



ソーシャルビジネスモデル「灯台ホリデイ」構築事業

実施団体名：恵山岬灯台活用協議会

対象灯台：恵山岬灯台（北海道函館市）

企画概要

- ◎「灯台ホリデイ」は、海と灯台の魅力を活かし、地域課題の解決を図るイベント。
2023年度は、昨年度の調査研究成果をふまえ、イベントの企画・実施体制構築に取り組んだ。
- ◎本イベントのキーワードは「チル」（のんびりまったりとくつろぐこと）。
参加者に対して、チェアリング+散策ガイドツアーによる「チル」体験と、
灯台周辺エリアをのんびりと巡る機会（周辺店舗で使える特典ブック）を提供。
- ◎ソーシャルビジネスモデルとなるべく、イベントマニュアルの構築や、水平展開の試行も行った。

「チル」に関する参考情報



人気のチェアリング イベント

全国で「チェアリング」イベントが人気であり、前橋市のイベントでは1回千人以上を集客。



夜のイベント 「チルアクアリウム」

2023年7月～8月、夜の新江ノ島水族館で「チルアクアリウム」開催。寝転んで魚を鑑賞するというユニークな体験。



アウトドアチェアの トレンド

「楽天市場」でアウトドアチェアの流通が（2022年の年間流通額）2019年比+83%。



恵山岬灯台だからこそそのチル体験

恵山岬灯台は、周囲が公園として整備され、目の前に広い海・空が広がる開放的な空間。ここでのチェアリングや、海にまつわる物語を聞きながらの散策はほかではできない最高の「チル」体験！



アクセスの課題は旅の付加価値に

函館市中心部から車で1時間を要し、市民が普段行かない場所であることは、ポジティブに捉えると「近場で気軽に味わえる旅気分」に。



協議会構成員の意欲・能力を活かす

昨年度の調査研究事業を通じて構築した当協議会の構成員（以下）がもつ、おのおのの意欲・能力を活かせる内容を企画運営。

▽役割分担

- ◎地域の若者…イベント運営実働部隊
- ◎地元事業者…企画・広報・事務局
- ◎灯台隣接ホテル…集客・運営サポート
- ◎自治体…手続き・運営・広報サポート



函館観光の新たな魅力づくり

函館は全国でも有数の観光地だが、集客しているのは合併前の旧函館市エリアにある函館山や五稜郭などに限られている。旧4町村（函館東部エリア）には、海、活火山など豊かな自然があるので、函館観光にこれまでにない魅力を付加できる。また、半島の突端にある灯台を目的地とすることで函館東部エリア全体の人流増加を図れる。



