

日本の e スポーツの発展に向けて（案）

～産業の成長、社会への貢献の観点から～

令和 2 年〇月

e スポーツを活性化させるための方策に関する検討会

（事務局：一般社団法人 日本 e スポーツ連合）

（再委託先：KPMGコンサルティング）

目 次

第1章 本検討会の背景と目的、実施方法.....	4
1-1. 目的・内容.....	4
1-2. 実施方法	5
第2章 市場規模に関する調査及び議論	9
2-1. eスポーツ市場進化を踏まえた市場の再定義	9
1) eスポーツ市場の進化過程	9
2) eスポーツ市場として捉えられるビジネスの全体像	10
3) eスポーツ市場における資金の流れ.....	11
2-2. 市場規模の試算.....	13
1) eスポーツ市場における資金の流れ：直接市場	13
2) 直接市場のビジネス規模予測.....	13
3) eスポーツ市場における資金の流れ：エコシステム	14
4) エコシステム領域の市場規模試算ロジック概要	15
5) エコシステム領域の市場規模試算ロジック詳細	15
6) エコシステム領域の市場規模試算結果	16
7) 直接市場及びエコシステム領域の市場規模とファン数の関係.....	18
2-3. 長期市場規模目標.....	19
1) 長期視点での直接市場規模算出アプローチ	19
2) ファン数と1人あたり価値の目標設定	20
3) 直接市場の長期目標案.....	20
4) エコシステム領域、波及領域を含めた市場規模（長期目標）	21
5) eスポーツ市場の影響を受ける波及領域の産業	22
2-4. 海外調査報告	24
第3章 中長期的な日本のeスポーツ市場の成長に向けて（提言）	25
3-1. 日本のeスポーツビジネス成長の為の必須条件.....	25
3-2. 日本のeスポーツビジネス成長のための方向性抽出	26
3-3. 日本のeスポーツ市場進化に向けた提言	26
1) ゲームとしての魅力向上	27
2) イベントとしての魅力向上	27
3) 選手の経済的地位向上.....	27
4) ファンのコア化.....	27
5) 法制度/ルール対応のハードル引き下げ	27

第4章 社会的意義に関する議論及びその浸透に向けて（提言）	28
4-1. 社会的意義についての討議方針	28
4-2. 社会的意義の実現に向けた提言	30
1) 人生を楽しく健康で生き生きとしたものとする	30
2) 共生社会や健康長寿社会の実現、経済・地域の活性化	31
3) 「多様性を尊重する世界」「持続可能で逆境に強い世界」「クリーンでフェアな世界」 の実現	31
4-3. SDGs から見た e スポーツの社会的意義	31
第5章 検討会の総括と今後の検討課題	32
5-1. 検討会の成果	32
5-2. 継続検討事項	32
1) ゲームタイトル（IP：intellectual property）利用・許諾に関するガイドラインの必 要性	32
2) 共生社会や地方創生の実現に向けた e スポーツ情報を発信する拠点の整備	33
3) e スポーツの持つ教育的価値の探索とそれを支えるエビデンスの取得	34
5-3. 求められるアクション	35
1) 業界団体	35
2) 産業界	35
3) 教育・研究機関	35
4) 官公庁	36
第6章 最後に	37

第1章 本検討会の背景と目的、実施方法

1-1. 目的・内容

世界各国で盛り上がりを見せている「e スポーツ」(electronic sports)は、近年、国内においても流行の兆しを見せつつあり、日本のコンテンツ市場においても今後の成長分野として期待されている。民間企業の調査によると、スポンサー料や放映権、チケット販売等のゲーム産業としての市場規模は、2018 年時点で約 48 億円と推計されており、2022 年には約 100 億円に達するとの予測も存在する¹(2022 年の世界市場は約 1,940 億円と推計されている)。

一方、「e スポーツ」には、ゲーム産業のみならず様々な周辺市場・産業への経済効果があり、更には、これを通じた様々な社会的意義が見込まれる。

e スポーツをこうした広い視座で捉えて、広義の e スポーツ市場の全体像を調査・分析し広く共有することは、e スポーツの関連企業・団体等において経営戦略を立案する際にも有用である。また、その際には、e スポーツに係る議論・検討が先行している諸外国における発展経緯や現状も併せて整理・共有することが有効である。

また、「e スポーツ」の社会的意義については、国内において統一的な議論・検討が行われた例が少なく、こうした観点での検討は e スポーツの健全な発展にも重要である。

こうした考え方から、日本 e スポーツ連合(以下「JeSU」という。)は経済産業省より令和元年度新コンテンツ創造環境整備事業(e スポーツに係る市場規模等調査分析事業)を受託し、「e スポーツを活性化させるための方策に関する検討会」(以下「検討会」という。)を設置して調査分析事業を実施した。

本検討会は、主に下記の2点をテーマに議論を行った。

①周辺市場・産業への経済効果を含めた国内の e スポーツの市場規模の試算、海外主要国の e スポーツの発展の経緯等に関する調査・分析を行うこと

②e スポーツの社会的意義について国内の各種取組の現状、課題、今後の展望等を踏まえ整理・検討を行い、一定の示唆を得ることにより、e スポーツの健全な発展に資すること

¹ 本文記載の市場規模見込みは、2019 年 12 月時点。以後、本報告書では同時点のデータをもとに調査分析を実施した。

1-2. 実施方法

検討会の設置に当たり、JeSUにおいて、以下、(1) 及び (2) に記載のとおり、国内外における e スポーツに関する調査・分析及び国内 e スポーツの社会的意義に係る検討事項を整理した。

(1) 国内外における e スポーツに関する調査・分析及び e スポーツの社会的意義に係る整理・検討

(ア) 周辺市場・産業への経済効果を含めた国内の e スポーツの市場規模の試算

e スポーツには、ゲーム産業のみならず様々な市場・産業への経済効果があると考えられたことから、周辺市場・産業への経済効果を含めた国内 e スポーツの市場規模について試算を行う。試算に当たっては、例えば下記のように、e スポーツの周辺領域として考えられる市場・産業を検討した上で実施する。

また併せて、下記のような分類ごとに、調査時点における市場のプレーヤー（参入企業等）の規模やシェア、当該市場への新規参入の困難度等の状況を調査分析する。

【周辺領域として考えられる市場・産業の例】

① 市場拡充

- ・ 専用ウェア、専用チェア
- ・ゲーミング P C、専用マウス
- ・ 関連グッズ
- ・ スピーカー、ディスプレイ、通信機器、通信環境、チート判定関連機器 等

② ユニバーサルデザイン

- ・ 障害者向け製品（P C、マウス等）
- ・ ヘルスケア、健康増進 等

③ 人材育成、異分野融合研究

- ・ プロ選手育成に係る専門学校、大学、予備校
- ・ ゲーム及びシステム開発者育成、産学連携 等

④ 新産業創出

- ・ 大会運営、認証機関、コンサルティング業務
- ・ 金融、保険
- ・ プロチームの設置、コミュニティビジネス、リーグの運営 等

⑤ 地方創生

- ・ 練習場整備、大会用会場（競技場）整備 等

⑥ クールジャパン・国際交流

- ・ 大会ツアー、観光業振興、統合型リゾート（IR） 等

(イ) 海外主要国の e スポーツの発展の経緯等

国内 e スポーツに係る整理・検討を行うに当たり、議論・検討が先行している海外主要国における発展の経緯や現状の調査・分析が有用と考えられることから、e スポーツの普及が進んでいるアメリカ合衆国、韓国、EU、中国の 4 か国・地域を対象に、文献調査及びヒアリング調査を行う。調査に当たっては、各国・地域それぞれ 2 者以上の関係者に対し、電話・メール等を使用した効率的な手段で情報収集を行った上で、必要に応じ現地ヒアリングを実施する。

各国・地域それぞれについて、例えば以下のような観点から調査分析を行う。また併せて、e スポーツを取り巻く事業環境（各国・地域における人口動態、通信等のインフラ整備状況、デバイス等の技術革新・社会実装状況、規制・振興の政策的関与の状況等）についても調査する。

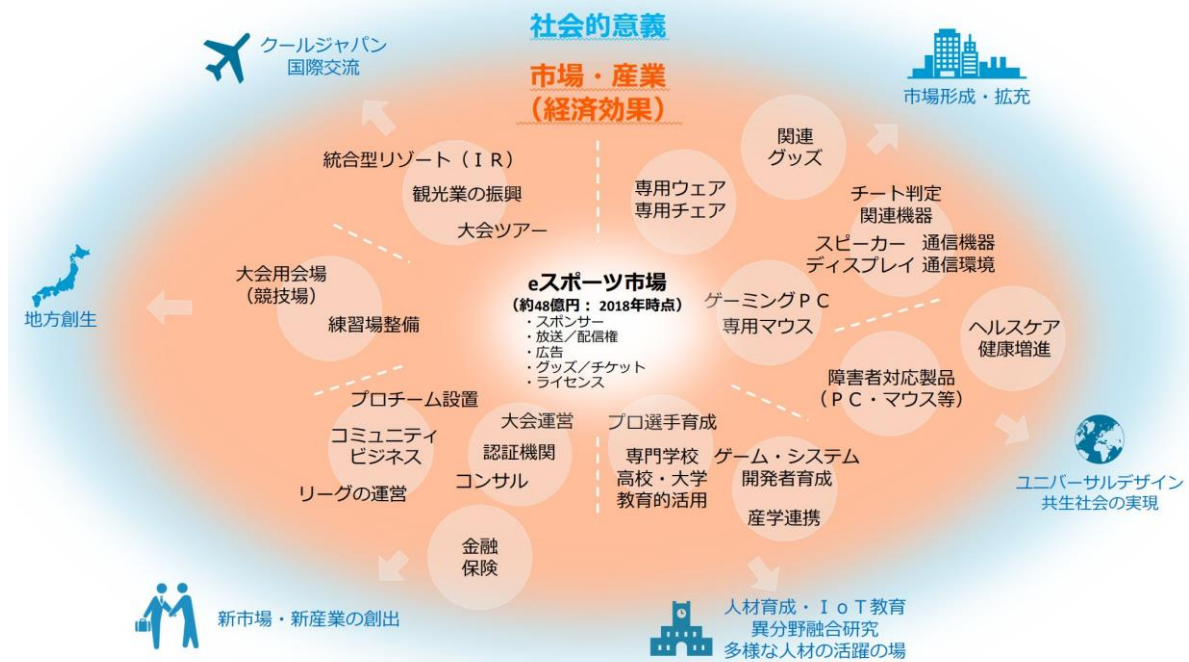
- ・ 周辺領域も含めた e スポーツ全体の発展経緯
- ・ e スポーツ競技の質保証に資するガイドライン、統一的団体の形成状況
- ・ e スポーツ競技の運営者と競技参加者（プレーヤー）との関係性
- ・ 行政の政策的な関与の状況 等

(2) e スポーツの社会的意義について、国内の各種取組の現状、課題、今後の展望等を踏まえた整理・検討

上記 (1) を踏まえ、国内の e スポーツについて、各種取組の現状、課題、今後の展望等を踏まえた整理・検討を行い、一定の示唆を得る。

(1) 及び (2) で得られた成果は今後広く公表し、e スポーツの普及啓発を促す。

- eスポーツは、**サイバー空間・フィジカル空間の融合**の社会実装の一つの局面であり、様々な**周辺市場・産業への経済効果**が見込まれるほか、**経済効果を超えた様々な社会的意義**を内包しているのではないかと。



出典：<https://www.meti.go.jp/press/2019/08/20190830001/20190830001-1.pdf>

図 1 e スポーツの経済効果と社会的意義

上述の整理を踏まえ、検討会を設置して議論を行った。e スポーツの影響領域の広さを踏まえ、検討会委員には e スポーツに関わる幅広い有識者に参画いただき議論することが必要との認識から、ゲームタイトルの開発事業者や大会主催者に加えて、コミュニティ関係者・プレーヤー、関連機器メーカー・金融・観光・放送等の市場関係者、地方自治体、法律実務家、教育・福祉関係者など、e スポーツに詳しい有識者や今後 e スポーツの発展に伴って効果の波及が想定される産業領域の企業、団体等から次の 16 名を委嘱した (表 1)。

JeSU は、本事業の再委託先である KPMG コンサルティングとともに、本検討会の事務局を務めた。本検討会は 2019 年 9 月から 2020 年 2 月にかけて 5 回、東京都内の会議室において開催した (表 2)。

