2020 年度「専修学校による地域産業中核的人材養成事業」

e スポーツ分野における

先端技術活用型チームマネジメント人材養成事業

事 業 成 果 報 告 書

2021 年 3 月

学校法人 智睛学園

本事業成果報告書は、文部科学省の教育政策推進事業委託費による委託事業として、学校法人智晴学園が実施した 2020 年度「専修学校による地域産業中核的人材養成事業」の成果をとりまとめたものです。

目次

1. 事業の概要 1
  1.1. 趣旨・目的 1
  1.2. 学習ターゲット、目指すべき人材像 1
  1.3. 本教育プログラムが必要な背景について 2
  1.4. 実施体制 8
  1.5. 計画の全体像 9
  1.6. 今年度の具体的な活動 11
    1.6.1. 開発 11
    1.6.2. 実証 12
2. 開発報告 13
  2.1. 教育プログラムの概要 13
    2.1.1. 教育プログラムの名称 13
    2.1.2. 教育プログラムの全体像 13
    2.1.3. 既存教育プログラムとの関係性と新規性 14
  2.2. 開発概要 15
  2.3. カリキュラム・シラバス 16
    2.3.1. カリキュラム概要 16
    2.3.2. 開発したカリキュラム 17
    2.3.3. シラバス概要 19
  2.4. 評価指標 23
    2.4.1. 概要 23
    2.4.2. e スポーツチームのマネジメント業務構造 23
    2.4.3. 評価項目の一覧 25
  2.5. 教材開発 27
    2.5.1. PBL 教材 27
    2.5.2. テキスト教材 35
    2.5.3. ケーススタディ教材 39
    2.5.4. e ラーニング教材 43
3. 実証報告 45
  3.1. 実施趣旨・目的 45
  3.2. 実施内容 45
    3.2.1. 実施の概要 45
    3.2.2. 募集の方法 46

3.2.3. 講座の実施内容の詳細 46
3.2.4. 講座の様子 48
3.3. 4 受講後アンケートの結果 51
3.3.1. 1 日目の受講者アンケート結果 51
3.3.2. 2 日目の受講者アンケート結果 58
3.3.3. PBL 学習「クラッシュロワイヤルの戦術検討」について 59
3.3.4. 2 日目の講座全体について 62
4. 本事業終了後の方針 64
【巻末資料】 67

1.事業の概要

1.1. 趣旨・目的

近年、AI や IoT 等の先端技術の発展・普及が進んでいる。この状況下で日本が先進国として世界を先駆けるには、日本社会に先端技術を普及・浸透させ、Society5.0 への適応を促進することが不可欠である。その際に必要なのは、先端技術に関わる知識を持ち、それらの技術の活用方法の提案を行うことで、ビジネスの現場での導入・活用を主導できる『先端技術活用型マネジメント人材』である。

Society5.0 の象徴的なエンターテイメントになると予想されている e スポーツは、情報技術の最先端を行く分野であり、近年、国内外で大きな注目を集めている。e スポーツチームで上記のようなマネジメント人材を養成し、先端技術の導入・活用を進めることができれば、日本社会全体の先端技術活用の機運を高めることに繋がると考える。また、e スポーツ分野におけるプロチームのマネジメントは、一般的なビジネス現場におけるチームマネジメントと類似点が多い。そのため、e スポーツ分野における先端技術活用型マネジメント人材養成は、他分野にも応用可能な教育モデルとして活用できる。

そこで本事業では、e スポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材養成プログラムの開発に取組む。これにより、日本社会全体の Society5.0 社会への適応促進に寄与する。

1.2. 学習ターゲット、目指すべき人材像

本事業で開発・実施する「先端技術活用型 e スポーツチームマネジメント人材養成プログラム」は、e スポーツのチーム運営に携わることを志す専修学校専門課程在籍者を学習ターゲットとする。e スポーツ、チームマネジメント、先端技術（AI・IoT 等）の 3 領域に関わる知識を有し、e スポーツチームにおいて先端技術を活用したマネジメントができる人材の育成を目標とする。

1.3. 本教育プログラムが必要な背景について

(1) 日本社会が Society5.0 に適応するために必要な先端技術活用型マネジメント人材

第 4 次産業革命により、AI や IoT、ロボット技術などの様々な先端技術が発達しており、これらの技術は既に基礎研究のレベルを出て、様々な分野の産業において実用化の段階に入っている。20 世紀後半の第三次産業革命では、インターネットやパソコン、携帯電話などの情報通信技術が爆発的に発達・普及し、当時想像もしなかったほど社会全体に大きな変革をもたらした。その結果、現代社会では情報通信技術が我々の生活や仕事の中に深く浸透しており、最も身近で必要不可欠な技術のひとつとなっている。第 4 次産業革命における先端技術は、かつての情報通信技術と同じく、今ある社会を大きく変革させると考えられており、その先にあるのが Society5.0 という新しい社会である。

AI や IoT、ロボット技術などの先端技術の研究開発・実用化は、今や世界各国が精力的に取組む一大テーマのひとつとなっている。この状況下で日本が先進国として世界を先駆けるためには、日本社会全体への先端技術の普及・浸透を促進することが不可欠である。そのためには、国内における先端技術の発展は大前提であるが、技術があっても自然と社会に浸透するには長い時間を要することは想像に難くない。したがって、日本の将来的なさらなる発展のためには、先端技術の黎明期にある今から、日本社会の先端技術への適応を促進する人材の育成を進める必要がある。各産業の現場での先端技術の導入・活用を進めるためには、現場を取り仕切るマネジメント人材が、AI や IoT、ロボット技術などに関わる知識を持ち、各産業のビジネス現場でそれらの技術の適切な活用方法の提案・導入を主導できることがひとつの必須要件であると考える。本事業では、AI や IoT、ロボット技術などの活用方法に関わる知識を持ち、各分野・領域の実務においてそれらの技術の適用・活用を主導できるマネジメント人材を、『先端技術活用型マネジメント人材』と定義する。

(2) e スポーツ分野で先端技術活用型マネジメント人材を養成する意義

前項で述べた先端技術活用型マネジメント人材は、今後様々な分野のビジネス現場でニーズが高まっていくことが予想される。しかしながら多くの業界では、従来型のマネジメント手法が確立され、それを担う人材が確保されており、先端技術を活用した新たなマネジメント手法への転換を望めないことも想像に難くない。この状況を踏まえ、日本社会全体でのマネジメント改革を推進していくためには、まず特定の分野で、先端技術を活用した新たなマネジメントモデルの確立が必要である。そしてこのモデルが、今後の新たな社会において主導的な役割を果たし、従来型の手法を採用する他分野のマネジメント体系に影響を与えることで、改革に繋がっていくものと考える。

その際、新たなマネジメントモデルを構築する上で高い適正を持つのが、『e スポーツ』

という近年になって創出された新たな分野である。e スポーツは新時代の象徴的なコンテンツであり、コンピュータゲームやテレビゲームを活用した対戦型競技であることから、情報技術の最先端をいく分野である。この分野の特性は、オンラインによる世界規模での遠隔交流が活発であること、プレイヤーを中心とした業界関係者の多くが基本的な IT リテラシーの高い若年層であること、ゲームという領域が先端 IT 技術によって最も影響を受けやすい分野のひとつであることなどが挙げられる。この特性上、e スポーツ分野におけるマネジメントは、そもそも他分野とは異なり、先端的な情報技術を大胆に取り入れることを前提に、全く新しい形態を持たざるを得ない。例えば、マネジメントを構成する重要な要素としてのコミュニケーションについて言えば、e スポーツの場合、従来の対面を主としたものではなく、オンライン上での文字や音声、映像、データ等を主とした場面が多々発生する。このような環境下でマネジメントに携わる人材には、状況に合わせた最適な情報システムを活用してマネジメントを実施するスキルが要請される。これはまさしく、本事業で養成を目指す先端技術活用型マネジメント人材の持つべきスキルに他ならない。

加えて、e スポーツは新しい分野であるが故に、確立されたマネジメント体系がまだ存在せず、今後更に幾多の工夫を積み重ねられ発展的に変化していくものと考えられる。上述の通り、先端 IT 技術に高い適合性を持つ分野であることからも、今後の当該分野におけるマネジメントの発展的変化には、必然的に先端技術が取り込まれ、活用されていくことが予想される。

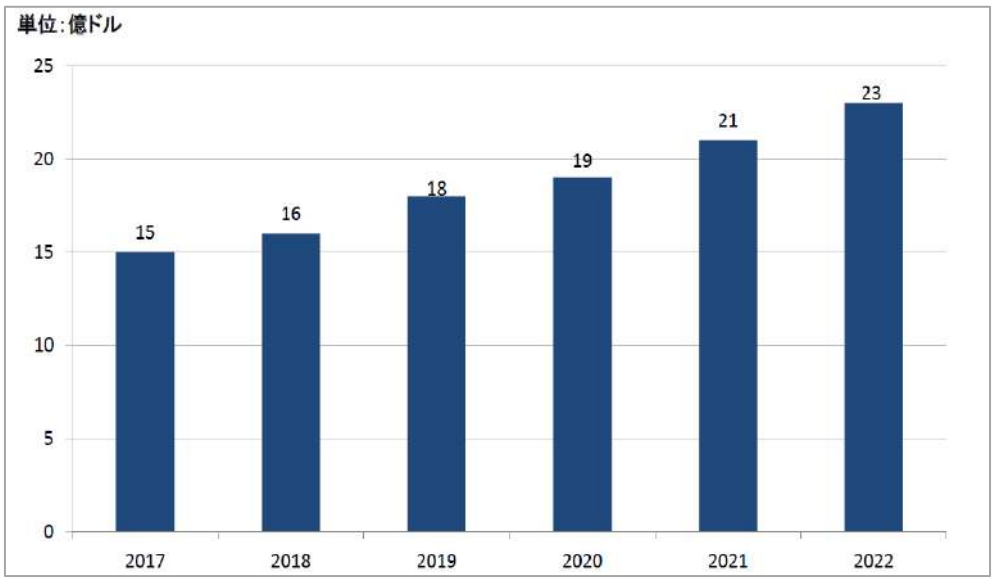
上記のことから、e スポーツ分野は、他分野に先立つ先端技術活用型マネジメントのモデルとしての適性が認められ、実現性が高いと考える。すなわち、当該分野において先端技術活用型マネジメント人材を育成することは、このモデルの構築に資する取組みであり、ひいては将来的な日本社会全体への先端技術活用型マネジメントの浸透に貢献できると考える。

(3) e スポーツ分野の国内外の情勢

Society5.0 社会における新たなエンターテイメントと見なされている『e スポーツ』は、現在世界的に注目が集まっており、市場規模が急速に拡大している。

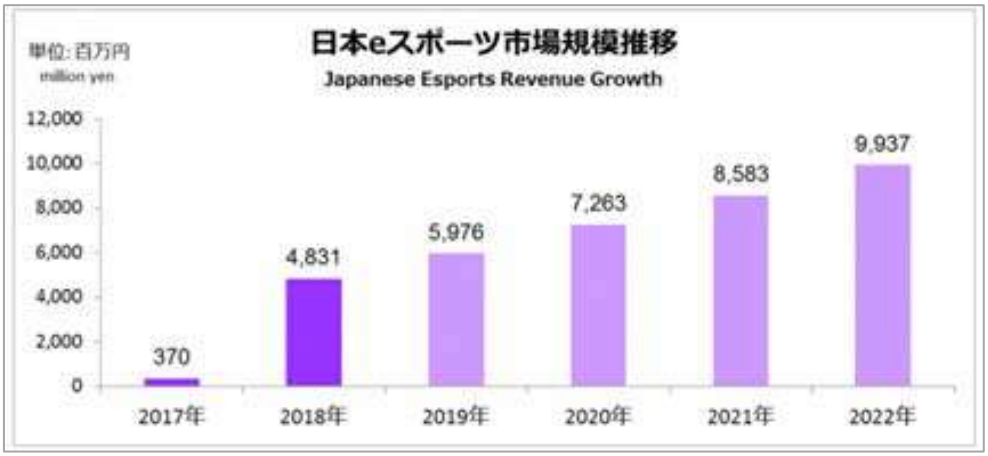
以下に示すグラフは、米国の調査会社 SuperData Resarch の調査結果で、世界の e スポーツ市場規模の現状と、2022 年までの成長予測である。2017 年時点の 15 億ドルから順調に成長しており、今後も右肩上がりに推移するとの予測が示されている。

図表 1-1　世界の e スポーツ市場規模[1]



国内においては、ここ数年で e スポーツ業界は急激に成長している。以下に示すグラフは、Gz ブレインが 2018 年 12 月に公開した国内の e スポーツ市場規模の調査結果である。2017 年時点では 3.7 億円に過ぎなかったが、2018 年で前年比 13 倍の 48.3 億円と大きく飛躍しており、今後もその成長傾向は継続する見込みである。また、2019 年に開催される第 74 回国民体育大会「いきいき茨城ゆめ国体」において、文化プログラムとして「全国都道府県対抗 e スポーツ選手権 2019 IBARAKI」が開催されることもあり、全国の都道府県において各地域の e スポーツ関連団体が多数発足される等、全国的に大きな動きが見て取れる。

図表 1-2　日本 e スポーツ市場規模[2]



[1] 出典：2017 SuperData Research e スポーツグローバルマーケットレポート

[2] 出典：Gz ブレイン　2018 年日本国内 e スポーツ市場動向

日本 e スポーツ業界は世界に比べて後進国と言われているが、ゲーム分野では世界を牽引してきており、ゲーム文化が世代を超えて浸透していることから、この分野への若手世代の関心は高く、国内の e スポーツ競技人口は約 400 万人と推定されている。先述の Gz ブレインによる調査では、国内の e スポーツファン数は今後もさらに拡大する見通しで、更なる発展が期待できる。

(4) e スポーツチームのマネジメント人材の需要

一方で、国内の e スポーツ業界は現状黎明期にあることから、業界全体での取組状況や情勢などが見えづらい状態にある。現状では多くの e スポーツチームでは、コアメンバーがプレイングマネージャーとしてマネジメントを兼任している場合が多く、大きな負担を強いられていることから、e スポーツのマネジメント人材の業界ニーズは存在しているが、現時点では具体的なデータは見受けられない。

ただしチーム競技という観点での有力な類似事例として一般的なプロスポーツチームを取り上げれば、1 チームの運営を行うために数十名のスタッフが必要であり、ここで必要とされるマネジメントの専門人材を養成する専修学校専門課程も存在する。

e スポーツチームでもチーム運営という観点では、スポーツチームと類似した業務項目が発生することが予想され、マネジメントに関わる人材は相当数必要になると考えられる。公益財団法人国際研修交流協会 2018 年度文部科学省委託事業「e スポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材養成事業」の調査成果によれば、e スポーツ先進国である中国、韓国、ヨーロッパ各国などでは、多数のプロ e スポーツチームが活動しており、大学等の教育機関においてその運営に必要なマネジメント人材を育成する学科が既に設置されている。日本は e スポーツ後進国とされているが、e スポーツに対する関心が短期間で急速に高まり、全国で組織的な動向が多数見受けられる現状を踏まえれば、e スポーツチームマネジメント人材のニーズは近く、e スポーツ先進国と同様に、大いに顕在化すると予想される。したがって今後の国内 e スポーツ業界の発展を見据えれば、e スポーツチームのマネジメント人材養成の必要性は高いと考える。

(5) e スポーツ分野のチームマネジメントで活用可能な先端技術

e スポーツチームにおけるチームマネジメント業務は、基本的にチームの運営に関わるすべての業務を指し、その内容は多岐に渡る。具体的には、チームを構成するプレイヤー・スタッフの人事管理や、プレイヤーの健康・メンタル管理、運営に関わる戦略情報収集・分析、広報活動企画・推進、外部との折衝などが想定される。これらのチームマネジメント業務の質は、所属プレイヤーのパフォーマンスやチーム運営資金の確保に直結することは、同じエ

ンターテイメント分野で様々なスポーツチームの多くの事例が明示するところである。したがって e スポーツチームにとって、チームマネジメント業務の質的向上は極めて重要である。

これらのチームマネジメント業務のいくつかには、現時点でも導入・活用することによって効率化・効果向上等が望める先端技術が存在する。

例えば人事管理では、チーム構成員各人の能力適正を判断し、それを加味した適切な役割を与えることで、組織としてのパフォーマンスが向上することは周知の事実である。特にチーム競技では、チームとしてのパフォーマンスの向上が常に求められることから、人事管理の重要性は高い。この人事管理は現状、場面に合わせた評価基準が設けられ、それに基づき人間が主観で判断する形態が一般的である。その際、日本 IBM 株式会社では、同社の人工知能『Watson』の一つの活用事例として、人事に関するデータの集積・分析を実現しており、人事業務のソリューションとして既に実績を挙げている。e スポーツチームの人事を検討する際にこのような技術を活用して、人工知能から客観的分析結果に基づくセカンドオピニオンを得ることができれば、判断ミスの予防や適性の新規発見等に繋がり、人事の効率化・質的向上に大いに貢献すると考えられる。

また、プレイヤーのパフォーマンスを高い状態に保つには、コンディションの管理が欠かせない。特にメンタルのコンディションについてはこれまで把握が難しく管理が困難であった。しかし表情や声から精神状態を分析する人工知能技術が現れており、これを活用することで飛躍的にメンタルヘルス管理がしやすくなると予想されている。また、センサーが組み込まれたスマートウェアなどの技術を活用すれば、身体の状況に関わるデータをリアルタイムで収集することができ、身体的なコンディションの管理に大いに役立つと考えられている。

このような技術は今後もより高度で便利な技術へと進歩し、現在のチームマネジメントの在り方を大きく変化させることは確実である。その際、積極的に新たな技術を取り入れ、より質の高いマネジメントを行うことができる先端技術活用型チームマネジメント人材は、業界がこの変化に対応していく上で必要不可欠である。

(6) e スポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材に必要なスキル

e スポーツ分野において上記のような技術を取り入れたチームマネジメントを主導する人材、すなわち先端技術活用型チームマネジメント人材は、 e スポーツ業界のビジネスやチーム運営に関わる知識は当然のことながら、AI や IoT、ロボット技術などの先端技術に関わる知識を持つ必要がある。加えて、先端技術は現在黎明期にあり、今後さらに変化してい

くことを踏まえれば、既存の知識・スキルの応用、あるいは新たな知識・スキルの情報収集と獲得等を行うことができなければならない。したがって、学習力、応用力、情報収集・分析力、問題発見・解決力などのコンピテンシーをも兼ね備える必要がある。

(7) 本事業の目標

本事業の活動を通して先端技術活用型チームマネジメント人材を養成する教育プログラムを構築できれば、e スポーツチームへの先端技術の導入が進み、e スポーツ業界全体の Society5.0 社会への対応が促進されると考える。また、本プログラムは上述のとおり専修学校専門課程を対象とするが、e スポーツにおけるチームマネジメント業務は、スポーツチームやビジネスにおけるプロジェクトチームにおけるマネジメント業務とも類似する点が多い。そのため、他分野の専門学校に本プログラムをアレンジする形でスキームを活用できる可能性が高いという点で有意義である。

e スポーツ分野において新たな時代に適応したチームマネジメント人材養成の先進的なモデルを構築し、日本社会全体の Society5.0 社会への適応の促進に寄与する。

1.4. 実施体制

以下、本事業の実施体制について説明する。事業推進にあたっては、事業推進の中核的な役割を担う実施委員会と、各事業活動に関わる個別的な検討・作業を担う分科会を設置した。

●実施委員会

本事業の推進主体となる実施委員会を学校法人智晴学園内に設置した。メンバーは、本事業の構成機関からの適任者で組織した。

実施委員会では、本事業に参画する教育機関、業界企業・団体等が知見を持ち寄り、本事業の目的を達成すべく、事業活動方針の検討、育成すべき人材像の具体化、教育プログラムの全体構成の検討、成果物に対する評価等を行った。

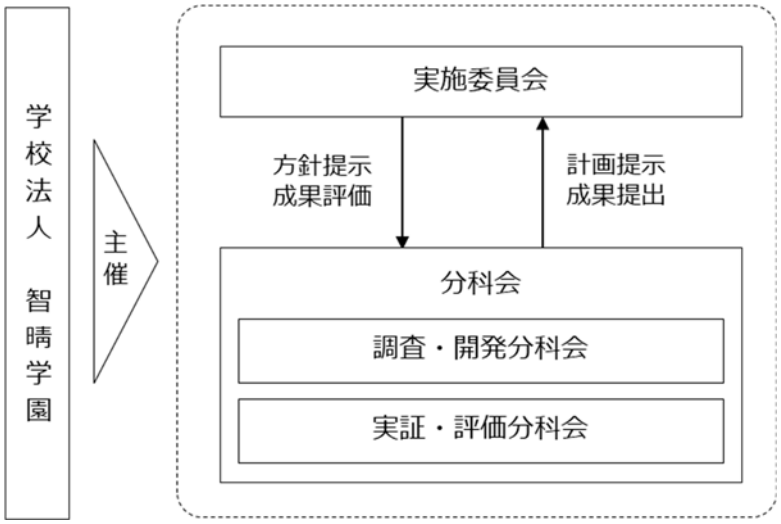
●分科会

分科会については、「調査・開発分科会」「実証・評価分科会」の 2 系統を設置した。各分科会の構成員は、調査・開発および実証・評価の各事業活動に適した機関を選抜して委員を構成した。各分科会は、実施委員会で策定する活動方針に基づき、各事業活動の実施計画の具体化、活動の推進、成果物作成・評価等を行った。

本校（学校法人智晴学園）は上記の実施委員会および分科会の主催者として各会の活動を主導した。加えて、参画機関への事務連絡や支出管理等の事務的業務を担当した。

以下に本事業の実施体制のイメージを示す。

図表 1-3　実施体制（イメージ）



1.5. 計画の全体像

本事業は、2018 年度から 2020 年度までの 3 年間の取り組みとして活動を進めている。なお、2018 年度は、公益財団法人国際研修交流協会によって、「e スポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材養成事業」として実施された。2019 年度から本校が引き継いで取り組んでいる。以下に、2018 年度から 2020 年度までの活動実績の概略を示す。

図表 1-4　計画の全体像

■2018（平成 30）年度

2018 年度は教育プログラムの設計・開発に資する情報の収集を主な目的とした。まずは調査として、e スポーツ業界の現状や e スポーツ関連人材の概観を把握するために、企業等へのヒアリングを実施した。併せて、チームマネジメント人材教育・先端技術教育の事例を調査し、教育プログラム設計に資する情報の収集を行った。さらに、本事業のカリキュラム・教材等を検討するために、海外の先行的な教育・教材に関する情報収集を行った。

◇活動項目
①業界実態調査
②教育事例調査
③開発予備調査

■2019（令和元）年度

2019 年度はまず、e スポーツチームのマネジメントに関わる実態を把握するために、国内のプロチームに対しヒアリングを実施した。併せて、評価指標の検討を行うために、他分野の評価指標の先行事例等の調査を実施した。これらの結果のもと、本事業で育成すべき人材像を具体化し、カリキュラムの検討を実施した。さらに、カリキュラムを構成する 4 領域について、教材の開発方針の検討を実施し、そのもとで各構成科目の学習内容に対応する既存教材の調達、または新規教材の開発に取組んだ。

◇活動項目

(1) 調査
① e スポーツチームヒアリング調査
② 評価指標先行事例調査

(2) 開発
① カリキュラム開発
② 新規教材（試用版）開発
・講義用教材

・e ラーニング教材

・PBL 教材

■2020（令和２）年度

2020 年度では、2019 年度より引き続き、カリキュラムの検討を実施すると共に、シラバスや評価指標を開発した。さらに、各科目に対応する教材の開発・調達に取組んだ後、新規開発教材および既存教材を活用した実証講座を実施した。これにより教育プログラムの全体設計、教材群の有効性・妥当性を検証した。検証結果に基づいて、カリキュラム・シラバスや教材の改訂・拡張を実施し、本事業成果としての完成版を作成した。これらの活動と並行して、事業終了後の課題や成果の普及方策等について検討を行った。

◇活動項目

(1) 開発

① カリキュラム改訂

② シラバス開発

③ 評価指標開発

④ 新規教材（完成版）開発

・講義用教材

・e ラーニング教材

・ケーススタディ教材

・各種教材改訂・拡張

(2) 実施

① 実証講座実施

② 課題抽出・普及方策検討

1.6. 今年度の具体的な活動

2020 年度の事業では、2018 年度,2019 年度の事業で得られた成果・知見に基づき、以下の活動を実施した。

1.6.1. 開発

昨年度までに実施した調査の結果を受けて、カリキュラム、シラバス、評価指標を開発する。その上で、カリキュラムを構成する 4 つの学習領域で使用する教材開発に取組む。

①カリキュラム

e スポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材の養成を目的に、専修学校専門課程での運用を想定した総計 1,700 時間のカリキュラムを開発した。本報告書「開発する教育カリキュラム・プログラムの概要」で示したカリキュラムについて、「チームマネジメント」「先端技術」「e スポーツ」「コンピテンシー」の 4 つの学習領域の学習内容の具体化、学習概要等について検討を行った。

②シラバス

カリキュラムを構成する科目のシラバスを設計し、作成した。シラバスには科目ごとに、科目名、科目概要、成果目標、実施形式、学習時間数・コマ数（1 コマ 1.5 時間)、授業計画（各コマの学習テーマ等)、使用教材、評価方法を基本項目とした。その上でこれらの項目で構成される記入フォーマットを作成し、情報を整理・入力する形でシラバスの作成を行った。

③評価指標

昨年度実施した e スポーツプロチームへのヒアリング結果を特に参照しながら、チーム運営業務を整理した。その上で、当該業務を担う先端技術活用型チームマネジメント人材に求められる知識やスキルを整理し、本教育プログラムの評価指標を開発した。

④教材開発

今年度は「PBL 教材」「テキスト教材」「e ラーニング教材」の 3 種の教材の仕様版を開発した。以下に概要を記載する。

・PBL 教材

カリキュラムの学習領域「コンピテンシー領域」の科目である「e スポーツチームマネジメント PBL」で使用する想定の PBL 教材。e スポーツチームの業務のうち、「戦術立案支

援」「スポンサー交渉」「トレーニング支援」の 3 つのテーマを抽出し、PBL 教材の設計・開発を行った。これらはすべて、実際の e スポーツチームのチームマネジメント業務のプロセスに沿って課題が設定され、グループワークでアウトプットを作成する構成となっている。

・テキスト教材

カリキュラムの学習領域「e スポーツ」「先端技術情報」の科目群で使用する想定の 2 点のテキスト教材を開発した。これらはいずれも、要点を整理したパワーポイントスライドと、各スライドの内容を補足するスライドノートで構成される。「e スポーツ」のテキストでは、e スポーツチームにマネジメント業務の詳細に関するヒアリングを実施した上で、チームマネジメントの業務内容や求められるスキル等について学習する内容となっている。「先端技術情報」のテキストでは、e スポーツチームのマネジメントで実際に使用されている重要度の高い SNS ツールを活用する上でのポイントや考え方、活用方法、活用事例、注意点等を学習する内容となっている。

・ケーススタディ教材

カリキュラムの学習領域「先端技術情報」で使用される想定のケーススタディ教材を開発した。本教材では、学習テーマを SNS におけるトラブル事例としている。開発にあたって、実際に e スポーツやその他関連分野において、SNS を用いてトラブルが発生した事例の情報を収集・整理した。その上で、特徴的な事例を抽出し、事例研究を行う課題を設定した教材を開発した。

・e ラーニング教材

学習者が自立的に知識学習を実施するための講義映像教材を作成した。本教材は、上記のテキスト教材を用いて、講師が解説を行う構成となっている。特に PBL 教材やケーススタディ教材などを実施する際に振り返り学習をしたり、先行学習したりするための環境整備を目的として開発を行った。また併せて、インターネット上で講義映像教材等の学習コンテンツを配信するための e ラーニング環境を整備した。

1.6.2. 実証

カリキュラム・シラバスの検討および各科目に対応する教材の開発・調達に取組んだ後、新規開発教材および既存教材を活用した実証講座を実施した。これにより教育プログラムの全体設計やカリキュラム・シラバス、教材群の有効性・妥当性を検証した。講座の詳細は後述する。

2. 開発報告

今年度の開発成果について報告する前に、本事業で開発している教育プログラムの概要について述べる。

2.1. 教育プログラムの概要

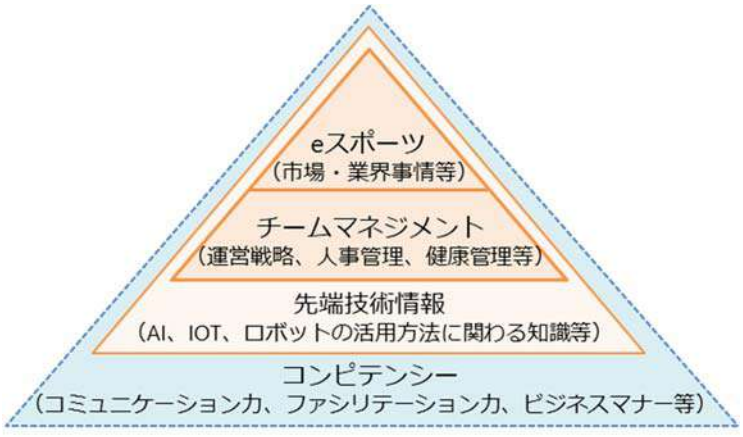
2.1.1. 教育プログラムの名称

本教育プログラムの名称は、「先端技術活用型 e スポーツチームマネジメント人材養成プログラム」とする。

2.1.2. 教育プログラムの全体像

本事業では、e スポーツチームの運営に先端技術を活用できる先端技術活用型チームマネジメント人材を養成する教育プログラムを開発した。本プログラムはエンターテイメント分野等の専門学校における 2 年制専門課程での運用を主とし、総学習時間は専門士取得可能な 1,700 時間以上を想定している。受講対象者は e スポーツチームの運営に関心を持つ高卒以上の資格を持つ者とする。ただし、そこには高卒後の進学者だけでなく、e スポーツ業界のプレイヤーやスタッフ、ゲーム開発業務従事者等の社会人も対象に含む。

e スポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材のスキル体系の想定を下図に示す。



eスポーツ分野における先端技術活用型
チームマネジメント人材のスキル体系

本プログラムのカリキュラムは、上記のスキル体系に従い、「e スポーツ」「先端技術情報」「チームマネジメント」「コンピテンシー」の 4 領域によって構成する。本事業で養成する人材は e スポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材であることから、中心的な知識学習領域は「e スポーツ」「先端技術情報」「チームマネジメント」であるが、養成される人材はここで得た知識を実務の現場で活用、あるいは応用できる必要がある。そのために、実践力を醸成する「コンピテンシー」に関わる教育を上記 3 領域の知識学習と並行して実施し、より実践性の高い人材の養成を図る。

また「e スポーツ」「先端技術情報」「チームマネジメント」の 3 領域については、知識学習を目的とする講義形態を主とする。「コンピテンシー」については、実践力の向上を目的とする PBL 学習（Project Based Learning）による実習形態の学習を主とする。また、各領域のうち、特に講義形式で学習する部分については、カリキュラムのフレキシビリティを高める観点から、e ラーニング採用による自己学習も検討する。

2.1.3. 既存教育プログラムとの関係性と新規性

文化・教養分野の専修学校には、スポーツや音楽などにおけるマネージャー養成を目的とした専門課程が少数ながら存在しているが、本事業で対象とする e スポーツ分野のマネジメント人材養成を本格的に取り扱っている学科は、現時点では全国的に見ても存在していない。また、先端技術を取り入れたマネジメント人材養成課程についても、先行事例は見受けられない。

しかしながら、エンターテイメント分野のマネージャー養成専門課程や、商業実務分野のビジネスマネジメント人材養成専門課程では、本プログラムを構成する学習領域のうち、チームマネジメント領域に関連する学習科目を多く取り扱っている。このことから、本事業で教育プログラムの開発を行う際には、他分野のマネジメント人材養成を目的としたカリキュラムの先行事例を参考に、チームマネジメント領域の基本的な学習内容の構成を検討する。その上で、e スポーツ領域と先端技術領域の学習内容との相互関係を担保しながら、全体の学習体系を構築する。

このように、本プログラムは e スポーツ分野におけるマネジメント人材の養成と、先端技術を活用できるマネジメント人材の養成という 2 つの観点から新規性を有する。ただし新しい試みでありながらも、既存のマネジメント人材養成カリキュラムを基礎とすることで、本プログラムのエンターテイメント分野の専修学校等での導入可能性の向上を図る。また、e スポーツ以外の分野での先端技術活用型マネジメント人材養成カリキュラムの検討を行う際の先行モデルともなり得る点で、有意義であると考える。

2.2. 開発概要

今年度の事業では、カリキュラム・シラバス、評価指標、および各種教材の開発に取り組んだ。以下に開発に取組んだ項目を示す。

① カリキュラム・シラバス
③ 評価指標
④ 新規教材
・講義用教材
・e ラーニング教材
・ケーススタディ教材
・PBL 教材改訂・拡張

以下、これらの開発成果について報告する。

2.3. カリキュラム・シラバス

2.3.1. カリキュラム概要

本事業で開発したカリキュラムの概要について報告する。

2.3.1.1. 教育目標

Socety5.0 の実現に向けて、ビジネス現場への先端技術の導入・活用を進めるためには、先端技術に関わる知見を持った現場を取り仕切るマネジメント人材が必要である。このような人材を「先端技術活用型マネジメント人材」と定義する。

先端 IT 技術の適合性が高く、またマネジメント体系がまだ発展途上という特性を持つ e スポーツ分野において、先端技術活用型マネジメントに関わる知見を持つ人材の養成が、本カリキュラムの教育目標である。

2.3.1.2. 学習対象者

e スポーツチームの運営に関心を持つ高卒以上の資格を持つ者が主な対象である。また、e スポーツプレイヤーやチームスタッフなどの業界関係者、e スポーツ業界を志向する社会人も対象に含む。

2.3.1.3. 学習時間数

専修学校の 2 年制専門課程での運用を想定している。総学習時間は専門士の称号が取得可能な 1,700 時間以上とする。

2.3.1.4. 学習概要

「e スポーツ」「先端技術情報」「チームマネジメント」「コンピテンシー」の 4 領域によって構成する。

「e スポーツ」「先端技術情報」「チームマネジメント」は、主に講義等で各領域の専門知識に関わる学習を実施する。「コンピテンシー」では知識を実務の現場で活用できる実践力を醸成するための PBL 学習や、ビジネスマナーやコミュニケーションなどのジェネラルスキルに関わる知識学習を実施する。

2.3.2. 開発したカリキュラム

本事業で開発したカリキュラムは、専修学校専門課程で専門士の称号が取得可能な1,700 時間以上の学習時間で構成した。本カリキュラムを構成する 4 つの学習領域について、各領域の概要、科目構成、学習時間を下表に示す。

図表 2-1　カリキュラム

チームマネジメント領域			
領域概要		一般的なチームマネジメント人材に求められる役割やスキル等をオーバービューした後、運営戦略、人事管理、マーケティングなどの各種業務の詳細な考え方や手順、手法等を e スポーツや先端技術と関連付けながら学習する。	計 540h
構成科目	マネジメント基礎	マネジメント人材の役割や業務内容、必要なスキル等の全般的な内容を学習する。	45h
	チーム運営戦略	チーム運営に必要な事業戦略、広報戦略、資金調達等の戦略的知識を学習する。	135h
	人事管理	チームの人事管理の考え方、手順、評価手法、先端技術の活用方法等を学習する。	90h
	マーケティング	マーケティングの考え方、情報収集・分析方法、先端技術の活用方法等を学習する。	90h
	健康管理	心身の健康管理を行うための考え方、手法、先端技術の活用方法等を学習する。	90h
	関連法規	チーム運営に関わる関連法規について学習する。	90h
先端技術情報領域			
領域概要		近年発達している先端技術に関する幅広い知識を、チームマネジメントや e スポーツに関連付けながら学習すると共に、特に活用可能性の高い技術については、詳細な機能や仕組み、要素技術等に関わる知識を学習する。	計 405h
構成科目	先端技術 オーバービュー	e スポーツチームマネジメントで活用されている SNS や映像配信、あるいは今後活用可能性のある AI、IoT、ロボット等の先端技術の概要や活用方法等を、ケーススタディを交えて学習する。	135h
	SNS	チームマネジメントにおける SNS の活用方法（広報・マーケティング等）や、ビジネスでの使用上の	90h

		注意点・マナー、トラブル事例等を学習する。	
	映像配信	e スポーツチームマネジメントにおける映像配信技術の活用方法、ビジネスでの使用上の注意点・マナー、トラブル事例等を学習する。	90h
	AI・ロボット・IoT	将来的にチームマネジメントに導入可能性のある AI 技術、ロボット技術、IoT 技術などの現状、機能、活用・導入事例等について学習する。	90h
e スポーツ領域			
領域概要		国内外の e スポーツ業界の市場動向やビジネス形態、周辺業界の動向や今後の可能性等について学習する。また、e スポーツ業界におけるプロ e スポーツチームの運営ビジネスや人材類型、活動内容等を具体的に掘り下げて学習する。加えて、e スポーツ業界の協力を得て、実地体験を兼ねたインターンシップを実施する。	計 270h
構成科目	業界ビジネス	e スポーツ業界の市場構造や市場規模、e スポーツ大会や e スポーツチームを中心とするビジネスモデル等について学習する。	45h
	業界動向	e スポーツ業界をはじめゲーム業界、IT 機器業界、イベント業界など周辺業界の e スポーツに関わる動向について学習する。	45h
	業界法務	e スポーツイベント等での国内外の各種 IP の使用許諾手続きや、e スポーツ業界で課題となっている風営法、景表法等について学習する。	45h
	e スポーツチーム	e スポーツチームの運営構造、人員規模、人材類型、活動内容、運営戦略などについて学習する。	90h
	業界英語	グローバルに活動するケースも多い e スポーツ業界で必要となる英語コミュニケーションについて学習。	45h
	インターンシップ	e スポーツ業界のチームやイベント企業に対するインターンシップを行う。	45h
コンピテンシー領域			
領域概要		他領域で学習する知識・スキルを実務上で活用・応用するために必要なコンピテンシーを醸成するために、PBL 学習を実施する。加えて、e スポーツチームマネジメントを行う上で特に重要度の高いコミュ	計 495h

		ニケーション力、ファシリテーション力、ビジネスマナー等については、習熟度を向上させるため知識学習を実施する。	
構成科目	e スポーツチームマネジメント PBL	e スポーツ分野におけるチームマネジメントの実務に準拠したプロジェクトテーマに基づいて、チームワークでプロジェクトを進行させ、アウトプットを製作する。	360h
	コミュニケーション	円滑な対人関係を構築するためのコミュニケーション技術について学習する。	45h
	ファシリテーション	チームワークの円滑化に重要なファシリテーション技術について学習する。	45h
	ビジネスマナー	身だしなみ、言葉遣い、態度、礼節などビジネス上のマナーについて学習する。	45h
開発方針		PBL は本カリキュラムの趣旨と合わせたテーマ・課題等を設定する必要があるため、新規開発を想定する。今年度、「e スポーツチームマネジメント PBL」で使用する想定の PBL 教材試用版を開発した。これを基に次年度、本格的に開発を実施する。他の科目群については専修学校専門課程で採用されている教材等を積極的に活用する。	
総学習時間			1700h 以上

2.3.3. シラバス概要

本事業で作成したシラバスについて報告する。

2.3.3.1. シラバスの構成項目

上記のカリキュラムの運用にあたっては、以下の項目で構成されるシラバスを作成することとした。

◇シラバス構成項目

・科目名

・学習時間数・コマ数

・学習目標

・科目概要
・実施形式
・授業内容（各コマの学習テーマ当）
・評価方法
・使用教材・参考資料等

2.3.3.2. シラバスのフォーマット

上記の項目で構成されるシラバスのフォーマットを以下に示す。

図表 2-2　シラバスフォーマット

科目名	※科目名を記載	
学習時間数	※学習時間数・学習コマ数を記載	
履修前提	※当該科目の履修条件・前提知識を記載	
学習目標	※科目で修得を目指す技術・知識等を記載	
科目概要	※科目で学習する内容の概略・目的を記載。	
実施形式	※講義・グループワーク・実習など実施形式を記載	
授業内容	**実施回**	**内容**
		※各授業の学習内容・項目を記載
評価方法	※評価の方法・観点等を記載	
使用教材 **参考資料**	※使用する教材や参照する資料等を記載	
備考	※科目の実施にあたっての留意事項等があれば記載	

2.3.3.3. シラバスの例

上記フォーマットを踏まえて、本カリキュラムの構成科目のシラバスを作成した。以下にその例を示す。

図表 2-3 「e スポーツチーム」シラバス

科目名	e スポーツチーム	
学習時間数	計 90 時間　60 コマ	
履修前提	なし	
学習目標	１．e スポーツチームの運営構造を知る ２．e スポーツチームの運営業務構造を知る ３．e スポーツチームの運営業務内容・業務プロセスを理解する ４．e スポーツチームの運営に関わる実情を知る　他	
科目概要	e スポーツチームの運営構造、人員規模、人材類型、活動内容、運営戦略などについて学習し、e スポーツチームにおけるマネジメント業務の構造について理解することを目的とする。	
実施形式	講義	
授業内容	**実施回**	**内容**
	第 01 回～第 09 回	１．e スポーツチームの定義・現況 1.1　e スポーツの定義 1.2　e スポーツの競技種目 1.3　e スポーツ業界の現況 1.4　プロプレイヤー・プロチームの定義
	第 10 回～第 18 回	２．e スポーツチームの指揮モデル 1.1　e スポーツチームの成長プロセス 1.2　e スポーツチームの事例研究
	第 19 回～第 27 回	３．e スポーツチームの収益構造 3.1　e スポーツチームの主な収益源 3.2　各収益費目の分析 3.3　e スポーツチームの主な支出先
	第 28 回～第 42 回	４．チームマネジメントの業務構造と業務内容 4.1　マネジメント業務の分類 4.2　組織的成熟度に応じた業務拡大の流れ 4.3　典型的なマネジメント体制 4.4　個別の業務内容とプロセス
	第 43 回～第 51 回	５．e スポーツチームマネジメントの現状 5.1　チーム運営に携わる人材の現況 5.2　チーム運営に携わる人材に必要なスキル

	第 52 回～第 60 回	6．グループ研究「e スポーツチーム」 6.1　研究テーマ設定 6.2　グループ研究 6.3　研究成果発表・講評
評価方法	講義・グループワークへの取組姿勢・成果、レポート課題により評価	
使用教材 **参考資料**	e スポーツチームマネジメント学習テキスト教材を主に使用する。 他の参照資料は別途教員から提示する。	
備考	なし	

2.4. 評価指標

本事業で開発した評価指標について報告する。

2.4.1. 概要

本事業では、前節で詳説したカリキュラムによって養成する人材、すなわち e スポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材に求められる知識やスキルを整理した評価指標を作成した。

開発にあたっては、昨年度から今年度にかけてプロ e スポーツチームに対しヒアリングを実施し、e スポーツチームの運営業務の整理を試みた。その上で、当該業務の遂行に必要な知識やスキルを整理する形で評価指標の作成を行った。

2.4.2. e スポーツチームのマネジメント業務構造

e スポーツチームへのヒアリング結果によれば、e スポーツチームの運営業務には、大きく「選手支援領域」「チーム運営領域」「組織経営領域」の 3 つの業務領域が存在しており、さらに 6 つ業務種別に分類することができる。

◇　選手支援領域
- ・プレイヤーマネジメント業務（スケジュール調整、大会出場サポート等）
- ・人材育成（データ収集・戦略立案、トレーニングサポート、ビジネスマナー指導等）

◇ チーム運営領域
- ・広報・マーケティング（SNS 運営、動画収録・編集、ネット配信環境整備等）
- ・イベント（イベント企画・計画、スタッフ手配、会場制作、イベント運営等）
- ・営業（スポンサー交渉、番組・イベント出演、コンサルティング等）

◇ 組織経営領域
- ・組織経営（経営戦略、事業計画、財政管理、経理、人事・採用、法務等）

以上の業務項目を踏まえ、これらを構造的に整理して、e スポーツチームマネジメント業務構造モデルを作成した。これを下図に示す。

図表 2-4　eスポーツチームマネジメント業務構造モデル

2.4.3. 評価項目の一覧

前項で報告した e スポーツチームマネジメント業務構造モデルに基づき、本事業で養成する人材の評価項目を一覧化したものを以下に示す。

カリキュラムの運用に際しては、この評価項目に基づき、各科目の学習プロセスや学習成果に対し評価を実施する想定である。

図表 2-5　e スポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材評価項目

領域	選手支援領域
業務分類	評価項目
プレイヤーマネジメント	スケジュール調整・管理についての知識・スキル
	大会出場サポートについての知識・スキル
	e スポーツ英語（翻訳・通訳等）についての知識・スキル
	健康管理サポートについての知識・スキル
	メンタル管理サポートについての知識・スキル
	対外折衝サポートについての知識・スキル
	プレイ環境整備（ハードウェア）についての知識・スキル
	プレイ環境整備（通信環境）についての知識・スキル
人材育成	e スポーツに関わるデータ収集についての知識・スキル
	e スポーツ競技の戦略・戦術立案支援についての知識・スキル
	プレイスキルトレーニングサポートについての知識・スキル
	マインドトレーニングサポートについての知識・スキル
	ビジネスマナー・モラル指導についての知識・スキル
	プレイヤースカウトについての知識・スキル
領域	チーム運営領域
業務分類	評価項目
広報・マーケティング	SNS 運営・管理（Twitter）についての知識・スキル
	SNS 運営・管理（Instagram）についての知識・スキル
	SNS 運営・管理（Facebook）についての知識・スキル
	ホームページ運営・管理についての知識・スキル
	動画収録・編集についての知識・スキル
	ネット配信環境整備についての知識・スキル
	動画配信（Twitch）についての知識・スキル
	動画配信（YouTube）についての知識・スキル
	動画配信（Mildom, Mirrativ 等）についての知識・スキル

	業界動向に関わる情報収集・分析についての知識・スキル
	ファン対応についての知識・スキル
	グッズデザインについての知識・スキル
	グッズ販売・流通についての知識・スキル
イベント	e スポーツイベント企画についての知識・スキル
	e スポーツイベント計画についての知識・スキル
	e スポーツイベントの競技ルール整備についての知識・スキル
	e スポーツイベントの規約等のルール整備についての知識・スキル
	出演者・スタッフ手配についての知識・スキル
	イベント会場制作についての知識・スキル
	イベント演出についての知識・スキル
	イベント映像配信についての知識・スキル
	音響についての知識・スキル
	イベント運営・管理についての知識・スキル
営業	スポンサー交渉についての知識・スキル
	番組・イベント出演についての知識・スキル
	コンサルティングについての知識・スキル
領域	チーム運営領域
業務分類	評価項目
広報・マーケティング	SNS 運営・管理（Twitter）についての知識・スキル
	SNS 運営・管理（Instagram）についての知識・スキル
	SNS 運営・管理（Facebook）についての知識・スキル
	ホームページ運営・管理についての知識・スキル
	動画収録・編集についての知識・スキル
	ネット配信環境整備についての知識・スキル
	動画配信（Twitch）についての知識・スキル
	動画配信（YouTube）についての知識・スキル
	動画配信（Mildom, Mirrativ 等）についての知識・スキル
	業界動向に関わる情報収集・分析についての知識・スキル
	ファン対応についての知識・スキル
	グッズデザインについての知識・スキル
	グッズ販売・流通についての知識・スキル

2.5. 教材開発

今年度は、「PBL 教材」「テキスト教材」「ケーススタディ教材」「e ラーニング教材」の 4 種の教材の開発に取組んだ。以下、それぞれ開発成果を報告する

2.5.1. PBL 教材

2.5.1.1. PBL 教材の概要

PBL とは「Project Based Learning」の略称であり、一般的には例えば以下のように定義される。

図表 2-6　PBL の一般的な定義

・　情報システム開発等のプロジェクトを課題として設定し、学習者を中心に編成されたプロジェクトチームによる主体的な取り組みを促し、課題を解決させていく教育方法。 ・　課題解決を通して、専門知識の活用能力の他、計画立案・遂行能力、プレゼンテーション能力、チーム運営能力等といった実務スキルや問題解決能力の向上を図ることが狙い。

本事業では、PBL の中でも「講師主導型 PBL」を採用した。これは即ち、実際のプロジェクトに準拠した案件を題材に、事前に用意されたシナリオに沿ってプロジェクトを進行していくものである。講師がファシリテーションを行いながら、要所で課題や解決策、解答例を提示することで、進行の流れや成果物の水準を一定に維持することができる。

以上のような PBL によって期待できる学習効果には、以下のようなものがある。

① 知識・スキルやコンピテンシー等の習得の促進
- 実務に近い環境で、過去の自分の経験や知識を新しい知識と関連づけていく学習方法であり、実践力の向上が期待できる。

② “学び方”の習得の促進
- 問題を解決するために、自身の力で課題を発見し、その解決方法を検討・立案し、実行することにより、自身が成長し続けるための学び方を習得することができる。

③ 学習者自身の主導的な学習によるモチベーションの喚起
- 学習者自身が最初に課題や問題を認識し、具体的な目的を持って解決して行く責任があり、学習に対する動機づけとなる。

2.5.1.2. PBL 教材の学習テーマ

今年度はプロ e スポーツチームのマネジメント業務から、3 つのテーマを選出してそれぞれ PBL 教材の作成を行った。選出したテーマは次の通りである。

(1) スポンサー営業

- 仮想的な e スポーツチームの活動原資獲得を目的に、スポンサー候補の情報収集や営業資料の作成、アポイントメント・プレゼンテーションなどを行う。

(2) 戦術検討

- 国内の大規模大会でも採用されている e スポーツ競技「クラッシュロワイヤル」を題材に、情報収集・分析等を行い戦術の検討・立案を行う。

(3) トレーニングプラン立案

- 国内外で人気の高い e スポーツ競技種「FPS（ファースト・パーソン・シューティング)」を題材に、プレイスキルトレーニングに関わる情報収集・分析等を行い、トレーニングプランの検討・立案を行う。

以下、各テーマの PBL 教材の概要を報告する。

2.5.1.3. スポンサー営業 PBL

本 PBL 教材では、具体的な学習テーマを「e スポーツチームのスポンサー獲得を目的とした営業活動」としている。この教材による学習を通して、e スポーツチームの業務「スポンサー営業」の業務プロセスの理解や、グループワークによる共同作業の要点の理解、論理的思考力・プレゼン力等の醸成を目的とした。

本 PBL 教材の学習は、全 5step で構成される。以下に、本 PBL 教材による学習プロセスを掲載する。この学習プロセスに基づき、学習者 2〜3 名程度のチームでグループワークにより課題解決に取り組む。各 step では 1~3 つ程度の課題が設定されており、各課題に順次取り組みながら、アウトプットを作成していく。その際、講師はファシリテータ、アドバイザー等を担当して学習者に自立的な学習を促し、コンピテンシーの醸成を図る。

図表 2-7 「スポンサー営業」PBL 教材による学習プロセス

STEP	テーマ	時間数
STEP1	営業対象の企業のリストアップ	2.0 時間
STEP2	スポンサー営業資料の作成	8.5 時間

STEP3	営業先へのアポイントメント	1.0 時間
STEP4	スポンサー交渉	1.0 時間
STEP5	営業報告	1.5 時間

2.5.1.4. 戦術検討 PBL

本 PBL 教材では、具体的な学習テーマを「クラッシュロワイヤルの戦術プランの立案」としている。この教材による学習を通して、e スポーツチームの業務「データ収集・戦術立案支援」の業務プロセスの理解や、グループワークによる共同作業の要点の理解、論理的思考力・プレゼン力等の醸成を目的とした。

本 PBL 教材の学習は、全 3step で構成される。以下に、本 PBL 教材による学習プロセスを掲載する。この学習プロセスに基づき、学習者 2〜3 名程度のチームでグループワークにより課題解決に取り組む。各 step では 1~3 つ程度の課題が設定されており、各課題に順次取り組みながら、アウトプットを作成していく。その際、講師はファシリテータ、アドバイザー等を担当して学習者に自立的な学習を促し、コンピテンシーの醸成を図る。

図表 2-8 「戦術検討」PBL 教材による学習プロセス

STEP	テーマ	時間数
STEP1	勝利条件の確認と情報分析	1.0 時間
STEP2	戦術の立案・検証・評価・改善	3.0 時間
STEP3	プレゼンテーション	1.5 時間

2.5.1.5. トレーニングプラン立案 PBL

本 PBL 教材では、具体的な学習テーマを「FPS におけるトレーニングプランの立案」としている。この教材による学習を通して、e スポーツチームの業務「トレーニングサポート」の業務プロセスの理解や、グループワークによる共同作業の要点の理解、論理的思考力・プレゼン力等の醸成を目的とした。

本 PBL 教材の学習は、全 3step で構成される。以下に、本 PBL 教材による学習プロセスを掲載する。この学習プロセスに基づき、学習者 2〜3 名程度のチームでグループワークにより課題解決に取り組む。各 step では 1~3 つ程度の課題が設定されており、各課題に順次取り組みながら、アウトプットを作成していく。その際、講師はファシリテータ、アドバイザー等を担当して学習者に自立的な学習を促し、コンピテンシーの醸成を図る。

図表 2-9　「トレーニングプラン立案」PBL 教材による学習プロセス

STEP	テーマ	時間数
STEP1	トレーニング対象の特性分析	3.0 時間
STEP2	トレーニングメニューの検討	7.5 時間
STEP3	トレーニングプランの作成	3.5 時間

2.5.1.6. 教材の構成

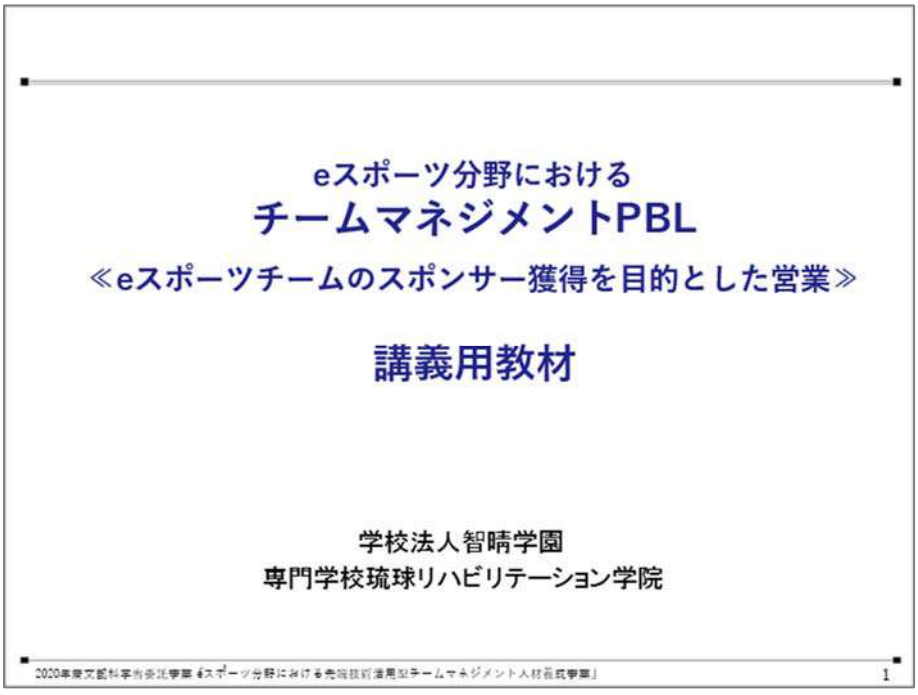
本 PBL 教材は、「講義用教材」と「指導ガイド」から成る。

①講義用教材

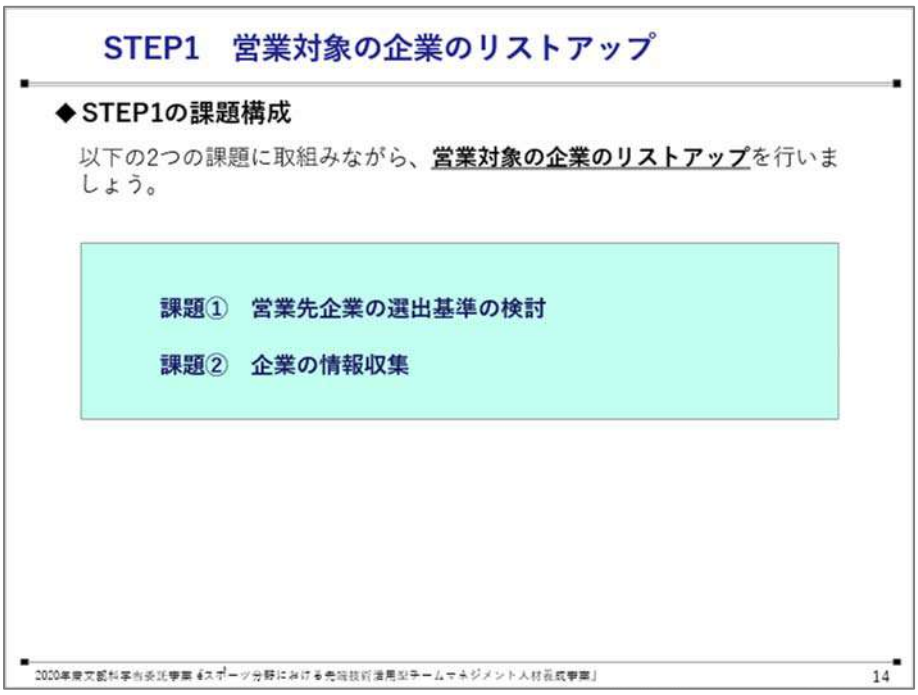
講義用教材は、講師および学習者の共用の資料である。PBL 学習の目的やプロジェクトに係る情報、状況設定、課題、ワークシート等を掲載した資料で、PBL による学習は同資料に沿って行われる。冒頭には、本 PBL 全体の学習設定や学習構成を説明する資料が掲載されており、その後、step ごとに、当該 step の学習設定や学習の流れ、課題の説明、ワークシート、参考資料題等が掲載されている。

以下に本資料のイメージを掲載する。

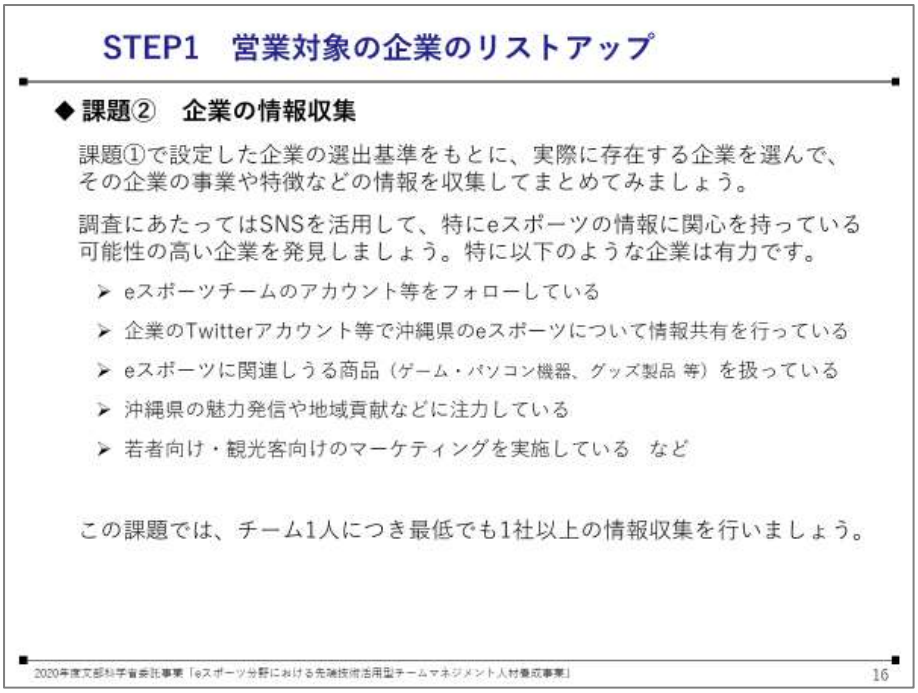
図表 2-10　スポンサー営業 PBL 教材「講義用教材」　表紙



図表 2-11　スポンサー営業 PBL 教材「講義用教材」　step 説明



図表 2-12　スポンサー営業 PBL 教材「講義用教材」　課題説明

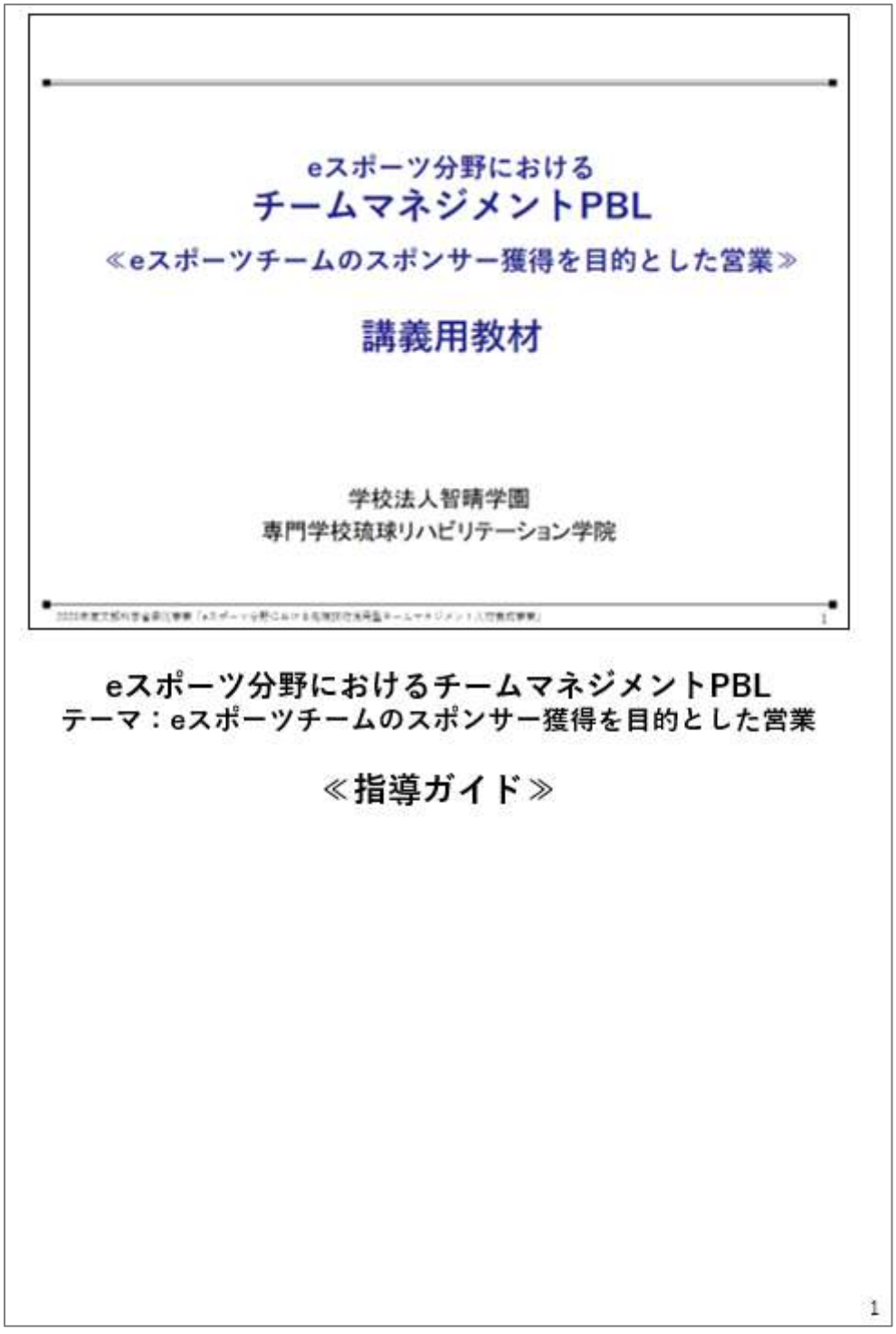


図表 2-13　スポンサー営業 PBL 教材「講義用教材」　ワークシート

②指導ガイド

講義用教材は、講師用の資料である。PBL 学習を進めるにあたって、各 STEP やそこに設定された各課題について、授業の進め方、指導目標や要点、考え方、評価の観点などを掲載している。

