

日本の e スポーツの発展に向けて

～更なる市場成長、社会的意義の観点から～

令和 2 年 3 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)

巻頭言

コンテンツ産業を日本における成長分野の一つとしてこれまで牽引してきた立役者の一人は紛れもなくゲーム産業であり、今、その中心的な存在としてeスポーツへの期待が高まっている。

日本は自他ともに認めるゲーム大国だが、eスポーツでは少し出遅れた。その理由の一つは、日本がまさにゲーム大国であったからであろう。家庭用ゲームで世界を席卷したために、海外のeスポーツで主流となったパソコン向けゲームの発展が少し遅れたと言われている。しかし、これは日本が他国を凌駕する競争力、潜在力を持っていることの裏返しとも言えるわけで、ことeスポーツについては、まさにこれからが日本の出番であろう。

eスポーツの健全かつ多面的な発展に向けた環境整備を行うという点については、2018年に一般社団法人 日本eスポーツ連合（JeSU）が発足し、活動の方針も明確になってきた。

この2018年こそが、日本のeスポーツ元年である。大型大会が開かれ、スポンサーも集まり、プロスポーツ団体、メディア、イベント会社など多種多様な業種から企業が次々と参入してきている。第18回アジア競技大会（2018/ジャカルタ・パレンバン）ではeスポーツがデモンストレーション競技として採用になり、日本の高校生がサッカーゲームの種目で金メダルを取った事で大きな注目を集めた。その後も2019年10月には、国民体育大会という国家的なイベントの文化プログラムで全国都道府県対抗eスポーツ選手権も開かれ、eスポーツの社会的な認知は急速に高まってきている。

他方、eスポーツの発展にとって欠かすことができないのが、世界的に押し寄せる技術革新の波である。1990年代から始まったデジタル化、2000年代から始まったスマート化に次いで、AI（人工知能）とIoT（Internet of Things）の時代がまもなく到来するが、それは同時に5Gの時代でもある。5Gによって、eスポーツもパソコンからスマートフォン、そしてクラウドへと主戦場が移行し、競技の在り方もファンの楽しみ方も大きく変わる可能性がある。5Gは産業構造を変えるほどのインパクトがあり、業界にとっては脅威になり得るが、この世界同時進行で押し寄せる変化の波は、キャッチアップする立場である日本のeスポーツにとっては、やはり大きなチャンスとも考えられる。

このような状況を受け、内閣府の知的財産戦略推進事務局が毎年まとめている知的財産推進計画2019では、eスポーツにおける取組が次のとおり記載されている。「コンテンツ分野における新たな成長領域として注目されているeスポーツについて、関係省庁において、制度的課題の解消など健全な発展のため適切な環境整備に必要な応じて取り組むとともに、産学官やコミュニティが連携した取組を通じコンテンツだけでなく周辺関連産業への市場の裾野の拡大や、社会的意義・波及 効果について検討を行うことが必要である。」国の姿勢も明確になった。

こうした背景の中スタートしたのが、この「eスポーツを活性化させるための方策に関する検討会」である。検討会では私が座長を仰せつかり、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、団体等から委嘱された16名の委員で、eスポーツを活性化させるための方策を熱く議論してきた。プロ選手による大会だけではなく、もっとライトにeスポーツを楽しむファンをどのように巻き込んで増やしていくのか。また、eスポーツを産業としてだけではなく、教育、文化、社会といったより幅広い領域で捉え、それらとeスポーツの関わりをどのように拡大していくのか、といったことを論じてきた。その成果をまとめたのが、本報告書である。

日本には、世界的な大型イベントが続く、またとないチャンスが到来している。2020年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会、そしてその5年後の2025年には大阪・関西万博が開催される。本報告書が、今回の検討会で導いた長期目標とそれを実現するための成長施策、社会的意義に関する提言をより多くの方々と共有し、日本のeスポーツの国際的な存在感を高めるとともに、eスポーツを通じて豊かな社会、幸せな地域社会を実現し、一人ひとりの人生を楽しく生き生きとしたものとするための一助となれば、これ以上の喜びはない。

eスポーツを活性化させるための方策に関する検討会

座長 中村 伊知哉

目 次

巻頭言	3
第1章 本検討会の背景と目的、実施方法	7
1-1. 目的・内容	7
1-2. 実施方法	8
第2章 市場規模に関する調査及び議論	12
2-1. eスポーツ市場進化を踏まえた市場の再定義	12
1) eスポーツ市場の進化過程	12
2) eスポーツ市場として捉えられるビジネスの全体像	13
3) eスポーツ市場における資金の流れ	14
2-2. 市場規模の試算	16
1) eスポーツ市場における資金の流れ：直接市場	16
2) 直接市場のビジネス規模予測	16
3) eスポーツ市場における資金の流れ：エコシステム	17
4) エコシステム領域の市場規模試算ロジック概要	18
5) エコシステム領域の市場規模試算ロジック詳細	18
6) エコシステム領域の市場規模試算結果	19
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	21
2-3. 長期市場規模目標	22
1) 長期視点での直接市場規模算出アプローチ	22
2) ファン数と1人あたり価値の目標設定	23
3) 直接市場の長期目標案	23
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）	24
5) eスポーツ市場の影響を受ける波及領域の産業	25
2-4. 海外調査報告	27
第3章 長期的な日本のeスポーツ市場の成長に向けて（提言）	28
3-1. 日本のeスポーツの持続的成長のための必須条件	28
3-2. 日本のeスポーツの持続的成長のための方向性抽出	29
3-3. 日本のeスポーツ市場進化に向けた提言	29
1) ゲームとしての魅力向上	30
2) イベントとしての魅力向上	30
3) 選手の経済的地位向上	30
4) ファンのコア化	30
5) 法制度/ルール対応のハードル引き下げ	30

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）	31
4-1. 社会的意義についての討議方針	31
4-2. 社会的意義の実現に向けた提言	33
1) 人生を楽しく健康で生き生きとしたものとする	33
2) 共生社会や健康長寿社会の実現、経済・地域の活性化	34
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	34
4-3. SDGs から見た e スポーツの社会的意義	34
第5章 検討会の総括と今後の検討事項	35
5-1. 検討会の成果	35
5-2. 今後の検討事項	35
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	35
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	36
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	37
5-3. 求められるアクション	38
1) 業界団体	38
2) 産業界	38
3) 教育・研究機関	39
4) 官公庁	39
5) 地方自治体	39
6) プレーヤー	39
第6章 最後に	40

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 出所は KADOKAWA Game Linkage。記載の市場規模データは、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PC、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（PC・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。

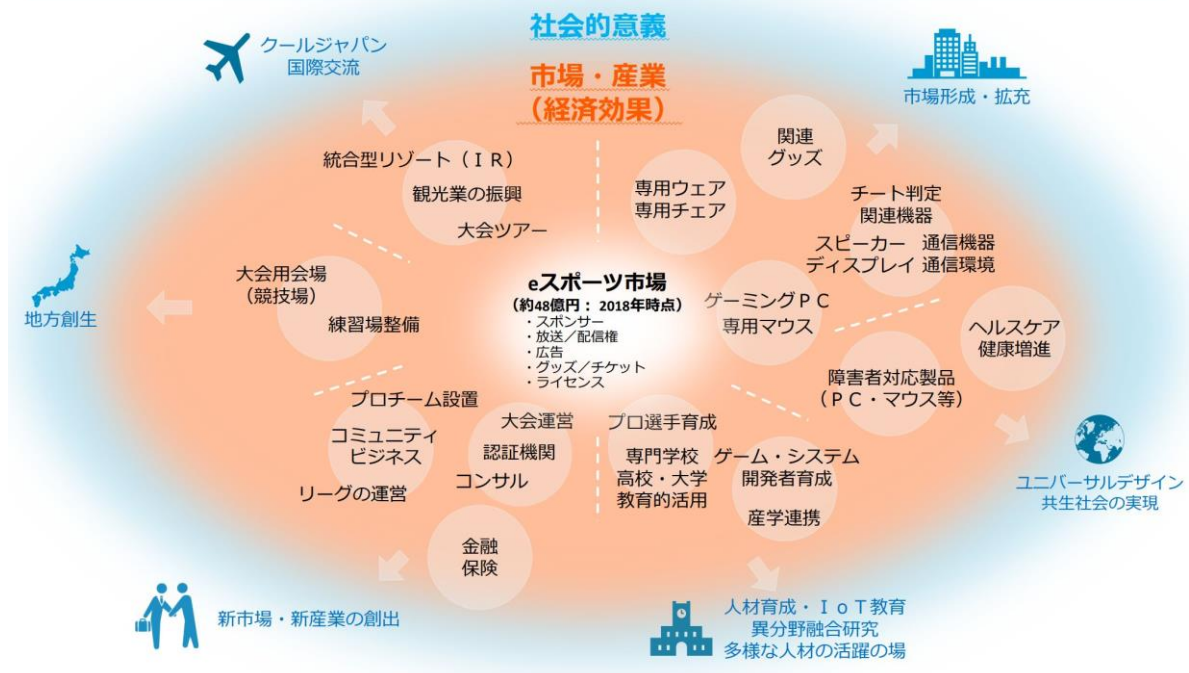
- ・ 周辺領域も含めた e スポーツ全体の発展経緯
- ・ e スポーツ競技の質保証に資するガイドライン、統一的団体の形成状況
- ・ e スポーツ競技の運営者と競技参加者（プレーヤー）との関係性
- ・ 行政の政策的な関与の状況 等

