

要旨

1. eスポーツとは electronic sports (エレクトロニックスポーツ) の略称で、コンピュータゲームをスポーツ競技として捉える際の名称である。
2. 世界のeスポーツ市場規模は1,000百万米ドルを超えており、2021年には1,565百万米ドル(1,690億円)、2022年には1,789百万米ドル(1,932億円)まで成長するとの試算もある。また、2020年12月にアジアオリンピック評議会は2022年に中国の杭州で開催されるアジア大会で、はじめてeスポーツを正式種目として開催すると発表。さらに今後、2028年にアメリカのロサンゼルスで開催されるオリンピックでも正式種目として開催される可能性がある。
3. 国内でのeスポーツ普及の課題としては、「現状ではeスポーツはスポーツとしての認知が低い」さらに「一般社団法人日本eスポーツ連合はJOC(日本オリンピック委員会)未加盟である」「eスポーツ大会開催にあたってのガイドラインが未整備である」「国内eスポーツ市場は市場規模が小さく収入の多様化が必要である」の4つがあげられる
eスポーツ認知の問題やJOC未加盟の件、国内市場規模が小さい件などは、行政などの支援も受け日本eスポーツ連合によるスポーツ認知に向けたイベントや講演会なども開催されており徐々に改善しつつある。また大会開催にあたってのガイドライン未整備に関する件は、今後、「日本eスポーツ連合」が中心となり行政と協力して対応を進めていく必要がある。
4. 沖縄県では2018年12月に「一般社団法人沖縄県eスポーツ協会」が設立。さらには2019年4月には「一般社団法人沖縄eスポーツ連盟」が設立された。その他にも沖縄初のeスポーツ専門チームが立ち上がるなどここ数年、県内におけるeスポーツ関連の動きが非常に活発になってきている。
5. 県内のeスポーツ普及の課題は「距離の問題」、「教育現場での普及促進と金銭的な負担」の2つがあげられる。また今後、県内で世界的なeスポーツの成長市場を取り込むための下記3つの提言を行いたい。
 - ①eスポーツの世界大会などを開催する際に主催者側の大きな事務負担となる興行ビザ取得の簡素化や、現在中国人向けに導入されている数次ビザの興行ビザ版をつくる。
 - ②現在、沖縄はプロ野球やサッカーの強化合宿やキャンプ地として知名度が高いが、eスポーツのプロ選手からも沖縄はキャンプ地として人気が高く、今後積極的に誘致を行い新たな再訪者(リピーター)を得られる可能性がある。
 - ③「ResorTech Okinawa」開催に合わせたeスポーツ国際大会を開催する。

目次

1. はじめに
2. eスポーツとは
3. 日本におけるeスポーツの現状
4. 世界の市場規模と、世界と日本の人気ゲームタイトル
5. 国内でのeスポーツに関する動き
6. 日本におけるeスポーツ普及の課題
7. 沖縄県でのeスポーツに関する動き
8. 県内の課題、そして提言

凡例

1. 本レポートにおける円、米ドルレートについては1ドル=108円として算出する。

1. はじめに

2018年2月1日、日本に競技としてのeスポーツを確立させることを目的として、国内eスポーツ関連団体である「日本eスポーツ協会」「日本eスポーツ連盟」「e-sports促進機構」の3団体を統合し「一般社団法人 日本eスポーツ連合」が設立された。この2018年が日本のeスポーツ元年と言われる年となっており、ここ数年、国内ではeスポーツ関連の動きが活発になってきている。

またこのeスポーツに関しては、2021年に入り沖縄県でも大きな動きが見られた。2021年7月沖縄県が公表した次期「沖縄振興計画（素案）」の基本施策の中で、「eスポーツはITCを活用して幅広い世代の多様な人々が楽しむことができ、新たなビジネスとしての可能性がある、MICE関連事業者や関連団体と連携した新たなビジネスモデルの構築の可能性を検討し、eスポーツの国際大会の誘致を推進する」と明記し今後、県としてeスポーツ関連の活動を強化するとしている。

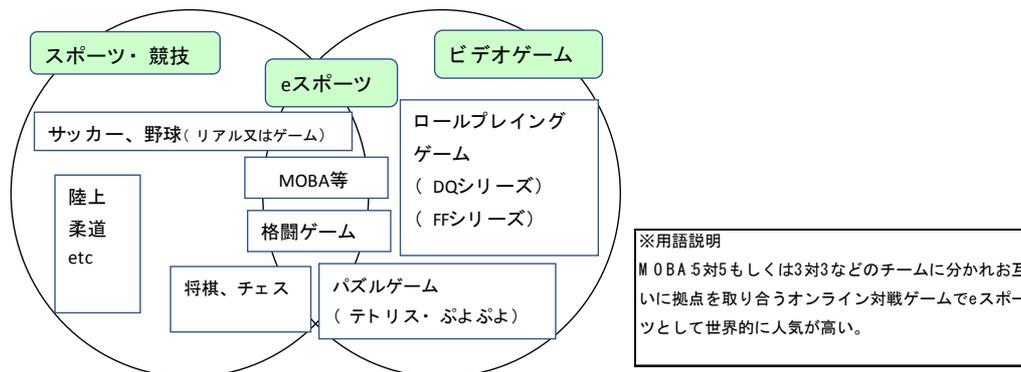
そこで今回、国内のeスポーツの現状と課題、そして世界市場の現状を調査し取りまとめた。さらに県内のeスポーツの現状と課題、そして今後、沖縄県で世界のeスポーツ成長市場を取り込んでいくための提言を行いたい。

