

長岡の誇りを次世代に



長岡まつり協議会 長岡花火財団設立検討会議

答申書

平成29年3月6日

目 次

1. 財団設立の背景と検討経過	1
2. 財団の役割と長岡まつりの運営体制	3
3. 財団の概要と組織体制	5
4. 長岡花火ブランド戦略プラン(行動計画)	7
5. 平成29年度の具体的な取り組みと予算フレーム	11

長岡花火財団 設立検討会議 委員名簿

役 職	氏 名	所 属	長岡まつり協議会(役職)
座 長	樋口 勝博	NPO 法人ネットワーク・フェニックス 代表理事 (元復興 10 年フェニックスプロジェクト推進会議 座長)	委員
委 員	石田 章	NPO 法人 ネットワーク・フェニックス 副代表理事 (元長岡まつり協議会長岡花火ブランド推進委員会委員長)	委員
委 員	大石慶太郎	(一社) 長岡青年会議所 理事長	委員
委 員	神林 茂	(公財) 長岡市芸術文化振興財団 理事長	委員
委 員	高野 克広	(公財) 長岡市国際交流協会 専務理事	委員
委 員	羽賀 友信	NPO 法人 市民協働ネットワーク長岡 代表理事	委員
委 員	山崎 茂樹	NPO 法人 ながおか未来創造ネットワーク 代表理事	委員
委 員	広瀬 弘之	長岡市観光・交流部 部長	事務局長
オブザーバー	阿部 隆夫	ながおか・若者・しごと機構 事務局長	
オブザーバー	五十嵐陽平	(一社) 長岡青年会議所 直前理事長	
オブザーバー	田中 克美	長岡商工会議所 事務局長	
オブザーバー	土田 勝也	長岡まつり協議会 フェニックス部会長	
オブザーバー	長谷川雅泰	(一社) 長岡観光コンベンション協会 事務局長	

はじめに

戦禍の傷跡が残っている中で復活した長岡花火は、今年で70年の節目を迎えます。長岡空襲犠牲者の慰霊と復興に立ち上がる市民を元気づけるために復活した長岡花火。戦禍から不死鳥のごとく立ち上がった先人の意志を受け継ぎ、中越大震災からの復興を祈願するフェニックス花火や、真珠湾での長岡花火打ち上げを通じ、長岡花火は長岡市民の誇りとなりました。

そうした中、昨年12月27日（日本時間28日）、安倍総理大臣がオバマ米大統領と共に日米開戦の地となった真珠湾を訪問して真珠湾攻撃の犠牲者を慰霊しました。日米両国にとって歴史的な1ページとなりましたが、長岡市とホノルル市との姉妹都市締結や、真珠湾での長岡花火の打ち上げといった草の根の平和交流が実を結んだものと確信しています。

昨年2月に、「長岡の誇りを次世代に」を基本理念とした長岡花火ブランド戦略プランが策定され、その中で、国内屈指の規模に成長した花火大会のリスク管理体制の強化や、長岡市最大の地域資源である長岡花火を世界ブランドに育て、市の魅力を高めるけん引役を担う組織の必要性が示されました。

長岡の誇りである長岡花火に込められた想いや物語をしっかりと次の世代に伝え、世界がその価値を認める長岡花火をけん引役に、長岡のさまざまな地域資源にさらに磨きをかけ、子どもたちが誇りに思うまちづくりの実現が求められています。

未来を担う子どもたちのために「ふるさと長岡」は活力のあるまち、誇りを持って暮らせるまちでなければなりません。未来に誇れる今を創る。創り出すのは私たち大人の想いからであり、それが大人の責任であると考えています。そして、そういった志をもつ人の和をさらに広げていくことが必要です。

長岡花火に込められた想いとカタチをこの先の未来に繋げていきたい。それが、長岡花火財団の願いです。

長岡花火財団設立検討会議 座長 樋口 勝博

財団設立の背景

長岡まつり大花火大会の来場者数・事業規模の拡大や長岡花火ブランドの高まりなど、成長した長岡花火にしっかりと対応できる組織体制の構築が喫緊の課題となっていました。

長岡まつり協議会は、任意団体であることで花火大会の主催者としての危機管理体制や能力の面に加え、長岡まつりの運営を目的とした組織であることから、長岡花火の年間を通じたプロモーションを推進していく体制としては限界がありました。

そうした中、昨年の2月に長岡まつり協議会長岡花火ブランド推進委員会が答申した長岡花火ブランド戦略プランにおいて、花火大会の主催団体としての組織基盤の強化と、年間を通じた積極的なプロモーション活動を展開できる組織として長岡花火財団の設立が掲げられました。

