

# 日本におけるeスポーツの現状分析

— 「Media Entertainment」へと発展するeスポーツ—

一般財団法人 マルチメディア振興センター  
Foundation for MultiMedia Communications

ICTリサーチ&コンサルティング部 五十嵐輝  
監修：芝浦工業大学 教授 小山友介

## 執筆者

### 五十嵐 輝（いがらし あきら）

- リサーチャー
- ネットリサーチ会社を経て現職。  
日本、諸外国におけるデジタルゲーム及びeスポーツの動向についての調査研究に従事。
- 主な研究テーマ：
  - 産業発展の波に焦点を当てた日本のeスポーツと先進国（米国、欧州、韓国、中国）の比較（令和2年）
  - 日本におけるeスポーツの現状分析  
－ライブ配信プラットフォームの可能性－（令和2年）



## 監修

### 小山 友介（こやま ゆうすけ）先生

- 芝浦工業大学 システム理工学部 教授
- 主な著書及び共著：
  - 日本デジタルゲーム産業史（平成28年）、増補改訂版（令和2年）
  - デジタルゲーム研究入門：レポート作成から論文執筆まで（令和2年）



## ■背景：

- 日本のeスポーツ市場は2018年を境に大きく盛り上がりを見せている
- ゲーム市場の問題（海外とのゲームタイトルの違い）、法的問題

## ■特に大きな日本の課題：eスポーツ市場の規模が小さい

### ■長年の世界とのゲームタイトルの乖離

- 家庭用ゲーム・アーケードが強く、海外で強いPCゲームが弱い

### ■上記故に、eスポーツのプレイヤー数・視聴者数が少ない

- 世界においてもeスポーツはニッチな趣味だが、人口の多い英語圏、中国語圏であれば経済的自立性を維持可能

## ■目的：下記の事項について解明したい

- 法制度の整備等が進み「Sport」の波が来た日本のeスポーツが、動画共有プラットフォームでの視聴を中心とする「Media Entertainment」へ発展するために取り得る施策を明らかにする

## ■eスポーツ（eSports :electronic sports）の広義の定義

- 「デジタル上のシステムを用いて、勝敗を競うこと」
- プレイヤーがRPG等のクリアタイムを競うことも含む
  - スピードラン（speedrunning）はプレイ動画をオンラインで共有することで競い合う
- 「スポーツ」か、といえ、否
  - 操作入力で体を使うとは言え、身体的運動的「スポーツ」ではない



### ■eスポーツ（eSports :electronic sports）の狭義の定義

#### ■ 「競技性の高いデジタルゲーム」を用いた対人競技

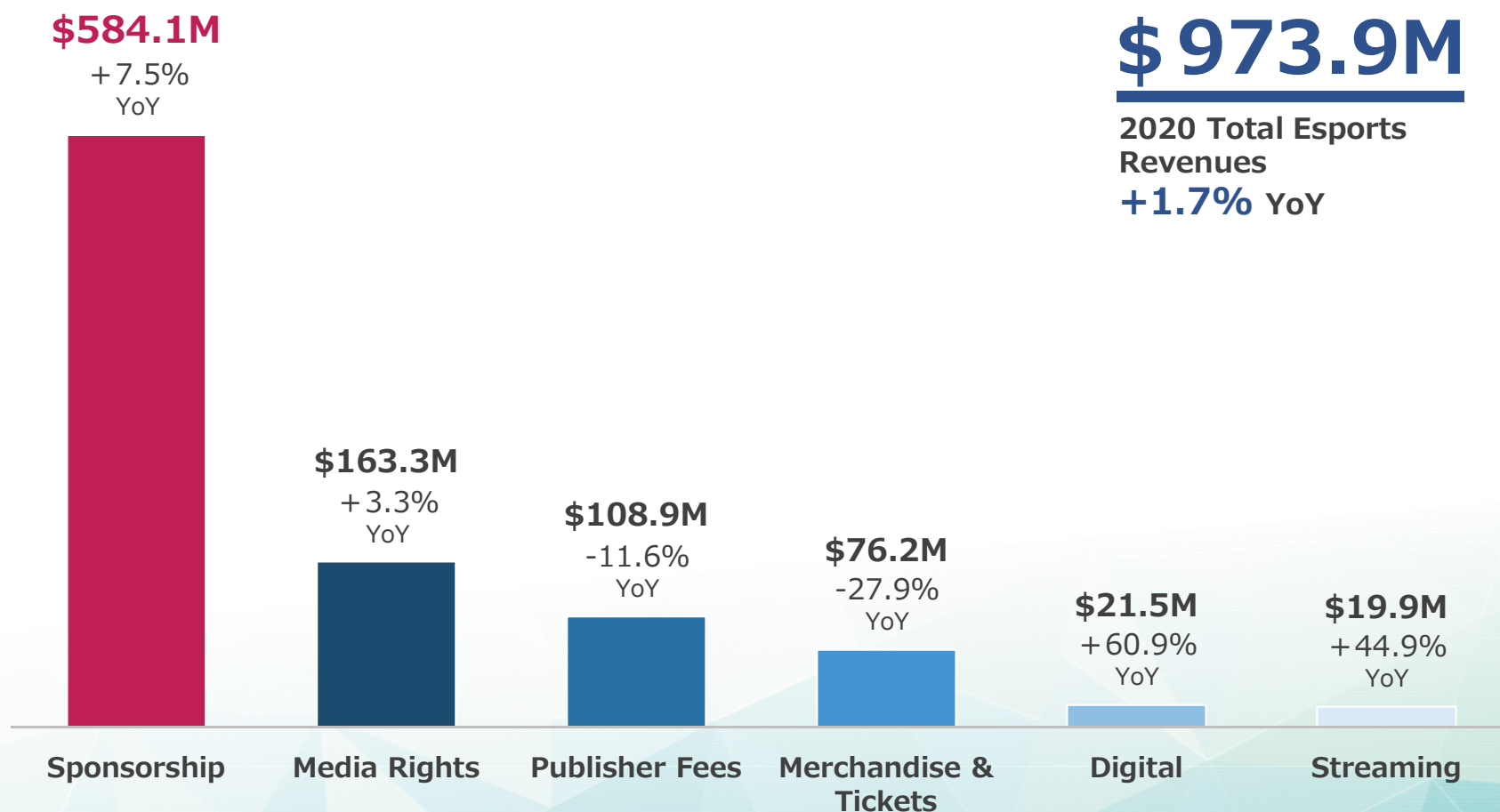
- MOBA（Multiplayer online battle arena）
- FPS・TPS（シューティング）
- 格闘ゲーム、など

#### ■ 及び、上記ゲームタイトルを用いた興行全般を意味

- オフライン・オンラインでのトーナメントやリーグといった興行
- 及びその放送（動画共有プラットフォームを通した）
  - ライブストリーミングとアーカイブでのオンデマンド配信