達成目標

「灯台ホリデイ」が地元の名物イベントとなり、2024年度以降、定期開催できる実施体制や事業計画・収支計画が整う。

企画運営パートナー

1

RISEMAN

灯台が立地する「とどほっけ地区」に移住・Uターンした
20代～30代による地域おこしグループ（参画目的…地域活性化）

2

新道南温泉株式会社

近隣ホテルの指定管理者（参画目的…PR、宿泊増、宿泊客の満足度向上）

3

函館市

（参画目的…とどほっけ地区および函館東部エリアの地域活性化）

4

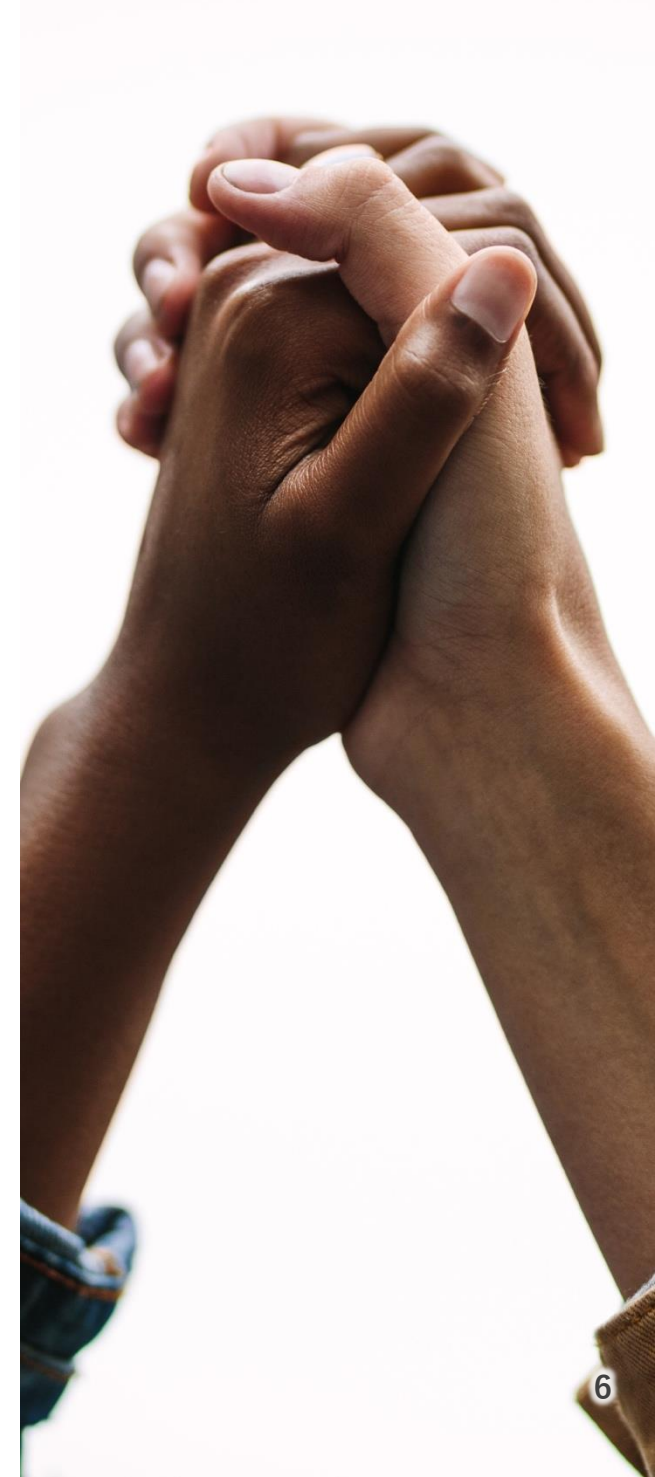
市中心部～灯台間の店舗・施設

（参画目的…PR、地域への人流増加による売り上げ増）

5

ボランティア

周辺住民（参画目的…地域活性化）



計画時の想定よりも多くの方々が、イベントの企画運営に参加してくれた

1

RISEMAN >>> 当初3名→のべ16名に増加

「地域を盛り上げよう」という呼びかけに、地元の若者たち13名（うち大学生3名、高校生2名）が賛同。のべ16名がイベント運営に参加した。

2

新道南温泉株式会社 >>> 社長、支配人、料理長

協賛金に加え、PR協力、宿泊プラン造成、雨天時の会場提供、昼食協力など、準備～運営をサポート。

3

函館市 >>> 函館市および市長

- ・申請手続き、会場準備・運営補助、備品貸出、会場の鹿フン掃除、広報・集客協力など。
- ・市長…イベント初日に参加、メディア出演、市長SNS発信。

4

市中心部～灯台間の店舗・施設 >>> 14店舗、3事業者

参加者に割引・特典を提供する「灯台パスポート協力店」に14店舗が参画。事業者3社が協賛。

5

ボランティア >>> 周辺住民に加え、地元事業者や、参加者からの支援も

- ・周辺住民が、テント設営や撤収などを補助。飲み物や菓子の差し入れも。
- ・地元企業がボランティアで会場の芝刈り実施。
- ・イベント参加者23名が「個人サポーター」として協賛。

👍 良かったこと



👍 計画していた①～⑤に加え、地元の若者たちや、個人スポンサー（市民など）も巻き込むことができた。「灯台パスポート」「個人スポンサー制度」など、企業や商店・個人が参加・協力しやすい仕組みが功を奏した。RISEMANが主体的に動いたことが人々の共感を得た。

