

2020 年度 国内調査研究事業

## ゲーム・e スポーツを活用したまちおこし

人口・地域経済研究室  
地域創生グループ  
企画グループ

浦 達也  
高橋 弘人  
原田 悠佑

## 目次

### 1 はじめに

|                         |   |
|-------------------------|---|
| (1) 調査の目的               | 1 |
| (2) 定義                  | 1 |
| ① ゲーム                   |   |
| ② e スポーツ                |   |
| (3) ゲーム・e スポーツの現状と今後の動向 | 1 |
| ① ゲーム                   |   |
| ② e スポーツ                |   |
| (4) ゲーム障害               | 3 |

### 2 事例調査

|                                                    |   |
|----------------------------------------------------|---|
| (1) ゲームによる地方活性化 富山県魚津市（つくる UOZU プロジェクト）            | 4 |
| ① 魚津市の概況                                           |   |
| ② 取組に至った経緯                                         |   |
| ③ 取組内容                                             |   |
| ④ 成果と課題、今後の展望                                      |   |
| (2) e スポーツによる地域活性化 富山県 e スポーツ連合（Toyama Gamers Day） | 7 |
| ① 取組に至った経緯                                         |   |
| ② Toyama Gamers Day の特徴                            |   |
| ③ 今後の課題と展望                                         |   |

### 3 まとめ

|                        |    |
|------------------------|----|
| (1) ゲーム～東京集中からの脱却が課題～  | 9  |
| (2) e スポーツ～今後の人材育成が課題～ | 9  |
| (3) ゲーム障害              | 10 |
| (4) さいごに               | 10 |

## 1. はじめに

### (1) 調査の目的

ゲーム・e スポーツ産業は、インターネット等のネットワーク環境さえあれば活動ができるため、他の業種と比較して地方でも活動しやすい。また、若者からの興味・関心が高い業種であり、起業や移住・集客の観点から地方活性化を体現する有効な手法ではないかと考えられる。

本調査では、ゲーム・e スポーツの近年の動向を把握するとともに、ゲーム・e スポーツ産業による地方創生の可能性を探ることを目的とする。

### (2) 定義

#### ①ゲーム

ゲームは一般的な言葉であり、遊戯や競技、試合等の意味で用いられているが、本調査における「ゲーム」は「家庭用ゲーム機、PC 向けゲーム及びスマホアプリの開発」という意味で用いることとする。

#### ②e スポーツ

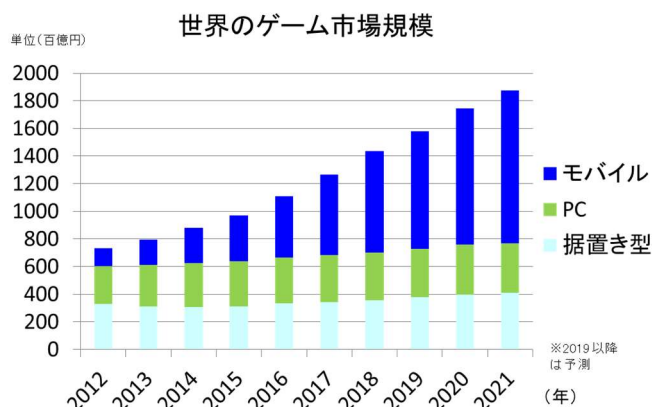
e スポーツは、「エレクトロニック・スポーツの略で電子機器を用いて行う娯楽・競技・スポーツ全般を指す言葉であり、コンピューターゲーム、ビデオゲームを使った対戦をスポーツ競技として捉える際の名称（※（一社）日本 e スポーツ連合）」と定義されている。日本においては、ストリートファイターシリーズやパズル&ドラゴン、ぷよぷよなどが e スポーツタイトルとして知られる。

