

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)

報告書（別紙）（案）

令和2年3月

一般社団法人 日本eスポーツ連合

目次

- 第1章 eスポーツ先進国調査サマリ
- 第2章 国別情報
- Appendix

注意事項

本報告は、「eスポーツを活性化させるための方策に関する検討会」での討議を活性化することを目的に短期間で行った海外調査を取りまとめた資料であり、各国の施策や制度の網羅性・完全性を担保するものではない

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

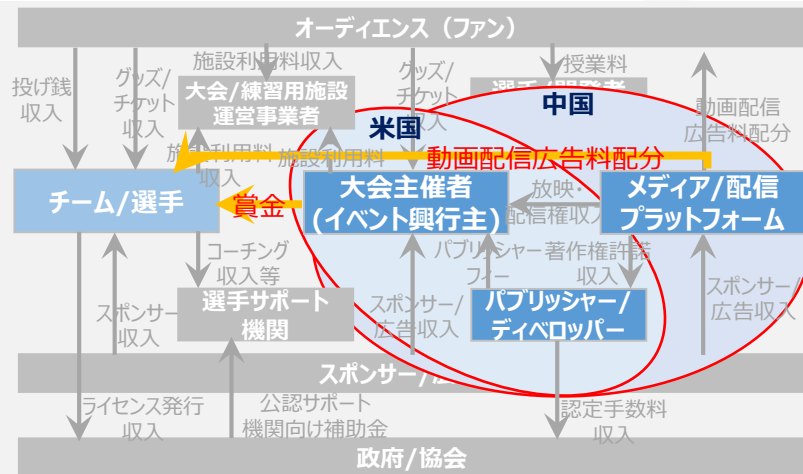
「大人気タイトル登場」・「ローカルコミュニティ形成と大会数増加」・「大口スポンサー参入」・「メディア露出」・「リアルスポーツとの連携」がKSFとして挙げられる

	米国	中国	韓国	ドイツ	ポーランド
P Politics	政府はこれまで目立った関与はない模様	- 国家体育総局によるeスポーツの認可 - 政府規制による内資企業の成長（輸入ゲーム/外資PF規制） eスポーツ関連法案整備や特区構想の推進	- 文化観光部によるeスポーツの認可、推進機関(KeSPA)の設立 - 国際的なeスポーツイベント・ショーの推進・支援	- 政府がeスポーツ選手へのビザ発行要件を緩和する予定 - 州レベルではeスポーツ支援のための法案（eスポーツを従来の税制に受入やアカデミーの設置など）が可決	2019年4月にポーランドの大統領がeスポーツはスポーツだと発言しているが、具体的な法律は未整備
E Economics	大手パブリッシャーによるeスポーツ市場への大規模投資 - PCメーカー、飲料、有名人等の大口出資者の登場 リアルスポーツ(NBAやNFL)の参入	Tencentが、メディア、パブリッシャー、配信PFの覇権を握る - Alibabaなどの異業種の企業の参入 - 大学周辺を中心にインターネットカフェが普及（ピーク時には35万件が営業）	大口スポンサーの登場（サムスン、SKテレコム、KT、CJ） - 大企業のチーム保有によるプロ選手の収入安定	- BMWやVodafoneなどの他業界からの大口スポンサーの参画 強豪サッカークラブの積極的な参入 - eスポーツの世界最大手のESLが多数の大規模大会の運営	- ポーランド唯一の公共放送が国内の主要リーグの独占放送権を獲得 カトヴィツェ市はIEM Katowiceのプロモーション費用の多額予算を確保 強豪サッカークラブの積極的な参入
S Society	- LANパーティーによるゲームコミュニティ形成 - 国産人気eスポーツタイトルの連続リリースと公式大会の多数開催	- 王者荣耀等の国産人気タイトル登場 PCバンの拡大によるコミュニティ形成 - スター選手の認知・人気向上 - 大規模大会開催と国産PFでの配信	- スタークラフトやLoL等の人気タイトルの登場 PCバン拡大によるコミュニティ形成 - スター選手の認知・人気向上 ケーブルTV放送での観戦文化普及	- LANパーティーによるコミュニティ形成 - eスポーツ専門雑誌や大手スポーツ専門TV局のeスポーツ専門チャンネルを創設	選手が積極的に社会貢献活動をしているため、性別・年齢を問わず社会的にeスポーツが認知
T Technology	YoutubeやTwitchの登場によるゲーム実況の普及	世界的なIT企業主導でのeスポーツインフラ整備	政府主導による世界でも有数の高速インターネット環境の普及	経済的にも先進国であり、高速インターネットが初期から普及	経済発展による一般家庭でのインターネットの普及
先進国のKSF	各国共通で大人気タイトルの登場、ゲームプレイヤーの集うコミュニティ形成、コミュニティ形成を通じた大会数の増加、大会規模の拡大に沿った大口スポンサーの参入、メディア露出(TV・配信経由の大会放送)、欧米ではリアルスポーツとの連携による人々の認知向上が市場成長の要因となっている				

1-2. 先進国における市場成長パターン

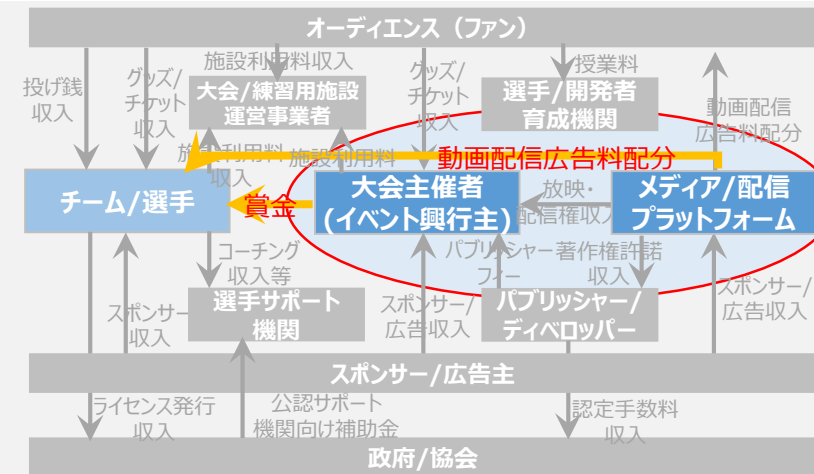
先進国の黎明期から成長期へ進化は、主導プレーヤー別に4つのパターンに分けられる

パブリッシャー主導型：米国・中国



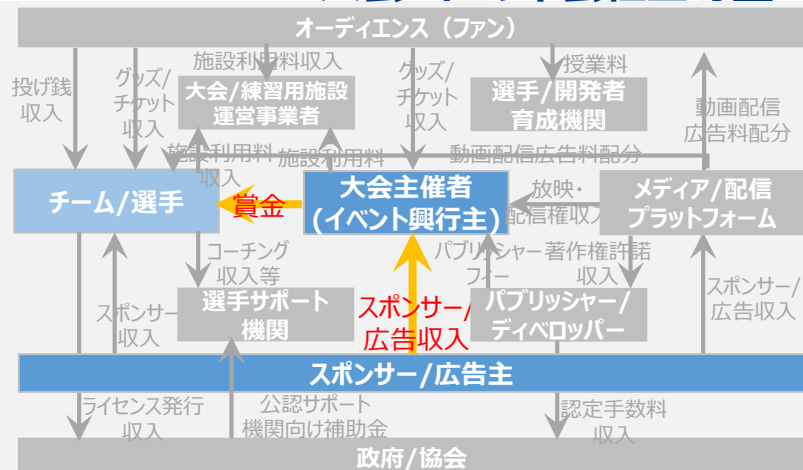
パブリッシャー主導で自社タイトルを広めるために公式大会開催や草の根活動を実施（中国はTencentがメディアの役割も果たす）

