2020年

オンラインイベントに関する調査

6万件のイベントデータ、2,000人のアンケートを分析
オンラインイベントのトレンドと成功の鍵

Peatix inc, Peatix Japan株式会社

2020年7月20日

CC BY ND

はじめに

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、2020年4月7日に緊急事態宣言が発令されるなど、人が集まる「イベント」の開催が難しくなっています。2011年にサービスを開始したPeatixも、一時は35%のイベントがキャンセルされ、主催者、参加者双方の問い合わせが相次ぎました。

一方で、この状況を打開すべく、早くからオンライン上での開催に切り替えた主催者も数多く、オンラインイベントは「ニューノーマル」時代の新しいイベント文化として広がりを見せています。
この資料では、2020年2月以降のオンラインイベントの課題やトレンドを、データや調査を元に明らかにします。イベント業界へ有用なデータ・知見を提供することで、イベントに関わる皆様の一助となれば幸いです。

用語の定義について

本資料では、会場に人が集まる従来型のイベントを「リアルイベント」、PCやスマートフォンなどでオンライン視聴するイベントを「オンラインイベント」と記載します。

調査期間、参照データについて

本資料で参照するデータは、Peatixのデータベースから抽出した2019年12月6日から2020年6月2日までに日本国内で開催されたイベントのデータ(180日分)、前年同期間のデータ、及び、2020年5月26日にPeatixユーザーにメールにて配布したアンケートを元にしています。

イベントデータ
- イベント数：63,645（日本国内のイベントのみが対象）
- ユーザー数：621,664

アンケートデータ（それぞれイベント参加者、主催者を対象に、ランダムに配信先を抽出、メールにて依頼）
- 主催者アンケート：有効回答数 504
- 参加者アンケート：有効回答数 1,623

注：アンケートの回答期間は2020年5月26日から6月2日まで、データベースから抽出されたデータは2020年6月2日までのものです。レポート内で詳しく言及しますが、緊急事態宣言や、その終了告知によって、オンラインイベントの割合などが大きく変化しています。本レポートを執筆している2020年6月17日現在、リアルイベントの割合は25%程度まで回復しています。
注： 2021年5月7日追記 - 本レポートの発表時、有効回答数を主催者447、参加者1524としておりましたが、それらはアンケートを最後まで回答した人数でした。本レポートでは、途中で終了した人の回答も、それぞれの設問で有効と見なせれば分析に含んでおります。お詫びして訂正いたします。

本資料の著作権について

本資料は、CC BY-ND 4.0（表示 - 改変禁止）として発表します。クレジット(Peatix Japan株式会社)を明記し、内容を改変しないことを条件に、ご自由にお使い頂けます。記事や、オンラインイベント検討の際の社内資料などでお使いください。

はじめに 2
用語の定義について 2
調査期間、参照データについて 2
本資料の著作権について 2

時系列に見るオンラインイベントの伸び 5
相次ぐイベントの中止 5
オンラインイベントの増加 5

オンラインイベントの開催経験、開催/参加意向 6
オンラインイベントの開催経験、今後の開催意向 6
オンラインイベントの参加経験 7
主催者が感じるオンラインイベントの利点 8
参加者が感じるオンラインイベントの利点 8
オンラインイベントを開催しない理由 9
主催者が感じるオンラインイベントの課題 9
オンラインイベントに参加できなかった理由 10

利用している動画配信サービス 11

エリアの特徴 12
エリアごとの増減 12
どのエリアから参加しているのか 13
ジャンルごとの変化 14

オンラインイベントのマネタイズについて 15
オンラインイベントのマネタイズ方法 15
有料イベントの開催意向 16
参加者に聞く、有料イベントの参加経験・満足度 17
参加者に聞く、有料イベントに参加しない理由 19
有料／無料イベントの割合、価格帯について 19

オンラインイベントの集客について 20
オンラインイベントの集客方法 20
１イベントあたりのチケット販売数 21

販売タイミングと開催時間帯 22
いつチケットが売れているのか 22
開催時間帯 22
参加しやすい時間帯 23
参加しやすい曜日 23

オンラインイベントの継続意向 24
オンラインイベントの継続意向 24

1.　時系列に見るオンラインイベントの伸び

相次ぐイベントの中止

開催キャンセル率が一時**60〜70%程度に**

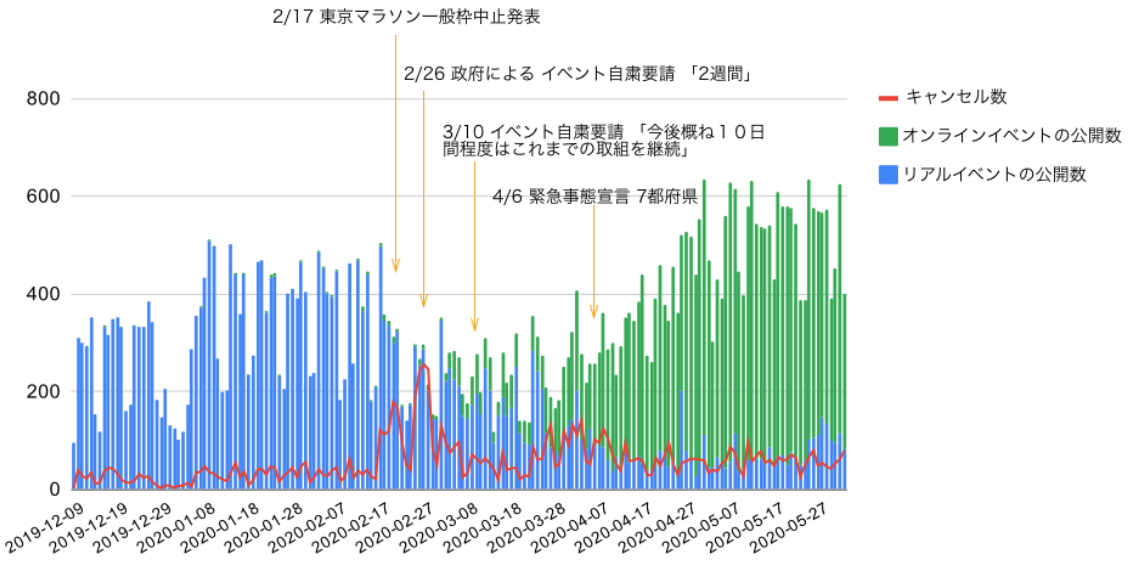
リアルイベントの開催キャンセルが増加したのは2月17日頃でした。イベント主催者に与えた心理的影響として大きなもののうち、最初のきっかけは2月17日「東京マラソン」の一般枠中止発表でした。2月26日には、政府よりイベントの自粛要請が発表されます。この段階で、公開中のイベントの35%が中止となりました。この35%は、「既にイベントページが公開されたイベント」を対象にしたものです。イベントページは公開状態のまま参加予定者個別に連絡して中止を伝えたケースも多く、また、イベント「ページ公開前」に、延期や中止を決定したイベントもありました。
Peatixの昨年のイベント開催数から類推すると、**実際のイベント開催キャンセル率は60〜70%程度**と考えられます

オンラインイベントの増加

緊急事態宣言でオンラインイベントに舵

2月26日の政府による発表に「この１、２週間が感染拡大防止に極めて重要」という表現があり、イベント主催者は開催の延期や中止を決めかねていた状況であったことがデータから読み取れます。続く3月10日の発表では「急速な拡大に進むか、収束できるかの瀬戸際」という表現とともに、「今後概ね１０日間程度はこれまでの取組を継続」との要請がありました。

この頃から、オンラインイベントの公開数が増え始め、大きく伸びるのは4月6日の「緊急事態宣言（7都府県）」発表後です。一般に、イベントの企画から、イベントページを公開するまでの期間は1〜2週間です。多くのイベント主催者にとって、初めてのオンラインイベントの開催には、調査やリハーサルの時間も必要です。「今後概ね１０日間程度」と発表された3月10日頃には、多くのイベント主催者は、リアルイベントの開催に見切りをつけ、オンラインイベントの開催へ舵を切っていたことが伺えます。
その後、オンラインイベントは増え始め、6月17日現在では約80%がオンラインイベントです。



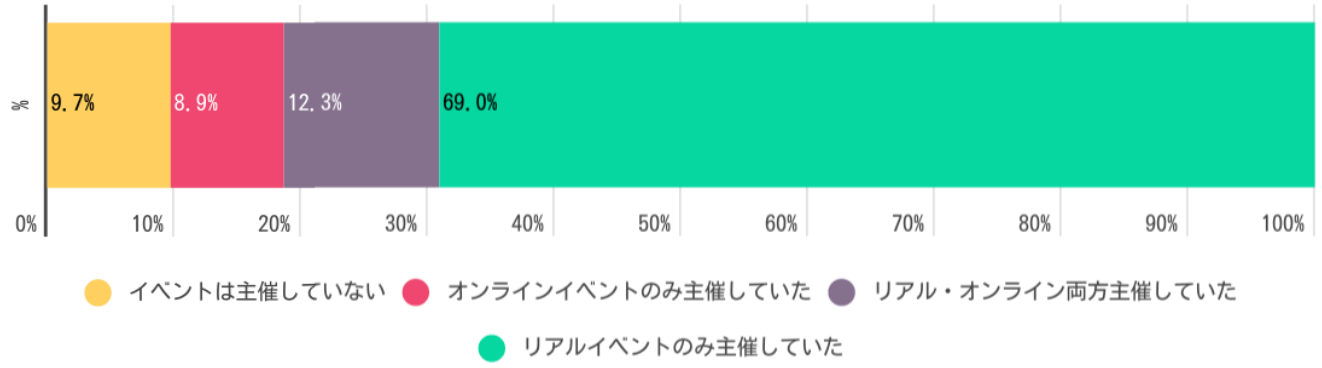
2.　オンラインイベントの開催経験、開催/参加意向

オンラインイベントの開催経験、今後の開催意向

コロナ以前は約7割の主催者がオンラインイベント未経験

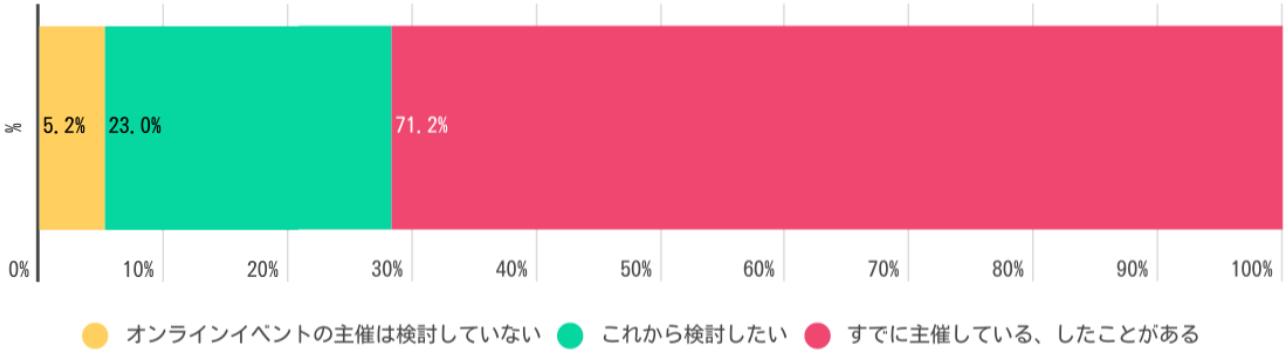
イベント自粛「以前」にオンラインイベントの開催経験があった主催者は、オンラインイベントのみ開催していた主催者が8.9%、リアル・オンライン両方主催していた主催者が12.3%と、合わせると約21.2%であることがわかりました。一方、リアルイベントのみを開催していた主催者は69%、イベントの主催経験がない人が9.7%と、**大部分はオンラインイベントの開催が未経験**でした。

