

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～  
(中間報告)

2020年8月

## 目次

はじめに.....	1
第1章 花火業界の現況.....	2
(1) 国内における花火の分類と規模.....	2
(2) 花火の輸出入と国内での需要額.....	3
(3) 国内における花火大会開催状況.....	4
(4) 打上花火の製造および花火の打上.....	5
(参考) 花火業界の商流.....	6
(5) 花火大会の事業費.....	7
第2章 新型コロナウイルスが与えた花火業界への打撃.....	8
(1) 損失試算の対象とする花火大会情報の整理.....	9
(2) 花火大会中止に伴う事業側の経済損失.....	10
(3) 花火大会中止に伴う観光側の経済損失.....	11
(4) 花火大会の中止に伴う経済損失.....	12
(5) 考察.....	12
第2章のまとめ.....	13
第3章 新型コロナウイルスの出現により新たに生まれた取り組み.....	14
(1) 個別事業者による打上.....	14
(2) 域内で連携した取り組み.....	15
(3) 全国規模プロジェクト.....	17
(4) 花火業界における CF 活用の進化.....	20
第3章のまとめ.....	21
第4章 花火業界の復活再生に向けて.....	22
(1) 花火業界の復活再生に向けて早急に強化すべき視点.....	22
(2) 花火業界が取り組む新たな需要創出の方向性.....	23

## はじめに

- 新型コロナウイルス感染症の流行は、幅広い産業に対して甚大な影響を及ぼしているが、日本の花火の象徴である花火大会も、数多くが中止に追い込まれている。
- 日本の花火は、夏季の花火大会などを介して、深く日本の文化に根付くとともに、伝統的で高度な技術により制作された花火玉にて実現される、きわめて芸術性の高いものであり、海外からの評価も高く、技術・伝統・文化・観光などの観点から、伝え継がれなければならない。
- 日本の花火を支える花火事業者は、規模で見ると、中小・零細に分類されるものが大半である。花火の原料が火薬であることなどから、制作工程には手作業が多く残されており、機械化への対応が困難なことも一因となっている。
- 花火事業者の生命線は、夏季の花火大会である。夏季の花火大会で得られた収益が、次年度以降の花火大会に備えた見込み生産に充てられる。花火を見込み生産する必要性は、短期間に大量生産するのが困難なことによる。
- 新型コロナウイルス感染症の影響により連鎖的に決定された花火大会の中止は、花火事業者の収益源を奪い、日本の文化の体現を阻んだ。
- 本調査を主導した株式会社日本経済研究所は、株式会社日本政策投資銀行（DBJ）グループの一員である。DBJ では、同行東北支店による株式会社花火創造企業への特定投資業務出資（2016年）、新潟支店による一般財団法人長岡花火財団のオフィシャルパートナー（2019年）等を通じ、日本の花火に対する支援を行ってきた。
- 本報告書では、花火業界の現状を整理したうえで（第1章）、新型コロナウイルスの影響により花火大会が中止となったことに伴う経済損失の試算（第2章）、新型コロナウイルスの出現を受けた新たな取り組み（第3章）や、今後の with コロナ時代の花火業界の復活へ向けた提言（第4章）に関して取りまとめたものであり、本調査の中間報告としての位置づけとするものである。
- 今後、本中間報告にて取りまとめた提言に関し、より詳細の調査を経て、最終提言を行う予定である。

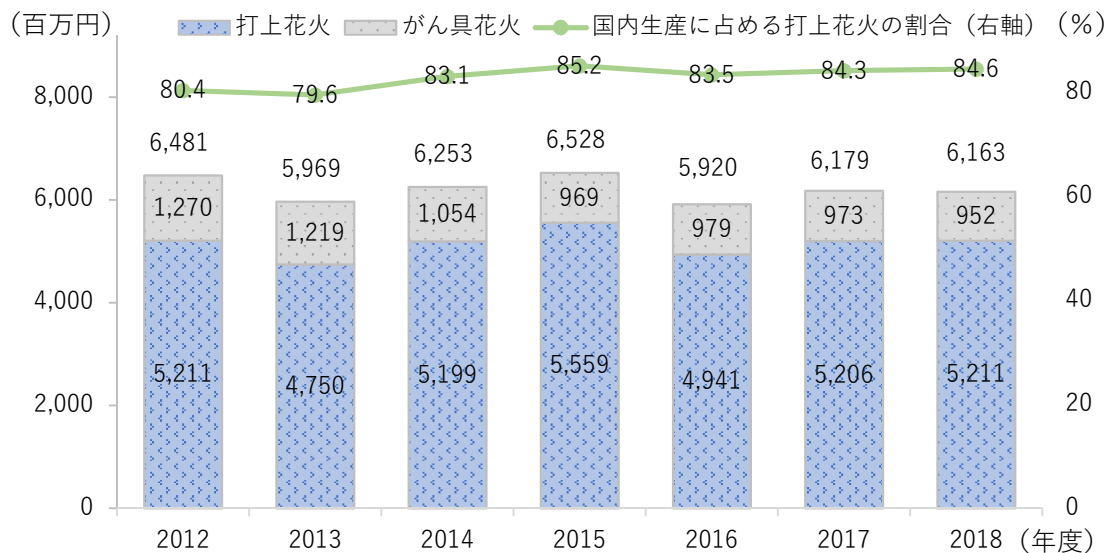
## 第1章 花火業界の現況

日本の花火は、伝統的で高度な技術によって表現される、極めて芸術性の高いものであり、また、夏季の花火大会などを介して深く日本の文化に根付いており、守り伝え継がれるべきものである。しかしながら、花火を産業としてとらえてみると、その継承には課題もある。ここでは、花火業界の現況を整理し、基礎的な理解を深める。

### (1) 国内における花火の分類と規模

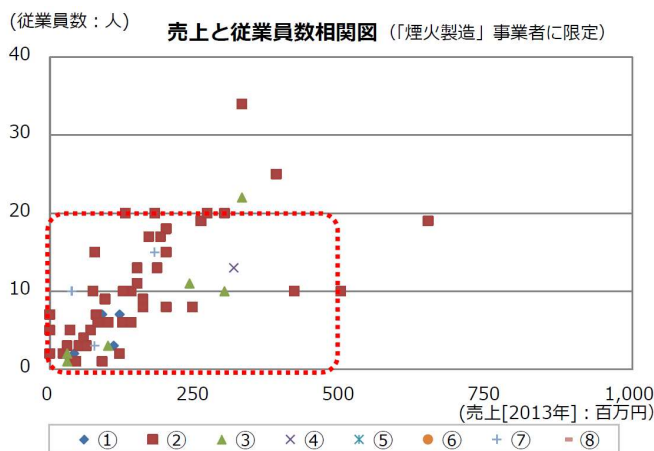
- ❖ 花火は、火薬取締法上「煙火」と呼ばれており、「打上花火」と「玩具花火」に大別される。
- ❖ 国内生産額は、打上花火が玩具花火の約5倍、50億円程度で推移している（図表1-1）。
- ❖ 花火の制作工程には手作業が多く大量生産が困難であり、従業員数20人以下・売上規模5億円以下の小規模事業者が中心となっている（図表1-2）。

図表1-1 打上花火と玩具花火の国内生産額の推移



出所：経済産業省および財務省調べ（公益社団法人日本煙火協会「事業報告書」各年度）

図表1-2 花火製造事業者の売上規模と従業員数



- ① 煙火製造－火薬類卸
- ② 煙火製造－従業員なし
- ③ 煙火製造－その他の業種
- ④ 火薬類卸－煙火製造
- ⑤ 火薬類卸－従業員なし
- ⑥ 火薬類卸－その他の業種
- ⑦ その他の業種－煙火製造
- ⑧ その他の業種－火薬類

