



2019年2月28日

「eスポーツへの興味関心・eスポーツ系ゲーム実施状況に関する調査」

eスポーツの内容理解は3割程度

～興味がない層の取り込み・新たな付加価値創造が日本型eスポーツビジネスを拓く～

株式会社NTTデータ経営研究所

株式会社NTTデータ経営研究所(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:川島 祐治、以下 当社)は、NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社(本社:東京都品川区、代表取締役社長:塚本 良江)が提供する「NTTコム リサーチ」登録モニターを対象に、「eスポーツへの興味関心・eスポーツ系ゲーム実施状況に関する調査」を実施しました。

本調査では、eスポーツの認知・内容理解の状況やeスポーツ系ゲームの実施状況について調査を行い、やり始めたきっかけ、継続理由、やらない理由の分析を通じて、今後のeスポーツ普及に向けたアプローチのあり方への考察を試みました。

その結果、「eスポーツ」という言葉を聞いたことがある人は、全体の8割近いものの、「内容について、どのようなものか知っている」人は3割程度に留まっており、内容の理解浸透までは進んでいないことが分かりました。eスポーツ系のゲームをやったことがない最大の理由は、「そのゲーム自体に興味が無いから」でした。また、「学習力の向上や認知症予防などの効果」、「カロリー消費を伴うゲーム」、「将来に役立つ知識や教養がみにつくゲーム」など、実質的な効果が出るようなゲームへの関心がある程度認められました。日本でのeスポーツ普及に向けては、興味がない層の取り込みや新たな付加価値創造が普及の鍵であるといえます。

加えて、「フィジカルスポーツの習慣の有無の影響」についても調査を行っています。スポーツ活動の習慣がない人に比べて、スポーツ活動の習慣がある人の方が、eスポーツの内容理解率は高く、ポジティブな印象を持っている傾向が強いことが分かり、フィジカルスポーツとeスポーツの連携に向けて示唆を与える結果となりました。

当社は、早稲田大学スポーツビジネス研究所と共同でテクノロジー活用によるスポーツ事業創発コンソーシアム「Sports-Tech & Business Lab(スポーツテック&ビジネスラボ、以下 STBL)」を設立・運営しています。

STBLでは、「次世代eスポーツエコシステムの構築」というテーマのワーキンググループを設置して、eスポーツが持つ潜在的な価値に着目し、エンターテインメントだけでなく地方創生・教育・ヘルスケア・スポーツとの連携を通じて、産業育成の手法(例:子どもや高齢者のeスポーツ、スポンサー以外の収益モデル等)について検討をしています。

(<http://www.keieiken.co.jp/stbl/>)

【主な調査結果と考察】

1. e スポーツの認知・理解度

「e スポーツ」という言葉を聞いたことがある人は、78.8%に達しているが、「内容について、どのようなものか知っている」人は3割程度に留まっている。日本におけるe スポーツ元年と言われた昨年は、メディア等でも取り上げられ言葉としては知られているものの、内容の理解浸透までは進んでいないといえる。

「内容について、どのようなものか知っている」という内容理解率は、男性の20代から40代で高く、男性20代では45.4%、男性30代では50.0%、男性40代では47.5%に達している。

また、e スポーツに対して抱く印象についての質問で、最も多かった回答は「新しい、先進的(29.8%)」であった。「どのようなものか、イメージがわからない(26.0%)」を除くと、次に多いのが「楽しそう(22.5%)」であり、ポジティブな印象を持っていることが分かる。一方で、「一部の人が没頭している特殊な趣味(17.9%)」や「不健康そう(15.2%)」といったネガティブな回答も目立つ。

若い世代ほど、ポジティブな印象がネガティブな印象を上回っており、その境目は、男性は40代、女性は30代となっている。男性では、e スポーツの内容についてよく知っている若い世代は、ポジティブな印象を持ち、内容を知らない人はネガティブな印象を持つ傾向がある。

(9 ページ～11 ページ参照)

2. ゲームの実施状況

普段行っている趣味について、ゲームが含まれる回答者は、全体の40.7%であり、ゲームの趣味としての人気は根強いことが伺える。一方で、回答が多かった趣味を多い順にみると、スマートフォンゲームは全趣味のうち第6位にランクインしているものの、家庭用テレビゲームは第9位、家庭用ポータブルゲームは第21位、パソコンで行うオンラインゲームは第23位、ゲームセンターで行うゲームは33位という結果となっている。日本ではゲームというとスマートフォンゲームが中心で、世界のe スポーツ市場の主流であるパソコンで行うオンラインゲームは趣味として人気が高いとはいえない。

趣味にゲームが含まれる人に対して、実施するゲームにおける対戦要素の有無を聞いたところ、「ヒトとの対戦要素はなく、一人で進めることができるゲーム」との回答が84.4%を占めた。対戦要素のない一人で進めることができるゲームが多く選ばれており、「対戦型」が前提となるe スポーツ系のゲームはあまり実施されていないことが分かる。

本調査では①ストラテジーゲーム、②シューティングゲーム、③レースゲーム、④格闘ゲーム・格闘アクション、⑤スポーツゲームを「e スポーツ系ゲーム5種」と定義している。「e スポーツ系ゲーム5種」のいずれかをやったことがあるかという質問では、全体の44.7%が「実施経験あり」と回答しており、実施経験だけでいえば経験者は半数近い。しかしながら、実施頻度・継続状況に関する質問では、「今は全くやっていない」、「ほとんどやっていない、やるとしても年1回以下」の合計が実施経験者の半数程度を占め、継続的に実施している人は少ないことが分かる。

(12 ページ～17 ページ参照)

3. フィジカルスポーツとeスポーツの関係

野球やサッカー、マラソンといったフィジカルスポーツの習慣の有無が、eスポーツへの関心を左右するかを分析したところ、スポーツ活動の習慣がない人に比べて、スポーツ活動の習慣がある人の方が、eスポーツの内容理解率は高く、ポジティブな印象を持っている傾向が強いことが分かった。

具体的には、スポーツ活動の習慣がある人の内容理解率(45.9%)は、習慣がない人の内容理解率(27.0%)を上回っており、スポーツ活動の習慣がある人のポジティブな印象(60.9%)は、習慣がない人のポジティブな印象(36.3%)を上回っている。

eスポーツは、ゲームの一種ではあるものの、「スポーツ」という言葉を使っていることで、スポーツに馴染みのある人の関心を惹き、印象を良くしている可能性がある。

なお、本調査では、スポーツ実施頻度別、実施している競技別にeスポーツ系ゲームの実施状況についても分析したが、特に相関が認められなかった。

(18 ページ参照)

4. eスポーツ系ゲームを始めたきっかけと継続理由

eスポーツ系ゲームをやり始めたきっかけは、ゲームの種類にかかわらず「知人・友人がやっていて面白そうだったから」、「暇つぶし、なんとなく」が多い。

始めたきっかけと継続率の関係をみると、ゲームの種類によって異なる傾向が現れる。ストラテジーゲームは、「他人から誘われて始めた」人の継続率が高く、78.7%が現在でも半年に1回以上やっている。スポーツゲームと格闘ゲーム・格闘アクションは、「広告や記事、番組で紹介されているのを見た」ことをきっかけにやり始めた場合でも継続率がそれぞれ55.3%、64.4%と比較的高い傾向がある。

また、継続理由としては、いずれのゲームでも、「暇つぶしになるから」という理由が最も多い。ストラテジーゲームは「キャラクターが育つことが楽しい、キャラクターへの愛着があるから」、その他のゲームは「ストレス発散になるから」が2番目に多い。

eスポーツ系ゲームは、現状「暇つぶし」の用途が中心であり積極的な継続理由をみつけることが難しいが、少なくとも「暇つぶしになる」レベルのコンテンツの面白さがあれば継続してもらえ、ともいえる。ストラテジーゲームのように、ネットワーク外部性があるコンテンツは、ロックイン効果が働いている可能性も考えられる。

(19 ページ～22 ページ参照)

5. e スポーツ系ゲームをやらない理由、やってみたいと思うゲーム

e スポーツ系ゲームをやったことがない理由では、「そのゲーム自体に興味が無いから」という回答が最も多く 38.2%であった。その次に、「機器などをそろえることが面倒だから(18.4%)」「他に優先したい趣味があるから(13.2%)」が続く。e スポーツ系ゲームの普及のためには、そもそも興味がない人に興味を持ってもらうことも必要と考えられる。

e スポーツ系ゲームをやったことがない人の趣味が何かをみると、旅行、ショッピング、グルメ・食べ歩きといった行動型の趣味、音楽鑑賞、映画鑑賞、読書といった伝統的なコンテンツ型の趣味が多いことがわかる。これらの趣味を好む人にとって、e スポーツ系のゲームの魅力をどう伝えるかが課題であると考えられる。

現在の e スポーツ系のゲームにはない「新しいゲーム」への興味を聞いたところ、「学習力の向上や認知症予防など、脳に良い効果をもたらすゲーム」(23.8%)、「カロリー消費を伴うゲーム」(18.6%)、「将来に役立つ知識や教養がみにつくゲーム」(17.6%)が上位となり、実質的な効果が出るようなゲームへの関心がある程度認められた。

以上の分析から、e スポーツ系ゲームをやらない人に対するアプローチとして、興味を刺激し、魅力を伝え、新たな付加価値を創出することが重要と考えられる。

また、自身の子供が e スポーツをやることについてどう思うか、という質問では、「子供がやりたいことであれば、やるべきだと思う」という中立的立場が 38.8%で、「好ましくないと感じる」の 24.4%を上回った。子供がやりたいと思うような魅力を作っていくことも e スポーツ市場の拡大には有効と考えられる。e スポーツに関心が低い層や子供を取り込み、日本における e スポーツ市場を発展させるためには、教育・ヘルスケア産業との連携強化も有効ではないか。

(23 ページ～26 ページ参照)

※e スポーツ系ゲーム 5 種の定義:

本調査では、以下のゲームを「e スポーツ系ゲーム 5 種」として調査を実施した。

- ① ストラテジーゲーム: 勝利のためによく考え、戦略を練ることに重点を置いたゲーム
- ② シューティングゲーム: 弾丸、レーザー、矢などの飛び道具を操作して、敵機や的にあてるゲーム
- ③ レースゲーム: 主として乗り物を操縦して競争を行うゲーム
- ④ 格闘ゲーム・格闘アクション: 主にプレイヤー同士が操作するキャラクターが戦うゲーム
- ⑤ スポーツゲーム: 画面上の選手を操作し、サッカーや野球等の試合を行うゲーム

また、次世代 e スポーツゲームとして発展しつつある「現実世界とバーチャル世界を融合して行うゲーム(AR や VR 機器を装着し、自分の身体の動きと連動して行うゲーム)」に関しても、一部調査を行った。

目次

調査概要	6
調査結果	9
1. eスポーツの認知・理解	9
1-1. eスポーツの認知状況.....	9
1-2. 年代別・男女別のeスポーツの認知状況.....	9
1-3. eスポーツに対して持っている印象.....	10
2. ゲームの実施状況	12
2-1. 趣味としてのゲームの実施状況.....	12
2-2. ゲームの実施状況	14
2-3. eスポーツ系ゲームの実施頻度、継続状況.....	14
2-4. ゲームにおける対戦要素の有無.....	15
3. フィジカルスポーツとeスポーツの関係	18
3-1. スポーツの習慣とeスポーツの認知度.....	18
3-2. スポーツの習慣とeスポーツへの印象.....	18
4. ゲームを始めたきっかけと継続理由	19
4-1. ゲームをやり始めたきっかけ.....	19
4-2. ゲームの継続理由	22
5. eスポーツ系ゲームをやらない理由、やってみたいと思うゲーム.....	23
eスポーツ系ゲーム及び現実世界とバーチャル世界を融合して行うゲームをやらない理由.....	23
5-1. eスポーツ系ゲームに興味がない人の趣味	24
5-2. やってみたいと思うゲーム	25
5-3. 子どもがeスポーツをやることに関する意識.....	26