(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（たぬかな）
谷口 一	プロ e スポーツ選手（ときど）
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・観戦を小中頻度に行い、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。

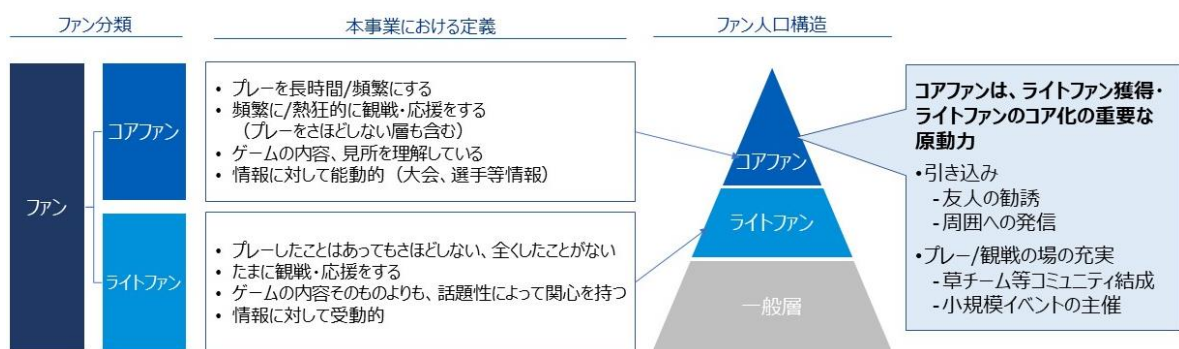


図2 eスポーツファンの定義

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、個人でのプレーやゲーム内のフレンドなどから形成されたコミュニティの結束がLAN パーティーやPC バンでの会合を通じて強化されていく時期である。

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更に多くの大会が開催され、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。

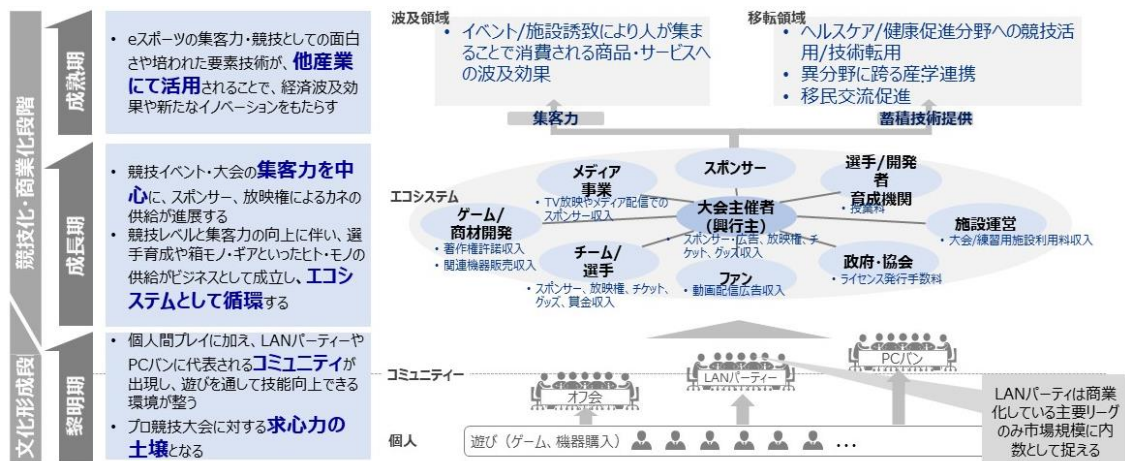


図 3 eスポーツ市場進化の様相

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「移転領域」も定義し、eスポーツを通じて蓄積された技術に移転したビジネス（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。

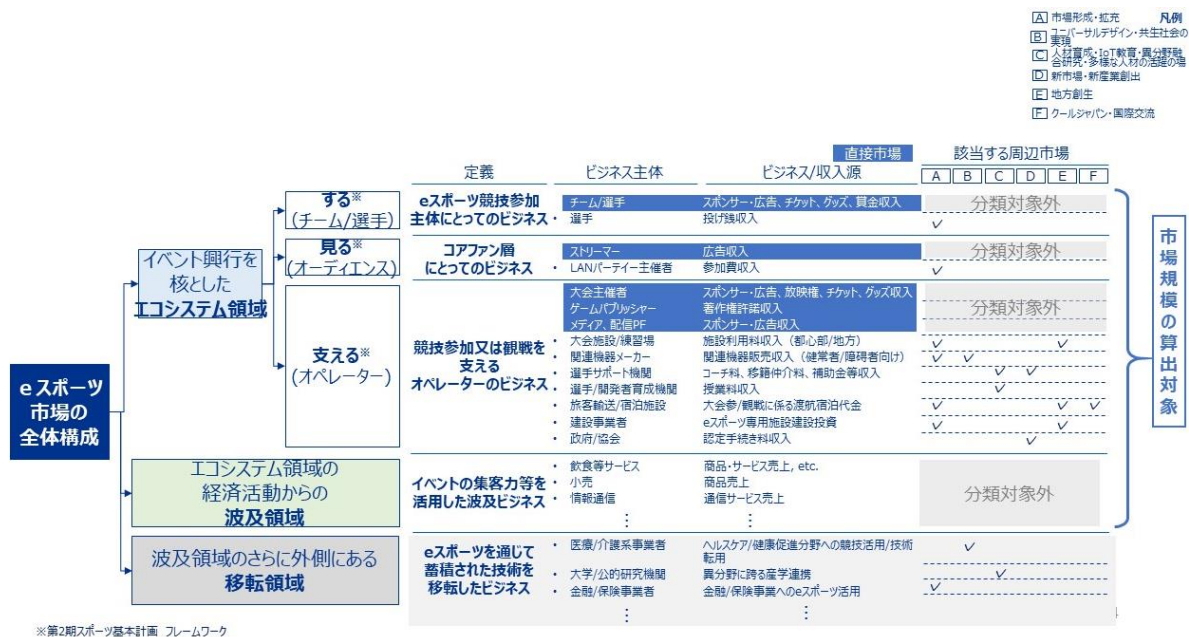


図 4 eスポーツ市場として捉えられるビジネスの全体像

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。

エコシステム領域及び直接市場内の青四角はプレイヤーを表し、矢印はプレイ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。

