



急成長する新しい遊文化 娯楽から競技へ 「ストリートファイター」で 世界が熱狂する eスポーツビジネスを確立する

執行役員 eSports推進統括

清水 信彦
Shimizu Nobuhiko

ソーシャルゲームのプロデューサーやマネジメント職を経てカプコンに入社。eスポーツのビジネス戦略とイベント運営を一体化した組織を目指し、eスポーツビジネスのエコシステム構築を推進する。

海外展開に続き、「ストリートファイター」で 国内eスポーツのエコシステム確立

eスポーツのリーディングカンパニーとして、格闘ゲーム「ストリートファイター」で、eスポーツのエコシステムを築く、これが私たちeSports推進統括の現在のミッションです。

エコシステムとは、経営やサービスにおいて、全てのステークホルダーが広く共存共栄していく仕組みのことです。例えば、プロ野球やJリーグのように、eスポーツでもプロ選手やチーム、リーグ、マネジメント・運営組織、スポンサー、配信・放送などのメディア、ファン・観客が楽しみや利益を享受し合い、ビジネスとして成長するシステムを想定しています。北米では近年このシステムが確立されはじめ、2018年の世界市場規模は900億円ののぼりますが、日本のeスポーツ市場はまだ成長過程。カプコンが先頭に立ってこのシステムを確立し、日本のeスポーツを盛り上げ、また世界に展開させていきたいと考えています。

いち早く競技としての楽しみ、可能性に気づき 黎明期から“観戦”する楽しさを演出

カプコンは、ゲームを“プレイ”するだけでなく、“観戦”して楽しむ魅力に、“eスポーツ”という言葉や概念すらなかった時代から着目し、大会を主催してきました。1992年には、『ストリートファイター II』の全国予選を勝ち上がったプレイヤーが、日本一をかけて両国国技館で闘ったのです。

そして、eスポーツとしての「ストリートファイター」に火がついたのは、主に熱烈なファンが多い海外の影響によるものです。

2013年、北米で「CAPCOM CUP」を開催し、華やかなステージ



演出や実況中継、選手同士が繰り広げる熱い戦いを映像配信し、回を重ねるごとに高い人気を誇るコンテンツとして着実に成長しています。



新しいエンターテインメントとして 「eスポーツ」市場が急拡大。 国内の市場規模は48.3億円に

日本の「eスポーツ元年」となった2018年。国内に一般社団法人日本eスポーツ連合 (JeSU) が設立され、業界として組織的にeスポーツを振興する体制も整った。プロ選手の活躍や企業チームの発足、高校の部活動としてeスポーツ部が誕生するなど、市場は新たな局面に入りました。



カプコンのeスポーツ発展



各地から選手が集まる国民的スポーツへ、 そして世界を席巻するスポーツに

現在、プロ選手・アマチュア選手それぞれに向け、国内外でイベントを開催しています。その一環として、国内最高峰となる「ストリートファイターリーグ: Pro-JP」への登竜門として、大学リーグの「ストリートファイターリーグ: College-JP 2019」や全国6都市で「ルーキーズキャラバン2019」を開催し、有力選手の発掘とともに、地元プロチーム発足に先鞭をつけて、地域からeスポーツを盛り上げていきたいと考えています。

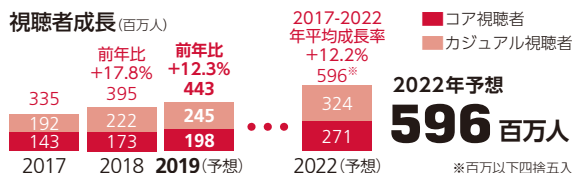
また、eスポーツは障がいや年齢によるハンディキャップが小さいことも利点です。2019年春に米国で実施した大会では、手足が不自由なため特殊コントローラーを舌で操作するプロ選手のいるチームが優勝しました。

まだまだ整備すべきことは山積みですが、経営陣も情熱をもって事業を後押ししてくれています。北米、欧州、日本、アジア地域を

中心にeスポーツの可能性を探りながら、近い将来に世界規模のeスポーツイベントが開催できるよう挑戦していきます。

グローバルで普及する 「ゲームを観戦して、楽しむ」eスポーツ

グローバルの視聴者数は、インターネットの普及を背景として、2017年の約3億人から2022年には約6億人へと5年にわたり毎年2桁の成長率を見込んでいます。視聴者数の約5割以上をカジュアル視聴者が占め、「ゲームを観戦して、楽しむ」というエンターテインメントが一般化していくと想定されます。



* 出典: ©Newzoo 2019 Global Esports Market Report, June 2019