調査概要

1. 調査対象 : NTTコム リサーチ クローズド調査(*1)
2. 調査方法 : 非公開型インターネットアンケート
3. 調査期間 : 2018年11月26日～2018年11月27日
4. 有効回答者数 : 1,118人
5. 標本設計 : 全国の10代～70代の男女を対象
なお、男女、年代は均等に割り付け
6. 回答者の属性(*2) (*3)

【回答者の属性】

<性別>

属性分類	回答者数	割合
全体	1,118	100.0%
男性	557	49.8%
女性	561	50.2%

<年代>

属性分類	回答者数	割合
全体	1,118	100.0%
20代	282	25.2%
30代	279	25.0%
40代	278	24.9%
50代	161	14.4%
60代	118	10.6%

<性別×年代>

属性分類	回答者数	割合
全体	1,118	100.0%
男性×20代	141	12.6%
男性×30代	138	12.3%
男性×40代	139	12.4%
男性×50代	69	6.2%
男性×60代	70	6.3%
女性×20代	141	12.6%
女性×30代	141	12.6%
女性×40代	139	12.4%
女性×50代	92	8.2%
女性×60代	48	4.3%

<居住地>

属性分類	回答者数	割合
全体	1,118	100.0%
北海道	65	5.8%
青森県	12	1.1%
岩手県	5	0.4%
宮城県	21	1.9%
秋田県	7	0.6%
山形県	5	0.4%
福島県	12	1.1%
茨城県	23	2.1%
栃木県	12	1.1%
群馬県	10	0.9%
埼玉県	67	6.0%
千葉県	73	6.5%
東京都	186	16.6%
神奈川県	101	9.0%
新潟県	16	1.4%
富山県	5	0.4%
石川県	10	0.9%
福井県	3	0.3%
山梨県	2	0.2%
長野県	14	1.3%
岐阜県	20	1.8%
静岡県	25	2.2%
愛知県	68	6.1%
三重県	7	0.6%
滋賀県	5	0.4%
京都府	29	2.6%
大阪府	89	8.0%
兵庫県	52	4.7%
奈良県	16	1.4%
和歌山県	10	0.9%
鳥取県	0	0.0%
島根県	4	0.4%
岡山県	14	1.3%
広島県	16	1.4%
山口県	7	0.6%
徳島県	7	0.6%
香川県	7	0.6%
愛媛県	7	0.6%
高知県	4	0.4%
福岡県	36	3.2%
佐賀県	4	0.4%
長崎県	6	0.5%
熊本県	9	0.8%
大分県	9	0.8%
宮崎県	3	0.3%
鹿児島県	9	0.8%
沖縄県	6	0.5%
海外	0	0.0%

<職業>

属性分類	回答者数	割合
全体	1,118	100.0%
会社員（正社員）	409	36.6%
会社員（契約社員・派遣社員）	54	4.8%
公務員・非営利団体職員（教員・学校職員を除く）	29	2.6%
教員	15	1.3%
学校職員（教員を除く）	2	0.2%
医師	3	0.3%
医療関係者（医師を除く）	14	1.3%
福祉関係者	0	0.0%
弁護士・公認会計士・税理士	2	0.2%
自営業（個人事業主、SOHO、フリーランスを含む）	81	7.2%
パート・アルバイト・フリーター	147	13.1%
専業主婦（主夫）	190	17.0%
大学院生	6	0.5%
大学・短大生	26	2.3%
その他学生・予備校生	3	0.3%
高校生・高専生	2	0.2%
無職	124	11.1%
その他	11	1.0%

<未既婚>

属性分類	回答者数	割合
全体	1,118	100.0%
未婚	527	47.1%
既婚	538	48.1%
死別・離別	53	4.7%

<同居状況>

属性分類	回答者数	割合
全体	1,118	100.0%
1人暮らし	207	18.5%
配偶者	530	47.4%
（自分または配偶者の）子ども	368	32.9%
（自分または配偶者の）父母	385	34.4%
（自分または配偶者の）兄弟姉妹	141	12.6%
（自分または配偶者の）祖父母	35	3.1%
（自分または配偶者の）孫・ひ孫	2	0.2%
上記以外の家族・親戚	5	0.4%
友人・知人	7	0.6%
その他	5	0.4%

【補足】

(*1) NTTコム リサーチ (<https://research.nttcoms.com/>)

NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社 (<https://www.nttcoms.com/>) が提供する、高品質で付加価値の高いインターネットリサーチ・サービスである。自社保有パネルとして国内最大級の延べ217万人の登録モニターを擁し、消費者向け調査から、法人向け調査、グループインタビューまで、さまざまな市場調査ニーズに対応している。（モニターの人数は2019年2月現在）

(*2) 回答者の属性は、回答者のアンケート上の自己申告に基づいている。

(*3) 回答の構成比は、小数第2位を四捨五入しているため、各構成比の合計は100%にならない場合がある。

調査結果

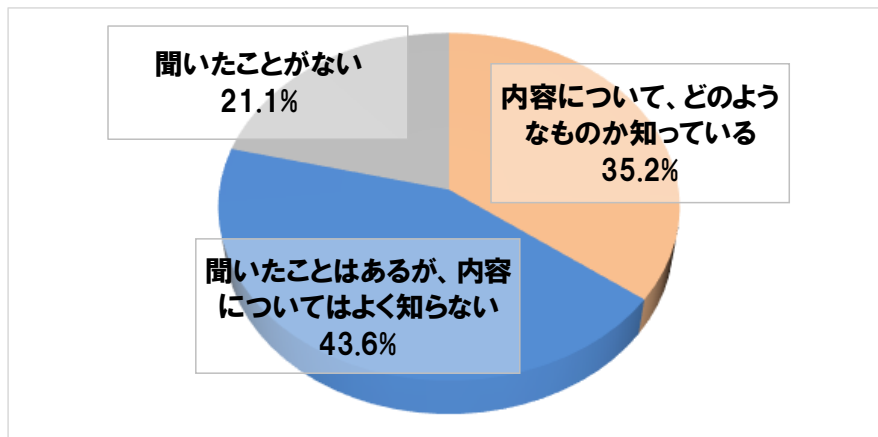
1. e スポーツの認知・理解

1-1. e スポーツの認知状況

◆「e スポーツ」という言葉を聞いたことがある人は、78.8%に達するものの、内容まで知っている人は3割程度。

「聞いたことがあり、内容について、どのようなものか知っている」人が、35.2%、「聞いたことはあるが、内容は知らない」という人が43.6%。【図表 1-1-1】

【図表 1-1-1】「e スポーツ」という言葉及び内容の認知度(N=1,118)

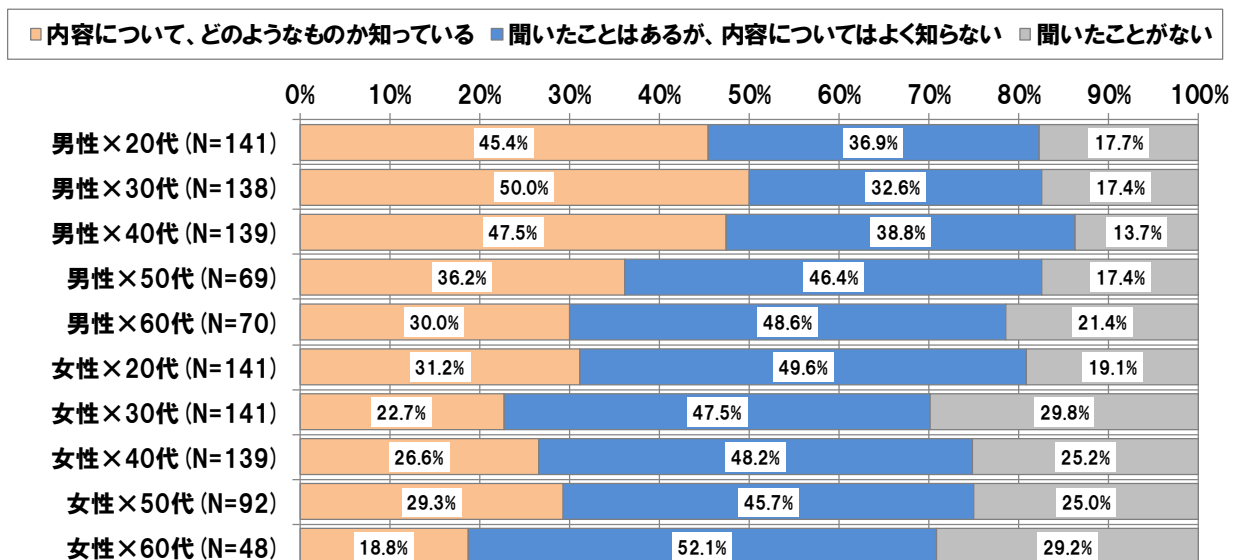


1-2. 年代別・男女別の e スポーツの認知状況

◆20代～40代男性の「e スポーツ」の内容理解率は約5割と高い。

「内容について、どのようなものか知っている」という回答者は、男性20代では45.4%、男性30代では50.0%、男性40代では47.5%。【図表 1-2-1】

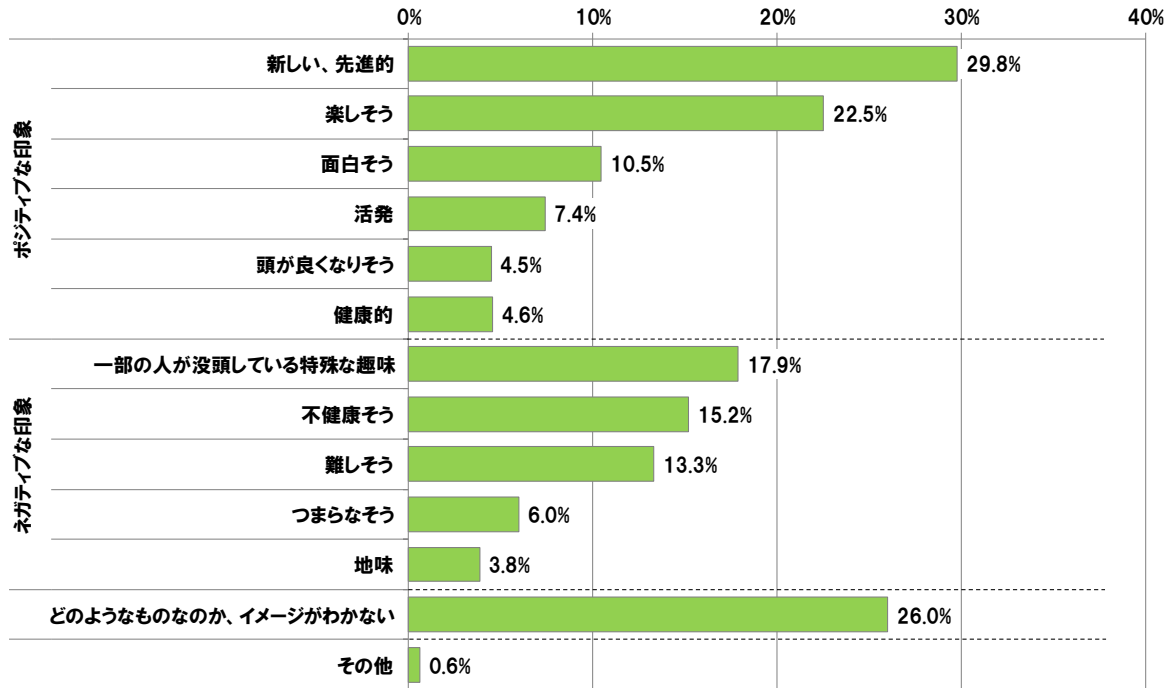
【図表 1-2-1】「e スポーツ」という言葉及び内容の認知度(年代別、男女別)



1-3. e スポーツに対して持っている印象

◆e スポーツへの印象として最も多かった回答は「新しい、先進的(29.8%)」。「どのようなものか、イメージがわからない(26.0%)」を除くと、次に多いのが「楽しそう(22.5%)」。一方で、「一部の人が没頭している特殊な趣味(17.9%)」や「不健康そう(15.2%)」といったネガティブな回答も目立つ。【図表 1-3-1】

