

2022年 イベント産業規模推計

2023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。

このような形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対応を契機に、様々な新たな取り組みが行われている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

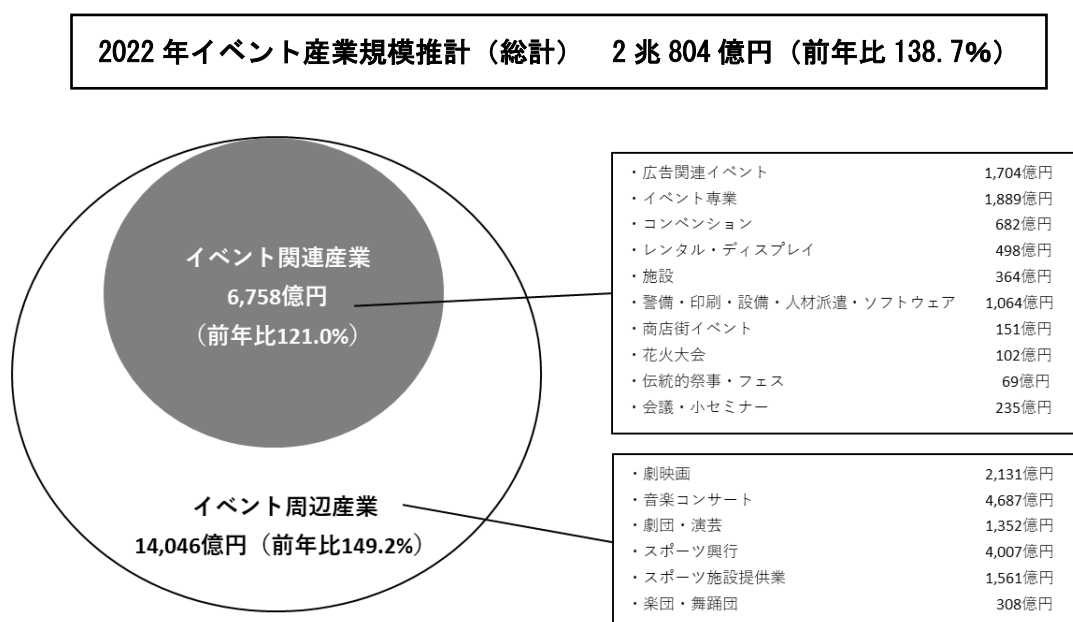
調査対象・手法 : 以下の調査に基づき、推計作業を実施

- 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（経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」他）
 - ・ イベント関連業界発表統計資料
 - ・ 電通『日本の広告費』
 - ・ 企業有価証券報告書及び IR
 - ・ 商用 DB（東京商工リサーチ、帝国データバンク）
 - ・ その他発表資料及び参考資料
- ③ 有価証券・公表資料で売上分離できるものは分離（例：売上 50 億円＝貸しビル 40 億円+イベント会場 10 億円の場合、イベント会場 10 億円を取る）

3. 調査結果概要

2022年のイベント関連産業の産業規模は、6,758億円、前年比121.0%、イベント周辺産業までを含めると2兆804億円、前年比138.7%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8割まで回復した。

2022年のイベント関連産業の産業規模は6,758億円（前年比121.0%）、イベント周辺産業は14,046億円（前年比149.2%）となり、あわせてイベント産業全体の産業規模は2兆804億円（前年比138.7%）となった。



2020年2月に顕在化した新型コロナウイルス感染症（以下コロナ禍）は、人の移動を中心に形成されているイベント業界を直撃し、展示会・見本市、コンベンション、スポーツ大会などの様々なイベントが中止・縮小・規制・延期となり、イベント産業は前年比44.4%と大打撃を被った。

2021年、イベントの多くは入場制限等の制限付きで再開されたものの、度重なるコロナ流行の波による影響も色濃く残り、コロナ禍以前の2019年と比較しても56.0%と約6割の回復にとどまった。ただし、その中でもオンラインの活用など新しい演出・展示方法を取り入れたこれまでにないスタイルのイベントの萌芽が見られた。

