

兵庫県におけるeスポーツの取組の方向性

令和5年3月

兵庫県eスポーツ推進検討会

	はじめに.....	P 3
I	eスポーツとは.....	P 4
II	eスポーツの特徴.....	P 5
III	取組の方向性.....	P 10
IV	ロードマップ.....	P 23
	参考資料.....	P 24

はじめに

eスポーツは、経済の活性化や交流人口の拡大につながるコンテンツとして注目を集めるとともに、年齢や性別・国籍・障害等の壁を超えて、誰もが参加出来るコミュニケーションツールとしての利用も進んでいる。近年、国内でも社会的認知が進み、市場規模やファン数は年々拡大している。

こうしたeスポーツが持つ特性・可能性を、本県の地域課題の解決に活かす方策を検討するため、令和4年7月に「兵庫県eスポーツ推進検討会」を設置した。

検討会では、10月に実施した実証イベントの結果なども踏まえ、eスポーツを活用した地域活性化の取組の方向性等について幅広く議論を行い、このたびその成果を取りまとめた。

今回のとりまとめを通じて、eスポーツの意義や可能性が県民、行政、企業等の間で共有され、県内各地でeスポーツを活かした取組が広がっていくことを期待する。

I eスポーツとは

1 eスポーツの定義

eスポーツとは、エレクトロニック・スポーツの略で、広義には、電子機器を用いて行う娯楽、競技、スポーツ全般を指す。一般には、コンピューターゲーム、ビデオゲームを使った「対戦」をスポーツ競技として捉える際に使われる。※（一社）日本eスポーツ連合オフィシャルサイトから引用

2 eスポーツの歴史

1980年代にアメリカでコンピューターゲームを使った大会が開催され始め、1990年代には、インターネットの普及によってゲームのスポーツ化が加速し、eスポーツという言葉が使われ始めた。2000年に入ると、欧米や韓国・中国で、プロリーグの発足や世界大会等が開催されるようになり、急速な成長を遂げる。

2023年に開催されるアジア大会では、正式種目としてeスポーツの採用が決まっている。

一方、日本では日本eスポーツ連合(JeSU)が設立された2018年が「eスポーツ元年」と言われる。翌2019年には茨城国体の文化プログラムに採用されたことで注目を集め、最近では自治体が地域活性化や多世代交流等にeスポーツを活用する事例が見られるようになっている。

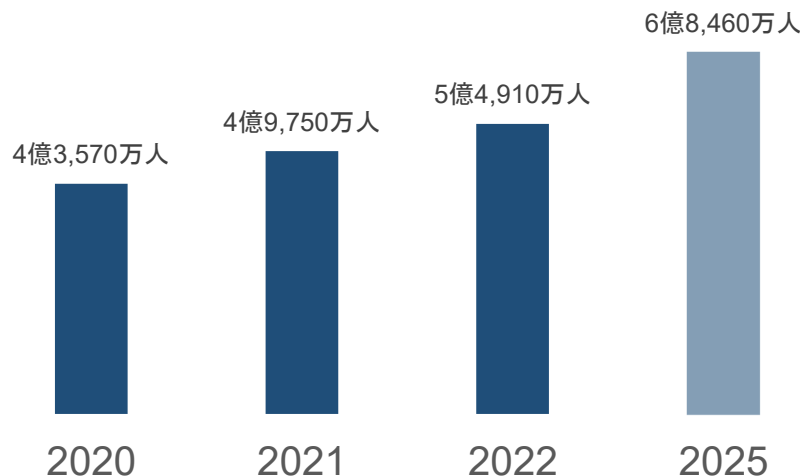
Ⅱ eスポーツの特徴

◆ 高い集客力

eスポーツファン

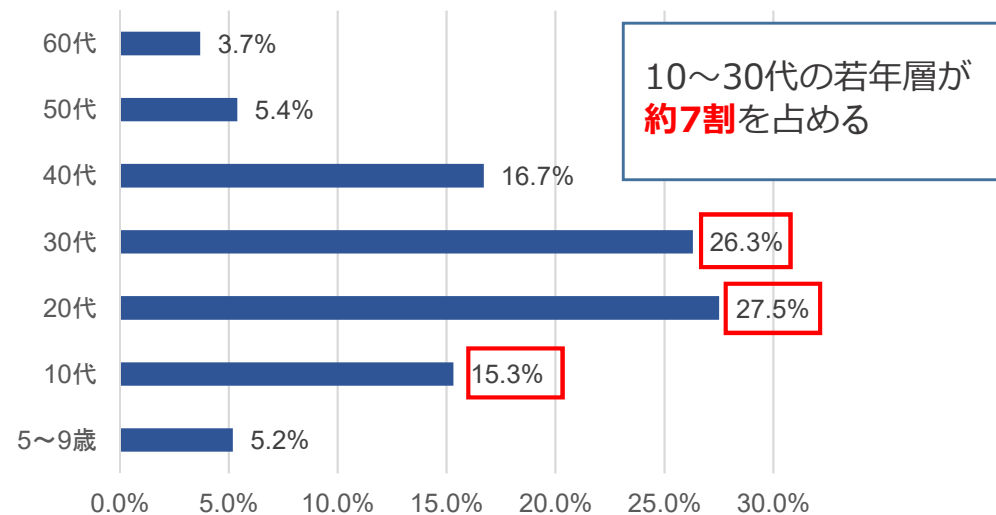
- 世界のeスポーツファン（試合観戦・動画視聴経験者）は、2021年時点で**4億9,750万人**。2025年には、**6億8,460万人**に達すると予測されている。一方、2021年の日本におけるeスポーツファン（試合観戦・動画視聴経験者）は**743万人**で、世界のファン数に占める日本の割合は**1.5%程度**であり、**大きな伸びしろがある**と言われている。
- **10～30代の若年層からの人気が高い**のが特徴の一つであり、イベントの開催により、**多くの若者の誘客**が期待できる。

