夕焼けが美しい　・夕日，山，海，都会のコラボ　など

【綺麗，素敵】　計8件

・綺麗な場所　・すごく素敵な雰囲気になった　など

【夜も楽しめる】　計8件

・夜に楽しめる場所　・昼と夜の差が良かった　など

【自然】　計8件

・何もないようで，自然の国，木々，動物等豊かなものに恵まれている　・自然が多く，整備されていた　など

【また来たい，また来る予定】　計6件

・また来たいと思った　・家族や友人を連れてまた来たいです　など

【その他】　計44件

・夕涼み，ゆっくりとした時間を持てた　・カフェがあり，ちょうちんがあるだけで屋島に長い時間いたいなと思う　・ちょうちんが似合う

・何回も来られる，若い人も来やすい　・昔は少し淋しい感じがしたが，活気が良くなった　・すごい観光資源がある場所なんだと気付いたなど

項目ｆに対する否定的コメント

・思ったより遠い，道が暗くて怖い
・暗さ，虫の声（東京から来たので）
・夏は暑くて，あまり人がいない　　など計３件

以上のような記述結果となった。

否定的なコメントは全体の1.3%であり，その内容も「道が遠い」「虫の声」といった夕夜景や提灯には直接関係しないコメントであったことから，来訪者のほとんどが屋島に対して肯定的なイメージを持ったことがわかる。また，肯定的なコメントのなかでも108件が「夜景」に対する気付きのコメントであり，全コメントの46.8%を占めた。他にも「景色」や「夕景」に対するコメントを合わせれば計133件となり，これは全コメントの57.6%を占めることとなった。その他にも，「古いイメージからオシャレなイメージになった」「夜も楽しめる場所」「素晴らしい観光資源があることに気づいた」などといったコメントが寄せられ，今回の社会実験で狙いとしている屋島に対する印象変化が確認できる結果となった。

３．お客様についてお聞かせください。

ｇ．何を見てお越しになられましたか？（複数回答）

来訪動機で最も多いのが知人の紹介で全体の37%に及んでいる。次いでFecebook 18%，チラシ11%という結果となった（図20参照）。

ｈ①．人数（図21参照）

２人での来店が52%を占め，次いで，３人での来店が27%，合わせると８割弱が２，３人のグループで来店していることがわかる。

回答項目	回答数
1　チラシ	46
2　Fecebook	74
3　Twitter	20
4　Web	12
5　観光案内所	0
6　現地の案内	21
7　知人の紹介	151
8　口コミ	7
9　新聞・雑誌	22
10　その他	40
空白	11
合　　計	404

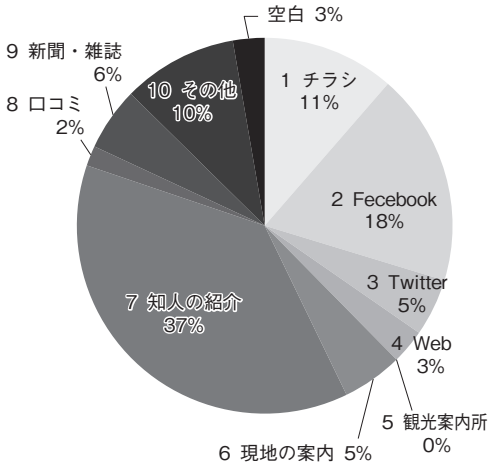


図 20　来訪動機アンケート結果

h②．グループ（図 22 参照）

友人，知人が 52％と最も多い結果となった。次いで家族が 35％であった。

i．どこからお越しになられましたか？（図 23 参照）

高松市内から来店した人が 65％と最も多く，市内も含めて香川県内から来店した人が 85％を占めた。観光で訪れている人は，東京，埼玉など関東圏から訪れている人が多く，フランスや中国など海外からの来訪者も確認できた。