質問：新型コロナウイルス感染症による外出自粛が広まり、4月には日本政府より緊急事態宣言が発出されました。新型コロナウイルスの広がりによるイベント自粛「以前」に、イベントを主催していましたか？（主催者に質問 回答数 504）



また、今後のオンラインイベントの開催意向について質問したところ、94.2%の主催者が「これから検討したい」あるいは「すでに主催している」と回答しました。

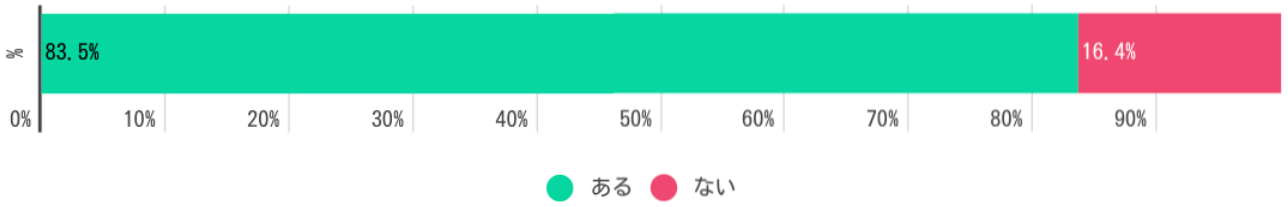
質問：リアルイベントの開催が難しい現在の状況において、オンラインイベントを主催する意向はありますか？（主催者に質問 回答数 504）



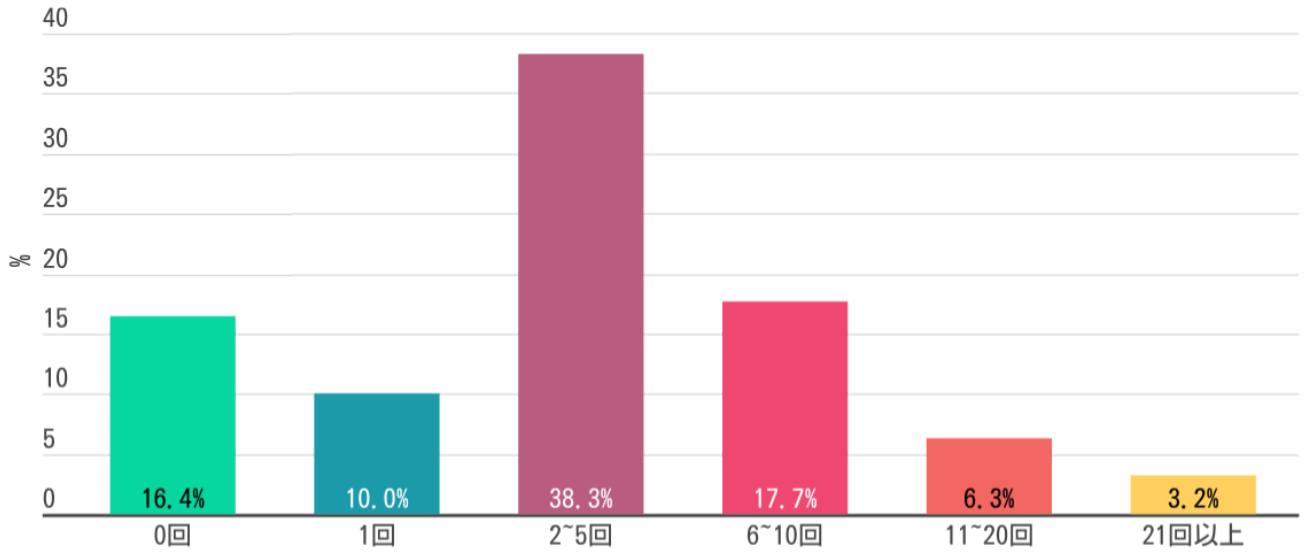
オンラインイベントの参加経験

Peatixユーザーのうち約5人中4人が参加経験がある、と回答しました。参加回数は2～5回が最も多く、積極的な参加意向が伺えます。

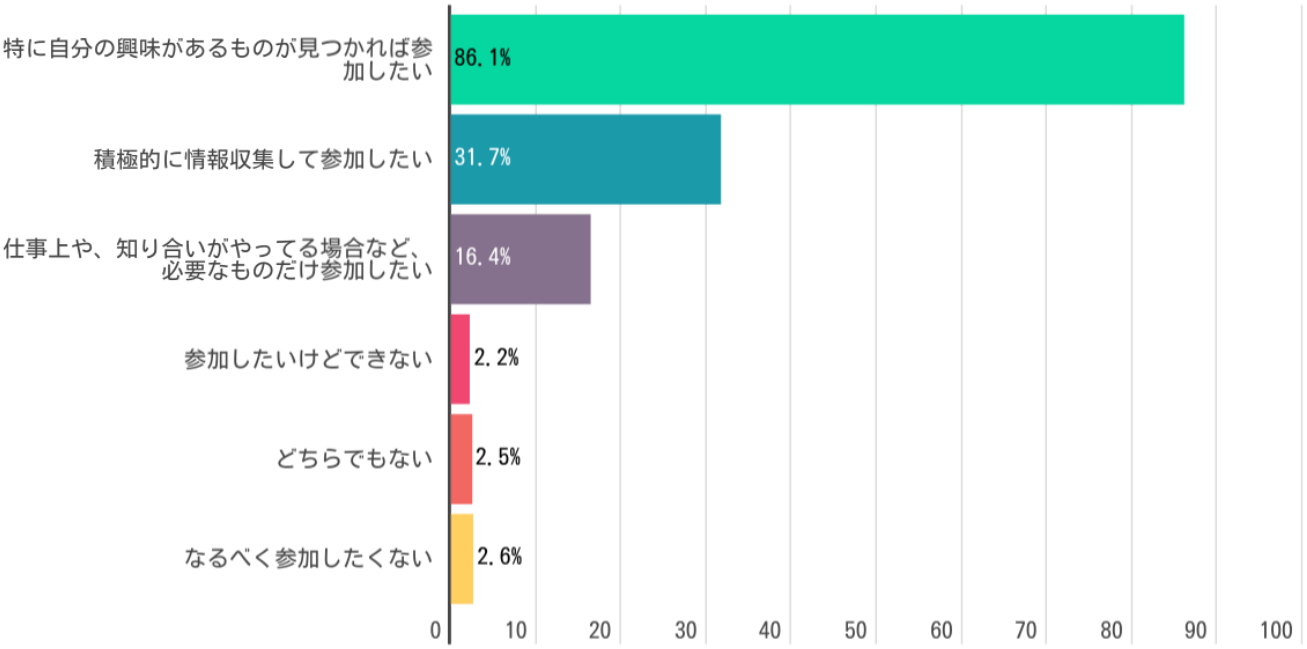
質問：今までオンラインイベントに参加(視聴)したことはありますか？(参加者に質問　回答数 1,623)



質問：だいたいの参加回数をお答えください（参加者に質問　回答数 1,623）



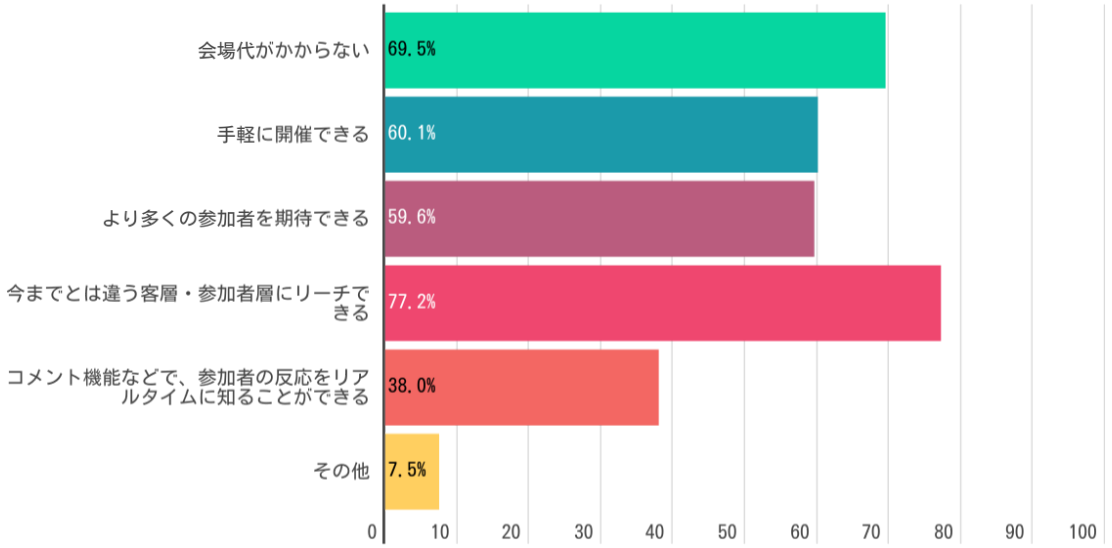
質問：オンラインイベントについて、あてはまるものを全て選んでください（参加者に質問　回答数 1,524）



主催者が感じるオンラインイベントの利点

オンラインイベントに期待すること、利点として考えられるものとして、「今までとは違う客層・参加者層にリーチできる」が77.2%と最も多く、「会場代がかからない」(69.5%)、「手軽に開催できる」(60.1%)と、集客／マーケティング面や、コスト面も評価されています。

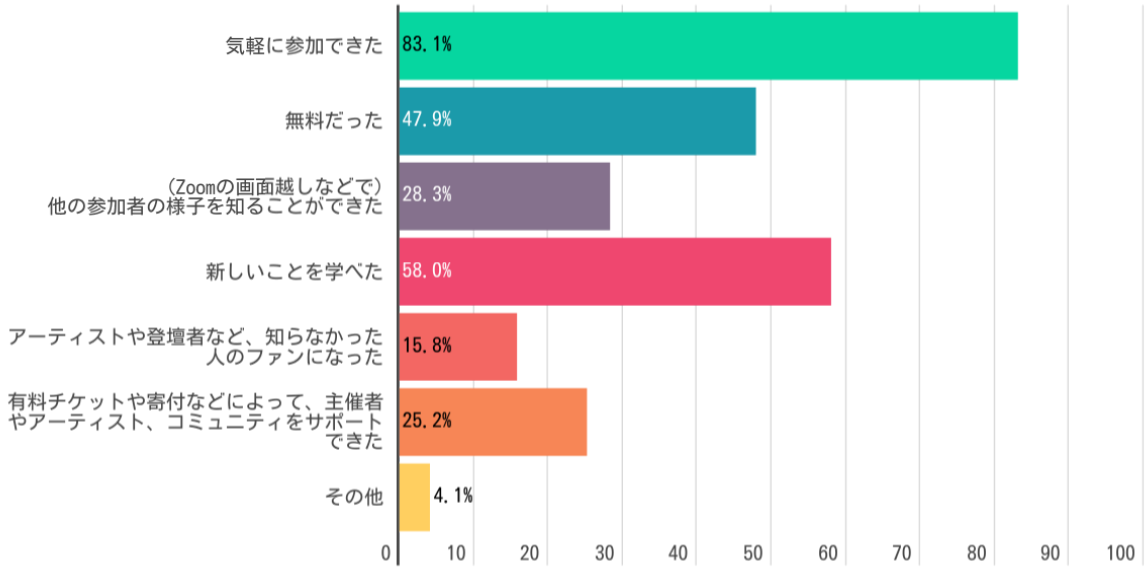
質問：オンラインイベントに期待すること、利点として考えられるものを全て選んでください。(複数回答、主催者に質問 回答数 426)



