１．「e スポーツの課題」に係る情報収集結果

e スポーツの課題に関する情報収集結果

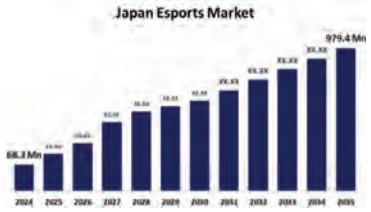
内容

1. 経済的自立の課題に関する資料等 3
No.01 日本 Esports 市場規模、成長、需要、2035 への予測 3
No.02 クリエイター所有型 e スポーツチームの台頭とその限界。業界が抱える課題と可能性とは 5
No.03 e スポーツの未来は明るい？暗い？業界関係者が指摘する 2 つの課題 8
No.04 e-sports 業界の抱える問題 黒字化ができない収益構造【後編】 11
No.05 e スポーツは儲かるのか見えない市場のマネタイズ 13
No.06 なぜ「プレイヤーの 9 割が無課金」でも儲かるのか―世界市場 30 兆円を牽引する「基本無料ゲーム」の緻密なビジネスの"仕掛け" 17
No.07 一大産業となったゲーム 他業界と比較して遅れているのは持続可能性 20
No.08 e スポーツ後進国ニッポン、市場規模は米国の 6 分の 1 22
No.09 ［TGS 2020］日本 e スポーツ連合（JeSU）副会長 浜村弘一氏に聞く。「選手が食えるようになる」ために必要なもの 25
2. 法務・コンプライアンスの課題に関する資料等 29
No.01 e スポーツ事業における法的課題とは？大会運営・プレイヤー・スポンサーなど事業者別に注意点を弁護士が徹底解説 29
No.02 任天堂、カプコン、セガ、コーエーテクモ、コナミの知的財産権担当者が実情を語るセミナーをレポート【東京 e スポーツフェスタ 2025】 31
No.03 スポーツ／e スポーツにおける危機管理 34
No.04 ゲーム大会を開催する場合に注意すべき法的な問題とゲーム利用のルール策定についてゲームファンの弁護士がポイントを解説［CEDEC 2024］ 37
No.05 メタ分析で切り開く#19：e スポーツチームの「赤字構造」を解剖する 41
No.06 e スポーツプレイヤーの肖像権・パブリシティ権の保護とチーム・大会主催者等の注意点 43
No.08 e スポーツ事業者における税務リスクと法務課題～護士に相談する重要性とは？ 46
3. 人的資本と環境整備の課題に関する資料等 47
No.01 日本の e スポーツと「著作権・IP」の法的課題～e スポーツと法律【岡安学の「e スポーツってなんだろう？」第 6 回後編】| 47
No.02 e スポーツ業界の法的トラップ――知らぬ間に犯している違法行為とは？【森 & パートナーズ法律事務所インタビュー】 50
No.03 SCARZ、ストーム久保さんに対する悪質な誹謗中傷に声明―名誉毀損・業務妨害と判断した場合は法的措置も視野に入れて対処 52
No.04 プロゲーマーの"セカンドキャリア"問題 56
4. 社会実装と文化的受容の課題に関する資料等 58
No.01 地域課題の解決に向けた e スポーツの可能性に関する調査研究報告書 58
No.02 新たなクールジャパン戦略 62
No.03 e スポーツの市場性とは？ 65
No.04 デジ田交付金を活用した e スポーツ事業は地方創生を担う存在になり得るのか 68
No.05 ゲームに関する調査（2025 年）e スポーツ編 70
No.06 日本における e スポーツの発展のために 73
No.07 三菱総合研究所、国内のメタバースの認知・利用に関する研究成果を発表 76
No.08 障害者の方にとっての e スポーツの価値|全国地域生活支援機構 79
No.09 e スポーツの発展可能性とその課題―先行研究の論点整理を通じた検討 81
5. 技術革新とインフラの課題に関する資料等 83
No.01 地方が熱い日本は独自路線で市場が拡大求められるビジネスモデル変革とガバナンス強化 83
No.02 「視聴者の代表」として挑む e スポーツメディアの未来―SmashlogTV 代表 杉山尚樹氏インタビュー 86

1. 経済的自立の課題に関する資料等

No.01 日本 Esports 市場規模、成長、需要、2035 への予測

情報ソース名称	日本 Esports 市場規模、成長、需要、2035 への予測
情報公開元	Spherical Insights
URL	https://www.sphericalinsights.com/jp/reports/japan-esports-market
公開日	2025 年 06 月
資料の種別	調査レポート（概要版）
課題の種別	制度・規制の障壁 / 健康・社会的リスク / 市場の揮発性と技術依存
著者	Spherical Insights 編集部
資料の概要	日本の e スポーツ市場は、ストリーミングプラットフォームの普及や 5G 技術の進展により高い成長率が見込まれる一方、市場の成熟を妨げる構造的要因が依然として存在する。 第一に、モバイルゲームの圧倒的な普及が、PC 主体のグローバルな競技シーンとの乖離を生んでおり、国際的な競争力の確保が課題となっている。第二に、高額なゲーミングデバイスや通信環境の整備コストが、一般層への普及を遅らせる経済的障壁となっている。第三に、伝統的なスポーツと比較して、ブランドやスポンサーが投資対効果（ROI）を明確に測定する手法が未確立である。 これらの経済的・技術的な不透明性を解消し、透明性の高い収益モデルとインフラ整備を両立させることが、長期的な市場拡大の核心的課題である。
課題情報詳細	**1. はじめに** 本報告書は、急速な拡大を見せる日本国内の e スポーツ市場において、その持続可能な発展を阻害する恐れのある課題について整理したものである。Spherical Insights の調査によれば、日本の e スポーツ市場は 2024 年時点で 6830 万米ドルと推定され、2035 年には 9 億 7940 万米ドルに達すると予測されている。2025 年から 2035 年にかけての年平均成長率（CAGR）は約 27.39 パーセントという高い数値が見込まれており、市場のポテンシャルは極めて高い。しかしながら、この成長軌道を維持し、健全な産業として定着させるためには、現在顕在化しつつある健康面、制度面、および市場構造面の課題に対処することが不可欠である。



2. 健康および社会的な懸念事項

e スポーツの普及に伴い、プレイヤーおよび視聴者の健康リスクが主要な課題として浮上している。長時間のプレイや視聴環境、特に発光ダイオード（LED）を使用したコンピュータ画面への過度な接触は、代謝障害や視覚への悪影響を引き起こすリスクがあることが指摘されている。また、身体的な健康被害にとどまらず、心理的な問題やギャンブル依存症、さらには社会的な行動障害につながる可能性も懸念されており、これらは公衆衛生上のリスクとして認識する必要がある。

特に若年層への影響が懸念される中、健全な競技環境の整備や、依存症対策を含めたガイドラインの策定が急務である。e スポーツが単なる娯楽を超え、職業や競技として社会的に認知されるためには、これらの健康リスクに対する予防策と啓発活動が不可欠な要素となる。

3. 制度および規制環境における課題

日本の e スポーツ市場拡大における最大の障壁の一つは、規制の複雑さと統一基準の欠如である。現在、大会運営に関する標準的なガイドラインや、プロフェッショナルとしての基準が十分に確立されていない状況にある。この基準の欠如は、市場の健全な拡大を妨げるだけでなく、選手のキャリア形成や技術向上を阻害する要因となっている。

加えて、ゲームの著作権、放送権、および収益管理に関する国内規制が多岐にわたり、複雑化している点が挙げられる。これらの規制の複雑さは、日本国内において大規模な国際イベントを誘致・開催する際の大きな障害となっている。異なる管轄や法規制が絡み合うことで、迅速なイベント運営や収益化モデルの構築が困難となり、グローバルな競争力を削ぐ結果を招いている。企業が新たな成功モデルを見出すために

	は、こうした規制の壁を乗り越える必要があり、行政側による規制緩和や明確なルールの整備が求められる状況にある。 **4. 市場の揮発性と技術依存のリスク** eスポーツ市場は、その性質上、継続的な技術開発と消費者の嗜好の変化に強く依存している。この技術への高度な依存は、市場に高い揮発性をもたらしており、市場成長を不安定にさせる要因となっている。 ハードウェアや通信インフラの進化は市場拡大のドライバーである一方で、急速な技術革新に追従できない事業者が淘汰されるリスクや、特定のゲームタイトルへの人気集中による収益構造の偏りも生じやすい。規制の不確実性と市場の不安定性が組み合わさることで、参入企業は常に経営戦略の修正を迫られることとなり、中長期的な投資判断を困難にさせている。 **5. 今後の展望と行政への示唆** 日本政府はデジタル経済発展の一環としてeスポーツを位置づけ、インフラ整備や日本eスポーツ連合（JeSU）との連携を通じて産業支援を行っている。また、2026年に愛知・名古屋で開催されるアジア競技大会においてeスポーツ選手が正式な日本代表として承認されるなど、制度面での進展も見られる。 しかし、前述した健康リスクへの対応、大会運営基準の標準化、そして国際大会開催を阻む規制の整理は、民間企業の努力のみでは解決困難な課題である。2035年に向けて予測される市場成長を実現するためには、産業界と連携しつつ、法的な賞金規制の整理や地域開発プロジェクトとの連携強化など、行政による能動的かつ包括的な環境整備が引き続き求められる。市場の成長予測である27.39パーセントという高いCAGRを現実のものとするためには、これらの阻害要因を排除し、持続可能なエコシステムを構築することが肝要である。
備考	Spherical Insights（Spherical Insights & Consulting） 世界170以上の業界・150以上の国を対象に市場調査レポートやコンサルティング、ビジネスアドバイザリーを提供するグローバルな調査会社。企業や政府機関など多様なクライアント向けに定量・定性データ、成長機会の分析、戦略的洞察を届けることを目的としている。

No.02　クリエイター所有型eスポーツチームの台頭とその限界。業界が抱える課題と可能

性とは

情報ソース名称	クリエイター所有型eスポーツチームの台頭とその限界。業界が抱える課題と可能性とは
情報公開元	DIGIDAY［日本版］
URL	https://digiday.jp/social/how-creator-owned-teams-are-shaking-up-the-esports-industry/
公開日	2024/9/18
資料の種別	Webメディア記事（業界動向）
課題の種別	スポンサーシップ依存の継続 / 無形価値と収益のジレンマ
著者	DIGIDAY 編集部
資料の概要	eスポーツ業界の深刻な課題は、スポンサー契約や投資家からの資金調達に過度に依存する収益構造の脆弱性にある。クリエイター所有型チームの台頭により、インフルエンサー個人の発信力を活かした革新的なコンテンツ提供やブランド価値の向上が期待されているが、依然として単体での黒字化や安定した人件費の確保には至っていない。 パブリッシャー主導のリーグ参加に伴う巨額の参入コストが経営を圧迫し、持続可能なエコシステムの構築を阻害している実態も浮き彫りとなっている。既存のビジネスモデルに代わる、スポンサーシップ以外の多角的な収益源の確立と、資本力に頼らない自立した運営体制の構築が業界全体の急務である。
課題情報詳細	**1. 背景** 本報告書は、日本および世界のeスポーツ市場が直面する構造的な課題と、持続可能な発展に向けた阻害要因を整理したものである。既往の調査では、日本のeスポーツ市場は2024年から2035年にかけて年平均成長率約27パーセントで拡大し、将来的に約9億8000万米ドル規模に達すると予測されている。 しかし、この成長予測の裏側には、ビジネスモデルの脆弱性、法規制の複雑さ、そして社会的受容性に関わる深刻な課題が潜在している。特に近年、市場の停滞期を指すeスポーツの冬と呼ばれる現象が観測される中、従来の運営モデルからの脱却と新たな収益構造の構築が急務となっている。 **2. 収益構造の脆弱性とスポンサーシップへの依存** eスポーツ産業における最大の経営課題は、依然としてスポンサーシップ収入への過度な依存である。近年、人気ストリーマーやインフルエンサーがオーナーとなるクリエイター所有型チームが台頭し、既存の

	チーム運営に代わる新たなモデルとして注目を集めている。彼らは強力な発信力を持ち、ブランドの関心を引く点において従来型チームより優位性を持つとされるが、そのビジネスモデルもまたスポンサーシップ契約に深く依存しているのが実情である。 一部のクリエイター主導型チームは、グッズ販売などの多角化を進め、スタッフの人件費を自力で賄う自立型経営を目指しているものの、月次ベースで安定した黒字を計上する段階には至っていない事例が多い。投資家からの資金注入に頼る構造は持続可能性が低く、スポンサーの関心が低下した際の経営リスクを排除できていない点は、従来型組織と同様の課題として残存している。 **3. ビジネスモデルの転換と無形価値の評価** かつて業界を支配していた、ゲームパブリッシャーが主導する高額なフランチャイズリーグモデルは、その維持コストの高さから限界を露呈しつつある。これに対し、よりオープンなエコシステムへの移行が進んでおり、クリエイター主導型チームのような柔軟な組織運営が可能な環境が生まれつつある。しかし、こうした新興チームは、必ずしも直接的な収益化のみを目的とせず、自身のブランド価値向上やファンコミュニティの熱量を高めること（無形価値）を重視する傾向にある。 企業側も、単なる露出効果よりも、独創性やコンテンツの革新性を求めてクリエイター型チームとの提携を望むようになっているが、これは従来の費用対効果の指標では評価が難しい領域である。産業全体として、チーム運営の興奮やコンテンツ力をいかにして持続可能な経済価値に変換するかという点が、新たな課題として浮上している。 **4. 制度的障壁および健康・社会的課題** ビジネスモデルの課題に加え、日本国内特有の制度的障壁も市場拡大を阻害している。大会運営に関する統一基準の欠如や、著作権および賞金提供に関わる法規制の複雑さは、国際的な大規模イベントの誘致や円滑な収益化を困難にしている。グローバル市場での競争力を維持するためには、行政による規制の整理と明確なガイドラインの策定が不可欠である。 また、プレイヤーの健康リスクや依存症対策といった社会的課題への対応も遅れている。長時間プレイによる身体的・精神的負荷は公衆衛生上の懸念事項であり、これらが解決されなければ、eスポーツが社会的に健全な産業として認知されることは困難である。若年層への影響

	を考慮した安全対策と啓発活動は、市場の量的拡大と並行して進められるべき必須事項である。 **5. 結言** eスポーツ市場は高い成長ポテンシャルを有する一方で、スポンサーシップ依存からの脱却、持続可能な収益モデルの確立、そして規制環境と社会的課題の解決という複合的な障壁に直面している。クリエイター所有型チームの台頭は、業界に新たな活気をもたらしているが、それ自体がすべての課題を解決する万能薬ではない。行政においては、法制度の整備を進めると同時に、こうした民間主導の新たなビジネスモデルが自立しうる環境を支援することが求められる。産業としての持続可能性を確保するためには、短期的な投資加熱に依存しない、堅実なエコシステムの構築が急務である。
備考	DIGIDAY（DIGIDAY［日本版］） デジタル時代のマーケティング・メディア・広告業界に特化したオンラインビジネスメディアで、ブランド・エージェンシー・パブリッシャー向けの最新トレンドや洞察を報道しており、アメリカ発のDIGIDAY.comの日本版として、翻訳記事と日本独自の記事・イベント・会員制コンテンツを提供し、デジタルマーケティング戦略に関わる意思決定者に情報を発信している。

No.03　eスポーツの未来は明るい？暗い？業界関係者が指摘する2つの課題

情報ソース名称	eスポーツの未来は明るい？暗い？業界関係者が指摘する2つの課題
情報公開元	DIGIDAY［日本版］
URL	https://digiday.jp/brands/with-layoffs-mounting-esports-veterans-are-split-on-the-future-of-the-industry/
公開日	2024/03/12
資料の種別	Webメディア記事（業界動向）
課題の種別	投資環境の悪化 / 業界構造の分断 / 資金源の偏在リスク
著者	DIGIDAY 編集部
資料の概要	eスポーツ界の喫緊の課題は、膨れ上がった期待値と実収益の乖離が招いた投資家およびブランドからの信頼失墜である。長年、視聴者数の伸びを根拠に資金を調達してきたが、熱狂的なファンダムを直接的な利益に変換する有効な手法を確立できず、ビジネスモデルの脆弱性が露呈している。レイオフの加速は、eスポーツがゲーム開発者のマーケ

	ティング手段に留まり、自立した興行として成立していない現状を象徴している。 今後は、過度な誇大宣伝を排し、投資家が納得する透明性の高いデータ提示と、限定的なスポンサー料に頼らない持続可能な収益基盤の再構築、および組織運営の効率化が不可欠である。
課題情報詳細	**1. 市場概況と成長の二面性** 本報告は、e スポーツ市場が直面する構造的な課題と、その持続可能な発展を阻害する要因について整理したものである。既往の調査において、日本の e スポーツ市場は 2024 年から 2035 年にかけて年平均成長率約 27 パーセントで拡大し、将来的には約 9 億 8000 万米ドル規模に達すると予測されている。 しかし、こうした長期的な成長予測の一方で、足元の業界環境は厳しい調整局面に突入している。2024 年に入り、ゲーム業界全体に及ぶ人員削減の波が e スポーツ部門にも波及しており、かつて市場を覆っていた楽観的な成長神話、いわゆるメッキが剥がれ落ちつつあるとの指摘がなされている。視聴者数の増加が必ずしも黒字化に直結しないという現実が露呈し、産業としての真価が問われる局面にある。 **2. 収益化の乖離と投資意欲の減退** e スポーツ産業における最大の懸念事項は、熱狂的なファンダムを収益に転換するビジネスモデルの確立が遅れている点である。長年にわたり、投資家やスポンサー企業は視聴者数の増加を根拠に資金を投入してきたが、期待されたリターンが得られない事例が散見される。特に、業界特有の過度な宣伝や機会損失への恐れ（FOMO）に駆られて参入した投資家やブランド代理店が、実際には機能しない商材を掴まされたと感じるケースが増加しており、市場全体に対する不信感が醸成されつつある。 一部のベンチャーキャピタル関係者は、多くの企業が淘汰されることはリスクベースの投資モデルにおいて想定内であるとし、さらなる資本注入の必要性を主張している。しかし、過去数年間で繰り返された失敗により、新たな資金調達は困難になりつつあり、多くの起業家やチームオーナーが資金繰りに苦慮しているのが実情である。 **3. 業界構造の断片化とプラットフォームの不在** 市場の健全な発展を阻む構造的な要因として、IP（知的財産）ホルダーによる市場の分断が挙げられる。人気のある e スポーツタイトルの

	多くは、完全に独立したファンコミュニティと配信スケジュールを持っており、業界全体を包括するプラットフォームが存在しない。そのため、ブランド企業が個別のチームやリーグを超えて、広範な e スポーツ視聴者層にリーチすることが困難な構造となっている。 この課題を解決するために、異なるパブリッシャーのタイトルを一元的に扱うプレミアムなストリーミング体験の構築が提唱されているが、実現には高い障壁が存在する。主要なステークホルダーである Riot Games、Activision Blizzard、Epic Games、Valve Corporation などは互いに競合関係にあり、これらを統合して単一の収益プラットフォームを構築する動機付けが欠如しているためである。結果として、業界全体としての収益最大化の機会が失われている状況にある。 **4. 資金源の偏在と持続可能性のリスク** 現在の e スポーツ市場を支える資金源の構造にも脆弱性が指摘される。市場からの撤退や縮小が相次ぐ中、業界のエコシステムは特定の資金源に大きく依存するようになっている。具体的には、サウジアラビアのパブリック・インベストメント・ファンド（PIF）による巨額投資と、ギャンブル関連企業によるスポンサーシップである。PIF は 380 億ドル規模の投資を行っているが、その主目的は利益確保ではなく、文化的影響力の行使やコミュニティ形成にあるとされる。業界関係者の中には、現在の e スポーツ市場の半分はサウジアラビアが運営し、残りの半分はギャンブル関連スポンサーが所有していると形容する声もある。こうした政治的あるいは射幸性の高い資金への依存は、産業の自律性と持続可能性の観点からリスク要因となり得る。 **5. 制度的・社会的課題への対応** ビジネスモデルの課題に加え、日本国内においては制度面および社会面の課題も残存している。国際的な大規模イベントの開催を阻む著作権や賞金規制の複雑さに加え、プレイヤーの健康リスクへの対応も急務である。長時間のプレイや LED 画面への曝露による視覚・代謝への悪影響、さらにはギャンブル依存症を含むメンタルヘルス上の懸念は、公衆衛生上のリスクとして認識する必要がある。 **6. 結言** e スポーツ市場は、長期的な拡大基調が予測される一方で、短期的には投資家の信頼回復、収益構造の多角化、そして業界横断的なプラット

	フォームの構築という複合的な課題に直面している。特に、外部資金への過度な依存から脱却し、各 IP ホルダーの壁を超えた統合的なビジネスエコシステムを構築できるかが、今後の持続的成長の成否を分ける鍵となる。行政においては、これらの市場動向を注視しつつ、健全な産業育成に向けた法整備と環境支援を継続することが求められる。
備考	（その他特記事項があれば記載）

No.04　e-sports 業界の抱える問題　黒字化ができない収益構造【後編】

情報ソース名称	e-sports 業界の抱える問題　黒字化ができない収益構造【後編】
情報公開元	ゲーマー'sPOST
URL	https://gamer2.jp/post/dh_series2022-2/
公開日	2022/09/08
資料の種別	Web メディア記事（業界動向）
課題の種別	収益モデルの欠陥（スポンサー依存） / 投資対効果（ROI）の測定困難性
著者	平岡大輔　GO CRAZY GAME（GCG）プロデューサー
資料の概要	e スポーツチームの多くが黒字化できない根本的な原因は、旧来のスポーツを模倣したスポンサーシップモデルの破綻にある。企業の支援は主に効果測定が困難な「PR 予算」から拠出されているが、テレビ露出等の明確なメリットを提示できない e スポーツにおいて、数千万円規模の継続的な投資を引き出すことは極めて難しい。ユニフォームへのロゴ掲示といった従来手法では、売上への直接的なインパクトを証明できず、企業の費用対効果（ROI）を満足させられないのが現状である。そのため、単なる広告露出の場としての価値提供ではなく、PR 予算に依存した前提を覆すような、新たな自立型ビジネスモデルの構築が喫緊の課題となっている。
課題情報詳細	**1. 背景と現状** 本報告書は、日本国内および世界の e スポーツ市場が直面する構造的な課題について、特に収益化の難易度とビジネスモデルの欠陥に焦点を当てて整理したものである。既往の市場予測において、日本の e スポーツ市場は 2035 年に向けて高い成長率で拡大すると見込まれている。 しかしながら、現場レベルでは多くのチームや事業者が黒字化を達成できず、市場の持続可能性に疑問符がつく状況が散見される。特に、従来のプロスポーツビジネスを模倣した収益モデルが、e スポーツ特有

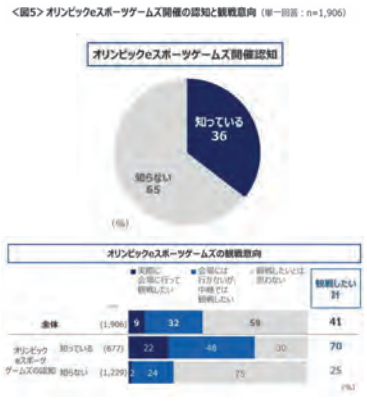
	の環境下では機能不全を起こしている点が深刻な懸念材料となっている。 **2. スポンサーシップモデルの構造的限界** e スポーツチームが直面する最大の課題は、活動資金の大部分を依存するスポンサーシップ収入の獲得難易度とその構造にある。多くのチームはユニフォームへのロゴ掲出などを対価に協賛を募るが、企業側がこれに拠出する予算は、直接的な売上効果を狙う広告宣伝費ではなく、広報（PR）予算から捻出されるケースが大半である。 PR 予算は、企業や商品の認知拡大を目的とするものの、広告予算と比較して規模が小さく、継続的な確保が困難である。加えて、PR 活動の成果は売上への貢献度が不明確であり、投資対効果（ROI）の測定が極めて難しいという性質を持つ。企業は費用対効果の良い投資先を常に模索しているため、効果測定が困難で再現性の低い e スポーツへの協賛は、経済合理性の観点から敬遠される傾向にある。 **3. 既存スポーツビジネスとの環境的乖離** 多くの e スポーツチームが収益化に苦しむ根本的な原因は、野球やサッカーなど歴史あるスポーツのビジネスモデルを無批判に踏襲している点にある。既存のプロスポーツにおけるスポンサーモデルは、テレビ放送によるマスメディアへの露出を前提として成立してきたものである。しかし、e スポーツはテレビ放送される機会が極めて限定的であり、露出価値そのものが既存スポーツと比較して低いと言わざるを得ない。 メディア露出による認知獲得と、それに伴う売上向上という従来の成功方程式が成立しないにもかかわらず、旧来型のモデルに固執することで、多くのチームが資金調達の行き詰まりを見せている。PR 予算の獲得を前提としたビジネスモデルからの脱却がなされない限り、現状の打開は困難であるとの指摘がなされている。 **4. 複合的な成長阻害要因** 収益構造の課題に加え、制度面および社会面における課題も市場の健全な発展を阻害している。日本国内においては、大会運営やライセンスに関する統一的な基準が未整備であり、これがスポンサー企業の参入障壁となっている側面がある。また、プレイヤーの健康管理や長時間プレイに伴う労働環境の問題、さらには若年層への影響といった社会

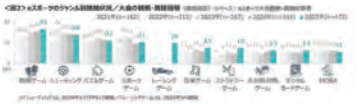
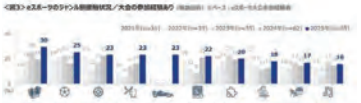
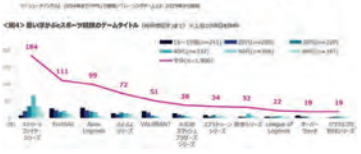
	的責任（CSR）の観点からも、業界全体でのガイドライン策定が急務である。 さらに、e スポーツ市場は技術革新への依存度が高く、特定のゲームタイトルの人気変動やパブリッシャーの意向により、市場環境が激変するリスクを常に内包している。このような市場の揮発性は、企業による中長期的な投資判断を躊躇させる要因となっている。 **5. 結論** e スポーツ市場が真に持続可能な産業として定着するためには、PR 予算への依存という脆弱な収益構造からの脱却が不可欠である。単なるロゴ掲出や露出効果に留まらない、企業に対して明確なリターンを提供できる新たなビジネスモデルの構築が求められる。同時に、行政および業界団体においては、投資家や企業が安心して参入できる制度設計と、社会的信頼を醸成するための環境整備を引き続き推進する必要がある。 現在の成長予測を現実のものとするためには、これら山積する課題に対して、官民が連携した抜本的な対策を講じることが急務である。
備考	ゲーマー's POST（ゲーマーゲーマー's POST） e スポーツやゲームに関する話題を扱う Web メディアで、e スポーツ業界のコラム、独自取材、用語解説、大会情報など、多様なコンテンツを通じてゲーマーや業界の「気になる話題」を発信している。

No.05　e スポーツは儲かるのか見えない市場のマネタイズ

情報ソース名称	e スポーツは儲かるのか見えない市場のマネタイズ
情報公開元	Forbes JAPAN 公式サイト（フォーブス ジャパン）
URL	https://forbesjapan.com/articles/detail/81217?read_more https://forbesjapan.com/articles/detail/81217/page2
公開日	2025/08/22
資料の種別	Web メディア記事（業界動向）
課題の種別	参加と観戦の乖離 / 認知および関心の低迷 / 市場の分断
著者	Forbes JAPAN Web-News Forbes JAPAN 編集部
資料の概要	日本の e スポーツ市場は、世界的な高額賞金大会の話題性とは裏腹に、国内での本格的な浸透と収益化（マネタイズ）の実態が見えにくい状況にある。クロス・マーケティング社の調査によると、大会の観戦・視聴経験者は 20%に達する一方で、実際に大会へ参加した経験を持つ

	層はわずか 5%に留まっており、この数値は過去 5 年間横ばいで推移している。「観る」文化としては定着しつつあるものの、「する（参加する）」文化への転換が進んでいない点が、市場拡大における最大の課題である。 また、2027 年に開催予定の「オリンピック e スポーツゲームズ」の国内認知度は 36%と低水準であり、既存のファンコミュニティ以外への情報到達が不十分である。さらに、40 代は「ストリートファイター」、若年層は「Fortnite」や「Apex Legends」を想起するなど、世代によって支持するタイトルが明確に分断されており、業界全体を包括する統一的なマーケティングや市場形成を困難にしている
課題情報詳細	**1. 背景と現状** 本報告書は、日本国内における e スポーツ市場の現状と、その持続可能な成長を阻害する構造的な課題について整理したものである。世界的に e スポーツは数千万円から数億円規模の賞金を擁する競技として台頭し、脚光を浴びている。 しかし、日本国内においては任天堂の次世代機（Nintendo Switch 2）の動向に高い注目が集まる一方で、e スポーツ自体の認知度や競技規模の拡大は依然として限定的な範囲に留まっているのが現状である。市場の表面的な盛り上がりとは裏腹に、マネタイズ（収益化）の実態が見えにくいという指摘もなされており、産業としての基盤強化には解決すべき複数の課題が存在する。 **2. 参加層と観戦層の乖離および固定化** 市場の裾野拡大における最大の課題は、プレイヤー（競技参加者）とオーディエンス（観戦者）の比率の偏りである。クロス・マーケティングが実施した全国調査によれば、e スポーツ大会を観戦・視聴した経験を持つ層は 20 パーセントに達しているものの、実際に大会に参加した経験を持つ層はわずか 5 パーセントに留まっている。 この数値は過去の調査結果と比較しても大きな変化が見られず、e スポーツが「観るもの」として定着しつつある一方で、「参加するもの」としての浸透には時間を要している現状を浮き彫りにしている。競技種目別に見ると、スポーツゲームやストラテジーゲームでは観戦に対する参加率が比較的高い傾向にあるものの、市場全体としては観戦のみに留まるライト層が支配的であり、この層をいかにして能動的な参加者や高収益顧客へと転換させるかが課題となっている。

	 **3. 国際イベントの認知不足と関心層の限定** 国際的な大規模イベントの開催が、必ずしも国内の一般層への関心喚起に直結していない点も懸念材料である。2027 年にサウジアラビアで開催が予定されているオリンピック e スポーツゲームズに関する国内認知度は 36 パーセントと低水準に留まっている。 特筆すべきは、同イベントを認知している層においては 7 割が観戦意欲を示しているのに対し、非認知層では観戦意欲が極めて低いというデータである。これは、e スポーツの熱狂が既存のファンコミュニティ内部で完結してしまう閉鎖性を示唆しており、外部への情報発信や認知拡大施策が不足していることを意味する。既存の関心層以外を巻き込むための多様なアピール活動が展開されない限り、市場規模の飛躍的な拡大は困難であると推察される。 **4. 世代間およびタイトル間における市場の分断**

	e スポーツ市場は単一の構造ではなく、ゲームタイトルごとに世代やファン層が明確に分断されている点もマーケティング上の課題である。人気タイトルを調査した結果、ストリートファイターシリーズは 40 代の認知・想起率が高い一方、Fortnite や Apex Legends といったタイトルは若年層の想起率が高い傾向にある。 このようにタイトルごとに支持層が断絶している状況は、業界全体を包括する統一的なマーケティングやスポンサーシップの展開を困難にしている。特定のタイトルに依存した収益モデルは、そのタイトルの人気変動リスクを直接的に受けるため、市場全体の安定性を損なう要因となり得る。    **5. 結論と提言** 日本国内の e スポーツ市場は、世界的な潮流と比較して普及のスピードが緩やかであり、本格的な浸透には尚時間を要する段階にある。特に、観戦者から参加者への転換率の低さ、国際大会の認知不足、そして世代によるコンテンツの分断は、市場のマネタイズを見えにくくしている主要因である。

	今後の市場拡大に向けては、既存のファン層に向けた施策だけでなく、非認知層へのアプローチを強化し、観戦から参加へと誘導する新たなエコシステムの構築が不可欠である。多様なジャンルや世代を超えたアピール活動を継続的に行い、特定のタイトルやイベントに依存しない持続可能な収益基盤を確立することが求められる。
備考	Forbes JAPAN（フォーブス ジャパン） 世界的な経済誌「Forbes」の日本版として 2014 年 6 月に創刊されたビジネスメディアである。 世界各国版のコンテンツをキュレーションしつつ、日本オリジナルの記事も加え、ビジネス、経済、起業家、投資などの最新情報を日本語で発信している。

No.06　なぜ「プレイヤーの 9 割が無課金」でも儲かるのか―世界市場 30 兆円を牽引する「基本無料ゲーム」の緻密なビジネスの"仕掛け"

情報ソース名称	なぜ「プレイヤーの 9 割が無課金」でも儲かるのか―世界市場 30 兆円を牽引する「基本無料ゲーム」の緻密なビジネスの"仕掛け"
情報公開元	東洋経済オンライン
URL	https://toyokeizai.net/articles/-/918839?display=b
公開日	2025/11/29
資料の種別	Web メディア記事（ビジネス分析）
課題の種別	収益構造の不均衡（フリープレイモデルの限界） / 利益分配の構造的欠陥
著者	e スポーツジャーナリスト・岡安学
資料の概要	e スポーツ業界は、過度なスポンサー収入への依存という脆弱なビジネスモデルからの脱却が急務である。世界的な景気後退や投資熱の冷え込みにより「e スポーツの冬」と呼ばれる局面を迎え、多くのチームが赤字経営や解散に追い込まれている。最大の課題は、ゲームの著作権を握るパブリッシャーに収益が集中し、競技を支えるチームや運営側に適切な利益が分配されない構造にある。また、巨額のリーグ参入料や選手年俸の高騰が経営を圧迫しており、放映権料や課金アイテム収益の共有といった新たな収益分配モデルの確立が、持続可能なエコシステム構築のために不可欠となっている。
課題情報詳細	**1.　背景および市場環境** 本報告書は、世界市場規模が 30 兆円を突破し、日本の基幹産業としての期待が高まるゲームビジネスおよび e スポーツ市場における構造的な課題を整理したものである。

	既往の調査において、日本の e スポーツ市場は 2035 年に向けて年平均成長率約 27 パーセントでの拡大が予測されている。しかし、この成長を牽引しているビジネスモデルそのものが、産業全体の持続可能性に対して新たな課題を突きつけている現状がある。かつてアーケードゲームにおける都度払いや、コンシューマゲーム機におけるソフトウェアの買い切りが主流であった収益モデルは、現在、基本プレイ無料（Free-to-Play）とアイテム課金を主軸とするモデルへと劇的な転換を遂げている。  **2.　ビジネスモデルの変容と収益性の偏在** e スポーツ市場の拡大要因は、スマートフォンや PC における基本プレイ無料モデルの浸透にある。これにより参入障壁が極限まで低下し、膨大な競技人口と視聴者層を獲得することに成功した。しかし、このモデルは「プレイヤーの 9 割が無課金」であっても成立させる必要があり、一部の重課金ユーザーや広告収入に依存する収益構造となっている。 ここで生じる課題は、ゲームパブリッシャー（知的財産権保持者）と、e スポーツ興行を担うチームや大会運営者との間における収益性の乖離である。パブリッシャーはアイテム課金という直接的な収益源を持つが、チームや運営者は「無料で楽しむこと」に慣れたユーザー層から直接収益を上げることが困難である。結果として、視聴者数やプレイヤー数という指標が必ずしも興行側の収益に直結しない構造的欠陥が生じており、これが多くのチーム運営をスポンサー依存体質に留まらせている主因となっている。 **3.　スポンサーシップ依存の限界と投資環境の悪化**

	前述の通り、無料モデルを前提とするユーザー層からの収益化（マネタイズ）が困難であるため、e スポーツチームや大会運営はスポンサーシップ収入に依存せざるを得ない。しかし、昨今の「e スポーツの冬」と称される投資意欲の減退は、このモデルの限界を露呈させている。企業側は、単なる露出効果（インプレッション）よりも実質的な費用対効果（ROI）を重視する傾向を強めており、課金行動に結びつかないライト層を多く抱える e スポーツへの投資に対して慎重な姿勢を見せ始めている。 加えて、ゲームタイトルの人気変動サイクルが加速しており、特定のタイトルに依存した収益基盤は極めて脆弱である。技術革新や消費者の嗜好の変化により、人気タイトルが短期間で入れ替わるリスク（揮発性）は、中長期的な投資判断を阻害する要因となっている。 **4.　制度的・社会的課題と環境整備の必要性** 収益構造の課題に加え、日本国内においては法規制や社会的課題への対応も急務である。高額賞金大会の開催やプロライセンスの発行に関する統一基準の欠如は、国際競争力の低下を招いている。また、長時間プレイに伴う健康リスクやゲーム依存症といった公衆衛生上の懸念も払拭されておらず、これらは e スポーツが社会的信頼を獲得する上での障壁となっている。若年層を中心とする巨大なコミュニティを健全に維持するためには、業界全体でのガイドライン策定や、行政と連携した安全対策の実施が不可欠である。 **5.　結論** e スポーツ市場は、基本プレイ無料モデルの成功により驚異的な速度でユーザーベースを拡大させた一方で、その収益構造はいびつな状態にある。産業として持続可能な発展を遂げるためには、パブリッシャー主導のアイテム課金モデルに依存しない、興行独自の収益源（チケット販売、マーチャンダイジング、独自のコンテンツ配信など）を確立する必要がある。同時に、行政においては、市場の成長を阻害する規制の緩和や、社会的課題に対する予防啓発活動への支援を行い、投資家や企業が安心して参入できるエコシステムの構築を推進すべきである。30 兆円規模の巨大市場の恩恵を国内産業に広く波及させるためには、これら複合的な課題への対処が求められる。
備考	岡安学（おかやす まなぶ）

	日本の e スポーツジャーナリスト。 ゲーム情報誌編集部出身のフリーライターとして、e スポーツ関連を中心に Web や雑誌で取材・執筆を行い、攻略本など 50 冊以上に関わってきた。大会レポート・コラム・マーケット分析・法律問題など多角的な切り口で e スポーツの現場や業界動向を伝えている。

No.07　一大産業となったゲーム　他業界と比較して遅れているのは持続可能性

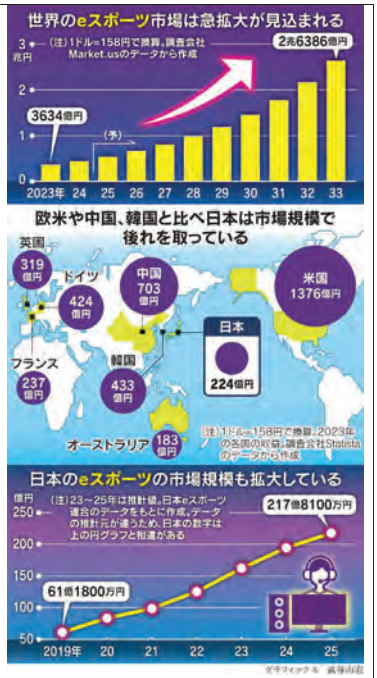
情報ソース名称	一大産業となったゲーム 他業界と比較して遅れているのは持続可能性
情報公開元	Web メディア記事（連載コラム）
URL	https://xtrend.nikkei.com/atcl/contents/18/01184/00022/
公開日	2025/11/01
資料の種別	Web 記事（日経クロストレンド「Gaming FOCUS」連載記事）
課題の種別	AI 活用の権利リスク / ESG 対応と持続可能性 / クロスプラットフォームの収益化
著者	羽田 健治（編集者・ライター） 伊藤 哲郎（日経エンターテインメント・副編集長）
資料の概要	e スポーツ業界の喫緊の課題は、世界的な投資引き潮（e スポーツの冬）に伴う、過度なスポンサー依存からの脱却と収益構造の多角化である。これまで視聴者数などの数値的な「勢い」に頼り資金を調達してきたが、それを直接的な利益に結びつける仕組みが欠如しており、チームや大会運営の持続可能性が問われている。具体的には、プロスポーツのような高額な放送権ビジネスの確立が遅れている点や、熱心なファン層を購買行動へ繋げる D2C モデルの未成熟さが挙げられる。 今後は、単なる広告媒体としての価値を超え、知財（IP）を核とした独自の経済圏を構築し、経営の自立性を確保することが産業存続の鍵となる。
課題情報詳細	**1.　背景―市場の再興と環境の変化** 日本のゲーム産業はかつて世界市場を牽引していたが、欧米市場の拡大に伴い、現地メーカーに対抗しきれず一時的にその存在感を低下させていた。しかし、近年のデジタル配信の普及により、物理的な在庫リスクが解消され、国境を越えたコンテンツ展開が容易になったことで、日本のゲームメーカーは再び国際的な地位を回復しつつある。加えて、資金調達手段の多様化やプラットフォームの広がりにより、インディーゲーム市場も活性化しており、市場全体の期待値は高まっている。

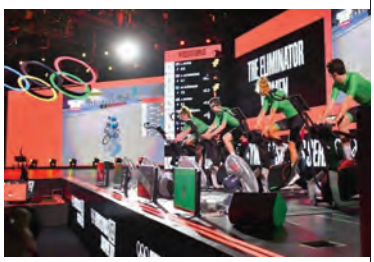
	一方で、グローバル展開においては、地域ごとの嗜好性に合わせたコンテンツ制作が不可欠となっている。かつて家庭用ゲーム機が中心であった市場構造は変化し、PC やモバイルを含むマルチプラットフォーム化が進展しており、これに対応した新たな産業構造の構築が求められる段階にある。 **2. 課題の深掘り――収益構造の転換と社会的責任** 業界が直面する構造的な課題は、技術的および社会的な側面の双方に存在する。第一に、クロスプラットフォーム環境における収益化モデルの確立である。スマートフォン向けゲームの主流である基本プレイ無料（Free-to-play）モデルと、ハイエンド機の売り切り型モデルを、プラットフォーム間でどのように整合させるかが問われており、地域やデバイスの特性に応じた戦略が求められている。 第二に、生成 AI 活用に伴う法的リスクへの対応である。AI による著作権侵害や、自社コンテンツが AI の学習データとして流出するリスクが懸念されており、業界内での明確なルール策定と消費者への使用状況の開示が急務となっている。 第三に、ESG（環境・社会・企業統治）への取り組みの遅れである。他業界と比較して、ゲーム業界は環境負荷や社会貢献の視点が不足しているとの指摘があり、特に消費電力の削減や、障害者へのアクセシビリティ向上といった社会的責任の遂行が課題として顕在化している。 **3. 結論――持続可能性の確保に向けた産業構造の転換** 日本のゲーム産業が今後も持続的な成長を遂げるためには、単なるコンテンツの供給拡大に留まらず、産業としての成熟と社会的信頼の確立が不可欠である。証券アナリストの分析によれば、現在の一大産業となったゲーム業界に欠けている視点は「持続可能性」であるとされる。 グローバル市場での競争力を維持するためには、AI 技術の法的・倫理的な運用ルールの整備に加え、環境配慮や多様なユーザーへの配慮といった ESG 経営への転換が求められる。また、クロスプラットフォーム化が進む中で、適切なコンテンツ供給とマネタイズ手法の両立を図ることも事業継続の鍵となる。これら構造的な課題を解消し、社会・環境への貢献を含めた産業としての責務を果たすことが、次世代の成長基盤を確立するための要諦である。
備考	日経クロストレンド