本研究では、「eスポーツ」を上記の意味で用いる

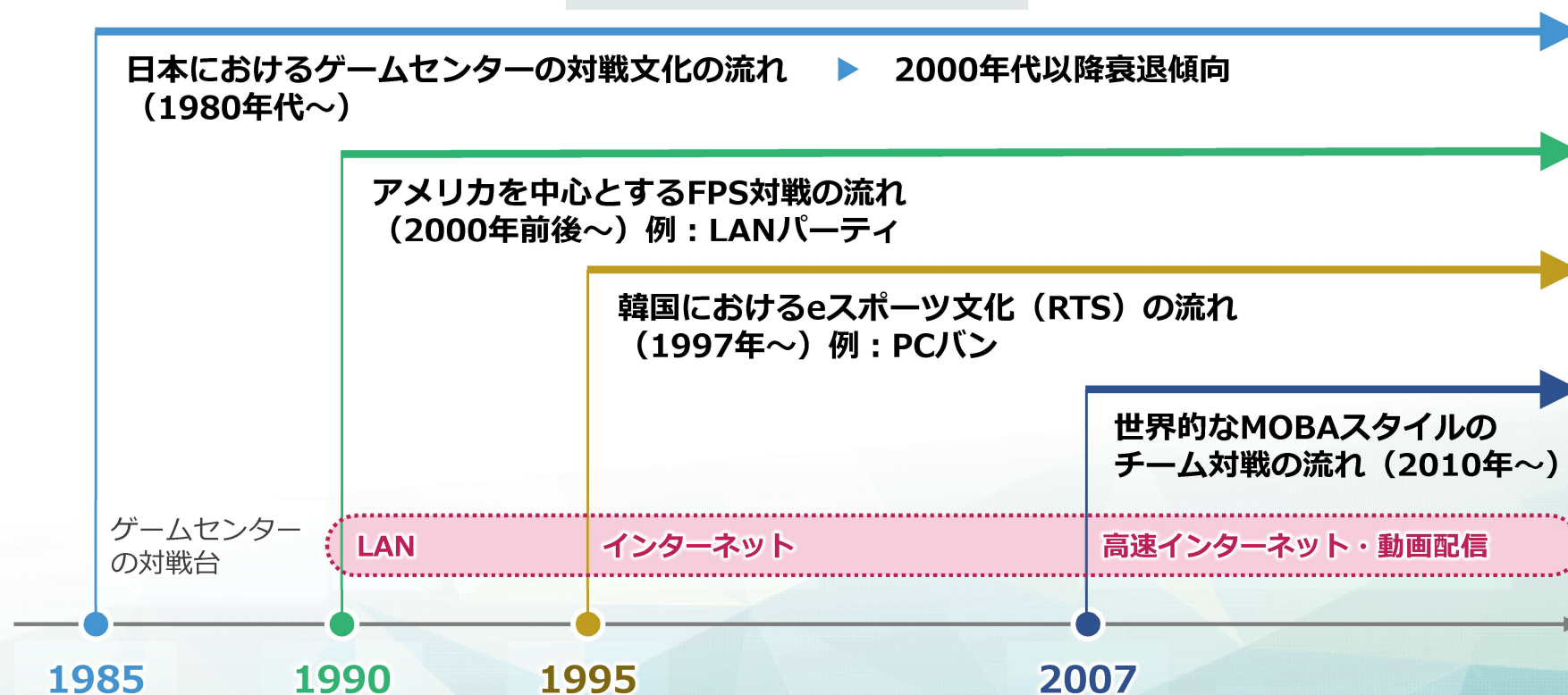
- 世界は2020年に約1,000億円に（一方、日本は約76億円）
  - 市場規模のうち、**スポンサーシップ**が約6割を占める
  - 放映権も上昇し、約17%で2番目に多い、今後も上昇傾向



※2020年の数値は、2020年7月時点の予測

- eスポーツの発展を通信ネットワークの発展が促進
- 一方、日本は世界の人気eスポーツ競技タイトルから乖離
  - 世界に先駆けた日本的eスポーツ=ゲームセンター
  - 海外では主流のFPSやMOBAが、日本では主流にならず

## eスポーツの進化の流れ



「スクウェア・エニックス／三宅 陽一郎」から引用加筆

# eスポーツの問題：日本のeスポーツタイトルの独自性



## ■現在も、日本のeスポーツタイトルは独自性が強い

- ゲームセンターの流れを汲む格闘ゲームタイトルが人気

### 各国の人気eスポーツタイトル

|  日本 |
|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 大乱闘スマッシュブラザーズ                                                                      |
| 2 ストリートファイター                                                                         |
| 3 スプラトゥーン2                                                                           |
| 4 Call of Duty                                                                       |
| 5 マリオカート                                                                             |

|  イギリス |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 Call of Duty                                                                          |
| 2 FIFA                                                                                  |
| 3 Fortnite Battle Royale                                                                |
| 4 Overwatch                                                                             |
| 5 Counter-Strike                                                                        |

|  中国 |
|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 League of Legends                                                                  |
| 2 PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS                                                      |
| 3 Counter-Strike                                                                     |
| 4 Dota 2                                                                             |
| 5 Overwatch                                                                          |

|  フランス |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 FIFA                                                                                  |
| 2 Call of Duty                                                                          |
| 3 Counter-Strike                                                                        |
| 4 League of Legends                                                                     |
| 5 Fortnite Battle Royale                                                                |

|  韓国 |
|----------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 League of Legends                                                                    |
| 2 Overwatch                                                                            |
| 3 StarCraft                                                                            |
| 4 FIFA                                                                                 |
| 5 PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS                                                        |

|  ドイツ |
|------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 Call of Duty                                                                           |
| 2 Fortnite Battle Royale                                                                 |
| 3 FIFA                                                                                   |
| 4 League of Legends                                                                      |
| 5 Counter-Strike                                                                         |

格闘ゲーム

シューティング (FPS・TPS)

バトルロワイヤル (FPS・TPS)

MOBA・RTS

スポーツ

Nielsen 「Nielsen Esports Fan Insights」 から筆者作成



## ■法制度の問題

### ■賞金の問題：海外は賞金額増加も、日本では制限。市場規模に歯止め

- 刑法：参加者から集金し、勝者がそれを得る形式の場合、刑法185条（いわゆる賭博罪）に抵触の可能性。海外では賞金額上昇のため、採用の場合有。
- 景表法**：ゲームの宣伝として、ゲーム大会を行うとみなされる場合、**景品としての高額賞金は景表法（不当景品類及び不当表示防止法）第一条の「不当な景品類および表示による顧客の誘引」に抵触の可能性。**

### ■風営法の問題

- eスポーツ施設などゲームを行う場所を運営する場合、ゲームセンター同様に、風営法（風俗営業等の規則および業務の適正化等に関する法律）の規制対象であり、認可が必要。営利店舗施設にゲーム機を勝手に置くのは違法。

### ■著作権の問題

- ゲーム会社への許諾なしにゲーム大会を開くことは著作権の侵害となる
- 自社ゲームを用いた大会開催のためのガイドラインを設定している会社も

**特に、景表法にかかる賞金額の制限が大きな問題に**

- **日本eスポーツ連合（JeSU）主導での高額賞金問題の前進**
  - 乱立していた三つのeスポーツ業界団体が統合（2018年）
  - プロライセンス制度による景表法問題解消を目的に活動
  - しかし、JeSU自らが行った消費者庁に対するノンアクションレターの結果、ライセンスの有無にかかわらず **「仕事の報酬」であれば、賞金は景表法違反に当たらない**という回答（2019年9月）
  - 当初の目的とは異なるが、法的問題の解決に向けて大きく前進

**法的面、第三者機関の整備が進み、「Sport（競技）」として興行を行っていくための下地は整ってきている**



## ■eスポーツの大きな時代的波：T. L. Taylor(2018)

### ■1st「Game」：70年代～80年代

- 地域コミュニティや、熱心なプレイヤーが中心となって**遊戯、娯楽として楽しむ**。アマチュアやプロが混じった大会が支配的

### ■2nd「Sport」：90年代から00年代

- リーグ、トーナメントなどの形式で、**競技として競い合う**。プロ化の進展と第三者機関（リーグ、トーナメントの運営組織やプロチームの運営、eスポーツ協会）の設立が行われ、維持される