参加者が感じるオンラインイベントの利点

一方、参加者が感じるオンラインイベントの利点として挙げられたのは、「気軽に参加できた」が最も多く83.1%、「新しいことを学べた」が58.1%と半数を超えています。フリーコメントでは「ステイホーム期間でも学びを止めたくなかった」「他の人と交流して救われた」などのコメントがありました。

質問：オンラインイベントに参加して良かったことを全て選んでください。(複数回答、参加者に質問　回答数 1281)



オンラインイベントを開催しない理由

一方で、以前リアルイベントを主催していたが、オンラインイベントは開催しない人もいます。その理由を質問したところ、「人と人が実際に会うことが重要だから」「会場の熱気や、雰囲気が重要だから」などの回答が目立ちました。「その他」の理由として、「収益につなげにくい」という声がありました。

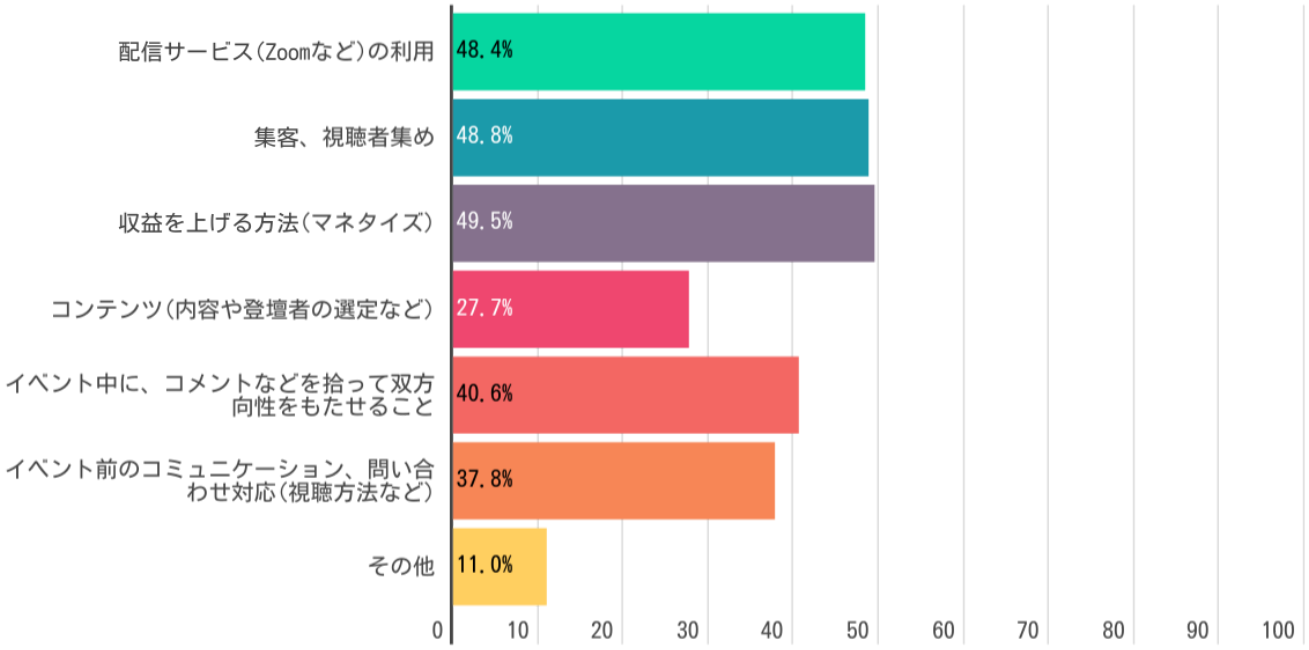
質問：以前、リアルイベントを主催していたが、オンラインイベントは検討しない人のみお答えください。オンラインイベントを主催しない理由はなんですか？（主催者に質問 、回答数 17）

人と人が実際に会うことが重要だから	7
オンラインイベントでは感覚的に伝わらないから(音響や味など)	7
会場の熱気や、雰囲気が重要だから	6
オンラインイベントのやり方がよく分からないから	4
動画配信サービスの使い方がよく分からないから	3
参加者にアプリなどをダウンロードさせるのが大変そうだから	3
集金・マネタイズの方法がない、分からないから	3
登壇者・出演者との調整ができないから	0
その他	5

主催者が感じるオンラインイベントの課題

オンラインイベントの課題を質問したところ、「配信サービスの利用」「集客・視聴者集め」「収益を上げる方法」の３つが、ほぼ半数近くの主催者にとって課題であることが分かりました。

質問：オンラインイベントを実際に主催する際、課題として感じたものを全て選んでください。（複数回答、主催者に質問 、回答数 426）



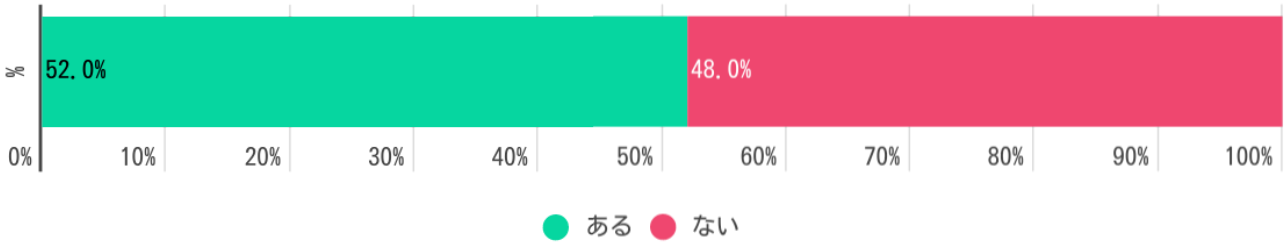
その他で挙げられた主な回答として、「トラブル対応」「通信の安定性」「MC・司会進行」「ビデオオフ参加者の反応がわかりにくい」などが目立ちました。

オンラインイベントに参加できなかった理由

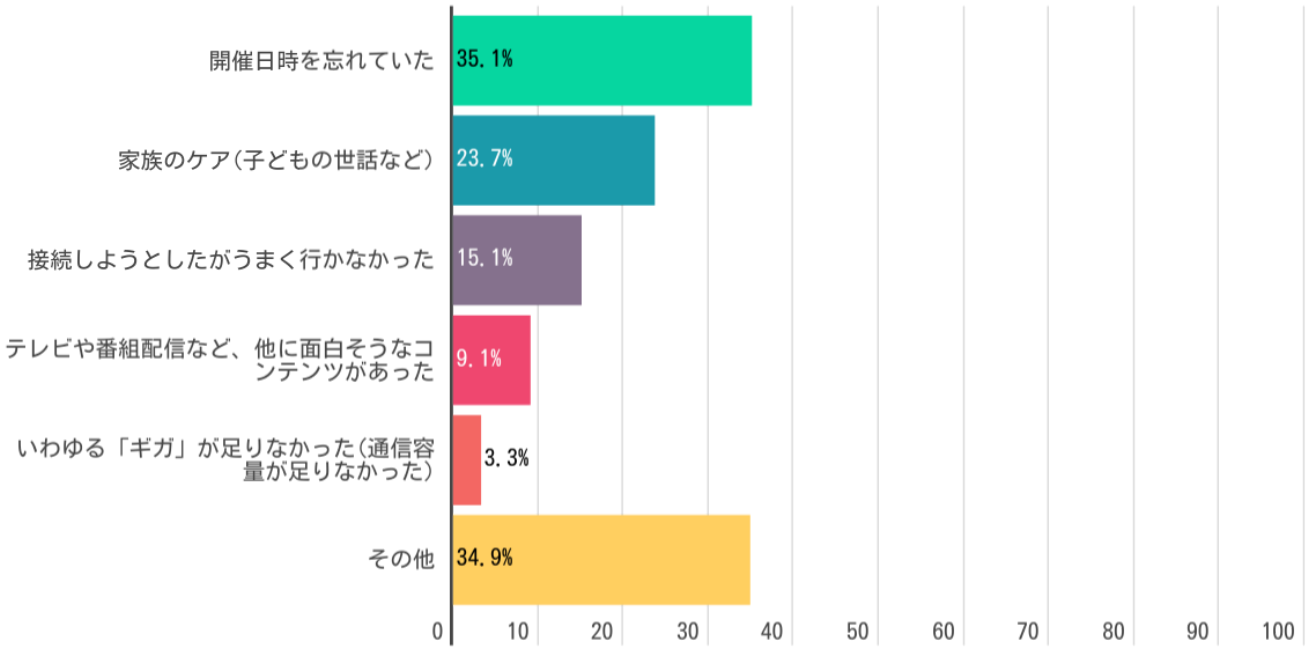
参加できなかったことがある人は約半数

気軽に参加できるオンラインイベントですが、申し込んだにも関わらず参加できなかったことがある人は全体の約半数となりました。理由として挙げられたのは、「開催日時を忘れていた」が35.1%、「家族のケア(子どもの世話など)」が約23.7%となりました。その他の理由として多かったのは「急に仕事の予定が入った」が多く、「ステイホーム」期間ならではのスケジュール調整の難しさを表す結果となりました。

質問：参加を検討していたオンラインイベントに参加できなかったことはありますか？（参加者に質問　回答数=1,528）



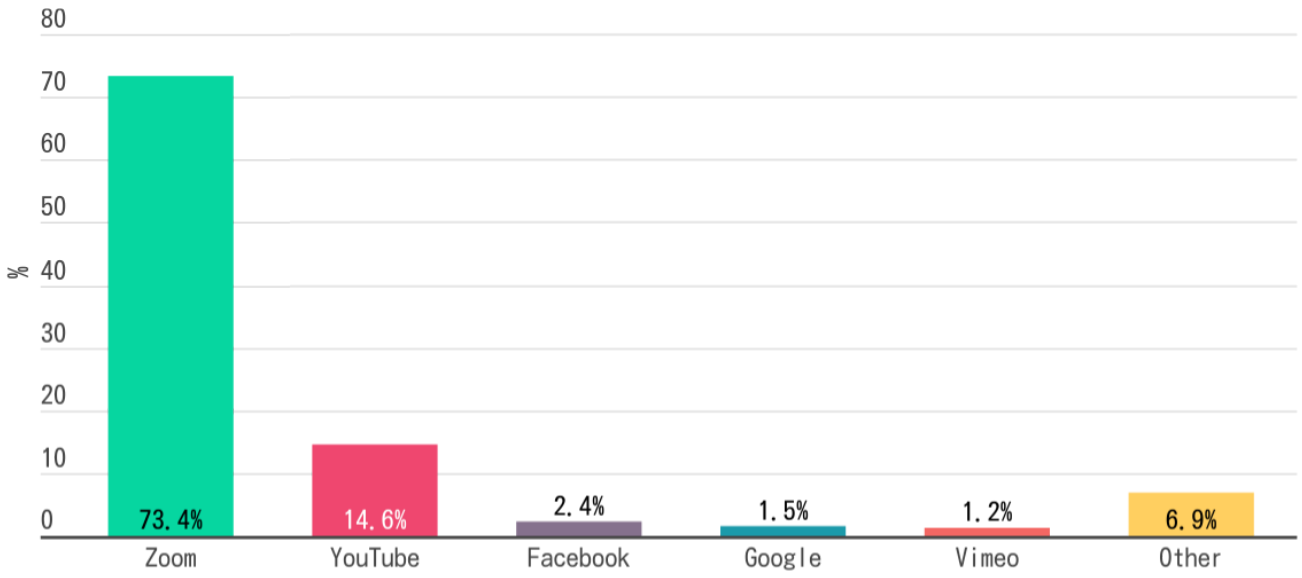
質問：参加を予定していたオンラインイベントに参加できなかった理由を教えてください。（複数回答、参加者に質問　回答数=793）



