

## 〔研究ノート〕

# 日本人のeスポーツに対する意識調査

鎌田 光宣 岩永 直樹

## 1 はじめに

現在、世界のeスポーツ競技人口は1億人以上であり、トッププロゲーマーになると賞金、契約金などで数千万円の収入があるとされる。世界大会も数多く開催され、また教育の世界にも拡大している。ところが、日本ではeスポーツの認知度が低く、プロゲーマーに対する社会的な理解も十分とは言えない<sup>[1]</sup>。本研究では、日本におけるeスポーツの現状を把握するため、インターネットを用いたアンケート調査を行った。テレビゲーム大国のひとつである日本においてeスポーツが普及していない理由と、今後あるべき方向性について述べる。

## 2 eスポーツ

### 2.1 eスポーツの定義

eスポーツ (e-Sports) は Electronic Sports の略である。主に、コンピューターゲーム (ビデオゲーム) における対戦型ゲームを用いてプロゲーマー同士が勝負を行う。一般的に、反射神経および高度な戦略を必要とするビデオゲームが用いられる。eスポーツの大きな位置づけを図1に示す。一般的に、将棋やチェスを含め、野球やサッカー、陸上競技などはスポーツ・競技に分類される。これらの一部、およびコンピューターゲーム (ビデオゲーム) の一部が、eスポーツとして定義されている<sup>[2]</sup>。

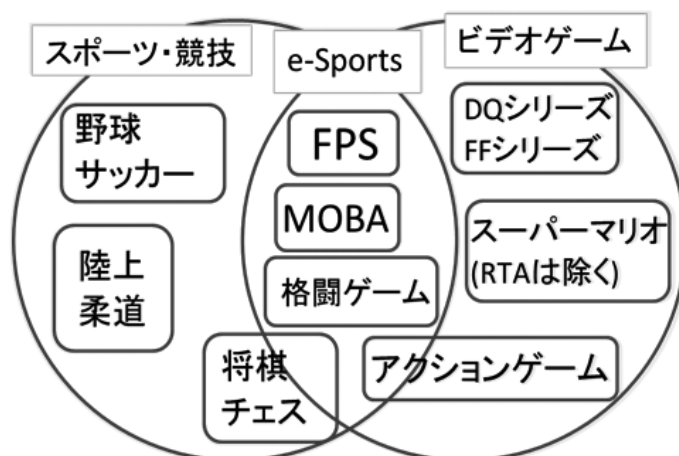


図1 eスポーツの位置づけ

## 2.2 市場規模

現在、世界のeスポーツ競技人口は1億人以上であり、その市場規模は2016年には4億6300万ドル（およそ523億円）に達するとみられ、2019年までには11億ドル（およそ1243億円）規模に成長すると予想されている<sup>[3]</sup>。

欧米では賞金のかかった大規模なゲームのイベントが開催され、プロチームとプロリーグがあり、トッププロゲーマーになると賞金、契約金などで数千万円の収入があるという。大会によっては、賞金総額が約22億円というものや、優勝賞金が約8億円というものもある。

## 2.3 歴史

日本ではかつてゲームとは、トランプ、囲碁、将棋、ボードゲーム等を指していた。日本においてこれらは娯楽として親しみが深い。現在はニンテンドーswitchやPlayStation4、スマホゲーム、パーソナルコンピュータ（PC）によるオンラインゲームといったように電子機器を用いたものを指している。

一方、海外においてはゲームは競技を指す場合がある。競い合う勝負ごとであれば、スポーツもゲームに含まれる。日本のコンピューターゲームといった電子機器を用いたゲームは、英語圏では昔からビデオゲームと呼称されていた。海外初のビデオゲームとしてはコンピューター上にチェスの盤面を表示して戦うもので、この時からスポーツとしての認識もあった。

日本は1978年にアーケードゲーム市場が拡大していき、1983年に任天堂のファミリーコンピュータ（ファミコン）が世界でヒットし、さらに1994年にはソニーがPlayStationでゲーム業界に参入と瞬く間にコンシューマゲーム市場までも拡大した。海外と比べ電子機器によるコンシューマ、アーケードゲーム市場の進歩は日本が圧倒的に進んでいたのが特徴である。

