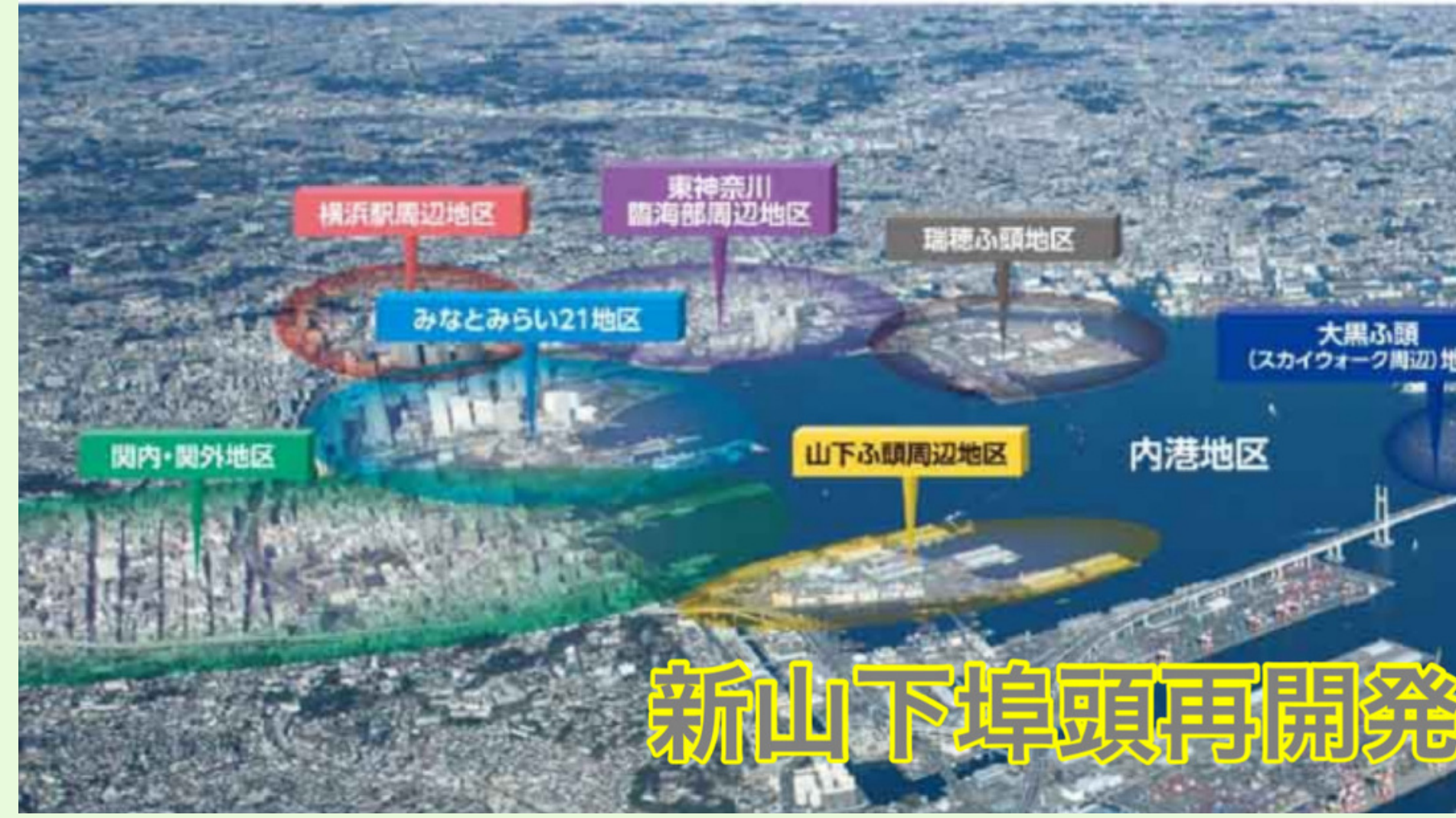
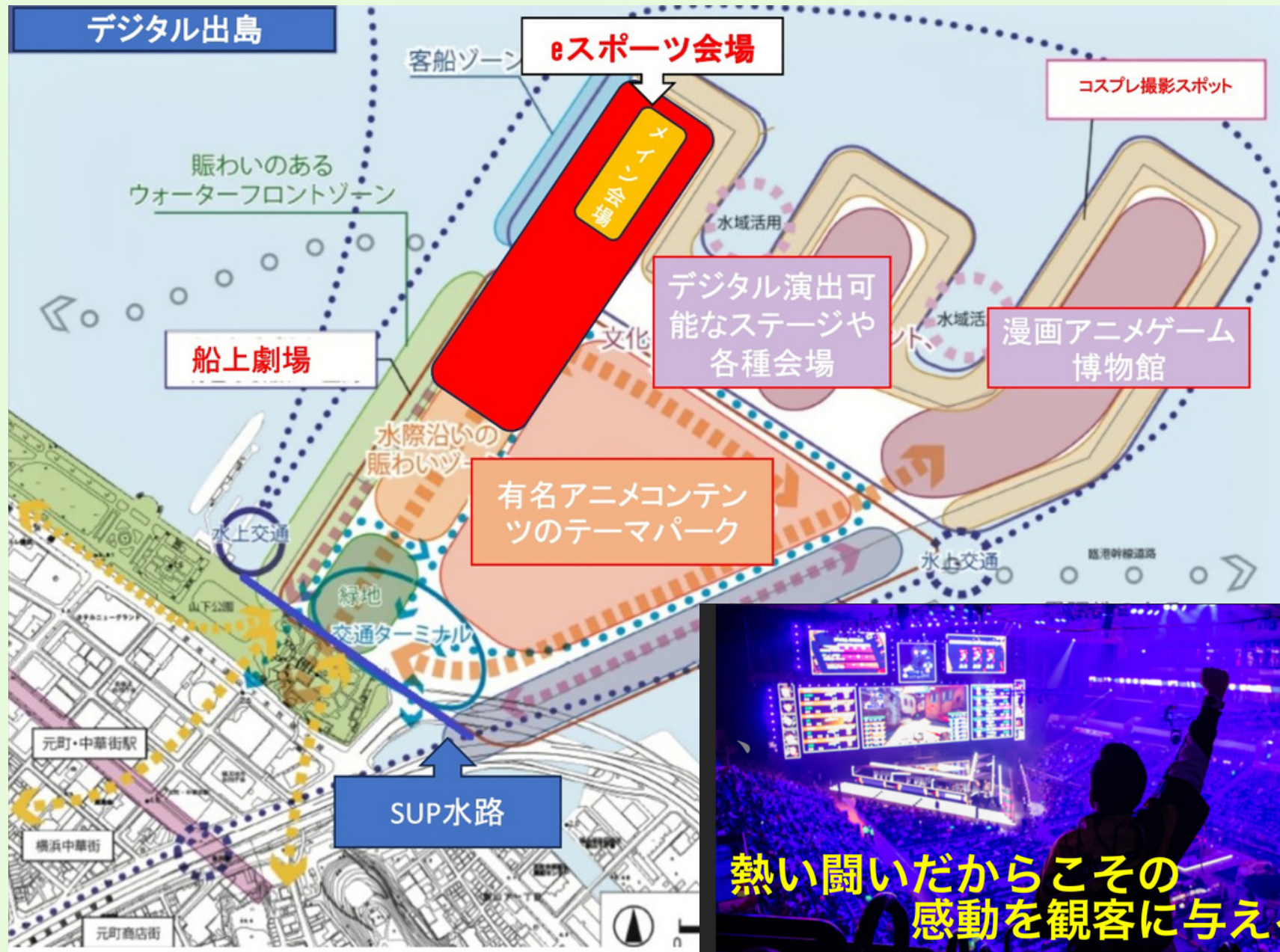


