

アイドルマスター ミリオンライブ！×相模原市 コラボキャンペーン 結果発表

令和5年2月23日から3月12日まで実施したコラボキャンペーンでは、市内外から多くの方にご参加いただき、市内のスポットやスイーツ店をめぐっていただきましたので、その実施結果についてお知らせします。

■参加者について ※1

- *76%が20代～30代
- *86%が市外在住、うち51%が初めて相模原市を訪問
- *北海道から沖縄県まで34都道府県から参加
- *60%の参加者が、すでにノベルティの配布が終了していた施設等にも訪問

■「相模原」と聞いてイメージするものの変化 ※1

	参加前	参加後
スイーツ	3%	66%
宇宙	31%	86%
たまご	4%	45%
自然	54%	82%
サイクリング	7%	30%
アート	2%	12%
特にイメージはない	28%	1%

※複数回答あり

■コラボカード配布施設の総売上額の伸び率 ※2

施設名	前年同期比	平成31年同期 (コロナ禍前)比
相模原市立博物館	5倍	1.4倍
さがみはらアンテナ ショップsagamix ※	1.7倍	1.7倍
相模湖観光案内所	7.6倍	2.5倍
平均	約4.8倍	約1.9倍

※1日あたりの総売上額の歴代1位、2位を当該期間中に更新

■その他

- *公式ハッシュタグ「#相模原ミリオンコラボ」の付いたTwitter投稿は約10,000件。
- *キャンペーン初日及び初日に完売したコラボグッズの再販売日には、全国から訪れた多くの参加者により、開店前から長蛇の列ができた。(コラボグッズは全て完売)
- *コラボコースターは、キャンペーン最終日を待たずに全枚数配布終了した。

■参加者の声(一部抜粋) ※1

- *相模原が通過点から目的地になりました。
- *地元民ながら、参加して初めて知ったことや訪れた場所が多かったです。スイーツにこんなにも力を入れていることも改めて感じました。
- *相模原市のことをここまで知り好きになるとは思ってもいませんでした。最高のコラボをありがとうございました。
- *2回3回と訪れたいような仕掛けがあり、非常によく考えられたコラボでした。
- *Twitterを中心とした熱心なプロモーションや姿勢に、自然と参加したい！と思わせてくれました。
- *Twitterでグッズやノベルティの売り切れ、配布終了をしっかりと発信してくれたのでとても助かりました。

■参加施設等の声(一部抜粋) ※2

- *期間中の来客数は約3倍になり、お客様はいい人ばかりで、仕事がしやすかった。
- *お客様にとっても、お店にとっても新しい発見、出会いがあり、斬新で大胆な良い企画でした。
- *ファンの巻き込み方を含めかつてない最高に素晴らしい企画だと思います。やっていて面白かった。

※1 参加者へのwebアンケート結果 (回答数:700件、回答期間:令和5年3月13日～20日)

※2 参加施設等へのwebアンケート結果 (コラボカード配布施設:3施設、コラボコースター配布店:11店)

【参考】コラボキャンペーンについて

<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000173.000072959.html>

問合せ先 観光・シティプロモーション課
 電話 042-707-7045