なお、e スポーツという用語は 2018 年に「ユーキャン新語・流行語大賞」のトップテンに選ばれている。

### (3) ゲーム・e スポーツの現状と今後の動向

#### ①ゲーム

世界のゲーム市場は年々その規模を拡大している。年平均 10% の高い成長率を維持しており、2012 年の約 7 兆円から 2020 年には約 2.4 倍の 17 兆円に増加すると予測されている。ゲーム市場が拡大を続けている背景として、スマートフォン（以下「スマホ」という。）の普及が一因と考えられる。実際に現在の世界市場の約半数にあたる約 11 兆円をモバイル端末が占めている。（図 1）



(図 1) 出典 newzoo「2012-2021 Global Games Market」より

スマホゲームは従来の据置型ゲーム機や PC 等のハードと比較して空間的、時間的制約を受けずに遊ぶことが可能である。さらにスマホさえあれば、無料で遊べるコンテンツも数多くあり、ユーザーにとって利用しやすい。

今後、次世代通信規格 5G の運用拡大により、従来の据置型ゲーム機や PC が強みとしていた高精細な画像や大容量のデータのやり取りまでもスマホでできるようになるため、更なるスマホゲームの伸長が予想される。

また、世界的 IT 企業がゲーム市場に参入し始めていることや、市場規模が大きい中国で据置型ゲーム機解禁等の流れが続くことから、今後も市場の拡大が予想される。

## ②e スポーツ

世界の e スポーツ市場は、2018 年には総額で 1,114 億円となっている。また、競技人口は野球の 3 倍、テニスと同等の約 1 億人とされ、世界ではメジャーなスポーツと認識されている。

しかし、日本においては、韓国や中国の市場規模の約 20% (約 61 億円) とその規模はまだ小さい。この理由は「家庭用ゲームで世界を席巻したために、海外の e スポーツで主流となった PC 向けゲームの発展が少し遅れたことによる (※ (一社) 日本 e スポーツ連合報告書)」と分析されている。

e スポーツ産業は、大会を開催し、スポンサー料やグッズ販売・チケット代などの収入を選手やスタッフに還元することにより成立している。中でもスポンサー収入は全体の 7 割を占める重要な収入源であり、その金額は視聴者数と相関関係にある。日本、海外ともに人気のある e スポーツ大会である「League of Legend (LoL)」を例にすると、日本大会決勝の平均同時視聴者数は約 3 万人であるのに対し、世界大会決勝では約 150 万人と、視聴者数には大きな開きがある。よって、海外と比較して日本はスポンサー収入が十分ではないと考えられる。

このため、日本ではトッププロでも年収が 500 万円に届かないことが多く、ビジネスとして確立しているとは言い難い。さらに、e スポーツ大会は集客がしやすい東京で開催されることが多く、地方から大会に参加する場合、遠征費等の経費を負担する必要があるため、地方においてはより一層ビジネスとして成立しにくい状況にあった。

とは言え、日本全体でみた e スポーツ市場は徐々に拡大しており、今後ビジネスとして成立していく可能性を秘めている。

特に、2017 年から 2018 年にかけて 3 億円から 48 億円まで、一気に 45 億円も増加した。これは、この年に国内で大型の e スポーツ大会が開催されたことや、茨城国体の文化プログラムとして e スポーツ大会が採用されたことにより、e スポーツという言葉・概念が広く認識されるようになったためだと考えられる。(図 2)



(図 2) 出典 Gz ブレイン「日本国内における e スポーツ市場調査」より

今後も市場は拡大する見込みで、ゲームマーケティングや e スポーツマネジメントを行う株式会社 Gz ブレインによると 2022 年の日本における e スポーツ市場は 100 億円に達すると予測されている。

#### (4) ゲーム障害

ゲーム・e スポーツを語る上では「ゲーム依存」という負の面についても理解することが必要である。

2020 年 4 月 1 日に香川県で施行されたネット・ゲーム依存症対策条例は、直接ゲームのプレイ時間を制限する内容ということもあり、メディア等で大きく取り上げられた。