放送・メディア主導型：韓国



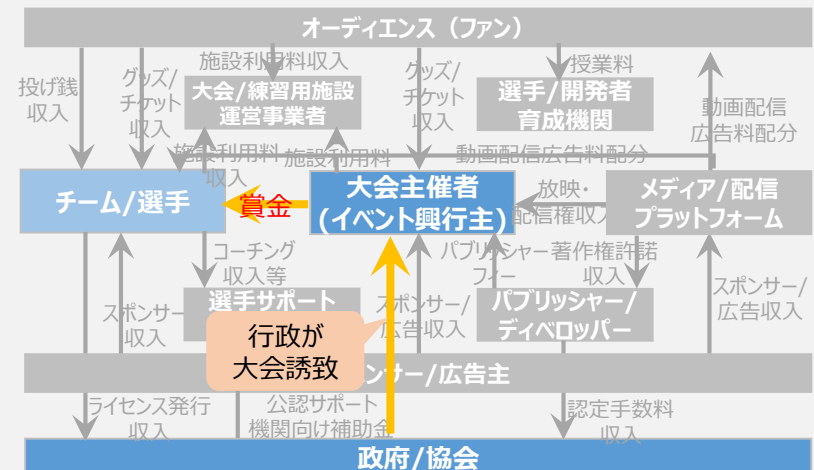
メディア（主にOGN）主導で大会開催やケーブルTV放送を実施し、認知拡大を推進

大会・イベント会社主導型：ドイツ



大会主催者（ESL）主導で、スポンサーを集めつつ大会開催や草の根活動を実施

行政主導型：ポーランド



行政（カトヴィツェ市）が世界大会主催者（ESL）を誘致し、国内の認知度を一気に高める施策を実施

1-3. 海外調査サマリ：市場成長における各国事例

eスポーツ先進国の市場成長について、方向性別の事例を調査

	米国	中国	韓国	ドイツ	ポーランド
サマリ	パブリッシャーの投資による人気タイトル育成と、プロスポーツとの協業が成長を支える	Tencentの大規模投資と、政府による支援政策が成長をけん引	放送メディア主導での大会主催・普及により、大企業のスポンサー獲得をへて市場が拡大	イベント主催者のESLが普及活動を行い、スポンサーを獲得して市場が拡大	地方政府による、IEM Katowiceの誘致をきっかけに市場形成が加速
成長の方向性					
ゲームとしての魅力向上	LoLやDota2など、eスポーツを前提としたコミュニケーションを駆使するチーム/多人数対戦型ゲームを開発	- 人気タイトルの買収（LoLやCoC） - 人気タイトルのLoLと似たゲーム（王者栄耀）の開発	人気ジャンルを先に海外でPUBGは先に海外で人気を出し、逆輸入（海外市場狙いのゲーム開発）	特質点はなし	特質点はなし
イベントとしての魅力向上	- Dota2の世界大会は課金の25%を賞金へ企てて、高額賞金額を提供 - Riot GamesはLoLを盛り上げるために、NFL中継番組やオリンピック放送に携わった持つプロデューサーを起用	Alibabaは自社で主催のWESGの周辺事業として、配信PFの整備やWESG旅行ツアーを実施	- Riot GamesはソウルにLoLの試合専用の施設（LoLパーク）を建設 2008年のStarleagueの決勝では少女時代がパフォーマンス	ESLは、スポンサーのDHLのロボットを使い、試合中に選手へ医療品などを運搬。観客からも写真を撮られ盛り上げている	IEMの世界優勝決定戦を毎年カトヴィツェで開催する事で、カトヴィツェをeスポーツの聖地（野球で言う甲子園）になるようにイメージを変えた
選手の経済的地位向上	NBA 2K Leagueは、NBAと同様ドラフト指名があり、基本給有り。更に、医療保険や退職積立制度も用意	LoLのプロ・アマチュアリーグが3部まであり、加えて大学リーグが存在し、裾野の広がりを構築	リーグの整備が進んでいるLoLは、最低年俸制度がパブリッシャーであるRiot Gamesによって定められているため、他リーグより年俸が高い傾向	eスポーツチーム（SK Gaming）のスポンサーに保険会社（ARAG）があり、選手への健康保険契約を提供	ELIGAと言うリーグは参加するチームが保有する形で、参加にはチームが株式会社化する必要。選手は収入が保証され、チームは設備やスタッフの拡充などがしやすくなる
ファンのコア化	NFLのDallas cowboysは家族で楽しめる想定で、選手の練習見物、eスポーツ体験、買い物などができる総合施設を建設	行政主導のもと、杭州で2022年のアジア競技大会を見据え、収容可能人数2万人の大型スタジアム（レストラン、カフェ、書店、ジムなども併設）を建設中	- 韓国eスポーツ協会がeスポーツ大会を行うのに相応しい施設を認定する活動を実施 - 韓国コンテンツ振興院主導で「eスポーツの殿堂」を開館	ESL Playによりライト層のコア化（アマチュア向けのオンライン大会で、毎月60以上のゲームで1,000以上のトーナメント開催）	2つのeスポーツ専門TVチャンネル（E-SPORT TV、Polsat Games）があり、24時間放送している
法制度/ルール対応のハードル引下げ	Riot GamesやBlizzardはIP利用に関するガイドラインを自社ホームページに掲載（複数言語に対応していて、日本語版もあり）	特質点はなし	特質点はなし	特質点はなし	特質点はなし

1-3. 海外調査サマリ：社会的意義における各国事例

各国の社会的意義にかかわる取り組み事例を調査

	米国	中国	韓国	ドイツ	ポーランド
サマリ	大学でのeスポーツ奨励プログラムやリアルスポーツチームの経営参画が行われている	政府や大企業の主導で地方開発や国際交流が促されている	官民両方の支援により障がい者の生きがい提供やeスポーツ観光が行われている	サッカーリーグの参入と政府の支援により、地域の連帯感及び選手受入促進策が行われている	IEM Katowiceによる地方創生と、チャリティが盛んな文化的な背景が活動を後押し
社会的意義					
国民の健全育成・心身の両面にわたる健康の保持増進	- 多くの大学でeスポーツ奨励プログラムを実施 - Team Liquidが献血団体と協力し、チームデザインが施された専用車両で、eスポーツイベントなどに遠征	Tencentは、ゲーム依存への対処方法として、深夜帯は子供はプレイできないような設定を使用	2018年にNetmarble（ゲーム会社）主催で1500人規模の障害者向け大会をソウルで開催（生きがい提供の事例）	NPOのStiftung Digitale-chancenは高齢者向けにゲームの遊び方講座を実施	- 大会ではファンがボランティアで障がい者の移動の手助け。事前に助けの必要な人がいないかをSNSで呼びかけ - CS:GOのチャリティートーナメントで、血液がん患者の支援団体DKMSと協力してドナーの呼びかけ
地域における連帯感の醸成	NBAの各チームがNBA 2Kチームを所有し、リアルと同じようにプレーオフを開催	政府や民間企業が主導で7つのeスポーツ特区の開発を進め、経済活性化を支援	2019年3月、地方都市のテジョン市が30億ウォンの予算で500人規模のアリーナ建設をする事を発表。eスポーツのイベントが開かれていない時はVR体験センターとして運営する予定	Virtual Bundesligaの開催。ブンデスリーガの1部・2部の22チームのeスポーツ選手がFIFAでトーナメント実施（VfB Stuttgartにはnik-lugiと言う障害者の選手が所属）	炭鉱の町だったカトヴィツェ市がIEMを誘致した事で、今では毎年ファンが世界中から来場
国際的な友好と親善	Warcraftのキャラクターを使用し映画化し、世界で433万ドルの利益を生むヒット	- 西安でシルクロードカップを開催し、シルクロード上の国の選手を招待 - Alibaba主催のWESGは、国対抗のトーナメント戦で、世界206カ所のオンライン予選と、38カ所のオフライン戦を実施	政府が外国人向けにeスポーツ観光ツアーを定期開催	eスポーツ選手のビザ緩和策条件を2020年3月に緩和予定	IEM ExpoをIEM Katowiceの隣の施設で併催。eスポーツに特化したゲームショーであり、プロチームのサイン会やゲームの展示が行われており、IEM Katowiceを見に来たファンが多数来場

目次

- 第 1 章 eスポーツ先進国調査サマリ
- 第 2 章 国別情報
- Appendix

2-1. 米国：eスポーツの歩み

Riot GamesのLoLやBlizzardのStarCraftIIなど、eスポーツ前提のゲーム開発・発売と、それに伴うパブリッシャー主導の大会が00年代終わりから多数開催された。更に、大学・高校リーグの発足により、学生リーグを起点としたeスポーツのプロ化が進んだ

出来事

- ・1980：AtariがInvader Championship開催（米国初の大規模ゲーム大会）
- ・1996：Battle by the Bay（EVO前身）初開催
- ・1997：StarCraft発売（Blizzard）
- ・2004：ロバートモリス大学が全米初となるeスポーツプログラムを開始
- ・2006：USSA networkがHalo 2 Pro Circuitを放送
- ・2009：LoL発売（Riot Games）
- ・2009：Collegiate Star League（CSL）の設立
- ・2010：StarCraft II発売
- ・2011：Riot GamesとCSLが大学トーナメント運営に関して提携
- ・2012：CS:GO発売（Valve）
- ・2012：High School Eports League（HSEL）の設立
- ・2013：Dota2発売（Valve）
- ・2014：AmazonがTwitch買収
- ・2015：米国の年間賞金総額が1000万ドルを突破
- ・2016：Overwatch発売（Blizzard）
- ・2016：ESPNがEVOを放送
- ・2017：Fortnite発売（Epic Games）
- ・2018：NBA 2Kリーグ開催

PEST

P	・政府はこれまで目立った関与はない模様
E	・大手パブリッシャーによるeスポーツ市場への大規模投資 ・PCメーカー、通信、飲料、有名人等、様々な大口出資者の存在 ・リアルスポーツ(NBAやNFL)の参入 ・学生リーグの盛り上がり
S	・LANパーティによるゲームコミュニティ形成 ・国産人気eスポーツタイトルの連続リリースと公式大会の多数開催（大会数が2011から4年で5倍に） ・メディアの積極的な取り上げや著名人とのコラボレーションによる認知拡大
T	・YoutubeやTwitchの登場によるゲーム実況の普及

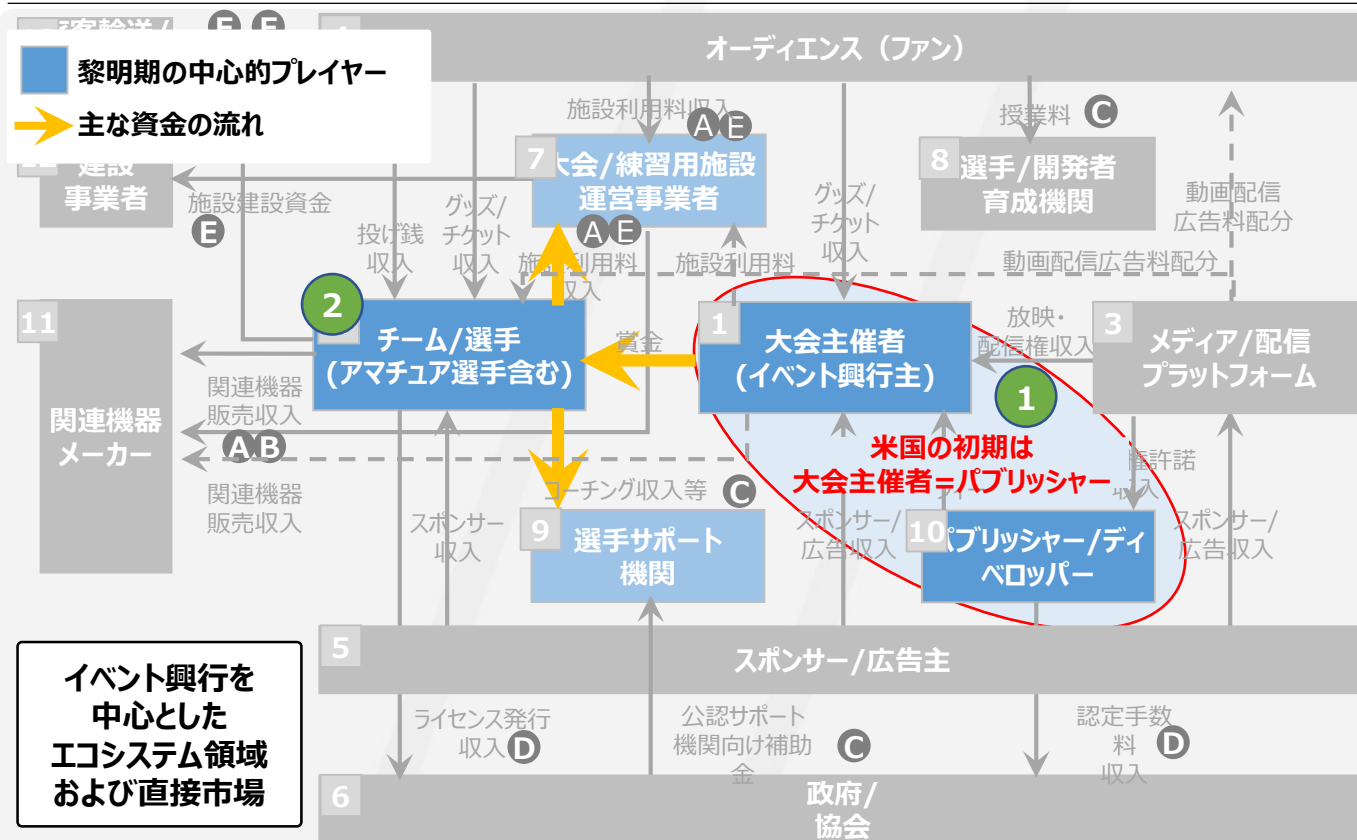
KSF

・パブリッシャーによる相次ぐ人気タイトル発売及び、盛り上げるための公式大会の多数開催

2-1. 米国：黎明期から成長期への市場成長

米国のeスポーツ市場は大手パブリッシャーと、学生を中心としたアマチュアリーグを起点に資金の流れが形成された

市場成長を支えたプレーヤー・金流



Key Findings

- 1 北米で開催されたeスポーツの大会数は2011年には8,809件から2014年には47,500件と飛躍的に増加。この背景にはLoL（2009年）やDota2（2013年）の発売があり、パブリッシャーによる公式大会が開催されるようになった
- 2 学生リーグの盛り上がりとともに、米国大学への奨学金制度（2019年時点で30校以上）やeスポーツ講座開設（2018年時点で50校以上）が相次いでいる

