

ベジタリアン・ヴィーガン ムスリム LGBTQ

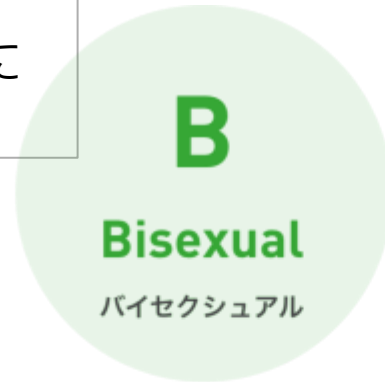
受入対応促進セミナー



2025年2月27日(木)
公益財団法人大阪観光局

出典：東京レインボープライド2023

B = バイセクシュアル
(男性も女性も好きになる人)



T = トランスジェンダー
(出生時の性別と自認する性別とが一致しない人)



G = ゲイ
(男性で男性を好きになる人)



Q
Queer
クイア

Q = クイア
(L、G、B、Tという言い方に当てはまらない人)



L
Lesbian
レズビアン

L = レズビアン
(女性で女性を好きになる人)

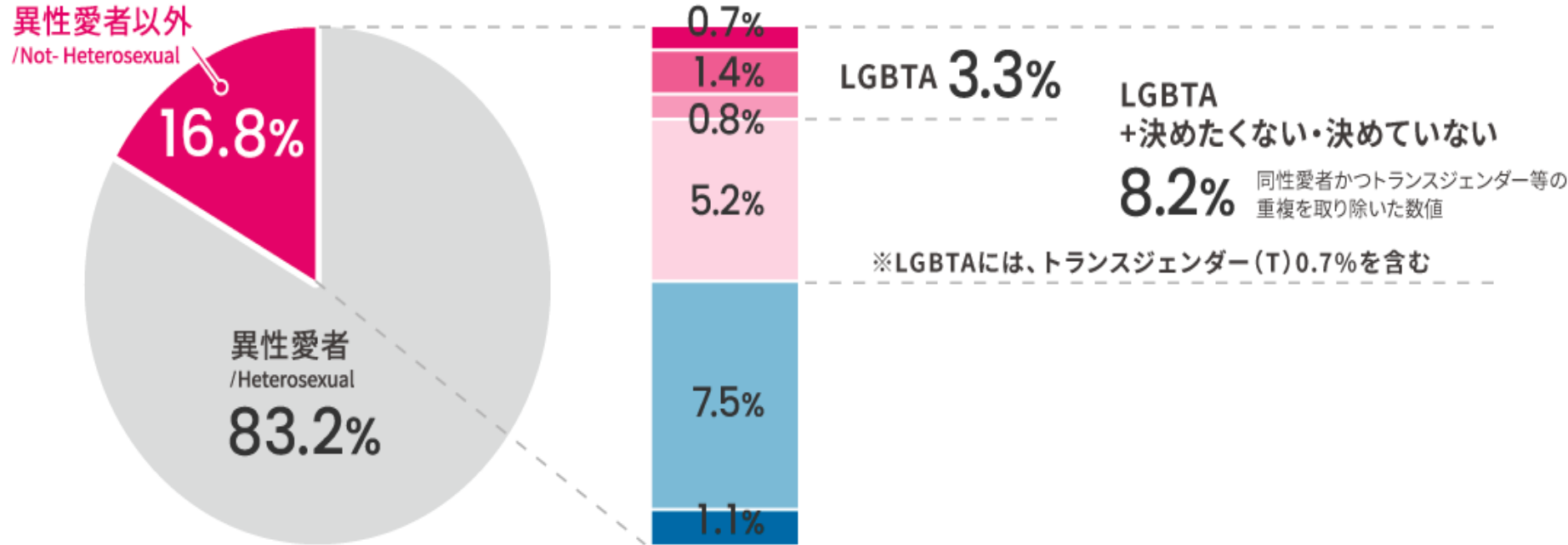
Q
Questioning
クエスチョニング

Q = クエスチョニング
(自身のジェンダーやセクシュアリティが定まっていない、揺れ動く、または決めたくない人)

