

# eスポーツは どんなチャン

eスポーツは2023年9月に中国・杭州で開催されたアジア競技大会で正式競技に採用され、ファンや競技者の人口が増加している。これをチャンスと捉え、中小企業がビジネスにつなげるには、どんな方法があるかを論じた。

一般社団法人  
日本eスポーツ連合理事  
**鈴木文雄**



すずき ふみお氏

代表を務めていた、広告代理店(株)SANKOの新事業として2011年、eスポーツ事業を設立。日本初のeスポーツ専用施設の運営や、eスポーツ大会の開催に携わる。2014年、世界最大級のeスポーツタイトル「リーグ・オブ・レジェンド」の日本国内プロリーグを開催。2018年、日本eスポーツ連合の理事に就任。

iU学長  
**中村伊知哉**



なかむら いちや氏

京都大学経済学部卒、大阪大学博士課程単位取得退学。博士(政策・メディア)。1984年、ロックバンド「少年ナイフ」のディレクターを経て郵政省入省。MITメディアラボ客員教授、慶應義塾大学教授などを経て、2020年4月より現職。著書に『新版 超ヒマ社会をつくる—アフターコロナはネコの時代—』など。

浜銀総合研究所  
情報戦略コンサルティング部  
グループ長(上席主任研究員)  
**内田貴士 司会**



うちだ たかひと

東京農工大学大学院工学研究科修了後、浜銀総合研究所に入社。主に金融機関における信用リスク管理、パーゼル規制等のコンサルティングに従事。ゲームが趣味で、eスポーツに興味。

構があり、それを統合して誕生したのがJeSUです。

私はJeSPAの理事をしていたことから、eスポーツと関わりができました。その後、政府もeスポーツに関心を持ち、「eスポーツを活性化させるための方策に関する検討会」を立ち上げ、私が座長を務めました。現在は教育の立場からeスポーツの利用や普及に力を入れていきます。

**鈴木** JeSUの鈴木です。私は2020年まで年商20億円ほどの広告代理店「SANKO」の代表を務めていました。広告代理店ではエンタメにも力を入れていて、新たなコンテンツを探しているときに、米国と韓国でeスポーツが盛り上がっていることを知りました。現地に足を運んでみると驚くほどの盛り上がりを見せており、日本でもeスポーツビジネスを展開しようと考えました。2011年に新規事業として立ち上げ、千葉県の上野市川駅前(eスポーツ施設)をつくりました。徐々にファンも増えてきたので、プロリーグをつくることにしました。

2014年にロサンゼルスに本社のあるRiot Gamesの許諾を得る形でeスポーツの公式プロリーグ「League of Legends Japan League」を立ち上げました。その後は店舗を市川市から秋葉原へ拡大移転して、2年後には代々木体育館で数千人を集めた大会ができるまでに成長しました。その後JeSPAを立ち上げました。

# 中小企業に スをもたらすか



2023年9月に中国・杭州で開催された第19回アジア競技大会でeスポーツは初めて正式競技として採用され、全7種で競技が実施された。提供：AFP=時事

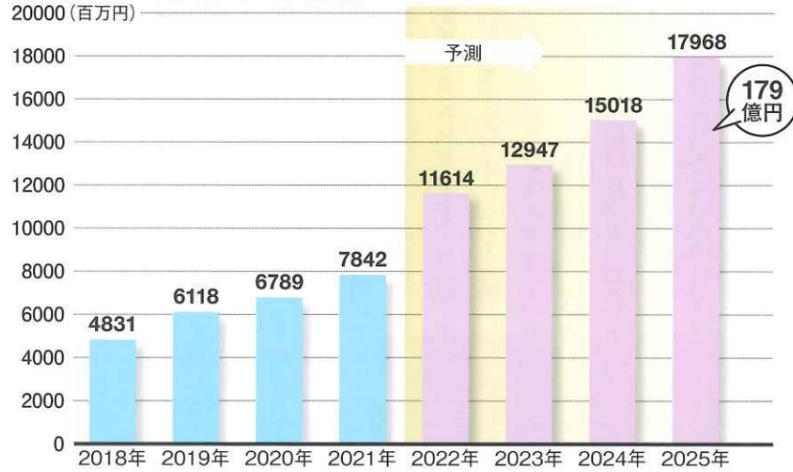
## eスポーツは どう発展 してきたか

**内田** 本日は「eスポーツは中小企業にどんなチャンスをもたらすか」をテーマにお話を伺います。私は司会を務めます、浜銀総合研究所の内田です。よろしくお願いたします。まずはお二人のeスポーツとのつながりについてお聞かせください。

**中村** iU(情報経営イノベーション専門職大学)の中村です。大学卒業後は霞が関で役人をしていましたが、14年ほど飛び出してMIT(マサチューセッツ工科大学)に行きました。そのときにセガの顧問を務めて、ドリムキャストの設計や販売に携わったのがゲームとの最初の関わりです。その後は慶應義塾大学の教授などを経て、3年前にiUの学長に就任しました。

