

JTB 広報室 2026 年 9 月 29 日

「ビジネスイベント調査(2026 年度版)」を発表 ～成果創出を見据えた投資とサステナビリティ対応が進展～

- リアルイベントの需要は引き続き高く、企業の重要なコミュニケーション手段として定着している。
- イベント成果最大化に向け、企画設計や効果検証など、専門知見への期待と投資意向が高まる。
- サステナビリティ対応はイベント運営の重要テーマであり、必要投資として前向きに受容されている。

株式会社 JTB は、企業の「ミーティング・イベント・研修」担当者 800 名を対象に実施した「ビジネスイベント調査 2026」の結果を発表しました。

本調査は、ビジネスイベントを取り巻く環境や企業ニーズの変化を把握することを目的に実施したもので、イベントの開催状況や開催目的、運営上の課題、サステナビリティ対応などについて調査・分析しています。

*詳細なレポートにつきましては、以下法人 WEB サイトより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(2026 年度版)～全体版～

<https://www.jtbbwt.com/business/documents/whitepaper/detail/id=4755>

「調査結果サマリー」

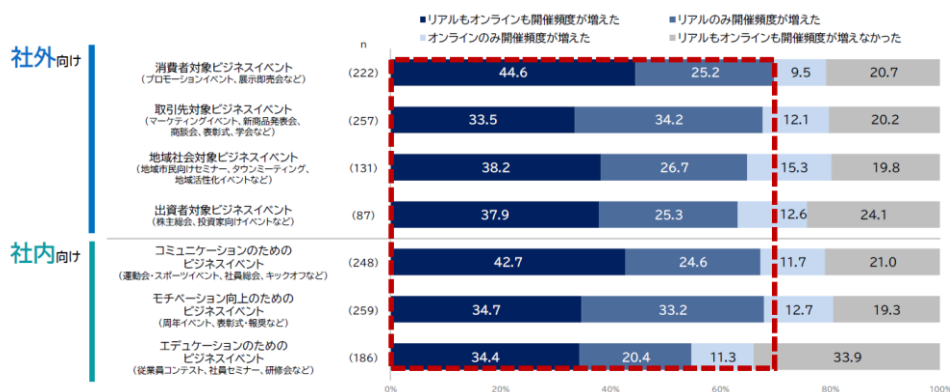
- ビジネスイベントの開催頻度は増加傾向にあり、特にリアルイベント強化の動きが拡大している。(図表①)
- リアルイベントは、コミュニケーション創出やモチベーション向上、ブランド価値向上などの目的達成に効果的であるとの認識が高く、その価値があらためて評価されている。(図表②)
- 成果創出への期待が高まる一方で、運営負荷や集客、効果検証などの課題も顕在化しており、イベント設計・集客・効果測定などへの投資ニーズが高まっている。(図表③・④・⑤)
- サステナビリティ対応はイベント運営の重要テーマとなっており、多くの企業が必要な取り組み・投資として認識している。(図表⑦・⑧)

「調査結果(抜粋)」

【現在のイベント開催状況】

開催頻度は全体的に増加傾向。なかでもリアルイベント強化の動きが拡大。

2026 年度のビジネスイベント開催頻度について調査したところ、社外向け・社内向けともに全体的な増加傾向が見られました。特にリアル(オフライン)開催を強化する動きが広がっており、対面ならではのコミュニケーション機会や体験価値への期待の高まりがうかがえます。(図表①)

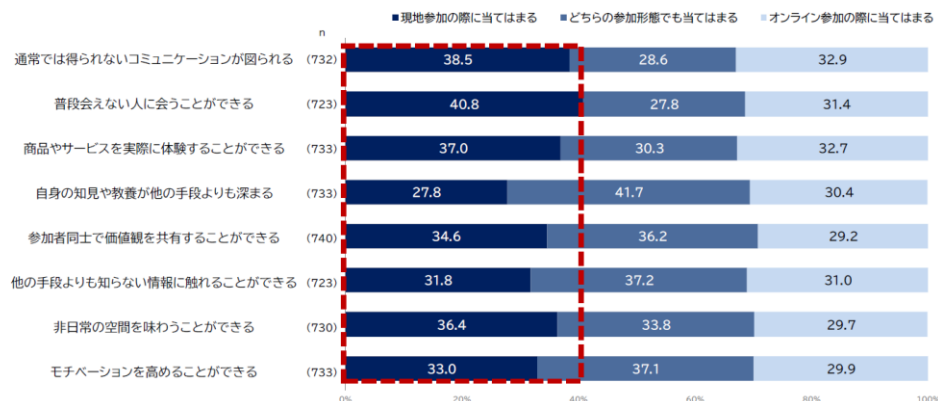


(図表①) 担当した／担当する予定の会議・イベントの前年度と比較した開催頻度

【イベント目的別に見る効果的な参加形態】

イベント目的の達成において、リアルイベントの有効性が高く評価されている。

開催方法とイベント目的の関係をみると、「コミュニケーション創出」「モチベーション向上」「ブランド価値向上」といった主要な目的の達成において、現地参加すなわちリアルイベントの有効性が高く認識されていることがわかりました。（図表②）



