



野間埼灯台ポータル化プロジェクト

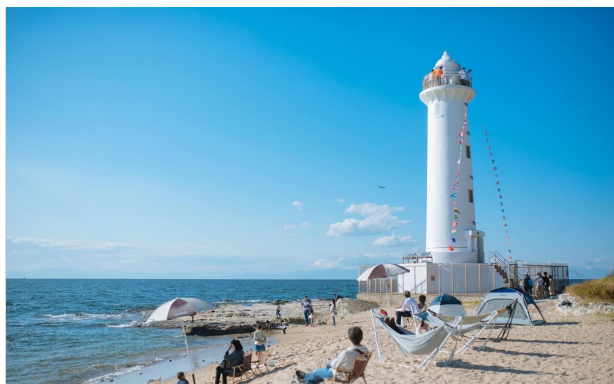
実施団体名:野間埼灯台ポータル化実行委員会

対象灯台:野間埼灯台(愛知県美浜町)

企画概要

「野間埼灯台」に”有人常設拠点”として、キャンピングカーを設置し、
 「現代版灯台守」の育成する。ウェディングフォトなど、「現代版灯台守」による
 灯台を利活用したさまざまな有料サービスを提供し、「野間埼灯台」のファンを創出。
 「野間埼灯台」を中核とした地域経済の活性化を目指す。地域のハブとして、
 「現代版灯台守」が自立して継続できる事業・体制を創出する

参考情報



レンタルチェアリング パラソルサービス

国道沿で**旅行者などが立ち寄りやすい好立地スポット**の為、
 イベントスペースとしての貸し出し、
 マラソン、サイクリング、ロゲイニングなど、
地域散策イベントの中継地区として誘致を図る。



常設拠点として キャンピングカーを利用

施設としては土地の所有権の兼ね合いで、
 販売所などは設置できないが、
 移動可能な有人常設型拠点として
キャンピングカーを設置し、
 現代版灯台守が、
 様々なサービスを提供することにより、
灯台をホットステーションとして盛り上げる。



ウェディングフォト、 結婚式などで場所の貸し出

隣接の砂浜や、
 180°のオーシャンビューなど、
ロケーションがよい為、
昔からカップルや、
ウェディングフォト等の需要が高い。



灯台のポテンシャル

愛知県最古の野間埼灯台は、山の上ではなく、国道沿いに建っておりアクセスがとても良い。また灯台をバックに夕日が落ちる非常に魅力的な灯台である。



恋人たちの聖地

野間埼灯台は恋人たちの聖地としても有名。恋人たちが愛を誓って掛ける南京錠や、その南京錠を溶かして造った鐘もある。季節がいい日には、週末だけでなく平日も恋人たちが集まり、ウェディングフォトやロケーションフォトを楽しむスポットとなっており、事業継続の可能性がある。



灯台守をフォローできる体制

我々のコンソーシアムは自治体、観光協会、地元メディア、観光事業者、イベント事業者など関わる人が多種多様で、各方面から協力を得ることができるので、「現代版灯台守」が活動するフォローを多角的に支援できる。



有料サービスを提供できる可能性

フォトウェディング、チェアリングなど、灯台というロケーションを利活用したさまざまな有料サービスを提供できる可能性を秘めているため、「現代版灯台守」の募集から就任までを話題化し、我々の意思や意図を汲み、我々と共に精力的に活動できる専任の人材を育てていく。



達成目標

現代版「灯台守」を配置し、2023年度は年間収支計画を策定。
その人件費等が捻出できる持続可能な事業体制を2025年春までに整える

企画運営パートナー

1

**地域・団体(美浜町、あいち美浜町観光協会、
一般社団法人美浜まちラボ、美浜町商工会、)**
(地域消費増、地域活性化、観光促進、美浜町の魅力向上と地域振興)

2

事業会社(JapanArtCompany、WCS)
イベント企画、灯台守伴走支援(地域活性化、事業収益)

3

日本福祉大学グループ エヌ・エフ・ユー
地元の学校との連携・美浜シャルソン主催
(学生による地域連携、美浜町就職窓口斡旋)

4

株式会社 知多半島ナビ
ロゲイニングイベント主催(集客イベントによる、周知、顧客増、売上増)

5

ウッドデザインパーク株式会社
結婚式サービスでの連携(周知、顧客増、売上増)

6

灯台周辺のお店、施設、まちの駅、飲食店、旅館など
(顧客増、売り上げ増)



