

長岡花火 復興への祈りと地域へのインパクト

～第1弾 アンケートから読み解く来場者の傾向・経済波及効果～

2026年1月

 DBJ 株式会社日本政策投資銀行

新潟支店

協力



一般財団法人 長岡花火財団

協力



DBJ デジタルソリューションズ

日本政策投資銀行グループ

目次

要旨・長岡花火を起点とした新潟県観光	2
1. 本調査について	5
2. 長岡花火について	7
3. 新潟県内への経済波及効果	11
4. 「DBJ 長岡花火アンケート」調査結果	17
Appendix 経済波及効果試算の補足	45

要旨

■ 長岡花火とは

- 新潟県長岡市で毎年8月2日、3日に開催され、長岡空襲や新潟県中越地震などからの慰靈・復興・平和への願いが込められている。

■ 本調査について

- (株)日本政策投資銀行 (DBJ) 新潟支店は、長岡花火来訪者に向けたアンケート調査（以下、「DBJ 長岡花火アンケート」とする）を実施し、来訪者の特徴、新潟県内での観光消費額、満足度等を分析した。

■ 長岡花火による新潟県内への経済波及効果

- 「DBJ 長岡花火アンケート」および長岡花火財団の予算額、決算額（暫定値）を基に、有料観覧席販売数である34万人で新潟県内への経済波及効果を試算すると、花火2日間で約96億円となった。
- 有料席以外での観覧者も含めた来訪者57.6万人での経済波及効果は、花火2日間で約110億円と試算された。

■ 「DBJ 長岡花火アンケート」調査結果

● 観覧形態：

- 長岡花火観覧時の来訪人数としては「2人」との回答が3割以上を占めるが、「6人以上」との回答も2割以上と比較的多く、同行者としては「家族」や「友人」などとともに観覧している。

● 旅行形態：

- 「首都圏」、「北陸・中部・西日本」からの来訪者は4割近く、「北海道・東北・北関東」からの来訪者は3割近くが団体旅行での来訪となっており、観覧チケット代を含んだパック旅行での来訪が多い可能性がうかがえる。

● 移動手段：

- 公共交通機関での来訪は「新幹線」が多く、「首都圏」で3割以上にのぼる。長岡花火当日の上越新幹線は、臨時便が多数増発されており、首都圏などからの誘客に大きく貢献している。

要旨

■「DBJ 長岡花火アンケート」調査結果

●宿泊状況：

- 新潟県外からの来訪者は、半数以上が1泊以上の宿泊をしている。
- 宿泊場所として、新潟県外からの来訪者は、「長岡市内」、「新潟市内」、「中越地域（長岡市を除く）」など県内各地での宿泊のほか、「新潟県外で宿泊」との回答も一定数みられる。県内の宿泊キャパシティの不足や長岡花火当日の宿泊費上昇により、宿泊需要の一部が県外に流出しているとみられる。
- 宿泊施設利用者の宿泊総額については、「1円～20,000円」との回答が最も多いものの、「20,001円～40,000円」「40,001円～60,000円」「60,001円以上」との回答もみられ、長岡花火時の宿泊費上昇を示唆している。

●外食の有無：

- 新潟県外からの来訪者は、7割以上が新潟県内で「外食をした」と回答しており、長岡花火が外食需要の創出に繋がっている。

●長岡市内・新潟県内観光地への周遊状況：

- 新潟県外からの来訪者を中心として、一部有名な観光スポットへの周遊がみられるものの、全体的に長岡花火を目的とした来訪者による周遊は限定的である。

●来訪理由：

- 新潟県外からの来訪者は「親戚や知人からの勧め」との回答が多く、観覧場所や宿泊場所の手配などと合わせて誘われた人も多いとみられる。

●満足度、再来訪意向、他者推奨意向：

- いずれも肯定的な回答が9割以上を占めている。特に、新潟県内からの来訪者は再来訪の意向が強い。

●良い点、不満に感じている点：

- 長岡花火の良いところとして、「綺麗、感動する」や「スケールの大きさ」、「慰霊、復興、平和への想いが込められている」との選択肢に多くの回答が集まった。
- 長岡花火の不満に感じている点として、「交通渋滞」との回答が最も多いものの、「現地での案内・誘導」「座席の不快感、花火の見づらさ」との回答はほとんどみられず、運営が円滑に行われていることを示す結果となった。

長岡花火を起点とした新潟県観光

- 長岡花火の来訪者数は有料席分だけでも34万人にのぼり、スマートフォンの人流データから推計すると、2日間で57.6万人もの観衆が長岡花火に来訪している。この数は長岡市の人団約25万人の2倍以上であり、県外からの来訪者も27.8万人程度と非常に多い。長岡花火は最大約110億円の経済波及効果と試算された県内への大きな経済効果に加えて、県外からの多くの来訪客に新潟県の魅力を肌で感じてもらう絶好の機会である。
- 「DBJ 長岡花火アンケート」の結果より、長岡花火に対する満足度や再来訪意向は総じて高く、現地での案内・誘導への不満はほとんどなかった。当日は数十万人規模の来訪者が集中するものの、（一財）長岡花火財団をはじめとした多数の事業者等による協力のもと、老若男女を問わず来訪者が安心して楽しめるイベントとなっている。
- 一方、現状では長岡花火のみを目的とした来訪がほとんどであり、長岡市、新潟県内観光地への周遊はあまりみられなかつた。花火当日は宿泊施設や各観光地、飲食店等のキャパシティの限界もあるが、長岡花火の期間中は県外から多くの来訪者が訪れる事から、花火前後の日程等で、長岡のみならず県内の観光地を周遊してもらえる余地がある。また、これを機に県内の観光地や食の魅力をさらに知って貰うことが出来れば、新潟県の各地を再訪したいと考える観光客を増やすことが出来るのではないか。長岡花火を起点とした、新潟県内各地への面的な観光振興の可能性が期待される。

1. 本調査について

本レポートの狙い

- 「長岡まつり大花火大会」（以下「長岡花火」とする。）は、全国的に知名度が高く、**日本三大花火の一つ**として数えられる。三大花火の中で唯一、**戦争や震災などからの「慰靈・復興・平和」への特別な想い**が込められており、市民や地元企業の協賛によるスポンサー花火大会として実施されている。2025年は戦後80年の節目の年であるため、長岡花火の意義を改めて発信することで、長岡花火の魅力を広く伝える。
- 当行は2019年に、長岡花火の運営を担う **（一財）長岡花火財団**と**「長岡花火オフィシャルパートナー協定」**を締結した。本調査の発表が長岡花火の価値や意義を深める機会となり、当財団の活動の支援にも繋がることを期待している。
- 本調査では、長岡花火来訪者に向けた**「DBJ 長岡花火アンケート」**を実施し、来訪者の特徴や満足度、各観光スポットへの周遊状況等をまとめた。さらに、アンケート調査の結果等を基に**新潟県内への経済波及効果**を算出し、長岡花火が新潟県の経済に与える影響を整理した。

＜調査手法＞

- 長岡花火来訪者を対象としたインターネット配信形式でのアンケート調査を実施。以下の内容を調査・分析。
 - 花火来訪時における新潟県内での観光消費額
 - 交通費、飲食費、土産・買い物費など
 - アンケート結果を基に新潟県内への経済波及効果を試算
 - 花火来訪者の特徴を整理
 - 属性、同行者、旅行形態、交通手段、長岡市・新潟県内観光地への来訪状況など
 - 居住地（地域）別に上記項目の特徴を分析
 - 花火来訪者の満足度調査

2. 長岡花火について

長岡まつり大花火大会の歴史

- 長岡での花火大会は約150年前の1879年、神社の祭礼で遊郭関係者が資金を供出し、350発の花火を打ち上げたことが起源である。その後、様々な種類の花火が登場し盛況となつたが、1938年には戦争により中止に追い込まれた。
- 長岡の市街地は、1945年8月1日に「長岡空襲」によって壊滅状態となり、多くの市民の命が奪われたが、「長岡空襲」の1年後に「長岡復興祭」が開催された。これを機に、長岡市民は不撓不屈の精神でまちの復興に臨み、翌1947年には長岡花火が復活した。1948年からは、コロナ禍による中止や悪天候による延期を除き、現在まで約80年にわたり同じ日程で長岡まつりが開催されている。
- 長岡花火には開催当初より慰靈・復興・平和への願いが込められており、長岡市の歴史や長岡市民の想いが詰まった花火大会である。2004年に発生した「新潟県中越地震」の翌年からは震災復興祈願花火「フェニックス」が打ち上げられ、震災からの復興の想いも加わっている（2006年からは復興祈願花火「フェニックス」）。

歴史年表

1879 (明治12年)	長岡で初の花火大会が開催される。	2004 (平成16年)	10/23に長岡市川口地域を震源とする新潟県中越地震が発生し最大震度7を観測。市内の広い範囲で被害を受ける。
1926 (大正15年)	「正三尺玉」の打ち上げに成功する。	2005 (平成17年)	震災復興祈願花火「フェニックス」を打ち上げる。
1927 (大正16年)	スターマイン「連続花火」が初登場する。	2008 (平成20年)	大河ドラマ「天地人」放送決定を祝し、音楽とシンクロした「天地人花火」を打ち上げる。
1938 (昭和13年)	戦争により、花火大会が中止となる。	2011 (平成23年)	宮城県石巻市で復興祈願花火「フェニックス」を打ち上げる。
1945 (昭和20年)	8/1の長岡空襲により、まちの8割が焦土と化し1489名が犠牲となる。	2012 (平成26年)	映画「この空の花 – 長岡花火物語」の上映を記念し、映画の主題曲にのせて「花火『この空の花』」を打ち上げる。
1946 (昭和21年)	空襲より1年後の8/1、「長岡復興祭」を開催する。	2016 (平成28年)	花火師・嘉瀬誠次氏が長岡市民大賞を受賞する。
1947 (昭和22年)	復興祭の8/1・2に長岡花火が復活する。	2020 (令和2年)	新型コロナウイルス感染症の影響で、長岡まつり大花火大会が戦後初の中止となる。
1951 (昭和26年)	「長岡まつり」に改称する。 戦後初の「正三尺玉」の打ち上げに成功する。	2022 (令和4年)	3年ぶりに長岡まつり大花火大会を開催。無料観覧席を廃止し、全席が有料観覧席（チケット制）となる。

出典：(一財)長岡花火財団

長岡まつり大花火大会の概要

- 毎年8月1日に平和祭、8月2日、3日に大型花火の打ち上げが開催される。その起源は1945年8月1日の長岡空襲があり、毎年8月1日の空襲が始まった時刻と、花火大会両日の冒頭に慰霊の花火「白菊」が打ち上げられる。長岡花火の一連のプログラムには、慰霊・復興・平和への願いが込められており、市民や地元企業を中心とした協賛により実施される。
- 8月2日、3日の花火大会は両日午後7時20分から午後9時10分まで、多種多様な花火が打ち上げられる。2025年8月2日のプログラムを下記に記載した。8月3日もスポンサー企業や花火の種類は異なるが、プログラムの構成は同様である。

2025年8月2日 長岡花火プログラム

No	時刻	花火の種類
	7:20	10号3発（白菊）
1	25	ナイアガラ超大型スターマイン
2	29	ベスピアス超大型スターマイン
3	32	10号41発
4	35	ベスピアス大スターマイン
5	37	10号71発
6	39	超大型スーパーべスピアス
7	42	ベスピアス超大型スターマイン
8	45	天地人花火
9	50	スペシャルスターマイン
10	52	超大型スーパーべスピアス
11	54	ベスピアス大スターマイン
12	56	ベスピアス超大型スターマイン
13	58	10号20連・20号3発
14	8:00	超大型ワイドスターマイン
15	5	ベスピアス超大型スターマイン
16	7	ベスピアス超大型スターマイン
17	9	スペシャルスターマイン
18	11	超大型スーパーべスピアス
19	15	復興祈願花火フェニックス
20	22	ベスピアス超大型スターマイン

No	時刻	花火の種類
21	8:25	超大型スーパーべスピアス
22	27	超大型スーパーべスピアス
23	30	正三尺玉
24	32	超大型スーパーべスピアス
25	34	ベスピアス超大型スターマイン
26	36	超大型スーパーべスピアス
27	38	ベスピアス大スターマイン
28	40	超大型ミラクルスターマイン
29	43	スペシャルスターマイン
30	45	超大型スーパーべスピアス
31	47	ベスピアス大スターマイン
32	50	花火「故郷はひとつ」
33	55	スペシャルスターマイン
34	58	超大型スーパーべスピアス
35	9:00	正三尺玉
36	4	超大型スーパーべスピアス
37	6	ベスピアス大スターマイン
38	8	超大型スーパーべスピアス
39	10	米百俵花火・尺玉100連発
		匠の花火

白菊

- 長岡空襲では、1945年8月1日午後10時30分から1時間40分にわたり、長岡の市街地が爆撃された。8月1日の午後10時30分と、花火大会両日の冒頭に、慰霊の想いを込めた「白菊」が打ち上げられる。



注：プログラム中の赤字は、本レポート(P.9、P.10)に写真もしくは文字で取り上げたもの。

出典：(一財)長岡花火財団、(公社)新潟県観光協会

長岡花火のプログラム（一部抜粋）

- 新潟県中越地震からの一日も早い復興を祈願してスタートした「フェニックス花火」は、毎年多くの支援・協賛のもと壮大なスケールで打ち上げられ、世界中の人々の復興と支援いただいた多くの方々への感謝のシンボルとなっている。
- 「フェニックス花火」のほか、長岡空襲で亡くなられた人々への慰霊の想いが込められた「白菊」、名物の「正三尺玉」、地域にゆかりのある音楽とともに打ち上げられる「天地人花火」「故郷はひとつ」など、**地域の特徴を踏まえた種類豊富な花火**が打ち上げられる。

復興祈願花火「フェニックス」

- 2004年に発生した新潟県中越地震の復興への祈りと、全国からの多くの支援への感謝の想いを込め、翌年の2005年から毎年打ち上げられている。「世界一の誇れるような壮大な花火を打ち上げたい」という、市民の想いからスタートした。



正三尺玉

- 1926年に長岡で初めて打ち上げられ、長岡花火の代名詞ともなった名物花火。直径90cm、重さ約300kgの大玉が600m上空まで打ち上げられ、直径650mもの大輪の華を咲かせる。



3. 新潟県内への経済波及効果

新潟県内への経済波及効果（来訪人数：34万人）

- 公式の有料チケット購入者34万人の来訪による新潟県内への経済波及効果を新潟県の産業連関表を基に試算したところ、2日間で約96億円となった。
- なお、試算の前提となる新潟県内での消費額の合計（新規需要額）は約74億円（詳細はP.13を参照）、県外に流出した分を除いた県内での新規需要額（直接効果）は約63億円と見積もった。

経済波及効果（前提条件）

新規需要額	(百万円)	7,449
県内需要額 （＝直接効果）	(百万円)	6,355
消費転換率		0.603

経済波及効果（分析結果）

	直接効果	1次間接波及効果	2次間接波及効果	総合効果
生産誘発額 （＝経済波及効果） (百万円)	6,355	2,181	1,113	9,649
粗付加価値誘発額	3,392	1,225	741	5,357
雇用者所得誘発額	1,520	539	233	2,291
波及効果倍率 (倍)				
生産誘発額（合計）÷新規需要額	1.30			
生産誘発額（合計）÷県内需要額	1.52			
雇用誘発数 (人)	914			

試算の前提（新潟県内の消費額の内訳／来訪人数：34万人）

- 交通費、宿泊費および宿泊人数、外食費、土産・買い物費は、「DBJ 長岡花火アンケート」を基に加重平均値を採用し、新潟県内の消費額を試算した。
- チケット代、駐車場代は、長岡花火財団による令和7年度決算額（暫定値）より、受取協賛金は長岡花火財団による令和7年度予算額および決算額（暫定値）を採用した。
- 来訪人数は、**有料チケット販売数の34万人**とした。宿泊人数はアンケート結果を踏まえ、4.3万人と仮定し試算した（考え方の詳細はP.45～Appendixに記載）。

2025年度の旅行消費単価、来訪者数

		新潟県内の消費単価（円）	人数（万人）	合計（百万円）
交通費	(新潟県外からの来訪者)	4,345	19.2	836
	(長岡市を除く、新潟県内からの来訪者)	2,477	8.8	217
	(長岡市内からの来訪者)	0	6.0	0
	合計	—	34.0	—
宿泊費		33,333	4.3	1,433
外食費		4,695	34	1,596
土産・買い物費		4,598	34	1,563
チケット代		3,811	34	1,296
駐車場代		—	—	128
受取協賛金		—	—	379
合計		53,259	—	7,449

注1：四捨五入の関係から合計欄が必ずしも一致しない場合がある。

注2：予算額は「令和7年度事業計画及び収支予算」より抜粋、決算額（暫定値）は（一財）長岡花火財団への聞き取りによるもの。

出典：「DBJ 長岡花火アンケート」、「Agoop マチレポ」より作成

【参考】新潟県内への経済波及効果（来訪人数：57.6万人と想定した場合）

- 有料チケット購入者以外の来訪者も含めて、来訪人数57.6万人と想定し試算した場合、経済波及効果は2日間で約110億円となる。
- なお、公式の観覧席は全て有料席だが、有料席以外からも花火を観覧しているとみられ、打ち上げエリアの半径2km以内の人流データ等により想定すると、57.6万人程度が観覧した可能性がある（考え方の詳細はP.45～Appendixに記載）。