山下ふ頭再開発について

横浜市の将来にわたる 経済発展のための 起爆剤とするために…



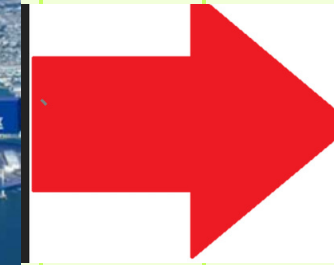
新山下埠頭再開発



狙い：まずは「未来の横浜市」をどうしたい？

この再開発を機に目指したい 未来の横浜市の姿

山下埠頭再開発を単なる「47haの海沿いの開発」の位置付けとせず、この埠頭エリアにおける開発が横浜市全体に及ぼす可能性の高さを認識し、「未来の横浜発展に向けた起爆剤」という位置付けまで範囲を広げて未来の横浜像を描かなくてはいけません。



狙い 01

**地元企業、地元の人材が活躍し、稼げる仕組み
街全体に波及する経済効果**

再開発を単なる「その場だけ儲かる施設」にするのではなく、再開発を通じて市内の商工業が経済的波及効果のあるものでなくてはなりません。継続的に街全体の各産業がこの再開発の恩恵に関わり、集客と地元企業の雇用、収益に結びつき、結果的には税収増に繋がらなくてはならないと考えます。

狙い 02

**世界に誇る街、世界の人々が来てみたくなる街の
イメージ、ブランド戦略**

国内においては「かつての横浜ブランド」における評価はあるものの、これからは世界の人たちに目を向け、世界中の人たちが横浜という街に行きたくなる動機や魅力を作らねばならない。今の横浜に世界に向けての認知は如何程のものだろうか？この再開発を通じて世界規模の街へと進化していくブランド戦略を狙っていかなくてはなりません。

狙い 03

**若者がチャレンジできる
YOKOHAMA DREAMS**

常に未来を担う若者が輝ける挑戦の場を横浜の地に作らねば街の未来はありません。具体的には若者たちが自由闊達に表現が出来、そこから雇用が生まれ、利益につながることを「YOKOHAMA DREAMS」として横浜の街がかなえる地にならねば、未来の横浜は暗い未来となってしまいうでしょう。

想定：こんな「未来の横浜市」を想定できるとしたら？

日本の自治体に先駆けて
地元企業と若者中心に
新しい市場へチャレンジ

開港時の気質を再び……

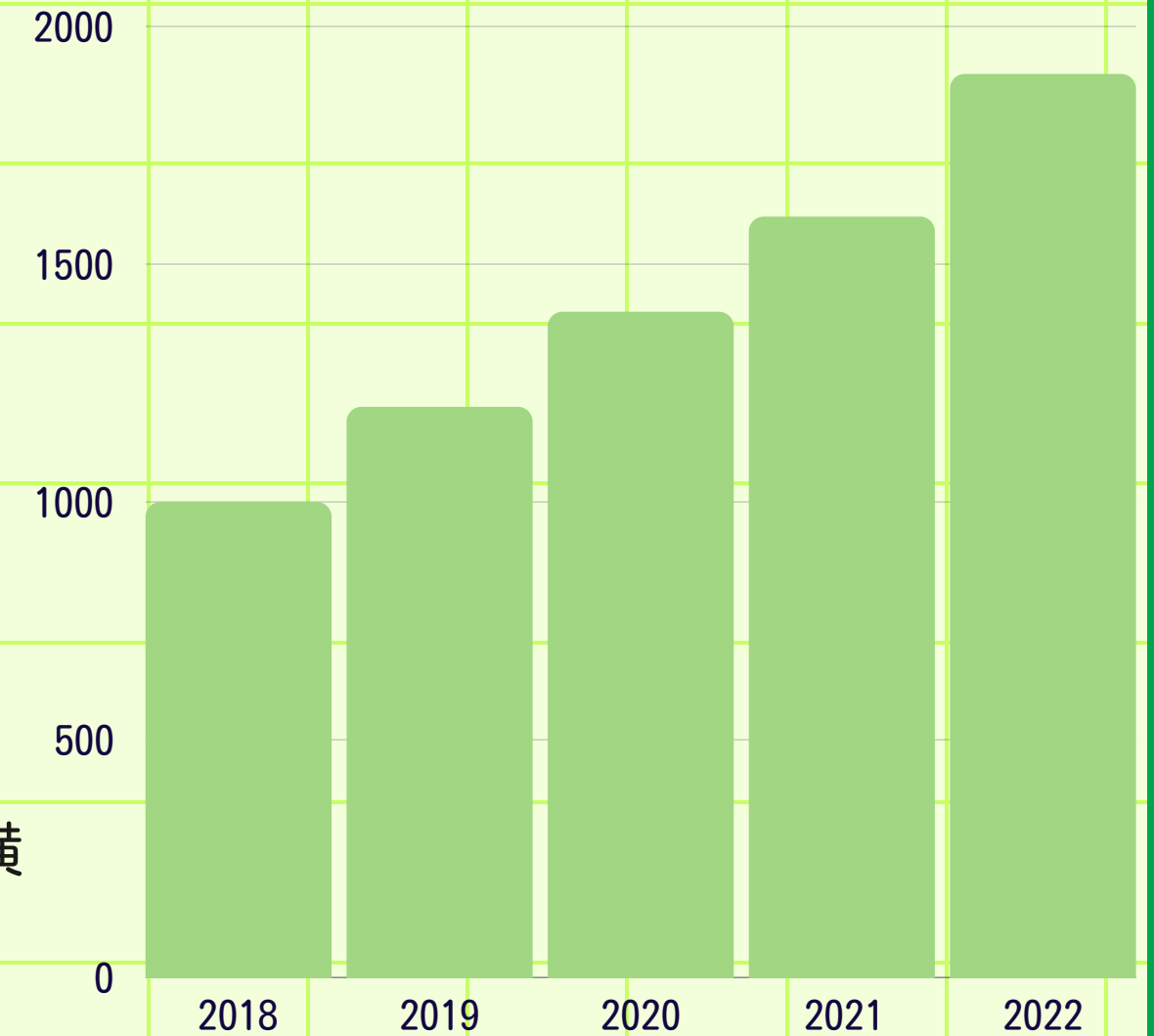
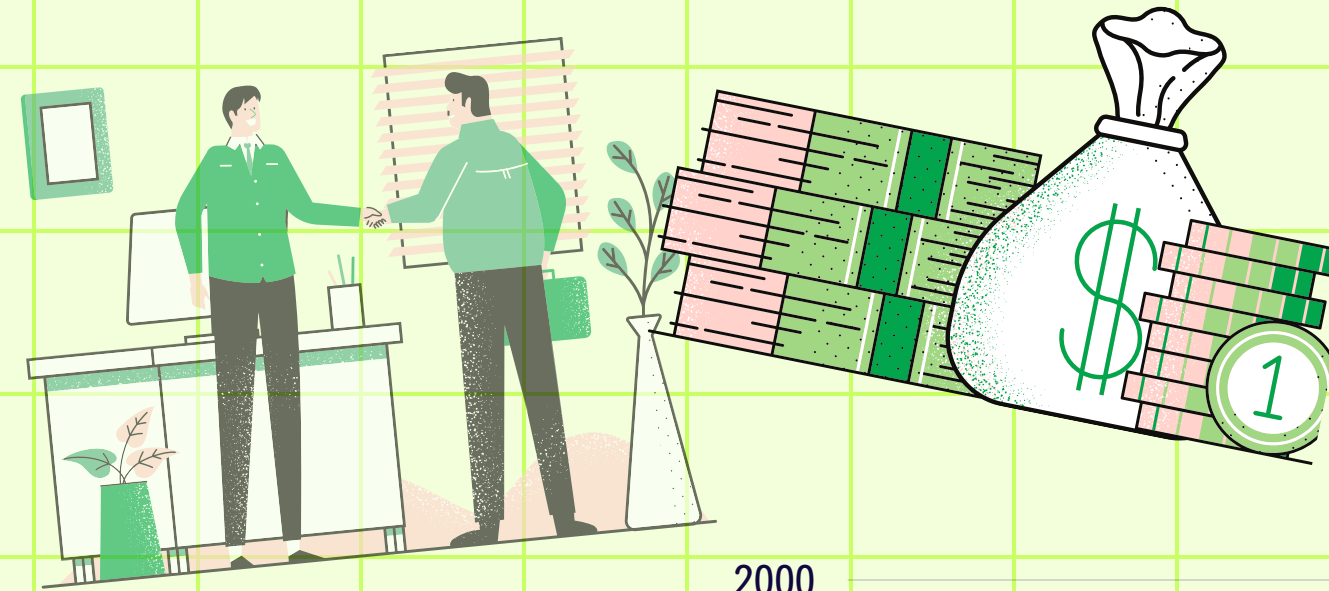
挑

