

## 地域の主催者と共同で企画を考え、 花火で地域のブランド化を支援する 日本唯一の煙火店



### 株式会社 ワキノアートファクトリー

地域とコラボするシステム化された  
生産・準備・打上げ煙火店



関門海峡花火大会 フォトコンテスト 2018  
「関・門・響・宴」 舊谷 典子氏

### ハード・ソフト両面でオンリーワン

ワキノアートファクトリーはハード・ソフトの両面で特徴的な要素を持っている煙火店（花火屋）である。ハード面においてはコンピュータ打上げシステムによって音楽とのシンクロ花火を演出しているほか、打上げ花火の準備を現場ではなく、極力工場で行なうシステムを導入している。現在でも職人的気質が残る花火の世界でここまでシステム化を徹底させているのは、ワキノアートファクトリー以外にないと言われるほどである。ちなみに、打上げ花火の準備を極力工場で行なうことで、打上げ当日の現場の作業は大幅に削られ、従来30人必要だったスタッフは5人で済むようになっている。作業効率においてかなりの効果を生み出している。

一方、ソフト面では地域の花火大会を主催者とともにゼロからつくっていく全国的にも稀有な取組みを行なっている。一般に地域の花火大会では主催者から花火屋に業務委託契約がなされ、その契約内容、具体的には打上げ本数、時間、契約金額などに沿って花火屋が企画・演出を決めていく。つまり、主催者は花火そのものの企画・演出にはあまり関与しないのである。そんな中で、ワキノアートファクトリーでは、地域それぞれの特色や思いを取り込みながら、主催者を巻き込みながら、花火そのものの企画・演出を決めていくという手間ひまのかかる手法をとっているのである。

では、なぜワキノアートファクトリーはこのようなハード・ソ



仕掛け準備工室

| 企業概要 |                                       | DATA |
|------|---------------------------------------|------|
| 企業名  | 株式会社 ワキノアートファクトリー                     |      |
| 代表者  | 脇野 正裕                                 |      |
| 所在地  | 北九州市小倉南区大字呼野601-12                    |      |
| TEL  | 093-451-2500                          |      |
| FAX  | 093-451-2700                          |      |
| 資本金  | 3,000万円                               |      |
| 創業   | 1953年                                 |      |
| 従業員数 | 18名                                   |      |
| 事業内容 | 煙火製造・販売、打上花火の製造・消費・販売、発煙筒・信号炎管販売代理店業務 |      |
| URL  | http://wakinoartfactory.upper.jp      |      |

フトの両面で独特のスタンスを採るようになったのだろうか。これまでの経緯を追ってみよう。

### テーマパークの花火ショーで蓄積したノウハウ

ワキノアートファクトリーの前身である脇野煙火商会は1953年に創業（2003年にワキノアートファクトリーへ社名変更）。創業からしばらくは北九州周辺の花火大会を主な仕事とする職人数人の小さな花火屋であった。その小さな花火屋にとって大きな転機となったのが、現在の会長である脇野佑一氏が社長に就任した1987年からの数年である。佑一氏は新しい花火の可能性を模索した結果、アメリカのテーマパークのエンターテインメントショーとしての花火、すなわちレーザーや音響を駆使した花火ショーに着目した。そこで、佑一氏はわが国においてもテーマパーク・ブームが訪れていることを鑑み、いち早くエンターテインメントとしての花火ショーの準備をはじめたのである。その結果、1990年に北九州市に開業したスペースワールドや1992年に佐世保市に開業したハウステンボスで採用されるに到る。

実は、テーマパークの花火ショーを担うことは、自ずとアメリカのコンピュータ打上げシステムを習得することでもあった。つまり、テーマパークの花火ショーによって、ワキノアートファクトリーはシステム化、さらに言えば効率化のプロセスを歩んでいくことになったのである。

### 地域の花火大会を救う音楽花火

テーマパークの花火ショーは従来の花火大会と様々な面で異なるものである。まず、観客からすれば従来の花火大会は夏の風物詩であるがゆえに、季節は夏であることが前提である。また、地域の一大行事であるため観覧料など費用の発生するものではない。しかし、テーマパークの花火ショーは夏以外でも新年カウントダウンなど一年を通して実施されるものとなる。そして、テーマパーク内で実施されることで入場料というコストが発生するものとなる。そのため、観客の求める花火ショーの水準は高まっていく。つまり、従来のように花火職人の技（わざ）を見せることだけでは納得してもらえなるのである。ゆえに、ワキノアートファクトリーでは様々な創意工夫によりエンターテインメントとしての音楽花火に磨きをかけていった。

テーマパークの花火ショーの経験は、地域の花火大会でもシナジー効果を生み出すことになる。景気低迷が続く



代表取締役社長

脇野 正裕 氏

1970年北九州生まれ。  
「すべての社員が誇りと安心をもって働ける会社の確立」「活力ある社会発展の為、新たな感動と新しい価値の創造」を理念として2007年代表取締役社長就任。業界でもいち早く1992年よりコンピュータでの花火点火を導入し、花火と音楽が融合した音楽花火ショーを展開する。2011年に北九州大学大学院に入学「マネジメント研究科を専攻し、今後の花火の社会的価値を探索。卒業後、花火と地域との共通価値の創造を目指し、今までとは異なった、その地域のならではの花火大会を地域の人たちと一緒に創り上げ、地域の差別化、活性化を目指す。また、社員育成にも力を注ぎ、日本一働きやすい花火の職場環境づくりを目指している。

中、協賛金が集まらず地域の花火大会の運営が厳しくなった時に、桟敷席を設置するのは常套手段の一つであるが、ワキノアートファクトリーでは、その桟敷席を売るために音楽花火の提案をしている。なぜなら、音楽と花火のコラボを目の前で楽しめるがゆえに桟敷席は売れるからである。また、企業スポンサーを募った音楽花火（例えば、企業のCMソングに合わせて花火をあげる）なども提案している。このような取組みによって地域の花火大会の収益性は確保されるのである。そんな地域の花火大会の代表例が実は関門海峡花火大会である。

このような経験から、現社長の脇野正裕氏は地域づくりに貢献するのも花火屋の仕事であることに気付き、地域活性化のための新たな花火イベントや復活させる花火大会（例えば、フェスと花火のコラボを実現した宗像フェスやかんだ港まつり花火大会など）に積極的に関わっている。そして、様々な地域の花火大会において、ビジネスとしての「経済価値」と地域づくりとしての「社会価値」を同時に生み出すことに挑戦しているのである。



関門海峡花火大会  
フォトコンテスト 2018  
関門海峡花火大会実行委員長賞  
「跳ね橋と共に花開く」  
田中 幸江氏

### 経営者と触れて

脇野正裕社長は2面性を持った経営者である。コンピュータ打上げシステムの導入など効率化に積極性を見せる一方で、地域づくりのために少々コストを度外視してでも新しい花火大会や花火イベントに係っている。つまり、中長期的視点からの生産性（efficiency）と有効性（effectiveness）、加えて経済性と社会性のバランスがとれた経営者といえる。