世界のeスポーツファン数



出展：グローバルeスポーツ&ライブストリーミングマーケットレポート2022
(角川アスキー総合研究所・刊)を基に作成

国内eスポーツ視聴者年代比率(2018年7月調査)



出典：ファミ通.com掲載データにより作成

国内イベントでの集客実績

- 都内で開催される「RAGE」等の人気イベントでは数千人が収容可能なアリーナが満席になる。開催期間中の来場者が総勢1万人を超えるイベントもある。
- 地方開催の例では、富山県で開催された「Toyama Gamers Day2019」で、約3,000人の来場者を集めている。

観光コンテンツとしての活用

- 韓国では、本格的なeスポーツ施設「PCバン」が約21,000カ所整備され、人気スポットになっている。日本でもeスポーツ施設が徐々に増えており、eスポーツホテルなども誕生している。今後インバウンド向けのナイトカルチャーとしての活用も期待できる。

他府県等の開催例

富山県、富山テレビ放送、富山県eスポーツ連合が主催する北陸最大のeスポーツイベント。eスポーツ対戦会、会場間を結んだ遠隔地対戦会、5G体験コーナーの内容で2日間開催し、目標人数(2,000人)を上回る約3,000人の来場があった。

■ Toyama Gamers Day2019

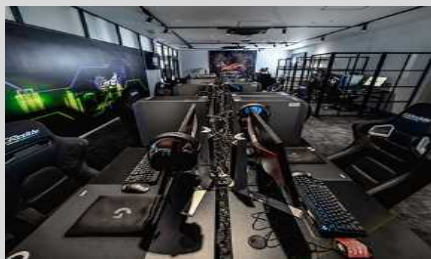


(出典：富山県HP)

県内の主なeスポーツ施設

■ eSPARLKLe KOBE

多様なゲーミング設備や配信設備を備えた中規模施設。プロゲーマーが常駐し、eスポーツを楽しく学ぶことができる。



(出典：eSPARLKLe KOBE HP)

eスポーツホテル

■ e-ZONE(大阪)

宿泊機能も備えたeスポーツ施設。外観や室内はエレクトリックで統一感があり、電腦空間を味わうことができる。



(出典：e-ZONE HP)

巨大なオンライン視聴人口

- 世界のeスポーツオンライン視聴人口は増え続け、米国では**すでにMLBを超え、NFLやNBAに迫る勢い**となっている。
- リーグ・オブ・レジェンド・ワールド・チャンピオンシップの**決勝戦の同時視聴者数は、2018年で5,800万人**に達しており、近年もその数を伸ばしている。

アメリカのメジャースポーツ視聴人口

種目	到達人口※	主要大会(決勝戦など) 視聴人口	平均視聴 年齢
NFL	2億7,000万人	Super ball (1億2,400万人)	50歳
NBA	2億3,100万人	NBA決勝戦 (3,200万人)	42歳
eスポーツ	1億6,700万人	LOL World Championship決勝戦 (5,800万人)	27歳
MLB	1億1,400万人	World Series (3,800万人)	57歳
NHL	6,500万人	Stanley Cup (1,100万人)	—

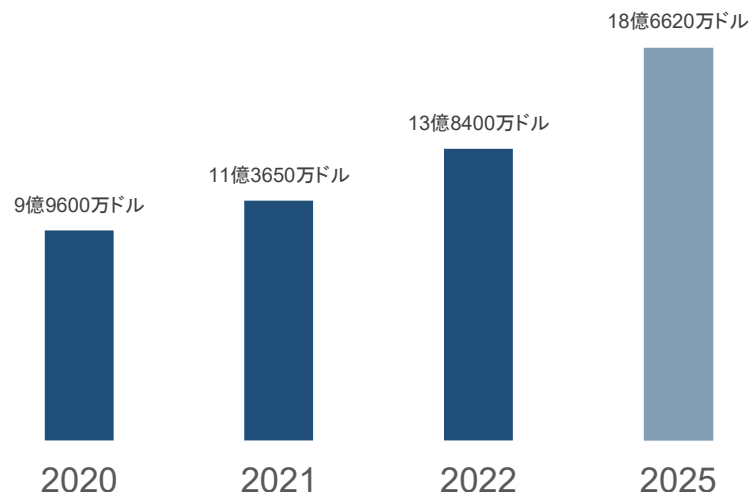
出展：ゴールドマンサックスeスポーツReport
(2018.8)に加筆
※到達人口は、月1回以上の視聴者数