### ■3rd「Media Entertainment」：10年代～現在

- 組織やリーグ・トーナメントが放送・配信を中心に構築・運営**されていく。リーグ・トーナメントはメディアイベントとして活用される。ネットを通じた大規模な動画共有サービスの普及、eスポーツ産業の分業の進展、ゲームデベロッパーの関与が進む

# eスポーツにおける3つの波：各国の推移

## ■2010年代に、日本は遅れて「Sport」の波が到達

| Taylor<br>(2018)の分類                     | 日本                                                                                                                        | 米国（+欧州）                                                                                                                                                                                                     | 韓国                                                                                                                                                      | 中国                                                                                                                |
|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1st<br>Game :<br>～80年代                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ アーケード市場の興隆</li> <li>■ コンソール市場（家庭用ゲーム &amp; PCゲーム）の興隆</li> </ul>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 家庭用ゲーム市場の崩壊（アタリショック：1982）</li> <li>■ アーケード市場の衰退</li> <li>■ PCゲーム市場の興隆</li> </ul>                                                                                   | —                                                                                                                                                       | —                                                                                                                 |
| 2nd<br>Sport :<br>90年代                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 格闘ゲームの誕生とゲームセンターを核とした大会の開催</li> <li>■ 家庭用ゲームの覇権</li> <li>■ PCゲーム市場の衰退</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ コミュニティ主導での大規模LANパーティ</li> <li>■ 賞金付リーグ・トーナメントの登場（CPL：1997等）</li> <li>■ ネット対戦の発展</li> </ul>                                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 2004年まで日本の家庭用ゲームは輸入制限（日本文化の流入制限）</li> <li>■ PC房（格安ネットカフェ）の爆発的広まり</li> <li>■ CATVによるeスポーツリーグ設立（2000）</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ ネットバーの広まり</li> </ul>                                                     |
| 2nd<br>Sport :<br>2000年代                | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ アーケードの衰退</li> <li>■ プロモーションとしてのゲーム大会</li> <li>■ eスポーツ関連団体の乱立</li> </ul>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ ESL設立（2000）</li> <li>■ テレビでの世界規模のリーグ放送開始と失敗</li> <li>■ MOBAの登場</li> </ul>                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 政府公認管理機関設立</li> <li>■ 「eSports」という言葉の誕生</li> <li>■ 行政主催の競技大会が複数開催</li> </ul>                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 行政による促進</li> <li>■ 2003年、正式なスポーツ競技項目として認定</li> <li>■ テンセントの登場</li> </ul> |
| 3rd<br>Media<br>Entertainment<br>2010年代 | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 日本eスポーツ連合への統合（2018）</li> <li>■ 賞金問題の解消</li> <li>■ 恒常的なリーグの設立</li> </ul>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>ゲームデベロッパーによるeスポーツの競技環境の構築と持続的な成長</b></li> <li>■ <b>テレビに頼らない動画共有プラットフォームという配信手段の登場</b></li> <li>■ 動画共有プラットフォームにおける個人での収益化（広告視聴、投げ銭）</li> <li>■ 賞金の高額化</li> </ul> |                                                                                                                                                         |                                                                                                                   |

## ■主な国際的eスポーツリーグ主催企業：米国が中心（14社）

■主催企業はゲームデベロッパーと興行企業中心

■日本はゲームデベロッパーが2社該当（CAPCOM、KONAMI）

| 国名     | ゲーム<br>デベロッパー | リーグ・<br>トーナメント<br>興行企業 | メディア・<br>広告系企業 | PC周辺機器製<br>造販売 | 飲料製造販売 | 総計 |
|--------|---------------|------------------------|----------------|----------------|--------|----|
| 米国     | 9             | 3                      | 1              | 1              | 0      | 14 |
| 韓国     | 2             | 1                      | 3              | 0              | 0      | 6  |
| 中国     | 3             | 2                      | 0              | 0              | 0      | 5  |
| ドイツ    | 0             | 3                      | 1              | 0              | 0      | 4  |
| 日本     | 2             | 0                      | 0              | 0              | 0      | 2  |
| 英国     | 0             | 1                      | 1              | 0              | 0      | 2  |
| フランス   | 0             | 1                      | 0              | 0              | 0      | 1  |
| デンマーク  | 0             | 1                      | 0              | 0              | 0      | 1  |
| スウェーデン | 0             | 1                      | 0              | 0              | 0      | 1  |
| ノルウェー  | 0             | 1                      | 0              | 0              | 0      | 1  |
| オーストリア | 0             | 0                      | 0              | 0              | 1      | 1  |
| ロシア    | 0             | 1                      | 0              | 0              | 0      | 1  |
| ウクライナ  | 0             | 1                      | 0              | 0              | 0      | 1  |
| ベラルーシ  | 1             | 0                      | 0              | 0              | 0      | 1  |
| 台湾     | 0             | 0                      | 0              | 1              | 0      | 1  |
| シンガポール | 1             | 0                      | 0              | 0              | 0      | 1  |
| 総計     | 18            | 16                     | 6              | 2              | 1      | 43 |

## ■ゲーム業界の課題

### 1. ゲーム開発コストの増大

- 海外の超大型タイトル：100億円前後
- 日本の大型タイトル：数十億円

### 2. 一つのタイトルからの収益を最大化させたい

- 一つのタイトルを長く遊ばせ、追加コンテンツで儲ける形式の拡大

## ■eスポーツ＝ゲームの競技化は、上記課題への回答の一つ

- ① リーグやトーナメントを開催、プレイヤーのモチベーションを高める
- ② プラットフォームで配信し、視聴者とスポンサーを集める
- ③ 集めたスポンサーシップで賞金を高める

**上記の①～③を繰り返し、持続的な競技環境を作り、  
ゲームタイトルの延命を図る**

- **運営側 : 視聴コンテンツとして配信、スポンサー獲得に活用**
  - eスポーツも、既存スポーツと同様にテレビでの放送を当初模索
- **テレビ側 : 視聴を集め、放送枠を埋めるコンテンツを求めて**
  - CATVの多チャンネル放送における放送枠を埋める等
    - 韓国の成功例 : CATV事業者のOnMedia (当時) が専門チャンネルであるOnGameNetおよびリーグを開設 (2000年)
- **しかし、テレビでのeスポーツの展開は必ずしも成功せず**
  - 「Championship Gaming Series(CGS)」の失敗
    - 2007年に、北米・欧州・アジアにチーム設立、世界的に放送開始
    - 2008年末、採算がとれず、世界的な金融危機の影響もあり番組終了
    - 「テレビを通した放送はコストがかかり、メリットを上回る高いリスクがあると見られるようになった」 T. L. Taylor(2018)



## ■動画共有プラットフォームの登場

- 代表例① : YouTube (2005年)
- 代表例② : Twitch (2011年、ライブストリーミングとゲームに特化)
  - ゲーム実況 (ゲームをプレイしながらトーク・実況を行う生放送) の普及
  - 一般ユーザの配信だけでなく、トーナメントやリーグも放送