長岡花火を取り巻く環境

大規模化した花火大会

- ・来場者100万人を超える国内屈指の規模
- ・7億円を超える事業規模

長岡花火ブランドの高まり

- ・復興祈願花火フェニックスの打上げ
- ・真珠湾での長岡花火の打上げ

課題

任意団体として危機管理体制・能力の限界

年間を通じたプロモーション活動ができる組織の不在

対策

長岡花火ブランド戦略プラン答申（平成28年2月）

- 花火大会の主催団体の基盤強化
 - 年間を通じて長岡花火のプロモーションを展開できる組織の構築
-▶ 長岡花火財団の設立



財団設立に向けた検討経過

- 平成28年 2月19日 長岡花火ブランド推進委員会※が、協議会会長（長岡市長）に長岡花火ブランド戦略プランを答申
- 6月 3日 長岡まつり協議会の開催
・長岡花火財団（仮称）設立検討会議※の設置
- ※会長が付託した事項について審議を行う協議会の小委員会。
会長が指名する協議会委員で構成される。
- 6月30日 第1回長岡花火財団（仮称）設立検討会議の開催
(議 題)
・長岡まつり協議会の現状と課題について
・財団法人の方向性について
・財団法人の名称について
(主な決定事項)
・財団法人の名称を、「長岡花火財団」に決定
- 10月21日 第2回長岡花火財団設立検討会議の開催
(議 題)
・財団の役割と長岡まつりの運営体制について
・財団法人の経営方針（目的、事業）について
・財団法人の組織体制について
(主な決定事項)
・P 3～6 に記載
- 12月20日 第3回長岡花火財団設立検討会議の開催
(議 題)
・平成29年度事業計画について
(主な決定事項)
・P 7～14 に記載
- 平成29年 2月22日 第4回長岡花火財団設立検討会議の開催
(議 題)
・答申（案）について（検討結果のまとめ）
- 3月 6日 第5回長岡花火財団設立検討会議
協議会会長（市長）に答申

1 財団は、長岡花火に特化した法人として、花火大会の運営のほか、年間を通じたプロモーションにより長岡の魅力を高めていきます。

- 大規模化した花火大会に対応すべく、組織のガバナンスの強化に加え、事故リスクや資金リスクなどに対するマネジメント力を高めます。
- 長岡花火の価値を“高め・広め”、市民の誇り・長岡花火を次世代に繋ぎ、将来の長岡市の発展、そして、まちづくりに繋げていきます。

「長岡花火ブランド戦略プラン」(平成28年2月策定)を財団の行動計画に位置づけ、4つの戦略を柱に各種事業を着実に推進していきます。

(詳細は p7,8,9,10 に記載)

戦略1

長岡まつり大花火大会のさらなる深化

戦略2

長岡の誇りを伝える活動の強化

戦略3

発信力の強化

戦略4

組織力の強化

ブランドリーダーとして、
オール長岡の魅力を高める

365日
365日

財団の設立
により強力に
推進していきます

【H29 主な事業】

(詳細は p12,13,14 に記載)

Action 発信力の強化

- メディア等との連携強化
- 海外でのブランド発信
- ブランド発信拠点の整備検討
- 長岡花火の拡大展開

Action 「伝える」活動の強化

- イベントを活用した伝承活動の推進
- 学校等への訪問活動の充実

Action 組織力の強化

- リスク管理の強化、人材育成
- 経営基盤の強化

Action

- 発信力の強化

Action

- 「伝える」活動の強化

Action

- 組織力の強化

Action

- 大花火大会の深化

363日
365日

年間通じた
長岡花火
プロモーション

2日
365日

長岡まつり
大花火大会

長岡花火財団

長岡まつり協議会

【H29 主な事業】(詳細は p11 に記載)