日本のeスポーツが大きく動いたのは、JeSU(日本eスポーツ連合)が創設された2018年です。それ以前にも三つの団体、日本eスポーツ協会(JeSPA)、日本プロeスポーツ連盟(JPeF)、eSports促進機

【図表①】日本のeスポーツの市場規模



出典：日本eスポーツ白書 2022 / 角川アスキー総合研究所

【図表②】日本のeスポーツファン数 (試合観戦・動画視聴)



出典：日本eスポーツ白書 2022 / 角川アスキー総合研究所

特集 鼎談 eスポーツは中小企業にどんなチャンスをもたらすか

**内田** すでに始めている活動はありますか。  
**中村** 一つはiUとJeSUが協力して2年ほど前に「超eスポーツ学校」を開講しました。eスポーツを学べる映像コンテンツのシリーズをつくって、さまざまな学校で学んでもらう試みです。すでにiUの学生のほか、慶應義塾大学、早稲田大学、デジタルハリウッド大学、仙台育英学園高校などの学生が受講しています。この活動をさらに広げたいと思っています。

もう一つ、iUにはeスポーツを学んでいる学生がたくさんいますが、授業のコースとしてきちんと扱っていませんでした。いま検討しているのは、eスポーツを一つの授業のコースにして、eスポーツの試合に出場した

れを最も鍛えることができるのがeスポーツなのです。eスポーツでは仲間と協力をする必要がありますし、対戦相手の戦略をしっかり把握して手を打つことが必要です。これらはすべてコミュニケーション能力です。それが大きな教育材料になると思っています。すでにさまざまな専門学校がeスポーツのコースを設けて、eスポーツのエンジニアや大会を運営できる人材の育成、あるいはプロ選手を育てています。そうしたeスポーツの専門家を育成するだけでなく、普通にプレーをして学ぶ環境をつくる必要があると思います。小学校や中学校、高校の段階からeスポーツを取り入れることが、今後の大きなテーマだと思います。

**内田** さまざまな問題を解決しながらeスポーツを育ててこられたわけですが、いままも残っている課題は何でしょうか。  
**中村** それは教育分野ですね。  
**鈴木** 私もそう思います。  
**中村** eスポーツは盛り上がってきましたが、教育分野はまだです。私が座長を務めた検討会が2020年に報告書をまとめている

eスポーツ市場の拡大のために解決すべき課題とは

ました。それによって産業界がスポンサーをしやすいなり、大会を開きやすくなったのです。  
 加えてJeSUが誕生してプロライセンスを出す仕組みもできました。その結果、2018年が「eスポーツ元年」といわれました。その後、2019年に国体が開かれるときにeスポーツの大会を開催したり、東京オリンピック・パラリンピックの際に開催したり、徐々に開催される大会が増えました。

**内田** JeSUはどのような目的で設立されたのですか。  
**鈴木** 徐々に外国人選手が日本に来るようになったのですが、観光ビザで入国するしかなく、プロ活動ができませんでした。JeSUではそれを解決するため行政に働きかけるなどの活動をしました。その後、JeSPAやeスポーツ促進機構にお声がけいただいて、2018年に統一団体であるJeSUの立ち上げに関わり、理事を務めています。

日本のeスポーツが後れを取ったのはなぜか

**内田** 日本のeスポーツは2018年ごろから盛り上がってきたことですが、当時の状況を中村先生はどう感じていましたか。  
**中村** 日本はゲーム大国ですが、eスポーツでは後進国でした。そこに大きなチャンスを感じました。日本ではゲームをつくれるし、ゲームが好き人が多い。しかし、テレビゲームが成功しすぎたため、eスポーツは日本では普及せず、他国で発展したのです。

日本はネット環境などのインフラは優れていましたから、eスポーツにおいても大きな潜在能力はあったのですが、産業として企業が入りにくい状況があり、その点が課題でした。逆に考えると、課題を解決すれば日本にとって大きなチャンス、eスポーツ立国ができると感じました。同時に政府も産業、文化、教育、あるいは地方創生などさまざまな面か

ら関心を持ち始めていましたので、積極的に取り組んできました。  
**内田** 中村先生より、2018年当時のeスポーツについてお話をいただきました。鈴木さんにお聞きしますが、黎明期に団体を立ち上げたことによって、さまざまな苦勞もあったでしょうね。  
**鈴木** たくさんありました。たとえば、ゲームはIP(ゲームタイトルやキャラクター)ホルダーに著作権があります。eスポーツをする場合には、ライセンス料がかかりますので、経営者はどう採算を合わせるかが重要になります。ただ、当時は海外のゲームメーカーはやや寛容でしたので、「お金は出せないけれど、うちのタイトルを使ってもいいよ」「その代わりスポンサーは自分たちで集めてくれ」と言ってくれました。