図表 2-14　スポンサー営業 PBL 教材「指導ガイド」　表紙



図表 2-15　PBL 教材「指導ガイド」　課題の指導内容・指導方法等

課題②では、課題①に検討した選出基準に合わせて企業を選出させる。
その際、スライド内には選出基準設定の例を示しているが、学習者が検討した基準が適切であれば、そちらを優先して構わないことを伝える。

情報収集の方法は学生が決定するが、インターネットを中心に利用することが想定される。その際、特に積極的にSNSを活用するように指導したい。特にTwitterはリアルタイムの企業動向を伺える場合が多く、妥当性の高い情報を得られる可能性が高い。

なお、フリーライダー問題（一部の学生がプロジェクト活動を行い、活動に非協力的な学生がその成果を享受してしまうこと）が発生しないよう、チームメンバー1人につき1つ以上の企業情報を出すよう指導する。

16

2.5.2. テキスト教材

2.5.2.1. 開発概要

本事業では、e スポーツチームのマネジメントや、そこで活用できる先端技術に関して知識学習を行うことを狙いとしたテキスト教材を開発に取組んだ。今年度の事業では、特にカリキュラムの学習領域「e スポーツ」「先端技術情報」の科目群で使用する想定の 2 点のテキスト教材を開発した。これらはいずれも、要点を整理したパワーポイントスライドと、各スライドの内容を補足するスライドノートで構成される。

「e スポーツ」のテキストでは、e スポーツチームにマネジメント業務の詳細に関するヒアリングを実施した上で、チームマネジメントの業務内容や求められるスキル等について学習する内容となっている。

「先端技術情報」のテキストでは、e スポーツチームのマネジメントで実際に使用されている重要度の高い SNS ツールを活用する上でのポイントや考え方、活用方法、活用事例、注意点等を学習する内容となっている。

2.5.2.2. テキスト教材「e スポーツチームマネジメント」目次構成

本テキストでは、e スポーツチームへのヒアリング情報を参考に、e スポーツ業界の現況、e スポーツチームの組織モデルや収益構造、業務構造とその内容などについて概説することを目的として、内容設計を行った。

以下に、本教材の目次構成を掲載する。

1. e スポーツチームの定義・現況
   (1) e スポーツの定義
   (2) e スポーツの競技種目
   (3) e スポーツ業界の現況
   (4) プロプレイヤーの定義
   (5) e スポーツチームの定義
   (6) 代表的な国内のプロ e スポーツチーム
2. e スポーツチームの組織モデル
   (1) e スポーツチームの成長プロセス
   (2) e スポーツチームの事例紹介
3. e スポーツチームの収益構造

(1) e スポーツチームの主な収益源
(2) 賞金
(3) スポンサー収入
(4) 投げ銭収入・動画配信広告料配分
(5) グッズ・チケット収入
(6) e スポーツチームの主な支出先

4. e スポーツチームマネジメントの業務構造と業務内容
(1) マネジメント業務の分類
(2) 組織的成熟度に応じた業務拡大の流れ
(3) マネジメントスタッフの構成と役割
(4) 選手支援① プレイヤーマネジメント
(5) 選手支援② 人材育成
(6) チーム運営① 広報・マーケティング
(7) チーム運営② イベント
(8) チーム運営③ 営業
(9) 組織経営（代表業務）

5. e スポーツチームマネージャーに必要なスキル
(1) チームマネジメント人材の現況（過不足感）
(2) マネジメント人材に必要なスキルの概観
(3) 社会人としての常識・マナー
(4) コミュニケーション力
(5) e スポーツに関わる知識
(6) SNS 運営スキル
(7) イベント運営
(8) ビジネス知識（経営・法律・税務等）

2.5.2.3. テキスト教材「SNS 活用」目次構成

e スポーツチームでは、様々な業務において Twitter、Instagram、Facebook 等の SNS を活用している。一般企業等も SNS を活用したマーケティングを実施しているが、あくまで従来方式の副次的な活用に留まる。e スポーツにおいては各種業務を遂行する上で、SNS が主要なツールとして採用されており、これを活用した新しいマネジメントの考え

方、手法が見られる。

そこで本事業では、SNS を先端マネジメントツールとして位置づけ、e スポーツチームへのヒアリング情報を参考に、SNS ツールを活用する上でのポイントや考え方、活用方法、活用事例、注意点等を概説することを目的としたテキストを設計・開発した。

以下に、本教材の目次構成を掲載する。

1. なぜ SNS なのか
   (1) マーケティングの４P と４C
   (2) 企業視点と顧客視点
   (3) ターゲットの設定
   (4) コンセプト・ベネフィット
   (5) 購買行動モデル AIDMA
   (6) 購買行動モデル AISAS
   (7) 購買行動モデル SIPS

2. インターネットの流れ
   (1) インターネットの新文化
   (2) ソーシャルメディアとは
   (3) ソーシャルメディアの役割

3. SNS の使い方
   (1) コンセプトの明確化
   (2) ターゲット（顧客目線）
   (3) 普及させるための方法
   (4) 更新頻度
   (5) パーソナル・ブランディング
   (6) 現実（リアル）との連動
   (7) キャッチコピー
   (8) PDCA

4. 安全に SNS を活用するために
   (1) 具体的な SNS のトラブル
   (2) 事前炎上対策
   (3) 炎上時の対応
   (4) 炎上のメカニズム

5. SNS トラブルの事例

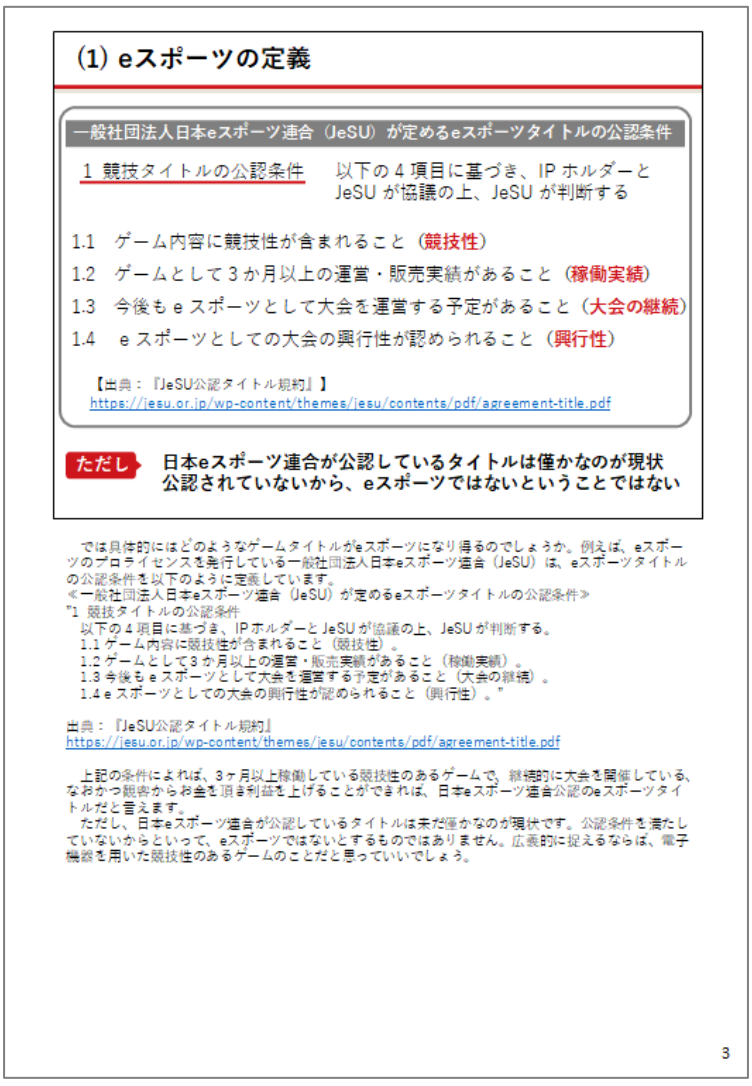
(1) 女性プレイヤーへの「性差別問題」
(2) 内部告発から始まった大炎上

2.5.2.4. 教材イメージ

各教材は、PowerPoint のスライド形式で作成し、スライド部分に要点が記載され、その補足を行う情報をノート部分に記載した。補足情報としては、文章だけでなく、インターネット上に存在する既存の参考情報なども含めて掲載している。

次に示すは、テキスト教材「e スポーツチームマネジメント」のイメージである。今年度開発した 2 種のテキスト教材はいずれも同様の様式で作成した。

図表 2-16　テキスト教材「e スポーツチームマネジメント」



(1) eスポーツの定義

一般社団法人日本eスポーツ連合（JeSU）が定めるeスポーツタイトルの公認条件

1 競技タイトルの公認条件　以下の 4 項目に基づき、IP ホルダーと JeSU が協議の上、JeSU が判断する

1.1 ゲーム内容に競技性が含まれること（競技性）
1.2 ゲームとして 3 か月以上の運営・販売実績があること（稼働実績）
1.3 今後も e スポーツとして大会を運営する予定があること（大会の継続）
1.4 e スポーツとしての大会の興行性が認められること（興行性）

【出典：『JeSU公認タイトル規約』】
https://jesu.or.jp/wp-content/themes/jesu/contents/pdf/agreement-title.pdf

ただし　日本eスポーツ連合が公認しているタイトルは僅かなのが現状
公認されていないから、eスポーツではないということではない

では具体的にはどのようなゲームタイトルがeスポーツになり得るのでしょうか。例えば、eスポーツのプロライセンスを発行している一般社団法人日本eスポーツ連合（JeSU）は、eスポーツタイトルの公認条件を以下のように定義しています。
≪一般社団法人日本eスポーツ連合（JeSU）が定めるeスポーツタイトルの公認条件≫
"1 競技タイトルの公認条件
以下の 4 項目に基づき、IP ホルダーと JeSU が協議の上、JeSU が判断する。
1.1 ゲーム内容に競技性が含まれること（競技性）。
1.2 ゲームとして 3 か月以上の運営・販売実績があること（稼働実績）。
1.3 今後も e スポーツとして大会を運営する予定があること（大会の継続）。
1.4 e スポーツとしての大会の興行性が認められること（興行性）。"

出典：『JeSU公認タイトル規約』
https://jesu.or.jp/wp-content/themes/jesu/contents/pdf/agreement-title.pdf

上記の条件によれば、3 ヶ月以上稼働している競技性のあるゲームで、継続的に大会を開催している、なおかつ観客からお金を頂き利益を上げることができれば、日本eスポーツ連合公認のeスポーツタイトルだと言えます。
ただし、日本eスポーツ連合が公認しているタイトルは未だ僅かなのが現状です。公認条件を満たしていないからといって、eスポーツではないとするものではありません。広義的に捉えるならば、電子機器を用いた競技性のあるゲームのことだと思っていいでしょう。

3

2.5.3. ケーススタディ教材

2.5.3.1. 開発概要

本事業で開発した教育プログラムでは、SNS を先端マネジメントツールとして位置づけ、これを活用したマネジメント手法を中核的な学習内容のひとつとして扱っている。特に e スポーツに関わるビジネスは 10 代～20 代の若年層がターゲットであり、SNS は当該世代に対する高い訴求力を有する。このことから、e スポーツチームのマネジメント業務においては、様々なシーンにおいて SNS が活用されており、当該ツールは重要な役割を果たしている。

一方で、近年は SNS に関連したトラブルの事例が多発しており、e スポーツ業界も例外ではない。e スポーツチーム運営や所属選手の情報発信は Twitter や YouTube などの SNS が主要なツールとなっていて、多数の一般ユーザーが彼らをフォローしている。参考までに、国内最大手の人気チーム「Detonation Gaming」の Twitter フォロワー数は 5.5 万人、YouTube のチャンネル登録数は 1.68 万人にも上る。こうした状況下においては、SNS で発信する情報に対し、細心の注意を払わなければならないが、実際には不適切な利用・情報発信によりトラブルが多発している。これらのトラブルの中には、e スポーツ業界全体の不利益に繋がったり、選手生命が断たれたり、チームの運営に深刻な影響をきたしたりしている事例も見受けられる。

そこで本事業では、前述の「SNS 活用」を題材としたテキストだけではなく、こうしたトラブルを未然に防ぐための意識を醸成するためのケーススタディ教材を開発した。本教材では、e スポーツ業界やその周辺業界において実際に発生した SNS 上のトラブル（いわゆる炎上事例）を主な題材として、その原因や対応の問題点、解決策、予防策などを事例研究することを主題としている。

2.5.3.2. 題材事例

本教材の開発にあたって、実際に発生した SNS 上のトラブルについて、以下の 4 種の事例収集を行い、計 16 件の情報が掲載された事例集を作成した。

図表 2-17　収集した SNS 炎上事例

テーマ	事例数
e スポーツ（Twitter での情報発信）で選手やチーム等が炎上した事例	5 事例
e スポーツ（動画配信中の発言等）で選手やチーム等が炎上した事例	4 事例
スポーツ選手・チームが炎上した事例	4 事例
インフルエンサー（芸能人・アイドル等）が炎上した事例	3 事例

この事例集の中から特徴的な以下の 5 つの事例を選出し、教材の開発を実施した。

図表 2-18　収集した SNS 炎上事例

ケース①　e スポーツ選手による動画配信中の暴言による炎上事例
ケース②　フランス人プロゲーマーによる人種差別発言炎上事例
ケース③　サッカー選手のメディア報道に対する反発ツイートによる炎上事例
ケース④　米国メジャーリーガーによる SNS での嫌がらせに関わる炎上事例
ケース⑤　お笑い芸人によるツイートに対する炎上事例

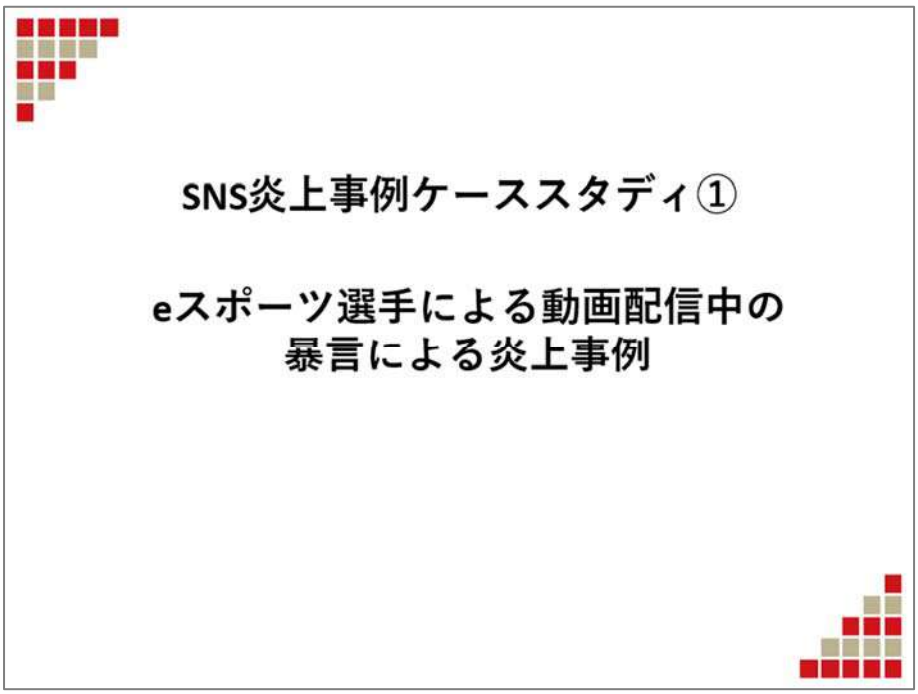
2.5.3.3. 教材の構成

本ケーススタディ教材は、「学習教材」と「指導ガイド」から成る。

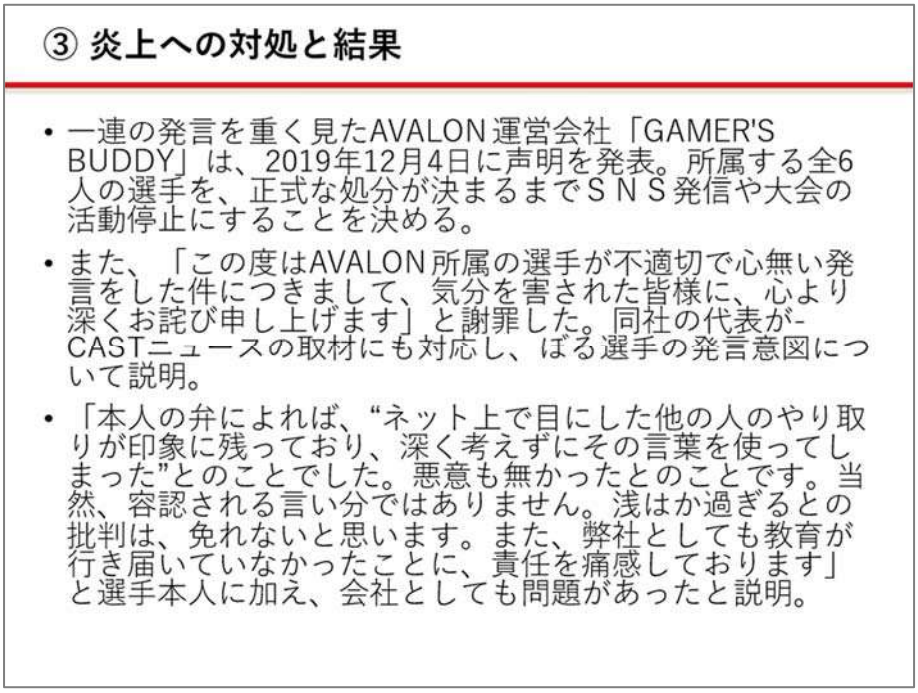
①学習教材

講義用教材は、講師および学習者の共用の資料である。各ケースにつき、事例情報、参照 URL、検討課題が掲載されている。以下に本資料のイメージを掲載する。

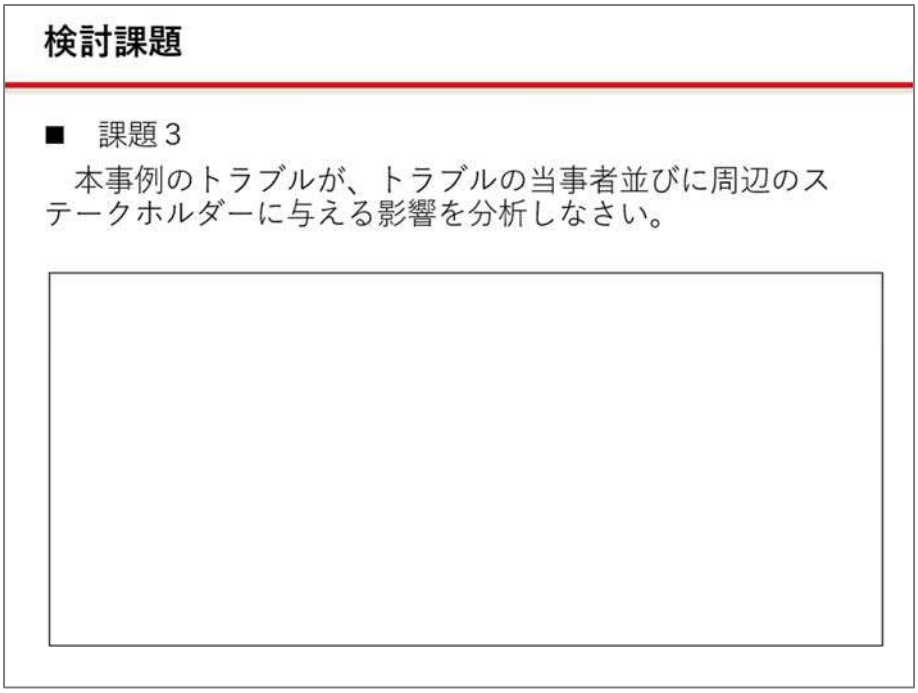
図表 2-19　ケース①「学習教材」　表紙



図表 2-20　ケース①「学習教材」　事例情報



図表 2-21　ケース①「学習教材」　検討課題



②指導ガイド

指導ガイドには各ケースに設定された各検討課題の着眼点や指導のポイントを掲載している。以下に本資料のイメージを掲載する。

図表 2-22　スポンサー営業 PBL 教材「講義用教材」　ワークシート

ケース①　e スポーツ選手による動画配信中の暴言による炎上事例

■　課題１の考え方

課題文：本事例で SNS 炎上の焦点となった問題点について分析し、簡潔に整理しなさい。

- 本課題では、事例情報の読み込みと問題点の再確認を行うことが目的である。
- 本事例では、e スポーツチームに所属しているプロプレイヤーが暴言を吐いたこと、その内容が相手プレイヤーのみならず、障がい者をも明確に侮辱したことが問題点である。

■　課題２の考え方

課題文：本事例の炎上騒動に参加している人々の属性について分析しなさい。

- 本課題では、炎上騒動に参加している人々が、どのような属性を持つのかを、客観的に考えさせることを目的とした課題である。
- 検討内容にエビデンスがあるとなおよいが、論理的な考察・推察でも構わない。
- 本事例では暴言の被害者側のプレイヤーを応援している人々、障がい者本人・関係者などがまず考えらえる。その他にも義憤にかられた人々、炎上騒動に便乗したい人々など、e スポーツや障害者とは直接的に関係ない参加者にも議論が及ぶとなお良い。

■　課題３の考え方

課題文：本事例のトラブルが、トラブルの当事者並びに周辺のステークホルダーに与える影響を分析しなさい。

- 本課題では、炎上騒動が与える影響について客観的に考えさせることを目的とする。
- 本事例では、トラブルの加害者となったプレイヤーがチームに所属し、プロとしてスポンサーがつく形で活動していることから、影響範囲は当事者のみに留まらない。当事者の好感度・人気が大幅に下がりファン離れが生じれば、動画配信などの投げ銭やグッズ販売等の収益の減収に繋がる。またこうした事例ではスポンサーにも批判が及ぶこともあり、スポンサーのイメージダウン等に繋がる恐れもある。こうした場合、スポンサー離れが生じる可能性が高く、チームの活動原資の獲得がままならず、運営が立ち行かなくなる恐れもある。
- 上記のように、多角的な視点で影響を与える範囲と、その結果何が生じるかを検討するように指導する。

2

2.5.4. e ラーニング教材

2.5.4.1. 開発概要

本事業で開発する教育プログラムの学習内容のうち、特に講義形式で学習する部分については、カリキュラムのフレキシビリティを高める観点から、e ラーニング採用による自己学習も想定したい。

そこで、今年度は前述したテキスト教材をもとに、学習者が自立的に知識学習を実施するための講義映像教材を開発した。この映像教材は、特に学習領域「先端技術情報」「e スポーツ」領域の科目での使用を想定されている。また、この講義映像で取り扱う学習内容は、本事業で開発した PBL 学習やケーススタディ学習で必要となる知識をフォローする内容ともなっている。集合学習による講義の代替としての活用方法も然ることながら、PBL 学習やケーススタディ学習の過程で不足した知識を、学習者が自発的かつ自立的に学習する環境を提供することも重要な目的の一つである。

2.5.4.2. 教材の構成

前項で報告した「e スポーツチームマネジメント」と「SNS 活用」の 2 種のテキスト教材の PowerPoint スライドそれぞれについて、講師が解説を行う構成で、講義映像教材コンテンツを開発した。講義項目は次に示すとおりである。

■e スポーツチームマネジメント

1. e スポーツチームの定義・現況
2. e スポーツチームの組織モデル
3. e スポーツチームの収益構造
4. e スポーツチームマネジメントの業務構造と業務内容
5. e スポーツチームマネージャーに必要なスキル

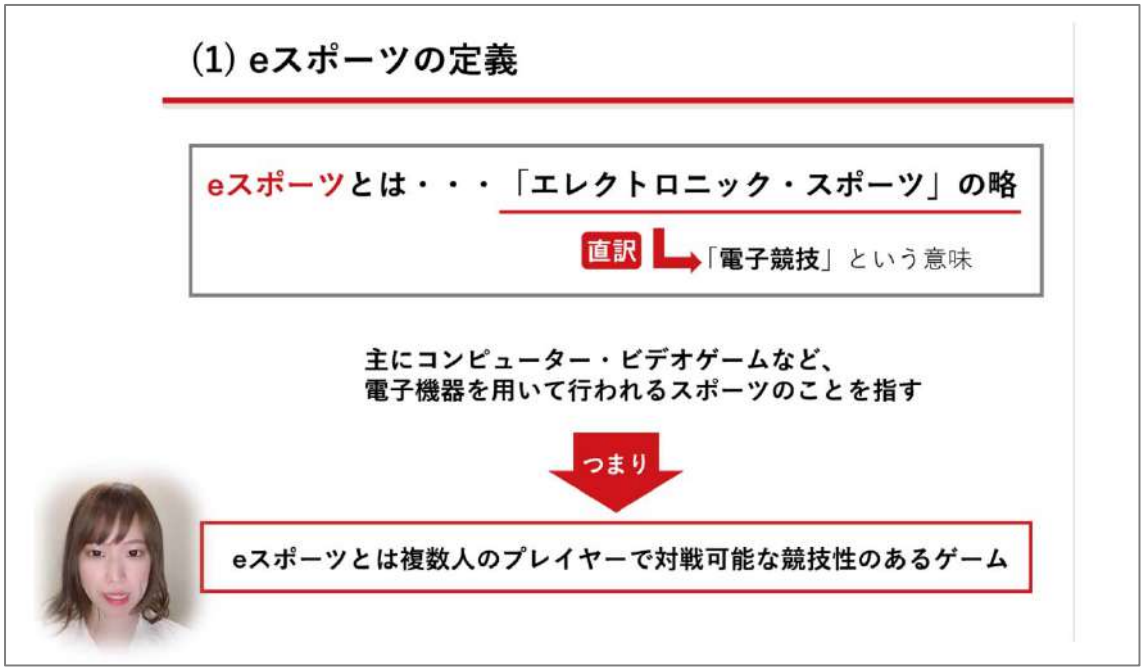
■SNS 活用

1. なぜ SNS なのか
2. インターネットの流れ
3. SNS の使い方
4. 安全に SNS を活用するために
5. 事例

2.5.4.3. 教材イメージ

以下は、今年度開発した「e スポーツチームマネジメント」の講義映像コンテンツのイメージである。画面上に PowerPoint スライドを大きく表示し、左下に講師の映像が挿入された構成となっている。今年度は、いずれの講義映像も同様の様式で開発を実施した。

図表 2-23　e スポーツチームマネジメントの講義動画コンテンツ



2.5.4.4. e ラーニング環境

ここで開発された講義映像コンテンツは、インターネット上で学習者が必要に応じて視聴する形で運用することを想定している。

そこで本事業では、インターネット環境に接続されたパソコン・タブレット・スマートフォン等によって利用できる e ラーニング環境を用意した。この環境は、各端末のインターネットブラウザ上で動作する。機能としては、ログイン機能、資料閲覧機能、講義映像機能などが用意されている。この環境に本事業で開発した各種教材をコンテンツとして実装することにより、学習者が任意のタイミングで学習できる環境を整備した。

3. 実証報告

3.1. 実施趣旨・目的

本事業において開発したカリキュラムや教材の一部を抽出し再構成する形で、実証講座を開催した。対象者は、e スポーツのチーム運営に携わることを志す専修学校専門課程在籍者、または専門課程進学予定者、社会人等である。この講座の実施を通して、カリキュラム・教材等の有効性や妥当性、運用時の課題などを検証することを目的とした。

3.2. 実施内容

3.2.1. 実施の概要

本講座の実施概要を以下に示す。本講座は専門学校琉球リハビリテーション学院那覇校の校舎において、12 月中の 2 日間、計 15 時間に渡って実施された。11 月下旬より沖縄県で新型コロナウイルス感染症の感染が拡大し、集合学習の実施が困難かと思われたが、感染症対策を行うことにより、幸い 12 名の参加者を得ることができた。

図表 3-1　実証講座実施概要

講座名	e スポーツチームマネジメント人材養成講座
参加対象者	e スポーツのチーム運営に携わることを志す専修学校専門課程在籍者、または専門課程進学予定者、社会人等
定員	15 名
実施場所	専門学校琉球リハビリテーション学院 那覇校 〒902-0067　沖縄県那覇市安里 2 丁目 5-22
実施期間・学習時間数	11/24（火）～12/20（日）のうち 2 日間として開催 ・1 日目　12/04（土）9:30～17:00（7.5 時間） ・2 日目　12/20（日）9:30～17:00（7.5 時間）
実施内容	(1) 集合学習 1 日目午前（e スポーツ体験会） ➢ ゲーム競技（クラッシュロワイヤル）を用いた模擬大会 (2) 集合学習 1 日目午後（講義・議論） ➢ 講義：日本の e スポーツの概況とこれから ➢ 講義：プロ e スポーツチーム＆プレイヤーの活動 ➢ 講義：e スポーツにおける SNS 活用 (3) 集合学習 2 日目（PBL=Project Based Learning） ➢ チームマネジメント業務 PBL（戦術検討）

受講要件	可能な限り両日とも参加することを受講条件として設定した。
受講者数	12 名

3.2.2. 募集の方法

沖縄県内の高等学校等にポスターを配布する形で受講者募集を実施した。申込は Web 申込フォームから任意で応募する形とした。以下に作成・配布したポスターを掲載する。

図表 3-2　実証講座受講者募集ポスター

3.2.3. 講座の実施内容の詳細

集合学習 2 日間の実施内容を以下に掲載する。

■1 日目（12/04（土）9:30～17:00）

9:30~9:45	・開会挨拶 ・講座の実施目的・スケジュールの説明	事務局

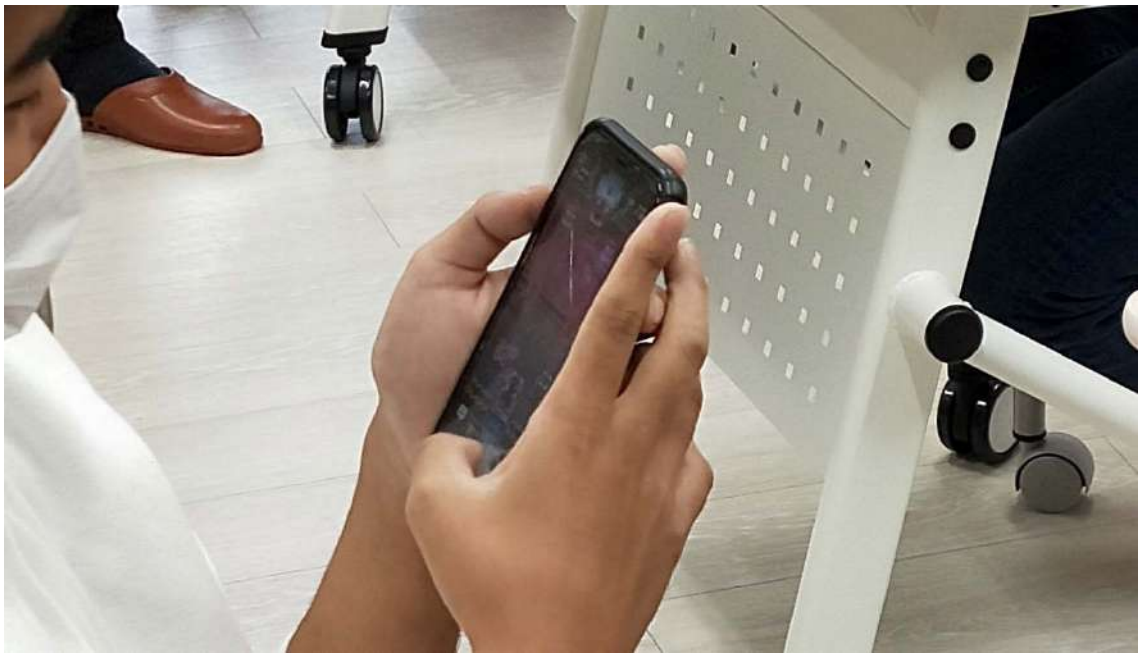
9:45　～ 12:15	・e スポーツ競技体験（クラッシュロワイヤル） - 実施趣旨の説明 - 操作の指導 - 模擬大会の開催 - 表彰式	東京都 e スポーツ連合 筧誠一郎
13;15　～ 14:15	講演① 日本の e スポーツの概況とこれから	東京都 e スポーツ連合 筧 誠一郎
14:20　～ 15:20	講演② プロ e スポーツチーム・プレイヤーの活動	株式会社デジタルハーツホールディングス 畑田 康二郎
15:25　～ 16:50	講演③ e スポーツにおける SNS 活用	京都 e スポーツ協会 堀川 宣和

■2 日目（12/20（日）9:30～17:00）

9:30~9:45	・開会挨拶 ・講座の実施目的・スケジュールの説明	事務局
9:45　～ 12:15	・チームマネジメント PBL（戦術検討） - PBL 学習概要説明 - 導入講義 - STEP 1　勝利条件の確認と情報分析 課題①　勝利条件の確認 課題②　典型的なデッキ編成の共通項分析 課題③　勝利するためのポイントの検討	事務局 東京都 e スポーツ連合 筧誠一郎
13;15　～ 16:50	・チームマネジメント PBL（戦術検討） - STEP 2　戦略の立案・実証・評価・改善 課題①　デッキの編成と基本戦術案の検討 課題②　デッキの実証試験 課題③　デッキの強みと弱み 課題④　デッキの改善 - STEP 3　プレゼン資料の作成 課題　　プレゼン資料の作成 - 成果発表と講評	事務局 東京都 e スポーツ連合 筧誠一郎

3.2.4. 講座の様子

図表 3-3　実施の様子（1 日目・e スポーツ体験）



図表 3-4　実施の様子（1 日目・講義）

図表 3-5　実施の様子（2日目・グループワーク）

3.3. ４受講後アンケートの結果

3.3.1. １日目の受講者アンケート結果

1 日目の講座実施後、講座受講者に対して以下の項目のアンケート調査を実施した。

講演①「日本の e スポーツの概況とこれから」について
- ・講義内容の理解度
- ・講義内容への興味関心
- ・e スポーツへの理解深化への役立ち

講演②「プロ e スポーツチーム＆プレイヤーの活動」について
- ・講義内容の理解度
- ・講義内容への興味関心
- ・e スポーツへの理解深化への役立ち

講演③「e スポーツにおける SNS 活用」について
- ・講義内容の理解度
- ・講義内容への興味関心
- ・e スポーツへの理解深化への役立ち

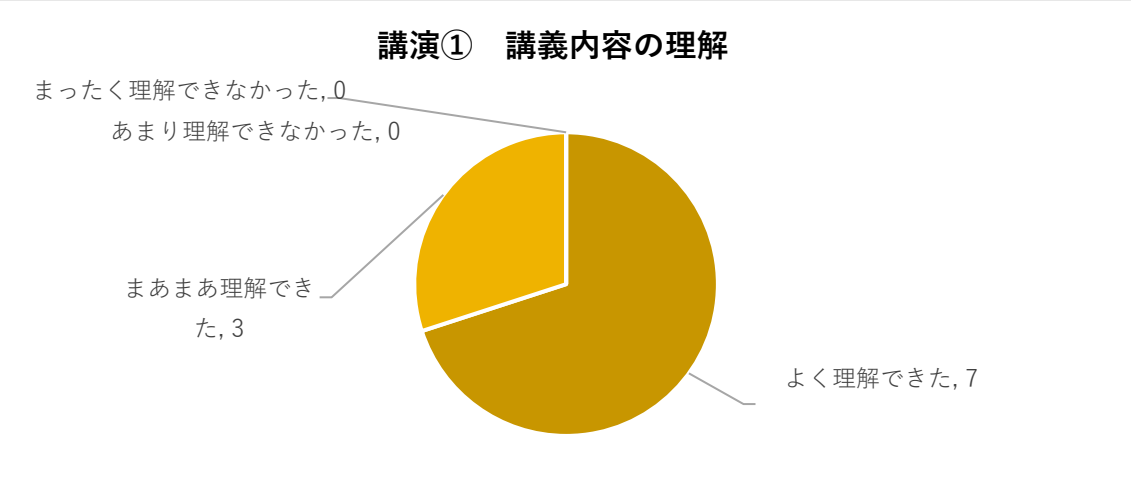
講座全体について
- ・e スポーツに関わる興味の変化
- ・類似した講座への参加意向

以降、集計結果を報告する。

3.3.1.1. 講義「日本のｅスポーツの概況とこれから」について

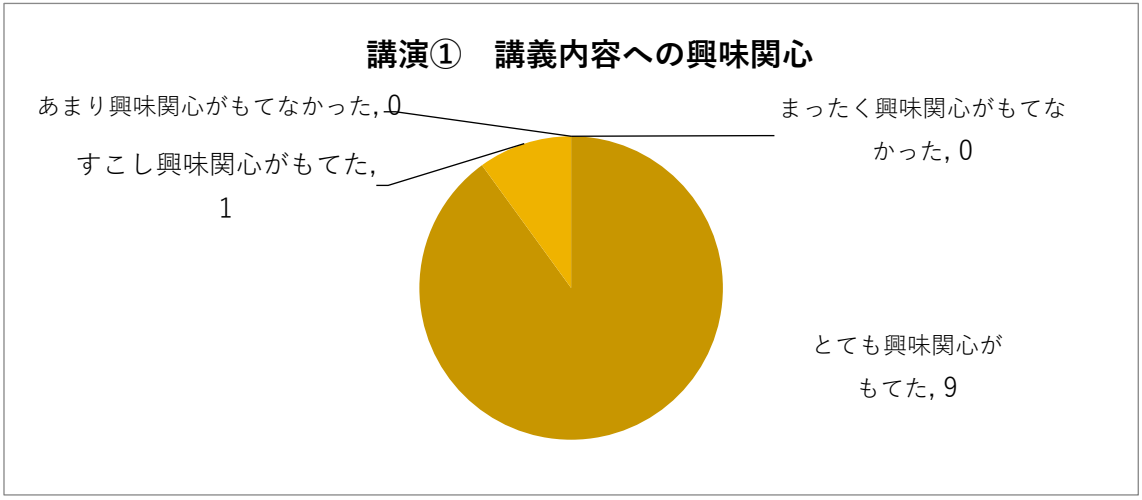
(1) 講演①　講義内容の理解

講義の内容は理解できましたか。該当するものをお選びください。
①よく理解できた　　②まあまあ理解できた
③あまり理解できなかった　　④まったく理解できなかった



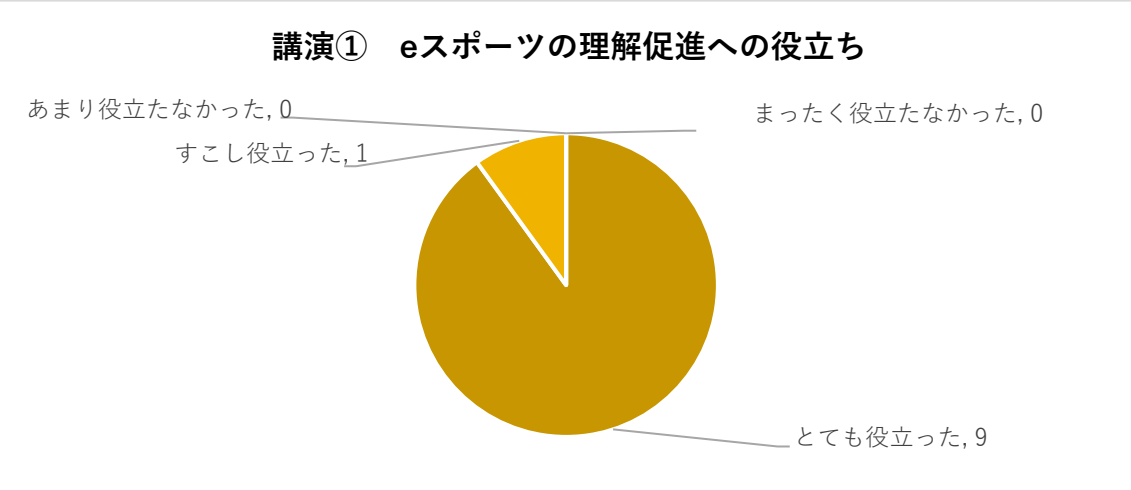
(2) 講演①　講義内容への興味関心

講義のテーマに対して興味・関心が持てましたか。該当するものをお選びください。
①　とても興味・関心が持てた　　②すこし興味・関心が持てた
②　あまり興味関心が持てなかった　　④まったく興味関心が持てなかった



(3) 講演① eスポーツの理解促進への役立ち

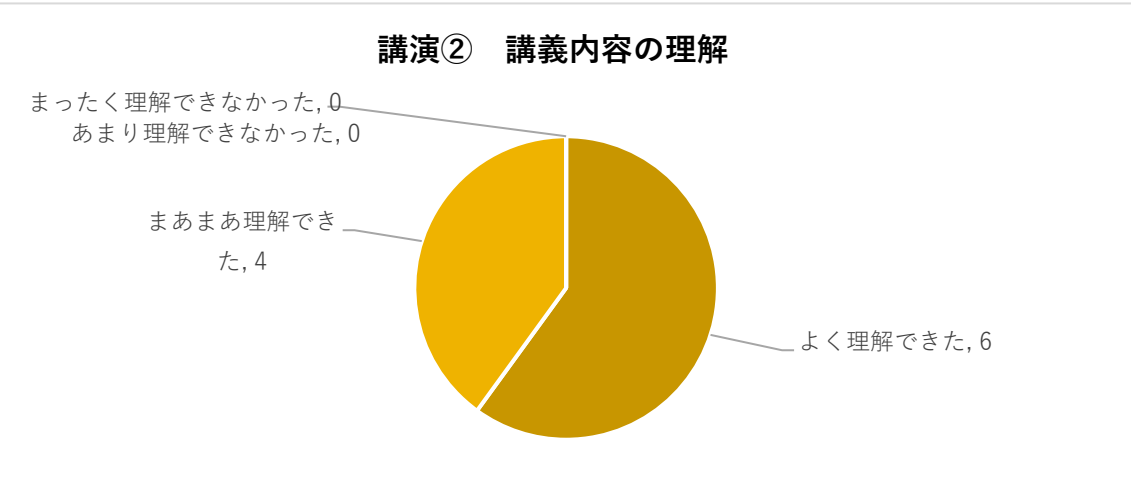
講義の内容は理解できましたか。該当するものをお選びください。
①とても役立った　②すこし役立った
③あまり役立たなかった　④まったく役立たなかった



3.3.1.2. 講義「プロｅスポーツチーム&プレイヤーの活動」について

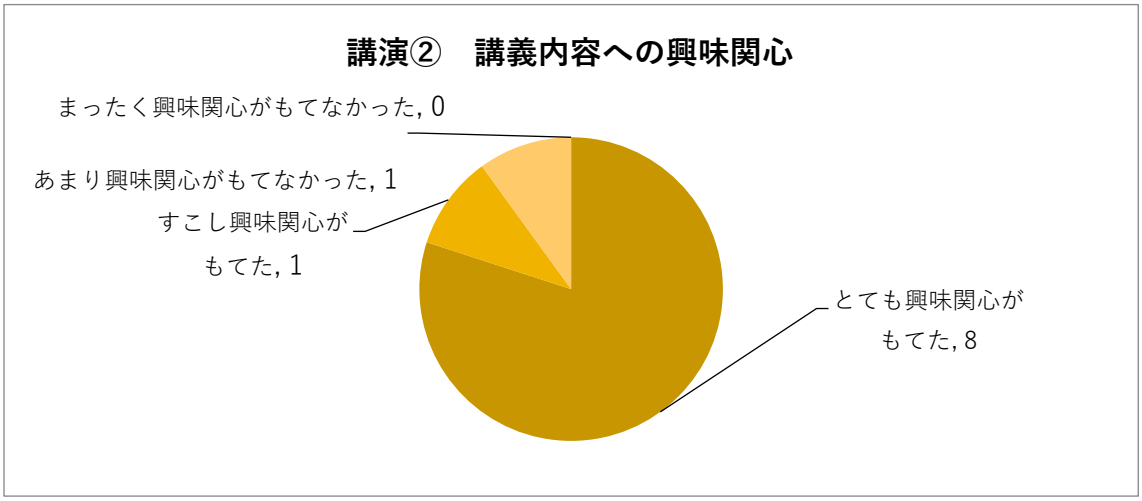
(1) 講演② 講義内容の理解

講義の内容は理解できましたか。該当するものをお選びください。
①よく理解できた　②まあまあ理解できた
③あまり理解できなかった　④まったく理解できなかった



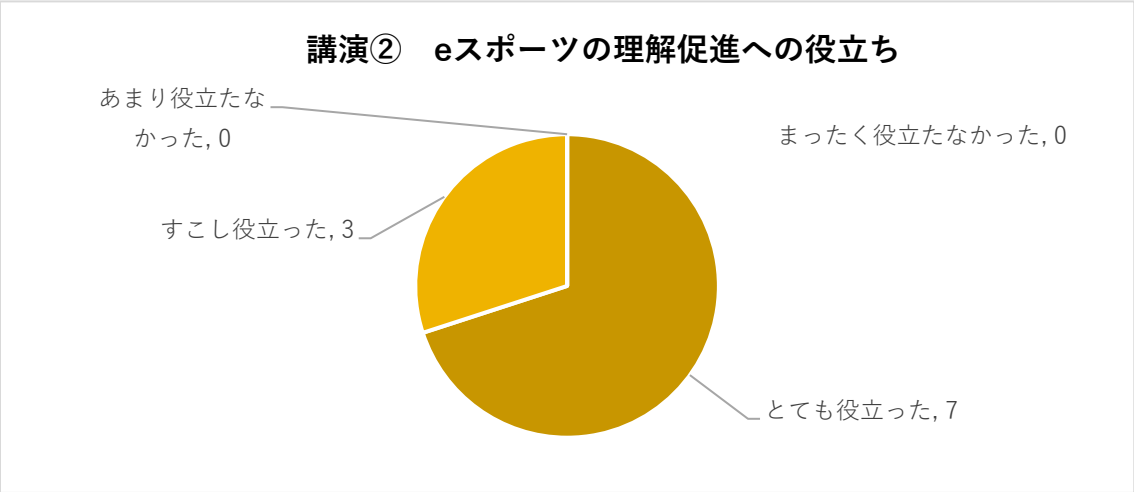
(2) 講演②　講義内容への興味関心

講義の内容は理解できましたか。該当するものをお選びください。
①よく理解できた　　②まあまあ理解できた
③あまり理解できなかった　　④まったく理解できなかった



(3) 講演②　e スポーツの理解促進への役立ち

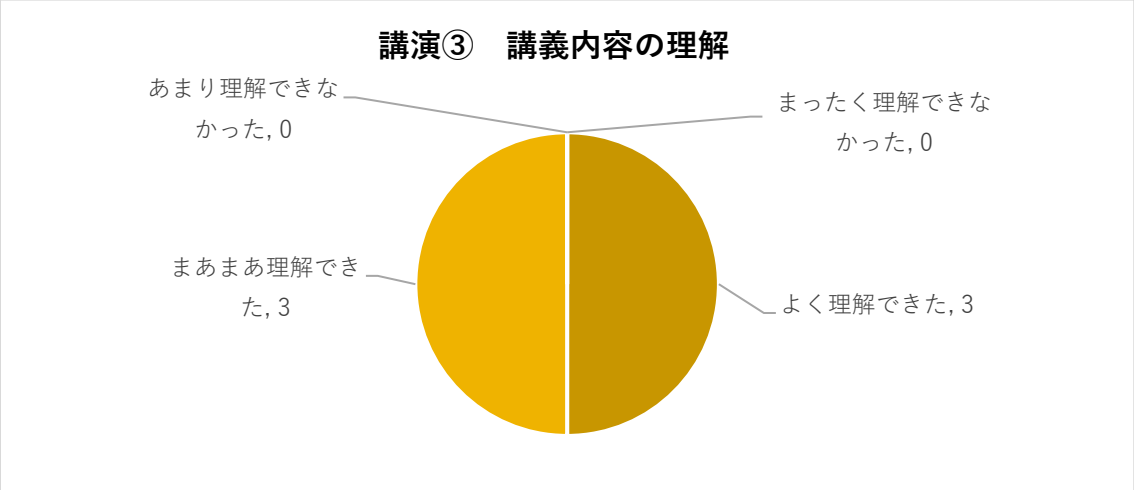
講義の内容は理解できましたか。該当するものをお選びください。
①とても役立った　　②すこし役立った
③あまり役立たなかった　　④まったく役立たなかった



3.3.1.3. 講義「e スポーツにおける SNS 活用」について

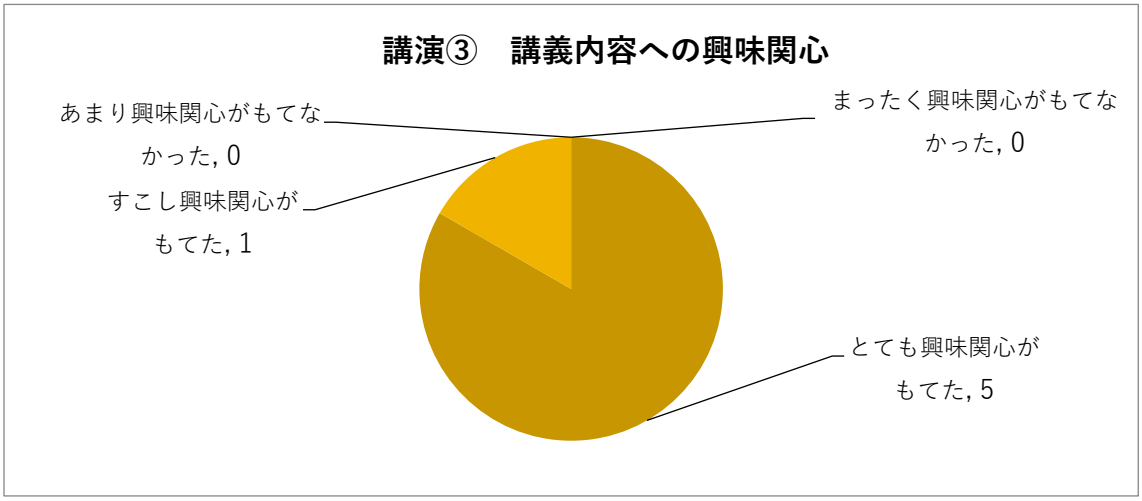
(1) 講演③　講義内容の理解

講義の内容は理解できましたか。該当するものをお選びください。
①よく理解できた　　②まあまあ理解できた
③あまり理解できなかった　　④まったく理解できなかった



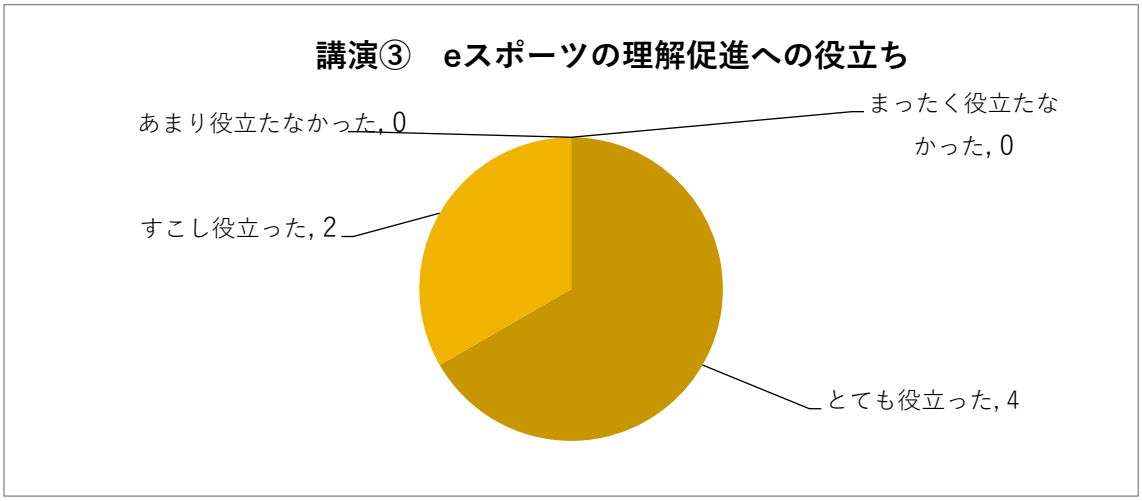
(2) 講演③　講義内容への興味関心

講義の内容は理解できましたか。該当するものをお選びください。
①よく理解できた　　②まあまあ理解できた
③あまり理解できなかった　　④まったく理解できなかった



(3) 講演③　e スポーツの理解促進への役立ち

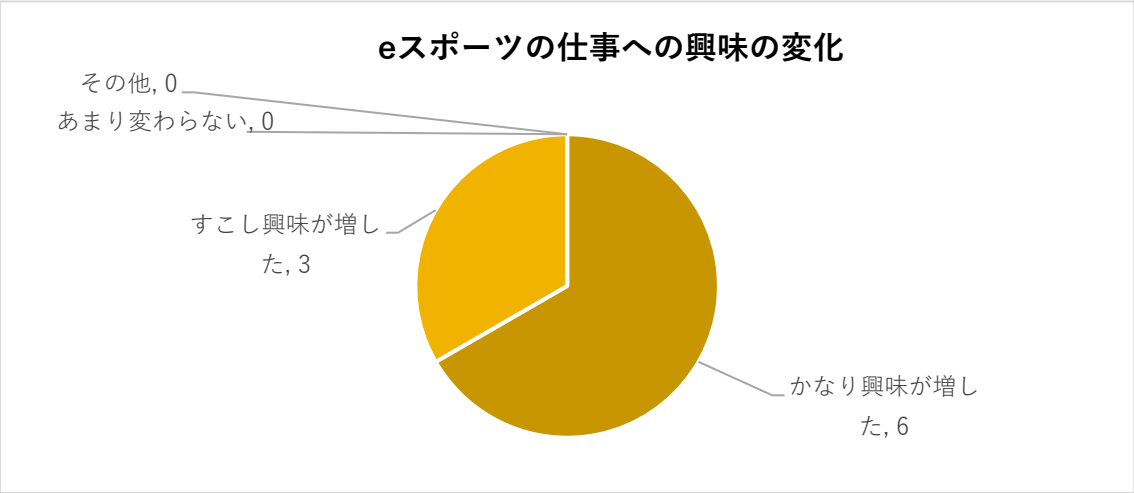
講義の内容は理解できましたか。該当するものをお選びください。 ①とても役立った　②すこし役立った ③あまり役立たなかった　④まったく役立たなかった



3.3.1.4. 1 日目の講座全体について

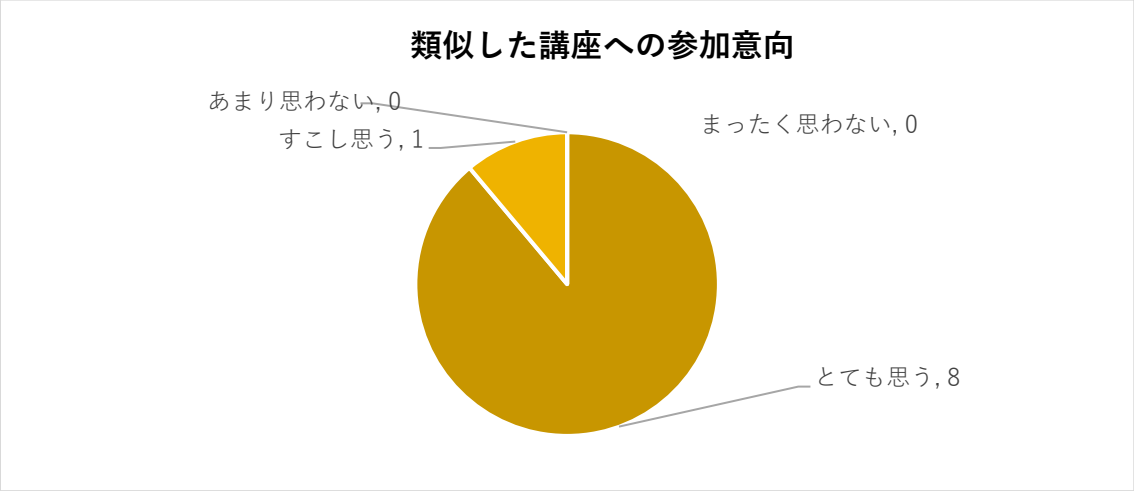
(1) e スポーツの仕事への興味の変化

本講座を通して、今までよりも e スポーツに関わる仕事への興味をもつことができましたか。該当するものをお選びください。 ①かなり興味が増した　②すこし興味が増した ③あまり変わらない　④その他



(2) 類似した講座への参加意向

今回のような講座が再度開催された場合、また参加したいと思いますか。該当するものをお選びください。 ①とても思う　②すこし思う ③あまり思わない　④まったく思わない



(3) 自由記述（講座への感想・意見等）

- 本を読んだだけではわからないことも多かったが、講義を受けることで頭に入ってきた。実際にゲーム大会を見ることで大会の進め方など大変参考になった。
- 今日の講座は理解しやすかったので良かったです。
- 話の内容が理解しやすかったです。
- 講座ありがとうございました。

3.3.2. 2 日目の受講者アンケート結果

2 日目の講座実施後、講座受講者に対して以下の項目のアンケート調査を実施した。

PBL 学習「クラッシュロワイヤルの戦術検討」について
- ・PBL 学習の主旨・目的の理解度
- ・PBL 学習の学習内容の理解度
- ・課題解決プロセス（PDCA サイクル）の考え方の理解度
- ・学習テーマ（戦術検討）への興味関心
- ・グループワークへの取組姿勢に対する自己評価
- ・e スポーツの理解深化への役立ち

講座全体について
- ・e スポーツに関わる興味の変化
- ・類似した講座への参加意向

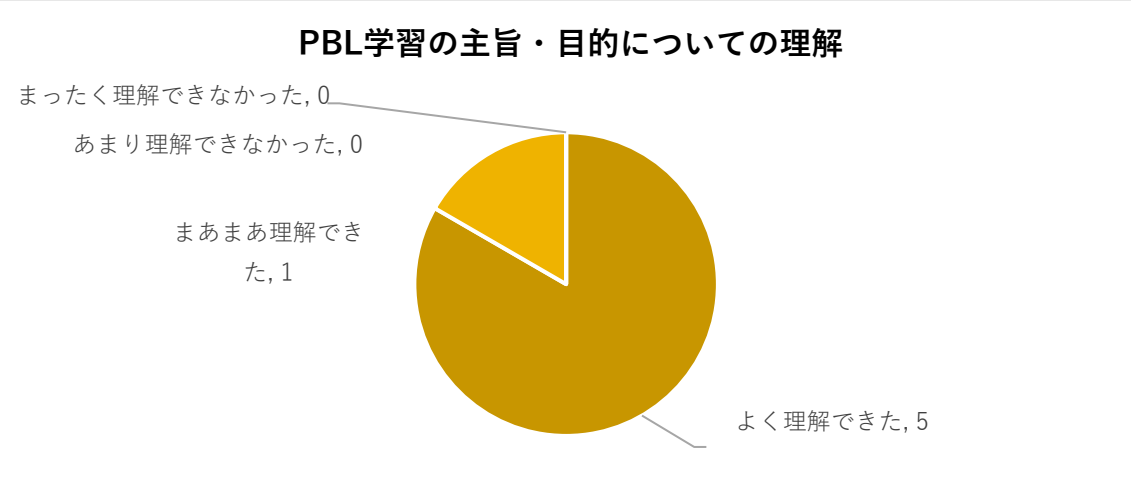
自由記入

以降、集計結果を報告する。

3.3.3. PBL 学習「クラッシュロワイヤルの戦術検討」について

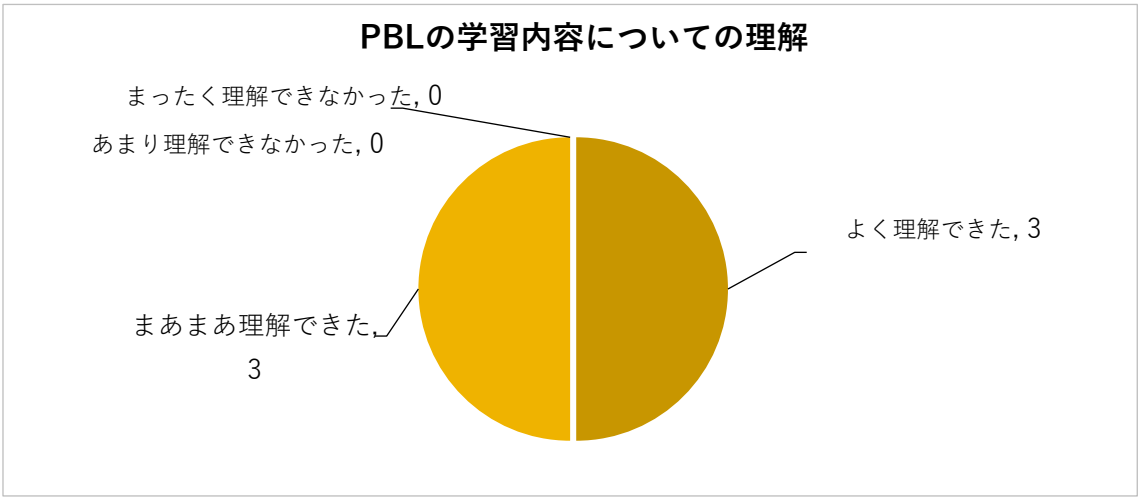
(1) PBL 学習の主旨・目的についての理解

PBL の主旨・目的に関わる説明は理解できましたか。該当するものをお選びください。 ①よく理解できた　②まあまあ理解できた ③あまり理解できなかった　④まったく理解できなかった