👍 終了後、実行委員会を開催して振り返りを行ったとともに、協賛社・者に対する報告兼お礼状を出した。今後も、今回のご縁をつなげていく素地ができた。



反省点・改善案



今年はイベント開催決定から初日まで1か月しかなかったため、構想した中で実現できなかったことがあった。来年は半年前から準備を始め、内容の充実や、集客を図りたい。



実施体制の安定化のために、同じ地域で「椴法華海鮮まつり」を実施する「椴法華イベント実行委員会」の活動に組み込むか、もしくは、連携することを検討したい。

事業活動として 何をするのか

～価値を提供する源泉となる活動～

01

灯台をチルアウト空間にするイベント 「灯台ホリデイ」の運営

灯台をチルアウト空間にするイベント「灯台ホリデイ」の運営

灯台散策ガイドツアー (30分)

明治23年、北海道開発のために建てられた「恵山岬灯台」の知られざる物語に関するガイドつき散策ツアー。



チェアリング (時間制限なし)

快適なアウトドアチェアを貸出し、ドリンク・菓子を提供。たき火も。絶景空間と潮風を満喫しながらゆったり。



参加者に提供する+メリット

- ◇参加者の灯台周辺店・施設への訪問を促す特典・割引ブック
- ◇本部テント横で「とどほっけマルシェ」運営 (地元産品販売)

「灯台ホリデイ」は参加者から高評価だった。今後の課題は集客・収益

1 灯台散策ガイドツアー

- ・知的好奇心が高い層に新しい学びを提供できた。
参加者の声「恵山岬灯台にこんな歴史や役割があることを全く知らなかった！」
- ・ガイドとして20代スタッフを育成。一人でガイドができるようになった。
「ここで生まれ育ったけれど、灯台について知識が無かった。伝えていきたい」
- ・その他のスタッフもツアーに参加し、灯台と地域の海に関する知識を習得した。

2 チェアリング

一人またはカップルやグループで、
1時間～2時間ゆっくり過ごす方が多かった。

参加者の声「海と灯台の開放的な眺めと潮風に、リラックスできた」

3 灯台の周辺店・ 施設への訪問を促す特典

灯台の周辺店・施設への訪問を促す特典・割引ブック「灯台パスポート」。
14店が参画。人気の和菓子店や酒造で多く活用された。

4 とどほっけマルシェ

とどほっけマルシェ
(本部横テントやキッチンカーでの地元グルメ販売)
鹿肉串、しいたけ串の炭火焼が好評だった。

5 その他

物販、ドッグラン、縁日、体験コーナー
会場の賑わいづくりや集客には貢献したが、
売上は見込みより少なかった。

👍 良かったこと



👍 集客内訳

灯台散策 + チェアリング 90名

「とどほっけマルシェ」他…200名



反省点・改善案



後半、気温が下がるごとに集客が減った。来年は夏に開催したい。
夏は朝から夜まで営業でき、近くの海水浴客の参加も見込める。
夜のコンテンツも加え、イベント自体の規模を大きくして集客・収益アップを図りたい。

02

自治体へのロビー活動

自治体へのロビー活動

恵山岬灯台の産業遺産としての価値やイベントによる地域活性化効果を理解いただき、運営費補助を獲得。



自治体からの資金支援は得られなかったものの、
さまざまなサポートを得たことにより、運営費削減や円滑な実施につながった。

1 函館市が 実行委員会の一員として イベント準備～運営に参画

- ・昨年度に続き、函館市榎法華支所の協力を得た。
支所長が当実行委員会の一員に。
また、支所長および支所職員が、昨年度以上に準備～運営に携わってくださった。
（会場設営準備、備品貸出、広報・集客協力など）
- ・今年度はさらに、隣接エリアである恵山支所、南かやべ支所や、
観光部、広報広聴課の協力も得られた。
- ・函館市職員向けの内部情報伝達ツールで本イベント情報を発信いただいた。

