

일본 콘텐츠 산업동향

일본 이벤트산업 동향



일본 콘텐츠 산업동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF JAPAN

2022년 04호

구분(장르)	제목	Key Word	
심층 이슈	I. 일본 이벤트산업 · 시장 1. 2021년 일본 이벤트산업 개요 2. 2021년 이벤트 관련 산업 3. 2021년 이벤트 주변 산업(콘텐츠 관련 이벤트산업)	이벤트	
	II. 일본 라이브이벤트산업 시장 현황 1. 2020년 및 2021년 일본 라이브이벤트산업 시장개요 2. 2020년 라이브이벤트 시장 3. 2021년 라이브이벤트 시장		
	III. 그 외 이벤트산업 1. 음악페스티벌 이벤트 2. 애니메이션 · 관련 · 라이브이벤트 3. 전시행사 및 컨벤션 이벤트 4. 온라인 이벤트		

작성 | 한국콘텐츠진흥원 일본비즈니스센터

배포 | 2022.09.29



일본 이벤트산업 동향

KOCCA

I. 일본 이벤트 시장

작성 순서

1. 2021년 일본 이벤트산업 개요
2. 2021년 이벤트 관련 산업
3. 2021년 이벤트 주변 산업(콘텐츠 관련 이벤트산업)

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

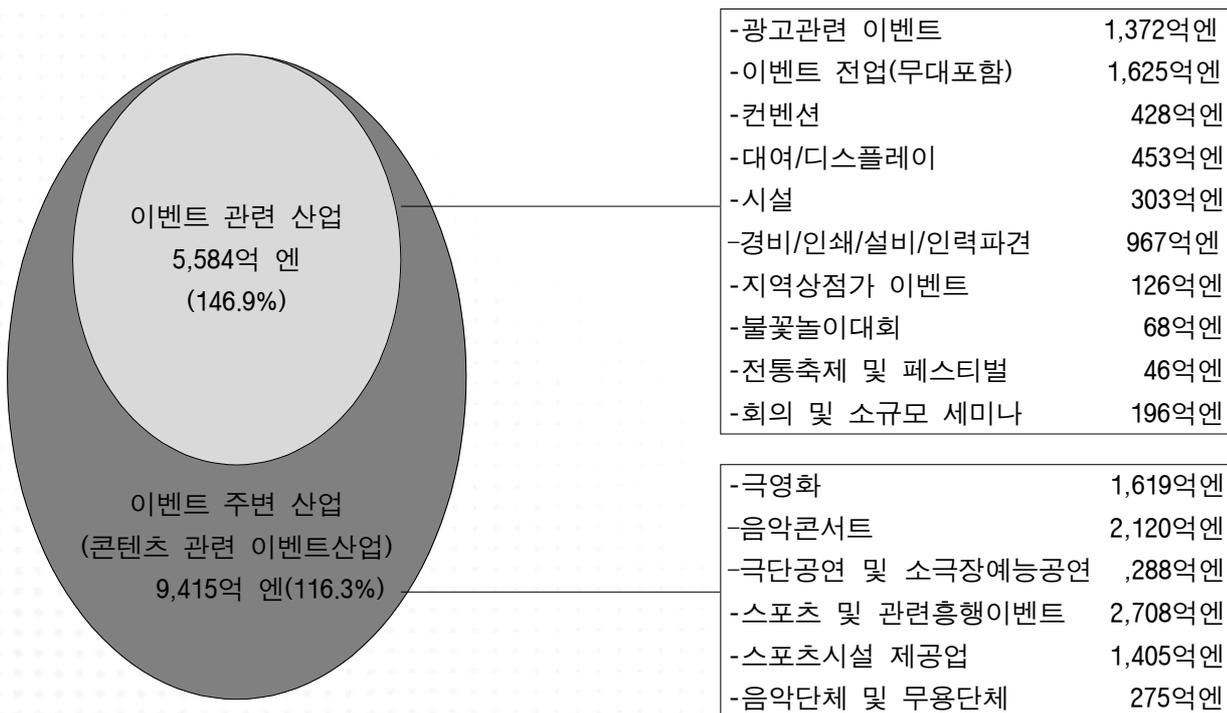
KOCCA

1 2021년도 일본 이벤트산업 개요



| 그림 1 | 2021년 일본 이벤트 산업 규모

2021년 이벤트 산업규모 추계: 1조 4,999억 엔(2020년 대비 126.1%)



출처: 2021년 이벤트 산업규모 추계(일반사단법인 일본이벤트산업진흥협회)

✔ 2021년 이벤트 시장규모는 5,584억 엔(2020년 대비 146.9%)

- 일반사단법인 일본이벤트산업진흥협회(JACE)가 2022년 6월에 공개한 <2021년 이벤트 산업규모 추계(2021年イベント産業規模推計)>에 따르면, 2021년도의 이벤트 산업규모는, 이벤트 관련산업 5,584억 엔(전년 대비 146.9%)과 이벤트 주변산업(콘텐츠관련 이벤트산업) 9,415억 엔(전년 대비 116.3%)을 더하면, 1조 4,999억 엔(전년 대비 126.1%)으로, 코로나 유행 전의 2019년과 비교했을 때 약 60%까지 회복세를 보이고 있음
- <이벤트 산업규모 추계>보고서는, 일본의 이벤트산업의 산업구조 및 업무구조에 따라, 이벤트 관련산업과 이벤트 주변산업(콘텐츠관련 이벤트 산업)으로 분류하고 있음
- 이벤트 관련산업 분야로는, 광고관련 이벤트, 이벤트 전업, 컨벤션, 대여 및 디스플레이, 시설, 경비/인쇄/설비/인력파견, 지역상점가 이벤트, 불꽃놀이대회, 전통행사 및 페스티벌, 회의 및 소규모 세미나 산업이 포함되어 있고, 이벤트 주변산업(콘텐츠 관련의 이벤트산업)에는 극영화, 음악콘서트, 극단 공연 및 소극장 예능공연, 스포츠 및 관련행 이벤트, 스포츠 시설 제공업, 음악단체 및 무용단체 산업이 포함됨

| 표 1 | 일본 이벤트산업 분야별 규모

(단위: 억 엔)

