

with コロナ時代における 持続可能な地域産業に関する調査 ～花火業界からのアプローチ・最終報告～

いけはら さとみ
池原沙都実

株式会社日本経済研究所 地域本部地域産業部 副主任研究員

序 文

新型コロナウイルス（以下「新型コロナ」）感染拡大に伴い、2020年4月に初めて「緊急事態宣言」が出された。それから1年近くの月日が経ったが、いまだその終息は見通せず、さまざまな業界で強い疲弊感がみられている。

花火業界においても例外ではない。2020年11月、株式会社日本経済研究所は新型コロナの影響で日本の花火大会（約850件）が中止されたことによる経済損失を総額1兆円超¹ [図表1]、花火業界に直結する「花火打上関連経費」の損失額を約170億円 [図表2] と試算した。この額は、花火業界の想定市場規模約200億円²の8割以上に相当するため、業界の存続に向けて、早急な手立てや新たな取組みが必要であることを改めて示す結果となった。

本稿では、主に夏季以降の花火業界の復活・再生に向けた動きを追い、with コロナ時代における持続可能な花火産業への発展に関する考察を行う。また、花火大会と同様、新型コロナの影響によりその多くが中止に追い込まれた祭りにも目を向け、考察を深めることとした。

1. 花火大会の開催状況

1) 主な花火大会がたどった経緯

2020年度は夏季に東京オリンピック・パラリンピック競技大会（以下「オリ・パラ」）の開催が予定されていたため、オリ・パラと会期が重なる花火大会では、会場警備に係る人員確保が困難である等の理由から、早々に中止や日程変更を行った事例もみられた。そこに、新型コロナが追い討ちをかけたことで連鎖的に中止に追い込まれ、いまだ再開が見

図表1 花火大会の中止に伴う経済損失および波及（単位：百万円、人）

	開催側	観光側	合計
需要損失額	40,769	492,550	533,319
直接損失	35,504	458,897	494,401
1次損失	18,433	328,503	346,936
2次損失	20,681	212,098	232,779
直接損失+1次損失+2次損失	74,618	999,498	1,074,116

出所：株式会社日本経済研究所

図表2 花火大会が開催できなかったことに伴う開催側の需要損失額の内訳（単位：百万円）

花火打上関連費	会場設営・安全対策等	運営・管理費	広告・宣伝費
16,927	13,453	9,195	1,195

出所：株式会社日本経済研究所

¹ 日経研月報「with コロナ時代における持続可能な地域産業に関する調査～花火業界からのアプローチ～（2020/11掲載）」による試算結果より。
² 株式会社日本政策投資銀行東北支店「花火産業の成長戦略（平成28年7月）」による試算結果より。



【池原沙都美氏のプロフィール】

株式会社日本経済研究所 副主任研究員、1977年 大阪府生まれ。
株式会社日本政策投資銀行 東北支店 企画調査課を経て、現職。
花火鑑賞士（日本花火鑑賞士会所属）。

通せない大会も多い。

以下は、観客動員数上位10³を主な花火大会と捉え、その経緯を整理したものである〔図表3〕。

主な花火大会の中には、再開に関する公開情報が見当たらない⁴ものがある一方、代替イベントを実施したものや、2021年度の開催方針や候補日・予定日を決定・発表しているものもみられる。

そこで、次項では、花火大会の再開や新規開催に

向けて取り組まれた事例を取り上げ、花火大会の復活・再生に向けた視点を整理する。

2) 花火大会の再開や、新規開催に向けた取組事例

ここでは、花火大会の再開や新規開催に向けて取り組まれた数ある事例の中から、花火大会の復活・再生に向けての視点を大きく4つ抽出し、それぞれの視点で特筆すべき事例を紹介する〔図表4〕。