Ⅱ eスポーツの特徴

◆ 拡大する市場規模

- 世界のeスポーツ市場規模は2021年時点で**11億3,650万ドル**。2025年には、**18億6,620万ドル**まで**成長**すると予測されている。
- 一方、2021年の国内市場規模は**78.4億円**で、世界の市場規模に占める日本の割合は**5%程度**であり、**更なる成長の余地がある**。
- eスポーツ市場は、主に大会やチーム運営による収入、関連機器等の販売のほか、イベント開催時の飲食・小売りなど、**様々な産業への波及及び雇用の創出**が期待できる。

世界のeスポーツ市場規模



出展：グローバルeスポーツ&ライブストリーミングマーケットレポート2022
(角川アスキー総合研究所・刊)を基に作成

eスポーツ市場の主な構成要素

直接市場	大会、チーム運営等によるスポンサー・広告、放送・配信権、グッズ・チケット、著作権許諾などの収入
エコシステム領域	関連機器の販売、大会・練習用施設の利用料、大会参戦・観戦に係る渡航宿泊代金などの収入
波及領域	大会に訪れた際の飲食店利用や小売店利用、視聴の際に使用される通信費や電力費などの収入

出展：(一社)日本eスポーツ連合報告書「日本のeスポーツの更なる発展に向けて～更なる市場成長、社会的意義の観点から～」を基に作成

イベントでのビジネス機会創出

福岡eスポーツフェスタ

福岡eスポーツ協会と福岡市が開催する大規模イベント。親子連れを中心に数千人規模の来場者が訪れる。

併せて、産業振興をテーマに、企業間の商談会や、eスポーツイベントの仕組みと裏側を知れるビジネスツアーも開催している。



出典：福岡eスポーツフェスタHP

Ⅱ eスポーツの特徴

◆ ユニバーサルスポーツ

- eスポーツは、だれでも参加し、楽しめるユニバーサルスポーツであり、その特性を活かした活用の可能性が広がっている。

① 地域の交流の活性化

- ・ **地域のつながりの希薄化が課題**となる中、子どもからシニアまで、また性別、障害等の壁を越えて一緒に楽しめる**コミュニケーションツールとしての活用が期待**できる。

② 福祉・健康の向上

- ・ 認知機能の向上など、**高齢者の健康増進や生きがいづくりに資するほか、若者の不登校・ひきこもり支援に活用**する事例も生まれている。

③ 国際交流

- ・ 場所・言語の壁を越えて楽しむことができるeスポーツは、**国際交流のツールとしての活用が期待**できる。

他府県等の開催例

■ 障害者スポーツ体験会（調布市）

市民の多世代交流を目的に、NTTと連携し、障害者スポーツ体験会でeスポーツ体験ブースを出展。



（出典：NTTe-Sports HP）

■ eスポーツ×介護予防（羽咋市）

「シニアのゲーム体験」で高齢者による太鼓の達人やカーレースゲーム、パズルゲームなどの体験会を実施。



（出典：羽咋市HP）

Ⅲ 取組の方向性

◆ 基本的な考え方

- 多様なeスポーツの特徴を活かし、地域課題の解決に繋げていくことが重要。
- とりわけ、人口減少の進行に伴って、地域の賑わいづくりや地域経済の活性化、地域のつながりの回復などが大きな課題となっていることから、交流の拡大に向けたeスポーツの活用を力を入れるべき。併せて、若者を応援し、若い力を育てていくこと、また、これらの取組を推進する体制を構築することも大切。
- その観点から、以下3つの取組の方向性と、7つの取組例を整理した。

取組の方向性	取組例
1 交流拡大による地域活力の創出	① 地域資源を活かしたeスポーツイベントの開催 ② 大規模イベント等の誘致・開催 ③ 地域のあらゆる人が楽しめる交流事業の実施 ④ 都市対抗など地域間交流イベントの開催
2 若者の活躍応援	⑤ 高等学校部活動などeスポーツに取り組む学生の支援 ⑥ 学習活動へのeスポーツの活用
3 官民連携組織の設置	⑦ e-sports platform HYOGO(仮称)の設置

Ⅲ 取組の方向性

1 交流の拡大による地域活力の創出

取組例 ①

地域資源を活かしたeスポーツイベントの開催

- 県内には、温泉地をはじめとした観光地、地場産業、文化・スポーツ施設など**多様で魅力的な地域資源が存在**している。eスポーツと地域資源を組み合わせ、相乗的な誘客効果を生み出していくことが重要。**(eスポーツ×地域資源)**
- eスポーツイベントをきっかけに、**県内の地域資源に触れる機会を創出**することができ、**新たな観光誘客につなげることも期待**できる。
- 昨年10月に、県が城崎温泉で開催した**eスポーツの実証イベント**では、**県内外から約500人の来場**があった。また、来場者のうち約24%が「温泉地での開催」を満足要因に挙げるなど、**温泉地での開催がeスポーツイベントに付加価値**を与えていることがわかる。