Action 大花火大会の深化

- 花火プログラムの充実
- チケット販売方法の見直し
- 観覧環境の充実
- 外国人観光客の受入れ体制の強化

長岡まつり協議会
から業務を
引き継ぎます

各催事は、各団体の自主事業に変更します。

2

自主性の強化、責任の明確化、リスクマネジメントの向上を図ります。

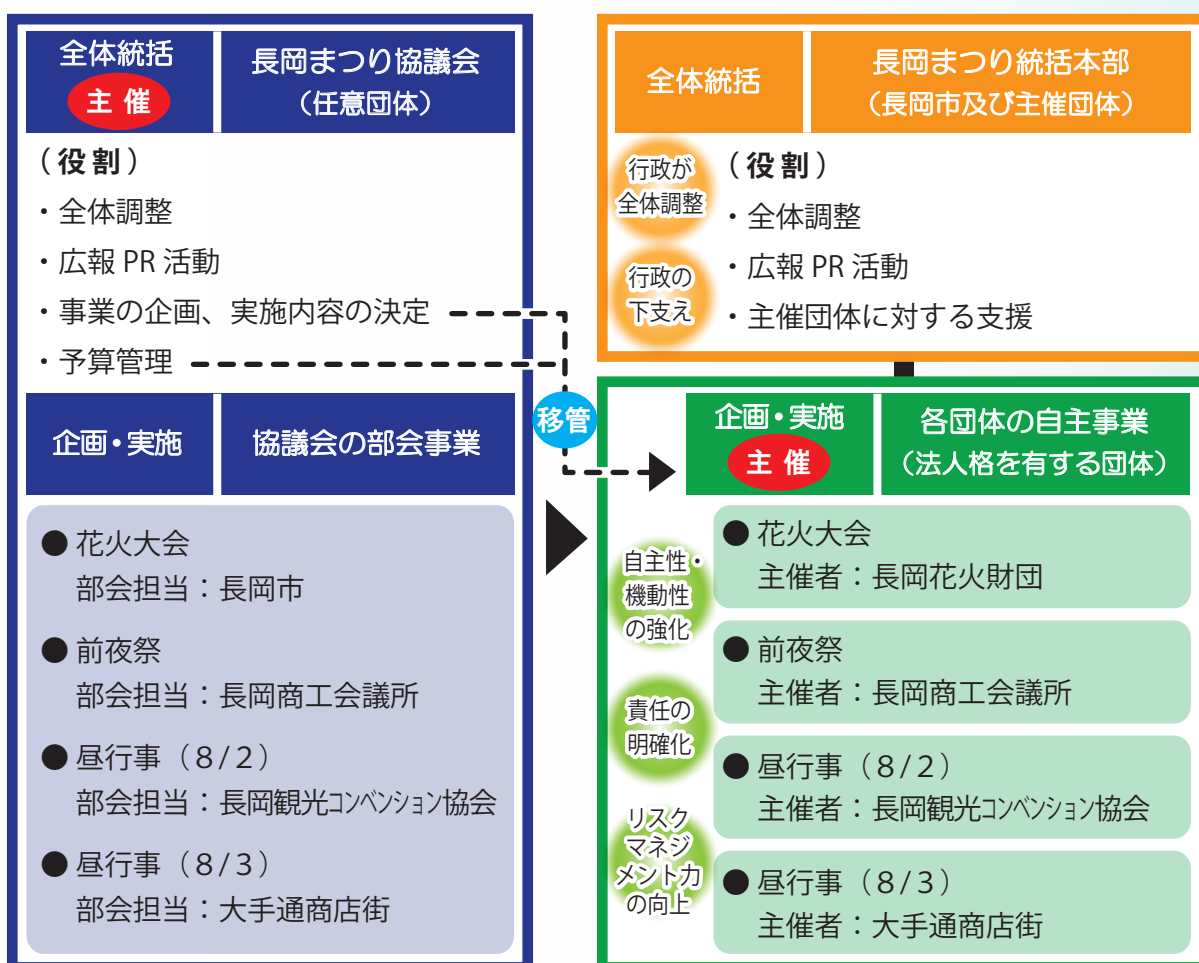
- 前夜祭、昼行事、花火大会のそれぞれの催事は、協議会の部会事業から各団体の自主事業に移管します。
 - ・これまで協議会が担ってきた「事業の企画・実施」や「予算」の決定権を各主催団体に移管します。
 - ・これにより、自主性や機動性が強化されるとともに、責任の明確化が図られます。
 - ・また、法人格を有する団体が主催団体となることで、事故リスクや資金リスク等に対するマネジメントの強化も期待できます。

全体調整役として、長岡まつり統括本部を設置。

3

長岡市最大の観光イベントを行政がしっかり下支えします。

- 長岡市最大の観光イベントである長岡まつりの各催事的主催団体と市が一体となって取り組む体制として、長岡市長を本部長とする「長岡まつり統括本部」を設置します。
 - ・行政の持つ信用力や発信力、マンパワー等を活用し、各団体の活動を支援します。
 - ・統括本部の構成は、本部長以下、各主催団体の代表者を中心に構成します。
 - ・花火大会は、財団の自主財源で実施し、それ以外の催事は市の事業補助を受け実施します。





概 要

1. 財団の名称

一般財団法人 長岡花火財団

2. 財団の所在地

長岡市大手通2-6（フェニックス大手イースト長岡市役所大手通庁舎）

3. 財団の目的

本財団は、長岡花火に関わる人たちが心をつにし、未来を担う次の世代に長岡市民の誇り、宝である「慰霊・復興・平和を祈る長岡花火」の想いや物語をしっかりと伝えていくとともに、長岡花火ブランドの価値をさらに高めていくための戦略を実践し、長岡花火が長岡市のブランドリーダーとなり、魅力ある長岡の地域資源を繋ぎ、「オール長岡」としての魅力を高めていくことを目的としています。

4. 財団の事業

- （１）長岡まつり大花火大会の開催に関する事業
- （２）長岡花火が持つ意義や歴史の普及・啓発に関する事業
- （３）長岡花火の情報発信に関する事業
- （４）長岡花火の魅力や価値を活かしたまちづくりの推進に関する事業
- （５）その他この法人の目的を達成するために必要な事業

