

EVENT MARKETING 67

発行所：株式会社 MICE 研究所
〒105-0004 東京都港区新橋 5-12-9 ABCビル 5F
TEL.03-6721-5303 sof@event-marketing.co.jp

特集 イベント未来予測 2021
NEWS 2020年イベント産業規模推
計中間推計



海外展示会レポート
「CES2021」オールデジタル
をどう戦ったか

TAKE FREE

www.event-marketing.co.jp

望遠鏡の先にみえるもの



写真:ゲッティイメージズ

言葉の力を信じている一編集者としては、年頭に何を伝えるのか、大きな影響を及ぼした2020年から何を学び、この1年にどう活かしていくのか、リアルな声に耳を傾けることにした。イベントに正対して取り組んできた当事者の声が集まった今回の特集には、“厳しい”といった率直な振り返りとともに、“変化”“進化”の時と転換期として捉え、挑んでいく覚

悟ある言葉が並んでいる。急速にデジタル化が進んだコミュニケーション環境の変化の波は、イベントの参加や実施にも一気に広がって、予想よりも早いスピードと広い範囲で進化は起こっている。一方で、振り子の法則のように、デジタル化へのエネルギーがリアルの価値を高めていく1年が予想される。そんな気配に、次への準備に

余念がなく、組織改編や人事異動など、イベントビジネスも再編のときでもある。

ところで、先日、うれしいことを聞いた。目白大学メディア学部の出版インターンという講義で講師をした際、学部の教授は「新しいメディアとしてイベントが学生に人気」という。月刊紙で紙媒体やイベントというメディアの魅力

を伝えた講義の終わりに、感想を伝えてくれた学生のひとはイベントを「潜在的な想いをイベントを通して顕在化する、魅力的な仕事」と話してくれた。

冒頭言葉を否定するようだけれど、イベントには言葉では語り尽くせない表現があって、それはイベントのカタチでしか現れない。夜空の星のように、いまだからくっきりとその価値がみえるのかも。

オンラインでも オフラインでも、
**ビジネスイベントのお悩みは
イベントレジストにお任せください!**

EventRegist イベントレジスト株式会社
<https://eventregist.com>

資料請求・お問い合わせ
contact@eventregist.com



申込受付を統合管理

- ・ウェブ事前受付、オンライン決済
- ・イベントへのスマートチェックイン
- ・動画、ライブ配信の申込者のみの視聴制御



ワンストップで対応可能

- ・企画 ・会場手配 ・デザイン / 施工
- ・運営進行 ・撮影 / 映像 / ライブ配信
- ・申込サイト制作



ビジネスイベントの実績多数

- ・カンファレンス ・セミナー ・展示会
- ・ウェビナー ・オンラインイベントなど

keyword
Question

イベント 未来予測 2021

2021年、イベントビジネスはコロナ禍の苦境をどう乗り越えていくのか。
月刊イベントマーケティングがお届けする、新春企画「イベントビジネスの未来予測2021」。この企画では、紙面取材やイベント企画でお世話になったイベントビジネスの当事者や分野の有識者の皆さんに、この1年の変化予測を伺います。



イベントレジスト株式会社
代表取締役 / CEO

ヒラヤマ コウスケさん

チケット

- ⇒不確実性 (はイノベーションを生む)
- ⇒思考 (を止めない)
- ⇒変化 (にチャレンジする)

**Q 2020年を総括すると、
どんな1年でしたか？**

2020年から現在にかけて、人類に突きつけられている現実、元々人間は多様な価値観の中で共存している事、また生存するためには「変化への対応」が不可欠な事を、未知の伝染病という試験紙がより強く浮彫に

した年。また現在のインフラとしてのインターネットの重要性と限界を同時に感じられた年であり、世の中のデジタルリテラシーが向上した年。

**Q 貴社のイベントビジネスにおいて、
2021年に予測されるユーザー
のマインドシフト、ニーズの変**

化は？

市場の変化に対応する「顕在ニーズ」への対応も重要だが、引き続き、

「潜在ニーズ」にチャレンジするイノベーションを進めていく。

**Q 2021年に進化・深化していくこと、
していきたいことを教えてください**

業界のデジタルリテラシーが上がっている結果、広範囲にわたるデジタルシフトの加速化が予想され、デジタル化が進んでいない領域に改めてチャレンジする一方、変化や手法だけにとらわれず、企業としての存在意義を改めて深化していきたい。

**Q さいごに、ご自身に起こった
変化を一言**

30年ぶりに全く海外滞在のない1年が経過し、海外滞在欲が過去MAX。



アスノシステム株式会社
メディアサービス部 部長

楠 徹平さん

会場

- ⇒テレワーク (ワーケーション)
- ⇒出社ありきのテレワークから、
テレワークそのものが働き方の中心に・・・?!

**Q 2020年を総括すると、
どんな1年でしたか？**

大変な1年で大きな影響もありましたが、自分達のビジネスにとってはポジティブに捉えております。コロナウィルスにより、世の中のイベントが強制的にオンライン化され試行錯誤の2020年でしたが、良い面

と悪い面がより顕在化され、結果として「リアルでやる価値」が再認識されたのではないかと思います。働き方改革も結果として5年10年進んだと言われていますが、デジタルを活用しながら、よりリアルの場を参加者全員で盛り上げていく、そんな機運が高まってきていると感じています。

総合レンタル業のバイオニア
西尾レントオール株式会社
http://www.nishio-rent.co.jp/

総合レンタル会社だからできること

感染症対策品も各種保有あります!!
東日本~西日本まで各拠点で、ネットワークを生かした対応可!!

