

2022年9月

特別調査「e - スポーツ」に対する意識調査

「e - スポーツ」とは、エレクトロニック・スポーツをスポーツ競技として捉える際の名称で、娯楽としての位置づけのゲームではなく、競技として取り組まれており日本においてもプロも存在しています。

中小企業において、現状は中小企業と直接の関りが小さな分野ですが、将来的な経済効果など期待もされています。

大阪府では、今後の大阪を盛り上げていくために様々な取り組みを検討しており、検討項目の一つとして「e - スポーツ」があります。

大阪信用金庫の景気動向調査を通じて、中小企業のお考えをお聞きすることで、大阪府の経済政策に寄与したいと考えており、本件特別調査としてアンケートを実施しました。

調査要項

調査時点	2022年9月上旬
調査対象	当金庫お取引先1,714社（大阪府内および尼崎市）
回答企業	539社
回答率	31.4%
調査方法	調査票郵送による調査、Web回答

質問 1

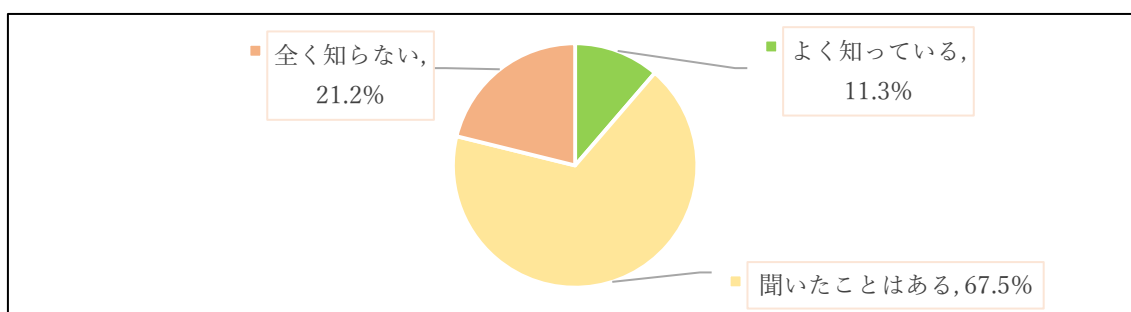
「e - スポーツ」をご存じですか？

単純回答

●認知度は高い

「よく知っている」11.3%は1割ですが、「聞いたことはある」67.5%まで含めると認知度は8割近くあります。

「全く知らない」21.2%という方もおられるものの、幅広く認知されています。



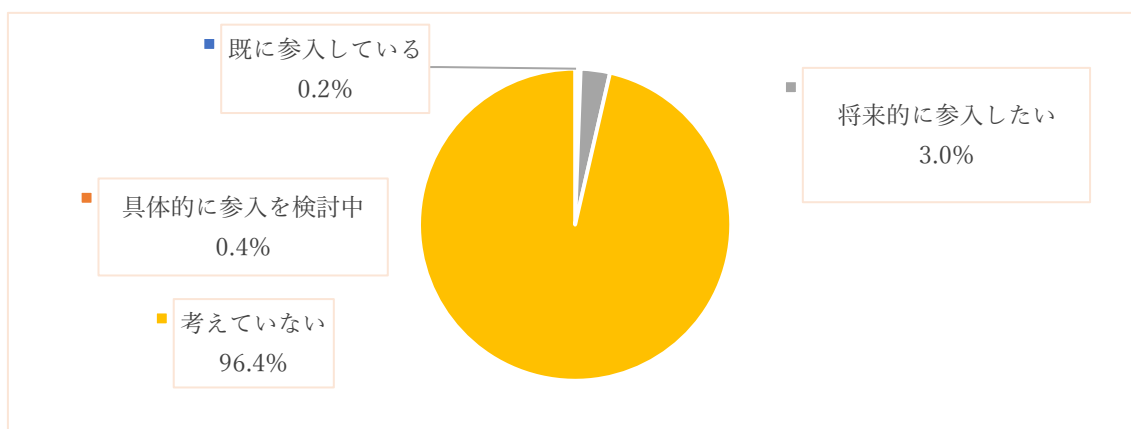
質問 2

貴社の事業・製品を活用して「e - スポーツ」業界にビジネスとして参入したいですか？

単純回答

●事業参入の意欲は低い

「既に参入している」0.2%、「具体的に参入を検討中」0.4%とわずか0.6%が具体的な考えを有しており、「将来的に参入したい」3.0%まで含めても事業として関わる中小企業は1割にも満たない状況にあります。