出所：帝国データバンクより  
株式会社日本政策投資銀行作成

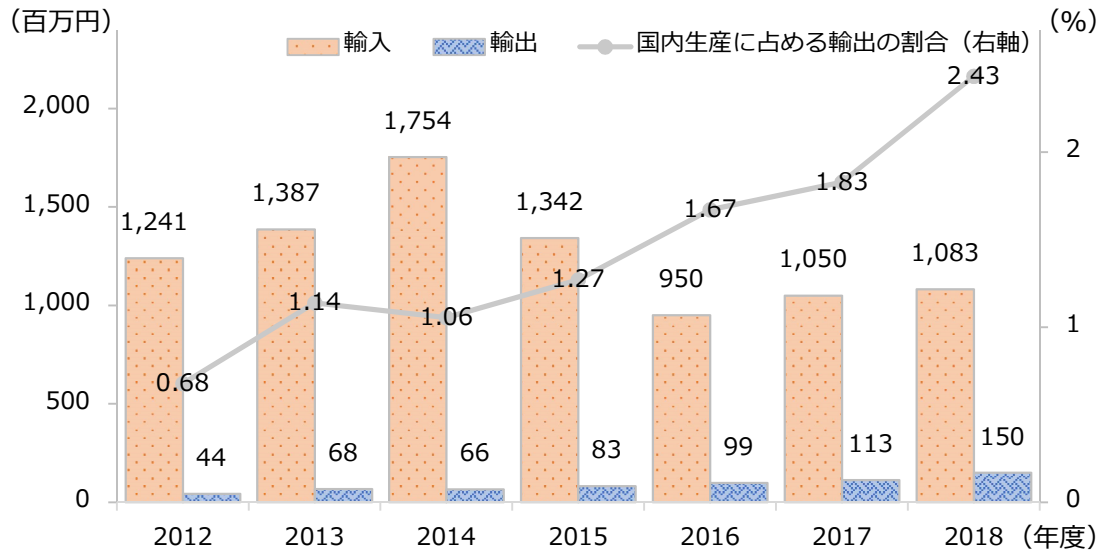
出所：株式会社日本政策投資銀行東北支店「花火産業の成長戦略」

👉 花火事業者の経営力強化等に向け、効率化や高付加価値化に向けた研究開発や支援等が必要。

## (2) 花火の輸出入と国内での需要額

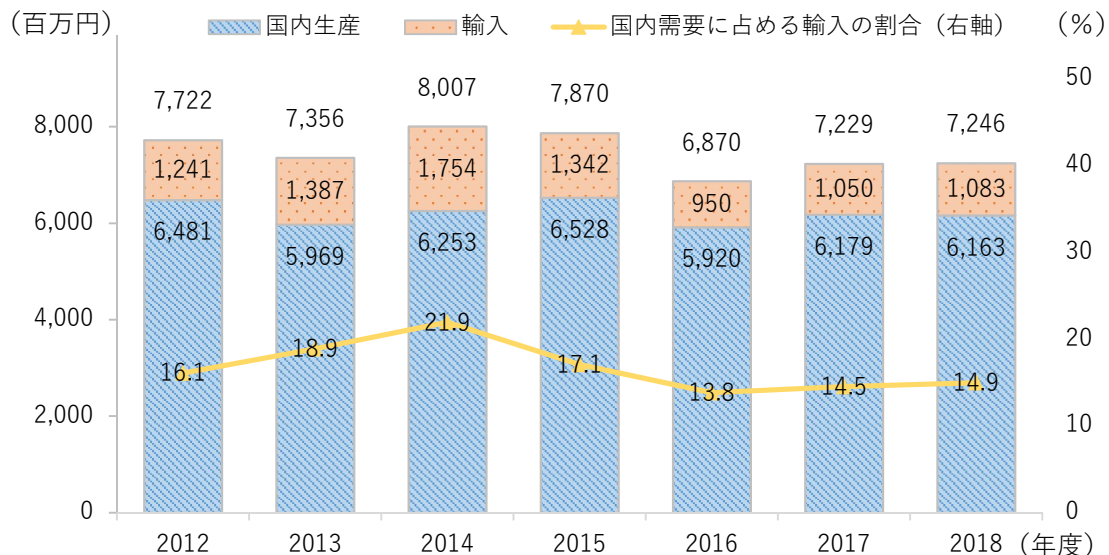
- ❖ 花火の輸出金額は増加基調で伸びているが、2018年度に150百万円に達したところであり、国内生産に占める輸出の割合は2%強である(図表1-3)。
- ❖ 輸出の割合が低いことから国内生産額+輸入額を国内需要と捉えると、その規模は70億円程度であり、うち15~20%程度を輸入に頼っている(図表1-4)。

図表1-3 花火の輸入額と輸出額、国内生産額に占める輸出額の割合



出所：経済産業省および財務省調べ（公益社団法人日本煙火協会「事業報告書」各年度）

図表1-4 花火の国内生産額と輸入額、国内需要額に占める輸入額の割合



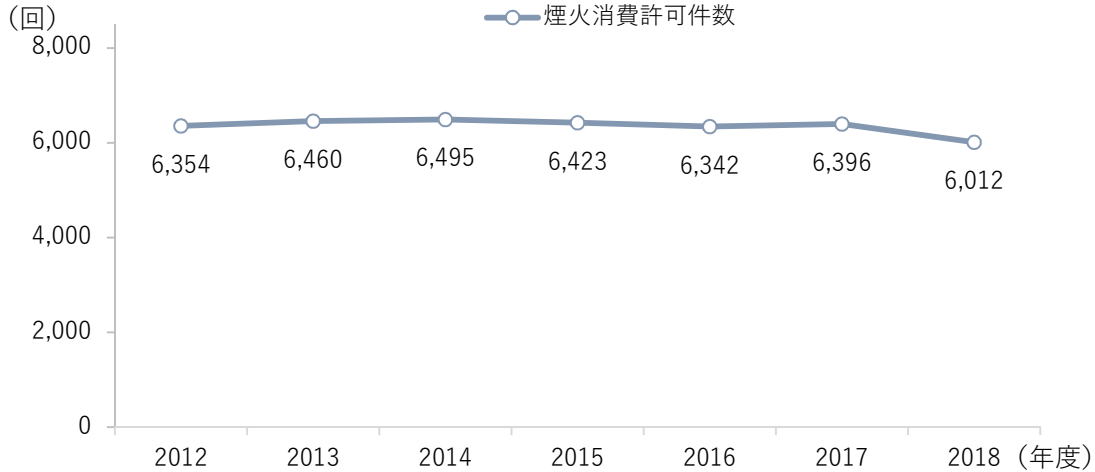
出所：経済産業省および財務省調べ（公益社団法人日本煙火協会「事業報告書」各年度）

👉 高品質な国産品の安定供給や、海外での新規市場開拓に向けての規制緩和や支援等が必要。

### (3) 国内における花火大会開催状況

- ❖ 一定数量以上の花火を打ち上げる際、都道府県知事に「煙火消費許可」を申請する必要がある。その件数をみると、年間6千件以上の花火の打上が行われていることがわかる（図表1-5）。
- ❖ 大規模な花火の打上が行われる、観客動員数の多い花火大会は、夏季に集中して開催されている（図表1-6）。

図表1-5 煙火消費許可件数の推移



出所：経済産業省調べ（公益社団法人日本煙火協会「事業報告書」各年度）

図表1-6 花火大会への観客動員数上位15（2017年度）

	大会名	開催場所	観客動員数	開催日
1	江戸川区花火大会	東京都江戸川区	1,390,000人	8月6日
2	天神祭奉納花火	大阪市北区	1,347,000人	7月25日
3	関門海峡花火大会	山口県下関市、北九州市門司区	1,100,000人	8月13日
4	長岡まつり大花火大会	新潟県長岡市	1,030,000人	8月2,3日
5	神宮外苑花火大会	東京都渋谷区	1,000,000人	8月20日
6	土浦全国花火競技大会	茨城県土浦市	750,000人	10月3日
7	隅田川花火大会	東京都墨田区	748,000人	7月29日
8	大曲全国花火競技大会	秋田県大仙市	740,000人	8月26日
9	足立花火大会	東京都足立区	660,000人	7月22日
10	なにわ淀川花火大会	大阪府大阪市	600,000人	8月5日
11	新潟まつり花火大会	新潟県新潟市	553,000人	8月6日
12	おやまサマーフェスティバル	栃木県小山市	550,000人	7月29~30日
13	古河花火大会	茨城県古河市・埼玉県加須市	550,000人	8月5日
14	足利花火大会	栃木県足利市	520,000人	8月5日
15	諏訪湖祭湖上花火大会	長野県諏訪市	480,000人	8月15日

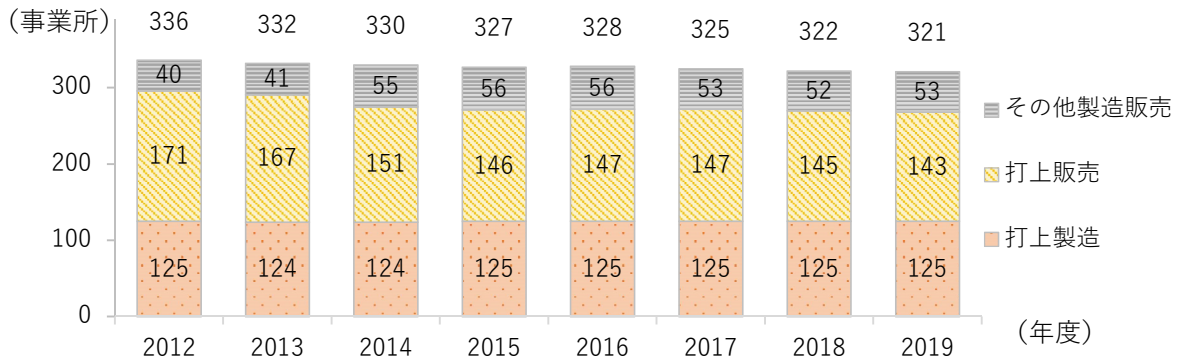
出所：総合ユニコム「月刊レジャー産業資料」2017.12より株式会社日本経済研究所にて一部改変