【図表 1-3-1】 e スポーツに対するイメージ(ポジ・ネガ)(N=1,118)※複数回答

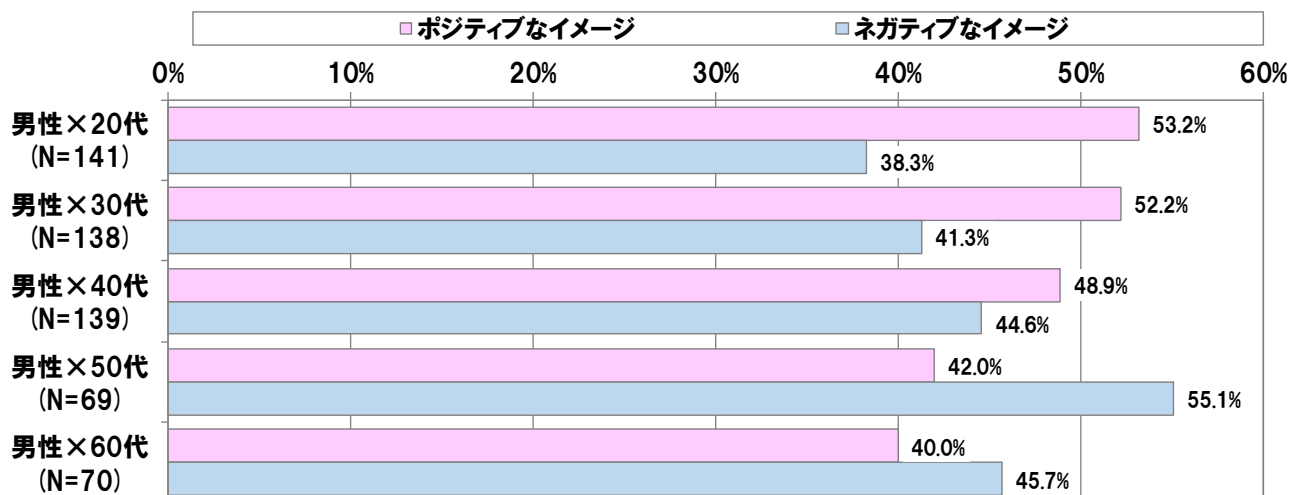


◆若い世代であるほど、ポジティブな印象がネガティブな印象を上回っている。

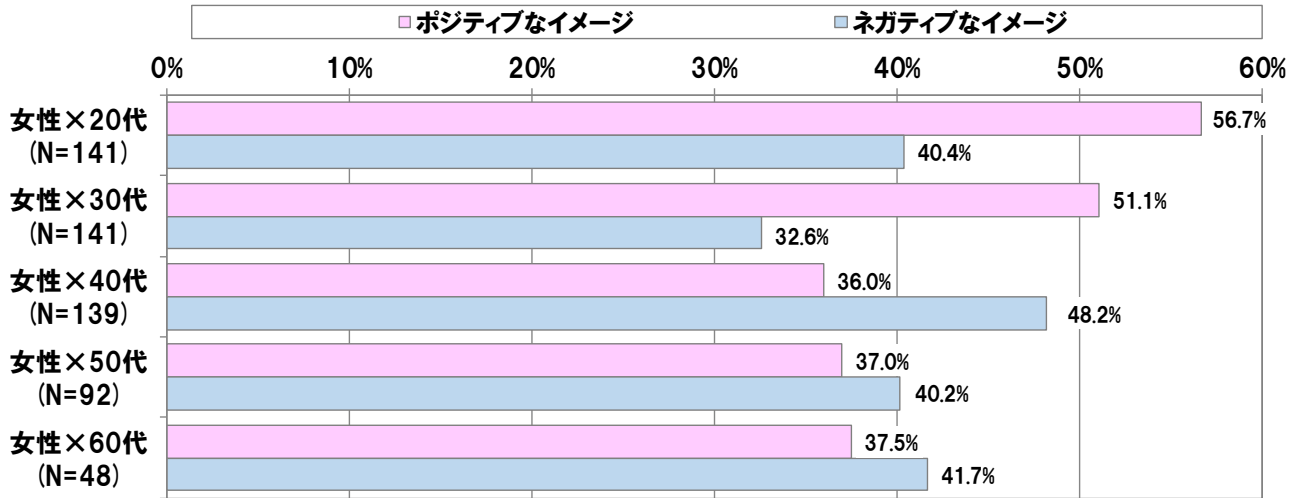
男性は、20代から40代でポジティブな印象がネガティブな印象を上回っている。【図表 1-3-2】

女性は、20代と30代でポジティブな印象がネガティブな印象を上回っている。【図表 1-3-3】

【図表 1-3-2】 e スポーツに対するイメージ(男性、年代別)※複数回答



【図表 1-3-3】 e スポーツに対するイメージ(女性、年代別)※複数回答

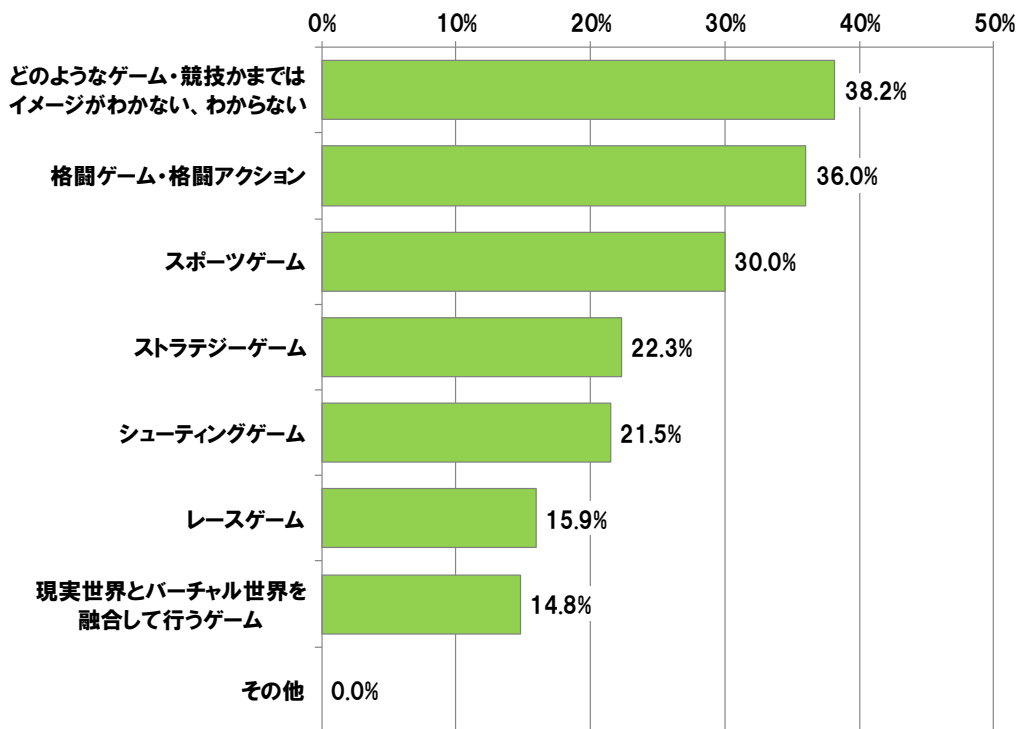


◆「どのようなゲーム・競技かまではイメージがわからない、わからない」という人が全体の 38.2%。

具体的に e スポーツ系ゲームを想起した人の中では、「格闘ゲーム・格闘アクション」を想起する人が 36.0%で最も多く、「スポーツゲーム」を想起する人が 30.0%でその次に多くなっている。

「現実世界とバーチャル世界を融合して行うゲーム」と回答した人が 14.8%と最も低い。【図表 1-3-4】

【図表 1-3-4】 e スポーツと聞いて想起するゲームの種類(N=1,118)※複数回答



2. ゲームの実施状況

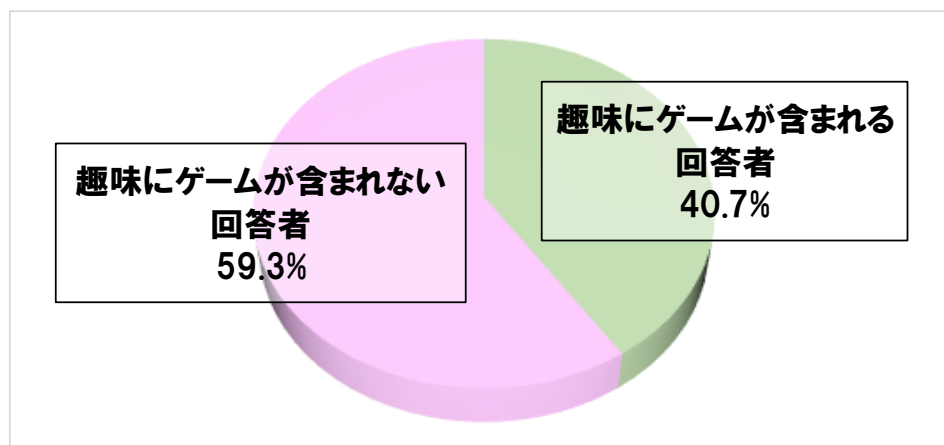
2-1. 趣味としてのゲームの実施状況

◆普段行っている趣味にゲームが含まれる回答者は、全体の 40.7%であり、趣味としての人気は根強い。

趣味として選択したものに、スマートフォンゲーム、家庭用テレビゲーム、家庭用ポータブルゲーム、パソコンで行うオンラインゲーム、ゲームセンターで行うゲームが含まれていた回答者の合計が、458 人で、全回答者の 40.7%。

【図表 2-1-1】

【図表 2-1-1】 趣味にゲームが含まれる割合 (N=1,118)

