

龍河洞の入洞者を増やすための調査研究

報 告 書



鍾乳洞入口と龍王様

依光 晃一郎 後援会

調査担当 事象空間ラボ

目 次

・はじめに-----	2 p
1.調査の設計-----	3 p
2.調査結果の概要-----	6 p
3.調査結果の詳細Ⅰ-----	8 p
(1) 龍河洞の魅力について（質問1）-----	8 p
(2) 日常生活における充実度と対人関係（調査票1のみ質問2.3.）----	9 p
(3) “おもてなし”について（質問4、調査票2では質問2）-----	11 p
(4) 情報発信について（質問5、調査票2では質問3）-----	12 p
(5) マイナスイメージについて（質問6、調査票2では質問4）-----	13 p
(6) 観光事業者への調査について（調査票2の質問5から質問7）--	15 p
(7) 龍河洞の活性化方策について（質問7、調査票2では質問8）--	16 p
①地域を重視-----	16 p
②市場セグメント-----	17 p
③施設導入-----	18 p
④行政・観光事業者等との連携-----	19 p
(8) 入洞者の予測について（質問8、調査票2では質問9）-----	20 p
(9) 龍河洞の満足度について（質問9、調査票2では質問10）-----	22 p
(10) 自由記述について（質問15、調査票2では質問10）-----	23 p
(11) ヒアリング調査の結果について-----	26 p
(12) 観光統計からの知見について-----	32 p
(13) 印刷物からの情報露出調について-----	33 p
4.調査結果の詳細Ⅱ-----	34 p
(1) 建造物施設一覧表-----	34 p
(2) 龍河洞地区周辺地図-----	35 p
(3) 龍河洞建造物に関する調査-----	36 p
5.調査研究-----	47 p
6.考 察-----	49 p
7.参考資料-----	50 p

は じ め に

龍河洞は、国指定の“史蹟”及び“天然記念物”です。

平成 3 年発刊の「龍河洞 60 年の歩み」からは、龍河洞と逆川住民（保存会）の深い関係が読み取れます。また時代の変遷からは龍河洞の観光事業を俯瞰的に窺い知ることが出来ます。

草創期：（～昭和 5 年）、この間の龍河洞は人々の信仰心によって保護されていました。洞窟の入口に鎮座する龍王神社は雨乞いの神様として当時は盛大なお祭りが行われていました。

開洞初期：（昭和 6 年から昭和 12 年）龍河洞が発見された昭和 6 年頃からは、洞窟を観光資源として開発するために、逆川住民は保勝会を組織し一丸となって施設整備に努めました。また、この頃は「手引き」が行われていました。「手引き」とは、洞内の案内人のことで、子どもやお年寄りを文字通り手を引いて案内していたことからそう言われました。

低迷期：（昭和 14 年から昭和 24 年）太平洋戦争中の来洞者は激減しました。戦後はインフレ経済のために世相が混乱し、そのため観光事業は低迷しました。保勝会は昭和 14 年に財団法人龍河洞保存会の認可を受けています。

復興期：（昭和 25 年から昭和 35 年）戦後から高度経済成長時代への龍河洞は施設整備も進み、地区外からの土産品業者の参入もあり徐々に賑わいが戻ってきました。

最盛期：（昭和 36 年から昭和 50 年）高度経済成長と南国土佐ブームによる鍾乳洞観光の人気もあって大型観光団体の食事処として県下屈指の観光地に発展しました。また、入洞者が 100 万人を突破したのもこの頃です。

競争期：（昭和 51 年から平成 2 年）日本経済は石油危機をのり超えて世界の経済大国に発展し、円高と相まって海外旅行の時代となりました。国内観光も観光客の誘致競争の時代に入りました。龍河洞の入洞者はこのころから徐々にですが減少傾向が見えてきました。

低成長期：（平成 3 年から現代まで）大都市を中心にバブルの崩壊を経て慢性的なデフレ経済となり「失われた 20 年」と言われるように不況の時代に入りました。団体旅行の減少、個人旅行も可処分所得の低迷からかつての賑わいはなくなりました。入洞者はこのころから激減しピーク時の 10 パーセント近くまで落ち込み現在に至っています。

龍河洞保存会は平成 25 年に公益財団法人に移行しました。

近年、龍河洞保存会は、従来から言われていた閉鎖性からの脱却につながる動きとして、逆川地区外からの従業員の雇用を始めました。また、龍河洞の低迷を危惧する住民有志やボランティアによるイベントの開催など活性化への取り組みも行われるようになりました。地域住民や行政・関係機関の支援を借りてのイベント開催は情報発信の機会として成果を挙げており、龍河洞には新たな朗報となっています。

逆川地区は、核家族化が進む今でも二世帯三世帯の同居率の高い地域であります。地縁、血縁を中心とした伝統的な村落共同体です。逆川地区と保存会の関係は、かつての雇用関係は薄くなりましたが、鍾乳洞観光を経済的基盤としたコミュニティには変わりはありません。

明治時代から続けられている「部落総代日誌」には、住民自治を進取した地域の組織体制が読みとれます。例えば龍河洞運営に「住民の意見を十分に聞き入れる」ために逆川の上区、中区、下区から代表として評議員を選出し保存会との一体化を図っています。これは今日的に言えばコミュニティビジネスの手法であり、龍河洞の活性化は、地域と共に生きるコミュニティビジネスの再生でもあります。

この調査がきっかけとなり、龍河洞の再生がさらに進むことを期待します。

1.調査の設計

【.調査の目的】

龍河洞は国指定の史蹟及び天然記念物として日本を代表する鍾乳洞です。また希少性の高い観光資源を有する観光地としてのポテンシャルの高さも評価の対象であります。一方、龍河洞で暮らす人々の経済的基盤となる入洞者数に於いては、最盛期の1割近くにまで落ち込んでおり、中央観光圏の中核としての龍河洞の資産価値が十分に生かされていない状況にあります。このことは高知県観光にとって大きな損失であり観光振興上の課題です。

本調査は、龍河洞に関するステークホルダーを対象に、資源的特徴を生かした龍河洞活性化への多様な思いをくみ取り、さらには観光地を構成する建造物等の調査を併せて行い、ハード・ソフト両面から、香美市や県の実施する観光振興策への基礎資料に資することを目的とします。

【.調査期間】

平成25年2月上旬から3月中旬。

【.調査の方法】

① 調査票による調査

龍河洞に一定の理解と認識を持つ旅行会社、宿泊施設、観光施設、観光団体等関係者から「調査票2」により実施しました。また、地元である逆川地区、龍河洞保存会の関係者を中心に「調査票1」により実施しました。調査票は対象者に直接届ける方法とその後日回収する留置法を採用しました。

② ヒアリング調査

商店街建造物の実態について、現地取材を行い建造物配置図（地区内の建造物の位置関係図）を作成しました。

また、インタビューと調査票により有識者を中心に龍河洞活性化についての意識調査を実施しました。（9名）

（構造化面接という予めいくつかの質問項目を用意し、それに沿って聞き取り調査をする方法を採用。）

【回収票数】

回収した調査票は、調査票1、調査票2の合計で155票でした。調査票3については2票の回収率でした。因みに、逆川地区は悉皆調査の形をとり自治会の全面的な協力により回収率は90%となりました。

【調査票と回答者】

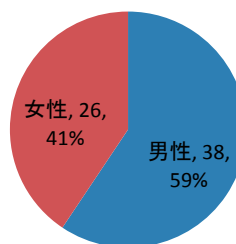
「調査票1」の対象者は逆川地区住民と龍河洞保存会職員、飲食土産品店関係者で「地元」と表記しています。

地 元	地元集落 72人	逆川地区住民1班から9班まで(世帯単位)
		龍河洞保存会(外部からの職員を含む) 売店

「地元」関係者の職業と居住地域

		居住地域			合計
		逆川地区	逆川以外の香美市内	香美市以外	
職業	龍河洞保存会勤務	6	3	3	12
	会社員	4	0	1	5
	農林業	17	0	0	17
	公務員	1	0	1	2
	商業・工業自営	2	3	0	5
	・アルバイト・パート	2	0	0	2
	専業主婦	3	0	0	3
	無職	12	0	0	12
	その他	3	1	0	4
合計		50	7	5	62

「地元」関係者の性別



※表、グラフの数値が一致しないのは記入漏れのため欠損値が生じている。

「調査票 2」の対象者は、旅行者、宿泊業、観光施設、観光団体などで「外部（観光事業者）」と表記しています。

外部 (観光事業者)	旅行者 36人	JTB高知支店、＼はりまや店、近畿日本ツーリスト高知支店
		日本旅行高知支店、名鉄観光高知支店、東武トラベル高知支店
		トップツアー高知支店、農協観光高知支店・高知会、タビックス高知支店
		高知ツーリスト、勤労者旅行会 等の社員
	宿泊施設 20人	土佐御苑、三翠園ホテル、城西館、ホテル南水、サンライズホテル
		高知プリンスホテル、高知新阪急ホテル、ホテル高砂、ホテルニュー四国
		オリエントホテル 等の経営者と社員
	観光施設 10人	鯉船、アンパンマンミュージアム、旧龍馬歴史館 等の職員
	観光団体等 17人	香美市観光協会、香南市観光協会の職員、その他民間の有識者数名

「調査票 3、」の対象者は、龍河洞で事業を営んでいる方、或は建造物を所有している方。

- ・龍河洞保存会
- ・土産品店経営者
- ・その他の事業者

【調査票】

調査票原本については参考資料に添付しています。

(調査票の概要)

質問の多くについては、5段階評価で回答する方法を採用しました。

5段階で評価する質問。 (例)

それぞれの項目について、あてはまるものに○をつけてください。 (○は一つずつです)	そう 思う	やや そう 思う	ど ち え ら な い も	あ ま り な い さ う い う	そ う 思 わ な い
○ ○ ○ ○ ○	5	4	3	2	1
△ △ △ △	5	4	3	2	1
× × × ×	5	4	3	2	1

調査票 1、の質問内容

龍河洞の観光振興について、阻害する要因や将来的な課題、活性化への取り組みなど、基本的な質問項目から地元の思いを探っています。

- 質問 1. 龍河洞の魅力につて、あなたの思いをお聞かせください。 (8 項目)
- 質問 2. 龍河洞 (逆川) 地区の日常生活における様々な充実度についての思いをお聞かせください。 (8 項目)
- 質問 3. あなたが日常的に感じている対人関係についての思いをお聞かせください。 (8 項目)
- 質問 4. 龍河洞の“おもてなし”についてあなたの思いをお聞かせください。 (5 項目)
- 質問 5. 龍河洞からの情報発信 (宣伝) についてお聞きします。 (6 項目)
- 質問 6. 観光地の一般的なマイナス要素を龍河洞にあてはめての質問、思いをお聞かせください。 (11 項目)
- 質問 7. 龍河洞の活性化についていくつかの事柄を示しました。あなたの思いをお聞かせください。 (20 項目)
- 質問 8. 将来 (5 年後) の入洞者を予測してみてください。
- 質問 9. 観光地としての「龍河洞」をあなたが評価してください。 (100 点満点で評価)
- 質問 10. ～質問 14 までは属性について聞いています。
- 質問 15. 自由記述

調査票 2、の内容

龍河洞に係る旅行者、宿泊業、観光施設、観光団体等の専門的な視点から龍河洞活性化への思いを聞いています。質問内容は基本的に調査票 1 と同じです。

質問 1. 龍河洞の魅力について、あなたの思いをお聞かせください。（8 項目）

質問 2. 龍河洞の“おもてなし”についてあなたの思いをお聞かせください。（5 項目）

質問 3. 龍河洞からの情報発信（宣伝）についてお聞きます。（6 項目）

質問 4. 観光地の一般的なマイナス要素を龍河洞にあてはめての質問、思いをお聞かせください。（11 項目）

質問 5. 龍河洞に関する業務をしたか

質問 6. 業務の内容

質問 7. 10年以内に龍河洞に行ったことがあるか

質問 8. 龍河洞の活性化についていくつかの事柄を示しました。あなたの思いをお聞かせください。（20 項目）

質問 9. 将来（5 年後）の入洞者を予測してみてください。

質問 10. 観光地としての「龍河洞」を評価してください。（100 点満点で評価）

質問 11. 自由記述

調査票 3、の内容

龍河洞に立地する建造物について調査をしています。

質問 1. 建物の利用状況

質問 2. 建物所有者の事業組織

質問 3. 土地の所有権について

質問 4. 建物の所有権について

質問 5. 建物の構造について

質問 6. 建築年

質問 7. 耐震対策について

質問 8. 防火対策について

質問 9. 保険関係について

質問 10. 後継者について

質問 11. 従業員数など

質問 12. 営業時間など

質問 13. 定休日について

質問 14. 自由記述

【分析方法】

「調査票 1」と「調査票 2」では、龍河洞の現状についての評価や調査者が理想とする取り組むべき方向性について、質問項目の個々で「そう思う」5 点、「ややそう思う」4 点、「どちらとも言えない」3 点、「あまりそう思わない」2 点、「そう思わない」を 1 点とした 5 件法で（一部 6 件）で回答を求めています。分析ではこの数値をカテゴリーとして度数分布を求める「名義尺度」と算数的演算により平均値などを求める「間隔尺度」として使用しています。

「説明」の中で「そう思う」と「ややそう思う」をプラスしたものを「肯定的」とし、「あまりそう思わない」と「そう思わない」をプラスしたものを「否定的」としています。

さらに比較分析では「そう思う」を 5 点、「ややそう思う」を 4 点、「あまりそう思わない」を -4 点「そう思わない」を -5 点として得点の重み付けをし、それを「肯定」「否定」的に区分しています。

この状態での回答者数による影響は削除してあります。

調査票の自由記述回答とヒアリング調査についてはテキストマイニングにより集計しました。

分析は記述統計、度数分布、クロス集計、多変量解析等を用いました。

2.調査結果の概要

調査票から得られた知見としては、まず、

- ・龍河洞の魅力に関しては、他にない資源であること、スケールの大きな自然を体験できること。歴史的価値の高い文化遺産であること、それぞれに魅力を感じているようである。
- ・逆川地区の社会関係資本に関する質問では、日常生活における充実度として、「お祭り・イベントなどの賑わい」「自然が守られている」を強く感じているようである。また対人関係では、「ご近所付き合い」「挨拶」「助け合い」等、豊かな人間関係が見て取れた。（これに関しては、調査研究の中にある分析モデルで説明をしている。）
- ・観光客をもてなす心についての評価は全体として良くなく「地元」と「外部（観光事業者等）」の評価も分かるところである。特に「トイレ清潔」に関しては「外部（観光事業者等）」からの評価が極端に低かった。これは龍河洞のトイレが他の観光施設のトイレと比較して老朽化してきたことによることだと思われる。「全体の清掃」に関しての評価も「外部（観光事業者等）」からは低かった。調査者の考察ではあるが、評価を低くしているのは清掃そのものだけではなく、龍河洞の景観としてのイメージからくる結果ではないかと思われる。イントロダクションとしての龍河洞の景観は「空き家」や「その他の建造物」が雑然と配置されており、それを目にした影響がこの評価に繋がっているのではないかと思われる。
- ・情報発信の重要性に関しては、「地元」の方がそれを強く感じているようである。ただ発信を誰がするかの質問からは、「宣伝はみんなで」は双方に強く出ているが、「宣伝は保存会で」を見ると、「地元」の方の期待が強いことが分かった。
- ・観光地龍河洞のマイナス評価で顕著なものとしては、「商店街の賑わい」「体力的につらい」「バリアフリーがない」「バスのネットワークが良くない」であった。改善について実現可能性の高いもの、抜本的対策が必要なものがある。
- ・「外部（観光事業者等）」を対象に龍河洞に関する質問をしている。①業務に関わったのか、②その内容、③龍河洞に行ったことはあるのかである。ここ10年の間、30%の人が龍河洞に行っていないことが分かった。
- ・龍河洞に賑わいを戻すための手段では、まず地域性を重視した取り組みとして、「地域の理解」「特産品の開発」「B級グルメ」「歴史的資源の活用」への思いが強かった。
- ・市場セグメントの視点からは、「学習の場」、「新たな見学メニュー」の開発と開拓、それに「外国人観光客」の誘致に思いが出ている。
- ・新たな施設の導入については、「食」に関するものとして「レストラン」「スイーツ店」など若者が寄りつける店舗の導入に強い見方が出ている。
- ・外部との連携では、「イベントの開催」に「地元」の方がより強い思いを持っている。
- ・入洞者の予測を聞いてみた。「何もしなくとも入洞者は増える」については、ほとんどの人が、増えるとは思っていないことが分かった。さらに「このままでは減少する」については、大多数の人が減少すると思っていることが分かった。
- ・観光地としての評価を調査区分で分析してみると、一番評価の高かったのは「旅行会社」で、100点満点で平均値は53.7であった。他の区分はそれ以下であった。意外だったのは「地元」で、その評価得点はバラツキがあったものの平均値50.42、中央値も低く、共に下から二番目であった。
- ・自由記述はすべて一覧で表示している。

ヒアリング調査の分析

ヒアリング調査では、龍河洞に対し、強い思いを持っている人が多く具体的な提案もいくつか見られた。

- ・内容は一覧で表示している。

観光統計からの知見

- ・平成 19 年から 24 年までの過去 6 年間の「入洞者数」と「県外観光客数」との関連を分析した。
それによると、同時に分析した中央観光圏にある同じような 3 か所の観光施設の入場者数は「県外観光客数」と強い正の相関があった。龍河洞は「県外観光客数」と同じような相関は見られなかった。逆に弱いマイナスの相関となっていた。これは何を意味するか、県の実施する観光振興策との整合性が取れていなかったのか、あるいは物理的に取れなかった結果であるのか、いずれにしても高知県観光の果実は龍河洞にまで影響していないということかもしれない。

公式パンフレットから見る情報露出度分析

パンフレットに掲載されている内容を面積として計算その合計面積を、情報露出度として、近隣の 5 か所の観光施設と比較分析した。

結果的に龍河洞は低かった。これも県との連携の低さの現れの一つかもしれない。

建物等施設調査

- ・現在龍河洞で営業している土産品店は 6 件である。そのうち食堂を兼ねている店が 2 軒となっている。
この他、個人所有で廃業している空き家が 12 棟、使用されている保存会所有の建造物が 8 棟ほどある。
トイレは単独で 4 棟、駐車場は 6 か所となっている。
これらの建造物が雑然と配置された状態が今の龍河洞である。

3.調査結果の詳細 I

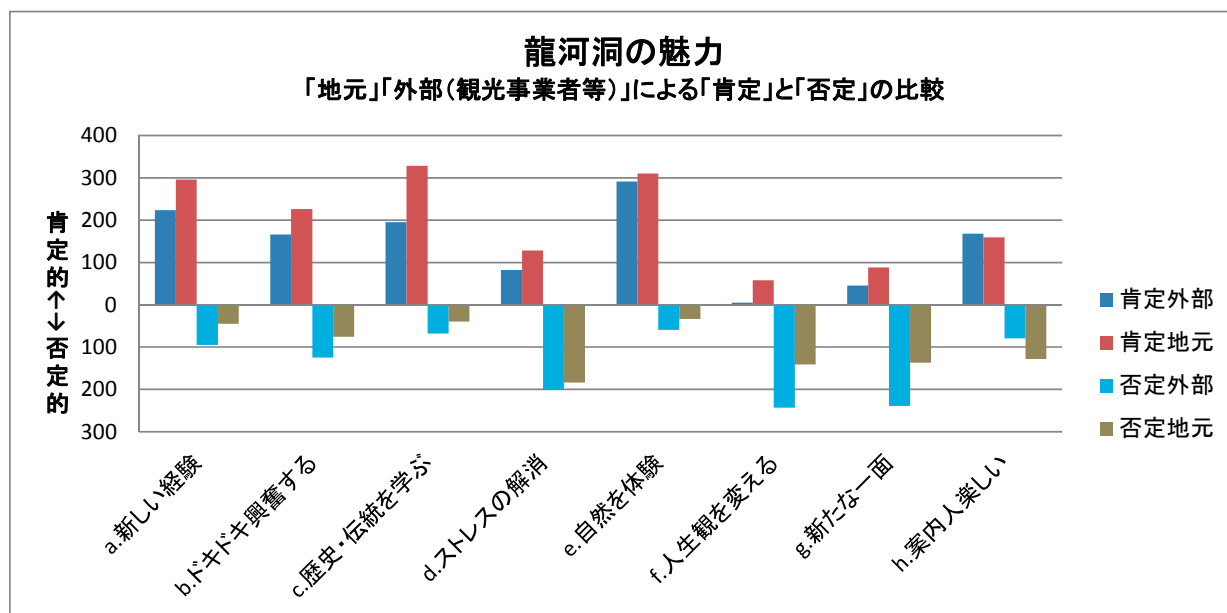
調査票 1. 調査票 2. の結果

(1) 龍河洞観光の魅力について

質問1 龍河洞の魅力について、あなたの思いをお聞かせください。	地元		外部（※）	
	n	平均値	n	平均値
a.他の観光地とは違って新しい経験をする事が出来る。(刺激性)	69	3.77	81	3.32
b.ドキドキするような興奮を得ることが出来る。(刺激性)	69	3.42	80	3.08
c.龍河洞の歴史や地域伝統について学ぶことが出来る。(文化見聞)	68	3.90	78	3.35
d.ストレスの解消が出来る。(健康回復)	67	2.85	79	2.61
e.スケールの大きな自然を体験できる。(自然体験)	68	3.87	79	3.72
f.価値観や人生観を変えるようなきっかけとなる。(自己拡大)	66	2.76	80	2.26
g.いつもの自分とは違った新たな一面を発見できる。(自己拡大)	68	2.87	80	2.36
h.案内人の方との会話は楽しい。(現地交流)	64	3.03	79	3.20

※平均値の算出:「そう思う」5点、「ややそう思う」4点、「どちらとも言えない」3点、「あまりそう思わない」2点、「そう思わない」1点を間隔尺度として数値化し人数で割っている。

※「外部」とは観光事業者等を指す。



※比較分析では「そう思う」を5点、「ややそう思う」を4点、「あまりそう思わない」を-4点「そう思わない」を-5点として得点の重み付けをし、「そう思う」と「ややそう思う」をプラスして「肯定」に、「そう思わない」と「あまりそう思わない」をマイナスして「否定」に区分しています。因みに「どちらとも言えない」は除いています。

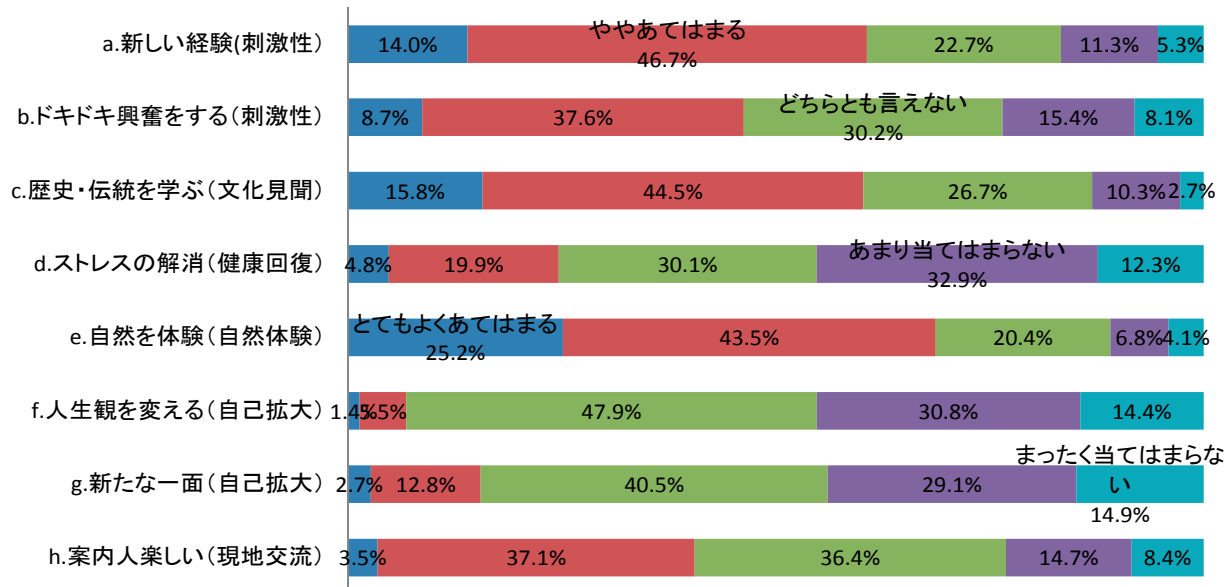
また、表記の「地元」は逆川地区住民と保存会職員を「外部」は観光事業者と観光団体等をさしています。