実施にあたっての留意点

ア オンライン配信を通じた地域の魅力発信

- ・ eスポーツは、インターネットを通じてリアルタイムで世界中の人々とつながることができる。オンラインによる同時配信を行った県の実証イベントでも、**YouTubeの総再生回数は、約5,500回を記録**し、一定の発信効果を得ることができた。
- ・ こうした特徴を踏まえ、**イベント開催にあたっては、SNSの活用やオンライン配信を併用し、観光・特産・産業・食など地域の魅力もあわせて発信**していくことが重要。

イ 幅広い人々を惹きつけるための工夫

- ・ eスポーツイベントの実施にあたっては、女性や親子、中高年層を含め幅広い人に来てもらえる工夫が必要。具体的には、女性から共感を得られるような広報や、親子、中高年層も楽しめる企画の実施などに意を用いるべき。
- ・ なお、県の実証イベントでは、eスポーツのトーナメントとは別に、芸術文化観光専門職大学の**学生によるダンス、体験コーナーの設置**などの企画を用意し、幅広い層の参加を得た。

ウ イベントの継続開催

- ・ 地域への人の流れを定着させるためには、イベントを単発で終わらせることなく、地域の**住民、行政、企業等が連携してイベントを継続的に開催**することが重要。これにより、知名度・認知度を向上させ、**地域の名物イベントに育てあげる**ことをめざすべき。

eスポーツ×地域資源①

■ HYOGO eスポーツフェスタin城崎温泉

「eスポーツ×温泉」をテーマに開催。約500名の来場者が訪れ、eスポーツと温泉を楽しんだ。Youtubeによるオンライン配信では約5,500回再生されている。



(出典：豊岡市観光公式サイト)

■ Toyama Gamers Day2017 SPRING

「eスポーツ×酒蔵」をテーマに若鶴酒造大正蔵で開催されたeスポーツイベント。200名を超える参加者が、オールナイトで地酒を味わいながらeスポーツを楽しんだ。



(出典：若鶴酒造HP)

■ BAR DE GOZAR(有馬温泉)

関西初のeスポーツを観戦できるバル。温泉街の中心地に所在し、観光客は飲食しながら観戦を楽しむことができる。また、温泉地で働く飲食・宿泊業の従業員にとっては、職場近くの息抜きスポットとして活用されることで、従業員の雇用安定化にも貢献することが期待されている。



(出典：face book (BAR・DE・GOZAR公式))

■小田原eスポーツ～出陣式～

「eスポーツ×歴史観光・食」をテーマに開催。小田原城を舞台に、eスポーツをはじめポップカルチャーと融合した企画に、多くの来場者が訪れた。



(出典：小田原市HP)

eスポーツ×地域資源②

■ Q1スーパートーナメント

九州No1を決める地域密着型のeスポーツ大会。オープニングでは、福岡の宮地嶽神社にゲーム端末を奉納する映像を流し、九州ならではの演出を取り入れた。



(出典：宮地嶽神社HP)

■ お寺でeスポーツin香福寺

熊本県香福寺を舞台にぶよぶよ大会を開催。



(出典：(株)ハッピーブレインHP)

■ 古民家でのeスポーツ合宿(富山県八尾町)

県内外からeスポーツのプロプレイヤーを招き、空き家となっていた古民家で合宿を開催。参加したプロプレイヤーは最終日に町内の観光名所も散策した。



(出典：(株)Wedge HP)

■ YOKOSUKA e-Sports CUP

横須賀市では、高校生向けの大会をオンラインで開催。名産のスカジャンを着用した配信などeスポーツだけでなく、地域の魅力も併せて発信



(出典：横須賀市HP)

Ⅲ 取組の方向性

1 交流の拡大による地域活力の創出

取組例 ②

大規模イベント等の誘致・開催

- 近年、東京をはじめとする首都圏を中心に、民間主導で多くのスポンサーを集め、数千人以上の観客を呼び込むeスポーツの大規模イベントが開催されている。また、国体の文化プログラムとして実施される全国都道府県対抗eスポーツ選手権や、高校生等を対象にした全国大会の開催など、いずれも大きな注目を集めている。こうした**大規模イベント等の誘致**は、全国から**多くの人々の誘客**を期待できる。
- また、県内高校生向けの県大会などの**ローカルイベントの開催**は、**県内eスポーツのレベルアップ**や、機運情勢を通じた**県内各地でのeスポーツの広がり**も期待できる。
- このため、**大規模イベント等の誘致・開催について検討**を進めるべき。
なお、**誘致・開催あたっては、官民の適切な役割分担のもと、連携・協調**して進めていくことが重要。

大規模イベント等の事例

■ RAGE

エイベックス・エンタテインメント(株)、CyberZテレビ朝日が運営する日本最大規模のイベント。

- 主な開催地：東京都、埼玉県
- 会場キャパ：数千～1万人規模
- 来場者：最大26,000人



(出典：RAGE HP)

■ EVO Japan

世界最大規模の対戦格闘ゲームの祭典「EVO」の日本版大会。

- 主な開催地：東京都、福岡県
- 会場キャパ：数千～1万人規模
- 来場者：総勢1万人以上



(出典：EVO Japan2023HP)