本検討会は一般公開にて開催し、資料と議事要旨は公開するものとして運営した。

表 1 「e スポーツを活性化させるための方策に関する検討会」委員（50 音順、敬称略）

氏名	所属等
安生 健一郎	インテル株式会社 技術本部技術部長
加藤 貴弘	徳島県庁 課長補佐（徳島県「e スポーツ」推進タスクフォース・主宰）
小林 大祐	日本テレビ「eGG」プロデューサー
杉山 賢	ゴールドマン・サックス証券株式会社 投資調査部 ヴァイス・プレジデント
高井 晴彦	一般社団法人日本旅行業協会 国内・訪日旅行推進部長
高木 智宏	西村あさひ法律事務所 パートナー弁護士
高橋 義雄	筑波大学大学院スポーツ健康システム・マネジメント専攻 准教授
田中 栄一	国立病院機構八雲病院 作業療法士
谷 加奈	プロ e スポーツ選手
谷口 一	プロ e スポーツ選手
田原 尚展	C4LAN 総合プロデューサー
友利 洋一	株式会社 XENOSZ 代表取締役（SCARZ）・チーム SCARZ 代表
豊田 風佑	一般社団法人 Gaming Community Network 代表
中村 伊知哉 【座長】	慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科 教授
松本 順一	株式会社 JCG 代表取締役
山地 康之	一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会 事務局長

表 2 「e スポーツを活性化させるための方策に関する検討会」開催概要

	日時	主な議題
第 1 回	2019 年 9 月 24 日（火） 14:00～16:00	・ 本検討会の趣旨・本日の論点について ・ 市場規模調査について ・ 自由討議
第 2 回	2019 年 10 月 29 日（火） 13:00～15:00	・ 今後の論点について ・ 市場規模調査・成長に必要な条件について
第 3 回	2019 年 12 月 10 日（火） 15:00～17:00	・ 長期市場規模目標の設定 ・ 市場成長に向けた提言 ・ 社会的意義に関する討議テーマの確認
第 4 回	2020 年 1 月 15 日（水） 13:00～15:00	・ 長期市場規模目標の確認 ・ 市場成長に向けた提言の確認 ・ 社会的意義に関する提言
第 5 回	2020 年 2 月 18 日（火） 15:00～17:00	・ 報告書について ・ 検討会終了後の活動について ・ 検討会総括

第2章 市場規模に関する調査及び議論

以降の調査及び議論に際しては、e スポーツへの熱中度合い、関わり方に応じ、e スポーツファンを「コアファン」と「ライトファン」の2層に分けて捉える（図2）。

コアファンの定義は、よりゲームを長時間プレー・観戦し、情報に対して能動的であるとする。対して、ライトファンの定義はプレー・観戦はたまに行い、情報に対して受動的であるとする。

また、コアファンはライトファンの獲得・コア化の重要な原動力となる。コアファンは友達の勧誘や周囲への情報発信を通してゲームへの引き込みを行い、草チーム等コミュニティ結成や小規模イベントの主催を通してプレー/観戦の場の充実を図る。

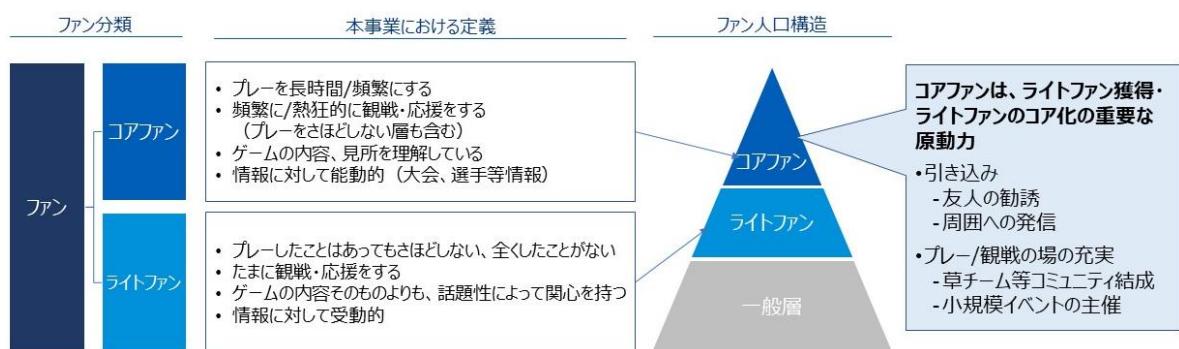


図2 eスポーツファンの定義

2-1. e スポーツ市場進化を踏まえた市場の再定義

1) e スポーツ市場の進化過程

e スポーツ市場を構成するビジネス領域は、市場の進化に従い段階的に広がる。今回の市場規模算定では、商業化段階以降の成長の過程で起こるビジネスを主な対象として捉える。

e スポーツの市場の進化過程は3段階（黎明期、成長期、成熟期）に分けられる（図3）。その内、黎明期と成長期初期は文化形成段階と位置付けられ、LAN パーティーやPC バンを基盤としたコミュニティ形成が行われる時期である。

成長期後期以降は、競技化・商業化段階と位置付けられる。成長期には、黎明期に育ったコミュニティを起点として大会が開催され、その集客力を背景にスポンサーや放映権といった資金が市場へ供給され始める。更に競技レベルと集客力が向上してくると、施設やゲーム/商材開発、メディアなどが事業として成立し、エコシステムとしての循環が始まる。

成熟期には、e スポーツの集客力・競技としての面白さや培われた要素技術が、他産業にて活用されることで、経済波及効果や新たなイノベーションをもたらす。

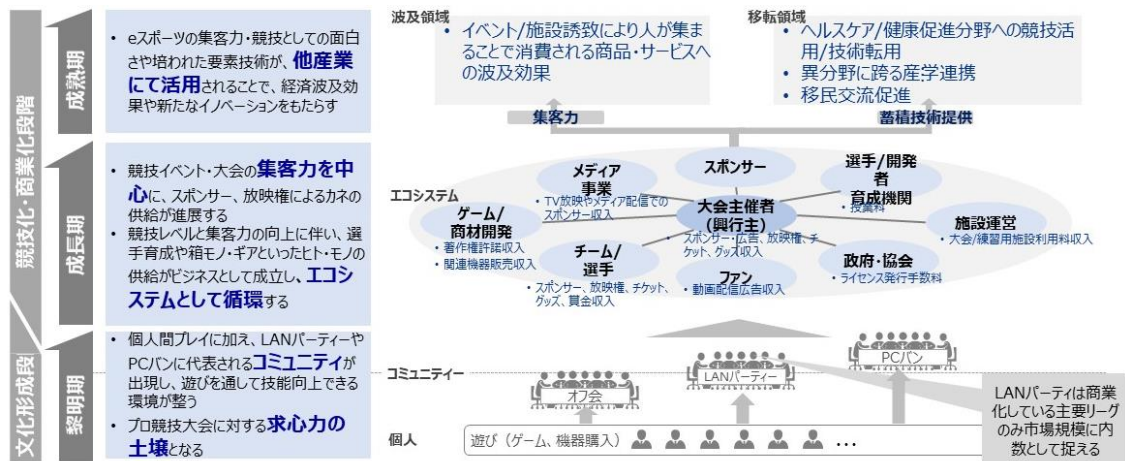


図 3 e スポーツ市場進化の様相

2) e スポーツ市場として捉えられるビジネスの全体像

e スポーツ市場は「イベント興行を核としたエコシステム領域」と「エコシステム領域の経済活動からの波及領域」に大別される（図4）。市場規模の把握は、エコシステム領域を優先して進める。

「イベント興行を核としたエコシステム領域」はスポーツ庁が第2期スポーツ基本計画で掲げるフレームワークである「する」、「見る」、「支える」に当てはめている。

まず「する」は、e スポーツ競技参加主体（チーム/選手）が行うビジネス（スポンサー・広告、チケット、グッズ、賞金、投げ銭収入）が対象となる。

「見る」は、e スポーツファンの中でもとりわけコアファン層（ストリーマー、LANパーティー主催者）が行うビジネス（広告、参加費収入）が対象となる。

「支える」は、競技又は観戦を支えるオペレーター（大会主催者、パブリッシャー、大会施設/練習場、関連機器メーカーなど）が行うビジネス（スポンサー・広告、放映権、著作権許諾、施設利用料、機器販売収入など）が対象となる。

「エコシステム領域の経済活動からの波及領域」は、イベントの集客力等を活用したビジネス（飲食サービス、小売、情報通信など）が対象となる。

さらに、波及領域のさらに外側にある「移行領域」も定義し、e スポーツを通じて蓄積された技術を移転したビジネス（医療での技術転用、異分野に跨る産学連携、金融・保険事業へのe スポーツ活用など）を対象とする。

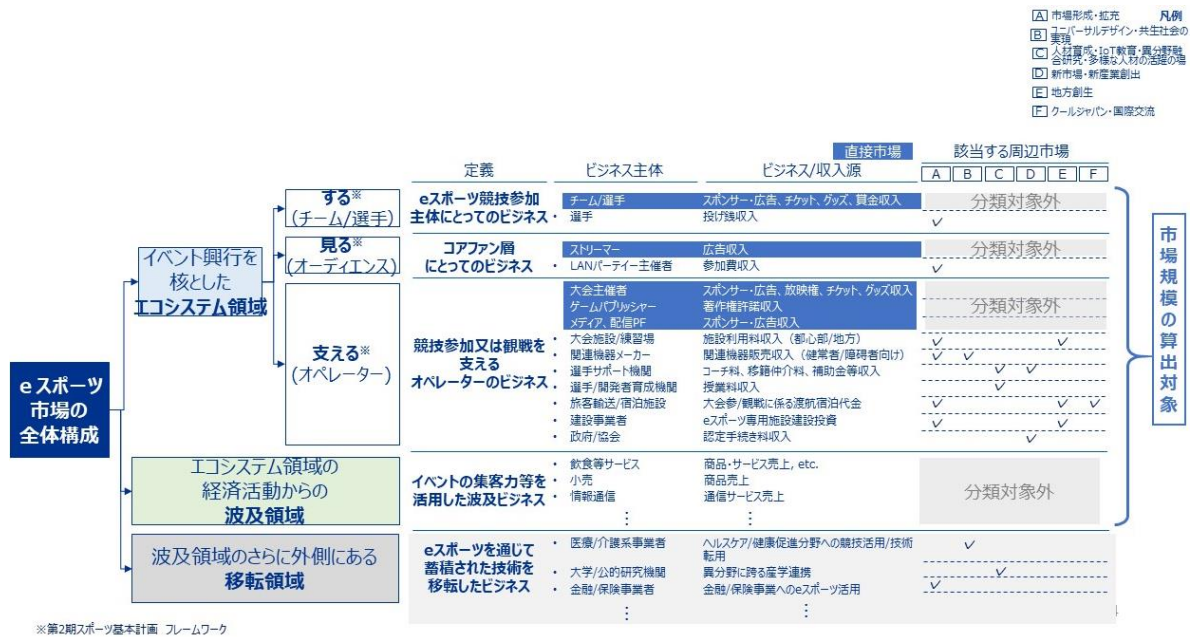


図 4 eスポーツ市場として捉えられるビジネスの全体像

3) e スポーツ市場における資金の流れ

ここでは、e スポーツの市場における資金の流れを説明する（図5）。大きくはイベント興行を中心としたエコシステム領域及び直接市場と波及領域に大別される。なお、エコシステム領域及び直接市場は、合わせてエコシステムと定義する。

エコシステム内の青四角はプレーヤーを表し、矢印はプレーヤー間の資金の流れを表している。

赤矢印はNewzoo や KADOKAWA Game Linkage のレポートで捉えられている直接市場の項目の資金の流れで、点線の赤矢印は直接市場に内包される資金の流れである。直接市場に内包される資金の流れは、直接市場の項目との二重計上を防ぐために分けている。例えば、大会賞金は、日本においては基本的にスポンサー費から拠出されており、どちらも計算すると多くの部分が二重計上になってしまう（かつ、この傾向は、今後数年間は継続するものと考えられる）ため、直接市場の計算からは除外している。

