

「囲碁で繋がる世の中」を目指す 囲碁ファン4倍戦略 Ver.2.0

2023年10月 囲碁ひだまり

1. 囲碁人口～ただの減少ではない深刻な特徴～	p.3
1.1 最高のマーケット環境なのに人口減少	p.4
1.2 認知率が高いのにプレイ人口減少	p.5
1.3 加速を続ける構造的な「負のスパイラル」	p.7
1.4 プロ囲碁界とアマ囲碁界のアンバランス	p.9
2. 囲碁マーケットとは	p.11
2.1 芸であれ勝負であれ「エンタメ」	p.13
2.2 スポンサーからみた価値とは	p.14
2.3 プロ棋士の市場価値	p.15
3. 囲碁ファン4倍戦略	p.17
3.1 なぜ「4倍」なのか？	p.18
3.2 まず囲碁ファンの減少要因を排除！	p.19
3.3 囲碁ファンを増やす唯一の方法とは	p.21
3.4 「囲碁を知らない人」にアプローチ	p.23
4. 囲碁ひだまり 自己紹介	
4.1 活動状況	p.26
4.2 囲碁棋士の皆さまへご支援のお願い	p.28

囲碁棋士の皆さまへ ごあいさつ

私たち囲碁ひだまりは「囲碁で繋がる世の中」を目指しています。しかし囲碁ファンが大幅に減少していることは周知のとおりです。

2009年640万人 ⇒ 2021年150万人(レジャー白書)

「囲碁で繋がる世の中」に近づくため、私たちは「**囲碁ファン4倍戦略**」を推進したい、チャレンジしたいと考えています。

この資料では、現状分析や戦略ついて、ひとつの見解をご説明します。これが正しいかどうか分かりませんし、もっと良い方策があるかもしれません。また囲碁業界ではこれまで長年にわたり様々な取り組みが続けられていますが、私たちはそれらを否定する意図はありません。

ただ、これまでの「**囲碁普及**」の成果は残念ながら不十分であって、**根本的で構造的な課題に目を向ける必要がある**、との認識を共有できると幸いです。

私たちが推進するチャレンジに皆さまのご支援をいただけるようお願いしています。

2023年10月 囲碁ひだまり



1. 囲碁人口

～ただ減少ではない深刻な特徴～

- 1.1 最高のマーケット環境なのに人口減少
- 1.2 認知率が高いのにプレイ人口減少
- 1.3 加速を続ける構造的な「負のスパイラル」
- 1.4 プロ囲碁界とアマ囲碁界のアンバランス