## ■“放送”のコストを下げ、世界中から視聴者を集める

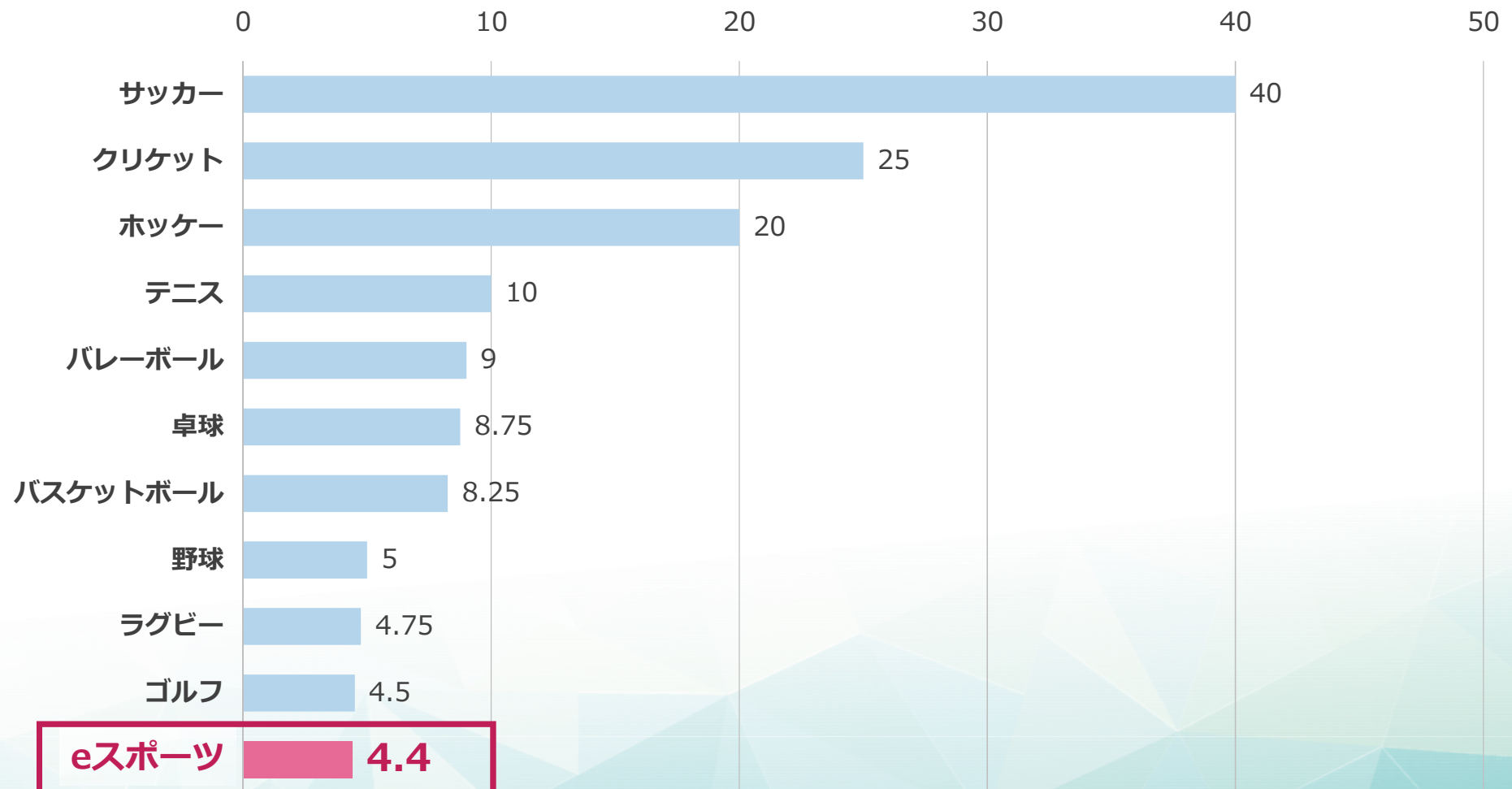
- インターネットを通し、世界中で視聴可能
- 動画共有・ライブストリーミングの技術・コスト的障壁を低減
- ゲーム実況の広がりによる「ゲームを観る」という習慣の定着
- プレイヤーと視聴者の交流を促進し、ファン拡大を可能に

動画共有プラットフォームは、eスポーツの“放送”を可能に

## ■ 2019年には世界で4億4300万人が視聴しているが…

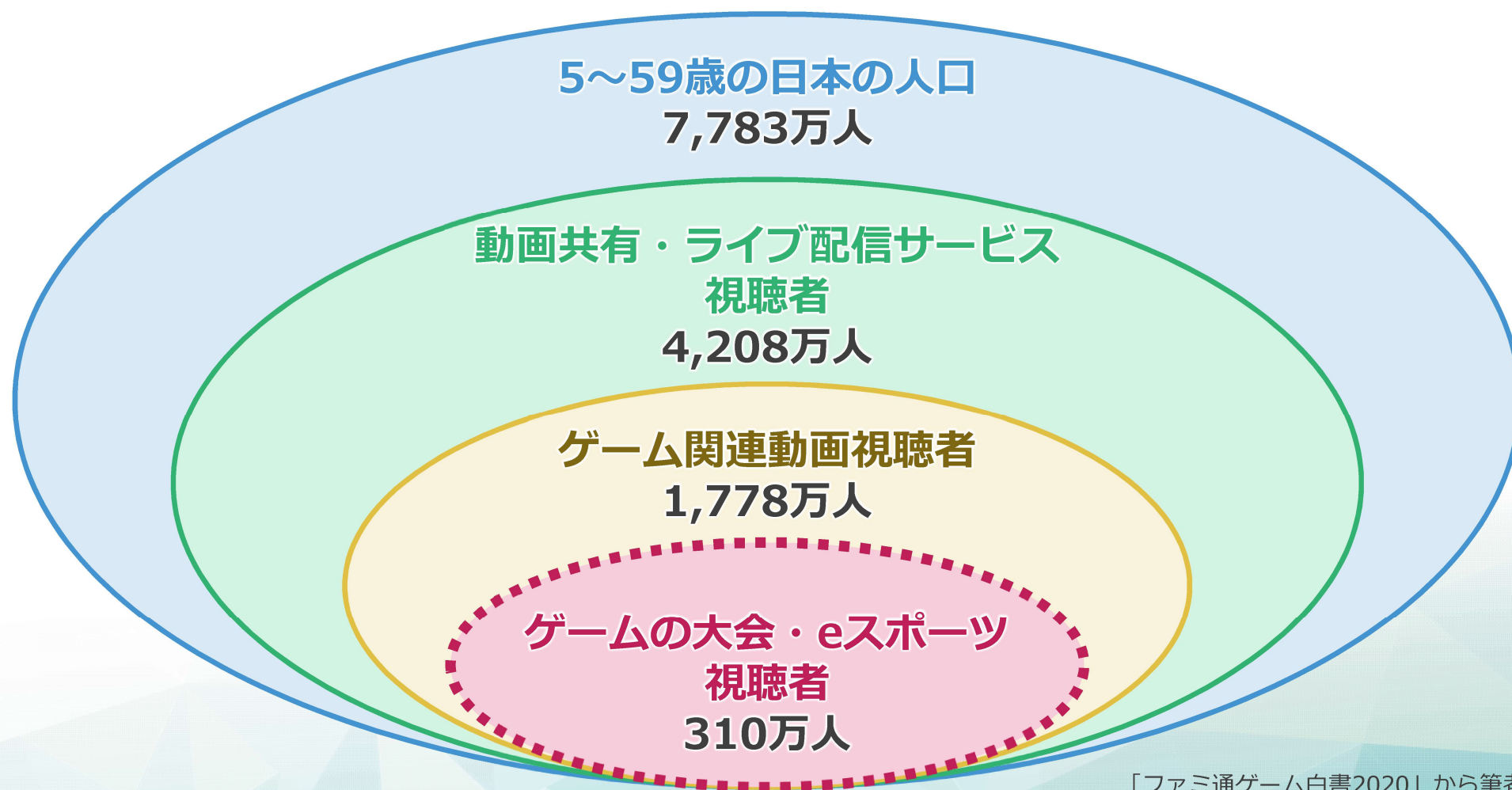
- ファン人口はゴルフと同程度
- しかし、**視聴タイトルは雑多で個別の視聴者は更に少ない**