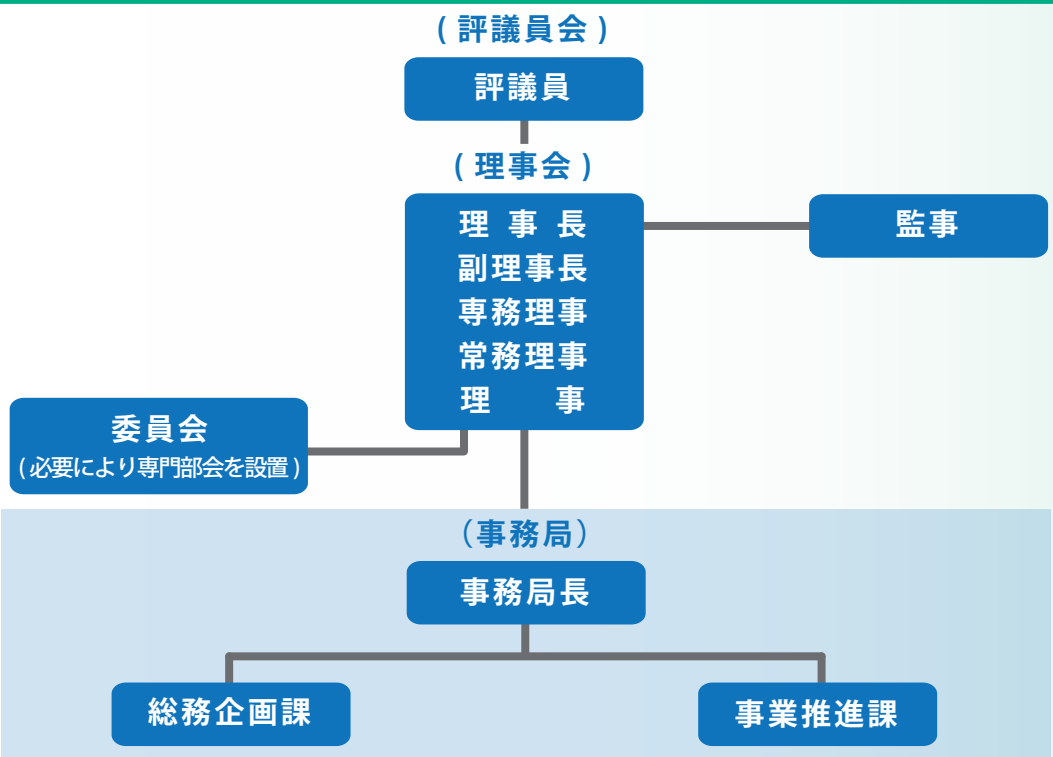
5. 設立年月日

平成29年4月3日（予定）

6. 基本財産

長岡市からの出捐金

財団の組織体制



● 評議員会

財団の基本的な業務執行体制（理事・監事等の解任）や、業務運営の基本ルール（定款）を決定する最高議決機関であるとともに、財団運営が法令や定款に基づき適正に行われているか監視する役割を担っています。

● 理事会

法人の業務執行を決定し、理事の職務執行を監督するとともに、代表理事（理事長）を選定・解職する権限を持っています。

● 監事

法人の財産及び理事の業務執行を調査及び監査します。

● 委員会

各種業務を円滑かつ効果的に推進する体制として、業務執行理事（法人の業務の執行に当たる理事）である専務理事と常務理事を委員長とする委員会を設置します。委員会の構成は、委員長以下、担当理事により構成します。

（設置予定の委員会）

名 称	所管事項	委員長
企画・広報委員会	ブランド戦略の企画・立案に関すること	専務理事
長岡花火打上委員会	花火大会のほか長岡花火の打ち上げに関すること	常務理事

● 専門部会

委員会の委員長は、重要な事項を検討するために専門部会を設けることができます。専門部会は、委員長が関係団体等から選任した者で構成します。

「長岡花火ブランド戦略プラン」(行動計画)に掲げる4つの戦略に取り組みます。

戦略1

長岡まつり協議会から運営を引き継ぎ、 長岡まつり大花火大会を深化させます

長岡まつり大花火大会のプログラム構成のさらなる充実を図り、新たな長岡花火ファンやリピーターを獲得し、長岡花火に込められた物語や想いを多くの人に伝えていきます。大花火大会の花火打上げ業者で組織する長岡煙火協会との連携を図り、恵まれた打ち上げ環境を最大限に生かした多彩なプログラム展開や、名物花火のさらなる深化にも取り組みます。

また、これまで最優先で取り組んできた安全安心な受入れ体制についても、長岡花火ブランドとして、さらに磨き上げていくとともに、来場者の満足度を高めるおもてなしの向上を図ります。

さらに、年々増加する外国人観光客への対応や、2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催を見据え、外国人来場者の受入れ体制の整備を促進します。

また、関係機関と連携し、外国人来場者へのサポート体制の構築を目指します。



戦略を支える主要な施策

長岡まつり大花火大会のプログラム構成のさらなる充実

長岡煙火協会との連携

来場者に対する安全安心な受入れ体制の磨き上げとおもてなしの向上

外国人来場者向けのガイドブックの作製や案内誘導表示の整備等

戦略2

次世代を担う子どもたちに 長岡花火に込められた想いを伝えます



また、年々増加するフェニックス花火打上げに係る募金活動や観覧席運営に携わる学生ボランティアの参加希望にしっかりと応えるための受入れ体制を作り、ボランティア活動を通じた人材育成を強化します。

さらに、子どもたちへの伝承活動の拠点として、長岡花火ブランドの情報発信拠点を整備します。

これまでNPO 法人ネットワーク・フェニックスと（一社）長岡青年会議所が実施してきた小・中学生への長岡花火普及啓発事業「出張まちなか花火ミュージアム」や、市政出前講座を今後も強力に推進し、次世代を担う子どもたちに長岡花火の想いを伝えていきます。合わせて、普及啓発用のコンテンツの充実を図ります。



