

JTB 広報室 2023年6月27日

## 「ビジネスイベント意識調査(2023年3月実施)」を発表

- 企業におけるビジネスイベント予算は拡大傾向、手法はオフラインが最多
- 幅広い項目において SDGs 対応の必要性が検討されていることも明らかに

株式会社 JTBは、主に消費者・取引先・地域・出資者などを対象とする『社外ステークホルダー向けイベント』(以下、社外向けイベント)、および復調傾向にある『訪日インバウンドイベント』(以下、訪日イベント)に関する「ビジネスイベント意識調査(2023年3月実施)」の結果を発表しました。

新型コロナウイルスに関する規制も大幅に緩和され、企業が開催するビジネスイベントは、コロナ禍以前のようにオフライン(リアル)で実施する動きが増えはじめている今、世の中でのビジネスイベントの開催意向やニーズの変化を捉えます。

\*詳細なレポートにつきましては、以下 法人 WEB サイトからダウンロードいただけます。

【ビジネスイベントの現在とこれから(2023年5月)～社外ステークホルダー向けイベント版～】

URL: <https://www.jtbbwt.com/business/documents/whitepaper/detail/id=2927>

【ビジネスイベントの現在とこれから(2023年5月)～訪日インバウンドイベント版～】

URL: <https://www.jtbbwt.com/business/documents/whitepaper/detail/id=2928>

### 《調査結果サマリー 社外向けイベント・訪日イベント共通》

- 開催手法について、社外向けイベントにおいては、いずれもオフライン開催が最多となる。一方で、訪日イベントにおいては、オンライン開催・ハイブリッド開催(※)比率も高めで、オンライン移行度が大きいといえる。(図表①・②参照)  
(※)実際のイベント会場に加え、オンラインで展開するライブ配信やバーチャルルームを併用するイベント形式
- 予算傾向に関して、いずれのイベント種別においても、予算増加の比率が予算減少の比率を上回る。訪日イベントにおいては、社外向けイベントが社内向けイベントに比べて、予算増加比率がより高い。(図表④参照)
- 社外向けイベント・訪日イベントともに、8割以上の回答者が何らかのSDGs対応を検討している。また8割程度の方が、対応による予算増加も許容できると回答している。(図表⑤・⑥参照)

### 《調査結果(抜粋)》

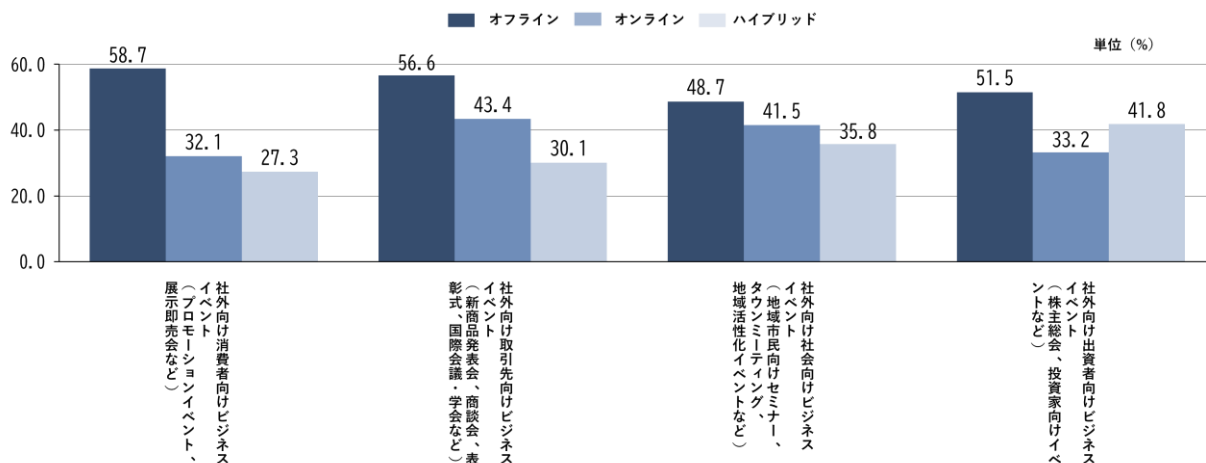
#### 【開催手法】社外向けイベントにおいては、いずれもオフライン開催が半数以上を占める