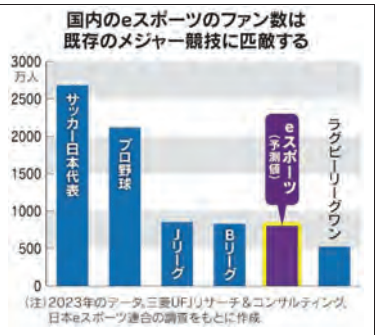
	「新市場を創る人のデジタル戦略メディア」というコンセプトのデジタル・ビジネスメディア。 消費トレンド、マーケティング戦略、新規事業・商品開発などの最先端動向を多角的に伝えている。

No.08　e スポーツ後進国ニッポン、市場規模は米国の 6 分の 1

情報ソース名称	e スポーツ後進国ニッポン、市場規模は米国の 6 分の 1
情報公開元	日経新聞
URL	https://www.nikkei.com/article/DGXZQODH08CJW0Y5A100C2000000/
公開日	2025/01/26
資料の種別	新聞記事
課題の種別	法整備と経済基盤の遅れ / 国際競争力の低下
著者	日本経済新聞社　堀部遥
資料の概要	世界の e スポーツ市場が 2033 年には約 2 兆 6000 億円規模へと急拡大が見込まれる中、日本の市場規模は 2024 年時点で約 194 億円と、米国のわずか 6 分の 1 に留まっている現状を指摘している。 この「周回遅れ」の要因として、日本では「ゲームは遊び」という旧来のスポーツ観や所管官庁の不在、景品表示法による賞金規制が長年足枷となっていた構造的な問題を挙げている。 欧米や中韓、サウジアラビア等が国策として巨額投資や環境整備を進める中、日本でもスポーツ庁による予算計上や IOC との連携など巻き返しへの動きが始まっているが、国際競争力を確保するためには官民一体となった投資と、従来のスポーツビジネスの失敗（放映権料の伸び悩み等）を繰り返さない産業構造の構築が急務であるとしている。
課題情報詳細	**1. 圧倒的な市場格差とプレイヤー還元不足** 日本市場は過去 5 年で 3 倍に成長したものの、世界市場との格差は依然として大きい。米国市場（約 1400 億円）と比較して日本は 6 分の 1 の規模に過ぎず、選手個人の収益力においても、海外では年収 1 億円超のプレイヤーが存在する一方、日本国内の 2023 年最高獲得賞金額は約 4700 万円に留まっている。この経済規模の小ささが、プロを目指す人材のキャリア形成を困難にし、産業の発展を阻害する根本的な経済的課題となっている。

	 **2. 成長を阻害した「規制」と「認識」の壁**

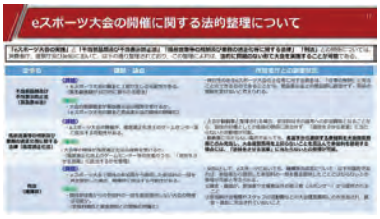
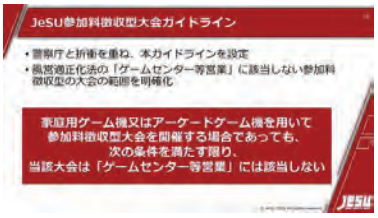
	日本が世界から遅れをとった主因は、他国が早期に国策として支援体制を敷いたのに対し、日本国内では「司令塔不在」の状態が続いたことにある。特に「ゲームは遊び」という社会的認識の壁や、高額賞金が景品表示法に抵触する懸念から長らくビッグイベントが開催できなかった「過去の規制」が、市場形成の初期段階で致命的なブレーキとなった。2019 年以降、法的な整理はついたものの、その間の遅れがアジア大会（杭州）でのメダルなしという競技力の低下としても顕在化している。 

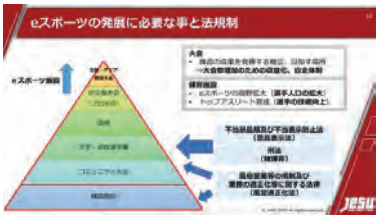
	 **3. 「競技化」に伴うインテグリティとガバナンスの課題** 市場拡大に伴い、ｅスポーツが単なる娯楽から「競技（スポーツ）」へと移行する中で、従来のスポーツ界と同様の問題が浮上している。反射神経を高めるためのドーピング、八百長、選手へのハラスメントといったインテグリティ（誠実性）に関わる課題である。 これに対し、ハイパフォーマンススポーツセンターが研究を開始するなど、伝統的なスポーツ界の知見を取り入れた対策が求められている。また、プロ野球やサッカーが直面した「放映権料の伸び悩み」や「海外展開の遅れ」といったビジネス上の失敗を繰り返さないよう、官民の連携による戦略的な産業育成が必要とされている
備考	（その他特記事項があれば記載）

No.09 ［TGS 2020］日本ｅスポーツ連合（JeSU）副会長 浜村弘一氏に聞く。「選手が食えるようになる」ために必要なもの

情報ソース名称	［TGS 2020］日本ｅスポーツ連合（JeSU）副会長 浜村弘一氏に聞く。「選手が食えるようになる」ために必要なもの
情報公開元	4Gamer.net
URL	https://www.4gamer.net/games/999/G999905/20200925078/

公開日	2020/09/26
資料の種別	Web メディア記事（インタビュー）
課題の種別	著作権許諾とガイドライン運用 / IP 保護とコミュニティ活動の両立
著者	MU（4Gamer.net 編集部
資料の概要	日本の ｅ スポーツ界は、産業としての自立に向けた収益構造の確立が急務である。多くの大会が赤字覚悟の投資段階にあり、持続可能性に欠ける。具体的には、風俗営業適正化法による規制が、オフライン会場での参加料徴収や賞金提供の障壁となっていた。また、景品表示法や賭博罪との兼ね合いから、高額賞金の設定や参加料を原資とする賞金拠出が困難であった点も、ビジネス展開を制約している。選手が専業として生計を立てられる環境の整備や、地域やコミュニティ主導の草の根大会が適法かつ健全に開催できるガイドラインの浸透、さらにスポンサー依存からの脱却と多角的な収益源の確保が、発展に向けた核心的な課題である。
課題情報詳細	**1. 法規制の整理とプロライセンス制度の変容** 一般社団法人日本ｅスポーツ連合（JeSU）は、2018 年の設立以来、国内の ｅ スポーツ大会における高額賞金提供が景品表示法や刑法賭博罪に抵触する懸念を解消するため、公認プロライセンス制度を運用してきた。これは、賞金を「プロ選手への仕事の報酬」と定義することで適法性を担保する過渡的な措置であった。しかし、消費者庁による法令適用に関する見解が明確化されたことを受け、JeSU は「ｅスポーツ大会出場等に関するガイドライン」を新たに公表した。本ガイドラインは、プロライセンスを所持していない選手であっても、大会での成績に応じた賞金を適法に受領できる条件を整理したものである。これにより、プロ認定による厳格な管理体制から、より広範な競技者の参加と収益化を許容する新たなフェーズへと、産業全体の環境が移行しつつある。

	 **2. IP 権利保護とコミュニティ活動の両立** 業界が直面する構造的な課題は、ゲームメーカー（IP ホルダー）の権利保護と、コミュニティ主導による大会開催の活性化をいかに両立させるかにある。大会賞金が景品表示法上の「景品類」に該当するか、興行の対価としての「報酬」であるかの線引きは、主催者の性格や目的に依存しており、メーカー自身が販売促進のために行う大会では規制対象となるリスクが残る。 一方で、第三者が主催し競技性が担保された大会であれば規制外となる解釈が示されたが、開催には IP ホルダーの許諾が必須である。膨大な数のコミュニティ大会に対し、個別の許諾処理を行うことは実務上困難であり、この手続きの煩雑さが市場の裾野拡大を阻害する要因となっている。法令を遵守しつつ、円滑に大会を開催できる包括的な許諾ルールの整備が急務である。 

	 **3. 産業の定着に向けたインフラの整備** 日本の ｅ スポーツ産業が一時的なブームを脱し、社会に定着した文化として持続的な成長を遂げるためには、法規制と市場実態に即した産業構造の転換が不可欠である。JeSU 事務局長は「ｅスポーツがあたりまえになる」社会の実現を掲げており、そのためには特定のプロ選手のみならず、一般プレイヤーやコミュニティが安全かつ自律的に活動できるインフラ構築が求められる。具体的には、IP ホルダーの権益を損なうことなく、ガイドラインや包括許諾システムを通じて大会開催のハードルを下げる取り組みが必要である。また、国際オリンピック委員会（IOC）との連携など国際的な競技基準との整合性を図りつつ、国内における法的な透明性を確保し、産業全体の社会的信頼を高めることが次世代の成長基盤となる。
備考	4Gamer.net（フォーゲーマー・ドット・ネット） Aetas 株式会社が運営する日本最大級の総合ゲーム情報サイト。ゲームの最新ニュース、レビュー、インタビュー、イベント情報などを日々幅広く配信しており、国内外のゲーム情報を扱うことで多くのゲーマーに支持されている。 浜村弘一（はまむら ひろかず） 『週刊ファミ通』の編集長やエンターブレイン社長などを歴任し、ゲーム業界の動向分析やコラム執筆でも知られており、一般社団法人日本ｅスポーツ連合（JeSU）の副会長として、日本のｅスポーツ産業の普及・

	成長・発展に向けた活動を推進している。また、カドカワグループや関連企業の役員・アドバイザー等も務め、ゲームとデジタルエンターテインメントの橋渡し役を果たしている。

2. 法務・コンプライアンスの課題に関する資料等

No.01 eスポーツ事業における法的課題とは？大会運営・プレイヤー・スポンサーなど事業者別に注意点を弁護士が徹底解説

情報ソース名称	eスポーツ事業における法的課題とは？大会運営・プレイヤー・スポンサーなど事業者別に注意点を弁護士が徹底解説
情報公開元	弁護士法人 Nexill&Partners
URL	https://nexillpartners.jp/law/kigyou/column/esports/2485/
公開日	2025/10/20
資料の種別	専門家解説記事（法律事務所）
課題の種別	法令遵守と知的財産権管理 / 労働法規と契約リスク
著者	弁護士法人 Nexill&Partners
資料の概要	日本における e スポーツの振興は、特有の法的制約が産業の柔軟な発展を阻害している点が大きな課題である。景品表示法により、ゲームパブリッシャーが関与する大会では賞金上限が 10 万円に制限されるリスクがあり、高額賞金による興行性の追求を難しくしている。また、参加者から徴収した参加料を賞金の原資に充てると刑法の賭博罪に抵触する恐れがあるため、大会の収益モデル構築が制約される。さらに、オフライン会場での運営が風営法上の「ゲームセンター営業」とみなされると、賞金提供が原則禁止されるなど、法遵守と商業的成功の両立が極めて困難な構造となっていることが、世界的な潮流から取り残される要因となっている。
課題情報詳細	**1. 背景および産業構造の複雑性と法的空白** e スポーツ市場はプロプレイヤーの台頭や多額のスポンサー投資により急速な拡大を遂げているが、産業基盤となる法的枠組みは未成熟な状態にある。現状では業界固有の法整備がなされておらず、既存の法制度を個別事案に応用的に適用することで対処しているため、予見可能性が低い。また、e スポーツ事業は大会主催者、チーム運営、配信事業者、スポンサー、選手、観客といった多岐にわたるステークホルダーによって構成される多層的な構造を有している。このため、ひとつのトラブルが複数の当事者に波及しやすく、問題発生時に責任の所在が不

	明瞭となりやすい構造的欠陥を抱えている。事後的対応に終始するのではなく、事業設計の初期段階から法的整合性を確保する予防的なスキーム構築が、産業の持続可能性を担保する上で不可欠となっている。  **2. 大会運営における規制法令との乖離および規約不備** 大会運営においては、興行形式や報酬設計が国内の既存法令と抵触するリスクが常在している。参加費を原資とする賞金提供が刑法の賭博罪に該当する懸念や、PC 常設型施設での運営が風俗営業法の規制対象となる可能性、さらには高額賞品の提供が景品表示法に違反する恐れなど、多角的な法的検証が求められる。加えて、未成年者の参加に伴う青少年保護条例への配慮も必須である。 しかしながら、現場レベルでは運営規約や同意書が未整備であったり、実態に即さない汎用的な雛形が流用されていたりするケースが散見される。チート行為や通信障害といった e スポーツ特有の事象に対する裁定ルールや免責事項が契約書等の書面に明記されていないことは、運営の安定性を損なう重大なガバナンス上の課題である。 **3. 人的資本管理における労働法制の適用リスク** 選手とチーム運営会社との契約関係においては、形式と実態の乖離という構造的な問題が存在する。契約形式上は業務委託契約を採用していても、実態としては練習時間や場所の拘束、指揮命令系統の存在、成果非連動の固定給支給など、労働契約に類する使用従属関係が認められる事例が少なくない。このような「偽装請負」の状態は、労働基準法上の労働者性を認定されるリスクを孕んでおり、未払いの残業代や社会保険料の遡及請求といった偶発債務を招く要因となる。また、選手の移籍や独立に際しても、競業避止義務や違約金条項の有効性を巡る紛争が増加傾向にあるほか、未成年者との契約における保護者同意の

	欠如など、契約リテラシーの不足に起因する権利保護の脆弱性が顕著である。 **4. 知的財産権の許諾管理と商業利用における権利処理** e スポーツはゲームメーカーが知的財産権（IP）を保有する著作物を利用するビジネスであるため、興行における利用許諾の範囲を厳格に管理する必要がある。個人利用とは異なり、大会や配信での商用利用には権利者からの正式な許諾が必須となるが、その権利処理は複雑化している。配信においてはゲーム映像のみならず、BGM、実況音声、選手の肖像権など複数の権利が交錯しており、無許可での利用や二次創作物の商業利用は著作権侵害等の法的紛争に直結する。また、スポンサー企業にとっても、ステルスマーケティング規制への抵触や、選手の不祥事および SNS での炎上によるブランド毀損リスクが存在するため、契約書において協賛表示の履行基準や責任分担、免責条項を明確に定義することが求められている。 **5. 結論** 予防法務への転換とガバナンス体制の構築以上のように、e スポーツ事業はその多層的な産業構造と既存法制との整合性の難しさから、多岐にわたる法的リスクを内包している。市場の健全な発展のためには、問題発生後の対症療法的な対応から脱却し、大会設計や契約締結の段階からリスクを可視化・制御する予防法務への転換が急務である。各事業者が権利関係や責任範囲を明確化した上で、法令遵守に基づいた契約および運営体制を構築することこそが、投資家やスポンサーが安心して参入できるエコシステムを醸成し、e スポーツを安定的かつ持続可能な産業へと昇華させるための必須条件である。
備考	弁護士法人 Nexill&Partners（ネクシル＆パートナーズ） 福岡を拠点に企業法務・相続・労務など幅広いリーガルサービスを提供する総合法律事務所。複数の士業（弁護士・税理士・社労士・司法書士・行政書士）が連携するグループ体制で、ワンストップでの課題解決を目指している。

No.02 任天堂、カプコン、セガ、コーエーテクモ、コナミの知的財産権担当者が実情を語

るセミナーをレポート【東京 e スポーツフェスタ 2025】

情報ソース名称	任天堂、カプコン、セガ、コーエーテクモ、コナミの知的財産権担当者が実情を語るセミナーをレポート【東京 e スポーツフェスタ 2025】
情報公開元	電ファミニコゲーマー
URL	https://news.denfaminicogamer.jp/kikakuthetower/250112a
公開日	2025/12/10
資料の種別	Web メディア記事（イベントレポート）
課題の種別	著作物の利用とガイドライン運用 / 権利侵害への法的対抗 / フリーライド対策
著者	取材・文：高島おしゃむ 編集：逆道（掲載メディア：電ファミニコゲーマー）
資料の概要	e スポーツ発展における最大の課題は、メーカーが保有する知的財産権（IP）の保護と、ファンや配信者による自由な活動のバランスをいかに構築するかにある。各社は動画配信ガイドラインの整備を進めているが、発売前の情報漏洩、過度なネタバレ、キャラクターの公序良俗に反する改変（アダルト改変等）への対策が依然として不可避である。また、エミュレーターや模造品といった権利侵害への厳格な対応が、正規の市場とクリエイターの情熱を守るために不可欠となっている。産業の成熟には、これら知財実務の重要性をユーザー側が正しく理解し、メーカーの権利を尊重しつつ、相互の信頼に基づく健全なエコシステムを醸成していくことが求められている。
課題情報詳細	**1. 産業構造の高度化と開発投資リスクの増大** 近年のゲーム産業および e スポーツ市場においては、プロジェクト規模の二極化が急速に進行しており、特に大規模タイトル（AAA タイトル）では開発費が数百億円規模に達することも稀ではない状況にある。こうした莫大な投資を回収し、次世代の技術開発やコンテンツ制作へ再投資するサイクルを維持するためには、成果物に対する厳格な権利保護が不可欠である。従来、ゲーム産業は他社作品の模倣と発展を通じて成長してきた経緯があるが、開発コストが高騰した現在の市場環境下では、開発者への対価還元を伴わない「ただ乗り（フリーライド）」を放置することが、産業全体のイノベーションを阻害する構造的なリスク要因となっている。したがって、企業経営の観点からは、単なる著作権保護に留まらず、特許権や商標権を複合的に組み合わせた「知財ミックス」による多角的な資産防衛と、それに基づいたライセンスビジネスの構築が、企業の存続および市場の持続的発展における必須要件となっている。

	 2. **ユーザー文化との共存およびガイドライン統制の課題** eスポーツやゲーム実況、二次創作といったファンコミュニティによる活動は、IP（知的財産）の寿命を延ばし市場を活性化させる側面を持つ一方で、権利者による適切な管理が求められる領域である。権利者側は、ファンによる二次創作や動画配信自体を否定するのではなく、ガイドラインを制定することで「許容される利用」と「権利侵害」の境界を明確化する方針を採っている。 しかし、ネタバレを含む配信や、キャラクターのイメージを著しく損なう公序良俗に反する改変（アダルト表現等）に対しては、ブランド価値の毀損を防ぐために削除要請や販売停止といった措置を講じる必要がある。動画配信による収益化が一般化する中、個人の創造性を尊重しつつも、公式映像の無断転載や不適切な利用を抑制するための監視・管理体制の維持が、著作権管理上の恒常的な課題となっている。 **3. 技術的権利侵害への対抗と法制度の多角的運用** 知的財産権の侵害形態は高度化しており、既存の著作権法のみでは対処困難な事例が増加している。特に、海賊版の起動を可能にするマジコンや、技術的制限手段（セキュリティ）を回避する機能を備えたエミュレーターの流通は、ハードウェアおよびソフトウェア事業者の収益基盤を揺るがす重大な脅威である。これらに対しては、不正競争防止法を用いた差止請求や損害賠償請求など、業界全体が連携した強硬な法的措置が講じられている。また、ゲームの「表現」ではなく「仕組み」

	や「機構」を模倣した製品（模造コントローラーや類似ゲームアプリ）に対しては、著作権での保護が困難であるため、技術的思想や意匠を保護する特許権や意匠権の行使によって市場からの排除やライセンス契約への誘導を図るなど、侵害の手法に応じた高度な法的対応が不可欠となっている。 **4. 規範意識の醸成とエコシステムの構築** ゲーム産業が文化として国際的な競争力を維持し続けるためには、メーカーによる権利行使のみならず、市場全体におけるコンプライアンス意識の変革が急務である。「知的財産推進計画」にも示されている通り、侵害コンテンツの利用は結果として開発者へのインセンティブを阻害し、新規コンテンツの創出を妨げる要因となる。そのため、行政や関係団体と連携し、海賊版や模倣品を容認しない「国民の規範意識」を醸成することが、中長期的な国益および文化発展に直結する。知的財産権は排他的な独占のためだけではなく、適正な対価還元を通じて産業のエコシステムを循環させるための制度であり、開発者、配信者、およびユーザーが相互にルールを尊重する環境整備こそが、eスポーツを含むゲーム産業の健全な未来を担保するものである
備考	高島おしゃむ（たかしま おしゃむ） コンピュータホビー雑誌『ログイン』の編集者を経て 1999 年からフリーで活動し、ゲームや IT、XR、ホビー関連の取材・レビュー・インタビュー記事を多数執筆している。ゲーム総合情報サイトやホビー誌など多くのメディアで執筆し、最新トレンドを読者に伝えている。

No.03　スポーツ／eスポーツにおける危機管理

情報ソース名称	スポーツ／eスポーツにおける危機管理
情報公開元	長島・大野・常松法律事務所
URL	https://www.nagashima.com/features/sports_business_02/
公開日	2024/8/21
資料の種別	専門家解説記事（座談会）
著者	長島・大野・常松法律事務所 （座談会メンバー：糸川貴視、加藤志郎、辺誠祐、北島東吾）
課題の種別	不祥事対応と利害調整 / ガバナンス整備 / デジタル・レピュテーションリスク

資料の概要	eスポーツビジネスの根幹を揺るがす課題は、デジタル特有の複雑な権利構造である。伝統的スポーツと異なり、競技の対象となるゲームはパブリッシャーが全ての知的財産権を保有している。そのため、大会運営や配信における映像利用、選手・チームの肖像権利用、さらにはロゴ掲示に至るまで、常にパブリッシャーの許諾スキームに縛られ、興行側の自由度が制限される。また、放送権ビジネスの確立においても、著作権法上の観覧権や公衆送信権の処理が複雑であり、権利の所在を整理し、収益を最大化するための標準的な契約モデルが未成熟である。これら権利関係の不透明性が、産業の規模拡大を阻む法的リスクとして横たわっている。
課題情報詳細	**1. 産業構造の多層性とステークホルダー間の利害調整** スポーツおよびeスポーツ産業は、選手、エージェント、所属チーム、競技連盟、大会主催者、スポンサー企業、配信事業者といった多岐にわたるステークホルダーが複雑に関与する多層的な構造を有している。そのため、選手個人の不祥事であっても、その影響は当該個人や所属チームのみに留まらず、リーグ全体の社会的信用や、協賛するスポンサー企業のブランド価値にまで波及する構造的リスクを内包している。 このような産業特性上、危機管理対応においては単一の組織内での解決が困難であり、利害関係が錯綜する複数の関係者間での高度な調整が不可欠となる。加えて、ドーピングや八百長といった競技固有の問題から、プライベートにおける法令違反までリスクの態様も多様であり、それぞれの事案に応じた法的判断と組織間連携が求められる状況にある。  **2. デジタル空間におけるリスクと若年層のコンプライアンス課題** eスポーツ固有の構造的課題として、チート行為やブースティング（不正なランク上げ）といった、競技の公平性を根底から覆す不正行為の問題が存在する。また、eスポーツ選手は従来のスポーツ選手と比較して平均年齢が若く、社会経験が乏しい段階から活動を開始する傾向にあるため、コンプライアンス教育の徹底が急務となっている。特に、

	SNS 等のデジタル空間での活動が主となるため、過去の不適切な言動がインターネット上に半永久的に記録される「デジタルタトゥー」として残り、後の選手生命を脅かすリスクが顕在化している。些細な言動であっても瞬時に全世界へ拡散され、修復困難な炎上事案へと発展する蓋然性が高く、若年層を中心とした人材のリテラシー向上と組織的な監督体制の欠如が、業界全体のリスク要因となっている。 **3. 業界慣習と社会的規範の乖離および契約実務の課題** 業界内部の慣習と一般社会の規範意識との乖離も、構造的なリスク要因として指摘される。かつては業界内で黙認されていた指導方法や慣行であっても、現代の社会通念やインテグリティ（誠実性・高潔性）の基準に照らせば不適切と判断される事例が増加しており、「業界の常識」を根拠とした抗弁は通用しなくなっている。これに伴い、スポンサー契約の実務においては、選手が逮捕される等の物理的な債務不履行がなくとも、不道徳な行為により企業のブランド価値を毀損した場合に契約解除を可能とする「モラル条項」の整備が不可欠となっている。 しかし、不良行為やヘイトスピーチなど、契約履行自体は可能なケースにおける解除の可否は判断が難しく、契約段階における予防法務的な合意形成の不足が、事後的な対応を困難にさせる要因となっている。 **4. ガバナンス体制の刷新と予防法務への転換** 市場の拡大と社会的影響力の増大に伴い、スポーツおよびeスポーツ団体には、高度なガバナンス体制の構築が強く求められている。スポーツ庁によるガバナンスコードの策定に見られるように、不祥事発生時の適時適切な公表や、外部有識者を含んだコンプライアンス推進組織の設置など、組織的な危機管理体制の整備が不可欠である。特に危機発生時の初動対応においては、ファンやサポーターとの信頼関係維持を念頭に置いた迅速な情報開示が必須であり、平時より意思決定のレポートラインを明確化しておく必要がある。事後的な対症療法ではなく、平時から弁護士等の専門家と連携し、業界特性を踏まえた予防法務とガバナンス強化を推進することこそが、産業の持続的な信頼獲得に向けた必須条件である。
備考	長島・大野・常松法律事務所（Nagashima Ohno & Tsunematsu） 2000 年の合併を契機に設立された日本有数の総合法律事務所。国内外の企業が直面する複雑な法律問題に対応するため、約 600 名を超える

	弁護士が協力して高品質な法務サービスを提供している。企業法務、M&A、金融、不動産、紛争解決、労働・知財・独禁法など幅広い領域で実績があり、国際案件にも積極的に取り組んでいる。東京を中心にニューヨーク、シンガポール、バンコク、ホーチミン、ハノイ、上海、ロンドンなど世界各地に拠点を展開し、グローバルな法務ニーズに応えている。

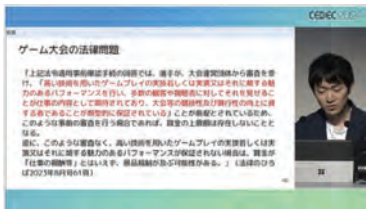
No.04　ゲーム大会を開催する場合に注意すべき法的な問題とゲーム利用のルール策定についてゲームファンの弁護士がポイントを解説［CEDEC 2024］

情報ソース名称	ゲーム大会を開催する場合に注意すべき法的な問題とゲーム利用のルール策定についてゲームファンの弁護士がポイントを解説［CEDEC 2024］
情報公開元	4Gamer.net
URL	https://www.4gamer.net/games/999/G999905/20240829040/
公開日	2024/08/22
資料の種別	Web メディア記事（イベントレポート）
課題の種別	著作権法に基づく許諾 / 賭博罪・景表法リスク / 興行規制（風営法）対応
著者	松本隆一
資料の概要	ｅスポーツ業界は、特定の国家や巨大資本による「持ち出し」なしでは成立しないほど、運営コストが収益を大幅に上回る構造的欠陥を抱えている。伝統的スポーツと異なり、競技の権利をパブリッシャーが独占しているため、大会主催者は常にゲーム会社の許諾と協力に依存せざるを得ない。今回のような大規模大会であっても、パブリッシャーごとに異なる思惑や条件を調整するコストが膨大であり、業界全体の標準化やガバナンスの構築を妨げている。また、巨額の賞金が短期的な注目を集める一方で、パブリッシャーの意向一つで競技シーンが消失しかねない危うさを含んでおり、持続可能で自律的な興行モデルの確立が依然として最大の課題である。
課題情報詳細	**1. 産業構造の特殊性と権利関係の多層性** ｅスポーツ産業における最大の特徴は、競技の基盤となる「ゲーム」そのものが、特定の企業（パブリッシャー）が保有する「著作物」であるという点にある。一般的なスポーツ興行が誰のものでもない公共財的な性質を持つのに対し、ｅスポーツイベントは、原理的には著作権法上の「複製権」「公衆送信権」「上映権」等の利用許諾なしには成立し得ない構造にある。この産業構造には、権利保有者である「パブリッシャー」、大会を主催・運営する「イベント主催者」、そして競技に参加する「ユーザー（プレイヤー）」という三者のステークホルダーが存在する。 イベント主催者が大会を開催する場合、パブリッシャーから適切な権利処理を行わない限り、無断利用による著作権侵害という法的リスクを負うことになる。したがって、ｅスポーツ市場の拡大には、これら三者間の権利調整を円滑に行うための契約および許諾スキームの確立が、産業の根幹を支える構造的要件となる。



2. ガイドライン運営の限界と商業利用における法的リスク

現在、多くのパブリッシャーは、ユーザーによるコミュニティ大会の開催を促進するため、包括的な利用条件を定めた「ガイドライン」を公表している。しかし、これらのガイドラインは、あくまでパブリッシャー側が一方的に提示する利用条件の明示に過ぎず、法的な契約関係に基づく安定した権利許諾とは性質を異にする。特に構造的な課題となるのが、「営利」と「非営利」の境界線の曖昧さである。ガイドラインでは「非営利目的」に限定して開催を認めるケースが一般的であるが、参加費の徴収、投げ銭機能の利用、あるいはスポンサー協賛の受け入れといった行為が、パブリッシャーの解釈によって「営利活動」とみなされるリスクが常在している。ガイドラインの記述が抽象的である場合、主催者側の独自解釈による開催は、事後的に規約違反や著作権侵害を問われる危険性を孕んでおり、これが中規模以上の大会開催における萎縮効果を招く要因となっている。

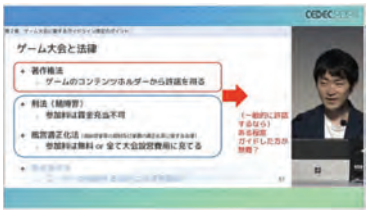


3. 興行における法規制の複合的適用と収益化の壁

大会の収益性を確保し、持続可能な興行モデルを構築する上では、著作権法以外にも「刑法（賭博罪）」および「不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）」への抵触リスクが大きな障壁となっている。

大会において賞金を提供する場合、参加者から徴収した参加費をそのまま賞金の原資に充当することは、刑法上の賭博行為に該当する可能性が高い。また、メーカーやスポンサーが賞金を拠出する場合であっても、それが商品の販売促進（取引付随性）とみなされれば、景品表示法による提供上限額の規制対象となる。

このように、日本国内における ｅスポーツ興行は、複数の法規制が複雑に絡み合う「複合的な法的制約」の下に置かれている。単に高額賞金を掲げるだけでは適法性を担保できず、参加費の使途を運営費に限定する、あるいはプロライセンス制度を活用するなど、法規制を回避するための厳密なスキーム設計が不可欠である。



4. 第三者資本の参入とブランド毀損リスクの管理

ｅスポーツ大会の規模拡大に伴い、外部企業によるスポンサーシップ（協賛）は不可欠な資金源となっているが、これにはパブリッシャーの知的財産権管理と密接に関わるリスクが存在する。第三者であるスポンサー企業が大会に関与する場合、その企業のブランドイメージや広告内容が、ゲーム作品の世界観やパブリッシャーの企業理念と相反する可能性があるためである。パブリッシャーにとって自社 IP（知的財産）のブランド価値維持は最優先事項であり、公序良俗に反する企業や、ゲームの品位を損なう恐れのある企業からの協賛は排除されなければならない。主催者が独自の判断でスポンサー契約を締結し、事後的にパブリッシャーから NG を出された場合、大会の中止や損害賠償請求に発展する恐れがある。したがって、スポンサー選定の段階から権利元への確認フローを組み込むことが、ガバナンス上の必須要件となる。

5. 結論：明示的な許諾取得による予防法務の徹底

以上の通り、ｅスポーツ事業は著作権法、契約法、独占禁止法、景品表示法など多岐にわたる法規制の影響下にある。市場の黎明期において散見された「黙認」や「拡大解釈」に依存した運営体制は、産業の規模拡大とともに許容されないフェーズへと移行している。ガイドラインはあくまで簡易的な指針であり、個別の事情や商業的要素を含む大規模イベントにおいては、必ずしも安全な依拠とはなり得ない。持続可能なエコシステムを構築するためには、主催者が「多分大丈夫だろう」という予断を排し、パブリッシャーに対して個別に問い合わせを行い、明示的な許諾を得るプロセスを徹底する必要がある。不透明な権利処

	理からの脱却と、ステークホルダー間での合意形成に基づく適法な運営体制の構築こそが、e スポーツ産業が社会的信頼を獲得し、長期的な発展を遂げるための唯一の道筋である。
備考	前野孝太朗（まえの こうたろう） シティライツ法律事務所所属　弁護士。第二東京弁護士会に登録され、主にゲーム・エンタメ法務、IT・Web サービス法務、IPO・ベンチャー支援など幅広い企業法務分野を扱っている。 ゲーム業界やネットコンテンツに関する契約書、利用規約、著作権・景品表示法などの法的課題を企業や開発者向けに支援・解説している。

No.05　メタ分析で切り開く#19：e スポーツチームの「赤字構造」を解剖する

情報ソース名称	メタ分析で切り開く#19：e スポーツチームの「赤字構造」を解剖する
情報公開元	note（メタ分析で切り開く/e スポーツアナリスト）
URL	https://note.com/metaesports/n/n7648201356d6
公開日	2025/10/31
資料の種別	Web メディア記事（イベントレポート）
課題の種別	スポンサー依存と ROI 指標の不在 / 国内法規制による収益制限 / ビジネスモデルの飽和
著者	META:Esports
資料の概要	国内 e スポーツチームの運営実態は、売上を上回る人件費や活動費により、多くのチームが恒常的な「赤字構造」に陥っている点が深刻な課題である。収益の大半を占めるスポンサー契約においても、企業側が単純な露出から投資対効果（ROI）や購買転換率といった実質的な成果へと要求基準を厳格化させており、従来の「ロゴ掲出型」モデルは限界を迎えている。 加えて、国内特有の法規制により賞金総額が低く抑えられ、海外のようなリーグ分配金制度も未整備であるため、競技成績が財務安定に直結しない「勝っても儲からない」構造的欠陥が存在する。持続可能な運営には、ファンの熱量を数値化する KPI 管理への移行や、自治体・教育機関と連携した BtoB 事業による多角的な収益基盤の構築といった、抜本的なビジネスモデルの転換が不可欠である。
課題情報詳細	**1.　チーム経営における慢性的な財務不均衡と赤字構造** 国内の e スポーツ産業は表面的な市場拡大の様相を呈しているが、その実働部隊であるチーム運営の現場においては、大多数が恒常的な赤字状態に陥っているのが実情である。この現象は、個々の経営手腕の巧拙によるもの以上に、業界全体が抱える構造的な収益モデルの欠陥

	に起因している。一般的なチームの損益構造（PL）を分析すると、収益はスポンサー契約金、大会賞金、物販、配信等に限られる一方、支出は選手・スタッフの人件費、遠征費、活動拠点の維持費などが嵩む傾向にある。具体的には、年商 5,000 万円規模のチームであっても運営コストが 7,000 万円を超過し、年間 2,000 万円規模の構造的な赤字が発生するケースが散見される。この財務不均衡は、収益の大半をスポンサー契約という不安定な財源に依存しつつ、人件費等の固定費を賄いきれないという、ビジネスモデルの根本的な脆弱性を示唆している。  **2.　法規制による収益制限とスポンサーシップの質的変化** 収益の 60〜80%を占めるスポンサー収入においても、従来のモデルは限界を迎えている。企業側は単なるロゴ露出ではなく、投資対効果（ROI）やファンとのエンゲージメント率、購買転換率といった「実質的なリターン」を求める傾向にある。 しかし、多くのチームは SNS のフォロワー数といった表層的な指標の提示に留まっており、企業側のニーズとの乖離が支援打ち切りの一因となっている。加えて、日本特有の課題として、景品表示法や刑法賭博罪の影響により大会賞金が低額に抑えられている現状がある。海外の主要リーグで実装されているようなリーグ配分金や放映権収入といった「固定収入」の還流システムが国内では未整備であるため、大会での勝利が必ずしも財務的な安定に寄与せず、むしろ「勝っても儲からない」という変動リスクとして機能してしまっている点も重大な構造的課題である。

	 **3.　持続可能なエコシステム構築に向けた事業設計の転換** 現状の赤字構造を脱却し、産業としての持続可能性を確保するためには、「熱意」や「感情」に依存した運営から、客観的データと KPI に基づく論理的な「事業設計」への転換が不可欠である。スタートアップ企業の成長期と同様、現在の赤字を将来への「投資」と位置付けることは可能であるが、それは増資や BtoB 事業展開といった明確な出口戦略が描かれている場合に限られる。今後の打開策としては、ファンの熱量を可視化しスポンサーへの提供価値を定量化することや、自治体・教育機関と連携した BtoB・BtoG 事業による外部資金の獲得が有効である。単なる競技成績の追求に留まらず、こうした多角的な収益基盤の構築と、業界全体での制度設計の見直しを行うことこそが、e スポーツチームが構造的な赤字から脱却し、社会的実体としての基盤を確立するための必須条件である。
備考	META:Esports note 上で運営される e スポーツ専門の情報発信メディア。データ・事例・現場の声を基に市場トレンドや構造を読み解く「メタ分析」など多様な連載記事を通じて、e スポーツの今と未来を多角的に伝えている。

No.06　e スポーツプレイヤーの肖像権・パブリシティ権の保護とチーム・大会主催者等の注意点

情報ソース名称	e スポーツプレイヤーの肖像権・パブリシティ権の保護とチーム・大会主催者等の注意点
情報公開元	関真也法律事務所

URL	https://www.mseki-law.com/archives/2517
公開日	2025/10/19
資料の種別	専門家解説記事（法律事務所）
課題の種別	肖像権・パブリシティ権の保護 / 権利管理と契約実務
著者	関 真也（弁護士／関真也法律事務所）
資料の概要	e スポーツ選手の活動領域がメディア出演や広告、グッズ販売へと拡大する中、選手の「肖像権（プライバシー権）」および「パブリシティ権（顧客吸引力という経済的価値）」の適切な管理がビジネス上の重大な課題として浮上している。これらの権利は一身専属性が強く原則として譲渡できないため、チームが商業利用を行うには、プロ野球界の事例などを参考に、契約書において「独占的な使用許諾」や管理権限の範囲を厳格に定義する必要がある。 しかし、契約実務の未整備により、権利の所在や収益分配を巡るトラブルリスクが潜在しているのが現状である。また、大会主催者にとっては、公式の販促利用に関する許諾取得に加え、観客による撮影や SNS 投稿といった第三者の利用行為をどこまで規制・管理するかという新たな課題も顕在化しており、選手・チーム・主催者の三者間における透明性の高いルール構築とコンプライアンス体制の確立が求められている
課題情報詳細	**1.　活動領域の拡大に伴う権利保護の重要性** 近年、e スポーツ市場の拡大に伴い、プロプレイヤーの活動領域はゲームプレイのみならず、報道、SNS、広告、関連グッズの販売など多岐にわたるようになった。こうした状況下において、プレイヤーの氏名や肖像が有する法的権利、すなわち「肖像権」および「パブリシティ権」の取り扱いが重要な課題として浮上している。 肖像権は個人の私的生活の平穏を保護する人格権に由来し、みだりに容貌等を撮影・公表されない権利である。一方、パブリシティ権は、著名人の氏名・肖像が持つ顧客吸引力を排他的に利用する権利であり、商業的価値を保護するものである。e スポーツビジネスが高度化する中で、これらの権利を巡るトラブルを未然に防ぎ、適正な利用関係を構築することは、産業の健全な発展に向けた必須の前提条件となっている。 **2.　人格権の専属性と商用利用管理の相克** 業界が直面する構造的な課題は、肖像権等が持つ「譲渡不可能性」と、チームや運営団体による「統一的な権利管理」の要請をいかに調整

	するかにある。肖像権等は人格的利益に基づくため、他者への譲渡は法的に困難とされる見解が存在する。先行するプロ野球界の判例（平成22年最判）では、権利そのものの譲渡は否定されたものの、球団による管理・利用を契約に定めることで「独占的な使用許諾」として法的有効性が認められた経緯がある。 ｅスポーツ業界においても、チームがビジネスとしてプレイヤーの肖像を利用するためには、契約において管理権限の範囲を明確化する必要がある。また、大会主催者にとっては、販促素材への利用に関する許諾取得に加え、観客による撮影やSNS投稿といった第三者の利用行為に対して、どの範囲まで規制やルール周知を行うかという管理上の課題も顕在化している。 **3. 契約実務の整備とコンプライアンス体制の確立** ｅスポーツ産業が持続的な収益モデルを確立するためには、プレイヤー、所属チーム、大会主催者の三者間において、透明性の高い権利処理ルールを整備することが不可欠である。具体的には、チームとプレイヤー間の契約において、肖像権等の管理・利用条件、使用料の分配ルール、および第三者による権利侵害時の対応策を明文化することが求められる。大会主催者においては、参加プレイヤーからの利用許諾を確実にする契約実務に加え、観戦者向けのガイドライン策定と周知徹底が必要となる。賭博罪や景品表示法などの法令遵守に加え、知的財産権および人格権の適切な管理体制を構築し、法的リスクを低減させることが、業界全体の社会的信頼性と安定的成長を担保する基盤となる。 著者：関 真也 Masaya Seki 日本国弁護士・ニューヨーク州弁護士 日本バーチャルリアリティ学会認定上級VR技術者 主な著書「ビジネスのためのメタバース入門〜メタバース・リアル・オンラインの選択と法実務」(共編著、商事法務、2023年)、「XR・メタバースの知財法務」(中央経済社、2022年)、「ファッションロー」(勁草書房、2017年)など
備考	関 真也（せき まさや） 「関真也法律事務所」の代表。 第一東京弁護士会に所属し、エンタメ・ファッション・XR／メタバース・VTuber・AI・eSports など先端テクノロジーとコンテンツビジネスに強い知財法務を専門とする。大学・学