2. eスポーツとは

eスポーツとは、Electronic Sports（エレクトロニック スポーツ）の略称で、コンピュータゲームをスポーツ競技として捉える際の名称である。具体的には複数の人がゲーム対戦をし、多くの人が観戦、視聴する競技のことをいう。海外ではゲームの種類に合わせた多数のプロリーグが存在している。

スポーツという言葉からは、一般的に野球やサッカーなどをイメージするかもしれないが、ゲームの種類は様々で球技などのスポーツの他にも、格闘技、パズル、アクションなどのジャンルがある。こうしたゲームを使い「個人対個人」「チーム対チーム」で対戦し、それを会場やオンラインで見ている人たちが得られる興奮や感動は、実際のスポーツ観戦と変わらない。

(図1) . eスポーツのイメージ図



出所：りゅうぎん総合研究所にて作成

eスポーツの大きな特徴として年齢、性別、身体的ハンディキャップ、身体能力の高さに関係なくボーダレスでダイバーシティなスポーツであることも魅力の一つとなっている。このような特徴からも高齢者向けの認知症予防や身体能力の維持・向上にも効果があるとして注目されている側面もある。

なお、プロの世界で活躍する選手によっては年間数億円規模の報酬を得ることも可能となるためビジネスの1つとして今後、さらなる成長が見込まれている。

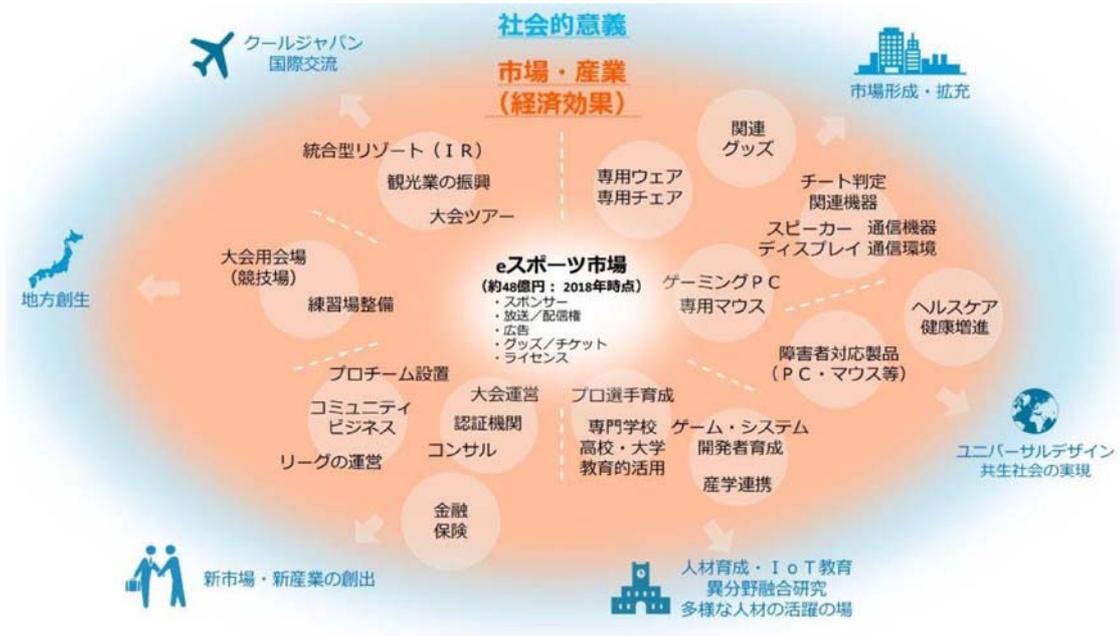
3. 日本におけるeスポーツの現状

日本は言わずと知れたゲーム大国ではあるが、このeスポーツの分野においては“eスポーツ後進国”とさえ言われている。その理由の1つは、家庭用ゲーム機で世界をリードしていたため、このeスポーツの主流であるパソコンゲームでは少し出遅れているというのが現状となっている。なおeスポーツ市場の拡大が進んでいる国は主にアメリカやヨーロッパの国々で、アジアでは韓国と中国などが盛んである。

このような現状を踏まえ、政府は経済産業省委託事業として「令和元年度新コンテンツ創造環境整備事業(eスポーツに係る市場規模等調査分析事業)」において開催された「eスポーツを活性化させるための方策に関する検討会」における調査報告書を2020年3月に公表した。

この報告の中で国内におけるeスポーツ市場の活性化によりイベントや大会などの国際交流や関連グッズなどの市場拡充そして地方創生、ヘルスケアなどを図ることが可能とし、経済効果と社会的意義は大きいという報告がなされている(下記イメージ図2参照)。

