



TOKYO RAINBOW PRIDE

東京レインボープライド2017

CHANGE

-未来は変えられる-

報告書
2017.10.19

- 1 東京レインボープライド2017概要
- 2 御礼
- 3 実績
- 4 新たな取り組み
- 5 ブース事例紹介
- 6 イベントの浸透・広がり



東京レインボープライド2017概要

- 東京レインボープライド ミッション -

「“性” と “生” の多様性を祝福する場」をつくる

パレード

2017/5/7 (日) 12:00 - 15:30
渋谷・原宿の街をパレードし多様性を訴える



フェスタ

2017/5/6 (土) ・ 5/7 (日)
代々木公園にて開催される日本最大のLGBTの祭典

- ・ ステージ
- ・ ブース (出展団体による展示)



ステージ



ブース

レインボーウィークイベント

2017/4/29 (土) ~ 5/7 (日)
東京都内を中心に全国各所で開催されるLGBT関連イベント



東京レインボープライド2017 パレード

実施日時：2017/5/7(日) 12:00 - 15:30

コース：代々木公園→渋谷公園通り→スクランブル交差点→明治通り→表参道→代々木公園

過去最多の23のフロートに分かれて、約5,000名のLGBTとアライがGW最終日の渋谷・原宿の街を練り歩きました。

沿道では来場者以外の多数の通行人からも応援の声が上がりました。

また、協賛企業様を含め多数の企業様の店舗でレインボーフラッグや屋外広告が掲げられ、パレードを彩りました。

その様子は多くのメディアで取り上げられLGBTの存在・課題の可視化を一層すすめる事ができました。



東京レインボープライド2017 フェスタ

開催日：2017/5/6(土)&5/7(日)

■ブース

代々木公園イベント広場では、LGBT当事者団体・企業・大使館などが過去最多のブースを出展し、来場者と触れ合いを持ちました。

特に趣向を凝らした企業ブースが多数あり、来場者・メディアから大変多くの反響を頂きました。

■ステージ

代々木公園野外ステージでも多数の公募から選ばれた出演者達が力強いパフォーマンスを行い、来場者に楽しんで頂きました。

2日間のステージは中島美嘉さんによる感動的なライブで幕を閉じました。

TRP2017では過去最高の来場者数（105,000人）と過去最高の出展団体（190団体）を記録する事が出来ました。



レインボーウィーク

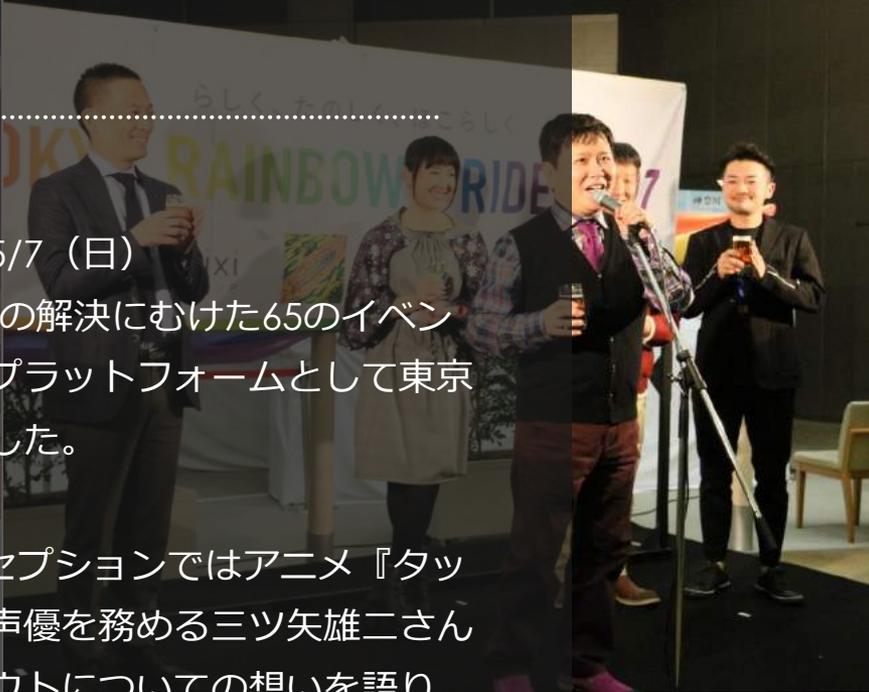
期間：2017/4/29（土）～5/7（日）

LGBTに関連する様々な課題の解決にむけた65のイベントがレインボーウィークをプラットフォームとして東京を中心に各所で実施されました。

4/29(土)のオープニングレセプションではアニメ『タッチ』の主人公・上杉達也の声優を務める三ツ矢雄二さんが直近に行ったカミングアウトについての想いを語り、大きくニュースにも取り上げられました。

