

# 2021年 イベント産業規模推計

2022年6月

一般社団法人日本イベント産業振興協会

## 1. はじめに

一般社団法人日本イベント産業振興協会（会長 石井直 以下 JACE）は、本年度もイベント産業の規模を推計いたしました。

この推計は、これまで「日本の広告費」（電通調べ）における「展示・映像」分野の推計などの類似の調査結果がありましたが、JACE ではイベントに関わる業界団体としての立場から＜イベント産業の個別のデータを積み上げる＞ことを基本に様々な調査・分析手法を用いてイベント産業の規模を推計したものです。

このようなカタチでのイベント産業推計は、2018 年の推計値を発表したものが日本初でしたが、翌年以降、イベント産業規模の精度をより高めるために、推計方法に改善を加えながらとりまとめております。新型コロナウイルス感染症で業界は揺れ動いていますが、イベント産業の健全な発展に少しでも寄与するものになれば、幸いです。

## 2. 調査概要

調査主体 : 一般社団法人日本イベント産業振興協会（JACE）

調査機関 : 株式会社電通 電通メディアイノベーションラボ  
株式会社メディア開発綜研

調査対象・手法 : 以下の調査に基づき、推計作業を実施

- ① 主要なイベント関連企業へのヒアリング調査
- ② 下記データを組み合わせて分析のうえ推計
  - ・ 各種公的統計資料
  - ・ 関連業界発表統計資料
  - ・ 企業有価証券報告書（IR）、及び商用 DB
  - ・ その他発表資料及び参考資料

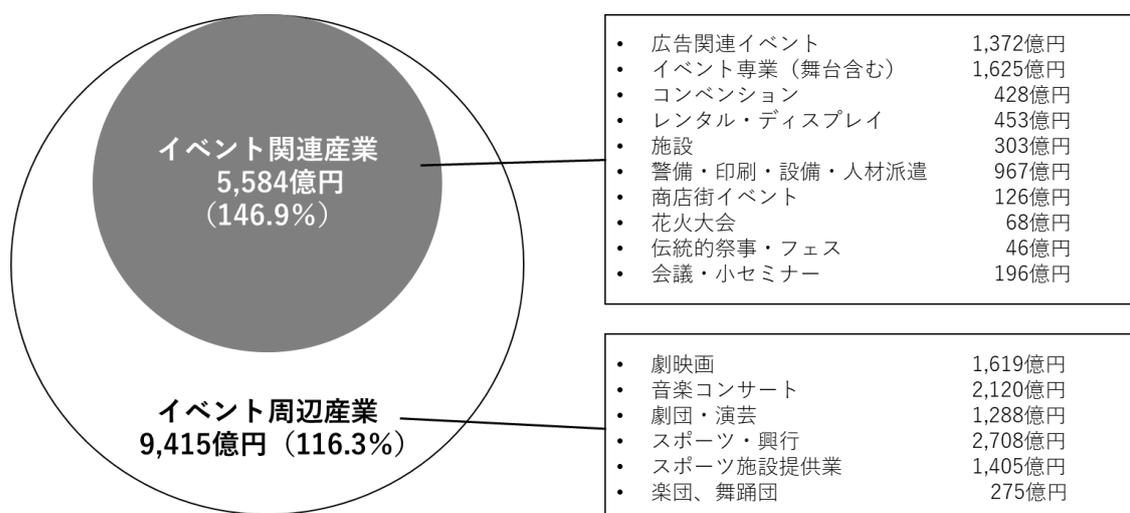
### 3. 調査結果概要

2021年のイベント関連産業の産業規模は、5,584億円、前年比146.9%、イベント周辺産業まで含めると合計1兆4,999億円、前年比126.1%となり、新型コロナウイルス感染症流行前の2019年と比較して、約6割近く回復した。

2020年のイベント産業は、2月に顕在化した新型コロナウイルス感染症が拡大する中で前年比44.4%と大打撃を受けた。展示会・見本市の中止・縮小・規制、コンベンションの中止及びオンライン化、花火大会・伝統的祭事の中止、広告・販促イベントの取りやめ、マラソン大会の延期などが目立った。また、映画、コンサート、演劇も長期にわたり常設館そのものが閉館し、オープン後も入場規制が行われ、さらにプロスポーツにおいても入場規制があり、売上は半減以下となった。

2021年は新型コロナウイルス感染症の終息が期待され、実際に多くのイベントが再開された結果、入場規制・縮小の継続や秋口からの第三波、オミクロン株による第四波の影響は未だ大きかったものの、2019年と比較して56.0%と約6割まで回復した。なお、2021年は1年延期となった2020東京オリンピック・パラリンピック競技大会が、原則無観客ではあったが開催され、好評の内に閉幕した。また、中東・アフリカで初めて開催された2020年ドバイ国際博覧会（1年延期）も無事に閉会し、2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）への期待が膨らんだ。