得られる示唆

- ・パブリッシャーによるタイトル育成と大会主催
- ・学生のリーグの台頭

2-1. 米国：市場成長・社会的意義

リアルスポーツで培ったノウハウも活用しながら、市場成長施策及び社会的貢献活動を実施している

市場成長

ゲームとしての 魅力向上	LoLやDota2など、eスポーツを前提としたコミュニケーションを駆使するチーム/多人数対戦型ゲームを開発
イベントとしての 魅力向上	- Riot GamesはLoLを盛り上げるために、NFL中継番組“Sunday Night Football”やオリンピックの放送に携わった経験を持つプロデューサーを雇用 - The Internationalは、Dota2にされた課金の25%を賞金へ企てる事で高額な賞金額を提供 事例1
選手の経済的 地位向上	NBA 2K Leagueは、NBAと同様ドラフト指名制度で、基本給有り。更に、医療保険や退職積立制度も用意
ファンのコア化	NFLのDallas cowboysは家族で来てもらう想定で、選手の練習見物、eスポーツ体験、買い物などができる総合施設を建設 事例4
法制度/ルール 対応の ハードル引下げ	Riot GamesやBlizzardはIP利用に関するガイドラインを自社ホームページに掲載 事例2 (複数言語に対応していて、日本語版もあり)

得られる示唆

- eスポーツ独自の発展要素に加えて、既存のスポーツリーグで培ったノウハウを活用したビジネスやルールづくりをしている

社会的意義

国民の健全育成・ 心身の両面にわたる 健康の保持増進	- 多くの大学でeスポーツ奨励プログラムを実施 事例3 - Team Liquid（世界一流のフランチャイズチーム）が献血団体と協力し、献血をした人にチームTシャツをプレゼント。チームデザインが施された専用車両で、eスポーツイベントなどに遠征
地域における 連帯感の醸成	NBAの各チームがNBA 2Kチームを所有し、リアルと同じようにプレーオフを開催 事例4
国際的な 友好と親善	Warcraftのキャラクターを使用し映画化。世界で433万ドルの利益を生むヒット (コンテンツ輸出の一環として捉えられる)

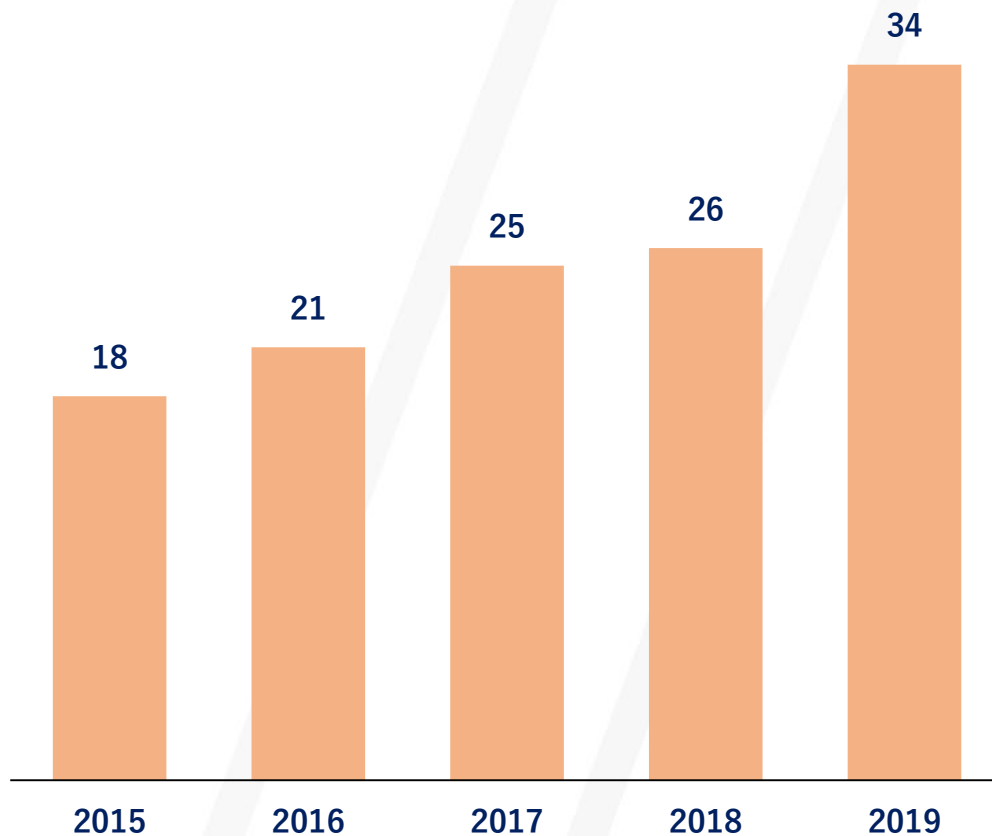
得られる示唆

- リアルスポーツでも実施されている社会的貢献活動をeスポーツでも実施している

【事例1】大会別賞金総額ランキング

Dota2の公式世界大会（The International）は賞金額が大きく、業界内外から注目を集めている

Dota2の公式世界大会の賞金額推移（百万ドル）



出所 : esports earnings

<https://www.nytimes.com/2014/08/31/technology/esports-explosion-brings-opportunity-riches-for-video-gamers.html>

<https://www.engadget.com/2019/08/25/dota-2-the-international-2019-win-sets-records/>

・ファンの課金の一部を大会賞金に充てる

- The Internationalの基本賞金総額は160万ドルだが、ゲーム内で販売される「バトルパス」の収益の25%を基本賞金額へ加えると言う一種のクラウドファンディングを実施しているため、賞金額が巨額になる

・巨大な賞金額で業界内外から注目を集める

- 「競技者は、史上最高賞金総額1,100万ドルを争い戦っていた。そして、Dota2がメジャーリーグ級の観戦スポーツと正当化する理由が一つ増えた」

-New York Times
(2014/8/31の1面)



【事例2】 イベント/放送/個人動画アップに関するIPの取り扱い(米国)

米国はIPの取り扱いに関してガイドラインやEULA*（使用許諾契約）をIPホルダーが発信
現在プロスポーツを参考に放送の包括的契約や個人のプレイ動画の取り扱いの議論が行われている

概要		
イベント/ 大会	EULAの実施 (End User License Agreement 使用許諾契約)	ゲーム開始に際してEULA内でIP利用を明記し、その範囲内で自由に使用する事ができる方式を採用するIPホルダーが多数存在している
	ガイドラインの公開	Riot GamesやBlizzardはIP利用に関するガイドラインを自社ホームページに多言語で掲載し、イベント・大会の促進を行っている
放送	放送/配信に関する包括的契約の動き	パブリッシャーとメディアの間で、試合のハイライトやビデオクリップなどを基本的に自由に扱える包括的な契約を結ぶ方式が現在検討中。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）の間で一般的に見られる契約形態を参考にしている
個人の動画アップロード	コミュニティIPの動き	選手やファンが新規作成したゲームプレイ動画などは、パブリッシャーではなく作成者のIPとして扱うことで個人・選手の権利を確保する議論が進められている



【事例3】米国の大学におけるeスポーツ奨励プログラム

米国では様々な大学リーグや団体が存在する中で、eスポーツ奨励プログラムも拡大しており、2019年時点でも30以上の大学が提供

米国大学リーグ・団体

- **Collegiate Starleague (CSL)** : 2009年に世界で最初の大学間ゲーム団体として始まり、毎年拡大。2019年には15タイトルを扱い、世界中で**1800以上の総合大学が参加**
- **Tespa** : テキサスのeスポーツ協会として始まり、2013年にBlizzard Entertainmentに買収され、子会社になる。北米の大学間の繋がり強化を目指し、**会員の学生・卒業生は12万人以上**
- **College League of Legends (CLoL)** : 学生主導で運営されているLoLのリーグ。**500を超える北米大学のLoLクラブ**が参加
- **Riot Scholastic Association of America (RSAA)** : 高校・大学シーンにおけるRiot Gamesのタイトルの運営を目的として2019年5月に立上
- **National Association of Collegiate Esports (NACE)** : 非営利団体で、大学レベルでのeスポーツの拡大を目指し、**奨学金やeスポーツに集中できる環境づくり**を推し進める。大学プログラムのロジ回りに焦点を当てているため、タイトルにはとらわれずに支援

eスポーツ奨励プログラム事例

カリフォルニア大学アーバイン校

- Riot Gamesの後援を受けてLoLのeスポーツ奨励プログラムを2016年に開始
- 奨励プログラムには**毎年10人**の枠が用意。実績やコミュニケーション能力を見られ、**トライアウト**を通して選考が行われる
- 校内には約**330㎡の大きさのeスポーツ施設**があり、**80台のゲーミングPC**を学生が使用可能



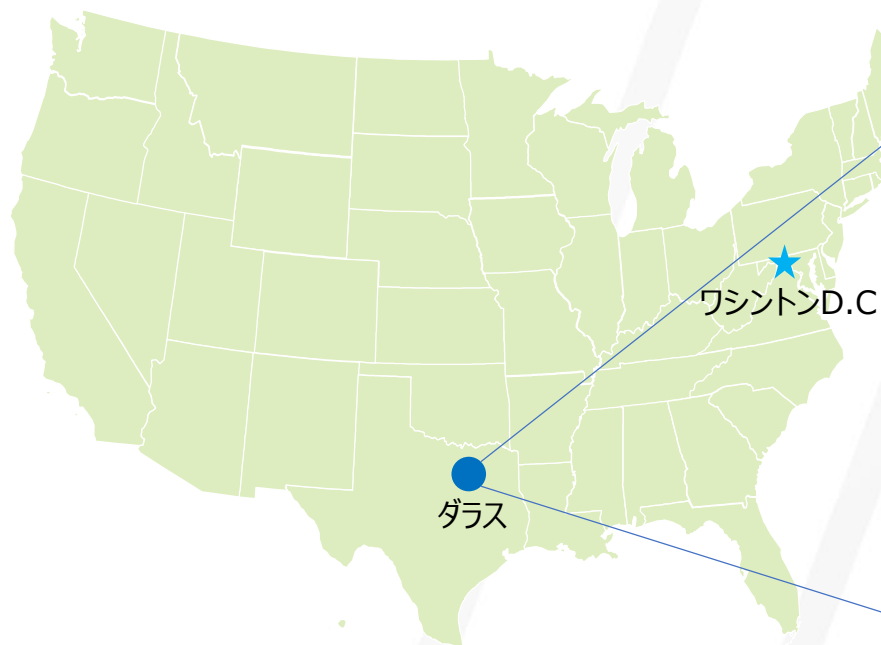
ロバートモリス大学

- 全米初となるeスポーツプログラムを2014年に開始
- 一人当たり最高で**年間\$19,000の奨学金**を用意
- 6つのタイトル（LoL、CS:GOなど）のチームを持ち、2018-2019シーズンのロースターは36人
- アパレルのChampionがスポンサー