一方、海外では、1985年にコンシューマゲームとして米国版ファミリーコンピュータ（Nintendo Entertainment System: NES）が成功をおさめると同時に、コンピューターゲーム市場が発展していった。IBM製PC/AT互換機の低価格・高機能化が進み、またインターネットの普及に伴い、グラフィックに力をいれたオンラインゲームを中心に発展していった。

1990年代に、FPS（First Person Shooter）と呼ばれるジャンルのゲームが盛り上がりを見せた。これは、主人公の本人視点でゲーム中の世界・空間を任意で移動し、武器もしくは素手などを用いて戦うアクションゲームの一種である。中でも、「Quake」シリーズを用いた大会が多く開催された。

韓国では数年前よりRTS（Real-Time Strategy）と呼ばれるジャンルのゲーム、特に「StarCraft」が大流行している。韓国のプロゲーマーは世界的に見てもレベルが高く、大会がテレビ中継されるなど注目度も高い。韓国では、小学生が将来になりたい職業の上位にプロゲーマーが入るなど、eスポーツの認知度が高い。

近年は、MOBA（Multiplayer Online Battle Arena）と呼ばれるジャンルのビデオゲームが世界的に流行している。プレイヤーが2つのチームに分かれ、味方プレイヤーと協力しながら敵チームの本拠地を破壊して勝利を目指すスタイルのゲームのことである。中でも「LoL（LEAGUE of LEGENDS）」と「Dota2」はプレイヤー数、大会賞金ともに増え

続けている。

他にも、規模はあまり大きくないが、格闘ゲームの「Street Fighter」シリーズを用いるカプコンカップが開催されている。

最近では、ドイツやイングランドのサッカーリーグが、続々と傘下にeスポーツチームを発足している。イベント開催などを通じ、サッカーファンとゲームファンの交流を促進し、また若年層をスポーツ業界に取り込む狙いもある。アメリカのプロバスケットボール協会NBAも、2018年より公式eスポーツリーグを発足させている。

日本は海外と比べても電子機器のゲーム市場においては群を抜いて進んでいたのにも関わらずeスポーツに関しては海外に大きな遅れをとっている。

## 2.4 プロゲーマーの収益

プロゲーマー、プロゲーミングチームの収益となるものは、主に大会の賞金、スポンサー料、イベント出演料、そして動画配信ビジネスの4つである。特にネットの動画配信については、毎日試合の様子を配信し、ネットを通じてユーザーとの直接コミュニケーションをとっていくことで安定した収益を確保している。eスポーツの動画配信サービスでは、ゲームビデオのストリーミングに特化した米アマゾン傘下の「Twitch」と、「YouTube Gaming」を開設したYouTubeの2つが有名である。日本では「OPENREC.tv」が徐々に認知度が高まりつつある。

YouTubeのサービスを例として紹介する。投稿者は自身の動画にインストリーム広告、オーバーレイ広告、サイドバー広告などを設定することができ、広告先のページが開かれたり、広告が決められた秒数以上視聴された場合に広告収入が得られる仕組みである。ただし、1か月の収入が8,000円（2019年9月現在、日本において）を超えなければ支払われない。“スーパーチャット”は主に生配信の時に、視聴者がコメントにお金を乗せて投稿できるシステムである。“YouTubeチャンネルメンバーシップ”を利用すると、YouTubeの利用者は月額料金を払うことで、開設しているチャンネルからバッジや絵文字といった様々な特典を得ることができる。70%がチャンネル開設者の収益になり、30%がYouTubeの収入となる。ただし、YouTubeチャンネルメンバーシップは、チャンネル登録者数が3万人以上（2019年9月現在）いなければ利用することができない。

## 3 日本におけるeスポーツ

### 3.1 アンケート調査の概要

インターネットによるアンケート調査を実施した<sup>(1)</sup>。対象は全国に居住する18歳から69歳の男女212名（男性105名、女性107名）である。回答者の年齢構成は図2の通りである。

---

(1) 調査対象 全国に居住する18歳から69歳の男女212名  
実施期間 2018年3月2日から3月5日  
調査方法 インターネットリサーチ  
利用調査機関 株式会社マクロミル

