

【50歳からのハルメク世代に聞くeスポーツに関する意識と実態調査】

eスポーツへの関心、最も高いのは70代以上！

「プレイ/視聴」のいずれかに関心がある人の割合が47.7%とおよそ半数を占める。

eスポーツの説明文で関心を引いたのは「平等に楽しく競い合う」「認知予防」など

女性誌販売部数 No.1 ^(※1) 雑誌「ハルメク」などのマーケティングやリサーチのコンサルティングを通じて、50代以上のインサイトを日々探求する「ハルメク 生きかた上手研究所」は、50～86歳の女性を対象に、「eスポーツに関する意識と実態調査」をWEBアンケートにて実施しました。

(※1) 日本ABC協会発行社レポート(2024年1月～6月)

【 調査結果のポイント 】

- デジタルゲーム^(※2)の経験率は41.7%で、2023年^(※3)と比べて9.4ポイント増加。しかし、オンラインゲーム^(※4)の経験率となると5.5%と低水準に留まる。
- 「eスポーツ」という言葉の認知率は91.5%と高いが、視聴経験率（テレビやネットで見たも含む）は17.3%、実経験率は1.8%に留まる。
- eスポーツへの関心は「プレイ/視聴」のいずれかに関心がある人の割合が47.7%と、およそ半数を占める。
- 年代別傾向では、eスポーツのプレイ意向が最も高いのは70歳以上。また、60代以上では視聴への関心が高い傾向が見られる。
- eスポーツの説明文で関心を引いたキーワード・フレーズとして、「年齢・性別・人種・障がいなど、多くの垣根を超えて平等に楽しく競い合う」、「認知症予防」、「バリアフリーなスポーツ」が挙げられた。

(※2) 「あなたが楽しんでいるゲームをお選びください」という設問で、以下のいずれかに該当すると回答した方。

(パソコン/スマートフォン/タブレット/ゲーム機（PlayStation、Nintendo Switch など）/アーケードゲーム)

(※3) 2023年2月17日(金)～2月20日(月)にハルトモを対象に実施したWEBアンケートにおいて、以下の設問に「PCやスマホを使ったプレイ」と回答した方の総数。

設問：「(月に1回以上プレイしていると回答したゲームについて) それは、PCやスマホを使ったプレイでしたか？ それとも、リアルに人と対面したり、紙や道具を使ってプレイしましたか？」

(※4) 「オンラインゲーム」の定義：インターネットを介して複数のプレイヤーが同時に参加し、対戦や協力をしながら進めるゲーム。シミュレーション、ロールプレイング、スポーツ、格闘、パズル、麻雀、囲碁、将棋、ブリッジなど、多様なジャンルが含まれる。

【調査概要】

調査の方法：WEBアンケート

調査の対象・人数：全国50～86歳の女性398名

調査実施日：2024年12月12日(木)～12月15日(日)

調査主体：株式会社ハルメク・エイジマーケティング ハルメク 生きかた上手研究所

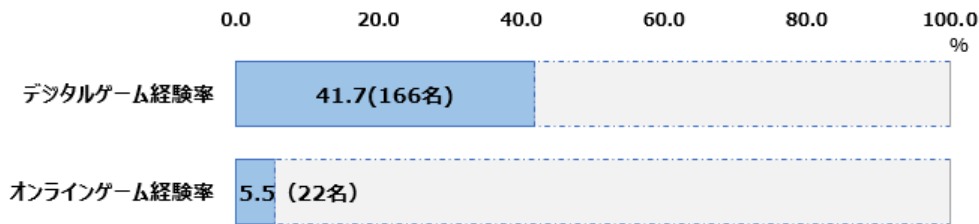
※調査主体の「ハルメク 生きかた上手研究所」所長への取材、コメント提供も可能です。

※本リリース内容を掲載いただく際は、出典「ハルメク 生きかた上手研究所調べ」と明記をお願いいたします。

デジタルゲーム経験率は41.7%。なお、2年前2023年の経験率は32.3%であり、2年で9.4ポイントアップ。しかし、オンラインゲームの経験率となると5.5%と低くなる。