【事例4】地方都市における取り組み

ダラスではNFLチームと協業でeスポーツの普及拡大策が実施されている。また、民間だけでなく、市がイベント施設の改築も支援するなどの行政の取り組みも行われている



Game Stop Performance Center (NFLのDallas Cowboys本部の複合施設の一部)

- MaddenやFIFA、CS:GOなど12のチームを持つComplexity Gamingの本社及び練習施設として使用
- 2019年5月にオープン（Cowboys自体の施設は2016年）
- 一般向けフィットネスセンター、レストラン、賃貸オフィス、大手医療機関などが併設
- チームメンバーはCowboysの選手が使うジムでトレーニングを共にしたり、食堂で一緒に食事が可能
- eスポーツ用トレーニングルームは、カスタマイズできる照明により大会のステージを再現でき、マジックミラーを隔てて一般人が練習風景を見ることが可能



eSports Stadium Arlington (全米最大のeスポーツ施設)

- 2018年11月にオープン
- イベント施設だったArlington Convention Centerを改築し、アーリントン市が総工費 1,000 万ドルを全額負担
- 最大 2,500 人の観客を動員でき、総面積は9,290平方メートル
- eスポーツ競技スペース、試合前のシミュレーションスペース、配信PFへ試合の様子を生中継する放送スタジオ・メディアルーム、一般向けプレイスペースなどを完備



2-2. 中国：eスポーツの歩み

民間ではTencentがSNS運営、大規模大会主催、配信PF*と資本提携、パブリッシャー買収を行うなどして、あらゆる部分に影響力を及ぼすようになる。2016年頃からは政府によるeスポーツへの本格支援が始まる

出来事

- ・2000～2015：輸入ゲームの製造・販売禁止（合併であれば可）
- ・2003：政府がeスポーツをスポーツと認める
- ・2004：政府が「PCオンラインゲーム関連番組の放送禁止に関する通知」を発表
- ・2006：SKY選手がWarCraft3で2年連続優勝
- ・2011：LoLがTencent代理運営によりサービス開始
- ・2011：中国eスポーツ連盟発足
- ・2012：Tencent運営のWechatユーザーが1億人突破 ⇒ 協力的な広告基盤に
- ・2013：Tencent主催でLeague of Legends Pro League（LPL）を初開催
- ・2013：Dota2がPerfectworldの代理運営によりサービス開始
- ・2014：中国の年間賞金総額が1000万ドルを突破
- ・2015：AlibabaがAlisports設立
- ・2015：王者荣耀が発売（Tencent）
- ・2016：中国政府によるeスポーツ支持表明や政策の発表（特区構想も表明）
- ・2016：Tencentが大手配信PFのDouyuへ出資し、資本提携
- ・2017：マカオでGirl Gamer 2017が開催
- ・2018：Tencentが大手配信PFのHuyaへ出資し、資本提携
- ・2018：アジアオリンピックでeスポーツを実施し、中国代表がLoLとAoV部門で優勝

PEST

P	・国家体育総局によるeスポーツの認可 ・政府規制による内資企業の成長（輸入ゲーム/外資PF規制） ・eスポーツ関連法案整備や特区構想の推進
E	・Tencentが、メディア、パブリッシャー、配信PFを掌握 ・Alibabaなど、業種の企業が参入しエコシステムの規模が拡大 ・大学周辺を中心にインターネットカフェが普及（ピーク時には35万件が営業）
S	・WoW, LoL, Dota2, 王者荣耀等の大人気タイトルの登場 ・PCバンの拡大による、ローカルコミュニティ形成・大会増加 ・スター選手の登場によるプロ選手の認知・人気向上 ・大規模大会開催と国産PFを通じたコンテンツ配信
T	・世界的なIT企業主導でのインフラ整備

KSF

- ・パブリッシャー（Tencent）が大規模な資本投入を実施し、自らがメディアや配信PF、大会主催者になりエコシステムの各エリアに影響を及ぼした事

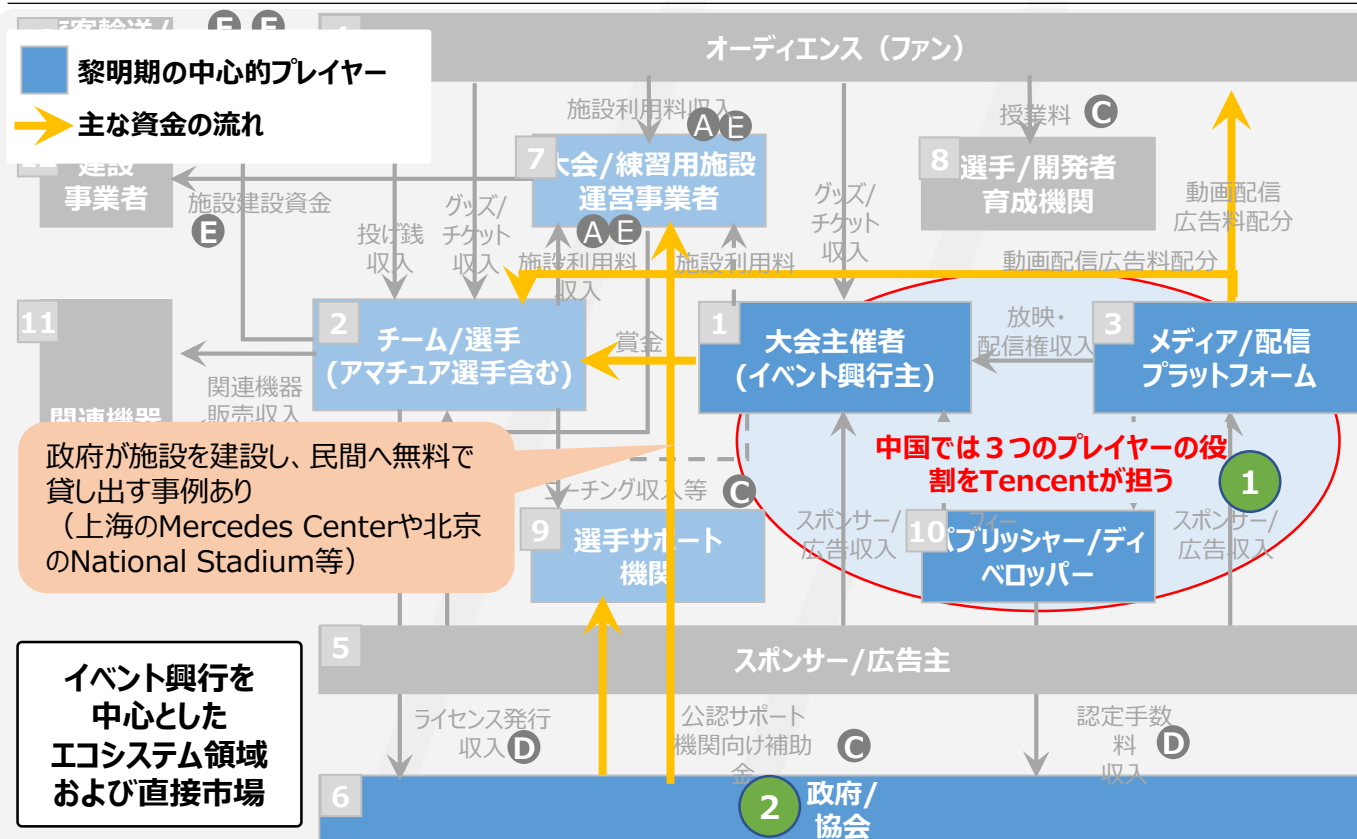
*PF=プラットフォーム

出所：有識者インタビュー、2019 eスポーツご大陸白書やその他公開情報をもとにKPMGにて作成

2-2. 中国：黎明期から成長期への市場成長

中国のeスポーツ市場はパブリッシャー（Tencent）と政府の支援により資金の流れが形成された

市場成長を支えたプレーヤー・金流



Key Findings

1

- Tencentが大規模投資をして、エコシステムの各所に影響を及ぼすようになった

2

- 中国政府は00年代には規制を進めたが、eスポーツが経済発展に寄与する事が分かったと10年代後半から支援を進め、特区設置や施設建設を進めた

得られる示唆

- パブリッシャー（Tencent）が大規模投資
- 政府の支援政策

2-2. 中国：市場成長・社会的意義

大手パブリッシャーと政府の主導で市場を拡大させる中で、地方への経済循環・活性化策が取り組まれている

市場成長

ゲームとしての 魅力向上	人気タイトルホルダーの買収と人気ジャンルの国内産タイトルへの投資(王者荣耀) 事例1
イベントとしての 魅力向上	Alibabaは自社で主催のWESG*の周辺事業として、配信PFの整備やWESG旅行ツアーを実施 事例2
選手の経済的 地位向上	LoLはプロは2部リーグ（Top League: LPL、Second League: LDL）まであり、アマチュアではRegional Leagueと大学リーグが存在 事例3
ファンのコア化	行政主導のもと、杭州で2022年のアジア競技大会を見据え、収容可能人数2万人の大型スタジアム（レストラン、カフェ、書店、ジムなども併設）を建設中
法制度/ルール 対応の ハードル引下げ	特質点はなし

得られる示唆

- 流行りのジャンルのゲーム開発や、賞金額で話題を作るなど、魅力度を上げファンを引き付けるための施策を実行している

社会的意義

国民の健全育成・ 心身の両面にわたる 健康の保持増進	Tencentは、ゲーム依存への対処方法として、深夜帯は子供はプレイできないような設定を使用
地域における 連帯感の醸成	地方政府や民間企業が主導で7つのeスポーツ特区（2018年10月時点）の開発を進め、経済活性化を目指す 事例4
国際的な 友好と親善	- 西安でシルクロードカップを開催し、シルクロード上の国の選手を招待 - Alibaba主催のWESGは、2018年は200か国から年間68,000人以上の参加者を動員。国対抗のトーナメント戦で、世界206か所のオンライン予選と、38か所のオフライン戦を実施