厚生労働科学研究報告書 (2019) によると、オンラインゲームや SNS に没頭するインターネット依存の疑いがある中高生は 93 万人にも及ぶ。これまで「ゲーム依存」について明確な診断基準がなかったが、2019 年に WHO が「ゲーム障害」を新たな依存症とする国際疾病分類 (ICD-11) に採択したことで、今後は「ゲーム障害」と診断される可能性が出てきている (ICD-11 の適用は 2022 年から)。

【WHO による国際疾病分類（ICD-11）での「ゲーム障害」の診断基準】

- ①実際にゲームをする時間や頻度を自ら制御できない
- ②日常生活でゲームを他の何よりも優先させる
- ③生活に問題が起きているのにゲームをし続ける
- ①～③の状態が 12 カ月以上続き、社会生活に重大な支障が出ている場合に「ゲーム障害」と診断される可能性がある。

※WHO ホームページより

<https://icd.who.int/browse11/l-m/en#/http://id.who.int/icd/entity/1448597234>

## 2. 事例調査

調査にあたり「ゲーム」「e スポーツ」それぞれの分野を対象とし、ゲーム産業の誘致を進めている富山県魚津市、そして e スポーツ大会の運営を行っている富山県 e スポーツ連合を選定した。

### (1) ゲームによる地方活性化 富山県魚津市（つくる UOZU プロジェクト）

#### ①魚津市の概況

魚津市は富山県東部に位置する。北西は日本海に面し、南東は山岳地帯で市域の 7 割を山地が占める。面積は 200.61 km<sup>2</sup>、人口は 41,373 人（2020 年 9 月 1 日現在）。古くから良港として知られ、魚の種類が豊富な屈指の漁場を持ち、漁業を中心に栄えてきた。

東洋経済「都市データパック 2020」の住みよさランキングでは全国 11 位を獲得している。なかでも便利度の評価が高く、東京から北陸新幹線で最短 2 時間 30 分とアクセスが良いことも一因となっている。

#### ②取組に至った経緯

魚津市は海岸から山岳地までの距離が短く、工業適地が少ないという地理環境上、大規模な企業誘致が簡単ではない。そうしたことから、就業のために県外に転出する若者などを中心に人口減少が進んでいることが、大きな課題となっている。

そこで、首都圏から離れた狭小な土地でも展開でき、近年、地方公共団体においても関心が高まっている「IT 産業」に注目した。なかでも市場が右肩上がり、若者のなりたい職業ランキングで上位に位置するゲームクリエイター人気にも注目して「ゲーム産業」に焦点を当てた。

人材育成、企業誘致、創業支援を行うことで「若者や働き盛りの世代に、ふるさとで好きな仕事をしてもらう」ことを目指し、はじめた活動が「つくる UOZU プロジェクト」である。

### ③取組内容

プロジェクトは「つくる U0ZU プロジェクト実行委員会」が運営しているが、これは魚津市（商工観光課）、北陸職業能力開発大学校、魚津商工会議所、同青年部の産学官連携によるものである。そのほかに一般有志のサポーターによる強力なバックアップ体制がある。

プロジェクトでは主に人材育成と企業誘致の 2 つの柱が進行中である。

人材育成ではゲーム産業を根付かせるために様々なコンテンツを用意している。まずはゲームクリエイターという職業への入り口として、「U0ZU ゲームフォーラム」（以下「フォーラム」という。）を開催している。

著名なゲームクリエイターによる講演会やゲーム開発入門講座など、ゲーム業界やゲーム開発の導入部分について学ぶ内容となっている。ゲームクリエイターを目指す人はもちろん、ゲーム開発に興味がある人やゲームをプレイすることが好きな人など、どんな人でも参加できるイベントである。2018 年度に 1 回、2019 年度に 2 回開催した。両年とも北陸最大の e スポーツイベントである

「Toyama Gamers Day」とコラボレーションした。富山県ではゲーム産業や e スポーツに対する関心が高く、イベントの一環で、魚津市長と高岡市長による「ストリートファイター<sup>ファイブ</sup> V」対決が行われるなど大きな盛り上がりを見せた。



