

隆盛する世界のeスポーツと勃興する日本の現状



一般社団法人日本eスポーツ連合 はまむら ひろかず
 浜村 弘一

1. 隆盛を迎える世界のeスポーツ

隆盛を迎える世界のeスポーツは、日本からは想像もつかないほど先に進んでいる。日本選手の競技レベル自体は、決して世界に比較して低くはない。国際的なeスポーツ団体が主催する大会で、競技によっては日本選手が上位に入ることが珍しいことではなかった。しかし、選手やチームを支える経済環境が、まだまだ整っているとは言いがたい、というのが日本におけるeスポーツの現状だ。

世界のeスポーツ市場は、Newzooの予測した数字では、2019年に9億5800万ドルあったと言われる市場規模が、5年後の2024年には16億1800万ドルと、約1.68倍に成長するとされている。中間点である2021年の予測数値は10億8400万ドルとの予測だ。市場をより理解するために、この数値を腑分けしてみる。割合として最も多いのがスポンサーシップだ。6億4100万ドルで全体の59パーセントを占めると言われている。次に多いのはメディアライツの2億9260万ドルで、全体の18パーセント。関連グッズ、チケットの売上は6600万ドルと、全体の3パーセントに満たない。メジャーなフィジカルスポーツでは、スポンサーシップに頼るところが20パーセント前半だと言われている。実業部分の占める割合よりも、スポンサーシップに頼る部分が多いという意味では、世界のeスポーツは、まだまだ発展途上にあると分析できる。eスポーツは放送コンテンツでもある。視聴者の数も重要なKPIになる。同じくNewzooの数字でトレンドを追ってみる。2019年においては、世界におけるeスポーツの視聴者の数は3億9700万人いた。しかし、5年後の2024年には、この数字が5億7700万人、約1.45倍に成長すると予測されているのだ。このように世界のeスポーツは、売上、観客とも、将来にわたって大きく成長を遂げるという予測がなされている。

eスポーツは海外において、国や行政、学術機関から認められ、擁護されるケースが多い。例えば北米。米国市民権・移民業務局は、eスポーツの代名詞的タイトルである「League of Legends」をプロスポーツとして認定。海外から入国する選手には、アスリートビザを発給している。ペンシルバニア州のロバートモリス大学では、eスポーツアスリートと認定された生徒には、授業料半額免除などのサポートを行っ

ている。カリフォルニア大学のアーバイン校でも、2016年からeスポーツ選手に「eスポーツ奨学金」を渡している。また学内には約2500万円の建設費を使って、eスポーツ専用のアリーナ建設に設備投資を行っている。ほかにも、「Over Watch」リーグのフィラデルフィアチームは、5000万ドルの建設費用を投じて、3,500人収容のeスポーツアリーナ、Fusion Arenaの建設を発表している。また、アメリカでゲーム小売りの代表的ともいえるGameStopは、2019年5月にオープンしたeスポーツ施設の命名権を獲得との発表もある。

欧州もeスポーツが盛んな地域だ。スウェーデンの3つの高校では、体育の授業の一環で週に3時間eスポーツを取り入れている。ノルウェーの公立高校でも、体育の選択科目のなかにeスポーツが採用されている。イギリスの名門ヨーク大学では、eスポーツ専用の興行団体ESL (Electronic Sports League) とeスポーツ産業に関する研究のために提携。eスポーツの授業を受講した生徒に対してヨーク大学から学位が与えられることになっている。ロシアのスポーツ省も、2016年、eスポーツをスポーツだと認定するという発表をしている。英国では、FIFAがeスポーツの大会としてeプレミアリーグを開催。フランスでは、強豪eスポーツチームとして知られるTeam Vitalityが2000万ユーロの資金を調達。先端施設の開発やチームの強化に充てるという発表がなされた。

eスポーツのメッカともいえるアジア、なかでも先進国と言われている韓国ではeスポーツの認知度も高く、取組みも進んでいる。韓国の中央大学院では、体育系学部の入試にeスポーツが使われている。試験は実技と実績の両方が試されることになっていて、実際のeスポーツの実技と過去の大会での実績で、大学への入学が決定されることになっている。また韓国は、国を挙げてeスポーツの支援が進んでいる。韓国のeスポーツ団体は、1999年に政府の文化観光体育部の支援を得て発足。2010年にはeスポーツ振興に関する法律が制定されている。2016年にはソウル市と文化観光体育部が共同で、ソウルeスポーツスタジアムが建設されている。中国におけるeスポーツ熱も盛んだ。中国は既にeスポーツ人口が3億人を超えていると言われており、国による選手育成も検討されている。また、eスポーツ選手は国により職業