구분	2019년	2020년	2021년
광고관련 이벤트	2,217	1,064	1,372
이벤트 전업	2,031	955	1,625
컨벤션	713	230	428
대여 및 디스플레이	586	275	453
시설	452	262	303
경비/인쇄/설비/인력파견	1,382	760	967
지역상점가 이벤트	1,260	63	126
불꽃놀이대회	450	40	68
전통 행사 및 페스티벌	220	25	46
회의 및 소규모 세미나	280	126	196
이벤트 관련산업 총 합계	9,591	3,800	5,584
극영화	3,261	1,433	1,619
음악콘서트	4,712	1,743	2,120
극단 공연 및 소극장 예능공연	2,862	801	1,288
스포츠 및 관련행 이벤트	3,726	2,236	2,708
스포츠시설 제공업	2,125	1,700	1,405
음악단체 및 무용단체	508	183	275
콘텐츠관련 이벤트산업 총 합계	17,194	8,096	9,415
총 합계	26,785	11,896	14,999

출처: 2021년 이벤트 산업규모 추계(일반사단법인 일본이벤트산업진흥협회)

2 2021년 이벤트 관련산업

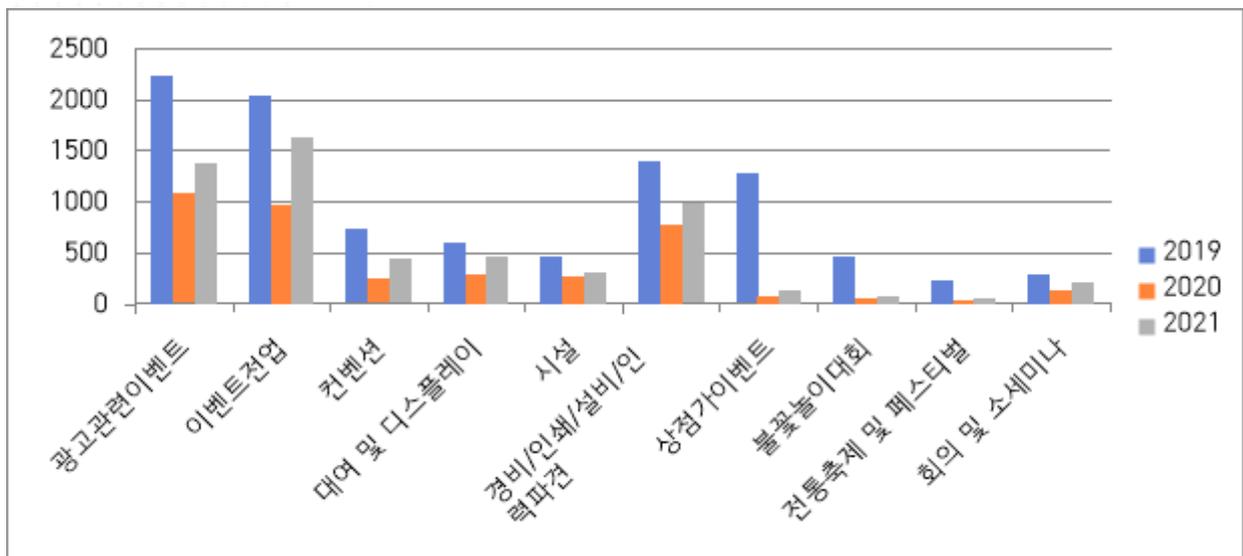
>>>

이벤트 관련산업

- 2021년의 광고관련 이벤트산업은, 2021년에 개최된 '2020 도쿄올림픽/패럴림픽 경기대회'의 영향으로 증가. 주력이벤트인 광고 및 판촉이벤트는 2020년과 비교했을 때 20~30% 증가했고, 2019년의 60%까지 수준까지 회복
- 컨벤션산업은 2020년의 경우 코로나의 영향을 크게 받아, 2019년과 비교할 때 32% 수준에 머물렀지만, 2021년에는 국제학회들이 다시 시작되는 등, 2020년에 비해 186% 증가해서 2019년의 60% 수준까지 회복
- 이벤트행사장 시설산업은 엄격한 코로나규제가 지속된 관계로, 지역에 따라서는 행사장의 사용료를 반액으로 할인하는 움직임도 등장. 2021년은 2019년의 60% 수준까지 회복
- 전통축제 및 페스티벌은 그 이벤트의 성격이 관광자원이나 지방 자치제의 지역적 특성을 바탕으로 하는 대면행사가 대부분인 관계로 여전히 2019년의 20% 수준에 머물러 있음
- 회의 및 소규모 세미나 이벤트의 경우, 2019년의 70% 수준까지는 회복되었으나, 그 개최형태가 대부분 온라인으로 이행되었음

| 그림 2 | 일본 이벤트 관련산업 분야별 규모

(단위: 억 엔)



