

札幌市委託事業

「e スポーツを通じた産業活性化調査研究」報告書

2019年3月

特定非営利活動法人映像産業振興機構

目次

調査概要	3
1 本報告書の背景・目的	3
2 実施内容	3
3 実施体制	4
4 本報告書の概要	4
5 ヒアリング方法	6
第一章 e スポーツの概要と日本の e スポーツ	7
1 e スポーツの概要	8
2 日本の e スポーツ	11
第二章 札幌市外における事例調査	14
1 市外の e スポーツ関連イベントの概要とヒアリング内容	15
1-1 RAGE(大会概要)	15
1-2 エイベックス・エンタテインメント株式会社(ヒアリング)	17
1-3 EVO JAPAN2019(大会概要)	19
1-3 福岡 e スポーツ協会 (ヒアリング)	21
1-4 京都 e スポーツサミット 2019 (大会概要)	23
1-5 京都府(ヒアリング)	24
1-6 高校 e スポーツ選手権(大会概要)	26
1-7 毎日新聞社(ヒアリング)	29
1-8 サードウェーブ(ヒアリング)	31
1-9 茨城国体(プレ大会及び本大会)(大会概要)	33
1-10 茨城県庁(ヒアリング)	36
1-11 闘会議 2019(大会概要)	39
2 e スポーツによる発展の可能性のある業界の調査	40
2-1 株式会社 カプコン(ヒアリング)	41
2-2 イオンエンターテイメント株式会社(ヒアリング)	43
2-3 配信事業者(ヒアリング)	46
3 e スポーツ先進国における行政と e スポーツの関わり方等の調査	48
3-1 中国の e スポーツ	49
3-2 中国 e スポーツと行政(公的機関)の関係	50
3-3 韓国の e スポーツ	52
3-4 韓国 e スポーツと公的機関の関係	53
3-5 アメリカの e スポーツ	55
第三章 札幌市内関連企業等の調査	57

1	市内のゲーム関連企業リスト	58
1-1	ゲーム関連企業（ヒアリング）	61
1-2	ロケットスタジオ(ヒアリング).....	63
2	市内のゲーム関連学科がある専門学校及び大学リスト	66
2-1	吉田学園情報ビジネス専門学校(ヒアリング)	68
2-2	札幌アニメ・声優専門学校(ヒアリング)	70
2-3	北海道科学大学(ヒアリング)	72
2-4	北海道情報大学(江別市)（ヒアリング）.....	74
3	札幌におけるe スポーツ業界（団体・チーム等）及び関連する企業群の調査.....	76
3-1	北海道e スポーツ連合(ヒアリング)	76
3-2	北海道e スポーツ協会	78
3-3	北海道日本ハムファイターズ(ヒアリング)	80
3-4	レバンガ北海道（ヒアリング）	83
3-5	企画・制作会社（ヒアリング）	85
3-6	株式会社 INDETAIL(ヒアリング)	87
4	市内の既存施設・インフラ活用可能性.....	89
第四章 課題と可能性を踏まえた提言		92
1	ヒアリングを通じた課題・可能性の分析	93
1-1	課題	93
1-2	可能性.....	94
2	提言.....	96
2.1	e スポーツが普及する為の土壌、基盤の整備.....	96
2.2	継続的な取組を見据えたe スポーツへの関わり方	97
2-3	大型イベントによる集客・関連事業への波及.....	98
2-4	札幌市の特性、e スポーツの特性の両者を活かした取組	98
参考文献一覧.....		100

調査概要

1 本報告書の背景・目的

世界の e スポーツ市場が拡大する中、もともとそれほど大きくなかった国内の e スポーツ市場が拡大し始めている。また、札幌市内においても、e スポーツチームの活動がスタートし、加えて、札幌市はゲーム関連産業の集積地であると共に教育分野においてもゲームを専攻とする学科を設置する機関が複数校あり人材育成も活発である。

このような背景の中、e スポーツは札幌市にも産業面を含めた多面的なメリットをもたらす可能性がある。

かかる環境を背景として、札幌市における新たな産業振興手法の一つとして、「e スポーツ」を取り巻く市内の環境や他都市の事例を調査・分析し、札幌市が今後取組むべき施策の方向性について検討することを目的とする。

2 実施内容

本調査は、本件業務の業務仕様書に沿って、下記の 2.1 及び 2.2 の側面から調査を行い、その後、調査内容の検討を経て報告書を策定した。なお、2.1 及び 2.2 においては実際に活動している地方自治体・企業・団体の生の声を反映させる事を中心にまとめる手法を採った。(尚、本文のタイトル等は、全体構成及び内容に従って一部修正してある。)

2.1 札幌市外における事例調査

2.1.1 首都圏や他都市の e スポーツ関連イベントや自治体、省庁が関わっている事業（実施済・実施中含む）の調査

2.1.2 e スポーツによる発展の可能性がある業界の調査

2.1.3 e スポーツ先進国（アメリカ・中国・韓国など）における、行政と e スポーツの関わり方やビジネスモデル事例の調査

※いずれも有識者や関連企業・団体、自治体等関係者へのヒアリングや文献調査等により、内容・結果・課題・今後の動向等を調査・分析した。

2.2 札幌市内関連企業等の調査

2.2.1 市内のゲーム関連企業のリストアップ

2.2.2 市内のゲーム関連学科がある専門学校及び大学のリストアップ

2.2.3 札幌における e スポーツ業界（団体・チーム等）の構造や関連する企業群の調査・分析

2.2.4 企業・団体、学校関係者、有識者へのヒアリング

※前記の調査のリストを基本に、e スポーツに関する印象やビジネスの拡大・新ビ

ジネス創出の可能性について代表的な企業数社に絞ってヒアリングを行う。

2.2.5 市内の既存施設・インフラ活用可能性の調査

2.3 調査報告及び札幌市への提言

※尚、本報告書では、本調査の主目的ではないeスポーツの基本的な概要について、前半部分に極力簡易にまとめて記載し、前記2.1～2.3を中心に策定した。

3 実施体制

3.1 本調査は、特定非営利活動法人映像産業振興機構に加え下記の企業・団体の協力により実施した。

- ・株式会社Gzブレイン(全般)
- ・一般社団法人融合研究所(全般)
- ・北海道テレビ放送株式会社(札幌市内のヒアリングに関わる協力)

3.2 定期ミーティングの開催

- ・eスポーツの全体像の把握
- ・ヒアリング対象領域の整理
- ・ヒアリング対象候補者の選定
- ・ヒアリング項目の策定

3.3 ヒアリングの実施

- ・ヒアリングの実施
- ・内容の取りまとめ

3.4 提言内容の策定

- ・調査概要の確認とポイントの抽出
- ・抽出したポイントをベースにした提言内容の組立

4 本報告書の概要

4.1 札幌市外のイベント概要調査	6件
4.2 札幌市外の事業者へのヒアリング	12件
4.3 札幌市内の団体・事業者・学校へのヒアリング	11件
4.4 市内のゲーム企業のリスト化	52社

4.5 市内のゲーム関連学科がある専門学校及び大学のリスト化 13 社

4.6 共通の課題と可能性（詳細については、第四章参照のこと）

4.6.1 課題

- ・継続的で多角的な収益の獲得の必要性
- ・e スポーツに関するイメージのギャップ
- ・各ステークホルダーをつなぐ団体・キーパーソンの重要性

4.6.2 可能性

- ・熱量の強さ
- ・長期的な視点
- ・e スポーツが持つ現代性
- ・基本マーケットの構造的な拡大
- ・まさに「今」動いている e スポーツ
- ・大型スポーツ大会への参加の可能性と期待

4.7 提言概要（詳細については、第四章参照のこと）

4.7.1 e スポーツが普及する為の土壌、基盤の整備

- ・e スポーツの認知向上、ゲームが持つ負のイメージを払拭する広報活動
- ・基盤となるゲーム業界への継続的な支援と人材育成との関連で教育機関とゲーム業界及び官の連携への支援
- ・地域における e スポーツの拠点(施設)の整備

4.7.2 継続的な取り組みを見据えた e スポーツへの関わり方

- ・札幌市内のイベントとの連携による e スポーツ大会の開催
- ・継続的に実施されるリーグ等のオフライン・オンラインでの実施のサポート

4.7.3 大型イベントによる集客・関連作業への波及

4.7.4 札幌市の特性、e スポーツの特性を活かした中・長期的な取り組み

5 ヒアリング方法

本件調査内容に従って以下の区分にてヒアリングを行い、その結果をまとめた。
尚、ヒアリング対象者の選定は、実施体制における定期ミーティングにて主要な事業者をリストアップの上、ヒアリングを受諾頂いた企業を訪問する形で実施した。

5.1 市外

- 5.1.1 首都圏や他都市の e スポーツ関連イベントや自治体、省庁が関わっている事業（実施済・実施中含む）に関連する自治体・団体・企業
- 5.1.2 e スポーツによる発展の可能性のある業界の検討より選定した企業
- 5.1.3 e スポーツ先進国（アメリカ・中国・韓国など）における、行政と e スポーツの関わり方やビジネスモデル事例の調査の為に必要な有識者

※ヒアリング(調査)ポイントは対象自治体・団体・事業者・有識者の業種・種別などにより項目を整理した上で実施した。

5.2 市内

- 5.2.1 ゲーム関連企業
- 5.2.2 ゲーム関連学科がある専門学校及び大学
- 5.2.3 札幌における e スポーツ業界（団体・チーム等）

※ヒアリング(調査)ポイントは下記の通りであるが、対象団体・学校・事業者の業種などにより項目を整理した上で実施した。

【ヒアリングポイント】

- ・ e スポーツに関する印象
- ・ ビジネスの拡大・新ビジネス創出の可能性
- ・ その他

※ヒアリング内容掲載部分の本文においては、敬称略とさせて頂いた。

第一章 e スポーツの概要と日本の e スポーツ

本章では、e スポーツの概要と日本の e スポーツの状況を整理する。

本報告書の目的である

「e スポーツ」を取り巻く市内の環境や他都市の事例を調査・分析し、
札幌市が今後取り組むべき施策の方向性について検討」
する為の基礎として、e スポーツの全体像を簡易に把握できるよう記載するものである。

1 e スポーツの概要

本調査を理解するため e スポーツの概要と日本の e スポーツの状況を簡単に整理する。

e スポーツの定義

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

一般社団法人日本 e スポーツ連合 (JeSU) ウェブサイトより

日本の市場

2018 年市場規模

48.3 億円

e スポーツファン数

383 万人

- ・市場規模は、前年比 13 倍。
- ・2022 年には約 100 億円まで拡大と予測。
- ・チームや選手、大会などへのスポンサー料が 8 割近くを占める。
- ・e スポーツファン数は 4 年後には約 786 万人と予測。

株式会社 G z ブレイン発表資料より

世界の市場

2017 年市場規模

700.9 億円

2017 年視聴者数

3 億 3500 万人

総務省「e スポーツ産業に関する調査研究報告書」より

e スポーツ 世界のタイトル

タイトル	メーカー
カウンターストライクシリーズ	Valve Software
オーバーウォッチ	ブリザード・エンターテイメント
荒野行動	NetEase Games
Starcraft II	Blizzard Entertainment
Dota 2	Valve Corporation
League of Legends	ライアットゲームズ
Hearthstone: ハースストーン	ブリザード・エンターテイメント
クラッシュ・ロワイヤル	Supercell

e スポーツ 日本のタイトル

1	ウイニングイレブン 2018	株式会社コナミデジタルエンタテインメント
2	GUILTY GEAR XrdREV2	アークシステムワークス株式会社
3	コール オブ デューティ ワールドウォーII	株式会社ソニー・インタラクティブエンタテインメント
4	ストリートファイターV アーケードエディション	株式会社カプコン
5	鉄拳7	株式会社バンダイナムコエンターテインメント
6	パズル&ドラゴンズ	ガンホー・オンラインエンターテインメント株式会社
7	BLAZBLUE CROSS TAG BATTLE	アークシステムワークス株式会社
8	BLAZBLUE CENTRALFICTION	アークシステムワークス株式会社
9	ぷよぷよシリーズ	株式会社セガゲームス
10	モンスターストライク	株式会社ミクシィ
11	レインボーシックス シージ	ユービーアイソフト株式会社

JeSU e スポーツライセンス認定タイトル (JeSU ウェブサイトより)

試合形式・・・「単発」、「リーグ」、「ツアー」に分類

「単発」・・・多額の賞金を集め、年・四半期といった頻度で開催する「単発」式大会

「リーグ」・・・期間が決められたシーズンにおいて、参加チームが総当たりで対戦し、シーズンを通しての順位を決定する。長期間にわたって複数回の試合が行われるため、固定ファンの獲得、スポンサーとの安定したパートナーシップといったeスポーツ興行ビジネスモデルの発展に寄与している。

「ツアー」・・・「リーグ」式同様に一定期間にわたって大会が開催されるが、大会参加者は固定されていない。シーズンを通して獲得したポイント及びシーズン最後に行われる決勝大会によってシーズンにおける順位が決定される。「リーグ」式大会と異なり、大小さまざまな規模の大会が開催されており、プロ選手ではない一般プレイヤーにも門戸が開かれている。

総務省「eスポーツ産業に関する調査研究報告書」より

世界のイベント

名称	使用タイトル	分類	主催企業	場所
League of Legends World Championship	League of Legends	単発	Riot Games	中国
League of Legends Championship Series	League of Legends	リーグ	Riot Games	アメリカ他
The Overwatch League	Overwatch	リーグ	Activision Blizzard	アメリカ
Intel Extreme Masters	Counter-Strik : Global 他	単発	ESL	ポーランド他
The International	Dota 2	単発	Valve	アメリカ
Hearthstone Championship Tour	Hearthstone	ツアー	Activision Blizzard	オランダ他

総務省「eスポーツ産業に関する調査研究報告書」より一部抜粋

日本のイベント

第二章 1 参照

世界の組織

- ・国際 e スポーツ連盟 (International Esports Federation、略称:JeSF) : 韓国 釜山
- ・アジア e スポーツ協会(AeSF) : 香港
- ・E Games Group : バーミンガム 等がある。

日本の組織

- ・2018年2月1日、“一般社団法人 日本 e スポーツ連合 (Japan esports Union、略称 JeSU)” 設立
- ・既存の e スポーツ 3 団体[一般社団法人日本 e スポーツ協会 (JeSPA)、一般社団法人 e-sports 促進機構、一般社団法人日本 e スポーツ連盟 (JeSF)]を統合し、更には IP ホルダーであるゲームメーカー各社が加盟する一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会 (CESA)、及び一般社団法人日本オンラインゲーム協会 (JOGA) の全面的な協力を得て、一体となって団結し設立した団体

JeSU ウェブサイトより

関連する法律

日本で e スポーツ大会を開催するにあたっては、以下の法律が課題となる。
この法律に抵触しない枠組み作りが必要。

(1)刑法(賭博)

- ・高額賞金のため大会出場者から出場料を徴収した金額を賞金として大会勝者に分配するケースは、刑法賭博罪 (刑法 185 条) の定義における賭博に該当する可能性がある。

(2)景表法

- ・e スポーツ大会開催時、賞金を提供することにより、ゲームのパブリッシャー・デベロッパー (並びに利益を享受する関連企業) が顧客を誘引するための手段として自己の供給する商品・サービスの取引に付随してこれを提供しているとみなされ、当該法律に抵触する可能性がある。

(3)風俗営業法

- ・e スポーツ大会の開催が、開催場所・方法によっては風俗営業法の摘要対象となる可能性がある。

総務省「e スポーツ産業に関する調査研究報告書」より引用。一部文言を簡略化

2 日本の e スポーツ

本調査を実施するにあたり、日本の e スポーツの現状を概観する。その上で、事業の構造からポイントとなる業種を選定した上で、第二章にて主要な企業へのヒアリングを実施する。(第二章 2 「e スポーツによる発展の可能性のある業界の調査」)

2.1 e スポーツの認知度

2018年7月現在の日本の e スポーツの認知度は、41.8%。2017年9月の14.4%から大幅に増加。¹

2.2 e スポーツの市場規模推移

2017年の3.7億円から2018年の41.3億円へと大幅な伸び。2022年には約100億円と推定される。²

2.3 日本の e スポーツファン数

2018年の日本 e スポーツファン数(試合観戦・動画視聴経験者)は383万人となった。(前年比66%増) 2022年には、約786万人と推計される。³

2.4 日本の e スポーツマーケットの現状と今後

一般に e スポーツのマーケットは、世界では既に確立しているが日本はこれからと言われている。

世界的には PC ゲームが主流であり、元々ネットワークにつながった世界で競技としてのゲームカルチャーが早くに花開いた。一方で日本ではコンシューマープラットフォームが大きく成功しており、ネットワークに繋がった形での利用方法は近年になってからであった。

2018年2月の「一般社団法人 日本 e スポーツ連合」(JeSU)の設立以来、一般の認知度も上がり、市場も大きく動き出した。

また、JeSU 公認プロライセンスの発行も開始された。

¹ 株式会社G zブレイン eb-i 調査より

² 株式会社G zブレイン発表資料より

³ 株式会社G zブレイン発表資料より

2.5 ゲームユーザー市場

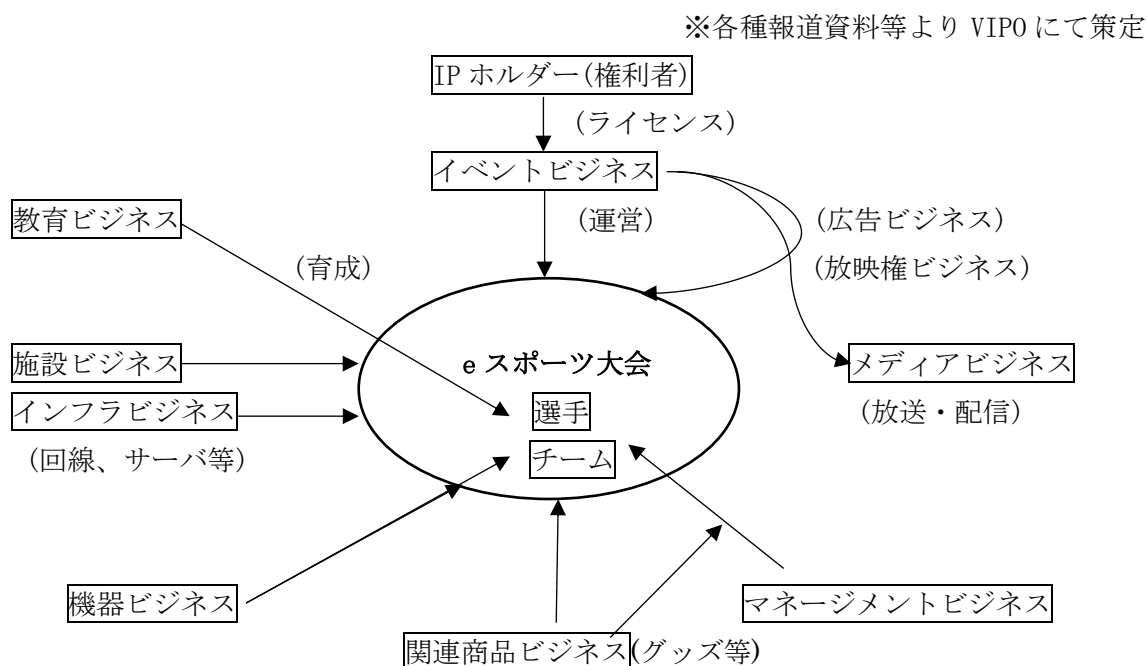
「ファミ通ゲーム白書 2018」によれば、2017年の日本国内のゲーム人口は4,922万人と推定される。5歳から59歳までの人口は約7,875万人である事から、いかにゲーム人口が大きいかがわかる。⁴

