

# 2023年 イベント産業規模推計

2024年6月14日

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 メディアイノベーションラボ  
株式会社メディア開発総研

調査対象・手法 : 以下の調査に基づき、推計作業を実施

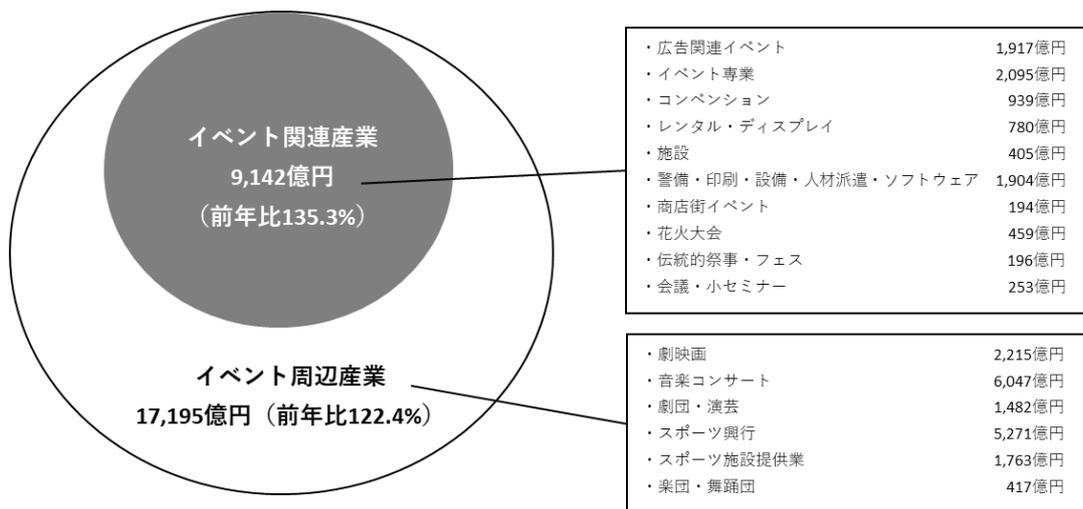
- ① 主要なイベント関連企業へのヒアリング調査
- ② 下記データを組み合わせて分析のうえ推計
  - ・ 各種公的統計資料（経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」他）
  - ・ イベント関連業界発表統計資料
  - ・ 電通『日本の広告費』
  - ・ 企業有価証券報告書及び IR
  - ・ 商用 DB（東京商工リサーチ、帝国データバンク）
  - ・ その他発表資料及び参考資料
- ③ 有価証券・公表資料で売上分離できるものは分離（例：売上 50 億円＝貸しビル 40 億円+イベント会場 10 億円の場合、イベント会場 10 億円を取る）

### 3. 調査結果概要

**2023年のイベント関連産業の産業規模は、9,142億円、前年比135.3%、イベント周辺産業までを含めると2兆6,337億円、前年比126.6%となり、新型コロナウイルス感染症流行前（2019年）とほぼ同じ水準に回復した。**

2023年のイベント関連産業の産業規模は9,142億円（前年比135.3%）、イベント周辺産業は17,195億円（前年比122.4%）となり、あわせてイベント産業全体の産業規模は2兆6,337億円（前年比126.6%）となった。

**2023年イベント産業規模推計（総計） 2兆6,337億円（前年比126.6%）**



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、人の移動を中心とするイベント業界を直撃した。様々なイベントが中止・規模縮小・延期となり、イベント産業は前年比45.5%と大打撃を被った。

2021年、入場制限等の制限付きで多くのリアルイベントが再開されたものの、度重なるコロナ流行の波もあり、2019年比57.4%の回復にとどまった。一方、コロナ禍で普及が進んだオンラインイベントはイベント参加者の裾野を拡大させたほか、便利なイベント管理システム（SaaS）の登場でイベント主催のハードルを下げる効果もあった。

2022年も第6波、第7波と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、被害は限定的となった。これに伴い、イベント関連の規制も段階的に緩和・撤廃された。また、新たなイベント手法の活用もあいまって、2019年比約8割まで復調した。

2023年5月、新型コロナウイルスの位置づけが2類（結核・SARS等）から5類（季節性インフルエンザ等）に変わり、それまで規模縮小を余儀なくされていたイベントの多くがコロナ前とほぼ同形式の開催に踏み切った。また、花火大会や伝統的祭事など、再開が遅れていたジャンルのイベントも続々と再開した。コロナ禍における価値観の変化を反映しつつ、市場規模としては2019年比100.8%と、コロナ禍前とほぼ同じ水準に回復した。