※「U0ZU ゲームフォーラム」の様子

フォーラムでは、ゲームに親しみを持ってもらうことやゲーム開発、ゲームクリエイターに興味を持ってもらうことを目的に、間口を広く構え、人材の掘り起こしを図っている。

これによってゲーム開発に興味を持った層をゲーム産業の担い手に引き上げるために「U0ZU ゲームサミット」（以下「サミット」という。）や「U0ZU ゲームハッカソン」

（以下「ハッカソン」という。）を開催している。サミットはゲームクリエイター志望者のために定期開催する開発者育成・支援イベントで、初心者から熟練者まで誰でも参加可能であり、参加者発案のイベント企画を支援する制度も存在する。ターゲットはゲーム開発に興味のある若者に間口を広げ、幅広い参加者を集めている。2018 年度は月 1 回程度開催され、各回約 30 名が参加した。



※「UOZU ゲームハッカソン」の様子

一方ハッカソンは実際にゲームを開発する場で、様々な仮想案件をテーマにゲーム開発を行う。ハッカソンとはHackとMarathonを合わせた造語で、短期集中的にソフトウェアを開発し、技術とアイデアを競い合うことである。1泊2日で行われ、ゲーム開発のより実践的な学びを習得できる。

また、専属講師との対面・遠隔メンタリング指導を繰り返して中長期的にゲーム開発にチャレンジできるクリエイター養成プログラム「UOZU GAME BOOT CAMP」も行っており、これまで5タイトル以上のオリジナルゲームがリリースされた。その中でもスマホゲーム「富山ラーメン X<sup>エックス</sup>」は代表的なゲームであり、ダウンロードサイトでは☆4.1（最高は☆5.0）のレビューを獲得するなど高い評価を得ている。

もう一つの柱である企業誘致に関しては、東京ゲームショウへのブース出展と都市圏のゲーム会社への営業活動を行っている。プロジェクトの取組や市の助成制度の紹介、市内への事業所設置に関しての課題ヒアリングや意見交換を行っている。

地方の多くのゲーム会社は、労働者の高齢化により即戦力が必要な状態にある。一方でゲーム専門学校は首都圏に集中するなど、ゲーム業界は首都圏が中心となっており、地方には即戦力として働くことができる学生が少ない。

こうした背景からゲーム会社が地方へ拠点を移すことはハードルが高く、企業誘致も簡単ではない。しかし、移転に向けて前向きに検討する企業もある。これは市のゲーム産業への注力と熱意、つくる UOZU プロジェクトによるコミュニティの存在が大きな要因となっている。また、市では IT 産業に業種を絞ったサテライトオフィス新設に対して助成金制度を設け、開設費や 24 ヶ月間の運営費の助成を行うことで企業誘致を促進している。

#### ④成果と課題、今後の展望

プロジェクト参加者の割合は県内 7 割、県外 3 割であり、そのうちの 8 割～9 割が社会人である。その中の 1 人が個人事業主としてゲーム開発会社を起業した。

プロジェクトではフォーラムなどの初心者でも楽しめるイベントから、ハッカソンなどの本格的なゲーム開発までできる場があり、ステップアップできる仕組みとサポー

ト体制が構築されている。今後は継続的な人材育成により、ゲーム産業のより一層の定着を図る必要がある。

地域への産業の定着には大人だけでなく学生も取り込み、一体となって人材を育成する必要がある。市は、ゲームクリエイター専攻学科が設置されている富山情報ビジネス専門学校の運営元である学校法人浦山学園と「ゲームクリエイター人材育成における連携協定」を締結した。この協定により、プロジェクトへの講師派遣と学生の参加が図られるとともに、市内への誘致が成功した企業への専門学校からの就職促進が期待され、人材の環流が生まれようとしている。