■ 全国高校eスポーツ選手権

JHSEF、毎日新聞が主催する高校生等を対象にした大規模大会。全国から数百を超えるチームが参加し、高校生No.1を決める大会として定着している。

- 主な開催地：東京都、千葉県
- 出場チーム：700チーム以上



(出典：第5回全国高校eスポーツ選手権HP)

■ 全国都道府県対抗eスポーツ選手権

都道府県代表選手によって競われるeスポーツの全国大会。国体の文化プログラムとして開催される。

- 過去の開催地：茨城県、鹿児島県、三重県、栃木県
- 会場キャパ：数千人規模



(出典：全国都道府県対抗eスポーツ選手権2022TOCHIGI HP)

Ⅲ 取組の方向性

1 交流の拡大による地域活力の創出

取組例 ③

地域のあらゆる人が楽しめる交流事業の実施

- 年齢、性別、障害の有無を問わず楽しめるというeスポーツの特徴を活かし、**親子・高齢者・障害者など様々な方が参加できる地域の交流事業を実施**していくことが重要。

[実施例]

- ・ 地域企業と連携したファミリー向け屋外eスポーツ体験会
 - ・ 多世代交流施設での世代や障害を越えた交流イベント・eスポーツ教室
 - ・ 高齢者施設や障害者施設でのeスポーツ体験会
 - ・ 商店街で開催する地元企業と連携したeスポーツ交流イベント
 - ・ 商店街の空き店舗を活用したeスポーツ施設の開設
- 等

他府県等の取組

次世代型ICT施設「スカピア」では、eスポーツのほか、保育・学び・コワーキング等の機能を複合。子どもから大人まで幅広い世代の住民が訪れ、交流の場として機能。

■ スカピア(横須賀市)



(出典：スカピアHP)

■ 美里町シニアeスポーツ王決定戦

高齢者を対象にぶよぶよを用いたトーナメント戦を開催。高齢者の生きがいづくり事業の一環として町が主催。



(出典：美里町HP)

Ⅲ 取組の方向性

1 交流の拡大による地域活力の創出

取組例 ④

都市対抗など地域間交流イベントの開催

- 観光地対抗や市町対抗、企業対抗など、オンラインも活用しながら、**地域間交流イベントを開催**することが重要。
- 地域や企業を代表してイベントに参加することで、地域や地元企業に愛着を持つ**シビックプライドの醸成も期待**できる。

[実施例] ・観光地対抗戦（温泉地対抗、神社・仏閣対抗 等） ・企業対抗戦（異業種対抗、支店対抗 等）
・市町対抗戦（市町代表対抗、市町長・職員対抗 等）

他府県等の開催例

■ Rainbow Cup（市町対抗）

川越都市圏6市町の交流事業として、6市町対抗圏域ナンバーワン決定戦などオンラインイベントを開催。



(出典：川越市HP)

■ 湯桶杯（温泉地対抗）

プレイヤーは居住地の温泉代表として参戦し、賞品は温泉地のPRを大会公式HPに掲載できる。
また、温泉地プレイヤーマップを作成するなど地域色を出した企画を展開。



(出典：湯桶杯大会HP)

■ 関西企業対抗eスポーツ大会（企業対抗）

京都・滋賀エリアを拠点に活動する京滋eスポーツ連盟が主催する企業対抗戦。
関西圏から約20の企業が参加し、eスポーツの対戦等を通じた交流を実現。



(出典：関西企業対抗eスポーツ大会HP)

Ⅲ 取組の方向性

2 若者の活躍応援

取組例 ⑤ 高等学校部活動などeスポーツに取り組む学生の支援

- 県内では、**高等学校を中心に、新たにeスポーツ部を創設する動き**が見られる。また、**多くの学生が、eスポーツイベントの企画・運営やプロ選手を目指し、専門学校等で学んでいる。**
- 今回、県の実証イベントに**ボランティアで参加した学生**からは、「**目指す目標が明確になったので、これからの励みになる。**」「**貴重な体験。自分達で企画する大会に活かせることを学べた。**」など、**前向きな意見**が得られた。
- こうした**学生を応援するため**、部活動の支援やeスポーツイベントの企画・運営への参画等を通じて、**eスポーツに取り組む学生を支援することが重要。**

eスポーツコースの設置 ※1

【専修学校】

- ・神戸電子専門学校
- ・神戸甲陽音楽&ダンス専門学校
- ・専門学校アートカレッジ神戸 等

【高等学校】

- ・クラーク記念国際高等学校
- ・第一学院高等学校 等

eスポーツ部の設置 ※2

- ・県立長田商業高校
- ・県立姫路商業高校
- ・市川高校
- ・神戸山手女子高校(データサイエンス部※) ※活動の一環としてeスポーツも実施

※ このほか、県立氷上西高校で創設の動きあり

イベント企画・運営



(出典：神戸電子専門学校HP)

プロプレイヤー育成



(出典：クラーク国際記念高等学校HP)

eスポーツ部の設置・運営にあたっての課題 ※2

eスポーツ部の設置・運営にあたっての課題は、「指導者がいない」「環境が整っていない(PC、通信環境等)」が多数を占めている。

※1 HP調べ

※2 兵庫県eスポーツ部に関するアンケート調査(対象:公立私立高等学校199校)