経済効果約15兆円の27億人の市場 将来はオリンピック種目にも！

2020年の段階で27億人が関係する約15兆円市場、
ユーザー数は1億人（欧米から中東アフリカへ）
こうした急成長の産業ですが、日本国内の自治体で先駆者はまだ無し。

この市場の一部を何処の自治体よりも早く狙い「日本、アジアの代表的な街、横浜」と言う位置付けになるとどうなるでしょう？

しかも主役は若者。地元企業や市民が応援出来る体制が出来れば、
街全体の活性化にも繋がらないでしょうか？



世界の市場規模推移

目標：新市場にチャレンジする横浜

eスポーツを基軸とした ゲーム、アニメ、マンガなどの 日本のサブカルチャーをコンセプトと したアミューズメントパークの建設と 街ぐるみの戦略的eスポーツ振興

世界的に知名度が高く成長著しいEスポーツの各種大会が行える環境を山下埠頭再開発エリア、および横浜市全体で整備することにより、Eスポーツ関係者の来訪から関連産業の定着を促します。

その他にゲーム、アニメ、マンガなどの日本のサブカルチャーをコンセプトとしたアミューズメントパークを作り、常にイベントが行われる空間を想定してみたいと考えます。

国内では金沢、高岡、沖縄、亀岡、大分、横須賀などを越える先進地域とし、世界ではドバイやラスベガス、釜山ソウルやジャカルタに並ぶ拠点を目指します。

世界大会を通じて知名度向上、来訪アップ

世界タイトルの大会決勝戦を誘致し来場客、選手、関係団体が集うだけでは無く、オンライン視聴者もターゲットにした広告、放送が産まれます。その収益は事業者のものとなりますが、大会運営者、出場者に還元され、関連産業や創出される雇用を経て、税収増も期待できます。

そして熱い闘いを全世界に放映する事で横浜の地が注目され、観光地としての魅力、期待値を上げる事による観光客数増加の効果も期待できます。

ゲーム、アニメ、マンガの拠点としての賑わい

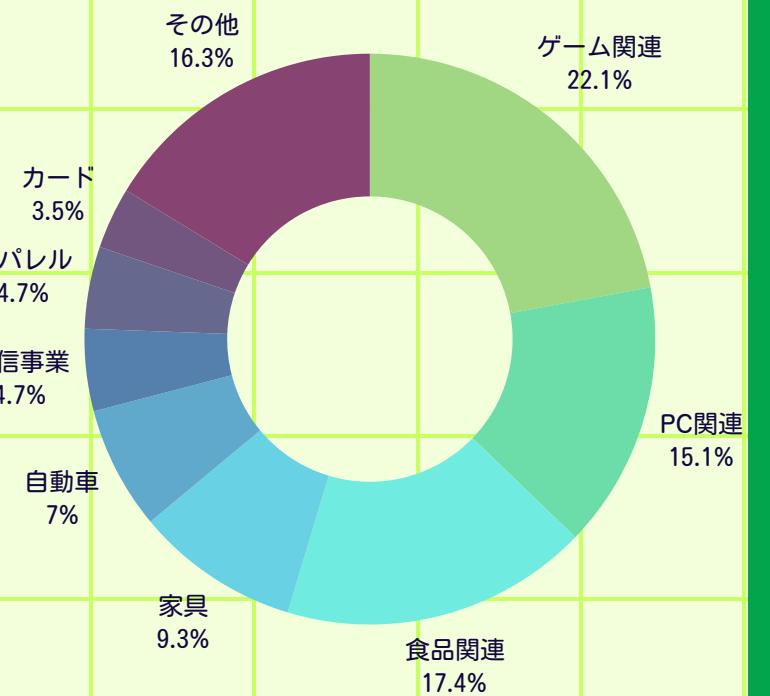
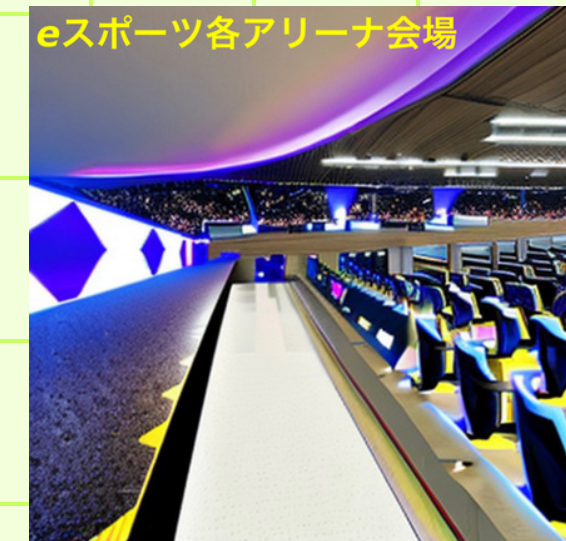
Eスポーツに親和性の高いアニメやマンガは日本の誇るサブカルチャーとして海外でも評価は高い。アミューズメントパークと博物館的要素も加味した施設も併設し、新山下埠頭が何日も楽しめる特別な異空間を創出。

この空間ではアニメやマンガの関連作品の販売・展示の他、自身が体感や表現も可能にし、来場者の思い出に残るひとときを作ります。

関連産業の発展と人材が集う

世界有数の拠点が存在すれば、それに関わる産業も育ちます。PC、エンタメ、通信広告、ゲーム産業から衣料、飲食、家具家電。更には運営を通じた芸能、警備、宿泊、観光、グッズ販売など。