青矢印はエコシステム領域のエコシステムの資金の流れを表す。

エコシステムの外側には波及領域を表しており、青丸は波及の恩恵を受ける産業例を配置している。

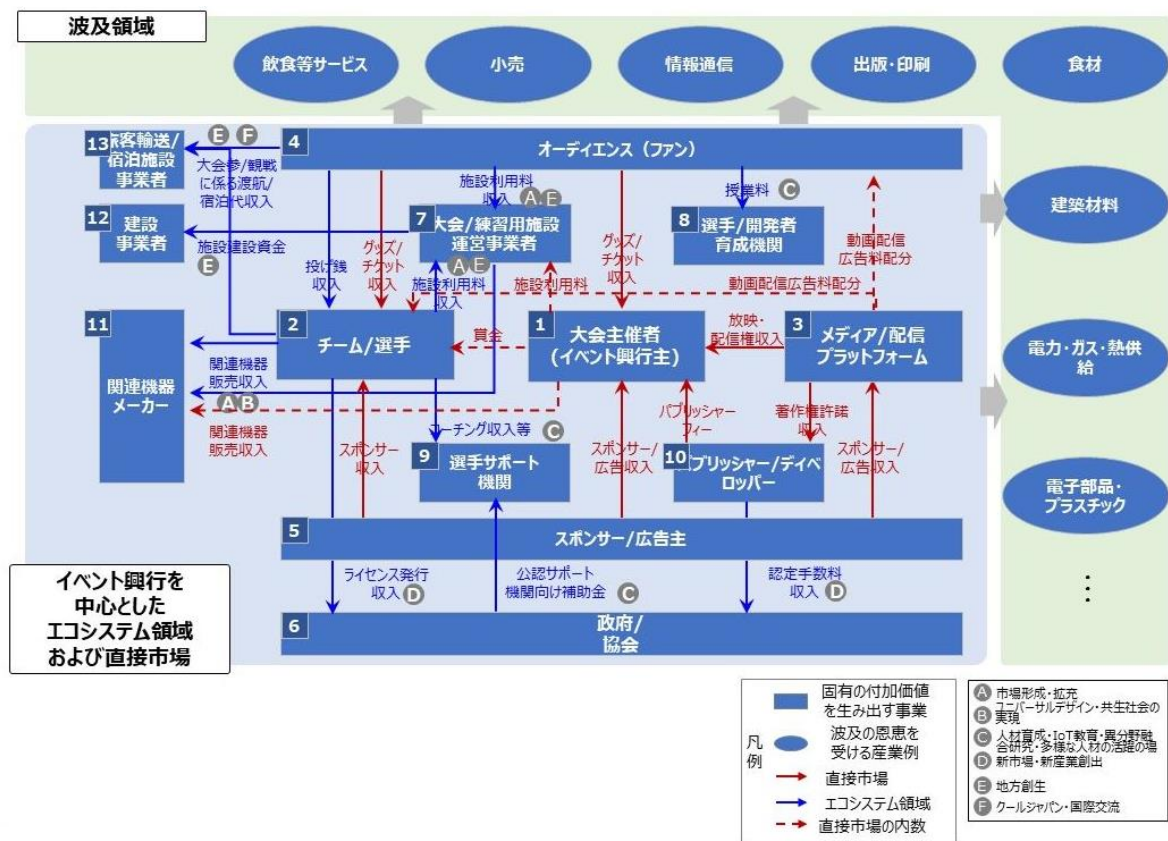


図 5 eスポーツ市場における資金の流れ

参考) eスポーツ周辺市場構成要素の広がり

eスポーツ周辺市場を構成する要素の広がりをイメージし、6つの領域に分類した(図6)。

図4の直接市場から移転領域までの4つのレイヤーを視覚化しており、6領域の分類マッピングも一致させている。

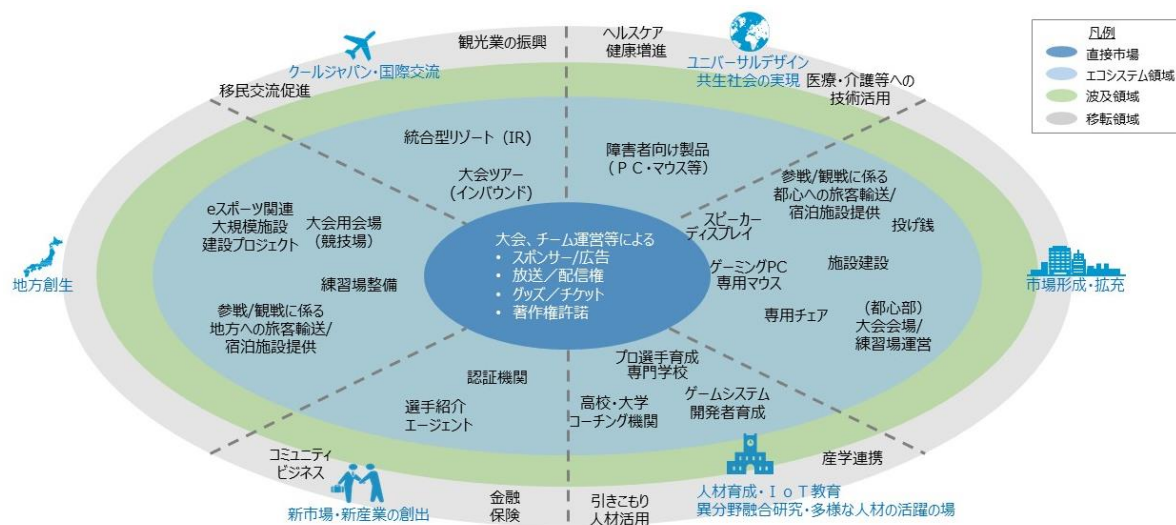


図 6 eスポーツ周辺市場構成要素の広がり

2-2. 市場規模の試算

1) e スポーツ市場における資金の流れ：直接市場

e スポーツの直接市場における資金の流れをハイライトした(図7)。赤矢印はNewzooやKADOKAWA Game Linkage のレポートで捉えられている直接市場の項目の資金の流れで、点線の黒矢印は直接市場に内包される資金の流れである。直接市場に内包される資金の流れは、直接市場の項目との二重計上を防ぐために分けている。

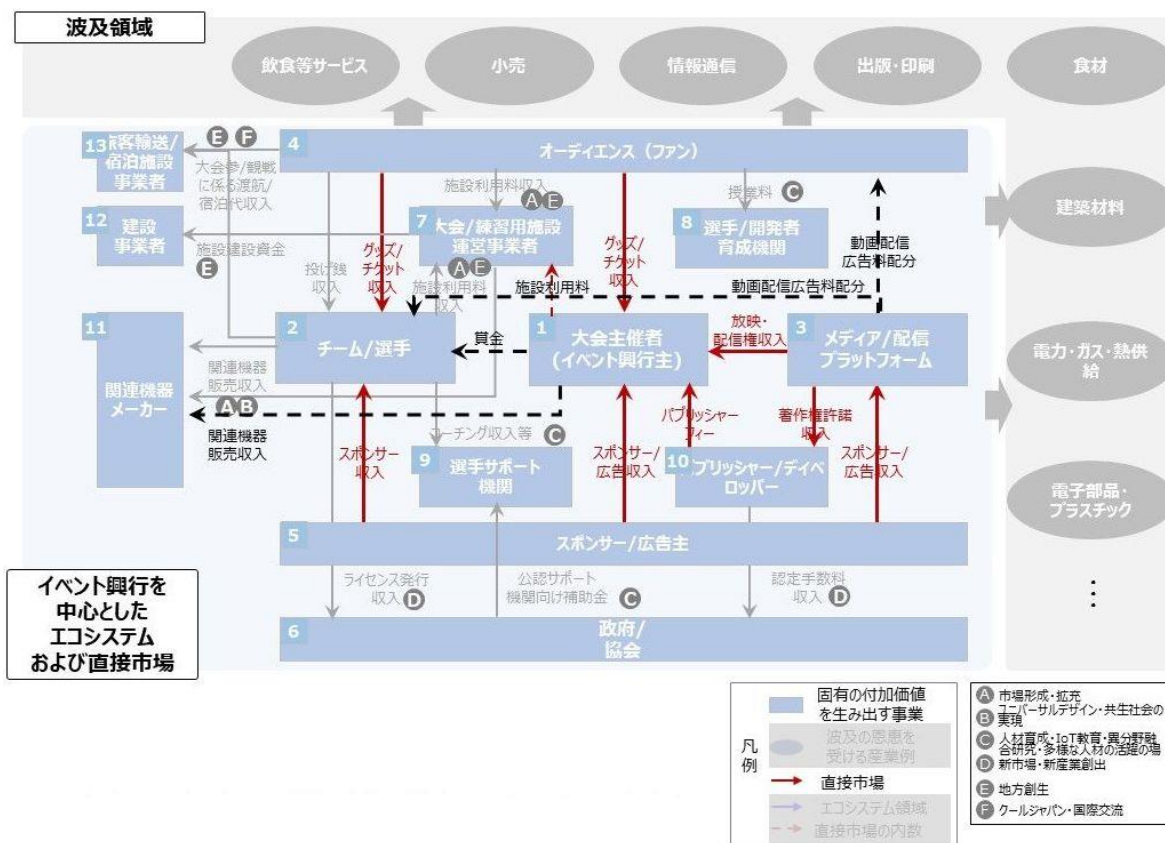


図 7 直接市場における資金の流れ

2) 直接市場のビジネス規模予測

日本の直接市場は 2022 年までに 91 億円に達する見込みである（図 8）。なお、日本の直接市場は KADOKAWA Game Linkage の値を使用している²。

2018 年は実績値で、2019 年以降は予測値である。2018 年から 2022 年の年平均成長率（CAGR）は 20%である。

² 今回の海外調査で使用した Newzoo の値は賞金を含んでいないため、KADOKAWA Game Linkage の値も賞金を除外し比較の条件を揃えた。



図 8 日本の直接市場規模推移

3) e スポーツ市場における資金の流れ：エコシステム

e スポーツのエコシステム領域における資金の流れをハイライトした (図9)。青矢印はエコシステム領域のエコシステムの資金の流れを表す。

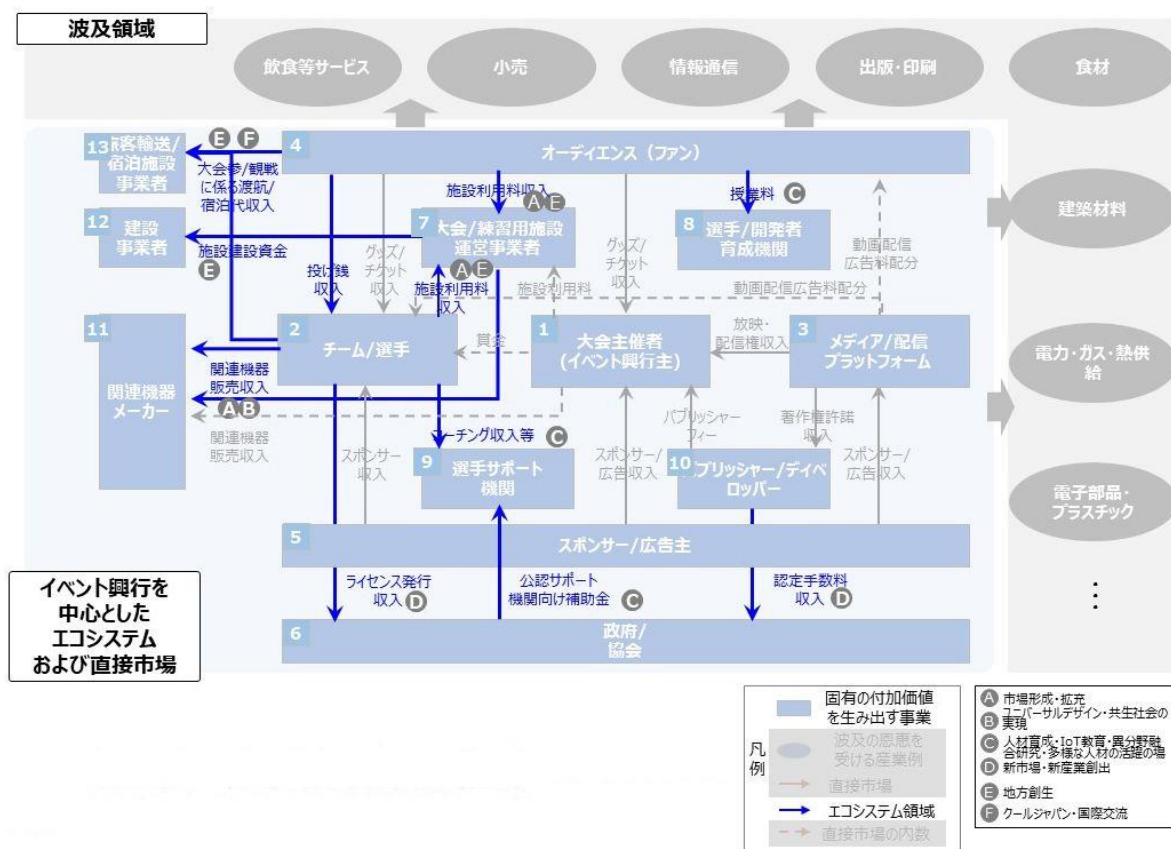


図 9 エコシステムにおける資金の流れ

4) エコシステム領域の市場規模試算ロジック概要

エコシステム領域については、市場の金流の中で捉えたビジネス要素を踏まえ、大枠の規模感を試算した。

今回、エコシステム領域を新たに試算するにあたり使用したロジックは大きく 2 つ存在する（表3）。

1 つ目は、「1 経済主体あるいは 1 経済取引当たりの売上」とその「件数」を掛けて試算する方法である。尚、レポートで売上等の数字が入手できなかったものについては独自に算出し、それをプレーヤー数（件数）と掛けている。例えば、関連機器メーカーの収入であればプレーヤー当たり購入額を独自に算出し、プレーヤー数と掛けている。

2 つ目は、「海外における類似市場規模」と「海外市場の e スポーツ人口 / 日本市場の e スポーツ人口」を掛けて試算する方法である。例えば、投げ銭であれば米国市場規模が入手できたため、それと日本と米国の e スポーツ視聴者数の割合を掛けて算出している。なお、投げ銭の計算時に米国の e スポーツ視聴者数 / オンライン人口の計算をしている理由は、投げ銭は e スポーツだけでなくストリーミング全般で行われているため、まずはオンライン人口と e スポーツ視聴者数の割合を掛けている。