출처: 2021년 이벤트 산업규모 추계(일반사단법인 일본이벤트산업진흥협회)

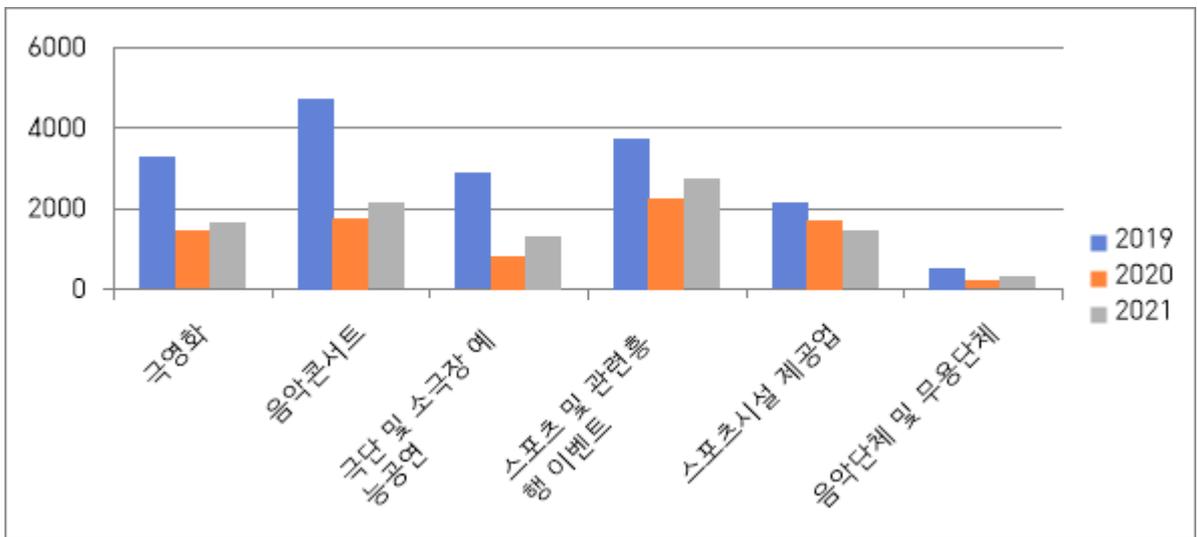
3 2021년 이벤트 주변산업(콘텐츠관련 이벤트산업) >>>

❖ 콘텐츠관련 이벤트산업

- 2020 년도는 2019 년 대비 절반 이하의 수준으로 큰 폭의 감소를 보였던 극영화/음악콘서트/극단 공연 및 소극장 예능공연/음악단체 및 무용단체 매출의 경우, 2021년에는 2019년의 50% 수준까지 회복함
- 스포츠 및 관련행 이벤트/스포츠시설 제공업은 2019년의 70% 수준까지는 회복

| 그림 3 | 일본 이벤트 주변산업(콘텐츠관련 이벤트산업) 분야별 규모

(단위: 억 엔)



출처: 2021년 이벤트 산업규모 추계(일반사단법인 일본이벤트산업진흥협회)

II. 일본 라이브이벤트산업 시장 현황

작성 순서

1. 2020년 및 2021년 일본 라이브이벤트산업 시장개요
2. 2020년 라이브이벤트산업 시장
3. 2021년 라이브이벤트산업 시장

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

KOCCA

1 2020년 및 2021년 일본 라이브이벤트산업 시장개요 >>>

❖ 코로나 극복 이벤트는 증가 추세

- 2021년의 총 공연 횟수는 26,383 공연으로 2020년 대비 248.0%를 기록했지만, 2019년의 공연 횟수와 비교하면 82.7% 수준임
- 그러나 일본 국내에서는 조금씩 오프라인 이벤트가 늘어나고 있고, 코로나 방역 정책 또한 개방 무드에 있어 조금씩 예년 상태로 복귀 중에 있고 올 3월부터 본격적인 해외 아티스트의 일본 공연을 위한 내일 공연이 늘어나고 있는 추세임

✔ 2020년 및 2021년도 일본 라이브이벤트산업 시장

- 본 라이브이벤트 조사 내용은 일반사단법인 콘서트프로모터즈협회(ACPC)가 매년 조사하고 있는 라이브시장조사를 기반으로 발표된 보고서 내용을 참고로 하고 있으며 회원사를 대상으로 조사한 내용이므로 일본 전체 시장이라고는 할 수 없으나 가장 신뢰도가 높은 자료로 취급하고 있음
- 보고서 내용을 보면 2021년의 입장객 수는 2284만 명으로 2020년과 비교하면 210.2%의 증가. 그러나 공연 개최에 따른 엄격한 입장인원 수의 제한 등으로 2019년의 입장객 수와 비교하면 46.1%에 그침
- 2021년의 시장규모는 1530.8억 엔으로 2020년 대비 196.3%, 2019년과 비교하면 41.8%임

| 표 2 | 일본 라이브이벤트 산업시장 규모

구분	2019년	2020년(2019년 대비)	2021년(2020년 대비)
공연 횟수 (단위: 회)	31,889	10,637(33.4%)	26,383(248%)
입장객 수 (단위: 명)	49,545,050	10,866,294(21.9%)	22,841,143(210.2%)
매출액 (단위: 엔)	366,504,596,877	77,980,801,683(21.3%)	153,081,260,519(196.3%)
저작권사용료 총액(단위: 엔)	4,276,708,868	773,922,078(18.1%)	2,114,500,346(273.2)

