

2024年 イベント産業規模推計

2025年6月18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。

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

※有価証券・公表資料で売上分離できるものは分離

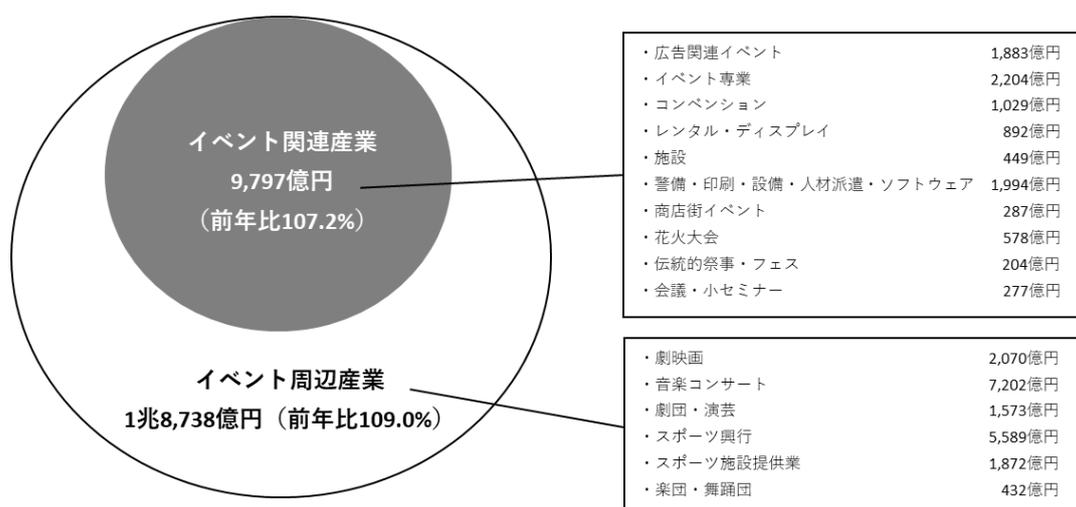
例：売上 50 億円＝貸しビル 40 億円+イベント会場 10 億円の場合、イベント会場 10 億円を採用

3. 結果概要

2024年のイベント関連産業の産業規模は、9,797億円、前年比107.2%、イベント周辺産業までを含めると2兆8,535億円、前年比108.3%となり、新型コロナウイルス感染症流行前（2019年）の約1.1倍に復調した。

2024年のイベント関連産業の産業規模は9,797億円（前年比107.2%）、イベント周辺産業は1兆8,738億円（前年比109.0%）となり、あわせてイベント産業全体の産業規模は2兆8,535億円（前年比108.3%）となった。

2024年イベント産業規模推計（総計） 2兆8,535億円（前年比108.3%）



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、イベント業界を直撃し、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年には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、コロナ禍前の2019年比57.4%と厳しい状況は続いた。

2022年になってオミクロン株対応のコロナワクチン接種が始まったことでようやく被害が限定的になり、2019年比79.6%まで復調、そして2023年はコロナ禍の収束に伴い、イベントも通常形式で開催されるようになり、2019年比100.8%と、コロナ禍前とほぼ同じ水準に回復した。

2024年はコロナ禍の反動という流れを引き継ぎ、リアル回帰がさらに進行し、イベント産業規模は2019年比109.2%とコロナ禍前の水準を1割近く越える伸びとなった。この要因は、2025年4月に開幕した大阪・関西万博の売上の一部が2024年中に

計上されたことに加え、コロナ禍で普及が進んだオンラインイベントによってイベント参加者の裾野が拡大したこと、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が下がったことなどがあげられる。2025年はさらなる盛り上がり期待される。

一方で、コロナ禍がイベント業界に与えた後遺症も見逃せない。コロナ禍でイベント業界が低迷している時期に離職したイベント人材も多く、今後は急速に拡大するイベント需要に対応するためのリソースの確保が課題となると考えられる。

(単位：億円)

	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
イベント関連産業	9,591	3,800	5,584	6,758	9,142	9,797
小計		(39.6%)	(58.2%)	(70.5%)	(95.3%)	(102.1%)
イベント周辺産業	16,545	8,096	9,415	14,046	17,195	18,738
小計		(48.9%)	(56.9%)	(84.9%)	(103.9%)	(113.3%)
総計	26,136	11,896	14,999	20,804	26,337	28,535
		(45.5%)	(57.4%)	(79.6%)	(100.8%)	(109.2%)

() 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」「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2024年概況

(単位：億円)

	2019年 (コロナ禍前)	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	前年比 (%)	2019年比 (%)
広告関連イベント	2,217	1,064	1,372	1,704	1,917	1,883	98.2	84.9
イベント専業	2,031	955	1,625	1,889	2,095	2,204	105.2	108.5
コンベンション	713	230	428	682	939	1,029	109.6	144.3
レンタル・ディスプレイ	586	275	453	498	780	892	114.4	152.2
施設	452	262	303	364	405	449	110.9	99.3
警備・印刷・設備・人材派遣・ソフトウェア	1,382	760	967	1,064	1,904	1,994	104.7	144.3
商店街イベント	1,260	63	126	151	194	287	147.9	22.8
花火大会	450	40	68	102	459	578	125.9	128.4
伝統的祭事・フェス	220	25	46	69	196	204	104.1	92.7
会議・小セミナー	280	126	196	235	253	277	109.5	98.9
イベント関連産業 小計	9,591	3,800	5,584	6,758	9,142	9,797	107.2	102.1
劇映画	2,612	1,433	1,619	2,131	2,215	2,070	93.5	79.2
音楽コンサート	4,712	1,743	2,120	4,687	6,047	7,202	119.1	152.8
劇団・演芸	2,862	801	1,288	1,352	1,482	1,573	106.1	55.0
スポーツ興行	3,726	2,236	2,708	4,007	5,271	5,589	106.0	150.0
スポーツ施設提供業	2,125	1,700	1,405	1,561	1,763	1,872	106.2	88.1
楽団・舞踊団	508	183	275	308	417	432	103.6	85.0
イベント周辺産業 小計	16,545	8,096	9,415	14,046	17,195	18,738	109.0	113.3
総計	26,136	11,896	14,999	20,804	26,337	28,535	108.3	109.2

