

黎明期にあるeスポーツの 国内普及への戦略



明治大学澤井ゼミAチーム

宮澤拓也 石井美唯 片岡真勢
河村健太郎 白井優花 長谷川歩香



e-sports

contents

○ 緒言

● 調査・課題

○ 提言

● まとめ

緒言



eスポーツとは？

「eスポーツ(e-sports)」とは「エレクトロニック・スポーツ」の略で、
広義には、電子機器を用いて行う娯楽、競技、スポーツ全般を指す言葉であり、
コンピューターゲーム、ビデオゲームを使った対戦を
スポーツ競技として捉える際の名称。

(一般社団法人日本eスポーツ連合オフィシャルサイトより)





世界のスポーツ競技人口ランキング

1位	バスケットボール	4億5000万人
2位	サッカー	2億5000万人
3位	クリケット	1億数千万人
4位	テニス	1億1000万人
5位	League of Legends	1億人

各スポーツ協会調べ



eスポーツの代表的なタイトル①



「リーグオブレジェンド」

・マルチプレイヤーオンラインバトルアリーナ



「ウイニングイレブン2018」

・サッカーシミュレーションゲーム

eスポーツの代表的なタイトル②



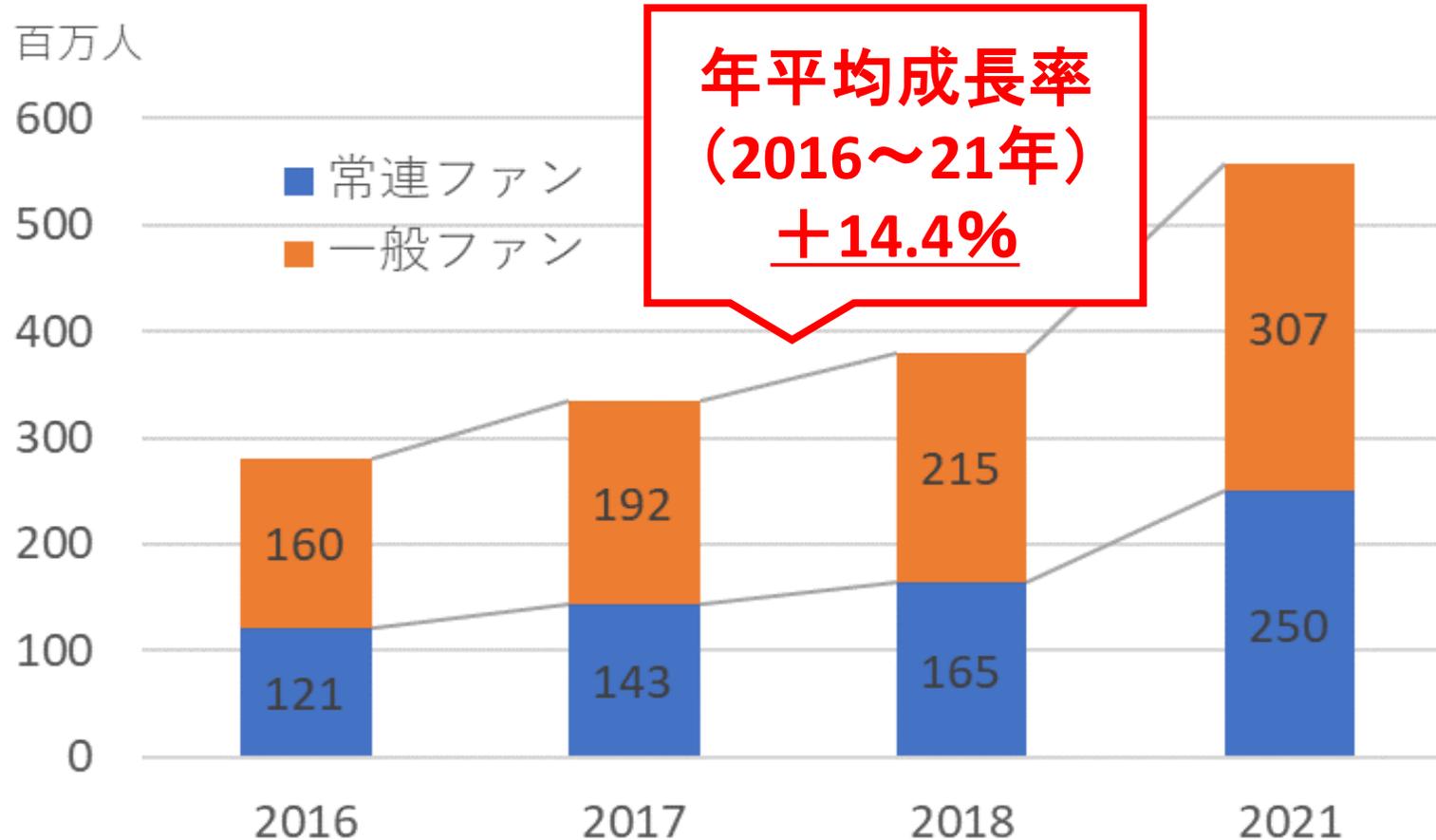
「クラッシュロワイヤル」
・リアルストラテジーゲーム



「スタークラフト2」
・リアルタイムストラテジーゲーム



世界のeスポーツオーディエンス規模推移

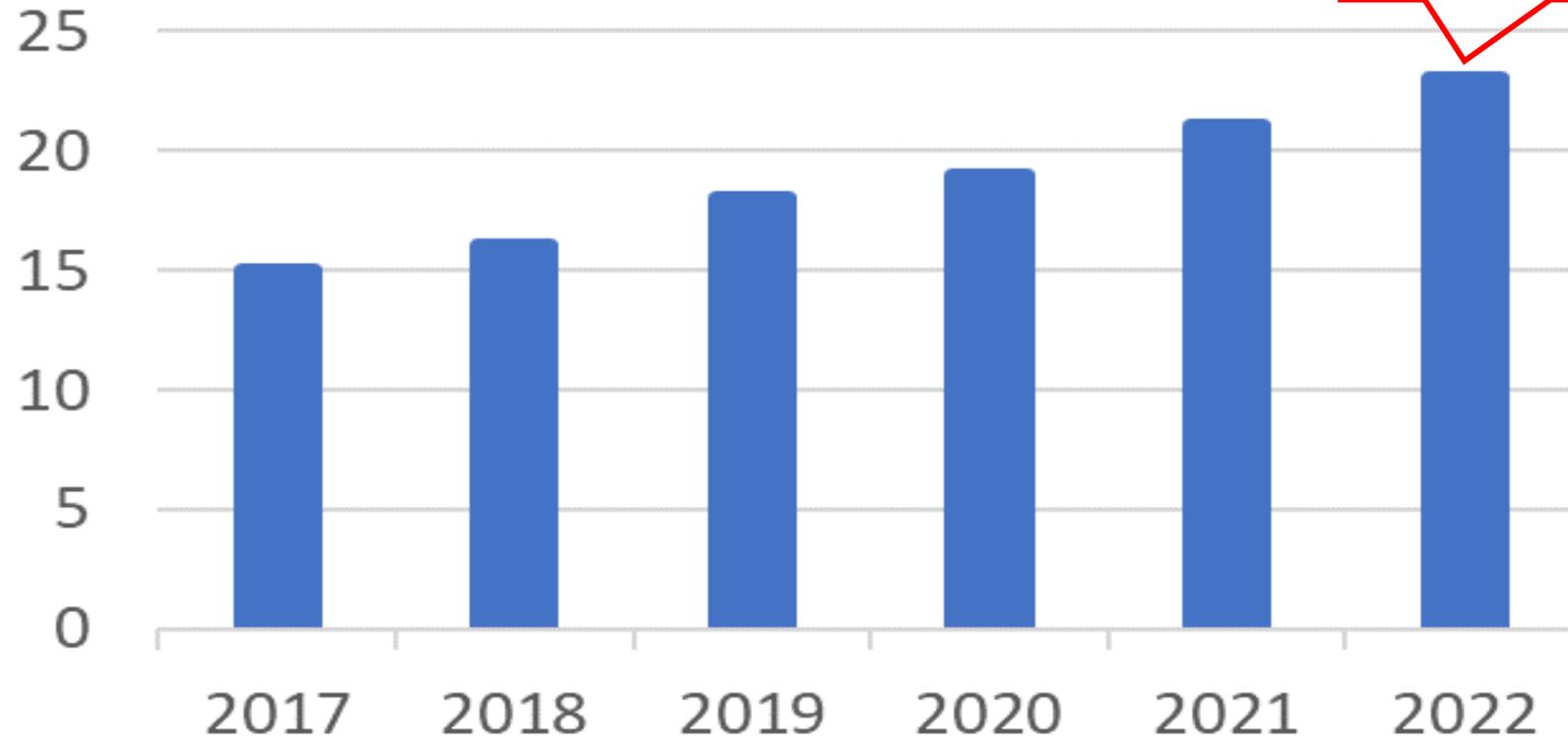


出典: Newzoo 「2018 Global Esports Market Report」



世界のeスポーツ市場規模

単位：億ドル



約3000億円！

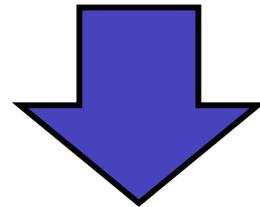


各国際大会がeスポーツの採択を検討

・2022年 アジア競技大会



・2024年 パリオリンピック



全世界から注目を集めている。



日本におけるeスポーツの現状

	世界	日本
市場規模	700億円9000万円	5億円未満
観戦者数	3億5000万人	158万人

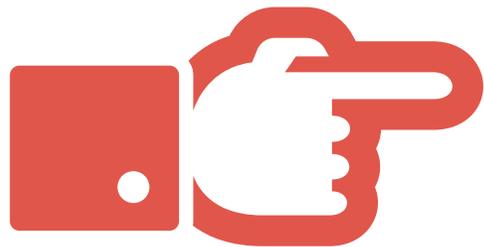
※2017年時点（総務省「eスポーツ産業に関する調査研究報告書」より引用）



日本は「**eスポーツ後進国**」である。

2018年は・・・