また、近年利用者数が急増している動画共有サイトでは、ゲーム関連の視聴者が非常に多い。株式会社G zブレインのeb-i調査によれば、動画共有サイト利用者約3,300万人の内、ゲーム関連動画の視聴者数は約1,000万人と推計される。これにゲーム以外の動画を視聴するゲームユーザー約960万人を加えると、およそ1,970万人程度がeスポーツの潜在マーケットと考えられる。⁵

2.6 eスポーツのエコシステム

eスポーツにはゲームタイトルを発売するゲームメーカー(IPホルダー)以外に、多くの業種が関与し市場を形成している。

主要な業種を下記に掲載する。



図表 1

※本表記載以外にも、イベントに付随する宿泊・飲食・観光等の関連事業がある。

⁴ 「ファミ通ゲーム白書 2018」より

⁵ 株式会社G zブレインのeb-i調査より

尚、本調査では、上記の中から「IPホルダー」⁶「イベントビジネス」(運営)、「施設ビジネス」、「メディアビジネス(配信)」の領域でヒアリングを行った。

(第二章 2 「eスポーツによる発展の可能性のある業界の調査」参照)

2.7 eスポーツとスポンサーの状況

ここでは、現在のeスポーツの主要な収入源であるスポンサーの構造について確認する。

2018年、日本のeスポーツ市場においてチームや大会へのスポンサー料や広告費の割合が最も多く、全体の75.9%を占める。⁷ このことから、スポンサー収入の有無がイベントの経済的な意味での成否を左右すると言える。

スポンサー先としては、以下の3つの対象が一般的である。

- (1)大会へのスポンサー
- (2)チーム・選手へのスポンサー
- (3)メディアへのスポンサー(放送・配信・アプリ等への広告出稿)

⁶ IPは、Intellectual Property (知的財産)の略。ここではゲームに関する知的財産権の所有者の意

⁷ 株式会社G zブレイン発表資料より

第二章 札幌市外における事例調査

本章の1では、「首都圏や他都市のe スポーツ関連イベントや自治体、省庁が関わっている事業（実施済・実施中含む）の調査」について、具体的なイベント事例を紹介すると共に関係する事業者・団体・地方自治体等のヒアリングを記載する。

記載内容は、

- ・ イベント(大会)名とイベント(大会)概要（概要は調査時点での内容）
- ・ 該当イベント(大会)にかかわる関係者のヒアリング

で構成している。但し、ヒアリング関係者は、必ずしも主催者ではなく、何らかの関連のある事業者・団体・地方自治体である。

尚、一部事業については、イベント概要のみ記載している。

本章の2では「e スポーツによる発展の可能性のある業界の調査」について、主要な業種の企業へのヒアリングを記載している。

本章の3では「e スポーツ先進国（アメリカ・中国・韓国など）における、行政とe スポーツの関わり方やビジネスモデル事例の調査」について、中国・韓国・アメリカの主要三カ国に絞って調査した。調査は、有識者のヒアリングと文献調査により、特に「行政とe スポーツの関わり」を中心に記載した。

1 市外の e スポーツ関連イベントの概要とヒアリング内容

1-1 RAGE(大会概要)

RAGE（レイジ）とは、「新しいスポーツエンターテイメントの創出」を目指し、次世代スポーツ競技「e スポーツ」に様々なエンターテイメント性を掛け合わせた、株式会社 CyberZ とエイベックス・エンタテインメント株式会社が協業で運営する e スポーツイベントおよび、e スポーツリーグの総称。主にオフラインで開催する一般参加型の「イベント」と、プロ選手による競技をオンラインで配信する観戦型の「プロリーグ」を実施。

《過去開催イベント》

【RAGE 2018 Winter】

- ・日程：2018年11月23日（金・祝）9時30分～20時30分
- ・会場：幕張メッセ 3ホール
- ・主催：株式会社 CyberZ、エイベックス・エンタテインメント株式会社
- ・使用ゲームタイトル：Shadowverse、リーグオブレジェンド、
ストリートファイターV
- ・入場料：無料（一部有料）
- ・コンテンツ
 - ① RAGE Shadowverse 十禍絶傑
 - ② RAGE League of Legends SUMMONER's FEVER
 - ※LoL 公式韓国リーグ LCK 連動企画、Faker 選手、BANG 選手国内初参戦
 - ③カプコン ストリートファイターリーグ powered by RAGE～ハイクラス トライアウト～
 - ※EX「お願い!ランキング」連動企画
 - ④Shadowverse 4人フライト式トーナメント Supported by SHARP
 - ⑤Shadowverse Queen Cup 2018
- ・Shadowverse 予選
 - <東日本予選>
 - ・日程：Day1 2018年10月6日（土）、Day2 2018年10月7日（日）
 - ・会場：幕張メッセ 5ホール
 - <西日本予選>
 - ・日程：Day1 2018年10月7日（日）、Day2 2018年10月8日（月・祝）
 - ・会場：神戸ファッションマート
 - ・参加人数：東日本予選 5,500名／西日本予選 3,300名／計 8,800名

(GRAND FINALS 進出者 東日本予選 5名／西日本予選 3名)

【RAGE 2019 Spring】

- ・ 日程：2019年3月17日（日）9時30分～20時30分
- ・ 会場：幕張メッセ 2ホール
- ・ 主催：株式会社 CyberZ、エイベックス・エンタテインメント株式会社
- ・ 使用ゲームタイトル：Shadowverse、PUBG MOBILE、ブロスタ、大乱闘スマッシュブラザーズ SPECIAL
- ・ 入場料：無料
- ・ コンテンツ
 - ①RAGE Shadowverse2019 SPRING GRAND FINALS
(<https://rage-esports.jp/shadowverse/>)
 - ②PUBG MOBILE INVITATIONAL CHALLENGE
(<https://rage-esports.jp/2019spring/pubgmobile>)
 - ③RAGE ブロスタ リアルエメラルドハント
(<https://rage-esports.jp/2019spring/brawlstars>)
 - ④スマッシュボール杯 スマブラ SP 西日本リーグ 3rd ラウンド
 - ⑤RAGE スマブラ SP チャレンジカップ
(<https://rage-esports.jp/2019spring/smashbros>)

- ・ Shadowverse 予選大会
- ・ 日程：Day1 2019年2月2日（土）、Day2 2019年2月3日（日）
- ・ 会場：幕張メッセ 6ホール
- ・ 参加人数：6,000名（GRAND FANALS 進出：8名）

《次回開催イベント》

【RAGE 2019 Summer】

- ・ 日程：2019年6月16日（日）
- ・ 会場：幕張メッセ イベントホール
- ・ 入場料：無料
- ・ Shadowverse 予選大会
- ・ 日程：Day1 2019年5月4日（土）、Day2 2019年5月5日（日）
- ・ 会場：幕張メッセ 9ホール

以上

1-2 エイベックス・エンタテインメント株式会社(ヒアリング)

ヒアリング対象(敬称略)

エイベックス・エンタテインメント株式会社
ライブ事業本部 イベント制作グループ
ゼネラルマネージャー
坂本 茂義

ヒアリング実施日

2019年1月21日(月)

1 貴社にとってeスポーツへの取組の基本方針について

・eスポーツ参入の背景

エンターテインメントが、主業であり、その意味で言うと多くの人に感動体験をしてもらいたい、とうところの一つの分野としてeスポーツがある。もちろんマーケットを見た上で判断という事もある。ユーザーは物よりも事というところに対して体験価値を見出すようなマーケットが出てきていることから、音楽だけではないところでライブエンターテインメントがもう1つあってもいいのではないかとなった時に、eスポーツがあった。あくまでも新しい市場にまず出ていこうという事で、新しいエンターテインメントを創出していきたいというのが根本。将来的には、IRエンターテインメントといったところの一つになればというところも見据えてはいる。

2 貴社のeスポーツへの関わり方について(大会運営者として)

・eスポーツへの関わり方

eスポーツにおいて参加者がもう少し輝ける場所を創出すべきでは。また、輝けるような場所を作るのであれば、やはりスターを創りだしていかなければいけない。運営者としては、スターを作っていきたいし、加えて見る環境をきちっと整備していきたいと思う。今、オンライン、オフラインで分かれていると思うが、オフラインで生で見られる価値観というのは作っていきたいと考えている。

・ゲームメーカーとの関係

ゲームメーカーさんとの関係で言うと、いわゆる大会を実施する権利を、もっと販売してくれればと思っている。その上で、イベントそのものがコンテンツになっているというものを作ることが出来ればと考えている。そして、ゲームメーカーさんも、ここで(こ

のイベントで)取り扱ってもらいたいというところに持っていきたい。

- ・この RAGE というところでいろんな人たちが本当に活躍できる場を作っていきたいなと思っている。やはり人が輝ける場所はどこかと考えた時、人前に出ることであり、注目されること。最初にいろんなゲーム大会見たときに、注目される選手に対するケアが少ないと思った。控え室の扱いや登場の仕方も含めて。そこをプロの目線できちんと実現して、見せたくないものは見せない、本当にスポットライトが当たるところをきちんと作ってあげれば良いと思う。選手は元々凄い憧れの的なのだから。

3 e スポーツの波及効果・波及範囲についてのお考え

- ・公演をやることで周辺施設における、いわゆる観光の市場というのは相当あると考えられる。宿泊関連、飲食関連といったところはすごく良いのではないかな?
- ・また、例えば専門学校みたいなものが出来てくる事も考えられる。
- ・フットサルコートみたいな所で気軽に集まって e スポーツが出来る地域の場所のようところが活性化されると良い。そこで小学校、中学校、高校で部活動やサークルが出来ると良い。

4 地方自治体との協力による取組の実例について

- ・特に無い。
- ・協力していただける部分で一番良いのは、イベント時に町そのものを盛り上げるような広報活動を準備してもらうこと。

5 地域(札幌市)の視点から、e スポーツが果たす役割・効果、地方公共団体に対して期待する役割、ご意見

- ・フットサルコートに近いようなモデルで、まずコミュニティーを作っていき学校も含めて教育として巻き込んでいけば、そこにおのずとスター選手が生まれてくるだろう。そうすると、チーム等ができてくる。そのチームを応援する(プロ野球や J リーグのように)地域性が出てくるのではないかな。

以上

1-3 EVO JAPAN2019(大会概要)

Evolution Championship Series (以下、EVO) は、長い歴史を持つ世界最大規模の対戦格闘ゲームトーナメントです。世界中の格闘ゲームプレイヤー達がラスベガスに集まり、公平なルールと競技精神、そしてそれまで磨いてきた最高の技術で競い合い、チャンピオンの座を決める戦いに挑みます。EVO Japanはその理念を受け継いだ、もう一つの世界大会です。

数多くのドラマを生み出した EVO Japan 2018 から 1 年。2019 年は福岡で熱い戦いが繰り広げられます。

- ・大会名称

Evolution Championship Series: Japan 2019

- ・開催日程

Day1 (予選) : 2月15日(金) 開場 12:00 / 開始 13:00 入場無料

Day2 (予選) : 2月16日(土) 開場 9:00 / 開始 10:00 入場無料

Day3 (決勝) : 2月17日(日) 開場 8:00 / 開始 9:00 要チケット

(SS席 : 9000円 S席 : 7000円 自由席 : 4000円)

- ・エントリー期間

2018年12月23日～2019年2月3日 23:59 (JST) まで

- ・参加費

無料

- ・会場

福岡国際センター (福岡県福岡市博多区築港本町 2-2)

<http://www.marinemesse.or.jp/kokusai/>

- ・タイトル

鉄拳 7 / BLAZBLUE CROSS TAG BATTLE / SOULCALIBUR VI / THE KING OF FIGHTERS XIV / STREET FIGHTER V ARCADE EDITION / GUILTY GEAR Xrd REV 2

- ・賞金および副賞について

賞金総額 : 1,000 万円

- ・主催

EVO Japan 2019 実行委員会

- ・協力

アーケシステムワークス株式会社／株式会社バンダイナムコエンターテインメント
株式会社 SNK／株式会社 カプコン

- ・来場者数

DAY1 4,000 人

DAY2 6,500 人

DAY3 2,500 人

3 日間合計 13,000 人

以上

1-3 福岡 e スポーツ協会（ヒアリング）

ヒアリング対象(敬称略)

福岡 e スポーツ協会

会長

中島 賢一

ヒアリング実施日

2019年2月6日（水）

1 福岡 e スポーツ協会様の視点で行政(福岡市・県)と e スポーツの関係について

※福岡 e スポーツ協会の基本的な考え方

・ 基本的な理念は

「ゲームを愛する人たちが、笑顔で生き生きと活動できる環境を作り、e スポーツがスポーツとして認知されるよう普及・啓発します。e スポーツを通じて、様々な立場の人の交流や心身の健全な発達を促し、スポーツ文化の発展に寄与します。」

何よりも福岡が「ゲーム都市宣言」を行っているゲーム企業の集積地であり、エンタテインメントコンテンツを街なかで楽しむ文化活動が各地で展開している風土がある。福岡 e スポーツ協会は、信用力と実行力をベースに産・学・官・民をつなぐプラットフォームになる事を目指している。

(上記の基盤として、「福岡ゲーム産業振興機構」の継続的な活動がある。)

2 福岡 e スポーツ協会様(又は福岡市、県)が関与した(主催・後援など)e スポーツの大会・イベントについての具体例 (EVO JAPAN 2019 等)

- ・ EVO JAPAN2019 には、実行委員会との接点から福岡での開催の話が進んだ。
- ・ 市としてはブランディングの一環という意味がある。(EVO JAPAN2019 の 2019 年 1 月 21 日 (月) 記者発表会では、高島宗一郎 福岡市長と石丸修平 福岡地域戦略推進協議会事務局長が登壇し、「EVO Japan 2019 Presented by NTT DOCOMO」の開催地福岡市における官民一体の開催支援体制について発表。)
- ・ 福岡 e スポーツ協会としては、経済界・ゲーム業界・ゲームコミュニティ・学校・官をつなぐプラットフォームとして福岡での実現に協力。

- ・会場は、大相撲九州場所を行う福岡国際センター。
(最大1万人収容、1階：3,425m²・56m×56m)

3 上記大会を含め、eスポーツの福岡市内・県内及び対外的な波及効果、波及領域について

- ・福岡地域戦略推進協議会（Fukuoka D.C.）とも連携する事で、地元経済界の全面協力を得る形で実施。大手企業が関連商材等に対応。また地元の専門学校生のボランティアでの参加、その参加をもって単位認定とする措置が講じられた。

以上

1-4 京都 e スポーツサミット 2019 (大会概要)

- ・主催者： 京都府庁ものづくり振興課、株式会社ボノス
- ・共催： **KYOTO CMEX**
- ・日時： 2019年3月9日(土) 14:00~18:50
- ・場所： 京都リサーチパーク 4号館地下1F バズホール
- ・料金： 無料
- ・定員： 300名
- ・目的： 産学公連携により京都府のゲーム業界の更なる活性化を図る
 - (産)： e スポーツをきっかけとした人材が活躍できるフィールドの提供を行う事
 - (学)： 京都府出身の優秀な人材が e スポーツをはじめゲーム関連業界に興味・関心を持つ事
 - (公)： e スポーツによりゲーム関連企業が活性化し京都府全体の盛り上がりにも寄与する事

- ・開催内容
 - Part.1 e スポーツの現在地
 - Part.2 e スポーツの未来(パネルディスカッション)
 - Part.3 ゲーム開発者講演
 - Part.4 プログーマーの世界(プログラマーによるパネルディスカッション)

以上

1-5 京都府(ヒアリング)

ヒアリング対象者(敬称略)

京都府
商工労働観光部 ものづくり振興課
創業・地域産業戦略担当 副課長
須田 建太郎

ヒアリング実施日

2019年2月1日(金)

1 京都府様における行政とeスポーツの関係について

(1)行政とeスポーツの関係について

(2)eスポーツの府内及び対外的な波及効果・波及領域について

・eスポーツ取組の背景

大手ゲーム企業の本社が京都にある事もありゲーム関連企業及びIT系企業の開発拠点が京都に設置されることが増えつつある。京都府として、ゲーム企業・業界を盛り上げることで更に開発拠点として企業の集積が見込めるのではないかと考えている。あくまで京都府としては、ゲーム企業の活性化を図り盛り上げることが基本。eスポーツはその1つの手段という認識。

・京都府として3月9日にeスポーツイベントを開催の予定。

場所：京都リサーチパーク

内容：2部構成

ゲーム開発企業を招き、ゲストスピーカー＋パネルディスカッション
プロ同士のエキシビジョンマッチ、プロ vs アマを実施

・京都府内企業や一般の方々のeスポーツへの見方

一般の方々については、eスポーツという単語のみが認知されており、内容まで含めて私達も同様に理解できていない状態と考えている。

eスポーツは今後、ゲーム企業の活性化を図り盛り上げるキーになってくるのではないかと想定している。

京都のゲーム開発・受託企業はeスポーツのゲーム開発等について、まだ静観しているところが多いのではないかと考えている。

(3) 府内の教育機関・産業・スポーツチーム等を含めたエコシステムについて

- ・京都は大学が多い街であり、人材の豊富さも含めて企業群も魅力を感じる可能性はあると捉えている。一方、現状として大学を卒業後、首都圏に行く学生も多い。現在は企業環境や労働環境も変化しつつあり、必ずしも首都圏に拠点を構える必要がなくなってきた。
- また、ゲームの開発は幅広いジャンルへの波及効果がある事から雇用の機会を増やす可能性が高い。