<イベント関連産業>

① 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」では、商品を手にする、商談する等のリアルコミュニケーションが特に重要であり、その多くがリアル開催形式に戻った。ただし、2023年と比較して2024年は大型展示会・見本市が少なく、前年比98.2%に微減し、2019年比84.9%にとどまった。大阪・関西万博関連売上の計上が本格化する2025年は大幅な伸長が期待される。

② 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、スポーツイベントから地域イベントまで、様々なジャンル・規模のイベントが引き続き回復傾向にある。「推し活」と連動したIPイベント等、比較的新しいイベントジャンルも活況で、前年比105.2%、2019年比108.5%と堅調に推移し、広告関連イベントとともにイベント産業規模の復調を支えている。

③ コンベンション

サミット等の政府系大規模国際会議から学会まで多彩な「コンベンション」。交通費節約・アーカイブ等のオンラインのメリットが引き続き評価されつつも、2023年の海外渡航制限緩和以降は着実にリアル回帰が進んだこともあり、前年比109.6%、2019年比144.3%とコロナ禍前を大きく上回るほどに伸長した。現在、立地や設備の良いMICE施設の整備が進められており、国際コンベンションのさらなる伸長が期待される。

④ 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」は大阪・関西万博関連売上やエンタメ系イベントの活況で前年比114.4%と2桁に伸び、特に2019年比152.2%とコロナ禍前を大きく上回るほどに伸長した。なお、イベントのハイブリッド化・多様化を受けてこれら企業のサービスも拡張している。

⑤ 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、稼働率、イベント開催規模の回復により、前年比110.9%、2019年比99.3%とコロナ禍前の水準にまで回復した。

⑥ 警備・印刷・設備・人材派遣・ソフトウェア

副次的にイベントを支える「警備・印刷・設備・人材派遣・ソフトウェア」は、前年比 104.7%、2019 年比 144.3%とコロナ禍前を大きく上回るほどに伸長した。イベントのリアル回帰に伴い、警備・人材派遣の需要が回復した一方で、会場地図・パンフレット等の印刷物は、コスト高・環境意識の高まりから節減される傾向にある。コロナ収束でオンライン展示会ブームは一旦落ち着いたものの、リアルイベントでも会場運営の効率化・来場者分析につながるようなデジタル施策（例：オンライン決済、オンラインチケット、イベントアプリ等）の活用は続く。

⑦ 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きな打撃を受けた。街の賑わいを取り戻すべく 2023 年以降、多くの商店街がイベントを再開し、前年比 147.9%と伸長したものの、店舗数減少に伴う予算縮小、人手不足で従来通りのイベント開催は難しくなっている。開催件数・開催規模ともにコロナ前の水準を下回り、2019 年比 22.8%にとどまった。ただし、デジタルスタンプラリー等の準イベント的施策は活性化しており、イベントの形が変化した側面もある。

⑧ 花火大会

花火大会は、前年比 125.9%、2019 年比 128.4%に伸長した。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、物価・警備費高騰等を背景に観覧料の有料化・高額化を進めてきた。2024 年は前年の成功を受けてさらなる高額化・高付加価値化に踏み切った大会がある一方で、チケット売れ残りの反省から値下げ・再無償化した大会もあり、二極化が進んできている。

⑨ 伝統的祭事・フェス

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る、季節行事、寺社行事などの「伝統的祭事・フェス」は、前年比 104.1%と伸びたものの、2019 年比 92.7%とコロナ禍前の水準には戻っていない。コロナ禍中は中止（神事のみ実施）、規模縮小を余儀なくされたものの、2023 年以降は多くの祭事が従来に近い形で開催された。一方、伝統を重んじる同分野の資金不足・担い手不足は深刻で、コロナ禍を機に消滅した祭りも少なくない。

⑩ 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、また手軽なイベント SaaS が浸透し、特に

社内向けビジネスイベントの開催頻度が増加し、リアル回帰も進んだこともあって、2024年は前年比109.5%、2019年比98.9%まで回復した。

<イベント周辺産業>

① 劇映画

「劇映画」は邦画単独ではコロナ前比1.1倍程度に伸長したものの、洋画が引き続き低調で、全体では前年比93.5%、2019年比79.2%にとどまった。

② 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活況。チケット単価上昇、アリーナ新設に伴う動員数増加で1公演当たりの売上が上昇しており、「音楽コンサート」は前年比119.1%、2019年比152.8%と大きく伸長した。

③ 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、コロナ禍前の水準を超える過去最多の動員数を記録した。フレックスマネジメント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も増加傾向にあり、前年比106.0%、2019年比150.0%と大きな伸びを示している。