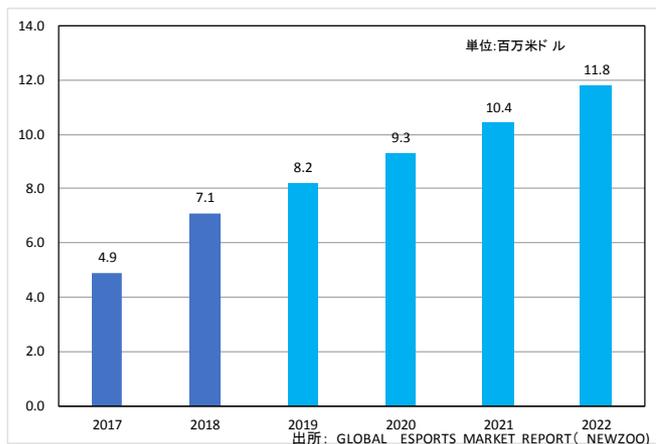
(図2) . eスポーツの経済効果と社会的意義



出所：経済産業省ホームページ「eスポーツを活性化させるための方策に関する検討会」報告書より抜粋

また、同報告書によると国内でのeスポーツ市場規模は2018年実績値で7.1百万米ドル（7.7億円）となっているものの、2021年には10.4百万米ドル（11.2億円）、2022年には11.8百万米ドル（12.7億円）まで市場が成長していくとの試算も出ている。（図3）。

(図3) . 国内eスポーツ市場規模推移



2019年以降は予測値

出所：経済産業省ホームページ「eスポーツを活性化させるための方策に関する検討会」報告書より抜粋

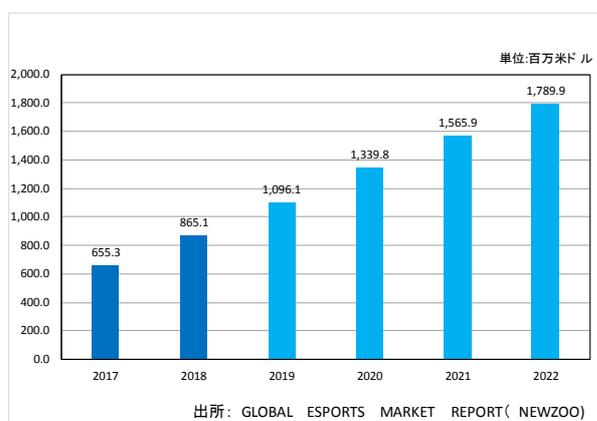
4. 世界の市場規模と、世界と日本の人気ゲームタイトル

(1) 世界の e スポーツ市場規模

市場調査会社である Newzoo によると、世界の e スポーツ市場は 1,000 百万米ドルを超えており 2021 年には 1,565 百万米ドル (1,690 億円)、2022 年には 1,789 百万米ドル (1,932 億円) まで成長すると見込まれている (図 4)。

2020 年 12 月、「アジアオリンピック評議会」は 2022 年中国の杭州で開かれるアジア大会で e スポーツを正式種目として開催すると発表しており、今後 2028 年に米国ロサンゼルスで開かれるオリンピックでの正式な種目として採用されることが期待される。

(図 4) . 世界の e スポーツ市場規模の推移



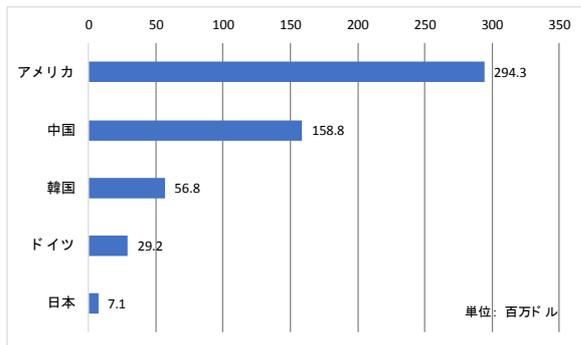
2019 年以降は予測値

出所: 経済産業省ホームページ「e スポーツを活性化させるための方策に関する検討会」報告書より抜粋

e スポーツの国別の市場規模は 2018 年時点で首位のアメリカが 294.3 百万米ドル (約 318 億円)、次いで中国が 158.8 百万米ドル (172 億円)、韓国が 56.8 百万米ドル (61 億円) となっている (図 5)。特に韓国はいち早く e スポーツが根付いた地域で、e スポーツ先進国と言われている。テレビやインターネットで試合の様子が中継されており、e スポーツ専用のテレビ局の「OGN」があるほどである。まさに、e スポーツが文化として根付いていると言っても過言ではない。

一方の日本は、e スポーツ市場においては市場規模 7.1 百万米ドル (7.7 億円) と存在感は薄いのが現状である。

(図5) . eスポーツ国別市場規模 2018年



出所: GLOBAL ESPORTS MARKET REPORT NEWZO

(2) 世界と日本のeスポーツ人気タイトル

世界規模ではゲームタイトルによっては賞金総額の規模が247億円と、日本で開催される大会とは賞金のスケールが大きく違っている。また、海外のeスポーツ大会でのゲームタイトルはデバイスがPCメインとなっていることに対して、国内ではスマートフォンが中心となっていることが特徴的といえる。また、ジャンルについても世界的に人気があるタイトルと違い日本市場独特のTCG(※)や協力RPG(※)などのジャンルも人気のタイトルになっている。日本市場独特のジャンルゲームも国内では人気はあるが、世界規模の展開を考えるとガラパゴス化を懸念する声も一部からあるようだ。(図6)(図7)