**中村** JeSUを立ち上げたときの最大の課題は「eスポーツ」あるいは「ゲーム」の地位が日本で低かったことです。すでに海外ではしっかり認められている産業・文化であったにもかかわらず、日本ではまだまだでした。その中で、「産業界としても盛り上げていこう」の機運が高まってきたのが2017年から18年ごろだったと思います。

同時に一番のネックだといわれていたのが賞金の規制です。当時は10万円が上限と考えられていたため、高額賞金の大会が開催できなかったのです。この点は総務省が消費者庁や警察庁と協議をして、規制緩和をしてくれ

その程度まで可能だと結論が出ていたのですが、その後、新型コロナウイルスの感染拡大があり、また途中の段階です。  
**内田** 教育分野が課題というのは、具体的にどういうことでしょうか。  
**中村** eスポーツの教育的な価値はまだまだ認知されていません。eスポーツはゲームというよりコミュニケーションだと私は思っています。学校を卒業して社会に出るときに、会社からもっとも強く求められるのは、コミュニケーション能力だといわれています。そ



eスポーツは教育的な価値も大きい。小・中学校や高校の段階から授業にeスポーツを取り入れていくことが今後の課題。 中村

ら単位を取得できるようにすることです。また、学校の中にしっかりとしたスタジオを整えることも考えています。

**内田** 私もそうですが、子どもを持つ親は子どもがゲームばかりしていると心配になってしまいます。そんな課題もありますね。

**中村** ゲームに限らず一つのことばかりやっていたら駄目だと思います。映画ばかり見てもどうかと思います。JeSUとCESA(コンピュータエンターテインメント協会)、JOGA(日本オンラインゲーム協会)、MCF(モバイル・コンテンツ・フォーラム)の4団体でも検討会を開いて、教育上の課題を業界として整理する努力も始まっています。

**内田** 教育分野でもeスポーツを学べる場が少しずつ整ってきているのですね。

**中村** そうですね。徳島の小学校ではeスポーツの施設を設けて、子どもたちがeスポーツを実践できるようにしているそうです。ただ、しっかり教えられる人が少ないのも課題です。学校の先生には難しいので、指導者を育成して派遣できるようにする必要がありますと思います。

**内田** その中で裾野が広がってプロに行く人や運営を担当する人が出てきて、盛り上がりつつあります。

**中村** 産業として44億円の市場を700億円にする目標数値は、韓国並みに人気のある領域にすることを意味します。日本でいえばプ

ロ野球やサッカーのような人気スポーツに育てるイメージです。そのためには小学校段階から、学校の授業やクラブ活動で取り入れるような形で裾野を広げていかなければなりません。それは産業界だけですがんばっても難しいでしょう。

**内田** プロ野球やサッカーのような市場になるとビジネスチャンスが広がりますね。

**中村** それとともに地域おこしにもなります。シニアにも人気がありますから。

### アクティブシニアに 人気があるのはなぜか

**鈴木** いま、多くのシニアがeスポーツに関心をもっています。

**内田** それは競技というより趣味ですか。

**鈴木** アクティブシニアのコミュニケーションの一つとして浸透し始めています。

**中村** とてもいいですね。日本の一つの大きな課題である高齢化社会を楽しくいきいきと暮らすのに、eスポーツはいい素材ではないかと思っています。

**鈴木** 日本で一番、高齢化が進んでいるのは秋田県ですが、2019年に秋田で平均年齢67歳(当時)のeスポーツチーム「マタギスナイパーズ」が誕生しました。コロナ禍では活動ができなかったようですが、コロナが明けて各地の自治体や老人介護施設から引っぱりだこのようですね。

**内田** どんなゲームをしているのですか。



eスポーツはシニアのコミュニケーション手段としても人気がある。写真は人気シューティングゲーム「フォートナイト」をプレーする、シニアeスポーツチーム「マタギスナイパーズ」のメンバー。  
提供：時事

ポーツに多く参加してくれました。リアル世界のスポーツとeスポーツがシンクロしたことも後押ししていると思います。

**鈴木** 私はeスポーツの会社を営んでいる中でコロナ禍を迎え、「これは大変なことになった」と思ったのですが、経営的に伸びました。オンラインで何かしなければと考えてeスポーツに関心を持つ企業が増えたのです。IT企業からは「社内のコミュニケーションをとるためにeスポーツ大会を開いてほしい」との要望が殺到し、企業対抗戦なども企画しました。