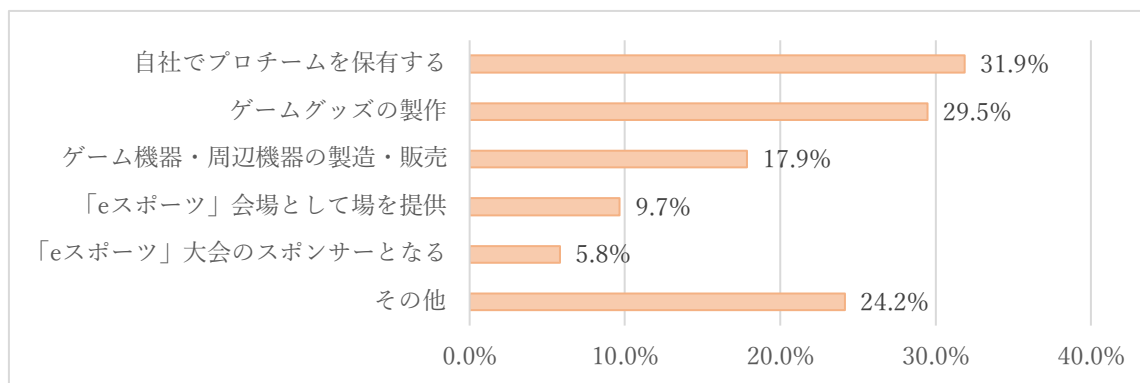
質問3

「e - スポーツ」業界に参入する場合、どのような分野・関わり方を想定しますか？

複数回答

●自社プロチームへの保有需要が3割

「自社でプロチームを保有する」31.9%、「ゲームグッズの製作」29.5%が高い割合となり、プロチームの数が増えればe - スポーツ市場も活気づいてくることが予想されます。グッズの製作や、ゲーム機器・周辺機器の製造・販売など商材の提供による参入も歓迎される要素です。



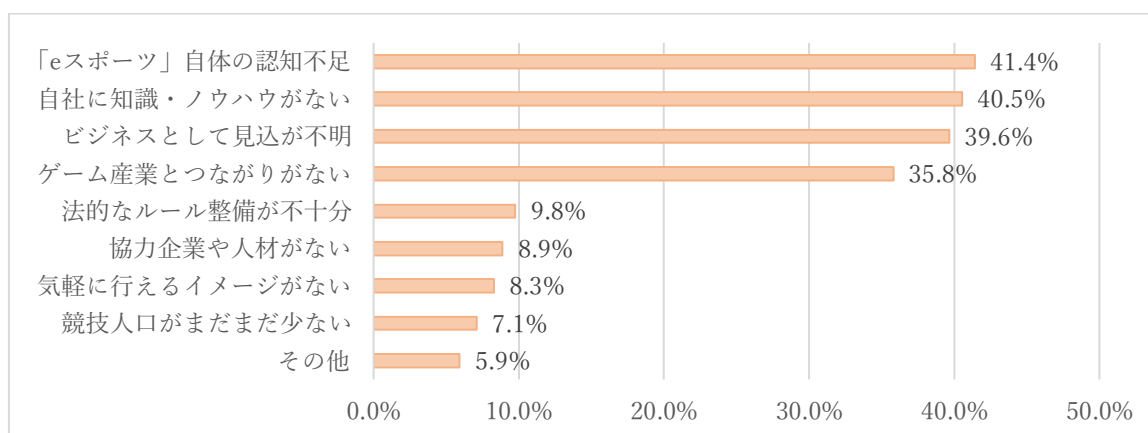
質問4

参入にあたり、課題となることをお答えください

複数回答

●認知度向上やビジネスの可能性が不透明

「e - スポーツ」自体の認知不足41.4%、「自社に知識・ノウハウがない」40.5%、「ビジネスとして見込が不明」39.6%、「ゲーム産業とつながりがない」35.8%が上位に位置。認知後の高まりとともにビジネスとしての接点がないことが課題となるようです。