2 函館市長が 広報・PRに協力

- ・函館市長は2023年6月開催「海と灯台のまち会議」で恵山岬灯台について発表。
- ・イベント初日に参加し、メディア取材協力。また、自身のSNSでPR投稿。

3 北海道（渡島総合振興局） 関係者にも 説明、協力を得た

- ・観光担当者および、道立自然公園担当者に当会の
取り組みおよびイベントについて説明し、理解を得た。
- ・会場（恵山岬灯台公園）が道立自然公園であるため、
テント等の設営には一定の規制がかかり、事前の申請や掲出物の審査が
あった。当会の申請に対する相談対応をしていただいた。

👍 良かったこと



👍 函館市長・大泉氏に前年から当会の取り組みについて説明し、賛同を得られた。
それにより（選挙時に）政策のひとつとして「灯台利活用」を盛り込んでくださった。

👍 昨年度よりも多くの自治体関係者に当会の取り組みを理解いただき、協力を得た。



反省点・改善案



今年度は顧客ターゲットを函館エリア在住者としたのだが、
今後は函館市観光部との協働により、観光客の誘致も図りたい。

顧客ターゲットと 提供するベネフィット

メインターゲット

1 30代～50代の忙しい男女

日常から離れてリフレッシュできる。
手軽にソロキャンプ気分を味わえる。「ブラタモリ」的な体験ができる。

サブターゲット

2 20代～60代の仲のいいカップル

ドライブデートができ、二人きりの時間がすごせる。

3 小学生の子どもがいるファミリー

親子で一緒に新しい学びや経験ができ、楽しく有意義な時間をすごせる。

4 共通条件

- ・ 函館エリア在住
- ・ 土日祝休みのマイカー所有者
- ・ 往復2時間のドライブをしたい方



顧客ターゲットと提供するベネフィット

1 ターゲット像は、計画とほぼ合致していた

<メインターゲット> 30代~50代の忙しい男女
<サブターゲット> 20代~60代の仲のいいカップル
小学生の子どもがいるファミリー

「30代~50代の忙しい男女」については、
「30代~60代の知的労働者層」と定義を修正したい。

1人または夫婦や友人と、函館市中心部から車やバイクで訪れ、
灯台ガイドツアーによる新たな知識の習得やチェアリングのくつろぎを楽しまれていた。
小学生の子どもがいるファミリーの参加も想定通り見られた。

2 近隣ホテルからの誘客を図ったが、うまくいかなかった

敗因分析

- ・近隣ホテルの宿泊客は高齢者が多い。イベント内容がマッチしていなかった。
- ・10月~11月の寒い時期で、屋外イベントが敬遠された。
- ・時間設定が悪かった（送迎バス時間とのミスマッチ。夜間の開催なし）

3 計画していなかった、顧客ターゲットの可能性もわかった

・灯台立地エリアに住む市民


にぎわいやふれあいを求めて来場した方たちがいた。彼らは灯台ガイドツアーには参加せず、「とどほっけマルシェ」での若者たちとおしゃべりや、飲食を楽しんでいた。


・外国人観光客

開催日の会場にはいつも、5組程度の外国人観光客が来た
(イベントのことを知らず、偶然)。
彼らは北海道リピーターで、ドライブの目的地として訪れていた。

良かったこと



 参加者した方の満足度が高く、滞在時間が長かった。
(散策30分+チェアリング1時間以上)
これにより、飲み物のお代わりなどの消費にもつながった。

 本イベントに参加するために、
札幌から3時間以上かけて訪れたお客様がいた。
情報と魅力が広範囲に伝わったことの現れである。



反省点・改善案①

参加者数をもっと増やしたい。
コンテンツを増やし、ターゲット増を広げたい。

反省点・改善案②

ホテル宿泊客の参加が少なかった。
開催時期を夏、時間帯を夜まで伸ばし、参加を促したい。

反省点・改善案③

灯台立地エリアに住む市民の参加が少なかった。
彼らにとって魅力あるコンテンツを検討したい。

反省点・改善案④

外国人観光客にも対応できるよう英語表示や
コンテンツ整備をする、もしくは、
外国人観光客用のガイドツアーを行う体制を作りたい。

チャネル

～顧客に事業の価値を届ける
経路、確認する経路～



認知の獲得

ポスター、チラシ、Instagram、マスコミ（リリース配信）、主催者・協力店の発信、メール（函館市職員全員へのメール連絡、海上保安友の会道南支部会員への連絡）、近隣ホテルでの案内やPOP、会場周辺道路のぼり設置