2021年イベント産業規模推計 1兆4,999億円（前年比126.1%）



## 4. 調査結果報告

### (1) イベント産業の分類

イベント産業の各セグメントに対するヒアリングや文献調査などを実施し、イベント業界構造やイベント個別の業務構造の分析や受発注構造の分析など産業連関を精査した結果、「広告関連イベント」「イベント專業（舞台を含む）」「コンベンション」「レンタル・ディスプレイ」「施設」「警備・印刷・設備・人材派遣」「商店街イベント」「花火大会」「伝統的祭事・フェス」「会議・小セミナー」を「イベント関連産業」として分類した。

また、「劇映画」「音楽コンサート」「劇団・演芸」「スポーツ・興行」「スポーツ施設提供業」「楽団、舞踊団」などの興行系が中心となるイベントは、上記の「イベント関連産業」とは収入構造が異なること、また、各業界団体から詳細な報告が出されているものが多いことから、「イベント関連産業」とは切り離し、「イベント周辺産業」として分類した。

なお、コロナ感染症対策の一環として、コンベンションやセミナーの大部分がオンラインで開催され、イベントのニューノーマルとして定着している。このようなオンラインによるイベントも、特定の時間、特定の場所という共時性、目的を持っているので、イベントの一環と捉え、集計に加えている。

### (2) 各セグメントの分析方法

#### ① イベント関連産業

- ・「広告関連イベント」「イベント專業」「コンベンション」「レンタル・ディスプレイ」「施設」の各セグメントについては、各セグメントの上位または大手企業の売上げを公表されている財務データおよびアンケート、業界誌などの記事、ヒアリングで把握し、各セグメントの主要または大手企業のシェアから、業界全体を推定した。これらのセグメントは他業界の業界構造などの比較検討を通してパレート最適分布を示すことがわかっており、ジフ法則を適用してセグメント全体の市場規模を推計した。また、マクロ統計として「特定サービス産業動態統計調査」をもとに、推定数字の妥当性を検証した。この際、セグメント間の商流から売上げが重複する場合もあるが、その付加価値計算は行っていない。
- ・「警備・印刷・設備・人材派遣」については、イベントを主業としている業界ではないため、各種資料やヒアリング等から、売上げの中のイベントに関わる部分を推計した。

- ・「商店街イベント」「花火大会」「伝統的行事・フェス」に関しては「商店街実態調査」などの各種資料やヒアリングをもとに、それぞれの実施件数や、収入・支出構造、イベント一つあたりの平均予算規模などから推計した。

なお、「商店街イベント」については、2020年の推計以降に、さらに商店街への調査を深めた結果に基づいて、商店街1か所当たりで年間実施されるイベントの想定開催回数(大小様々なものを含めて)をより実態に即して見直しを行い、その算出方法に基づいて、2019年、2020年の数値も遡って修正した。

## ② イベント周辺産業

- ・「劇映画」「音楽コンサート」「劇団・演芸」「スポーツ・興行」「楽団、舞踊団」については、各セグメントの業界データや公的なデータが従来から整備されており、業界団体の公表数字、および主要企業の売上げデータなどから推計した。

なお、イベント産業規模推計の算出にあたっては、直接費（イベント費用）のみを取り扱っており、その経済波及効果は含んでいない。また、対象事業者が取り扱うオンラインでのイベント開催の売上げも対象に含めている。

### (3) 各セグメントの産業規模分析詳細

(単位:億円)

	2019年 (コロナ禍前)	2020年	2021年	2020年比 (前年比)	2019年比 (コロナ禍前比)
広告関連イベント	2,217	1,064	1,372	128.9%	61.9%
イベント專業	2,031	955	1,625	170.2%	80.0%
コンベンション	713	230	428	186.1%	60.0%
レンタル・ディスプレイ	586	275	453	164.7%	77.3%
施設	452	262	303	115.6%	67.0%
警備・印刷・設備・人材派遣	1,382	760	967	127.2%	70.0%
商店街イベント	1,260	63	126	200.0%	10.0%
花火大会	450	40	68	170.0%	15.1%
伝統的催事・フェス	220	25	46	184.0%	20.9%
会議・小セミナー	280	126	196	155.6%	70.0%
イベント関連産業 小計	9,591	3,800	5,584	146.9%	58.2%
劇映画	3,261	1,433	1,619	113.0%	49.6%
音楽コンサート	4,712	1,743	2,120	121.6%	45.0%
劇団・演芸	2,862	801	1,288	160.8%	45.0%
スポーツ・興行	3,726	2,236	2,708	121.1%	72.7%
スポーツ施設提供業	2,125	1,700	1,405	82.6%	66.1%
楽団・舞踊団	508	183	275	150.3%	54.1%
イベント周辺産業 小計	17,194	8,096	9,415	116.3%	54.8%
総計	26,785	11,896	14,999	126.1%	56.0%

