
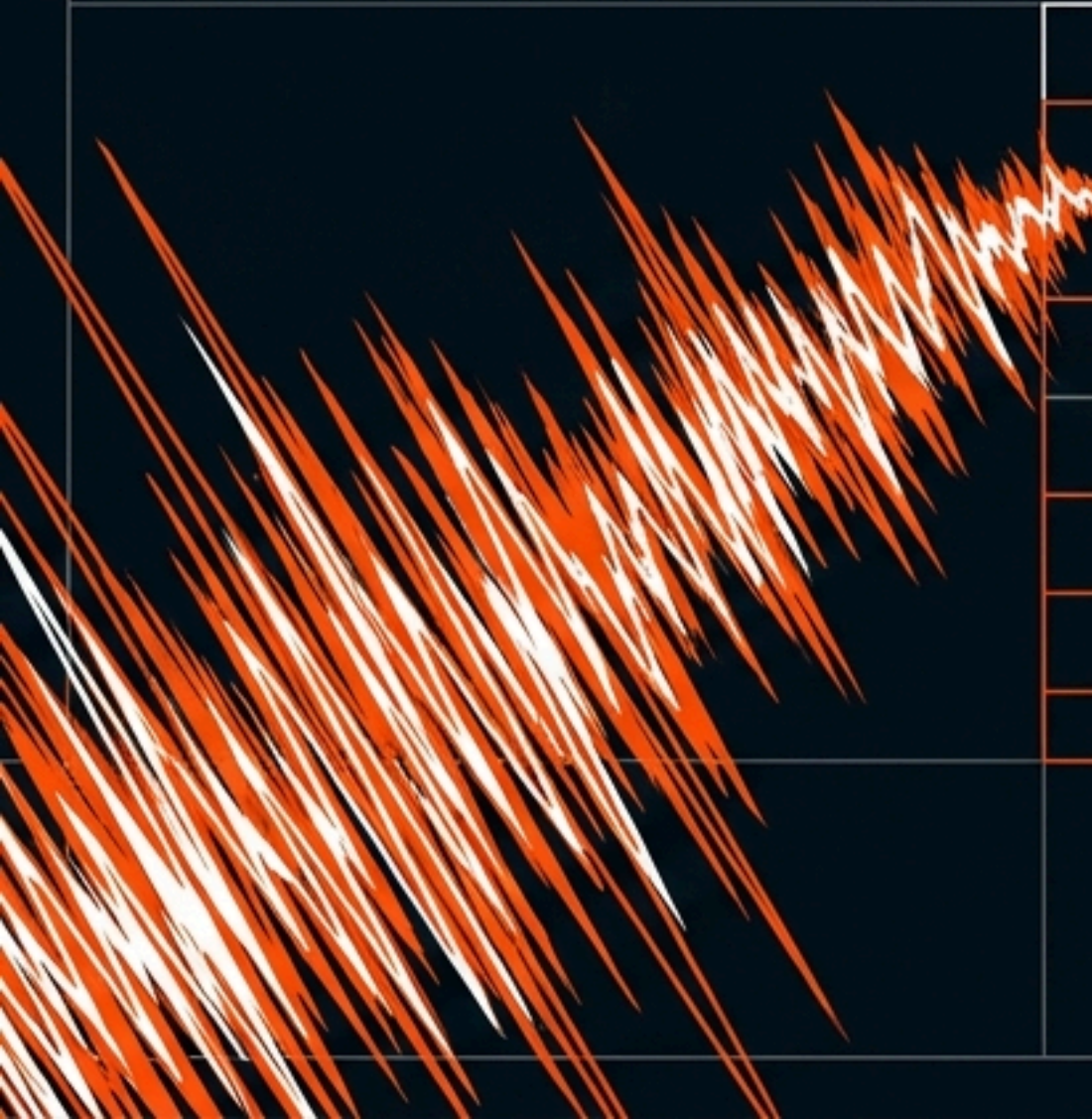


圧倒的な熱狂でZ世代・ミレニアル世代
を魅了する、次世代のブランド体験を。



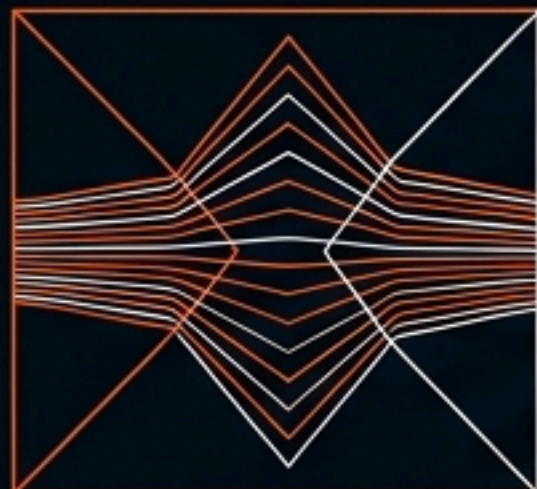
RAMPAGE JAPAN Vol.2 Sponsorship Proposal

2026.05.30 [SAT] | ZERO TOKYO (MAIN + RING) | Target: 1,000 Capacity

巨大なナイトタイムエコノミー

9.8兆円超 (2024年度市場規模)

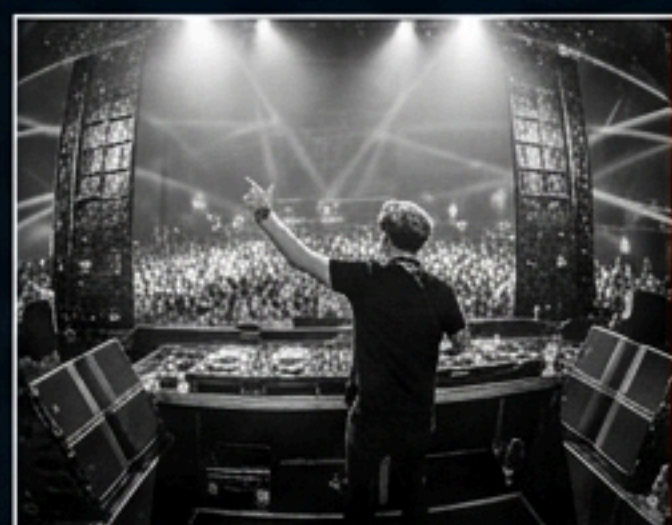
Z世代を中心とした夜間の「体験型消費」の核。



アジア最速成長市場(フェス市場)