※複数回答可

区分	学校数
1 指導者がいない	122校
2 環境が整っていない(PC、通信環境等)	106校
3 周りからの理解が得られない	33校
4 部員が集まらない	29校
5 活動の目標(大会等)がない	25校

HYOGO eスポーツフェスタin城崎温泉での学生の参画

兵庫県が開催した実証イベントでは、神戸電子専門学校とクラーク国際記念高等学校の学生がボランティアとしてイベント運営に参加

【主な参加学生の声】

- ◆ 目指す目標が明確になったので、これからの励みにもなりそう
- ◆ 貴重な体験。自分達で企画する大会に活かせることを学べた

体験会でのレクチャー



アンケート調査



他府県等の取組

■ eスポーツ部活動の設立支援（横須賀市）

横須賀市内の高等学校等を対象に、希望校へハイスペックPCを3年間無償貸出。ネットワークやセキュリティについても、コンサルティング支援を実施している。



(出典：横須賀市HP)



■ U19eスポーツ選手権（群馬県）

19歳以下の国内最強のチームを決定する大規模なeスポーツ大会を開催。



(出典：群馬県HP)



Ⅲ 取組の方向性

2 若者の活躍応援

取組例 ⑥

学習活動へのeスポーツの活用

- eスポーツを通じて世界中の人とつながることで、**海外への興味や外国語を勉強する動機付け**となり、**将来のグローバル人材の育成**につながることが期待できる。**eスポーツを新たな国際交流のツール**として活用する視点が重要。
- また、eスポーツを活用したゲームプログラミングなど、**ICT教育への活用**も考えられる。

他府県等の開催例

■ eスポーツを通じた海外交流

緑ヶ丘中学校（郡山市）は、オランダとの交流事業の一環として、市内の中学校サッカー部員とオランダで活躍するプロサッカー選手によるサッカーゲーム対戦やサッカー教室を開催



(出典：郡山市HP)

■ ふよふよプログラミング(セガ)

セガが展開するアクションパズルゲーム『ふよふよ』をプログラミング学習できる教材。プロが使う開発環境で本物のプログラミングを学ぶことができる。プログラミング教育の重要性が増す中、学校向け教材として開発された。



(出典：セガHP)

