



事業名：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

事業名：野間埼灯台ポータル化プロジェクト

野間埼灯台「現代版灯台守」の本格稼働開始！

野間埼灯台に「現代版灯台守」が活動できる常設拠点としてキャンピングカーを設置し、専任の人材活動が開始しました。

これにより、野間埼灯台を中核とした地域経済の活性化を目指し、灯台を守り育てる仕組みを地域一丸となって推進していきます。



灯台キッチンカー&

灯台開放の拡大

灯台をホットステーションとして盛り上げるため毎週4日間のキッチンカー出店+灯台開放日の拡大で町おこし。



地元マルシェ復活

「大坊の楽市」

地元美浜町のお寺でコロナ前まで行っていたマルシェを、現代版灯台守が復活。灯台とのコラボも入れてバージョンアップ。



灯台ウェディングフォト

プロデュースサービスの強化

隣接の砂浜や、180°のオーシャンビューなどのロケーションを活かし、野間埼灯台の現代版灯台守として就任し、プロカメラマンとしても活動している仙敷裕也（せんしきゆうや）がプロデュースする新しいフォトサービスを開始。



環境変化（なぜこの事業なのか）

野間埼灯台の利活用が模索されてきたが、拠点や専任の担い手が不足している。そこで、キャンピングカーを常設拠点として、地域全体で灯台を守り、魅力を高める人材を育成する取り組みが必要となっている。



事業機会（なぜ今か）

野間埼灯台は中京圏で広く認知されているものの、来場者に提供するサービスが不足している。加えて、近隣には新たなグランピング施設や結婚式場がオープンしており、今こそこれらと連携し、灯台の価値を高めるタイミングである。



意義（私たちが取り組む理由）

昨年度までの実証実験で、灯台利活用のニーズが確認されている。我々のコンソーシアムは多様な関係者が協力できる体制を持ち、灯台の活用を支援する人材を幅広くサポートできる力を持っている。



活用の可能性

灯台を拠点とした有料サービスを提供する可能性が広がっている。これにより、「現代版灯台守」の活動が注目を集め、地域の灯台と人々をつなぐ役割を果たす人材を育成し、活動を持続させることができる。



目標

Plan / 計画時点

- ・ 現代版灯台守の本格活動開始
- ・ 持続可能な事業体制の検証とプログラムの創出
- ・ 2025年の春に向けて持続可能な事業体制を構築し、現代版灯台守の自活を目指す。