RA 札幌営業所
〒063-0834 北海道札幌市西区発寒14条11丁目1-10
TEL 011(590)1420 FAX 011(590)1477

RA 東京営業所
〒108-0022 東京都港区海岸3-20-20ヨコソレインポーターIF
TEL 03(3453)7240 FAX 03(3453)7000

RA 東京第2営業所
〒108-0022 東京都港区海岸3-20-20ヨコソレインポーターIF
TEL 03(5765)2400 FAX 03(5765)2402

RA 名古屋営業所
〒490-1114 愛知県あま市下萱津替地1050番地
TEL 052(445)2450 FAX 052(445)2453

RA 大阪営業所
〒536-0014 大阪府大阪市城東区鳴野西二丁目6番8号
TEL 06(4258)2401 FAX 06(4258)2404

RA 神戸営業所
〒651-0083 兵庫県神戸市中央区二宮町1-2-3 マスビル6階
TEL 078(231)5820 FAX 078(231)5824

RA 福岡営業所
〒812-0051 福岡県福岡市東区箱崎ふ頭5-8-32
TEL 092(643)8240 FAX 092(643)8877

EventBuzzle

**みなさま、お待たせしました。
お待たせし過ぎたかもしれません。**

主催者の方々には、イベント参加者を満足させることに集中して欲しい。そんな想いから生まれた、イベント主催者向け情報サイトが「イベントバズール」です。イベント会場、集客ツール、運営サービス、ケータリング、などなどイベント開催に欠かせない情報を、ワンストップでチェックできるサイトを目指しています。

いま、イベントバズールは、皆さまのお役に立つため、さらに見やすく、さらに情報を増やして、生まれ変わろうとしています。

B版の情報掲載開始!

イベントスペース event space | 集客・運営ツール management tools | イベント告知 event
ケータリング catering | ノベルティグッズ novelty goods

http://eventbuzzle.com

Q 貴社のイベントビジネスにおいて、2021年に予測されるユーザーのマインドシフト、ニーズの変化は?

2021年はリアルイベントにはより成果が求められるようになるのではと考えます。高度なコミュニケーションが必要なもの、体験・見聞など五感を刺激しより感性が磨かれるというところにリアルイベントのニーズはシフトしていくと考えております。企業内イベントでいうと、チームビルディング・ビジョンメイキング、フィールドメソッド・越境学習など、個の考える力や組織力を高めるようなものへのニーズは今まで以上に高まるのではないかと考えています。

Q 2021年に進化・深化していくこと、していきたいことを教えてください

検索ポータルサイト(「会議室.COM」ほか)としては、単にハードな部分だけを紹介するのではなく、よりソフトな部分をお伝えしていくことが必要になると感じております。リアルでやる効果や意味をお伝えしながら、先述のとおり、ユーザーにとっては単なる場所ではなく、そこでは

どういう価値が提供されて何が得られるかがより問われるようになると思います

ので、事業者の「念い」や「コンセプト」「人の魅力」も伝えていければと思います。

Q さいごに、ご自身に起こった変化を一言

2020年キャンプデビューをしました。絶賛、焚火の魅力にどっぷりとはまっております。

企画・運営

KEYWORD
⇒ 新たなリードジェネレーションの考え方
⇒ 5G
⇒ # イベントあるから頑張れる



株式会社 xpd
マーケティングソリューションズ部門
ゼオ事業部
ブランドディレクター / 演出家

武田 泰典さん

完全オフラインイベントと一通り経験しました。ツールのおかげで一人でも配信ができることもあり、オンラインイベントが思わぬ形で普及した1年でした。ただ一方、集客はできるけど、意外と売りに繋がらない、離脱率が高い、ながら聞きで刺さらないなど、多くの課題が出ました。

Q 2020年を総括すると、どんな1年でしたか?

弊社は企業のコミュニケーションを最大化させるためのイベントプロデュースをしておりますので、無観客ライブ配信、バーチャルイベント、コロナ禍にてハイブリットイベントと

Q 2020年を総括すると、どんな1年でしたか?

当社も例にもれず、約半年間、売上がないという状況だったので、その意味では大変な年だったと言えますが、実際に振り返ってみると、かなり有意義で得るものが多かった1年だったと感じています。それは、[PHASE]の活動を通して様々な方と出会い、当社に対する社会的な認知が広がったことが大きくあります。ピンチの時こそ何か動いてみよう。そのように物事をプラスに考えることがこんなにも良い結果をもたらしてくれる、そう実感した1年でした。

Q 貴社のイベントビジネスにおいて、2021年に予測されるユーザーのマインドシフト、ニーズの変化は?

出展社の方々ですが、今後は良くも悪くも展示会を再考するようにな

ブースデザイン

KEYWORD
⇒ 進化
⇒ リアルへのオンラインの「融合」
⇒ 「リアル」の代替ではなく「リアル」の補完・拡張



SUPER PENGUIN 株式会社
代表取締役 / CEO
展示会デザイナー

竹村 尚久さん

る、と感じています。展示会にリアルで出展すること自体が「費用対効果」の面から本当に正しいのか、他の展示会も探してみよう、「出展の方法」をもっと工夫できないか、といった内容です。その意識の背景にあるのは、より「出展の結果」を求めている姿勢が強くなってきていることがあ

り、同時に、オンラインを活用するなど、従来の方法に捉われない「何か」の模索を始めている、という印象があります。

Q 2021年に進化・深化していくこと、していきたいことを教えてください

演出家という視点で「5Gのイベント活用」です。特にBtoBイベントは長年進化が求められてきませんでしたが、イベントビジネスが進化するチャンスです。例えば、5Gでは現場にてAR・VRによる特別な体験ができる、オンラインでは視聴者がカメラを選べるマルチアングルやVRによる没入感などが進化する、といったBtoBイベントに取り組んでいきます。

イベントあるから頑張れる。ビジネスはイベントなくして成功なし。明る未来を作っていきます。

Q さいごに、ご自身に起こった変化を一言

ゼオはグループ再編成で、株式会社 xpd ゼオ事業部になりました。より多角的なコミュニケーション戦略をご提案いたします。

社会の動きを見定めつつ、展示会ブース・会場設計・展示会開催手法において「新しい形」を考え出していきたいと考えています。現在の状況は捉えようによっては「進化のチャンス」だと思います。この機会に、展示会業界にとって本当に大事なことは何か、そのために、どのような形があり得るのか。

従来の慣習にとらわれない「新しい形」を模索していきたい、と。

まずは「やってみる」姿勢を大切にしながらチャレンジしていきたいですね。

Q さいごに、ご自身に起こった変化を一言

いつの間にか「オンライン出展」に強い人のイメージが付いているようです。



ホットスケープ株式会社
代表取締役

前野 伸幸さん

ステージ演出

KEYWORD
⇒ AI 活用による感情の数値化
⇒ 宇宙開発・宇宙関連ビジネス
⇒ SBNR(Spiritual But Not Religious/無宗教型スピリチュアル層)

Q 2020年を総括すると、どんな1年でしたか?