紀伊國屋書店様ではLGBT関連書籍のブックフェア（@新宿他）を、TSUTAYA様ではLGBT関連DVDフェア（@渋谷）を

その他、各所でLGBTにまつわるインポジウム・上映会・ワークショップ等が多数開催され、理解・啓発が促進されました。





御礼

ご協賛の御礼

9日間にわたった『東京レインボープライド2017』は、予想を超える約108,000人の方々にご来場いただき、無事、終了いたしました。これもひとえに、協賛企業・団体皆様のご支援の賜物です。この場を借りて、改めて御礼を申し上げます。

今年のテーマは「CHANGE—未来は変えられる—」でした。1994年に日本でプライドパレードが実施されて20年以上になりますが、この間で最も特筆すべき「変化」の一つが、企業様からの協賛です。当初は当事者コミュニティ内からの協賛がほとんどでした。そこにまず外資系企業様が加わり、さらにここ数年で国内企業様にも多数ご参加いただけるようになりました。この変化は、日本における性的マイノリティの社会的な認知や可視化が進んだことによるところが大きいでしょう。この変化を実感しつつ、さらにこの先の未来に向けて、皆様とともに、大きく「CHANGE」していければと考えています。

まだまだ至らないところは多々ありますが、次年度に向けてもぜひ、ご支援・ご協力をよろしくお願いいたします。





実績



イベント動員

■パレード&フェスタ

代々木公園の会場に過去最高の約**105,000**人の方々にご来場いただきました。

フェスタ：5/6 35,000人、5/7 65,000人

パレード：5,000人

※昨年(70,500)比：**148.9%**

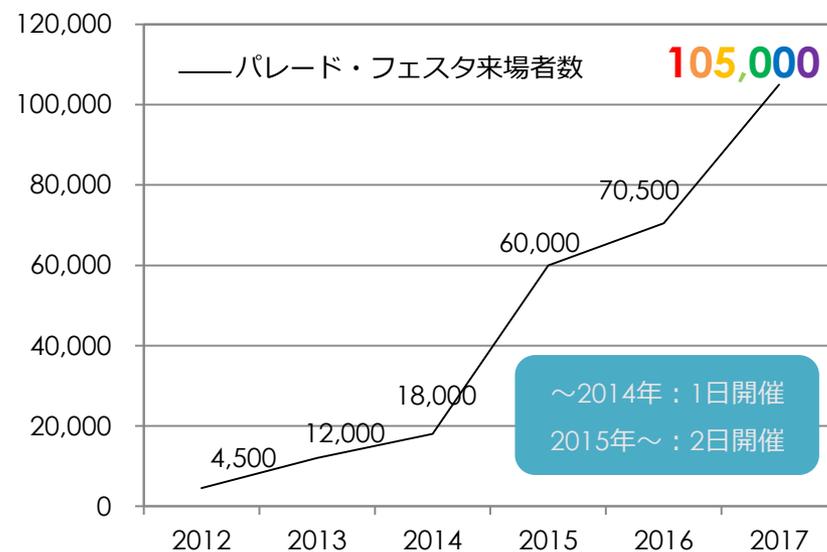
■レインボーウィーク（4/29～）

65のイベントが開催され、約3,000人の方々にご参加いただきました。

■協賛企業様数

協賛企業・団体様は過去最高の**190**にのぼりました。

※昨年（130）比：**146.2%**



2012



2013



2014



2015



2016



2017

東京レインボープライド媒体 (WEBサイト・紙媒体・SNS) での情報発信

■ WEBサイト

3~5月のPV数が842,014。

昨年比(694,890) : **121.2%**

■ SNS (イベント直近1か月 (2017/4/8-5/7))