得られる示唆

- 政府はeスポーツを経済活動として捉えており、その結果として地方創生に繋がっている

*WESG=World e-sports Games

出所：有識者インタビュー、2019 eスポーツ大陸白書やその他公開情報をもとにKPMGにて作成

【事例1】パブリッシャーの買収や人気ジャンルの国内版を開発(1/2)

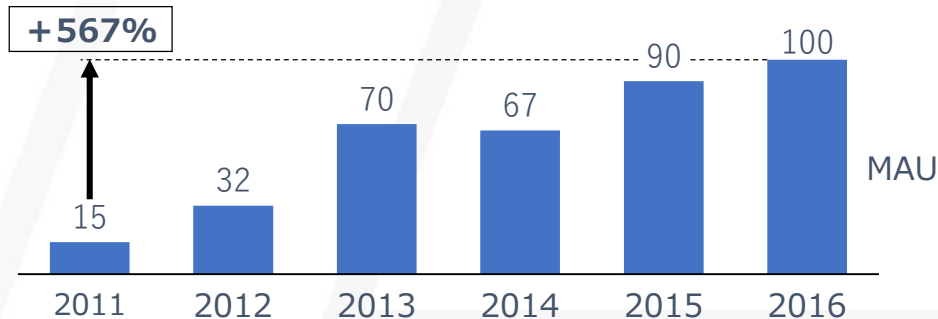
Tencentは強力なeスポーツタイトル持つ企業を買収し、ゲーム自体のユーザー数増加で収益を伸ばしている

Tencent Games傘下の企業・IP

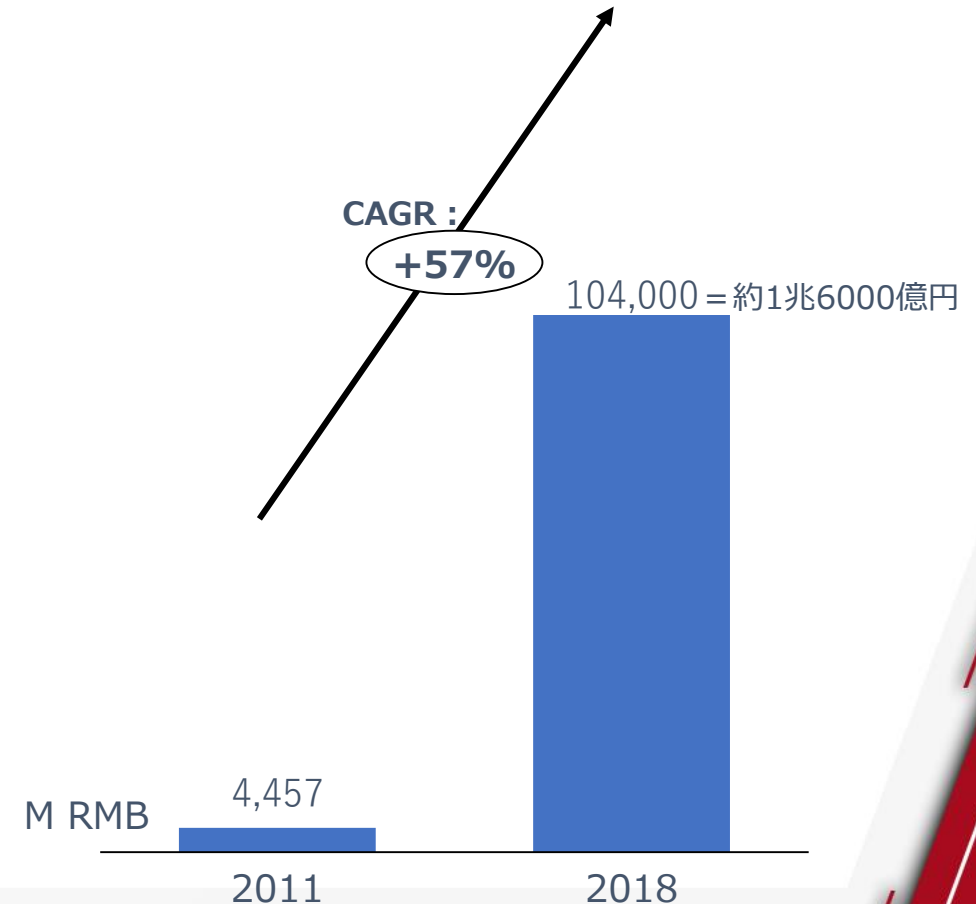


League of Legends MAUの推移 (百万人)

買収後も順調にアクティブユーザーが増えている



Tencentのオンラインゲーム売上



【事例1】パブリッシャーの買収や人気ジャンルの国内版を開発(2/2)

高額賞金のタイトルを並べると、Tencentの資本がTop10の内、8つに入り込んでおり、Tencentのeスポーツへの影響力が強い事が分かる

タイトル別賞金総額Top10 (2018)

順位	タイトル名	賞金総額 (万ドル)	販売・運営会社	Tencentの出資比率 (%)
1	Dota2	4,145	Valve Corporation	-
2	CS:GO	2,268	Valve Corporation	-
3	Fortnite	2,005	Epic Games	40
4	League of Legends	1,455	Riot Games	100
5	PUBG	775	Bluehole	11.5
6	Overwatch	660	Activision Blizzard	5
7	Heroes of the Storm	527	Activision Blizzard	5
8	王者荣耀	519	Tencent	100
9	Hearthstone	471	Activision Blizzard	5
10	CoD:WWII	428	Activision Blizzard	5

【事例2】 Alibaba Groupの主催大会と周辺ビジネス

Alibaba Groupは、資金力を背景にeスポーツの大会を中心にビジネスの幅を広げている

Alibaba Group によるWESGの開催

- 2016年からAlibabaがWESG(World e-Sports Games)を開催し、2018年は200か国から年間68,000人以上の参加者を動員した。
- 国対抗のトーナメント戦であり、世界206か所のオンライン予選と、38か所のオフライン戦が行われた。日本会場は「吉本無限ホール」

Alibaba Group のWESG周辺事業

- PCバン事業
 - 中国全土に6万店舗展開（200万人のアクティブユーザ/1日）
 - 店舗を使用したアマチュア大会開催（800万人の会員登録者）
- 動画配信プラットフォーム
 - WESGの世界ライブストリーミング
- クラウドコンピューティング
 - ライブストリーミングを支える技術
- 旅行事業
 - WESGツアーの開催

WESG開会式の様子

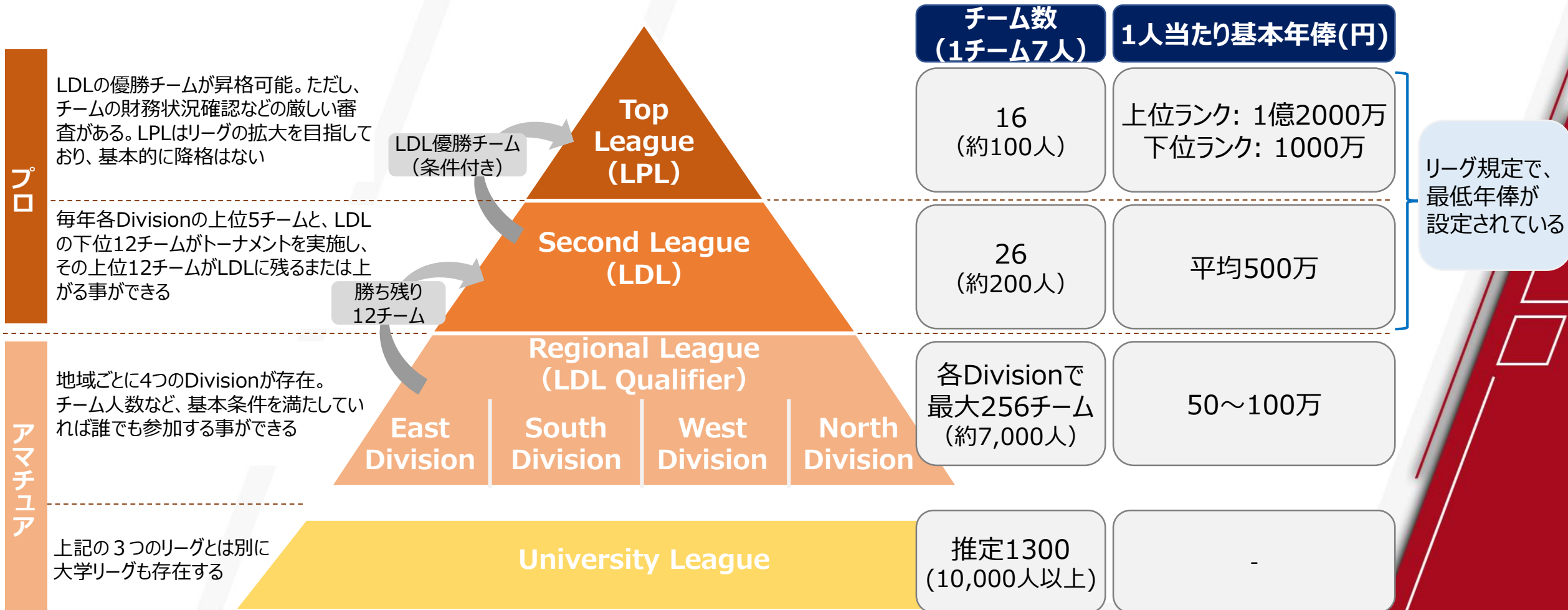


Alibaba Group のeスポーツエコシステム



【事例3】中国におけるLoLリーグの裾野の広がり

中国のLoLのプロリーグは2019年時点で1部と2部合わせて42チームあり、毎年拡大を続けている。アマチュアからプロへ取り込むシステムや大学リーグもあり、裾野の広がりがある



【事例4】中国のeスポーツ特区の指定

2016年に国家発展改革委員会、財政部などが共同で「特区通知」を告知、その中でeスポーツ特区が生まれた。2018年10月時点でeスポーツ特区は7都市が存在

太倉天鏡湖eスポーツ特区

- 2018年から5年間で約25億元（約413億円）が投入される予定で、スタジアムやインキュベーションセンターなどの施設が建設される
- 2018年7月までにeスポーツ関連企業を中心に60社のテナントが集まっている
- バスケットボールを題材にしたゲーム「街頭籠球」のプロリーグが開催されており、特区とともにこのイベントをブランディング化していく狙い



杭州eスポーツデジタルエンタテインメント特区

- 行政主導のもと、民間会社と共同開発
- 2018/11/16にオープン
- 2022年のアジア競技大会を見据え、収容可能人数2万人の大型スタジアム（e-Sports ARENA）を建設中
- レストラン、トレーニングジム、学校、ホテル、病院なども開設予定
- LGDやAS、eStar、SCと言ったeスポーツチームも拠点を構える