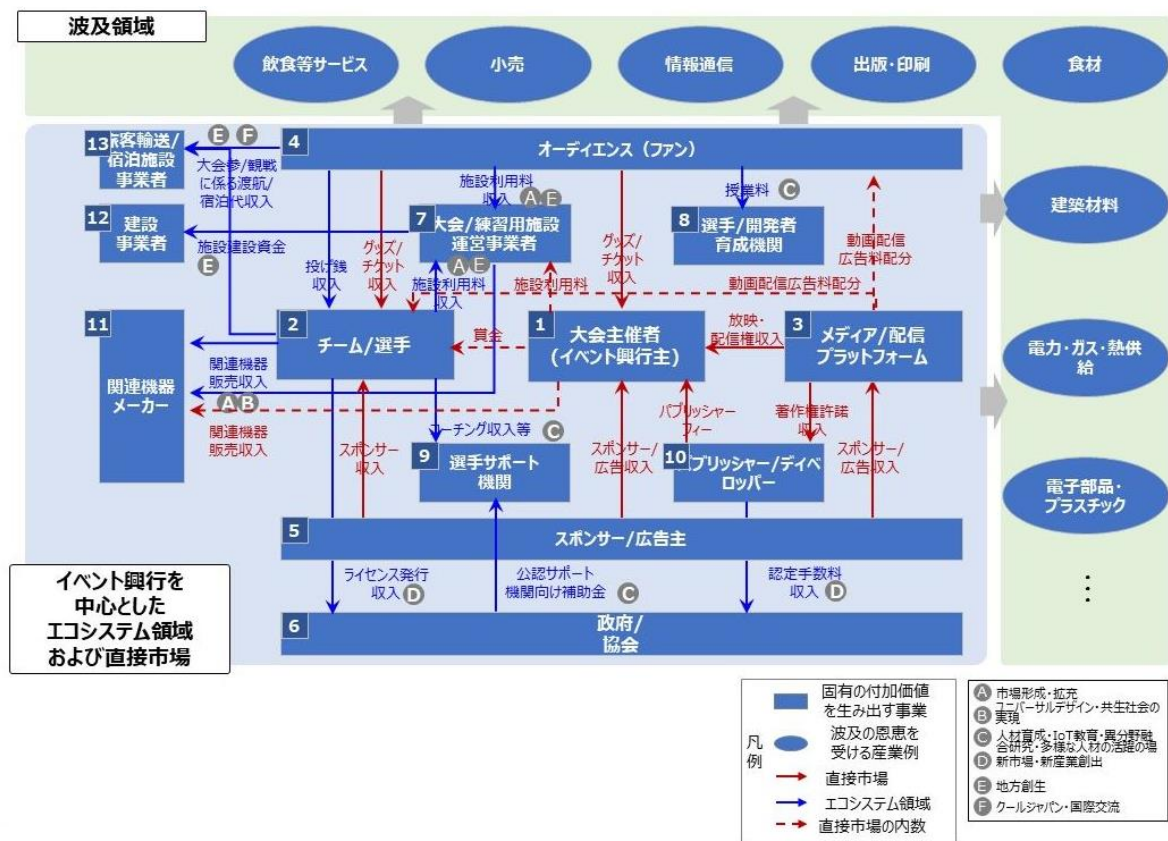


図 5 e スポーツ市場における資金の流れ

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。

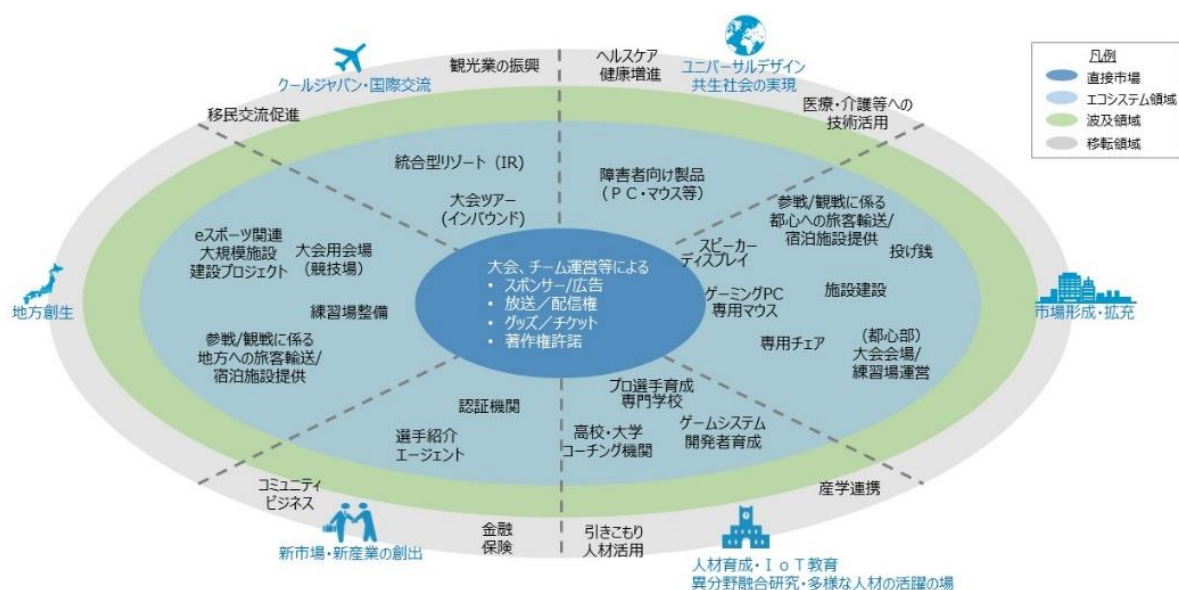


図 6 e スポーツ周辺市場構成要素の広がり

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。

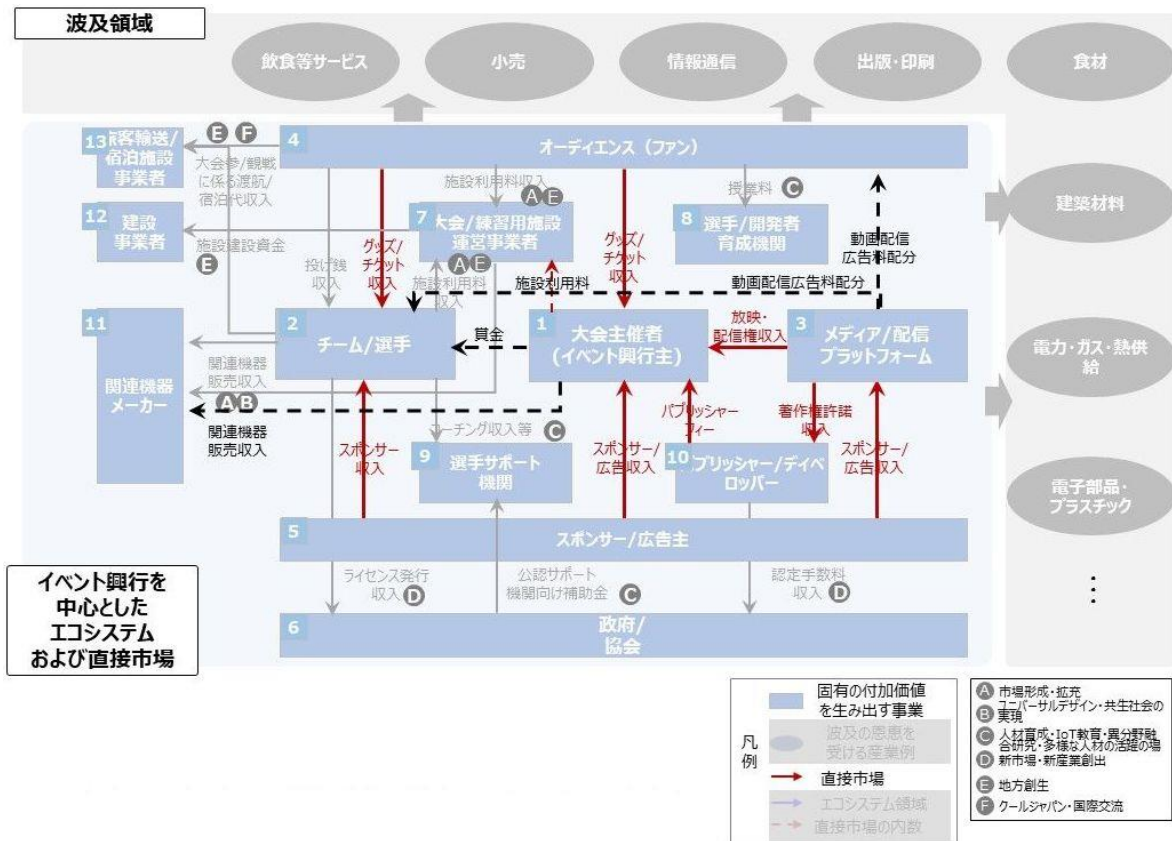


図 7 直接市場における資金の流れ