■ Twitter 投稿数:124 RT数:6,531 いいね!数:7,386



■ Facebook 投稿数:103 シェア数:690 いいね!数:8,250



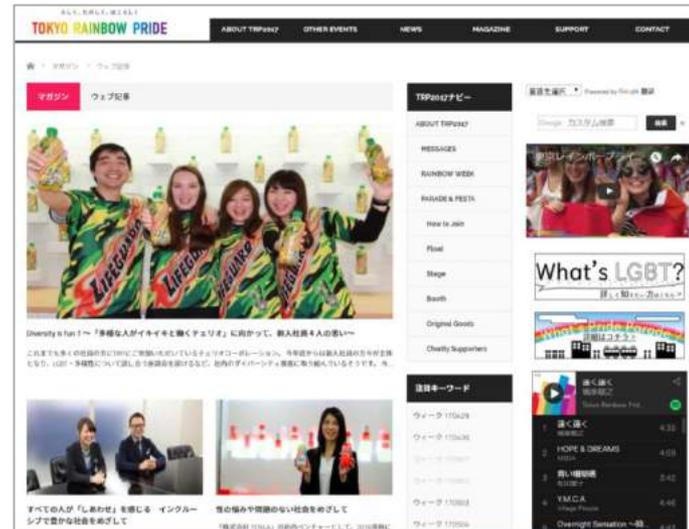
■ Instagram 投稿数:97 いいね!数:1,925

■ 紙媒体

TRP機関誌『BEYOND』8,000部

イベント情報誌『タブロイド判ガイド』12,000部

※今年では会場だけではなく、都内を中心に丸井様の店舗にて配布を協力頂きました。



メディア掲載

テレビ・新聞を含む様々な媒体に合計131回以上取り上げられました。

テレビ



新聞



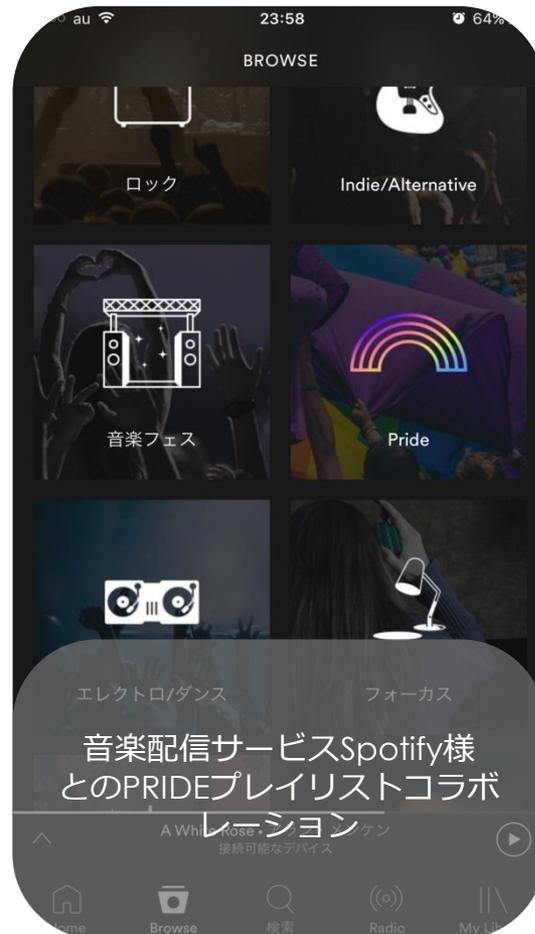
WEB

イベント当日は
Yahooトップ
にも掲載





新たな取り組み



丸井様における配布協力

今年度より丸井様の首都圏店舗において、
弊NPO機関誌『BEYOND』、イベント当日情
報紙『タブロイド』の配布を協力頂きました。

レインボーウィーク（4/29-5/7）中は店舗外に
レインボーフラッグや屋外広告で性的マイノ
リティへのサポートを表明し、イベントを盛り
上げて頂きました。

店舗内にはレインボーバッジ（※）をつけた
店員の方が立たれており、性的マイノリティ
でも安心してお買い物をできる雰囲気がさり
げなく、しかししっかりと作られていました。

※丸井様では性的マイノリティのお客様への
接客研修を受けた店員さんはレインボーバッ
ジを付けられています。





音楽配信サービスSpotify様とのPRIDE プレイリストコラボレーション

世界最大の音楽配信サービスSpotify様との
コラボレーションで、「Prideハブ※」を開設
頂きました。

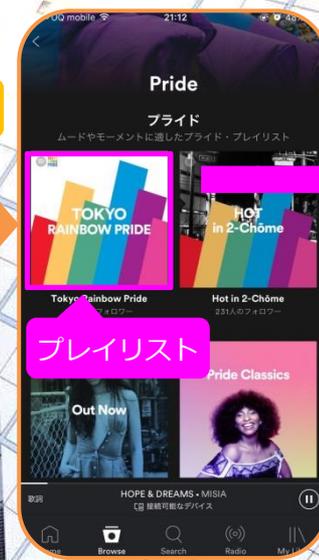
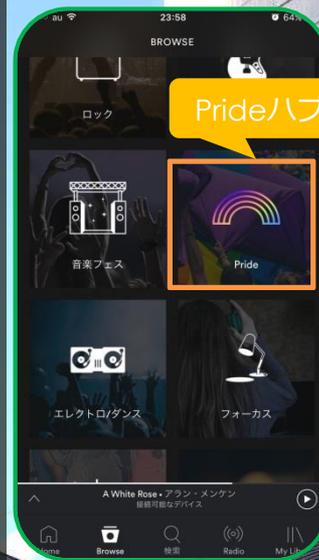
※ハブ：特定のジャンルのプレイリスト集