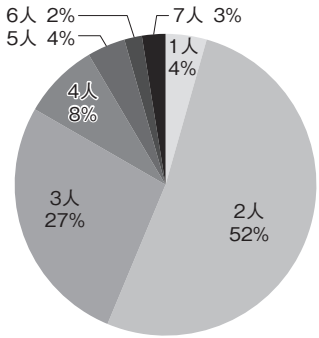


図 21　質問項目 h①の結果

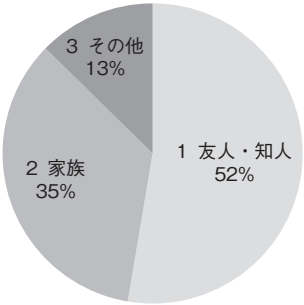


図 22　質問項目 h ②の結果

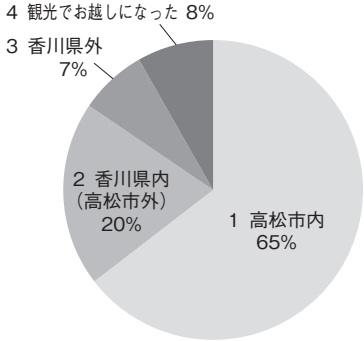


図 23　質問項目 i の結果

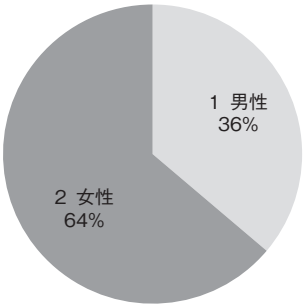


図 24　質問項目 j ①の結果

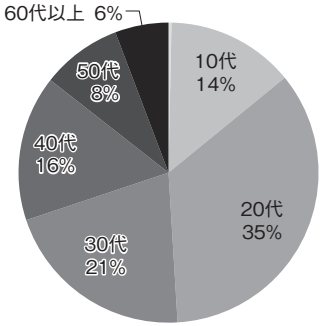


図 25　質問項目 j ②の結果

j ①．性別（図 24 参照）

女性が 64％とどちらかといえば女性が多い結果となった。

j ②．年齢（図 25 参照）

20 代が 35％で最も多く，30 代は 21％であり，両方の世代で 56％を占めている。その他，全ての年代から来店していることがわかる。

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。

アンケートとしては最後の質問となるが，ここでは自由記述式で今回の社会実験に対する感想やコメントを記述していただいた。集計方法は前掲の屋島の印象変化に関する質問項目と同じく，１つのコメントに複数の要素が入っている場合は，それぞれを１つのコメントとして集計した。結果的に，本質問に対する回答者数は全317人中202人となり，内容毎に類型化し集計した結果，総コメント数は421件，そのうち肯定的なコメントは312件（74%），否定的なコメントや改善点を指摘するコメントは109件（26%）となった。以下にその内容を示していく。

項目４に対する肯定的コメント

【夜景について】　計42件

・地元でありながら山上からの夜景を見ることがなかったので見直した

・夜景がとてもきれいで，自分たちの生活の場を，また違う角度から見られて，とても良い経験でした　など

【ちょうちんについて】　計41件

・今まで知らなかった提灯の魅力に気付くことができた

・ちょうちんの灯だけの空間に落ち着きました　など

【夕夜景とちょうちんのコラボ】　計38件

・夕焼けの景色と提灯の明かりのマッチングがとても良かったです

・讃岐提灯とカフェと夜景が一体となった景色にとても魅力を感じました

・ちょうちんと夜景がとても素晴らしい絵となり素敵でした　など

【カフェについて】　計31件

・とても雰囲気のいいカフェでした

・夜景の見えるカフェは若い人も屋島に来るきっかけになる　など

【メニュー】　計29件

・そうめんとってもおいしかったです。わらびもちもレモンサイダーも手作

りはすごいと思います　・料理がとても美味しかった　など

【継続してほしい，またやってほしい】　計25件

・これからも続けて，オシャレな夜カフェにしてほしい　・ずっと続けて欲しい。香川観光地と検索したら一番上にちょうちんカフェって来て欲しい。それぐらいちょうちんカフェ好きです　など

【スタッフに対して】　計18件

・学生のみなさんの接客があたたかく，心和みました。ありがとうございました　・接客がとても丁寧で気持ちよかった　など

【今後の企画への期待】　計13件

・今後もこの瀬戸内の素晴らしい景色を活かせる企画を期待しています

・これからも魅力×魅力＝再発見を超えた驚きを楽しみにしています　など

【魅力を発見できた】　計13件

・今まで来たことなかった夜の屋島が素敵だったのを知ることができた

・とてもキレイで驚きました。こんな魅力があったなんて！　など

【ワークショップについて】　計6件

・ワークショップの内容，時間もとてもよかったと思います。また是非開催してください　・提灯づくりワークショップがとても楽しかったです　など

【その他】　計56件

・普段より山頂の人が多く感じた為，屋島の活性化につながると感じた

・駅やシャトルバスが近く，遠くからでも来やすかったです。ありがとうございました　・20時に来ましたが，時間があっという間に過ぎた。もっと居たかった　・夜屋島に登る機会がなかったので，来てみてよかったです　など