【説明】 観光旅行とは「触れ合い」、「学び」、「遊び」に集約され、様々な欲求が喚起され行動を伴うものである。旅行を触発する動機は観光地の魅力として認識されることになり、旅先を決定する動機から龍河洞の持っている魅力を探ってみた。動機尺度としては「刺激性」「文化見聞」「現地交流」「健康回復」「自然体験」「自己拡大」としている。

観光対象としての龍河洞の魅力については「歴史伝統を学ぶ」、「自然を体験」、「新しい経験」、「ドキドキ興奮する」が上位を占め平均値も「地元」と「外部（観光事業者等）」ほぼ同じ数値で高くなっている。

一方、「人生を変える」「新たな一面」「ストレスの解消」については「否定的」な見方が強く出ている。つまり、文化見聞や他に類ない刺激性のある自然体験には魅力を感じているが、自己拡大や健康回復といった個人の内面に関わるものについては、魅力の対象として弱いことになっている。

龍河洞の魅力についての思い

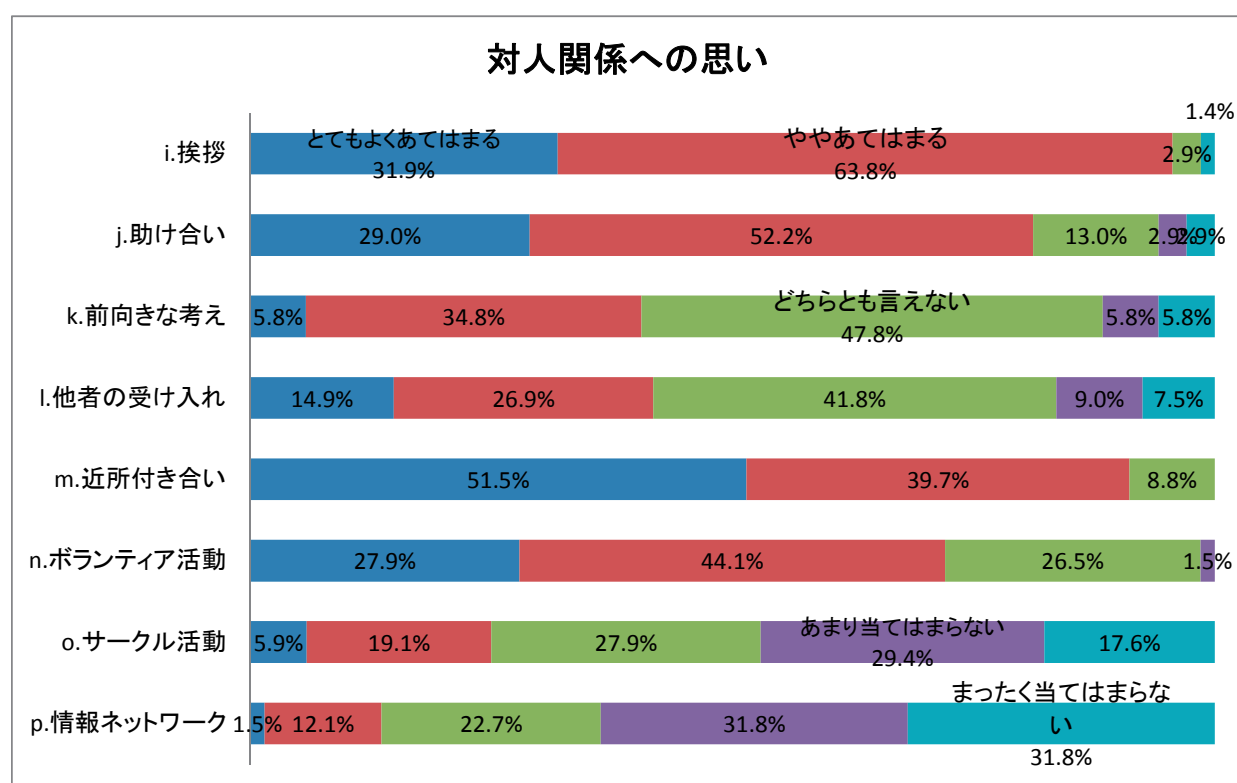
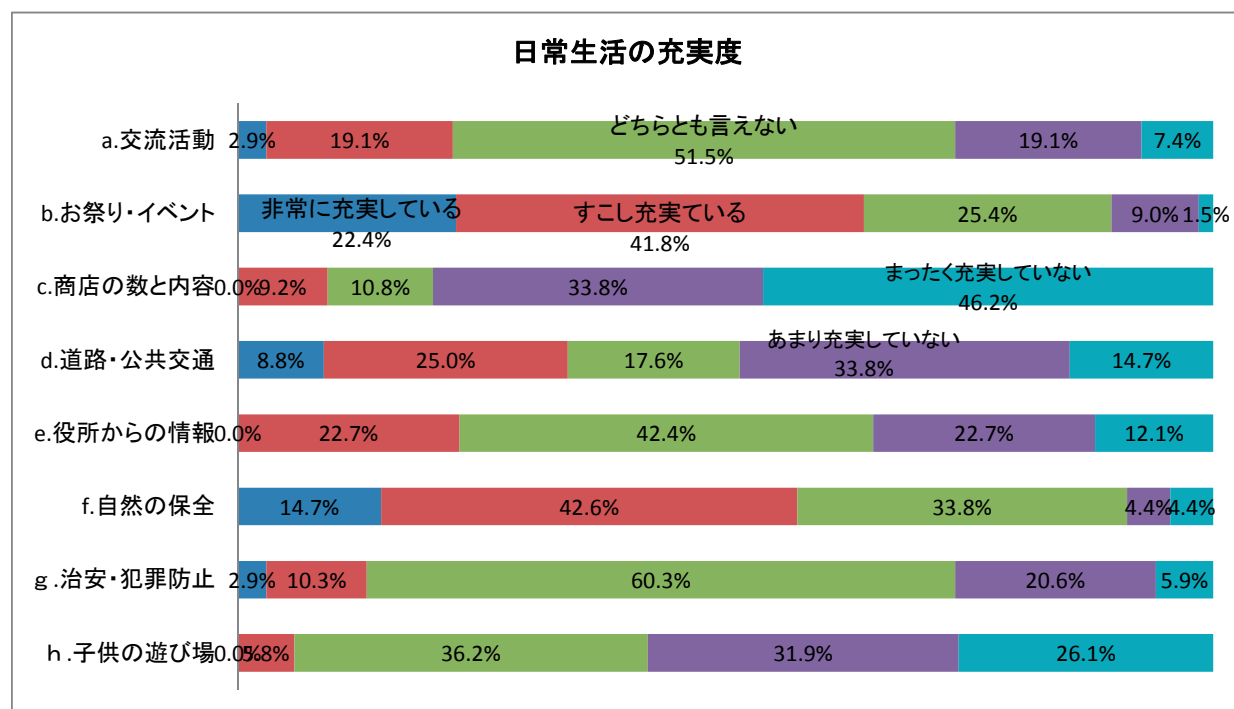


(2) 日常生活における充実度と対人関係について

質問2.質問3. 龍河洞(逆川)地区の日常生活における充実度と対人関係についての思いをお聞かせください	地元	
	n	平均値
a.公民館活動や、その他の交流活動。	68	2.91
b.お祭り、イベントなどの賑わい。	67	3.75
c.買い物や飲食店舗の数と内容。	65	1.83
d.道路、公共交通等の整備が行き届いている。	68	2.79
e.地域の暮らしに関する役所からの情報提供。	66	2.76
f.自然が守られている。	68	3.59
g.治安、犯罪防止のための取り組み。	68	2.84
h.安心安全な子供の遊び場。	69	2.22
i.人と会ったら挨拶をするよう心掛けている。	69	4.25
j.互いに助け合い協力することが大切だ。	69	4.01
k.何事にも前向きな考えを持っていると思う。	69	3.29
l.移住者や多様な人を受け入れることができる。	67	3.33
m.ご近所の付き合いは大切だと思っている。	68	4.43
n.ボランティア活動や街づくり活動は大切だと思っている。	68	3.99
o.趣味やその他のサークル活動などには積極的に参加している。	68	2.66
p.情報収集のためのネットワークを持っている。	66	2.20

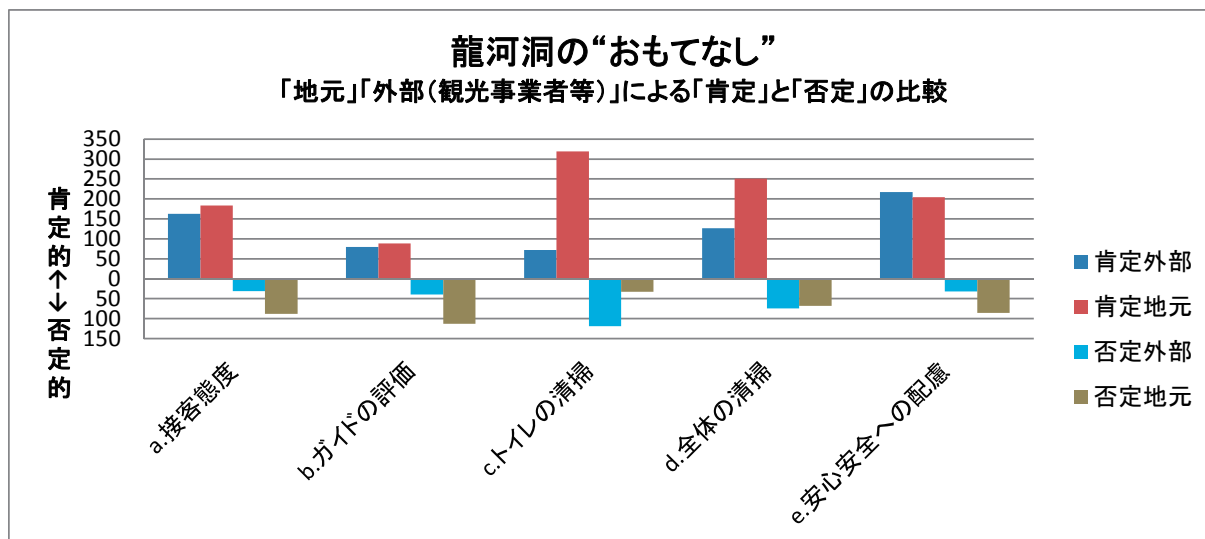
〔説明〕 仮説的に観光地としての龍河洞も、一方では保存会を中心とした逆川地区のコミュニティで成り立っていると考え、龍河洞の活性化は別の見方をすればこのコミュニティの再生に他ならない。コミュニティを再生する新たな視点としては、社会関係資本（ソーシャルキャピタル）の概念が重視されている。社会関係資本とは、信頼に裏打ちされた豊かな人間関係の醸成であり互酬性の規範でもある。また、交流を促進するパーソナルネットワークの構築も重要な要素となっている。逆川地区住民の社会関係資本の醸成を暮らしの充実度、対人関係の在り方から探ってみる。

日常生活における充実度については「お祭り・イベントの賑わい」と「自然が守られている」で平均値が高くなっている。あとは全て平均（「どちらとも言えない」）以下となっている。特に数値が低いのは「商店の数と内容」であった。日常生活における周辺環境の充実度は低く感じているようである。対人関係の8項目では、生活圏に関わる「ご近所付き合い」「挨拶」「助け合い」で評価が高くないっている。「前向きな考え」「他者の受け入れ」「ボランティア活動」についても平均以上の数値であった。ここで平均値が低くなっているのが交流に関わる「サークル活動」「情報ネットワーク」であった。住民のパーソナルネットワークの再構築も課題となってくる。



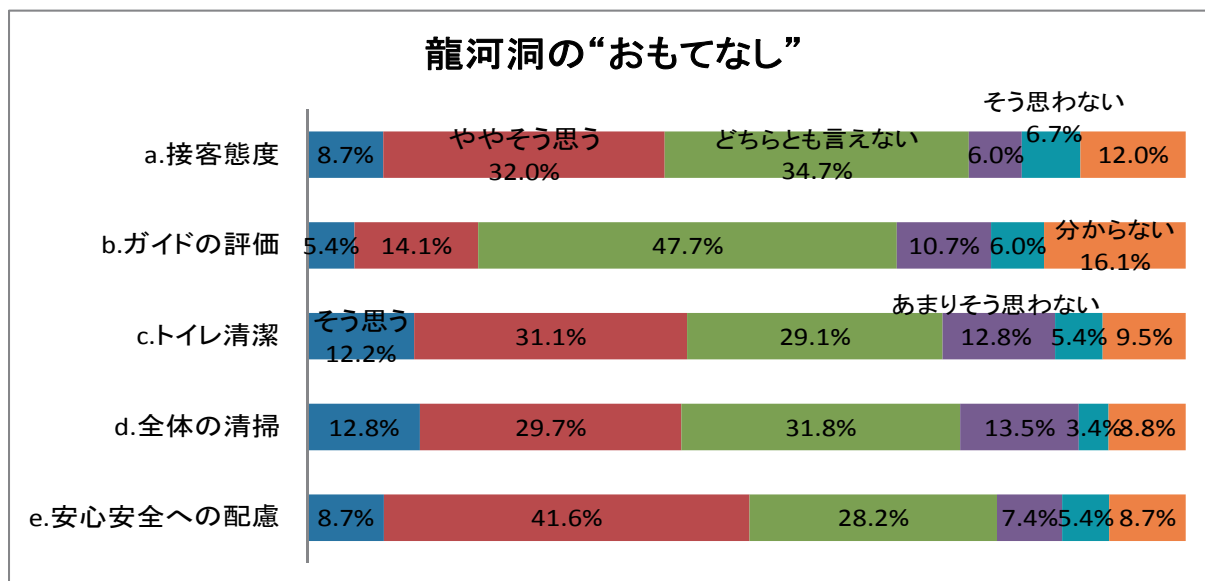
(3) “おもてなし”について

質問4、龍河洞の“おもてなし”についてあなたの思いをお聞かせください。	地元		外部（※）	
	n	平均値	n	平均値
a. 龍河洞の従業員の接客態度は良い。	69	3.00	81	2.89
b. 龍河洞の観光ガイドの評価は高い。	69	2.49	80	2.58
c. 龍河洞のトイレは清潔である。	68	3.84	80	2.35
d. 龍河洞は清掃が行き届いている。	68	3.51	80	2.73
e. 龍河洞は安心・安全に十分に配慮されている。	69	3.14	80	3.15



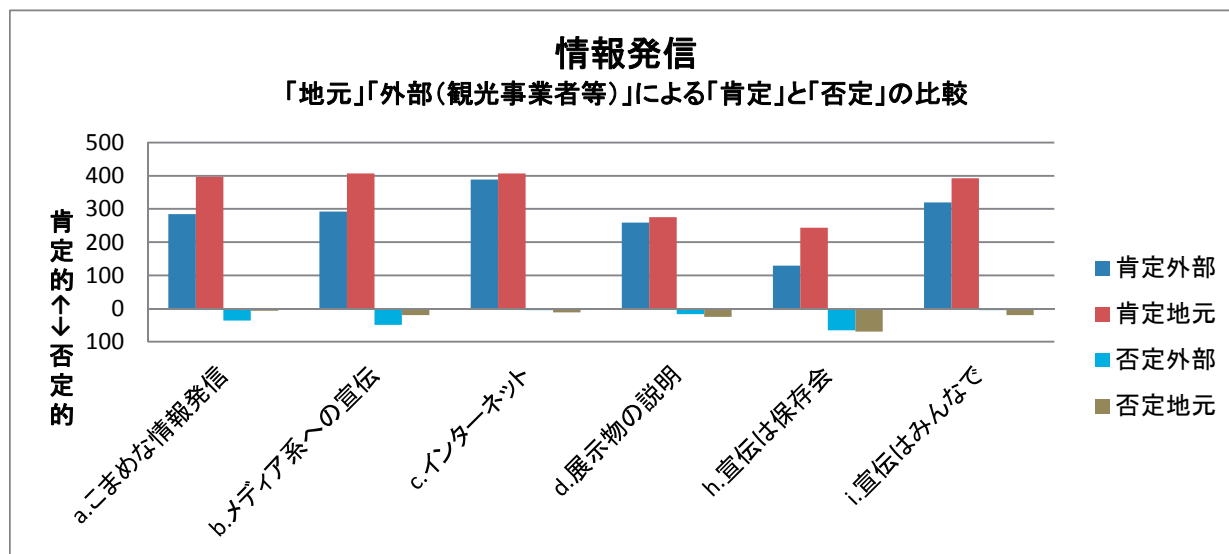
【説明】 観光資源や設備がどれほど見事でも「おもてなし」というソフト面の水準が落ちたとすれば観光客はそれを鋭く見抜き拒絶をする。リピーターの確保こそ誘客戦術の基本である。龍河洞の現状は来訪客の期待値に満足感を与えているかを側面から探っている。

全般的に、平均値で「地元」よりも「外部（観光事業者等）」の方が評価は低くなっている。その差がくっきり出ているのが「トイレ清潔」と「全体の清掃」である。「トイレ清潔」に関しては、「地元」の評価は高くなっているが「外部」から見ると低い。これは他の観光地と比べて龍河洞のトイレは老朽化によるものと思われる。また、比較分析からは「ガイドの評価」「接客態度」で「外部」よりも「地元」の方が低くなっている。「おもてなし」に関しては、「地元」の中に厳しく見ている人がいることもわかった。

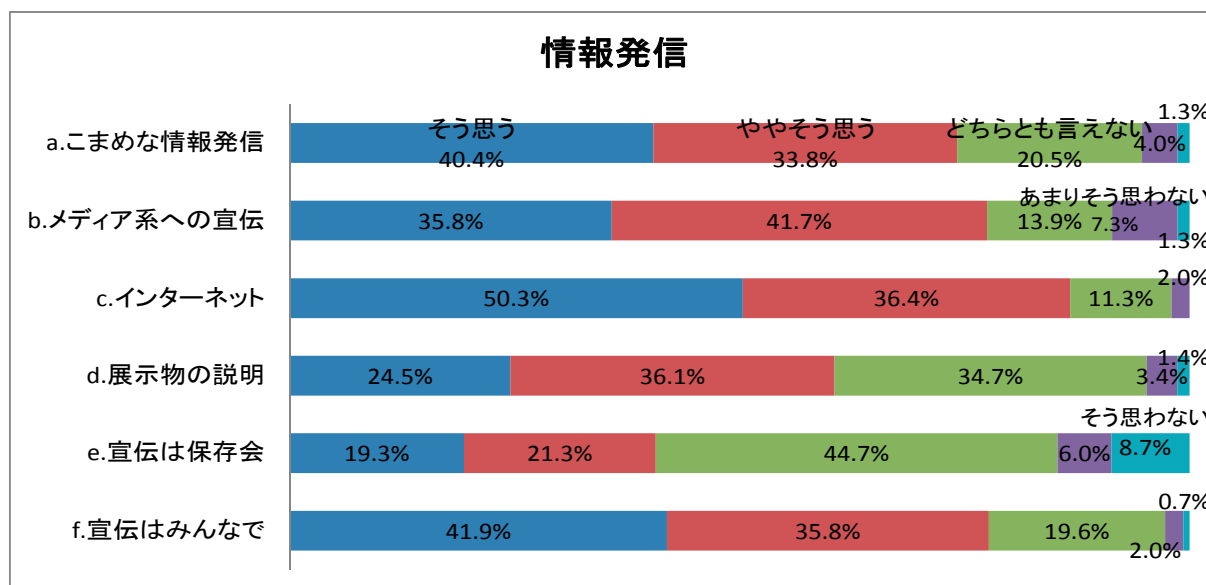


(4) 情報発信について

質問5. 龍河洞からの情報発信(宣伝)についてお聞きます。	地元		外部 (※)	
	n	平均値	n	平均値
a. 龍河洞からの情報発信はこまめにしてほしい。	70	4.41	81	3.79
b. 新聞・雑誌・テレビ・ラジオ等のメディア系の宣伝に力を入れるべきだ。	70	4.30	81	3.80
c. インターネット(SNS)を使って情報発信をすべきだ。	69	4.43	82	4.28
d. 施設・展示物の説明はもっと分かりやすくしてほしい。	69	3.81	78	3.77
e. 宣伝は龍河洞保存会が専門的に行うべきだ。	69	3.57	81	3.20
f. 宣伝はそれぞれの立場で出来る事から始めるべきだ。	67	4.31	81	4.04

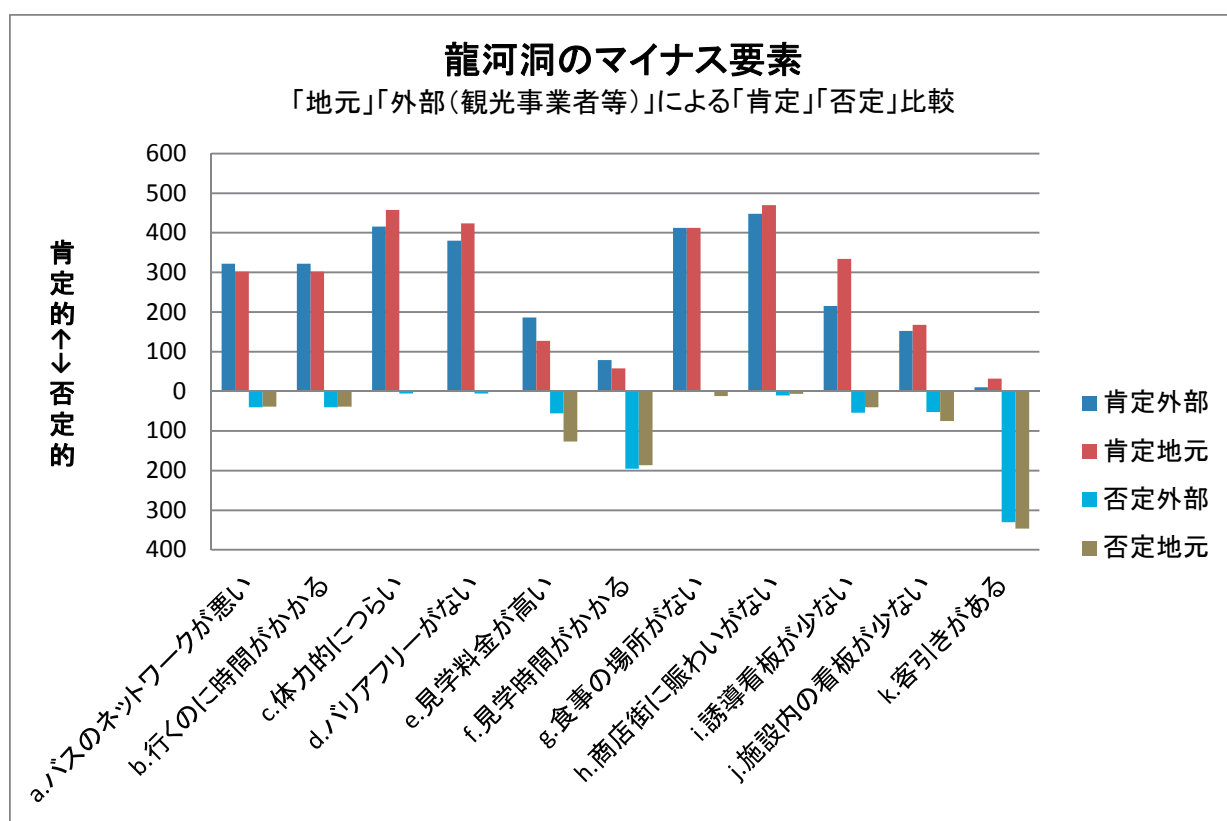


〔説明〕 持続ある観光施設の経営には地域の力が重要である。いかに新鮮な情報を効率よく効果的に発信するか、それをコントロールするのが組織力である。情報発信への感心度と役割分担について探ってみた。平均値を見ると、総じて「外部(観光事業者等)」よりも「地元」の方が情報発信に力を入れるべきだとしている。特に「インターネット」を使っての情報発信は双方で強調されている。宣伝の役割分担では「宣伝は保存会」よりも「宣伝はみんなで」の方が強く出ている。一方、比較分析から「宣伝は保存会」だが、微妙ではあるが「外部」に比べ「地元」の方が強く出てい。これは「地元」からの保存会への期待感の表れのようなものである。