経済波及効果（前提条件）

新規需要額 (百万円)	9,079
県内需要額 (=直接効果) (百万円)	7,251
消費転換率	0.603

経済波及効果（分析結果）

	直接効果	1次間接波及効果	2次間接波及効果	総合効果
生産誘発額 (=経済波及効果) (百万円)	7,251	2,464	1,285	10,999
粗付加価値誘発額	3,878	1,390	855	6,122
雇用者所得誘発額	1,765	611	268	2,645
波及効果倍率 (倍)				
生産誘発額（合計） ÷ 新規需要額	1.21			
生産誘発額（合計） ÷ 県内需要額	1.52			
雇用誘発数 (人)	1,019			

注：来訪者57.6万人の補足説明は、P.52に記載

出典：新潟県「2015年新潟県産業連関表 分析ツール(観光消費)(2024年11月27日更新)」より作成

【参考】試算の前提（来訪人数：57.6万人と想定した場合）

- 交通費、土産・買い物費は、来訪人数を34万人とした際の試算と同じ条件のもと、来訪人数を57.6万人に拡大し試算した。
- 宿泊費、外食費、駐車場代については、有料観覧席を購入していない来場者による支出はないものとして試算した。

2025年度の旅行消費単価、来訪者数

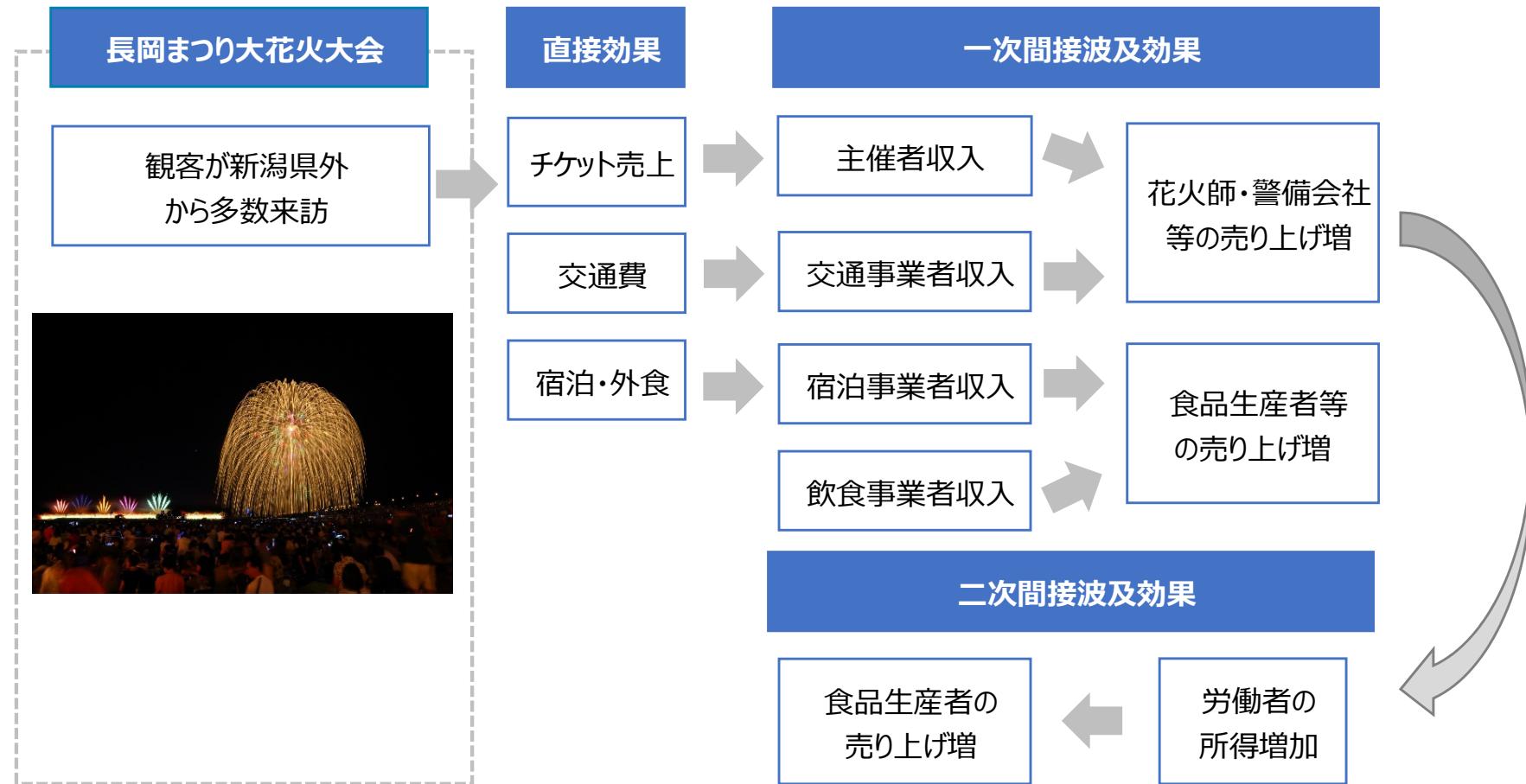
		新潟県内の消費単価（円）	人数（万人）	合計（百万円）
交通費	(新潟県外からの来訪者)	4,345	27.8	1,207
	(長岡市を除く、新潟県内からの来訪者)	2,477	15.9	393
	(長岡市内からの来訪者)	0	13.9	0
	合計	—	57.6	—
宿泊費		33,333	4.3	1,433
外食費		4,695	34	1,596
土産・買い物費		4,598	57.6	2,647
チケット代		3,811	34	1,296
駐車場代		—	—	128
受取協賛金		—	—	379
合計		53,259	—	9,079

注1：四捨五入の関係から合計欄が必ずしも一致しない場合がある。

注2：予算額は「令和7年度事業計画及び収支予算」より抜粋、決算額(暫定値)は(一財)長岡花火財団への聞き取りによるもの。

出典：「DBJ 長岡花火アンケート」、「Agoop マチレポ」より作成

【参考】来訪者によるチケット・飲食宿泊消費に伴う経済波及効果（花火大会の場合）



4. 「DBJ 長岡花火アンケート」調査結果

調査概要①

- 調査目的：長岡花火来訪者の特徴、新潟県内での観光消費額、満足度等を把握し分析する
- 調査方法：インターネットによる調査
- 調査時期：
 - ①2025年6月18日（水）～2025年6月23日（月）
(※2023年、2024年花火大会への来訪者に向けた配信)
 - ②2025年8月7日（木）～2025年8月11日（月）
(※2025年花火大会への来訪者に向けた配信)
- 有効回答数：合計1,954
 - ①1,349（うち長岡市居住者：417、新潟県居住者（長岡市除く）：409、新潟県外居住者：523）
 - ②605（うち長岡市居住者：201、新潟県居住者（長岡市除く）：202、新潟県外居住者：202）
- 調査会社：株式会社インテージ
- 協力会社：DBJデジタルソリューションズ株式会社

調査概要②

- 調査依頼先：ドコモの携帯位置情報（注1）を活用し、長岡花火の開催期間中（2023年～2025年8/2～8/3）、下図メッシュに滞在した全国のマイティモニター（注2）登録者（20～79歳男女）
- 配信対象：携帯の30分おきの位置情報ログが花火会場メッシュ内（下図参照）に存在した場合

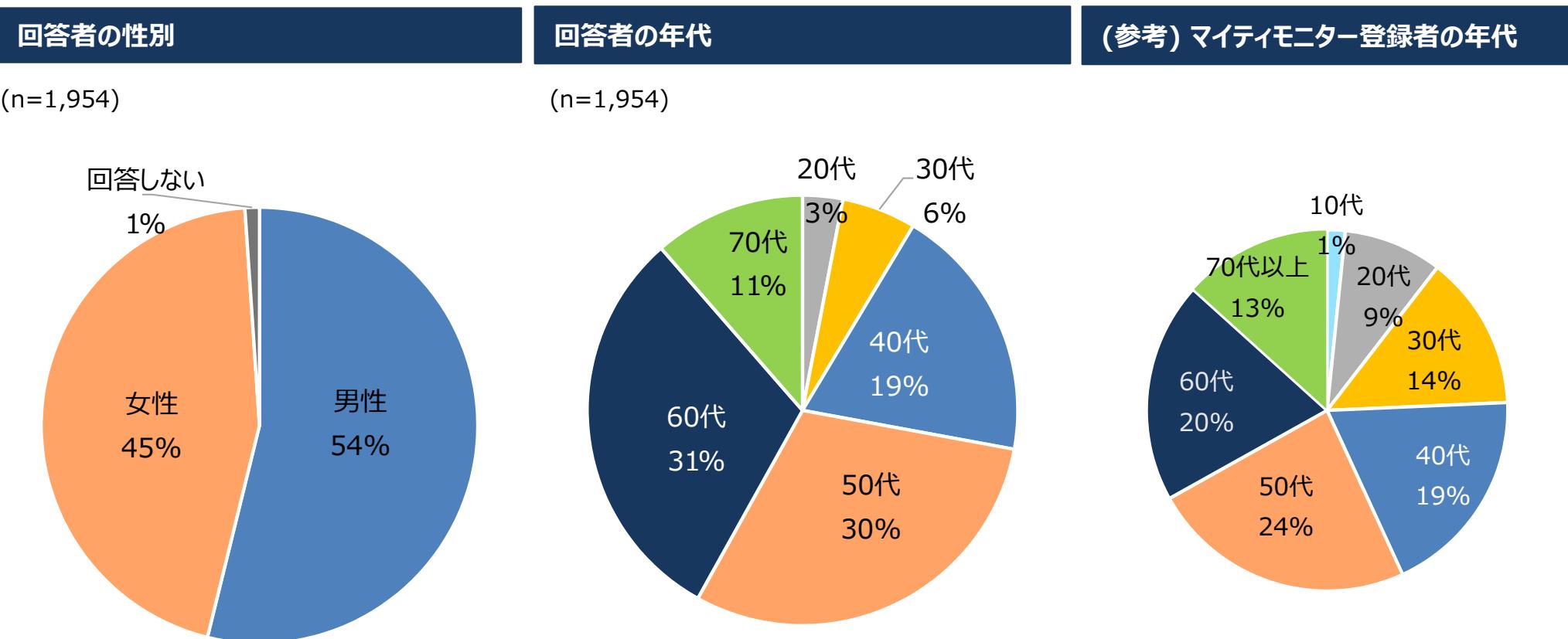


注1：株式会社ドコモ・インサイトマーケティングによる事前許諾を得たスマートフォンユーザーの携帯電話基地局の位置情報を基にアンケート依頼をするサービス。サービス名：「ココリサ」

注2：インテージの会員制モニターの名称

回答者の属性①

- 回答者の属性をみると、性別（男女比）はおおよそ均等であり、年代別では40代以上が多く、10代からの回答はなかった。これは、配信先であるマイティモニター（P.19 参照）登録者の属性として、40代以上が76%を占めていることが影響しているとみられる。実際の長岡花火観覧者の性別、年代の平均とは多少の乖離がある可能性がある。

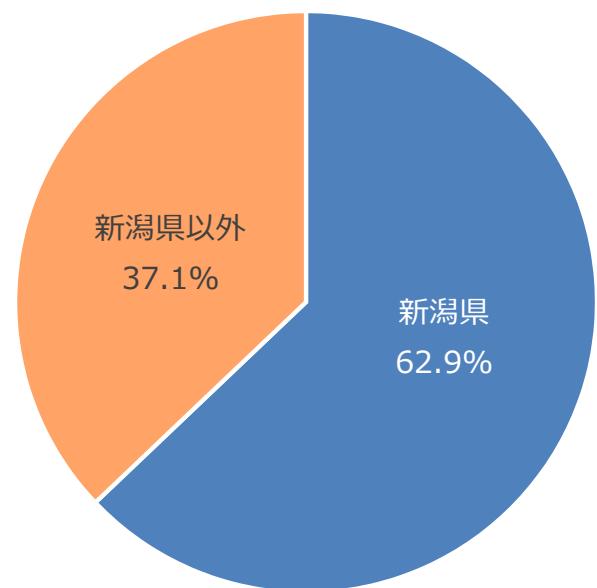


回答者の属性②

- 回答者（サンプル数1,954）の居住地は、「新潟県」居住者が約6割、「新潟県以外」居住者が約4割となっている。
- 新潟県居住者のうち、約5割が「長岡市」、約2割が「新潟市」および「中越地域（長岡市を除く）」、その他の地域の居住者は1割程度となっている。

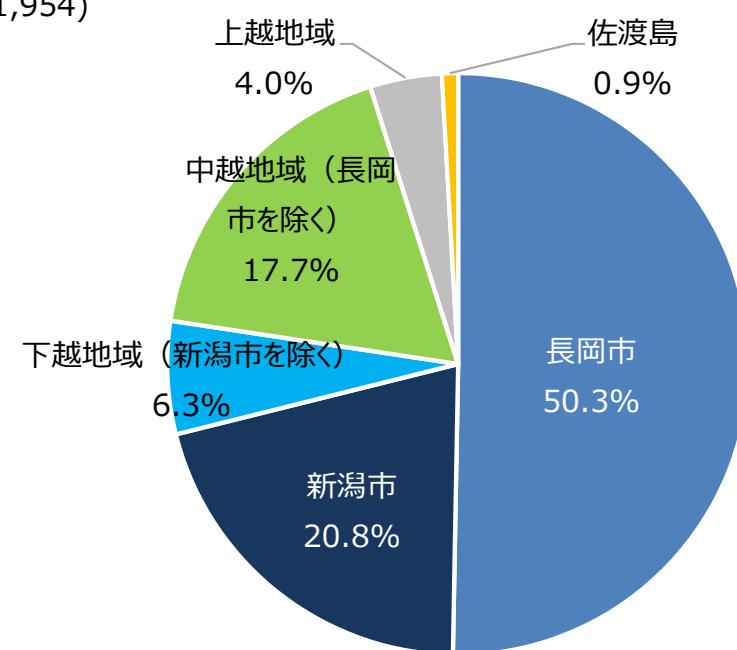
回答者の居住地（都道府県別）

(n=1,954)



回答者の居住地（新潟県内回答者の内訳）

(n=1,954)

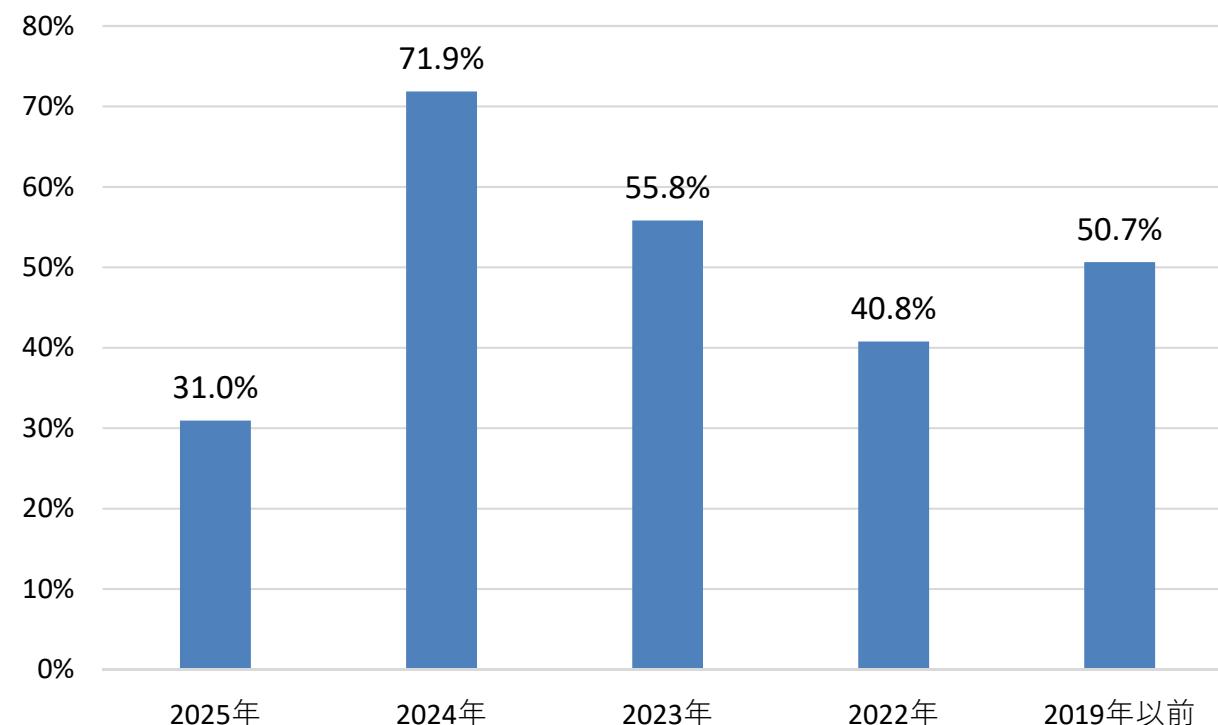


回答者の属性③

- 回答者が長岡花火に来訪した年は以下のとおり（複数回答可）である。なお、「2025年」との回答は全て2025年8月のアンケート配信により得られた回答であり、その他の年の回答は、2025年6月および8月のアンケート配信により得られた回答の合計である。