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における資金の流れを表す。

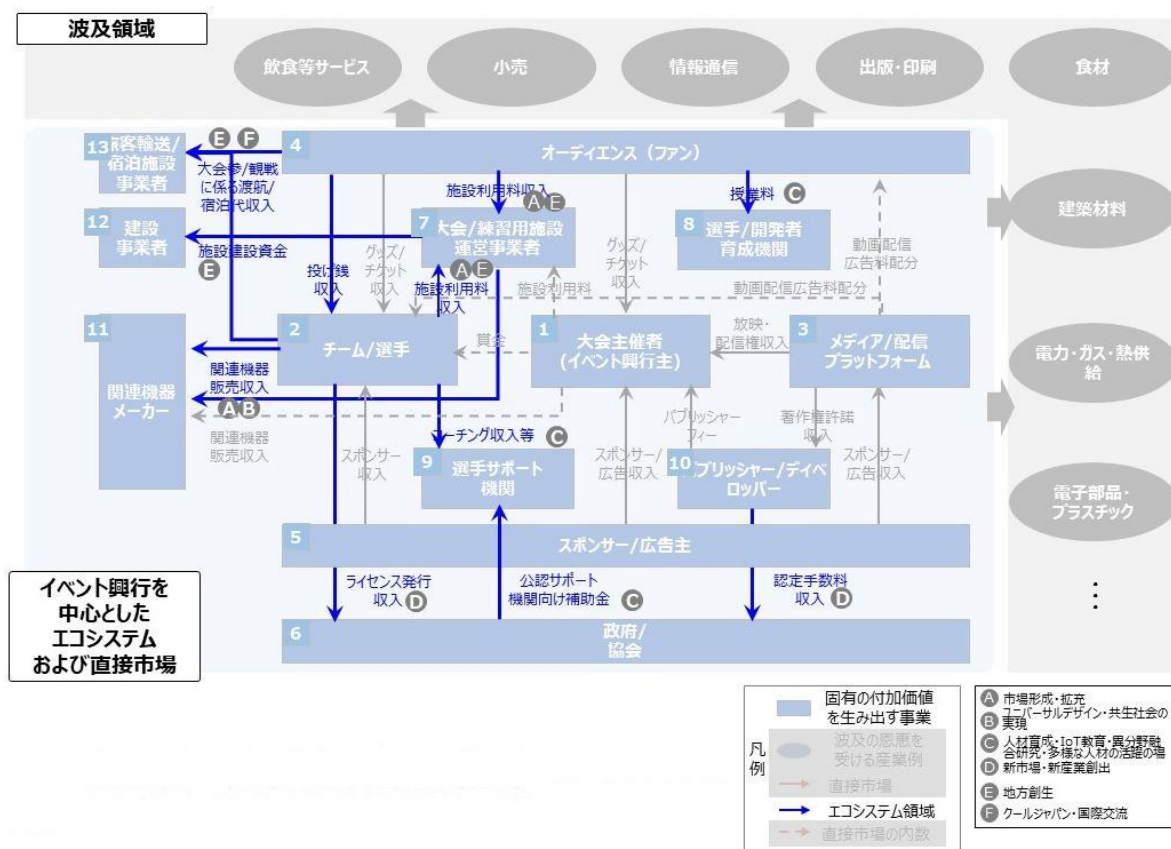


図 9 エコシステムにおける資金の流れ

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、市場の資金の流れの中で捉えたビジネス要素を踏まえ、大枠としての規模を試算した。

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。

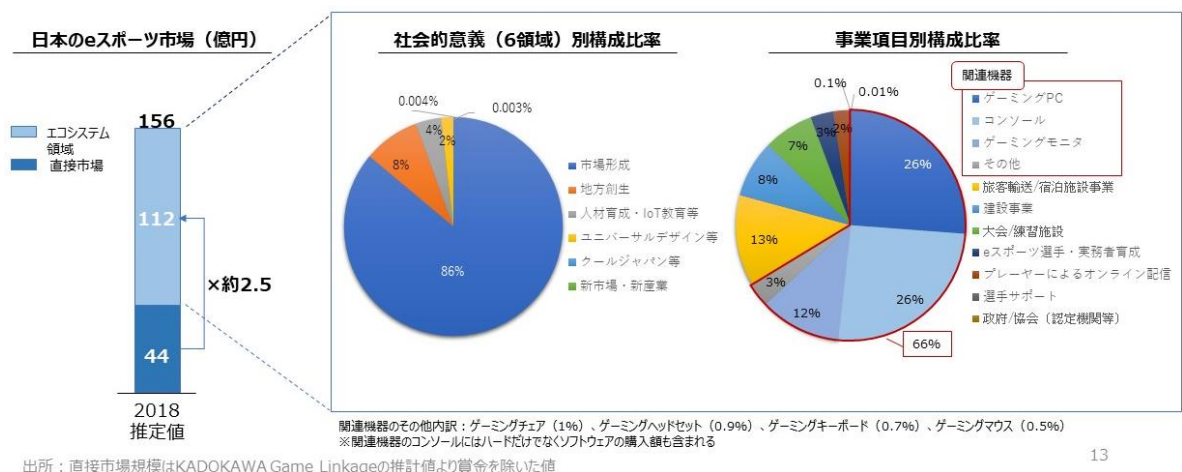
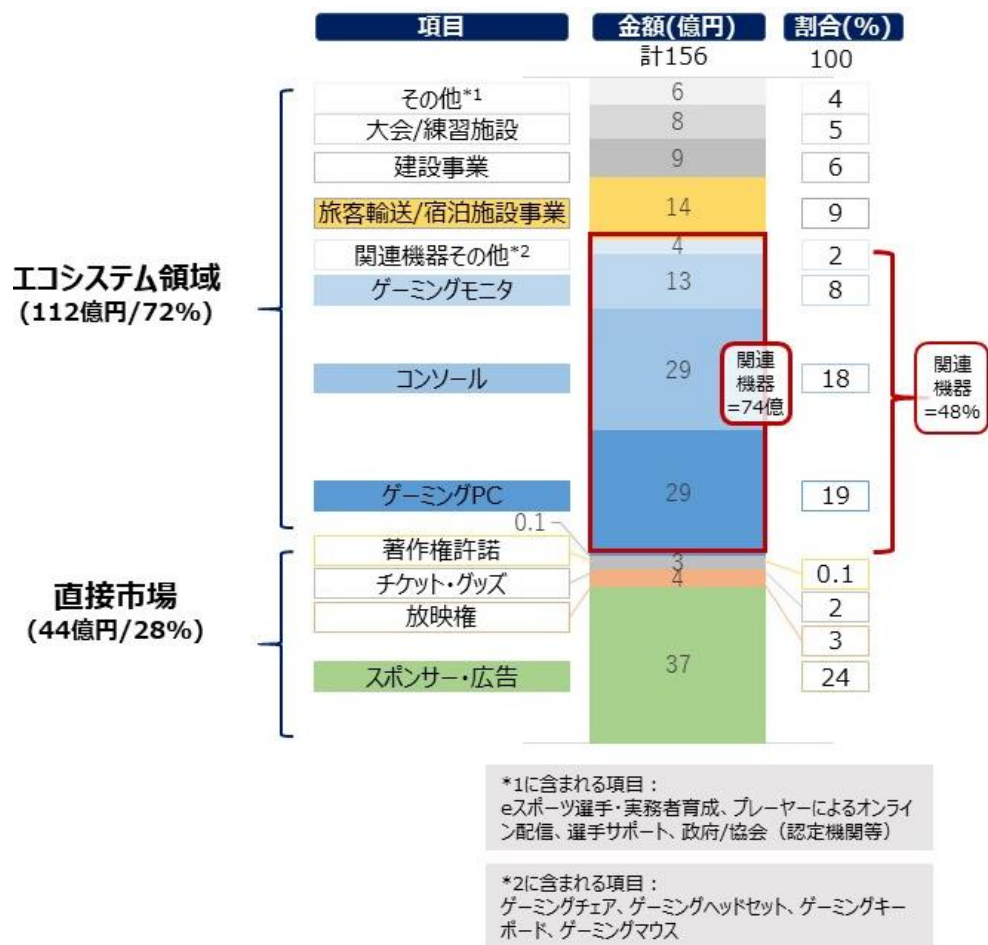