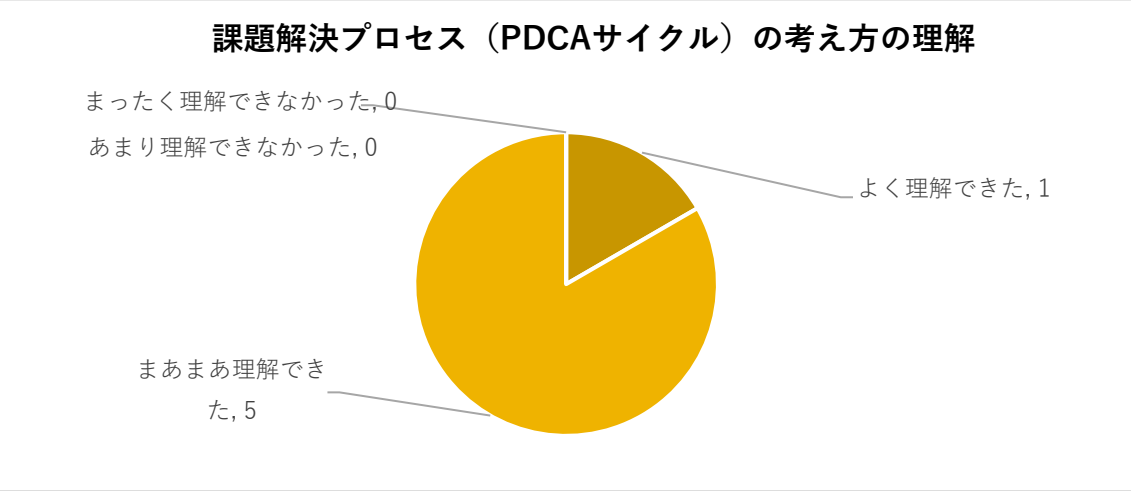
(2) PBL の学習内容についての理解

PBL 学習の STEP1～STEP3 の学習内容を理解できましたか。該当するものをお選びください。 ①よく理解できた　②まあまあ理解できた ③あまり理解できなかった　④まったく理解できなかった



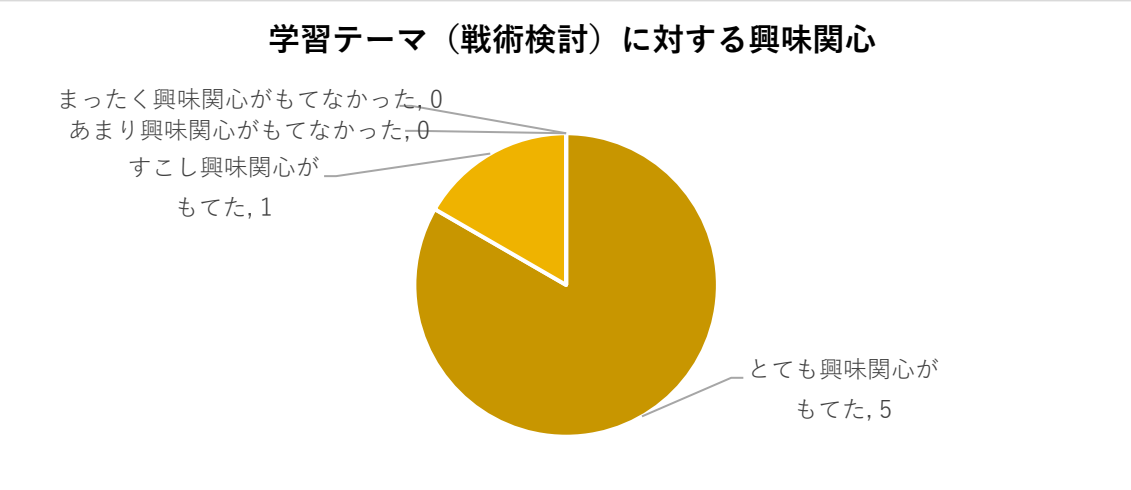
(3) 課題解決プロセス（PDCA サイクル）の考え方の理解

PDCA サイクルによる課題解決プロセスの考え方を理解できましたか。該当するものをお選びください。 ①よく理解できた　②まあまあ理解できた ③あまり理解できなかった　④まったく理解できなかった



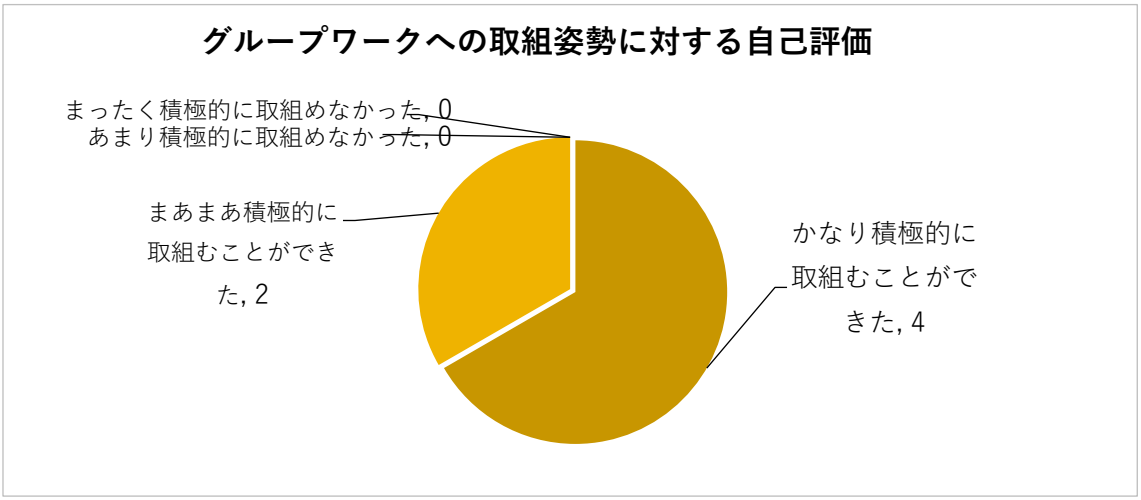
(4) 学習テーマ（戦術検討）に対する興味関心

学習のテーマに対して興味・関心が持てましたか。該当するものをお選びください。 ①とても興味・関心が持てた　②すこし興味・関心が持てた ③あまり興味関心が持てなかった　④まったく興味関心が持てなかった



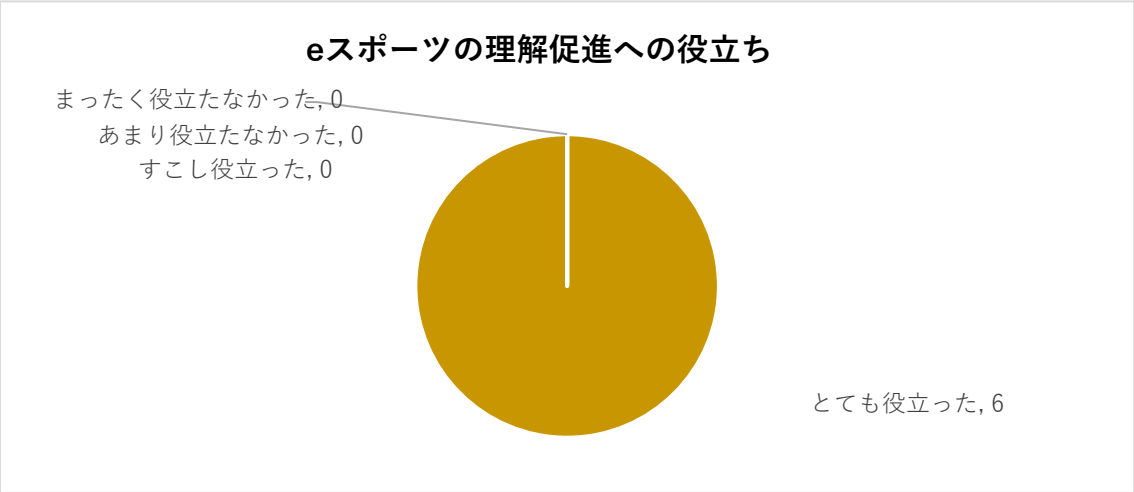
(5) グループワークへの取組姿勢に対する自己評価

グループワークに積極的に取組むことができましたか。該当するものをお選びください。 ①かなり積極的に取組むことができた　②まあまあ積極的に取組むことができた ③あまり積極的に取組めなかった　④まったく積極的に取組めなかった



(6) e スポーツの理解促進への役立ち

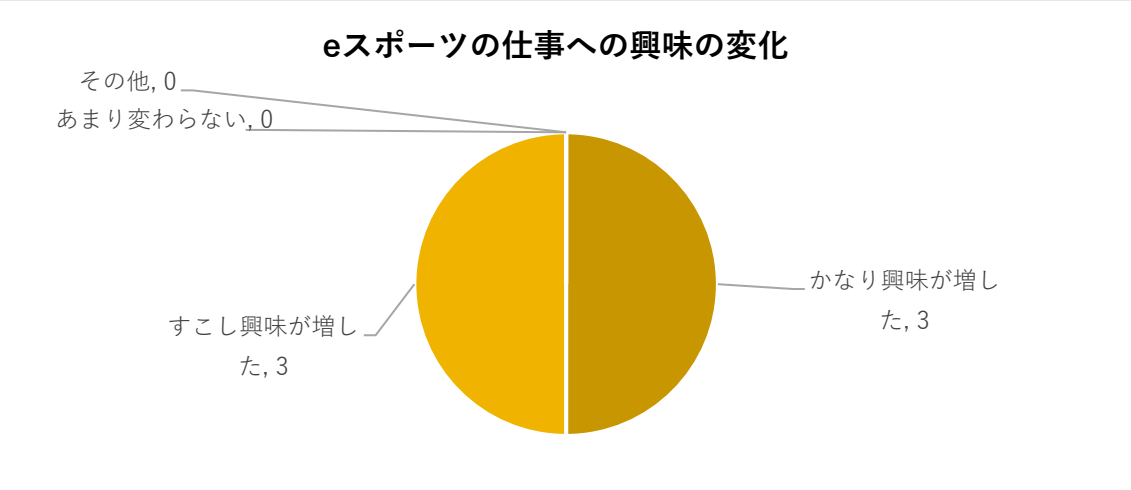
e スポーツについて理解を深めるのに役立ちましたか。該当するものをお選びください。 ①とても役立った　②すこし役立った ③あまり役立たなかった　④まったく役立たなかった



3.3.4. 2 日目の講座全体について

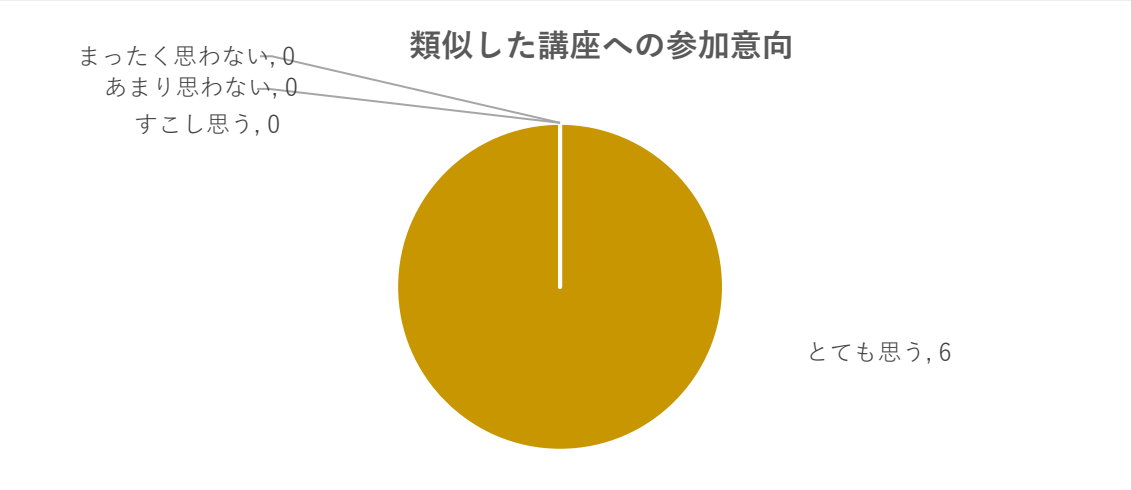
(1) e スポーツの仕事への興味の変化

本講座を通して、今までよりも e スポーツに関わる仕事への興味をもつことができましたか。該当するものをお選びください。 ①かなり興味が増した　②すこし興味が増した ③あまり変わらない　④その他



(2) e スポーツの理解促進への役立ち

今回のような講座が再度開催された場合、また参加したいと思いますか。該当するものをお選びください。 ①とても思う　②すこし思う ③あまり思わない　④まったく思わない



(4) 自由記述（講座への感想・意見等）

- 沖縄でプロチームを作りたいと思った。
- e スポーツの運営についての授業ありがとうございました。
- 次は FPS（PUBG）の授業を希望します。
- 今回も楽しかったです。

4. 本事業終了後の方針

本事業が終了した後、まずは本事業の活動を引き継いで継続的に研究開発・普及活動を展開するための体制を整備する。本校（学校法人智晴学園）が主体となって、本事業の実施委員会を核とし、専門学校等の教育機関やｅスポーツ業界企業・チーム、有識者等が参画する先端技術活用型マネジメント人材育成コンソーシアムを設立する。この体制のもと、本事業で開発するｅスポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材養成プログラムを活用して、以下のような活動を展開する。

(1) エンターテイメント分野等の専門学校への普及（2021 年度～）

本事業の教育プログラムは、スポーツや音楽などエンターテイメント分野の専修学校専門課程で運用されているマネージャー教育カリキュラムを基礎として開発する。このことから、当該分野の専門学校では比較的導入・運用しやすいものとなることが予想される。また同分野の専門学校には、近年ｅスポーツのプレイヤー育成等を主要な教育テーマとする専門課程の新設に取組む学校も存在しており、本プログラムへの高い関心を持つと考えられる。そこで、まずはエンターテイメント分野の専門学校を対象に、本事業の成果の周知を行い、本プログラムの導入・運用に関わる支援活動を展開する。

(2) 教育プログラムのアレンジ（2021 年度～）

本事業の教育プログラムは 1700 時間以上の 2 年制専門課程での運用を想定してカリキュラム設計を行うが、これをフルスペックで専門学校に導入するためには、学科を新設する必要があることから、相応の大きなコスト負担が求められる。この負担を軽減し普及を促進するために、教育プログラムのアレンジを検討する。例えば、既存のスポーツ分野や音楽分野のマネージャー養成カリキュラムに対し、アタッチする形での導入を想定して、本プログラムを構成する学習領域のうち、マネジメント教育領域を圧縮したアレンジが考えられる。また、スポーツ分野において引退した選手の再就職が課題となっていることを踏まえ、ｅスポーツ業界の実務者を対象に、本プログラムのチームマネジメント領域や先端技術領域を中心に抽出した学び直しカリキュラムの構築も考えられる。このようなアレンジカリキュラムの考案・構築により、本事業成果の幅広い活用を図る。

(3) 他分野での教育プログラム構築の支援（2023 年度～）

本事業で養成を目指す先端技術活用型マネジメント人材は、第 4 次産業革命により生まれる新たな技術が発達・普及するにつれて、ｅスポーツ分野だけでなく、様々な産業の現場で今後需要が高まる人材であると考える。本事業で構築する教育プログラムはｅスポーツ分野に特化した内容構成であるが、他分野において先端技術活用型マネジメント人材を養成する場合や、ビジネス分野において汎用性の高い当該人材を養成する際には有力な先

行事例となりうる。そこで、本事業成果および上記 2 つの活動実績と併せてカリキュラム構築・運用のノウハウを他分野の専門学校等へ周知し、他分野への普及も図る。

【巻末資料】

(1) PBL 教材関連資料
① スポンサー営業 PBL 教材 69
② （教材別紙）沖縄 e スポーツチーム概要 78
③ スポンサー営業 PBL 指導ガイド 83
④ （指導ガイド別紙）営業資料解答例 100
⑤ クラッシュロワイヤル戦術検討 PBL 教材 102
⑥ トレーニングプラン立案 PBL 教材 111
⑦ （教材別紙）e スポーツトレーニングに関する資料集 118

(2) e スポーツチームマネジメントテキスト教材 148

(3) SNS 活用テキスト教材 179

(4) ケーススタディ教材関連資料
① e スポーツおよび関連分野における SNS 炎上事例集 189
② SNS 炎上事例ケーススタディ① 200
③ SNS 炎上事例ケーススタディ② 203
④ SNS 炎上事例ケーススタディ③ 206
⑤ SNS 炎上事例ケーススタディ④ 209
⑥ SNS 炎上事例ケーススタディ⑤ 213
⑦ SNS 炎上事例ケーススタディ指導ガイド 216

eスポーツ分野における

チームマネジメントPBL

≪eスポーツチームのスポンサー獲得を目的とした営業≫

講義用教材

学校法人智晴学園
専門学校琉球リハビリテーション学院

目次

1．　はじめに
2．　プロジェクトの説明
3．　グループワーク課題
- Step1　営業対象の企業のリストアップ
- Step2　スポンサー営業資料の作成
- Step3　営業先へのアポイントメント
- Step4　スポンサー交渉
- Step5　営業報告

学習の進行スケジュール

内容	時間数
ガイダンス（学習内容とプロジェクトの説明）	0.5H
Step1　営業対象の企業のリストアップ	2.0H
Step2　スポンサー営業資料の作成	8.5H
Step3　営業先へのアポイントメント	1.0H
Step4　スポンサー交渉	1.0H
Step5　営業報告	1.5H
最終成果発表・総評	0.5H

1．はじめに

PBL（Project Based Learning）とはなにか

◆PBLとは？

Project Based Learningの略称。課題解決型学習ともいう。
アクティブラーニング（能動的学習）の一種。

複数名の学生でチームを組み、様々なプロジェクトを推進する形式で共同作業に取り組み、課題を解決していく学習方法。

- 正解のない課題への取組みを通して、**課題解決へのアプローチ方法を身につけることが目標。**
- 専門知識のほか、計画立案・実行能力、プレゼンテーション能力、チームでの活動能力等の**仕事で必要とされるスキルを養う。**

このPBL学習を通じて、eスポーツチームでマネジメント業務を担う人材に求められる実践力の醸成を図る。

本教材の学習テーマ

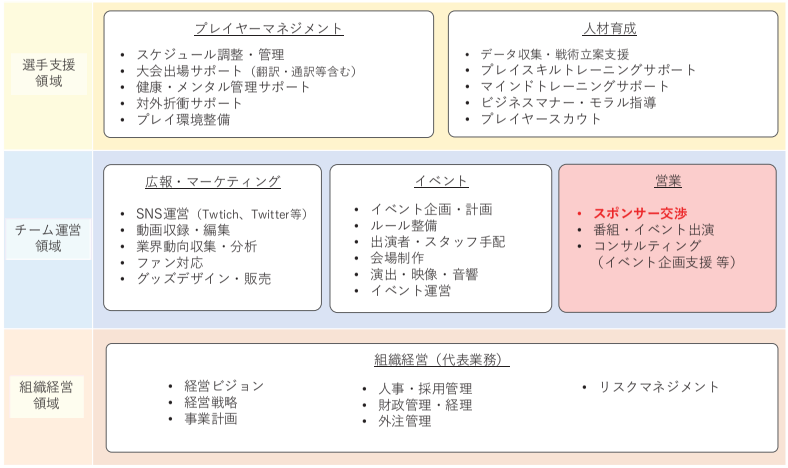
◆プロジェクトの概略

本教材では、eスポーツチームのさまざまな業務のうち、チームの運営に関わる業務の1つである「**営業**」に注目。

eスポーツチームの「**営業**」には、チーム運用の収入源になりえるスポンサー企業を獲得する「**スポンサー交渉**」と呼ばれる業務が存在。現状プロシーンで活躍している多くのプロeスポーツチームの運営原資は、スポンサー企業からの出資によって賄われている。そのため、スポンサー交渉の業務は、eスポーツチームにとって極めて重要性の高い業務である。また、スポンサー企業によっては、選手が使用する機器の提供を行ってくれるため、チーム運用だけでなく、選手のプレイ環境の向上にもつながる。

今回は、架空の「**沖縄に存在するeスポーツチーム**」を題材に、営業の業務を仮想的に体験。営業先リストの作成・営業資料の作成・スポンサー交渉等を行う。

eスポーツチームのマネジメント業務構造



本教材で学習を進める上でのポイント

◆何を目標とするのか

本教材では、スポンサー獲得のための営業資料作成やそれを使用したスポンサー交渉などを実施する。
しかし**この教材での学習の目標は、「素晴らしい営業資料を作成すること」や「スポンサー営業の仕方を学ぶこと」ではない**ことに注意が必要。

今回の学習で重要なのは、「営業資料の作成」や「スポンサー交渉」といった作業を通じて、自分の考えをチームのメンバーと共有してディスカッションしたり、共同で何かを作り上げたりする**共同作業そのもの**や、**論理的に物事を捉えて検討していく考え方・プロセスを知ること。**

「営業資料の作成」や「スポンサー交渉」という作業を進めることにばかりとらわれず、その作業を行う上での**チームメンバーとの共同作業や、作業を進める手順・考え方を理解すること**が学習の最大の目標。

2．プロジェクトの説明

学習の概要

◆ **学習テーマ**

- eスポーツチームのスポンサー獲得を目的とした営業

◆ **学習目標**

- eスポーツチームにおける「スポンサー営業」に準ずる作業の体験を通して、共同作業の要点を理解すると共に、論理的思考力、プレゼン力を養う。

◆ **アウトプット（作成するもの）**

- 営業先リスト
- 営業資料
- メール文面案
- 営業報告資料

◆ **実施時間**

- 15時間（1.5時間×10コマ）

学習を進める上での前提条件

◆ **営業資料を作成するチームの概要**

➢チーム名：琉球ハイサイサイ

➢所属プレイヤー数：5名

➢活動目的

●eスポーツでの活動を通して、沖縄の魅力を世界に広める

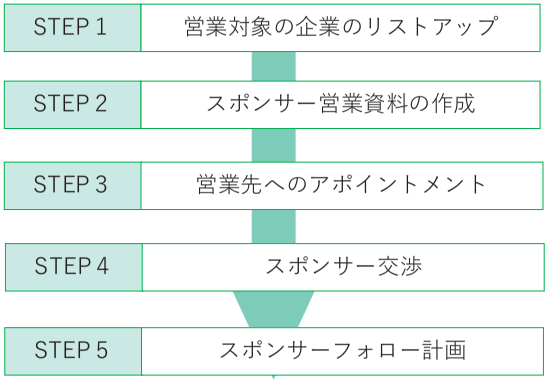
➢沖縄ではサッカーや野球などのスポーツが強いことで知られ、バスケットボールやハンドボールにはプロチームが存在しています。これらに加えて「沖縄はeスポーツも強い」と日本に、世界に発信していくことを目的としています。また、チームや選手のSNSでは、沖縄の特産品や観光地などの情報を発信して沖縄の魅力をアピールしています。

●沖縄発の世界トップレベルのチームを目指す

➢沖縄県で開催されている大会では上位の成績を残せているため、今後は全国大会、そして世界大会での活躍を目指します。ゆくゆくは、部門も増やしてマルチなジャンルで活躍できるチームを目指します。

※詳細な情報は別添資料「沖縄eスポーツチーム概要」に記載

学習の流れ



3．グループワーク課題

STEP1　営業対象の企業のリストアップ

◆ **STEP1の課題構成**

以下の2つの課題に取組みながら、**営業対象の企業のリストアップ**を行いましょう。

課題①　営業先企業の選出基準の検討

課題②　企業の情報収集

STEP1　営業対象の企業のリストアップ

◆ **課題①　営業先企業の選出基準の検討**

今回のグループワークで営業対象の企業のリストアップを行うにあたって、グループで選出基準を検討をしてみましょう。グループでのディスカッション後、選出基準を以下の表に記入してください。

営業先企業の選出基準

STEP1　営業対象の企業のリストアップ

◆ **課題②　企業の情報収集**

課題①で設定した企業の選出基準をもとに、実際に存在する企業を選んで、その企業の事業や特徴などの情報を収集してまとめてみましょう。

調査にあたってはSNSを活用して、特にeスポーツの情報に関心を持っている可能性の高い企業を発見しましょう。特に以下のような企業は有力です。

- eスポーツチームのアカウント等をフォローしている
- 企業のTwitterアカウント等で沖縄県のeスポーツについて情報共有を行っている
- eスポーツに関連しうる商品（ゲーム・パソコン機器、グッズ製品 等）を扱っている
- 沖縄県の魅力発信や地域貢献などに注力している
- 若者向け・観光客向けのマーケティングを実施している　など

この課題では、チーム1人につき最低でも1社以上の情報収集を行いましょう。

STEP1　営業対象の企業のリストアップ

◆課題②　企業の情報収集

企業名	選出理由	住所（県・市）	メールアドレス	電話番号

STEP2　スポンサー営業資料の作成

◆STEP2の課題構成

以下の2つの課題に取組みながら、**営業資料の作成**を行ってみましょう。

課題①　記入項目・記入情報の整理

課題②　資料作成

STEP2　スポンサー営業資料の作成

◆課題①　記入項目・記入情報の整理

課題①では、スポンサー営業資料に記入する項目や情報の整理を行います。

各項目にどのような情報を記入するべきかをグループで検討し、簡潔に整理してみましょう。

なお、検討の際には別紙「eスポーツチーム概要」を参照してください。

記入項目	記入情報
チーム概要	
チーム活動実績	
所属プレイヤー	
今後の活動予定	
スポンサーのメリット	

STEP2　スポンサー営業資料の作成

◆課題②　資料作成

課題①でまとめた営業資料に記入する項目や情報をもとに、実際にスポンサー交渉で使用する営業資料を作成してみましょう。

営業資料はパワーポイントで作成します。様式は特に指定しないため、インターネットを活用して、使用するデザインのテンプレートや、フリー素材を収集することを可とします。

また、営業資料の作成の際は、以下のスライド数を意識してみてください。

ただし、必ずしも以下の項目を営業資料に盛り込む必要はありません。盛り込む内容や順番を変えたり、イラストを用いたりしてスポンサーを獲得できるように工夫を凝らして、営業資料を作成してみてください。

タイトル	1ページ
チーム概要	1ページ
チーム活動実績	1ページ
所属プレイヤー紹介	1～2ページ
今後の活動予定	1ページ
スポンサーのメリット	1ページ

STEP3　営業先へのアポイントメント

◆STEP3の課題構成

STEP3では、以下の2つの課題に取り組みながら、STEP1で作成した営業先リストの企業にアポイントメントを行います。

課題①　メール文面の検討

課題②　電話の模擬練習

STEP3　営業先へのアポイントメント

◆課題①　メール文面の検討

営業先にアポイントメントをとる際は、メールで連絡をする場合があります。そのため、メール文面の作成は営業にとって欠かせない業務となります。

以下のURL先の情報や、インターネットを活用して集めた情報をもとに、営業先に送るメール文面の作成を行いましょう。

■参考URL
・マイナビ
https://gakumado.mynavi.jp/freshers/articles/40095

・ferret
https://ferret-plus.com/1679

STEP3　営業先へのアポイントメント

◆課題①　メール文面の検討

件名	
内容	

STEP3　営業先へのアポイントメント

◆課題②　電話の模擬練習

課題①で作成したメール以外にも、企業に電話をかけてアポイントメントをとる場合もあります。メールでのやり取りを経て電話をすることもありますので、これも営業には欠かせない業務です。

今回は、訪問スケジュールの調整を行いましょう。3月上旬に企業訪問をする前提で、対応可能日程や時間などを確認してください。

なお、以下のURL等を参考にして、ビジネスにおける電話のマナーを事前に確認しておきましょう。

また、グループメンバー全員が営業役として電話の練習ができるように、グループ内で営業役と窓口をローテーションで変えながら行ってください。

■参考URL
https://woman.mynavi.jp/article/180421-3/
https://www.jp-guide.net/businessmanner/tel/kakekata.html

STEP4　スポンサー交渉

◆STEP4の課題構成

STEP4では、STEP1で作成した営業先リストにある企業に、STEP2で作成した営業資料を用いてスポンサーにプレゼンテーションを行います。

課題①　スポンサー交渉（プレゼン）

課題②　御礼メールの検討

STEP4　スポンサー交渉

◆課題①　スポンサー交渉（プレゼン）

作成した営業資料を使って、スポンサー交渉を実践してみましょう。

グループ内で１名、交渉者役を決めてください。交渉者役以外のメンバーも、交渉の場には同席し、フォローする姿勢を忘れないようにしてください。

本課題では指導者が交渉相手となり、訪問・入室・挨拶・交渉・退室のすべての流れを行います。

なお、スポンサー交渉の現場では、プレゼンテーションの内容も然ることながら、ビジネスマナーを踏まえた立ち居振る舞いが求められます。交渉の実践に際して、以下のようなポイントに気を付けてみましょう。

- 身だしなみ
- 挨拶（お辞儀・自己紹介）
- 姿勢　など

■参考URL
https://sth.bell-face.com/sales-knowledge/business-manner/#i-12

STEP4　スポンサー交渉

◆課題②　御礼メールの検討

営業先の企業でプレゼンテーションを行った後は、企業に御礼メールを出します。

ビジネスシーンでは感謝を伝える場面が多く存在しますので、営業以外の役職でも欠かせない業務です。

今回はプレゼンテーション後に送る御礼メールのため、メールの有無、内容の良し悪しでスポンサー獲得に影響が出る可能性もあります。しっかり取り組んでみましょう。

以下のURL先の情報や、インターネットを活用して集めた情報をもとに、営業先に送るメール文面の作成しましょう。

■参考URL
https://woman.mynavi.jp/article/200924-6/

https://mailwise.cybozu.co.jp/column/37.html

STEP4　スポンサー交渉

◆課題②　御礼メールの検討

件名	
内容	

STEP5　営業報告

◆STEP5の課題構成

STEP1~4の取組み成果を踏まえて、営業報告のための資料作成を行い、発表しましょう。

課題①　スポンサーフォロー計画

課題②　営業報告資料の作成

課題③　プレゼンテーション

STEP5　営業報告

◆課題①　スポンサーフォロー計画

チームのスポンサーとなった企業に対しては、継続的にチームの活動成果の報告を行っていく必要があります。ここではスポンサーに今後フィードバックすべき情報や訪問頻度などについて、グループで話し合って、まとめてみましょう。

フィードバックする情報	
訪問頻度	

STEP5　営業報告

◆課題②　営業報告資料の作成

これまで検討してきた以下の項目について、簡潔にまとめてスライド1枚に整理し、「営業報告資料」を作成しましょう。

- 営業先リスト
- スポンサーフォロー計画

また次の課題では、「営業報告資料」と「営業資料」の2点の資料を使って、営業の際の流れや内容をプレゼンテーションすることになりますので、その際の説明内容の検討などの準備を併せて行いましょう。

営業報告（〇月〇日　担当：　　）

<営業先>

企業名	選出理由	住所（県・市）

<スポンサーフォロー計画>

フィードバックする情報	
訪問頻度	

STEP5　営業報告

◆ **課題③　プレゼンテーション**

プレゼン資料を使って発表を行いましょう。

グループ内で１名、発表者を決めてください。

発表者以外のメンバーも、発表時には発表者をフォローする姿勢を忘れないようにしてください。

他のグループが発表してる際には、発表の内容を踏まえて、自分たちの視点とは違う点に特に注目して、気づいたことは質問してみましょう。

【スポンサー営業 PBL 別紙】沖縄 e スポーツチーム概要

目次

1　チーム概要 2
1.1　チーム名 2
1.2　運営会社 2
1.3　活動拠点（所在地） 2
1.4　所属プレイヤー数 2
1.5　設立部門 2
1.6　チーム設立の経緯 2
1.7　チーム設立の経緯（詳細） 3
1.8　活動目的 3
1.9　チーム活動実績（一部） 3
1.10　チーム SNS の運用状況 3
1.11　動画配信の運用状況 4
2　メンバー概要 4
2.1　イナンセ 4
2.1.1　性別 4
2.1.2　年齢 4
2.1.3　大会実績（一部） 4
2.1.4　自己紹介 5
2.1.5　SNS の運用状況 5
2.1.6　動画配信の運用状況 5
2.2　Uebaru 5
2.2.1　性別 5
2.2.2　年齢 5
2.2.3　大会実績（一部） 5
2.2.4　自己紹介 6
2.2.5　SNS の運用状況 6
2.2.6　動画配信の運用状況 6
2.3　だくじゃく 7
2.3.1　性別 7
2.3.2　年齢 7
2.3.3　自己紹介 7
2.3.4　大会実績（一部） 7
2.3.5　SNS の運用状況 7
2.3.6　動画配信の運用状況 7
2.4　Can 8
2.4.1　性別 8
2.4.2　年齢 8
2.4.3　大会実績（一部） 8
2.4.4　自己紹介 8
2.4.5　SNS の運用状況 8
2.4.6　動画配信の運用状況 9
2.5　Chatan 9
2.5.1　性別 9
2.5.2　年齢 9
2.5.3　大会実績（一部） 9
2.5.4　自己紹介 10
2.5.5　SNS の運用状況 10
2.5.6　動画配信の運用状況 10

1　チーム概要

1.1　チーム名

琉球ハイサイサイ

1.2　運営会社

株式会社琉球スポーツ

1.3　活動拠点（所在地）

沖縄（那覇市）

1.4　所属プレイヤー数

5 名

1.5　設立部門

・格闘ゲーム部門
・FPS 部門（新設予定）

1.6　チーム設立の経緯

沖縄県で開催された e スポーツ大会で結果を残した選手を、次のステップに進んでもらう

ために結成。

1.7　チーム設立の経緯（詳細）

「沖縄ｅスポーツ大会 2018」の「ストリートファイターV」部門の団体戦で、チーム「ハイサイサイ」が優勝。ｅスポーツ事業をもつ「株式会社琉球スポーツ」が、サークルとして活動していた「ハイサイサイ」を吸収・リブランディングし、2019 年 2 月にチーム名を「琉球ハイサイサイ」に変更。

1.8　活動目的

・ｅスポーツでの活動を通して、沖縄の魅力を世界に広める

沖縄ではサッカーや野球などのスポーツが強いことで知られ、バスケットボールやハンドボールにはプロチームが存在しています。これらに加えて「沖縄はｅスポーツも強い」と日本に、世界に発信していくことを目的としています。

また、チームや選手の SNS では、沖縄の特産品や観光地などの情報を発信して沖縄の魅力をアピールしています。

・沖縄発の世界トップレベルのチームを目指す

沖縄県で開催されている大会で上位の成績を残せているため、今後は全国大会、そして世界大会での活躍を目指します。そして、部門も増やしさまざまなタイトルで活躍できるチームを目指します。

1.9　チーム活動実績（一部）

・沖縄ｅスポーツ大会 2018「ストリートファイターV」部門 団体戦：優勝
・沖縄ｅスポーツ大会 2019「ストリートファイターV」部門 団体戦：準優勝
・那覇ｅスポーツフェスタ 2019「ストリートファイターV」部門 団体戦：準優勝
・全国ｅスポーツ大会 2019「ストリートファイターV」部門 団体戦：8 位入賞
・沖縄ｅスポーツ大会 2020「ストリートファイターV」部門 団体戦：優勝
・全国ｅスポーツ大会 2020「ストリートファイターV」部門 団体戦：8 位入賞
・那覇ｅスポーツフェスタ 2020「ストリートファイターV」部門 団体戦：準優勝

1.10 チーム SNS の運用状況

・Twitter での発信頻度

ほぼ毎日投稿をしている。

・投稿内容

所属選手のゲーム配信の告知や、大会イベント出演情報が多め。

・フォロー/フォロワー数

フォロー約 30 人、フォロワー約 15,000 人

・平均インプレッション数（1 ツイート）

約 50,000 回

1.11 動画配信の運用状況

・配信内容

主に YouTube でチームメンバーによる定期配信を実施。

・視聴者数実績

平均同時視聴者数：約 1,000 人

・チャンネル登録者数

約 10,000 人

2　メンバー概要

2.1　イナンセ

2.1.1　性別

男性

2.1.2　年齢

21 歳

2.1.3　大会実績（一部）

・沖縄ｅスポーツ大会 2018「ストリートファイターV」部門 個人戦：準優勝
・沖縄ｅスポーツ大会 2019「ストリートファイターV」部門 個人戦：4 位
・那覇ｅスポーツフェスタ 2019「ストリートファイターV」部門 個人戦：準優勝
・EVO 2019「ストリートファイターV」部門 個人戦：出場
・沖縄ｅスポーツ大会 2020「ストリートファイターV」部門 個人戦：3 位
・EVO 2020「ストリートファイターV」部門 個人戦：出場

2.1.4　自己紹介

チームリーダーのいなんせです。ゲームも大好きですが、サッカーも好きです。

2.1.5　SNS の運用状況

・Twitter での発信頻度

ほぼ毎日投稿をしている。

・投稿内容

ゲーム配信の告知やフォロワーとの交流が多め。

・フォロー/フォロワー数

フォロー約 3,000 人、フォロワー約 10,000 人

2.1.6　動画配信の運用状況

・配信内容

主に YouTube で「ストリートファイターV」のプレイを配信。配信では視聴者との会話が盛り上がり、なかなかゲームをスタートできないことも。動画コンテンツの 1 つとして、会話が盛り上がった部分や、うまいプレイができたときの切り抜き動画を投稿している。

・視聴者数実績

平均同時視聴者数：約 500 人

・チャンネル登録者数

約 10,000 人

2.2　Uebaru

2.2.1　性別

男性

2.2.2　年齢

20 歳

2.2.3　大会実績（一部）

・沖縄 e スポーツ大会 2018「ストリートファイターV」部門 個人戦：8 位入賞

・那覇 e スポーツフェスタ 2019「ストリートファイターV」部門 個人戦：3 位

・EVO 2019「ストリートファイターV」部門 個人戦：出場

・沖縄 e スポーツ大会 2020「ストリートファイターV」部門 個人戦：8 位入賞

・那覇 e スポーツフェスタ 2020「ストリートファイターV」部門 個人戦：8 位入賞

・EVO 2020「ストリートファイターV」部門 個人戦：出場

2.2.4　自己紹介

ゲームをするために生まれてきました。初めて「ストリートファイターV」をプレイした日から、1 日も欠かさずプレイしています。お酒も好きですが、おつまみのほうがもっと好きです。

2.2.5　SNS の運用状況

・Twitter での発信頻度

ほぼ毎日投稿をしている。

・投稿内容

ゲーム配信の告知や、日常ツイートが多め。Twitter で料理をしている様子や、食品レビューをしている動画の投稿もしており、ゲーム以外のファンの獲得に成功している。

・フォロー/フォロワー数

フォロー約 900 人、フォロワー約 8,000 人

2.2.6　動画配信の運用状況

・配信内容

主に YouTube で「ストリートファイターV」のプレイを配信。配信中によく食べ物を食べており、視聴者からは「飯テロ」のコメントが多く寄せられる。動画コンテンツの 1 つとして食品レビューを投稿しており、ゲーム以外のファンの獲得に成功している。

・視聴者数実績

平均同時視聴者数：約 400 人

・チャンネル登録者数

約 5,000 人

2.3　だくじゃく

2.3.1　性別

男性

2.3.2　年齢

20 歳

2.3.3　自己紹介

だくじゃくです。ゲームをしていて一番好きな瞬間は逆転勝利したとき。
たぶん負けず嫌いです。

2.3.4　大会実績（一部）

・沖縄 e スポーツ大会 2018「ストリートファイターV」部門 個人戦：8 位入賞
・那覇 e スポーツフェスタ 2019「ストリートファイターV」部門 個人戦：8 位入賞
・EVO 2019「ストリートファイターV」部門 個人戦：出場
・沖縄 e スポーツ大会 2020「ストリートファイターV」部門 個人戦：4 位
・那覇 e スポーツフェスタ 2020「ストリートファイターV」部門 個人戦：3 位
・EVO 2020「ストリートファイターV」部門 個人戦：出場

2.3.5　SNS の運用状況

・Twitter での発信頻度
2 日に 1 回程度

・投稿内容
チームメンバーの投稿のリツイート（拡散）や、大会やイベントなどの告知を投稿。
フォロワーとの交流は控えめだが、投稿頻度が少ないせいか、1 回のツイートに寄せられる反応が多め。リプライでコメントをもらった際は、かならず「いいね」を押している。

・フォロー/フォロワー数
フォロー約 50 人、フォロワー約 5,000 人

2.3.6　動画配信の運用状況

・配信内容
主に YouTube で「ストリートファイターV」のプレイを配信。配信ではあまりコメントを拾わないが、しっかりと見ている。自身で配信することよりも、チームメンバーの配信で対戦相手として出演することのほうが多い。

・視聴者数実績
平均同時視聴者数：約 250 人

・チャンネル登録者数
約 2,500 人

2.4　Can

2.4.1　性別

男性

2.4.2　年齢

21 歳

2.4.3　大会実績（一部）

・沖縄 e スポーツ大会 2018「ストリートファイターV」部門 個人戦：優勝
・沖縄 e スポーツ大会 2019「ストリートファイターV」部門 個人戦：8 位入賞
・那覇 e スポーツフェスタ 2019「ストリートファイターV」部門 個人戦：優勝
・EVO 2019「ストリートファイターV」部門 個人戦：出場
・沖縄 e スポーツ大会 2020「ストリートファイターV」部門 個人戦：優勝
・那覇 e スポーツフェスタ 2020「ストリートファイターV」部門 個人戦：8 位入賞
・EVO 2020「ストリートファイターV」部門 個人戦：出場

2.4.4　自己紹介

Can です。
実力はチーム最弱だと思っていますが、個人大会でメンバーと対戦したときは負けたことがないです（6 戦 6 勝）。でも、練習のときはいつも負けるので本番に強いタイプだと思います。

2.4.5　SNS の運用状況

・Twitter での発信頻度
ほぼ毎日投稿をしている。

・投稿内容
ゲーム配信の告知やフォロワーとの交流が多め。たびたびネタツイートが注目され、年に 1

回ぐらいのペースで、1 万を超えるリツイートやいいねを獲得している。基本的にツイートのインプレッション数やフォロワーからの反応が多く、フォロワー数は右肩上がりに増加している。

・フォロー/フォロワー数
フォロー約 800 人、フォロワー約 11,000 人

2.4.6　動画配信の運用状況

・配信内容
主に YouTube で「ストリートファイターV」のプレイを配信。流行っているゲームを積極的に配信でプレイするが、すぐに飽きてしまい「ストリートファイターV」のプレイ配信に切り替えている。「ストリートファイターV」の動画コンテンツの作成にも力を入れており、短いながらもテンポの良い動画スタイルが人気を集めている。

・視聴者数実績
平均同時視聴者数：約 500 人

・チャンネル登録者数
約 10,000 人

2.5　Chatan

2.5.1　性別

男性

2.5.2　年齢

22 歳

2.5.3　大会実績（一部）

・沖縄 e スポーツ大会 2018「ストリートファイターV」部門 個人戦：8 位入賞
・沖縄 e スポーツ大会 2019「ストリートファイターV」部門 個人戦：8 位入賞
・那覇 e スポーツフェスタ 2019「ストリートファイターV」部門 個人戦：8 位入賞
・EVO 2019「ストリートファイターV」部門 個人戦：出場
・沖縄 e スポーツ大会 2020「ストリートファイターV」部門 個人戦：準優勝
・那覇 e スポーツフェスタ 2020「ストリートファイターV」部門 個人戦：優勝
・EVO 2020「ストリートファイターV」部門 個人戦：出場

2.5.4　自己紹介

沖縄大好き Chatan（ちゃたん）です。たまに Twitter で「沖縄」と検索しているぐらいには沖縄が好きです。沖縄の特産品の中でもシークヮーサーが好物で、生食ができる時期はそのままかぶりついて食べています。

2.5.5　SNS の運用状況

・Twitter での発信頻度
ほぼ毎日投稿をしている。

・投稿内容
ゲーム配信の告知やフォロワーとの交流も盛んだが、沖縄関連のツイートやリツイート（拡散）が多め。仲の良い Twitter のフォロワーが沖縄に遊びにきたときには、沖縄を 1 日かけて案内したことがある。

・フォロー/フォロワー数
フォロー約 8,000 人、フォロワー約 8,000 人

2.5.6　動画配信の運用状況

・配信内容
主に YouTube で「ストリートファイターV」のプレイを配信。
沖縄の話題になるとトークが止まらず、配信画面に動きがないこともしばしば。視聴者からは「ゲームもしろ」とコメントが寄せられることも。

・視聴者数実績
平均同時視聴者数：約 400 人

・チャンネル登録者数
約 6,000 人

eスポーツ分野における
チームマネジメントPBL
≪eスポーツチームのスポンサー獲得を目的とした営業≫

講義用教材

学校法人智晴学園
専門学校琉球リハビリテーション学院

eスポーツ分野におけるチームマネジメントPBL
テーマ：eスポーツチームのスポンサー獲得を目的とした営業

≪指導ガイド≫

目次

1．　はじめに
2．　プロジェクトの説明
3．　グループワーク課題
- Step1　営業対象の企業のリストアップ
- Step2　スポンサー営業資料の作成
- Step3　営業先へのアポイントメント
- Step4　スポンサー交渉
- Step5　営業報告

本教材は大きく3部構成となっている。
「1．はじめに」には、PBL学習の趣旨・目的や今回のPBL学習で目指すこと等の情報が掲載されている。
「2．プロジェクトの説明」には、本PBL学習の学習テーマ、目的、大まかなプロジェクトの流れ（学習ステップ）が掲載されているほか、検討にあたっての前提情報が掲載されている。「3. グループワーク課題」には、学習ステップごとに1~3つの課題情報とワークシート、必要に応じて参考情報が掲載されている。

学習の進行スケジュール

内容	時間数
ガイダンス（学習内容とプロジェクトの説明）	0.5 H
Step1　営業対象の企業のリストアップ	2.0 H
Step2　スポンサー営業資料の作成	8.5 H
Step3　営業先へのアポイントメント	1.0 H
Step4　スポンサー交渉	1.0H
Step5　営業報告	1.5H
最終成果発表・総評	0.5H

本PBL学習は、冒頭にガイダンスを行った後、各ステップの学習に入り、最後には成果物を活用した発表を実施する。
全体で15時間で一連の流れの学習を進行する想定である。
なお、時間配分は学生の進捗に応じて適宜変更して構わない。

1．はじめに

「1．はじめに」では以下の項目について説明を行う。

・PBL（Project Based Learning）とはなにか
・本教材の学習テーマ
・eスポーツチームのマネジメント業務構造
・本教材で学習を進める上でのポイント

本資料は主に冒頭のガイダンスの前半で使用する想定である。

PBL（Project Based Learning）とはなにか

◆ **PBLとは？**

Project Based Learningの略称。課題解決型学習ともいう。
アクティブラーニング（能動的学習）の一種。

複数名の学生でチームを組み、様々なプロジェクトを推進する形式で共同作業に取り組み、課題を解決していく学習方法。

- 正解のない課題への取組みを通して、**課題解決へのアプローチ方法を身につけることが目標。**
- 専門知識のほか、計画立案・実行能力、プレゼンテーション能力、チームでの活動能力等の**仕事で必要とされるスキルを養う。**

このPBL学習を通じて、eスポーツチームでマネジメント業務を担う人材に求められる実践力の醸成を図る。

PBL学習の定義や目標・目的を説明する。
本PBLはeスポーツチームのマネジメント業務の体験を通して、業務遂行に必要な能力を醸成することが目的である。
なお、PBL学習を既に体験している学生には簡潔に説明して構わない。

本教材の学習テーマ

◆ **プロジェクトの概略**

本教材では、eスポーツチームのさまざまな業務のうち、チームの運営に関わる業務の1つである「**営業**」に注目。

eスポーツチームの「**営業**」には、チーム運用の収入源になりえるスポンサー企業を獲得する「**スポンサー交渉**」と呼ばれる業務が存在。現状プロシーンで活躍している多くのプロeスポーツチームの運営原資は、スポンサー企業からの出資によって賄われている。そのため、スポンサー交渉の業務は、eスポーツチームにとって極めて重要性の高い業務である。また、スポンサー企業によっては、選手が使用する機器の提供を行ってくれるため、チーム運用だけでなく、選手のプレイ環境の向上にもつながる。

今回は、架空の「**沖縄に存在するeスポーツチーム**」を題材に、営業の業務を仮想的に体験。営業先リストの作成・営業資料の作成・スポンサー交渉等を行う。

本プロジェクトの概略を説明する。
本プロジェクトのターゲットは、eスポーツチームの多種多様なマネジメント業務の1つである「営業」のうち、さらにその中の「スポンサー交渉」の業務である。

学習の開始にあたって、eスポーツチームのマネジメント業務の中での「スポンサー交渉」の位置づけと業務内容を簡潔に説明する。

eスポーツチームのマネジメント業務構造

eスポーツチームのマネジメント業務構造の全体像と、今回のプロジェクトテーマの位置づけを説明する。
eスポーツチームのマネジメント業務構造は、3つの業務領域、6つの業務種別に分類される。
今回題材とする「スポンサー交渉」は、「チーム運営領域」の「営業業務」のうちの1項目である。

本教材で学習を進める上でのポイント

本PBL学習を通じて目標とすることについて説明する。
PBL学習では、学習者たちは様々なアウトプットの作成を課題として課されるため、往々にしてアウトプットの品質にばかり注目してしまう傾向がある。
学習の開始段階で、成果の品質ではなく、作業を進めるプロセス・体験そのものが重要であることを説明する。
なお、この点については指導者も注意し、授業進行上でその都度、繰り返しこの点を説明することが、PBL学習の効果を高める上で極めて重要である。

2．プロジェクトの説明

「2．プロジェクトの説明」では以下の項目について説明を行う。

・学習の概要
・学習を進める上での前提条件
・学習の流れ

本資料は主に冒頭のガイダンスの後半で使用する想定である。

学習の概要

◆ **学習テーマ**

- eスポーツチームのスポンサー獲得を目的とした営業

◆ **学習目標**

- eスポーツチームにおける「スポンサー営業」に準ずる作業の体験を通して、共同作業の要点を理解すると共に、論理的思考力、プレゼン力を養う。

◆ **アウトプット（作成するもの）**

- 営業先リスト
- 営業資料
- メール文面案
- 営業報告資料

◆ **実施時間**

- 15時間（1.5時間×10コマ）

今回のPBL学習について、以下の4つの項目を説明する。
・学習テーマ
・学習目標
・アウトプット
・実施時間

なお、本PBL学習は学習者チームによるグループワークで進行させる。
1グループは3~5名を基準として、学習者をグループ分けする。
また、各グループで議論の進行・管理を行うリーダーを1名、議論の内容を記録し、チームとしてのワークシートの作成を行うものを1名、作業時間の管理を行うものを1名選出するように指導する。

学習を進める上での前提条件

◆ 営業資料を作成するチームの概要

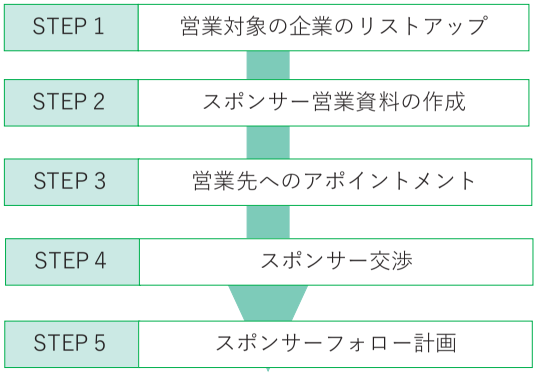
- ➢チーム名：琉球ハイサイサイ
- ➢所属プレイヤー数：5名
- ➢活動目的
- ●eスポーツでの活動を通して、沖縄の魅力を世界に広める
  - ➢沖縄ではサッカーや野球などのスポーツが強いことで知られ、バスケットボールやハンドボールにはプロチームが存在しています。これらに加えて「沖縄はeスポーツも強い」と日本に、世界に発信していくことを目的としています。また、チームや選手のSNSでは、沖縄の特産品や観光地などの情報を発信して沖縄の魅力をアピールしています。
- ●沖縄発の世界トップレベルのチームを目指す
  - ➢沖縄県で開催されている大会では上位の成績を残せているため、今後は全国大会、そして世界大会での活躍を目指します。ゆくゆくは、部門も増やしてマルチなジャンルで活躍できるチームを目指します。

※詳細な情報は別添資料「沖縄eスポーツチーム概要」に記載

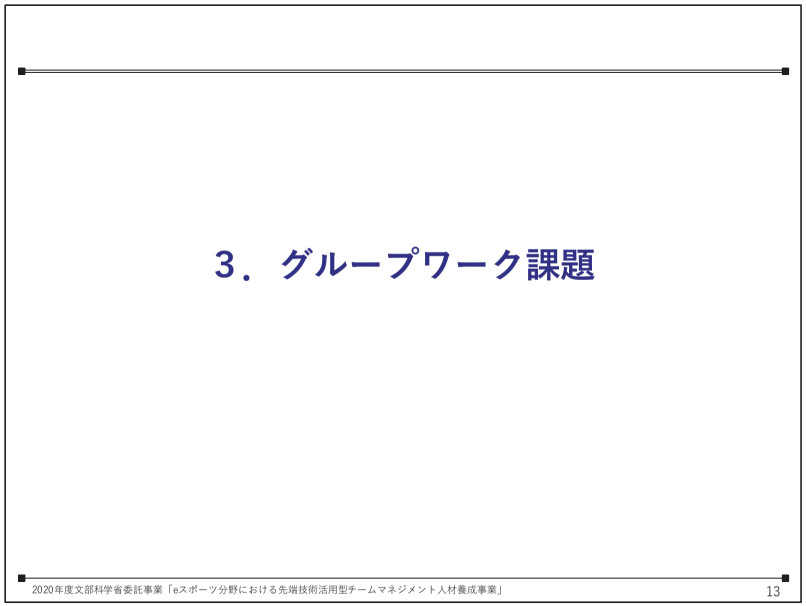
今回のPBL学習では、各学習者はチームの運営スタッフの1人という位置づけで、チームへの出資者（スポンサー）の獲得を目指した営業活動を実施する。
その前提情報として、学習者が所属することになるチームの情報を説明する。
本すらイドにはチーム名、プレイヤー数、活動目的の3項目のみ掲載されているが、別紙の「沖縄eスポーツチーム概要」には詳細が掲載されている。
ここでは、指導者は詳細な情報の説明をあえて行わず、作業上の必要に応じて参照するように学習者に指導を行う。

なお、本チーム情報はすべて教育目的で作成された架空の情報である。

学習の流れ



本PBL学習の流れについて説明する。
本PBL学習は5つのステップで構成される。この流れは、実際のプロeスポーツチームの営業業務の流れを踏襲しつつ、教育目的で再構成したものとなっている。
各ステップの学習内容の概略を簡潔に説明した後、個別のステップの学習に移る。

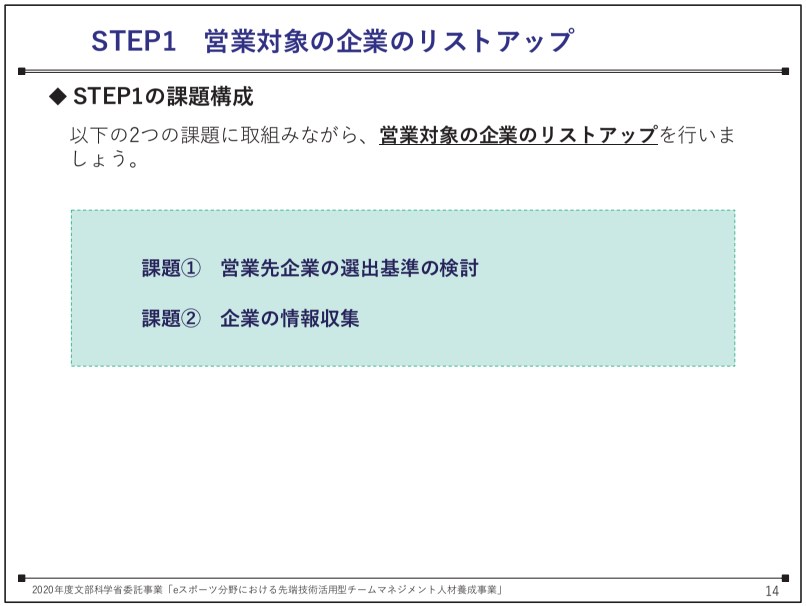


「3．グループワーク課題」では、STEP1～STEP5のそれぞれについて、以下の情報が掲載されている。

・各ステップの課題構成
・課題
・ワークシート
・参考情報

学習の進行に合わせて順次資料を提示していく。

なお、以降ではそれぞれの課題の考え方や指導内容を掲載するが、PBL学習においては学習者の自立的な学習を尊重すべきである。課題に取組む前から指導者が考え方を指導するのではなく、まず学習者に検討を行わせ、検討が行き詰まったり、相談を受けたりした場合に情報を小出しにしていくという指導方法を採る。



STEP1では、2つの課題を通して、営業先の企業のリストを作成するプロセスである。

STEP1　営業対象の企業のリストアップ

◆ 課題①　営業先企業の選出基準の検討

今回のグループワークで営業対象の企業のリストアップを行うにあたって、グループで選出基準を検討をしてみましょう。グループでのディスカッション後、選出基準を以下の表に記入してください。

営業先企業の選出基準

課題①では、営業先企業の選出基準を検討させる。
実際の営業業務では、手当たり次第に営業を行っても成功する確率が低いことを説明する。
本件はeスポーツチームのスポンサー獲得を目的とした営業活動であることから、特にeスポーツの関心を持っている可能性が高い企業を選出する必要がある。そのためにはどのような基準を設定すればよいかを検討させる。

STEP1　営業対象の企業のリストアップ

◆ 課題②　企業の情報収集

課題①で設定した企業の選出基準をもとに、実際に存在する企業を選んで、その企業の事業や特徴などの情報を収集してまとめてみましょう。

調査にあたってはSNSを活用して、特にeスポーツの情報に関心を持っている可能性の高い企業を発見しましょう。特に以下のような企業は有力です。

- eスポーツチームのアカウント等をフォローしている
- 企業のTwitterアカウント等で沖縄県のeスポーツについて情報共有を行っている
- eスポーツに関連しうる商品（ゲーム・パソコン機器、グッズ製品等）を扱っている
- 沖縄県の魅力発信や地域貢献などに注力している
- 若者向け・観光客向けのマーケティングを実施している　など

この課題では、チーム1人につき最低でも1社以上の情報収集を行いましょう。

課題②では、課題①に検討した選出基準に合わせて企業を選出させる。
その際、スライド内には選出基準設定の例を示しているが、学習者が検討した基準が適切であれば、そちらを優先して構わないことを伝える。

情報収集の方法は学生が決定するが、インターネットを中心に利用することが想定される。
その際、特に積極的にSNSを活用するように指導したい。特にTwitterはリアルタイムの企業動向を伺える場合が多く、妥当性の高い情報を得られる可能性が高い。

なお、フリーライダー問題（一部の学生がプロジェクト活動を行い、活動に非協力的な学生がその成果を享受してしまうこと）が発生しないよう、チームメンバー1人につき1つ以上の企業情報を出すよう指導する。

STEP1　営業対象の企業のリストアップ

◆ **課題②　企業の情報収集**

企業名	選出理由	住所（県・市）	メールアドレス	電話番号

課題②のワークシートはこちらを使用させる。
情報収集段階ではそれぞれの学生が持つデータや紙面に記入させても良いが、最終的にはチームのワークシート1枚に情報を集約することとする。

また、欄が5企業分のみとなっているが、本表の行を追加したり、スライドをコピーしたりしても構わない。

選出基準の記入については簡潔にかつ分かりやすく、1行～2行程度で記入するよう指導する。

STEP2　スポンサー営業資料の作成

◆ **STEP2の課題構成**

以下の2つの課題に取組みながら、**営業資料の作成**を行ってみましょう。

課題①　記入項目・記入情報の整理

課題②　資料作成

STEP2では、2つの課題を通して、営業資料を作成するプロセスである。

STEP2　スポンサー営業資料の作成

◆ 課題①　記入項目・記入情報の整理

課題①では、スポンサー営業資料に記入する項目や情報の整理を行います。

各項目にどのような情報を記入するべきかをグループで検討し、簡潔に整理してみましょう。

なお、検討の際には別紙「eスポーツチーム概要」を参照してください。

記入項目	記入情報
チーム概要	
チーム活動実績	
所属プレイヤー	
今後の活動予定	
スポンサーのメリット	

課題①では、営業資料の内容構成を検討させる。
大項目としては、表に挙げられた5つの項目を検討させる。
記入情報の欄には、それぞれの大項目に対して、どのような情報を記載するかを項目レベルで記載させる。文章化する必要はない。

本課題の検討にあたって、資料の目的設定を明確化しなければ情報集約ができないことに学習者自身で気づくのが理想的である。
ここで作成する営業資料は、スポンサーの候補企業に対し、自身のチームの活動や実績を知ってもらい、出資を検討してもらうことが目的である。この目的に照らせば、必要な情報が自ずと見えてくるはずである。
学習者たちの議論が発散している場合には、必要に応じてこの目的を提示し、目的達成のために必要な情報は何かを検討するよう指導する。

STEP2　スポンサー営業資料の作成

◆ 課題②　資料作成

課題①でまとめた営業資料に記入する項目や情報をもとに、実際にスポンサー交渉で使用する営業資料を作成してみましょう。

営業資料はパワーポイントで作成します。様式は特に指定しないため、インターネットを活用して、使用するデザインのテンプレートや、フリー素材を収集することを可とします。

