

# 灯台は、海と人とのかかわりを考える重要な海洋資産

＼ 今回の調査結果から導き出される灯台の価値 /

灯台には掘り下げべき歴史と文化があると多くの自治体が認識

灯台は観光資源であり、地域の海のシンボルである

灯台の歴史的価値を尊重し後世に伝えながら、地域の観光資源として活用を求める声が圧倒的多数



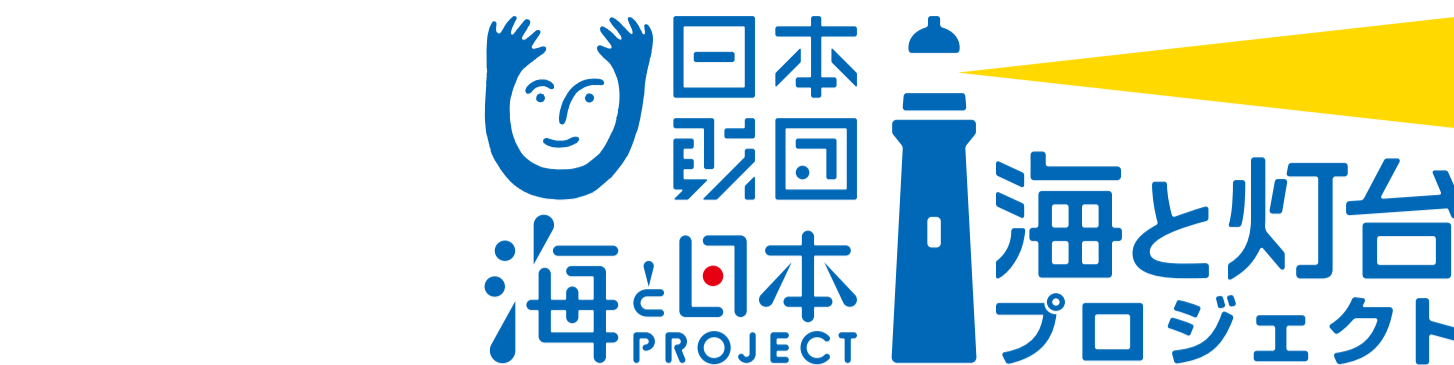
灯台の利活用ニーズも高く、そのポテンシャルを期待する声も多い!



「海と灯台プロジェクト」では、灯台の「海洋文化資産としての価値」をさらに磨き上げるため、3つ施策を推進。



灯台を軸に各プレイヤーをコミュニティ化し、地域における「海と人と灯台とのつながり」を創出



海と灯台  
人と海のかかわりを、優しく紡いできた灯台。それが変わることばない。

## 海と灯台ウィーク 海に想いを。

11月1日～11月8日

灯台は、海の道標として、長い年月の中で、多くの命を人知れず守り、また、数々の海の物語を紡いできました。灯台は、今もなお、孤高の存在です。これほど、圧倒的なスケールで、海と世界の広がりを感じることができる場所など、他にはなく、今こそ、海と人とのつながりに想いを馳せ、“最果ての地に立つ”という感動を体験して欲しいと思うのです。

海上保安庁とともに全国の灯台や関連施設でイベントを開催します。

海上保安庁のイベント会場や47市町村のキャンペーンステーションでオリジナル缶バッジを配布します。

詳しくは「海と灯台ウィーク」キャンペーンサイト

<http://toudai.uminohi.jp/todai-week2020>

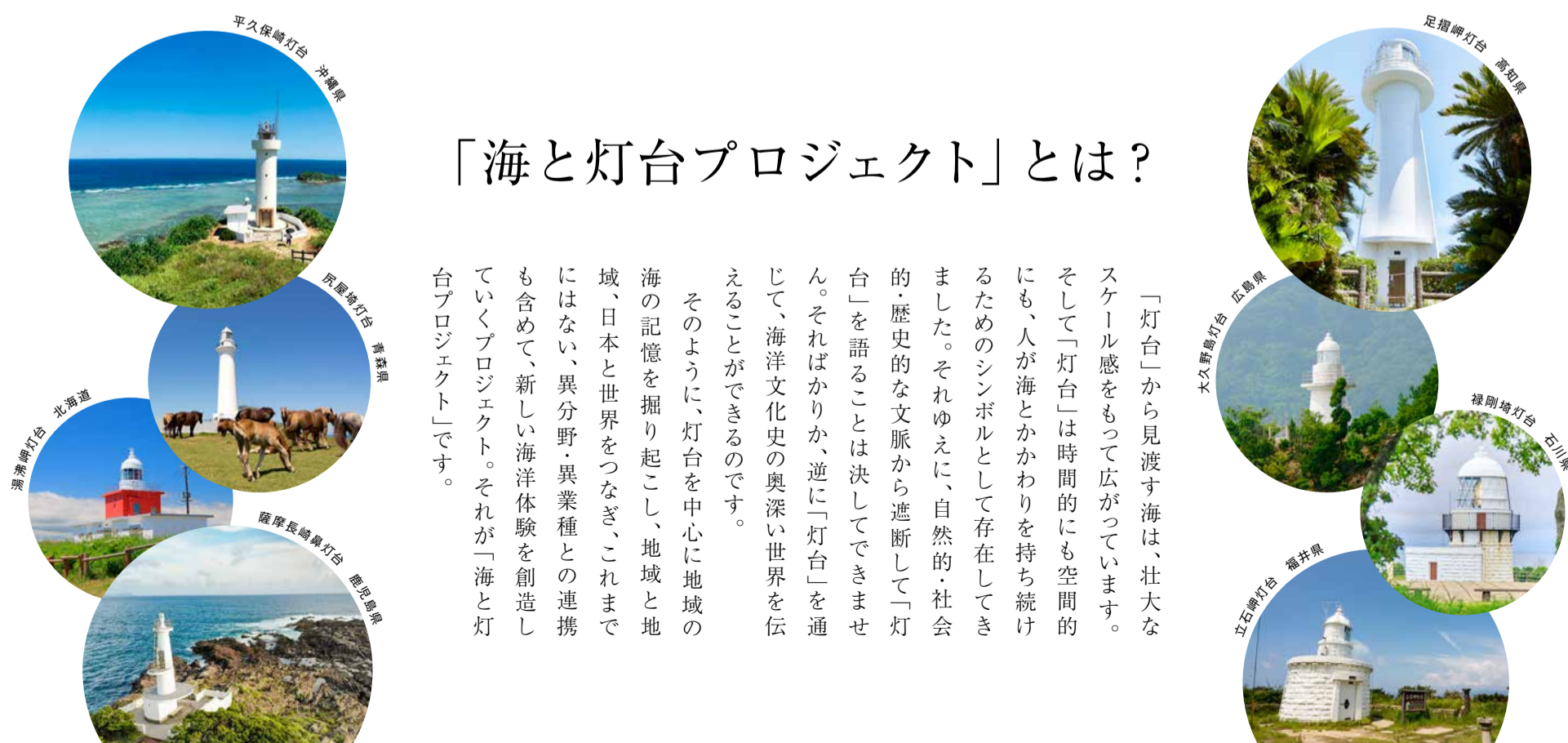
主催：日本財団「海と日本プロジェクト」 共催：海上保安庁



## 「海と灯台プロジェクト」とは?

「灯台」から見渡す海は、壮大なスケール感をもって広がっています。そして「灯台」は時間的にも空間的にも、人が海とかかわりを持ち続けるためのシンボルとして存在してきました。それゆえに、自然的・社会的・歴史的な文脈から遮断して「灯台」を語ることは決してできません。そればかりか、逆に「灯台」を通じて、海洋文化史の奥深い世界を伝えることができます。

そのように、灯台を中心に地域の海の記憶を掘り起こし、地域と地域、日本と世界をつなぎ、これまでにない、異分野・異業種との連携も含めて、新しい海洋体験を創造していくプロジェクト。それが「海と灯台プロジェクト」です。



# 「灯台」大アンケート

一般 自治体 事業者

航路標識としての役割を終えた後も、「灯台」が地域のシンボルであり続けるために必要なことは何か？ それを知るために2020年夏、我々は「一般の方々」「地方自治体」「地域の観光事業者」にアンケートを実施しました。