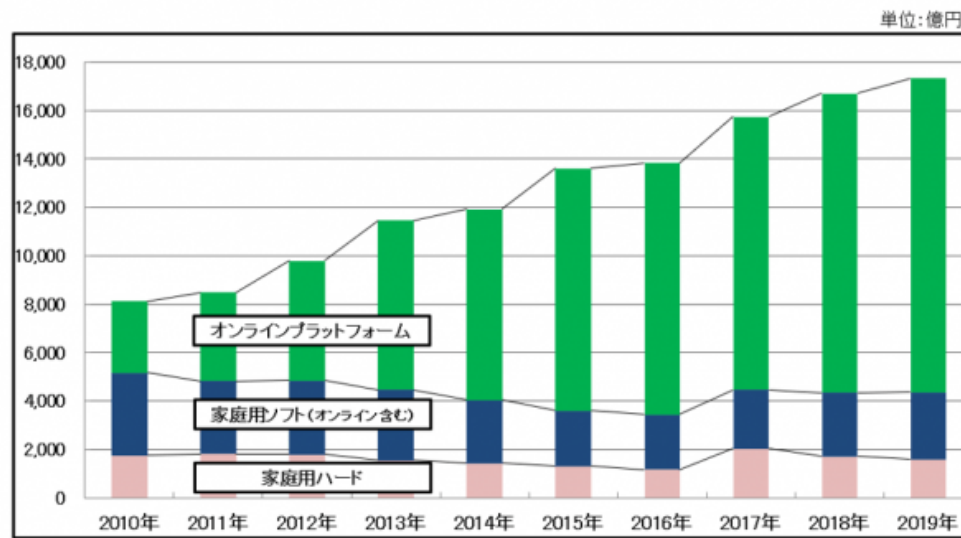
1. 囲碁人口 ～ただの減少ではない深刻な特徴～

ただの減少ではない『深刻さ』とは？
4つの特徴を見てみましょう。

1.1 最高のマーケット環境なのに人口減少

現在、日本のゲーム市場規模は**人類史上で最大！**
年間1兆7330億円（日本棋院や関西棋院の売上はいくら??）

【国内 家庭用 / オンラインプラットフォーム ゲーム市場規模推移】



出典:ファミ通ゲーム白書 2020

集計期間:2009年12月28日～2019年12月29日(※2020年5月時点での情報に基づいて作成)

1. 囲碁人口 ～ただの減少ではない深刻な特徴～

1.3 加速を続ける構造的な「負のスパイラル」



「ネット上の囲碁情報(コンテンツ)の量は充分ですか?、足りないと感じますか?」



充分すぎる＝大幅に**供給過剰**と推測されます。
(平均対比で約4倍ほど)

2023年7月データ

	コンテンツ供給量	検索される需要量	需給指数
囲碁	36,100,000	9	401
将棋	45,700,000	51	90
麻雀	82,400,000	72	114
オセロ	8,150,000	11	74
ドラクエ	75,200,000	117	64
ポケモンgo	69,200,000	63	110
スプラトゥーン	50,500,000	72	70
サッカー	236,000,000	216	109

「需給指数」は需要と供給の比率
(数値が大きいほど供給過剰・需要過少)

