

日本のプロスポーツは政策の対象となり得るか
—e スポーツのプロサッカーリーグをアキバに—

早稲田大学 武藤ゼミ 3

○渡邊裕喜 小瀧巖 福田貴洋 吉岡佑樹 渡辺励

1. テーマ選択理由

日本でスポーツといえば身体的運動を行うこと、体を動かし汗を流す、そのようなイメージを持つ人が多いでしょう。ですが、スポーツの語源をたどってみるとラテン語の *deportare* 「あるものを別の場所に移動する」という語感から古フランス語の *desport* 「気晴らしをする、遊ぶ、楽しむ」を経て現在の *sport* に至ると考えられています。スポーツは身体運動を伴うものを指すだけではないのです。例としてチェスやビリヤード、囲碁などの国際競技団体が IOC (国際オリンピック委員会) の加盟団体や承認団体になっています。

したがって、e スポーツもスポーツの 1 つであるといえるでしょう。日本ではあまり知られていませんが海外では e スポーツはスポーツとして認知されており、韓国や中国、ヨーロッパやアメリカなどではプロとして活躍する選手もいるのです。中には年収が 1 億円を超える選手もいるほどです。先進国では唯一日本だけが e スポーツになじみがないという状態です。また、高度経済成長期には世界的に高い技術力を誇っていた日本ですが、近年は中国や韓国などの近隣アジア諸国にそのお株を奪われかねない事態となっています。e スポーツが日本で発展することは新たなスポーツ文化を日本社会に生み出すだけでなく、本来の日本の高い技術力を世界にもう一度アピールするきっかけになるのです。

2. 提案

私たちは日本で e スポーツを発展させるために e スポーツプロサッカーリーグをアキバ (秋葉原) に発足することを提案します。

海外で人気のあるアニメ、マンガ、ゲーム、最近ではボーカロイドなど日本独特の文化的輸出産業の強みを生かし、ネット社会の聖地であり情報の発信地である秋葉原に e スポーツの種目にあり、現在「なでしこ」やオリンピックで盛り上がっているサッカーの日本初のプロ e スポーツリーグを設立します。さらには、e スポーツのサッカーワールドカップ開催も提案します。

3. 日本の現状

「ゲーム＝スポーツ」という文化が生まれなかった日本では、ゲームソフトメーカー主導の個別タイトルによるゲーム大会は行われていたものの、e スポーツ的な大会は小規模開催に留まり世界からは “e スポーツ後進国” と認知されている状態です。

こうした状況を打破すべく、近年「日本 e スポーツ協会設立準備委員会」が設立され海

外の e スポーツ協会との連携を模索し、いくつかの大学では学内 e スポーツ選手権が開催され今後の e スポーツを取り巻く動きに注目が集まりつつあります。

現在、日本で e スポーツを取り扱う主な企業、団体は主に 2 つあり、1 つ目は「日本 e スポーツ学会」で、e スポーツの社会的意義や e スポーツが人間の身体に与える正負の影響を解明し、e スポーツによる地域振興・経済振興の研究などを目的としています。2 つ目は「日本 e スポーツエージェンシー株式会社」であり、e スポーツを日本でも普及・拡大させ、広く世代間・地域間のコミュニケーションの活性を図り、社会貢献に寄与し、さらには e スポーツを通じて日本のゲーム産業の発展に寄与することを活動目的としています。

また、日本では「e スポーツ JAPAN CUP」が開催されており、国内唯一のフランチャイズチーム対抗戦の大会となっています。

4. 海外（韓国）の e スポーツ政策

現在、e スポーツが最も盛んな国の 1 つとして韓国が挙げられます。そこで、その韓国の政策を参考にすべく、その内容に触れておきます。

韓国では 1999 年にゲーム総合支援センター（現・韓国ゲーム産業開発院）が設立されました。このセンターは、ゲーム輸出振興、ゲーム創作支援などゲーム関連全分野について、国内ゲーム産業の成長のための各種業務を行っていました。

また、現在まで推進されてきた主要ゲーム関連政策はいくつかに分類することができ、まず初めに、ゲーム関連の法令や制度の改編が挙げられます。韓国では「文化産業振興基本法」を制定してゲーム産業を文化産業に分類し、「音盤・ビデオ及びゲーム物に関する法律」を制定して、ゲーム産業の振興に関する法的根拠をより現実化しています。

そして、韓国ゲーム産業開発院を中心に 2000 年に入ってからにはゲーム技術開発と関連する各種インフラ支援や海外マーケティングのための各種情報提供などが推進されました。

創業支援施設を通じて、新生ゲーム企業のためにインキュベーションを推進したり、ゲームコンテンツの開発およびマーケティング支援のための投融資推進支援制度を実施してきました。

1998 年からは海外の有名ゲーム展示会への参加を支援、約 236 企業に海外進出の場を用意してきました。2001 年からは WCG（World Cyber Games）を開催、毎年 40～50 カ国から 2 万人余りが参加することで名実ともに世界的なゲーム祭として名前を轟かせています。さらに、社団法人韓国 e スポーツ協会 (KeSPA) や中国・韓国政府主催による「International E-sports Festival」(IEF) というイベントが 2005 年から開かれるなどもされています。