計画よりも多くの市民・事業者が、イベントの企画運営に参加してくれた

1

地域・団体 **》》 市長はじめ多くの方**

美浜町2名、観光協会3名、まちラボ10名程度、商工会1名、区長1名

2

事業会社 **》》 社長、その他スタッフ**

事業全体プロデュース、イベント企画、灯台守伴走支援

3

日本福祉大学グループ **》》 学生含め多数**

美浜シャルソン主催。イベントに学生スタッフの派遣

4

知多半島ナビ **》》 2名**

- ・地域の施設やお店との繋がりを作り、「愛知る美浜ロゲイニング」を開催
- ・灯台ホリデイ実施のためのパイプ役として活動

5

ウッドデザインパーク **》》 2名**

- ・灯台ポストキャンペーンの賞典として宿泊券の提供
- ・ウェディングフォト撮影スポットとしての貸出


6


周辺施設 **》》 29店舗**

- ・灯台パスポート参画9店
- ・みはまシャルソン参画14店
- ・ロゲイニング参画29店

良かったこと



 去年は連携できていなかった、野間埼灯台の側で飲食や宿泊業を営んでいる「ウッドデザインパーク野間」が仲間として色々と協業できたことで、可能性が広がった

 現代版「灯台守」が多くのメディアに取り上げられたこともあり、地域の方から声がかかったり、町の人と繋がりやすい状況を作れた



反省点・改善案



灯台守が11月に任命されたばかりで、まだまだ多くの方との関係を深めるまでには至っていないので、これから更に地域と繋がっていききたい



多くの関係者が関わってくれたことは大変ありがたいが、それぞれの思いがあり一つの事業として統一感を持ってまとめるのが困難だった

**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

現代版「灯台守」の募集と活動

地域に根ざし、灯台を通じて海に思いを馳せる 海と人を繋ぐ結節点になる人を、地域一丸となって育成する

灯台守の募集

9月半ばから1ヶ月ほどWEBを利用して
灯台守を募集、面談を重ねて灯台守を決定する



灯台守による活動

灯台守として灯台開放や、
野間埼灯台ポータル化実行委員会からの依頼の
活動と、灯台守が挑戦したい活動を支援する



メディアを活用し話題作りを醸成

◇募集:メディアフックになるような内容を作り展開

◇活動:メディアとのリレーションをはかるために専任のメディア担当者を任命

素敵なカップルが現代版「灯台守」となり 多くのメディアに取り上げられた

1 30組の応募

反響も大きく、東京含む 30組もの方々から応募があった。
灯台守としては選ばれなかったが、
これからも活動に協力してくれそうな方々と繋がれたのもよかった

2 カップルの灯台守

野間埼灯台で年間 100日以上ウェディング撮影を行っているカメラマンと、
会社を辞めてキッチンカーで活動を考えているカップルが灯台守として決定

3 灯台守の移住

11月に任命させて頂いた灯台守の 2人は名古屋から美浜町に移住して、
町の一員となった

4 メディアへの露出

灯台守募集から、灯台守の任命、その後の活動まで
多くのメディアに取り上げてもらったテレビ 6件、新聞8件、
WEB多数に露出された

5 その他

美浜町長、海上保安庁に表敬訪問、町のイベントにも呼ばれたりと、
町に溶け込みながら活動を実施



良かったこと



現代版「灯台守」が多くのメディアに取り上げられたこともあり、地域の方から声がかかったり、町の人と繋がりやすい状況を作れた



反省点・改善案



事業期間中で、灯台守の募集から面談、決定という流れで、実際に灯台守が決まったのが11月だったので、実際の灯台守としての活動が短かったのと冬場で思ったような活動がまだまだ不十分だった

02

灯台ポスト

灯台に似せた白い「灯台ポスト」を設置

灯台ポストの移設

地元の小学校に残っている昔の縦長のポストを
白く塗って、灯台に似せて、灯台広場に設置



灯台ポストキャンペーン

灯台ポストを活用した、
恋人たちの聖地に合ったキャンペーンを企画

ロマンチックください
野間灯台 3行 ラブレターコンテスト
Romance Lighthouse Love Letter Contest

応募期間 2024.2.14 wed ~ 3.17 sun

この野間埼灯台は恋人たちの聖地です。大層な人に向けて無い想いを3行のラブレターに込めて表現して来ませんか。あなたにとっておまきの一言を聞かせてください。優秀な作品には豪華商品プレゼントあり！ロマンチックでハートがキュンとするラブレターを招待しています。結果発表は2024年3月20日、公式Instagramで発表します。ドキドキご応募ください。

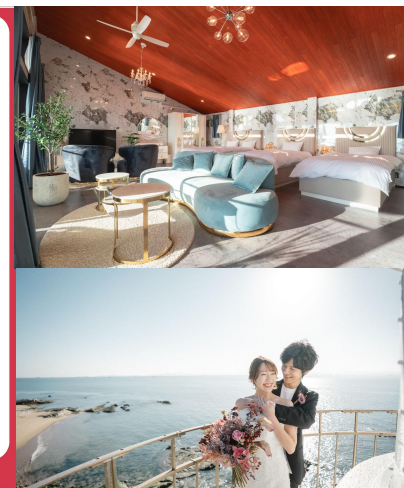
注意
投稿されたラブレターInstagramで公開します。
お名前など個人が特定できる情報の記入はお控え下さい。
Instagramの掲載を希望しない場合は、必ず投稿された時点でアイコンと主語に賛同し、コメントされたものとみなします。