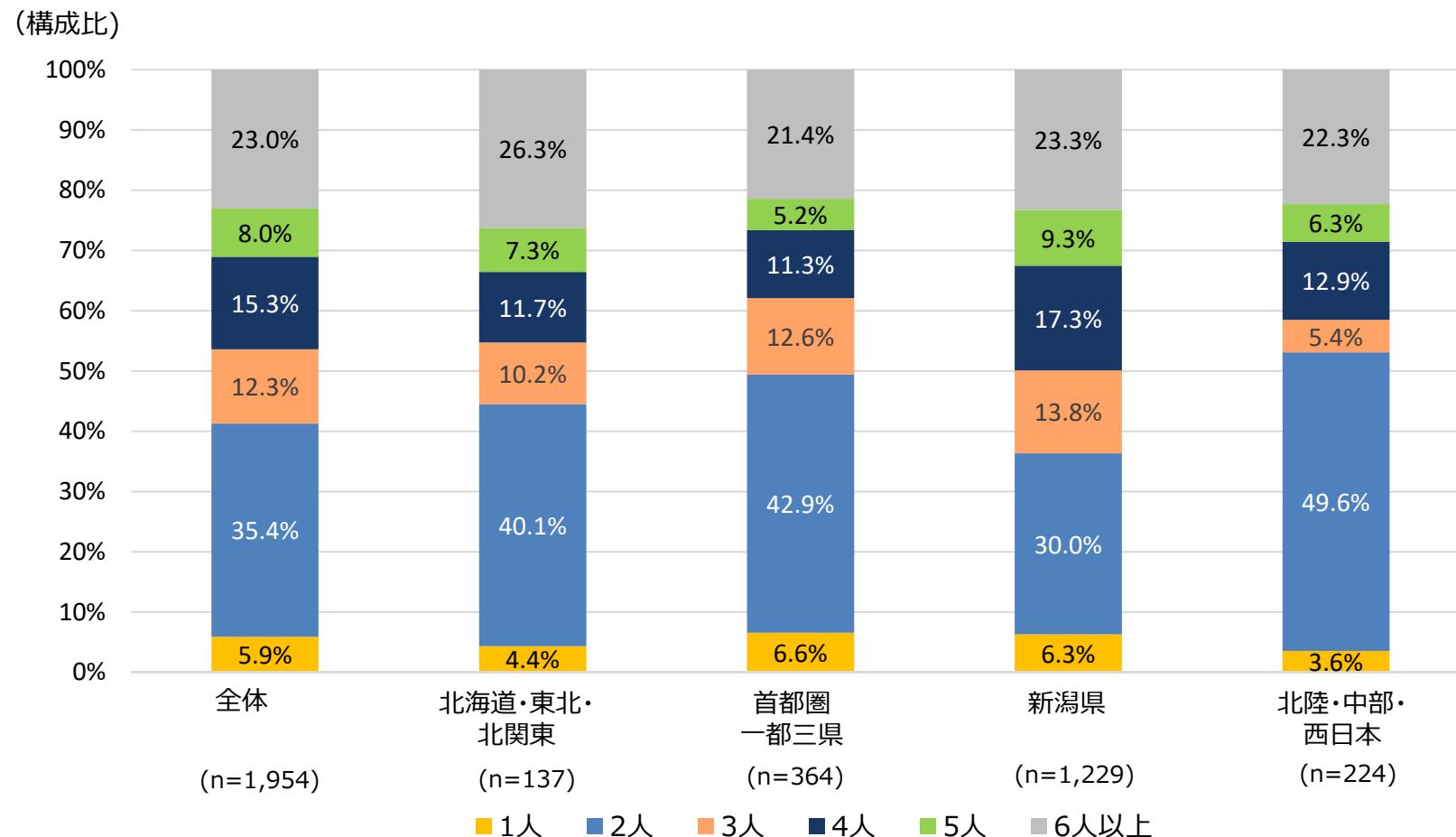
回答者の来訪年（複数回答可）

（構成比、n=1,954）



花火観覧時の来訪人数（地域別）

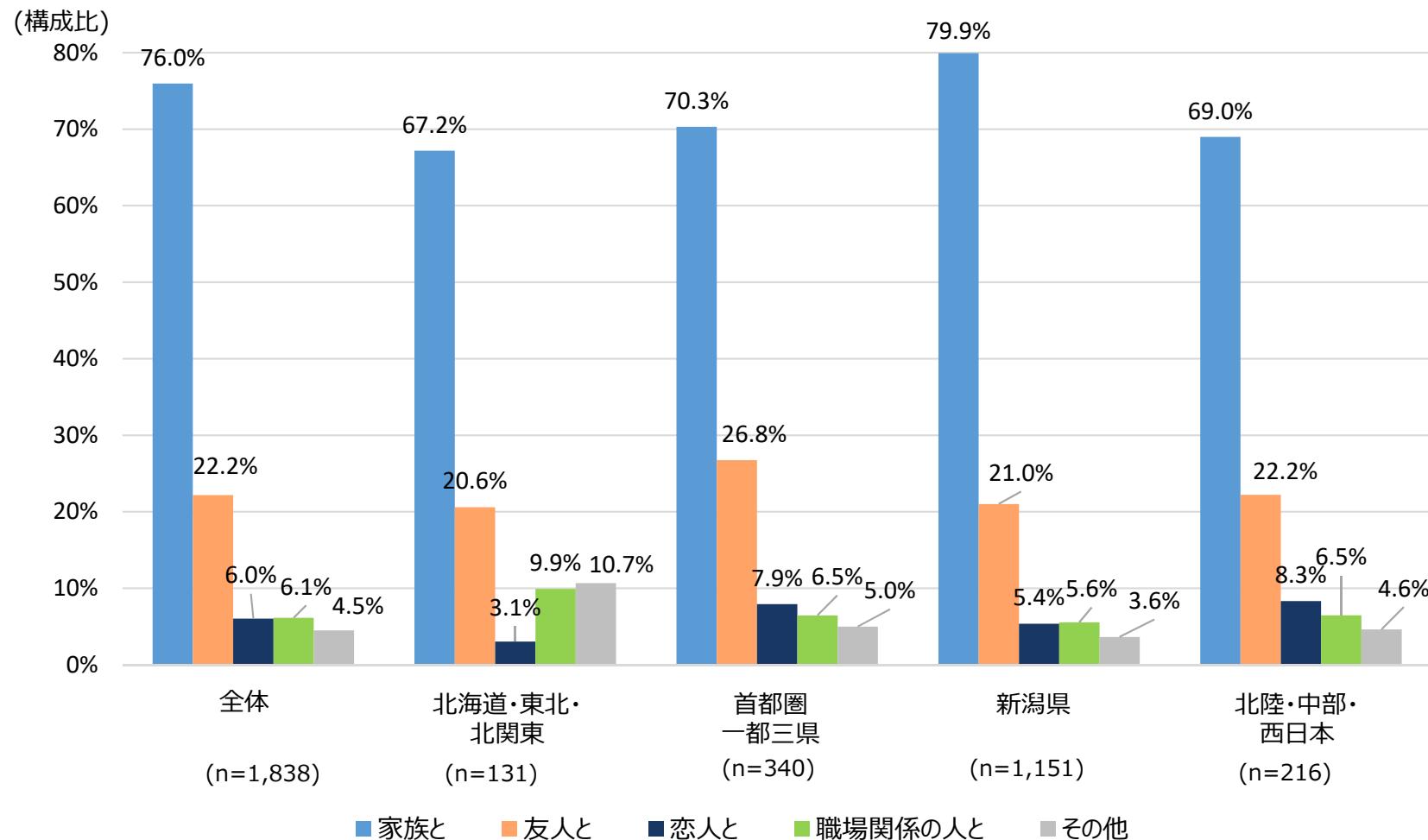
- 花火観覧時の来訪人数として、「2人」との回答が3割以上を占めるが、「6人以上」との回答も2割以上と比較的多い。
- 地域別で来訪人数を比較すると、新潟県からの来訪者は比較的大人数での観覧が多いことが分かる。新潟県以外からの来訪者は、全体の傾向と同様に「2人」との回答が最も多く、「6人以上」との回答が続いた。



注：山梨県、長野県は「北陸・中部・西日本」に含む。

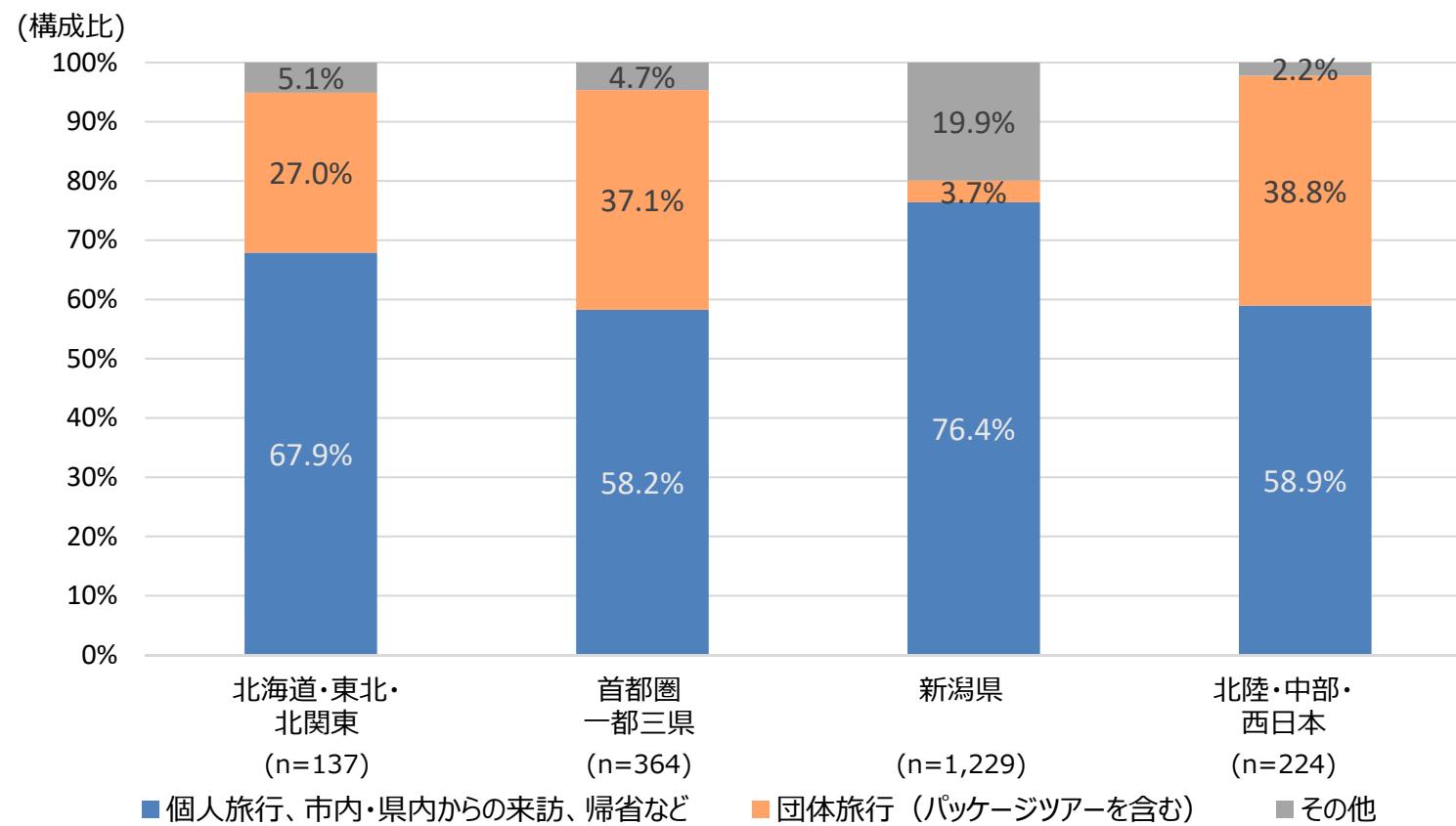
花火観覧時の同行者（複数選択／地域別）

- 花火観覧時の同行者に「家族」を挙げる回答が7割近くを占め、「友人と」との回答がこれに続いた。
- 地域別に回答を比較すると、新潟県からの来訪者は他の地域に比して「家族と」との回答が多い。P.23の結果も参照すると、新潟県からの来訪者は、家族や親戚とともに比較的大人数で観覧していることが分かる。



旅行形態（地域別）

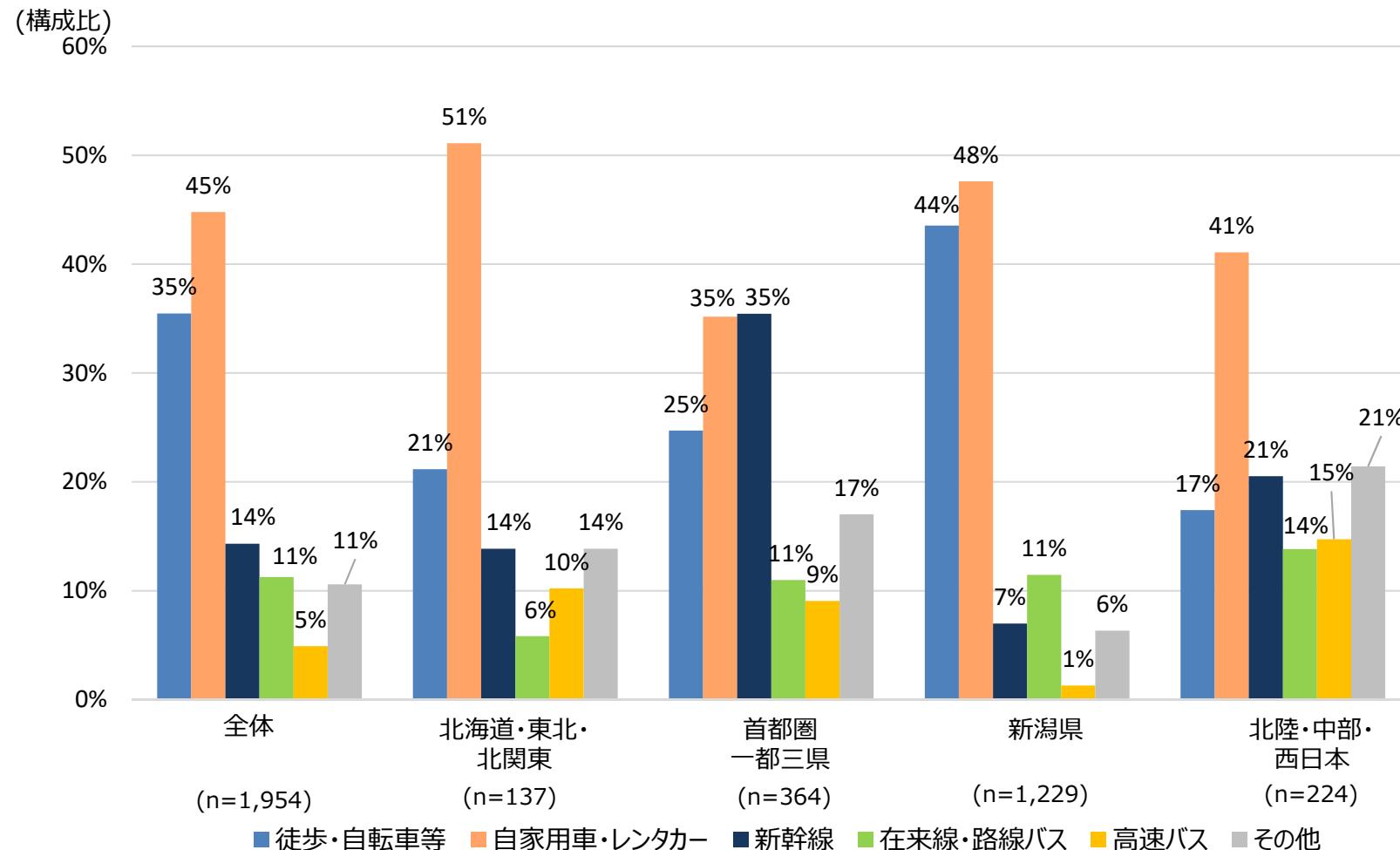
- 花火来訪時の旅行形態を地域別にまとめると、首都圏、北陸・中部・西日本からの来訪者は4割近く、北海道・東北・北関東からの来訪者は3割近くが「団体旅行」での来訪となっており、観覧チケット代を含んだパック旅行での来訪が多い可能性がうかがえる。
- 一方、新潟県からの来訪者は8割近くが「個人旅行、市内・県内からの来訪、帰省など」となっており、「団体旅行」との回答は比較的少ない。