表 3 エコシステム領域の市場規模試算ロジック概要

	試算の仕方	試算例
①	$\begin{array}{l} \text{1 経済主体あるいは} \\ \text{1 経済取引当たりの売上} \end{array} \times \text{件数}$ （必要に応じ積み上げ形式で算出）	- 大会施設/練習場の収入 （施設当たり収入×施設数） - 関連機器メーカーの収入 （プレーヤー当たり購入額×プレーヤー数）
②	$\text{海外における類似市場規模} \times \frac{\text{日本のeスポーツ人口}}{\text{海外のeスポーツ人口}}$	投げ銭によるストリーマーの収入 （米国の投げ銭市場 ×米国のeスポーツ視聴者数/米国のオンライン人口 ×日本のeスポーツ視聴者数/米国のeスポーツ視聴者数）

5) エコシステム領域の市場規模試算ロジック詳細

プレーヤーごとのエコシステム領域における試算ロジックの詳細を一覧化した（表4）。前項で説明した試算パターン②は投げ銭市場のみで、他は①となっている。

表 4 エコシステム領域の市場規模試算ロジック一覧

事業	試算パターン	eスポーツ関連売上の試算の仕方	事業プレイヤー例
大会/練習施設	①	1施設当たり収入×施設数	LFS池袋、幕張メッセ
関連機器	①	1人当たり年間購入金額×購入人数 ※PCゲーマー、コンソールゲーマー、モバイルゲーマー別に試算	ゲーミングPC、キーボード、マウス、コンソール、コントローラー、チェア等の機器メーカー
選手サポート	①	国内eスポーツチーム数×コーチ利用率×コーチ給料	プロチームに対するコーチング機関
eスポーツ選手・実務者育成	①	年間学費×生徒数×学校数	eスポーツ専門学校（プロ選手、実況者、アナリスト、イベントスタッフ、ゲームプランナー等の育成学校）
旅客輸送/宿泊施設事業	①	1人当たり旅行消費額×大会来場者数×旅客者割合	電車、飛行機、ホテル、旅館、統合型リゾート
建設事業	①	1坪当たりの建築費×建物面積	eスポーツ特化型施設の建設を担当する建設事業者
政府/協会（認定機関等）	①	ライセンス発行手数料×年間発行件数	JeSU
プレイヤーによるオンライン配信	②	海外投げ銭市場×(海外eスポーツ視聴者数/海外オンライン人口)×(国内eスポーツ視聴者数/海外eスポーツ視聴者数)	eスポーツファン、プロ選手

試算パターン①：1経済主体あるいは1経済取引当たりの売上×件数

試算パターン②：海外における類似市場規模×（日本のeスポーツ人口/海外のeスポーツ人口）

6) エコシステム領域の市場規模試算結果

エコシステム領域の市場規模試算結果は 2018 年時点で 112 億円となり、直接市場の約 2.5 倍の広がりがあるものと見られ、合計で 156 億円と試算された（図 10）。

左の円グラフは社会的意義の 6 領域の構成比を表しており、市場形成の割合が最も大きくなっている。右の円グラフは事業項目別構成比で、関連機器が最も大きくなっている。なお、コンソール（関連機器）にはソフトウェアの購入額も含まれる。

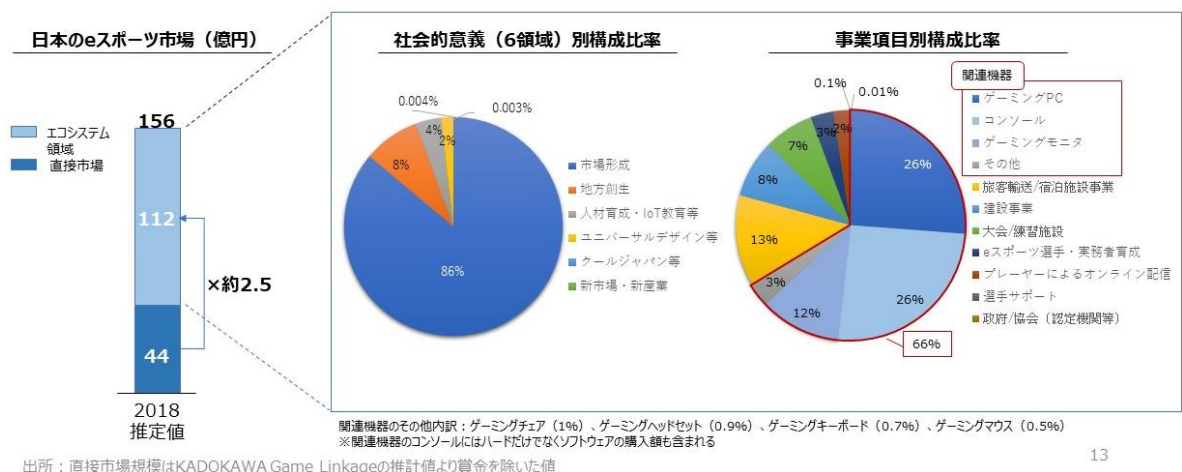
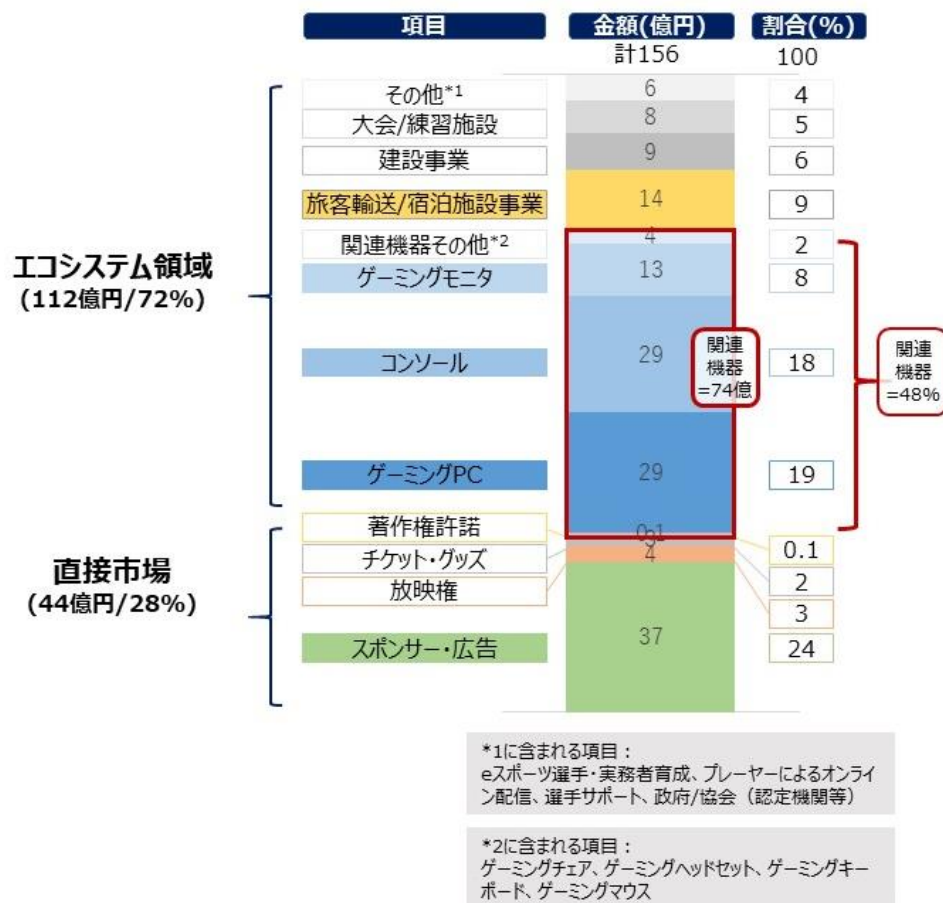


図 10 エコシステム領域の市場規模試算結果

参考）国内 e スポーツの直接市場とエコシステム領域の内訳

参考情報として、直接市場とエコシステム領域の内訳を試算した（図 11）。現在の国内 e スポーツ市場における資金の流れは、スポンサー・広告と周辺機器の割合が高い。



出所：直接市場規模はKADOKAWA Game Linkageの推計値より買金を除いた値
エコシステム領域はKPMGが独自に試算

図 11 国内直接市場とエコシステム領域の内訳（2018 年）

参考）国内 e スポーツ市場における資金の流れ: 2018 年

図 5 で示した直接市場とエコシステム領域の内訳から、最も流れの大きい資金をハイライトした（図 12）。緑はスポンサー・広告費で 37 億円、青は関連機器で 74 億円、黄色は旅客輸送/宿泊施設事業で 14 億円となっている。

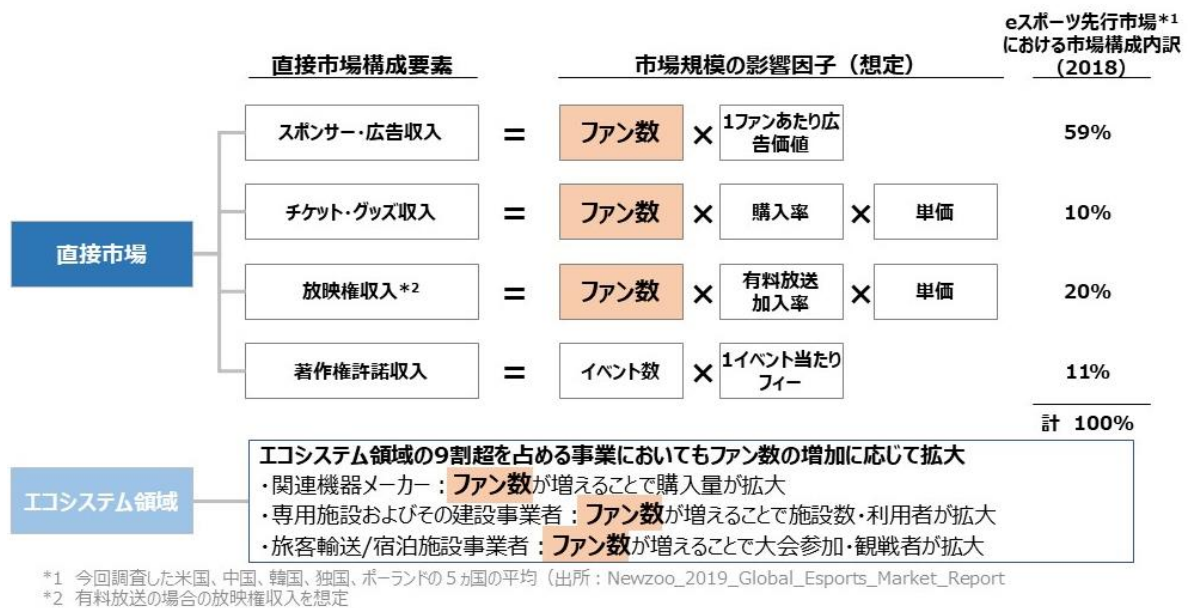


図 13 直接市場及びエコシステム領域の市場規模とファン数の関係

2-3. 長期市場規模目標

1) 長期視点での直接市場規模算出アプローチ

日本のエコシステム領域が直接市場と同じ割合で成長した場合、2022 年のエコシステム全体の市場規模は 320 億円という予測値を算出できる（図 14）。

ここで、e スポーツの市場規模目標を設定する為に、ファン数の目標に加え、市場規模をファン数で割って算出する「一人当たり価値」の目標を国内他スポーツや海外 e スポーツ市場と比較しながら検討していく。したがって長期目標市場規模は、将来的なファン数と 1 人当たり価値の目標をどこに置くかにより変動する。

なお、2018 年時点の日本のファン数は 382 万人、市場規模は 44 億円であり、一人当たり価値は 1,150 円となっている。

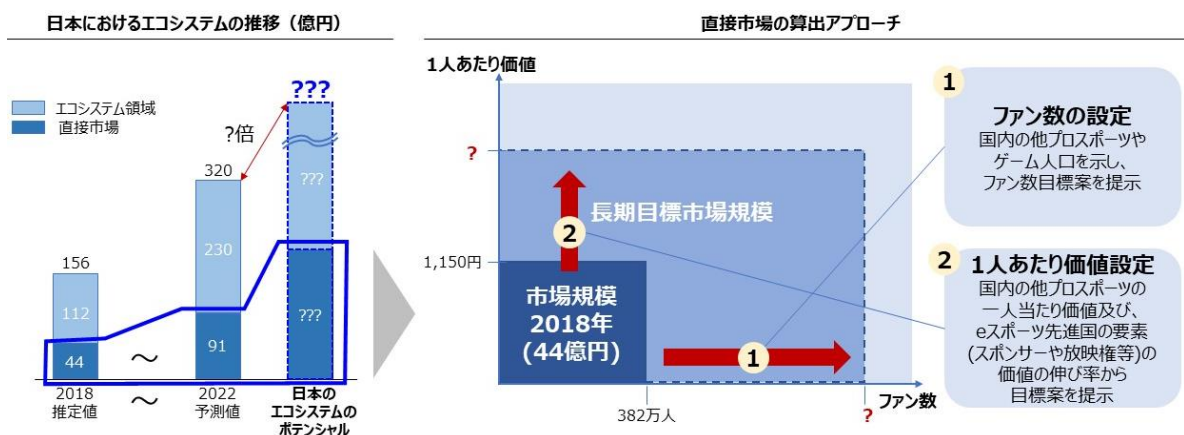


図 14 長期視点での直接市場規模算出アプローチ

2) ファン数と1人あたり価値の目標設定

図15について、左は他スポーツのスポーツ人口などを並べたもので、右はeスポーツ先進国の1人あたり価値の成長予測を表している。

事務局の推奨案として、ファン数はeスポーツのファン浸透度が韓国並みに達した場合とプロ野球観客動員数の約2,300～2,600万人とし、1人あたり価値の目標値はeスポーツ先進国の最大伸び率である2.3倍を参考に2,700円と設定した。