各賞 (1名)
1位賞品 豪華商品
2位賞品 豪華商品
3位賞品 豪華商品

フォローして、みんなのラブレターをチェック！ロマンチックをシェアしよう。

日本海と灯台 tadel_post
野間埼灯台ラブレターコンテスト

主催：野間埼灯台ポータル化実行委員会



メディアが取り上げやすい企画

◇灯台守が地元小学校に訪れて、灯台を一緒に白く塗ったり、ポストの活用を検討

◇バレンタインに合わせたキャンペーンを企画

”想いを照らす灯台ポスト”『3行ラブレターコンテスト』 (2月21日現在55応募)

1 地元小学校の ポストの利用

地元小学校に放置されていたポストを使わせてもらえるように、
郵便局や小学校と調整

2 地元小学校での授業

小学校の授業の一環として、灯台守と一緒にポストを白く塗った。
また、ポストの活用をみんなで考え、発表を行った

3 灯台ポストの移設

灯台広場にスペースを設けて、灯台ポストを設置。
キャンペーンが実施できるように取り外しできる BOXも合わせて設置

4 キャンペーン

2024年2月14日(水)～3月17日(日)、
「ロマンチックください！野間灯台3行ラブレターコンテスト」を実施。
応募作品の中から3つのラブレターを選出し、景品が送られます。
恋人たちの聖地としても親しまれる野間灯台で
様々な愛を感じられることを期待

5 メディアへの露出と応募

多くのメディアに取り上げられた他、コンテスト用の SNSでも拡散し、SNSから
の応募も多数あり



良かったこと



初キャンペーンの『3行ラブレターコンテスト』は、ウッドデザインパークの宿泊券の賞典や、オフラインだけではなくオンラインでも参加可能なキャンペーンにしこともあり、多くの方に参加していただけた。



反省点・改善案



今後のポストの活用、また、どのようなキャンペーンを実施して活用してくか検討する必要がある

03

キャンピングカーを利用した 拠点の活動

可動式灯台ビジターセンター設立

ビジターセンターの設立

野間埼灯台には
ビジターセンターとしての拠点となる建物や
スペースがないので、キャンピングカーを
可動式灯台ビジターセンターとする



ビジターセンターの活用

灯台守の拠点として、観光客に灯台の歴史や
周辺の魅力を伝え、地域経済や観光促進に
寄与させる



- ◇ 灯台の歴史や役割、周辺地域の観光スポットを観光客に提供する
- ◇ 地域の観光情報やアクティビティを提供し、観光客の滞在を充実させるとともに、地域経済の活性化に寄与させる

キャンピングカーを活用した 可動式灯台ビジターセンターを設立

1 灯台開放の拠点

灯台開放の拠点として、イスやテーブルを乗せて、
ビジターセンターとして活用


2 灯台グッズの販売

物販の拠点として、灯台オリジナルグッズなどを販売



良かったこと



 今まで林先生とその車に積んでいる荷物がないと灯台開放できなかったが、灯台守とキャンピングカーで灯台開放や活動の拠点として灯台広場にいることができるようになった



反省点・改善案



活動の時期が冬しかできなかったのも、まだ可動式灯台ビジターセンターを十分に活用することができなかった

04

灯台広場を活用したイベント

灯台広場を活用したイベント

灯台ホリデイ

恵山岬灯台での灯台ホリデイを野間埼灯台でも展開。灯台ガイドツアー、チェアリング、特典割引ブックの3つを実施



ロゲイニング

ロゲイニングは、得点が設定された地図のチェックポイントを探し、制限時間内に得点を競うナビゲーションスポーツ。自然だけでなく街中でも行われ、地域活性化や地図読解力の向上に貢献。



大小含めて、定期的なイベントを開催

- ◇イベントが開催されているイメージを、醸成することにより、集客力をUPさせる
- ◇地域巻き込み方のイベントを主催し、より一層美浜地区を知ってもらい、次に繋げる

灯台広場を活用したイベント

1 灯台の日イベント

11月3～4日に灯台の日イベントを実施。現代版「灯台守」のお披露目や、菓子まき、ミニライブやチェアリングサービスを行った。250名ほどが灯台開放で灯台にも登って頂いた。夜には灯台をキャンパスとして、プロジェクションマッピングを実施し、たくさんの方に足を止めて見てもらえました。

2 みはまシャルソン

灯台の日イベントと同日に、地元の日本福祉大学の学生が中心となり、みはまシャルソンを開催。自由な移動で町を探索し魅力を知る第3回目となるシャルソンは14の地元店舗に協力していただき、ゴールを野間埼灯台として、最後には灯台に登ってもらった。