출처: 2019년, 2020년, 2021년 이벤트 산업규모 추계(일반사단법인 일본이벤트산업진흥협회)

2

2020년 라이브이벤트 시장



✔ 2020년 라이브이벤트 시장조사 개요

- 조사기간: 2020년 1월~2020년 12월
- 조사대상 회원사수: 72개사
- 총 공연 횟수: 10,637회 (2019년 대비 33.4%)

- 총 입장객 수: 10,866,294 명(2019년 대비 21.9%)
- 총 매출액: 77,980,801,683 엔(2019년 대비 21.3%)
- 저작권사용료 총액: 773,922,078 엔 (2019년 대비 18.1%)
- 조사기관: 일반사단법인 콘서트프로모션협회(ACPC)

| 표 3 | 2020년 일본 라이브이벤트 지역별 공연 내역

지역	공연 횟수	입장객 수	매출액
홋카이도(北海道)	307(22.8%)	115,170(6.7%)	706,954,976(5.1%)
토호쿠(東北)	413(18.3%)	165,896(10.4%)	1,057,766,134(9.6%)
칸토(関東)	5,140(41.8%)	5,797,550(25.7%)	37,149,340,311(22%)
호쿠리쿠신에츠(北陸信越)	440(32.9%)	156,378(15%)	1,096,513,838(14.1%)
토카이(東海)	836(28.6%)	1,029,128(24.2%)	9,744,700,712(26.7%)
킨키(近畿)	2,394(35.8%)	2,676,885(21.7%)	21,139,237,851(25.7%)
츄고쿠.시코쿠(中国四国)	486(21%)	258,607(11.4%)	1,608,095,365(9.7%)
큐슈/오키나와(九州沖縄)	621(22.8%)	663,680(17.6%)	5,478,192,496(18.4%)
합계	10,637(33.4%)	10,866,294(21.9%)	77,980,801,683(21.3%)

출처: 2020년 이벤트 산업규모 추계(일반사단법인 일본이벤트산업진흥협회)

✔ 라이브이벤트 산업의 공연 및 매출액 동향

- 라이브이벤트 산업은 코로나의 영향으로 큰 타격을 입은 산업 중 하나로서, 2020년의 라이브이벤트 산업은 대규모 공연 외의 중소규모 공연까지 취소나 연기가 됨에 따라 시장이 대폭 감소
 - .. 공연 횟수: 10,637 회 (2019년 대비 33.4%)
 - .. 입장객 수: 10,866,294 명 (2019년 대비 21.9%)
 - .. 매출액: 77,980,801,683 엔 (2019년 대비 21.3%)
- 지역별 공연 개최상황을 보면, 도쿄를 중심으로 한 칸토(関東)지역이 5,140 회(2019년 대비 41.8%)로 가장 많고, 오사카를 중심으로 한 킨키(近畿)지역이 2,394 회(2019년 대비 35.8%)로 두 번째로 많았지만, 2019년에 비하면 양쪽 모두 절반에도 미치지 못하는 공연 횟수를 기록
- 단계적으로 소규모 이벤트와 공연은 재개되었으나, 코로나 감염방지 대책 방침에 따라, 관객들 사이의 좌석을 한 좌석씩 비우고 관객을 수용하는 형태로 개최하게 되어, 입장객 수의 감소와 더불어 공연 당 매출액도 2019년 대비 4분의 1 수준으로 감소

| 표 4 | 2020년 일본 라이브이벤트 공연행사장 규모별 공연 횟수

행사장소	일본 국내 아티스트		해외 아티스트	
	공연 횟수	입장객 수	공연 횟수	입장객 수
스타디움	44(18.7%)	1,228,043(16.1%)	5(10.4%)	156,369(9.9%)
아레나	320(24.9%)	2,100,643(21.3%)	23(9.8%)	257,431(13.9%)
홀	4,413(37.4%)	4,154,288(26.2%)	123(11.4%)	176,447(10.8%)
라이브하우스	4,479(29.9%)	1,282,891(22.8%)	51(11.2%)	28,981(9.1%)
야외	63(18.6%)	102,102(4%)	0	0
기타(스튜디오, 쇼핑몰, 카페, 소극장 등)	1,115(84.2%)	1,378,947(69.9%)	1(1%)	152
합계	10,434(34.8%)	10,246,914(23.6%)	203(10.6%)	619,380(10.3%)

출처: 2020년 이벤트 산업규모 추계(일반사단법인 일본이벤트산업진흥협회)

☑ 공연장소 및 공연규모별 동향

- 대규모 공연장의 라이브이벤트는 대부분 취소 및 연기된 경우가 많아, 스타디움/아레나/야외 공연장의 경우 2019년 대비 25% 이하의 공연 횟수를 기록
- 단계적인 소규모 이벤트와 공연의 재개로, 매장 내의 이벤트행사장이나 쇼핑몰, 카페 등에서 개최한 라이브이벤트는 간신히 2019년 대비 84.2%를 유지했지만, 이러한 소규모 행사도 방역지침에 따른 제한이 엄격했던 관계로, 입장객 수는 2019년의 70%에 머무름

| 표 5 | 2020년 일본 라이브이벤트 해외아티스트 국가별 공연 상황

지역	공연 횟수	입장객 수
북미	76(11.9%)	86,047(8.5%)
중남미	0	0
유럽	29(8.8%)	112,683(20.5%)
아시아 및 오세아니아	6(10.9%)	2,388(5.2%)
한국	84(11.8%)	395,067(11.1%)
아프리카	0	0
기타(복합)	8(4.3%)	23,195(2.7%)
합계	203(10.6%)	619,380(10.3%)