項目4に対する否定的（改善）コメント

【カフェメニュー（種類，提供時間，味など）】　計36件

・食事のメニューをもっと増やしてほしい　・在庫を増やして，売り切れのないようにしてほしい。のぼるだけで600円以上を払ってくるので，期待し

ていただけに残念　など

【カフェまでの道，案内】　計18件

・道を歩く時暗すぎて，危なかったので，もう少し明るくしてほしい

・迷子になった。駐車場からの目印が欲しい　など

【虫，動物】　計10件

・できれば各テーブルの下に電子蚊取りをおいてもらえると嬉しいです。

・蚊が多いのが気になる。イノシシが怖い　など

【店内・テラスの明るさ】　計8件

・少し暗すぎると感じた。料理の色もわからないのはあまりよくない

・テラスがもう少し明るかったら良かった　など

【運営方式について】　計7件

・並んでいる間に見られる小さなメニュー表などあれば，もっとスムーズに会計できたのでは，と思う　・閉店時間が少し早い　など

【宣伝方法について】　計7件

・讃岐ちょうちんの良さを伝えたいとのことですが，何気なく入店した身としてはwebでこの店のコンセプトを知るまでわからなかった。もう少し資料の掲示をしたら，もっと良くなると思う　・駐車場でもう少し宣伝すべき　など

【有料道路について】　計7件

・有料通行料がもう少し安くなれば良い

・車の通行料金が高すぎて気軽に来られないです　など

【その他】　計16件

・奥の席に座ると夜景が見えなくて少し残念だった　・接客・配膳の要領が悪い　・木曜日も夜バスを出してほしい　など

以上，肯定的なコメントでは「夜景」についてのコメントが42件と一番多く，次いで「提灯」についてのコメントが41件と多かった。この中でも，夜景が綺麗だということを知らなかった，讃岐提灯について知れてよかった，等

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，「提灯と夜景のコラボ」が良かったというコメントも 38 件寄せられており，「夜景」「提灯」「提灯と夜景のコラボ」に対するコメントは計 121 件となり，これは肯定的なコメントのなかでも 38.8％を占める結果となった。その他，肯定的コメントのなかでは，「毎年開催してほしい」「日曜日も営業してほしい」「毎週営業してほしい」など，カフェの継続的な運営を望むコメントが多く見られた。また，学生スタッフに対して，「対応がさわやかでよかった」「一生懸命やっている姿が良かった」などのコメントが寄せられた。讃岐提灯ワークショップに対しては，「時間もちょうど良く楽しかった」といったコメントが多く，参加者の満足度が高かったことがわかる。メニューに関しては，「美味しかった」「手作りで良かった」というコメントが多く見られた。

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，「食事メニューを増やしてほしい」「売り切れのないようにしてほしい」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。夜カフェということもあり，夜景や提灯を見ながらゆっくり食事を楽しみたい，という来訪者のニーズがあることが把握できた。その他の改善点として，「駐車場からの案内」「虫対策の強化」などが指摘された。屋島山上駐車場かられいがん茶屋までの道は暗く，来訪者にとってはわかりづらい道のりであった。また，開催期間が夏ということもあり，蚊などの虫対策を強化しなければならないことがわかった。店内の明るさに関しては，「ちょうちんだけの明るさが暗すぎる」といった意見があり，特に高齢者は足元が見えづらく危険なため，席まで案内してほしいといった意見も寄せられた。これら否定的あるいは改善点を指摘するコメントは，そのほとんどがカフェ運営に対するコメントであり，カフェ運営の質向上に関しては次回以降の課題として挙げられるが，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，自由記述では多くの人が「屋島の夕夜景の魅力に気づいた」「讃岐提灯と夕夜景のコラボが良かった」「カフェで

ゆっくりとした時間を過ごすことができた」といった肯定的感想が寄せられ，本社会実験で狙いとしていた点については，概ね達成されたと考えられる。

3－2－2．クロス集計結果

続いて，クロス集計の結果を記していく。クロス集計ではまず機械的に「総合満足度」と来訪者属性（「性別」「年代」「居住地」），「屋島の印象変化」と来訪者属性（「性別」「年代」「居住地」），「屋島の印象変化」と来訪者感想（質問項目ａ～ｅ）のクロス集計を実施した。

ここで全ての結果を示すのは紙面の都合上省くこととし，分析結果として特筆に値する「屋島の印象変化」と「来訪者感想（質問項目ａ～ｅ）」のクロス集計結果を示すこととする。「屋島の印象変化」については，初めて屋島に訪れたという回答者は省き，複数回屋島を訪れている来訪者の印象変化に着目してクロス集計を行った。以下にその結果を示していく（図 26 参照）。