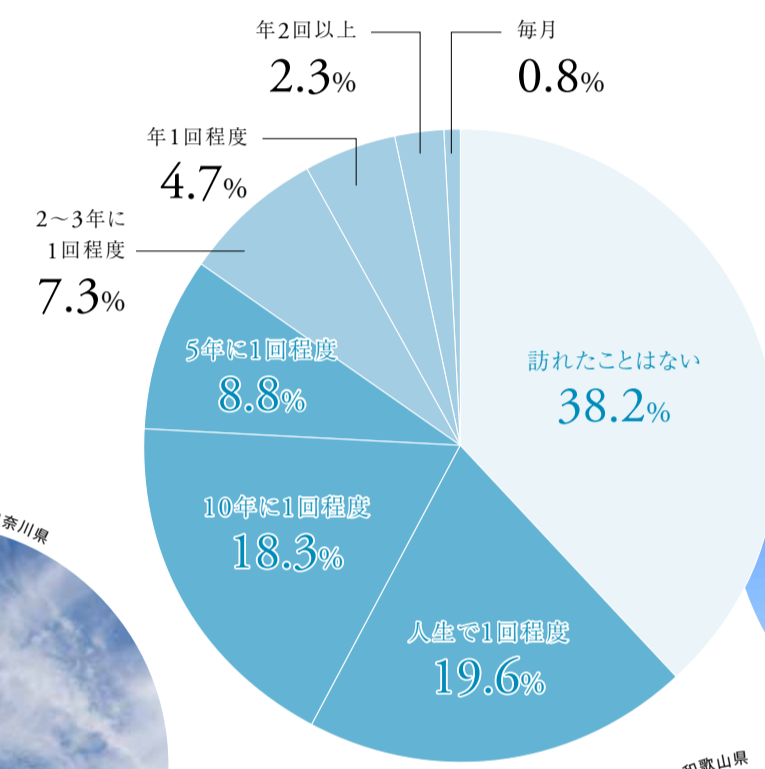
■アンケート概要

一般対象	全国1030名(男性515名、女性515名)
年代	12歳～60歳以上
結婚	未婚376名 既婚654名
子ども	なし433名 あり597名
方法	インターネット
自治体対象	全国自治体 51部署
方法	アンケート送付
事業者対象	全国93事業者
業種	宿泊、物産、飲食、レンタカー他
方法	アンケート送付

一般 「灯台」が旅の目的地になっていないのは、海と人とのかかわりを考える気づきがないから。

**01** Question 「灯台」を訪れたことはありますか？ 訪問頻度もお答えください？

灯台を訪れたことがある人は**3人に2人**！  
しかし**訪問頻度は低く**、  
頻繁に訪れるスポットにはなっていない。



「灯台」を訪れたことがある方は約62%いるが、その多くは「人生で1回」「10年に1回」「5年に1回」程度と頻度は少ない。一方で「2～3年に1回」「年1回」「年2回以上」「毎月」と答えた方は全体の約15%。この来訪頻度から推測すると、「灯台が目的地になっていない」ということが伺える。

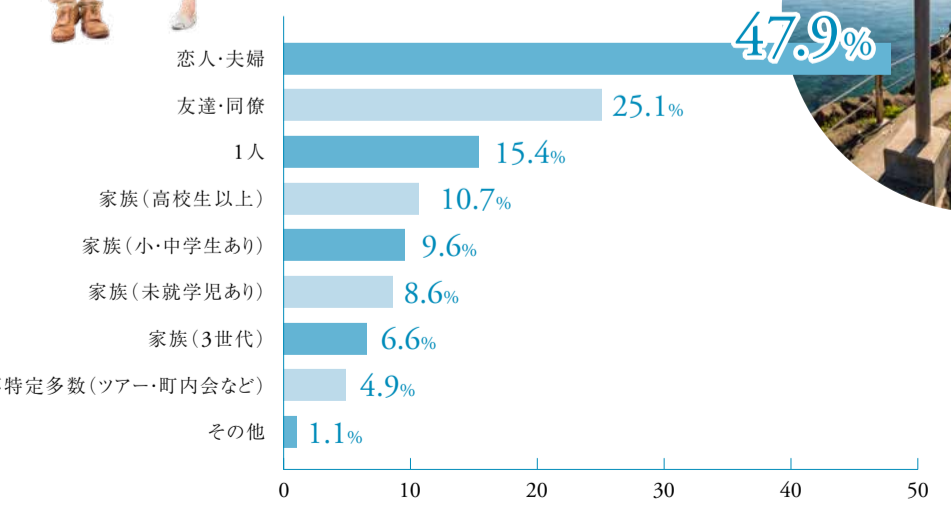


**02** Question 「灯台」には誰と行くことが多いですか？ (複数回答可)

「恋人」や「配偶者」と出かける人が最多！  
「灯台」と、その周辺風景は**情緒的なイメージ**。

「恋人・夫婦」が最多となった結果からは、「灯台」及びそれを含めたロケーション(海と一体となった景観や夕日などを楽しむ場所)に対する情緒的なイメージが影響していると考えられる。一方、そのイメージが固定化されていることから、来訪者が絞られている可能性も。

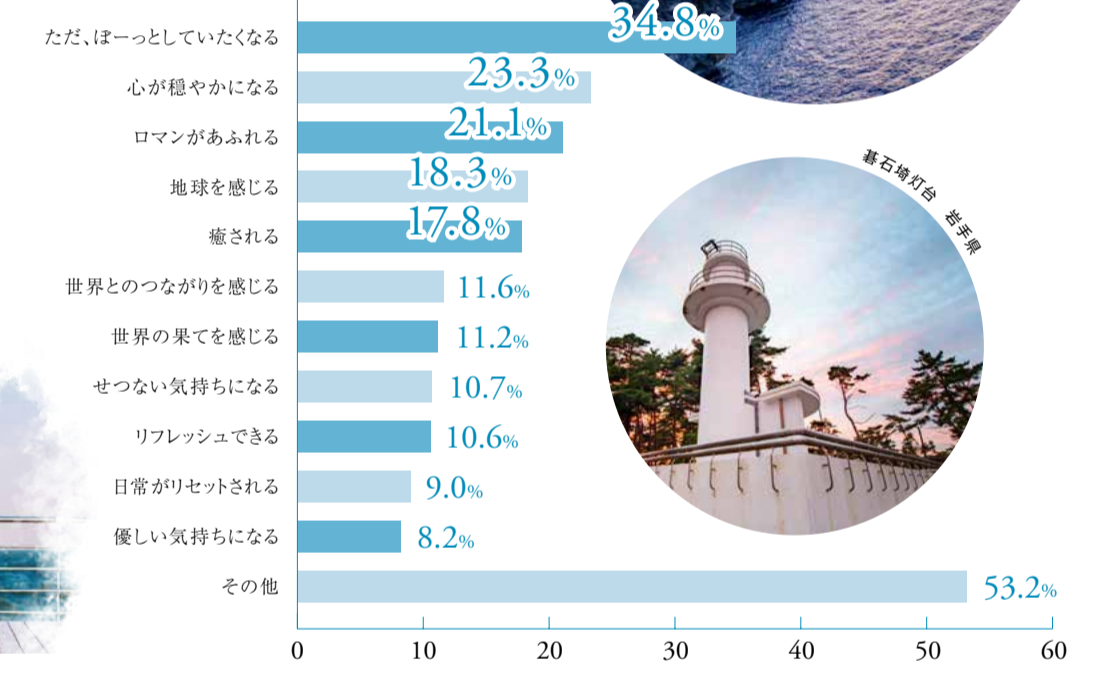
例えば「教育施設としての灯台」という要素が加われば、子ども連れの来訪増加に影響するのでは？