と認定されており、選手を育てる専門学校も中国各地に続々と誕生している。

eスポーツの人気を測るKPIの一つに賞金がある。EpicGamesは自社の作品である「フォートナイト」で、2018～2019年にかけて行われる大会において、総額1億ドルの賞金を懸けている。2019の7月にニューヨークで行われた決勝戦では、16歳の少年が優勝をし、300万ドルの賞金を獲得している。プロによるリーグ戦も盛んだ。アメリカ、中国、イギリス、韓国などの大都市を本拠地とするチームが優勝を競い合うオーバーウォッチリーグでは、各地にフランチャイズを置いたチームが、地元の声援を受けて世界大会を競い合った。その放映権は、パブリッシャーのリリースしている他のIP競技との合計で、2年間契約170億円という驚くべき数字が設定されている。

2. 立ち上がり始めた日本のeスポーツ

行政、学術機関の理解や支援、賞金額、放映権など、日本と比較すると驚くべき事象、数字がズラリとならぶ世界のeスポーツシーン。一方、2017年における日本のeスポーツ市場規模は、総務省からの発表数値では4億円にも満たないとされていた。しかし、平昌オリンピックのエキシビションでeスポーツが採用された事、また日本初の統一団体日本eスポーツ連合がプロライセンス発行を始めた辺りから、日本のeスポーツシーンには変化が現われ始めている。2018年8月にエキシビションマッチとして行われたアジア大会では、5競技において日本人選手、チームが選出され、東アジア予選に送り込まれた。その中から予選を突破した「ウイニングイレブン」の選手が、見事金メダルを獲得する快挙を成し遂げたのだ。初めての国際大会で、この上ない実績を獲得した日本人選手。様々なメディアがこの快挙を報道した。この年は年末の新語流行語大賞に“eスポーツ”という言葉が選出された。市場における売上規模も48億円を超える数字を記録し、前年から一挙に14倍規模に成長。まさに2018年はeスポーツ元年と呼ばれるにふさわしい年となった。

企業におけるeスポーツへの取組みも活発化し始めている。世界的にも人気の高いeスポーツ競技、「ストリートファイター」のIPを保有するカプコンは、自社主催の公式リーグを2019年の夏に開催。ビギナー、アマチュアがプロと混じって3対3で戦うチーム戦は、様々なドラマを生み、盛況のうちに閉幕。その後のシリーズは、やがて日本各地にフランチャイズを置いたチーム戦に発展すると発表した。まるで野球やサッカーなどのメジャースポーツのような、地元を

巻き込んで大きな熱狂を呼ぶ大会が繰り返られるであろうことが予想される。IPホルダー以外の主催者が開催するeスポーツ大会もたくさん増えてきている。注目をしたいのは、その大会に協賛をする企業群だ。ほんの数年前まではeスポーツの大会というと、PCメーカーや周辺機器のメーカーが名前を並べるのが常態化していた。しかし、2019年の1月に開催されたEVO JAPANでは、その協賛企業にNTTドコモ、インディード、日清食品、日産自動車、久光製薬といった、eスポーツやゲームとはまったく関係のない企業がずらりと名前を連ねることとなった。ドワンゴが主催のイベント、闘会議でも、セブンイレブン、富士通、au、ビッグロブなどが協賛、また、eスポーツ関連の放送に強いOPENRECが主催するeスポーツイベントRAGE（レイジ）では、ネスレ、花王、PIZZA-LA、シャープといった企業が協賛をしている。

ほかに、高校生に限定した大会も多数開催。2019年3月には、毎日新聞とパソコン販売のサードウェーブが主催する全国高校eスポーツ選手権が開催。同年8月には、テレビ東京と電通が主催する高校生eスポーツ大会STAGE:0（ステージゼロ）が開催され、盛況のうちに幕を閉じた。STAGE:0には、日本コカ・コーラ、ロート製薬などが協賛に名を連ねている。

また、2019年に茨城で開催された国民体育大会、通称国体では文化プログラムとしてeスポーツが採用された。大会名は都道府県対抗eスポーツ選手権。新天皇、新皇后が訪れる新しい時代の国体。茨城県では新時代をアピールするためにと、大井川和彦知事の英断もあり、eスポーツの採用に踏み切ったとの事だ。その後、この大会は、翌年の鹿児島大会を経て、2021年10月には三重大会を予定している。2020年鹿児島大会では、予選参加者が85,000人を数えるほどの盛況となっている。

地域におけるeスポーツに対する取組みも、この都道府県eスポーツ選手権の影響を受けて一気に活性化した感がある。2017年においては県の名前が冠に付く地方のeスポーツ団体の数は14程度しかなかった。しかし、2019年10月現在において、地方eスポーツ団体の数は60を超える数にまで上昇している。複数の団体が共存する県が多数存在することになるのだ。また地方行政によるeスポーツの支援も急激に厚くなっている。石川県では、金沢市がeスポーツ振興を予算に計上。福岡では、市長が格闘ゲームに特化したeスポーツ大会であるEVO JAPANの招致に積極的に動いた。徳島県では、県知事が改選の際の公約としてeスポー