(5) マイナスイメージについて

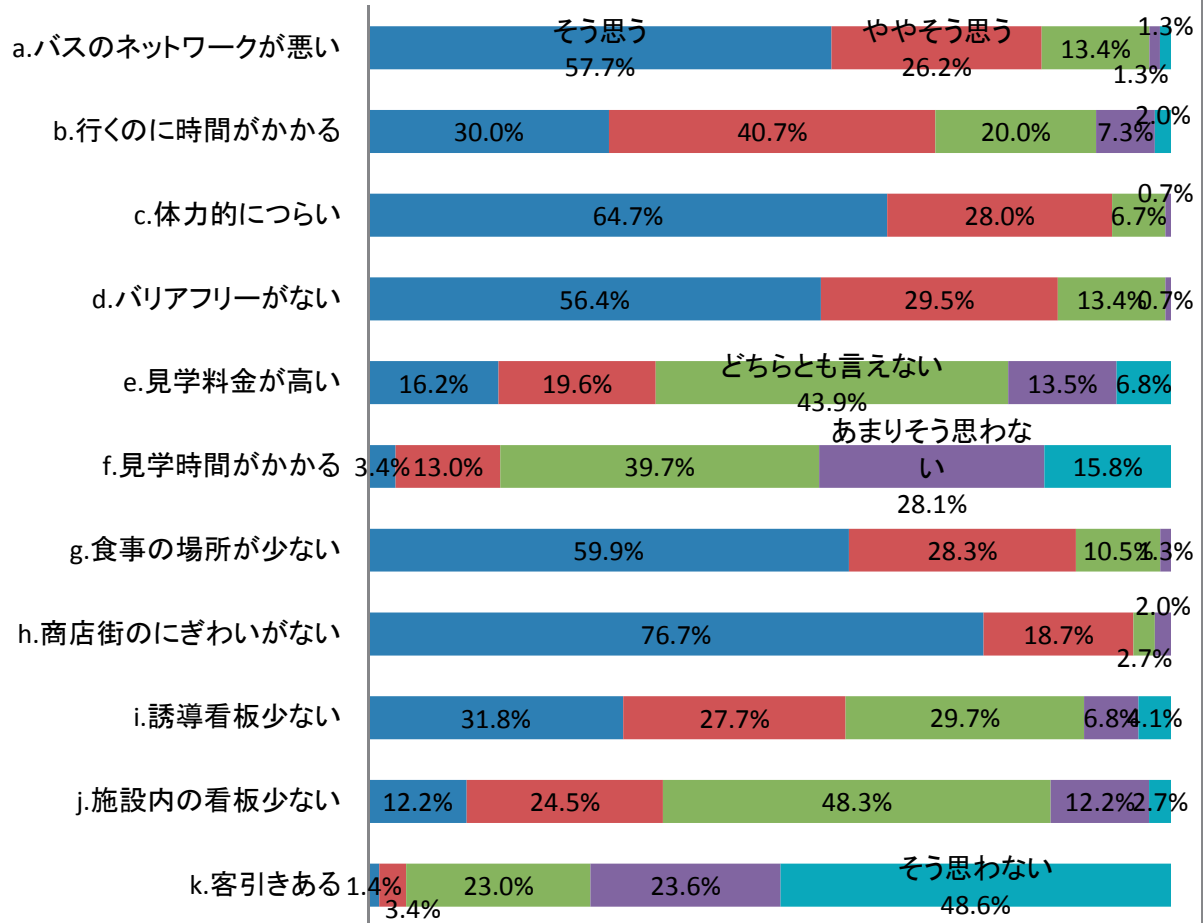
質問6. 観光地の一般的なマイナス要素を龍河洞にあてはめて見ました。あなたの思いをお聞かせください。	地元		外部（※）	
	n	平均値	n	平均値
a.バスのネットワークがよくない。（便数、最寄りの駅から）	67	4.46	82	4.30
b.龍河洞に行くのは思ったより時間がかかる。	68	3.87	82	3.91
c.龍河洞はお年寄りや障害者には体力的につらいところがある。	69	4.67	81	4.48
d.高齢者や身障者に障害となるものがある。	68	4.54	81	4.31
e.見学料金が高い。	67	3.00	81	3.46
f.見学に時間がかかりすぎる。	66	2.58	80	2.63
d.食事する場所が少ない。	70	4.49	82	4.45
h.観光地にしては商店の賑わいが少ない。	69	4.77	81	4.64
i.龍河洞への誘導看板が少ない。	68	4.04	80	3.53
j.施設内の案内板が整備されていない。	68	3.31	79	3.32
k.強引に客引きをすることがある。	69	1.86	79	1.85



【説明】 観光地におけるマイナス評価の払拭は緊要の課題である。ここでは一般的な観光地のマイナス要素を龍河洞に当てはめて聞いている。龍河洞への観光客を低迷させている要因の中で「見学時間がかかる」と「客引き」については大きな要因とはなっていないようである。平均値の高いものは「商店街の賑わいが少ない」「食事をする場所」「体力的につらい」「バリアフリーでない」「バスのネットワークが悪い」等でこれらが龍河洞のマイナス要因かと思われている。

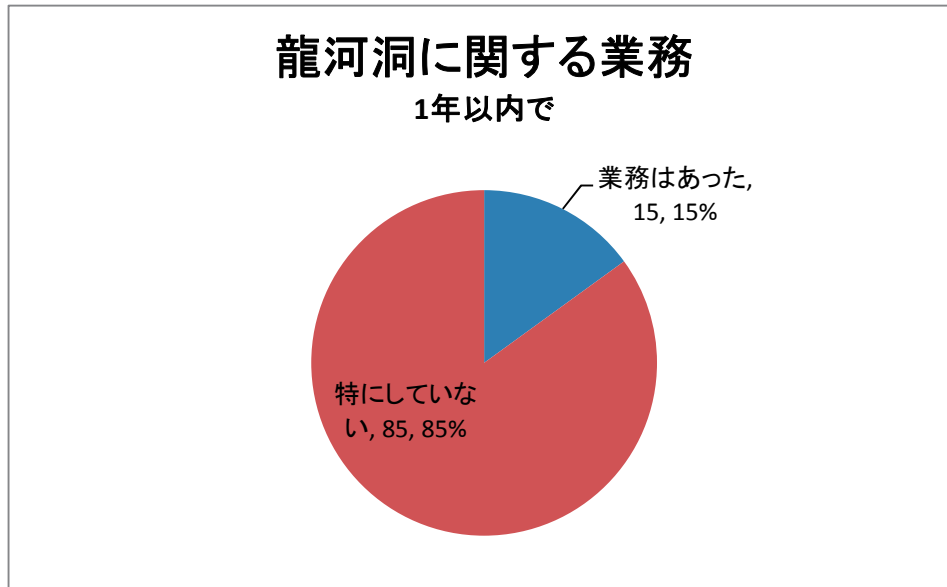
比較分析において「地元」と「外部（観光事業者等）」の見方が異なるところは「見学料金が高い」と「誘導看板が少ない」であった。

龍河洞のマイナス要素

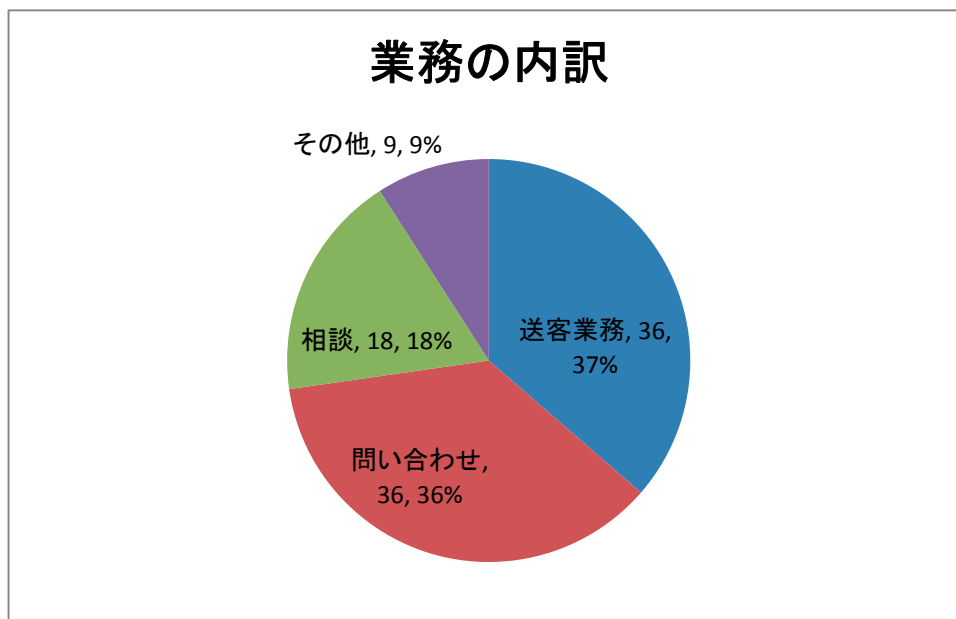


(6) 観光事業者への調査について「調査票 2 の質問」

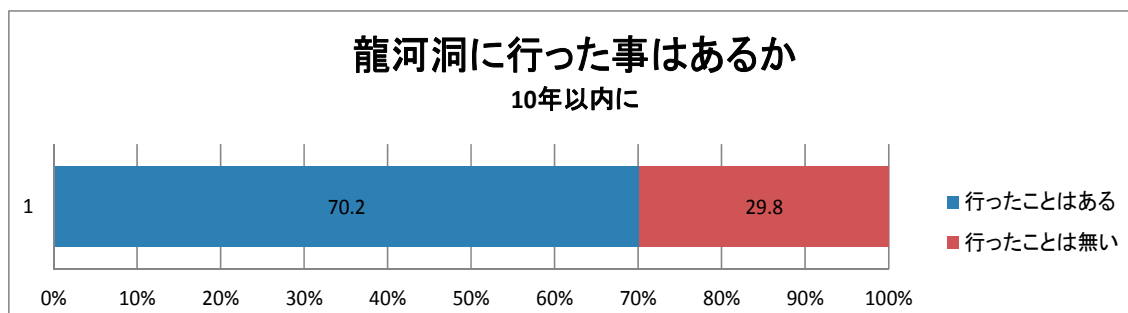
① 龍河洞に関する業務が 1 年以内にあったか



③ .業務の内容について



③ 10 年以内に龍河洞に行ったことはあるか。

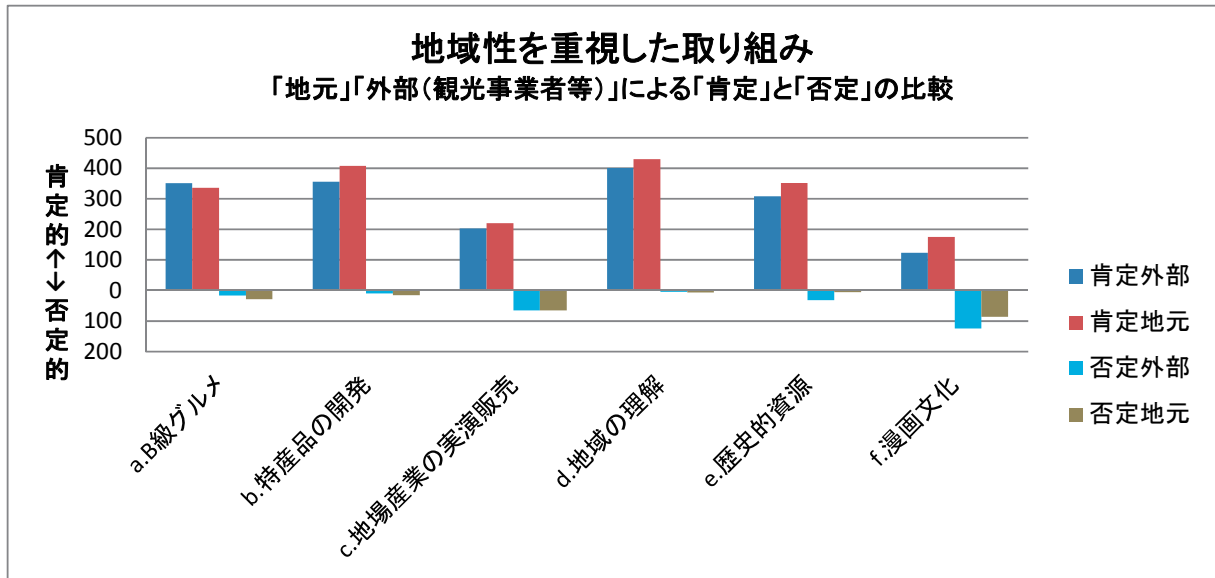


(7) 龍河洞の活性化方策について

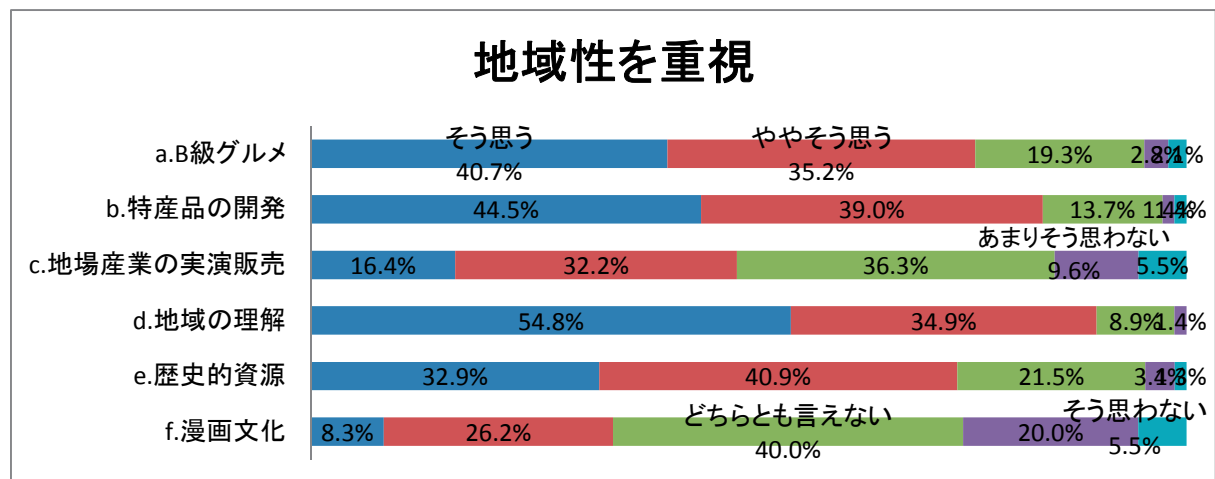
龍河洞の活性化への方策について、いくつかの可能性を聞いている。

①龍河洞の活性化について地域性を重視する方策

質問7.龍河洞の活性化について地域性を重視する	地元		外部（※）	
	n	平均値	n	平均値
a.B級グルメも十分観光資源となる。	64	4.06	81	4.12
b.龍河洞ならではの特産品の開発が必要だ。	64	4.34	82	4.16
c.地場産業（打ち刃物）の実演販売の店をつくる。	64	3.47	82	3.43
d.観光振興には地域の理解が必要だ。	64	4.47	82	4.40
e.歴史的資源をもっと前面に出してほしい。	67	4.13	82	3.90
f.漫画文化をもっと取り入れるべきだ。	64	3.28	81	2.99

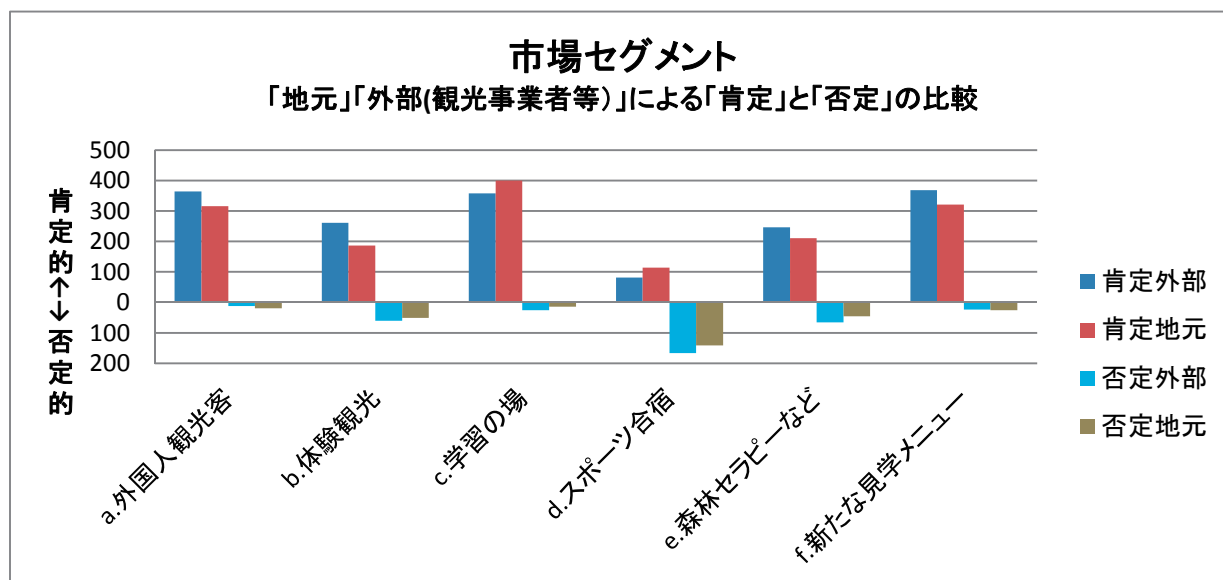


〔説明〕 地域性重視の視点から活性化を見ると「地域の理解」、「特産品の開発」、「B級グルメ」「歴史的資源」で「地元」「外部（観光事業者等）」ともに高い平均値となっている。詳細にみると、肯定的には「B級グルメ」では「地元」73%、「外部（観光事業者等）」78%が、「地域の理解」では「地元」93%、「外部」86%でほぼ一致している。「特産品の開発」では「地元」89%、「外部」79%、「歴史的資源」では「地元」79%、「外部」69%と10ポイントほど「地元」の気持ちが強くて出ている。また、「漫画文化 ※」における否定的な意見として「地元」が20%、「外部」が30%となっている。「外部」の平均値は2.99と「どちらとも言えない」を下回っている。 ※「漫画文化」を地域性のグループに入れた理由：龍河洞保存会は宣伝用印刷物などに地元出身の漫画家はらたいらの作品を使用したことがあったので入れている。

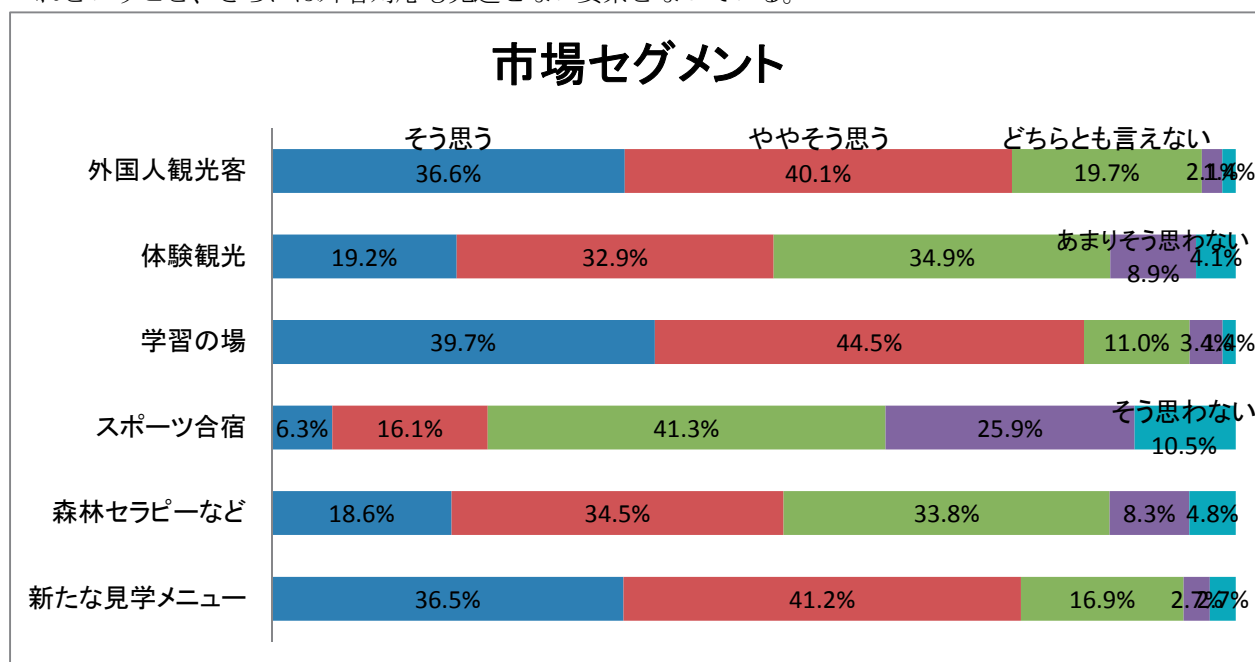


②龍河洞の活性化について、市場をセグメントする方策。

質問7.龍河洞の活性化について、 市場をセグメントをする。	地元		外部（※）	
	n	平均値	n	平均値
a.外国人観光客を誘致すべきだ。	61	3.95	81	4.19
b.環境や農業などの体験型の観光に力を入れるべきだ。	66	3.44	80	3.63
c.地理や歴史など学習の場として利用すべきだ。	65	4.28	81	4.10
d.スポーツ合宿などに力を入れるべきだ。	62	2.92	81	2.74
e.森林セラピーやバードウォッチングに力を入れるべきだ。	63	3.51	82	3.56
f.ふだんの生活では体験できない見学メニューに力を入れるべき。	66	3.95	82	4.15