さまざまな経営上のリスクは想定していたつもりでしたが、その想定範囲をはるかに超える事態となりました。

まさに時が止まり失われた2020年。今までの概念が覆され、新しい価値の創造や開催手法を模索した1年でした。オンライン化への対応をはじめ、厳しい状況下での進化や工夫やチャレンジが、いつか振り返った時にイベント業界の大きな転換期となったと思える日がくることと思います。

Q ビジネスカンファレンスでのステージ演出において、2021年に予測されるユーザーのマイ

ンダシフト、ニーズの変化は?

いま以上に時間と空間を超える配信のメリットの活用が加速するとともにリアルイベントの価値が見直されることは必須。気軽に参加できるオンラインとは価値の違うリアルイベントへの期待が高まるため、その場に立ち会わないと体験できない演出や五感に訴求させる演出が求められると思います。インパクトだけのパフォーマンスではなく費用対効果を意識した実効的な演出や空間づくりが求められることでしょう。

Q 2021年に進化・深化していくこと、していきたいことを教えてください

オンライン配信の効果的なツールが多様化し利便性が増し、ハイブリッ

トイベントの形も多様化して行くことになると思います。それに伴いリアルイベントの価値も多様化・複雑化し、より個々のニーズや課題に対応するカスタマイズが必要となり、

真のソリューションビジネスに進化することになります。

今年2021年だけでなく、さらに先の5年間の中長期の計画を創造して臨みたいと思います。

Q さいごに、ご自身に起こった変化を一言

有事の時こそ、歩みを止めずに前に進むことがいかに大切なことを実感しています。



株式会社タケナカ 専務取締役
株式会社シムディレクト 代表取締役

長崎 英樹さん

映像演出

KEYWORD
⇒バーチャル
⇒インタラクティブ
⇒イマーシブ

化は?

“現場の臨場感を伝える”という要望がオンライン移行の初期は多かった。しかし、イベント自粛が続くと、参加者がみな“オンライン疲れ”をしてしまい、集中して視聴するための工夫が求められています。バーチャルならではの演出や、没入感のある映像ですね。16:9のスクリーンという限られた環境では、縦・横だけでなく奥行きを加えた3軸での表現が効果的です。また音響もコンテンツをリッチにする有効な手段です。2chのスピーカーでできる擬似イマーシブサウンドは注目ですね。

インタラクティブについては、リアルの間では人の動きに反応する映

像が主流でしたが、オンラインでは、参加感を向上する双方向コミュニケーションのニーズが高まっています。

Q 2021年に進化・深化していくこと、していきたいことを教えてください

5Gの普及などスマホでの視聴が増えますが、小さな画面であっても、臨場感、奥行き感を出すために高品質な映像にはこだわっていきたくですね。

バーチャルでしかできない企画・演出にも挑戦します。

奥行きを活かしたイマーシブな場面転換など、新しいものをつねに皆さまにお見せしていきます。

Q さいごに、ご自身に起こった変化を一言

台所の調味料が増えたことです。外食専門だった私ですが、コロナ禍で料理の腕が格段にあがりました。料理しながら洗いをするといったマルチタスク能力が備わったので、仕事もパワーアップできそうです。

Q 2020年を総括すると、どんな1年でしたか?

オンライン移行の1年でした。同じ映像でもリアルとオンラインでは、必要なスキル・人材が異なるため、大幅な組織変更・人事異動をしました。またウェブサーバーやプログラミングなど各部門の社内エキスパートの知見を全員で共有して、コロナ禍での新しい映像演出を提案できる体制に生まれ変わりました。

Q 貴社のイベントビジネスにおいて、2021年に予測されるユーザーのマインドシフト、ニーズの

変



株式会社 Yuinchu / 株式会社 Pooka.
(Mo:take)
Mo:take ヘッドシェフ / ディレクター

坂本 英文さん

ケータリング

KEYWORD
⇒変革
⇒柔軟
⇒広視野

強く意識しなければいけないと考えた年となりました。

Q 貴社のイベントビジネスにおいて、2021年に予測されるユーザーのマインドシフト、ニーズの変化は?

今まで一般的だった大きな会場に大勢の参加者が来場するというスタイルが、このコロナ禍で配信などオンラインでの実施という方法を用いたスタイルになったことにより、イベント自体もこれからの主流とされているネット上とネット以外の場所など、垣根を超えたOMO(Online Merges Offline)のオンラインとオフラインの共存した新しいスタイルが

できてくると思います。

Q 2021年に進化・深化していくこと、していきたいことを教えてください

生活の中では切っても切り離せない「食」だからこそ「食」の価値を今以上に上げていきたいと思っています。イベントのスタイルも変化していくことにより今までのケータリングだけではなくプロデュースも一つの軸としてイベントコンセプトに添ったもの、イベントのテーマに興味を持ってもらう窓口としての「食」の提案、そして新しいスタイルとなるであろう

オフラインとオンラインを「食」でつなぐということを強く意識していきます。

Q さいごに、ご自身に起こった変化を一言

コロナ禍をきっかけとして幅広い視野、本質は何かを追求する意識が増しました。

Q 2020年を総括すると、どんな1年でしたか?