「ａ．讃岐ちょうちんを活用したカフェの雰囲気」と「屋島の印象変化」

	非常に良い	良い	普通	良くなかった	非常に良くなかった	計
変わらない	41	29	3	1	0	74
変わった	139	43	3	0	1	186
計	180	72	6	1	1	260

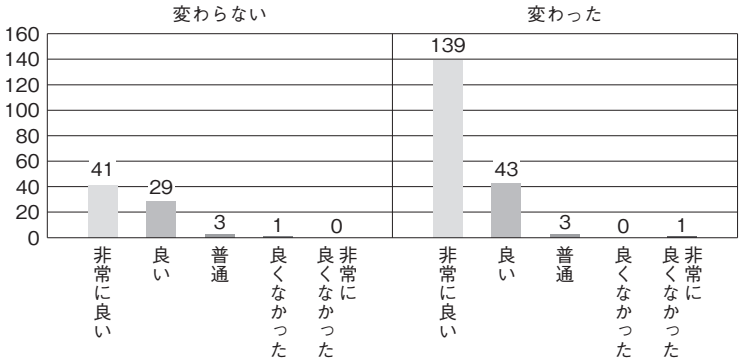
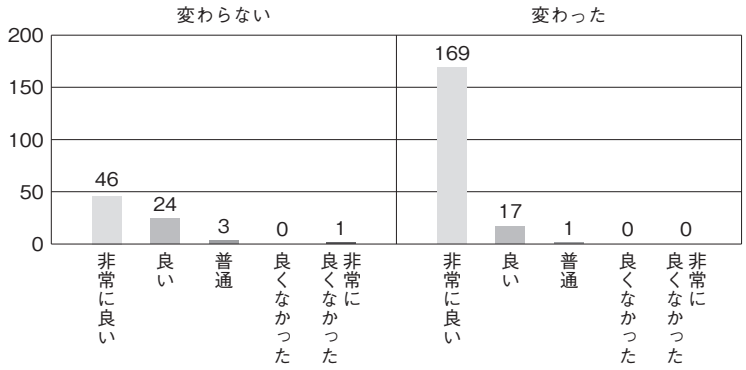


図 26 「来訪者感想（ａ～ｅ）」と「屋島の印象変化」のクロス集計結果

「b．讃岐ちょうちんと夕夜景のコラボ」と「屋島の印象変化」

	非常に良い	良い	普通	良くなかった	非常に良くなかった	計
変わらない	46	24	3	0	1	74
変わった	169	17	1	0	0	187
計	215	41	4	0	1	261



「c．カフェの飲食メニュー」と「屋島の印象変化」

	非常に良い	良い	普通	良くなかった	非常に良くなかった	計
変わらない	11	31	24	6	2	74
変わった	67	87	30	4	0	188
計	78	118	54	10	2	262

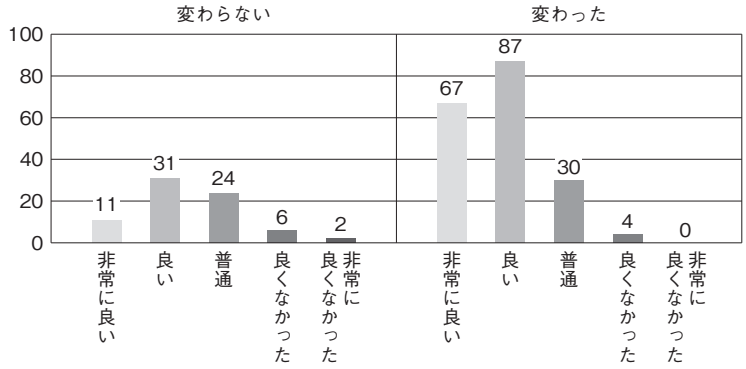
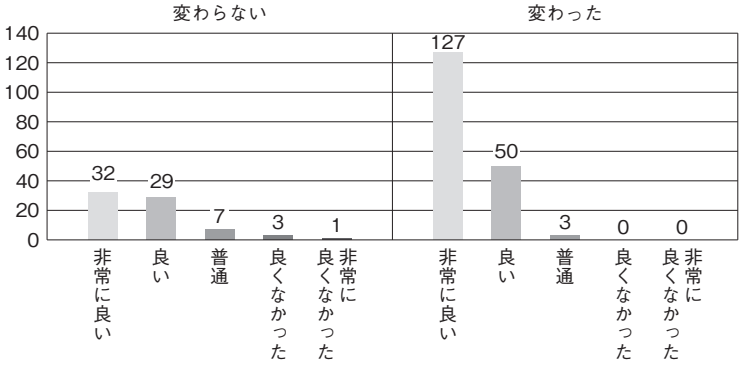