また、営業資料の作成の際は、以下のスライド数を意識してみてください。

ただし、必ずしも以下の項目を営業資料に盛り込む必要はありません。盛り込む内容や順番を変えたり、イラストを用いたりしてスポンサーを獲得できるように工夫を凝らして、営業資料を作成してみてください。

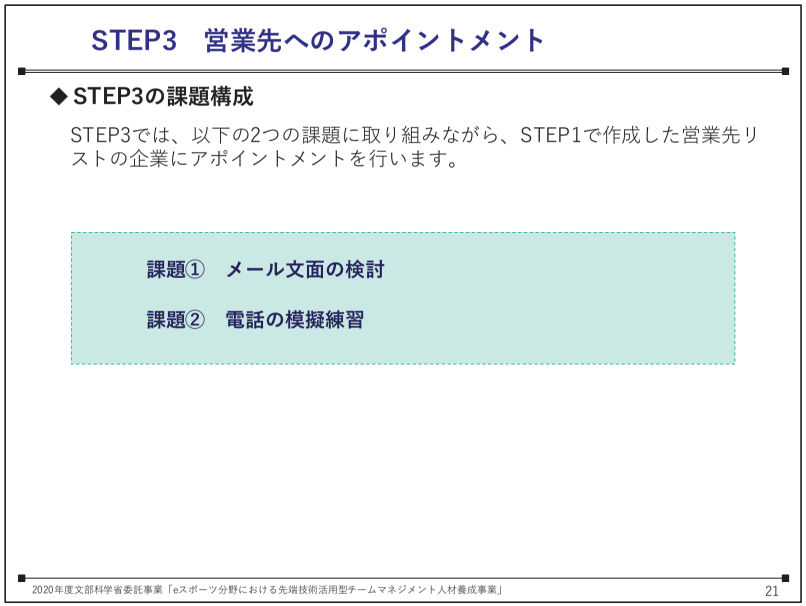
タイトル	1ページ
チーム概要	1ページ
チーム活動実績	1ページ
所属プレイヤー紹介	1～2ページ
今後の活動予定	1ページ
スポンサーのメリット	1ページ

課題②では、課題①で検討した項目構成でパワーポイント資料を作成させる。

様式は特に定めないので、テンプレートを学習者自身で決めさせて構わない。
パワーポイントの操作に不慣れな学生が多い場合には、指導者が様式を作成し、必要に応じて配布することとする。

基本的な情報は、別紙「沖縄eスポーツチーム概要」に掲載されているので、情報の抽出・転記・要約などが中心的な作業なる。
この作業にあたっては、資料作成の作業の完遂ばかりに目を向けるのではなく、資料の目的に合わせて「情報の見せ方」を工夫する考え方を体験できるのが望ましい。
“企業がどのような情報を欲しがっているのか”、“欲しがっている情報をどのようにすれば適切に伝えられるか”という点を検討した上で資料作成するように、必要に応じて指導する。

なお、本課題に限り、指導者用別紙として営業資料の解答例を用意している。以降の課題は本資料に基づいて展開するので、成果品質が一定レベル以上に到達しない場合は、作業中に提示しても良い。



STEP3は、2つの課題を通して、企業へのアポイントメントの取り方を学ぶプロセスである。

課題①では、営業先企業に対してはじめてアプローチする際のメールの文面を検討させる。
企業のホームページなどに掲載されている窓口のメールアドレスに、営業資料を添付して送付する想定で、文面を検討させる。
実際のeスポーツチームのスポンサー営業において、最初のアプローチは企業の窓口となっているメールアドレスの場合も多いという点は、説明しておくと良い。

作業に着手する前に、ビジネスの場面でのメール文面の書き方などをインターネットで情報収集させ、基本的なマナーなどを知った上で作業を行うよう指導する。

STEP3　営業先へのアポイントメント

◆ 課題①　メール文面の検討

件名	
内容	

2020年度文部科学省委託事業「eスポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材養成事業」 23

メールの文面案を記入するワークシートである。
端的に、わかりやすく用件を伝える文章となるように、各グループをまわってその都度、指導する。基本的な構成は例えば次のような流れである。

・挨拶
・自己紹介
・用件
・締め

基本的な全体の趣旨としては、以下の通りである。
「eスポーツチームとして活動している」
「活動原資獲得のためにスポンサーとなってくれている企業を探している」
「資料を添付するのでご検討頂きたい」
「可能であれば訪問してご説明差し上げたい」

STEP3　営業先へのアポイントメント

◆ 課題②　電話の模擬練習

課題①で作成したメール以外にも、企業に電話をかけてアポイントメントをとる場合もあります。メールでのやり取りを経て電話をすることもありますので、これも営業には欠かせない業務です。

今回は、訪問スケジュールの調整を行いましょう。3月上旬に企業訪問をする前提で、対応可能日程や時間などを確認してください。

なお、以下のURL等を参考にして、ビジネスにおける電話のマナーを事前に確認しておきましょう。

また、グループメンバー全員が営業役として電話の練習ができるように、グループ内で営業役と窓口をローテーションで変えながら行ってください。

■参考URL
https://woman.mynavi.jp/article/180421-3/
https://www.jp-guide.net/businessmanner/tel/kakekata.html

2020年度文部科学省委託事業「eスポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材養成事業」 24

課題②では、営業先企業に対して電話をかけるという設定での練習を行わせる。
本課題の目的は、ビジネスの場面での電話マナーを知り、体験することである。

冒頭、状況設定を簡単に説明する。
・メールを送ったところ、訪問してもらって構わないという返事を得た。
・訪問スケジュール調整のために、指定時間に電話して欲しいという内容。
・本課題はそのための予行演習という位置づけ。

電話して先方と調整するのは以下の内容である。
・3月上旬に訪問したい。
・訪問可能な日程・時間を教えて欲しい。

本課題に取組むにあたって、グループ内で営業役と窓口役をそれぞれ1名選出させる。
全メンバーが営業役を担当できるよう、ローテーションで行わせる。

窓口側は、適宜任意の時間・日程を返答して構わない。

実際に演習を行う前に、電話マナーなどをインターネット等で調べさせ、挨拶の仕方、言葉遣い、調整の仕方などをイメージさせることも重要である。
指導者は演習中、各グループをまわり、1回以上の演習を確認してアドバイスを行う。

STEP4　スポンサー交渉

◆STEP4の課題構成

STEP4では、STEP1で作成した営業先リストにある企業に、STEP2で作成した営業資料を用いてスポンサーにプレゼンテーションを行います。

課題①　スポンサー交渉（プレゼン）

課題②　御礼メールの検討

STEP4では、2つの課題を通して、実際にスポンサー交渉を体験するプロセスである。

STEP4　スポンサー交渉

◆課題①　スポンサー交渉（プレゼン）

作成した営業資料を使って、スポンサー交渉を実践してみましょう。

グループ内で１名、交渉者役を決めてください。交渉者役以外のメンバーも、交渉の場には同席し、フォローする姿勢を忘れないようにしてください。

本課題では指導者が交渉相手となり、訪問・入室・挨拶・交渉・退室のすべての流れを行います。

なお、スポンサー交渉の現場では、プレゼンテーションの内容も然ることながら、ビジネスマナーを踏まえた立ち居振る舞いが求められます。交渉の実践に際して、以下のようなポイントに気を付けてみましょう。

- 身だしなみ
- 挨拶（お辞儀・自己紹介）
- 姿勢　など

■参考URL
https://sth.bell-face.com/sales-knowledge/business-manner/#i-12

課題①では、スポンサー交渉を実際に行わせる。
演習時には、訪問・入室・挨拶・交渉・退室のすべての流れを実施する。
指導者は交渉相手の役割を担う。

演習前に、ビジネスの場面での身だしなみや挨拶の仕方、姿勢などビジネスマナーを学習者に確認させる。

各グループにつき1回20分程度を想定する。待機しているグループに交渉の様子を見学させても良いし、複数の指導者で並行的に実施しても良い。
指導者は挨拶が終わったのち、まずグループの説明を聞き、その後、任意の質問を投げかける。学習者が説明に詰まったりしても見守る姿勢が重要である。最後に、その場では結論を出さず、検討しますと返答して演習を終わらせる。
終了後はビジネスマナーに関するアドバイスを適宜行う。

STEP4　スポンサー交渉

◆ **課題②　御礼メールの検討**

営業先の企業でプレゼンテーションを行った後は、企業に御礼メールを出します。

ビジネスシーンでは感謝を伝える場面が多く存在しますので、営業以外の役職でも欠かせない業務です。

今回はプレゼンテーション後に送る御礼メールのため、メールの有無、内容の良し悪しでスポンサー獲得に影響が出る可能性もあります。しっかり取り組んでみましょう。

以下のURL先の情報や、インターネットを活用して集めた情報をもとに、営業先に送るメール文面の作成しましょう。

■参考URL
https://woman.mynavi.jp/article/200924-6/

https://mailwise.cybozu.co.jp/column/37.html

課題②では、企業訪問後、対応して頂いたことに対するお礼のメールの文面を検討させる。

作業に着手する前に、ビジネスの場面でのお礼メールの文面の書き方などをインターネットで情報収集させ、基本的なマナーなどを知った上で作業を行うよう指導する。

STEP4　スポンサー交渉

◆ **課題②　御礼メールの検討**

件名	
内容	

メールの文面案を記入するワークシートである。
端的に、わかりやすく用件を伝える文章となるように、各グループをまわってその都度、指導する。基本的な構成は例えば次のような流れである。

・挨拶
・お礼
・締め

基本的な全体の趣旨としては、以下の通りである。
「対応頂き感謝している」
「ぜひご検討頂きたい」

STEP5　営業報告

◆STEP5の課題構成

STEP1~4の取組み成果を踏まえて、営業報告のための資料作成を行い、発表しましょう。

課題①　スポンサーフォロー計画

課題②　営業報告資料の作成

課題③　プレゼンテーション

STEP5は、3つの課題を通して、営業報告を行わせるプロセスである。

STEP5　営業報告

◆課題①　スポンサーフォロー計画

チームのスポンサーとなった企業に対しては、継続的にチームの活動成果の報告を行っていく必要があります。ここではスポンサーに今後フィードバックすべき情報や訪問頻度などについて、グループで話し合って、まとめてみましょう。

フィードバックする情報	
訪問頻度	

課題①は、スポンサーフォローの計画を検討させる課題である。
仮に、営業活動によってスポンサーを獲得できた場合、継続的にスポンサーに対して活動成果のフィードバックを行う必要がある。
具体的なフィードバックする情報としては、大会やイベントへの出場実績・予定、スポンサー企業の広告活動に係る実績・予定、今後の活動の方向性などである。
訪問頻度は任意で決定して構わないが、先方の都合を考慮するように指導する。例えば、毎日や毎週等の頻度では、企業側はむしろ迷惑であるし、チームとしても現実味に乏しい。
3か月に1回、半年に1回等の現実味のある内容を検討するよう指導する。

STEP5　営業報告

◆ **課題②　営業報告資料の作成**

これまで検討してきた以下の項目について、簡潔にまとめてスライド1枚に整理し、「営業報告資料」を作成しましょう。

- 営業先リスト
- スポンサーフォロー計画

また次の課題では、「営業報告資料」と「営業資料」の2点の資料を使って、営業の際の流れや内容をプレゼンテーションすることになりますので、その際の説明内容の検討などの準備を併せて行いましょう。

課題②では、最終成果発表のための資料を作成させる。
基本的にはこれまで検討してきた情報を集約する作業となる。

この作業の段階で、プレゼンテーションを行うことを想定して、その際の説明内容を検討するように指導する。

営業報告（〇月〇日　担当：　　）

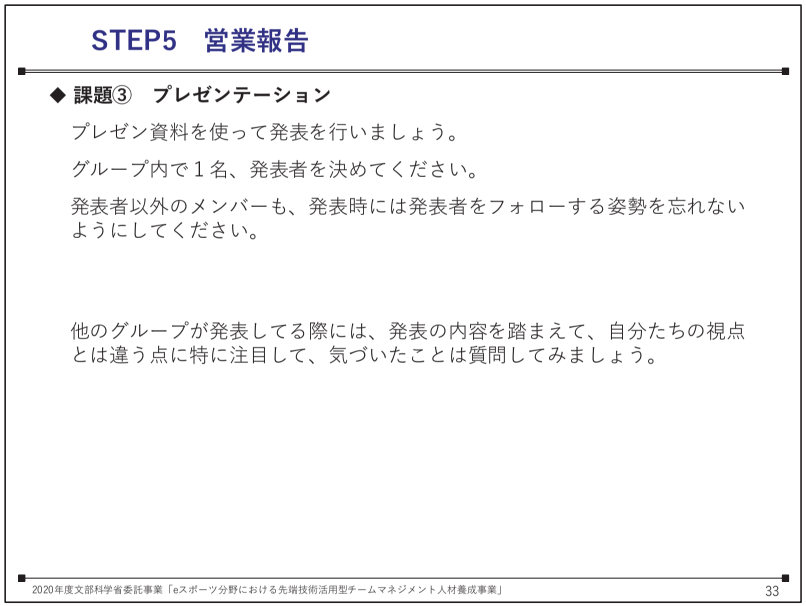
<営業先>

企業名	選出理由	住所（県・市）

<スポンサーフォロー計画>

フィードバックする情報	
訪問頻度	

最終成果発表用資料のワークシートである。
基本的にはこれまで検討してきた情報の転記・改訂で構わない。



課題③では、「営業資料」と「営業報告資料」を使って、プレゼンテーションを実施させる。

チームの代表者を1~2名選出させる。
プレゼン時間は10分程度で、その後に質疑応答の時間を設ける。

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る。

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う。
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。

株式会社〇〇〇〇　御中

プロeスポーツチーム
琉球ハイサイサイ

ご紹介資料

令和3年2月

株式会社琉球スポーツ

チーム概要

■チーム名
琉球ハイサイサイ

■チーム設立の経緯
・サークルチーム「ハイサイサイ」
「沖縄eスポーツ大会 2018」の「ストリートファイターV」部門の団体戦で優勝。

・株式会社琉球スポーツ
eスポーツ事業の一環として、「ハイサイサイ」を吸収・リブランディング。
チーム名を「琉球ハイサイサイ」に変更して現在活動中。

■活動目的
・eスポーツでの活動を通して、沖縄の魅力を世界に広める

・沖縄発の世界トップレベルのチームを目指す

2

チーム活動実績

■大会実績（一部）
・那覇eスポーツフェスタ 2019「ストリートファイターV」部門 団体戦：準優勝
・全国eスポーツ大会 2019「ストリートファイターV」部門 団体戦：8位入賞
・沖縄eスポーツ大会 2020「ストリートファイターV」部門 団体戦：優勝

■SNS運用実績（Twitter）
・フォロワー数
約15,000人

・平均インプレッション数
1投稿につき約50,000回

■動画配信の運用状況（YouTube）
・チャンネル登録者数
約10,000人

・平均同時視聴者数（配信時）
約1,000人

3

所属プレイヤー（1/2）

■チームメンバーの共通点
・男性
・成人済み
・TwitterとYouTubeを運用している
・大会で上位入賞経験者

■イナンセ（チームリーダー）
・Twitterフォロワー数：約10,000人
・YouTubeチャンネル登録者数：約10,000人
・強み
Twitterのフォロワーや、配信視聴者との交流が盛ん。

■Uebaru
・Twitterフォロワー数：約8,000人
・YouTubeチャンネル登録者数：約5,000人
・強み
食品レビュー動画が人気を得ており、ゲーム以外のファンを獲得している。

4

所属プレイヤー（2/2）

■だくじゃく
・Twitterフォロワー数：約5,000人
・YouTubeチャンネル登録者数：約2,500人
・強み
Twitterの投稿に寄せられる「いいね」や「リプライ」などの反応が多い。

■Can
・Twitterフォロワー数：約11,000人
・YouTubeチャンネル登録者数：約10,000人
・強み
ネタツイートが評判で、Twitterへの投稿が拡散されやすい。
年に1回ほど、リツイート数が万を投稿を生み出している（いわゆるバズり）。

■Chatan
・Twitterフォロワー数：約8,000人
・YouTubeチャンネル登録者数：約6,000人
・強み
大の沖縄好き。
配信中のゲーム進行が止まってしまうほど、沖縄トークで盛り上がることも。

今後の活動予定

①全国大会出場

②世界大会出場

③FPS部門を設立

④SNSでの発信強化

⑤沖縄でeスポーツイベント開催

⑥メディアやテレビなどに積極的に出演

スポンサーのメリット

■ご協力できること
・ユニフォームにロゴ入れ

・SNSで企業名や製品の宣伝

・企業名を入れたイベントの開催　など

■見込まれる効果

・特にeスポーツに関心を持ちやすい10代～20代への会社・製品の認知向上

・上記による各種製品の売り上げ増加

・御社のeスポーツに関わる企業としてのイメージの形成

・eスポーツ関連事業参入の可能性の形成　など

ご検討の程、よろしくお願い致します。

eスポーツ分野における

チームマネジメントPBL

≪クラッシュロワイヤルにおける戦術分析・立案≫

講義用教材

学校法人智晴学園
専門学校琉球リハビリテーション学院

目次

1．　はじめに
2．　プロジェクトの説明
3．　グループワーク課題
- Step1　勝利条件の確認と情報分析
- Step2　戦術の立案・検証・評価・改善
- Step3　プレゼンテーション

学習の進行スケジュール

内容	時間数
ガイダンス（学習内容とプロジェクトの説明）	0.5H
Step1　勝利条件の確認と情報分析	1.0H
Step2　戦術の立案・検証・評価・改善	3.0H
Step3　プレゼンテーション	1.5H
最終成果発表・総評	0.5H

1．はじめに

PBL（Project Based Learning）とはなにか

◆PBLとは？

Project Based Learningの略称。課題解決型学習ともいう。
アクティブラーニング（能動的学習）の一種。

複数名の学生でチームを組み、様々なプロジェクトを推進する形式で共同作業に取り組み、課題を解決していく学習方法。

- 正解のない課題への取組みを通して、**課題解決へのアプローチ方法を身につけることが目標。**
- 専門知識のほか、計画立案・実行能力、プレゼンテーション能力、チームでの活動能力等の**仕事で必要とされるスキルを養う。**

このPBL学習を通じて、eスポーツチームでマネジメント業務を担う人材に求められる実践力の醸成を図る。

本教材の学習テーマ

◆プロジェクトの概略

本教材では、eスポーツチームのさまざまな業務のうち、eスポーツ選手を支援する業務の1つである「**データ収集・戦術立案支援**」に注目。

eスポーツチームには各eスポーツ競技に関わる情報収集・分析を専門とする「**アナリスト**」と呼ばれる職種が存在。チームの活躍を裏で支える縁の下の力持ち的存在であり、対戦相手の情報の提供や対策のための戦術立案を行うことで、プロプレイヤーを支援。

今回は、eスポーツ競技「**クラッシュロワイヤル**」**を題材**に、アナリストの業務を仮想的に体験。情報収集・分析や戦術の立案・評価・改善などを通して戦術検討を行い、クラッシュロワイヤルの「**戦術プラン**」としてまとめる。

eスポーツチームのマネジメント業務構造

eスポーツアナリストの役割と仕事

◆eスポーツアナリストとは？

戦略・戦術に係るデータの収集・分析を担う職種。
次の3種のようなデータを収集・分析し、チームをサポート。

- ゲームのルール、仕様（キャラクター・ユニットの特性等）
- 自チームの長所・短所、癖、勝因・敗因
- 相手チームの長所・短所、癖、勝因・敗因

◆eスポーツアナリストの主な仕事内容

データの収集	ゲームに係る情報、自チーム・選手の情報、対戦相手チーム・選手の癖、テクニック、長所・短所、実績に係る情報を、大会や配信映像などから収集します。
課題の分析	集めた情報から、自チームが対戦相手に勝利したり、大会で勝ち抜いたりするために必要な課題を分析します。この情報をもとに、選手やコーチが練習メニューを検討していくことになります。
戦術の立案	対戦相手チームや大会参加者のプレイ傾向などのデータをもとに、勝利しやすいゲーム戦術を検討し、立案します。

など

本教材で学習を進める上でのポイント

◆何を目標とするのか

本教材では、クラッシュロワイヤルの戦術立案を題材とし、学習者はグループワークを通して、最終的に「戦術プラン」を作成する。
しかし**この教材での学習の目標は、「素晴らしい戦術プランを作成すること」や「戦術プランの書き方を学ぶこと」ではない**ことに注意が必要。

今回の学習で重要なのは、「戦術プランの作成」という作業を通じて、自分の考えをチームのメンバーと共有してディスカッションしたり、共同で何かを作り上げたりする**共同作業そのもの**や、**論理的に物事を捉えて検討していく考え方・プロセスを知ること。**

「戦術プランの作成」という作業を進めることにばかり捕らわれず、その作業を行う上での**チームメンバーとの共同作業や、作業を進める手順・考え方を理解すること**が学習の最大の目標。

2．プロジェクトの説明

学習の概要

◆学習テーマ

- クラッシュロワイヤルの戦術プランの立案

◆学習目標

- eスポーツチームにおける「データ収集・戦術立案支援」に準ずる作業の体験を通して、共同作業の要点を理解すると共に、論理的思考力、プレゼン力等を養う。

◆最終アウトプット（作成するもの）

- クラッシュロワイヤル　アリーナ４時点での最適な戦術プラン

◆実施時間

- 6時間（1.5時間×4コマ）

学習を進める上での前提条件

◆戦術立案の目標

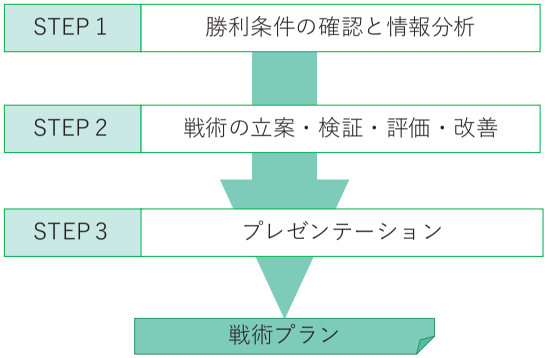
➢ アリーナ４段階での最適な戦術を立案する。

◆使用可能ユニット

アリーナ４段階で使用可能なユニットは39種。

（出典） クラッシュロワイヤル　https://clashroyale.com/ja/
（参考） クラロワ攻略K2wiki　https://clashroyale.anyk2.net/

学習の流れ



3．グループワーク課題

Step1　勝利条件の確認と情報分析

◆STEP1の課題構成

以下の3つの課題に取組みながら、**戦術立案の前提となる情報収集**を行いましょう。

課題①　クラッシュロワイヤルにおける勝利条件の確認

課題②　典型的なデッキ編成の情報分析

課題③　勝利するためのポイントの検討

Step1　戦術目標の確認と情報分析

◆課題①　クラッシュロワイヤルにおける勝利条件の確認

クラッシュロワイヤルでは、自陣と敵陣に別れて戦います。基本的なことではありますが、どのようにすれば勝利になるのか、確認しましょう。

- 相手の（　　）を（　　）する。

　または

- 制限時間終了時までに
  相手の（　　）を
  自分の（　　）より
  （　　）。

Step1　戦術目標の確認と情報分析

◆課題②　典型的なデッキ編成の情報分析

クラッシュロワイヤルのアリーナ４で使用されている典型的なデッキの情報を収集して分析し、気づいたことをグループで話し合いましょう。

またその際、各デッキがどのようにして勝利することを目標としているかまで推測しながら考えられると、なおよいです。

Step1　戦術目標の確認と情報分析

◆参考資料 ～ アリーナ４で使用されている典型的なデッキの情報

<勝率1位>

<勝率2位>

<勝率3位>

<使用回数1位>

<使用回数2位>

<使用回数3位>

※注目ポイント：勝率が高い＝多くの対戦相手との相性良／使用回数が多い＝対戦相手になりやすい

（参考） クラロワ攻略K2wiki　アリーナ4デッキリスト　https://clashroyale.anyk2.net/deck/arena4/

Step1　戦術目標の確認と情報分析

◆参考資料 ～ ユニット間の相性とデッキ編成の基本

『クラッシュ・ロワイヤル』の戦闘は、**“ジャンケンの繰り返し”**と言われています。すなわち、ユニットごとに強み・弱みが設定されていて、相手のユニットに対して相性の良いカードを出すのが基本です。

≪例≫

※デッキは相互のカードの弱点を補うように編成されているので、**タワーをメインで狙うカード**とそれを**サポートするカード**等で編成されています。そのため、**デッキ編成を見れば相手の攻撃の傾向がある程度見えてきます。**各デッキがどのような攻撃の形を想定しているのか、考えてみましょう。

Step1　戦術目標の確認と情報分析

◆課題③　勝利するためのポイントの検討

クラッシュロワイヤルのアリーナ４で使用されている典型的なデッキの分析情報を踏まえて、どのような事が勝利のポイントになるか話し合ってみましょう。

Step2　戦術の立案・検証・評価・改善

◆STEP2の課題構成

以下の3つの課題に取組みながら、**戦術の立案と検証**を行ってみましょう。

課題①　デッキの編成と基本戦術案の検討

課題②　デッキの検証と評価

課題③　デッキの改善

Step2　戦術の立案・検証・評価・改善

◆課題①　デッキの編成と基本戦術案の検討

Step1で検討した前提情報をもとに、グループ内で最適なデッキを検討して以下の枠にユニットの画像を配置してみましょう。

また、編成したカードそれぞれの役割を具体的に考え、分類してみましょう。

<デッキ編成>

<主にタワーの攻撃を狙うカード>
（メインカード）

<メインカードの動きをサポートするカード>

<相手のメインカードを妨害するカード>

Step2　戦術の立案・検証・評価・改善

◆デッキ構築素材

Step2　戦術の立案・検証・評価・改善

◆参考情報～デッキ構築のヒント① 対戦相手の情報

対戦相手のデッキに編成されたカードに対し、対策するための方法を検討してデッキを編成するのが1つの考え方です。

アリーナ4の段階では、使用回数が多いデッキは以下の３つでした。いずれも大きな差はないことが見て取れます。

『相手がどのカードをメインとしてタワーの破壊を狙ってくるのか』を考え、**それを妨害するためにはどうしたら良いか**を考えてみましょう。

<使用回数1位>

<使用回数2位>

<使用回数3位>

（参考） クラロワ攻略K2wiki　アリーナ4デッキリスト　https://clashroyale.anyk2.net/deck/arena4/

Step2　戦術の立案・検証・評価・改善

◆参考情報～デッキ構築のヒント② デッキ構築の基本的な考え方

デッキ構築の方法に迷った場合、以下の手順で検討を行ってみましょう。

1．勝敗を決めるメインカードを選ぶ

- 攻撃の主力となるカード＝対戦相手のタワーにダメージを与えるカードを選ぶ。
- 例）ジャイアント、ホグライダー、ラヴァハウンドなど

2．カウンター＆サポートをするカードを選ぶ

- 自分のデッキのメインカードに対し、対戦相手が攻撃と守備の両方でどういう手を打ってくるのかを考える。
- 例えば、ホグライダーをメインにする場合、対戦相手は複数ユニットのカード（スケルトンの群れ、ガーゴイルの群れ等）でカウンターを狙う可能性が高いので、複数ユニットに強いバルキリーやベビードラゴンを入れる、など。

3．呪文カード・建物カードを選ぶ

- メインカードに必要なサポートの種類、その時点のメタから考えられるカウンターの種類、そのメタに最も影響を与える呪文カードの種類を検討して、呪文カードを入れる。各デッキには一般的に１～２枚の呪文カードが入ることが多い。
- 基本的に建物カードは防衛に使用される。ホグライダーやジャイアントのような建物を攻撃するユニットを誘導するのに、タワーがダメージを受けるのを防ぐ。一般的に0~1枚程度編成される。

（参考） RedBull　『クラッシュ・ロワイヤル』：デッキの組み方　https://clashroyale.anyk2.net/deck/arena4/

Step2　戦術の立案・検証・評価・改善

◆課題②　デッキの検証と評価

課題①で検討したデッキを使って、検証を行ってみましょう。

≪検証方法≫

グループ内で『検討したデッキを使用する人』と『仮想敵役』を決めて、何度か『フレンドバトル』を行ってみましょう。また時間があれば、グループ内のメンバーで相互に役割を変えて繰り返し検証しましょう。**グループメンバー全員が１回ずつはプレイするようにしてください。**

なお、仮想敵役の人は基本的に以下のデッキのいずれかを使用してください。

<仮想敵役の使用デッキ>

Step2　戦術の立案・検証・評価・改善

◆課題②　デッキの検証と評価

検証を通して、勝利したパターン・敗北したパターンなど出てくると思います。これらの結果から、デッキの弱点（負ける流れ）や勝つための運用ポイントなど、気づいたことを書き出してみましょう。

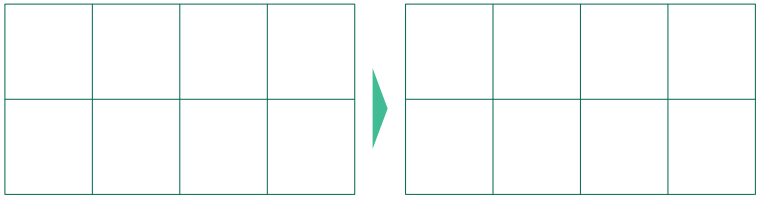
弱点 （負ける流れ）	
勝つための 運用ポイント	

Step2　戦術の立案・検証・評価・改善

◆課題③　デッキの改善

検証結果をもとに、デッキの改善を行いましょう。特に「弱点」の部分が明らかになった場合は、その対策方法を検討したり、カードを入れ替えたりしてみましょう。

<元のデッキ編成>　　<課題を改善したデッキ編成>



なお、デッキ編成を改善した後、時間があれば、課題②と同様に「フレンドバトル」を行って再検証をしてみましょう。

Step2　戦術の立案・検証・評価・改善

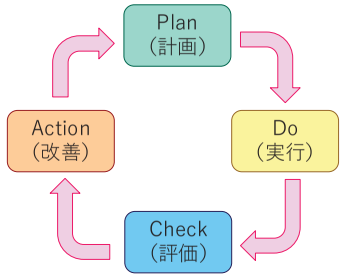
◆デッキ構築素材

補足：PDCAサイクル

STEP1からSTEP2にかけて実施してきた流れは、「**PDCAサイクル**」と呼ばれる考え方に準拠。

「PDCAサイクル」は、今回実施したeスポーツの戦術研究のみならず、**仕事等でのさまざまな場面での課題解決に取組む際の基本的な考え方**のひとつ。

Plan→Do→Check→Actionの流れを繰り返すことによって、課題解決を図る。



Plan　：計画する
- 解決したい課題を理解し、情報を収集して目標設定を行い、解決のための案を検討

Do　　：実行する
- 解決したい問題を理解し、情報を収集して目標設定を行い、解決のための案を検討

Check　：評価する
- 実行した結果を受けて、計画通り実行できたか、目標が達成できたかを評価

Action　：改善する
- 評価結果を受けて、改善できるポイントを検討し、改善する。

STEP3　プレゼンテーション

◆**STEP3の課題構成**

STEP1とSTEP2の検討結果を踏まえて、グループで検討したデッキ編成の情報を整理し、発表を行いましょう。

課題①　プレゼン資料の作成

課題②　プレゼンテーション

STEP3　プレゼンテーション

◆ **課題①　プレゼン資料の作成**

これまで検討してきた以下の項目について、簡潔にまとめてスライド1枚に整理し、「戦術プラン」を作成しましょう。

- デッキ編成
- 各カードの役割
- デッキのコンセプト
- デッキの運用のポイント

「デッキのコンセプト」には、どのようにして勝利を目指すかを記入します。例えば以下のような内容を検討して記入してください。

例1）敵の動きを妨害しつつ制限時間内にホグライダーでアリーナタワーを壊して勝つ。

例2）P.E.K.K.Aを守りながらキングタワーを壊して勝つ。

様式は次のページに掲載されているものを使用してください。

クラッシュロワイヤル アリーナ４における戦術プラン（案）

<デッキコンセプト>
（　　）

<デッキ編成>

<主にタワーの攻撃を狙うカード>
（メインカード）

<メインカードの動きをサポートするカード>

<相手のメインカードを妨害するカード>

運用のポイント	

STEP3　プレゼンテーション

◆ デッキ構築素材

STEP3　プレゼンテーション

◆ 課題②　プレゼンテーション

プレゼン資料を使って発表を行いましょう。

グループ内で１名、発表者を決めてください。

発表者以外のメンバーも、発表時には発表者をフォローする姿勢を忘れないようにしてください。

他のグループが発表してる際には、発表の内容を踏まえて、自分たちの視点とは違う点に特に注目して、気づいたことは質問してみましょう。

eスポーツ分野における

チームマネジメントPBL

≪「FPS」におけるトレーニングプランの立案≫

講義用教材

学校法人智晴学園
専門学校琉球リハビリテーション学院

目次

1．　はじめに
2．　プロジェクトの説明
3．　グループワーク課題
- Step1　トレーニング対象の特性分析
- Step2　トレーニングメニューの検討
- Step3　トレーニングプランの作成

学習の進行スケジュール

内容	時間数
ガイダンス（学習内容とプロジェクトの説明）	0.5H
Step1　トレーニング対象の特性分析	3.0H
Step2　トレーニングメニューの検討	7.5H
Step3　トレーニングプランの作成	3.5H
最終成果発表・総評	0.5H

1．はじめに

PBL（Project Based Learning）とはなにか

◆**PBLとは？**

Project Based Learningの略称。課題解決型学習ともいう。
アクティブラーニング（能動的学習）の一種。

複数名の学生でチームを組み、様々なプロジェクトを推進する形式で共同作業に取り組み、課題を解決していく学習方法。

- 正解のない課題への取組みを通して、**課題解決へのアプローチ方法を身につけることが目標。**
- 専門知識のほか、計画立案・実行能力、プレゼンテーション能力、チームでの活動能力等の**仕事で必要とされるスキルを養う。**

このPBL学習を通じて、eスポーツチームでマネジメント業務を担う人材に求められる実践力の醸成を図る。

本教材の学習テーマ

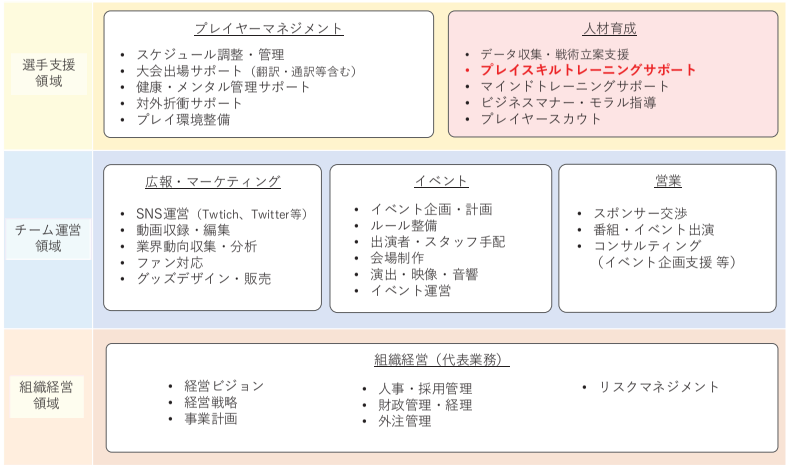
◆**プロジェクトの概略**

本教材では、eスポーツチームのさまざまな業務のうち、eスポーツ選手を支援する業務の1つである「トレーニングサポート」に注目。

eスポーツチームには各eスポーツ競技に関わる情報収集・分析を専門とする「**コーチ**」と呼ばれる職種が存在。チームに所属するプレイヤーのプレイスキルの向上やマインドセットの形成を支援。

今回は、eスポーツの中でも特に人気の高い競技「**FPS（ファースト・パーソン・シューティング）」を題材**に、アナリストの業務を仮想的に体験。プレイヤーの情報収集・分析やトレーニング手法の調査・検討等を通して、FPSにおける「**トレーニングプラン**」を作成する。

eスポーツチームのマネジメント業務構造



本教材で学習を進める上でのポイント

◆**何を目標とするのか**

本教材では、FPSのトレーニングプランの作成を題材とし、学習者はグループワークを通して、最終的に「トレーニングプラン」を作成する。
しかし**この教材での学習の目標は、「素晴らしいトレーニングプランを作成すること」や「トレーニングプランの書き方を学ぶこと」ではない**ことに注意が必要。

今回の学習で重要なのは、「トレーニングプランの作成」という作業を通じて、自分の考えをチームのメンバーと共有してディスカッションしたり、共同で何かを作り上げたりする**共同作業そのものや、論理的に物事を捉えて検討していく考え方・プロセスを知ること。**

「トレーニングプランの作成」という作業を進めることにばかり捕らわれず、その作業を行う上での**チームメンバーとの共同作業や、作業を進める手順・考え方を理解すること**が学習の最大の目標。

2．プロジェクトの説明

学習の概要

◆ **学習テーマ**

- FPSにおけるトレーニングプランの立案

◆ **学習目標**

- eスポーツチームにおける「トレーニングサポート」に準ずる作業の体験を通して、共同作業の要点を理解すると共に、論理的思考力、プレゼン力等を養う。

◆ **最終アウトプット（作成するもの）**

- FPSにおけるトレーニングプラン

◆ **実施時間**

- 15時間（1.5時間×10コマ）

学習を進める上での前提条件①

◆ **トレーニング対象の設定**

- トレーニングの対象となるプレイヤーは任意で選択。
- プロプレイヤーでも身近なプレイヤーでも構わない。
- ただし、以下の条件を満たすプレイヤーであることが条件。
  条件①　FPSに分類される競技タイトルのプレイヤー であること
  条件②　多数のプレイシーンを記録した映像等が存在すること

- またFPSの競技タイトルも任意で選択して構わない。
- 主なFPSの競技タイトルは次の通り。

  - Call of Duty（コールオブデューティ）
  - Battlefield（バトルフィールド）
  - Counter-Strike（カウンターストライク）
  - Apex Legends（エーペックスレジェンズ）
  - Warsow（ウォーソウ／ワーソウ）
  - Overwatch（オーバーウォッチ）

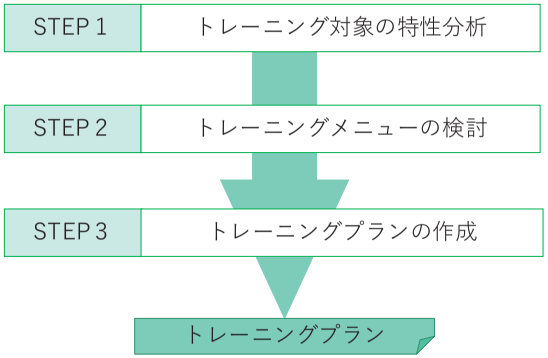
学習を進める上での前提条件②

◆ **トレーニング期間・時間**

- トレーニングの大会前の１か月間。
- 1日目（月）～28日目（日）という想定で検討。
- 選手は各曜日の以下の時間帯にチームで規定のトレーニング時間が設定されている。
- その他、空き時間に各人が自主トレーニングを実施

	月曜	火曜	水曜	木曜	金曜	土曜	日曜
6時～12時							
12時～18時						各日6時間	
18時～24時	各日3時間						
24時～6時							

学習の流れ



3．グループワーク課題

Step1　トレーニング対象の特性分析

◆ **STEP1の課題構成**

以下の3つの課題に取組みながら、**戦術立案の前提となる情報収集**を行いましょう。

課題①　トレーニング対象の選定・情報整理

課題②　トレーニング対象の強み・弱み分析

課題③　強化するポイントの設定

Step1　トレーニング対象の特性分析

◆ **課題①　トレーニング対象の選定・特性分析**

今回のグループワークでトレーニングプランの検討を行うにあたって、その対象者のプレイヤーを選びましょう。前掲の前提条件に合致するプレイヤーを選出し、その情報を以下の表に記入してください。

名前	
所属	
競技タイトル	
実績	
プレイシーンの映像等URL	•

Step1　トレーニング対象の特性分析

◆ **課題②　トレーニング対象の強み・弱み分析**

課題①で対象に設定したプレイヤーのプレイシーンをよく確認し、そのプレイヤーの強みや弱みを分析して記入しましょう。

その際、勝利したシーンと敗北したシーンをそれぞれ複数確認し、それらの共通項や行動パターンなどに特に注目して検討を行ってください。

強み	
弱み	

Step1　トレーニング対象の特性分析

◆ **課題③　強化するポイントの選定**

今回のトレーニングで特に強化するポイントを選定しましょう。

選定の考え方として、強みを伸ばすという考え方と、弱みを克服するという考え方の2通りがあります。1か月間という時間の制約があることを踏まえ、より実現性の高いと考えられるもの、優先度の高いもの等を検討してみましょう。

Step2　トレーニングメニューの検討

◆ **STEP2の課題構成**

以下の3つの課題に取組みながら、**<u>トレーニングメニューの検討</u>**を行ってみましょう。

課題①　トレーニング手法の情報収集

課題②　ディスカッション

課題③　トレーニングメニューの整理

Step2　トレーニングメニューの検討

◆ **課題①　トレーニング手法の情報収集**

eスポーツにおいては現在、いずれのジャンル・タイトルにおいても、典型的なトレーニング手法は存在していません。ただし、プロプレイヤーの動画やブログ等をはじめ、様々な場面でトレーニング手法やトレーニングの考え方などが整理されて情報発信されています。

インターネットを活用してこれらの情報を調査し、Step1で設定した「強化するポイント」に関連した情報を収集しましょう。

またその際、調査領域が重複しないように、グループ内で役割分担を行いましょう。

なお、別添資料「eスポーツトレーニングに関する資料集」を確認して、参考にしてください。資料集には以下の3種の資料が掲載されています。

- FPSに特化したeスポーツトレーニングに関する資料
- 汎用的なeスポーツトレーニングに関する資料
- 他ジャンルのeスポーツトレーニングに関する資料

Step2　トレーニングメニューの検討

◆課題②　ディスカッション

課題①で調査した内容をグループ内で持ち寄り、情報の共有を行いましょう。
その上で、特に有効性の高いと考えられるトレーニング手法やトレーニングの考え方が掲載された資料等を選び、以下に記載ましょう。

Step2　トレーニングメニューの検討

◆課題③　トレーニングメニューの整理

課題①②の結果をもとに、トレーニングメニューとその内容を整理して記載しましょう。トレーニング内容については1~2行程度で説明できるのが理想的ですが、難しい場合は資料のリンクを活用するなど工夫してみてください。

トレーニングメニュー	トレーニング内容

STEP3　トレーニングプランの作成

◆STEP3の課題構成

STEP1とSTEP2の検討した情報を整理し、トレーニングプランの作成を行いましょう。

課題①　トレーニングプランの作成

課題②　プレゼンテーション

STEP3　トレーニングプランの作成

◆課題①　トレーニングプランの作成

これまで検討してきた情報について簡潔にまとめ、「トレーニングプラン」を作成しましょう。

- 強化するポイント
- トレーニングメニュー
- トレーニングスケジュール

トレーニングスケジュールについては、メニューの情報をもとに、どのメニューにどの程度の時間を割り当てるかを検討して設定してください。

なお、次のページに掲載する通り、トレーニング期間は1か月間、時間は平日（月曜日～金曜日）が3時間、休日（土曜日、日曜日）が6時間の想定です。

様式はp.26~27に掲載されているものを使用してください。

（再掲）学習を進める上での前提条件②

◆ **トレーニング期間・時間**

- トレーニングの大会前の１か月間。
- 1日目（月）～28日目（日）という想定で検討。
- 選手は各曜日の以下の時間帯にチームで規定のトレーニング時間が設定されている。
- その他、空き時間に各人が自主トレーニングを実施

	月曜	火曜	水曜	木曜	金曜	土曜	日曜
6時～12時							
12時～18時						6時間	6時間
18時～24時	各日3時間						
24時～6時							

FPSにおけるトレーニングプラン（案）

<強化するポイント>
（ ）

トレーニングメニュー	トレーニング内容

FPSにおけるトレーニングプラン（案）

<トレーニングスケジュール>

	月曜	火曜	水曜	木曜	金曜	土曜	日曜
第1週（1~7日目）	（記入例）トレーニングA（〇時間）						
第2週（8日目~14日目）							
第3週（15日目~21日目）							
第4週（22日目~28日目）							

STEP3　トレーニングプランの作成

◆ **課題②　プレゼンテーション**

作成したトレーニングプランの資料を使って発表を行いましょう。

グループ内で１名、発表者を決めてください。

発表者以外のメンバーも、発表時には発表者をフォローする姿勢を忘れないようにしてください。

他のグループが発表してる際には、発表の内容を踏まえて、自分たちの視点とは違う点に特に注目して、気づいたことは質問してみましょう。

【トレーニングプラン PBL 別紙】e スポーツトレーニングに関する資料集

目次

1. FPS に特化した e スポーツトレーニングに関する資料.....3
1.1. 「FPS 全般の立ち回りについて諸々」.....3
1.2. 『VALORANT』初心者向け立ち回り上達講座　撃ち勝てない人のための戦略指南」.7
1.3. 「Tips, Tricks, and Strategies」.....10
1.4. 「VALORANT Maps Guide – All Maps and Tactics」.....12
1.5. 「Beginner's Guide to Valorant: Tips and strategies everyone should know」.....15
1.6. 「Liquid 101 - Episode 1 - Peeking in VALORANT with Kellar」.....16
1.7. 「CS:GO - Best training maps 2020」.....18
1.8. 「CS:GO - How to improve your aim」.....20
1.9. 「How to Practice CS:GO - Counter-Strike: Global Offensive Tutorial」.....21
1.10. 「Aim training: How to improve your FPS aim」.....23
1.11. 「【初心者必見】プロが教える『Apex Legends』上達講座　勝てない人はエイムと立ち回りを練習しよう」.....25
1.12. 「How To Improve Your Aim on PC」.....29
1.13. 「GETTING STARTED IN MODERN WARFARE®: MULTIPLAYER」.....30
1.14. 「We caught up with players at the ECS Finals to get their advice on how you can finally make it out of Silver.」.....30
1.15. 「7 top tips to dominate in CS:GO Danger Zone」.....31
1.16. 「Call Of Duty Warzone | Ultimate Beginners Guide & Tips」.....31
1.17. 「プロゲーマーが教えるエイム練習法！これで君もゴリラエイムだ！【スプラトゥーン 2】」.....32
1.18. 「The 5 types of esport team tactics」.....33
1.19. 「4 PRO STRATEGIES you can use to WIN MORE GAMES in VALORANT」.....34
1.20. 「【FPS】武器の種類一覧!初心者のための特徴や略称、選び方を紹介!」.....35
1.21. 「【FPS 上達法】④チームワーク編「味方と連携をとるコツは味方の気持ちになる」」36
2. 汎用的な e スポーツトレーニングに関する資料.....38
2.1. 「League of legends: Learning materials」.....38
2.2. 「Call of Duty: Know Your Role」.....43
2.3. 「How Muscle Memory is Built When Playing Competitive Games」.....45
2.4. 「How To Choose Your PERFECT MAIN CHAMPION - League of Legends」.....47
2.5. 「格ゲー初心者が 1 年でプロゲーマーになって世界大会で優勝するまでにした 3 つのこと」48

2.6. 「初中級者には特に必須！？aMSa 選手がコーチと取り組むスマブラ上達の練習法 | SmashlogTV」.....50
2.7. 「「ザクレイは感覚派」と言われるけどスマブラのことはすごく考える」.....51
2.8. 「【aMSa が『スマブラ』から学んだこと】 | Vol.5：『スマブラ』が「強くなる」戦術指南」52
2.9. 「格闘ゲーム上達論」.....55
3. 他ジャンルの e スポーツトレーニングに関する資料.....56
3.1. 「【ホリ伝説ドットコム第 15 回】高密度・集中的に闘うためのトレーニング法を公開！【sako 回】」.....56
3.2. 「シャドバプロ AXIZ の Rumoi は勝率 1%の変動と感覚を重視する」.....56
3.3. 「Overwatch からシャドウバースに転身　異色のプロゲーマー・keisuke3【後編】」56
3.4. 「プロリーグ第 4 節 振り返り」.....56
3.5. 「シャドバの練習とは？」.....56
3.6. 「プレイングの上手い下手」.....57
3.7. 「その状況、既に詰んでません？」.....57
3.8. 「shadowverse を上手くなるためにすること。」.....57
3.9. 「【AZ | ラプラス所属プロゲーマー・キチパーム選手インタビュー】」.....57
3.10. 「【スト 5】トレーニングモード活用法 初~中級者向け実践を意識したトレモの使い方【ストリートファイター5AE トレーニングモード攻略】」.....57
3.11. 「目指せ上級者！スマブラプロが教えるトレーニングモード有効活用法【スマブラ SP】」 58
3.12. 「プロゲーマーの効率的なトレモの練習方法を紹介します【スマブラ SP】」.....58
3.13. 「【#BeasTV】第 2 回「まちゃぼー先生のスト 5 初中級者講座：技の埋め方」まとめ」 58
3.14. 「【#BeasTV】第 1 回「まちゃぼー先生のスト 5 初中級者講座：スト 5 の基礎&フレーム講座」まとめ」.....58
3.15. 「9/9/2020 初心者講座 番外編 「トレーニングモード解説」」.....58
3.16. 「9/6/2020 初心者講座第二弾 「対空の仕組みと習得方法」 パート 6」.....58

1. FPS に特化した e スポーツトレーニングに関する資料

1.1. 「FPS 全般の立ち回りについて諸々」

出典：サトウ ex on note

URL：" https://note.com/satoex/n/nbace2073ae7a

要旨：「MAP を制するものは FPS を制す」。

・マップの使い方

画面左上などのミニ MAP は自分の位置の把握より、敵がどこにいるか(赤点)を確認するためのもの。

敵が発砲して MAP に赤点が表示されているのを見て「あの辺だな」「ここを通るのはやめておこう」などとイメージできるようになるとベストです。これを意識していると、MAP の交戦や潜伏の要所がわかってくる。MAP の個性、特徴を理解することができるようになります。

・レティクル/クロスヘア

武器を持っているときに画面の中心付近、上下左右に十字？（設定によって誤差あり）が表示されていることがあると思います。それを FPS 用語でレティクル、クロスヘアと呼びます。

　あらかじめ敵がいそうなところにレティクルもしくはサイトを合わせておけ（合わせながら動け）ば、その分撃ち合いが有利になります。実際にそこに敵がいた場合、エイムをする時間を少なくできるからです。

MAP が分かる＝敵がいる確率が高い場所を把握している、ということになります。それらのポジションに注意しながらレティクルを動かしていくことで、結果として効率の良いクリアリングをしている、ということになる。

・武器と射程

FPS における射程。ここでは「武器本来の性能を発揮出来る」かつ「他の武器種とキルタイムで差別化を図れる」距離と定義。(例) サブマシンガン(SMG)は、至近距離～近距離で最大性能を発揮しますが、遠距離となるとキルに必要な弾数が多くなったり、弾が当たりにくくなったりします。

MAP には必ずと言って良いほど、短射程が活躍できるポジション、長射程が活躍できるポジションがある。これらを意識することで、単に「敵がいそうだから気を付けるポジション」ではなく「長射程武器持ちがいる可能性があるポジションだから、SMG を持っている自分は近づかないようにしよう」といった明確なクリアリングプランが出来ていくことになります。

＊『クリアリング』＝敵が隠れている、もしくはその場所から出てくる可能性がある場所を

確認すること。

・クリアリングの基本　自分の立場からして「敵に居られたら困るもしくは嫌なポジション」からクリアリングしていく。

・チームワーク

味方と行動するメリット＝味方と行動することで、クリアリングをする箇所を少なくすることができます。

一緒に行動している味方は、自分の代わりに（例えば自分の武器にとって苦手な射程箇所の）クリアリングを行ってくれうる存在。お互いにカバーし合うことが基本。ボイスチャットなどで連携をとっている場合はさらに強固なクリアリング体制を敷くことが可能になる。

・読みあい

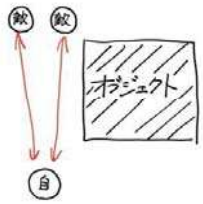
FPS の特性上、置きエイムをしておくことが非常に強いケースがほとんど

理由：あるポジションにエイムを置いている側は、そこから出てきた敵がいたらそのまま撃つだけでいいので、倒すまでにかかる時間を可能な限り少なくできます。一方で飛び出す側は、そこから出る、置きエイムをしている敵を発見する、エイムをする、撃つ、といった過程が発生するので、倒すまでにかかる時間が長くなりやすくなります。

つまり、自分が置きエイムをしているところに敵が出てきてくれる、といった状況をできる限り作り出すことが、勝率、キルレートを上げることに繋がります。

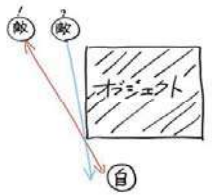
・敵が複数いた時の立ち回り＝有効な立ち位置変更

パターン A（相手有利）

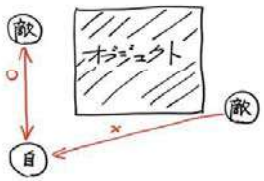


*オブジェクトは乗り越え不可とする。

パターン A’（その対処例）



パターンB'　（相手有利な例）



パターンB'（その対処例）

・引くべきシチュエーションの例

「明らかに敵の数が多く、味方も周囲に出揃っていない(突っ込んでも味方の役に立たない)」
「自分の武器で戦えない(戦いにくい)距離に敵がいる」。
＞自分が倒されてしまった時、敵の赤点＝現在位置を把握できる味方がいなければ、自分のデスは全くの無駄になってしまいます。

・上達のコツ
毎試合ごとに、どうして今の撃ち合いに負けたのか、どうして試合に負けたのかを考えることが大事。

1.2.　『VALORANT』初心者向け立ち回り上達講座　撃ち勝てない人のための戦略指南」

出典：hard-mode.net

URL：" https://hard-mode.net/archives/8537

・キャラクターの理解と選択

『VALORANT』で敵に勝つための鉄板パターンは「敵の位置を把握し」して「有利な状況を作り」撃ち合うこと。

アタッカーのフェニックスはその内の「有利な状況を作る」ことに長けている。

サポートのソーヴァはその前段階の「敵の位置を把握する」

・武器の性能の理解

例）ヴァンダルとファントム

落ち着いてヘッドショットを狙えるのであればヴァンダルが強いとは思いますが、ヴァンダルは連射が遅く、反動が強いです。

逆にファントムは連射が速く反動が緩いので扱いやすい武器と言えます。

ヴァンダルとファントムを両方使っていると、「このシーンはヴァンダルだったら勝てた」「今の状況はファントムの方が有利」など強みの違いがわかってくる。

・ゲーム内エコシステムの把握

ラウンド中の「キル」「スパイク設置」「勝利」「敗北」「連敗」「3 連敗以降」などの条件に応じてクレジットを獲得していき、最大で 9000 まで貯めることができます。

覚えておくべきは、「武器とシールドとアビリティをフルで購入するためにはどのくらいのお金が必要なのか？」

例）ファントムを使いたいなら、まずファントムとヘヴィシールドで 3900 クレジット、アビリティを合わせて 500 クレジット前後として、ラウンド終了時に 4400 程度のクレジットはないとフルで買うことができません。

例）

エコ・・・お金を節約して最小限の購入

フルバイ・・・必要な装備を全て揃える

ハーフバイ・・・エコとフルバイの中間的な購入

・ラウンドごとのスタンス

ピストルラウンド・・・1 ラウンド目と攻守交替直後のピストル同士で撃ち合うラウンド

＝武器がそろっていないので、人数有利の状況を作って勝つのが理想。

エコラウンド・・・クレジットを温存して最小限の買い物で挑むラウンド

＝敵よりも装備は貧弱なのでラウンドに勝つことは期待せず、人数のごり押しで

敵を 1 人でも倒して武器を奪ったり、スパイクを設置してクレジットを稼ぐ等、少しでも次のラウンドで有利になるよう立ち回ります。

＊エコラウンドの前のラウンドで武器をキープ(負け確でも死なずに時間いっぱい生き残って武器を落とさないようにする）してエコラウンドにアサルトライフルを持ち込むなどできれば戦術の幅は広がる。

・ラウンドの基本

基本待ちが強いゲームなので、強いポジションで待てる状況を作り出すことが勝利への第一歩

そんな強いポジションで待っている敵を簡単に倒す方法が「人数でごり押し」すること。

攻め込まれた側はどうすればいいのかというと、「味方が援護するために寄ってくる時間を作る」など、アビリティを使って時間を稼ぎます。

・FPS の基本　ツーマンセル

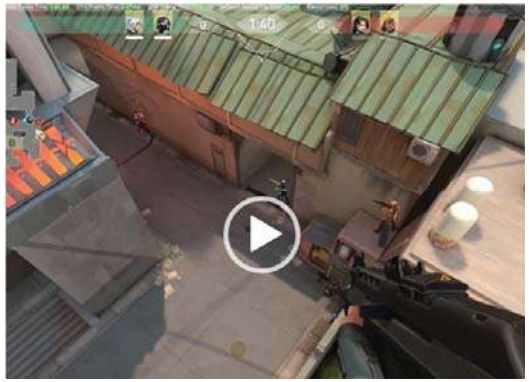
二人一組アタッカーとサポートのような構成で動き、アタッカーは自分の為に、サポートはアタッカーの為に戦いやすい環境を作ります。

・クロスの取り方

基本＝ひとりの敵は二方向を同時にクリアリングできない。

クロスというのは 1vs1 で撃ち合うのではなく、2 方向から同時に敵を撃てる状況を作り出すことをいいます。

クロス例）通路から出てきた敵を味方ふたりが待ち伏せ、挟み撃ちしている。



クロスカット例）手前側から出てきた敵と味方が向き合って交戦したタイミングで、脇（画面左）から味方が顔をだして攻撃する。

課題例）どこにいればクロスを取れるのか、逆に、どこにアビリティを使えば敵はクロスを取れないのか？

1.3.　「Tips, Tricks, and Strategies」

出典：ign.com

URL：" https://www.ign.com/wikis/valorant/Tips,_Tricks,_and_Strategies

・エージェントの性質の把握

センチネル　：チームの死角を守り、チームの戦いをサポートする防御の専門家

イニシエーター：　銃撃戦での切込みに特化し、ポジショニングでチームの優位性に貢献する

コントローラー：視線を遮り、チームいる空間を堅固にすることで戦場をコントロールします。

デュエリスト：チーム内の主力。アビリティを使って敵グループを散らし、素早く排除することに重点を置く

＞自分はどのキャラクターを使うべきか。自分のキャラクターの性質はどれか？　複数にまたがるか？

・トレーニングモードで実際にいくつかの武器を撃ち、その性能、長所と短所を見極める。

・角を制することがゲームを制する。

不意打ちに適した曲がり角（コーナー）を見つけたら、そこを死守する。しかし相手がマップ理解をしている場合、そこが交戦のポイントとなりうることを予期して行動すべき。

・相手チームに勝利するには、全員が協力する必要があります。ヘッドセットでの会話や、ping システムを用いて常に敵や spike(ゲーム目標の爆弾)の位置を知らせることが重要。また、またエコシステムを理解し、武器の受け渡し機能を使って、味方全体の装備を充実させていくべき。

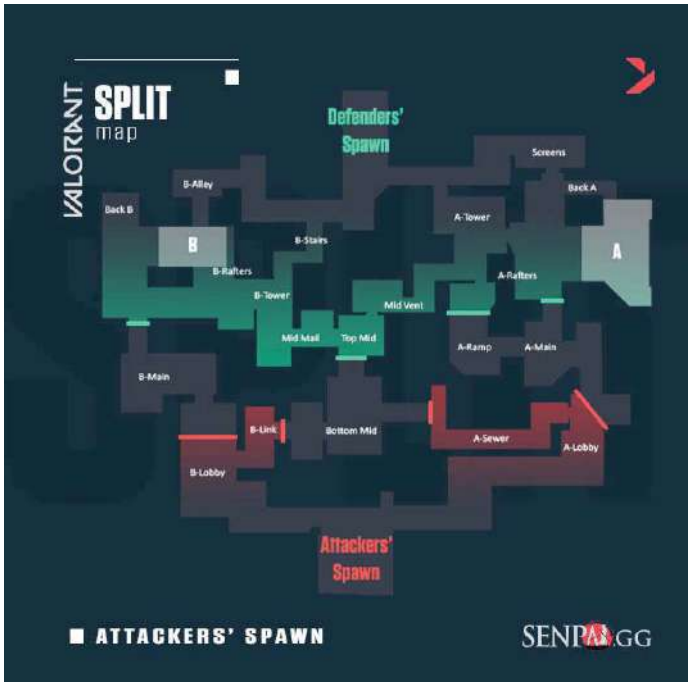
・冷静に行動すべき。通常の歩行の足音が敵に拾われ、即死につながるシチュエーションはいくらでもある。味方内で敵の位置の共有ができていればもちろん、この限りではない。

・1 つのエージェント/エージェントのタイプに固執しないでください。切り込み隊長を演じたい見方がいる場合、チームメイトとして最適なのは、死角を埋めるのを手伝ってくれるサポーターです。

・Valorant の対戦は激しく、長く、最短の試合でも少なくとも 13 ラウンドになります。ゲームの進行に合わせて、チームメートとその場で戦略を調整していく。1 つのゲームで機能する戦略が常に機能することは非常にまれです。敵のプレイスタイルにその場で適応する

ことが不可欠であり、戦略を切り替えなければ長期戦のうちに相手に動きを把握されてしまうだろう。
・射線を支配できれば、ゲームを支配できる。マップを学び、最適な狙撃角度と側面（オブジェクトの影や死角）を見つけることは、試合中に銃撃戦を先導するときに優位に立てる。

1.4.　「VALORANT Maps Guide – All Maps and Tactics」
出典：senpAI
URL：" https://senpai.gg/blog/valorant-maps-guide-all-maps-and-tactics/



以下、ステージ”SPLIT”を題材にしたマップの分析と攻略例。

アタッカー視点：スプリットには、スパイク（爆弾）を設置するための 2 つのサイトがあります。（図表の大きな灰色ブロックの A と B）。
最初のラウンドの開始後、購入フェーズが終わってバリアが下がり、移動制限が解除されたら、チーム内のひとりはサイトに向かうべき。
B-Main と A-Main は通常、ディフェンダーにとっての警告ポイントとなる。これらの 2 つの場所には常に誰かが戦力/特殊能力を投入します。