日本のLGBT人口は約3%～8%（大阪市での調査）

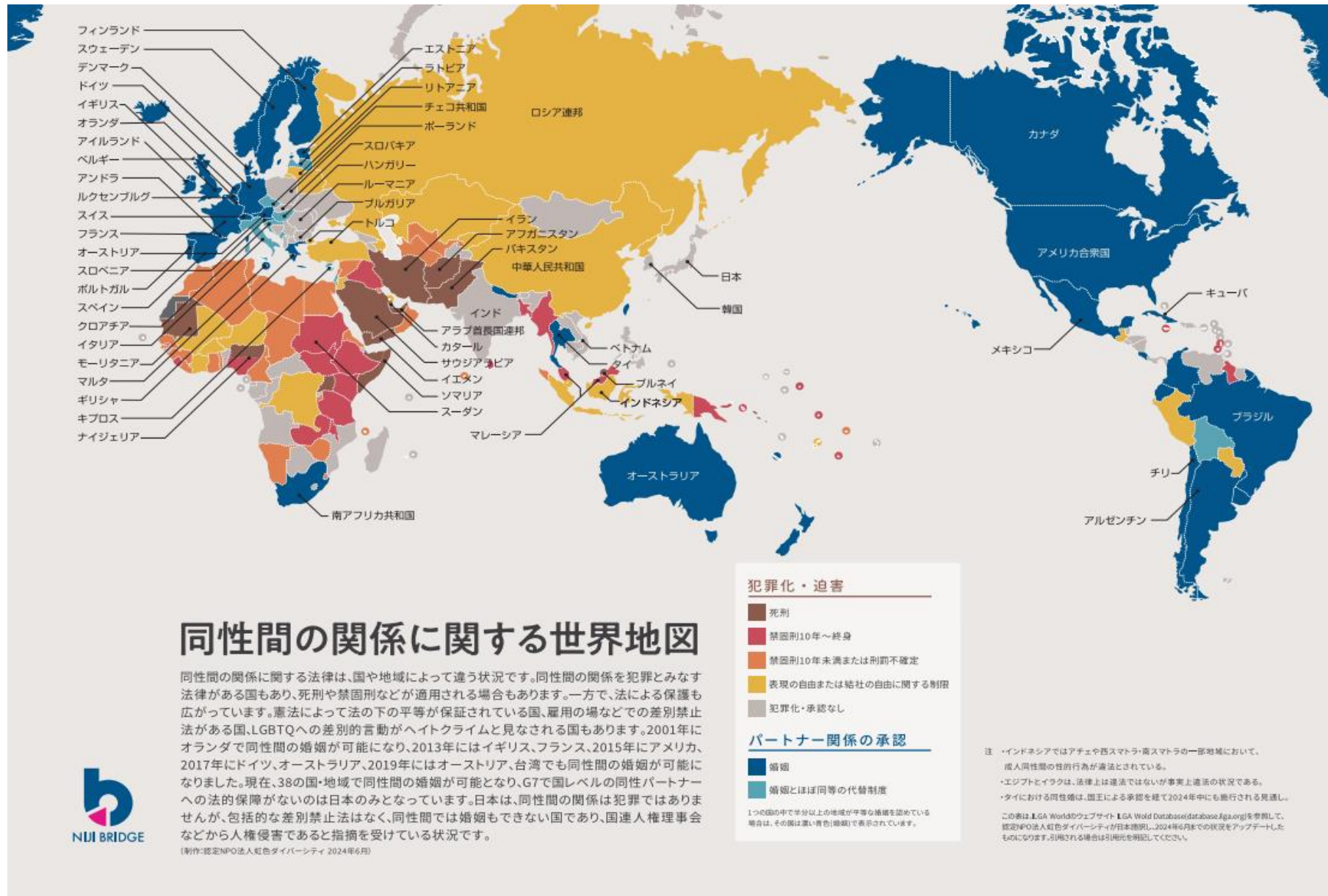


Proportion of LGBT people in Japan = 3%-8% (in Osaka City) ※全国調査はされていない



- ゲイ・レズビアン・同性愛者 (L・G)
/Homosexual
- バイセクシュアル・両性愛者 (B)
/Bisexual
- アセクシュアル・無性愛者 (A)
/Asexual
- 決めたくない・決めていない
/Don't want to decide, haven't decide
- 質問の意味がわからない
/I don't understand the question
- 無回答
/no answer