そして、2022年は第6波（1～3月）、第7波（7～9月）により感染者数が増加したが、オミクロン株対応のコロナワクチン接種が進み、被害は限定的となり、イベント関連の規制も緩和あるいは撤廃されるに至り、また新たなイベント手法の活用もあいまって、コロナ禍以前の2019年と比較して約8割まで復調した。コロナ禍の収束や経済活動の本格的な回復に伴って、イベント産業の完全回復への期待が膨らんでいる。

（単位：億円）

	2019年	2020年	2021年	2022年
イベント関連産業 小計	9,591	3,800	5,584	6,758
		(39.6%)	(58.2%)	(70.5%)
イベント周辺産業 小計	17,194	8,096	9,415	14,046
		(47.1%)	(54.8%)	(81.7%)
総計	26,785	11,896	14,999	20,804
		(44.4%)	(56.0%)	(77.7%)

（ ）は2019年比

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」「イベント専業（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・ソフトウェア」「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。

(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」「イベント専業」「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を、公表されている財務データおよびアンケート、業界紙などの記事、ヒアリング等で把握し、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分かっており、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、マクロ統計として経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」を元に、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・ソフトウェア」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、売上の中のイベントに関わる部分を推計した。また、イベントのオンライン化に伴う、イベント関連のソフトウェア開発が顕著になっていることから、この領域にイベント関連のソフトウェア開発・運営費を加えることとした。
- ・ 「商店街イベント」「花火大会」「伝統的祭事・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、イベント一つ当たりの平均予算規模などから推計した。

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。

なお、イベント産業規模推計の算出に当たっては、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めていない。

（3）各セグメントの2022年概況

（単位：億円）

	2019年 (コロナ禍前)	2020年	2021年	2022年	前年比(%)	2019年比 (%)
広告関連イベント	2,217	1,064	1,372	1,704	124.2	76.9
イベント專業	2,031	955	1,625	1,889	116.2	93.0
コンベンション	713	230	428	682	159.3	95.7
レンタル・ディスプレイ	586	275	453	498	109.9	85.0
施設	452	262	303	364	120.1	80.5
警備・印刷・設備・人材派遣・ ソフトウェア	1,382	760	967	1,064	110.0	77.0
商店街イベント	1,260	63	126	151	119.8	12.0
花火大会	450	40	68	102	150.0	22.7
伝統的祭事・フェス	220	25	46	69	150.0	31.4
会議・小セミナー	280	126	196	235	119.9	83.9
イベント関連産業 小計	9,591	3,800	5,584	6,758	121.0	70.5
劇映画	3,261	1,433	1,619	2,131	131.6	65.3
音楽コンサート	4,712	1,743	2,120	4,687	221.1	99.5
劇団・演芸	2,862	801	1,288	1,352	105.0	47.2
スポーツ興行	3,726	2,236	2,708	4,007	148.0	107.5
スポーツ施設提供業	2,125	1,700	1,405	1,561	111.1	73.5
楽団・舞踊団	508	183	275	308	112.0	60.6
イベント周辺産業 小計	17,194	8,096	9,415	14,046	149.2	81.7
総計	26,785	11,896	14,999	20,804	138.7	77.7