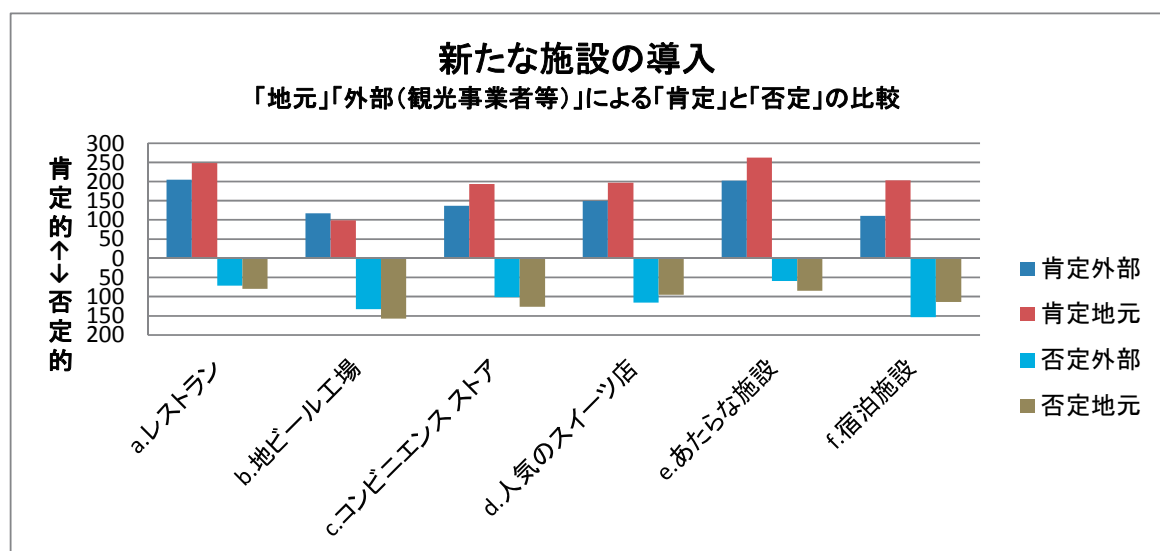


【説明】 新たな市場を開拓していく中で「スポーツ合宿」以外は有効性があるようだ。特に肯定的に見ると「学習の場」は「地元」89%「外部（観光事業者等）」80%と共に強く出ている。次に「外国人観光客」では「地元」72%、「外部」80%、「新たな見学メニュー」では「地元」73%、「外部」82%と外部の方が強くなっている。つまり、新たなメニュー作りをしながら、小中学生への「学習の場」としてのアプローチを図れということ、さらには外客対応も見逃せない要素となっている。

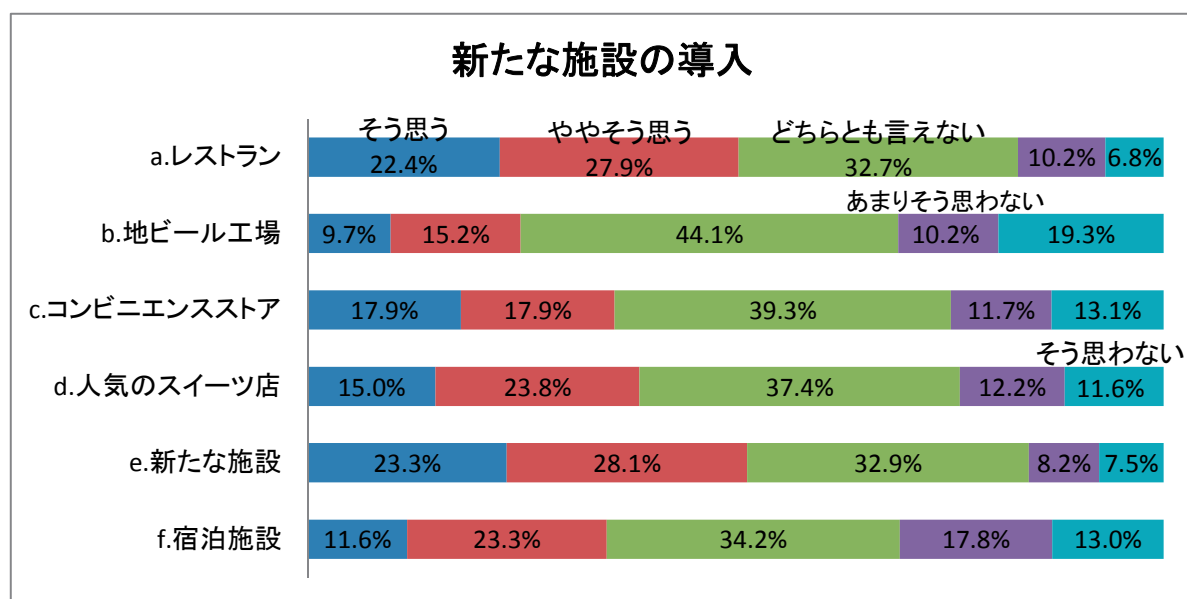


③龍河洞の活性化について新たな施設を導入する方策。

質問7. 龍河洞の活性化について、新たな施設を導入する。	地元		外部（※）	
	n	平均値	n	平均値
a.やる気のあるシェフにレストランをオープンしてもらおう。	64	3.56	83	3.43
b.地ビール工場を誘致する。	63	2.75	82	2.91
c.コンビニエンスストアがあるとよい。	63	3.24	82	3.10
d.人気のスイーツ店に来てもらう。	64	3.36	83	3.05
e.お客さん呼び込むための新たな施設を整備する。	64	3.61	82	3.44
f.宿泊施設があるとよい。	64	3.23	82	2.87

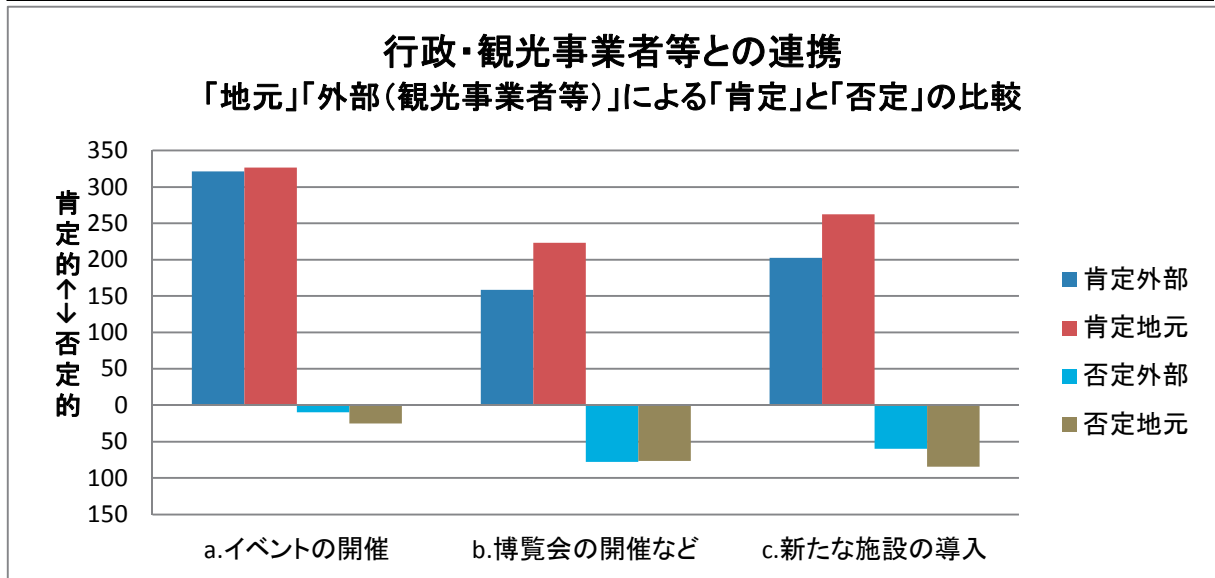


【説明】 龍河洞の活性化について新たな施設の導入を聞いている。「レストラン」「コンビニエンスストア」「人気のスイーツ店」「新たな施設」が平均値で高くなっている。詳細を見ると肯定的では「レストラン」が「地元」54%「外部（観光事業者等）」50%、「コンビニエンスストア」では「地元」41%、「外部」32%、「人気のスイーツ店」では「地元」43%、「外部」34%、「新たな施設」では「地元」57%、「外部」46%となって全体として「地元」の数値が高くなっている。「宿泊施設」では否定的な見方として「地元」25%、「外部」35%とっている。「地ビール工場」では平均値が3を切っている。



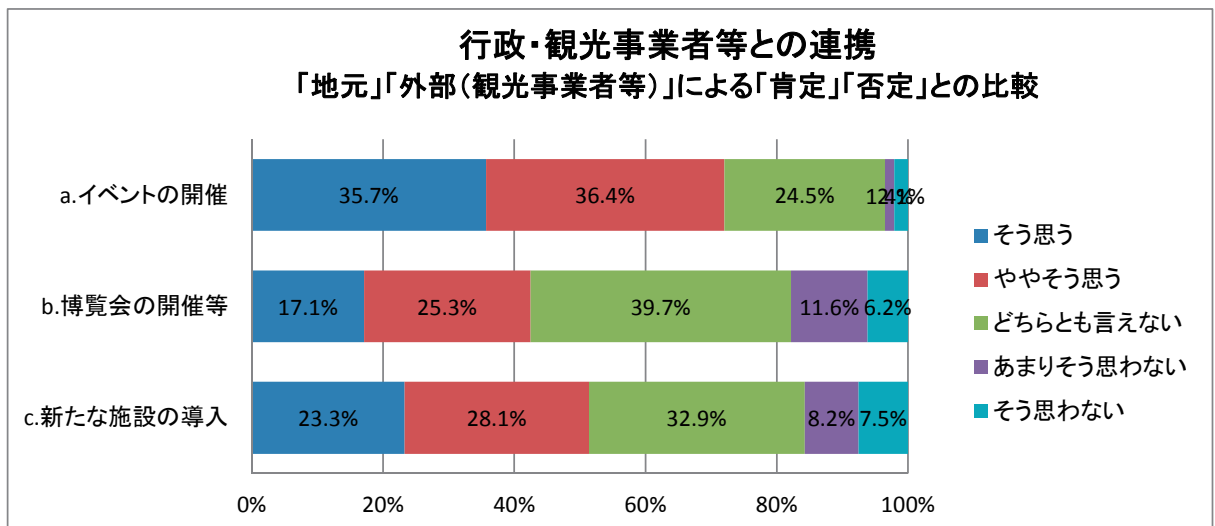
④行政・観光事業者等との連携を図るについて

質問7.龍河洞の活性化について、行政・観光事業者等との連携。	地元		外部（※）	
	n	平均値	n	平均値
a.イベント系の回数と内容の充実を図ってほしい。	60	3.97	83	4.06
b.周辺エリアと共同で博覧会の様な大型イベントを開催する。	64	3.48	82	3.26
c.お客さんを呼び込むための新たな施設を整備する。	64	3.61	82	3.44



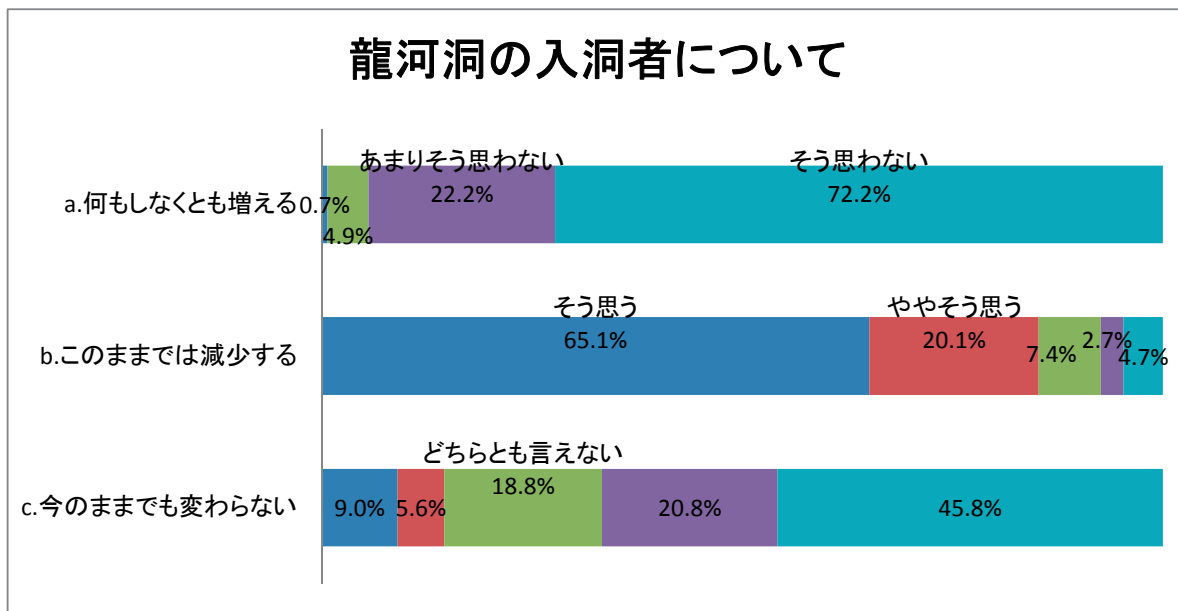
【説明】 行政・観光事業者等との連携を図るでは「イベントの開催」を肯定的に見ると「地元」73%、「外部（観光事業者等）」で71%となっている。平均値で「地元」が低くなっているのは「地元」で「そう思わない」人が3人いたためである。

「博覧会の開催」では肯定的な見方で「地元」50%、「外部」36%、否定的な見方では「地元」17%、「外部」18%となっている。「博覧会の開催」は地元の半数が肯定的であった。



(8) 龍河洞入洞者の予測について

質問8.将来(5年後)の入洞者を予測してみてください。	地元		外部 (※)	
	n	平均値	n	平均値
a.何もしなくても入洞者は増えている。	66	1.23	78	1.45
b.このままでは入洞者は減少している。	67	4.42	82	4.35
c.今のままでも入洞者は変わらない	66	1.86	78	2.32



・ a. 「何もしなくても入洞者は増える」

区分				何もしなくとも入洞者は増える				合計
				そう思わない	あまりそう 思わない	どちらとも 言えない	そう思う	
地元	業種	逆川住民・売店・保 存会従業員	度数	51	15	0	0	66
	小計		総和の %	77. 3%	22. 7%	0	0	100. 0%
外部	業種	旅行会社	度数	22	8	5	0	35
		宿泊業	度数	13	3	1	1	18
		観光施設	度数	9	1	0	0	10
		外部の有識者	度数	9	5	1	0	15
	小計		度数	53	17	7	1	78
			総和の %	67. 9%	21. 8%	9. 0%	1. 3%	100. 0%
合計			度数	104	32	7	1	144
			総和の %	72. 2%	22. 2%	4. 9%	. 7%	100. 0%

【説明】 「何もしなくても入洞者は増える」かの質問では、まず「地元」の100%の方が増えるとは思っていない。「旅行会社」では86%、「宿泊業」では89%が「観光施設」では100%が、「有識者」では93%が増えるとは思っていない。
ほとんどの人が入洞者は増えないと思っていることになる。

b. 「このままでは入洞者は減少する」

区分				このままでは減少する					合計
				そう思わ ない	あまりそう 思わない	どちらとも 言えない	ややそう思 う	そう思う	
地元	業種	逆川住民・売店・保 存会従業員	度数	3	3	2	14	45	67
	小計		総和の %	4.5%	4.5%	3.0%	20.9%	67.2%	100.0%
外部	業種	旅行会社	度数	2	1	5	5	23	36
		宿泊業	度数	1	0	2	3	13	19
		観光施設	度数	1	0	0	2	7	10
		外部の有識者	度数	0	0	2	6	9	17
	小計		度数	4	1	9	16	52	82
			総和の %	4.9%	1.2%	11.0%	19.5%	63.4%	100.0%
合計			度数	7	4	11	30	97	149
			総和の %	4.7%	2.7%	7.4%	20.1%	65.1%	100.0%

〔説明〕 「このままでは入洞者は減少する」との質問には、「地元」では 88%が、「旅行会社」では 78%が、「宿泊業」では 84.2%が「観光施設」では 90%が、「外部の有識者」では 88.2%が減少すると思っている。一方、否定的な見方では「地元」が 9%、「旅行会社」 8.4%、「宿泊業」では 5.3%、「観光施設」では 10%、「外部の有識者」では 0%となっている。
 大多数の人が何もしなければ入洞者は減少してくると思っていることが分かった。

c. 「今のままでも入洞者は変わらない」

区分				今のままでも入洞者は変わらない					合計
				そう思わない	あまりそう 思わない	どちらとも 言えない	ややそう 思う	そう思う	
地元	業種	逆川住民・売店・保 存会従業員	度数	40	10	8	1	7	66
	小計		総和の %	60.6%	15.2%	12.1%	1.5%	10.6%	100.0%
外部	業種	旅行会社	度数	10	11	9	3	2	35
		宿泊業	度数	8	2	5	0	3	18
		観光施設	度数	3	4	1	1	1	10
		外部の有識者	度数	5	3	4	3	0	15
	小計		度数	26	20	19	7	6	78
			総和の %	33.3%	25.6%	24.4%	9.0%	7.7%	100.0%
合計			度数	66	30	27	8	13	144
			総和の %	45.8%	20.8%	18.8%	5.6%	9.0%	100.0%

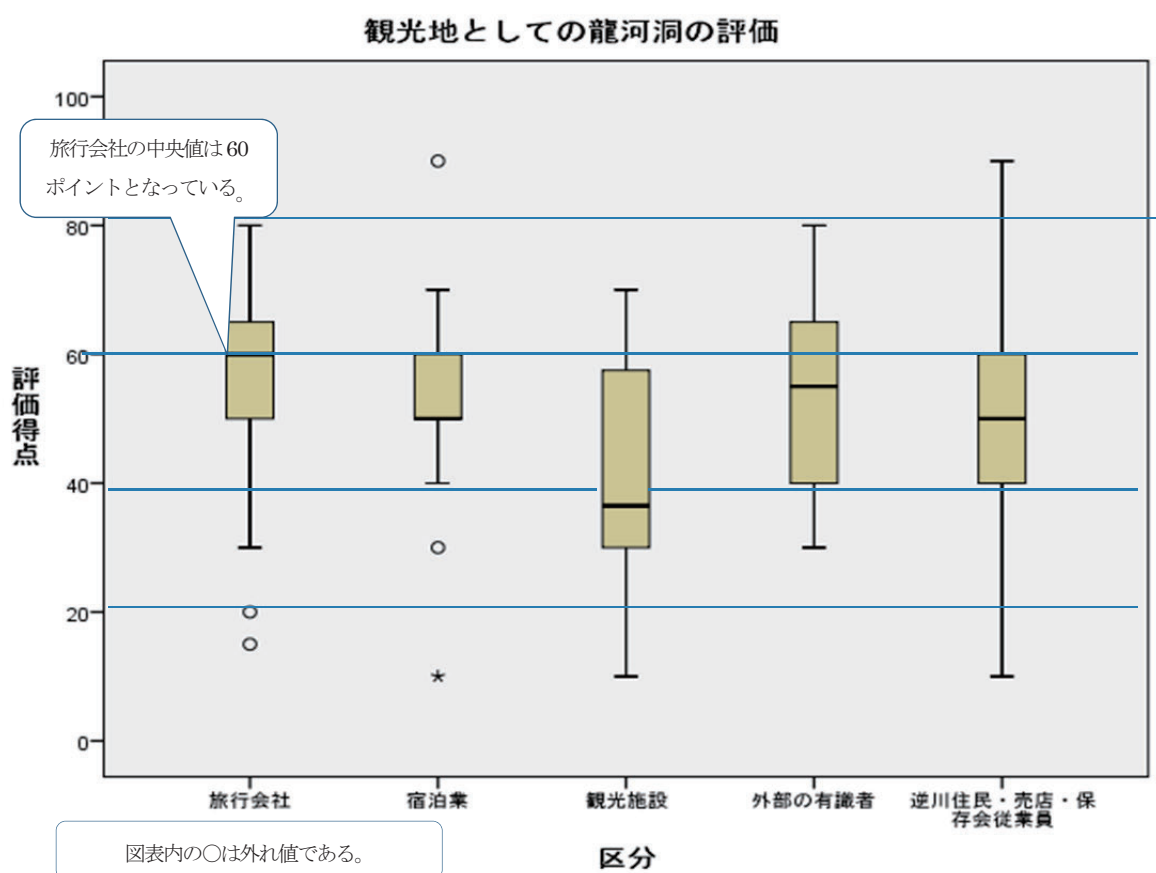
〔説明〕 「今のままでは入洞者は変わらない」かの質問では、思いは分散している感じである
 「地元」では、否定的な意見が 76%、肯定的な意見が 12%となっている。
 「旅行会社」では、否定的が 60%、肯定的が 14%、「宿泊業」では否定的が 56%、肯定的が 17%となっている。「観光施設」では否定的が 70%、肯定的が 20%となっている。
 「外部の有識者」では否定的が 53%、肯定的が 20%となっている。すべての区分で過半数の人が「今のままでも入洞者が変わらない」とは思っていないことが分かった。

(9) 満足度について

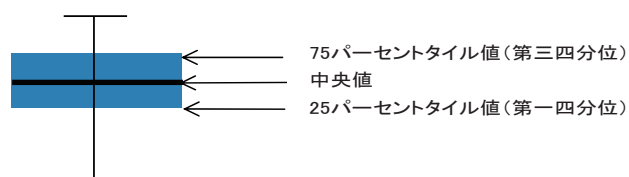
区分	n	最小値	最大値	平均値	標準偏差
旅行会社	31	15	80	53.71	15.273
宿泊業	19	10	90	52.37	16.697
観光施設	8	10	70	41.00	19.878
外部の有識者	17	30	80	52.53	15.792
地元	59	10	90	50.42	17.575

〔説明〕 龍河洞を100点満点で評価してもらった。

平均値は、外れ値の影響を大きく受けるため、中央値が良く使われる。「箱ひげ図」の箱の中の大きな線は中央値を表している。それによると、評価得点として中央値（評価）が高かったのは「旅行会社」であった。一番低かったのは「観光施設」で、意外にも二番目に低かったのが「地元」で、平均値も下から二番目の50.42であった。すべての区分の平均値はいずれも合格点（60）以上となっていない。



箱ひげ図は、「中央値」「四分位範囲」「外れ値」「極値」といった統計量をグラフ化して表したもので、ヒストグラムを模式化してより多くの情報を図の中に表現したものです。



(10) 自由記述について

自由記述で記載されたものをテキストマイニングにより分析 SWOT 分析の手法により分類した。

内部要因		
強み(S)ー良いと思われる点ー		弱み(W)ー悪いと思われる点ー
経営	①関係者の集客努力は理解している。	①何の対策も取らず寂れきってしまった。 ②経営責任を明確にすべきである。 ③龍河洞は逆川地区が会員制で独占している。
洞内	①暗闇体験は宇宙の中に一人で立っているようで良かった。 ②冒険コースはすごい。 ③自然の雄大さに万人が感動する。 ④龍河洞は良い施設であることに間違いはない。	④若い人材が不足している。 ⑤公益法人となり以前より悪くなった。 ⑥殿様商売では発展しない。
		洞内 ①暗闇体験で前の人の明かりが見えて面白くなかった。 ②高齢者には階段などの歩きに無理がある。
		宣伝 ①観光客誘致の取り組みが足りない。 ②セールス活動への予算が足りない。 ③龍河洞、商店街とでイベントなどの情報の共有がない。
		商店等 ①アーケード内で雨漏りがするのは論外である。 ②周囲はシャッターの閉まった店が目立つ。 ③駐車場から汚れているイメージがある。
		施設 ①高齢者にはきつい観光地である。 ②珍鳥センターの臭いが気になる。
積極戦略		改善戦略
機会(O)		
①外国人観光客は増えてくる。 ②龍河洞の活性化を検討する	経営面	①リピーター客を増やすことを考える。 ②ここでしか出来ない体験を考えてほしい。 ③感動を広げる仕組みを考える。
	宣伝	①旅行会社を訪ねるなど営業面に力を入れるべき。 ②国際化と外国での宣伝に力を入れるべき。 ③単独の宣伝だけでなく他の観光地との連携も必要。 ④遺跡、特に「神の壺」を前面に出して宣伝するといいい。
	その他	①龍河洞スカイラインはドライブコースとしてすごい。 ②海外からのお客様に来てもらうことを考えてほしい。 ③パワースポットとして売り出す。
		差別化戦略
脅威(T)		
龍河洞を知らない	連携	①青少年センター、工科大学と連携できれば良い。 ②地質・地形等の特性を大学や研究機関にアピール出来ないか。 ③学術的な宣伝の方法もよいと思う。子供の学習の場。
	外部	①龍河洞だけでは現状からの回復は出来ない。外部の力が必要である。 ②行政の縦割り制度でバス便が不便となっている。
	施設	①高齢者に配慮した疑似的な入洞体験施設があれば良い。 ②高齢者や足の悪い人にはモノレールとか自動カートが喜ばれる。