図 10 エコシステム領域の市場規模試算結果

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。

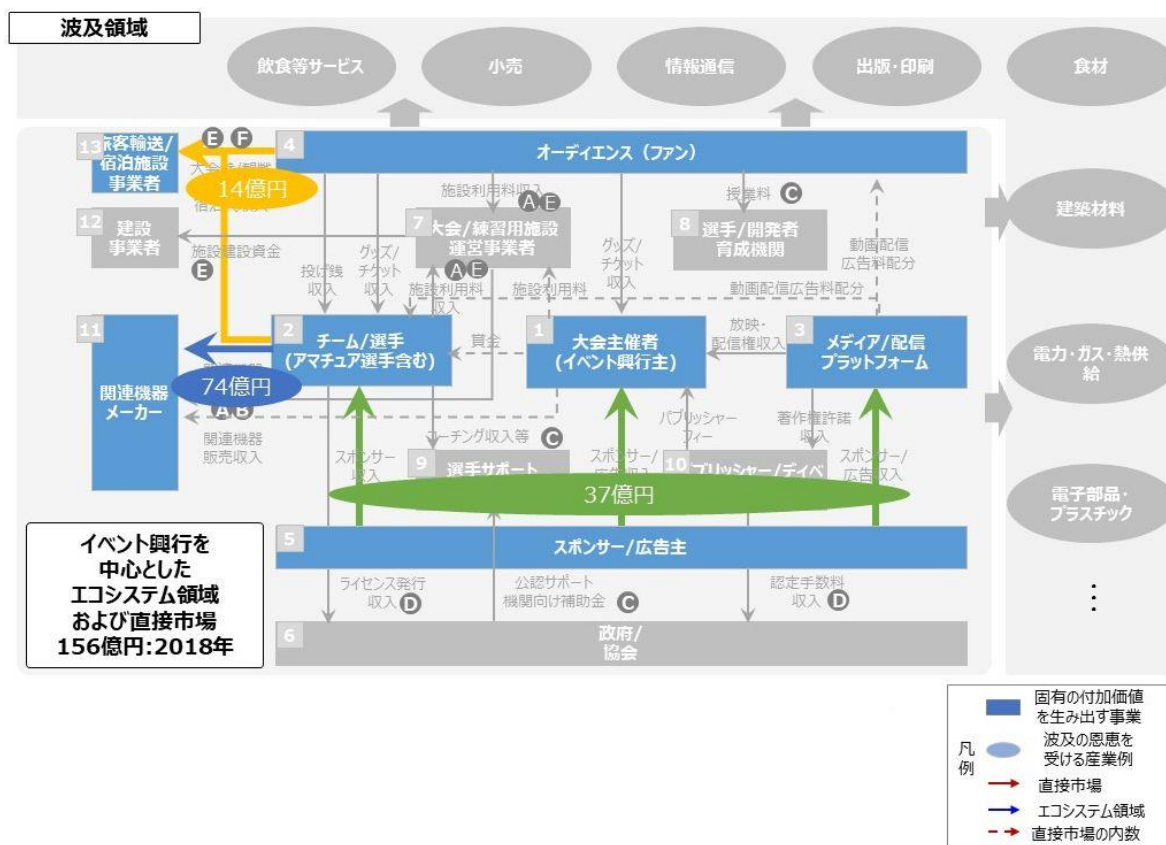


図 12 国内eスポーツ市場における資金の流れ（2018年）

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

eスポーツ直接市場及びエコシステム領域を構成する収入の9割は、eスポーツファン数の増加に比例して拡大していくものと考えられる（図13）。直接市場では、著作権許諾収入以外はファン数の増加により直接的に影響が出ると考えられる。エコシステム領域においても、ファン数が増える事で関連機器の購入や大会へ出向き宿泊する人が増えて規模が大きくなると考えられる。

以上の事から、eスポーツにおいてはファン数が直接市場とエコシステム領域の両方の成長における重要なドライバーであると言える。

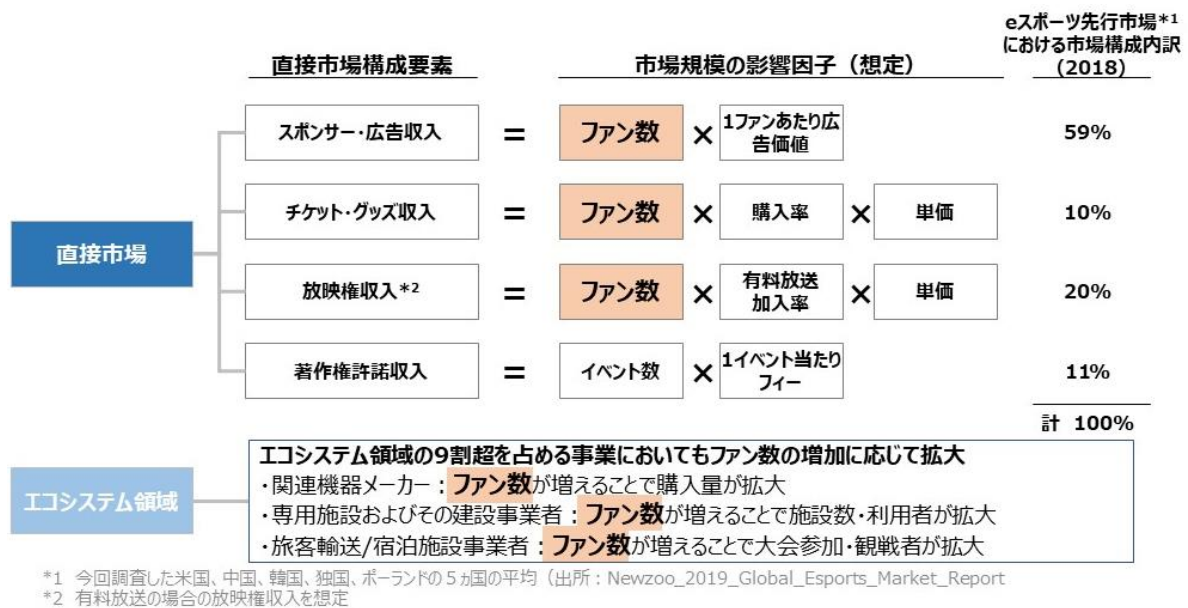


図 13 直接市場及びエコシステム領域の市場規模とファン数の関係

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³、一人当たり価値は 1,150 円となっている。

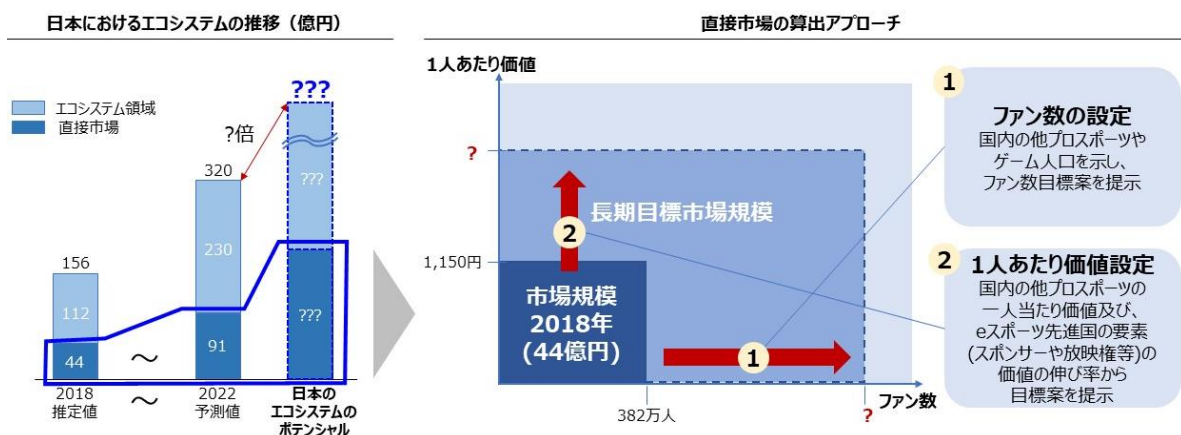


図 14 長期視点での直接市場規模算出アプローチ

³ 出所：KADOKAWA Game Linkage

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。

検討のたたき台として、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。

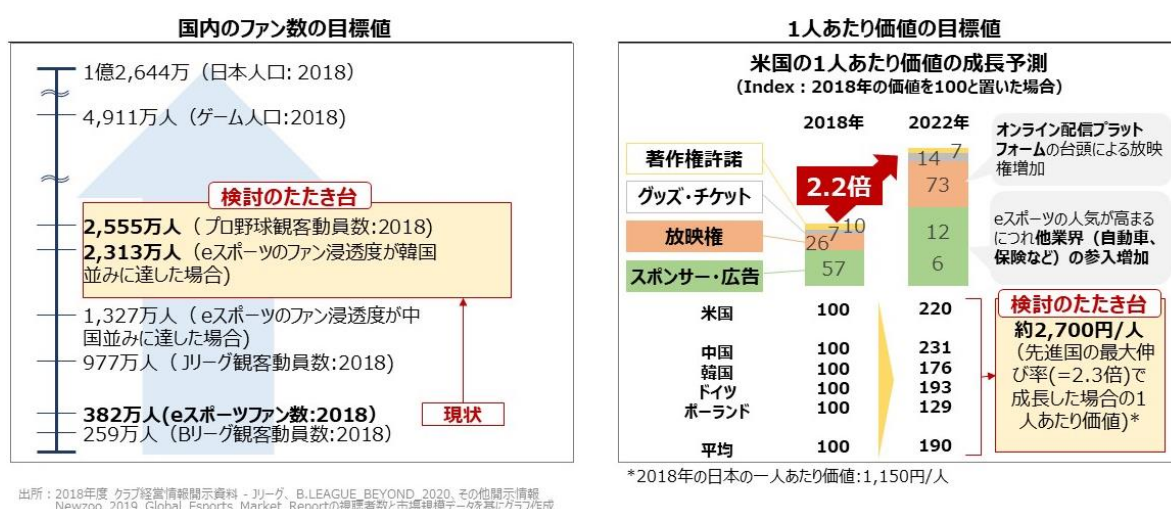


図15 ファン数と1人あたり価値の目標設定

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、前項で述べた検討のたたき台におけるファン数と1人あたり価値の組み合わせを検討した(図16)。