2-3. 韓国：eスポーツの歩み

PCバン操業ラッシュと、ケーブルテレビ局がリーグの開催及び専門チャンネルを開設した事で市場基盤が形成。政府からも2004年にeスポーツ発展中長期ビジョンが発表され市場支援を得る。そうした流れの中で、韓国の大手企業のサポートを受けてプロチームが次々と発足された

出来事

- ・1997：アジア通貨危機 ⇒ 失業者によるPCバン創業ラッシュ
- ・1997：政府主導での高速インターネット整備
- ・1998：スタークラフト発売 ⇒ 韓国で大ヒット
- ・1999：OGN（ケーブルテレビ局）がStarleagueを開催し、自身で放送
- ・2000：政府の承認によりKeSPA設立
- ・2000：世界初ゲーム専門チャンネルOGN登場（CJ社）
- ・2001：サムスンがWCGのメインスポンサーに就任
- ・2004：政府が「eスポーツ発展中長期政策」を発表
- ・2004：SKテレコム等、大企業によるチームの保有 ⇒ 選手の待遇改善
- ・2005：初のeスポーツ常設競技場、I'PARK mall e-Sports Stadiumが開館
- ・2008：国際eスポーツ連盟（IeSF）の設立
- ・2010：StarCraftでプロゲーマーによる八百長が発覚
- ・2010：BlizzardがMBCとOGNに対し放映権を巡り訴訟を提起
- ・2015：StarCraftIIで八百長が発覚（翌年にリーグ終了）
- ・2016：政府とソウル市が共同でeスポーツアリーナを建設
- ・2016：韓国の年間賞金総額が1000万ドルを突破
- ・2017：PUBG発売
- ・2018：LoLパークがソウルで開館

PEST

- | | |
|----------|--|
| P | <ul style="list-style-type: none"> ・文化観光部によるeスポーツの認可、推進機関(KeSPA)の設立 ・通貨危機後の国策としての高速回線インフラ整備 ・国際的なeスポーツイベント・ショーの推進・支援 ・ゲーム国家技術資格検定制度やゲームアカデミー等の教育支援 |
| E | <ul style="list-style-type: none"> ・大口スポンサー登場（サムスン、SKテレコム、KT、CJ） ・大企業のチーム保有によるプロ選手の収入安定 |
| S | <ul style="list-style-type: none"> ・スタークラフトやLoL等の大人気タイトルの登場 ・PCバン拡大によるローカルコミュニティ形成・大会増加 ・スター選手の登場によるプロ選手の認知・人気向上 ・ケーブルTV放送を通じたライト層への観戦文化普及 |
| T | <ul style="list-style-type: none"> ・政府主導による世界でも有数の高速インターネット環境の普及 |

KSF

- ・PCバン操業ラッシュによるプレーする場の広がりによる文化形成と、メディアの大手企業による大会主催及び積極投資

市場成長を支えたプレーヤー・金流

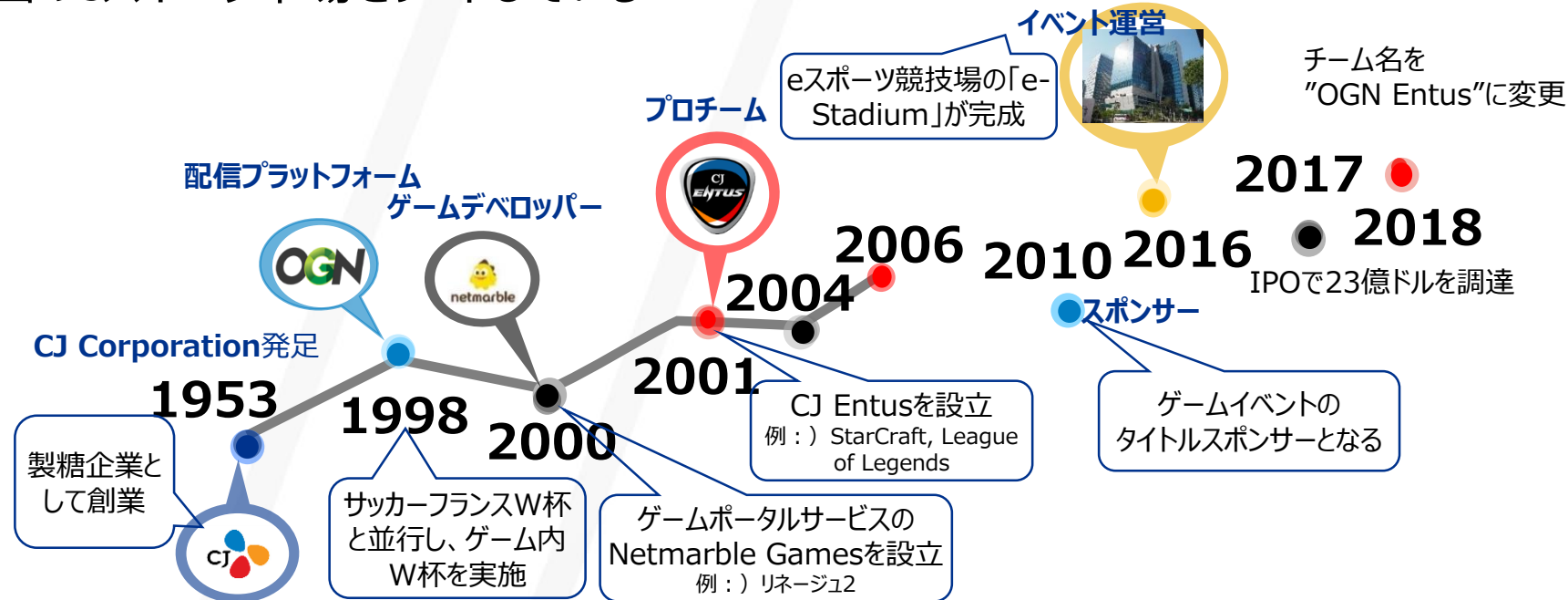


- ## 得られる示唆

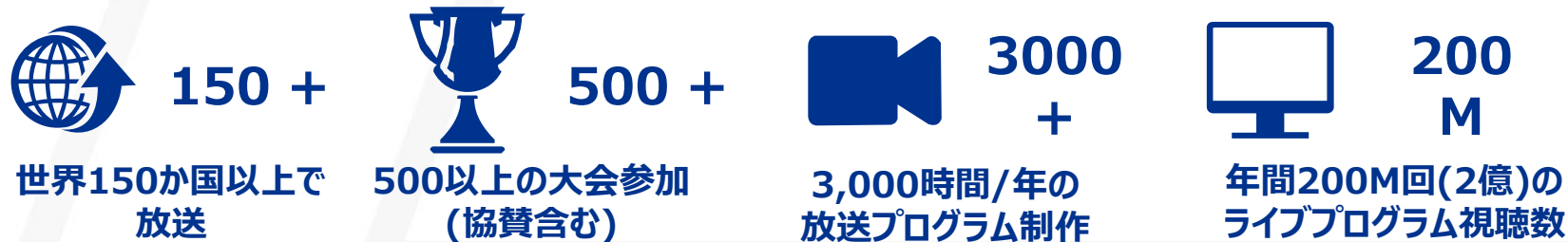
- 出所：有識者インタビュー、2019 eスポーツご大陸白書やその他公開情報をもとにKPMGにて作成

【参考】CJ社のeスポーツ事業の遍歴

CJ社は配信プラットフォームからeスポーツに参入し、チーム運営やイベント主催を行うなど長期にわたって韓国のeスポーツ市場をリードしている



OGN(スポーツ専門ケーブルTV)のeスポーツの実績 (2018年現在)



2-3. 韓国：市場成長・社会的意義

企業活動だけでなく、協会・政府の支援・普及活動も積極的に参画しながら、市場成長・社会的意義の創出が取り組まれている

市場成長

ゲームとしての 魅力向上	海外市場狙いのタイトル(PUBG)を開発し、逆輸入
イベントとしての 魅力向上	- Riot GamesはソウルにLoLの試合専用の施設（LoLパーク）を建設 事例1 2008年のStarleagueの決勝では少女時代がパフォーマンス
選手の経済的 地位向上	リーグの整備が進んでいるLoLは、最低年俸制度がパブリッシャーであるRiot Gamesによって定められているため、他リーグより年俸が高額
ファンのコア化	- 韓国eスポーツ協会は「公認eスポーツPCクラブ」と言う事業を実施。eスポーツ大会を行うのに相応しい施設を認定していく活動 - 韓国コンテンツ振興院主導で「eスポーツの殿堂」を開館し、eスポーツの歴史説明やトロフィーを飾った展示館をアリーナに併設
法制度/ルール 対応の ハードル引下げ	特質点なし

得られる示唆

- ゲーミングカフェ普及のための、協会による認定制度や最低年俸制度による収入安定等、継続的な市場拡大を支える取り組みが行われている

社会的意義

国民の健全育成・ 心身の両面にわたる 健康の保持増進	2018年にゲーム会社のNetmarble主催で1,500人規模の障がい者向け大会をソウルで開催（生きがい提供の事例）
地域における 連帯感の醸成	2019年3月、地方都市のテジョン市が30億ウォンの予算で500人規模のアリーナ建設をする事を発表。eスポーツのイベントが開かれていない時はVR体験センターとして運営する予定
国際的な 友好と親善	ソウル市が外国人向けにeスポーツ観光ツアーを定期開催 事例2

得られる示唆

- 企業（パブリッシャー）の社会的意義活動だけでなく、行政も積極的に認知・文化醸成に寄与する活動・投資を行っている

【事例1】韓国におけるeスポーツ施設

韓国ではパブリッシャー・政府・放送メディアがeスポーツに関わる様々な施設の開設・運営を行い、eスポーツの魅力を世間に伝える努力をしている

魅力向上のファクター

• LoLの世界観を実体験する事で没入感を得られる

• eスポーツの歴史を学ぶ事で、ファンが歴史の当事者として感じる事ができる

• eスポーツ専用アリーナを用意する事でより楽しく観戦ができる

LoLパーク (Riot Games主導で建設)

- ARENA : 500人収容可能なLoL専用スタジアム
- ネットカフェ : 低価格24Hネットカフェ (147円/1H)
- コンセプトカフェ : LoL登場の架空都市の世界観
- ミュージウムエリア : キャラクター展示やグッズ販売



eスポーツの殿堂 (韓国文化体育観光省の主導で開館)

- History Zone : 韓国のeスポーツの発展の歴史を紹介
- Hall of Fame : 創成期に活躍した選手の肖像画や優勝カップを展示



OGN eスタジアム (メディアのOGN主導で建設)

- OGN Giga Arena : 韓国で最大のアリーナで、1000人を収容可能
- Survival Arena : バトルロワイヤルの大会を想定したアリーナで、同時に100人がプレイ可能