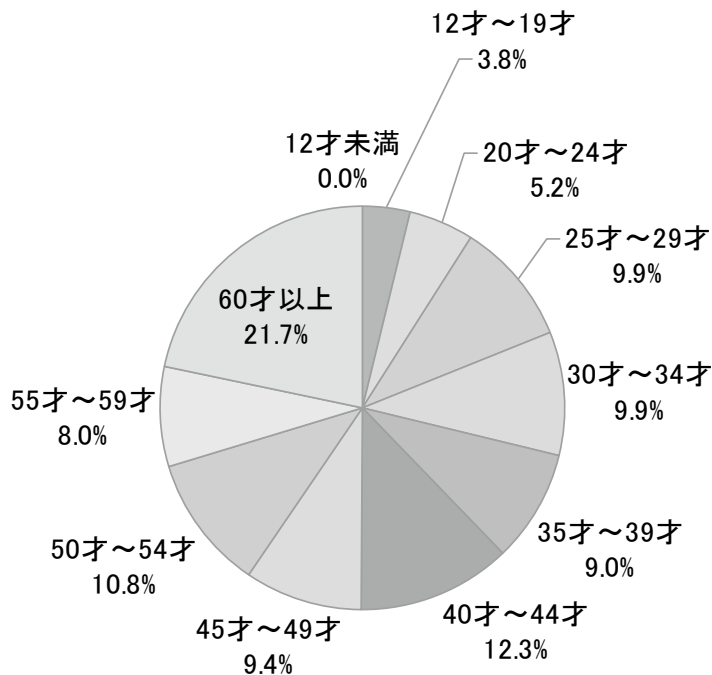


図2 アンケート調査対象の年齢構成

### 3.2 日本におけるeスポーツの認知度

eスポーツの認知度を図3に示す。eスポーツに用いられるゲームの名前も知っている人は約3.8%と非常に少ないものであった。eスポーツのことを全く知らない人は約7割という結果となり、日本におけるeスポーツの認知度はまだまだ低いと言える。

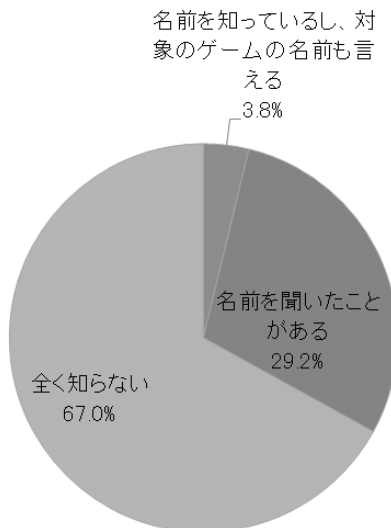


図3 eスポーツの認知度

eスポーツでは、緻密な戦略や俊敏な操作が要求されるFPSやRTSなどの人気が高い。しかし、これらのジャンルのゲームは日本では全く人気がなく、ゲームを知らない人が大半である（図4）。日本で人気の高いアドベンチャーゲームやRPGなどは、試合をして勝敗を決めるような内容ではなく、eスポーツのゲームとして相応しくない。

