

18年に訪れるか、日本の「eスポーツ元年」

◆17年の世界の市場規模は約7億ドル、20年には約15億ドルにまで成長

eスポーツとは、パソコンや家庭用ゲーム機でサッカーや格闘技などの対戦型ゲームの腕前を競うものである。世界ではプロチームやリーグが存在し、億単位の賞金がかかる大会も開かれ、その様子がYouTubeなどの動画共有サイトで配信されている。その入場料や放映料、広告収入などを含めた市場規模は17年に世界で約7億ドル、20年には約15億ドルになると米国の調査会社NEWZ00は予測している。この市場に注目し、GoogleやYouTubeなどのIT関連企業のほか、CocaColaやDoritosなどの飲食品メーカーも大口スポンサーとなっている。

18年はサッカーゲームのeWorldCupを主催する国際サッカー連盟（FIFA）に続いて、米国プロバスケットボール協会（NBA）がバスケットボールゲームのBA 2K eLeagueを開幕する。22年のアジア競技大会（中国・杭州）ではeスポーツが正式競技となる。24年のパリ五輪での採用を国際オリンピック委員会（IOC）も検討するなど、今後eスポーツの価値を高める材料も続々と出ている。

◆日本でも関連3団体が統合し新団体を設立、基盤整備や大会開催を本格化

世界と比べると遅れているものの、日本でもeスポーツが認知され、普及し始めている。たとえば、日本eスポーツ学生選手権が15年から、企業チームが参戦する日本eスポーツリーグが16年から始まった。これらの大会がネットで配信され、人気を集め出した。この動きを加速させようと、2017年12月に日本eスポーツ協会などの3団体は統合して新団体を18年春に設立すると発表した。

この新団体は18年を基盤整備や大会開催を積極的に行うことでeスポーツの認知度や人気が高まる「元年」にしたいと考えている。その手始めとして、プロ制度を設けて高額賞金の獲得を可能にした「闘会議2018」を18年2月に幕張メッセで開催する。この大会にゲーム技術の高い選手が集まり、熱戦が繰り広げられることでeスポーツが認知され、人気を集めるのか。その結果、日本企業にとってのeスポーツの価値が高まり、競って大会開催のスポンサーや、大会放映時のCM広告主になる状況が今後訪れるのか、まずは注目だ。 【藤井和則】