【事例2】eスポーツ観光ツアー

韓国ではソウル市の主導で外国人観光客向けeスポーツ観光ツアーを定期開催

ソウルで行われている観光ツアー

- 内容：OGN eスタジアムとeスポーツの殿堂の見学、eスポーツ競技の観戦
- 期間：月二回（2019年は4月～12月）
- 対象：外国人観光客 1回最大15名
- 対応言語：英語、韓国語
- 料金：無料

OGN eスタジアムとeスポーツの殿堂の見学
(約40分)



eスポーツ競技の観戦
(約120分)



2-4. ドイツ：eスポーツの歩み

ドイツ市場は、今では世界的なイベント主催者であるESLがIEMやESL Proリーグを開催するなどしてeスポーツの基盤形成。2010年代後半からは、他業界の大手スポンサーや、サッカーチームがeスポーツへ参入し、積極投資が行われている

出来事

1997：ドイツ・クランリーグ（Deutsche Clanliga：DeCL）設立
 2000：DeCLを継承する形でESL（Electronic Sports League）設立
 2002：RTSゲーム（Anno 1503）の発売とヒット
 2007：IEM（Intel Extream Masters）がハノーファーで開催
 2009：第一回gamescomがケルンで開催
 2014：最初のESL Oneがケルンで開催
 2014：ESL Pro League シーズン1が開幕
 2015：ESLがドイツ・アンチ・ドーピング機構と協力しeスポーツにおけるドーピング撲滅を目指す方針を発表
 2016/17：IEMの1シーズンにおける賞金総額が100万ドルを突破
 2017：メスセデス・ベンツがESLとパートナーシップを締結。eスポーツへ本格参入
 2017：ドイツeスポーツ連盟（ESBD）が設立
 2017：BMWがLoLのヨーロッパ選手権のスポンサーに就任
 2018：サッカークラブのBayer 04 LeverkusenとSV Werder Bremenがeスポーツチームを設立
 2018：eスポーツ選手へのビザ発行要件を緩和
 2018：専門雑誌「eSport」の発行

PEST

P

- ・政府はeスポーツをスポーツとして認めないも、eスポーツ選手へのビザ発行要件を緩和する予定
- ・州レベルではeスポーツ支援のための法案（eスポーツを従来の税制に受入やアカデミーの設置など）の可決

E

- ・BMWやVodafoneなどの他業界からの大口スポンサーの存在
- ・強豪サッカークラブのeスポーツに対して積極的な参入
- ・eスポーツの世界最大手のESLが多数の大規模大会の運営

S

- ・LANパーティーによるコミュニティ形成
- ・eスポーツ専門雑誌や大手スポーツ専門TV局によるeスポーツ専門チャンネルを創設

T

- ・経済的にも先進国であり、高速インターネットが初期から普及

KSF

- ・世界規模の大会主催者（ESL）による草の根活動と、他業界の大口スポンサーの参入

市場成長を支えたプレーヤー・金流



- ## 得られる示唆

- 出所：有識者インタビュー、2019 eスポーツご大陸白書やその他公開情報をもとにKPMGにて作成

【参考】ESL(Electric Sports League)について

ESLは最も古くから継続的に運営されているeスポーツ企業のひとつで、世界最大規模。世界各国で国内・国際大会を開催している。

概要

- 名称 : ESL (Electronic Sports League)
- 設立年度 : 2000年
- 本社 : ケルン (ドイツ)
- 支社 : 13か国15か所
(カトヴィツェ、ロンドン、イスタンブール、ロサンゼルス、シンガポール、シドニーなど)
- ウェブサイト : <https://www.eslgaming.com/>

ESLが運営する主な大会・リーグ

名称	競技タイトル	賞金総額	コメント
IEM (Intel Extreme Masters)	年度により変更 (2019年はCS:GO とStarCraft II)	\$1,400,000 (IEM Katowice 2019)	2007年からスタートし、2020年でシーズン13を迎える。単体での開催規模としては世界最大級のeスポーツイベント。2018年の来場者数は17万人。インテルがメインスポンサー
ESL One	CS:GO, Dota2, Battlefield4	\$300,000 (ESL One Hamburg 2019)	2014年からスタートし、毎年世界中の都市で複数回開催。インテルがメインスポンサー
ESL Pro League	CS:GO	\$600,000 (Season 10 Finals)	2015年からスタートし、CS:GO専門のリーグとしては一番古い。レギュラーシーズンはヨーロッパ、アメリカ大陸、アジア太平洋の3地域に分けて行われる
ESL National Championship	国・地域ごとに流行りのタイトルを採用 (PUBG、Dota2、CS:GOなど)	\$1,000~\$20,000 (リーグ規模により大きく変動)	国内での最強を決める大会で2012年にドイツリーグが最初にスタート。その後、国・地域ごとにリーグを設置し、拡大していった。2019年は22のリーグで、10種類のタイトルを扱う。

2-4. ドイツ：現状の市場成長・社会的意義

リアルスポーツの仕組みや知名度を活用して市場成長及び社会的意義への貢献を行っている

市場成長

ゲームとしての 魅力向上	・特質点なし
イベントとしての 魅力向上	・ドイツサッカー代表のMust Ozilが個人でeスポーツチームを立ち上げ、注目を集める ・ESLはスポンサーのDHLのロボットを使い、試合中に選手へ医療品などを運搬。観客からも写真を撮られ盛り上げている
選手の経済的 地位向上	・eスポーツチーム（SK Gaming）のスポンサーに保険会社（ARAG）があり、選手への健康保険契約を提供
ファンのコア化	・ESL Playによりライト層のコア化（アマチュア向けのオンライン大会で、毎月60以上のゲームで1,000以上のトーナメント開催） 事例1
法制度/ルール 対応の ハードル引下げ	・特質点なし

得られる示唆

- ・ESLの展開力と有名人の資金力により成長促進している

社会的意義

国民の健全育成・ 心身の両面にわたる 健康の保持増進	・NPOのStiftung Digitale-chancenは高齢者向けにゲームの遊び方講座を実施
地域における 連帯感の醸成	・Virtual Bundesligaの開催。ブンデスリーガの1部・2部の22チームのeスポーツ選手がFIFAでトーナメント実施（VfB Stuttgartにはnik-lugiと言う障害者の選手が所属）
国際的な 友好と親善	・eスポーツ選手のビザ緩和 事例2

得られる示唆

- ・リアルスポーツに当てはまる制度や活動を踏襲し社会的意義貢献を実施

【事例1】ESL Play(アマチュア大会)によるファンのコア化

レベルに関わらず、アマチュアが様々なゲームのトーナメントに参加できるプラットフォーム。成績が優秀であれば、プロリーグへの参加資格も得る事ができる

ESL Playの概要

- 無料で登録・プレイが可能なアマチュア向けのコミュニティ
- 60を超えるゲームで毎月1,000以上のトーナメントを開催
- 毎月\$45,000以上の賞金を用意
- 運営するオンラインのアマチュアリーグ（タイトルにより参加条件が異なる場合あり）
 - ESL Open
 - どんなチームでも参加可能なオンラインリーグ。グループステージとプレーオフでシーズンが構成される。成績優秀チームは、ESL Challengerへの参加資格を得られる
 - ESL Challenger
 - 少額の賞金（\$1,000以下）付きのリーグ。優勝者はESL Pro（ESL OneやIEMなどの大規模大会をまとめた総称）への参加資格を得られる事がある
 - ESL Masters
 - 多額の賞金（\$10,000以上）付きのリーグ。ESL Challengerなどで一定の成績を収めたチームのみ参加可能



【事例2】選手のビザ緩和の取り組み

Eスポーツ協会の働きかけをきっかけにeスポーツ選手のビザ緩和の制度改革を予定している

リアルスポーツに倣ったビザ取得の検討

- 2019年10月、ドイツ政府がeスポーツ選手のビザ緩和の草案を発表（2020年3月施行予定）
 - 「現状は、eスポーツ選手へは90日までの短期スポーツビザのみであるが、緩和が実現されれば、リアルスポーツと平等の条件となり、チームに雇用されている限り半永久的に滞在可能になる」
-ドイツeスポーツ協会会長

申請検討内容例

- ビザ申請条件（案）
 - 16歳以上
 - ドイツに本拠地を置き、国内あるいは世界レベルのリーグに所属しているチームに雇用されている事

2-5. ポーランド：eスポーツの歩み

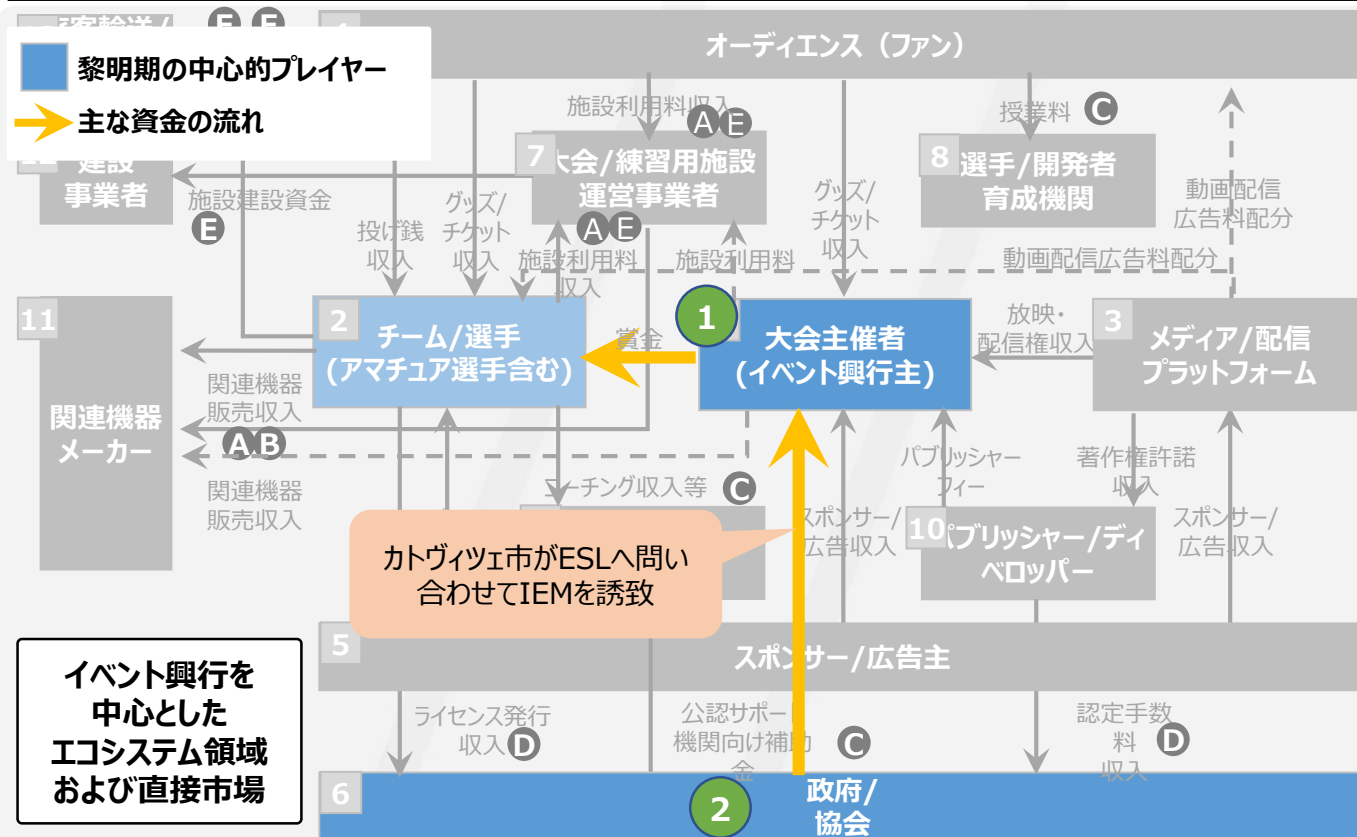
ポーランドはIEMやESL Oneの呼び込みにより、周りのeスポーツ大国(主にドイツ)からの投資で市場が成長