図表3 新型コロナの影響などにより、主な花火大会がたどった経緯

順位	大会名	開催場所	観客(人) 2019年度	予定日 2020年度	経緯
1	江戸川区花火大会	東京都江戸川区	1,390,000	10/24 (中止)	オリ・パラを考慮し10/24に延期するも、8/5、新型コロナのため中止を決定。
2	天神祭奉納花火	大阪市北区	1,300,000	7/25 (中止)	4/13、新型コロナのため奉納花火を含む神賑諸行事も取り止めを決定。
3	長岡まつり大花火大会	新潟県長岡市	1,080,000	8/2、8/3 (中止)	4/10、新型コロナのため中止を決定。 11/30、「2021年長岡まつり大花火大会を開催する準備を進める」方針を決定。
4	隅田川花火大会	東京都墨田区	959,000	7/11 (中止)	4/10、新型コロナのため中止を決定。10/23、実行委員会は2021年開催候補日を、オリ・パラを考慮し10/23に決定。
5	関門海峡花火大会	山口県下関市、北九州市門司区	900,000	8/13 (中止)	5/11、新型コロナのため中止を決定。 8/13(当初の開催予定日)、市民による「海峡線香花火大会」が実現、財源はクラウドファンディング。
6	大曲全国花火競技大会	秋田県大仙市	740,000	8/29 (中止)	6/26、新型コロナのため2021年の8/28に延期を決定。8/29(当初の開催予定日)にサプライズ花火を打ち上げると発表。
7	足立花火大会	東京都足立区	700,000	5/30 (中止)	オリ・パラを考慮し7月開催予定を5月に前倒し。3/23、新型コロナのため中止を発表。11/6、2021年開催予定日を、オリ・パラを考慮し11/6と発表。
8	土浦全国花火競技大会	茨城県土浦市	650,000	11/7 (中止)	3/11、例年度の10月第1土曜の開催を本年度から11月第1土曜に変更。 7/29、新型コロナのため中止を発表。
9	なにわ淀川花火大会	大阪市淀川区	600,000	8/22 (中止)	4/21、新型コロナのため、運営会議にて中止を決定。
10	新潟まつり花火大会	新潟市中央区	580,000	8/23 (中止)	8/21～、新型コロナのため中止した新潟まつりの代替イベントとして「未来花火プロジェクト」を開催。

出所：総合ユニコム株式会社「月刊レジャー産業資料（2020年12月号）」、各種公表資料等より筆者作成

³⁾ 観客動員数上位10の花火大会は、総合ユニコム株式会社「月刊レジャー産業資料（2020年12月号）」に基づく。

⁴⁾ 2021年2月26日時点までの調査による。

図表4 花火大会の再開や新規開催に向けた取組事例

視点	事例名	主催者	開催地域
(1) 花火師が前面に立ち、他の要素や地域との組み合わせにより、ファンを醸成する	宿泊型花火大会「the 絶景花火」プロローグ編	「the 絶景花火」実行委員会	静岡県裾野市・PICA 富士ぐりんぱ
	打ち上げ花火×ワイン	株式会社山内煙火店、白百合醸造株式会社	山梨県
(2) 花火の観光資源化や、花火による地域経済活性化を見据え、官民連携で取り組む	Xmas スペシャル花火ふくつ恋の浦2020	NewNormal 花火イベント実行委員会	福岡県福津市
(3) 持続可能な新しい花火大会を目指し、協体制の構築や開催様式への工夫を行う	三陸花火大会	三陸花火競技大会実行委員会	岩手県陸前高田市・高田松原運動公園
(4) 既存花火大会の意義や目的を明確化し、あらゆる関係者の満足度向上につなげる	熱海海上花火大会	熱海市役所観光経済課、熱海温泉ホテル旅館協同組合、一般社団法人熱海市観光協会	静岡県・熱海湾

出所：各種公表情報等より筆者作成

(1) 花火師が前面に立ち、他の要素や地域との組み合わせにより、ファンを醸成する

日本初の宿泊型花火大会の開催に向けた取組みとして「the 絶景花火」(プロローグ編)を紹介する。本事例の特徴は、



打上会場が世界文化遺産である富士山の敷地内にあること、数々の受賞実績を有する花火業界屈指の花火事業者がBIG4と名乗り打ち上げを担っていること等である(BIG4：株式会社紅屋青木煙火店(長野県)、株式会社磯谷煙火店(愛知県)、有限会社菊屋小幡花火店(群馬県)、株式会社齊木煙火本店(山梨県))。なお、開催資金はクラウドファンディング(CAMPFIRE)で調達した。