출처: 2020년 이벤트 산업규모 추계(일반사단법인 일본이벤트산업진흥협회)

☑ 국가별 공연상황

- 해외아티스트의 국적별 입장객 수를 보면, 한국 아티스트의 입장객 수가 395,067 명으로 가장 많았지만, 2019 년과 비교했을 때 11.1%에 불과했음
- 대형공연장의 개최 취소 및 해외아티스트의 입국취소 등이 연이어져, 라이브이벤트 산업 내의 해외아티스트 공연은 간신히 10% 선을 기록

3

2021년 라이브이벤트 시장



2021년 라이브이벤트 시장 내역

- 조사기간: 2021년 1월~2021년 12월
- 조사대상 회원사수: 73개사
- 총 공연 횟수: 26,383회 (2020년 대비 248%)
- 총 입장객수: 22,841,143명(2020년 대비 210.2%)
- 총 매출액: 153,081,260,519 엔(2020년 대비 196.3%)
- 저작권사용료 총액: 2,114,500,346 엔 (2020년 대비 273.2%)
- 조사기관: 일반사단법인 콘서트프로모션협회(ACPC)

| 표 6 | 2021년 일본 라이브이벤트 지역별 공연 내역

지역	공연 횟수	입장객 수	매출액
홋카이도(北海道)	1,018(331.6%)	655,571(569.2%)	5,150,000,450(728.5%)
토호쿠(東北)	1,172(283.8%)	529,765(319.3%)	4,183,529,129(395.5%)
칸토(関東)	11,514(224%)	13,459,354(232.2%)	78,230,954,958(210.6%)
호쿠리쿠신에츠(北陸信越)	968(220%)	421,343(269.4%)	3,376,641,861(307.9%)
토카이(東海)	2,397(286.7%)	1,258,607(122.3%)	10,793,716,104(110.8%)
킨키(近畿)	5,459(228%)	4,545,808(169.6%)	35,582,844,486(168.3%)
츄고쿠.시코쿠(中国四国)	1,385(285%)	817,844(316.2%)	6,255,211,436(389%)
큐슈/오키나와(九州沖縄)	1,735(279.4%)	1,152,851(173.7%)	9,508,362,185(173.6%)
온라인	735	1,053,120	
합계	26,383(248%)	22,841,143(210.2%)	153,081,260,519(196.3%)

출처: 2021년 이벤트 산업규모 추계(일반사단법인 일본이벤트산업진흥협회)

라이브이벤트산업의 공연 및 매출액 동향

- 2020년에 이어 2021년도 코로나 방역지침에 따른 규제상황이 완전하게 해제되지 않는 상태가 이어졌으나, 경제활동의 회복과 함께 조금씩 완만하게 일상회복을 향한 움직임을 시작하여 공연 횟수는 코로나 전인 2019년의 80% 이상 수준까지 도달

- 그러나, 공연개최에 따른 엄격한 방역지침으로 인해, 입장객 수와 매출액은 2019 년의 50% 수준에 미치지 못하며 시장의 어려운 상황은 계속되고 있음

❖ **일상회복과 더불어 이벤트산업 시장이 온라인 및 온오프라인 병행의 하이브리드형으로 재구축 중**

- 일상회복의 움직임이 증가되면서 대면이벤트의 증가와 더불어 온라인을 통한 비대면 이벤트도 병행 증가 중
- 더불어 콘서트 및 음악관련 이벤트는 어디서든 참가가 가능하다는 편이성이 이점으로 평가되어 온라인서비스의 병행제공이 국내외를 막론하고 증가 추세임

| 표 7 | 2021 년 일본 라이브이벤트 공연행사장 규모별 공연 횟수

행사장소	일본 국내 아티스트		해외 아티스트	
	공연 횟수	입장객 수	공연 횟수	입장객 수
스타디움	83(188.6%)	1,716,371(139.8%)	0	0
아레나	1,127(352.2%)	4,985,997(188.6%)	1(4.3%)	4,001(1.6%)
홀	11,611(263.1%)	10,014,810(241.1%)	292(237.4%)	137,987(78.2%)
라이브하우스	10,707(239%)	2,552,855(199%)	34(66.7%)	5,758(19.9%)
야외	152(241.3%)	361,655(354.2%)	0	13,000
온라인	725	1,053,120	2	57,653
기타(스튜디오, 쇼핑몰, 카페, 소극장 등)	1,123	1,453,677	516	484,260
합계	25,528(244.7%)	22,138,485(216.1%)	855(421.2%)	702,658(113.4%)

출처: 2021년 이벤트 산업규모 추계(일반사단법인 일본이벤트산업진흥협회)

❖ **공연장소 및 공연규모별 동향**

- 대규모 공연이 서서히 재기동을 하고 있지만, 대규모 공연이 가능한 장소는 공연개최에 따른 제한이 엄격함
- 아레나: 공연 횟수 1,127 회(2019 년 대비 74.2%), 입장객 수 498.9 만 명(2019 년 대비 42.7%)
- 스타디움: 공연 횟수 83 회(2019 년 대비 29.3%), 입장객 수 171.6 만 명(2019 년 대비 18.6%)
- 야외: 공연 횟수 152 회(2019 년 대비 44.4%), 입장객 수 37.4 만 명(2019 년 대비 13.1%)
- 홀에서의 공연 횟수는 11,903 개 공연으로 2019 년과 비교했을 때 92.5% 수준까지 회복은 되었으나, 입장객 수는 1015 만 명으로 2019 년의 57.9%에 머무름
- 라이브하우스의 공연 횟수는 10,802 개 공연으로 2019 년과 비교했을 때 69.9%, 입장객