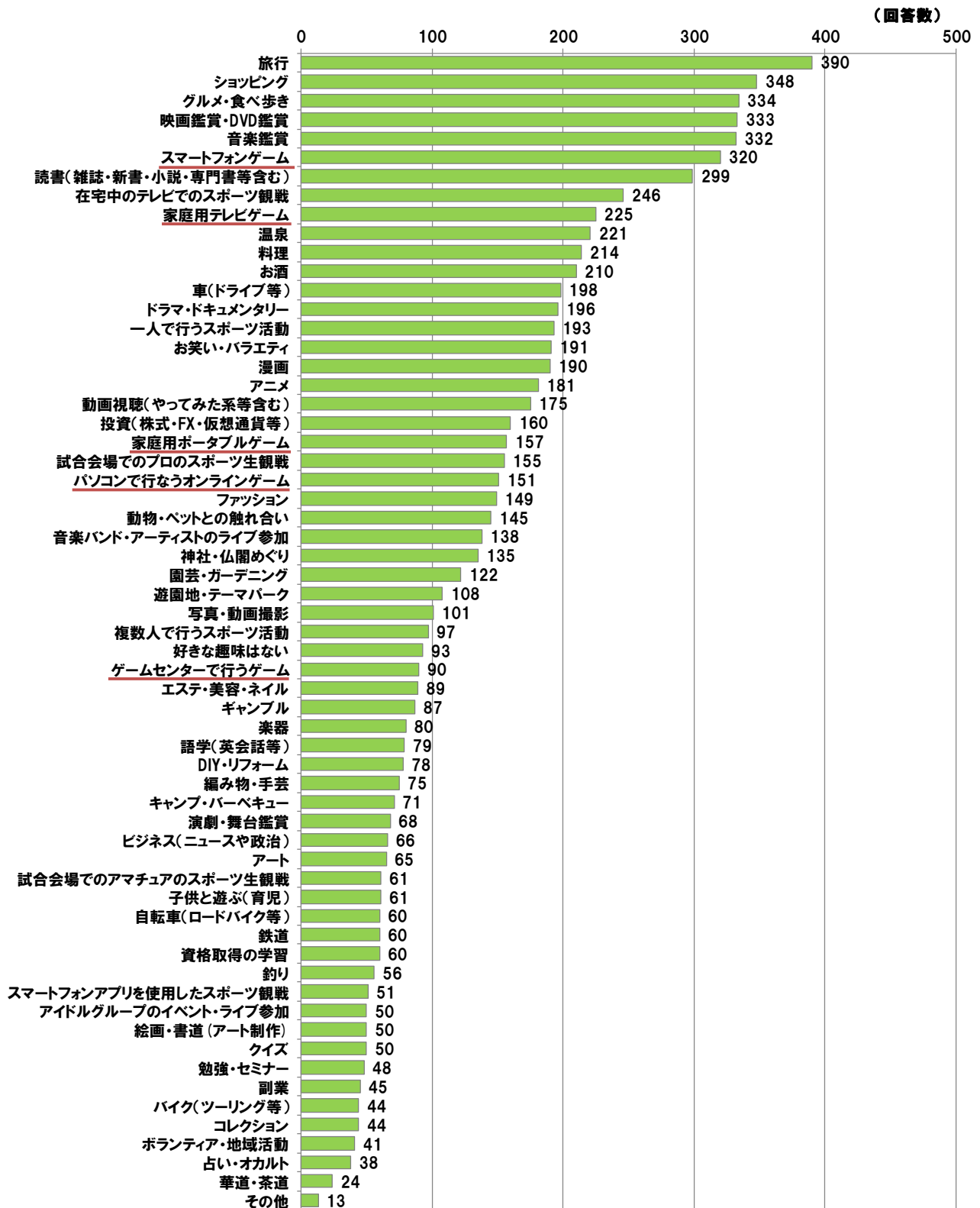


◆ 普段行っている趣味のなかで、スマートフォンゲームは第 6 位、家庭用テレビゲームは第 9 位、家庭用ポータブルゲームは第 21 位、パソコンで行うオンラインゲームは第 23 位、ゲームセンターで行うゲームは 33 位。

世界の e スポーツ市場の主流であるパソコンで行うオンラインゲームは趣味として人気が高いとはいえない。

【図表 2-1-2】

【図表 2-1-2】普段行っている趣味(N=1,118)※複数回答

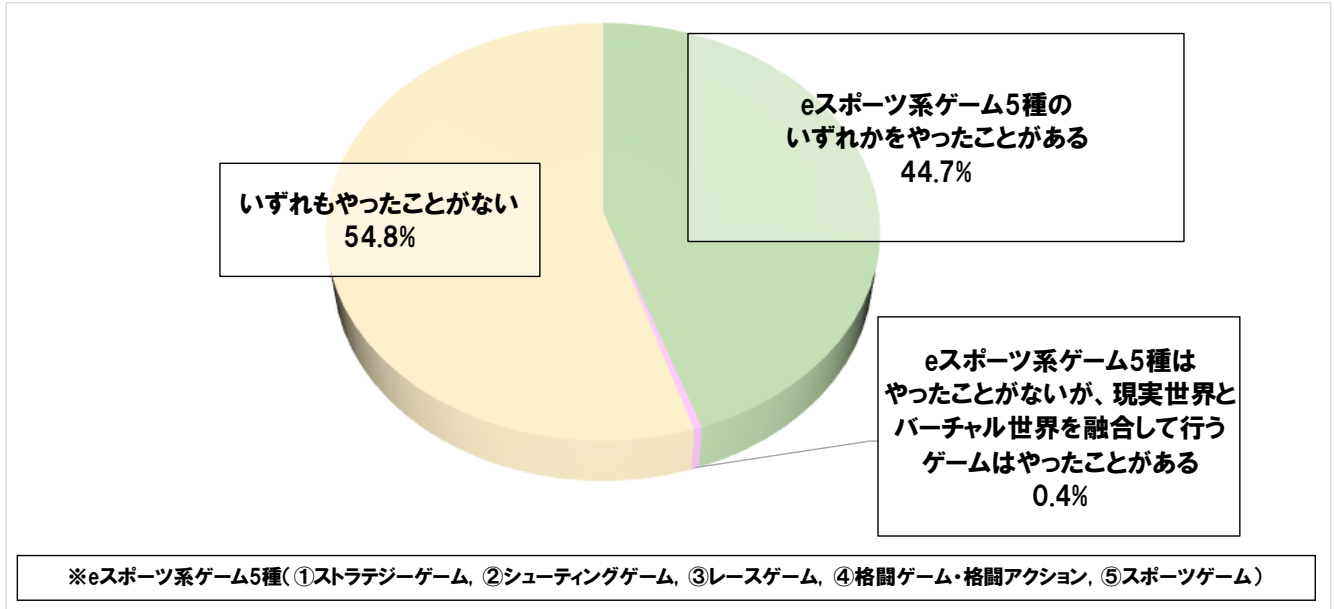


2-2. ゲームの実施状況

◆「eスポーツ系ゲーム5種のいずれかをやったことがある」という回答者は、全体の44.7%。

実施経験だけでいえば、eスポーツ系ゲーム経験者は半数近い。【図表 2-2-1】

【図表 2-2-1】 eスポーツ系ゲームの実施状況 (N=1,118)

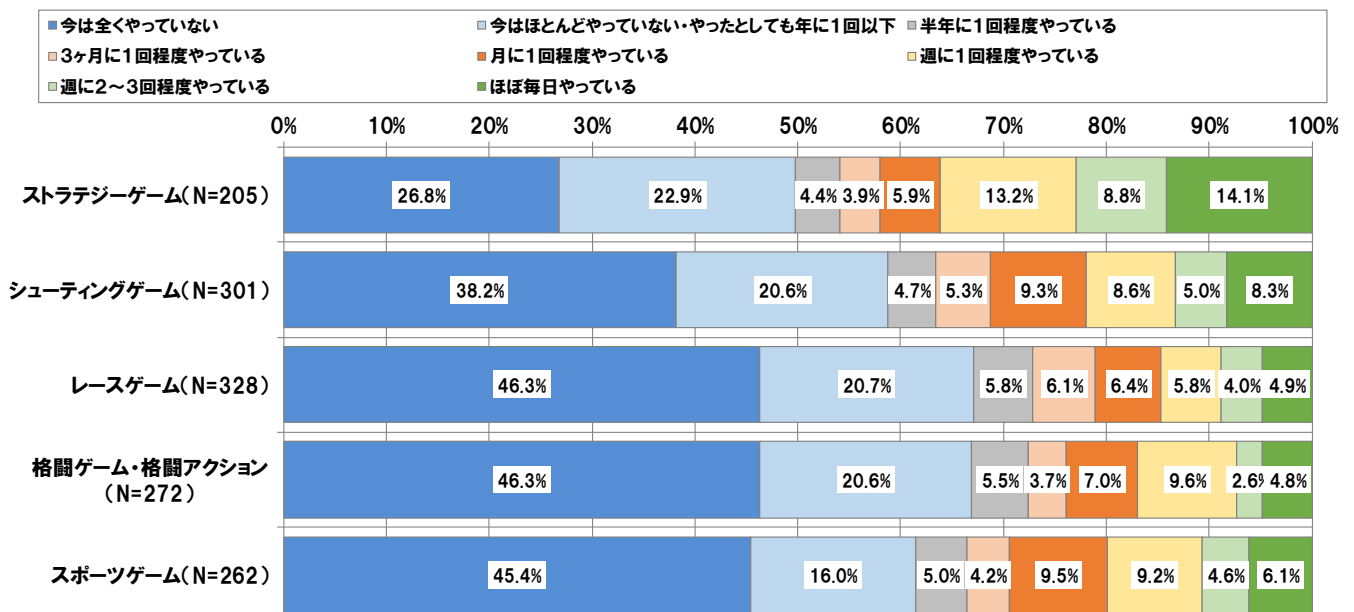


2-3. eスポーツ系ゲームの実施頻度、継続状況

◆eスポーツ系ゲーム5種の経験者のうち、今は全くやっていない、あるいはほとんどやっていない、という人が半数程度。

週に1回以上やっている人の割合は、ストラテジーゲームで36.1%。シューティングゲームで21.9%、レースゲームで14.7%、格闘ゲーム・格闘アクションで17.0%、スポーツゲームで19.9%となっている。【図表 2-3-1】

【図表 2-3-1】 ゲームの実施頻度・継続状況

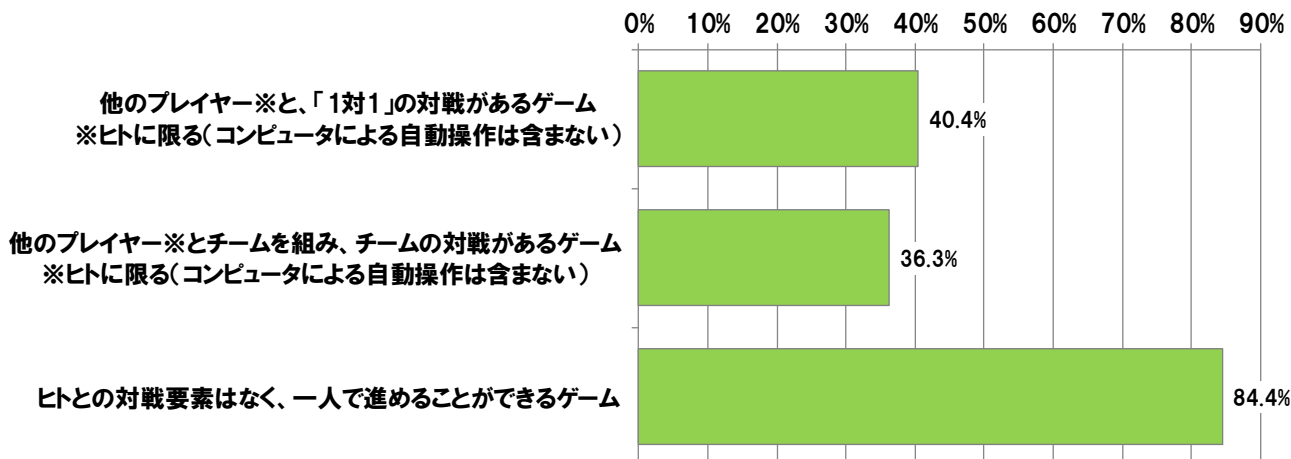


2-4. ゲームにおける対戦要素の有無

◆「趣味にゲームが含まれる人からは、対戦要素のない一人で進めることができるゲームが多く選ばれている。

趣味にゲームが含まれる人に対して、実施するゲームにおける対戦要素の有無を聞いたところ、「ひととの対戦要素はなく、一人で進めることができるゲーム」との回答が 84.4%を占めた。【図表 2-4-1】