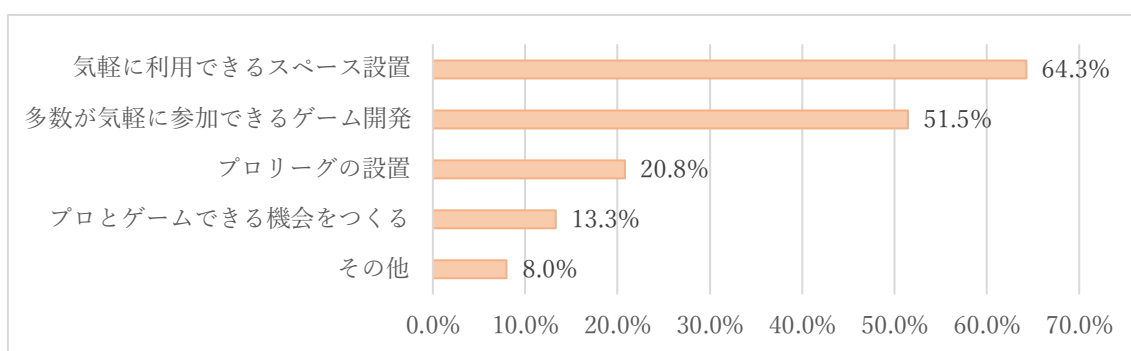
質問5

「e - スポーツ」が大阪の文化として定着するのに必要なことは？

複数回答

●気軽に「e - スポーツ」に参加できる環境が必要

「気軽に利用できるスペース設置」64.3%、「多数が気軽に参加できるゲーム開発」51.5%となり、気軽さが不十分と感じている回答が多くなりました。参加していない方が何らかの形で参加できるような環境整備が望まれます。



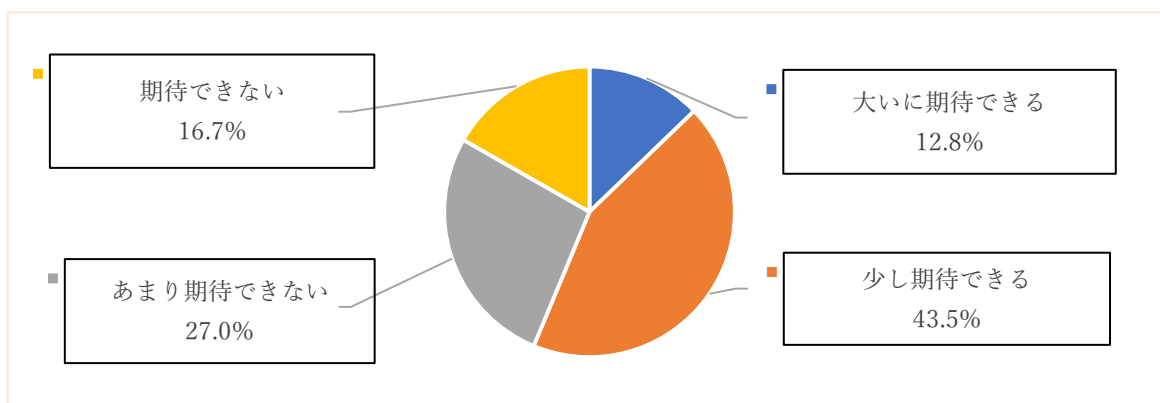
質問6

「e - スポーツ」の経済効果は大きいと思いますか？

単純回答

●経済効果への期待値は半々

「大いに期待できる」12.8%、「少し期待できる」43.5%の一方で、「あまり期待できない」27.0%、「期待できない」16.7%と若干期待できる割合が上回っています。期待値がとても高いわけではなく、市場として不透明な部分があるようです。



質問7

機会があれば「e - スポーツ」でゲームをしてみたいと思いますか？

単純回答

● 8割が「興味」がない

「ぜひやってみたい」2.8%、「少しやってみたい」14.3%と、ゲームをしてみたいと考えるかたは2割未満となりました。

興味がない方のほうが圧倒的に多い結果ですが、ビジネスとして参入したい割合と比べるとゲーム自体への関心は一定割合あるともいえます。