수는 255 만 명으로 2019 년의 43% 수준에 머물렀음

| 표 8 | 2021 년 일본 라이브이벤트 해외아티스트 국가별 공연 상황

지역	공연 횟수	동원 입장객 수
북미	6(7.9%)	9,771(11.4%)
중남미	0	0
유럽	338(1165.5%)	309,522(274.7%)
아시아 및 오세아니아	210(3350%)	161,101(6746.3%)
한국	308(366.7%)	209,264(53%)
아프리카	0	0
기타(복합)	2(25%)	13,000(56%)
합계	855(421.2%)	702,658(113.4%)

출처: 2021년 이벤트 산업규모 추계(일반사단법인 일본이벤트산업진흥협회)

❖ 국가별 공연상황

- 해외아티스트의 국적별 입장객 수를 보면, 유럽 아티스트의 공연 횟수와 입장객 수가 309,522 명으로 가장 많았으며, 2019 년의 60%선까지 회복세를 보였고, 한국 아티스트의 입장객 수는 209,264 명으로 두 번째에 머물렀으나 단일 국가로 봤을 때 가장 많은 입장객 수를 기록함
- 한국아티스트 공연의 경우, 2021 년의 공연 횟수는 308 회로 2020 년의 84 회에 비해 366.7%의 증가를 보였지만, 해외 아티스트의 입국규제와 공연장의 공연준수 사항이 엄격한 가운데 대규모의 공연장은 대부분 일본 아티스트의 공연이 진행된 관계로 2021 년도 공연당 평균입장객 수는 679 명(2020 년 공연당 평균 입장객수는 4,703 명)에 불과했고, 전체 입장객 수는 2020 년 대비 53% 수준으로 감소되었음

III. 그 외 이벤트산업

작성 순서

1. 음악페스티벌 이벤트
2. 애니메이션관련 라이브이벤트
3. 전시행사 및 컨벤션 이벤트
4. 온라인 이벤트

1 음악페스티벌 이벤트

>>>

❖ 단계적인 완화를 통한 회복의 움직임

- 2020 년에 이어 2021 년도 대부분의 음악페스티벌이 중지 및 소규모 개최로 진행
- 2021 년의 음악페스티벌 시장규모는 2019 년 대비 85.1%가 감소된 49.2 억 엔으로 동원관객수도 2019 년 대비 83.6%가 감소된 48.1 만 명이었음

| 그림 4 | 일본 음악페스티벌 시장규모와 동원 관객수 추이



출처: 피아총연(ぴあ総研) 2021 년 음악페스티벌 조사결과
 ((https://corporate.pia.jp/news/detail_live_enta20220615_2.html))

- 그러나, 대부분의 음악페스티벌이 중지되었던 2020 년과 비교하면, 단계적 완화를 통한 일상으로의 회복이 서서히 시작되었다고 평가할 수 있음
- 2021 년에는 일본을 대표하는 음악페스티벌의 하나인 'FUJI ROCK FESTIVAL'도 2 년 만에 개최됨. 대규모 음악페스티벌의 재개라는 실적을 올리며, 그 외 음악페스티벌 행사들의 개최판단에 대한 시금석이 되었음