Prideハブでは世界のPrideソングのプレイリス
ト以外に、日本独自のPrideプレイリストも
視聴できます。以下のプレイリストは弊NPO
が作成を協力させて頂きました。

- Tokyo Rainbow Pride
- Hot in 2-Chome

また、レインボーウィーク（4/29-5/7）に合
わせて、渋谷駅ハチ公前に性的マイノリティ
へのサポートを大きく打ち出す屋外広告が出
稿されました。

Press Play for PRIDE



TOKYO RAINBOW PRIDE

Change 未来は変えられる

SpotifyはTOKYO RAINBOW PRIDE 2017をサポートしています。





ブース事例紹介

代々木公園のイベント会場では多くのブースが出展される中、特に来場者から反響の大きかった6つのブースをご紹介します。



①株式会社チェリオコーポレーション

エナジードリンク「ライフガード」でお馴染みのチェリオ様は特製レインボーパッケージのライフガードを配布。多様性を表現するために360種類もご用意頂いたカラフルで素敵なパッケージのライフガードは来場者に大変好評頂きました。

また、今年はパレード出発前にパレード参加者にライフガードが配布されました。

▼使用ブース
大型ブース（デフォルトのテントは使用せず
オープンスペースでサンプリング実施）
※大型ブースの面積 = 38.88㎡



② ヴィーブヘルスケア株式会社

VR（バーチャルリアリティ）でパートナーとのコミュニケーションの中で自然とHIV検査を受ける心構えができるという先進的かつ啓発的な体験が出来るヴィーブヘルスケア様のブースには長い列が出来ていました。

また、ブースの半分を休憩スペースとして来場者に提供し、休憩しながらHIV/エイズについても学べる場となっていました。

▼使用ブース
大型ブース

※大型ブースの面積 = 38.88㎡



③株式会社ミクシィ

来場者が多い中、待ち合わせの目印に使ってもいたい→渋谷で待ち合わせと言えば「ハチ公」→「にじはち」という巨大でレインボーな犬のオブジェが出現いたしました。狙い通りインパクト絶大で多くの来場者が「にじはち」前で待ち合わせをするスポットになりました。

「ブース」という枠を超えた巨大レインボーオブジェは東京レインボープライド史上初で待ち合わせだけでなく、必ずと言っていいほど来場者が写真を撮るスポットにもなっていました。

▼使用ブース

大型ブース（デフォルトのテントは使用せず
オープンスペースに「にじはち」を設営）

※大型ブースの面積 = 38.88㎡



④株式会社丸井グループ

丸井様は、大きめのサイズのハイヒールや
小さめのサイズの紳士靴を取り揃え、性別・
体形に関わらずファッションを楽しめるブー
スを提供。

靴だけでなく服も用意され、笑顔の店員さ
んの接客を受ける事もブースの醍醐味でした。



▼使用ブース
大型ブース

※大型ブースの面積 = 38.88㎡

⑤LGBT総合研究所 ×

Panasonic Men's Grooming

LGBT総合研究所とパナソニックメンズグルーミングが共同でブースを展開。
男性向けの美容家電「ボディトリマー」の体験サロンを開設。

多様なセクシュアリティを尊重するレインボーカラーでサインポールや鏡台をあしらっており、多数の来場者がタッチ&トライを楽しみました。

また、ゲイコミュニティで人気のモデルをインフルエンサーとして起用、LGBTメディアと連動したキャンペーンを展開したことで、「ボディトリマー」の販売は当初予測を大きく上回り、品切れする販売店も出るなど大きく反響を呼んでいました。