特に、従来であれば既存の花火大会の中で打ち上げを担うのが主流である花火師が、ユニットを組み、打ち上げ企画の前面に立ったことは先進的である。日本酒業界再興の折にも類似の取組みがみられたが、個性ある花火師の組み合わせによるブランド化には、新たなファン醸成を促す可能性がある。

次に、山梨県を舞台に開催された「打ち上げ花火×ワイン」の取組みを



紹介する。本事例は、新型コロナが原因で帰郷した花火師(株式会社山内煙火店)が、同郷・同世代のワイン醸造家(白百合醸造株式会社)と連携し、クラウドファンディング(Makuake)による資金調達を成功させたものである。その勝因は、花火にワインという別の素材を組み合わせること、同郷である地域を介してパッケージ化したこと、そして、季節のイベントを重ねたこと等にある。

このように、花火大会の担い手としてのみならず、花火師が前面に立って花火の打ち上げを企画・実行し、他の花火師や地域資源との組み合わせにより差別化を図る取組みには、花火大会を超えて花火師にファンが付く可能性があり、花火師としての活動の幅が広がることに期待ができる。

(2) 花火の観光資源化や、花火による地域経済活性化を見据え、官民連携で取り組む

福岡県福津市の新たな観光資源の一躍を担うべ



く開催された『Xmas スペシャル花火ふくつ恋の浦』を紹介する。

本事例の特徴は、株式会社ワキノアートファクトリーが、取引金融機関である福岡銀行の協力を得て、自主興行した点にある。また、福岡銀行が融資先に働きかけ、入場券を福津市内の飲食店で使用可

能なクーポン券と交換できるようにしたことも、本事例による地域振興を後押しした。更に、福津市及び一般社団法人ふくつ観光協会からの協力や、福津市内の企業からの協賛等、地域のさまざまな関係者にも支えられている。なお、本事例においても、開催資金の一部をクラウドファンディング（エンニチ FUNDING）による VIP 席販売にて調達した。

本事例で構築された連携体制や、地域振興にもつながる仕組みづくりは、今後、各地域での花火のあり方を考える際の示唆となろう。

(3) 持続可能な花火大会を目指した協力体制の構築や、開催様式の工夫を行う

ここでは、「三陸花火競技大会」を2021年度より毎年開催することを目指し、そのプレイベントとして開催された「三陸花火大会」を紹介する。

本事例では、会場まで足を運ばなくても楽しめるようマルチアングル LIVE 配信を行うことで、「オフラインとオンラインが融合した花火大会」を実現。オフライン会場では、花火の打ち上げ前にアーティストがパフォーマンスを披露し、三陸地域の旬の食材を活かした限定メニューを提供する飲食ブースを設置した。開催資金の調達にあたっては、企業協賛、チケットの一般販売及びクラウドファンディング（GoodMorning）による支援等を活用している。

最大の特徴は、本大会会場に併設されたドライブインシアター等への電力供給の仕組みである。会場となった陸前高田市は2020年7月28日、日産自動車株式会社と「電気自動車（EV）を活用した持続可能なまちづくりに関する連携協定」を締結しており、本協定に基づき電気自動車「日産リーフ」からの電力供給を実現した。持続可能な花火大会を支える仕組みを考えるうえで、参考となる事例である。

(4) 花火大会の意義や目的を明確化し、あらゆる関係者の満足度向上につなげる

最後に、熱海海上花火大会を紹介する。

熱海海上花火大会は、イベント開催制限の段階的緩和が終了した2020年8月1日以降、適切な感染防止策を講じたうえで再開することとし、最も歴史ある8月5日の花火大会を皮切りに、新型コロナの感染状況等に鑑みた花火の打ち上げを、「オール熱海」の体制で目指している。