単位：億人



## ■国内ゲーム大会・eスポーツ視聴者：310万人（2019年）

- **世界と比較して視聴者少なく、市場小さい**（世界は4億4,300万人）
- 国内ゲーム人口は4,793万人、世界ゲーム人口は31億人



「ファミ通ゲーム白書2020」から筆者作成

## ■国内の既存メディアでの展開は試行錯誤の段階

- 2018年頃からeスポーツをテーマにした地上波番組が多数開始
  - 日テレ「eGG」：ロケットリーグのトーナメント開催（2020年）
- AbemaTV：2018年ゲーム専門チャンネル開始、2019年終了
- DAZN：わずかだがeスポーツのリーグ等を放送

## ■国内も動画共有プラットフォームが主要メディア

- 過去には、YouTube等でゲームセンターの対戦を生配信
- 国内トーナメント・リーグも動画共有プラットフォームで配信

「Media Entertainment」への発展には、視聴者・プレイヤー数の拡大が重要であり、施策提言のためには「動画共有プラットフォーム」を通したeスポーツのより詳細な視聴状況を把握する必要がある



## ■調査目的

- 「動画共有プラットフォーム」を通じたeスポーツの視聴状況を把握する

## ■概要

- 期間：2020年9月8日～11日
- 利用パネル：アスマーク社ネットリサーチパネル
- 対象者：15歳～39歳の男女
- 居住地：全国



## ■サンプル数

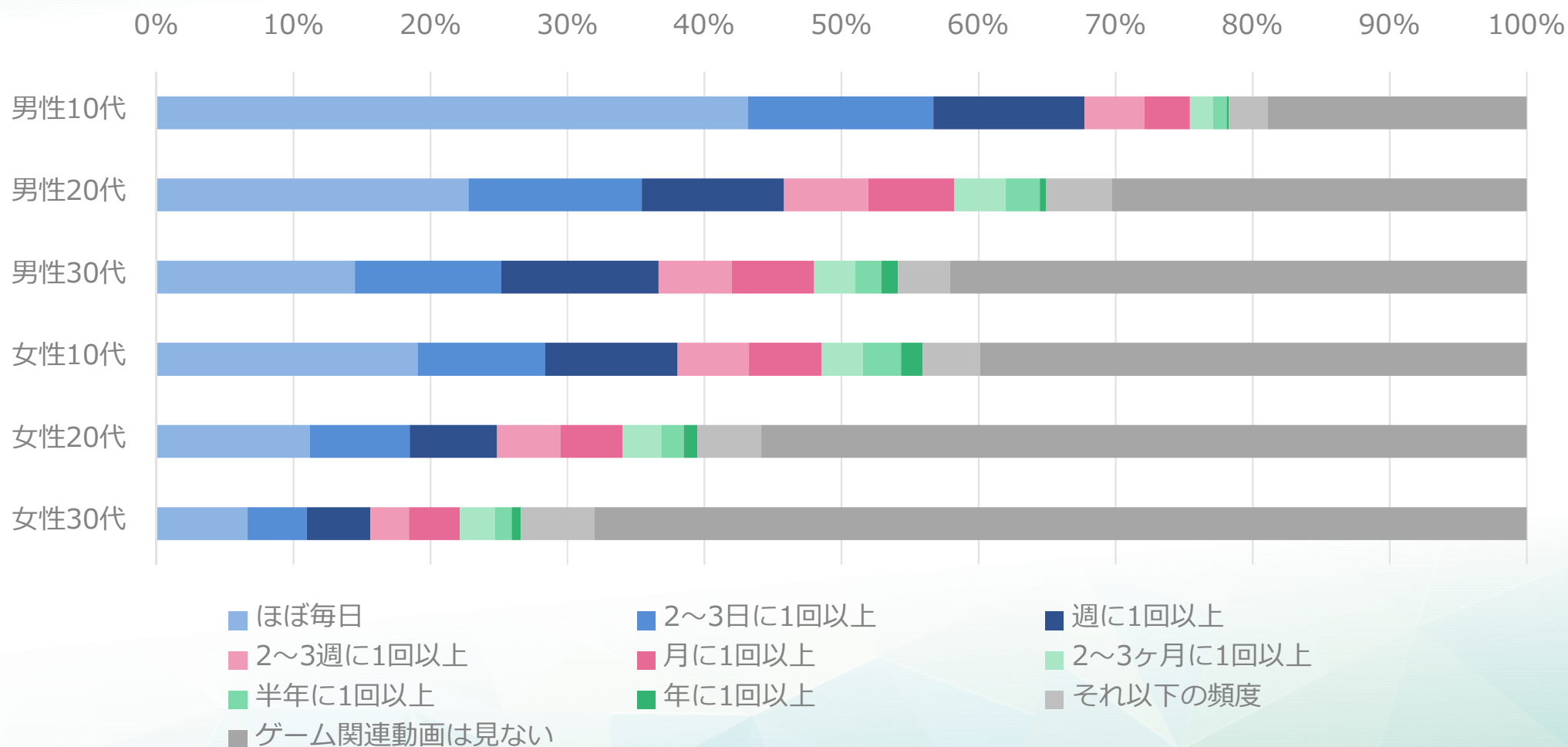
| 性年代   | 標本数  | %      |
|-------|------|--------|
| 男性10代 | 598  | 7.8%   |
| 男性20代 | 878  | 11.5%  |
| 男性30代 | 898  | 11.7%  |
| 女性10代 | 1191 | 15.6%  |
| 女性20代 | 1520 | 19.9%  |
| 女性30代 | 2561 | 33.5%  |
| 総計    | 7646 | 100.0% |