**中村** 企業内、あるいは教育の現場、さらにシニアにも需要があることがわかり、最初は想定していなかった市場に気づいたのがコロナ禍でしたね。

### コロナ禍で新たに 誕生したビジネスとは

**鈴木** コロナ禍ではeスポーツを活用したビジネスも生まれましたね。オンラインゲームの「フォートナイト」をプレーしながら英会話を学べるサービスも登場しました。普通の英

会話教室は途中で嫌になってやめてしまう人が多いようですが、eスポーツ英会話は楽しみながら続けられるので、退会率も低いと聞いています。

**内田** ゲームをしながら、戦術などを英語で会話するのですか。

**鈴木** そうです。先生はeスポーツが上手である必要はありません。子どもたちに急ぎ立

### eスポーツはアクティブシニアの コミュニケーション手段 としても人気があり 地域おこしにも貢献する。



鈴木

**鈴木** シューティングゲームです。コンセプトは「孫にも一目置かれる存在」を目指すとおっしゃっていました。

**中村** 楽しいですね。

**鈴木** 先日オンラインで話をしましたが、本当にいきいきしています。

**内田** 高齢者がeスポーツに挑戦する最初の一步は何でしょうか。

**鈴木** 二つのパターンがあります。一つは私たちがのようにeスポーツを多くの人に知ってほしいと思っている人が高齢者施設を訪問して勧めるケースです。

**中村** 高齢者がこれからパソコンを学ぶ場合、エクセルよりeスポーツのほうがいいですね。

**鈴木** もう一つは、デジタル格差が広がっていく中で、パソコンを覚える手段になっていきます。農業でもドローンの活用が進んでいます。便利な世の中になっていくのですが、操作できなければ活用できません。まずはeスポーツで楽しんで、パソコンなどの操作を覚えようとの試みが地方で進んでいます。

**中村** コロナ禍では、巣ごもりの中でコミュニケーションをとる手段として、WHOがeスポーツを推奨しました。それまで「ゲームは危険」といったイメージがありました。コロナ禍でガラッと空気が変わった面があります。また、コロナ禍では、プロテニス選手のラファエル・ナダルがeスポーツでテニスの試合に出場するなど、プロスポーツ選手がeス

てられてゲームが進んでいく。それでうまくいっています。

**内田** さまざまなものに活用できそうですね。  
**中村** そうですね。eスポーツは、後からチームになってきたメタバースと地続きです。メタバース空間で遊ぶことで学んだり、何か新しいビジネスが生まれたり、さまざまな派生が生じてきている状況だと思います。

**鈴木** いま、横浜市の後援のもとに、eスポーツ事業を展開するVARELと、横浜市に本社を構える京浜急行電鉄、PCデポの3社で、eスポーツによって横浜を盛り上げるプロジェクトを始めています。その一環として人気オンラインゲーム「フォートナイト」のバーチャル上にみなとみらいの街並みをつくっています。

**中村** それは大きな話ですね。

**鈴木** 私も非常に楽しみです。プロジェクトの一環としてオープン化もしています。オープン化とは「フォートナイト」上でプログラマーやクリエイターが自由にマップをつくれるようにすることです。「フォートナイト」はシューティングゲームですが、戦う場所を自由にすることができ、そして収益の40%をクリエイターに還元する試みが始まり、一気に加熱しています。これがメタバースの本命だといわれています。最終的にはバーチャル上のみならず、横浜市の後援のeスポーツ大会を開催する予定です。

**中村** それはいいですね。

### 特集 鼎談 eスポーツは中小企業に どんなチャンスをもたらすか

鈴木 地方自治体がeスポーツに取り組むモデルケースになると思います。

中村 自治体では初の試みですね。

鈴木 そうですね。今後は横浜市にある岩崎学園の生徒にプログラマーになってもらい、中華街や崎陽軒のビルをつくってみるなど、学習の中に取り入れていくことを考えています。

中村 2022年ごろからメタバースが大きな動きとなって、自治体が自らメタバース空間に街をつくる動きが出ていますが、「そこで何をやるか」の視点が欠けています。私はeスポーツだと思っています。eスポーツでありながら、産業活動があり教育が加わり、人が集まっていくと、大きなうねりになると思います。地方創生の面から自治体はとて高い関心を持つでしょう。

鈴木 地元企業にバーチャル上の広告を出してもらうことも進めています。バーチャルであれば何でもできます。たとえば、気球を飛ばすこともできますし、海に船を浮かべることも、飛行機を飛ばすこともできます。さまざまな広告が可能です。

中村 それが横浜から始まるのはおもしろいですね。

内田 コロナ禍でコミュニケーションをとるためにメタバースが必要になり、その中で何をやるかと考えると、eスポーツが最もはまる。その中で商業ベースに乗せたり、自治体の振興や教育につなげたりできるのでですね。