Do 実行 / 2025年2月時点の達成状況

- ・ 現代版灯台守の本格活動開始
 - 灯台キッチンカー&灯台開放の拡大
 - 地元マルシェ「大坊の楽市」復活
 - 灯台ウェディングフォトサービスの強化

企画運営パートナー

1

地域団体（美浜町、一般社団法人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、小野浦区）

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

JapanArtCompany：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

学生による地域連携、美浜町就職窓口斡旋

4

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

5

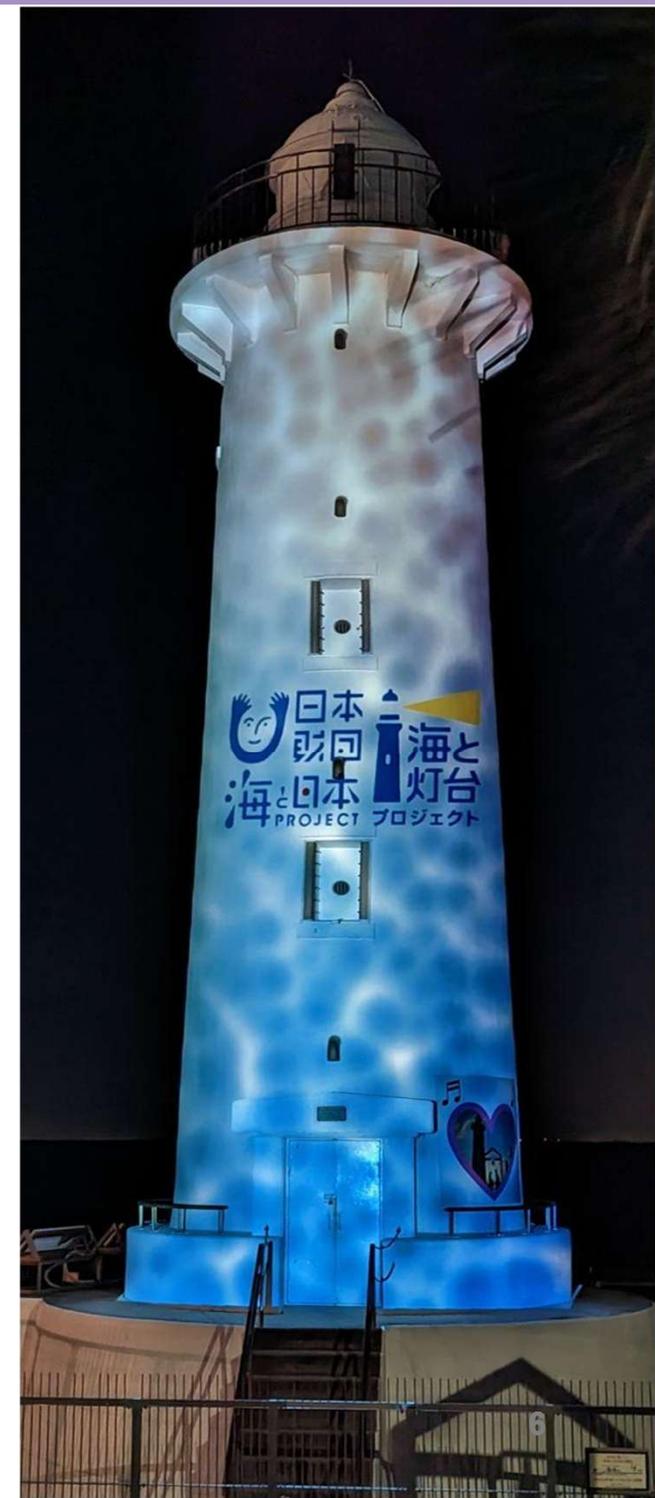
灯台周辺のお店、施設 まちの駅、飲食店、旅館など

顧客増、売り上げ増

6

テレビ愛知株式会社

地域との結束強化、情報発信



昨年とは違う多くの地域住民・関係者がプロジェクトに参画

1

地域・団体 >>> 町長はじめ多くの方

美浜町3名、観光協会3名、まちラボ10名程度、商工会1名、区長1名、現代版灯台守2名

2

事業会社 >>> 株式会社JapanArtCompany、株式会社EEYAN

事業全体プロデュース、イベント企画、灯台守伴走支援

3

野間大坊 >>> 住職など、過去大坊楽市主催メンバー

大坊楽市復活のサポート

4

知多娘。 >>> 美浜恋をはじめとする知多娘。メンバー

・灯台ホリデイや大坊楽市でのMCや出演、出展

5

テレビ愛知 >>> 番組「灯台浪漫」「海と灯台 未来への輝き」

・野間埼灯台や現代版灯台守の情報発信

6

キッチンカー出店者 >>> 33店舗

・大坊の楽市での出展

7

周辺施設 >>> 11店舗

・灯台パスポート参画11店

良かったこと



 昨年は連携できていなかった、野間埼灯台と並ぶ、美浜町の観光スポットである野間大坊と、大坊楽市の復活を通して連携ができたことで、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



