

2022年9月2日

株式会社ロイヤリティ マーケティング

## 10代から60代に聞いたeスポーツに関する調査

### eスポーツの認知度は71%

### 一方、関心のある層は10%とこれからの市場拡大に期待

共通ポイントサービス「Ponta (ポンタ)」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング(本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：長谷川 剛、以下「LM」)は、男女10代から60代にゲームやeスポーツの実態を聴取した「eスポーツに関する調査」(実施期間：2022年7月20日～7月25日)の結果をご報告いたします。

#### 【調査結果】

##### ・TOPICS 1

eスポーツの認知度は71%と高いが、関心ありは10%とまだまだ低い。これからの市場拡大に期待

##### ・TOPICS 2

eスポーツへの参加・視聴・観戦といった接触率は16%

##### ・TOPICS 3

eスポーツの普及期待は「普及してほしい」が17%、「してほしくない」が20%と均衡状況

#### 【調査結果詳細】

##### ■TOPICS 1

eスポーツの認知度は71%と高いが、関心ありは10%とまだまだ低い。これからの市場拡大に期待

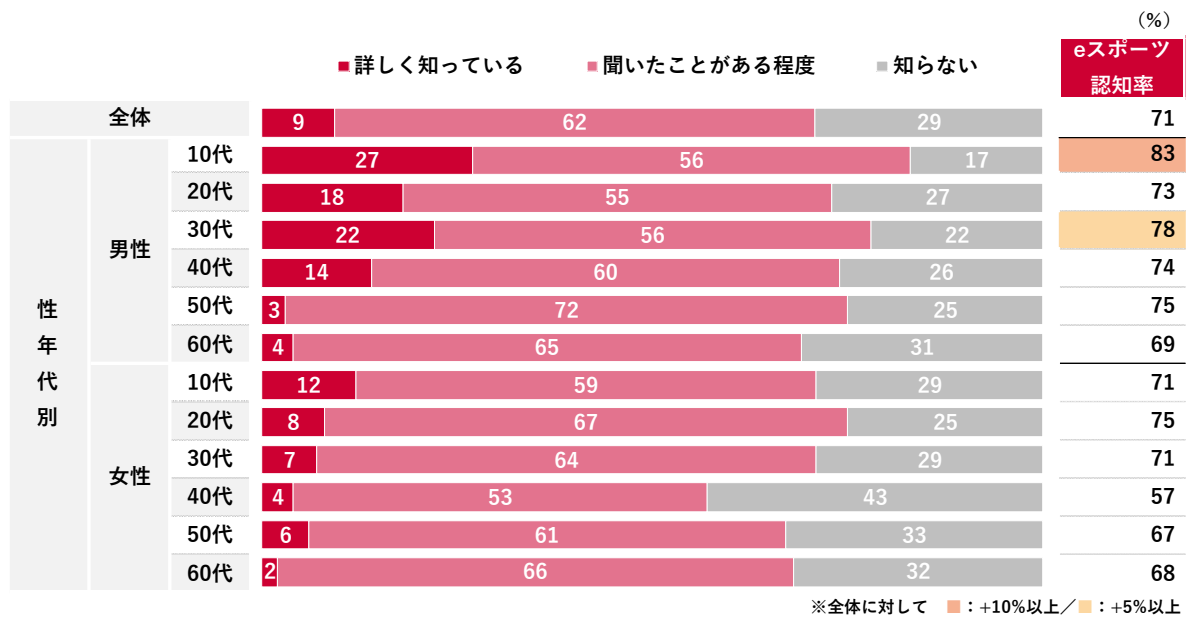
eスポーツの認知度は全体で71%で、内訳は「詳しく知っている」が9%、「聞いたことがある程度」は62%だった。性年代別で見ると、女性40代が57%と低いものの、どの性年代でも半数以上は認知していた。