興味関心の獲得

灯台およびイベントの情報や魅力をウェブサイト、パンフレット、SNSで発信

事前予約の獲得

- ・主催者が用意する事前予約システム
- ・近隣ホテル宿泊プランへの組み込み
- ・企業や団体に営業し、研修やレクリエーションの団体予約を得る

参加時の顧客への事業価値の提供状況確認（アンケート）

参加者アンケートを通じ、満足度や、イベントへの意見・提案をいただく

再訪の獲得

参加時に、2回目に使える割引券（同伴者も割引）を渡し、再訪を促す

ほぼ計画通り実施できた

▼ポスター



▼チラシ (両面カラー)



▼のぼり



▼ウェブサイト



計画した取り組みのうち、下記2点はうまくいかなかった

1 海上保安友の会 道南支部会員への連絡

依頼したところ
「有料イベントに関する発信はしていない」とのことだった。
(会員の個人的な情報発信はしていただいた)

2 企業や団体への営業

企業や団体に営業し、研修やレクリエーションの
団体予約を図ったが、予約に至らなかった。

👍 良かったこと



- 👍 実行委員会で、役割分担・制作スケジュールを決定。LINEグループを作って進捗を共有しながら、取り組むことができた。
- 👍 事前予約システム、隣接ホテル宿泊プランへの組み込みができたので、次回開催時にも同じ方法を流用できる。
- 👍 メディア露出につながった (テレビ3回、新聞9回、Web媒体40回以上)



反省点・改善案



アンケートはGoogleフォームにしたところ、回答率が低かった。リアルに会場で紙に書いてもらうなど、方法を再検討したい。

顧客との長期的な
関係構築のために
実行できる施策

週替わりのテーマ企画

開催期間中、週替わりで「運動」「縁日」などのテーマで異なる楽しみを提供。次も参加してみようと気持ちを喚起する。

事前予約の獲得

同伴者も対象の500円割引券で、友人や家族を伴った再訪を促す

Instagram

特典提供でInstagramフォローを促しコミュニティを構築。イベント中の特別企画を案内。終了後も定期的に投稿し、灯台の魅力を伝え、関係性をキープする。



1 週替わりの テーマ企画

計画から変更し、週替わりにはしなかった

会場（恵山岬灯台公園）は広く、賑わいづくりをしたかったことと、来場くださったお客様の層が幅広かったため、ニーズに応えるために全日、「運動」「縁日」コンテンツを提供した。

2 2回目に使える 割引券の提供

割引券に加えて、2回目参加者用の特典シールも用意した

1回目参加で青色、2回目参加で金色のシールを進呈することとした。
実際、このシール獲得を目指して参加してくれた方がいた。




3 Instagram

41回投稿、フォロワー162人を獲得した

「Instagramで知って来場した」という参加者もいて、効果があった。

良かったこと



-  イベントをのべ10日開催する中で、毎回、スタッフが意見交換し、より良い内容や集客を模索できた。
-  シールや木札などのメモリアルグッズ配布により再び、恵山岬灯台を思い出してもらう機会を作れた。
-  InstagramのコメントやDM、リポストを通じて、参加者の意見・感想を知ることができた。



反省点・改善案



終了時に、公式サイトおよびInstagramで「来年の夏に開催したい」と発信したが、しばらく期間が空いてしまう。忘れられる前に次回イベント等を設定できたらより良かったと思う。