A-ランプは、A-メインフロアを溶岩に変えることができるため、ディフェンダーのお気に入りの場所です。地面と射撃ラインが安全であることが確実でない限り、そこに急いではいけません。

B-リンクはアタッカー側が爆弾設置場所にたどり着く前であっても、ディフェンス側に回り込みに利用される恐れがある。

Bottom Mid は、2つの爆弾設置場所と主な戦闘地域の間の交差点です。
ASewer 経由でそこに行くときは注意してください 。水しぶきがすぐにあなたの位置敵に知らせてしまうので、通路を走るのではなく歩いてみてください。

A サイトに爆弾設置をする際に警戒すべき場所
A-Rafters
A-Tower
Screens

B サイトの場合
B-Main
B-Tower
B-Alley

ディフェンダー視点：
・ディフェンダーはバリアが下りる前での行動範囲が広い。相手の攻略ポイント＝爆弾設置場所を確認してから行動しよう。
・A-main は主戦場。顔を出す前にクリアリングを行おう。スモークなどを使って敵の視界に入らないようにしよう。

・A Rafters は敵の意表を突くのにうってつけの場所だが、あまり滞在しないようにしよう。このエリアを走ると音がうるさいので、徒歩に切り替えよう。

・戦闘開始後すぐに、Top Mid から Bottom Mid と A-Sewer をチェックしよう。
・B-Tower と Back B は位置取りが良いが、B-Link の動きを見ようと深入りすると、いざというときに退却しにくくなる恐れがある
・中央の B　stair は複数の曲がり角につながっているので注意しよう。階段を上るときは必ず徒歩に切り替えよう。

アタッカーが爆弾を A に設置した場合は 、次の場所に味方を配置してみてください。

A-tower（警戒態勢）
screen
A- main

アタッカーが爆弾を B に設置した場合は 、次の地点を抑えるべきです。
Btower（警戒態勢）
B-alley
B- main

1.5. 「Beginner's Guide to Valorant: Tips and strategies everyone should know」

出典：oneesports

URL：" https://www.oneesports.gg/valorant/beginners-guide-to-valorant-tips-and-strategies-everyone-should-know/

要旨：

・実戦に挑む前にトレーニングモードを使って銃器の性能の違いや、撃った時の反動、銃痕パターンを把握しておくべき。また、valorant では一部の FPS とちがって移動中の射撃は著しく精度が落ちる。

・また、このゲームでは足音が敵味方共に重要な情報となるので、走る場面と歩く場面を見抜かなければならない、

・Peeking（曲がり角を利用して、サイドステップなどで敵の存在を確認するテクニック）は、その応用も含めて、さまざまな場面で必要な情報を与えてくれる。

・UI の最適化

画面左上のミニマップは敵味方の位置を教えてくれる便利なもの。N 方位固定に設定することも、自身の方向に基づいて自動回転する設定にもできる。ズームの度合いを調整することもできる。視線を大まかに示すビジョンコーンも ONOFF にできる。

・いくつかの基本的なゲーム戦略

敵チーム全体を倒すだけでそのラウンドに勝つことは可能ですが、常にスパイク（設置型の爆弾）に注意する必要があります。自分のチームがアタッカー側に回った際には、スパイクを植えるための 2 つまたは 3 つの選択肢がある。基本的な戦略は、チーム全体がある一か所の設置場所を攻める、またはチームを分割してディフェンダーを混乱させること。4 人のプレイヤーをおとりとして A に送り、集中攻撃のように見せてディフェンダーを引き寄せ、実際のスパイクは C に設置するなど。

アタッカー側のもう 1 つの一般的な戦略は、baiting(おびき寄せ、陽動作戦)と呼ばれます。プレイヤーが敵の領土に突撃し、銃撃戦を扇動する。駆け込んだアタッカーたちは基本的に敵プレイヤーを狙って撃ち、敵チームがどこに配置されているか、何人いるかなどの情報を取得、共有する。

ディフェンダー側はスパイクが植えられることを避けたいと考えています。スパイクが植えられてしまえば、アタッカーはディフェンダーがそれを処置することを余儀なくされると見越して、防衛に専念することができるからです。簡単な戦術は、散開をすると見せかけて陣形をととのえるなどし、いったん散ったと見せかけること。アタッカーは、ディフェンダーチームが散開するので無防備にそのうちの誰かを捕まえることができると思い込むから。

スパイクを植えるのに 4 秒かかりますが、それを解除するには 7.5 秒かかることに注意。ただし、スパイクを途中まで解除してその進行状況を維持することは可能。

1.6. 「Liquid 101 - Episode 1 - Peeking in VALORANT with Kellar」

出典：Team Liquid

URLhttps://www.youtube.com/watch?v=dok0wTVNJ5o&list=PLfSAb7zsuZ7jlsXktc6bsavAPJcdU31QF

Peeking (チラ見、のぞき見))：最小限のリスクで情報を得る基本テクニック。

以下、そのふたつの要点。

１）counter strafing

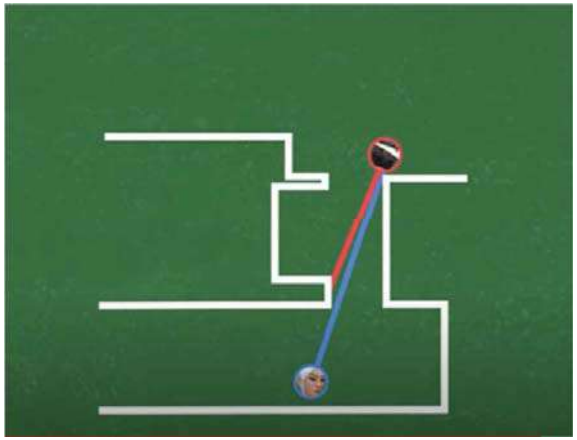
横歩き、サイドステップで物陰から出、照準が絞り切られた瞬間に射撃する。

２）crosshair placement

こちらが物陰から出る際に、照準がそのまま相手の頭に当たる位置を意識して動く

2）

３）物陰から出る際は、敵がいるかもしれない複数の箇所を見越して、素早く連続的に、クリアリングしていく。侵入マップ上で、連続的にクリアリングできる視点ルートを意識する。
４）下図のように、射線的優位を意識した立ち回りと、それができるだけのマップの調査、分析、把握の重要性。



1.7.　「CS:GO - Best training maps 2020」

出典：metabomb

URL：　https://www.metabomb.net/csgo/gameplay-guides/csgo-best-training-maps-2018

内容の概略：CS：GO における各種トレーニングに適した環境/MAP の整え方に関する記事。各種トレーニング法にも軽く触れている。

目次

1.エイム/照準トレーニング-照準を強化するための最良のトレーニングマップ。
2.反応射撃トレーニング-時間の経過とともにターゲットをより速く処理する方法を学びます。
3.反動トレーニング-各種銃撃の反動に慣れる方法。
4.プレファイアトレーニング-ショットを予測する技術を習得します。
5.手榴弾トレーニング-目前の攻略対象に適したツールを上手に選択する方法
（*資料中には上記に適したマップのダウンロード、利用法も示されている）

１エイムトレーニング（より抜粋）

実戦だけでも経験は得られるが、それは射撃を練習するための最適な方法ではない場合が多い。
新しいプレーヤーにとって、正確に標的を狙う方法を学ぶことは優先順位のリストの一番であるはずです。また、エイムは武器種類ごとに練習を行う必要がある・

２反応射撃より

移動する標的（ボット）の設定を変更しつつ、反応射撃の成績をあげるためには、実戦に臨む前に、長時間のトレーニングに時間を割いた方がよい。

３反動トレーニング

プロや上級プレイヤーは、すべてのキルを可能な限り効率的にするために、ゲーム内のすべての武器のスプレーパターン（銃を連続して壁に向けて撃った時に現れる/残る弾痕模様。弾痕パタン）を習得している。
ターゲットに複数の弾丸を発射することを余儀なくされたときに、可能な限り正確に射撃する必要が生じる。各武器には、独自のスプレーパターンがある。時間を節約したい場合は、ゲームで最も人気のある 2 つの武器である AK-47 と M4A4 に集中するといい。

４、プレファイア（予測射撃）トレーニング

プレファイアとは、敵が実際に目に入る前に、敵が立っている場所を予測して射撃するアク

ションです。これは通常、ラウンドの開始近くで発生し、曲がり角を攻めたり、射線を確保したり、壁抜き（画面上は壁と映るがプログラムの抜け穴として射撃可能な場所）を試みたりするプレーヤーによってよく使用されます。事前発射は攻撃側と防御側の両方で機能し、チームの進行計画を混乱させうる力を持ちます。

プレファイアマップは、照準の配置を改善するように促すだけでなく、敵が潜んでいる可能性のある一般的な場所を認識できるため、非常に価値があります。

マップの知識・分析と合わせて、敵がどこにいるかを知り、特定の地点で敵を攻撃できる準備をしてから実戦に挑むと、不測の状況・要素が大幅に減少し、戦闘で優位に立つことができます。

５、投擲トレーニング
投擲アイテムは CS：GO に欠かせないツールです。適切に実行されると、それらは戦況のターニングポイントとして機能します。マップ上や戦況の中での重要地点を煙で封鎖する方法を学んだり、モロトフカクテルで敵を物陰から追い出す方法、閃光手りゅう弾を用いて敵を不意打ちすることを学ぶことは、勝率をあげるでしょう。

1.8.　「CS:GO - How to improve your aim」
出典：metabomb
URL：　https://www.metabomb.net/csgo/gameplay-guides/csgo-how-to-improve-aim-2
内容の概略：CS：GO における具体的なエイム・トレーニングの環境の整え方と実践的な内容に関する記事。

ゲーミングマウスの感度または DPI(Dots-Per-Inch)の微調整はエイムの正確性をあげる。マウスパッドに関しては、デスクに適したサイズで小さすぎないものを使うべき。

理想的な Crosshair（十字カーソル）配置。
基本は、カーソル位置を特定の高さに保ち、常に先制的に配置すること。これは、方向を変える際にはカーソルが横滑りするようにし、角を曲がったときにはその先の主要な狙撃地点に合わせるように意識すること。

カーソルの動きはぎこちないものであってはなりません。マップを移動するときに地点間をスムーズに流れていく必要があります。ほとんど無意識でできるようになるまで、これを繰り返し正しく行うことに集中してください。

資料内にリンクの張られているいくつかのマップでは、
照準を合わせるために特定の間隔でターゲットを送り込みつづける。プレイヤーはさまざまなカスタマイズオプションを選択設定できる。ターゲットに動きをつけたり、さまざまな距離からの射撃を試したり、標的のサイズを変更したり、一連のエイムのインターバルを短縮したりするように設定できます。
運動学習による短期記憶形成のためには、毎ショットごとに一度カーソルを画面中央に戻すよう意識すること。

1.9.　「How to Practice CS:GO - Counter-Strike: Global Offensive Tutorial」
出典：TheWarOwl
URL：　https://www.youtube.com/watch?v=og73XpXhxtk
内容の概略：CSGO におけるトレーニング環境の組み立てから実際のトレーニング方法まで説明している映像資料。

CSGO（FPS）上達のための基本要素
エイムコントロール
スプレーパターンコントロール
立ち回り
反射記憶
そして、相手の位置を知る/察知する能力
トレーニングに[dust 2]マップを用いる理由。戦闘中の様々なシチュエーションを経験できるから。
スプレーパターンコントロール練習例：弾痕が一か所に残ることを意識して壁に向けて撃つ。横に移動し、今度は前回より一発多く撃つ。徐々に、壁に打ち込む銃弾の数を増やしながらひとつの弾痕を維持する。

・対人戦は、デスマッチモードなど、死亡ペナルティがなく、さまざまな武器を/同じ武器を試せる環境で練習する。
自分の攻撃手段をあえて絞り（武器は AK67、狙うのはヘッドショットのみ）、実戦を繰り返して、条件がととのったときに無意識的に行動できる反応記憶を発達させる。
＊自分の現状にとって効果のある練習とそうでない練習を見分けることが大切！

・ゲームセンス

ゲーム内でとくに個人差がつく要素。実践中に現在の戦況を見抜く力。敵がどこにいるのか、どこに向かっているのか。状況を左右する要所はどこになるのか。それらを頭の中で地図のように描く力は、大きなアドバンテージとなる。それらは投擲武器などをどこで使うべきかの判断の貴重な材料ともなる。
これは、おそらく自分より格下の相手をいくら倒しても培われない。

上級プレイヤーの試合のリプレイが視聴可能であればそれを見返して、プレイヤーがなぜその時そこにいたのか、何をしようとしていたのか、何を見てそう判断したのか、試合のターニングポイントはどこだったかなどを分析・考察することも有効。

・チームワークを学ぶには、チームでプレイするほかない。
長期的な勝者になれるのは、自分のエゴを捨ててチームメイトの戦略的な意見に耳を傾けられるような者だけ。この際、自分が持っている意見・戦略が正しいか、よりよいものかどうかはあまり関係がない。基本的に誰もが自分がだれかよりは正しいと思っている。チームワークを学べるのは、謙虚さを学べるものだけ。

・攻撃側と防御側
CSGO の攻守基本。攻撃側は水のように移動して敵の要所を攻撃しつづける必要がある。防御側はダムのようにそれを防ぐべく立ち回る必要がある。

1.10.「Aim training: How to improve your FPS aim」

出典：pcgamer.com

URL：　https://www.pcgamer.com/aim-training/

内容の概略:FPS ゲームを題材に、マウスなどの操作環境の整え方や、実際のエイムトレーニング法、また、タイトルごとに効果的なスキルアップ方を考える必要性や、実際の手法についての記事。

・マウスの選別：DPI 機能、重量、ボタンのレイアウトなどを考慮。プロプレイヤーは、一般的に、よりシンプルで軽いマウスを勧めている。FPS の場合、主な入力に必要なボタンは 1 つか 2 つだけで、シンプルなものの方がマウスパッドをすばやく回すのがはるかに簡単です。

・机に収まる最大のマウスパッドをお勧めします。これはカーソルを移動するために大きな手の動きを必要とする非常に低い DPI 設定を利用するプレーヤーにとっては必須。

・マウスの持ち方がパフォーマンスに影響を与える可能性があると主張する人もいますが（爪、手のひら、指先のグリップが最もよく議論されている 3 つの要素）、プロプレーヤー Adetonian は、最も快適に感じることは何でもするのが最善だと助言しています。

・FPS の照準に関しては、マウスの感度設定が最も重要。しかし、自動的により良いエイムを作る魔法のような近道はない。完全にコントロールできつつ、それでいて自分の体が最も自然に感じることのできるセンシビリティー（感度）を見つけることが重要。

一般に、Windows で使いやすい基本 DPI（800 DPI など）を選択してから、CS：GO などのゲームでテストすることをお勧めします。1 つのゲームで DPI とゲーム内の感度を把握したら、eDPI（Effective Dots Per Inch）を計算することにより、他のゲームでも同じ「感触」を得られるよう簡単に設定できる。

感度調整の行いすぎは、照準トレーニングに悪影響を与えるため、避けるべき。Adetonian は、エイム精度の悪いゲームが 1 つあったからといって、すぐに設定を変更しないように言っています。そうすると、それまでに組み立てた反射記憶が台無しになります。代わりに、ある期間パフォーマンスが一貫して低下している場合にのみ、感度を微調整するようにしてください。

・2 つのエイム法（in overwatch）

トラッキング:ターゲットをカーソルで捕捉しつつ、移動/追跡しながら連続的に射撃する。

フリックショット；ターゲットを打った後にカーソルを画面中央に戻す。

使用しているキャラクターのタイプに関係なく、Adetonian は、敵に遭遇すると予想される場所でカーソルを中央に据え置いておくことをすすめている。敵の動きを予測することが

重要であり、より定期的にプレイし続けると、これを改善できます。敵の動きを予測せずに、すべての状況を反応や反射で解決しようとするプレーヤーは、標的を逃す可能性が大きい。「戦闘中でないときは、対戦相手が来ると予想されるコーナーにカーソルを置いておきたい」とアデトニアン氏は語った。「角を曲がるときは、カーソルをその道のさらに奥の角に滑らせて、移動しながらそこを保持するべき」

自然に感じる感度を見つけたら、反射記憶の形成に取り組みましょう。フリックショットは反射記憶に大きく依存しています。選択したゲームで照準トレーニングを練習することです。カーソルをある 1 点に向けてから移動をはじめ、ターゲットに向かっての掃射（連続射撃）の際、カーソルをある単一の場所に保つよう意識します。これはあなたの筋肉の記憶＝反射記憶を鍛えます。慣れてきたらターゲットを静止物から移動物に変えましょう。

＊AimLab(専用ホームページ)には FPS のテクニック改善に必要なツールがたくさんあります。

1.11. 「【初心者必見】プロが教える『Apex Legends』上達講座　勝てない人はエイムと立ち回りを練習しよう」

出典：hard-mode.net

URL：　https://hard-mode.net/archives/5463

内容の概略：プロによる APEX を題材とした FPS におけるエイムと立ち回りの基礎知識やそれらの具体的な練習方法。

・FPS の初歩は、まず敵に弾を当てることです。
敵に弾を当てるためにはマウスやコントローラーの感度を調整することが最重要です。
操作感度は高ければ高いほど有利と言われています。なぜ高感度が有利かというと、視点を操作する動作をコンパクトにすることができ、最小限の動きで多くの場所を見ることができるため。
高感度：素早く反応できるが、AIM を合わせるのが難しい
低感度：反応は遅くなるが、精密な AIM ができる
プロゲーマーでも「自分にはどの感度が合っているのか」の正解を探しながらプレイしている人は多い。

・リコイルコントロール「武器の反動を制御し敵に照準を合わせ続けること」
それぞれの武器には固有の反動パターンがあり、基本的にはどんな FPS でも火力の高い武器は反動が強く、火力の低い武器は反動が弱いです。反動が強い武器は撃っている間に AIM が上下左右にブレるので、AIM がブレる方向と逆方向にマウスやスティックを傾けて敵に AIM を合わせ続けなければなりません。
全ての武器でリコイルコントロールの練習をする必要はありません。強い武器や、自分がよく使うお気に入りの武器を使って練習してみましょう。
最初の練習は、縦ブレを抑えながら(銃口を下に下げながら)銃を撃って 30 発程度をまっすぐ飛ばせるくらいの感覚を掴むことです。
敵との距離が離れるほどリコイルコントロールが難しくなります。5 発撃ったら反動を鎮めてまた 5 発撃ったり、1 発ずつ弾を撃つなどして反動の制御を練習しましょう。

制御しにくい横ブレはいきなり制御しようと考えるのではなく、まずは横ブレが気にならない距離感を覚えましょう。
横ブレがひどくて弾が当たらない遠距離では単発撃ち、または数発毎に区切るなどして感覚を掴みましょう。最終的にはブレやすいフルオート撃ちであっても横ブレしたらすぐに修正するという動作を入れながらそれなりに敵に当たるようになります。

・キーボードと視点操作
キーボード操作だけでキャラクターを動かすのではなく、視点操作と合わせて動くことでよりスムーズに動くことができます。
自分が現実世界で物を取ろうとする、曲がろうとする時など行動一つ一つにちゃんと目線を持っていくと思います。 ゲームの世界でも目的の方向にしっかり視点を向けて見ることを意識してください。

・ヘッドショット（ボディショットの 2 倍～のダメージ）
マウス感度が合っていれば敵の頭に照準を合わせられるようになっていますし、リコイルコントロールができれば狙った場所に着弾させることができる。つまり、マウス感度とリコイルコントロールを習得できれば自然とヘッドショットが狙えるようになっているのです。

・意識
FPS ではただ移動している時でも常に隠れやすい位置を歩いたり、敵の居そうな位置を警戒して索敵をしたりすることが重要です。

上記の画像では赤い丸が敵が出てこないか特に警戒する位置、緑の丸は音で判断する位置です。この画像の視点のまま前進してしまうと急に飛び出してきた敵との撃ち合いで不利になってしまいます。緑の位置から出てくる敵は動作音を立てるので、音がして初めて意識すれば OK。それまでは赤の位置が警戒対象なので、赤の位置を視点の中心に置きましょう。

安物のイヤホンだと敵の動作音に気付けない場合があります。敵がいるのにその動作音が

よく聞こえない、という方はゲーミングヘッドセットやゲーミングイヤホンを使ってみましょう。移動時、絶対に敵が出てこない壁に照準を合わせるのではなく、敵が飛び出してくる「かもしれない」曲がり角に照準を合わせて歩きましょう。
瞬時に敵に AIM できる人なら複数の場所を同時に見るために中間の壁に照準を合わせておくこともありますが、まずは１つの場所に照準を合わせて警戒することをおすすめします。
上記の画像のように視点を下げてしまうと AIM が難しくなるので、初心者の方は「とにかく前を向く」ことを意識。

・立ち回り
立ち回り
索敵がうまいプレイヤーは、安全地帯やマップの構造から他のプレイヤーの通り道を予想し、その通り道を重点的に警戒して索敵しているのです。
索敵が正確にできるようになれば『ここにいたら挟まれてしまうかもしれない』『あそこのチームがこの道から来た敵とぶつかるからそこに奇襲を仕掛けよう』などと、勝率の高い動き方をいくつも導き出すことができます。

例えば自分が画像のような高所にポジションを取っているとして、どこを見ればいいのか？というと、矢印で示している場所です。
矢印の先は敵が移動する際の通り道となります。自分の画面内に敵が入ってくるとしたらすべて端っこからなのです。
慣れれば一人でこの量を見る事もできますが、慣れないうちはチームで分担して索敵することをオススメします。

・戦闘
移動時の立ち回りを意識できるようになったら、次は撃ち合いの最中での立ち回りを意識して一つ一つの勝負の勝率を上げましょう。
撃ち合いが始まっても、何も全員が真正面から撃ち合う必要はありません。
味方に正面戦闘を任せて、その隙に敵の横まで移動すると敵が隠れられるポジションが少なくなります。
自分が敵の横に移動して撃てば、敵はポジションを変える為に移動したり射線を切るためにずれたりします。
その間は他の味方が移動する敵を撃つチャンスが生じます。
敵がしびれを切らして真正面の味方に突撃したら横から一方的に敵を倒してあげましょう。
この立ち回りを理解するだけで２つのチーム同士の戦いまでは十分に安定して勝つことができるようになります。

1.12.「How To Improve Your Aim on PC」

出典：Xiomaro

URL： https://www.youtube.com/watch?v=9GvYbQI-xDA

内容の概略：FPS を題材に、すべてのタイトルの基本操作であるエイムやその応用テクニックや、トレーニングやエクササイズの組み立て方や、その環境整理についての説明動画。muscle memory（運動学習による反射記憶）についても言及。

FPS の基礎：

エイム、移動、ポジショニング、ゲームセンス。

・プロのプレイヤーはエイムが移動やポジショニングなどの立ち回りとうまく結びついているので、実戦中にエイムの精度が落ちにくい。

・低すぎるマウス感度は、鈍い反射記憶を形成してしまいがち。

・反応記憶の形成には、ゲーム内の構成要素（例えば実戦中、自分がどこにいて敵がどこにいて何をしようとしているかという視覚情報とマウスコントロールの関係）が密接にかかわる。なので、あまりに無意識的な形成方法に頼ると、悪い癖がついてしまう可能性が高い。

・その FPS ゲームの性質を分析して、（例えば特にエイムが要求されるのは水平方向だけか、あるいは垂直方向もか、ゲームスピードはどれほどか、）最適なトレーニング環境を自分で考え組み立てるべき。

・素早いエイム訓練は、同時に悪い癖を反射記憶に取り込んでしまう。

下図は、動画内で的をひとつひとつゆっくり焦らずに撃ち抜き精確な反射記憶を形成するエクササイズの一例。

1.13.「GETTING STARTED IN MODERN WARFARE®: MULTIPLAYER」

出典：activision.com

URL：" https://blog.activision.com/ja/call-of-duty/2019-10/Getting-Started-in-Modern-Warfare-Multiplayer

内容の概略：

FPS における装備品とその役割の例

アサルト：ハンドガンとライフルの組み合わせにより、近距離から遠距離、あらゆる局面に対応できる。

ゴースト：静かに、致命的なダメージを与える。ゴースト的な装備はステルス行動をしたいプレイヤー向きであり、サプレッサーの装着によって銃声を抑え、敵に位置を知らせずに攻撃が可能。

ヘビーサポート：マシンガンやショットガンなどの装備により、このロールの活躍により近距離戦を制圧することが期待できる。

1.14.「We caught up with players at the ECS Finals to get their advice on how you can finally make it out of Silver.」

出典：redbull.com

URL： https://www.redbull.com/ie-en/counter-strike-global-offensive-pro-tips-to-get-out-of-silver

内容の概略：初中級者から上級者になるためのプロによるアドバイス集。

・AK や M4 などの基本的な武器を使ってデスマッチルーティーンを組み、それぞれで 100 キルを目指す。 その後オフラインサーバーで投擲武器の練習。

・あまりいろいろ考えず、友達と楽しむ。できれば自分より少しうまいプレイヤーと。

・フォートナイトなどより複雑なマウスコントールを必要とするゲームを遊んでエクササイズする。あるいは FPS 上級プレイヤーのプレイを動画で観察する。

・上達の目標と方向性を明確にすること。ランクマッチで上に行きたいのか、チームプレイを向上させたいのか。

試合の中での、意思決定力を向上させる必要がある。言い換えれば、プレッシャーの中で、ゆるぎがないエイム力を培うこと。

ゲームセンスを養うこと。それは多くプレイした経験によってもたらされる。

動画を漁り、自分が過去に置かれて戦況において、他の（上手い）プレイヤーがどのように行動しているのかを観察・分析し、そこから学ぶこと。
いつ行動し、しないべきか。例えば 5 vs 3 の状況で、大きく出る必要性はないだろう。チームメイトと堅実に連携すればいい。
逆に 3vs4 の状況で、しかも仲間がまずい行動に出たら、勝利のためには挑戦的な行動をとる必要が生じる。
投擲武器の重要性とそれを使うべきタイミングを見極めること。

1.15.「7 top tips to dominate in CS:GO Danger Zone」
出典：redbull.com
URL： https://www.redbull.com/ie-en/counter-strike-global-offensive-danger-zone-battle-royale-guide
内容の概略：CS:GO におけるバトルロワイヤルモードの攻略 Tips 集。

・武器に基づいて戦術を変更する。
ショットガンしかない場合は、狭い場所にとどまったり、建物に忍び込んだり、誰かの後ろに忍び込んですばやく攻撃するなど。
AK または M4 を見つけることができた場合、その射程距離を生かして遠中距離から近距離持ちを攻撃する。その武器が得意なことを覚えて、それに応じてプレイする。
・建造物に入るときは、すべてのコーナーをクリアリングしていくこと。
　あらゆる角度から視認できる場所より、180 度以下の視角からしか視認できない場所を維持していくことにより、生存率は高まる。
　（ほかのプレイヤーたちがないがしろにしていることを着実にこなす）

CSGO バトルロワイヤル固有 tips
・武器調達用のドローンはそれを利用するプレイヤーの位置を知らせるので、索敵やおとりにも利用できる

1.16.「Call Of Duty Warzone | Ultimate Beginners Guide & Tips」
出典：Arekkz Gaming
URL： https://www.youtube.com/watch?v=c7S2__utVOE

内容の概略:COD のバトルロワイヤルモードにおける所持品の選択の仕方から、ポジショニング、マップの分析やゲーム開始後の立ち回りに言及した映像資料。

・バトルロワイヤルなどの現地調達システムでは、自分が性質を知り使い慣れた武器を選択/入手するよう努めるのが基本。
・パラシュート降下後の初期位置は、その後の有利不利を決める重要な要素。事前に情報を集め、現在どこが人気か、人気がないかにあたりをつけ、自分がうまく立ち回れる場所や全体の進行プランにめどをつけておく。
・自分の戦略と、戦況を鑑みて取得するアイテムを見極める。所持品制限のあるゲームで、すべてのアイテムを拾うのは得策ではない。また、チームで行動している場合は味方が何を持っているか/何が必要かも重要な判断材料となる。

1.17.「プロゲーマーが教えるエイム練習法！これで君もゴリラエイムだ！【スプラトゥーン 2】」
出典：しーばちゃんねる / ワイリフ解説
URL：https://www.youtube.com/watch?v=olHzy8GlOwM
内容の概略:プロゲーマーによる、幾何学的なゲーム空間の把握によるエイムトレーニングの具体的な方法。主観的な内容だが、目標設定→自分なりのトレーニングの組み立てなどの資料に値すると判断し掲載。

90 度の角度間に置いた二つの標的の間にカーソル（レティクル）を合わせ、左右 45 度に素早く狙いを撃ち標的を撃ったのち初期位置に戻す（フリックショット）練習法。
以下 90 度、135 度間とふたつの標的の間を広げていき、繰り返し練習する。
ゲーム性・実戦ステージの分析結果によっては垂直方向にも標的を設定するなど、自分なりのカスタマイズとフィードバックが重要か。

1.18.「The 5 types of esport team tactics」

出典：dailyesports

URL：" https://www.dailyesports.gg/the-5-types-of-esport-team-tactics/

内容の概略：オーバーウォッチを題材に、FPS チーム対抗戦における基本的な戦術を５つにわけて簡潔に紹介した記事。

１、メタ（現在の環境、流行りの戦術）に忠実であること。

ほかのすべての戦術はこれを破壊するために存在。それでも、まずはベーシックな戦術を試してみるべき。メタはある状況でよく機能することが、多くのプレイヤーの経験によって実証されている。多くのプレイヤーはメタを実行しているだけであり、そこから逸脱することは少ない。

２、薄氷の下の竜

この戦略は、相手にとって予測不可能であるということ。メタでないキャラクターの選択、予期しがたいチームプレイ、または通常とは異なる方法でのマップの進行と攻略…これらはすべて、対戦相手を予測範囲の外へと追いてる方法です。このプレイスタイルは非常にリスクが高く、報酬も高いですが、それが報われると、素晴らしい瞬間につながる可能性があります。

3.マスクをした幽霊

この戦略は、ある行動を敵に注目させ、その裏で別の攻略を進めることを指す。前の戦略では、チームは正統的でない動きで相手を驚かせました。この作戦では、彼らはよりスタンダードな戦術を駆使しつつ、それと同時に敵をひっかける餌をまいていく。

４、鼻先のニンジン

上の戦略のように情報を隠すことが、対戦相手を罠にかける唯一の方法ではありません。この戦略では、あなたは自ら弱点を敵にさらし、相手が餌をとったことで攻撃の機会を得ます。トラップは必ずしも隠す必要はありません。時と場合によっては、相手はこれが格好の機会ととらえるでしょう。

５、ハイエナのブラフ

　明確な勝機を見定めないまま、積極的に相手に攻撃をしかけること。これは完全に心理的な作戦で、対戦相手に、まるで自分たちは勝利を確信していると思わせるような行動に出ること。それにより心理的な優位を手に入れられる。

1.19.「4 PRO STRATEGIES you can use to WIN MORE GAMES in VALORANT」

出典：SkillCapped Valorant Tips Tricks and Guides

URL：" https://www.youtube.com/watch?v=vXPHvrBOedY

・ランクマッチやトーナメントで使われているキャラクターの比率を、キャラクター選択やマップの戦略の参考にする。

・下図は（爆弾を設置した場所など）マップ上の要所を固めるには味方とどう連携し、配置すべきかの一例。

・今現在のメタ戦略（下図はディフェンス側の配備の一例）をもとに、戦略を組み立ててい

く。
一か所にいながら多くの場所を狙えるポイントはどこか。マップコントロールを得られる/奪われるポイントはどこか。人気のスポットは罠を仕掛ける格好の場所であり、読みあいの要点にもなる。

1.20. 「【FPS】武器の種類一覧!初心者のための特徴や略称、選び方を紹介!」
出典：esports マニア
URL：" https://esports-mania.com/weapon-4699

FPS における主要武器一覧
・アサルトライフル：メイン武器の代表格ともいえるのが「アサルトライフル」です。
中距離戦に向いた銃ですが、近距離でも取り回しがよく、スコープなどが備わっていれば遠距離においても十分な活躍が期待できます。
・スナイパーライフル：高度な立ち回りと高い命中精度を要求されるため、かなり上級者向けの銃。
相当な長距離でも当てることができる、ダメージが高いためヘッドショット 1 発で仕留められるなど、戦況を大きく変えることが可能。それだけにチームで勝利するためには、役割をきちんとこなさなければなりません。

サブマシンガン：アサルトライフルほどのダメージは出ませんが、反動が少ないこと、連射力に優れる。
ライトマシンガン：サブマシンガンよりもダメージの高い銃です。装弾数もかなり多く、長い間、弾を撃ち続けることができます。反面リロードに時間がかかり、移動速度が遅くなるなど。
ショットガン：近距離で最強の武器。逆に、対象との距離が遠いと、ほとんどの弾が当たらず、まったくと言っていいほどダメージを与えられない。一発ごとにリロード＝隙が生じる。
ハンドガン：標準的なサブウェポン。メインウエポンの弾がなくなった際、とっさに持ち替えて使われます。武器が軽いため、すばやく移動する際にハンドガンに持ち替えるというプレイングも割と一般的です。
投擲武器：「グレネード」、「スタングレネード」、「火炎瓶」など、投げて使う武器全般を「投擲武器」や「グレネード」と呼びます。
敵が隠れていそうな場所へのけん制やあぶり出し、複数の敵をせん滅する際に使用。

1.21. 「【FPS 上達法】④チームワーク編「味方と連携をとるコツは味方の気持ちになる」」
出典： フォク gamer
URL：" https://kitsunegamer.com/fps-joutatu-hou/teamwork/

・チームワークを上達させるコツ
自分が味方の立場になって考えてみる：自分が味方の立場になってみて、自分に何をしてほしいのかを考えて、それを行動に移せばいいのです。
味方の性格やプレイスタイルを知る：これは同じ人と何回もプレイしていくうちに分かってくると思います。味方がどういう人なのかを理解していくと、コミュニケーションを取らずとも味方がどういう動きをするか分かってきます。
・自分の得た情報を味方と共有する：敵の位置、人数、使用キャラ、使用武器など戦場で得情報を共有。
・味方を信じる！：「味方に背中を預ける」。味方が左側を見ているのであれば、自分は右側を見る、などです。
・時には自分の命を捨てて味方を守るという選択もあります：味方がボムを持っていて設置しないと負け確定な状況、罠を見つけて壊している時間がない場合自分がわざと罠にかかりながらも道を作る、など。
・味方と同じ方向を見ない：2 つの方向から来る可能性がある時は味方とバラバラの方向を見ましょう。敵が絶対に来ると確信している場合では同じ方向を見るのはありです。2 人で攻撃したほうが倒すのが早くなります。

・味方と共に行動し、人数有利を作る：1 人よりも 2 人、2 人よりも 3 人の方が有利ですよね、1vs2 の状況でも戦ってる人が多いです、場合によっては勝てる場合もありますが、基本的には逃げたり隠れたりして味方と合流したほうが絶対に勝率が上がります。

2. 汎用的な e スポーツトレーニングに関する資料

2.1. 「League of legends: Learning materials」

出典：learnwithleague.com
URL：https://oce.learnwithleague.com/learning-materials/
内容の概略　グループディスカッションを主軸とした講座のスライド集が、pdf ファイルでまとめられている。

チームコミュニケーションを主題とした、TEAM-ORIENTED MINDSET:DEVELOPING TEAMWORK"
https://oce.learnwithleague.com/wp-content/uploads/2020/01/1-TEAM-ORIENTED-MINDSET-DEVELOPING-TEAMWORK-LESSON-PLAN.pdf

概要：
授業の方針：議論とグループエクササイズを通して、グループにコミュニケーション、協力、プレイヤーとの関係性を重視したチームワークの概念を理解させる。
授業の成果目標：チームメイトとの良好なコミュニケーションや協力関係が、チームのパフォーマンスや選手同士の関係に利益をもたらすという実例を示すことができる。

ステップ 1：イントロダクション
グループに授業の主題と、その目的や成果目標を説明するする。行うべき時はこのエクササイズを導入することで、グループで考えたり、話し合ったりすることができます。

グループに以下の点について必要なことを考え、議論させる。

歓迎されるチーム環境の醸成を図ること。
意義のある人間関係を築くこと。
プレッシャーの中での明確なコミュニケーション。
正直に、敬意を持ってフィードバックすること。
戦略についてのチームメイトの意見に、偏見を持たずに接する必こと
チームメンバー全員で、応援され、励まされる「チーム一丸」の姿勢をつくる。
冷静さを保つこと。

ステップ 2 ：エクササイズ
ステップ 1 で扱った問題に対する各人の発表およびグループディスカッション。

ステップ３A：エクササイズ
グループのメンバーにスライドを用いてチームメイトの行動例を示し、それに自分が個人的にはどのように感じるかを考えてもらう。

ステップ３B：ディスカッション
いくつかの例を示しながら、グループに以下の事柄について考えてもらう。
・チームの方向付けが強靭なリレーションシップを築き、チームの士気とパフォーマンスを向上させること。
・ポジティブなふるまいがチームを向上させる例。

ステップ４：評価
今までの例題を用いて、グループに、コミュニケーションや協調、ポジティブな態度によるもっとも重要な側面を 8-12 個ほどあげてもらう。

戦略や問題解決、分析を主題とした、RESPECT: TEAMMATES AND　OPPOSITION
https://oce.learnwithleague.com/wp-content/uploads/2020/01/2-RESPECT-TEAMMATES-AND-OPPOSITION-LESSON-PLAN.pdf

目的　：チームメイトや他のプレーヤーへの共感や相互尊重に焦点を当て、健全でポジティブなチームスピリットについての理解を深める。
成果目標：　尊敬と共感が自分自身やチームメイト、他のプレイヤーのゲーム体験をどのように向上させることができるかを認識し、その例を示すことができるようになる。

ステップ１　導入
共感と尊敬がゲームプレイとチームの結束にどのようにプラスの影響を与えるかを考えるように、いくつかの議題を投げかける。

ステップ２　エクササイズ　敬意の効果と必要性について

ステップ３　アクティビティ　共感の効果と必要性

ステップ４　評価。ステップ３までを振り返り、各グループの中で、プレイヤーの共感を促し、尊重に満ちたゲームプレイを作るのに役立つと思われる、少なくとも 6 つのチームルール/行動規範のセットを作成してもらい、議論の上でその中からひとつを選び出す。

トレーニングの組み立てとその分析評価を主題とした、DISCIPLINE: PRACTICE, TRAINING　AND DEVELOPMENT
https://oce.learnwithleague.com/wp-content/uploads/2020/01/3-DISCIPLINE-PRACTICE-TRAINING-AND-DEVELOPMENT-LESSON-PLAN.pdf

レッスンの目的 - 根気強く努力することで、規律ある練習、献身、集中力、セルフコントロールがどのように個人のゲームスキルの継続的な発展とチームの結束力/パフォーマンスの向上につながるのかを理解できるようにすること。

レッスンの成果 – 生徒が自分の能力を評価し、改善点を特定し、継続的な練習や学習を構成することができるようになり、感情的な引き金になりうるものを自覚し、不必要な対立を緩和したり回避したりする方法の例を示すことができるようになる。

ステップ１：導入
レッスンは、プロがどのようなトレーニングを行っているのか、どのように自身の性質/スキルを築き上げたのか、それらのスキルはどんな方法で構築されているのか、トップレベルでの競争力を維持するために、各スポーツでは、どのような種類のトレーニング体制が必要とされているのかをグループで話し合うことから始めます。

ステップ２：トレーニングと開発
自分の現在のゲームスキルの強みと改善点を書かせ、後者に必要な練習法を考えさせる。さらにメンバー同士で改善点を話し合い、必要なトレーニングメニューやツールを議論・提案させる。

ステップ３：自己制御と集中
スライドで例を示しながら、自分や他のプレイヤーが試合中に様々な特定の陥った時のことについてグループで話し合ってもらう。
また、認識と自覚を通して、どのようにすればコントロールの難しい状況を改善することができるかをグループで考えてもらう。
さらに、そもそもそのような状況をもたらす感情的な引き金とは何なのかを考えさせ、議論させ、順位づけさせる。

チーム内での役割や公正なふるまいを主題とした、RESPONSIBILITY: PLAYER ROLES AND CONDUCT
https://oce.learnwithleague.com/wp-content/uploads/2020/01/4-RESPONSIBILITY-PLAYER-ROLES-AND-CONDUCT-LESSON-PLAN.pdf

レッスンの目的 - ゲーム内での個々の役割の責任をより深く理解し、チームの義務と責任ある行動の重要性を認識させる。
レッスンの成果目標　個人/チームの責任を定義し、責任ある行動の例を示し、統率の取れたプレイヤー/チームを維持することの重要性を認識できるようになる。

ステップ１：導入
プレイヤーが注意すべき行動は何か、それがゲームプレイやチームの完全性にどのような影響を与えるかを、グループに質問を投げかけながら、互いに話し合うよう促す。

ステップ２：自分の役割と責任について
グループで、チームにどのような役割が必要なのかを考えてもらう。また、効果的なチーム構成や、それぞれのロールの性質やその知識を、話し合って互いに補完しつつ、それぞれのロールの任務や責任を議論させる。

ステップ３：チームの統合性
各グループのメンバーに、質問を投げかけながら、チームメイトの行動やパフォーマンスに失望したり、失望したと感じたことのある例（少なくとも２つ）を書き出してもらいますまたそれら行動がチームにどんな影響を与えるか考えさせ、それらの中でもっとも重大な影響をもたらすものは何か順位付けさせる。

ステップ４. 責任対応
状況に応じた対応の仕方を学ぶにはどうしたらよいか、感情的にならない方法や、困難な状況の中での正確な意思決定を行うにはどうすればいいかなどを、グループで話し合う。

ステップ５　インゲームシナリオ
いくつかの試合中・前後にありそうなシナリオについての対応を議論・評価させる。
例）・自分の失敗をほかのプレイヤーのせいにする。
負けた相手を嘲笑する。
個人的な暴言、など。

最後に、グループのメンバーに、３つの具体的な役割と、その役割に具体的に関連した義務

や責任を３つ挙げてもらう。
さらに、グループのメンバーに、無責任または容認できない行動の例を３つ挙げてもらい、チームがどのように効果的に対応することができるかを確認してもらいます。

2.2.　「Call of Duty: Know Your Role」

出典：independent.ie

URL：" https://www.independent.ie/entertainment/games/eSports/call-of-duty-know-your-role-30516948.html

内容の概略　FPS を題材に、ゲーム内での役割の分析法について紹介した記事。ここでいう役割とはキャラクターの特性ではなく、チームメイト間での心理的なアプローチ・コミュニケーションにおけるもの。実際のプレイからチームメイトの性格を分析する手法を記す。あまり日本語記事では見られない類の指摘だったので、採用した。

・COD における主なロール

１オブジェクティブ　目的に集中する。爆弾を運び、設置したり、目標物の旗を奪取したり、スコアアタックではハイスコアを目指す。

２スレイヤー　ゲームの目標は必要とせず、敵を倒したり、敵の隊列を分断させることに集中する。

３アンカー　敵のリスポーン（コンティニュー）ポイントを制圧したり、味方のポイントを防衛することに努める。

４サポート　基本的にオブジェクトタイプト共に行動し、その目標達成をサポートする。オブジェクトタイプが倒された場合、彼が戦線に復帰するまで、その任務を代替する。戦術や戦況によってはスレイヤーやアンカーの代替を務めるもある。

チームメイトを探すときは、チームに何が欲しいのか、何が必要なのかをしっかりと理解している必要があります。チーム編成に固定された構成はありませんが、平均的なチームには 1 人のスレイヤー、2 人のサポート、1 人のオブジェクティブプレーヤーがいます。チームメイトを探す際には、これらのプレーヤーの特定の資質を見つける必要があります。

・プレーヤーを見つけるときに自分自身に尋ねたいいくつかの質問があります：

このプレーヤーは、プレイ前やプレイ中に話をよく聞き、コミュニケーションを取れるか？
このプレイヤーはアイデアに囚われて視野が狭くなっていないか
このプレイヤーは死ぬと文句を言いますか
このプレイヤーは試合中に激怒/叫び声を上げてコミュニケーションを困難にしますか？
そのプレイヤーは、敗北を運やまぐれのせいにするか。
それともそのプレイヤーは自分が負けていることを理解していますか？
このプレイヤーは誇り高いか。
死んだ後も同じ場所に 3 回行ってしまうようなプレイヤーではないか。

彼は敵対者を追いかけますか、それとも彼の殺害と死亡の比率を気にしますか？
そのプレイヤーは倒された原因を理解することができますか、そして/または彼が出すぎたことを理解できますか？
旗が取られたり爆弾が設置されたり、自分が殺されたのを他人のせいにしますか？

上記の質問のいくつかは、そのプレーヤーがあなたのチームに適しているかどうかについての明白な結論につながると思います。チームメイトの役割を決めたら、次の部分は戦術を決定することです。いつ攻め込むか、いつ旗を立てるか、いつ爆弾を仕掛けるかを決めることが重要です。
あなたが一定の時間ある役割を果たしてきたという理由だけで、ほかのさまざまな役割を演じることを恐れないでください。世界で最も優れたプレーヤーの中には、チームの中であらゆる種類の役割を演じてきたため、敵が何をするかを予測することができます。
時々あなたはアドリブをしなければならず、そうすることは勝利への鍵となります。一元的なプレーヤーにならずに、また、敗北を自分の演じた役割のせいにしないでください。

2.3. 「How Muscle Memory is Built When Playing Competitive Games」

出典：verticalbullet.com

URL ： https://verticalbullet.com/how-muscle-memory-is-built-when-playing-competitive-games/#:~:text=To%20make%20things%20clearer%20for,find%20in%20competitive%20multiplayer%20games

内容の概略：認知心理学でいうところの記憶の種類に（軽くだが）言及したうえで、esports における運動学習と muscle memory（反射記憶）の重要性と、その組み立て方に焦点をあてた記事。

・エピソード記憶
特定の日付、ある場所に関連付けられた生活の出来事の記憶。
・意味記憶
知識の記憶。それは言葉、数字、すべての一般的な情報の記憶。
・手続き記憶
実用的な作用をする記憶。ウォーキング、サイクリング、運転、ビデオゲームのプレイ。長期にわたって保存されるこの記憶は、実際にはノウハウの組み合わせであり、繰り返しを通して記録され自動化されたもの。

・筋肉/デジタル記憶（＝反応反射記憶）は、上記の手続き記憶と関連付けることができます。これは、事前の意識的な準備なしで、ある動作を正確に行えること。

・以下は、PUBG を題材とした初心者プレイヤーの反射記憶形成プロセスの例。

最初に、コントロール（着陸、移動、ジャンプ、スプリント、ロードアウトのピックアップ方法など）を学びます。
あなたは最初の対戦相手に会うまで自分が何をしているのか把握せずに走り、敵と遭遇・交戦、簡単に殺されます
遮蔽物の利用、安全に着陸する場所を理解するまで、あなたは何度も何度も繰り返し続けます、あなたは生き残るためにより多くの努力を行う。
数時間遊んだ後、あなたの筋肉の記憶の発達が始まります。コントロールがスムーズになり、キルを開始するまで、少ない労力で多くのアクションを実行できます
その後、数週間のゲームプレイの後、あなたがあまりにも多くの努力と集中で実行していたすべての動きや行動は、すべてあなたの筋肉の記憶にあるので、楽に行われます。
戦場におけるひとつひとつの課題を確実に遂行したり、チームの勝利に貢献したり、最後のひとりになることができたりすると、すべてが簡単に達成できるようになります

＊注意：悪いゲーム習慣もあなたの筋肉の記憶に保存される可能性があります。たとえば、競争の激しいゲームをプレイしていて、間違ったアクションや動き（悪い照準、間違ったリロードタイミング、危険な着陸地点の選択など）を繰り返し続けると、それらは筋肉の記憶に保存され、悪い習慣になります。これらの習慣を簡単に変えることはできません。

ビデオゲーム、特に競争力のある FPS と TPS（一人称シューティングゲームと三人称シューティングゲーム）は、脳の刺激として機能します。あなたは完全な注意を必要とするダイナミックな環境に没頭しているので、あなたはより注意深くそしてより警戒するようになります。
競争性の高いシューティングゲームでは、基本的に手と目の協調が必要です。また、一度に多くの要素に注意を向ける必要があります（敵を目で目視し、狙いを定め、撃ち、移動する必要があります）。
競争性の高いゲームはやみつきになります。セッションをプレイする場合は、何度もプレイし続けたいと考えています。これにより繰り返しが生じます。
競争性の高いゲームでは、より多くのオブジェクトを一目で確認できるため、視力が向上します。これは特に FPS タイプのゲームに当てはまります。
競争性の高いゲームを定期的にプレイすることは、文字通り、空間の立体的把握能力、戦略と計画、および手の動きに関与する脳の特定の部分の成長に貢献します。
また、繰り返しが多く、ラウンドが短いため、何度もプレイする時間が長くなります。あなたは巨大なエリアのどこかに着陸し、武器を探し、敵を狩り、縮小するエリアを脱出し、生き残ることを試みます。筋肉の記憶を構築するまで、同じアクションを同じ順序で繰り返します。
競争の激しいゲームは難しくてやりがいがあるので、毎ラウンド同じアクションを繰り返して殺されてしまわないように、ゆっくりと注意深くプレイする必要があります。これらの行動を数回繰り返すことにより、脳は神経経路を作成し、より少ない労力でこれらのアクションを再現できるようにします。
さらに、ゆっくりと慎重にプレイすることは、学習段階で正しい行動を考えて実行するための時間を与えてくれる。あなたが失敗つづきならば、脳はあなたが処理しようとしているゲーム内タスクを記憶して自動化するのを防いでくれるでしょう。ゆっくり進むことで、一貫して同じことを正しく行うことができます。すると同じプロセスを要する状況に直面した時、その課題をクリアするのに必要なエネルギーと労力が少なくなります。
競争性の高いゲームをプレイすることは、筋肉の記憶を養い、構築するための最適かつ最速の方法です。スピードと反応時間が向上し、かつては困難で集中力と労力がかかりすぎたアクションを、より少ないエネルギーと労力で実行できるようになり、他のプレイヤーをしのぐことができるようになる。

2.4. 「How To Choose Your PERFECT MAIN CHAMPION - League of Legends」

出典：ProGuides Challenger League of Legends Guides
URL： https://www.youtube.com/watch?v=EjmH2diz9B8
内容の概略:LOL を題材に、プレイヤーのパーソナリティー（例えば、どのようなチーム貢献、問題解決に喜びを感じるか）から、最適なキャラクター・ロールの選択法について言及した映像資料。

・自分の性格から適切な使用キャラクター/ロールを選び出す。敵をあざむいたり、罠にしかけたりするのが好きか。あるいは仲間を守ったり援助したりして他者の生存率をあげるのが好きか。積極的に、敵陣に切り込んでいきたいか。戦況を俯瞰で見つつ、自制ながら、ゆっくりと着実に戦略的に攻略していきたいか。
　それに見合うキャラクターはゲーム内でどんなパラメーターやアビリティを割り振られているか、分析すべき。
・ほかのゲームでどのようなキャラクターを使うのを好んだか、また、好きなゲームジャンルは運動神経にプレイが依存したものか、それともより戦略的なものかも、選ぶべきキャラクターを知る材料となる。
・そのキャラクターを動かしていて、ゲーム内で仕事させていて楽しいと感じるかどうかはとても重要。いくつかのキャラクターを選んで、テストプレイし、感触を得るべき。
・そのゲームの中で自分が何をしたいか。何を得たいか。そもそも、なぜそのゲームをプレイするのか。
・どのように試合に勝ちたいか。どのようなかたちの勝利が自分に喜びをもたらすか。
・(これらのような思考や自問自答が必要な理由は) 勝利のためには試合と同じかそれ以上、淡々とした練習もこなさなければならないから。ひとつのロール・キャラクターを突き詰めるにはかなりの時間を必要とするから。
・ゲームバランスの調整を見越して、長期的・短期的な面からも自分の伸ばすべきロール、キャラクターを考えること。場合によってはメインはひとつに、複数選択も。

2.5. 「格ゲー初心者が１年でプロゲーマーになって世界大会で優勝するまでにした３つのこと」

出典：koheu.com
URL：https://koheu.com/khu-howtobeachampion
内容の概略：プロゲーマーによる具体的なゲームシステムの分析、情報収集、練習のプラン組立とその改善、試合の分析、体調管理やメンタルコントロール、また他分野の思考法の取り入れ方などに言及した記事。個人サイト上の個人記ではあるが、資料に値する客観性があると判断し掲載。

以下その具体的なメニュー
□１情報収集
１、何も知らない状態
２、自分のゲームについて調べる
最初に調べたのは「そのゲームで一番強い人」でした。

強い人は当然そのゲームについて多くの情報を持っています。なので、その人が発信している情報があればそれを見つけます。自分と上位プレイヤーの違いを発見して、それを自分のものにする。
３、(自分のゲームの上位陣に経験者の多かった)「格ゲー」に広げてみる
例えば ARMS とストリートファイターではゲームシステムが全然違うので、ストリートファイターでしか通用しないものは除外しました。そして、格闘ゲームの理論を自分のゲームに適用したらどうなるのかをよく考えました。
４、プレイヤーのことも調べる
格ゲー界でトップを走る人たちについて数多く調べました。結果、「目先の勝利よりも自分の成長を積み上げる」という格ゲー哲学のようなものが身に付きました。
５、さらに広げてみる
プロゲーマーの世界はいかんせん歴史が短いので、参考になる書籍や先人が少ないのも事実です。まだ物足りなかった私は、他の分野のトップを走る人たちの本も読みました。
６、人に聞く
積極的にコミュニティに関わって、人に直接、具体的なアドバイスを聞く。
７、集めた情報を自分の中に取り込む
情報を集めたら、それを自分なりにまとめていきましょう。①情報をまとめる（頭に入れる）→②実戦で使って自分のものにする（練習する）→③身体になじませていつでも使えるようにする（身体にたたきこむ）

□２練習と改善

１、ゲームの最低限の基礎を知る

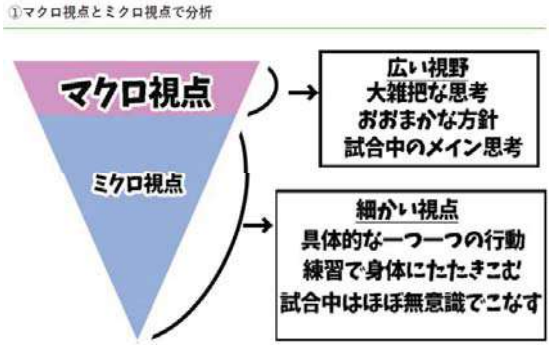
そのゲームの最低限の基礎ぐらいは知っておいた方がいいと思います。例えば操作方法と勝利条件、特殊技の発動条件ぐらいは知っておいた方がいい

２、プレイする

最初はとにかくゲームを楽しむこと、そして「もっと強くなりたい」と思った時にしっかり情報収集を始めるべき

３、負けた原因を分析する

①マクロ視点とミクロ視点で分析。問題を分けて考える。



４、再び情報収集

５、改善プランを立てる

６、改善プランに基づいて練習する

７、実践する

2.6.　「初中級者には特に必須！？aMSa 選手がコーチと取り組むスマプラ上達の練習法｜SmashlogTV」

出典：smashlogTV

URL：　https://www.youtube.com/watch?v=URIMBhL6DyQ

内容の概略　プロとそのコーチによる座談形式の講座動画。3:50~ トレーニングモードでのシチュエーション設定や、細かいルーティンの組み立て方に言及。

・トレーニングは実戦でありうつシチュエーションをもとに組み立てていく。

・ほか、（試合前？　あるいは普段の練習前の）一分間に、どのような操作練習でウォーミングアップをするか、秒単位でコーチと共に決めていることにも言及。

2.7. 「「ザクレイは感覚派」と言われるけどスマブラのことはすごく考える」

出典：wellplayed
URL： https://wellplayed.media/interview-zackray-20190324/
内容の概略　対戦アクションにおける対戦中の意識配分や、ダメージ配分などのゲームシステムの分析、トレーニングモードによるシチュエーションの再現を用いた練習や、ゲームバランス調整に備えた準備、マインドセットに言及したプロ選手インタビュー記事。

・練習は結構モチベーションを優先するタイプで、まったくスマブラをプレイしない日も正直あります。
例えば、3 日間の自由な時間があったとして、モチベーションが 50 の状態で 3 日間練習するよりも、1 日目と 3 日目に絞ってモチベーション 100 の状態でスマブラをやりたい。量より質。
・オンライン対戦よりトレーニングモードに時間を割く。
・僕は 1 戦 1 戦考えてプレイするタイプなんです。対戦中に何を意識して戦うかを忘れずいるというか。

対戦中の意識配分は一番大きいと思っています。相手の考えていることや相手のキャラの何の行動が強いのかとか、自分が何の技を出すべきなのか、常に考えています。（略）1 つ 1 つのプレイに意図があります。なので、試合を見返したときに、この場面は何故こうしたかをすべて説明できますよ。

・コンボのおさらいや開発をしたり、ミスしやすい行動を再現して、次からちゃんと出せるように体に覚えさせたりとかですね。
スマブラは必要になるキャラクターの知識が多くて、「どのくらいのパーセンテージでこの技を当てたら相手が撃墜するのか」などを把握することは重要ですし、各キャラクターごとに重さも違うので、例えば次の大会で対戦することになるであろうキャラクターを相手に設定して練習することが多いです。
キャラクター数が多いのでしんどいですけど、そこが醍醐味でもありますね。自分のパーセンテージによってもつながるコンボが変わったりもするんですよ。これは細かすぎる情報ですけど。
トレモはやればやるほど発見がありますね。

・今作は 70 種類以上のキャラクターがいて、1 キャラごとの対策を詰めなきゃいけない。でも、それだけキャラクター数が多いと、どうしても苦手なキャラクターがいくつか出てきてしまうので、自分も 2〜3 キャラクターを使って対策します。

2.8. 「【aMSa が『スマブラ』から学んだこと】｜Vol.5：『スマブラ』が「強くなる」戦術指南」

出典：redbull.com
URL： https://www.redbull.com/jp-ja/amsa-column-vol5
内容の概略　プロゲーマーの視点から、対象のゲームの基本要素の分析と、そこから導き出した各要素（キャラクター対策、読みあい、対応力）を攻略するために何を、どう練習するべきかが具体例とともにまとめられている記事

・上手いプレイヤーと強いプレイヤー、一見同じに見えます。
しかし実際には、「上手いけど強くない」プレイヤーもいます。逆に「下手だけど強い」プレイヤーというのはあまり聞きません。「上手いけど強くない」プレイヤーとは技量は高いが対戦で勝てないプレイヤーを指します。
対戦ゲームで相手に勝つためには何をすべきでしょうか？アクションゲームに置き換えてみます。

『スーパーマリオブラザーズ』でクッパを倒すためには、斧を取るもしくはファイヤーボールを複数回当てなければいけません。クッパはジャンプ、接近、後退、炎を吐く、といった行動をしてきますがこれに対してマリオはジャンプでクッパを飛び越える、クッパがジャンプしたタイミングで足元をくぐり抜ける、炎をジャンプおよび、しゃがみで避ける、といった行動を取りつつ勝利を目指します。この時あなたがクッパを操作できるとして、マリオを倒すためにはどういう行動を取るでしょうか？
たとえば私であれば
・マリオがファイヤーマリオ状態かどうかを確認する。
・ファイヤーマリオ状態であれば炎を吐きつつ接近して、早めにファイヤーボールを打たせないようにする。
・あまりジャンプしないように見せかけて、マリオが頭上を飛び越えてくるタイミングを見

計らって後退しながらジャンプする。
・一度だけジャンプし、足元をくぐれるように見せかけてそれ以降ジャンプをしない。
・ジャンプばかりして様子見をしているマリオに対しては、ジャンプ時に当たりそうな位置に炎を吐いてみる。
・斧の真上に立ってずっと炎を吐く。
といったような行動をします。クッパでマリオに勝つためには、
（1）クッパに何ができるのかをまず確認。
（2）マリオがどんなワザや選択肢をもっているのかを確認。
（3）マリオを操るプレイヤーとどういった駆け引きが生まれているのかを把握。
（4）状況に合わせてどういった対応をしていくのかを考える。
(1)については前回のコラムで説明した「上手くなる」要素でカバーできます。
そして、強くなるためには、(2)のキャラクター対策、(3)の心理戦・読み合い、(4)の対応力……この3つの要素が重要となってきます。

（スマブラにおいて）私は状況に応じて自分がすべき選択肢を以下の4つに細分化しています。
1立ち回り：相手にワザを当てるまでの選択肢
2火力：相手にワザを当ててからの選択肢
3固め：相手と密着状態での選択肢
4復帰阻止：相手の復帰を阻止するための選択肢
これらを元に対戦動画を見返し、"立ち回り・火力・固め・復帰阻止"の、それぞれ良かったところ悪かったところを洗い出してカイトコーチにフィードバックを繰り返し、対策を進めています。

・対戦ゲームの対戦相手は機械やAIではなく、人です。人である以上忘れてはいけないのは、その人の個性や性格というものがゲーム上でも反映される、ということです。
これはキャラクター選択だけでなくプレイスタイルにも表れてきます。
相手の心理状況を読み取り、そこに対して的確な行動を行うことができれば、一見ジャンケンに見えるような読み合いでも高確率で勝つことでき、対戦を有利に進めることができます。
・ひとりの相手に勝てればいいというわけではありません。
数百人、場合によっては数千人の参加者の大会で頂点を目指すためには多くのプレイヤーに勝利を収める必要があります。
そんなときに求められるのが対応力です。実践での情報収集力とも言えるかもしれません。

・対応力を上げるためには対戦しながらも、自分が相手のどの行動にやられたのか、逆に自

分のどの行動が相手に通用したのか……対戦中に得たデータをしっかり頭のなかで記憶することが大事です。
普段のフリー対戦から自分の敗因、勝因を対戦後すぐに思い返せるように意識することで訓練することができます。

2.9. 「格闘ゲーム上達論」

出典：まちゃぼーの最適解
URL：https://ameblo.jp/mcb0726/entry-12159160155.html
内容の概略　目標設定の重要性、キャラクター操作技術の向上、心理戦の重要性やその上達法などに言及しているプロによる個人記。とくに心理戦について詳しく書かれている。

・まず「目標を決める」ちなみに目標は小さければ小さいほど良いです。
いきなりハードルを高くしすぎると、途中で無理なんじゃないかな？って思ってしまったりして、これまたモチベーションが保てなくなります。