☞ 夏季への一極集中（季節産業）から他の季節への分散開催（通年産業）への転換が課題。

#### (4) 打上花火の製造および花火の打上

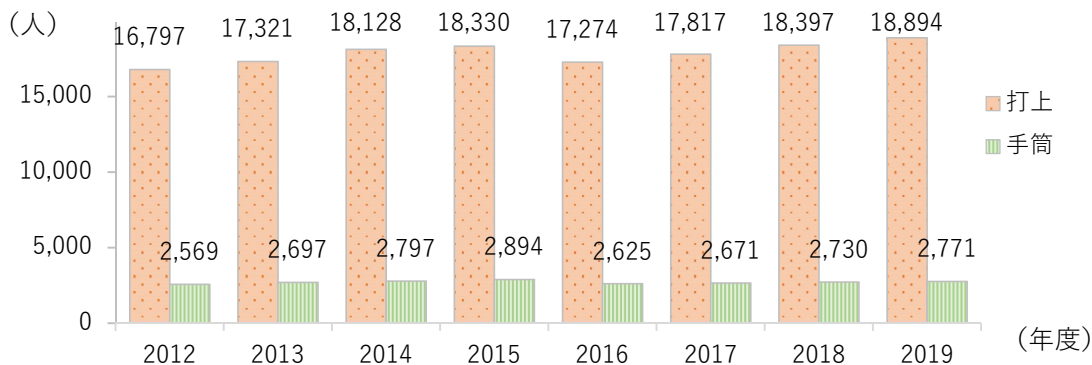
- ❖ 日本煙火協会<sup>1</sup>の正会員の内訳をみると、打上花火の販売事業者数は減少傾向にあるものの、打上花火の製造に係る事業者は概ね 125 事業者で安定しており、近年における打上花火の製造・販売事業者数は合計約 270 社である（図表 1 - 7）。
- ❖ 花火の打上に携わることができる煙火消費保安手帳<sup>2</sup>の所持者数は 2019 年、過去最多となる約 1 万 9 千人となった（図表 1 - 8）。そのうち、約 1,000 人が女性と推定されている<sup>3</sup>。

図表 1 - 7 日本煙火協会正会員数の推移



(注) 会員数は各年 12 月 31 日現在、「その他製造販売」は玩具および火工品の製造販売  
出所：公益社団法人日本煙火協会「事業報告書」各年度

図表 1 - 8 煙火消費保安手帳所持者数の推移



(注) 会員数は各年 12 月 31 日現在  
出所：公益社団法人日本煙火協会「事業報告書」各年度

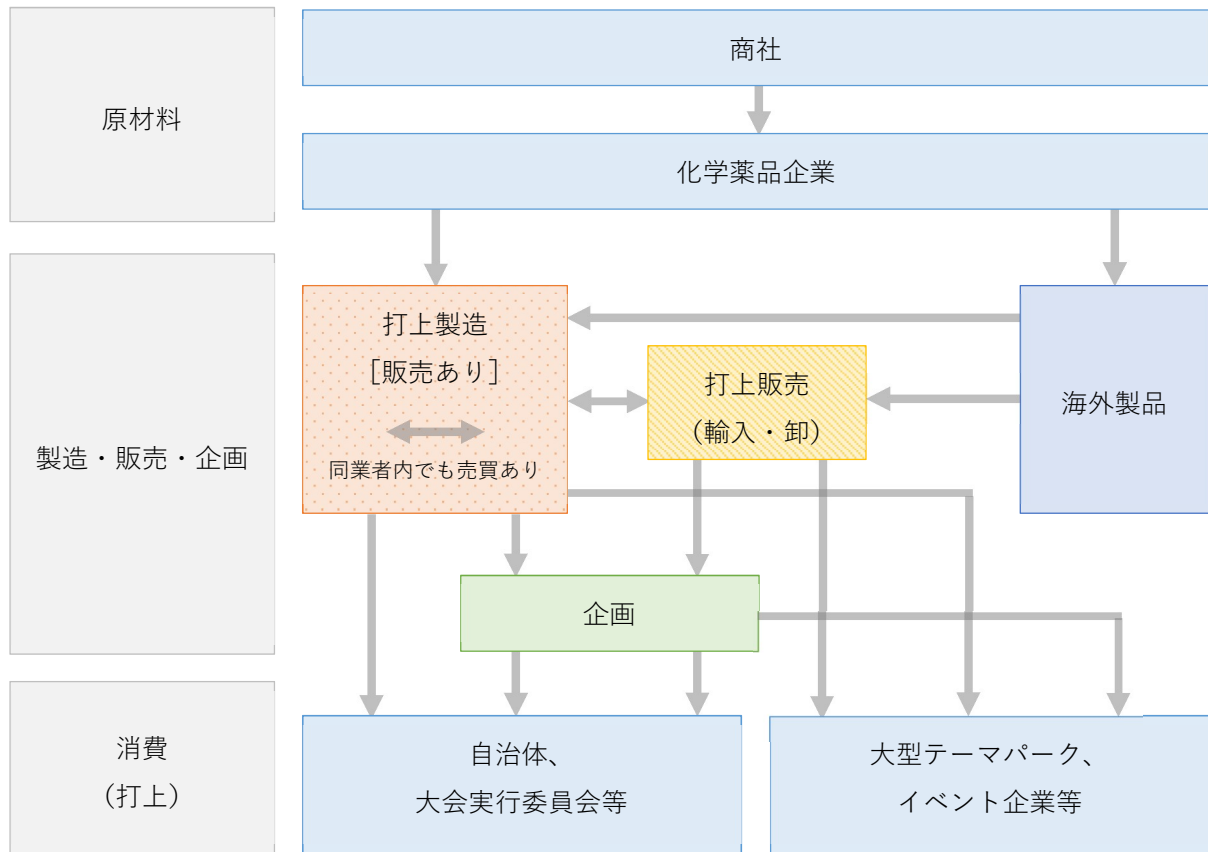
👉 日本の花火文化を伝え花火大会の開催を支える高度な知識や技能を有する人財の育成に期待。

- 1) 公益社団法人日本煙火協会とは、花火に関する保安対策の推進を図ることにより、公共の安全確保に資し、健全な花火の生産、流通、貿易及び消費と国民の文化、芸術に寄与することを目的として設立されたもの。煙火消費保安手帳の交付等を行っている。
- 2) 煙火消費保安手帳とは、煙火消費従事者の技能を証明するため、公益社団法人日本煙火協会が交付しているもの。当該手帳所持者には、年に 1 回以上保安講習を受ける義務を課しており、煙火消費中の災害を防止し安全を確保することを目的としている。従って、煙火の消費の際には保安講習受講の証として当該手帳を携帯して作業に従事することを義務づけている。
- 3) 公益社団法人日本煙火協会公式ホームページ「よくある Q&A」(<http://www.hanabi-jpa.jp/uchiage/faq.html>、2020.8.25 最終閲覧) より引用。

**(参考) 花火業界の商流**

- ❖ 原材料を仕入れて花火を製造し、不足するものは他社より仕入れ、花火大会などの企画を通じて打ち上げるまでが一連の商流である（参考図表1）。
- ❖ 製造（・販売）・企画・打上を一貫して行うのが主流となっているが、海外製品等を仕入れて企画と打上のみを行う事業者もある。
- ❖ 打上製造事業者は、自社で製造する花火の独自性にて差別化が可能。一方、打上販売事業者は、花火を仕入れ先に依存するため、その演出力にて差別化を図ろうとするものもある。

**参考図表1 花火業界の商流**



出所：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」より株式会社日本経済研究所一部改変





## (5) 花火大会の事業費

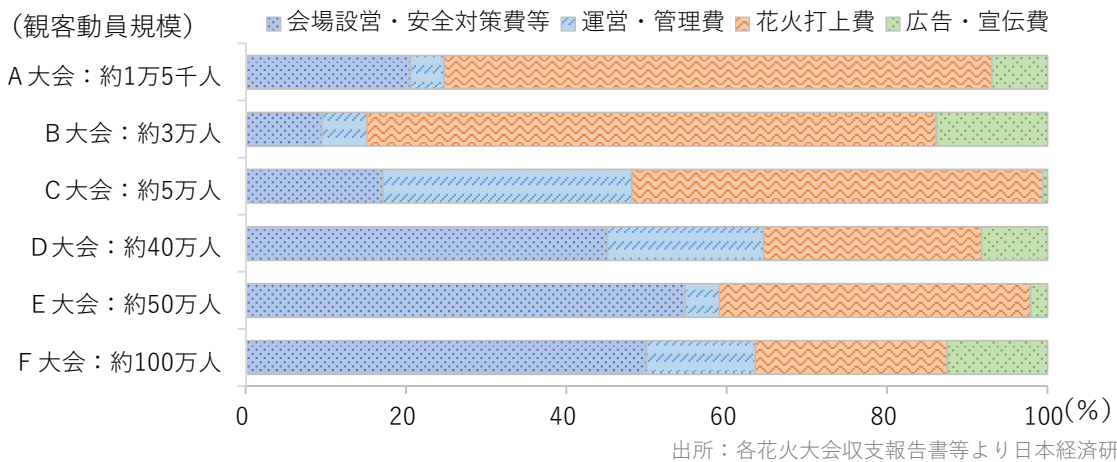
花火は、特に夏季の花火大会などを介して深く日本の文化に根付いており、伝え継がれる必要性がある一方、花火大会の開催運営上、無視できない課題を抱えていることも否めない。