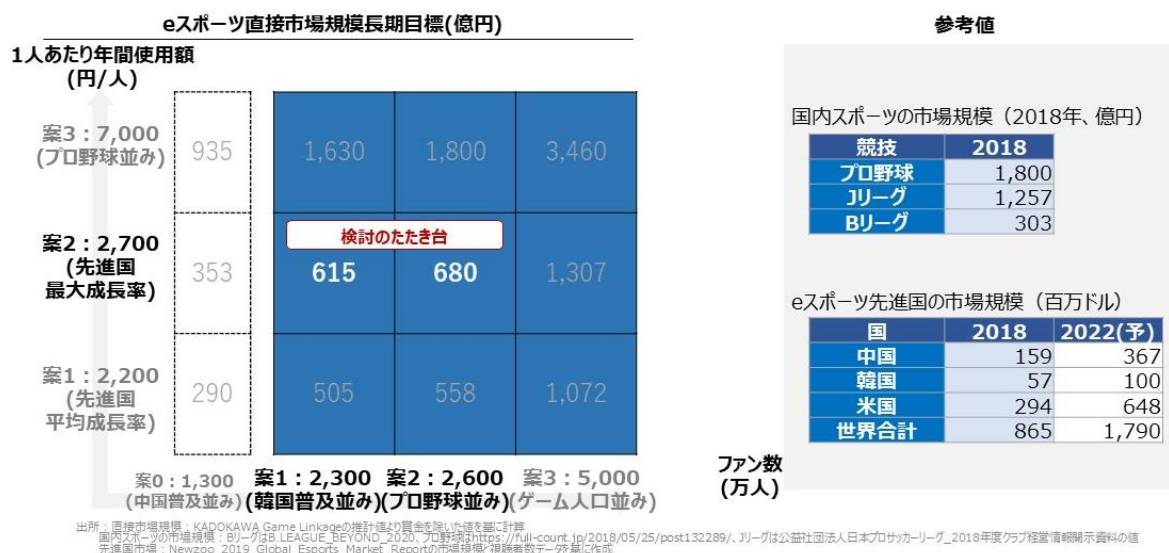


図 16 直接市場の長期目標

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年以降も市場規模を拡大させること余地があることを確認した。

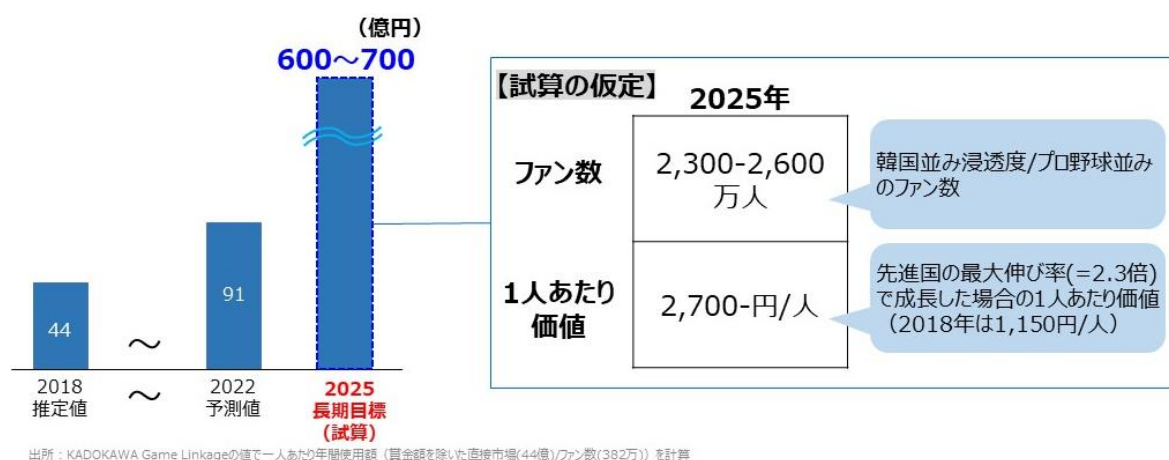


図 17 日本における直接市場の予測と長期目標

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。

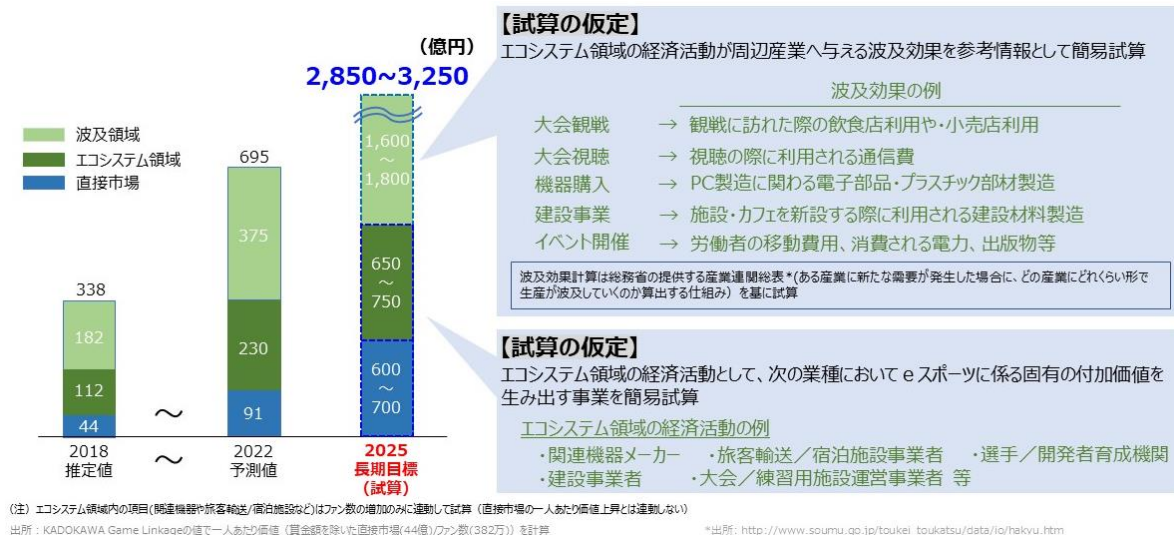


図 18 日本における波及領域を含めた市場の予測と長期目標

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。

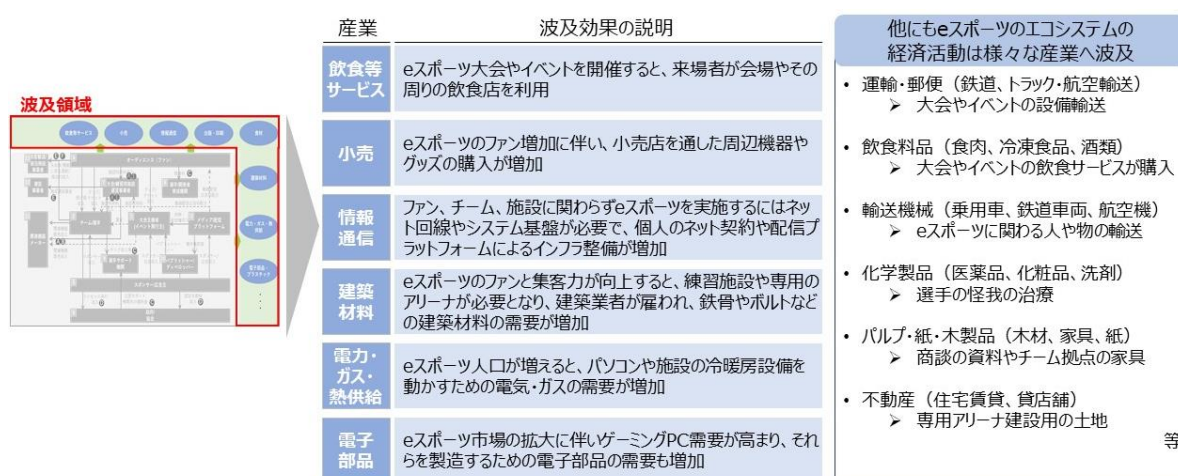
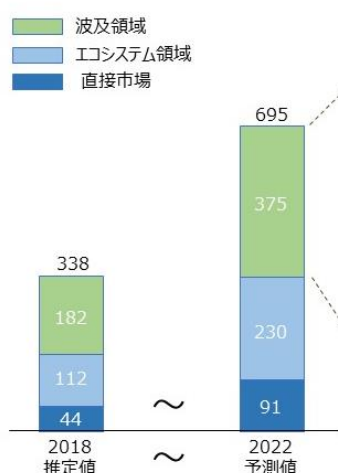


図 19 e スポーツ市場の影響を受ける波及領域の産業

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。

日本における波及領域を含めた市場の推移（億円）



波及領域の内訳(億円、2022年予測値)

部門	部門の例示	金額(億円)	割合(%)
その他	事務用品、水道、廃棄物処理、不動産、農林漁業、紙製品等	38	10
輸送機械	乗用車、鉄道車両、航空機	4	1
金属製品	鉄骨、ボルト、刃物	5	1
鉄鋼	鋼板、鋼管	4	1
プラスチック・ゴム製品	プラスチック管、タイヤ、チューブ	8	1
電力・ガス・熱供給	電気、都市ガス、熱供給	14	2
飲食料品	食肉、精米、冷凍食品、酒類	15	2
運輸・郵便	鉄道、トラック輸送、郵便	16	4
情報通信	電話、映画制作、新聞	19	4
電子部品	半導体素子、液晶パネル	58	4
商業	卸売、小売	61	4
建設	建設補修、公共事業		5
情報通信機器	テレビ、パソコン、携帯電話機		15
対個人サービス	ホテル・旅館、飲食店		16
対事業所サービス	物品賃貸、広告、法律事務所、労働者派遣、営業業	108	29
		計375	