3 灯台ホリデイ

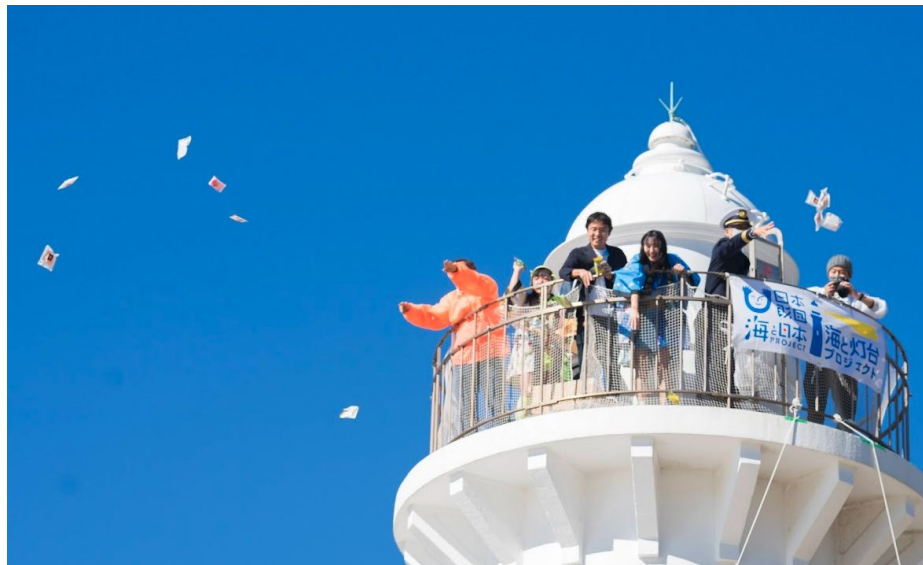
灯台でゆったりくつろぎながら、灯台を楽しむ灯台ホリデイを実施。灯台散策ガイドツアー、チェアリング、特典割引ブック(9店舗協力)の3つを実施。また、午前と午後の2回に分けて「菓子まき」を実施

4 愛知る灯台 美浜ロゲイニング

“野間埼灯台”をスタート・ゴール地点とし、美浜町をまわりながら、家族・友達・恋人との関係を深めるイベントを実施。参加人数150人(2月21日現在)チェックポイント56箇所。内、店舗は34(寺社仏閣含む)協賛店舗は8店舗



良かったこと



灯台広場を使って、閑散期である秋から冬にかけてイベントを実施できた。普段、人が少ない時期にも関わらず多くの人を集客でき、閑散期の灯台の活用の評価ができた。また地域の活性化が促進され、次に繋がる一歩となった。



反省点・改善案



季節の良い時期にイベントを実施できなかったのが、
今後は季節の良い時期にもイベントを開催したい

05

灯台コラボグッズ・グルメ開発

灯台コラボグッズ・グルメ開発

グルメ開発

美浜町の地元食材を使ったグルメ商品と
灯台に合ったパッケージで観光振興と
地域活性化を促進



グッズ開発

灯台テーマのデザインに注力。
観光名所を訪れた人々に親しまれるアイテムを
提供し、地域活性化と観光振興を促進



1. 地元食材とのコラボレーションにより、美浜町の特産品を生かし、地域経済を活性化を目指す
2. ユニークなデザインの導入で、灯台の魅力を表現し、観光客や地元の人々に親しまれる商品を作る
3. 美浜町の灯台グッズ開発は、地域の活性化と観光振興を促進し、地元の皆様に愛される商品とする

「野間埼灯台恋人証明書」&「野間埼灯台絆証明書」

1 野間埼灯台恋人証明書

恋人たちの聖地である野間埼灯台をモチーフにした可愛いデザイン。
 チェキで撮った写真をそのまま飾ることができる仕様。
 家族やお友達との思い出にも使える絆証明書も合わせて作成。



地域特産品を使った灯台パッケージ商品の制作

2 海音貝カレー

美浜町の特産品の海音貝と町内で生産されたエリンギを使い、万人受けするカレー缶を製作。美浜町の観光の目玉でもある野間埼灯台をパッケージに用いる事により、より手に取って頂きやすい商品を作成。





良かったこと



美浜町の名産や生産物を活かしたグルメ商品の開発により、地域の特産品が活性化し、地元経済に貢献。灯台にふさわしいデザインのパッケージを採用し、観光客や地元の人々に親しまれる商品が生まれた。



反省点・改善案



グルメ商品の品質やバラエティの向上にさらなる注力が必要であり、パッケージデザインの工夫や市場調査を通じた需要の把握が欠かせず、地域のコミュニティとの連携を強化し、地域のニーズに合った商品開発を行うことが重要

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 東海圏の若いドライブデートカップル、 結婚式を控えた新郎新婦

デート・ドライブで知多半島へ行けば、必ず一番最初に目に見える「野間埼灯台」に立ち寄ってもらい、「恋する灯台」の名のもと、目の前に広がるロケーションとともに、写真撮影や、かけがえのない思い出を紡いでもらう

サブターゲット

2 東海圏30代～60代

名古屋から最も近い半島という立地を生かし、観光ドライブで、ゆっくり過ごせる場所と時間を提供する。

3 共通条件

- ・知多半島にドライブに来た方々
- ・知多半島を知らない方々でも必ず立ち寄る立地
- ・名古屋から一番近い半島
- ・名古屋から一番近い観光地
- ・関西方面の旅行者も多い
- ・知多半島の住民