	会での講師・研究員、経済産業省の委員なども務め、研究・政策提言・教育活動を通じて業界の法制度整備にも貢献している。

No.08　ｅスポーツ事業者における税務リスクと法務課題〜護士に相談する重要性とは？

情報ソース名称	ｅスポーツ事業者における税務リスクと法務課題〜弁護士に相談する重要性とは？
情報公開元	弁護士法人あいち刑事事件総合法律事務所
URL	https://compliance-bengoshi.com/
公開日	2025/10/16
資料の種別	専門家解説記事（法律事務所）
課題の種別	賞金・報酬の税務リスク/約不備と労働法規/行関連法令の遵守
著者	弁護士法人あいち刑事事件総合法律事務所
資料の概要	ｅスポーツ事業運営には、複数の法規制に加え、特有の税務・契約リスクが伴う。賞金や報酬の支払いを巡る源泉徴収の判断ミスが税務調査での追徴課税を招く恐れがあるほか、選手との所属契約やスポンサー契約の不備が、引き抜き問題や肖像権侵害、成果物帰属のトラブルに発展しやすい。景品表示法や賭博罪、風営法の遵守は前提としつつ、急速な市場拡大に制度や契約実務が追いついていない点が大きな懸念である。これらのリーガル・コンプライアンス基盤の脆弱性は、投資家やスポンサーの撤退を招く最大のリスク要因であり、法的・税務的適正化を図る専門的なガバナンス体制の構築が、業界の健全化に向けた喫緊の課題である。
課題情報詳細	**1. 事業の複雑化に伴う税務処理の高度化** ｅスポーツ事業の拡大に伴い、大会運営やチーム経営における資金の流れは複雑化しており、特に賞金や報酬に関する税務処理が構造的な課題となっている。大会賞金は一般に対価性のない「不課税取引」とされる一方、出演料や解説料は「役務提供の対価」として消費税の課税対象となるため、インボイス制度への厳格な対応が求められる。また、事業が国際化する中で、海外選手への賞金支払いに際しては、居住区分や租税条約の適用有無を確認し、適切な税率で源泉徴収を行う義務が生じる。さらに、企業が拠出する賞金の会計処理においても、その目的やスポンサーの有無によって「広告宣伝費」か「交際費」かの判断が分かれるなど、税務判断の難易度が高まっている。これらの処理を誤ることは追徴課税やペナルティに直結するため、専門的な知見に基づく管理体制の構築が不可欠な段階にある。

	2. 契約慣行の未成熟と労働法規との乖離 業界内に潜在する重大なリスクとして、契約関係の曖昧さと労働法規への抵触が挙げられる。選手とチーム間において正式な契約書が交わされない、あるいは報酬配分や肖像権の帰属などの重要事項が不明確なまま活動が開始される事例が散見され、これが後の紛争要因となっている。特に構造的な問題となっているのが、選手を形式上「個人事業主（業務委託）」として扱いながら、実態としては指揮命令下で拘束する「偽装請負」のリスクである。実質的な雇用関係にあると認定された場合、労働基準法に基づく残業代支払いや社会保険加入の義務が生じ、経営上の大きな負担となる。また、スポンサー契約においても、不祥事発生時の対応や損害賠償に関する条項が不十分であることが多く、コンプライアンス違反が起きた際に企業ブランドの毀損や多額の賠償リスクに直面する脆弱性を抱えている。 **3. 複合的な法規制への適応と予防法務の確立** ｅスポーツ事業が持続的な産業として定着するためには、刑法賭博罪、景品表示法、風営法といった多岐にわたる法規制への適合が前提条件となる。参加費と賞金の関係性における賭博罪の回避や、興行における許認可取得は事業の適法性を左右する。加えて、ゲームメーカーの著作権許諾や選手の肖像権管理といった知的財産権の処理も、商業活動を行う上で避けて通れない課題である。さらに、チート行為やハラスメントに対する内部統制の整備も急務とされる。これらの複合的なリスクに対し、事後的な対処ではなく、弁護士等の専門家と連携した「予防法務」の体制を確立することが求められる。契約書の適正化から税務・労務管理に至るまで、法務インフラを整備することが、業界全体の信頼性向上と安定的な事業成長を担保する基盤となる。
備考	弁護士法人あいち刑事事件総合法律事務所 全国規模で刑事事件・少年事件の弁護を専門的に取り扱う法律事務所。名古屋本部を中心に東京やさいたまなど複数支部を展開している。

3.　人的資本と環境整備の課題に関する資料等

No.01　日本のｅスポーツと「著作権・IP」の法的課題〜ｅスポーツと法律【岡安学の「ｅスポーツってなんだろう？」第6回後編】|

情報ソース名称	日本のｅスポーツと「著作権・IP」の法的課題〜ｅスポーツと法律【岡安学の「ｅスポーツってなんだろう？」第6回後編】|
情報公開元	eSports World
URL	https://esports-world.jp/column/17824
公開日	2022/4/6
資料の種別	Webメディア記事（連載コラム）
課題の種別	著作権・IPに関する法的課題 / 高額賞金問題（景表法・賭博罪）
著者	岡安学（監修：松本祐輝 弁護士）
資料の概要	ｅスポーツ産業の活動は、競技種目となるゲームタイトルが企業の「著作物」であるという前提の上に成り立っており、大会開催や配信には原則としてIPホルダー（ゲームメーカー）の許諾が不可欠である点が、従来のスポーツ興行と異なる構造的な課題である。これまで市場拡大の足枷となっていた「景品表示法」や「賭博罪」による賞金規制、および施設運営に関わる「風俗営業法」の適用については、法解釈の明確化やガイドライン策定により適法なスキームが確立されつつある。 しかし、依然として許諾手続きの煩雑さや、権利者の黙認に依存した「グレーゾーン」での活動が散見される。産業が持続的な信頼を獲得するためには、包括的な権利処理ルールの普及や、事業者が法令遵守（コンプライアンス）を徹底し、透明性の高い運営体制を構築することが不可欠である。
課題情報詳細	**1. 知的財産権管理と許諾構造における課題** ｅスポーツ産業の活動は、競技種目となるビデオゲームが企業の著作物であるという前提の上に成り立っている。そのため、従来のスポーツ興行とは異なり、大会の開催や配信には原則としてIPホルダーであるゲームメーカーの許諾が不可欠である。一部のメーカーは個人の非営利活動に関するガイドラインを策定しているが、興行としての大会運営や施設運営においては、依然として個別または包括的な許諾契約が必要となる構造にある。特にｅスポーツ施設においては、著作権法上の制約からゲームソフトを PC に無断でインストールした状態で営業することが困難であり、都度利用者がダウンロードを行うなどの運用上の非効率性が指摘されている。また、地方自治体等が主催者となるケースにおいて、これら権利処理の必要性への理解不足から、無許諾で企画が進められる事例も散見される。

	著作権侵害は親告罪であり、現状は権利者の裁量に依存している側面が強いが、持続的な産業発展のためには、包括契約の普及など権利処理の円滑化に向けた構造整備が急務である。 **2. 関連法規の解釈変更と市場環境の変遷** 日本の e スポーツ市場においては、長らく「景品表示法」および刑法の「賭博罪」との抵触が懸念され、高額賞金大会の開催が阻害される要因となっていた。しかし、近年の法解釈の明確化により、プロライセンス制度やスポンサー出資による賞金提供の適法性が整理され、かつての不透明な状況は解消されつつある。また、e スポーツ施設の運営に関しては、「風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律（風営法）」の適用範囲が課題となっていたが、新たな定義づけが行われたことで、適法な営業形態が明確化され、施設運営事業者にとっての追い風となっている。このように、賞金制大会や施設運営を取り巻く法的な障壁は、行政解釈の是正や業界団体のガイドライン策定を通じて緩和されてきた経緯がある。法規制の整備は現在進行形であり、事業者は常に最新の法解釈を把握し、適法なビジネスモデルを構築することが求められている。  **3. コンプライアンス遵守と産業の持続可能性** 産業の健全な発展には、法的な線引きとルールの明確化が不可欠である。規制やガイドラインの策定は、一見すると活動の制約と捉えられがちであるが、実際には「許容される活動範囲」を明示することで、事業者の法的リスクを低減させる安全装置として機能する。かつてのような法的なグレーゾーンにおける活動は、権利者からの黙認に依存し

	た不安定な状態であり、訴訟リスク等の懸念を抱えながらの事業展開は産業基盤の脆弱性につながる。一般社団法人日本 e スポーツ連合（JeSU）等のガイドラインに基づき、構造的な課題を回避することは、事業者自身の防衛策となるだけでなく、将来的な法改正や行政支援を引き出すための環境整備としても機能する。 e スポーツ産業が社会的信頼を獲得し、一過性のブームに終わらず定着するためには、関係各所が法令遵守を徹底し、透明性の高い運営体制を構築することが必須条件である。
備考	eSports World（e スポーツワールド） e スポーツの“戦う人・観る人・携わる人”のための総合情報サイト。最新の大会情報、ニュース、コラム、インタビュー、レポートなど、競技タイトルやデバイス情報まで幅広く扱っており、公式大会・コミュニティ大会の結果や選手インタビュー等、実践的なコンテンツを深く掘り下げて発信する専門メディアである。

No.02　e スポーツ業界の法的トラップ――知らぬ間に犯している違法行為とは？【森＆パートナーズ法律事務所　代表弁護士 森慎一郎氏インタビュー】

情報ソース名称	e スポーツ業界の法的トラップ――知らぬ間に犯している違法行為とは？【森＆パートナーズ法律事務所　代表弁護士 森慎一郎氏インタビュー】
情報公開元	eSports World
URL	https://esports-world.jp/interview/29418#
公開日	2023/6/5
資料の種別	Web メディア記事（インタビュー）
課題の種別	契約・移籍制限の法的課題 / インテグリティと不祥事対策 / 誹謗中傷リスク
著者	井ノ川結希（ライター、編集、ディレクター）
資料の概要	e スポーツ市場の急速な拡大に対し、法的な契約慣習やコンプライアンス体制の整備が追いついていない点が、事業者や選手にとっての「法的トラップ（罠）」となっている。 第一に、選手契約における「契約書の未締結」や「不当な移籍制限」が散見され、報酬トラブルや公序良俗違反による契約無効のリスクを孕んでいる。また、アカウントの資産価値や権利帰属が曖昧な点も紛争の火種となりやすい。 第二に、八百長、チート、ドーピングといった「インテグリティ（誠実性）」を損なう不正行為への対策が急務である。 第三に、SNS を主戦場とする業界特性

	上、未成年の選手が不用意な発言で「デジタルタトゥー」を刻んでしまうリスクや、誹謗中傷トラブルが高まっており、法的なリテラシー教育と組織的な保護体制の構築が不可欠となっている。
課題情報詳細	**1. 契約関係の透明化と選手権利の保護構造** e スポーツ市場の急速な拡大に伴い、選手と所属チーム間における契約関係の法的整備の遅れが、業界の構造的な課題として顕在化している。現状、契約書未締結や記載不備のまま活動が開始される事例が散見され、報酬未払いや業務範囲の認識相違といったトラブルの温床となっている。特に選手の移籍制限に関する条項は、チーム側の投資回収意図と選手側の職業選択の自由が対立する局面であり、過度に拘束的な契約や法外な違約金設定は、公序良俗違反として法的に無効となるリスクを孕んでいる。従来のプロスポーツ界と同様、公正取引委員会のガイドライン等を参酌した適切な契約バランスの模索が求められる。さらに、選手が使用するゲームアカウント自体に資産価値が生じる場合、移籍時のアカウント管理権限や利用権の所在といった、e スポーツ特有の法的論点についても契約段階での明確な定義づけが必要であり、当事者間の交渉力格差を是正する契約慣行の定着が不可欠である。 **2. インテグリティの確立と不正防止のガバナンス** 産業の健全な発展には、形式的な法令遵守（コンプライアンス）の枠を超え、倫理的な誠実性（インテグリティ）を重視したガバナンス体制の構築が急務である。国際的にも散見される八百長、チーティング、ドーピング等の不正行為は、業界全体の社会的信用を一瞬にして毀損する重大なリスク要因である。特に精神集中を目的とした薬物使用等のドーピング問題に関しては、全大会での検査実施がコスト面から困難であるという構造的な脆弱性が存在し、防止策の徹底を阻む要因となっている。また、スポンサー企業との関係において、ゲーミングデバイスの推奨等でステルスマーケティング等の消費者を欺く不適切な広告手法が採用される懸念もある。 これらの課題に対し、事業者は「近視者に対しても胸を張れる行動か」という倫理観に基づいた自律的な規範を策定し、組織的な監視・教育体制を強化する必要がある。

	 **3. デジタルリテラシーの向上と人材育成環境の整備** デジタル空間を主戦場とする本産業において、インターネット上の情報発信に伴う法的リスク管理とリテラシー教育は喫緊の課題である。SNS 等における誹謗中傷や名誉毀損は、ファンによる加害のみならず、選手自身が感情的な発言により当事者となるリスクも高い。発信者情報開示請求等の法的措置が容易になりつつある現状において、匿名性の及ぶ範囲に関する誤解を解く啓発活動が必要である。また、未成年のプロ選手が多く、社会経験や法的知識が不足している構造的背景を踏まえ、チームや運営組織が保護者的な役割を担い、突発的な不適切行動を未然に防ぐ指導体制を整備すべきである。 安易な契約締結への警告を含め、セカンドキャリアを見据えた学業との両立支援など、若年層の人的資源を保護・育成する環境づくりが産業全体の責務である。
備考	森慎一郎（もり しんいちろう） 森＆パートナーズ法律事務所の代表弁護士。e スポーツ・ゲーミング法務を含む IT・国際法務を専門とし、企業の契約・規制対応など幅広いリーガルサービスを提供しており、e スポーツ・ゲーミング業界の法整備支援にも取り組んでいる。

No.03　SCARZ、ストーム久保さんに対する悪質な誹謗中傷に声明―名誉毀損・業務妨害と

判断した場合は法的措置も視野に入れて対処

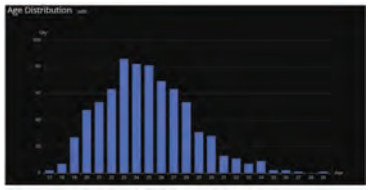
情報ソース名称	SCARZ、ストーム久保さんに対する悪質な誹謗中傷に声明―名誉毀損・業務妨害と判断した場合は法的措置も視野に入れて対処
情報公開元	GameBusiness.jp
URL	https://www.gamebusiness.jp/article/2025/09/29/25145.html
公開日	2025/09/29
資料の種別	Web メディア記事（ニュース）
課題の種別	誹謗中傷と名誉毀損リスク / 業務妨害への法的対抗
著者	SIGH（インサイド）
資料の概要	e スポーツ業界における喫緊の課題は、SNS 等を通じた所属選手やストリーマーに対する悪質な誹謗中傷への対策である。匿名集団や同業者による侮辱行為は、対象者の心理的ストレスを増大させ、パフォーマンス低下や活動休止を招くなど、プロとしての活動基盤を直接的に脅かしている。現状、個人の努力では対処に限界があり、所属チームによる公式な声明や法的措置（情報開示請求、損害賠償等）といった組織的な保護体制の構築が不可欠となっている。競技シーンの健全な育成には、ネット上の誹謗中傷を「名誉毀損・業務妨害」として厳正に対処する姿勢を業界全体で示し、選手が安心して活動できる環境を整備することが強く求められている。
課題情報詳細	**1. デジタル空間における権利侵害と「業務妨害」への定義転換** e スポーツ産業はインターネット空間を主戦場として成立しており、ファンと選手の距離が極めて近いことが市場の熱狂を生む源泉となっている。しかし、その双方向性は同時に、選手や関係者が心ない誹謗中傷の標的となりやすい構造的なリスクを孕んでいる。プロチーム「SCARZ」が所属選手であるストーム久保氏への被害に対して発出した声明は、この問題に対する業界の姿勢を転換させる重要な契機となるものである。 従来、SNS 等での誹謗中傷は「個人の喧嘩」や「有名税」として軽視されがちであったが、本事例においてチーム側は、これを単なる名誉毀損にとどまらず、チームの正常な運営活動を阻害する「威力業務妨害」であると明確に定義した。選手が精神的な平穏を保ち競技に専念することは、チームにとって最も重要な事業活動の基盤であり、それを侵害する行為は、スポンサーのブランド毀損や収益機会の喪失に直結する「経済的な加害行為」であるという認識が、法的な対抗措置の根拠となっている。 **2. 人的資本の損失とキャリアへの深刻な影響**

	e スポーツにおける最大の資産は「人的資本（選手）」であるが、誹謗中傷はこの資産を直接的に毀損する最大の脅威となっている。選手の選手寿命は平均 3〜5 年と短く、20 代前半という多感な若年期にキャリアのピークを迎える。この時期に、匿名性を盾にした集団的な攻撃に晒されることは、甚大な精神的ストレスとなり、パフォーマンスの低下、活動休止、あるいは早期引退を余儀なくされるケースが後を絶たない。 SCARZ の声明に見られるように、悪質な投稿に対して発信者情報開示請求や損害賠償請求を含む法的措置を講じる動きが加速している背景には、こうした「人材の摩耗」を防ぎ、貴重な人的資源を守らなければ産業自体が成立しなくなるという強い危機感が存在する。 選手のメンタルヘルス不調による離脱は、チームへの投資回収を不可能にするだけでなく、次世代の才能がプロを目指すことを躊躇させる要因ともなり、産業の持続可能性を根本から揺るがす課題である。 **3. コミュニティのリテラシー欠如と構造的病理** 問題の本質をさらに深刻化させているのは、誹謗中傷が一部の悪意ある匿名ユーザーだけでなく、業界内の関係者や他の配信者によっても行われているという「モラルとリテラシーの欠如」である。資料によれば、配信者や業界関係者が悪質な投稿に同調して嘲笑を行うなど、コミュニティ全体にハラスメントを許容する空気が蔓延している点が指摘されている。 これは、e スポーツが「遊び」の延長線上にあるコミュニティ文化から脱却しきれていない証左であり、プロフェッショナルとしての自覚や、公的な存在としての倫理観（インテグリティ）が教育されていないことに起因する。 デジタル空間での発言が法的な責任を伴う行為であるという認識が希薄なまま、不用意な発言が拡散され、結果として選手を追い詰める「共犯関係」が形成されてしまっている現状は、産業化に伴うガバナンスの未成熟さを露呈している。

	 **4. 組織的な防衛体制の構築と予防法務の必要性** 個人の選手が独力で誹謗中傷に対抗することは、費用や時間、精神的負担の面で限界がある。したがって、今後はチームや運営団体が主体となり、組織的な防衛体制（シールド）を構築することが不可欠である。具体的には、SCARZ の事例のように「毅然とした対処方針」を声明として対外的に発表し、抑止力を働かせることが第一歩となる。 さらに、事後的な法的措置という対症療法にとどまらず、プラットフォーム事業者や警察、弁護士と連携し、悪質なアカウントを即座に凍結・特定できる監視体制を整備する必要がある。同時に、所属選手やスタッフに対するコンプライアンス教育やメンタルケアプログラムを導入し、SNS 利用のリスクと対処法を周知徹底することも求められる。 デジタル空間における安全衛生環境を確保し、選手が安心して競技に打ち込める基盤を整えることこそが、e スポーツが健全な興行として社会的信頼を獲得するための喫緊の課題である。
備考	GameBusiness.jp ゲーム産業の市場・開発・人材・流通などビジネス面の最新ニュースと分析を提供する専門メディア。日々のニュースに加え、特集記事や連載企画を通じて未来のゲームビジネスの動向を多角的に伝えている。e スポーツや産業政策、企業戦略などゲーム産業全体の潮流と課題を読み解く情報発信基盤として機能している。 SIGH（@インサイド） インサイド編集部所属のフリーゲームライター で、主に RPG やアドベンチャーゲームなど幅広いジャンルの記事を執筆するゲーム情報メディアのライターである。 インサイド自体は家庭用・スマホ・PC ゲームのニュースや特集を毎日配信する総合ゲーム情報サイト。

No.04　プロゲーマーの“セカンドキャリア”問題

情報ソース名称	プロゲーマーの“セカンドキャリア”問題
情報公開元	note：META:Esports「e スポーツの新時代」
URL	https://note.com/metaesports/n/nc2a02033b336
公開日	2025/10/17
資料の種別	Web メディア記事（連載コラム）
課題の種別	キャリア寿命の短命性 / セカンドキャリア形成の困難 / 社会的認知の不足
著者	META:Esports
資料の概要	e スポーツ選手の選手寿命は平均 3〜5 年と極めて短く、反射神経や集中力の衰えから 20 代前半で引退を余儀なくされるケースが多い点が構造的な課題である。若年期を競技に専念して過ごすため、一般的な学歴や職歴が不足しやすく、引退後の再就職における大きな障壁となっている。海外では奨学金制度や職業訓練が進んでいるが、日本国内ではストリーマー転身以外の安定したキャリアパスが未整備であり、教育機関や産業界との連携が遅れている。 今後は、選手が活動を通じて培った「デジタルスキル」「コミュニティ形成力」「発信力」を、DX（デジタルトランスフォーメーション）推進や Web マーケティング分野の人的資源として再評価し、産業界全体でセカンドキャリアの受け皿を構築することが急務である。
課題情報詳細	**1. 競技寿命の短命性と支援体制の未整備** Z 世代を中心に「プロゲーマー」が職業として認知されつつある一方で、当該職業は極めて短命であるという構造的な課題を抱えている。e スポーツ競技においては反射神経や集中力など年齢に依存する身体機能が重視されるため、主要タイトルにおけるトップ選手のピークは 20 代前半とされ、平均的な活動期間は 3〜5 年程度に留まるのが実情である。格闘ゲームなど経験が重視される一部のジャンルを除き、多くの選手が早期に引退を余儀なくされている。 しかしながら、従来のプロスポーツ界と比較して、e スポーツ業界では引退後のキャリア形成を支える体系的な教育制度や支援プログラムが十分に整備されていない。このため、選手が将来への不透明さを抱えたまま競技活動を行わざるを得ない状況が続いており、業界全体の持続可能性を確保する上で喫緊の課題となっている。



出典：Liquipedia　※記事投稿当時
https://liquipedia.net/valorant/Portal:Statistics#Player_Age

2. キャリア移行を阻害する構造的要因

引退後の進路はストリーマー、指導者、企業就職などが挙げられるが、日本国内では人気や知名度に依存するストリーマーへの転身に偏重しており、安定的な雇用環境が確保されていない。セカンドキャリアの形成を阻む主な要因として、若年期からの競技専念による学歴・職歴の不足、および社会的な職業認知の低さが挙げられる。日本においてはeスポーツ活動が職務経験として評価されにくく、これが再就職の障壁となっている。

また、海外では韓国の協会による職業訓練、北米の大学奨学金制度、欧州の選手会による労働環境整備などが進んでいるのに対し、日本は教育機関との連携や企業の受け皿作りにおいて大きく遅れをとっている。加えて、キャリアの早期断絶による経済的不安は、選手のメンタルヘルスにも悪影響を及ぼしているとされる。

3. デジタル人材としての適性評価と産業連携

国内におけるプロゲーマーのセカンドキャリア問題を解決するためには、単なる救済措置ではなく、彼らが保有する能力を産業界のニーズと合致させる構造転換が必要である。現状ではITや広告業界の一部での採用に留まっているが、プロゲーマーが活動を通じて培った「デジタルスキル」「コミュニティ形成力」「メディア発信力」は、Webマーケティングや DX（デジタルトランスフォーメーション）推進といった成長分野と高い親和性を有している。

したがって、教育機関や企業が連携し、これらのスキルを一般就労における人的資源として正当に評価・活用できる仕組みを構築すること

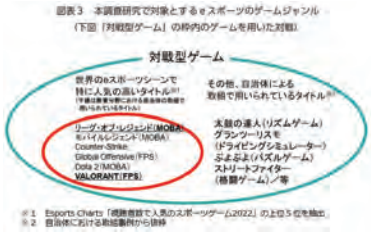
	が求められる。選手が競技終了後も社会で活躍できるルートを確立することは、eスポーツ産業全体の社会的地位向上と発展に不可欠である。
備考	META:Esports note で「e スポーツの新時代」をテーマに連載記事を発信する情報メディア。データ・事例・現場の声を基にした「メタ分析」でeスポーツ市場の構造やトレンドを読み解くコンテンツを提供している。競技力向上、運営・スポンサー戦略、プロゲーマーのキャリア等、実践的な視点からの分析記事も掲載し、eスポーツ関係者・ファン双方の理解を深める。

4. 社会実装と文化的受容の課題に関する資料等

No.01　地域課題の解決に向けたeスポーツの可能性に関する調査研究報告書

情報ソース名称	地域課題の解決に向けたeスポーツの可能性に関する調査研究報告書
情報公開元	東京市町村自治調査会
URL	https://www.tama-100.or.jp/0000001285.html
公開日	2025/04/10
資料の種別	公的機関資料（調査報告書）
課題の種別	健康への懸念（ゲーム障害）/ 権利処理と法令遵守 / 実施体制とリソース不足
著者	公益財団法人 東京市町村自治調査会
資料の概要	eスポーツを地域課題の解決に活用する際の主な課題は、持続可能な運営体制の構築と社会的な理解の醸成である。自治体等による導入において、高額な初期設備費や回線環境の整備といったコスト面、およびゲーム依存症や視力低下等の健康被害への懸念が導入の障壁となっている。また、競技タイトルの知的財産権（IP）に伴う利用許諾の複雑さや、景品表示法等の法的制約も大きな課題である。さらに、一過性のイベントに終わらせないための、専門人材の確保や産学官民の連携体制の確立が不可欠となっている。デジタルデバイドの解消や多世代交流といった公共的価値を最大化するためには、これらの構造的・運用的課題の克服が強く求められている。
課題情報詳細	**1. 本調査研究における課題の所在** 本報告書は、単に「eスポーツを普及させること」を目的とするのではなく、「人口減少・高齢化が進む地域社会において、eスポーツをいかにして地域課題（社会的孤立、フレイル、共生社会の実現など）の解

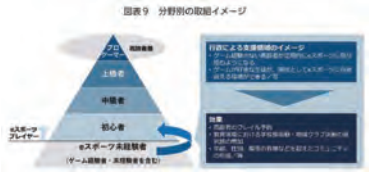
決ツールとして機能させるか」を核心的な課題と捉えている。具体的には、eスポーツが年齢・性別・障害の有無を超えて交流できる「インクルーシブ（包摂的）な特性」を持っているにもかかわらず、多くの自治体でその活用が進んでいない現状（導入・検討している自治体は全体の約4分の1に留まる）を問題視しており、その普及を阻害している要因の解消を課題として設定している。



2. 検討の背景と社会的要因

この課題設定の背景には、以下の社会構造の変化とニーズが存在する。

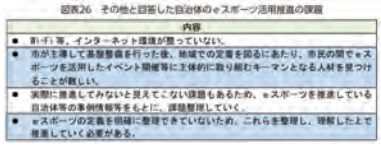
- **高齢化と社会的孤立の進行：**
  高齢者のフレイル（虚弱）予防や認知症予防が急務となる中、既存のコミュニティ（ゲートボールや手芸など）に参加しない層の社会的孤立が懸念されている。eスポーツは、身体的負荷が少なく自宅でも交流が可能なため、新たな「通いの場」や孤立防止のツールとして期待されている。
- **共生社会への希求：**
  障害者と健常者が対等に競い合える機会が少ない中、e スポーツはその垣根を取り払い、相互理解を深めるツールとしてのポテンシャルを有している。
- **若年層の居場所づくり：**
  不登校やひきこもりなどの課題に対し、e スポーツを通じた自己肯定感の醸成や、ICT スキル習得などのキャリア形成支援が求められている。



3. 導入・推進における構造的課題

eスポーツを政策ツールとして導入・継続するにあたり、以下の具体的な障壁（課題）が挙げられている。

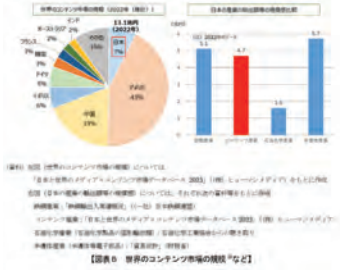
- **庁内のリソース・ノウハウ不足（行政側の課題）：**
  - **専門人材の欠如：**
    多くの自治体が「専門性を持った人材が不足している」「実施スキームや方法がわからない」と回答しており、企画・運営のノウハウが行政内部に蓄積されていない。
  - **縦割り行政の弊害：**
    どの部署（福祉、教育、スポーツ、企画など）が所管すべきか不明確であり、庁内調整が困難な現状がある。
- **健康面・社会面への懸念（住民・保護者側の課題）：**
  - **ゲーム障害（依存症）への不安：**
    WHO が認定した「ゲーム障害」や、視力低下、学業への悪影響など、健康被害や日常生活への支障に対する懸念が根強く存在する。
  - **ネガティブなイメージ：**
    「時間の浪費」「教育上良くない」といった否定的な印象を持つ住民層が一定数存在し、合意形成のハードルとなっている。
- **権利関係・運営上のリスク（実務面の課題）：**
  - **知的財産権（IP）の処理：**
    イベント開催や配信にはゲームメーカー（IP ホルダー）の許諾が必須であり、タイトルごとに異なる規約や許諾フローへの対応が求められる。

	・ **法令遵守：** 大会で賞金を出す場合の景品表示法や刑法（賭博罪）、風営法などの法的整理が必要である。   **1. 政策展開における懸念事項とリスク** 本報告書の内容を総合すると、以下の点が懸念される。 ● **一過性のイベントで終わるリスク（持続可能性の欠如）：** 行政単独での実施はノウハウや予算面で限界がある。地域の民間企業や NPO、ボランティア等と連携した「持続可能な運営エコシステム」を構築できなければ、単発のイベント開催に留ま

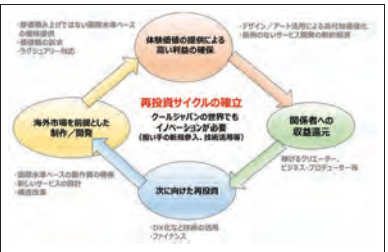
	り、本来の目的である「継続的なコミュニティ形成」や「フレイル予防」といった長期的効果が得られない恐れがある。 ● **需給のミスマッチによる機会損失：** 住民側には高齢者福祉や多世代交流への活用に対して高い期待（肯定的意見）がある一方で、行政側が「住民ニーズがない」と認識している傾向がある。この認識のズレにより、有効な政策ツールとしての導入機会を逸している可能性がある。 ● **不適切な運用による健康被害やトラブル：** プレイ時間の管理や適切なルール作り（マナー指導など）を行わずに導入すれば、懸念されているゲーム障害や人間関係のトラブルを招き、かえって社会的信用を損なうリスクがある。
備考	公益財団法人 東京市町村自治調査会 東京都の多摩・島しょ地域の 39 市町村の総意により設立された行政シンクタンク。地域の行財政、自治、広域的課題に関する調査研究を行い、その成果を自治体や市民に提供している。また、市町村共同事業の実施支援や自治に関する普及啓発、市民交流支援なども主要な活動分野としており、調査報告書・統計資料や情報誌を発行し、自治体運営の改善や地域政策の立案に寄与している。

No.02　新たなクールジャパン戦略

情報ソース名称	新たなクールジャパン戦略
情報公開元	内閣府
URL	https://www.kantei.go.jp
公開日	2024/06/04
資料の種別	公的機関資料（戦略文書）
課題の種別	ビジネスモデルの構造改革 / デジタル化・DX の遅れ / 人材不足と労働環境
著者	内閣府　知的財産戦略本部
資料の概要	国家戦略上の主要課題は、e スポーツを中核とするゲーム産業の「海外市場に対応したビジネスモデルへの構造改革」と「デジタル化・DX 化の遅れへの対応」である。具体的には、プラットフォームの海外依存からの脱却や、制作体制の DX 化、生成 AI 等の新技術活用によるクリエイションの効率化が急務とされている。また、コンテンツ人気をインバウンドや地域振興に繋げる「分野横断的な取組」が不十分であり、適切な収益分配を含む持続可能なエコシステムの構築が求められてい

	る。さらに、世界的な存在感を高めるための「インテリジェンス機能（海外ニーズの調査・分析）」の強化や、官民一体となった海賊版対策、次世代人材の育成も産業定着に向けた不可欠な課題として挙げられている。
課題情報詳細	**1. 戦略の再構築と産業の基幹化に向けたビジョン** 新たなクールジャパン戦略は、ポストコロナ等の環境変化を踏まえ、日本ファンを世界規模で拡大しつつ、関連産業を基幹産業へと昇華させる「リブート（再起動）」を目的としている。従来、日本のコンテンツや食文化は世界的な評価を獲得してきたが、単なる認知拡大に留まらず、経済的な収益構造として確立することが急務である。 本戦略では、海外市場での収益を国内の人材や制作現場へ還元し、さらなる高品質な作品・サービスの創出につなげる「再投資の循環エコシステム」の構築を核心的なビジョンとして掲げている。量的拡大のみならず、「体験価値」の提供を通じた高付加価値化を図り、持続可能な産業構造への転換を目指す点が、従来の戦略との決定的な差異である。  【図表 6　世界のコンテンツ市場の規模 "など"】 **2. ビジネスモデルの硬直性とデジタル化の遅滞** コンテンツ産業における最大の構造的課題は、国内市場への過度な依存とデジタル化（DX）の遅れである。世界市場では動画・音楽配信プラットフォームが主流となる中、日本の産業構造は依然としてアナログ時代の商慣習や国内消費を前提としたビジネスモデルから脱却できていない。結果として、海外プラットフォーマーに対する交渉力が弱

	く、適切な収益配分やデータへのアクセスが阻害される懸念が生じている。また、独自のグローバルな流通チャネル（プラットフォーム）を持たないことは、戦略的な海外需要開拓を制約する要因となっている。加えて、デジタル化の遅滞は深刻な海賊版被害への対応を困難にしており、正規版流通の促進とセットでの構造改革が不可欠である。  【図表 7　コンテンツ産業におけるデジタル化の状況】 **3. 人的資本の脆弱性と制作環境の構造的問題** 産業の持続可能性を脅かす要因として、制作現場における人材不足と労働環境の脆弱性が挙げられる。アニメや映像制作の現場では、長時間労働や低賃金といった課題が常態化しており、クリエイターへの適正な対価還元がなされていない事例が散見される。これは産業全体の魅力低下を招き、次世代の担い手不足を加速させる構造的なリスクである。また、優れた作品をビジネスとして海外展開するためのプロデューサー人材や、法務・知財管理を担う専門人材が不足している点も深刻である。個人の情熱に依存した制作体制から、国際水準のコンプライアンス遵守と適正な契約関係に基づく近代的な産業組織への移行が求められている。 **4. 分野横断的な連携強化と政策の機能転換** これらの課題解決に向け、行政および産業界は縦割りの構造を打破し、分野横断的な連携を強化する必要がある。具体的には、アニメ・マンガ等のコンテンツを「入口」として、インバウンド観光や食文化体験へと誘引するクロスオーバー効果の最大化が求められる。 政策推進にあたっては、従来欠如していた客観的なデータに基づく PDCA サイクルの確立が必須であり、KGI/KPI の設定による進捗管理徹底が方針として示された。行政は単なる補助金交付に留まらず、海外市場情報の収集・共有機能（インテリジェンス）の強化や、海賊版対策における国際連携、さらにはクリエイターが安心して活動できる法制度や取引適正化のガイドライン整備など、環境整備に注力すべきである。

	
備考	（その他特記事項があれば記載）

No.03　e スポーツの市場性とは？

情報ソース名称	e スポーツの市場性とは？
情報公開元	BCN e スポーツ部　企画書作成.COM
URL	https://kikakushosakusei.com/product/esports-research/
公開日	2024/07/13
資料の種別	調査レポート
課題の種別	法制度・コンテンツ・人的環境の未整備 / エコシステム構築の遅れ
著者	中村伊知哉／慶応義塾大学大学院 メディアデザイン研究科教授
資料の概要	日本は家庭用ゲーム機での成功が先行したため、PC ゲームを軸とする世界の e スポーツ潮流から出遅れた構造的課題がある。現状、景品表示法や賭博罪、風営法といった法的制約が、大会の賞金設定や収益構造の確立を阻害している。また、持続可能な発展には「コアファン」だけでなく「ライト層」の取り込みが不可欠だが、観戦体験の質向上やコミュニティ形成のノウハウが未成熟である。さらに、パブリッシャーの権利許諾に関するガイドライン整備や、選手の地位向上・セカンドキャリア支援の欠如も深刻である。 これら「法的環境」「コンテンツ環境」「人的環境」の三要素を統合したエコシステムの構築が、日本市場活性化の鍵を握っている。
課題情報詳細	**1.　市場構造の再定義と産業の進化プロセス**

	日本は家庭用ゲーム機市場での成功体験ゆえに、PC ゲームを中心とする世界的な e スポーツの潮流から遅れをとってきた経緯がある。2018 年の業界団体（JeSU）発足以降、国内市場は立ち上がりを見せているが、産業としての持続可能性を確保するためには、「黎明期」から「成長期・成熟期」への構造転換が不可欠である。本報告書では、e スポーツ市場を単なる興行収入（スポンサー・チケット等）による「直接市場」のみならず、周辺機器、通信インフラ、観光、教育といった「エコシステム領域」および「波及領域」を含めた広義の市場として再定義している。現状の課題は、イベント単体の収益化が困難な点にあり、周辺産業への経済波及効果を最大化させるエコシステムの構築こそが、産業基盤強化の要諦であると位置づけている。  **2.　持続的成長を阻む経済的・社会的要因** 市場の拡大において構造的なボトルネックとなっているのが、「ファンのコア化」の不足と「選手の経済的地位」の不安定さである。市場規模の拡大には、受動的なライトファンを能動的なコアファンへと転換し、1 人当たりの消費単価を高める循環が必要である。しかし、現状ではそのための「場」やコミュニティ形成が十分ではない。また、産業の主役である選手の生活基盤が脆弱であり、職業としての安定性が欠けている点は深刻な課題である。 実業団制の推進や最低年俸の適用など、プロフェッショナルとしてのキャリアパスを制度的に保障しなければ、次世代の人材が育たず、競技レベルおよびエンターテインメントとしての魅力が低下するという悪循環に陥る懸念がある。 **3.　制度および知的財産権管理における制度的障壁**

	e スポーツの開催・運営における最大の障壁は、知的財産権（IP）の処理および関係法令への適合に関する不透明性である。伝統的なスポーツと異なり、e スポーツは企業が権利を有するゲームタイトルを使用するため、イベント開催には著作権者の許諾が必須となる。しかし、許諾取得のガイドラインが未整備であるため、手続きの煩雑さや法的リスクへの懸念から、新規参入や大会開催が萎縮している現状がある。加えて、賞金制大会における景品表示法や刑法（賭博罪）、施設運営における風俗営業法など、既存の法規制との整合性が整理されておらず、これが主催者のコンプライアンスリスクとなっている。 IP 利用許諾のガイドライン策定や法適用の明確化といった環境整備は、市場の健全化に向けた急務の課題である。 **4.　社会的意義の確立と教育・福祉分野への展開** e スポーツを単なる娯楽産業に留めず、社会課題解決のツールとして定着させることができるかも重要な論点である。高齢者や障害者の社会参画（共生社会の実現）、地方創生、あるいは若年層の教育（ICT スキルや英語習得）といった分野での活用が期待されているが、その効果を示す客観的なエビデンスや実践事例の共有は道半ばである。 教育現場への導入や医療・福祉目的での活用を進めるためには、学術的な実証研究と並行して、地域に根差した情報発信拠点の整備が求められる。e スポーツが持つ「年齢・性別・ハンディキャップを超えたコミュニケーション」という特性を活かし、公共性の高い社会インフラとしての地位を確立することが、中長期的な産業発展の鍵となる。

	
備考	BCN e スポーツ部 高校・中学などユース世代の e スポーツ活動を応援し、ニュース・データ・コラムを発信する情報サイト。ユース世代の大会情報や部活動の現状を紹介し、学校間交流や進学資料としても活用できるコンテンツを提供している。

No.04　デジ田交付金を活用した e スポーツ事業は地方創生を担う存在になり得るのか

情報ソース名称	デジ田交付金を活用した e スポーツ事業は地方創生を担う存在になり得るのか
情報公開元	矢野経済研究所
URL	https://www.yanoict.com/opinion/show/id/420
公開日	2024/04/05
資料の種別	Web メディア記事（アナリスト分析）
課題の種別	交付金終了後の事業継続性 / 地域間差別化と独自性の欠如
著者	今野 慧佑（矢野経済研究所 研究員）
資料の概要	地方自治体が推進する e スポーツ事業の主な課題は、国の交付金支援終了後における自立した運営モデルの構築である。e スポーツは既存のリアルスポーツと比較して社会的認知や直接的な経済波及効果が小さく、施設の維持やイベントの継続性を確保するための中長期的な収益化が困難な現状にある。また、場所を選ばないという特性が強みである反面、特定の地域で開催する必然性や独自性を示しにくい。