開催の継続を支えたのは、「熱海市の経済を徐々に再始動させ、回復軌道に乗せる」という確固たる目的を関係者間で共有したこと、「花火の由来である疫病退散、災害からの復興を祈念するとともに、『熱海大火』からの復興の象徴であることをPRする」という開催意義を明確化したこと、そして、感染拡大防止に配慮した分かりやすい開催方針や対応内容を策定したことなどにある。

また、三密回避のために打ち上げ時間を短縮する一方、打ち上げ発数を減らさずに時間密度の高い演出を行うことで、顧



客満足度の向上と花火消費量維持の両立を図っている。結果、観覧側・提供側双方からの理解や協力が獲得できたため、感染拡大を回避した開催継続につながっているものと考えられる。

2. 花火業界の復活・再生に向けた動き

1) 花火文化芸術振興議員連盟の設立

2020年12月15日、日本の花火業界を支えることを目的として、自民党有志が「花火芸術文化振興議員連盟」を設立した。その総会の冒頭で、会長に中曽根弘文元外相が選任され、最高顧問には二階俊博幹事長が就任した。

花火業界からは、公益社団法人日本煙火協会、一

般社団法人日本煙火芸術協会、一般社団法人日本花火推進協会の3団体の会長及び関係者が出席し、業界に対する早急な支援と協力を要請した。その際、花火業界の受けた打撃の大きさを示す参考資料として、本調査で試算した新型コロナによる花火大会の中止に伴う経済損失結果が報告されている。

2) チャリティーカレンダーの販売を通じた花火業界に対する支援

2020年12月9日、このような状況にある花火業界を支援するため、株式会社オマツリジャパン（以下、「オマツリジャパン」）は、一般社団法人日本花火協力推進会の会員花火師の協力を得て、「チャリティーカレンダー」を製作・販売することを公表した。「チャリティーカレンダー」には、花火師が担当する花火大会の写真に直筆サインが添えられ、その販売による収益（必要経費を除く）は全額、Yahoo! ネット募金の「花火の未来を救うポストコロナ花火大会存続のための支援募金」に寄付された。



本事例の特徴は、花火業界の復活・再生に向けて、花火業界以外の主体が主導したことと、「チャリティーカレンダー」の販売を介して募金にはない返礼要素を加えたことにある。「チャリティーカレンダー」の製作を担当したオマツリジャパンは、祭りサポート専門会社である。その祭りも、新型コロナの影響を受け、多くが中止や規模縮小などに追い込まれた点で、花火大会と同様の状況に置かれているが、復活・再生に向けた新たな取組みがみられて

いる。

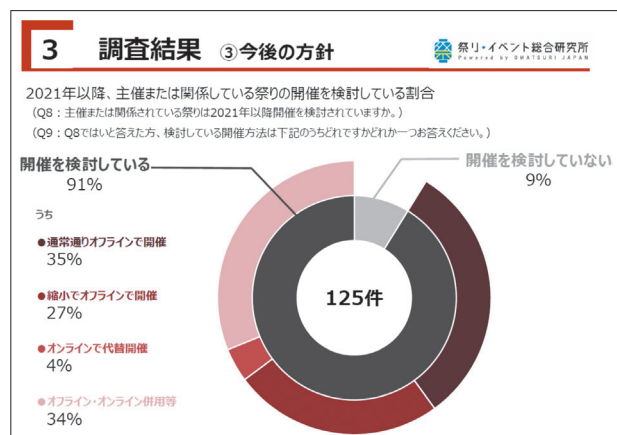
そこで次項では、花火業界への参考とすべく、祭りにおける新たな取組みにも触れておきたい。

3. 祭りにみられる取組み

新型コロナの影響を受けて、多くの祭りが中止や規模縮小などに追い込まれるなかで、代替イベントの実施や、オンラインを活かした開催に踏み切った事例もみられる。

例えば、オマツリジャパンは2020年8月15日、日本各地の祭りを集めて「オンライン夏祭り2020」を開催した。「一緒に踊って楽しもう」、「踊り方を学ぼう（事前予約：500円）」、「祭りの未来を考えよう」、「お祭りを応援しよう（寄付：500円～）」等のコンテンツを6時間以上かけて生配信し、「グルメ横丁」と題したご当地グルメのECサイトを併設。参加費や購入費等を徴収する仕組みをオンライン開催に採り入れ、収益性を視野に入れたことが本事例の特徴である。