2 애니메이션관련 라이브이벤트

>>>

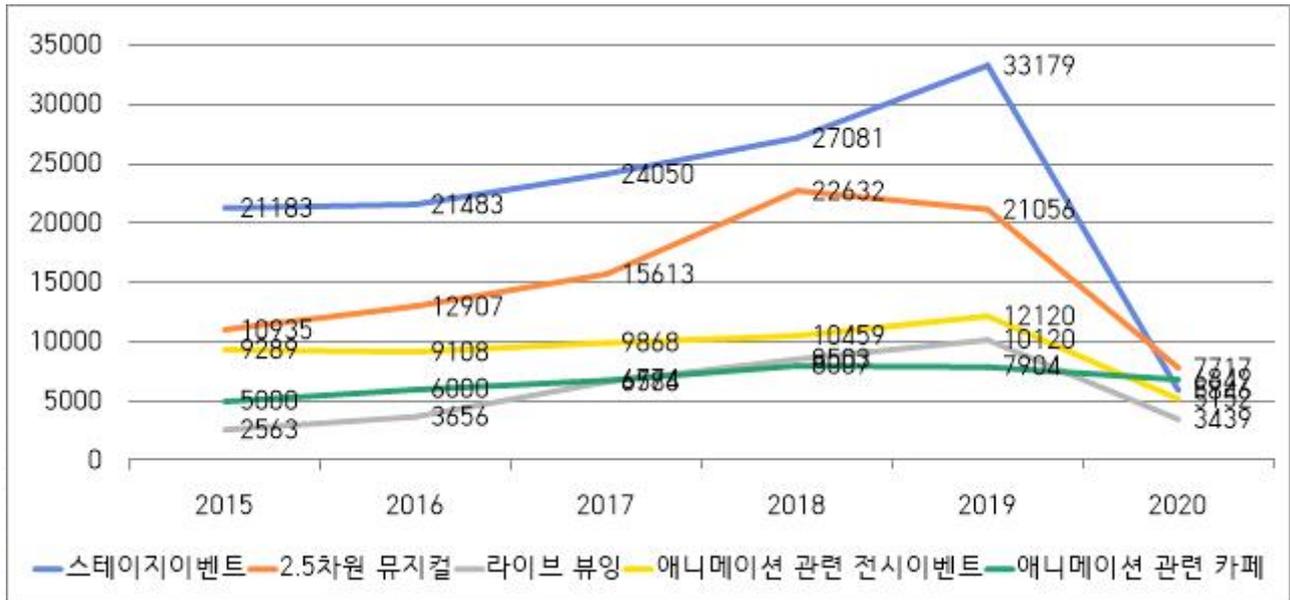
❖ 코로나 19 타격을 크게 받은 라이브이벤트

- 2020 년의 애니메이션관련 라이브이벤트 시장은 약 290 억 3 백만 엔(2019 년 대비 65.6%)으로 감소
- 애니메이션 관련 라이브이벤트는 전체 애니메이션 산업 시장의 3.3% 규모(2019 년 기준)에 불과하나 파급효과가 큰 장르로서, 애니메이션 주제가(애니송) 콘서트, 2.5 차원 뮤지컬(애니메이션을 원작으로 하는 뮤지컬), 성우나 작품 메인 스태프가

출연하는 방송 이벤트, 애니메이션관련 전시회, 콜라보레이션 카페 등을 포함한 라이브엔터테인먼트 부문은 코로나의 영향으로 이벤트 중지, 개최 규모 감소 등으로 큰 타격을 받음

| 그림 5 | 애니메이션관련 라이브이벤트 시장규모

(단위: 백만 엔)



출처: 애니메이션산업리포트 2021(일반사단법인 일본동화협회)

- 2021년 9월 30일 수도권을 중심으로 긴급사태선언이 해제되었으나 오미크론 변이로 인한 긴급사태선언이 다시 발동하는 등 코로나 19 여파는 여전히 진행 중. 2022년 현재 다시 해제되면서 많은 오프라인 이벤트가 개최되고 있는 상황이지만 확진자 추이에 따라 긴급사태선언 발령이 나올 수 있는 불안정한 상황이 지속 중임

3 전시행사 및 컨벤션 이벤트

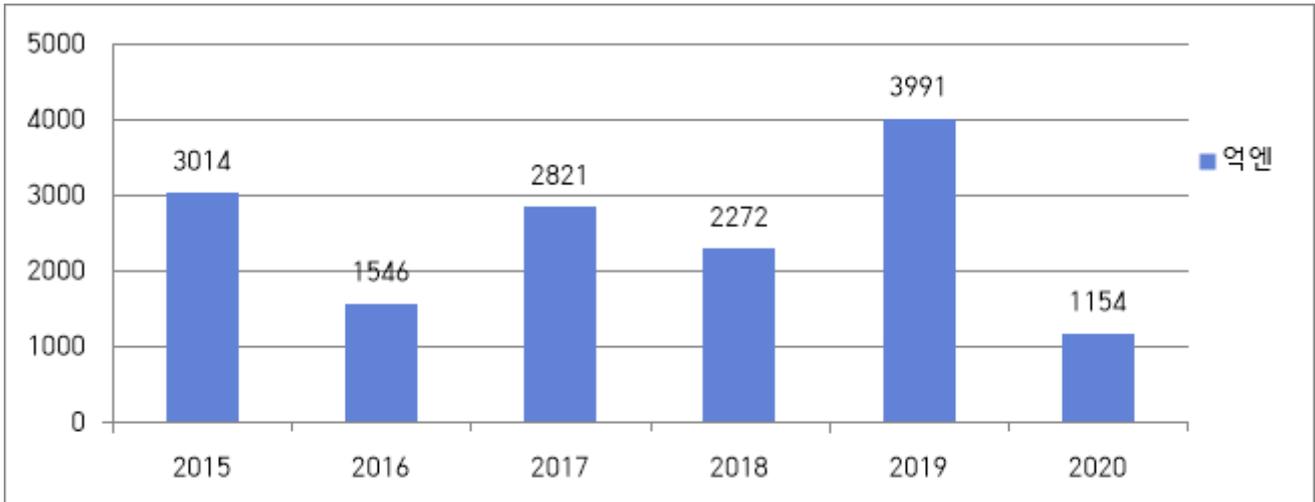
»»

❖ 전시행사 및 컨벤션 이벤트 참가 입장자와 소비금액은 절반 이하로 감소

- <정보미디어백서 2022>에 따르면 2020년의 이벤트 입장객 소비액은 코로나의 영향으로 이벤트 중지/연기/규모 축소 등이 계속된 관계로 2019년 대비 48.4%로 감소. 이벤트 평균 소비금액도 2019년 대비 78.9%인 3908 엔으로 감소
- 이벤트 내방객 소비액은, 입장료·교통비·숙박비 등은 포함되지 않은 이벤트 행사장 내의 소비(식음료비, 관련상품 구입비, 시설이용비 등)를 지칭함
- 이벤트 종류별로 감소폭이 가장 큰 것은 회의이벤트(2019년 대비 28.9%)와 스포츠 이벤트(2019년 대비 36.5%)임

| 그림 6 | 회의 이벤트 내방객 소비액

(단위: 억 엔)



출처: 정보미디어백서 2022(덴츠총연)

| 표 9 | 주요 이벤트 관련 기업별 매출

(단위: 백만 엔)