各種ゲームやエンタメでは「100」前後
囲碁だけ飛びぬけて「401」

約4倍の供給過剰(需要過少)
の状況があると推測される。

もしあなたが「足りない」と感じるなら、
それは足りないのではなく、
「目立たない」「見つけにくい」だけ
かもしれません。

※「コンテンツ供給量」:Google検索の結果ページ数

※「検索される需要量」:Google Trend(Google提供の公式無料ツール)の検索KW人気度

※「需給指数」=「供給量÷需要量÷10000」で算出

※上記データは取得タイミングにより数値に変動があり精度は高くないですが、傾向の把握のためにご参考ください。

1. 囲碁人口 ～ただの減少ではない深刻な特徴～

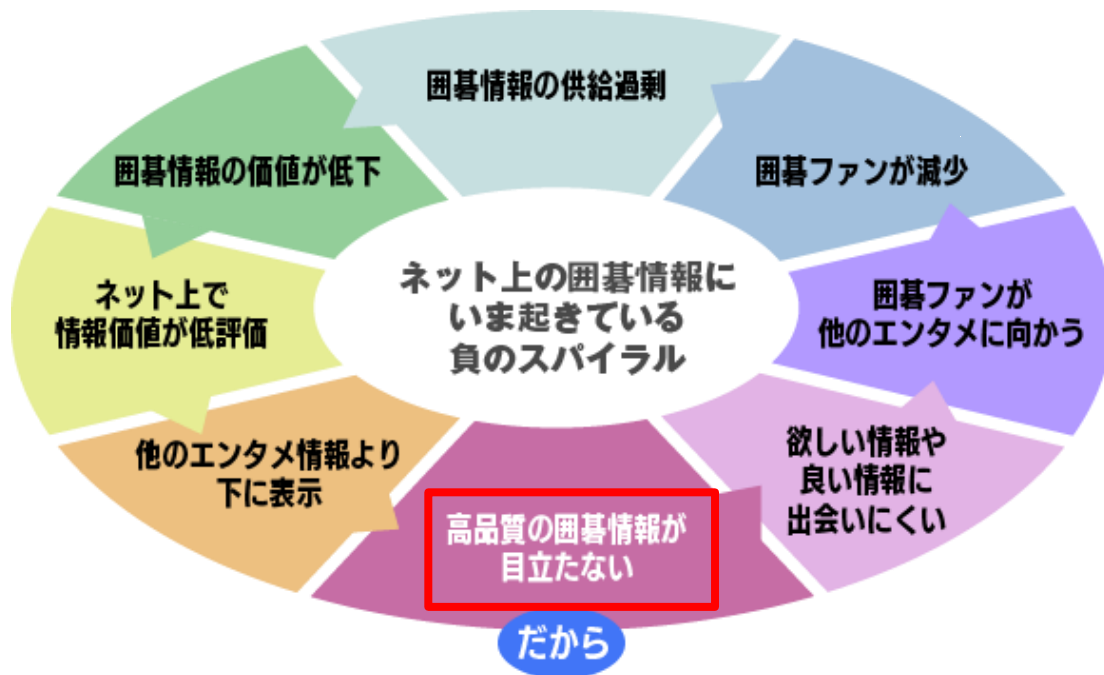
1.3 加速を続ける構造的な「負のスパイラル」



「情報(コンテンツ)が多いのは良いことだ」は正しいでしょうか？



- ① 適正な需要を伴う場合には正しい。
- ② 需要が少なく供給だけが多い場合には正しくない。
⇒ ネットメディアの仕組みでは「広告」とか「スパム」と似た評価となります。



囲碁情報ポータルを整備することで、負のスパイラルを断ち切ることを目指す

ネットメディア上の「負のスパイラル」は、過去10年以上にわたり、現在も継続中。

囲碁人口減少が加速を続ける
要因のひとつと推測される。

1. 囲碁人口 ～ただの減少ではない深刻な特徴～

1.4 プロ囲碁界とアマ囲碁界のアンバランス

プロ囲碁界

◎プロ棋士の人口は減っていない。

※開催される棋戦、生み出される棋譜配信されるニュース、なども減っていない。

※高齢化もしていない。
有望な若者が毎年次々と入段。

アマ囲碁界

◎囲碁人口減少

◎高齢化が進行

アンバランスが生み出す結果として

◎供給過剰と需要過少

※ネット検索に限らず、イベントや出版関係など、プロ囲碁界が提供するものはすべて。

◎プロ事業は規模縮小しにくい

※穏やかな事業縮小(ソフトランディング)が困難。

◎アマ事業者が淘汰の最前線に

※碁会所やイベント運営などのアマ事業者は、厳しい経営難に加えて、高齢化が深刻。
若者の参入が少ない、職業として夢を持ってない、業界を支える人材は遠からず死滅しそう。