(4) 大会の実施を踏まえ、今後のeスポーツへの取組の考え方について

- ・京都府が単独でeスポーツの大会を行うことは難しい。府イベントと同時開催など、つながりから出てくればよいのではと考えている。

(5) 一般論として地方自治体におけるeスポーツの支援について

- ・やはり出てくる話は、茨木県(国体)や福岡の取組等が多い。
- ・ゲーム自体、eスポーツという視点だけではなく、様々なタイプがあって良いと考える。
例： eスポーツ 対戦ゲーム ファミリーゲーム スマホゲーム インディーゲーム
など
そういう環境の中で、京都府がゲームの都になったら良いと考えている。

(6) 他地域との連携について

- ・同じことをやっても広がりがないので、京都独自のものを作れたらと思う。
広がりという意味で京都のポテンシャルを活かした京都らしさを展開したい。

以上

1-6 高校 e スポーツ選手権 (大会概要)

- ・ 正式大会名

第 1 回全国高校 e スポーツ選手権

- ・ 大会概要

全世界で巻き起こる e スポーツのムーブメントを、新時代を象徴する「新しい文化」として発展させていくため、日本全国の高校生を対象にチーム戦形式による e スポーツ競技大会を開催する

- ・ 主催

株式会社毎日新聞社 (新聞社)

- ・ 共催

株式会社サードウェーブ (コンピューター機器等の企画・製造ならびに卸販売)

- ・ 後援

千葉県

千葉市教育委員会

- ・ 大会スポンサー

株式会社デンソー (自動車部品メーカー)

日清食品株式会社 (食品加工会社)

株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント (音楽系事業会社)

株式会社マンダム (化粧品メーカー)

イオンエンターテイメント株式会社 (映画興行会社)

株式会社ロジクール (デジタルデバイスの開発・販売)

ベンキュージャパン株式会社 (電気製品メーカー)

豊島株式会社 (繊維専門商社)

学校法人滋慶学園 (学校法人)

ロート製薬株式会社 (製薬会社)

株式会社ドリームファクトリー (美容・健康関連機器製造販売)

岡谷エレクトロニクス株式会社 (半導体、電子部品製造販売)

ネスレ日本株式会社 (食品メーカー)

インテル株式会社 (半導体素子メーカー)

- ・参加資格
 - ・日本国内に在住する高校生、定時制高校生、高等専門学校生（3年生まで）、通信制高等学校生であること（日本在住の外国人留学生も参加可能）
 - ・対象年齢は満16歳～19歳（該当誕生日1999年4月2日～2003年4月1日）
 - ・オンライン予選とオフライン決勝大会に参加できること
 - ・同じ高校からチームを組んで参加できること
 - ・リーグ・オブ・レジェンド部門に参加の全選手は、予選開始時に、最低限必要なチャンピオン数である20体（フリーチャンピオン含む）を、LoLアカウントで保有していること

- ・開催日程
 - ・予選大会
2018年12月23日（日）～26日（水）

 - ・決勝大会
2019年3月23日（土）～24日（日）

- ・開催場所
 - ・予選大会
オンライン対戦（インターネット上で開催）
予選大会の様子は全日Twitchにてインターネット配信された。
また、12月26日（水）のリーグ・オブ・レジェンド部門準々決勝については、全国3カ所のイオンシネマにてライブビューイングが開催された。
 - ・決勝大会
幕張メッセ／千葉県

- ・競技内容

下記2つの競技（ゲームタイトル）において、予選および決勝大会を実施。
予選、決勝ともトーナメント方式による団体戦。

 - League of Legends（リーグ・オブ・レジェンド）※1部門
1チーム5人1組
 - Rocket League（ロケットリーグ）※2部門
1チーム3人1組

※1：米国Riot Games社が開発した、PC向けマルチプレイヤーオンラインバトルアリーナ（MOBA）型ゲーム

※2：米国Psyonix社が開発した、架空のスポーツを題材としたサッカー型ゲーム

- ・試合時間（一試合）
 - ・両競技とも試合時間の指定なし。
 - ・ルールブックに規定されている勝敗条件を満たすことで試合終了。

- ・大会参加チーム数
 - ・予選大会
 - League of Legends 部門：93 チーム
 - Rocket League 部門：60 チーム

 - ・決勝大会
 - League of Legends 部門：予選大会を勝ち抜いた 4 チーム
 - Rocket League 部門：予選大会を勝ち抜いた 4 チーム

- ・大会参加費
無料

- ・賞金情報
 - ・優勝賞品
両部門の優勝チームメンバー全員を「2泊3日の韓国 e スポーツ体験旅行」に招待

 - ・準優勝・ベスト4の賞品
未定（随時発表）

- ・その他情報
 - ・本大会の開催に併せて、株式会社サードウェーブが全国の高校での e スポーツ部発足を支援するべく、ゲーミング PC を先着申し込み 100 校につき最大 5 台、3 年間無償レンタルを実施。
 - ・報道資料によると、最終 78 校から申し込みがあったとのこと。

以上

1-7 毎日新聞社(ヒアリング)

ヒアリング対象者

毎日新聞社

ヒアリング実施日

2019年2月1日(金)

1 貴社にとってeスポーツへの取組の基本方針について

- ・eスポーツを文化にしていきたい。
過去より新聞社はそういった活動を実施している。例：甲子園
社会的な見え方・位置づけをよくする方向で支援したい。
- ・上記の目的に向けて、ゲーム業界以外の第3者が関わるが必要ではと考える。
(パブリッシャーが関わると宣伝にうけとられてしまう可能性)
- ・「第1回全国高校eスポーツ選手権」のきっかけは、高校生とのつながり。同様の考えをサードウェーブも有しており、共感し一緒に共催。
(高校単位の出場という括り方)

【質問：社内でのeスポーツの認識は？】

- ・徐々に浸透しつつある。

【質問：実施するスタートから期間はどれくらいか】

- ・準備期間含め1年以内。リリース7月→予選12月。

2 貴社のeスポーツへの関わり方について(「第1回全国高校eスポーツ選手権」)

【質問：“高校単位で出場”という制度へのこだわりはあるのか？】

- ・あえて設定した、野球の甲子園に近い効果を求めていること。各学校にeスポーツ部ができ、“当たり前”としていきたい。高校に根付く、ということの意味合いは大きいと考えている。

【質問：結果的に日本全国から参加者が集まったが、想定比は？】

- ・想定より多かった。

- ・参加チームの中には障害者のチームもあり、1勝した。メディアに取り上げられるといった反響もあり。

【質問：“e スポーツ部 発足支援プログラム”の効果などは？】

- ・ゲーミング PC を 70 校以上に提供。先生が逆に積極的だったことも多かった。予想よりも応募がきた。

3 e スポーツの波及効果・波及範囲についてのお考え

- ・今までと異なりゲーム業界以外からの参入が多かった 2018 年という印象。
- ・どの会社でも関与する余地がある。そんなスポーツって滅多になく、一つの魅力ではないか。

4 地方自治体との協力による取組の実例について

【質問：自治体に向けてどんな支援がほしいか。】

- ・e スポーツ施設関連の支援。

会場／配信／設営など、意外に e スポーツはお金がかかる。e スポーツ施設として大型のものは現状無し。(最近できつつあるが) 電気やインターネット環境を備えた施設が必要。

- ・高校生が e スポーツに取り組める環境づくり

以上

1-8 サードウェーブ(ヒアリング)

ヒアリング対象者(敬称略)

株式会社サードウェーブ

取締役副社長

榎本 一郎

ヒアリング実施日

2019年1月30日(水)

1 貴社にとってeスポーツへの取組の基本方針について

現在、国内ではeスポーツのブームが来ている。これまでも何度かブームが来ているが、その度にブームだけで終わってしまっている。ブームで終わらせないためにはeスポーツを新しい文化にしていく必要があると考えている。従来のスポーツは、ハンディキャップの有無や性差などでルールや試合形式が分かれていることが多いが、eスポーツはそういった身体的な差、性差、年齢も関係なく同じフィールドで一緒にできるものなので、新しい文化だと言える。スウェーデンにはシニアチームもあり、そこに参加している人たちは子供や孫からリスペクトされたいという思いや、共通言語で会話がしたい、という思いでeスポーツに取り組んでいる。また、文化として根付かせていくには、高校の部活動が重要な要素だと考えている。部活動で高校生が取り組み始めると、そこから若い世代、野球でいうリトルリーグ等が出来たり、高校卒業後にプロを目指す若者が増える等、様々な波及効果が考えられる。

2 貴社のeスポーツへの関わり方について

・全国高校eスポーツ選手権

全国高校eスポーツ選手権の運営は子会社である「E5 esports Works (イーファイブ イースポーツ ワークス)」社が実施している。また、全国高校eスポーツ選手権は学校単位での出場が条件となっているため、サードウェーブがPCメーカーであることから、新たにeスポーツの活動をしたい学校には3年間無償でゲーミングPC5台を貸与する取組も行っている(2回目以降は多少変更予定)。

・LFS(ルルス)池袋 esports Arena

池袋にて「LFS(ルルス)池袋 esports Arena」を子会社の「E5 esports Works (イーファイブ イースポーツ ワークス)」社が運営をしている。E5 esports Worksの代表は、

14 年前に e スポーツのプロ選手だった。

3 地域(札幌市)の視点から、e スポーツが果たす役割・効果、地方公共団体に対して期待する役割、ご意見

- ・部活動等、学校での活動について

文化にするには部活動を増やしていくことが大事だが、公立の学校ではネットワークの設置等に関して所管官庁の定めたルールがあり、ただ PC を用意しても活動が始められないケースがあり、部活を作ることは容易なことではない。

- ・地域での場所作りに関して

e スポーツを根付かせるためには気軽に e スポーツが楽しめる場所が必要だが、消防法や風営法等の法律もあり、一つの企業が利益を上げつつ、文化事業として運営していくのはとても難しい。そういった意味から公共事業の枠の中でそういったことを行ってもらえるのが望ましい。例えば、公民館の中に囲碁や将棋ができるスペースがあるのと同じように e スポーツができる場所を提供してもらい、その運営は民間企業が行う等。

民間、自治体、どちらか片方だけではこういった取り組みは難しく、協力していく必要があるが、サステナビリティをどうやって担保していくかは自治体を中心となり、民間と一緒に考えていくべきだと感じている。

以上

1-9 茨城国体(プレ大会及び本大会)(大会概要)

(プレ大会)

- ・正式大会名

『全国都道府県対抗 e スポーツ選手権 2019 IBARAKI (茨城プレ大会)』

- ・大会概要

第 74 回国民体育大会 (いきいき茨城ゆめ国体)・第 19 回全国障害者スポーツ大会 (いきいき茨城ゆめ大会)開催の 1 年前を記念し、『全国都道府県対抗 e スポーツ選手権 2019 IBARAKI』の前哨戦となる『茨城プレ大会』を実施。

- ・主催

いきいき茨城ゆめ国体・いきいき茨城ゆめ大会実行委員会

- ・共催

一般社団法人日本 e スポーツ連合

- ・協力

株式会社コナミデジタルエンタテインメント ※ I Pホルダー

- ・参加資格

国民体育大会参加資格、所属都道府県及び年齢基準等の解釈・説明に準ずる。

- ・オープンの部

チームが 2018 年 9 月 1 日現在、茨城県内に居住、通学又は通勤している者 3 名以上 5 名以内で構成されていること。

ただし、少年の部への参加資格を有する者は 1 チーム最大 2 名までとする。

- ・少年の部

チームが 2018 年 9 月 1 日現在、茨城県内に居住し高等学校 (中等教育学校、高等特別支援学校等を含む。以下同様とする。) に在学、又は茨城県外から県内の高等学校に通学している生徒 3 名以上 5 名以内で構成されていること。

※同一選手の複数チームでの重複登録 (部門をまたいだ重複登録を含む。) 又は出場が確認された場合は、当該選手の所属するすべてのチームについて、失格とする。

- ・開催日程

2018 年 9 月 15 日 (土)

- ・開催場所
つくば国際会議場（EPOCHAL TSUKUBA）／茨城県

- ・競技内容
「ウイニングイレブン 2019（※1）」を使用し、オープンの部・少年の部の2部門にて開催。
1チーム3人1組で、トーナメント方式による対戦を実施。
（※1）：コナミデジタルエンタテインメント社開発・発売のサッカーゲーム

- ・試合時間（一試合）
10分（プレーオフの場合は5分）

- ・大会参加チーム数
オープンの部
25チーム
少年の部
16チーム

- ・大会参加費
無料

- ・表彰
各部門優勝及び準優勝チームに表彰状を授与
賞金等はなし

- ・その他情報
報道資料によると、大会の様子はインターネットに同時配信され、約3万回視聴されたとのこと。

(本大会)

- ・ 正式大会名
全国都道府県対抗 e スポーツ選手権 2019 IBARAKI

- ・ 大会概要
 - ・ 第 74 回国民体育大会 (いきいき茨城ゆめ国体) ・ 第 19 回全国障害者スポーツ大会 (いきいき茨城ゆめ大会) の文化プログラムとして実施される e スポーツ大会。
 - ・ 全国 47 都道府県で予選を実施し、代表を選出する初めての大会となる。

- ・ 主催
 - ・ いきいき茨城ゆめ国体・いきいき茨城ゆめ大会実行委員会
 - ・ 一般社団法人 日本 e スポーツ連合 (JeSU)
 - ・ 公益財団法人 日本サッカー協会 (JFA) (※ウイニングイレブン 2019 の競技のみ)

- ・ 開催日程
 - ・ 予選大会
2019 年 4 月～8 月
 - ・ 決勝大会
2019 年 10 月 4 日 (金) ～6 日 (日)

- ・ 開催場所
 - ・ 決勝大会
つくば国際会議場

内容については、下記の URL を参照のこと

<http://culture-ibaraki.jp/esports2019/>

以上

1-10 茨城県庁(ヒアリング)

ヒアリング対象者(敬称略)

茨城県

国体・障害者スポーツ大会局 総務企画課

課長補佐

瀬谷 尚男

ヒアリング実施日

2019年1月23日(水)

1 茨城県様における行政とeスポーツの関係について

(1)いきいき茨城ゆめ国体におけるeスポーツ大会

『全国都道府県対抗eスポーツ選手権 2019 IBARAKI』背景、体制等について

- ・茨城国体においてeスポーツを取り上げるようになったきっかけ、背景
一昨年の12月に国体・障害者スポーツ大会の機運醸成の一環でダンスの大会を実施。その中に障害をお持ちの方のチームが2チームあり、どちらもとても素晴らしいダンスを踊られていた。開催2年前となり、茨城国体・障害者スポーツ大会のアイデンティティ、売りを決める時期だったこともあり、このダンス大会のような形で特にカテゴリーを設けることなく、障害のある方もない方も同じ土俵で競い合い、楽しめる国体・障害者スポーツ大会にできれば一番いいのではないかと、という思いが、まず根底にあった。そのときにちょうどeスポーツが盛り上がってきたこともあり、これを茨城県国体・障害者スポーツ大会の行事として実施することで、理想に近づけるのではないかと考えたのがきっかけであり背景である。そしてこれが、茨城国体・障害者スポーツ大会のアイデンティティである「誰もが参加できる大会」の確立、強化につながった。
- ・プレ大会開催の背景
eスポーツについて、県民に普及、浸透を図る意味合いと、全国大会に向け自治体として経験値が不足している部分を補うという目的から、プレ大会を実施することになった。なお、国体は基本的に全ての競技でリハーサル大会を実施し、本番と同じ会場で、しっかりと運営できるかをチェックすることから、プレ大会の考え方にはなじみがあった。
- ・プレ大会の状況
つくば国際会議場を会場に、午前中はトーナメントの1回戦、2回戦を大きな会議室で実施。午後、準決勝からを大ホールで開催。

集客的には、午前中のほうが多かった。午後は、300～400名程度の集客。(キャパシティーは約1200名)

- ・国体・障害者スポーツ大会の運営体制

茨城国体の運営は、県と、全ての市町村と、県内の関係団体等で組成するいきいき茨城ゆめ国体・いきいき茨城ゆめ大会実行委員会が行う。

- ・本大会でのeスポーツ実施の特徴

今までとの違いは、都道府県代表を選んで、対抗戦形式とすること。

(2)上記大会を含め、eスポーツの県内及び対外的な波及効果、波及領域について

(3)県内の教育機関・産業(ゲーム開発等)・スポーツチーム等を含めたエコシステムについて

- ・地域振興への波及

県内各地域の団体には地域振興のひとつ、イベントとして興味を持って頂いている状況。各地から実施についての依頼あり。

- ・人材育成への波及

人材育成との関連では、まだまだ専門的な人材が不足していると思われる。

今はプレイヤーがメインになっていると思うが、今後業界として成立していくにあたっては、コーチ、マネジメント等の育てる立場の人も必要。また、伝える方法の確立も必要ではないか。(将棋における棋譜のような方法論の確立など)

- ・考えられる波及領域

産業として、まずはゲーム業界。開発に加え機器の販売にはメリットがあるだろう。

さらにその他の一見関係のないような業界にどの程度波及していくのかが、eスポーツが残っていくかどうかのポイントではないか。今回の国体の基本的な考え方から、例えば、保健とか福祉等の方向にも広がっていかないかと考える。高齢者の施設で囲碁や将棋をやる代わりに、eスポーツが入っていくような方法。あるいは、障害者の方が、より積極的に関わっていただけるような土壌づくりや、機器面等でも一定程度の波及はあるのではないかと考える。

また、そのような形でユーザーが広がっていけば、ゲームの開発も、その方向に寄っていくのではないかと考える。

例えば、スポーツでいうゲートボールみたいなものが、出てくるのではないかと考える。

(4)上記大会の実施を踏まえて、その後のeスポーツへの取組の考え方について

- ・今回の取組を一過性のものに終わらせないようにすべき、との意見はある。国体・障害者スポーツ大会の準備と平行して考えていくことになると思う。

(5)一般論としての地方自治体におけるeスポーツの支援について

- ・他の自治体からeスポーツについてお問い合わせを頂く部署を拝見すると、主に三つあり、地域振興、産業振興及び文化振興という観点。様々な側面、捉え方があるという事だと思う。