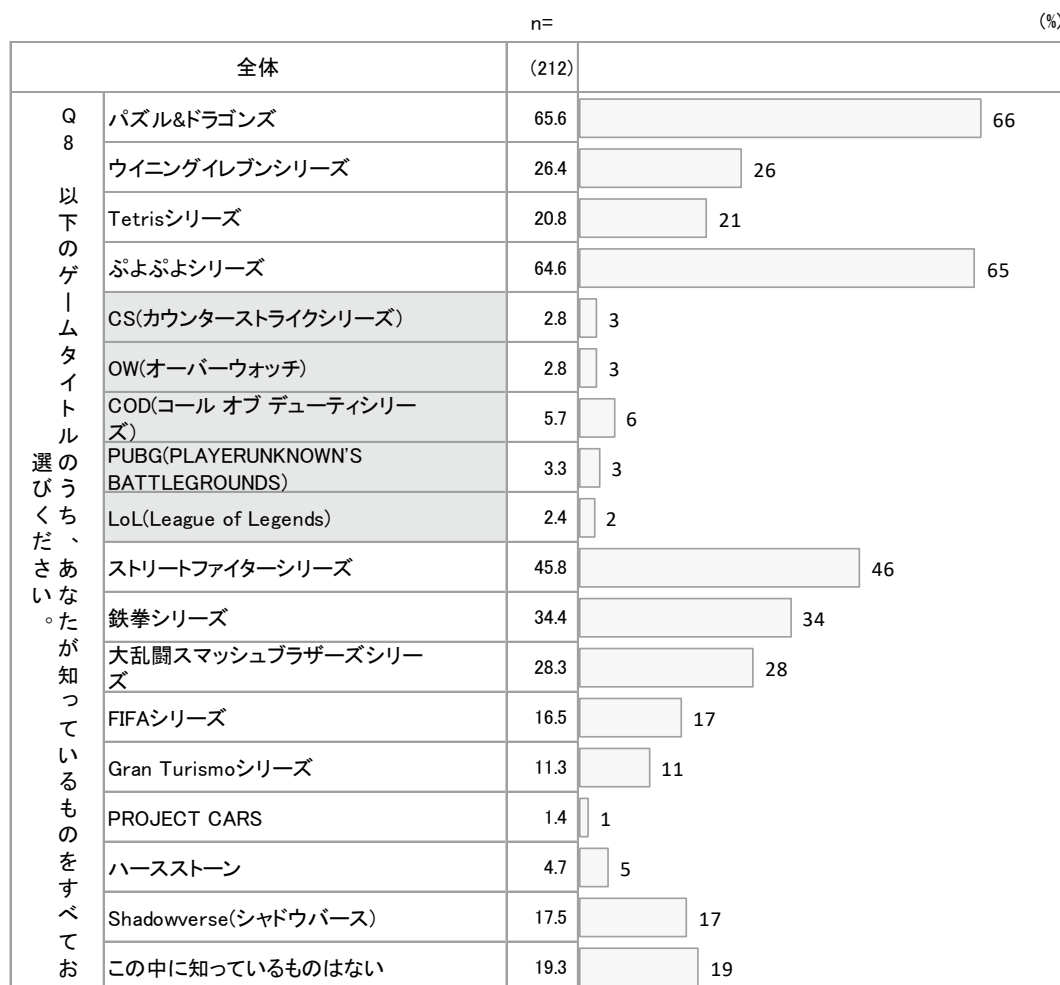


図4 知っているゲームタイトル（複数選択可）  
（網掛けのタイトルが一般的にeスポーツで用いられるもの）

### 3.3 日本と海外の「スポーツ」の認識の違い

日本ではスポーツというと野球、サッカーなど体を使う運動というイメージがあるが、欧米ではスポーツといえば「競技」を意味する。例えばチェス、ビリヤード、ダーツなど、日本ではゲームといわれるものもすべて競技、すなわちスポーツなのである。IOC（国際オリンピック委員会）がチェスやビリヤード、囲碁などをスポーツとして認可しており、コンピューターゲームもスポーツとして認められている国もある。

日本では、最近になりeスポーツがメディアに報道されるようにはなったが、未だにゲームは遊びといった考えからは離れていない。図5は、eスポーツをスポーツと言えるか、という設問の結果であるが、体を動かさないから、又は娯楽だからスポーツと言えないと答える割合がどの世代でも多い。

テレビゲームに対する印象を訪ねた結果を図6に示す。日本ではテレビゲームは「娯楽」という認識が強く、健康等に与える悪影響のマイナスイメージも多い。そのため、プログラマーがマスコミに取り上げられることも少なく、スポンサーになろうとする企業もほとん