一方、eスポーツへの関心について「関心がある」は10%と、キャズム\*を超えない結果となった。性年代別で見ると、男性の10代から30代が20%以上と多く、性年代で大きな差が見られた。認知から関心へと意識をつなげることで、これからの市場拡大が期待される。

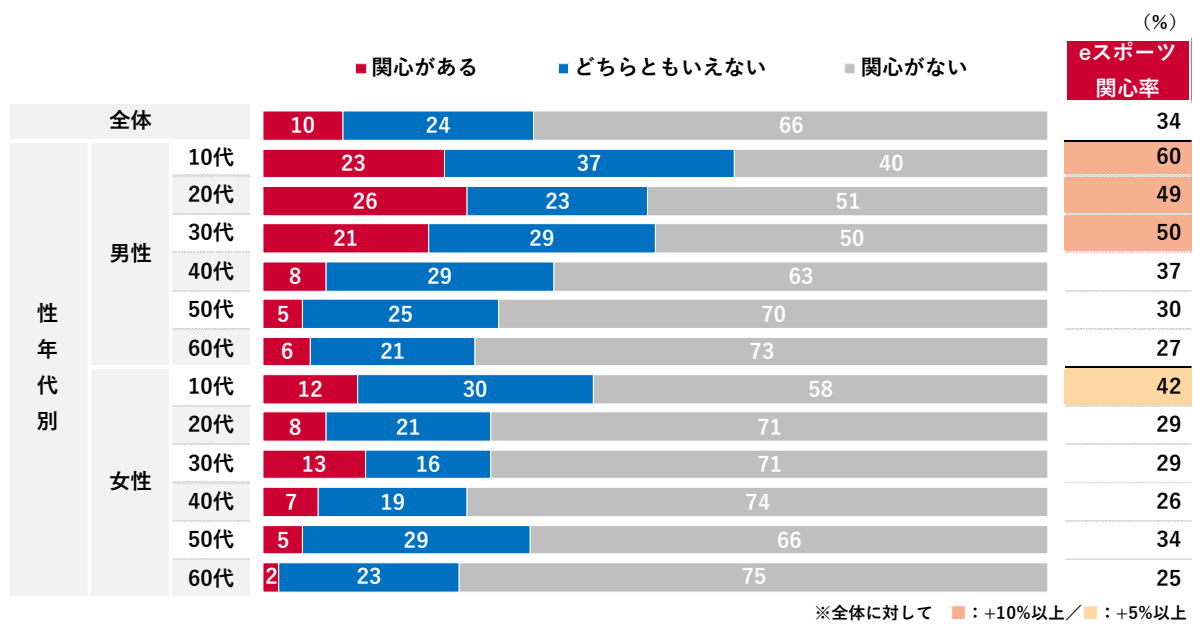
\*キャズム理論：

キャズム理論とは、新たな製品・サービスが市場に普及するために超える必要のある溝について説いた理論のこと。イノベーター理論におけるイノベーターとアーリーアダプター(市場全体の計16%)を初期市場、アーリーマジョリティからレイトマジョリティ、遅滞者と呼ばれるラグガード(同計84%)をメインストリームとして、これらの間には「キャズム」と呼ばれる大きな溝が存在し、キャズム理論ではこれを乗り越えることが市場を開拓するうえで重要だとしている。