集計日：2019年
回答者数：4,285



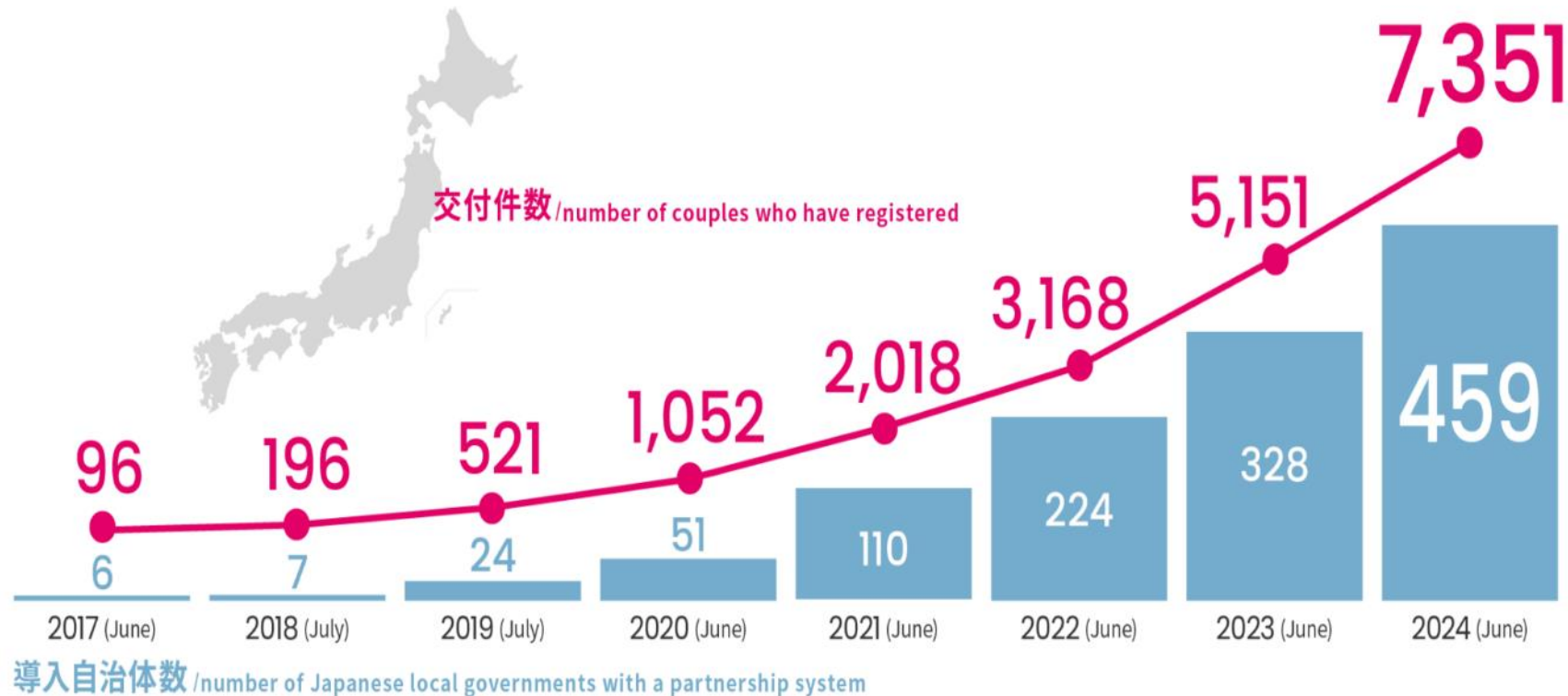
- 2025年1月1日現在、**38の国・地域で同性婚が可能**
- 2025年1月23日には**タイ**でも可能となり、アジアでは**台湾・ネパール**に続き**3カ国目**
 ※アジアで初めて同性婚が認められたのは、台湾(2019年5月)

パートナーシップ制度登録件数の経年変化



LGBTQ partnership systems cover more across Japan

パートナーシップ制度のある自治体は急速に増えており、2024年6月には459自治体、2024年5月末時点で7,351組が登録している。
459 local governments allow same-sex partnerships, and more than 7,351 couples are already registered.