ヤーの面でも運営の面でも、日本には相当な潜在力があると思いますので、裾野を広げていくことが重要でしょう。

内田 裾野を広げて盛り上がりをつくっていくということですね。

中村 そうです。eスポーツをしている子どもが「eスポーツをやっている偉いね」と言われるような環境を整えていかなければいけません。

内田 鈴木さんはいかがでしょう。

鈴木 人材育成もそうですし、現場で働いて一番弱いと思うのは、スター選手がいないうことです。大谷翔平さんのようなスター選手が生まれるかどうか大きいと思います。

中村 それは大きいですね。

鈴木 海外にはLee 'Faker' Sang-Hyeokのように世界を熱狂させるスター選手がいます。中村 絶対できますよ。野球で大谷翔平さんのような世界的なスターが誕生したのですから、eスポーツでも絶対に可能だと思いますね。

鈴木 たとえば「リーグ・オブ・レジェンド」というタイトルの世界大会の決勝では、2021年の同時視聴者数が最大約7300万人でした。2022年にゴルフのマスターズが最高視聴者数を記録して同時視聴で約1300万人というニュースが出ていましたから、それを上回る規模になっています。

中村 それはすごい。

鈴木 ただ、決勝に到達する日本人チームが

中村 そうですね。その意味で非常に希望が持てる分野です。課題は通信です。これまでのeスポーツは大きな会場にみんなが集まって、そこで遅延なく戦う姿が一般的でした。しかし、5Gが普及し回線のスピードが速くなれば、集まらなくても各地で分散して参加できます。この分野はNTTなども研究していて、遠く離れたところでほぼリアルタイムでeスポーツができる技術開発をしています。そうした環境がどこまで進むかが鍵になると思います。

たとえば2024年のパリオリンピック、さらに4年後のロサンゼルスオリンピックでは現地に行かなくても、各地からオンラインで参加できる種目が出てくると思います。そうなればeスポーツの世界も変わるでしょう。次の波が早く来てほしいですね。

内田 現在の通信環境では1カ所に集まるのが必須なのでしょうか。

鈴木 そうですね。コンマ何秒のシビアな世界で賞金をかけてプロ活動をしている選手からすれば、通信速度によって有利、不利が変わります。私が十数年前にeスポーツを始めたころに比べると有利、不利は相当なくなってきたと思いますが、いまでも集まったほうがいい状況に変わりはありません。

中村 技術課題ですね。

内田 5Gが普及すれば解消できるのでしようか。

中村 だいぶよくなると思います。厳密にい

いないのです。現在はベスト16止まりです。

内田 スター選手をつくっていくためには、中村先生がおっしゃるように裾野を広げて、育成システムもしっかり整えないといけないですね。

鈴木 そうですね。先日もみなどみらいで京浜急行さんと小学生の「フォートナイト」体験授業を実施しましたが、親子で楽しんでくれ

プロのスポーツ選手がeスポーツにも参加するなど、リアルとバーチャルがつながるとますます盛り上がる。内田



うと6Gぐらいにならないと駄目だと思いますが、競技によっては5Gになれば地球規模で楽しめるようになると思います。

内田 eスポーツで、最近の主流のゲームは何でしょうか。

鈴木 人気があるのはシューティングゲームやサバイバルゲームです。あるいはマルチオンラインバトルアリーナ(MOBA)というジャンルがあります。これは5対5の陣取り合戦です。5人で集団戦しながら相手の陣地を取っていきます。あとは「ストリートファイター」などの格闘技ゲームも人気です。サッカーなどのスポーツゲーム、車のレースゲームも最近、人気になっています。

内田 さきほど中村先生からお話があったように、プロのスポーツ選手が参加するなど、リアルとバーチャルがつながると盛り上がりやすそうですね。

鈴木 聞くところによると、世界のサーキットがバーチャルで精巧につくられているので、プロのレーサーがデビューする前にeスポーツを経験しておく、アドバンテージになるそうです。

中村 確かにそうですね。

日本がeスポーツで世界をリードするには何が必要か

内田 eスポーツで今後、日本が世界をリードするには何が必要でしょうか。

中村 単純に人材育成だと思います。プレー

ました。その中に天才的なプレイヤーがいました。

内田 才能のある子がいるわけですね。

鈴木 とてつもないプレーパフォーマンスを出す小学生がいました。こういう子どもをしっかり育てていくことが大事ですね。いまは才能が埋もれていて、伸ばしていく場所がないのです。

内田 Jリーグも下部組織や育成システムができて強くなった経緯がありますので、才能のある子どもを見つけてどう育成していくかが大事ですね。

鈴木 そうです。米国にはスポーツで世界一のマネジメント会社「インターナショナル・マネジメント・グループ」(IMG)があります。この会社は、スポーツ選手の発掘からプロとしての教育、セカンドキャリアのマネジメントまで手掛け、スポーツ選手を生涯、支えています。韓国ではeスポーツで同じような仕組みができています。それが日本にはまだありません。