▼e スポーツの認知度



▼e スポーツへの関心



■TOPICS 2

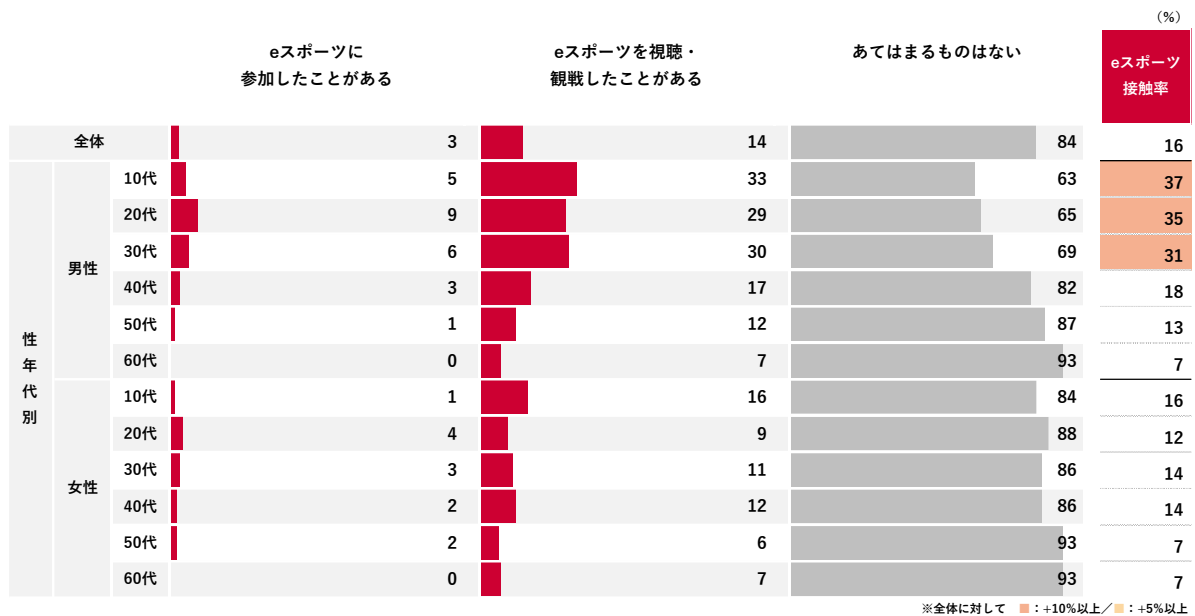
e スポーツへの参加・視聴・観戦といった接触率は16%

e スポーツへの接触状況について、「参加」が3%、「視聴・観戦」が14%だった。「あてはまるものはない(84%)」を除いた、接触率は16%となった。性年代別でみると、e スポーツへの「関心がある」と同様に男性の10代から30代が多く、30%以上だった。

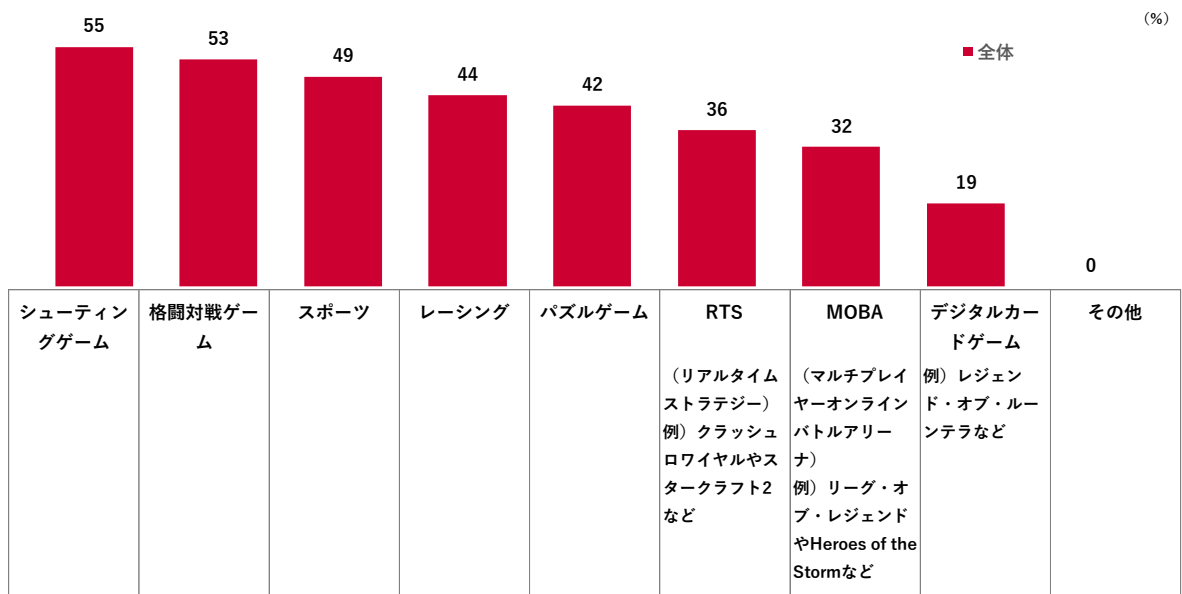
参加経験のあるジャンルは「シューティングゲーム (55%)」が最も高く、次いで「格闘対戦ゲーム (53%)」、「スポーツ (49%)」となった。視聴・観戦経験のあるジャンルも上位3つは「格闘対戦ゲーム (46%)」、「スポーツ (39%)」、「シューティングゲーム (33%)」と、参加ジャンルと同様の結果となった。