自由記述欄への記載事項

区分	記 述 内 容
旅行会社	地元の方とのイベントなどを通じて一緒に盛り上げる必要があると思います。情報がなさすぎる。 周辺商店街の活性化、探検ツアーのアピール、周辺 & 東部観光地との協力は必要。 ターゲットを選択し明確化する。訪日であれば在日外国人首都圏アドベンチャー型等、国内であればグルメ、歴史の場所としてシニア層に販売等

旅行会社	地質学、地形学は良くわからないのですが、室戸ジオパークとの組み合わせなどで、大学・研究機関にアピールは出来ないのでしょうか？（ゼミ学習など）青少年センターや工科大も近くにあるので連携が出来れば良いと思います。
	「龍河洞」プラスアルファが無いとリピータの獲得にはならないと思う。
	駐車から汚れているイメージがあり、お土産もお店が閉店したままで活気を感じない。今年は東部博もあるが独自のイベントを行う。例、龍河洞スカイラインは桜の時期ドライブコースとしてとても綺麗なため桜と併せた企画。冬場はライトアップなど三宝山一帯を観光地化にする。
	すたれた寂しいイメージがある。特に土産品店、レストランを営業していない施設は無い方が良い。関係者の努力である手、この手の集客努力をされていることは理解しているが、県内または近県からのリピータ客が増える施設を考えることが重要と思う。温泉・宿泊施設とのタイアップなど。
	秋芳洞とちがった特色をPR。龍河洞の歴史をもとに四国の地層などの歴史をPR。ゆるきゃら等でPR。 ここでしかできない体験を考えるべき。
宿泊業	高知県観光特使の観光施設等無料入場に参画すべきである
	高齢者等に配慮して入洞しなくても疑似的な入洞体験ができる施設があればいい。リピーター対策として季節感のある演出も必要かと思ひます。
	昔、家族と共に観光したことがあります。子供ながらにひんやりとした空気の中で何か神秘的なものを感じたのを覚えています。ですが、最近訪れてみると洞窟の中は変わらないものの、周囲はシャッターの閉まった店が目立ち、何か寂しさを感じました。時代の流れに乗った変化が必要かなと思います。
	周辺等さびれた印象がある。物見遊山的な観光から体験型観光にシフトしている。外国人観光客も確実に増えてくるので対策（誘致、言語等）をどうするか考える必要がある。
	待っていてもお客さんは来てくれません。龍河洞にお客様を呼ぶなら新しいことの提案、また古い考えを捨て先に進めてください。アンケートの質問が本当に龍河洞を増やす為の質問なのか？、もっと考え方をちゃんとしてください。 ゲームソフトとの連携、隠れ家的、温泉宿泊施設、清潔トイレ、こだわり、何とかの水、性別で見ると傾向では、男性ではゲーマー、冒険体験等、女子ではグルメ&聖エロ占、パワースポット、熟年では温泉、うんちく、〇〇浴、 レストラン等あればいいと思います。
観光団体	観光誘致への取り組みが足りないと思います。いる待っているだけではだめ。一層の活躍を期待しています。
	昔と比べて問い合わせがほとんどない
	洞内の設備などテーマパーク的な照明、音響、効果音、蠟人形等を設置し入洞料金に見合う設備をする。
	花博くらいの規模で今の駐車場をきれいに整備をする（私なら）。女性こどもを対象とした催し。アクトランドは近日オープンになりますので連携して相乗しましょう。
	営業面に力を入れるべき。旅行エージェントを訪ねる。待っててはだめです。積極的にセールスを予算の問題もあるでしょうがかけてください。 体験コース（冒険コース）はすごくいいと思います。一度やってみたいけど、今まで二度ほど満員でできませんでした。 円安で海外からのお客様に来ていただくにはどうすればよいかを考えるといいと思います。 大変良い施設であることは間違いないが、周辺の雰囲気がさびれている。何ともさみしい感じがする。洞内は素晴らしいのに、そこまでがさびしいので其れを何とかするのが課題だと思います。 素晴らしい洞穴であり、自然の雄大さに万人が感動する。とはいえ、大多数の人はレポートするとは考えにくい。一度の感動を広げる仕組みを作ることが重要かと思う。「高知に行けば龍河洞へ行ってみよう」と思わせる宣伝活動、高知に来たことのない日本人は何千万人というと思うし、来たことがあるけど龍河洞に行ったことのない人も多いはず。 パワースポット（〇〇に絶大な利益）として売り出す。〇〇を創りだすことが重要。
観光施設	四年くらい前に親子で行きましたが、暗闇体験は良かったです。もっと間隔をあけて入った方が良かったです。前の人の明かりが見えたり前の人と一緒になったりしたら面白くなかったです。明かりが一つもない中に一人って感じが良いと思います。宇宙の中に一人立っているみたいですごく良かったです。また友達と来ようと思いました。

地元	質問6は洞窟見学ということで完全には無理。一番の問題は龍河洞の経営に興味を持つ若者がいないこと。特にリーダーの資質を持つ若者がいない。
	最近南海地震など毎日報道されて関心が高い。日本が造形されたのはフィリピンプレート移動によるといわれて久しい。龍河洞の石灰岩は①何時の地質時代に②どこで生まれたのか、岩石に含まれる化石などで証明すると面白い。もし黄砂も発見されるとさらに興味がわく。弥生時代の食物も研究されている。弥生時代の食物や服装など生活に結びつけた体験が一番興味がわく。博物館には解説員が欲しい。見ただけでは理解が難しい。
	高齢者や足の悪い人は登るときはいいけど、降りるときはつらいのでそこをモノレールとか自動カートが喜ばれると思いますが無理かな、空いている家に何かアート作品を入れて空き家をなくすようにしたらよいと思います。
	公益法人となり以前より悪くなったと思う。
	龍河洞の観光に関係する方(地域の住民、関係各機関の方等)の協力なしには龍河洞の現状からの回復は出来ないと思います。今後も協力をお願いします。
	龍河洞は地元逆川地区が会員制で独占して運営してきました。何の試験もなく各会員(家)の権利として勤務し、その利益を享受してきました。現在の運営役員に名前を連ねるのは「いい時代に」に働き、龍河洞を受け継いだ人達です。その後の年々の観光客減少に有効な対策も出来ず、寂れきった現状にも責任を取らずいまだに龍河洞にしがみついています。
	役員自体が龍河洞の活性化に積極的でなく、経営的意欲が欠けている。役職に経営的な考えがなく責任意識に欠けている。外部の役員を入れ外部の意見を取り入れること。家族的意識が強すぎる。責任を明確にすべきである。
	アンケートが無駄にならないように。
	観光客が少なくなったのは一言でいえば時代の流れかと思う。百万人観光を迎えるころは修学旅行のバスが連なり外部から批判された。家のことは二の次で県や市町村にもあまり頼らず島国根性といわれたが、保存会員として自然を守り管理したものだ。ただし今は、若い者は外へ外へ出て運営員は殆ど60歳以上の定年者で心身ともにやる気をなくするのは当然のこと、次の若い世代を育て折角の宝を守ってほしいと思う。また良い時代が回ってくる日を願って、前から言われてきた殿様商売では発展が望めない。昔から龍河洞を愛した老人の一言。
	交通の便を良くしてください。
	会員にしてくださいと言ってもしてくれません。亡くなった主人は昭和20年前より努めていたのに私も人並みにしてほしい。私は25年ガイドを務めました。今も龍河洞を愛しているからこそボランティアで旅館とか車で龍河洞まで案内しています。
	お客様の意見を聞くと一番わかる
	龍河洞は観光地なのになぜ、以前は高知市内から高知空港から野市を通りバスが龍河洞まで通っていましたが中止、高知、南国、香南と縦割り制度だから、香南市のバスが逆川トンネル手前まで来ているのに残念です。龍河洞は高知県の宝だと思います。
地元	地域の高齢化が進み、若い人材が不足し将来が不安である。国宝級の遺跡である「神の壺」をもう少し前面にだしてPRを行ったらよい。龍河洞内に遺跡が残っているという認識が観光客の中でうすく感じる。
	今後高齢化が一層多くなる。現実問題として、洞内を含め外部でも階段などの歩きに無理があり途中で帰るお客様に出会う度、折角おいで頂いたのに勿体ない事と、いつも思っています。これから先、いかに高齢化された方を呼び込めるか、また家庭では中心となりうる子供がいかにまた行きたいと喜んでもらえるのか考えていかないといけない。
売店	龍河洞のホームページに洞窟内の気温を表示してみたらいいと思います。商店街をもっと活気があるように工夫をしたらいいと思います。具体的には分かりません。
	龍河洞単独の宣伝活動ではなく、他の観光地と連携しておこない、互いに活性化することが望ましい。県は近隣国からの観光客(外国人)を増やす為に、飛行場の国際化と外国での宣伝に力を入れるべきと考える。また外国でのアンテナショップで地産外商は重要であるが産物宣伝だけでなくショップ内に観光を誘致できるブースを整え今以上の宣伝をしていく。
売店	前向きに話が進めば幸いです。人間誰も「自分にとって都合がよいか悪い」で善悪が決められることが多いと思います。だからとは言いませんが、「地元びいき」「よそ者扱い」とでは何事も平等、公平とは難しいでしょう。「正直なお店って本当?」「良い品が安い店って本当?」の看板を見たお客様の声って「龍河洞って感じの悪い」と思うでしょう。
	雨の日にアーケード内で雨漏りがするのは論外。早急に修繕を。

(11) ヒアリング調査の結果について

役割分担

問題意識		検討課題	
龍河洞保存会	①開洞以来、保存会の力が強すぎたこともあるかも。	龍河洞保存会	①保存会は依存ではなく自らが立つ意欲を持ってもらいたい。
	②利益を逆川だけで還元していったから。		②再興への意欲を持つべき。集客力のあるところから学ぶべき。
	③龍河洞は集落の独占、逆川だけで利益を還元していたこともあると思う。		③保存会は馬力はまだあると思う。やる気になったら何でもできると思う。
	④龍河洞は素人の集まりのような気がする。マネジメントのできる事務に精通した人がいない。		④人材の育成。
	⑤保存会は観光とはどんなものか知らない人が多い。		⑤外部から知識人を登用する。
	⑥入洞者の低迷について保存会自体は困っている事は無いと思う。経済的に個人の家計で見ても龍河洞一本でやっている人はいないのではないのか。		⑥工科大学との提携。
	⑦地元の若い人材が何かしようとすると止められることもある。若い人材が育っていない。		⑦教育委員会との連携（郊外学習の場）。
	⑧今の組織ではうまくいかないと思う。		
土産品店	①龍河洞という資産で何とか持ちこたえているが致命的である。	土産品店	①団体客が来て土産品店が潤う。
	②“おもてなし”とか店の在り方とか重要なことですが緊要の課題は店同士の関係、地場の者とそうでない者の関係、保存会との関係も含めていろいろ「いがみ合っても」何の解決にもならないと思う。みんなで力を合わせてやっていくしかないと思う。		②お客さんがいなくなってもよくやっているとのおもう。
	③龍河洞のお店には昔の力はない。		③食事処が少ない。団体客が来ない。
行政	①市や県では龍河洞を活かして使う方向で考えていくしかないのではないのか。	行政	①市も県も保存会を助けるというのではなく、保存会を活かして高知県観光のために使っていくことを考える方が良い。
			②地元が一枚岩になる仕掛けを県とか行政がやるとよい。

課題と改善策

低迷させてきた要因		入洞者を増やす方策	
宣伝	①多岐にわたってセールス面が足りない。	積極宣伝	①積極的にセールス活動をする。
	②長期にわたってのセールス活動が足りなかった。		②共同でする宣伝する方法を考えたいのではないのか。お隣の祖谷がやっているようなこと。
改革困難	①十年一日のごとしで、目新しい新鮮さがなかった。マンネリ化。	商店街関係	③高知の食事処がやっているような営業活動の取り組みをすれば効果が上がるのではないのか。
	②観光地として時代に乗っていきける要素がプラスされてこなかった。		①シャッターが閉まって寂しい限り、ショッピングモールのようなものを作ったらいのではないのか。
バリアフリー	③自然系文化遺産であるので、手を加えることが出来なかったことも要因ではないのか。	学習の場	②シャッター商店街の他の利用方法を検討する。
	④時代や社会ニーズに合わせる困難さは理解できるが、周辺を含めて可能な場所など魅力ある観光整備をすべき。「穴」だけでは売れないと思う。		③山田は打ち刃物が有名ですので刃物の製造工程などを見学するとか包丁研ぎのイベントなどでもいいのではないのか。
その他	①お年寄りには厳しい観光地である。	B F	④そこでしか食べることが出来ないお店。
	②山頂からの帰り道の厳しさが一番の問題。		⑤鍛冶屋さんとの連携はいいと思う。
その他	③入洞者のほとんどのお年寄りは二度と来ないと言っている。お年寄りを大事にしないといけない。	イベント	①学校関係の学習の場として龍河洞を提供する。
	④龍河洞は全くと言っていいほどバリアフリーでない。階段である地形的な部分は殆ど改善しないといけない。		②地元の子供には必ず龍河洞のことを知ってもらうこと。
その他	⑤龍河洞は足腰が強くないといけない。	その他	③龍河洞は投資をしないのであれば、今あるものにプラスアルファを付与する程度の投資で、例えば「神の壺」を売るとか穴居民族の遺跡を小学生の学習の場としてもらうなどの方法もある。
	⑥年寄りには厳しい		①見学の帰路を快適にする乗り物が欲しい。これは保存会がやる気になったら直ぐにでも出来るのではないのか。
その他	①時代の流れである。	その他	②夏祭りやビアホールイベントは大盛況なのでたくさん企画をすればいいと思う。
	②日本三大鍾乳洞でありながら活気がなく暗い印象がある。		③投資にたよる資源化はかなりの額にならないと効果は出ないと思う。イベントをやっているがいいことだと思う。市民ボランティアや工科大生徒とのコラボも面白いと思う。
その他	③鍾乳洞だけでは通用しなくなった。	その他	①入洞すること以外の楽しみの付加価値があれば、また訪れることもある。
	④高速道路の整備により遠方まで行きやすくなってきた為、通過観光地になった。		②遺産が見直される時代。古いからこそ評価が高い。
その他	⑤鍾乳洞は一度経験するとなかなか二度目は厳しい。労力と時間とお金。	その他	③唯一の観光地であるので頑張ってもらいたい。
	⑥保存会と店主会が一枚岩でやっていくことが困難であったから。		④洞内の見せ方の演出。
その他		その他	⑤ちゃんとした調査で現状を地域の人に分かるようにする。関心のある人に集まってもらって将来の展望を議論していく。それをやる権限の人が動かないと現場は何もできない。

質問1. 龍河洞の現状について思うところは。

回答者 番号	ヒ ア リ ン グ 内 容
1	時代の流れは仕方がない。新婚旅行ブーム、国内旅行ブーム、みんな宮崎に向かった。高度経済成長期の頂点である。そういう時代に龍河洞もうまく乗っていた。そのブームが去って行ってしまった。洞窟は観光の中でもイメージが暗いし四万十川に比べるとイメージ的に吸引力は弱くなる。洞窟観光は今主流ではないかもしれない。高知から連想されるイメージの中では海が象徴的に捉えられることがある。龍河洞は山の中にある。龍河洞を目的として直接来る客は少なくなっている。
2	大変残念である。
3	団体が来て初めて土産品店は潤うと思う。ドル箱だった時代では旅行会社との付き合いも盛んにやっていた。支部長もやっていた。当時は今の「鯉船」のような立場の人がたくさんいた。今は他に食事をするところもたくさんできた。団体の受け入れはほとんどできない状況である。お店は今までの余韻で何とかもたせてはきているがそれも限界に近い。しかし、今でも旅行者には協力金を払っている。商売人がお金を払ってお客さんを連れてくる旅行者とタイアップはやっている。旅館は消費地に案内所を設けて人を呼んでくる。そのお客が観光地を回っている。保存会もそれを理解してほしい。保存会には観光業はどんなものか知っている人が少ない。いないかもしれない。基本に戻らないと。今、店にはその力はない。やり方はある。保存会に営業部門の実働隊をつくる。鯉船がやっているようなことをやれる人がいれば効果は上がるではないかと思う。
4	時代の流れに観光地として乗れるような要素がプラスされてこなかった。鍾乳洞だけでは通用しなくなってきた。そういう時代になってきたのではないかな、
5	多種にわたってセールス面が足りない。
6	自然遺産であるので展示物に手を加えにくいというのがネック。観光客の減少については、高度経済成長からバブル期のようなマス観光が少なくなり、長年の不況による経費節減ムードが定着し、個人観光客が主になった現在の流れの中で、高速道路の整備により遠方まで行きやすくなった。県内や近郊に、公・民間を問わず観光施設が沢山できたことによるパイの奪い合いや分散化が広まった。数値的にはバブル以前のように競合施設が少なかったころの年間入洞者100万人をピークとする過去の数字などと比較する方に無理があり、直近の年度比較の中で比較検討する必要がある。
7	高知全体の観光客数の低下。リピータの呼び込み
8	日本三大鍾乳洞と折角言われているのに誠に残念です。活気がなく暗い印象があります。お土産屋さん商品が少ないお店もあり、シャッターが下りたままのお店もある。
9	何年も行っていない。地元の間でもそれが現状。昔は強引な客引きもあった。年寄りには厳しい。
10	遺産がとても見直されている時代(古いからこそ評価される)です。あり方次第で伸びしろはあると思います。しかし、伸びしろをどうするかをまず自らが欲しなければ事態は動きません。まずは意欲(依存ではなく自らが立つ)を強く持ってください。

質問2.龍河洞に観光客が少なくなった原因はなんだと思いますか

回答者 番号	ヒ ア リ ン グ 内 容
2	過去の経緯も含めて話すと、「おもてなし」の体制が出来なかった。それは保存会と店主会が一枚岩でやっていくことが困難であったから。それは龍河洞が高知県の大きな観光資源であったことで保存会が相当の力を持っていたことに依拠すると思う。保存会の力が強すぎて行政が指導力を発揮することが出来なかった。モノ言うことが出来なかった。観光協会も龍河洞のためのモノであった。龍河洞は集落の独占であった。利益は逆川だけで還元していたこともあると思う。そんな思いが他の地域の人にはある。今はその反動でもある。「苦しくなって助けてくれはないだろう」という思いである。時代の流れを先取りして「これから先どうするか」それが出来なかった。保存会と店主会で利害関係が衝突することもあった。例えば、保存会は今はやってはいないけれど珍鳥センターの近くに売店を持っていて自分たちに客を誘導する方策を執っていた。これも店主会との足並みがそろわなかった原因となっていた。そのことが今日まで続く店主会との軋轢として残った。
3	見学コースの山頂からの帰り道の厳しさは一番の問題です。特に夏場は涼しさから、外に出て外気を浴びる道のりが厳しい。汗だくになる。お客さんからシャワーが欲しいとよく聞くことがある。お客さんが減った原因はそこだから。特にお年寄りには厳しい。ほとんどのお年寄りは「二度と来ない」と言っている。心臓発作で救急車を呼んだこともある。それこそ年寄りを大事にしないといけない。イベントではちょこちょこ人が集まるが、それだけのこと。ここへ来る年寄りは大半が来たことがある人が多い。つまりリピーターを大切にすることですね。このことは行政の力がないとできないと思う。
4	原因としては、やはり「十年一日のこと」でやってきたこと。ほとんどそれにプラスがされてきていない。難しいですね。目新しい新鮮さが無かった。マンネリ化の中でやってきた。
5	多種にわたってセールス面が足りない。
6	減少の原因の一つとして考えられる事として、龍河洞は、長期間営業しているので入洞経験者が多く、太古から変わらない洞窟内の見学は一度経験するとなかなかまた次に行こうとはならない。
7	入洞する楽しみ以外の付加価値(買い物・食事)があれば、より訪れることが楽しくなる。
8	洞内へは何度も入る方はいないと思うので他に何か「魅力」があればそこに行くと思います。例えば、そこでしか食べることが出来ないものがあるとか、お弁当でも、定食でも、スイーツでも、普通のものではだめです。おいしかったら、又めずらしかったら必ず口コミで広がるはず。マスコミやSNSを利用することも大事なことです。
9	接客が悪い時期があった。年輩者にはきつい。宣伝不足。
10	施設の性質から、改造改修など手を加えることが出来ず、時代や社会のニーズに合わせる困難さは理解できるが、周辺を含めて可能な場所などは魅力ある環境整備をすべき。「穴」だけでは「売れない」と思います。

質問3.保存会についてどんなふうに思っていますか。

回答者 番号	ヒ ア リ ン グ 内 容
1	保存会組織については、はっきり言って、事務局という機能が組織の中で働いていない。何年か経つと周辺環境や組織の事情も変わっていく。この事務局は組織の計画や目標を継承していくことがない。普通組織やったら事務局があって、例えばどういうふうにPRするとか事務局が考えて提案し、それを決定する機関がある。人が集まってする組織ではそれが普通であるが、そんなようになっていないような気がする。営業体制においても自分ところで、どういう風にやるかを考える運営のやり方あるはずであるが、それが出来ていない。今は会長一人が考えてやっているようである。ちゃんとした事務をやったことがある人を雇ってはどうかと思う。入館者が多かった時代はそんなことでもやっていけたのでしょうか、今は入洞者も少なくなっているのでは効果的にどう手を打っていくのか考えてやっていかないといけない時代になっている。今の龍河洞は素人の集まりであるような気がする。今の組織ではうまくいかないと思う。折角、事務の人がいるのに受付だけしかしていない。空いている時間にちゃんと事務をやっていたらいいのにとと思う。前の会長が長すぎたこともある。今までは勝手にお客さんが来ていた、これからはそういうことではないので変わらないといけない。岡崎会長になってからは少しずつではあるが変わってきていると思う。然し龍河洞にはマネジメントのできる事務に精通した人がいない。今まで農業しかやったことがない人が事務をやっていることが多いと聞く。人材の育成とか配置とかそういうことを考えた上での組織づくりや保存会の在り方を考える人がいないといけない。
2	保存会はリスクを以って何かをする体制ではない。保存会のシステムは特殊なもので理事さんが偉いものでもない。保存会自体が偉いわけでもない。会員さんに偉い人がいる。何かやるにしても一回では決められない。声の大きな力のある会員がいる。地権者とか。若い人がいない。公益財団になったのだからもっと外から若い人を入れるそれが一番の課題ではないか。イベント等に関しても、最初は自ら動くことをしない。かなり後ろ盾をしないとやらない。今では協力体制も少しは出てきたが、その人たちの年齢も高齢になってきた。地元の若い人が何かしようとするのを止められるようなこともある。若い人材が育っていない。
4	活動そのものについてはマンネリ化を感じる。県も市も保存会を助けるとかではなく保存会を活かして高知県観光のために使っていくことを考える方がいい。保存会自体は困ってどうこうはないと思う。個人的に見ても経済的に龍河洞一本で生活をかけてやっている人はいないのではないのか。それよりか市全体、県全体で龍河洞を生かして使う方向で考えていくしかない。龍河洞は他にないモノを持っているので。
5	多種にわたってセールス面が足りない。
9	入洞者への対応として、案内は今は係員が配置されている。以前はグループごとに係員が案内をしていた。案内の合理化は問題ではないと思うが。施設関係の整備していくこと。