顧客ターゲットと提供するベネフィット

1

計画したターゲット像は、
ほぼ合致していた

<メインターゲット> 東海圏の若いドライブデート、カップル、
結婚式を控えた新郎新婦

<サブターゲット> 東海圏30代~60代

写真撮影しているのは若いカップルが多いが、
車で観光がてらに魚を食べに来るカップルや家族などが多いことが分かった。

2

飲食の提供は
うまいかなかった

敗因分析

・野間埼灯台での飲食の提供は、近隣周辺に多くの飲食店があり、
魚などのグルメを楽しみに来ている人も多く、難しいことがわかった。

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住人

菓子まきなどをすると、地元の子供とたちとその親が遊びに来て
楽しんでいることが分かった

・外国人観光客

近くのセントレア国際空港には台湾からの直行便があり、
台湾の観光客が来る可能性がある



良かったこと



灯台守による
カップル向け写真撮影サービスは、
結婚前のカップルなど、
当初想定していたターゲット層に
バッチリ当たるサービスとなった



反省点・改善案①

野間埼灯台での飲食の提供は、
周辺にもっと魅力的な競合他社があるので適切ではないことが分かった。
より、顧客のニーズを把握して提供できるものを検討する必要がある



反省点・改善案②

台湾人の日本観光の傾向は、主要観光地に加え、マイナーエリアへの関心が高まっている。
独自の魅力や文化、風景を求め、田舎の風景や歴史的な町並み、地元の食文化に興味を持つ。
台湾人をターゲットとした体験やフォトサービスの提供を整えていきたい。

チャンネル

～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、
隣接施設での案内やPOP、
会場周辺道路にのぼり設置