地元の子はEスポーツを通じてIT関連に興味を示す人材に育ち、それらがEスポーツプレイヤー以外にも、エンジニア、編集、発信者、音響やハッカーなどの多種多様な人材へと成長するきっかけとなるでしょう。



eスポーツ関連産業の売上

目標：新市場にチャレンジする横浜

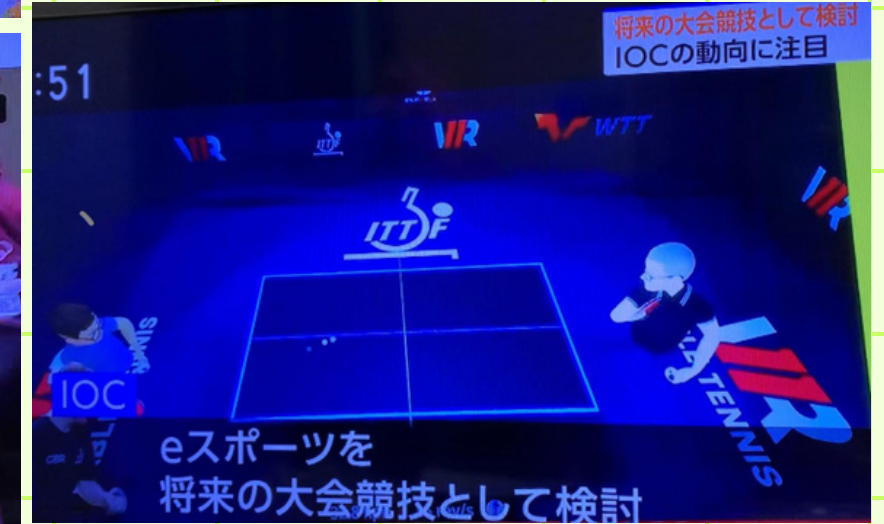
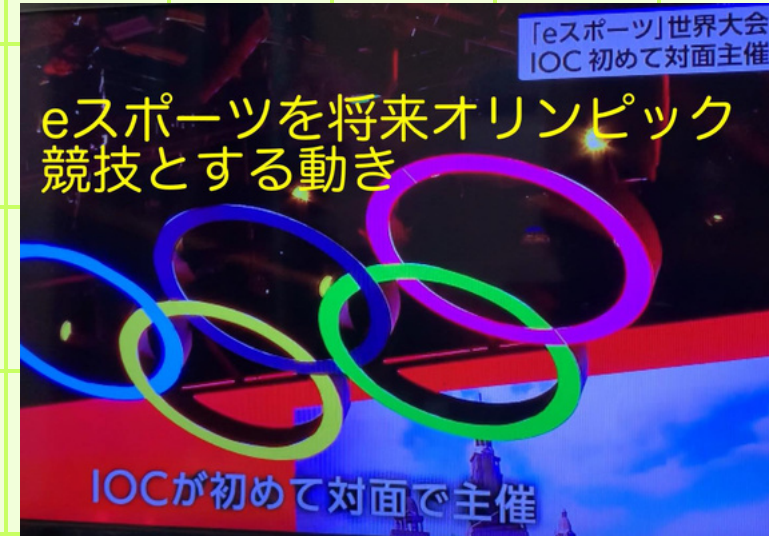
将来はオリンピック種目に…
急成長する世界市場規模の可能性
日本の自治体に先駆けて先進都市に

成長の産業で日本国内で先駆者はまだ無し。
この利益を日本のどの町よりも先に狙う。

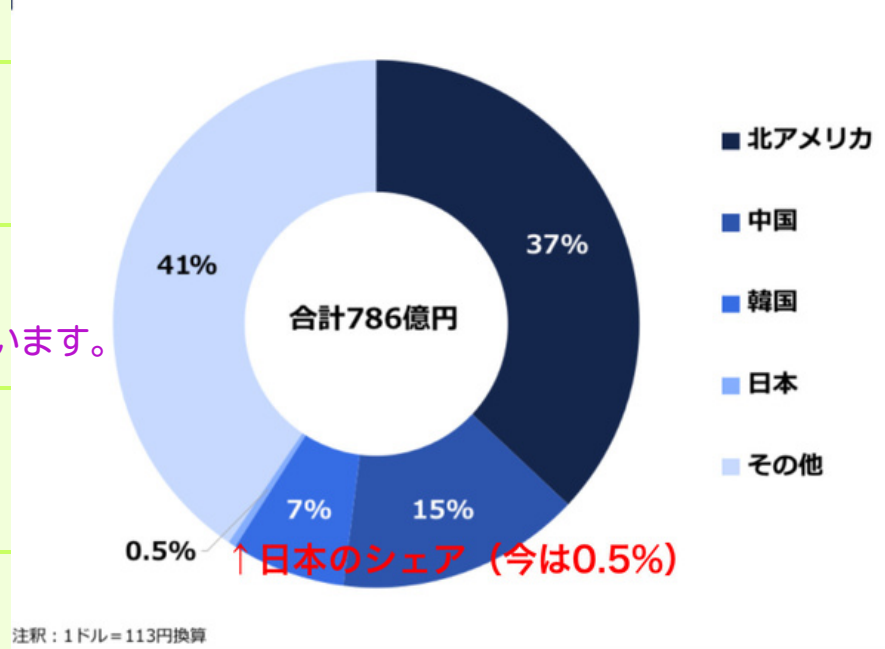
2019年の世界ゲームコンテンツ市場は前年比約2割増の15兆6,898億円
27億人の市場（欧米から中東アフリカへ）
ストリーミング視聴は2022年で9億人。世界のeスポーツの競技人口は1億人以上ですが、日本のeスポーツ競技人口は約390万人と言われており、世界で見ると日本は4%以下の競技人口です。他（日本国内のサッカー人口は約750万人、野球は約730万人）
総務省予測の25年には日本市場規模600億～700億円、周辺産業などを合わせて2,850億～3,250億円に成長するとはいえまだまだこれからの新ジャンルの産業。
この一部の利益を横浜が狙います。

グローバルゲーム市場収益規模は2020年に1,748億ドルに達し、2023年には2,000億ドルを超えると予測しています。
eスポーツに関しては2017年時点では700億円、2020年で1000億円市場