質問4.商店街についてどんなふうに思っていますか。

回答者 番号	ヒ ア リ ン グ 内 容
2	金儲けにならなくなってどうしようもなくなっている致命的ですよ。時期を逃している悪いけれども。負の資産かも。龍河洞という資源で何とか持ちこたえている。素晴らしい龍河洞があるのに残念である。
4	おもてなしとか店の在り方とか重要なことではあるが近々の課題は店同士の関係であるし、地場の方とそうでない方の関係、保存会との関係も含めて。こうなってしまった現状では歴史的な経緯もあるかもしれないがそんなことでいがみ合っても何も解決にもならない。昔のようにひっきりなしにバスが通る時代はこないで、ここは皆で力を合わせてやっていくしかないと思う。
9	商店街はシャッターが閉まって寂しい限り。これは龍河洞に限らず全国的なことですが、賑わいのあるショッピングモールの様なものをつくったら。

質問5.これから龍河洞をどのようにすればいいと思いますか。

回答者 番号	ヒ ア リ ン グ 内 容
2	ちゃんとした調査で現状を地域の人に分かるようにする。基礎調査をもとに行政も含めて関心のある人が集まって話をする。将来の展望をしていく。これから行政も何かをやるときには足元をつつく。保存会をつつくのか店主会をつつくのか、話をしなければならないけれども、足元が固まらないので周りがなかなかやりづらい。最初はやっぱり龍河洞が振興計画をつくる、香美市としても別建てで振興プランを作る。行政が後ろ盾になってやらないと手につかない。たぶん。今回の事案である川村さんところの修復の問題もどこが主体になってやるか受け皿がいる。そんなことで将来的には地域が一枚岩になっていく仕掛けづくりをする。旗振りは行政が後は地元でやる。昔は家族みんながあそこで働きよった。みんなが理事やった。地元が一枚岩になる仕掛けを行政あるいは県がやるとよい。みんなお上には弱いから。現場で進めることが出来る立場にある人がそういうことをしない。アドバイスが出来ても、それをやれる権限というか立場にある人が100パーセントやってくれないとできない。そうでないと現場の人間は頑張ろうという心意気が出ない。いろんな場面でもなんでもかまんけど、前を切ってやってくれないと、そこにおるだけやったら何にも変わらない。どんどんほかに遅れてしまう。
3	見学の帰路を快適にする。例えば、モノレールのような人が安心して安全に乗れるものであればどんなものであってもいい。これは県や市の助成を借りて保存会がやる気になったらすぐにでもできると思う。馬力はまだ十分あるから。営業については、お隣の祖谷がいいことをやっている。例えば旅行会社の会議に何処かの店が行ったら、その店が他の店のパンフレットも一緒に持っていく。それだけでも地域が一丸となって共同で仕事をやっていることになる。業者の会議に「かずら橋」が来ていないことがない。いけるところは誰かが必ず行っている。ようはそういうことで旅行会社が祖谷を選べば誰かの店にお客が来る、つまり祖谷に人が集まることに変わりはない。「鯉船」がやっていることがいいことで其れをやらなければいけない。ピークの時期には5軒の店が頑張っていた。今の状態は個人ではできないので協働が重要だ。
4	龍河洞は投資をしないのであれば、いまある「穴居民族の生活の跡」、外にそれに関連したものがある。それに対しては、比較的少ない予算でプラスアルファの投資が可能ではないか、「神の壺」を売る方法も一つ、それらを使って小学生の学習の場、学校の様なものに方向転換することも一つではないか。あれは他にはないものだから。投資に頼る資源化は、かなりの投資でないと効果はでないとと思う。イベントをやっているがこれは良いことです。暮れのキャンドルサービスのイベントもいい。施設をつくらなかったらイベントを増やす方法もあるのでは。イベントも人手がいるボランティアを使うことも考えないといけな。観光協会も最近では工科大の学生に手伝ってもらっている。他に、ネックとなっている見学コースの厳しさを軽減する方法で何か作ったらいいのではないか
5	唯一の観光地ですので頑張っていたきたい。
6	リピータを掘り起こすため新しいサムシングを想像する。冒険コースの新ルートの開発。洞内の見せ方を変える。(演出面) 夏祭りやビアホールイベントは大盛況なのでイベントをたくさん企画してその来場者を取り込む。積極的にセールス営業に出て団体客の誘致を行う。シャッター商店街の他の利用方法を検討する。
7	入洞者の分析をして(年齢階層)より効果的な宣伝戦略を考える。イベント等、シャッター通りの活性化を図る。
8	一般のお客様は一度行けば何度もいく観光地ではないと思います。県内の小中学校に入洞してもらい、お弁当を食べるところを用意する。天気の良い日には屋外でお弁当を食べるところを用意する。下の駐車場に鍛冶屋さんが作業しているので説明してもらったり見学できるようにしてもらおうのはどうですか。10月には近くの秋葉山に旅する蝶「アサギマダラ」も飛んできます。観察やマーキングをするのも楽しいと思います。

9	折角工科大があるので、ゼミ等で使っていただく。地質学や学術的な資料館なんかも殺風景な展示をしているので学生に協力いただいて今流に整備をする。小学生の学習の場として、龍河洞の生い立ちなんかを学生に協力いただいて使ってもらう。食事場所がない。コンビニとか賑わいも兼ねて地産地消の物産を農家のおばさんが青空市場のような形でいいから販売をする。食事なんかも最近はインバウンドが増えていので団費関係も高くないように食事はオプションの様なもので気に入った物を食べられるシステムを導入、そうした体制を作っていく。いろんな機会をとらえてイベントの実施や告知をして家族ぐるみで来れるようなものを作っていく。家族で来てもお年寄りが入洞できないので、その対応として、山田は打ち刃物が有名ですので刃物の製造工程の見学とか展示、ちょっと庖丁とぎとかのサービスとか昔の賑わいに持っていくような仕掛けづくりをする。また学校関係で小学校、中学校の遠足、学習の場として入洞料を格安にする。地元の間人は小さい時から龍河洞があることを教育の面から知ってもらう。そのことを教育委員会にお願いしたらいいのではないのか
10	まず再興への意欲を持つべきです。次に集客力のある所から学ぶべきです。洞穴プラスアルファが必要だと思います。頑張っているところは意欲と投資(知恵や人材)が前向きです。例えばゴールデンウィーク時の人出など観光客の動きが報道されていますが最近は何だか龍河洞は対象施設から外されつつあるのではと感じています。そのことは高知県を代表する位置づけではなくなっているのではと寂しくもあります。

質問6.地域のことについて、

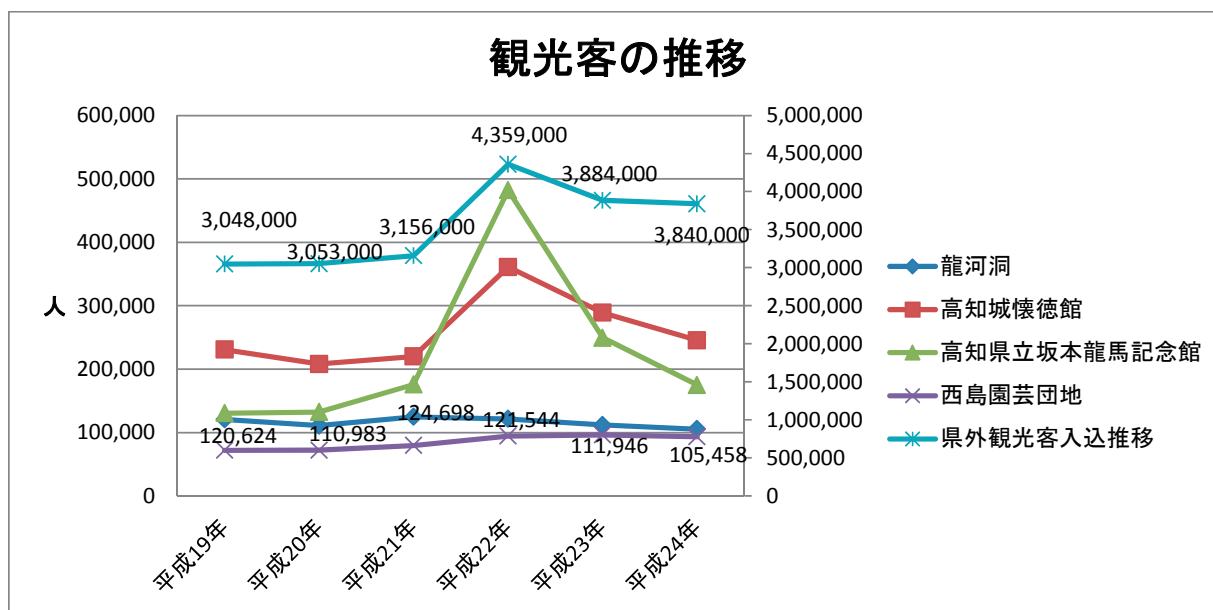
回答者 番号	ヒ ア リ ン グ 内 容
2	香美市の人間は好きですよ。行政は守りの精神がある。山田の人はヒトの言うことは聞かない。自分の生活には困っていない適当に豊かであるから。その中でも別に大好きなところですよ。住むにはいいところ。
10	投資額が大きければ何も龍河洞に引っ付かなくてもいいのではないのか、何にも龍河洞、逆川の部落に入って作らなくともいいのではないのか。一時は龍馬歴史館も結構活躍をした時期もあった。何かを創ってお客さんを呼ぼうとすることは難しい。
6	近隣のアクランドもリニューアルオープンになりますのでエリアの魅力を高め、全国のお客様に楽しんでもらう異様に頑張ります。
5	貴重な自然遺産であり、観光資源である龍河洞をより多くの人に知ってもらいたい。
8	素晴らしい鍾乳洞なので、たくさんの人に見ていただきたいです。国内だけではなく、海外のお客様にも紹介をして是非来ていただきたいです。香美市の大きな財産ですし、私たち観光協会もどんどん宣伝していきますので皆さん知恵を出してもっと魅力ある龍河洞にしていきたいです。

(12) 観光統計からの知見について

次表は、平成19年から24年までの6年間に亘り「高知県観光客入込数」と龍河洞を含む中央観光圏にある主要観光施設の入場者の数値を比較分析したものである。

県外観光客推移

	龍河洞	高知城懐徳館	高知県立坂本龍馬記念館	西島園芸団地	県外観光客入込推移
平成19年	120,624	230,806	130,732	71,981	3,048,000
平成20年	110,983	207,993	132,495	72,190	3,053,000
平成21年	124,698	219,993	175,666	79,759	3,156,000
平成22年	121,544	360,877	482,023	94,480	4,359,000
平成23年	111,946	289,072	249,588	96,400	3,884,000
平成24年	105,458	245,400	175,058	93,447	3,840,000



相関係数

		龍河洞	高知城懐徳館	本龍馬記念館	西島園芸団地	県外観光客入込推移
龍河洞	Pearson の相関係数					
高知城懐徳館	Pearson の相関係数	.174				
高知県立坂本龍馬記念館	Pearson の相関係数	.152	.898*			
西島園芸団地	Pearson の相関係数	-.291	.740	.723		
県外観光客入込推移	Pearson の相関係数	-.155	.913*	.872*	.923**	

*. 相関係数は 5% 水準で有意（両側）です。

**. 相関係数は 1% 水準で有意（両側）です。

〔説明〕6年間の観光客の推移をもとに「県外観光客入込推移」と4施設の入場者数の相関を分析してみた。それによると、龍河洞を除く施設の入場者数と「県外観光客入込推移」との相関は非常に高い正の相関がみられた。つまり龍河洞を除く施設は県外観光客が増えると施設の入場者も増えているということである。それに比べ、龍河洞の相関係数はマイナスの0.155であった。龍河洞の入洞者は「県外観光客入込推移」の増減とは逆の方向に推移してきたということである。いずれにしても高知県の観光振興策の果実は龍河洞とは全く関係のないところにあるのかもしれない。

(13) 既存の印刷物からの情報露出度調査

[説明] 情報露出度の観点から龍河洞を見た。対象とする印刷物（3点）は、県観光部とコンベンション協会が本年度観光客に配布している公式の宣伝物である。掲載されている内容は県下全域に亘りそれぞれのテーマに沿って観光素材や観光施設が照会されている。下記の表は、中央観光圏の中の五つの代表的な観光施設の情報露出度を抜粋した一覧表である。

情報露出度とは記事内に照会されているコピーや写真の掲載面積を測ったものである。調査者の計測によれば龍河洞の露出度は県立牧野植物園の次に低くなっている。お隣のアンパンマンミュージアム、西島園芸団地と比べると10ポイント以上低くなっている。

これも県との連動性の低さの結果とみなすこともできる。



単位：平方センチメートル

印刷物の種類 (県・コンベンション)	掲載スペース					総スペース
	龍河洞	アンパンマンミュージアム	高知城	西島園芸団地	高知県立牧野植物園	
こうちじん	99	99	153	114	48	29,184
リョーマの休日 豊穰の高知をおすそわけ	78	91	106	20	24	12,096
リョーマの休日 高知の団らんをおすそわけ	14	92	72	118	91	12,096
合計	191 0.36%	282 0.53%	331 0.62%	252 0.47%	163 0.31%	53,376

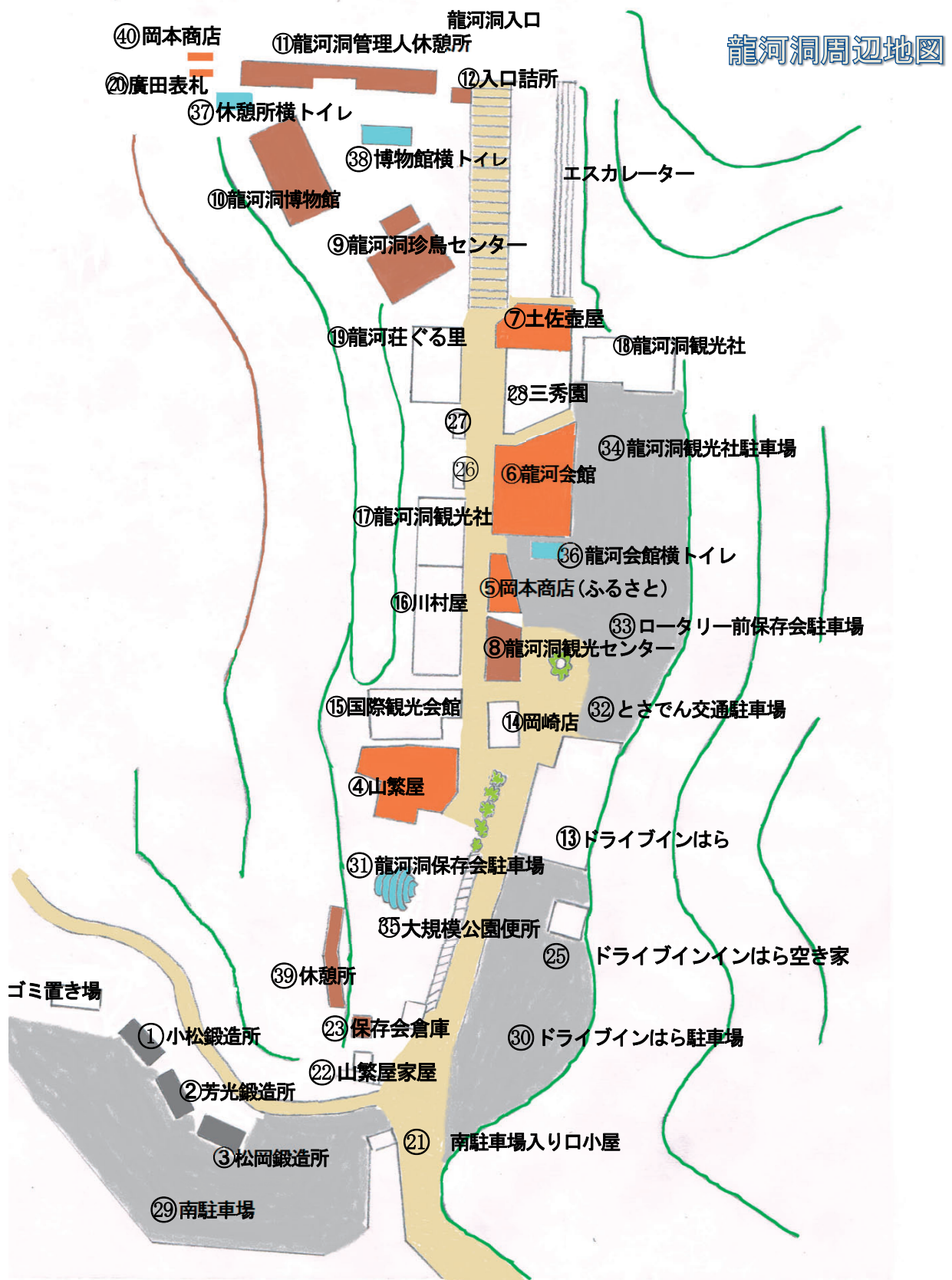
4.調査結果の詳細Ⅱ

(1) 龍河洞建造物施設一覧

使用状況	業種区分	名称	備考
営業施設	龍河洞保存会施設	⑧龍河洞観光センター	保存会事務局、観光案内所
		⑨珍鳥センター	
		⑩龍河洞博物館	
		⑪龍河洞管理人休憩所	
		⑫入口詰所	
		⑬龍河荘ぐる里	
		⑭休憩所	
		⑮保存会の倉庫	
	個人経営売店	④山繁屋	土産品販売・食堂
		⑤岡本商店(ふるさと)	土産品・果物販売
		⑥龍河会館	土産品・果物販売、食堂
		⑦土佐壺屋	打ち刃物・工芸品販売、実演
		⑯廣田表札	表札製造販売
		⑰岡本商店(山頂店)	打ち刃物専門店
		⑱龍河洞観光社所有	自販機設置
	製造工場	①小松鍛造所	打ち刃物製造
		②芳光鍛造所	打ち刃物製造
		③松岡鍛造所	打ち刃物製造
廃業・空き家施設	個人所有	⑬ドライブインはら	居住者あり
		⑭岡崎店	空き家
		⑮龍河洞国際会館	空き家
		⑯川村屋	空き家
		⑰龍河洞観光社(川村屋隣)	空き家
		⑱龍河洞観光社	空き家
		⑳三秀園	空き家
		㉑山繁屋所有の家屋	プレハブ住居、居住者なし
		㉒南駐車場入り口の小屋	空き家、物置
		㉓保存会建物	不明
		㉕ドライブインはら空き家	空き家
		㉖龍河洞観光社空き家	鉄骨
利用	駐車場	㉙南駐車場	
		㉚ドライブインはら駐車場	
		㉛龍河洞保存会入口駐車場	
		㉜とさでん交通バス駐車場	
		㉝ロータリー前保存会駐車場	
		㉞龍河洞観光社駐車場	
	トイレ 龍河洞保存会管理	㉟大規模公衆便所	
		㊱龍河会館横トイレ	
		㊲入口従業員休憩所横トイレ	
		㊳博物館横トイレ	

〔説明〕 龍河洞には大小合わせて 34 余りの建造物があるが、観光客の目に触れるメイン通りで営業している店舗は 4 店舗だけとなっている。(地図にはオレンジで表示してある。) 後は、保存会の建物(茶色で表示)を除くと廃屋同然の個人所有の建造物が雑然と配置された状態にある。(地図には白抜きで表示してある。) この他、少し離れたところにあるのが、打ち刃物の製造工場(灰色で表示)の三軒と山頂部分にある刃物を販売している店舗、博物館近くの表札店である。 駐車場は、6 か所あり駐車台数は全部で約 270 台が駐車可能かと思われる。 トイレは単独のものが 4 か所ある。

(2) 龍河洞地区周辺地図



(3) 龍河洞建造物に関する調査

店 舗 名	①小松鍛造所
業務内容	打ち刃物製造
事業組織	個人経営
建造物 所 有 築 年 従業員 備 考	建物構造 木造平屋 建物は個人所有、土地は借地 築年 平成 22 年 従業員 1 人、



店 舗 名	②芳光鍛造所
業務内容	打ち刃物製造
事業組織	個人経営
建造物 所 有 築年 従業員数 備 考	建物構造 木造平屋 建物は個人所有、土地は借地 築年 平成 22 年 従業員 2 人、 小学生による製造見学の実績あり。



店 舗 名	③松岡鍛造所
業務内容	打ち刃物製造
事業組織	個人経営
建造物 所 有 築 年 従業員数 備 考	建物構造 木造平屋 建物は個人所有、土地は借地 築年 平成 22 年 従業員 2 人、



店 舗 名	④山繁屋
業務内容	土産品販売・食堂
事業組織	個人経営
建造物 所 有 築年 従業員数 備 考	建物構造 鉄骨造 2 階建て 土地建物個人所有 築 40 年以上 従業員 1 人 (販売員) 団体食事可能、要予約



店 舗 名	⑤岡本商店（ふるさと）
業務内容	土産品・果物販売
事業組織	個人経営
建造物	建物構造 木造一部鉄骨
所 有	土地建物個人所有
築年	築 40 年以上 3 年前リフォーム
従業員数	店舗販売員 1 名
備 考	後継者はいる。 耐震、防火対策あり。



店 舗 名	⑥龍河会館
業務内容	土産品・果物販売、食堂
事業組織	個人経営
建造物	建物構造 鉄骨造 3 階建て
所 有	土地建物個人所有
築年	築 40 年以上
従業員数	従業員 3 人、
備 考	団体食事可能 50、最大 100 人 後継者あり。



店 舗 名	⑦土佐壺屋
業務内容	打ち刃物、工芸品販売
事業組織	個人経営
建造物	建物構造 鉄骨造 2 階建て
所 有	土地建物個人所有
築年	築 40 年以上
従業員数	従業員 2 人、
備 考	刃物実演



事業者名	⑧龍河洞観光センター
業務内容	保存会事務・総合観光案内
事業組織	公益財団法人
建造物	建物構造 木造から鉄骨に改造 3 階建て
所 有	土地建物龍河洞保存会所有
築年	築年 昭和 35 年 10 月
事務局	常勤役員 2 人、事務員 2 名
備 考	



事業者名	⑨龍河洞珍鳥センター
業務内容	珍鳥の飼育と観覧
事業組織	公益財団法人
建造物 所 有 築年 従業員数 備 考	建物構造 鉄骨造3階建て 土地建物龍河洞保存会所有 築年 昭和43年12月 従業員 飼育員1人、 オナガドリ等の飼育を無料見学



事業者名	⑩龍河洞博物館
業務内容	博物館
事業組織	公益財団法人
建造物 所 有 築年 管理者 備 考	建物構造 鉄筋コンクリート 土地建物龍河洞保存会所有 築年 昭和47年9月 管理者 1人(学芸員) 先住民族の弥生式土器、鉾物等 学術資料の展示



事業者名	⑪龍河洞管理人休憩所
業務内容	休憩施設
事業組織	公益財団法人
建造物 所 有 築年 備 考	建物構造 鉄骨プレハブ 土地建物龍河洞保存会所有 築年 昭和46年 保存会従業員の休憩施設



事業者名	⑫入口詰所
業務内容	入洞者からの料金徴収
事業組織	公益財団法人
建造物 所 有 築年 備 考	建物構造 プレハブ 土地建物龍河洞保存会所有 築年 昭和46年



事業者名	⑬ ドライブインはら
業務内容	土産品、食堂 今は廃業
事業組織	個人経営
建造物	建物構造 鉄筋コンクリート 2階建
所 有	個人所有
築年	築 40 年以上
備 考	居住者あり。