	将来的なイベントの乱立を見据え、地域の観光資源や食、文化と組み合わせた複合的な差別化戦略が求められる。単なるゲーム大会の開催に留まらず、スポンサーの確保や地域人材の育成を含めた包括的なエコシステムの形成が、地方創生としての成否を分ける。
課題情報詳細	**1. eスポーツの政策的活用の現状と社会的背景** 近年、国際オリンピック委員会（IOC）による大会開催決定や動画配信プラットフォームの普及を背景に、日本国内においてもeスポーツの認知と需要が急速に拡大している。これに伴い、eスポーツを単なる娯楽産業としてではなく、地方創生や社会課題解決の有効な手段として位置づける自治体が増加傾向にある。具体的には、国の「デジタル田園都市国家構想交付金（デジ田交付金）」を活用し、観光振興、高齢者・障害者の社会参画（福祉）、若年層のデジタルスキル向上（教育）といった多岐にわたる分野での実装が進められている。年齢や性別、身体能力の差異を超えて交流可能という「インクルーシブな特性」に加え、オンライン開催による関係人口の創出効果が期待されており、地域ブランド向上を目指す政策ツールとしての地位を確立しつつある。 **2. 交付金依存からの脱却と持続可能な収益モデルの構築** 自治体主導のeスポーツ事業における最大の構造的課題は、事業の持続可能性（サステナビリティ）の確保にある。デジ田交付金などの支援制度は、主にシステムや施設の「実装」段階を対象としており、その後の継続的な「運営」経費まではカバーしていない。 本来、自治体の地方創生事業は収益性よりも住民サービスの向上を主眼とするが、交付金終了後も事業を継続するためには、自立的な運営モデルの構築が不可欠である。しかしながら、現状のeスポーツ市場はリアルスポーツと比較して社会的認知や経済規模が限定的であり、イベント参加費等の収入のみで施設の維持管理や運営コストを賄うことは容易ではない。したがって、中長期的な視点に立ち、安定的かつ採算性の取れるビジネスモデルをいかに設計できるかが喫緊の課題となっている。 **3. 場所性の希薄化と地域間競争における差別化** eスポーツはオンライン環境さえあれば場所を問わず開催できるという強みを持つ反面、「特定の地域で開催する必然性」や「地域固有の意義」を訴求しにくいという構造的なジレンマを抱えている。現

	状では先行する自治体が「eスポーツのまち」としてのブランディングに成功している事例も見られるが、今後、全国的に同様の取り組みが普及。一般化した際には、地域間の差別化が困難となり、埋没するリスクが高い。単にゲーム大会を開催するだけでは一過性の集客に留まるため、地域の観光資源、食文化、歴史といった独自のコンテンツと有機的に結合させることが求められる。地域内外の企業スポンサーの獲得や、地元人材を活用した付加価値の高いサービス開発など、複合的なアプローチによる「その地域ならではの体験価値」の創出が不可欠である。 **4. 政策評価の確立と今後の展望** eスポーツを活用した地方創生事業は、多くの地域において実証段階にあると言える。今後、自治体が一般財源を用いて継続的に予算化するためには、イベントによる経済波及効果や、福祉・人材育成面での具体的な成果（アウトカム）を客観的なエビデンスとして明示する必要がある。若年層を中心にストリーマー等の影響で認知が高まっている現状は追い風であり、適切な検証とモデル構築が進めば、地域活性化の一翼を担う存在となる可能性は十分にある。 行政は、一過性のブームに終わらせないために、導入効果の定量的な検証を行うとともに、民間事業者との連携強化による自走可能なエコシステムの形成に向けた環境整備に注力すべきである。
備考	今野 慧佑（こんの けいすけ） 矢野経済研究所の ICT・金融ユニットに所属する研究員。 ICT 全般やエンタープライズ領域の調査・分析を通じて、企業や自治体向けに有益な情報提供を行っている。アナリストとして市場調査レポートやオピニオン記事を執筆し、IT 動向やデジタルトランスフォーメーション関連の知見を発信している。

No.05　ゲームに関する調査（2025 年）e スポーツ編

情報ソース名称	ゲームに関する調査（2025 年）e スポーツ編
情報公開元	株式会社クロス・マーケティング
URL	https://www.cross-m.co.jp/report/20250805game
公開日	2025/08/05
資料の種別	調査レポート
課題の種別	大会参加率の低迷 / 国際大会の認知不足

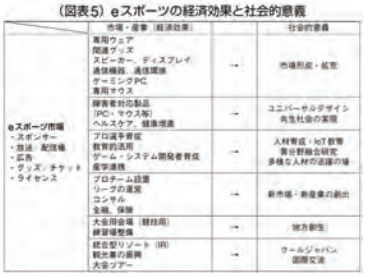
著者	株式会社クロス・マーケティング
資料の概要	eスポーツの主要な課題は、高い認知度に対し、実際の「大会参加経験」が極めて低位（5%程度）に留まっている点である。格闘ゲームやシューティングといった人気ジャンルの観戦・視聴体験は増加傾向にあるものの、自らがプレイヤーとして競技に参画する層の拡大には至っていない。また、2027 年の「オリンピック eスポーツゲームズ」開催決定という重要なマイルストーンに対し、その認知度は 3 割強に留まっており、公的な国際大会としての機運醸成や一般層への浸透も道半ばである。今後、観戦専門のファンをいかに競技の裾野へ取り込み、特定の熱狂的なコミュニティを超えた社会的なイベントとして定着させられるかが、産業の持続的成長に向けた不可欠な課題である。
課題情報詳細	**1. 参加率の長期的停滞と「観戦偏重」の市場構造** 本調査によれば、eスポーツの大会参加および観戦経験者は全体の 25%に達し、前年比で 4 ポイントの増加が見られた。しかし、その内訳を精査すると「観戦・視聴のみ」が 20%を占める一方で、実際に大会へ「参加したことがある」層はわずか 5%に留まっている。特筆すべき構造的な課題は、この大会参加率が過去 5 年間にわたり、全年代を通じて 1 割未満の水準で推移し、全く上昇の兆しを見せていない点である。 市場全体の認知や接触率は拡大傾向にあるものの、その内実は「観戦型エンターテインメント」としての消費が先行しており、自らが競技者として参画する「プレイヤー層」の裾野が広がっていない。単なる視聴者を能動的な競技参加者へと転換させるための動機付けや、エントリー障壁を下げる環境整備がなされていないことが、業界の厚みを欠く要因となっている。 

	2. ジャンル需要の乖離と世代間における認識の分断 競技ジャンルとタイトル想起における需給のミスマッチおよび世代間断絶も、統一的な市場形成を阻む要因である。観戦需要では「格闘ゲーム」に次いで「パズルゲーム」が上位に入るが、参加需要においてはパズルゲームの順位が下がり、代わって「スポーツゲーム」などが選好される傾向にある。これは「見る楽しさ」と「プレイする動機」が必ずしも一致しないeスポーツ特有の構造を示唆している。さらに、想起される代表的なタイトルにおいて、40 代が「ストリートファイターシリーズ」を挙げる一方、15 歳から 19 歳の若年層は「Fortnite」や「Apex Legends」を想起しており、世代によって「eスポーツ」に対するイメージが全く異なっている。世代やジャンルを超えた包括的な産業基盤を築くためには、こうしたターゲット層ごとの嗜好性の違いを踏まえた、多層的かつセグメント別の振興策が不可欠である。 **3. 国際的な制度化における認知ギャップと情報障壁** 国際オリンピック委員会（IOC）により 2027 年の開催が決定した「オリンピック eスポーツゲームズ」に関しては、その社会的インパクトの大きさに反し、開催認知度が 36%と低水準に留まっている現状が明らかとなった。一方で、開催を認知している層に限れば、その 70%が高い観戦意向を示しており、潜在的な需要自体は極めて高いことが確認されている。すなわち、現状の課題はコンテンツ自体の求心力不足ではなく、情報到達の不全にあると言える。国際的な制度化が進む中で、この認知ギャップを放置すれば、eスポーツが一般的なスポーツ競技と同等の社会的地位を確立する好機を逸する恐れがある。 行政および業界団体は、国際大会の開催意義を広範に周知し、既存のゲーマー層以外をも巻き込んだ国民的な関心を醸成する広報戦略の再構築を迫られている。
備考	株式会社クロス・マーケティング 日本のマーケティングリサーチとデータ分析を中核とする企業。国内最大級の調査パネルネットワークを活用し、消費者理解に基づく市場調査やコンサルティングを提供することで企業の意思決定を支援している。

No.06　日本におけるｅスポーツの発展のために

情報ソース名称	日本におけるｅスポーツの発展のために
情報公開元	財務省 広報誌「ファイナンス」
URL	https://www.mof.go.jp/public_relations/finance/202305/202305j.pdf
公開日	2023/5/1
資料の種別	公的機関資料（広報誌コラム）
課題の種別	ファン層の拡大 / 国産タイトルの開発遅れ / サポーター企業の参入促進
著者	寺井 理子（大臣官房総合政策課 調査第一係係員） 林 風子（大臣官房総合政策課 調査第一係係員）
資料の概要	ｅスポーツを地域活性化や社会課題解決に活用する上で、単発のイベント開催に留まらない持続的な「地域エコシステム」の構築が大きな課題である。多くの地方自治体で関心は高まっているものの、運営を担う専門人材の不足や、地方における高速通信インフラの整備状況といったハード・ソフト両面の格差が普及を阻んでいる。また、高齢者の認知症予防や共生社会の実現に向けた活用が期待される反面、ゲームに対する既存のネガティブなイメージの払拭や、公的資金を投入する際の費用対効果の明確化が求められる。産業としての自立を促す民間投資の呼び込みと、地域コミュニティに根ざした持続可能な運営モデルの確立が、地方実装に向けた核心的な課題である。
課題情報詳細	**1. 市場の現状と社会的意義** 「ｅスポーツ」とは、電子機器を用いた対戦をスポーツ競技として捉えるものであり、大会の開催や選手、スポンサー企業等を通じて市場を形成している。2022 年に開催された国内大会では入場者数が 2.6 万人に達し、同時接続視聴者数は 50 万人を記録するなど、その存在感は高まっている。2021 年時点の国内市場規模は 78.4 億円であり、約 1188 億円の世界市場に対しては約 6.3%の規模に留まっているものの、2024 年には約 1.5 倍への拡大が見込まれている。また、ｅスポーツは経済効果のみならず、年齢、性別、国籍、障害の有無を問わず参加が可能である点において、独自の社会的意義を有している。実際に、認知症予防やリハビリテーションといった医療・福祉分野での活用や、大会開催を通じた地域活性化、異分野融合研究など、多岐にわたる領域で取り組みが進展しており、産業としての成長と社会的課題解決の両面で期待される分野である。

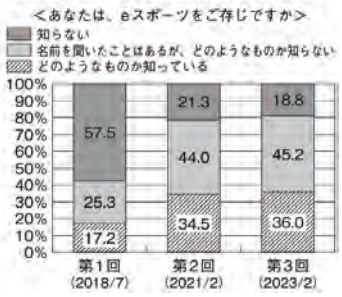
（図表5）ｅスポーツの経済効果と社会的意義



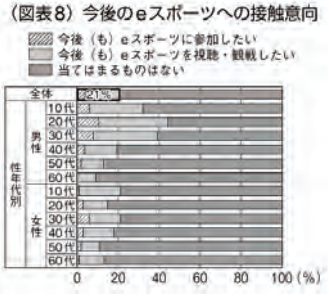
2. 課題の深掘り：産業発展を阻む構造的要因

日本におけるｅスポーツの更なる成長には、解決すべき構造的な課題が 3 点存在する。第一に「ファンの拡大」である。ｅスポーツの認知度は 36.0%に留まり、将来的な接触意向を持つ層も全体で 2 割程度であることから、若年層を中心とした接触機会の創出や、親子間での認知拡大が不可欠である。第二に「ゲームタイトルの国内開発」である。家庭用ゲーム市場で実績のある日本企業だが、ｅスポーツ競技種目としては高額な賞金総額を誇る米国や中国のタイトルが上位を独占しており、世界市場で主流となる国産専用タイトルの開発が遅れている現状がある。第三に「サポーター企業の更なる参入」である。市場拡大にはイベント開催やスポンサー協賛といった企業による支えが必須であるが、これまではファン層の薄さが障壁となり、日本企業の参画は限定的な範囲に留まっていた。

（図表7）ｅスポーツに関するアンケート調査



（図表8）今後のｅスポーツへの接触意向



3. 好循環の創出に向けた展望

課題であった企業の参入に関しては、世界的な市場拡大に伴い状況が変化しつつある。調査によれば、ｅスポーツのファンはスポンサー企業の認知率が 9 割を超え、商品購入経験者も 6 割以上に達するなど、高い宣伝・広告効果が確認されている。特に若年層へのリーチが可能である点は企業にとって大きなメリットであり、世界的にスポンサー契約件数が増加傾向にある中、日本国内においても食品や通信など多様な業種からの参入が見られ始めている。

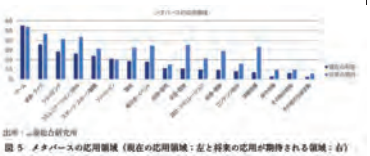
今後は、参入企業によるファン獲得の取り組みが市場を拡大させ、それが新たな企業の参入を促すという好循環の構築が求められる。ファンと企業の相互作用による市場の持続的な成長を実現することが、日本におけるｅスポーツ産業発展の鍵となる。

備考	（その他特記事項があれば記載）

No.07　三菱総合研究所、国内のメタバースの認知・利用に関する研究成果を発表

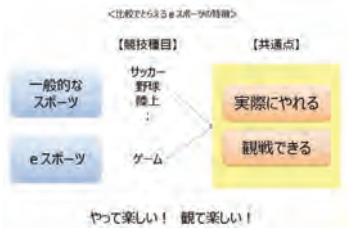
情報ソース名称	三菱総合研究所、国内のメタバースの認知・利用に関する研究成果を発表
情報公開元	株式会社三菱総合研究所
URL	https://www.mri.co.jp/knowledge/column/20230330.html https://www.mri.co.jp/knowledge/column/dia6ou0000054w41-att/mtr_20230330.pdf
公開日	2023/3/30
資料の種別	Web メディア記事（研究レポート）
課題の種別	認知と利用実態の乖離 / 体験価値のバランス確保
著者	株式会社三菱総合研究所
資料の概要	株式会社三菱総合研究所の調査によれば、国内におけるメタバースの認知度は 83%に達しているものの、実際の利用経験者はわずか 5.5%に留まっており、高い認知度が利用の定着に直結していない「認知と行動の乖離」が最大の課題である。 利用環境においては、スマートフォン等の「視聴型」デバイスによるアクセスが約 6 割を占める一方、本来の価値とされる VR ヘッドセットを用いた「没入型」体験は限定的であり、ユーザー属性も若年層男性に偏っている現状がある。また、継続利用（リテンション）の確保が困難である点も浮き彫りとなっており、産業の定着には、現状のデバイス環境に即した体験価値の向上と、ゲーム領域を超えた教育・医療等への適用拡大による日常的な利用習慣の確立が不可欠である。
課題情報詳細	**1. 認知の定着と利用実態の乖離**

	株式会社三菱総合研究所は、2030 年代のコミュニケーション変革（CX）の基盤技術であるバーチャルテクノロジーの研究一環として、国内におけるメタバースの認知・利用状況に関する調査結果を公表した。2022 年 12 月時点で、メタバースという言葉の認知率は 83%に達しており、同年 6 月時点と比較しても増加傾向にある。しかしながら、実際に利用した経験がある回答者は全体の約 5.5%に留まっており、認知の拡大が必ずしも利用の定着に直結していない現状が明らかとなった。他者に説明できるレベルの理解者も約 12%と限定的であるものの、半年間で倍増しており、関心層の深化は見受けられる。本調査結果は、高い認知度と低迷する利用率という乖離（かいり）を示しており、産業としての本格的な普及には、このギャップを埋めるための構造的な要因分析が不可欠である。  **2. 利用環境の制約と継続性の欠如** 業界が直面する構造的な課題は、ユーザーのアクセス手段と体験価値の不整合にある。調査によると、メタバースへの主要なアクセス手段はスマートフォンやタブレットが約 6 割を占め、PC 等の平面ディスプレイを含めた「視聴型」の利用が大半である。本来のメタバースが企図する VR ヘッドセット等を用いた「没入型」の体験は、簡易型を含めても利用者の 2 割程度に過ぎない。また、利用者属性においては若年層や男性に偏りが見られ、女性の利用割合は男性の 3 分の 1 程度に留まっている。さらに、利用経験者のうち月 1 回以上継続して利用している層は全体の 3 分の 1 程度であり、残りの大多数は利用頻度が低いか、あるいは過去に利用したものの離脱している。

	一過性の体験から日常的な利用習慣へと転換させるための継続利用（リテンション）の確保が、産業定着に向けた重大な阻害要因となっている。 図　メタバースの国内における認知率・利用率の経時変化  **3. 体験価値の多層化と適用領域の拡大** メタバース産業の持続的な発展には、現状のデバイス普及実態に即した「視聴型」体験の価値向上と、将来的な「没入型」体験への投資を両立させることが求められる。当面のビジネス展開においては、スマートフォン等でのコンテンツ提供が一般的であるため、既存のオンラインサービスの利便性を維持しつつ、3D 空間表現やアバター活用といったメタバース固有の付加価値を実装することが重要である。 また、将来的にはゲームやエンターテインメント領域のみならず、教育・学習、医療・健康、遠隔会議といった分野での活用に対する期待が高まっている。これらの領域において市場を顕在化させるためには、視聴型デバイスでの有効活用を模索しつつ、長期的には没入型デバイスによる体験価値の高度化を見据えた研究開発と環境整備を並行して推進することが不可欠である。  図 5　メタバースの応用領域（現在の応用領域：左と将来の応用が期待される領域：右）
備考	（その他特記事項があれば記載）

No.08　障害者の方にとってのｅスポーツの価値|全国地域生活支援機構

情報ソース名称	障害者の方にとってのｅスポーツの価値|全国地域生活支援機構
情報公開元	一般社団法人 全国地域生活支援機構
URL	https://jlsa-net.jp/hattatsu/sgs-esports/
公開日	2021/2/22
資料の種別	Web メディア記事（解説コラム）
課題の種別	障害者の社会参加と共生 / 教育・制度環境の国際的遅れ
著者	金森 保智（全国地域生活支援機構 電子福祉マガジン記者）
資料の概要	日本におけるｅスポーツは、「遊び」や「依存」への懸念が先行する傾向があり、教育や福祉の社会インフラとしての活用において、欧米や中韓と比較して制度設計や社会的認知が遅れている点が課題である。障害者にとって、ｅスポーツは身体的制約を超えて他者と対等に交流できる「共生社会」実現のためのプラットフォームであり、国立病院機構におけるリハビリテーション活用や、ADHD（注意欠如・多動性障害）治療への応用といった医学・福祉的な価値も実証されつつある。今後は、単なる娯楽産業の枠を超え、障害者の社会参加や社会的孤立の解消、さらには計画力などの「社会人基礎力」を育む有用なツールとして、その社会的有用性を確立し普及させることが求められている。
課題情報詳細	**1. 世界市場の拡大と国内における制度的遅行** ｅスポーツ（エレクトロニック・スポーツ）は、コンピューターゲームを用いた対戦を競技として捉える概念であり、単なる娯楽から観戦可能なスポーツ興行へと変容を遂げている。 日本国内の市場規模は 2019 年時点で 60 億円を超え、2023 年には 150 億円規模への拡大が予測されているものの、約 1000 億円規模の世界市場との乖離（かいり）は依然として大きい。米国では大学がプロ育成のための奨学金制度を整備し、中国や韓国では国策として正式な体育種目や産業として認定されている。これに対し、日本においてはゲームに対する「遊び」や「依存」といった懸念が先行しがちであり、教育や福祉を含めた社会インフラとしての活用や制度設計において、これら先進諸国と比較して後塵を拝している状況にある。

	 **2. 多様な特性への適合と医療・福祉的価値** 障害者の社会参加における構造的な課題として、既存の物理的なスポーツへの参加障壁が存在するが、ｅスポーツはその解決策として独自の機能を有する。特筆すべきは、MOBA（マルチプレイヤー・オンライン・バトル・エリア）やパズルなど多岐にわたるジャンルが存在し、反射神経のみならず戦略的思考など、個人の残存能力や特性に適合した参画が可能である点である。また、医療・福祉分野への応用も進んでおり、国立病院機構における神経筋疾患患者へのリハビリテーション活用や、製薬企業による ADHD（注意欠如・多動性障害）治療用ゲームアプリの開発など、単なる余暇活動を超えた機能的価値が実証されつつある。こうしたプラスの側面を社会的に認知させ、実用化を推進することが求められる。 **3. 共生社会」の実現と社会人基礎力の涵養** ｅスポーツの核心的な価値は、年齢、性別、身体的特徴、言語の違いを超越して対等に交流できるプラットフォーム機能にあり、障害者と健常者が相互に支え合う「共生社会」の基盤形成に寄与するものである。コントローラーの改造等によるアクセシビリティの確保により、障害者が主体的に社会と関わることが可能となるほか、チームプレイを通じて計画立案能力や他者への配慮といった、経済産業省が定義する「社会人基礎力」を涵養（かんよう）する機会ともなり得る。

	コロナ禍において顕在化した社会的孤立の問題に対しても、物理的な移動を伴わずに他者との繋がりを維持できる手段として、その社会的有用性は高く評価されるべきである。
備考	一般社団法人 全国地域生活支援機構（JLSA） 高齢者・障害者・生活困窮者などが安心して地域で暮らせるよう生活支援・権利擁護・就労支援などの支援事業を行う団体。地域の自治体・医療・福祉・金融機関等と連携し、日常生活支援や地域包括ケアの構築、後見制度の普及支援などを実施している。公式サイトでは e スポーツを含む障害者の社会参加や共生社会実現に関する考察など、多様なテーマの情報発信も行っている。

No.09　e スポーツの発展可能性とその課題―先行研究の論点整理を通じた検討

情報ソース名称	e スポーツの発展可能性とその課題―先行研究の論点整理を通じた検討
情報公開元	新潟医療福祉学会学術集会
URL	https://nsg.repo.nii.ac.jp/record/4961/files/079_w1901.pdf
公開日	2019/10/26
資料の種別	学術論文
課題の種別	産業化に伴う法的・倫理的課題 / 文化としての普及とゲーム障害対策
著者	山本 悦史（新潟医療福祉大学 健康スポーツ学科） 佐藤 裕紀（新潟医療福祉大学 健康スポーツ学科） 武田 丈太郎（新潟医療福祉大学 健康スポーツ学科）
資料の概要	日本における e スポーツ普及の根本的な課題は、ゲームに対する社会的偏見と産業構造の未成熟である。長年「ゲームは教育に悪影響を及ぼす」という負のイメージが根強く、これが他国に比べプロ選手の社会的地位の向上や公的支援の獲得を遅らせる要因となっている。また、PC ゲームが主流の海外に対し、日本では家庭用ゲーム機が普及したため、競技プラットフォームの乖離が国際競争力に影響を及ぼしている。さらに、選手を育成する教育カリキュラムや、引退後のキャリアパスを保証するエコシステムが欠如しており、若者が安心してプロを目指せる環境整備が急務である。文化的受容性の向上と、産学官連携による持続可能な支援体制の構築が、普及に向けた核心的課題である。
課題情報詳細	**1. 急速な産業化と学術的・制度的基盤の未整備** 「e スポーツ」はコンピューターゲームを用いた対戦をスポーツ競技として捉える概念であり、近年、その組織化および産業化が急速に進展している。日本国内においても、2018 年の一般社団法人日本 e スポー

	ツ連合（JeSU）の発足や国民体育大会文化プログラムへの採用、J リーグによる大会開催など、社会経済への普及が顕著である。本報告における分析対象となった先行研究の多くは、こうした急速な産業化を背景とした、プロ化の推進や市場における競争優位の獲得に関する議論が中心となっている。一方で、e スポーツに関する学術的・制度的な基盤整備は、その急激な成長速度に追いついておらず、未開拓な部分が多く残されているのが現状である。したがって、国内外の学術論文の整理を通じて、産業としての発展のみならず、その社会的機能や課題を構造的に把握することが求められている。 **2. 産業化および文化的普及における法的・倫理的障壁** e スポーツは、プログラムによる自動化という技術的要素や、仮想空間でのコミュニケーションという空間的要素において、従来のスポーツとは異なる特性を有するが、その普及に伴い構造的な課題が顕在化している。まず、産業化を巡る課題として、ゲームソフトの著作権保護や e アスリートの法的地位（労働法や団体交渉権の適用）の不明確さが挙げられる。また、大会運営における景品表示法への対応、賭博行為や不正行為への対策といったコンプライアンス上のリスクも構造的な問題として存在する。次に、文化としての普及・振興を巡る課題として、ゲーム障害への懸念や、殺人・暴力といった反社会的な描写の取り扱いが指摘されている。これらは法学、経営学、社会学、教育学といった多角的な視点から論じられており、産業の健全な発展を阻害する要因となっている。 **3. 「社会的包摂」の実現に向けた領域横断的アプローチ** e スポーツの真の発展可能性は、プログラムによる自動化という特性により、年齢、性別、身体的特徴、障害の有無といった物理的な障壁を克服し得ることにある。これは「社会的包摂（ソーシャル・インクルージョン）」の文脈において極めて重要であり、スポーツを通じて豊かな生活を営む権利を保障する「スポーツ基本法」の理念とも合致するものである。しかし、既存の研究では産業化の文脈が先行し、この観点からの議論は十分になされていない。 今後は、産業としての経済的基盤を盤石にすると同時に、保健・医療・福祉領域との有機的な連携を深めることが不可欠である。「カラダ・ココロ・シャカイに優しい e スポーツ」の開発を見据え、領域横断的

	な視点から社会的包摂の実現を目指すことが、e スポーツの持続可能な発展における結論的指針である。
備考	新潟医療福祉学会学術集会 保健・医療・福祉・スポーツ分野の研究発表と情報交換を目的として毎年開催される学術大会。学会員や専門家が演題発表、シンポジウム、特別講演を通じて知見を共有し、学際的な交流を促進する場となっている。

5.　技術革新とインフラの課題に関する資料等

No.01　地方が熱い日本は独自路線で市場が拡大求められるビジネスモデル変革とガバナンス強化

情報ソース名称	地方が熱い日本は独自路線で市場が拡大求められるビジネスモデル変革とガバナンス強化
情報公開元	三菱電機 Biz Timeline
URL	https://www.mitsubishielectric.co.jp/business/biz-t/contents/xperspectives/esports/002.html
公開日	不明（2020 年以降）
資料の種別	Web メディア記事（インタビュー）
課題の種別	知財管理とビジネスモデル変革 / 新規 IP 開拓とエコシステム / インフラ管理とガバナンス
著者	木村 知史（日経 BP 総合研究所 上席研究員）
資料の概要	日本の e スポーツ市場は、海外の大都市集中型興行とは異なり、地方自治体や地域企業が主導し、観光誘致や高齢者・障害者支援といった「社会課題解決」と連携する日本独自の成長モデルを形成しつつある。一方で、世界的な主流である「PC・基本プレイ無料（F2P）」モデルに対し、国内は依然として「家庭用ゲーム機・売り切り型」が中心であり、メーカーによる厳格な知的財産管理が実況者（ストリーマー）によるマーケティングやコミュニティ形成を阻害している点が構造的な課題である。 市場の持続的成長には、ユーザーを巻き込んだオープンイノベーション型の新規 IP 開発体制への転換に加え、不正防止や労働環境整備といったガバナンス（統治）を強化し、スポンサーや自治体が安心して参入できる社会的信頼を確立することが不可欠である。
課題情報詳細	**1. e スポーツ市場の経済的潜在性と地域主導の成長モデル**

	経済産業省等の試算によれば、国内の e スポーツ関連市場は 2025 年に約 3000 億円規模へ拡大すると予測されている。この市場構造の特徴は、大会運営やスポンサー収入等の「直接市場」に加え、周辺産業への波及効果が極めて大きい点にある。具体的には、教育、ヘルスケア、観光業など異業種との連携（掛け算）が容易であり、新たな経済圏を創出する潜在力を有する。特筆すべきは、大都市圏中心の海外事例とは異なり、日本では地方自治体や地域企業が主体となった市場形成が進んでいる点である。既存の公共施設（箱物）をオフラインイベント会場として活用することで観光誘致を図る事例や、高齢者・障がい者支援等の社会課題解決と連携した取り組みが見られる。これらは、単なる興行にとどまらず、地方創生や地域経済活性化の新たな手段として機能しつつあり、日本独自の成長モデルとして確立される可能性がある。 

	2. ビジネスモデルの構造的相違と知的財産管理の課題 日本の e スポーツ市場が世界的な潮流と乖離している背景には、ハードウェア環境およびビジネスモデルの構造的な相違が存在する。海外では PC を基盤とし、基本プレイ無料（F2P）で競技人口を拡大させ、課金や周辺エコシステムで収益化するモデルが主流である一方、国内では家庭用ゲーム機（コンソール）による「売り切り型」モデルが長年市場を支配してきた。この構造的相違は、市場拡大の鍵となる「実況者（ストリーマー）」のエコシステム形成において顕著な障壁となっている。 海外タイトルでは、実況者による配信と収益化を許容し、それが強力なマーケティングとして機能しているが、国内企業は厳格な知的財産管理の下、第三者の営利活動を制限する傾向にある。その結果、Z 世代を中心とする若年層の関心が、自由な配信文化を持つ海外タイトルへ流出しており、国内 IP（知的財産）の求心力低下を招く要因となっている。  **3. サステナブルな開発エコシステムと新規 IP 創出の必要性** 国内ゲーム市場は成熟しているものの、ヒット作の多くが過去のシリーズ作品に依存しており、急速に変化する e スポーツのトレンドに対応した新規 IP の開拓が遅れている現状がある。e スポーツは IP を基盤としたブランドビジネスであり、市場の持続的な成長には、時代ごとの流行や技術変化に即応したコンテンツ供給が不可欠である。また、コンテンツ開発の体制においても変革が求められる。国内では大手パブリッシャー主導の開発が中心であるが、海外ではインディーズクリエ

	イターの登用や、ユーザーがゲームを改造・拡張する「Mod（モッド）」文化が、タイトルの長寿命化とコミュニティの活性化に寄与している。 日本の厳格な「作品」としての提供スタンスを見直し、ユーザーや小規模開発者を巻き込んだオープンイノベーション型の開発エコシステムを構築することが、中長期的な競争力の維持において重要な課題となる。 **4. 産業としての信頼性確保とガバナンス体制の強化** e スポーツ産業が社会的地位を確立し、持続的な発展を遂げるためには、産業としてのインフラ整備とリスク管理（ガバナンス）の徹底が急務である。e スポーツはブランドビジネスとしての側面が強く、一度の不祥事が産業全体のイメージを毀損し、スポンサー撤退や市場縮小を招くリスクを孕んでいる。実際に先行する韓国市場では、過去に選手の八百長問題により産業全体が深刻な停滞期を迎えた事例が存在する。したがって、個別のトラブル対応にとどまらず、業界全体として不正行為の防止、アンチ・ドーピングへの取り組み、選手の労働環境整備といった「守りの仕組み」を構築する必要がある。スポーツリーグと同等の厳格な管理体制を敷くことで、対外的な信頼性を担保し、地方自治体や異業種企業が安心して参入できる健全な市場環境を整備することが求められている。
備考	**ヒョン・バロ** KPMG コンサルティング ディレクター/e スポーツアドバイザリー 航空宇宙工学博士。米国でデータサイエンティスト・研究開発、韓国大手自動車メーカーを経て 2017 年より KPMG コンサルティングへ入社し、先端技術を活用するビジネスコンサルティングに従事。1990 年代の韓国で成長し始めた e スポーツ産業を思春期にユーザーとして体験したことを活かして、2018 年に企業の e スポーツ事業に助言・支援を行う e スポーツアドバイザリーサービスを立ち上げ、業界をリードする。

No.02 「視聴者の代表」として挑む e スポーツメディアの未来―SmashlogTV 代表 杉山尚樹氏インタビュー

情報ソース名称	「視聴者の代表」として挑む e スポーツメディアの未来―SmashlogTV 代表 杉山尚樹氏インタビュー

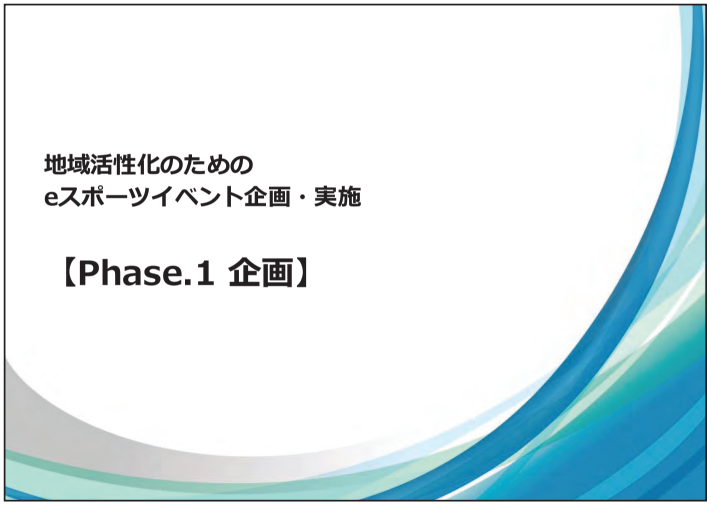
情報公開元	GameBusiness.jp
URL	https://www.gamebusiness.jp/article/2024/08/21/23412.html
公開日	2024/08/21
資料の種別	Web メディア記事（インタビュー）
課題の種別	市場実態と持続可能性のギャップ / メディア収益化と利益還元 / ファンコミュニティの維持
著者	ハル飯田（e スポーツライター）
資料の概要	e スポーツ界の重要な課題は、競技シーンにおける情報の不透明性と、視聴者の知的欲求を満たす多角的なコンテンツの欠如である。かつては有力タイトルの新作発表時であっても、選手やメタ情報の解説が不足しており、一般層が競技の深みや選手のパーソナリティを理解する場が限られていた。また、単なる攻略情報の提供に留まらず、選手の背景にある「物語」を伝え、格闘技の特番のように未経験者でも熱狂できる「観戦の動機付け」を行うメディア機能が依然として不足している。情報の透明性を高め、ファンが特定の選手やチームに深く感情移入できるような厚みのある情報発信体制の確立が、市場のさらなる拡大に向けた不可欠な課題である。
課題情報詳細	**1. 産業構造の特質とメディア・地域連携による経済圏の拡大** 経済産業省等の試算において国内 e スポーツ市場は拡大基調にあるとされるが、その成長には周辺産業への波及効果が不可欠である。 市場構造としては、興行収入等の直接市場に加え、教育や観光、福祉といった異業種との連携が進展しており、特に日本では地方自治体が既存施設を活用した集客や、高齢者・障がい者支援と結びつけた地域主導型のモデルが形成されつつある。この市場において、メディア機能は単なる情報伝達以上の役割を担う。初期の市場では、選手の技術や背景に関する情報の非対称性が存在し、コンテンツの不足が課題であったが、現在では選手のパーソナリティや競技の文脈を可視化する取り組みが進んでいる。これは格闘技の事前番組のように視聴者の熱量を高め、競技への没入感を醸成する「装置」として機能しており、ファンコミュニティの維持拡大およびスポンサー価値の向上に寄与する重要なインフラとなっている。

	 **2. ビジネスモデルの国際的乖離と知的財産管理の構造的課題** 日本の e スポーツ産業が抱える構造的な課題として、世界標準のビジネスモデルとの乖離が挙げられる。海外では PC・基本プレイ無料（F2P）を基盤とし、実況者（ストリーマー）による配信が強力なマーケティング機能を果たしているのに対し、国内では家庭用ゲーム機主体の売り切り型モデルと厳格な知的財産管理が主流である。この相違は、第三者による自由な配信や創作活動を制限し、若年層の関心が海外タイトルへ流出する要因となっている。また、コンテンツ供給の持続性も課題である。視聴者の関心をつなぎ留めるには高い頻度での情報更新とコンテンツの物量が求められるが、現状では特定のタイトルや一過性のブームに依存する傾向が見られる。 市場の競争力を維持するためには、開発者とユーザー、メディアが連携し、オープンイノベーション型の開発エコシステムを構築することで、情報の透明性を高めつつ新規 IP や継続的な話題を提供し続ける体制への転換が必要である。 **3. 市場の持続可能性確保と産業ガバナンスの強化** 産業として長期的な発展を遂げるためには、市場の実態と社会的評価のギャップを解消し、ガバナンスを強化することが急務である。現在、表面的なイベントの盛り上がりに対し、実際の視聴者数や関心度が乖離しているケースが散見され、この認識のズレが投資対効果の悪化や産業の衰退（一過性のブーム化）を招くリスクが存在する。選手や関係者が適正な収益を得て活動を継続できる経済基盤の確立は、未だ道

	半ばである。したがって、個別のトラブル対応にとどまらず、業界全体として不正防止や労務環境の整備といったリスク管理体制を構築し、対外的な信頼性を担保する必要がある。 　メディアや興行主は、正確な市場データの把握と情報の透明化に努め、スポンサー企業や自治体が安心して参入できる健全な市場環境を整備することが、構造的な課題解決に向けた必須要件である。
備考	杉山尚樹（すぎやま なおき） e スポーツメディア「SmashlogTV」の代表取締役。元エイベックスグループ社員・Web エンジニアとしてのキャリアを経て、YouTube を中心に e スポーツ攻略情報や選手のパーソナリティ紹介など多彩なコンテンツを発信する媒体を運営している。「視聴者の代表」の視点でメディア価値の創造と業界発展を目指し、新たなコンテンツ展開にも挑戦している。

２．PBL 教材「e スポーツイベント企画運営 PBL」

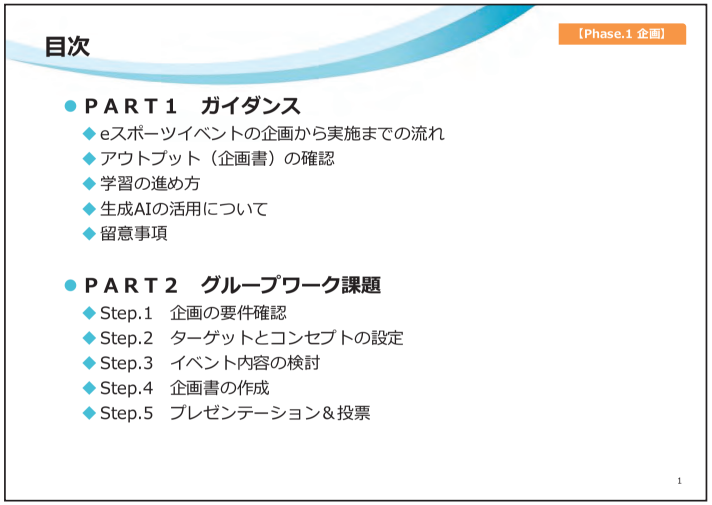
① e スポーツイベント企画実施 PBL【Phase.1 企画】 …… 136
② 【別添】企画提案募集要項 …… 148
③ 【フォーマット】イベント企画提案書 …… 149
④ 【回答例】ワークシート回答例【Phase.1 企画】 …… 151
⑤ e スポーツイベント企画実施 PBL【Phase.2 準備】 …… 155
⑥ 【フォーマット】使用許諾申請書 …… 168
⑦ 【フォーマット】大会規約 …… 169
⑧ 【フォーマット】運営マニュアル …… 172
⑨ 【フォーマット】大会ルール …… 174
⑩ 【フォーマット】進行スライド …… 175
⑪ 【フォーマット】進行台本 …… 178
⑫ 【フォーマット】チラシ …… 181
⑬ 【フォーマット】トーナメント表 …… 182
⑭ 【フォーマット】会場レイアウト・必要機材 …… 183
⑮ e スポーツイベント企画実施 PBL【Phase.3 運営】 …… 185
⑯ 【フォーマット】役割分担表 …… 195
⑰ e スポーツイベント企画実施 PBL【Phase.4 評価】 …… 196
⑱ 【フォーマット】イベント実施報告書 …… 205



この教材では、地域活性化を目的としたeスポーツイベントの企画から実施までを、段階的に学習していきます。

eスポーツを使って地域の人を集め、交流を生み、価値を生むための手段として活用することが本教材のテーマです。

全体は「企画」「準備」「運営」「評価」の4つのフェーズに分かれており、このPhase.1では、その中でも最初の段階である「企画」に焦点を当てます。
企画フェーズでは、どのような目的で誰に向けてどんな体験を提供するイベントなのかを整理し、イベントの土台となる考え方を形にしていきます。

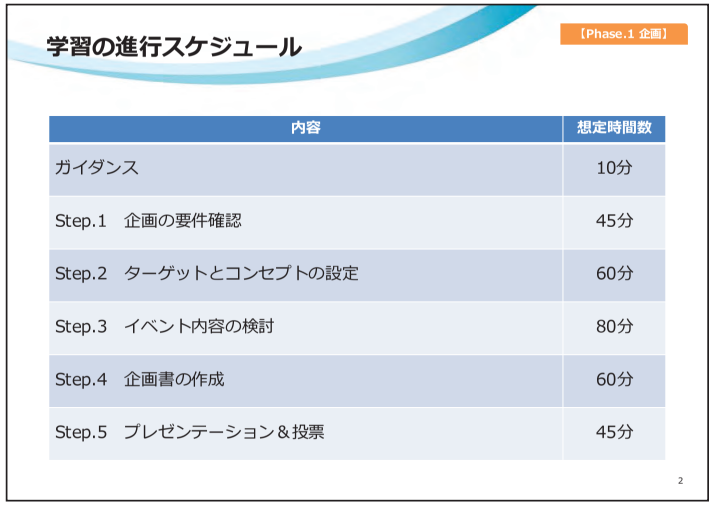


このスライドでは、Phase.1で扱う内容の全体構成を示しています。

まずPART1 ガイダンス では、本教材を進める上での前提情報を共有します。
eスポーツイベントとはどのようなものか、企画から実施までにはどのような流れがあるのか、最終的にどのようなアウトプットを目指すのか、といった点を確認します。

特に「eスポーツイベントの企画から実施までの流れ」は、イベント全体像を把握するための重要なパートです。
ここを理解しておくことで、後のグループワークでの検討がスムーズになります。

続くPART2 グループワーク課題 では、実際にeスポーツイベントを企画する立場になって検討を進めていきます。
要件確認から始まり、ターゲットとコンセプトの設定、イベント内容の検討、企画書の作成、そして発表と投票までを行います。



このスライドでは、Phase.1全体の学習進行スケジュールを示しています。

本教材では、グループワークを中心に学習を進めるため、各ステップごとに 想定時間 を設定しています。
これは、限られた時間の中で考えをまとめること現実の企画業務に近い形で検討を進めることを意識してもらうための工夫です。

ガイダンスでは、これから行う学習の目的や前提を整理します。

その後、Step1からStep5にかけて、段階的に企画を具体化していきます。
時間を意識しながら進めることで、「どこに時間をかけるべきか」「議論が足りていない部分はどこか」といった点にも自然と目が向くようになります。
必要に応じて、進行を調整しながら進めても構いません。