**03** Question 海の香りや音、海の景色など、「海と灯台」から感じるイメージと合うものを、3つまで選んでお答えください。

「海と灯台」は多くの人にとって、**情緒的で、非日常的な**時間を体験する場所。

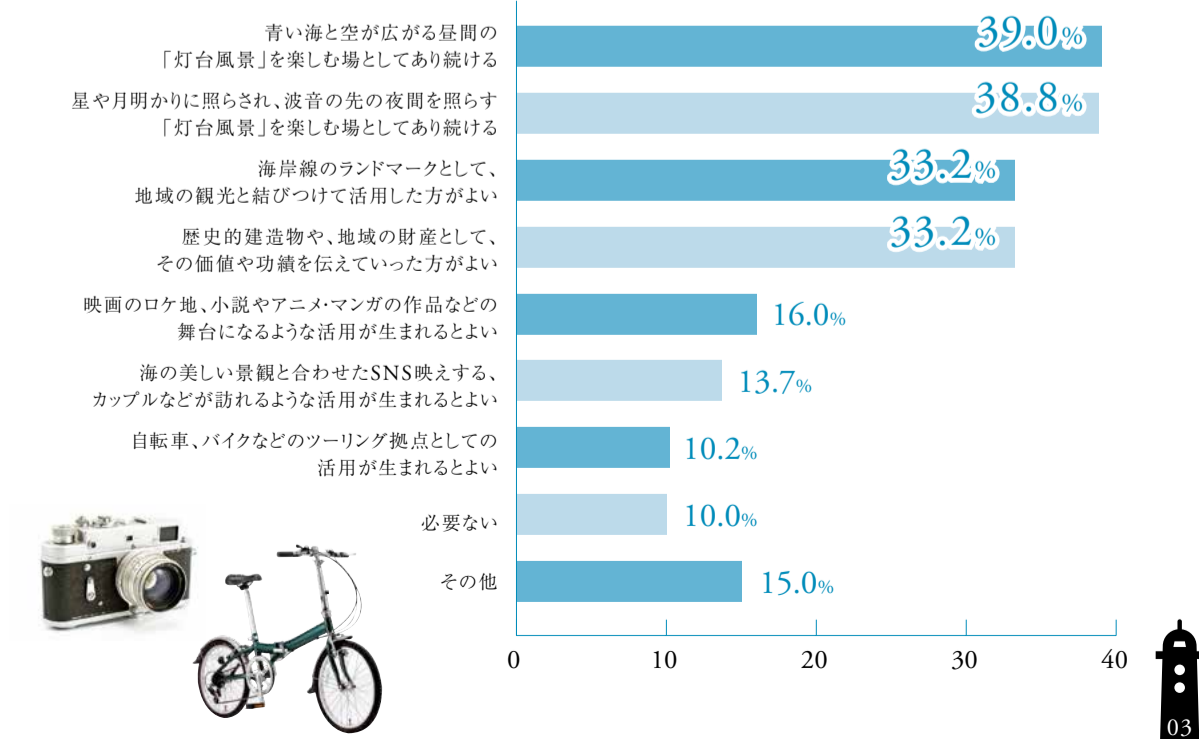
「ほっとしていきたくなる」「心が穏やかになる」「ロマンがあふれる」など、気持ちを平穏にしてくれる場所というイメージを持つ人が多い。これらのことから「海と灯台」は普段の生活をする場とは違う、非日常的で情緒的な場所と捉える人が多いと考えられる。しかしその一方、このような静的・浄化的なイメージに固定化していることも伺える。



**04** Question 「灯台」は、約150年前から全国で建設され、船の航路標識としての役割を担い、多くの命を救ってきました。GPS(位置情報把握システム)などの発達により、その役割を終えつつありますが、今後も必要だと思いますか。必要だと思うものについて以下から3つまで選んでお答えください。

灯台本来の役割が終わったとしても、「灯台風景」を楽しむ**歴史的建造物**としての活用を求める声が多く。

航路標識としての役割を終えつつある「灯台」。しかし今後も存続を求める声は多い。最も望まれているのは「灯台風景」を活かすこと。青空、海、星や月明かりとのマッチングなど、情緒的な場所として今後も存続し続けることを望む声と考えられる。次いで「歴史・社会的価値」の伝承・活用や地域の観光とリンクした活用を求める声が多い。このことから、多くの方が「灯台」の景観価値や歴史・社会的価値を認めていることが読み取れる。



自治体

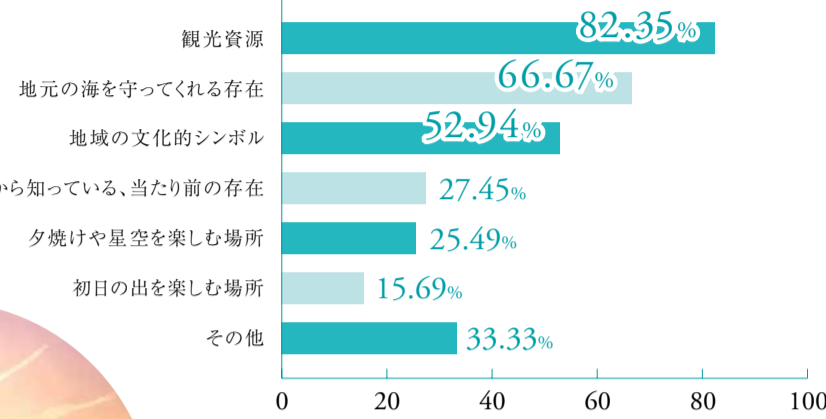
# 景観から生まれる観光価値以外の 海洋文化価値の掘り下げとコンテンツ開発が不足。

## 01 Question

あなたにとって、また地域の方々にとって「灯台」はどんな存在ですか？(複数回答可)

「灯台」は観光資源であり、地域の海のシンボルである！

地元自治体にとっては「灯台」が観光資源という認識は高い。それは「恋する灯台認定」や周遊スポット・イベントなどで活用される中で高まってきたものとも考えられる。他方、地域における「地元の海を見守る存在」など、社会的・文化的な価値も受け継がれていると認識できる。自由筆記のコメントには「風景の中になくはならない存在(青森県東通村)」というものも。



## 02 Question

「灯台」を中心に、ある一つのテーマで地域のさまざまな海の体験ができる「灯台観光ツアー」を開発した場合、どのようなコンテンツなら実施できると思いますか？

「灯台」の新たな利活用ポイントは、「灯台の景観」の素晴らしさを活かすこと。

ダントツで多かったのは「海の絶景や景勝地巡り」。これに「ロケ地」「サイクリングコース」「海が見えるカフェやレストラン」が続いた。これらはいずれも「灯台」の風景価値を活かしているというコンテンツ。「海が見える～」と同率だった「海の文化や歴史を感じる散歩」も、灯台を含むロケーションであるならば、景観を楽しみながら教育的価値を作り出すことができる。



### 「灯台」利活用に期待するコンテンツTop.10

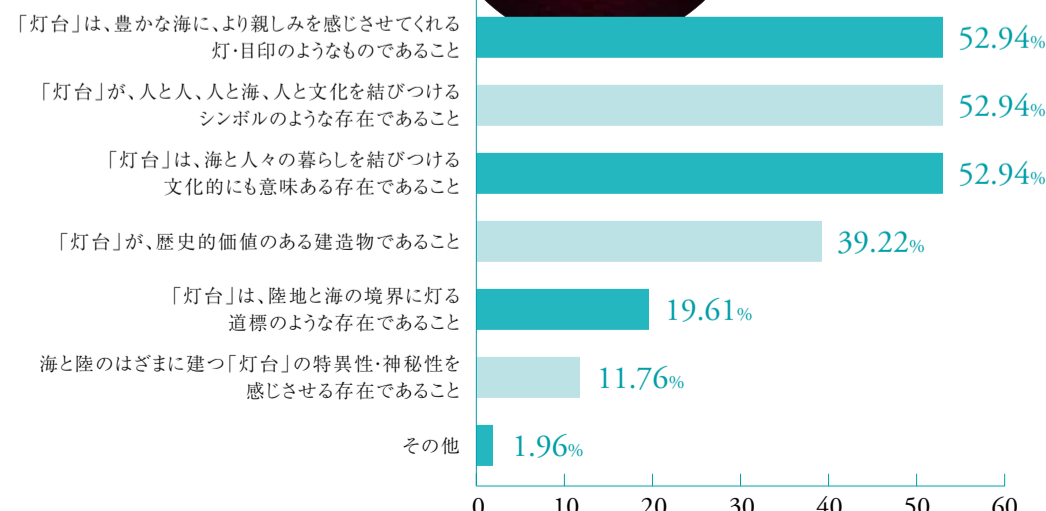
1位 海の絶景や景勝地巡り	60.78%
2位 映像作品・創作などのロケ地	33.33%
2位 サイクリングコース	33.33%
4位 海が見えるカフェやレストラン	31.37%
4位 海の文化や歴史を感じる散歩コース	31.37%
6位 ライトアップイベント	25.49%
7位 灯台を海から眺めるクルージング	21.57%
8位 灯台もしくは灯台の敷地に宿泊(グランピングなど)	19.61%
9位 海が見えるSNS映えするスポット	17.65%
9位 魚市場・道の駅などのお土産施設	17.65%