### <イベント関連産業>

- 「広告関連イベント」に関しては、2020 東京オリンピック・パラリンピック競技大会を中心に伸長（オリンピック売上の一部は 2020 年計上のものもあり）。一方、アマチュアスポーツ関連は東京マラソン 2021 に見られるように延期・中止が目立つ。主力の広告・販促イベントは 2020 年と比較して 2~3 割伸長し、2019 年と比較すると、6 割まで回復した。
- 「イベント専業（舞台含む）」に関しては、前年比 170%、コロナ禍前の 2019 年と比較しても 8 割まで回復した。内訳をみると、スポーツ関連イベントの売上が増加。一方で、展示会・見本市の売上は小幅な伸びに留まった。
- 「コンベンション」に関しては、2020 年は前年比 32%とコロナ禍の影響を大きく受けたが、2021 年は国際的学会も再開されるなど、前年比 186%とほぼ倍増、コロナ禍前の 2019 年と比較しても 6 割まで回復した。なお、実施形態としてはオンラインによる開催が多くみられた。
- 「レンタル・ディスプレイ」に関しては、スポーツ大会の中止・延期、花火大会の中止、伝統的祭事の中止・縮小などのマイナス要因がありながらも、コロナ関連のワクチン接種会場設営による特需もあり、前年比 165%、コロナ禍前の 2019 年と比較しても 8 割近く回復した。AV 機器レンタルは 2020 東京オリンピック・パラリンピック競技大会による需要増加があった一方で、コンサート需要は減少と異なる結果となり、コンサート・舞台関連は前年と比較して伸長したものの、2019 年ほどの回復には至らなかった。
- 「施設」に関しては、自治体と密接な関係にあるイベント会場ではコロナ規制が継続され、また、施設によっては半値割引等も見られた。2020 年と比較すると倍増し、2019 年の 6 割まで復調した。
- 「警備・印刷・設備・人材派遣」に関しては、展示会・見本市、コンサート、マラソン大会・花火大会など警備需要が大きいイベントは 2021 年も低迷したものの、総じて 2021 年は開催件数が増加に転じたため、3 割程度の伸長、コロナ禍前の 2019 年と比較しても 7 割まで回復した。ただし、イベント人材派遣は展示会・見本市の縮小で低迷している。
- 「商店街イベント」に関しては、法人格を持った商店街が自治体からの補助金を活用して行われることが多いが、新型コロナウイルス感染を恐れる自治体などから実質的なイベント中止要請が出ることが多く、2021 年もコロナ禍前の 1 割と、2020 年に続きほぼ全面中止に近い状況だった
- 「花火大会」は、コロナ禍前の 2019 年の 15%にとどまった。花火大会は観光振興、地元コミュニティの活性化など様々な需要で行われ、花火技術の進化、複雑な花火開発により、全国で 1000 件以上、直接支出規模で億円単位のもの

が数十存在していたが、2021年も2020年に引き続いて8割以上の花火大会が中止になった。これは自治体などの行政が、大規模集客を懸念して中止・延期しているところが多いと推察される。

- 「伝統的祭事・フェス」に関しては、コロナ禍前の2019年の2割にとどまった。季節行事としてのお祭り、寺社主催のお祭り、さらに観光資源や地方のアイデンティティ増大など様々な目的をもって企画され、集客的には数十万人、百万人と最も大きな規模を持つイベントであるが、こちらも引き続き中止・延期が多かった。
  - 「会議・小セミナー」に関しては、前年比156%、コロナ禍前の2019年の7割まで回復している。ただし、そのほとんどがオンライン、ネットに移行している。
- その他、イベントにおいてもオンライン化が急速に浸透し、大手イベント会社が相次いでバーチャルスタジオを設立、ネット対応要員を募集している。展示会・見本市のようなリアルを主体としたイベントでも、ITを利用した企業の進出が目立ち、イベント運営をアプリ面から開発支援するソフトウェア会社やリアルイベントとオンラインイベントを組み合わせた会社も出てきている。
- 2021年に開幕したドバイ万博ではARやアバターなどネット、オンラインが展示の主役になるなど、IT・ソフトウェア業のイベント進出も今後より活発化すると考えられる。なお、今回はこの部分のデータは算出していない。

#### <イベント周辺産業>

- 「劇映画」「音楽コンサート」「劇団・演芸」「スポーツ・興行」「楽団・舞踊団」については、各セグメントの業界データや公的データが従来から整備されており、業界団体の公表数字、および主要企業の売上データなどから推計した。

2020年に前年比3割から4割に大きく落ち込んだ「劇映画」「音楽コンサート」「劇団・演芸」「楽団・舞踊団」は、前年比で2桁に伸長（特に「劇団・演芸」「楽団・舞踊団」は1.5倍に伸長）したが、コロナ禍2019年と比較すると5割前後の回復にとどまった。

一方、「スポーツ・興行」「スポーツ施設提供業」は、2020年の前年比の落ち込みは6割から8割にとどまっていたが、2021年は大きな伸びにはならなかったものの、コロナ禍前の2019年比で7割前後まで復調した。

以上