まずは、本教材全体のガイダンスを行います。

ここでは、これから行う学習の進め方や、どのようなアウトプットを目指すのかを共有し、以降のグループワークにスムーズに取り組めるよう準備を行います。

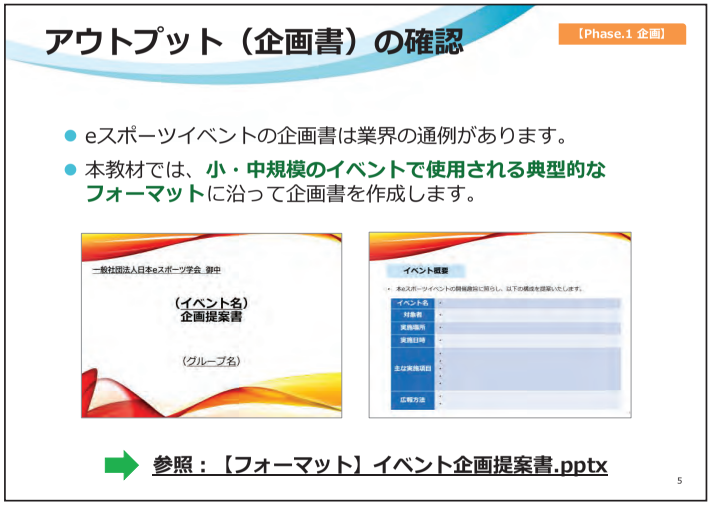


ここでは、eスポーツイベントの企画から実施までの全体の流れについて説明します。

eスポーツイベントは、思いつきで実施できるものではなく、企画、準備、運営、評価という複数の工程を経て成り立っています。
このスライドでは、その全体像をフェーズごとに整理し、今回の学習が「どの部分を扱っているのか」を学習者に意識してもらうことを目的としています。

本教材では、4つのフェーズのうち Phase.1「企画」に焦点を当てます。
Phase.1 では、イベントのテーマ設定や対象者の検討、目標の整理などを行い、最終的に イベント企画書を完成させることをゴールとします。

この段階での検討が不十分だと、後の準備や運営のフェーズで問題が発生しやすくなるため、企画フェーズはイベント全体の土台となる重要な工程であることを伝えます。



具体的なグループワークに入る前に、Phase.1 の最終アウトプットである「企画書」のイメージを確認します。

eスポーツイベントの企画書は、会社や団体によって細かな違いはありますが、業界の中である程度共通した構成や書き方があります。

本教材では、小・中規模の eスポーツイベントで実際に使われることの多い、典型的なフォーマットをもとに企画書を作成していきます。
これは、実際の現場でも応用しやすい形で学習してもらうことを目的としています。

学習者に企画書を見せる際には、フォーマット一覧にある「イベント企画提案書」の PowerPoint データを表示しながら、・企画書全体がどのような構成になっているのか・それぞれの項目で何を整理すればよいのかを具体的に説明します。
この段階でアウトプットの完成形を共有しておくことで、学習者が「何のために考えるのか」「どこを目指して作業するのか」を明確にした状態で、グループワークに取り組めるようにします。

学習の進め方

【Phase.1 企画】

- この講座では**受講者の皆さんがイベントの企画・運営を体験することを重視**しています。一方的な講義は極力控えます。
- **教材では検討手順を示し、講師は検討をサポートする役割**です。
- 検討途中で不明点や悩みが出てきたら、**インターネットで調べたり、講師に相談したり解決策を積極的に模索**してみてください。



6

このページでは、本講座全体の学習の進め方について説明します。

本講座は、eスポーツイベントの企画・運営を実際に体験することを重視した構成となっています。
そのため、一方的に知識を伝える講義形式ではなく、受講者が自ら考え、話し合い、試行錯誤しながら企画を形にしていく学習スタイルを採用しています。

教材では、イベント企画を進める上での検討手順や考え方の枠組みを示しますが、細かい答えや正解を提示することは目的としていません。
講師は、受講者の検討を前に進めるためのサポート役として関わることが重要になります。

検討の途中で、受講者から疑問や悩みが出てきた場合には、すぐに答えを与えるのではなく、・どこが分からないのか・何を調べれば解決できそうかを一緒に整理するように促しましょう。
必要に応じて、インターネットでの情報収集や、生成AIなどのツールを活用させながら、受講者自身が解決策を見つけられるようフォローします。

この講座では、「考えた過程そのもの」が学習成果であることを意識して進行してください。

生成AIの活用について

【Phase.1 企画】

- この講座では、**生成AI（ChatGPT、Geminiなど）を積極的に活用することを推奨**しています。
- 生成AIは、アイデアの整理・文章のたたき台作成・情報の調査などに有効です。ただし、AIの出力をそのまま鵜呑みにせず、必ず内容を確認・修正し、**責任をもって使用してください。**

ChatGPT

Gemini

7

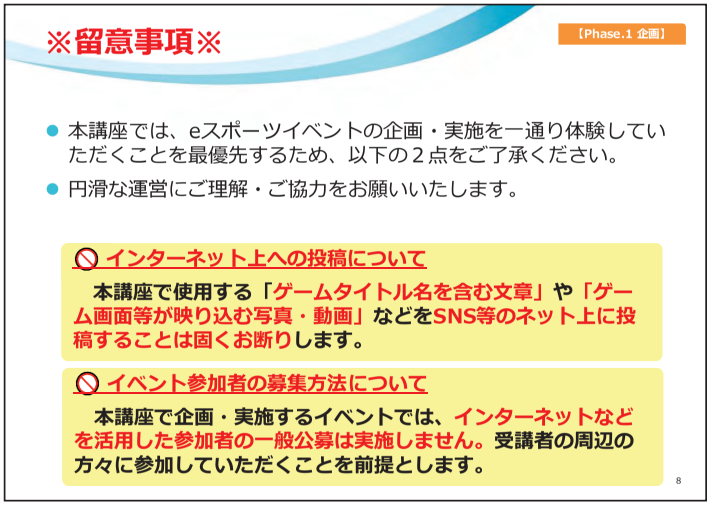
このページでは、本講座における生成AIの活用方針について説明します。

本講座では、eスポーツイベントの企画を進める上で、生成AI（ChatGPT、Gemini など）を積極的に活用することを推奨しています。

生成AIは、・アイデア出し・企画内容の整理・文章表現のたたき台作成・情報収集や視点の補助といった場面で有効なツールです。

特に、企画初期の発想段階や、検討が行き詰まった際のヒントとして活用することで、学習をスムーズに進めることができます。

一方で、生成AIの出力をそのまま使用することは推奨しません。
AIが生成した内容については、必ず受講者自身が内容を確認し、企画の目的や条件に合っているかを判断した上で修正・調整する必要があります。
講師としては、「AIはあくまで補助的なツールであり、最終的な判断や責任は人が持つ」という点を強調しながら説明してください。



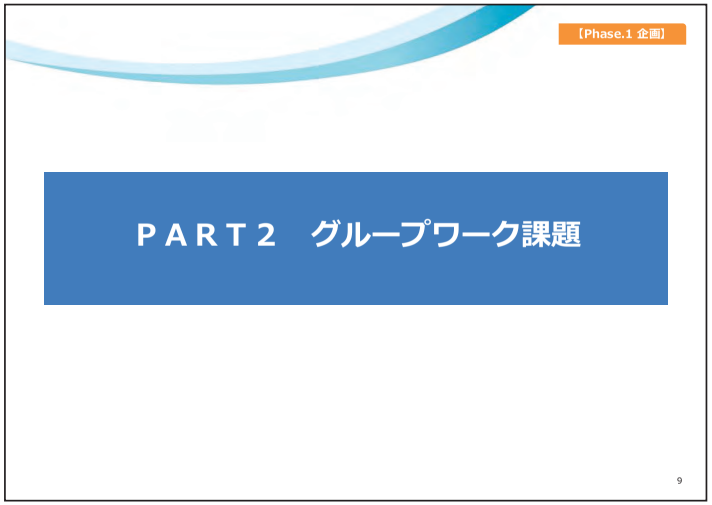
このページでは、本講座を進める上での留意事項について説明します。

本講座は、eスポーツイベントの企画から実施までを一通り体験してもらうことを最優先としています。
そのため、運営上の都合やリスク管理の観点から、いくつか制限事項を設けています。

まず、インターネット上への投稿についてです。
本講座で使用するゲームタイトル名を含む文章や、ゲーム画面・会場の様子が映り込む写真・動画などを、SNS等のインターネット上に投稿することは禁止とします。
これは、著作権や運営管理上の理由によるものであり、受講者個人の発信を制限する意図ではないことをあらかじめ説明してください。

次に、イベント参加者の募集方法についてです。
本講座内で企画・実施するイベントでは、インターネットを利用した一般募集は行いません。

参加者は、講座受講者本人、専門学校の生徒、関係者など、あらかじめ定められた範囲内から参加してもらう前提となります。
これらの留意事項については、「実際の現場ではより柔軟な対応が必要になる場合もあるが、本講座では学習を円滑に進めるために条件を限定している」という補足を行うと、受講者の理解が得やすくなります。



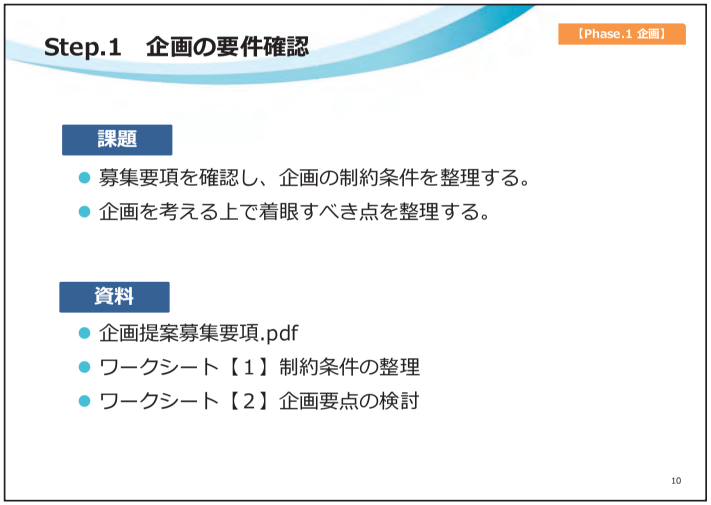
つぎに、グループワーク課題を進めていきます。

ここでは、これまでに説明してきた「eスポーツイベントの企画から実施までの流れ」や、「フェーズ1で何を目指すのか」といった前提情報が、受講者に十分伝わっているかを簡単に確認します。

特に、
・本講座が「イベントを実際に企画する」ことを目的としていること
・フェーズ1では、イベントのテーマや対象、目標を整理し、企画書を作成することがゴールであること

この2点は、グループワークに入る前に必ず再確認してください。
前提理解に不安がある場合は、スライドを振り返りながら簡単に補足説明を行い、その上でグループワーク課題の全体像を説明します。

ここからは「考える時間」が中心になることを伝え、受講者の意識を切り替えましょう。



このスライドでは、グループワーク課題の最初のステップとして、イベント企画を検討するための前提条件を整理することを目的とします。
いきなりアイデア出しに入るのではなく、「今回の企画で、すでに決まっていること・守るべき条件」を把握することが重要であると説明します。

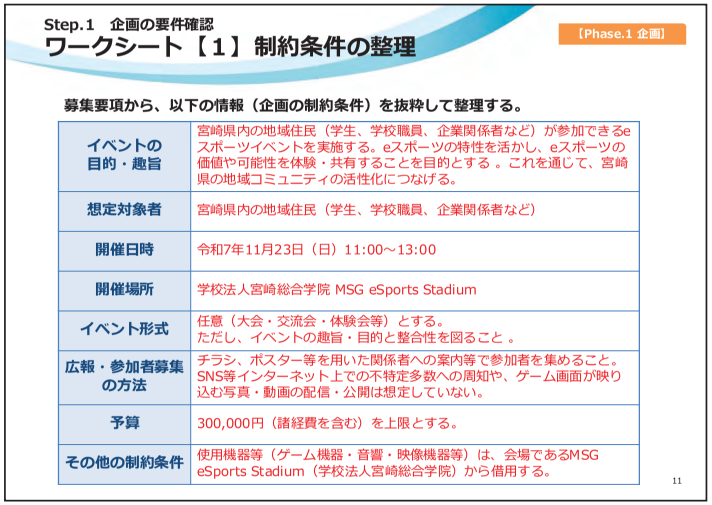
このステップでは、以下の資料を使用します。
・企画提案募集要項
・ワークシート【1】制約条件の整理
・ワークシート【2】企画要点の検討

まずは募集要項の読み合わせを行い、イベントの趣旨や対象、開催条件、委託内容などを確認しましょう。
指導ポイントとしては、募集要項に書かれている内容をそのまま整理することを意識させ、この段階では「面白い企画」を考える必要はないことを伝える点が挙げられます。

自由に決めてよい部分と、制約としてすでに決まっている部分を区別することが、この後の企画検討を進めるうえで重要になります。

募集要項の確認後は、ワークシート【1】で制約条件を整理し、その内容をもとにワークシート【2】で企画の方向性を考えさせます。
条件整理が不十分なまま次に進もうとしているグループがあれば、募集要項に立ち戻るよう促し、アイデア先行になりすぎている場合は「今回は要件確認のステップである」ことを改めて伝えましょう。

このステップは、以降の企画検討の土台となる工程であるため、短時間でも丁寧に確認するよう意識づけを行います。

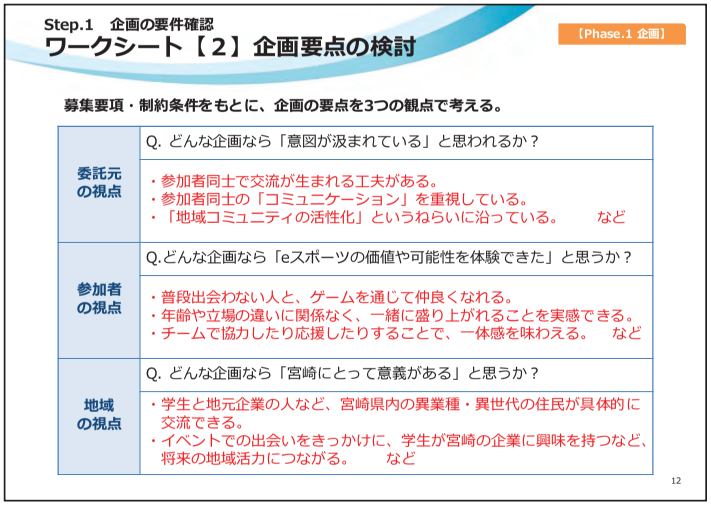


このスライドでは、企画提案募集要項の内容をもとに、イベント企画における制約条件を整理します。
ここで扱う内容は、企画の良し悪しを判断するものではなく、「今回の企画で前提として守る必要がある条件」を明確にすることが目的であると説明しましょう。

進め方としては、募集要項を参照しながら、ワークシート【1】の各項目を順に埋めていきます。
イベントの目的や想定対象者、開催日時・場所、イベント形式、広報方法、予算など、募集要項に明記されている情報を抜き出して整理させます。

指導の際には、ここで新しいアイデアや独自の解釈を加えないよう注意を促します。
「書いてあることを正確に整理する」ことが重要であり、分からない項目がある場合は、勝手に補完するのではなく、募集要項を読み返すか講師に確認するよう伝えましょう。

また、グループによっては、制約条件を軽く捉えてしまう場合があるため、「この条件の中で企画を考えること自体が企画力につながる」という点を補足すると理解が深まります。
この段階で条件整理が不十分な場合、後の企画検討がぶれやすくなるため、全体を見回りながら記入状況を確認します。



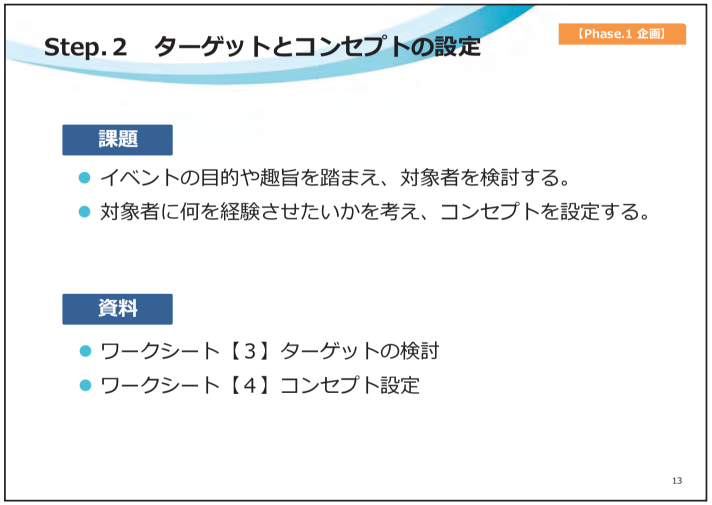
このスライドでは、ワークシート【1】で整理した制約条件をもとに、企画の要点を検討します。
ここからは単なる条件整理ではなく、「どのような企画にするか」を考えるフェーズに入ることを説明します。

企画要点は、委託元の視点、参加者の視点、地域の視点という3つの観点から考える構成になっています。
それぞれの視点について、「どんな企画なら意味があると思われるか」「どんな体験が提供できるか」を言語化させることが狙いです。

指導ポイントとしては、いきなり完成度の高い答えを出そうとしなくてよいことを伝え、まずは簡単な言葉でもよいので考えを書き出させる点が挙げられます。
また、1つの視点だけに偏らず、3つの視点すべてを意識して考えるよう声掛けを行いましょう。

回答例を参考として提示する場合は、「正解」ではなく「考え方の一例」であることを補足し、安易な写しにならないよう注意します。
検討が進んでいないグループには、「この企画は誰にとってどんな価値があるか」と問いかけることで思考を促します。

このステップは、次の企画内容検討につながる重要な工程であるため、制約条件と企画要点がつながっているかを意識させながら進行しましょう。



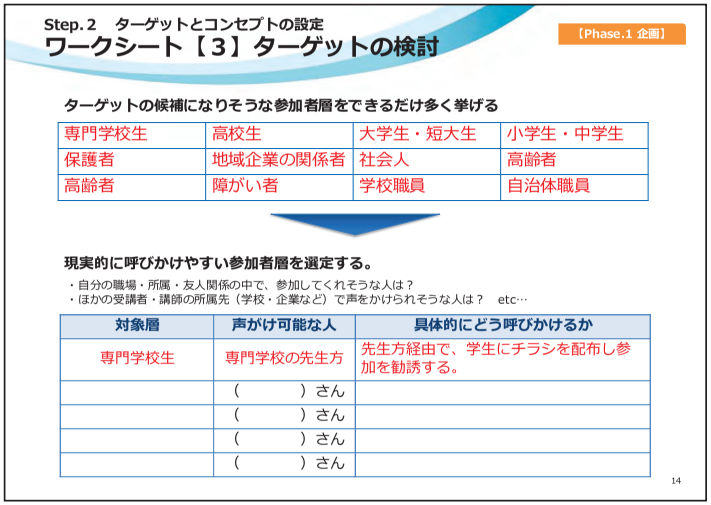
ここからはステップ2として、イベントのターゲットとコンセプトの設定に取り組みます。

ステップ1で整理したイベントの目的や制約条件を踏まえたうえで、「誰に向けたイベントなのか」「その人たちに何を体験してもらいたいのか」を具体化していくフェーズです。
この段階では、いきなり完成形を決める必要はありません。

まずは対象となり得る参加者像を幅広く考え、その中から現実的に参加してもらえそうな層に絞り込んでいくことが重要です。

また、ターゲットの設定とコンセプトの設定は別々の作業ではなく、相互に関係しています。
「この人たちに来てもらうなら、どんな体験が合っているか」「この体験をさせたいなら、どんな人が対象になるか」といった形で、行き来しながら検討するよう促しましょう。

このステップでは、ワークシート【3】と【4】を使用して作業を進めていきます。

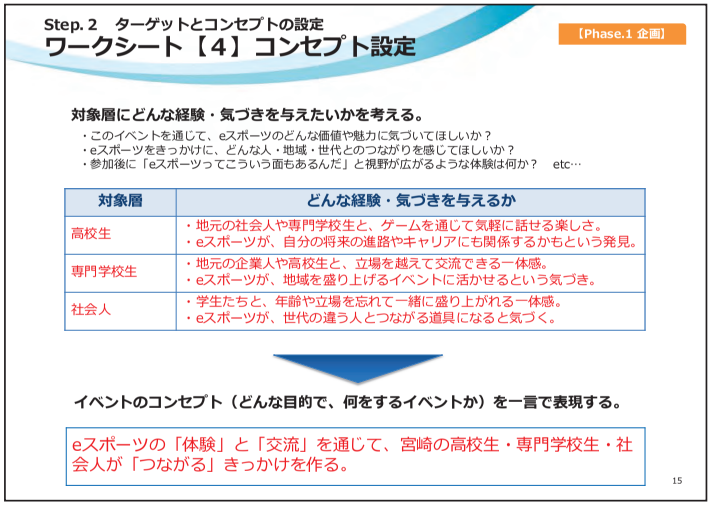


ここでは、ターゲットとなり得る参加者層をできるだけ多く洗い出す作業を行います。
最初から一つに決めようとせず、年齢・立場・関心の違いなどを意識しながら、幅広く候補を出すよう指導してください。

候補を出したあとは、「実際に声をかけられるかどうか」という現実的な視点で整理していきます。
自分たちの学校や職場、友人関係、講師や関係者のネットワークなど、実際に連絡が取れそうな人を具体的に想定させることがポイントです。

このとき、「誰に」「どのように声をかけるか」まで考えさせることで、机上の空論にならないターゲット設定につながります。
インターネットでの一般募集は行わない前提であることをあらためて確認し、身近な人への声かけを前提に考えさせましょう。

記入が進まないグループには、「このイベントに一番来てほしい人は誰か」「絶対に呼べそうな人は誰か」といった問いかけで思考を促します。

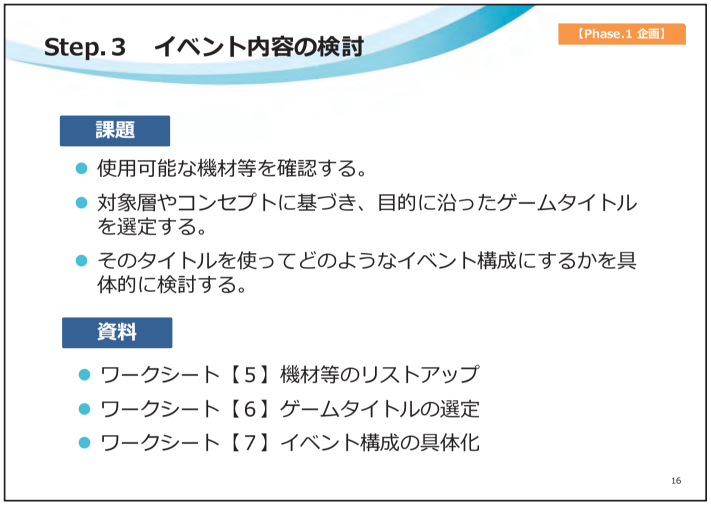


次に、設定したターゲットに対して、どのような経験や気づきを提供したいのかを考えます。

ここではイベント内容そのものよりも、「参加したあとに何を感じてほしいか」「どんな印象を持って帰ってほしいか」に意識を向けさせることが重要です。
eスポーツの楽しさや競技性だけでなく、人との交流、世代間のつながり、地域との関わりなど、イベントを通して伝えられる価値は何かを考えさせましょう。
ターゲットごとに期待する体験が異なっても問題ありません。

検討が進んだら、それらを踏まえてイベント全体のコンセプトを一言で表現します。
このコンセプトは、今後のイベント内容や企画書全体の判断軸になります。

言葉が抽象的になりすぎている場合は、「そのイベントはどんな一日になるのか」「参加者にどう説明するか」をイメージさせると整理しやすくなります。
ここで決めたコンセプトが、次のステップ以降の検討につながっていくことを意識させながら進めましょう。



ここからは、設定したターゲットやコンセプトをもとに、イベントの具体的な中身を検討していきます。

このステップでは「どのような体験を、どのような形で提供するか」を具体化することが目的です。
まず、使用可能な機材や会場環境など、現実的な制約条件を確認した上で、イベントで使用するゲームタイトルを検討します。

そのうえで、選定したタイトルを使って、どのようなイベント構成にするのかを具体的に考えていきます。
ここでは「やりたいこと」だけで考えるのではなく、「実際に実施できるかどうか」という視点を常に意識させることが重要です。
機材・時間・参加者層といった条件と、コンセプトがきちんと噛み合っているかを確認しながら進めましょう。

このステップでは、ワークシート【5】と【6】と【7】を使用して作業を進めていきます。



このワークでは、イベントを実施する前提として、使用可能な機材や設備の状況を整理します。

ゲームタイトルやイベント内容を検討する前に、「何が使えるのか」「どこまで対応できるのか」を把握しておくことが重要です。
まずは、ゲームタイトルそのものの使用可能数を確認し、続いてパソコンやゲーム機、モニター、コントローラー、ネットワーク環境など、イベント運営に必要な機材を一つずつ洗い出します。

会場関連の項目についても、収容人数や机・椅子の数、映像投影の可否などを確認させましょう。
この段階では、正確さよりも「漏れなく考えること」を重視します。

あとから「それが足りなかった」「想定していなかった」とならないよう、細かい部分まで意識して書き出すよう促してください。

Step.3　イベント内容の検討

ワークシート【6】ゲームタイトルの選定

【Phase.1 企画】

コンセプトを実現できるタイトルを1つ選び、選定理由や強み・弱みを検討する。

採用するタイトル	・ぷよぷよeスポーツ
強み	・知名度が抜群で、老若男女問わずルールが分かりやすい 。 ・操作がシンプルなため、未経験者や初心者でもすぐに参加できる。 ・世代や立場の違う人が一緒に盛り上がりやすい 。 ・1試合の時間が短く、多くの人が交流・体験する時間を作れる。
弱み	・経験者と未経験者の実力差（連鎖の知識など）が非常に出やすい。 ・基本は1対1の対戦形式のため、チームでの交流には工夫が必要。 ・演出の派手さはなく、物足りなく感じる可能性がある。
選定理由	・イベントの目的である「幅広い年齢層の交流」 を体験してもらうのに最も適しているため。 ・誰もが参加しやすいイベントを目指すには、比較的ハードルが低く、初心者や未経験者も参加しやすいゲームが適切なため。

18

ここでは、候補の中から実際に採用するゲームタイトルを1つ選び、その理由を整理します。

単に「人気があるから」「知っているから」という理由ではなく、イベントの目的やコンセプトを実現できるかどうかを軸に考えさせましょう。
強みの欄では、そのタイトルがイベントにどのような価値をもたらすかを整理します。

一方で、弱みについても正直に書き出し、その弱みをどう補うか、もしくは許容できるかを考えることが重要です。
選定理由では、「なぜこのタイトルでなければならないのか」を言語化させます。

ここで整理した内容は、後の企画書作成やプレゼンテーションにもつながるため、できるだけ具体的に書かせるようにしましょう。

Step.3　イベント内容の検討

ワークシート【7】イベント構成の具体化

【Phase.1 企画】

(1) イベントの方向性や主な実施項目を決める。

重視する方向性	競う　交流する　体験する　その他（　　）	
主な構成要素（複数選択可）※〇を付ける	〇	大会（例：トーナメント／リーグなどで勝敗や順位を競う）
		対戦（例：対戦を通じて参加者同士が交流する）
	〇	体験（例：初心者や未経験者が、ゲームの操作や専用機材に触れて楽しさを知る）
		練習（例：特定のゲームタイトルについて、参加者同士で技術を高め合う）
		観戦（例：トーナメントなどの決勝を観戦する／プロやタレントなどの対戦を観戦する）
	〇	講義（例：eスポーツなどに関する知識・事例・体験を共有し、理解を深める）
		その他（　　）
主な実施項目（計2時間）	・講演会（eSportsとは何か） ・交流体験（チームごとのぷよぷよの練習会） ・トーナメント試合（チーム戦） ・表彰式	

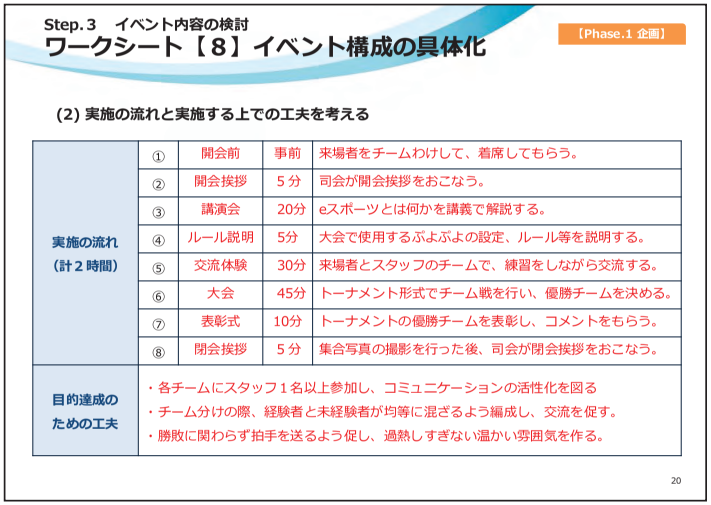
19

このワークでは、イベント全体の方向性と主な実施項目を決定します。

競技性を重視するのか、交流や体験を重視するのかなど、イベントの性格を明確にすることが目的です。

複数の要素を組み合わせることも可能ですが、あれもこれも詰め込みすぎないよう注意が必要です。
設定したコンセプトとズレていないかを確認しながら、優先順位をつけて整理させましょう。

また、実施時間の合計が現実的かどうかにも目を向けさせます。
「2時間で本当にできるか」という視点を持たせることで、より実践的な企画検討につながります。

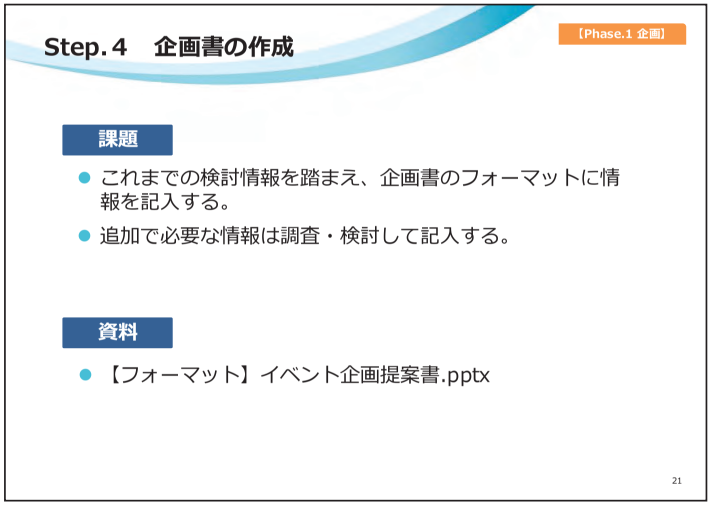


最後に、イベント当日の流れを時系列で整理します。

開会挨拶から閉会挨拶まで、一連の流れを具体的に書き出すことで、イベント全体のイメージを明確にします。

この際、「参加者が今どの状態か」「待ち時間が長くなっていないか」「説明が不足していないか」といった、参加者目線で確認することが重要です。
単なるスケジュール表にならないよう、各工程の目的や工夫も意識させましょう。

最後の「目的達成のための工夫」では、イベントを通して何を感じてもらいたいのか、そのためにどんな仕掛けを入れるのかを整理します。
ここまでで検討してきたターゲット・コンセプトが、イベント構成にきちんと反映されているかを振り返る機会として活用してください。



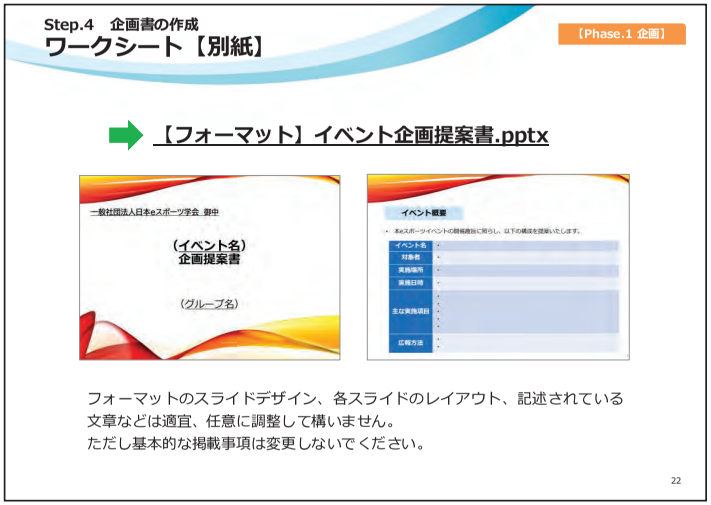
ここでは、これまでのステップで検討してきた内容を整理し、イベント企画書として形にしていきます。

Step.1～3で考えた目的、ターゲット、コンセプト、イベント内容が企画書の中で一貫した内容になっているかを意識させながら作業を進めましょう。

企画書は、用意されているフォーマットをベースに作成しますが、文章表現やスライドの構成は、グループごとに調整して構いません。
ただし、イベント名、目的、対象者、実施内容、広報方法など、基本的な掲載項目は省略せず、必要な情報が第三者にも伝わる状態になっているかを確認させます。

作業中は、書くこと自体が目的にならないよう注意し、「この企画はどんなイベントなのか」「なぜこの内容なのか」が読み手に伝わるかどうかを意識するよう声をかけましょう。
追加で情報が必要な場合は、インターネットで調べたり、これまでの資料を見返したりしながら、根拠をもって記載することを促します。

また、企画書の作成を進める際、これまで十分に検討ができていなかったポイントがでてきたり、検討してきた内容を変更する必要性が生じる場合があります。
その際は、無理に検討してきた内容で企画書を作るのではなく、時間をとって再検討させるよう指導します。



企画書の作成では、資料のフォーマットが用意されています。

フォーマットのスライドデザインやレイアウトは参考例であり、内容が正しく整理されていれば、細かな見た目の違いは問題ありません。
一方で、企画書として最低限必要な項目は、実務でも共通している部分が多いため、項目そのものを削除したり、意味が変わってしまうような変更は行わないよう説明します。

この資料だけを見て、イベントの全体像が分かるか」という視点を持たせることがポイントです。



最後に、各グループが作成した企画書をもとにプレゼンテーションを行います。

プレゼン時間は1グループあたり5～10分程度、発表後に質疑応答の時間を設けます。
すべてを細かく説明する必要はなく、企画の狙いや特徴が伝わる構成になっているかを重視しましょう。

発表を聞く側の受講者には、「どの企画が一番良かったか」という視点だけでなく、「なぜそう思ったのか」を意識して聞くよう促します。

プレゼン終了後は、事前に準備されたDiscordサーバーのアンケート機能にて、もっともよかった企画に投票を行うよう案内します。
投票結果そのものよりも、他グループの企画を比較しながら、自分たちの企画の良かった点や改善できそうな点に気づくことが、このステップの目的であることを補足しておくとよいでしょう。

プレゼンテーションと投票が終了したら、フェーズ1はこれで完了となります。

※本紙は一般社団法人日本ｅスポーツ学会が作成した架空の募集要項です。

宮崎県におけるｅスポーツイベント実施業務委託に係る企画提案の募集について

一般社団法人日本ｅスポーツ学会（以下、当学会）は以下の要領で宮崎県におけるｅスポーツイベント実施業務委託に係る企画提案を募集する。

1.　趣旨

宮崎県では近年、少子高齢化や人口減少が進行し、地域社会の活力維持が課題となっている。そこで当学会では、宮崎県行政機関との連携のもと、宮崎県内の地域住民（学生、学校職員、企業関係者など）が参加できるｅスポーツイベントを実施する。

本イベントは、ｅスポーツの「性別、年齢、距離、障がいの有無などを超えて人々の交流を促進できる」という特性を活かし、ｅスポーツの価値や可能性を体験・共有することを目的とする。これによって宮崎県の地域コミュニティの活性化につなげることを狙いとする。

2.　イベント開催概要

・日程：令和７年 11 月 23 日（日）11:00～13:00　（準備日：令和 6 年 11 月 22 日（土））
・場所：学校法人宮崎総合学院　MSG eSports Stadium
　　（宮崎県宮崎市老松１丁目３－７　宮崎情報ビジネス専門学校１号館）
・内容：趣旨に沿って対象や目的を明確に定め、適切な形式（大会・体験会・交流会等）を検討すること。

3.　委託業務

(1)　イベントの企画・運営
趣旨を踏まえ、宮崎県に関係する人々が参加・体験できるｅスポーツイベントを企画・運営すること。
イベント形式（大会・交流会・体験会等）は任意とするが、目的との整合性を図ること。

(2)　会場設営・撤収
ゲーム機器・音響機器・映像機器・机・椅子などを設営・撤収する。ただし、会場は「MSG eSports Stadium」とし、使用機器等は同施設を保有する学校法人宮崎総合学院から借用する。

(3)　広報
SNS 等インターネット上での不特定多数への周知や、ゲーム画面の映り込む写真・動画の配信・公開は想定していない。チラシ等を用いた関係者への案内等により参加者を集めること。

4.　委託料

300,000 円を上限とする。（諸経費を含む）

5.　応募方法・審査方法

所定の様式で提案書を作成し、下記の問合せ先に提出すること。
応募者に対しプレゼンテーション審査を令和７年 11 月１日（土）に実施する。

6.　問合せ先

一般社団法人日本ｅスポーツ学会　info@esports-society.com

以上

一般社団法人日本eスポーツ学会　御中

（イベント名）
企画提案書

（グループ名）

イベントの実施目的

- クライアントが何を目指しているのか、どのような目的でイベントを実施するのか記述

eスポーツとは

- 2018年流行語大賞に「eスポーツ」がノミネートされて以降、日本でのeスポーツシーンは大きく広がってきています。
- eスポーツは性別、年齢、距離、障がいの有無などを超えることが出来るため、行政・企業・教育など様々な分野で取り組みが始まっています。



富山県eスポーツ連合「Toyama Gamers Day」
富山県の酒造場でeスポーツイベント実施。富山県の伝統産業職人が制作した高岡銅器の特製メダルが参加者に贈られた。



熊本県美里町役場「eスポーツ世代間交流」
地域の高齢者同士の交流、小学生や他県の高齢者との対戦会など活発な活動を継続中

イベント概要

- 本eスポーツイベントの開催趣旨に照らし、以下の構成を提案いたします。

イベント名	・
対象者	・
実施場所	・
実施日時	・
主な実施項目	・ ・ ・ ・ ・
広報方法	・ ・

使用タイトル

- 今回のイベントでは、（　　）を目的としています。
- これを鑑み、本イベントでは、（　　）という特性を持つゲーム【（タイトル）】を採択したいと考えます。

- ゲームのイメージ画像

- ゲームのイメージ画像

実施内容

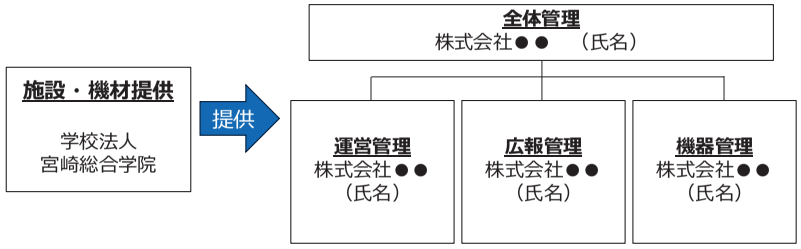
- 本イベントは、主に（　　）を目的として、主に以下の流れで運営します。

実施の流れ（計２時間）		
①	開会挨拶	司会が開会挨拶をおこなう。
②		
③		
④		
⑤		
⑥		
⑦		
⑧	閉会挨拶	司会が閉会挨拶をおこなう。

目的達成のための工夫
・ ・ ・

運営体制

- 今回のイベントでは「全体管理」を（株式会社●●）の（氏名）が担当
- 「運営管理」「広報管理」「機器管理」にそれぞれ担当者を配置
- IPホルダーへの許諾申請は（株式会社●●）の（氏名）が担当
- イベントを実施する施設・使用機器等は学校法人宮崎総合学院が提供



概算見積もり

総額	300,000円（税抜）
税金	30,000円
合計	330,000円（税込）

項目	数量	単位	単価	金額
会場利用料（MSG eSports Studiam） ※特価	（ ）	日	10,000	（　　）
機器使用料（PC・モニター・ソフト等一式） ※特価	（ ）	日	10,000	（　　）
出演者謝金	（ ）	人	30,000	（　　）
企画作成・マニュアル作成・台本作成・許諾作業費	（ ）	式	40,000	（　　）
イベント運営費（会場設営・参加者誘導・進行管理 等）	（ ）	式	80,000	（　　）
ゲーム運営費（機材準備・対戦進行・勝敗管理 等）	（ ）	式	40,000	（　　）
広告費（広報ツール制作・運用、撮影・報告 等）	（ ）	式	40,000	（　　）
全体管理費	（ ）	式	20,000	（　　）

地域活性化のための
eスポーツイベント企画・実施

【Phase.1 企画】回答例

目次

- グループワーク課題
  - Step.1　企画の要件確認
  - Step.2　ターゲットとコンセプトの設定
  - Step.3　イベント内容の検討
  - Step.4　企画書の作成
  - Step.5　プレゼンテーション＆投票