「eスポーツ元年」





緒言

調査・課題

提言

まとめ

JeSUへの統合

JeSPA

e-sports
促進機構



日本プロeスポーツ連盟
Japan Pro eSports Federation

JeSU
JAPAN ESPORTS UNION

 CESA

 JOGA
一般社団法人 日本オンラインゲーム協会



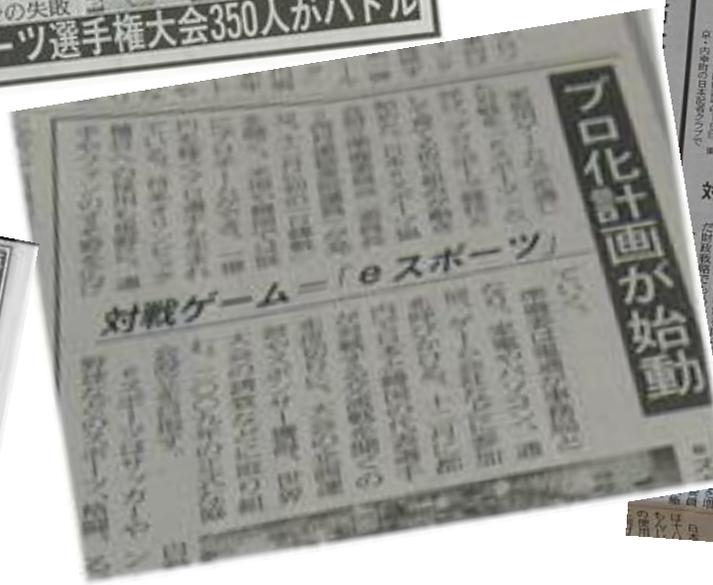
JeSUの活動

「日本におけるeスポーツの振興を通して、国民の競技力の向上及びスポーツ精神の普及を目指す」

- ①eスポーツ振興に関する調査・研究・啓発
- ②eスポーツ競技大会の普及
- ③eスポーツ競技大会におけるプロライセンスの発行と大会の認定
- ④eスポーツ選手育成に関する支援
- ⑤eスポーツに関する関係各所との連帯



メディアへの露出①





メディアへの露出②



日本テレビ『eGG』毎週木曜深夜放送



フジテレビ『いいすぽ!』毎週木曜深夜放送

相次ぐ事業参入

◆ 吉本興業

プログラマーやへの支援や競技イベントの開催など

◆ Jリーグ

「FIFA18」の大会”明治安田生命eJ.LEAGUE”の開催

◆ au(KDDI)