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、パンフ、
YouTube動画で発信

事前予約の獲得

主催者が用意する事前予約HP

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

灯台守による発信

SNSでリアルタイムで
流動的な情報をコンスタントに発信する



ほぼ計画通りできた

計画にあげた取り組みのうち、下記2点をのぞき、ほぼ全てを実施できた

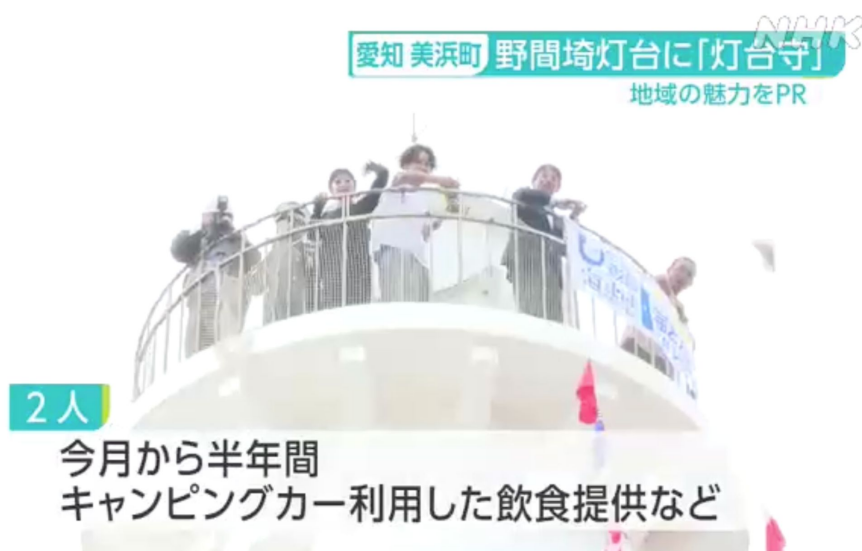
1 アンケートの実施


参加者アンケートを通じ、満足度や、
イベントへの意見・提案をいただくことができなかった

2 会場周辺道路に のぼり設置

自治体や警察との調整まで進めることができなかった

良かったこと



 現代版「灯台守」というのが
キャッチーだったのと、
メディアへのアプローチを精力的に
実施した結果、
多くのメディアに掲載された



反省点・改善案



体系的に認知拡大のためのポスター・チラシの地元店舗や
名古屋・愛知への配布ができていない

**顧客との長期的な
関係構築のために
実行できる施策**

大小含めて、定期的な イベントを開催

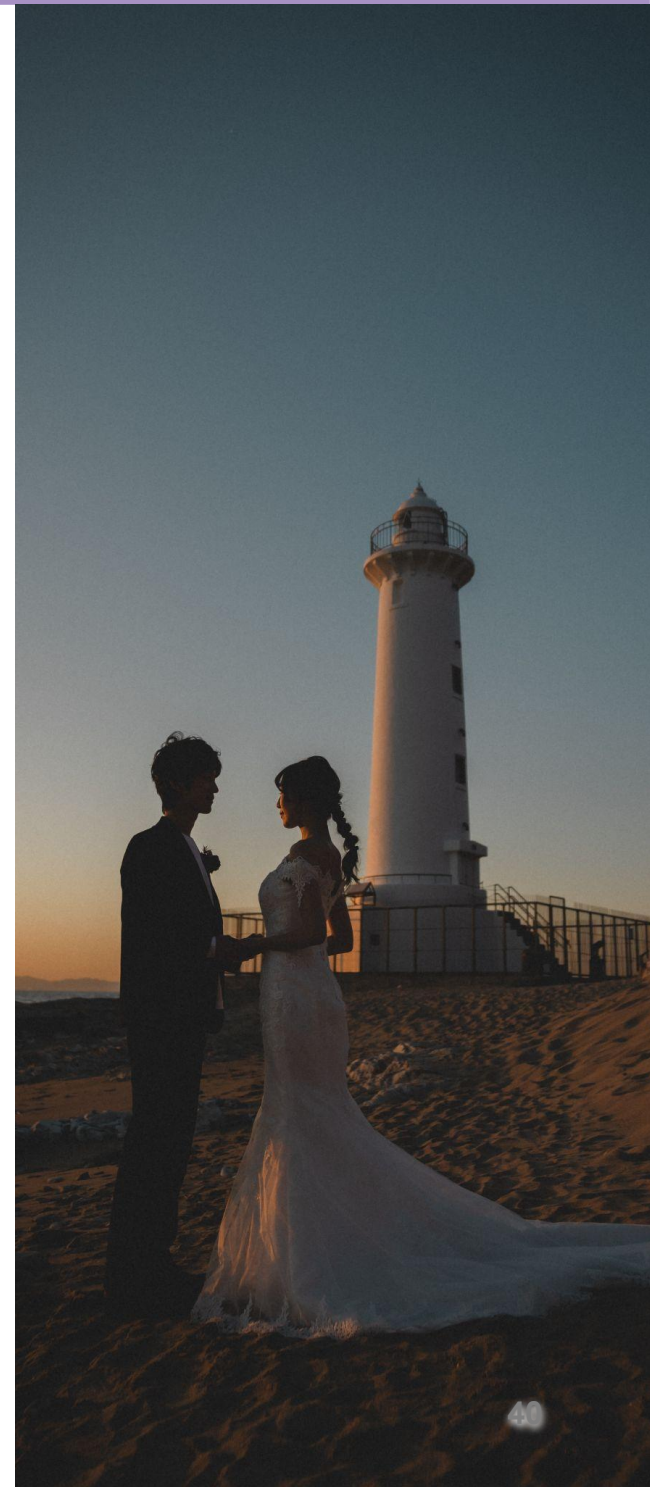
毎週末訪れれば、何かしら人がいて、イベントが開催されているイメージを醸成することにより、集客力をUPさせる。また、ロゲイニング、美浜シャルソンなど地域巻き込み方のイベントを主催し、より一層美浜地区を知ってもらい、次回足を運んでもらうきっかけを作る。

ウッドデザインパーク との協力関係の構築

灯台横のウッドデザインパークにて、結婚式場が完成。恋人たちの聖地との親和性が高いこともあり、企業と連携し、知多半島での結婚式需要を上げることにより、地元での認知力もあげる。

SNSアカウントの開設

特典提供でSNS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。想いを伝える灯台ポストも活用し、灯台の魅力を定期的に投稿し、関係性をキープする。



1 大小含めて、定期的なイベントを開催

イベントや灯台開放を通常より多く実施できた

閑散期の複数イベントだけでなく、灯台守とキャンピングカーの拠点作りにより、通常開けていなかった時期に灯台開放を実施できた

2 ウッドデザインパークとの協力関係の構築

協力体制を構築できた

ウェディングフォト撮影のスポットとしての貸出、灯台ポストキャンペーンの賞典として宿泊券を提供して頂くなど協力体制を構築できた




3 SNSアカウントの開設

灯台守、フォトサービス、灯台ポストの3カウントを開設

Instagramアカウントは3つでフォロワー数 300程度
日々の野間埼灯台や地域の情報を灯台守目線で投稿

良かったこと



-  多くのメディアに野間埼灯台ポータル化実行委員会の活動や灯台守の活動を紹介してもらうことができた
-  ウッドデザインパークは灯台のすぐ横に位置しており、今後の活動において協業体制が整ったため、活動の円滑化が期待される
-  Instagram、X、特設サイト、PRTIMESによるリリースで多くの活動や情報を発信することができた



反省点・改善案



公式サイトを作成したが、その動線がまだうまくいっておらず、PV数が少ない。動線や、SEO対策によって多くの方々に見てもらえるように改善の必要がある

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、美浜町、
名古屋海上保安部

物

灯台守活動拠点としてのキャンピングカー、
ポスター、パンフレット、ウェブサイト、
Instagram、動画、グッズなどのPRツール

情報

野間埼灯台の歴史や役割



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 ...武鍬恭平
- 事業進行ディレクター ...夏目竜典、廣瀬恵、斎藤 哲昌
- 地元スタッフ...林達之、中須賀敬
- 美浜町...美浜町長、美浜町産業課課長 三枝 利博、美浜町産業課係長 蟹江 道子 他
- 一般社団法人あいち美浜町観光協会 ...事務局長 石川 千佐子、竹内 康雄 他
- 広報スタッフ...小野木梨衣
- テレビ愛知...久松 明美、鈴木 訓幸
- 経理スタッフ...石井聡、武鍬恭平
- 協力者・企業・団体 ...美浜まちラボ、美浜町商工会議所、ウッドデザインパーク野間
- 灯台パスポート参画 9店
- みはまシャルソン参画 14店
- ロゲイニング参画 29店
- 名古屋海上保安部 ...交通課長 土田康二 他