事業に必要なリソース ～人、物、情報、許認可～

01

人、物、情報

人

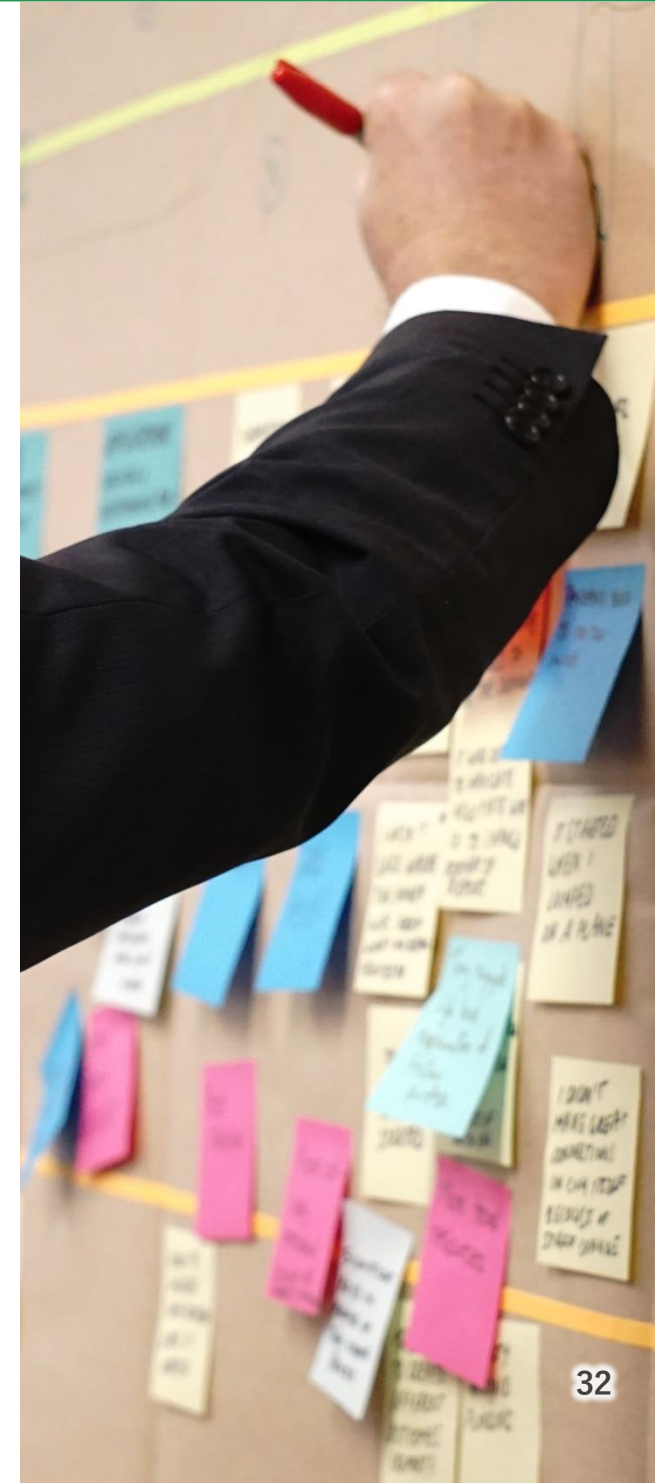
事業企画プロデューサー
事業進行ディレクター
イベント運営スタッフ
広報スタッフ
経理スタッフ
協力者・企業・団体
函館市
函館海上保安部

物

テント・椅子・発電機等の備品、
ポスター・パンフ・ウェブサイト・
Instagram・動画・グッズなどの
PRツール

情報

恵山岬灯台の歴史や役割、物



1 人

計画よりも充実したリソースを確保できた

- ・ 事業企画プロデューサー… 1名
- ・ 事業進行ディレクター… 2名
- ・ イベント運営スタッフ… 地元の若者たち12名
- ・ 広報スタッフ… 2名
- ・ 経理スタッフ… 2名
- ・ 協力者・企業・団体… 新道南温泉株式会社（ホテル恵風・ホテル函館ひろめ荘）、株式会社ツガイナカ中村漁場、レストハウス 自由軒、株式会社ヤブシタ、灯台パスポート参画14店
- ・ 函館市… 函館市長、榎法華支所、恵山支所、南かやべ支所、観光部、広報広聴課など
- ・ 函館海上保安部

▼計画時から加わったリソース

- ・ 北海道（渡島総合振興局）… 観光担当、道立自然公園担当
- ・ 榎法華地域の企業・市民（会場整備や準備、差し入れなどのサポート）
- ・ 個人スポンサー23名（小口協賛）