プロチームの支援に加え、JeSUをオフィシャルスポンサーとして支援

そのほかにも……日清食品、日本フォレスト、JTBなど

吉本興業



J.LEAGUE



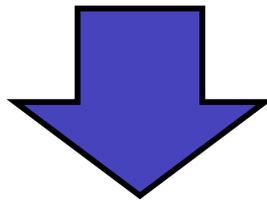


日本の「ゲーム大国」としてのポテンシャル

- 世界のゲーム売り上げのシェアにおいて
中国、アメリカに次いで日本は**第3位**

- 国別のユーザー1人当たりの支出額は**世界トップ**

出展: Sensor Tower



eスポーツが国内で普及したときの
経済効果は他国より大きい





日本の「ゲーム大国」としてのポテンシャル

「2015年時点に5.5兆円であった
国内のスポーツ市場規模を
2025年までに**15兆円**に拡大する」
に貢献できる。

政府の「日本再興戦略2016」



研究目的



国内でのeスポーツ普及における課題を
明らかにし、日本におけるeスポーツの普及を
促進する施策を検討し、提案する。



調査・課題



調査方法

(1) アンケート調査

- ・ eスポーツの認知度およびイメージを測るための学生へのアンケート調査

(2) フィールドワーク

- ・ eスポーツ大会の観戦およびプレイヤーへの聞き取り調査

(3) 講演会への参加

- ・ eスポーツに関する講演会参加による現状把握と課題分析

(4) インタビュー

- ・ eスポーツ有識者へのインタビューによる現状把握と課題分析



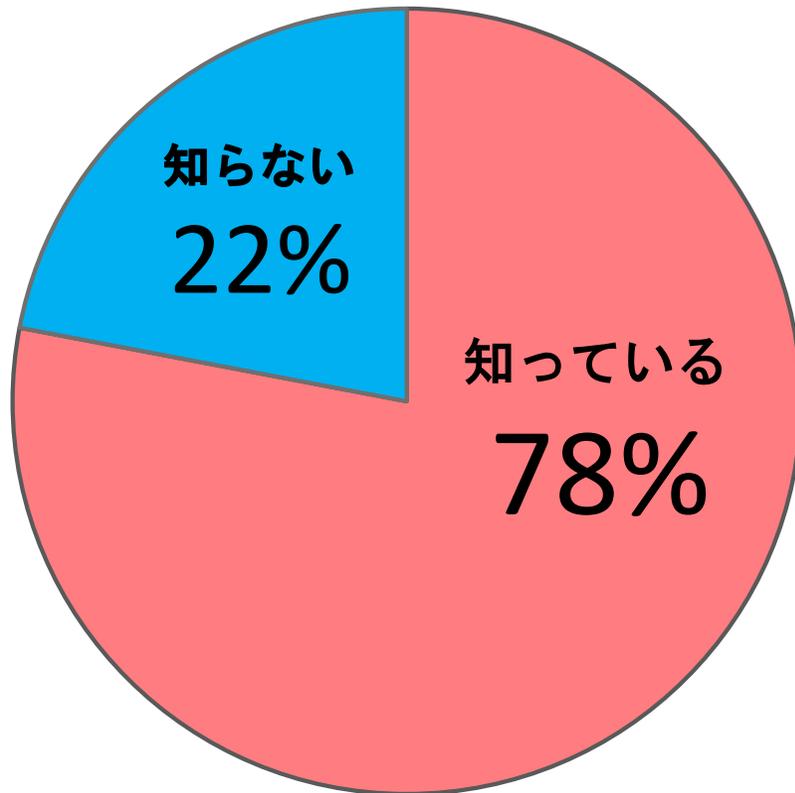
(1) アンケート調査【概要】

調査日	2018年7月20日、23日
調査対象	明治大学スポーツビジネス論受講生、 中央大学スポーツビジネス論受講生 (18歳～25歳以上 大学生男女)
有効回答数	171
実施方法	質問紙調査 (googleフォーム)
調査内容	・eスポーツに関する意識調査 ・eスポーツの知名度・関心度調査など