特に、大きな課題となっているのが「安全性」と「収益性」の確保であろう。

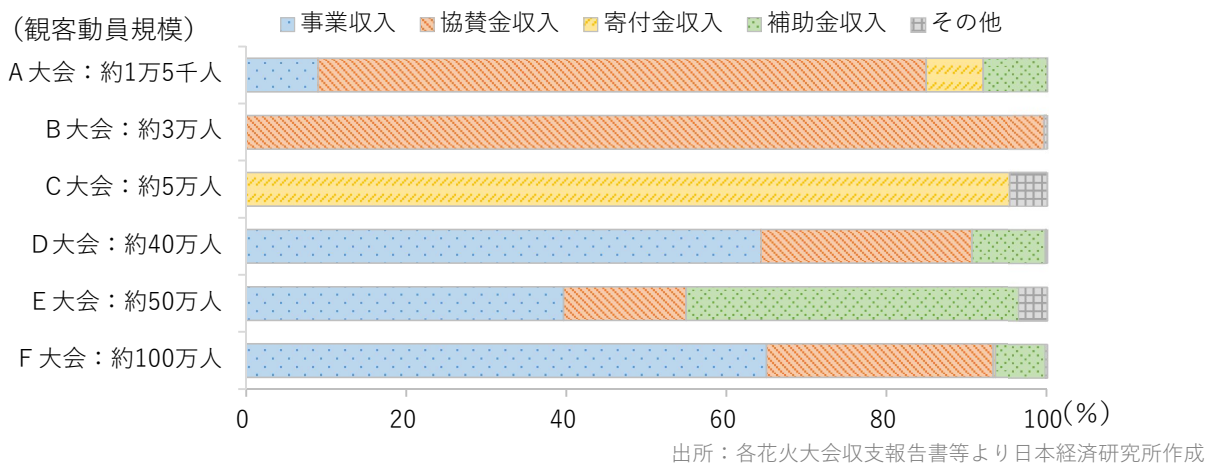
「安全性」を確保するためには、巨額の警備費等が掛かると言われており、これを支える「収益性」がなければ、花火大会の継続開催は困難となる。

- ❖ 花火大会への観客動員規模が大きいほど、総事業費に占める「会場設営・安全対策費等」の構成比が大きくなる傾向にあり（図表1-9）、それにつれ、総事業費も高額になると言われている。また、1花火大会当たりの「花火打上費」の構成比は、中小規模のほうが高い傾向にある。
- ❖ 開催資金の財源は、各花火大会の運営方針により大きく異なるが、概して、規模が大きくなると事業費も膨らむため、多様な財源を要することとなる。財源の多様化に向けては花火大会の価値の訴求が必要不可欠なか、例えば、鑑賞者からの評価は栈敷席およびグッズ等の販売収入や寄付に、企業からの評価は社会貢献や広告宣伝効果を期待した協賛金収入につながる可能性がある。（図表1-10）。

図表1-9 花火大会総事業費の費目内訳



図表1-10 花火大会開催資金の財源内訳



👉 「安全性」と「収益性」の確保に向け、中小規模・分散開催への転換や財源の多様化等が課題。

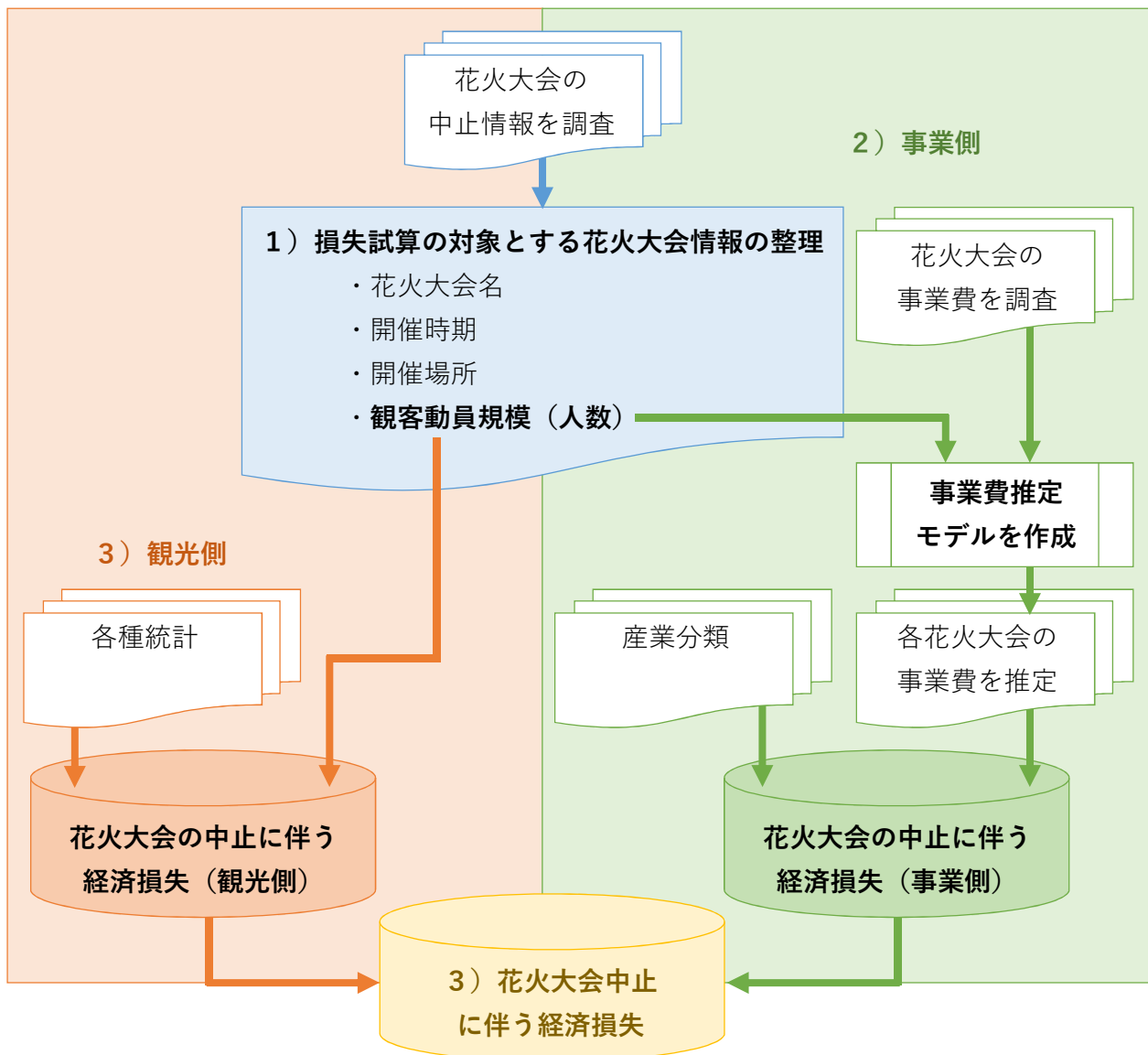
## 第2章 新型コロナウイルスが与えた花火業界への打撃

日本においては、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、その拡大防止に向け、「外出自粛要請」や「3密回避<sup>4</sup>」、「緊急事態宣言」の発令など、様々な措置がとられた。それに伴い、日本各地で花火大会や祭りの中止が相次ぎ、花火業界は壊滅的な影響を受けている。

花火大会や祭りにおける花火消費機会の逸失は、花火事業者の経営環境に直接的な打撃を与え、演出などを請け負う事業者にも損失が波及する。加えて、観客動員機会の逸失は花火大会開催地における観光消費の激減をもたらし、地域経済に及ぼす影響は甚大となる。

そこで、本章では、新型コロナウイルス感染症の拡大防止を理由に花火大会が中止されたことでもたらされた、日本国内における経済損失の推計を試みた。なお、試算フローは以下の通りである。

図表2-1 花火大会中止に伴う経済損失試算フロー



出所：株式会社日本経済研究所作成

4) 3密 (さんみつ) とは、「密閉」、「密集」、「密接」の3つの密を指す。新型コロナウイルスの感染拡大を防ぐために避けるべきものとして周知された。

## (1) 損失試算の対象とする花火大会情報の整理

新型コロナウイルス感染拡大防止のために中止された花火大会に関する情報を収集し、損失試算の対象とする花火大会を選定した結果、7月から10月の間に開催予定であった301件<sup>5</sup>が対象となった。以下にその概要を示す。なお、事業費額および観光消費額を算出する必要性から、観客動員規模が不詳な花火大会は、損失試算の対象には含んでいない。