2 物

計画通り、イベント開催に必要な備品やPRツールをそろえることができた

3 情報

計画通り、灯台の歴史や役割、物語に関するテキスト・写真を用意できた

用意した情報（テキスト、写真、動画）を使い、公式サイト、パンフレット、ポスター、ガイド用フリップ、雨天時上映用動画などを作成した

👍 良かったこと



- 👍 昨年度よりも、当会活動に対して主体的に取り組むメンバーや協力者を増やすことができた。
- 👍 物や情報を整えられたので、来年度以降も継続してイベント開催できる体制が整った。



反省点・改善案



結果的に全日程で雨が降らなかったため、雨天時のフローを行わなかった。
今後、雨天時イベントモデルの試行をしたい。

02

許認可

許認可

市

市有地使用許可

道

道立公園使用許可

海上保安庁

国有地および灯台使用許可

保健所

飲食提供許可

許認可

関係機関への申請や説明等をとどこおりなく行った

< 申請 >

- ◎函館市…市有地使用申請
- ◎北海道（渡島総合振興局）…道立自然公園への工作物設置申請
- ◎渡島保健所…飲食店営業（短期間営業）申請

< 説明・手続き等 >

- ◎函館海上保安部
 - ・今回のイベント内容を担当者に説明。
国有地の占有使用にはあたらないため、申請は不要となった。
ただし、ポスター等に次の記述を加えた。
「当日、恵山岬灯台公園内は本イベントに参加されない方も
自由にご利用いただけます」
 - ・11月5日は函館海上保安部の「灯台一般開放日」であったため、
ノベルティ（バッジ）提供をいただいたり、
当イベント参加者を案内するなど、相互協力をした。
- ◎隣接ホテル…企画を説明。
ドッグラン開設やホテル内の掲示などに協力いただいた。
- ◎イベント保険…実施内容を説明し、適切なイベント保険に加入した。

< 追加実施 > 函館海上保安部に、航路標識協力団体の申請をした
2024年2月22日、認定証授与。これにより、灯台の鍵を預かることができるため、コンテンツの幅が広がる。



他地域で水平展開可能な
「地域活性化の事業モデル」
を目指す取り組み

イベントの継続実施や知名度アップ・ブランディングのために、他地域で水平展開可能な「地域活性化の事業モデル」となることを構想し、以下を実施

1 「灯台ホリデイ」商標登録

今後もイベント名を継続使用するために、商標登録を申請

2 全国の灯台利活用団体向けにオンライン説明会を開催

2023年10月、のべ3回実施。9団体が参加。

説明会資料▶ <https://x.gd/y6xaa>



3 各種資料やデザインデータを流用OKとしてWeb公開

以下をWebからダウンロードし、他団体が自由に使えるよう整備
▶ <https://x.gd/rIAUe>



- ・運営マニュアル（全70ページ）
- ・デザインデータ（ロゴ、ポスター、チラシ、のぼり、特典ブック「灯台パスポート」、スタッフ名札）
- ・依頼書、申込書（協賛金、マルシェ出店、灯台パスポート参画）
- ・公式ウェブサイト（画面キャプチャ）
- ・散策ガイドツアー関連（説明用フリップ、雨天用の映像）
- ・予約フォーム（参加申込、協賛・協力申込）
- ・イベント開催発表ニュースリリース