図 26 「来訪者感想（a～e）」と「屋島の印象変化」のクロス集計結果（つづき）

「d.「ちょうちんの間」の雰囲気，展示内容」と「屋島の印象変化」

	非常に良い	良い	普通	良くなかった	非常に良くなかった	計
変わらない	32	29	7	3	1	72
変わった	127	50	3	0	0	180
計	159	79	10	3	1	252



「e．総合満足度」と「屋島の印象変化」

	非常に良い	良い	普通	良くなかった	非常に良くなかった	計
変わらない	34	32	7	1	1	75
変わった	136	50	2	0	0	188
計	170	82	9	1	1	263

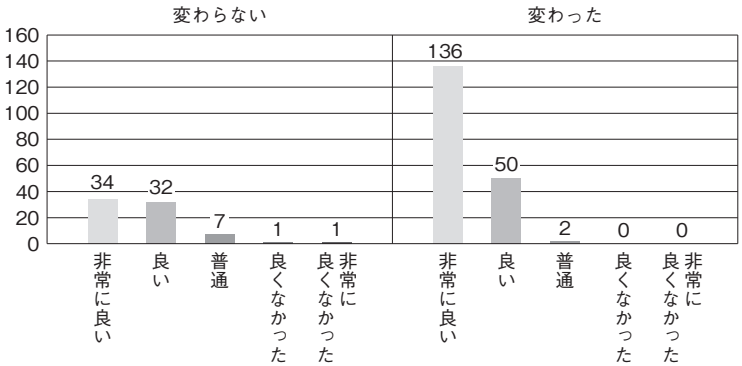


図 26 「来訪者感想（a～e）」と「屋島の印象変化」のクロス集計結果（つづき）

まず，これらの表とグラフから，ａ，ｂ，ｄ，ｅのグラフとｃのグラフの傾向が大きく異なることが読み取れる。ａ，ｂ，ｄ，ｅのグラフでは，「印象が変わった」と回答している人の多くが質問内容に限らず「非常に良い」と回答しているのに対して，ｃのグラフでは「印象が変わった」「印象が変わらない」とそれぞれ回答した人の回答傾向に大きな差は読み取れない。これは，ｃの質問項目が「カフェのメニュー」に関する感想を聞いているため，「カフェのメニュー」と「屋島の印象変化」の間に大きな相関がなかったと考えられる。

続いて，「ａ．讃岐ちょうちんを活用したカフェの雰囲気」のクロス集計結果について詳しく見ていく。まず先に記したように，「屋島の印象が変わった」と回答した方々の多くがａの質問に対して「非常に良い」と回答していることがわかる。より具体的にいえば，「屋島の印象は変わらない」と回答した方々のなかで，「良い」が 29 人，「非常に良い」が 41 人となっており，これは「良い」と回答した人数の 1.41 倍が「非常に良い」と回答している。それに対して，「屋島の印象が変わった」と回答した方々のなかで，「良い」が 43 人，「非常に良かった」が 139 人となっており，これは「良い」と回答した人数の 3.23 倍が「非常に良い」と回答していることがわかる。つまり，「ａ．讃岐ちょうちんを活用したカフェの雰囲気」を「非常に良い」と回答している人ほど，「屋島の印象が変わった」と回答する傾向にある，ということがいえる。逆にいえば，ａの質問項目を「良い」と回答している人は，ａを「非常に良い」と回答した人の傾向に比べれば，屋島の印象が変わる確率が低い，ということがいえる。

同様のことは，質問項目ｂ，ｄ，ｅでも確認できる。それぞれ上述したようなやり方で「良い」と回答した人数と「非常に良い」と回答した人数の比率（ここでは回答者比率と呼ぶ）を出せば次のようになる（表５参照）。

ここで示している「全回答者比率」とは，「印象が変わった／変わらない」と回答した全ての人を合計したうえで上述の回答者比率をだしたものであり，いわゆる標準的な回答者比率といえる。

表５からいえることは，まず，質問項目に限らず「印象変化なし」の回答者

表５　質問項目毎に示す回答者比率

	「印象変化なし」回答者比率	「印象変化あり」回答者比率	全回答者比率（標準回答者比率）
a．雰囲気	1.41	3.23	2.51
b．提灯とのコラボ	1.92	9.94	2.53
d．提灯の間	1.10	2.54	2.50
e．総合満足度	1.06	2.72	2.51