図表2-2 損失試算の対象とした花火大会の概要

	花火大会件数 (件)	観客動員規模 (人)
<b>総数</b>	<b>301</b>	<b>31,416,700</b>
北海道	22	261,500
東北	34	3,447,500
北関東	34	4,288,600
首都圏	49	7,311,700
甲信越	25	3,300,000
北陸	11	545,000
中部	45	5,477,300
関西	49	4,003,600
中国	11	1,860,000
四国	7	616,000
九州	14	305,500

出所：株式会社日本経済研究所作成（2020年7月30日までの調べ）

図表2-3 損失試算の対象とした花火大会の一例

花火大会名	開催場所
天神祭奉納花火	大阪府北区
長岡まつり大花火大会	新潟県長岡市
関門海峡花火大会	山口県下関市、北九州市門司区
隅田川花火大会	東京都墨田区
全国花火競技大会「大曲の花火」	秋田県大仙市
土浦全国花火競技大会	茨城県土浦市
足立の花火	東京都足立区
横浜スパークリングトワイライト	神奈川県横浜市
安倍川花火大会	静岡県静岡市
なにわ淀川花火大会	大阪府大阪市
新潟まつり花火大会	新潟県新潟市
足利花火大会	栃木県足利市

(注) 独自調査により把握している範囲内で観客動員規模の大きい花火大会から順に掲載  
出所：株式会社日本経済研究所作成（2020年7月30日までの調べより一部抜粋）

5) 各花火大会公式サイトや自治体ホームページ、ニュースメディア、その他の花火大会情報提供サイト（ウォーカープラス等）などより、中止理由が新型コロナウイルス感染拡大防止と判断された花火大会のみを抽出した。

## (2) 花火大会中止に伴う事業側の経済損失

花火大会が中止となった場合、その開催のために用意された事業費は使途を失う。これは、従来からの商習慣により、開催準備に要した経費や違約金等が花火事業者等に支払われることが皆無に近いためである。

従って、事業費の投下により花火大会を開催した際に得られたであろう経済効果を、そのまま、花火大会の中止に伴う事業側の経済損失と捉え、試算した。

### 1) 需要損失額

花火大会の総事業費は、観客動員規模が大きくなるほど高額になると言われている (p.6 参照)。そこで、前述の公表情報より総事業費と観客動員規模の関係性等を整理し、各花火大会の観客動員規模から総事業費等を推定するモデルを作成した。次に、総事業費に占める各事業費を算出した。結果、損失試算の対象とする花火大会の事業側の需要損失額および内訳は以下の通りとなった。

図表 2 - 4 事業側の需要損失額および内訳

(単位：百万円)

<b>事業側の需要損失額</b>		<b>19,413</b>		
需要損失額の内訳				
花火打上関連費	会場設営費	安全対策費	広報費	事務費
5,824	8,154	3,494	777	1,165

出所：株式会社日本経済研究所作成

### 2) 経済損失および波及

花火大会の中止に伴う事業側の需要損失額および内訳をもとに、事業費の投下に伴い日本全国で誘発されたであろう生産額と雇用者数を試算した。結果、2次波及までを対象とすると、生産額で約 360 億円、雇用者数で 5 千人超の損失となった。

図表 2 - 5 事業側の経済損失および波及

(単位：百万円、人)

需要損失額	(事業費側)	19,413
直接損失	国内生産額	<b>17,261</b>
	雇用者誘発数	2,050
1次損失	生産誘発額	<b>8,704</b>
	雇用者誘発数	1,138
2次損失	生産誘発額	<b>10,181</b>
	雇用者誘発数	1,922
直接損失 + 1次損失 + 2次損失	生産誘発額	<b>36,146</b>
	雇用者誘発数	5,110

出所：株式会社日本経済研究所

### (3) 花火大会中止に伴う観光側の経済損失

花火大会が中止されると、訪れたであろう観客による消費が逸失する。それを、観光側での需要損失額と捉え、花火大会を開催した際に得られたであろう経済効果を、観光側での経済損失として試算した。

#### 1) 需要損失額

花火大会の観客の内訳、ならびに、消費金額および費目を、観光庁「共通基準による観光入込客統計」および「旅行・観光消費動態調査」を参考に整理し、観光側における需要損失額を試算した結果、以下の通りとなった。

図表 2 - 6 観光側における需要損失額および内訳

(単位：百万円)

<b>観光側の需要損失額</b>		<b>242,483</b>		
需要損失額の内訳				
農林漁業	飲食料品	繊維製品	化学製品	窯業・土石製品
8,169	14,588	5,329	683	346
その他の製造工業製品		運輸・郵便	教育・研究	対個人サービス
25,022		72,784	9,103	106,460

出所：株式会社日本経済研究所作成

#### 2) 経済損失および波及

花火大会が開催されていれば日本全国で誘発されたであろう生産額と雇用者数を試算した。結果、2次波及までを対象とすると、生産額で約5,000億円、雇用者数で23万人超の損失となった。

図表 2 - 7 観光側の経済損失および波及

(単位：百万円、人)

需要損失額	(観光消費側)	242,483
直接損失	国内生産額	<b>225,788</b>
	雇用者誘発数	200,849
1次損失	生産誘発額	<b>161,666</b>
	雇用者誘発数	14,745
2次損失	生産誘発額	<b>104,439</b>
	雇用者誘発数	19,719
直接損失 + 1次損失 + 2次損失	生産誘発額	<b>491,892</b>
	雇用者誘発数	235,313

出所：株式会社日本経済研究所

#### (4) 花火大会の中止に伴う経済損失

以上より、新型コロナウイルス感染症の影響で花火大会が中止されたことによる需要損失額は合計約 2,600 億円、最終的な経済損失は生産額で約 5,300 億円、雇用者数で 24 万人強となった。

図表 2 - 8 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)

需要損失額	(合計)	261,897
直接損失 + 1 次損失 + 2 次損失	生産誘発額	528,038
	雇用者誘発数	240,423

出所：株式会社日本経済研究所

#### (5) 考察

2016 年 7 月に DBJ 東北支店が公表したレポート<sup>6)</sup>によると、花火業界の想定市場規模は約 200 億円とされている。今回の経済損失の試算では、**中止された花火大会 301 件の事業費総額が 194 億円と、花火業界の想定市場規模に迫るもの**となった。

また、大半の花火事業者の 1 社あたり従業員数が 20 人以下である (p.2 参照) ことに鑑みると、事業費投下による雇用者誘発数 5 千人超分の損失は、**少なくとも花火事業者約 250 社分の雇用の損失に相当**する。これは、**日本煙火協会に正会員として加盟する打上花火の製造・販売事業者数の合計約 270 社に迫る** (p.5 参照) ものであり、本格的な手当が必要であることがうかがえる。

なお、花火大会の主催者が花火大会の直前まで花火事業者との契約を締結しないといった商習慣等のため、開催準備に要した経費や違約金等が花火事業者に支払われることは皆無に近い。これにより経済損失も拡大するが、そもそも、花火事業者の経営環境悪化に直結する。日本の文化の継承を担う花火事業者を守るためにも、**花火大会の中止に係る契約条件等には改善**が必要であろう。

また、事業費が投下されなかったことによる損失額よりも観光消費が消失したことによる損失額のほうが 10 倍以上大きく、誘発されたはずの雇用者数も観光側が大きい。これは、観光を支える産業が多岐にわたっていることに起因しており、花火大会の中止に伴う影響範囲の広さを裏付けている。地域に与える打撃も相当大きいはずである。このように、様々な産業に大きな影響を与える**花火大会の持続可能なあり方などを、早急に模索**する必要があるだろう。

なお、有識者からの指摘によれば、新型コロナウイルス感染症の影響により中止された花火大会の件数は、より規模の小さなものも含めると、**今回の試算対象の 3 倍程度に達する可能性**があり、花火業界を含む様々な産業に及ぼされる**経済損失および雇用誘発機会の逸失は、更に大きなものになる**と考えられる。

図表 2 - 9 花火大会の中止に伴う損失額の波及

(単位：百万円、人)

		事業側	観光側
需要損失額		19,413	242,483
直接損失 + 1 次損失 + 2 次損失	生産誘発額	36,146	491,892
	雇用者誘発数	5,110	235,313

出所：株式会社日本経済研究所

6) 「花火産業の成長戦略～協調と競争による市場拡大と地方創生を目指して～」

## 第2章のまとめ

### (1) 新型コロナウイルス感染症の影響で、夏季の花火大会は軒並み中止となった。

- ❖ 新型コロナウイルス感染症の影響で中止された花火大会 301 件を対象に試算した事業費の損失額は 194 億円に上り、花火業界の想定市場規模 200 億円に迫るものとなった。
- ❖ 大半の花火事業者の 1 社あたり従業員数が 20 人以下であることに鑑みると、雇用者誘発数 5 千人超分の損失は花火事業者約 250 社に相当する雇用の損失に相当する。これは、日本煙火協会に正会員として加盟する打上花火の製造・販売事業者数の合計約 270 社に迫るものである。