昨年関係ができたウッドデザインパークなどとビジネスとしてより強い相互関係を作ることができなかった（依然良好な関係）



まちの駅、旅館などと強い良好な関係を築くことができなかった

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

ビジターセンター事業

ビジターセンター事業

灯台開放

全国でも珍しい「のぼれる灯台」の一つである野間埼灯台を開放！



灯台キッチンカー

灯台守が常駐しながら訪れた観光客に飲食を提供！



灯台サウナ

灯台を眺めながら入る灯台サウナ
サウナの後の水風呂は目の前の海！



灯台守の常駐化

- ◇ 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

灯台とその周辺を活用したビジターセンター事業

1 灯台開放

- ・昨年と同様に、美浜まちラボに加えて「現代版灯台守」が月に数回灯台を開放し、多くの方に灯台へ登って楽しんでもらった。
- ・「現代版灯台守」がキッチンカーで灯台に出店したが、キッチンカーの対応が必要だったことや、一人では灯台開放を実施できなかったことから、昨年より多く開放することはできなかった。

2 灯台キッチンカー

- ・準備や保健所の許可取得に時間がかかり、出店は8月末となったが、海や灯台を眺めながら片手で手軽に食べられる「おつまみタコス」の提供を開始。現代版灯台守が毎週4日間常駐し、キッチンカーの出店を行った。
- ・11月末までの全40回出店を通じて、現代版灯台守は地域や観光客との交流のハブとなったが、思うような売上を上げることはできなかった。また、他のキッチンカーの誘致についても十分な動きが取れず、課題が残った。

3 灯台サウナ

- ・灯台周辺の土地の所有者を探し、利用の許可を得て実証実験を行った。サウナ事業として実施するには公衆浴場法の規制に抵触するため、サウナ用具をレンタルする形で進めていたが、サウナの準備や片付けを利用者自身に行ってもらう必要があり、運営には大きなハードルがあることがわかった。
- ・結果、イベントなどでサウナ単体で料金を徴収するのではなく、一つの目玉コンテンツとして提供して来場者に楽しんでもらう形で楽しんだ。

良かったこと



 灯台からの絶景は観光客を魅了し、地域活性化に貢献するとともに、歴史的建造物としての価値を伝え、灯台への関心を高めた。

 地元の食材を使ったメニューで地域の魅力を発信し、灯台を訪れる人々の満足度を高め、滞在時間を延長することで、灯台への関心へとつなげた。



反省点・改善案



灯台開放では、キッチンカー運営との兼ね合いから開放日数が限られ、キッチンカーは売上向上と他業者誘致に課題が残った。



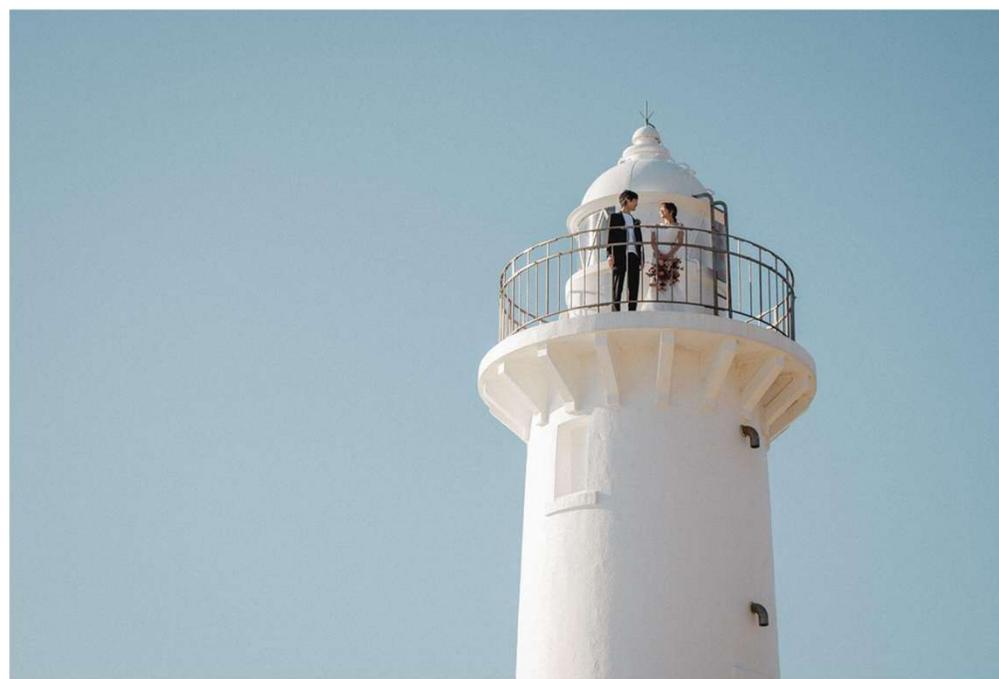
灯台サウナは、法規制と運営の困難さから、単独事業としての展開が難しく、集客コンテンツとしての活用に留まった。