【図表 2-4-1】実施するゲームの対戦要素の有無(N=455)※複数回答

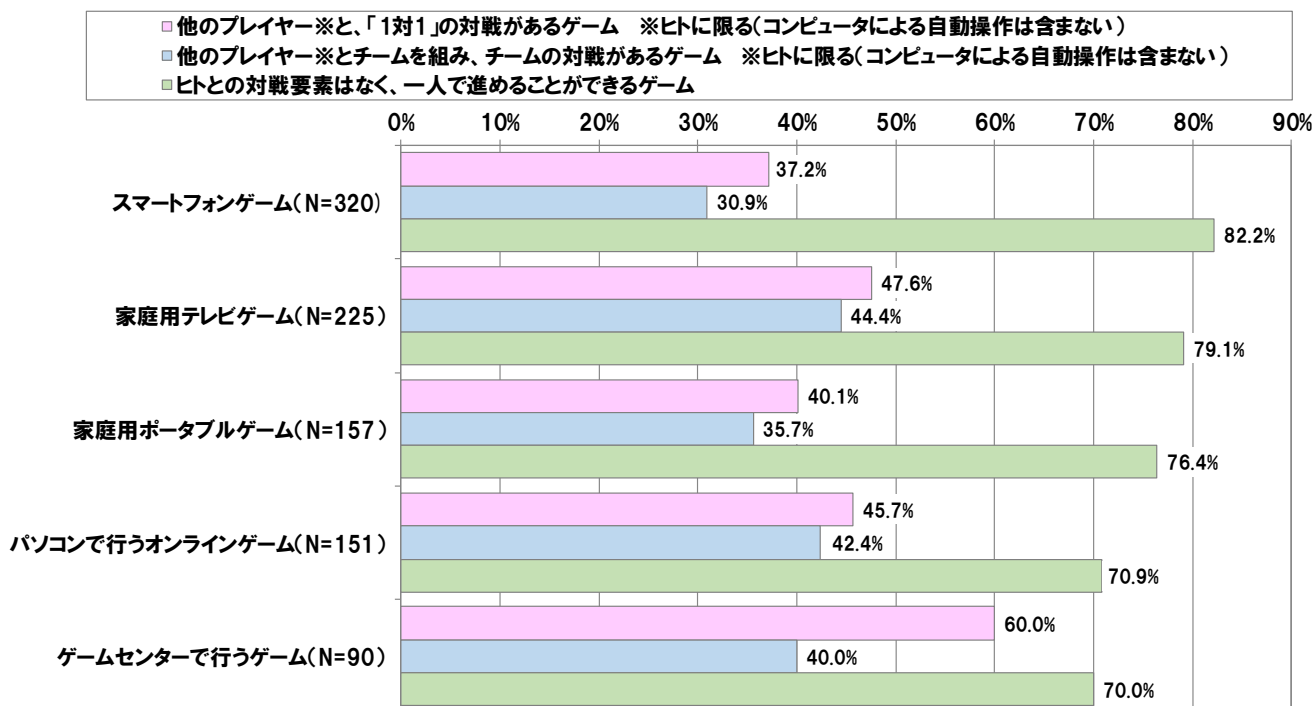


◆スマホゲーム、家庭用テレビゲーム、家庭用ポータブルゲーム、パソコンで行うオンラインゲームなどで大きな違いはなく、いずれも対戦要素のない一人で進めることができるゲームが多い。ゲームセンターで行うゲームをやる人は、対戦型ゲームが他に比べて多い傾向が見られる。

いずれの場合も、「ひととの対戦要素はなく、一人で進めることができるゲーム」との回答が 70%から 80%程度と高い。

【図表 2-4-2】

【図表 2-4-2】ゲーム環境別の実施するゲームの対戦要素の有無 ※複数回答



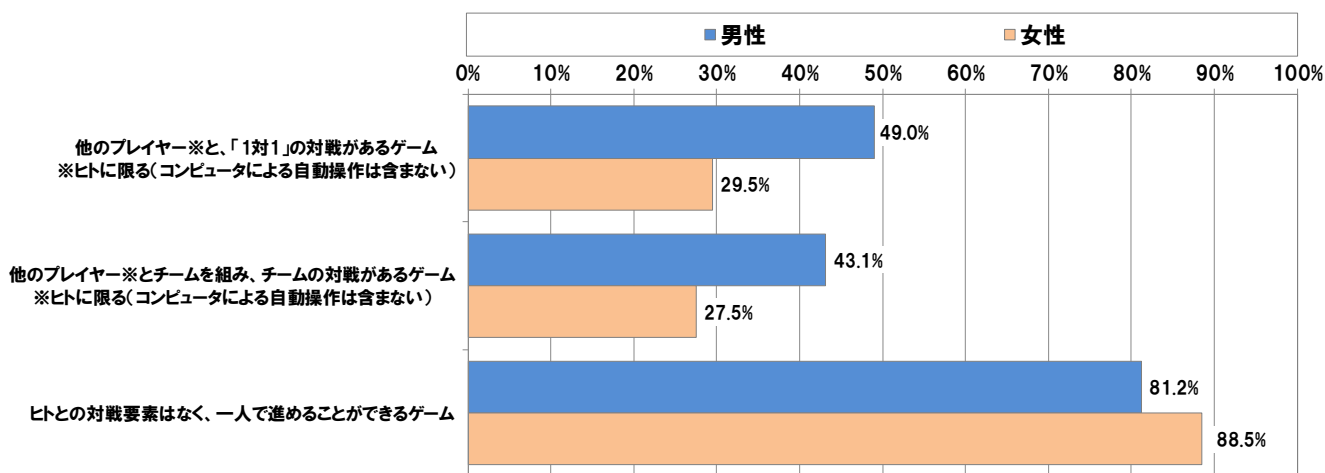
◆男女別、年代別の傾向をみると、男性の方が女性に比べて対戦要素があるゲームを行っている割合が高く、比較的若い世代が対戦要素のあるゲームを好むことがわかる。

1対1の対戦があるゲームを実施する回答者は、男性49.0%に対して、女性29.5%。チームでの対戦があるゲームを実施する回答者、男性43.1%に対して、女性27.5%。【図表2-4-3】

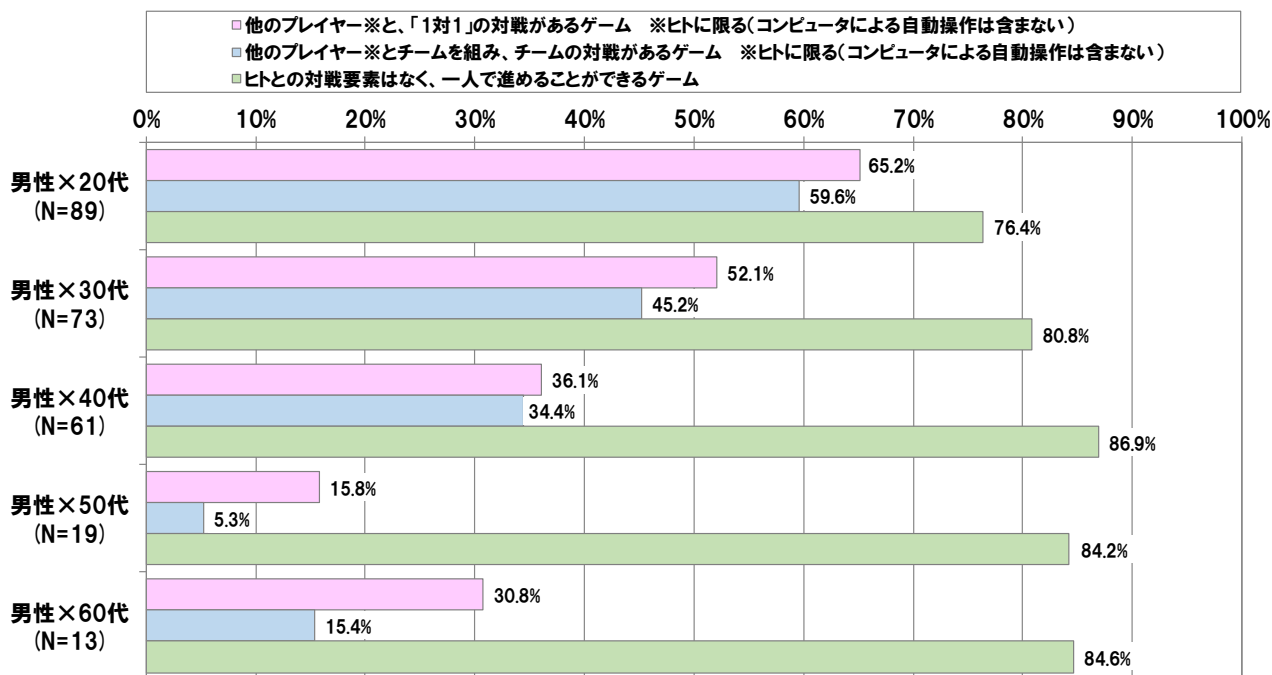
男性では、対戦要素があるゲームの実施者が、20代で最も多い。【図表2-4-4】

女性では、対戦要素があるゲームの実施者が、30代で最も多い。【図表2-4-5】

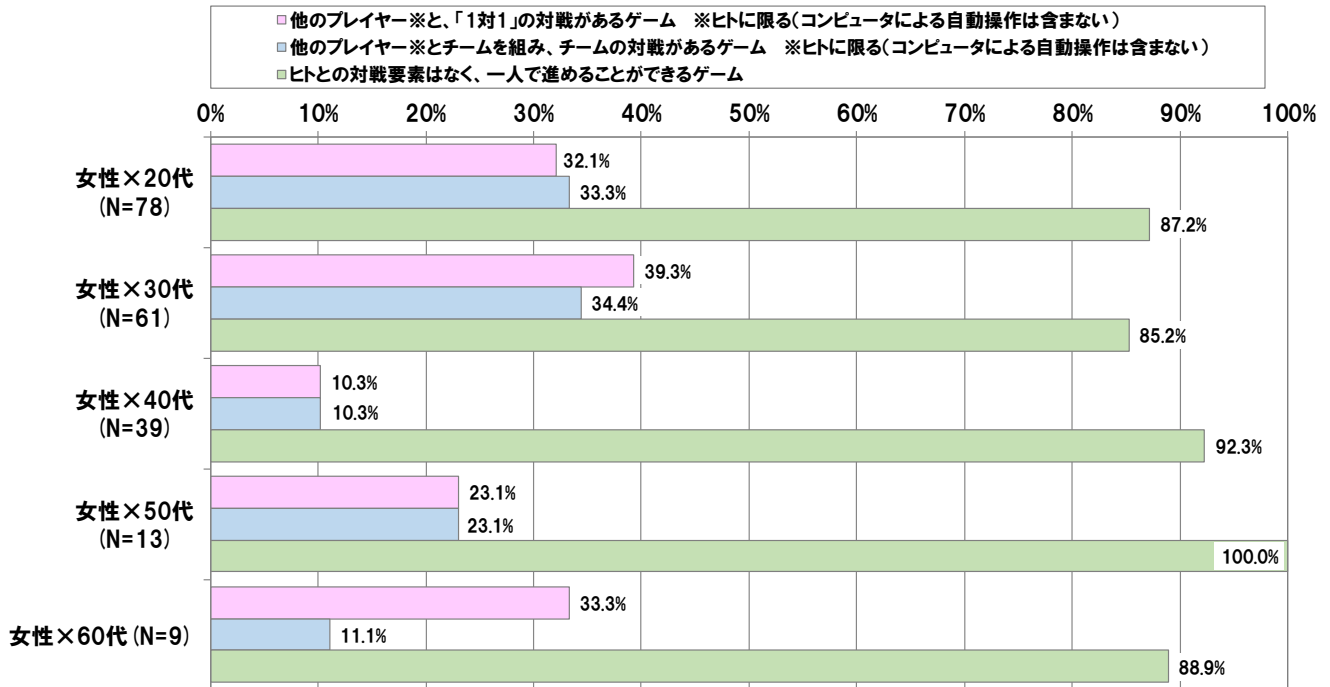
【図表 2-4-3】 実施するゲームの対戦要素の有無(男女別)(N=455)※複数回答



