

やまぎん

アジアニュース

平成 31 年 2 月

●釜山支店Tel010-82-51-462-3281 ●青島支店Tel010-86-532-85766222 ●大連支店Tel010-86-411-83705288
●香港駐在員事務所Tel010-852-2521-7194



【釜山支店】

韓国 e スポーツ戦国時代 ～後編～

1. はじめに

今回は、e スポーツの歴史や市場規模等についてお伝えしました（アジアニュース平成 30 年 12 月をご参照）。今回は、e スポーツの現状や課題、人気の競技についてお伝えしていきます。

世界での競技人口は 1 億人以上、大会の賞金総額は約 30 億円以上となり、2022 年に中国杭州で開催されるアジア競技大会や 2024 年パリ五輪の公式種目として議論されるまでに成長した e スポーツは、日本においても今後更なる発展を遂げるのでしょうか。e スポーツ先進国と言われている韓国と比較することで、今後の発展可能性を探っていききたいと思います。

2. 韓国における人気ジャンル

それでは韓国で、実際にどのようなゲームが e スポーツとして人気を集めているのでしょうか。その前にいわゆる e スポーツにおいて、どのようなジャンルがあるのかということについて、ご紹介します。

【図表 1】 e スポーツとして採り上げられるジャンル

ジャンル	説明	代表作品
マルチプレイヤーオンラインバトルアリーナ (MOBA)	主に複数人でパーティを組み、敵陣の奪取を競うゲーム (1 人が 1 キャラクターを操作)	Dota 2 リーグ・オブ・レジェンド
リアルタイムストラテジー (RTS)	リアルタイムで自軍の操作を行い、敵陣の奪取を競うゲーム (1 人が軍勢全てを操作)	スタークラフト ウォークラフト
ファーストパーソン・シューティング (FPS)	一人称視点でキャラクターを操作して敵対プレイヤーを打倒するシューティングゲーム	コール・オブ・デューティ
対戦格闘ゲーム (Fighting game)	キャラクターを操作し、相手を打倒する対戦ゲーム	鉄拳 ストリートファイター

スポーツ	サッカー・野球をはじめ幅広いジャンルがある	ウイニングイレブン グランツーリスモ
オンラインカードゲーム (OCG)	オンラインでプレー可能なカードゲーム	ハースストーン 遊戯王 OCG

家庭用ゲーム機を主軸とし市場形成が進んだ日本では、家庭用ゲーム機において主流であったRPG（ロールプレイングゲーム）や対戦格闘ゲーム、スポーツゲームの人气が現在に至るまで根強いですが、韓国では大きく異なります。

韓国では、1990年代後半の急速なブロードバンドの普及と時を同じくしてゲームプレー人口が増加したため、オンラインゲームの人气が高いことが特徴です。そのため、オンライン対戦と相性の良いマルチプレーヤーオンラインバトルアリーナ（MOBA）やリアルタイムストラテジー（RTS）の人气が高く、20年の歳月をかけて発展してきました。

その中でも、戦略性が高く1対1での対戦が可能であった作品「スタークラフト」が爆発的な人気を博し、韓国eスポーツ発展の牽引役になったと言われていています。現在では、より観戦が容易であり、団体競技としての性格を色濃く持つ作品「リーグ・オブ・レジェンド」に人气が集中しており、1年を通じて様々なリーグが開催されています。

【図表2】 作品「リーグ・オブ・レジェンド」に関する主要国内外リーグ（2018年）

日程	リーグ名	優勝賞金
2018/6/11～9/7	2018LOL チャレンジャーズコリアサマー	2,000万ウォン (約200万円)
2018/6/12～8/9	2018LOL チャンピオンコリアサマー	4,000万ウォン (約400万円)
2018/8/18～8/19	第10回大統領杯アマチュアeスポーツ大会	4,380万ウォン（総額） (約438万円)
2018/10/1～11/3	LOL2018 ワールドチャンピオンシップ (国際大会)	約840,000米ドル (約9,240万円)
2018/12/7～12/8	LOL オールスター2018	エキシビションのため賞金なし
2018/12/18～12/31	2018LOL KeSPA カップ	4,000万ウォン (約400万円)

出典：NAVER ウェブサイト他

【写真】 e スポーツリーグの会場



出典：ビジネスポスト

3. 裾野が拡大する e スポーツ

日本では2018年に日本eスポーツ連合が発足し、au やサントリーをはじめ、6企業が公認スポンサーとなったことが話題となりましたが、韓国においては国策として選手強化にいち早く取り組んでいたものの、これまで一般企業からの支援はあまり得られていない状況にありました。

しかし、大会数や賞金額が増加し国内外の関心が高まっていることを受け、韓国においても従来ゲーム産業と関係の無かった企業がPRのため、eスポーツ業界にスポンサーとして名乗りを上げるケースが近年増加しています。

大手財閥グループ企業のSK やハンファ生命、インターネットTV配信業者のアフリカTVなどが自社でチームを結成し、リーグ戦や国際大会でののぎを削っています。さらに、在韓銀行大手のウリ銀行が2019年リーグ・オブ・レジェンドスプリング（リーグ戦）のメインスポンサーになり、新しい顧客と接点を増やすマーケティング戦略の一環としています。

地方公共団体もeスポーツの可能性に注目しており、城南（ソナム）市はeスポーツ産業育成の体系化を図り西江（ソガン）大学ゲーム教育院を設立しました。今後、更なる競技人口拡大、視聴者の増加に向けて、国家、民間、教育機関が連携し産業発展を図っている途上にあるといえます。

4. おわりに

以上のように大きな盛り上がりを見せている e スポーツですが、その人気は若年層を中心としており、文化として定着していくまでに今しばらくの時間が必要であることは、日本と共通の課題であるともいえます。

しかし、いわゆるデジタルネイティブ世代（※）を中心に、今後更なる成長が期待できる分野であることは確実視されており、それが賞金額の増加であったり、多くのスポンサー企業参入に表れているのではないのでしょうか。

※デジタルネイティブ世代…幼少期からパソコンやスマートフォンを利用してきた世代。概ね 30 代未満の層を指す。

またプロの洗練されたプレースタイルを実際に観戦することは、リアルタイムの駆け引きや戦術がプレーに表れるので、従来のスポーツ観戦と比較しても何ら遜色ない楽しさや感動を得られます。

e スポーツは若年層を中心にマーケットが形成されているため、例えば地域おこしの一環として大会を誘致する、従来接点のなかった層への企業 PR の場としてチームを後援する、カフェを併設して顧客を呼び込む等、新たな需要・市場開拓の可能性を秘めています。

皆様も是非、e スポーツの奥深い世界に参加し感動を共有すると共に、発展の機運が高まっている今だからこそ、ビジネスの一環としての関わりについてもご検討されてみてはいかがでしょうか。

(山口銀行釜山支店 小林 正典)

【参考文献】

KOTRA 海外市場ニュース

<https://news.kotra.or.kr/user/globalBbs/kotranews/4/globalBbsDataView.do?setIdx=243&dataIdx=157570>

NAVAR ニュース (金融が LOL に参入)

<http://news.tf.co.kr/read/economy/1743122.htm>

大阪デザイン&IT 専門学校

<https://www.oca.ac.jp/e-sports/progamer.html>

リーグオブレジェンド 코리아 公式

<http://www.leagueoflegends.co.kr/?m=esports&mod=intro&cate=1>

ビジネスポスト

http://www.businesspost.co.kr/BP?command=article_view&num=109926