

① 大人向け SKDs 未来の担い手育成プロジェクト講座

質問時使用パネル

レインボーブリッジ 待ち合わせ 同じ景色を見て、一緒に笑った。港南地区 39 橋ぶらり散歩

背景

コト消費への需要が高まる中、作品の世界観を現実の街で体験するイベントが定着しつつある。港南地区の「39の橋」とパンナム IP「ミリオンライブ！」の「所属アイドル数39名」という数字の一致をフックに、港南地区への回遊を創出する。

ターゲット

20-40代の東京都在住のコンテンツファン
彼らは推しの活躍を見るためならば、是非でも現場に足を運ぶ傾向がある。イベントへの参加自体をプロデュース活動と捉え、自主的に SNS 投稿をする。

アイドルマスターミリオンライブ！とは ... トップアイドルを目指す 39名のキャラクターたちを、プレイヤーは「プロデューサー」としてプロデュースする育成ゲーム・アニメ



イベント用マップのイメージ図
港南地区 39 箇所の橋に、それぞれ担当アイドルを配置。GPS を活用し、橋に近づくとその橋担当との会話劇 (ショートドラマ) がデバイスで再生される。



会話劇のイメージ図 (フェーズ1)
担当している橋に近づくと会話劇その1を再生することが可能になる。会話の内容は橋についてを語ったりするなど想定している。



会話劇のイメージ図 (フェーズ2)
フェーズ1で会話劇を解放した後本イベントのゴールであるレインボーブリッジに到達することで、キャラクターとのレインボーブリッジを背景にした会話劇2を再生することが可能になる。

橋梁上の通行拒否を防ぐため、現地では GPS チェックインのみを行う。また GPS 判定を橋の上だけでなく、周辺の広場や歩道を含めた広範囲に設定し、安全な場所でのプレイを誘導する

限定グッズが含まれた「待ち合わせセット」などをチケット代をメインの収益として、収益構造を考える
港区やアイドルマスター公式 SNS などメディアでの宣伝で、イベント参加への誘引を行う

考慮する点

短期集中による混雑・混乱を避け、ファンのライフスタイルに合わせて参加できる「ゆとりある期間」を考えている (例 1ヶ月)

費用

グッズ制作費	サイト制作費	広告宣伝費
キャラクターボイス収録費	運営管理費	その他

コンテンツツーリズム

港区企業IP活用を!

街歩き促進

水辺観光も