内田 プロになって生涯、生活を維持していくのは大変ですからね。

鈴木 それができるのは一握りだと思います。

中村 リタイア年齢も低いですから、セカンドキャリアをどうするかは課題です。

鈴木 そうですね。

内田 裾野が広がると、引退後にコーチをする道もできますか。

中村 そうですね。安心して、その道を進ん

【図表④】eスポーツ市場の影響を受ける波及領域の産業

産業	波及効果
飲食サービス	eスポーツ大会やイベントを開催すると、来場者が会場やその周りの飲食店を利用
小売	eスポーツファンの増加に伴い、小売店を通じた周辺機器やグッズの購入が増加
情報通信	ファン、チーム、施設にかかわらずeスポーツを実施するにはネット回線やシステム基盤が必要で、個人のネット契約や配信プラットフォームによるインフラ整備が増加
建築材料	eスポーツのファンと集客力が増加すると、練習施設や専用のアリーナが必要となり、建築業者が雇われ、鉄骨やボルトなどの建築材料の需要が増加
電力・ガス・熱供給	eスポーツ人口が増えたと、パソコンや施設の冷暖房設備を動かすための電気・ガスの需要が増加
電子部品	eスポーツ市場の拡大に伴いゲーミングPC需要が高まり、それらを製造するための電子部品の需要も増加

出典：経済産業省・eスポーツを活性化させるための方策に関する検討会「日本のeスポーツの発展に向けて～更なる市場成長、社会的意義の観点から～」(2020年3月)

特集 鼎談 eスポーツは中小企業にどんなチャンスをもたらすか

でいける状況にしなければ、サステナブルになりません。

**鈴木** 特に両親が安心できません。

**中村** それはリアルスポーツと同じです。スポーツを目指して仮にプロ選手になれなくても指導者になれるなど、環境をつくる必要がありますね。

**内田** 話題を変えて、eスポーツの社会的意義について伺います。年齢を問わずに楽しめることや教育に役立つことなどが社会的意義につながると思いますが、いかがでしょうか。

**中村** 産業として大きくなるには、楽しいコミュニケーションの領域であることが重要だと思います。基本的に楽しいものであり、それが日本の社会課題の解決に役立つ。教育やシニアの活動につながっていくことが大事だと思います。

## 中小企業には どんなチャンス があるか

**内田** 中小企業にとっては、どんなビジネス

との関わりを持つ場合も、方法はさまざまです。ゲームをつくる場合もあれば、ツールをつくる場合もある。さらにはイベントを開催したり、広告を出して企業の宣伝をする方法もあります。昔、ゲームをする人はオタクで日陰者扱い、格好悪いものでした。それがいまは若い人が憧れる、格好いいものになっていくことを、大人側が知っておいたほうがいいですね。

**鈴木** 2022年末に新横浜の横浜アリーナに約2万人を集めて、eスポーツの大会がおこなわれました。ある政治家から「参加したい」との要請を受けてお招きしたところ「イメージがまったく変わった」とおっしゃっていました。「みんな本当に格好いい。カップルで来て、女性ファンが多くて昔のイメージとは違う」と。

**中村** リアルスポーツの選手のように、ガタイがいい選手がユニホ

チャンスにつながるでしょうか。

**鈴木** eスポーツのど真ん中の事業には、大会やチームの運営、あるいはゲームの開発などがあります。これらも十分に可能性はあるとは思いますが、中小企業が持っている経営資産をどこに生かすか、どこに絞るか、その戦略が重要だと思います。その中でeスポーツのビジネスチャンスをどう切り取るかだと思います。私のように広告代理店の新規事業としてeスポーツ事業を立ち上げることもできるでしょうし、eスポーツを活用して自社商品のブランド力を上げていくこともできるでしょう。

eスポーツのスポンサーに投資する意味を聞いてみると、「採用面が大きい」と言う企業が増えていきます。たとえば新卒採用の会社案内に「このチームにスポンサーしている」「今度の会社説明会にプロ選手がゲストで来る」といったことを出すと、希望者が殺到するそうです。その意味では人材採用にeスポーツを活用することもできるでしょう。

また、いま飛び抜けて成長しているのがファッションの世界です。日本のトップチームであるCrazy Racoon（クレージーラクー）は、全選手のフォロワー数を総計すると2000万人を超えます。あるいはZETA DIVISION（ゼータディビジョン）は、チームのブランドロゴや選手の名前が若い世代のファッションアイコンになっています。関連商品をネット販売していますが、販売を開始す



横浜でeスポーツを盛り上げることを目的として、eスポーツチーム運営会社のVARRELが京急電鉄、PCデポとともに「横浜GGプロジェクト」を発足させた。提供：時事

ると数分で数千万円を販売してしまうと聞いています。

**内田** ロゴをプリントしたTシャツなどを販売するのですか。

**鈴木** そうです。Tシャツやパーカーです。海外でいえば、人気チームの100 Thieves（ハンドレッドシーブス）がナイキとコラボレーションして、シューズをつくったり、オリジナルブランドでゴルフウェアをつくっています。いま新たなeスポーツカルチャーが生まれている感じですね。