戦略を支える主要な施策

出張まちなか花火ミュージアム事業の推進強化

市政出前講座の積極的推進

普及啓発用コンテンツの制作

学生ボランティアの受入れ拡大に向けた体制づくり

長岡花火ブランドの情報発信拠点の整備（戦略3掲載事業）

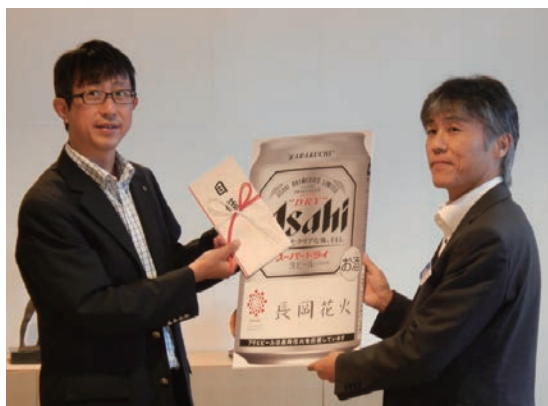
戦略3

長岡花火ブランドを 全国、そして世界に向けて発信します

長岡花火ブランドの情報発信拠点を設置し、「花火のまち長岡」の積極的なPR展開を行います。

合わせて、長岡花火に込められた想いや物語を伝えるPRコンテンツの充実を図ります。

また、合併地域の各花火大会と長岡花火との一体的なプロモーションを展開し、「花火のまち長岡」を全市的なシティブランドに育てます。



さらに、近年ますます重要視されている知的財産権を活用し、長岡花火のブランドイメージを守るとともに、各界の長岡花火ファンや長岡花火スポンサー等との連携による長岡花火ブランドの活用・発信を戦略的に展開します。

戦略を支える主要な施策

長岡花火ブランドの情報発信拠点の設置

PRコンテンツの制作

合併地域の花火大会と長岡花火との一体的なプロモーション展開

知的財産権を活用したブランドイメージの保護

各界の長岡花火ファンや長岡花火スポンサー等との連携強化

戦略4

組織力を強化し、長岡花火ブランドをしっかりと守り、高めていきます

長岡花火を取り巻く環境の変化にしっかりと対応し、持続可能な長岡花火ブランドにするために組織力の強化を進めます。

まず、長岡まつり大花火大会の来場者や事業規模の拡大に伴い、リスク管理の強化を図ります。

また、財団の基幹事業である長岡花火の年間を通じたプロモーション活動が積極的に展開できるように、新たな自主財源の確保など、経営基盤の強化に取り組めます。

さらに、専門的かつ継続的な事業展開を可能にするため、積極的にプロパー職員の採用を行うとともに、役員や職員向けの研修会を開催するなど、組織力の強化に向けた人材の育成に取り組めます。



戦略を支える主要な施策

長岡まつり大花火大会のリスク管理の強化

経営基盤の強化

人材の育成

※財団の設立に伴い、「戦略4 組織力の強化」を改訂しました。

ブランド戦略プラン(行動計画)を踏まえ、設立初年度となる平成29年度は、次のように取り組みます。

長岡まつり大花火大会の企画・運営

長岡まつり大花火大会の企画・運営に関する業務を長岡まつり協議会から引き継ぎ、安全安心な大会運営を官民一体となって取り組みます。

また、設立予定の長岡煙火協会と連携し、花火プログラムの充実とともに、外国人観光客の受入れ体制の強化など、来場者へのおもてなしの向上を図り、長岡花火ブランドを磨き上げていきます。

(主要な取り組み)

◆花火プログラムの充実

- 花火大会復活70年と財団の設立を記念する花火の打ち上げ
- 長岡ゆかりの曲で打ち上がるミュージックスターマインのさらなる深化

◆観覧環境の充実

- テーブル席の配置見直し
 - ・ 右岸(長岡駅側)のフェニックス観覧席内にテーブル席を設置
 - ・ 左岸(長岡IC側)は陸上競技場内から打ち上げ現場に近い堤防内に移設
- 仮設トイレの増設と手洗い用消毒液の設置

◆より確実に、安心して購入できるチケット販売方法への見直し

- より多くの人が、より確実にチケットを入手できる販売方法
 - ・ 1次販売(抽選方式)の開始を2週間後送り
 - ・ 2次販売(インターネット販売・先着方式)におけるカード決済の導入
 - ・ コンビニ販売の充実(販売席種の拡大)
- 選択可能エリアの拡大
 - ・ 左岸マス席の「堤防上エリア」と「堤防内エリア」の選択を可能に

◆外国人観光客の受入れ体制の強化

- 案内ボランティアの配置
- 指差し会話シートを活用した案内誘導
- 外国語版長岡花火オフィシャルガイドブック(紙媒体)の作製



長岡の誇りを伝える活動

市民、そして未来を担う子どもたちが、長岡花火への理解や共感を深め、長岡に誇りや愛着を持ってもらえる機会や拠点を創出します。

また、これまで市民団体や市が実施してきた市内の学生などへの長岡花火の伝承活動に対する支援を強化するとともに、長岡花火に関わるボランティアの育成にも取り組みます。

(主要な取り組み)

◆ イベントを活用した伝承活動の推進

- フェニックス音楽祭の開催（10月開催予定）
 - ・ フェニックス・プロジェクト※と連携し、長岡花火をテーマとした音楽祭を開催
 - ・ 長岡花火の楽曲提供者の出演による市民を対象とした音楽祭