なお、米国の1人あたり価値の成長予測の内訳をみると、放映権とスポンサー・広告の伸びが最も大きい。その理由として放映権はオンライン配信プラットフォームの台頭があげられ、スポンサー・広告については他業界が参入してくることがあげられる。

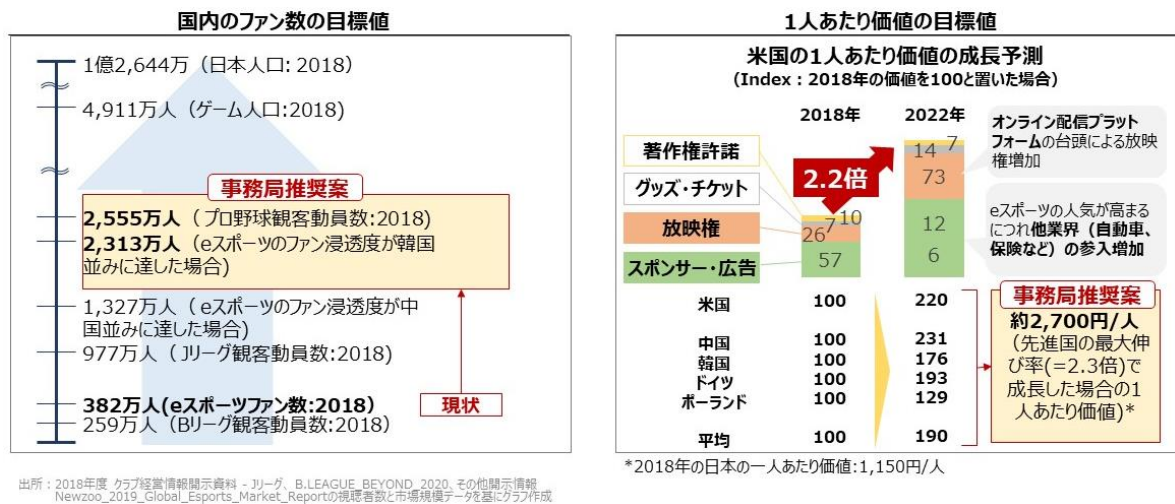


図15 ファン数と1人あたり価値の目標設定

3) 直接市場の長期目標案

検討会では、国内スポーツの市場規模とeスポーツ先進国の市場規模を参照しながら、前項で述べた事務局推奨案のファン数と1人あたり価値の組み合わせを検討した(図16)。

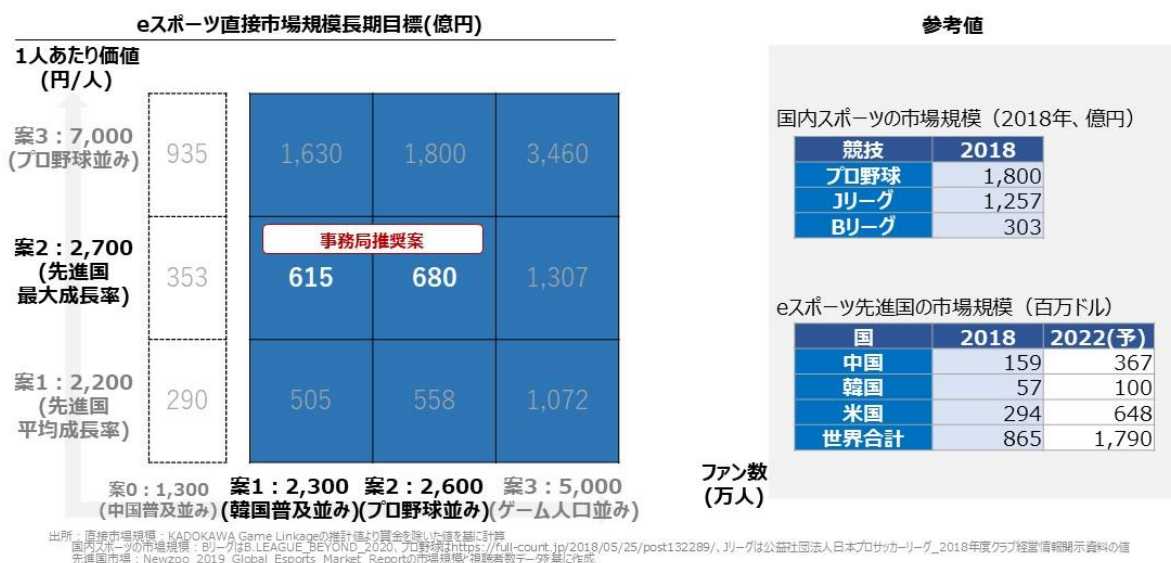


図16 直接市場の長期目標

討議の結果、直接市場の長期目標は2025年に600～700億円とした（図17）。更に、この目標に留まらず、デジタルテクノロジーの活用により新たな応援や観戦文化を根付かせ、eスポーツの付加価値を高める事でより高単価なコンテンツやアイテムの購入を促すなど、2025年以降も市場規模成長のための努力を継続する方針で一致した。

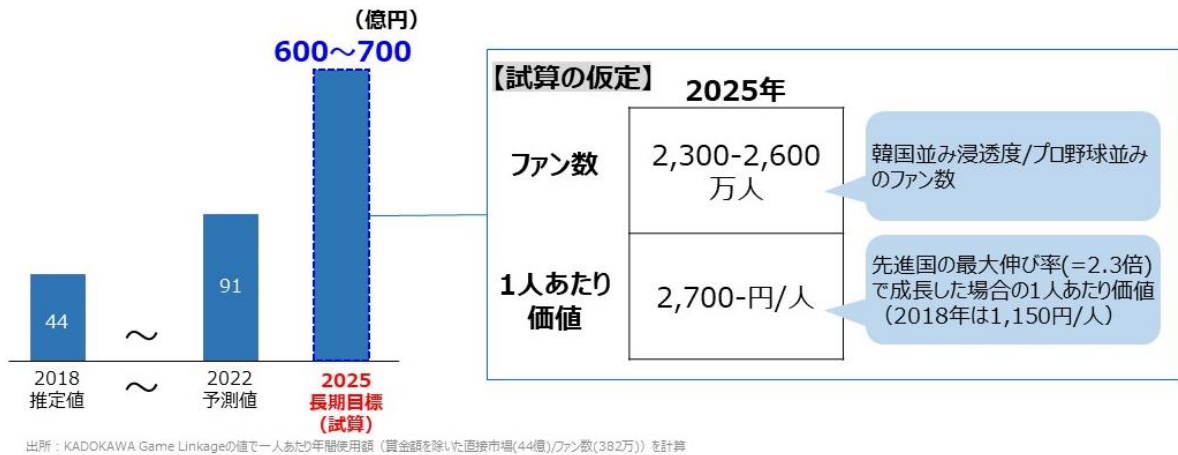


図 17 日本におけるエコシステムの予測と長期目標

4) エコシステム領域、波及領域を含めた市場規模（長期目標）

次に、エコシステム領域における経済活動、波及領域へ及ぼす経済効果を含めた全体の長期目標は、2025年に2,850～3,250億円とした（図18）。

波及領域の試算方法については、総務省の公表している経済波及効果を計算するための「産業関連表」を使用した。直接市場とエコシステム領域を産業関連表上の項目ごとに分類し、当てはめて試算した。

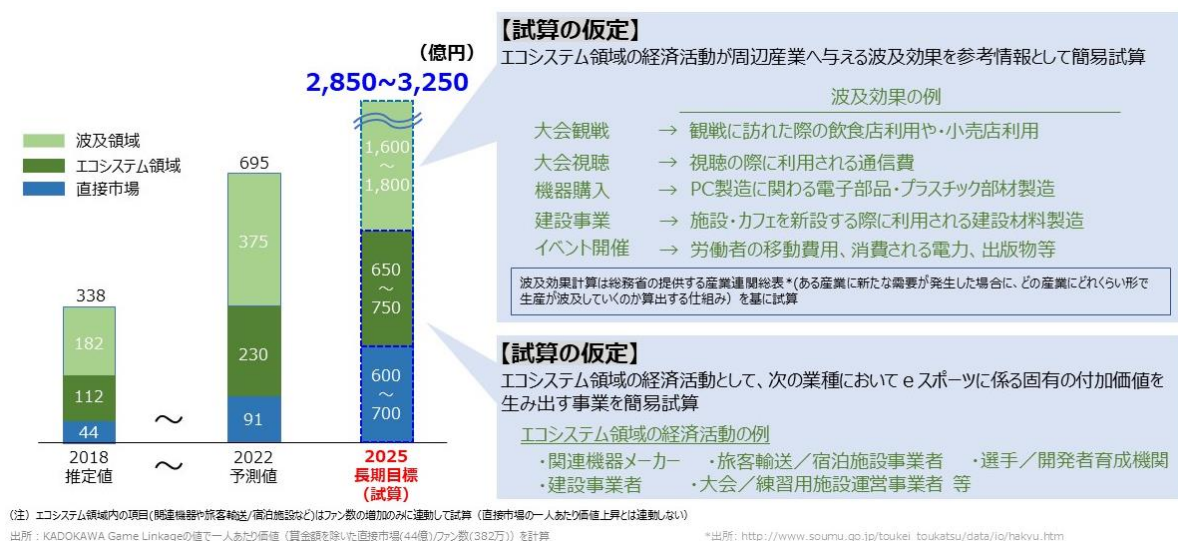


図 18 日本における波及領域を含めた市場の予測と長期目標

5) e スポーツ市場の影響を受ける波及領域の産業

e スポーツ市場の発展により、エコシステムの外側に位置する波及領域の産業も恩恵を受ける（図 19）。恩恵を受ける波及領域の産業は多岐にわたる。



図 19 e スポーツ市場の影響を受ける波及領域の産業

波及領域の内訳をみると、エコシステムの経済活動は波及領域の対個人や事業所のサービスへ最も影響を及ぼすことが分かる（図 20）。また、エコシステム領域の関連機器の市場が大きいことから、波及領域では情報通信機器の規模も大きくなっている。