5. 日本での実践

(1) アキバでやる！

どうして、アキバ（秋葉原）をプロリーグの拠点とするのか、それには主に 3 つの理由があります。1 つ目は、すでに e スポーツの学生選手権が秋葉原のシアターで行われている

などの市場や設備が存在しているため、リーグをつくるのが非常にやりやすいと考えられるからです。2つ目は、オタクの街という印象が強い秋葉原では、そこに集まる人々のゲームへの関心が強いと考えられるので、認知されやすく、また市場も拓がりやすいと予測されるからです。3つ目は、スポーツというイメージがない街で作ることで話題性があり、またスポーツに関わってこなかったような人達にもスポーツに触れる・行う機会を作ることができるからです。

これらをまとめると、効率よく円滑にリーグを設立でき、また市場や人々への影響力も強いと考えられるので、この秋葉原を e スポーツのプロサッカーリーグの拠点にすることが望ましいのです。

(2) デジタル産業向上！

「日本の電機産業が危機に直面している。デジタル化の進展に伴い、テレビなど家電製品は販売不振に陥り、半導体も競争力を喪失、自動車と並ぶ基幹産業にかつての勢いはない。一方で米韓勢などは攻撃の手を緩めない。」(日本経済新聞電子版 2012. 08. 20)

日本のデジタル産業は厳しい状況にあり、e スポーツの先進国でもあるアメリカと韓国の企業は元気の良いのです。

ゲーム業界でも同じように日本のメーカーは苦戦しており、ゲーム産業の成長性についても注目すべき点があります。表1は、日韓中のゲーム産業の市場規模を比較したものです。ここから読みとれることは、オンラインゲームについて韓国が力を入れていること、中国のその割合の高さと将来の成長力です。韓国の中国市場を見据えた産業政策がみとれ、その象徴として e スポーツの存在があります。

表 1

以上のような状況下で、e スポーツ事業を推進することは日本にとって有益なことです。それは、それ自身の先進性と市場の成長による開発促進力と、すべての世代の国民にゲームを通してデジタル産業先進国としての理解と素地をつくることに貢献できる力を持っているからです。

ゲーム産業市場規模(2009年)			単位: 億円
	全体	オンラインゲーム	オンラインゲーム 2014年予測
日本	7,366	1,045	1,745
韓国	4,106	1,169	1,946
中国	4,502	3,801	17,658

【PwC(2010) Global entertainment and media outlook:2010-14 より筆者作成】

(3) ワールドカップ開催

現在、世界各国では e スポーツの大会が行われています。特に「Championship Gaming Series」では、Direc TV (北米)、STAR TV (香港)、BskyB (英国) が、世界にその模様を配信しています。このような状況の中で日本がワールドカップを開くことは、日本の存在感を示す意味で、非常に重要なことだと考えられます。特にサッカーに関して、日本には2つの好材料があります。

1つは、日本が2022年のワールドカップ招致の際に提案した「Full Court 3D Vision」の利用です。これは、サッカーコートに映像パネルを敷き詰め、そこに3D映像を映し出すことにより、遠隔地で行われている試合をスタジアムで、大勢で臨場感たっぷりに観戦できるというシステムです。これとeスポーツを結びつけることにより、今まで経験したことのないエンターテインメントを世界に向けて提供できるのです。

も1つは、2002年日韓ワールドカップの鮮明な記憶ですが、あの時、多くの人が世界の注目の中で、国民が一つになったような、素晴らしい感覚を経験しました。多くの人がサッカーの世界大会の価値を知っている中で、eスポーツでのワールドカップを開催することで、今までゲームということで敬遠していた人々を惹きつけることが可能なのです。

このようなことから、日本でeスポーツのワールドカップを開くことは大変有意義な試みであると考えられます。

6. まとめ

この政策の成果として、eスポーツの国内認知度の向上やサッカーにおけるeスポーツの国内競技レベルの向上、さらにはゲーム産業を含むデジタル産業全体の発展、さらには、現在緊張状態にある近隣アジア諸国との友好的な外交政策のカードとなり得る可能性などが挙げられます。また、現在の日本のサブカルチャー人気やサッカー人気は確実に追い風となる、今がチャンスだと考えられます。

そのため、これらの案を政府一体となって推進することによりeスポーツをIT社会における次世代のスポーツとして作り上げ、それを社会に根付かせ発展させることが今の日本には必要なのです。

<資料・文献>

- ・日本eスポーツ学会ホームページ
- ・日本eスポーツエージェンシー株式会社ホームページ
- ・日本サッカー協会ホームページ
- ・eスポーツ JAPAN CUP ホームページ
- ・<http://www.clair.or.jp/j/forum/forum/articles/jimusyo/200SEOUL/index.html>
- ・EUROGAMER.net 2011/10/19
- ・平成22年度文化庁委託事業「著作物等の流通促進に関する調査研究事業」日本のコンテンツの海外展開促進に関する基礎調査 報告書
- ・webR25