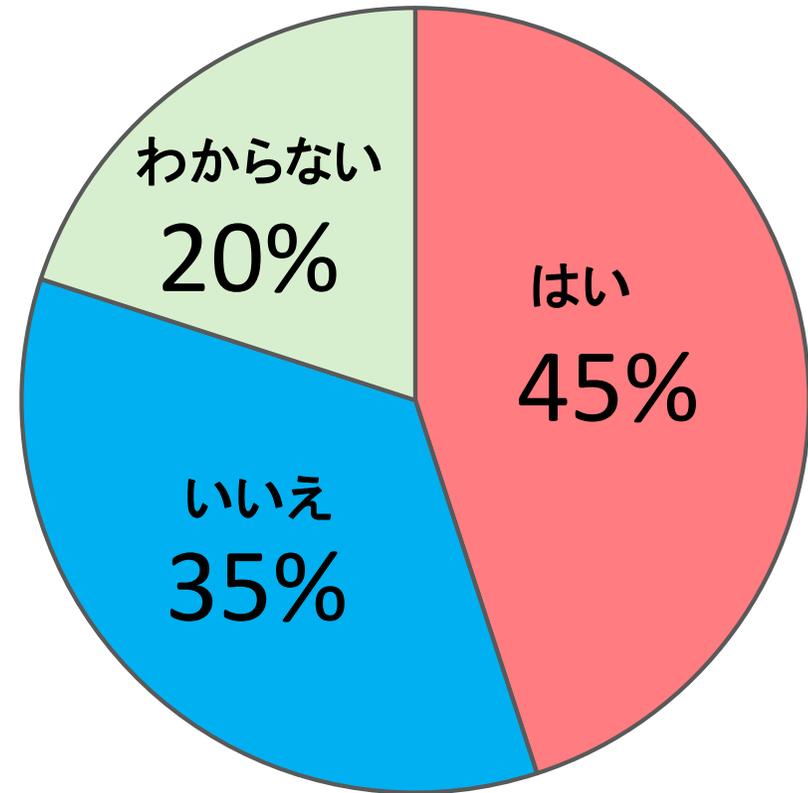


(1) アンケート調査【結果①】

①「eスポーツを知っていますか？」



②「eスポーツをスポーツだと思えますか？」





(1) アンケート調査【結果②】

eスポーツがスポーツとして認識されない理由

体を動かして
汗をかかない

健康に
悪影響がありそう

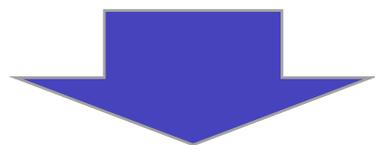
娯楽の延長線
上に過ぎない





(1) アンケート調査【考察】

- ・近年の普及の効果により認知度は78%と上がっているが、eスポーツをスポーツだと考える人は半数にも満たない。



課題①「eスポーツに対するイメージ」



≠





(2) フィールドワーク【概要①】

- 2018年8月25日にすみだ産業会館にて行われた「大乱闘スマッシュブラザーズ」のコミュニティ大会「ウメブラ34」を見学。そこで、試合の観戦および、プレイヤーへのインタビュー調査をおこなった。大会の主催者は、世界的なゲーマーである梅原大吾氏である。



(大会のロゴ)



(大会当日の様子)



(2) フィールドワーク【概要②】

目的	eスポーツプレイヤーの実態と意識の把握
対象	性別、年齢、職業をランダムに選定した8人のプレイヤー
質問内容	「eスポーツをスポーツと考えるか。」 「どのようなトレーニングを積んだか。」



(2) フィールドワーク【結果①】



会社員・男性(26)

反射神経や集中力が非常に重要で、スポーツで必要とされるそれと遜色がない。

勝敗がつくことが一番。また、管理栄養士やトレーナーをつける選手もいる。ベストコンディションでないとベストなプレイはできない。



プロeスポーツ選手・男性(20)



(2) フィールドワーク【結果②】



大学院生・女性(22)

上達のプロセスがスポーツと同じであり、自分の苦手な部分を集中的に取り組むところなどもスポーツそのものだと思う。日々新たな戦略やスキルが生まれ、試合前は相手のスカウティングも行う。

動画で上手な人のプレイをたくさん見て勉強したよ。彼らのスキルを参考にして練習してるんだ！



小学生・男性(10)



(2) フィールドワーク【考察①】

【世間のイメージ】

【実際のeスポーツ選手】

自堕落



仕上り倒してる

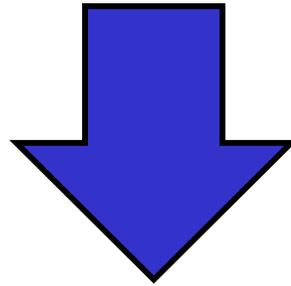
肉体改造





(2) フィールドワーク【考察②】

eスポーツは「スポーツ」としての要素を多分に含んでいるが、世間の一般的なイメージとは乖離がみられることが分かった。

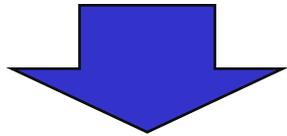


eスポーツ選手の取り組み・eスポーツが持つ「スポーツ」としての要素を一般に発信し、理解を促さなければならない。

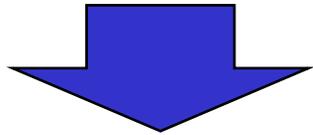


eスポーツプレイヤーの実態

身体能力・体力の向上



反射神経やスタミナなどがアップし、
競技力の向上につながる。



ウェイトトレーニングや**ラントレーニング**
にも取り組む選手が多い。



ジャザボウスキ選手(ポーランド)



eスポーツ先進国での実態

アメリカでは多くの大学が体育会「eスポーツ部」を持つ。

ex)カリフォルニア大学アーバイン校



- ◆ 今年の秋から優れたプレイヤーに対して奨学金制度を導入(全米の公立校では初)
- ◆ チームにはヘッドコーチやマネージャー、アナリストなどのスタッフが帯同
- ◆ eスポーツ専用の練習施設を2500万円かけて建設



(eスポーツ専用のアリーナ)