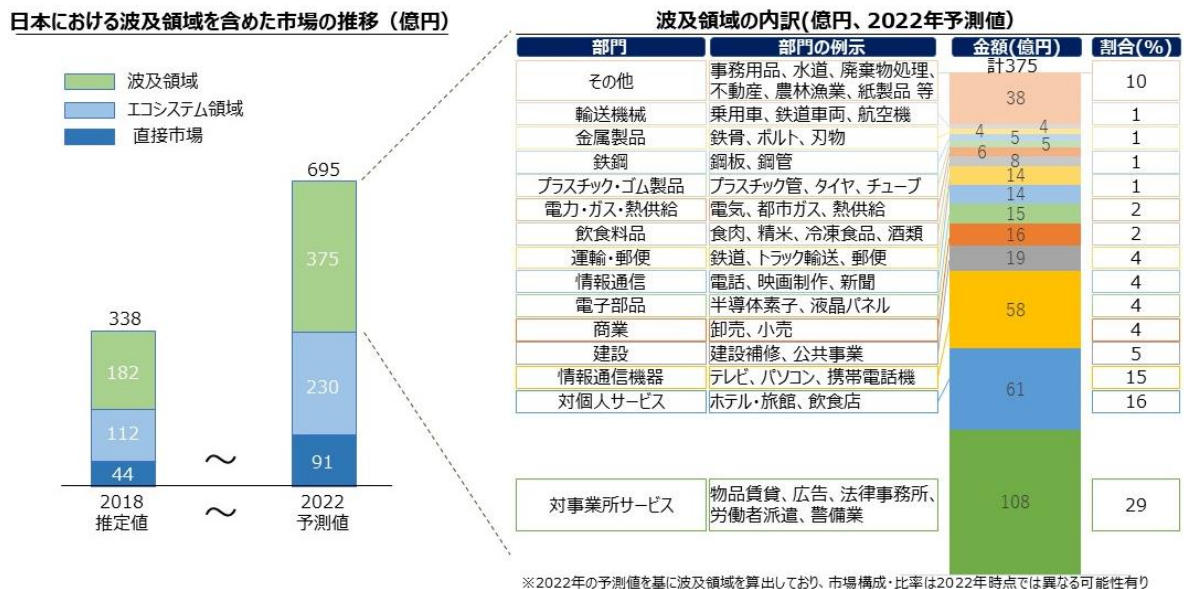


図 20 波及領域の内訳

参考) 1人あたり価値の設定：他プロスポーツとの比較³

参考として、国内と海外の他スポーツの1人あたり価値を比較した（図 21）。e ス

³ e スポーツは競技の総称であるため、各スポーツと1対1の比較はできないが、ここでは敢えてeスポーツとして合算している。

ポーツの現在の1人あたり価値は日本・米国共に他プロスポーツよりも低く、eスポーツ市場は1人あたり価値を向上させるポテンシャルが存在すると考えられる。

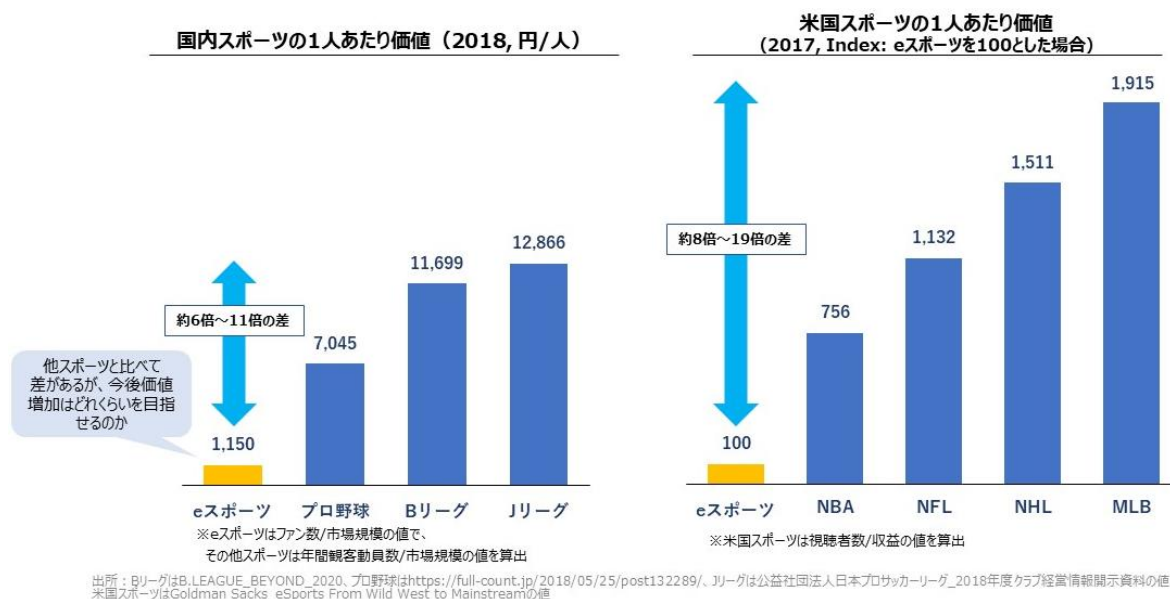


図 21 1人あたり価値の設定：他プロスポーツとの比較

補足) 市場レポートの数値比較

eスポーツに関する主要レポートの市場規模に関する実績・予測数値を比較すると、ブレがあることが分かる(表5)。本調査では、日本は総務省のレポートで採用された実績があり、市場の変化を継続的に捉えている KADOKAWA Game Linkage の数字を、海外は市場規模や視聴者数などのデータを幅広く調査している Newzoo の数字を使用している。

表 5 市場レポートの数値比較

市場規模 (百万ドル)		実績値					
国	調査会社名	2017	2018	2019	2020	2021	2022
日本	KADOKAWA Game Linkage ^{*1}	2.6	40.8	50.4	61.3	72.4	83.8
	Newzoo	4.9	7.1	8.2	9.3	10.4	11.8
	C. Barnes & Co.	50.6	57.8	64.8	72.9	-	-
中国	Newzoo	121.7	158.8	210.3	267.0	318.8	367.3
	C. Barnes & Co.	116.8	153.9	203.4	267.3	-	-
韓国	Newzoo	41.9	56.8	67.2	79.9	89.9	99.8
	C. Barnes & Co.	14.2	18.0	22.4	28.0	-	-
アメリカ	Newzoo	211.4	294.3	383.7	476.6	564.0	648.2
	C. Barnes & Co.	263.5	327.2	407.3	504.4	-	-
ポーランド	Newzoo	14.9	16.8	18.5	19.7	20.7	21.7
	C. Barnes & Co.	4.7	5.6	6.6	7.8	-	-
ドイツ	Newzoo	19.9	29.2	36.1	43.1	49.3	56.3
	C. Barnes & Co.	37.9	45.8	54.5	65.1	-	-
世界合計	Newzoo	655.3	865.1	1096.1	1339.8	1565.9	1789.9
	C. Barnes & Co.	807	994	1,217	1,490	-	-

^{*1} 1ドル=108円換算。賞金（2017：0.8百万ドル、2018以降：KADOKAWA Game Linkage発表市場規模の8.9%相当）を除く。
出所：Newzoo_2019_Global_Esports_Market_Report、KADOKAWA Game Linkage_日本国内eスポーツ市場動向
Barnes Reports_2019_Global_High_Tech_&_Emerging_Markets (Barnesはアメリカのリサーチ会社、新興マーケットのレポートを多数出版)

2-4. 海外調査報告

海外調査に関する報告については、報告書（別紙 1）に取りまとめた。その構成は下記の通りである。

第 1 章 e スポーツ先進国調査サマリ

1-1. e スポーツ先進国の市場発展の KSF（Key Success Factors）

1-2. 先進国における市場成長パターン

1-3. 海外調査サマリ

第 2 章 国別情報

2-1. 米国

2-2. 中国

2-3. 韓国

2-4. ドイツ

2-5. ポーランド

Appendix

第3章 中長期的な日本のeスポーツ市場の成長に向けて（提言）

3-1. 日本のeスポーツビジネス成長の為の必須条件

日本のeスポーツビジネス成長の為の必須条件として、コアファンが多く集まり価値が高まることで、イベント事業単体で収益が生み出されること、その上で持続的にコアファンが拡大・維持される必要がある（図22）。

（①-1）黎明期は個人でのプレーから、LANパーティーやPCバンを通じてコミュニティが形成される。このコミュニティに属するのはコアファンで、成長期に入るとファンの供給源となる。

（①-2）成長期の初期に入ると、コミュニティから供給されるコアファンの基盤を背景にイベント・大会が開催されるようになる。すると、その集客力が価値となりスポンサーやメディアから資金を呼び込めるようになり、イベント事業として成立する。

成長期中期以降は（②-1）イベントの集客力がコアファンを維持・拡大していき、（②-2）コミュニティがライトファンの取り込みとファンのコア化を促し、イベント・大会へ更なるファン供給を行う。

この循環を繰り返す事でeスポーツビジネスは持続的に成長していく。

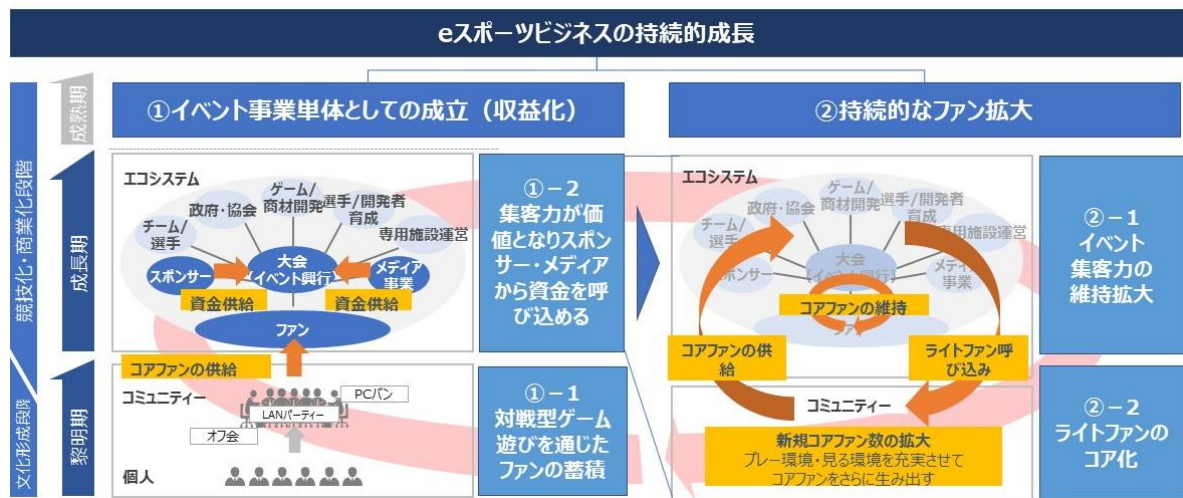


図 22 日本のeスポーツビジネス成長の為の必須条件

3-2. 日本のeスポーツビジネス成長のための方向性抽出

前項で説明したeスポーツの持続的成長に必要な4段階について分析した所、条件要素に関する日本の現状を踏まえ、成長のための方向性は5つに集約された(図23)。

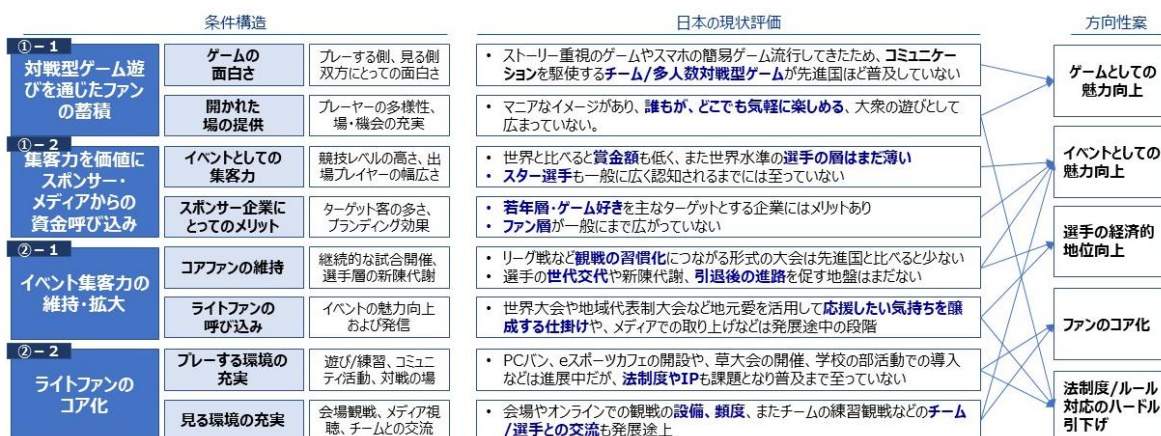


図 23 日本のeスポーツビジネス成長のための方向性

成長に向けた方向性案は、「ゲームの魅力向上」、「イベントの魅力向上」、「選手の経済的地位向上」、「チーム/選手によるファン獲得/コア化」、「法制度/ルール対応のハードル引下げ」の5つで(図24)、検討会ではこれらについて検討を行った。

A ゲームとしての魅力向上	思考力やコミュニケーション力など、これまで観戦・プレーをしてこなかった層に凄さが伝わるタイトルの育成
B イベントとしての魅力向上	- 競技レベル向上、地域代表制リーグにおける地元愛活用、スター選手輩出等による応援したい気持ちや熱狂性の醸成 - eスポーツイベントならではの観戦・通信環境整備や大会・リーグ運営ノウハウ向上
C 選手の経済的地位向上	- プロ選手の職としての十分な収入確保と、選手を目指す人材の裾野拡大 - 大会賞金に係るルール・考え方の整理(景表法、賭博法、プロライセンス) - グッズ等によるファンからの収入源の確保や引退後の受け皿整備
D ファンのコア化	- チーム/選手によるファンサービスの充実、動画配信等によるファンの気持ち醸成 - 既存コアファンによる練習会、草大会等コミュニティ活動による周囲の巻き込み
E 法制度/ルール対応のハードル引下げ	- eスポーツ関連施設運営/イベント開催/メディア放映に際するパブリッシャーの保有IPに関わるルール・ガイドラインの普及と手続きの明瞭化 - 施設運営/イベント開催に際する風営法・賭博法等の対応手続きのスムーズ化

図 24 日本のeスポーツ市場進化に向けた方向性案

3-3. 日本のeスポーツ市場進化に向けた提言

検討会で議論された提言は、「成長施策提言シート」としてまとめた(別紙2)。成長施策提言シートは、前項で掲げた5つの方向性により分類したほか、それぞれの提言内容を実行していくにあたり中心的な役割を担うべき主体を明示した。

1) ゲームとしての魅力向上

ここでは、人気競技の育成に向けたタイトルの選定と注力や、多くのファンを取り込むために、コンソールやモバイルに縛られずにどのデバイスからもプレー可能なタイトルの開発を行うこと、世界的競争力をつけるために、eスポーツに必要な技術開発などへの支援などが提言として提示され、それぞれに対する具体的なアクションが掲げられた。