02

撮影事業

撮影事業

灯台ウェディング撮影 ～灯台に登って撮影ができる唯一のプラン～



灯台が彩る、二人だけの特別なウェディングフォト

灯台からの360度の絶景と、灯台自体が持つ歴史的・ロマンチックな雰囲気、
他にはない特別なウェディングフォトを演出し、生涯の思い出に残る撮影体験を提供

撮影事業

1 撮影事業

野間埼灯台周辺は、海外を思わせるような岩場が広がり、連日ウェディング撮影で訪れる新郎新婦の姿が見られる人気のフォトスポット。2023年より開始した、灯台に登って撮影できる唯一のプラン。今年度は、灯台からの撮影に加え、新たにフォトスタジオでの撮影プランも開始しました。



良かったこと



 4組のカップルに灯台でとスタジオでの撮影サービスを提供し、カップルたちにとっても野間埼灯台がかけがえのない場所となった。

 ウェディングフォト撮影などを通じて、灯台周辺地域の観光スポットとしての魅力を発信できた。



反省点・改善案



SNSアカウントを立ち上げ集客を試みたが、季節の関係もあるが、後半集客に伸び悩んだ

03

イベント事業

イベント事業

1 灯台ホリデイ

- ・野間埼灯台で「灯台ホリデイ」を開催し、灯台登頂、絶景チル体験、テントサウナ、菓子まき、灯台パスポート配布を行い、灯台の魅力を多角的に発信し、参加者からは「まったくくつろぐ」体験や「なかなかない体験で楽しい」といった声が寄せられた。

- ・SNS等での情報発信により、灯台に登れる場所として認知されつつあり、今後は他市町や他府県への情報発信を強化し、灯台を核とした地域活性化の取り組みを推進していく必要性を実感した。

2 大坊楽市 by 現代版灯台守

- ・コロナ禍で途絶えていた「大坊の楽市」を5年ぶりに復活開催し2日で約1000人の来場者に来ていただいた。またマルシェ、キッチンカー、ステージイベントで地域住民や観光客が賑わい、出店者からは継続開催を望む声が多数寄せられ、地域活性化への手応えを感じた。

- ・灯台クイズでは地元企業から景品提供の協力を得て、世代を超えて楽しめる企画となり、地域コミュニティの活性化に貢献するとともに、灯台を核とした地域連携の可能性を示すことができた。

良かったこと



灯台ホリデイ

灯台の絶景を活かした「チル」体験やテントサウナなど、他では味わえないユニークな体験を提供し、参加者から高い満足度を得ることができた。



大坊の楽市

地域住民や出店者との交流を深め、灯台を核とした地域コミュニティの活性化に貢献するとともに、地域経済の活性化にも繋がる良い機会となった。



反省点・改善案



灯台ホリデイでは、参加者数が想定を下回り、集客力向上のための広報活動や魅力的なコンテンツの企画が課題として残った。



大坊楽市の復活はもっと早い時期に実施をしたかったが、他の事業との兼ね合いで時間をなかなか割けず開催時期が遅くなってしまった。

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
うまくいかなかった

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いるので、灯台のロケーションや立ち寄った時に手軽に購入したいと思えるものである必要があると分かった。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