今までの当たり前が当たり前でなくなり、永続的に続くことなんてないことを実感し、社会に対しての自分たちの立ち位置、存在、やりたいことを今一度見つめ直すきっかけとなりました。そして物事の本質を見つけそれに対して何が必要なのかを考え、「食」というキーワードで表現し実現させるという使命感をさらに



ライター・ライター
代表

山下 潤一郎さん

印刷物

KEYWORD
⇒マーケティングのエフェメラ化
⇒残る施策 / 残す施策
⇒アナログの逆襲

Q 2020年を総括すると、どんな1年でしたか?

考え方や行動、判断基準、時間の使い方など、様々な変化があった1年でした。変化のきっかけも、強制的だったり自主的だったりいろいろでした。その結果、「あー、自分ってこんなだったんだ」とか「こんなことをやりたい!」とか思い出したり気が付いたりした1年でもありました。

イベントDXプラットフォーム

KEYWORD
⇒イベントDX
⇒イベントテック
⇒恒久的にハイブリッド



bravesoft 株式会社
eventech unit CS 事業部長

岡 慶彦さん

Q 2020年を総括すると、どんな1年でしたか?

一言で言う「数年後にタイムスリップした1年」だったと思います。正直、イベントDX化がここまで進むのはもっと先の話だと考えていましたが、オンラインイベントが当たり前になりイベントテック時代になりました。ワクチンが世界中に行き渡り、リアルイベントが不自由無く行える時代に戻っても、イベントが恒久的にハイブリッド化を続けていく時代になると考えてます。ようやくイベントの価値が証明されていく時代になるんだと感じる1年でした。

Q 貴社のイベントビジネスにおいて、2021年に予測されるユーザーのマインドシフト、ニーズの変化は?

イベントは恒久的にハイブリッド化すると予測している中、2021年前半のイベントがオンライン化される事は既定路線です。後半「コロナ後」のイベントがどうなるかに焦点を当てると、ワクチンが有効であればリアルを選択する人も戻るが、オンラインなら旅費や滞在費が浮きより多くの参加者が選ぶのも事実で、主催

Q イベントの印刷物で2021年に予測されるユーザーのマインドシフト、ニーズの変化は?

「記念」「思い出」「つながり」としての印刷物がさらに人気に：イベント(特にリアルイベント)は特別なものになるから。オンラインイベントでは「参加した感」を高められるから。部屋に「飾れる」印刷物へのニーズも高まる：部屋で過ごす時間が増えるから。

イベント主催側/出展側は、「記念」「思い出」「つながり」「飾れる」といった特徴を持ったブランディングにつながる印刷物をつくるようになる。ステキなポスターとか。

Q 2021年に進化・深化していくこと、していきたいことを教えてください

様々な特徴・強みを持つ企業間での連携や切磋琢磨が進む：大きく市場環境が変化するコロナ時代を乗り越え売上・利益を伸ばすために、様々

者にとっても参加者の数を増やし、収益を伸ばす機会にもなる為ハイブリッドイベントが「新常識」になる時代に変化していくと考えています。

Q 2021年に進化・深化していくこと、していきたいことを教えてください

イベントテックツールも進化(深化)します。常に新しい体験を提供するイベントは、

オンラインでもオリジナリティを追求し競合との差別化が必要です。

独自ドメイン・サイトデザインの自由度、簡単な配信、気軽なマッチング、高度な分析、MA連携、リアルが復活した場合、参加者体験を充実させるべくモバイルアプリケーションも必要不可欠、リアルとオンラインの情報一元管理し・分析や主催運営を進める事も必要になります。eventosでこれら実現可能ですので、是非ご連絡ください!更に進化(深化)していきますので引き続きよろしくおねがいします!

Q さいごに、ご自身に起こった変化を一言

飲み会が減って健康になったですね。(笑)変化を楽しみ順応できる企業や人が幸せになれる時代なのだと感じています。

な特徴・強みを持つ企業同士が、単なる「業務の発注元/外注先」としてではなく、

一緒に成長する「チーム」(あるいは、運命共同体)として連携するようになる。

またそうした連携を通じて、各社は自社の魅力をさらに高めるよう切磋琢磨する。

Q さいごに、ご自身に起こった変化を一言

海外に行けなくなったことで、近場に目を向けるようになり、東京の都市としての魅力を再確認しました。東京は世界で一番面白い都市のひとつ。2021年は東京からイベントを盛り上げていきたいですね!

— 編集部 keyword —

月刊イベントマーケティング編集部では、「拡張あるコラボ」「セレディビティー性の追求」「体験価値の共有」を keyword に 2021 年もメディア表現を進化・深化いたします!(樋口陽子/田中力)

展示会 開催宣言!

“ H CJ 2021 第49回 国際ホテル・レストラン・ショー ”

宿泊・観光業界復興と飛躍のカウントダウン



(一社) 日本能率協会 産業振興センター 第2事業グループ シニアマネジャー

丸尾 智雅 さん

2月16日から東京ビッグサイトで開催される「HCJ2021 - 第49回国際ホテル・レストラン・ショー」。コロナ禍で厳しい状況にある宿泊・外食・観光産業を展示会がどう支援していくのか。同展を主催し、新しい展示会のあり方や価値を創出する、日本能率協会の丸尾智雅さんに話をうかがった。

産業界の経営革新推進機関として活動している私ども日本能率協会では、業界団体8団体と共にHCJ2021を開催しております。HCJ2021は、裾野の広い宿泊・外食・観光産業に向けて開催している第49回国際ホテル・レストラン・ショー、第42回フード・ケータリングショー、第21回厨房設備機器展というサービス産業に関連性が深い3展の合同展示会で構成されています。

感染症対策の取組みで再認識した展示会の役割

2020年7月29日からインテックス大阪で開催した第12回関西ホテル・レストラン・ショー以降、複数の展示会を開催してノウハウを蓄積しました。私どもだけでなく、日本全国の主催者さんの努力や出展者・来場者・関係者のご協力で、展示会場でクラスターは発生して