3.　利用している動画配信サービス

Zoomが約7割でトップ

オンラインイベントを配信するサービスについて、Peatixを利用するオンラインイベントのデータを集計し、各ストリーミングサービスごとに割合を出したのが下記のデータです。Zoomが最も多く7割を超え、YouTubeが14.6%、Facebookが2.4%と続いています。



4.　エリアの特徴

エリアごとの増減

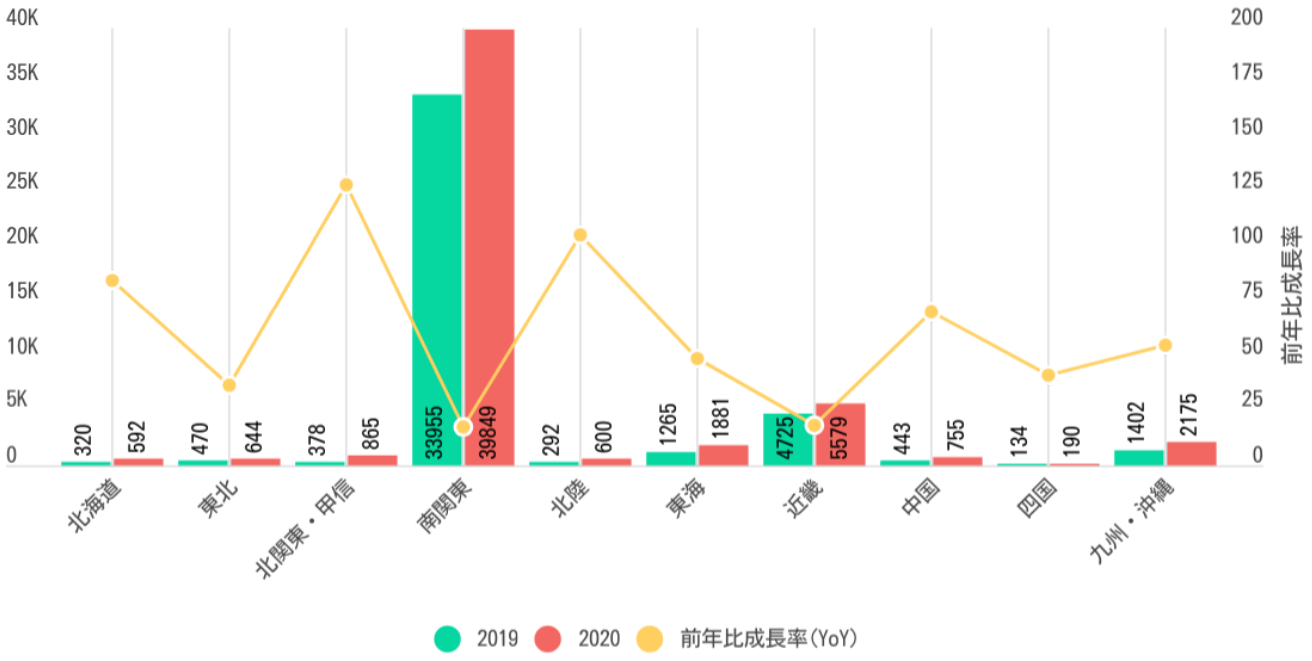
地方イベントが大きく増加

オンラインイベントの増加・シフトに伴い、Peatixプラットフォーム上で起きた最も大きな変化のひとつが地域性です。元々Peatixユーザーは首都圏や近畿エリアなどの大都市圏に多く、約8割のイベントが東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県で開催されていました。
一方、オンラインイベントは、場所の制約がなく、理論上世界中のどこからでも参加可能です。Peatixのプラットフォームでは、国ごとの区分はあるものの、会場住所などの入力欄がなく、全国どこで開催されても同じようにプラットフォームに掲載されます。

オンラインイベントが増えるに従い、イベント主催者の地域分布が変化しました。南関東や近畿など、元々Peatixユーザーが多かったエリアの増加は+17.4%でしたが、実数は少ないものの、北関東・甲信で+128.6%、北陸で+105.6%、北海道で+84.6%と、イベント数が倍近くになりました。

*オンラインイベントは住所情報がないため、イベントページ公開時のIPアドレスから、主催者エリアを推定しています。

	前年比増減	前年比成長率(YoY)
北海道	+271	+84.6%
東北	+174	+36.9%
北関東・甲信	+487	+128.6%
南関東	+5895	+17.4%
北陸	+308	+105.6%
東海	+616	+48.7%
近畿	+854	+18.1%
中国	+312	+70.4%
四国	+55	+41.4%
九州・沖縄	+773	+55.1%



どのエリアから参加しているのか

首都圏ユーザーを集客する地方イベント

前述したとおりPeatixのイベントは元々首都圏や近畿エリアに多い一方、オンラインイベントについては、検索やレコメンデーションなどにおいて、エリアは関係なく扱われます。その結果、地方から開催されるオンラインイベントが、多くの首都圏・近畿エリアユーザーを獲得していることがわかりました。

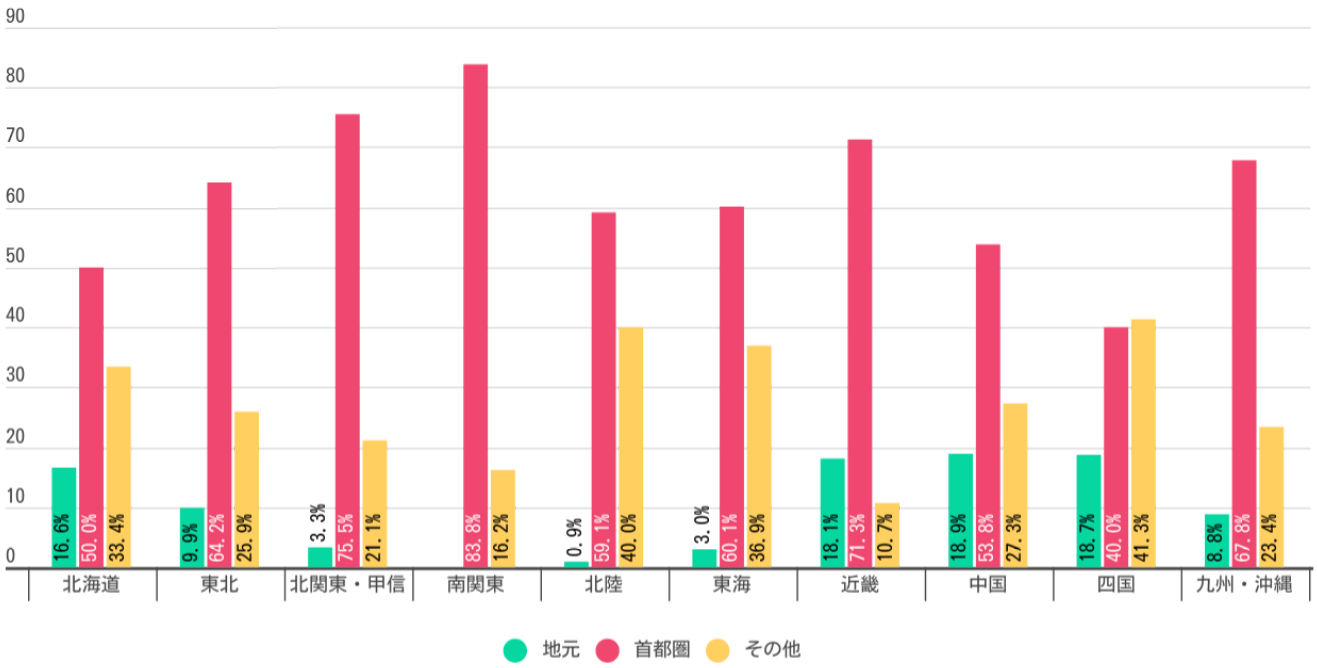
この表は、それぞれのエリアで開催されたイベントに、どのエリアから参加するかを表したものです。

これは、首都圏・近畿エリアのユーザーが多いPeatixの特徴が強く現れたことが大きな要因ですが、地域で開催されるイベントの主催者は、首都圏や近畿エリアなどのユーザーにアピールするチャンスと言えるでしょう。

一方で、全体的に同一エリアの参加者が多い傾向があるものの、地域性の強いコミュニティなどにとって、同一エリアの参加者を集めることが難しいことも示唆しています。Peatixは今後、オンラインイベントであっても、地域性を加味した検索・レコメンデーションの実装を検討します。

表：各エリアのオンラインイベントにどこから参加しているか

		どのエリアから参加しているか？										
		北海道	東北	北関東・甲信	南関東	北陸	東海	近畿	中国	四国	九州・沖縄	合計
主催者	北海道	16.6%	3.5%	2.7%	50.0%	0.5%	4.0%	19.7%	0.9%	0.2%	1.9%	100%
主催者	東北	0.7%	9.9%	3.1%	64.2%	0.6%	2.6%	15.5%	1.9%	1.2%	0.4%	100%
主催者	北関東・甲信	0.9%	3.7%	3.3%	75.5%	0.5%	2.7%	8.9%	1.7%	0.3%	2.4%	100%
主催者	南関東	0.4%	1.2%	1.3%	83.8%	0.4%	2.6%	7.3%	0.8%	0.5%	1.8%	100%
主催者	北陸	1.2%	0.7%	4.0%	59.1%	5.7%	4.4%	21.2%	0.2%	0.9%	2.6%	100%
主催者	東海	1.0%	1.4%	2.2%	60.1%	0.9%	10.7%	14.9%	3.3%	1.5%	4.2%	100%
主催者	近畿	0.4%	0.9%	1.7%	71.3%	0.6%	3.0%	17.6%	1.3%	0.4%	3.0%	100%
主催者	中国	0.8%	0.6%	1.5%	53.8%	0.9%	3.6%	18.1%	18.9%	0.6%	1.2%	100%
主催者	四国	0.6%	2.0%	4.3%	40.0%	4.5%	6.6%	15.3%	3.2%	18.7%	4.7%	100%
主催者	九州・沖縄	1.0%	1.3%	1.2%	67.8%	0.9%	4.6%	12.0%	1.5%	0.9%	8.8%	100%