Ⅲ 取組の方向性

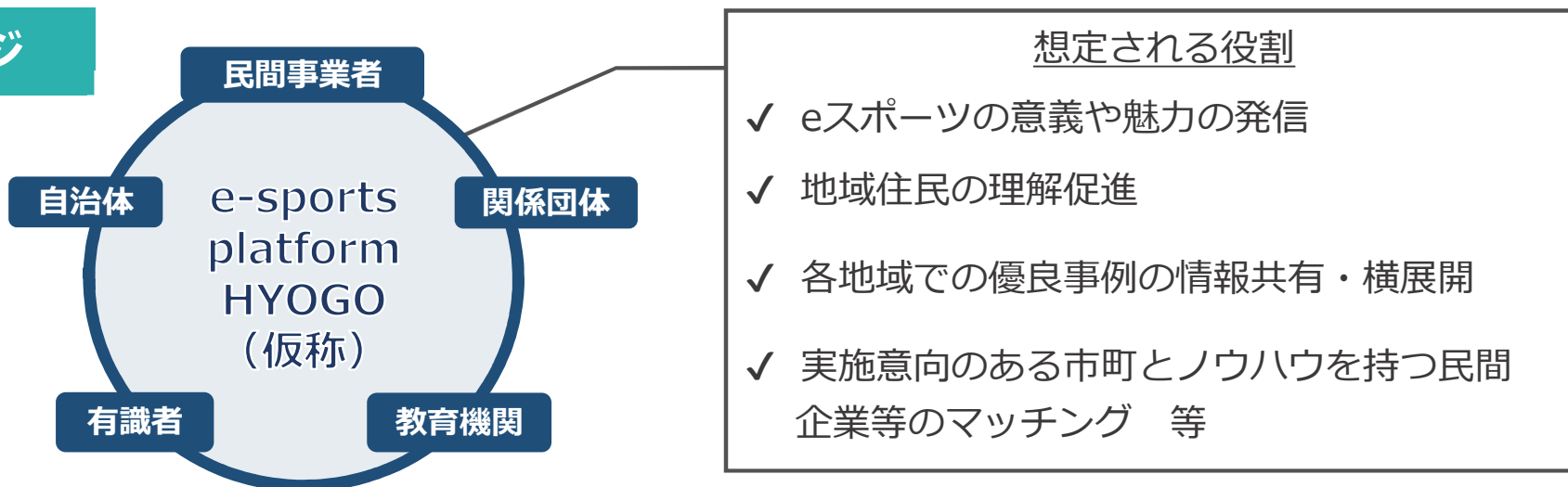
3 官民連携組織の設置

取組例⑦

e-sports platform HYOGO（仮称）の設置

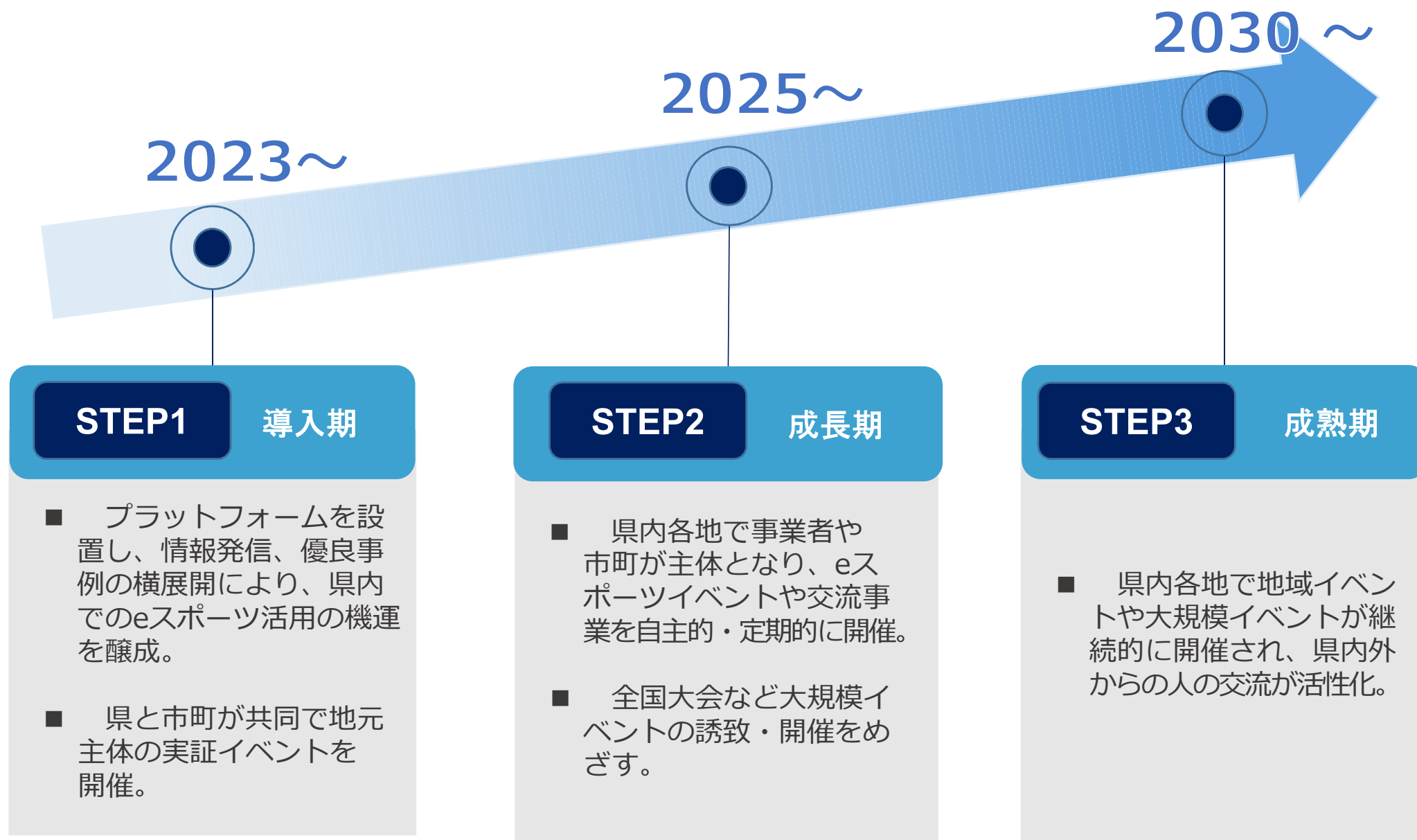
- 県内各地でeスポーツを活用して地域課題を解決していくためには、**eスポーツの意義や魅力の発信、地域住民の理解促進、各地域での優良事例の横展開等が必要**。
- また、eスポーツに取り組みたい市町とノウハウを持つ民間事業者等を繋ぐことにより、**各地域での取組の促進が期待**できる。
- このため、**自治体・民間事業者・関係団体・教育機関等で構成するプラットフォームを設置し、オール兵庫で取組を進めていくことが重要**。
- なお、eスポーツの取組を広げる上では、全国的な動向も踏まえながら、スポーツ関係団体への加盟に向けて検討することも今後の課題である。

推進イメージ



IV ロードマップ

- 中長期的な視点で、eスポーツを活用した地域内外の交流の活性化をめざす。



参考① 実証事業の概要(HYOGO eスポーツフェスタin城崎温泉)

参考② 兵庫県eスポーツ推進検討会の概要

参考① 実証事業(HYOGO eスポーツフェスタin城崎温泉)の概要

日時

令和4年10月23日(日) 11:00~17:00

会場

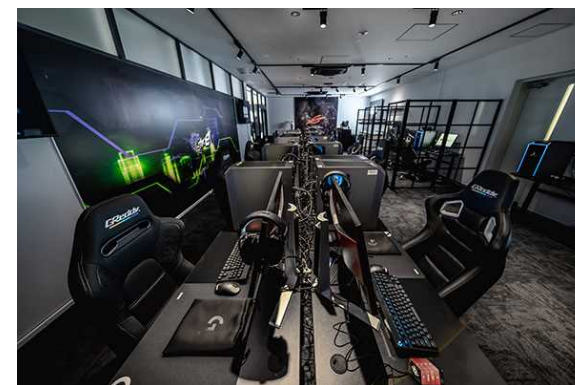
第1会場(城崎温泉)