- ・ 対面型・紙・ボードを使わず、デジタル機器で行うデジタルゲームの経験率は41.7%と約4割が経験している。2年前の2023年の調査での経験率は32.3%であり、9.4ポイントアップしている。
- ・ 前回調査時（2023年）と比べ、デジタルゲームは、特に50代後半から70代前半にかけての経験率の増加が顕著。「最近はや若い人だけでなく幅広い年齢層になってきている。楽しくできるし、良いと思う。（60歳）」、「体力がなくても気軽に楽しめる。（61歳）」と、前向きな意見も多い。
- ・ 一方、オンラインゲームの経験率は5.5%と低く、インターネットを経由して、複数のプレイヤーと同時にプレイする形態は、まだ広く浸透しているとは言いがたい。

■デジタルゲーム、オンラインゲームの経験率（N=全回答者398名）



■デジタルゲームの年齢別経験率の推移（2023年 N=全回答者403名、2024年 N=全回答者398名）

	2023年		→	2024年	
	N	デジタルゲーム経験率%		N	デジタルゲーム経験率%
全件	403	32.3		398	41.7
50～54歳	24	41.7		24	41.7
55～59歳	68	23.5		63	44.4
60～64歳	109	33.0		98	48.0
65～69歳	88	39.8		111	41.4
70～74歳	79	27.8		64	40.6
75歳以上	35	31.4		38	23.7

デジタルゲームを選ぶ基準は、トップ3は1位「暇つぶしに適していること（23.6%）」

2位「ルールが簡単・単純で初心者から楽しめる（22.6%）」

3位「頭や脳に良さそうであること（18.3%）」

- ・ デジタルゲームを選ぶ基準の上位には、暇つぶし・簡単・単純といった「とっつきやすさ」と、頭や脳に良さそうという「脳トレ要素」がくる。
- ・ 昔やったことがある（14位）、周りでやっている人が多い（16位）などの、経験の有無や経験者の有無は、選ぶ基準とはなりにくい。

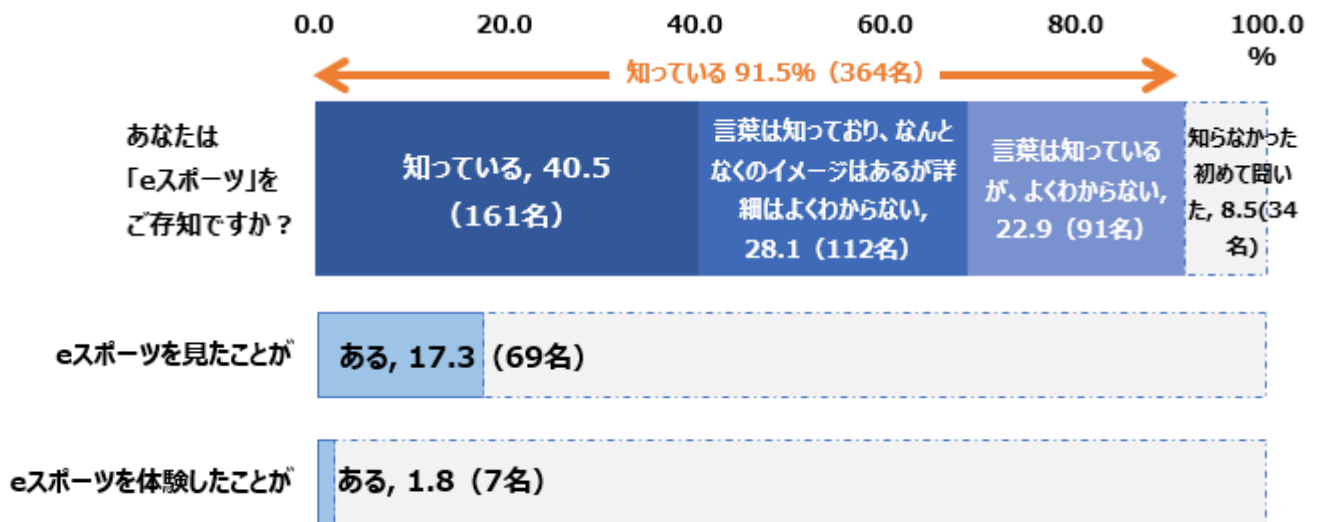
■デジタルゲームを選ぶ基準（N=全回答者398名 複数回答）

1	暇つぶしに適していること	23.6%	11	ゲームを経て、賞金・商品・ポイントなどを獲得できること	2.3
2	ルールが簡単・単純で、初心者から楽しめること	22.6	12	ゲームの中でキャラクターやグッズを集めることができること	2.3
3	頭や脳によさそうであること	18.3	13	長時間・長期間遊べそうなこと	2.3
4	操作性が良いこと	11.1	14	昔やったことがあること	2.3
5	年齢がハンデにならないこと	7.8	15	体力づくりもできること	2.0
6	体力がなくてもできること	6.8	16	周りでやっている人が多いこと	1.8
7	画面がごちゃごちゃしていないこと	6.0	17	身近に教えてくれる人がいること	1.5
8	キャラクターやストーリーが良いこと	5.5	18	ルールが困難・複雑で、達成感を味わえること	1.3
9	家族と交わりながら遊べること	3.0	19	地域の人と交わりながら遊べること	0.3
10	性別・年齢・国を超えて遊べること	2.8	20	その他	2.5