(図6) . 世界で人気のあるタイトルと賞金総額

	ゲームタイトル	賞金総額	ユーザー数	主要大会	ジャンル	対応機種
1	Dota2	229百万ドル (約247億円)	1億人	The International 2019 Dota2 Championships	MOBA (※)	PC (Windows, Linux)
2	CS:Go	107百万ドル (115億円)	1億人	WESG (World Electronic Sports Games)	FPS (※)	PC (Windows, MacOS) PS3 Xbox360
3	Fortnite	99百万ドル (約107億円)	1億2,500万人	Fortnite World Cup	TPS (※)	PC, PS4, Xbox one Nintendo Switch ios, Android
4	League of Legends	81百万ドル (約87億円)	1億人	World Championship	MOBA (※)	PC (Windows, MacOS)
5	StarCraft II	34百万ドル (約36億円)	1,000万人	WCS (Star Craft II World Championship)	RTS (※)	PC (Windows, Linux)

出所: Esports Earnings データを基にりゅうぎん総合研究所にて作成

(用語の説明)

- ①MOBA (マルチプレイヤーオンラインバトルアリーナ) : 5対5もしくは3対3などのチームに分かれお互いの拠点を攻撃し取り合うオンライン対戦ゲームである。
- ②FPS (ファーストパーソンシューター) : 一人称視点 (主人公の視点) でプレイするゲームでガンシューティングゲームなどに代表される。FPSと比較するとゲームへの没入感が高い特徴がある。
- ③TPS (サードパーソンシューター) : 三人称視点 (主人公の後方視点) でプレイするガンシューティングなどのゲームで、FPSと比較すると状況を把握しやすく、画面酔いしにくいなどの特徴がある。
- ④RTS (リアルタイムストラテジー) : 将棋やチェスのような状況によって盤面が変わる戦略ゲームのこと。リアルタイムで数多くの駒を操作し敵を倒していく展開のゲームが多い。

(図7) . 国内で人気のあるタイトルと賞金総額

	ゲームタイトル/大会名	賞金総額	主要大会	ジャンル	対応機種
1	PUBG MOBILE JAPAN	約3億円	PUBG MOBILE JAPAN LEAGUE SEASON1	BRG※	PC、スマートフォン
2	Apex Legends	約1億8千万円	Apex Legends Global Series	FPS※	PC、PS4 スマートフォン
3	Shadowverse	約1億4千万円	Shadowverse World Grand Prix 2018	TCG※	PC、スマートフォン
4	MONSTER STRIKE	約1億円	MONSTER STRIKE GRANDPRIX2019	協力RPG※	スマートフォン Nintendo 3DS
5	荒野行動	約1億円	荒野行動 Championship	TPS※	PC、スマートフォン Nintendo switch

出所 : Esports Earnings データを基にりゅうぎん総合研究所にて作成

(用語説明)

- ①BRG (バトルロワイヤルゲーム) : サバイバルゲームで縮小していくプレイゾーンの中で最後の1人になるまでバトルし生き残るというゲームである。
- ②TCG (トレーディングカードゲーム) : オンライン上で所有するカードを駆使して別のユーザーと対戦するゲームである。
- ③協力RPG (ロールプレイングゲーム) : ロールプレイングゲームの新ジャンルで架空の状況下で与えられる冒険、難題、探索、戦闘などを2名以上で協力しながら乗り越えて目的達成を目指すゲームである。

5. 国内でのeスポーツに関する動き

(1) 国内eスポーツプロリーグについて

日本を代表するeスポーツのプロリーグとして有名なのが「eBASEBALL」である。一般社団法人日本野球機構(NPB)と株式会社コナミデジタルエンターテイメントが2018年より共催しており、プロ野球12球団が実際のプロ野球チームと同様にセ・リーグとパ・リーグに分かれ日本一の座を掛けて争っている。

概要を説明すると、試合はプロ野球12球団の選手データを反映したキャラクターが登場するコナミ社開発の「実況パワフルプロ野球(通称パワプロ)」のゲームを使用し試合が行われる。各チームは4名でチームを結成し試合を行うこととなる。プロ野球と同様セ・リーグとパ・リーグに分かれてeペナントレース、及びセ・パ交流戦を戦い、各リーグの上位3チームがeクライマックスシリーズに進む。その後、両リーグの勝者はe日本シリーズへと進出し日本一を決定するという流れとなっている。e日本シリーズが終了し、次シーズンを迎える前には各チームが前シーズンのプレイヤーと契約を継続するのか打ち切るか選択をすることとなる。打ち切る際は新しいプレイヤーを「eドラフト会議」で指名し契約するという流れとなっている。シーズンの流れ、その後の流れも実際のプロ野球とほとんど変わらないところもeBASEBALLの魅力の一つだろう。

こういった取り組みを行う背景には、この「eBASEBALL」がプロ野球の閉幕後の冬から春にかけてeプロリーグを展開することで、プロ野球ファンや、それ以外の層にも通年にわたりプロ野球を楽しんでもらおうという狙いがある。また今後は収益化を図れるようコンテンツの価値を高め配信視聴の有料化や放映権グッズ販売等のビジネス展開が計画されている。