2) イベントとしての魅力向上

ここでは、地域対抗スポーツ大会におけるeスポーツの正式競技化やeスポーツ世界大会の日本開催、テーマ別限定大会や短時間で観戦しやすい大会の開催など、大会そのもののアプローチによる魅力向上への提言や、スター選手の輩出・育成に向けた提言、大会運営に係る国際ルールの構築などが提言として提示され、それぞれに対する具体的なアクションが掲げられた。

3) 選手の経済的地位向上

ここでは、プロスポーツ化を支える「実業団」制の推進やリーグ等での最低年俸の適用など、選手の経済的地位向上に向けた提言と具体的なアクションが掲げられた。

4) ファンのコア化

ここでは、遊び、プレー、大規模イベント、オンライン・オフライン観戦といったキーワードでファンのコア化を促す「場の整備」の必要性についての提言が出されたほか、eスポーツを通じた企業の福利厚生によるファンのコア化を実現しようというアイデアの提案もあった。

5) 法制度/ルール対応のハードル引き下げ

ここでは、施設運営やeスポーツ・イベントを基軸にしたガイドラインに加え、ゲームタイトル（IP：intellectual property）利用・許諾に関するガイドラインの必要性についての提言があった。

第4章 社会的意義に関する議論及びその浸透に向けて（提言）

4-1. 社会的意義についての討議方針

検討会では、eスポーツが内包する社会的意義について、スポーツ庁が「第2期スポーツ基本計画」において定義する「スポーツの価値」（図25）や、国連サミットで決定した国際社会の共通目標「持続可能な開発目標（SDGs：Sustainable Development Goals）」の達成に向けてスポーツが果たすことのできる役割をまとめた「スポーツと持続可能な開発（SDGs）」（表6）を参照しながら検討を行った。

～スポーツが変える。未来を創る。 Enjoy Sports, Enjoy Life ～	
<u>スポーツの「楽しさ」「喜び」こそがスポーツの価値の中核であり、全ての人々が自発的にスポーツに取り組み自己実現を図り、スポーツの力で輝くことにより、前向きで活力ある社会と、絆の強い世界を創る。</u>	
1.	<u>スポーツで「人生」が変わる！</u> スポーツを「 <u>する</u> 」ことで、スポーツの価値が最大限享受できる。 スポーツを「 <u>する</u> 」「 <u>みる</u> 」「 <u>ささえる</u> 」ことでみんながその価値を享受できる。 スポーツを生活の一部とすることで、 <u>人生を楽しく健康で生き生きとしたものにできる。</u>
2.	<u>スポーツで「社会」を変える！</u> スポーツの <u>価値を共有し人々の意識や行動が変わる</u> ことで、社会の発展に寄与できる。 スポーツは <u>共生社会</u> や <u>健康長寿社会</u> の実現、 <u>経済・地域の活性化</u> に貢献できる。
3.	<u>スポーツで「世界」とつながる！</u> スポーツは「 <u>多様性を尊重する世界</u> 」「 <u>持続可能で逆境に強い世界</u> 」「 <u>クリーンでフェアな世界</u> 」の実現に貢献できる。
4.	<u>スポーツで「未来」を創る！</u> 2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会等を好機として、スポーツで人々がつながる国民運動を展開し、 <u>オリンピックムーブメント</u> や <u>パラリンピックムーブメント</u> を推進。 本計画期間においては、「 <u>スポーツ参画人口</u> 」を拡大し、スポーツ界が <u>他分野との連携・協働</u> を進め、「 <u>一億総スポーツ社会</u> 」を実現する。

出典：https://www.mext.go.jp/sports/content/1383656_002.pdf

図 25 スポーツの価値

表 6 持続可能な開発目標（SDGs：Sustainable Development Goals）とスポーツ

	目標	スポーツが果たす役割
	目標 1：あらゆる場所で、あらゆる形態の貧困に終止符を打つ	スポーツは、幸せや、経済への参加、生産性、レジリエンスへとつながりうる、移転可能な社会面、雇用面、生活面でのスキルを教えたり、実践したりする手段として用いることができます。
	目標 2：飢餓に終止符を打ち、食料の安定確保と栄養状態の改善を達成するとともに、持続可能な農業を推進する	栄養と農業に関連するスポーツ・プログラムは、飢餓に取り組む食料プログラムや、この問題に関する教育を補完するうえで、適切な要素となりえます。対象者には、持続可能な食料生産やバランスの取れた食生活に取り組むよう、指導を行うことができます。
	目標 3：あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を推進する	運動とスポーツは、アクティブなライフスタイルや精神的な安寧の重要な要素です。非伝染性疾病などのリスク予防に貢献したり、性と生殖その他の健康問題に関する教育ツールとしての役割を果たしたりすることもできます。
	目標 4：すべての人々に包摂的かつ公平で質の高い教育を提供し、生涯学習の機会を促進する	体育とスポーツ活動は、就学年齢児童の正規教育システムにおける就学率や出席率、さらには成績を高めることができます。スポーツを中心とするプログラムは、初等・中等教育以後の学習機会や、職場や社会生活でも応用できるスキルの取得に向けた基盤にもなりえます。
	目標 5：ジェンダーの平等を達成し、すべての女性と女児のエンパワーメントを図る	スポーツを中心とする取り組みやプログラムが、女性と女児に社会進出を可能にする知識やスキルを身に付けさせる潜在的可能性を備えている場合、ジェンダーの平等と、その実現に向けた規範や意識の変革は、スポーツとの関連で進めることもできます。
	目標 6：すべての人々に水と衛生へのアクセスと持続可能な管理を確保する	スポーツは、水衛生の要件や管理に関するメッセージを発信するための効果的な教育基盤となりえます。スポーツを中心とするプログラムの活動と意図される成果を、水の利用可能性と関連づけることによって、この問題の改善を図ることもできます。
	目標 7：すべての人々に手ごろで信頼でき、持続可能かつ近代的なエネルギーへのアクセスを確保する	スポーツのプログラムと活動を、省エネの話し合いと推進の場として利用すれば、エネルギー供給システムと、これに対するアクセスの改善をねらいとする取り組みを支援できます。
	目標 8：すべての人々のための持続的、包摂的かつ持続可能な経済成長、生産的な完全雇用およびディーセント・ワークを推進する	スポーツ産業・事業の生産、労働市場、職業訓練は、女性や障害者などの社会的弱者集団を含め、雇用可能性の向上と雇用増大の機会を提供します。この枠組みにおいて、スポーツはより幅広いコミュニティを動員し、スポーツ関連の経済活動を成長させる動機にもなります。
	目標 9：レジリエントなインフラを整備し、包摂的で持続可能な産業化を推進するとともに、イノベーションの拡大を図る	レジリエンスと工業化のニーズは、災害後のスポーツ・娯楽用施設の再建など、関連の開発目標の達成をねらいとするスポーツ中心の取り組みによって、一部充足できます。スポーツはこれまで、開発に向けたその他従来型のツールを補完し、開発と平和を推進するための革新的な手段として認識されており、実際にもそのような形で利用されてきました。
	目標 10：国内および国家間の不平等を是正する	開発途上国におけるスポーツの振興と、スポーツを通じた開発は、途上国間および先進国との格差を縮めることに貢献します。スポーツは、その人気と好意度の高さにより、手を差し伸べることが難しい地域や人々の不平等に取り組むのに適したツールといえます。

	目標 11：都市と人間の居住地を包摂的、安全、レジリエントかつ持続可能にする	スポーツにおける包摂と、スポーツを通じた包摂は、「開発と平和のためのスポーツ」の主なターゲットのひとつとなっています。気軽に利用できるスポーツ施設やサービスは、この目標の達成に資するだけでなく、他の方面での施策で包摂的かつレジリエントな手法を採用する際のグッドプラクティスの模範例にもなりえます。
	目標 12：持続可能な消費と生産のパターンを確保する	スポーツ用品の生産と提供に持続可能な基準を取り入れれば、その他の産業の消費と生産のパターンで、さらに幅広く持続可能なアプローチを採用することに役立ちます。この目的を有するメッセージやキャンペーンは、スポーツ用品やサービス、イベントを通じて広めることができます。
	目標 13：気候変動とその影響に立ち向かうため、緊急対策を取る	観光を伴う大型スポーツ・イベントをはじめとするスポーツ活動やプログラム、イベントでは、環境の持続可能性についての認識と知識を高めることをねらいとした要素を組み入れるとともに、気候課題への積極的な対応を進めることができます。また、被災者の間に絆と一体感を生み出すことで、災害後の復興プロセスを促進することも可能です。
	目標 14：海洋と海洋資源を持続可能な開発に向けて保全し、持続可能な形で利用する	水上競技など、スポーツ活動と海洋とのつながりを活用すれば、スポーツだけでなく、その他の分野でも、海洋資源の保全と持続可能な利用を提唱できます。
	目標 15：陸上生態系の保護、回復および持続可能な利用の推進、森林の持続可能な管理、砂漠化への対処、土地劣化の阻止および逆転、ならびに生物多様性損失の阻止を図る	スポーツは、陸上生態系の保全について教育し、これを提唱する基盤となりえます。屋外スポーツには、陸上生態系の持続可能で環境にやさしい利用を推進するセーフガードや活動、メッセージを取り入れることもできます。
	目標 16：持続可能な開発に向けて平和で包摂的な社会を推進し、すべての人々に司法へのアクセスを提供するとともに、あらゆるレベルにおいて効果的で責任ある包摂的な制度を構築する	スポーツは復興後の社会再建や分裂したコミュニティの統合、戦争関連のトラウマからの立ち直りにも役立つことがあります。このようなプロセスでは、スポーツ関連のプログラムやイベントが、社会的に隔絶された集団に手を差し伸べ、交流のためのシナリオを提供することで、相互理解や和解、一体性、平和の文化を推進するためのコミュニケーション基盤の役割を果たすことができます。
	目標 17：持続可能な開発に向けて実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する	スポーツは、ターゲットを絞った開発目標に現実味を与え、その実現に向けた具体的前進を達成するための効果的手段としての役割を果たします。スポーツ界は、このような活動の遂行その他を通じ、草の根からプロのレベル、また、民間から公共セクターに至るまで、スポーツを持続可能な開発に活用するという共通の目的を持つ多種多様なパートナーやステークホルダーの強力なネットワークを提供できます。

出典：https://www.unic.or.jp/news_press/features_backgrounders/18389/

4-2. 社会的意義の実現に向けた提言

検討会で議論された提言は、「社会的意義提言シート」としてまとめた（別紙3）。

1) 人生を楽しく健康で生き生きとしたものとする

ここは、奨励プログラムなどを通じて e スポーツそのものの普及を図ってほしいという提言や、選手の精神・身体ケアサービスを提供し、健康で持続的に e スポーツに取り組める環境を構築しようという提言、e スポーツの持つ医療、教育的効果についての

エビデンスを得るための研究への助成や教育カリキュラムへの導入などを通じて e スポーツの価値を実証していくべきとの提言が提案された。

2) 共生社会や健康長寿社会の実現、経済・地域の活性化

ここは、「共生社会に加え、昨今の「地方創生」にもつながり得る領域であり、高齢者や障害者の参画を促す施策に加え、海外事例も参考にしながら、都市対抗のリーグ戦の開催や各地域への大会用施設の設置を行ってはどうかとの提言が提案された。

3) 「多様性を尊重する世界」「持続可能で逆境に強い世界」「クリーンでフェアな世界」の実現

ここでは、青少年の国際交流において e スポーツは共通言語になり得るとの意見もあり、e スポーツをテーマにした観光ツアーや国際交流の場の設置をはじめ、日本を拠点に活動する選手のための長期滞在ビザ取得要件に明確な基準を設置することにより国際大会の国内誘致を促進するなど、多様な提言が提案された。

4-3. SDGs から見た e スポーツの社会的意義

表 7 は、検討会による社会的意義の実現に向けた提言と SDGs 17 の目標との関連を示したもので、これによれば SDGs の目標 17 項目中 14 が合致すると考えられる。

e スポーツが本来的に持つ多様な社会的意義をより多くの方に理解いただけるよう、今回の提言の実現を目指していきたい。

表 7 社会的意義の提言と SDGs 17 の目標

			SDGs項目																
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
e ス ポ ー ツ の 価 値 （ ス ポ ー ツ 庁 ）	人 生 を 楽 し く 健 康 で 生 き ま す と し た も の に	A-1	eスポーツ奨励プログラム	○	△			○				△						△	○
		A-2	精神・身体ケアサービス提供		△					○									
		A-3	エビデンス研究テーマへの助成			○													△
		A-4	教育カリキュラムへの導入	○	△	○	◎	○		○		○							◎
		A-5	ブートキャンプの開催			○													△
		A-6	大会への観の無料入場無料			○													
	現 在 の 共 生 社 会 や 健 康 長 寿 社 会 の 活 性 化	B-1	高齢者向けの生きがい創出プログラム	○		◎	○			△				△					
		B-2	大会ボランティア	△		△												△	
		B-3	大会で使える公式コントローラーの開発	△		○	○			○				○					
		B-4	プレーオフの開催							○				○	△			△	○
		B-5	都市対抗のリーグ	△		△		○		○	○		△	○	○			○	◎
		B-6	地方での大会用施設の設置	△		△	○	△		△	◎	◎		◎	○	○			○
		B-7	情報発信拠点の整備	△		○	○	○		◎	◎	○	○	○					
	多 様 で 公 正 な 世 界	C-1	観光ツアー	△						○	○	△		◎	○			○	◎
		C-2	選手のビザ緩和	○						△		△							
		C-3	eスポーツのアニメ・映画化	△						◎				○				△	◎
		C-4	国際交流の場の設置			△				△	○	◎		◎	○	○		○	○