**「eスポーツ」という言葉の認知率は91.5%、
 視聴経験（テレビやネットで見た も含む）率は17.3%、
 一方で、実体験率は1.8%と、認知率は高いが実体験率は低い。**

- ・ 「eスポーツ」という言葉の認知率は91.5%と高く、シニア層でも広く知られている。
- ・ 一方で、視聴経験（テレビやネットで見たことがある）は17.3%、実際にプレイしたことがある人は1.8%にとどまる。認知度は高いものの、視聴・体験率は低く、実際の関与は限定的である。

■eスポーツの認知・見たこと・体験の有無（N=全回答者 398名）



eスポーツの「プレイ/視聴」のいずれかに関心があるのは47.7%とおおよそ半分を占める。

年代別では、eスポーツのプレイに関心が高いのは70歳以上。

60代以上も、視聴意向は高い

- ・ eスポーツのプレイまたは視聴に関心がある人は、47.7%とおおよそ半数を占める。年齢別の傾向を見ると、プレイに関心が高いのは70代が多く、視聴への関心は60代も高い。
- ・ 一方、50代はプレイ・視聴ともに関心が低い。特に50～54歳では「どちらにも関心がない」が70.8%と突出している。

■eスポーツ プレイまたは視聴への関心度（N=全回答者 398名）

	プレイまたは視聴に関心あり%	複数回答		どちらも関心なし%
		プレイに関心あり%	視聴に関心あり%	
全件 (N=398)	47.7	39.7	28.9	52.3
50～54歳 (n=24)	29.2	25.0	16.7	70.8
55～59歳 (n=63)	44.4	38.1	15.9	55.6
60～64歳 (n=98)	48.0	38.8	31.6	52.0
65～69歳 (n=111)	50.5	38.7	32.4	49.5
70～74歳 (n=64)	50.0	45.3	34.4	50.0
75歳以上 (n=38)	52.6	47.4	31.6	47.4

**関心がある理由トップ3は、1位「脳に良さそうだから(56.8%)」、
2位「ストレス発散になりそうだから(43.2%)」、3位「人と交わりながら遊べるから(42.6%)」
一方、デジタルゲームを選ぶ基準の理由1位の「暇つぶしに～」は、12位(17.4%)と
eスポーツに関心がある理由の上位にはならない**

- ・ 「プレイ/視聴」のいずれかに関心があると回答した47.7%(190名)に、その理由を尋ねたところ、1位「脳に良さそうだから」、2位「ストレス発散になりそうだから」、3位「人と交わりながら遊べるから」という結果となった。プレイそのものの楽しさや上達、賞金獲得を目的とするよりも、脳トレ、ストレスフリー、コミュニケーションの場としての要素を求める傾向がある。
- ・ 一方、通常のデジタルゲームを選ぶ基準でトップだった「暇つぶしに適しているから(暇つぶしによさそうだから)」はeスポーツに関心がある理由の12位(17.4%)と上位とはならなかった。

■eスポーツに関心がある理由(N=プレイ/視聴のいずれかに関心がある190名 複数回答)

1	脳に良さそうだから	56.8%	11	競技のスリルを味わいたいから	17.4	21	賞金がもらえるから	5.3
2	ストレス発散になりそうだから	43.2	12	暇つぶしによさそうだから	17.4	22	チームプレイが好きだから	3.7
3	人と交わりながら遊べるから	42.6	13	画面の中で、飛んだりはねたりできるから	13.7	23	ビジュアルが格好いい・可愛いから	3.2
4	運動が苦手でも参加できるから	36.3	14	もともとスポーツが好きだから	12.6	24	知人・友人がやっていて面白そうだから	1.6
5	子どもや孫との話のタネになりそうだから	26.3	15	地域で楽しめるから	11.6	25	周囲でやっている人がいるから	0.0
6	瞬発力が上がりそうだから	22.1	16	頑張っている人を見て、自分も励まされるから	11.1	26	プロ選手と対戦してみたいから	0.0
7	プレイの映像を見たが面白そうだから	20.5	17	そもそもゲームが好きだから	10.0	27	その他	0.0
8	新しい、先進的だから	18.9	18	自分はやらなくとも応援が楽しそうだから	10.0			
9	友達ができそうだから	18.9	19	若者の流行りものに興味があるから	8.4			
10	社会と繋がりたいから	18.4	20	メンタルが鍛えられそうだから	8.4			