ツ振興を掲げ見事に再選。東京都も、都の予算を使ってeスポーツフェスティバルを2年連続で開催。eスポーツが目新しいものとしてメディアに掲載された2018年とは様相が変わり、地方の地元eスポーツが活性化し始めたことは間違いないようだ。

そしてついに2021年には、オリンピックを主催するIOCが、自らeスポーツの大会を開催することとなった。その名もオリンピックバーチャルシリーズ。日本のIPからも、パワフルプロ野球、グランツーリスモといったスポーツタイトルが競技としてエントリーされ、大きく盛り上がった。翌2022年には中国の杭州で開催されるアジア大会において正式競技化も発表されている。IOCは、オリンピックにおけるeスポーツ採用に関して、「若い世代とオリンピックムーブメントのエンゲージメントを強めるための取組み」として説明をしている。

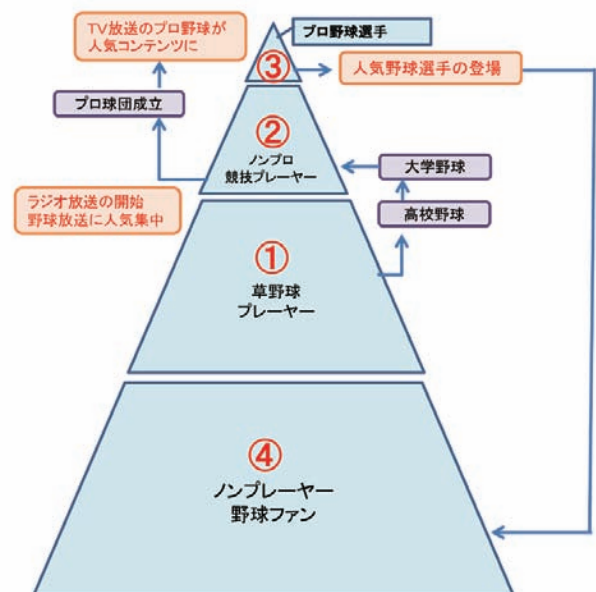
3. いま、eスポーツが注目を集める理由

eスポーツを語る上で必ず何度も登場するのが、この「若い世代」という言葉だ。様々な大会に協賛をした企業が、その魅力として上げるのもそこにある。ではなぜ、eスポーツは若い世代の支持を厚く集めることができるのだろうか。ほかのスポーツを例に取ることで、その解説を試みることにする。例えば野球。野球が日本に伝来してきたのは、1872年ごろと言われている。そこから高校野球（往時、中等野球）、大学対抗戦、都市対抗野球と野球はプレーヤーの数を大きく伸ばさせていく。しかし、この段階ではまだ、野球はバットとボールを持っている野球競技者だけのものだったと言っても良いと思う。この期間が約60年近く続いていた。

転機を訪れさせたのは、ラジオ放送だ。高校野球がラジオで放送されるや、わずか数年後の1934年にはアメリカのメジャーチームが来日。その2年後、1936年には東京巨人、大阪タイガース、名古屋金鯱など、現在のプロ野球の前身となるチームが設立されている。その後、第二次世界大戦を経て、1953年にはテレビ放送が始まる。その当時のテレビにおけるキラーコンテンツは、大相撲、プロレス、野球だった。しかし、大相撲、プロレスは、当然、体の大きいものしか選手にはなれない。当時、同世代の若くて身体能力の優れたアスリートは、プロスポーツを目指すなら野球しかないと考えたはずだ。テレビ放送から5年後の1958年には長島茂雄選手が巨人に入団、同年阪神には村山実選手が入団。翌1959年には、巨人に王貞治選手が入団。こうしてプロ野球の全盛期を迎えることになる。図1を参照して欲しい。最初は野球には①の草野球プレーヤーしかいなかった。その

後、高校野球、大学野球を経て、ノンプロだけど技能の優れた選手がたくさん出始める。やがてラジオ放送を経て、競技人口そのものが増え、テレビ中継によってプロ選手を放送で観た人たちが、野球の面白さだけではなく、「長島さんかっこ良い」という単純な憧れからも、どんどんファンを増やしていった。それが図1の④であるノンプレーヤーの野球ファンだ。①～③と④には決定的に違いがある。①～③は実際のバットとボールを持って、プレーヤーとして野球をする人たちだ。しかし④は野球をしないでテレビを通じて野球を観る人たち。つまりこの④は観るスポーツとしての野球に魅了され、球場に行くと入場料やグッズにお金を落とす。さらには、この層が圧倒的に大きくなったことで、野球自体がメジャービジネスになり、放映権、スポンサーなどのビジネスが発生してきたのだ。つまり野球というのは、テレビというメディアが育てた観るスポーツなのだ。