事業者名	⑭ 岡崎店
業務内容	喫茶、土産品店 今は廃業
事業組織	個人経営
建造物	建物構造 鉄筋コンクリート 2階建
所 有	個人所有
築年	築 40 年以上
備 考	



事業者名	⑮ 龍河洞国際会館
業務内容	土産品、食事 今は廃業
事業組織	有限会社
建造物	建物構造 鉄筋コンクリート 3 階、一部 4 階建
所 有	土地建物有限会社所有
築年	築年 昭和 41 年
備 考	



事業者名	⑯ 川村屋
業務内容	土産品、食事 今は廃業
事業組織	個人経営
建造物	建物構造 鉄筋コンクリート 2 階建
所 有	土地建物個人所有
築年	築 40 年以上
備 考	



事業者名	⑪ 龍河洞観光社（川村屋隣）
業務内容	土産品、食事 今は廃業
事業組織	個人経営
建造物 所 有 築年 備 考	建物構造 鉄骨造り2階建て 土地建物個人所有 築 40年以上 管理は土佐壺屋



事業者名	⑫ 龍河洞観光社
業務内容	土産品、食事 今は廃業
事業組織	個人経営
建造物 所 有 築年 備 考	建物構造 鉄骨鉄筋コンクリート2階建 土地建物個人所有 築 40年以上 管理は土佐壺屋



事業者名	⑬ 龍河荘ぐる里
業務内容	土産品、食事 今は廃業
事業組織	公益財団法人
建造物 所 有 築年 備 考	建物構造 鉄骨一部2階建て 土地建物龍河洞保存会 築 40年以上、改修工事あり 小学生の学習スペースとして利用可能



事業者名	⑭ 廣田表札
業務内容	表札の製造販売
事業組織	個人経営
建造物 所 有 築年 従業員数 備 考	建物構造 プレハブ1階建 土地建物とも借地借家 築 40年 以上 従業員 1人、



事業者名	④⑩ 岡本商店
業務内容	打ち刃物専門店
事業組織	個人経営
建造物 所 有 築年 従業員数 備 考	建物構造 鉄骨造り 土地建物個人所有 築 40 年 以上 従業員 1 人、 耐震防火対策はない。 後継者はいる。各種保険加入。



事業者名	②① 南駐車場入り口の小屋
利用内容	駐車場の料金徴収所今は使用していない。
事業組織	個人経営
建造物 所 有 築年 備 考	建物構造 鉄筋ブロック 土地建物個人所有 築 40 年以上 空き家、物置



事業者名	②② 山繁屋所有の家屋
利用内容	住居、今は使っていない
事業組織	個人
建造物 所 有 築年 備 考	建物構造 プレハブ住宅 建物個人所有 土地は 比較的新しい。 空き家



事業者名	②③ 保存会の倉庫
利用内容	駐車場従業員の詰所
事業組織	公益財団法人
建造物 所 有 築年 備 考	建物構造 鉄筋ブロック 土地建物龍河洞保存会所有 築 40 年以上 物置として使用



事業者名	㊹
利用内容	不明
事業組織	公益財団法人
建造物 所有 築年 備考	建物構造 鉄筋ブロック 土地建物龍河洞保存会所有 築 40 年以上



事業者名	㊺ ドライブインはら
利用内容	空き家
事業組織	個人経営
建造物 所 有 築年 備考	建物構造 鉄筋コンクリート 3階建て 土地建物ドライブインはら所有 築 40 年以上



事業者名	㊻
利用内容	空き家
事業組織	個人経営
建造物 所 有 築年 備考	建物構造 鉄骨プレハブ 土地建物龍河洞観光社所有 築 40 年以上 管理は土佐壺屋



事業者名	㊼
利用内容	自販機の設置
事業組織	個人経営
建造物 所 有 築年 備考	建物構造 鉄骨プレハブ 土地建物龍河洞観光社所有 築 40 年以上 管理は土佐壺屋



事業者名	㊹三秀園
業務内容	土産品店、今は廃業
事業組織	個人経営
建造物 所 有 築年 備 考	建物構造 鉄骨 土地建物龍河洞観光社所有 築 40 年以上 管理は土佐壺屋



名 称	㊹南駐車場
業務内容	保存会に駐車場として貸与 (年間契約)
事業組織	個人経営
所 有 駐車台数 備 考	南駐車場個人所有 普通車 110 台、軽 6 台



名 称	㊺ドライブインはら駐車場
業務内容	駐車場、現在は開放状態、観光 客は自由に使っている。
事業組織	個人
所 有 駐車台数 備 考	ドライブインはら個人所有 普通車 約 70 台



名 称	㊻龍河洞保存会入口駐車場
業務内容	無料駐車場
事業組織	公益財団法人
所 有 駐車台数 備 考	龍河洞保存会所有 普通車 約 40 台、



名 称	㊟とさでん交通バス駐車場
業務内容	大型バス駐車場
事業組織	株式会社
所 有 駐車台数	とさでん交通株式会社所有 大型バス 5 台 (D原横) 大型バス 3 台 (龍河会館ト イレ横)
備 考	



名 称	㊟ロータリー前保存会駐車場
業務内容	保存会専用駐車場
事業組織	公益財団法人
所 有 駐車台数 備 考	龍河洞保存会所有 駐車台数 普通車 10 台



名 称	㊟龍河洞観光社駐車場
業務内容	駐車場 (繁忙期保存会に有料で貸与)
事業組織	個人経営
所 有 駐車台数 備 考	龍河洞観光社所有 駐車台数 普通車 約 40 台



名 称	㊟大規模公園便所
内 容	大型トイレ
管理者	龍河洞保存会
所 有 備 考	龍河洞保存会所有 平成 1 年完成



名 称	㊦ 龍河会館横トイレ
内 容	トイレ
管理者	龍河洞保存会
所 有 備 考	龍河洞保存会所有 築 40 年以上



名 称	㊧ 入口従業員休憩所横トイレ
内 容	トイレ
管理者	龍河洞保存会
所 有 備 考	龍河洞保存会所有 築 40 年以上



名 称	㊨ 博物館横トイレ
内 容	トイレ
管理者	龍河洞保存会
所 有 備 考	龍河洞保存会所有 築 40 年以上



名 称	㊩ 休憩所
内 容	休憩施設
管理者	龍河洞保存会
所 有 備 考	龍河洞保存会所有 ログハウス調の休憩施設



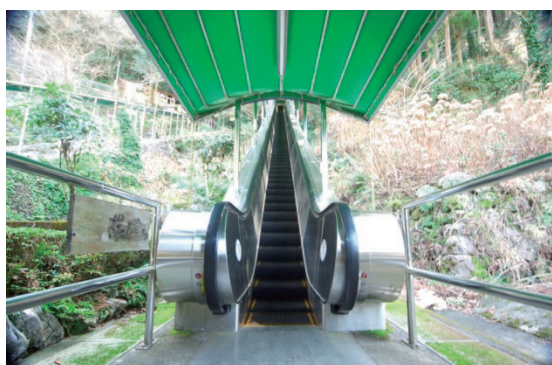
料金所付近から商店街を俯瞰する。



アーケード



エスカレーター 昭和60年3月9日



入口付近の階段



帰路の階段



5.調査研究

社会関係資本の醸成と観光振興について

仮説的に、龍河洞は、保存会を中心とした逆川地区のコミュニティで成り立っていると仮定すれば、龍河洞の活性化は、このコミュニティの再生であるとも考えられる。近年コミュニティを再生する新たな視点として、社会関係資本（ソーシャルキャピタル）の概念が重視されている。社会関係資本とは、信頼に裏打ちされた豊かな人間関係の醸成であり互酬性の規範でもある。また交流を促進するパーソナルネットワークの構築も社会関係資本の重要な要素となっている。

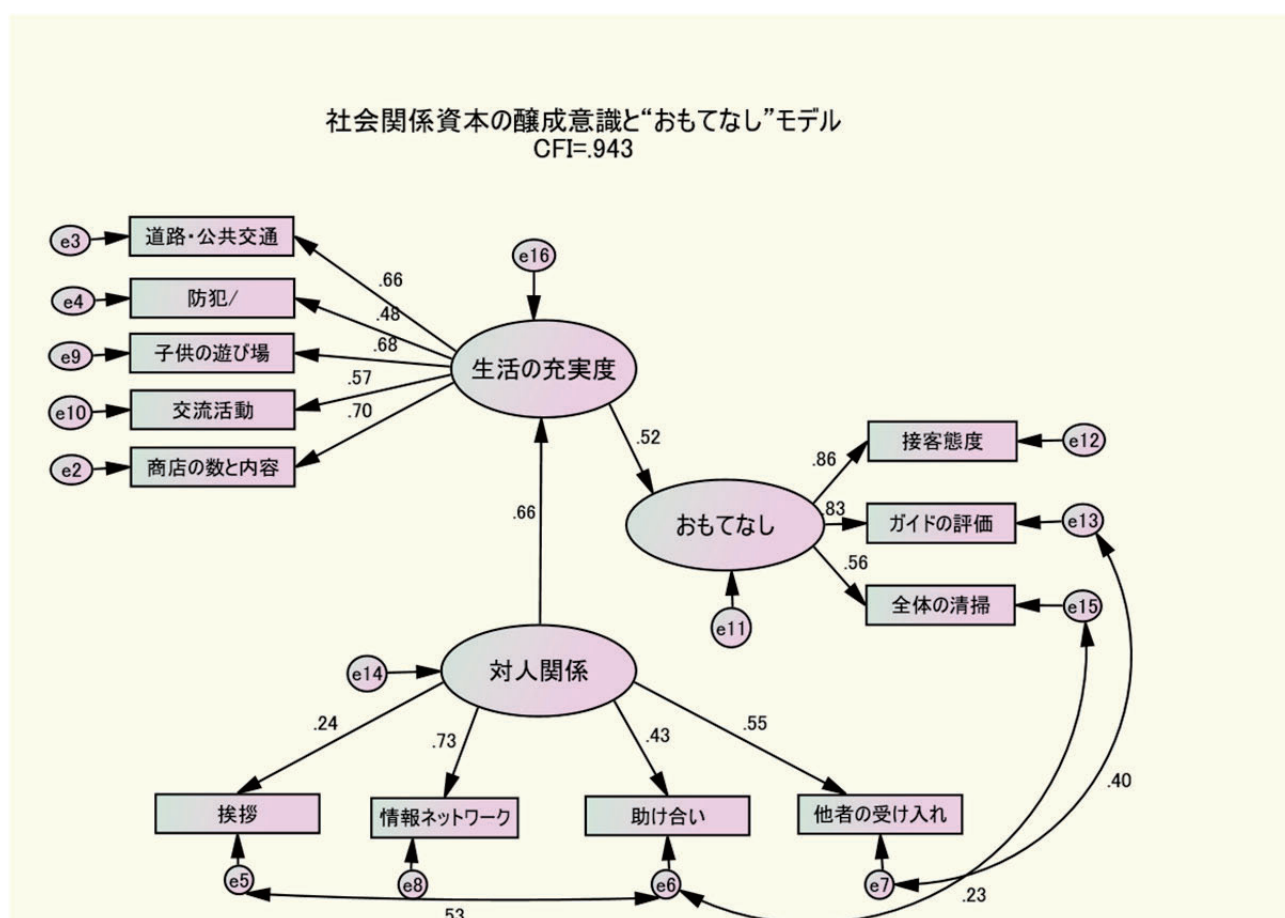
一方、持続性のある観光地の条件としてよく言われることではあるが「そこに住んでみたい」と思わせるような地域の魅力を引き出していくことの重要性がある。これには、景観等、地域固有の物的要素だけではなくソフト面の充実に代表される“おもてなし心”も魅力の一つとなっている。

共分散構造分析による仮説の検証

この分析モデルは、12の観測変数（）と3つの潜在変数（）、16個の誤差変数（）を構成概念とした多重指標モデルといわれるものである。まず、潜在変数である「対人関係」からは4つの観測変数が測定されている。続いて潜在変数である「生活充実度」からは5つの観測変数が測定されている。因果的な流れの最後としての潜在変数である「おもてなし」からも3つの観測変数が測定されている。

この仮説は、社会関係資本である「対人関係」と「生活の充実度」の醸成が“おもてなしの心”を育み、そのことが「接客態度」や「観光ガイド」「美しい観光地づくり」に生かされ、結果的に龍河洞の観光客の増進に良い影響を及ぼすというものである。

つまり、社会関係資本の醸成が“おもてなし”に与える影響を量的に確認するモデルである。



「対人関係」を構成する観測変数は「挨拶」「情報ネットワーク」「助け合い」「他者の受け入れ」である。強く出ているのが「情報ネットワーク」で 0.73、「他者の受け入れ」が 0.553 であった。

「生活充実度」を構成する観測変数は「道路・公共交通」「防犯」「子供の遊び場」「交流活動」「商店の数と内容」である。強く出ているのが「商店の数と内容」で 0.698、「子供の遊び場」0.679、「道路・公共交通」0.656 であった。「おもてなし」を構成する観測変数は「接客態度」「ガイドの評価」「全体の清掃」である。「接客態度」「ガイドの評価」は大変強い関係が読み取れる。

因みに、下記の表は変数間の強さを表した標準化総合効果（標準化間接効果と標準化直接効果）のパス係数の一覧である。パス係数は-1.0～+1.0 の間の値をとり、1.0 に近いほど変数間の関係が強いと解釈する。

標準化総合効果（標準化直接効果・標準化間接効果）

(潜在変数)と質問項目(観測変数)	(潜在変数)		
	対人関係	生活の充実度	おもてなし
生活の充実度	0.655		
おもてなし	0.34	0.518	
情報収集のためのネットワークを持っている。	0.733		
公民館活動や、その他の交流活動。	0.375	0.572	
安心安全な子供の遊び場。	0.445	0.679	
龍河洞の観光ガイドの評価は高い。	0.282	0.431	0.831
龍河洞は清掃が行き届いている。	0.189	0.288	0.556
龍河洞の従業員の接客態度は良い。	0.294	0.448	0.865
移住者や多様な人を受け入れることができる。	0.553		
互いに助け合い協力することが大切だ。	0.43		
人と会ったら挨拶をするよう心掛けています。	0.236		
治安、犯罪防止のための取り組み。	0.312	0.475	
道路、公共交通等の整備が行き届いている。	0.43	0.656	
買い物や飲食店舗の数と内容。	0.457	0.698	

※黄色系は直接効果、青系は間接効果

まず、潜在変数間のパス係数の強さを見ると、「対人関係」から「生活の充実度」には 0.655 が、また、「おもてなし」にも 0.518 というずれも強く影響していることが分かる。さらに「おもてなし」から伸びた「接客態度」には 0.865、「ガイドの評価」にも 0.831 と非常に強く、「全体の掃除」にも 0.556 と影響は強くなっている。

つまり、結論的に言えば、「生活の充実度」を高め、「対人関係」を豊かにすることが龍河洞の観光振興にとっては、重要な要素となっていることが分かった。因みにこのモデルの適合度を表した指標 CFI は 0.943 であてはまりは良好である。

6. 考 察

この調査から、龍河洞の再生にはいくつかの課題が浮き彫りにされてきた。

観光地経営の視座からは、龍河洞を生業とする人々の関係性が薄れているという点で、それが原因となって龍河洞で働く人々の龍河洞に対する思いが低くなり誇りが失われつつあるのではないかということである。

人びとの融和がなければ観光地としては成り立たない。そのことに観光客は敏感である。豊かな人間関係を取り戻すこと、それは社会関係資本の考え方に通じる信頼に裏打ちされた豊かな人間関係の醸成と互酬性規範の養成でもある。近くに居ながら遠くの存在である保存会と売店、両者はお互いに胸襟を開き、問題の共有化を図り共通する目標に向かって一丸となって進んでいくための努力を惜しまないでほしい。何を今更とは言わず、時間をかけて“氷”を溶かす行動を始めなければならない。それが緊要の課題である。

次に大きな事案となっているハード面の整備についてである。龍河洞に入ると、「空き家」や「その他の建物」が雑然と目に入ってくる。観光地の景観には程遠いと思われる。アーケード街はシャッター通りとなっている。見学しての帰路は坂が長く階段はきつい。そのことで高齢者から洞内見学は敬遠されている。これらをどうするか、ハード面の再生は、個別的にしる全体的にしる再生には、「思い」の共有化と環境形成の共同化の視点は重要である。売店エリアの再生について、高松市丸亀町商店街の手法を紹介してみる。観光地とは少し違うが人が集積するという点では同じである。ここでは地権者全員の参加による再開発事業を、「定期借地権方式」により「土地の利用と所有を分離」し「街づくり会社による施設の一括運営」をする街づくりを進めている。丸亀町の街づくりの歴史は古く、商店街振興組合が「全員合意で住み続けられる街づくり」という明確な目標を掲げて活動を継続してきている。

観光資源からの視点では龍河洞の固有性を活かし遊環構造を持った安全で安心して快適な観光地となる整備が望まれる。因みに観光のポテンシャルは学びである。歴史を学ぶということはビジターの学びの復習でもある。歴史にはそこに人がいて物語がある。そのことを忘れてはいけない。

地域経営、観光地経営、龍河洞経営については、マネジメント能力の優れた人材の必要性がある。さらに加えて若手でやる気のある人材の登用と人的資源のスキルアップ、組織間の役割分担の共有化を図ること。これらにおいて強力なリーダーシップのもと関係者がいつでも自由に思いを出し合える“場”の設定も重要である。また、ステークホルダーといわれる関係者との連携も欠かせない。

また、宣伝に関しては昔のやり方の踏襲ではもう通用しなくなっている。保存会に専門の営業担当を設けることも検討に値すると思う。例えば SNS に精通し旅行会社との交渉にあたる事が出来る若手人材の登用等、新たな仕組みづくりを売店ともども考えなくてはならない。

その他、個々の事案については、自由記述、ヒアリングでの情報が状況に適正に指摘されていると思う。その一つ一つを具現化していくことが今の龍河洞には重要なことである。行動がなければ結果は生まれない。

最後に「仙田満、佐藤滋 著 都市環境デザイン論」の一説を紹介したい。

『「洞窟」というのは鍾乳洞にしる、トルコの洞窟居住として有名なカッパドキアにしる、洞窟体験それ自体、人間の体内願望なのか、行ってみたいという気持ちにさせられる。洞窟的レストラン等でも心が落ち着いたりする。個別的でインティメント（親密的な）な空間は、人に良い思い出を残すのではないと思われる。穴的な空間体験は、小さな子供の遊び場におけるアジト遊びに似たところがある。アジトを秘密基地と訳することが多いのだが、隠れ家的で少し穏微的な空間は、人間が本来求める空間かもしれない。』

事象空間ラボ 代表 瀬川 孝一

7.参考資料

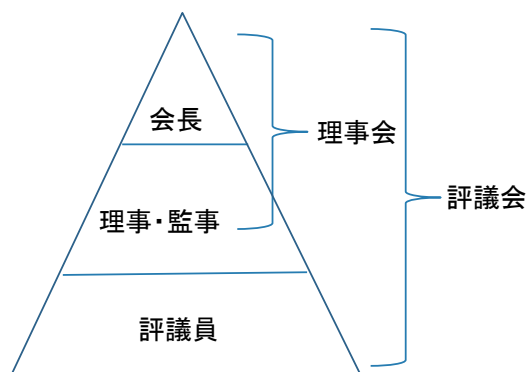
龍河洞の沿革

昭和6年8月9日	龍河洞公開。
昭和9年12月28日	天然記念物及び史跡として国の指定を受ける。
昭和12年3月31日	野市龍河洞線に野村自動車運航開始
昭和14年7月28日	財団法人龍河洞保存会設立が認可される。
昭和23年3月10日	洞内動物が天然記念物に追加指定を受ける。
昭和25年12月1日	省営バス、龍河洞線に乗り入れをする。
昭和27年10月27日	洞内電気照明完成、長年のカーバイトランプでの案内が終わる。
昭和29年4月16日	女子案内人を試験的に採用する。
昭和34年1月1日	龍河洞整備促進期成会が発足する。
7月8日	博物館完成、第2次洞内照明が完成。
昭和35年4月15日	珍鳥センターオープンする
10月1日	観光センターオープンする。
昭和41年7月25日	国際観光会館が落成。
昭和42年6月30日	龍河洞線土電私道を県道に編入する。
昭和44年3月29日	第二次龍河洞整備促進期成会が発足する。
昭和47年9月1日	博物館が改築オープン。
昭和48年	観光客が100万人を超える。
昭和55年	出口よりの遊歩道の改修と雨覆工事完了。
昭和58年	洞内歩道橋などをステンレスに改修する。
昭和60年3月9日	入口にエスカレーター完成。
平成1年5月26日	大規模公衆便所完成
平成2年4月4日	洞内照明工事が完成。
平成11年7月	体験型冒険コースを開始する。
平成13年8月	龍河洞祭りを始める。
平成23年12月	キャンドルナイトイベントを始める。
平成25年12月	照明をLEDに改修する
平成25年	公益財団法人に組織改正をする。

公益財団法人 龍河洞保存会の概要

事務局体制

龍河洞保存会の組織体制



龍河洞保存会の役職員構成

区分	役職	人員	備考
理事	会長(総務部長)	1名	役員
	管理部長	1名	
	施設部長	1名	
	非常勤理事	3名	
評議員	評議員	7名	
監事	監事	3名	
職員	事務職	7名	外部採用3人
	案内人	13名	
	飼育員	1名	珍鳥センター
	清掃業務	2名	

創造期（昭和51年～平成2年ごろ）の財団法人龍河洞保存会の取り組みとしては次の活動がありました。
保存会の主な事業計画・取り組み

ー龍河洞保存会編纂「龍河洞60年の歩み」からー

- ・入洞者の安全確保
- ・見どころの演出効果（特に照明）
- ・歩道や駐車場の整備
- ・洞内動物の保護
- ・博物館の充実
- ・宣伝活動

これらの事業を推進するために次のような方策がとられました。

行政、学識経験者による龍河洞開発の診断を実施し方策の検討を図りました。

「龍河洞整備促進期成会」等を広域的に組織し、行政の指導のもと整備促進に努めました。

先進地の視察、研修活動の実施をしました。

県、市あるいは観光業者との連合による宣伝活動を実施してきました。

従業員の福利厚生、就労の機会均、労働条件の改善に力を入れてきました。

現在に至る保存会の組織構成

理事会 会長、社長、総務、施設、管理

監事 3名

評議員 管理係 2名、施設係 4名、総務係 3名

この組織構図は現在も引き継がれています。

公益財団法人になった龍河洞保存会の事業としては次の項目が標記されています。

- ・龍河洞の管理及び保存を行い一般に公開すること
- ・観覧者又は研究者の便益を図ること。
- ・龍河洞の顕彰に必要な各種事業を行うこと
- ・その他、この法人の目的を達成するために必要な事業

昔の宣伝物に記載されていたキャッチコピー

掲載された年月日	宣伝媒体	キャッチコピー
昭和8年10月23日	大阪朝日新聞	我が国最古の穴居生活の遺跡 三千年そのままの弥生式土器 高知県下で世界的発見
昭和10年1月5日	毎日新聞	天然記念物を探る 秘宝を蔵する秘庫の龍河洞 千変万化 学 術上貴重な希少鍾乳石群の絶勝
昭和10年8月3日	土陽新聞	千個の謎—————。
昭和13年10月12日	大阪毎日新聞	人類の神秘境 龍河洞から珍動物
昭和28年	新聞広告	教育参考地、科学と自然力の併行 地下の神秘境 天然記念物及び史蹟
昭和31年	新日本百景人 気投票募集宣 伝物から	郷土の誇り土佐の代表
昭和31年	新聞広告	穴居の遺跡 大自然の妙技 奇趣快岩の秘境
昭和32年	新聞広告	天然記念物史蹟 南国土佐の秘境
昭和32年8月	読売新聞	洞穴は生きている
昭和34年	新聞広告	新日本百景第三位 天下の奇勝 龍河洞