(図8) 「eBASEBALL」リーグ参加チーム

	チーム名		チーム名
セ・リーグ	横浜DeNAベイスターズ	パ・リーグ	福岡ソフトバンクホークス
	阪神タイガース		オリックス・バファローズ
	読売ジャイアンツ		埼玉西武ライオンズ
	広島東洋カープ		北海道日本ハムファイターズ
	東京ヤクルトスワローズ		東北楽天ゴールデンイーグルス
	中日ドラゴンズ		千葉ロッテマリーンズ

※表示順位は2020年リーグの順位にて記載

出所:「eBASEBALL」公式ホームページより

また、サッカーのJリーグのように特定の地域を本拠地として地域に根差した形でリーグ展開しているのが2016年11月に設立された「日本eスポーツリーグ」である(図9)。現在、北海道、関東、中部、関西、九州の各地域から5チームが参加しており、「FIFA18」「BLAZBLUE」「OVERWATCH」

の3タイトルのゲームを総当たり戦で行い、総合優勝を決めるという仕組みとなっている。今後はJリーグのように地域に根差し、次世代を担う子供たちが幼い頃からチームと親しめる環境づくりが課題となっている。

(図9) . 「日本eスポーツリーグ」参加チーム

北海道	Naturals(株式会社 eスポーツ北海道)
関東	東京ヴェルディeスポーツ (東京ヴェルディ1969フットボールクラブ株式会社)
中部	名古屋OJA (親会社を持たない市民クラブ)
近畿	CYCLOPS OSAKA(eスポーツコネクスト株式会社)
九州	LeGalme熊本(再春館システム株式会社)

出所: 日本eスポーツリーグHPを基にリゅうぎん総合研究所にて作成

(2) その他eスポーツに関する動き

eスポーツに関する国内の新たな取組みとして注目されるのが、東京地下鉄を運営する東京メトロが日本初のeスポーツの専用ジムを2021年6月にオープンさせたことである。地下鉄「赤羽岩淵駅」に併設する形で初心者から上級者までプロの指導による本格的なeスポーツのトレーニングができるほか、試験に合格するとプロチームに加入できるトライアウト(適正検査)を受けることもできeスポーツジムからプロ選手を目指すことも可能となっている。

この「eスポーツジム」の通常会員は月額5,500円、プロ特化コースは1万2,100円となっており初心者でも定額でeスポーツにチャレンジすることができるようになった。今後、塾やピアノ、水泳などの習い事のように子供をeスポーツジムに通わせるというようなことも考えられるだろう。動向によっては東京メトロ以外の異業種からも同様の動きが見られることも予想される。

6. 日本におけるeスポーツ普及の課題

北米や東アジアで大きく成長しているeスポーツであるが、日本は「eスポーツ後進国」といわれるほど市場の成長が遅れており、どのような課題があるのか考えてみたい。

先述した経済産業省委託事業の調査報告書では、国内のeスポーツ普及に向けた提言として「ゲームとしての魅力向上」「イベントとしての魅力向上」「eスポーツ選手の経済的地位向上」「ファンのコア化」「法制度/ルール対応のハードル引下げ」の5つをあげている。また、さらに現状を踏まえて別途、国内eスポーツ普及に向けた課題を4つあげてみたい。

(1) eスポーツのスポーツとしての認知度

2019年6月にクロスマーケティング社が全国47都道府県を対象に回答した15~69歳の男女にインターネットリサーチした結果は下記の通りである(図10)。

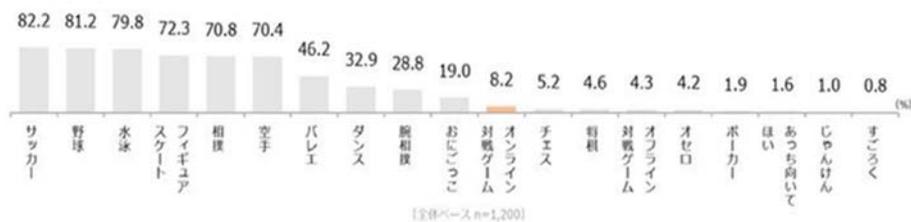
下記4つの質問の回答から、国内ではeスポーツはスポーツとしての認知が低いことが分かる。

さらに、それは年齢が高くなるほど、スポーツとして捉えていない人が多い。

ただし、eスポーツという名称を聞いたことがあると答えた人は8割を超えており、今後eスポーツが普及していきたくらうと予測している人が半数程度いることが分かる。

(図10) . eスポーツに関するアンケート

Q1. スポーツだと思うものは。



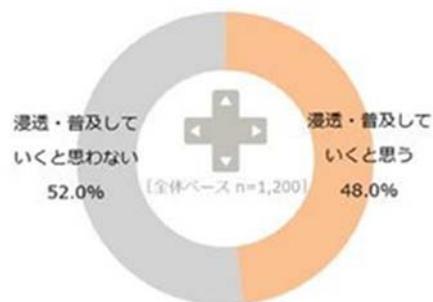
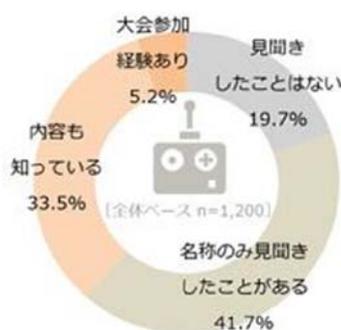
Q2. eスポーツはスポーツだと思いますか。