【図表 2-4-4】 実施するゲームの対戦要素の有無(男性、年代別)※複数回答



【図表 2-4-5】実施するゲームの対戦要素の有無(女性、年代別)※複数回答



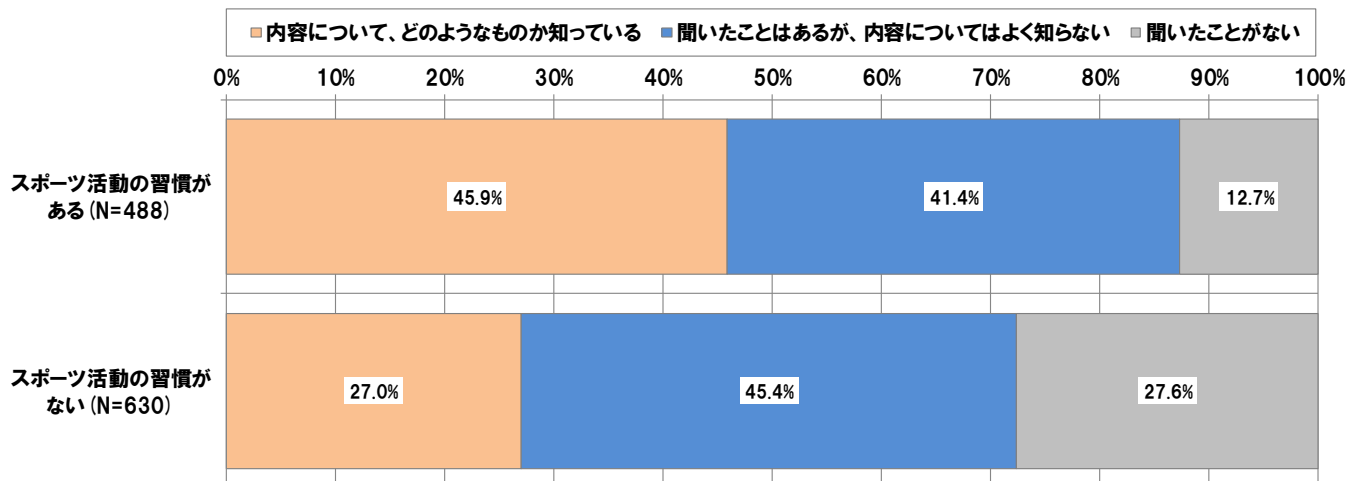
3. フィジカルスポーツと e スポーツの関係

3-1. スポーツの習慣と e スポーツの認知度

- ◆スポーツ活動の習慣がない人に比べて、スポーツ活動の習慣がある人の方が、e スポーツの認知度は高い。
「スポーツ」という言葉を使っていることで、スポーツに馴染みのある人の関心を惹くことができている可能性がある。

【図表 3-1-1】

【図表 3-1-1】 スポーツの習慣と e スポーツの認知度 (N=1,118)

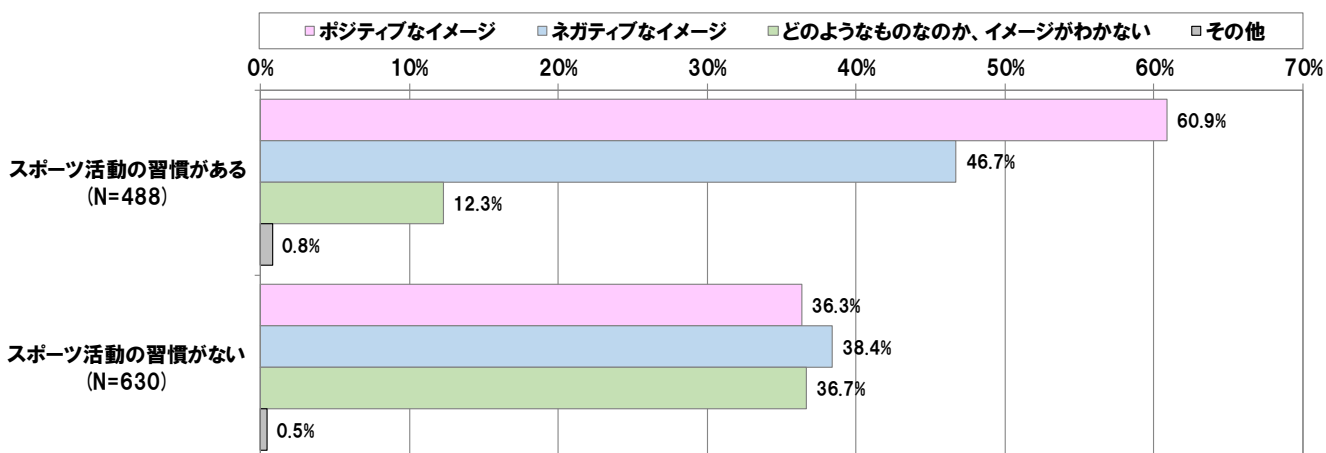


3-2. スポーツの習慣と e スポーツへの印象

- ◆スポーツ活動の習慣がない人に比べて、スポーツ活動の習慣がある人の方がポジティブな印象を持っている傾向が強い。
「スポーツ」という言葉を使うことで、スポーツに馴染みのある人からの印象を良くしている可能性がある。

【図表 3-2-1】

【図表 3-2-1】 スポーツの習慣と e スポーツへの印象 (N=1,118) ※複数回答



4. ゲームを始めたきっかけと継続理由

4-1. ゲームをやり始めたきっかけ

◆きっかけは、ゲームの種類にかかわらず「知人・友人がやっていて面白そうだったから」、「暇つぶし、なんとなく」が多い。【図表 4-1-1】

【図表 4-1-1】 ゲームをやり始めたきっかけ(ゲームの種類別)※複数回答

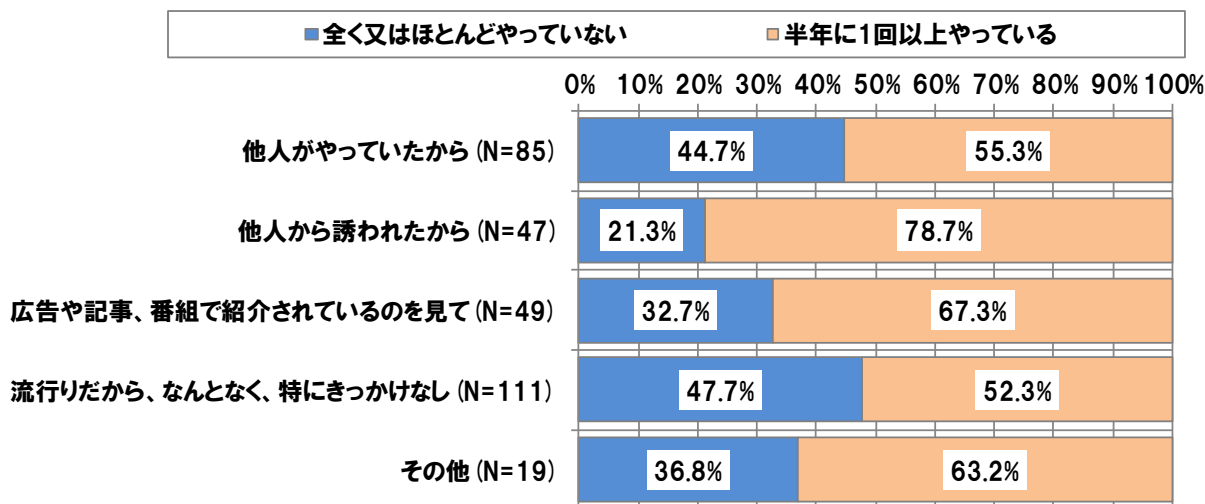
順位	1	2	3
ストラテジーゲーム(N=205)	知人・友人がやっていて、面白そうだったから (34.1%)	暇つぶし、なんとなく始めた (24.9%)	とくにきっかけはなかった (19.5%)
シューティングゲーム(N=301)	知人・友人がやっていて、面白そうだったから (33.9%)	暇つぶし、なんとなく始めた (25.2%)	とくにきっかけはなかった (19.3%)
レースゲーム(N=328)	知人・友人がやっていて、面白そうだったから (27.7%)	暇つぶし、なんとなく始めた (22.3%)	とくにきっかけはなかった (18.6%)
格闘ゲーム・格闘アクション(N=272)	知人・友人がやっていて、面白そうだったから (30.5%)	暇つぶし、なんとなく始めた (21.3%)	とくにきっかけはなかった (19.9%)
スポーツゲーム(N=262)	知人・友人がやっていて、面白そうだったから (31.3%)	暇つぶし、なんとなく始めた (22.9%)	とくにきっかけはなかった (19.5%)

◆ストラテジーゲームは、他人から誘われた人の継続率が高い。スポーツゲームと格闘ゲーム・格闘アクションは、話題になったものを始めた場合でも継続率が高い傾向。

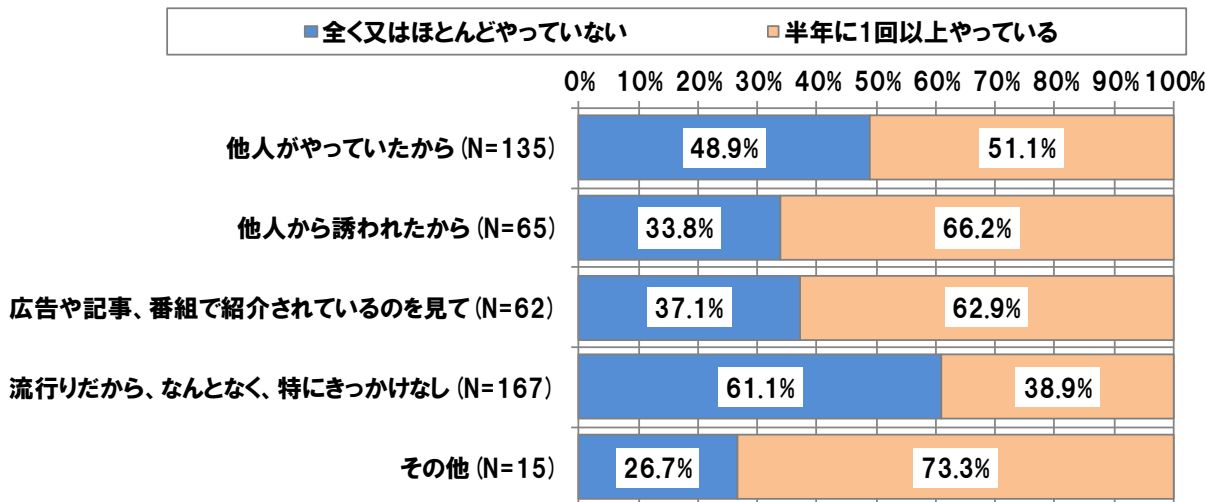
「他人から誘われた」ことをきっかけにやり始めた人のうち、半年に1回以上やっているのはストラテジーゲームで78.7%、シューティングゲームで、66.2%。レースゲームで、42.4%。【図表 4-1-2】【図表 4-1-3】【図表 4-1-4】

「広告や記事、番組で紹介されているのを見た」ことをきっかけにやり始めた人のうち、半年に1回以上やっているのは格闘ゲーム・格闘アクションで55.3%、スポーツゲームで66.4%。【図表 4-1-5】【図表 4-1-6】

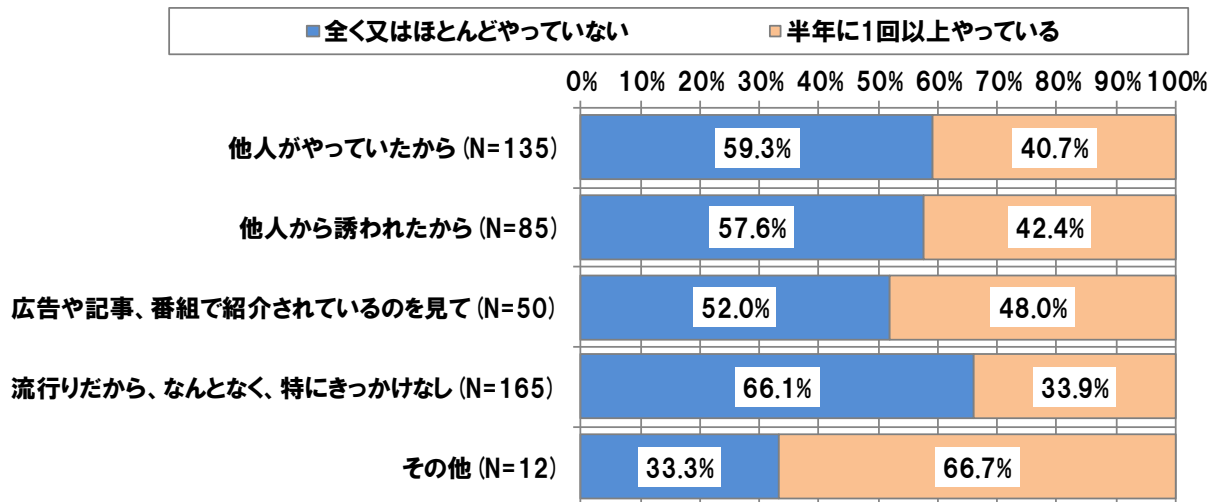
【図表 4-1-2】 やり始めたきっかけ別のゲームの頻度・継続状況(ストラテジーゲーム) (N =205)