新潟県「その他」の回答例：知人やスポンサーによる招待、
家や車からの観覧 など

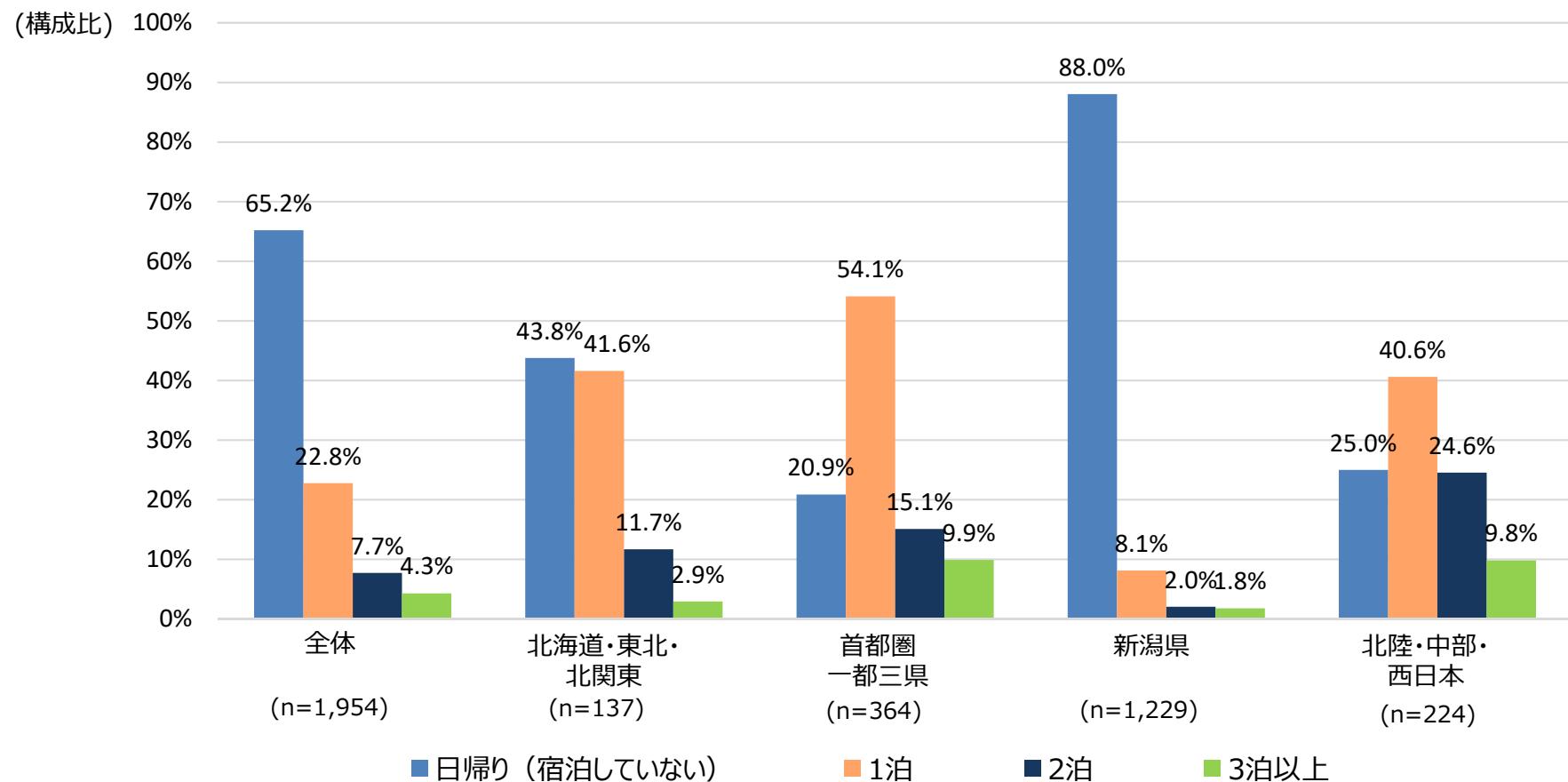
花火観覧時の交通手段（複数選択）

- 花火来訪時の交通手段について、新潟県外からの来訪者は、全体的に「自家用車・レンタカー」での来訪が多い。
- 公共交通機関では、「新幹線」の利用が多く、首都圏で3割以上、北陸・中部・西日本では2割以上を占める。長岡花火当日の上越新幹線は臨時便が多数運行されており、首都圏などからの誘客に大きく貢献している。



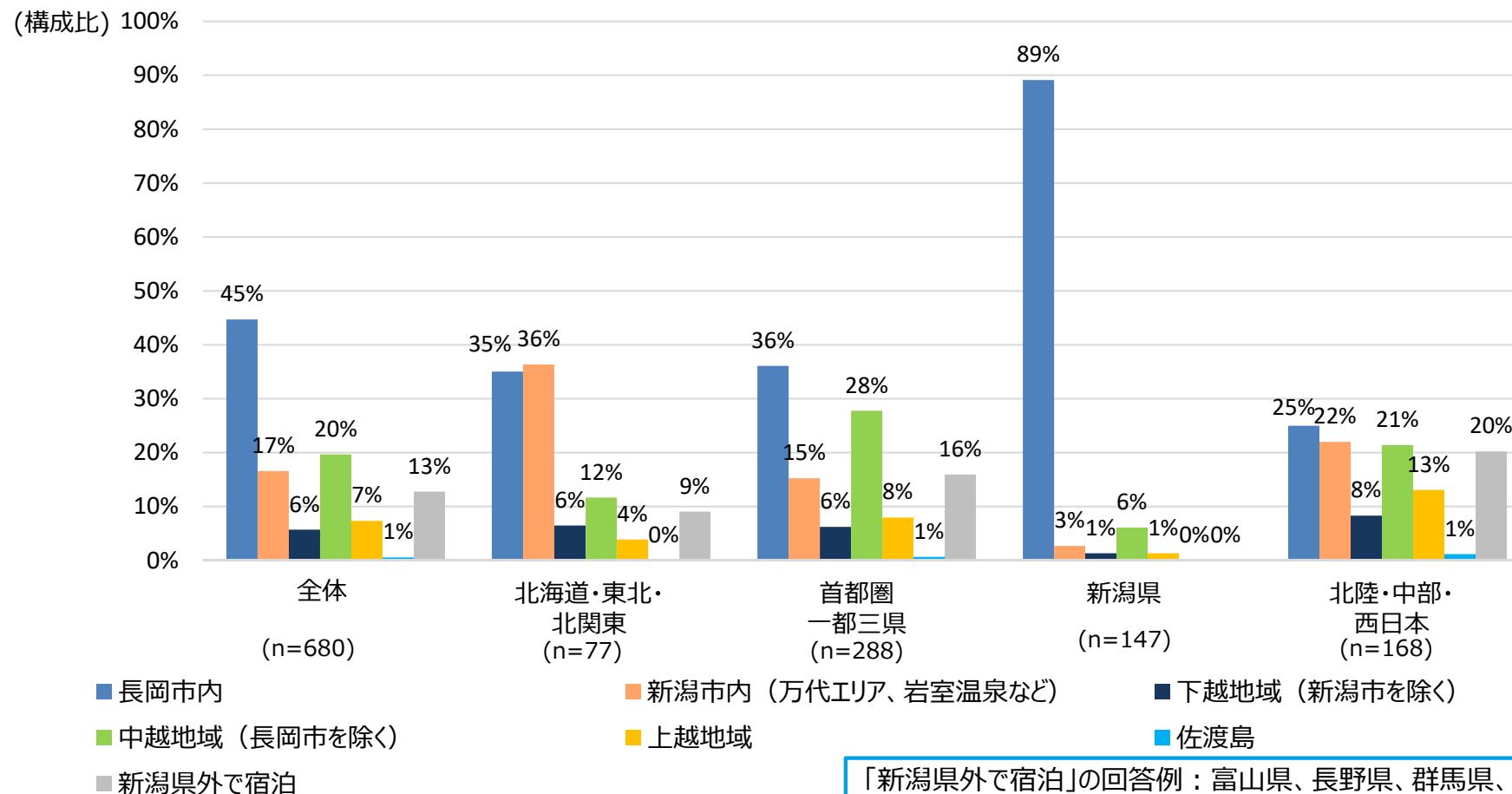
宿泊状況 ①宿泊日数（地域別）

- 花火来訪時の宿泊日数について地域別での傾向をみると、新潟県内からの来訪者はほとんどが「日帰り」と回答したのに対し、他の地域では半数以上が宿泊している。宿泊に伴う県内での消費の増加が期待される一方で、宿泊施設の不足に課題がある。
- 宿泊者の中では「1泊」との回答が最も多いため、北陸・中部・西日本といった遠方からの来訪を中心に、「2泊」や「3泊以上」との回答も一定数みられる。



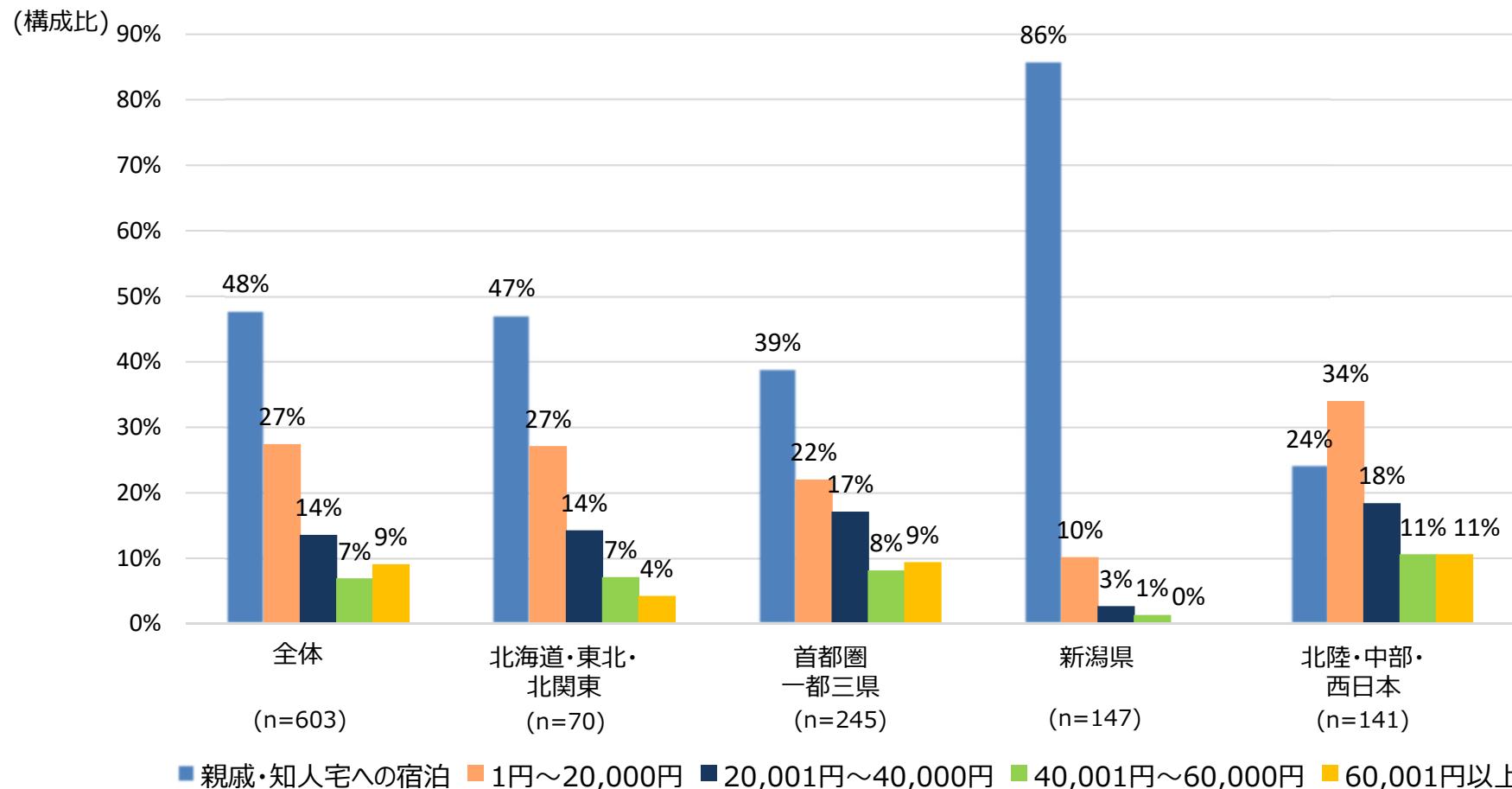
宿泊状況 ②宿泊場所（地域別）

- 花火来訪時に宿泊をした人のうち、宿泊場所を地域別に比較すると、新潟県からの来訪者の多くは「長岡市内」で宿泊している。
- 新潟県外の地域からの来訪者は、「長岡市内」、「新潟市内」、「中越地域（長岡市を除く）」など県内各地での宿泊のほか、「新潟県外で宿泊」との回答も一定数みられる。県内の宿泊キャパシティの不足や長岡花火当日の宿泊費の高騰により、宿泊需要の一部が県外に流出している。



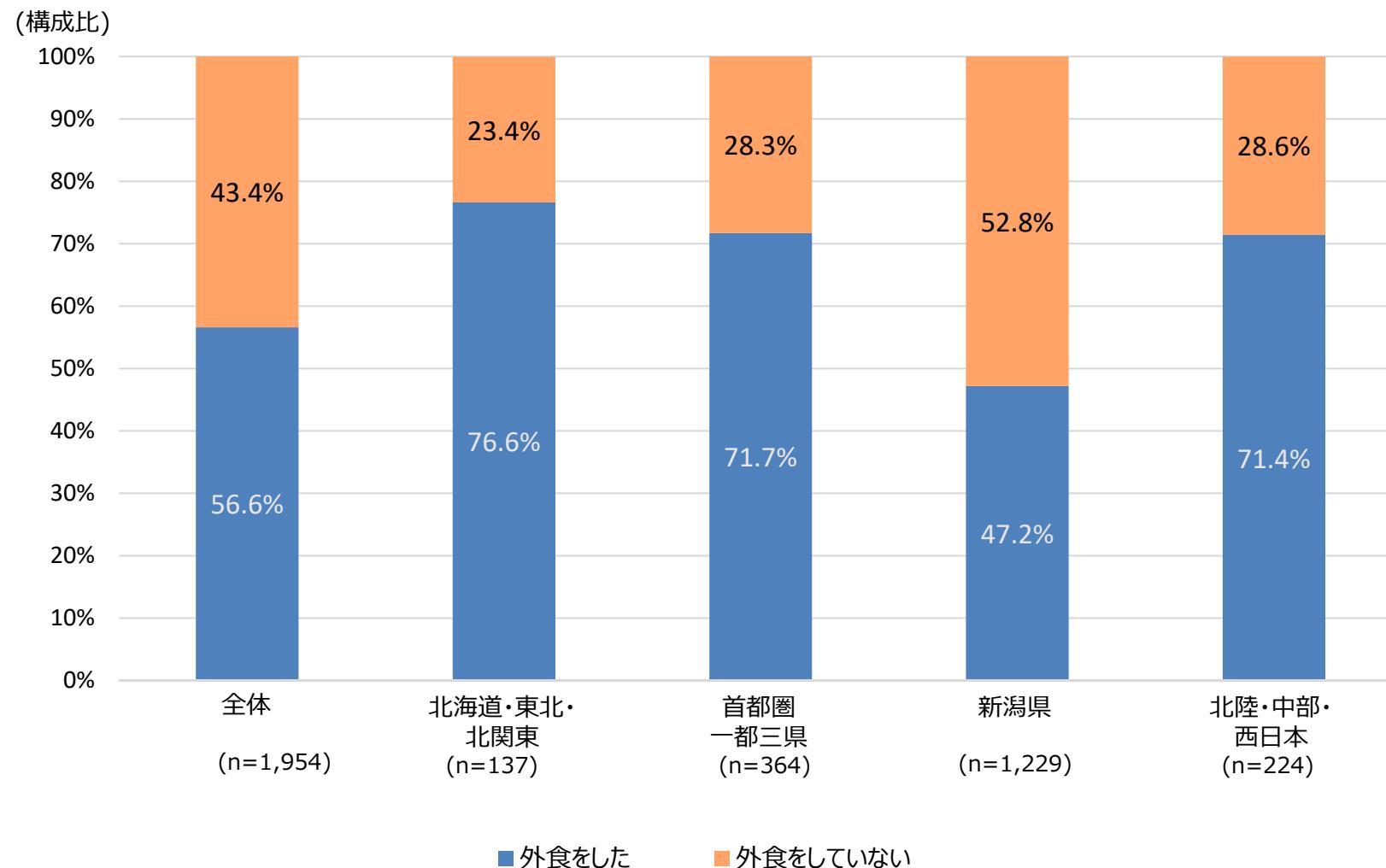
宿泊状況 ③一人当たりの宿泊総額（地域別）

- 花火来訪者の宿泊総額を地域別に比較すると、新潟県内からの来訪者は9割近くが「親戚・知人宅への宿泊」であり、首都圏や北海道・東北・北関東からの来訪者も4割程度が「親戚・知人宅への宿泊」と回答した。
- 宿泊施設の利用者は「1円～20,000円」との回答が最も多いものの、「20,001円～40,000円」「40,001円～60,000円」「60,001円以上」との回答もみられ、長岡花火時の宿泊費上昇を示唆している。