※フェニックス・プロジェクト
NPO 法人ネットワーク・フェニックスが、「未来へつなぐー復興 10 年から、その先の 10 年へー」をテーマに子どもたちが誇りを持って暮らせるまちを目指し活動。フェニックス音楽祭は、NPO 法人ながおか未来創造ネットワークの主催で3回開催された。

◆ 学校等への訪問活動の充実

- 統一コンテンツの活用
 - ・ 長岡まつり協議会が、NPO 法人ネットワーク・フェニックスや（一社）長岡青年会議所と共同制作した長岡花火アニメーション（平成 29 年 3 月完成）を学校等への訪問活動に活用
- ボランティア活動を通じた人材育成の強化
 - ・ 専門部会を設置し、長岡花火の普及・啓発に係るボランティアの育成を推進

◆ 長岡花火ブランド発信拠点の整備

- アオーレ長岡シアターの活用強化
 - ・ シアターの映像コンテンツの制作
 - ・ ブランド発信拠点としての機能強化に向けた検討
- 「花火の駅（仮称）」の整備検討
 - ・ 2020 東京オリンピック前の開設を目指し、本プロジェクトの推進を支援



フェニックス音楽祭

長岡花火ブランドの全国・世界発信

年間を通じて長岡花火ブランドの価値を高め、広めていくためのプロモーション活動を実施します。長岡花火の魅力を国内外に効果的に発信するとともに、長岡まつり大花火大会が開催される2日間だけでなく、一年を通じて「花火のまち長岡」を感じ、訪れてもらえる様々な施策にも取り組みます。

(主要な取り組み)

◆メディア等との連携による発信強化

- メディアを通じた PR
 - ・大花火大会の全国生中継を軸に、ラジオ、雑誌等を活用したメディアミックスによる通年展開
 - ・新たな情報発信ツールとしてスマートフォン専用長岡花火公式アプリを配信
- 著名人を通じた PR
 - ・長岡花火にゆかりのある著名人を活用した PR (フェニックス音楽祭への参加など)
- 企業とタイアップした PR
 - ・長岡花火タイアップ商品の拡大

◆海外でのブランド発信の推進

- 姉妹都市ホノルル市での長岡花火打上げ
 - ・ホノルルフェスティバル財団、国際交流協会と連携し、ホノルルフェスティバルで長岡花火の打ち上げ

◆長岡花火ブランド発信拠点の整備 (再掲)

- アオーレ長岡シアターの活用強化
 - ・シアターの映像コンテンツの制作
 - ・ブランド発信拠点としての機能強化の検討
- 「花火の駅 (仮称)」の整備検討
 - ・2020 東京オリンピック前の開設を目指し、本プロジェクトの推進を支援

◆長岡花火の拡大展開

- 「花火のまち長岡・信濃川夕遊縁日 (仮称)」の開催
 - ・花火大会終了後の観覧席の一部 (右岸マス席) を活用し、(一社) 長岡青年会議所と共同で開催
 - ・屋台の出店や縁日イベントの実施のほか、エンディングに長岡花火を打ち上げて「花火のまち長岡」を演出
- 他の花火大会と長岡花火の一体となったプロモーション
 - ・寺泊港まつり海上大花火大会 (8月7日)
 - ・おぐに大花火大会 (8月20日)
 - ・長岡雪しか祭り雪花火 (2月17日)
- 新たな花火大会の開催に向けた検討
 - ・開府 400 年 (平成 30 年度) での実現に向け、新たな花火大会の開催を検討



組織力の強化

組織力の強化なくして、財団の成長はありません。財団設立初年度である平成29年度は、組織力の強化が急務であり、「リスク対応」、「経営基盤」、「人材育成」の3つの力の向上に積極的に取り組みます。

(主要な取り組み)

◆ リスクマネジメントの強化

- 事故リスクへの対応
 - ・ 大会規模に即した賠償保険保障額の引き上げ
(賠償責任保険限度額：1事故5億円から10億円に引き上げ)
 - ・ 財団役員の法律上の賠償責任に対応する「役員賠償責任保険団体制度」への加入
- 災害リスクへの対応
 - ・ 災害対応や不測の事態に備え、毎年度の剰余金の一部を積み立てる「災害等対策基金」を設置
 - ・ 水害等による大会延期を想定した会場や業者等の事前確保

◆ 経営基盤の強化

- 自主財源の調達制度の構築
 - ・ スポンサーシップ制度や長岡ファンクラブ制度 等
- 「災害等対策基金」の設置（再掲）
 - ・ 災害への対応等の不測の事態に備え、毎年度の剰余金の一部を積み立てる基金を設置

◆ 人材の育成

- プロパー職員の採用に向けた諸規程の整備
 - ・ 就業規程（採用、服務、勤務条件等）や給与規程（給与、手当）等の整備
- 研修会の開催
 - ・ 財団の役職員を対象としたガバナンス強化に関する研修



平成29年度の予算フレーム（試算）

平成28年度の長岡まつり協議会の決算見込をベースに、以下の答申の内容や事業分担の見直し等を勘案し試算しました。

予算規模は、6億8千万円程度（市職員の財団派遣人件費及び市からの人件費補助金を除く）の見込みとなりました。事業費では、長岡まつり大花火大会の運営に係る経費が全体の約8割、長岡花火プロモーション事業等に係る経費が約2割という構成になっています。財源については、有料観覧席の販売収入が約6割を占めています。