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、ガイド用フリップ、プロジェクションマッピングの上映用動画などを作成した

良かったこと



 昨年は連携できていなかった、野間埼灯台の側で
飲食や宿泊業を営んでいる
「ウッドデザインパーク野間」が
仲間として色々と協業できたことで、
可能性が広がった

 現代版「灯台守」が多くのメディアに
取り上げられたこともあり、
地域の方から声がかかったり、
町の人と繋がりやすい状況を作れた



反省点・改善案



多くの関係者が関わってくれたことは大変ありがたいが、
それぞれの思いがあり一つの事業として統一感を持って
まとめるのが困難だった

02

許認可

許認可

美浜町

周辺公園使用許可

海上保安庁

灯台敷地使用許可

保健所

飲食提供許可

1 所有者

野間埼灯台周辺の土地の所有者の整理

<灯台広場>

◎国有地 海上保安庁

◎美浜町 町保有地

・国有地は海上保安庁から航路標識協力団体指定として管理を受けている
美浜まちラボの元自由に使用できる

<灯台周辺エリア>

◎国有地 海上保安庁

<ビーチ>

◎複数の私有地

<灯台前 駐車場スペース>

◎区有地

◎複数の私有地

・区から区民へ貸し出しを基本としている

・使用用途を駐車場としている

2 その他

露店出店

<露店販売に必要な主な許可>

◎給水(水容量等)、手洗い設備(シンクの数や洗浄消毒設備)、排水(貯留槽)、
冷蔵・冷凍設備、廃棄物容器

◎野間埼灯台前の駐車場にある小屋で露店販売を試みたが、
シンクや冷蔵・冷凍設備等不十分で営業ができないことが発覚した。

テントサウナ

◎公衆浴場は「温湯、潮湯または温泉その他を利用して公衆を入浴させる施設」と
定義されている。テントサウナはその他に分類されるため、業として行う場合、
「公衆浴場法」に基づいた許可が必要。

例: 水着を着用していてもエリアごとに目隠しできる壁を設置

: 施設のサウナを想定して作られているルールのため排水設備の要件も
適応される場合がある。



收支報告

1.現代版灯台守の募集と活動

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>【A:灯台守募集】 企画・監修 350,000円 サーバ・ドメイン代 30,000円 WEB制作費 470,000円 WEB更新費 50,000円</p>	<p>【灯台守活動】 灯台守人件費 1,500,000円 灯台守活動経費WEB更新費 500,000円</p>	<p>写真撮影 226,000円</p>
<p style="text-align: right;">①8,800,000円</p>	<p style="text-align: right;">②2,000,000円</p>	<p style="text-align: right;">③226,000円</p>

③収益－②運営費

マイナス 1,774,000円

2.灯台ポスト

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>【A:ポスト移設】 鍵の開場 33,000円 ポスト移設 176,000円</p>	<p>【3行ラブレターコンテスト】 企画・制作費 400,000円</p>	<p>協賛 68,000円</p>
<p>①209,000円</p>	<p>②400,000円</p>	<p>③68,000円</p>

③収益－②運営費

マイナス 332,000円

3. キャンピングカーを利用した拠点の活動

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>【キャンピングカー】 キャンピングカー7,150,000円 内装・外装・車検、駐車場等800,000円</p>		<p>灯台開放 387,300円 露店販売 38,250円</p>
<p>①7,950,000円</p>	<p>②0円</p>	<p>③425,550円</p>