今後の接触意向について「参加」が4%、「視聴・観戦」が17%だった。「あてはまるものはない (81%)」を除いた接触意向率は 19%となっており、これまでに接触経験があると回答した 16% (接触率) から、3ポイントの増加に留まった。

▼eスポーツへの接触状況

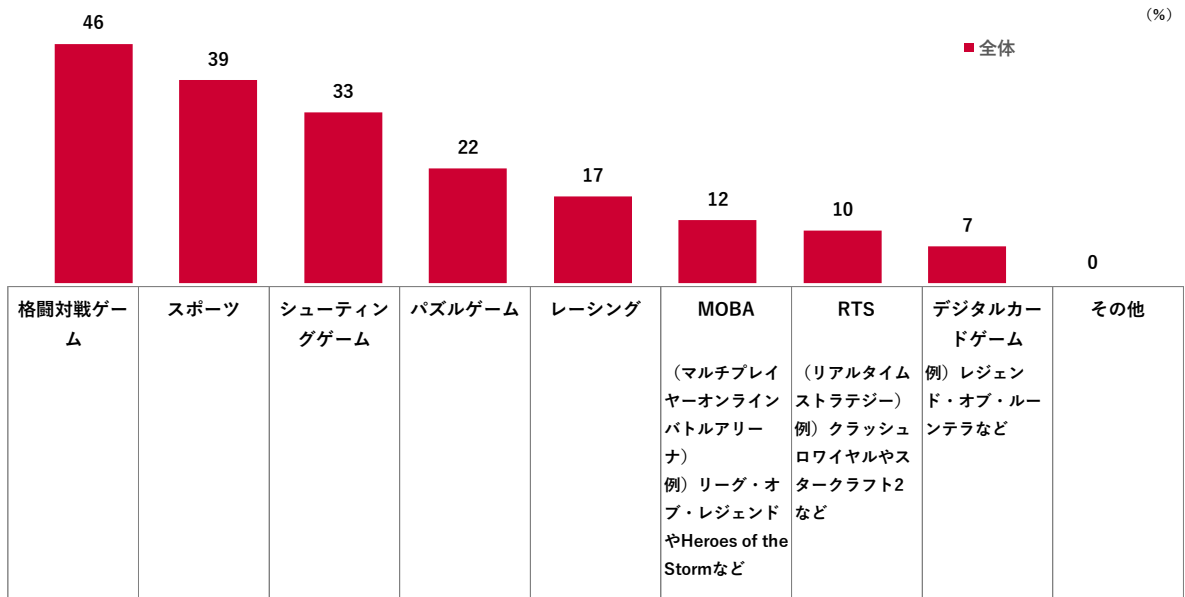


▼参加経験があるジャンル ※eスポーツ参加者ベース



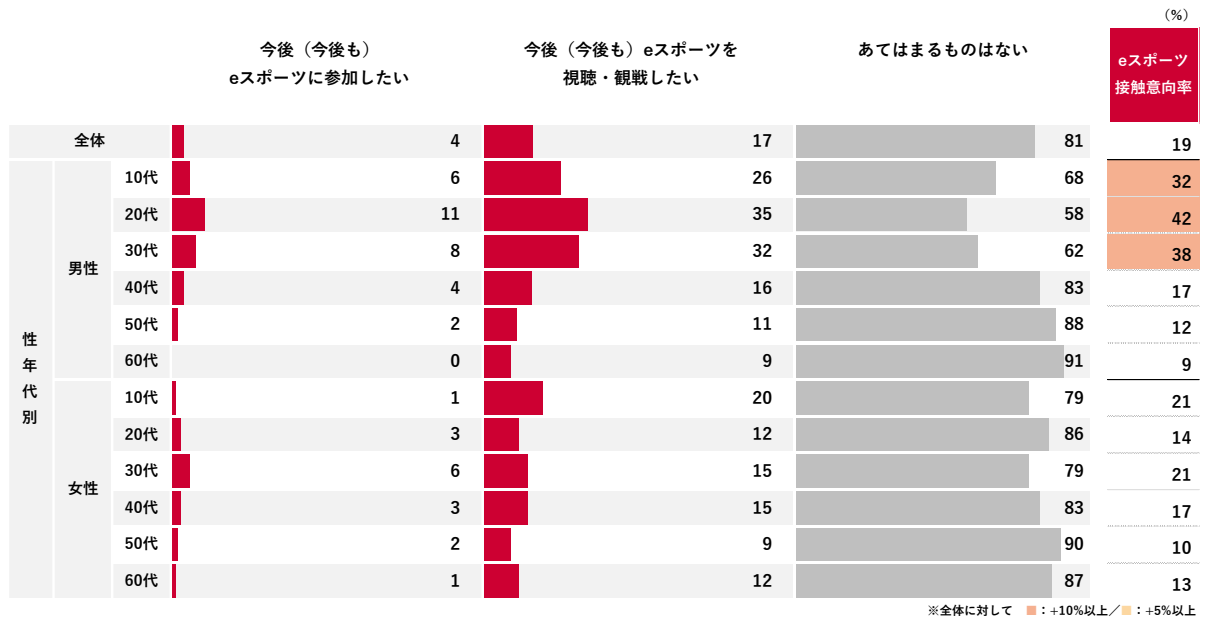
※降順ソート

▼視聴・観戦経験があるジャンル ※eスポーツ視聴・観戦者ベース



※降順ソート

▼今後のeスポーツへの接触意向



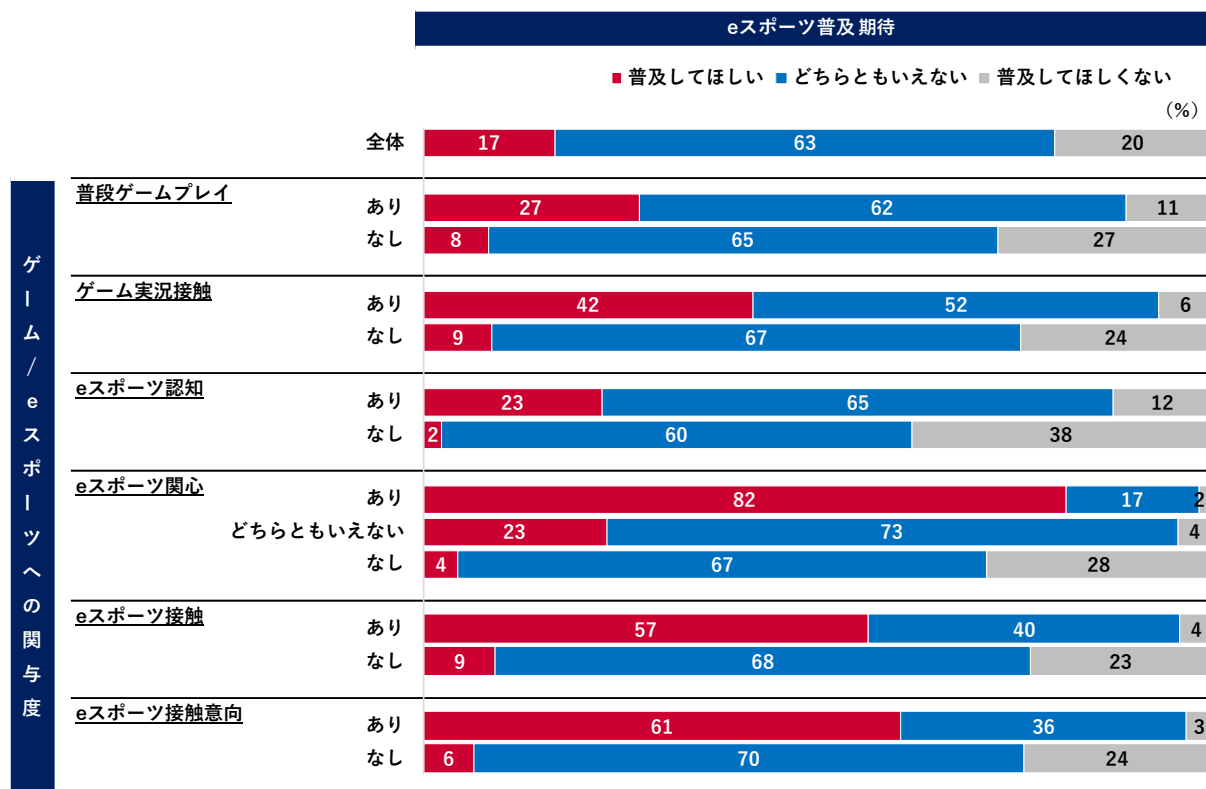
※全体に対して ◻ : +10%以上 / ◻ : +5%以上