なお、「祭り・イベント総合研究所」の調査⁵⁾によると、2021年以降の祭りの開催に、オフライン・オンラインの併用等を考えているとの回答が3割を超



出所：祭り・イベント総合研究所

⁵⁾ 出所：祭り・イベント総合研究所「コロナ禍における祭り・イベント関係者の動向・意識調査」

えていることから、祭りのオンライン開催は、オフライン開催の代替手段にはとどまらない可能性がうかがえる。一方で、9割以上がオフラインでの開催を検討していることから、祭りが完全にオンライン開催に転換されるものではないことも示唆された。

以上のことから、オンラインを活用した祭りの開催には、オフライン開催との相補性ととも、収益性の視点が求められよう。また、祭りの開催意義の明確化や関係者間での共有に加え、目的に合わせた祭りの開催様式など、検討を重ねる必要があると考えられる。

4. 花火業界の復活・再生に向けた提案

前項でも触れた通り、今後ともオンライン活用の継続が見込まれる潮流においては、オフラインとの相補性に加え、収益性の視点を外すことはできない。

その点で参考となるのが、オンラインでの動画配信を収益化する仕組みである。例えば、YouTubeには、「Super Chat (略称：スパチャ)」という有料のチャット機能があり、動画のライブ配信中に、閲覧者から提供者に向けて、支援や感謝のコメントとともに寄付（投げ銭）を行うことができる。

既に、花火業界においては、クラウドファンディングによる資金調達に対してオンラインで花火動画を返礼する様式が浸透しつつある。その花火動画に対してスパチャを介した投げ銭を受け入れる仕組み等を採用することで、収益化を目指し、事業者の存続や、花火文化の維持・発展に向けての下支えを得ることも検討する必要がある。

そのための準備として考えられる試みの一つが、クラウドファンディングで返礼した花火動画の閲覧状況分析である。もし花火動画の閲覧状況が芳しく

なければ、スパチャのような仕組みを採り入れたとしても、収益獲得につなげることは難しい。

例えば、3密回避のために打ち上げ時間を短くしたことで、花火の魅力が十分に伝わっていない可能性もある。その場合、従来の花火玉の打ち上げ構成からの方向転換や、打ち上げに添える楽曲の変更などが有効となるかもしれない。また、そうした変更により閲覧状況がいかに変化したかを観測、分析することも有用であろう。

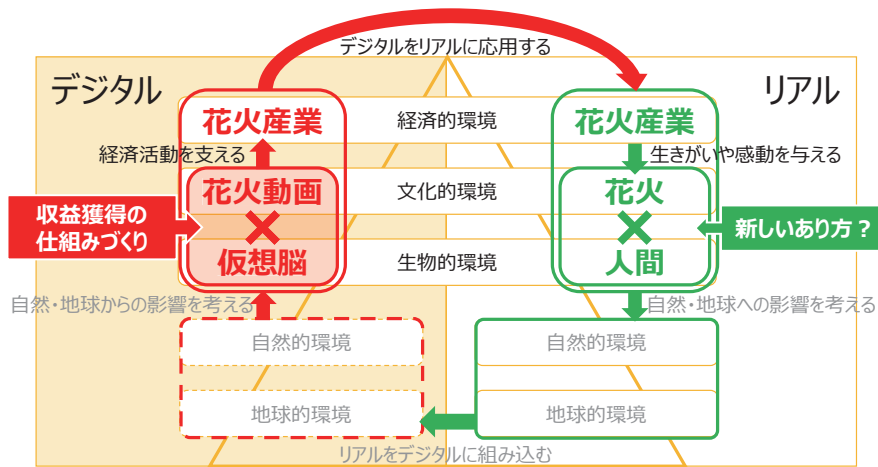
そのような分析や検証をするための方策の一つとして考えられるのが、「文化×生物」という組み合わせをデジタル環境で再現し、検証した結果をリアル環境に応用する、「リアルとデジタルのミラーリング」だ。