# ゲーム関連動画（ゲーム実況・プレイ動画）視聴頻度



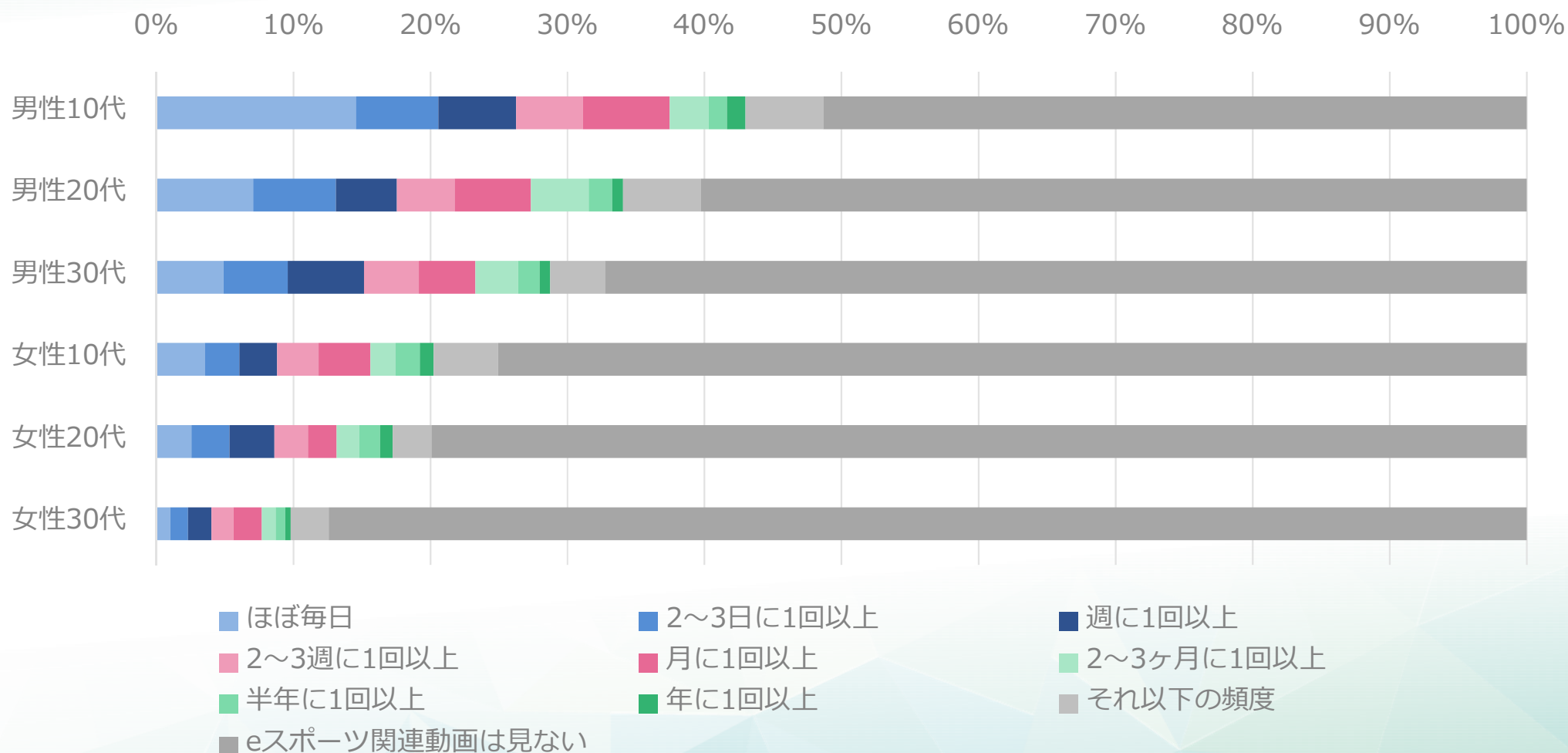
## ■10代＞20代＞30代、男性＞女性で視聴頻度高

■一般的な趣味として今後も拡大していくと予想される



## ■月一視聴者はゲーム実況に比べ半減も、増加傾向

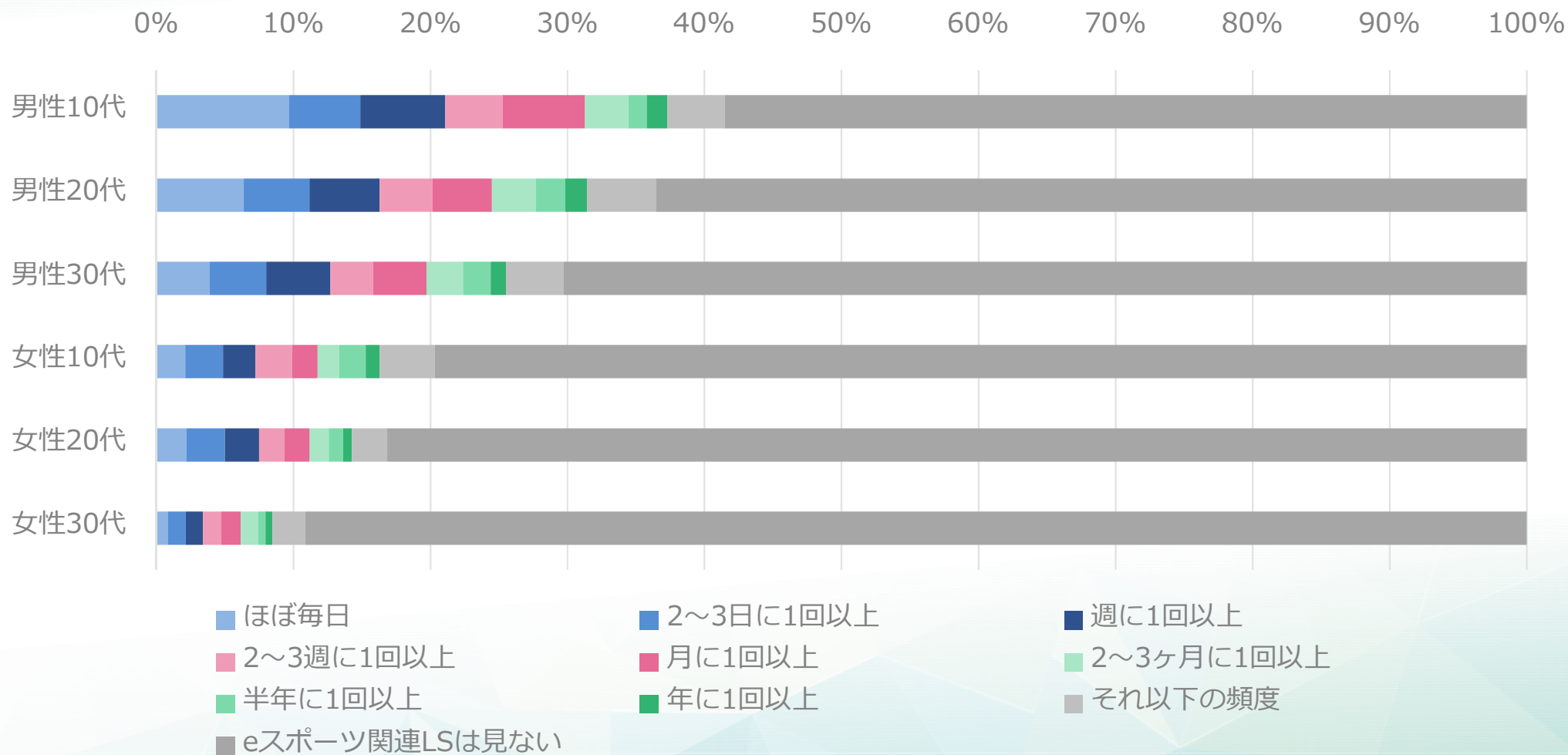
■ゲーム実況と比べるとやはりeスポーツはニッチな趣味



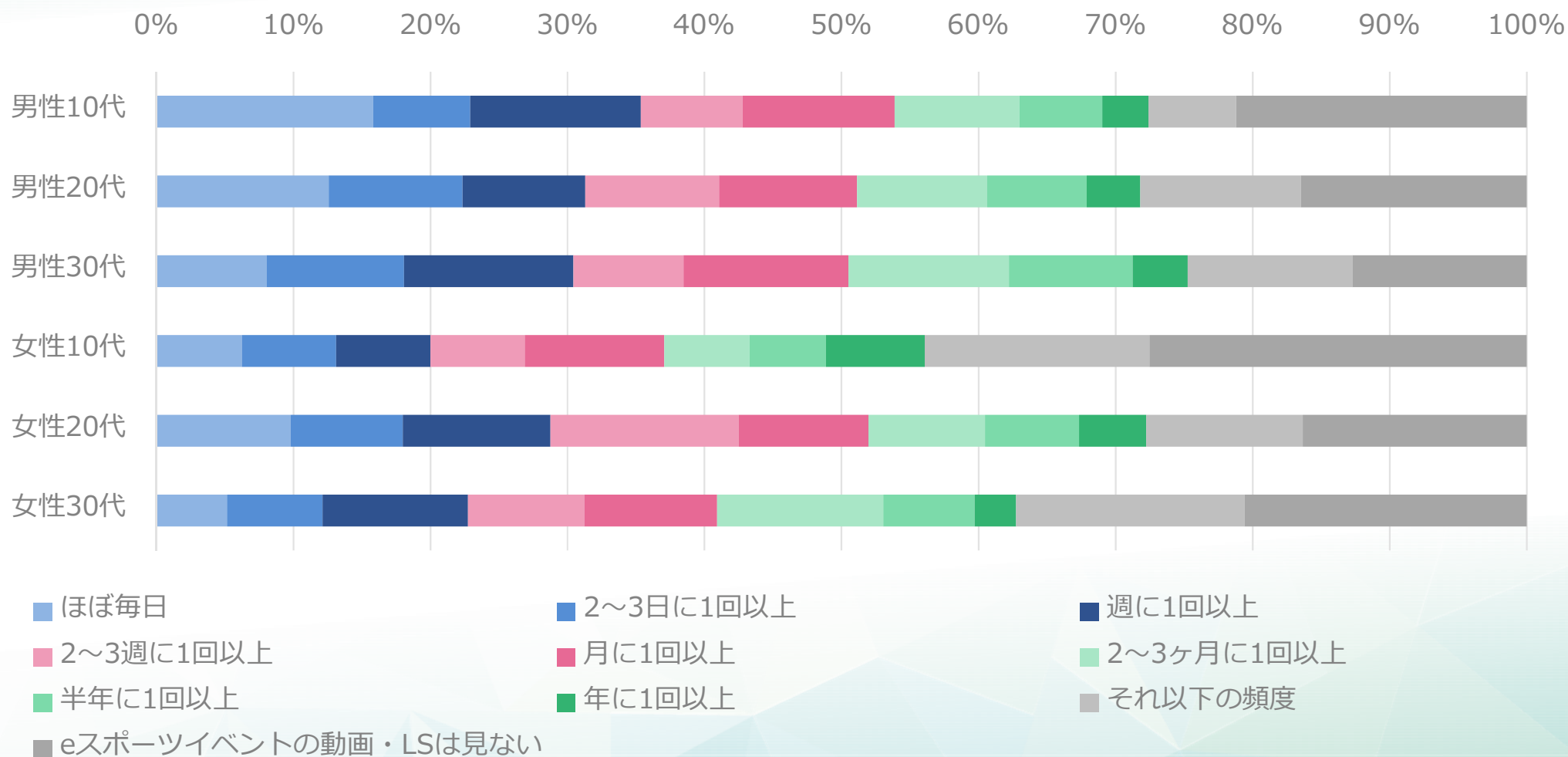
# eスポーツ関連ライブストリーミング視聴頻度

## ■動画に比べると若干減少するが、傾向変わらず

■生放送のため視聴の難しさがあるが、リアルタイム重要



## ■eスポーツ視聴者のうち、半数近くが月一以上視聴 ■イベント（大会・リーグ等）の重要性は高い





# 視聴eスポーツタイトル：eスポーツ視聴者全体



| ジャンル    | ゲームタイトル ※色付きは国産タイトル                  | 男性10代 | 男性20代 | 男性30代 | 女性10代 | 女性20代 | 女性30代 |
|---------|--------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| FPS・TPS | スプラトゥーン 2                            | 20.2% | 16.8% | 22.7% | 32.5% | 23.5% | 26.4% |
| FPS・TPS | 荒野行動                                 | 23.2% | 15.4% | 19.4% | 29.8% | 22.2% | 17.9% |
| FPS・TPS | Fortnite                             | 13.8% | 8.7%  | 13.0% | 9.2%  | 8.8%  | 8.8%  |
| FPS・TPS | Apex Legends                         | 15.8% | 10.1% | 8.4%  | 10.5% | 9.8%  | 5.8%  |
| FPS・TPS | Call of Duty: Modern Warfare         | 9.4%  | 9.5%  | 9.4%  | 4.6%  | 7.5%  | 6.1%  |
| FPS・TPS | PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS (PUBG) | 7.4%  | 8.7%  | 8.4%  | 6.2%  | 5.9%  | 5.8%  |
| FPS・TPS | Tom Clancy's Rainbow Six: Siege      | 5.1%  | 4.7%  | 8.4%  | 2.6%  | 3.3%  | 4.2%  |
| FPS・TPS | VALORANT                             | 4.7%  | 4.2%  | 6.0%  | 3.6%  | 4.6%  | 3.9%  |
| FPS・TPS | Overwatch                            | 3.7%  | 4.7%  | 5.7%  | 2.3%  | 5.6%  | 3.3%  |
| FPS・TPS | Counter-Strike: Global Offensive     | 2.0%  | 4.2%  | 7.4%  | 0.7%  | 4.9%  | 3.9%  |
| FPS・TPS | Escape From Tarkov                   | 3.0%  | 5.6%  | 5.0%  | 1.0%  | 3.9%  | 3.3%  |
| FPS・TPS | Hyper Scape                          | 2.0%  | 3.1%  | 5.0%  | 1.0%  | 3.3%  | 3.3%  |
| MOBA    | League of Legends                    | 5.4%  | 7.3%  | 7.7%  | 2.6%  | 6.2%  | 4.2%  |
| MOBA    | Dota 2                               | 1.3%  | 3.9%  | 4.3%  | 1.6%  | 3.3%  | 3.0%  |
| RTS     | クラッシュ・ロワイヤル (Clash Royale)           | 16.2% | 8.9%  | 10.0% | 6.2%  | 9.2%  | 12.4% |
| RTS     | World of Warships                    | 3.4%  | 6.1%  | 6.4%  | 4.3%  | 2.9%  | 3.9%  |