※2022年の予測値を基に波及領域を算出しており、市場構成・比率は2022年時点では異なる可能性有り

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⁴

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。

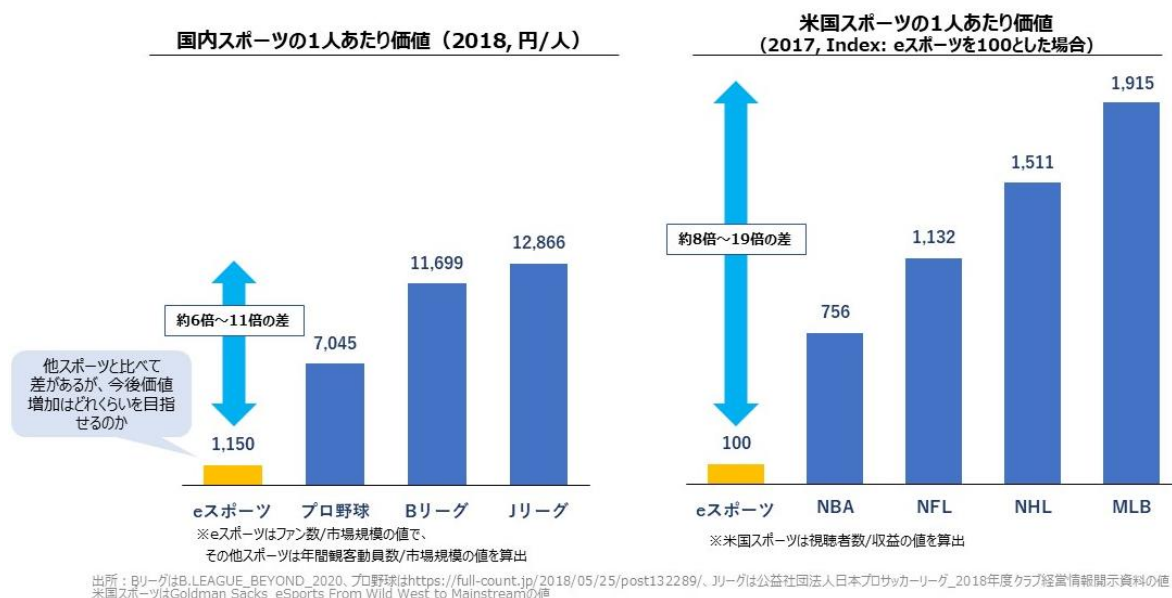


図 21 1人あたり価値の設定：他プロスポーツとの比較

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、

⁴ 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。

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。買金（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

第3章 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スポーツの持続的成長のための必須条件

日本のeスポーツの持続的成長のための必須条件として、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やゲーム内のフレンド、SNSでのつながり、オンラインでの大会からコミュニティが形成される。LANパーティーやPCバンなどでの会合はコミュニティの結束を強化する手段として活用され、継続して活用されるコミュニティによりファンはコアファンに成長していく。

（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更に多くのイベント・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ことで、eスポーツは持続的に成長していく。

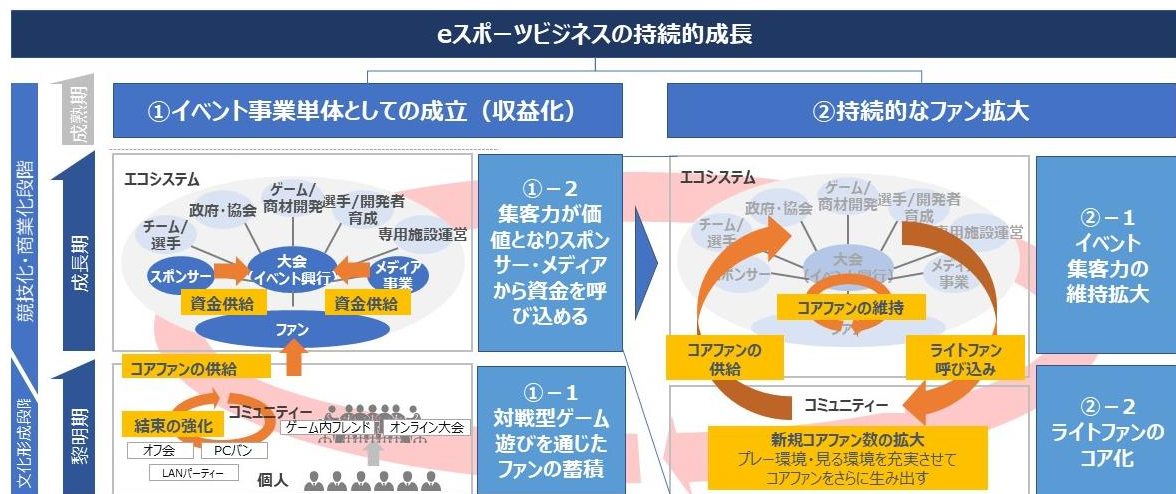


図 22 日本のeスポーツの持続的成長の必須条件

3-2. 日本のeスポーツの持続的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)。

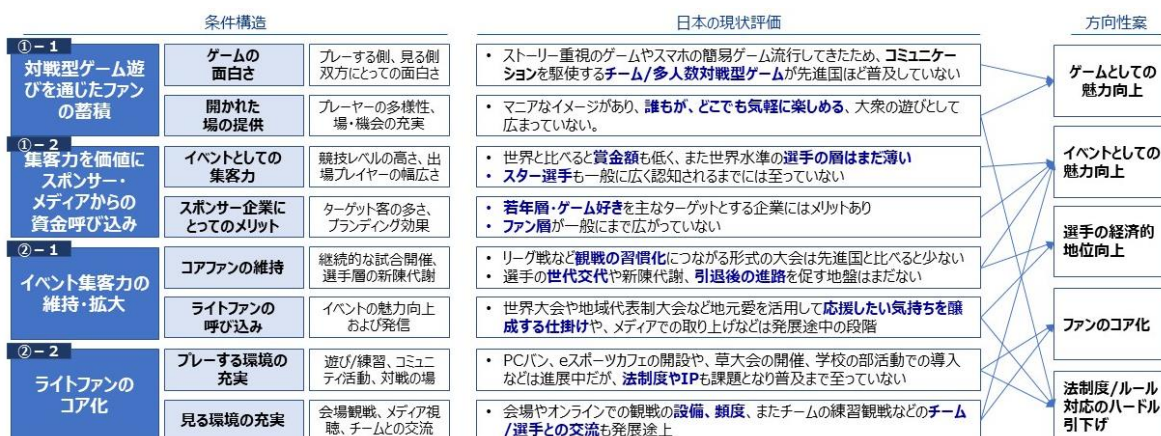


図 23 日本のeスポーツビジネス成長のための方向性

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 - 賞金に係るルール・考え方の整理(景表法、刑法賭博罪、プロライセンス制度) - 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・刑法賭博罪等の対応手続きの円滑化

図 24 日本のeスポーツ市場進化に向けた方向性

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を行うこと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提案された。

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、大会そのものへ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、アマチュア選手を支え、プロスポーツ化への土台ともなる「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の提案があった。

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され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。

 11 住み続けられるまちづくりを	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。
 12 つくる責任 つかう責任	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。
 13 気候変動に具体的な対策を	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。
 14 海の豊かさを守ろう	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。
 15 陸の豊かさも守ろう	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。
 16 平和と公正をすべての人に	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。
 17 パートナリプで目標を達成しよう	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あった。

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、検討会における議論によると、SDGs の目標 17 項目中 14 の項目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
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 ・ 共 生 社 会 や 健 康 長 寿 社 会 の 活 性 化	B-1	高齢者向けの生きた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	フレージングの開催							○				○	△			△	○
		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 に な る	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			△				△	○	◎		◎	○	○		○	○

※1~17 の内容は前説

第5章 検討会の総括と今後の検討事項

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、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. 今後の検討事項

本検討会での議論を踏まえ、今後も引き続きの検討を要する事項として、以下に 3 点を提起する。

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、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、景品表示法や刑法賭博罪、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な問題が発生することは、消費者に安心安全にゲームを楽しんでもらう観点からも避けるべき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、それを水平展開することができず、限られた人しか知ることができていない現状を解決していかなければならない。そこで e スポーツの事なら何でも分かり、かつ情報発信できる拠点を各地に整備していく必要がある。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が求められる。更に、集約された情報が共生社会や地方創生の実現のために活用されるなど、現状を変革する力が、拠点から生まれることが望まれる。

現在、JeSU が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・パラリンピック競技大会に向けて、パブリックビューイング等の実施のために大画面のモニターと高速の通信環境が整った会場が全国各地に整

備されるなどの動きもあり、こうした環境を e スポーツに活用してい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）。