Step.1　企画の要件確認

課題

- 募集要項を確認し、企画の制約条件を整理する。
- 企画を考える上で着眼すべき点を整理する。

資料

- 企画提案募集要項.pdf
- ワークシート【１】制約条件の整理
- ワークシート【２】企画要点の検討

Step.1　企画の要件確認

ワークシート【１】制約条件の整理

募集要項から、以下の情報（企画の制約条件）を抜粋して整理する。

イベントの目的・趣旨	宮崎県内の地域住民（学生、学校職員、企業関係者など）が参加できるeスポーツイベントを実施する。eスポーツの特性を活かし、eスポーツの価値や可能性を体験・共有することを目的とする 。これを通じて、宮崎県の地域コミュニティの活性化につなげる。
想定対象者	宮崎県内の地域住民（学生、学校職員、企業関係者など）
開催日時	令和7年11月23日（日）11:00～13:00
開催場所	学校法人宮崎総合学院 MSG eSports Stadium
イベント形式	任意（大会・交流会・体験会等）とする。 ただし、イベントの趣旨・目的と整合性を図ること 。
広報・参加者募集の方法	チラシ、ポスター等を用いた関係者への案内等で参加者を集めること。 SNS等インターネット上での不特定多数への周知や、ゲーム画面が映り込む写真・動画の配信・公開は想定していない。
予算	300,000円（諸経費を含む）を上限とする。
その他の制約条件	使用機器等（ゲーム機器・音響・映像機器等）は、会場であるMSG eSports Stadium（学校法人宮崎総合学院）から借用する。

Step.1　企画の要件確認

ワークシート【２】企画要点の検討

【Phase.1 企画】

募集要項・制約条件をもとに、企画の要点を3つの観点で考える。

委託元の視点	Q. どんな企画なら「意図が汲まれている」と思われるか？
	・参加者同士で交流が生まれる工夫がある。 ・参加者同士の「コミュニケーション」を重視している。 ・「地域コミュニティの活性化」というねらいに沿っている。　　など
参加者の視点	Q.どんな企画なら「eスポーツの価値や可能性を体験できた」と思うか？
	・普段出会わない人と、ゲームを通じて仲良くなれる。 ・年齢や立場の違いに関係なく、一緒に盛り上がれることを実感できる。 ・チームで協力したり応援したりすることで、一体感を味わえる。　など
地域の視点	Q. どんな企画なら「宮崎にとって意義がある」と思うか？
	・学生と地元企業の人など、宮崎県内の異業種・異世代の住民が具体的に交流できる。 ・イベントでの出会いをきっかけに、学生が宮崎の企業に興味を持つなど、将来の地域活力につながる。　　など

Step. 2　ターゲットとコンセプトの設定

【Phase.1 企画】

課題

- イベントの目的や趣旨を踏まえ、対象者を検討する。
- 対象者に何を経験させたいかを考え、コンセプトを設定する。

資料

- ワークシート【３】ターゲットの検討
- ワークシート【４】コンセプト設定

Step.2　ターゲットとコンセプトの設定

ワークシート【３】ターゲットの検討

【Phase.1 企画】

ターゲットの候補になりそうな参加者層をできるだけ多く挙げる

専門学校生	高校生	大学生・短大生	小学生・中学生
保護者	地域企業の関係者	社会人	高齢者
高齢者	障がい者	学校職員	自治体職員

現実的に呼びかけやすい参加者層を選定する。

・自分の職場・所属・友人関係の中で、参加してくれそうな人は？
・ほかの受講者・講師の所属先（学校・企業など）で声をかけられそうな人は？　etc…

対象層	声がけ可能な人	具体的にどう呼びかけるか
専門学校生	専門学校の先生方	先生方経由で、学生にチラシを配布し参加を勧誘する。
	（　　）さん	
	（　　）さん	
	（　　）さん	
	（　　）さん	

Step.2　ターゲットとコンセプトの設定

ワークシート【４】コンセプト設定

【Phase.1 企画】

対象層にどんな経験・気づきを与えたいかを考える。

・このイベントを通じて、eスポーツのどんな価値や魅力に気づいてほしいか？
・eスポーツをきっかけに、どんな人・地域・世代とのつながりを感じてほしいか？
・参加後に「eスポーツってこういう面もあるんだ」と視野が広がるような体験は何か？　etc…

対象層	どんな経験・気づきを与えるか
高校生	・地元の社会人や専門学校生と、ゲームを通じて気軽に話せる楽しさ。 ・eスポーツが、自分の将来の進路やキャリアにも関係するかもという発見。
専門学校生	・地元の企業人や高校生と、立場を越えて交流できる一体感。 ・eスポーツが、地域を盛り上げるイベントに活かせるという気づき。
社会人	・学生たちと、年齢や立場を忘れて一緒に盛り上がれる一体感。 ・eスポーツが、世代の違う人とつながる道具になると気づく。

イベントのコンセプト（どんな目的で、何をするイベントか）を一言で表現する。

eスポーツの「体験」と「交流」を通じて、宮崎の高校生・専門学校生・社会人が「つながる」きっかけを作る。

Step.3　イベント内容の検討

【Phase.1 企画】

課題

- 使用可能な機材等を確認する。
- 対象層やコンセプトに基づき、目的に沿ったゲームタイトルを選定する。
- そのタイトルを使ってどのようなイベント構成にするかを具体的に検討する。

資料

- ワークシート【5】機材等のリストアップ
- ワークシート【6】ゲームタイトルの選定
- ワークシート【7】イベント構成の具体化

Step.3　イベント内容の検討

ワークシート【5】機材等のリストアップ

【Phase.1 企画】

検討の前提として、基本的な設備や機材の状況を確認する。

◆ ゲームタイトル

名称	使用可能数
ぷよぷよeスポーツ	多数
太鼓の達人	4本
ストリートファイター6	多数
	本

名称	使用可能数
フォートナイト	多数
VALORANT	多数
リーグ・オブ・レジェンド	多数
	本

◆ ゲーム機材関連

名称	使用可能数
パソコン・モニター	20台
ゲーム機器（Switchなど）	4台
コントローラー	20台
スピーカー	0台
ヘッドセット	10台
LANケーブル	多数
HDMIケーブル	多数

◆ 会場関連

名称	使用可能数
収容人数	20人
有線LAN	有・無
無線LAN	有・無
机・テーブル	10台
椅子	20台
プロジェクター	1台
スクリーン	1台
ホワイトボード	1台

Step.3　イベント内容の検討

ワークシート【6】ゲームタイトルの選定

【Phase.1 企画】

コンセプトを実現できるタイトルを1つ選び、選定理由や強み・弱みを検討する。

採用するタイトル	・ぷよぷよeスポーツ
強み	・知名度が抜群で、老若男女問わずルールが分かりやすい 。 ・操作がシンプルなため、未経験者や初心者でもすぐに参加できる。 ・世代や立場の違う人が一緒に盛り上がりやすい 。 ・1試合の時間が短く、多くの人が交流・体験する時間を作れる。
弱み	・経験者と未経験者の実力差（連鎖の知識など）が非常に出やすい。 ・基本は1対1の対戦形式のため、チームでの交流には工夫が必要。 ・演出の派手さはなく、物足りなく感じる可能性がある。
選定理由	・イベントの目的である「幅広い年齢層の交流」 を体験してもらうのに最も適しているため。 ・誰もが参加しやすいイベントを目指すには、比較的ハードルが低く、初心者や未経験者も参加しやすいゲームが適切なため。

Step.3　イベント内容の検討

ワークシート【7】イベント構成の具体化

【Phase.1 企画】

(1) イベントの方向性や主な実施項目を決める。

重視する方向性	競う　交流する　体験する　その他（　　）	
主な構成要素（複数選択可）※〇を付ける	〇	大会（例：トーナメント／リーグなどで勝敗や順位を競う）
		対戦（例：対戦を通じて参加者同士が交流する）
	〇	体験（例：初心者や未経験者が、ゲームの操作や専用機材に触れて楽しさを知る）
		練習（例：特定のゲームタイトルについて、参加者同士で技術を高め合う）
		観戦（例：トーナメントなどの決勝を観戦する／プロやタレントなどの対戦を観戦する）
	〇	講義（例：eスポーツなどに関する知識・事例・体験を共有し、理解を深める）
		その他（　　）
主な実施項目（計2時間）	・講演会（eSportsとは何か） ・交流体験（チームごとのぷよぷよの練習会） ・トーナメント試合（チーム戦） ・表彰式	

Step.３　イベント内容の検討

ワークシート【７】イベント構成の具体化

【Phase.1 企画】

(2) 実施の流れと実施する上での工夫を考える

実施の流れ（計２時間）	①	開会前	事前	来場者をチームわけして、着席してもらう。
	②	開会挨拶	５分	司会が開会挨拶をおこなう。
	③	講演会	20分	eスポーツとは何かを講義で解説する。
	④	ルール説明	5分	大会で使用するぷよぷよの設定、ルール等を説明する。
	⑤	交流体験	30分	来場者とスタッフのチームで、練習をしながら交流する。
	⑥	大会	45分	トーナメント形式でチーム戦を行い、優勝チームを決める。
	⑦	表彰式	10分	トーナメントの優勝チームを表彰し、コメントをもらう。
	⑧	閉会挨拶	５分	集合写真の撮影を行った後、司会が閉会挨拶をおこなう。
目的達成のための工夫	・各チームにスタッフ１名以上参加し、コミュニケーションの活性化を図る ・チーム分けの際、経験者と未経験者が均等に混ざるよう編成し、交流を促す。 ・勝敗に関わらず拍手を送るよう促し、過熱しすぎない温かい雰囲気を作る。			

12

Step.４　企画書の作成

【Phase.1 企画】

課題

- これまでの検討情報を踏まえ、企画書のフォーマットに情報を記入する。
- 追加で必要な情報は調査・検討して記入する。

資料

- 【フォーマット】イベント企画提案書.pptx

13

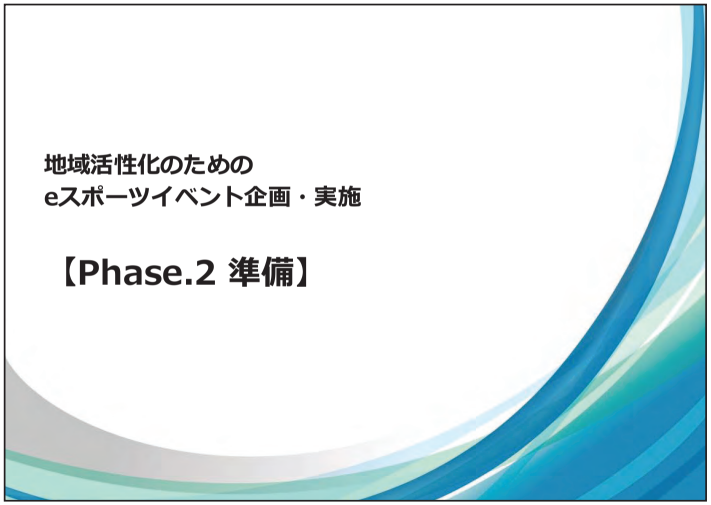
Step.５　プレゼンテーション&投票

【Phase.1 企画】

課題

- 企画書をもとにプレゼンテーションを行う。
  （グループごとにプレゼン5~10分、質問5分）
- Discordで最も良かった企画に投票する。

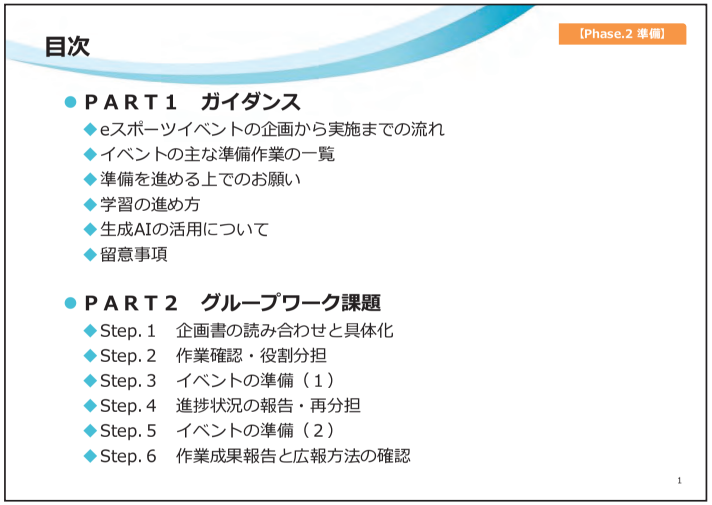




ここからは「Phase.2 準備」に入ります。

Phase.2では、Phase.1で作成したイベント企画をもとに、実際にイベントを実施するための準備を進めていきます。
このフェーズでの学習目的は、企画を「考えた内容」として終わらせるのではなく、「実行できる計画」に落とし込む経験をさせることです。

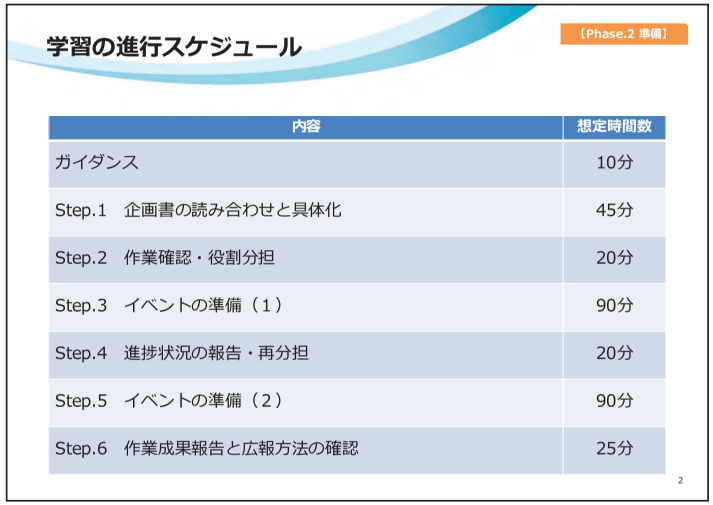
指導にあたっては、完璧な準備を求めるのではなく、何が必要かを整理し、現実的な条件の中で優先順位をつけて進めることを重視してください。
想定通りに進まない場面が出てきた場合も、問題点を洗い出し、話し合いによって調整していく姿勢を大切にするよう促しましょう。



このスライドでは、Phase.2全体の流れを把握させることを目的とします。

まず PART1 ガイダンス では、本教材を進める上での前提情報を共有します。

続くPART2 グループワーク課題では、実際にeスポーツイベントを実現していくために必要な準備を進めていきます。
ここからは、個人作業ではなく、グループとしてイベントを動かしていくフェーズであることを伝えてください。
特に、グループワーク課題での準備作業は一度で終わるものではなく、途中で見直しや再分担が必要になったり、
作業の進捗を共有する時間が、イベント全体の完成度を高めることにつながる点を意識して進めるよう説明してください。



このスライドでは、Phase.2全体の進行スケジュールを共有します。

Phase.2では、話し合いだけでなく、実際に手を動かす作業が多くなります。
そのため、どの時間帯で何を進めるのか、全体像を最初に把握させることが重要です。

また、スケジュールはあくまで目安であり、状況に応じて調整して構いません。



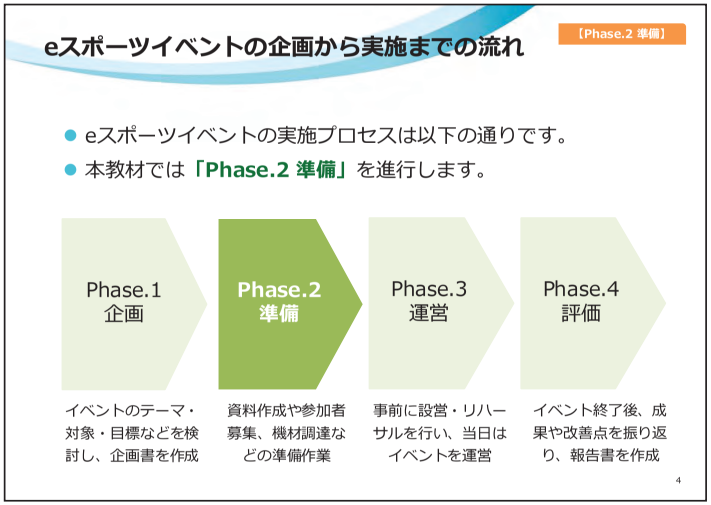
このスライドでは、Phase.2全体を通しての考え方や姿勢を確認します。

ここでの指導の狙いは、受講者の意識を「企画を考える段階」から「企画を実行する段階」へ切り替えることです。

Phase.1では、アイデアの良し悪しや企画内容そのものに目が向きがちでしたが、Phase.2では「誰が、いつまでに、何をするのか」といった具体的な行動に落とし込む必要があります。

指導にあたっては、準備作業の中で問題点や不足に気づくことは自然なことである問題に気づいた時点で話し合い、調整することができれば十分であるという点を強調してください。

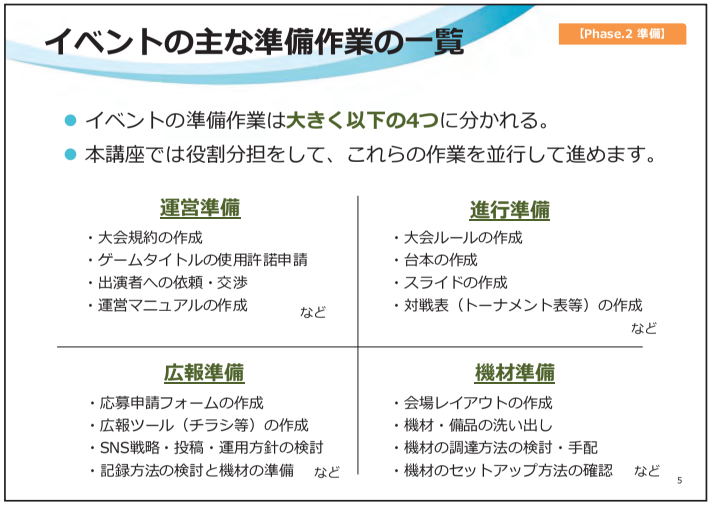
想定通りに進まない場面が出てきても、それを失敗と捉えるのではなく、実際のイベント運営ではよくあることだという前提で、前向きに取り組む姿勢を促しましょう。



このスライドでは、改めてイベント全体の流れを確認し、その中で Phase.2 準備がどの位置づけにあるのかを整理します。

すでにPhase.1で企画内容自体は決まっているため、ここでは「考えるフェーズ」から「形にしていくフェーズ」へ移行していることを明確にしてください。
Phase.2では、企画内容をもとに、資料作成、参加者募集、機材や会場の手配など、実施に直結する準備作業を行います。

この段階での準備の質が、次のPhase.3（運営）をスムーズに進められるかどうかを左右するため、抜けや曖昧さを残さないことが重要であると説明しましょう。
また、Phase.2での作業は、後戻りが発生しやすい工程でもあるため、グループ内での認識合わせや確認をこまめに行う必要がある点にも触れてください。
「とりあえず進める」のではなく、「実際に実施することを想定して準備する」姿勢を持つよう促します。



このスライドでは、イベント準備に必要な作業を俯瞰的に整理し、Phase.2で何を行うのかを具体的にイメージさせることを目的とします。
準備作業は大きく「運営準備」「進行準備」「広報準備」「機材準備」の4つに分かれることを説明し、それぞれが独立した作業ではなく、相互に影響し合っている点を意識させてください。

例えば、進行内容が決まらなければ必要な機材が確定せず、機材の制約によって進行内容を見直す必要が出る場合もあります。
このように、準備作業は一方向ではなく、行き来しながら調整していくものであることを伝えると理解が深まります。

本講座では、これらの作業を役割分担した上で並行して進めていきますが、各担当は「自分の作業だけを見る」のではなく、全体の状況を把握しながら進めることが求められます。
最終的には、これらすべての準備がつながり、当日のイベント運営につながることを意識させながら、次のグループワークへ移行してください。

準備を進める上でのお願い

【Phase.2 準備】

- 「Phase.2 準備」では**グループごとに別々の作業を担当**し、並行して準備作業を進めます。そのため**情報共有が重要**です。
- 資料等を作成したら、**Discordの「イベント資料（作成物）」にを順次アップロードしてください。**
- **アップロードされた資料等は常に全員が確認してください。**



6

このフェーズでは、グループごとに別々の作業を担当し、平行して作業を進める必要があります。
そのため、個々の作業の完成度だけでなく、情報共有の質と頻度が重要になることを強調してください。

特に、作成した資料や検討内容は、各自の手元だけで完結させず、Discord上の「イベント資料（作成物）」チャンネルに随時アップロードするよう指導します。
ここでは「完成してから共有」ではなく、「途中段階でも共有する」ことが重要であると伝え、早い段階での共有が認識のズレ防止につながることを説明してください。
また、アップロードされた資料については、作成者以外のメンバーも必ず目を通し、内容を把握するよう促します。

Phase.2はチームとして準備を進める工程であるため、「自分の担当外の作業であっても把握しておく姿勢」が必要であることを意識づけましょう。

学習の進め方

【Phase.2 準備】

- この講座では**受講者の皆さんがイベントの企画・運営を体験することを重視**しています。一方的な講義は極力控えます。
- **教材では検討手順を示し、講師は検討をサポートする役割**です。
- 検討途中で不明点や悩みが出てきたら、**インターネットで調べたり、講師に相談したり解決策を積極的に模索**してみてください。



7

このページでは、学習の進め方を説明します。

この講座は、受講者がイベントの企画・運営を体験することを重視した内容になっているため、一方的な講義とならないよう注意が必要です。
あくまで、教材では検討手順を示し、講師としては学習の検討をサポートする役割に徹します。

受講者から相談や疑問が出た場合には、講師が対応するほか、インターネットで調べさせるなどの手段をとります。
課題に対して、積極的に解決策を模索できるようフォローを行いましょう。



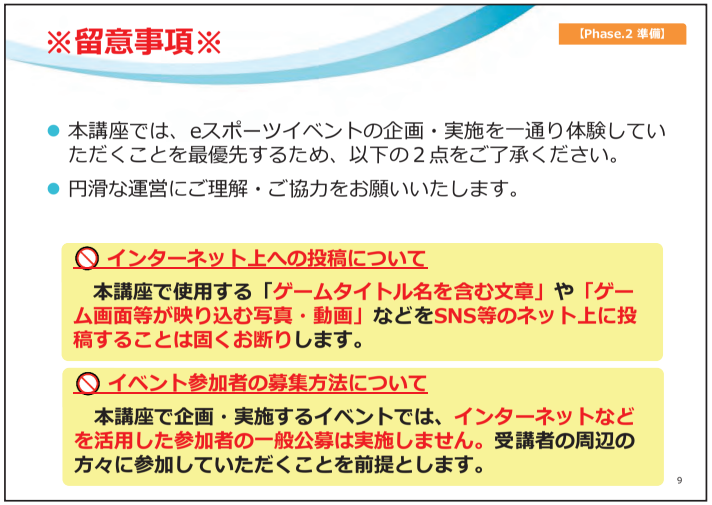
このページでは、本講座における生成AIの活用方針について説明します。

本講座では、eスポーツイベントの企画を進める上で、生成AI（ChatGPT、Gemini など）を積極的に活用することを推奨しています。

生成AIは、・アイデア出し・企画内容の整理・文章表現のたたき台作成・情報収集や視点の補助といった場面で有効なツールです。

特に、企画初期の発想段階や、検討が行き詰まった際のヒントとして活用することで、学習をスムーズに進めることができます。

一方で、生成AIの出力をそのまま使用することは推奨しません。
AIが生成した内容については、必ず受講者自身が内容を確認し、企画の目的や条件に合っているかを判断した上で修正・調整する必要があります。
講師としては、「AIはあくまで補助的なツールであり、最終的な判断や責任は人が持つ」という点を強調しながら説明してください。



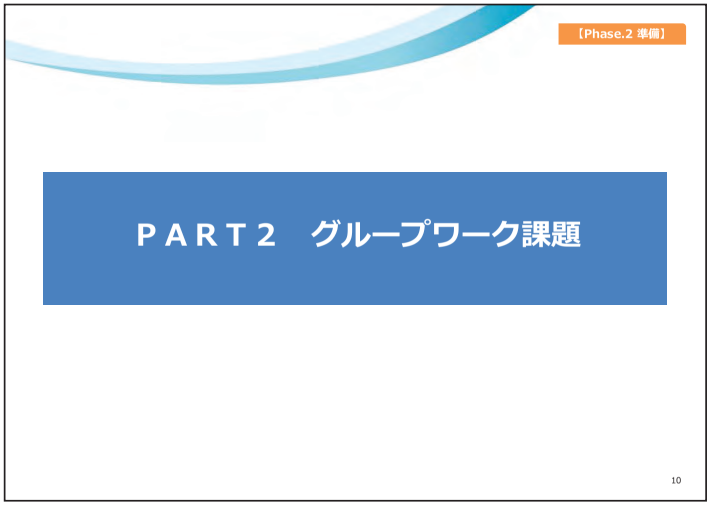
このページでは、本講座を進める上での留意事項について説明します。

本講座は、eスポーツイベントの企画から実施までを一通り体験してもらうことを最優先としています。
そのため、運営上の都合やリスク管理の観点から、いくつか制限事項を設けています。

まず、インターネット上への投稿についてです。
本講座で使用するゲームタイトル名を含む文章や、ゲーム画面・会場の様子が映り込む写真・動画などを、SNS等のインターネット上に投稿することは禁止とします。
これは、著作権や運営管理上の理由によるものであり、受講者個人の発信を制限する意図ではないことをあらかじめ説明してください。

次に、イベント参加者の募集方法についてです。
本講座内で企画・実施するイベントでは、インターネットを利用した一般募集は行いません。

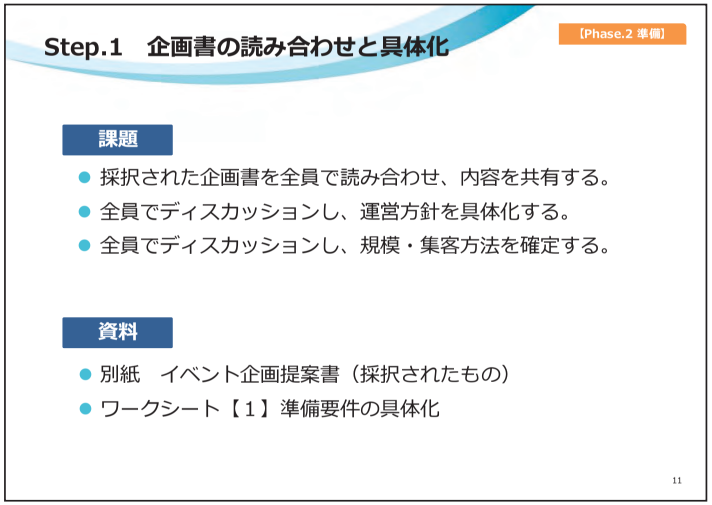
参加者は、講座受講者本人、専門学校の生徒、関係者など、あらかじめ定められた範囲内から参加してもらう前提となります。
これらの留意事項については、「実際の現場ではより柔軟な対応が必要になる場合もあるが、本講座では学習を円滑に進めるために条件を限定している」という補足を行うと、受講者の理解が得やすくなります。



このパートからは、Phase.1 で作成・選定した企画をもとに、実際のイベント実施に向けた「準備作業」に入っていきます。

ここでは、企画段階とは異なり、「決まった内容をどう実行に落とし込むか」という視点が重要になることを最初に伝えてください。
企画の良し悪しを考える時間ではなく、採択された企画を前提として、現実的に準備を進めるフェーズであることを強調すると理解が進みやすくなります。

また、これ以降の作業は個人作業ではなく、役割分担を前提としたチーム作業になるため、全員が同じ情報を共有しながら進める必要があることを意識づけてください。

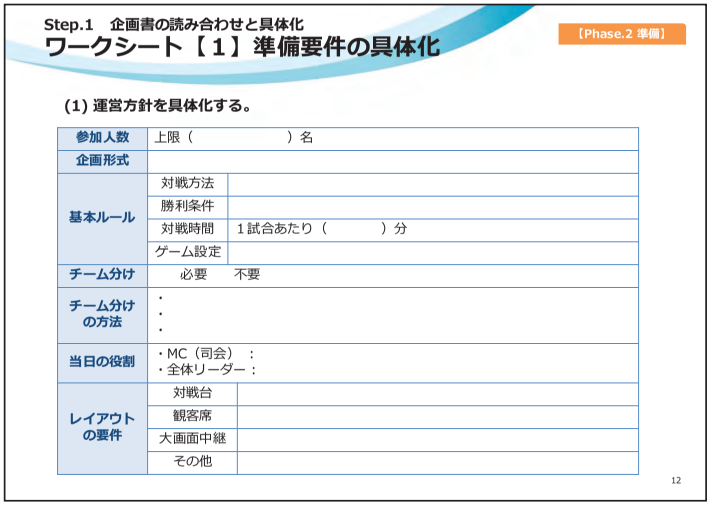


まずは、採択された企画書をグループ全員で読み合わせる時間を取ります。

このステップでは、新しいアイデアを出すことよりも、「企画書に書かれている内容を正しく理解し、共通認識を持つこと」が目的であると説明してください。

読み合わせの際は、単に黙読させるのではなく、「この企画では何をやるイベントなのか」「どこがポイントなのか」を口頭で確認しながら進めると効果的です。

特に、イベントの規模感、想定している参加者、実施方法などは、この後の準備作業すべてに影響するため、曖昧な理解のまま進まないよう注意してください。
ディスカッションでは、企画書の内容を前提にしつつ、ワークシートを確認しながら、「実際に実施するならどう運営するか」「どのくらいの人数を想定するか」といった具体化の視点で話し合うよう促してください。

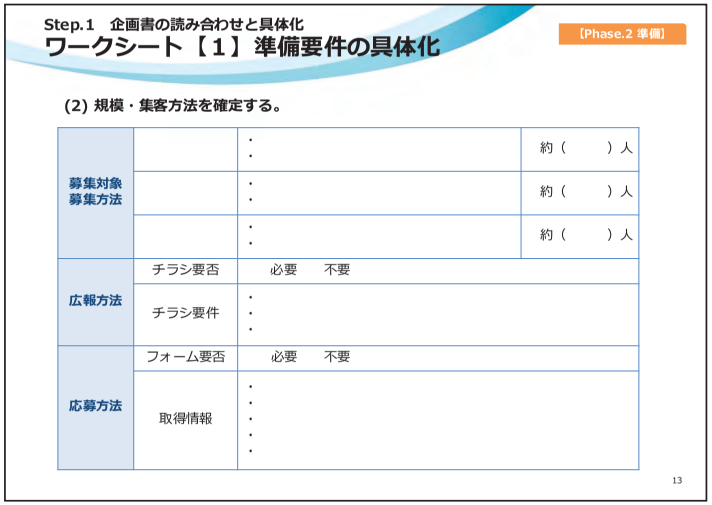


ここでは、企画書に書かれている内容を、実施レベルまで落とし込む作業を行います。

運営方針の具体化では、「なんとなく決める」のではなく、「当日スムーズに運営できるか」という視点で考えるよう指導してください。
参加人数や対戦方法、ルール設定などは、理想ではなく、会場や時間、スタッフ数を考慮した現実的な内容にすることが重要です。

チーム分けや役割分担についても、「誰が何をするのか」が当日イメージできるレベルまで具体化するよう声かけを行ってください。

また、レイアウト要件については、参加者目線と運営側目線の両方を意識させると、実践的な検討につながります。

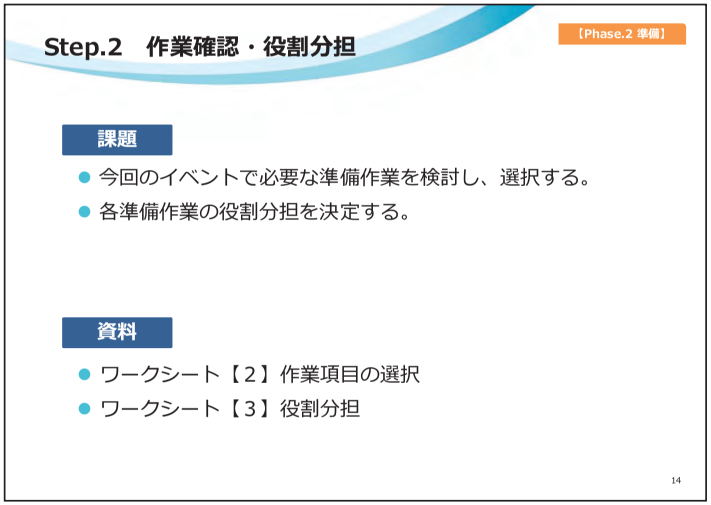


このスライドでは、イベントを成立させるための「人の集め方」に焦点を当てます。

ここで大切なのは、「集めたい人数」ではなく、「実際に集められそうな人数」を考えることだと説明してください。
募集対象や募集方法については、Phase.1 で設定したターゲットと矛盾していないかを確認しながら進めさせてください。

チラシ・フォームについては、ディスカッションの結果をもとに記載させるよう指導します。
応募時に取得する情報についても、「なぜその情報が必要なのか」を考えさせることで、形式的な記入作業にならず、実務的な学びにつながります。

このステップ全体を通して、企画を実行に移すためには、細かな準備と現実的な判断が不可欠であるという点を、講師側から繰り返し伝えていきましょう。



このステップでは、イベント準備を進める上で必要となる作業全体を把握し、どの作業を行うのかを明確にすることを学びます。

講師としては、まず「イベント準備にはどのような作業があるのか」を全体で確認し、企画内容や規模に照らして本当に必要な作業を選び取ることが重要であると説明してください。
すべてを網羅しようとするのではなく、限られた時間と人数の中で現実的に対応できる範囲に整理することが、このフェーズの目的であることを伝えます。

また、作業を洗い出した後は、個人作業ではなくグループとして役割を分担して進める点を強調し、後続のワークにつながる導入として位置づけてください。



ここでは、具体的な作業項目を確認し、今回のイベントで実施するかどうかを判断する力を身につけることを目的とします。

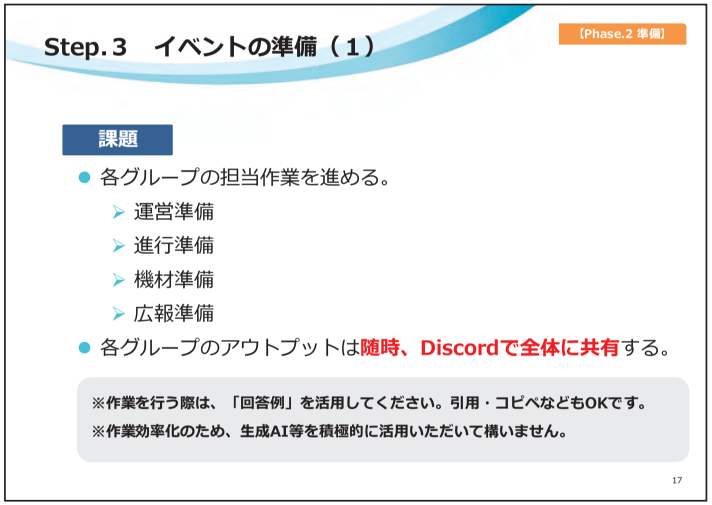
講師は、各作業項目について「なぜこの作業が必要なのか」「今回のイベント条件で本当に必要か」という観点で考えさせるよう促してください。
正解を与えるのではなく、企画内容・会場・対象者との関係をもとに、自分たちで判断することを重視して進行してください。



このワークでは、選択した作業項目を誰が担当するのかを具体的に決め、チームとしての動きを明確にすることを学びます。

講師としては、単に作業を割り振るのではなく、リーダーとサポーターの役割の違いを意識させることが重要です。
リーダーは進行管理や意思決定を担う役割であること、サポーターは実作業や補助を通してチームを支える役割であることを説明してください。

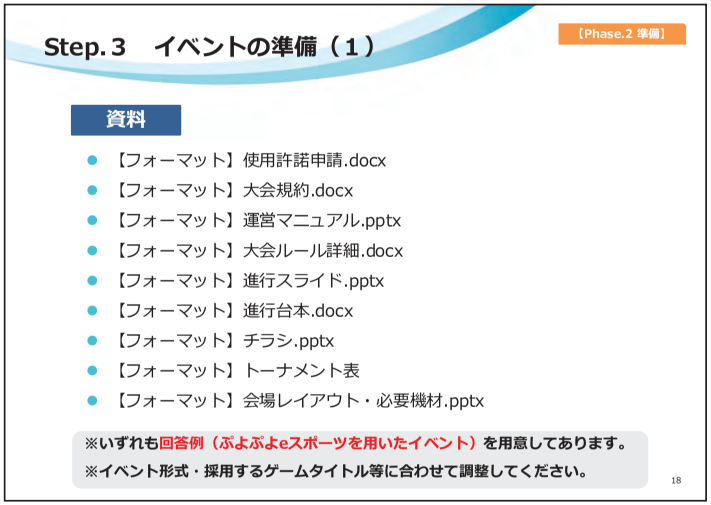
また、負荷が一部の人に集中していないか、作業内容と担当者の得意・関心がある程度合っているかを確認しながら、調整を促します。



ここからは、実際に各グループが担当作業を進める実践フェーズに入ることを説明します。

講師は、作業を進める際の基本姿勢として「個別に進めつつ、情報は常に全体で共有する」ことを強調してください。
Discordでの共有を前提とすることで、グループ間の進捗差や認識のズレを早期に発見できる点を伝えます。

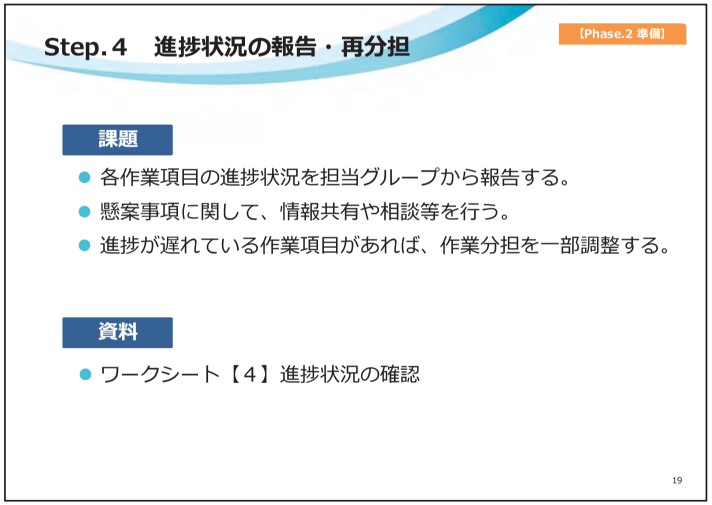
また、回答例や生成AIの活用についても触れ、効率よく作業を進めること自体が準備フェーズの重要な学びであると説明してください。



このスライドでは、各グループが作業を進める際に使用するフォーマット資料の位置づけを説明します。

講師としては、これらの資料は「完成形の見本」ではなく、「考え方や構成を学ぶための参考資料」であることを明確にしてください。
記載内容はイベント形式や採用タイトルに応じて調整してよい一方で、基本構成や必要項目は共通である点を理解させます。

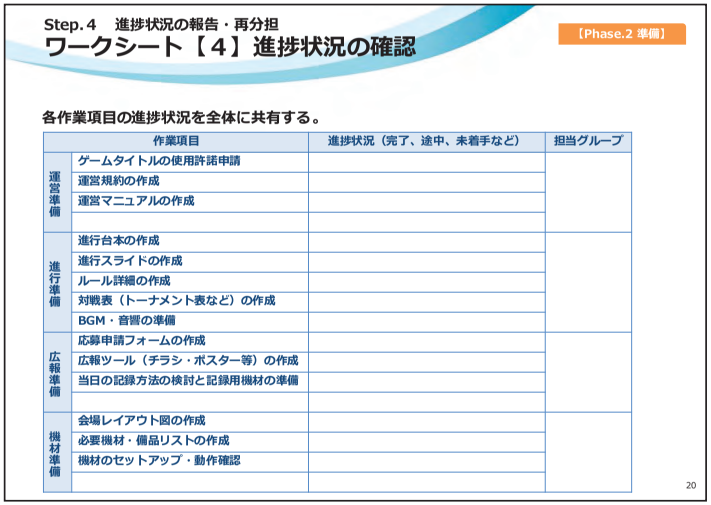
また、資料作成の途中段階でも共有することを推奨し、完成度よりもプロセスを重視する姿勢を促してください。



このStepでは、各グループが進めている準備作業の状況を全体で共有し、イベント全体としての進捗を把握することを学びます。

イベント準備では、個々の作業が順調に見えても、全体として見ると遅れや抜け漏れが発生しやすいため、途中段階での共有と調整が重要であることを理解させてください。
指導の際は、各グループに「完了・途中・未着手」といったシンプルな区分で進捗を報告させ、まずは現状を客観的に整理させます。

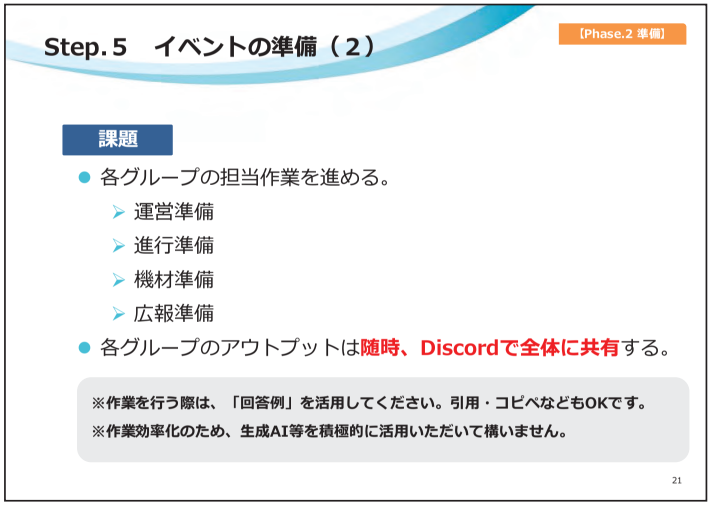
その上で、遅れている作業や不安点があれば、責任追及ではなく「どうすれば前に進められるか」という観点で相談・共有する流れを作ってください。
また、進捗が偏っている場合には、役割や作業量を柔軟に再調整することもイベント運営では必要な判断であると伝え、再分担を前向きな改善として捉えさせることがポイントです。



このワークシートでは、準備作業を一覧で整理し、進捗状況を可視化することを目的とします。

作業内容と担当グループを並べて確認することで、「どこが進んでいて、どこが止まっているのか」を全員が同じ認識で把握できる状態を作ります。

指導時は、記入内容の正確さよりも、進捗を正直に共有する姿勢を重視してください。
「まだ手を付けられていない」「想定より時間がかかっている」といった状況も、早めに共有できれば対策が可能であることを伝えると、学習の意図が伝わりやすくなります。