・次に「キャラクターを自由自在に動かせられるようになる」こと。操作技術が高くなっていろんなことが出来るようになるということは、いろんなことに対応出来るようになるということでもあります。
誰かに教わる時も、教わったことをすぐ出来るようになるのと出来ないのでは上達速度も変わってきます。
じゃあどうやって操作技術を上げるの？という話ですが、これは単純にたくさんレバーを触るのみです。
たくさん対戦をするもよし、たくさんトレーニングモードをするもよし、とにかく触るのが大切です。

・最後に「相手の気持ち、考えをわかるようになる」こと。色々な状況でこのように相手の考えを汲み取ることが出来るようになれば、読み合いが出来るようになり楽しくもなるし、強くもなれます。
こっちは相手の考えてることがわかるけど、相手はこっちの考えてることがわからない、となると、情報戦で圧倒的に勝利してます。こうなったらもう相手を自分の掌の上で動かすことも簡単です。ちなみにスタンダードキャラを使うと強くなりやすいとよく言いますが、それは読み合いが発生しやすいからです。
変わったキャラを使うと、相手がよくわからないまま勝ってしまうので、読み合いにならなかったりします。
そうすると読み合いの力が鍛えられないので、成長の妨げになっていたりします。
スタンダードキャラはわかりやすいので、基本的に読み合いをしないと勝てません。なので、スタンダードキャラは読み合いの力が鍛えられ強くなりやすい、というわけです。
僕が初心者にスタンダードキャラをオススメするのは操作が簡単なのもありますが、このような理由もありますね。

3. 他ジャンルの e スポーツトレーニングに関する資料

3.1. 「【ホリ伝説ドットコム第 15 回】高密度・集中的に闘うためのトレーニング法を公開！【sako 回】」

出典：ファミ通.com
URL：https://www.famitsu.com/cominy/?m=pc&a=page_fh_diary&target_c_diary_id=87973
内容の概略：プロゲーマーが対談の中で、対戦の分析やキャラクター別対策の組み立て方、進め方、使用キャラの分析とトレーニング方法やオンライン対戦の意義や利用法について述べている記事。

3.2. 「シャドバプロ AXIZ の Rumoi は勝率 1%の変動と感覚を重視する」

出典：wellplayed jornal
URL：" https://wellplayed.media/interview-shadowverse-rumoi-20191008/
内容の概略:プロによる、他ジャンルに比べ確率要素の多いカードゲームにおける実戦時の思考タイミングの指摘、パターンの身体感覚化、また効果的な情報収集の方法など。

3.3. 「Overwatch からシャドウバースに転身　異色のプロゲーマー・keisuke3【後編】」

出典：wellplayed journal
URL：" https://wellplayed.media/hero-keisuke3-20181025/
内容の概略:プロによる、ランダムに提示された 2 枚のカードから 1 枚を選んでデッキを構築しそれで戦う 2pick ルール時の確率計算やカードの選択、戦略などについて言及している記事。

3.4. 「プロリーグ第 4 節 振り返り」

出典：keisuke3-7pick のブログ
URL：" https://keisuke3-7pick.hatenablog.com/entry/2019/06/12/000654
内容の概略:プロによる、シャドウバースのデッキ構築と概説。また、それを用いた実際の試合を振り替えながらキーとなる場面を分析・解説している個人記事。部分的・限定的な内容だが資料に値する可能性も有りと判断し掲載。

3.5. 「シャドバの練習とは？」

出典：杉丸。(on note)
URL：https://note.com/sugimaru_kun/n/n5a71dfc228dd
内容の概略：対戦時の重要な視点や、対戦リプレイ時の観点、パターンラーニングや対戦時のマインドセットについてまとめられた記事。アマチュアの個人記だが、資料に値すると判

断して掲載。

3.6. 「プレイングの上手い下手」
出典：シャドウバース攻略 wik
URL： https://shadowverse.gamewith.jp/questions/show/186947
内容の概略 wiki 内 BBS における議論のまとめ。タイトルに関してプレイヤーたちによる意見が乱立しているが、今後の調査方向次第では資料に値する情報も含むと判断して掲載。

3.7. 「その状況、既に詰んでません？」
出典：ワイズマン on note
URL： https://note.com/wiseman4410/n/n108d9f353c91
内容の概略：シャドウバースにおける対戦リプレイ機能を使用した際の分析の一例。言及状況は非常に限定的だが、資料になりうる場合もあると判断して一覧に掲載。

3.8. 「shadowverse を上手くなるためにすること。」
出典：http://shion-ygo.hatenadiary.jp/
URL：" http://shion-ygo.hatenadiary.jp/entry/2017/01/10/052741
内容の概略 対戦カードゲームにおける、プレイング、ゲームプラン、デッキ構築、読みあい、マインドセットに関して割合詳細にまとめられた個人記。アマチュアによるものだが、参考になりうると判断して一覧に掲載。

3.9. 「【AZ｜ラプラス所属プロゲーマー・キチパーム選手インタビュー】」
出典：esports-world
URL：https://esports-world.jp/interview/3314
内容の概略 プロ選手による、対戦格闘ゲームでの自分のキャラクターの強みや弱みの分析。関連して「間合い」の考え方や、有利不利キャラクターの捉え方。ゲーム内環境変化時におけるマインドセット。限定的な内容ではあるが、プロによる参考意見として掲載。

3.10. 「【スト 5】トレーニングモード活用法 初~中級者向け実践を意識したトレモの使い方【ストリートファイター5AE トレーニングモード攻略】」
出典：momiageryo.com
URL：https://momiageryo.com/2019/06/13/streetfigher5-traningmode/
内容の概略 対戦格闘ゲームにおける、効果的なトレーニングモードの利用について紹介した個人記事。細かい設定により、格闘ゲームの基本スキルを身につけるための道筋が示されている。

3.11. 「目指せ上級者！スマブラプロが教えるトレーニングモード有効活用法【スマブラ SP】」
出典：smashlog
URL： https://smashlog.games/2192
内容の概略 基本的なテクニックをトレーニングモードを利用して身に着ける方法を紹介した記事。

3.12. 「プロゲーマーの効率的なトレモの練習方法を紹介します【スマブラ SP】」
出典：Raito のスマブラ生活
URL： https://www.youtube.com/watch?v=Eee-A0IhA0E
内容の概略 ゲームの基本的なシステムを分析・解説しながら基礎・応用テクニックを身に着けるためにトレーニングを組み立てるべきかが紹介されている動画。

3.13. 「【#BeasTV】第 2 回「まちゃぼー先生のスト 5 初中級者講座：技の埋め方」まとめ」
出典：格闘ゲーム至上主義
URL http://www.fgtcmccard.work/archives/16324610.html#shita
内容の概略 プロによる講義動画をコミュニティメンバーがまとめた記事。プロ目線による細かいテクニックの意義や分析、重要性が簡潔にまとめられている。

3.14. 「【#BeasTV】第 1 回「まちゃぼー先生のスト 5 初中級者講座：スト 5 の基礎&フレーム講座」まとめ」
出典：格闘ゲーム至上主義
URL：" http://www.fgtcmccard.work/archives/16112040.html
内容の概略 プロによる講義動画をコミュニティメンバーがまとめた記事。ゲームシステムの根幹要素の分析と、そこからどのような操作を行動掛ければいいのかが短く、理論的にまとめられている。

3.15. 「9/9/2020 初心者講座 番外編 「トレーニングモード解説」」
出典：Daigo the BeasTV
URL：" https://www.youtube.com/watch?v=2OOpzfkkzp0
内容の概略 プロによるトレーニングモードの解説と、（19:00-より）状況再現を利用した反復・運動記憶形成のための練習法について説明動画。

3.16. 「9/6/2020 初心者講座第二弾 「対空の仕組みと習得方法」 パート 6」
出典：Daigo the BeasTV
URL：" https://www.youtube.com/watch?v=5bpbjA0xvqs

内容の概略　プロによる、トレーニングモードでの状況再現を利用した、高度テクニックの習得のための反復練習法。

第1章　eスポーツの定義と現況

第1章　eスポーツの定義と現況

1

(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

直訳 「電子競技」という意味

主にコンピューター・ビデオゲームなど、
電子機器を用いて行われるスポーツのことを指す

つまり

eスポーツとは複数人のプレイヤーで対戦可能な競技性のあるゲーム

eスポーツとは「エレクトロニック・スポーツ」の略で、直訳すると「電子競技」という意味です。主にコンピューター・ビデオゲームなど、電子機器を用いて行われるスポーツのことを指します。わかりやすく言うと、複数人のプレイヤーで対戦可能な競技性のあるゲームを、eスポーツと呼びます。

2

(1) eスポーツの定義

一般社団法人日本eスポーツ連合（JeSU）が定めるeスポーツタイトルの公認条件

1 競技タイトルの公認条件　以下の 4 項目に基づき、IP ホルダーと JeSU が協議の上、JeSU が判断する

1.1　ゲーム内容に競技性が含まれること（**競技性**）
1.2　ゲームとして 3 か月以上の運営・販売実績があること（**稼働実績**）
1.3　今後も e スポーツとして大会を運営する予定があること（**大会の継続**）
1.4　e スポーツとしての大会の興行性が認められること（**興行性**）

【出典：『JeSU公認タイトル規約』】
https://jesu.or.jp/wp-content/themes/jesu/contents/pdf/agreement-title.pdf

ただし　**日本eスポーツ連合が公認しているタイトルは僅かなのが現状**
公認されていないから、eスポーツではないということではない

では具体的にはどのようなゲームタイトルがeスポーツになり得るのでしょうか。例えば、eスポーツのプロライセンスを発行している一般社団法人日本eスポーツ連合（JeSU）は、eスポーツタイトルの公認条件を以下のように定義しています。
≪一般社団法人日本eスポーツ連合（JeSU）が定めるeスポーツタイトルの公認条件≫
”1 競技タイトルの公認条件
以下の 4 項目に基づき、IP ホルダーと JeSU が協議の上、JeSU が判断する。
1.1 ゲーム内容に競技性が含まれること（競技性）。
1.2 ゲームとして 3 か月以上の運営・販売実績があること（稼働実績）。
1.3 今後も e スポーツとして大会を運営する予定があること（大会の継続）。
1.4 e スポーツとしての大会の興行性が認められること（興行性）。”

出典：『JeSU公認タイトル規約』
https://jesu.or.jp/wp-content/themes/jesu/contents/pdf/agreement-title.pdf

上記の条件によれば、3ヶ月以上稼働している競技性のあるゲームで、継続的に大会を開催している、なおかつ観客からお金を頂き利益を上げることができれば、日本eスポーツ連合公認のeスポーツタイトルだと言えます。
ただし、日本eスポーツ連合が公認しているタイトルは未だ僅かなのが現状です。公認条件を満たしていないからといって、eスポーツではないとするものではありません。広義的に捉えるならば、電子機器を用いた競技性のあるゲームのことだと思っていいでしょう。

(2) eスポーツの競技種目

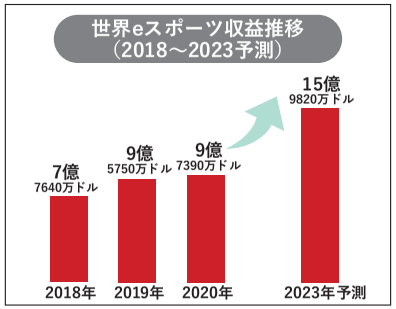
ジャンル	特徴	有名タイトル
シューティングゲーム（FPS・TPS）	・銃を用いて相手と撃ち合うガンシューティングゲーム ・FPS（一人称視点）とTPS（三人称視点）の2種類がある	『Call of Duty』 『フォートナイト』 『PUBG』 『Apex Legends』など
対戦型格闘ゲーム	・キャラクターを操作して相手キャラクターと格闘戦で戦うゲーム	『ストリートファイター』 『大乱闘スマッシュブラザーズ』など
マルチプレイヤー・オンライン・バトル・アリーナ（MOBA）	・複数のメンバーと協力して、戦術・戦略を駆使しながら、相手の陣地を攻めるゲーム	『League of Legends』 『DOTA』など
リアル・タイム・ストラテジー（RTS）	・リアルタイムで進行する戦略シミュレーションゲーム	『StarCraft II』 『クラッシュ・オブ・クラン』など
スポーツゲーム	・実際に存在するスポーツをゲーム上でプレイする対戦ゲーム	『NBAシリーズ』 『ウイニングイレブンシリーズ』など
コレクタブル・カード・ゲーム（CCG）	・対戦形式のカードゲーム	『シャドウバース』 『ハースストーン』など
パズルゲーム	・パズルを解く速度等を競うゲーム	『ぷよぷよ』 『テトリス』など

eスポーツの競技種目は多岐に渡ります。ここでは、特に人気の高いeスポーツの競技ジャンル7種の特徴、それぞれのジャンルの有名なタイトルを紹介します。
1つ目はシューティングゲームで、銃を用いて相手と撃ち合うガンシューティングを主とするゲームジャンルです。「FPS」（ファースト・パーソン・シューター）と「TPS」（サード・パーソン・シューター）の2種類が存在し、それぞれプレイヤーの視点が、キャラクターの視点（一人称視点）のものをFPS、キャラクターを背後から見る視点（三人称視点）のものをTPSと呼びます。対戦は1対1のソロでおこなう場合もありますし、5対5などのチーム戦、大人数の中で最後の1人になるまで戦うバトルロイヤルなど、多様なルールで遊ばれているのも特徴です。
2つ目は対戦格闘ゲームで、キャラクターを操作して相手キャラクターと格闘戦で戦うゲームです。他のゲームジャンルの人気タイトルは海外製タイトルがほとんどですが、格闘ゲームは日本製のタイトルが多いのが特徴で、多くの日本選手が世界のプロシーンで活躍しています。
3つ目はMOBA（マルチプレイヤー・オンライン・バトル・アリーナ）というジャンルです。これはチーム戦の陣取り合戦で、自チームのメンバーと協力して、戦術・戦略を駆使しながら、相手の陣地を攻め落とすことを目標に戦うゲームです。
4つ目はRTS（リアル・タイム・ストラテジー）と呼ばれる、戦略系のジャンルです。このジャンルの多くタイトルでは、リアルタイムで1国や1軍隊を率いて相手と戦い、どちらが先に攻め落とせるかを競います。大変操作が難しく高度な技術や理解力が求められます。
5つ目はスポーツゲームです。実際に存在するサッカーや野球などのスポーツをデジタルゲームで対戦するゲームです。現実のスポーツとは異なり、プレイヤーは1対1で対戦することが多く、1人のプレイヤーがゲーム上の多数のスポーツ選手を操作します。
6つ目のゲームジャンルはCCG（コレクタブル・カード・ゲーム）です。昔から子供たちを中心に遊ばれてきたカードゲームですが、これをデジタル上で行うゲームジャンルです。
7つ目はパズルゲームです。パズルを解く速度等を競う形で対戦します。有名タイトルには「ぷよぷよ」「テトリス」など幅広い年代の方々に知られており、多少なりとも遊んだ経験がある方が多く、様々なシーンでプレイされているゲームジャンルです。

(3) eスポーツ業界の現況

eスポーツは近年、世界的な人気を誇っている**新しいスポーツ**

日本円換算で賞金総額が100億を超える大規模な大会も開かれている → **年々市場規模は拡大**



世界でのeスポーツは順調に成長を続けている

今後も右肩上がりに推移する見通しである

【（出典）Newzoo/KADOKAWA Game Linkage】
https://resources.newzoo.com/hubfs/Reports/Newzoo_Free_2020_Global_Esports_Market_Report_Japanese.pdf

eスポーツは近年、世界的な人気を誇っている新しいスポーツです。日本円換算で賞金総額が100億を超える大規模な大会も開かれており、年々市場規模は拡大しています。
株式会社KADOKAWA Game Linkageと市場調査分析会社・Newzooの提携のもとで実施されたeスポーツ市場の調査によれば、世界のeスポーツ市場の収益推移は2018年時点で7億7640万ドル、2020年では9億7390万ドルとなり、2023年には15億9820万ドルに到達すると予測されています。このデータからも見られるように、世界でのeスポーツは順調に成長を続けていて、今後も右肩上がりに推移する見通しです。

(3) eスポーツ業界の現況

海外 eスポーツがスポーツの1種として確立されている

日本 eスポーツの**後進国**　根強い意見 ・ゲーム＝娯楽 ・ゲームはスポーツではない

近年の国内の動き

- 日本人選手が海外の大会で活躍する機会が増える
- 新聞やニュース等のメディアで取り上げられる
- eスポーツ部を設置する教育機関が増加する
- 第74回国民体育大会「いきいき茨城ゆめ国体」の文化プログラム「全国都道府県対抗ｅスポーツ選手権 2019 IBARAKI」が開催　等

日本でも徐々にeスポーツの浸透が進んでいる

このように、海外ではすっかりスポーツの1種として確立されたeスポーツですが、一方、日本では根強く「ゲーム＝娯楽」「ゲームはスポーツではない」といった意見も見受けられ、日本eスポーツ業界は世界に比べて後進国と言われていました。しかし近年、日本人選手が海外の大会で活躍する機会が増えたり、新聞やニュース等のメディアで取り上げられたり、eスポーツ部を設置する教育機関が増加したりすることで、日本でも徐々にeスポーツの浸透が進んでいます。第74回国民体育大会「いきいき茨城ゆめ国体」において、文化プログラムとして「全国都道府県対抗ｅスポーツ選手権 2019 IBARAKI」が開催されたことも大きな動きのひとつです。

(3) eスポーツ業界の現況

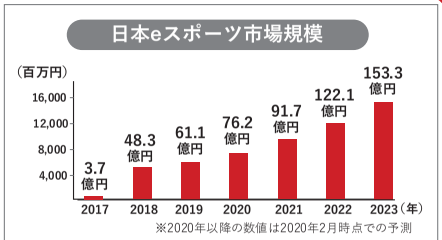
日本のeスポーツ市場も急速に成長

2017年：3.7億円

大きく飛躍

2018年：48.3億円（前年比13倍）

2023年までには153億円に到達する見通しである



【（出典）KADOKAWA Game Linkage】
https://kadokawagamelinkage.jp/news/pdf/news200213.pdf

日本のeスポーツ業界の成長を妨げる要因

景品表示法、風俗営業法、賭博罪等の法律の制約を受ける

しかし　日本eスポーツ連合（JeSU）が働きかけ、徐々に解決に向かっている　➡　**今後日本のeスポーツは更なる発展が期待できる**

このような状況下で、日本のeスポーツ市場も急速に成長しています。株式会社KADOKAWA Game Linkage の調査によれば、日本のeスポーツ市場は2017年時点では3.7億円に過ぎませんでしたが、2018年で前年比13倍の48.3億円と大きく飛躍し、2023年までには153億円に到達する見通しです。
また、日本は景品表示法、風俗営業法、賭博罪等の法律面で、高額賞金の大会が出せない、大会参加費を取りづらいといった状況にあり、eスポーツ業界の成長を妨げる要因となっていました。しかしながら、日本eスポーツ連合（JeSU）の働きかけにより、こうした法律面の問題も徐々に解決の方向に向かっており、今後日本のeスポーツは更なる発展が期待できます。

(4) プロeスポーツプレイヤーの定義

eスポーツのプロプレイヤー

eスポーツにも他のスポーツと同じく、**プロプレイヤー**と呼ばれる人達が存在する

ただし　**今のところ明確なeスポーツのプロプレイヤーの定義は存在しない**

＜一般的なプロ、すなわちプロフェッショナルの意味＞

- 専門的な仕事に従事している人
- 専門的な仕事で評価・報酬を得ている人

＜他のスポーツ競技のプロの定義＞

- プロチームに所属すること
- プロ資格の認定テストに合格すること

など

競技によってプロの定義は様々

eスポーツにも他のスポーツと同じく、プロプレイヤーと呼ばれる人達が存在します。ただ、eスポーツのプロプレイヤーの定義は今のところ明確な定義は存在しません。
一般的にプロ、すなわちプロフェッショナルは、「専門的な仕事」に従事している人や、専門的な仕事で評価・報酬を得ている人のことを指します。他のスポーツ競技を例にとれば、プロチームに所属することがプロ選手の定義とされていたり、プロ資格の認定テストに合格することでプロ選手と認められたりと、競技によってプロの定義は様々です。

(4) プロeスポーツプレイヤーの定義

JeSU 公認プロライセンスの定義（抜粋）

JeSU 公認プロライセンスとは、JeSU が別途公認する大会において当該大会規約に基づき**好成績**を収め、競技性、興行性ある大会等へ出場するゲームプレイヤーとして**プロフェッショナルであるという自覚**を持ち、**スポーツマンシップ**に則り、**国内ｅスポーツの発展に寄与**し、**ゲームプレイの技術の向上に日々精進**することを誓約する者で、ライセンス取得に相応しいと判断された者に対して、本規約２における種別に応じて発行されるものをいう。

【出典：『JeSU 公認プロライセンス規約』】
https://jesu.or.jp/wp-content/themes/jesu/contents/pdf/agreement-license.pdf

ただし このライセンスを持っていなくともプロプレイヤー（プロゲーマー）として活動する方々が多数存在し、認知されている

広い意味でのeスポーツプロプレイヤー　**「ゲームのプレイによって収入を得ている人」**

基準のひとつになるのは、一般社団法人日本eスポーツ連合（JeSU）が2018年に発行を開始したプロライセンスです。同団体では、以下のように公認プロライセンスを定義しています。

≪JeSU 公認プロライセンスの定義（抜粋）≫
JeSU 公認プロライセンスとは、JeSU が別途公認する大会において当該大会規約に基づき好成績を収め、競技性、興行性ある大会等へ出場するゲームプレイヤーとしてプロフェッショナルであるという自覚を持ち、スポーツマンシップに則り、国内ｅスポーツの発展に寄与し、ゲームプレイの技術の向上に日々精進することを誓約する者で、ライセンス取得に相応しいと判断された者に対して、本規約２における種別に応じて発行されるものをいう。
出典：『JeSU 公認プロライセンス規約』
https://jesu.or.jp/wp-content/themes/jesu/contents/pdf/agreement-license.pdf

上記の定義に該当すると日本eスポーツ連合の認定を受けることができれば、プロライセンス保持者となることができます。ただしこのライセンスは、非保持者を「プロではない」とするものではないことに注意が必要です。このライセンスを持っていなくともプロプレイヤー（プロゲーマー）として活動する方々が多数存在しています。したがって現在のところ、広い意味でのeスポーツプロプレイヤーとは「ゲームのプレイによって収入を得ている人」と考えればよいでしょう。

(4) プロeスポーツプレイヤーの定義

ちなみに

＜プロプレイヤーの稼ぎ方＞

- 大会に出場し賞金を稼ぐ
- eスポーツチームに所属し固定給を貰う
- 動画配信（YouTubeやTwitch）による広告収入や投げ銭
- スポンサーを獲得し報酬を得る
- グッズ販売、イベント出演料等

＜上記の活動以外の稼ぎ方＞

- ストリーマー（動画配信者）
- ゲームのコーチ

このような形で収入を得ている人は、総じてプロプレイヤーと言える

ちなみに、プロプレイヤーの稼ぎ方と言うと「大会に出場し賞金を稼ぐ」というイメージが強いと思いますが、近年ゲームによって稼ぐ方法が多様化されています。プロプレイヤーが収入を得る具体的な方法は例えば以下の5つが挙げられます。また、上記のようにプロプレイヤーとして活動する以外にも、ストリーマー（動画配信者）やゲームのコーチとして収入を得ている方もいます。このような形で収入を得ている人は、総じてプロプレイヤーと言ってよいと考えられます。
大会に出場し賞金を稼ぐ
eスポーツチームに所属し固定給を貰う
動画配信（YouTubeやTwitch）による広告収入や投げ銭
スポンサーを獲得し報酬を得る
グッズ販売、イベント出演料等

(5) eスポーツチームの定義

「ジャパン・ｅスポーツ・チームライセンス」

法人格があり、**且つ IP ホルダーが推薦ないし承認したチーム**で、**JeSU が十分な実績があり JeSU 公認プロライセンス発行が妥当と認めたチーム**には、ジャパン・ｅスポーツ・チームライセンスを発行する。
なお、ジャパン・ｅスポーツ・チームライセンスの発行にあたっては、チーム内におけるジャパン・ｅスポーツ・プロライセンスないしジャパン・ｅスポーツ・ジュニアライセンス保持者の有無は問わないものとする。

【出典：『JeSU 公認プロライセンス規約』】
https://jesu.or.jp/wp-content/themes/jesu/contents/pdf/agreement-license.pdf

日本eスポーツ連合が認定するプロeスポーツチーム
- JeSU 公認プロライセンスの定義を満たす
- 法人格を有する
- IPホルダーからの承認または推薦を得ている
- 十分な実績がある

このライセンスを保持せずに活動を行っているプロチームも存在する
「ジャパン・ｅスポーツ・チームライセンス」は一つの指標である

eスポーツのチームについても、プロプレイヤーと同様に、現在は明確な定義は存在していません。eスポーツプレイヤーが所属し、eスポーツに関わる活動をチームとして行っていれば、eスポーツチームと考えられます。
　また、プロチームのひとつの指標として、一般社団法人日本eスポーツ連合（JeSU）は、上述した公認プロライセンスの一種として、「ジャパン・ｅスポーツ・チームライセンス」を発行しています。その発行要件は次の通りです。

≪「ジャパン・ｅスポーツ・チームライセンス」≫
法人格があり、且つ IP ホルダーが推薦ないし承認したチームで、JeSU が十分な実績があり JeSU 公認プロライセンス発行が妥当と認めたチームには、ジャパン・ｅスポーツ・チームライセンスを発行する。なお、ジャパン・ｅスポーツ・チームライセンスの発行にあたっては、チーム内におけるジャパン・ｅスポーツ・プロライセンスないしジャパン・ｅスポーツ・ジュニアライセンス保持者の有無は問わないものとする。
出典：『JeSU 公認プロライセンス規約』
https://jesu.or.jp/wp-content/themes/jesu/contents/pdf/agreement-license.pdf

　すなわち、日本eスポーツ連合が認定するプロeスポーツチームは、JeSU 公認プロライセンスの定義を満たし、かつ、法人格を有しており、IPホルダーからの承認または推薦を得て、十分な実績のあるチームということになります。もちろん、このライセンスを保持せずに活動を行っているプロチームも存在していますので、これは一つの指標と考えてください。

(5) eスポーツチームの定義

プロシーンでのeスポーツチームの主な役割

- チームの活動のための資金調達
- 選手のマネジメント
- コーチング
- ブランディング活動等

→ **選手がより一層活躍できるようサポートを行う**

チームに入ることによって、**個人では出場できない大会にも出場できる**

→ **eスポーツチームに入ることを目標に活動しているプレイヤーも多くいる**

eスポーツチームへの加入 **スカウト形式が一般的**（簡単には加入できない）

ゲームのプレイスキル、実績や知名度、コミュニケーション力が重要

　特にプロシーンでのeスポーツチームの主な役割は、チームの活動のための資金調達から、選手のマネジメント、コーチング、ブランディング活動等です。端的に言えば、選手がより一層活躍できるようサポートを行っています。
このようなチームに入ることによって、個人では出場できない大会にも出場できるため、eスポーツチームに入ることを目標に活動しているプレイヤーも多くいます。eスポーツチームへの加入はスカウト形式が一般的なため、簡単に入ることはできません。ゲームのプレイスキルはもちろん、実績や知名度、コミュニケーション力も重要になります。

(6) 代表的な国内のプロeスポーツチーム

DeToNator（デトネーター）　https://detonator-gg.com/

- 2009年設立、日本eスポーツ界の最前線を走り続ける老舗eスポーツプロチーム（日本でeスポーツ市場が未成熟な頃にチーム立ち上げ）
- 海外に拠点を置く（日本のチームで唯一）
- SHAKAやStylishNoobといった有名ストリーマーが在籍

DetonatioN Gaming（デトネーション・ゲーミング）　http://team-detonation.net/

- 2012年設立（業界内でも比較的古参のプロチーム）
- ゲームタイトルに応じて9つのチームに分かれており、総勢44名の選手が所属
- ほぼ全てのタイトルで国内上位の実績を誇る強豪チーム
- 業界内でも早期にプロゲーマーへの給与制を導入

Rush Gaming（ラッシュゲーミング）　https://www.rushgaming.co/

- 世界的に有名なFPSゲーム『Call of Duty』をメインに活動
- 2018年に人気ストリーマー・HASESHINが立ち上げたことで話題になり、多くのCODファンから支持を受けている
- 2020年にPUBG部門を新設

プロシーンで活躍している日本国内のeスポーツチームがどの程度の数が存在しているか、今のところ明確なデータは存在していません。インターネット上の情報を参考とすれば、少なくとも50以上のプロチームが活動していると推定されます。
ここでは、実績があり、かつ高い知名度を誇るチームを抜粋して紹介します。なお、この他にも有力なチームが多数存在しますので、興味のあるeスポーツ競技で活動しているチームについて、自身で調べてみてください。

・ DeToNator（デトネーター）
https://detonator-gg.com/
2009年設立後、日本eスポーツ界の最前線を走り続ける老舗eスポーツプロチームです。まだ日本でeスポーツ市場が未成熟な頃にチームを立ち上げ、海外での活動をメインに行ってきました。日本のチームで唯一海外に拠点を置いているチームです。SHAKAやStylishNoobといった有名ストリーマーも在籍しています。

・DetonatioN Gaming（デトネーション・ゲーミング）
http://team-detonation.net/
DetonatioN Gamingは2012年に設立された業界内でも比較的古参のプロチームです。ゲームタイトルに応じて9つのチームに分かれており、総勢44名の選手が所属しています。ほぼ全てのタイトルで国内上位の実績を誇る強豪チームです。業界内でも早期にプロゲーマーへの給与制を導入したことから話題になりました。

・Rush Gaming（ラッシュゲーミング）
https://www.rushgaming.co/
世界的に有名なFPSゲーム『Call of Duty』をメインに活動しているeスポーツチームです。2018年に人気ストリーマー・HASESHINが立ち上げたことで話題になり、多くのCODファンから支持を受けています。2020年にPUBG部門を新設しました。

第2章　eスポーツチームの組織モデル

第2章　eスポーツチームの組織モデル

(1) eスポーツチームの成長プロセス

昨今では eスポーツに関心を持つ人々が増え、多数のeスポーツチームが発足している

チームの規模はさまざま
- 学校の部活動やサークル
- プロシーンで活動する法人　など

eスポーツはアマチュアとプロの境目が明確に定義されていない（第1章で紹介）

一つの指標：実績や活動目的 → これを基準に3つに分類

①アマチュアチーム	部活・趣味サークルなど、実績の有無は問わない
②セミプロチーム	プロシーンでの活動実績も有するサークル等
③プロチーム	プロシーンでの有力な実績を有するサークル等 法人格を持つ場合もある

現在は①が最も多く、③は国内で見ても少数(50~100チーム程度)
(典型的なピラミッド構造)

昨今ではeスポーツに関心を持つ人々が増え、多数のeスポーツチームが発足しています。これらのチームは、学校の部活動やサークルなどの場合もあれば、プロシーンで活動する法人の場合もあり、その規模感はさまざまです。

eスポーツにおいては、第1章で紹介したように、アマチュアとプロの境目が明確に定義されていません。一つの指標として、実績や活動目的が挙げられます。これを基準にしてeスポーツチームを分類すると、以下の3つに大別できると考えられます。

①アマチュアチーム（部活・趣味サークルなど、実績の有無は問わない）
②セミプロチーム（プロシーンでの活動実績も有するサークル等）
③プロチーム（プロシーンでの有力な実績を有するサークル等、法人格を持つ場合もある）

これらは典型的なピラミッド構造となっていて、現在は①が最も多く、③は国内で見ても少数（50~100チーム程度）といった状況です。

(1) eスポーツチームの成長プロセス

①アマチュアチーム → 比較的簡単に誰でも設立可能
②セミプロチーム・③プロチーム → 設立や成長の経緯はさまざま

②・③の例
- ①のチームが②や③のチームに成長する場合
  - 部活やサークル
  - セミプロチーム プロチーム
  - チームや選手の人気が出る → 活動の幅が広がる → プロシーンでの活動実績が増える → ②・③に成長
- 大手企業等が設置するeスポーツチームの場合
  活動当初から法人格を有し、
  ③プロチームとしてプロシーンでの活動からスタート

このように 発足させる人 / 企業等の属性や考え方 → 異なると → チームのスタート位置、 / その後の成長過程 が変わる

第２章では プロシーンで活躍している4つのチームの発足経緯や成長過程などを、ヒアリングでの回答と合わせて紹介

①のアマチュアチームは比較的簡単に誰でも設立することができますが、②セミプロチームや③プロチームの設立や成長の経緯はさまざまです。①に分類される部活やサークルから発足したチームが、チームや選手の人気が出てきたり、活動の幅を広げたりするにつれ、プロシーンでの活動実績が増え、②や③に成長していくこともあります。一方、大手企業等が設置するeスポーツチームの場合、活動当初から法人格を有し、③プロチームとしてプロシーンでの活動からスタートする場合もあります。

このように、eスポーツチームは発足させる人・企業等の属性や考え方によって、どの段階からチームがスタートし、その後どのように成長していくかが変わります。

ここからは、プロシーンで活躍している4つのチームの発足経緯や成長過程などを、ヒアリングでの回答と合わせて紹介します。

(2) 事例1：匠Festival

チーム名 匠Festival
代　表 岡崎 裕史氏（2019年時点で代表を退任）
公式Twitter https://twitter.com/takumifestival

プロフィール

- 日本で活躍するプロゲーミングチーム
- 2種目に絞って活動(2021年2月時点)
  - 「レインボーシックス シージ」
  - 「ウイニングイレブン」
- 過去には「PlayerUnknown's Battlegrounds」や「Call of Duty」、「ストリートファイターV」など多くのタイトルの競技シーンでも活躍

最初の事例は、匠Festivalです。元代表者の岡崎裕史にお話を伺いました。
「匠Festival」は日本で活躍するプロゲーミングチームで、2021年2月時点では「レインボーシックス シージ」と「ウイニングイレブン」の2種目に絞って活動中です。過去には、「PlayerUnknown's Battlegrounds」や「Call of Duty」、「ストリートファイターV」など多くのタイトルの競技シーンでも活躍しました。

(2) 事例1：匠Festival

チーム発足の経緯や活動内容 部活やサークルのような組織として発足
→ 代表の岡崎氏のネームバリュー効果もあり、日本のトップレベルに成長

高い人気を持つeスポーツ実況者の岡崎氏がTwitterで呼びかけ、彼を慕うプレイヤーたちが集まる ➡ **チーム発足**

「もっとゲームのことをよりよく知りたい」
「ゲームはみんなでやるほうが楽しい」

【匠Festival】

- 発足当初はサークル的な位置づけ
  （プロや日本のトップレベルで戦うことは視野に入れていない）
- 活動を続けるうちに強い選手が集まる ➡ **さまざまなジャンルやタイトルで名をあげることに成功**

もともと「匠Festival」は部活やサークルのような組織で発足したチームで、代表の岡崎氏のネームバリュー効果もあり、活動を続けていくうちに日本のトップレベルで戦えるほどに成長したチームです。
「匠Festival」の設立者である岡崎氏は、高い人気を持つeスポーツ実況者でもあります。「もっとゲームのことをよりよく知りたい」、「ゲームはみんなでやるほうが楽しい」という思いから、Twitterで呼びかけを行い、彼を慕うプレイヤーたちが集まる形で、チームを発足しました。
チーム発足当初はプロになることや、日本のトップレベルで戦うことは視野に入れておらず、サークル的な位置づけからスタートしています。活動を続けていくうちに強い選手がチームに集まり、さまざまなジャンルやタイトルで名をあげることに成功しました。

(2) 事例1：匠Festival

- 主に実績を残した競技：「レインボーシックス シージ」
  - 岡崎氏が競技シーンで実況等を行い知名度が高い

「レインボーシックス シージ」の部門設立時には自然と強いプレイヤーが集まった

- 法人格を持たない

【岡崎氏の考え】非法人でもeスポーツを仕事にできる
- 所属メンバーにSNSの運用を促す
- YouTubeのような配信媒体での活動を強く勧める

その結果 法人化をしていない時点でも生活ができるほどの収入を得ているメンバーがいる

本チームが主に実績を残した競技に「レインボーシックス シージ」が挙げられます。設立者の岡崎氏が「レインボーシックス シージ」の競技シーンの大会実況等を行っていて知名度が高かったこともあり、チームに「レインボーシックス シージ」の部門を設立した際には自然と強いプレイヤーが集まりました。

また、「匠Festival」は法人格を持たない非法人のチームとして活動しています。ただ、岡崎氏は非法人でも充分eスポーツを仕事にできると考え、所属メンバーにSNSの運用を促したり、YouTubeのような配信媒体での活動を強く勧めたりしています。その結果、法人化をしていない時点でも生活ができるほどの収入を得ているメンバーもいます。

(3) 事例2：忍ism Gaming

チーム名 忍ism Gaming
代　表 百地　裕子氏
公式サイト https://shinobism.com
公式Twitter https://twitter.com/takumifestival

プロフィール

- 「チョコブランカ氏(百地裕子氏)」と「ももち氏」が株式会社忍ismを起業し、数年の活動を経て発足されたプロチーム
- チョコブランカ氏とももち氏は、2011年にアメリカのプロチーム「Evil Geniuses」と契約をしてプロ入りを果たしている
- 「忍ism Gaming」の所属メンバーは競技選手として活動するだけでなく、テレビや新聞、Webなどのメディアへの露出も積極的に行っている
- YouTubeやTwitchなどの配信媒体の活動にも注力している

次の事例は、「忍ism Gaming」です。代表の百地裕子氏にお話を伺いました。

「忍ism Gaming」は、「チョコブランカ氏（百地裕子氏）」と「ももち氏」が株式会社忍ismを起業し、数年の活動を経て発足されたプロチームです。チョコブランカ氏とももち氏は、2011年にアメリカのプロチーム「Evil Geniuses」と契約をしてプロ入りを果たしています。

また、「忍ism Gaming」の所属メンバーは競技選手として活動するだけでなく、テレビや新聞、Webなどのメディアへの露出も積極的に行っています。また、YouTubeやTwitchなどの配信媒体の活動にも注力しています。

(3) 事例2：忍ism Gaming

ももち氏　Twitterアカウント：https://twitter.com/momochi212

- 2大格闘ゲームの世界大会である「EVO」と「Capcom Cup」で優勝経験あり
- 世界トップレベルの格闘ゲーマー

チョコブランカ氏　Twitterアカウント：https://twitter.com/chocoblanka

- 格闘ゲーム「ストリートファイターIV」で「マゴ」を倒し話題になり、プロチームからスカウト
- 日本人初の女性プロゲーマー

当時日本トップレベルの強さを誇ったのちのプロゲーマー

ももち氏は、2大格闘ゲームの世界大会である「EVO」と「Capcom Cup」で優勝経験を持つ、世界トップレベルの格闘ゲーマーです。

チョコブランカ氏は、格闘ゲーム「ストリートファイターIV」の対戦にて、当時日本トップレベルの強さを誇ったのちのプロゲーマー「マゴ」を倒したことで話題になり、プロチームにスカウトされました。日本人初の女性プロゲーマーとして知られています。

(3) 事例2：忍ism Gaming

チーム発足の経緯や活動内容　代表のチョコブランカ氏(百地裕子氏)とももち氏が株式会社忍ismを起業して発足したチーム
設立当初からプロシーンでの活動を軸として運用

2016年(起業して1年後)若手プレイヤーを公募
- 選び抜かれた3人を海外の大会に連れて行く
- 練習環境を提供する取り組みを行う

活動を続けていくうちに
選手の育成や支援などの取り組みをさらに強化したいと考えた
結果 **チーム発足**

その後、世界でもトップレベルの技術や能力を持つ選手がチームに加わった

【忍ism Gaming】

運営方針（一部）　若いプレイヤーにはチーム内での交流を通して、強くなること以外に立ち振る舞いや、大会に向き合う姿勢などを学んでもらいたい

- 法人格を有する
- プロシーンでの活動を軸にする
- 若いプレイヤーを育成していくうちに、トップレベルで戦う選手も加入し成長

「忍ism Gaming」は、代表のチョコブランカ氏とももち氏が株式会社忍ismを起業して発足されたチームです。したがって、設立当初からプロシーンでの活動を軸として運用されています。
株式会社忍ismでは、起業して1年後の2016年に若手プレイヤーを公募しており、選び抜かれた3人を海外の大会に連れて行ったり、練習環境を提供する取り組みを行ったりしていました。このような活動を続けていくうちに、選手の育成や支援などの取り組みをさらに強化したいと考えた結果、チーム「忍ism Gaming」が発足されました。その後、世界でもトップレベルの技術や能力を持つ選手がチームに加わるようになりました。
また、「忍ism Gaming」の運営方針の一部として、若いプレイヤーにはチーム内での交流を通して、強くなること以外にも、立ち振る舞いや、大会に向き合う姿勢などを学んでもらいたいという考えがあります。
このように、「忍ism Gaming」は法人格を有してプロシーンでの活動を軸にしつつ、若いプレイヤーを育成していくうちに、トップレベルで戦う選手も加入し、成長していったチームです。

(4) 事例3：CYCLOPS athlete gaming

チーム名 CYCLOPS athlete gaming
監　督 楠本 翔氏
公式サイト http://cyclops-osaka.jp
公式Twitter https://twitter.com/CYCLOPS_OSAKA

プロフィール

- 大阪を拠点とするプロeスポーツチーム
- 大阪の梅田に「サクロプスベース」という拠点施設を保有
- 現在、FPS部門や格闘ゲーム部門などを中心に38名の選手が所属
- 国内大会だけでなく、世界大会で優勝など豊富な実績を持っている

次の事例は「CYCLOPS athlete gaming」です。同チームの監督の楠本翔氏にお話を伺いました。
「CYCLOPS athlete gaming」は、大阪を拠点とするプロeスポーツチームで、大阪の梅田に「サクロプスベース」という拠点施設を保有しています。現在、FPS部門や格闘ゲーム部門などを中心に38名の選手が所属しており、国内大会だけでなく、世界大会で優勝など豊富な実績を持っています。

(4) 事例3：CYCLOPS athlete gaming

チーム発足の経緯や活動内容

親会社の企業がeスポーツ事業を始めようとしていた
＋
日本eスポーツ協会(JeSPA)から日本eスポーツリーグの話
→ チーム設立

【CYCLOPS athlete gaming】

- 設立当初からプロシーンでの活動を軸としている
- 所属メンバーはトップレベルのゲーマーが所属
  【どぐら選、GO1選手、たぬかな選手　など】
- 「PlayerUnknown's Battlegrounds」や「レインボーシックス シージ」、「VALORANT」など多くのFPS部門を構えている

目指す活動 世界一のチームを目指す
企業理念 大阪を元気づけること

東京に集中している現状を変え、大阪から東京を経由して外に出るのではなく、
大阪から直接世界に羽ばたいていこうという考えをもとに活動を続けている

「CYCLOPS athlete gaming」は、親会社である企業がeスポーツ事業を始めようとしていたタイミングで、日本eスポーツ協会（JeSPA）から日本eスポーツリーグの話を受け、設立に至ったチームです。
設立当初からプロシーンでの活動を軸としており、メンバーには、世界トップレベルの格闘ゲーマーである「どぐら選手」や「GO1選手」、女性プロゲーマーの「たぬかな選手」が所属しています。また、「PlayerUnknown's Battlegrounds」や「レインボーシックス シージ」、「VALORANT」など多くのFPS部門を構えています。
「CYCLOPS athlete gaming」は世界一のチームを目指して活動をしており、大阪を元気づけることを企業理念として掲げています。また、東京に集中している現状を変え、大阪から東京を経由して外に出るのではなく、大阪から直接世界に羽ばたいていこうという考えをもとに活動を続けています。

(5) 事例4：TSURUGI TOYAMA

チーム名 TSURUGI TOYAMA
代　表 堺谷　陽平氏
公式サイト https://tsurugi-esports.jp
公式Twitter https://twitter.com/TSURUGI_eSports

プロフィール

- 富山県・北陸地方を活動拠点としているプロeスポーツチーム
- 格闘ゲームやデジタルカードゲーム部門を構えており、それぞれ1人のメンバーが所属

最後の事例は、「TSURUGI TOYAMA」です。代表の堺谷陽平氏にお話を伺いました。
「TSURUGI TOYAMA」は富山県・北陸地方を活動拠点としているプロeスポーツチームです。格闘ゲームやデジタルカードゲーム部門を構えており、それぞれ1人のメンバーが所属しています。

(5) 事例4：TSURUGI TOYAMA

チーム発足の経緯や活動内容

「Toyama Gamers Day」で結果を残した選手たちに、次のステップになる場所を提供したい → **チーム結成**

（Toyama Gamers Day：富山県のeスポーツ大会）

【TSURUGI TOYAMA】

目指す活動	● eスポーツの世界で活躍する ● eスポーツで地域を盛り上げ、富山県や北陸エリア全体のさらなる発展
チームの目標	● 活動の場所を広げていきたいという選手が出てきたときに、チームとしてサポートできる体制を作る ● 選手が結果を出せるような練習環境作り

富山県でしかできないイベントの企画(地元企業とのタイアップなど)も行う

- eスポーツトーナメント大会「頂」を開催(北日本新聞社との主催)
- 企業施設内で大会を開催(車販売ディーラー会社の「GRGarage」の協賛) など

「TSURUGI TOYAMA」は、「Toyama Gamers Day」という富山県で開催されているイベントの中で開催された大会で結果を残した選手たちに、次のステップになるような場所を提供したいという思いから結成されたチームです。
そして、「TSURUGI TOYAMA」はeスポーツの世界で活躍するとともに、eスポーツで地域を盛り上げ、富山県や北陸エリア全体のさらなる発展を目指して活動しています。チームとしては、活動の場所を広げていきたいという選手が出てきたときに、チームとしてサポートできる体制を作ることを目標としており、合わせて、選手が結果を出せるような練習環境作りも意識しています。
また、地元企業とのタイアップなど、富山県でしかできないイベントの企画も行っています。実際に、北日本新聞社との主催でeスポーツトーナメント大会「頂」を開催したりしているほか、車販売ディーラー会社の「GRGarage」から協賛を受けて、企業施設内で大会を開催したりしています。

第3章　eスポーツチームの収益構造

(1) eスポーツチームの主な収益源

eスポーツチームにおける主な収益源

- **賞金**
- **スポンサー収入**
- **投げ銭収入・動画配信広告料配分**
- **グッズ・チケット収入**

上記以外のもの
- イベントへの出演によって得られる収入
- eスポーツ関連施設やチーム運営へのコンサルティングによって得られる収入など

収入の割合に大きく影響するもの
- チームの経営方針
- 関わるゲームタイトル

どの項目が大きな割合を占める収入であるかは一概に言えない

しかし　最も大きな収益源は「**スポンサー収入**」とされている

日本国内で活躍する10チームにインタビュー
(eスポーツチーム運営者・eスポーツチームマネジメント担当者)
ほとんどのチームが収益源の1つとして「スポンサー収入」を回答

eスポーツチームにおける主な収益源は、「賞金」、「スポンサー収入」、「投げ銭収入・動画配信広告料配分」、「グッズ・チケット収入」であるとされています。また、このほかにもイベントへの出演によって得られる収入や、eスポーツ関連施設やチーム運営へのコンサルティングによって得られる収入などが、eスポーツチームの収益源として挙げられます。

これらの収入の割合は、チームの経営方針や関わるゲームタイトルによって大きく影響されるため、どの項目が大きな割合を占める収入であるとは一概に言えません。しかし、eスポーツチームの最も大きな収益源は「スポンサー収入」だとされています。実際に、日本国内で活躍する10チームのeスポーツチーム運営者・eスポーツチームマネジメント担当者に行ったインタビューでは、ほとんどのチームが収益源の1つとして「スポンサー収入」を含む回答をしています。

(1) eスポーツチームの主な収益源

また 「コーチング」を1つの収益源とする動きが見られる

eスポーツタイトルの技能向上を目指す人に対して、所属選手がアドバイスや指導を行う

プロチームの選手がプレイングの指導を行っている専門学校もある

＜スポンサー収入以外でチームが取り組んでいること＞

- **ゲーム内で販売できる限定アイテムに力を入れる**
- **動画や配信行うことで得られる広告料の収入増加を狙うなど**

チーム自体のブランド力を高める

→ **スポンサーからの支援に依存しすぎない収益構造の形成を目指す動きが見られる**

eスポーツチームの収益源の中で特に重要度の高い

第３章では **「賞金」、「スポンサー収入」、「投げ銭収入・動画配信広告料配分」、「グッズ・チケット収入」** を紹介する

また、eスポーツタイトルの技能向上を目指す人に対して、所属選手がアドバイスや指導を行う「コーチング」を1つの収益源とする動きが見られます。実際に、プロチームの選手がプレイングの指導を行っている専門学校もあります。

そして、ゲーム内で販売できる限定アイテムに力を入れたり、動画や配信行うことで得られる広告料の収入増加を狙ったりしているチームも存在しています。このように、チーム自体のブランド力を高め、スポンサーからの支援に依存しすぎない収益構造の形成を目指す動きが見られます。

ここからはeスポーツチームの収益源の中でも、特に重要度の高い「賞金」、「スポンサー収入」、「投げ銭収入・動画配信広告料配分」、「グッズ・チケット収入」を紹介します。

(2) 賞金

＜賞金＞

- ✔ eスポーツの大会においては、順位や成績に応じて「賞金」という形でお金がチームや選手に支払われる
- ✔ eスポーツチームにおける重要な収益源の1つである

【大会で獲得した賞金の取り扱い】

- チームと選手で賞金の取り分を決める
- 賞金のほとんどを選手に還元　など

→ **多くの場合、チームと選手が契約を結ぶ際に決める**

ただ **賞金は臨時収入であると考えているチームが多い**

（eスポーツ大会でチームや選手が賞金を獲得できるか誰にもわからない）

大会によって得られる賞金の額はさまざまである

（例） **日本最大級のeスポーツイベントである「RAGE(レイジ)」で実施されている、eスポーツ大会の賞金総額は数百万円ほどとなっている**

eスポーツの大会においては、順位や成績に応じて「賞金」という形でお金がチームや選手に支払われることがあります。この「賞金」は、eスポーツチームにおける重要な収益源の1つです。

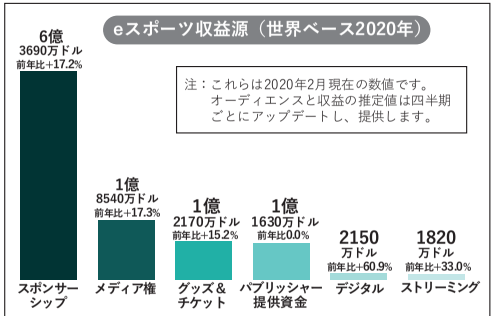
大会で獲得した賞金の取り扱いはチームによってさまざまで、チームと選手で賞金の取り分を決めていたり、賞金のほとんどを選手に還元していたりします。多くの場合、賞金の取り扱いはチームと選手が契約を結ぶ際に決まっています。

ただ、賞金は臨時収入であると考えているチームが多いです。基本的にeスポーツ大会でチームや選手が賞金を獲得できるかどうかは誰にもわからないため、賞金は臨時収入という位置付けになりがちです。

大会によって得られる賞金の額はさまざまですが、日本最大級のeスポーツイベントである「RAGE（レイジ）」で実施されている、eスポーツ大会の賞金総額は数百万円ほどとなっています。

(3) スポンサー収入

＜スポンサー収入＞
- eスポーツチームの非常に大きな収入源
- 多くのチームがスポンサー収益を**チームの主たる収益源**としている



【(出展)：(C)2020 Newzoo】
https://resources.newzoo.com/hubfs/Reports/Newzoo_Free_2020_Global_Esports_Market_Report_Japanese.pdf

eスポーツの世界市場の内訳

スポンサー・広告収入全体の約60%

チームの収益構造

スポンサー・広告収入大半を占めている

（調査会社NewZoo）

eスポーツチームの運営にはスポンサーの存在が不可欠

eスポーツチームにおける「スポンサー収入」は非常に大きな収入源で、多くのチームがスポンサー収益をチームの主たる収益源としています。

調査会社NewZooによると、eスポーツの世界市場の内訳ではスポンサー・広告収入が全体の約60%を占めており、同様にチームの収益構造もスポンサー・広告収入が大半を占めています。このことから、eスポーツチームの運営にはスポンサーの存在が不可欠であると言えます。

(3) スポンサー収入

チームはメディアとしての役割も持つ

広告枠を求めている企業にとって重要なコンテンツとなる

チーム ・集客力やファンの属性 ・これまでの取り組みや実績 ➡ 企業に公開

企業名や製品のアピールなどを見返りに企業とスポンサー契約を結ぶ

＜eスポーツシーンに参戦した企業の例＞

サッポロビール：「レバンガ☆SAPPORO」のオフィシャルパートナー

デジタルカードゲーム「Shadowverse」のプロリーグで活躍するチーム

レバンガ☆SAPPOROの選手➡サッポロビールの広告塔の役割を果たす

- 選手ユニフォームにはサッポロビールのロゴ
- SNSでサッポロビールの製品をアピール　など

チームはメディアとしての役割も持つため、広告枠を求めている企業にとって重要なコンテンツとなります。チームは集客力やファンの属性・これまでの取り組みや実績を企業に公開し、企業名や製品のアピールなどを見返りに企業とスポンサー契約を結んでいます。

実際に「サッポロビール」がeスポーツシーンに参戦しており、デジタルカードゲーム「Shadowverse」のプロリーグで活躍するチーム「レバンガ☆SAPPORO」のオフィシャルパートナーになっています。レバンガ☆SAPPOROの選手ユニフォームにはサッポロビールのロゴが配置されており、選手もSNSでサッポロビールの製品をアピールするなど、サッポロビールの広告塔としての役割を果たしています。

(4) 投げ銭収入・動画配信広告料配分

＜投げ銭収入・動画配信広告料配分＞
- eスポーツチームにおける収入源の1つ
- 主にYouTubeやTwitchなどの配信媒体で得られる収入

投げ銭収入
視聴者からの直接課金
サブスクリプションも直接課金の1つである
（加入した人だけが利用できるサービスを提供）

動画配信広告料配分
動画や配信で広告を表示することで得られる収入
広告は配信媒体によってさまざま
- 動画の再生前や途中で広告動画が流される
- 画面に広告バナーが表示される　など

投げ銭収入・動画配信広告料配分はチームにとって重要な収入源である
そこで
- ストリーマー専門の部門を設立する
- 競技選手も動画や配信に力を入れるなど

「投げ銭収入・動画配信広告料配分」による収入はeスポーツチームにとって重要視されている

eスポーツチームにおける収入源の1つである「投げ銭収入・動画配信広告料配分」は、主にYouTubeやTwitchなどの配信媒体で得られる収入です。
「投げ銭収入」では、視聴者からの直接課金が収益の対象となります。また、加入した人だけが利用できるサービスを提供するサブスクリプションも直接課金の1つです。
そして「動画配信広告料配分」とは、動画や配信で広告を表示することで得られる収入のことです。広告の形は配信媒体によってさまざまですが、基本的に動画の再生前や途中で広告動画が流されたり、画面に広告バナーが表示されたりします。
どちらもeスポーツチームにとって重要な収入源となっており、チームによってはストリーマー専門の部門を設立している場合があります。加えて、競技選手であっても動画や配信に力を入れていることがあり、「投げ銭収入・動画配信広告料配分」による収入はeスポーツチームにとって重要視されています。

(5) グッズ・チケット収入

＜グッズ・チケット収入＞
- 現物のグッズ販売
- ゲーム内アイテムや限定スキンなどのデジタル販売

今後も拡大が狙える収益源

【グッズ収入】

＜日本のeスポーツチーム＞
- ユニフォームやTシャツ、パーカーなどの販売
- 有名選手の名言をプリントしたアパレルグッズの販売

プロチームグッズの専門フロアを用意する商業施設が存在する

＜海外のeスポーツチーム＞　**グッズ販売に力を入れている**
- 「100 Thieves（100シーブス）」（海外の人気eスポーツチーム）→ 関連グッズとしてアパレルに注力
  5分間で50万米ドル分を売り上げ、販売開始から20分以内に完売となった
- 「FUTAROKU」→ 海外の人気eスポーツチーム（「Fnatic」や「Cloud9」など）の公式アパレルグッズを取り扱うオンラインストア
  売り切れになっている商品もある

eスポーツチームの収益構造の中でも「グッズ・チケット収入」は、現物のグッズだけでなく、ゲーム内アイテムや限定スキンなどのデジタル販売も行えるため、今後も収益拡大が狙える収益源です。
日本のeスポーツチームではユニフォームやTシャツ、パーカーなどを販売しており、有名選手の名言をプリントしたアパレルグッズの販売をしています。また、プロチームグッズの専門フロアを用意する商業施設が存在しています。
一方、海外のeスポーツチームもグッズ販売に力を入れています。海外の人気eスポーツチームである「100 Thieves（100シーブス）」は関連グッズとしてアパレルに注力しており、5分間で50万米ドル分を売り上げ、販売開始から20分以内に完売となったことがあります。さらに、「Fnatic」や「Cloud9」などの海外の人気eスポーツチームの公式アパレルグッズを取り扱うオンラインストア「FUTAROKU」もあり、売り切れになっている商品も見受けられます。

(5) グッズ・チケット収入

海外eスポーツチーム：世界的人気の漫画とのコラボレーショングッズを展開

↳ eスポーツファンだけでなく、
漫画・アニメファンからも注目を集めている

海外ではグッズの販売に力を入れているチームが増えている

【チケット収入】

日本の大会の多くは無料で観戦できる ➡ **大きな収益源となっていない**

しかし eスポーツ大会「**League of Legends JAPAN League 2019**」

世界中で人気の
MOBA(Multiplayer Online Battle Arena)ゲーム

有料にも関わらず3,000席が完売

工夫を凝らした観戦チケットを販売
（例）対戦アクションパズルゲームの「ぷよぷよ」の観戦チケット付きグッズを販売

また、世界的に人気の漫画とのコラボレーショングッズを展開している海外eスポーツチームもあり、eスポーツファンだけでなく、漫画・アニメファンからも注目を集めています。このように、海外ではグッズの販売に力を入れているチームが増えています。

そしてチケット収入ですが、日本の大会の多くは無料で観戦できるため、大きな収益源とはなっていません。しかし、世界中で人気のMOBA（Multiplayer Online Battle Arena）ゲームの「League of Legends」のeスポーツ大会である「League of Legends JAPAN League 2019」では、有料にも関わらず3,000席が完売となりました。加えて、対戦アクションパズルゲームである「ぷよぷよ」でも観戦チケット付きグッズが販売されるなど、観戦チケットを販売する工夫が凝らされています。

(6) eスポーツチームの主な支出先

eスポーツチームの支出先の一例

＜主な支出先＞

- 選手の活動費
- スタッフへの人件費
- 大会への渡航費
- 機材や設備などの費用
  （チームによってはゲーミングハウスや事務所の維持費など）

＜その他の支出先＞

- チームのユニフォームの制作
- ホームページの制作・運用費
- チラシや宣伝PVなどの宣伝材料の製作費

多くのeスポーツチームは、選手の活動費やスタッフへの人件費、大会への渡航費、機材や設備などの費用が主な支出先となり、チームによってはゲーミングハウスや事務所の維持費なども支出先として挙げられます。

また、チームのユニフォームの制作やホームページの制作・運用費、チラシや宣伝PVなどの宣伝材料の製作費もeスポーツチームの支出先となります。

第4章　eスポーツチームマネジメントの業務構造と業務内容

第4章　eスポーツチームマネジメントの業務構造と業務内容

(1) マネジメント業務の分類

eスポーツにおけるマネジメント業務の分類は、大きく分けて「選手支援領域」、「チーム運営領域」、「組織経営領域」の3つです。

まず「選手支援領域」には、「プレイヤーマネジメント」と「人材育成」の2つの項目があります。

「プレイヤーマネジメント」では、選手のスケジュール調整・管理や大会出場サポート、健康・メンタル管理サポート、対外折衝サポート、プレイ環境整備などの業務が挙げられます。

「人材育成」ではデータ収集・戦略立案支援、プレイスキルトレーニングサポートに加えて、マインドトレーニングサポート、ビジネスマナー・モラル指導、そしてプレイヤースカウトなどの業務が存在します。

つぎに「チーム運営領域」は、「広報・マーケティング」、「イベント」、「営業」の3つの項目に分けることができます。

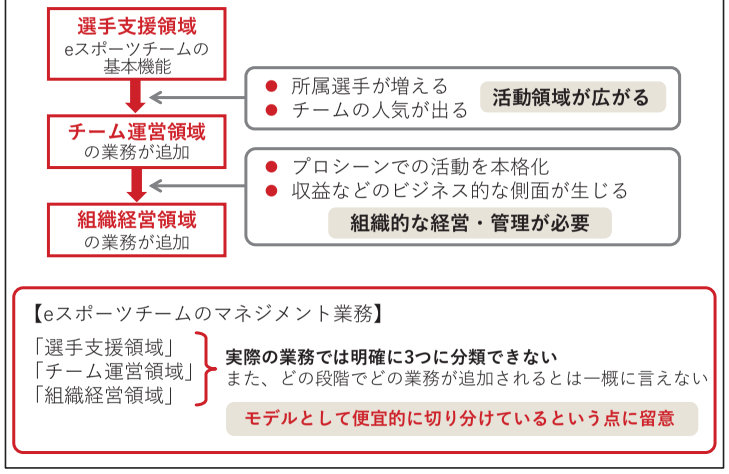
「広報・マーケティング」では、SNS運営、動画収録・編集、ネット配信環境整備、業界動向収集・分析に加えて、ファン対応、グッズデザイン・販売などの業務があります。

「イベント」では、イベントの企画・計画やルール整備、出演者・スタッフ手配、会場制作に加えて、演出・映像・音響、イベント運営などの業務が挙げられます。

「営業」では、スポンサー交渉や番組・イベントへの出演、コンサルティング業務が存在しています。

そして「組織経営領域」では、「組織経営（代表業務）」として経営ビジョンや経営戦略、事業計画、人事・採用管理、財政管理・経理に加えて、外注管理や法務、リスクマネジメントなどの業務があります。eスポーツ企業の「組織経営領域」にあたる業務は、一般的な企業と同じ業務が多く含まれています。