③収益－②運営費

プラス 425,550円

4.灯台広場でのイベント

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>【A:ロゲイニング】 競技用地図・一覧 15,000 競技用プログラム 15,000</p> <p>【B:灯台ホリデイ】 ファイヤーピット 77,000円 ブランケット10,944円 ブランケット5,472円 灯台ホリデイ企画費 100,000</p> <p>【A:灯台の日イベント】 プロジェクションマッピング制作費770,000</p>	<p>【A:ロゲイニング】 アプリ・システム利用料450,000 会場設営備品レンタル250,000 サーバーレンタル・WEB掲載 130,000 参加者景品 150,000 ポスター・チラシデザイン印刷200,000 参加者への郵送費25,000 司会・看護師・カメラマン30,000 チラシ印刷 50,000 保険 60,000 企画監修人件費400,000 ドリンク(エイドステーション) 20,000</p> <p>【B:灯台ホリデイ】 薪 5,500円 灯台紹介パネル印刷33,000円 パスポートデザイン・印刷27,500円 ドリンク・菓子・備品31,000 ポスター&チラシデザイン・印刷74,800円 人件費 19,000</p> <p>【A:灯台の日イベント】 機材 400,000 音響・進行・誘導・司会人件費600,000 ロースタイルチェアレンタル80,000 出演者 380,000 みはまシャルソン運営費300,000 プロジェクションマッピング運営費330,000 ドリンク・菓子・備品62,000</p>	<p>【A:ロゲイニング】 参加費 528,000円 ※3月1日現在 協賛 169,000円</p> <p>【B:灯台ホリデイ】 参加費 0円 ※3月実施予定 灯台ホリデイ助成金 239,716円</p> <p>【A:灯台の日イベント】 シャルソン参加費 20,000円 物販 7,750円</p>
①993,416円	②4,107,800円	③ 964,466円

③収益－②運営費

マイナス 3,143,334円

5.灯台コラボグッズ・グルメ開発

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>【A:野間埼灯台恋人証明書&絆証明書】 企画デザイン費 187,000円</p> <p>【B:海音貝カレー野間埼灯台セット】 企画・デザイン費 199,100円</p>	<p>【A:野間埼灯台恋人証明書&絆証明書】 企画デザイン費 344,300円</p> <p>【B:海音貝カレー野間埼灯台セット】 制作費 386,640円</p>	<p>2024年3月から販売開始</p> <p>【A:野間埼灯台恋人証明書&絆証明書】 企画デザイン費 0円</p> <p>【B:海音貝カレー野間埼灯台セット】 制作費 0円</p>
<p style="text-align: right;">①386,100円</p>	<p style="text-align: right;">②730,940円</p>	<p style="text-align: right;">③0円</p>

③収益－②運営費

マイナス 730,940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

今年度は現代版「灯台守」というフックによって、多くの注目をメディアや地域から集めることができた。ただ、実際の活動時間は短く、冬がメインの活動時期となってしまったので、集客が見込めるいい時期に活動をしたい。



施策

- ◎春から秋ならではの時期のコンテンツを造成する
- ◎ターゲットを日本だけではなく、名古屋への直行便が復活した台湾人などに目を向けて、インバウンド向けのコンテンツを造成する

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、昨年野間埼灯台ポータル化実行委員会メンバーにプラスして、地元の事業者や灯台守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、資金や協力を得る必要がある。



施策

- ◎灯台守と地元と企業・団体との関係構築を強化する。
- ◎灯台守が自主的に動き、野間埼灯台ポータル化実行委員会メンバーがそれをフォローする体制を整える

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

現代版「灯台守」が灯台守の活動を継続できる、持続可能な収益モデルの構築

現在、これといった持続可能な収益モデルをまだ構築できていない。現代版「灯台守」の活動を継続するためにも、持続可能な収益モデルを構築していく必要がある



施策

- ◎現代版「灯台守」の活動の継続にフォーカスした施策を考える
- ◎ふるさと納税の現代版「灯台守」による灯台での写真撮影プランの構築など、自治体との協業の施策を増やす
- ◎灯台守がプロデュースする撮影プランによる収益の増収を図る


愛知県最古の灯台「野間埼灯台」は、開放的な空間で三河湾を照らし、ものづくり愛知に貢献してきた歴史があります。

また近年はそのロケーションから恋人たちの聖地として親しまれています。

この独自の魅力を生かし、現代版「灯台守」を中心としたチームによる運営を通じて、地域の活性化を促進します。

【今後の計画】未定

2024年度は、以下についてチャレンジしたいと考えています

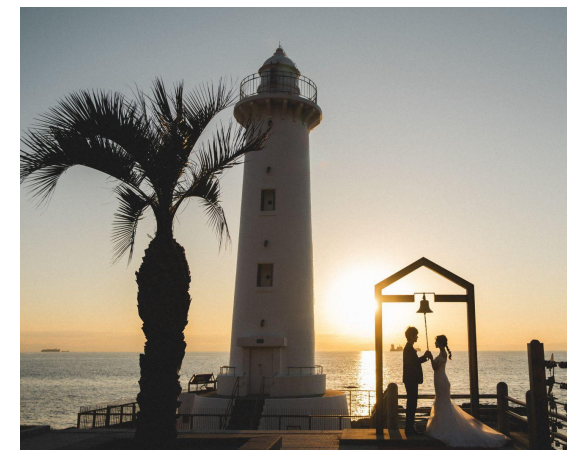
 **ビジターセンター事業**

 **撮影事業**

 **物販事業**

 **地域を巻き込んだ事業**

 **イベント事業**



資料

▼写真

<https://photos.google.com/u/5/share/AF1QipPBmjo24kzvPF52O9pT31g5zzuVZAlwXpgMFysK5657OsmkuR3tF0T2ouRwSneZUw?key=YkRjbkdnQkNVOVBGdGRjY0sxamQ5OWNqdTBQWIVn>