

2026年10月1日

京急で“推しと旅する”デジタル体験型コンテンツ「京急でキュン旅」第3弾

『青春ブタ野郎はディアフレンドの夢を見ない』

横浜市コラボキャンペーン× 開催

京浜急行電鉄株式会社（本社：横浜市西区、取締役社長：川俣 幸宏、以下 京急電鉄）は、『青春ブタ野郎はディアフレンドの夢を見ない』横浜市コラボキャンペーンの一環として、2026年10月8日（木）から11月3日（火・祝）までの期間、デジタルコンテンツを中心にした体験型の周遊コンテンツ「京急でキュン旅」第3弾を開催いたします。

京急沿線6スポットにて、青ブタ＜大学生編＞登場キャラクターのスタンディパネルが登場するほか、スタンディパネルに掲載の二次元コードを読み取ると、京急線各駅を背景としたスポット限定のオリジナル壁紙を取得いただけます。



キービジュアル

本企画は、劇場アニメ「青春ブタ野郎はディアフレンドの夢を見ない」（以下 本作品）の全国公開に合わせて開催される『青春ブタ野郎はディアフレンドの夢を見ない×横浜市』の一環として実施するものです。本作品は、シリーズ累計発行部数400万部を突破した人気小説「青春ブタ野郎」シリーズが原作のアニメシリーズ最新作で、京急沿線の大学が舞台になるなど、横浜のスポットが登場します。

本取り組みは、京急グループ社員起点の新価値創造プログラム「ICHIRYU（一粒）」において、京急グループのアセットを活用し、移動・体験・IPコンテンツを融合することで、京急沿線でいつでも「推しとの旅」を楽しめるサービスを提供する「京急でキュン旅」の事業化に向けた取り組みの一環として実施するものです。

今後も、京急電鉄では新たなエンタメ体験の提供により、沿線の新たな魅力を創出するとともに、回遊性を高めることで、沿線の価値向上に向けて取り組んでまいります。

詳細は別紙のとおりです。

「青春ブタ野郎はディアフレンドの夢を見ない」横浜市コラボキャンペーン

×京急でキュン旅について

1. 概要

京急沿線6スポットにて、青ブタ＜大学生編＞登場キャラクターのスタンディパネルが登場いたします。また、スタンディパネルに掲載の二次元コードを読み取ると、スポット限定の京急線各駅を背景としたオリジナル壁紙を取得いただけます。

2. 実施期間 2026年10月8日（木）12時～11月3日（火・祝）

3. 特設サイト

詳細については特設サイトをご確認ください。

＜「京急でキュン旅」特設サイト＞

<https://kyuntabi.keikyu.co.jp/campaign/aobuta-dearfriend/>

＜横浜市コラボキャンペーン 特設サイト＞

https://www.welcome.city.yokohama.jp/blog/detail.php?blog_id=445

4. スタンディパネルの設置について

設置場所	キャラクター
ウィング高輪 WEST-I 2階らせん階段前	美東美織
羽田空港第3ターミナル駅 地下2階1番線ホーム改札外	赤城郁実
京急蒲田駅 改札内	姫路紗良
京急川崎駅 改札内	広川卯月
上大岡駅 3階改札外	岩見沢寧々
金沢八景駅 改札内	桜島麻衣

※施設ごとに営業時間は異なります。営業時間の詳細は、各施設の公式サイトをご確認ください。

※周囲にご配慮のうえ、安全にお楽しみください。

※各スポットにおける長時間の滞在や改札付近での立ち止まりはお控えください。



5. オリジナル壁紙の配布について

京急沿線6スポットに設置されたスタンディパネルに掲載の二次元コードを読み取ることで、それぞれのスポット限定の壁紙画像（全6種類）を取得いただけます。

6. 本企画に関するお問い合わせ先

「京急でキュン旅」運営事務局 kyun_tabi@keikyu-group.jp

コンテンツホルダー企業さまのお問い合わせ先 <https://forms.gle/AWoJHrYsPueA9W888>

参 考

1. 劇場アニメ「青春ブタ野郎はディアフレンドの夢を見ない」について

現代的な共感を呼ぶ思春期の感情を不可思議な現象によって描き出した青春ドラマ「青春ブタ野郎」シリーズがついに完結——。高校生編・大学生編とシリーズを通じて描かれてきた”思春期症候群”に残された謎がついに解き明かされる。原作/鴨志田一、監督/増井壮一、構成/横谷昌宏、キャラクターデザイン/田村里美、アニメーション制作・CloverWorks と、引き続き実力派スタッフたちにより藤沢と横浜を舞台にした、“青ブタ完結の物語”が描かれます。