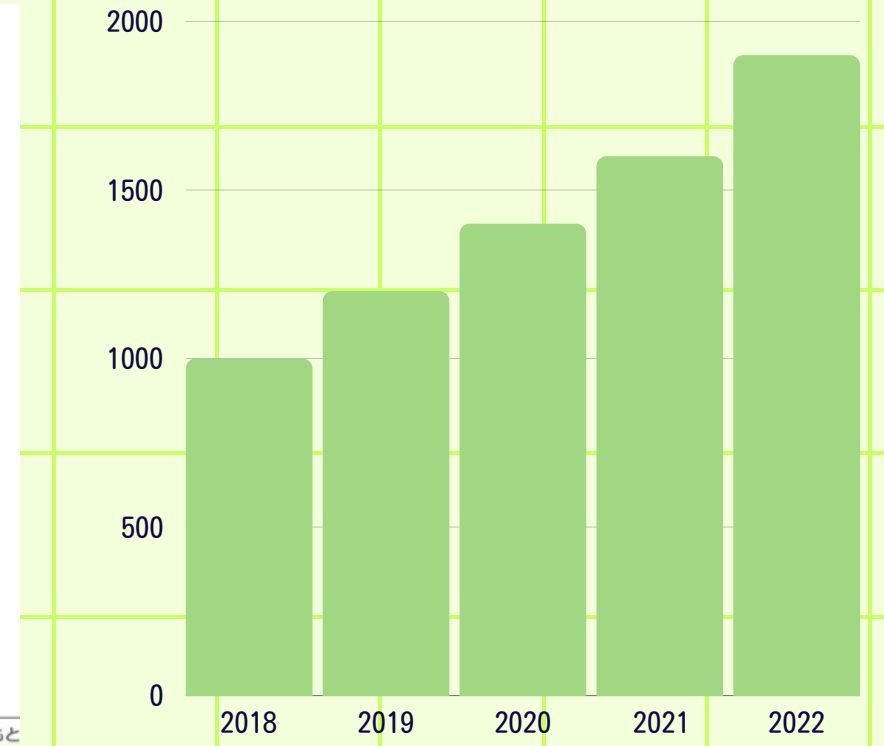
2019年の世界ゲームコンテンツ市場は前年比約2割増の15兆6,898億円
家庭用およびPC向けパッケージ市場は1兆3,519億円
デジタル配信ゲーム市場（モバイルゲーム、PC配信ゲーム、家庭用ゲームデジタル配信）は14兆3,379億円
ゲームの主流はデジタル配信となっています。
特にモバイルゲームが急成長している中国や、1.5兆円を超える日本市場が含まれる東アジア地域の売上は、6兆9,078億円と全体の44.0%を占めています。



国別のeスポーツ市場規模シェア



注釈：1ドル=113円換算
資料：GLOBAL ESPORTS MARKET REPORT 2017 (Newzoo)、eスポーツ産業に関する調査研究（総務省）をもと



世界の市場規模推移（単位億ドル）

01

どんな横浜市を目指すか？ 世界中が憧れる街

世界大会の誘致、世界中の人が憧れるeスポーツ界の甲子園的存在を目指す

新山下のあの景色だから出来る プロモーション戦略

eスポーツに使用可能なゲームタイトルは2-300（マイナーゲームの数だと数千タイトル）それらの市大会や県大会、全国大会の連日開催。VRスポーツやカードゲーム、ボードゲーム大会などの各種ゲーム大会やコスプレ撮影会など常時開催。

eスポーツ世界大会仕様の最新演出機器のメリットを活かして、アーティストや楽団、パフォーマンスイベントを適宜開催。



横浜のMM.山下公園の景色を背景に
世界タイトル決勝戦、開幕の花火が上がる。
優勝賞金100億円をかけて、
世界で闘い抜いた精鋭プレイヤーが集い闘う…
熱い闘いを見守るのはアリーナに集った5000人と
オンライン視聴の1億人のユーザーたち…

闘いは終わり、
勝者を祝う花火の背景には横浜の夜景…

世界タイトルのゲームになるとユーザーが1億人と言うタイトルも多く、多くの人々が注目をする競技となります。その為広告収入や放映権が跳ね上がることから優勝賞金も50億、100億円と高額になり、それを目指すプロゲーマーが熾烈な闘いを繰り広げます。

オリンピックやWBCの様に、互い熱く競い合う闘いは人々を感動させ心に残り、その決戦の地が特別な存在にすらなり得ます。

世界大会を誘致できれば多くの観光客、選手、関係者が横浜を訪れることになり、大会期間中は横浜で消費するお金も増えますが、

横浜来訪に至らぬともパソコンを通じてオンライン中継を行うことにより、

（主催者側は広告、放映料により運営資金を稼ぐ）共に横浜の知名度を上げ、横浜を世界にPRする効果もあります。世界タイトルの大会のプレビュー数は平均で2-7億プレビューあり、世界中の人々がパソコン画面越しに横浜の景色を観てもらふ事による「横浜の地への憧れ」を抱くのは、オリンピックやWBCのこうけい

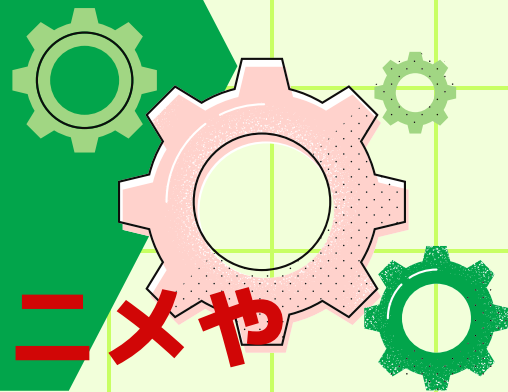
特に世界タイトル上位16の国際大会を横浜に誘致した場合の参考までにその視聴ビューは7億プレビューと大会賞金、

02

どんな横浜市を目指すか？マンガアニメの拠点

ここに来れば全てのマンガ、アニメに出会えるサブカルチャーの世界拠点

世界中にファン層が多い日本のアニメやマンガなどのサブカルチャーを最大限活用



横浜に来れば世界のアニメやマンガを味わえる最大の魅力はなんと言っても日本の誇るサブカルチャー。親子で一日楽しめるアニメの空間アミューズメントパーク、世界のオタクが聖地として訪れるミュージアムが横浜に



既に横浜で発信しているポケモンやガンダムのコンテンツを更にパワーアップしてミュージアム化

アニメ

1917年以來に制作された国産アニメーション1万4700タイトルのコンテンツをミュージアム化し記録保存。一部人気コンテンツのイベント、特別展示展、上映オフ会コスプレ撮影会などを実施。テーマパークの建設し同エリアの主要な来場客を狙う。

その他

音楽、ダンス、演劇、マジック、大道芸などのエンタメが出来る空間づくり
SUP、ヨガ、マラソンなどの都市型レジャーと連携しやすい環境整備

マンガ

作品数20万とも30万とも言われるマンガ文化を学術的観点からの歴史博物館と展示物も自由に閲覧出来る機能も含める。また関連グッズやフィギアなどの商品の販売展示（マニアからの寄贈も求める）も実施。特定コンテンツに関するイベントなども実施。

企業実験の場

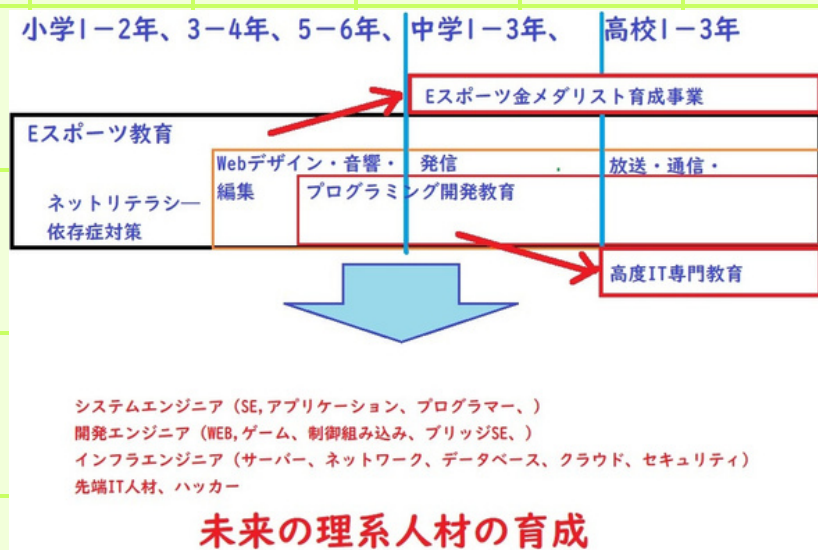
埠頭の閉鎖空間を生かしてスポンサー企業の実験の場として活用。6G実証実験やGPS機能を駆使したリアルゲーム、ロボットなどの自動運転などのデジタル最新技術の実験場としても活用。ゲーム会社の最新ゲーム発表、コスプレファッションショー、デジタル音楽の演奏会など日本企業があらゆるチャレンジが出来る空間を提供出来れば魅力的です