| RTS     | World of Tanks                       | 2.4%  | 3.6%  | 6.7%  | 1.3%  | 6.5%  | 3.6%  |
| RTS     | StarCraft II                         | 1.0%  | 4.2%  | 6.0%  | 1.6%  | 3.9%  | 5.2%  |
| 格闘ゲーム   | 大乱闘スマッシュブラザーズ SPECIAL                | 26.3% | 29.3% | 25.4% | 23.3% | 26.5% | 21.5% |
| 格闘ゲーム   | グランブルーファンタジー ヴァーサス                   | 5.4%  | 7.8%  | 10.7% | 6.2%  | 7.8%  | 8.5%  |
| 格闘ゲーム   | Street Fighter V                     | 4.7%  | 8.9%  | 18.7% | 3.6%  | 6.5%  | 3.6%  |
| 格闘ゲーム   | Tekken 7(鉄拳7)                        | 3.4%  | 8.9%  | 14.4% | 3.0%  | 3.6%  | 7.0%  |
| スポーツ    | マリオカート8 デラックス                        | 23.9% | 17.3% | 21.4% | 23.9% | 24.5% | 21.8% |
| スポーツ    | パワフルプロ野球                             | 14.5% | 19.0% | 31.1% | 5.9%  | 13.4% | 13.0% |
| スポーツ    | ウイニングイレブン (Winning Eleven)           | 14.8% | 18.4% | 26.4% | 7.5%  | 11.8% | 9.4%  |
| DCG     | シャドウバース (Shadowverse)                | 9.1%  | 12.8% | 12.4% | 6.9%  | 8.2%  | 9.7%  |
| DCG     | Magic: The Gathering                 | 4.4%  | 5.3%  | 7.7%  | 1.0%  | 4.6%  | 3.3%  |
| DCG     | Legends of Runeterra                 | 2.4%  | 3.9%  | 5.0%  | 1.3%  | 5.9%  | 3.3%  |
| DCG     | Hearthstone                          | 2.4%  | 3.9%  | 5.7%  | 2.3%  | 4.2%  | 2.1%  |
| パズル     | ぷよぷよeスポーツ                            | 16.2% | 14.8% | 22.7% | 15.4% | 20.6% | 24.5% |
| パズル     | パズル&ドラゴンズ (パズドラ)                     | 15.8% | 15.4% | 18.4% | 12.8% | 16.7% | 22.4% |
| RPG     | ポケットモンスター ソード・シールド                   | 17.2% | 21.5% | 16.4% | 11.8% | 20.9% | 21.5% |
| MMO     | War Thunder (ウォーサンダー)                | 2.7%  | 5.3%  | 6.0%  | 2.3%  | 4.9%  | 3.9%  |
| オートチェス  | Teamfight Tactics                    | 2.0%  | 4.7%  | 5.7%  | 2.0%  | 3.6%  | 3.6%  |
| オートチェス  | Auto Chess                           | 3.4%  | 2.5%  | 4.7%  | 0.7%  | 3.3%  | 2.4%  |
| サバイバル   | Fall Guys                            | 13.5% | 9.8%  | 8.0%  | 9.5%  | 10.5% | 6.7%  |
| サバイバル   | Dead by Daylight                     | 3.7%  | 7.0%  | 7.7%  | 8.5%  | 8.8%  | 8.8%  |
| サバイバル   | Project Winter                       | 2.0%  | 4.7%  | 6.7%  | 2.3%  | 5.2%  | 2.7%  |
| その他     | 上記にあてはまるゲームタイトルはない                   | 13.5% | 12.6% | 10.0% | 23.6% | 15.0% | 20.9% |