社外向けイベントにおいては、いずれもオフライン開催が最多となっています(図表①)。訪日イベントについては、コロナ禍前と比較すると社内向けイベントにおけるオンライン活用への移行度が大きく、オンラインイベント開催基盤の整備や技術活用が進み、目的に応じた使い分けがなされているといえるでしょう(図表②・③)。

一方で、別設問によるとハイブリッド開催の課題としては「オンライン参加者にリアル参加者並みの印象を与えることが難しい」「参加者集約が煩雑になる」「参加者同士のコミュニケーションに困難が生じる」ことがあげられています。

(図表①)2022年度に担当した・担当する予定の会議・イベントの開催手法(複数回答)

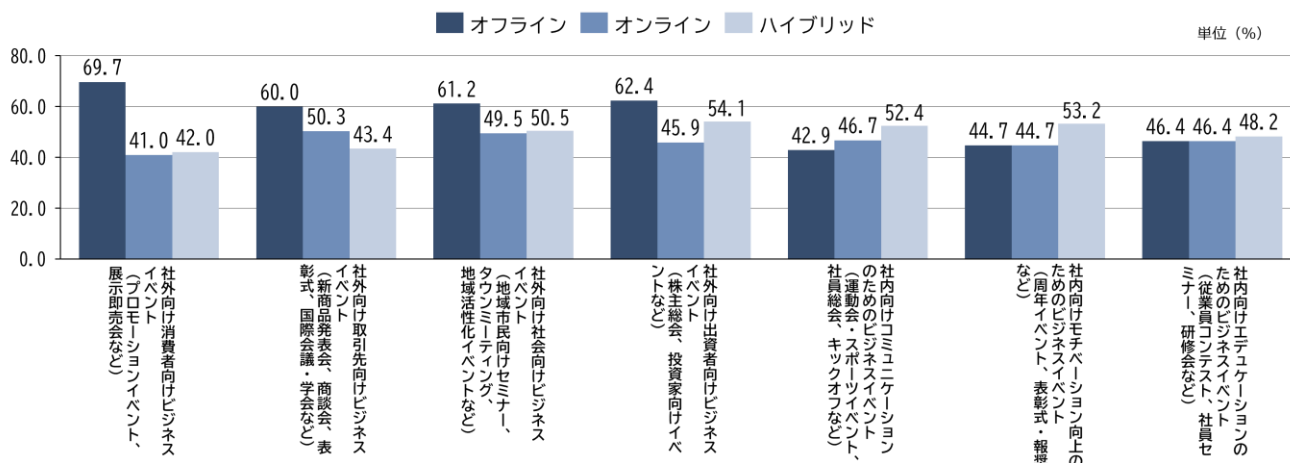
「社外向けイベント」



【基数：対象者全体】 (N=801)

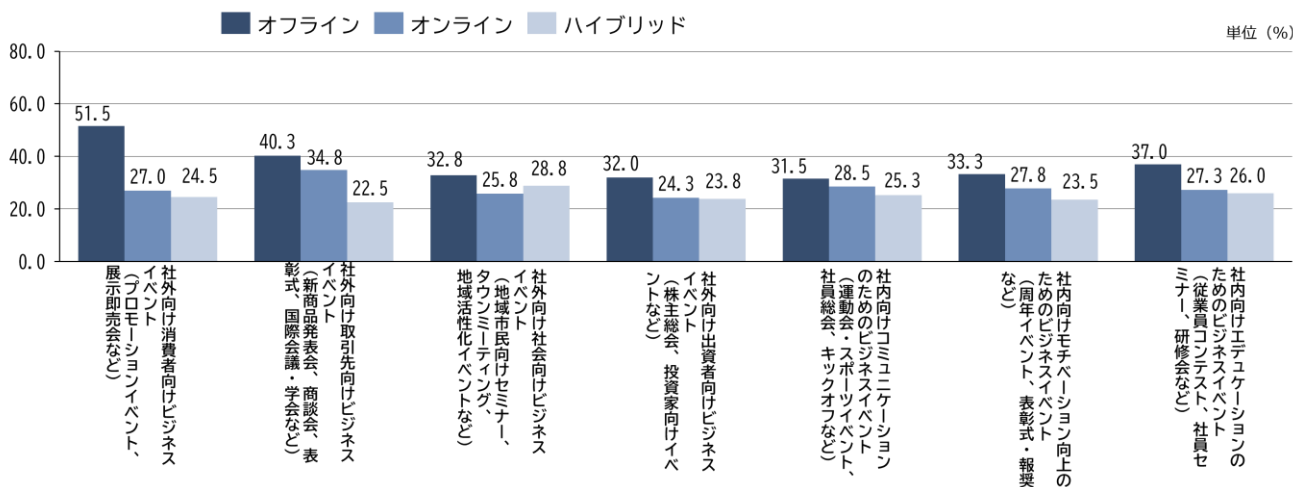
(図表②)2022年度に担当した・担当する予定の会議・イベントの開催手法(複数回答)