メディアに取り上げてもらう

リリースの配信により、WEBなどに取り上げてもらう
メディアプロモート活動により取材にきてもらい、放送、記事化してもらう

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

積極的な情報発信とメディアリレーション

1 灯台守によるSNS

野間埼灯台の現代版灯台守と野間灯台公式weddingサービスの2つのInstagramでそれぞれ約100投稿ずつ実施し、灯台や地域の魅力の発信、サービスの発信をした。

2 メディア

PRTIMESでリリースを本配信し、転載が213あり、多くの方に活動のことを知ってもらえた。またテレビ、ラジオ、新聞、WEBなど多くのメディアにも取り上げてもらうことができた。

良かったこと



-  野間埼灯台の活動や、現代版灯台守の活動がメディアに取り上げられたことで、野間埼灯台の魅力が広く伝わった。
-  ポスター・チラシなどを地元店舗や地元民に配布できた



反省点・改善案



体系的に認知拡大のためのポスター・チラシの名古屋・愛知への配布ができなかった

顧客との長期的な
関係構築のために
実行できる施策

灯台守常駐により顧客との接点を増やす

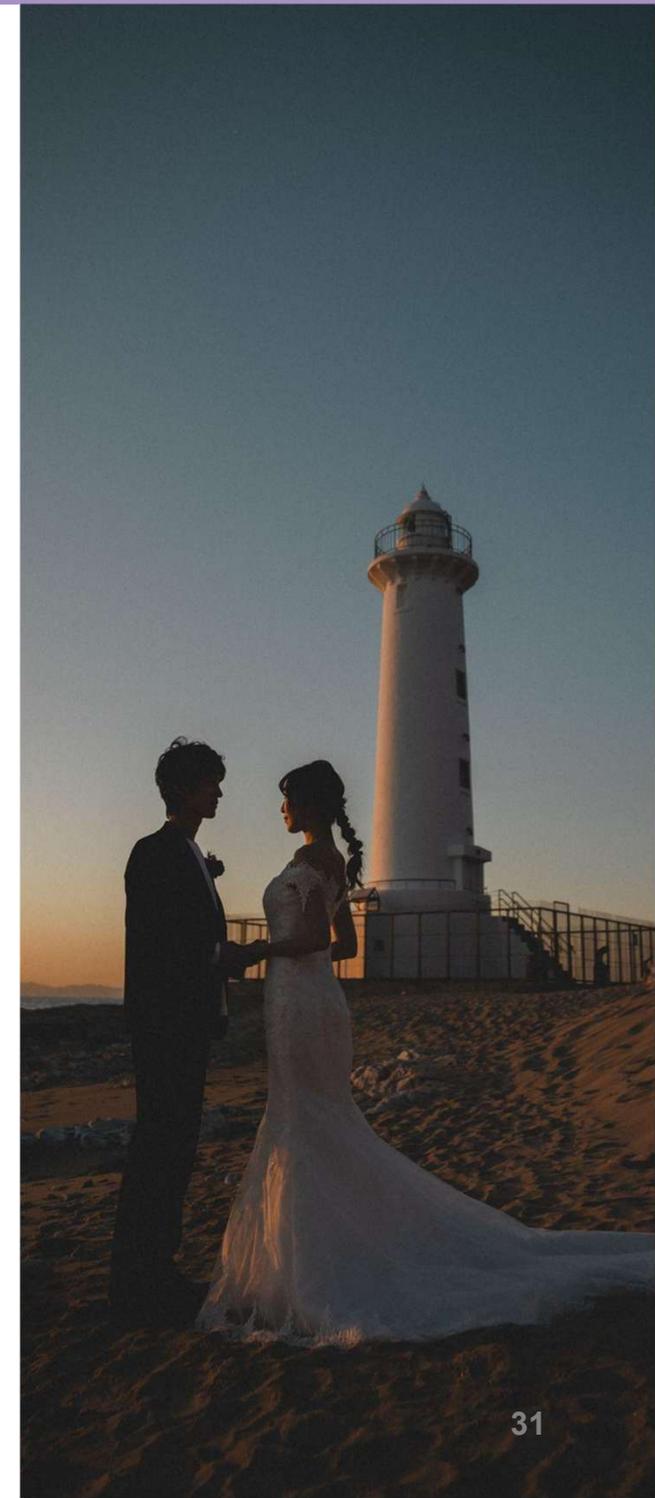
野間埼灯台に行けば灯台守に会える。ここでは飲食ができた、チェアリングができた、ゆったりとした時間が過ごせる。そういうイメージを醸成することにより、集客力をUPさせる。また、地域を巻き込んで灯台や灯台広場を使ってもらい、灯台に行けば何かやっているという状況を作り、足を運んでもらうきっかけを作る。