集計日：2024年6月28日

① 局の3つのコンセプト

- 24時間観光都市
- 関西・西日本の観光ハブ
- 多様性あふれる街

② 欧米豪対策

東アジアからの観光客が多かった大阪

欧米豪層にアプローチするには？？

調査の結果→欧米豪をターゲットすべし！

③ 富裕層対策

- ・LGBTQ+の旅行者の割合は世界中の旅行者の

約10%を占める

- ・世界中のLGBTQ 旅行者による消費額は

約2180億ドル(約28兆円)

※2018年Out Now Consulting 調べ



●DINKS（Double Income No Kids）で可処分所得が大きい層が多い

- ・旅行などの余暇や趣味に投下できる金額が多い
- ・特に日本においては人目を気にするため海外旅行又はインドア消費にかかる費用が大きい

●SNS（FacebookやInstagram）の投稿が多い

- ・LGBTQにフレンドリーな企業や施設はSNSで評判となり、新規客・リピート客を取り込みやすくなる
- ・正しい対応をされなかった場合、コミュニティで逆の評判となりバッシングの対象となりやすい



●ロイヤルティが高い

- ・旅において安心感を特に大事にしているため、気に入った場所に何度も足を運ぶ傾向が強い
- ・目線が細やかなのでサービス面には厳しい面もあるが、これは逆に言うと、一度満足したらリピーターになり得るとも言える

●サービスへの厳しい目を持つ

- ・目線が細やかなのでサービス面には厳しい面もあるが、これは逆に言うと、一度満足したらリピーターになり得るとも言える

受入環境整備

「LGBTQ+旅行者が安心して大阪を楽しむことができるよう、受入れ環境を整備」

- LGBTQ 情報ポータルサイト「VISIT GAY OSAKA」開設
 - …ゲイバーやLGBTQフレンドリーホテルの紹介
- 既存の観光コンテンツ×ドラッグウィーン コンテンツ造成、販売
- LGBTQ+フレンドリー推進施策の作成、販売
 - …大阪の観光事業者のLGBTQ+フレンドリー化を目的とし、実施。
 - 現在、22件のホテルが受講
- セミナー、カンファレンス、ワークショップの開催
 - …大阪観光局職員、賛助会員向けに複数回実施し、LGBTQ+に関して学ぶ機会を設ける

基本プラン

(40万円＋税金)

1. LGBTQ セミナー実施

観光のLGBTQ施策スペシャリストによるLGBTQセミナーです。第一部をLGBTQ基礎知識、第二部をLGBTQツーリズム・マーケティングとする二部構成のセミナー(2時間目安)を実施し、優良顧客であるLGBTQに関する理解を深め、旅行者のニーズの把握やPR方法などマーケティングの詳細、適切な接遇の仕方などを、きめ細かく学んでいただけます。



実際のセミナーの様子

2. 視面調査による効果測定

LGBTQセミナー修了後、時期をみて視面調査を実施します。弊社で用意したLGT(日本人および外国人)の契約視面調査員が、電話予約受付からチェックアウトまで、一連のチェック項目についてLGBTQ研修での理解の浸透具合を確認します。チェック項目ごとに採点するほか、調査員が気づいたことなどをレポートにまとめ、総合的に評価します。



3. LGBTQ情報サイト「Visit Gay Osaka」への掲載

「Visit Gay Osaka」は、大阪観光局が運営する外国人LGBTQ向けのポータルサイトです。大阪の観光名所・LGBTQイベント・LGBTQバー・LGBTQフレンドリーレストラン等の情報を提供しています。ここにLGBTQフレンドリーホテルとして貴館の情報を掲載し、外国人LGBTQが宿泊先を検討するうえで有力な手がかりとなるようにいたします。