**内田** リアルスポーツで起きていることがeスポーツにも広がっている形ですね。

**鈴木** そうですね。日本でも岡山・倉敷に本社があるファッション関係の中小企業の社長がゲーム好きで、ゲームコミュニティの施設のvaulroom（ボルトルーム）をつくりました。本当にゲームが好きな人しか絶対に入れない秘密の基地のようなところです。それが芸能界にも広がって、山崎賢人さんや関口メンディーさんがボルトルームのファッションを着るようになったことで瞬く間にヒット商品になりました。いまは銀座でも売られています。

**内田** ファッション分野への広がりがすごいですね。eスポーツそのものだけでなく、ゲームの周辺で付加価値をつけてブランド展開をする形ですね。

**中村** eスポーツの大きな特徴の一つは、裾野が広いということです。企業がeスポーツ

ームを着ているわけではありません。ゲームをしている選手がユニホームを着て並んでいるだけにもかかわらず、キヤーと歓声が上がります。

**鈴木** 若い女性や男性がボルトルームやクレージーラクーの洋服や鞆を普通に持っていますね。

**内田** もうブランドが出来上がっているのですね。

**中村** あっという間にできました。

**鈴木** そうですね。

**親世代のゲームに対する意識は変わるか**

**内田** 子どもたちが憧れてどんどん裾野が広がります。もともとゲームをする土壌はありますが、周辺の産業も広がっているサイクルが出来上がりそうです。

**中村** 逆に「ゲームをやめよう」という条例ができる自治体もあって格差も広がっています。

**内田** ゲーム依存症対策ですね。

**中村** 反対に横浜市のように熱心に取り組む自治体もある。前向きに取り組んでいる地域が成果を出して、人が集まってくる状況になればいいと思います。

**内田** 親がゲームばかりしている子どもを心配する状況も変わっていくでしょうか。

**中村** そうですね。その点では教育側の責任をとる感じがあります。そういう子どもには、

特集  
鼎談

eスポーツは中小企業に  
どんなチャンスをもたらすか



写真左から一般社団法人日本eスポーツ連合理事鈴木文雄氏、iU学長中村伊知哉氏、浜銀総合研究所情報戦略コンサルティング部グループ長(上席主任研究員)内田貴士(司会)。

ぜひiUに来てほしいですね。  
内田 ゲームのプレーだけでなく、大会の運営やメタバースなども含めて教育されているのでしょうか。

中村 iUでは4年間で全員がICT分野で起業するを目指しています。すでに多くの学生が起業していますが、大会を運営、配信、プレイヤーのマネジメントなど、さまざまな切り口で事業を始めています。eスポーツは間口が広いので、それでいいと思っています。

鈴木 JeSUでは2024年に日本eスポーツアワードの取り組みを開始します。いま映画には日本アカデミー賞、音楽にはレコード大賞、野球にはMVP、サッカーにはバロンドールがあります。しかし、eスポーツにはありません。過去に選手が活躍したシーンなどを見返す方法がユーチューブのアーカイブぐらいしかないのです。今後は毎年、スター選手が生まれてくると思いますので、選手や関係者の歴史的な活躍を刻む取り組みをしていきます。

中村 いいですね。

鈴木 米国ではすでに8年目を迎えています。私はラスベガスで2022年末に開催されたアワードに行ってきましたが、チケット代が13万円でした。グラミー賞などと同じで、すでにセレブが集まるイベントになっています。ちなみに米国のeスポーツアワードのメインスポンサーはレクサスです。  
中村 トヨタなんですね。

### 特集 鼎談 eスポーツは中小企業にどんなチャンスをもたらすか

鈴木 そうなんです。直近4年間はレクサスがスポンサーをしています。  
中村 悔しいですね。日本でもぜひ大きなイベントをしたいですね。  
鈴木 ぜひご協力ください。  
中村 やりましょう。  
内田 eスポーツのアワードは、どんな視点で選ばれるのですか。  
鈴木 まずはファン投票です。ただし、ファン投票は人気投票になってしまうので、業界関係者の意見を聞きながら、最終的には審査委員会が選定します。審査委員会にはメディアやeスポーツ大会を伝えるキャスター、大会運営従事者などに名を連ねてもらい最終ジャッジする形を考えています。  
中村 世界的なものになっていくといいですね。  
内田 大会によって日本のスター選手も出てくれば、また裾野が広がりますね。  
中村 2018年に「eスポーツ元年」といわれたから5年が経過し、当時思い描いていた方向にある程度は進んできていると思います。しかし、可能性はまだあります。これからは産業として、文化としてもさらに本格化していくと思います。そのときに日本が世界の中心の一つになれるでしょう。関係者の力を合わせて、盛り上げていきたいと思っています。  
内田 本日はお忙しい中、ありがとうございます。