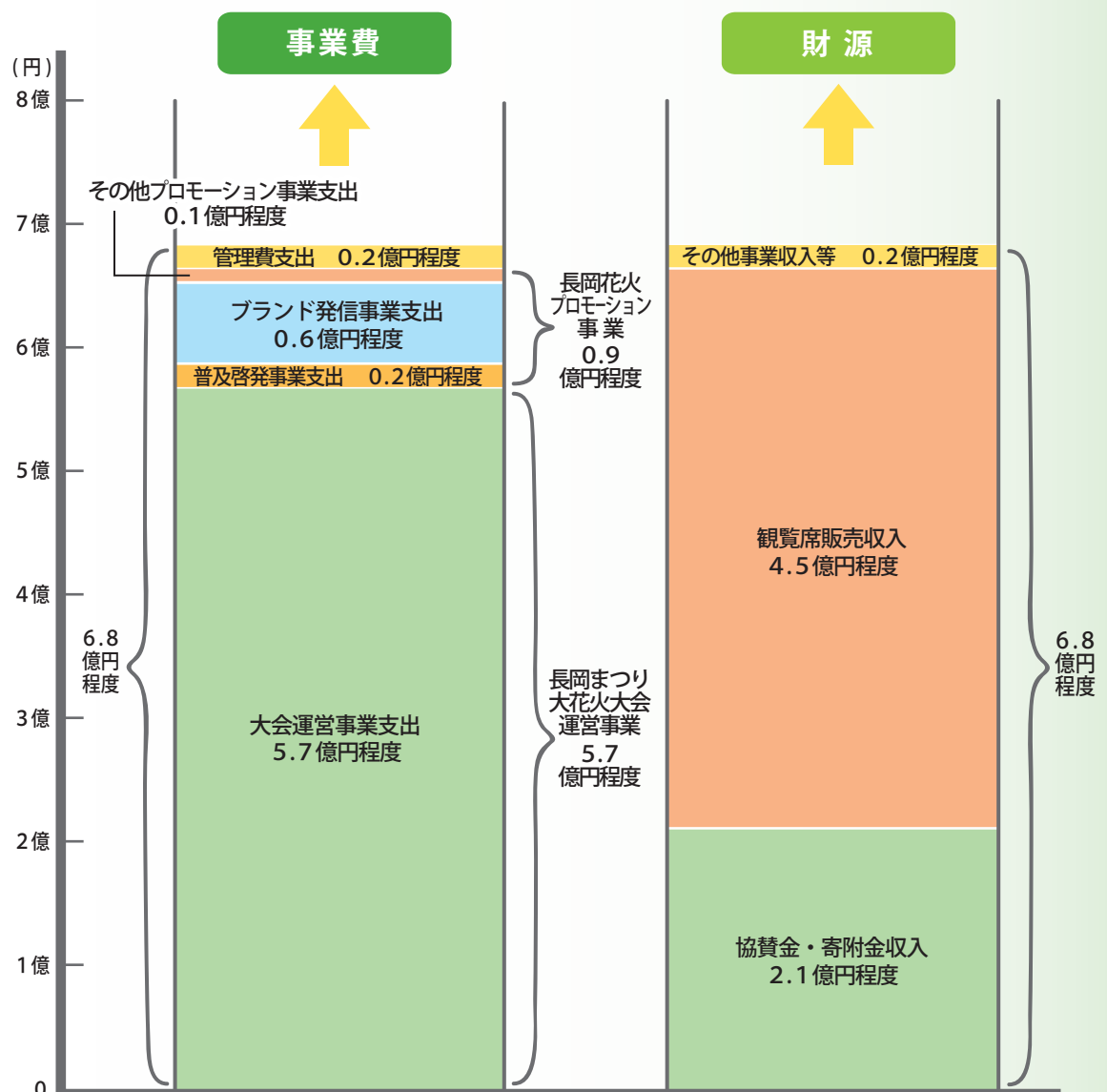
● 試算方法

〔事業費〕

- ・長岡まつりの各催事を実施団体の主催事業に変更するとの方針に基づき、前夜祭や昼行事などの事業費は計上していません（各主催団体の予算に計上されます）。
- ・業務分担の見直しにより、市職員の案内誘導業務やシティプロモーション業務に係る経費は計上していません（市の予算に計上されます）。
- ・具体的な取り組み（P11～P14記載）の実施に係る経費は計上されています。

〔財 源〕

- ・財団の事業運営を自主財源で賄うとの方針に基づき、これまで、市から交付されていた長岡まつり大花火大会への運営補助金（平成28年度実績4千万円）は計上していません。
- ・財源の約6割を占める有料観覧席収入は、9割程度の販売（昨年実績3%減）を見込みました。



〔注記〕① 検討会議でまとめた事業計画を基に試算したもので、財団の予算では変動する場合があります。
② 市職員の財団派遣職員の人件費及び市補助金は含んでいません。