Visit Gay Osakaのウェブサイト: <https://visitgayosaka.com/>

4. LGBTQオンライン予約システムでの優先的送客補助

LGBTQのお客様はLGBTQフレンドリーな施設を利用し、利用するという統計が出ています。世界の有名なLGBTQメディア等に掲載されるこのオンライン予約システムにて、貴館の情報を優先に表示し、外国人LGBTQからの予約を誘導いたします。



LGBT Friendly Hotels Japan : <https://outasiatatravel.com/lgbtfriendlyhotels/>



ブランディング

《様々なチャネルを通じて大阪がLGBTQ+フレンドリーであることを発信》

- 大阪観光PR動画制作

・・・ゲイカップルを起用し、道頓堀、新世界等、主要観光地だけでなく、堂山のゲイバーを楽しむ動画を制作、発信

- FAMトリップの実施

・・・影響力のあるメディア/インフルエンサーを招聘し、大阪での観光や刃物研ぎや呈茶等大阪らしいコンテンツを体験してもらい、各自のチャネルで発信

- プライド月間キャンペーンの実施

・・・6月のプライド月間(LGBTQ+の文化とコミュニティによる貢献を記念するための月。LGBTQ+の権利について啓発を促すイベントやパレードが世界各地で行われる)に併せて、「多様性溢れるまち＝大阪」の認知度を高めるキャンペーンを実施

- レインボーフェスタ！に出展

- 在阪スポーツチームと連携した「Sports Pride Promotion」(LGBTQ×スポーツイベント)を開催



- ・LGBTツーリズム普及のため、1983年に創立された旅行業団体(NPO)(the International LGBTQ+ Travel Association)
- ・メンバー数：世界80カ国に2400以上
- ・加盟団体：旅行会社、ホテル、航空会社、DMOなど
- ・大阪観光局は2018年に加入
- ・IGLTAが毎年開催しているLGBTQツーリズムの国際会議「IGLTA世界総会」には、全世界からLGBTQのエキスパート(旅行会社、メディア、インフルエンサー、ホテル、観光局、企業等)が一堂に会する

★IGLTA総会 2015年(32回)～2024年(41回)までの開催地



日本での開催実績なし



大阪観光局は、2024年IGLTA世界総会の誘致を決断



誘致するメリット

- 大阪での開催が決定すれば、日本初、アジア初
- 総会開催地は、多様性に富み、観光デスティネーションとしても魅力的であると認識される
- 「多様性豊かな街＝大阪」がブランディングでき、それを2025年万博にバトンリレー



IGLTA総会でのPR(提案書提出直前のミラノ総会)

① 日本から10名が参加

コロナ禍のミラノ総会ではあったが、福岡市、福岡観光コンベンションビューロー、東急ホテルズ、渋谷MICE協会、新通、Out Japan、Out Asia Travel、大阪観光局が一丸となり大阪・日本をPR



② Japan Hospitality Roomのホスト

IGLTA役員、ボードメンバー、メディア、旅行会社を招待し、大阪・日本の魅力をアピール
ホストは浴衣を着用し、日本から持参した日本酒やお菓子、また現地で調達した日本食を提供し、ゲストをおもてなし



③ IGLTA財団募金イベント「Voyage」への協賛

IGLTA財団主催イベント「Voyage」へ協賛し、鏡開きやオリジナル枧をお土産として用意、大阪の都市PRを行い、参加者に強い印象を植え付けた
チケット(250名)は完売



④ Keycard Sleevesの協賛

ホストホテルでチェックインの際に渡されるカードキーケースに大阪観光局の写真と「大阪で会いましょう!」のメッセージを入れ、大阪の存在をアピール



⑤ コングレスバッグへのUSBおよびチラシの封入

コンベンション参加者全員に配布されるコンgresバッグに、2点封入
USBには大阪観光資料およびLGBTQ動画を格納。
Keycard Sleevesと同様、大阪がIGLTA開催に対して
本気であることをアピール*USBはJNTO様からの提供