434億円 (+11.5% 前年比) / 日本フェス市場
CAGR +24.5% (予測)

コロナ禍を完全に脱し、高単価・高動員の成長フェーズへ。

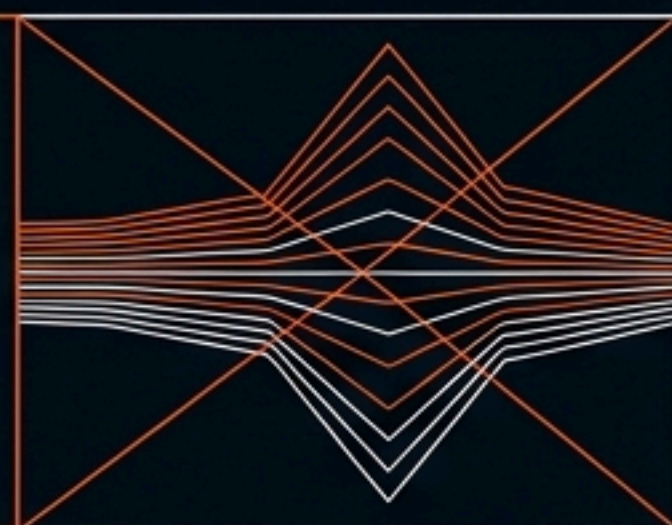


次のメインストリーム

Drum & Bass:
+94%
(Spotify UK ストリーミング増加率)

Dubstep:
+35%
(Soundcloud YoY)

現在世界で最も成長率の高い電子音楽ジャンル。



世界で年間3万人以上を動員する「宇宙最大のベースミュージック・パーティー」。

2009年にベルギーで誕生したベースミュージックの祭典「RAMPAGE」。単なるニッチジャンルをメインストリームへと押し上げ、グローバルな地位を確立した公式独占パートナーとして、日本へ上陸。