## 03 Question

さまざまな取組・アクティビティを実施することで、「灯台」について、どんなことを考えるきっかけになると思いますか？

多くの自治体が望むのは、灯台がもっと地域の「海のシンボル」となること。

地域の文化的なシンボルとしての「灯台」を望む声は多い。しかしその一方でほとんどの「灯台」の現在の活用法は、文化的価値の向上に踏み込んだものとはなっていない。「海のシンボル」としての価値を高めるのであるならば、「灯台」の歴史的・文化的価値や存在意義を紐解き、それをストーリーやプログラムとして展開していくことが必要。そして、それらを実現するための手法の検討が今後の課題と言える。



事業者

# 海洋文化資産の磨き上げができていない。 理由は地域における旗振り役の不在。

## 01 Question

あなたにとって、また地域の方々にとって「灯台」はどんな存在ですか？(複数回答可)

地元の人にとって「灯台」は、「海のシンボル」として、あって当たり前の存在。

「灯台」は「海を守る存在」であり、「観光資源」とであると認識されている。であるならば観光資源としての「灯台」の価値を正しく評価し顕在化していくことで、地元における「灯台」の「海のシンボル」としての存在感はさらに向上させることができるのではないか。そうなることで地域住民のアイデンティティもまた向上していくと考えられる。

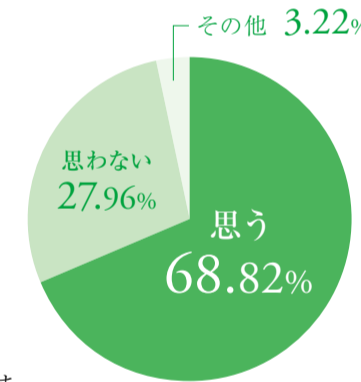


## 02 Question

名称、写真、シルエット、ロゴもしも「灯台」、または「恋する灯台」の意匠を簡単な手続き、且つ無償で使用できるとしたら、「灯台グッズ」を企画・販売したいと思いますか？

「灯台」を活用した商品を抱きたい！

現時点では多くの事業者が「灯台グッズ」は扱っていないが、しかし本音では「扱いたい」と思う事業者が多い(約61%)ことがわかる。作りたいものとして挙げたのは、Tシャツ、ステッカー、スマホカバー、ご当地キャラとのコラボグッズなどさまざま。しかしその一方、簡単な手続き・無償であっても「思わない」事業者も約35%いる。これは単に作るだけでなく、それが生み出す効果を重視し、慎重になっていることの表れであるとも考えられる。

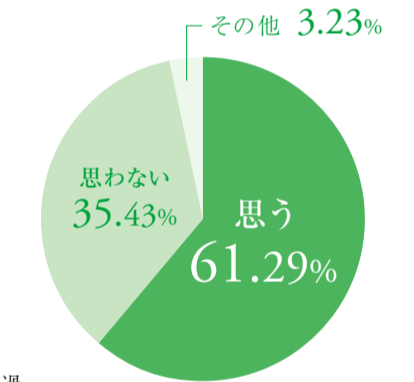


## 03 Question

もしも「灯台」が簡単な手続き、且つ無償で使用できるとしたら、イベントなどを企画・実施したいと思いますか？

「灯台」を活用したイベントを行いたい！

グッズ同様に、イベントについても関心を抱いている事業者は約69%と多い。人気が高いのは「内部見学」「バンジージャンプ」「灯台付近で宿泊」「ライトアップ」「プロジェクトマップ」「婚活イベント」など、灯台を会場としたもの。一方、「過去にイベントを開催しようと相談したが断られた」という声も。また実施の意欲はあるものの、財源や人材確保がネックとなり、開催することが難しいケースも多いようだ。



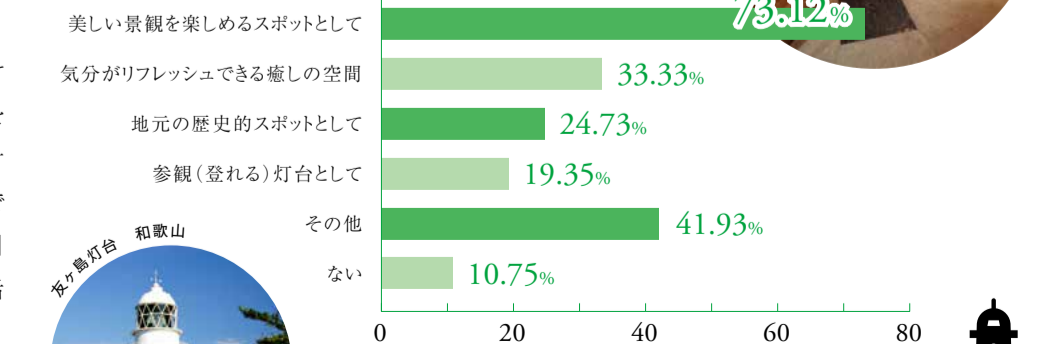
## 04 Question

あなたはお客様に、「灯台」を観光スポットとしておすすめすることはありますか？

ほとんどの事業者が、「灯台」を地元の観光スポットとして推奨している。

「美しい景観を楽しめるスポット」が全体の約73%と、他と大きく差をつけた。全国の事業者を通じて、「灯台」が景観や情緒的な空間価値のある施設であると認識されていることが確認できる。3つ目に「地元の歴史的スポットとして」が挙げた。例えば、

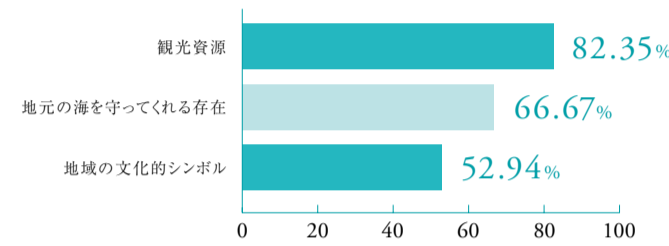
単にそういう場所として紹介するだけでなく、「どんな歴史的スポットか」をた。全国の事業者を通じて、「灯台」が景観や情緒的な空間価値のある施設であると認識されていることが確認できる。3つ目に「地元の歴史的スポットとして」が挙げた。例えば、



# 一般・自治体・事業者ともに「灯台」に大きな関心があるものの、コンテンツの掘り下げと磨き上げなど課題は山積している。

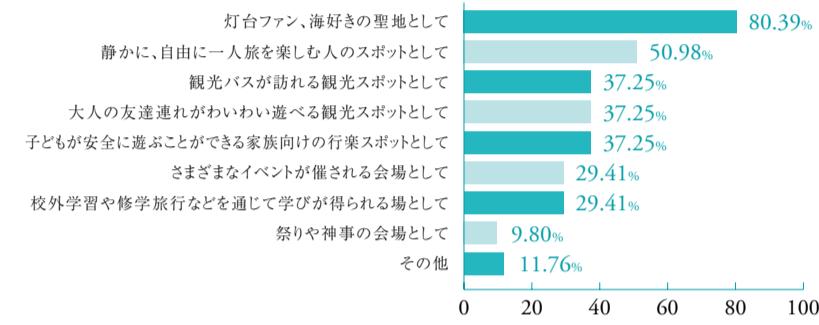
## 「観光資源」の ポジションの違い

自治体 あなたにとって、また地域の方々にとって「灯台」はどんな存在ですか？(複数回答可)