4 野間埼灯台（愛知県）での「灯台ホリデイ」実施をサポート

野間埼灯台（愛知県）の利活用に取り組む野間埼灯台ポータル化実行委員会に対して、「灯台ホリデイ」実施に向けたレクチャーなどの支援を行った。



収支報告

ソーシャルビジネスモデル「灯台ホリデイ」構築事業

①初期投資（イニシャルコスト）	②運営費（ランニングコスト）	③収益
<p>【イベント「灯台ホリデイ」立ち上げ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人件費 1,248,000円 ・イベント実施準備・手続き 220,000円 ・デザイン費 330,000円 （ロゴ、ポスター、チラシ、灯台パスポート） ・ウェブサイト制作費 220,000円 ・映像制作費 495,000円 ・グッズ企画製造 218,000円 ・イベント運営マニュアル制作 330,000円 ・備品購入費 2,016,000円 ・出張旅費 88,000円 <p>【他地域で水平展開可能な「地域活性化の事業モデル」を目指す取り組み】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・資料作成 ・説明会開催 ・他地域での実施サポート 781,000円 	<p>【イベント「灯台ホリデイ」運営（立ち上げ以外）】</p> <ul style="list-style-type: none"> 人件費（10日間の運営等） 1,040,000円 イベント実施準備・手続き 330,000円 （次回開催でもかかる費用として算出） 広報にかかる運営費 440,000円 （ポスター・チラシ・Web・SNS等） ドリンクコーナー原材料費 110,000円 イベント開催時諸経費 114,000円 	<p>【イベント収入】</p> <p>206,200円 （参加費、出店料、個人スポンサー、その他売上）</p> <p>【イベント協賛等】</p> <p>1,523,800円（地元事業者、自治体）</p>
①5,946,000円	②2,034,000円	③1,730,000円

③収益－②運営費

マイナス 304,000円

あきらかになった課題と その解決のための施策案

A. 利活用事業（コンテンツ）について

課題

集客効果が限定的であった。より多く集客するためにコンテンツの幅を広げる必要あり

今年度、灯台ガイド+チェアリング+パスポート（特典ブック）というイベントの基本形は作ることができた。しかし、集客効果が限定的であったため、より多く集客するために、コンテンツの幅を広げる必要がある。また、集客が見込める夏開催をしたい。



施策

- ◎2024年度はイベント開催時期を7月末にして、夏ならではのコンテンツを造成する。
- ◎ターゲットを広げるため、隣接ホテル宿泊客が参加しやすい朝や夜のコンテンツを造成（朝ヨガ、星空と夜の灯台見学ツアーなど）
- ◎外国人観光客から売り上げるための商品や外国語対応の準備

B. 実施体制について～熱量をもった主体となる団体や個人を巻き込むこと～

課題

事業を継続していくためには、さらに多くの人々や企業を巻き込み、資金や協力を得る必要がある

今年度、地元の若者を中心に、自治体や、地域企業による実施体制を形作ることができた。今後、継続していくためには、さらに多くの方々や企業を巻き込み、協力を得る必要がある。



施策

- ◎灯台立地地域の他のイベントを運営する「榎法華イベント実行委員会」（事務局：函館市榎法華支所）との連携強化を図る。
- ◎定例会議をスケジュールリングし、イベントの半年前からは役割分担に基づく実働部隊ごとの会議も行うことにより、活動を強化する。

C. 収支について～運営費と収益を将来にわたって均衡させること～

課題

事務局運営や広報に費用をかけた。認知度はアップしたが、集客・収入は不十分だった

初年度につき、事務局運営や広報等をプロに委託しクオリティを上げた。そのことにより認知度や信頼度は得られたが、十分な集客・収入につながらなかった。



施策

- ◎運営費を減らすために、ボランティアスタッフを増員する。また、経費の観点から、事務局運営や広報について見直す。
- ◎イベント以外の収益の柱をたてる（個人や団体を対象とする灯台ガイドツアーや、灯台を通じた海洋教育の提供、近隣にある水無海浜温泉を絡めた新規イベントの企画運営など）。そのために航路標識協力団体となり、灯台に登ることを含めたコンテンツを造成する。

北海道らしい開放的な空間で、太平洋と日本海の両方の海を照らす恵山岬灯台と、北海道開発に貢献してきた灯台の歴史。全国でも他にはないこの魅力や特徴を生かして、イベント「灯台ホリデイ」の開催を継続し、地域活性化を図ります。

【今後の計画】2024年7月27日（土）「灯台ホリデイ in 恵山岬灯台2024」開催

2024年度は以下にチャレンジしてイベントを発展させ、より多くの集客を目指します

 ステージイベントなど
コンテンツの魅力増強

 隣接ホテル宿泊との
連携企画

 地元の小学校、
中学校との連携企画

 地元漁協との
連携企画

 近場の海水浴場・温泉も活用

