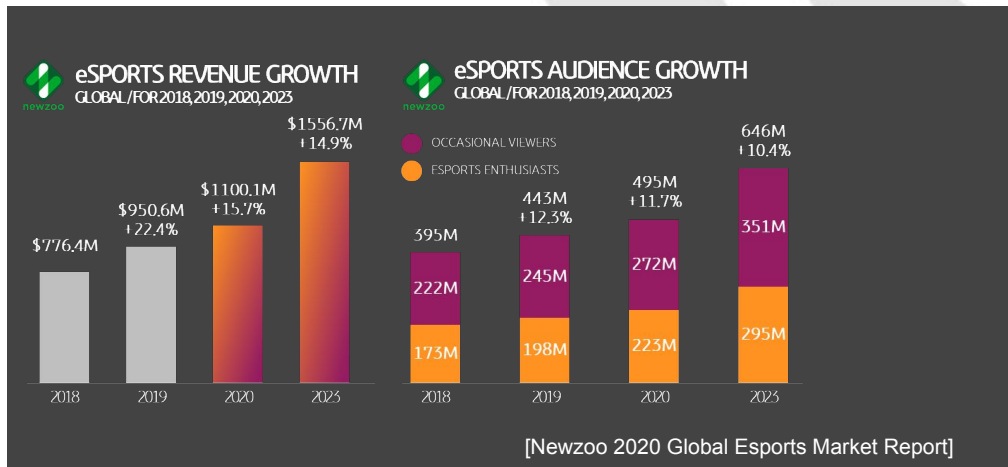


eスポーツが広告として注目されている理由

広告コンテンツの回避率が高いMZ世代にアクセスするために、各界各層の企業は、eスポーツとのコラボレーションを通じて、MZ世代にブランドの露出度と親密度を高めるために努力している。

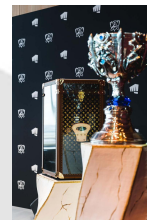
スポーツ産業は、世界的に年平均20%以上の高い成長性と可能性を示しており、大会種目数と賞金、視聴規模がすべて急増する未来の有望な産業とされている



**eスポーツは、新しい消費者層であり、
未来の顧客である**

※MZ世代：1980年代初め～2000年代初めに生まれた
ミレニアム世代とZ世代を通称する言葉

eスポーツコラボレーションマーケティング



Louis Vuitton X LOL



BMW X T1



日清 X EVOJAPAN