※囲碁ファンを増やすために最も大切なアマ事業者が危機的な状況。

プロ囲碁界は相対的に恵まれている。アマ事業者は報われない存在に。

1. 囲碁人口 ～ただの減少ではない深刻な特徴～

ただの人口減少ではない『深刻さ』とは？

最高のマーケット環境なのに人口減少

囲碁人口減少の**要因は内部にある。**
外的環境によって改善する見込みはない。

認知率が高いのにプレイ人口減少

プレイしないことを選ぶ人が増大。
良いイメージが後退、
悪いイメージの拡散 & 定着が進行。

加速を続ける構造的な「負のスパイラル」

ネットメディア活用は
エンタメ事業の主戦場 & 生命線。
負のスパイラルにより、
人口減少は加速を続けている。

プロ囲碁界とアマ囲碁界のアンバランス

プロ囲碁界が提供するものすべてが
需要過少 & 供給過剰。
**アマ事業者が淘汰の最前線にたち、
危機的状況に。**

深刻な状況です。でも私たちはあきらめていません！！

2. 囲碁マーケットとは

2.1 芸であれ勝負であれ「エンタメ」

2.2. スポンサーからみた価値とは

2.3 プロ棋士の市場価値

2. 囲碁マーケットとは

囲碁ビジネスは、どのようなマーケット(市場)なのか？
囲碁業界の外の視点で客観的に見てみましょう。

その前に・・・

囲碁界で伝統的に根強い「囲碁はビジネスなどではない」との考えかたがあり、
「囲碁ビジネス」「マーケット(市場)」といった言葉に違和感があるでしょうか？

歴史的に、囲碁界を支えたのは江戸幕府 & 新聞社

囲碁界を支えたのは、**実は囲碁ファン(お客様)ではなかった**

しかし今後は？

囲碁人口の『深刻な』減少、という課題に対処するには？

ひとつの思考実験として、

囲碁をビジネスとして捉えて、囲碁マーケットを客観的に見てみませんか。

2. 囲碁マーケットとは

2.1 芸であれ勝負であれ「エンタメ」

マーケット(=お客様)視点で、「求められているのはエンタメ(娯楽)」です。



芸術に人生をかけるプロ音楽家



勝負に生命をかけるプロボクサー

マーケット(=お客様)視点では、囲碁はエンタメ(娯楽)の一種。
音楽やスポーツとも似て、
お客様を楽しませるための興行(見世物)でもある。

音楽やスポーツの世界だって、プロ個人は、人生をかけて、生命をかけている。
しかしプロ個人も事業者も、**お客様に楽しんでもらう**ことに全力をそそぐ。
それが「エンタメ」のプロ。

思考実験： プロ棋戦の適切な対局時間(持ち時間)は??

2. 囲碁マーケットとは

2.2 スポンサーからみた価値



スポンサーからみて、
囲碁の価値は
どうやって決まるの？



通常は広告効果に応じて
市場価値が決まる。
ファン人口や話題性が判断基準。

囲碁の広告効果が高い業種・業界では、
スポンサーからみた価値が高い。

思考実験： 世界一の陸上選手 市場価値が高い種目は？

100m 10km 20km 30km

思考実験： 囲碁の広告効果が高めの業種・業界はどこ？

飲食業界 美容業界 介護業界 教育業界

2. 囲碁マーケットとは

2.3 プロ棋士の市場価値

以下はあくまでも市場からみた価値がテーマ。
棋士ご本人の個人的な信念や価値観とは別の話です。



囲碁AIが普及した今、
棋士の市場価値は
低下するの？



あまり関係ない。「人間ならではの」
価値や魅力はいくらでもある。盤上では
心理戦や駆け引き。盤外では棋士人生
のストーリーや人間ドラマ、など。

思考実験：「人間ならではの」の価値や魅力をお客様に伝える方法は？



棋士の指導碁
料金はいくらが適正？



適正価格は存在しない。原価ゼロのサー
ビス業なので、価格をきめるのは、
需要と供給のバランスだけ。

思考実験： 指導碁を無料提供するのはOK？ダメ？

2. 囲碁マーケットとは

2.3 プロ棋士の市場価値



棋士の動画無料配信は
良いこと？



良質のコンテンツの無料提供は、
囲碁業界全体にとっては良いことです。

- 【プロ棋士】が動画を無料配信 ⇒ 有料動画の事業者の収益に悪影響。
- 【プロ棋士】が自戦解説を無料提供 ⇒ 観戦記や書籍のビジネス収益に悪影響。
- 【プロ棋士】が指導碁を無料提供 ⇒ アマのインストラクターが食っていけない。

狭い囲碁業界のなかでは、上記は正しい。
しかし同じことを将棋棋士がやっているならどうでしょうか？
麻雀・ネットゲーム・スポーツや音楽のプロはどうでしょうか？

市場価値は囲碁界の外で判断される。

迷ったら「囲碁ファンが喜ぶほう」を選択するのが、囲碁業界全体にとっての正解。
ゲーム業界・エンタメ業界の闘いの中で生き残るためです。

※ただし、安易に無料提供しないで、お客様が対価を支払いたくなる品質を追求するのが本筋。
プロ棋士よりも高額料金で指導碁を提供できるアマインストラクターも珍しくない。