ではeスポーツはどうか。じつはeスポーツも野球とほぼ同じ形で成長をしている。最初は「ドラクエ」、「マリオ」などのゲームに夢中になるゲームファンが大勢だった。やがてゲーム機やパソコンがネットにつながることで、動画サイトにゲーム関連の映像が増える。ゲーム実況という言葉が有名になるが、実況をできる人は面白い話をしゃべることができる人に限られたはずだ。必然、少数のネットタレントの動画に人気が集まった。しかし、それ以外の圧倒的多くのプレーヤーはどうしたか。自分たちが対戦をしているプレー動画をネット上に上げ始めたのだ。このゲーム実況者の動

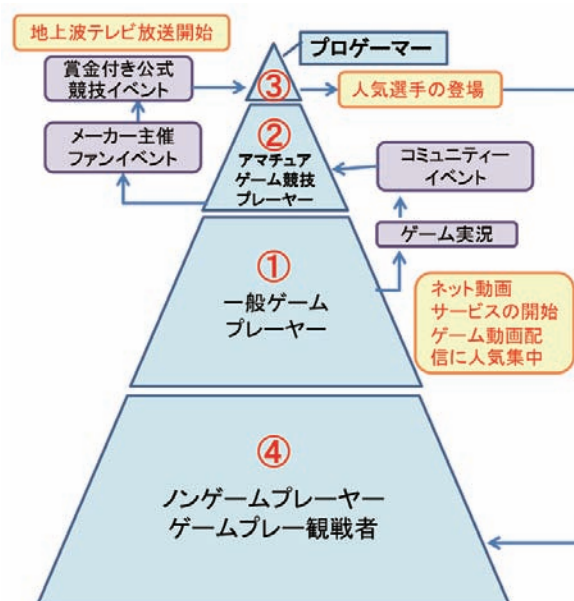


■ 図1. プロ野球の進化とプレーヤーのヒエラルキー

画本数と、対戦プレー動画では、圧倒的に後者の方が多かった。やがて多くのゲーム対戦動画が動画サイトで人気を集めることになる。実際、動画サイトの中でも最もメジャーなYoutubeでは、一番人気のあるコンテンツは音楽だ。しかし、その次に来るのはゲーム関連。ニコニコ動画でも、生放送の半分近くがゲーム関連のものとなっている。Twitch、OPENRECはゲーム動画専用の放送局だ。つまり動画配信サイトの主役はゲームと言っても過言ではないのだ。

多くの人に楽しまれる、圧倒的に数の多い対戦動画。やがて、その中でも腕に自信のある人たちの動画に人気が集まり始める。そして、次には上級者の腕前をコミュニティイベントで観ようという対戦会が始まる。そのあまりの人気、ネット動画での集客ぶりを見たIPホルダーは、ゲームIPの宣伝販促のために、賞金を懸けた大会を始める。その盛況ぶりを見た人たちが地上波、衛星放送を含めて、様々な形でeスポーツのプロプレイヤーの放送を始めた。結果、ゲーム自体には興味を持っておらず、プレーもしたことのない層が、「選手がかっこよい」という理由からeスポーツ視聴の習慣をつけ始めたのだ。図2の①～③までは、実際にゲームをプレーする人たち。④が自分たちではゲームをしないがeスポーツのファン。言うまでもなく、この④が大きくなることでeスポーツの産業としての規模は桁外れに大きくなった。

まったく同じ進化の系統をたどる野球とeスポーツ。決定的な違いはどこにあるのか。それは育てたメディアの違いだ。野球はテレビが育てた観るスポーツだ。eスポーツはというと、テレビを見なくなった若年層が育てた観るスポーツなのだ。生まれたときからネットがあった今の若い世代は、習慣としてテレビを見ないことが多い。代わりにスマホでeスポーツを観ているのだ。テレビを見る人が少なくなり、新聞、雑誌を手取る人が少なくなった。代わりに伸長し



■図2. eスポーツの進化とプレイヤーのヒエラルキー

たのはスマホだ。必携のスマホというギアをベースに、さまざま勢いで伸長するeスポーツ動画、そしてそこで活躍する選手を応援するeスポーツファン。これはもはや止めることのできないトレンドではないだろうか。テレビや新聞に入っていた広告は、テレビではリーチできない若い世代を求めてeスポーツに協賛をする。リアルなスポーツにスポンサーをしていた企業が、リアルスポーツから降りてeスポーツのスポンサーを始める。そのトレンドは、あらがいのない流れとして、今後も続いていくだろう。やがて日本のeスポーツは、世界での隆盛に近づくように、若い世代から広がり、年齢の高い人たちをも巻き込んだ大きなムーブメントになるはずだ。かつて野球やサッカーがそうだったように、ネットというメディアがeスポーツを今後も育成していくことだろう。