【ストーリー】

「実は、私が霧島透子なんです」

謎に包まれた大人気ネットシンガーの正体は国民的女優の桜島麻衣だった——と、沸き立つ観客たち。その光景は梓川咲太がクリスマスイブに見た夢と同じ——。4月1日、麻衣の衝撃の告白を皮切りにかつて皆が夢で見たあり得ない出来事が次々と起こり続ける。見た夢が正夢になる SNS の書き込み「#夢見る」の存在も消え、目の前の現実と自分の認識が食い違う咲太のもとに、もう一つの可能性の世界の咲太からメッセージが届く。

——霧島透子を止めてくれ

——現実が書き換えられる前に

書き換えられた世界を元に戻すため、咲太は霧島透子を探す。

これは、思春期症候群を乗り越える物語——

【劇場アニメ『青春ブタ野郎はディアフレンドの夢を見ない』公式サイト】

<https://ao-buta.com/dearfriend/>

2. 『青春ブタ野郎はディアフレンドの夢を見ない』横浜市コラボキャンペーンについて

(1) 概要

劇場公開を記念し、横浜市および公益財団法人横浜市観光協会は、株式会社アニプレックスと連携協定を締結し、まちを盛り上げる『青春ブタ野郎はディアフレンドの夢を見ない×横浜市』を実施します。オリジナルステッカープレゼントキャンペーンやフォトスポット、青ブタカラーを中心とした花火の打上等、今年も横浜のまち全体で様々な企画を展開します。

(2) 開催期間 2026年10月8日（木）～10月30日（金）

(3) 特設ページ

https://www.welcome.city.yokohama.jp/blog/detail.php?blog_id=445



3. 「京急でキュン旅」について

「推しと一緒に、京急で旅しよう。」をコンセプトにしたデジタル体験型の周遊コンテンツです。

京急線限定の音声コンテンツやARフォトスポット等のデジタルコンテンツを中心に、キャラクターやアイドルなどの限定ボイスや記念撮影を楽しみながら沿線を観光・周遊いただけます。

ポータルサイト <https://kyuntabi.keikyu.co.jp>



4. 新価値創造プログラム「ICHIRYU（一粒）」について

新価値創造プログラム「ICHIRYU（一粒）」は、社員一人ひとりの気づきや想いの種を育み、京急グループの未来の事業として実現する、社員起点での新規事業育成プログラムです。

2024年10月にリニューアルし、「アイデア探策～仮説検証～事業化」までを6段階に分けたステージゲート制を採用、事業化をより強力に推進するプログラムとしてアップデートいたしました。現在、5件の事業案が、STEP4「プロダクト検証」以降の検証活動に挑戦しています。

本プログラムを通じて、20次経営計画に掲げる「沿線価値共創・企業価値につながる新規事業創出」を実現するとともに、新規事業を社員自らが生み出していくプロセスや活動を通じて、「顧客視点で価値創造・共創ができる人財の開発」を推進し、イノベーションが継続的に生まれる組織風土の醸成を目指します。

※由来：一粒の籾が万倍に実り稲穂となる「一粒万倍」に由来しています。本プログラムで生まれた一粒のアイデアが大きな実となって収穫できるように、社員一人ひとりのアイデアから育て、事業化まで実現できるように...という思いが込められています。

<新価値創造プログラム「ICHIRYU（一粒）」ホームページ>

URL <https://ichiryu.keikyu.co.jp/>

※一部、京急グループ社員専用ページがございます。