「訪日イベント」



【基数：各訪日イベント種別担当者全体】

(図表③)「訪日イベント:新型コロナウイルスの蔓延以前(～2020年1月頃まで/複数回答)」



【基数：各訪日イベント種別担当者全体】

**【予算傾向】 いずれのイベント種別においても、予算増加の比率が予算減少の比率を上回る**

2022年度のイベント開催予算の例年比較によると、いずれのイベント種別においても、40%以上がイベントの予算を増加させていて、ビジネスイベントの拡大傾向が推測されます(図表④)。特に訪日イベントにおいては、社内向けイベントより、社外向けイベントの方が高い予算増加比率となっています。

(図表④)2022年度の会議・イベントの開催予算に関する例年比較(単一回答)

「社外向けイベント」

予算の変化	社外向け 消費者向け	社外向け 取引先向け	社外向け 社会向け	社外向け 出資者向け
増加	42.2%	44.9%	50.4%	42.0%
減少	12.2%	11.6%	12.0%	11.6%

「訪日イベント」

予算の変化	社外向け 消費者向け	社外向け 取引先向け	社外向け 社会向け	社外向け 出資者向け	社内向け(コミュ ニケーション)	社内向け(モチベ ーションアップ)	社内向け(エデュケ ーション)
増加	60.1%	56.6%	65.0%	58.8%	45.7%	47.9%	36.6%
減少	10.6%	9.1%	8.7%	15.3%	16.2%	8.5%	14.3%

**【SDGs 対応】 社外向けイベント・訪日イベントともに、8割以上の回答者が何らかのSDGs 対応を検討**

SDGs 対応を「これまで検討したことがない」という回答者は、社外向けイベントにおいて 15.9%、訪日イベントでは 14.5%という結果であることから、8割以上の回答者が何らかの対応を検討しているといえます(図表⑤)。また8割前後の回答者が対応をすることで費用増加を許容しています(図表⑥)。

対応内容については幅広く項目が選択されていますが、「節電・省エネ・節水などに配慮した方針や計画の策定」や「持続可能性に配慮した運営や経営に関する方針の文書化」の割合は高く、イベント自体の方針や企画における考慮が必要とされているといえます。その他「情報提供の電子化」「再生材の利用やリサイクル性に配慮したノベルティ、名札などの利用」「持続可能性に配慮した物品やサービスの調達」など、用品・資材に関する配慮の必要性も大きいといえます。

(図表⑤)SDGs 対応のために検討するものとして求めるもの(上位 5 項目)

「社外向けイベント」(複数回答)

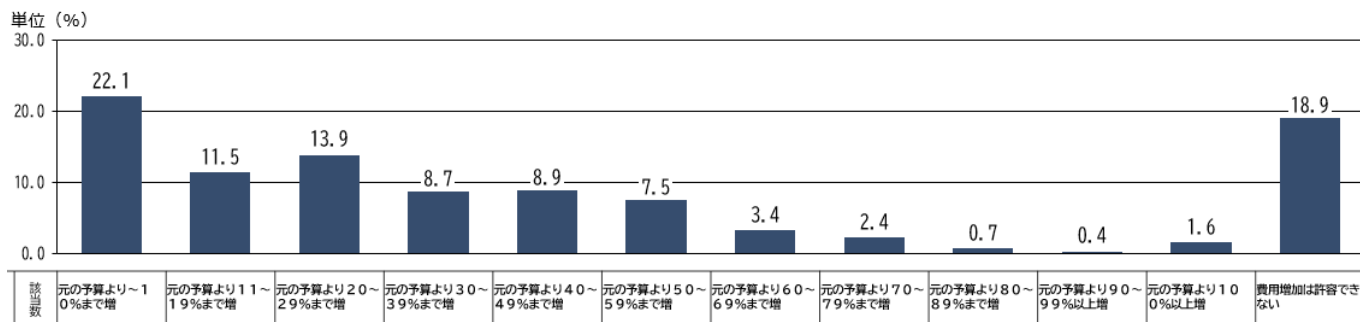
No	項目	回答率(%)
1	節電・省エネ・節水などに配慮した方針や計画の策定	27.8
2	情報提供の電子化	23.3
3	持続可能性に配慮した運営や経営に関する方針の文書化	21.2
4	クールビス・ウォームビズの呼びかけ	20.6
5	再生材の利用やリサイクル性に配慮したノベルティ、名札などの利用	20.2
—	これまでSDGs対応を検討したことがない	15.9