今後は市内への企業誘致に引き続き取り組んでいくほか、プロジェクトのメインターゲットである中高生の参加拡大により、将来のゲーム産業を支える人材の育成を行い、将来的にはゲーム会社による自走式人材育成プログラムなど、行政が関わらずとも人材育成ができるような仕組みを目指す。

## (2) e スポーツによる地域活性化 富山県 e スポーツ連合 (Toyama Gamers Day)

### ①取組に至った経緯

Toyama Gamers Day (以下「TGD」という。)は、富山県内で行われる e スポーツイベントである。

イベントは、格闘ゲームやカードゲームなどの e スポーツコンテンツの大会であるが、参加者が自由に対戦できるスペースも設けている。

TGD が開催されたきっかけは、堺谷陽平氏 (富山県 e スポーツ連合会長、(株) ZORGE 代表取締役) が「ゲーマーが集まってお酒を飲みたい」と思ったことである。はじめは経費のかからないカードゲームによる少人数でのイベントを月 1 回程度開催していたが、ゲームセンターで格闘ゲームをする人を取り込み、2016 年 12 月に 100 人規模のイベントとして第 1 回の TGD が開催された。2020 年 11 月現在、計 9 回のイベントが開催されている。



※2016 年の TGD の様子

### ②Toyama Gamers Day の特徴

TGD の特徴は単なる e スポーツのイベントではなく、「富山県にこだわっている」ところにある。

堺谷氏はバックパッカーとして海外を旅していたが、「東京も海外の都市も同じである」ことにショックを受け、同時に「地方の良さを認識した」という。帰国後は地方の良さを発信するメディアサイトを立ち上げるなど、地方の魅力を発信する活動を続けていた。また、他のイベントに参加するゲーマーの中にも、ゲームだけでなく観光

へのニーズもあったことから、TGDは「富山らしさ」を取り入れたイベントに発展していった。

2017年、2018年のTGDは砺波市にある若鶴酒造で開催し、富山の地酒を飲みながら行う夜通しのイベントとなった。地酒を飲みながらゲームをするだけでなく、地酒の製造過程も見学できるなど、地酒に興味を持ってもらえるような工夫がされていた。



※酒蔵で開催されたTGDの様子

2019年のTGDでは、大会の優勝者に贈られる盾を高岡市の伝統産業である「高岡銅器」の職人が手掛けた。高岡銅器は日本の銅器の約95%のシェアを誇る伝統工芸品であり、近年では亀有駅前に設置されている「両津勘吉像」のようにマンガのキャラクターの銅像にも用いられる。しかし、職人の高齢化が進むなか後継者不足が問題となっている。このような中で、高岡銅器を少しでも知ってもらうための取組でもあった。

2020年のTGDでは、優勝者に贈られる盾を富山県名産の「ますの寿司」で作成し、大会の賞品は射水市新湊漁港でとれた「紅ズワイガニ」であった。新型コロナウイルス感染症の影響で、新湊漁港におけるカニの出荷量が減っていたが、合計150杯のカニを賞品にすることにより、カニの出荷に貢献できる取組となった。

これらのようにTGDは随所に「富山県らしさ」が出るイベントとなっている。県外からの参加者へ富山県をアピールするだけでなく、県内の参加者にも改めて富山県の良さを知ってもらえるようになっている。

それだけでなく、TGDは運営にも富山県にこだわっている。eスポーツのイベントは東京で行われることが多く、人材やノウハウも東京に集積している。しかし、TGDでは機材の準備やイベント進行などの運営を安易に県外の業者に委託せず、富山県の企業で行っている。これは地域としてeスポーツを盛り上げてイベントに継続性を持たせるためのものであり、現在では、地元企業がスポンサー料に見合うリターンがないにも拘わらずスポンサーになっており、地域としてeスポーツを盛り上げる体制ができている。