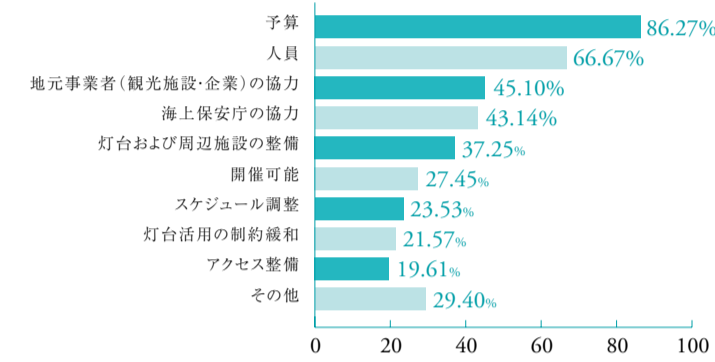
## 「訪れる人」と 「訪れて欲しい人」の違い

自治体 「灯台」周辺がどのように盛り上がるのが理想的ですか？

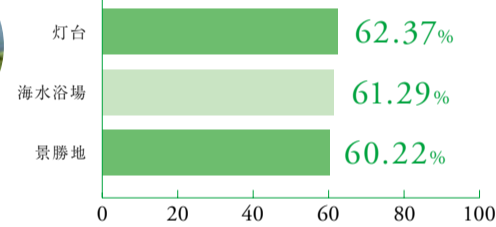


## 求められるコンテンツを 生み出せていない

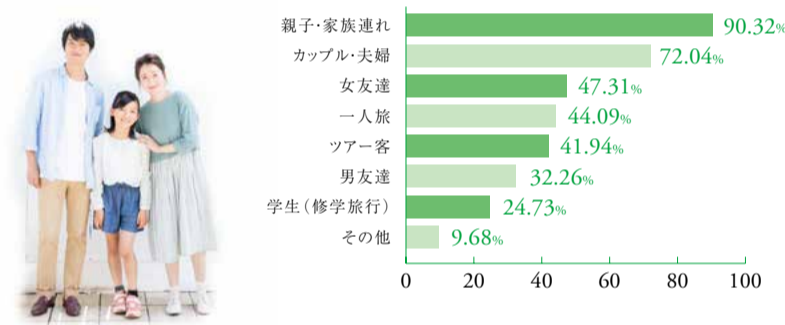
自治体 「灯台」でイベントを行うことは可能ですか？また実施する上で課題となることは何でしょうか？



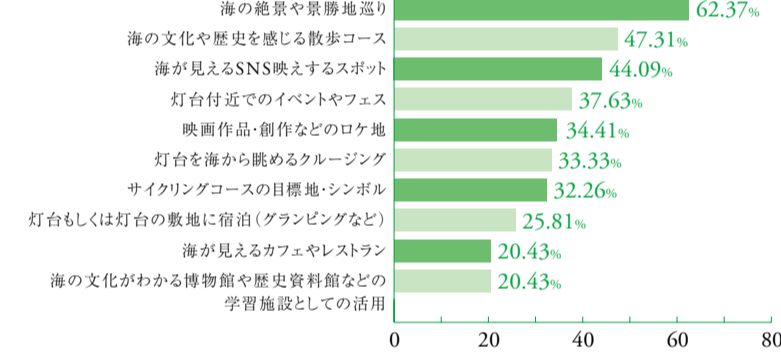
事業者 あなたの地元の「観光資源(施設)」は何ですか？



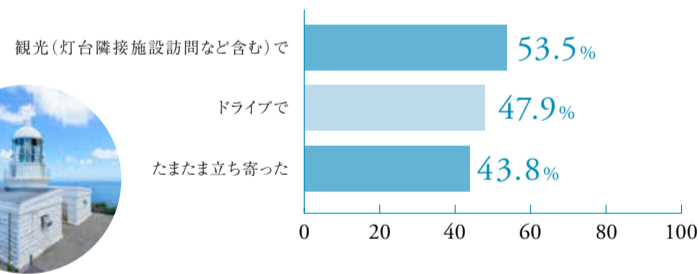
事業者 あなたの事業が想定するコアな観光客は、どんなタイプですか？



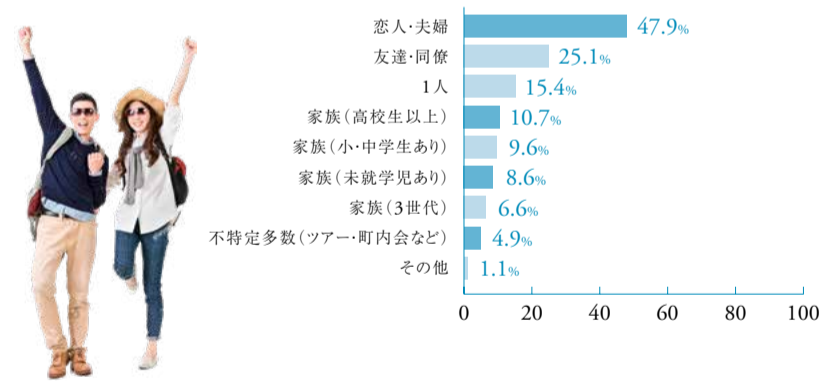
事業者 地元の観光を盛り上げていくにあたり、「灯台」を活用したイベントに興味はありますか？



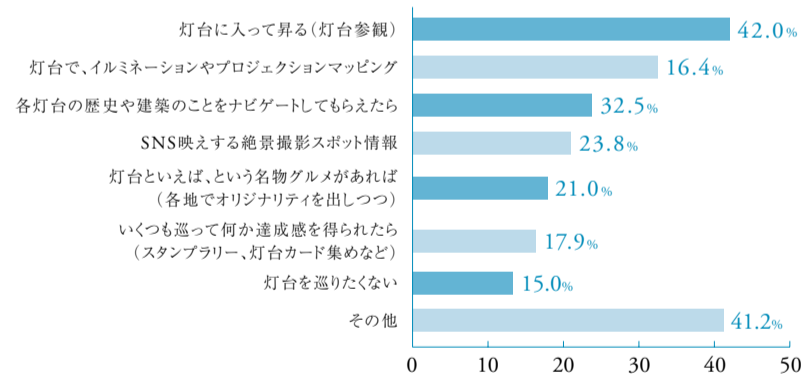
一般 「灯台」を訪れた方に伺います。目的を教えてください。



一般 「灯台」には誰と行くことが多いですか？



一般 どのようなきっかけがあれば、「灯台」を巡りたくと思いますか？



自治体、事業者が考えるほど、観光客は「灯台」自体を観光資源として捉えていない。

自治体にとっては「観光資源(約82%)」「地域の海を守ってくれる存在(約67%)」という答えが多かった。このことから「地域の海のシンボル」として位置づけられていることが伺える。また事業者からは「灯台」を観光資源と見ているという声が多かった(約62%)。

他方、一般を見ると「灯台」を訪れる目的は、「観光(隣接施設含む)」「ドライブ」「たまたま」が多い。この回答からは「灯台」を訪ねたのは偶然であり、目的地とはなっていないことが読み取れる。

迎える側が「地域の海のシンボル」「観光資源」と捉えるならば、その価値をきちんと評価し、それを顕在化していく必要があると考えられる。

目的地になっていないということは最大の課題。「灯台」を訪れる意味や価値をデザインしていく必要がある。

自治体、事業者が想定するターゲットと実際の観光客が合致していない。

「灯台」周辺の事業者が最も観光に訪れて欲しいと想定しているのは「親子・家族連れ」で90%を超える。しかし現実には「恋人・夫婦」が約48%で最も多く、「親子・家族連れ」はいずれも10%以下。両者の間に大きな隔りがある。また「家族連れ」を望む自治体も約37%で多くはなく、事業者とは異なる結果となった。自治体で印象的なのは約80%が「灯台ファン・海好き」の来訪を最も望んでいること。これに続いたのは「一人旅(約51%)」で、比較的にコアなファンを理想とする結果となった。

いずれにしても、自治体、事業者が望むターゲットと、実際に訪れている一般にズレがある。観光資源としての「灯台」を活性化させるためには地域が一体となって、想定ターゲットに届ける工夫が求められる。

灯台ファンのニーズに応える掘り下げが必要。その上で場所によっては家族向けコンテンツ開発も地域の特色を際立たせることにつながる。

「灯台」を巡るきっかけとなるコンテンツの磨き上げや創出に課題。

「灯台」に出かける目的として最も多いのは「入って昇る」だが、「イルミネーションやライトアップ」「絶景撮影スポット」「名物グルメ」など、他のコンテンツに期待する声も一般からは聞こえてくる。ここから見て取れるのは、新たな価値を磨き上げることで、「立ち寄り」だけではない、「灯台」に対する新たなニーズがあることだ。これは事業者の期待にも合致する。期待値が高いのは「絶景」「SNS映え」など従来の景観価値に対するものだが、「サイクリング」「グランピング」など、さまざまなアイデアに興味がある。自治体は、一般や事業者が求めるコンテンツの開催に対して前向きな意向を示しつつも、「予算」「人員」など課題は多い。それらを打破するためには柔軟なアイデアと地域連携、そして「灯台」を管轄する海上保安庁の協力が必要だと言える。