年代別	回答割合 (%)			
	とてもそう思う	わりとそう思う	あまりそう思わない	まったくそう思わない
10代 n=200	15.0	23.0	37.5	24.5
20代 n=200	9.5	20.5	35.5	34.5
30代 n=200	4.0	14.5	40.5	41.0
40代 n=200	2.5	10.0	47.5	40.0
50代 n=200	0.5	7.5	44.0	48.0
60代 n=200	1.5	9.0	38.5	51.0

Q3. eスポーツという名称を聞いたことがありますか

Q4 eスポーツは今後、普及していくと思いますか



出所：クロスマーケティング社 HP より

(2) 「日本 e スポーツ連合」の JOC (日本オリンピック委員会) への加盟

アジアオリンピック評議会が主催し、2022年中国の広州で開かれる「第19回アジア大会」では正式にメダルが授与される正式種目としてeスポーツが行われることが決まっている。しかし現時点では、国内のeスポーツの上部組織である日本eスポーツ連合はJOC未加盟の状態である。

JOCに加入するための条件として規約「当該競技における唯一の国内統括団体であること」という項目がある。2018年以前は国内に複数のeスポーツ関連組織があり条件をクリアしていなかったが、2018年2月に3組織が合併し「日本eスポーツ連合」が設立された。

現在はJOC加入の条件はクリアしており、今後の正式な加盟が期待されている。

(3) eスポーツ大会開催にあたってのガイドラインの整備

大会を開催する際、国内ではさまざまな規制があり運営側は監督官庁などに届出を行う必要がある等、大会を開催する主催者の事務負担がある。

国内市場の活性化、国際大会を積極的に誘致、開催するためにも今後、日本eスポーツ連合が行政と協力しながら運営に関するガイドライン整備を行うことが必要である。

(4) 国内eスポーツ市場の成長と収入の多様化

eスポーツ市場はNEWZOOレポートによると2018年国内の市場規模が7.1百万米ドル(7.7億円)、2018年世界市場では約900百万ドル(約972億円)と日本は世界市場の0.8%ほどのシェアと存在感は薄い。(図4)(図5)

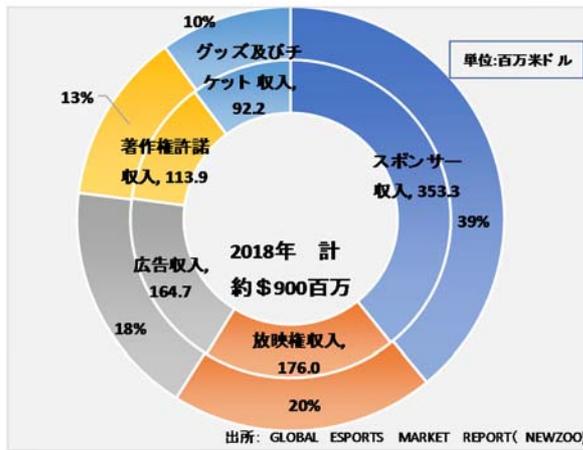
さらに比較したいのが市場規模の項目別割合である。下記(図11)「世界のeスポーツ市場規模項目別割合」はスポンサー収入が約4割、放映権収入が約2割、広告収入が約2割、著作権許諾収入約1割などとなっている。

一方で、下記(図12)はeスポーツの2019年国内市場にみた規模項目別割合である。下記(図11)の世界のeスポーツ市場規模項目別割合は2018年実績、また国内市場は割合別金額の公表はないなど単純比較はできないものの、国内市場収入割合はスポンサー収入が全体の7割以上を占めるが世界市場では2割を占めている放映権収入に大きな差があることが分かる。

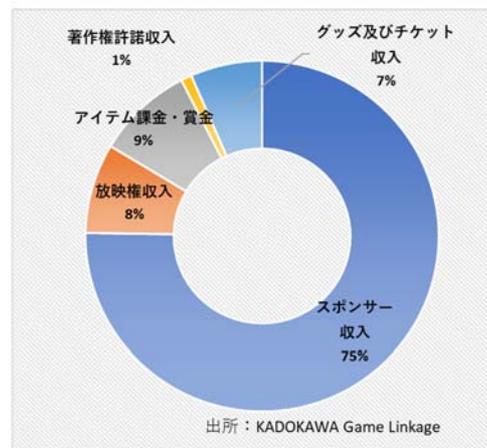
国内においてはスポンサー収入に大きく依存しており今後は収入の多様化を図る必要性がある。

このようなことから魅力的なプロリーグの運営はもちろん、今後さらなるファン層の拡大、競技人口の裾野を広げる取り組みが重要になってくるであろう。

(図 11) . 世界の e スポーツ市場規模
項目別割合 (2018 年)



(図 12) . 国内の e スポーツ市場規模
項目別割合 (2019 年)



7. 沖縄県内での e スポーツに関する動き

沖縄県では 2018 年 12 月に「一般社団法人沖縄県 e スポーツ協会」が設立され、直近では、「アジア e スポーツツーリズム 2020 年 in OKINAWA」と題して「九州 NO 1 決定戦」を主催した実績がある。また 2019 年 4 月には「沖縄 e スポーツ連盟」が設立された。その後、同年 8 月には「沖縄 e スポーツ連盟」が中心となり、沖縄初の e スポーツ専門チーム「OKINAWA THE WAVE gaming」が発足、さらに同年 12 月には、沖縄 e スポーツ協会に所属するチーム「Chura Gaming」が発足した。ここ数年の間に県内における e スポーツ関連業界は動きが活発になってきているといえる。