### ■TOPICS 3

#### eスポーツの普及期待は「普及してほしい」が17%、「してほしくない」が20%と均衡状況

eスポーツの普及に対する期待は「普及してほしい」が17%、「普及してほしくない」が20%と均衡している状況。ゲームやeスポーツへの関与度別に普及期待をみると、ゲームのプレイや実況視聴がある層は、ない層と比べてeスポーツ普及への期待が高い結果となった。今後、eスポーツの普及には、ゲーム人口に対するeスポーツの訴求が影響を及ぼすと考えられる。

#### ▼eスポーツの普及期待



以上

#### 【調査概要】

- 調査方法 : インターネット調査  
 調査期間 : 2022年7月20日～7月25日  
 パネル : 「Pontaリサーチ」会員  
 (Ponta会員で「Pontaリサーチ」の会員登録をいただいている方)  
 調査対象 : 国内在住15歳～69歳の方  
 有効回答数 : 1,200名 ※各性年代ごとに100サンプル回収

#### 【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】

調査結果引用・転載の際は、「「ロイヤリティマーケティング」調べ」とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

**【追加レポートにつきまして】**

マーケティング施策立案にお役立ていただける、より詳細な追加分析レポートをご希望の方は、株式会社ロイヤリティ マーケティング ビジネスデザイン部リサーチ担当部局までお問い合わせください。

lm-sales-research@loyalty.co.jp

**■関連 URL**

株式会社ロイヤリティ マーケティング マーケティング詳細紹介サイト：<https://biz.loyalty.co.jp/>

公開レポート（自主調査結果を掲載）：<https://biz.loyalty.co.jp/report/>

公開データ：<https://biz.loyalty.co.jp/lp/publicdata/>

コラム：<https://biz.loyalty.co.jp/column/>