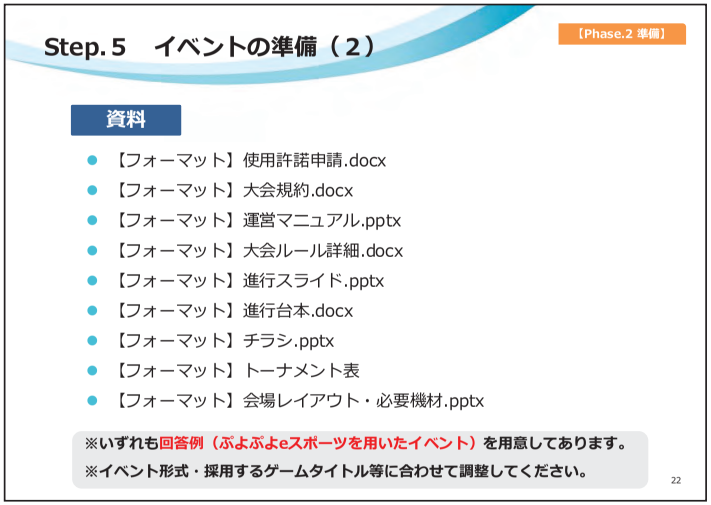


このStepでは、再調整後の役割分担を踏まえ、各グループが引き続き準備作業を進めます。

Step.3と異なる点は、一度進捗確認を行った上で、より完成度を高める段階に入るという位置づけです。

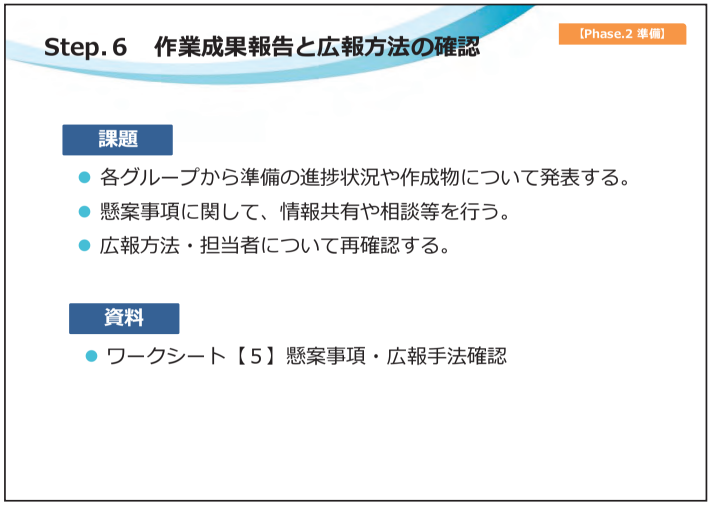
指導の際は、各グループが「自分たちの作業がイベント当日のどの場面に影響するのか」を意識できるよう声掛けを行ってください。
単なる資料作成や準備作業ではなく、イベント全体を支える一部であることを理解させることが重要です。

また、引き続き成果物は随時Discordで共有させ、他グループの進捗や内容を確認するよう促してください。
これにより、イベント運営では横の連携が不可欠であることを実感させることができます。



このスライドでは、各グループが作業を進める際に使用するフォーマット資料を再掲しています。

これらの資料は「完成形の見本」ではなく、「考え方や構成を学ぶための参考資料」であることをあらためて説明してください。
また、記載内容はイベント形式や採用タイトルに応じて調整してよい一方で、基本構成や必要項目は共通である点を理解させます。

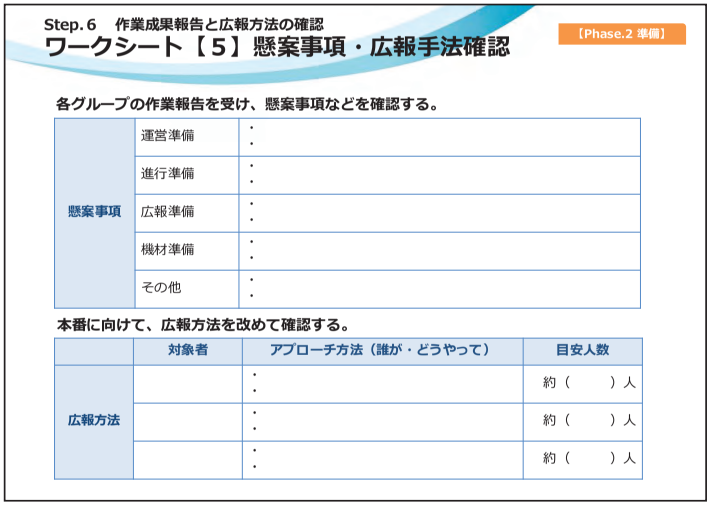


このStepでは、各グループがこれまでに行った準備内容を振り返り、成果と課題を整理することを学びます。

イベント直前の段階で「何ができていて、何がまだ不十分なのか」を把握することが、成功する運営につながることを理解させてください。

指導時は、成果発表だけでなく、懸案事項や不安点も必ず共有させるようにしてください。
問題があること自体ではなく、それを共有せずに本番を迎えることがリスクである、という点を強調すると効果的です。

また、広報方法については、対象者・担当者・アプローチ方法を改めて確認し、役割が曖昧なままになっていないかを整理させます。
イベント準備の最終段階では、「誰が・何を・いつまでに行うか」が明確になっていることが重要であると伝えてください。



Step. 6　作業成果報告と広報方法の確認

ワークシート【５】懸案事項・広報手法確認

【Phase.2 準備】

各グループの作業報告を受け、懸案事項などを確認する。

懸案事項	運営準備	・ ・
	進行準備	・ ・
	広報準備	・ ・
	機材準備	・ ・
	その他	・ ・

本番に向けて、広報方法を改めて確認する。

	対象者	アプローチ方法（誰が・どうやって）	目安人数
広報方法		・ ・	約（　　）人
		・ ・	約（　　）人
		・ ・	約（　　）人

このワークシートでは、イベント本番に向けた最終確認として、懸案事項と広報計画を整理します。

特に、準備段階では見落とされがちな細かな不安点や未決定事項を洗い出すことが目的です。
指導の際は、「もう問題はないか」ではなく、「問題になりそうな点はないか」という視点で記入させると、より実践的な振り返りになります。

また、広報方法については、実現可能性や担当者の負荷も考慮しながら、現実的な計画になっているかを一緒に確認してください。

○○○「○○○○」許諾申請 必要事項

メールアドレス：
名前　　：
団体名　　：
住所　　：

【イベント形式・使用形態】
■目的　　：
■イベント名：
■開催日　　：
■開催時間　：
■開催場所　：
■主催（複数回答可）：
■後援（複数回答可）：
■協賛（複数回答可）：
■協力（複数回答可）：
■その他、特記事項　：

【イベント内容】
使用タイトル　　：
使用プラットフォーム：
参加料　　：
賞金・賞品　　：
大会形式　　：
大会参加対象　　：
イベント全体参加人数：名（見込み）
大会参加人数　　：名（見込み）
MC 司会　　：名（）
実況者　　：名（）
解説者（複数回答可）：名（）
配信者（複数回答可）：有・無
ゲスト（複数回答可）：有・無
セガからイベントの PR：可・不可
可の場合、紹介できるイベント告知 URL：
可の場合、情報解禁日：

（イベント名）

大会規約

202X 年 X 月 XX 日（X）

更新日	ver	内容
20XX/X/XX	1	ドラフト版

＜目次＞

1. はじめに
2. 参加資格
3. 大会エントリー
4. 配信・放送
5. ルールの変更
6. 禁止事項
7. 違反時の措置
8. 個人情報
9. 免責
10. 準拠法および管轄
11. 規約の変更
12. お問い合わせ先

1.はじめに
本規約は、〇〇〇が主催する「〇〇〇」（以下、本イベント）への参加に関する必要事項を定めたものです。運営事務局は、本イベントの運営・進行の一切の裁定権を有します。

2.本規約の効力
本規約は、本イベントへの参加を希望し、または参加するすべての参加者、見学者（以下、総称して「参加者等」）に適用されます。

3.参加資格
本イベントの趣旨に賛同する 〇〇〇〇〇〇〇（対象者の属性） を対象とします。
参加者は下記の条件をすべてへの同意が必要となります。

（1）運営事務局の連絡を所定の方法で受け取れること。

（2）受付時間内に、所定の参加方法で受付を済ませること

（3）本規約とルールブックを理解し遵守すること

（4）本イベントにおいて氏名、年齢、住所などの個人情報を運営事務局に提供し、運営事務局やメディアによる写真および映像撮影取材に承諾すること

（5）イベント中、参加者の体調不良等の事情により試合続行が不可能または困難であると運営事務局が判断した場合、当該参加者のチームが棄権となることを了承すること。

（6）参加者とその親族を含め、反社会的勢力（暴力団、暴力団構成員、暴力団準構成員、暴力団関係企業、 総会屋等、社会運動標ぼうゴロ、政治運動標ぼうゴロ、特殊知能暴力集団等またはこれらに準ずるものをいう）または、反社会的勢力と関係を有する者ではないこと。

（7）本イベントにエントリーしたものは、上記内容を承諾したものとする。

4.参加受付
（1）本イベントにエントリーする際は、事前に必ず「3.参加資格」を満たしていることを確認してください。

（2）参加希望者は、運営事務局が指定する応募申請フォームを通じて申し込みを行うこととします。

（3）エントリー受付後、運営事務局はエントリーの内容について、電子メール等にて確認させていただく場合があります。

（4）エントリー後、登録内容に変更がある場合は運営事務局まで速やかに連絡してください。ただし、変更はエントリー締め切り時までです。また、締め切り後、運営事務局からの要望がない場合、登録内容の変更はできません。なお、急病等の事情により、エントリー締め切り後に参加者が出場できなくなった場合、速やかに運営事務局に連絡してください。

（5）以下の場合、エントリーが取り消される場合があります。
①エントリー情報に虚偽の申告がある場合。※入力間違いにご注意ください
②登録情報に不適切な単語が含まれている、または第三者の権利を侵害していると運営事務局が判断し、修正依頼に応じない場合
③本規約およびルールブックに違反した場合
④チーム代表者が音信不通、運営事務局からの連絡に対して応答がない場合
⑤チーム代表者が、チームメンバーと意思疎通ができていないと運営事務局が判断した場合

5.大会の配信
（1）運営事務局は、本大会の様子、競技の内容（ゲームプレイの内容を含む）や競技の様子を収録し、また複数のプラットフォームにおけるストリーミング・アーカイブ配信、テレビ放送等（第三者に対する許諾等を含む）することができるものとします。

（2）参加者は、参加者および参加者関係者が、本大会の映像の全部または一部を、当社の承諾なしに利用することが著作権侵害にあたる場合があることを理解し、そのようなことを行わないことに同意するものとします。

（3）ストリーミング配信（中継放送も同様）が行われる試合は、運営事務局が用意する機材を使用して行われます。その際、ゲーム上の設定は運営事務局によって指定されます。

6.禁止事項
参加者は以下の行為を行ってはなりません。
（1）本規約、ルールブックに違反すること

（2）イベント受付時間に遅れること、定められた時間・場所に集合しないこと

（3）本イベントスタッフのイベント進行上必要な指示、要請に従わないこと

（4）本イベントの進行、運営を意図的に妨害すること

（5）運営事務局、本イベントスタッフ、参加者または第三者に対して、誹謗中傷する行為および名誉を傷つける行為、暴力、ハラスメント行為を行うこと

（6）エントリー情報に意図的に虚偽の内容を入力する行為

（7）イベント運営や結果に関する情報を、許可無く外部へ公開すること

（8）イベント開始後に運営事務局に無断で大会を棄権し、離脱すること

（9）イベント運営スタッフのイベント進行上必要な質問に適切に回答しないこと。また、イベント運営スタッ

フに虚偽の申告をすること

（10）試合中、自身のチームメンバー・対戦相手・対戦相手のチームメンバー・イベント運営スタッフ以外の者と、運営事務局に無断でコミュニケーションをとったり、試合の助言を受けたりすること

（11）ゲームを開発元の意図しない方法で有利に進める行為や、チーム間の談合によりイベントを有利に進める行為、相手を不当に挑発する行為を行うこと

（12）公序良俗に反する言動をおこなうこと

（13）運営事務局または第三者の知的財産権、肖像権、プライバシー、名誉その他の権利または利益を侵害すること

（14）本イベントへの参加権、賞品または商品を受ける権利を第三者へ譲渡、売買等すること。

（15）本イベントを利用し、営利を目的とする行為を行うこと。

（16）反社会勢力またはその関係者を関与させること。

（17）その他運営事務局が不適切と判断する行為。

7.違反時の措置
参加者は、参加者が本規約に違反していると実行委員会が判断した場合、その違反内容や程度により、タイトルの剥奪、賞品の剥奪、エントリーの無効、出場禁止などの措置が取られる場合があることを了承するものとします。

8.個人情報
（1）参加者は、自己の肖像、氏名、年齢、学年、学校名、チーム名、コメント、プレイ動画等が、運営事務局またはメディア・協賛社などの第三者によって、YouTube などの動画配信プラットフォーム、テレビ、新聞、WEB サイト、SNS、パンフレット等やその他メディア等において、期間の限定なく、無償で、編集、公表、公開、報道または利用（販促・広告など商業的利用を含む一切の利用を含みます）されることを承諾するものとします。

（2）エントリーの際にお預かりした参加者の個人情報は、以下の目的で利用いたします。
①本大会に関する参加者および保護者へのご連絡、運営、および広報のため
②本大会の協賛社の商品・サービスのご案内のため
③今後の本大会の参考とさせていただくため
④各種調査の実施および各種統計データ作成のため
⑤本大会の主催者または共催者が開催する他の事業イベントのご案内のため
個人情報取扱い方針については下記 URL をご確認ください
https://xxxxxx

9.免責
（1）天災等の不可抗力その他やむを得ない事由または実行委員会の都合により本イベントの内容の変更、また本イベントの延期・中止となる場合があります。運営事務局の責任によらない当該事由に起因して生じた損害に対して運営事務局では一切の責任を負いません。

（2）参加者が本規約への違反行為や不正行為により、本イベントの出場途中で失格となった場合、運営事務局は一切の責任を負いません。なお、本規約への違反行為や不正行為に該当するかどうかの判断は、運営事務局の基準により行います。

（3）体調の優れない方、血圧に異常のある方、心臓に疾患をお持ちの方、過去に光刺激などによる痙攣や失神等をした経験をお持ちの方、ペースメーカーを使用されている方は、ご自身の責任においてご参加ください。

（4）本イベントへの参加または参加できなかったこと、また、本イベントが配信、放送等され、またはされなかった結果、万一参加者に不利益や損害（経済的損失に限りません）が生じた場合でも、参加者ご自身の責任と負担において解決していただき、実行委員会は一切の責任を負いません。

（5）本イベント開催中の参加者の事故、事件、その他のトラブル等や本規約に違反したことにより生じた損害またはイベント使用 PC、PC 周辺機器、コンシューマー機器、ディスプレイ、ソフトウェアおよびネットワーク設備の不具合・故障、その他本イベントの運営に関して参加者（関係者を含みます）に生じた損害に関して、運営事務局の指示や対応に故意または重大な過失がある場合を除き、運営事務局は一切の責任を負いません。

10.準拠法および管轄
本規約は日本国法に準拠します。本規約に関して訴訟の必要が生じた場合、合意管轄として、第一審管轄裁判所は xxxxx 地方裁判所とします。

11.規約の変更
本規約の内容は、運営事務局の判断と裁量において、変更できるものとします。本規約の変更を行う場合、当該変更の内容を公式サイトに掲示します。

12.お問い合わせ先

●●●●

※お問い合わせへのご返信は、受付順に行います。お問い合わせ状況によりご返信にお時間をいただく場合があります。あらかじめご了承ください。
※お問い合わせ 1 週間で返信がない場合、何かしらの事情でメールが届いていない可能性がございますので、お電話（◎◎◎-◎◎◎-◎◎◎）にお問い合わせください。

（イベント名）
運営マニュアル

（日付）

全体概要

■開催名称　：
■日時　：
■参加者　：
■会場　：
■実施内容　：

企画書から書き写す

2

イベント全体タイムスケジュール

★10:30 開場・誘導
★11:00 開会アナウンス
★
★
★
★
★
★
★
★
★
★

企画書からタイムスケジュールを書き写す

★12:55 閉会挨拶

3

会場レイアウト

レイアウト検討を行っているグループから情報を貰う

4

進行概要【00:00（　　）　～ 00:00　（　　）】

【進行の流れ】

・
・
・

【主なスタッフの動き】

・
・
・

タイムスケジュールに沿って、
大まかな進行の流れとスタッフの動きを
記述する

5

進行概要【00:00（　　）　～ 00:00　（　　）】

【進行の流れ】

・
・
・

【主なスタッフの動き】

・
・
・

タイムスケジュールに沿って、
大まかな進行の流れとスタッフの動きを
記述する

6

進行概要【00:00（　　）　～ 00:00　（　　）】

【進行の流れ】

・
・
・

【主なスタッフの動き】

・
・
・

タイムスケジュールに沿って、
大まかな進行の流れとスタッフの動きを
記述する

7

進行概要【00:00（　　）　～ 00:00　（　　）】

【進行の流れ】

・
・
・

【主なスタッフの動き】

・
・
・

タイムスケジュールに沿って、
大まかな進行の流れとスタッフの動きを
記述する

8

【イベント名】

大会ルール

1. 試合ルール

・　採用タイトル　　：
・　採用ルール／モード：
・　チーム構成　　：〇人１組（チーム戦／個人戦）
　　※人数不足の場合の扱い：
・　対戦人数　　：〇対〇（各チームから〇人ずつ出場）
・　試合形式　　：〇試合実施（例：全員対戦、勝ち抜き戦、総当たりなど）
・　試合時間　　：〇分〇秒（超過時の扱い：　　）
・　試合勝利条件　　：〇セット先取／スコア制／タイム制 など
・　チーム勝利条件　　：〇試合中〇勝したチームの勝利
・　禁止事項・違反行為：
・　備考　　：

2. ゲーム設定

・タイトルごとのゲーム設定に準拠
・以下のような項目について確認・検討する
- モード／ルール（例：対戦・スコア・タイム制など）
- プレイヤー人数／チーム構成
- 制限時間・ラウンド数・セット数
- ステージ／マップの指定方法（固定・ランダムなど）
- キャラ・武器・アイテムの使用制限
- 難易度・ハンデ設定
- 操作設定／アシスト機能（ボタン配置変更・補助機能など）
- 演出・表示設定（エフェクト・BGM・ガイド表示など）

（イベント名）

（開催日時）
（主催者名）

開会挨拶

登壇者画像

登壇者名

ルール説明

ルール説明

・
・
・
・
・
・
・

一回戦

メイン：（　　）・（　　）

サブ：（　　）・（　　）

二回戦

メイン：（　　）・（　　）

サブ：（　　）・（　　）

決勝戦

（　）・（　）

表彰式

写真撮影

閉会挨拶

本日はご参加いただき
ありがとうございました！！

●●●●●●●（大会名）
進行台本

20XX.X.XX

実施概要

2

- 開催名称　●●●●●●●（大会名）
- 日時　20XX年X月XX日（X）XX:XX ～ XX:XX
- 会場　○○○○
- 開催概要　（ソフト名）を使用したシングルエリミネーションorダブルエリミネーショントーナメント　など
- 出演者　（以下、敬称略）

・ゲスト：SSSS	・解説：KKKK	・MC／実況：JJJJ
・略歴	・略歴	・略歴
顔写真	顔写真	顔写真

進行表

3

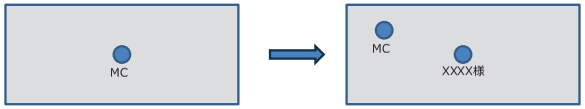
Time	ステージ内容	出演者（敬称略）
○○:○○	開会アナウンス	MC/○○（陰アナ）
○○:○○	MC登場～主催者XXXX様ご挨拶	MCの呼び込みでXXXX様登壇
○○:○○	開会宣言～ゲストSSSS様ご挨拶	MCの呼び込みでSSSS様登壇
○○:○○	ルール説明（MC）	
○○:○○	デモンストレーション　解説（KKKK）さんデモプレイ	MCの呼び込みで（JJJJ）さん登壇
○○:○○	参加者全員写真撮影	MCの呼び込みで集合

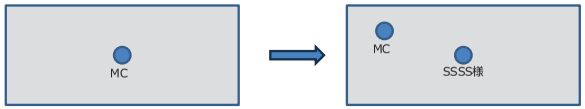
※出演者のカタカナ読み仮名は事前に調べて台本に反映させる

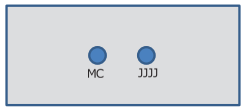
進行表

4

Time	ステージ内容	出演者（敬称略）
○○:○○	1回戦スタート	MC、解説、ゲスト
○○:○○	１回戦終了	
○○:○○	２回戦スタート	MC、解説、ゲスト
○○:○○	決勝戦終了	
○○:○○	表彰式・記念品贈呈など	
○○:○○	閉会の挨拶～XXXX様（カタカナ読み仮名）ご挨拶～表彰式終了	

Time	Lap	Contents	Visual
◎◎:◎◎		皆様、◎◎大会、開会１０分前になりました。 ご登録いただきました参加者やご家族の方は、◎◎へお集まりください。 （繰り返す）	
		▼MC登場～開会のあいさつ	
◎◎:◎◎		MC　会場にお越しの皆さん、こんにちは～！。 本日、MC・実況を務めます、JJJJです！よろしくお願いします。 **※簡単な自己紹介をお願いします。** それでは早速◎◎会を開催したいと思います。 開会に先立ちまして、この体会の主催者であります、XXXX（カタカナ読み仮名）様より ご挨拶を頂きます。 XXXX様、ご登壇お願いします。  （XXXX様の挨拶終わりで） MC　XXXX様、ありがとうございました。　どうぞご降壇ください。	

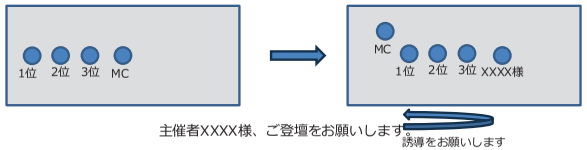
Time	Lap	Contents	Visual
		▼開会宣言	
◎◎:◎◎		それでは、これより開会宣言をおこないます。 本日ゲストでお越し頂きましたSSSS（カタカナ読み仮名）様 ご登壇お願い致します。 （SSSS様ご挨拶終わりで） MC　SSSS様、ありがとうございました。どうぞご降壇ください。 	

Time	Lap	Contents	Visual
		▼ルール説明	
◎◎:◎◎		MC　続きまして、ルール説明に移ります。 **以下、ルール説明、注意事項など**	
◎◎:◎◎		MC　それではここで試合に先立ちまして本日の解説を行って頂きます、「KKKK」さんにデモンストレーションを 行って頂きます。 KKKKさん、ご登壇お願いします！ 	

Time	Lap	Contents	Visual
		▼デモプレイ	
◎◎:◎◎		MC　KKKKさんのご経歴の一端をご披露しますと 実績をかいつまんで紹介 **（※短く会話をお願いします）** MC　今日はどういう風にデモプレイしていただけますか？ KKKK　「YYYY**（事前打ち合わせのこと）**」で！ MC　おお～！それは楽しみです！それではご準備をお願いします。 **※KKKKさん準備が終わったら** MC　それではお願いします「　　」で す！ **※デモプレイが終わったら** MC　KKKKさん！ありがとうございました！さすがのプレイでした！皆さん、KKKKさんに拍手を！	

Time	Lap	Contents	Visual
▼写真撮影			
◎◎:◎◎		MC　それではここで集合写真の撮影を行いますので（会場前方など）にお集まりください。 **※何度か促して下さい** **※写真撮影が終わったら** MC　それでは、このあと◎◎時◎◎分より試合を開始致します。 選手の方はスタッフの指示により試合台にお進みください。 私とはKKKKさんはメインエリアで行われる試合の実況解説を行います！	**スタッフ、集** **の声掛け**
▼試合開始			
◎◎:◎◎		**※実況解説を行ってください** **※ベストフォーまで来たら3位決定戦、決勝の順で（◎◎エリア）で開催** MC　優勝は○○さん、準優勝は○○さん、3位は○○さんでした！おめでとうございます！ 表彰式はこの後に行いますので、宜しくお願いします！ それでは少しお待ちください！	
▼表彰式準備			

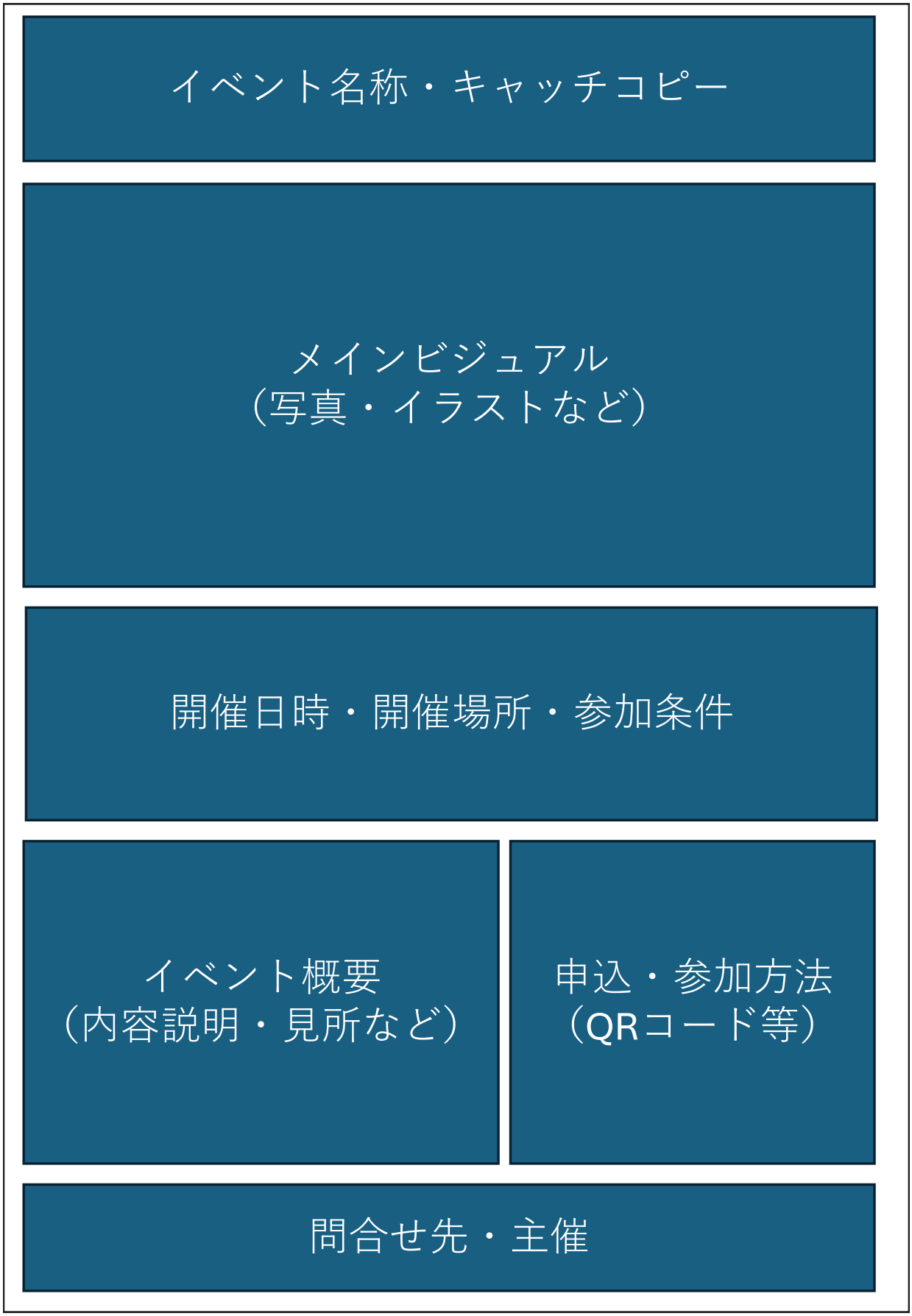
9

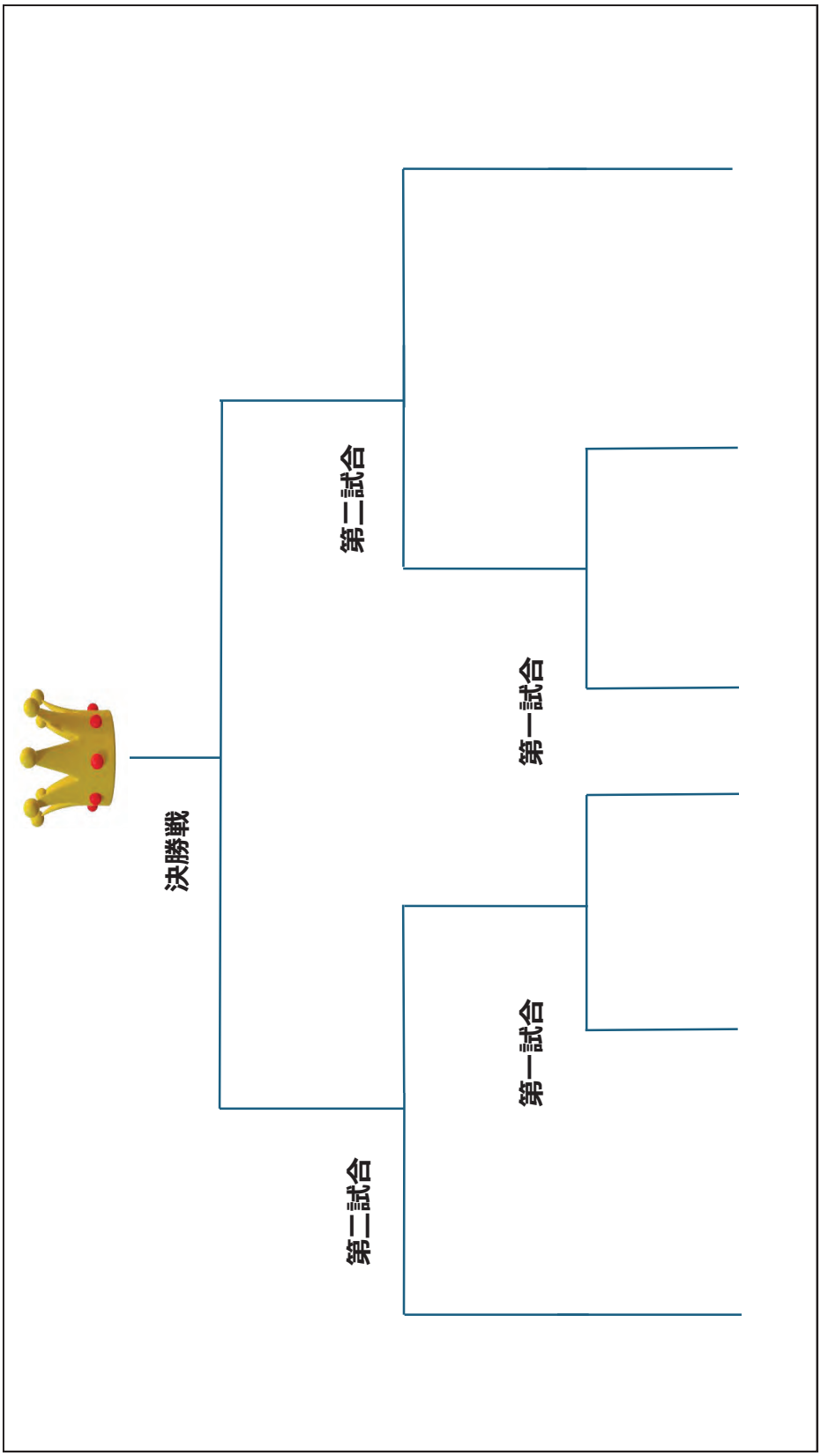
Time	Lap	Contents	Visual
▼表彰式			
◎◎:◎◎		MC　それではただ今より（大会名）の表彰式を行います。  主催者XXXX様、ご登壇をお願いします。 主催者を代表してXXXX様より、記念品の贈呈となります。 **※ゲストの方や解説者が記念品贈呈をする場合もあり** それではまず、第3位の○○さん、おめでとうございます！記念撮影もお願いします。	**あらかじめ** **1位～3位の** **表彰者に** **並んでもらう。**
◎◎:◎◎		続いて、第２位の○○○さん、にXXXX様より、記念品の贈呈となります。 ○○さん、おめでとうございます！記念撮影もお願いします。 最後に、見事優勝に輝いた○○　○○さんにXXXX様より、記念品の贈呈となります。 ○○さん、おめでとうございます。記念撮影もお願いします。 ここで優勝の○○　○○さん、今の気持ちを一言お願い致します。	**贈呈者に** **記念品を渡す** **人準備**

10

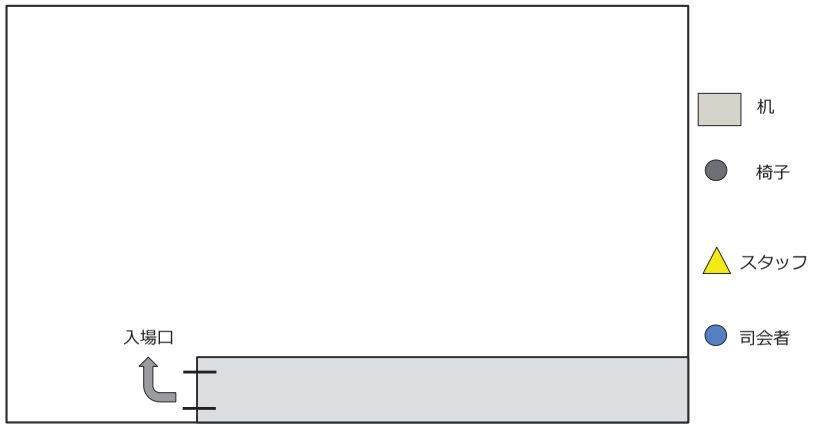
Time	Lap	Contents	Visual
▼閉会挨拶			
◎◎:◎◎		MC　それでは、閉会の挨拶となります。  （閉会前にゲスト、解説などから大会の感想をひと言もらう場合もあり） 主催者のXXXX様、ご挨拶をお願いします。 XXXX様ご登壇ください。よろしくお願いします。	
◎◎:◎◎		（XXXX様挨拶終わりで） MC　XXXX様ありがとうございました。 それではこれをもちまして（大会名）を終了とします。 参加した皆さん、応援して下さった皆さん、ありがとうございました。 **※全員で手を振って、よきところで降壇**	

11


イベント名称・キャッチコピー
メインビジュアル
（写真・イラストなど）
開催日時・開催場所・参加条件
イベント概要
（内容説明・見所など）
申込・参加方法
（QRコード等）
問合せ先・主催


決勝戦
第二試合
第一試合
第一試合
第二試合

会場レイアウト



1

機材構成の詳細

＜○○○○＞×○台

2

機材構成の詳細

＜○○○○＞×○台

3

機材構成の詳細

＜○○○○＞×○台

4

必要な備品等

品名	個数	備考	品名	個数	備考

5

その他の機材等に関する検討事項

・**（項目）**

説明

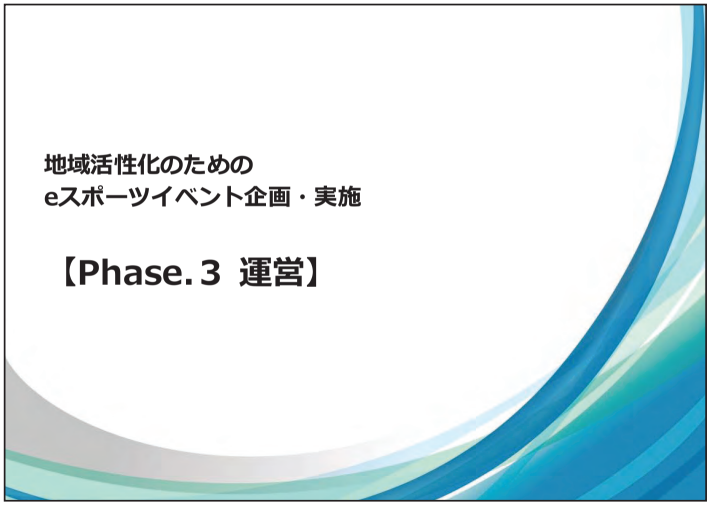
・**（項目）**

説明

・**（項目）**

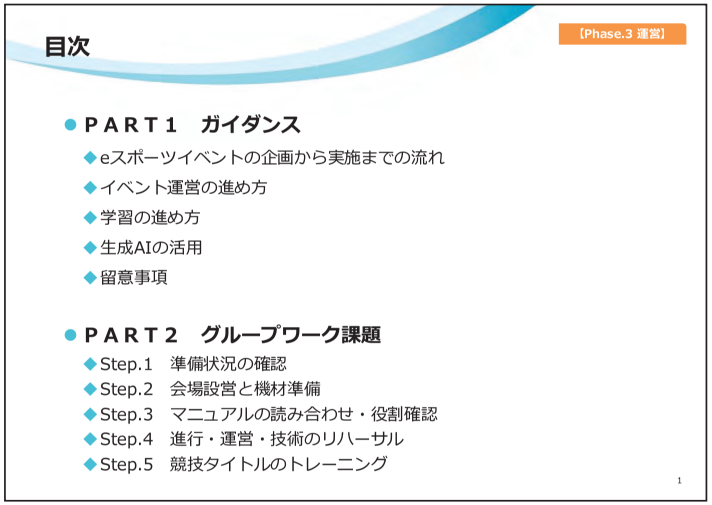
説明

6



ここからは、eスポーツイベントの「運営フェーズ」に入ります。
Phase.3では、eスポーツイベントを実際に運営する段階に入ります。

Phase.1・2で企画・準備してきた内容を前提として、Phase.3では、これまで準備してきた内容をもとに、実際のイベント当日を想定した動きや判断が求められます。
準備フェーズまでは「考える・作る」が中心でしたが、運営フェーズでは「動かす・判断する」が中心になります。



まず全体の構成です。

PART1ではガイダンスとして、イベント運営の流れや考え方を確認します。

PART2ではグループワークとして、実際の運営を想定した作業や役割確認を行います。
この段階では、「正解の運営方法を覚える」ことよりも、「当日の流れを想定して考えられるようになる」ことを重視してください。

学習の進行スケジュール

【Phase.3 運営】

内容	時間数
ガイダンス	10分
Step.1　準備状況の確認	20分
Step.2　会場設営と機材準備	60分
Step.3　マニュアルの読み合わせ・役割確認	30分
Step.4　進行・運営・技術のリハーサル	120分
Step.5　競技タイトルのトレーニング	60分

2

このスケジュールは、イベント当日までの運営作業を想定した流れになっています。
準備状況の確認から、リハーサル、当日の運営を意識した内容まで段階的に進みます。

時間配分を確認しつつ、各Stepが「当日のどの場面に対応しているのか」を意識しながら進めるよう説明します。

【Phase.3 運営】

ＰＡＲＴ１　ガイダンス

まずはガイダンスの説明を行います。

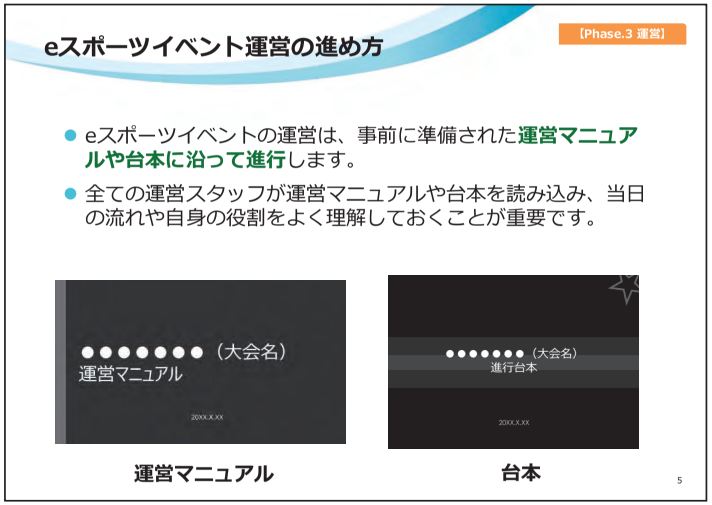
ここでは、イベント運営に必要な基本的な考え方を確認します。

運営は、事前に用意した資料やマニュアルに沿って進めることが重要であり、個人の判断だけで動かないことが大切である点を理解させてください。

また、「全体の流れを把握しておくこと」「自分の役割を明確にしておくこと」が、スムーズな運営につながることを意識させます。



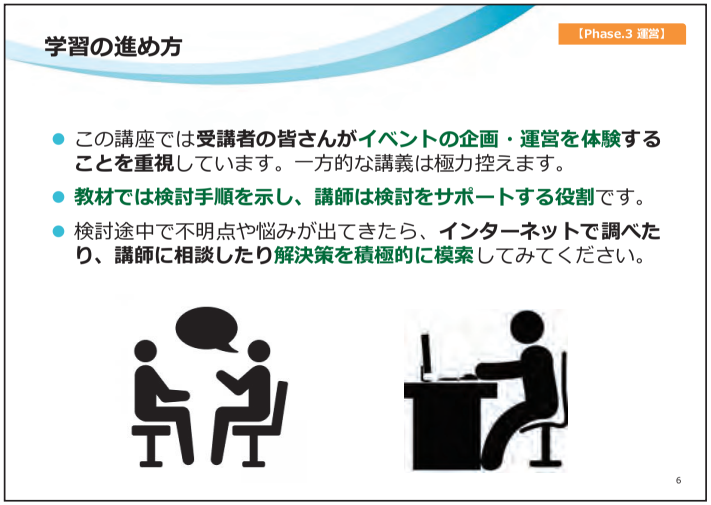
ここでは、eスポーツイベント全体の流れを改めて確認します。
Phase3では、イベントの運営として、事前に設営・リハーサルを行い、当日は実際にイベントの運営を行います。
そのため、事前の想定や確認が不足していると、当日の混乱につながることを理解させます。



このスライドでは、eスポーツイベント運営の進め方について掲載しています。

eスポーツイベントの運営は、事前に準備された運営マニュアルや台本に沿って進行するのが基本です。
そのため、すべての運営スタッフが運営マニュアルや台本を読み込んでおき、当日の流れや自身の役割をよく理解しておくことが非常に重要になります。