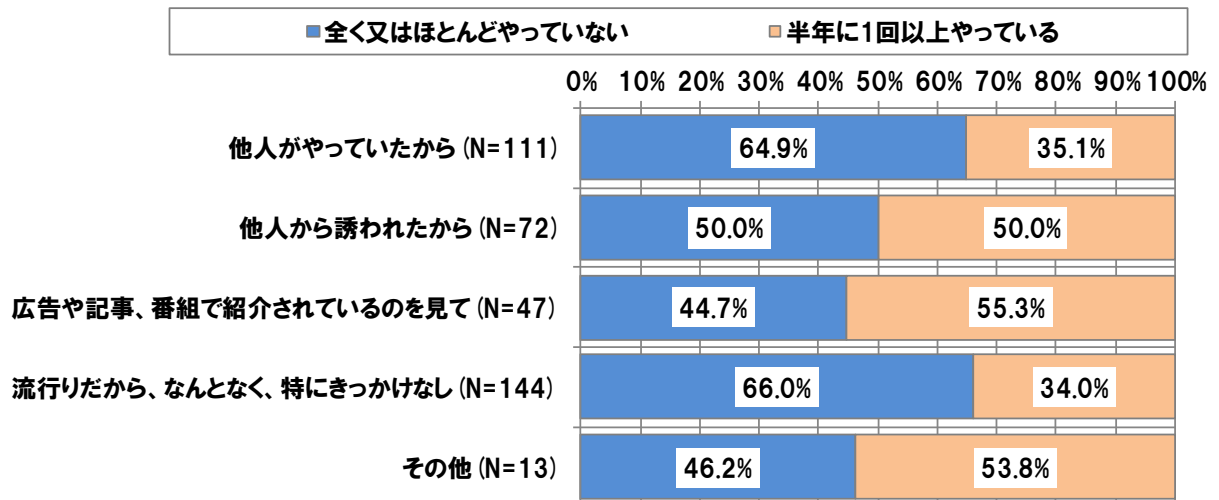
【図表 4-1-3】 やり始めたきっかけ別のゲームの頻度・継続状況(シューティングゲーム) (N =301)



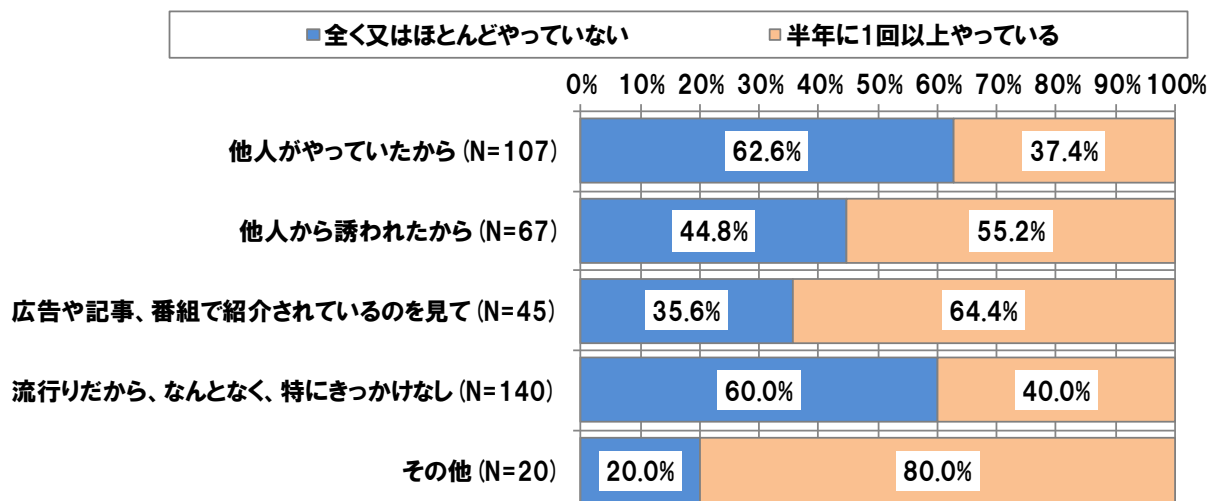
【図表 4-1-4】 やり始めたきっかけ別のゲームの頻度・継続状況(レースゲーム) (N =328)



【図表 4-1-5】 やり始めたきっかけ別のゲームの頻度・継続状況(格闘ゲーム・格闘アクション) (N =272)



【図表 4-1-6】 やり始めたきっかけ別のゲームの頻度・継続状況(スポーツゲーム) (N =262)



※調査時の実際の選択肢とグラフの各項目との対応関係は以下のとおり。

本調査における実際の回答選択肢

1	知人・友人がやっていて、面白そうだったから
2	家族がやっていて、面白そうだったから
3	知人・友人から一緒にやろうと誘われたから
4	家族から一緒にやろうと誘われたから
5	世間で流行っていたから
6	TV番組やCMを見て、おもしろそうだったから
7	インターネットで広告や記事を見かけ、おもしろそうだったから
8	好きな芸能人やスポーツ選手がやっているから
9	暇つぶし、なんとなく始めた
10	お金がかからなかったから
11	お金を稼げそうだから
12	プロゲーマーになりたかったため
13	仕事上で必要だったため
14	話題作りのため
15	その他
16	とくにきっかけはなかった

グラフの各項目との対応関係

1, 2, 8	他人がやっていたから
3, 4	他人から誘われたから
6, 7	広告や記事、番組で紹介されているのを見て
5, 9, 14, 16	流行りだから、なんとなく、特にきっかけなし
10, 11, 12, 13, 15	その他

4-2. ゲームの継続理由

◆いずれのゲームでも、「暇つぶしになるから」というゲーム継続理由が最も多い。ストラテジーゲームは「キャラクターが育つことが楽しい、キャラクターへの愛着があるから」、その他のゲームは「ストレス発散になるから」が2番目に多い。【図表 4-2-1】

【図表 4-2-1】 ゲームの継続理由(ゲームの種類別)※複数回答

順位	1	2	3
ストラテジーゲーム(N=103)	暇つぶしになるから (44.7%)	キャラクターが育つことが楽しい、キャラクターへの愛着があるから (34%)	他のプレイヤー(ヒト)に勝てたときの爽快感や達成感が気持ち良いから (32%)
シューティングゲーム(N=124)	暇つぶしになるから (41.1%)	ストレス発散になるから (34.7%)	他のプレイヤー(ヒト)に勝てたときの爽快感や達成感が気持ち良いから (29.8%)
レースゲーム(N=108)	暇つぶしになるから (38.9%)	ストレス発散になるから (27.8%)	敵キャラクターに勝てたときの爽快感や達成感が気持ち良いから (21.3%)
格闘ゲーム・格闘アクション(N=90)	暇つぶしになるから (40%)	ストレス発散になるから (35.6%)	敵キャラクターに勝てたときの爽快感や達成感が気持ち良いから (28.9%)
スポーツゲーム(N=101)	暇つぶしになるから (48.5%)	ストレス発散になるから (36.6%)	敵キャラクターに勝てたときの爽快感や達成感が気持ち良いから (19.8%)

5.e スポーツ系ゲームをやったことがない理由、やってみたいと思うゲーム

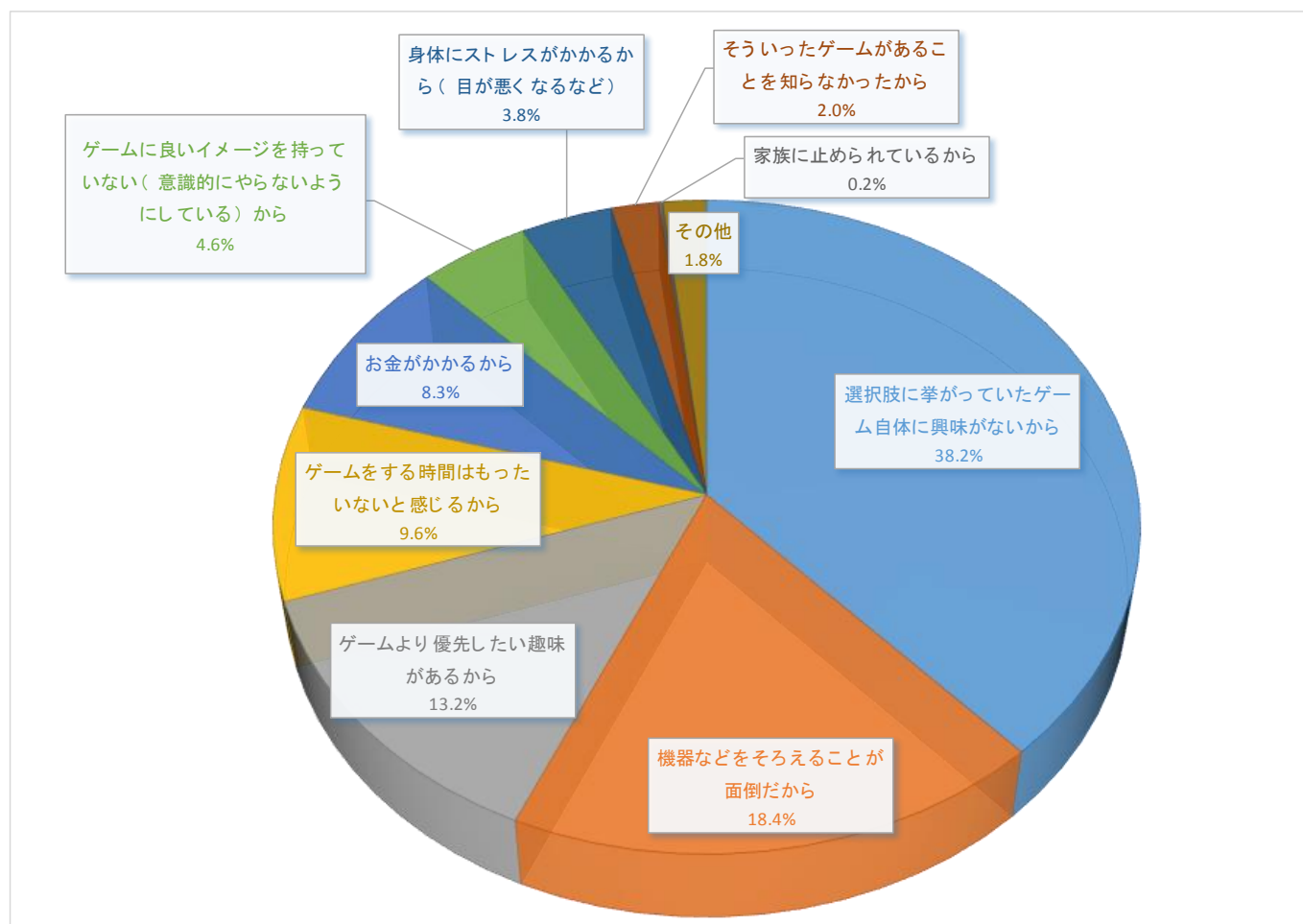
5-1. e スポーツ系ゲーム及び現実世界とバーチャル世界を融合して行うゲームをやったことがない理由

- ◆「そのゲーム自体に興味が無いから」という回答が最も多く38.2%。「機器などをそろえることが面倒だから(18.4%)」「他に優先したい趣味があるから(13.2%)」が続く。

e スポーツ系ゲームの普及のためには、そもそも興味がない人に興味を持ってもらうことも必要と考えられる。

【図表 5-1-1】

【図表 5-1-1】 e スポーツ系のゲーム5種及び現実世界とバーチャル世界を融合して行うゲームをやったことが無い理由 (N=613)