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により、地元での認知力もあげる。

SNSでの発信の継続

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

現代版灯台守の週4日での常駐

イベントという形ではないが、灯台守が週に4日灯台広場に出店することにより、来場者との結節点として活動ができた

2 ウッドデザインパークとの協力関係の構築

協力体制を継続

灯台サウナの際にウッドデザインパークのシャワーを利用させて頂くなど、引き続き良好な関係を継続した

3 SNSアカウントの開設

2つのInstagramアカウントで継続発信

野間埼灯台の現代版灯台守と野間灯台公式weddingサービスの2つのInstagramでそれぞれ100投稿ずつ実施し、灯台や地域の魅力の発信、サービスの発信をした

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
-  Instagram、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



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

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
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...武鍵恭平
- 事業進行ディレクター...夏目竜典
- 地元スタッフ...林達之、中須賀敬
現代版灯台守（仙敷裕也、仙敷美佳）
- 美浜町...美浜町長、美浜町産業課課長 富谷 佳成
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
- テレビ愛知...久松 明美、鈴木 訓幸
- 協力者・企業・団体...美浜まちラボ、美浜町商工会議所
- 灯台パスポート参画11店
- 名古屋海上保安部...交通課長 土田康二 他
- 野間大坊

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

良かったこと



 昨年は連携できていなかった、野間大坊の住職やコロナ前に大坊の楽市を仕切っていた方、出店していた方々など協力者が昨年より増えた

 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

ビーチ個人私有地

サウナ利用許可

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

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、事業として行う場合、「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。



メディア露出



2月22日 テレビ愛知「海と灯台 未来への輝き」



2月11日 テレビ愛知「灯台浪漫」

野間埼灯台で味わうタコス 現代版「灯台守」がキッチンカー一出店
2024年9月21日 05時10分 (9月21日 05時10分更新)

美浜町小野浦の野間埼灯台の運営に関わり、地域おこしをする「現代版灯台守」の佐々木美佳さん（26）が灯台の足元でキッチンカーの出店を始めた。



野間埼灯台の足元でキッチンカーの出店を始めた佐々木さん＝美浜町小野浦で

昨年末に名古屋市からパートナーとともに移住した。都市部にはない近所付き合いや、美しい星空に癒やされているという。料理が好きで、「人と関わりながら自分何かしたい」と飲食店に興味を持っていた。

9月22日 中日新聞

のべ234媒体



10,11月号ちたまるスマイル掲載（地域情報誌）

愛知グルメをオマージュ/「ひつまぶし」と「なめろう」の合わせ技キャンプ飯



9月23日 TSSテレビ新広島 「西村キャンプ」

現代の灯台守が募るキッチンカー にぎわい作りに期待

白井昭仁 2024年9月23日 10時00分



野間埼灯台(右端)の前で営業しているキッチンカーと「灯台守」の仙敷美佳さん=2024年9月9日午後4時4分、愛知県美浜町、白井昭仁撮影

伊勢湾に臨む野間埼(のまさき)灯台(愛知県美浜町)の前で、民間人として管理を任されている「灯台守」がキッチンカーの営業を始めた。にぎわいづくりの一環で11月下旬まで続ける予定。