03 どんな横浜市を目指すか？関連産業や人材が育つ

若者が集い チャレンジ出来る街 YOKOHAMA DREAM

若い世代を徹底的に主役とした空間

世界一が観られる拠点には
世界一を目指す企業が…人材が…
そして若者が集う
最高水準を目指す企業の技術や
人材の技、若者の夢が飛び交う街、横浜



若者が活躍するチャンスを作る街

若い世代が生き生きと活躍できるジャンルとして「サブカルチャー全般」にまで枠を拡大。
eスポーツプレイヤー以外にも、編集、音響、舞台設定、プログラミング、webデザインなどデジタル技術を駆使した人材。イベント運営や（司会や撮影、設営）
また音楽やダンス、大道芸や演劇などの各種表現の場を求める若者世代が大いに活躍して稼げる、評価されるエンターテインメント空間を作り上げます。

学校でのデジタル教育

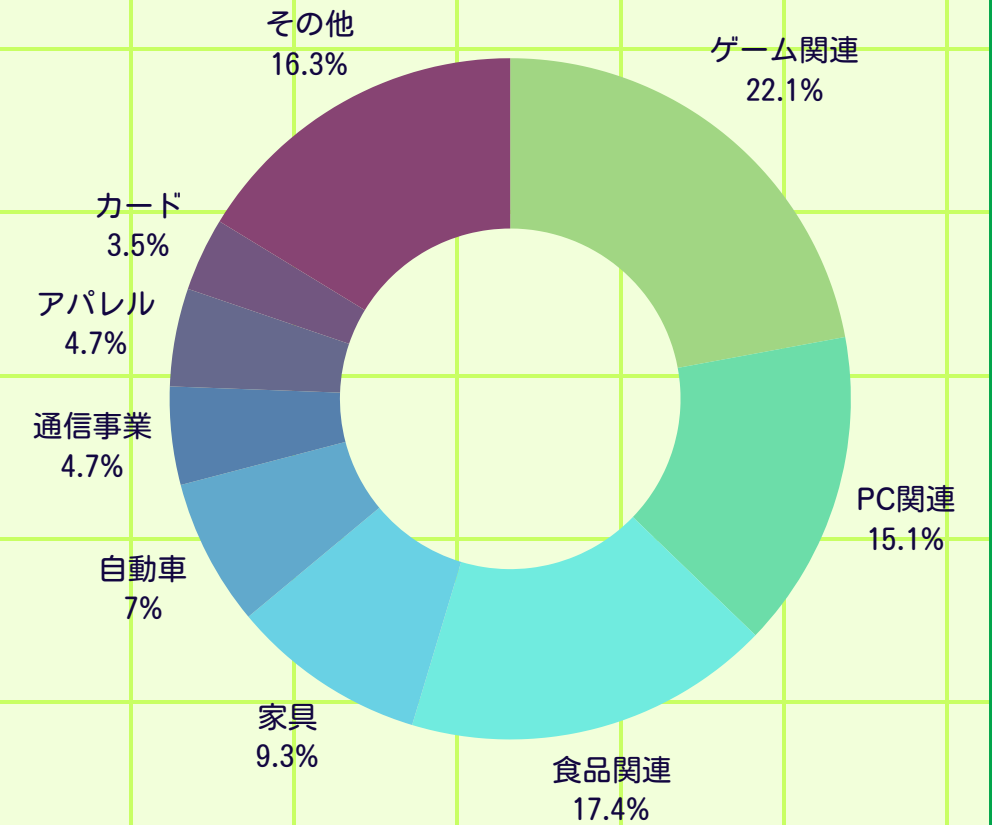
全ての始まりをEスポーツからスタートし「まずは楽しさ」を味わったのちに各種デジタル教育を行っていくことで、将来的にはまっ子はデジタル人材としてレベルの高い人が育っていく。