30×
GROWTH

2009から2024年の
動員数成長倍率

50+
COUNTRIES

参加者の出身国数

300+
ARTISTS

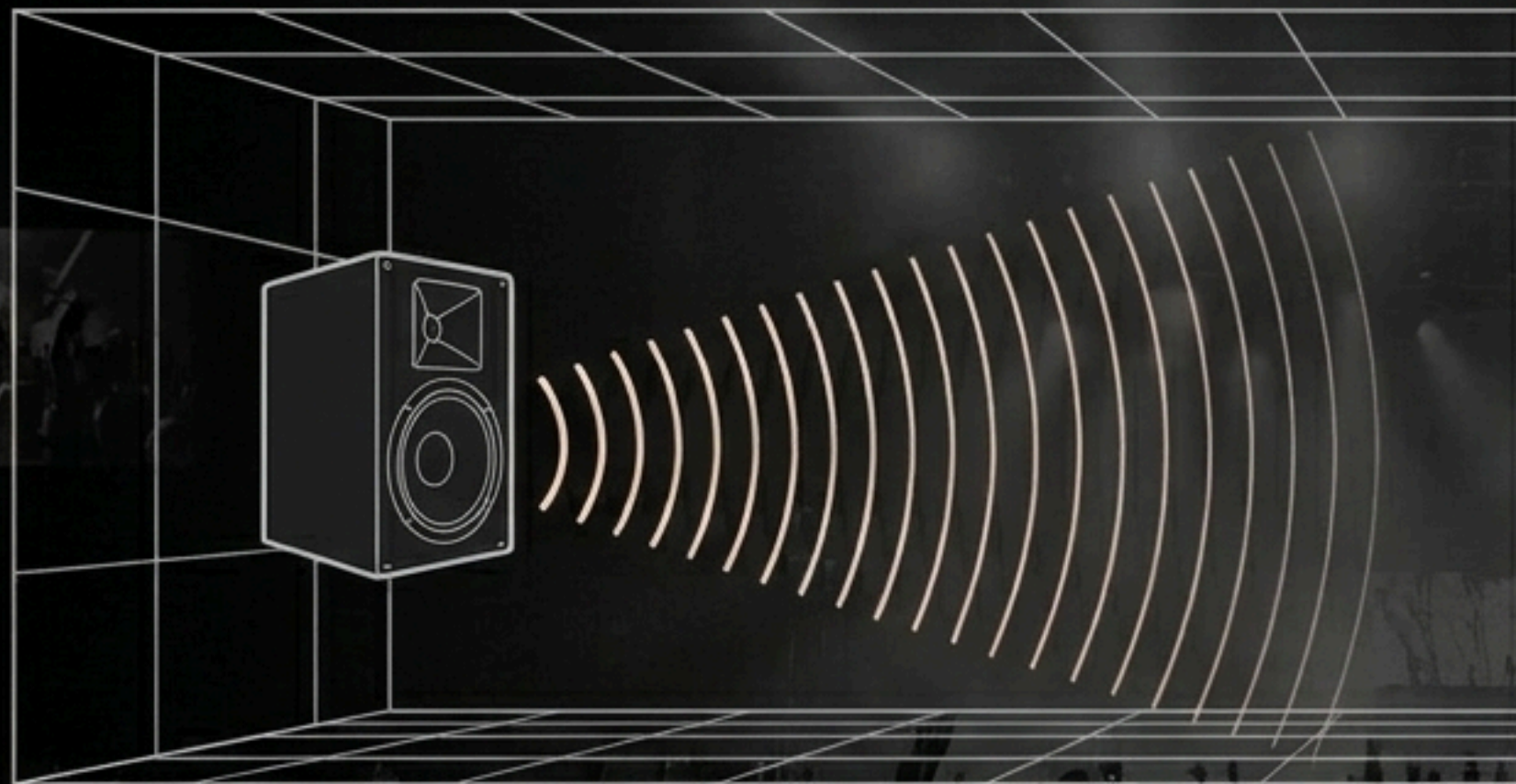
2025出演アーティスト数

総合型フェスとは一線を画す、 超特化型だからこそ生み出せる「深いエンゲージメント」。

| | RAMPAGE JAPAN | ULTRA JAPAN | GMO SONIC |
|---------------------------------|---------------------------------|----------------------|----------------------|
| 音楽ジャンル (Genre Focus) | Drum & Bass / Dubstep (超特化型) | EDM / HOUSE (総合型) | EDM / K-POP (一般型) |
| コミュニティの質 (Community Quality) | 音楽への愛着が深く、 離脱しにくい | 流行に敏感だが 飽きやすい | 出演者(推し)に依存し 流動的 |
| コアターゲット (Core Target) | 熱狂的音楽ファン、 ダンスミュージック・コア層 | パーティー好き、 インバウンド | Z世代、 Pop Musicファン |
| 音楽リテラシー (Audience Literacy) | 極めて高い (曲のドロップやレーベルに精通) | 中程度 (有名曲に反応) | 流動的 |