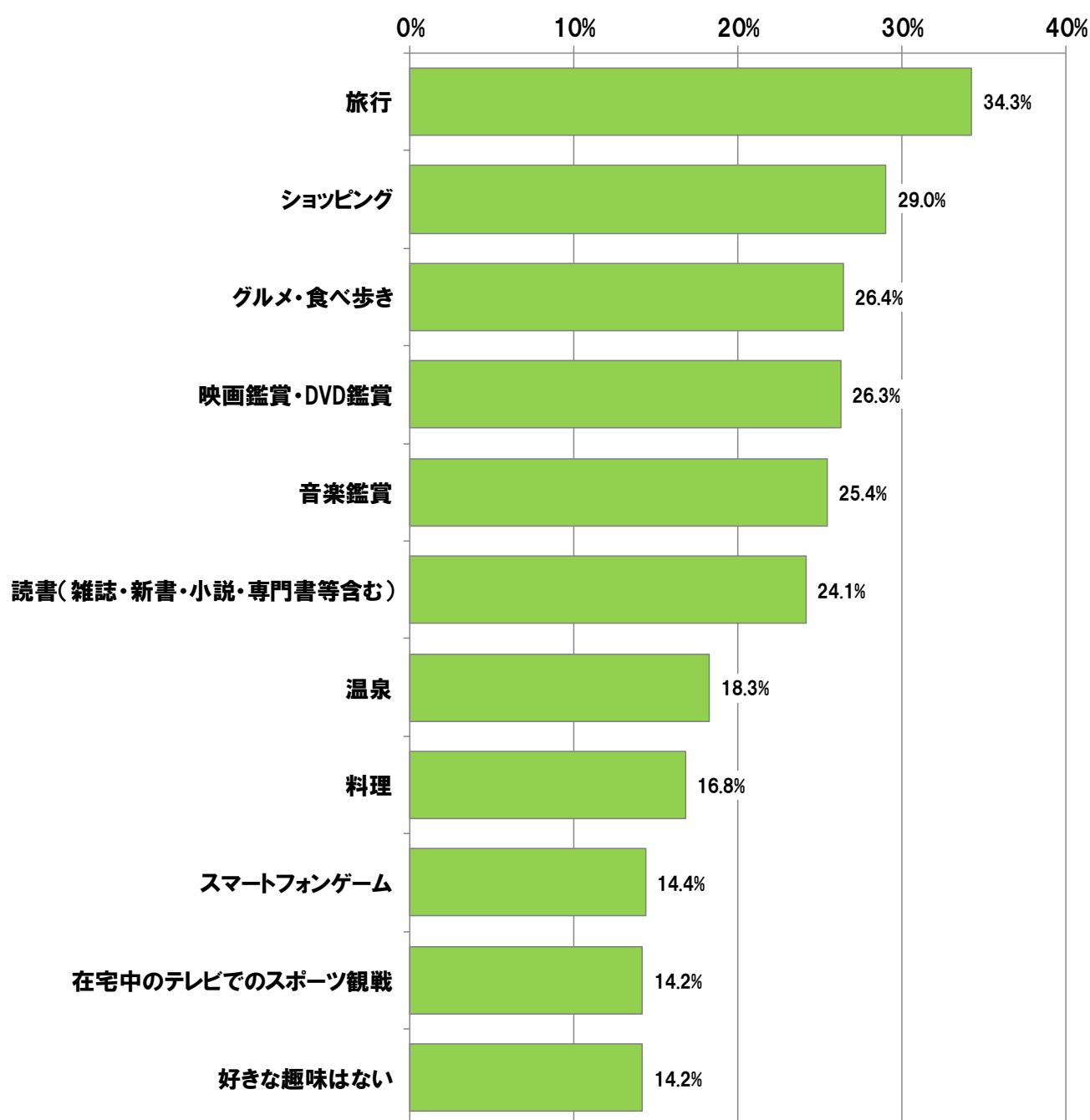


5-2. eスポーツ系のゲーム5種及び現実世界とバーチャル世界を融合して行うゲームをやったことが無い人の趣味

◆eスポーツ系のゲーム5種及び現実世界とバーチャル世界を融合して行うゲームをやったことが無い人の趣味をみると、旅行、ショッピング、グルメ食べ歩きといった行動型の趣味、音楽鑑賞、映画鑑賞、読書といった伝統的なコンテンツ型の趣味が多いことがわかる。

行動型の趣味、伝統的な趣味を好む人にとって、eスポーツ系のゲームの魅力をどう伝えるかが課題であると考えられる。【図表 5-2-1】

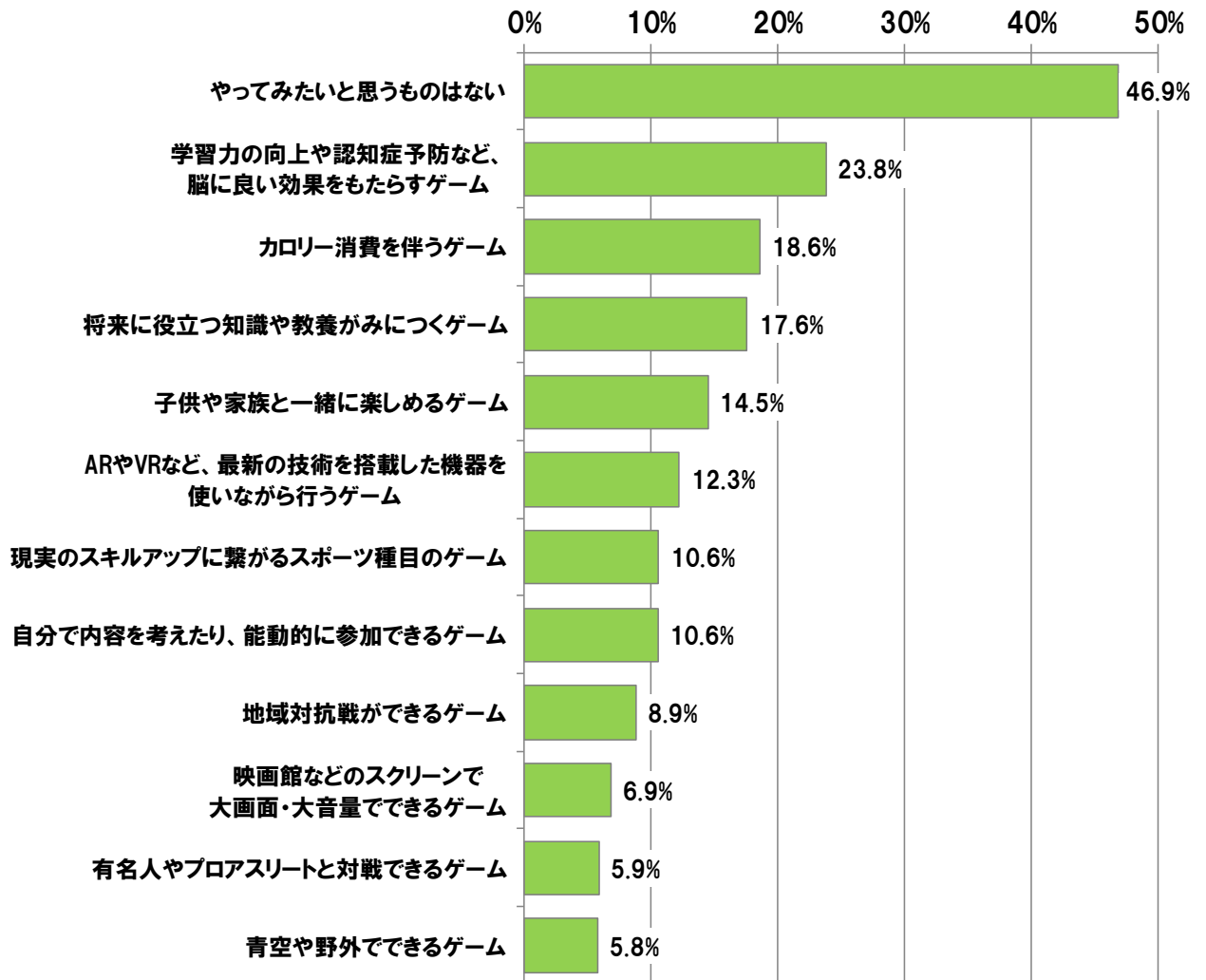
【図表 5-22-1】 eスポーツ系のゲーム及び現実世界とバーチャル世界を融合して行うゲームをやったことがない人の趣味上位 11 (N=613) ※複数回答



5-3. やってみたいと思うゲーム

◆現在のeスポーツ系のゲームにはない「新しいゲーム」への興味を聞いたところ、「やってみたいと思うものはない」という回答が5割程度を占めた。一方で、「学習力の向上や認知症予防など、脳に良い効果をもたらすゲーム」(23.8%)、「カロリー消費を伴うゲーム」(18.6%)、「将来に役立つ知識や教養がみにつくゲーム」(17.6%)といった実質的な効果が出るようなゲームへの関心もある程度認められた。【図表 5-3-1】

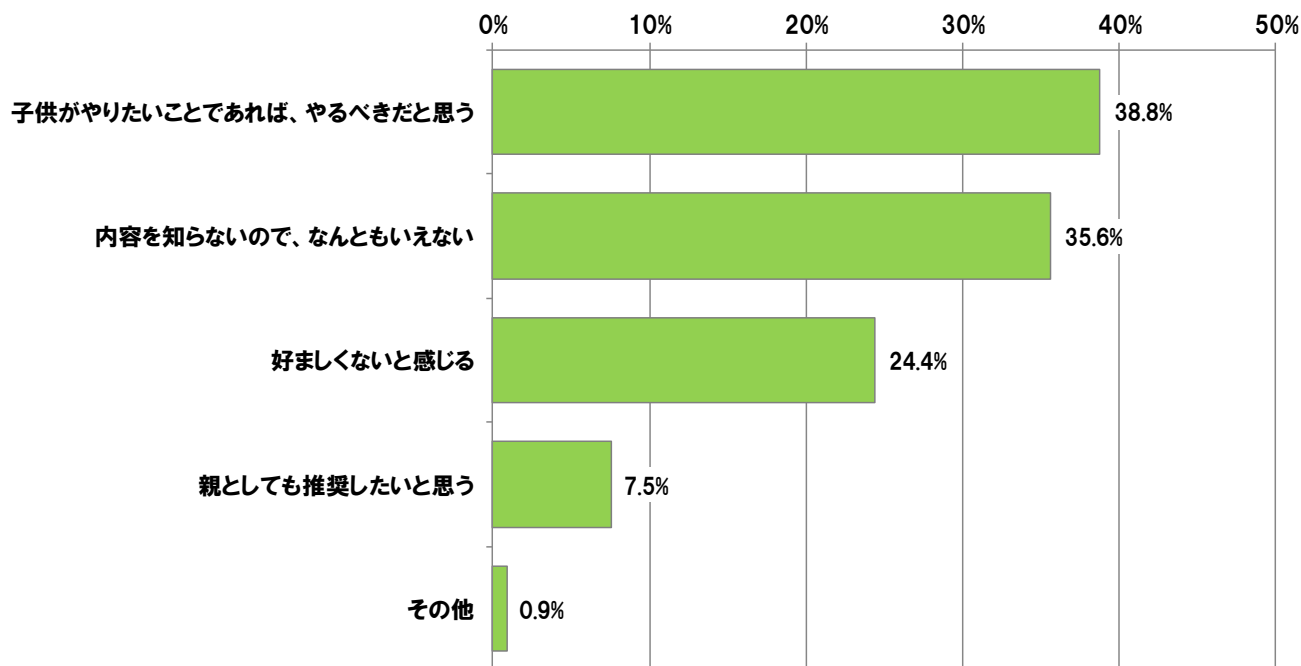
【図表 5-33-1】 あったらやってみたいと思うゲーム(N=1,118)※複数回答



5-4. 子どもがeスポーツをやることに関する意識

◆「子供がやりたいことであれば、やるべきだと思う」という中立的立場が 38.8%で、「好ましくないと感じる」の 24.4%を上回った。「内容を知らないので、なんともいえない」という人も 35.6%と多い。【図表 5-4-1】

【図表 5-44-1】自身の子どもがeスポーツをすることに関する意識(N=570)※複数回答



以上