**どちらにも関心がないと回答した208名の無関心理由は、1位「目に悪そうだから(48.1%)」、
2位「面白そうと思えないから(43.3%)」、3位「時間の無駄だから(29.8%)」**

- ・ 「目に悪そうだから」が1位となり、シニア層ならではの身体的なハードルが大きな要因であることがわかる。これに対し、「面白そうと思えない」、「時間の無駄」という個人の嗜好に関わる理由が続いた。
- ・ 「ゲームをする機器がない・家にそのような環境がないから」(5位)、「お金がかかりそうだから」(7位)など、eスポーツ特有の要因も上位に挙がっている。
- ・ 一方、「難しそう」(9位)、「若い人がやるものだから」(12位)といった理由は、さほど上位ではなかった。

■eスポーツに関心がない理由(N=プレイ/視聴のどちらにも関心がない208名 複数回答)

1	目に悪そうだから	48.1%	11	教えてくれる人がいないから	9.1
2	面白そうと思えないから	43.3	12	若い人がやるものだから	8.2
3	時間の無駄だから	29.8	13	一緒にプレイする人がいないから	5.8
4	依存症になるのが怖いから	23.1	14	恥ずかしいから	2.4
5	ゲームをする機器がない・家にそのような環境がないから	20.7	15	家族に後ろ指を指されそうだから	1.4
6	知的な趣味と思わないから	20.7	16	その他	9.1
7	お金がかかりそうだから	17.8			
8	ネットでのコミュニケーションが心配だから	16.3			
9	難しそうだから	12.5			
10	始め方がわからないから	9.6			

e スポーツに惹かれる要素としては、「年齢、性別、人種、障がい等、多くの垣根を超えて、平等に楽しく競い合う」、「認知症予防」、「バリアフリーなスポーツ」など

- ・ 「シニア e スポーツ協会」が提言する e スポーツの説明文を読んだ後、特に共感を得た言葉・フレーズとして、「年齢、性別、人種、障がい等、多くの垣根を超えて、平等に楽しく競い合う」、「認知症予防」、「バリアフリーなスポーツ」があがった。

■興味を惹いたフレーズ（N=全回答者 398 名 複数回答）

e スポーツは、バリアフリーなスポーツです。年齢、性別、人種、障がい等、多くの垣根を超えて、平等に楽しく競い合うことができます。この e スポーツは、競技としての側面もありながら、娯楽、エンターテインメント、コミュニケーションツール、健康増進、認知症予防等、様々な可能性を秘めております。

私たちシニア e スポーツ協会は、この e スポーツの可能性を最大限に活用しながら、シニア世代の健康と幸福を追求することを使命とし、常に最新の医学研究やノウハウを取り入れたプログラムやプラットフォームを提供してまいります。

出典元：一般社団法人シニア e スポーツ協会：<https://senior-esports.jp/about>

■上記紹介文章で、魅力を感じた単語、文章（N=398 5つまでの複数回答）

1	年齢、性別、人種、障がい等、多くの垣根を超えて、平等に楽しく競い合う	68.1 %
2	認知症予防	56.0
3	バリアフリーなスポーツ	39.4
4	コミュニケーションツール	32.4
5	健康増進	27.4
6	娯楽	22.9
7	最新の医学研究やノウハウを取り入れたプログラムやプラットフォーム	22.1
8	健康と幸福を追求	20.9
9	競技としての側面がある	16.8
10	エンターテインメント	12.8
11	魅力を感じたものはない	8.8

e スポーツのイメージは、若者向け、難しそう、暗いといったマイナーイメージと、脳トレ、コミュニケーション、現代的、といった良いイメージとに両極化している。

e スポーツを説明した後での代表的な態度変容は、認知予防、バリアフリー、世代を超えて楽しめる などが見られた

e スポーツのイメージ（自由回答）

若い人が行うもの。昔のオタクのようなイメージ。(60 歳)
オタク 暗い 中には凄い人もいる ひきこもり インドア派 スポーツなのか?(64 歳)
スポーツという名に、違和感を感じている。(58 歳)
若い人のゲーム感覚のスポーツ。(66 歳)
難しそうに思う。(64 歳)
特別なゲームスキルをもった若者がやるもの。(71 歳)