(3) 講演会への参加【概要】

- 2018年7月20日に早稲田大学にて行われた早稲田スポーツナレッジ研究所主催「注目のeスポーツの最新状況とスポーツマーケティング」という講演会に参加した。そこで日本eスポーツ連合()副会長・浜村弘一氏のお話を伺った。



(浜村弘一氏)

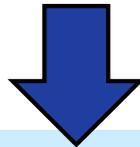


(講演会当日の様子)



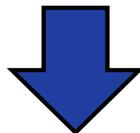
(3) 講演会への参加【結果・考察】

浜村弘一氏によると、国内での普及弊害となっていたのは「イメージ」と「法律に関する問題」であることがわかった。



景品表示法第4条

「景品の単位上限を10万円を上限として、
元値取引額の20倍まで」



高額賞金付き大会の開催を妨げていた



「法律に関する問題」

①

「eスポーツ大会出場者が優れた技術によって観客を魅了する仕事をし、その報酬として仕事を
得る場合、その賞金は、プロ・アマを問わず、景品表示法で言う
“景品類”には該当しない」

(週刊ファミ通3月8日発売号)

消費者庁表示対策課長 大元慎二氏

②

JeSUによる
プロライセンス制度

eスポーツ選手の「職業化」により
賞金は「景品」ではなく
「労働の対価」となった



「法律に関する問題」

①

「eスポーツ大会出場者が優れた技術によって観客を魅了する仕事をし、その報酬として仕事を得る場合、その賞金は、プロ・アマを問わず、景品類で言う“景品類”には該当しない」

(週刊ファミ通3月8日発売号)

②

JeSUによる
プロライセンス制度

法律上、問題ない。

eスポーツ選手の「職業化」により
賞金は「景品」ではなく
「労働の対価」となった

消費者庁表示対策課長 大元慎二氏



(4) インタビュー【概要】

・2018年9月11日に、ゲーム配信会社Twitch Japan()の社員・中村 鮎葉氏をお招きし、「eスポーツの現状と課題」についてお話を伺った。中村氏は「スマッシュブラザーズ」の大会運営にも携わっている。



(中村鮎葉氏)



(当日の様子)



(4) インタビュー【結果・考察】



中村鮎葉氏

年に2回しか公式に開催される大会がない。
都心で行われる大会がほとんどである。



- ・ **地方のプレイヤー**は参加が難しい。
- ・ 昨今の普及でeスポーツに新たに興味を持った人に対しても、**機会の提供が十分でない**。

課題②「**eスポーツをする機会**」



eスポーツ普及への課題

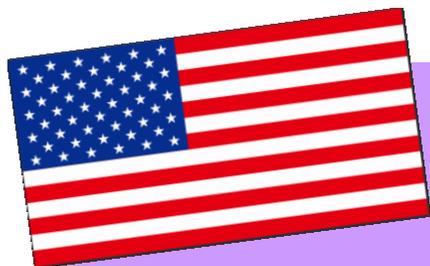
①イメージ

②機会

提言



アプローチのターゲット



コミュニティのメンバーがゲームを持ち寄り行った「LANパーティ」の発生

20年

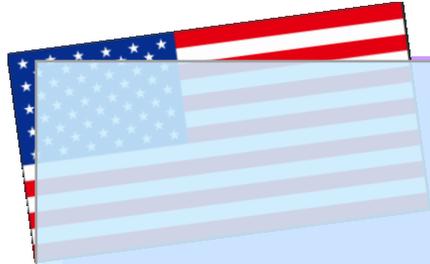
eスポーツがスポーツ文化として定着

日本でも同じ時間がかかることを逆算すると...





アプローチのターゲット



コミュニティのメンバーがゲームを持ち寄り行った「LANパーティ」の発生

日本でも同じ時間がかかることを

将来のeスポーツ文化醸成を担う「**若者世代**」へのアプローチが、普及の鍵になる。

20年



eスポーツがスポーツ文化として定着





施策(1)