(6)他地域とのeスポーツに関連した連携についての考え方

- ・連携という訳ではないが、その地方ごとに大会がありそれが大きくなり全国大会に繋がるようなスキームになってくると面白いと思う。

2 茨城県様の状況を踏まえて、札幌市が実施すべきと考える施策等について、また、茨城県のeスポーツ企業、団体等との連携について

- ・札幌市はIT系企業が多いと伺っているので、前述のような多彩なゲーム作り、いろんな対象に向けたソフトを作っていただき、今までなかったようなユーザーの方たち、あるいはeスポーツの新しい楽しみ方が生まれてくると良いのではないかと。

以上

1-11 闘会議 2019(大会概要)

(公式ウェブサイトより)

・闘会議とは？

みんなでオフ会をしてもいい。NO.1 決定戦をしてもいい。実況したっていいし、昔のゲームで遊んでもいい。ゲームの楽しみ方はひとつじゃない。 みんなが遊べる、楽しめる「ゲームのお祭り」それが「闘会議」

・名称

闘会議 2019 (とうかいぎにせんじゅうきゅう)

・会期

2019年1月26日(土) 10:00~18:00 (最終入場 17:30)

2019年1月27日(日) 10:00~17:00 (最終入場 16:30)

・会場

幕張メッセ・国際展示場 1・5~8 ホール

・主催

Gz ブレイン/niconico

・入場券

1日券：前売 1,500円 当日 2,000円

2日通し券：前売 2,500円

優先入場券：1日券 2,000円 通し券 3,500円 ※数量限定

来場者数(※1) / ネット来場者数(※2)

8万4,214人 / 459万4,715人

※1：同時開催の「ジャパン アミューズメント エキスポ 2019 (略称：JAEPO2019)」および「eSPORTS 国際チャレンジカップ～日本選抜 VS アジア選抜～」の3イベント合計

※2：ネット来場者数は、ニコニコ生放送、OPENREC、YouTube Live、Periscope、Twitch、斗魚(DOUYU.com)の合計

以上

2 eスポーツによる発展の可能性のある業界の調査

「第一章 2 日本のeスポーツ 2.6 eスポーツのエコシステム」に記載した通り、以下の業種よりヒアリングを実施した。尚、「イベントビジネス」(運営)の項については、「第二章 1.2 エイベックス・エンタテインメント株式会社(ヒアリング)」を参照のこと。

ヒアリング業種 「IPホルダー」

- ・株式会社 カプコン

「イベントビジネス」(運営)

- ・エイベックス・エンタテインメント株式会社

「施設ビジネス」

- ・イオンエンターテイメント株式会社

「メディアビジネス(配信)」

- ・配信事業者

2-1 株式会社 カプコン(ヒアリング)

ヒアリング対象者(敬称略)

株式会社カプコン

常務執行役員 eSports 統括本部 統括本部長

荒木 重則

清水 信彦

ヒアリング実施日

2019年2月4日(月)

1 貴社にとってeスポーツへの取組の基本方針について

・eスポーツの現状について

現在は既にeスポーツを具体的にやるフェーズ。調査には意味があるが、既に毎週のように色んな都道府県から具体的なイベントについての相談がある。

去年の夏にはA市の担当者が直々当社に来て、地元の優良企業も含めてイベントを実施して非常にうまくいった。

A市の例で言うと、市の全面協力で場所、スタッフを派遣してもらい、その地方の名所でeスポーツ大会をさせてもらった。加えて市でも告知協力を頂いた。

会場は普段有料のところを無料開放して老若男女が集まる状況。

・地方とのeスポーツイベントの取組における基本的な考え方

地方と組んでeスポーツイベントを行う場合、「集客」・「盛り上げ」・「拡散」の3点セットはしっかりやってもらうようにしている。当社では、全ての自ら行うイベントや許諾する案件に対してこの3点を重要視しているので失敗は基本的に無い。

・地方拠点の存在

カプコンのもう一つの強みとしては全国に店舗を持っている。

プラサカプコンというものが例えばイオンに入っている。カプコンのゲームセンターとショッピングモールの前のホールで連携する等の事も出来る。

もちろんプラサカプコンでなくても、各都道府県の公民館でもいい。パブリックビューイングで、ただ映して終わりではなくて東京から呼びかけたり、要するにインタラクティブな組み立てが出来ればよいと考えている。

2 貴社のeスポーツへの関わり方について

- (1) IPホルダーとして
- (2) 大会運営者として
- (3) その他の視点

・将来に向かっての展開

今まではゲームを作って売だけの世界だった。

eスポーツは多くの人に観られる、様々なビジネスがくっついてくることから非常に面白いビジネスチャンスがあって、ゲーム会社が次のフェーズに進むために必要なステップとしてあるのではないか。

・新しい事業領域

eスポーツは各種報告書等を見ると売り上げの多くがBtoC、スポンサー収入や広告収入、またゲーム会社が本来やっていないようなチケット収入やマーチャンダイズ収入等があるが、そこは新しい人材を含めて、ゲーム会社以外の別の事業、例えば放送系のノウハウや、スポーツの興行的なノウハウ等を融合していかなくてはいけない。

3 地方自治体との協力による取組の実例について

- ・前述のA市は市役所のある程度の決定権者が来て、その一カ月後にはイベントを実施していた。それなりに長期的なビジョンも話が出ていた。

加えて、地元の大手企業も巻き込んでテレビCMを地元市民が知らない人はいないくらい打ってもらった。この大手企業の声からも市の協力があるから出来るという事を聞いている。

4 地域(札幌市)の視点から、eスポーツが果たす役割・効果、地方公共団体に対して期待する役割、ご意見

- ・日本では意識の高い各地方自治体と連携をしながら、今までの枠に捉われない日本ならではの形でやっていく必要がある。
- ・また、一回きりではなくて、リーグやトーナメントなど継続性のある取組をしていく必要がある。

以上

2-2 イオンエンターテイメント株式会社(ヒアリング)

ヒアリング対象者(敬称略)

イオンエンターテイメント株式会社

プロモーション部 ライブ・エンターテイメントグループ

シニアマネージャー

吉留 和哉

プロモーション部 ライブ・エンターテイメントグループ

沼田 智一

ヒアリング実施日

2019年1月30日(水)

1 貴社にとってeスポーツへの取り組みの基本方針について

25年ずっとシネコンを運営していた会社。ゲーム業界については全く畑違い。eスポーツについては3年ぐらい前から取り組みを開始。

全く異業種のシネコンの会社が、eスポーツ市場にどういう参入の仕方がいいのか、あるいはその市場の拡大にどういう形で貢献できるのかと考えたときに、やはり映画興行会社なので興行だと考えた。

例えばスポンサーに支えられている市場構造はどうなのかなという思いもあり、お客さんがリアルスポーツと同じようにトッププレイヤーの素晴らしいプレーにお金を払って観戦する文化や、このスポーツの興行みたいな市場を作るのが自社、業界関係者、ユーザーにとって幸せなことなのではないかと考えた事がそもそものきっかけ。

eスポーツ市場に健全なエコシステムを作るために、まずは興行の分野からインフラとして機能したい。全国にあり、皆が集まる事が出来て、チケットのシステムもあって、大きなスクリーンでクローズドな空間でかつ、長時間の大会にも対応できる椅子があったりと、観戦する環境としてはとても良いと思う。

2 貴社のeスポーツへの関わり方について(全国高校eスポーツ選手権でのライブビューイングを実施)

- ・ライブビューイングだけではなく、オフラインイベントとしても実施した事はある。大きな大会というよりはユーザーやメーカーが主催のオフ会的なもの。

- ・全国高校 e スポーツ選手権については、ライブビューイングだけではなく、この取り組みに対して応援する(サポートする)という意味でスポンサーもしている。

例えば決勝に残っている岡山の高校があるとして、ファイナルを見にわざわざ幕張メッセまで来られない場合などでも地元の自分たちの同級生がやっているのをクラスメートが集まって応援したいなというときに、例えばイオンシネマがそこで映画館を開けることができればそれはいいのではないか。イオンシネマは北海道から九州まで全国にある。

- ・ライブビューイングは、オンラインで配信されている映像をスクリーンに映す、それをわざわざお金を頂戴しながら観て貰う提案。そこにお客さんのお金を払う理由ってなんだろうとなると、やはりそこでそのゲームを同じ熱量で愛してくれている人たちと時間と空間を共有したいという思い。それはたぶん映画にはない、いわゆるコミュニティというカルチャーとかそういうゲームの中にある。そのゲームシーンにおけるコミュニティの重要性というのは、今までの手探りの中からよくよく分かってきた。この事から、ライブビューイングをするときにも、そのコミュニティをいかに巻き込めるかというところが実は肝だと考えている。
- ・お客さんのユーザービリティを上げていくためには、電源と Wi-Fi。映画館に 400 人が入った場合、400 人同時接続の Wi-Fi 環境を作るのは結構大変ではある。

3 e スポーツの波及効果・波及範囲についてのお考え

- ・イオンはグループ会社として多様な業種がある。当社はイオングループのエンターテインメント部門を担っている事業会社として、この e スポーツというコンテンツが新しいムーブメントをグループ全体にどうやって波及させるかという視点でも見ている。例えばイオンモールというショッピングモールにおいて、その商業施設のデベロッパーとして e スポーツにはどういうふうに関わっていったらいいか、それは場所の提供であつたりとかかもしれない。スポーツオーソリティというスポーツ用品店があり、それはユニフォームを作るとか、イオンリテール等の小売をやっているところも物を売るといふ、ユニフォームを売る、グッズを売る、タオルを売るみたいな、そういう小売のところもあるのかもしれない。金融や旅行などもある。

そういうふうな e スポーツというこれから出来上がってくる産業が、ゲーム業界だけではなくて物販とか旅行業界とか金融含め、ありとあらゆる業界にいろんな影響を与えていくだろうと、そのときにグループ各社に対してその効果を最大化するためにどうしなければいけないかという事を常に意識している。

4 地域(札幌市)の視点から、e スポーツが果たす役割・効果、地方公共団体に対して期待する役割、ご意見

- e スポーツは基本的にオンラインという事もあり、地方とか地域性というのがどこまでかというのは測りかねている部分がある。
バーチャルの世界がものすごく進歩しているので、数年後、バーチャルな空間に幕張メッセみたいなやつがあって、みんなヘッドマウントディスプレイを自宅からつけて、そのバーチャルの空間に行って e スポーツイベントを見る、というような事もあるのではないかと? そうなったときに、果たしてその地域性とかはどうなるのだろうか? そこに危機感も持っている。
- 一方で、人が集まりたいのと同じように生身でコミュニケーション取りたいという欲求は、たぶんオンラインコミュニケーションが加速すれば振り子の振り戻しで相対的な価値は上がると思う。そうなったときに、同じ時間と空間を共有できる映画館は強みになる。だから、今までイオンシネマという映画コンテンツのファーストウィンドウであり、映画館に行かないと見られないんですよという価値を訴求していたけれど、今後イオンシネマの将来的な映画館としての価値を上げていくのだとすれば、そこに行けばコミュニケーションが取れます、誰かに会えます、友達に会えます、おんなじものを愛する人たちと時間と空間を共有できますというコミュニティを創造するような箱に切り替えていかないといけないというふうに考えている。
- 地方公共団体への期待としては、一つは教育だと思う。今回、高校選手権がそうだが、部活として入る。もしかしたら今、専門学校とか e スポーツプレイヤーになるためのコースがあったりとか、あるいは e スポーツ産業に就職するためのコースがあると思うが、それをもっと一般的に専門学校だけではなくて普通の高校とかに入っていく。ここをサポートしていくことが必要ではないか。
- 地方という意味では、国体にしろ地方予選をやるときに、今後も広がっていったらいいなと思うし応援したい。その地方予選をやる側として何が重要かということ、公平性だと思う。九州でやる人と北海道でやる人が同じ環境でやるということが大事だと思う。だから、オフラインの会場としては一緒がいい。その意味でイオンのインフラは、北海道のイオンも九州のイオンもあまり変わらないと。イオンシネマなんかほとんど同じ。そういう意味での価値はあるのではないかと。

以上

2-3 配信事業者(ヒアリング)

ヒアリング対象者(敬称略)

配信技術者・トーナメントオーガナイザー

中村 鮎葉

ヒアリング実施日

2019年2月26日(火)

1 貴社にとってeスポーツへの取組の基本方針について

ゲームを見ることをゲームを遊ぶことにつなげる、というのが基本的な考え方となっている。

特に「eスポーツ」と呼ぶ場合、創造者(パブリッシャー・デベロッパー)の売上・ゲームプレイに繋がるからイベントは開かれる。イベント開催すると、ゲームをプレイする人間/機会が増えると考えている。

2 貴社のeスポーツへの関わり方について

TwitchはAmazon系列の配信事業者で、当然ながらAmazonのサービスと連携している。Amazon Web Services(AWS)が多くของเกมで実装されているので、それがAmazon系列の強みにもなっている。(intervieweeはTwitch社所属)

また、Amazonのプライムサービスに関して、プライム会員になる理由として、グローバルで見るとTwitchが入会理由になっていることが多い。それは特典としてのゲーム配布、ゲーム内アイテムの配布などを行っているから。

3 eスポーツの波及効果・波及範囲についてのお考え

Amazon Primeと関連して、ミュージック・映像で拡大可能性はあるのではないかと考えている。(例:ドキュメンタリーとかの制作)

4 eスポーツが果たす役割・効果、地方公共団体に対して期待する役割、ご意見

公的機関(行政)の支援は絶対にあつたほうが良い。そういった支援等が無いと全て東京に集約されてしまう可能性がある。

インターネットが無かった時代はゲームの競技的な大会は地方予選があつたが、一定の時

点を境に東京への集中が進んだ。しかし、現に e スポーツ向けの組織が東京外にも設立されている今、各地域でのイベントが盛んになっている。

教育との連携も考えられる。ゲームは勉強だと考えている。また競技用のゲームをやると社交性が高まるといった論文もある。

- ・札幌に関して

北海道はゲーマーが多いところが強み。また、観光地として確立されていることから、e スポーツイベント→観光事業を繋げやすいのではと考えている。

以上

3 e スポーツ先進国における行政と e スポーツの関わり方等の調査

本項目の調査については、主要国である中国、韓国、アメリカに絞った形で実施した。

また、各国の e スポーツの概要については、本調査の目的ではないため一般に入手可能な情報及び各種文献を参照の上、簡易に把握できるようにまとめた。

(尚、アメリカについては、行政と e スポーツの関わりが殆ど無い事から、有識者のヒアリングのみとした。)

各国の行政と e スポーツの関わり方、ビジネスモデル事例については、それぞれの国の状況に通じる有識者へのヒアリングを基本に、各種文献及び一般に入手可能な情報を参照の上、とりまとめを行った。

ヒアリング対象者(敬称略)

中国：PerfectWorld 社

日本ビジネスデベロッパーディレクター／中国インディゲーム連盟理事 張寧

韓国：東京都市大学 准教授 李洪千

米国：配信技術者・トーナメントオーガナイザー 中村 鮎葉

=====

本項における主要参考文献

- 1 「2019 e スポーツ五大陸白書」(株式会社メディアクリエイト刊 2019年1月)
- 2 「中国ゲーム産業史」(中村彰憲著 株式会社 Gz ブレイン刊 2018年7月)
- 3 「e スポーツ産業に関する調査研究報告書」(総務省情報流通行政局情報流通振興課発行 2018年3月)
- 4 「2017年韓国 e スポーツ実態調査」(韓国コンテンツ振興院(KOCCA)刊 2017年11月)
- 5 「諸外国における文化政策等の比較調査研究事業報告書」(文化庁委託事業 株式会社 シー・ディー・アイ 2018年3月)

3-1 中国の e スポーツ

・中国 e スポーツの概観

中国は政府の後押しもあり e スポーツが大きく発展している先進国の一つである。特に TENCENT(テンセント)のような巨大なゲーム企業をはじめ多くの企業が e スポーツに関わり巨大な市場を形成している。

3.1.1 歴史⁸

現在、記録がある中国最初の e スポーツ的な活動は 90 年代初頭に遡る。いくつかの大都市において新聞やテレビニュースなどでかなり報道され話題になった。

2000 年から 2014 年 11 月までコンシューマ/コンソール/家庭用ゲーム機/据置きゲーム機本体とゲームソフトが中国国内において生産・販売が禁止だった事もあり、PC ゲーム主導で市場が発展。

2003 年 中国体育総局が e スポーツを正式にスポーツとして認定

2011 年 中国 e スポーツ連盟成立

2015 年 Alibaba が傘下に Alisports を設立 (厳密には e スポーツは Alisports の一分野)

2016 年 国家発展改革委員会「第 13 次五カ年計画」の中に e スポーツの発展についてを策定=e スポーツ産業発展は正式に国家戦略となる

2016 年 教育部が中国の大学と職業高校に e スポーツ専攻の設立を認める

2017 年 文化部の五か年計画にも e スポーツについて策定=文化分野の国家戦略になる

2017 年 アジア競技大会の競技に e スポーツが正式追加(2022 年杭州大会より)

2021 年 西安で開催される第 14 回中華人民共和国全国運動会 (日本の国体のような全国大会、4 年に 1 度行われる) に正式試合種目として採択

3.1.2 マーケット

e スポーツマーケット規模 : 2018 年 887 億元⁹

3.1.3 主要なタイトル

「League of Legends」、「DOTA2」、「王者荣耀」等¹⁰

⁸ ヒアリング及び「2019 e スポーツ五大陸白書」を参考にして構成

⁹ 「2019 e スポーツ五大陸白書」を参照

¹⁰ 「中国ゲーム産業史」を参照

3.1.4 主要な大会

「LPL」(TENCENT が主催する「League of Legends」の大会)¹¹

「World Electronic Sports Tournament」(WESG、Alisports 主催)

「TI9」(パーフェクトワールド主催「DOTA2 世界選手権大会」) 2019 年より)

3.1.5 ビジネスモデルを含めた特徴

一般的に e スポーツでは、ゲームタイトルの権利を保有する事業者の主権による大会が多いが、中国では、第三者が権利保有者から許諾を受けて実施する、または共同主催として第三者が実質的に企画・運営する形の大会もある。この事から、単なるゲームのプロモーションだけではなく、「スポーツ大会」(の運営)という形で規模が大きくなっていった大会もある。