e スポーツを説明した後（自由回答）

確かに、年齢や性別など関係なく楽しめて、それに関する会話もできるのでコミュニケーションツールにもなると感じます。(52 歳)
私たちの世代にはない、新しい時代を感じます。「やってみたい」と、漠然と思います。(67 歳)
刺激になり、人とのつながりもできて認知症予防になりそうなところがよいと思った。(66 歳)
不健康みたいと思っていたが、実際見たら違って面白そうだった。(73 歳)
楽しそう。他の人とのコミュニケーションも取れそうです。(72 歳)
高齢者の生活不活発化を防ぎ、張りのある生活を送れる。デジタルにも慣れていききっかけになる。(72 歳)

【専門家の見解】

ハルメク 生きかた上手研究所 所長 梅津 順江（うめづ ゆきえ）

2016年3月から現職。主に年間約900人のシニアを対象にインタビューや取材、ワークショップを実施。



シニアに定着しつつあるデジタルゲーム。eスポーツに関しては伸びしろだらけ

中高年が電車の中でスマホゲームをする光景、近年では珍しいことではなくなりました。「デジタルゲームの経験率が2年で9.4ポイント増え、4割強に。「暇つぶし」に加え、年齢特有の価値の「ルールが容易」、「脳によさそう」が選択重視点に挙がっているのも合点がいきます。

さて、eスポーツはどうでしょうか。認知率は9割超ですが、実体験率はわずか1.8%でした。とはいえ、半数近くがeスポーツに関心を持っています。「現代的」、「新感覚」というコメントは多く、時代のムーブメントを感じています。「脳トレ」、「コミュニケーション」に対する期待もあります。一方で、「オタク・暗い・引きこもり・不健全」「スポーツなのか疑問」などのマイナスイメージ、「若くないとできない」「難しそう」など自分向けではないという記述も頻出しました。そして、無関心層の阻害要因TOP3は、「目に悪そう」「面白そうと思えない」「時間の無駄」。「脳にはよいが、目の健康は不安」というわけです。

「eスポーツ」をアンケートの中で解説した後の反応も確認しました。「年齢、性別、人種、障がい等、多くの垣根を超えて、平等に楽しく競い合う」「認知症予防」「バリアフリーなスポーツ」「健康増進」への興味度が高いです。賞金目当てはない点が世代特有の特徴なのでしょう。内容理解が深まった65歳以上からは、態度変容もありました。具体的には「認知症予防、バリアフリー、ジェンダーフリー等、いい面は沢山あり、色々な可能性を秘めている」、「若者だけのものだと思っていましたが、シニアでもできるところがあるなら行ってみたい。身近に感じました」、「張りのある生活を送れる。デジタルに慣れるきっかけにもなる」など。「世代を超えて楽しめる、頭を使うスポーツ」という特徴を知ってもらうことが普及の近道ではないでしょうか。当該世代が没頭するエンタメとして、eスポーツ市場は伸びしろだらけと言えます。

■女性誌販売部数 No.1！ 50代からの生きかた・暮らしかた応援雑誌「ハルメク」

50代からの女性が前向きに明るく生きるための価値ある情報をお届けしています。健康、料理、おしゃれ、お金、著名人のインタビューなど、幅広い情報が満載です。また、雑誌「ハルメク」の定期購読者には、本誌とともに提供するカタログと、オンラインでの通信販売を行っています。販売している商材は、ファッション・インナー・コスメ・美容・健康など多岐にわたり、独自のシンクタンクである「ハルメク 生きかた上手研究所」を通じて利用者の声を徹底的に調査、反映した商品開発で、多くの女性から支持を得ています。

■ハルメク 生きかた上手研究所のシニアリサーチデータは、「[ハルメク シニアマーケティングLAB](#)」で掲載しています。

「ハルメク シニアマーケティングLAB」は、ハルメク世代（シニア）を顧客とする企業にとって有益な情報をお届けしている情報サイトです。ハルメクグループが提供する定期購読誌や通販等を通じて得たマーケティングデータや記事、シンクタンク「ハルメク 生きかた上手研究所」の調査レポートなど豊富な情報が満載です。