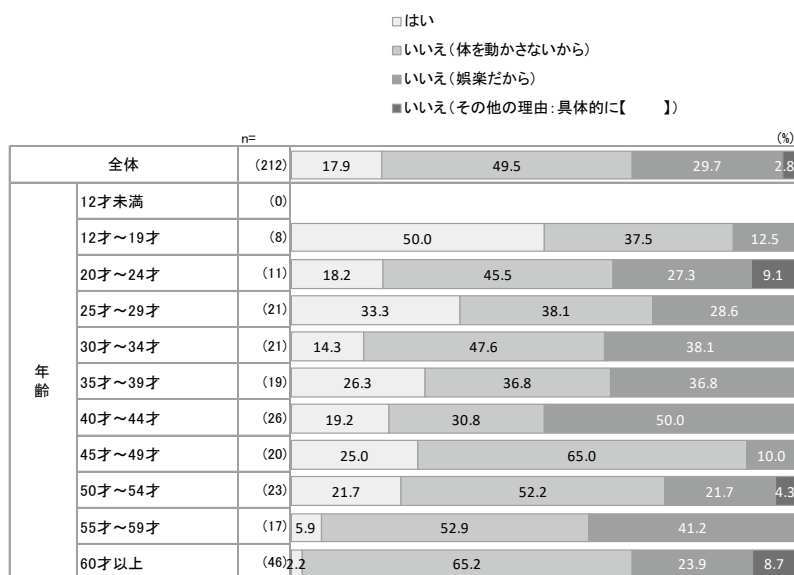


図5 eスポーツをスポーツと言えるか(年代別集計)

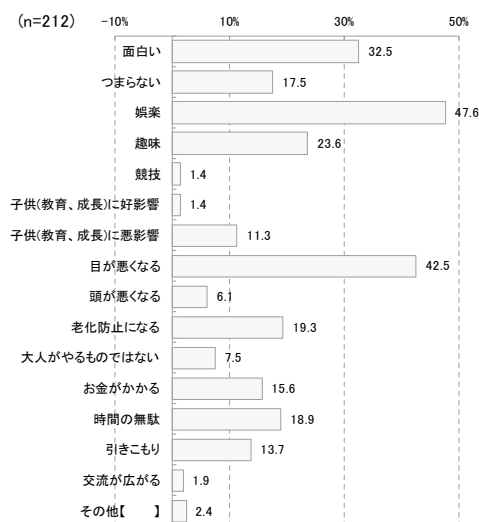


図6 テレビゲームに対する印象

ど出てこない。結果、日本では、プロゲーマーは職業としてほぼ成立していない<sup>[4]</sup>。対して、海外はゲームを競技として捉えており、プロゲーマーによるパフォーマンスをテレビや動画配信サイトで取り上げ、マスコミから企業、一般の人までが注目し、経済が動くことでプロゲーマーが職業として認識されている。

### 3.4 多額の賞金を出せない

2016年より日本eスポーツ選手権大会も開催されているが、世界と比べるとまだその規模は小さい。また、日本で開催される大会では賞金が出ない、あるいは少額であることが多い。背景の一つに法制度上の問題がある。現在主流となっているゲーム会社主催の大会賞金はソフトの販売促進とみなされ、景品表示法により取引価額が5000円未満なら価額の20倍、5000円以上なら10万円が最高額となる。ただし、これは業界に自主規制が広まったものであり、2018年になって消費者庁が多額の賞金を出せるという見解を公表したため、これまでとは状況が変わる可能性がある。また、これとは別に、参加料を徴収して賞金制の大会を開くことは賭博とみなされる可能性もあるため、高額賞金がかかったゲームの大会の開催が難しい原因のひとつとなっている。

## 4 日本におけるeスポーツの展望

日本ではこれまでeスポーツのプレイヤーが少なく、国内に競争相手がいないためにレベルが上がりにくいという難点があった。しかしながら、いくつものプロチームができたり、プロリーグが立ちあがったりしており、世界に通用するようなプロゲーマーも徐々に生まれている。