また、「IP 所有者」「プロリーグ／大規模大会」「興行主催者／会場」「配信事業者」が連携すると共に、人材育成につながる学校、イベントを費用面で支えるスポンサー、そして大会に参加し、スマホ等への配信で視聴するユーザーが全体として連関するエコシステムを既に築いている。¹²

言い換えれば、権利元がすべてを管理する形態ではなく、プロスポーツのように、スポーツ機材メーカー、商業施設、テレビ等メディア、マーチャンダイズ、飲食、チケット販売業者、小売などの他産業が関わり、各領域において利益を上げるという健全なビジネスモデルができている。

全国規模の大会はまだ少ないが、省規模大会の発表は増加の一途をたどる。

各種試合の映像や生中継は若者の視聴習慣に合わせ変化してきている。衛星テレビにおける e スポーツ番組、専門チャンネルは 2000 年代から定着しているが、テレビ離れもある中、動画サイトや生放送サイトも公式配信とユーザー公開とを問わず人気となっており、かつてのニュースやテレビドラマのように毎日見られている。この現象は e スポーツの認知と視聴習慣の定着に一定の役割を果たしている。また、動画サイトのビジネスにも大きく貢献している。

3-2 中国 e スポーツと行政(公的機関)の関係

前記「3.1.1 歴史」において触れた通り中国での e スポーツは早くから「体育総局」の管轄下で「スポーツ」として認定された形で発展してきた。その意味で e スポーツはスポーツであるか? という議論とは少し離れた位置で発展したとってよい。(言うまでもなく、そのような議論が全く無い訳では無い。) また、近年では教育部、文化部も e スポーツをサポートする方向になっており、その意味で国家として e スポーツを推進する方向に

¹¹ 「2019 e スポーツ五大陸白書」を参照

¹² ヒアリング及び「中国ゲーム産業史」を参照

あると言える。この背景のもとで、巨大なコンテンツ企業、IT系企業がeスポーツに関わっていることから、市場自体がダイナミックに形成されていると言える。

地方自治体という視点では、特区も重要なポイントである。2018年10月現在、7つのeスポーツ特区がある。

特に江蘇省太倉市の「太倉天鏡湖eスポーツ特区」は今後5年間で約400億円強の資金を投入しスタジアム等を建設する方向。

また、浙江省杭州市の「杭州eスポーツデジタルエンタテインメント特区」は2022年のアジア競技大会も見据え大型スタジアムの建設を計画している。¹³

以上

¹³ 「2019 eスポーツ五大陸白書」を参照

3-3 韓国の e スポーツ

・韓国 e スポーツの概観

韓国では 1990 年代後半から「PC バン」(ゲームが出来る韓国版インターネットカフェのような施設)の文化を背景に e スポーツの動きがあり、既に 2000 年には韓国 e スポーツ協会の前身となる団体が誕生している。専用のメディア(OGN)も同じ 2000 年には生まれており、関連産業を含め既に長い歴史を有している。また、国際 e スポーツ連盟 (International Esports Federation : IeSF) の本部が釜山にあるなど、韓国は、e スポーツの世界的な本拠地の一つである。

3.3.1 歴史¹⁴

2000 年 文化体育観光部の承認を得て 21 世紀プロゲーム協会発足
(2003 年に韓国 e-Sports 協会(KeSPA)に名称変更)

2000 年 世界初のゲーム専門チャンネル「On Game Net (OGN)」開局

2005 年 龍山(ヨンサン)「e スポーツスタジアム」会場

2006 年 ゲーム産業振興に関する法律

2008 年 国際 e スポーツ連盟発足(本部 : 釜山(プサン))

2012 年 e スポーツ振興に関する法律

2017 年 (2017 年時点で)8 つの e スポーツ専用スタジアム

(参考 : 2012 年の e スポーツ振興に関する法律による e スポーツの定義は

「Definition of e-Sports According to the Korea e-Sports Promotion Act, e-Sports is defined as "games and subsidiary activities that compete for record or victory between people mediated by game product"」)¹⁵

3.3.2 マーケット

e スポーツマーケット規模

2017 年 830 億ウォン(内、最も大きな割合を占めるのは、放送の 372.3 億ウォン。
(44.8%))¹⁶

3.3.3 主要なタイトル

「League of Legends」、 「StarCraft II」

「PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS(PUBG)」等

¹⁴ 「2019 e スポーツ五大陸白書」及び「諸外国における文化政策等の比較調査研究事業報告書」(文化庁)を参考に構成

¹⁵ 「2017 年韓国 e スポーツ実態調査」より引用

¹⁶ 「2017 年韓国 e スポーツ実態調査」より

3.3.4 ビジネスモデルを含めた特徴

「2017年韓国eスポーツ実態調査」¹⁷によれば、韓国eスポーツ市場の内訳は

内訳： 放送	: 372.3 億ウォン
eスポーツチーム売上	: 212.7 億ウォン
ストリーミング及びポータル	: 134.4 億ウォン
オンライン及びオフラインメディア	: 62.9 億ウォン
賞金	: 46 億ウォン
合計	: 830 億ウォン

となっている。特徴としては、歴史のある放送(ケーブルテレビ)の売上の大きさであろう。このようなコアとなる売上が見込めれば、各種の大会も実施しやすいと言えるのではないか。一方、本内訳にイベント開催時の売上の核となるスポンサー売上及び入場料売上がどの程度反映しているかは不明である。

eスポーツチーム売上に一部含まれていると考えられるが、一般的なイベントにおけるスポンサー収入及びチケット収入の規模は不明である。

歴史的に大手企業のスポンサーも多い事から(サムソン、SKテレコム等)、「イベント(リーグ/大規模大会)」、「放送・ストリーミング等のメディア」、「チーム/選手」、「スポンサー」をつなぐ好循環が確立しているものと思われる。

3-4 韓国eスポーツと公的機関の関係

(本項目は、東京都市大学 李洪千准教授へのヒアリングを基本に一部文献調査を加えて策定した。)

【質問】 韓国政府のeスポーツへの取り組みと支援策及びその目的、韓国の地方公共団体のeスポーツへの取り組みと支援策及びその目的

- ・政府は、eスポーツの文化と産業としての基盤を作り、競争力を強めることによって、国民の文化的機会を拡大することで国民経済の発展に寄与することを目的としている。
- ・また、グローバルコンテンツとしてeスポーツを育成しようとしている。
- ・2013年現在、13の自治体にeスポーツ支援組織が設置されている。国家および地方自治体は、eスポーツ振興のための施策の作成と施行が義務化。
(文化体育観光部(2013)「eスポーツ振興中長期発展方案研究」による。
13の自治体は京畿道、慶尚南道、光州広域市、大邱広域市、大田広域市、釜山広域市、西帰浦市、ソウル特別市、蔚山広域市、仁川広域市、全羅南道、全羅北道、忠清南道)
- ・政府は、eスポーツを韓流コンテンツの一つとして位置付けようとしている。

¹⁷ 「2017年韓国eスポーツ実態調査」より

- ・政府の支援組織は以下のような内容。
 1. 政府担当機関は、文化体育観光部。
 （「e スポーツ振興中長期計画」を打ちだし、2018 年度には文化体育観光部として「e スポーツ活性化支援」として約 45 億ウォンを計上。e スポーツの国内大会サポートやグローバル化支援等にあてられる。）¹⁸
 2. 韓国コンテンツ振興院(KOCCA)：e スポーツ振興、e スポーツ施設の運営。
 3. 地方自治体：各地方支部に対する支援。
 （例：釜山市は、2022 年まで段階別に「国際 e スポーツ R&D」センターを構築）
 4. 観光公社：観光商品の開発。

【質問 2】韓国における e スポーツの波及範囲について選手、ゲーム企業、e スポーツチーム等を超えてファッションや観光等にどのような影響があるか 等

- ・政府は、e スポーツを文化商品として活用するために、常設の競技場を建設し、観光商品として活用しようとしている。
- ・e スポーツアーカイブの設置：関連データベースの構築、主な試合の記録、放送コンテンツ、ゲーマーに対する情報などを蓄積。
- ・地域別の e スポーツ拠点の構築：産業支援センターの指定を拡大。
- ・地域別の e スポーツ施設の建設：100～200 人規模の e スポーツ大会施設を拡大。
- ・政府は、e スポーツを観光コンテンツとして支援している。韓国観光公社と連携し、専用の競技場＝放送局＝e スポーツチーム＝体験プログラムをパッケージ商品として支援。

以上

¹⁸ 「2019 e スポーツ五大陸白書」を参照し一部抜粋

3-5 アメリカのeスポーツ

米国においては、今回の調査の主要目的である行政(及び公的機関)との関係が殆ど見られない。その意味で、ここでは、米国のeスポーツ事情に詳しい中村鮎葉氏からみたeスポーツの現状についてのヒアリング内容を記載するものとする。

ヒアリング対象者(敬称略)

配信技術者・トーナメントオーガナイザー

中村 鮎葉

ヒアリング実施日

2019年2月26日(火)

3.5.1 アメリカを中心とした世界的なeスポーツの全体概況について

・ゲームタイトルの傾向

今までは伝統的なeスポーツ(チーム競技5vs5など)が盛んであった。

最近(特に直近1年)ではバトルロイヤル系(※)のeスポーツが人気となっているが、昔からeスポーツに取り組んでいるプレイヤーとは異なる生態系である。

(※)何十人も1つのフィールドに入り、1人が勝利する形式のゲーム

・ビジネス

韓国・アメリカはビジネスがうまくいっている。(例: OGN・Overwatch League など)

創造者(パブリッシャー・デベロッパー)がビジネス的に上手くいくためにeスポーツは利用される。

3.5.2 アメリカにおける公的機関(国や地方公共団体等)のサポート

・サポート概況

アメリカ連邦政府などのサポートは殆どないが、アメリカ空軍が「Cloud9(チーム)」のスポンサーになっている。理由としては若くて優秀な人たちを採用するためのプロモーション活動。

米国の場合、中央政府は何もしないので、州単位での活動になる。eスポーツの発展スピードが早いため、規制ができるとすると州単位で行われる。

・州立大学について

州立大学は日本の公立大学とは違い、職業訓練学校という認識が強い。その為、大学に部外者を集めてイベントを行っても良い場合が多い。こうした大学を活用することで、

イベント運営等に気軽に挑戦できる風土がある。(EVO も大学会場発のイベント)
アメリカの場合、そうしたイベントは地元業者への雇用も発生するため、メリットであると感じている。

3.5.3 日本のeスポーツの特性について

人工密度が高く、ゲーム会社が集まっているという部分は優位性だと考えている。また、若い人に対してアプローチできるという意味でゲームは強いはず。

以上

第三章 札幌市内関連企業等の調査

本章1では、市内のゲーム関連企業のリストを記載の上、その後、市内のゲーム関連企業のヒアリング結果を2社記載する。

本章2では、市内のゲーム関連学科がある大学及び専門学校のリストを記載の上、その後、市内の大学及び専門学校のヒアリング結果を4校記載する。

本章の3では「札幌におけるeスポーツ業界（団体・チーム等）の構造や関連する企業群の調査」を記載する。具体的には、eスポーツに関連する2団体、2チーム及びその他関連する企業2社のヒアリングを記載する。

本章の4では「市内の既存施設・インフラ活用可能性の調査・シミュレーション」を記載する。

1 市内のゲーム関連企業リスト

本リストは「一般社団法人北海道モバイルコンテンツ・ビジネス協議会」のウェブサイト¹⁹に掲載の会員リストを基に、ウェブサイト上の各種情報を参考に、それぞれの事業者のウェブサイトを確認の上、現在、ゲーム開発を行うなどゲームに関連する活動を行っていると思われる企業をリスト化したものである。

尚、本社が札幌市以外で、スタジオ等が札幌市内にある事業者は、本社所在地を備考に記載した。

(札幌市内が本社の企業を前半に記載。その上で「かぶしきがいしゃ」を除く五十音順)

	会社名	所在地	備考
1	株式会社アライト	札幌市西区	
2	株式会社アレクト	札幌市中央区	
3	イー・ティー・シー エンターテイメント有限会社	札幌市西区	
4	有限会社イオシス	札幌市	
5	株式会社インフィニットループ	札幌市中央区	
6	ウィズユウ株式会社	札幌市中央区	
7	合同会社浮雲	札幌市中央区	
8	株式会社エクステザイン	札幌市中央区	
9	株式会社えぞキッチン	札幌市中央区	
10	エヌディーキューブ株式会社	札幌市中央区	
11	株式会社エルイット	札幌市東区	
12	株式会社ギガ連射	札幌市字東区	
13	株式会社キロル	札幌市中央区	
14	クリプトン・フューチャー・メディア株式会社	札幌市中央区	
15	株式会社グループボックスジャパン	札幌市中央区	
16	ゲームドゥ有限会社	札幌市豊平区	
17	株式会社コールド・フュージョン	札幌市中央区	
18	株式会社サイクロンゼロ	札幌市中央区	
19	株式会社ジースタイル	札幌市中央区	
20	株式会社ジョーダウン	札幌市中央区	
21	株式会社ズーム	札幌市中央区	
22	スタジオ・サニーサイド	札幌市	

¹⁹ <http://hmcc.jp/index.html>

23	株式会社スタジオセム	札幌市中央区	
24	株式会社スタジオリッチョ	札幌市東区	
25	株式会社スマイルブーム	札幌市北区	
26	株式会社想	札幌市白石区	
27	株式会社S o l x S	札幌市北区	
28	ダブルドライブ合同会社	札幌市白石区	
29	株式会社 DMM. com OVERRIDE	札幌市中央区	
30	株式会社トイストビーチ	札幌市白石区	
31	株式会社トライシス	札幌市豊平区	
32	株式会社ノースポイント	札幌市中央区	
33	株式会社ハ・ン・ド	札幌市中央区	
34	株式会社 pixyda	札幌市中央区	
35	合同会社風兎	札幌市白石区	
36	ブライトオンプラネット株式会社	札幌市中央区	
37	株式会社メディア・マジック	札幌市中央区	
38	株式会社ロケットスタジオ	札幌市豊平区	
39	株式会社W a i S	札幌市豊平区	
40	株式会社ONEMORE DOT.	札幌市中央区	
本社が札幌市外			
1	あまた株式会社 札幌スタジオ	札幌市中央区	本社：東京
2	e x s a株式会社 札幌スタジオ	札幌市中央区	本社：東京
3	株式会社エイティング 札幌スタジオ	札幌市中央区	本社：東京
4	株式会社オートクチュール 札幌支社	札幌市北区	本社：東京
5	株式会社 Quatro A 札幌スタジオ	札幌市中央区	本社：東京
6	ザイザックス株式会社 札幌オフィス	札幌市中央区	本社：東京
7	株式会社ジーアングル 札幌支店	札幌市中央区	本社：東京
8	株式会社デジタルハーツ 札幌 Lab.	札幌市中央区	本社：東京
9	株式会社デジタルハーツ 札幌 2Lab.	札幌市中央区	本社：東京

10	株式会社デジタルハーツ 札幌 3Lab.	札幌市北区	本社：東京
11	株式会社マイティークラフト 札幌オフィス	札幌市北区	本社：東京
12	株式会社トーセ 札幌開発センター	札幌市中央区	本社：京都
13	ポールトゥウィン株式会社 札幌スタジオ	札幌市中央区	本社：愛知
14	株式会社バインドキューブ 開発室	札幌市厚別区	本社：夕張郡

1-1 ゲーム関連企業（ヒアリング）

ヒアリング対象

ゲーム関連企業

ヒアリング実施日

2019年2月13日（水）

1 貴社から見た e スポーツの印象について

・ e スポーツの印象

韓国等での e スポーツの普及は知っていたが、いよいよ日本でも始まったという印象。一方で札幌に限定すると、まだ身近なものになっていないと思われる。新しいジャンルであるから、何らかのビジネスチャンスがあると見ている。

・ ゲーム関連会社という視点でみる e スポーツタイトルについて

e スポーツのゲームのジャンルを開発している会社はかなり限られていて、ノウハウがそれぞれの種目毎の積み重ねというところがある。印象では、札幌市内で e スポーツのゲームそのものを受託という形で作っているところは少ないと思う。

2 貴社が考える e スポーツによる既存ビジネスの拡大や新ビジネス創出の可能性について

・ 北海道独自の e スポーツタイトル

e スポーツのタイトルはどうしてもかなり大きなものになってしまうが、逆に北海道独自で、例えばカーリング等、まだゲームになってないようなタイトルには可能性があるかもしれない。最初に、サッカーや野球等のメジャーなタイトルがブレイクしていき、少しマイナーかもしれないがカーリング等、違うジャンルで可能性が出てくるのではないかな。

・ 新しいタイトルの可能性

VR 技術を活用しながらゲートボールやカーリング等、自ら参加するタイトルも考えられるのではないかな。又、オリンピック競技になっているようなスポーツで、例えばフェンシング等は実際には参加する事が難しいが、VR であれば体験しながら出来る。

・ 新ビジネスの可能性

新ビジネスとしては、実際にイベントをおこなっているところと組んで、新しいイベントを作っていく事も考えられる。例えば、肉体にハンディがある人や年齢が高い人でも参加できる、やっている人も楽しく、見ている人も楽しいエンターテインメント型のイベントという視点で組み立てる事が考えられる。1社でやるのではなく、様々な業種と組んで進めていくのが良いのではないか。

- ・ IT系企業との連携

市内には IT 企業も多くゲームの開発会社も多いので、両者が連携して何かを実行するチャンスにできれば面白い。

3 eスポーツの波及効果・波及範囲についてのお考え

- ・ イベントは続けることで将来大きく育つ可能性がある。アフターイベントでの「食」や近隣の「温泉」等札幌は観光都市としての魅力があるので、多くの訪問者による経済効果が期待できる。韓国や中国、タイ等の e スポーツが盛んな国の選手が札幌で決勝大会を行う大会等の誘致をやったら面白いのではないか。

4 札幌市における e スポーツという視点で

(1) 地域社会において e スポーツが果たす役割・ご意見

(2) 行政に期待する役割・ご意見

- ・ 行政としての新ジャンル e スポーツ開発の先導

e スポーツを地域に広げるためには高齢者だったりハンディキャップを持った人だったりも参加できるような e スポーツのジャンルを開拓する事が必要。札幌市はそのような地域独自のエンターテインメントを作るポジションに立てる可能性がある。ぜひそのような旗振り役になってほしい。ビジネスとして成立可能性はまだ分からないが、検討する価値はあると思う。