用語の解説

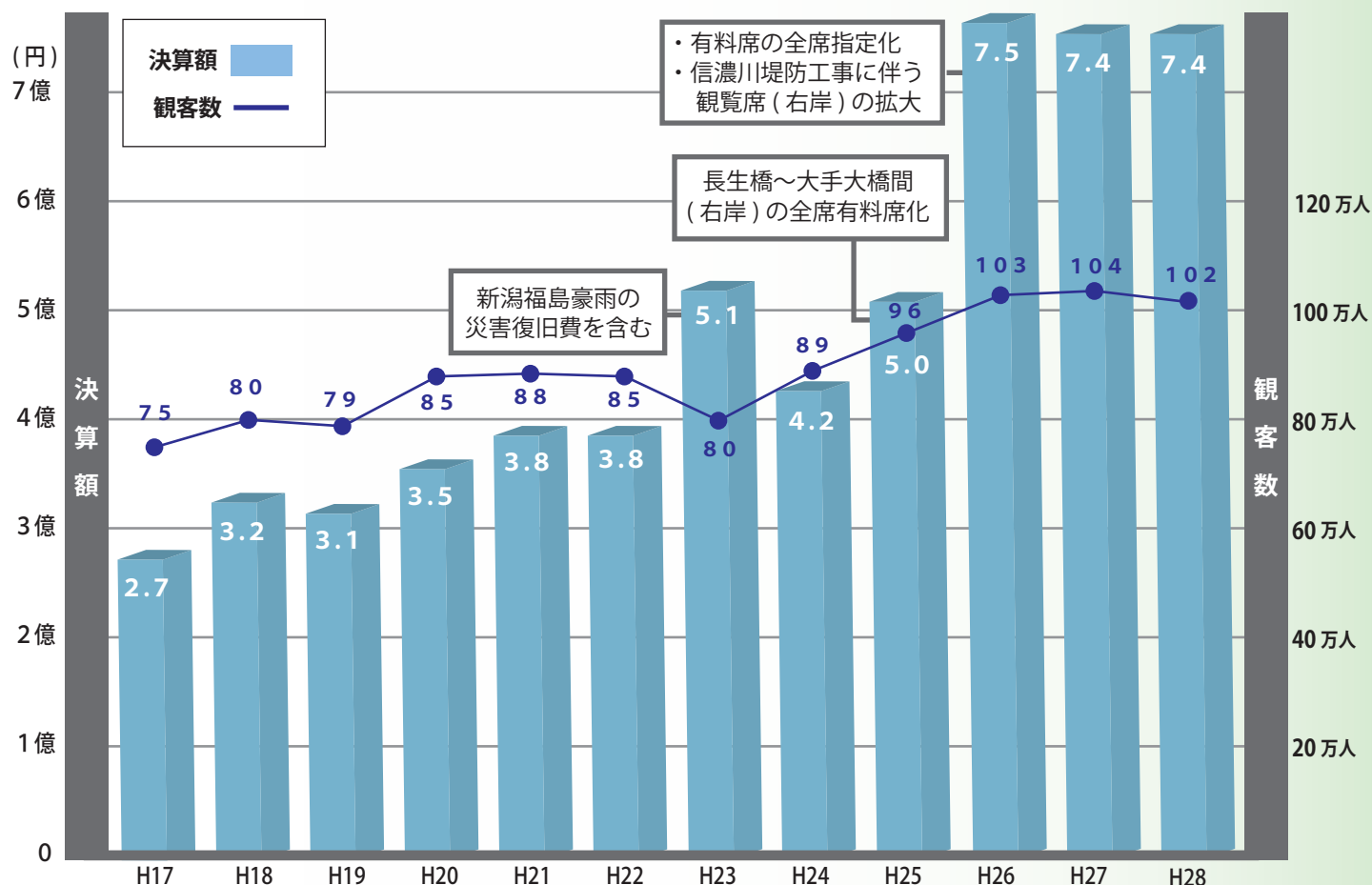
事業費

大会運営事業支出	長岡まつり大花火大会の運営に要する経費。花火打上げに要する経費のほか、会場設営、安全・交通対策、観覧席販売などに要する経費が計上されています。
普及啓発事業支出	長岡花火の普及啓発事業に要する経費。普及啓発イベントの開催や、学校訪問活動やボランティアの育成に要する経費が計上されています。
ブランド発信事業支出	長岡花火ブランドを国内外に発信する事業に要する経費。メディア等を活用した情報発信のほか、ホノルルフェスティバルでの長岡花火の打ち上げや、長岡花火の拡大展開によるブランド発信に要する経費が計上されています。
その他プロモーション事業支出	上記以外の長岡花火のプロモーション活動に要する経費。長岡花火の記録映像の作成や商標管理に要する経費が計上されています。
管理費支出	財団の運営に要する経費。人件費のほか、事務所の設置に要する経費、租税公課、事務局経費などが計上されています。

財源

協賛金・寄附金収入	長岡まつり大花火大会に対する協賛金や寄附金などの収入。現金協賛や花火協賛のほか、フェニックス花火打上げへの協賛金などが計上されています。
観覧席販売収入	長岡まつり大花火大会の有料観覧席の販売収入。
その他事業収入等	上記以外の収入。 長岡まつり大花火大会の駐車場協力金やシャトルバス利用料のほか、長岡花火関連グッズ等の販売収入が計上されています。

◆長岡まつり協議会の事業規模の推移



(注) 決算額には、長岡まつり大花火大会のほか、前夜祭や昼行事の運営経費、市職員の案内誘導業務やシティプロモーション業務に係る経費を含みます。