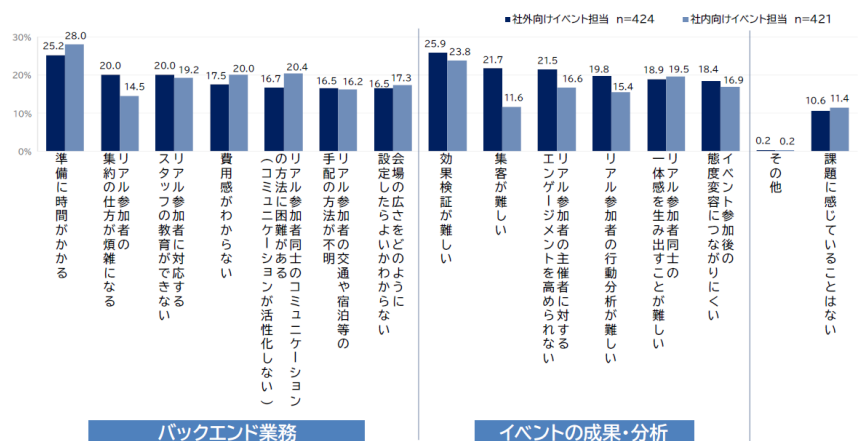
（図表②）イベント目的別に見る効果的な参加形態

【イベント運営における課題】

成果が期待される一方で、ビジネスイベントの運営負荷は依然として大きい。

本調査では、企画だけでなく、集客や運営準備、参加者対応、効果検証といった付帯業務が大きな負担となっている実態も浮き彫りとなりました。

イベントに求められる役割が拡大する一方で、担当者が担う業務範囲も広がっており、限られたリソースで成果を生み出すことが求められています。（図表③）

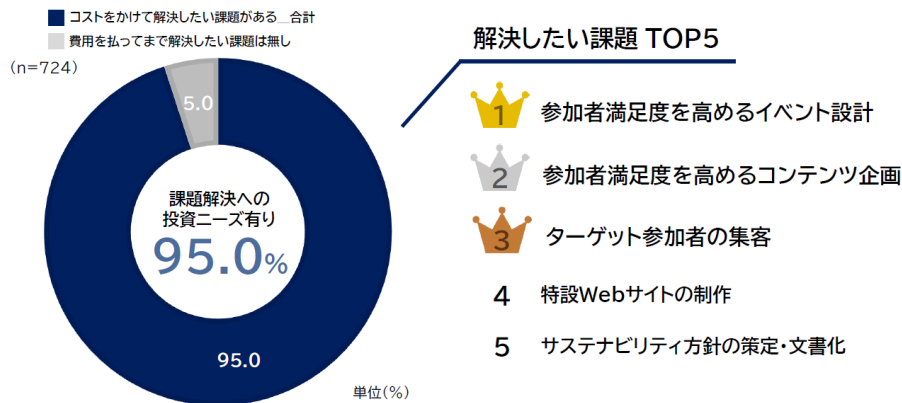


（図表③）リアルイベント開催時の課題

【課題解決への投資ニーズと専門知見の活用】

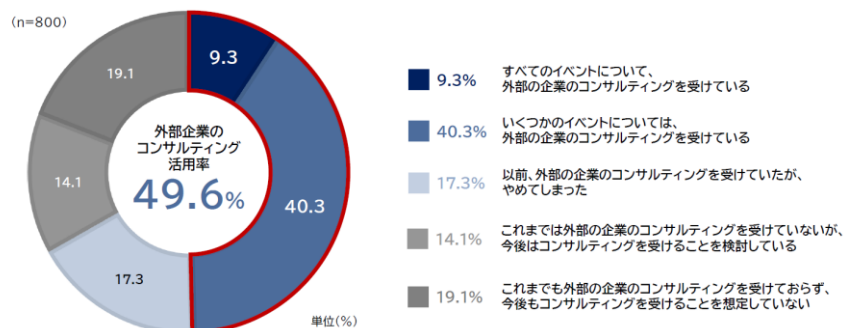
企業は成果創出に向け、専門知見の活用や課題解決への投資を積極化している。

イベント運営上の課題に対し、多くの企業が解決に向けた投資意向を示しています。追加コストをかけても解決したい課題としては、「参加者満足度を高めるイベント設計」「コンテンツ企画」「ターゲット参加者の集客」などが上位となりました。（図表④）