第2会場(神戸)

城崎文芸館

さとの湯

eSPARKLe KOBE



メイン会場

- ・オープニングセレモニー
- ・本格的なトーナメント戦 (VALORANT)

体験会会場

- ・体験会の開催 (グランツーリスモ 等)
- ・エキシビジョンマッチ

第2会場

- ・本格的なトーナメント戦
- ・オンラインライブ中継

来場者

のべ541名

(城崎文芸館206名(選手24名)、さとの湯310名、神戸25名(選手22名))

特徴

- VALORANTトーナメント戦(城崎文芸館,eSPARKLe KOBE)
【賞品：1位 但馬牛 2位香住ガニ 3位但馬のお米セット】
- トークセッション(城崎文芸館)
- 兵庫県・豊岡市のPRブースの設置、動画の配信(城崎文芸館)
- 体験会[ストリートファイターV・グランツーリスモSPORT](さとの湯)
- 神戸電子専門学校及びクラーク記念国際高等学校の生徒がボランティアとして運営に参加
- 芸術文化観光専門職大学学生によるダンス披露(さとの湯)
- 知事によるエキシビジョンマッチ(さとの湯)

ゲスト

岸大河、Kuukai、XQ Q、鈴木ノリアキ

視聴数

Youtube  再生回数：約**5,500回**(同時接続数：最大206)

◆ イベント前日の鈴木ノリアキ氏による城崎ぶらり配信は同時接続**1,200**越え

報道

テレビ・ニュース	新聞・雑誌
関西テレビ、朝日放送、NHK、毎日放送(YUBIWAZA)	読売新聞、神戸新聞、毎日新聞、朝日新聞

アンケート結果

◆参加者のべ541名【アンケート取得数：212名】

(城崎(選手):24名、城崎(観客):52名、城崎(さとの湯):114名、神戸(選手):22名)

1 イベント参加目的

- 参加者の**50%**は、eスポーツ**イベントの参加を目的**に来訪
- 駅前の体験会場さとの湯では8割以上が旅行客で、その他はほぼイベント参加目的

2 次回の参加意欲

- 次回イベントの**参加意向**は**約81%**体験会場のさとの湯を除くと100%に近い
- さとの湯**でも**63%**で意向あり

3 イベント満足度

- 全体の満足度は**約86%**

4 イベント満足要因

- 城崎文芸館の来場者が回答した満足要因のうち、**対戦観戦**が**約46%**、**ゲストトーク**が**約36%**、**温泉街での開催**が**約14%**であった。

5 eスポーツ理解促進

- eスポーツに対する理解が深まったと回答したのは、全体で**約85%**
- 一般の参加者が多い **さとの湯(体験会)**でも**約76%**が深まったと回答

6 会場来訪者の居住地域

- 城崎文芸館(トーナメント会場)への来訪者 のうち、**約65%**が**市外から来訪**
- 約33%**は**県外から来訪**

7 関連経済行動

- イベント参加目的の来訪者かつ
 - ① **電車を利用**した割合は**約35%**
 - ② **宿泊**した割合は**約6%**

参加学生の感想(一部抜粋)

- (トラブルが発生した際、) 私が少し慌てていましたがスタッフの方が冷静に対処してくださりとても心強かったです。そんな姿を見られて、目指す目標が明確になったので これからの励みにもなりそうです。
- とても貴重な体験をさせていただきました！
これが本物か…！って思いました！
大会に生かせることを学べたので実際にそれを導入できるように頑張りたいと思います！
- アンケート一つとるにしても、しっかりとコミュニケーションをとることが大事なんだと気づかされました。
- アンケートのキャッチを通してお客さんにどのような質問をすればこちらが欲しい情報を自然に引き出せるかなど考える力がついたのでいい体験になりました。
- 外でのイベントはこれまで参加した事がなくどういう形で運営すれば良いのか分からなかったのですが、お客さんと沢山接して案内の仕方や説明の仕方など自分が苦手だと思っていた事も意外とできることがわかりました。

参考② 兵庫県eスポーツ推進検討会の概要

委員

氏名	所属・役職
折田 楓	(株)merchu代表
金井 庸泰	兵庫県eスポーツ連合副会長
中島 賢一	NTT西日本(株)イノベーション戦略室 担当課長
朴 延	(公財)ひょうご震災記念21世紀研究機構 主任研究員
松尾 巖潔	神戸電子専門学校 学務グループリーダー

開催内容

■ 2022年 7月22日(金)

第1回検討会

[社会的意義、取組の方向性等の意見交換]

■ 2022年 12月13日(火)

第2回検討会

[実証事業の検証]

■ 2023年 3月17日(金)

第3回検討会

[意見のとりまとめ]