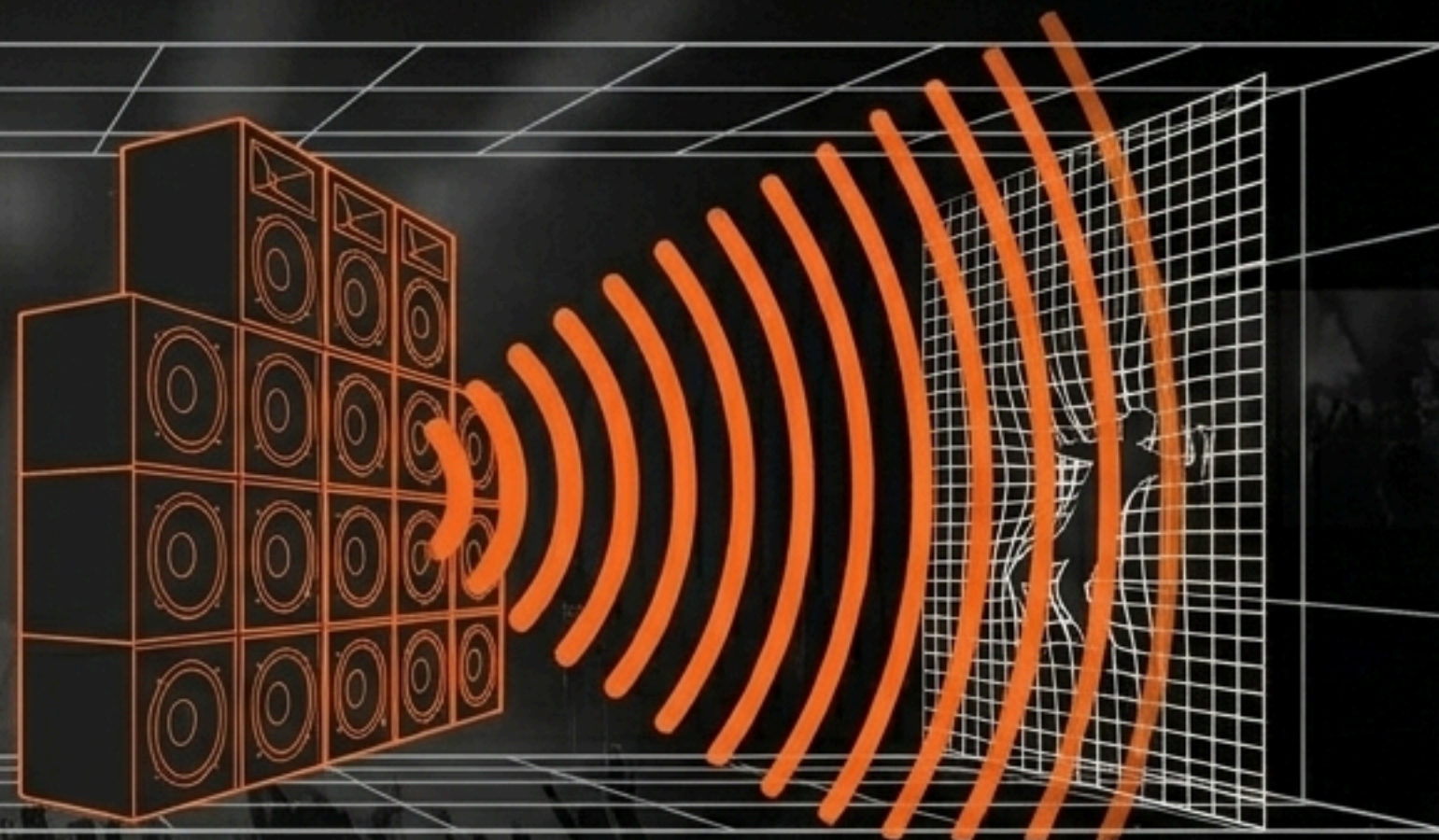
ニッチではなく「熱狂」を生むコアジャンルに完全集中。
BASS MUSIC専門のフェスティバルブランドとしては国内唯一であり、競合不在のブルーオーシャンを開拓。