(2) 組織的成熟度に応じた業務拡大の流れ



eスポーツチームにおけるマネジメント業務として「選手支援領域」、「チーム運営領域」、「組織経営領域」の3つの業務領域を紹介しました。

この中でも、eスポーツチームにおいては基本機能として、「選手支援領域」の業務を行う必要があります。そこから所属選手が増えたり、チームの人気が出てきたり、活動領域が広がったりするにつれて、「チーム運営領域」の業務が追加されていきます。

さらに、プロシーンでの活動を本格化し、収益などのビジネス的な側面が生じるにつれて、組織的な経営・管理が必要になります。この段階に至ると徐々に「組織経営領域」の業務が追加されていきます。

なお、ここではeスポーツチームのマネジメント業務を「選手支援領域」、「チーム運営領域」、「組織経営領域」の3つの領域に分類していますが、実際の業務が明確に3つに分類されているわけではありません。また、どの段階でどの業務が追加されるとは、一概に言えず、モデルとして便宜的に切り分けているという点には留意してください。

(3) マネジメントスタッフの構成と役割

現在、eスポーツチームにおいて、
マネジメント構造や**マネジメント体制**の典型的なモデルがまだ存在しない

＜組織的なマネジメント体制を構築しているeスポーツチーム＞

マネジメント統括者（チーム全体の責任者） → **部門ごとの担当マネージャー** → **スタッフ**

ただ **明確な業務分担がされていないチームも少なくない**

（例）チームの代表者がほとんどの業務を行い、場面ごとに幾人かのスタッフが補助する

役職名の一例
- **マネージャー**：チームのマネジメントを行う
- **コーチ**：プレイングの指導を行う
- **アナリスト**：集めたデータを利用して戦術を立案する
  - **有力なチームでは専属で雇い入れている場合がある**

こうした役職を明確には設けていないチームも多いのが現状である

現在、eスポーツチームにおいて、マネジメント構造やマネジメント体制の典型的なモデルがまだ存在していません。組織的なマネジメント体制を構築しているeスポーツチームでは、責任者としてチーム全体のマネジメント統括者がいて、その上で部門ごとの担当マネージャーがおり、さらにその下にスタッフを配置するという構造になっているようです。ただ、チームの代表者がほとんどの業務を行い、場面ごとに幾人かのスタッフが補助するといったような、明確な業務分担がされていないチームも少なくありません。

なお、業務によっては役職名が付いている場合があります。例えば、チームのマネジメントを行う「マネージャー」、プレイングの指導を行う「コーチ」、そして集めたデータを利用して戦術を立案する「アナリスト」などです。有力なチームではこれらを専属で雇い入れている場合もありますが、こうした役職を明確には設けていないチームも多いのが現状です。

(4) 選手支援①　プレイヤーマネジメント

【選手支援領域】の「プレイヤーマネジメント」には、主に以下の5つの項目が存在

プレイヤーマネジメント	✔スケジュール調整・管理 ✔大会出場サポート ✔健康・メンタル管理サポート ✔対外折衝サポート ✔プレイ環境整備
スケジュール調整・管理	● チームや選手への大会・イベント出演依頼の対応 ● 他チームとの練習試合の日時調整など
大会出場サポート	● 大会やイベントなどの出場・出演のための情報収集 ● 出場・出演のために必要なチームや選手の情報を提供
健康・メンタル管理サポート	● 選手の健康を管理 (具体例)・健康診断の受診を促す ・定期的に選手と対話し、活動を行う上での悩みや気がかりなことを聞き出す チームによってサポート内容は異なる

「選手支援領域」の1つである「プレイヤーマネジメント」では、主に以下の5つの項目が存在しています。

・スケジュール調整・管理
・大会出場サポート
・健康・メンタル管理サポート
・対外折衝サポート
・プレイ環境整備

まず「スケジュール調整・管理」では、チームや選手への大会・イベント出演依頼の対応や、他チームとの練習試合の日時調整などを行います。

つぎに、「大会出場サポート」では、大会やイベントなどの出場・出演のための情報収集を行ったり、出場・出演のために必要なチームや選手の情報を提供したりします。

そして、「健康・メンタル管理サポート」では、選手の健康を管理するために健康診断の受診を促したり、定期的に選手と対話する時間を設け、活動を行う上での悩みや気がかりなことを聞き出したりします。ただし、この業務はチームによって内容が異なるため、一概には言えません。

(4) 選手支援①　プレイヤーマネジメント

対外折衝サポート	● チームや選手に寄せられる問い合わせへの対応 (具体例)・イベント出演時の報酬の取り決め ・他チームへの連絡など
プレイ環境整備	● 選手が必要なパソコンやモニターなどの機器の提供 ● 配信設定のサポート ● マシントラブルへの対応など

「対外折衝サポート」では、チームや選手に寄せられる問い合わせへの対応が主な業務になります。この問い合わせの対応には、イベント出演時の報酬の取り決めや、他チームへの連絡などが含まれます。

最後に「プレイ環境整備」では、選手が必要なパソコンやモニターなどの機器の提供や、配信設定のサポート、マシントラブルへの対応などが主な業務となります。

(5) 選手支援②　人材育成

【選手支援領域】の「人材育成」には、主に以下の5つの項目が存在

人材育成
- ✔データ収集・戦略立案支援
- ✔プレイスキルトレーニングサポート
- ✔マインドトレーニングサポート
- ✔ビジネスマナー・モラル指導
- ✔プレイヤースカウト

データ収集・戦略立案支援
- ウェブ上に公開されている動画やSNSなどで情報収集
  - それを元に
    - ・戦略を考える
    - ・わかりやすい形でデータをまとめる

プレイスキルトレーニングサポート
- コーチング：選手に具体的な動きやテクニックなどを伝える
  （担当タイトルの技術や知識が豊富に必要）
- ティーチング：局面に応じた考え方を選手に伝授する

マインドトレーニングサポート
- 選手のメンタルサポート
  （具体例）
  - ・メンタルの整え方
  - ・マインドセットの考え方
  - ・ルーティーンへの取り組み方など

「選手支援領域」の「人材育成」には、主に以下の5つの項目が存在しています。

・データ収集・戦略立案支援
・プレイスキルトレーニングサポート
・マインドトレーニングサポート
・ビジネスマナー・モラル指導
・プレイヤースカウト

まず「データ収集・戦略立案支援」は、ウェブ上に公開されている動画やSNSなどで情報を集め、それを元に戦略を考えたり、わかりやすい形でデータをまとめたりする業務があります。

つぎに「プレイスキルトレーニングサポート」では、「コーチング」と呼ばれる、担当タイトルの技術や知識が豊富に必要で、選手に具体的な動きやテクニックなどを伝える業務が存在します。また、局面に応じた考え方を選手に伝授する「ティーチング」と呼ばれる業務もあります。

そして「マインドトレーニングサポート」では、選手のメンタルサポートが主な業務となります。具体的には、メンタルの整え方やマインドセットの考え方、そしてルーティーンへの取り組み方などが挙げられます。

(5) 選手支援②　人材育成

ビジネスマナー・モラル指導
- チームの経営理念やあり方を指導
- SNSを利用する上での注意点などを指導
  ＜実施のタイミング＞チームによってさまざま
  （選手をチームに迎え入れたタイミングで研修として指導を行う場合など）

プレイヤースカウト
- ウェブ上やSNSで選手を募集
- 獲得したい選手を直接スカウント
  スカウトや募集の方法 ➡ チームによってさまざま

「ビジネスマナー・モラル指導」では、チームの経営理念やあり方、SNSを利用する上での注意点などを選手に指導する業務があたります。選手をチームに迎え入れたタイミングで研修として指導を行う場合もありますが、実施タイミングはチームによってさまざまです。

最後に「プレイヤースカウト」では、ウェブ上やSNSで選手を募集したり、獲得したい選手に直接スカウントをしたりする業務が存在しています。スカウトや募集の方法はチームによってさまざまです。

(6) チーム運営① 広報・マーケティング

【チーム運営領域】の「広報・マーケティング」には、主に以下の6つの項目が存在

広報・マーケティング

- ✔ SNS運営
- ✔ 動画収録・編集
- ✔ ネット配信環境整備
- ✔ 業界動向収集・分析
- ✔ ファン対応
- ✔ グッズデザイン・販売

SNS運営

- 主にTwitterで情報を通知
  - ・大会出場やイベント出演情報
  - ・大会結果の報告
  - ・メンバーの加入脱退報告などを行う
- 部門設立のお知らせや選手募集告知などを行っているチームもある

動画収録・編集

- 配信媒体である「YouTube」や「Twitch」などに投稿する動画の収録や編集、配信など

ネット配信環境整備

- パソコンやモニター、配信をする上で必要なウェブカメラやキャプチャーボードなどを提供

「チーム運営領域」の「広報・マーケティング」には、主に以下の6つの項目が存在しています。

・SNS運営
・動画収録・編集
・ネット配信環境整備
・業界動向収集・分析
・ファン対応
・グッズデザイン・販売

まず「SNS運営」では、主にTwitterで大会出場やイベント出演情報に加えて、大会結果の報告、メンバーの加入脱退報告などを行います。また、部門設立のお知らせや選手募集告知などを行っているチームもあります。

つぎに「動画収録・編集」では、配信媒体である「YouTube」や「Twitch」などに投稿する動画の収録や編集、配信などが業務にあたります。

「ネット配信環境整備」では、パソコンやモニターなどの機器に加えて、配信をする上で必要なウェブカメラやキャプチャーボードなどを、チームが選手に提供することが主な業務になります。

(6) チーム運営① 広報・マーケティング

業界動向収集・分析

- SNSを用いて大会やイベント情報
- 流行タイトル
- 注目されている選手の加入脱退 など

→ 情報収集

ここで集めた情報を元に
- 出場するべき大会の選定
- 新たな部門の設立

ファン対応

- 主にチームや選手のファンからの問い合わせへの対応

グッズデザイン・販売

- 物販に関わる業務

(具体例)
- ・グッズの企画
- ・卸先の選定
- ・在庫管理
- ・販売経路の確保など

そして「業界動向収集・分析」では、SNSを用いて大会やイベント情報、流行タイトルや注目されている選手の加入脱退などの情報を収集する業務が存在します。ここで集めた情報を元に出場するべき大会を選定したり、新たに部門を設立したりします。

「ファン対応」では、主にチームや選手のファンからの問い合わせへの対応が業務として挙げられます。

最後に「グッズデザイン・販売」では、グッズの企画や卸先の選定、在庫管理に販売経路の確保など、物販に関わる業務が該当します。

(7) チーム運営② イベント

【チーム運営領域】の「イベント」には、主に以下の6つの項目が存在

イベント	✔イベント企画・運営 ✔ルール整備 ✔出演者・スタッフ手配	✔会場制作 ✔演出・映像・音響 ✔イベント運営

イベント 企画・運営	● チームでイベントを開催すること （イベント内容はチームによってさまざま） （具体例）・スポンサーの宣伝のために スポンサーの名を冠したイベントを実施 ・タイトルを盛り上げるために利益度外視 でイベントを開催
ルール整備	● イベント全体のルール整備 ↳参加方法や規約などを取り決める ● 競技タイトルにかかわるルール整備 ↳使用するゲームモードや、 ゲーム内設定などを取り決める

「チーム運営領域」の「イベント」には、主に以下の6つの項目が存在します。

・イベント企画・運営
・ルール整備
・出演者・スタッフ手配
・会場制作
・演出・映像・音響
・イベント運営

まず「イベント企画・運営」では、チームでイベントを開催することが主な業務となります。イベント内容はチームによってさまざまですが、一例を挙げると、スポンサーの宣伝のためにスポンサーの名を冠したイベントを実施したり、タイトルを盛り上げるために利益度外視でイベントを開催したりする場合があります。
つぎに「ルール整備」では、イベント全体のルール整備や、競技タイトルにかかわるルール整備などが業務に該当します。前者では参加方法や規約など、後者では使用するゲームモードや、ゲーム内設定などを取り決めておく必要があります。

(7) チーム運営② イベント

出演者 ・ スタッフ手配	● 出演者、スタッフ ● ゲームの解説者、実況者、MC ● 配信画面に映すゲーム画面の 選定を行うオブザーバー } 大会やイベントの規模に応じて手配
会場制作	● 大会・イベントの会場づくり ● 配信画面に映るステージの配置など 大規模な会場制作の場合 ➡ 会場制作や設営が専門の 業者に委託する場合がある
演出・映像・音響	● 出演者やスタッフの手配 ● 会場制作など「出演者・スタッフ手配」や「会場制作」 に含まれる業務が多く存在する ● 大会やイベントに応じて台本を作成することもある
イベント運営	● イベントのルール整備 ● 会場制作の外注管理・財政管理など ● イベントでゲームを利用する場合はIPホルダーとの 交渉が必要な場合がある

「出演者・スタッフ手配」では、大会やイベントに応じて出演者やスタッフを手配する業務があります。また、大会やイベントの規模に応じて、ゲームの解説者や実況者、MC、配信画面に映すゲーム画面の選定を行うオブザーバーの手配が必要になることがあります。
そして「会場制作」では、大会・イベントの会場づくりや、配信画面に映るステージの配置などを業務として行います。ただし、大規模な会場制作の場合は、会場制作や設営を専門としている業者に委託する場合があります。
「演出・映像・音響」では、出演者やスタッフの手配に加えて、会場制作など「出演者・スタッフ手配」や「会場制作」に含まれる業務が多く存在します。また、大会やイベントに応じて台本を作成することもあります。
最後に「イベント運営」では、イベントのルール整備や会場制作の外注管理・財政管理などの業務があります。また、イベントでゲームを利用する場合はIPホルダーとの交渉が必要な場合があります。

(8) チーム運営③　営業

【チーム運営領域】の「営業」では、主に以下の3つの項目が存在

営業	✔スポンサー交渉　✔番組・イベント出演　✔コンサルティング

スポンサー交渉	● チームの説明資料の作成 ・SNSでのフォロワー数 ・インプレッション数など　} 数字的な要素を資料に落とし込む必要がある ● 企業への営業 ● スポンサー企業への活動報告など ・活動を通して獲得できた数字の報告 ・どれだけスポンサー企業の名前・製品を宣伝できたかなどを報告
番組・イベント出演	● チームや選手に寄せられる出演依頼への対応 ・番組、イベント内容の確認 ・日時 ・拘束時間 ・報酬　} などを取り決める ● 番組・イベントへのスタッフの立ち合いなど

「チーム運営領域」の「営業」では、主に以下の3つの項目が存在しています。

・スポンサー交渉
・番組・イベント出演
・コンサルティング

まず「スポンサー交渉」では、チームの説明資料の作成や企業への営業、そしてスポンサー企業への活動報告などが業務として挙げられます。チームの説明資料作成では、SNSでのフォロワー数やインプレッション数など、数字的な要素を資料に落とし込む必要があります。また、スポンサー企業への活動報告では、活動を通して獲得できた数字や、どれだけスポンサー企業の名前・製品を宣伝できたかなどを報告します。

つぎに「番組・イベント出演」では、チームや選手に寄せられる出演依頼への対応や、番組・イベントへのスタッフの立ち合いなどが業務として存在します。出演依頼の対応では、番組・イベント内容の確認や日時、拘束時間、報酬などを取り決めます。

(8) チーム運営③　営業

コンサルティング	● eスポーツをテーマにしている施設へのアドバイス ● eスポーツチーム運営へのアドバイス ● チームによっては話し手として番組やイベントに出演することもある

最後に「コンサルティング」は、eスポーツをテーマにしている施設へのアドバイスだったり、eスポーツチーム運営へのアドバイスだったりが業務として存在します。また、チームによっては話し手として番組やイベントに出演することもあります。

(9) 組織経営（代表業務）

【組織経営領域】には、主に以下の8つの項目が存在

- 経営ビジョン
- 経営戦略
- 事業計画
- 人事・採用管理
- 財政管理・経理
- 外注管理
- 法務
- リスクマネジメント

これらの多くの業務は一般企業と近しい業務内容となる

eスポーツならではの業務がある以下の4つの項目について紹介

- 経営戦略
- 事業計画
- 法務
- リスクマネジメント

「組織経営領域」には、主に以下の8つの項目が存在します。

・経営ビジョン
・経営戦略
・事業計画
・人事・採用管理
・財政管理・経理
・外注管理
・法務
・リスクマネジメント

これらの多くの業務は一般企業と近しい業務内容となります。ここでは、eスポーツならではの業務がある以下の4つの項目についてご紹介します。

・経営戦略
・事業計画
・法務
・リスクマネジメント

(9) 組織経営（代表業務）

経営戦略・事業計画（重なる業務が多い）

eスポーツ業界は急速に成長を続けている
→ 先を見通すことが難しい

eスポーツ企業における経営戦略と事業計画は難易度の高い業務である

（具体例）
- 現在開催されている大会が、1年後にも実施されているかは誰にもわからない
- 獲得できるかがわからない大会賞金を、収益に見込むかどうかが事業計画に大きく影響する

法務
- 大会やイベントでゲームを利用したい際に、IPホルダーと交渉を行う
- チームや選手への誹謗中傷の対応や対策を弁護士に依頼することもある

リスクマネジメント
- 選手のメディアでの発言
- SNSを利用する際

＞ の注意点を指導する

まず「経営戦略」では、重なる業務が多い「事業計画」も合わせて紹介します。
eスポーツ業界は急速に成長を続けているため、先を見通すことが難しく、経営戦略や事業計画の業務は難易度が高いとされています。例えば、現在開催されている大会が、1年後にも実施されているかは誰にもわかりません。また、獲得できるかがわからない大会賞金を、収益に見込むかどうかが事業計画に大きく影響します。
このように、eスポーツ企業における経営戦略と事業計画は難易度の高い業務となっています。
つぎに「法務」では、大会やイベントでゲームを利用したい際に、IPホルダーと交渉を行う業務が存在します。また、チームや選手への誹謗中傷の対応や対策を弁護士に依頼することもあります。
最後に「リスクマネジメント」では、選手のメディアでの発言や、SNSを利用する際の注意点を指導する業務があります。

第5章　eスポーツチームマネージャーに必要なスキル

第5章　eスポーツチームマネージャーに必要なスキル

(1) チームマネジメント人材の現況

eスポーツチームのマネジメントに関わる人材は、多くのチームで不足している

実際に日本で活躍しているeスポーツチームへ行ったヒアリング調査では、以下の業務を担当できる人材が不足していると回答を得た

- **マーケティング**
- **トレーニングサポート**
- **スケジュール管理・調整**
- **対外折衝サポート**
- **広報**
- **マネージャー**
- **経理**
- **イベント運営**
- **メンタルサポート**
- **映像制作スタッフ**
- **音響担当スタッフ**

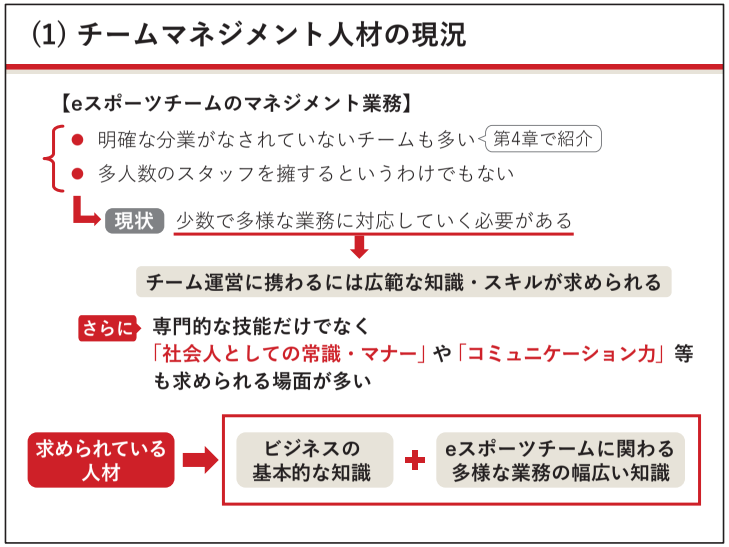
＜上記以外の回答＞
- **高い配信技術を持った人材**
- **デザインに長けている人材など**

eスポーツチームのマネジメントに関わる人材は、多くのチームで不足しています。
実際に日本で活躍しているeスポーツチームへ行ったヒアリング調査では、以下の業務を担当できる人材が不足していると回答を得ました。

・マーケティング
・トレーニングサポート
・スケジュール管理・調整
・対外折衝サポート
・広報
・マネージャー
・経理
・イベント運営
・メンタルサポート
・映像制作スタッフ
・音響担当スタッフ

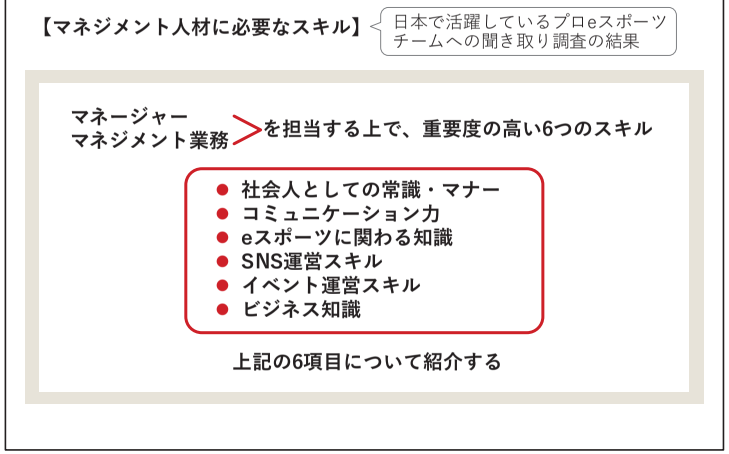
また、上記で挙げた項目以外にも、高い配信技術を持った人材や、デザインに長けている人材などが足りていないとの回答もありました。

(1) チームマネジメント人材の現況



前章で述べたように、明確な分業がなされていないチームも多く、また多人数のスタッフを擁するというわけでもありません。少数で多様な業務に対応していく必要があるのが現状で、チーム運営に携わるには広範な知識・スキルが求められます。さらには、専門的な技能だけでなく、「社会人としての常識・マナー」や「コミュニケーション力」等も求められる場面が多いようです。総じて、ビジネスの基本的な知識を身に着けた上で、eスポーツチームに関わる多様な業務に幅広く知識を持った人材が求められていると言えるでしょう。

(2) マネジメント人材に必要なスキルの概観



日本で活躍しているプロeスポーツチームへの聞き取り調査では、マネジメント人材に必要なスキルについてヒアリングを行いました。
その結果、マネージャーやマネジメント業務を担当する上で、重要度の高いスキルが6項目挙げられました。

・社会人としての常識・マナー
・コミュニケーション力
・eスポーツに関わる知識
・SNS運営スキル
・イベント運営スキル
・ビジネス知識

ここからは、上記の6項目について紹介していきます。

(3) 社会人としての常識・マナー

【社会人としての常識・マナー(具体例)】

挨拶や言葉遣いなどのマナーが身についている → **多くの業務で必要なスキル**

ビジネス文書やデータ整理でWordやExcelなどのソフトが使える → 業務によっては必要ない場合がある

【求められる場面】さまざま場面で求められる

特に **スポンサーや他のチームとの折衝の場面など**
（社会人としての常識があること、マナーがなっていること、礼儀をわきまえておく必要がある）

もちろん **同じチームのスタッフとのやりとりであっても最低限の常識やマナーは必要である**

このことから **「社会人としての常識・マナー」はeスポーツチームのマネジメント人材には必要不可欠なスキルであると言える**

はじめに紹介するスキルは、「社会人としての常識・マナー」です。
具体的な内容としては、挨拶や言葉遣いなどのマナーが身についていることや、ビジネス文書やデータをまとめる際にWordやExcelなどのソフトが使えるなどが挙げられます。後者は業務によっては必要ありませんが、前者の挨拶や言葉遣いなどのマナーは多くの業務で必要なスキルの1つです。
求められる場面はさまざまですが、その中でも特に、スポンサーや他のチームとの折衝などでは、社会人としての常識があることに加えて、マナーがなっていることや、礼儀をわきまえておく必要があります。
もちろん、同じチームのスタッフとのやりとりであっても最低限の常識やマナーは必要です。このことから、「社会人としての常識・マナー」はeスポーツチームのマネジメント人材には必要不可欠なスキルであると言えます。

(4) コミュニケーション力

eスポーツチームは1つの組織を形成 → **「コミュニケーション力」は必要なスキルである**

【コミュニケーション力が必要になる場面の例】

- **大会やイベントのスタッフ**
  他のスタッフとコミュニケーションをとり、連携して動く必要がある
- **チームや選手のマネージャー**
  チームをまとめ、選手とコミュニケーションをとる必要がある

そして **一般企業であっても他の企業との折衝であったり、上司や部下とコミュニケーションをとったりする必要がある**

このことから **「コミュニケーション力」は一般企業だけでなく、eスポーツチームなどの組織にも必要なスキルであると言える**

eスポーツチームは1つの組織を形成しているため、「コミュニケーション力」は必要なスキルだと言えます。
例えば、大会やイベントのスタッフを担当した際には、他のスタッフとのコミュニケーションをとり、連携して動く必要があります。ほかにも、チームや選手のマネージャーを担当する場合は、チームをまとめたり、選手とコミュニケーションをとったりする必要があります。
そして、一般企業であっても他の企業との折衝であったり、上司や部下とコミュニケーションをとったりする必要があります。このことから、「コミュニケーション力」は一般企業だけでなく、eスポーツチームなどの組織にも必要なスキルであると言えるでしょう。

(5) eスポーツに関わる知識

【eスポーツに関わる知識】

- eスポーツの定義
- eスポーツの現状
- eスポーツ市場の動きなど

} **eスポーツチームのマネジメント業務を担う上で欠かせない要素**

＜スポンサーや他のチームとの折衝＞
eスポーツに関わる知識を持ち合わせていない ➡ 話が通じなくなる可能性がある

＜外部との折衝が少ない業務＞
eスポーツのことを知らない ➡ 話についていけなくなる可能性が考えられる
（eスポーツに関わる知識が話し合いのベースになることが多い）

このことから **「eスポーツに関わる知識」はeスポーツ業界で働く人にとって、身につけておくべき知識だと言える**

eスポーツチームのマネジメント業務を担う上では、「eスポーツに関わる知識」は欠かせない要素となります。

ここで必要な知識とは、例えばeスポーツの定義やeスポーツの現状、eスポーツ市場の動きなどが挙げられます。これらの知識を持ち合わせていないと、スポンサーや他のチームとの折衝で話が通じなくなる可能性があります。

たとえ外部との折衝が少ない業務であっても、eスポーツに関わる知識は話し合いのベースになることが多いため、eスポーツのことを知らないと話についていけなくなる可能性が考えられます。このことから、「eスポーツに関わる知識」はeスポーツ業界で働く人にとって、身につけておくべき知識だと言えます。

(6) SNS運営スキル

eスポーツの業務の中にはTwitterやInstagramなどのSNSを運用する業務が存在する

【業務に必要な能力】
- **チームに関する情報を適切に発信する能力**
- **問い合わせに対応する能力**

【SNS投稿の具体例】

✔ 選手の舞台裏の様子や、練習をしている様子を撮影し、SNSに投稿

✔ SNSでスポンサー製品を宣伝する

・検索されやすいワードを盛り込む
・ハッシュタグを使う
} **インプレッションを効果的に獲得する必要がある**

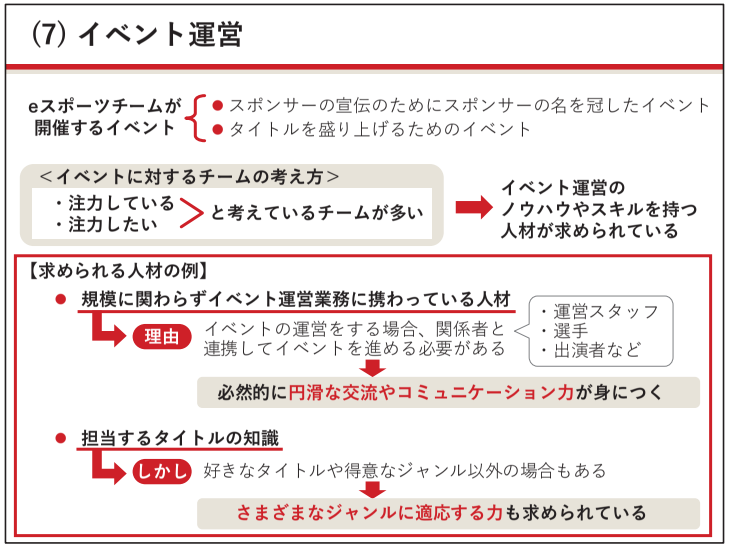
SNS運営スキルに求められるもの
- **使用する媒体の性質を理解**
- **フォロワーを増やすテクニック**
- **インプレッション数を意識した運用**

eスポーツの業務の中には、TwitterやInstagramなどのSNSを運用する業務が存在します。この業務を行う上では、チームに関する情報を適切に発信したり、問い合わせに対応したりする能力が求められます。

チームによっては選手の舞台裏の様子や、練習をしている様子を撮影し、SNSに投稿することもあります。さらに、SNSではスポンサー製品を宣伝する場合もありますので、検索されやすいワードを盛り込んだり、ハッシュタグを使ったりしてインプレッションを効果的に獲得する必要があります。

このように、SNS運営スキルには使用する媒体の性質を理解し、フォロワーを増やすテクニックや、インプレッション数を意識した運用が求められます。

(7) イベント運営

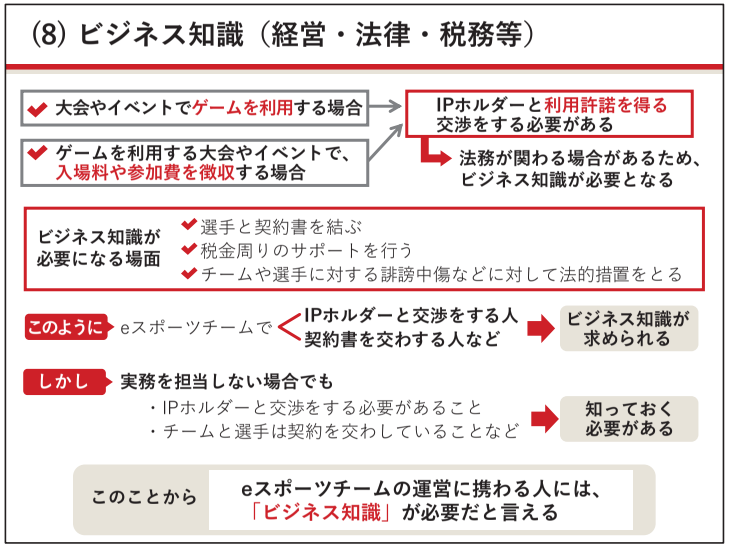


eスポーツチームは、スポンサーの宣伝のためにスポンサーの名を冠したイベントを開催したり、タイトルを盛り上げるためにイベントを開催したりすることがあります。イベントの開催に注力している・したいと考えているチームが多いので、イベント運営のノウハウやスキルを持っている人が求められています。

そして、求められる人材の一例として、規模に関わらずイベント運営業務に携わっている人材が挙げられます。理由としては、イベントの運営をする場合は運営スタッフや選手、そして出演者などと連携してイベントを進める必要があるため、必然的に円滑な交流やコミュニケーションをする力が身につくと考えられているからです。

もちろん、担当するタイトルの知識も求められます。しかしながら、好きなタイトルや得意なジャンル以外のイベント運営もする場合があるため、さまざまなジャンルに適応する力も求められていると言えるでしょう。

(8) ビジネス知識（経営・法律・税務等）



eスポーツチームは、大会やイベントでゲームを利用する場合は、IPホルダーと利用許諾を得る交渉をする必要があります。また、ゲームを利用する大会やイベントで、入場料や参加費を徴収する場合もIPホルダーとの交渉が必要になります。これには、場合によって法務が絡んでくるため、ビジネス知識が必要となります。

また、選手と契約書を結ぶ必要もあり、チームによっては税金周りのサポートを行う場合もあります。そして、場合によってはチームや選手に対する誹謗中傷などに対して、法的措置をとる必要もあります。

このように、eスポーツチームでは実際にIPホルダーと交渉をしたりする人や、契約書を交わしたりする人にはビジネス知識が求められます。しかしながら、実務を担当しない場合でも、IPホルダーと交渉をする必要があることや、チームと選手は契約を交わしていることなどを知っておく必要があると言えます。このことから、eスポーツチームの運営に携わる人には、ビジネス知識が必要だと言えるでしょう。

eスポーツにおける SNS活用

1．なぜSNSなのか

マーケティングの４Pと４C

4 P	4 C
Product	Customer
Price	Cost
Place	Convenience
Promotion	Communication
企業視点	顧客視点

企業視点　　顧客視点

プロモーション → どう伝えるか

コミュニケーション → 顧客の言葉を聞く

ターゲット

ターゲットを絞るほど
メッセージが強く伝わる！

顧客は何が買いたいのか？

コンセプト・ベネフィット

①誰にどのような

②使用シーン、購入シーンで、どんな

③ベネフィット（便益）を与えるのか

インターネット出現前夜の購買行動モデルAIDMA（アイドマ）

AIDMAは、1920年代にアメリカで提唱した購買行動を考える際のモデル。

A…Attention：認知・注意
I…Interest：興味・関心
D…Desire：欲求
M…Memory：記憶
A…Action：行動

インターネット出現後の購買行動モデルAISAS（アイサス）

AISASは、2005年に広告代理店の電通が提唱。
前頁の「AIDMA」に、インターネット上の購買活動の要素が加わったもの。

A…Attention：認知・注意
I…Interest：興味・関心
S…Search：検索
A…Action：行動
S…Share：共有

SNSが主流になった後の購買行動モデルSIPS（シップス）

SIPSは、2011年に電通が提唱したモデル。
「AISAS」や「AISCEAS」よりも、SNSの影響を明確にしている。

S…Sympathize：共感する
I…Identify：確認する
P…Participate：参加する
S…Share & Spread：共有 & 拡散する

各段階ごとにそれぞれの対策をちゃんと立てているか

1.1：インターネットの流れ

Google　→　検索・広告

・・・インターネットの新文化

ソーシャルメディアの登場

Googleは過去を調べるが
Facebookは今を調べる

ｂｙ マーク・ザッカーバーグ
Facebook CEO

ソーシャルメディア

誰もが参加出来る広範囲な情報発信技術を用いて、社会的相互性を通じて拡がっていくように設計されたメディアである。双方向のコミュニケーションができることが特徴である。

→SNSはソーシャルメディアの一つ

企業の情報より友人や信頼できる人・著名な人の情報に信頼性が高まる

企業のアピール＜友人の口コミ

ソーシャルメディアの役割

発信する事の簡易化

閲覧者→発信者

SNSの使い方

コンセプトの明確化

１：明確なゴール（目標）を
２：SNSを複合的に

Twitter,Instagram,Youtube, Twitch、ブログ他

ターゲット（顧客目線）

何を伝えたいか
→何を知りたがっているか

普及させるための方法

定期的な発言

→アップの日時が明確
→更新頻度を高く

パーソナル・ブランディング

→個性は明確に
→親近感、わかりやすさ

現実（リアル）との連動

→イベント（大会など）
→日常

タイトルや文章：
キャッチコピーの基礎

→「引き」「特徴」「説明」
→日常

社会性、公共性の高い発言

→正義、CSR、美談

PDCA

Plan（計画）
Do（実行）
Check（評価）
Action（改善）

・段取り9分9厘
「イメージ通り」かそれ以下か

・スピード感（月、週、日）
インターネットはスピードが命

安全にSNSを活用するために

1）具体的なSNSのトラブル

①個人情報の漏洩
↓
ネットストーカー、ネットリンチ
に繋がる

1）具体的なSNSのトラブル

②炎上、
コミュニケーションの誤解、
フェイクニュース

1）具体的なSNSのトラブル

③その他
アカウント乗っ取り、
アカウント停止、
ステルスマーケティング

2）事前炎上対策

ネットリテラシーの教育ルールの明確化、早期発見・早期対応のルール作り

3）炎上時の対応

把握する
整える
備える

炎上のメカニズム

ステップ1：炎上のきっかけとなる事象が発生する
ステップ2：Twitter／Instagram／Facebook／匿名掲示板などに、
当事者・関係者・目撃者が投稿する
ステップ3：ステップ2で投稿された内容を、別の一部ユーザーが
話題にし、拡散する
ステップ4：ステップ2で投稿された内容を、インフルエンサーが
話題にし、さらに多くのユーザーに拡散する
ステップ5：ステップ1の事象の説明、ステップ2～4での話題化・
拡散の経緯が、「まとめサイト」「ネットニュース」に
掲載される
ステップ6：「まとめサイト」「ネットニュース」の記事を閲覧した
ユーザーが、さらに話題にし拡散する
ステップ7：マスメディアに取り上げられ、世間一般にも認知される

出典：Impress　2020.11.4

4）炎上時の対応

何よりもスピード
→体制で克服
→2～3時間で対応

事例

女性プレイヤーへの「性差別問題」（2020年）

ブラジル人男性の「リーグ・オブ・レジェンド」プロゲーマーがTwitchの配信上で、ファンのコメントに促されるかたちで、17歳の女性プロゲーマーに対して性的な発言をした。

女性プロゲーマーは訴訟する旨をツイートし、性的発言をした本人は謝罪したものの。
Twitchは彼を無期限BANとしている。

告発から始まった大炎上（2020年）

人気プロeスポーツチームであった「野良連合」は、　2020年8月にチームオーナーのkizoku氏に関するさまざまな疑惑がツイッター上で議論の的となってしまい、一時トレンド入りするなど拡大の一途を辿り、野良連合側は火消しに奔走したが、スポンサーも敏感に反応し撤退が相次いだ。

kizoku氏はチームオーナを降り、チームメンバーも移籍するなどしてしまっている。

最後に

何よりもデジタルリテラシーを学ぶ。
SNSの便利さと同時にその影響力の大きさをしっかりと知ることが大切。

eスポーツおよび関連分野における SNS 炎上事例集

目次

1　eスポーツ（Twitter での情報発信）で選手やチーム等が炎上した事例 2
1.1　プロ e スポーツチームの給与未払い疑惑ツイートによる炎上事例 2
1.2　大手ゲーム会社取締役のプロゲーマーに対する問題発言による炎上事例 3
1.3　日本 e スポーツ連合幹部による、賞金騒動ツイートに関する炎上事例 4
1.4　e スポーツチーム「PENTGAGRAM」の外国人選手への問題行為による炎上 5
1.5　チームと選手の脱退発表のやり取りによる炎上事例 7
2　eスポーツ（動画配信中の発言等）で選手やチーム等が炎上した事例 8
2.1　フランス人プロゲーマーによるオンラインプレイ中の人種差別発言炎上事例 8
2.2　e スポーツ選手のダウン症揶揄発言による炎上事例 9
2.3　ブラジル人プロゲーマーの性的ジョーク発言による炎上事例 10
2.4　e スポーツ大会「第 1 回 FRESH!杯」の出場者への対応による炎上事例 11
3　スポーツ選手・チームが炎上した事例炎上事例 13
3.1　サッカー日本代表選手のメディア報道に対する反発ツイートによる炎上事例 13
3.2　米国メジャーリーガーの大学生に対する嫌がらせツイートによる炎上事例 14
3.3　横浜 DeNA ベイスターズの公式アカウントツイートによる炎上事例 15
3.4　レスリング選手とコーチに対するパワーハラスメントによる炎上 17
4　インフルエンサー（芸能人・アイドル等）が炎上した事例 18
4.1　お笑い芸人が発信したアイドルグループ解散ツイートによる炎上事例 18
4.2　芸能人の政権批判ツイートによる炎上事例 19
4.3　芸能人の Twitter アカウント運用初日の炎上事例 21

1　eスポーツ（Twitter での情報発信）で選手やチーム等が炎上した事例

1.1 プロ e スポーツチームの給与未払い疑惑ツイートによる炎上事例

(1) トラブルの発端

プロ e スポーツチームの野良連合は、世界大会でベスト 4 の成績を残したレインボーシックスシージ部門を始め、さまざまな e スポーツタイトルの競技シーンで名の知られたチーム。2020 年 8 月 25 日に Twitter 上で、チームオーナーの kizoku 氏に関するさまざまな疑惑が議論の的となる。

8 月 25 日の昼頃、Twitter 上で話題の事件や炎上案件をわかりやすくまとめている滝沢ガレソ氏が、野良連合のオーナーkizoku 氏に関して、同チーム所属選手に対する給与未払い疑惑をツイート。

当該ツイートは削除されたが、滝沢ガレソ氏が関連情報を募った過程で、話題は「野良連合の給与未払い疑惑」から、kizoku 氏個人のプライベートに関してや、所属選手やスタッフに対する恫喝疑惑・パパ活疑惑など、kizoku 氏の行動調査へと派生。

給料が支払われないことから、辞めたいと申し出た選手に対し恫喝行為をしたなどのツイートが投稿され、不健全なチーム運営体制が告発される事態に。

(2) 炎上拡大の経緯

一連のツイートは、Twitter のトレンドに、「野良連合」の名がリストアップされるまでに発展。8 月 26 日午後に、野良連合の公式サイトからスポンサー企業の「コナミ」ら 7 社の企業ロゴが、すべて消える事態となる。

正式にスポンサー契約を解除されたかは不明で、一連の騒動を受け、野良連合は公式 Twitter を通して謝罪ツイートを投稿。

「ファンの皆様、クライアントの皆様、関係者の皆様、この度はご迷惑をおかけしまして誠に申し訳ございません。この度の一連の炎上騒動につきましては、事実が極めて大幅に誇張され、かつ捻じ曲げられております。権利侵害に関与している者全てを対象に、民事上の責任追及及び、刑事告訴等の法的措置をとることを検討しております」と発表。

今回の騒動では、野良連合およびオーナーの kizoku 氏の知名度の高さや、さまざまな人物が情報をリアルタイムに提供していったことが絡み合い、Twitter 上ではスキャンダルとして大きな盛り上がりを見せる。

(3) 炎上への対処と結果

8 月 30 日に Twitter 上で発生した炎上騒動をきっかけに、Kizoku 氏は一連の騒動を真摯に受け止め、同チームの代表を辞任することを自身の Twitter に投稿した。

今回の野良連合騒動は、選手とプロ e スポーツ団体の契約内容について、コミュニティ

全体で知識や論点を健全に共有しながら、チェックの目を光らせていく契機になると、一部メディアでは締め括られている。

【参考 URL】
■EAA!!
https://fpsjp.net/archives/367527
■tyubetyube.com
https://tyubetyube.com/nora_kizoku/

1.2 大手ゲーム会社取締役のプロゲーマーに対する問題発言による炎上事例

(1) トラブルの発端

セガは 2020 年 7 月 28 日、「セガなま ～セガゲームクリエイター名越稔洋の生でカンパイ～」と題した番組を、YouTube 等で生配信。

同番組では、人気ゲーム『龍が如く』シリーズ総合監督で、セガ取締役 CCO の名越稔洋氏とタレントの椿彩奈氏が司会を務め、セガが展開するゲームの最新情報を月 1 回伝えている。

問題となったのは、「名越が生で訊く！」というコーナー。番組収録スタジオに、「ぷよぷよ」シリーズ総合プロデューサーの細山田水紀氏を呼び、6 月に開催された「ぷよぷよ」のセガ公式プロ大会の決勝戦の模様を紹介。決勝では男子高校生と男子大学生のプロ選手が対戦。

「どうですか、e スポーツとしてのぷよぷよの盛り上がりは」と、大会について感想を求められた名越氏は、苦笑しながら「真面目そうな子が、ねえ。いいじゃないですか。うまくいえないけど。いい言葉が浮かばないけど」などプレイヤーの見た目の雰囲気に言及。

椿氏が「見た目の印象が変な言い方ですが、いいといいますかね」とフォローすると、名越氏は「その地味さがいい」と頷いた。

細山田氏も笑いながら「地味は地味ですね」、「修行僧みたいな、すごい練習してるんで。派手さはないかもしれないです」と応じ、名越氏が「チーズ牛丼食ってそうな感じ」と発言し、スタジオが笑いに包まれる。

名越氏の最後の発言は、ネットスラング「チー牛」を念頭に置いたとみられる。ドワンゴが運営する事典サイト「ニコニコ大百科」によれば、チー牛は「三色チーズ牛丼顔」の略称で、「多くの場合煽り・罵倒・侮蔑といった目的で使用される」という。

(2) 炎上拡大の経緯

配信した YouTube では 2020 年 7 月 30 日時点で、低評価（953）が高評価（78）を大き

く上回り、視聴者からは、「SEGA に対し多大な貢献してくれたゲーマーの方々を公然と侮蔑」、「意味も無く大人が子供を馬鹿にして笑い合うとか、社会人とか以前に人としてどうかと思う」とひんしゅくを買っている。YouTube のコメント欄に、多数の批判コメントが書き込まれ炎上する。

(3) 炎上への対処と結果

この評価・コメントに対し、セガは「チーズ牛丼食ってそうな感じ」の発言部分を削除した上で、YouTube にアーカイブ動画を投稿している。概要欄には、「一部の方がご不快に感じる表現がございましたので、該当部分を修正し配信いたします。ご不快な思いさせてしまいましたことをお詫び申し上げます」と謝罪文を掲載した。

一方、同番組司会の椿氏は Twitter で、「放送全部見てたらわかると思うけど、悪い意味で言ってたんじゃなくて、真面目そうな人がぷよぷよは多くて絵面がいいって話で言ってたんだよ」と理解を求めるツイートを投稿し、名越氏の問題発言をフォローしている。

【参考 URL】
(1) livedoorNews
https://news.livedoor.com/article/detail/18655521/

1.3 日本 e スポーツ連合幹部による、賞金騒動ツイートに関する炎上事例

(1) トラブルの発端

2019 年 9 月 14 日に、人気スマホゲーム『パズドラレーダー』の賞金制大会『DRAGON BOOST presents パズドラチャンピオンズカップ TOKYO GAME SHOW 2019』が開催。

日本 e スポーツ連合（JeSU）が発行している“ジャパン・e スポーツ・ジュニアライセンス”を持つ中学生のゆわ選手が優勝するが、「ジュニアライセンスに該当する選手は賞金受け取りができない」という JeSU プロライセンス規約により、賞金 500 万円を受け取ることができなかった。

また、翌 9 月 15 日に『ストリートファイターV』の世界大会『CAPCOM PRO TOUR 2019 アジアプレミア』が開催。『スト V』の有名プレイヤーであるももち選手が、1,000 人を超える出場者の頂点に立つ。

ももち選手は、2018 年 2 月 JeSU 設立当初に、JeSU の正当性に疑問を呈する声明を発表し、大会主催側が賞金の満額支払いの条件としている、“JeSU プロライセンス”の受領を辞退している。そのため、本大会規定に基づき賞金の満額支払いが出来ないとして、ももち選手の賞金は 500 万円から 10 万円に減額となった。

(2) 炎上拡大の経緯

JeSU は、2020 年 9 月 12 日に千葉・幕張メッセにて行われた、『東京ゲームショウ 2019』の活動報告で、日本の高額賞金大会の開催が法令上で問題ないことを、監督官庁の消費者庁に確認したと発表していた。

発表内容は、「プロライセンスの有無にかかわらず、観客・視聴者に対して高い技術を用いたゲームプレイの実技や実演、それに類する魅力あるパフォーマンスを行い、大会等の競技性及び興行性を向上させている場合は、“仕事の報酬”として賞金を提供することができ、景品表示法に違反しない」との内容。JeSU はライセンス有無に関わらず、賞金提供する旨の内容を発表していたため、本一件はゲームファンの関心を集める。

その後、JeSU 東京支部事務局長・溝口晃太郎氏が、「そもそも今回はただただタイミング悪かったのもあるけど、判断を下してるのはカプコンだから、JeSU がどうこうなのはちょっと違うと思うよ」と Twitter に投稿。“賞金減額は主催側のカプコンの決定であり、JeSU は無関係である”ような内容。

さらに、「そもそも JeSU の中身が、どんな感じの人がいるのか分かり辛いのもあるさ。そもそも団体できるといきなり、『出た利権団体ｗ俺らの敵！ｗ』とか言われるから、出づれえよマジで」などとツイートし、炎上騒ぎが拡大する。

(3) 炎上への対処と結果

批判の声が集まったため、溝口氏はアカウントを一時非公開に。「今回の TGS の件で、特定の法人が悪いなんて言いたかったのではないです。悪意を持った人なんて誰一人いなかったけど、法的リスク回避や考えがすれ違っただけ、と言いたかった。伝え方が悪く、今までの言動に関しては私が悪いです。すみません。」と謝罪を発表。炎上騒ぎを起こしたツイートは、投稿後にすべて削除された。

【参考 URL】

(4) おたぽる

https://otapol.com/2019/09/post-79661.html

1.4 e スポーツチーム「PENTGAGRAM」の外国人選手への問題行為による炎上

(1) トラブルの発端

人気 e スポーツタイトルである『リーグオブレジェンド（以下、LoL)』の日本プロリーグ「League of Legends Japan League（以下、LJL)」で 2015 年から活動し、実力・人気ともにトップクラスのプロ選手である「Dara 選手」が、2018 年 5 月に引退を発表した。

この引退の理由が炎上の発端となっており、LoL の競技シーンに大きな波紋を呼んだ。

(2) 炎上拡大の経緯

Dara 選手は 2015 年から 2017 年までチーム「PENTAGRAM」に所属しており、2018 年にチーム「Burning Core」に加入した経歴を持つ。

Dara 選手は「PENTAGRAM」に在籍中、チームオーナーである y’s agency 株式会社代表取締役の中村洋樹氏に「在留カード」を取り上げられていた。そのため、在留カード更新のためにチームに在留カードの返還を再三要求したが、中村洋樹氏は「在留カードは PENTAGRAM の所有物」であると要求を突き返していた。

在留カードは日本に中長期滞在する者に対して、日本の「出入国管理及び難民認定法」により携帯を義務付けられている身分証明書。そのため、LJL 運営は PENTAGRAM に対して在留カードの携帯義務違反にあたるとし、PENTAGRAM にペナルティを与え、Dara 選手に対して口頭注意を与えた。

そして、Dara 選手は PENTAGRAM を脱退し、2018 年に Burning Core に加入した。しかし、Burning Core で大活躍をした後、Dara 選手は自身のツイートで引退宣言を行った。

その内容は、”LJL に失望したため、プロ選手を引退します。1 部リーグで Rampage（現 PENTAGRAM）の人に会うのは怖くて、頭が痛くなります。そのことを考えると通常どおりプレイするのは難しい、心が壊れてしまった。私は韓国に帰ります。” というもの。

これには多くの LoL、LJL、Dara 選手のファンが悲しむ結果となった。

(3) 炎上への対処と結果

PENTAGRAM の運営会社である y’s agency 株式会社は公式文書で謝罪するとともに、LJL に水を挿す行為だったと言及した。PENTAGRAM の公式文書によると、在留カードを取り上げたのではなく、預かったと表明している。

これに対して Dara 選手は、”チームは私にしたことを何 1 つ認めていない、ただ、ごめんの気持ちを期待していた。”と Twitter で発信している。

また、LJL の運営会社であるライアットゲームズは、PENTAGRAM に対して聞き取り、証拠提出、法律事務所による検証を行った。ライアットゲームズは、Dara 選手にペナルティを与えたことはルールに基づいて行ったことのため、致し方ないことであったと公表している。合わせて、本件が Dara 選手の引退を招いてしまったことについて残念でならないとも公表した。

炎上の発端となった PENTAGRAM は、2018 年 11 月にチームオーナー中村洋樹氏の PNETAGRAM ゼネラルマネージャーおよび y’s agency 株式会社の代表取締役の退任と、LoL 部門の解散を公式に発表した。

【参考 URL】

https://twitter.com/LoLDara/status/991921400188362753

https://nlab.itmedia.co.jp/nl/articles/1805/16/news141.html
http://blog.esuteru.com/archives/9105637.html
https://www.scarz.net/sz/4569
https://note.com/j1n1/n/n74d7938e449d
https://image.itmedia.co.jp/nl/articles/1805/16/l_nt_180516loldara07.jpg

1.5 チームと選手の脱退発表のやり取りによる炎上事例

(1) トラブルの発端

Kuma 氏が代表を務める Lily Stars Gaming（以下、LSG）は法人スポンサーが付くプロの e スポーツチーム。Kuma 氏はチームに加入したいと考えている人たちに向けて、自己 PR の書き方や、どう自己 PR するべきかなどの記事を note で作成している。
また、Kuma 氏は作詞/作編曲家でもある。乃木坂 46 の「あの日　僕は咄嗟に嘘をついた」の作曲も手掛けており、甘くやわらかな「オトメン」など、強いメッセージ性のある世界観ある歌詞を手掛ける人物としても知られている。

炎上の発端は、バトルロイヤルゲームである Player Unknown's Battlegrounds（以下、PUBG）のモバイル版の、プロゲーマーとして、LSG に所属 KAME26 選手が、チーム代表の Kuma 氏にチームを脱退したい旨を申し出たことに始まる。結果として、チームと KAME26 選手の考えや思いにすれ違いがあり、炎上することになった。

(2) 炎上拡大の経緯

まず、KAME26 選手が脱退の意思を代表 Kuma 氏に告げた。「何か手続きすることはありますか」と質問した KAME26 選手に対し、Kuma 氏は「こちらで発表するのでお待ちください」とコメント。

しかし、公式の発表を前にして KAME26 選手は、Twitter や Discord などの連絡手段として使っていたサービス上で Kuma 氏にブロックをされてしまい、連絡がとれなくなってしまう。

この件について KAME26 選手は、チームの脱退を公式発表する前にチーム代表者にブロックをされてしまったと Twitter 上で発言し、チームへの不信感や選手への同情を集め炎上へとつながった。

(3) 炎上への対処と結果

チームが炎上後に行った表明の中で、Kuma 氏はこのように弁明している。

LSG の選手である間は Twitter のヘッダー画像に規定のヘッダーを義務付けているのにも関わらず、KAME26 選手は脱退の公式発表前にヘッダー画像を変更しており、これは契約違反にあたる。また、Twitter 上に記載している所属先情報を変更している。これにより、

非公式に脱退を表明したと受け止め、連絡手段のブロックに至った。

この弁明により、本件はチームと選手の考えや思いの違いによる炎上だとわかった。

【参考 URL】
https://gamewadai.com/topic/withdrawal-from-the-professionalgamer-team
https://twitter.com/takigare3/status/1303898390028152833
https://twitter.com/takigare3/status/1304331668090531840
https://note.com/kuma_t/n/nb9a073df225a
https://twitter.com/takigare3/status/1304331668090531840/photo/1
https://twitter.com/takigare3/status/1304331668090531840/photo/2
https://twitter.com/takigare3/status/1304331668090531840/photo/3
https://twitter.com/takigare3/status/1304331668090531840/photo/4
https://co-rec-tive.com/?page_id=205

2　e スポーツ（動画配信中の発言等）で選手やチーム等が炎上した事例

2.1 フランス人プロゲーマーによるオンラインプレイ中の人種差別発言炎上事例

(1) トラブルの発端

ニックネーム「Ceb(セボ)」で知られる 27 歳のフランス人プロゲーマーが、オンラインプレイ中に、17 歳のロシア人プレイヤーに人種差別的な暴言を吐き、炎上した。

Ceb 氏はチーム“OG”に所属し、“The International2018”で優勝、フランス人賞金ランキング 1 位、人気ゲーム”Dota 2”のワールドランキング 13 位という実力の持ち主。生涯獲得賞金は$2,354,596.81（2 億 5 千万円以上）にも上る。

Ceb 氏は Dota 2 のオンラインプレイ中に、17 歳のロシア人プレイヤーに対して「第三世界国の売春婦と野獣」と暴言を吐く。

(2) 炎上拡大の経緯

被害者の友人が、ゲーム中に Ceb 氏が発した暴言のスクリーンショットを、米国で人気の投稿型ソーシャルサイト”Reddit”に投稿。本投稿が波紋を呼び、炎上が拡大。被害者であるロシア人プレイヤーは以下の様なコメントを発表。

「今回のことにとても失望しています。僕や家族、そしてロシア全体が侮辱され、Ceb はロシア人のことを“第三世界国からの売春婦と野獣”と呼びました。僕たちが “mmr（人気ゲーム Dota2 の各シーズンスキルレベルのレート）のために、母親さえ売る奴ら”だとも言いました。インターナショナルで優勝したプロプレイヤーなら、そのような発言を避けるのが

プロとしての自覚ですし、世界中にいる多くのプレイヤーのお手本であるべきです。確かにロシア社会は、模範となるような理想的な国ではありません。ロシアにも有毒なプレイヤーは多数います。プロプレイヤーの行動を規制していない、という事実を残念に思います。」

(3) 炎上への対処と結果

炎上に対し、Ceb 氏は Twitlonger（Twitter で 140 字以上の長文を投稿できるサービス）を通じ、以下内容の謝罪を投稿。

「まず初めに、私の愚かさに腹を立てているロシア社会、そして Dota コミュニティ全体の方々に謝罪したいと思います。自分自身を守るため、私が発した言葉を正当化しようとは思っていません。全責任を負うつもりです。ただただ謝罪し、このように感情のまま暴言を吐いた行為をとても恥ずかしく思い、同じ過ちが二度と起こらないように、ここで過ちを認めたいと思います。模範を示さなければならない立場にありながら、私は多くの人を怒らせただけでなく、私を信じてくれていた人を失望させてしまいました。これから時間と努力を費やして償い、いつの日か、皆さんの許しを得ることを願っています。最初のステップとして、ロシアコミュニティとの質疑応答セッションに参加するつもりです。」

長文に渡る、謝罪と反省を繰り返す内容を投稿し、Dota2 人気の高いロシアでのコミュニティセッションへの参加を表明している。

【参考 URL】

■JAPAN CASINO SPORTS

https://www.japanesecasino.com/7ckngmad-apology

2.2 e スポーツ選手のダウン症揶揄発言による炎上事例

(1) トラブルの発端

e スポーツチーム「AVALON」所属の"ぼる(volx)"選手が、人気ゲーム「荒野行動」のライブ配信動画に出演し、配信ライブ中に不適切な発言を行う。

2019 年 12 月 3 日に生配信された「超無課金 誕生祭 《DAY3》荒野最強決定戦！」 内で、ぼる選手が「お前ダウン症か、お前」と発言。また発言直後に、意味不明な発言や奇声が流れる。明らかに該当選手や、ダウン症の障がい者を馬鹿にする発言だったため、動画の視聴者から非難が相次ぎ炎上。

(2) 炎上拡大の経緯

本問題は、大手ニュースメディア「J-CAST ニュース」に取り上げられる。提携している Yahoo！ニュースでも同時に掲載され、炎上が拡大。ぼる選手が所属する AVALON 運営会

社「GAMER'S BUDDY」が、J-CAST ニュース取材に応じるなど対応に追われる。

(3) 炎上への対処と結果

一連の発言を重く見た AVALON 運営会社「GAMER'S BUDDY」は、2019 年 12 月 4 日に声明を発表。所属する全 6 人の選手を、正式な処分が決まるまで SNS 発信や大会の活動停止にすることを決める。

また、「この度は AVALON 所属の選手が不適切で心無い発言をした件につきまして、気分を害された皆様に、心より深くお詫び申し上げます」と謝罪した。同社の代表が J-CAST ニュースの取材にも対応し、ぼる選手の発言意図について説明。

「本人の弁によれば、“ネット上で目にした他の人のやり取りが印象に残っており、深く考えずにその言葉を使ってしまった”とのことでした。悪意も無かったとのことです。当然、容認される言い分ではありません。浅はか過ぎるとの批判は、免れないと思います。また、弊社としても教育が行き届いていなかったことに、責任を痛感しております」と選手本人に加え、会社としても問題があったと説明。

再発防止策に向けては、「自分の発する言葉の意味をしっかりと考え、人が傷付く言葉や発言に関して、普段から注意を払えるような一人一人になれるように、教育体制を整えていくつもりでおります。まだ議論の段階ではありますが、継続的な教育プログラムを策定し、再発防止に取り組みたいと思っております」と、会社としての対応方針を説明。

そして 2019 年 12 月 6 日夜に、AVALON 公式 Twitter で正式な処分が報告され、不適切な発言をしたぼる選手が、チーム脱退という結果になる。

同日に、ぼる選手本人から、謝罪と今までの感謝の言葉がツイートされる。本ツイートに対し、リプライ欄ではファンからのメッセージが多数寄せられる。

脱退・活動停止処分となったぼる選手について AVALON 代表は、Gamer's Buddy の更生プログラムを受けてもらい、今後も AVALON 社と関わっていく予定と発表。

【参考 URL】

■JCAST ニュース

https://www.j-cast.com/2019/12/05374384.html

■荒野行動 NEWS

https://knivesoutnews.com/avalon/

2.3 ブラジル人プロゲーマーの性的ジョーク発言による炎上事例

(1) トラブルの発端

人気ゲーム“リーグオブレジェンド”のブラジルリーグで活躍する、男性プロゲーマーPedro“ Lep” Marcari（以下 Lep 氏）氏が、女性プロゲーマーJúlia “Mayumi” Nakamura（以下 Mayumi 氏）に対し、性的なジョークを言い放ち炎上となる。

問題は Lep 氏自身の、動画配信中に発生。両者のオンラインゲーム対戦前に、視聴者から動画に対してコメントが寄せられる。

「対戦前に Mayumi と握手し、手を触った後にタマタマ（金玉）をこするのですか？」と卑猥な投稿。本コメントに対し、Lep 氏は笑いながら「握手のあと？違う、握手の前だ」と発言する。

(2) 炎上拡大の経緯

Lep 氏の性的ジョークの対象となってしまった、日系人美人プロゲーマーの Mayumi 氏は、後日に自身の Twitter で Lep 氏の動画を引用する形で、以下のように反応した。

「17 歳の少女に挨拶する前に、“(金玉に)手をこすりつける”という考えを持っている 25 歳男性の頭では、一体何が起こっているのでしょうか」と投稿し、Mayumi 氏はさらに訴訟する意思も示した。