관련 업종	회사명	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
이벤트 종합 제작 회사	덴츠라이브	58,330	53,288	82,629	122,841	-
	TOW	14,309	12,897	13,283	16,305	10,652
	하쿠텐	8,601	10,960	12,020	11,974	6,497
이벤트 기획 및 관리회사	RX Japan	24,340	27,940	28,900	20,000	-
	CERESPO	12,272	12,607	11,975	16,589	4,394
전시 및 디스 플레이 회사	무라야마	17,528	19,215	17,822	20,000	16,300
무대장치 전 문회사	시미즈오코토	32,448	33,294	36,897	41,968	15,127
	니혼스테이지	9,695	10,994	12,209	10,090	-
관련 기자재 전문회사	HIBINO	17,103	15,595	18,198	18,065	10,839
	RAY	9,721	9,779	9,857	10,288	5,911

출처: 정보미디어백서 2022

| 표 10 | 주요 행사장 기업별 매출

(단위: 백만 엔)

회사명	2018년	2019년	2020년	2021년
(주)도쿄빅사이트	21,256	23,376	20,953	14,682
(주)도쿄유통센터(TRC)	8,679	10,349	10,361	9,245

(주)요코하마 국제평화회의장 (파시피코요코하마)	8,535	8,289	8,629	4,904
(주)도쿄국제포럼	7,237	7,460	5,983	1,873
(주)아시아태평양무역센터(ATC홀)	5,841	5,898	5,919	5,075
(주)마쿠하리멧세	5,176	5,012	4,954	2,541
(주)사이타마아리나	4,148	4,587	4,481	2,029
(재)오사카국제경제진흥센터 (인덱스오사카)	3,422	3,379	5,234	1,242
(재)후쿠오카컨벤션센터 (마린멧세후쿠오카)	2,817	2,835	2,548	1,054
(재)나고야산업진흥공사(후키아게(吹上)홀)	2,126	1,933	1,847	7,814

출처: 정보미디어백서 2022

4 온라인 이벤트



✔ 코로나의 영향으로 온라인 이벤트와 온/오프결합형의 하이브리드이벤트가 증가

- 코로나의 영향으로 대부분의 오프라인/대면 이벤트가 취소되는 상황 속에서 온라인/비대면 이벤트가 증가됨
- 비대면의 특징과 더불어 시간과 장소에 관계없이 참가할 수 있다는 장점을 내세운 온라인 이벤트의 인지도 향상과 함께 이벤트 참가자수가 확대됨
- 피아총연이 18세~69세를 대상으로 실시한 '유료형 온라인라이브 시청에 관한 실태조사'에 따르면 2020년의 유료형 온라인라이브의 시청률은 18.8%임
- 일반사단법인 컴퓨터엔터테인먼트협회(CESA)의 '도쿄게임쇼 2020 온라인 오피셜 리포트'에 따르면, 일본 국내 일반인 입장자의 67.2%가 온라인이벤트에 관해 '만족', 부스참가자는 26.6%가 '만족'으로 답변
- 온라인 이벤트의 아카이브기능에 관해서도 참가자들의 '대면으로 개최했을 때 보다 많은 수의 무대공연을 볼 수 있었다', '대면 행사 참가 후에 다시 검토해 볼 수 있는 기회가 되었다.(학회 참가자)'라는 평가도 있어, 일상회복 후에도 그 수요는 계속될 것으로 예상됨
- 또한, 고객을 충분히 만족시킬 수 있는 온라인 이벤트를 위해서는, 등록 수속의 간략화, 참가자 수를 감당할 수 있을 충분한 서버의 확보, 적절한 참가비용 등등 개선해 나아갈 과제는 많지만, IT 관계자들의 서비스에 대한 이해도의 증가, 각 이벤트 주최자들의 경험치 상승에 따른 개선의 여지가 높아지고 있어 기대가 높아지고 있음
- 반면, 서서히 일상회복이 진행되고 있는 가운데, '실제로 상품을 직접 만져 보고 싶었다(상품 전시회 참가자)와 같은 온라인으로는 대체할 수 없는 대면의 가치도 높게 요구받고 있어, 온/오프 결합형의 하이브리드형 이벤트가 증가추세임

- 특히, B2B 전시를 온라인으로 개최했을 때, 비대면 상담을 위한 온라인 툴은 충분히 갖추어졌으나, 실제로 제품을 보고, 만져볼 수 없다는 점이 불리하게 작용. 이를 보완하기 위해 바이어에게 사전에 카탈로그를 보내고, 궁금한 샘플을 미리 주문 배달해 놓고 상담을 실시하는 형태도 시행되고 있음
- 단, 하이브리드형 이벤트의 경우 오프라인 대면과 온라인 개최의 양방향 비용이 발생한다는 점을 생각할 때, 완전한 일상 회복 후에는 오프라인 대면 개최로만 회귀할 이벤트도 적지 않다고 판단됨

일본 비즈니스센터 담당자 연락처

이영훈 센터장	+81-3-5363-4510	yhlee@kocca.kr
한기은 대리	+81-3-5363-4510	han0927@kocca.kr
야마가타 카즈미 주임	+81-3-5363-4510	kzm@kocca.kr

일본 콘텐츠 산업동향

2022년 04호

주관기관	한국콘텐츠진흥원
감수	이영훈 (일본비즈니스센터 센터장)
집필자	나지은
발행인	조현래 (한국콘텐츠진흥원장)
발행일	2022년 9월 27일
발행처	한국콘텐츠진흥원
주소	전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)
전화	1566-1114
홈페이지	www.kocca.kr
ISSN	2733-5798 (비매품)

- 본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(www.kocca.kr)의 <콘텐츠지식>에 게재되는 보고서로, 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 “콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114”