<イベント関連産業>

- BtoB、BtoC の販促イベントなど主に広告代理店が扱うイベントである「広告関連イベント」は、コロナの影響で 2021 年までオンライン開催あるいは中止を余儀なくされていた展示会・見本市の多くが、2022 年はリアル開催され（ハイブリッド開催含む）、2022 年はオリンピック特需のあった 2021 年からさらに 124.2%に伸長し、2019 年比では 76.9%とコロナ前の水準の 8 割程度まで復調した。
- イベント専門企業が行うイベントである「イベント専門」は、展示会・見本市、スポーツイベント等の本格的再開により、2022 年は前年比 116.2%、2019 年比 93.0%まで回復した。
- サミットのような政府系の大規模国際会議から業界団体、学会まで多彩な広がりを見せる「コンベンション」は、コロナ禍初期の 2020 年は MICE が大きく減少したものの、その後はオンライン開催やハイブリッド開催等でそれなりの開催件数が維持されている。オンライン化で 1 件当たりの売上は減少傾向にあるものの、大手 MICE 会社は各種翻訳サービスが売上げを補完していることなどから、2022 年は前年比 159.3%に大幅に伸長、2019 年比でも 95.7%と、ほぼコロナ前の水準まで回復した。
- イベントにおける展示用什器などの会場設営用品、映像機材や屋外イベントのステージ、テント、トレーラーボックスなどの貸出し、展示会における展示ブースの企画・演出、施工管理、運営などの「レンタル・ディスプレイ」は、2022 年はスポーツ大会、花火大会、伝統的祭事等を含め、多くのイベントが規模縮小ながらもリアル開催されたため、前年比 109.9%に伸長、2019 年と比べても 85.0%まで回復した。
- 大規模イベント会場施設のイベントへの会場貸出し費・管理運営費などの「施設」は、2022 年は東名阪の展示場の稼働率がほぼ 2019 年並みに戻りつつあることから、前年比 120.1%、2019 年比 80.5%まで回復した。
- 「警備・印刷・設備・人材派遣・ソフトウェア」に関しては、警備需要が特に大きい展示会・見本市、コンサート、マラソン大会・花火大会等の本格的再開により、前年比 110.0%、2019 年比 77.0%と約 8 割まで回復した。
- 「商店街イベント」については、全国 4,800 の商店街が行ってきた年間数度の販促キャンペーン、および自治体で予算措置がとられている観光振興イベント（例：B 級グルメ、アニメ聖地巡り）ともに、そのほとんどがコロナ禍で自粛に追い込まれた。2022 年は前年より増加したものの、2019 年比 12.0%にとどまった。
- 観光振興、地元コミュニティの活性化などの目的で行われてきた「花火大会」は、花火技術の進化・複雑化などを背景に、全国 1,000 か所以上、直接支出

が億単位のものも数十件存在していたが、コロナ禍の影響で 2020 年、2021 年とほとんどの花火大会が中止に追い込まれた。2022 年もコロナ感染への懸念から、引き続き中止、あるいは打ち上げ数を減らして実施したところが多く、前年比 150.0%に伸長したものの、2019 年比 22.7%にとどまった。

- 季節行事、寺社行事などの「伝統的祭事・フェス」は、観光資源や地方のアイデンティティ増大を目的に行われ、集客的には数十万人から百万人規模を持つものも多かったが、その多くはコロナ禍で中止を余儀なくされた。2022 年は再開されたものが多かったものの、特に自治体が絡むイベントを中心に規模縮小が目立ち、2019 年比 31.4%にとどまった。
- 中小規模の学会、会議、業界セミナー、展示会・見本市に付随するセミナー・シンポジウムなどの「会議・小セミナー」は、オンライン開催またはハイブリッド開催が主流となって定着しており、2022 年は 2019 年比 83.9%まで回復した。

<イベント周辺産業>

- 「音楽コンサート」は、前年比 2 倍超に伸長し、ほぼコロナ禍前の水準まで復調した。一方、「劇映画」「楽団・舞踊団」はいずれも前年比 2 桁の伸長を見せたものの、コロナ禍前と比較すると 6 割から 7 割程度の回復にとどまっている。
- 「スポーツ興行」は、前年比 148.0%と伸長し、コロナ禍前と比較しても 107.5%と完全に復調した。「スポーツ施設提供業」は、前年比 2 桁伸長し、コロナ禍前の 7 割強まで復調した。