鼓膜ではなく身体を直接揺さぶる、
10万ワットの「物理的な振動」と視覚の完全同期。



10,000 Watts

一般的なクラブ音響。音を「聴く」体験。



100,000 Watts

RAMPAGEの真骨頂。過去最大級の「重低音専用」プロダクション。
音が鼓膜に届く前に、肺や内臓、皮膚を直接揺さぶる物理的な体験。

視覚と聴覚の完全同期。ベースのキックに合わせて放たれる数万ルーメンの巨大LEDとレーザー演出。
圧倒的な音圧の中で視覚情報が同期し、日常から完全に切り離され、没入空間を創出。

流行の最先端を走り、 高単価な体験消費を牽引するハイブリッドな熱狂層。



The Digital Native Basshead (デジタルネイティブ層)

Age: 18-35

EDM/Bass Musicシーンを牽引。流行感度が高く、SNSでの発信力が極めて高い。体験・カルチャー消費の中心層。



The Rock-Crossover Fan (邦楽ロック・バンド層)

ナイトクラブの没入感と、フェスの解放感を両方求める。激しい音(重低音)とモッシュ・ヘドバンなどの身体表現を好む。



The Inbound Experience Seeker (インパウンド・訪日外国人)

新宿歌舞伎町という立地を活かした国際観光客。ナイトライフ消費意欲が旺盛で、世界基準の音楽イベントへの需要が高い。

これらすべてが交差する「1,000名」の濃密なコミュニティへ一挙にアプローチ。

ニッチを数万人の巨大市場へ拡張する、 独自の方程式「文化の核融合(Crossover)」。

BASS MUSIC (RAMPAGE)

世界最大級の圧倒的な重低音・非日常体験。

邦楽ロック/ヘビー系

市場規模:590億円 / フェス動員25万人超

邦楽ロック/ヘビー系

市場規模:590億円 / フェス動員25万人超

共通する
「激しさ」「重厚な低音」
「モッシュピット等の
身体表現」をフックに、
ジャンルの壁を超えた
クロス導線を設計。

アニメ/サブカル系

市場規模:856億円 / J-Core/
高BPMへの親和性

激しい音楽の融合は既に機能している。
(例:NEX_FEST 幕張メッセ即日完売 /
MEGA VEGAS 神戸7,000人定着)。

妥協なき初期投資が証明した、 圧倒的な熱量と驚異的なリピート意欲 (Vol.1 実績)。

4.51 / 5.0

総合満足度
(サウンド品質: 4.69)

88.9%

再参加意向

800名

初回動員数
(国内ベースイベント
最大規模を即座に更新)

50%超

同伴率
(高い没入感が「紹介の輪」
を生むバイラル効果)

総予算1,500万円。

海外DJ招聘、
圧倒的な音響・特効・照明に
妥協なく投資し、
あえて**先行投資**として
赤字を計上してでも
「**本国レベルの質**」を
完全に担保。
結果として**強固な**
ブランド認知と信頼を獲得。

2026年5月、ロック層を本格的に取り込み、 動員**1,000名**(フルキャパシティ)の熱狂へ。

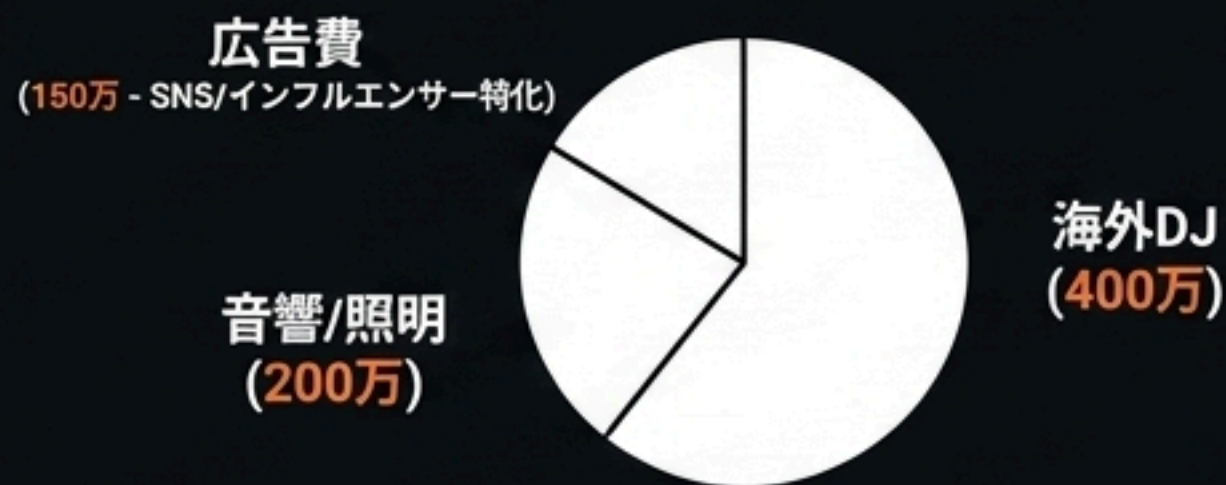
2026年5月30日(土) / 新宿 ZERO TOKYO (MAIN + RING)