「灯台」を通じて海洋文化の奥深い世界を地域の特色を活かした価値あるコンテンツとして関係者が連携しながら磨き上げる必要がある。

## 自治体・事業者が考える「灯台」プログラム

自治体 各自治体へのアンケートの中で、今後の活用予定やビジョン、課題についてコメントをいただきました。

北海道網走市▶ 網走市の能取岬灯台を含む能取岬は、オホーツク網走マラソンのコースに活用しており、景観の良さからランナーからの評判も良く、ハイライトシーンとなっています。

岩手県普代村▶ 隣にある宿泊施設との連携、国立公園の整備と合わせた一体的なリニューアルを計画しています。

山形県鶴岡市▶ 数年後に高速道路が開通する予定となっており、鼠ヶ関IC(仮称)も整備する計画があることから、鼠ヶ関地内への誘導をどのように進めるかも検討しなければなりません。「灯台」は人を惹きつけるスポットとなり得ることから、周辺整備に関しては一体的な整備計画を立てていきたい。

神奈川県三浦市▶ 2019年度は、地域のイベントと連携して城ヶ島灯台をラッピングすることにより、観光客の回遊性を高めることができました。また2020年3月にデザイン灯台として県立城ヶ島公園内に建替えられた安房崎灯台は、前方に房総半島と大島を望む景観スポット。建替前の安房崎灯台はアクセスルートに課題があり、主に城ヶ島灯台を観光資源として活用してきましたが、今後は、横須賀海上保安部に協力いただき、2つの灯台を活用した城ヶ島内の回遊促進策に取り組んでいきたい。

愛知県美浜町▶ 野間崎灯台100周年を迎えるにあたり、2021年度にイベント実施を検討しています。「灯台」の特徴をうまく表現できたらと検討中です。

愛媛県伊方町▶ 「佐田岬ワンダービューコンペティション」という動画コンペを実施しており、この受賞作品の多くに佐田岬灯台が登場します。佐田岬灯台を題材にした作品もあり、これらの映像活用についてのサポート・助言を伺いたいと思っています。

事業者 各事業者へのアンケートの中で、「やってみたいイベント」についてコメントをいただきました。

北海道江差観光コンベンション協会▶ 海を活用した事業については、観光協会や町主催による事業が展開されており、今後も創意工夫の上継統を考えています。可能であればプロジェクションマッピングなどイベントの1コーナーとして映像を使った内容に取り組んでみたい。

青森県東通村商工会▶ 恋愛成就の絵馬を購入いただき、それを飾れる場所があれば面白いと思います。

岩手県青の国ふだい▶ 海へ優しい釣り大会(環境へ配慮された道具等使用)を、灯台の見えるところで昼夜にわたって開催してみたい。

新潟県能生町観光物産センター▶ 灯台周辺を使った謎解きイベント。また「灯台カップ」と称した釣りやマリンスポーツイベントなどを開催したい。

愛知県望水荘▶ 灯台の歌が欲しい、誰でも弾けるピアノの設置、灯台にメッセージが映し出せる仕掛け、他の灯台とのコラボなどアイデアはたくさんあります。灯台は海のシンボルです。灯台がないと海は考えられません。

兵庫県道の駅あまるべ▶ 余部崎灯台は海拔280mを超える、日本一高い場所にあります。それを活かしたイベントを企画できればと思います。例えば、紙飛行機飛ばしなど。

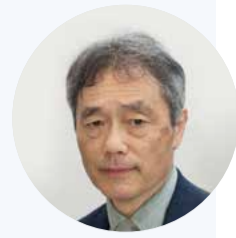
技術

灯台建築

灯台には立地、構造、工法、素材と、近代建築技術の歴史が詰まっている

建築物として見る時、立地、構造、工法、素材という4つのポイントがあります。立地ですが、これを19世紀後半に決めたのは海外列強。定期航路を日本につなげるためです。明治になると海軍と政府が決めます。当時は船こそが人やモノの輸送の要で、各地からその安全航行のための灯台設置の請願が帝国議会に出されていました。構造と素材は、石造、レンガ、鉄、木造が明治期のもの。鉄筋コンク

東京工業大学  
名誉教授 藤岡 洋保



リートはその後です。灯塔は、高さや建つ位置によって構造が使い分けられていますし、石を使う場合は船で運ぶため、その産出地も海に近いところに限られていました。鉄製の灯塔や霧信号所には格子状の鉄骨に鋼板をリベットで張りつける、日本独自の工法が見られます。灯台は一見単純ですが、建設地の状況や材料、灯塔の高さに応じているいろいろな工夫がされています。

役割

灯台には船舶の安全を守るとともに日本の経済水域を示す重要な役割がある

航路標識とは、灯光、形象、彩色、音響、電波などの手段により、沿岸水域を航行する船舶が指標とする施設のことです。岬の先端などにある「灯台」、岩礁などを知らせる「灯標」、航路などを示す「灯浮標」が代表的なものです。情報を伝える光り方には不動光、明暗光、せん光など8種類があり、それぞれ設置場所や目的で使い分けられています。船舶が目的地に安全かつ効率的に航海するためには航海計画を立

日本航路標識協会  
専務理事 池田 保



て、コースラインを選定しますが、沿岸を航行する場合は主要な変針点に設置されている灯台などが指標となります。また、沿岸に設置される灯台は遠く沖合を航海する船に陸地を認める機能を持つ標識でもあります。つまり灯台は自船の位置を目視で確認する存在であると同時に、航海者に安心感を与えるという重要な役割が備わる施設なのです。その価値は航海計器の発達した今も変わることはありません。

技術

時代の最先端技術とともにあった灯台 現在もまた研究・開発が進む

海上保安庁交通部  
整備課長 菊田 信夫



灯台はいつの時代も最先端技術とともにありました。光源で言えば明治期は油を燃焼する灯器から始まり、ガス、電気へ。以降、白熱灯の時代を経て、より省電力な放電灯となり、現在の大型灯台はメタルハイドランプです。また大光力を必要としないものはLEDが用いられます。

灯台の運用・メンテナンスは、明治期は油を使っていたことから有人管理が不可欠でした。それが電化の進展や技術の進歩により、点消灯の自動化、電源障害時の予備電源装置などの機器が開発され、徐々に無人化・自動化への整備が行われています。

現在、最も新しい技術と言えるのはパワーLED。大光力を得られることから大型灯台や照射灯への活用を図っています。またドローンを活用した点検やウェアラブルカメラを活用した遠隔支援の実用化に向けた研究も進めています。



「海と灯台学」をつくらう！

「灯台」という知識を体系化。近現代史における「灯台の役割」を探る歴史的視点。さらに「建築学」「民俗学」「景観」「旅」といった多角的な視点を持って「灯台とは何か？」を掘り下げ、情報を体系化していきます。

文化

民俗

海の安全を守り祈りの空間であった場所を、現代に継承する灯台

民俗学者・神職  
橋本 裕之



近代以前、日本近海の航海者や漁民にとって、海上交通安全には2つの側面がありました。一つは「山当て」と呼ばれる、現在地を確認する技術的な側面。もう一つは天候や海流など自然という人智を越える存在に対する畏敬の念から生まれる、祈りの側面。この2つの対象となったのが、例えば沿岸部の小高い山に設置された神社です。

2つのうち技術的側面は近代以降、「灯台」が担ってきました。では、祈りの側面はどのように継承されるのか。現代においても「山当て」の技術は活かされ、「灯台」はその対象です。そうであるならば「灯台」が「祈りの空間」を継承することもできるのではないのでしょうか。例えば岩手県普代村で続く「鶴鳥神楽」は、神様が人々を訪ね巡行する神楽。その中に「灯台」を含めることで「祈りの空間」となり得るのです。



旅

灯台を目指すと、旅の目的が叶う 至福の自分時間が待つ、とっておきの場所

フリーペーパー「灯台どうだい？」  
編集長 不動まゆ



人はなぜ旅をするのでしょうか。目的や興味は人それぞれですが、共通して求められるのは「非日常感に身を置きフレッシュする」や、「新しいモノやコトに出会う・体験する」だと思います。では灯台旅で得られるものは何かというと、到着時の達成感、爽快な景観、灯台が背負う歴史の発見、点灯時の感動、漁港での食事などが挙げられ、十分に