いません。より安全に開催できるように最善を尽くしています。

例年以上に来場対象となるバイヤーの方とコミュニケーションをし、HCJに次のような価値を見出してくださっていることを認識できました。製品の良さはスペックだけでなく五感で確かめなければならない、出展企業の方と意見交換することで自身が気づいていない課題を発見すること、未知のサービス・製品、企業との出会い、新入社員研修など人材育成にも最適、多くの製品の中からその場で比較検討できるので発注につながりやすい、新製品発表でトレンドを把握、といったことです。

宿泊・観光業界の生産性向上の機会に

宿泊・外食・観光産業はコロナ禍の影響をもっとも受けた産業の1つです。直近では設

備投資は難しいかもしれませんが、アフターコロナに向けた戦略的な準備期間と考えている企業様は一定数いらっしゃると思います。近年は急速なインバウンド増大で、多数のお客さまの受入れで精一杯になってしまい、施設の整備、生産性向上への取組みになかなか手がつ

けられない状況だったという話をよくお聞きします。

今回注目を集めているのが、産学連携「宿泊業のスマート化研究会」です。人手不足解消、コロナ感染症対策、非接触、コスト削減、ホスピタリティを向上のための、最新技術の活用を体験していただける、複数の企業の製品やソリューションを融合させたコンセプト展示を行います。

コロナ後の復興に役立つソリューションが揃っていますので、ぜひお越しください。



前回の国際ホテル・レストランショーの様子

Advertisement for HCJ2021 exhibition at Tokyo Big Sight. Includes dates (Feb 16-19), location, and details for the 49th International Hotel & Restaurant Show, 42nd Food & Catering Show, and 21st Kitchen Equipment Show.

Advertisement for IIDA (Japan Industrial Design Association) with contact information for various regional branches and the head office.

Advertisement for Event Marketing from MICE Research Institute, featuring online events and a list of dates from March to July.

2020年イベント産業規模推計中間推計 イベント産業全体で50%減少見通し —日本イベント産業振興協会（JACE）

一般社団法人日本イベント産業振興協会（JACE）は、2020年12月に「2019年イベント産業規模推計」（2020年イベント産業規模推計中間推計）を発表した。

類似の調査では、これまでに「日本の広告費」（電通調べ）での「展示・映像」分野の推計などがあるが、JACEでは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」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ている。

2019年のイベント周辺産業規模2兆5,511億円と堅調の結果に

2019年のイベント産業では、イベント関連産業（広告・制作会社、イベント専門企業などイベントを主業としている業種および警備業、人材派遣業などイベントを売上げの一部としている業種・業態）の産業規模は、8,961億で、前年比105.4%。イベント周辺産業（音楽コンサート、演芸・スポーツ興行団体など娯

楽・エンタメ産業）までも含めた産業規模は2兆5,511億円で、前年比113.6%と、イベント産業は堅調に推移していた。

「イベント関連産業」は前年比49% 「イベント周辺産業」は同48.2%

JACEでは、2020年イベント産業規模推計中間推計も発表。新型コロナウイルスの影響で「人が集まる」ことを基本特性とするイベント産業は壊滅的な影響を受けており、推計の基礎となる2020年のデータがすべて出ていないが、いち早く客観的に捉えるという目的のもと収集できる資料を駆使し、中間推計という形で取りまとめている。

10月時点での推定結果として「イベント関連産業」は前年比49%、「イベント周辺産業」は前年比48.2%と、イベント産業全体として約50%現象する見通しとなった。

調査を通して、浮かび上がった実態も合わせて報告された（以下抜粋）。

・広報発表されたイベント上場企業の状況は大きく異なる。減少率や損失額は大きく減少していないところから、半減以下になったところまで存在する。映画大手も半期決算通期予測はかなり差があるが、平均すると50%減となる。

・見本市・展示会は2月～8月主要880件のうち440件が中止になった。再開されたものも入場制限や一部縮小で例年とは異なる。

・コンベンションはほとんど中止・延期になっているが、6月以降はオンライン化も目立つ。

・フェスティバル系は商店街・花火・花見・紅葉・寺社祭りはほとんど中止。自治体が絡んでいる花見は96%中止だった。

・第3次感染でイベント規制が延長され、GoTo事業も見直しされるため、損失額は本中間推計よりも多くなることが予測される。実際に展示会や美術館は以前の半分から1/3程度が多い。デパート催事でも入場規制している。年末の忘年会、来春の新年会もほとんど中止である。

2020年イベント産業規模推計中間推計 (単位: 億円)

	2019年実績	2020年見込	前年比
広告関連イベント	2,217	1,774	80.0%
イベント専業(舞台含む)	2,031	919	45.2%
コンベンション	713	285	40.0%
レンタル・ディスプレイ	586	176	30.0%
施設	452	136	30.1%
警備・印刷・設備・人材派遣	1,382	829	60.0%
商店街イベント	630	95	15.1%
花火大会	450	23	5.1%
伝統的祭事・フェス	220	20	9.1%
会議・小セミナー	280	※196	70.0%
イベント関連産業 小計	8,961	4,393	49.0%
劇映画	3,261	1,631	50.0%
音楽コンサート	4,068	1,017	25.0%
劇団・演芸	2,862	859	30.0%
スポーツ・興行	3,726	2,795	75.0%
スポーツ施設提供業	2,125	1,448	68.1%
楽団・舞踊団	508	152	29.9%
イベント周辺産業 小計	16,550	7,902	47.7%
総計	25,511	12,295	48.2%

※セミナー以外はネット・オンラインを含まず

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
株式会社電通ライブ
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起業へのヒアリング調査
② 各種データと組み合わせて分析のうえ推計