(単位：億円)

	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
イベント関連産業 小計	9,591	3,800	5,584	6,758	9,142
		(39.6%)	(58.2%)	(70.5%)	(95.3%)
イベント周辺産業 小計	16,545	8,096	9,415	14,046	17,195
		(48.9%)	(56.9%)	(84.9%)	(103.9%)
総計	26,136	11,896	14,999	20,804	26,337
		(45.5%)	(57.4%)	(79.6%)	(100.8%)

( ) 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・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・運営費の加えることとした。
- ・ 「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 2023 年概況

（単位：億円）

	2019年 (コロナ禍前)	2020年	2021年	2022年	2023年	前年比(%)	2019年比 (%)
広告関連イベント	2,217	1,064	1,372	1,704	<b>1,917</b>	112.5	86.5
イベント專業	2,031	955	1,625	1,889	<b>2,095</b>	110.9	103.2
コンベンション	713	230	428	682	<b>939</b>	137.7	131.7
レンタル・ディスプレイ	586	275	453	498	<b>780</b>	156.6	133.1
施設	452	262	303	364	<b>405</b>	111.3	89.6
警備・印刷・設備・人材派遣・ソフトウェア	1,382	760	967	1,064	<b>1,904</b>	178.9	137.8
商店街イベント	1,260	63	126	151	<b>194</b>	128.5	15.4
花火大会	450	40	68	102	<b>459</b>	450.0	102.0
伝統的祭事・フェス	220	25	46	69	<b>196</b>	284.1	89.1
会議・小セミナー	280	126	196	235	<b>253</b>	107.7	90.4
<b>イベント関連産業 小計</b>	<b>9,591</b>	<b>3,800</b>	<b>5,584</b>	<b>6,758</b>	<b>9,142</b>	<b>135.3</b>	<b>95.3</b>
劇映画	2,612	1,433	1,619	2,131	<b>2,215</b>	103.9	84.8
音楽コンサート	4,712	1,743	2,120	4,687	<b>6,047</b>	129.0	128.3
劇団・演芸	2,862	801	1,288	1,352	<b>1,482</b>	109.6	51.8
スポーツ興行	3,726	2,236	2,708	4,007	<b>5,271</b>	131.5	141.5
スポーツ施設提供業	2,125	1,700	1,405	1,561	<b>1,763</b>	112.9	83.0
楽団・舞踊団	508	183	275	308	<b>417</b>	135.4	82.1
<b>イベント周辺産業 小計</b>	<b>16,545</b>	<b>8,096</b>	<b>9,415</b>	<b>14,046</b>	<b>17,195</b>	<b>122.4</b>	<b>103.9</b>
<b>総計</b>	<b>26,136</b>	<b>11,896</b>	<b>14,999</b>	<b>20,804</b>	<b>26,337</b>	<b>126.6</b>	<b>100.8</b>

※「劇映画」について、2019～2023年で算出基準の統一を図ったため、過去の公表値と数字が異なります。

『2022年イベント産業規模推計』以前：2019年以前は興行収入と営業収入の合計値、2020年以降は興行収入のみ

『2023年イベント産業規模推計』（今回）：2019～2023年すべて興行収入のみ

#### <イベント関連産業>

##### ● 広告関連イベント

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、地域によって回復度合いに差があるものの、都市部を中心に大型展示会が復活し、前年比112.5%、2019年比86.5%まで回復した。特に2023年10-11月、4年ぶりに開催

されたジャパンモビリティショー（旧東京モーターショー）はコンセプトを新たに開催規模を拡大、大盛況のうちに終了した。このほか企業 PR 施設の新設・改装も関連イベントの増加に寄与した。BtoB を中心にリアル回帰が進む一方で、リアルとオンラインのハイブリッド形式も依然として多く、ニューノーマル化の向きがある。

- **イベント専門**

イベント専門企業が請け負うイベントである「イベント専門」は、展示会・見本市、スポーツイベント等からプライベートショー、地域イベント等まで大小様々な規模のイベントの復活により、前年比 110.9%、2019 年比 103.2%と、コロナ前並に回復した。