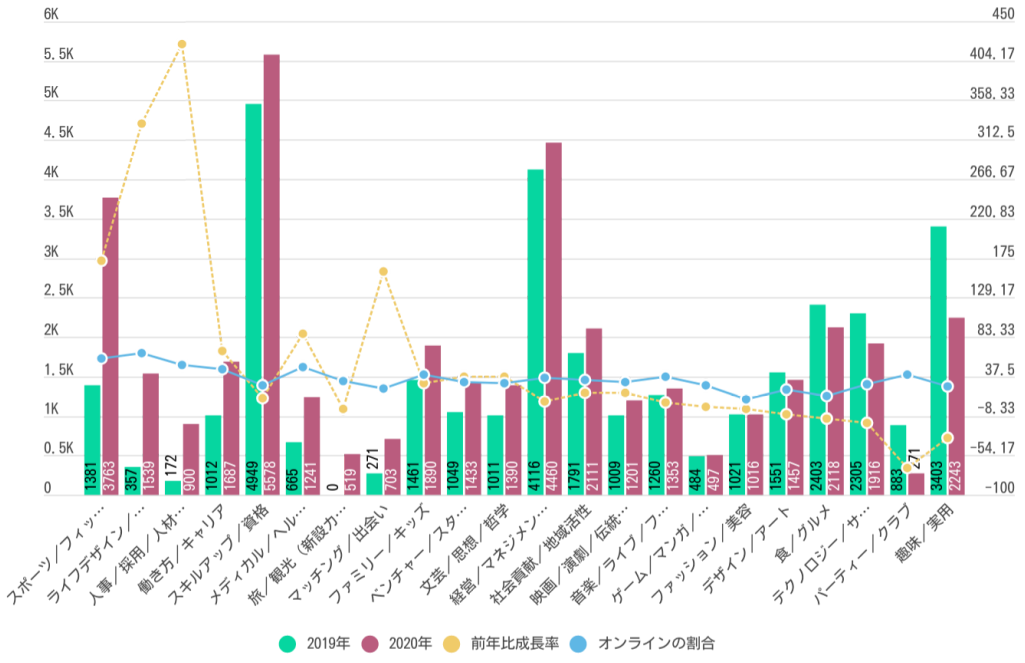
ジャンルごとの変化

スポーツ／フィットネス、セミナー系が大きく増加

2019年12月6日から2020年6月2日までに開催されたイベントにおいて、**それぞれのジャンルでの前年比成長率及び実数の増減**を集計したものです。ほとんどのジャンルにおいて、イベント数が増えています。

「スポーツ／フィットネス」の伸びが最も大きいのは、「ヨガ」など、自宅でのフィットネス需要に応えたものです。「ライフデザイン／生き方」「人事／採用／人材開発」や「働き方／キャリア」などの「リクルーティング」系イベントが増えたことも特徴的です。
一方、「趣味／実用」「パーティー／クラブ」の減少が目立ちました。「趣味／実用」は、ものづくりのワークショップなどが多く、オンラインイベントに切り替えることの難しさを示唆しています。また、「食／グルメ」は一時大きく減少していましたが、「食材のデリバリー+解説」形式のイベントが徐々に増えてきました。「音楽／ライブ／フェス」も、ライブ配信形式のイベントが増え、プラスになりました。

カテゴリ	増減	前年比成長率	オンラインの割合
スポーツ／フィットネス	2382	172.5%	59.0%
ライフデザイン／生き方	1182	331.1%	64.1%
人事／採用／人材開発	728	423.3%	50.4%
働き方／キャリア	675	66.7%	45.3%
スキルアップ／資格	629	12.7%	27.5%
メディカル／ヘルスケア	576	86.6%	48.9%
旅／観光（新設カテゴリ）	519	0.0%	32.0%
マッチング／出会い	432	159.4%	23.0%
ファミリー／キッズ	429	29.4%	40.3%
ベンチャー／スタートアップ	384	36.6%	31.3%
文芸／思想／哲学	379	37.5%	30.3%
経営／マネジメント／マーケティング／セールス	344	8.4%	35.8%
社会貢献／地域活性	320	17.9%	33.2%
映画／演劇／伝統芸能	192	19.0%	30.6%
音楽／ライブ／フェス	93	7.4%	36.7%
ゲーム／マンガ／アニメ	13	2.7%	27.6%
ファッション／美容	-5	-0.5%	10.8%
デザイン／アート	-94	-6.1%	22.6%
食／グルメ	-285	-11.9%	14.5%
テクノロジー／サイエンス	-389	-16.9%	28.5%
パーティー／クラブ	-612	-69.3%	39.1%
趣味／実用	-1160	-34.1%	25.5%



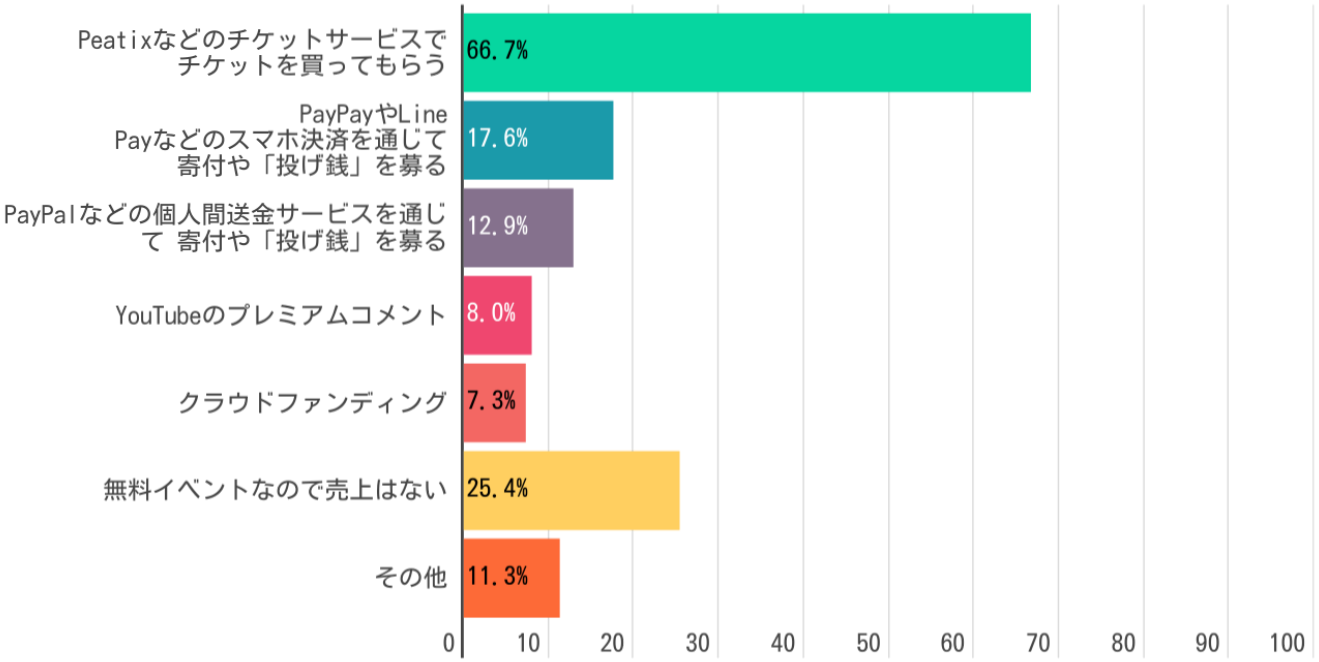
5.　オンラインイベントのマネタイズについて

オンラインイベントのマネタイズ方法

「チケット販売」が約7割

オンラインイベントの開催にあたり、マネタイズ方法の検討は最も大きな問題のひとつです。
主催者にマネタイズの方法を質問したところ、最も多い回答は「有料チケットの販売」で66.7%、スマホ決済や個人間送金サービスを利用しての「投げ銭」はあまり普及していないようです。(*サービスによっては、規約違反になる可能性もあることに留意)

質問：オンラインイベントで売上をあげる方法として、実際にためしたもの、検討しているものを選んでください。(複数回答、回答数426)

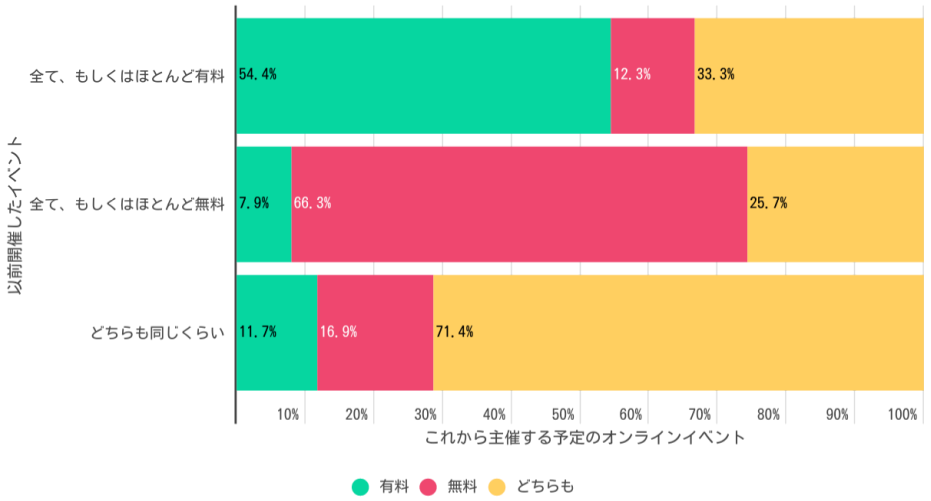


有料イベントの開催意向

オンラインでも有料維持は約半数、無料化は約1割

それでは、有料チケットを販売し、チケット購入者のみが参加(視聴)可能な「有料イベント」について、深堀りしてみましょう。アンケートでは、「以前に開催していたイベントは、有料・無料どちらですか？」と「これから主催する予定のオンラインイベントは、有料・無料どちらですか？」という質問をしました。それらをクロス集計したのが下記の表です。
過去に有料イベントを主催した人のうち、オンラインイベントでも有料にする、と答えたのは54.4%、と約半分でした。「無料」は12.3%と少ない一方、「どちらも」が33.3%となりました。一方、無料イベントの主催者が、オンラインで「有料」に踏み切るケースも7.9%あり、オンラインイベントでのマネタイズについて、主催者の試行錯誤が伺えます。

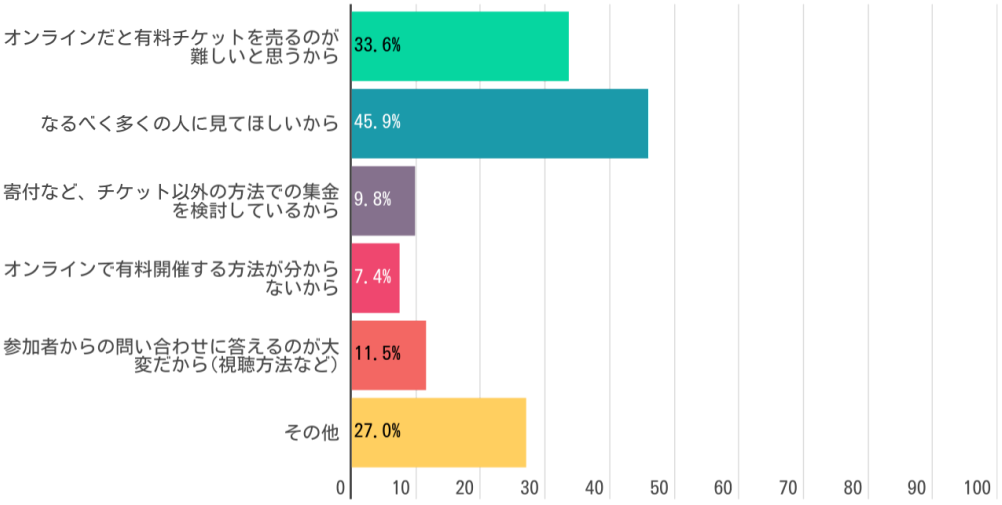
(主催者に質問　回答数 430)