中止・延期イベントに 最大2500万円支援

— 経済産業省

経済産業省は1月19日、緊急事態宣言に伴って延期・中止したイベント、または遊園地の主催・運営法人に、2500万円までの補助金を支援すると発表した。

会場キャンセル費用、チケット払い戻し手数料、感染対策費、リハーサル経費等や、開催予定だったイベントに関する内容のPR動画を制作し、配信する費用が対象経費となる。

音楽・演劇・伝統芸能、展示会等など、緊急事態宣言が発令された11都府県で宣言の期間中に開催予定のイベントが対象。また、同イベントに関連する内容のPR動画を制作し、配信プラットフォームに配信して海外に動画を配信することが条件となっている。

問合せは、経済産業省 商務情報政策局 コンテンツ産業課: Tel. 03-3501-9537 まで。

ライブの高揚感を自宅でも

— mplusplus

2018年の078Kobeや東京モーターショー2019のTOYOTAブースステージ、G20大阪サミットの歓迎レセプションはじめ、海外でも活躍するステージテクノロジー集団mplusplus株式会社は、オンラインライブに連動し自宅にも没入感のあるステージ演出を届ける「Immersive Online Live System」の実証実験を開始。独自の同期機能を搭載し、オンラインライブやライブ映像、MVなどに連動する、持ち

運びが可能なステージ演出デバイスプロジェクトのプロトタイプとなる。2/2にアーティスト xiangyu とコラボレーションした、オンラインライブを実施する。



スマートフォンのライブ視聴でも非日常的な感覚が得られる

今月の一冊

『ゆうこさんのルーペ』

障害とは何かを身近に考える絵本

障害のある人もない人も多様な存在をおたがいに認め合える社会へというテーマを、原作者で弱視である芳賀優子さんの実話を元に描かれています。

「ゆうこさんのルーペ」の監修・藤井克徳さんは障害の本質は、個人にではなく、環境（社会）の側に潜む、といいます。翻って、イベントの世界では時間や空間を超えるオンラインも主流に。多様な参加者に対応するアクセシブルなデザインを進める機会でもありますね。

(編集部・樋口陽子)



出版元：合同出版（2020年12月25日）

リアル オンライン など イベントの企画、機材、会場、遊具…など全てが出展

日本最大* 460社* が出展

ぜひ ご来場ください!!

第8回 イベント総合EXPO

2021年 2/24(水)・25(木)・26(金) 10:00~18:00 (最終日のみ17:00まで)

主催：リード エグジビション ジャパン(株) 会場：幕張メッセ

同時開催 第8回 ライブ・エンターテイメント EXPO 第4回 Japan Sports Week 第4回 自治体・公共 Week



※同種の展示会との出展社数および製品展示面積の比較。 ※出展社数(同時開催展・共同出展社を含む)は最終見込み。

前回 展示会の様子

【お問合せ】主催者 リード エグジビション ジャパン(株) イベント 総合 EXPO 事務局
メール: eventexpo@reedexpo.co.jp TEL: 03-3349-8510

招待券請求(無料)・セミナー申込はこちら▶▶ イベント 総合 EXPO 検索

招待券をお持ちでない場合、入場料¥5,000/人。

施設の国際衛生基準 GBAC STAR 認証の窓口 —サクラインターナショナル



国内外のイベント、MICEの企画運営を手掛けるサクラインターナショナル(株)は、このほど、アメリカのシカゴに本部を持つISSA/GBACと日本代理店契約を締結。ISSA/GBAC(インターナショナルサニタリーサプライアソシエーション/ジーバック・スター・ファシリティ・アクレディテーション、以後(GBAC STAR™ 認証)は、世界各国の社会保障機関・団体9,300以上を会員とし、その施設・運営等が感染者予防対策の国際的衛生基準を満たしたものであることを認証する機関。同社は日本代理店として、GBAC STAR™

認証※の認知促進を図ると共に、申請希望施設・運営等の問合せ窓口、申請サポートを行う。新型コロナウイルス感染症が広がる中、展示会、会議場、競技場、ホテル、交通、ショッピングセンター等の施設・運営を安心・安全に利用する推進を行う。

※GBAC(グローバル・バイオリスク・アドバイザー・カウンシル)STAR™ 認証は、ISSA中で洗浄、消毒及び感染症を専門としている部門で、国内でもパレスホテルやハイアットグループが取得するなど、世界各国の多くの施設等で認知されている国際認証プログラムとなってい

る。これらに定められた認定基準に基づいて、清掃、消毒、感染症予防が進められていることによりその施設・運営等が感染症予防の観点から安全・安心であることを証明する。

特にアメリカではオレンジカウンティコンベンションホールや、スタジアム、アリーナ等でも認証を取得しており、コロナ禍におけるスポーツイベント等を支えることで明るい話題を創出している。

今回のGBAC STAR™ 認証の代理店契約締結に基づき、サクラインターナショナル自社内でも認証取得申請作業を行っている。

ライブイベントから オンラインMICEのヒント — JCCB セミナー



Cisco Webex Meetings で配信

日本コンgress・コンベンション・ビューローが1月18日、2020年度第2回JCCB産業部会MICEセミナー(オンライン)を開催。

テーマは「音楽等ライブイベントのオンライン開催事例と最新のライブ配信事情～将来のMICE推進業界とのリアルな協業のために～」と

して、音楽業界総合情報メディア「Musicman」プロデューサーの畑道穂氏、(株)Jストリーム執行役員プラットフォーム本部長の早坂真有美氏が出演。

畑氏はライブ配信のメリットを場所やキャパシティからの開放とし、利益構造を計画段階で組込むこと、イ

ベント運営と配信の準備は別のタイムラインで進むことなどを提案した。

早坂氏は、デジタル化することで多様なデータを取得できるが、オンライン化のメリットは、データを資産化することでMICEの魅力さらなる向上できることとした。

デリバリーフードで オンライン賀詞交歓会 — MPI Japan



1月22日、MPI Japan Chapterがオンラインで賀詞交歓会を開催。新型コロナによる感染症拡大を懸念して新年の集まりを中止にする団体が多いなか、来賓の挨拶に続いて、オンラインでもリアルに近い、コミュニケーションになるようなプログラムが実施