(図 13) . 沖縄県内の e スポーツ関連団体

県内の e スポーツ関連団体		
組織名	一般社団法人 沖縄県 e スポーツ協会	一般社団法人 沖縄 e スポーツ連盟
代表	松永 越	東 良和
設立日	2018年12月7日	2019年4月12日
住所	那覇市安里2-4-12 マキシアルノB 1F	浦添市字城間3019番地 座波建設ビル (株式会社ザ・ウェーブ内)
所属チーム	ChuraGaming 他	OKINAWA THE WAVE gaming
会員 (準会員含む)	株式会社 ChuraGaming 株式会社 ライズホールディングス Gamer's Buddy株式会社 AVALON Gaming 他3社	アイディッシュプラス株式会社 株式会社オキット 沖縄広告株式会社 県内在民放3社 他8社
賛助会員	一般財団法人沖縄IIイノベーション戦略センター 沖縄シャープ電機株式会社 株式会社ベスト電器 在沖米商工会議所 その他13団体	沖縄 e スポーツプロジェクト Okinawa Onedot 沖ぶよ同好会 ちゅら組 株式会社 DOKUTOKU460 他4団体、個人

出所: リゅうぎん総合研究所まとめ

(1) 県内での取り組み例①

県内のeスポーツ関連団体が主催し、沖縄県補助事業「2019年度スポーツツーリズム戦略推進事業」の採択事業としてeスポーツの国際大会「アジアeスポーツツーリズム OKINAWA2019 With 豊見城あしびな一大会」が2020年1月に豊見城市で開催、続けて同年2月には宮古島市で「アジアeスポーツツーリズム in OKINAWA 2019 シリーズ（2戦）」が開催された。

同事業の開催にあたっての参加者数等が沖縄県文化観光スポーツ振興課のサイトに公表されている（図14）。

大会の総参加者数は、16,295人と目標人数を大きく上回った。また、海外からの参加者はごくわずかであろうと想定していたが、695人と想定以上の参加者数となった。国別では台湾や中国などの東アジア地域が中心であったものの一部ではオーストラリアからの参加者もいた。

eスポーツ大会を開催にあたって県側のメリットとしては、大会に出場する選手たちは一般の旅行者と比較して滞在期間が長くなる傾向にある。県が発表している「県内観光種別平均滞在日数」によると2018年実績で国内観光客が平均で3.73日、空路外国客が4.77日となっている。

eスポーツの大会が沖縄で開催されプロ選手らが来沖した場合、3日間は大会に出場し、その後は観光リゾートを楽しむといったプランを選択する選手が多いと予想され滞在日数は平均より長くなることを見込まれる。

(図14) . アジアeスポーツツーリズム 2019in OKINAWA アンケート簡易集計

	実績	設定目標人数	目標差
総参加者数	16,295人	6,475人	+9,820人
県外参加者数	3,855人	600人	+3,255人
海外参加者数	695人	75人	+620人
付帯参加者数	4,200人	1,000人	+3,200人

出所：沖縄県文化観光スポーツ部 HP より

(2) 県内での取り組み例②

2021年7月 KBC 学園未来高校沖縄は国内最大級の高校生対抗eスポーツ大会である「ステージゼロ」の九州・沖縄ブロックで優勝し全国大会への出場を果たした。

同大会はトップスポンサーが日本コカ・コーラ株式会社、昨年の決勝大会はテレビ東京系列で特別番組も放送され特に若年層に注目される大会である。今年は全国から過去最多、1,960校5,675人のエントリーがあった。

KBC 学園未来高校では、eスポーツは仲間とチームワークやコミュニケーションを育めるスポーツとして捉えており、今後も生徒たちの活動を継続サポートしていく方針だ。

また同高では、eスポーツが持つ性別や年齢など、様々な区別など関係なくダイバーシティー（多様性）を尊重し仲間と楽しめるツールとして教育にも適したものであると考えている。

8. 県内の課題、そして提言

県内の課題と課題への対応、そして沖縄県が今後もさらに成長が見込まれる世界の e スポーツ成長市場を取り込んでいくための提言をまとめる。

(1) 課題と課題への対応

①地理的な距離の問題

e スポーツは通信でも対戦することができ国内、海外問わず遠く離れた相手とも e スポーツを楽しむことができるのも魅力の1つである。しかしコンマ1秒を争うようなゲームタイトルによってはゲームサーバーからの距離によって不利となることがある。例えば東京で行われる大会に沖縄から通信で参加した場合、ゲームのサーバーが東京にあると沖縄から遠隔で参加する選手は不利になる。現在、通信で利用されている高速の光回線であったとしても、コンマ1秒の世界で対戦しているゲームタイトルでは物理的な距離が影響を与える。沖縄に住んでいる e スポーツのプロ選手は通信で参加した場合、不利となるため、どうしても大会の開催地に移動しなければならないという負担感があるようだ。