多くの人に見てほしい場合は無料に

「リアルイベントは有料、オンラインは無料」、と答えた方に、その理由を質問したのが下記のデータです。
気軽に参加できるオンラインイベントの利点を最大限に活かし、「多くの人に見てほしい」という理由が半数近くある一方、「チケットを売るのが難しい」が33.6%というのも、主な理由のひとつでした。

質問：リアルイベントは有料、オンラインは無料と答えた方のみお答えください。オンラインイベントを無料にする理由として、当てはまるものを全て選んでください。(複数回答、主催者に質問　回答数 122)



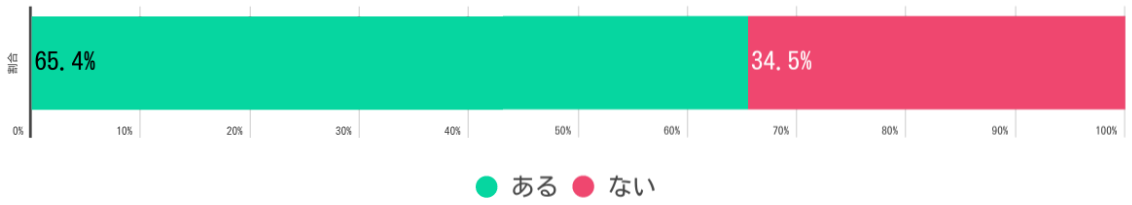
その他の理由として主な回答は、「**会場代などの費用がかからない**」や「**参加者も経済的に苦労している人が多いから**」、「**何度かテストをしてから有料化を検討する**」などが挙げられました。

参加者に聞く、有料イベントの参加経験・満足度

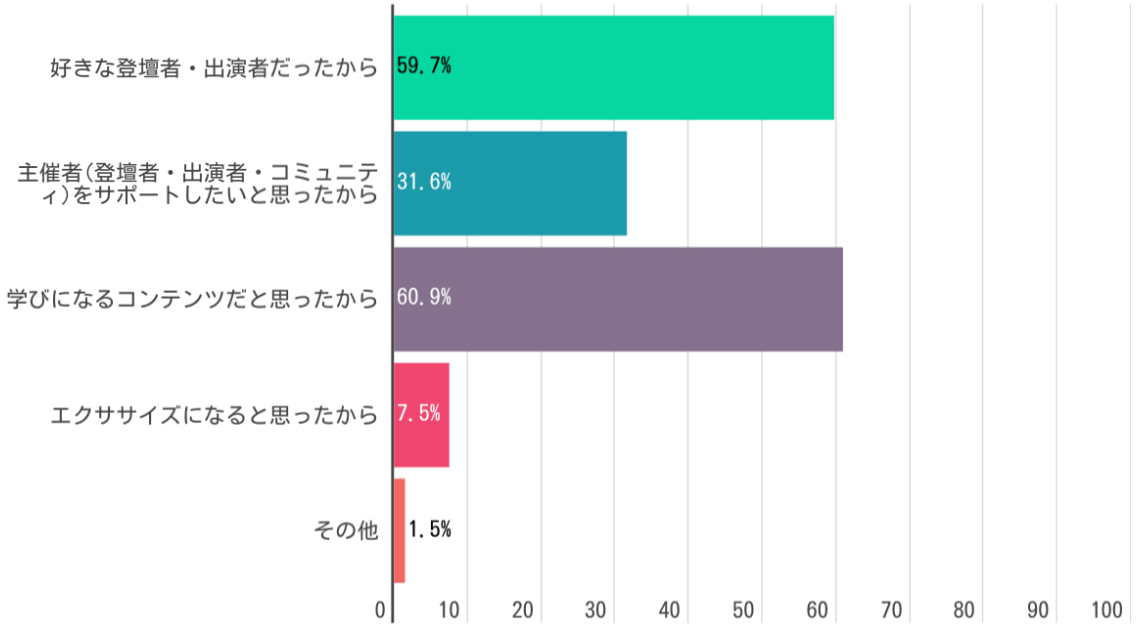
有料オンラインイベントの満足度は約9割

イベント参加者に有料イベントの参加経験を質問したところ、参加経験があるのは65.4%となりました。その理由として、「学びになる」「好きな登壇者・出演者だから」が6割を超えています。満足度について、「とても満足」「やや満足」が約9割と、オンラインであっても高い満足度であることが分かりました。

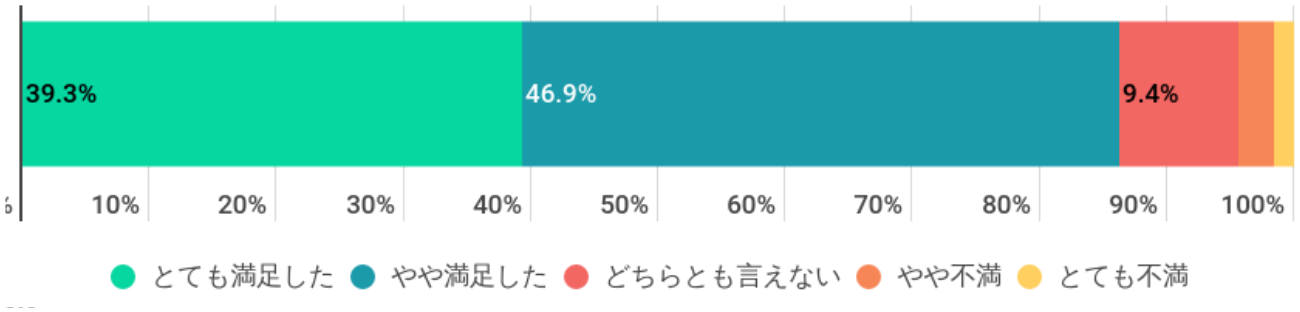
質問：今までに有料のオンラインイベントに参加したことはありますか？（参加者に質問　回答数 1,303）



質問：有料イベントに参加した理由を全てお答えください（複数回答、参加者に質問　回答数 843）

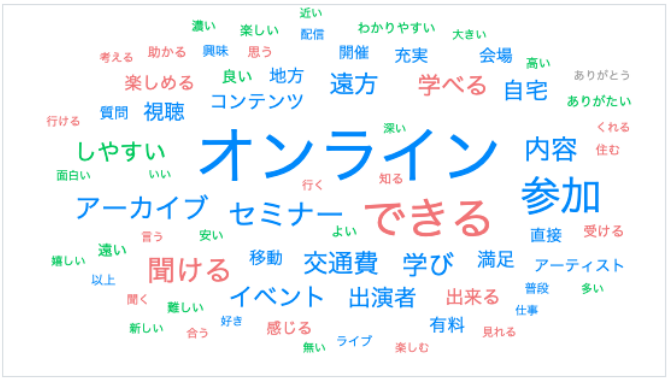


質問：有料オンラインイベントに参加してみた満足度を教えてください(複数回参加経験のある方は、平均的な傾向をお答えください)（ 参加者に質問　 回答数 853）

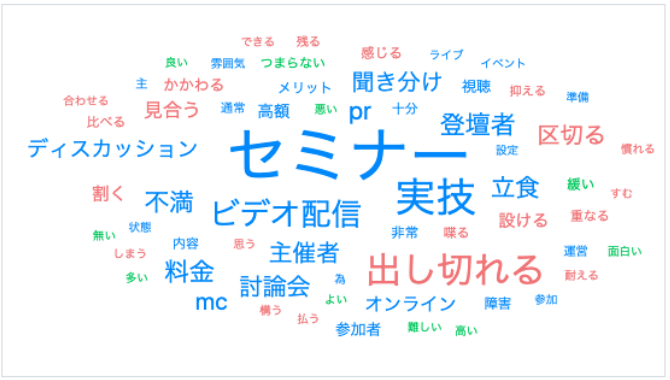


回答の理由も質問しました。フリーワード形式での回答を、ユーザーローカル社のテキストマイニングツールで分析したのが以下の図です。
満足した理由として、「遠方から参加できた」「自宅で参加できた」「アーカイブが残る」などの理由が目立ち、セミナーなどを通じて学び、楽しむことができたとの回答が目立ちました。
一方、不満な理由としては「ビデオ配信」の技術的な問題に集中しました。「回線が途切れる、視聴しにくい」ことは満足度を下げる大きな要因になりえます。また「実技」を伝えるのは難しい、という声もありました。