「良質」であることが最も重要です。

3. 囲碁ファン4倍戦略

3.1 なぜ「4倍」なのか

3.2 まず囲碁ファンの減少要因を排除！

3.3 囲碁ファンを増やす唯一の方法とは

3.4 「囲碁を知らない人」にアプローチ

3. 囲碁ファン4倍戦略

囲碁ひだまりでは、「囲碁で繋がる世の中」を実現するため、「囲碁ファン4倍戦略」を推進したいと考えています。

3.1 なぜ「4倍」なのか？

需要と供給のバランスを**構造的に**正常化する目安が「4倍」

現状の「約4倍の供給過剰(需要過少)」を解消して、
構造的に他種のエンタメと同じスタートラインに立つための「ファン4倍」。

2023年7月データ

	コンテンツ 供給量	検索される 需要量	需給指数
囲碁	36,100,000	9	401
将棋	45,700,000	51	90
麻雀	82,400,000	72	114
オセロ	8,150,000	11	74
ドラクエ	75,200,000	117	64
ポケモンgo	69,200,000	63	110
スプラトゥーン	50,500,000	72	70
サッカー	236,000,000	216	109

「需給指数」は需要と供給の比率
(数値が大きいほど供給過剰・需要過少)

各種ゲームやエンタメでは「100」前後
囲碁だけ飛びぬけて「401」

約4倍の供給過剰(需要過少)
の状況があると推測される。

3. 囲碁ファン4倍戦略

3.2 まず囲碁ファンの減少要因を排除！

まず出血を止めないと！輸血より優先だ！

①「負のスパイラル」を早期に解消

前項の「構造的な正常化」には時間がかかる。

囲碁人口の減少を加速させている「負のスパイラル」を早期に解消するには？

悪循環の連鎖のどこか1か所を止めればOK。

最も現実的なのが「**高品質の囲碁情報を目立たせる**」**囲碁情報ポータルサイト**。



囲碁情報ポータルを整備することで、
負のスパイラルを断ち切ることを目指す



囲碁ひだまりでは、
2022年10月から
『誰でも楽しめる
囲碁情報ポータル』
を運営開始。

3. 囲碁ファン4倍戦略

3.2 まず囲碁ファンの減少要因を排除！

② 囲碁のイメージ改善

ダサい・年寄りくさい・難しい・堅苦しい ⇒

カッコいい・誰でも楽しめる・簡単・自由で気楽

※より正確なイメージ把握のためには十分な規模の調査が待たれる。(急がない)



イメージ改善なんて
どうやるの？



ネット、特にSNSの活用が不可欠。
クチコミと動画がポイント。
※そのためにも前項「負のスパイラル解消」が急務

絶対評価ではなく相対評価。

イメージ改善に終わりはない。

ところで、実際のところ、囲碁は難しいのでしょうか？
初心者が覚えにくいって本当?? (よく将棋と比較されますが)
大ヒットしたゲームは奥が深く、何年も飽きずに楽しめる。
(だからユーザー数が多い=大ヒット)

それらの多くは囲碁よりも複雑で初心者が覚えにくい。
・チュートリアルが充実
・勝てなくても飽きない仕掛け
・段階的な難易度アップ

初心者向けの配慮に学ぶべきところが多いと思われます。

囲碁ひだまりでは、
『囲碁ムービーコンテスト』
を企画準備中。
「1分以内のオリジナル動画を募集。
囲碁を伝えたいときは、これを見せよう！」



3. 囲碁ファン4倍戦略

3.3 囲碁ファンを増やす唯一の方法とは

ただひとつ

「囲碁を楽しむ姿を見せること」

囲碁ファンが
楽しむ場を提供



※囲碁ひだまりでは
毎週イベント開催中

囲碁を楽しむ姿を
コンテンツ化



※囲碁ひだまりでは
動画などコンテンツ配信中

囲碁を知らない人に
見せる・届ける



※囲碁ひだまりでは
来年着手予定。

◎ 囲碁ファンを増やす活動は、囲碁を知らない人が対象。(当たり前)