⑥ 総会内 パネルディスカッションへの登壇

「LGBTQ+ History and Culture」のセッションに小泉様ご登壇
日本におけるLGBTQ+の歴史や文化について、他のスピーカーとともに
ディスカッションを行う
終了後、「日本に対しての理解が深まった」という声を多くいただく



⑦ メディアネットワーキング・商談会・DMO意見交換会への参加

大阪を覚えてもらうため、セッションやセミナーはもちろん、ネットワーキング、商談会、
DMO意見交換会など、ありとあらゆるイベントに参加



・大阪の文字やロゴが会場中で露出されていたため、
翌年(2023年)の開催地が「大阪」と勘違いをした
方が多かった
⇒提案書提出前のアピールは大成功！

これまで約5年間の取り組みが実を結び、見事、IGLTA大阪誘致に成功！

2023年3月7日 世界最大かつ最も重要なトラベル・ツーリズム・トレードフェアとして知られる「ITB Berlin」にて発表され、世界中のメディアを通じて周知された



スポンサー探し

◎ LGBTQ+フレンドリーな企業、LGBTQ+向けの商品を販売している企業、外資系企業など、可能性がある企業にアプローチ。

アプローチをした企業は**30社以上**！

【オフィシャルパートナー】

ビザ・ワールドワイド・ジャパン株式会社、積水ハウス株式会社、Uber Japan株式会社

【自治体パートナー】

札幌市、公益財団法人東京観光財団、石川県、岐阜県、奈良県、公益財団法人福岡観光コンベンションビューロ

【特別協力】

サントリービバレッジソリューション株式会社

関係各所との調整

◎ ベニューとの調整

- ・ホストホテル「スイスホテル南海大阪」
- ・オープングレセプション会場「ザ ランドマークスクエア オオサカ」
- ・チャリティーパーティー「Voyage」会場「住吉大社吉祥殿」

◎ IGLTA及びイベント会社との調整

◎ メディア/インフルエンサー/バイヤー受入ホテルとの交渉

◎ 自治体パートナーとの調整

- ・FAMトリップ

ウェルカムメッセージ掲出協力依頼

◎ IGLTA参加者並びにLGBTQ+旅行者を歓迎するため、ミナミエリアの商業施設様、商店街様、企業様、また空港やミナミエリア以外の企業様や施設様に協力を依頼。共通のデザインのウェルカムバナーが掲出され、まちをレインボーにジャックした。

【掲出協力企業】 ※順不同

- ・南海電気鉄道株式会社(なんばPARKS、なんばCITY、なんばSkyO)
- ・南海グリーンサポート株式会社 ・大阪高島屋 ・EDIONなんば本店
- ・スイスホテル南海大阪 ・千日前道具屋筋商店街 ・戎橋筋商店街
- ・道頓堀商店街
- ・株式会社ヒット (ツタヤエビスバシヒットビジョン)
- ・株式会社ビー・アンド・ディー (トンボリステーション)
- ・関西エアポート株式会社 ・野村證券株式会社
- ・アジア太平洋トレードセンター株式会社 (ATC)
- ・一般財団法人大阪国際経済振興センター (インテックス大阪) ・ホテルフクラシア大阪ベイ



受入環境整備/ブランディング

◎ フレンドリーパッケージ販売

◎ セミナーの実施

大阪観光局賛助会員やMICEビジネスアライアンス向け

◎ Visit Gay Osaka 内容の充実

自治体パートナーの都市で総会前後で開催されるイベントやその都市のプライドイベントを紹介するページを制作

◎ LGBTQ+フレンドリーなコンテンツの紹介

Deep Experience Osaka内にLGBTQ+フレンドリーな体験コンテンツを紹介するページを制作

◎ ゲイバーマップの制作

◎ プエルトリコ総会クロージングレセプション



【総会概要】

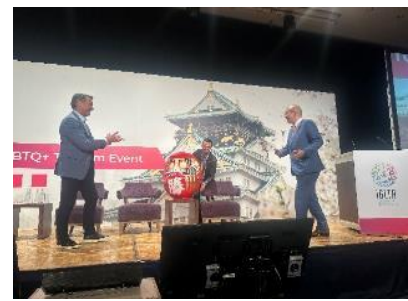
日程：2024年10月23日（水）～26日（土）

場所：（ホストホテル）スイスホテル南海大阪

参加人数：51の国と地域から575名（うち日本国内参加者数225名）※過去最多の国と地域数であり、アメリカ圏以外において、最多の参加者数を記録

大阪府への経済効果は約3億円
（観光庁 MICE開催による経済波及効果測定のための簡易測定モデル
【MICE簡易測定モデル】で算出）
※全国への波及は約5億円（大阪含む）