第5章 検討会の総括と今後の検討課題

5-1. 検討会の成果

検討会における議論を通じて、以下の成果を導くことができた。

まず、日本における e スポーツの直接市場の長期目標を 2025 年に 600～700 億円と設定すると共に、エコシステム領域における経済活動、波及領域へ及ぼす経済効果を含めた全体の長期目標を 2025 年に 2,850～3,250 億円と試算した。

また、中長期的な日本の e スポーツ市場の成長に向けて必須と考えられる条件を抽出の上、それぞれに対する提言を具体的なアクションとして取りまとめた。

そして、e スポーツが内包する社会的意義について検討を行い、e スポーツが持つ社会的意義が広範に渡る事を確認し、提言として取りまとめた。

5-2. 継続検討事項

本検討会での議論を経てなお検討を要する事項として、以下に 3 点提起する。

1) ゲームタイトル (IP : intellectual property) 利用・許諾に関するガイドラインの必要性

第 2 章に記載の通り、日本における e スポーツの市場規模が目標通りに拡大し、直接市場規模が 15 倍になったならば、大会の規模は大きくなり、開催頻度も増え、観戦に来るファンやネット視聴者も右肩上がりに増加することが想定される。また、テレビ報道をはじめとするマスメディアへの露出機会が増えることはもちろんのこと、現状は幾ばくも無い放映権料が設定され、スポンサーが増えていくという好循環となるはずである。

そこで、e スポーツ大会を開催しやすい環境を整備するための取り組みの 1 つとして、本検討会では「IP 利用・許諾」に関するガイドラインの必要性について検討を行った。

検討会では、IP 利用の許諾をどのように取得してよいのか分からない、許諾の取得方法が分かったとしても、その手続きの煩雑さから大会開催やテレビ報道の機会を逸しているのではないかといった意見があり、IP 利用・許諾に関するガイドラインを策定し、そこで提示する一定の範囲内であれば、無許諾で IP を利用することを認めてはどうかという提言があった。

一方で、日本における e スポーツが黎明期にある中、景品表示法や刑法、風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律など、e スポーツを取り巻く法整備に関してはまだ道半ばであり、関連当局との調整が必要な場面があるのに加え、主催者の規模や構成も様々で、法令遵守の意識やリテラシーにも濃淡があるのが現状であるとの意見があった。つまり、主催者側に悪意はなくとも、トラブルが発生する可能性は 0 とは言えないのではないかと懸念である。

ゲームパブリッシャーとしては、自社が保有する IP を使用して開かれる e スポーツ大会において法的にグレーな問題が発生することは、最も避けたいと考えるところであり、大会の健全性の担保は非常に重要である。このような環境下においては、ガイドラインで提示する一定の範囲内であっても無許諾で IP を利用することを認めることは難しいため、当面は「健全な e スポーツ大会の開催」に係るチェック機関を設けることが現実的であろうという提言があった。

なお、e スポーツ先進国である米国ではイベント/大会や放送/配信、個人の動画アップロードに際しての IP の取り扱いに関わる環境整備が進んでいる。

イベント/大会に関する IP 利用・許諾では、ソフトウェア利用許諾契約 (EULA: End User License Agreement) やガイドラインがある。EULA は、ゲーム開始に際して EULA 内で IP 利用の条件を明記し、その範囲内で自由に使用する事ができる方式である。ガイドラインに関しては、「IP 利用に関するガイドライン」を多言語で作成、Web サイト等に掲載しているパブリッシャーがある。許諾が必要な範囲、不要な範囲を明示することで、イベント/大会の開催を促進していこうとするものである。

放送/配信に関する IP 利用・許諾では、米国のトラディショナルスポーツ (NFL、NBA、MLB など) とトラディショナルメディア (ESPN など) の間で一般的にみられる契約形態を参考に、パブリッシャーとメディアの間で包括的契約を結ぶ議論が行われている。試合のハイライトやビデオクリップなどをメディアが基本的に自由に扱えるように包括的契約にて定めることができれば、IP の取り扱い可否について毎回確認する必要がなくなる。

大会の健全性を担保しながらより開催しやすい環境を構築し、本検討会で掲げた長期目標を実現するためにも、IP 利用・許諾に関するガイドラインの検討は、権利者たるゲームパブリッシャーの意向を踏まえながら進める必要がある。

2) 共生社会や地方創生の実現に向けた e スポーツ情報を発信する拠点の整備

e スポーツを通じた共生社会や地方創生の実現に向けて、日本各地で先進的な取り組みが行われているにもかかわらず、それを知ることができていない現状を解決していく必要がある。そこで「e スポーツよろず相談所」ともいえる拠点を各地に整備していく事を提言したい。設備として大掛かりなものではなく、情報発信する機能があって、関係者がつながることができ、e スポーツに関する知見がネットワークを通じて集約され、誰もがアクセスできる窓口のイメージである。

現在、JeSU では日本各地に地方支部の設置を進めており、47 都道府県への設置を目指している。JeSU 地方支部がこうした拠点の役割を担えるよう、支部の設置をさらに促進すると共に情報ネットワークを整備し、共生社会や地方創生の一助となるように努めていく。

また、東京オリンピックにおいてパブリックビューイング等の実施により大画面のモニタと高速の通信環境が整った会場が全国各地に整備される可能性もあり、こうした環境を e スポーツに活用いただくための働きかけも行っていくべきであろう。

e スポーツという新しい時代の流れを力に、地方へのひと・資金の流れを強化し、誰もが活躍できる地域社会をつくることを目指していきたい。

3) e スポーツの持つ教育的価値の探索とそれを支えるエビデンスの取得

前章にも記載の通り、部活動や授業そのものを視野にいれた教育現場への e スポーツの導入は、e スポーツの更なる発展に向けて欠かすことができないと本検討会では考えている。それは日本におけるトラディショナルスポーツ発展の経緯も踏まえるとなおさらである。

検討会では、e スポーツと教育が相互に提供できる価値を、e スポーツのエコシステムにおける人材構成と照らし合わせて検討した（図 26）。

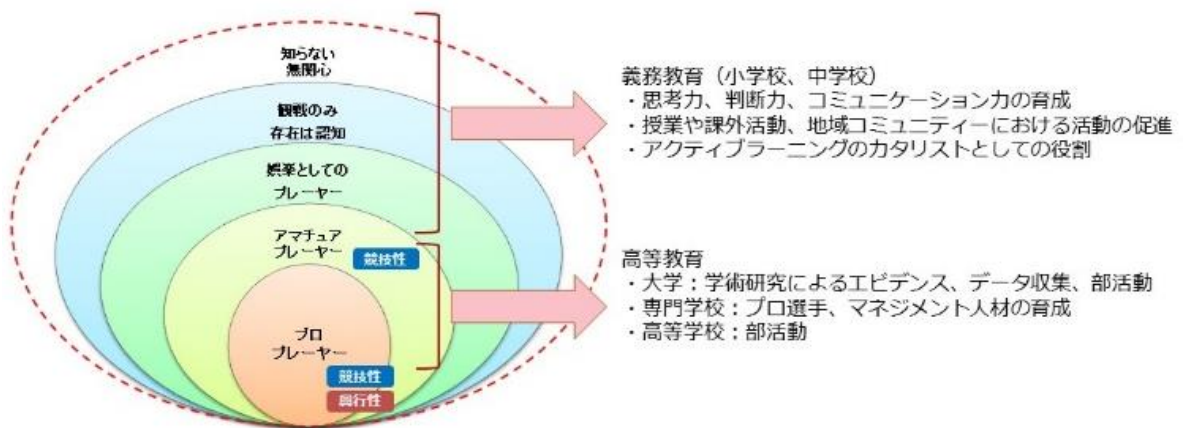


図 26 e スポーツの人材構成と教育的ニーズ・価値

まず、小学校、中学校の義務教育課程においては、e スポーツの普及、特に裾野の拡大に向けて、小学校、中学校における課外活動や地域コミュニティにおける活動の定着、促進が欠かせないと考えている。加えて授業における展開についても、e スポーツを通じて、思考力や判断力、表現力等の養成に役立つ事が期待される。

また、e スポーツの持つ競技性やゲーミフィケーションの要素は、主体的・対話的で深い学び（アクティブラーニング）のカタリストとしての役割が期待できる可能性がある。

次に、高等学校、専門学校、大学の高等教育においては、部活動への導入により競技力を向上させ、プロ選手の輩出につなげることはもちろん、実学的なカリキュラムとして e スポーツを授業に採用することで、市場拡大に寄与できる産業人材の育成を行う必要がある。

高等学校においては、e スポーツを教育現場に導入していく取り組みが広がりを見せている。このうち神奈川県横須賀市では、部活動や同好会の設立を支援して競技者を育成すると共に地域コミュニティを活性化し、大会誘致やイベント開催を行うことを目指して、IT 関連企業 4 社と連携し、市内の高等学校に高機能パソコンを無償貸与する取り組みを行っている⁴。また、公立高校としては全国で初めて部活動に e スポーツを

⁴ <https://www.tokyo-np.co.jp/article/kanagawa/list/201912/CK2019120502000120.html>

導入したと言われている福岡市立福翔高等学校の谷本昇校長は、「コミュニケーションやチームワーク等の力が身につく」とし、eスポーツの教育現場への導入は、進学実績や主体性の向上等、相乗効果を生み出していると述べている⁵。

また、大学等でeスポーツに関する学術研究を進めることで、eスポーツの持つ教育的効果やトラディショナルスポーツへ与える影響などのエビデンスを取得していく事も重要である。

こうした取組を進めるためには、各学校や大学・専門学校等の教育関係者、教育分野に係る研究者、教育委員会を含めた関係行政機関など様々な者との連携協力を土台に、一丸となった活動を今後展開していく必要がある。本検討会では、eスポーツが持つ教育的価値の探索とそれを支えるエビデンスの取得を進め、あらゆる教育現場への導入を目指していきたいと考えている。

5-3. 求められるアクション

日本のeスポーツの中長期的な市場の成長、そして社会的意義の浸透に向けて各アクターに求められるアクションをまとめた。

1) 業界団体

業界団体では、施設運営、大会・イベント実施のガイドラインを策定するなどeスポーツの健全な発展に向けた環境整備を行うと共に、eスポーツ世界大会やプロ選手のセミナー・講習会などを開催することで、トップアスリートが活躍できる場、ファンと触れあえる機会を増やし、eスポーツのすそ野を広げていくことが求められている。

また、情報発信拠点や国際交流の場の整備も、共生社会や地方創生の実現に向けて重要な取り組みとなる。

2) 産業界

産業界においては、マルチデバイスで競技できるeスポーツ専用ゲームの開発や地域対抗スポーツ大会へのeスポーツ採用、テーマ別限定大会の開催など、それぞれの企業の事業領域においてeスポーツの魅力向上とその先にある市場成長に寄与することが求められている。

また、障害者にも使える大会公式のコントローラーの開発や都市対抗のリーグ戦、大会を基軸にした観光ツアーなどは、共生社会や多様性のある世界の実現に向けて有用であろう。

3) 教育・研究機関

教育・研究機関においては、教育カリキュラムへの導入をはじめeスポーツ奨励プログラムの開発やエビデンス研究テーマへの助成など、社会的意義の浸透に向けた取り組みが求められている。特に、eスポーツを教育の場面で活用した場合に得られる効果

⁵ <https://www.gamespark.jp/article/2019/09/20/93203.html>

などは、今後の研究が期待される領域と言える。

4) 官公庁

官公庁においては、業界団体や産業界、教育・研究機関といった各アクターの活動を、特に制度整備・規制緩和・予算等の側面から必要に応じて支援することが求められる。

例えば、e スポーツに係る国際的なルールの構築・普及などは、日本の e スポーツの多面的で更なる発展のために期待される取組と言える。

また、特に地方自治体については、e スポーツを通じた地域発信・地方創生などの観点からも今後の取組が期待される。

第6章 最後に

今回の検討会を通じて、黎明期にあると言われる日本の e スポーツが今後どのように発展しうるのかについて議論を重ねてきた。その結果、直接市場規模としては現在世界で最大規模を誇る米国並みに成長していく可能性が 600 億から 700 億円という長期目標として示唆された。

そして、それ以上の市場成長をも見据える形で数多くの成長施策が提言された。

日本に e スポーツを文化として根付かせていくためにも欠かせないのが、e スポーツが本来的に持つ社会的意義を浸透させていく事であり、それに向けた提言である。

本検討会では、これらの提言がどのように実行されていくのか、そしてその結果日本の e スポーツがどのように発展を遂げていくのかに引き続き注目していく事を宣言し、本稿の結びとしたい。



TBD