※回答者比率＝「非常に良い」回答者数／「良い」回答者数

比率は1.06～1.92となっており，標準的な回答者比率2.50～2.53からみれば低い比率となっていることがわかる。これは，感想を聞いている質問項目a，b，d，eで「非常に良い」とは回答せず「良い」と回答している人は，「屋島の印象が変わらない」と回答する人の割合が標準に比べて多くなる傾向にある，といえる。

次に，「印象変化あり」の回答者比率を見ていけば，aは3.23で標準回答者比率よりもやや高くなっているが，d，eはそれぞれ2.54，2.72であり，標準回答者比率と同程度の比率といえる。特筆すべきは「b．讃岐ちょうちんと夕夜景のコラボ」の質問項目で，「印象変化あり」の回答者比率が9.94と標準回答者比率と比較しても非常に高い数値を示している。これは，「b．讃岐ちょうちんと夕夜景のコラボ」に対して「非常に良い」と回答した人のほとんどが「屋島の印象が変わった」と回答していることを示しており，屋島の印象を肯定的に変えていくうえで「讃岐ちょうちんと夕夜景のコラボ」は極めて有益であったことがあらためて確認できたといえる。

この結果は，今回の社会実験で主軸となった「異なる地域資源（讃岐提灯と屋島の夕夜景）の融合」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よう。

4章　ま　と　め

本研究は，着想の始まりとなる2013年度の取り組みから地（知）の拠点整備事業として取り組む2015，2016年度まで足掛け4年にわたる活動成果を取りまとめたものである。高松市と連携するうえで，観光振興分野で高松市の政策課題であった屋島観光の再生がテーマとなり，大学の教育・研究プログラムと連携させつつ，今回の社会実験へとつながっていった。その取り組み経緯や内容については2章に詳しいが，「屋島からの夕夜景」という地域資源を活用するために，異分野となる伝統工芸の「讃岐提灯」を採り入れ，屋島山上に夕夜景と讃岐提灯が楽しめる「交流拠点づくり」を社会実験として実践し，その可能性を検証したのが本研究の内容となる。最後のまとめとなる本章では，まず4-1.において本研究（特に社会実験）で明らかになったことを整理し，4-2.で異分野の地域資源を融合させることによる波及効果や本研究で試みた取り組みの課題と可能性について考察していく。

4－1．本研究で明らかになったこと

社会実験に対する詳細な結果は3章に記載しているため，本節では研究の目的と照らし合わせつつ，本研究で明らかになったことを以下に概括する。

・社会実験として取り組んだ交流拠点「屋島山上ちょうちんカフェ」であるが，10日間で延べ1,027人の来訪者数となった。夕方から夜にかけての短い営業時間（18時～21時）のなか，1日平均100人を超える来訪者数となった。会場となった「れいがん茶屋」では夜の営業がないため正確な比較はできないが，9時から17時までの営業時間で，閑散月は40人程度（1日平均），繁忙月は90人程度（1日平均）の来訪者数であり，今回の社会実験では他の拠点施設（屋島寺や水族館等）が全て閉まっている夜の時間帯でありながら，非常に多くの来訪者が訪れる結果となった。
・来訪者数1,027人のうち，317人からアンケートの回答を得た（回答率

30.9%)。回答者の属性は図21～25に詳しいが，概観すれば，男性36%女性64%，年代は20歳代が最も多く35%，次いで30歳代21%，40歳代16%となり，10歳代から60歳代以上まで来訪者の年代は幅広い。また，居住地は高松市内が65%，高松市以外の香川県内が20%となり，85%が香川県内からの来訪者であった。続いて，来訪動機をみれば（図20)，知人の紹介で来た方が37%，FacebookやTwitter，WebといったSNSを見て来た方が26%という結果となった。

・交流拠点（カフェ）に対する感想を5つの質問項目に対して5段階で評価してもらったところ（図18)，「総合満足度」としては「非常に良い」「良い」と回答した方が全体の95.3%，5段階評価を数値化した平均値は4.6となった。また，5つの質問項目のなかでも特に「讃岐ちょうちんと夕夜景のコラボ」に対する評価が最も高く，「非常に良い」「良い」と回答した方が全体の96.5%，5段階評価の平均値は4.8となった。こうした結果から，今回社会実験として試みた屋島山上における交流拠点には概ね好意的な評価がなされたといえる。特に「讃岐ちょうちんと夕夜景のコラボ」という異なる地域資源の融合に対する評価が最も高く，屋島の夕夜景の活用策として一定の成果が出せたといえる。