「訪日イベント」(複数回答)

No	項目	回答率(%)
1	持続可能性に配慮した運営や経営に関する方針の文書化	35.0
2	祈祷室・スペースの設置など、宗教的慣習への臨機応変な対応	30.8
3	再生材の利用やリサイクル性に配慮したノベルティ、名札などの利用	27.3
4	持続可能性に配慮した物品やサービスの調達	26.8
5	節電・省エネ・節水などに配慮した方針や計画の策定	26.5
—	これまでSDGs対応を検討したことがない	14.5

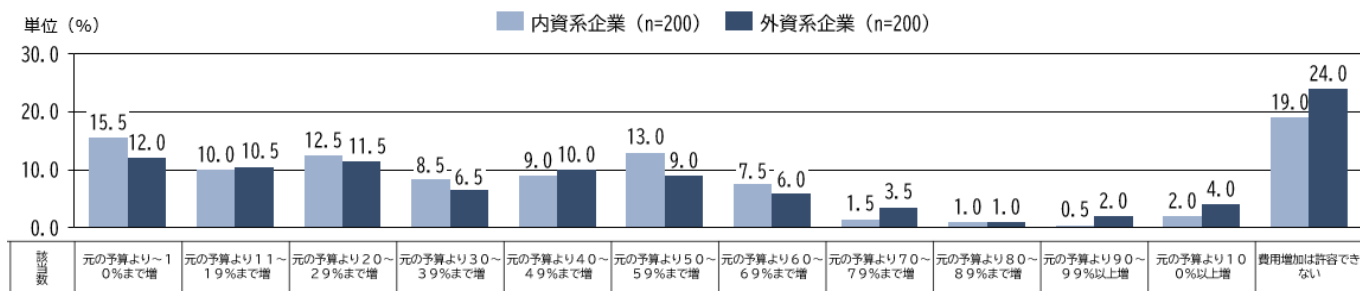
(図表⑥)SDGs 対応をすることで費用増加を許容できる範囲(単一回答)

「社外向けイベント」



【基数:対象者全体】(N=801)

「訪日イベント」



【基数:対象者全体】(N=400)

《調査概要》

【調査内容】ビジネスイベントに関するアンケート調査

【調査対象】20歳～69歳までの日本に在住する方 かつ 以下の条件に該当する方

- ・現在就業している正規雇用の社員
- ・該当のビジネスイベントに関与したことがある担当者
- ・企業規模が従業員数500名以上、もしくは売上100億円以上の企業

【サンプル数】社外向けイベント・・・801 サンプル / 訪日イベント・・・400 サンプル

【調査期間】2023年3月 【調査方法】インターネット調査

今回の調査を通じて、オンライン開催が突出していたコロナ禍と比較してオフライン開催の復調が顕著である一方で、イベント種別によってはオンライン・ハイブリッド開催の継続意向やイベント全般におけるテクノロジー活用意向も見て取れました。JTBでは、イベント種別や目的に応じたデジタル活用や、これからのビジネスにおいて欠かせないSDGs対応に関する最適なソリューションを提供することで、皆様の持続可能なビジネス展開に貢献します。

■ビジネスイベントソリューションのご紹介 <https://www.jtbbwt.com/files/user/jtbforbusinessmeetingevents/index.html>

■一般のお客様からのお問合せ先

JTB 法人サービスサイト お問合せフォーム <https://www.jtbbwt.com/business/contact/>

■調査内容に関するお問合せ先

JTB ビジネスソリューション事業本部 TEL:03-5796-5971 (9:30～17:30 ※土日祝休)

■報道関係の方からのお問合せ先

JTB 広報室 03-5796-5833(東京) 06-6260-5108(大阪)