ただし、沖縄県で e スポーツの全国大会や世界大会などが開催された場合、沖縄は島嶼であり、国内、海外問わず参加者は通信での参加は不利となると判断して、実際に現地に行き大会に参加しようとするはずだ。そういった面では、多くの方に沖縄に訪れてもらえる可能性が高く、観光客誘致という観点からはメリットとして捉えることができる。

②教育現場での普及促進と金銭的な負担

競技人口の増加や将来の有望な e スポーツ選手の育成を図るためにも中学校や高校、大学などへ部活動として正式に認めるよう e スポーツ関連団体としても積極的に働きかけているものの、学校によって対応が違うようだ。先述した KBC 学園未来高校のように、e スポーツを教育に積極的に取り入れる学校もあれば、e スポーツを部活動として認めることはできないという学校もある。

最近では欧米を中心に e スポーツはマインドスポーツと位置づけ教育現場では積極的に取り入れている地域もある。メリット、デメリットの両方があると思われるが、県内の教育現場でも今後、統一した見解やルールを示して取り組みを進めていくことが大事だと思われる。

また、e スポーツを楽しむためには、どうしても PC を購入する必要がある。一般的なデスクトップパソコンでも操作は可能であるものの、e スポーツ向けの「ゲーミング PC」と言われる高性能な PC の利用が推奨されており最低価格は約 15 万円からというのが現状だ。こういった初期導入コストも学生向けの e スポーツ普及を進めるためには課題となるだろう。

さらに、学生スポーツで、仮に全国大会に出場ともなれば一般的な野球やサッカーなどのスポーツであれば各組織団体や協会などから移動費用などの一部補助金が支給されることもあるのだが、残念ながら e スポーツに関しては完全に自己負担となることが一般的なようだ。今後、e スポーツにおいても全国大会などの移動費用等には、行政が一部支援するなどの仕組

みづくりが望まれる。

(2) 沖縄で e スポーツの成長市場を取り込んでいくための提言

先述の「県内の取り組み例①」で記載した、国際大会「アジア e スポーツツーリズム OKINAWA2019」では県外から約 4 千人、海外から 7 百人の参加があり e スポーツというコンテンツが世界で人気があり今後、県の観光業に大きく貢献する可能性を秘めていることが分かった。

そこで県として今後、国内外の e スポーツ市場の成長を取り込んでいくための提言を行いたい。

① 興行ビザ申請取得手続きの簡素化

現在、e スポーツの世界大会を開催する際、海外からエントリーする選手は興行ビザを取得し来日することとなる。興行ビザは一般的な観光ビザとは違い、本人ではなく興行の主催者が申請、取得することになっている。そのため大規模な大会になればなるほど主催者側の事務負担は大きなものになる。

そこで、もし仮に“沖縄県では興行ビザの取得が簡素化”される、もしくは 2011 年 7 月に国内初で導入された中国人個人観光客向けに導入された数次ビザのように「沖縄に 1 日以上滞在した旅行者は以後 3 年間ビザが有効となり来日する際のビザ取得手続きが不要」という制度の興行ビザ版ができた場合、国内の e スポーツ競技大会の主催者は海外招待選手などの興行ビザ取得の負担が減り国際大会を開催しやすい地域として魅力が高まるものとみられる。

これは海外から来日する e スポーツプロ選手の立場からも日本国内の大会への参加が容易になりメリットは大きい。このように規制を緩和することで国内の e スポーツ市場自体が大きく盛り上がっていく可能性もあるだろう。

② 沖縄を e スポーツ強化合宿（キャンプ）地の聖地に

一般的な社会人、学生スポーツなどでも沖縄県は冬でも温暖な気候であるというメリットを活かし強化合宿が盛んな地域である。実は e スポーツにおいても、リゾート地としての沖縄のブランド力からリーグに所属する多くのプロ選手が県内で強化合宿を行っている実績がある。県内の e スポーツ関連団体でも、プロチームや選手から直接「県内で通信環境の良いホテルはどこか教えて欲しい」という問い合わせを多数受けている。

沖縄は、すでにプロ野球や J リーグのキャンプ地として知名度が高いように、今後「e スポーツ合宿といえば沖縄だ」というイメージづくりができれば沖縄県が目指す再訪者（リピーター）の増加を図ることも可能となる。このイメージづくりのための課題として、県内で e スポーツ競技の周知を広げることや、県内各ホテルなどの通信環境の整備、さらには県内に中規模クラスの e スポーツ専用の競技場等の整備が望まれる。

③「ResorTech Okinawa」開催に合わせたeスポーツ国際大会の開催

2019年より沖縄コンベンションセンターでプレ開催が行われた ResorTech Okinawa は、eスポーツとの親和性が高いといえるだろう。今後は ResorTech Okinawa のイベント開催に合わせてeスポーツの国際大会を開催することで、国内外eスポーツファンへ「eスポーツ＝沖縄」というイメージを浸透させることができる。また ResorTech Okinawa の出展者、参加者のすそ野が広がる可能性もあり、同時開催による相乗効果も期待できる。

沖縄県では今後、eスポーツの本格的な普及に向けて多くの課題はあるものの、官民が連携した新たなコンテンツとしてeスポーツを活用することが必要となってくるであろう。さらに近い将来、沖縄アリーナや本島東海岸で建設が検討されている大型MICEを活用し、大規模なeスポーツの東アジア大会、そして世界大会が開催されることも期待したい。

りゅうぎん総合研究所 新垣 貴史