・囲碁ファン向けの活動では、囲碁ファンは増えない。(囲碁ファンを減らさない効果だけありえる)

◎ 入門向けコンテンツは、囲碁を知らない人に届かなければ意味がない。

・アプリ「囲碁であそぼ！」は本当に素晴らしい！ しかし「囲碁を知らない人」に届ける戦略が最も重要。

3. 囲碁ファン4倍戦略

3.3 囲碁ファンを増やす唯一の方法とは

「囲碁を楽しむ姿を見せる」ためには、

アマ事業者の活性化が不可欠

プロ棋士の本業 『囲碁を打つこと』

アマ事業者の本業 『**囲碁ファンを楽しませること**』



小さな子供がサッカーを
やってみたいと思う
のはどんな時？



身近な家族や近所のお友だちが、
サッカーを楽しむ姿を見た時。

Jリーグのプロの高度な技術や
駆け引きを見ても意味は分からない。

「**囲碁ファンを楽しませるプロ**」のアマ事業者が淘汰の最前線に立っている。
アマ事業者の救済が、囲碁界全体にとって最優先の課題。

アマ事業者は厳しい経営難に加えて、高齢化が深刻。
若者の参入が少ない、職業として夢を持ってない。業界を支える人材は遠からず死滅しそう。

3. 囲碁ファン4倍戦略

3.4 「囲碁を知らない人」にアプローチ

実は「囲碁を知らない人」はいません。
囲碁に興味がなくても日本人なら「囲碁」という言葉は知っていて、イメージは持っている。
ゲーム会社が新作タイトルを売り出す苦勞に比べると、なんとも恵まれたスタート地点。

後はルールを覚えて楽しんでもらうだけ。

最優先課題 ネットメディアの環境整備

ネットメディア活用はエンタメ事業の主戦場 & 生命線。

①「負のスパイラル」を解消。

⇒ 時間がかかるが着実に、完全でなくても少しでも。

②囲碁を知らない人向けコンテンツを整備

⇒ 囲碁を楽しむ姿を見せる動画等やアプリ等入門向け など
⇒ 容易に手が届くように

③「囲碁を知らない人」と囲碁の接触機会を増やす。

⇒ レコメンド(オススメ)表示に選ばれる可能性を高める など

3. 囲碁ファン4倍戦略

3.4 「囲碁を知らない人」にアプローチ



囲碁ひだまりでは2024年に以下3つアプローチに着手する予定。

アプローチ① 隣接領域の活用

隣接領域に興味がある
「囲碁を知らない人」
へのアプローチ。

囲碁と相性が良い隣接領域の例
教育・老年医学・経営・歴史・ゲームなど。

囲碁と隣接領域をセットにした
コンテンツを生産&配信。
(隣接領域のメディアとの提携も選択肢)