図7は、eスポーツ大会の観戦チケット（入場料）はどの程度が適当と考えるかについて、

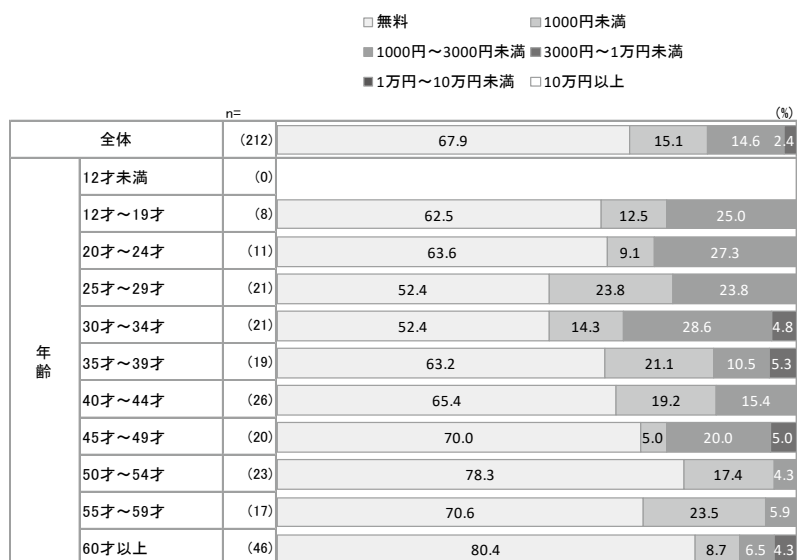


図7 eスポーツ大会の観戦チケット（入場料）はどの程度が適当と考えるか（年代別集計）

年代別に集計したものである。20代後半から30代前半にかけて、お金を比較的自由に使える世代では有料と無料が半々であるが、それ以外の世代では無料が適当であると答えた割合が多い。このことから、賞金や運営費をチケット代で賄うことは難しく、スポンサー等による第三者提供が望ましいだろう。そもそも、碁や将棋などは、参加費が無料で、第三者から賞金が拠出される仕組みで成り立っている。eスポーツもこのような仕組みを取り入れるべきである。

図8は、eスポーツ大会の優勝賞金に適している金額はいくらかを訪ねた質問に対する回答である。スポーツではない、あるいは娯楽であるというイメージが強いためか、多額の賞金をかける必要はないという人が多い。賞金は必要ないとの回答が半数近くを占めるが、100万円以上という回答もそれなりにあり、世間でのeスポーツへの理解が進むことで変わっていくものと思われる。

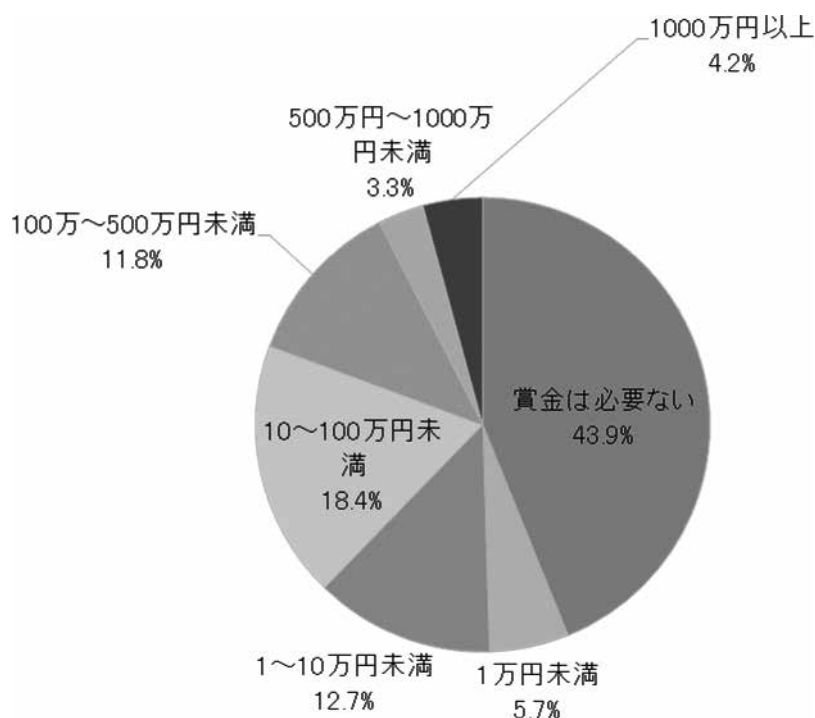


図8 eスポーツ大会の優勝賞金に適している金額はいくらか

図9は、eスポーツがスポーツと言えるか否かと、ゲーム関連の動画配信等を見る頻度との関係をクロス集計で表したものである。これを見ると、eスポーツをスポーツと言えるかで「はい」と回答した人は、ゲーム関連の動画を多くの割合の人が見ており、特に、ほぼ毎日、週に4～5日程度と回答した人の割合が高いことが分かる。現在は個人のゲーム実況者による動画が主流であるが、テレビ局とゲーム会社が協力した、完成度の高い映像コンテンツの登場を期待したい。初めて観戦する人の敷居を低くし、観客が広がれば、スポンサーがつき、さらに市場全体が拡大していくであろう。