- ・ 地域特性のある新ジャンル e スポーツの開発と冬期オリンピック

札幌独自の領域であり札幌の風土に根ざしたものとして冬のスポーツの花形であるフィギアスケートや、ジャンプ等を VR 技術等で e スポーツ化出来るのではないか。また、札幌でやっている雪合戦の全国大会の e スポーツ版として e 雪合戦等を開発すれば、老若男女参加できる。(VR 技術の進化を踏まえて)札幌で冬季オリンピックをやるときには、様々な冬の e スポーツの同時開催を計画する等、2030 年の冬期オリンピック招致をマイルストーンにすれば分かり易いのではないか。

以上

1-2 ロケットスタジオ(ヒアリング)

ヒアリング対象者(敬称略)

株式会社ロケットスタジオ

代表取締役社長

竹部 隆司

開発部

ゼネラルマネージャー

蒲原 仁

ヒアリング実施日

2019年2月13日(水)

1 貴社から見たeスポーツの印象について

・eスポーツの印象

もともとハドソンという会社にいた。そこで全国各都市を回って、ゲームイベントとかゲーム大会みたいなものをやり始めた。当時はゲーム大会とか結構泥臭い名前だったが、eスポーツというちょっと洗練された名前が付いて、整備されて大きくなったという印象。

多様性の時代なので、嗜好がどんどん細分化されている中、注目を浴びるとというのが業界としては非常に良い事ではないか。

・ゲーム開発会社としてのeスポーツの印象

一方で、会社という視点で見たときには参加している感はあまりなくて、結構距離は遠いのかなと思う。

他社のタイトルでプロリーグが立ち上がっても直接は関係無いし、又、ゲーム業界が盛り上がっている訳でもないと思う。

【質問：自分たちでタイトルを立ち上げて、それをリーグ化するような話はどうか。】

想像もつかない。例えば新しいスポーツを立ち上げて、それをリーグ化しようっていう話と同じだと思う。あとはパブリッシャーとディベロッパーの違いはかなり大きいのではないかと思っている。われわれはディベロッパーなので、例えばパブリッシャーから今後こういったタイトルをeスポーツで使うために何かやりましょう、という話が

あれば違うと思うが、われわれから e スポーツを立ち上げましょう、というのはまずないかと思う。

特に今は e スポーツに持っていくためのタイトルを開発する流れはあまりないのではないかと思う。発売したあとにワールドワイドで人気がある程度認知されたタイトルを e スポーツにしているのではないか。

一方で、今後 e スポーツがもっとメジャー化するのであれば、これから e スポーツに通用するタイトルを作ろうというのは各メーカーから言ってくるのではないか。

2 貴社が考える e スポーツによる既存ビジネスの拡大や新ビジネス創出の可能性について

今弊社として e スポーツで何かビジネスと言われると、すぐには浮かばない。

3 e スポーツの波及効果・波及範囲についてのお考え

スター選手が生まれないと波及効果は生まれのではないかと思う。その人たちを中心に、やはり野球の選手でもそうだが、グッズが売れるなどの動きも出てくる。

4 札幌市における e スポーツという視点で

(1) 地域社会において e スポーツが果たす役割・ご意見

(2) 行政に期待する役割・ご意見

そもそも e スポーツの前にゲームに対する関わりがあまりないのでは。他の都市でもかなりバックアップをしており、IT 機器系とかアミューズメント IT 系に関していろいろなサポートを用意している。そう言った部分からまずは札幌市も取り組んで欲しいと感じている。

札幌で e スポーツに関連して何かやろうとした場合に、札幌のゲーム会社を巻き込むしかないと思う。いろいろなディベロッパーをどう巻き込んでいくかということを考えると、まずはゲーム会社との接点を大きくしていくべきだと思うし、そこからの意見を吸い上げて、e スポーツを札幌市としてはどう盛り上げていくかという事を話すべきだろうと思う。そのような取組を年々積み重ねていく(継続していく)必要があるのではないか。

また、こちらから何かをして欲しいという事は難しいが、行政のほうから、こういうことをやりたいというのがあれば、自分たちのやれる範囲でなにか協力することは出来るかと思う。自分たちから行政を巻き込んで何かをやろう、というところまではいかない。日々の仕事が忙しく、余裕のあるところは多くないと思う。

以上

2 市内のゲーム関連学科がある専門学校及び大学リスト

本リストはウェブページ上の学校案内等を基に、それぞれの学校のウェブサイトを確認の上、リスト化したものである。

尚、所在地が札幌市以外の学校も一部含まれている。

(札幌市内の学校を前半に掲載し、市外の学校を後半に掲載した。
また、同市内の場合は「がっこうほうじん」等を除く五十音順とした。)

専門学校リスト

	学校名	所在地	関連する学科	専攻
1	学校法人桑園学園 札幌情報未来専門学校	札幌市 中央区	I Tシステム エンジニア学科	
2	学校法人滋慶学園 COM グループ 札幌放送芸術&ミュージック・ダンス専門学校 札幌アニメ・声優専門学校	札幌市 中央区	デジタルテクノロジー科	1. e-sports 総合プロゲーマーコース 2. ゲームプログラマーコース 3. ゲームクリエイターコース 4. CGクリエイターコース
3	学校法人電子開発学園 北海道情報専門学校	札幌市 白石区	1. ゲームクリエイター科 2. ゲーム Web 科	1. 上級ゲームエンジニアコース 2. ゲームエンジニアコース 3. Web デザイナーコース
4	学校法人美専学園 北海道芸術デザイン専門学校	札幌市 北区	マルチメディアデザイン学科	アニメ・ゲームクリエイター専攻
5	学校法人 北海道安達学園 専門学校 札幌ビジュアルアート	札幌市 中央区	ゲームクリエイティブ学科	1. ゲームプランナー専攻 (企画・シナリオ) 2. ゲームデザイナー専攻 3. ゲームプログラマー専攻
6	学校法人吉田学園 吉田学園情報ビジネス専門学校	札幌市 東区	1. ゲームスペシャリスト学科 2. ゲーム学科 3. コンピュータグラフィックス学科	
7	学校法人片柳学園 日本工学院北海道専門学校	登別市	CGデザイナー科	ゲームグラフィックス専攻

8	学校法人産業技術学園 (滋慶学園グループ) 北海道ハイテクノロジー 専門学校	恵庭市	ITメディア学科	1. eスポーツ プロフェッショナル ゲーマー専攻 2. ゲームクリエイター専攻
9	学校法人産業技術学園 (滋慶学園グループ) 北海道メディカル・ス ポーツ専門学校	恵庭市	スポーツトレーナー学 科	eスポーツトレーナー専攻

大学リスト

	学校名	所在地	学部	関連する 学科	専攻
1	学校法人 北海道科学大学	札幌市 手稲区	未来デザイン 学部	メディア デザイン 学科	専門科目として 「ビジュアルデザイン系」 「3DCG・映像デザイン系」 「ゲーム・システムデザイン系」 「コミュニケーション・ビジネスデザ イン系」
2	学校法人 電子開発学園 北海道情報大学	江別市	情報メディア 学部	情報メデ ィア学科	メディアデザイン専攻 映像・アニメーションコース 3DCG コース 他 メディアテクノロジー専攻 ゲームプログラミングコース メディアプログラミングコース モバイルアプリケーションコース 他
隣接する学科を持つ大学					
3	公立大学法人札 幌市立大学	札幌市 南区	デザイン学部		コンテンツデザインコース
4	国立大学法人 北海道教育大学 岩見沢校	岩見沢 市	美術文化専攻		メディア・タイムアートコース(「タイ ム・アート」は「映像」、「アニメーシ ョン」等の「時間軸」を持った表現)

2-1 吉田学園情報ビジネス専門学校(ヒアリング)

ヒアリング対象(敬称略)

吉田学園情報ビジネス専門学校

副校長

橋本 直樹

ヒアリング実施日

2019年2月14日(木)

1 貴校から見たeスポーツの印象について

専門学校を経営する立場から、eスポーツについては、非常に夢があり今後発展の可能性が高い分野であるが、一握りの者しかeスポーツアスリートとして大成しない分野という事もあり、現時点で直接学科開設をして当該分野の教育活動を行う考えはない。当校は中核人材として既存技術の利活用者を育成する学校であり、学生が自身のキャリアパスを明確に描き、それに向けて本校で学習成果が発揮でき、「入学時の夢を具現化する」ために必要な技能や知識をしっかりと身に付けていただくという理念で学校経営をしている。これらの信頼は学生本人だけではなく、保護者や就職先、送り出してくれた高校教員の満足に繋げなければいけないものであり、吉田学園専門学校グループ姉妹校にも影響するものである。

もちろんeスポーツの市場が伸びて行くであろうとは思っている。その意味で、関係するイベントなどに積極的に参加して情報収集に努めている。(姉妹校の北海道スポーツ専門学校はレバンガ北海道さんと提携していることもあり情報収集が必要と考えている)

2 貴校が考えるeスポーツによる既存ビジネスの拡大や新ビジネス創出の可能性について

・既存のビジネスの拡大について

現状では、本校で関連学科を保有して教育活動を行っていない。

・新ビジネスの創出について

本校で今後eスポーツアスリート養成の学科設立の可能性を模索していくことはあり得る。

3 e スポーツの波及効果・波及範囲についてのお考え

日本ではまだまだ理解の低い分野であるが、間違いなく発展していくと思われる。周辺ビジネスも起きるだろうし、そういう意味では産業の活性化も起きるのではないかな。

また、e スポーツはリアルスポーツと同様のビジネスモデルであることから、リアルスポーツを運営されているレバンガ北海道さん等はブランド力を上げる一つの手法として取り入れておられると思う。そのような方向もあると思う。

4 札幌市における e スポーツという視点で

(1) 地域社会において e スポーツが果たす役割・ご意見

(2) 行政に期待する役割・ご意見

同じエンタテインメント分野としては、現在大小合わせ 50 社から 60 社程度あると言われているゲーム開発会社の支援を整備することも重要である。リアルスポーツと同様のビジネスモデルであり、新しい分野である e スポーツ支援を検討することは理解できるが、その前に確実に北海道に集積している既存のゲーム開発企業を支援すべきではないか。

現在でも関連団体やいくつかの企業の取組を支援している「点」の施策はあるが、異業種ともいえる IT やバイオ等と一緒にたになっていたりする。これは狭い分野である「ゲーム業界」としての支援ではなく、大きな括りで「IT 業界」とした方がハレーションもなく支援できるからであろう。それぞれの成り立ちは、違う経緯を持っているということをまず認識し、具体的なゲーム業界への支援策を立案すべきと提言したい。

また、文科省委託事業として「北海道デジタルエンタテインメント人材育成協議会」を発足して、北海道道内のゲーム CG 企業の産官学連携の場として業界が必要としている人材と送り出す側の学校側の認識ギャップを埋めていく等の活動を行っている。このような活動に行政も入っていただいているが、直接的な支援がなかなか生まれにくい。他国や他府県の例を見ても産官学連携が成功すると、地場の産業は発展し、クラスターとしての地固めも推進されていくと思われる。

前述のような基盤の上に、e スポーツ等の新しい分野も花開いていく事があるので、まずは、基盤となるゲーム CG 業界及びゲームに係る産官学連携の取組に対する継続的な支援を得られることが重要であり、この充実がなされることで、新たな分野である e スポーツ分野への支援の在り方について理解が得られ、賛同者も増加し、北海道のデジタルエンタテインメント産業全体の底上げになると考える。

以上

2-2 札幌アニメ・声優専門学校(ヒアリング)

ヒアリング対象(敬称略)

札幌放送芸術&ミュージック・ダンス専門学校

札幌アニメ・声優専門学校

広報課長

杉林 諭

教務課

平野 正晴

ヒアリング実施日

2019年2月15日(金)

1 貴校から見たeスポーツの印象について

・eスポーツの印象

ブームではあるが、若者が夢中になって目指している分野。

・eスポーツ専攻を始める基本的なスタンス

全国で通用するプロゲーマーやeスポーツを運営する人材の育成を目指している。音楽やダンスとあまり変わらないエンターテインメントの世界として、eスポーツ業界が必要としている人材を育成するための学校である事を意図している。また、eスポーツ業界とのつながりも豊富にあり、業界の第一線で活躍できる人材を育成し輩出することで、社会貢献して行きたい。

・特徴

全国に展開している学校でありeスポーツに関しても札幌・東京・大阪・福岡・仙台・名古屋に姉妹校がある。配信設備を活かして、全国での通信対戦を行う事で、札幌から全国に通用する人材を育成するシステム。このスケールメリットを活かした独自のシステムが最大の特徴。プロの話在全国配信する等の授業もある。ゲームに熱中していた子供たちが、プロとして、そして社会人として基本的な人間力を身に付けるための教育もしている。そこに、eスポーツで必要なコミュニケーション力やメンタルトレーニングも入る。プロゲーマーだけではなく、関連するキャスターや解説者、その他の職業があることを知って貰い、各学生が方向性を見つけて行く事が出来るような仕組みを作っている。

2 貴校が考える e スポーツによる既存ビジネスの拡大や新ビジネス創出の可能性について

- ・ e スポーツにおいて、日本発の世界向けの独自タイトルが開発されていくのではないかと。また、そのようなタイトルがどんどん出てきてほしい。

3 札幌市における e スポーツという視点で

(1) 地域社会において e スポーツが果たす役割・ご意見

(2) 行政に期待する役割・ご意見

- ・ e スポーツの認知向上というところには積極的に力を入れてほしい。ゲームにはマイナスのイメージもあり、親世代に向けてゲーム、e スポーツの可能性を積極的に伝えて行ってほしい。
- ・ e スポーツを発展させるためには、その前に必ずゲームを発展させなくてはならない。ゲームは、まだ子どものもの、遊びというイメージがあると思うが、そこをもう一歩変えていった先に e スポーツの発展があるのではないかと。e スポーツが単独で発展するものではなくて、必ずそこにはゲームの文化が関わっていると思う。その意味で、ゲームの基盤は非常に重要。

以上

2-3 北海道科学大学(ヒアリング)

ヒアリング対象(敬称略)

北海道科学大学

未来デザイン学部 メディアデザイン学科

学科長

三田村 保

ヒアリング実施日

2019年2月15日(金)

1 貴校が考える e スポーツによる既存ビジネスの拡大や新ビジネス創出の可能性について

・大学と e スポーツ

大学としての e スポーツの関わり方として、次のような視点が考えられる。

①メディアデザイン学科という事もありコンテンツを育成するという視点

②e スポーツに耐えうるゲームとは何かを考えてゲームのプロトタイプを作るという視点

③マーケティングの側面から経済・経営的に研究する視点

※ただし、e スポーツだけでという事は難しいだろう。ゲーム、メディア、デザイン等のキーワードをいれて組み立てる必要がある。

・学生にとっての e スポーツ、大学にとっての e スポーツ

学生の視点で考えた場合、e スポーツに興味のある学生が、今大学に入って関連したことを学ぶような場というのはあまりないと思われる。大学として、e スポーツに対して何らかの形で対応する意義・使命はあるのではないか。ある意味では、関係する大学や専門学校とコンソーシアムを組んで、そのような学生のニーズに対応する人材を育成する場を作っていく事も教育の使命ではないか。一方、大学としても e スポーツを学生募集の一つの魅力的なコンテンツと考えて取り入れる事もあると思われる。

・e スポーツを教育に取り入れる上で必要な視点

ソフト面・・・参考になる海外を含めた先進的なカリキュラム事例の収集。

産業界にとって実際にニーズのある人材要件の整理。

ハード面・・・ハードウェアは価格も高く移り変わりが早いので基盤整備に対する公的

支援が必要。

2 札幌市におけるeスポーツという視点で

(1) 地域社会においてeスポーツが果たす役割・ご意見

(2) 行政に期待する役割・ご意見

(前記記載事項)

- ・eスポーツを教育に取り入れる上で必要な視点。
ソフト面・・・参考になる海外を含めた先進的なカリキュラム事例の収集。
産業界にとって実際にニーズのある人材要件の整理。
ハード面・・・ハードウェアは価格も高く移り変わりが早いので基盤整備に対する公的支援が必要。
かかるソフト面・ハード面への行政からの公的支援が必要。
- ・行政は、教育関係者を含めた関係者の意見交換の場を提供する事が必要ではないか。前記のソフト面・ハード面を検討する場が必要だと思われる。また、このような場・支援を継続的に行う事で本当の経済効果が生まれてくる。

以上

2-4 北海道情報大学(江別市) (ヒアリング)

ヒアリング対象(敬称略)

学校法人電子開発学園北海道情報大学
情報メディア学部 情報メディア学科
准教授
森川 悟

講師

河原 大

ヒアリング実施日

2019年2月14日(木)

1 貴校から見たeスポーツの印象について

・大学とeスポーツ

大学に関してeスポーツというとアメリカが顕著で、単純に、宣伝、広告の部分がやはり大きい。奨学金を出してプロたちを集めてくる等、学生を集める段階が一番大きい、その先の研究や開発、啓蒙活動など大学でしか出来ない取り組みがある。

・eスポーツによる認知向上

現在、ゲームを作る学科というイメージは定着していると思われる。今後は、eスポーツという視点からゲームをやるほうで学生が来てくれれば、他学部への波及もあるのではないかと。

・学校教育とeスポーツ

広い北海道の中で一番人を集めやすいのは学校。一方で高校の機材(PC等)はかなり古い。そういうところに手厚くゲーミングマシン等をおけばeスポーツを起点として部活等をする人が増えるのではないかと。

2 貴校が考えるeスポーツによる既存ビジネスの拡大や新ビジネス創出の可能性について

・観光とeスポーツ

北海道には韓国、中国、タイ等から多くの観光客が訪れる。中国や韓国はeスポーツも

盛んである事から、プロを呼んで対抗戦等を考えると面白いのではないか。例えば、アジアリーグを新千歳空港で開催する等。

- ・食と e スポーツ

ゲーミングフードのような視点が考えられないか検討している。北海道の食のイメージと e スポーツを組み合わせる方向性。特定保健用食品として e スポーツに必要な集中力を高める等の効用を研究し、新たな食品を開発・販売する事は考えられるのではないかと思う。

3 e スポーツの波及効果・波及範囲についてのお考え

- ・今後、ゲームをする人の年齢があがり、高齢の方もゲームをするようになると e スポーツのコミュニティーが大事になる。子供と高齢の方が、対等に、頭さえ働けば一緒に出る場が生まれる。