昭和44年の新聞記事から

昭和44年	高知新聞	入洞者80万人を突破、ことしは百万人をめざす。 「最近観光客の声として『案内ぶりが事務的でおもしろくない』と いった苦情も聞かれるなど、地域利益に目を向けて観光客をお なざりにしたやり方に批判の目を向ける人もいる。これから100 万人観光地に脱皮するには、こういった基本的な問題を改めて 考える時期に来ているようだ。」
-------	------	--

龍河洞入洞料金の変遷

改訂年	個人客			団体客			
	大人	中人	小人	大人	高校生	中学生	小学生
昭和47年	300	200	150	270	170	140	80
50年	500	300	200	450	250	200	100
55年	700	450	300	630	400	350	200
61年	850	550	400	780	500	400	300
平成7年	1,000	650	500	650	650	550	400
平成26年	1,100	700	550	1,000	700	600	450

他県鍾乳洞の入洞料金一覧

施設名	個人客			
洞窟別	大人	中学生	小学生	幼児
龍泉洞	1,000	500	500	
あぶくま洞	1,200	800	600	
日原鍾乳洞	700	500	400	
飛騨大鍾乳洞	1,000	500	500	
秋芳洞	1,200	950	600	
七ツ釜鍾乳洞	510	300	200	100
球泉洞	1,050	735	630	525
昇竜洞	1,100	550	550	220
玉泉洞	1,650	830	830	830

龍河洞に入洞者を増やすための アンケート調査（お願い）

平成27年2月

拝啓

向春の候、ますます御健勝のこととお慶び申し上げます。日頃は大変お世話になっております。

さて、この度、高知の誇る”天下の名勝”龍河洞の調査を実施いたします。この調査は龍河洞による香美市活性化への政策立案の基礎資料といたします。内容は、ヒアリング調査とアンケート調査の2つで皆様の龍河洞への思いをお伺いするものです。「どうすれば龍河洞の入洞者を増やすことができるのか」「どのような要因が龍河洞の活性化に支障となっているのか」皆様一人ひとりの声をお聞きして、持続ある龍河洞の未来を考えます。

因みに、この調査は、県議会の政務活動費を活用して実施いたします。何かとご多忙の折とは存じますがご協力よろしくお願い申し上げます。

敬具

高知県議会議員 依光晃一郎

《アンケートご記入にあたってのお願い。》

- ①アンケート用紙のご記入はあなたご自身でお願いします。
- ②お答えは黒鉛筆などで強めにご記入ください。
- ③質問には正解や誤りはありません。気楽な気持ちでご記入ください。
- ④ご記入が終わりましたら記入モレの確認もお願いします。

《具体的な記入方法》

- ①あてはまる選択肢の番号に○をつける質問。
あてはまる番号に○をつけてください。

- ②5段階で評価する質問。（例）

それぞれの項目について、あてはまるものに○をつけてください。 (○は一つずつです)	そう 思 う	やや そ う 思 う	ど ち え ら な い も	あ ま り な い そ う	そ う 思 わ な い
○○○○○	5	4	3	2	1
△△△△	5	4	3	2	1
××××	5	4	3	2	1

調査内容は全て統計的な処理し個人情報としては一切外には
出ませんのでご安心ください。

調査実施者 事象空間ラボ 代表
社会調査士 瀬川 孝一

質問1 龍河洞の魅力について、あなたの思いをお聞かせください。	とてもはよくあるあ	ややあてはまるま	どちらでもない言	あまりあてはまらないは	まったくないあて
他の観光地とは違って新しい経験をすることが出来る。	5	4	3	2	1
ドキドキするような興奮を得ることが出来る。	5	4	3	2	1
龍河洞の歴史や地域伝統について学ぶことが出来る。	5	4	3	2	1
ストレスの解消が出来る。	5	4	3	2	1
スケールの大きな自然を体験できる。	5	4	3	2	1
価値観や人生観を変えるようなきっかけとなる。	5	4	3	2	1
いつもの自分とは違った新たな一面を発見できる。	5	4	3	2	1
案内人の方との会話は楽しい。	5	4	3	2	1

質問2 龍河洞(逆川)地区の日常生活における様々な充実度のついての思いをお聞かせください	非常に充実するし	すこし充実するし	どちらでもない言	あまり充実しないし	まったくない充実
公民館活動や、その他の交流活動。	5	4	3	2	1
お祭り、イベントなどの賑わい。	5	4	3	2	1
買い物や飲食店舗の数と内容。	5	4	3	2	1
道路、公共交通等の整備が行き届いている。	5	4	3	2	1
地域の暮らしに関する役所からの情報提供。	5	4	3	2	1
自然が守られている。	5	4	3	2	1
治安、犯罪防止のための取り組み。	5	4	3	2	1
安心安全な子供の遊び場。	5	4	3	2	1

質問3 あなたが日常的に感じている対人関係についての思いをお聞かせください。	とてもはよくあるあ	ややあてはまるま	どちらでもない言	あまりあてはまらないは	まったくないあて
人と会ったら挨拶をするよう心掛けています。	5	4	3	2	1
互いに助け合い協力することが大切だ。	5	4	3	2	1
何事にも前向きな考えを持っていると思う。	5	4	3	2	1
移住者や多様な人を受け入れることができる。	5	4	3	2	1
ご近所の付き合いは大切だと思っている。	5	4	3	2	1
ボランティア活動や街づくり活動は大切だと思っている。	5	4	3	2	1
趣味やその他のサークル活動などには積極的に参加している。	5	4	3	2	1
情報収集のためのネットワークを持っている。	5	4	3	2	1

質問4、龍河洞の“おもてなし”について あなたの思いをお聞かせください。	そう 思う	やや そう 思う	ど ち え ら な い も	あ ま り な い う	そ う 思 わ な い	わ か ら な い
龍河洞の従業員の接客態度は良い。	5	4	3	2	1	0
龍河洞の観光ガイドの評価は高い。	5	4	3	2	1	0
龍河洞のトイレは清潔である。	5	4	3	2	1	0
龍河洞は清掃が行き届いている。	5	4	3	2	1	0
龍河洞は安心・安全に十分に配慮されている。	5	4	3	2	1	0

質問5. 龍河洞からの情報発信(宣伝)についてお聞きます。	そう 思う	やや そう 思う	ど ち え ら な い も	あ ま り な い う	そ う 思 わ な い
龍河洞からの情報発信はこまめにしてほしい。	5	4	3	2	1
新聞・雑誌・テレビ・ラジオ等のメディア系の宣伝に力を入れるべきだ。	5	4	3	2	1
インターネット(SNS)を使って情報発信をすべきだ。	5	4	3	2	1
施設・展示物の説明はもっと分かりやすくしてほしい。	5	4	3	2	1
宣伝は龍河洞保存会が専門的に行うべきだ。	5	4	3	2	1
宣伝はそれぞれの立場で出来る事から始めるべきだ。	5	4	3	2	1

質問6. 観光地の一般的なマイナス要素を龍河洞にあてはめて 見ました。あなたの思いをお聞かせください。	そう 思う	やや そう 思う	ど ち え ら な い も	あ ま り な い う	そ う 思 わ な い
バスのネットワークがよくない。(便数、最寄りの駅から)	5	4	3	2	1
龍河洞に行くのは思ったより時間がかかる。	5	4	3	2	1
龍河洞はお年寄りや障害者には体力的につらいところがある。	5	4	3	2	1
高齢者や身障者に障害となるものがある。	5	4	3	2	1
見学料金が高い。	5	4	3	2	1
見学に時間がかかりすぎる。	5	4	3	2	1
食事する場所が少ない。	5	4	3	2	1
観光地にしては商店の賑わいが少ない。	5	4	3	2	1
龍河洞への誘導看板が少ない。	5	4	3	2	1
施設内の案内板が整備されていない。	5	4	3	2	1
強引に客引きをすることがある。	5	4	3	2	1

質問7. 龍河洞の活性化についていくつかの事柄を示しました。 あなたの思いをお聞かせください。	そう 思う	やや そう 思う	ど ち え ら な い も	あ ま り な い う	そ う 思 わ な い
環境や農業などの体験型の観光に力を入れるべきだ。	5	4	3	2	1
宿泊施設があるとよい。	5	4	3	2	1
B級グルメも十分観光資源となる。	5	4	3	2	1
地理や歴史など学習の場として利用すべきだ。	5	4	3	2	1
スポーツ合宿などに力を入れるべきだ。	5	4	3	2	1
漫画文化をもっと取り入れるべきだ。	5	4	3	2	1
森林セラピーやバードウォッチングに力を入れるべきだ。	5	4	3	2	1
ふだんの生活では体験できない見学メニューに力を入れるべき。	5	4	3	2	1
歴史的資源をもっと前面に出してほしい。	5	4	3	2	1
外国人観光客を誘致すべきだ。	5	4	3	2	1
観光振興には地域の理解が必要だ。	5	4	3	2	1
イベント系の回数と内容の充実を図ってほしい。	5	4	3	2	1
龍河洞ならではの特産品の開発が必要だ。	5	4	3	2	1
やる気のあるシェフにレストランをオープンしてもらおう。	5	4	3	2	1
地ビール工場を誘致する。	5	4	3	2	1
地場産業(打ち刃物)の実演販売の店をつくる。	5	4	3	2	1
周辺エリアと共同で博覧会の様な大型イベントを開催する。	5	4	3	2	1
お客さん呼び込むための新たな施設を整備する。	5	4	3	2	1
コンビニエンスストアがあるとよい。	5	4	3	2	1
人気のスイーツ店に来てもらう。	5	4	3	2	1

質問8. 将来(5年後)の入洞者を予測してみてください。	そう 思う	やや そう 思う	ど ち え ら な い も	あ ま り な い う	そ う 思 わ な い
何もしなくても入洞者は増えている。	5	4	3	2	1
このままでは入洞者は減少している。	5	4	3	2	1
今のままでも入洞者は変わらない	5	4	3	2	1

質問9. 観光地としての「龍河洞」をあなたが評価してください。

100点満点でなん点の評価をいただけますか。 _____点

あなたご自身についてお聞きます。

質問10. あなたの性別をお答えください。あてはまる番号に丸印をしてください。

1.男性 2.女性

質問11. あなたのお年についてお答えください。あてはまる番号に丸印をしてください。

1. 10代 2. 20代 3. 30代 4. 40代
5. 50代 6. 60代 7. 70代以上

質問12. あなたの職業についてお答えください。あてはまる番号に丸印をしてください。

1.龍河洞保存会勤務 2.会社員 3. 農林業
4. 公務員 5. 商業・工業自営 6. パート・アルバイト
7. 専業主婦 8. 学生 9. 無職 10. その他

質問13. あなたが現在住んでいる地域をお答えください。あてはまる番号に丸印をしてください。

1. 逆川 2.逆川以外の香美市内 3. 香美市以外

質問14. あなたは保存会の会員ですか。

1. 会員です。 2. 会員ではありません。

質問15. その他、質問項目以外で何かありましたらご自由にお書きください。

アンケートにご協力ありがとうございました。

龍河洞に入洞者を増やすための アンケート調査（お願い）

平成27年2月

拝啓

向春の候、ますます御健勝のこととお慶び申し上げます。日頃は大変お世話になっております。さて、ご支援を頂いております龍河洞ですが、入洞者は最盛期の一割近くまで落ち込む状況となっています。この状況に対し地元ではイベントの実施などいろいろと手は尽くしていますが、大きな成果には至っていないところであります。そこで行政支援も視野に入れた計画づくりの基礎データ収集を目的として、県議会の政務活動費を活用して調査を実施いたします。

つきましては、龍河洞の活性化に向けて観光の専門家であります皆様のご意見を拝聴いたしたく下記のアンケートを計画いたしました。

何かとご多忙の折とは存じますがご協力よろしくお願い申し上げます。

敬具

高知県議会議員 依光晃一郎

《アンケートご記入にあたってのお願い。》

- ①アンケート用紙のご記入はあなたご自身でお願いします。
- ②お答えは黒鉛筆などで強めにご記入ください。
- ③質問には正解や誤りはありません。気楽な気持ちでご記入ください。
- ④ご記入が終わりましたら記入モレの確認もお願いします。

《具体的な記入方法》

- ①あてはまる選択肢の番号に○をつける質問。
あてはまる番号に○をつけてください。

- ②5段階で評価する質問。（例）

それぞれの項目について、あてはまるものに○をつけてください。 (○は一つずつです)	そう思う	ややそう思う	どちらでもない	あまりない	そうもない
○○○○○	5	4	3	2	1
△△△△	5	4	3	2	1
×××××	5	4	3	2	1

調査内容は全て統計的な処理し個人情報としては一切外には出ませんのでご安心ください。

調査実施者 事象空間ラボ 代表
社会調査士 瀬川 孝一

質問1 龍河洞の魅力について、あなたの思いをお聞かせください。	とてもはよくあるあ	ややあてはまるま	どちらでもない言	あまりあてはまらないは	まったくないあて
他の観光地とは違って新しい経験をすることが出来る。	5	4	3	2	1
ドキドキするような興奮を得ることが出来る。	5	4	3	2	1
龍河洞の歴史や地域伝統について学ぶことが出来る。	5	4	3	2	1
ストレスの解消が出来る。	5	4	3	2	1
スケールの大きな自然を体験できる。	5	4	3	2	1
価値観や人生観を変えるようなきっかけとなる。	5	4	3	2	1
いつもの自分とは違った新たな一面を発見できる。	5	4	3	2	1
案内人の方との会話は楽しい。	5	4	3	2	1

質問2、龍河洞の“おもてなし”についてあなたの思いをお聞かせください。	そう思う	ややそう思う	どちらでもない	あまり思わない	そう思わない	わからない
龍河洞の従業員の接客態度は良い。	5	4	3	2	1	0
龍河洞の観光ガイドの評価は高い。	5	4	3	2	1	0
龍河洞のトイレは清潔である。	5	4	3	2	1	0
龍河洞は清掃が行き届いている。	5	4	3	2	1	0
龍河洞は安心・安全に十分に配慮されている。	5	4	3	2	1	0

質問3 龍河洞からの情報発信(宣伝)についてお聞きします。	そう思う	ややそう思う	どちらでもない	あまり思わない	そう思わない
龍河洞からの情報発信はこまめにしてほしい。	5	4	3	2	1
新聞・雑誌・テレビ・ラジオ等のメディア系の宣伝に力を入れるべきだ。	5	4	3	2	1
インターネット(SNS)を使って情報発信をすべきだ。	5	4	3	2	1
施設・展示物の説明はもっと分かりやすくしてほしい。	5	4	3	2	1
宣伝は龍河洞保存会が専門的に行うべきだ。	5	4	3	2	1
宣伝はそれぞれの立場で出来る事から始めるべきだ。	5	4	3	2	1

質問4. 観光地の一般的なマイナス要素を龍河洞にあてはめて見ました。あなたの思いをお聞かせください。	そう思う	ややそう思う	どちらでもない	あまりそうわない	そう思わない
バスのネットワークがよくない。(便数、最寄りの駅から)	5	4	3	2	1
龍河洞に行くのは思ったより時間がかかる。	5	4	3	2	1
龍河洞はお年寄りや障害者には体力的につらいところがある。	5	4	3	2	1
高齢者や身障者に障害となるものがある。	5	4	3	2	1
見学料金が高い。	5	4	3	2	1
見学に時間がかかりすぎる。	5	4	3	2	1
食事する場所が少ない。	5	4	3	2	1
観光地にしては商店の賑わいが少ない。	5	4	3	2	1
龍河洞への誘導看板が少ない。	5	4	3	2	1
施設内の案内板が整備されていない。	5	4	3	2	1
強引に客引きをすることがある。	5	4	3	2	1

質問5. ここの一年の中で、龍河洞に関係する業務はされましたか。

1. 業務はあった	2. 特にしていない。
-----------	-------------

質問6. 業務があった方、仕事の内容をお聞きします。あてはまる番号に丸印をしてください。

1. 送客業務	2. 手配業務	3. 問合せ業務	4. 相談	5. その他
---------	---------	----------	-------	--------

質問7. 最近(10年以内)龍河洞に行かれたことはありますか。あてはまる番号に丸印をしてください。

1. 行ったことはある。	2. 行ったことは無い
--------------	-------------

質問8. 龍河洞の活性化についていくつかの事柄を示しました。 あなたの思いをお聞かせください。	そう思う	ややそう思う	どちらでもない	あまりそうわない	そう思わない
環境や農業などの体験型の観光に力を入れるべきだ。	5	4	3	2	1
宿泊施設があるとよい。	5	4	3	2	1
B級グルメも十分観光資源となる。	5	4	3	2	1
地理や歴史など学習の場として利用すべきだ。	5	4	3	2	1
スポーツ合宿などに力を入れるべきだ。	5	4	3	2	1
漫画文化をもっと取り入れるべきだ。	5	4	3	2	1

森林セラピーやバードウォッチングに力を入れるべきだ。	5	4	3	2	1
ふだんの生活では体験できない見学メニューに力を入れるべきだ。	5	4	3	2	1
歴史的資源をもっと前面に出してほしい。	5	4	3	2	1
外国人観光客を誘致すべきだ。	5	4	3	2	1
観光振興には地域の理解が必要だ。	5	4	3	2	1
イベント系の回数と内容の充実を図ってほしい。	5	4	3	2	1
龍河洞ならではの特産品の開発が必要だ。	5	4	3	2	1
やる気のあるシェフにレストランをオープンしてもらおう。	5	4	3	2	1
地ビール工場を誘致する。	5	4	3	2	1
地場産業(打ち刃物)の実演販売の店をつくる。	5	4	3	2	1
周辺エリアと共同で博覧会の様な大型イベントを開催する。	5	4	3	2	1
お客さんをお呼び込むための新たな施設を整備する。	5	4	3	2	1
コンビニエンスストアがあるとよい。	5	4	3	2	1
人気のスイーツ店に来てもらう。	5	4	3	2	1

質問9.将来(5年後)の入洞者を予測してみてください。	そう 思う	やや そう 思う	ど ち え な い	あ ま り な い	そ う 思 わ な い
何もしなくても入洞者は増えている。	5	4	3	2	1
このままでは入洞者は減少している。	5	4	3	2	1
今のままでも入洞者は変わらない	5	4	3	2	1

質問10. 観光地としての「龍河洞」をあなたが評価してください。

100点満点でなん点の評価をいただけますか。 _____点

質問 11. 上記以外に何かありましたら忌憚のないところでご教授ください。

アンケートご協力有難うございました。

お手数ですが、係りの者が受け取りに参りますのでお渡しください。

龍河洞に入洞者を増やすための アンケート調査（お願い）

平成27年2月

拝啓

向春の候、ますます御健勝のこととお慶び申し上げます。日頃は大変お世話になっております。

さて、この度、高知の誇る”天下の名勝”龍河洞の調査を実施いたします。この調査は龍河洞による香美市活性化への政策立案の基礎資料といたします。内容は、ヒアリング調査とアンケート調査の2つで皆様の龍河洞への思いをお伺いするものです。「どうすれば龍河洞の入洞者を増やすことができるのか」「どのような要因が龍河洞の活性化に支障となっているのか」皆様一人ひとりの声をお聞きして、持続ある龍河洞の未来を考えます。

因みに、この調査は、県議会の政務活動費を活用して実施いたします。何かとご多忙の折とは存じますがご協力よろしくお願い申し上げます。

敬具

高知県議会議員 依光晃一郎

《アンケートご記入にあたってのお願い。》

- ①アンケート用紙のご記入はあなたご自身でお願いします。
- ②お答えは黒鉛筆などで強めにご記入ください。
- ③質問には正解や誤りはありません。気楽な気持ちでご記入ください。
- ④ご記入が終わりましたら記入モレの確認もお願いします。

《具体的な記入方法》

- ①あてはまる選択肢の番号に○をつける質問。
あてはまる番号に○をつけてください。

調査内容は全て統計的な処理し個人情報としては一切外には出ませんのでご安心ください。

調査実施者 事象空間ラボ 代表
社会調査士 瀬川 孝一

龍河洞建物等施設調査

調査期日
整理番号

屋号又は店舗名
建物の所在地

質問1. 建物の利用状況についてお聞きします。該当する番号に丸印をつけてください。

1	事務所	7	土産品全般販売
2	一般食堂・レストラン	8	農産物販売
3	喫茶店	9	観光施設
4	その他の飲食店(遊興関係を含む)	10	倉庫
5	打ち刃物専門店	11	その他の建物
6	工芸品加工販売	12	利用できない建物(廃屋等)

質問2. 建物所有者の事業組織についてお聞きします。該当する番号に丸印をしてください。

1	個人経営	5	社会福祉・医療・学校・宗教などの法人
2	株式会社(有限会社を含む)	6	NPO・地域コミュニティ団体
3	合名会社・合資会社	7	各種団体・協同組合
4	合同会社・相互会社		

質問3. 土地の所有権についてお聞きします。該当する番号に丸印をつけてください。

1	土地を所有している	3	普通借地
2	土地を共有している	4	定期借地

質問4. 建物の所有権についてお聞きします。該当する番号に丸印をしてください。

1	単独所有	4	普通借家
2	共有	5	定期借家
3	建物の区分所有	6	一時使用の賃貸借契約

質問5. 建物の構造についてお聞きします。該当する番号に丸印をつけてください。

1	木造	4	鉄骨造
2	鉄骨鉄筋コンクリート造	5	コンクリートブロック造
3	鉄筋コンクリート造	6	その他

質問6. 建物を建築された時期はいつごろですか。該当する番号に丸印をつけてください。

1	昭和45年以前	6	平成8年～平成12年
2	昭和46年～55年	7	平成13年～平成17年
3	昭和56年～60年	8	平成18年～22年
4	昭和61年～平成2年	9	平成19年～23年
5	平成3年～平成7年	10	平成24年～現在(平成27年1月)

質問7. 耐震補強についてお聞きします。該当する番号に丸印をつけてください。

1	補強対策をしている。		
2	補強対策はしていない。		

裏面にもご記入ください。

質問8. 防火対策についてお聞きします。該当する番号に丸印をつけてください。

1	防火対策はしている。(具体的な内容は、	)
2	防火対策はしていない。(されていない理由は、	)

質問9. 火災保険、地震保険などの加入状況。該当する番号に丸印をつけてください。

1	加入している。		
2	加入していない。		

店舗を経営している方にお聞きします。

質問10. 後継者はいますか。該当する番号に丸印をつけてください。

1	後継者はいる		
2	後継者はいない		

質問11. 従事者について。該当する番号に丸印をつけてください。

1	家族でやっている(名)		
2	家族以外に常勤で雇用している(名)		
3	繁忙期のみ雇用している		
	時期は		
	年間の延べ人数		

質問12. 営業時間は

_____ 時から _____ 時まで

質問13. 定休日は。該当する番号に丸印をつけてください。

1	年中無休		
2	ある		
	それは何時ですか(曜日等)		

質問14. 経営等将来について何か思うところがあればお聞かせください。

--

ご協力有難うございました。

.....

依光晃一郎県政報告会バックナンバー

平成26年

- 香美市集落調査
- 香美市における小水力発電可能性調査報告書

平成25年

- 香美市物部町神池地区地域活動調査
- 高知県大学生の地域活動調査
- 移住ニーズアンケート調査報告書

平成24年

- 楽しく防災をめざした防災拠点づくりに関するアンケート報告書

平成23年

- 香美市人口の推移
-

依光晃一郎後援会

〒782-0051 高知県香美市土佐山田町楠目446-1

TEL 0887-52-9222 FAX 0887-53-2074

URL <http://yorimitsu.gr.jp/>

E-mail info@yorimitsu.gr.jp

依光晃一郎後援会HPよりダウンロードできます。
<http://yorimitsu.gr.jp/hokoku/>

複写・複製は可能です。積極的にご活用ください。