灯台守は、灯台をまちおこしに活用している住民有志らによる「野間埼灯台ポータル化実行委員会」が募り、現在、カメラマン仙敷裕也さん(36)と妻、美佳さん(26)が担ってい

9月23日 朝日新聞

日付	内容
6/21	CHITA ZINE Web記事公開
7/20	Know The Seaラジオ 放送
7/25	野間灯台公式ウエディング marry掲載
8/13	地域情報 CHITAZINネット記事掲載
9/11	CHITAZINE ネット記事公開
9/14	西村キャンプ放送
9/23	朝日新聞掲載
9/22	中日新聞掲載
10月	10,11月号ちたまるスマイル掲載(地域情報誌)
9/28	ちたまるNavi ネット掲載(灯台守の活動に関して)
9/27	ちたまるNavi ネット掲載(大坊の楽市に関して)
11月	プライダル産業新聞掲載
11/18	CCNC ケーブルテレビ 放送日
12/14	みんなのあおいろ 放送
1/7	中日新聞取材決定 大坊の楽市 1/7→1/8朝刊掲載
1/8	ちたまるNAVI ネット記事掲載
1/15	CCNC ケーブルテレビ 放送
1/26	ちたまるナビ
1/28	あいちなう
2/11	テレビ愛知 灯台浪漫
2/22	テレビ愛知「海と灯台 未来への輝き」

今後について

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、実際のイベントの集客やキッチンカーの売上は想定には届かず、改善の予定がある。



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、昨年の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】

2025年度は、以下についてチャレンジしたいと考えています

 **ビクターセンター事業**

 **撮影事業**

 **イベント事業**

 **地域を巻き込んだ事業**

 **レンタル事業**



事業名：野間埼灯台ポータル化プロジェクト

助成金終了後、本事業は新たな灯台利活用モデル事業が定義する「自走化4分類」のうち、以下を目指します

本事業が 目指す型	分類	自走化の方法	中心となる事業者
✓	I ビジネス型	灯台および付属施設等をホテルなどに利活用する、 または 灯台および周辺地域の魅力をコンテンツとして利活用することで、 <u>ビジネスとしての収益化を達成し、自走する。</u>	民間事業者
	II 非営利 収支均衡型	灯台及び周辺施設等を活用し、 イベント開催や観光ガイド等を組織しながら、主として、 <u>収支均衡となるような小規模の地域活性化事業を行い、 非営利団体として、自走する。</u>	非営利任意団体、 NPO等
✓	III 自治体 補助金型	自治体が主体となり、 新たに地域課題や観光資源の一つとして 灯台及び周辺施設等を位置づけることにより、 <u>自治体の予算やリソースが投入され、自走する。</u>	自治体
	IV お祭り協賛型	灯台に係るイベントを開催することで、 灯台を含むエリアの新たな価値と集客・PR効果を創造し、 <u>地元自治体や地域企業からの協賛金や、出店料、 参加者から入場料などの イベント収益によって、自走する。</u>	イベント事業者、 放送局

資料

▼灯台HP

https://nomasakitoudaimori.com/?fbclid=PAZXh0bgNhZW0CMTEAAaZNeou1qow5crOr0rhX1HXPnLplznhOU3IWIX5t5UgCMHrHI6cVZbGzQrk_aem_bRJQyC9cs mJBbLH_boXntw

▼SNS

野間埼灯台の現代版灯台守

https://www.instagram.com/noma_toudaimori/?hl=ja

野間灯台公式weddingサービス

https://www.instagram.com/nomatoudai_wedding/?hl=ja