新潟県内での外食の有無（地域別）

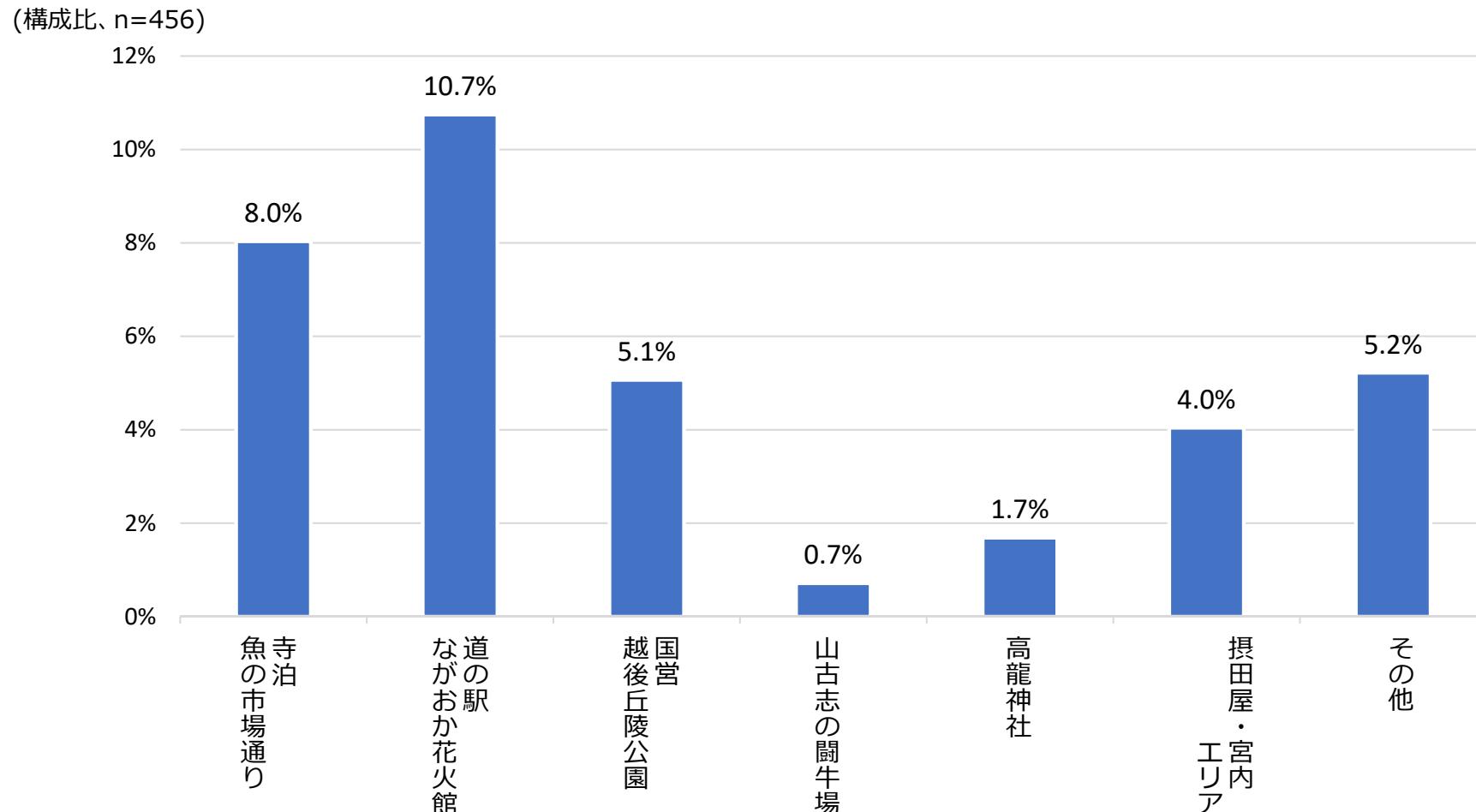
- 花火来訪者における新潟県内飲食店での外食の有無について、新潟県外からの来訪者は、いずれの地域においても7割以上が「外食をした」と回答しており、長岡花火が外食需要の創出に繋がっている。



注：「外食」には、新潟県内のスーパー・コンビニ等で購入した飲食費を含まない。

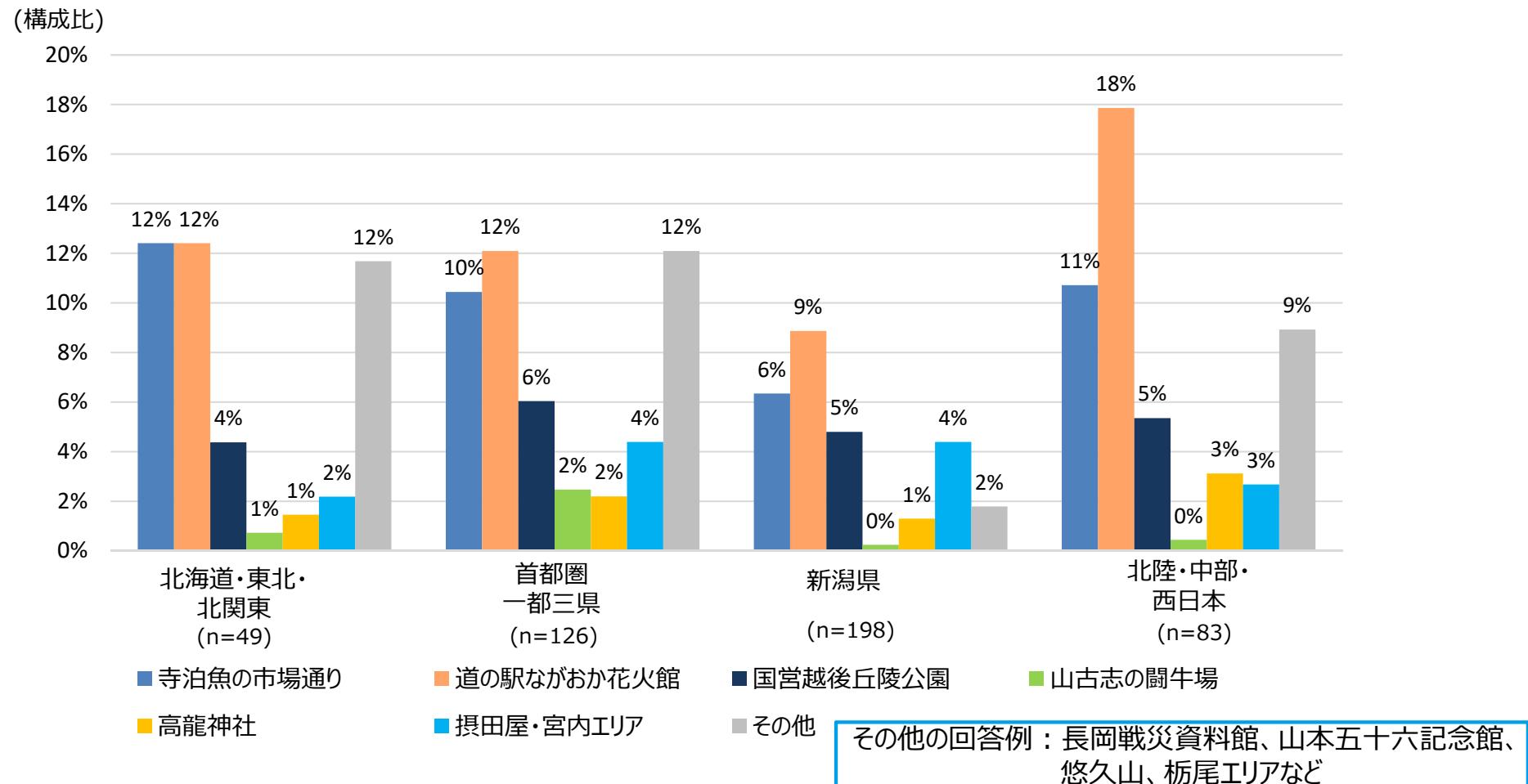
花火来訪時の長岡市内の訪問先（複数選択）

- 花火来訪時に長岡市内の観光をした場合の訪問先として、「道の駅ながおか花火館」が最も多く、「寺泊魚の市場通り」「国営越後丘陵公園」との回答もみられる。
- 駐車場が十分にあるスポットや、普段から観光地として有名なスポットへの訪問がみられた。



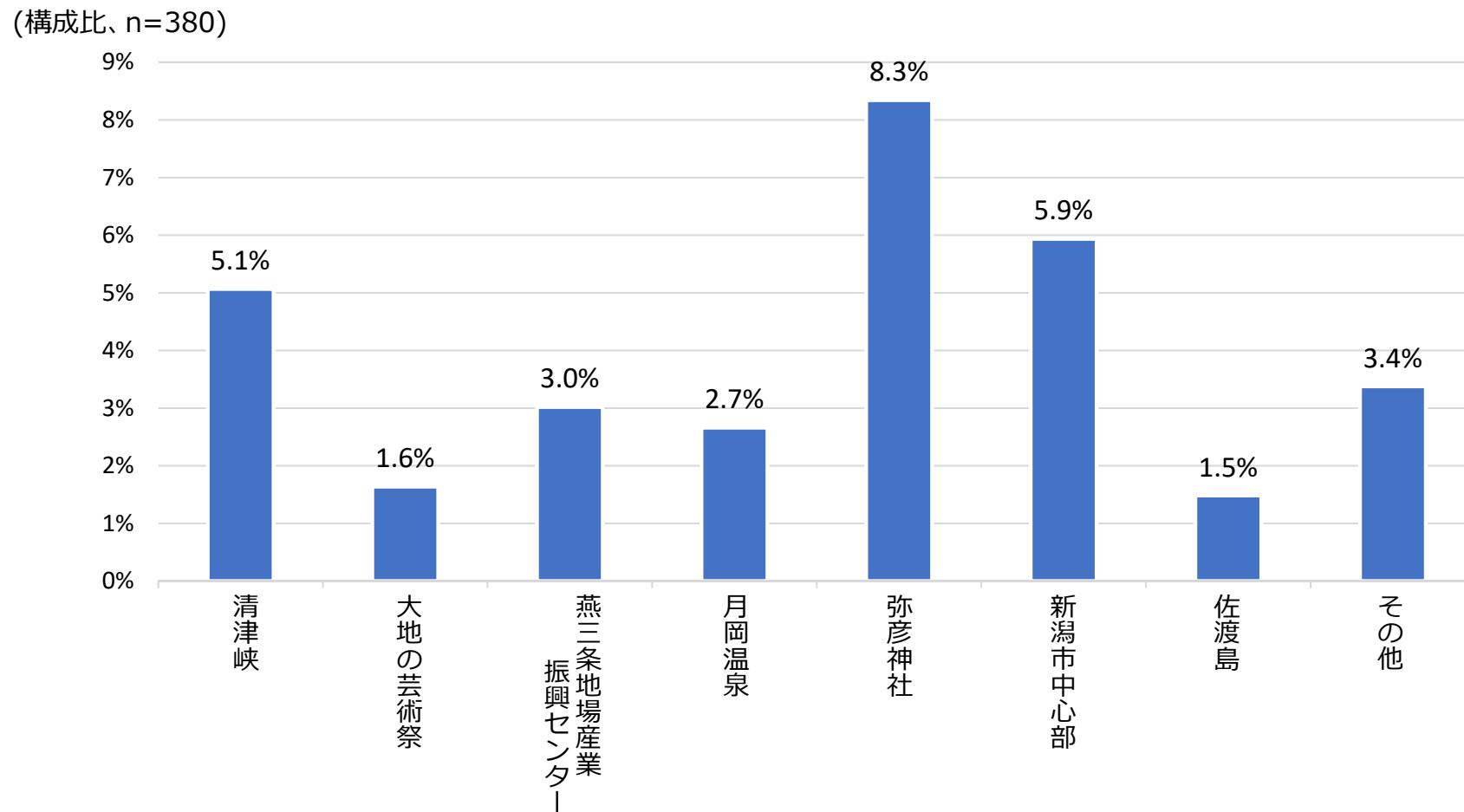
花火来訪時の長岡市内での訪問先（複数選択／地域別）

- 花火来訪時における長岡市内への周遊状況を地域別にまとめると、新潟県外からの来訪者を中心に、「寺泊魚の市場通り」や「道の駅長岡花火館」への来訪がみられる。
- 首都圏を中心に、「山古志の闘牛場」や「摂田屋・宮内エリア」との回答や、記述式では「長岡戦災資料館」などの回答も複数みられ、長岡の伝統や文化、歴史への関心の高さがうかがわれる。



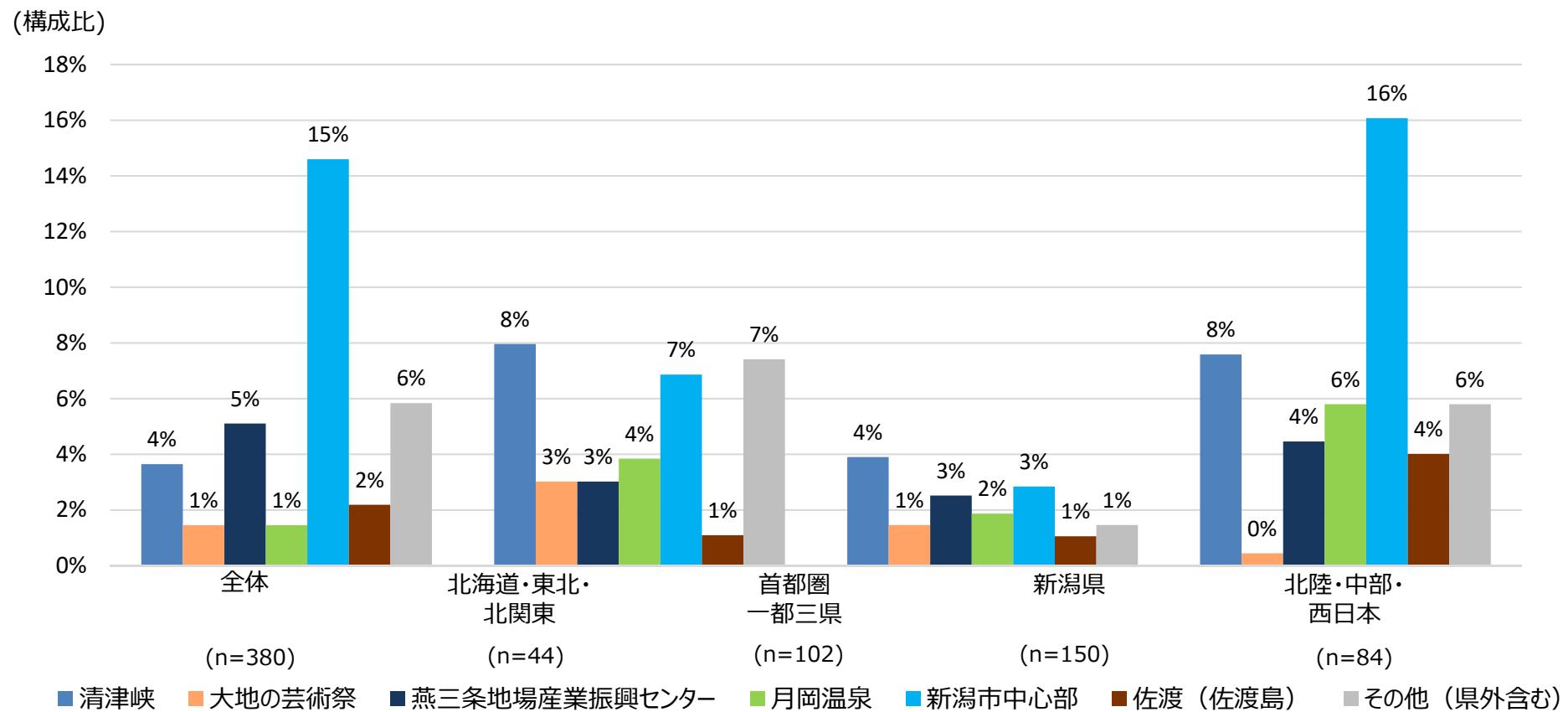
花火来訪時の新潟県内の訪問先（複数選択）

- 長岡花火の来訪に伴う新潟県内の観光地として、「弥彦神社」との回答が最も多く、次いで「新潟市中心部」や「清津峡」との回答があった。
- どのスポットの回答も1割に満たず、長岡花火を目的とした来訪者による県内の他の観光地への周遊は限定的であることが分かる。