日時	内容	時間
10月23日 （水）	バイヤー＆サプライヤー・マーケットプレイス（商談会）	9：00～17：00
	First-Timers Meet & Greet	16：00～17：00
	オープニング・レセプション（ホスト：共同実施事務局）	19：00～21：00
10月24日 （木）	オープニングセッション（開会式）	9：00～10：30
	ジェネラルセッション	10：50～12：20
	LGBTQ+ Tourism Expo & Networking Lunch（1日目）	12：30～14：00
	メディアネットワーキング	14：15～15：45
	女性リーダー交流会	16：00～17：30
	IGLTA 財団主催「Voyage」（チケット制イベント）	19：00～21：00
10月25日 （金）	分科会/ワークショップ	9：30～10：30 / 11：00～12：00 / 14：15～15：15
	LGBTQ+ Tourism Expo & Networking Lunch（2日目）	12：30～14：00
	クロージングセッション	15：35～17：00
	クロージングレセプション（主催：IGLTA）	18：30～20：00
	LGBTQ+ MIX PARTY	21：30～
10月26日 （土）	レインボーフェスタ！2024（1日目）	11：00～17：00
10月27日 （日）	レインボーフェスタ！2024（2日目）	10：00～16：00
	OPULENCE	19：30～



ALL JAPANでの誘致・開催

主催：IGLTA(本部：アメリカ フロリダ州 フォートローダーデール)

ホスト：(公財)大阪観光局、(株)JTB、(株)アウト・ジャパン (共同実施事務局)※IGLTA総会の主体は毎年、各都市の「観光局」が担う

役割：

- 大阪観光局
 - ・IGLTA大阪総会にかかる業務全般、ディレクション 等
- アウト・ジャパン
 - ・IGLTAとの調整業務
 - ・LGBTQトータルアドバイザー 等
- JTB
 - ・本総会の開催実務を担う事務局
 - ・本総会に必要な経費管理
 - ・宿泊施設、ユニークベニュー等の手配、パーティーのオーガナイズ 等

各自治体、団体様

- ・2023年4月14日「IGLTA世界総会2024大阪推進協議会」を発足

《参加団体》

大阪府、大阪市、堺市、(公社)2025年日本国際博覧会協会、

(公社)北海道観光振興機構、(公財)東京観光財団、

(公財)福岡観光コンベンションビューロー、(一財)沖縄観光コンベンションビューロー、石川県、岐阜県、奈良県(岐阜と奈良は途中で加盟)

大阪商工会議所、(公社)関西経済連合会

《オブザーバー》日本政府観光局 (JNTO)

- ・IGLTA総会にかかる応援、協力(FAMトリップ実施、オープニングレセプション他でのプロモーションなど)



**オールジャパン体制で日本初、アジア初のIGLTA世界総会に臨み、世界各国に、大阪だけでなく
日本各都市の魅力とLGBTQフレンドリー都市として共に発信**

普段は各都市が別々にプロモーションやMICE誘致をしているが、IGLTAは誘致、開催まで共に実施

メディア露出（ブランディング）

IGLTA大阪総会（51カ国 575名）

★うちメディア数 11カ国 47媒体



（代表的な発信）

New York Times

「2025行くべき場所52か所」

※IGLTA大阪総会参加記者

※New York Timesのリーチ数：20億人（世界人口の4分の1）

※世界でデジタル購読者数の一番多いニュース媒体



世界中に記事が拡散しているが
把握するためには別途費用が必要

【参考】Visit Gay Osaka PV数

	2023年10月	2024年10月
PV数	6,334	12,970 前年比205%
ユーザー数	2,077	4,895 前年比236%



（一部抜粋）日本で最も先進的な都市である大阪は、2022年に初のプライドセンターを開設し、10月には国際LGBTQ+旅行協会主催の総会が開催され、同協会史上最大の国際的な参加者を記録した。このような動きは、G7で唯一同性婚が違法とされている日本における婚姻の平等の前兆と見る向きも多い。