花火を題材としたデジタル環境では、文化を「花火動画」で再現し、生物を「仮想脳」に置換する（本調査では、「NeuroAI/D-Planner⁶⁾」を想定）。この組み合わせを活用し、デジタル環境にて「収益獲得の仕組みづくり」に関する検証を行い、花火業界による経済活動の下支えや、花火の産業化の後押しにつなげるのである [図表5]。

まずは、これまでに配信した花火動画の閲覧状況を把握し、次に、仮想脳による花火動画の評価を行う。そして、動画閲覧状況と仮想脳による評価内容から導き出した結果を新たな動画制作に反映する。その際、花火の打ち上げ以外を収めた動画が奏功する可能性も視野に入れる。こうして、新たな視点で動画を制作し、その活用を通じて、花火と人間の新しいあり方を考え続ける仕組みを構築することは、時流に応じた進化を可能とする一策になると考えられる [図表6]。

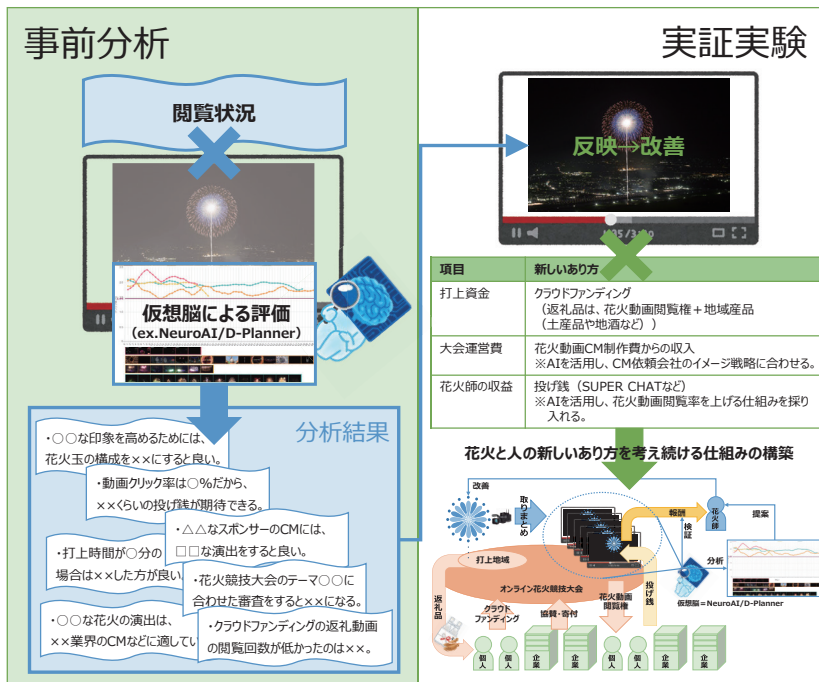
⁶⁾ NeuroAI：株式会社 NTT データが提供する、実際の人間の脳の反応を予測する技術。
D-Planner：株式会社アスマークが提供する、脳活動を予測し人の感性を定量化する仕組み。

図表5 リアルとデジタルのミラーリング



出所：原田保「地域デザインにおけるアクターズネットワークデザインの基本構想」『地域デザイン』第10号等をもとに筆者作成

図表6 事前分析と実証実験



出所：筆者作成

本調査では、新型コロナの影響で花火大会が中止されたことに伴う経済損失の試算に加え、オンライン花火大会の収益化や、リアルとデジタルのミラーリング等による「収益獲得の仕組みづくり」にも触れた。その必要性に関する議論をはじめ、実証実験や効果検証などは今後の課題とされるものの、花火がリアルに復活・再生することに加えて、花火と別

の要素を組み合わせること等により、花火産業そのものの強靱化に資する新たな取組みの誕生にも期待したい。

with コロナ時代における花火が、持続可能な産業化の道を歩むに際し、本稿が少しでも寄与すれば幸いである。