花火来訪時の新潟県内での訪問先（複数選択／地域別）

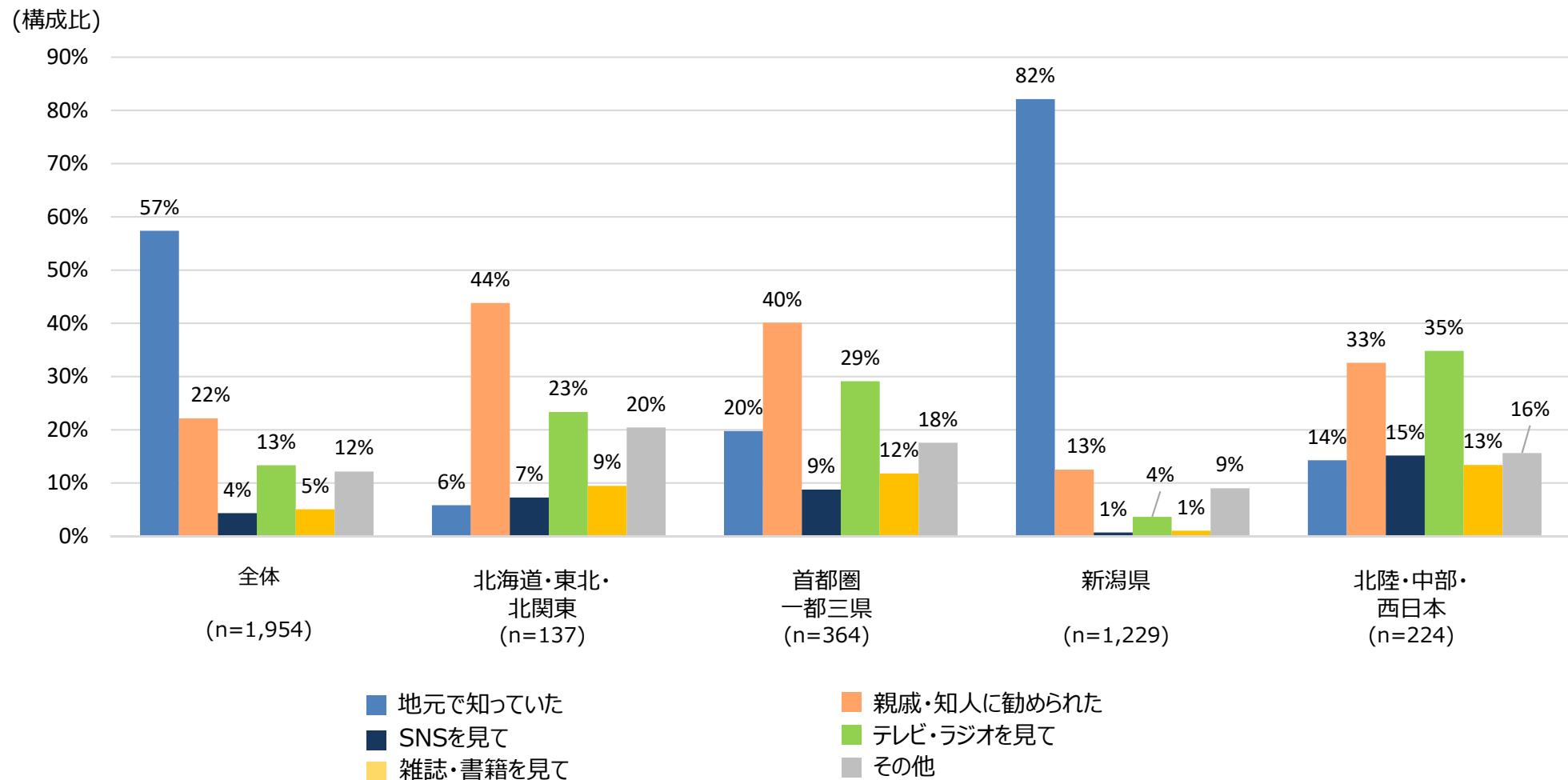
- 花火来訪時における新潟県内（長岡市以外）への周遊状況を地域別にまとめると、北海道・東北・北関東や北陸・中部・西日本といった遠方からの来訪者で、周遊が多くなっている。特に新潟市中心部での周遊は、宿泊に伴う周遊である可能性がうかがえる。



その他の回答例：魚沼の里、津南ひまわり畑、
越後湯沢など県内の温泉地、
周辺の県（長野、群馬、山形など）の観光

花火来訪理由

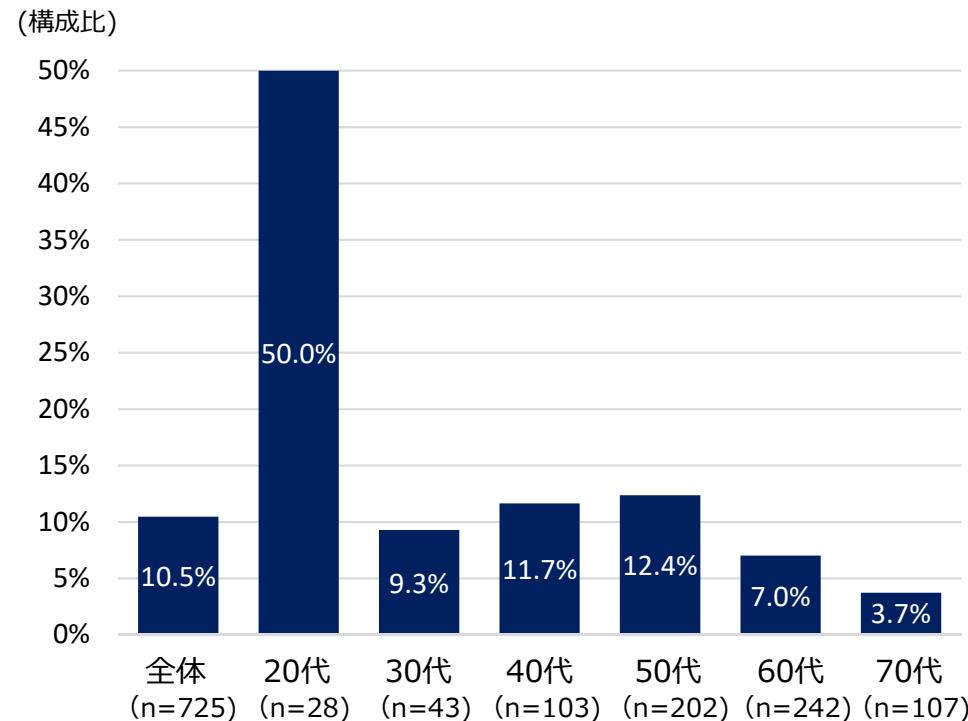
- 花火来訪理由を地域別にまとめると、新潟県外からの来訪者は、「親戚や知人からの勧め」との回答が多く、観覧場所や宿泊場所の手配などと合わせて誘われた人も多いとみられる。



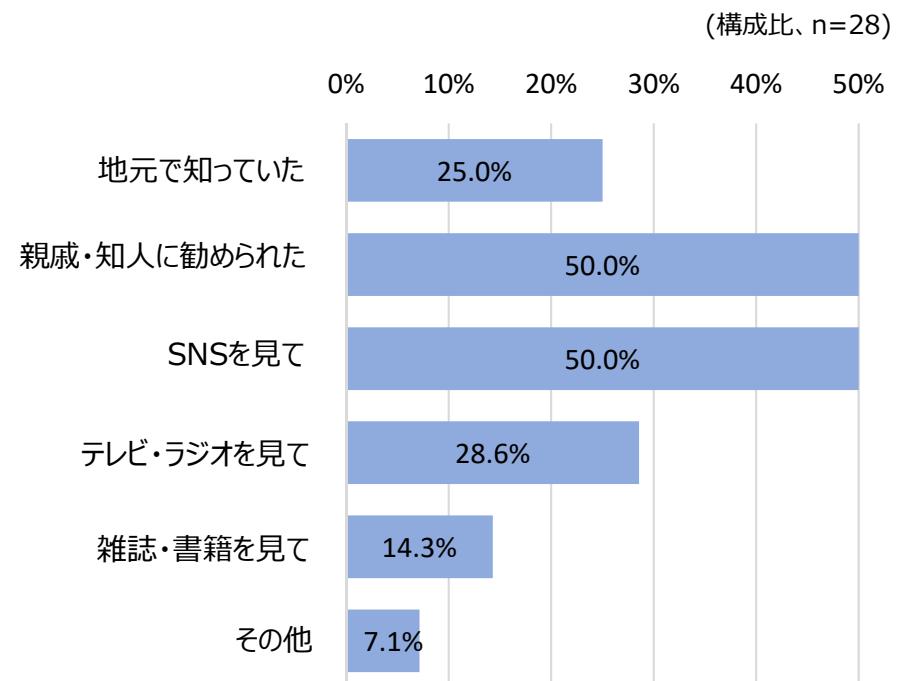
花火来訪理由（「SNSを見て」の割合）

- 回答者全体の傾向として、「SNSを見て」との回答は相対的に少なかった（P.35参照）。
- 一方で、回答者数は少ないものの、新潟県外來訪者の20代のうち半数が「SNSを見て」と回答していることから、県外若年層に向けてはSNSでの発信が有効と考えられる。

新潟県外來訪者「SNSを見て」回答の割合(年代別)

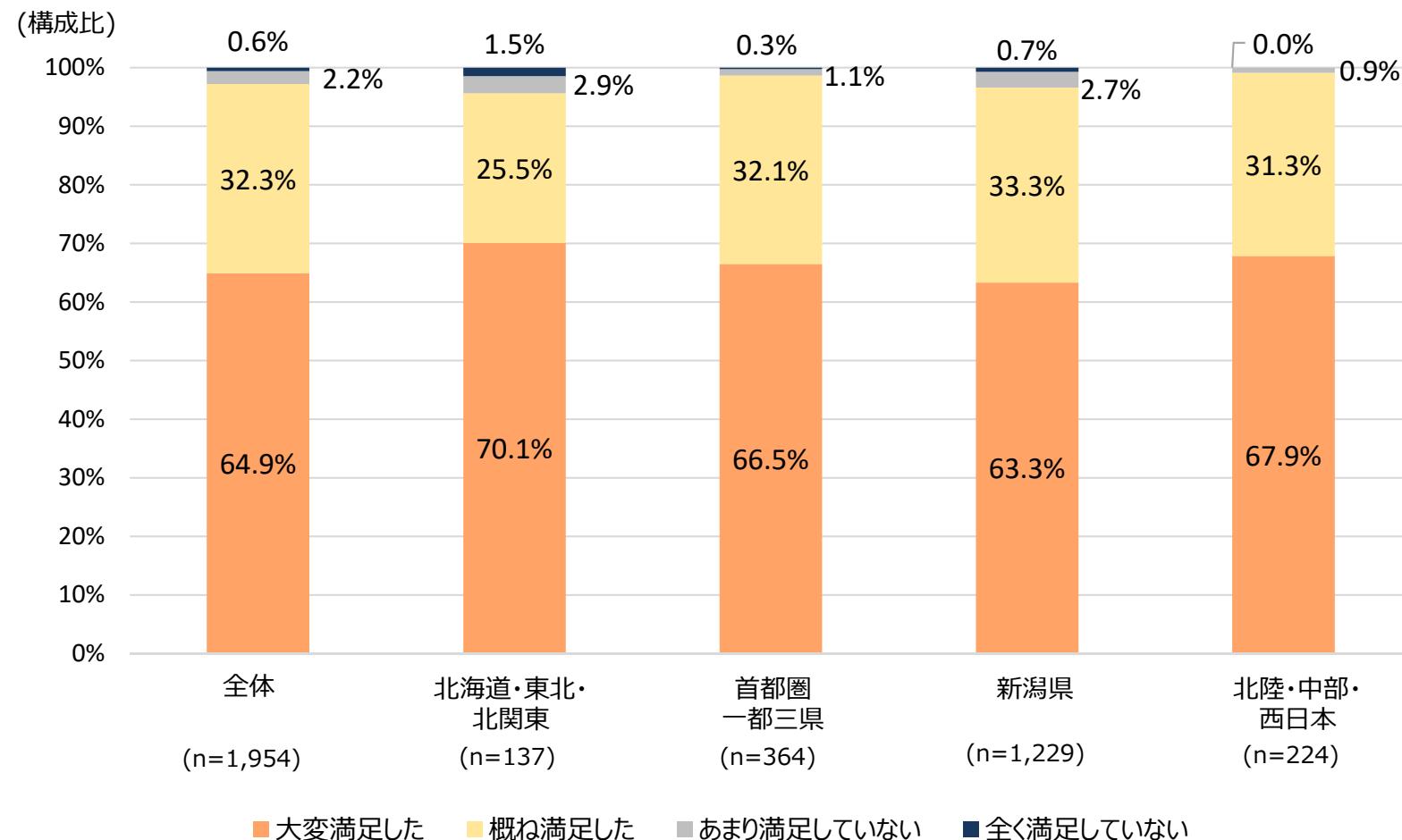


新潟県外來訪者 20代の花火来訪理由



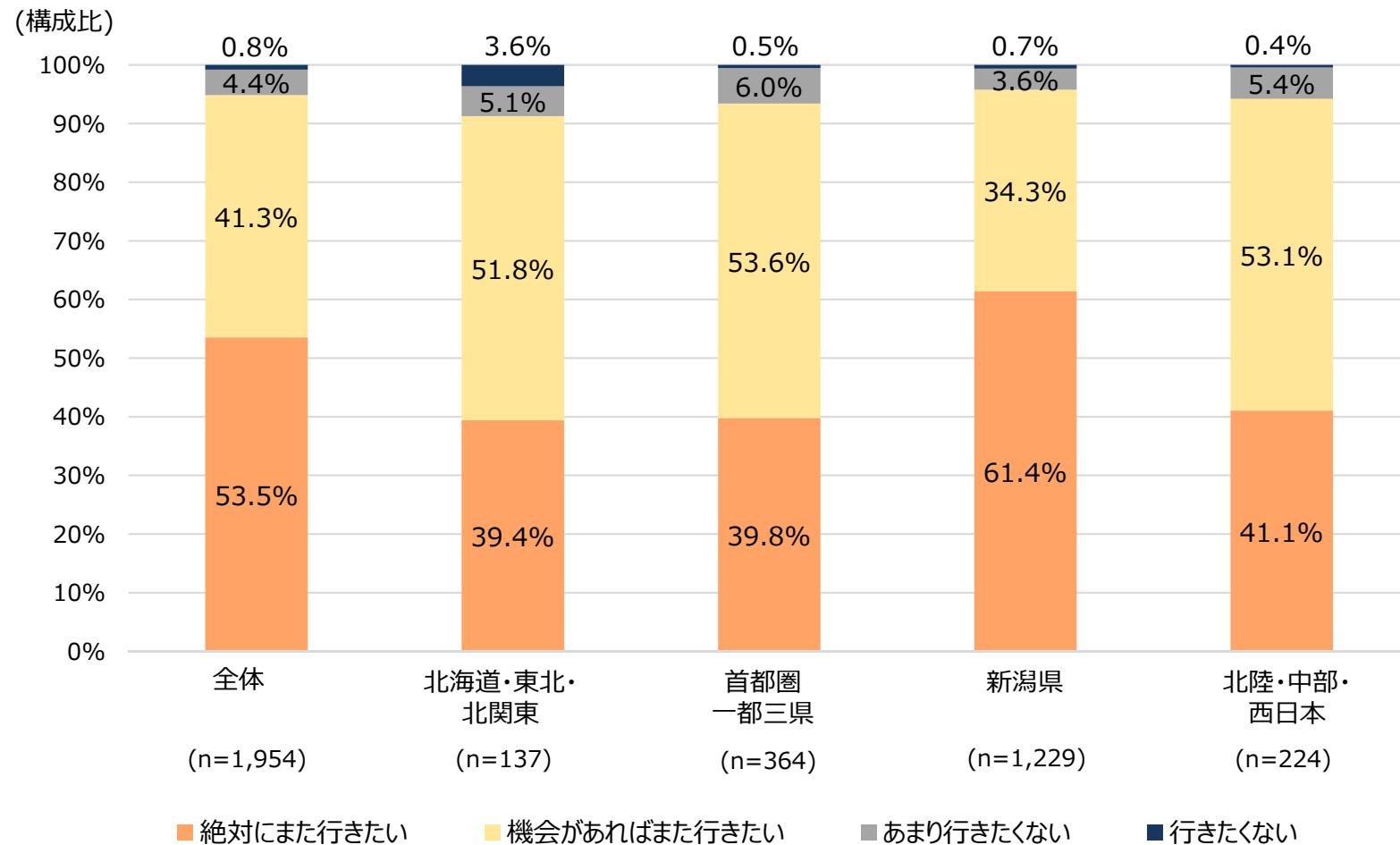
満足度（4段階評価／地域別）

- 長岡花火の満足度を地域別にみると、「大変満足した」がいずれの地域でも6～7割程度、「概ね満足した」が3割程度であり、合計で9割以上の来訪者が満足したと回答している。



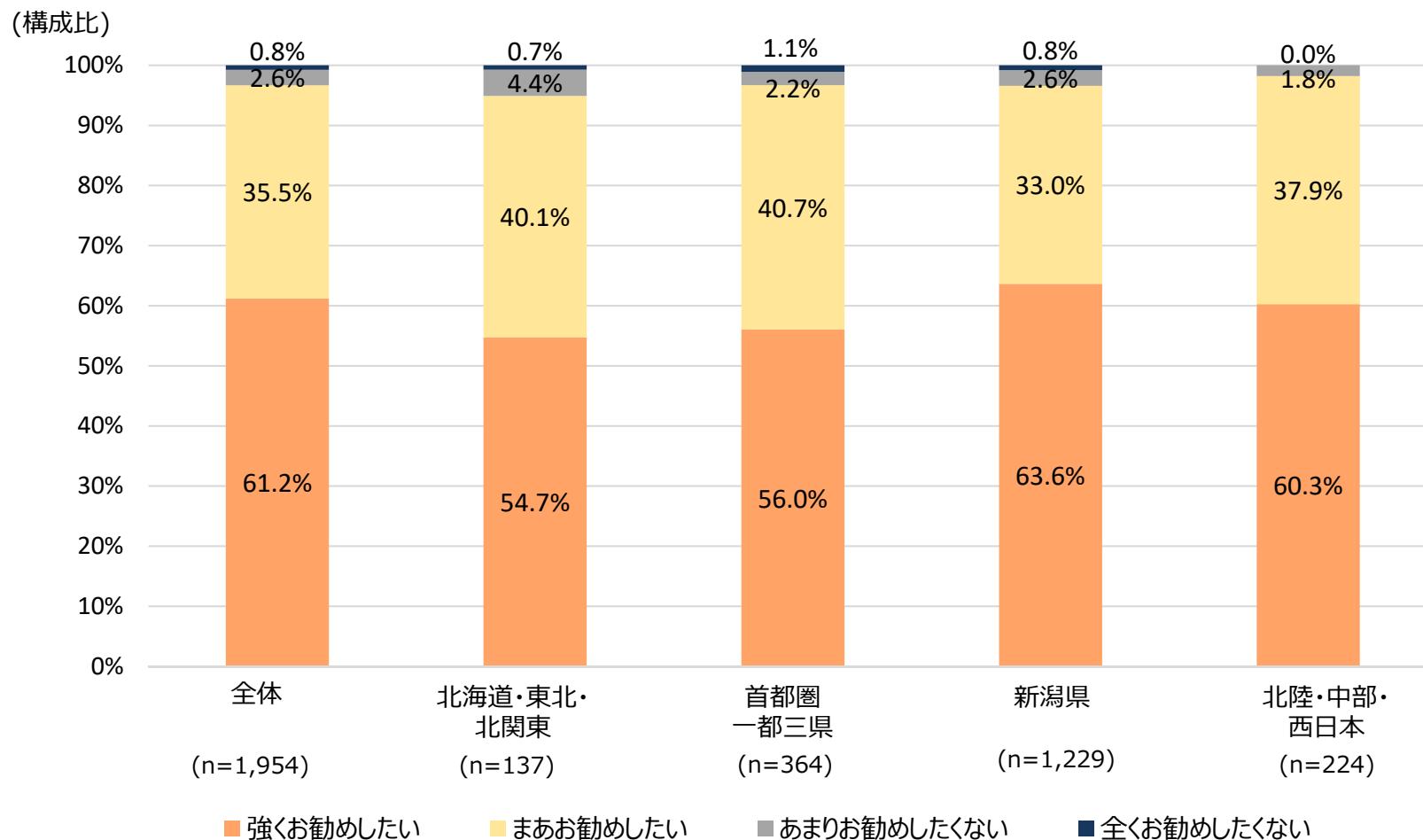
再来訪意向（4段階評価／地域別）

- 長岡花火の再来訪意向を地域別にみると、全体として「絶対にまた行きたい」「機会があればまた行きたい」との回答が9割程度を占めており、再来訪の意向が強い。新潟県内からの来訪者は、特に「絶対にまた行きたい」との回答が多かった。