プロプレイヤー育成

部活や民間機関などを経て高度な技を持つ子たちを育成し、プロプレイヤーや将来の金メダリストを育てる

04

どんな横浜市を目指すか？ 税収アップ



観光業をはじめ 関連産業が成長し 税収アップ

経済波及で市内の産業活性化

ターゲットを日本国内にとどめず、世界に目を向け挑む必要があります

① 観光業界の成長

世界大会の聖地として世界へ放映（数億ビュー）町の知名度の向上と共に世界中の人が憧れる街に 来訪客が増え、宿泊サービス業が潤う

② 教育業界の成長

世界最高水準の技が繰り広げられる町においてそれを間近で触れらる子供たちへの教育が盛んに。 専門学校や関連グッズの需要が増す

③ IT業界の成長

デジタル教育で育った人材を求めてIT関連会社が市内に進出。技術研究やコンテンツ開発を行う。

Eスポーツ産業

雇用アップ

税収アップ

④ エンタメ業界の成長

アミューズメントパークで行われる音楽や演劇、歌や踊り、マジックや舞台、ダンス、大道芸などの人材が集い、それらの会社も市内で設立

⑤ 商店街・不動産業界の振興

物販・飲食店の連携・キャンペーン 不動産開発や投資・空き店舗再開発 商店街などのイベント振興

⑥ ものづくり業界の振興

アパレル・ゲーム開発・食品や家具など関連グッズの開発が盛んに。

その為にはどうしたら良いか？ その1：メイン会場の環境整備

横浜の夜景を活かした 世界大会決勝戦！ 世界タイトルの誘致に耐えうる アリーナ・各種施設の環境整備

最先端の演出が出来るメイン会場を有し、 常に競技が出来る環境を作ります

《山下に建設するもの》

・アリーナ

高速回線と巨大モニター、大人数収容スペース、光や音響の最新デジタル設備、海を活かしたド派手な演出（洋上花火）

その他、大小のゲーム大会が出来る会場空間。

※これらはコンサートなどほかのイベントでも活用可

（デジタル系の演出に優れた音楽会場として）

オリンピック選手養成特別ルーム

その他、ネット発信スタジオ、編集スタジオなど

・サブカルヒストリーミュージアム、レイヤー空間、VRスポーツ施設。

ゲーム交流空間（カードゲームやボードゲームも）

その他スポーツと名の付く施設（SUP、ロッククライミングなど）

・アニメテーマパーク

人気アニメや漫画・ゲームコンテンツのテーマパーク

（乗り物や体験型・物販等一般来場客のメインはこのテーマパーク）



↑ハイライトを飾る花火
演出を横浜夜景と共に



横浜が狙う世界タイトル

・Fortnite（フォートナイト）

プレイヤー人口が1億2500万人（過去の大会合計の賞金合計は約152億円）

・Dota 2（ドータツー）

（過去大会合計の賞金金額は365億円、2019年の賞金は37億円）

・PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS

プレイヤー人口は4億人

・League of Legends

プレイヤー人口1億人

（過去の大会合計の賞金金額約119億円、6億9500万円）

・Call of Duty:（コール オブ デューティ）

プレイヤー人口1億人

・Hearthstone（ハースストーン）

プレイヤー人口が1億人

・Overwatch（オーバーウォッチ）

プレイヤー人口が6,000万人

・VALORANT（ヴァロラント）

全世界ユーザー数：1日あたり平均300万人

・『Teamfight Tactics』（チームファイトタクティクス）

全世界ユーザー数：月間プレイヤー数3300万人

・『Counter-Strike:Global Offensive』（CS:GO）

（カウンストライク）ユーザー人口：～2000万人

FPS（過去の大会合計の賞金合計約171億5,000万円）

・『Rainbow Six Siege』（レインボウシックス シージ）

ユーザー人口：4000万人

・『ストリートファイターV、スプラトゥーン、スマブラ、荒野行動 Championship-



MMやベイブリッジの景色、
山下公園の緑など、「横浜の風景」
は貴重な財産。
この財産をうまく演出効果として
活用していきます。



その為にはどうしたら良いか？ その2：人材育成

競技人口を増やしプロプレイヤー 金メダリストを育てる その為の街ぐるみのデジタル教育

ゲームの楽しさから学ぶデジタル教育の第一歩

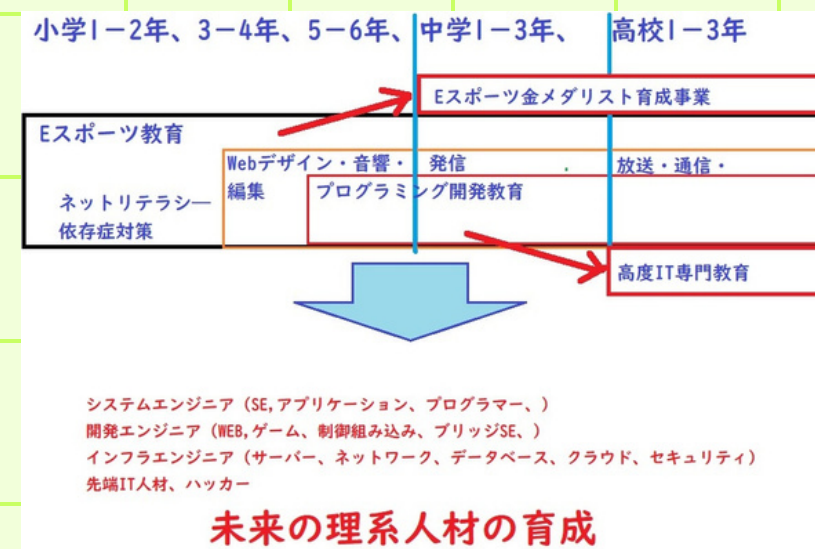
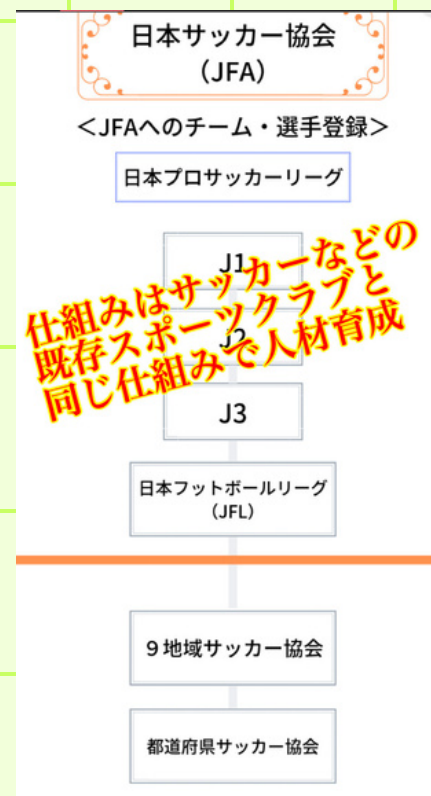
街ぐるみで人材を育てる気風が将来にわたる長い発展の礎となり、多くの企業を呼び込みます。教育プランに「デジタル教育としてまずはeスポーツの楽しさから興味関心を膨らませ、その後編集や音楽作成、webデザイン、プログラミングなどに学ぶ選択の幅を広げる」ゆくゆくは優秀なITエンジニアやハッカーなどの人材が育つことは町の産業や国防にも貢献出来るものと考えます。

もちろん当初のeスポーツに向いている人材はそのままプロプレイヤーやオリンピックを専門コースも。

(不登校児童へのケアも実施) 授業以外にも部活としてのeスポーツ部推進、地域の民間eスポーツクラブ、民間教室などとの連携をし、地区大会なども開催する事で人材育成の推進を図ります。

競技人口を増やす

日本のeスポーツ競技人口は約390万人と言われており、世界で見ると日本は4%以下の競技人口です。他(サッカーは約750万人、野球は約730万人)世界のeスポーツの競技人口は1億人以上と言われております。ゲームコンテンツが盛んであるにも関わらずeスポーツが浸透しない背景には「eスポーツ=子供の遊び」というネガティブな印象があり特に高齢者がその印象を強く抱いていることが挙げられます。



1億円プレイヤーの育成する

日本のeスポーツプレイヤーの中でも、JeSU (日本eスポーツ連合) のプロライセンスを取得しているプレイヤーの数は、2021年で230人、2022年現在269人と増えています。

■日本人賞金王

- 1位:kakip \$ 1,228,551.54 (1億5000万円)
- 2位:ふえく \$1,003,000.00(約1億800万円)
- 3位:ときど \$505,049.35(約5,200万円)
- 4位:ねぎま \$409,517.18(5000万円)
- 5位: glory \$370,751.00(約4,700万円)

■海外プロゲーマー賞金ランキング

- 世界1位 N0tail 7億4,000万円デンマーク
- 世界2位 JerAx 6億9,000万円フィンランド
- 世界3位 ana 6億4,000万円オーストラリア
- 世界4位 Ceb 6億円フランス
- 世界5位 Topson 5億8,000万円フィンランド

※企業契約・大会賞金以外にオンライン配信や広告などで稼ぐ。

金メダリストの育成する

昨今はオリンピック正式種目として検討されており、将来的に各種目における金メダリストを育てるべく早期教育が出来る環境を整備する必要があります。日本の金メダルは横浜から量産していれば、子供たちの憧れとなり町の誇りとなります。

その為にはどうしたら良いか？ その3：街全体の応援姿勢

eスポーツ政策としての 町おこし・地域活性化

街が本気であるからこそ企業もついてくる

1エリアの再開発に留めず市全体の改革を

冒頭にも説明しました通り「単なる山下埠頭の再開発」で終わらせるのではなく「これをきっかけとした横浜市の未来の発展のための起爆剤」と考えるのであれば、山下エリアのみの話をしていても限界があります。