大阪総会(10/23～25)における経済波及効果(観光庁：MICE簡易測定モデルによる算出)

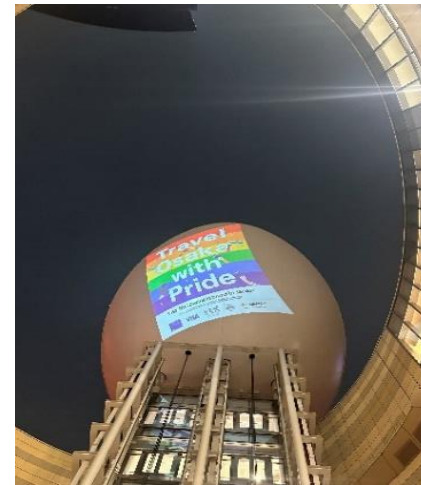
3.18億(大阪府)

地域連携

IGLTA参加者並びにLGBTQ+旅行者を歓迎するため、ミナミエリアの商業施設様、商店街様、企業様、また空港やミナミエリア以外の企業様や施設様の協力の下、共通のデザインのウェルカムバナーを掲出し、まちをレインボーにジャック

掲出協力企業 ※順不同

- ・南海電気鉄道株式会社(なんばPARKS、なんばCITY、なんばSkyO)
- ・南海グリーンサポート株式会社
- ・大阪高島屋 ・EDIONなんば本店
- ・スイスホテル南海大阪 ・千日前道具屋筋商店街
- ・戎橋筋商店街 ・道頓堀商店街
- ・株式会社ヒット (ツタヤエビスパシットビジョン)
- ・株式会社ビー・アンド・ディー (トンボリステーション)
- ・関西エアポート株式会社 ・野村證券株式会社
- ・アジア太平洋トレードセンター株式会社 (ATC)
- ・一般財団法人大阪国際経済振興センター (インテックス大阪)
- ・ホテルフクラシア大阪ベイ



IGLTAをきっかけに、地域が連携して、観光客を受け入れる機運が醸成された
今後もエリア連携強化し、6月のプライド月間等での広告掲出やイベント開催を検討

これまで付き合いのなかった人や
事業者とも接点を持つことができ、
新たなビジネスにも繋がった

LGBTQ+の方々と直接話
すことができ、LGBTQ+の
ニーズやどのように受け入れ
たら良いか勉強となった

地元の方にも大
阪で大きな総会
が開催されてい
るといおうことを
知っていただく機
会となった

レインボーフラッグの掲出やレイ
ンボーデザインのウェルカムメッ
セージを掲出することにより、お
客様から苦情や、トラブルが起
こるのではないかと考えていた
が、全く苦情もトラブルもなく、
通常通りであった



どのように接遇をしたら
良いか、勉強になった

- ・まずは何でもやってみること
- ・自分たちだけでなく、仲間を集めて、一緒に

- ・IGLTA総会でのプロモーション
 - ＞ 2025年IGLTAパームスプリングス総会でのブース出展等検討
- ・プライドイベント(関西レインボーフェスタ！など)の出展
 - ＞ LGBTQ+フレンドリーなホテル施設等に声をかけ、共同出展
- ・協議会立ち上げ
 - ＞ IGLTA総会の協議会を解散（LGBTQ協議会の再編）
- ・受入体制の整備
 - ＞ フレンドリーパッケージの受講を新規ホテルや電鉄等に促し、数を増やす

※フレンドリーパッケージとは、LGBTQ+のお客様が安心・安全に滞在できるよう、LGBTQの基礎知識を学び、LGBTQのお客様を適切にお迎えする態勢を整えるための総合サポートプラン。

ALL JAPANで一緒にLGBTQ+フレンドリーな日本を目指しましょう！