・屋島の印象（イメージ）に対する回答結果として（表4，図19)，まず複数回屋島山上に訪れている方は全体の83%であり，そのうち，今回の社会実験への来訪を通じて屋島のイメージが変わったと回答した方は複数回訪れている全来訪者の72%となった。続いて，どんなイメージを持ったか，どんなイメージに変わったか，自由記述で回答してもらったところ，回答者は全317人中206人となり，内容毎に類型化し集計した結果，総コメント数は231件，そのうち肯定的なコメントは228件，否定的なコメントは3件となった。否定的なコメントは全体の1.3%であり，来訪者のほとんどが屋島に対して肯定的なイメージを持ったことがわかる。また，肯定的なコメントのなかでも「夜景」「景色」「夕景」に対するコメントが計133件となり，これは全コメントの57.6%を占めることとなった。その他

にも，「古いイメージからオシャレなイメージになった」「夜も楽しめる場所」「素晴らしい観光資源があることに気づいた」といった回答が得られ，今回の社会実験が狙いとしている屋島の印象変化が得られる結果となったといえる。

・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317人中202人となり，内容毎に類型化し集計した結果，総コメント数は421件，そのうち肯定的なコメントは312件（74%），否定的なコメントや改善点を指摘するコメントは109件（26%）となった。肯定的なコメントでは「夜景」についてのコメントが42件と一番多く，次いで「提灯」についてのコメントが41件と多かった。この中でも，「夜景が綺麗だということを知らなかった」「讃岐提灯について知れてよかった」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，「提灯と夜景のコラボ」が良かったというコメントも38件寄せられており，「夜景」「提灯」「提灯と夜景のコラボ」に対するコメントは計121件となり，これは肯定的なコメントのなかでも38.8%を占める結果となった。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，「食事メニューを増やしてほしい」「売り切れのないようにしてほしい」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，これら否定的あるいは改善点を指摘するコメントは，そのほとんどがカフェ運営に対するコメントであり，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，自由記述では多くの人が「屋島の夕夜景の魅力に気づいた」「讃岐提灯と夕夜景のコラボが良かった」「カフェでゆっくりとした時間を過ごすことができた」といった肯定的感想が寄せられ，本社会実験で狙いとしていた点については，概ね達成されたといえよう。

・「屋島の印象変化」と「来訪者感想（質問項目ａ～ｅ）」をクロス集計した

結果（図26），質問項目ａ，ｂ，ｄ，ｅにおいて「屋島の印象が変わった」と回答した人の多くが各質問内容に限らず「非常に良い」と回答している傾向にあることがわかった。一方，質問項目ａ，ｂ，ｄ，ｅにおいて「良い」と回答した人は，「非常に良い」と回答した人の傾向に比べれば，「屋島の印象が変わった」と回答した人の割合が低いことがわかった。また，特筆すべき事項として，「ｂ．讃岐ちょうちんと夕夜景のコラボ」の質問項目で「印象変化あり」の回答者比率が9.94と標準回答者比率2.53と比較しても非常に高い数値を示している（表５）。これは，「ｂ．讃岐ちょうちんと夕夜景のコラボ」に対して「非常に良い」と感想を抱いた来訪者のほとんどが「屋島の印象が変わった」と回答していることを示している。この結果は，今回の社会実験で主軸となった「異なる地域資源（讃岐提灯と屋島の夕夜景）の融合」という試みが，屋島の印象を変化させていくうえで極めて有効に働いたことが把握できたといえる。

以上が本研究で試みた社会実験の成果として挙げられる。

４－２．今後の課題と展望

本研究では，「屋島からの夕夜景」と「讃岐提灯」という異分野の地域資源を融合させた「交流拠点づくり」を屋島山上で取り組み，期間限定の社会実験として実施することで，その成果と課題を把握してきた。ここでは最後の考察として，本研究で実施した社会実験の成果をもとに，異分野の地域資源を融合させることによって生まれた波及効果や屋島の夕夜景を活用する交流拠点の持続的な運営に向けた課題や展望を述べることとしたい。

まず，本研究で試みた「屋島からの夕夜景」と「讃岐提灯」を組み合わせ，そこに「交流拠点（カフェ）」を期間限定で設けた社会実験は，前節で記したように屋島のイメージを変えうるとても満足度の高い評価が得られた。もちろん，讃岐提灯の展示の質やカフェとしての質（メニューや応対など）によってその評価は変わりうるが，学生主体のプロジェクトとして，それらの質を向上