この再開発を機に横浜市政全体の見直しを図ると同時に、我々市民も将来像を共有した上で積極的に変化に挑む姿勢が大事であると考えます。

行政と市民の本気度が企業や世界から注目を集め、そして機会を呼び込みます。

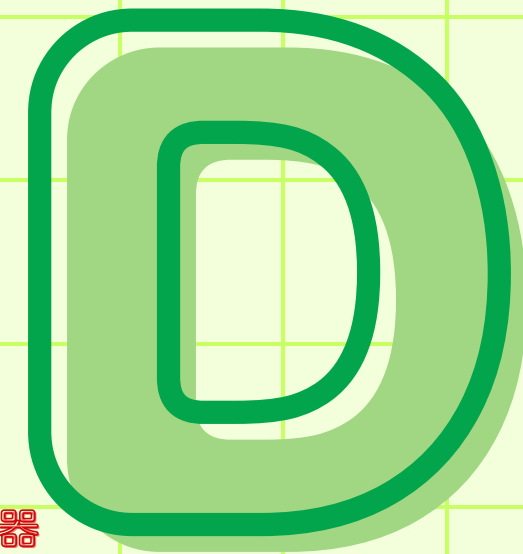
横浜市として推進する主な施策

こども青少年局、経済局、文化観光局、健康福祉局、国際局、にぎわいスポーツ局、デジタル統括本部、

- ・小学校におけるデジタル教育の最初をEスポーツから（後にプログラミングや編集などに枝分かれ）
- ・依存症対策と体力低防ぐための保健体育との連携（VRなど）
- ・専門学校の設備補助・開校補助（会場費用など減免）
- ・既存飲食店舗のEスポーツカフェ化への改装補助（プロジェクター、ゲーミングPC、スクリーンの補助）
- ・各学校のEスポーツ部の創設と大会推進
- ・ボランティアエコ活動でEポイントでゲームが出来る（子供にお金を使わせない）
- ・商店街空きスペースにEスポーツカフェ設置（お年寄り運営）
- ・デイサービス対抗・将棋麻雀大会、年代別マイナーゲーム大会
- ・ストリートEスポーツ会場設置（横浜駅北改札口や関内プロムナードなど）
- ・横浜市を舞台としたレーシング・格闘・シューティングゲームを作成し公式大会開催（コンテンツ販売した売り上げの一部を横浜市に）
- ・地元企業の関連グッズ推進（崎陽軒べんとうと抱き枕、有明ハーバー手が汚れないお菓子、日産ハンドルと椅子の開発、）
- ・定期的に市が主催のゲーム大会開催（18区大会や各種マイナーゲーム大会協力）
- ・飲食店でのEスポーツ発信設備の設置補助（各店舗独自のでゲーム大会奨励）
- ・ホテルの高速インターネット回線、ハイスペックマシンの補助（観光客や選手向け）
- ・空き家のゲーミングハウス改装費用補助、
- ・プロゲーマー育成奨学金、オリンピック金メダリスト育成事業
- ・世界大会出場遠征費用補助



その為にはどうしたら良いか？ その4：スポンサー企業



横浜の挑戦に呼応してくれそうな企業、スポンサー

街が本気であるからこそ企業もついてくる

街の本気度が企業に投資を出させる

企業が投資を行う上で大事なものは「将来に渡り利益が出るか」
そこでビジネスを始める上で地元住民の積極姿勢、行政の積極支援は重要な判断材料となります。
各企業も新ビジネスに向けて内部留保を使うタイミングを見定めている時期。逆に市民と行政が一体となって新ビジネスに向けた姿勢を示すことが出来れば、各企業は大きな投資も関東俎上に上がるでしょう。

「山下埠頭にアミューズメントパークを作る」のは各企業であり、各企業が「その建設に見合う投資をさせる環境づくり」を市民と行政が担ってこそ、採算を考慮し、成り立つ事業であると考えます。

スポンサーとして参入している企業

- ①ルイヴィトンがLoL世界大会に
- ②日清食品は国内外の大会に協賛
- ③サッポロビールはチーム設立
シャドウバース、格闘、サッカーゲーム等
- ④おやつカンパニーの新たな視点
- ⑤ロート製薬は単独選手と契約
- ⑥NTTドコモ/KDDIは5Gの主戦場へ
NTTドコモはイベント協賛が中心
KDDIはプロスポーツチームへ協賛
eスポーツ参入の携帯会社の狙い
5Gを使った技術検証の場
若者へのブランディングアピール
- ⑦アイ・オイ・データ機器の取り組み
吉本興業がヨシモト∞ホールを
お笑いライブとeスポーツ大会の施設
として建設したことが話題となりました

- ◆企業
ルイヴィトン
日清食品
サッポロビール
おやつカンパニー
ロート製薬
等
TTTドコモ/KDDI(au)
アイ・オイ・データ機器
日本プロサッカーリーグ(Jリーグ)日本プロ野球機構(NPB)

- ◆パブリッシャー
ソニー、セガ、バンダイナムコ、コナミデジタル、カプコン、タイトー、任天堂
- ◆チーム運営、
アミューズ、吉本、
- ◆サプライヤー
DELL、KDDI.NTT.サードウェーブ、mcj.マウスコンピュータ、レノボ、インテル
- ◆大会運営
エイペックス、テレビ朝日、角川、NTT、凸版印刷、jcg

- ◆2021年にNTTドコモが主催の『PUBG MOBILE JAPAN LEAGUE』が開催。(プレイ人口が全世界で1億人)国内の強豪である16チームが競い合い、世界大会出場権と賞金総額3億という国内の大会では非常に珍しい高額賞金の大会でした。
- ◆KDDIはプロスポーツチームへ協賛eスポーツ参入の携帯会社の狙い5Gを使った技術検証の場へ、若者へのブランディングアピール
- ◆アイ・オイ・データ機器の取り組み
- ◆吉本興業がヨシモト∞ホールをお笑いライブとeスポーツ大会の施設として建設したことが話題となりました。

eスポーツを基軸とした世界のサブカル拠点に向けての導入のプロセス

4つの流れを1つの大きなうねりに…

A

サブカルチャーを世界へ発信する拠点

eスポーツ世界大会を運営出来る環境を整えて、マンガやアニメを含めたコンテンツを売り出す

B

若い世代を主役とした人材育成のための教育

デジタル教育の一環としてeスポーツを推進し1億円プレイヤーを誕生までの長い工程で競技人口を増やす

C

行政と市民のアクション街の本気

教育のみならず福祉、地域経済・産業、サービス、観光などのあらゆる分野でのeスポーツ推進のアクション

D

企業が投資しやすいと感じる環境整備

山下埠頭の再開発に投資してスタジアムなどの建設と以後の世界大会のイベント運営デジタルコンテンツの実験の場

これらの流れを踏まえて日本の自治体に先駆けて横浜の街が本気でeスポーツに邁進していくことでeスポーツ後進国である日本が大きく飛躍していくきっかけとなればと考えます。

時代の風は「幕末から明治にかけて」と同じ風が吹いています。

横浜から「日本の新たな開港」をしていきましょう！

eスポーツ推進に向けたタイムスケジュール

山下埠頭の再開発がまず最初ではなく、市民と行政の本気度を示すことが、企業の姿勢を動かして、山下埠頭の再開発につながります。日本の自治体に先駆けて横浜がまず実践することで、eスポーツにおける横浜の地位は不動のものとなるでしょう。人材育成には時間がかかるので、世界に通用するプレイヤーが横浜から誕生し、世界を席巻するには10-20年の月日は有すると思われませんが、そうなった時の横浜という街の未来はとても明るいものがあると確信します。