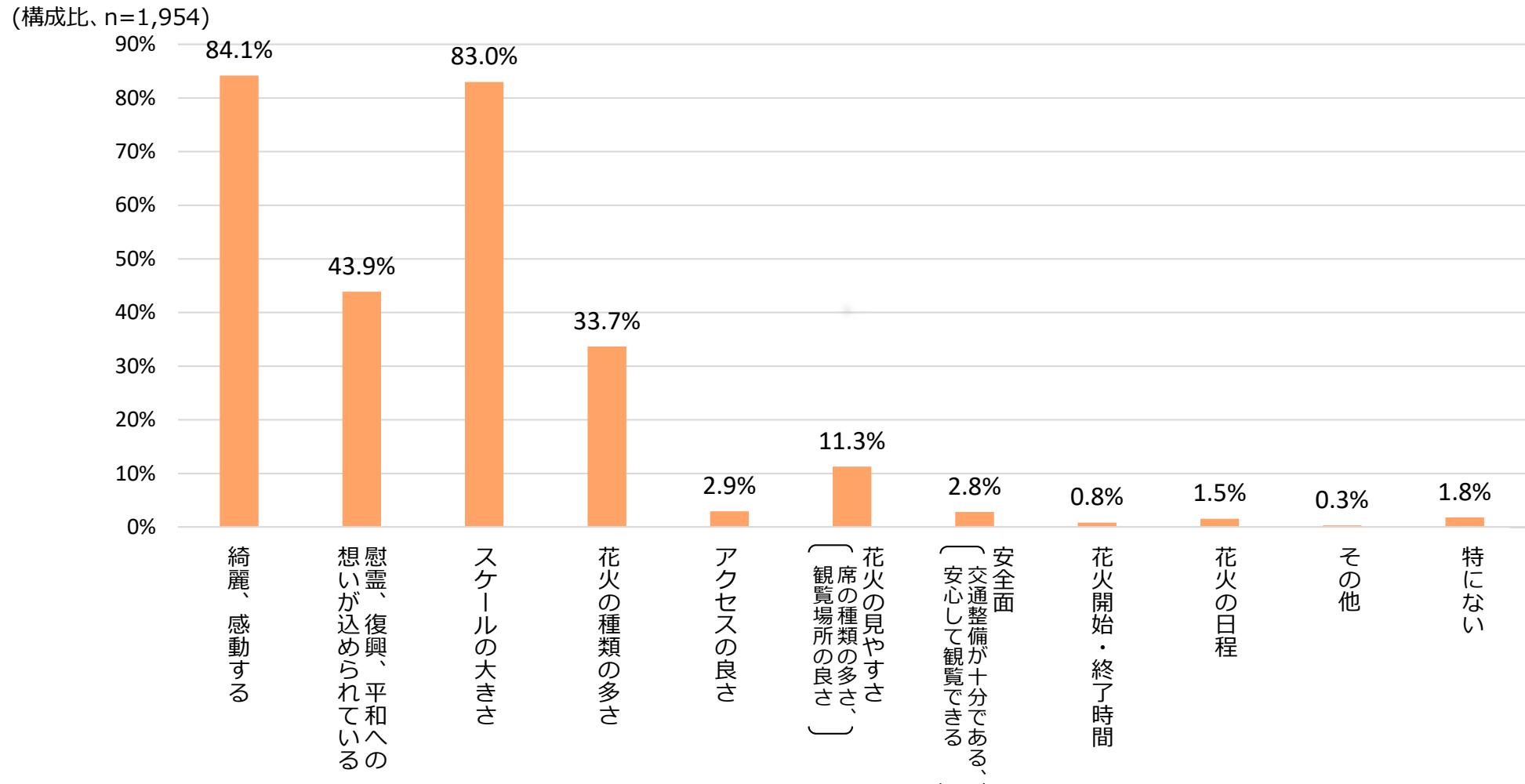
長岡花火を他人にどのくらい勧めたいか（4段階評価／地域別）

- 長岡花火を他人にどのくらい勧めたいかについて、全体的に「強くお勧めしたい」「まあお勧めしたい」と回答した割合は9割以上と、前向きな回答が多く挙がった。



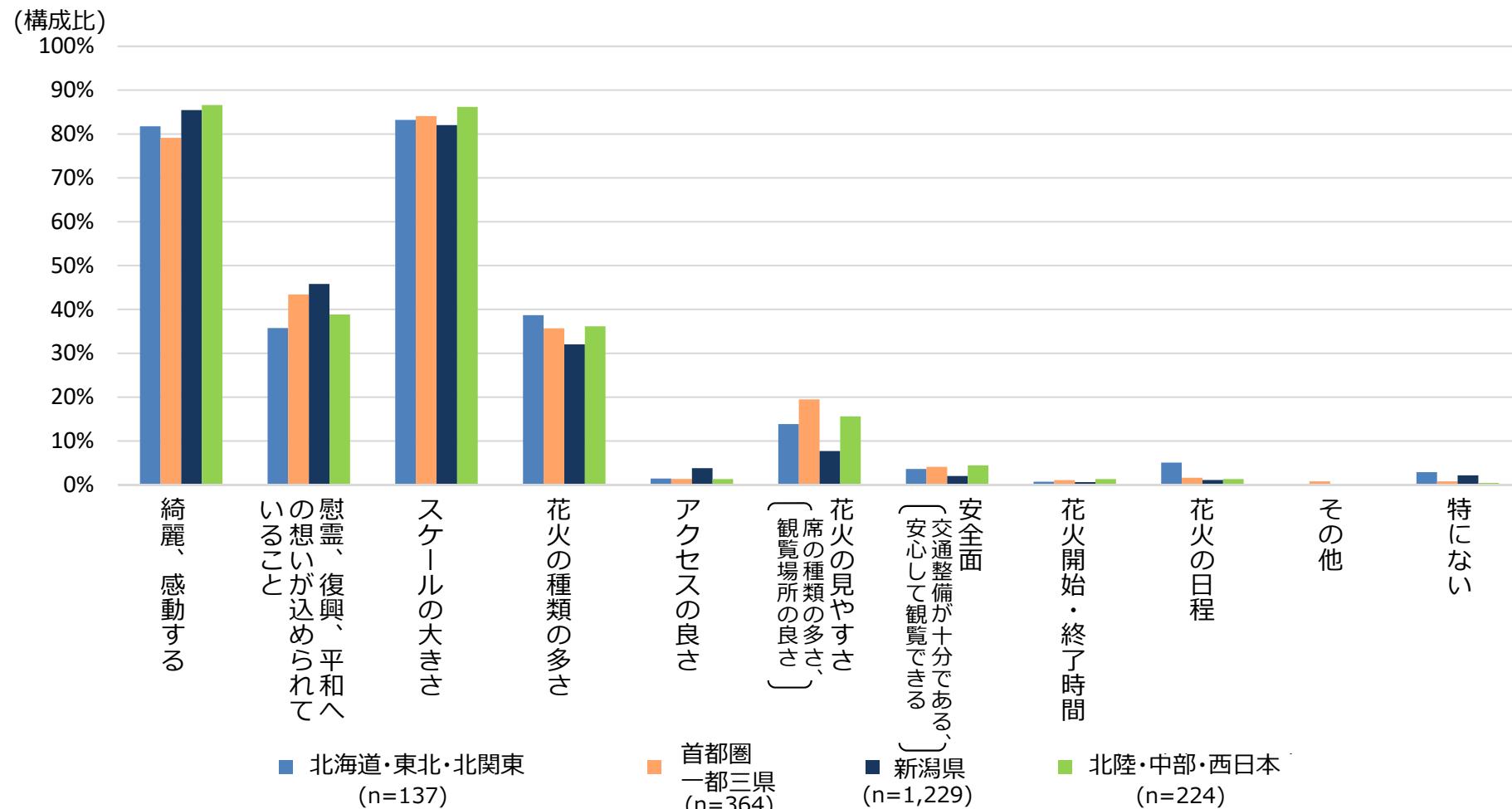
長岡花火の良いところ（3つまで選択）

- 長岡花火の良いところとして、「綺麗、感動する」や「スケールの大きさ」に多くの回答が集まった。
- 長岡花火の特徴である「慰霊、復興、平和への想いが込められている」との回答も半数近くにのぼり、3番目に多く回答が集まった。



長岡花火の良いところ（3つまで選択／地域別）

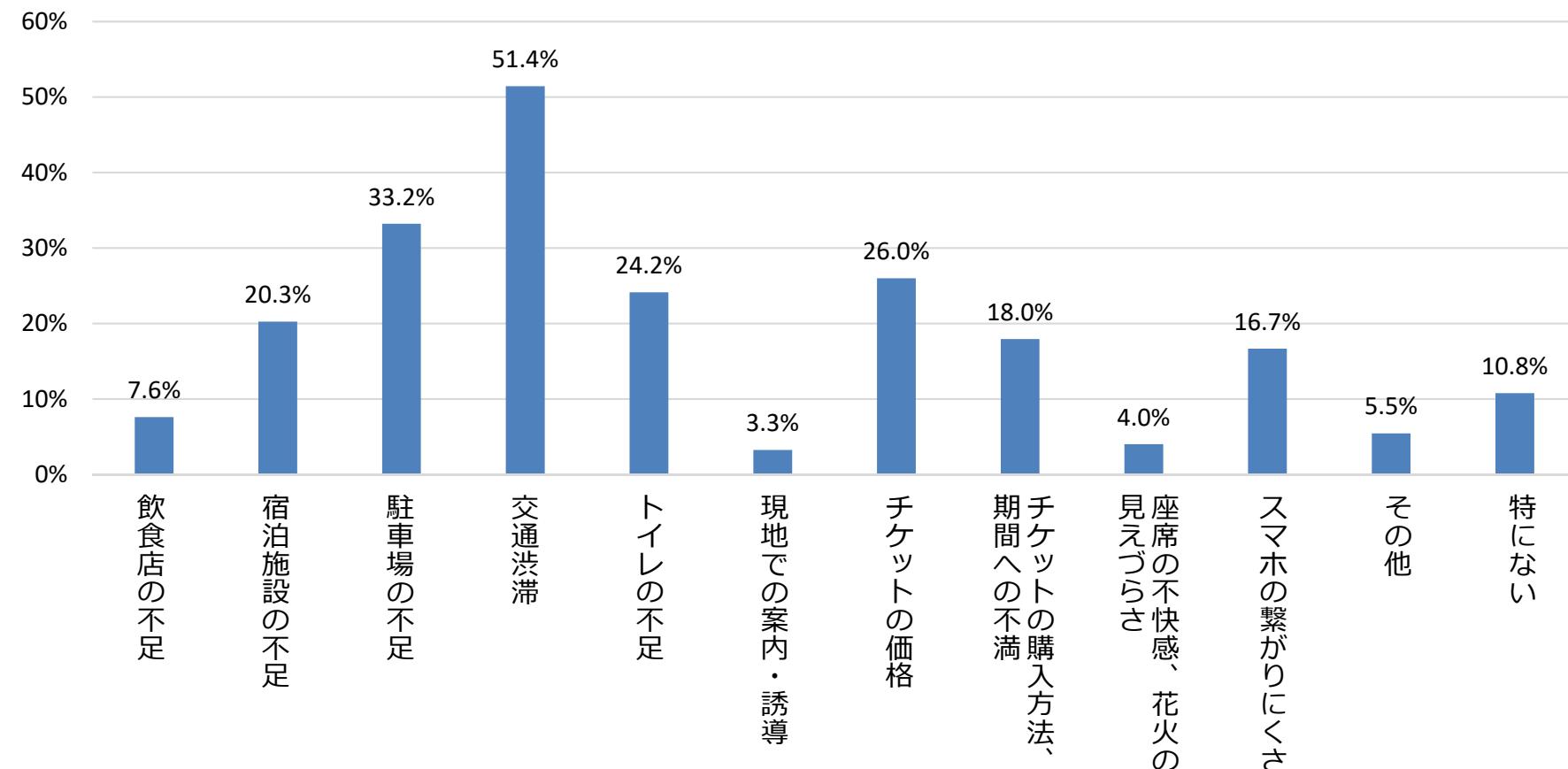
- 「長岡花火の良いところ」の回答を地域別にみると、来訪地域による大きな違いはみられず、「綺麗、感動する」「スケールの大きさ」を評価する声が多い。また、「慰靈、復興、平和への想いが込められている」との回答は「新潟県」からの回答が若干多いものの、新潟県外からの回答も4割前後みられ、長岡花火のテーマやメッセージ性が新潟県外の来訪者にも広く理解されている。



長岡花火の不満に感じている点（3つまで選択）

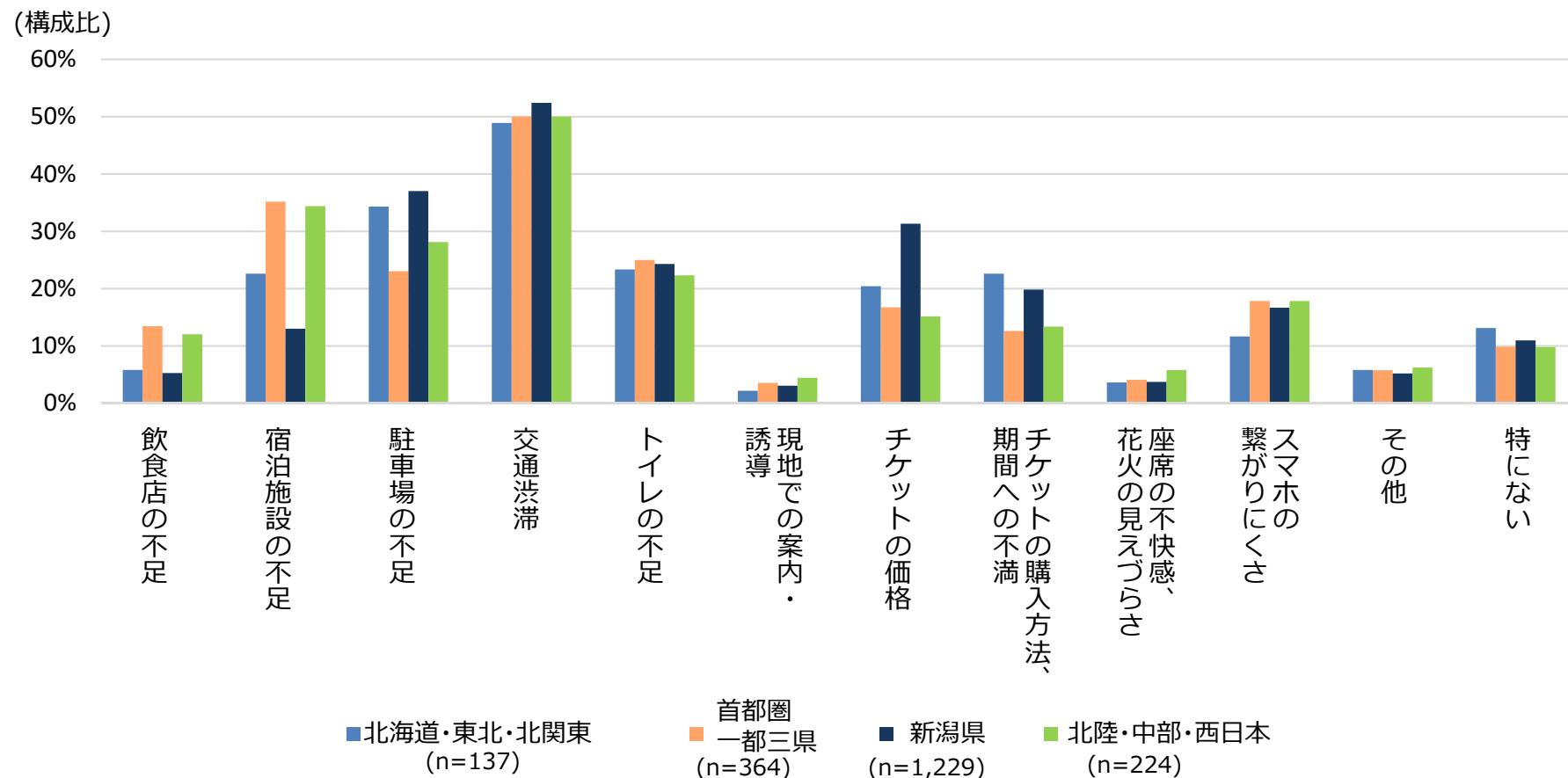
- 「長岡花火の不満に感じている点」として、「交通渋滞」との回答が最も多く、そのほかでは駐車場や宿泊施設、トイレ等サービスの不足のほか、チケットに関する回答がみられた。
- 一方、「現地での案内・誘導」「座席の不快感、花火の見づらさ」に不満を感じているとの回答はほとんどみられず、運営が円滑に行われていることを示す結果となった。