とても満足～やや満足



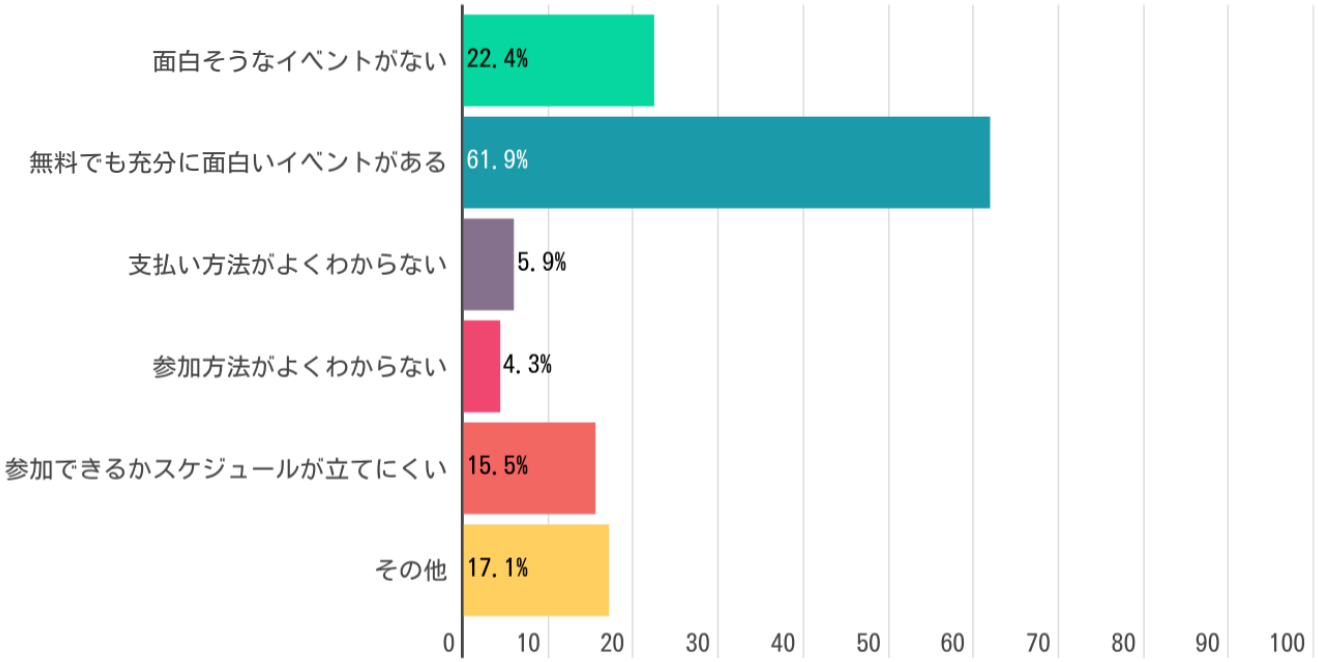
とても不満～やや不満



参加者に聞く、有料イベントに参加しない理由

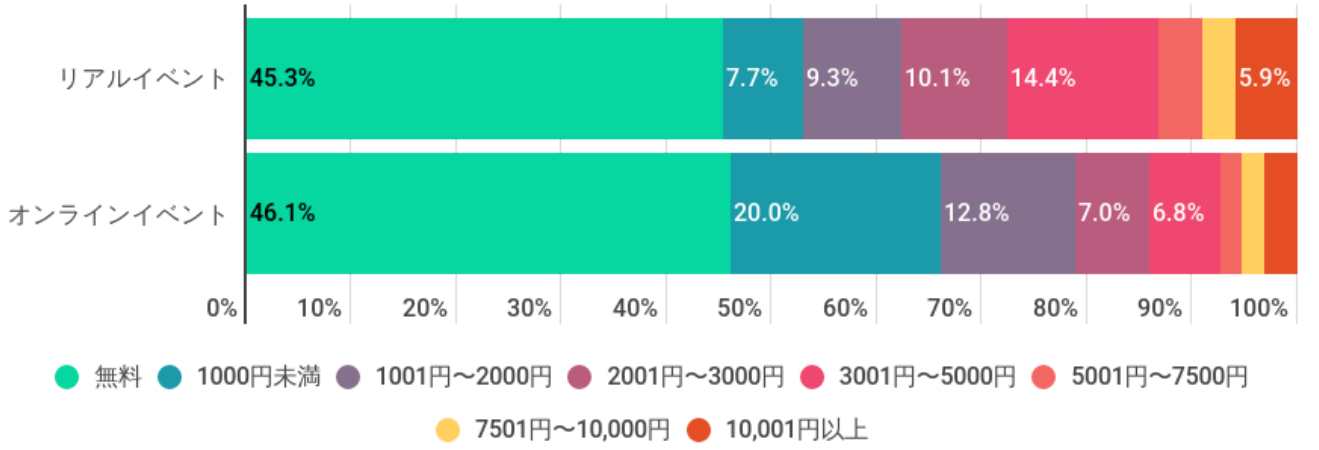
一方、有料イベントに参加しない理由を質問すると、「無料でも充分に面白いイベントがある」が最も多い結果となりました。

質問：有料オンラインイベントに参加しない理由をお答えください。（複数回答、参加者に質問　回答数438）



有料／無料イベントの割合、価格帯について

Peatixのデータベースから、チケットの価格帯ごとに割合を算出したのが次のデータです。無料チケットの割合はリアル・オンラインほぼ同じ割合でした。一方、2000円未満のチケットの割合は、オンラインが高く、リアルイベントに対し1000円程度安い結果となりました。これは、「会場代がかからないこと」や、「気軽に参加してほしい」ことを反映しているものと想定されます。



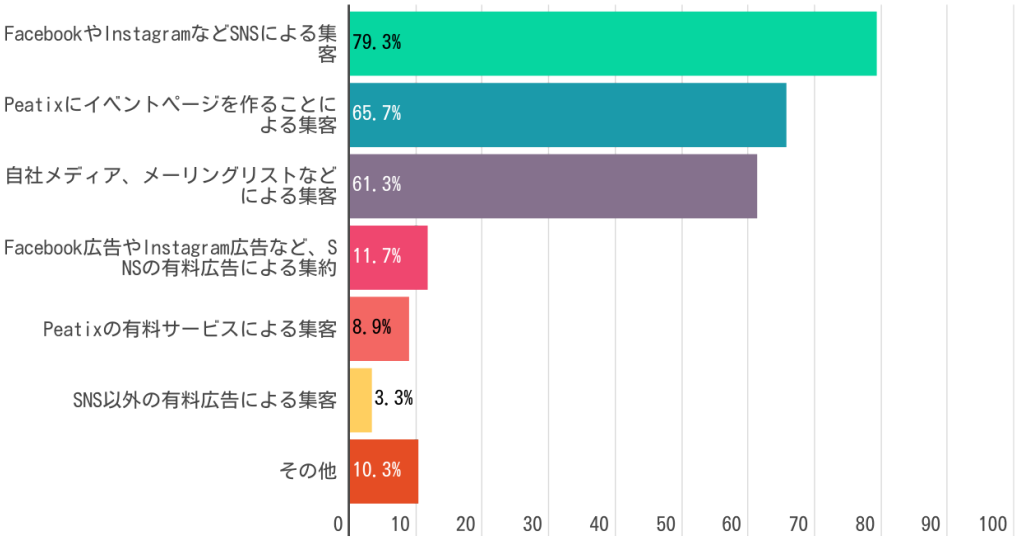
6.　オンラインイベントの集客について

オンラインイベントの集客方法

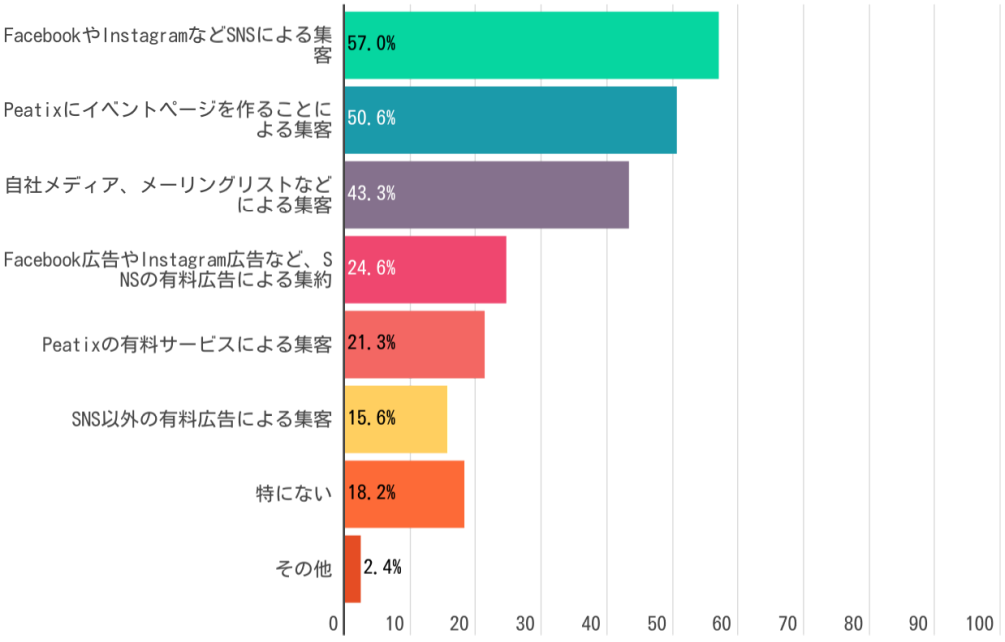
SNSが最も多く約8割、Peatix、自社メディアは半数以上

オンラインイベントに集客する方法について質問したところ、ソーシャルメディアでの集客が約8割と最も多く、集客の基本として定着しています。(これはリアルイベントも同様です。)また、Peatixにイベントページを作ることによる集客、自社メディアやメーリングリストによる集客もそれぞれ6割を超える結果となりました。
有料広告での集客について、現在すでに行っている主催者は約10%であるのに対し、「今後試してみたい」主催者は「SNSの有料広告」24.6%、「Peatixの有料サービス」21.3%となり、積極的な集客意向が伺えます。

質問：オンラインイベントの集客方法について、実際に行ったものを全て選んでください。(複数回答、主催者に質問　回答数 426)



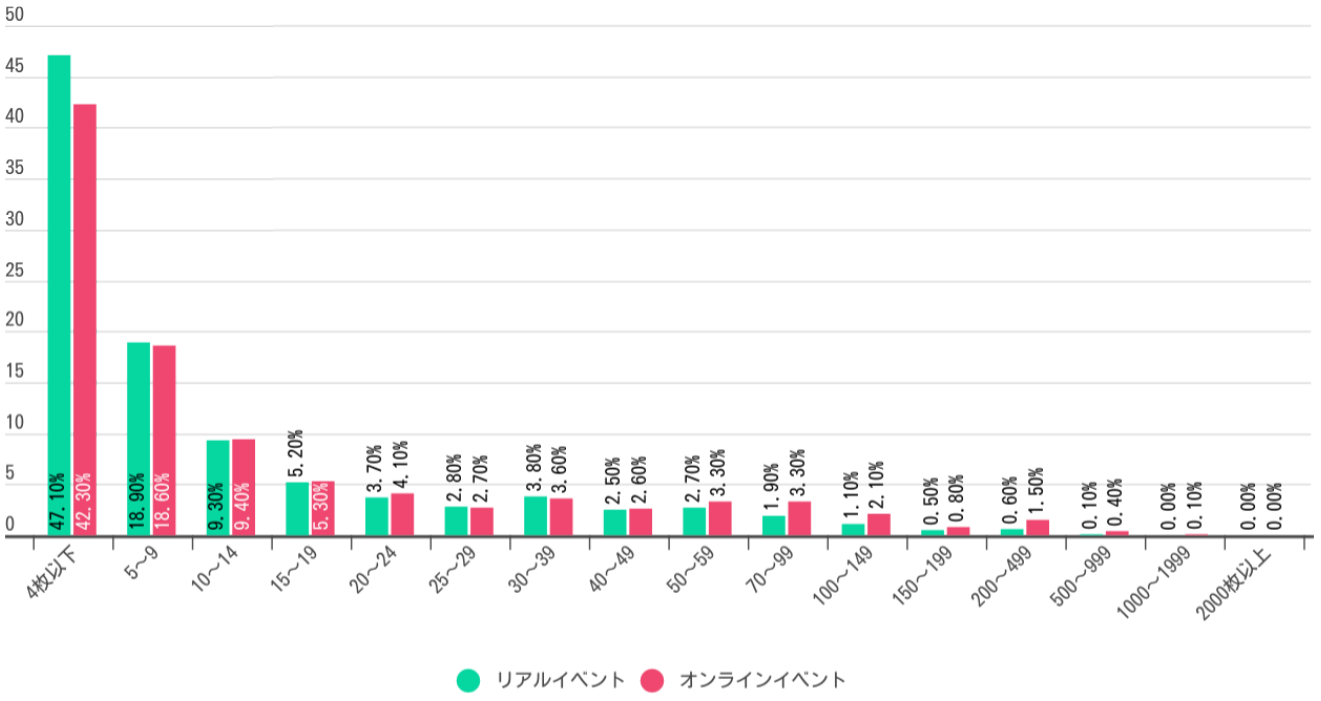
質問：オンラインイベントの集客について、今後試してみたいものを全て選んでください。(複数回答、主催者に質問　回答数 423)



１イベントあたりのチケット販売数

50枚以上はオンラインイベントがやや多い

イベントごとのチケット販売枚数(無料も含む)の分布を表したのが次のデータです。多くのイベントでは、リアル・オンラインにあまり違いがありませんが、50枚以上売り上げたイベントの割合は、オンラインイベントが高くなっています。これは、「会場のキャパシティがない」「気軽に参加できる」ことを反映しているようです。