された。オンライン用に特化したチームビルディング、デリバリーサービス「nonpi foodbox」を利用したケータリング、Zoomブレイクアウトルームを使った参加者の交流などが行われた。

一計報一
かねてより病氣療養中だった西尾レントオール(株)常務取締役の芝本和宜(しばもと・かずのり)氏が1月16日に永眠。享年63歳。通夜と告別式は近親者のみで執り行われた。喪主は妻の芝本ひとみさん。

芝本氏は、1984年に西尾レントオール入社。RA(レントオール)事業部長として、展示会やイベント事業を拡大した。

その一方で、パラスポーツの振興にも注力、自身もボッチャの大会に選手として参加していた。



イベントレポート

オンラインで充分? MICE 価値と 技術革新加速の再認識を

寄稿: YDMS (株) 白石純子さん



初日最終セッションでは「危機の時代における協関係」について議論

国際会議協会 (ICCA: International Congress and Convention Association) のアジア・パシフィック部会の年次の活動報告と会員コミュニケーションのエリア部会「第2回 ICCA アジア・パシフィック部会サミット」が2020年12月15日、16日の2日間に渡ってパシフィック横浜ノースで開催された。

セッションでは、AP部会の情報共有やパネルディスカッションが行われ、中国・韓国・マレーシア・日本のパネラーがパネルディスカッションを行い、アップデートを発信。

開催地横浜のプレゼンテーションも行われ、ICCA 会員に向けて今の横浜、未来の横浜をアピールする場となった。初日のクロージングでは、ICCA 会長のジェームズ・リーズ氏、CEOのセンシル・ゴピナス氏、AP部会会長のアシュウィン・グナセラン氏、エリック・アブラムソン氏が「危機の時代における協関係」と題して、ICCA アジア・パシフィック部会副会長の西本恵子氏のホスティングでセッションが行われた。

ここでの話題は先日の第59回 ICCA 総会で調印された「高雄議定書 (Kaohsiung Protocol: 高雄プロトコル)」となった。

MICEに関わるあらゆる専門家と主催者の知見を元に作成されたこの高雄プロトコルは、WITH コロナ・アフターコロナ時代と言われるこれからのあらゆる国際会議や見本市の企画開催の基準となる。

会長のジェームズ氏は、改めてこのプロトコルへの想いを語り、MICEの価値の向上、デジタルイノベーションの再構築、リスク分担の再検討、革新的なビジネスモデルの創造、など4点について述べた。

中でも印象的だったのは、コロナの流行でポジティブな学びがあったとするならば、我々のMICE業界のテクノロジーがさらに加速したことだというメッセージだった。

世界的なパンデミックに見舞われた中、「オンラインで充分」という風潮になりつつあるMICE業界の中心となる参加者が、改めて人間としてオフラインコミュニケーションが必要である理由や、その活力を再認識できた2日間になったのではないだろうか。

※初日に行われた京都大学前総長の山極壽一(やまぎわじゅいち)氏のセッションは、イベントマーケティングWebサイトに掲載。



展示会 イベント スケジュール は Web で 無料 の イベントマーケティング ウェブサイトへ <https://www.event-marketing.co.jp>

9月～12月の展示会・イベント スケジュール

東京・名古屋・大阪・神戸・京都版 全国版

2020年9月の展示会・イベント・国際会議 スケジュール (全国版)

- 9月10-12 [オンライン] MariaZine Day 2020 Autumn
- 9月12-13 [オンライン] 第9回日本経済産業省主催「デジタルイノベーション推進大会」
- 9月22-23 第12回 Japan Marketing Week [東京] 東京ビッグサイト
- 9月23-24 第15回 ライフスタイル Week [東京] 東京ビッグサイト
- 9月23-24 [オンライン] GEBCO 2020/21 秋の大会
- 9月23-24 [オンライン] 第10回 Special Days 2020/21 秋の大会
- 9月23-24 第17回 Japan Marketing Week [大阪] 大阪ビッグサイト
- 9月23-24 第17回 Japan Marketing Week [京都] 京都ビッグサイト

イベマケスケジュール5つの特長

- ① 無料、登録不要で、いつでもアクセスできる。
- ② 一覧表と詳細表示が切り替えできる。
- ③ 月ごと、地域ごと、毎週のスケジュールが確認できる。
- ④ 展示会以外のイベント情報も掲載
- ⑤ イベント情報の掲載も無料

運営会社: 株式会社 MICE 研究所

海外展示会レポート

デジタル開催に2000社が参加

オールデジタルの CES 2021 では、37 カ国から 700 社ほどのスタートアップを含む約 2000 社の企業が製品を発表した。うち米国外の参加は 530 社のスタートアップを含む 1300 社以上。国別にはカナダ、フランス、イスラエル、イタリア、日本、韓国が大規模に出展した。

出展企業には、インテル、LG 電子、パナソニック、サムスン電子、ソニーなどの大手テック企業のほか、AARP からブリヂストン、キャタピラー、Indy Autonomous Challenge、農業機械メーカーの John Deere、ロレアル、水栓メー



CES スタジオからのキックオフ

カーの Moen、P & G などの伝統的な非テック企業も含まれていた。今年新たに出展した企業には、ASUS、BioIntelliSense、Bose、Sono Motors、Volvo Penta など。

カンファレンスプログラムでは、100 時間以上のプログラムを紹介。セッションでは、プライバシー、AI とヘルスケアの未来、自律交通、小

売業のトレンド、テックポリシーなど、差し迫ったトピックが取り上げられた。

また、ライアン・シークレストと音楽界のスーパースター、ピリー・アイリッシュとデュア・リパが登場し、テクノロジーがいかに新しい没入型のファン体験の創造を可能にしたかを議論する特別イベントも開催された。