Strategic Upgrade



第1回で構築した認知度を基盤に、さらなる客層拡大を図る。ベースミュージックとロックのクロスオーバーを実現するため、サブフロアに「**バンドマンDJ**」を起用し、**ロック層**を直接囲い込む。

Financial Plan



予算 **1,200万円**

戦略的なチケット価格設定により**1,000名の動員**を確実なものとし、次なる大型フェス化への布石を打つ。

アジア最大のベースミュージックフェスへと スケールアップする、2029年までの確実な道筋。

2025 (Vol.1)

動員800名超。ZERO TOKYO。日本のシーンに確かな第一歩を刻む。

2026 (Vol.2 & 3)

動員1,000名(フルキャパ)。本件。ロック層とのクロスオーバー実証。

2027 (Vol.4)

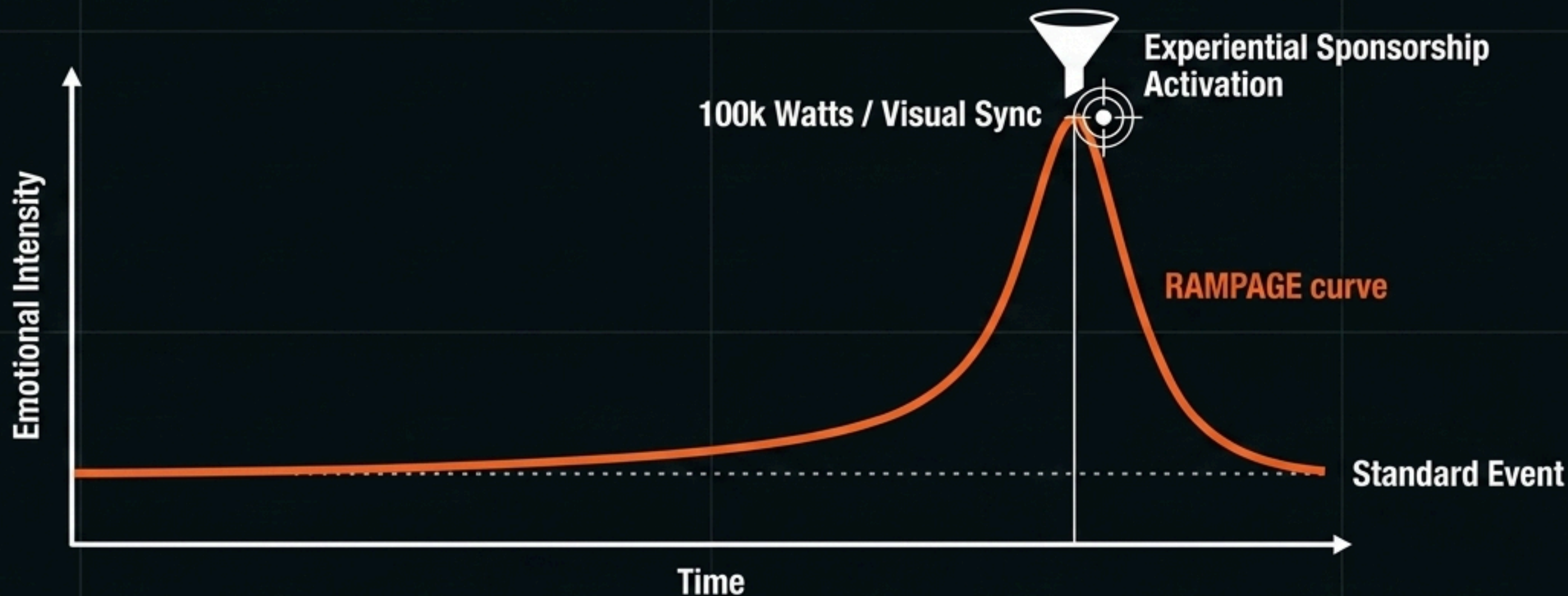
5,000人規模の大型フェス開催。クラブ×フェス層から完全に認知された確立期。

2029 (Vol.5 Peak)