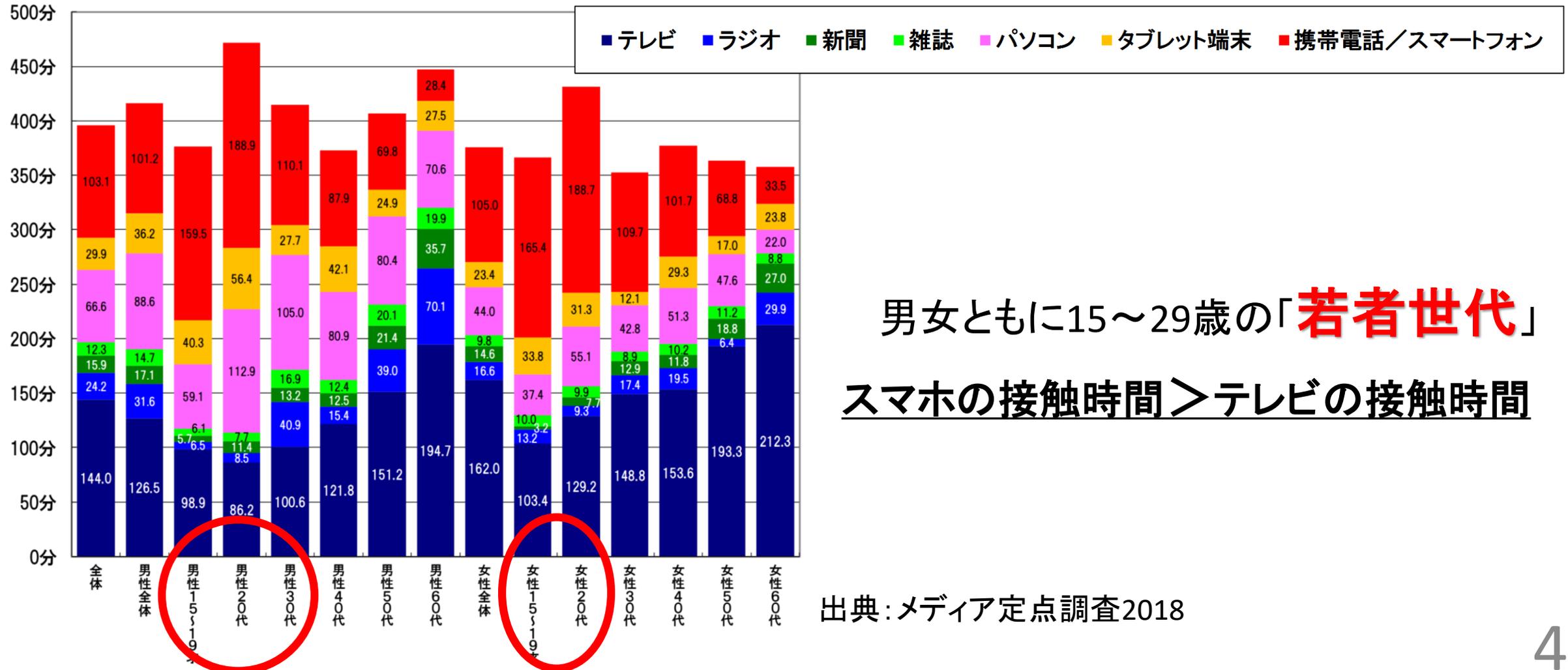
YouTubeの活用による

①「イメージ」の向上





スマートフォンの接触時間



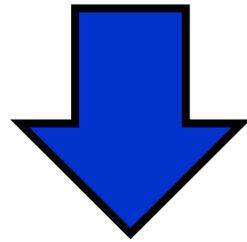
男女ともに15～29歳の「**若者世代**」
スマホの接触時間 > テレビの接触時間

出典：メディア定点調査2018



YouTubeの利用率

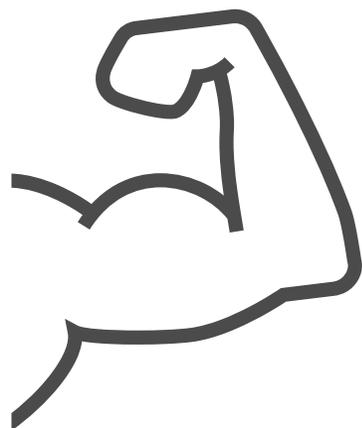
- ◆2018年度国内ユーザー6,600万人
- ◆10代~30代の男女において利用率は80%を超える
- ◆多ければ700万人の登録者数を抱えるYouTuberもいる



YouTubeはテレビよりも「**若者世代**」に対しての親和性が高く効果的である、と考えられる。



YouTubeの活用法



多くの人が見聴

認知拡大

eスポーツの持つ、**スポーツ的要素**が多くの人に浸透

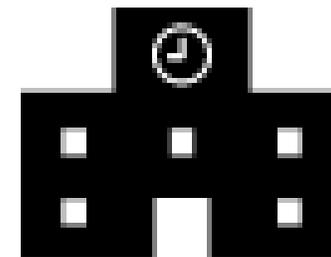
著名なYouTuber達やeスポーツ選手がトレーニング風景や選手としての実態、試合の様子などの動画を上げる。





施策(2)

大学の活用による ②「機会」の創出

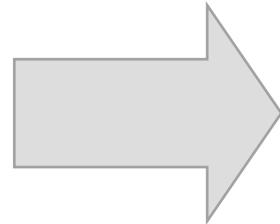




大学を活用する理由

【大学数】

日本全国に764校

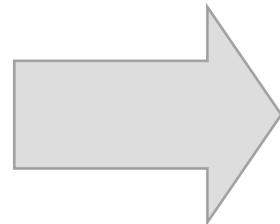


地方にいるプレイヤーでも簡単にアクセスできる。



【施設】

大人数収容ホール
モニター
椅子や机などの備品
WiFi環境 etc...