👉 **新型コロナウイルスによる花火事業者への打撃は甚大なため、本格的な手当てが急務。**

### (2) 花火大会の中止は、花火事業者の収入源を絶ち、地域経済に大きな打撃を与えた。

- ❖ 花火大会が中止された場合、開催準備に要した経費や違約金等が花火事業者を支払われることが皆無に近いという商習慣は、花火事業者の経営環境悪化に直結する。
- ❖ 花火大会の開催地域における観光消費が消失したことにより、観光を支える多様な産業に対し、大きな損失をもたらした。

👉 **商習慣の見直しを含み、花火大会の持続可能なあり方などを模索することが必要。**



### 第3章 新型コロナウイルスの出現により新たに生まれた取り組み

新型コロナウイルスの影響により花火大会が連鎖的に中止されたことを受け、花火事業者や花火愛好家などを中心とした、様々な新しい取り組みが、全国各地で行われた。

その主な目的は、感染収束祈願、鎮魂・慰霊、住民激励、花火消費機会創出等であり、初期には個別事業者による取り組みであったものが、域内に波及・連携した取り組みに発展し、ついには、全国規模での花火打上プロジェクトが企画、実施されるといった変化がみられた。

また、花火打上資金の調達のみならず、事業者助成や新技術の開発に向けた資金支援をクラウドファンディング（以下、「CF」）に求める事例もみられるようになった。

図表2-10 新たに生まれた取り組みの概要

	1) 個別事業者による打上	2) 域内で連携した取り組み	3) 全国規模プロジェクト
概要	個別事業者が主体となり、主に単発で花火の打上を行うもの。	域内の花火事業者や花火関連団体、自治体等が連携して行うもの。	全国各地の花火事業者や花火関連団体が協力し合って取り組むもの。
例	ワキノアートファクトリー、マルゴー、和火屋、岸火工品製造所、村瀬煙火、上木鉄砲火薬店、須永花火田島煙火工場、森上煙火工業所、Ztap／など	大仙市（市民応援花火、「HOPE－コロナウイルスに打ち勝てプロジェクト」、「大曲の花火－Message－『明日への光』」、大仙市の小中学生へ「エール花火」）／など	Cheer up! 花火プロジェクト、日本の花火「エール」プロジェクト、花火競技大会オンライン、三密回避花火プロジェクト、『元気玉』花火プロジェクト／など

出所：株式会社日本経済研究所

#### （1）個別事業者による打上

個別事業者による花火打上は、「緊急事態宣言」の前後から全国各地でみられた取り組みである。その目的は、「外出自粛」により閉塞感を抱く住民への激励や感染収束祈願、鎮魂・慰霊等であり、3密を防ぐため日時や場所を公表せず、短時間で花火打上を終了する事例が多くみられた。

また、「アマビエ」と呼ばれる妖怪を再現した花火や、「悪疫退散」を掲げた打上がみられるなど、**花火大会の起源や意義を再認知させる契機**ともなった。

##### 【コラム1】アマビエ

疫病の流行を予言したといわれる、江戸時代から伝わる妖怪のこと。半人半魚で長髪に描かれるものが多い。これを描き写したものを人々に見せると難を逃れられるとの言い伝えがあり、新型コロナウイルスの出現を契機に花火による再現も試みられた。

##### 【コラム2】花火大会の起源

8代将軍・徳川吉宗は享保18年（1733年）、享保の大飢饉や疫病の流行による犠牲者の慰霊と「悪疫退散」祈願を目的として水神祭を開催。その余興に花火を見せたものが、花火大会の起源といわれている。花火の打上には江戸時代から「悪疫退散」の祈りが込められていたのだ。

出所：各種資料より株式会社日本経済研究所作成



## (2) 域内で連携した取り組み

ここでは、「大曲の花火」で知られる秋田県・大仙市でみられた取り組みを紹介する。

大仙市は、「毎月花火が打ち上がるまち」であり、2020年も多数の花火大会が予定されていた。そのうち、「大曲の花火・冬の章」として3月に予定されていた「新作花火コレクション2020」は、新型コロナウイルスの影響によって4月に中止判断が下された。全国から21の事業者が参加し、打ち上げる予定であった**花火玉400発は、大仙市と大曲商工会議所が、約500万円で買い取った**。このようなことは異例であり、大きく報道された。その買い取られた花火玉は6月、大仙市内で、複数回に分けて打ち上げられた。事前告知をしなかった代わりに、打上の様子が収められた動画は「大曲の花火」公式フェイスブックにて生配信されたのである。

この事例からだけでも、大仙市が、花火を地域の産業として大事に育てようとする気概が伝わる。

図表2-11 新作花火コレクション打上の様子



出所：大仙市

以下には、【1）市民応援花火】に触発されて実現した【2）HOPE－コロナウイルスに打ち勝てプロジェクト】、事業者たちの提案により実現した【3）「大曲の花火－Message－『明日への光』打上】、そして市による取り組み【4）大仙市の小中学生へ「エール花火】を順に紹介する。

### 1) 市民応援花火

市内の有志が密かに企画、費用を負担して実現したもの。3密回避のため予告はなし。市民応援の目的と、**市内の他地区でも同様の取り組みが広がることへの期待**も込めて打ち上げられた。

日時	2020年4月21日（火）19時頃～
内容	50発（スターメインなど）の打上
場所	大仙市西仙北地区（刈羽野橋近くの河川敷）
主催	市内有志
打上	株式会社和火屋

出所：各種資料より株式会社日本経済研究所作成

### 2) HOPE－コロナウイルスに打ち勝てプロジェクト

市内の花火事業者が県内の企業や個人に声を掛け、注文を募って行うようになった小規模な花火の打上。3密回避のため事前告知はなし。最初の打上は2020年4月30日（木）夜。

前述の「市民応援花火」が発端となって始まった取り組み。**人を集めず楽しんでもらえる花火もある**との気づきから生まれたもの。打上は、**市内の花火事業者が交代**で担当している。

### 3) 「大曲の花火－Message－『明日への光』」打上

**市内の花火事業者4社でつくる「大曲の花火協同組合」が大曲商工会議所に提案し、実現**したものの。新型コロナウイルスの影響で、経済的な打撃を受けている市民を励ますことが目的。3密回避のため予告はなし。「大曲の花火」や県外の花火大会で優勝した作品、「新作花火コレクション2020（当初は2020年5月10日に開催予定であったが中止）」にて披露する予定であった作品などの力作が打ち上がった。

本花火の動画は大曲商工会議所が「大曲の花火実行委員会」のフェイスブックにて公開している。

日時	2020年5月9日（土）19時15分～ ※当初は「大曲の花火・春の章」の開催が予定されていたが中止。
内容	約15分間、10号玉14発の打上
場所	雄物川河川敷
主催	大曲商工会議所
打上	大曲の花火協同組合

出所：各種資料より株式会社日本経済研究所作成

図表2-12 大曲の花火－Message－『明日への光』の様子



出所：大曲の花火協同組合

### 4) 大仙市の小中学生へ「エール花火」

市は、新型コロナウイルス対策補正予算を用いて「小中学生エール花火事業」の実施を決定した。新型コロナウイルスの影響により、臨時休校および部活動の自粛などという不自由な生活を余儀なくされた小中学生を元気づけるため、市内32校（小学校21校、中学校11校）でエール花火を打ち上げるもの。

花火の打上費用は1校当たり200万円程度、総事業費は6,500万円。**「大曲の花火協同組合」に事業を委託、市内の花火事業者の支援**も視野に実行する。

以上、大仙市を舞台とした取り組みを紹介したが、他地域でも花火に関する取り組みが広がりをみせている。新型コロナウイルスの出現により、花火を通して地域が一つになる契機が与えられた、との見方もできるのではないだろうか。

次に、全国規模プロジェクトに目を移す。そこでは、花火業界への様々関係者による主体性が、地域の枠を超えた取り組みを支えていた。

### (3) 全国規模プロジェクト

#### 1) Cheer Up! 花火プロジェクト

新型コロナウイルスの影響で、日本各地の花火大会が相次いで中止される中、「悪疫退散」を祈願して企画されたのが「全国一斉悪疫退散祈願 Cheer up! 花火プロジェクト」である。「Cheer up」は、人を励ます、元気づけるの意味であり、本プロジェクトの目的も、そこにある。

「緊急事態宣言」の全面解除後に全国の花火事業者が日本各地で一斉に花火を打ち上げるとした本プロジェクトは、一般社団法人日本煙火協会の青年部の有志からの呼び掛けで始まった。

3密回避のため集客はせず、打上時間も5分以内とした。当初は打上日時も非公表としていたが、突然の花火の音に不安を感じる人がいるとの声を拾い、事前に日時を公表した。

参加した花火事業者は全部で163社。長野県（13社）、栃木県（11社）、秋田県（8社）、静岡県（8社）などからの参加が多かった。なお、打上に係る費用は花火事業者が負担した。