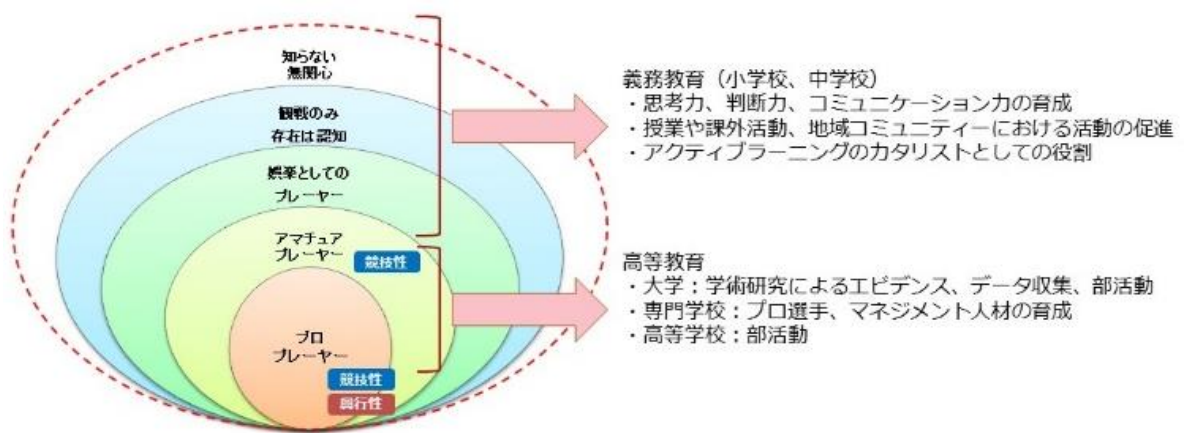


図 26 e スポーツの人材構成と教育的ニーズ・価値

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ことができる。

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⁵。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の相乗効果を生み出していると述べている⁶。

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。特に授業への展開に当たっては、必要となる教員の資質やスキルセットを設定する必要がある、その前提となる実証研究は欠かせない。

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や規約を策定するなど 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。ガイドラインや規約の整備は、e スポーツ実施の標準化に役立つだけでなく、バリアフリーや初心者向けの観点を加味したガイドラインは、e スポーツの世界への間口を広げることにつながるため、業界団体として注力していくべき領域である。

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。その際、例えば「Japan Annual eSports Report」などの発行も一案である。

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 スポーツ専用タイトルの開発やトラディショナルスポーツにおける地域対抗戦への 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

⁵ <https://www.tokyo-np.co.jp/article/kanagawa/list/201912/CK2019120502000120.html>

⁶ <https://www.gamespark.jp/article/2019/09/20/93203.html>

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 e スポーツリーグ創設、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、特に制度整備等の側面から必要に応じて支援することが求められる。

これまで検討が進められている風適法等の国内問題のほか、例えば、e スポーツにおける公式大会などの運営に必要な質保証の水準を整備し、他国から競争優位を獲得していくための国際的なルールの構築・普及などは、日本の e スポーツの多面的な発展のために期待される取り組みと言える。

5) 地方自治体

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の取り組みが今後期待される。地域におけるイベントとの連動をはじめ、福祉や教育、観光誘客などのツールとして、住民のニーズを的確に捉え、地域の事業者や住民と共に e スポーツに取り組むことで、それぞれの地域に最適なサービスの提供、そしてその先にある地域活性化につながるであろう。

6) プレーヤー

プレーヤーは、種目となるゲームタイトルの作り手と同様、場合によってはそれ以上にそのゲームタイトルを熟知した存在と言える。特にプロ e スポーツ選手は e スポーツを取り巻くステークホルダーの注目を集める存在として、e スポーツの持つ社会的意義をプレーを通じて具現化し、ファンを魅了すると共に、その実力に裏付けされた発言を通じて e スポーツの持つ魅力をより多くの人に伝える、伝道師としての活躍が期待される。

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ことについての予測を重ねてきた。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に匹敵する可能性が、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た成長施策と、e スポーツが本来的に持つ社会的意義を日本に浸透させ、e スポーツを文化として根付かせていくための提言が取りまとめられた。

こうした施策や提言が着実に実施され、長期目標が達成された時、日本の e スポーツは、そして社会はどのような姿になっているのだろうか――。

――2030 年。日本が「e スポーツ先進国」の仲間入りを果たして久しい。e スポーツファンの数は 2,600 万人を超えてプロ野球に並び立つほどに成長した。e スポーツ専用アリーナは今や全都道府県にあり、3,000 人以上を動員できる大型施設も全国で 10 施設を数え、毎晩様々なゲームタイトルの e スポーツ大会が催されている。そこで戦うプロチームや選手のレベルはいずれも高く、世界レベルの試合でも活躍しているものばかりだ。

試合会場は、お気に入りのチームのグッズを求めて列をなす若者、2 世代で e スポーツを楽しむ親子連れ、海外から応援しに来た外国人ファンなど大勢で賑わっている。観客がチケット・グッズ・飲食などで 1 日に使う金額は、ゲームソフトが 1 本買えてしまうほどだ。

2020 年代に普及した 5G ネットワークにより、今やモバイルデバイスや VR ゴーグルを使って、いつでも・どこでも試合を観戦することが可能だ。リーグ戦の試合結果はテレビのニュースでも速報されるから、翌日の職場や学校の話題の中心は、もちろん e スポーツだ。そう、多くの人々が、カジュアルに楽しむ e スポーツのプレイヤーであるとともに、プロのプレーに魅力され試合結果に一喜一憂する e スポーツのファンなのだ――。

――とあるゲーム会社。今後発売される大型タイトルの制作から販売に至るまでの戦略が話し合われている。この 5 年で放映権やグッズ販売、ゲーム内広告はゲーム産業の一大収益源となり、e スポーツの様々なレイヤーに新規参入が相次いでいる。また、e スポーツの中継を観てダウンロードするゲームを決めるユーザーが半分以上になったとのアンケート結果もある。今回のゲーム制作においても各プレイヤーの目線や俯瞰した中継・実況のしやすさ、チーム紹介やスポンサー広告の新しい表現方法などこれまでのゲーム制作現場にはなかった議論が行われている――。

――とある地方都市。健全な e スポーツの大会運営が定着し、IP 利用に関するガイドラインが策定されたことで、放送、広告、リーグ運営などへの参入企業が増加したのはもちろん、教育現場における e スポーツの活用も進み、e スポーツのすそ野は格段に広がった。大会や交流会といったイベントも教育機関や自治体により活発に開催されるようになったことで、世代や属性を超えた交流がより促進され、子どもたちには良い

刺激になっているようだ。それに、イベント実施やインターネット放送はもちろん、eスポーツ選手をアンバサダーとして起用するなどPR施策の幅が広がり、地方それぞれの認知度向上や地域住民のアクティビティ増進に寄与している。このような特色を持つ日本のeスポーツは規格化された1つのパッケージとして世界に輸出され、日本のエンターテインメント産業は新しいステージに入った――。

――とある地方都市の中学生。今日の授業のハイライトはeスポーツを通じた英会話だ。海外の学校のチームとのチャットはもちろん、仲間同士との会話も英語で行うことに挑戦した。授業の最後には、先生からはどのように敵陣を崩していけばよいか、一人2案の戦術プランを提出するようにとの宿題が出た。

部活では、開催が間近に迫った全国中学校eスポーツ選手権大会の県予選に向けて練習をしたが、コントローラーがどうもしっくりこない。地元のeスポーツ情報拠点に相談に行ったら、そのスタッフ曰く、隣町のeスポーツ練習施設に勤める技師がコントローラーの調整をきめ細かくしてくれるとの事。学校や仕事帰りに立ち寄れるeスポーツの練習施設は、今では地方都市であればどこにでもある。そして子どもの習い事として大人気なのは、プロチームが経営するeスポーツアカデミー（塾）だ。次世代選手の育成の場であるとともに、チームの貴重な収入源になっている。プレーヤーとして腕を磨いてプロとして活躍するのが今の自分の夢だ。そして引退後は、アカデミーで講師をして、未来のプロプレーヤーを生み出したい。

情報施設のスタッフは、「コントローラーの調整に行くのなら、ついでにその技師からプレーの指導も受けてくると良いよ」とアドバイスをくれた。何せその技師は、自分と同じ障害がありながら、無敵と称されたプロeスポーツ選手だったのだから――。

こうした世界は、決して絵空事ではないように思える。本検討会が思い描いているのは、eスポーツの普及・発展により社会がより豊かになり、地域がより幸せになり、一人ひとりの人生が楽しく生き生きとしたものとなる世界である。

本検討会では、今回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、日本という国がどのように豊かになっていくのかに引き続き注目すると共に日本や世界の成長発展にeスポーツが貢献できる道を探り続ける事を宣言し、本稿の結びとしたい。