ゲーム機を搬入するだけで大会開催が可能。





JeSU(大会開催側)のメリット

1 金銭面

一般のホールや機材を借りるよりコストを削減できる

	明治大学生田キャンパスのメディアホール	ワйм貸会議室・御茶ノ水
収容人数	282人	204名
利用時間	12時間	12時間
利用料金	16万2000円	28万800円

2 人材面

潜在的なプレイヤーが多く、自主的な活動が期待できる



【背景】大学全入時代

- ▶ 全大学の入学志願者総数が大学の定員総数を下回る。
- ▶ 一部の大学に人気が集中し、私立大学の定員割れは210校にも上り、全体の**36%**にも上る。

出典・日本私立学校振興共済事業団(2018年度)

学生獲得競争の激化



大学側のメリット

【広告効果】

学生募集の活性化

大学のブランディングに有益である

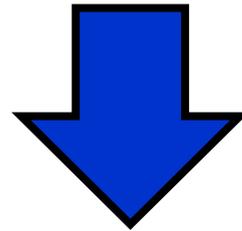
昨今、eスポーツ選手育成の専門学校が開校されたり、
慶応義塾大学では、今年からeスポーツ専門の講義が開かれる。

➡ 大学側にも新しく多くの学生の志望者が見込める



「全国大学eスポーツ選手権」の開催

毎日新聞社主催の「高校eスポーツ選手権」の例を参考に大会を開催。全国の大学に出場を促す。



大学からeスポーツを盛り上げる。
ラクロスやアメリカンフットボールは大学を中心に栄えている。



大学の活用と発展可能性



各大学を活用して大会を数多く開催
(全国大学eスポーツ選手権)

各大学でeスポーツの
コミュニティ創出が促される

サークルや体育会設立の可能性

学連や協会の組織化が進む

まとめ

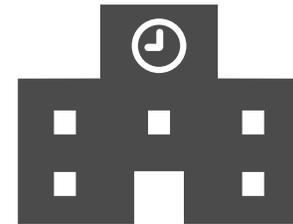
まとめ①

- 以上のように

①イメージ→YouTubeの利用



②機会→大学の活用



eスポーツ発展の基盤となる



まとめ②

- ✓ 日本において黎明期にあるeスポーツは**時間をかけて発展する**と考えられる。
- ✓ また、日本のゲーム大国としてのポテンシャルから考えると、**eスポーツ発展により生まれる経済効果は大きい。**

今後の展望①

各大学を活用して大会を数多く開催
(全国大学eスポーツ選手権)

各大学でeスポーツの
コミュニティ創出が促される

サークルや体育会設立の可能性

学連や協会の組織化が進む





今後の展望②

各大学を活用して大会を数多く開催

(全国大学eスポーツ選手権)

各大学でeスポーツの

新たな大学スポーツとして機能し、
eスポーツ文化醸成に貢献できる可能性がある



学連や協会の組織化が進む

参考文献

- ・アンディ・ミア(著)、稲見 昌彦(その他)、田総 恵子(翻訳)
「sport 2.0: 進化するeスポーツ、変容するオリンピック」(2018年9月3日)
- ・一般社団法人日本eスポーツ連合オフィシャルサイト<https://jesu.or.jp/>
- ・笥 誠一郎「eスポーツ論 ゲームが体育競技になる日」(2018年8月1日)
- ・加藤 裕康氏(2018年)「ビデオゲームはスポーツなのか」
中央公論2018年9月号p190～197
- ・総務省(2018年3月)「eスポーツ産業に関する調査報告研究書」
- ・日本再興戦略 2016 ―第4次産業革命に向けて―(2016年6月2日)p106
https://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/2016_zentaihombun.pdf
- ・メディア公論研究所(2018年5月)「メディア定点調査」
- ・Goldman Sachs(2017年4月)「eスポーツ産業に関するレポート」
- ・Nielsen Digital Content Ratings(2018年5月)
- ・須賀原みち(取材・文)「トヨタに吉本興業も電撃参入！eスポーツ産業の旨みとは！？」
サイゾー2018年5月号p68～71





ご清聴ありがとうございました。