日時	2020年6月1日（月）20時～
内容	5分以内の打上
場所	全国約200ヶ所（非公表）
企画	日本煙火協会青年部有志
打上	全国の花火事業者163社

出所：各種資料より株式会社日本経済研究所作成

図表2-13 Cheer Up! 花火プロジェクト紹介 YouTube



出所：Cheer Up! 花火プロジェクト

本プロジェクトは、日本全国の地方新聞や各種メディア、海外では NEWYORK POST に取り上げられるなど、大きな話題を呼んだ。また、花火大会の起源が「悪疫退散」祈願にあったことなど、改めて、花火が日本の文化に根付いていることに気づかされる契機ともなった。

しかしながら、本プロジェクトは花火事業者による費用負担を前提に成立したものの、花火大会の中止が相次ぐ中、花火を観たいという国民の願いは一部叶えられたが、経営的に厳しい環境にある花火事業者にとっては正念場が続く。

花火事業者から届いた「元気」と「希望」の返礼として、花火鑑賞者からの恩返しを考える必要があるのではないだろうか。その解決に一步近づいたのが、次に紹介する事例である。

## 2) 日本の花火「エール」プロジェクト

日本の花火「エール」プロジェクトは、秋田魁新報社が運営する **CF** サービス「FANAKITA (ファンあきた)」を活用し、「エール花火」打上のための資金支援を得るものである。プロジェクトオーナーは、NPO 法人大曲花火倶楽部、日本花火鑑賞士会など、全国の「**日本の花火**」を愛する団体および個人で構成された「**日本の花火を愛する会**」(任意団体)であり、その事務局は「毎月花火が打ち上がるまち」大仙市に置かれている。

CF の募集に先立ち、**大仙市**は、新型コロナウイルスの影響により売上が減少した事業者を支援するために実施する CF に係る経費を調達資金の総額 20% (上限 600 万円) まで補助するとして「**CF 活用緊急支援事業**」を起ち上げ、**本プロジェクトを後方支援**した。

目標金額を 11,873 千円 (いいはなび) に設定し、2020 年 6 月 1 日から募集を開。期日の 7 月 10 日までに **772 人から 16,160 千円の支援を得て目標を達成**した。

プロジェクトオーナー	日本の花火を愛する会
プロジェクト内容	国内各地そして大仙市で同日同時刻一斉に「エール」花火を打ち上げる
エール花火	参加表明の花火事業者それぞれが個性あふれる特徴的な花火を打ち上げるもの (最長 10 分)
日時	3 密を避ける意味から非公表
場所	「地元での打上」・「大仙市での打上」・「両方に対応」の 3 パターン、3 密を避ける意味から非公表
参加事業者	「大曲の花火」に所縁のある 29 都県 81 社
趣旨	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 慰霊・鎮魂、悪疫退散、閉塞感の払拭</li> <li>・ 危機的状況にある花火事業者への支援 (恩返し)</li> <li>・ 製造・打上機会の創出による日本の花火の保護・継承</li> </ul>

出所：各種資料より株式会社日本経済研究所作成

図表 2-15 日本の花火「エール」プロジェクトの紹介



出所：日本花火鑑賞士会

本プロジェクトの成立は、花火事業者による費用負担ではなく、花火鑑賞者からの支援によって、全国規模での花火打上が実現できることを証明した。日本の花火は、技術・伝統・文化などの観点から守り伝え継ぐべきものであり、**事業者のみならず、鑑賞者の立場からの取り組みも必要不可欠**である。ただし、事業者の経営支援にまでは至っていない点で、課題が残るともいえる。

### 3) 花火競技大会オンライン

新型コロナウイルスによる感染拡大を防止するため、オンラインでの花火競技大会の開催に係る取り組みが始まった。世界初の試みとのことである。

その主催者は一般社団法人 SMASH ACTION（以下、「SMASH ACTION」）、中四国で初の花火競技大会「にし阿波の花火」の実行委員会の有志が立ち上げた。共催者は、花火の打上会場とされた国営讃岐まんのう公園と、花火の打上を担った有限会社岸火工品製造所。打上は2020年6月9日に無観客で行われ、花火の様子などがドローンを使った空撮等にて収められた。その映像は6月28日からインターネットを通じて配信され、視聴者からの投票等により競技大会の勝者を決めた。

花火撮影日時	2020年6月9日（月）20時～
企画	一般社団法人 SMASH ACTION
場所	国営讃岐まんのう公園
打上	有限会社岸火工品製造所
内容	「花火競技大会」と「花火の演出」の2部構成
花火競技大会	テーマ：「花火のチカラ～世界にとどけ！希望の光～ 参加者：全国の花火事業者15社 競技種目：5号玉7発（持ち時間30秒） 審査基準：動画に対する視聴者からの投票等（後日）
花火の演出	ミュージックスターメイン（約2,500発、5分間）
動画配信開始	2020年6月28日（日）20時～
投票期日	2020年7月12日（日）

出所：各種資料より株式会社日本経済研究所作成

SMASH ACTION は、本取り組みの運営費の一部などに充当するため、CF「花火師応援プロジェクト！世界初のONLINE花火競技会を開催する」を実施。目標金額800万円（All-In方式）に対し、7月12日の期日までに155人から約400万円の支援を得た。この資金の一部は、花火事業者への支援を目的に、中止された花火大会などで打上予定であった花火を参加事業者から購入するために活用される。また、購入した花火は、SMASH ACTION が運営するイベント等での打上が予定されている。

新型コロナウイルスの出現が、日本の花火業界に、世界初の試みを促した事例である。




#### (4) 花火業界における CF 活用の進化

以前から、花火大会の開催資金に係る課題は存在しており、その解決策の一つとして CF を採用している事例は数多くあったが、新型コロナウイルスの出現により、その活用目的に進化がみられている。依然、花火打上資金に対する支援を目的とするものが多い中、花火事業者への助成金としての活用や、安心・安全な花火大会の実施に向けての実証実験、新しい花火の開発費用の調達等に拡大している。以下に、その一例を紹介する。

##### 1) 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

新型コロナウイルスの影響で危機に瀕する日本の花火文化を守るための寄付および日本の花火事業者と花火大会存続のための支援を募るものである。寄付金は、新型コロナウイルス感染症対策を含め、今後変容する生活様式における安心・安全な花火大会実施に向けての施策推進活動や確固たる指針の提示、花火会場の環境整備、その環境下での花火大会開催（花火打上）のための資金に活用される。

プロジェクトオーナー	一般社団法人日本花火推進協会		
プロジェクト内容	1 <u>団体所属の花火業者の助成金</u> としての活用 2 新たな生活様式において、 <u>安心・安全な花火大会を実現するための施策支援</u> 3 上記施策に即した <u>花火会場の環境整備費用</u> 4 上記会場における <u>花火打ち上げ費用</u>		
目標金額	100,000 千円	媒体	YAHOO! ネット募金

出所：各種資料より株式会社日本経済研究所作成

##### 2) Starlit Night Fireworks（三密回避花火大会プロジェクト）

専門家による監修に基づく徹底した感染防止策を施し、観客動員を伴う花火大会を、新型コロナウイルスとの共存下において開催するための支援を募るものである。本プロジェクトでの花火大会開催を契機として安心・安全な花火大会の仕組みを確立し、全国での娯楽や癒しの提供につなげることが目的とされている。

プロジェクトオーナー	Starlit Night Fireworks（三密回避花火大会実行委員会）		
プロジェクト内容	専門家と協議を行いながら、3密を回避した花火大会を開催		
目標金額	6,000 千円 (in 関西)	媒体	CAMPFIRE (All-In 方式)

出所：各種資料より株式会社日本経済研究所作成

##### 3) 「点滅花火 2.0」を開発して、花火大会の新時代を切り拓きたい

新型コロナウイルスによる社会の変化が続いても花火大会を存続し得るため、超絶インパクトのある「点滅花火 2.0」を開発し、花火大会の「従来の延長の進化」と「コロナ社会適応型への進化」を同時に実現することを目的に支援を募るものである。「蒲郡まつり納涼花火大会」にて打上予定。

プロジェクトオーナー	加藤煙火株式会社		
プロジェクト内容	超絶インパクトのある「点滅花火 2.0」の開発		
目標金額	1,200 千円	媒体	CAMPFIRE (All-In 方式)

出所：各種資料より株式会社日本経済研究所作成

### 第3章のまとめ

#### (1) 新型コロナウイルスの出現により、新しい取り組みが生まれている。

❖ 感染症収束祈願や、鎮魂・慰霊、住民激励、花火消費機会の創出等を目的に、個別事業者による花火の打上や域内で連携して行われた取り組み、全国規模の花火打上プロジェクトなど、様々な取り組みが生まれている。

👉 **花火大会の起源や意義、花火が日本の文化に深く根付いていることへの気づきをもたらした。**

#### (2) 花火業界における資金調達の手法や目的が進化している。

❖ 当初、花火打上に係る費用を花火事業者が負担する取り組みが大半であったが、花火打上資金をCF等により調達し、打ち上げる事例が見られるようになった。

❖ CF等による資金調達の目的が、花火事業者への助成金としての活用や、安心・安全な花火大会の実施に向けての実証実験、新しい花火の開発費用の調達等に拡大している。

👉 **花火事業者が、花火業界や花火大会の存続に向けて自ら資金調達を行う事例が生まれた。**



## 第4章 花火業界の復活再生に向けて

本章では、新型コロナウイルスによる影響より、花火業界における課題の抽出を試みた。結果、従来一部では認識されていたものの、業界への壊滅的な損失にまで結びつくことがなかったことから解決が先送りされていた問題が、新型コロナウイルスの出現により、至急解決しなければならない課題として浮彫となった。花火業界の復活再生に向け、この機会を逃さず諸問題に向き合っていくべきである。