旅の醍醐味を網羅しているのです。また自由な「楽しみ方の創出」もできます。私は灯台について理解を深めることが喜びなのでフィールドワークを行います。わずかに残った灯台守の官舎跡から間取りを推測。ここに生まれていたらどんな人生だったかなあと想像する。これが私の至福時間。他にも写真を撮ったり、ピクニックをしたり、海に向かって歌ったり。灯台は一人ひとりの楽しみを受け止める懐の広さがありますね。



地域政策

地域のシンボルである「灯台」はシビックプライドの対象となり得る存在

関東学院大学  
准教授 牧瀬 稔



「シビックプライド」という言葉があります。自分自身がかかわって地域を良くしていこうとする、当事者意識に基づく自負心のことですが、建築学からスタートした言葉ゆえ、その対象となるのは目に見えるもの。「灯台」はそこに当てはまる。そして「シビックプライド」を持つことで、「活動人口」が増えていく可能性が高まります。「地域に対する誇りや自負心を持ち、地域づくりに生き生きと参

加する者」と定義しますが、これが重要。最近では地方都市の人口減少が叫ばれていますが、大事なのは「活動人口」の数。快活な人の割合が高いことがポイントなのです。そのためには共有、共感、共創が大事で、さらに共助と共生の5つの「共」が地域を元氣付けると考えます。地域のシンボルである「灯台」は、活動人口を増やし、シビックプライドの対象になり得るものだと思います。

歴史

灯台史

平安時代から現代まで時代とともに進化し、日本の海を守ってきた

「続日本後紀」に遣唐使の時代、篝火をたいた記録があります。江戸時代には石を積み重ねた上に木造建築を設置した「灯明台」の中で油を浸した灯芯を燃やしました。そして幕末から明治にかけて西洋式の灯台が作られています。当時は時代の最先端の技術が使われていたが、それは今も変わりません。例えば太陽電池を用いた灯台が初めて登場したのは1959年。宇宙開発技術からの転用でした。また2009年頃から家庭に普及し始めたLEDは1989年から利用しています。灯台の歴史を語る上で欠かせないのが「灯台守」です。点消灯の操作、レンズの回転作業からメ

燈光会  
専務理事 今井 忠義



ンテナンスまで行い、灯台の円滑な運用に欠かせない存在でした。そんな彼らの生活は厳しく、雨水を溜め、魚を釣り、畑を耕し、文字通り生きるための生活をしていました。

また第二次大戦中、灯台守は無線連絡員であり、空襲の監視も行っていました。灯台は攻撃目標ですが彼らは避難もできず、全国で殉職者が相次いだ記録が残っています。そんな灯台守がしっかりとメンテナンスしてくれたからこそ、明治期に作られた灯台を今も見ることができるのです。



近代外交史

幕末から明治にかけて日本に入ってきたものは灯台というハードだけでなく、ソフト面も重要

欧米列強と条約を結び開国した幕末の日本。その日本沿海はダークシー（暗黒の海）と呼ばれ、航海上危険視されており、1860年代半ばには、洋式灯台を建設するよう海外からの要求が高まっていました。折しも、江戸幕府は下関事件の賠償金支払いの猶予を求めており、その代償として欧米列強が提示したのが洋式灯台の建設でした。1866年、幕府の責任で灯台をつくることが決定されました。そして和歌山にも樫野埼・潮岬、および友ヶ島に洋式灯台がつくられことになり、イギリス人技術者が派遣されてきます。それに対応したのは紀州藩

和歌山県立文書館  
研究員 平良 聡弘



当局ではなく、地元の役人でした。だから当時のリアルな記録は藩庁には残らず、現地、例えば串本にある。いつ上陸して、何を提供したということが、事細かく書き留められています。建設には地元民が駆り出されますが、当時の日本人と欧米人の考え方の違いは大きく、軋轢も生まれました。しかし灯台建設の現場は、現地の人々にとってヨーロッパのスタイルを学ぼう場になったのではないのでしょうか。このようにハード面だけでなく、ソフト面でも新しいものが広がり、日本の近代化が進んでいったのだと思います。

地域グローバル史

開放系のメッセージを発信し 地域を世界と結びつける

金沢大学 新学術創生研究機構  
准教授 谷川 竜一



灯台は、遙か海に向けて光を送る陸の施設であり、すぐ傍にはいない「誰か」のための施設です。その光は危険な海の上では生死さえ左右する重要なもの。でも届いたかどうかはわからない。海の上に「いるかもしれない誰か」が、受け取ることを「期待」して光っているのです。そんな灯台の「未完のコミュニケーション」、あるいは灯台というメッセージが開放系で終わるような場」が、私たちが灯台に惹きつけられる理由ではないのでしょうか。開放系であるからこそ、そこに様々な人々が多様な願いや希望を重ねて一方的に送ることが可能であるし、他方でそれを時に私たちが

予測し得ない未知のものと灯台は繋げてくれるからです。灯台のような公共財は、それを使う人を限定しませんが、常に使われるとも限りません。大切なことは誰かが必要としているかもしれない、という開放系の想像力。そして灯台が開放系のコミュニケーションを担う建造物であったことが、その地域をグローバルに結びつけ、様々な人や文化、世界観の出会いを導いたのだと思います。そういう見方をしていると、灯台はもっと面白く見えてくるのではないのでしょうか。



## 地域振興

地元で愛されているのは  
航路標識以上の価値が  
灯台にはあるから

日本交通公社 観光政策研究部  
戦略マネジメント室 研究員 小坂 典子

学生の頃から島巡りを楽しんでいた  
ので、灯台の思い出は多いです。  
地元の方と話すとき、みなさんの思い出  
の中にも必ず出てくる。灯台がアイデンティ  
ティの一つになっていると感じます。モノというより、  
思い出そのものなのです。

個人的なイメージは2つあります。例えば寂寥感を感じ  
るところ。昔はもっと栄えていただろうな、と。もう一方は  
まさに近く、地域の生活とともにある灯台。そんな風景  
を見て思うのですが、地元の人は機能を重視してい  
ないんじゃないでしょうか。みなさんの灯台への思い  
は、モノというよりヒトに対する感情に近い。だからこ  
そ地方活性的視点で見ても、灯台はこれから活用し  
ていくべき存在なんです。人の思いが蓄積されているも  
のがなくなったら、空っぽになってしまう。灯台があること  
で他の人とのつながりが生まれたりしたのですから。

大事なことは灯台が地域の人にとってどんな存在だっ  
たかを、外の目線でも掘り起こすこと。そして継続して活  
用することです。そのためには地域の産業と結びつくこ  
とは重要。また灯台はアクセスに難がある場所が多いの  
で、その場所ならではの価値を作ることも大切です。決し  
て簡単ではありませんが、例えば地元の特産品に付加  
価値をつけるやり方は今や一般的です。新しいアイデア  
を取り入れながら、今に生きる「灯台」を一緒に生み出し  
ていきたいです。



## ローカル鉄道

近代日本を作ってきた  
灯台とローカル鉄道を  
新たな“憧れの場所”に！

えちごトキめき鉄道  
代表取締役 鳥塚 亮

ローカル鉄道と近代灯台は歴史が同  
じくらいですよ。そこに共通点があると思  
います。世の中が変化し、ローカル鉄道も建設当初の役  
割は終わっている。そして沿線の町を見渡すと廃れてい  
るんです。では、町もローカル鉄道同様に役割が終わっ  
ているかと言ったら、そうではありません。時代に合わせ  
た使い方があはるはずなんです。だから我々ローカル  
鉄道もイベント列車を走らせたりして、多く  
の方に振り向いていただくためのツール  
にしようとしている。

灯台も、航路標識としての役割が終  
わったとしても別の方法があるはずで  
す。個人的なイメージで言うと、灯台は  
先端にありますよね。そういう「最果て」に  
行ってみたいと思う人は多い。それに、そもそも  
「海」そのものに価値があって、そこに繋がっているの  
が灯台。その景色には普遍的な価値があると思います。

だから、灯台が憧れの場所になればいいんです。「やっ  
と来れた」と思える場所にする。例えば買物には日用品と  
買い回り品の2種類がありますよね。買い回り品は趣味の  
ものだったから減多に買わない。でも本当に欲しけれ  
ば、多少高くても手に入れます。「憧れの場所」とは、そ  
ういうこと。人生にはそういうことが必要だし、僕らロー  
カル鉄道が目指しているのも、「憧れの場所」になることで  
す。灯台にも同じことが言えるのではないのでしょうか。