数万人規模の野外フェス。ベルギー本家と同等のスケール感。日本のEDMシーンにDRUM & BASS、DUBSTEPを完全に浸透させた「日本最大」のブランドへ。



体験の「ピーク」にブランドを配置し、 非日常の高揚感を深いロイヤルティへ変換する。



Direct Reach (高感度層への直接接点)

音楽・ファッションに敏感な18-35歳、およびインバウンド層へダイレクトにリーチ。

Physical Immersion (紹介の輪を生むバイラル)

同伴率50%超。強烈な物理的没入感が、コミュニティ内の自然な口コミ・波及効果を誘発。

Emotional Imprinting (感情と結びつく刷り込み)

満足度4.51という非日常的な熱狂体験のコア(Dropの瞬間)に貴社ブランドを配置。ポジティブな記憶とブランドが強烈に結びつく。

貴社のマーケティング課題に合わせて柔軟に構築できる、 モジュール式の協賛パッケージ。

単なるロゴ掲出にとどまりません。10万ワットの音響、映像演出、サンプリングなど、課題に合わせた立体的なアクティベーションを設計します。

MAIN SPONSOR (メイン)

- ・ イベント冠名の付与。メインスクリーンでのCM動画放映(複数回)、VIPテーブルご招待、特設ブース設置、サンプリング、SNSコラボ、全PR素材への最上位ロゴ掲出。

EXPERIENCE SPONSOR (体験型)

- ・ 特設ブース設置、サンプリング、SNSコラボ、PR素材ロゴ、会場内スクリーンロゴ、アフタームービーへのクレジット。

BRANDING SPONSOR (ブランド)

- ・ PR素材ロゴ、会場内スクリーンロゴ、アフタームービーへのクレジット。

チケット収入に依存しない、音楽とライフスタイルを横断する独自の収益エコシステム。



限定アパレル展開 (Apparel)

単なる記念品(マーチ)ではなく、ストリートで映える高いデザイン性を追求した「日常着」。イベントの熱狂をファンのライフスタイルへ浸透させ、日常的なPR効果を生む。



動画コンテンツ (Nightdrive Sessions etc.)

音楽を「聴く」だけでなく「体験」としてパッケージ化。都市の夜景×オープンカー×DJプレイの映像美など、独自の高品質デジタルコンテンツによる収益とブランディング。



音楽特化型リフォーム (Architecture Synergy)

母体である辰充工務店の建築技術を活かし、プロ仕様の防音・音響設計を住空間に統合。イベントの熱狂を日常で再現する高付加価値BtoCサービス。

22歳の天才オーガナイザーの圧倒的な機動力を、創業40年の強固な財務基盤が支える。

機動力とグローバル実績:Core Music

代表・馬場 建(22歳)。13歳からのオーガナイザー歴(9年)。
海外アーティスト30組以上の直接招聘実績。国内主要ベニューでの
開催実績を誇る少数精鋭のプロフェッショナルチーム。

安定と信頼の基盤:株式会社辰充工務店

1982年創業(設立40年超)、年商約5億円、従業員40名。
強固な財務・バックオフィス基盤のもと、コンプライアンスを徹底した持続可能なフェス運営を完全バックアップ。

2027年の数千人規模フェス化へ向け、 新たな熱狂の波を共に創る パートナーをお待ちしています。

RAMPAGE JAPANは、単なる音楽イベントではありません。
日本のカルチャーと世界の最先端が交差する、巨大な感情の震源地です。
この熱狂のコアに貴社ブランドを配置し、次世代の深いロイヤルティを獲得するための
オーダーメイドの協賛プランをご相談させていただきます。

お問い合わせ窓口

✉ : info@tatsumikomuten.com

☎ : 090-3607-0776

🌐 : <https://tatsumikomuten.com>