- 男性30代の方が高い：スポーツ、格闘ゲーム
- 男性10代の方が高い：FPS・TPS、バトロワ、RTS
  - 格闘ゲームは減少の割合大きく、消滅の危機
  - 海外製シューティング（FPS・TPS）が10代で視聴拡大

| ジャンル    | ゲームタイトル                    | 男性10代 | 男性30代 | 30代-10代 |
|---------|----------------------------|-------|-------|---------|
| スポーツ    | パワフルプロ野球                   | 14.5% | 31.1% | 16.6%   |
| 格闘ゲーム   | Street Fighter V           | 4.7%  | 18.7% | 14.0%   |
| スポーツ    | ウイニングイレブン (Winning Eleven) | 14.8% | 26.4% | 11.6%   |
| 格闘ゲーム   | Tekken 7 (鉄拳7)             | 3.4%  | 14.4% | 11.0%   |
| FPS・TPS | 荒野行動                       | 23.2% | 19.4% | -3.8%   |
| サバイバル   | Fall Guys                  | 13.5% | 8.0%  | -5.4%   |
| RTS     | クラッシュ・ロワイヤル (Clash Royale) | 16.2% | 10.0% | -6.1%   |
| FPS・TPS | Apex Legends               | 15.8% | 8.4%  | -7.5%   |

# 視聴eスポーツタイトル（年代比較 上下4タイトル）



- 女性30代の方が高い：ポケモン、パズル、スポーツ
- 女性10代の方が高い：FPS・TPS、バトロワ
  - 女性30代は古典的な日本製ゲームの視聴多い
  - 男性同様、**シューティングが10代で視聴拡大**

| ジャンル    | ゲームタイトル            | 女性10代 | 女性30代 | 30代-10代 |
|---------|--------------------|-------|-------|---------|
| RPG     | ポケットモンスター ソード・シールド | 11.8% | 21.5% | 9.7%    |
| パズル     | パズル&ドラゴンズ(パズドラ)    | 12.8% | 22.4% | 9.6%    |
| パズル     | ぷよぷよeスポーツ          | 15.4% | 24.5% | 9.1%    |
| スポーツ    | パワフルプロ野球           | 5.9%  | 13.0% | 7.1%    |
| サバイバル   | Fall Guys          | 9.5%  | 6.7%  | -2.8%   |
| FPS・TPS | Apex Legends       | 10.5% | 5.8%  | -4.7%   |
| FPS・TPS | スプラトゥーン 2          | 32.5% | 26.4% | -6.1%   |
| FPS・TPS | 荒野行動               | 29.8% | 17.9% | -12.0%  |

- eスポーツ視聴者：約9割が視聴タイトルを年一プレイ
- eスポーツは視聴者≒プレイヤー
  - スポーツの年一実施率：Jリーグが約38%、野球が約14%

有力プロスポーツのような広い裾野は持っていない

| 性年代   | プレイなし | プレイあり |
|-------|-------|-------|
| 男性10代 | 12.1% | 87.9% |
| 男性20代 | 10.2% | 89.8% |
| 男性30代 | 10.8% | 89.2% |
| 女性10代 | 13.3% | 86.7% |
| 女性20代 | 8.1%  | 91.9% |
| 女性30代 | 12.3% | 87.7% |
| 全体    | 11.0% | 89.0% |

## ■アンケート結果

- ① ゲーム実況やeスポーツ視聴は10代を中心に拡大傾向
- ② 日本製のゲームタイトルが強い傾向はまだ従来通りだが、10代を中心に海外製ゲームやFPS・TPS視聴が増加
- ③ 視聴時間を無数のタイトルで取り合う状況は海外と同じ
- ④ 視聴者＝プレイヤー：プレイヤー数が視聴者数に直結

## ■アンケート結果に対する考察

- ① 視聴の面からも今後のeスポーツの拡大は確実
- ② ゲームタイトルについては、海外市場との差は縮む
- ③ 日本企業はeスポーツ市場を奪われる可能性も存在する



- **日本のeスポーツ：Taylor(2018)の波とは異なる発展**
  - **ゲーム対戦文化：過去からあった**
    - 日本的eスポーツは確かに存在⇒ゲーセンの衰退とともに停滞
  - **「Media Entertainment」化へは道半ばも視聴文化は存在**
    - ゲーム実況視聴は一般的な趣味に、eスポーツ視聴はまだマイナー
- **日本の国際的eスポーツ主催企業は少ない**
  - **ゲームデベロッパー以外で、国際的なリーグ・トーナメントを主催している企業・組織は現状ない。国内リーグのみの運営**
- **アンケート調査結果から**
  - **年代ごとの傾向から、スマートフォン等を通して海外eスポーツタイトルが流入、将来的に「国際化」させられる可能性高い**
    - 海外デベロッパーによるeスポーツ競技環境の構築が日本にも波及

## ① 動画共有プラットフォームを通じた視聴の拡大継続

- プロプレイヤーによる配信、ゲーム実況などによるタイトル普及の継続とゲーム実況にかかる諸問題（著作権等）の整備

## ② 国内外問わない統一的リーグを構築運営する組織の増加

- 世界中からプレイヤー・視聴者を集められる安定的なリーグの運営とコンテンツの提供が持続的な発展において重要

## ③ マイナーでも世界からプレイヤー・視聴者を集められるタイトルの維持と若年層のシューティング需要を掴めるタイトルを中心にeスポーツに取り組むデベロッパの増加

- 格闘ゲームは縮小傾向だが、お金を持つ30代以上の人気高い
- 若年層で人気が高まるシューティングだが、人気タイトルは海外製、国内市場活性化のため国内デベロッパの参入必要



一般財団法人

マルチメディア振興センター

**Foundation for MultiMedia Communications**