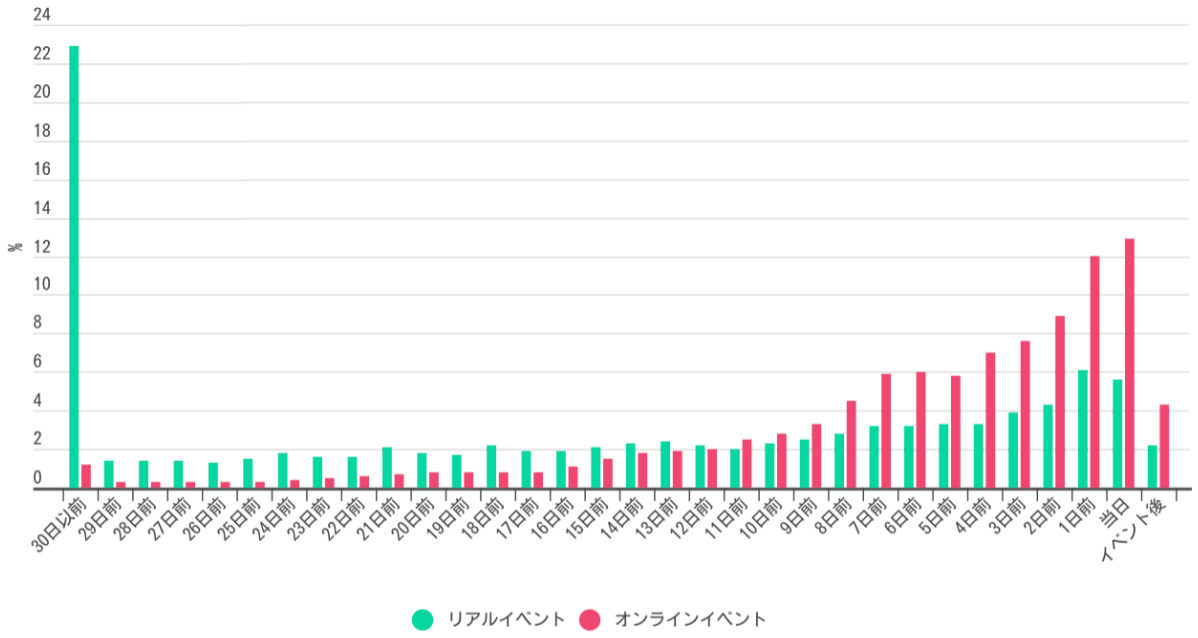


7.　販売タイミングと開催時間帯

いつチケットが売れているのか

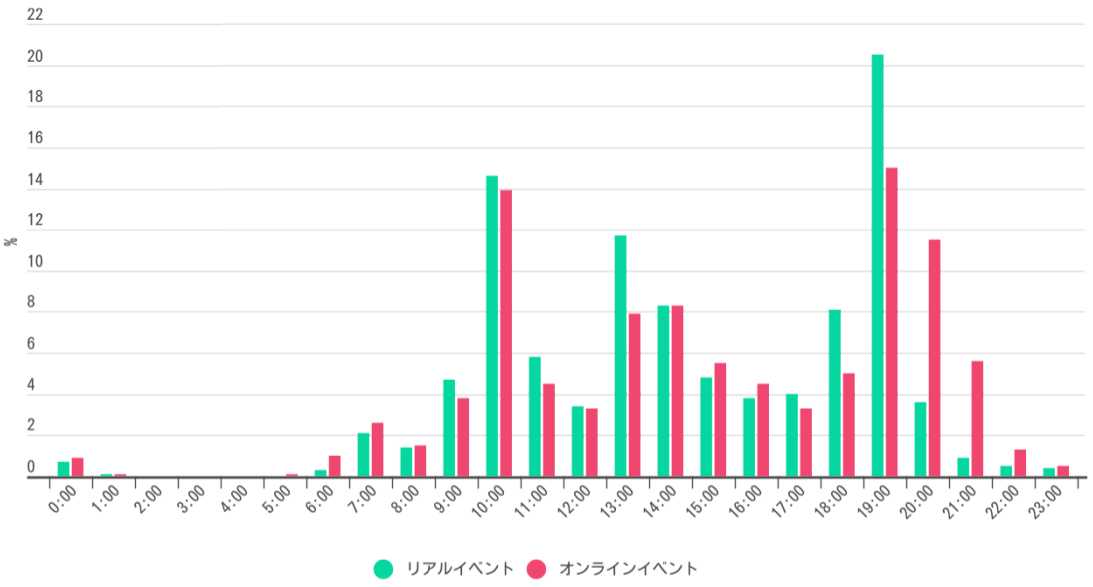
申込みの多くが開催一週間前

イベントの開催を告知してからイベント開催当日までの間、どのタイミングでチケットが売れているでしょうか。オンラインイベントは、自宅から気軽に参加できるということからか、前日や当日の申込みが多いことが明らかになりました。



開催時間帯

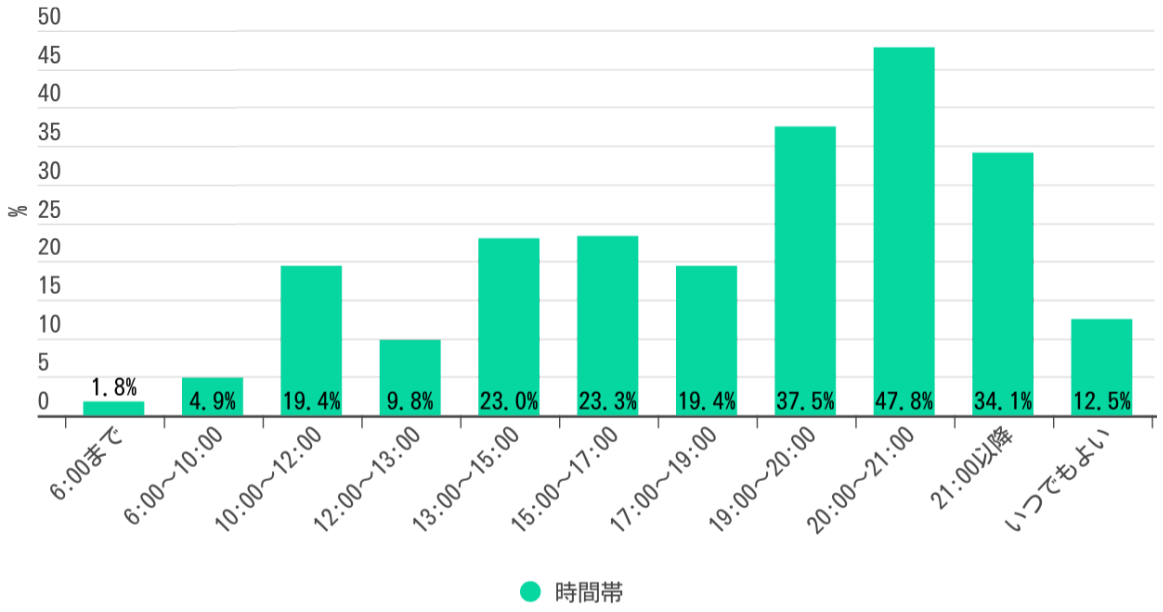
一日のうちの開催時間帯について、リアルイベントとオンラインイベントの違いを表したのが次のデータです。リアルイベントは10:00と、19:00に山がありますが、全体的にオンラインイベントは幅広い分布です。リアルイベントと比べて、オンラインイベントは、20:00、21:00開催のイベントが多いのも特徴です。



参加しやすい時間帯

イベント参加者に「参加しやすい時間帯」を聞いてみると、20:00が最も多く約半数でした。リアルイベントと異なり、帰りの電車などを気にしなくて良いこと、また、「家族のケア」が終わった遅めの時間帯の方が参加しやすいのかも知れません。

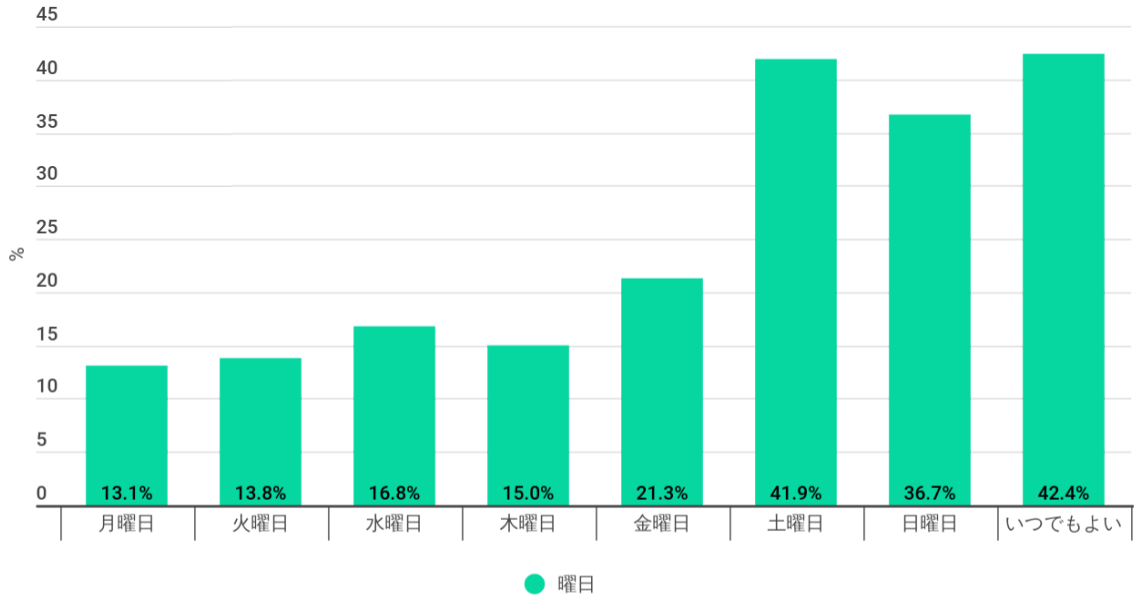
質問：オンラインイベントに参加するとしたら、参加しやすい時間帯を全て選んでください。（複数回答、参加者に質問　回答数 1,524）



参加しやすい曜日

「参加しやすい曜日」は、「いつでもよい」が42.4%と最も多いものの、週末の方が参加しやすいようです。

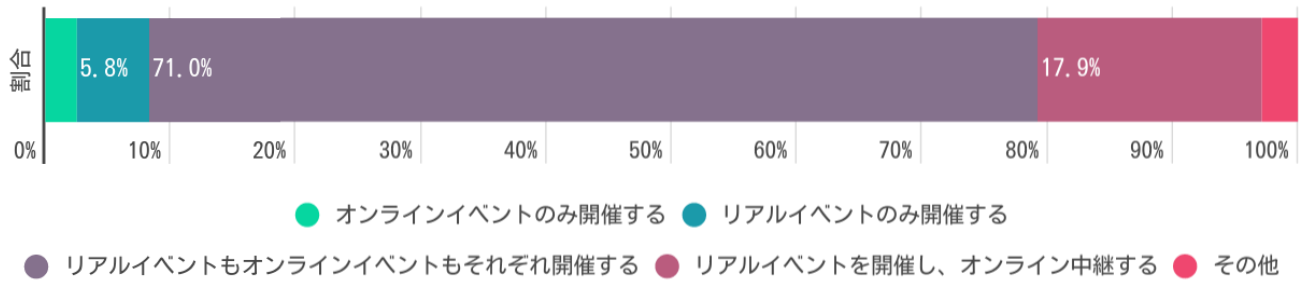
質問：オンラインイベントに参加するとしたら、参加しやすい曜日を全て選んでください。複数回答、回答数=1,524）



8.　オンラインイベントの継続意向

オンラインイベントの継続意向

約7割が「コロナ後」もオンラインイベントを開催

今後、リアルイベントが以前と同じように開催可能となった場合の、オンラインイベントの開催意向についても質問しました。「リアルイベントのみ開催」と答えたのは5.8%にとどまり、「それぞれ開催」は71%、「リアルイベントをオンライン中継」は17.9%となり、オンラインイベントがひとつの文化として定着する可能性を示しています。

質問：現在の状況が改善し、また自由にリアルイベントが開催できるようになったら、どうしますか？（主催者に質問　回答数 448）