- **コンベンション**

サミットのような政府系大規模国際会議から学会まで多彩な広がりを見せる「コンベンション」は、コロナ禍中、オンラインまたはハイブリッド開催が多かったが、2023 年は世界的な海外渡航制限の緩和により、海外参加者もリアル参加可能なイベントが復活。前年比 137.7%、2019 年比 131.7%に伸長した。一方、参加者にとって、交通費や移動時間を節約でき、アーカイブ機能もあるオンラインのメリットは大きく、アフターコロナもハイブリッド形式が定着する見通しである。

- **レンタル・ディスプレイ**

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、マラソン大会や花火大会、伝統的祭事等、市民参加型イベントの本格復活により、前年比 156.6%、2019 年比 133.1%に伸長した。

- **施設**

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、首都圏を中心に稼働率が回復しつつあり、前年比 111.3%、2019 年比 89.6%まで回復した。2023 年から 2024 年にかけて各地でイベント施設の新設・リニューアルが相次いでおり、今後さらなる伸長が期待される。

- **警備・印刷・設備・人材派遣・ソフトウェア**

「警備・印刷・設備・人材派遣・ソフトウェア」に関しては、イベントのオンライン化、環境意識の高まりでパンフレット・会場地図等の関連印刷物は減少傾向にあるものの、リアルイベントの本格復活により雑踏警備需要が増加した（特にマラソン大会は 2023 年から沿道応援を解禁）。また、リアルイベント対応のイベントプラットフォーム/アプリ、QR コードを活用した来場者特典付与など、リアル回帰後もオンラインツールの活用は続く。前年比 178.9%、2019 年比 137.8%に伸長した。

- **商店街イベント**

コロナ禍の外出自粛・飲食自粛で商店街自体が大打撃を被ったこともあり、「商店街イベント」の多くが自粛に追い込まれた。2023 年は多くのイベントが再開したものの規模縮小が目立ち、前年比 128.5%、2019 年比 15.4%にとどまった。なお、近年は従来のグルメイベントの代わりにデジタルスタンプラリーを実施するなど、質的变化もみられる。

- **花火大会**

観光振興、地元コミュニティの活性化などを目的に自治体主体で行われてきた「花火大会」は、協賛金減少、海外情勢および円安に伴う物価高騰、人件費（警備費）高騰を背景に観覧料の有料化・高額化を進めている。なかでも超高額・高付加価値チケットは円安を追い風に急速に回復しつつあるインバウンド需要をうまく取り込んでいる。2023年は多くの花火大会が通常規模で開催され、前年比450.0%、2019年比102.0%まで回復した。ただし、一部大会ではチケット売れ残り、度重なる大会中止でノウハウ継承が途切れ、火災事故に発展するなどの課題も見られた。

- **伝統的祭事・フェス**

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開催され、コロナ禍前は数十万人から百万人を集客するものも多かった。コロナ禍中はほとんどが中止（神事のみ実施）、もしくは大幅な規模縮小を余儀なくされたが、2023年は多くの祭事が従来に近い形で開催され、花火大会同様、多くのインバウンド客を惹きつけた。前年比284.1%、2019年比89.1%まで回復した。ただし、伝統的祭事の担い手不足は深刻で、2023年を最後に消滅した祭りも少なくない。

- **会議・小セミナー**

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、コロナ禍でオンライン開催やハイブリッド開催が定着した。SaaSの活用でイベント開催のハードルも下がっており、2023年は前年比107.7%、2019年比90.4%まで回復した。

### <イベント周辺産業>

- **劇映画**

「劇映画」はアニメを中心に邦画が好調。入場料値上げの影響もあり、邦画単独ではコロナ禍前と同水準に回復した。ただし、洋画が伸び悩み、全体では前年比103.9%、2019年比84.8%にとどまった。

- **音楽コンサート**

首都圏を中心に大規模公演、海外アーティストによる公演が復活しており、「音楽コンサート」は前年比129.0%、2019年比128.3%に伸長した。

- **スポーツ興行**

「スポーツ興行」の中核をなすプロ野球、Jリーグについては、2023年、声出し応援の解禁でコロナ禍前とほぼ同形式に戻った。動員数もコロナ禍前とほぼ同水準まで回復、さらにフレックスプライス制度やダイナミックプライシング制度の導入でチケット収入は増加傾向にある。その他WBCやFIBAバスケットボール・ワールドカップ等大型スポーツイベントの影響もあり、前年比131.5%、2019年比141.5%に伸長した。