(図表④)課題解決への投資ニーズ

また、約半数の企業がイベント企画・運営において外部コンサルティングを活用していることも分かりました。参加者満足度の向上やブランド価値創出といった「成果」を追求する中で、専門的なノウハウを活用し、イベント成果の最大化を図る動きが広がっています。(図表⑤)

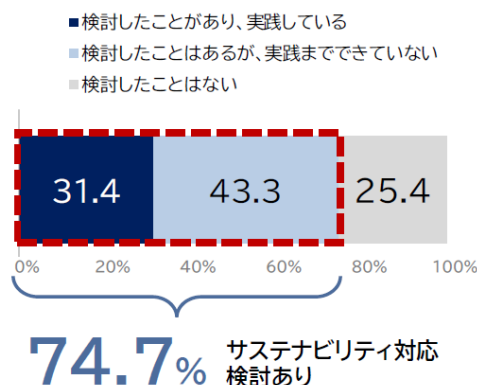


(図表⑤)イベントにおける外部企業のコンサルティング活用状況

【サステナビリティ対応】

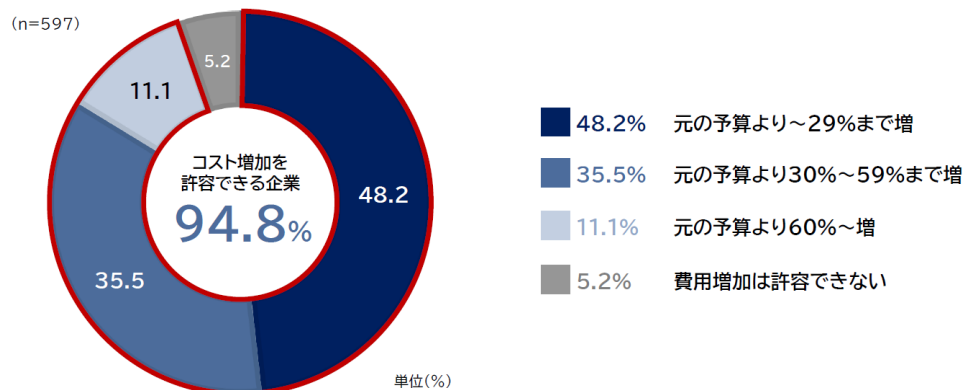
サステナビリティ対応はイベント運営の重要テーマとなっており、必要投資と認識する企業が増加。

サステナビリティ対応については、74.7%の企業が実施または検討していることがわかりました。企業イベントにおいても、環境配慮や持続可能性への対応が重要なテーマとなっています。(図表⑥)



(図表⑥)ビジネスイベントのサステナビリティ対応検討有無

また、サステナビリティ対応によってコスト増加が生じる場合でも、90%以上の企業が追加コストを許容すると回答しました。サステナビリティ対応は「できれば取り組むもの」から、「必要な投資」へと位置づけが変化しています。(図表⑦)



(図表⑦)ビジネスイベントにおけるサステナビリティ対応による費用増加の許容比率

【まとめ】

今回の調査から、ビジネスイベントの活発化とともに、リアルイベントならではの価値が改めて評価されていることが明らかになりました。

また、イベント開催において、成果創出を見据えた投資や専門知見の活用が進むとともに、サステナビリティ対応も新たなスタンダードになりつつあることがうかがえました。

本調査で得られた知見をもとに、JTB は今後も、情報発信や各種プロモーション活動を通じて、ビジネスイベントの最新動向や新たな可能性を広く発信してまいります。

ビジネスイベントの現在とこれから(2026 年度版)～全体版～

<https://www.jtbbwt.com/business/documents/whitepaper/detail/id=4755>

《調査概要(参考)》

- 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
 - ・ 現在就業している企業の正社員
 - ・ 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: 800 サンプル
 - ・ 顧客/パートナー向けイベント…400 サンプル
 - ・ 従業員向けイベント…400 サンプル
- 調査時期 : 2026 年 7 月
- 調査方法 : インターネット調査

《JTB の法人事業領域(ミーティング&イベント支援)のご紹介》

<https://www.jtbbwt.com/business/meeting-event/>

■報道関係の方からのお問合せ先

JTB 広報室代表メールアドレス jtbbwt_all@jtb.com