### ③今後の課題と展望

先にも述べた通り、eスポーツ市場は拡大しているものの規模は小さく、eスポーツだけで生活する人はわずかである。TGDのような大きなイベントをボランティアだけで運営するには限界がある。10年後、20年度も継続してイベント運営を行っていくためには、人材の育成とビジネスモデルの確立が必要である。そこで堺谷氏は「(株)ZORGE」を設立し、ビジネスとしてeスポーツを発展させていくとともに、社員を雇い入れ人材育成にも取り組んでいる。

2020 年 4 月に、まちづくり会社である末広開発株式会社が運営を行う e スポーツ施設、「Takaoka ePark」が高岡市に誕生した。地域のゲーマーや高校 e スポーツ部の学生らが施設に集まり、次世代の新たな e スポーツコミュニティの形成や人材の発掘につながることを期待されている。



※Takaoka ePark の様子

### 3. まとめ

#### (1) ゲーム～東京集中からの脱却が課題～

「ゲーム市場」に関し、魚津市役所の事例では「つくる U0ZU プロジェクト」の成果が表れ始めている。特にクリエイターの育成の点では今まで 5 タイトルがリリースされ、高評価を得られるゲームも出てきている。一方で、ゲーム産業の中心（大企業、専門学校等）がいまだに東京に集中しており、企業誘致や人材育成の部分において課題は残る。今年度は「つくる U0ZU プロジェクト」が最終年を迎え、有効な施策を提案できるのかが今後を占うキーポイントとなる。

#### (2) e スポーツ～今後の人材育成が課題～

次に、「e スポーツ」に関して、富山県 e スポーツ連合では「Toyama Gamers Day」がゲーム大会という枠組みを超えたイベントとして存在感を確立しつつある。

一方で、キーマンである堺谷氏中心の運営が続いており、法人の設立や e スポーツ施設の設立等後継者育成に向けた動きは出てきているものの、まだ取組は始まったばかりである。イベントや法人・施設運営の収益化や人材育成の成功が今後のキーポイントであろう。

#### (3) ゲーム障害

ゲーム障害は、ゲームプレイヤーが日常的にゲームをするうちに依存してしまうことが問題となる。このため、具体的な取組の多くは、ゲームを提供するゲーム制作企業等が中心となって実施されている。例えば、親が子供の利用環境を管理できる「ペアレントコントロール」の導入や、深夜時間帯にインターネットにつながらなくなる

ような設定、さらにはゲームを安心安全に楽しむための啓発活動等である。また、企業以外の取組では高校 e スポーツ部員がゲーム障害とならないように、学校の成績が悪かった場合、部活動に参加できないようにする例もある。

この点、今回の調査対象では、両調査先においてゲーム障害に関連する問い合わせや苦情等の事例はなく、また、ゲーム障害防止のための施策を実施していなかった。これは、上記取組等により問題が発生していないか、顕在化していないためであろう。しかし、今後ゲーム・e スポーツ市場が予想どおり拡大し、ゲームに関わる人口が増加した場合、ゲーム障害の問題が増加する可能性も十分ある。関係者が社会的責任として求められることを果たせば予防できるものを発症させてしまうことは本人にとっても社会にとっても不幸な損失でしかない。このような影響を最小限に抑えるため、従来のゲーム制作企業中心の取組だけではなく、ゲーム産業育成や単体のイベントにおいても啓発等に取り組んでいくことも必要だと考える。

#### (4) さいごに

ゲーム・e スポーツとともに通信技術の進歩、新規企業の参入、更に新型コロナウイルス感染症の影響等によるイベントの増加も重なり、今後も市場規模は拡大していく見込である。

一方で「人材育成」の点においては取組の途中である。地域へいかに若者を呼び込むか、そして、地域内で人や経済を循環できるかが今後の地方創生のキーポイントだと考える。

新型コロナウイルスの影響はニューノーマルな日常を定着させており、テレワークやワーケーションの拡充等、地方都市にとって、またとないチャンスでもある。この機を逃さず、人材を確保し、更に地域内で循環させる仕組みを作ることができれば、今後「ゲーム・e スポーツ」による地方創生が一層大きな流れとなっていくのではないかと考える。