Mayumi 氏本人がコメントを表明したことで、炎上状態となり拡大する。

(3) 炎上への対処と結果

炎上状態を受け、Lep 氏は、「視聴者の書き込んだジョークに、参加すべきではなかった」と謝罪の声明を発表。

問題の配信が行われた運営元の Twitch.TV は、該当の配信を「中傷的であり有害」と制裁を下すと発表。

Lep 氏は無期限の、アカウント停止処置となった。

【参考 URL】
■ネトゲ速報
https://netogema.com/?p=1900

2.4 e スポーツ大会「第 1 回 FRESH!杯」の出場者への対応による炎上事例

(1) トラブルの発端

サイバーエージェント運営の Abema TV 主催の e スポーツ大会「FRESH!杯」の「Shadowverse」編が 2016 年 11 月 26 日、27 日に実施された。大会が終わった 27 日に、優勝した一般参加枠のプレイヤーで三国志大戦や数々の名言で人気の「ちょもす氏」が、Twitter 上で「FRESH!杯」への不満を Twitter で発信したことが炎上の発端となっ

た。

(2) 炎上拡大の経緯

一般参加枠で「FRESH!杯」に出場したちょもす氏は、炎上の発端となった発信内容を 11 月 27 日に Twitter でツイートしており、翌日 11 月 28 日には、その不満をまとめたブログを公開し、大会に失望した経緯と優勝の報告、参加に至った経緯などが明らかになった。

ちょもす氏は、申し込み時点では検討中と記載されていた賞金については、支払われるだろうと考え申し込みをしていた。そして、大会の様子を Ameba TV で生配信すると大会前日の問い合わせで確認し、ファンを楽しませるための勝敗時のリアクションまで念入りに準備していた。

しかし、出場者が振り分けられた A グループと B グループの両方の試合が生配信されると聞かされていたのにも関わらず、機材トラブルの影響で、実際に配信されたのは A グループだけとなった（ちょもす氏は B グループ）。加えて、A グループは会場でリハーサルをしている間、配信に映らない B チームは控え室で待機となった。これについてちょもす氏は「豚小屋みたいなところに押し込まれている」と Twitter で発信した。

そして、「FRESH!杯」ではちょもす氏が優勝。しかし、本大会の概要ページに記載されていた「賞金（検討中）」の文字が削除されており、ちょもす氏には賞金が支払われない結果となった。

これらのできごとをまとめて、ちょもす氏は B グループの出場者は賞金と生配信で“釣られている”と表現。加えて、「本当に悔しそうにしていた一人の選手を、あの番組のスタッフが誰か一人でも真剣に受け止めてはいたか。それだけ一生懸命にこのゲームに取り組んだプレイヤーすらもあざ笑っているとしか思えないこの番組を、僕は本当に軽蔑している。」とブログで表明した。

その結果、サイバーエージェントの子会社 Cygames が運営する「Shadowverse」部門に、大会そのものを疑問視する炎上の波が押し寄せることとなった。

(3) 炎上への対処と結果

2016 年 11 月 28 日に大会運営である Gamy は謝罪表明文を公開。賞金が支払われなかったのは、2016 年 11 月 18 日に消費者庁との協議の結果であり、このことを同年 11 月 22 日に Twitter 上で発表し、23 日には出場者に対してメールで事前に連絡していると弁明した。

【参考 URL】
https://twitter.com/chomosh/status/802766104888221696
https://chomosh.hatenablog.com/entry/2016/11/28/005136

https://news.yahoo.co.jp/byline/yamamotoichiro/20161129-00064941/
http://minaduki.hatenablog.com/entry/2016/11/30/112321
https://ja.wikipedia.org/wiki/Shadowverse
https://nlab.itmedia.co.jp/nl/articles/1611/28/news142.html
https://dic.nicovideo.jp/a/%E3%81%A1%E3%82%87%E3%82%82%E3%81%99

3　スポーツ選手・チームが炎上した事例炎上事例

3.1 サッカー日本代表選手のメディア報道に対する反発ツイートによる炎上事例

(1) トラブルの発端

2018 年 5 月 31 日に、FIFA ワールドカップロシアの日本代表メンバーが発表。日本代表メンバー発表前日の、5 月 30 日のガーナ戦は内容に乏しく 0－2 で敗戦。代表候補者 26 人のうち、31 日の代表発表では年齢が若い順に 3 人が外れた。

日本代表メンバーの平均年齢は 28.3 歳で、過去のワールドカップ代表と比べて最も高く、平均年齢が高いことに言及するメディア報道で、「おじさんジャパン」や「忖度ジャパン」と命名される。

日本代表メンバー発表から一夜明けた翌日に、日本代表ＤＦ長友佑都選手が、自身の Twitter に「年齢で物事判断する人はサッカー知らない人」と投稿。平均年齢の高さに注目されたことに対し、反発したツイートを投稿。

(2) 炎上拡大の経緯

本投稿には多くの人が反応し、投稿 7 時間後には 2900 超のリツイート、1 万 5000 件超の「いいね」が寄せられた。「僕も同じこと思っていました！」、「長友選手と同じ意見で、私も年齢で物事判断すべきではないと思っています」と肯定派がいる一方で、Twitter に寄せられた意見は、批判的な投稿が多くを占めた。

「結果を出してから文句言え」、「長友選手みたいな影響力がある選手がこんな発言するべきじゃないと思います」、「じゃあサッカーを知っている奴だけが、応援すれば良いのか？」などと炎上する。

勝利できていないことでファンのストレスがたまり、批判的な声が選手や監督に向けられる。長友選手の感情的なツイートに、ストレスの溜まったファンが敏感に反応し、Twitter 上で炎上が拡大する。

(3) 炎上への対処と結果

本ツイート後、合宿先のオーストリアで記者に囲まれた長友選手は、ツイート騒動について、「意見はいろいろ出る。結果が出ていない中で、批判は普通。僕は全然気にしていない」

と、沸き上がった批判を受け止めた。

そして、「すべては結果というのは分かっていることなので、それを分かったうえで SNS というものがある。自分の言葉で発信する時は発信するので、それは何も変わらないかなと思います」と、世の中の反響にもブレない姿勢を貫く。W 杯本大会で、結果を残すことで証明していく覚悟を示した。

また、「これからも僕が、炎上隊長として……（やっていく）」と言って、記者たちを笑わせた。チーム内では長友選手のツイートに賛同し、こうしたネガティブな意見を成績で見返してやろうと、チーム内で共有された。ツイート批判に対しても、余裕の応対で批判を封じ込めた。

【参考 URL】
■日経ビジネス
https://business.nikkei.com/atcl/report/16/122600093/060600071/

■nikkannsports
https://www.nikkansports.com/soccer/russia2018/news/201806020000050.html

3.2 米国メジャーリーガーの大学生に対する嫌がらせツイートによる炎上事例

(1) トラブルの発端

米国メジャーリーガーでインディアンス所属のトレバー・バウアー選手が、友人関係であるヒューストン・アストロズ所属のアレックス・ブレグマン選手と、Twitter 上でやり取り中に、テキサス州立大の学生が乱入ツイートしたことがトラブルの発端。

ブレグマン選手が、「君は今年のプレーオフで本当に素晴らしい活躍（笑）をしたよね！」と、バウアー選手に皮肉めいたツイートを投稿。バウアー選手が「君より優れていると認めてくれてありがとう！」と返信。

本やり取り中に、テキサス州立大の学生で、ブレグマン選手のファンであるニッキー・ジャイルズ氏が、「すべてのスポーツ選手の中で、バウアーが一番嫌いになったわ！」と、冗談めかしたツイートで乱入。

バウアー選手が「僕のファンクラブにようこそ！」と反応。この後、やり取りが続き、バウアー選手、ジャイルズ氏ともに冗談を言い合い、途中までは問題がなかった。しかし、ジャイルズ氏が、「バウアーはワールドシリーズのチャンピオンリングを持っていない」と、煽るような返信をしたことが、バウアー選手の怒りを呼ぶこととなる。

(2) 炎上拡大の経緯

バウアー選手は、ジャイルズ氏の Twitter ページに入り、過去のツイートを検索。彼女が 21 歳の誕生日を迎える、2 か月前に飲酒する内容の Twitter を見つける。バウアー選手のフォロワーに、本内容を見せびらかすツイートを投稿。

またジャイルズ氏の 20 件の返信に対し、バウアー選手は 4 倍となる 80 件の返信を行い、執拗に攻撃。ジャイルズ氏はバウアー選手をブロックしたが、その後も非難ツイートを続ける。

更にバウアー選手のフォロワーの何人かが、ジャイルズ氏に対し、Twitter で攻撃。DM（ダイレクトメッセージ）で「お前の負けだ」と嫌がらせメッセージを送る人や、3 つの新しいアカウントを作り、ジャイルズ氏を攻撃する人も現れる。

本炎上劇は、米全国紙「USA トゥデー」に取り上げられる事態にまで発展し、騒動が拡大する。

(3) 炎上への対処と結果

事態を重く見たバウアー選手は自身の Twitter で、謝罪文を公開。

「インターネット上の挑発、いじめ、中傷に対し、自分を擁護することがよくある。ファンに対する僕の反応は親切心からなんだ。自分のファン、フォロワー、友人たちに SNS や実生活で誰かに攻撃、中傷、嫌がらせをすることを推奨していない。特定の Twitter 上のやりとりが悪影響を与えたことは認識している。意図したことではない。今後、公の場でより責任感を持つよ」とコメント。

謝罪声明を受け、被害者となったジャイルズ氏は、「USA トゥデー」の取材に対応。「恨む元気もありませんし、憎しむ余裕もありません。すべてもういいです。皆、切り替えてほしいと思います。そして、この状況を知ったことで、多くの人に大きな影響力を持つ人が、より親切で優しく接するようになることを望みます」と、騒動の幕引きを願うコメントを出す。

バウアー選手が所属する、インディアンスの広報担当ジョエル・ウルフは、この件に関してコメントを控えている。

【参考 URL】
■FullCount
https://full-count.jp/2019/01/09/post278313/2/

3.3 横浜 DeNA ベイスターズの公式アカウントツイートによる炎上事例

(1) トラブルの発端

プロ野球・横浜 DeNA ベイスターズは DeNA が球団を買収後、マーケティングを強化し

驚異的な売り上げを伸ばす。大躍進の理由の一つに SNS の有効活用法が挙げられる。

球団の情報をより多くのファンと共有することを目的とし、公式 Twitter ではチーム情報のみならず、多岐にわたる球団情報をスピーディーに伝える方針で開設。

トラブルの発端は、公式 Twitter カウントが投稿したツイートに、球団ファンが反応し炎上となる。2018 年 7 月 16 日に行われたベイスターズ対ヤクルトの 12 回戦で、ベイスターズは試合を 2 対 5 で落とし敗北。1 対 0 でベイスターズがリードの 9 回表に登板した山崎康晃投手が、5 点の大量失点をしてしまう。9 回裏に 1 点返したものの、ベイスターズが敗北。

これを受け、ベイスターズの公式 Twitter カウントは、2018 年 7 月 16 日に Twitter を更新し、「先発・バリオス選手の緊急降板後、武藤・須田・加賀・バットンの 4 投手が力投を見せるが、守護神・山崎康選手がスワローズ打線につかまり逆転負け」とツイート。

(2) 炎上拡大の経緯

公式 Twitter カウントは試合結果を短くまとめて投稿したが、これに球団ファンが過敏に反応する。「”投手みんながせっかく繋いだのに最後に山崎選手のせいで負けた”みたいに書くのは気分がよくありません」、「何で山崎選手ばかり責められるのですか？山崎選手のこれまでの貢献を考えてあげてください」、「もっと盛り上がるような、明日に繋げるような書き方をしてくれませんか？」といった、批判が集まり炎上する事態に発展。

(3) 炎上への対処と結果

一方では、「事実を伝えているだけなので、何の問題もないと思います」、「なにか球団は間違えたこと言っていますか？ただの事実ですよね」といった擁護の声や、「なんで炎上……？」、「さすがに過剰反応と言わざるを得ない」と炎上を疑問に思う声など、ファンの間でツイート投稿される

逆転負けして鬱憤の溜まったファンが、過剰に反応し投稿した結果、批判と擁護の両方のツイートが繰り返された結果、炎上となった。ツイート自体に問題性は低く、ネット上の掲示板では、批判ツイートした人たちを疑問視する声が多数挙がった。

ベイスターズは、「炎上」の問題もあるが、それも踏まえてファンの声として拾い上げているスタンス。球団としてファンの生の声を聴くことで、今後の企画立案に活かすことができると考えている。SNS の活用もマーケティングの 1 つとして実践している。

【参考 URL】
■FullCount
https://full-count.jp/2019/01/09/post278313/2/

■SPOSQU WEB

http://sposqu.net/column/68/

3.4 レスリング選手とコーチに対するパワーハラスメントによる炎上

(1) トラブルの発端

日本レスリング協会の強化本部長、至学館大学レスリング部監督の栄和人氏による、伊調馨選手（以下、伊調選手）と、そのコーチである田南部氏へパワーハラスメント（以下、パワハラ）がトラブルの発端となった。

アテネ・北京・ロンドン・リオデジャネイロオリンピック金メダリストで 2016 年には国民栄誉賞も獲得している伊調馨選手に対して行われたパワハラには、男子代表合宿への参加を認めず、練習拠点である警視庁レスリングクラブへの出入り禁止が該当。

コーチである田南部氏に対して行われたパワハラは、伊調選手への指導を辞めるように促す指示が該当した。

(2) 炎上拡大の経緯

栄和人氏のパワハラに対し、2018 年 1 月、内閣府交易認定等委員会に代理人の伊調氏のコーチである田南部氏によって告発状が提出された。同年 3 月には文春オンラインで本件のパワハラ記事が公開され、炎上拡大につながった。

Twitter 上では、田南部コーチの指導によって伊調選手のレスリングに磨きがかかり、監督である自分への恩を伊調選手が忘れたかのように、栄和人氏の元を離れて成長していく伊調氏に対する嫉妬心だと批判する声が見られた。

さらに、本件の記者会見を行った日本レスリング協会副会長である谷岡郁子（くにこ）氏（以下、谷岡氏）は、「彼女は選手なんですか？」と現役選手であることを疑うような発言をしており、パワハラを受けた伊調選手に対するいたわりの言葉は見られなかった。

この記者会見に対しては、地位や名誉だけを守り、選手に対しては無関心な業界の体質が問題であると指摘する声が挙がり、パワハラは今後も無くならないのではないかという批判が相次いだ。

(3) 炎上への対処と結果

告発に対し、第三者委員会が設置され、パワハラはあったという結論に至ったが、伊調氏側の告発は認められなかった。しかし、世間は裁判の結果そのものよりも、パワハラがあったことを問題視し、パワハラ体質なレスリング協会、谷岡氏、栄監督をバッシングする形で炎上が鎮火される様子をみせなかった。

本件をもって栄和人氏は日本レスリング協会の強化本部長を退任する運びとなったが、2019 年には至学館大学の監督に復帰している。

【参考 URL】

https://ja.wikipedia.org/wiki/%E4%BC%8A%E8%AA%BF%E9%A6%A8
https://bit.ly/37i0Ir8
https://gendai.ismedia.jp/articles/-/54762?imp=0
https://gendai.ismedia.jp/articles/-/54900
https://www.zakzak.co.jp/spo/news/180317/spo1803170005-n1.html
https://bit.ly/2LT24fc
https://www.zakzak.co.jp/spo/news/180317/spo1803170005-n1.html
https://diamond.jp/articles/-/223822
https://twitter.com/imozuru_news/status/969012509851045889
https://ja.wikipedia.org/wiki/%E7%94%B0%E5%8D%97%E9%83%A8%E5%8A%9B

4 インフルエンサー（芸能人・アイドル等）が炎上した事例

4.1 お笑い芸人が発信したアイドルグループ解散ツイートによる炎上事例

(1) トラブルの発端

2016 年 8 年 14 日未明に、ジャニーズ事務所がアイドルグループ SMAP の解散を発表。お笑い芸人のロンドンブーツ 1 号 2 号 田村淳氏は、2016 年 8 月 16 日に SMAP 解散について、ツイートを投稿。

自身の Twitter で、「とても残念な事ではあるけれど…。解散の原因を探るのって意味があるのかな？これまでの功績を讃えるだけではダメなのだろうか？ただただ、ありがとうって伝えたい。ありがとう －SMAP」と呟き、SMAP 解散に関する自分の意見を述べた。これに対して、SMAP ファンとみられるユーザーから、田村淳氏の Twitter カウントに様々な意見が寄せられる。その多くが「SMAP の解散に納得がいっていない」、「報道のされ方に不満がある」、「真相が知りたいだけなど」、“原因を探るのには意味がある”と反論が多く、中には強い言葉で書かれた意見も見られた。

(2) 炎上拡大の経緯

ツイート投稿後の反響が大きくなり、田村淳氏は投稿から数時間後、「こわいなぁ…おそろしい…色んな意見があっていいはずなんだけど…。自分と意見が違うだけで、よくもそんな罵詈雑言をぶつけられるもんだ…。前向きに捉えたつもりだったんだけど、気に触る人が沢山いるんですね…申し訳ないです。ごめんね」とツイートを投稿。予期せぬ反応に困惑することとなる。

(3) 炎上への対処と結果

2016 年 8 月 17 日午後には、「8/16 の僕の呟きで SMAP ファンの方に不快な思いをさせてしまいごめんなさい。メンバー本人達の言葉が無いのに、憶測、推測、不確かな情報だけで、情報番組が解散の原因を探る事は意味あるの？って事が伝えたかったのですが…。これ以上はもう呟きませんので、勘弁して下さい w」と改めて謝罪。

自身の発言の真意を伝えると共に、今後この件に関してはツイートしない意向を示した。この謝罪に関してはファンからは、「ありがとう。ちゃんと分かってますよ。ファンは本当に本当に悲しくて切なくてやりきれないのです。ごめんね」、「私は SMAP ファンですが、理解していましたよ」、「言いたいことは伝わってました」、「誤解してました」というコメントが寄せられていた。また、「淳さんの SMAP への愛を感じます」など感謝するコメントも寄せられた。

問題ツイートの数時間後に謝罪のツイートし、翌日にもう一度謝罪と真意を伝え、解散については言及しない旨の投稿をした事で、批判した SMAP ファンの理解を得られた様子。早急な謝罪対応により、炎上は落ち着いた形となった。

田村淳氏はその後のツイートで、「叩きやすいところを叩く。みんなが叩くから叩く　本当に叩く場所はココですか？よく考えて叩かないと…払うべき埃は払えないよ…。あっ布団の話です」と昨今の世論の叩きの風潮に対して、皮肉と取れる冗談を交えた Twitter 投稿を行った。

【参考 URL】

■excite ニュース

https://www.excite.co.jp/news/article/E_talentbank_16297//

■マイナビニュース

https://news.mynavi.jp/article/20160817-a398/

4.2 芸能人の政権批判ツイートによる炎上事例

(1) トラブルの発端

新型コロナウイルスの感染拡大防止策として、2020 年 4 月に安倍政権が布マスク 2 枚を全世帯に配布。配布マスクにカビの付着や虫の混入が見つかるなど、政府の不手際が発覚。2020 年 4 月 22 日に芸能人の小泉今日子氏が、「アベノマスクの不良品を、政府公表せず」というニュースをリツイートし、自身の Twitter で“アベノマスク”に言及。

「人間だから間違えや失敗は誰にでもあるだろう。一生懸命やった結果だったら、人はいつか許してくれるかもしれない。でも汚らしい嘘や狡は絶対に許されない。カビだらけのマスクは、その汚らしさを具現化したように見えて仕方がない。」と、辛辣な言葉で安倍政権を批判するツイートを投稿。

(2) 炎上拡大の経緯

世の中の不満を代弁したかに見えた小泉氏のツイートに対して、「よくぞ言ってくれた」と共感の声が挙がる一方で、否定的な反応が多く見受けられた。「もっともらしい揚げ足取りや文句は誰でも言える」、「芸能界だけが特権階級じゃない」、「極左の活動家」といったもの。

小泉今日子氏の発言が大きく知られるきっかけとなったのが、「小泉今日子ら芸能人の“政権批判”が、どこか空虚な理由（日刊 SPA！ 2020 年 5 月 5 日）」という記事。

記事では、「根拠となる自らの立場を明らかにしていない」、「政治的な思想なり態度なりを表明したことのない人が、大きな事件が起きるといきなり権力を批判するから、唐突感が否めない」など、小泉氏に対してネガティブな内容を記載。本記事の影響もあり、ツイートへの批判炎上は拡大する。

(3) 炎上への対処と結果

小泉氏はもともとリベラルな政治スタンスをもっており、2018 年には森友文書改ざんに抗議する、“官邸前の大規模デモ”を呼びかけるツイートや、劇作家であるケラリーノ・サンドロヴィッチ氏の安倍政権批判に「いいね」をしていた。

当時は「いいね」だけで、自らリツイートやツイートをすることはほとんどなかったが、安倍政権のあまりの酷さに黙っていられなかったと推測される。また、小泉氏はいまの日本で政権批判を口にすれば、安倍応援団やネット右翼から、総攻撃を受けるということも覚悟しているとメディアでは伝えている。小泉氏は、本発言を撤回するような謝罪は行っていない。

“小泉氏の政治や社会に対する真摯な思い、そして勇気にあらためて拍手を送りたい”と、一部の WEB メディア(excite ニュース)では、賛同する記事を出している。

【参考 URL】

■文春オンライン

https://bunshun.jp/articles/-/37760?page=2

■小泉今日子ら芸能人の“政権批判”が、どこか空虚な理由

https://nikkan-spa.jp/1664969

■excite ニュース

https://www.excite.co.jp/news/article/Litera_litera_10725/?p=3

4.3 芸能人の Twitter アカウント運用初日の炎上事例

(1) トラブルの発端

タレントのみのもんたが、2 年半ぶりのキャスターに復帰する番組開始に際し、2016 年 4 月 20 日に Twitter を開設。Twitter 開設初日、2016 年 4 月 14 に発生した熊本地震に対して、「俺なんかの役目はね、広めること。今回の震災もね、熊本だけじゃなくて九州全体だから。支援のやり方も甘い。自衛隊きちんとしてほしいね。あと、過去の震災、阪神淡路、もっと遡れば関東大震災の教訓活かせてないでしょ？」と、Twitter を投稿。

(2) 炎上拡大の経緯

被災地で救援活動にあたる自衛隊を批判するかのような表現に対し、「自衛隊は必死にやっている！」、「自衛隊は不眠不休で頑張っているだろ」、「こういう発言は良くない」、フォロワーから批判が殺到。各種メディアに「Twitter 炎上」と取り上げられ、ツイート内容が更に認知され、Twitter 利用者以外にも拡大が広がる。

(3) 炎上への対処と結果

2016 年 4 月 23 日に、無料インターネットテレビ局・ＡｂｅｍａＴＶの生報道番組「みのもんたのよるバズ！」の本番前に、東京都内で会見。熊本地震についての Twitter 投稿に対し、「言葉足らずで申し訳なかった」と謝罪。

謝罪内容は、「『自衛隊きちんとしてほしいね』という僕の言葉で、現場で活動されている方々や、その御家族に不快な思いをさせてしまったことに対しては本当に陳謝したい。本当に申し訳ありませんでした」とコメントする。一方で「注目されている証拠だし、番組的に炎上は大いに結構」とも発言。

Twitter の継続については「それだけ関心を持たれている証拠」と継続を強調。生放送中に、「Twitter をやめたくなりました」と吐露する一幕もあり、周囲を笑わせた。
また Twitter の使い方について、「Twitter で“つぶやきたい”という原点に戻らなくては。人を叩くのに、誹謗中傷に使ってはいけない」と意見を述べる。

この謝罪と意見に対し、Twitter 上や、メディアのコメントでは、「自分の真意を正確に伝えられないなら黙ったほうがいい」「しょうもないことで謝罪なんてみっともない」
「意味がさっぱり分かりません」など厳しい意見が多数寄せられた。本発言に対するユーザーの反発も多く、Twitter 上では、しばらく炎上が続くこととなった。

【参考 URL】
■産経ニュース
https://www.sankei.com/entertainments/news/160424/ent1604240003-n1.html

SNS炎上事例ケーススタディ①

eスポーツ選手による動画配信中の暴言による炎上事例

(1) 事例情報

① トラブルの発端

② 炎上拡大の経緯

③ 炎上への対処と結果

① トラブルの発端

- eスポーツチーム「AVALON」所属の”ぼる(volx)”選手が、人気ゲーム「荒野行動」のライブ配信動画に出演し、配信ライブ中に不適切な発言を行う。
- 2019年12月3日に生配信された「超無課金 誕生祭《DAY3》荒野最強決定戦！」 内で、ぼる選手が「お前ダウン症か、お前」と発言。
- また発言直後に、意味不明な発言や奇声が流れる。明らかに該当選手や、ダウン症の障がい者を馬鹿にする発言だったため、動画の視聴者から非難が相次ぎ炎上。

② 炎上拡大の経緯

- 本問題は、大手ニュースメディア「J-CASTニュース」に取り上げられる。
- 提携しているYahoo！ニュースでも同時に掲載され、炎上が拡大。
- ぼる選手が所属するAVALON運営会社「GAMER'S BUDDY」が、J-CASTニュース取材に応じるなど対応に追われる。

③ 炎上への対処と結果

- 一連の発言を重く見たAVALON運営会社「GAMER'S BUDDY」は、2019年12月4日に声明を発表。所属する全6人の選手を、正式な処分が決まるまでＳＮＳ発信や大会の活動停止にすることを決める。
- また、「この度はAVALON所属の選手が不適切で心無い発言をした件につきまして、気分を害された皆様に、心より深くお詫び申し上げます」と謝罪した。同社の代表がJ-CASTニュースの取材にも対応し、ぼる選手の発言意図について説明。
- 「本人の弁によれば、“ネット上で目にした他の人のやり取りが印象に残っており、深く考えずにその言葉を使ってしまった”とのことでした。悪意も無かったとのことです。当然、容認される言い分ではありません。浅はか過ぎるとの批判は、免れないと思います。また、弊社としても教育が行き届いていなかったことに、責任を痛感しております」と選手本人に加え、会社としても問題があったと説明。

③ 炎上への対処と結果

- 再発防止策に向けては、「自分の発する言葉の意味をしっかりと考え、人が傷付く言葉や発言に関して、普段から注意を払えるような一人一人になれるように、教育体制を整えていくつもりでおります。まだ議論の段階ではありますが、継続的な教育プログラムを策定し、再発防止に取り組みたいと思っております」と、会社としての対応方針を説明。
- そして2019年12月6日夜に、AVALON公式ツイッターで正式な処分が報告され、不適切な発言をしたぼる選手が、チーム脱退という結果になる。
- 同日に、ぼる選手本人から、謝罪と今までの感謝の言葉がツイートされる。本ツイートに対し、リプライ欄ではファンからのメッセージが多数寄せられる。
- 脱退・活動停止処分となったぼる選手についてAVALON代表は、Gamer's Buddyの更生プログラムを受けてもらい、今後もAVALON社と関わっていく予定と発表。

参考URL等

- JCASTニュース
  https://www.j-cast.com/2019/12/05374384.html
- 荒野行動NEWS
  https://knivesoutnews.com/avalon/

検討課題

■　課題１

本事例でSNS炎上の焦点となった問題点について分析し、簡潔に整理しなさい。

検討課題

■　課題２

本事例の炎上騒動に参加している人々の属性について分析しなさい。

検討課題

■　課題３

本事例のトラブルが、トラブルの当事者並びに周辺のステークホルダーに与える影響を分析しなさい。

検討課題

■　課題４

本事例におけるトラブルへの対処方法の妥当性について、その効果を分析しながら検討しなさい。

検討課題

■　課題５

本事例で生じた炎上トラブルの再発防止のための方策を検討しなさい。

SNS炎上事例ケーススタディ②

フランス人プロゲーマーによる人種差別発言炎上事例

(1) 事例情報

① トラブルの発端

② 炎上拡大の経緯

③ 炎上への対処と結果

① トラブルの発端

- ニックネーム「Ceb(セボ)」で知られる27歳のフランス人プロゲーマーが、オンラインプレイ中に、17歳のロシア人プレイヤーに人種差別的な暴言を吐き、炎上した。
- Ceb氏はチーム“OG”に所属し、“The International2018”で優勝、フランス人賞金ランキング1位、人気ゲーム”Dota 2”のワールドランキング13位という実力の持ち主。生涯獲得賞金は$2,354,596.81（2億5千万円以上）にも上る。
- Ceb氏はDota 2のオンラインプレイ中に、17歳のロシア人プレイヤーに対して「第三世界国の売春婦と野獣」と暴言を吐く。

② 炎上拡大の経緯

- 被害者の友人が、ゲーム中にCeb氏が発した暴言のスクリーンショットを、米国で人気の投稿型ソーシャルサイト”Reddit”に投稿。本投稿が波紋を呼び、炎上が拡大。被害者であるロシア人プレイヤーは以下の様なコメントを発表。
- 「今回のことにとても失望しています。僕や家族、そしてロシア全体が侮辱され、Cebはロシア人のことを“第三世界国からの売春婦と野獣”と呼びました。僕たちが “mmr（人気ゲームDota2の各シーズンスキルレベルのレート）のために、母親さえ売る奴ら”だとも言いました。インターナショナルで優勝したプロプレイヤーなら、そのような発言を避けるのがプロとしての自覚ですし、世界中にいる多くのプレイヤーのお手本であるべきです。確かにロシア社会は、模範となるような理想的な国ではありません。ロシアにも有毒なプレイヤーは多数います。プロプレイヤーの行動を規制していない、という事実を残念に思います。」

③ 炎上への対処と結果

- 炎上に対し、Ceb氏はTwitlonger（ツイッターで140字以上の長文を投稿できるサービス）を通じ、以下内容の謝罪を投稿。
- 「まず初めに、私の愚かさに腹を立てているロシア社会、そしてDotaコミュニティ全体の方々に謝罪したいと思います。自分自身を守るため、私が発した言葉を正当化しようとは思っていません。全責任を負うつもりです。ただただ謝罪し、このように感情のまま暴言を吐いた行為をとても恥ずかしく思い、同じ過ちが二度と起こらないように、ここで過ちを認めたいと思います。模範を示さなければならない立場にありながら、私は多くの人を怒らせただけでなく、私を信じてくれていた人を失望させてしまいました。これから時間と努力を費やして償い、いつの日か、皆さんの許しを得ることを願っています。最初のステップとして、ロシアコミュニティとの質疑応答セッションに参加するつもりです。」

③ 炎上への対処と結果

- 長文に渡る、謝罪と反省を繰り返す内容を投稿し、Dota2人気の高いロシアでのコミュニティセッションへの参加を表明している。

参考URL等

- JAPAN CASINO SPORTS
  https://www.japanesecasino.com/7ckngmad-apology

検討課題

■　課題１

本事例でSNS炎上の焦点となった問題点について分析し、簡潔に整理しなさい。

検討課題

■　課題２

本事例の炎上騒動に参加している人々の属性について分析しなさい。

検討課題

■　課題３

本事例のトラブルが、トラブルの当事者並びに周辺のステークホルダーに与える影響を分析しなさい。

検討課題

■　課題４

本事例におけるトラブルへの対処方法の妥当性について、その効果を分析しながら検討しなさい。

検討課題

■　課題５

本事例で生じた炎上トラブルの再発防止のための方策を検討しなさい。

SNS炎上事例ケーススタディ③

サッカー選手のメディア報道に対する反発ツイートによる炎上事例

(1) 事例情報

① トラブルの発端

② 炎上拡大の経緯

③ 炎上への対処と結果

① トラブルの発端

- 2018年5月31日に、FIFAワールドカップロシアの日本代表メンバーが発表。日本代表メンバー発表前日の、5月30日のガーナ戦は内容に乏しく0－2で敗戦。代表候補者26人のうち、31日の代表発表では年齢が若い順に３人が外れた。
- 日本代表メンバーの平均年齢は28.3歳で、過去のワールドカップ代表と比べて最も高く、平均年齢が高いことに言及するメディア報道で、「おじさんジャパン」や「忖度ジャパン」と命名される。
- 日本代表メンバー発表から一夜明けた翌日に、日本代表ＤＦ長友佑都選手が、自身のツイッターに「年齢で物事判断する人はサッカー知らない人」と投稿。平均年齢の高さに注目されたことに対し、反発したツイートを投稿。

② 炎上拡大の経緯

- 本投稿には多くの人が反応し、投稿７時間後には2900超のリツイート、1万5000件超の「いいね」が寄せられた。「僕も同じこと思っていました！」、「長友選手と同じ意見で、私も年齢で物事判断すべきではないと思っています」と肯定派がいる一方で、ツイッターに寄せられた意見は、批判的な投稿が多くを占めた。
- 「結果を出してから文句言え」、「長友選手みたいな影響力がある選手がこんな発言するべきじゃないと思います」、「じゃあサッカーを知っている奴だけが、応援すれば良いのか？」などと炎上する。
- 勝利できていないことでファンのストレスがたまり、批判的な声が選手や監督に向けられる。長友選手の感情的なツイートに、ストレスの溜まったファンが敏感に反応し、ツイッター上で炎上が拡大する。

③ 炎上への対処と結果

- 本ツイート後、合宿先のオーストリアで記者に囲まれた長友選手は、ツイート騒動について、「意見はいろいろ出る。結果が出ていない中で、批判は普通。僕は全然気にしていない」と、沸き上がった批判を受け止めた。
- そして、「すべては結果というのは分かっていることなので、それを分かったうえでSNSというものがある。自分の言葉で発信する時は発信するので、それは何も変わらないかなと思います」と、世の中の反響にもブレない姿勢を貫く。W杯本大会で、結果を残すことで証明していく覚悟を示した。
- また、「これからも僕が、炎上隊長として…（やっていく）」と言って、記者たちを笑わせた。チーム内では長友選手のツイートに賛同し、こうしたネガティブな意見を成績で見返してやろうと、チーム内で共有された。ツイート批判に対しても、余裕の応対で批判を封じ込めた。

参考URL等

- 日経ビジネス

https://business.nikkei.com/atcl/report/16/122600093/060600071/

- nikkannsports

https://www.nikkansports.com/soccer/russia2018/news/201806020000050.html

検討課題

■　課題１

本事例でSNS炎上の焦点となった問題点について分析し、簡潔に整理しなさい。

検討課題

■　課題２

本事例の炎上騒動に参加している人々の属性について分析しなさい。

検討課題

■　課題３

本事例のトラブルが、トラブルの当事者並びに周辺のステークホルダーに与える影響を分析しなさい。

検討課題

■　課題４

本事例におけるトラブルへの対処方法の妥当性について、その効果を分析しながら検討しなさい。

検討課題

■　課題５

本事例で生じた炎上トラブルの再発防止のための方策を検討しなさい。

SNS炎上事例ケーススタディ④

米国メジャーリーガーによる SNSでの嫌がらせに関わる炎上事例

(1) 事例情報

① トラブルの発端

② 炎上拡大の経緯

③ 炎上への対処と結果

① トラブルの発端

- 米国メジャーリーガーでインディアンス所属のトレバー・バウアー選手が、友人関係であるヒューストン・アストロズ所属のアレックス・ブレグマン選手と、ツイッター上でやり取り中に、テキサス州立大の学生が乱入ツイートしたことがトラブルの発端。
- ブレグマン選手が、「君は今年のプレーオフで本当に素晴らしい活躍（笑）をしたよね！」と、バウアー選手に皮肉めいたツイートを投稿。バウアー選手が「君より優れていると認めてくれてありがとう！」と返信。
- 本やり取り中に、テキサス州立大の学生で、ブレグマン選手のファンであるニッキー・ジャイルズさんが、「すべてのスポーツ選手の中で、バウアーが一番嫌いになったわ！」と、冗談めかしたツイートで乱入。

① トラブルの発端

- バウアー選手が「僕のファンクラブにようこそ！」と反応。この後、やり取りが続き、バウアー選手、ジャイルズさんともに冗談を言い合い、途中までは問題がなかった。
- ジャイルズさんが、「バウアーはワールドシリーズのチャンピオンリングを持っていない」と、煽るような返信をしたことが、バウアー選手の怒りを呼ぶこととなる。

② 炎上拡大の経緯

- バウアー選手は、ジャイルズさんのツイッターページに入り、過去のツイートを検索。彼女が21歳の誕生日を迎える、2か月前に飲酒する内容のツイッターを見つける。バウアー選手のフォロワーに本内容を見せびらかすツイートを投稿。
- またジャイルズさんの20件の返信に対し、バウアー選手は4倍となる80件の返信を行い、執拗に攻撃。ジャイルズさんはバウアー選手をブロックしたが、その後も非難ツイートを続ける。
- 更にバウアー選手のフォロワーの何人かが、ジャイルズさんに対し、ツイッターで攻撃。DM（ダイレクトメッセージ）で「お前の負けだ」と嫌がらせメッセージを送る人や、3つの新しいアカウントを作り、ジャイルズさんを攻撃する人も現れる。
- 本炎上劇は、米全国紙「USAトゥデー」に取り上げられる事態にまで発展し、騒動が拡大する。

③ 炎上への対処と結果

- 事態を重く見たバウアー選手は自身のツイッターで、謝罪文を公開。
- 「インターネット上の挑発、いじめ、中傷に対し、自分を擁護することがよくある。ファンに対する僕の反応は親切心からなんだ。自分のファン、フォロワー、友人たちにSNSや実生活で誰かに攻撃、中傷、嫌がらせをすることを推奨していない。特定のツイッター上のやりとりが悪影響を与えたことは認識している。意図したことではない。今後、公の場でより責任感を持つよ」とコメント。
- 謝罪声明を受け、被害者となったジャイルズさんは、「USAトゥデー」の取材に対応。
- 「恨む元気もありませんし、憎しむ余裕もありません。全てもういいです。皆、切り替えてほしいと思います。そして、この状況を知ったことで、多くの人に大きな影響力を持つ人が、より親切で優しく接するようになることを望みます」と、騒動の幕引きを願うコメントを出す。

③ 炎上への対処と結果

- バウアー選手が所属する、インディアンスの広報担当ジョエル・ウルフは、この件に関してコメントを控えている。

参考URL等

- FullCount
  https://full-count.jp/2019/01/09/post278313/2/

検討課題

■　課題１

本事例でSNS炎上の焦点となった問題点について分析し、簡潔に整理しなさい。

検討課題

■　課題２

本事例の炎上騒動に参加している人々の属性について分析しなさい。

検討課題

■　課題３

本事例のトラブルが、トラブルの当事者並びに周辺のステークホルダーに与える影響を分析しなさい。

検討課題

■　課題４

本事例におけるトラブルへの対処方法の妥当性について、その効果を分析しながら検討しなさい。

検討課題

■　課題５

本事例で生じた炎上トラブルの再発防止のための方策を検討しなさい。

SNS炎上事例ケーススタディ⑤

お笑い芸人によるツイートに対する炎上事例

(1) 事例情報

① トラブルの発端

② 炎上拡大の経緯

③ 炎上への対処と結果

① トラブルの発端

- 2016年8年14日未明に、ジャニーズ事務所がアイドルグループSMAPの解散を発表。お笑い芸人のロンドンブーツ1号2号 田村淳さんは、2016年8月16日にSMAP解散について、ツイートを投稿。
- 自身のツイッターで、「とても残念な事ではあるけれど…。解散の原因を探るのって意味があるのかな？これまでの功績を讃えるだけではダメなのだろうか？ただただ、ありがとうって伝えたい。ありがとう－SMAP」と呟き、SMAP解散に関する自分の意見を述べた。
- これに対して、SMAPファンとみられるユーザーから、田村淳さんのツイッターアカウントに様々な意見が寄せられる。その多くが「SMAPの解散に納得がいっていない」、「報道のされ方に不満がある」、「真相が知りたいだけなど」、“原因を探るのには意味がある”と反論が多く、中には強い言葉で書かれた意見も見られた。

② 炎上拡大の経緯

- ツイート投稿後の反響が大きくなり、田村淳さんは投稿から数時間後、「こわいなぁ…おそろしい…色んな意見があっていいはずなんだけど…。自分と意見が違うだけで、よくもそんな罵詈雑言をぶつけられるもんだ…。前向きに捉えたつもりだったんだけど、気に触る人が沢山いるんですね…申し訳ないです。ごめんね」とツイートを投稿。
- Twitter上での予期せぬ反応に困惑することとなる。

③ 炎上への対処と結果

- 2016年8月17日午後には、「8/16の僕の呟きでSMAPファンの方に不快な思いをさせてしまいごめんなさい。メンバー本人達の言葉が無いのに、憶測、推測、不確かな情報だけで、情報番組が解散の原因を探る事は意味あるの？って事が伝えたかったのですが…。これ以上はもう呟きませんので、勘弁して下さいw」と改めて謝罪。
- 自身の発言の真意を伝えると共に、今後この件に関してはツイートしない意向を示した。
- この謝罪に関してはファンからは、「ありがとう。ちゃんと分かってますよ。ファンは本当に本当に悲しくて切なくてやりきれないのです。ごめんね」、「私はSMAPファンですが、理解していましたよ」、「言いたいことは伝わってました」、「誤解してました」というコメントが寄せられていた。また、「淳さんのSMAPへの愛を感じます」など感謝するコメントも寄せられた。

③ 炎上への対処と結果

- 問題ツイートの数時間後に謝罪のツイートし、翌日にもう一度謝罪と真意を伝え、解散については言及しない旨の投稿をした事で、批判したSMAPファンの理解を得られた様子。早急な謝罪対応により、炎上は落ち着いた形となった。
- 田村淳さんはその後のツイートで、「叩きやすいところを叩く。みんなが叩くから叩く　本当に叩く場所はココですか？よく考えて叩かないと…払うべき埃は払えないよ…。あっ布団の話です」と昨今の世論の叩きの風潮に対して、皮肉と取れる冗談を交えたツイッター投稿を行った。

参考URL等

- exciteニュース
https://www.excite.co.jp/news/article/E_talentbank_16297//

- マイナビニュース
https://news.mynavi.jp/article/20160817-a398/

検討課題

■　課題１

本事例でSNS炎上の焦点となった問題点について分析し、簡潔に整理しなさい。

検討課題

■　課題２

本事例の炎上騒動に参加している人々の属性について分析しなさい。

検討課題

■　課題３

本事例のトラブルが、トラブルの当事者並びに周辺のステークホルダーに与える影響を分析しなさい。

検討課題

■　課題４

本事例におけるトラブルへの対処方法の妥当性について、その効果を分析しながら検討しなさい。

検討課題

■　課題５

本事例で生じた炎上トラブルの再発防止のための方策を検討しなさい。

SNS 炎上事例ケーススタディ　指導ガイド

目次

ケース①　e スポーツ選手による動画配信中の暴言による炎上事例 2
■　課題 1 の考え方 2
■　課題 2 の考え方 2
■　課題 3 の考え方 2
■　課題 4 の考え方 3
■　課題 5 の考え方 3
ケース②　フランス人プロゲーマーによる人種差別発言炎上事例 4
■　課題 1 の考え方 4
■　課題 2 の考え方 4
■　課題 3 の考え方 4
■　課題 4 の考え方 5
■　課題 5 の考え方 5
ケース③　サッカー選手のメディア報道に対する反発ツイートによる炎上事例 6
■　課題 1 の考え方 6
■　課題 2 の考え方 6
■　課題 3 の考え方 6
■　課題 4 の考え方 6
■　課題 5 の考え方 7
ケース④　米国メジャーリーガーによる SNS での嫌がらせに関わる炎上事例 8
■　課題 1 の考え方 8
■　課題 2 の考え方 8
■　課題 3 の考え方 8
■　課題 4 の考え方 9
■　課題 5 の考え方 9
ケース⑤　お笑い芸人によるツイートに対する炎上事例 10
■　課題 1 の考え方 10
■　課題 2 の考え方 10
■　課題 3 の考え方 10
■　課題 4 の考え方 11
■　課題 5 の考え方 11

ケース①　e スポーツ選手による動画配信中の暴言による炎上事例

■　課題 1 の考え方

課題文：本事例で SNS 炎上の焦点となった問題点について分析し、簡潔に整理しなさい。

- 本課題では、事例情報の読み込みと問題点の再確認を行うことが目的である。
- 本事例では、e スポーツチームに所属しているプロプレイヤーが暴言を吐いたこと、その内容が相手プレイヤーのみならず、障がい者をも明確に侮辱したことが問題点である。

■　課題 2 の考え方

課題文：本事例の炎上騒動に参加している人々の属性について分析しなさい。

- 本課題では、炎上騒動に参加している人々が、どのような属性を持つのかを、客観的に考えさせることを目的とした課題である。
- 検討内容にエビデンスがあるとなおよいが、論理的な考察・推察でも構わない。
- 本事例では暴言の被害者側のプレイヤーを応援している人々、障がい者本人・関係者などがまず考えらえる。その他にも義憤にかられた人々、炎上騒動に便乗したい人々など、e スポーツや障害者とは直接的に関係ない参加者にも議論が及ぶとなお良い。

■　課題 3 の考え方

課題文：本事例のトラブルが、トラブルの当事者並びに周辺のステークホルダーに与える影響を分析しなさい。

- 本課題では、炎上騒動が与える影響について客観的に考えさせることを目的とする。
- 本事例では、トラブルの加害者となったプレイヤーがチームに所属し、プロとしてスポンサーがつく形で活動していることから、影響範囲は当事者のみに留まらない。当事者の好感度・人気が大幅に下がりファン離れが生じれば、動画配信などの投げ銭やグッズ販売等の収益の減収に繋がる。またこうした事例ではスポンサーにも批判が及ぶこともあり、スポンサーのイメージダウン等に繋がる恐れもある。こうした場合、スポンサー離れが生じる可能性が高く、チームの活動原資の獲得がままならず、運営が立ち行かなくなる恐れもある。
- 上記のように、多角的な視点で影響を与える範囲と、その結果何が生じるかを検討するように指導する。

■　課題４の考え方

課題文：本事例におけるトラブルへの対処方法の妥当性について、その効果を分析しながら検討しなさい。

- 本課題では、まずこのトラブルに対して実際どのような対処が行われたか情報を整理し、その妥当性について議論させる。
- 本事例では大きく 3 つの段階に分けて対処が行われている。まず炎上騒動が勃発した当初、可及的速やかな対処が求められる段階で、チーム運営は当該選手の一時的な活動停止を発表している。次にメディア等を通じてチームの声明を発表している。その後、正式処分として当該選手のチーム脱退、本人からの謝罪を発信するという形で事態の収拾を図っている。
- この流れを踏まえて、この対処法の妥当性について分析する。その際、妥当であると考えるか否と考えるかはどちらでもよく、論理的に結論を導ければよい。
- 検討にあたっては、当事者（加害者・被害者）の観点、チーム運営としての観点、スポンサーの観点など様々な視点から妥当性を検討するように指導する。
- この検討にあたって、より詳細な炎上の対処やその効果、炎上の拡大から収束に至る流れをインターネット等で調査させると、より高い教育効果が期待できる。

■　課題５の考え方

課題文：本事例で生じた炎上トラブルの再発防止のための方策を検討しなさい。

- 本課題では、課題１～4 で検討してきた内容を踏まえ、類似したトラブルが生じないようにするための方策について検討させ、学習者なりのアイデアを出させることを目的とした課題である。
- 本課題の検討にあたって特に注目したいのは、課題１の問題点である。まず、なぜそのような問題が生じてしまったのか、その原因を検討させる。
- その上で、その原因を解消するために当事者およびステークホルダーそれぞれがどのようなことが取組みを行うことができるか、という視点で検討を進めるよう指導する。

ケース②　フランス人プロゲーマーによる人種差別発言炎上事例

■　課題１の考え方

課題文：本事例で SNS 炎上の焦点となった問題点について分析し、簡潔に整理しなさい。

- 本課題では、事例情報の読み込みと問題点の再確認を行うことが目的である。
- 本事例では、グローバルで活躍している大きな影響力を持つプロプレイヤーが人種差別的な暴言を吐いたこと、その内容が相手プレイヤーのみならず、民族・国家を明確に侮辱したことが問題点である。

■　課題２の考え方

課題文：本事例の炎上騒動に参加している人々の属性について分析しなさい。

- 本課題では、炎上騒動に参加している人々が、どのような属性を持つのかを、客観的に考えさせることを目的とした課題である。
- 検討内容にエビデンスがあるとなおよいが、論理的な考察・推察でも構わない。
- 本事例では暴言の被害者側のプレイヤーを応援している人々、ロシア連邦の e スポーツファンをはじめとした国民などがまず考えらえる。その他にも義憤にかられた人々、炎上騒動に便乗したい人々など、e スポーツや障害者とは直接的に関係ない参加者にも議論が及ぶとなお良い。

■　課題３の考え方

課題文：本事例のトラブルが、トラブルの当事者並びに周辺のステークホルダーに与える影響を分析しなさい。

- 本課題では、炎上騒動が与える影響について客観的に考えさせることを目的とする。
- 本事例では、トラブルの加害者となったプレイヤーがチームに所属し、プロとして活動していることから、影響範囲は当事者のみに留まらない。また、被害者のコメントを見れば、「Dota2」のゲーム運営やコミュニティ所属者にも影響が波及する恐れがある状況である。
- ここでは特に「Dota2」のゲーム運営やコミュニティ所属者について焦点を合わせてみると、こうしたトラブルが頻発するようであれば、ゲーム運営側への対処が迫られる。コミュニティ所属者にはゲームの本質的な部分とは関係がない外的な要因で、何某かの制約が課される恐れもある。本事例の加害者が世界的な有力プレイヤーであることも踏まえれば、その影響力は極めて大きく、「Dota2」というゲームそのものやプレイヤーたち、また当該競技のみならずゲームプレイヤー全体へのイメージダ

ウンにもつながることが危惧される。
・ 上記のように、多角的な視点で影響を与える範囲と、その結果何が生じるかを検討するように指導する。

■ 課題４の考え方

課題文：本事例におけるトラブルへの対処方法の妥当性について、その効果を分析しながら検討しなさい。

・ 本課題では、まずこのトラブルに対して実際どのような対処が行われたか情報を整理し、その妥当性について議論させる。
・ 本事例では当事者が謝罪し、ロシアコミュニティへの寄与を行うことを表明することで事態の収拾を図っている。
・ この流れを踏まえて、この対処法の妥当性について分析する。その際、妥当であると考えるか否と考えるかはどちらでもよく、論理的に結論を導ければよい。
・ 検討にあたっては、当事者（加害者・被害者）の観点、チーム運営としての観点、スポンサーの観点など様々な視点から妥当性を検討するように指導する。
・ この検討にあたって、より詳細な炎上の対処やその効果、炎上の拡大から収束に至る流れをインターネット等で調査させると、より高い教育効果が期待できる。

■ 課題５の考え方

課題文：本事例で生じた炎上トラブルの再発防止のための方策を検討しなさい。

・ 本課題では、課題１～４で検討してきた内容を踏まえ、類似したトラブルが生じないようにするための方策について検討させ、学習者なりのアイデアを出させることを目的とした課題である。
・ 本課題の検討にあたって特に注目したいのは、課題１の問題点である。まず、なぜそのような問題が生じてしまったのか、その原因を検討させる。
・ その上で、その原因を解消するために当事者およびステークホルダーそれぞれがどのようなことが取組みを行うことができるか、という視点で検討を進めるよう指導する。

ケース③　サッカー選手のメディア報道に対する反発ツイートによる炎上事例

■ 課題１の考え方

課題文：本事例で SNS 炎上の焦点となった問題点について分析し、簡潔に整理しなさい。

・ 本課題では、事例情報の読み込みと問題点の再確認を行うことが目的である。
・ 本事例では、明確な加害者・被害者の関係はない。揶揄や皮肉を感じられるメディア報道がなされ、それに対して有力選手が反発する形で SNS 投稿を行った点が焦点である。

■ 課題２の考え方

課題文：本事例の炎上騒動に参加している人々の属性について分析しなさい。

・ 本課題では、炎上騒動に参加している人々が、どのような属性を持つのかを、客観的に考えさせることを目的とした課題である。
・ 検討内容にエビデンスがあるとなおよいが、論理的な考察・推察でも構わない。
・ 本事例では、極めて多様な人々が、様々な意見をぶつけ合う形で賛否両論が巻き起こったことにより、炎上が拡大している。したがってその参加者もきわめて多様である。
・ まず考えられるのはサッカーファンであるが、これも大きく賛同する人・批判する人の２系統に分かれる。また、他のサッカー関係者、メディア関係者や一般のネットユーザーなども参加者に含まれると考えられる。

■ 課題３の考え方

課題文：本事例のトラブルが、トラブルの当事者並びに周辺のステークホルダーに与える影響を分析しなさい。

・ 本課題では、炎上騒動が与える影響について客観的に考えさせることを目的とする。
・ 本事例では、明確な加害者・被害者の関係はないことから、周辺に対して大きなマイナスな影響を与える恐れが少ない。
・ 当事者となった長友選手については、イメージダウンにつながる恐れもあるが、一方で応援する人の獲得にもつながる可能性がある。炎上したからと言って、大きな問題が生じるかどうかは別であり、一側面から一方的に問題があると決めつけないよう指導する。

■ 課題４の考え方

課題文：本事例におけるトラブルへの対処方法の妥当性について、その効果を分析しながら

検討しなさい。

- 本課題では、まずこのトラブルに対して実際どのような対処が行われたか情報を整理し、その妥当性について議論させる。
- 本事例では、当事者となった長友選手が取材で炎上に対してコメントしているものの、謝罪などはしておらず、批判を受け止めている。チームなどからもコメントなどはされておらず、特段の対処を行わない形で対処された。
- この流れを踏まえて、この対処法の妥当性について分析する。その際、妥当であると考えるか否と考えるかはどちらでもよく、論理的に結論を導ければよい。
- 検討にあたっては、当事者の観点、チーム運営としての観点、スポンサーの観点など様々な視点から妥当性を検討するように指導する。
- この検討にあたって、より詳細な炎上の対処やその効果、炎上の拡大から収束に至る流れをインターネット等で調査させると、より高い教育効果が期待できる。

■　課題５の考え方

課題文：本事例で生じた炎上トラブルの再発防止のための方策を検討しなさい。

- 本課題では、課題１～４で検討してきた内容を踏まえ、類似したトラブルが生じないようにするための方策について検討させ、学習者なりのアイデアを出させることを目的とした課題である。
- 本課題の検討にあたって特に注目したいのは、課題１の問題点である。まず、なぜそのような問題が生じてしまったのか、その原因を検討させる。
- その上で、その原因を解消するために当事者およびステークホルダーそれぞれがどのようなことが取組みを行うことができるか、という視点で検討を進めるよう指導する。

ケース④　米国メジャーリーガーによる SNS での嫌がらせに関わる炎上事例

■　課題１の考え方

課題文：本事例で SNS 炎上の焦点となった問題点について分析し、簡潔に整理しなさい。

- 本課題では、事例情報の読み込みと問題点の再確認を行うことが目的である。
- 本事例では、メジャーリーガーの有力選手に対し、一般ネットユーザーが煽るような発言をしたことが炎上の発端となっている。この点こそが問題点だとする考え方もありうるが、本事例研究ではより大きな問題点として、これに対する当該選手の対応を検討の焦点としたい。当該選手は一般ネットユーザーの煽りに対して感情的となり、自身の影響力を顧みずに SNS 上で必要に個人攻撃を繰り返した。その結果、ファンの一部が暴走して個人攻撃に加担し、被害者への嫌がらせが執拗なものとなった。この対応の問題点に注目して検討を進めていく。

■　課題２の考え方

課題文：本事例の炎上騒動に参加している人々の属性について分析しなさい。

- 本課題では、炎上騒動に参加している人々が、どのような属性を持つのかを、客観的に考えさせることを目的とした課題である。
- 検討内容にエビデンスがあるとなおよいが、論理的な考察・推察でも構わない。
- 本事例では加害者の選手が炎上を主導している。これに加害者のファンが便乗する形で執拗な攻撃を行う形となっている。
- その他にも義憤にかられた人々、炎上騒動に便乗したい人々など、直接的な関係性の薄い参加者にも議論が及ぶとなお良い。

■　課題３の考え方

課題文：本事例のトラブルが、トラブルの当事者並びに周辺のステークホルダーに与える影響を分析しなさい。

- 本課題では、炎上騒動が与える影響について客観的に考えさせることを目的とする。
- 本事例では、トラブルの加害者となったプレイヤーが炎上していることから、被害者は執拗な攻撃を受けることになった。本事例では、被害者に与える影響について特に考察を深めるよう指導する。
- 本事例では被害者側の言動が発端となっていることから、加害側の視点では被害者の視点を持ちづらい。過剰な攻撃に繋がってしまったのはこの点が背景にあると考えられる。特に SNS 上でも大きな影響力のある人間が攻撃すると、加害側に肯定感

を与えることにも繋がり、その典型事例が本事例である。

- 被害者は SNS 上での執拗な攻撃により精神的に絶大なダメージを負う恐れがあり、またファンの暴走によりネット上での攻撃に留まらない恐れもある。こうした SNS 上での攻撃がどのような結果を生む可能性があるかを軽微なものから重大なものまで幅広く検討できると良い。

■　課題４の考え方

課題文：本事例におけるトラブルへの対処方法の妥当性について、その効果を分析しながら検討しなさい。

- 本課題では、まずこのトラブルに対して実際どのような対処が行われたか情報を整理し、その妥当性について議論させる。
- 本事例では加害側の選手が謝罪文を発表することで事態の収拾を図っており、所属チームの運営はコメントを控える形で対応している
- これを踏まえて、この対処法の妥当性について分析する。その際、妥当であると考えるか否と考えるかはどちらでもよく、論理的に結論を導ければよい。
- 検討にあたっては、当事者（加害者・被害者）の観点、チーム運営としての観点、スポンサーの観点など様々な視点から妥当性を検討するように指導する。
- この検討にあたって、より詳細な炎上の対処やその効果、炎上の拡大から収束に至る流れをインターネット等で調査させると、より高い教育効果が期待できる。

■　課題５の考え方

課題文：本事例で生じた炎上トラブルの再発防止のための方策を検討しなさい。

- 本課題では、課題１～４で検討してきた内容を踏まえ、類似したトラブルが生じないようにするための方策について検討させ、学習者なりのアイデアを出させることを目的とした課題である。
- 本課題の検討にあたって特に注目したいのは、課題１の問題点である。まず、なぜそのような問題が生じてしまったのか、その原因を検討させる。
- その上で、その原因を解消するために当事者およびステークホルダーそれぞれがどのようなことが取組みを行うことができるか、という視点で検討を進めるよう指導する。

ケース⑤　お笑い芸人によるツイートに対する炎上事例

■　課題１の考え方

課題文：本事例で SNS 炎上の焦点となった問題点について分析し、簡潔に整理しなさい。

- 本課題では、事例情報の読み込みと問題点の再確認を行うことが目的である。
- 本事例では、インフルエンサーである有名お笑い芸人が、自分自身の個人的な意見を SNS で発信した。それ自体には特に問題がある内容ではなかったが、その意見に反発する多数の一般ネットユーザーが攻撃する形で炎上することとなった。したがって、被害者はインフルエンサー側であり、加害者は一般ネットユーザーという構図を念頭に置いて、以降の検討を進める。

■　課題２の考え方

課題文：本事例の炎上騒動に参加している人々の属性について分析しなさい。

- 本課題では、炎上騒動に参加している人々が、どのような属性を持つのかを、客観的に考えさせることを目的とした課題である。
- 検討内容にエビデンスがあるとなおよいが、論理的な考察・推察でも構わない。
- 本事例では一般ネットユーザーのうち、特に話題の焦点となったアイドルグループのファンとみられる人々が中心的に炎上に参加しているものとみられる。また、当該インフルエンサーを嫌いな人（いわゆる、アンチ）が攻撃に加担した可能性も高い。
- その他にも義憤にかられた人々、炎上騒動に便乗したい人々など、e スポーツや障害者とは直接的に関係ない参加者にも議論が及ぶとなお良い。

■　課題３の考え方

課題文：本事例のトラブルが、トラブルの当事者並びに周辺のステークホルダーに与える影響を分析しなさい。

- 本課題では、炎上騒動が与える影響について客観的に考えさせることを目的とする。
- 本事例では、インフルエンサー側のコメントそのものに問題点は見つけられないという点に注目したい。インフルエンサー側に問題点があった場合には、所属会社やスポンサーなどに影響が波及する恐れはあるが、本件はこれに該当しない。
- 被害者となったインフルエンサーに対しては、SNS 上での攻撃が執拗に行われ、精神的ダメージが与えられる可能性がある。またリアルな現場での露出も多いことから、重大な事件に発展することも可能性としては想定される。
- トラブルの加害者となったプレイヤーがチームに所属し、プロとしてスポンサーが

つく形で活動していることから、影響範囲は当事者のみに留まらない。当事者の好感度・人気が大幅に下がりファン離れが生じれば、動画配信などの投げ銭やグッズ販売等の収益の減収に繋がる。またこうした事例ではスポンサーにも批判が及ぶこともあり、スポンサーのイメージダウン等に繋がる恐れもある。こうしたSNS上での攻撃が、どのような結果を生む可能性があるかを軽微なものから重大なものまで幅広く検討できると良い。

■　課題４の考え方

課題文：本事例におけるトラブルへの対処方法の妥当性について、その効果を分析しながら検討しなさい。

- 本課題では、まずこのトラブルに対して実際どのような対処が行われたか情報を整理し、その妥当性について議論させる。
- 本事例では当該インフルエンサーがSNS上で謝罪する形で事態の収拾を図っている。
- これを踏まえて、この対処法の妥当性について分析する。その際、妥当であると考えるか否と考えるかはどちらでもよく、論理的に結論を導ければよい。
- 検討にあたっては、当事者（加害者・被害者）の観点、所属企業としての観点、スポンサーの観点など様々な視点から妥当性を検討するように指導する。
- この検討にあたって、より詳細な炎上の対処やその効果、炎上の拡大から収束に至る流れをインターネット等で調査させると、より高い教育効果が期待できる。

■　課題５の考え方

課題文：本事例で生じた炎上トラブルの再発防止のための方策を検討しなさい。

- 本課題では、課題１～４で検討してきた内容を踏まえ、類似したトラブルが生じないようにするための方策について検討させ、学習者なりのアイデアを出させることを目的とした課題である。
- 本課題の検討にあたって特に注目したいのは、課題１の問題点である。まず、なぜそのような問題が生じてしまったのか、その原因を検討させる。
- その上で、その原因を解消するために当事者およびステークホルダーそれぞれがどのようなことが取組みを行うことができるか、という視点で検討を進めるよう指導する。

2020 年度「専修学校による地域産業中核的人材養成事業」

Society5.0 等対応カリキュラムの開発・実証

e スポーツ分野における先端技術活用型チームマネジメント人材養成事業

事業成果報告書

2021 年 3 月

学校法人智晴学園　専門学校琉球リハビリテーション学院