# 「灯台」の可能性

「灯台」の魅力が多様な世代に伝えるためには、  
新たな利活用ニーズの掘り下げと全国レベルで展開できる  
コンテンツの開発、事業者連携が必須です。  
そのために異分野の専門家に意見を伺い、アライアンスを構築していきます。

## グランピング

眺めていたい灯台は  
キャンパーにとっての  
焚き火のような存在

ABC Glamp&Outdoors  
代表取締役COO 吉村 司

10年ほど前に淡路島でキャンプ  
場始めたのが我々のスタート。漁港の  
隣だったので、灯台はいつも見えるところにありました。  
キャンプをしながら灯台を見ていると、「焚き火のような  
ものかも」と思ったりします。暖を取ることと船の安全を守  
ることが本来の目的ですが、同時にずっと眺めていた  
い存在なんです。そういう意味でも非常に面白い観光資源  
だと思います。アウトドア事業の観点から言えば、ロケー  
ションそのものが魅力的です。ね。

ただし灯台でキャンプをしようとしたら検討材料は多  
い。トイレやシャワーをどうするか？ 食事は？ 安全面  
や天候の変化に対する危機管理は？ 筋金入りのキャン  
パーであれば必要はないかもしれませんが、我々が手  
がけているのは、一般の方に自然を楽しんでいただく  
グランピング。そのための最低限の設備は必要です。  
ただ考え次第でもあります。日本には3000も  
の灯台があるんですよ。そのいくつかをキャ  
ラバンする企画であれば、対応できる可能性  
も高くなる。灯台をモニュメントとしたグラン  
ピングパークのようなものも考えられます。

そう考えると灯台には観光資源としての可  
能性が大いにある。それに多くの人は、灯台の  
ある風景をすぐに思い浮かべることができると思  
うんです。そのイメージに応えられる世界観を提供で  
きれば、すごく面白いことができるのではないのでしょうか。



## サイクリング

景色を楽しみながら  
走る自転車は  
灯台巡りに最適！

自転車業界誌「月刊サイクルビジネス」  
編集統括 前田 利幸

自転車と海岸線はセットのようなもの。メッカと言っ  
て良いと思います。ただ、これを地域活性化や灯台の盛り上げ  
につなげるのであれば、人をより集めることが必要。愛知  
県知多半島で開催されている伊良湖岬灯台を巡るイベ  
ントは有名です。観光業者とも連携し、毎年大いに盛り  
上がっています。

もちろん、イベントがなくても灯台と自転車の親和性  
は高いと思います。自転車の魅力の一つは風景を楽し  
みながら移動できること。景観を楽しむ意味では、非常  
に優れた交通手段なんです。だから海岸線は人気があ  
る。そのことをもっとPRすべきですね。その意味では今  
は大きな流れの中にあります。一つは2016年に施行さ  
れた自転車活用推進法。国民の健康推進と環境配慮  
の面から自転車を活用しようというもので、各自治体が自  
転車を活用した観光などを企画・実施すると補助  
金助成がある。これを活用する機運はあるの  
ですが、地域によっては自転車に不向きな  
場所もある。それをフォローするのが「Eバ  
イク」という、スポーツタイプの電動自転車  
。一般的な電動自転車よりパワーも電  
池寿命も長く、観光向き。そんなEバイクの  
レンタルがあれば、もっと気軽に灯台サイ  
クリングが楽しめると思います。灯台と自転車と  
いう組み合わせで楽しむ人が増えるのは、とても意  
義のあること。どんどん展開して欲しいですね。



## サブカルチャー

大阪成蹊大学  
芸術学部長 映像監督  
糸曾 賢志

コンテンツ化することで  
若い世代と灯台を一緒に盛り上げていく

灯台を活用し、さらなる活性化  
を生み出していくために「コンテ  
ンツ化」を提案しています。例えば、  
2015年のゲーム配信からスタート  
した「刀剣乱舞」は多くの女性ファ  
ンを獲得し、社会現象と呼ばれるほ  
どのメガコンテンツとなりました。刀  
は全国に点在しますが、それを「コ  
ンテンツ化」することで点が線とな  
り、大きなムーブメントとなったわ  
けです。こうした動きは、灯台でも作  
り出すことができるのではないかと考  
えています。

一方、現在は大学で教鞭を取ら  
せていただいておりますが、そこ  
で感じるのが「若者は未来に希望を  
抱いていない」ということ。その背  
景には、成功体験が少ないというこ

とが挙げられます。そこで彼らの自  
信になって欲しいと考え、2019年  
度には国内51基の灯台をアニメー  
ションイラストにした絵葉書  
を学生とともに制  
作。「灯台を巡ろう！  
キャンペーン」のノ  
ベルティとして配布い  
ただくことで、メディアにも取り上げ  
られました。こういう実績が彼らの自  
信に、ひいては希望につながってい  
くと思います。

今後も灯台それぞれが持つ歴  
史やストーリーを若い世代とと  
もにコンテンツ化すること  
で、灯台の文化価値  
創造に貢献してい  
きたいと思っています。



## 映画・ドラマ・ロケ

雑誌「ロケーション・ジャパン」  
編集長 山田 実希

灯台という存在が  
映画やドラマの物語を際立たせる

灯台に行けば、きっと綺麗な風景  
があると思えるんです。自分が出か  
けた中で印象に残っているのは角  
島灯台（山口県）。『四日間の奇蹟』  
という映画のロケ地ですが、作品  
に教会として登場するのが灯台の  
公衆トイレ。びっくりしましたね！ そ  
の時に隣接する資料館を訪ね、歴  
史的建造物としての魅力もあります  
よね。映画やドラマには時代考証が  
欠かせませんが、「この灯台は何年  
たかの建造物ではなく、「人を守る  
ために光を灯している」ということ  
に温かさを感じました。

映画の舞台として印象的だった  
のは「悪人」。ロードムービー  
ですが、その終着地点が大瀬  
崎灯台（長崎県）。同作の  
李相日監督にインタビューし



## 食文化

食文化研究者  
向笠千恵子

灯台は地域の  
文化と食を育む大切な要素

私のテーマは「食」ですが、取材  
や調査ではそれが生まれた風土や  
生産者の思い、歴史を理解した  
と思うので、時間の許す限り周辺を  
見て回ります。もちろん灯台もその  
対象。忘れがたいのは新人の頃に出  
かけた島根県の出雲日御碕灯台。滋  
賀県にルーツを持ち、島根で親しま  
れている「津田かぶ漬」を取材した  
のですが、干している津田かぶを撮  
影した時、後方に灯台が見えたく  
です。どうしても近くから見たくなり、タ  
クシーで駆けつけました。

食の歴史…北前船と食の街道に  
ついて調べると、例えば北海道江  
差町の鷗島灯台のある港などから昆  
布やニシンが西回りで全国に広が  
った歴史がありますよね。また灯台の麓



## 海の安全と地域振興に貢献を



これまで多くの灯台において、地域住民や地方  
自治体の皆様の協力の下、灯台やその敷地などを活  
用したイベントが実施されています。近年は灯台を活用し  
た地域おこし、観光、イベントなどのニーズも多種多様に拡大しており、  
海上保安庁では、灯台に付随する建物や用地などの国有財産の使用許可、  
デザインを凝らした灯台の設置など、地方自治体などからの  
ご要望に応じて、今後もご協力をさせて頂きたいと考えています。  
一方、港湾整備の進展に伴い、港が沖へ沖へと拡張されていきま  
すと、昔は港の入口に建っていた灯台が、いつの間にか港の奥側の船  
溜まりに位置する灯台になってしまう場合もあります。このような灯台に  
ついては、役目を終えた灯台として撤去する場合があります。その中  
には、地元に残して欲しいとのご要望もあり、公園などに移転した上  
で地域のシンボルとして活用されている事例もあります。  
灯台は、岬の先端の風景と調和して、非常に美しい景観を生み出し  
ていることに加え、歴史的・文化的価値を有するものが数多く存在して  
います。灯台が、船舶の安全な航海のお役に立てるだけでなく、周辺  
地域の活性化、地域振興にも寄与する存在になればと思います。  
毎年11月1日の「灯台記念日」には、全国各地の灯台において一  
般公開や地方自治体などと協力したイベントを開催しています。それら  
を通じて灯台の歴史に触れて頂くとともに、灯台の踊り場から広がる景  
色、青い空、青い海、そして広がる水平線、広い海を感じ、楽しんで頂  
ければ幸いです。

海上保安庁 交通部長 吉永 隆博