このスライドでは、「なぜマニュアルや台本が必要なのか」「行き当たりばったりの運営がなぜ危険なのか」という点を意識して説明してください。
責任者や一部のメンバーが確認しているだけではなく、必ずスタッフ全体が確認しておく必要があるという点を強調して説明を行います。



このページでは、学習の進め方を説明します。

この講座は、受講者がイベントの企画・運営を体験することを重視した内容になっているため、一方的な講義とならないよう注意が必要です。
あくまで、教材では検討手順を示し、講師としては学習の検討をサポートする役割に徹します。

受講者から相談や疑問が出た場合には、講師が対応するほか、インターネットで調べさせるなどの手段をとります。
課題に対して、積極的に解決策を模索できるようフォローを行いましょう。



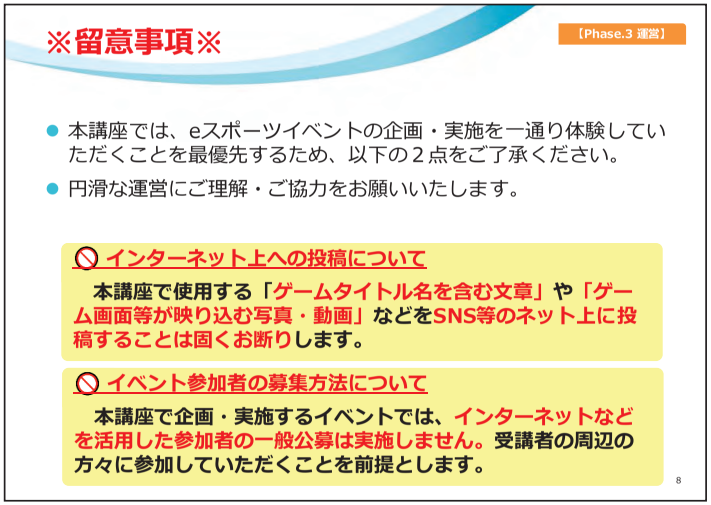
このページでは、本講座における生成AIの活用方針について説明します。

本講座では、eスポーツイベントの企画を進める上で、生成AI（ChatGPT、Gemini など）を積極的に活用することを推奨しています。

生成AIは、・アイデア出し・企画内容の整理・文章表現のたたき台作成・情報収集や視点の補助といった場面で有効なツールです。

特に、企画初期の発想段階や、検討が行き詰まった際のヒントとして活用することで、学習をスムーズに進めることができます。

一方で、生成AIの出力をそのまま使用することは推奨しません。
AIが生成した内容については、必ず受講者自身が内容を確認し、企画の目的や条件に合っているかを判断した上で修正・調整する必要があります。
講師としては、「AIはあくまで補助的なツールであり、最終的な判断や責任は人が持つ」という点を強調しながら説明してください。



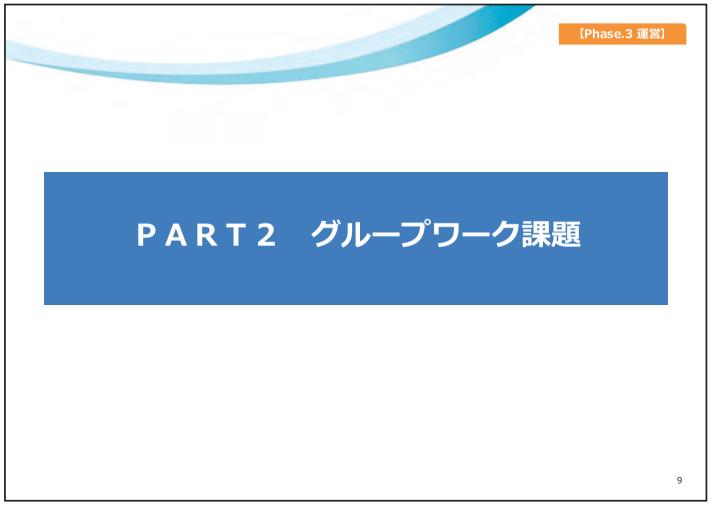
このページでは、本講座を進める上での留意事項について説明します。

本講座は、eスポーツイベントの企画から実施までを一通り体験してもらうことを最優先としています。
そのため、運営上の都合やリスク管理の観点から、いくつか制限事項を設けています。

まず、インターネット上への投稿についてです。
本講座で使用するゲームタイトル名を含む文章や、ゲーム画面・会場の様子が映り込む写真・動画などを、SNS等のインターネット上に投稿することは禁止とします。
これは、著作権や運営管理上の理由によるものであり、受講者個人の発信を制限する意図ではないことをあらかじめ説明してください。

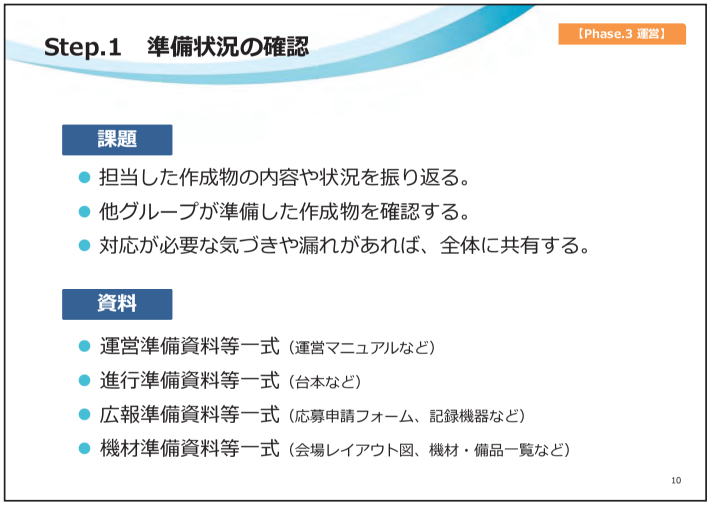
次に、イベント参加者の募集方法についてです。
本講座内で企画・実施するイベントでは、インターネットを利用した一般募集は行いません。

参加者は、講座受講者本人、専門学校の生徒、関係者など、あらかじめ定められた範囲内から参加してもらう前提となります。
これらの留意事項については、「実際の現場ではより柔軟な対応が必要になる場合もあるが、本講座では学習を円滑に進めるために条件を限定している」という補足を行うと、受講者の理解が得やすくなります。



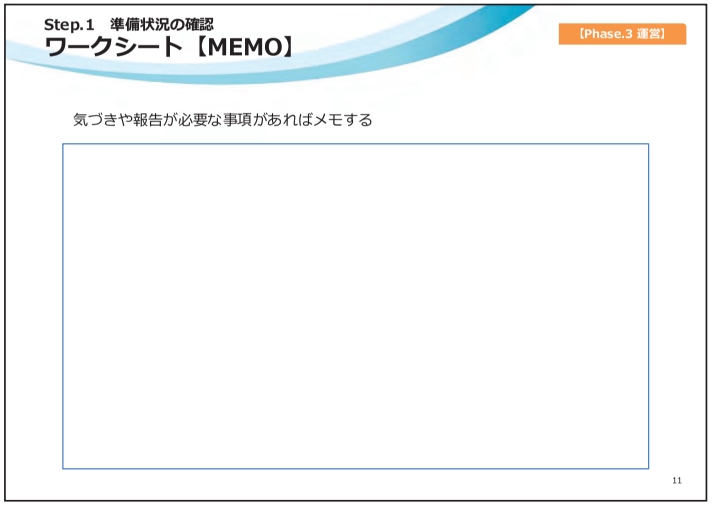
つぎに、グループワーク課題を進めていきます。
ここからは、実際のイベント運営を想定したグループワークに入ります。
Phase2までは「準備を整える」ことが中心でしたが、Phase3では その準備が本番で本当に機能するか を確認していきます。

このパートでは、作業を進めることも重要ですが、それよりも準備段階で懸念点などに気づくこと・共有することを重視してください。

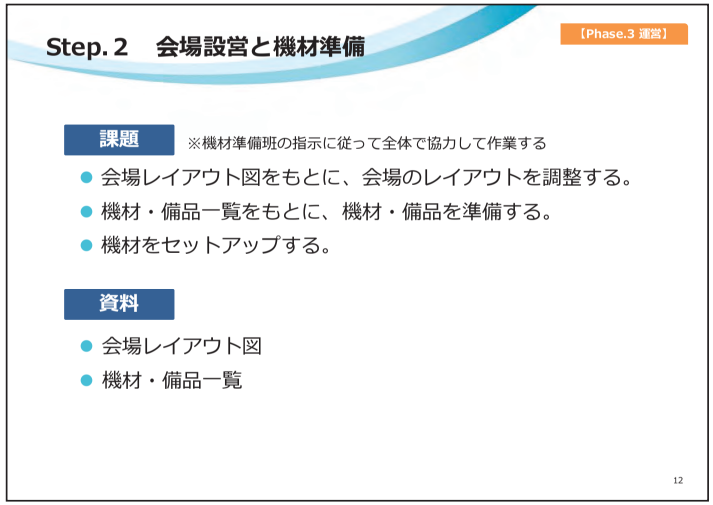


このStepでは、各グループがこれまでに作成した資料を振り返り、イベント全体として問題がないかを確認します。
確認の際には、各グループで作成した成果物を使用し、更新をかけた場合にはDiscord等で最新版を共有することを徹底するよう指導します。

ポイントは、自分たちの担当資料だけを見るのではなく他グループの資料も含めて「当日の流れを頭の中で再生する」ことです。
「できているかどうか」ではなく、「本番で迷わず動けるか」「誰が見ても理解できるか」という視点で確認するよう伝えてください。

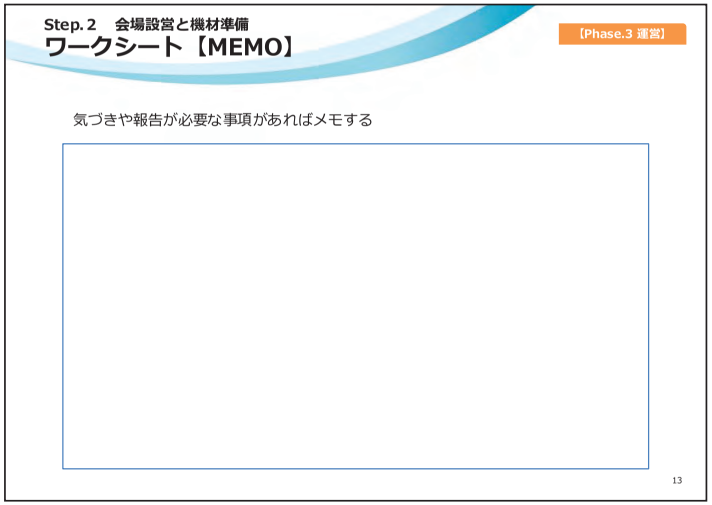


このワークシートでは、資料確認や読み合わせの中で気づいた点、報告や相談が必要だと感じた事項を整理します。
作業の完成度を評価する場ではなく、「本番に向けて不安に感じた点」や「確認が必要だと思った点」を洗い出すことが目的であることを説明してください。
些細な内容でも構わないため、気づいた時点でメモすること、後続の共有や調整につなげる意識を持つよう指導します。



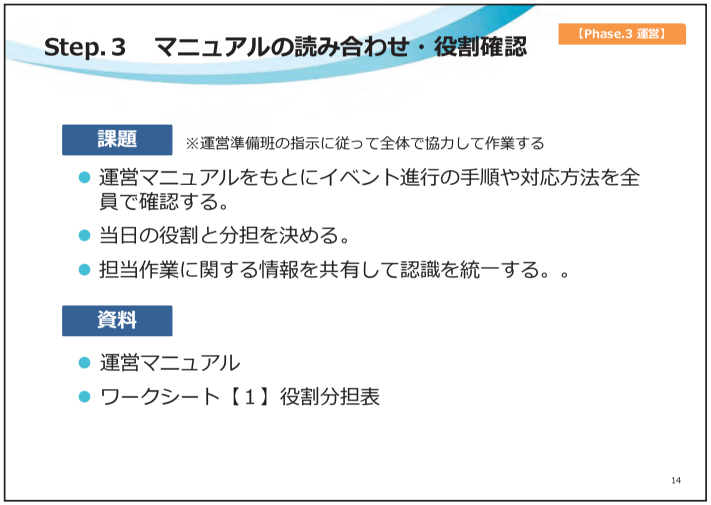
このStepでは、会場レイアウト図や機材・備品一覧をもとに、会場設営および機材準備を行います。
作業は機材準備班の指示に従い、全体で協力して進めるよう指導してください。

設営作業を進める際は、「設置できているか」だけでなく、「当日の運営がスムーズに行えるか」「参加者や観客の動線に問題がないか」といった視点で確認することが重要です。
本番を想定しながら作業を進めるよう声をかけてください。



このワークシートでは、設営や機材準備を行う中で気づいた課題や懸念点を整理します。
トラブルの可能性がある箇所や、事前に共有しておくべき内容があれば必ず記載するよう指導してください。

ここで整理された内容は、後続の全体共有や役割調整につながるため、「気づいた時点で書き出すこと」を重視するよう伝えます。



このStepでは、運営マニュアルをもとに、イベント当日の進行手順や対応方法を全員で確認します。

ここで重要なのは、内容を読むこと自体ではなく、当日の流れを具体的にイメージできるようになることです。
指導の際は、イベント開始から終了までを時系列で追いながら、「このタイミングで誰が何をしているか」「次に何が起こるか」を意識して確認するよう促してください。

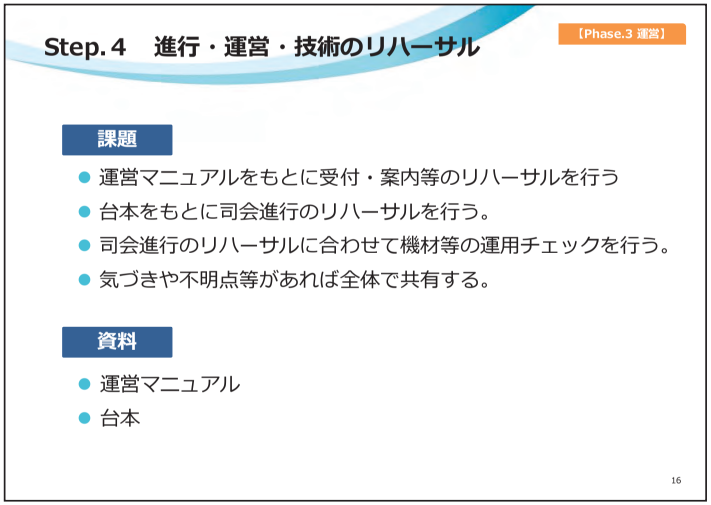
また、役割によって見るべき箇所が異なるため、自分の担当に関係する部分は特に丁寧に確認するよう伝えます。



このワークでは、イベント当日の役割分担を具体的に決定します。

指導のポイントは、単に担当者名を埋めることではなく、役割の意味を理解したうえで割り当てることです。
各役割について、「どのタイミングで動くのか」「他の役割とどう連携するのか」を確認しながら決めるよう指導してください。

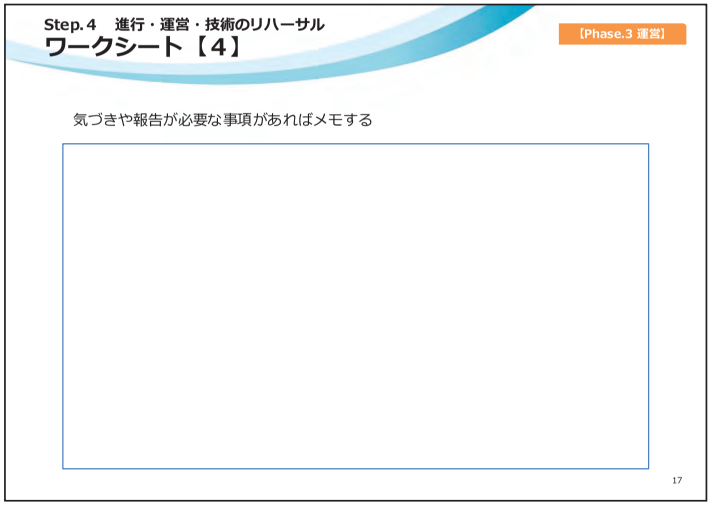
また、誰か一人に負荷が集中していないか、欠員が出た場合に代わりに対応できる人がいるか、といった視点も持たせることが重要です。



このStepでは、運営マニュアルと台本をもとに、実際の進行を想定したリハーサルを行います。

目的は、手順を確認することではなく、本番と同じ流れで問題なく動けるかを確認することです。
指導の際は、受付・案内・司会進行・機材操作などを実際に動きながら確認させてください。

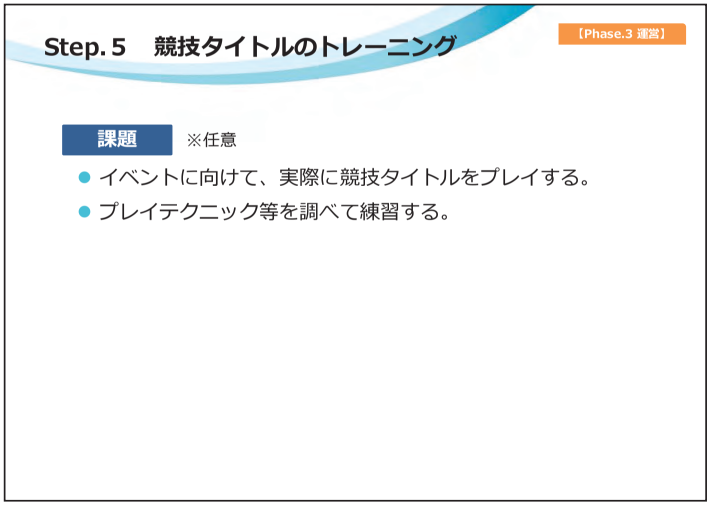
特に、司会進行と機材操作は連動する場面が多いため、合図のタイミングや声出しの順番まで含めて確認するよう伝えます。



このワークでは、リハーサルを通して気づいた点や不明点を整理します。

指導のポイントは、「うまくいかなかったこと」を遠慮せずに書き出すことです。
本番前に課題が見つかることは失敗ではなく、改善できるチャンスであるという認識を持たせてください。

書き出した内容は、個人で留めず、全体で共有し、必要に応じて役割や手順を調整することが重要です。

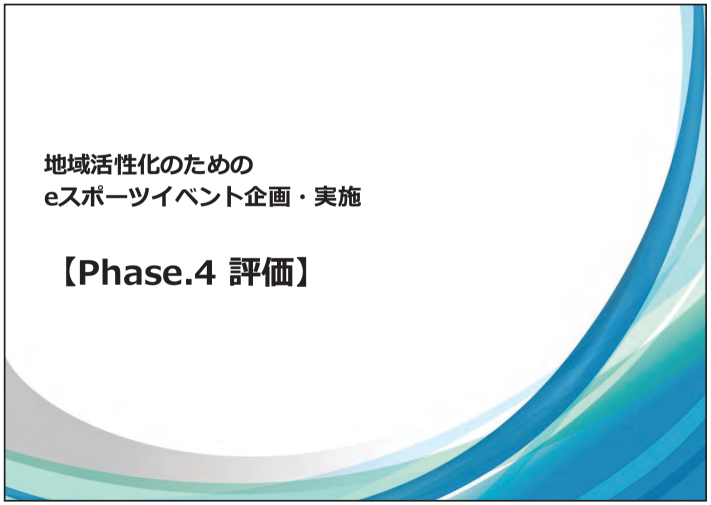


このStepは任意ですが、イベントの完成度を高めるために有効な工程です。

ここでは、実際に競技タイトルをプレイし、ルールや試合の流れを理解します。
指導の際は、単にプレイを楽しむのではなく、「司会や進行の立場で見ると、どの場面が重要か」「トラブルになりやすいポイントはどこか」といった運営視点でプレイするよう伝えてください。

目的は上手にプレイできるようになることではなく、当日の進行や対応に余裕を持てる状態を作ることである点を強調します。

	役割	担当作業	担当者名
イベント運営	**進行管理（リーダー）**	イベント全体の進行状況の管理	○○さん、○○さん
	受付	参加者の受付、出欠管理	○○さん、○○さん
	参加者誘導	会場内の誘導	○○さん、○○さん
	清掃・衛生管理	会場内の清掃やゴミ収集、備品管理	○○さん、○○さん
	撮影・記録	イベントの様子の撮影・記録	○○さん、○○さん
	トラブル対応・安全管理	会場内のトラブル防止・対処	○○さん、○○さん
			○○さん、○○さん
			○○さん、○○さん
ゲーム進行	**司会（イベント進行）**	イベント全体の進行、アナウンス	○○さん、○○さん
	進行スライド操作	進行スライドの表示・切り替え	○○さん、○○さん
			○○さん、○○さん
	戦績管理	戦績の確認、トーナメント表への記入	○○さん、○○さん
	試合時間管理	試合時間の管理、アナウンス	○○さん、○○さん
	対戦台の審判		○○さん、○○さん
機材	**機材運用**	ゲーム機器、モニター等の運用・調整	○○さん、○○さん
	技術サポート	機材関連のトラブル対応	○○さん、○○さん



このPhase.4では、イベントの結果を客観的に整理し、報告できる形にまとめることがゴールです。
評価は反省会ではなく、学びを次に活かすための作業であることを最初に強調してください。
良かった点も課題点も、どちらも価値のあるアウトプットであることを伝えましょう。

0



本日の流れを簡単に説明します。

まずガイダンスで評価フェーズ全体の目的を共有し、その後グループワークとして「振り返り → 改善策検討 → 報告書作成 → ステークホルダーへの報告」という流れで進めていくことを説明してください。
各Stepが最終的に「報告」につながっている点を意識させることが重要です。

1



学習の進行スケジュールを掲載しています。

時間配分を確認しながら進めるよう説明します。
特にStep.3（報告書作成）とStep.4（報告）は時間が長いため、前半の振り返りと改善策検討を丁寧に行うことが、後半の質に直結することを伝えてください。
時間を意識しつつも、「急いでまとめる」ことが目的にならないよう注意を促します。

グループワーク課題では、今回のグループワークは結果の振り返りがメインとなるため、検討するべき項目から議論がずれていないかなど、適宜方向性修正する必要があるため、グループを回るなどして状況を適宜確認するよう心がけます。



ここから、イベント実施後の「評価フェーズ」に入ります。

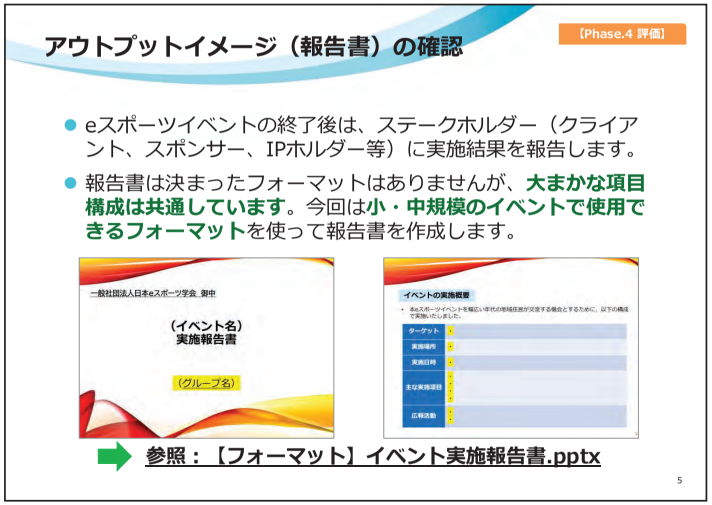
本フェーズでは、イベントを振り返り、成果と課題を整理したうえで、次につながる改善点を言語化することを目的としています。
「うまくいった／いかなかった」という感想で終わらせず、「なぜそうなったのか」「次はどうするか」を考える姿勢を意識するよう指導してください。



このページでは、eスポーツイベント全体の流れをあらためて整理します。
企画・準備・運営・評価という一連のプロセスの中で、今取り組んでいるのが「Phase.4 評価」であることを明確にしてください。

特に重要なのは、評価フェーズが単独で存在しているのではなく、Phase.1〜3の積み重ねの結果として行うものである点です。
イベント中に起きた出来事や判断、準備段階での工夫や不足が、すべて評価・報告の材料になることを意識させてください。

「うまくいったか・失敗したか」だけで終わらせず、「なぜそうなったのか」「次に活かすならどうするか」という視点で振り返るよう指導すると、後のグループワークにつながりやすくなります。

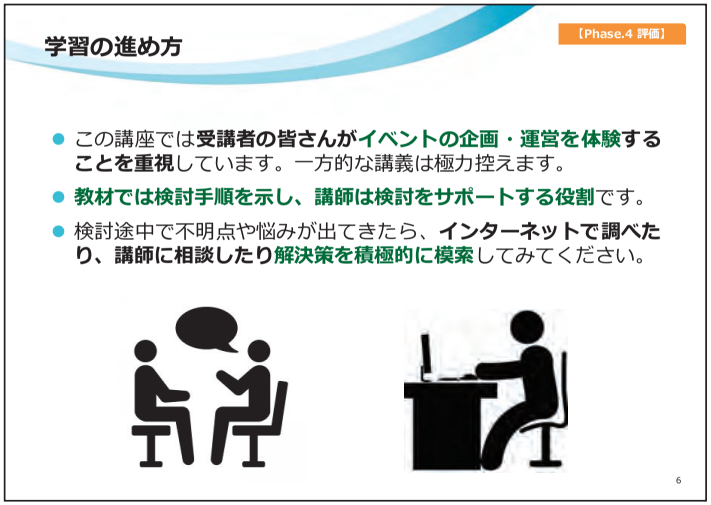


具体的な課題に取り組む前に、フェーズ4のゴールでもある報告書のアウトプットイメージの確認を行います。
このページでは、Phase.4で最終的に作成する「報告書」の完成イメージを共有します。

eスポーツイベントは実施して終わりではなく、クライアントやスポンサー、IPホルダーなどのステークホルダーに対して、実施結果を分かりやすく伝えることが重要である点を説明してください。

報告書には厳密に決まった形式はありませんが、イベントの概要、実施内容、成果、課題といった大枠の構成は共通していることを伝えます。
今回は小・中規模イベントを想定したフォーマットを使用し、「誰に向けて」「何を伝える報告書なのか」を意識して作成するよう指導してください。

この段階では、内容を細かく覚えることよりも、「最終的にこの形にまとめる」というゴールを把握することが目的であると伝えるとスムーズです。



このページでは、学習の進め方を説明します。

この講座は、受講者がイベントの企画・運営を体験することを重視した内容になっているため、一方的な講義とならないよう注意が必要です。
あくまで、教材では検討手順を示し、講師としては学習の検討をサポートする役割に徹します。

受講者から相談や疑問が出た場合には、講師が対応するほか、インターネットで調べさせるなどの手段をとります。
課題に対して、積極的に解決策を模索できるようフォローを行いましょう。



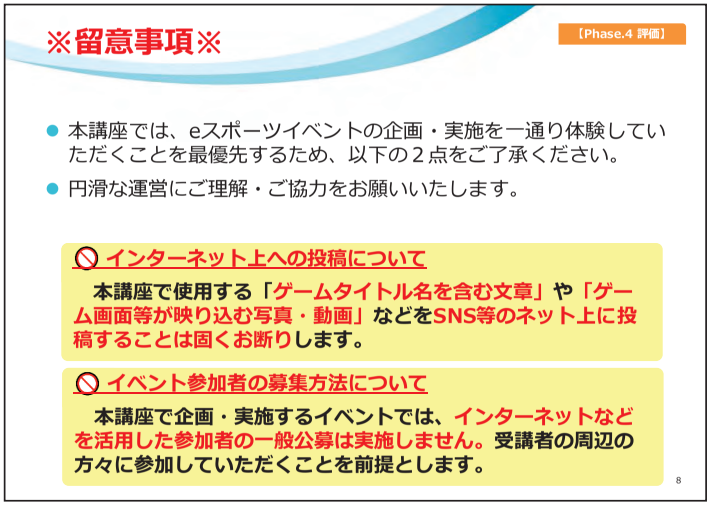
このページでは、本講座における生成AIの活用方針について説明します。

本講座では、eスポーツイベントの企画を進める上で、生成AI（ChatGPT、Gemini など）を積極的に活用することを推奨しています。

生成AIは、・アイデア出し・企画内容の整理・文章表現のたたき台作成・情報収集や視点の補助といった場面で有効なツールです。

特に、企画初期の発想段階や、検討が行き詰まった際のヒントとして活用することで、学習をスムーズに進めることができます。

一方で、生成AIの出力をそのまま使用することは推奨しません。
AIが生成した内容については、必ず受講者自身が内容を確認し、企画の目的や条件に合っているかを判断した上で修正・調整する必要があります。
講師としては、「AIはあくまで補助的なツールであり、最終的な判断や責任は人が持つ」という点を強調しながら説明してください。



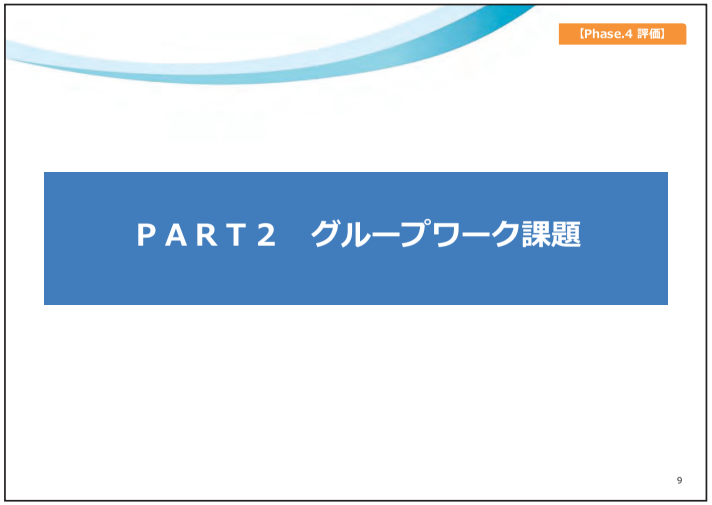
このページでは、本講座を進める上での留意事項について説明します。

本講座は、eスポーツイベントの企画から実施までを一通り体験してもらうことを最優先としています。
そのため、運営上の都合やリスク管理の観点から、いくつか制限事項を設けています。

まず、インターネット上への投稿についてです。
本講座で使用するゲームタイトル名を含む文章や、ゲーム画面・会場の様子が映り込む写真・動画などを、SNS等のインターネット上に投稿することは禁止とします。
これは、著作権や運営管理上の理由によるものであり、受講者個人の発信を制限する意図ではないことをあらかじめ説明してください。

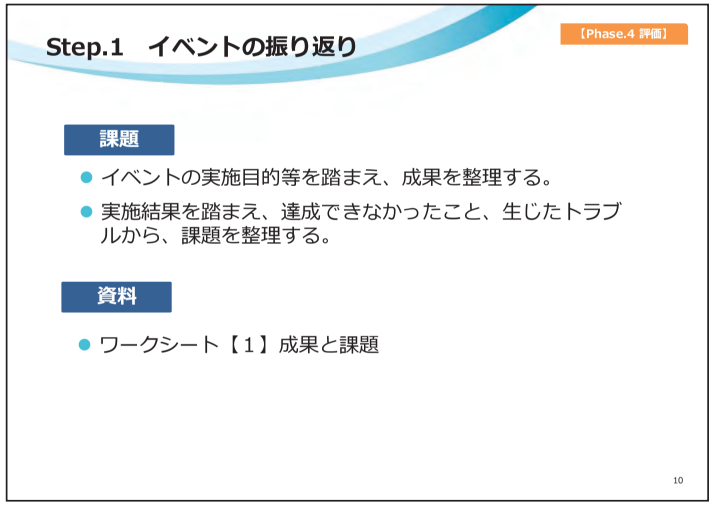
次に、イベント参加者の募集方法についてです。
本講座内で企画・実施するイベントでは、インターネットを利用した一般募集は行いません。

参加者は、講座受講者本人、専門学校の生徒、関係者など、あらかじめ定められた範囲内から参加してもらう前提となります。
これらの留意事項については、「実際の現場ではより柔軟な対応が必要になる場合もあるが、本講座では学習を円滑に進めるために条件を限定している」という補足を行うと、受講者の理解が得やすくなります。



このパートでは、イベント終了後の振り返りと評価を通して、企画から運営までの取り組みを整理し、次につながる学びを得ることを目的とします。
これから行うグループワークは「反省会」ではなく、「成果と課題を言語化し、改善につなげるための作業」であることを最初に伝えてください。

個人の出来・不出来ではなく、チームや運営全体として何が起きていたかを見る視点を意識させます。



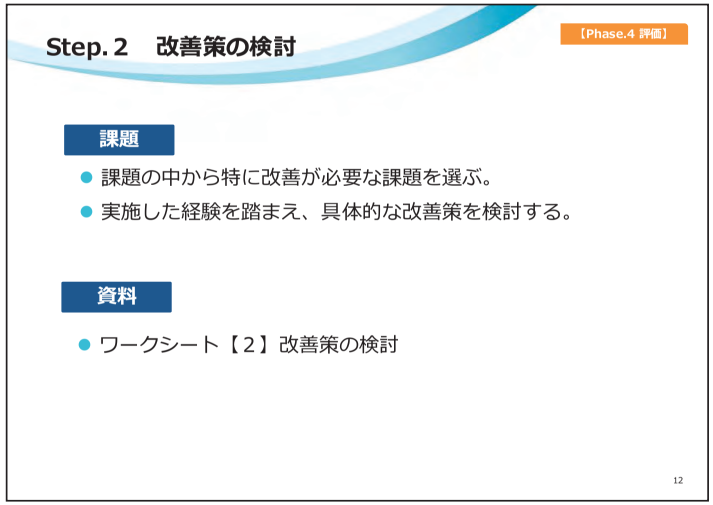
このStepでは、イベントの実施目的をあらためて確認したうえで、実際の結果を整理します。
単に「楽しかった」「大変だった」で終わらせるのではなく、当初の目的に対して何が達成できたのか、また達成できなかった要因は何かを具体的に考えるよう指導してください。

特に、トラブルや想定外の出来事については、責任追及ではなく「なぜ起きたのか」「どの場面で判断が必要だったのか」という視点で整理するよう促します。



このワークシートでは、イベントを通して得られた成果と、課題に感じた点を書き出します。
成果については「うまくいった理由」まで記載できると理想です。
課題については「困った」「大変だった」で止めず、具体的な状況や場面を書くよう指導してください。

また、個人の作業だけでなく、運営全体・参加者視点での気づきも含めて書くよう声をかけると、次のStepにつながりやすくなります。



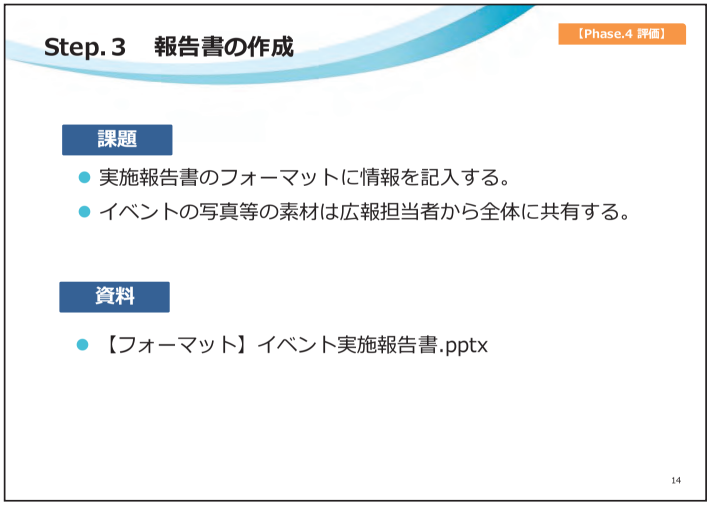
このStepでは、Step.1で整理した課題の中から、特に改善が必要だと感じたものを選びます。

すべての課題を解決しようとするのではなく、「次に同じ規模・条件でイベントを行うなら、どこを一番直すべきか」という優先度の視点で考えるよう指導してください。
改善策は理想論になりがちなので、「次回、実際に行動としてできるか」という現実性も意識させます。



このワークシートでは、選んだ課題に対して具体的な改善策を書き出します。

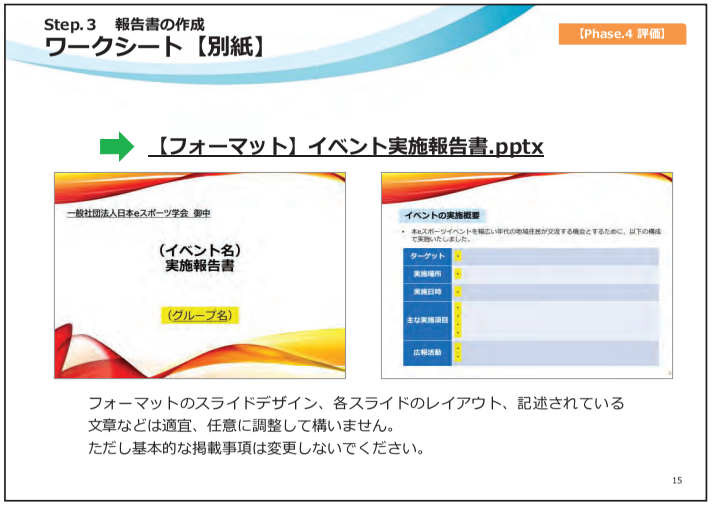
改善策を書く際は、「誰が」「いつ」「何を変えるのか」がイメージできる内容になるよう指導してください。
また、改善策が一つに絞れない場合は、複数案を書いたうえで、その中で最も実行しやすいものを選ぶ、という進め方も認めるとよいです。



このStepでは、イベント全体の振り返り内容を、第三者に伝わる形の報告書として整理することを目的とします。

ここで重要なのは、「自分たちが分かっていることを書く」のではなく、「イベントを知らない相手が読んで理解できるか」という視点です。
指導の際には、報告書は評価のためだけでなく、次回以降のイベント企画や、関係者への説明資料として再利用されるものであることを伝えてください。

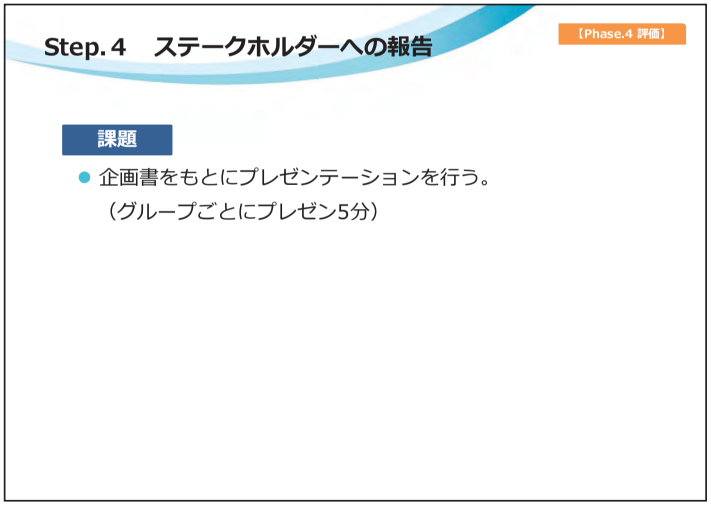
そのため、事実関係（日時・場所・内容）と、成果・課題が混ざらないよう整理する意識を持たせます。
また、写真などの素材については、個人で抱え込まず、広報担当を中心に全体で共有することを徹底するよう指導してください。
「素材が集まらないから書けない」という状況を作らないことも、実務上の重要なポイントです。



このページは、報告書作成に入る前の参照用資料の確認ページです。

イベント実施報告書フォーマットのスライドデザイン、各スライドのレイアウト、はじめから記述されている文章などを任意に調整して構いません。
ただし、項目自体を変えてしまったり、ページをまるごと落とすなどの掲載事項の変更はしないよう指導します。
作成中のフォーマットを適宜チェックするなどして、上記のような変更を加えていないか適宜確認しましょう。

指導のポイントは、デザインを整えることが目的ではないという点です。
イベント全体の振り返り内容を、第三者に伝わる形の報告書として整理することが目的だとあらためて説明します。



ステップ4では、ステークホルダーへの報告を行います。
基本的に実施報告書をもとにプレゼンテーションを5分程度で行います。

プレゼンに際して、代表者が中心的に説明を行うことになるが、他のチームメンバーがフリーライダー化しないよう、必要に応じて指名などにより補足説明を促すなど、学習者チーム全員が活動する場面を設けます。
具体的には、それぞれが役割を分担して分析などを行った内容を担当者に補足説明させたり、質疑応答の際に担当者に回答をさせたりなどです。

全てのグループのプレゼンが終了した段階で、指導者から各グループへの講評を行います。
また各グループで、「他のグループと比較して自分たちが優れていた部分はどこか」「他のグループが自分たちより優れていた部分はどこか」等を検討させることも、自分たちの活動を客観視させることに繋がり、教育効果を高めることが期待できます。

また、単なる成果発表ではなく、「誰に」「何を伝えるための報告なのか」を意識させることが重要です。
指導の際には、ステークホルダーには主催者、クライアント、スポンサーなど複数の立場があることを整理し、相手によって関心点が異なることを具体例とともに説明してください。

また、発表時間が限られているため、すべてを詳しく話そうとしないこと、「要点を絞って話す」ことが評価につながる点もあわせて伝えるとよいです。

一般社団法人日本eスポーツ学会　御中

（イベント名）
実施報告書

（グループ名）

イベントの実施目的

- クライアントが何を目指していたのか、どのような目的でイベントを実施したのか記述

1

イベントの実施概要

- 本eスポーツイベントを幅広い年代の地域住民が交流する機会とするために、以下の構成で実施いたしました。

イベント名	・
対象者	・
実施場所	・
実施日時	・
主な実施項目	・ ・ ・ ・ ・
広報方法	・ ・
参加費等	

2

実施の様子

- イベントの様子（写真）
- イベントの様子（写真）
- イベントの様子（写真）
- イベントの様子（写真）

3

実施結果

来場者数	（　　）名
主な来場者の属性	・ ・ ・ ・ ・
実施の所感	

4