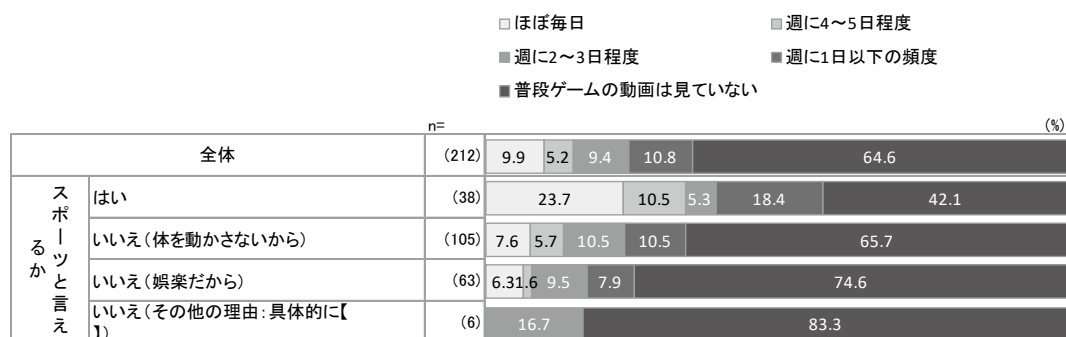


図9 「eスポーツがスポーツと言えるか否か」と「ゲーム関連の動画配信等を見る頻度」との関係

### 〔参考文献〕

- [1] 笈誠一郎, 【特集】eスポーツの可能性について, CUC view & vision, No. 43, pp. 16-20, 2017
- [2] 日本eスポーツ連合, <https://jesu.or.jp/>, 2019年12月15日閲覧
- [3] 経済産業省, 平成28年度コンテンツ産業強化対策支援事業(オンラインゲームの海外展開強化等に向けた調査事業) 報告書, [http://www.meti.go.jp/meti\\_lib/report/H28FY/000848.pdf](http://www.meti.go.jp/meti_lib/report/H28FY/000848.pdf)
- [4] eSports Yearbook, <http://esportsyearbook.com/>, 2019年12月15日閲覧
- [5] 神部勝之, e-Sportsで日本が立ち遅れている現状, 映像情報メディア学会誌, Vol. 66, No. 2, pp. 106-109, 2012
- [6] アンディ・ミア著, 田総恵子訳『Sport 2.0—進化するeスポーツ, 変容するオリンピック』, NTT出版株式会社, 2018
- [7] 笈誠一郎『eスポーツ論 ゲームが体育競技になる日』, ゴマブックス株式会社, 2018

(2019.12.28 受稿, 2020.2.5 受理)

〔抄 録〕

本研究では、日本におけるeスポーツの現状を把握するため、インターネットを用いたアンケート調査を行った。欧米ではスポーツといえば「競技」を意味する。IOC（国際オリンピック委員会）がチェスやビリヤード、囲碁などをスポーツとして認可しており、コンピューターゲームもスポーツとして認められている国もある。日本では最近になりeスポーツがメディアに報道されるようにはなったが、未だにゲームは「娯楽」といった考えからは離れていない。体を動かさないから、又は娯楽だからスポーツと言えないと答える割合がどの世代でも多い。また、健康等に与える悪影響のマイナスイメージも多いため、プロゲーマーがマスコミに取り上げられることも少なく、スポンサーになろうとする企業もほとんど出てこない。結果、日本では、プロゲーマーは職業としてほぼ成立していない。現在は個人のゲーム実況者による動画が主流であるが、テレビ局とゲーム会社が協力した、完成度の高い映像コンテンツの登場を期待したい。初めて観戦する人の敷居を低くし、観客が広がれば、スポンサーがつき、さらに市場全体が拡大していくであろう。