本報告書の作成段階では、問題提起の域を出ないが、今後の調査にて、更に各々の課題について深掘りし、新型コロナウイルスとの共存下における花火業界のあるべき姿を提示していきたい。

### (1) 花火業界の復活再生に向けて早急に強化すべき視点

ここまでの調査内容等に基づき整理した花火業界の復活再生に向けて早急に強化すべき視点は以下の通りである。

#### <花火業界の復活再生に向けて早急に強化すべき視点>

主体者	早急に強化すべき視点
花火事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本の文化である花火を継承・発展するため、安全（火薬、感染症）や環境、芸術面などにおける<b>技術研鑽</b>に取り組む。</li> <li>花火が、産業として存続する意義を整理・説明し、理解を得ることで、<b>資金や人財</b>の獲得などに結びつける。</li> <li>新たな花火需要の喚起と経営課題の解決に向け、観光化を見据えた<b>地域の巻き込み</b>や、事業者間連携による「<b>協調と競争</b>」を実現する。</li> </ul>
花火事業者団体	<ul style="list-style-type: none"> <li>花火業界としての財源獲得、資金調達に向けた活動を拡充し、日本の花火を支える<b>花火事業者の経営を支援</b>する。</li> <li>会員等に対し、<b>持続可能な事業者への変革</b>を促す。</li> </ul>
花火愛好家団体	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本の花火の技術・芸術・文化的側面に対する国民の理解を醸成し、事業者のみならず、<b>鑑賞者による継承への取り組み</b>を促す。</li> <li><b>花火に対する want を need に転換</b>するアイデアを収集、発信する。</li> </ul>
花火大会実行委員会	<ul style="list-style-type: none"> <li>花火大会の開催意義を再構成・訴求し、共感を得ることで、企業からの<b>協賛金</b>や個人からの<b>寄付</b>を得る他、<b>財源の多様化・分散化</b>により、継続開催を実現する。</li> <li>新型コロナウイルス感染対策にて浸透した3密回避等を逆手に取り、花火大会1回当たりの<b>観客動員数の抑制</b>（運営・警備費↓）および<b>有料観覧席の時間価値向上</b>（価格・収入↑）を図る。また、夏季への一極集中・大規模開催から<b>中小規模・分散開催</b>への転換に対し、鑑賞者および地域からの理解を促す。</li> </ul>
地域関係者	<ul style="list-style-type: none"> <li>花火を活かした地域経済の活性化を見据えた地域資源の活用・保全を推進し、花火大会の<b>開催地としての持続可能性</b>を発揮する。</li> </ul>



## (2) 花火業界が取り組む新たな需要創出の方向性

### 1) 花火大会

#### ① 開催意義

花火大会は目下、新型コロナウイルスの影響により中止が相次いでいるが、いまや、それを逆手に取って、悪疫退散、慰霊・鎮魂などを目的に、花火の打上が行われている。新型コロナウイルスを名目とした花火の打上に代わり、**花火の打上目的、花火大会の存在意義などの訴求が、これまで以上に求められる**可能性がある。

日本の文化としての花火を継承することの重要性に異論はないと思われるが、花火大会の開催による**地域経済への影響なども訴求**することで、開催意義の後ろ盾とすることも有効と考えられる。

#### ② 開催形態

新型コロナウイルス感染症の拡大防止のため、当面は3密回避など様々な制約の継続が予想され、従来通りの開催形態で花火大会を実行することは、しばらくの間、困難であろう。

目下、CF を利用した情報発信を行って打上資金の支援を受け、無観客ではあるものの花火消費機会を創出し、花火動画の配信に加えて地域産品を返礼品とすることで逸失した経済効果の一部を取り戻そうとする事例がみられており、着目すべきである。

しかしながら、この形態では観光消費による地域への経済効果は限定的で、栈敷席の販売等による事業費の獲得も不可能である。何より、**花火事業者の経営改善という観点からはCF以外の手段**の検討は必須である。

また、**花火大会の会場にて得られる臨場感は、日本の花火という文化を伝える重要な要素**であり、無観客×動画配信の形態が、従来の花火大会を完全に代替することは難しいと考えられる。

更に、新型コロナウイルス出現から1年を経っていない現時点で求められている対応を基準として花火大会の標準形を定義するに際しては、その標準形での開催が求められる前提条件の提示も必要と思われる。

そのうえで、やはり、現地に足を運んでもらえる仕掛けづくりを求めたい。そして、従来からの課題であった、**大規模・一極集中から中小規模・分散開催への転換**に対する理解を得るための好機として、新型コロナウイルスの出現を活かすのも一手となろう。



## 2) 花火事業者

### ① 需要喚起

これまで、花火事業者が自ら花火大会などの打上を企画することは、ほとんどなかった。しかし、新型コロナウイルスの出現を契機に、**花火事業者が自ら打上を企画**し、花火の消費機会を創出したことは、新たな需要喚起に向けての弾みとなろう。**実行力のある人財の育成**に期待したい。

また、3密回避などの制約のため、時間や場所を事前告知しない打上が行われる中、「私の住んでいるところからは見えなかった」という声も数多く聞かれている。それに応えるため、企業や個人からの受注によるプライベート花火などの打上に、より積極的に取り組むことも一手となろう。その際に課題となるのが、**打上場所の確保**だ。「私の住んでいるところからは見えなかった」のは、近くに手頃な打上場所がなかったためである。この障壁を、自地域のみではなく、他地域においても越える仕組みができれば、花火事業者の活動範囲は広がり、更なる需要の喚起につながる可能性がある。

活動範囲の広がりとともに考えられる次の段階は、**花火事業者が独自のファンを獲得**することや、**花火事業者同士が連携して次世代を見据えた花火のあり方**に挑戦すること（例：日本酒蔵元杜氏集団「NEXT5」（秋田県）など）、**花火事業者と鑑賞者との交流イベントの企画**などであろう。

なお、交流イベントの企画においては、地域産品の製造・販売・提供事業者との連携が望ましい。もちろん、有償で行い、参加人数も限定して特別感を演出する。そして、**花火および花火事業者に対するファンを醸成すると同時に地域へのファンを育成**し、当地で開催される**花火大会に足を運ぶ動機を多層化**することを視野に入れたい。

#### 【コラム3】NEXT5（ネクスト・ファイブ）

秋田県内の日本酒蔵元杜氏5名が2010年に結成したユニット。日本酒業界の低迷打開に向け、「次世代を見据えた新しい酒造りを模索し、日本酒業界を牽引する存在」を目指して命名した。主な活動は、定期利き酒会、共同醸造プロジェクト、消費者イベントの3つ。定期利き酒会ではNEXT5の商品と首都圏で売行きの良い商品を合わせた10銘柄を利き酒し、それぞれの酒質を批評し合うことで、利き酒能力の向上を図り、NEXT5の商品レベルの確認をしている。共同醸造プロジェクトでは、造った日本酒をクリスマス・イブに発売し、日本酒が選ばれるシーンの拡大を狙った。消費者イベントは、日本酒ビギナーやライトユーザーを対象に行い、日本酒ファンを育成している。これらの取り組みを通じ、NEXT5は日本の伝統産業である日本酒の新たなあり方に挑戦してきた。また、同様の取り組みが、他県の蔵元杜氏にも見られるようになっている。

### ② 経営課題

夏季の花火大会に偏重していた**収益構造を多様化・分散化**させることや、**生産性の向上**が必要と考えられる。

収益構造の多様化・分散化に向けては、**花火「+α」による観光化**などを見据えた収益性のある活動を展開し、**地域を巻き込んだ取り組み**に発展させることも考えられるのではないだろうか。

また、生産性の向上に向けては、**事業者間での連携**を深め、お互いに**強みを活かして伸ばし合う「協調と競争」**の視点も求められよう。これは、個々の事業者が経営課題を解決する大前提として、**花火業界全体に対する需要が再喚起されることが必要不可欠**なためである。

新型コロナウイルスの出現が、花火業界の将来像を考えるための好機となることを、望みたい。



### 本報告書のご利用にあたって

本報告書の全文または一部を転載・複製する際は、著作権者の許諾が必要です。

本報告書に関する問い合わせ等は、以下の連絡先までお願いします。

#### 【連絡先】

〒100-0004

東京都千代田区大手町一丁目 9 番 2 号大手町フィナンシャルシティ グランキューブ 15 階

株式会社日本経済研究所 地域本部 地域産業部 池原 沙都実

TEL : 03-6214-4620

FAX : 03-6214-4602



株式会社 日本経済研究所  
Japan Economic Research Institute Inc.