アプローチ② 知的イメージの活用

知的イメージを求める
「囲碁を知らない人」
へのアプローチ。

囲碁をやる人は知的で教養豊か?(笑)
知性に関連しそうな領域は何でもアリ。
『囲碁ファンが勧める〇〇』をコンテンツ化

〇〇の例: 幼児向け玩具、介護施設、経営書、観光史跡、カードゲーム、映画、鮎屋、学習塾、海外旅行、ワイン、家具ブランド、など。

※リサーチ事業で収益化の可能性も

アプローチ③ 推し活の環境整備

少し変わった『推し活』を望む
「囲碁を知らない人」
へのアプローチ。

ひだまりのポータルサイト上で、
囲碁棋士のひとりひとりの情報を、
集約&整理して提供する。

棋士ファンクラブ的な活動の
情報発信や集客の支援なども。

上記3つ以外にも多様な可能性があり、**大きな「伸びしろ」が残っているはず。**

囲碁を知らない人にアプローチして、囲碁との接点を生み出す方法とは??
囲碁業界の皆さまが総力を挙げて知恵を絞り、それぞれにチャレンジできると理想的。

4. 囲碁ひだまり 自己紹介

4.1 活動状況

4.2 囲碁棋士の皆さまへご支援のお願い

4. 囲碁ひだまり 自己紹介

4.1 活動状況

2022年10月にスタートした囲碁ひだまりは「囲碁で繋がる世の中」の実現を目指して、2023年現在は囲碁ファン向けに3つの活動に取り組んでいます。

囲碁情報ポータルサイト運営

- ◎供給過剰の囲碁情報を整理して探しやすくする
- ◎自分に適した高品質の囲碁情報に触れる機会を増やす
- ◎囲碁をネット上で他種ゲーム同様に目立たせる

コンテンツ配信

- ◎「囲碁を楽しむ姿」を見せる動画などの配信
(囲碁入門者を増やすため)

イベント開催

- ◎初級者が囲碁を楽しむイベントを開催
(囲碁入門者が継続しやすい環境整備として)

4. 囲碁ひだまり 自己紹介

4.1 活動状況

囲碁ひだまり 事業方針

2023年 囲碁ファンを対象にサービス展開

⇒ 事業を継続できる収益基盤の確保が課題

※現時点では事業継続のめどが立っていません

2024年 囲碁を知らない皆さまを対象にサービス展開

⇒「囲碁入門者を増やす」を本格化する

当面の事業プラン

※まだ企画検討段階のため、変更や中止の可能性があります。

◇サポーター会員登録キャンペーン

第1弾11月 第2弾11~12月

◇クラウドファンディング 10月

下記コンテストの資金を公募

◇囲碁ムービーコンテスト 11~12月

1分以内のオリジナル動画を募集、サポーター会員が応募可能、大賞賞金20万円

『囲碁ってなに？と聞かれたときに、どう説明してますか？サザエさんのやつと思われる前に、囲碁の素敵な姿を見せましょう。囲碁ファン、誰でも使用利用可！ 囲碁を伝えたいときは、これを見せよう。いろいろな人がやっている、簡単、プロもアマの世界もある、そんな素敵な世界を。』

4. 囲碁ひだまり 自己紹介

4.2 囲碁棋士の皆さまへご支援のお願い

◇ 囲碁ひだまりの「プロ棋士サポーター」になってください！

プロ棋士サポーター

<https://igo-hidamari.net/prosupporter/>

- プロ棋士サポーターページに写真とお名前を掲載。動画や新聞にお名前をクレジット。
 - 棋士個人ページをご用意。テキスト(告知やご挨拶)や写真を掲載できます。
- 所属や段位、年齢や性別にかかわらず、大歓迎です！是非こちらからご連絡ください。
メールアドレス igo.hidamari@gmail.com

※ プロ棋士サポーターになることで生じる義務やリスクは特にないのでご安心ください。
もしよろしければ、以下も検討くださると幸いです。

◇ 囲碁ファン向け情報発信のサポートを

Youtubeコラボ動画、InstaやTwitter等の各種媒体での告知など。

◇ サポーター・支援者のご紹介を

私たちの活動に賛同してくださるかたを、個人・法人を問わず、ご紹介ください。

◇ イベントやキャンペーン企画にご協力を

協賛支援、特典用グッズ提供、コメントやコンテンツの提供など。

◇ 個人サポーターとしてご登録を

月額300円～のサブスク投げ銭。個人としてのご支援とお力添えをお願いします。