出来事	PEST
2013：カトヴィツェで初めてのIEM（Intel Extream Masters）を開催 2014：TAZ（Vitis.pro所属、CS:GO）がEMS One Katowiceで優勝 2014：ESL Oneがカトヴィツェで初めて開催 2016：1部リーグのサッカークラブ（Legia Warszawa）がeスポーツ部門を創設 2016：ポーランドeスポーツ協会（Poland eSports Association）設立 2018：最大手ブックメーカーのStar-Typ Sportがポーランドeスポーツリーグのスポンサー契約 ⇒ その後競合のFortunaも参入 2018：ワルシャワ国立競技場でCS:GOのチャリティトーナメント開催 2019：IEM Katowiceの賞金総額が100万ドル突破 2019：V4（ポーランド、ハンガリー、チェコ、スロバキア）のeスポーツ連携協定	P ・2019年4月にポーランドの大統領がeスポーツはスポーツだと発言しているが、まだ具体的な法律は整備されていない
	E ・ポーランド唯一の公共放送Telewizja Polskaは国内の主要リーグの独占放送権を獲得 ・カトヴィツェ市は2018年10月に、今後5年間で総額338万ドルをIEM Katowiceのプロモーション費用に企てる事を決定 - サッカー1部リーグのクラブ、Legia WarszawaのFIFAのeスポーツチーム設立を皮切りに、他チームも相次いで参入
	S ・選手が積極的に社会貢献活動をしているため、性別・年齢を問わず社会的にeスポーツが受け入れられている
	T ・経済発展による一般家庭でのインターネットの普及
	KSF
	・ドイツの大会主催者（ESL）によるIEM Katowiceの開催

2-5. ポーランド：黎明期から成長期への市場成長

ポーランドのeスポーツ市場は、熱狂的なファンを基盤に回りのeスポーツ先進国（特にドイツ）の資本が入り込んできた事により成長

市場成長を支えたプレーヤー・金流



Key Findings

1. ESLはカトヴィツェにコンテンツ制作チームを置き、ポーランドのeスポーツの盛り上がりとともに現地の従業員が100人以上まで増加
2019年IEM Katowiceの賞金が100万ドルを突破。来場者数は2013年の5万人から2018年には17万人へ増加
2. 最初にカトヴィツェ市からESLへIEMを誘致するために接触し
カトヴィツェとESLとの契約は2019年で終了するが、市議会は引き続きIEMを招致する意向を見せており、2018年10月には今後5年間で総額338万ドルをIEM Katowiceのプロモーションに企てる事を決定

得られる示唆

- ・eスポーツ先進国の(大会主催者の)資本活用

2-5. ポーランド：現状の市場成長・社会的意義

地方都市が世界大会を複数年継続して誘致・実施することで、市場成長だけでなく、社会的意義の観点からも国内にeスポーツを根付かせている

市場成長

社会的意義

ゲームとしての 魅力向上	・特質点なし
イベントとしての 魅力向上	・IEMの世界優勝決定戦を毎年カトヴィツェで開催する事で、カトヴィツェをeスポーツの聖地になるようにイメージを変えた
選手の経済的 地位向上	・ELIGAと言うリーグは参加するチームが保有する形で、参加するにはチームが株式会社化する必要。プレイヤーは収入が保証され、チームは列日やスタッフの拡充などがしやすくなる。成績不振によるオーナーシップはく奪もない
ファンのコア化	・2つのeスポーツ専門TVチャンネル（E-SPORT TV、Polsat Games）があり、24時間放送している
法制度/ルール 対応の ハードル引下げ	・特質点なし

A 国民の健全育成・ 心身の両面にわた る健康の保持増進	・大会ではファンがボランティアで障害者の移動の手助け。事前に助けの必要な人がいないかをSNSで呼びかけ ・CS:GOのチャリティトーナメントで、血液がん患者の支援団体DKMSと協力してドナーの呼びかけ。100人以上がドナー登録をした 事例1
B 地域における 連帯感の醸成	・炭鉱の町だったカトヴィツェ市がIEMを誘致した事で、今では毎年ファンが世界中から訪れる 事例2 ・IEM ExpoをIEM Katowiceの隣の施設で併催。eスポーツに特化したゲームショーであり、プロチームのサイン会やゲームの展示が行われており、IEM Katowiceを見に来たファンが多数来場 事例2
C 国際的な 友好と親善	

得られる示唆

- ・継続的な大会実施による風物詩・聖地化の取り組み
- ・マスメディアでの継続的な露出の取り組み

得られる示唆

- ・地方自治体との協業による地方大規模イベント

【事例1】eスポーツとチャリティを絡めた取り組み

海外ではeスポーツのチームと各種支援団体が協力してチャリティと共催でイベントが実施されているケースが存在

CS:GOのチャリティーナメント（ポーランド）

- 2018年の5/19-20にワルシャワ国立競技場でCS:GOのチャリティーナメントを開催
- 血液がん患者の支援団体DKMSがイベントに協力し、血液がん患者のためのドナー登録を呼びかけ
- 大会期間中を通して100人以上がドナー登録をした



チームと献血団体の協力（米国）

- 有名チームのTeam Liquidと、献血団体のBCA（Blood Centers of America）が協力をして献血を呼びかけ
- BCAで献血をしたら、Team Liquidの限定Tシャツをプレゼント
- Team Liquidのチームデザインが施された専用車両を用意しており、eスポーツイベントなどに遠征



出所：有識者インタビュー、2019 eスポーツご大陸白書やその他公開情報をもとにKPMGにて作成

<http://www.portalmmo.pl/aktualnosci/pierwsze-wydarzenie-gamingowe-na-stadionie-pge-narodowym-juz-w-weekend,380.html>

<https://www.teamliquid.com/news/2019/06/06/be-a-healer-save-a-life-with-bca>

【事例2】地方政府による国際大会の誘致

炭鉱の町だったカトヴィツェはIEM Katowiceを誘致する事によりeスポーツの町に変貌を遂げている

IEM Katowice

- IEMはESLが主催する大会で、2013年に初めてカトヴィツェで開催
- 2020年でカトヴィツェ開催は8回目を迎える（IEM自体は13シーズン目）
- 2018年の来場者数は17万人。（2013年は5万人）
- インテルがメインスポンサー
- 2019年の賞金総額は\$1,400,000
- 2019年はCS:GOとStarCraft IIを採用



IEM Expo

- IEM Katowiceの隣の施設で併催
- eスポーツに特化したゲームショウ
- プロチームのサイン会やゲームの展示が行われており、数十社が出展
- IEM Katowiceを見に来たファンが多数来場



ワルシャワ

カトヴィツェ



ESL Katowice Office

- ESLのコンテンツ制作チームが常駐
- 町のeスポーツの盛り上がりとともに人数が増加し、今では100人以上が勤務

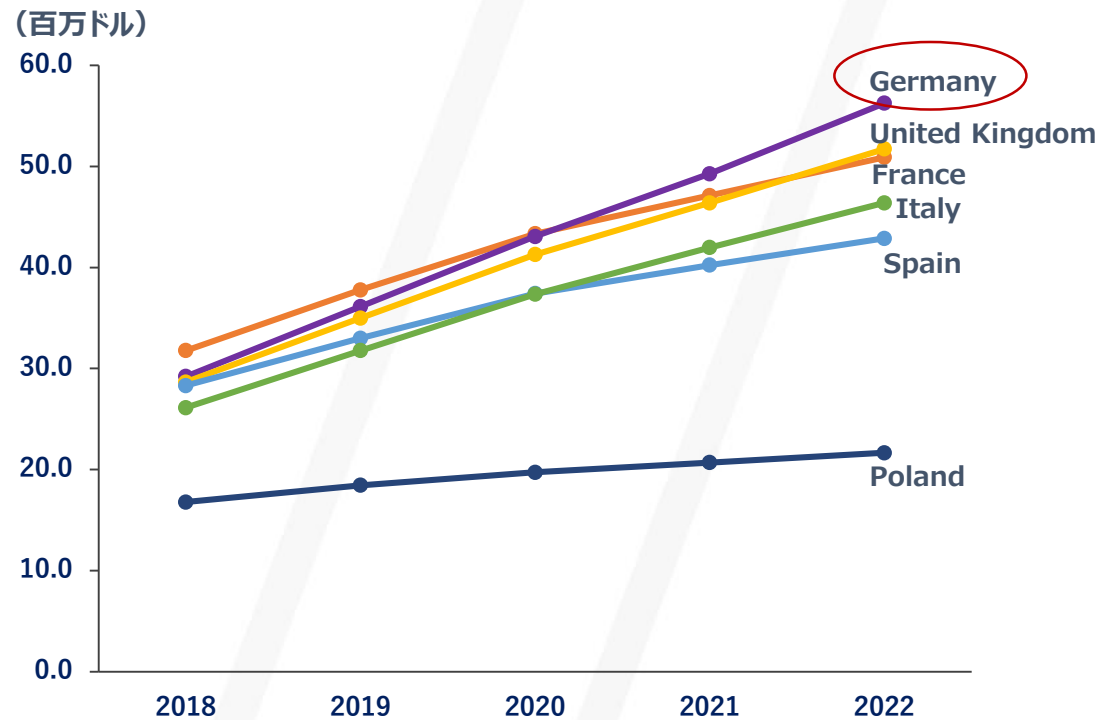
目次

- 第1章 eスポーツ先進国調査サマリ
- 第2章 国別情報
- Appendix

(補足) 海外先行市場の欧州域内調査対象選出

- 市場規模域内トップが見込まれ、eスポーツビジネスの拡大への示唆が得られそうな独国と、視聴者割合が高く、人気醸成の面で示唆の得られそうなポーランドを調査対象とする

市場規模 上位国



eスポーツ視聴者割合 上位国 (2018年)