させる努力を続けた結果，「屋島からの夕夜景」の活用方法に対して一定の成果と可能性が見出せたと考えている。

1章でも記したように，通常はなかなか交わることのない観光振興分野の「屋島」と産業振興分野の「讃岐提灯」であるが，それぞれの魅力をかけ合わせることで相乗効果を期待しつつ，それぞれの課題解決にもつなげることを本研究の狙いとした。高松市との連携課題であった「屋島」の観光振興については，「屋島からの夕夜景が活かしきれていない」という課題に着目し，社会実験によってその活用策の提案と成果の把握を行った。課題解決という状況にはまだ至っていないが，社会実験を通じて明らかにしたように，解決に向けた一定の成果は得られたと考えている。

続いて，本研究で着目した異分野の地域資源である「讃岐提灯」について考察すれば，2-2-2. で記したように，一子相伝で継ぐ三好提灯店では「讃岐提灯が香川県内であまり認知されていない」という問題意識を持っていた。そこで，本研究では「屋島からの夕夜景」と組み合わせることで「讃岐提灯」の魅力を引き出すとともに，それらの魅力を体感してもらうことで「讃岐提灯」をよりよく知ってもらうことを社会実験で試みた。結果として，「讃岐提灯」を活用した交流拠点全体の雰囲気や専用の展示スペース（ちょうちんの間）に対する評価はとても高く（図18参照），多くの来訪者がその魅力を知る機会となりえたと考えている。また，2-2-3. で記したように，讃岐提灯の展示やワークショップを中心に活動する学生プロジェクトTERASUがたちあがり，屋島山上のみならず，高松市内の店舗施設や寺院などでも讃岐提灯を展示するとともに，提灯づくりワークショップを通じて讃岐提灯の魅力を伝える活動が始まっている。こうした一連の活動について三好氏に活動報告と成果把握を実施したところ，[26] 以下のような回答が得られた。まず，現在，全国的に提灯の制作は分業体制が一般化しているが，讃岐提灯では全ての工程を1人でやるため，その技術を身に付けるには15年以上の期間が必要となり，讃岐提灯の伝統技術を

(26)　2017年6月7日三好提灯店にて学生4人教員1人でヒアリングを実施。

広めていくのは限度がある状況にある。しかし，技術の伝承は限定的になるといえども，讃岐提灯の文化的側面を広めていくことは可能であり，具体的にいえば，讃岐提灯の１つである「折提灯」を広めていくことはとても意味のある活動だと三好氏は考えている。本学で始まった讃岐提灯を広める活動であるが，こうした大学での活動に影響を受けて，地元の小学校でも讃岐提灯を活用した取り組みが活発化しているようで，屋島山上ちょうちんカフェやTERASUといった活動は周辺地域にとても大きな波及効果を及ぼしている，と三好氏は評価している。このように，伝統工芸である「讃岐提灯」の課題解決に向けて，本研究での試みが他主体への活動を活発化させるなど，現段階においても一定の成果が確認できる。

以上，「異分野の課題解決」に向けて本研究がどのように貢献し得たのか，考察を試みた。今後の課題を記すならば，まず，本研究の取り組みは単発で終わらせず継続することでその成果はより安定したものになると考えており，今後は当面，この取り組み自体を継続することを本プロジェクトの目標として掲げたい。本研究で実施したのは，あくまでも初の試みとなった屋島山上の社会実験に対する現段階における成果の把握であり，今後重要になってくるのは，こうした取り組みを継続していくことで定着していく人々のイメージ変化や価値認識であり，長期的な視点での効果の把握が今後も必要になると考えている。

また，本研究は教育プログラムとも連携した学生主体のプロジェクト体制で進めているため，活動主体の労力や活動時間に自ずと限界がある。そのため，本プロジェクトのみで屋島の夕夜景を活用した観光振興を進めることは難しく，想いを共有できる他主体の取り組みにも影響を与えつつ，新たな展開を引き起こしていくことも重要な取り組み目標になると考えている。幸いにも，讃岐提灯を活用した活動には，香川大学教育学部附属高松小学校や栗林，屋島小学校でもその取り組みが派生しており，今後の展開が期待されるところである。

以上，本研究の考察と今後の課題・展望について述べた。なお，本研究は，

文科省による「地（知）の拠点整備事業」および高松市との連携事業による人的・資金的支援を得て実施したものである。調査にご協力いただいた屋島山上関係者を始めとして，本プロジェクトのパートナーであるれいがん茶屋，三好提灯店には多大なるご支援をいただいた。また，本研究の社会実験を実施するうえで，お世話になった方々は関係各所に非常に多く，この場であらためて感謝を申し上げたい。そして，本プロジェクトの調査から実践に至るまで，あらゆる局面で課題解決を図り，質の高い交流拠点づくりを実践した本プロジェクトの学生諸氏にもあらためて敬意を表したい。ここに記すことで，謝辞に代えたい。