4 札幌市における e スポーツという視点で

(1) 地域社会において e スポーツが果たす役割・ご意見

(2) 行政に期待する役割・ご意見

- ・まず、高校等の教育機関のパソコンの更新。プログラミング教育を含め必要になる。
(前記 1 とも関連)
- ・市内の大型イベント、例えばオータムフェストと絡めて e スポーツのイベントをやる等を考えて貰いたい。そういう場で、ゲーミングフードを含めてプロモーションする等が考えられる。
- ・クリエイター支援は今でもあるが、ゲームにおいても重要だと考えている。

以上

3 札幌における e スポーツ業界（団体・チーム等）及び関連する企業群の調査

【札幌市における e スポーツに係る業界団体】

3-1 北海道 e スポーツ連合(ヒアリング)

ヒアリング対象(敬称略)

北海道 e スポーツ連合（日本 e スポーツ連合北海道支部） 事務局長
株式会社 e-スポーツ北海道 営業部長
河原木 起生

ヒアリング実施日

2019年2月13日（水）

1 貴団体から見た e スポーツの印象について(貴団体の概要を含めて)

・団体の概要

当団体は、北海道 e スポーツ連合、日本 e スポーツ連合（JeSU）北海道支部、加えて株式会社 e スポーツ北海道という側面を持つ。それぞれの役割は、

北海道 e スポーツ連合：日本 e スポーツ連合の支部。e スポーツの普及、啓蒙と支援。

株式会社 e スポーツ北海道：e スポーツチームであるナチュラルズの運営、大会への参加。日本で一番最初に e スポーツを社名に使った会社でもある。現在ナチュラルズは休眠中。

・団体としての活動

e スポーツの普及に対する促進団体としての役割は、本部からの要請として今年の茨城国体に向けて国体予選の支援。同時に、現段階では JeSU の地方支部は 11 地区しかないが、それぞれの地域で各地区のスポーツ協会への加盟に向けて活動し、スポーツ団体としての地位をつくること。

2 貴団体が考える e スポーツによる既存ビジネスの拡大や新ビジネス創出の可能性について

・今後 e スポーツはもちろんビジネスとして拡大すると思う。日本の場合、テレビゲーム

が早くから普及し海外に比べてもすそ野が広い。その割に PC ゲームが当たり前の海外とは違う状況もあり、今後の伸びしろが大きいのではないか。

3 e スポーツの波及効果・波及範囲についてのお考え

- ・ e スポーツは事業としても広告としても世界的にはかなり大きな市場であるが、日本でもある程度の規模にならないと業界以外の人たちに付加価値が認識されにくい。e スポーツの柱はゲームそのものだが、周辺業界も巻き込むにはさらなる広がりが必要。一般人にも知られるスター選手が生まれれば、ブレイクスルーのためには先が見えてくるはず。
- ・ e スポーツというものが社会の中で大きな存在として認められるには、エンタテインメントやスポーツの枠を超えて、教育やビジネスの側面でもプラスの価値を生み出すことが必要なのではないか。例えば、e スポーツが高齢者対策に有効であるとか、ハンディキャッパーが素晴らしいパフォーマンスを体現したり、様々な分野で e スポーツによって可能になる事例を示すことが e スポーツの発展につながると思う。

4 札幌市における e スポーツという視点で

- (1) 地域社会において e スポーツが果たす役割・ご意見
- (2) 行政に期待する役割・ご意見

- ・ 札幌市が e スポーツについて調査し、e スポーツが置かれている状況を把握する事は貴重だし大変ありがたいことだと思う。今後他市町村に先駆け札幌市が e スポーツにおいてリーダーシップが取れるような動きを組織として動いてくれれば、一般市民の方たちも e スポーツに巻き込めるのではと思う。

以上

3-2 北海道 e スポーツ協会

- ・ウェブサイト及び報道発表資料より策定。

<https://hokkaido-esports.com/>

- ・発足

2018年10月 任意団体北海道 e スポーツ協会 発足

2019年2月28日 組織変更により一般社団法人北海道 e スポーツ協会 発足

- ・組織の概要

株式会社北海道新聞社、株式会社レバンガ北海道、学校法人産業技術学園北海道ハイテクテクノロジー専門学校、凸版印刷株式会社北海道事業部、株式会社電通北海道、合同会社クラウドキュレーションの6つの企業・教育機関で構成。

- ・背景と目的

【2018年12月26日発表の報道資料より一部、文言を簡略化して記載】

2018年は国内外において様々な場面で「e スポーツ」という言葉が飛び交い、競技大会やイベントが多く開催されるなど、「e スポーツ」の認知度が飛躍的に高まった年になりました。しかし、北海道における「e スポーツ」は黎明期とも言え、今後道内における競技普及や認知度の向上、それにとまなう e スポーツ選手のサポート・育成が急務となっています。また、今年開催されたアジア競技大会の公開競技に「e スポーツ」が選ばれ、今後ますます盛り上がっていくことが予想されます。その中でスポーツ振興を目指す北海道や札幌市において「e スポーツ」への理解を深めることの重要性も増してきています。

「e スポーツ」は、年齢・性別・ハンデキャップの有無にかかわらずに楽しめ、「生涯スポーツ」として教育・医療・健康増進に寄与できるものです。またその一方で、ゲーム障害やハードルの高さ（観戦にもゲームそのものの高度な知識が必要とされること）など、e スポーツが抱える様々な課題について議論、検討、研究する必要もあります。

- ・新団体の活動内容

①道内における e スポーツ競技の普及

②道内 e スポーツ選手および選手育成に関する支援

③道内での e スポーツ競技大会の開催／運営

④e スポーツに関する関係各所との連携

⑤北海道独自の e スポーツのビジネスモデル・活用モデルの開発・研究

⑥あらゆる分野への e スポーツ活用に関する研究

⑦ゲーム障害など e スポーツが抱える課題に関する研究

- これらの内容で、北海道内の e スポーツの発展に寄与するため、一般社団法人日本 e スポーツ連合をはじめ各関係団体と広く連携しながら活動を推進

以上

【札幌市における e スポーツチーム】

3-3 北海道日本ハムファイターズ(ヒアリング)

ヒアリング対象

株式会社北海道日本ハムファイターズ

ヒアリング実施日

2019年2月13日(水)

1 貴社から見た e スポーツの印象について

・ e スポーツと関わる経緯

NPB(一般社団法人日本野球機構)がリーダーとなって新しい e スポーツのリーグを立ち上げるための勉強会からスタートし、どのような参入の形があるのか等を 12 球団と NPB で一緒に検討してきた。検討の結果、NPB が主体で、かつ最初は野球タイトルから入ることになり、一番自然な流れではないかと考えた。そうであればファンの方にも理解していただけるし、世の中の方にも理解していただけるという事で e スポーツに参入する事になった。

・ 新しいスポーツとの関わり方

特に野球ゲームを通して野球と関わる、もしくは他のゲームを通して野球チームと触れ合うという意味での、新しいスポーツの楽しみ方というところが、e スポーツの一つの意味。また、性別や障害の有無に関わらずできる可能性があるというのも、e スポーツの一つの特長。例えば怪我でプロ野球選手の夢は断たれたが e スポーツでプロになる事も考えられる等、新しいスポーツや野球との接点を作っていくことが根本にある。その中でプラスビジネスとして新しい可能性というのが生まれていく事を考えている。

・ e スポーツの認知向上

12 球団および NPB がやることによる認知度向上で e スポーツが市民権を得て行く事に少しでも貢献できるのではないかと考えている。

・ e スポーツにおける選手とルール

野球と同様に、選手に対して応援する理由や親近感を持ってもらう事は非常に重要。そこに楽しさが生まれてくる。その意味で選手を育てていくことが大事。ルールという視点では、何が行われているか分からないものに対して、熱中はできない。そういう意味

ではやはり野球はある程度ルールが認知されている。

- ・若年層の取りこみ

NPB もインタビュー等で話をされている通り、ゲームに興味のある若年層をプロ野球としても取りこんでいく事は当然考えている。オンライン対戦とか、ゲームの楽しみ方自体が変わってきたことによって、新しい余暇の過ごし方や、娯楽というもののバリエーションが増えている。そこに対して、ある意味競合でありつつも、うまく対応する事でシナジーが生まれると考えている。

- ・選手との契約

何らかの形で契約関係を結んでいる。

2 貴社が考える e スポーツによる既存ビジネスの拡大や新ビジネス創出の可能性について

- ・興行ビジネスとして人を呼んで人を集めてそこでやるというのは当然ある。そこで応援する文化が出来上がればグッズにも広がり、スポンサーが興味を持つことも考えられる。その意味で、野球興行と一緒に、興行として人が集まればそこにお金が集まってくるというのは自然な流れであり e スポーツもスポーツも変わらない。一方で、e スポーツにおいて、興行として箱があってそこに人を集めてという形が当てはまるかどうかというのはまだ分からない要素もある。オンライン上で対戦したりする楽しみがあるのが前提の世界であり、そこがもしかしたらスポーツと違う部分なのかもしれない。またそこに今までの興行とは違う可能性があるのかもしれない。

3 e スポーツの波及効果・波及範囲についてのお考え

- ・e ドラフトで指名した選手は意図して 3 人とも北海道出身。
地域密着戦略もあって北海道出身者を採っているが、もう一つ別の側面として新しい雇用にもつながるという考えがある。これからの若者たちに、もし e スポーツというものが新しい仕事になり得るのであれば、北海道の子たちにもチャンスがある。それは新しい雇用の機会の可能性という視点でもある。もちろん選手だけではなく、それを支える職業としても考えられる。

4 札幌市における e スポーツという視点で

(1) 地域社会において e スポーツが果たす役割・ご意見

(2) 行政に期待する役割・ご意見

(1) (前掲 3 を参照)

(2) e スポーツに係る様々な情報(健康面や経済的波及効果など)を積極的に提供する事。

以上

3-4 レバンガ北海道（ヒアリング）

ヒアリング対象

株式会社レバンガ北海道

ヒアリング実施日

2019年2月15日（金）

1 貴社から見た e スポーツの印象について

・ e スポーツとの関係

e スポーツに関わって現在、ちょうど1年位。クラブとして、スポーツに関わる人、機会を増やしたいと考えていたが、バスケットボールは体格・運動神経などの点で一定以上の能力を要求される。一方 e スポーツに関しては体格差、性別、年齢、地域などにかかわらずスポーツに触れる機会を増やせる可能性があると考えたことがきっかけ。直接的には、シャドウバースのリーグ側からの勧誘。

・ B リーグとの関係

B リーグも興味はあるが、B リーグ主導で e スポーツに取り組む動きは今のところ無い。クラブ単位でも、バスケットボールのクラブとして e スポーツに参入しているところは今のところ他には無いと思われる。

・ e スポーツに参入しての感触

ファン、ユーザーの方たちの一般的なイメージは、内向的で家にこもっていると思われるが、実際は、たいへんアクティブであり生身のコミュニケーションを楽しみにしている。その意味で、バスケットボールと同じように、ファンの方と選手の関係性、選手を見たときのファンの方のリアクションは同じような感覚に見える。

・ 選手との契約

基本的にプロバスケットボール選手等と同じ、いわゆるプロ契約を結んでいる。

2 貴社が考える e スポーツによる既存ビジネスの拡大や新ビジネス創出の可能性について

- ・ 通常のバスケットや他のメジャースポーツの収入源は試合のチケット収入とスポンサー収入。この2本が通常のリアルスポーツの収入の柱。

- ・e スポーツにおいては、おそらくチケット収入は、非常に難しいと思う。理由は、多くの大会、個人大会の予選等、みな無料。そこを、いまさらお金をとる事はかなり難しいしハードルが高い。有料での大会も始まってきているが、そのような形が根付くのはかなり先だと思う。
- ・そういう点でいくと、スポンサー収入が、今一番伸びしろがあるところではないか。その為には、まずはインターネット配信等をやることで露出を増やして、スポンサー収入を上げていく事が一つ拡大の方向性だと思う。
- ・中長期のビジネスの可能性についてバスケットボールと同じような広がりをすると考えれば、グッズやファンクラブへの広がりが考えられる。また、選手以外の職業として、例えばコーチ、実況、解説等。あるいはスクールみたいなものが出てくるのではないか。

3 e スポーツの波及効果・波及範囲についてのお考え

- ・教育機関係への波及は既に出ているしこれからも出てくるのではないか。専門学校は既に取り組みを行っているところもあるし、今後は大学でも専攻としてのe スポーツや研究対象としてのe スポーツが関係してくると思われる。また、e スポーツの部活動を始めた学校もある。

4 札幌市におけるe スポーツという視点で

(1) 地域社会においてe スポーツが果たす役割・ご意見

(2) 行政に期待する役割・ご意見

- ・バスケットボール、e スポーツに係らずスポーツを通して地域を活性化させるという点で、スポーツに関わる機会を増やしていくことが、地域社会への貢献にもなると考えて活動している。e スポーツ独自の特徴としてはエリアが広いこと。札幌だけではなく各地からオンラインでの参加が出来る。
- ・ゲーム及びゲーマーに対するネガティブなイメージは現在でもある。かつてのダンスと同じような感覚だと思うが、現在は、学校の授業に入ったりダンス甲子園があったりと大きく変わった。ゲームについても、ポジティブな面を行政・自治体も発信していく事で認識が変わっていくのではないか。

以上

【札幌市における e スポーツに係るその他の企業】

3-5 企画・制作会社（ヒアリング）

ヒアリング対象

イベント企画・制作業

ヒアリング実施日

2019年2月15日（金）

1 貴社から見た e スポーツの印象について

・ e スポーツにおける演出について

e スポーツにおいて、会場、インフラ、ハードもソフトも含め、どのように演出として見せるか。また、スター選手を、どうプロデュースするかというところは普通のプロのスポーツよりも大変なのではないか。選手の動きが少なく、一方で映っている映像は華がある。その演出をどうするかは普通のスポーツよりも、工夫がいるのではないか。演出を含め、全部一社で抱えないで、アウトソーシングして、スペシャリストの仲間で構成したほうが早く良いものができる。

・ e スポーツのプロモーション

e スポーツ市場は全般的に拡大すると思うが、イベントに関わる立場から、プロモーションの方法であったり、見せ方にもう少し工夫の余地があるのではないか。また、ゲームにまつわる負のイメージの払拭は、今後の一般の人たちへの普及のために必要だと思われる。一例として、プロゲーマーと聞いたときにゲームで「遊んでいる」と受け取られるようなプロモーションではなく、囲碁、将棋と同じように「技術を競っている」という事がきちんと伝わる伝え方が必要。

2 貴社が考える e スポーツによる既存ビジネスの拡大や新ビジネス創出の可能性について

・新ビジネスの創出には最終的には、循環する仕組みであるエコシステムを作っていく事が必要。スポーツにあるような観客も育て、選手も育てるという形での最終的なエコシステム。今はまだ一方通行のように見える。

3 eスポーツの波及効果・波及範囲についてのお考え

・波及範囲

専門学校等を含めゲームのプロ選手、クリエイターみたいな方はどんどん育っていくし、これから市場は広がっていくと思う。加えてチームを運営するプロデューサー、イベントスタッフ、アナリスト、実況という方たちも含まれると思う。また、例えば会場を提供する企業、飲食、イベントでの音楽等のエンタメというように、例えば野球の試合やサッカーの試合に近いようなものがプラスされてくるのではないかな。視点としては、選手側ではなく、観客の方に関連する産業が伸びると思われる。

4 札幌市におけるeスポーツという視点で

(1) 地域社会においてeスポーツが果たす役割・ご意見

(2) 行政に期待する役割・ご意見

・地域振興

eスポーツは、オンラインで楽しむ事が出来るので地方にいても参加できるということが強み。一方、エンターテインメント性がある競技としてのeスポーツをみんなで応援したり、共有したりしていく事を考えるとインフラとしてはイベント会場(例えば体育館や廃校等のパブリックな場所の再利用等)が地域活性化という意味で良いのではないかな。また、今は大きなショッピングモールが地方にあるので、そこでの開催も考えられる。

・その他：若い世代への期待

新しい市場という事もあり、今のインフラを使いこなせる若い人がメインになって市場を作っていってほしい。

以上

3-6 株式会社 INDETAIL(ヒアリング)

ヒアリング対象者(敬称略)

株式会社 INDETAIL

代表取締役 MBA(経営管理学修士) 北海道科学大学 客員教授

坪井 大輔

ヒアリング実施日

2019年3月12日(火)

1 貴社が考える e スポーツによる既存ビジネスの拡大や新ビジネス創出の可能性について

※株式会社 INDETAIL は、ブロックチェーン技術を基盤とした事業展開を行っており、e スポーツにおいてその技術を活用した betting(賭け)を研究している。

- ・本格的なアミューズメントへの発展

現在の e スポーツへの印象としてはイベントがベース。そこに人が集まりスポンサー収入でマネタイズ。

視点を変えてソーシャルゲームを分析すると

課金ユーザー=熱狂=全体の 3% / 無課金ユーザー=可処分時間の消化=97%

今後 e スポーツが本質的なアミューズメントの方向に行くのであれば、熱狂を必要とする。ここを解消するための手段として betting がある。上記から e スポーツのイベントに参加する人間を、プレイヤー/見て熱狂する人に二分し、施策を考える必要がある。

- ・リテール/インターネット/仮想空間

インターネットとリテールは 20 年ほどの時間をかけて融合。現在の新技術も前記同様、現在の我々の世界と融合していくと予想。

仮想空間⇔インターネット⇔リテール(現実)

この仮想空間を e スポーツがうまく活用できるのではないか。

- ・熱狂を呼ぶ手段としての betting

現状の e スポーツの課題は、3%の熱狂者ではなく残りの人間をどう熱狂に引き込むか。米国ではスポーツへの賭け事は文化として成立している。これはスポーツを収益事業にするため。日本でも IR 法が通り、これからどうあるべきかの議論がなされていく。

- ・e スポーツの定義

スポーツは、観客がお金を払うもの。プレイヤーがお金を払うものではない。e スポーツも同様であるべきではないか。

2 e スポーツの波及効果・波及範囲についてのお考え

- ・スポーツには、国境など関係ない。

e スポーツが仮想空間という領域で実施されれば、そもそも国境は関係ないといえる。現状のままでは、プロが儲からない事に加え現実のイベントも頻繁に国外で開催されることからプロは日本から離れてしまうのではないか。プロに夢を抱けるほどの稼げる仕組み作りが必要と考える。