(構成比、n=1,954)



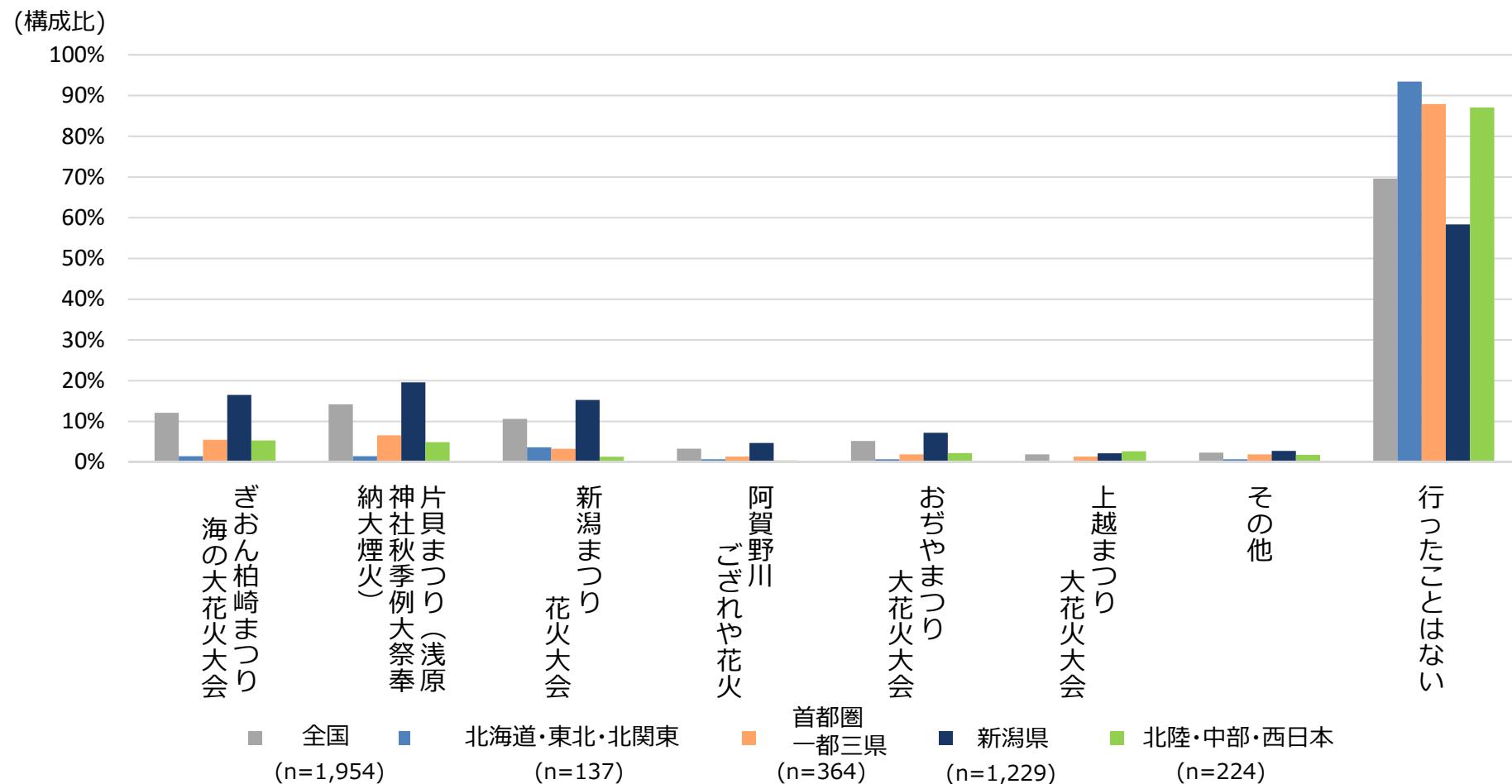
長岡花火の不満に感じている点（3つまで選択／地域別）

- 「長岡花火の不満な点」を地域別に示すと、「交通渋滞」との回答がどの地域でも最も多く集まった。
- サービス関連の不足に関しては、「宿泊施設の不足」に首都圏や北陸・中部・西日本からの回答が多く集まり、「駐車場の不足」に北海道・東北・北関東や新潟県からの回答が多く集まった。
- 「チケットの価格」には、新潟県からの回答が比較的多く集まっている。より安価でチケットが優先的に確保される長岡市民でも、チケットの入手が困難であったとの声が聞かれ、回答に影響していることが示唆される。



新潟県内の他の花火大会への来訪状況（地域別）

- 新潟県内の他の花火大会への来訪状況として、新潟県外からの来訪者については「行ったことはない」との回答が9割前後となっており、長岡花火への来訪が県内の他の花火大会への来訪を促す形にはなっていない。
- 他の花火大会に来訪したとの回答では、「ぎおん柏崎まつり」や「片貝まつり」など、新潟県内でも大きな規模の花火大会に一定数の回答が集まった。



Appendix 経済波及効果試算の補足

(補足) 経済波及効果の試算 【交通費】

(新潟県外からの来訪者：全員が東京方面から来訪したとみなし、県内での移動費用のみを算入)

交通手段	区間	回答数 (n=725) <複数選択>	単価 (往復/円)
自家用車・レンタカー	長岡駅～越後湯沢駅	290	ガソリン代・高速料金：約7,130 →平均2人で来訪とみなし単価3,565
新幹線		194	7,080(指定席)
在来線・路線バス		79	2,680(在来線)
高速バス		80	約3,000 (走行距離を鑑み、東京駅～長岡駅 料金の約30%と想定)
徒歩・自転車等		158(うち、徒歩・自転車のみ利用 67)	0
合計		658 (回答数n=725) - (徒歩・自転車のみ利用 67)	4,345円 (人数を鑑み加重平均)

単価
4,354円



来訪者数 19.2万人
*P.51参照

836 (百万円)

(新潟県内からの来訪者：全員が新潟市方面から来訪したとみなし、新潟駅～長岡駅での移動費用を算入)

交通手段	区間	回答数 (n=611) <複数選択>	単価 (往復/円)
自家用車・レンタカー	長岡駅～新潟駅	356	ガソリン代・高速料金：約3,455 →平均2人で来訪とみなし単価1,728
新幹線		82	6,080(指定席)
在来線・路線バス		102	2,340(在来線)
高速バス		15	2,000
徒歩・自転車等		133(うち、徒歩・自転車のみ利用 53)	0
合計		558 (回答数n=611) - (徒歩・自転車のみ利用 53)	2,477円 (人数を鑑み加重平均)

単価
2,477円



来訪者数 8.8万人
*P.51参照

217 (百万円)

注1：ガソリン代は1Lあたり150円、10km/Lで計算した。

注2：「DBJ 長岡花火アンケート」結果によると、長岡市からの来訪者における公共交通機関利用者数は限定的であり、自家用車で来訪の場合もガソリン代は限定的であるため、消費額「0円」とした。

注3：2025年6月、8月実施の「DBJ 長岡花火アンケート」結果の合計(2024年以前の来訪者および2025年来訪者対象)より算出

(補足) 経済波及効果の試算 【宿泊費】

金額 (円)	中央値 (円)	回答数 (n)	合計額 (円) <中央値×回答数>
1~10,000	5,000	19	95,000
10,001~20,000	15,000	17	255,000
20,001~30,000	25,000	14	350,000
30,001~40,000	35,000	7	245,000
40,001~50,000	45,000	5	225,000
50,001~60,000	55,000	2	110,000
60,001~70,000	65,000	1	65,000
70,001~80,000	75,000	3	225,000
80,001~90,000	85,000	1	85,000
90,001~100,000	95,000	5	475,000
100,001以上	117,500	4	470,000
合計		78	2,600,000

加重平均単価
33,333円

単価
33,333円



宿泊者数 4.3万人
*「DBJ 長岡花火アンケート」結果より、
県内有料宿泊施設への宿泊割合は全
体の12.6%。有料席販売数34万人の
12.6%で4.3万人と仮定)

1,433 (百万円)

(補足) 経済波及効果の試算 【外食費】

金額 (円)	中央値 (円)	回答数 (n)	合計額 (円) <中央値×回答数>
1~1,000	500	35	17,500
1,001~2,000	1,500	80	120,000
2,001~3,000	2,500	56	140,000
3,001~4,000	3,500	32	112,000
4,001~5,000	4,500	32	144,000
5,001~6,000	5,500	20	110,000
6,001~7,000	6,500	13	84,500
7,001~8,000	7,500	5	37,500
8,001~9,000	8,500	2	17,000
9,001~10,000	9,500	34	323,000
10,001以上	25,000	17	425,000
合計		326	1,530,500

加重平均単価
4,695円

$$\begin{array}{c} \text{単価} \\ 4,695\text{円} \end{array} \times \begin{array}{c} \text{有料席販売数} \\ 34\text{万人} \end{array} = \begin{array}{c} 1,596 \text{ (百万円)} \end{array}$$

注1：2025年8月実施（2025年来訪者対象）の「DBJ 長岡花火アンケート」結果より算出

注2：「外食費」にはスーパー・コンビニ等で購入した飲食費を含まない。

(補足) 経済波及効果の試算 【土産・買い物費】

金額 (円)	中央値 (円)	回答数 (n)	合計額 (円) <中央値×回答数>
1~1,000	500	28	14,000
1,001~2,000	1,500	59	88,500
2,001~3,000	2,500	55	137,500
3,001~4,000	3,500	33	115,500
4,001~5,000	4,500	31	139,500
5,001~6,000	5,500	26	143,000
6,001~7,000	6,500	11	71,500
7,001~8,000	7,500	9	67,500
8,001~9,000	8,500	9	76,500
9,001~10,000	9,500	33	313,500
10,001以上	20,000	12	240,000
合計		306	1,407,000

加重平均単価
4,598円

単価
4,598円



有料席販売数
34万人



1,563 (百万円)

(補足) 花火打ち上げ場所からの半径別の来訪者数 (ビッグデータ)

- Agoopによるビッグデータを参考に、花火打ち上げ場所から半径1km、2kmの来訪者数を居住地別に示すと、半径1km圏内には合計45.6万人、2km圏内には72.8万人が来訪したことがわかる。なお、半径1km圏内は有料観覧席+aをカバーする。
- KDDI Location Analyzer (以下、「KLA」) によるビッグデータから得られた花火2週間前 (夏休み期間かつ花火と同じ曜日である7/12-13) の来訪者数をもって、花火を観覧していない人数と仮定した。

Agoopによる半径別の来訪者数 (花火期間中)

(2025/8/2-3)

(単位：万人)

半径 (km)	全国				
		新潟県外	新潟県	長岡市除く 新潟県	長岡市
1	45.6	21.7	23.9	11.9	12.0
2	72.8	28.2	44.6	19.4	25.1

<使用したデータ (Agoop) について>

- 本分析では、株式会社Agoopが提供する人流マーケティングツール「マチレポ」を使用している。
- マチレポでは、アプリをインストールのうえ同意を得たユーザーからGPS位置情報を取得し、氏名等の個人情報は収集せず、さらにプライバシー保護として位置情報から個人が特定できないように秘匿化処理したデータを活用している。

KLAによる来訪者数 (花火2週間前)

(2025/7/12-13)

(単位：万人)

全国	新潟県外	新潟県		
			長岡市除く 新潟県	長岡市
7.9	0.3	7.5	2.2	5.3

- Agoopによる調査と集計方法は異なるが、およそ Agoopによる半径1km圏内に滞在した人数と一致する。
- 上記の人数を「花火を見ていない人数」と仮定した。

<使用したデータ (KLA) について>

- 本分析では、GPS位置情報ビッグデータ分析ツールとして、技研商事インターナショナル株式会社のKLAを使用している。
- KLAでは、KDDIがauスマートフォンユーザー同意のもとで取得し、誰の情報であるかわからない形式に加工した位置情報データおよび属性情報（性別・年齢層等）を活用している。属性情報は国勢調査等を基に拡大推計処理を実施している。

注：Agoopデータ、KLAデータともに、居住者・勤務者を含む15分以上の滞在者がカウントされる(同一人物が複数回来訪した場合、1日1回の来訪とカウント)。

出典：「Agoop マチレポ」、「KDDI Location Analyzer」より作成

(補足) 有料観覧席34万人の内訳

- 公式の有料観覧席販売数34万人における来訪地域別の内訳を求めるため、AgoopとKLAによるビッグデータを基に、「②有料観覧席で花火を見た層」と「③有料観覧席以外で花火を見た層」の比率を求めた。
- 「花火を（有料／有料以外にかかわらず）見た合計」に②の比率である90%を乗じることで、有料観覧席で花火を見た34万人のうち19.2万人が新潟県外からの来訪、8.8万人が長岡市を除く新潟県内からの来訪と仮定した。

有料観覧席34万人 居住地属性別の比率

(単位：万人)

		全国							
		新潟県外		新潟県		長岡市除く新潟県		長岡市	
花火を見た	①半径1km圏内の来訪者数(Agoopデータ)	比率	45.6	21.7	23.9	11.9	12.0		
	②有料観覧席で見た	⑥90% *④/⑤	④34.0 *公式チケット販売数 *⑧×⑥	19.2	14.8 *⑨×⑥	8.8 *⑩×⑥	6.0 *⑪×⑥		
花火を見た	③有料観覧席以外で見た *①-(②+⑤)	10%	3.8	2.1	1.6	1.0	0.7		
	花火を見た 合計 *②+③	100%	⑤37.8	⑧21.4	⑨16.4	⑩9.7	⑪6.7		
⑤花火を見ていない (KLAデータ)			7.9	0.3	7.5	2.2	5.3		

注1：四捨五入の関係から合計欄が必ずしも一致しない場合がある。

注2：Agoopデータ、KLAデータともに、居住者・勤務者を含む15分以上の滞在者がカウントされる(同一人物が複数回来訪した場合、1日1回の来訪とカウント)。

出典：「Agoop マチレポ」、「KDDI Location Analyzer」より作成

(補足) 拡大推計57.6万人の算出方法

- 下表「半径2km圏内の来訪者数」には、有料観覧席以外のエリアも含まれることから、長岡市内居住者を中心として、花火を見ていないもののカウントされた人数が一定数いるとみられる。そこで、有料観覧席+aをカバーする「半径1km圏内の来訪者数」およびP.51で算出された「花火を見た」人数を基に、「新潟県外／長岡市を除く新潟県／長岡市」それぞれの地域別での「花火を見た」層の比率を求めた。
- 地域別の比率を基に、有料観覧席以外での観覧者を含めた来訪者を試算すると、57.6万人となった。

有料観覧席以外での観覧者を含む 地域別の来訪者数（試算）

(単位：万人)

	合計	新潟県外		長岡市除く 新潟県		長岡市	
		比率		比率		比率	
半径1km圏内の来訪者数(Agoopデータ)		①21.7		④11.9		⑦12.0	
半径2km圏内の来訪者数(Agoopデータ)		②28.2		⑤19.4		⑧25.1	
花火を見た(P.51より)		③21.4	99% *③/①	⑥9.7	82% *⑥/④	⑨6.7	55% *⑨/⑦
花火を見ていない(KLAデータ)		0.3	1%	2.2	18%	5.3	45%
拡大推計	57.6	27.8 *②×99%		15.9 *⑤×82%		13.9 *⑧×55%	

注1：四捨五入の関係から合計欄が必ずしも一致しない場合がある。

52

注2：Agoopデータ、KLAデータとともに、居住者・勤務者を含む15分以上の滞在者がカウントされる(同一人物が複数回来訪した場合、1日1回の来訪とカウント)。

出典：「Agoop マチレポ」、「KDDI Location Analyzer」より作成

お問い合わせ先

ご質問、ご相談等がございましたら、何なりと下記連絡先にお問い合わせください。

連絡先、関連サイト

株式会社日本政策投資銀行 新潟支店 企画調査課

TEL : 025-229-0711 e-mail : grp_kikaku@dbj.jp

URL : <https://www.dbj.jp/co/info/branchnews/niigata/>

一般財団法人長岡花火財団

URL : <https://nagaokamatsuri.com/>

著作権 (C) Nagaoka Fireworks Foundation & Development Bank of Japan Inc. 2026
当資料は、株式会社日本政策投資銀行（DBJ）により作成されたものです。

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引などを勧誘するものではありません。本資料は当行が信頼に足ると判断した情報に基づいて作成されていますが、当社はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しましては、ご自身のご判断でなされますようお願いいたします。

本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料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ので、当行までご連絡ください。著作権法の定めに従い引用・転載・複製する際には、必ず『出所：日本政策投資銀行』と明記してください。