※この座談会は2023年8月30日におこなわれました。

## エモ消費

SNSの発達とともに、人々の消費行動は多様化しています。その中で、若年層がどのような消費をおこなっているのか、最近よく耳にする「エモ消費」を取り上げながら解説します。

**Q 「エモ消費」とは何ですか？**

**A** 「エモ消費(注1)」とは、SNSを通じて精神的満足度を求める消費行動を指し、Z世代(1995年から2010年ごろに生まれた世代)を中心に用いられている「エモい」から派生した言葉です。大辞林(第4版)によれば、「エモい」は「心に響く」「感動的である」「ことを意味しており、英語で感動を意味するemotionalが語源となっています。

エモ消費の例として、レトロな雰囲気を出すことができるカメラを使用した写真や、映画撮影地の聖地巡礼旅行の写真などをSNSに投稿するといった消費行動が挙げられます。閲覧者からの共感を得ることで精神的

**Q 人々の消費行動が変化しているということでしょうか？**

**A** 人々の消費の特徴は時代とともに変化しています。主な潮流を挙げると、高度成長期から1970年代まで「モノ消費」が潮流となっていました。当時の人々は車や家電など、生活を便利にするようなモノを所有することに価値を見出していたことから、耐久財などの消費が活発になっていました。

その後、車や家電などが広く一般家庭に普及したことで、人々はモノの所有以外の楽しみに対する価値を重視するようになりまし。その結果、1990年代後半からは、レジャーや観光といった体験(コト)を消費

### NEWSがわかる

### ビジネス用語の基礎知識



長尾 遼也  
調査部 研究員

する「コト消費」への関心が高まりました。

また、2010年代に入ると、スマートフォンの利用が拡大し、他人の体験をオンラインを通じて疑似体験できるようになりました。これがコト消費から「トキ消費(注2)」への移行を促しました。トキ消費とは、ライブやイベントといった、その日、その瞬間(トキ)にしかできない特別な体験を求め、友人などと共有することに価値を見出すような消費行動です。

2010年代後半からは、SDGsなどに対する社会的関心の高まりを背景に、環境に配慮した商品の購入を増やすといった、社会貢献(イミ)に価値を見出す「イミ消費(注3)」が広まりました。

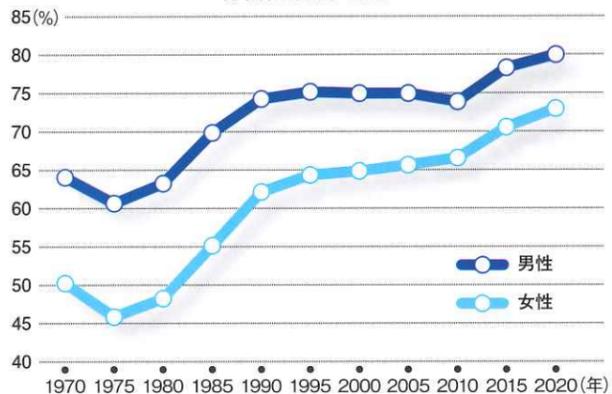
**Q なぜ若年層でエモ消費が流行しているのですか？**

**A** 流行の背景には、SNSの急速な発展があります。特にZ世代では、SNSが日常生活の一部となっており、重要なコミュニケーションツールとして機能しています。自身の体験や感情を他人と共感しあうための手段として、SNSが広く

利用されています。

また、若年層の未婚率が高まっていることも影響していると考えられます(図表)。若年層の未婚率は2010年代から上昇傾向が強まっています。未婚率が上昇する一方で、若年層では以前に比べて他人とのつながりを求める意識が強まっているとみられます。SNSを通じて他者の共感を獲得し、他人とのつながりを確認することで、結婚に代わる幸福感を得ているのかもしれません。

若年層の未婚率の推移



注1：2015年、2020年は不詳補完値。注2：若年層は15～34歳。  
出所：総務省「国勢調査」より浜銀総研作成

【参考文献】  
荒川和久「アイドルやアニメ市場、インスタ映えを支えるエモ消費とは?」, 2018/4/29, (2023/9/11 取得, <https://comemo.nikkei.com/n/5847682dd3aa>)  
酒井崇匡「【キーワード解説】『トキ消費』」, 2018/1/30, (2023/9/11 取得, <https://www.hakuhodo.co.jp/magazine/44780/>)  
竹田邦弘「変【質】する外食市場～マーケットの読み方と付加価値の磨き方～(前半)」, 2018/1/25, (2023/9/11 取得, [https://www.hotpepper.jp/ggs/seminar/article/seminar/20180125\\_1](https://www.hotpepper.jp/ggs/seminar/article/seminar/20180125_1))