3 札幌市における e スポーツという視点で

(1) 地域社会において e スポーツが果たす役割・ご意見

(2) 行政に期待する役割・ご意見

- ・地域において、何が強いのかを明確にすることが大事。そこで明確にした強みを継続し、具体的施策をぶれずに行うことが重要ではないか。

- ・経済圏としての札幌を e スポーツという視点で考えた場合、金融や経済があつての繁栄だと考えている。その意味で札幌にどうお金が落ちるのかを考える必要性がある。

4 その他

- ・e スポーツ全般、オタク文化もあり日本にはチャンスだと思う。プロの e スポーツプレイヤーを育てる環境を整えることがポイント。(高収入を与えられる環境を作る)

以上

4 市内の既存施設・インフラ活用可能性

本調査におけるヒアリングにおいて、具体的なイベントの費用及び収益、その内訳を把握できたものはなかった。

一方で、イベント費用の概算値(総額)についてはヒアリングを通して、ある程度把握出来たものもある。(約 500~1,000 人規模のイベント)

また大型イベントについては、関連する企業の決算報告等で赤字額が開示されているものもあり、おおよその費用の用途を把握する事が出来る。(動員 1 万人強で、1.24 億円の赤字)

以上の前提で、本調査においては、以下の費用総額を参照値として置いた上で、収入の用途をシミュレーションした。

(但し、言うまでもなくイベント事業にかかわるシミュレーションは、前提により大きく異なる事から、以下は、あくまで参考値としての記載となる。)

4.1 おおよそ 500 人~1,000 人程度を収容する施設における一定程度以上の配信を前提とした e スポーツイベントの開催。期間は 1 日で、予選から決勝まで行うものとする。

・ 総費用 約 2,000 万円 (会場費、設備費、配信関連費用、人件費、賞金など)

本費用から必要となる収入をシミュレーションすると、
前提

- ・ 有料入場者数 500 人~1,000 人
- ・ チケット単価 3,000 円 (各種大会の入場料を参考に設定)
- ・ グッズ収入等の付帯的売上 前提としない

※上記の前提で、必要となるスポンサー売上を試算

(1) チケット売上 3,000 円/名として 150 万円~300 万円

(2) スポンサー売上 2,000 万円 - (150 万円~300 万円) = 1,700 万円~1,850 万円

4.2 おおよそ 10,000 人程度を収容する施設における一定程度以上の配信を前提とした e スポーツイベントの開催。期間は 1 日で、予選から決勝まで行うものとする。

・ 総費用 約 1 億円 (会場費、設備費、配信関連費用、人件費、賞金など)

本費用から必要となる収入をシミュレーションすると、

前提

- ・有料入場者数 3,000 人
- ・チケット単価 6,500 円(各種大会の入場料を参考に設定)
- ・グッズ収入等の付帯的売上 前提としない

※上記の前提で、必要となるスポンサー売上を試算

(1)チケット売上 6,500 円/名 × 3,000 人 = 1,950 万円

(2)スポンサー売上 1 億円 - (1,500 万円) = 8,050 万円

4.3 課題

- ・前記の通り、現実的に設定できる入場料では、イベント自体をペイする事は非常に難しい。今回のシミュレーションは、入場料を除いた収益を全てスポンサー収入にて賄う事を前提として計算しているが、「第一章 2 日本の e スポーツ 2.7 e スポーツとスポンサーの状況」で述べた通り国内 e スポーツにおけるスポンサー収入の比率は約 76% でありそれへの依存度が非常に高い構造となっている。この事から海外の事例のようにスポンサー収入は当然として、それ以外の多様な収益源(グッズ販売や放映権等)を確保するようにしていく事が重要と思われる。

4.4 4.1 及び 4.2 に類似する規模の札幌市内の施設

※施設情報は、各施設のウェブサイトより引用

4.4.1 500 人～1,000 人規模の動員を想定した施設

名称：Zepp Sapporo (民間施設)

所在地：札幌市中央区

収容人数：

【スタンディング時】計：2,009 人

1 階 1,800 人 (スタンディング)、

2 階 110 人 (座席)、2 階 99 人 (スタンディング)

【椅子使用時】計：723 人

1 階 613 人 (椅子)、2 階 110 人 (座席)

運営：株式会社 Zepp ホールネットワーク

※その他、座席とフロアの組み合わせにより変動。

ウェブサイト：<https://www.zepp.co.jp/hall/sapporo/>

名称：札幌市民ホール

所在地：札幌市中央区

収容人数：大ホールは1階 476 席、2階 694 席、3階 330 席で、
合わせて 1,500 席。

1階と2階で 1,170 席。

(但し固定席の為、専用レイアウトは不可)

指定管理者：大和リース株式会社

ウェブサイト：<https://www.sapporo-shiminhall.org/>

4.4.2 最大1万人程度収容の施設

名称：北海道立総合体育センター(愛称:北海きたえーる)

所在地：札幌市豊平区

最大収容人数：10,000 人

床面積：3,886 m²

管理者：「公益財団法人北海道体育協会」(平成31年4月1日より
「公益財団法人北海道スポーツ協会」)

ウェブサイト：<http://www.kitayell.jp/index.html>

(参考：EVO JAPAN2019 を開催した福岡国際センターの1階面積は：3,425m² でほぼ同等。最大収容人数は1～3階合わせて約10,000人)

第四章 課題と可能性を踏まえた提言

本章の 1 では、各種のヒアリングを通して把握した e スポーツの現状から、共通する課題と今後の可能性について整理・分析する。

本章の 2 では調査全体を通して把握した知見を基に「札幌市の e スポーツを通じた産業振興施策における今後の取り組みの方向性についての提言」を記載し結びとする。

1 ヒアリングを通じた課題・可能性の分析

本項目では、各種のヒアリングを通して把握した e スポーツの現状から、共通する課題と今後の可能性について整理・分析する。

1-1 課題

e スポーツに係る企業・団体等へのヒアリングを通して把握した、共通の課題を本項においてまとめる。

1.1.1 継続的で多角的な収益の獲得の必要性

ヒアリングを通して、現状はまだ赤字であるとの認識を示す企業が多かった。また「第三章 4 市内の既存施設・インフラ活用可能性」でも見た通り現在の日本の e スポーツ大会の収益はスポンサー収入に依存している。このスポンサー収入は、スポンサーの意図の通り、大会(オフライン)や配信等のオンラインを含め量・質の両面で効果的にユーザー層にリーチ出来てはじめて継続的な収益となっていく。その意味でより多くの e スポーツファンを開拓していく事が重要となる。また、スポンサー収入のみならず、有料入場者数の増大や各種グッズ等の関連商品の販売による多角的な収益確保も長期的な e スポーツの発展には欠かせないと言える。

1.1.2 e スポーツに関するイメージのギャップ

e スポーツについては、その言葉を知っている層はかなり増えた。一方で、内容についての認知はこれからというところである。また、ゲーム(で遊ぶこと)については、一部の人たちから否定的なイメージで語られる事もある。一般論として年齢の高い層には否定的なイメージがあり、一方で若年層は身近に感じていると考えられる。今後、e スポーツが発展する為には、かかるイメージのギャップを出来るだけ少なくするような施策が必要だと思われる。

1.1.3 各ステークホルダーをつなぐ団体・キーパーソンの重要性

本ヒアリングを通して、ゲーム文化の中で育ってきたコミュニティが現在の e スポーツ選手及び e スポーツ自体を支えている事を、多くの事業者・団体が指摘された。一方で、e スポーツには様々な人や企業を含む団体関係する。e スポーツが注目を浴びる事で参入する企業等も多く、コミュニティとの関係を築けないまま(又は築かないまま)事業を開始する例もあるようだ。その中で、e スポーツのコアである選手及び支えるコミュニティと各種支援団体、企業や経済界、地方公共団体をはじめとする公的機関そして教育機関が連携する形で e スポーツを普及・発展させていく必要がある。

かかる連携を進める為には、それぞれのステークホルダーの認識のずれを調整する団体

やキーパーソンが非常に重要なポイントになるものと思われる。

1-2 可能性

1.2.1 熱量の強さ

本ヒアリングで感じた最も印象的な事を一言で言えば e スポーツにかける「熱さ」である。どのヒアリングにおいても自身の立ち位置を明確に見極め、真摯に e スポーツに向かっていく意志を感じる事が出来た。この熱意は、e スポーツの今後の普及・発展を支える大きな要因になっていく、と体感出来た調査であった。

それぞれ課題を冷静に認識されているが、それも e スポーツにかける意気込みがあるからこそと思われる。

1.2.2 長期的な視点

課題(1)の赤字のポイントと裏腹ではあるが、殆どのヒアリングにおいて長期的な視点で e スポーツを捉えている事がわかった。この市場が短期的な盛り上がりで終わるのではなく、新たな市場、新たな文化を創っていくという視点に立ち、中・長期的に取り組んでいる事業者が多い。

1.2.3 e スポーツが持つ現代性

e スポーツは身体的な差異、性、年齢に関係なく同じフィールドで一緒に楽しむ事が出来る事を強調する事業者等が多かった事も一つの特徴であった。特に前記の事を踏まえて新しい文化の領域を創っていくという気概が感じられ、その意味でも長期的な視点だと考えられる。

1.2.4 基本マーケットの構造的な拡大

e スポーツのように、コンテンツがネットワーク上にある世界では、一回売切りのコンテンツではなく、リテンション(既存顧客との関係を維持していくためのマーケティング活動)重視・コミュニティ重視の運営となり、必然的に長期的な取り組みとなる。また、「第一章 2.5 ゲームユーザー市場」の項で見た通り、潜在マーケットは、ゲーム視聴者等を含め非常に大きい。以上から、e スポーツの市場は基本的に拡大方向と考えられる。

1.2.5 まさに「今」動いている e スポーツ

今回のヒアリングを通じて、1.2.2 に記載の通り長期的な視点での取り組みが多いが、だからといって現在の取り組みがゆっくりしているわけではない。どちらかと言えば、まさに「今」動いている、今週・来週で動く、というスピード感も別の面での特徴であり、

それが、1.2.1の「熱さ」ともつながっていると考えられる。

1.2.6 大型スポーツ大会への参加の可能性と期待

日本の e スポーツ団体の統一による国際大会(アジア大会等)への選手の派遣が現実のものとなり、オリンピックでの e スポーツ開催などの議論も起きてきた。また、東京オリンピック直前という事もあり大型イベントを想起しやすい時期でもある。このような環境の中で、e スポーツへの期待が膨らんでいる側面もある。

2 提言

以下の提言は、今回の調査、特にヒアリングにおいて指摘の多かった事項を整理し項目毎にまとめたものである。2.1の基盤整備については、今回の提言の共通項であるが、2.2以降は、それぞれが独立であり、いわばシナリオA、B、Cをイメージしている。様々な条件下において、全てが実現できるわけではないと考えられる事から、関係各所の動向等を的確にとらえた上で検討される事を想定している。

2.1 eスポーツが普及する為の土壌、基盤の整備

2.1.1 eスポーツの認知向上、ゲームが持つ負のイメージを払拭する広報活動

eスポーツについては、昨年来各種報道で取り上げられるようになり言葉としての認知度はかなり向上した。一方で、内容についての認知はまだまだこれからというところである。このような状況の中、eスポーツ団体等の活動をサポートし、eスポーツの認知を高める事で今後の様々な領域への波及の土壌を作っていく事が必要である。

また、ゲームについては、幾つかの点で否定的なイメージで語られる事もある。曰く、「家の中でゲームばかりやっている」等。

様々な意見がある事は間違いないところではあるが、一方で、実際には今回のヒアリング結果にもある通り、eスポーツ等を通して参加するファンの人たちは、たいへんアクティブであり生身のコミュニケーションを楽しみにしている事が多いという。

このような実態を正確に伝えて行く事が、ゲームを基盤としたeスポーツの発展には非常に重要なポイントであると思われる。

2.1.2 基盤となるゲーム業界への継続的な支援。また、人材育成との関連で教育機関とゲーム業界、及び官の連携と支援。

ヒアリングにおいても、eスポーツを発展させる為には、その基盤であるゲーム業界へのサポートが大変重要であるとの指摘が複数ある。

何よりも

【ゲーム産業 → eスポーツ市場 → 関連産業】

という波及経路を考えた場合、その基にあるゲーム関連業界の重要性は言うまでもない。

また、上記の系に人材育成の視点を加えて

【教育機関(ゲーム関連人材の育成) → ゲーム産業 → eスポーツ市場 → 関連産業】

と整理する事も出来る。

かかる系の基盤部分への支援方法は様々あると思われるが

- ・ハードウェア等への直接的な助成、共有する場の提供(産・学共に)
- ・eスポーツにおける教育に関わるソフト部分(カリキュラム等)についての諸外国事例等の研究紹介
- ・教育機関とゲーム産業及び官が連携し、共通の場で人材要件等を話合う環境整備を継続的に支援

等が考えられる。

どのような方法をとるにせよ、基盤部分の健全な発展があつてこそその e スポーツであり、新たな産業振興に結び付くものと考えられる。

また、eスポーツの普及という視点では、教育機関(高校等)での部活動のサポート、関連して PC、ネットワーク環境の整備が必要と考えられる。一方で、高校等において e スポーツを部活動にする事には反対の意見も根強くある事から、関係者の合意が前提となる事は言うまでもない。

2.1.3 地域における e スポーツの拠点(施設)の整備

高校生等の若者を含め気軽に e スポーツを楽しめる拠点・環境整備が必要との指摘が多い。一方で民間企業が継続的に拠点を運営していくには費用的に難しいとの指摘もある。その意味で、eスポーツを根付かせるための地域内拠点を公的施設の一部を利用するなどの形でサポートする事が考えられる。

(区民センター、地区センター、コミュニティーセンター、公民館等の活用)

また、一定以上の規模を持つ施設においても、eスポーツ大会を実施する際に、電気・インターネット環境等の特有の設備が必要であり、市が運営に関与する施設等では、そのような環境整備も今後は必要と考えられる。

2.2 継続的な取組を見据えた e スポーツへの関わり方

2.2.1 札幌市内のイベントとの連携による e スポーツ大会の開催

雪まつりやオータムフェスト、No Maps 等既に一般に認知され、毎年開催されるイベントにおいて e スポーツ大会を実施する。この方法の意図は以下の二点である。

- ・eスポーツをあまり認知していない多くの市民に e スポーツを伝える機会を持つ
- ・定期的に開催しているイベントと融合する事で継続的な取り組みを可能とする。

2.2.2 継続的に実施されるリーグ等のオフライン・オンラインでの実施のサポート

e スポーツ推進団体等との連携により継続的なリーグ戦の一部試合を開催し、ライブビューイングを組み合わせる形で一つのリーグを継続的に発信する。

意図は、e スポーツの大会自体を日常化する事で、一般の人には触れる機会を増やし、既に興味を持っている層には楽しむ場を提供する事。

2-3 大型イベントによる集客・関連事業への波及

福岡市における EVO JAPAN 2019 の例をみるまでもなく、大型の e スポーツ大会の開催は、内外の様々な関係者への多大なる波及効果がある。

一方で、「第三章 4 市内の既存施設・インフラ活用可能性」でも記載した通り大型イベントはスポンサーへの依存度の大きさ等ハードルも非常に高くなる事から慎重な検討が必要と思われる。

大型イベントについては、市が直接主催するというよりは、運営会社(民間企業)への誘致・サポートが重要と考えられるが、その際には、札幌市で開催する意味づけも大きなポイントと考えられる。

その意味で、ヒアリング結果にもある通りアジア各国からの観光客も多い札幌市としてアジア大会的な大型イベントの開催と、それによる集客・認知向上・関連事業への波及が一つのポイントになるのではないかと。

また、札幌市内の産業連携も必須と考えられる。

大型イベントについてはプラス面、マイナス面を慎重に検討しながら、適切な時期に適切な体制で実施する事が必要と考えられる。

2-4 札幌市の特性、e スポーツの特性の両者を活かした取組

ヒアリングにもある通り、札幌市の独自性を活かすという意味で、2030年のオリンピックも見すえた札幌市ならではの e スポーツタイトル(例えば冬のスポーツのゲームタイトル化等)の開発支援やイベントの実施が考えられる。

また e スポーツの特性を活かした年齢や性別、障害の有無を超えて参加しやすいタイトルについても同様に開発支援やイベントの開催が考えられる。

かかる独自性の高いゲーム(e スポーツタイトル)を前提としたコンテストを毎年実施する事で長期的な取り組みとしていく方法が良いと思われる。(下記、「福岡ゲームコンテスト」参照)

また、関連産業への波及という視点で、北海道にとって非常に身近な「食」といテーマにおいて、e スポーツと関連した「ゲーミングフード」の研究支援を中・長期で行う事

で他都市には無い独自性を発揮する事が考えられる。

参考：「福岡ゲームコンテスト」

(以下の内容は、下記の「福岡ゲーム産業振興機構」のウェブサイト²⁰から引用)

主催：福岡ゲーム産業振興機構（GFF※、九州大学、福岡市）

(※GFFは九州・福岡のゲームソフト制作関連会社など12社(2018年8月現在)による任意団体。²¹)

歴史：既に12回開催しており、第12回目も2019年3月9日(土)に表彰式／公開審査を実施済。

対象：学生及び一般アマチュアの方

部門： ゲームソフト部門

応募作品：応募作品のプレイ映像を収録したメディア1本・企画書
ゲームグラフィック・アート部門

応募作品：A3サイズ(タテ・ヨコ自由)1枚
ゲーム企画部門

応募作品：A4サイズ片面 5～10枚

以上

²⁰ <http://fukuoka-game.com/>

²¹ <https://www.gff.jp/gff/purpose.html>

参考文献一覧

- 1 「ファミ通ゲーム白書 2018」(株式会社G zブレイン刊 2018年6月)
- 2 「2019 eスポーツ五大陸白書」(株式会社メディアクリエイト刊 2019年1月)
- 3 「中国ゲーム産業史」(中村彰憲著 株式会社Gzブレイン刊 2018年7月)
- 4 「eスポーツ産業に関する調査研究報告書」(総務省情報流通行政局情報流通振興課発行 2018年3月)
- 5 「2017年韓国 eスポーツ実態調査」(韓国コンテンツ振興院(KOCCA)刊 2017年11月)
- 6 「諸外国における文化政策等の比較調査研究事業報告書」(文化庁委託事業 株式会社 シー・ディー・アイ 2018年3月)