▼使用ブース

大型ブース（デフォルトのテントは使用せず、独自テントを設営）

※大型ブースの面積 = 38.88㎡



⑥株式会社資生堂

資生堂様はLGBT当事者（MtF）をゲストに呼びメイク講座を実施。性別を問わずメイクをする楽しみを体験できる場を提供。

また、コスメのサンプリングも実施。特に日差しが強かったため日焼け止めのサンプリングに対する需要が大きかったです。



▼使用ブース

一般ブース6つ使用

※一般ブース1つの面積=9.72㎡



イベントの浸透・広がり

レインボーウィーク期間中にLGBT関連ニュースを特集するメディアの出現

例年、レインボーウィーク期間中は沢山のメディアが普段にも増してLGBTに関するコンテンツを取り上げますが、2017年は2つのメディアで「LGBT特集」が組まれました。

- ・バズフィード (BuzzFeed Japan)
- ・ハフントンポスト (HuffPost Japan)

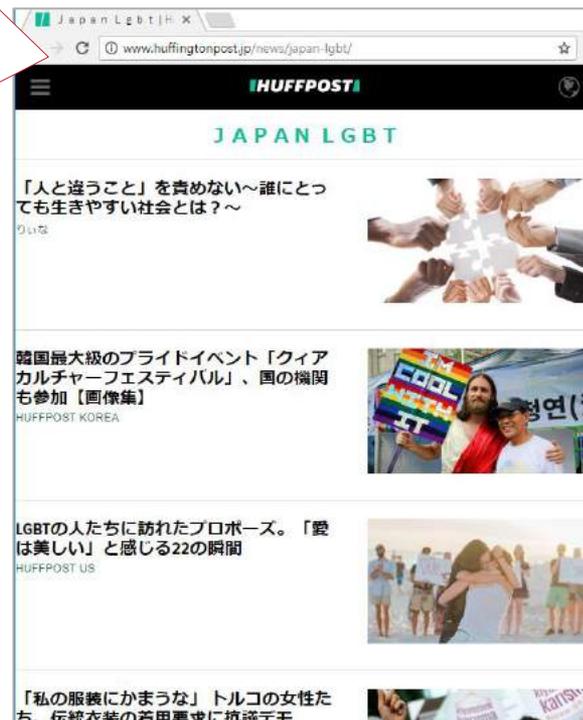


BuzzFeed様のTRP2017出展ブース



特集を組むだけでなく、SNSのアイコンにレインボーを取り入れサポートを表明。関心の高くない層の関心を喚起。

ハフントンポストではLGBT関連コンテンツを集めた常設のカテゴリーが作成されました。



対外的にLGBTへのサポートを表明する企業の増加

イベント当日の代々木公園の外でもLGBTへのサポートを表明する企業が2017年度はさらに増加いたしました。

■パレードコース付近の店舗でサポートを表明する企業の増加

店舗外壁の巨大サイネージ広告でサポートした丸井様



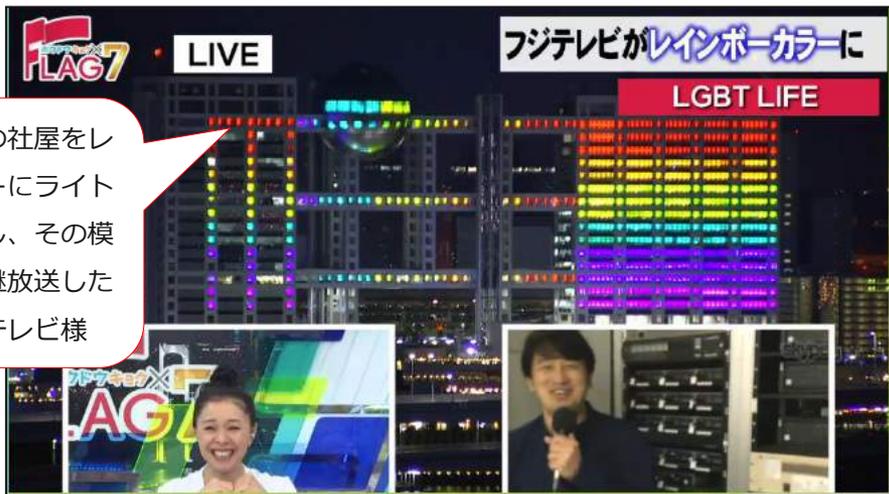
コース沿いの店舗でサポート表明したLUSH様・GAP様



コース沿いに屋外広告を出し、サポートを表明したSONY様・Spotify様

■パレードコース外でもサポートを表明する企業の増加

お台場の社屋をレインボーにライトアップし、その模様を中継放送したフジテレビ様



期間限定レインボーショッパーを展開したGAP様



全国の店舗でレインボーを掲げサポートを表明したLUSH様