コンテンツは 2021 年 2 月 15 日までオンデマンドで視聴できる。なお、CES 2022 は、2022 年 1 月 5 日～8 日にラスベガスで開催することを発表している。

J-Startup × CES

ストーリー仕立てのコンテンツ



CES2021 に出展した Panasonic は会期中にオンラインイベント「CES2021 Panasonic in Tokyo」を開催した

パナソニックは、CES の会期に合わせて 1 月 12 日から 15 日まで「CES2021 Panasonic in Tokyo」の名称で、オンライン展示、セミナー・ミーティング、新製品発表会などを実施した。

12 日には、特別セミナーとして「J-Startup × CES 過去 2 年の振り返りと今年の展開 ～世界で勝てる日本発の革新的スタートアップの創出に向けて～」のセッションを配信。J-Startup を実施した JETRO から瀧幸乃氏、深澤竜太氏、外部アドバイザーを務める HEART CATCH 西村真理子氏、Shiftall の岩佐琢磨氏、EDGEof の小田嶋アレックス太輔氏が登壇した。

JETRO の瀧さんは、今回 50 社以上のスタートアップ企業をサポートしたこと、主催者がオンラインの

プラットフォームの決定を待たずに、独自にコンテンツ制作を進めたことなどを語った。

アドバイザーの 3 氏からもさまざまな意見、提案があった。KPI が名刺獲得からメディア露出や投資家とのコンタクトに変わったこと。海外でもオンライン移行によって独自に集客やコンテンツを用意するなど CES の価値感が変わった。メーカーとしては実機を手にとってもらえない今回の出展は成果をあげるの難しい。オンラインで効果的だったストーリー仕立てのコンテンツをハイブリッドになる次回開催にどう活かすか。今回金賞を含め 2 社がイノベーションアワードに輝いた、そのモメンタムを 2022 年に活かすと日本のスタートアップ全体がさらに活躍できる。などオンライン出展のむずかしさのなかにも明るい話題も多かった。



オールデジタルをどう戦ったか



「CES2021 JAPAN TECH @b8ta」の特設エリアにて。クリエイティブ・ヴィジョンの吉野昌秀さん(右)とベータ・ジャパンの安井翠さん

CES2021 を店舗で体験する「CES2021 JAPAN TECH @ b8ta」が 1 月 9 日から 17 日の期間、b8ta Tokyo - Yurakucho で開催。「JAPAN TECH パビリオン」の展示品をリアルに体験できる取組みが実施された。

b8ta 店内に特設エリアを設け、新しいテクノロジーに触れられる機会を提供したほか、店内に設置するスタジオからのオンラインイベント配信も展開。日本のイノベティブな企業や大学の技術を、バーチャルと

リアルを融合したハイブリッド出展で国内外へ発信した。

「JAPAN TECH PROJECT」の企画・運営を行うのは、日本初・国内唯一の CES 公認販売代理店である株式会社クリエイティブ・ヴィジョンと総合広告会社の大広。今回の「CES2021 JAPAN TECH @ b8ta」は、「b8ta」から問合せがあり実施に至ったもの。オンラインのみでは伝えられない体験をリアルな場所で提供するという点や、日本メディアへのカバレッジによる国内向

け認知度のアップを図るという点が、オールデジタルになった CES2021 についての懸念点だったが、「[b8ta] とコラボしたことで今後のハイブリッド展示会においても可能性を感じた」と、クリエイティブ・ヴィジョンの吉野昌秀さんは話す。一方、2020 年 8 月にアジア初上陸として東京・有楽町に出店し

た「b8ta」で新規事業開発チームシニアマネージャーを務め、今回の取組みを提案した安井翠さんは「デジタル化されたイベントとのコラボは CES2021 が初めての試みでした。販売前のベータ製品が 365 日並んでいるという b8ta のコンセプトは、CES を毎日実施しているようなものです」と提案の理由をこう語った。

タイミングとしても、CES2021 の出展に向け配信のできるスタジオやスペースも必要としていたところで、9 月中旬に b8ta から問合せがあり、実施決定はトントン拍子に進んだ。

今回「CES2021 JAPAN TECH

@b8ta」の出展者は、通常 b8ta へ出店する製品・サービスと同様に、店舗定量データ(5 秒以上立ち止まった人数や展示物前を通過した人数とその属性)と店舗スタッフとの対話からのフィードバックといった定性データが提供される。有楽町駅前の立地もメリットとなった。



最先端の技術革新の導入で課題を解決するモデル都市「Fukuoka Smart East」を提案した福岡市

EVENT MARKETING

FREE PAPER

読者Profile

大手メーカー・メーカー
 ▶年間イベント件数:約20件
 デジタルマーケティングとオフラインを組み合わせて販促とファンづくりに

特集
 イベントマーケティングのトレンドを国内外の事例や動向から分析し、メーカー・イベントの皆さんと共有します。

国内・海外ニュース
 ツールやテクノロジーの最新情報、開催直前概況・事後レポートなどを紹介します。

コラム
 幅広い視野と独自の視点、経験をもつ著名人が執筆します。

インタビュー
 リアルコミュニケーションを楽しくテーマに話題の方々ほか、イノベーター、イベントメーカー、主催者の声を収録。

調査・レポート
 効果測定や開催状況の集計、効果最大化の手法など、face to face を科学するレポートをお届けします。

製薬会社
ミーティングプランナー
 ▶年間イベント件数:100件超
 業界のファーストムーバーとして異業種のトレンドを知り講演会に活かしたい

IT 企業向け
マーケティングサポーター
 ▶年間イベント件数:約150件
 イベントマーケティングに関わるテクノロジーやツールについて情報収集したい

毎月30日発行

定期送付申し込み
 発行所:株式会社 MICE 研究所
 〒105-0004 東京都港区新橋 5-12-9
 ABCビル 5F
 TEL03-6721-5303
 sofuf@event-marketing.co.jp

